식품업계 해외공략 박차

식품업계가 신년부터 잇따라 해외시장 진출에 나서고 있다. 국내 식품시장은 규모는 제한적이고 경쟁이 치열해 성장에 한계가 있지만 해외 시장은 라면과 만두를 필두로 K-푸드가 인기를 끌면서 국내 식품 제품의 수요가 증가하고 있기 때문이다. 특히 아시아의 경우 'K-푸드'의 성장가능성이 큰 데다, 현지에서 공장을 건설하고 유통하기가 상대적으로 수월하기 때문에 국내 기업의 진출 선호도가 높다.

"10년 내 인니 매출 1兆 확대"

DAESANG

종합식품·소재 선도기업 청사진 제시
식품 영업 고도화·물류 메인 센터 증축

대상 인도네시아 전분당 공장 전경

대상이 향후 10년 내 인도네시아 사업 매출액을 1조 원 더 늘리겠다고 17일 밝혔다.

대상은 2030년 매출액 1조 4000억원 달성을 통해 '인도네시아 톱 10 종합 식품기업'과 '동남아시아 소재 선도기업'으로 도약한다는 부문별 청사진을 제시했다.

대상은 1973년 인도네시아에 미원 인도네시아를 설립해 국내 최초로 해외에 플랜트를 수출하며 바이오 사업에 진출했고, 이후 식품과 전분당까지 사업을 확대하며 인도네시아 시장을 공략해왔다. 대상의 인도네시아 사업 매출액은 2020년 3697억원을 기록해 전년 3464억원 대비 7% 성장했다.

대상은 인도네시아 사업 성과 달성을 위해 부문별 사업계획을 구체화하고 적극 추진해 나간다는 방침이다. 먼저 식품 사업은 신규 성장동력 개발을 통해 사업을 다각화하고, 영업 채널별 식품 영업 고도화, 인도네시아 주요 거점 물류 메인센터 증축 등을 통해 사업을 지속적으로 확대해나갈 계획이다.

전분당 사업은 고과당, 저감미당 시장 매출을 확대하고, 시장 변화에 민첩하게 대응하기 위해 물엿류 생산라인 증설을 추진 중이며, 제품 포트폴리오 다양화, 공급망 안정화, 수출 지역 다변화 등을 추진할 방침이다.

바이오 사업도 공정 자동화를 통해 생산 능력을 확대하고, 기능성 아미노산 생산을 위한 신규 투자를 진행해 제품 포트폴리오를 다각화하는 전략을 추진 중이다.

인도네시아 바이오 공장은 연간 8만톤의 MSG를 생산하고 있으며, 47년간의 사업 노하우와 'MIWON'의 브랜드 파워를 바탕으로 경쟁력을 강화해나가고 있다.

인도네시아의 마케팅, 판매 법인인 'PT. JICO'와의 협력을 통해 인도네시아 전 지역의 영업망을 확보했으며, 지속적인 R&D 활동을 통해 품질을 향상해나가고 있다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

"韓·中·越 아침대용식 선도"

오리온

글로벌 식문화 트렌드 변화 주목
현지 맞춤 양산빵·그래놀라 등 출시

오리온이 한국·중국·베트남의 아침대용식 시장 공략을 가속화한다고 17일 밝혔다.

오리온은 2017년 글로벌 종합식품기업으로 제 2의 도약을 선언한 이래 기존 제과를 넘어 간편대용식으로 사업영역 확장을 지속해왔다.

오리온은 '한끼 식사'의 개념이 확대되고 시간과 장소의 제약 없이 간편하게 건강한 한끼 식사를 선호하는 글로벌 식문화 트렌드 변화에 주목했다. 이에 발맞춘 그래놀라, 양산빵 등을 국내외에서 선도적으로 출시해왔다.

오리온은 지난 1월 중국에서 양산빵 '송송 로우송단가오'를 출시하며 1000억위안 규모의 현지 대용식 시장에 진출했다. 아침식사를 간편하고 건강한 제품으로 대신하길 원하는 현지 소비자들의 요구에 발맞춰 영양을 강화한 빵을 선보인 것. 중국인들이 즐겨먹는 닭가슴살 '로우송(얇게 다져 말린 고기)'을 빵 위에 올리고 20% 함량의 달걀을 더해 맛과 영양, 식감을 모두 살린 것이 특징이다. 오리온은 송송 로우송단가오를 시작으로 그래놀라 등 다양한 간편식 제품들을 출시해 중국 내 대용식 시장을 본격 공략할 계획이다.

오리온이 한국·중국·베트남에서 출시하는 간편식

베트남에서는 2019년 선보인 양산빵 '쎄봉'이 현지 아침 대용식 시장 공략에 성공하며 신성장동력으로 자리매김했다. 특히 코로나 19의 영향으로 집에서 끼니를 해결하려는 소비자가 늘면서 지난해 쎄봉 매출액이 전년 대비 350% 이상 대폭 성장했다. '소시지 맛', '찹쌀 머핀' 등 소비자 선택의 폭을 넓힌 것도 주효했다. 베트남은 간편함을 추구하는 젊은 소비자들의 비중이 높은 만큼, 맛과 영양, 편리성을 갖춘 쎄봉의 수요가 더욱 높아질 것으로 기대하고 있다.

국내에서는 2018년 간편대용식 브랜드 '마켓오 네이처'를 론칭하며 아침대용식 시장에 첫 발을 내디뎠다. 농협에서 제공하는 국산 쌀과 호밀, 귀리 등을 그대로 가공해 만든 '오!그래놀라' 9종과 '오!그래놀라바' 4종 등 소비자 취향과 라이프 스타일에 맞춘 다양한 제품 라인업을 갖추고 국내 그래놀라 시장의 성장과 확대를 이끌고 있다.

/조효정 기자

홈플러스 익스프레스, 신선·간편식 매장 전환

전체 진열 면적 고객중심 개편
매장 인테리어·BI 전면 리뉴얼

모델들이 홈플러스 익스프레스 신선·간편식 전문 매장에서 상품을 선보이고 있다. /홈플러스

홈플러스가 슈퍼마켓 브랜드 홈플러스 익스프레스를 신선·간편식 전문 매장으로 개편하고 확대해나갈 방침이다.

홈플러스는 신선·간편식 전문 매장으로 전환 운영 중인 전국 103개 홈플러스 익스프레스 매장의 매출 신장률을 비교한 결과 전환 전에 비해 약 15%의 평균 신장률을 보였다고 17일 밝혔다.

이같은 매출 신장은 동네 슈퍼마켓을 찾는 고객 니즈에 맞춰 신선식품과 간편식 등의 상품 구색을 확대하고, 비식품 상품 수를 조절한 결과로 풀이된다.

상품 수를 조정한 만큼 전체 진열 면적도 고객 중심으로 바꿨다. 진열 면적을 10% 가량 줄이고, 이 공간을 고객 동선을 넓히는 데 활용해 쇼핑 편의성을 높였다. 매장 인테리어도 새로운 BI 도입과 함께 전면 리뉴얼해 보다 쾌적한 환경을 구현했다.

홈플러스 익스프레스의 신선·간편식 전문 매장은 기존 홈플러스 익스프레스 점포의 식품 비중은 평균 80% 수준인데 비해 신선·간편식 전문매장은 90% 수준으로 운영 중이다.

홈플러스는 홈플러스 익스프레스 50개 점포를 추가 전환하는 등 2023년까지 전국 342개 익스프레스 점포 중 250개 점포를 신선·간편식 전문매장으로 운영한다는 계획이다.

/신원선 기자 tree6834@

롯데제과-한솔제지, 친환경 프로젝트 가동

친환경 종이포장재 '카카오 판지' 개발

제과업계 1위와 제지업계 1위가 만나 친환경 프로젝트를 가동한다.

롯데제과는 한솔제지와 손잡고카카오 열매 성분이 함유된 친환경 종이포장재인 '카카오 판지'를 개발했다고 17일 밝혔다.

카카오 판지는 롯데제과, 롯데 중앙연구소와 한솔제지가 공동 개발한 종이포장재다. 초콜릿 원료로 사용된 후 버려지는 카카오 열매의 부산물을 분말 형태로 가공하여, 재생펄프와 혼합해서 만든 친환경 종이다.

양사는 지난 해 6월부터 카카오 판지 개발 공동 프로젝트를 시작했다. '카카오 판지'는 봄 시즌 기획 제품 2종(가나 핑크베리, 크런키 핑크베리)의 묶음 상품에 적용됐으며 추후 다양한 제품으로 확대할 예정이다.

최근 롯데제과는 친환경 포장 확대 프로젝트인 '스마트 리사이클'을 추진하는 등 친환경 경영에 박차를 가하고 있다. 한솔제지 역시 원료의 생산부터 폐기물 처리, 재활용까지 자원 순환 시스템을 구축하여 관리하는 등 ESG 경영에 나서고 있으며, 플라스틱을 대체할 수 있는 친환경 종이 포장재인 '프로테고'를 개발하는 등 친환경 제품 개발에도 적극 나서고 있다.

/조효정 기자

롯데GRS, '롯데잇츠' 1주년 기념 할인

22일까지 2000원 할인쿠폰 제공

롯데GRS가 외식 주문 통합 앱 '롯데잇츠(LOTTE EATZ)' 출시 1주년을 기념해 22일까지 2000원 할인쿠폰 제공 프로모션을 진행한다.

쿠폰을 다운받고 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림 도넛 등 3개 브랜드에서 홈서비스 또는 잇츠오더로 1만 4000원이상 주문하면 혜택을 받을 수 있다.

롯데잇츠는 '하루를 즐기는 맛있는 여행'이라는 컨셉으로 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림 도넛, TGI 프라이데이스, 빌라드샬롯을 하나의 앱으로 통합한 롯데GRS의 자사 앱이다.

기존 롯데리아에서만 가능했던 배달 앱을 이들 5개 브랜드로 확대해 ▲딜리버리 서비스 ▲예약 및 테이블 주문 서비스 ▲칩 적립 기능 등을 추가한 것이 특징이다.

/조효정 기자

농심

'쌀국수 소고기장국' 출시

농심이 쌀국수 브랜드의 용기면 신제품 '농심쌀국수 소고기장국'을 출시했다고 17일 밝혔다.

농심쌀국수 소고기장국은 쌀로 만들어 부드럽고 쫄깃한 면발에 진한 소고기장국 맛을 더한 제품이다. 무와 파, 홍고추 등 다양한 건더기와 후첨 고추 풍미유로 얼큰한 소고기장국의 국물 맛과 모양을 재현했다. 튀기지 않은 건면이라 열량이 275㎉로 기존 라면에 비해 낮다.

/조효정 기자

이마트24 "출근·등굣길 아침 먹고 가세요"

전국민 아침 든든 프로젝트 진행

이마트24가 '포스트코로나' 준비에 나섰다. 재택근무와 온라인 수업이 줄어들고 점차 출근·등교가 정상화될 것으로 예상됨에 따라 올해 '전국민 아침 든든 프로젝트'를 진행한다.

17일 업계에 따르면 이마트24는 이달부터 시범적으로 모닝세트 2종 운영을 통해 고객들의 반응을 살피고 있다. 판매 데이터를 바탕으로 매월 모닝세트를 기획해 고객들의 아침을 책임진다는 방침이다.

이달 말까지 고객들은 아침 7시~10시 사이에 청송하이크린사과 +핫아메리카노(2600원)는 38% 할인된 1600원에, 에그반란샌드위치 + 핫아메리카노(3600원)는 27% 할인된 2600원에 구매할 수 있다.

이마트24는, 3월부터는 샌드위치2종(택1) + 핫아메리카노, 청송하이크린사과 + 핫아메리카노를 최대 38% 할인된 가격으로 제공할 예정이다.

/신원선 기자