

식품업계, 매각·철수로 수익개선 글로벌 확장 등 경영 효율화 나서

롯데월드푸드 제빵 증평공장 매각
인도 통합법인 설립, 글로벌 확장
CJ제일제당 그린바이오 매각 추진
글로벌기업 인수 등에 자금 쓸 듯
SPC ‘피그인더가든’ 매장 정리중
편의점·마트 등 리테일 사업 집중



챗GPT가 생성한 식품업계 합병 관련 이미지.

식품업계가 어려운 대내외 환경 속에서 경영 효율화를 위해 매각·철수카드를 빼들었다. 수익 창출이 낮은 사업을 매각하거나 철수하고 매각 자금을 활용해 새로운 성장 동력 발굴에 나서는 모습이다.

롯데월드푸드는 지난 7일 신라명과와 충북 증평군 도안면에 위치한 제빵사업부 증평공장 매각 계약을 체결했다. 이번 증평공장 매각은 자산 효율화 일환으로 진행됐다. 롯데월드푸드는 지난 2022년 롯데제과가 롯데푸드를 합병해 출범했다. 롯데월드푸드는 합병 후 제빵, 빙과 등 일부 중복 생산 시설을 대상으로 지속적인 생산 설비 효율화와 생산 품목 조정 등을 진행해왔다. 이로 인해 증평공장은 지난해 6월부터 운휴 상태에 있었다.

롯데월드푸드는 이번 매각으로 마련한 자금을 글로벌 사업 확장에 활용할 예정이다. 실제로 롯데월드푸드는 인도 통합법인 설립, 빼빼로 라인 설비 투자 등 글로벌 사업 확장에 힘쓰고 있다.

또 국내에서는 2200억원을 투입해 천안 빙과 공장을 증축 중이다. 2026년 증설이 완료되면 국내 최대 빙과 공장이 될 전망이다. 앞서 롯데월드푸드는 2023년 빙과 영업장과 물류센터를 통합하고 매가 브랜드 강화를 위해 비효율 품목을 축소했다.

CJ제일제당은 지난해 11월부터 그린바이오 사업 매각을 추진하고 있다. 사측은 “바이오 사업에 대한 다양한 전략적 방안을 검토 중에 있으며, 현재까

지 구체적으로 결정된 사항은 없다”며 “구체적 내용이 결정되는 시점에 다시 공시하겠다”는 입장을 내놨다.

투자은행 업계는 CJ제일제당의 그린바이오 사업부 매각금액을 5~6조 수준으로 전망했다. 업계는 CJ제일제당이 그린바이오 사업을 매각해 해외 투자나 글로벌 식품기업 인수합병 자금으로 사용할 것이라는 관측을 내놨다.

CJ제일제당은 ‘비비고’ 브랜드를 앞세워 미국을 포함한 북미지역을 비롯해 호주 등 오세아니아 등 글로벌 시장 확대에 적극 나서고 있다. 바이오 매각설이 나왔던 지난해 11월에는 CJ제일제당이 헝가리와 미국에서 8000억원 규모 신규 공장 투자 계획을 확정했다. 지난 2018년에는 CJ헬스케어를 매각한 자금으로 미국 냉동식품기업 ‘슈완스’를 인수한 바 있다.

SPC그룹은 샐러드 브랜드 ‘피그인더가든’의 오프라인 매장을 줄이는 추세다. SPC는 지난 2017년 서울 여의도에 피그인더가든 첫 매장을 열고, 코엑스·광화문·강남 등 7개 매장을 운영했지만 최근까지 여의도점을 제외하고 순차적으로 정리하고 있다.

지난해 영업을 종료한 매장은 강남·광화문·선릉·코엑스점 등이며, 올해는 여의도점을 철수했다. 현재는 편의점과 할인마트, 쿠팡·컬리 등 온라인 판

매처 20여 채널에서 약 70종의 제품을 판매 중이다.

SPC는 피그인더가든의 판매 채널 효율화 작업을 통해 편의점·마트 등 리테일 사업에 역량을 집중한다고 밝혔다. 지난해 피그인더가든 리테일 매출은 전년 대비 15% 증가했고, 편의점·온라인 샐러드 시장 점유율 1위를 기록했다.

신세계푸드도 부진한 사업을 과감히 정리하고, 수익성에 중점을 둔 사업 구조로 개편하고 있다.

업계에 따르면 신세계푸드는 지난달 공정거래위원회에 등록했던 ‘노브랜드 피자’ 정보공개서를 취소했다. 지난해 말부터 시작한 외식 피자 사업 철수 과정의 마무리 수순이다.

신세계푸드는 지난 2022년 3월 서울 대치동 1호점을 시작으로 노브랜드 피자 사업에 발을 들였다. 하지만 은평점·역삼점·서울대입구점 등 직영점 매장 3곳을 추가로 낸 뒤 가맹점을 모집하지 않았다. 신사업 테스트 이후 시장성이 없다는 판단에서다.

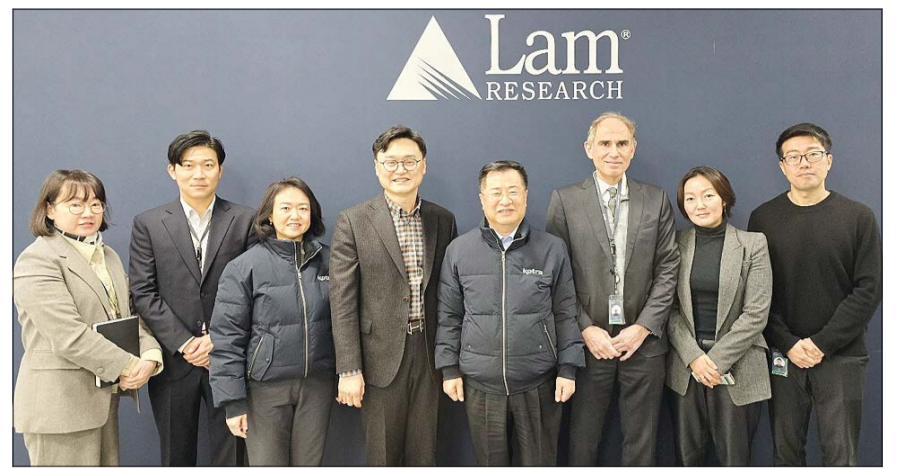
올해 10월에는 음료 브랜드 ‘스무디킹’ 프랜차이즈 사업을 종료한다. 2015년부터 한국 사업권을 획득해 운영한 스무디킹의 수익성이 악화됨에 따라 내린 결정이다.

스무디킹 매출은 2021년 92억원에서 2023년 61억원으로 줄었다. 매장 수는 2021년 305개에서 2023년 169개까지 감소했다. 현재는 약 90곳만 운영 중이다.

신세계푸드는 장기적으로 대안식품 사업을 키울 방침이다. 현재 대안식품 브랜드 ‘유아맛유이’를 운영중이며 향후 대안식품의 제품개발력을 높이고 대안식품을 포함한 푸드테크 전반의 경쟁력을 높일 계획이다.

업계 관계자는 “기업들이 미래 성장을 위한 선택과 집중에 무게를 두고 중장기 비전에 부합하는 사업에 역량을 집중하는 모습이다”라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



강경성 코트라 사장(왼쪽5번째)이 지난 7일 경기도 용인 소재 글로벌 반도체 장비 외투기업 램리서치코리아를 방문해 박준홍 대표(왼쪽 4번째) 등 관계자들과 기념촬영하고 있다. /코트라

“외투기업 한국경제 신뢰, 투자흐름 견조”

강경성 코트라 사장
용인 램리서치코리아 본사 방문

“국내의 투자 환경이 녹록치 않지만 한국 산업의 저력과 성장성을 신뢰하고 있는 외국인투자자들은 계획된 투자를 차질없이 이어가고 있어 투자흐름은 견조한 편이다”

강경성대한무역투자진흥공사(코트라) 사장은 지난 7일 국내 외국인 투자 동향을 파악하기 위해 경기도 용인 소재 글로벌 반도체 장비 기업 램리서치코리아 본사를 방문해 이같이 밝혔다.

램리서치코리아는 국내 주요 반도체 대기업 등에 첨단 반도체 장비를 공급하는 회사다. 모기업인 미국의 램리서치는 1980년 설립했으며, 전 세계 3위 반도체 장비 기업이다. 지난 1991년 한국에 진출해 경기도 용인, 화성, 오산 등에서 기술지원, 연구개발센터 및 장비 생산시설 등을 운영하고 있다. 국내 고용 규모는 총 2000여명에 달한다.

특히 작년 10월에는 용인에 한국 본사와 연구개발 시설인 테크놀로지센터, 트레이닝 센터를 통합·확장한 ‘용인캠퍼스(Y Campus)’를 준공하는 등 첨단 반도체 장비 분야에서 국내에 꾸준히 투자하고 있다.

박준홍 램리서치코리아 대표는 “한국은 반도체를 포함한 많은 산업 분야에서 경쟁력을 가지고 있으며, 최근 대내외 불확실성에도 불구하고 반도체 시장은 AI의 확대와 함께 지속 성장할 것”이라며 “빠르게 변화하는 환경에 대응하기 위한 정책적 지원이 어느 때보다 절실한 시기”라고 말했다.

이에 강 사장은 “한국 산업 경쟁력에 신뢰를 보내주셔서 감사하다”며 “외투기업이 한국에서 성장과 발전에 어려움이 없도록 적극 지원하겠다”고 답했다.

코트라에 따르면, 국내 외국인 투자기업은 2023년 기준 수출의 20.8%, 고용의 5.5%를 차지하고 있다. 또 국내에서 취약한 기술을 해외 첨단기업 유치로 보완하는 기능도 있어, 국내 산업의 고도화 측면에서 외투기업의 긍정 효과가 크다.

올해 1월 외투기업의 투자신고액은 13억5000만달러로, 최근 3년간 평균 1월 투자신고액 12억6000만달러를 넘어 서고 있다.

강 사장은 “한국의 긍정적 투자환경을 지속 홍보하고 투자관련 애로 사항을 적극 해소해 외국인투자유치 확대와 경제성장에 앞장서겠다”고 강조했다.

/세종=한용수 기자 hys@

규제샌드박스 R&D 신설, 3년간 24억 투입

산업부, 시장성 확인 기술 개발지원
‘규제특례신산업창출’ 과제 공모

정부가 규제샌드박스 전용 연구개발 사업을 신설해 최대 3년간 연간 8억원 을 지원한다.

산업통상자원부는 규제샌드박스를 통해 시장성이 확인된 기술의 사업성 제고를 위해 후속 기술개발을 지원하는 ‘규제특례신산업창출’의 지원 대상 과제를 10일부터 공모한다고 밝혔다.

규제샌드박스란 사업자가 신기술을 활용한 신제품·서비스를 일정 조건하에서 시장에 우선 출시해 시험·검증할 수 있도록 현행 규제의 전부나 일부를 적용하지 않는 제도다.

이번 사업은 세계 최초 또는 국내 최초로 실증을 한 사업 중 도전·혁신적인 핵심소재·부품 개발 및 제품·서비스 사업화를 지원해 규제샌드박스 성과를 확산하기 위한 취지다.

산업부 소관 산업융합 샌드박스 뿐만 아니라 전 부처 6개 샌드박스 승인을 받아 실증을 진행한 기관(기업 포함)이라면 모두 과제 신청이 가능하다.

기술개발과 사업화 성공률을 높이기

위해 기술 보유 대학, 연구기관 및 다른 승인기관과의 컨소시엄으로도 신청할 수 있다.

과제 참여기관이 민간투자를 사전에 유치한 경우에는 최대 3년, 민간투자를 유지하지 못한 경우에는 최대 2년간 연 8억원 이내로 지원한다. 참여기관이 민간투자를 사전에 유치하지 못해도 과제 수행기간 중 투자유치에 성공하면 평가를 통해 1년 이내 추가 지원도 가능하다.

구체적인 사업공고내용은 산업부나 한국산업기술진흥원 홈페이지에서 확인할 수 있으며, 사업 참여를 희망하는 기관은 3월 20일까지 범부처통합연구 지원시스템에 온라인 접수하면 된다.

사업 설명회는 오는 19일 오후 2시 한국기술센터에서 열릴 예정이다.

제경희 산업기술융합정책관은 “규제샌드박스 전용 연구개발을 신설해 특례 승인기업에 대해 실증기회 부여에서 나아가 신시장·초격차 기술개발까지 지원이 가능하다”며 “산업부는 앞으로 기업들의 자유로운 혁신과 사업화를 위한 지원 정책을 강화해 나가겠다”고 강조했다.

/세종=한용수 기자

떡볶이·치킨 등 매월 5~6%씩 올랐다

통계청, 작년 하반기 서민음식 가격
전체 물가상승률 1.3~2.6% 웃돌아

주요 패스트푸드·서민음식·분식 값이 지난해 하반기 매월 5~6%대(전년동월 대비)의 상승 폭을 지속한 것으로 나타났다. 이들 품목은 올해 첫 달인 1월에도 전체 물가상승률을 크게 웃도는 오름세를 보였다. 또 1년 전과의 비교에 더해 전월 대비로도 가격이 꾸준히 올랐다.

9일 통계청 홈페이지 내 집계에 따르면 국내 평균 떡볶이 가격은 지난해 7월(+5.9%)과 8월(+5.7%)에 1년 전보다 5% 오른 뒤 9월(+6.2%)과 10월(+6.2%)에 6%대의 오름폭을 기록했다. 이어 11월부터 올해 1월까지 각각 5.6%, 5.7%, 5.4% 상승했다.

햄버거의 경우 작년 7월(+4.7%)보다 8~10월(3개월간 각각 +5.5%)에 상

승세가 커졌다. 이후 11월(+4.1)에 주춤했으나 12월(+8.3%)과 올해 1월(+7.7%)에 더 큰 폭으로 가격이 뛰었다.

이 밖에 치킨이 7월부터 12월까지 5개월간 각각 5.2%, 1월에 4.9% 올랐다. 김밥은 7월부터 10월까지 4개월간 각각 5% 넘게 오른 뒤 11월 +4.9%, 12월 +4.8%, 1월 +4.7%를 기록했다.

전달과 비교해서도 상승세는 뚜렷했다. 지난해 7월부터 올해 1월까지 떡볶이는 매월 0.2~0.7%, 치킨은 0.1~0.8%, 김밥은 0.2~0.5% 올랐다. 햄버거 값은 주로 가격 동결이었으나 8월(7월 대비 +0.8%)과 11월(10월 대비 +1.4%)에 크게 뛰었다.

이 같은 패스트푸드 및 서민음식의 가격 상승은 전체 물가상승률을 크게 상회한다. 소비자물가 상승률은 작년 7~12월 기간에 전년동월 대비로 1.3~

2.6%에 자리했다. 올해 1월에도 2.2%로, 햄버거·떡볶이 등의 5%대 상승률의 절반 미만 수준이다.

식품업계는 환율 및 수입원재료 가격 상승에 따른 경영 부담을 호소하고 있다. 원화 약세로 수입물가가 지속적으로 올랐을뿐더러 이상기후로 국제시장에서 원재료 가격 자체가 치솟고 있기 때문이다. 이에 반해 근로자들 실질 임금(물가를 반영한 임금) 오름폭은 매우 더디거나 둔화하는 모습이다.

고용노동부가 지난달 23일 발표한 ‘2024년 12월 사업체노동력조사 결과’에 따르면 월평균 근로자 실질임금은 지난해 7월에 전년동월 대비 2.6% 증가한 뒤 8월 2.0%, 9월 1.6%, 10월 1.3%로 상승 폭이 둔화했다. 이어 11월에도 1.5% 늘어나는 데 그쳤다.

/세종=김연세 기자 kys@