

“오미크론 확산 속 신학기 시작”...식음료·식자재업계, 고민 ↑

정상등교 원칙하에 3월부터 학교별 등교방식 천차만별 학교별 급식 상황 달라 중소형 식자재·유업계 타격 예상 학생들의 외부활동 감소시 음료수 판매율도 낮아질 듯

식음료·식자재업계의 실적 고민이 커질 전망이다. 이들 업계는 최근 오미크론 변이 확산세가 더욱 심화되는 상황을 고려해 전면등교 대신 원격수업을 병행하는 학교들이 늘어날 수 있다는 점을 우려하고 있다.

학생들의 전면 등교가 이뤄지지 않을 경우 급식용 식자재와 우유 공급이 줄어들 수 밖에 없다. 이 경우 학교에 납품 비중이 높은 중소형 식자재 업체들과 서울우유협동조합, 남양유업 등이 실적 타격을 입을 가능성이 높다.

식음료업계도 3월 정상 등교에 빨간불이 켜진데 한숨 지었다. 등교를 기점으로 학생들의 외부 활동이 활발해져야 이를 타격으로 하는 음료수 판매량도 늘어날 수 있는데 현 상황만 놓고 보면 올해 초에도 고전할 수 있다는 우려가 나온다.

2일 교육부의 '2022학년도 1학기 방역 및 학사 운영 방안'에 따르면 일선 시·도교육청과 각급 초·중·고교는 지역 감염 상황과 학

교 규모 등에 맞게 학사운영 계획을 마련, 운영하게 된다.

오는 11일까지는 새학기 적응기간으로 운영된다. 정상등교 원칙을 유지하되 학교장 재량으로 단축수업, 원격수업 등을 탄력적으로 운영키로 했다. 하는 것을 원칙으로 한다. 같은 지역에 있는 학교라도 등교 방식이 달라질 수 있다.

등교 방식이 달라질 경우 학교별 급식 상황도 천차만별이 된다. 배식 및 식사시간을 단축할 수 있는 식단으로 대체하거나 학생과 학부모에게 급식 희망 여부를 조사한 뒤 급식을 제공하는 곳도 나올 수 있다.

식자재업계와 유업계의 경우 전면등교 대신 단축수업, 원격수업 등을 도입하는 학교가 많아질 수록 고민이 커진다.

학생들의 등교가 제대로 이뤄지지 않을 경우 중소형 식자재업계가 가장 먼저 타격을 입을 수 있다. 이들 업계는 올해 신학기부터는 다를 것이라는 기대감이 높았지만 현 상

황만 놓고 보면 지난해와 비슷할 수 있다는 우려가 나온다.

급식 시장의 80%를 차지하는 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이, 신세계푸드 등도 안심할 상황은 아니다. 이들 업체는 일선 학교 급식 비중이 적지만 대학교를 비롯해 기업 내 급식 사업 등의 실적 하락 현상이 나올 수 있다.

유업계도 오미크론 확산에 전전긍긍하고 있다. 급식우유 시장 점유율은 서울우유협동조합이 50%, 남양유업 35% 수준이다. 이들 업체는 지난해 코로나19 여파로 급식 우유 매출이 계약물량치 대비 40% 수준에 그친 것으로 파악된다.

우유 급식률이 높은 초등학교의 전면 등교 여부에 따라 올해 상반기 실적도 좌지우지될 수 있다. 코로나19 확산 상황에 따라 학교별 등교 방식이 달라질 수 있다는 점은 우려스러운 대목이다.

오미크론 확산세가 3월 일평균 30만명을 돌파하는 등 정점에 달하고 5월에 유행 이전 수준으로 안정을 되찾을 수 있다는 전망이 나오고 있어서다. 학생들의 감염 확산이 지속될 경우 우유 급식률 하락 현상도 동반될 것으로 예상된다.

지난해 유제품 판매가격을 올렸고 다양한 사업을 추진한 것은 희망적인 요소로 꼽힌다. 판매 가격 인상이 실적에 반영될 수 있



는데다 우유 제품에 국한하지 않고 상품 카테고리를 넓힌 것은 향후 사업 확장성을 높일 수 있는 요소다.

식음료업계도 학생들의 등교를 예의주시하고 있다. 음료수의 경우 대형마트 등에서 판매되는 매출보다 편의점 등 소매점에서 판매되는 매출이 높아야 실적 상승세를 보일 수 있다. 지난해의 경우 코로나 여파로 학생들의 외부활동이 급격하게 줄면서 소매점 매출이 큰 폭으로 떨어졌다. 오미크론 확산세

를 고려해 많은 학교들이 전면 등교가 아닌 일부 등교 방식을 택한다면 올해도 소매점 판매율이 낮게 형성될 수 있다.

업계 관계자는 “오미크론 확산세가 심화되면서 전면등교 대신 원격수업을 병행하는 학교들이 늘어날 것으로 보인다”며 “5월에 안정될 수 있다는 전망이 나오고 있어 지난해와 마찬가지로 급식우유, 식자재업계의 매출 타격이 예상된다”고 말했다.

최이슬기자

올해 양파 생산량, 124만t 전망...평년대비 12.1% 감소



올해 양파 생산량이 평년대비 12.1% 감소한 124만t 수준에 머무를 것으로 전망된다. 일찍 성숙하는 조생종 생산량은 전년과 비슷하지만, 상대적으로 수확기간이 긴 중만생종 생산량이 감소할 것으로 예상되면서다.

농식품부, 2022년산 양파 생산량 전망

2일 농림축산식품부에 따르면 올해 중만생종 재배면적 감소 등의 영향으로 양파 생산량은 124만t 수준으로 관측된다. 이는 전년(136만9000t) 대비 9.5%, 평년(131만t) 대비 12.1% 감소한 수준이다. 재배면적 및 생육상황 실측조사, 산지 동향 조사 등에 기초해 2월 말 기준으로 올해 생산량을 분석한 결과다.

3월 하순부터 5월까지 소비되는 조생종 생산량은 전년과 비슷한 수준인 21만7000t으로 전망된다. 재배면적은 전년보다 1.2% 증가했지만, 일부 지역에서 가뭄과 낮은 겨울 기온 등으로 작황이 다소 부진하면서 생산량은 전년

수준에 머무를 것으로 분석된다.

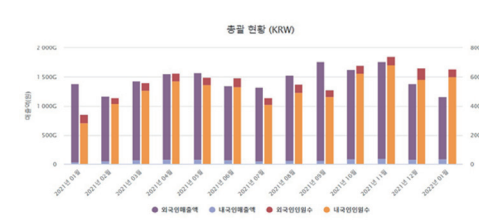
중만생종은 5~6월에 수확·저장해 이듬해 3~4월까지 소비된다. 생산량은 전년보다 11.3%, 평년대비 14.9% 감소한 102만2000t으로 예상된다. 이는 재배면적이 전년보다 6.7% 감소한데다가 초기 생육이 다소 부진했기 때문이다.

농식품부 관계자는 “중만생종의 수확기까지 3개월 이상의 생육 기간이 남아 있기 때문에 앞으로의 강수, 기온, 일조 등 기상 여건에 따라 생산량이 변동될 가능성이 크다”고 말했다.

김재환기자

면세점 매출 두 달 연속 ↓...오미크론에 발목

중, 동계올림픽 앞두고 출입국 규제 강화 영향



국내 면세점 매출이 두 달 연속 하락한 것으로 나타났다.

중국인 베이징동계올림픽을 앞두고 코로나19 확산 차단을 위해 출입국 통제를 강화하면서 면세점 매출의 90% 이상을 차지하고 있는 중국인 보따리상, 이른바 ‘파이공’ 방문이 줄어들 데 따른 영향으로 풀이된다.

2일 한국면세점협회에 따르면 지난 1월 면세점 매출은 1조1619억원으로 전월 대비 15.7% 감소한 것으로 집계됐다. 지난해 11월 1조7629억원에서 12월 1조3780억원으로 감소한 후 두 달 연속 내리막이다.

외국인 방문객은 5만1319명으로 한 달 전보다 33.3% 감소했다. 이로 인해 외국인 매출도 1조771억원으로 17% 줄었다. 다만 내국인 방문객은 5만1319명으로 한 달 전보다 3.1% 증가하며 매출이 5.2% 증가했다. 외국인 매출 비

중은 92.7% 수준이다.

면세업계 관계자는 “중국인 동계올림픽을 앞두고 출입국 규제를 강화하면서 1월에 외국인 방문이 줄었다”며 “코로나19 확산 이전에는 중국 춘제와 발렌타인데이 등이 몰려 있는 2-3월에 매출이 좋았지만 오미크론 확산세가 계속되고 있어 1분기까지는 어려운 상황이 이어질 것으로 보인다”고 밝혔다.

지난해 면세점 매출은 17조8000억원으로 코로나19 이전인 2019년(24조8586억원)의 72% 수준까지 회복했다. 2020년 코로나19 직격탄으로 매출이 38% 급감하는 타격을 받았지만 지난해에는 전년 대비 15% 증가했다.

업계에서는 코로나19 팬데믹이 지속되면서 올해도 매출 부진이 이어지겠지만 의무 격리를 해제하는 등 여행 제한이 줄고 있다는 점에 여행 정상화에 기대감을 내비치고 있다.

한편 이달 중에는 해외로 출국하는 내국인에게 적용되는 면세점 구매한도(5000달러)가 폐지될 전망이다. 지난 1979년 제도 신설 후 43년 만이다. 다만 업계에서는 면세 한도가 600달러로 유지된다는 점에서 구매한도 폐지 효과는 크지 않을 것으로 내다보고 있다.

오유나기자

광주신세계 ‘주식 액면분할’...보통주 5000원→1000원

3월 주주총회 승인 거쳐 4월 11일부터 적용 예정

(주)광주신세계가 유동성 증대 등을 위해 보통주를 액면분할 한다.

광주신세계는 지난달 22일 이사회를 열고 주식거래 활성화와 소액투자자 접근성을 높이기 위해 ‘5대 1’ 비율로 주식 액면분할을 의결했다고 2일 밝혔다.

이에 따라 현재 액면가 5000원인 보통주 1주가 1000원짜리 5개로 분할되면서 발행 주식 총수는 160만에서 800만주로 늘어나게 된다.

주 당 거래 가격은 현재 시가 18만원대에서 3만6000원대로 변동된다. 액면분할은 3월 주주총회 승인을 거쳐 4월 11일부터 적용될 예정이다.

최근 들어 주가 상승세를 보이고 있는 광주신세계는 적극적인 주주친화정책을 펼치고 있다.

지난해 10월 광주신세계는 주주 가치 제고를 위한 배당정책으로 환원 재원을 1차년도 당기순이익의 20% 이상으로 정하고 향후 3년간 점진적으로 확대하는 내용을 이사회를 통해 발표하기도 했다.

실제 광주신세계는 올해 2월, 예상보다 높은 당기순이익의 26%를 환원 재원으로 마련하는 등 주주 가치 제고에 힘썼다.

시가배당률은 전년 2.29%에서 4.76%로 약 2배 이상 증가했으며 이로 인한 광주신세계의 현금배당은 주당 8500원으로 전년 대비 143% 상승하기도 했다.

광주신세계는 지난해 코로나19 상황 속에서도 매출 1700억원(전년비 +15.2%), 영업이익 606억원(전년비 +25.5%), 당기순이익 524억원(전년비 +21.3%)이라는 역대 최대 실적을 기록하는 등 견고하고 탄탄한 성장



성을 유지해 나갔다.

광주신세계 관계자는 “앞으로도 지속적인 성장세를 바탕으로 한 배당 확대로 주주 가치 제고를 위해 힘쓰겠다”고 말했다.

서선욱기자

넥센타이어, 사계절용 프리미엄 타이어 ‘더 뉴 엔페라 AU7’ 출시

넥센타이어는 ‘더 뉴 N’FERA(엔페라) AU7’를 출시하고 프리미엄 타이어 시장 공략에 나선다고 2일 밝혔다.

신제품 더 뉴 엔페라 AU7은 2017년 출시해 많은 호응을 얻은 넥센타이어의 사계절용 프리미엄 타이어인 ‘엔페라 AU7’의 리뉴얼 제품이다. 프리미엄 타이어 시장 확대와 저소음 타이어를 선호하는 소비자 니즈를 감안해 기존 제품 성능을 강화했다.

더 뉴 엔페라 AU7의 가장 크게 개선된 점은 향상된 소음 저감 성능이다.

기존 특허 기술인 NRS(Noise Reduction System) 3개의 블록 흡음재에서 타이어 내부 전체를 감싸고 우수한 흡음 성능을 가진 링타입 흡음재로 개선해 주행 시 발생하는 공명음을 감소시켰다.

최적의 배수 공간을 확보함과 동시에 타이어 횡방향 그루브(타이어 표면의 홈)에 적용된 블록 변형 방지 기술을 통해 강성을 높여 젖은 노면에서의 제동 성능을 향상시켰다.



또 외측 블록의 접지면적을 증대시켜 마른 노면에서도 제동 성능과 코너링을 강화했다.

넥센타이어는 “프리미엄 제품 라인업인 엔페라가 더욱 향상된 성능으로 국내 고객에게 선보인다”며 “앞으로도 소비자들의 안전 운전과 고객 니즈에 맞는 제품 개발을 지속해 더 높은 만족감을 선사하도록 노력해 나갈 것”이라고 했다.

최이슬기자

에코백스, 로봇청소기 ‘X1 옴니·터보’ 예약 판매



가전 로봇 기업 에코백스는 11일까지 오픈마켓 G마켓과 옥션, 11번가에서 신제품 ‘에코

자동 물걸레 세척·건조 기능

백스 X1 옴니·터보’의 사전 예약판매에 나선다고 2일 밝혔다.

에코백스는 X1 제품군을 정식 출시하며 한국 프리미엄 가전 시장 공략을 본격화한다.

X1 제품군은 스스로 물걸레를 세척·건조하고 물통을 리필한다. 특히 X1 옴니는 자동 물걸레 세척뿐만 아니라 먼지통 비움 기능까지

동시에 제공한다.

예약판매 기간 내 에코백스 X1 옴니를 구매하면 최대 10만원 할인 혜택과 함께 총 20만원 상당의 사은품을 받는다. 에코백스 X1 터보를 구매하면 최대 20만원의 할인 혜택과 총 5만원 상당의 사은품이 제공된다.

에코백스는 에코백스 X1 옴니 사전 구매 고객을 대상으로 2년까지 무상 AS(사후서비스)를 제공한다.

이슬비기자