

소재·바이오 등 非식품 힘 주는 대상... '미래 100년' 준비

식물성 대체육 배양육 사업 강화
생분해 플라스틱 소재 투자 박차
새먹거리 발굴, 기존 사업 시너지
R&D 연구소 '이노파크'도 운영



대상그룹이 사업 포트폴리오를 확대하며 그룹 미래 먹거리 발굴에 적극적으로 나서고 있다.

6일 업계에 따르면 식품브랜드 '청정원'과 포장김치 브랜드 '종가집'으로 식품 사업을 펼쳐온 대상은 대체육 구매 수요가 늘자 배양육 사업에 뛰어들었다. 대상은 지난해 6월 '엑셀세라퓨틱스'와 배양육 배지사업을 위한 전략적 파트너십을 체결했다. 같은해 8월에는 배양육 전문업체 '스페이스에프'의 70억원 규모 시리즈A 투자에 참여했다.

대상은 두 회사의 업무협약을 통해 국내외 배양육 관련 시장에 적극 대응한다는 계획이다.

배양육은 동물세포를 배지에 배양해 별도의 사육이나 도축 과정 없이 고기를 생산할 수 있다. 식물성 대체육으로는 구현할 수 없는 고기의 식감과 맛을 구현할 수 있다는 점에서 각광받고 있다. 도축 과정을 거치지 않기 때문에 동물 복지에도 기여할 수 있다.

글로벌 컨설팅회사 에이티커니는 2030년 배양육 시장 규모가 140조원에

이를 것으로 전망했다. 글로벌 육류 소비량의 약 10%에 해당하는 수치다.

대상은 식물성 대체육 제품의 완성도도 높인다. 식품연구소 내에 전문팀을 구성한 대상은 다양한 식물성 단백질 소재를 분석한 결과를 토대로 최적의 조합을 찾아 기존 고기의 질감을 구현하고, 육즙과 풍미까지 고려한 연구를 병행한다는 계획이다.

대체육 소재 외에 라이신, 생분해성 플라스틱 등의 소재 사업에도 심혈을 기울이고 있다.

대상은 지난해 8월 중국 라이신 생산 판매 업체 청푸그룹 지분 32.87%를 265억원에 인수하기로 했다. 인수금은 전액 현금으로 집행되며 취득 예정 일자 오는 12월 31일이다. 청푸그룹은 사료첨가제용 아미노산 제조기업으로 라이신과 아나트라레오닌, 사료첨가제 용 비타민 B2 등을 생산하고 있다.

앞서 대상은 2018년 라이신 사업 확



대상 이노파크 전경.

/대상

장을 위해 이 회사와 100억원 규모 기술 이전 계약을 체결한 바 있다. 라이신은 닭, 돼지 등 가축 성장과 발육에 도움이 되는 사료에 첨가하는 필수 아미노산이다. 대상은 청푸그룹 지분 취득을 통해 중국 내 제조기반을 마련하고 아미노산 사업을 강화한다는 구상이다.

화이트 바이오(생분해 플라스틱 소재 제조) 사업도 강화한다. 대상은 지난해 11월 400억원을 투자해 SKC, LX인터내셔널과 고강도 생분해성 플라스틱(PBAT) 생산·판매 합작회사 '에코벤

스'를 설립을 발표했다. 글로벌 친환경 정책이 따라 세계 PBAT 시장 규모는 약 25만 톤에서 2024년 약 50만 톤까지 성장할 것이라는 전망이 나오고 있다.

이밖에 의료소재 사업 진출을 위해 지난해 7월 '대상셀진'을 신규 설립했다.

대상셀진은 녹조류에 속하는 단세포 생물인 클로렐라 기반의 의료용 소재에 대해 연구하고 있으며, 바이오시밀러 의약품 연구개발 및 제조, 단백질 의약품 개발 및 생산 등으로 사업을 확장할 예정이다.

업계 관계자는 "비식품 분야(바이오·소재)의 사업 포트폴리오를 다각화해 신성장동력 육성은 물론, 기존 식품사업과의 시너지도 기대할 수 있다"고 말했다.

대상은 연구개발(R&D) 및 시설 투자의 일환으로 지난 1일 서울 강서구 마곡동에 연구소 '이노파크'를 마련하고 운영을 시작했다.

대상은 이노파크를 중심으로 전문 연구 인력을 확보하고 연구개발 분야 투자를 지속적으로 확대해 국내외 식품·소재 기업으로 도약하겠다는 계획이다. 이노파크는 전체면적 약 3만5000㎡에 지상 8층, 지하 2층 규모로 지어졌다.

이노파크에는 청정원, 종가집 등 제품 관련 기술을 개발하는 식품 연구소와 김치 기술 연구소, 글로벌연구실, 식품안전센터가 들어섰다. 생명공학 기술을 융합해 식품, 사료 등 소재 연구개발을 담당하는 전분당 연구소와 바이오 연구소, 건강기능식품 제품 개발·연구를 담당하는 건강연구소도 마련했다.

임정배 대상 대표는 "2030년까지 해외계열사와 연계한 글로벌 연구센터를 운영하며 한식 세계화 및 미래 식품·소재 산업을 이끄는 글로벌 기업으로 성장할 것"이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

식음료업계, 추석 맞아 이웃에 나눔활동

SPC그룹, 임직원 노숙인 배식봉사
지역 복지기관에 명절제품 후원
하이트진로, 사회복지기관에 먹거리
제너시스BBQ, 시설에 치킨 등 전달

식음료업계가 추석을 앞두고 명절을 가족과 함께 보내지 못하는 지역사회의 이웃들에게 따뜻한 나눔 활동을 펼치고 있다.

6일 업계에 따르면 하이트진로는 전국 65개 사회복지기관에 송편 4000kg, 유과 9만개 등 추석 먹거리 2만인분을 후원한다. 이를 위해 지난 1일부터 각 기관에 순차적으로 명절 음식을 전달하고 있으며, 지난 5일에는 서울 서초구립 중앙노인종합복지관에서 전달식을 가졌다.

하이트진로 김인규 대표는 "우리 이웃들이 건강하고 풍성한 한가위를 보내는데 작은 도움이 되길 바란다"면서, "명절 외에도 지역사회 이웃들을 위한 다양한 나눔 활동을 지속할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

SPC그룹은 '소외된 이웃들과 함께 온정을 나누는 추석'을 주제로 노숙인 배식 봉사활동, 취약계층 명절 선물 전달 등을 실시했다.

우선 SPC그룹 임직원들은 경기도 성남시 노숙인 무료 급식소 '안나의집'에서 노숙인 500여명을 대상으로 배식 활동을 진행했고, 파리바게뜨와 SPC삼립 빵, 우유 총 4000여개를 전달할 예정이다. '안나의집'은 SPC그룹이 정기적으로 후원하고 있는 복지시설로 SPC그룹은 2012년부터 현재까지 매일 약 2000



경기도 성남시 노숙인 무료 급식소 '안나의집'에서 SPC그룹 임직원들이 배식 봉사활동을 하고 있다. /SPC그룹

봉식의 빵을 전달해왔다.

이와 함께 ㈜파리크라상, ㈜SPC삼립, 비알코리아(주) 등 계열사별 사업장 인근에 위치한 전국 31개 복지기관에 추석 명절 제품을 후원했다.

파리크라상은 경기도 성남시에서 아동, 노인, 장애인 시설 30여 곳의 복지시설을 지원하기 위해 개최하는 '2022년 성남시 추석 맞이 사랑의 식품나눔' 행사에 10kg 쌀 160포를 후원하고, 성남 종합사회복지관, 역삼노인지원센터, 하삼장애인복지관에 파리바게뜨 알찬단 팔호두빵 등의 제품을 전달했다.

비알코리아는 음성군 노인복지관과 음성꽃동네아동복지시설에 추석 선물 세트 200여개를 전달했고, SPC삼립은 서울 동작구 대방종합사회복지관을 비롯해 경기 시흥시, 경기 성남시, 경기 안산시, 세종시, 경북 구미시, 대구광역시, 광주광역시, 경남 진주시, 충남 서

천군, 전남 구례군 등 지역복지기관에 자사 제품을 선물했다.

치킨 프랜차이즈 제너시스BBQ 그룹은 지난 5일 찾아가는 치킨릴레이를 통해 관심과 사랑이 필요한 이웃을 찾아 사회공헌활동을 펼쳤다. 포천시에 위치한 장애우복지시설 '남사랑의 집'을 찾아 'BB-Car(비비카)'에서 조리한 치킨 40인분과 함께 즐길 수 있는 치즈볼 등의 사이드메뉴를 전달한 것. 포천 남사랑의 집은 장애인의 생활을 돌보는 사회복지시설로 평소 사람들의 관심과 눈길이 닿기 힘든 곳에 위치해 있다.

이날 봉사에 참여한 BBQ 관계자는 "앞으로 비비카를 활용해 후원과 관심의 시각지대에 놓인 이웃을 직접 찾아가 갈 예정"이라며 "치킨릴레이, 착한기부 등 지속적인 사회공헌활동을 통해 대표 치킨 프랜차이즈로서 모범을 보이겠다"고 말했다.

/신원선 기자

11번가, 다채로운 경험 담은 새 로고 공개

'고객+쇼핑×경험' 의미 담아

11번가가 기존 브랜드 로고에 색상의 다양함을 더한 새 로고(CI/BI)를 6일 공개했다.

11번가의 새 로고는 기존 로고에 그라데이션으로 색상의 다양함을 추가했다. 기존 붉은 색상의 단색 로고에서 탈피해 ▲고객(주황) ▲쇼핑(빨강) ▲경험(핑크) 등 세가지 핵심 요소를 각각의 색깔에 담아 그라데이션으로 하나로 이어지며 표현되는 형태다.

'고객+쇼핑×경험' 즉 고객과 쇼핑 서비스가 만나 배 이상의 만족스러운 경험을 제공한다는 의미를 담았다.

11번가의 새 로고와 함께 11번가 앱 아이콘(사진)부터 11번가 서비스 내 배너, '구매하기' 버튼 등 모든 구성요소에 그라데이션 컬러의 변경사항이 반영될 예정이다.

기존 서비스내 디자인들은 더욱 단순

/김서현 기자 seoh@



하게 정리된 형태로 제공된다. 단순한 디자인과 로고의 다채로운 색상의 조화로 직관적이지만 구석구석 생기를 느낄 수 있는 11번가만의 고객 경험을 선사한다는 계획이다.

하형일 11번가 사장은 "올해 11번가는 기존과 완전히 다른 버전의 11번가로 지속성장을 위한 모든 전략과 투자를 집중하고 있다"며 "새로운 11번가로 고객들이 달라진 11번가를 통해 다채로운 쇼핑의 즐거움과 만족스러운 경험을 받도록 하겠다는 11번가의 다짐이자 지향점이 될 것"이라고 밝혔다.

세븐일레븐 초저가 PB '굿민'에 생활용품 추가

세븐일레븐이 초저가 생활용품 브랜드 '굿민(Good People)'을 확대한다고 6일 밝혔다.

세븐일레븐은 지난 6월 굿민을 론칭한 데 이어 '굿민 프로젝트 2탄'을 통해 마스크, 물티슈, 화장지 등 생활용품 4개 품목을 출시한다.

구체적으로는 ▲KF-AD(5입) 마스크 ▲천연펄프롤화장지(30롤) ▲보습

미용티슈(200매*3) ▲물티슈(70매×4)로 구성됐다. 보습미용티슈는 로션이 도포돼 촉감이 부드럽고 물티슈는 일반 물티슈다.

세븐일레븐은 굿민 2탄 출시를 기념해 9월 한 달간 농협카드 1만원 이상 굿민 상품 구입 시 20% 할인 혜택을 제공한다.

/김서현 기자