

韓-日 항공 ‘셋다운’... “공부가 무슨 죄” 유학생 ‘발동동’

양국 항공사 상대 노선 대부분 중단 대학들 봄학기 학생등록 영향 우려 “유학생들을 도울 영사 지원 시급”

예정시각	변경시각	목적지	항공사	편명	수속대	탑승구	상태
16:55		오사카	JAL	JL 5150	B1-11	38	
17:55		오사카	ANA	NH 6980			결항
19:20		하네다	JAL	JL 5244	B1-7	39	
19:35		하네다	ANA	NH 6984	A1-14	38	
19:40		하네다	KE	KE 5709	C3-9	37	
20:10		하네다	OZ	OZ 910			

9일 0시부터 한일 양국 항공사의 상대국 노선이 대부분 중단됐다. 코로나19 사태와 관련해 일본이 먼저 한국인의 입국 제한을 강화하고 정부가 상응조치로 맞대응 하면서다. 한국과 일본에서 상대국으로 유학하고 있는 학생들은 개강을 앞두고 혼란에 빠졌다. /연합뉴스

“한국과 일본이 상대국 입국제한 조치를 내려, 올해 일본 대학에 합격한 둘째 아이가 개강 한 달 앞두고 서둘러 일본으로 출국했습니다. 하필 이런 시국에 입학 시기가 겹쳐서 심란해요. 아이가 일본 학우들과 끈끈하지 않은 관계로 잘 지낼 수 있을지도 걱정이고요.”(일본 대학 한국인 유학생 학부모 이 씨)

일본과 한국 정부가 갑작스럽게 양국 입국자 제한 조치를 강화하면서 상대국에서 공부하고 있는 유학생이 큰 혼란에 빠졌다. 한-일 양국이 9일을 기해 상대국에 빗장을 걸어 잠그며 일본 대학 유학생이 개강 1달을 앞두고 서둘러 일본으로 출국하는가 하면, 올해 일본 대학에 합격하고 아직 비자를 받지 못한 이들은 비자심사를 앞두고 걱정이 크다. 유학생 유치에 사활을 걸며 일본 유학생을 유치한 국내 대학도 일본인 학생들의 봄학기 등록에 걸림돌이 될까 우려하고 있다.

9일 0시부터 한일 양국 항공사의 상대국 노선이 대부분 중단됐다. 코로나

19 사태와 관련해 일본이 먼저 한국인의 입국 제한을 강화하고 정부가 상응 조치로 맞대응 하면서다. 9일부터는 기존에 발급받은 비자의 효력이 없어지고, 비자를 받아 입국이 허가되더라도 한국에서 일본에 입국한 사람은 일본 정부가 지정한 장소에서 14일 간 대기해야 한다.

일본 대학에서 새로운 학기를 시작해야 하는 유학생 발동에 불이 떨어졌다. 한·일 항공·여객선 운항 ‘셋다운’을 하루 앞둔 8일 한·일 양국 유학생과 관광객 등이 대거 일본으로 출국했다. 일본

입국 후 14일간의 격리 조치를 피하기 위해서다. 올해 도쿄 소재 대학에 합격한 안양지역 한 학생의 학부모 이 씨는 “올해 도쿄 소재 대학에 합격해 4월 개강을 앞두고 있는데 양국의 입국제한으로 출국을 급히 서두르게 됐다”면서 “일본에 무사히 입국을 한다 해도 학교생활을 하면서 일본과 서로 부딪히는 상황이 발생할까 봐 부모 입장에서 불안한 마음”이라고 전했다.

일본 신입 유학생들은 걱정이 더 크다. 아직 발급받지 못한 유학비자 취득에 발목이 잡혔기 때문이다. 급히 일본

으로 발걸음을 향했지만 일본 입국 후에도 유학생 비자를 발급받을 수 있을지 장담할 수 없는 상황이다.

다만, 일본 정부는 이번 조치를 통한 사증 정지는 사증 무효화가 아니라고 밝혔다. 유학생이 기존에 보유하고 있는 복수사증의 경우 조치 시행기한인 3월 말일이 지나면 효력이 재발생해 자유로운 일본 입출국이 가능하다는 설명이다. 일본 대학에 다니는 한국 국적 유학생 등 복수사증 보유자가 3월 9일 기준으로 한국 체류시 3월 말일까지 일본 입국이 불가능하지만, 그 이후에는 사증 효력이 재발생해 일본 입국이 가능하다는 것이다.

하지만, 최악의 경우 일본 정부가 사증 효력의 정지 기간을 갱신할 수도 있지 않느냐는 우려가 나온다. 서울지역 한 대학 과장은 “8일 이전에 일본 대학으로 돌아간 학생들은 문제가 없지만 돌아가지 못한 학생들은 피해가 클 수 있다”면서 “입국 제한 조치가 연장될 경우 유학을 해야 하는 등 학사 일정에 차질이 생길 가능성이 높다”고 설명했다.

대학도 골머리를 썩고 있다. 교육통계서비스(KESS)에 따르면 2018년 국내 대학 정규과정 일본인 유학생은

3977명으로 교환학생, 어학연수생 등을 포함하면 그 수치는 훨씬 크다. 학령인구 감소 문제 해소와 재정 수익 확충 등으로 유학생 유치에 사활을 걸었던 대학들은, 이번 한일 양국 입국제한 조치로 당장 봄학기 학생 등록에 영향을 받을 수 있다.

이 과장은 “코로나 19로 외국인 유학생 휴학율이 급증하는 상태에서 일본과 한국의 상대국 입국금지가 겹쳤다”며 “미처 입국하지 못한 일본인 유학생들이 이번 학기에 등록을 하지 않을 경우 대학의 사정은 더욱 안 좋아질 수밖에 없다”고 토로했다.

코로나19 확산으로 한국발 여행객의 입국을 제한하거나 금지하는 나라가 100개국을 넘어서면서 유학생을 도울 영사지원이 시급하다는 목소리가 나온다. 황인성한국사립대학총장협의회 사무국장은 “9일 오전 9시 기준 106개국이 한국발 입국을 제한해 해외 유학중인 한국 학생들이 개강 일정에 맞춰 유학국에 입국하는데 어려움을 겪고 있으나, 정부나 외교부의 이에 대한 대책이나 지원이 미흡하다”면서 “보다 적극적인 정부의 가이드와 지원, 외교적 노력을 기울여야 한다”고 말했다.

/이현진 기자 lhj@metroseoul.co.kr



전주비빔밥 임직원들이 9일 전라북도 전주시 완산구 전주비빔밥매장 앞에서 의료진을 응원하며 포즈를 취하고 있다. /SK이노베이션

SK이노베이션-전주비빔밥 2000만원 기부

“사회적 기업 본연의 역할 할 것”

사회적기업 ‘전주비빔밥’이 코로나 19로 고통이 극심한 대구·경북지역 돕기에 나섰다. 전주비빔밥을 육성하고 있는 SK이노베이션도 함께 했다.

전주비빔밥은 코로나19 바이러스로 인해 헌신하고 있는 대구·경북지역의 의료진들에게 조금이라도 힘이 되기 위해 SK이노베이션과 함께 2000만원 상당의 제과류를 대한적십자에 전달했다고 9일 밝혔다.

기부한 제과류는 대구·경북지역의 의료진과 자원봉사자들에게 전달된다.

아울러 전주비빔밥은 코로나19 바이러스로 인한 고통을 분담하지는 취지로 전 제품을 10~30% 할인된 가격으로 판매해 소비자 부담을 줄이기로 했다.

전주비빔밥은 사회적인 고통을 해결하면서 경제활동을 하는 사회적기업 본연의 역할을 하기 위해 이같은 기부를 하게 됐다. /김수지 기자 sjkim2935@

아모레퍼시픽, 코로나 극복위해 2080억 지원

파트너사에 80억 직접 지원 협력사는 2000억 결제 도움

아모레퍼시픽그룹이 9일 신종 코로나 바이러스감염증(코로나19)에 어려움을 겪는 가맹점 등 파트너사에 800억 원을 직접 지원하고, 생산 협력사에 2000억 원의 대금 결제를 돕는 지원책을 내놨다.

지원책은 아리따움과 이니스프리, 에뛰드 등 가맹점과 상생하기 위해 32

억 원 규모로 제품을 특별 환입하는 내용을 담고 있다.

방문판매 경로에선 카운셀러 소득 보전 및 영업활동 지원에 15억 원을 사용하고, 카운셀러 면역력 강화를 위해 건강기능식품도 15억 원치를 제공한다.

SCM 협력사에는 2000억 원 규모의 결제대금을 조기 지급하거나 선결제해 자금 운용의 부담을 덜어줄 계획이다.

/조효정 기자 princess@

“안 나가고 집에서 술 한잔 할래요” ‘홈술족’에 주류·간편식 매출 ‘쭈뼛’

주요 편의점 주류 매출 일제히 올라 소포장 안주류 소비자 선호도 상승

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)가 장기화하면서 혼자서 술을 마시는 ‘홈술족’이 늘고 있다. 편의점과 백화점 등 유통업체에서는 주류, 간편식 등의 매출이 성장세다.

9일 관련 업계에 따르면 한 달 이상 이어진 코로나19로 소비심리가 얼어붙은 가운데 백화점, 마트, 복합쇼핑몰 등 사람들이 몰리는 대형 유통시설은 고객들이 줄며 직격탄을 맞았다.

이 가운데 주요 편의점에서는 지난 2월 주류 매출이 일제히 올랐다. CU에 따르면 지난 1월 28일부터 2월 25일까지 맥주와 소주 판매량은 지난해 같은 기간 대비 각각 10.2%, 11.9% 신장했다. 마트안주, 땅콩과 같은 편의점 안주류 매출도 전년 대비 8.0%, 냉장 안주 역시 11.5% 증가했다.

1~2월 맥주 매출은 지난해 같은 대비 GS25 12.3%, CU 4.3%, 세븐일레븐 6.8%, 이마트24는 26.8%의 증가율을 보였다.

와인 매출도 올랐다. 2월 24일부터 3월 4일까지 CU의 와인 매출은 전년 동기 대비 26.6% 늘었다. 와인 ‘강세’는 대형마트와 백화점에서 더욱 두드러졌다. 이마트의 경우 2월 19일부터 26일까지 와인 매출이 전년 같은 기간 대비 9.2%, 스테이크용 고기는 51.5% 증가했다.

신세계백화점에서도 대부분 장르에서 큰 폭의 매출 하락을 면치 못한 가운데



한 대형마트 맥주 코너에서 소비자가 제품을 살펴보고 있다. /연합뉴스

데 와인 매출은 증가해 눈길을 끌었다. 실제 신세계백화점이 전점 방역을 위해 임시 휴점(2월 10일)을 한 직후인 지난 달 11일부터 29일까지 와인 매출은 전년 동기 대비 5.2%의 신장률을 보였다.

신세계백화점 식품 담당은 “주류인 와인은 다른 식료품과 달리 온라인 구매가 불가능하기 때문에 홈술을 즐기는 고객들이 다양한 종류와 가격대를 갖춘 백화점을 찾고 있다”고 설명했다.

주류 판매가 늘어나면서 즉석식, 냉동식품 등 안주류 매출 상승세도 이어지고 있다. 이마트는 가정간편식(HMR) 중에서도 안주용이 급성장했다. 피코크 냉동감자는 178.8%, 피코크 순대·족발 29.1%, 피코크 핫도그 21.8%, 피코크 만두 84.9% 늘었다. CU의 즉석식 판매량은 26.1% 늘었고 세븐일레븐의 냉동식품 판매량은 16.4% 성장했다.

3월은 감염병의 확산 여부를 판가름하는 중요 시점인 만큼 업계 움직임도 분주하다. 캔맥주는 가정용 맥주 시장

을 공략하고 식품업계도 안주류 제품을 선보이고 있다.

CU는 포장마차 안주거리로 유명한 ‘달밭’, ‘곰팡’, ‘순대’ 등 길거리야식 신제품을 출시했다. 신세계푸드는 지난 GS25와 손잡고 홈술족을 위한 안주류 간편식 ‘올반 한잔할래’ 신제품 2종을 내놨다.

구스아일랜드는 맥주의 깊고 진한 풍미를 원하는 소비자와 부드러운 목 넘김, 깔끔한 끝 맛을 찾는 소비자 모두를 만족시키기 위해 ‘구스 IPA(Goose IPA)’와 ‘312 어반 워트 에일(312 Urban Wheat Ale)’ 캔 2종으로 편의점 맥주에 다양성을 더했다.

업계 관계자는 “1인 가구가 증가하고 최근 코로나19에 대한 우려로 집에서 술을 즐기는 홈술족들이 늘면서 간편 조리만으로 즐길 수 있는 소포장 요리형 안주류에 대한 소비자들의 선호도가 높아지고 있다”고 설명했다.

/김민지 기자 kmj@