

내란재판부 판사 추천부터 임명까지 법원 손에 "민주당 수정안 마련"

민주당 추천위서 외부 관여 배제·대법관회의 거쳐 대법원장이 임명

내란재판부 2심부터...1심 설치 규정 두되 부칙에 '현재판은 未이관' 명기키로



더불어민주당은 내란전담재판부 설치법의 위험 소지를 없애기 위해 해당 재판부를 사실상 2심부터 설치하고 재판부 판사 추천 과정부터 임명까지 법원 외부 인사를 전면 배제하기로 했다. 민주당은 16일 국회에서 의원총회를 열어 내란전담재판부 설치법 수정 방향에 대해 이같이 의견을 모았다. 이 법안은 다음 주 본회의에서 처리될 전망이다. 박수현 수석대변인은 브리핑에서 내란전담재판부 판사 추천위원회와 관련, "내부인으로 구성하는 쪽으로 방향이 잡혔다"고 말했다. 애초 기존 안에는 헌법재판소 사무처장·법무부 장관·판사

회의에서 추천한 총 9명이 추천위를 구성하도록 규정돼 있어 위헌적이라는 지적이 나온 바 있다. 이런 논란을 불식하고자 추천위원 추천권을 법원이 갖고, 추천위원 또한 법원 내부인으로 구성하도록 조항을 수정한다는 게 박 수석대변인의 설명이다. 구체적인 추천위 구성 방식 등은 당내 추가 논의를 거쳐 확정하기로 했다. 일단 판사회와의 함께 전국법관대표회의 등이 관련 절차에 관여하도록 하는 방안이 유력하다. 법관대표회의는 일부 사안에서 진보적 목소리를 낸다고 평가된다. 허영 원내정책수석부대표는 기자들에게 "기존에는 조희대

대법원장이 단독으로 배당했다면 이제 각급 법원의 판사회 등에서 추천할 수 있게끔 절차가 마련되는 것"이라고 설명했다. 민주당은 내란전담재판부 판사를 '대법관 회의'를 거쳐 대법원장이 임명한다는 조항을 추가하기로 했다. 헌법 104조에 '대법원장과 대법관이 아닌 법관은 대법관회의의 동의를 얻어 대법원장이 임명한다'고 규정한 점을 고려한 조치로 풀이된다. 민주당은 기존 안에서 1심부터 설치하도록 한 내용도 수정, 내란전담재판부를 사실상 2심부터 운영하기로 당내 의견을 모았다. 구체적으로 법 조문에는 1심부터 설치를 가능하도록 하되, 부칙에 '현재 진행중인 재판은 이관하지 않는다'는 취지로 담는다는 방침이다. 이대로 확정될 경우 윤석열 전 대통령의 내란 우두머리 혐의 사건은 지귀연 부장판사가 이끄는 1심 재판부가 계속 심리하게 된다. 기존 법원으로 정한 '12·3 윤석열 비상계엄 등에 대한 전담재판부 설치 및 정보자 보호 등에 관한 특별법'은 내란 및 외환에 관한 특별전담재판에 관한 특별법으로 수정하기로 했다.

박 수석대변인은 기존 법령이 처분적 법률이라는 점을 제거하기 위한 것"이라며 "법명을 일반화하는 방향으로 정리됐다"고 전했다. 이 밖에 기존 안에 있던 내란법의 사면 제한 규정, 내란·외환 관련 범죄에 대한 구속기간 1년까지 연장 가능 규정은 삭제될 것으로 전망된다. 박 수석대변인은 관련 사항을 "오늘 언급하기에 적절치 않다"며 "세밀하게 다음에 성안할 때 말하겠다"고 했다. 국회 법제사법위는 민주당 강경과 의원의 주도로 내란전담재판부 설치법을 의결해서 본회의에 넘겼다. 그러나 이후 법안 내용을 놓고 위험 논란이 당내에서까지 나오자 민주당은 본회의 처리 절차를 앞두고 법안 수정 논의에 착수한 바 있다. 민주당은 국회법 규정에 따라 이 법의 수정안을 본회의에 상정해 처리한다는 방침이다. 내란전담재판부 설치법은 21일 또는 22일 본회의에 상정될 전망이다. 이와 관련, 박 수석대변인은 "최종 당론 추진 절차를 마친 것은 아니다"라며 "원내대표 중심으로 세부적인 정리를 한 뒤 최종안을 성안, 다시 당론 발의 과정을 거치게 될 것"이라고 말했다. "제안된 수정안에 대해 특별히 이견이 없었다"고 의총 분위기를 전했다.

심규영 기자

KB국민은행, 현대자동차그룹·기술보증기금과 현대차·기아 협력사 금융지원

지난 3월에 이은 추가 협약 현대차·기아 협력사에 총 2천억원 규모의 저금리 대출... 생산적 금융

가속화 대상 기업에 3년간 100% 보증서 발급 및 보증료 전액 지원 혜택 제공

KB국민은행(은행장 이환주)은 지난 15일 현대자동차그룹, 기술보증기금(이하 '기보')과 현대자동차그룹 협력사 경쟁력 강화를 위한 상생 업무협약을 체결했다. 이번 협약은 지난 3월 현대차·기아와 체결한 1천억원 규모의 동반성장 업무협약에 이은 후속 협약으로, 생산적 금융을 확대하고 상생 협력을 강화해 협력사에 보다 안정적인 자금 조달을 지원하기 위해 마련됐다. 이번 금융지원은 현대차·기아가 출연한 50억원을 재원으로 총 1천억원 규모의 특별출연협약보증을 우대 지원하는 것으로, 이를 통해 KB국민은행은 현대차·기아와 함께 총 2천억원 규모의 대출 지원 체계를 갖추게 됐다. 지원 대상은 현대차·기아 1차 협력사이며, 기업당 대출 가능금액은 50억원 이내이다.



특히, KB국민은행의 추가 금리할인 혜택과 현대차·기아의 이차보전, 기보의 전용보증

결합해 현대차·기아 협력사의 실질적인 금융 부담을 완화시켜줄 예정이다. KB국민은행은 15억원의 특별출연을 통해 현대차·기아 협력사들에게 3년간 보증료 0.5%p 전액을 지원한다. 기보는 3년간 100% 보증비용의 우대보증서를 발급한다. 또한 현대차·기아는 KB국민은행에 총 1천억원을 예치하고, 예치금에서 발생한 이자수익을 활용해 약 3.2%p 수준의 협력사 대출 이자를 지원한다. KB국민은행 관계자는 "이번 협약으로 중소기업들이 원활하게 자금을 확보해 안정적으로 성장하는 데 도움이 되길 바란다"며, "앞으로도 생산적 금융을 기반으로 기업의 사회적 책임을 다하겠다"고 말했다.

이송원 기자

IBK자산운용, 'ITF 중기종합채권(AA-이상) 액티브 ETF' 신규 출시

IBK자산운용(대표이사 장민영)이 AA- 이상 우량채권에 투자하는 중기 듀레이션 기반의 액티브 채권 ETF를 신규 상장했다고 밝혔다. ITF 중기종합채권(AA-이상) 액티브 ETF는 금리변동성이 높아지는 국면에서 안정적 이자수익과 자본차익을 동시에 추구할 수 있는 상품이다. IBK자산운용은 최근 'ITF 중기종합채권(AA-이상) 액티브 ETF'를 출시하며 채권형 ETF 라인업을 강화했다. 이 상품은 국제, 특수채, 은행채 및 회사채 등 AA- 이상 우량 신용도 채권을 폭넓게 편입해 신용리스크를 줄이고 변동성을 낮추는 전략을 사용한다. 특히 단순히 지수를 추종하는 방식이 아니라 듀레이션, 커브 및 크레딧 전략을 결합한 액티브 운용을 통해 벤치마크 대비 초과수익(Alpha)을 목표로 한다. IBK자산운용은 금리 사이클과 시장 수급, 신용 스프레드 변화 등을 종합적으로 분석해 시장 상황에 맞는 최적의 포트폴리오를 구성할 계획이라고 밝혔다. IBK자산운용은 2023년 12월 KOSPI 200 지수를 추종하도록 설계된 'ITF 200 ETF'로 ETF 시



장에 진입했고, AI 및 반도체 중심의 ITF K-AI반도체 코어테크 ETF'를 올해 1월 선보였다. 'ITF K-AI반도체 코어테크 ETF'의 3개월 수익률은 51.86%, 6개월 수익률은 92.98%, 9개월 수익률의 경우 111.76%의 성과를 보이고 있다. (25.12.10 종가기준) 이후 'ITF 중

기종합채권(AA-이상) 액티브 ETF'는 IBK자산운용에서 세번째로 상장하는 ETF다. 이번 ETF 출시로 채권형 ETF 분야에서도 경쟁력을 강화하여 성장형 및 안정형 상품 라인업을 확장해 왔다는 평가다. IBK자산운용 장민영 대표이사는 "최근 금리 인하 기대가 이어지는 가운데 중기 듀레이션 채권은 수익성과 안정성을 동시에 추구할 수 있는 구간으로 평가받고 있다"며 "새롭게 출시한 ETF는 안정적인 이자 수익과 자본 차익 가능성을 동시에 원하는 투자자들에게 최적의 솔루션이 될 것"이라고 말했다. IBK자산운용은 "향후에도 연금 투자자와 연계된 최적화된 ETF 라인업을 집중적으로 상장할 계획"이라고 말했다.

이송원 기자

한국도로공사, 김천지역 취약계층에 연탄 3만 장 전달

김천지역 등 취약계층 100가구 합진규 사장 비롯한 임직원 50여 명이 연탄 3만 장 전달



한국도로공사(사장 합진규)는 15일(월) 김천시(시장 배나호), 경북 사회복지공동모금회(회장 전우현)와 함께 동절기 연탄 난방에 의존하는 고령자와 취약계층을 위해 '온기가득 연탄 나눔' 봉사활동을 진행했다고 밝혔다. 공사는 지역 특성에 맞춘 사회

공헌활동의 일환으로 지역 주민들이 따뜻한 겨울을 날 수 있도록 김천지역 등 취약계층 100가구에 합진규 사장을 비롯한 임직원 50여 명이 연탄 3만 장을 전달하며 사랑의 온기를 전했다. "2025 전국 연탄 사용 가구 조사 보고서"에 따르면, 현재 연탄

을 사용하는 전국 가구는 약 6만 가구이며 공사가 위치한 경북지역의 연탄 사용 가구 수는 약 2만 가구로 전국에서 가장 많다. '온기가득 연탄 나눔' 봉사활동은 2023년부터 3년째 진행 중이며, 이에 더해 지난 11일(목)에는 독거노인, 결식아동 등 400가구를 대상으로 방한용품(전기매트)과 간편식(김 세트) 등을 지원했다. 합진규 한국도로공사 사장은 "올해도 임직원들이 자발적으로 참여해 김천지역 어르신들과 취약계층에게 작은 도움이 될 수 있어 뜻깊게 생각한다"라며, "김천지역에 기반을 둔 공기업으로서 지역의 따뜻한 이웃이 될 수 있도록 지속적으로 노력하겠다"라고 말했다.

이영진 기자

한전KDN, 준감사인 역량 강화 회계 및 사업분석 워크숍

감사인 역량 평가와 연계한 감사 품질 및 역량 강화를 위한 외부 강사 초청 회계 교육 시행



한전KDN 감사실은 15일 광주 전남공동혁신도시 소재 본사 다목적실에서 '2025년 하반기 감사인·준감사인 역량 강화 워크숍'을 시행했다. 이날 워크숍은 2025년 감사인 역량 평가 분석을 통해 실무 중심의 회계 역량 강화에 중점을 두고 김현준 성우회계법인 대표 회계사를 초빙하여 '전사적 사업 분석 및 회계 역량 강화' 주제의 교육을 시행하였다.

한전KDN 감사실의 워크숍에는 감사인과 준감사인 60여명 참석으로 진행되었으며 신규 추진 사업 및 투자 등과 관련된 재무정보 분석을 통한 능동적 검증으로 잠재적 위험 요소를 조기에 식별할 수 있는 예방적 감사체계 고도화를 모색하고자 추진되었다. 이날 특강에서는 ▲재무제표 이해 및 분석을 통한 재무정보 해석 ▲비정상 회계패턴 및 부정징후 포착과 내부통제 제도 연계

방안 ▲주요 회계 이슈 점검 및 위험 기반 감사 절차 수립 등에 대한 이론과 실제 사례 공유로 실무 중심의 이해와 업무에 즉시 적용할 수 있는 방안에 대해 논의하는 시간으로 진행되었다. 김문호 한전KDN 상임감사는 "단순한 이론적 논의에 그치는 워크숍이 아닌 급변하는 기술 및 정부 정책 변화에 대응할 수 있는 능력 향상의 기회가 되길 바란다"면서 "기업 경영에 대한 재무적 위험을 사전에 검증하고 선제적으로 발견할 수 있는 감사인의 전문성 강화로 청렴·신뢰 경영의 토대를 공고히 할 수 있도록 노력하겠다"고 밝혔다. 한전KDN 감사실은 데이터 기반의 디지털 감사 환경 구축과 감사인의 전문성 제고 등 지속적 조직 신뢰도 확보를 위한 다양한 활동을 펼칠 계획이다.

이영진 기자

신세계면세점, '쇼핑테마파크 IMC 캠페인' KODAF 대상

디지털 미디어와 자사 캐릭터 IP를 결합 통한 브랜드 이미지 제고 및 관광객 유입 확대

명동 중심권 3D 아나몰픽 영상 '쇼핑 테마 파크' 브랜드 경험 구축에 호평



신세계면세점이 자체 캐릭터 IP '폴앤바니(paul&bani)'를 앞세운 IMC 통합캠페인으로 '2025 대한민국 디지털 광고 대상' 특별부문(디지털 사이니지) 대상을 수상했다. 대한민국 디지털 광고 대상(KODAF 2025)은 한국디지털광고협회 주관하고 문화체육관광부가 후원하는 국내 최대 규모의 디지털 광고 시상식이다. 매년 평균 300여 건의 작품이 접수되지만, 올해는 그 수준을 훌쩍 넘어 약 800건 이상의 작품이 접수돼 업계의 관심이 물론 것으로 알려졌다. 이번 수상작은 외국인 관광객

들이 명동 시내면세점의 존재감을 더욱 직관적으로 인지할 수 있도록 하기 위해 기획됐다. 신세계면세점은 지난 여름 성수기 시즌을 앞두고 명동 중심 상권 전반에서 브랜드 존재감을 강화하는 IMC(통합 마케팅 커뮤니케이션) 전략을 실행했다. 캠페인은 '쇼핑 테마 파크(Shopping Theme Park)'를 콘셉트로 폴앤바니 세계관을 패션·뷰티·K-스타일과 결합해 하나의 테마파크처럼 경험하도록 구성됐다. 고객 동선 전반에 캐릭터 기반 스토리텔링을 촘촘히 배치해, 면세쇼핑 공간이 제공하는 재미와 체험 요소를 극대화했다.

특히 신세계면세점은 온라인(SNS)과 오프라인(명동점)의 경계를 허문 캠페인 진행으로 높은 평가를 받았다. 명동점 외벽 초대형 미디어 전광판 신세계스퀘어의 3D 아나몰픽 영상부터 명동 일대 주요 상권으로 확산된 미디어아트형 디지털 옥외광고까지 캠페인 점점을 넓혔다. 동시에 명동점 11층 휴게공간 스카이파크에 캐릭터 조형물·포토존·이벤트 공간까지 연계해 노출을 확대했다. 캠페인은 브랜드 인지도 향상에 뚜렷한 성과를 냈다. 고객 조사를 통해 '명동=신세계면세점' 인식 전환이 강화됐고, 명동 및 주요 관광벨트에서의 브랜드 노출 증가로 외국인 관광객의 자연 유입도 확대됐다. 스카이파크 체험존 방문객과 식품존 '테이스트 오브 신세계(TASTE OF SHINSEGAE)' 매출은 캠페인 기간 각각 25% 이상 상승했다. 매출 지표 역시 성과를 입증했다. 신세계면세점은 2025년 8-9월 매출이 전월 대비 약 11.5% 증가하며 꾸준한 성장세를 기록했고, 10월 매출도 상승 흐름을 이어갔다.

이영진 기자