

# 중동 불안 장기화 조짐... 유통업계 “확장보다 리스크 관리”

호르무즈 봉쇄 우려, 해상물류 차질  
환율 변동성에 1500원론 재부상  
K-푸드, 공략 변수에 전략 재점검  
마트, 수입원가 부담 가격 압박 커져  
여행, 경유차질 환율·대체편 확대



미국의 이란 공습으로 중동 지역의 군사적 긴장이 고조되면서 두바이행 등 일부 항공편이 운항 중단된 2일 인천국제공항 제1여객터미널에서 이용객들이 관련 뉴스를 시청하고 있다. /뉴시스

미국과 이스라엘의 이란 공습으로 중동 지역의 긴장이 고조되면서 국내 유통업계 전반에도 경계감이 확산되고 있다. 이란이 원유 수출의 핵심 통로인 호르무즈 해협 봉쇄를 장기화할 가능성이 제기되면서 국제 유가 급등과 해상물류 차질 우려가 동시에 부각된 영향이다. 원·달러 환율 역시 변동성이 확대되며 1500원선 재돌파 가능성까지 거론되자, 기업들은 거시 환경 전반의 불확실성 확대에 촉각을 곤두세우고 있다.

### ◆식품업계, 전략 재점검

한국농수산물유통공사(aT)에 따르면 K푸드의 중동 수출은 2020년 2억달러에서 지난해 4억1000만달러로 5년 새 2.1배 늘었다. 지난해 증가율은 22.6%, 제작년은 11.7%로 두 자릿수 성장세를 이어왔다. 전체 수출에서 차지하는 비중은 약 3% 수준이지만, 성장 속도를 감안하면 2029년 이전 1조원 돌파 가능성이 거론돼왔다.

다만 정세 불안이 장기화할 경우 공격적인 확장 전략에는 제동이 걸릴 수 있다. 우리 기업들은 이란의 경우 미국의 경제 제재로 직접 진출 사례가 많지

않지만, UAE·사우디아라비아·카타르·이집트·쿠웨이트 등 인접국을 중심으로 수출을 진행해왔다. 전쟁 리스크가 지역 전반으로 확산될 경우 현지 영업과 물류, 결제 환경까지 영향을 받을 가능성을 배제하기 어렵다.

삼양식품은 UAE 등 중동 10여 개국에 할탈 인증을 받은 불닭볶음면 20여종을 수출하고 있다. 지난해 중동 매출은 660억원으로 올해 800억원 돌파를 목표로 했으나, 정세 불안이 변수로 떠올랐다. 농심 역시 할탈 인증 신라면을 앞세워 최근 5년간 중동 매출이 연평균 12% 성장해왔고, 올해는 전년 대비 50% 이상 확대를 계획했지만 대외 리스크에 촉각을 곤두세우고 있다.

동원F&B는 양반김과 김부각수출을 UAE·카타르·이집트에 이어 쿠웨이트

까지 넓히며 올해 수출액을 전년 대비 4배 이상 늘릴 계획이었으나, 사태 장기화 시 속도 조절 가능성이 제기된다. 매일유업은 사우디 등으로 분유수출을 추진하며 제품 등록 절차를 진행 중이고, 오투기도 UAE·이스라엘 등 7개국으로 라면 수출 확대를 준비해왔지만 연내 실행 일정에 변수가 생겼다.

### ◆환율 변동성 우려에 채널도 부담

수입 과일·와인·치즈·소고기 등 해외 조달 비중이 높은 대형마트는 원가 구조 변화를 면밀히 점검하고 있다.

한 대형마트 관계자는 “고환율은 해외 소싱 품목 전반에 영향을 미쳐 물가에 파급된다”며 “당장 직접적 타격은 없지만, ‘환율 1500원’을 가정해 개별 시물레이션을 돌리며 장기 대응 전략을 점검하고 있다”고 말했다. 유가 상승과 해상 운임 인

상이 현실화할 경우 수입 상품 가격 인상 압박은 불가피하다는 설명이다.

화장품 업계는 직접적 매출 타격은 제한적이라는 평가를 내놓으면서도 간접 리스크를 경계하고 있다. 에이피알은 중동 매출 비중이 크지 않아 단기 실적 영향은 제한적일 것으로 보면서도, 유가 상승에 따른 원가 부담과 글로벌 소비 둔화 가능성 등 2차 파급효과에 대비하고 있다.

### ◆여행업계, 대체 노선 확보

여행업계의 경우 특별여행주의보가 발령된 중동 7개국 가운데 현재 관광 상품을 운영하는 국가는 UAE 한 곳이지만, 중동을 경유해 유럽 등으로 향하는 노선이 많아 일정 변경과 환율이 이어지고 있다. 여행사들은 중동 경유 상품에 대해 선제적 환율을 진행하고 대체 노선 확보에 나서는 한편, 현지 체류 여행객의 안전 관리와 추가 비용 처리 기준을 재정비하고 있다.

중동발 지정학적 리스크가 유가와 환율, 물류 변수로 확산되면서 업계는 간접 충격에 대비하는 모습이다.

업계 관계자는 “중동은 성장 잠재력이 높은 시장으로 평가돼왔다”며 “다만 정세 불안이 장기화할 경우 공격적 확장 전략보다는 리스크 관리 중심의 보수적 운영으로 선회할 가능성도 배제할 수 없다”고 말했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

### 롯데온

## ‘브랜드 중심’ 재단장

좋아요 횟수 따라 할인 커져

롯데쇼핑의 e커머스 플랫폼 롯데온(LOTTEON)은 3월 8일까지 ‘리스타트 온(RE-STARTON)’ 행사를 진행한다고 3일 밝혔다.

이번 행사는 리뉴얼을 통해 강화된 브랜드 탐색 기능을 고객이 직접 경험할 수 있도록 참여형으로 준비됐다. 롯데온은 고객이 취향에 맞는 상품을 더 쉽게 발견하고 자연스럽게 탐색할 수 있도록 UI(사용자환경)·UX(사용자경험)를 개편했다. 특히 선호 브랜드를 전면 배치하는 홈 화면, ‘좋아요’와 ‘브랜드’가 신설된 홈 하단 등으로 고객이 선호하는 브랜드를 중심으로 상품과 혜택을 확인할 수 있도록 했다.

행사기간중 롯데온이 선정한 참여 브랜드를 둘러보고 스토어 우측 상단의 ‘좋아요’를 누르면 시크릿 쿠폰을 발급받을 수 있다. 브랜드에 대한 ‘좋아요’ 선택 횟수가 많아질수록 할인 혜택도 커진다. 좋아요 5회·10회·15회 달성 시 단계별로 랜덤 팝업이 노출되고, 해당 팝업을 통해 시크릿 쿠폰을 받을 수 있다. 최대 100만 엘포인트(L.POINT)를 받을 수 있는 이벤트도 마련했다. /신원선 기자

# 롯데, ‘예측 가능한 수시채용’... 분기별 정례화

오늘부터 15개 계열사 채용 개시  
영업 등 30여 직무, 세 자릿수 채용

롯데가 4일부터 ‘예측 가능한 수시 채용’을 시작한다. ‘예측 가능한 수시 채용’은 계열사들의 전형 일정을 3, 6, 9, 12월에 맞춰 진행하는 롯데의 채용 방식으로 이번 3월에는 롯데백화점, 롯데호텔, 롯데면세점, 롯데첨단소재, 롯데칠성음료 등 15개 계열사가 참여한다. 모집 직무는 MD(상품기획),

영업, 마케팅, 경영지원 등 30여 개 분야로 총 채용 인원은 세 자릿수다. 전형 일정과 지원 자격 등 세부 사항은 롯데그룹 채용 홈페이지에서 확인할 수 있다.

롯데백화점과 롯데마트·슈퍼는 실무 역량 중심 전형인 ‘아이엠(I’M, I’m M ania) 전형’을 통해 MD와 마케팅 직무의 신입사원을 선발한다. ‘아이엠 전형’은 지원자의 실무 수행 역량과 직무에 대한 비전을 평가 기준으로 삼으며 학

점, 어학 점수 등 ‘스펙’은 평가 기준에서 제외했다. 이를 위해 ‘아이엠 전형’은 일반 전형과 달리 직무 관련 역량 및 성과를 보여줄 수 있는 포트폴리오 심사를 거쳐 현장 오디션을 통해 실질적인 직무 수행 능력을 평가한다.

롯데는 2024년부터 ‘예측 가능한 수시 채용’을 운영하고 있다. 비정기적으로 운영되던 수시 채용을 정례화함으로써 공고를 반복적으로 확인해야 하는 불편을 줄이고, 지원자들이 분기별 일정

에 맞춰 보다 체계적으로 입사를 준비할 수 있게 했다.

롯데는 채용 전형과 함께 취업 지원 프로그램도 운영한다. 올해 3월 예측 가능한 수시 채용 일정에 맞춰 3일부터 9일까지 7개 대학에서 채용박람회를 개최한다. 행사에는 계열사 인사담당자와 현직자가 참석해 직무 소개와 전형 안내 등 채용 상담을 진행할 예정이다. /신원선 기자



스타필드 수원이 화제의 요리경영 프로그램 인기 셰프 6인과 대한민국 중식계 대표 여경옥 셰프를 한자리에서 만나 볼 수 있는 특별 팝업스토어를 진행한다. /신세계 프라퍼티

### 스타필드 수원

## 스타셰프 브랜드 공개

청포관·당옥 등 팝업 오픈

MZ세대의 핫플레이스로 떠오른 스타필드 수원이 스타 셰프 6인을 한자리에 모은 대형 미식 팝업을 선보인다.

오는 3월 4일부터 6월 8일까지 스타필드 수원 1층 F&B 특화존 ‘바이즈 플레이스’에서 일식·한식·중식·프렌치를 아우르는 특별 팝업스토어가 운영된다. 3월 8일에는 셰프들이 직접 방문해 고객과 만나는 행사도 진행된다.

이번 팝업에는 요리서바이벌 프로그램을 통해 주목받은 셰프들이 참여한다. 박주성 셰프는 메일을 활용한 ‘소바쥬’를, 김시연 셰프는 제철 한식 메뉴를 앞세운 ‘반찬술사주막’을 선보인다. 김호운 셰프는 만두 전문 브랜드 ‘청포관’을 처음 공개하며, 박가람 셰프는 시그니처 호밀빵과 버터 세트를 내놓는다.

고효일 셰프는 ‘서울떡갈비’와 협업해 프렌치 스타일 떡갈비를 선보이고, 신동민 셰프는 디저트 카페 ‘당옥’ 팝업을 통해 고사리떡갈비와 발효사과빵 등을 판매한다. /신원선 기자

## KT&G, ‘릴 하이브리드 3.0 노매뉴얼’ 한정판

‘어반 화이트·스톤 그레이’ 2종

KT&G가 한정판 ‘릴 하이브리드 3.0 노매뉴얼 에디션(lil HYBRID 3.0 NO MANUAL Edition)’을 3일 출시했다.

이번 한정판은 ‘매뉴얼에 없던 만남’을 콘셉트로 하이브리드 디바이스 최초 패션 브랜드와 협업해 제작된 제품이다. 제품 색상은 대리석 질감을 살린 ‘어반 화이트’ 제품과 메탈릭 느낌을 강조한 ‘스톤 그레이’ 총 2종의 컬러로 출시됐다.

한정판에는 노매뉴얼의 감성을 담은 전용 파우치와 키링이 동봉되어 있으며, 파우치에는 릴 하이브리드의 액상 카트리지를 담아 보관할 수 있는 전용 공간이 마련되어 있다.

제품은 공식 온라인 판매처인 ‘릴 스토어’와 오프라인 플래그십 스토어인 ‘릴 미니멀리즘’에서 구매할 수 있다. 출시 수량은 총 1만 2000대 한정 소량이며 가격은 9만 9000원이다.

한편 ‘릴 하이브리드 3.0’은 액상 형태의 전용 카트리지와 스틱을 함께 사용하는 하이브리드 형식의 권련형 전자담배 제품으로 ‘스탠드 모드’, ‘클래식 모드’, ‘캐주얼 모드’ 총 3가지 흡연 모드를 제공한다.

김동필 KT&G NGP사업본부장은 “이번 한정판 제품을 통해 ‘릴 하이브리드 3.0’과 ‘노매뉴얼’ 브랜드의 짧은 감성을 함께 느껴보실 수 있을 것”이라고 밝혔다. /신원선 기자

## 넬담, ‘고단백 저당 쫄득쿠키’ 선보여

방부제 없이 최대 180일 보관

푸드테크 기업 조인앤조인의 프리미엄 고기능성 디저트 브랜드 넬담이 지난 1일 ‘고단백 저당 쫄득쿠키’를 공식 런칭했다고 3일 밝혔다.

이번 신제품이 주목받는 이유는 냉장이나 냉동에서만 구현이 가능했던 쫄득한 식감을 상온 보관에서도 구현했다는 점이다. 넬담은 방부제 없이 수분 활성도를 제어하는 기술을 적용, 미생물 번식을 효과적으로 억제했다. 이를 통해 보존료 없이도 최대 180일(6개월) 동안 맛과 식감, 신선함을 유지할 수 있는 상온 보관 시스템을 구축했다.

또한, 넬담만의 독자적 기술인 ‘비건



고단백 저당 쫄득쿠키. /넬담

버터 블록’을 사용해 건강한 레시피를 완성했다. 인위적인 색소는 단 한 방울도 넣지 않고 오직 엄선된 원재료 본연의 색으로 건강함을 표현했으며, 동물성 원료를 대체하는 비건 기술력을 통해 환경과 건강을 동시에 잡았다. /신원선 기자