

유산균·홍삼 등 본캐 넘어 '화장품' 부캐 키우는 기업들

하이트진로 계열사 서영이엔티 신사업 모색 비엔비코리아 인수 hy, 브랜드 '프레딧 뷰티' 강화 자체개발 '피부 유산균 7714' 사용 KGC인삼공사 '랩1899' 론칭 진생 세럼·크림 등 3종 선보여



화장품을 구매하기 위해 매장을 찾은 외국인 관광객들. /CJ올리브영

식품업체들이 저성장 위기를 타개하기 위한 신사업으로 뷰티 분야를 낙점하고 시장에 출시표를 내밀고 있다.

하이트진로그룹 계열사 서영이엔티는 화장품 제조사 비엔비코리아를 인수했다. 서영이엔티는 가공식품 도소매업과 맥주 냉각기를 제조하는 종합식품기업이다. 그동안 식품·생맥주 기자재 관련 사업을 기반으로 실적을 유지했으나 최근 경쟁이 심화되며 시장의 불투명성을 극복하고자 신사업을 모색해왔다는 설명이다.

서영이엔티는 다른 ODM사 대비 높은 상품 개발 역량, 차별화된 자체 프로세스 등을 비엔비코리아 인수 결정 요

인으로 꼽았다. 비엔비코리아는 매년 괄목할 만한 실적 성장세를 보이고 있다. 지난해 매출과 영업이익은 442억원, 70억원으로 전년(329억원, 46억원) 대비 각각 34.3%, 52.2% 늘었다. 올해 목표는 매출 730억원, 영업이익 150억원이다. 매출로 따지면 국내 화장품 ODM 업계 15위권이며 '달바', '메디큐브', '더마팩토리', '닥터팍티' 등 100여개 중소 화장품 브랜드를 고객사로 뒀다.

허재균 서영이엔티 대표이사는 "비엔

비코리아 인수를 통해 종합 식품을 뛰어넘어 라이프 스타일을 선도하는 기업으로 새롭게 도약할 것"이라고 말했다.

신세계그룹의 주류 전문 매장 '와인앤모어'를 운영 중인 신세계L&B도 화장품 업체와의 협업을 검토하고 있다. 최근 '와인앤모어 뷰티' 상표를 출원하고 와인을 활용한 화장품 출시를 검토 중인 것으로 알려졌다.

hy는 특허 유산균을 원료로 한 뷰티 브랜드 '프레딧 뷰티'를 강화하고 있

다. 식음료 기업 이미지에서 벗어나 종합 유통회사로 거듭나기 위함이다.

hy는 지난해 5월 'NK7714 하이퍼 부스팅 앰플'을 출시한 뒤 크림형 화장품, 선 에센스, 젤 클렌저 등을 차례로 선보이며 상품 라인업을 확대했다. 프레딧 뷰티는 자체 개발한 프로바이오틱스인 '피부 유산균 7714'를 사용한 것이 특징이다. hy가 5년간 연구개발한 끝에 식품의약품안전처에서 피부 건강 기능성 원료로 인증받았다. 자사몰 '프레딧'과 오프라인 무인 매장을 통해 제품을 판매중이다.

KGC인삼공사는 주력 사업인 홍삼의 시너지 극대화과 수익다각화의 일환으로 화장품 사업을 확대하기에 나섰다.

KGC인삼공사는 지난 3월 비건 화장품 브랜드 '랩1899'를 론칭하고 신제품 '레드 진생 팡타이드 세럼' '레드 진생 콜라겐 크림' '레드 진생 히알루론산 크림' 3종을 출시했다. 국내 출시 전 미국에서 선공개해 관심을 끌기도 했다. 비건 인구가 가장 많은 미국에서 성공 가능성을 확인한 뒤 다른 국가에도 진출

하기 위한 전략이다.

KGC인삼공사의 화장품 사업은 처음이 아니다. 홍삼 진액을 기반으로 한 '동인비'도 운영하고 있다. 연 매출은 200억원 수준이다. 회사는 환경친화적이고 동물 실험을 하지 않는 제품에 대한 수요가 증가함에 따라 비건 화장품 라인을 도입하게 됐다고 밝혔다.

이종산업의 화장품 시장 진출은 새로운 수익 창출을 위한 것으로 해석된다. 화장품 시장의 낮은 진입 장벽도 이유 중 하나로 꼽힌다. 한국콜마나 코스맥스 등 세계적인 수준의 ODM(제조자 개발 생산) 회사가 있기 때문에 자체 연구 개발 조직이나 제조 설비가 따로 없어도 화장품을 만들 수 있기 때문이다.

업계 관계자는 "수익성 다각화를 위해 화장품 시장에 뛰어들고 있지만, 차별성이 없으면 존재감을 드러내기 힘들다"라며 "이미 수많은 브랜드가 존재하고 있고, 그 수가 매년 늘어나고 있어 경쟁이 치열하다. 후발주자로 화장품 시장에서 단시간에 큰 성과를 내기는 어려울 것"이라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데웰푸드, 고객사에 기술력·유통 경쟁력 알렸다

'글로벌 파트너십 세미나' 개최 무설탕 수용성 등 응용사례 선보



지난 18일 롯데호텔 월드에서 열린 '롯데웰푸드 글로벌 파트너십 세미나 2024'에 참석한 글로벌 식품 소재사 임직원들. /롯데웰푸드

롯데웰푸드는 지난 18일 로케트코리아(Roquette Korea), 심라이즈(Symrise) 등 글로벌 식품 소재사들과 '롯데웰푸드 글로벌 파트너십 세미나 2024'를 개최했다고 23일 밝혔다.

서울시 송파구에 위치한 롯데호텔 월드에서 열린 이번 세미나에는 고객사 임직원과 연구원 등 100여명이 참석했다. 이번 세미나는 롯데웰푸드의 소재 연구개발 역량과 기술력, 유통 경쟁력을 알리고 고객사와 접점을 확대하기 위해 마련됐다. 롯데웰푸드는 이번 행사를 시작으로 향후 정기적인 세미나 개최를 통해 고객사와 적극적인 소통에 나설 방침이다.

세미나는 로케트코리아의 회사 및 제품 소개로 막을 열었다. 로케트는 1933년 프랑스에서 설립돼 식물성 소

재의 원료를 전 세계로 공급하는 글로벌 기업이다. 세계 100여 국가에서 활동하며 50억 유로에 달하는 매출을 기록하고 있다. 완두 단백질 등 다양한 식품 소재 분야의 선두 기업으로 2021년부터 롯데웰푸드가 국내 식품 유통 총판을 맡고 있다.

로케트코리아는 발표를 통해 식물성 조직 단백질과 무설탕 수용성 식이섬유,

당알콜 등의 원료와 응용 사례를 선보였다. 완두 단백질 브랜드인 '뉴트라리스(Nutralys)', 난소화성 말토덱스트린 브랜드인 '뉴트리오스(Nutriose)' 등 롯데웰푸드가 독점 유통하고 있는 기능성 원료들의 우수성을 소개했다. 헬스&웰니스에 대한 관심이 커지면서 기능성 식품 소재의 중요성은 앞으로 더욱 높아질 것으로 보인다. /신원선 기자

빙그레 '빵또아 고구마케이크'

빙그레가 달콤고소한 아이스크림 신제품 '빵또아 고구마케이크(사진)'를 출시한다고 23일 밝혔다.



빵또아 고구마케이크는 부드러운 카스텔라와 고구마맛 아이스크림이 조화를 이루는 빵샌드형 아이스크림이다. 고구마맛 아이스크림에 잘게 부서진 고구마맛 쿠키를 더해 달콤하고 고소한 풍미를 입안 가득 느낄 수 있다.

빙그레는 이번 신제품 출시를 통해 인기 베이커리 메뉴인 고구마 케이크를 아이스크림으로 즐기고자 하는 소비자들을 공략할 계획이다. /신원선 기자

NS홈쇼핑 '테팔' 기획전 실시

NS홈쇼핑의 온라인 채널인 NS몰에서 오는 31일까지 'NS푸드페스타 2024' 협찬사인 '테팔'의 기획전을 실시한다고 23일 밝혔다.

테팔 기획전 대표 상품인 '올뉴 테팔 매직팬츠' 화이트 골드 에디션 8종 세트(13만5000원)는 NS푸드페스타2024의 주요 프로그램인 쿠킹클래스에서 20대 참가자들에게 가장 반응이 좋았던 '매직팬츠' 시리즈 상품 중 하나다. 손잡이를 떼면 플레이팅도 수납도 깔끔하게 활용 가능하고, 조리 시작 타이밍을 보다 쉽고 정확하게 알 수 있는 열센서가 있어 편리하다.

스테인리스 스틸 최고급 라인으로 티타늄 입자가 들어간 코팅층과 굽힘에 강한 추가 마감층까지 더 강화된 티타늄 코팅과 3배 더 오래가는 논스틱 코팅이 특징이다. /최빛나 기자

갤러리아백, VIP고객 '부르고뉴 와인' 선호

구매와인 45% 부르고뉴 와인

연 1억원 이상 쓰는 백화점 VIP 고객들이 선호하는 와인은 프랑스 '부르고뉴 와인'과 '샴페인'으로 분석됐다.

갤러리아백화점은 지난달 서울명품관에 오픈한 프리미엄 와인숍 '더비노 494'의 매출을 기반으로 연간 1억원 이상 구매하는 VIP 고객들이 선호하는 와인을 분석한 결과 구매 와인의 45%는 부르고뉴 와인, 30%는 샴페인이었다고 23일 밝혔다.

프랑스 중동부에 위치한 부르고뉴 지방은 프랑스 정부가 지정한 특급 포

도밭이 가장 많은 와인 생산지다. '신의 물방울'이라 불리는 수천만 원대의 '로마네 콩피'도 부르고뉴에서 생산된 최고급 와인이다. 특히 재배하기 까다롭고 섬세한 맛을 지닌 '피노누아' 와인의 주 생산지로 와인 애호가들 사이에서 인기가.

부르고뉴 와인 중 더비노494에서 대표적으로 인기를 끈 와인은 ▲아르망 후소 주브레 샴페르팽 2016 ▲팡프 조르주 드 보귀에 뫼지니 그랑크뤼 2017 ▲엠마누엘 후제 본 로마네 2019로, 모두 피노누아 품종으로 만든 레드 와인이다. /최빛나 기자 vitna@

엘포인트 구독클럽 '김치 정기구독' 오픈

롯데멤버스 '롯데호텔 배추김치' 선택

롯데멤버스는 엘포인트 구독클럽의 두 번째 테마로 롯데호텔 김치 정기구독 서비스를 오픈했다고 23일 밝혔다.

구독클럽은 엘포인트 회원을 위한 테마형 구독 서비스로, 지난 5월 와인 테마를 오픈하며 첫 선을 보였다. 롯데멤버스는 4300만 회원 데이터를 기반으로 고객 관심사를 분석하고 다양한 제휴사와 협업해 취향에 맞는 선택지를 제공하고 있다.

이번 테마는 롯데호텔 배추김치다. 롯데호텔 고유의 레시피와 노하우로

원재료 재배부터 김치 제조까지 간단한 관리 하에 생산되는 것이 특징이다. 직접 엄선한 국내산 고품질 식재료만을 사용해 건강하고 깔끔한 맛을 자랑하며 당일 생산 및 출고돼 더욱 신선하게 즐길 수 있다.

정기구독을 신청하면 2회차부터 종료 회차까지 매월 3000포인트를 캐시백으로 되돌려준다. 또한 6개월 구독 완료 시 보너스 5000포인트, 12개월은 1만5000포인트가 추가 적립돼 최대 4만8000포인트의 혜택을 얻을 수 있다. 자세한 내용은 엘포인트 앱 내 엘라운지에서 확인 가능하다. /최빛나 기자