‘기적의 생환’ 도운 커피믹스… 기호품이자 비상식량 주목

봉화 광산 매몰사고 생환 광부들
커피믹스 30봉지 생존 도움 밝혀
4~5개면 밥 한 공기 수준 열량

이철우 경북도지사가 11일 오전 안동병원 1층 로비에서 열린 경북 봉화군 아연광산에서 작업 중 매몰됐다가 221시간 만에 극적으로 구조된 광부 박정하 씨 퇴원 기자회견에서 커피믹스를 전달하고 있다. /뉴시스

“커피믹스를 마시면서 버텼습니다.”

경북 봉화군 아연 채굴 광산에 고립됐다가 221시간 만에 기적적으로 구조된 광부 두 명이 커피믹스 30봉지가 생존에 도움이 됐다고 밝히면서 커피믹스가 ‘재난식량’으로 떠올랐다.

커피믹스는 1976년 첫 출시됐다. 당시 커피는 고급 제품이란 인식이 강했고, 부유층이 낚시, 캠핑 등 아웃도어 활동 중 마시는 음료에 가까웠다. 이후 사무실에 냉온수기가 보급된 80년대 후반부터 큰 인기를 끌었다.

커피믹스는 커피 원두만 함유된 아메리카노와 달리 커피, 크림, 설탕 등 에너지를 낼 수 있는 영양소가 들어있다.

동서식품의 ‘맥심 모카골드 마일드’의 1개당 열량은 50㎉다. 나트륨은 5㎎, 탄수화물 9g, 당류 6g, 지방 1.6g, 포화지방 1.6g이 들어있다. 커피믹스 4~5개는 밥 한 공기(150g) 칼로리(215㎉)와 맞먹는 수준으로 적지 않은 열량을 낸다.

식품 기업에 몸담고 있는 권은서(식품영양학 석사) 씨는 “고립됐을 당시 커피믹스가 단순 생존을 위한 열량 중심의 공급원 역할을 한 것으로 보인다”며 “그렇지만 단백질, 지방, 탄수화물 등 3대영양소가 고루 갖춰져있는 식품으로는 볼 수 없다”고 설명했다.

게다가 커피믹스의 당과 프림 속 식물성경화유지에 대한 유해성 논란은 지속적으로 있어왔다.

커피믹스 당 함유량은 6g이다. 당류 1일 영양성분 기준치는 100g이며 이 중 가공식품을 통한 당류의 1일 권장 섭취량은 50g이다. 당류는 에너지를 내는 중요한 에너지 공급원이지만 과량 섭취 시에는 지방으로 전환돼 축적되므로 섭취량을 조절해야 한다.

또한, 크림 속에 들어 있는 식물성경화유지는 포화지방으로 과하게 섭취할 경우 심혈관계 질환의 위험성이 있어 가급적 섭취를 자제해야 한다.

커피 속 카페인도 극적인 환경에서 도움이 됐을 것으로 보인다. 권 씨는 “카페인은 각성효과가 있어 일시적으로 피로를 풀어 준다. 하지만, 과다 섭취시 이뇨작용, 불면증, 신경과민 등의 증상을 일으킬 수 있다”고 말했다. 이어 “커피믹스의 높은 열량과 카페인이 극한의 상황에 처한 광부들의 생존에 도움을 줘 재난식량으로 떠올랐지만, 일상 생활에서 커피믹스의 과한 섭취는 영양학적으로 주의가 필요하다”고 덧붙였다.

광부들이 고립 기간에 커피믹스를 먹으며 버텼다는 소식이 전해지면서 커피믹스를 만든 대표적인 회사인 동서식품의 주가가 오르기도 했다.

관계자는 “커피믹스가 뜨거운 물만 있으면 간편하게 마실 수 있는 제품이기 때문에 아웃도어 활동 하시는 경우에도 많이 챙기는 것으로 알고있다”며 “작업하시면서 쉴 때 드시려고 가져가셨는데 그런 상황이 발생해서 뜻하지 않게 도움이 된거 같다”고 말했다.

동서식품의 국내 믹스커피 시장 점유율은 판매액 기준 88.8%로 대부분을 차지하고 있다.

하지만 커피믹스 시장 규모는 점점 줄고 있다. 한국농식품유통공사(aT)에 따르면 2017년 1조원에 달했던 조제커피 시장 규모는 2020년 7800억원, 지난해 7500억원까지 줄어들었다. 올 상반기 커피믹스 매출은 3791억원으로 집계됐다. 반면, 홈카페 트렌드가 확산하면서 캡슐커피 시장은 성장하고 있다. 2018년 1000억원을 돌파한 국내 캡슐커피 시장 규모는 2020년 1980억원으로 2년 만에 2배 가량 증가했다. 올해는 2500억원을 넘어설 것으로 보인다. 커피믹스 1위 동서식품도 캡슐 커피 론칭도 고려하고 있는 것으로 전해졌다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

매출 ⬆ 영업익 ⬇… 노브랜드 등 사업 효율성 개선 나선다

신세계푸드 3분기 실적

매출 3732억, 영업이익 43억 기록
원부자재 가격, 인건비 상승 등 영향

송현석 대표가 식물성 런천 ‘베러미트’를 소개하고 있다. /신세계푸드

올 3분기 부진한 실적을 기록한 신세계푸드가 사업 효율성을 개선해 4분기 반등을 노린다.

13일 업계에 따르면 신세계푸드는 3분기 연결 기준 매출액 3732억원, 영업이익 43억원을 기록했다. 매출은 전년 동기 대비 8.7% 증가했지만, 영업이익은 21% 감소했다.

같은 기간 CJ프레시웨이는 매출액과 영업이익을 각각 7517억원, 352억원을 기록해 전년 동기 대비 33.5%, 114.9% 증가했고, 현대그린푸드 역시 매출액 1조155억원, 영업이익 283억원을 기록했다. 매출액과 영업이익은 각각 전년동기 대비 13.6%, 101.6% 증가한 수치다.

주요 식자재 ·급식 기업들이 엔데믹 효과로 실적 고공 행진을 이어가고 있는 것과 달리, 신세계푸드는 B2C 사업에 주력하고 있어 상황이 다르다. 올해 고물가 기조가 이어지는 가운데, 식품 제조 사업 부문에서 원부자재 가격 상승과 인건비 급증 영향으로 영업이익이 감소한 것으로 분석된다.

◆노브랜드 브랜드 강화해 수익 도모

신세계푸드는 코로나19 팬데믹으로 고전하고 있을 당시 대대적인 조직 개편 작업을 추진, B2B에 집중돼 있던 사업 포트폴리오를 B2C로 확대했다. 외식 사업을 키워 식품 유통의 안정적인 수익을 도모하겠다는 의도였다.

실제로 신세계푸드가 운영하는 노브랜드 버거는 가맹 사업을 시작한 이후 1년만에 100개 점포를 돌파했고, 지난 9월까지 190개 매장으로 확대했다.

최근에는 신세계푸드의 피자 브랜드 노브랜드 피자가 첫 배달·포장 전용 테스트 매장을 서울 강남구 역삼동에 오픈했다. 역삼점은 도미노피자 본사에서 불과 약 350m 떨어진 거리에 자리를 잡아 눈길을 끈다. 지난 3월 오픈한 1호점(대치점)이 플래그십 스토어 성격의 매장이었다면, 2호점은 실제 가맹사업 운영에 필요한 비즈니스 모델을 시험하기 위한 매장이다. 신세계푸드는 역삼점 운영을 통해 수익구조를 분석하고 내년 초부터 가맹사업에 돌입한다는 계획이다.

◆4분기 실적개선 계획

신세계푸드는 올 4분기 급식, 식품제조, 식자재유통, 베이커리, 외식 등 전 사업 부문의 고도화를 추진해 실적을 개선할 계획이다. 식자재 유통 부문 강화를 위해 올반 상품군도 늘린다.

신세계푸드는 최근 2년동안 올반을 앞세워 가정간편식(HMR) 사업을 강화했다. 소포장 육류, 중화요리, 옛날통닭 등을 선보이며 실적 상승에 힘을 보탰다.

SSG랜더스와 협업한 마케팅도 강화한다. 노브랜드 버거는 SSG 랜더스 창단 후 SSG랜더스필드 내 전광판 및 TV, 모바일 중계를 통해 광고를 지속해서 노출하고 있다.

대안육 시장 공략에도 속도를 내고 있다. 지난 7월 베러미트 B2C 제품 식물성 런천 캔 햄 ‘베러미트’를 출시하고 서울 강남구 도산공원에 국내 최초 식물성 대체육을 전문 판매하는 팝업스토어 ‘더 베러’도 운영중이다. 베러미트를 미국 시장에서도 선보이기 위해 현지에 ‘베러푸즈’ 법인도 설립했다.

/신원선 기자 tree6834@

이마트

30일까지 TV 할인전 개최

이마트는 30일까지 삼성, LG 등 유명 브랜드와 프리미엄 TV 할인전을 연다. 이번 할인전을 위해 마련한 사전 물량은 200억 원치에 달한다.

이마트는 할인 대전 핵심 상품으로 삼성, LG와 협력해 출시한 단독 모델 5종을 비롯해 다양한 사이즈/가격대의 QLED/올레드 TV에 대해 역대급 혜택을 제공한다.

특히 삼성 QLED 65, 75, 85인치 및 LG 올레드 65,77인치 행사모델의 경우, 행사카드 결제시 금액대별 상품권 증정 또는 할인, 이마트 APP 쿠폰 할인 등 최대 120만원 상당의 금액 혜택이 주어진다. /김서현 기자

SSG닷컴, ‘가치상점’ 오픈

SSG닷컴이 13일 소상공인·중소기업·지자체 상품과 행사를 한데 모은 모바일 중소상공인 상생관 ‘가치상점’을 열었다. 14일부터 20일까지는 오픈 기념 행사도 진행한다.

가치상점은 신선·가공식품과 일상용품 등 장보기 카테고리를 중심으로 약 800개 중소상공인 파트너사 5000여종 상품을 선보인다. 기존 쓱닷컴 ‘소상공인 전문관’ 상품을 비롯해 ‘중소기업 유통센터’와 같은 유관 기관, ‘경북세일페스타’ 등 지자체 지원사업과 연계한 상품과 행사를 한눈에 살펴볼 수 있다. ‘자신있게 추천하는 소상공인&중소기업 상품’ 탭에서는 중소상공인이 판매하는 농특산물·가공식품 중 품질이 특히 우수한 상품을 쓱닷컴 식품 바이어들이 직접 엄선해 제안한다.

이번 전문관 신설은 파트너사와 동반성장을 모색하는 ESG 경영의 일환으로 추진됐다. 앞서 SSG닷컴은 소상공인 전문관을 통해 우수 파트너사의 판로 확대를 지원해왔다. /김서현 기자

CJ제일제당, FNT 사업부문 신설… ‘바이오-식품’ 시너지 극대화

〈푸드&뉴트리션 테크〉

B2C DNA 결합… 혁신성장 가속화

CJ제일제당이 바이오와 식품 경쟁력을 결합해 시너지를 극대화한다.

CJ제일제당은 최근 조직개편을 통해 하이테크 기반 ‘FNT(푸드&뉴트리션 테크) 사업부문’을 신설했다고 13일 밝혔다.

바이오의 미생물 발효, 균주개발을 비롯한 원천기술 플랫폼 및 생산 인프라 등 차별화 경쟁력에 식품의 마케팅, 품질관리 역량 등 B2C DNA를 결합해 혁신성장을 가속화하기 위함이다.

최은석 대표는 임직원들에게 보내는 CEO 레터를 통해 “그룹 4대 성장엔진인 C.P.W.S(문화, 플랫폼, 건강지향, 지속가능성) 기반의 미래혁신 성장의 전략방향 아래, CJ제일제당이 크게 도전해 볼 사업분야로 이들 사업 영역을 선정하게 됐다”며 “이들 분야는 성장 잠재력이 매우 높을 것으로 전망되는 만큼, 새로운 미래 성장동력으로 만들고자 한다”라고 강조했다.

신설 조직의 신임 부문장으로는 바이오·식품 소재 사업에 대한 이해와 경험이 많은 최해룡 전 HNH사업본부장이 선임됐다.

이에 따라 CJ제일제당은 식품, 바이오, FNT, 피드&케어의 4개 사업부문으로 재편했다. 특히 FNT 사업부문 안에 기획·운영과 신사업개발부터 마케팅, R&D 조직까지 갖춰, 하나의 사업체로 움직일 수 있게 했다.

CJ제일제당은 FNT사업부문을 2025년까지 식품&뉴트리션 분야 토털 솔루션 제공자로 자리매김하기 위해 원료 경쟁력 강화, R&D 고도화 및 전략적 투자 등에 주력한다. 이를 통해 올해 연간 약 1조원 수준으로 예상되는 사업부문 매출을 2025년에는 2조원 이상으로 키우는 등 신성장동력으로 육성할 방침이다.

먼저, 미래 식품소재 분야에서는 기존 바이오사업부문 소속이던 HNH사업본부의 조직 및 기능을 토대로 차세대 원료소재 개발 및 사업 확대에 주력한다. 코로나19 이후 전세계적으로 건강에 대한 소비자 관심이 급속도로 커지면서, 건강 지향(웰니스) 식품소재 시장은 현재 약 692조원 규모에서 2025년에는 약 869조원 규모로 커질 것으로 예상된다.

뉴트리션 솔루션 사업의 경우, 영양과 건강에 신경쓰는 소비자의 니즈가 갈수록 세분화/다양화되고 있음을 감안해 고객(개인, 기업)이 원하는 ‘맞춤형 솔루션’ 사업 확대에 나선다.

/신원선 기자