

M&A 식탁 오른 버거킹·KFC·맥날... 버거시장 지각변동

맥도날드, 6년 만에 매각 재추진 하반기엔 맘스터치도 시장 합류 다양한 고급 수제버거와 경쟁 매각 이후 시장판도 변화 전망

버거 프랜차이즈 버거킹과 KFC에 이어 한국맥도날드가 매물로 나왔다. 여기에 자진 상장폐지한 맘스터치까지 하반기 M&A 시장에 나올 것으로 전망됨에 따라 버거 시장에 지각변동이 예상된다.

식품업계에 따르면 미국 맥도날드 본사가 미래에셋증권 자문사로 선정하고 한국맥도날드 사업을 양수할 파트너를 찾고 있다. 이에 한국맥도날드 측은 "외부 전문 기관과 협력해 옵션을 검토하고 있다"고 설명했다.

맥도날드 본사는 앞서 2016년에 한국맥도날드 매각을 추진했으나 매각이 성사되지 않아 본사가 직접 운영해 왔다. 당시 칼라일과 매일유업이 컨소시엄을 이뤄 한국맥도날드 인수를 추진했지만, 막판에 가격 등에서 이견을 좁히지 못하고 무산됐다.

미국 맥도날드 본사는 수년 전부터 현지 사업자에게 사업권을 넘기고 로열티를 받는 '글로벌'을 추진하고 있다. 한국맥도날드 매각도 글로벌의 일환인 것으로 알려졌다.

맥도날드는 지난해 한국 시장 진출 이래 최대 매출인 8679억원을 달성했으며 가맹점 매출까지 더하면 연 매출 1조원을 돌파했다. 하지만, 계속 오르는 인건비와 원부자재값 상승이 본사에 부담으로 작용했을 것으로 보인다.

버거킹과 KFC는 먼저 매물로 나온 상태. 사모펀드(PEF) 운용사인 어피니티에쿼티파트너스(어피니티)는 지난해 말 버거킹의 한국 및 일본 사업권을 매각하기로 하고 골드만삭스를 자문사로 선정했다.

KFC를 보유하고 있는 KG그룹도 올해 초 삼정KPMG를 매각사로 선정해 매각을 추진하고 있다. KG그룹은 지난 2017년 초 글로벌 사모펀드 시티벤처캐피탈파트너스(CVC)로부터 KFC 한국법인인 SRS코리아 지분 100%를 약 500억원에 인수했다. 희망 매각가는 1000억원 안팎으로 알려졌다.

지난 3월에는 맘스터치가 한국거래소에 자진 상장폐지를 신청, 거래소의 심의를 거쳐 5월 31일자로 코스닥 시장에서 상장폐지됐다. 이에 업계는 매각이 임박한 것으로 보고 있다. 지난해 미국 진출에 이어 올해 태국 시장 진출이 맘스터치의 최대 주주인 사모펀드 케이엘앤파트너스의 매각 전 기업 가치 띄우기라는 것.

하지만, 버거 프랜차이즈들의 매각이 순조롭지만은 않을 전망이다.

엔데믹 전환으로 하반기부터 실적 개선 가능성이 있고, 1인 가구 증가로 인해 해당 시장의 성장 잠재력은 있지만, 매수자의 선택의 폭이 넓어 그만큼 제값을 받기 힘들 것이라는 업계의 설명이다.

또 최근 몇년간 다양한 해외의 수제 버거 브랜드들이 국내에 론칭하면서 버거 시장 경쟁이 치열해졌다.

대표적으로 '쉐이크버거'를 비롯해 '고든램프 버

거', '굿스터프이터리'가 있다. 여기에 미국 3대 버거 브랜드 중 하나인 '파이브 가이즈'와 '슈퍼두퍼'가 국내 진출을 준비 중이다.

한 업계 관계자는 "과거에는 대표 햄버거 프랜차이즈 몇개만 경쟁하는 구조였다면, 현재는 다양한 고급 수제 버거들과도 경쟁해야 하는 구조"라며 "몇년새 시장 상황이 급변했고, 매각 이후 시장 판도도 바뀔 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▶맥도날드 햄버거

국내산 식재료 쓰는 식품·외식업계, 안전·상생 '두토끼'

피자알볼로 진도산 흑미로 도우 오리온 국내산 핫감자로 포카칩

본격적으로 여름이 시작되며 먹거리 안전에 대한 관심이 높아지고 있다.

이에 식품·외식업계에서는 안전성이 보강된 국내산 식재료를 적극 활용하며 소비자 신뢰도 제고를 꾀하고, 국내 농가와의 상생도 이어가는 '일석이조'의 행보를 이어가고 있다.

피자알볼로는 지난 2015년 '진도 감정쌀 생산유통 영농법'과 업무협약을 체결한 이후 진도산 친환경 흑미를 활용해 '흑미 도우'를 만들고 있다.

흑미 도우에 사용되는 흑미는 화학비료나 농약을 사용하지 않은 유기농 흑미로, 이천 도우 공장에서 반죽으로 만들어진 뒤 저온 숙성 과정을 거쳐 각 매장으로 배송된다.

피자알볼로는 진도산 흑미 외에도 전라북도 임실군에서 생산하는 임실



피자알볼로는 진도산 친환경 흑미를 활용해 '흑미 도우'를 만들고 있다. /피자알볼로

치즈, 강원도 영월 고추를 사용한 핫소스 등 국내산 식재료를 적극 활용하며 국내 농가와의 상생 행보를 이어가고 있다.

오리온은 국내산 핫감자로 생감자칩 '포카칩'과 '스윙칩'을 생산한다.

오리온은 올해 6월부터 12월까지 감자 특산지로 유명한 전남 보성, 충

남 당진, 강원 양구 등에서 수확한 국내산 감자를 사용할 예정이다. 오리온은 전국 390여 개의 우수농가와 계약을 맺고 1만8000여 톤의 국내산 감자를 확보했다.

또한 계약재배를 통해 농가에 안정적인 소득을 보장하고, 영농기술 보급 및 농기계 지원 등 다양한 상생 활

동도 펼치고 있다.

카페베네는 한라봉, 흑임자 등 신선한 국산 원재료를 가득 담은 여름 시즌 신메뉴를 선보였다.

신선한 국산 원재료를 가득 담아 지역 특산물의 진한 풍미와 특색 있는 맛을 시원하고 달콤하게 즐길 수 있는 것이 특징이다.

'제주한라봉 젤라또 에이드', '제주한라봉 자몽 젤라또 에이드' 등 새콤달콤한 제주한라봉을 듬뿍 담은 음료 3종과 '우리흑임자 빙수', '초당옥수수 빙수' 등의 빙수 메뉴 4종을 선보이며 재료 본연의 맛을 구현했다.

업계 관계자는 "업계에서 먹거리 안전에 대한 소비자 관심을 반영해 국내산 식재료를 적극적으로 활용하고 있다"며, "소비자 신뢰 확보는 물론, 국내 농가와의 상생도 가능해 기업의 긍정적인 이미지 확보에 효과적인 방법"이라고 전했다. /신원선 기자

CU 550만원 샤또 와인세트 팔려

CU가 주류 예약 구매 서비스 CU bar에서 지난 16일 550만원에 달하는 최고급 프랑스 샤또 와인 세트가 판매됐다고 19일 밝혔다. 해당 상품은 CU 브랜드 탄생 10주년을 맞아 나온 한정판 와인 상품 '보르도 그랑크뤼 1등급 빈티지 세트'다.

CU bar는 CU 자체 앱 '포켓CU'에서 운영 중인 주류 예약 구매 서비스다. 앱을 통해 주류를 주문하면 전국 CU 점포에서 당일이나 익일 바로 픽업할 수 있다.

이번에 판매된 상품은 프랑스 보르도 5대 샤또 와인으로 알려진 ▲샤또 무통 로찰드 2007 ▲샤또 오 브리옹 2011 ▲샤또 라푸르 2013 ▲샤또 마고 2018 ▲샤또 라피트 로찰드 2018로 구성됐다.

CU에 따르면 이번에 판매된 와인세트는 명절 등에 선보인 기획 상품을 제외하고 역대 포켓CU에서 판매된 주류 중 가장 고가의 상품으로 이전까지 최고가 상품에 이름을 올렸던 샤또 마고 2013(150만원)을 훌쩍 뛰어넘는 금액이다. /김서현 기자

이마트 지속가능 상품 가이드북 발행

이마트가 국내 유통 업계 최초로 '지속가능한 상품'의 기준과 핵심 과제를 제시한 가이드북을 발행한다.

이마트는 '상품 지속가능성 이니셔티브·PSI(Product Sustainability Initiative)'를 공개하고, CJ제일제당과 MOU(업무협약)를 시작으로 유관업계와 협력을 선도하겠다고 19일 밝혔다.

PSI는 이마트와 WWF-Korea(World Wide Fund for Nature·세계자연기금)가 함께 연구해 상품의 지속가능성을 판단하는 기준과 원칙을 담은 표준 가이드다.

상품을 생산하고 유통할 때 환경에 미치는 악영향을 최소화하고 소비자의 건강과 안전에 기여하는 것을 목표로 한다. /김서현 기자



도미노피자 '신나는 온가족 피자교실' 성료

세계 배달 피자 리더 도미노피자는 지난 17일 사회공헌 활동의 일환인 '신나는 온가족 피자교실'을 성공적으로 마쳤다고 19일 밝혔다.

신나는 온가족 피자교실은 실제 도미노피자에서 사용하는 토핑, 도우, 소스 등의 식재료를 골라 나만의 피자를 만들 수 있는 무료 쿠킹 클래스다. 도미노피자는 지난 7월부터 13일까지 홈페이지를 통해 피자교실 참가 신청을 받았으며, 총 195가정 중 7가정을 추첨해 28:1의 경쟁률을 보였다.

추첨에 당첨된 7가정은 각 가정의 아동끼리 팀을 이뤄 피자 메이커에게 위생 안전 교육을 받은 후 나만의 피자를 만드는 시간을 가졌다. /신원선 기자

롯데백, 피크닉 인기템 '핑거푸드' 확대

마카롱·큐브파이·컵케이크 등 유명 디저트카페 팝업스토어 진행

롯데백화점은 매장과 팝업스토어를 통해 SNS 인기 디저트 카페를 계속 선보이고 있다고 19일 밝혔다.

5월 본격적인 리오프닝 이후 야외 활동이 늘어나면서 핑거 푸드와 같은 디저트 류가 피크닉 아이템으로 자리 잡고 있다.

롯데백화점은 핑거 푸드 디저트 유행에 따라 유명 디저트 카페를 계속 선보이고 있다.

17일부터 23일까지 본점에는 마카롱 전문 브랜드 '온니당'과 큐브파이로 유명한 '마가렛 연남'이 참여하는 디저트 팝업스토어를 연다.

온니당은 시그니처 메뉴인 '조개뿔'으로 유명한데 SNS 팔로워 수가 1만 5000명에 달하는 인기 브랜드다. 마가렛 연남은 바삭한 페이스트리 안에 달콤한 크림이 들어간 '큐브 파이'가 시그니처 메뉴이다.

잠실점은 17일부터 30일까지 피크닉 디저트를 테마로 '리암스 케이크리'와 '이지바이트' 디저트 카페 행사



본점 디저트 카페 '온니당' 팝업스토어에서 고객이 상품을 고르고 있다. /롯데백화점

를 진행한다. 리암스 케이크리는 강남도산공원에서 유명한 컵케이크 디저트 브랜드로, 많은 셀럽과 고객들이 단골로 찾는 곳으로 유명하다.

20일부터 7월 3일까지는 '세상을

먹기 좋게'라는 테마로 깔끔하게 음식을 섭취할 수 있는 '이지바이트'를 선보인다. 이지바이트는 비주얼뿐만 아니라 건강을 위해 열량과 영양까지 고려한 핑거푸드다.

롯데백화점은 앞서 선보인 인기 디저트 카페 행사에서 큰 호응을 얻은 바 있다.

지난 3월부터 16일까지 본점에서 팝업스토어로 선보인 '도호 프로젝트'와 '피크닉베이커'는 오픈하자마자 많은 고객이 몰릴 만큼 큰 인기를 끌었다. 도호 프로젝트는 한 입에 먹을 수 있는 에그타르트, 피크닉 베이커는 생과일 케이크와 핑거푸드로 유명한 곳들이다. /김서현 기자 seoh@