

코로나 이전 일상으로...재택근무 ↓ 회식·출장제한 해제

정부, 마스크 의무 착용 제외 규제 전면 해제 기업 재택 대신 정상 근무 형태로 전환 가속화

18일부터 코로나19 이전의 일상으로 돌아간다. 마스크 의무 착용을 제외하고는 모든 규제가 해제된다. 방역당국이 거리두기 개념을 처음으로 언급하면서 외출과 사람 간 접촉 자제를 당부했던 2020년 2월29일 이후 780일 만이다. 기업들도 정부 지침에 맞춰 일상으로 회복을 시도한다.

정부는 코로나19 유행이 정점은 지났다는 판단에 따라 '오미크론 변이 이후'에 대응하기 위한 새 로드맵을 제시하며 기존 거리두기 체계를 해제하기로 결정했다. 정부는 10명까지만 허용했던 사적모임 인원 제한을 이날 오전 5시부터 해제했다. 밤12시까지였던 다중이용시설의 영업시간 제한도 사라진다.

주요 기업들도 일상으로 돌아가는 분위기다. 회식·출장을 중단하고 재택근무 체제를 도입했던 기업들은 회사 출근으로 방침을 번

경했다. 또 출장과 회의 제한을 없애고 회식과 대면 회의도 재개하는 추세다.

LG그룹과 계열사, SK이노베이션은 등 일부 기업은 재택 근무 비율이나 기업 내 방역 지침을 당분간 유지하기로 결정했다가 정부 대응에 맞춰 기준을 완화하기로 했다.

LG 계열사들은 정부가 발표한 거리두기 지침 내용에 맞춰 이날부터 재택근무 비율을 기존 50%에서 30% 이하로 완화한다.

회의, 교육·행사도 재개한다. 기존에는 회의 인원을 20인 이하로만 구성하도록 제한하고 교육이나 행사의 경우 50인 이하로 규제해왔다. 회식 인원 수 제한도 해제됐다. 외교부 지정 코로나 위험국가 외 국내·외 출장도 허용된다.

기존에는 출입이 자제됐던 외부 방문객의 사무실 출입도 가능해진다. 사내 헬스장 등

실내체육시설도 정상적으로 운영하며 완화된 방역지침을 적용하기로 결정했다.

LG관계자는 "직원들의 안전과 건강을 최우선에 두고, 정부의 지침을 충분히 고려한 방역 지침을 지속적으로 적용해 나갈 계획"이라고 밝혔다.

앞서 포스코(POSCO)는 이달부터 서울 지역에서 실시하던 재택근무를 전격 해제했다. 포스코는 국내 10대 그룹 가운데 가장 먼저 코로나19 확산 이후 재택근무를 공식적으로 중단했다. 포스코케미칼은 지난 4일부터 전 직원이 출근하고 있으며, 포스코인터내셔널은 정부 기준에 맞춰 18일부터 사무실 출근 시스템으로 전환했다.

삼성전자는 '부분적 일상 회복 추진'을 사내에 공지하고 완화된 방역 지침을 실시하기 시작했다. 그동안 금지했던 대면회의와 집합 교육, 출장 행사 등을 제한적으로 재개하는 것이 골자다. 기존에 자체 지침을 내렸던 국내의 출장을 다시 허용하고, 행사도 299명 이내에서 개최할 수 있다.

회식도 10명 이내에서 보직장 주관일 경우 허용하고, 업무 서버버스도 제한적으로 운영



한다. 단 재택근무 비율은 최대 50%인 현 수준을 유지하기로 했다.

현대자동차그룹은 이달 말부터 재택근무 비율을 기존 50%에서 30% 수준으로 축소한다. 국내외 출장과 교육·회의, 업무 외 활동 등도 가능해졌다. SK수펙스추진협의회도 출근을 제한을 해제했다. 마스크 착용 등 기본 방침은 유지하되 구성원들이 재택근무를 포함한 근무 방식과 장소를 자율적으로 결정하

도록 한다는 방침이다.

SK하이닉스의 경우 대면 회의 '금지'를 '차제'로 완화한다. 필요시 좌석 수와 인원 수를 제한한 범위에서 회의를 진행할 수 있다. 행사도 비대면 원칙에서 '제한된 범위에서 가능'으로 완화했다.

국내 출장도 승인시 가능에서 필요시 가능으로 기준을 완화했다.

김재환기자

리오프닝 뜨고 진단키트 질까

"주류업체 식자재 유통업체 상승 기대"

지난 2년1개월 간 유지돼 온 사회적 거리두기가 풀리면서 리오프닝(경제활동 재개) 업종은 강세, 진단키트 종목은 약세를 보일 것이라 전망이 나온다. 다만 전문가들은 단계적으로 완화되면서 그동안 주가에 선반영된데다 이번 해제 수혜는 자영업자 위주인 만큼 이번 급등세는 테마주 성격일 수 있어 투자에 앞서 신중함도 요구된다고 조언했다.

18일 금융투자업계는 이날부터 지난 2020년 3월에 도입됐던 거리두기가 전면 해제되면서 경제활동 재개에 따라 항공·여행주, 엔터주 등을 비롯한 리오프닝 관련주가 강세를 보일 것으로 예상했다.

이날부터 사적모임 인원과 영업시간 제한 등 사회적 거리두기가 전면 해제된다. 행사·집회 인원 299명, 종교활동 수용인원 70% 제한도 사라진다.

영화관 등 실내 취식 금지는 일주일 간 준비기간을 거쳐 25일부터 허용된다. 실내·외 마스크 의무 착용 지침은 유지된다. 실내에서는 전체 공간에서 마스크를 써야 하며 실외에서는 2m 이상 거리두기가 유지되지 않거나 집회와 공연, 행사 등 다수가 모이는 경우 마스크를 써야 한다.이에 따라 투자업계에서는 주류업체와 식자재 유통업체, 영화관련 업체를 수혜주로 주목했다.

장지혜 DS투자증권 연구원은 "주간 음식료 섹터는 하이트진로와 롯데칠성 등 주류업체와 식자재 유통업체의 주가 상승이 기대된다"며 "리오프닝 수혜가 기대되는 영화관련 업체 제이콘텐트리와 NEW 등의 강세가 나타났다"고 말했다.

유정현 대신증권 연구원은 "1분기에 오미크론 확진자 수 급증으로 확진자와 동거인의 재택 치료와 자가격리 증가로 2-3월 오프라인 채널 트래픽이 크게 둔화됐다"면서도 "리오프

닝으로 편의점 트래픽 회복이 눈에 띄고 있다"고 말했다.

아울러 코로나19 시기에 급성장한 진단키트 종목은 반대로 약세를 보일 확률도 제기된다. 씨젠과 에스디바이오센서 등은 코로나 시기에 진단키트 판매고를 올리면서 급성장한 대표적인 종목이다.

다만 거리두기가 해제된다고 모든 리오프닝 종목이 강세를 보이는 것은 아니라는 조언도 나온다. 앞서 단계적으로 거리두기가 해제된 만큼 그동안 주가에 일부 선반영됐기 때문이다. 항공이나 엔터주 등은 이미 해외여행이 재개됐던 시점에 올랐고, 이번 거리두기 해제와는 무관하다는 설명이다.

즉 이번 거리두기 해제는 상장주식이 아닌 자영업자에 더 직접적으로 해당되므로 수혜종목은 많지 않을 것이라 설명이다.

정용택 IBK투자증권 수석 이코노미스트는 "이전부터 세계적으로 코로나 봉쇄조치가 조금씩 완화되면서 항공이나 여행주 주가에 이미 반영됐다고 본다"며 "이번 해제가 실질적으로 적용되는 부분은 상장 기업보다 자영업자에 해당되는 부분이 많다 보니 이들 주가에 직접적인 영향도 생각보다 크지 않을 것"이라고 말했다.

오히려 올해 하반기부터 금리인상 등이 예상되는 만큼 이들 기업들의 실적 둔화로 인한 주가 하락 가능성도 따져봐야 한다고 조언했다.

정 이코노미스트는 "올해 하반기부터 경기 둔화와 금리인상 불안감이 있다"며 "갑자기 지금에서야 주가가 거리두기 수혜주라면서 반짝 급등하는데 실적 악화 조짐이 있는 종목이라면 오히려 테마주는 아닐지, 투자에 앞서 육성을 가리는 신중함도 요구된다"고 말했다.

이슬비기자

락앤락, 쿡웨어 '웨이브 IH 시리즈' 출시...홈쇼핑 첫선

고급스러운 디자인...무게 줄이고 편의 더해



락앤락이 프리미엄 주물 쿡웨어 '웨이브 IH 시리즈'를 내놓고 20일 현대홈쇼핑에서 출시 방송을 진행한다.

18일 락앤락에 따르면 웨이브 IH 시리즈는 디자인과 주물 특유의 고급스러움을 유지하면서 무게는 줄이고 편의를 더했다. 현대홈쇼핑

출시 방송은 20일 오후 2시40분에 진행된다. 냄비 3종(18cm 편수, 18cm 양수, 24cm 양수), 프라이팬 1종(24cm), 실리콘 손잡이 등 5종 특별 구성이다.

웨이브 IH 시리즈는 통주물 방식으로 제작한 락앤락 최고급 사양의 쿡웨어 라인 중 하나다. 락앤락은 바닥에 회오리를 형상화한 3cm 히든 웨이브 기술을 적용해 열전도율을 높여 재료 속까지 빠르고 고르게 익혀 준다. 또 열보존율이 높아 가열 후 음식을 오랫동안 따뜻하게 유지시켜 준다.

철 주물 냄비와 비교해 약 52% 가벼운 무게(18cm 양수냄비 기준)다. 프리미엄 코팅도 적용돼 있다. 바닥면은 최대 5T(5T=5mm)의 두툼한 무게로 오랜 시간 익혀야 하는 요리도 늘어 불가나 타지 않게 조리할 수 있다.

락앤락은 이번 현대홈쇼핑 출시 방송을 기념해 자동 주문이나 앱 주문 시 1만원 할인, 일시불 결제 시 1만원 할인 등 특별 혜택을 마련한다.

서선욱기자

되살아나는 주류시장...오비맥주 vs 하이트진로 누가 웃을까?

오비맥주·하이트진로, 코로나 여파로 지난해 영업이익 10% 이상 감소

사회적 거리두기가 2년1개월 만에 전면 해제되면서 유흥시장 점유율을 넓히려는 오비맥주와 하이트진로의 경쟁이 한층 치열해질 전망이다.

오비맥주와 하이트진로는 지난해 영업이익이 전년 대비 10% 이상 떨어졌다. 그러나 올해는 거리두기 전면해제로 유흥 시장 실적이 빠르게 회복될 수 있어 지난해보다 영업이익이 더 늘어날 전망이다.

이제 관전 포인트는 맥주 시장에서 왕좌를 어떤 기업이 차지하느냐 여부다. 오비맥주는 카스를 내세워 2012년 이후 10년 간 국내 맥주 시장 점유율 1위를 기록하고 있다. 반면 하이트진로는 기존 맥주 시장 판을 완전히 뒤집는 해로 만들겠다는 각오다.

18일 주류업계에 따르면 정부는 이날부터 코로나19 이후 실시된 사회적 거리두기를 전면 해제하기로 했다.

심야시간 영업이 가능해지며 주류를 취급하는 유흥시설, 홀딩룸, 플라텍·무도장, 노래연습장 등에서의 주류 판매가 폭발적으로 늘어날 전망이다. 또 일반 음식점 주류 판매도 이전보다 급등할 전망이다.

오비맥주와 하이트진로는 올 여름 성수기를 전환점으로 삼아 유흥시장 실적을 크게 끌어 올린다는 목표다. 양사는 지난해 유흥시장에서 매출이 저조해 영업이익이 큰 폭 하락했다.

오비맥주는 지난해 실적으로 매출 1조3445억원, 영업이익 2620억원을 기록했다. 매출과 영업이익은 각각 전년 대비 0.62%, 11% 감소했다. 이는 2018년 이후 매년 감소세다.

하이트진로의 경우 지난해 매출 2조2029억

원, 영업이익이 1741억원을 달성했다. 각각 전년 대비 2.37%, 12.28% 감소한 수치다. 하이트진로는 특히 유흥시장 매출 비중이 경쟁사보다 더 높아 코로나 거리두기로 인한 매출 타격이 더 컸다.

하지만 올해는 다를 것이라는 전망이다. 거리두기 전면 해제로 유흥시장 매출이 뒷받침되면 실적 반등은 더 가파를 수 있다.

양사의 유흥시장 선봉에는 카스와 테라가 나선다.

카스는 2012년 출시 이후 10년간 왕좌를 지킨 제품이다. 지난해에는 '맥주=갈색병'이라는 공식을 깨고 투명한 병을 앞세운 신제품까지 선보였다. 올해는 카스 화이트를 새롭게 출시하며 라인업을 확장했다.

유흥시장은 압도적인 점유율을 보이는 카스 프레시를 앞세워 카스 라이트, 카스 화이트 '3' 각 편대로 공략할 방침이다. 가정 시장은 MZ 세대(밀레니얼+Z세대) 공략에 초점을 맞춘 계획이다.

출시 4년차를 맞은 테라는 젊은 층을 중심으로 인기가 높다. 2019년 출시 이후 올해 3월 말까지 26억5000만명이 팔렸다.

하이트진로는 올해 마케팅 슬로건으로 '리바운스'를 정했다. 테라의 본질인 청정 이미지를 극대화하는 마케팅 활동으로 '시장에서 다시 튀어 오른다'는 의미다.

유흥시장을 겨냥한 마케팅도 이미 본격화했다. 하이트진로는 이미 지난 2월 선보인 테라 '스퍼너(스폰+오프너)'를 적극 활용한다는 계획이다. 전국 주요 상권의 음식점 위주로 스프너를 배포하는 한편 이를 활용한 마케팅도 더



강화할 방침이다.

코로나19 이후 새로운 주류 음용 트렌드로 떠오른 홀출 문화와 외식몰가 상승, 주류가격 인상 등은 오비맥주와 하이트진로의 실적 상승을 막을 변수로 꼽힌다.

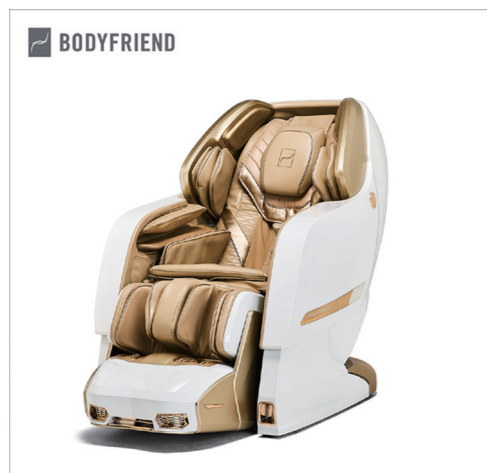
올해 국내 맥주시장에서 오비맥주와 하이트진로 어떤 기업이 더 크게 웃을 지에 대해선 의견이 다양하다.

업계 관계자는 "강남이나 여의도, 홍대 등 젊은 층이 많이 찾는 상권에서는 테라의 인기가 더 높다"며 "젊은 층을 중심으로 테라 인기가 지속될 경우 하이트진로의 1위 자리를 탈환은 시간 문제"라고 말했다.

그러나 카스가 유흥시장에서 정통의 감자라는 분석도 들린다. 또 다른 업계 관계자는 "유흥시장에서 카스와 테라 판매율은 2배 가까이 차이가 난다"며 "특정 상권에서는 테라 판매율이 높게 나오지만 전국적인 판매량을 계산하면 올해 유흥시장에서 카스가 독주할 수 있다"고 전했다.

최이슬기자

바디프랜드, 가정의달 한정판 안마의자 출시



바디프랜드가 가정의 달을 앞두고 한정판 안마의자 '팬텀 II 6M'을 신규 출시했다고 18일 밝혔다. 새롭게 선보인 안마의자 팬텀 II

6M은 꾸준한 사랑을 받고 있는 팬텀 II의 업그레이드 버전이다. 화이트와 베이지골드 색상 조합의 디자인에 더욱 풍부한 안마감을 구현한 것이 특징이다.

팬텀 II 6M은 마사지볼을 기존 4개에서 6개로 늘렸다. 더 촘촘한 간격으로 더 넓은 면적을 컨트롤 해 마치 6개의 손이 마사지를 하는 듯한 느낌을 준다는 설명이다. 사용자의 체중에 따라 탄력적으로 구동하는 'XD-플렉스' 안마 모듈도 탑재됐다.

바른 척추, 편안한 장, 킥스 모드 등 마사지 프로그램도 업그레이드했다. '팬텀 II 브레인'과 비교해 5개의 자동모드가 추가됐고 정서 조절을 돕는 멘탈 마사지도 자존감, 감사, 용서, 트라우마 등 5개 프로그램이 더해졌다.

오유나기자