

# 어릴적 ‘그때 그 과자’ 재출시... 뉴트로 열풍 식품업계 강타

맥도날드, 13년만에 ‘필레 오 피쉬’ 팔도 ‘뿌요소다’ 오리온 ‘와클’ 등 MZ세대에 ‘재미’ 중장년엔 ‘향수’ 신제품 R&D·투자 등 악영향 우려 주요 식품업체 18곳 중 14곳 투자액 매출액의 1% 못미쳐... 발전 저해



(왼쪽부터 시계방향으로)팔도 뿌요소다, 오리온 스낵 와클, 맥도날드 필레 오 피쉬.

최근 식품업계에서는 뉴트로 열풍에 맞춰 과거 단종됐던 제품의 재출시가 이뤄지고 있다. 일각에서는 재출시 트렌드가 미래 성장 동력인 차세대 제품 연구개발(R&D)을 소홀하게 할 수 있다는 우려도 나오고 있다.

6일 업계에 따르면 옛 것을 새롭게 해석해 즐기고 소비하는 ‘뉴트로’ 열풍이 식품업계를 중심으로 불고 있다. 최근 SNS 및 고객센터 등을 통해 단종제품의 재출시를 요구하는 소비자가 늘고 있는 것.

소비자와의 소통을 중요시하는 식품업계는 이를 수용하고 재출시를 다시 선보이고 있다. 한국맥도날드는 ‘필레 오 피쉬’를 13년 만에 재출시했다. 팔도도 탄산음료 ‘뿌요소다’를 24년 만에 다시 선보였다. 오리온은 스낵 ‘와클’을 15년 만에 재출시했다.

업계 관계자는 “어릴 적 추억을 기억하는 소비자와 색다른 제품을 선호하는 젊은층에도 사랑을 받을 것으로 기대한다”고 말했다.

실제로 재출시의 효과는 크다. 맥도날드 ‘맥런치’의 경우 재출시 3주 만에 누적 판매 100만개를 돌파했다. 오리온 ‘태양의 맛 썬’도 재출시 3년 만에 누적 판매량 1억 개를 달성했다.

단종제품 재출시는 밀레니얼 세대에 게 새로운 감성 및 재미를 줄 수 있고, 중장년층 소비자에게는 향수를 불러일으킬 수 있다는 점에서 순기능이 있다. 하지만 기존 제품의 명성으로 구매를 유도하는 분위기가 확산할 경우 신제품에 대한 R&D와 투자가 줄어들 수도 있다. 당장은 식품 소비트렌드 변화가 이전보다 빨라진 현실에서 회사들이 신상

품에 대한 투자 리스크를 줄일 수 있지만, 장기적 측면에서는 식품업계 발전을 저해하는 요인이 될 수 있다는 것.

일각에서는 식품업계가 연구개발비를 낮추기 위해 새롭고 획기적인 제품을 출시하는 대신 과거 상품에 의존하고, 신제품 개발에는 소홀한 것이 아니냐는 지적도 나온다.

실제로 저출산으로 인해 국내 인구 및 소비층이 축소하면서 업황은 어렵다. 이에 식품업체들은 신제품 개발을 통해 새로운 트렌드를 창출하기보다는, 단종했던 제품을 부활해 출시하거나 인기가 검증된 기존제품을 변형하고 있다.

식품업계 연구개발비 투자비용 상황은 열악하다. 국내 식품기업은 글로벌 식품기업과 비교하면 절대적인 투자액과 매출 대비 투자액 비중 모두 글로벌 기업보다 뒤쳐졌다. 기업평가사이트 CEO스코어에 따르면 2019년 기준 CJ제일제당, 동원F&B, 대상, SPC삼립, 농심 등 국내 식품기업 상위 10개의 연간 R&D투자금액 총합은 약2685억원이었다.

반면 글로벌 기업 네슬레 R&D투자액은 동기간 약 1조9620억원을 기록했다. 한국 톱10 식품기업 R&D투자금액

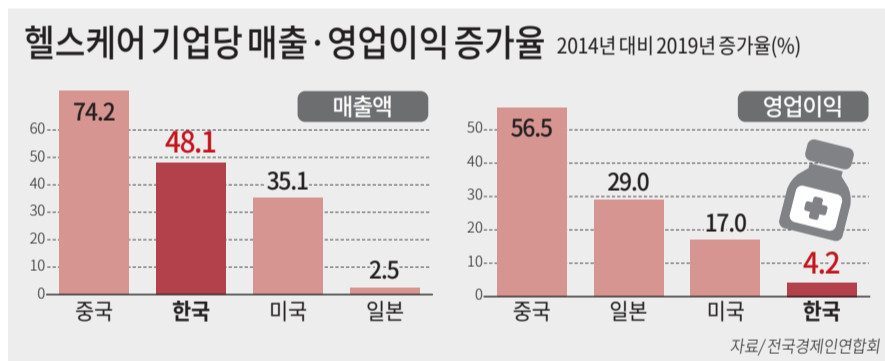
총합의 7배가 넘는 수치다.

2019년 국내 주요 식품업체 18곳 중 14개 회사의 연구개발(R&D) 투자비용이 매출액의 1%에도 못 미치는 것으로 나타났다. 연구개발비중이 1%를 넘긴 회사는 CJ제일제당(1.40%), 농심(1.25%), 케이티앤지(1.11%), 롯데푸드(1.04%) 등 4곳에 불과했다. 매출 대비 R&D 투자 비율을 봐도 국내 기업은 평균 0.61%를 기록했지만 네슬레는 1.81%로 3배에 달한다. 이외에도 펄스코(1.06%), 다논(1.39%), 몬델리진인터내셔널(1.36%) 등이 매출액 대비 R&D 투자 비중이 1%를 넘겼다.

매출 대비 R&D 투자 비율이 갈수록 줄어드는 것도 문제다. 국내 식품기업의 2017년 0.75%, 2018년 0.67%에 이어 2019년 0.61%를 기록했다.

업계 관계자는 “R&D 및 독자적 신제품 출시는 비용과 시간이 많이 투입되는 것에 비해 성공 가능성이 낮고 불투명하다. 반면 인기있었던 단종 제품 재출시는 당장의 안정적인 매출을 담보해준다”면서 “한국 식품기업이 글로벌 기업으로 거듭나기 위해서는 좀 더 과감한 R&D를 통해 제품·기업 경쟁력을 키울 필요가 있다”고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



## ‘K-헬스케어’ 실속 없이 외형성장

전경련, 韓·美·日·中 상장사 조사 1곳 평균매출 48% 올라 中 이어 2위 영업익 증가율 4.2% 4개국 ‘꼴지’

최근 5년 간 국내 헬스케어 기업들의 외형은 빠르게 성장했지만 수익성과 경쟁력은 여전히 미국, 일본, 중국에 비해 영세한 것으로 나타났다.

전국경제인연합회(이하 전경련)는 오는 7일 보건의 날을 맞아 글로벌 상장사 데이터베이스 정보를 제공하는 S&P 캐피탈 IQ를 활용해 분석한 결과 이 같이 나타났다고 6일 밝혔다.

전경련이 한·미·일·중 4개국 헬스케어 상장사를 대상으로 최근 5년(2014~2019년) 간 매출액 등을 조사한 ‘K-헬스케어 기업 경영성과 글로벌 비교’ 보고서에 따르면, 1개 기업 당 평균 매출액 증가율은 한국이 48.1%로 중국(74.2%)에 이어 2위를 차지했다. 미국은 35.1%였고 일본은 2.5%에 머물렀다.

그러나 같은 기간 기업 당 영업이익 증가율은 한국이 단 4.2% 늘면서 4개국 가운데 가장 낮았다. 중국(56.5%), 일본(29.0%), 미국(17.0%)이 두 자릿수 늘어난 것과 비교해 우리 제품이나 서비스가 저부가가치에 머물고 있음을 뜻한다고 전경련 측은 설명했다.

평균 영업이익률 역시 가장 낮았다. 2014년의 경우 중국(10.3%), 미국(10.1%), 일본(7.5%), 한국(7.1%) 순이었으며, 2019년에도 일본(9.5%), 중국(9.3%), 미국(8.8%), 한국(5.0%) 순으로 나타났다.

다만 최근 5년간 기업 1곳당 매출액에서 연구개발(R&D) 투자가 차지하는 비중 증가율은 한국이 4개국 중에서 가장 높았다. 한국은 2014년 5.1%에서 2019년 7.1%로 2.0%포인트 증가했지만, 중국(0.8%포인트), 일본(0.2%포인트)은 소폭 증가에 그쳤다. 미국은 오히려 0.5%포인트 감소했다.

또 K-헬스케어 기업의 평균 규모도 가장 영세한 것으로 나타났다. 2019년 K-헬스케어 기업 1개 평균 매출액, 영업이익, 순이익 및 R&D 투자규모는 한·미·일·중 4개국 중에서 가장 낮았다. K-헬스케어 기업이 글로벌 기업들과 경쟁하기 위해서는 보다 과감한 성장 노력과 이를 위한 지원이 필요함을 말해주는 것이다.

전경련은 지난해 셀트리온그룹이 셀트리온, 셀트리온헬스케어, 셀트리온제약 3사의 합병 계획을 발표한 것도 경쟁력 강화 노력의 일환이라고 해석했다.

/양성준 기자 ysw@

## ICT 창업·벤처 지원 ‘K-글로벌 프로젝트’

# 수혜기업 495곳서 2547명에 일자리 제공

과기정통부, K-글로벌 성과 발표 작년 매출액 전년대비 26.4% ↑ 임직원수 54% 증가, 1곳당 5.1명

1년간 3449억 투자유치 성공 전년 2469억 대비 40% 증가

지난해 정보통신기술(ICT) 분야 창업·벤처 지원사업인 ‘K-글로벌(Global) 프로젝트’의 수혜기업 495개사는 2547명의 신규 일자리를 창출했으며, 지난해 매출액은 전년 대비 26.4% 증가한 것으로 집계됐다.

과학기술정보통신부는 ‘K-글로벌 프로젝트’의 2020년 수혜기업이 창출한 성과를 6일 발표했다. 성과 분석은 수혜기업의 고용현황, 매출, 투자유치, 특허출원 등 4개 지표에 대해 각 기업의 2019년과 지난해 실적을 비교했다.

응답 기업의 지난해 말 기준 재직 중인 임직원수는 7298명으로 2019년 말 기준 임직원수 4751명 대비 53.6% 증가했다. 기업당 평균 신규 고용인원은 5.1명이며, 응답기업의 74.1%(367개)에서 신규 고용이 창출됐다.

지난해 매출액은 6202억원으로 2019년 매출액인 4908억원 대비 1294억원이 증가했다. 수혜기업의 79.8%(395개)에서 매출이 발생했으며, 전체 매출액 중 해외 매출액은 약 10%(620억원)를 차지했다.

지난해 한해 동안 3449억원의 투자유치에 성공했는데, 이는 전년 2469억원과 비교할 때 총 980억원(39.7% ↑)이

증가한 수치이다.

495개 기업 중 투자 유치에 성공한 기업은 187개(37.8%)이며, 전체 투자유치액 중 해외 투자유치액은 499억 1000만원(14.5%)으로 나타났다.

지난해 이들 기업의 특허 출원 건수는 1760건으로 전년 1119건과 비교할 때 641건(57.3% ↑)이 증가했다. 특허출원이 있는 기업은 280개(56.6%)이며, 전체 특허출원 중 해외 출원은 488건(약 27.7%)으로 나타났다.

과기정통부는 그동안 ICT 분야에서 기술별 특화된 창업·성장 지원, 해외진출 등 지원체계 구축과 지원 내실화에 노력했으며, ICT 창업·벤처지원 사업을 맞춤형으로 집중 지원한 결과, 참여 기업들의 해외 진출·특허출원·투자 유치 등 다양한 성공사례를 발굴했다.

인공지능(AI) 튜터 솔루션을 제공하는 위이드는 해외 시장 진출을 위해 글로벌 특허출원이 필요했고, 과기정통부는 ‘해외진출지원사업’을 통해 전문 법률·특허 컨설팅 등을 지원했고, 위이드는 미국, 일본, 베트남, 중동 등 각국에 특허 출원을 진행했다. 위이드는 또 미국 실리콘밸리 현지 법인 설립 및 500억원의 투자 유치를 받는 등 성과를 달성했다.

국내 1호 AI 의료기기 기업 뷰노는 의료 데이터를 활용한 진단 보조 서비스 등을 제공하는 AI 솔루션 개발 기업으로, 전문적인 마케팅, 컨설팅이 필요한 상황이었다.

이에 따라 과기정통부는 ‘SW고성장

클럽’을 통해 뷰노가 국내·외 40건 이상의 특허를 출원·등록하고 주요 제품 5가지에 대한 유럽 CE 인증을 획득할 수 있도록 전문가 컨설팅, 마케팅 및 이행 자금 등을 지원했다. 또 세계 최대 규모의 전시회인 유럽영상의학회 온라인 전시 참여를 지원하는 등 글로벌 마케팅과 홍보를 지원한 결과, 대만 최대 의료 종합기업과 관련 계약을 체결했고, 올해 초 코스닥 상장을 성공적으로 추진했다.

AI 기반 실시간문제 풀이 검색 앱 ‘반다’ 서비스를 제공하는 매스프레소는 비대면 학습 서비스를 제공하는 기업으로, 해외시장 추가 진출을 통해 글로벌 선도 기업으로 발돋움하고자 했다.

이에 따라 과기정통부는 ‘글로벌 ICT 미래 유니콘 육성’을 통해 성장자금 보증지원, 해외 현지 파트너 매칭 지원 등 해외시장 진출을 지원했다. 이에 따라 태국·인도네시아에 신규 서비스를 개시하고 구글 플레이스토어 교육 인기 차트 1위를 차지했으며, 422억원의 해외 투자 유치 성과도 달성했다.

과기정통부 이승원 정보통신산업정책관은 “작년 코로나19로 인한 전 세계 비즈니스 환경 위축 상황에도 불구하고 ‘K-글로벌 프로젝트’ 수혜기업의 성과가 높게 나타난 것은 맞춤형 지원 정책의 성과로 볼 수 있다”며, “정부는 디지털 뉴딜 관련 창업·벤처기업이 고성장 기업으로 성장하고, 해외 진출을 통해 우수한 기술력을 전 세계에 선보일 수 있도록 적극 지원하겠다”고 밝혔다.

/채윤정 AI 전문기자 echo@