

농심·삼양식품, 생산력 증대 '구슬땀'... 라면시장 왕좌 도전

농심 미국 제2공장 본격 가동
신라면 등 수요 높은 제품 생산
삼양식품 밀양에 공장 증설
美·중 등 해외사업 확대나서



농심 미국 제2공장 전경



농심 삼양식품 밀양공장 전경

삼양식품

농심과 삼양식품이 올해 각각 미국과 경남 밀양에 공장을 증설, 해외 시장 공략에 속도를 낸다.

먼저, 1971년 미국시장에 진출한 농심은 2005년 미국에 첫 공장을 지은데 이어 지난달 29일(현지시간) 미국 캘리포니아주 랜초 쿠카몽가에 2공장 준공식을 가졌다.

그간 농심의 미국시장 매출액은 4170만 달러(2005년)에서 지난해 3억 9500만 달러로 10배 가까운 성장을 이뤄냈다. 매년 높은 성장률을 기록하며 신기록을 경신해온 만큼 더 큰 도약을 위해 새로운 심장이 필요하다는 판단에서 이번 제2공장 설립을 추진하게 됐다.

농심은 연간 3억 5000만개의 라면 생산이 가능한 제2공장이 본격 가동됨에

따라 미국에서 총 8억 5000만개의 라면을 생산하게 됐다.

농심은 수년 내 일본의 토요스이산을 꺾고 미국 라면시장 1위에 오른다는 목표를 내비쳤다.

시장조사업체 유로모니터 자료에 따르면 농심의 미국 시장 점유율은 2020년 기준 23.3%로 일본 토요스이산(49.0%)에 이어 2위를 차지하고 있다. 3위인 일본 닛신은 17.9%로 농심과 5%p 이상의 점유율 차이를 두고 뒤쳐져 있

다. 농심은 지난 2017년 일본 닛신을 꺾은 데 이어 꾸준히 점유율을 높이며 3위와 격차를 점점 벌리고 있다.

농심은 2025년까지 미국 매출을 8억 달러까지 끌어올린다는 계획이다.

제2공장의 생산라인에서는 '신라면', '신라면블랙', '육개장사발면' 등 시장에서 수요가 높은 제품을 대량으로 생산할 방침이다.

삼양식품은 밀양공장 가동을 시작하며 본격적으로 해외사업 확대에 나섰

다. 앞서 해외 생산공장 설립을 검토하기도 했지만, 품질관리와 국내 고용 창출 등을 고려해 밀양시에 공장을 설립하기로 한 것이다.

해외 수요 급증에 따라 2019년 신공장 설립을 추진한 삼양식품은 2020년 10월 착공에 들어갔으며 2일 준공식을 진행했다. 총 2400억원이 투입된 밀양 공장은 연면적 7만 303㎡에 지상 5층, 지하 1층 규모를 갖췄다. 부산항과 가까운 지리적 이점을 활용해 수출 제품 생

산을 전담하며, 연간 최대 6억개의 라면을 생산할 수 있다.

밀양공장 준공으로 생산능력을 대폭 확대한 삼양식품은 매년 증가하는 해외 수요에 빠르게 대응한다는 방침이다. 2016년 26% 수준이었던 삼양식품의 수출 비중은 2019년 50%, 2021년 60%를 넘어서며 지속적으로 확대되고 있다.

특히 올해 초 미국과 중국법인이 본격적으로 영업을 시작하면서 수출 물량이 대폭 늘었다. 삼양식품은 밀양공장이 수출 제품 생산을 전담하는 만큼, 해외법인과 시너지 효과가 상당할 것으로 기대하고 있다. 삼양식품의 해외 매출은 2016년 930억원에서 2021년 3886억원으로 5년만에 4배 증가했다.

업계 관계자는 "K-팝과 국내 영화·드라마 등 한류 콘텐츠가 전 세계에서 인기를 얻고 있는 점이 긍정적으로 작용했다"며 "국내 라면 회사들이 공장을 증설해 공급을 늘리면 해외 매출액은 더욱 늘어날 것으로 보인다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

BBQ, 대만 18호 매장 오픈... 글로벌 공략 가속

대만 진출 3년만에 18번째 매장
"아시아 시장으로 영토확장 박차"

치킨프랜차이즈제너시스BBQ가 글로벌 영토 확장에 속도를 내고 있다.

BBQ는 2018년 3월 대만 1호 매장 오픈을 시작으로 시장 진출 3년 만에 대만에서 18번째 매장을 오픈했다고 3일 밝혔다. BBQ는 대만에서 주메뉴인 치킨을 비롯해 떡볶이, 잡채, 전 등 다양한 K-푸드를 선보여왔다.

이번에 매장을 오픈한 지역은 대만 베이타우다. 베이타우는 타이페이 시내에서 전철을 타고 30여분 떨어진 관광 도시다. 40여개 온천이 있어 대도시를 벗어나 여가를 즐기려는 현지인들과 여행객이 많이 찾는다.

BBQ는 앞서 타이위안, 타이중, 타이난 등 대만의 중심 도시에 매장을 오픈



대만 타이페이의 BBQ 매장에 입장하기 위해 줄을 서고 있는 모습

/제너시스BBQ

했으며 현지에서 K-푸드에 대한 관심을 끌어올리고 한류열풍을 주도하고 있다.

BBQ 관계자는 "대만의 외식 시장이 계속 확대되고 있고 치킨에 대한 소비자들의 선호도가 높아 BBQ의 대만 진

출은 아시아 시장으로의 영토 확장을 위한 발판으로 작용할 것"이라고 말했다. BBQ는 2025년 전 세계 5만 개의 가맹점 개설을 목표로 밝힌 바 있다.

/신원선 기자

롯데마트, 마트시식 재개에 매출 '쑥쑥'

일주일새 전체 매출 7% 경증
만두·비빔면 등 시식행사 주효

롯데마트는 지난달 25일 마트시식이 재개된 후 눈에 띄는 매출 상승 효과가 나타났다고 3일 밝혔다.

점포 내 시식 행사는 출시한 상품의 맛을 고객에게 알리는 확실한 방법이다. 올해 초부터 사회적 거리두기 규제 완화로 리오프닝이 예고되면서 많은 식품회사들은 시식 행사 재개를 기다리며 신제품 출시를 미뤘다. 대형마트도 시식 행사를 통한 매출 증대 효과를 크게 누린다.

롯데마트에 따르면 지난달 25일 시식이 재개된 이후 일주일간(4월 25일~5월 1일) 매출을 의무휴업 직전 주인 2주 전

(4월 11일~17일)과 비교했을 때 전체 매출이 7% 신장했다.

시식을 진행한 카테고리별 신장률이 특히 더 높다. 냉동만두는 30%, 계절과일은 25%, 수입육은 40%, 비빔면은 70%를 기록하는 등 시식이 매출이 연결된 것으로 분석된다.

더불어 시식을 재개한 이후 맞는 첫 주말인 4월 30일부터 1일까지 매출은 4월 16일부터 17일까지 대비 15% 상승했다.

한편 롯데마트는 5일부터 '소중한 일상 복귀를 위한 활력충전!'이라는 테마로 육류와 해산물을 중심으로 한 다양한 신선 먹거리 할인행사를 진행할 예정이다.

/김서현 기자

롯데멤버스 '엘페이 프리미엄' 멤버십 가입비 50% 페이백

롯데멤버스는 롯데 온·오프라인 전점에서 옐포인트(L.POINT) 추가 적립 혜택을 받을 수 있는 유료 멤버십 서비스 '엘페이(L.PAY) 프리미엄' 가입비 50% 페이백 이벤트를 5월 한 달 간 실시한다고 3일 밝혔다.

엘페이 프리미엄은 롯데 온라인몰과 오프라인 유통매장에서 간편결제 엘페이로 결제 시 제휴사별 기본 적립 포인트에 더해, 결제금액의 5%를 옐포인트로 추가 적립해주는 유료 멤버십 서비스다.

1개월 가입비는 3000원이며, 가입비 50% 페이백 이벤트는 5월 가입자에 한해서만 진행된다. 사전에 롯데카드 모바일 애플리케이션에서 이벤트 응모 신청을 해야 페이백 혜택을 받을 수 있다.

/신원선 기자

신세계, 12일 통합 멤버십 '스마일클럽' 출범 "신규·재가입 고객, 멤버십 기간 1년 추가"

기존 할인규모 유지... 부가 혜택 증대

지마켓과 옥션이 신세계 통합 멤버십 출범을 앞두고 신규 가입 이벤트를 진행한다. 통합 멤버십으로 거듭나는 '스마일클럽'은 이달 12일 출범한다.

지마켓과 옥션은 이달 31일까지 신세계 통합 멤버십 스마일클럽의 신규 및 재가입 고객 전원에게 1년 기간 연장 혜택을 제공한다고 3일 밝혔다.

스마일클럽은 1년 기간제로 연회비는 3만원이다. 고객 입장에서는 연회비(3만원) 한 번으로 2년 동안 멤버십 혜택을 누릴 수 있는 조건이다. 지마켓과 옥션 메인 페이지 상단의 '스마일클럽' 탭을 클릭하면 바로 가입할 수 있으며, 가입 즉시 멤버십 혜택을 누릴 수 있다.

연회비 페이백 혜택도 그대로 적용된다. 연회비 3만원을 내고 가입하면 가입 즉시 스마일캐시 3만 5000원을 페이백 해준다.

신세계 통합 멤버십으로 거듭나며 SSG 머니로 1:1 전환해 신세계그룹 온·오프라인 채널에서도 사용할 수 있다.

신세계 통합 멤버십으로 새롭게 출범하는 스마일클럽은 기존 할인규모는 그대로 유지하면서, 부가적인 혜택을 늘렸다.

▲스마일배송 1.5만원 이상 무제한 무료배송 ▲스마일배송 상품 구매 시 스마일캐시 1% 적립 ▲스타벅스 월 2회 음료 사이즈업 무료 ▲스마일클럽 단독 스타벅스 상품 전용딜 ▲유튜브 프리미엄 3개월 무료 이용권 등이 혜택으로 주어진다.

통합 멤버십 공식 출범 후에는 SSG닷컴에서도 멤버십 혜택을 누릴 수 있다. ▲쓱배송/새벽배송 등 장보기 상품 구매 시 최대 5% 적립 ▲장보기 상품을 제외한 전 상품 구매 시 10% 할인 쿠폰 1장, 5% 할인 쿠폰 3장 매월 지급 등이 대표적이다.

/김서현 기자 seoh@

신세계푸드 노브랜드 버거, 프로야구 직관에 '등실'

프로야구의 직접 관람과 경기장 내 취식이 허용되면서 신세계푸드의 '노브랜드 버거'가 인기를 끌고 있다.

3일 신세계푸드에 따르면 지난달 2일 프로야구 개막 이후 한 달 만에 노브랜드 버거 SSG랜더스필드점에서의 버거 누적 판매량이 2만개를 돌파했다. 인천 SSG랜더스필드에서 야구 경기가 11회 열리는 동안 거둔 실적으로 일 평균 1800여개씩, 관중 10명 가운데 1명은 노브랜드 버거를 즐긴 셈이다.

신세계푸드는 노브랜드 버거의 인기를 이어가기 위해 오는 13일 인천 SSG랜더스필드에서만 판매하는 야구장 전용팩을 업그레이드 리뉴얼하고 신메



노브랜드버거 야구장전용팩구성 /신세계푸드

뉴를 출시한다.

지난해 노브랜드 버거 SSG랜더스필드점 야구장 전용팩 판매순위 1~2위를 차지한 'SSG팩'과 '랜디팩'에 맥주와 함께 즐길 수 있는 '크런치킹', '치킨너겟' 등을 추가로 담아 메뉴 구성을 강화한다.

/신원선 기자