

# “외식 부럽지 않은 집밥”... 식품업계, 프리미엄 HMR 승부수

품질 강화로 위드코로나 대응 CJ 곰탕 등 프리미엄 제품 출시 풀무원 ‘반듯한식’ 브랜드 론칭 롯데푸드 간편식 브랜드 통합 채선당 만두전골 밀키트 제작



‘하우스비프스테이크’



/마이세프 굴림만두전골

/채선당

위드코로나(단계적 일상회복)가 본격화하면서 식품업계가 촉각을 곤두세우고 있다. 코로나19로 인한 사회적 거리두기와 집밥 수요 증가로 인해 식품업계가 HMR로 급성장한 가운데, 성장세를 이어갈 수 있을지 관심이 쏠리고 있기 때문이다.

영업시간과 사적모임 인원 제한이 풀리면서 외식업계는 활기를 되찾는 분위기다. 그동안 억눌려있던 대형 뷔페에 대한 외식 수요도 증가하며 매장에 손님이 몰리고 있다. 대표적으로 이랜드이츠가 운영하는 뷔페 애슬리와 자연별곡의 경우 10월 마지막주부터 매장 방문 고객 수가 40% 이상 대폭 늘었다.

이랜드이츠는 위드코로나를 맞아 뷔페를 찾는 고객이 늘어날 것으로 예상해 기존 애슬리를 프리미엄 브랜드인 애슬리퀵으로 바꾸고 대대적인 메뉴 개편을 진행했다. 폭립과 같은 과거 인기 메뉴를 다시 선보이고 ‘아메리칸 차이

니즈’ 카테고리도 추가했다. 자연별곡도 매장을 확대하고, 위드코로나 시행에 맞춰 실적 개선을 위해 다양한 프로모션을 계획중이다.

식품업계는 HMR 제품의 프리미엄화를 앞세워 방어에 나서는 모양새다. 외식으로 즐겨 먹던 요리에 버금가는 품질력을 바탕으로 한 HMR 라인업을 확대하고 있는 것.

최근 CJ제일제당은 도가니곰탕과 꼬리곰탕 등 비비고 프리미엄 곰탕을 출시했다. HMR로 다루기 어려웠던 탕 요리를 선보임으로써 소비자들의 관심을 이끌어냈다. 가격은 같은 중량의 비비고 된장찌개보다 두 배 넘게 비싸지만, 품질로 승부한다는 전략이다.

풀무원은 국·탕·찌개 HMR 전문 브랜드 ‘반듯한식’을 새롭게 선보였다. 신제품들은 기존 외식메뉴보다 25% 이상 나트륨 함량을 줄여 국물 섭취가 많은 한국인들의 나트륨 섭취 부담을 최소화한 게 특징이다. 이는 최근 건강을 중시하는 식문화 트렌드를 반영한 것으로 풀이된다.

또한 다단계 살균 공정을 적용해 살균 시 제품의 열 손상을 기존 공정 대비 35% 이상 줄였다. 이에 따라 원재료 본연의 맛과 향, 형태, 식감 등 신선함을 살린 품질을 구현할 수 있었다는 설명이다.

롯데푸드는 HMR 사업 강화를 위해 기존 셰푸드, 라퀴진으로 나뉘어 운영됐던 브랜드를 통합, 냉동간편식으로 경쟁력을 확보하겠다는 계획이다. 내년

까지 가정간편식사업에서 5000억원의 매출을 올리겠다는 목표를 세웠으며 성적이 부진했던 식육사업은 접고, HMR 사업에 주력하고 있다.

업계 관계자는 “코로나19로 내식 수요가 증가하면서 HMR은 엄연한 식품군으로 자리잡았다”며 “점점 더 고급화, 세분화되고 있는 추세”라고 말했다. 이어 “위드코로나 전환으로 외식산업이 활기를 되찾으면서 코로나수해가 사라질 것이라는 전망도 있지만, 이미 자리잡은 내식 생활이 쉽게 사라지지 않을 것”이라고 덧붙였다.

9일 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 국내 HMR 시장 규모는 2016년 2조 2700억원, 2020년 4조 원으로 4년 사이 76% 성장했다. 오는 2022

년에는 시장 규모가 5조원에 이를 전망이다.

예년보다 일찍 찾아온 추위에 국물 요리 밀키트 제품들도 줄줄이 출시, 소비자들의 입맛을 사로잡고 있다.

대표적으로 채선당 도시락&샐러드&밀키트24의 굴림만두전골은 집에서 만들기 어려운 굴림만두를 전골로 먹을 수 있는 밀키트 메뉴다. 만두피가 거의 느껴지지 않을 정도로 속이 꽉 찬 굴림만두에 채선당의 노하우가 담긴 특제 육수를 더해 시원하고 담백한 맛을 느낄 수 있다. 신선한 야채에 칼국수까지 포함되어 든든하게 즐길 수 있다. 선호에 따라 매운 정도를 조절해 얼큰한 국물을 맛볼 수 있다.

전국한우협회는 한우한마리 곰탕 HMR을 판매중이다. 한우 사골을 비롯해 한우 꼬리반골, 한우 도가니, 한우 모듬 뼈 등 소 한 마리에서 나오는 거의 모든 뼈를 오랫동안 끓여서 깊고 진한 국물 맛이 특징이다.

업계 관계자는 “위드코로나 시대에도 HMR 수요는 꾸준히 증가할 것으로 예상한다”며 “유명 맛집 또는 레스토랑에서 판매하는 음식과 동일한 수준의 프리미엄 HMR 제품으로 승부할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# “2025년까지 단순노무·서비스직 일자리 21만개 사라질 것”

KDI 고용구조 변화와 전망 보고서 기술변화로 대면근로 대체 가속 “취약계층·고령층 사회안전망 필요”



임상민 명지대학교 교수(왼쪽)와 정규철 KDI 경제전망실장이 9일 정부세종청사에서 보고서 ‘코로나 위기가 초래한 고용구조 변화와 향후 전망’을 발표하고 있다. /뉴스시스

코로나19 사태로 오는 2025년까지 음식을 나르거나 포장, 조립 등 단순노무나 서비스 직종 일자리가 21만개 사라질 것이라는 전망이 나왔다. 이들 직종의 특성상 재택근무가 어렵고, 로봇, 인공지능(AI) 등으로 일자리가 대체될 가능성이 높다는 이유에서다.

한국개발연구원(KDI)은 코로나19 이후 고용구조 변화로 고용 취약계층과 60대 이상 고령층 일자리 충격이 커질 수 있어 사회안전망을 강화해야 한다고 제언했다.

한국개발연구원(KDI)은 9일 보고서 ‘코로나 위기가 초래한 고용구조 변화와 전망’을 통해 “코로나19에 따른 기술 변화로 오는 2025년까지 단순노무·서

비직 등의 기술 변화로 단순노무·서비스 직군의 일자리가 지속해서 줄어들 것이라는 분석이다.

실제 코로나19 영향으로 평균 임금이 낮은 단순노무직과 저숙련 서비스업에서 고용 충격이 컸던 것으로 나타났다.

보고서를 보면 대면 서비스업인 숙박·음식점업 21만 7000명, 도소매업 17만 7000명 등으로 고용 감소 폭이 컸다. 직업별은 판매직이 15만 6000명, 서비스직 15만 5000명 각각 줄었다. 교육 수준별로는 고졸 이하가 46만 3000명, 중사상 지위별로는 임시직이 38만 1000명으로 일자리가 크게 감소했다.

보고서에 참여한 임상민 명지대 교수는 “코로나19 위기에서 재택근무 등 대면 근로의 가능 여부에 따라 고용 충격이 차별적이었다”고 설명했다. 단순노무·서비스 등 비대면 근로가 어려운 직군일수록 일자리 위기가 컸다는 분석이다.

KDI는 올해 3분기 취업자 수 2704만 명을 기준으로 환산하면 4년 뒤 단순노무·서비스 노동 수요가 21만명 감소할 것으로 추산했다. 반면, 전문·관리직은 7만명, 반복 직무 직군은 14만명 증가할 것으로 예상했다. 특히, 이 같은 고용구조 변화는 단순노무·서비스업 종사자 비중이 높고, 직업 전환이 어려운 60대 이상 고령층 일자리에 부정적 영향을 줄 수 있다는 게 KDI 설명이다.

임 교수는 “자영업 등에서 저숙련 근로자들이 일할 곳이 줄어들면 플랫폼 시장으로 노동 공급이 몰려 근로 여건이 더 악화하는 요인으로 작용할 수도 있다”고 지적했다.

KDI는 고용 구조 변화에 따른 노동수급 불균형을 완화하고 경제적 취약계층을 보호하는 정책이 필요하다고 강조했다.

/세종=원승일 기자 won@



아크릴이 AI 산업을 이끌 신입사원 채용에 나선다. /아크릴

## 아크릴 창립 이래 첫 신입사원 공채

아크릴이 인공지능(AI) 산업을 이끌어 갈 인재 모시기 대열에 합류했다. 창립 이래 첫 신입사원 공개채용 모집을 통해 미래 성장의 주역들을 확보한다는 계획이다.

인공지능 전문기업 ㈜아크릴은 2021년도 신입직원 공개채용 모집을 한다고 9일 밝혔다.

이번 공개채용은 AI 선행기술 연구소 연구인력, AI 플랫폼 개발, AI 서비스 엔지니어, 기획, 마케팅, 디자인 등 전직군에 걸쳐 신입사원을 모집한다.

채용규모는 최대 30명으로 오는 12월 10일까지 모든 채용 절차를 마치고, 최종 선발한다는 방침이다.

아크릴은 과학기술정보통신부가 선정한 ‘AI 분야 예비 유니콘’ 기업이다.

국내 최초 감성 AI 기술을 바탕으로 헬스케어, 보험, 공공기관 등에 다양한 인공지능 플랫폼 사업을 하고 있다. SK(주)C&C, LG전자로부터 전략적 투자를 유치한데 이어, 최근 시리즈B 투자 유치를 국내의 투자자와 협의하고 있다.

아크릴은 최근 산업통상자원부와 충청북도가 투자한 ‘지능형 헬케어 사업’을 수주하는 등 AI사업 다각화를 앞두고 전직군에 걸쳐 인재 확보에 나선다는 설명이다. /채윤정 기자 echo@

## 라이브 게임 성과 견조... 순이익 132% ↑

### 넥슨 3분기 실적

영업이익 3137억, 전년동기비 8% ↑

넥슨이 올해 1, 2분기 계속됐던 부진을 벗어나며 시장 전망치를 상회하는 영업이익을 기록했다. 대표 게임인 ‘던전앤파이터’의 매출 호조세와 ‘서든어택’, ‘피파 온라인 4’ 등 주요 라이브 게임들이 견조한 성과를 이끌면서다.

넥슨은 올해 3분기 매출 759억엔(약 7980억), 영업이익이 298억엔(약 3137억 원)을 기록했다 9일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출은 4% 감소했고 영업이익은 8% 증가했다. 같은 기간 순이익은 397억 엔(약 3985억 원)으로 132% 성장했다.

특히 단파의 경우 중국시장에서 여름 업데이트와 국경절 업데이트가 호평을 받으며 전년 동기 대비 45% 성장을 기록했으며, 한국지역에서는 서비스

16주년을 맞아 실시한 대규모 업데이트 성과로 전년 동기 대비 22% 성장했다.

넥슨의 대표 인기 게임인 ‘서든어택’과 ‘FIFA 온라인 4’도 독보적인 라이브 서비스 운영 노하우를 바탕으로 유저 친화형 콘텐츠를 지속적으로 견조한 성과를 이어갔다.

‘서든어택’은 시즌제로 정착한 대표 구독형 콘텐츠 ‘서든패스’가 꾸준한 호응을 얻고 있으며, 신규 모드 도입, 무기 개편, 편의기능 개선, 샐러브리티 캐릭터 출시 등 지속적인 콘텐츠 업데이트로 전년 동기 대비 211%라는 높은 성

장률을 기록했다.

‘FIFA 온라인 4’도 특별 보상 이벤트와 트레이드 시스템 도입, 신규 클래스 출시 등을 지속적으로 선보이며 안정적인 성장을 이어갔다.

넥슨(일본법인) 오웬 마호니 대표이사는 이번 실적에 대해 “주요 게임들의 매출 호조세에 힘입어 3분기에 기대 이상의 성과를 기록했다”며 “자사의 미래를 이끌어 갈 다수의 신작을 준비하고 있는 만큼 기업의 새로운 성장 모델 확립을 위해 전사 역량을 집중하겠다”고 밝혔다. /강준혁 기자 junhyuk@