

# “하늘에서 ‘K-푸드’ 즐겨요”... 식품업계, 기내식 개발 속도

**CJ제일제당 티웨이항공과 ‘맞손’ 소고기 버섯죽 등 기내식 2종 선배 호주 콰타항공 ‘비비고 만두’ 제공**

**신세계푸드, 대한항공C&D 협약 식물성 기내식 메뉴 개발 나서**

**아워홈 기내식 업체 ‘하코’ 인수 10개국 항공사에 기내식 제공**



대한항공C&D - 신세계푸드 MOU 체결식. 지난 10일 서울 성동구 신세계푸드 본사에서 신세계푸드 송현석 대표(왼쪽 네번째)와 대한항공 C&D 최덕진 대표(왼쪽 다섯 번째) 등 관계자 10여 명이 참석한 가운데 양사간 상호협력 증진 및 유기적 협력체계 구축을 위한 업무협약식이 열렸다. /신세계푸드

식품업계가 여행객 수요가 증가함에 따라 기내식 사업을 확장하고 있다.

기내식은 높은 고도에서 운항하는 항공기 내부 환경을 고려해야 하기 때문에 항공사 자체만으로는 개발이 어렵다. 이런 이유로 항공사들은 식품기업과 손잡고 기내식을 개발하는 추세다.

식품사 입장에서 기내식 사업은 새로운 수익원이자 외국인들에게 K-푸드를 알릴 수 있는 기회이기도 하다. 항공사의 경우 차별화된 서비스 제공으로 고객을 확보할 수 있어 기내식 개발에 힘을 주고 있는 분위기다.

20일 <메트로경제신문> 취재를 종합해보면, CJ제일제당은 끊임없는 R&D 연구와 전용라인 투자를 통해 기내 환경에 최적화된 조리과 취식 조건을 확보하고 최상의 맛 품질 구현에 힘썼다. 그 결과, 국내 최초로 완제품 냉동 기내

식 개발에 성공, 지난해부터 국내 주요 항공사에 기내식 서비스를 운영 중이다.

지난 5월에는 저비용항공사(LCC) 티웨이항공과 손잡고 기내식 메뉴 2종을 선보였다. 비행시간이 10시간 이상 걸리는 유럽행 노선에 제공되는 메뉴로 ‘소고기 버섯죽’과 ‘소시지&에그 브런치’를 제공한다.

기내 조리 조건에 맞춰 최적의 죽 식감, 토핑의 구성과 크기를 적용해 부드러우면서도 씹는 맛이 조화롭다. ‘소시지&에그 브런치’에는 CJ제일제당의 차별화 기술인 ‘에어 셀(Air-cell)’ 기술을 적용해 포슬포슬함을 살렸으며 기

내 오븐 조리에 최적화된 부드러운 식감을 구현했다.

이달부터는 호주 최대 규모 항공사 콰타항공(Qantas) 기내식으로 비비고 만두를 제공하고 있다. 호주에서 영국(런던), 싱가포르, 필리핀(마닐라), 일본(도쿄), 캐나다 등을 오가는 국제선과 퍼스(Perth)행 국내선 승객들의 간식으로 제공중이다. 전 세계 주요 도시에 노선을 운영하는 만큼 비비고 만두의 글로벌 인지도 향상에 도움이 될 것으로 기대된다.

신세계푸드는 대한항공C&D와 업무협약을 맺고 가치소비 고객의 선택 폭을 넓히기 위해 식물성 기내식 메뉴 개



CJ제일제당-티웨이항공 공동개발 기내식 신제품 2종(위), CJ제일제당이 호주 콰타항공에 납품하는 기내식 비비고 만두. /CJ제일제당

발에 나섰다.

대한항공C&D는 신세계푸드의 식물성 대안식품을 활용한 기내식 메뉴 개발과 항공사 공급을 확대하고, 신세계푸드는 식물성 기내식에 적합한 대안식품의 개발뿐 아니라 한식, 중식, 양식 등에 최적화 할 수 있는 메뉴를 제안하며 대한항공C&D가 수준 높은 식물성 기내식 공급을 할 수 있도록 돕는다.

신세계푸드 측은 “건강, 가치소비 등의 이유로 식물성 대안식품을 즐기는 고객들이 항공사 기내식으로도 다양한 메뉴 선택을 할 수 있도록 대한항공C&D와 뜻을 모으게 됐다”고 말했다.

아워홈은 일찍이 지난 2018년 한진중

공업그룹의 기내식 서비스 업체 하코(HACOR)를 인수하고 기내식 시장에 뛰어 들었다. 업무협약이 아닌 기존 기내식 업체를 인수해 직접 미국, 싱가포르, 일본, 튀르키예 등 10개국의 글로벌 항공사에 기내식을 제공하고 있다.

인수하고 이듬해인 2019년 하코의 매출은 721억원이었지만, 코로나19의 여파로 2020년 247억원, 2021년 244억원으로 매출이 급감했다. 이후 엔데믹으로 전환하고 하늘길이 열리면서 매출은 지속 성장세다.

지난해 하코 법인의 매출은 871억원으로 전년(622억원) 대비 40.0% 증가했다. 아워홈이 하코를 인수한 후 최대 매출이다.

아워홈은 하코를 등에 업고 글로벌 사업에도 힘을 실을 것으로 보인다. 아워홈이 주력하고 있는 지역은 미국으로 기내식 사업 외에 2021년 미국 우정청 구내식당 위탁 운영 계약을 체결하며 미국 사업을 확대했다.

업계 관계자는 “기내식으로 제품을 공급하게 되면 외국인 승객을 상대로 홍보효과를 거둘 수 있다”며 “현재도 기내식 외에 해외에서 인지도가 높아진 식품(라면, 만두)을 찾는 고객은 꾸준히 늘고 있다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 나라셀라, 이마트서 특별와인 3종 선배

**‘브랜드 나파 밸리 레판드르’ 등 와인장터서 특별한 가격에 판매**

국내 와인 유통업계 1호 상장사인 나라셀라가 오는 18일부터 24일까지 진행되는 이마트 가을 와인장터에 그동안 보기 힘들었던 특별한 와인을 선보인다.

이번에 선보이는 특별한 와인은 ‘브랜드 나파 밸리 레판드르’와 ‘마리타나 라 리비에르 샤도네이’, ‘비에티 바롤로 카스틸리오네’ 3종이다.

먼저 ‘브랜드 나파 밸리 레판드르’는 나라셀라와 브랜드 나파 밸리가 협업해 탄생한 와인으로 세계적인 컬트 와인메이커 ‘필립 델카’가 와인메이킹을 총괄했다. 소문이나 유행이 ‘퍼지다’, ‘퍼트리다’는 뜻의 프랑스어 ‘레판드르’는 와인의 향이 기분 좋게 퍼지는 의미를 담았다. 오크빌의 파워풀하고 강인한 생명력을 가장 잘 보여주고 있는 카버네 소비뇽을 주품종으로 사용한 보르도 블렌딩 와인이다.



나라셀라가 18일부터 24일까지 진행되는 이마트 가을 와인장터에서 특별한 와인을 선보인다. /나라셀라

‘마리타나 라 리비에르 샤도네이’는

캘리포니아 와인의 대부 ‘도널드 파츠’가 러시안 리버 밸리의 테루아에 매료된 이 지역의 교과서적인 와인을 만들었다는 도전과 철학이 담긴 와인이다.

‘비에티 바롤로 카스틸리오네’는 이태리 피에몬테에서 최초로 ‘싱글 빈야드’ 개념을 접목한 와이너리인 바롤로와 바르바르스코 크뤼의 선구자, ‘비에티’의 와인이다. 이 와인은 바롤로 지역의 작은 밭에서 수령이 10~45년 된 포도나무를 선별해 수확한 후 각 테루아의 특징을 담아내기 위해 별도의 양조 과정을 거치고 30개월간 오크통에서 숙성 후 병입 전 최종 블렌딩을 통해 완성된다.

가을 와인장터 기간 동안 전국 이마트에서 추천 와인뿐 아니라 나라셀라의 다양한 와인을 특별한 가격에 만나볼 수 있다.

/신원선 기자

## 푸드부터 패션·뷰티까지 ‘편의점의 진화’

**‘세븐일레븐 뉴웨이브 오리진점’ 오픈**

세븐일레븐이 고객 맞춤형 생활 플랫폼 형태의 ‘세븐일레븐 뉴웨이브 오리진점’을 새롭게 오픈했다고 20일 밝혔다.

세븐일레븐 뉴웨이브 오리진점을 통해 푸드부터 패션, 뷰티까지 고객 맞춤형 상품 구성과 현대적인 공간을 선보여 젊고 트렌디한 브랜드 이미지를 구축하고 가맹점 경쟁력을 강화하겠다는 게 세븐일레븐 측 설명이다. 매장은 코리아세븐 본사가 있는 서울 강동구 이스트센트럴타워 1층에 약 35평 규모로 자리 잡았다.

먼저, 세븐일레븐은 이번 신규 매장 카운터를 식품 코너 형태로 조성했다. 소비자는 즉석 피자, 군고구마, 커피, 치킨, 구슬 아이스크림 등 세븐일레븐의 대표 즉석식품을 한눈에 보고 구매할 수 있다.

신선식품 특화 구역도 새롭게 선보인다. 세븐일레븐에 따르면 과일, 달걀 등 신선식품을 소용량부터 대용량까지 다양하게 갖춰 여러 고객층의 장보기 편의를 높였다. 와인코너에서는 MD 추천 와인 등 120여 종의 차별화된 주류와 5미터 길이의 넉넉한 시음 공간을 제공한다.

패션·뷰티 상품도 별도 공간으로 구성됐다. 패션·뷰티 전용 공간은 지난달 27일 선보인 패션·뷰티 특화 점포인 ‘동대문 던던점’의 축소형이라고 세븐일레븐은 설명했다.

특히 패션 코너에서는 인기 캐릭터 문과의 협업으로 세븐일레븐 단독 의류를 판매한다. 이 외에도 양말 전문 브랜드 삭스탑의 패션 양말 10여 종과 함께 마녀공장, 센카, 셀퓨전씨, 메디필 등 8개 뷰티 브랜드의 20여 가지 상품을 뷰티 공간에서 만나볼 수 있다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## 신세계百貨, 日 오사카에 ‘K패션 팝업’

**국내 14개 브랜드... 연말까지 진행**

신세계백화점의 K패션 해외 진출 지원 플랫폼인 ‘신세계 하이퍼그라운드 (옛 K패션82)’는 일본 오사카 한류백화점 한큐우메다본점에서 ‘K패션 팝업 프로젝트’를 진행한다고 20일 밝혔다.

신세계 하이퍼그라운드가 14개 국내 패션 브랜드와 함께하는 이번 팝업은 한큐우메다본점 3층에서 12월 31일까지 11주간 이어진다.

앞서 10월 16일부터 첫 주자로 나선

디자이너 가방 브랜드 ‘칼린’을 시작으로 유니섹스 캐주얼 브랜드 ‘레스트앤 레크레이션’, 디자이너 여성복 브랜드 ‘다이애그널’ 등을 차례로 선보인다.

한큐우메다본점은 일본 전역의 백화점 중 매출(거래액) 규모가 2위인 점포로, 현지 VIP부터 외국인 관광객까지 다양한 고객군이 찾는 오사카 최대 쇼핑 랜드마크다.

신세계 하이퍼그라운드는 신세계백화점이 지난해 업계 최초로 만든 K패션 수출 지원 B2B(기업 간 거래) 플랫폼인 ‘K

패션82’의 새 이름이다. 온라인 도매 채널을 운영하며 국내 신생·중소 패션 브랜드와 해외 바이어를 연결하고, 오프라인에서 계약·통관·물류 등 까다로운 수출 절차를 대행하는 역할을 하고 있다.

이번 팝업 프로젝트는 해외 시장을 다각적으로 공략하기 위한 노력의 일환이다. 기존엔 브랜드와 바이어, 즉 기업 간 연결에 역할에 집중했다면 이번엔 현지 소비자들에게 직접 K패션 브랜드를 소개해 인지도와 친밀도를 높이는 것을 목표로 한다. 팝업을 통해 브랜드의 시장 잠재력을 가늠할 수 있어 향후 수출 판로를 개척하는 데도 도움이 될 것으로 보인다.

/최빛나 기자 vitna@

## 롯데百貨, 100여개 장난감브랜드 최대 80% ↓

**잠실점서 ‘아이큐박스’ 패밀리 세일**

롯데백화점은 잠실점 8층 행사장에서 ‘아이큐박스’ 패밀리 세일을 진행한다고 20일 밝혔다.

오는 25일부터 27일까지 주말 3일간 진행되는 이번 행사는 총 100여개의 장난감 브랜드를 최대 80% 할인한 가격으로 판매한다.

아이큐박스는 프리미엄 유럽 완구 브

랜드부터 국내 유명 완구 브랜드까지 다양한 장난감을 판매하는 토털 완구 편집숍이다.

이번 행사에선 아이큐박스가 공식 수입 및 유통하는 ‘플레이모빌’ ‘브리오’ ‘플레이포에버’ ‘테크노디다티카’ 등 해외 브랜드부터 ‘캐치티니핑’ ‘미미월드’ ‘옥스포드’ 등 국내 유명 장난감 브랜드까지 총 100여개 브랜드를 한번에 만나볼 수 있다.

/최빛나 기자