

# 저출산 위기 속... 유업계, 분유·가공유 수출 돌파구 마련

**롯데웰푸드 베트남 수출액 82% ↑**  
**매일유업 중국으로 분유 수출 확대**  
**남양유업 캄보디아 등 신흥시장 공략**  
**연세유업 멸균 가공유 해외 진출**

국내 저출산 기조가 고착화하면서 분유와 우유 매출이 줄어들자 유가공업체들이 해외로 눈을 돌려 분유와 가공유 수출에 힘쓰고 있다.

식품산업통계정보에 따르면 지난 2020년 2조4651억원 규모였던 현 우유 매출은 지난해 2조1531억원으로 12.6% 감소했다. 1인당 우유 소비량도 10년 새 감소했다. 낙농진흥회 우유소비통계에 따르면 지난 2012년 28.1kg을 기록했던 1인 우유 소비량은 2022년 26.2kg을 기록했다. 6.8% 감소한 것이다. 분유 시장 규모 역시 2017년 4314억원에서 2022년 2897억원으로 약 33% 감소했다.

이에 해당 업체들은 해외 분유 사업에 공을 들이고 있다.

10일 관련업계에 따르면 롯데웰푸드는 현재 베트남 호찌민과 하노이에 거점을 두고 '뉴본(Nubone)' 분유를 수출하고 있다. 뉴본은 영유아를 대상으로 성장과정에 따른 단계별 제품을 제안하는 브랜드다. 현지 상황에 맞는 과학적 영양 설계가 바탕인 '뉴본 1, 2단계'와 어린이 체중 증가에 중점을 둔



롯데웰푸드의 베트남 우수 거래처가 롯데웰푸드의 횡성 공장을 방문해 기념촬영을 하고 있다. /롯데웰푸드

'뉴본 플러스' 등 다양한 라인업이 지속적으로 좋은 반응을 얻으며 현재는 말레이시아까지 유통망 확대를 계획하고 있다.

특히 올해 1~10월 뉴본의 베트남 수출액은 전년 동기 대비 약 82% 증가하며 높은 성장률을 보였다. 롯데웰푸드 측은 "한국산 분유의 품질과 제품 안전성에 대한 신뢰도가 높아 베트남 시장에서 꾸준히 수요가 늘고 있다"고 설명했다.

매일유업은 국내에서 유일하게 국내 2개 공장에서 중국 수출용 분유를 제조하고 있다. 지난 7월 기존 평택공장 외에 아산공장이 중국에 분유를 수출할 수 있도록 제2공장 허가를 받은 것이다.

중국에 분유를 수출하기 위해서는 공

장 허가가 필요하다. 또한 공장당 3개 브랜드만 수출할 수 있다. 현재 중국에 수출하고 있는 브랜드는 '애사락명작' '매일궁' '우항항렬' '안송' '애폐송'이 있다.

매일유업에 따르면 올해 3분기 누적 해외 매출액은 477억원을 기록했다. 동기간 2022년에는 370억원, 지난해에는 455억원을 기록했으며, 코로나19로 줄었던 분유 수출이 회복세인 것으로 나타났다.

매일유업 관계자는 "기술력과 품질 좋은 프리미엄 유제품으로 경쟁력을 확보하고 수출 활로를 모색해 신시장 확대를 위해 노력하고 있다"고 말했다.

남양유업은 캄보디아를 포함해 중국, 베트남, 대만, 말레이시아(특수분유) 등에 분유를 수출하고 있다. 남양유

업에 따르면 분유 전체 수출액은 지속 증가해 2016년 500억원을 넘겼으나 사드 사태와 한한령 등으로 2020년 240억 원까지 감소, 현재는 한한령 해제와 캄보디아 같은 신흥시장에서 선방해 지난해 기준 300억원까지 매출을 회복했다. 수출 물량은 전체 분유 생산량의 절반 이상을 차지한다.

특히 캄보디아 분유 수출량은 지난해 2014년 대비 약 10배 가까이 증가했다. 캄보디아 전체 분유 수출물량의 80~90%가 남양유업 수출 실적에 해당한다.

남양유업은 투트랙 브랜드 전략으로 캄보디아 시장을 점수했다. 스테디셀러 제품인 '임페리얼XO'와 함께 현지 소비자를 위한 캄보디아 전용 분유제품 '스타그로우'를 론칭해 제품을 운영하고

다. 또 수입제품에 대한 관심을 유도하기 위해 한류에 관심이 많은 젊은 세대를 타겟으로 홍보 마케팅을 전개했다.

연세유업은 멸균 가공유 수출에 집중하고 있다. 연세유업은 지난 5월 중국에 멸균 가공유 제품 수출을 시작으로 8월에 대만, 11월에는 베트남, 몽골, 카자흐스탄, 싱가포르, 호주, 홍콩으로 수출 국가를 확대했다.

국내 유업계가 수입 멸균우유 증가로 경쟁이 심화되고 있는 상황에서 연세유업은 국산 원유의 우수성과 가치를 해외 시장에 알리며 새로운 성장 동력을 창출하겠다는 계획이다.

지난 5~10월 중국에서 판매된 연세유업 멸균 가공유의 누적 판매량은 약 300만팩에 달하며, 지난 한 달간 전체 수출 국가에서 판매된 멸균 가공유 판매량은 100만팩을 기록했다.

연세유업은 늘어나는 수요에 대응하기 위해 최근 시간당 4만팩의 멸균 제품을 생산하는 '테트라팩 E3' 장비를 도입했고 기존 4개 멸균 라인을 6개로 늘렸다.

업계 관계자는 "저출산 영향으로 국내 분유·우유 소비량이 줄어들면서 상황이 어려운 상황이다"라며 "해외 국가에서 품질력으로 경쟁력을 확보하고 시장 확대에 나서고 있다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## AI '메타덱스'로 모바일식권 보안 강화

**식신e식권, 지능형 결제 시스템 고도화**  
**타임 아웃 문제 해소·성능 개선**  
**결제 이상 탐지부터 데이터 분석**



식신e식권이 지능형결제를 고도화했다. /식신

푸드테크기업 식신은 자사 LLM(초거대언어모델) 기반 AI 솔루션인 '메타덱스'를 적용해 '식신e식권'의 지능형 결제 시스템을 한층 더 고도화했다고 10일 밝혔다.

최근 개발이 완료된 AI 솔루션 '메타덱스'를 식신의 모바일식권 서비스에 적용해 상시 보안 시스템을 강화하고 사용자별 이용 행태를 분석, 기존 형태에서 벗어난 비정상적인 결제가 발생했을 경우 시스템에서 즉시 파악해 대응할 수 있는 체계를 구축했다. 또한 통신 장애 상황에서도 결제가 이루어지도록 하는 '지능형 결제'를 한단계 업그레이

드하여 타임 아웃 등으로 발생할 수 있는 문제점을 줄였다.

메타덱스는 LLM 기반 AI 데이터 플랫폼이다. 이번 업데이트에서 베이스가 되는 데이터는 모바일식권 결제 데이터로, 메타덱스는 방대한 데이터 학습 및 분석을 통해 시스템을 지능화시키고 사용자의 니즈에 맞게 필요한 데이터를 추출할 수 있다.

또한 식신은 모바일식권 서비스 전체에도 메타덱스를 기반으로 한 효율화

작업에 나선다. 특히 구내식당 솔루션인 FS솔루션이 대상이 된다. 식권 결제, 매출 현황 및 매출 조회, 정산, 예약 관리 등의 기능을 고도화하여 인적 리소스를 현재보다 더욱 절감하여 케이터링에 꼭 필요한 시스템을 제공할 계획이다. 앞으로 사용자 및 계약 식당의 결제 데이터 학습 및 분석에서도 본 플랫폼을 활용한 AI기법 적용을 이어갈 예정이다.

식신 안병익 대표는 "메타덱스 플랫폼을 활용해 지속적인 서비스 성능 개선과 보안성 강화에 최선을 다할 것"이라고 밝혔다.

한편 식신은 국내 1위 모바일식권인 '식신e식권' 및 맛집 추천 서비스인 '식신'을 운영하고 있는 기업이다.

/신원선 기자

## "전시 끝난 크리스마스 트리, 숲으로 떠나요"

현대백 "지속 가능한 가치 전달"



현대프리미엄아울렛 김포점 전경. /현대백화점

현대백화점이 현대프리미엄아울렛 김포점·송도점·스페이스원·대전점 4개 점포에 설치된 크리스마스트리를 내년 봄 주요 공원과 도심 숲에 기부할 예정이라고 3일 밝혔다.

이번 현대백화점 크리스마스 시즌 인태리에는 친환경을 주제로 조성됐다. 특히 현대프리미엄아울렛 중앙 광장에 설치된 크리스마스트리 '트리팜'에는 플라스틱 대신 전나무 생목이 사용됐다.

이 트리는 오는 2025년 1월 15일 크리스마스 연휴가 끝난 뒤 검수를 거쳐 내년 봄 공원과 도심 숲으로 기부될 예정이다. 이번 기부 활동은 '그린 크리스마스'로 의미 있는 환경·사회·지배구조(ESG) 경영 행보를 이어가기 위한 목적이라는 게 현대백화점 측 설명이다. 본래 눈

이 내리지 않는 크리스마스를 뜻하는 '그린 크리스마스'는 최근 환경 보호에 대한 관심이 높아지면서 친환경적인 크리스마스를 의미하는 단어로 사용되고 있다.

현대백화점 관계자는 "농장에서 자란 트리 나무가 크리스마스를 맞아 많은 사람들에게 즐거움과 기쁨을 선물하고, 다시 자연으로 돌아가 숲을 이루는 뜻깊은 이야기를 담았다"고 설명했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## 현대그린푸드, 해외 단체급식서 한식 대중화 가속

aT 협업으로 해외 판로 확대

현대그린푸드가 한국농수산식품유통공사(aT)와 손잡고 해외 단체급식 사업장에 한식을 접목한 'K단체급식' 메뉴를 확대해 선보인다. 자사 HMR(가정간편식)과 중소 식품업체의 식재료, 우수 농산물을 활용한 K단체급식 레시피를 개발하고 식단 편성을 늘려 K푸드의 해외 판로 확대와 대중화에 힘을 보태기로 한 것이다. 현대백화점그룹 계

열 종합식품기업 현대그린푸드는 최근 aT와 '해외 단체급식 연계 K푸드 수출 확대를 위한 업무협약'을 맺고, K단체급식 대중화에 나선다고 10일 밝혔다.

이번 협약은 aT의 'K푸드 수출 지원 사업'의 일환으로 진행됐으며, 양측은 해외 단체급식 사업장에서 K푸드 메뉴 제공을 확대하고 중소 식품기업의 해외 판로 개척을 지원하며, K푸드 및 식자재 수출 확대를 위한 기반 마련 등에 적극 나설 방침이다.

현대그린푸드는 지난 5일과 6일 양일간 미국 기아 조지아 공장에서 HMR 제품과 중소 협력사의 식재료를 활용해 K단체급식 메뉴를 제공하는 'K-푸드 데이' 행사를 진행했다. 이번 행사에서 현대그린푸드는 떡볶이와 고자, 김말이를 제공하는 분식 메뉴를 비롯해 한국식 잡채를 활용한 잡채밥을 선보였으며, 볶음김치를 활용한 햄버거와 부리또, 불고기 피자 등 한식을 활용한 퓨전 메뉴도 함께 제공했다.

/신원선 기자

## SSG닷컴, 복지 플랫폼 제휴 확대 나선다

베네피아와 사업 시너지 극대화

SSG닷컴이 SK엔터서비스가 운영하는 기업 복지 플랫폼 '베네피아'와 전략적 제휴를 맺고 제휴 마케팅 채널을 확대한다고 10일 밝혔다.

베네피아는 약 3700개 고객사의 130만여명 임직원이 다양한 제휴처에서 복지 혜택을 편리하게 이용할 수 있도록 지원하는 국내 대표 직장인 복지 플랫폼이다. 임직원들은 복지 포인트 형태

로 제공받아 본인에게 적합한 혜택을 선택해 활용할 수 있다.

SSG닷컴에 따르면 이번 제휴는 양사 간 사업 시너지를 극대화하기 위해 추진됐다. 이를 통해 SSG닷컴은 구매력이 검증된 베네피아 제휴사 임직원을 신규 고객으로 확보할 수 있으며, 베네피아 고객들은 신선식품부터 명품까지 SSG닷컴에서 제공하는 신뢰도 높은 상품을 복지 포인트로 간편하게 구매할 수 있게 됐다.

/안재선 기자