

‘K-급식’ 파이 키운다... 베트남·미국 등 글로벌시장 접수

아워홈 美 등 5개국서 사업장 110곳
중 사업장의 70% 한식코너 운영
삼성웰스토리 해외 누적매출 8600억
중·베트남·美·헝가리에 법인 세워
현대그린푸드 7개국서 88곳 운영
작년 해외 매출액 900억 웃돌아



국내 급식 기업들이 해외 급식 사업장 확대에 속도를 내고 있다. /DALL-E

국내 급식·식자재 기업들이 해외 시장 개척에 속도를 내고 있다. 그동안 국내 학교·병원·기업체 중심의 급식 사업에 머물렀던 업체들이 K-푸드 열풍과 함께 새로운 성장 동력을 찾기 위해 해외로 눈을 돌리고 있는 것이다. 특히 베트남, 미국, 중동 등 식문화 변화가 빠르게 진행되고 있는 국가들을 중심으로 현지화 전략과 유통망 확보에 나서며 글로벌 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

최근 아워홈·삼성웰스토리·현대그린푸드 등 3개사의 해외 급식 사업장 수가 꾸준히 늘고 있다. 3개 회사의 해외 급식 사업장은 2020년 253곳에서 지난해 말 기준 313곳으로 20% 가량 늘었다.

아워홈은 미국 중국 폴란드 베트남

멕시코 등 5개국에서 해외 사업장 110여 곳을 운영 중이다. 특히 중국과 베트남 사업장에서 한식 선호도가 높은 것으로 전해졌다. 중국내 사업장의 70%, 베트남 사업장의 46%가 한식 코너를 고정 운영 중이다. 지난해엔 베트남에서 현지 최대 정보통신기술 기업인 FPT그룹 계열사의 2만 식 규모 단체 급식을 수주하기도 했다.

미국의 경우 2018년 LA 국제공항내 기내식 공급업체인 하코(Hacor)를 인수해 기내식 시장에도 진출했다.

2021년에는 미국 공공기관인 우정청(USPS) 구내식당 위탁 운영을 수주하는 등 적극적으로 미국 시장을 공략하고 있다.

이전까지 국내 급식업체는 해외 시장에 진출한 그룹사 물량에 의존하는 경우가 많았지만, 최근에는 해외 급식 사업장과 계약해 운영하고 있다.

2012년 중국 진출을 시작으로 해외 시장에 본격적으로 진입한 삼성웰스토리는 중국과 베트남에서 급식 및 식자재 유통 사업을 운영하고 있으며, 해외

누적 매출 8600억원을 돌파했다.

삼성웰스토리의 해외 급식 사업장의 80%는 삼성그룹 내부가 아닌 외부 회사다. 베트남의 마이크로소프트(MS)로 불리는 FPT소프트웨어, 글로벌 타이어 제조사 미쉐린, 세계 최대 의류 주문자 상표 부착 생산(OEM) 기업 리젠트 등이 주요 고객사다.

삼성웰스토리는 중국과 베트남에 이어 지난해 미국과 헝가리에도 법인을 세웠다. 헝가리 법인 설립 후 열린 삼성 SDI 급식 사업 경쟁입찰에서 기존 현지 급식 업체를 제치고 구내식당 운영권을 따냈다.

현대그린푸드도 글로벌 사업 확대에 속도를 내고 있다. 이 회사는 2011년 아랍에미리트(UAE)를 시작으로 사우디아라비아 이라크 중국 멕시코 미국 등 7개국에서 총 88개 사업장을 운영하고 있다. 지난해 해외 단체급식 매출액은 900억원을 웃도는 수준이다. 한식 메뉴를 선택하는 비중이 꾸준히 늘면서 한국농수산식품유통공사(aT)와 ‘해외 단체급식 연계 K푸드 수출 확대를 위한 업무협약’을 맺고 해외 단체급식 사업

장에 한식을 본격 확대하기로 했다.

삼성웰스토리와 아워홈 등 주요 급식 업체들이 해외 시장 개척에 속도를 내고 있는 이유는 국내 급식 시장의 성장 한계가 뚜렷해졌기 때문이다.

저출산 여파로 급식의 주요 수요처인 학교 수가 줄어들고, 기업들마저 사내 식당 운영을 축소, 외부 식사권을 제공하는 방식으로 전환하면서 국내 급식 수요는 점차 감소하고 있다.

반면, 동남아와 중동 지역은 빠른 도시화로 기업과 학교 수가 증가하며 단체급식 수요가 급증하고 있다. 여기에 K-푸드를 중심으로 한류에 대한 인지도까지 높아지면서 한국식 급식 서비스에 대한 선호도 역시 상승세다.

업계 관계자는 “급식 시장은 국내에 선 이미 포화 상태이기 때문에 성장 가능성이 큰 해외 시장에서 새로운 기회를 찾는 게 필수”라며 “최근 몇 년 사이 K-푸드에 대한 관심이 확대된만큼 현지화 전략과 한국식 메뉴의 강점을 결합하면 시너지를 낼 수 있을 것으로 기대하고 있다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데리아 인기메뉴 50% ↓ 7일부터 ‘잇츠 페스타’ 돌입

롯데GRS ‘롯데잇츠’서 3주간 진행 엔제리너스·크리스피크림 도넛 참여

롯데GRS가 운영하는 버거 프랜차이즈 브랜드 롯데리아가 통합 외식 주문 앱 ‘롯데잇츠’에서 오는 7일부터 27일까지 3주간 ‘롯데잇츠 페스타’를 진행한다. 인기 메뉴 할인 쿠폰, 선착순 이벤트, 마일리지 핫딜, 미니 게임 등 다양한 이벤트를 통해 높은 혜택을 제공하는 행사로 롯데잇츠 앱을 통해 진행된다.

잇츠 페스타는 롯데리아를 포함해 엔제리너스, 크리스피크림 도넛까지 참여하는 롯데GRS의 캠페인으로 이번 상반기와 하반기 총 2회 진행될 예정이다. 먼저 각 브랜드별 TOP5 메뉴를 최대 50% 할인해주는 쿠폰을 제공한다. 엔제리너스 아메리카노, 크리스피크림 도넛의 오리지널 글레이즈드를 비롯해 롯데리아는 특별히 리아새

우, 데리버거, 치즈스틱 3가지 품목을 할인한다. 신규회원은 최대 50%, 기존회원은 30% 할인된 가격으로 만나볼 수 있다.

다양한 선착순 이벤트도 진행한다. 롯데잇츠 선착순 쿠폰은 매일 오전 10시에 롯데잇츠 앱에서 매일 1000명씩 5000원의 매장 픽업 할인쿠폰을 선착순으로 발급한다. 또 가상자산 플랫폼 빗썸과 제휴하여 매장 방문 및 픽업 고객 대상으로 100% 당첨 스크래치 쿠폰을 선착순으로 제공한다. 결제금액 관계없이 주문 1건당 1매를 증정하며 1등은 1000만원 상당의 비트코인을 받을 수 있다.

쿠폰 외 마일리지 행사도 펼쳐진다. 롯데잇츠 마일리지인 잇츠마일로 구매 가능한 상품 전체(플레이팅 제외)를 50% 할인된 가격에 판매한다. 하루에 1개의 ID당 쿠폰 별 1개씩 구매 가능하다. /신원선 기자

뉴질랜드 ‘드라이랜드 소비농 블랑’ 첫 선

하이트진로 ‘말보로’ 프리미엄 와인 종합주류회사 하이트진로가 뉴질랜드 ‘말보로(Marlborough)’ 지역 프리미엄 와인 ‘드라이랜드 소비농 블랑(Drylands Sauvignon Blanc·사진)’을 출시한다고 2일 밝혔다.

드라이랜드 와이너리는 1980년 설립, 말보로 지역 최초의 소비농 블랑 포도나무가 심어진 밭 일부를 소유하며 고품질 와인을 생산했다. 2006년 세계 최대 소비농 블랑 생산업체인 컨스텔레이션 브랜드(Constellation Brands)가 인수하고 2020년 대규모 투자와 리뉴얼을 통해 프리미엄 브랜드로 도약했다. 이후 첫 출시된 2023년 빈티지는 미국 유명 와인 어워드인 ‘텍소스 어워드(The TEXSOM Internatio

nal Wine Awards)’에서 플래티넘(Platinum)을 수상, 2024년 빈티지는 세계적인 와인 매거진 ‘와인 어드보케이트(The Wine Advocate)’에서 91점을 획득하며 품질을 인정 받았다.

‘드라이랜드 소비농 블랑’은 열은 레몬 색상과 자몽과 같은 시트러스 과일 향이 풍부하다.

특히 레몬 제스트의 싱그러움 산미와 열대 과일의 풍부한 맛이 조화를 이뤄 깔끔하면서 긴 여운을 남기는 것이 특징이다. 굴, 새우, 연어 등의 해산물 요리나 태국식 샐러드와 같은 아시아 요리 또는 염소 치즈, 브리 치즈 등 부드러운 치즈류와 함께 하면 좋다.

드라이랜드는 전국 주요 와인샵, 레스토랑, 호텔 등을 통해 판매될 예정이다. /신원선 기자



‘랜더스 쇼핑 페스타’ 할인 상품을 소개하고 있는 브랜드 관계자 모습. /신세계그룹

신세계그룹 한우 등 최대 반값 ‘랜더스 쇼핑페스타’

신세계그룹은 이달 4일부터 13일까지 10일간 ‘2025 랜더스 쇼핑페스타’를 개최한다.

‘랜더스 쇼핑페스타’는 신세계그룹이 주최하는 상반기 최대 규모의 쇼핑 행사다. 이마트, 신세계백화점, 트레이더스 등 그룹 계열사들이 참여해 대규모 할인과 프로모션을 진행한다. 올해로 5회째를 맞이한 이번 행사를 위해 역대 최대 규모인 1조 4000억원 상당의 물량을 준비했다.

우선, 신세계그룹은 이번 행사를 통해 인기 상품을 엄선해 소개하는 ‘랜쇼 페스타 TOP100’을 진행한다.

이마트는 행사 기간 한우, 계란, 다이스 청소기 등 주요 상품을 최대 반값에 제공한다. 또, 4일부터 6일까지 3일간 대규모 할인과 적립 프로모션도 진행한다. 행사 카드로 결제하는 고객에게는 한우 전 품목과 호주산 냉장 찜갈비를 최대 반값에 선보이며, 수입 포도는 전 품목 30% 할인가로 준비했다.

봄 이사와 웨딩 시즌을 맞아 가전 행사도 마련됐다. 다이스 브랜드의 ‘V12s 오리지널 서브마린 청소기’와 드림미 브랜드의 ‘프리미엄 로봇청소기 트리미 L10S 울트라 젠’ 등을 할인가로 선보인다. /안재선 기자

컬리 ‘주간 빵집투어’ 방문자 150만명

1년간 90개 브랜드서 상품 선봬

리테일테크 기업 컬리는 지난 1년간 ‘주간 빵집투어’ 기획전 방문자가 150만 명을 넘어섰다고 2일 밝혔다.

컬리가 상시로 진행하는 ‘주간 빵집투어’는 베이커리 전문관을 콘셉트로 한 기획전이다. 베이커리 전문 상품기획자(MD)가 매주 신상품과 판매량을 기준으로 식사빵부터 디저트까지 다양한 상품을 구성해 제공한다. 지난

해 3월 첫 오픈 이후 올해 3월까지 90개 브랜드의 2,000여 개 베이커리 및 관련 상품을 선보였다.

컬리는 주간 빵집투어 기획전을 통해 다양한 베이커리 브랜드와 고객을 연결하고 있다고 밝혔다. 고객들은 기획전을 통해 그 주에 입점한 신상품 베이커리 제품을 한자리에서 확인할 수 있다.

한편, 컬리는 이달 7일까지 ‘그로서리&베이커리’ 기획전을 진행한다. /안재선 기자 wotjs4187@

롯데百, 美 ‘스포티앤리치’ 매장 유치

에비뉴엘 잠실점 5층에 세계 첫 백화점 1호 매장

롯데백화점은 미국 스포츠 캐주얼 브랜드 ‘스포티앤리치’의 세계 첫 백화점 매장을 에비뉴엘 잠실점 5층에 연다고 2일 밝혔다. 이 매장은 스포티앤리치의 뉴욕 플래그십 스토어를 그대로 재현한 것으로, 백화점 공식 1호점이다.

스포티앤리치는 2014년 미국 패션 디자이너 에밀리 오버그가 선보인 브랜드다. 온라인 잡지에서 출발해 건강, 운동, 고급스러움을 조화롭게 담은 패션 브랜드로 자리 잡았다.

롯데백화점에 따르면, 에비뉴엘 잠실점에 문을 여는 스포티앤리치 매장은

은 현대적 감각을 강조한 고급 생활양식 매장으로 꾸며진다. 스웨터, 티셔츠, 액세서리 등 기본 품목 외에도 고급 외투와 청바지를 갖춰 차별화된 구성을 선보인다는 게 롯데백화점 측 설명이다.

여성 상품에 집중했던 기존 구성에서 벗어나 남성, 아동, 화장품까지 제품군을 확장한다. 이번 봄·여름 시즌만 총 200여 종의 상품이 마련됐다.

한편, 롯데백화점은 스포티앤리치의 세계 첫 백화점 매장을 국내 최대 명품관인 에비뉴엘 잠실점에 유치함으로써 ‘영리치 쇼핑 타운’으로 불리는 롯데타운 잠실의 위상을 한층 높인다는 계획이다. /안재선 기자