

HMR로 저녁 먹고, 새벽배송으로 장 보고 '달라진 식탁'

(가정간편식)

푸드테크 시리즈

(4·끝) HMR·배송의 진화

1~2인가구와 맞벌이 부부가 증가하면서 HMR(가정간편식)과 신선식품 새벽배송이 유통업계 화두로 떠올랐다.

특히 유통업체가 경기 침체와 내수 부진으로 어려움을 겪고 있는 와중에도 HMR 시장은 몸집을 불리고 있다. 한국농촌경제연구원 '2019 식품산업 전망'에 따르면 국내 HMR 시장 규모는 2017년 기준 2조6000억원으로 전년 대비 21.7% 증가했다. 올해는 4조원 규모로 커질 것으로 내다봤다.

◆남녀노소 물론 'HMR' 훌릭

HMR의 소비자층도 변화하는 모양새다. 1~2인가구 뿐만 아니라 자녀를 둔 주부 및 중장년층으로 확대되고 있는 것.

CJ제일제당의 내·외식 취식 메뉴 데이터 30만건과 전국 5000여 가구 가공식품 구입 기록 데이터, 온라인 상 5200만건 이상의 빅데이터 등을 분석한 결과, 시니어 소비층이 늘어날 것으로 예상했다.

CJ제일제당에 따르면, 지난해 햇반과 비비고 국물요리는 각각 1000억원대



올 HMR 시장 규모 4조원 전망 주부·중장년 등 남녀노소 인기 식품社·마트·편의점 등 유통가 가정간편식 몸집 불리기 '총력'

마켓컬리 필두로 새벽배송 성장 신선식품 넘어 제품군 확장할 듯

이상 매출을 기록했다. 2015년 4월 출시된 햇반컵반은 첫해 190억원 매출에서 2016년 520억, 2017년 820억, 2018년 1050억으로 3년 9개월 만에 연매출이 5배 이상 늘었다. 비비고 국물요리도 2016년 6월 출시 후 매출 140억원에서 2017년 860억, 2018년 1280억원으로 30여개월만에 10배 가까운 성장률을 보였다.

상황이 이러하자 식품회사는 물론, 대형마트와 편의점 등 유통채널들도 HMR 시장에 출시표를 던졌다.

이마트는 최근 '피코크 밀키트'를 신규모 출시하고 본격 판매에 나섰다. 2013년 출시된 피코크는 지난해까지 누

계매출 9100억원을 달성한 이마트의 대표 브랜드로 피코크 밀키트의 올해 매출 목표는 100억원이다.

3040 맞벌이 부부를 주요 타겟으로 하며, 손님 접대에도 손색 없음을 정도의 '프리미엄 밀키트'를 지향한다.

상품 라인업이 다양해지고 품질이 개선됨에 따라 밀키트를 단순히 끼니 해결의 목적뿐 아니라 손님에게 대접하기 위한 용도로 구매하는 사례가 늘어나고 있어 프리미엄 밀키트 시장은 빠르게 커질 것으로 예상된다.

롯데푸드는 프리미엄 HMR '쉐프드 냉동 간편식' 라인을 론칭했으며, 한국야쿠르트의 가정간편식 브랜드 '잇츠



'피코크 삼계탕' /이마트

온'은 인도와 일본의 전통 제조방식을 새롭게 구현한 프리미엄 제품 '잇츠온 카레' 2종을 선보였다.

업계 관계자는 "과거 HMR이 한끼 식사를 가볍게 떼우는 개념이었다면, 최근에는 HMR도 심리적 만족감을 줄 수 있는 프리미엄 상품으로 진화하고 있다"며 "소비자의 눈높이가 높아지고 있다"고 말했다.

◆온라인 장보기 늘자 새벽배송 '전쟁'

HMR 인기에 더불어 온라인 장보기가 보편화되면서 신선식품 새벽배송 서비스도 급증하고 있다.

새벽배송 서비스를 주도한 건스타트업 기업 '마켓컬리'다. 2015년 문을 연 모바일 프리미엄 마트 마켓컬리는 밤 11시까지 상품을 주문하면 다음날 오전 7시까지 배송해주는 '샛별배송' 서비스로 이름을 알렸다. 마켓컬리의 등장으

로 100억대에 지나지 않던 새벽배송 시장이 3년새 40배 가까이 성장했다.

마켓컬리의 지난해 매출은 1600억원 수준인 것으로 알려졌다. 월 평균 300억 원 매출을 기록하며 1인 구매단가는 5만원 선이다.

이커머스 기업 쿠팡도 새벽배송 서비스 '롯데프레시'를 도입했다. 자정까지 우유, 달걀, 과일 등 식품을 주문하면 다음날 오전 7시까지 배송받을 수 있다.

이마트는 오프라인 대형마트의 성장세가 주춤하자 온라인 전용 물류센터 '네오(NE.O)'를 통한 배송 서비스에 집중하고 있다. 풀콜드체인 시스템을 갖춰 상품(신선식품) 입고부터 소비자의 집 앞에 배송되기까지 단 한번도 상온에 노출되지 않도록 했다. 강서구, 양천구, 동작구, 용산구, 서초구, 강남구 등 서울 지역 10개구를 대상으로 새벽배송 서비스도 하고 있다.

업계 관계자는 "신선식품을 온라인으로 구매하는 비중이 늘면서 새벽배송 서비스는 필수"라며 "그 영향력은 날이 갈수록 커질 것"이라고 전망했다. 이어 "현재 새벽배송이 신선식품 위주로 이뤄지고 있지만 앞으로 다양한 제품군으로 확장될 가능성이 있다"고 덧붙였다.

(신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr)

설비 고도화 등 대규모 투자... 글로벌 경기 둔화·정제마진 악화 넘는다

2019년 하반기 산업 전망

⑥ 정유사·석유화학사

초저항유 원가경쟁력 확보 집중 IMO 2020 따른 수익 확대 기대 석유화학, 美·유럽 등서 반등 노력



현대케미칼 혼합자일렌 생산공장. /연합뉴스

2020년부터 시작되는 국제해사기구(IMO)의 환경규제가 압박하면서 부진의 늪에 빠져있던 국내 정유업계의 하반기 실적 반등에 대한 기대감이 커지고 있다. 현재 정유사들은 상반기 정제마진 악화로 실적 부진이 예고된 상태였다. 글로벌 경기둔화로 부진해 온 석유화학사들도 하반기 반등을 기대한다.

◆정유업계, 하반기 '순항' 기대

30일 업계에 따르면 SK이노베이션과 GS칼텍스, 현대오일뱅크, 에쓰오일 등 정유 4사의 실적은 올 하반기 반등할 것이라는 전망이 나온다. 내년부터 시작하는 IMO 2020 황산화물 배출규제 시행에 따른 국내 업계의 수익성 확대가 기대된다.

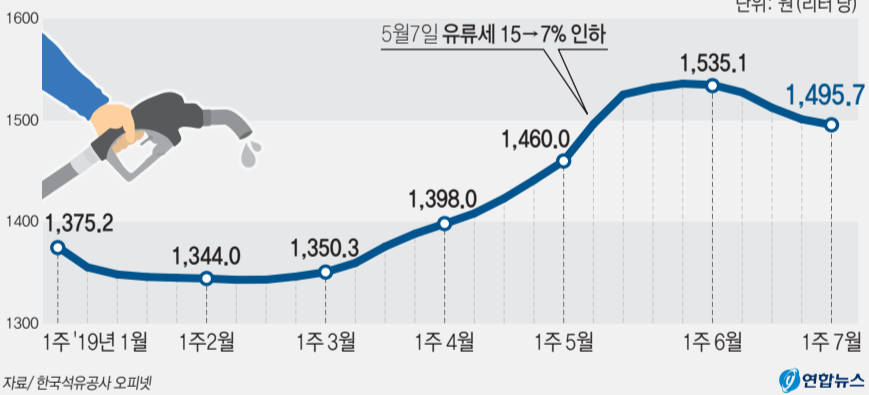
IMO 2020이란 2020년부터 선박 연료유의 황 함유량을 현행 3.5%에서 0.5%로 제한하는 규제다. 해운사들은 거액을 들여 기존 선박에 배기가스 정화장치(스크러버)를 설치하거나, 액화천연가스(LNG) 연료선으로 변경해야 한다. 선박유를 저유황유로 바꾸는 방식으로 대응할 수도 있다.

우선 현대오일뱅크는 지난해 잔사유에서 아스팔텐 성분을 걸러내 DAO(D e-Asphalted Oil)를 추출하는 SDA 공정을 완공했다.

현대오일뱅크는 이미 업계 최고인 40%대 고도화 비율을 보유하고 있는 만큼 추가 투자 없이 하루 21만 배럴의 고유황 중질유를 부가가치가 높은 휘발유나 경유, 석유화학 제품 원료로 전환할 수 있는 고도화 설비를 갖추고 있다. 업계 최고 수준의 고도화 비율은 IMO 2020뿐 아니라 고부가 제품 판매 비중 확대에도 도움이 된다. 현대오일뱅크의 초중질 원유 투입 비중은 약 17%로 경쟁사(8%)의 2배에 이른다. 고급 원유 대신 가격이 저렴한 남미산 초중질 원유로 휘발유와 경유 등을 생산할 수 있어 수익성을 더 확보할 수 있는 것이다.

SK이노베이션과 에쓰오일 역시 IMO 2020의 수혜를 얻을 것으로 예상된다. SK이노베이션 석유사업 자회사인 SK에너지는 약 1조원을 투자해 내년 초 완공을 목표로 감압 잔사유 탈황설비(VRDS)를 새로 짓는 중이고, 에쓰오일은 최근 잔사유 고도화설비(RUC)와 올레핀다운스트림복합단지(ODC) 프

전국 주유소 휘발유 평균가격 추이



젝트를 준공했다. GS칼텍스도 27만 4000만 배럴 규모의 고도화 설비를 갖춰 고유황 중질유를 휘발유, 경유 등 경질유로 전환하고 있다.

한편 정유제품에서 원료인 원유가격과 운송비 등을 뺀 정제마진은 2분기 약세였다. 미국의 공격적인 셰일오일 생산에 원유 가격은 하향 안정화됐지만 호르무즈 해협 인근 유조선 피격 등으로 운송비가 상승해 손익분기점을 줄곤 밀렸었다.

정제마진 손익분기점은 배럴당 4.5달러 정도다. 싱가포르 복합정제마진은 4월 2주 배럴당 4.7달러를 기록한 이후 6월 말까지 손익분기점에 미치지 못했다. 4주 간 배럴당 3달러를 하회하기도 했다.

정제마진이 배럴당 1달러 하락하면 정유사 영업이익은 분기당 2000억원 줄어든다. 2분기 시작한 4월부터 끝지점인 6월까지 정제마진은 대략 2달러 떨어져 4000억원 가량의 손실이 예상된다.

◆석유화학 '빅3' 하반기 반등 예고

글로벌 경기 둔화와 미국·중국발 공급 과잉 등으로 부진했던 석유화학업계 '빅

3'도 하반기 실적 개선을 기대하고 있다. 업계에 따르면 2분기 롯데케미칼·LG화학·한화케미칼의 영업이익 총합은 7500억원 규모로, 전년 동기 대비 절반에도 미치지 못할 것으로 전망한다.

에틸렌·폴리에틸렌(PE)·고기능합성수지(ABS) 등 제품 마진의 부진 탓이라는 게 업계 관측이다. 특히 플라스틱과 비닐 등 석유화학 제품의 기초 원료로 쓰이는 에틸렌의 경우 1톤당 761달러를 기록했다. 이는 10년 만에 최저 수준으로, 납사와 에틸렌의 차이를 나타내는 에틸렌 스프레드 역시 1년 만에 711달러에서 246달러로 급락했다.

에틸렌 스프레드 감소를 이끈 주범으로 가장 먼저 꼽히는 것은 셰일가스에서 뽑아낸 에탄을 사용하는 미국 화학사들의 생산량 증가다. 셰일가스의 채산성이 높아지면서 원유에서 추출한 납사보다 에탄의 가격이 낮아졌고, 에탄 크래커(ECC)의 에틸렌 제조시 가격 경쟁력이 납사크래커(NCC) 보다 좋아진 것으로 평가된다.

그러나 업계는 3분기부터 상황이 달라질 것으로 분석한다. 우선 롯데케미

칼은 미국에 31억달러(4조원) 가량을 투자해 에탄크래커(ECC)를 통한 수익성 향상을 노리고 있다. 지난달부터 ECC 가동률이 높아진 것으로 알려졌으며, 연간 1200억~1600억원의 영업이익을 낼 것으로 추정된다.

LG화학은 전지부문을 이끌 것으로 보인다. 그간 국내에서 발생한 화재로 얼어붙었던 에너지저장시스템(ESS) 시장이 활성화되고 있으며, 미국·유럽에서의 성장세도 이어질 것이라는 분석이 나오고 있다.

단결정 모듈 생산비율을 끌어올려 수익성을 제고한다는 전략을 펴고 있는 한화케미칼은 중국 정부의 태양광 보조금 재지급 결정의 수혜를 입을 것으로 예상된다.

정유사들의 화학사업 진출도 언급되고 있다. 현대오일뱅크는 자회사인 현대케미칼과 현대코스모의 아로마틱 석유화학 설비 증설에 2600억원을 투입했다.

에쓰오일은 최근 잔사유고도화시설(RUC)·올레핀다운스트림컴플렉스(ODC) 준공식을 개최했으며, 스티크래커 및 올레핀다운스트림(SC&D) 건설 등 석유화학 2단계 프로젝트를 위해 7조원을 투자한다. SC는 납사뿐만 아니라 부생가스를 원료로 쓰는 설비로, 연간 150만톤 상당의 에틸렌과 PE 등을 쏟아낼 예정이다.

GS칼텍스도 납사뿐만 아니라 액화석유가스(LPG) 및 부생가스 등을 원료로 투입할 수 있는 올레핀생산시설(MFC) 건설에 2조7000억원을 투자하고 있다. 2021년 상업가동을 목표로 하는 이 설비는 연간 에틸렌과 50만톤의 PE를 생산할 것으로 보인다. /정연우 기자 yw964@