

# 제과-바이오 투트랙 전략... 오리온 '제2의 도약' 나선다

작년 매출 22%, 영업익 25% 증가  
글로벌구매·물류팀 대표직속 개편  
올美·호주·日 등 주요국 입점 확대

'오리온바이오로직스' 설립·편입  
암 증증질환 진단분야 사업 추진

오리온그룹이 제과사업과 바이오사업의 역량 강화를 본격화해 '제2의 도약'에 나선다.

22일 업계에 따르면 지난해 역대 최대 실적을 달성한 오리온은 올해도 전망이 밝을 것으로 기대된다. 지난 1월 베트남과 중국 법인 실적이 주춤했지만 제조원가 상승 흐름이 꺾이면서 하반기부터 추가적인 실적 개선이 가능하다는 전망이다.

금융감독원 전자공시시스템에 따르면 오리온은 지난해 연결 기준 실적으로 매출액 2조8732억원, 영업이익 4667억원을 기록했다. 매출액과 영업이익은 각각 전년대비 22.0%, 25.1% 증가했다. 원부재료 가격 및 에너지 비용 상승 등 어려운 환경 속에서도 수익성 중심의 경영으로 호실적을 냈다.



오리온 본사 전경.

/오리온

이러한 성과의 중심에는 이승준 오리온 대표가 있었다. 오리온그룹은 지난해 이 대표를 한국법인의 수장으로 내정했다. R&D 전문가로 불리는 이 대표는 올해 기존 사업의 경쟁력 제고 외에도 건강 지향형 제품 성장에 집중할 전망이다. 오리온은 최근 생산본부 산하의 글로벌구매와 물류팀을 대표 직속으로 조직 개편하며 효율성 강화에 나섰다.

오리온 측은 "글로벌구매와 물류팀이 구매, 물류의 전사 총괄기능을 수행하는 역할을 강화하기 위해 조직개편을

단행한 것"이라고 설명했다.

본사가 해외사업의 구매와 물류의 헤드쿼터 역할을 맡아 수익성을 보다 강화하겠다는 전략이다. 원재료 구매 등을 통합적으로 실행하면 그만큼 원가를 절감할 수 있고 더불어 물류 효율성까지 제고할 수 있다.

오리온의 지난해 해외지역별 매출 성장률을 보면 중국은 14.9%, 베트남 38.5%, 러시아 79.4%를 기록했다. 해외에서 다각화한 제품 포트폴리오가 그만큼 흥행을 거둔 것으로 분석된다. 올

해는 미국, 호주, 일본 등 주요 국가의 대형유통채널 입점을 확대하는 한편 '쫄면'을 필두로 비스킷, 젤리 등 제품군을 다양화할 계획이다.

또 올해는 인도 시장 점유율 확대에도 속도를 낸다. 지난해 초코파이 1개 라인만을 가동한 인도에서는 이달부터 쫄면 생산을 시작, 하반기에는 파이류 제품군 라인도 증설한다.

IBK투자증권은 "오리온제과사업부는 한국 및 중국 이외 국가들의 성과가 가시화하면서 글로벌 식품 기업으로 안착할 것으로 보인다"며 공격적인 투자를 통해 관련 영역이 더 넓어질 것"이라고 분석했다.

이와 함께 오리온그룹은 지난해 12월 '오리온바이오로직스'를 설립해 자회사로 편입했고 1월에는 증자를 단행, 공격적인 인재 확보에 주력하는 모습이다.

앞서 오리온그룹은 발병률이 높은 암 증증질환 진단분야와 결핵백신을 구체적인 사업영역으로 낙점하고 2021년 3월 중국 제약업체 산둥루강의약과 손을 잡고 합자법인 산둥루강하오리요우를 설립했다.

그해 5월에는 국내 암 체외진단 기업 '지노믹트리'와 대장암 체외진단용 기

술 사용에 대한 계약금, 사업진행에 따른 마일스톤, 매출 발생으로 인한 로열티 등 지급에 합의하면서 중국 대장암 진단시장 진출을 알렸다. 지노믹트리가 중국 내 임상시험과 인허가를 위한 기술 지원을 받고, 오리온이 현지생산을 담당하는 식이다.

지난해 11월에는 바이오사업을 전문으로 하는 조직 설립이 필요하다고 판단하고 '하이센스바이오'와 오리온바이오로직스를 설립했다. 타깃 질환은 난치성 치과질환이며 치과치료제까지 영역을 넓혔다. 치과 신약개발 사업을 전개하는 한편 구강청결제, 치약 등의 약외품과 식품 소재 영역까지 진출할 방침이다.

하이센스바이오는 2017년 세계 최초로 상아질 및 치주조직 재생 원천기술 기반이 되는 '코핀7(CPNE7) 단백질 유래 펩타이드' 개발에 성공해 한국을 포함해 중국, 미국 등 총 11개 국가에 특허 등록을 완료했다. 오리온바이오로직스는 시린이 치료제 상용화를 위해 국내 임상1상에서 안전성을 확보하고 현재 임상 2a상을 진행 중이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 롯데쇼핑, 부산에 고객풀필먼트센터 짓는다

부산시와 상호협력 투자협약 맺어  
올해 말 착공, 2025년 완공 목표

롯데쇼핑이 22일 부산시청 영상회의실에서 부산시와 고객풀필먼트센터(CFC) 건설에 대한 상호협력협약을 골자로 한 투자협약(MOU)을 맺었다. 협약식에는 박형준 부산시장과 김기영 부산진해경제자유구역청장, 김상현 롯데쇼핑 총괄 대표 부회장이 참석했다.

롯데쇼핑은 올해 말 부 강서구 국제산업물류도시에 영국 리테일테크 기업 오카도의 오카도 스마트 플랫폼(OSP)가 적용된 첫번째 CFC 착공에 들어간다. 2025년 완공이 목표다.

CFC 건립지역인 부산 강서구 국제산업물류도시는 부산시와 부산진해경제자유구역청이 글로벌 물류허브 도약을 목표로 적극적인 기업유치활동을 통해 구축한 물류 클러스터다.

롯데쇼핑 부산 CFC는 부산지역 최초의 온라인 그로스리 전용 자동화 물류센터가 될 전망이다. 부지면적 약 4만㎡ 규모로, 일 3만건 이상의 배송을 처리할 수 있어 부산뿐 아니라 창원, 김해



김상현 롯데쇼핑 총괄대표, 박형준 부산시장, 김기영 부산진해경제자유구역청장(왼쪽부터)이 22일 부산광역시청에서 협약서를 들고 있다. 롯데는 1조원을 투자해 부산에 오카도 스마트 플랫폼이 적용된 고객풀필먼트센터를 짓는다. /부산진해경제자유구역청

등 주변 지역 고객에게 한층 향상된 쇼핑 경험을 제공할 것으로 보인다. 건립 후 일자리는 2000여 개 이상 창출 될 것으로 전망된다.

부산 CFC에는 OSP의 모든 첨단 시스템이 적용된다. 데이터 및 인공지능(AI)에 기반한 철저한 수요예측 및 재고 관리, 효율적인 배송 및 배차 서비스가 유기적으로 연결된다. 피킹과 패킹, 배송 및 배차에 이르는 모든 과정이 자동화로 이루어지며, 이를 통해 국내 소비자들이 온라인 장보기 과정에서 겪어왔던

상품 변질, 품질, 상품 누락, 오배송, 지연 배송 등 불편함이 획기적으로 개선될 것으로 예상된다. 앞서 지난해 11월 롯데쇼핑은 영국의 온라인 유통기업인 오카도와 파트너십 계약을 체결하고 약 1조원을 투자할 예정이라고 밝혔다.

이날 협약식에 참석한 박형준 부산시장은 "최첨단 자동화 물류센터의 첫번째 부지로 부산을 선택해 주어 감사하다"며 "시에서는 다양한 맞춤형 정책으로 롯데쇼핑 CFC 건립을 적극 지원하겠다"고 말했다. /김서현 기자 seoh@

## 오비맥주, 생산공장 일대 '하천정화' 활동

'세계 물의 날' 맞아 3곳서 실시

오비맥주가 '세계 물의 날(3월 22일)'을 맞아 3개 생산공장 인근에서 하천 정화활동을 실시했다고 22일 밝혔다.

오비맥주는 매년 3월 물 부족과 수질 오염에 대한 경각심을 일깨우고 물의 소중함을 되새기기 위해 청주, 광주, 이

천 3개 공장 인근 하천 일대에서 환경정화 활동을 펼치고 있다. 올해는 조깅을 하며 쓰레기를 줍는 플로깅(쓰레기를 주우며 조깅하기)에 더해 'EM 흙공 던지기'도 하며 환경 개선에 더욱 적극적으로 나섰다.

전날 오전 오비맥주백재승 생산본부 부사장과 직원들은 청주시 서원구 김을

오 구청장, 서원구청 관계자들과 함께 청주시 서원구 무심천에서 플로깅과 'EM 흙공 던지기'를 실시했다. EM 흙공은 황토에 유용 미생물을 섞어 만든 흙공으로, 오염된 하천의 수질 개선과 악취 제거에 효과적이다.

오비맥주 광주공장은 금일 공장 인근의 영산강에서 플로깅 활동을 펼쳤다. 이천공장 임직원들도 같은 날 공장 외곽과 인근 소하천에서 쓰레기 줍기를 펼쳤다. /신원선 기자

## 스타벅스, 영업시간 복귀 기념 별 추가적립

'이브닝 딜라이트' 이벤트

코로나19로 매장 영업시간을 단축 운영해온 스타벅스코리아가 영업 시간을 복귀 운영함에 따라 '이브닝 딜라이트' 이벤트를 진행한다.

스타벅스코리아는 23일부터 4월5일까지 2주간 오후 5시 이후 스타벅스 매장을 방문하는 고객들에게 별 추가 적립 행사를 진행하며, 고객 혜택을 강화한다고 22일 밝혔다. 행사 기간 동안 오후 5시부터 11시까지 등록된 스타벅스 카드로 모든 제조 음료 구매 시 영수증 당 별 3개를 추가로 적립해 제공한다.

'이브닝 딜라이트' 이벤트는 스타벅스 리워드 회원 중 웰컴, 그린, 골드 레벨 회원이 본인 계정에 등록된 스타벅스 카드로 결제하면 참여 가능하며, 개인적으로 음료 구매 시에도 에코별 적립과 개인별 할인도 모두 가능하다.

앞서 스타벅스는 지난 2월 'Back to 99' 행사를 통해 스타벅스에서 가장 인기 있는 커피 음료인 카페 아메리카노를 1999년 가격인 2500원에 판매했으며 3월에는 '카페 라떼'를 구매하는 고객에게 에스프레소 샷을 무료로 추가 제공하는 이벤트를 진행하며 스타벅스의 커피 정통성을 강조한 바 있다. /신원선 기자

## CJ제일제당 비건음료 '얼티브' 라인업 확대

식물성 식품을 선호하는 소비 트렌드가 확산되고 있는 가운데, CJ제일제당이 비건 음료 '얼티브' 라인업 확대에 나선다.

유로모니터에 따르면 국내 대체유시장 규모는 2021년 6942억원으로 4년 전 대비 23% 성장했으며, 오는 2026에는 1조원을 돌파할 것으로 전망된다.

CJ제일제당은 이 같은 트렌드를 주도하기 위해 22일 식물성 대체유 브랜드 '얼티브(ALTIVE)' 신제품 5종을 출시했다고. 이번에 선보인 제품은 ▲얼티브 오리지널 2종 ▲얼티브 바리스타 1종 ▲비건 커피 2종으로, 고객의 니즈에 맞춰 종류와 용량을 다양하게 구성했다.

먼저 얼티브 오리지널은 지난해 6월 첫 출시된 얼티브 플랜트유를 리뉴얼한 제품이다. 현미와 완두 단백질을 혼합해 기존 고단백·고칼슘 특성은 유지하



면서, 국내산 현미액을 더해 소비자들이 선호하는 부드럽고 자연스러운 맛을 강화했다. 또, 기존에는 1L 제품만 판매했다면, 소비자 편의성을 위해 소용량인 190ml와 730ml 두 제품으로 구성했다.

얼티브 바리스타는 달지 않고 부드러운 맛과 라떼를 만들기 위해 최적화된 크리미한 질감이 특징으로, 커피나 차에 넣어 풍미를 살리는 데 활용하기 좋다. 커피 전문점에서 음료 제조에 사용하기 좋도록 가장 많이 쓰이는 730ml 용량으로 출시했다. /신원선 기자