

# 농심 ‘짜파구리’, 오스카 휩쓴 기생충과 전세계 누빈다

(짜파게티+너구리)

봉준호 감독의 영화 '기생충'이 오스카 4관왕을 차지하며 영화에 등장했던 '짜파구리'가 재조명을 받고 있다. 전 세계적으로 짜파구리에 대한 관심이 높아지는 가운데 농심은 유튜브 채널에 조리법을 11개 언어로 소개하는 영상을 공개했다.

짜파구리는 농심의 '짜파게티'와 '너구리'를 합친 레시피로 90년대부터 군장병들 사이에서는 이미 널리 알려진 음식이었다. 지난 2009년 농심이 운영하는 인터넷 커뮤니티에 한 네이버에서 자신만의 '이색 레시피'로 소개하며 화제가 되기 시작했고 2012년에는 한 공중파 TV 프로그램에 소개되면서 대중적으로 폭발적인 인기를 끌게 됐다.

11일 업계에 따르면 짜파구리가 세계 각지에서 영화 기생충이 개봉할 때마다 현지 요리 사이트와 SNS를 뜨겁게 달구고 있다. 짜파구리를 먹어본 세계인들은 "달짜지근하고 중독성이 있어 단숨에 다 먹어 치웠다", "소고기를 넣지 않았는데도 꽤 맛있었다"며 호평을 쏟아내고 있다.

국내에서는 영화 기생충이 개봉될 당시 포털 사이트 네이버의 검색어 트렌드에서 짜파구리 검색량이 급상승했

기생충 신드롬 '짜파구리' 재조명  
SNS·요리 사이트서 폭발적 인기

농심, 11개 언어로 조리법 소개  
각국 영화관서 제품 증정 흥보  
“세계서 문의 빗발, 마케팅 박차”



'짜파구리' 조리법 영상

다. '기생충'이 오스카를 석권한 10일에는 최다 검색량 지수(100)를 달성했다.

농심은 기생충 개봉을 기념해 세계 각국의 영화관에서 짜파게티와 너구리 제품을 나눠주며 짜파구리 흥보에 나서고 있다. 지난 7일부터 상영을 시작한 영국에서는 기생충 영화 포스터 패러디와 조리법을 넣은 흥보물을 제작해 짜파구리를 알리고 있다.



'짜파구리' 영국 흥보물

라고 말했다.

미국 라면시장이 국내보다 큰 시장을 형성하고 있는 만큼 농심이 이번 기회를 놓치지 않고 수혜를 입을지에도 관심이 쏠린다.

농심은 1971년 미국 시장에 진출했다. 1994년부터는 법인을 설립해 미국 사업을 본격화했다. 신라면, 너구리 등이 한인사회에서 먼저 히트를 하면서 인지도가 올라갔고, 늘어나는 수요에 맞춰 2005년 미국 캘리포니아주 랜초 쿠카몽가에 공장을 세워 현지 생산을 시작했다.

현재 미국 라면시장 1, 2위는 일본의 동양수산(46%)과 일정식품(30%)이다. 10년 전만 해도 2%대에 불과했던 농심의 점유율은 지난해에는 15%까지 상승하며 미국 3대라면 제조사로 자리 잡았다. 미국 시장 점유율을 가파르게 끌어올리며 일본 기업을 무섭게 추격하고 있다.

지난해 9월 농심은 미국 제2공장 설립을 발표했다. 미국 신공장 부지는 캘리포니아주 LA 인근 코로나(Corona)로, 내년 초 공사를 시작해 기존 공장 3배 규모인 약 154,000m<sup>2</sup>(4만6500평) 부지 내에 지어질 계획이다. 공장 건설에 투입

되는 금액은 총 2억 달러(한화 약 2416억 원)로 농심 창립 아래 최대 규모다.

농심은 미국 제2공장이 글로벌 기업으로 성장하는데 속도를 더해줄 것으로 기대하고 있다. 미국이 전 세계 다양한 기업들이 치열하게 경쟁을 펼치는 시장인 만큼, 미주 시장 성장은 글로벌 식품 기업으로 도약하는 발판이 될 수 있기 때문이다.

농심 미국 제2공장은 오는 2021년 말 가동에 들어간다. 농심은 공장가동이 본격화되면 2025년까지 미주지역에서 현재의 2배가 넘는 6억 달러(한화 약 7100억 원) 매출을 달성한다는 목표다.

차재현 DB금융투자 연구원은 "농심은 미국에서 판매 지역 확대에 주력하고 있고 최근 멜리스 영업 사무소를 개설했다"며 "미국 시장에서 농심 라면 브랜드가 일본 업체 수요를 잠식하며 성장했고 이러한 추세가 지속 중"이라고 설명했다.

식품업계 관계자는 "이미 농심이 미국에 진출해 있고 영화 '기생충' 흥행으로 흥보 활동에 박차를 가하겠다고 한 만큼 이번 기회가 미국 시장에서 인지도를 끌어올리는 데 도움이 될 것"이라고 말했다. /김민지 기자 kmj@metroseoul.co.kr

## 취준생 10명 중 6명 “상반기 대기업 지원할 것” 입사하고 싶은 곳은 1위 카카오 2위 삼성전자

지원 계획 지난해보다 10% 줄어

올해 신입직 취업을 준비하는 취업준비생 10명 중 6명은 상반기에 대기업 신입직 채용에 지원할 계획인 것으로 나타났다. 이들은 입사지원할 대기업으로 '카카오'를 1순위로 꼽았다. 이어 삼성전자, CJ제일제당, 네이버, SK하이닉스, LG전자 순으로 지원하겠다는 취준생이 많았다.

11일 잡코리아가 올해 상반기 신입직 취업을 준비하는 취업준비생 1053명을 대상으로 설문조사한 결과에 따르면, 응답자의 63.9%는 대기업 신입직 채용에 지원할 계획인 것으로 나타났다. 이런 답변은 남성(69.6%)이 여성(58.8%)보다 소폭 높았다.

상반기 대기업 신입직 채용에 지원하겠다는 취준생은 지난해 동일조사(74.0%) 대비 10.1%포인트 감소한 수준이다.

이들이 상반기 취업을 준비하는 대기업 중에는 '카카오'가 1위로 꼽혔다. 상반기 입사지원 할 대기업을 시가총액 기준 상위 100개사를 보기문항으로 조사(복수응답)한 결과, '카카오'에 지원할 것이라는 취준생이 14.6%(응답률)로 가장 많았다. 이어 '삼성전자'에 지원할 것이라는 응답자가 11.3%로 다음으로 많았고, 이어 ▲CJ제일제당(11.0%)과 NAVER(11.0%) ▲SK하이닉스(10.1%) ▲LG전자(6.8%)와 ▲호텔신라(6.8%) 순으로 입사지원 할 대기업을 꼽은 취준생이 많았다.

성별로 보면, 남성 중에는 '삼성전자'와 'SK하이닉스'에 입사지원 할 것이라 답한 응답자가 각 14.4%의 응답률

로 가장 많았고, 이어 'CJ제일제당(10.3%)', 'LG전자(9.8%)'와 '한국전력공사(9.8%)' 순으로 입사지원하겠다는 응답자가 많았다.

여성 중에는 '카카오'에 지원하겠다는 응답자가 24.0%로 약 4명 중 1명 수준으로 가장 많았다. 이어 ▲NAVER(13.5%) ▲CJ제일제당(11.7%) ▲아모레퍼시픽(10.8%) ▲신세계(9.2%) 순으로 입사지원 할 기업을 꼽은 취준생이 많았다.

전공계열별로 경상계열 전공자 중에는 '삼성전자'에 입사지원 할 것이라 답한 취준생이 13.0%로 가장 많았다. 이 공계열 전공자 중에는 'SK하이닉스'를 꼽은 취준생이 21.5%로 가장 많았고, 이어 삼성전자(17.4%)를 꼽은 취준생이 다음으로 많았다. 인문계열 전공자 중에는 'CJ제일제당(13.4%)'과 '카카오(13.4%)'를 꼽은 취준생이 가장 많았고, 사회과학계열과 예체능계열 전공자 중에도 카카오를 1위로 꼽은 응답자가 각 24.3%, 35.7%로 가장 많았다.

대기업 취업을 준비하는 이유(복수응답)로는 '복지제도가 잘 되어 있어 위라밸을 이룰 수 있을 것 같기 때문'이라는 답변이 응답률 58.4%로 가장 높았고, 이어 '높은 연봉을 받을 수 있을 것 같기 때문(57.4%)'이라는 답변도 근소한 차이로 높았다. 이외 ▲하고 싶은 일을 할 수 있을 것 같아서(33.9%) ▲일을 통해 나의 역량을 발전시킬 수 있을 것 같아서(30.5%) ▲기업/브랜드 인지도가 높아서(24.8%) ▲기업 분위기나 조직문화가 좋을 것 같아서(16.3%) 순이었다.

/한용수 기자 hys@

## GS칼텍스, 네이버와 손잡고 디지털혁신 속도

디지털전환, 신사업 발굴 등 MOU  
사업장에 네이버클라우드 활용 등

GS칼텍스가 에너지 산업에 디지털 기술을 접목하고 나섰다.

GS칼텍스는 11일 서울시 강남구 GS 타워에서 허세홍 GS칼텍스 사장(사진)과 한성숙 네이버 대표 등 행사 관계자 20여 명이 참석한 가운데 '디지털 전환 협업 및 신사업 기회 발굴을 위한 업무협약(MOU)'을 체결했다고 밝혔다.

이번 업무협약은 빠르게 변화하는 비즈니스 환경에서 디지털 경쟁력을 강화하려는 GS칼텍스의 노력과, 에너지 기업과의 협업을 통해 신규 사업 모델을 개발하고자 하는 네이버의 노력이 맞물



려 맺은 결실이  
다.

양사는 이번  
업무협약으로  
▲GS칼텍스 사  
업장에 네이버  
클라우드 활용  
▲기업용 메신

저를 활용한 고객 커뮤니케이션▲업무  
영역에 인공지능(AI) 서비스 도입 등  
에너지 사업 전반에 활용 가능한 디지  
털 기술 개발 협업 논의를 시작하기로  
했다.

GS칼텍스는 네이버 클라우드를 활  
용해 여수공장 및 주유소 모빌리티 서  
비스에서 발생하는 데이터를 안전하게

관리하는 방안을 논의한다. 특히 올 상반기 중 네이버 클라우드에 전기차 충전 및 결제 데이터를 수집·관리하는 시스템을 구축하고 향후 모빌리티 통합 플랫폼 구축을 위한 테스트도 시작하는 방안을 검토 중이다.

GS칼텍스는 네이버의 기업용 메신저 라인워스를 활용해 고객으로부터 주문을 접수하고, 관련 정보도 제공하는 등 고객과의 커뮤니케이션 편의성 개선 방안도 논의할 계획이다. 일본 비즈니스 협업툴 시장 점유율 1위를 차지한 라인워스는 정보 공유 및 협업 등 협업을 위한 다양한 기능을 제공하며 정보 보호 영역에서도 강점을 갖고 있다.

/김수지 기자 sjkim2935@

## LG하우시스의 책임경영… 강계웅 CEO 자사주 매입

1000주 사들여 총 1980주

LG하우시스 임원들이 잇따라 자사주를 사들이며 '책임경영'에 적극 나서고 있다.

11일 LG하우시스에 따르면 대표이사로 내정된 강계웅 CEO(사진)가 지난 4일 장내 매수를 통해 보통주 1000주를 취득했다. 이에 앞서 장식재사업부장을 맡고 있는 박귀봉 전무도 지난달 30일 보통주 680주를 매입한 바 있다.

강계웅 CEO는 이번 자사주 매입으로 보유 주식수가 1980주로 늘었다.

강 CEO는 1988년 당시 LG전자 전신인 금성사에 입사, 30여 년간 LG전자에서 한국경영관리팀장, 하이프라자 대

표, 한국영업본부 B2C그룹장, 전무 등을 역임한 이후 지난 2019년에 LG하우시스로 자리를 옮겨부사장직인 한국영업부문장

을 맡았었다.

강 CEO는 LG하우시스 한국영업본부장으로 재직하던 지난해 5월 처음으로 자사주 980주를 매입한 바 있다.

LG하우시스 관계자는 "강계웅 CEO의 이번 자사주 매입은 미래 회사가치에 대한 자신감과 강력한 책임경영 실천 의지를 표명한 것"이라면서 "최근 건

설·부동산 등 전방시장 악화로 인한 실적부진 우려로 건축자재 업종의 주가가 전반적으로 떨어졌지만, 이를 인테리어 B2C 시장 공략 강화 및 해외매출 확대 등을 통해 돌파해 나가겠다는 실적 개선 의지와 사업에 대한 자신감을 보여 준 것"이라고 설명했다.

이런 가운데 올해부터 LG하우시스의 수장을 맡아 회사를 본격적으로 이끌게 된 그는 올해 '고객 감동'을 최우선으로 삼고 고객들이 원하는 차별화된 제품과 서비스를 제공해 나간다는 계획이다. 이를 통해 고객들에게 지불 가치를 제대로 인정받을 수 있는 체계를 구축, 회사가 지속 성장해 나갈 수 있는 발판을 다져 나간다는 방침이다. /김승호 기자 baha@