



**[산업]**  
구본준 LG부회장  
“ZKW 인수로  
車전장사업 선도”  
04



**Economy**

코스피 2458.54 (-17.57)	코스닥 862.94 (+4.24)
금리 (연평균) 2.31 (변동없음)	환율 (원/달러) 1073.80 (+5.80) (15일)



## 물가 미스터리

## 정부는 “1%대 안정” 실제론 ‘어안이 병병’

# 대형마트를 찾은 주부 박모 씨(37)는 최근 감자를 사려다 깜짝 놀랐다. 감자 한 개 가격이 2000원을 훌쩍 넘어 살 엄두가 나지 않았다. 무우, 호박 가격 역시 지난달에 비해 크게 올랐다. 박 씨는 “도시락 반찬을 만들려고 했는데 채소 가격이 너무 올랐다”며 “TV에선 물가 상승률이 1%대라는데 장보러 나오면 지갑을 열 엄두가 나지 않는다”고 했다.

물가 상승률 8개월째 1%대  
체감물가는 갈수록 높아져  
수입물가 7개월만에 최고치  
국제유가 100달러 압박 경고  
콜라·설탕 등 가공식품價 ↑

소비자물가 상승률이 8개월째 1%대를 유지하고 있지만 소비자가 피부로 느끼는 체감물가는 갈수록 높아지고 있다. 최근 국제 농산물 가격이 오르고 있고, 지난 4월 수입물가는 7개월만에 사상 최고치를 찍었다. 그동안 묶여 있었던 공공요금까지 6월 지방선거 후 오를 가능성이 커 이례적인 저물가 행진에도 서민의 장바구니 물가는 가중되는 ‘물가 미스터리’가 상당기간 이어질 전망이다.

시장에서는 경기에 대한 우려가 가시지 않아 제한적 ‘스몰 스테그

플레이션(경기불황 속 물가상승)’에 빠질 수 있다는 우려도 있다.

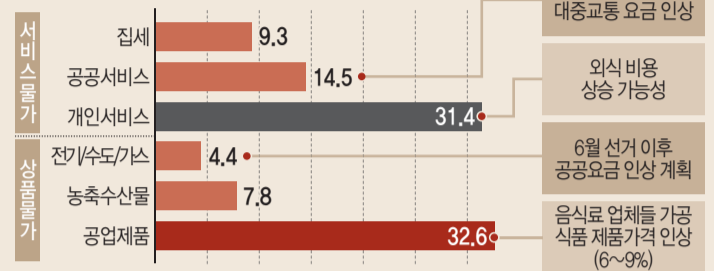
◆ 수입물가 7개월 만에 사상 최고

14일(현지시간) 6월 인도분 미국 서부텍사스산 원유(WTI)는 뉴욕상업거래소(NYMEX)에서 배럴당 0.4%(0.26달러) 오른 70.96달러에 거래를 마쳤다. 런던 ICE 선물거래소의 6월물 브렌트유도 배럴당 1.62%(1.25달러) 상승한 78.37달러에 거래됐다.

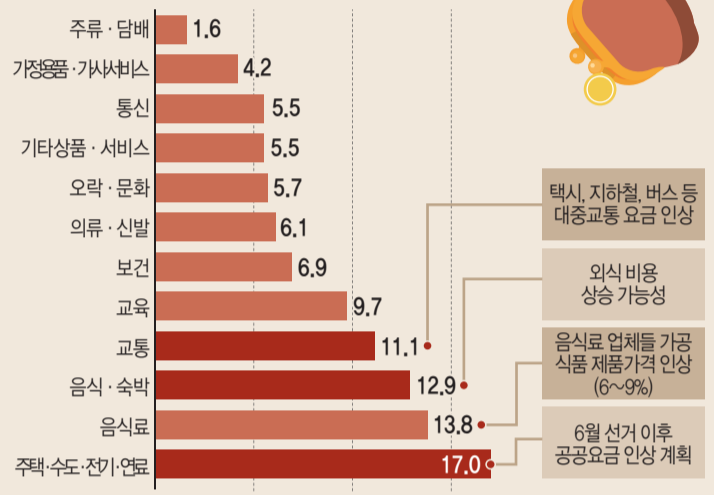
‘국제유가 100달러 시대’가 임박했다는 경고도 잇달아 나오고 있다.뱅크오브아메리카(BoA)는 이란의 원유 공급 감소 등의 이유로 “내년 국제유가가 배럴당 100달러를 돌파할 것”으로 내다봤다. 한국의 높은 원자재 수입 비중을 감안하면 관련 제품의 가격이 오를 수밖에 없다.

주요 곡물 가격도 오름세다. 유엔식량농업기구(FAO)가 발표하

### 품목별 물가 가중치



### 지출목적별 물가 가중치



는 지난달 ‘세계식량가격지수’는 전월 173.1포인트보다 오른 173.5포인트를 기록했다. 덕분에 가공식품 가격 인상 행

렬이 지속되면서 소비자들의 장바구니 시름도 깊어지고 있다. 한국소비자원이 지난달 다소비 가공식품 30개 판매가격을 분석한

결과 콜라가 지난해 같은 달보다 11.9% 오르는 등 일부 품목의 상승 폭이 컸다. 콜라에 이어 즉석밥(8.1%), 설탕(6.8%), 어묵(5.8%) 등의 가격이 많이 올랐고 두부(-33.2%), 냉동만두(-12.7%) 등은 하락했다.

앞으로가 더 걱정이다. 수입물가가 7개월만에 사상 최고치를 기록하고 있어서다. 이날 한국은행이 발표한 ‘4월 수출입물가지수’에 따르면 수입물가지수는 85.03(2010=100·원화 기준)으로 한 달 전보다 1.2% 상승했다.

통계청에 따르면 지난 4월 소비자물가 상승률은 6개월 만에 최고치인 1.6%(전년 동기 대비)를 나타냈다. 지난해 10월(1.8%) 후 가장 높은 상승률이다.

문제는 원자재 가격이 오르면 소비자의 구매력이 악화되고 있다는 점이다. 구매력이 떨어지면 기업 매출이 줄고, 3% 성장에도 빨간불이 켜질 수 있다.

현대경제연구원에 따르면 국제유가가 배럴당 80달러로 오르면 실질 국내총생산(GDP)은 0.96% 감소한다고 분석했다. 특히 국제유가

가 80달러까지 오르면 물가 상승에 따른 가계의 구매력 약화로 소비가 0.81% 줄어 들고 기업 매출 감소, 원가 상승 등으로 투자는 7.56% 감소할 것으로 전망됐다.

아울러 국제유가가 10% 상승하면 기업의 생산 비용이 올라 석유제품의 제조 원가가 7.5% 상승 압력을 받고 이에 따라 석유제품 원가 비중이 높은 화학·운송 산업에서 생산비 상승 압력이 커질 것으로 보고서는 지적했다.

다만 수출은 1.08% 증가할 것으로 전망됐다. 수출은 원가 상승에 따른 감소 효과와 단가 상승에 따른 증가 효과가 동시에 발생하지만 단기적으로 수출단가 상승효과가 더 크다는 것이다.

당분간 원자재 가격은 더 오를 전망이다. 골드만삭스는 최근 보고서를 통해 중동 위기에 따른 원자재 공급망 혼란이 가격 상승을 초래할 수 있다면서 원자재 투자에 대한 비중 확대를 제시했다. 이 보고서는 원자재에 투자할 경우 향후 1년 내로 10%의 수익률을 거둘 수 있을 것으로 내다봤다. <2면에 계속>

/김문호 기자 kmh@metroseoul.co.kr

## 최저임금 후폭풍? 식당 정규직 줄고 임시직만 늘었다

### 통계청, 사업체노동력 조사

올해 1분기 음식점 및 주점 등 서비스업에 종사하는 상용 노동자 수가 전년 대비 감소한 것으로 나타났다. 여기서 상용 노동자는 고용 계약기간이 1년 이상 또는 고용 계약기간이 정해지지 않은 정규직을 말한다. 반면 같은 업종의 올해 1분기 임시일용 노동자 수는 4분기 만에 증가한 것으로 조사됐다.

15일 통계청이 운영하는 국가통계포털에 공개된 사업체노동력조사 결과에 따르면 음식점 및 주점에 종사하는 상용 노동자는 올해 1분기에 작년 동기보다 1598명(0.2%) 줄었다. 이런 감소는 분기(전년 동기 대비) 기준으로 2010년 4분기에 전년 대비 363명이 감소한 이후 29분기(7년 3개월)만이다.

최근 월별로 보면 작년 12월 3935명에 이어 올해 1월 1만 271명이 각각 감소했다. 2월에 6849명 늘어나며 반전했으나 3월에는 다시 1371명 줄었다.

1분기 감소율은 0.2%로 크지 않지만, 음식점·주점업이 어려운 경제 상황 속에서도 상용 노동자를 꾸준히 늘려온 점에 비춰보면 감소 자체가 이례적이라는 분석이다.

앞서 2년 전인 2016년 1분기에는 6만명 넘게 늘고 작년 1~2분기에 2만명 이상씩 증가한 바 있다.

이에 반해 이 업종의 임시일용 노동자는 올해 1분기에 작년 동기보다 3394명 늘었다.

임시일용직이 늘어난 것은 작년 1분기에 이어 4분기 만이다. 임시일용 노동자는 고용 계약기간이 1년 미만이라서 상용직보다는 고용 상태가 불안정하다.

도 다른 서비스업인 숙박업 역시 작년 1분기부터 올해 1분기까지 5분기 연속 상용 노동자가 감소했다. 전년 동기 대비 감소폭은 작년 4분기 7420명으로 저점을 찍었고 올 1분기에는 1617명이다.

서비스 분야에서 상용 노동자 감소가 눈에 띄는 또다른 업종은 사업지원서비스업으로 올해 1분기에 작년 동기보다 1만 1595명 줄었다. 이는 2013년 2분기에 1722명이 감소한 이후 19분기(4년 9개월)만의 감소다.

반면, 사업지원서비스업의 임시일용 노동자는 2016년 1분기부터 작년 4분기까지 8분기 연속 감소하다가 올해 1분기에 3078명 늘었다.

<3면에 계속>

/세종=최신용 기자 grandtrust@



평창을 빛낸 대한민국의 별들

이낙연 국무총리가 15일 서울 송파구 올림픽파크텔에서 열린 2018 평창동계올림픽 선수단 오찬에서 선수단과 기념촬영을 하고 있다. /연철뉴스

## 롯데닷컴 삼킨 롯데쇼핑... 온라인 사업에 3조 투자

### 강희태 롯데쇼핑대표 감동회 신동력 e커머스 시장에 올인

롯데쇼핑이 롯데닷컴을 합병하며 e커머스 사업에 대규모 투자를 단행한다.

강희태 롯데쇼핑 대표는 15일 서울 롯데호텔에서 ‘롯데 e커머스 사업본부 전략 및 비전 소개’ 기자회견을 열고 “롯데는 롯데닷컴 합병을 시작으로 신성장 동력인 온라인 사업에 모든 역량을 집중할 계획”이라며 “온라인 사업에 약 3조원을 투자해 2022년까지 온라인 매출 20조를 달성, 업계 1위를 자리를 굳히겠다”고 말했다.

우선 롯데는 온라인 사업에서



강희태 롯데쇼핑 대표이사 /손진영 기자 son@

의 경쟁력을 확보하기 위해 오프라인 조직에서 온라인 조직을 분리해 통합한 ‘e커머스사업본부’를 신설한다. 그룹의 온라인 핵심 역할을 하나로 모아 계열사별 시스템 인력과 R&D 조직을 e커머스

사업본부로 통합했다.

롯데는 e커머스사업본부를 통해 백화점과 마트, 홈쇼핑, 면세점 등 계열사에 흩어져 있던 8개의 온라인몰을 통합·운영한다는 계획이다. 통합 온라인몰은 2020년께 소비자들이 이용할 수 있을 것으로 보인다.

롯데는 옴니채널 완성을 위해 ‘O4O(On-line for Off-line)’ 전략을 내놨다. 고객 구매 이력과 각 계열사별 물류 및 배송 시스템을 통합해 온·오프라인을 융합, 차별화된 서비스를 제공한다. 내용은 현재 롯데는 국내 최대 멤버스 회원(3800만명)과 오프라인 채널(1100개)을 운영하고 있다.

지난해 기준 롯데의 온라인 매출은 7조원이다. 롯데는 현재 온라인 매출이 유통 전체 매출(40조원) 가운데 18%에 불과하지만 2022년에는 온라인 매출 비중을 30%(유통 전체 매출 목표 60조원 중 20조원)까지 끌어올리겠다는 계획이다.

이 외에도 롯데는 AI플랫폼 기반의 ‘보이스커머스’에도 집중 투자한다. 보이스커머스는 기존 쇼핑 플랫폼과는 차별화된 AI 기술을 기반으로 대화 방식을 통한 상품 추천, 구입까지 가능한 쇼핑 형태로 향후 시장 가능성이 가장 높은 구매 방식으로 떠오르고 있다.

/김진영 기자 ujin6326@