

식품업, 가격인상·해외사업 ‘덕’… 1분기 실적 방어 ‘성공’

주요 국인 美 매출 약 30% 늘어
하반기 원재료 부담 안정화 전망
라면3사, 고물가 장기화에 판매량 ↑
2분기 팬 주력 제품 따라 희비 갈려

지난해부터 원가 인상 부담과 내수 소비 부진으로 어려운 경영환경을 이어오고 있는 식품업계가 1분기 실적 성적표를 받아들었다. 해외 사업으로 호실적을 거두거나 가격 인상 효과가 반영돼 대다수 기업이 실적 방어에 성공했지만, 내수 사업 분위기는 침울하다.

CJ제일제당은 올해 1분기 매출은 4조 4081억원, 영업이익은 1504억원을 기록했다. CJ대한통운은 제외한 실적이다.

이를 세부적으로 살펴보면, 식품사업 부문은 2조 7596억원의 매출과 1340억원의 영업이익을 기록했다. 원가 부담이 지속됐고, 소비심리 위축에 따른 판매량 감소가 겹치며 수익성이 줄어 들었다.

다만, 해외 식품사업은 매출과 영업이익이 각각 15%, 50% 늘었다. 전체 식품 사업 매출에서 해외가 차지하는 비중도 49%로 확대됐다. 특히 미국을 비



서울 시내의 한 대형마트에서 한 시민이 라면을 고르고 있다.

/뉴시스

롯한 주요 사업 국가에서 비비고 글로벌 전략제품(GSP)을 중심으로 견조한 성장을 이어갔고, 비용 구조·생산성 개선 등을 통해 수익성도 개선됐다.

주요 국가인 미국은 매출이 약 30% 늘었으며, 유럽에서도 41% 매출이 늘며 K-푸드 영토확장을 이어갔다.

바이오·FNT(푸드·뉴트리션 테크) 사업부문은 좋지 않은 시장 상황에도 불구하고 고수의 스페셜티(발린, 알지닌, 이소류신, 히스티딘, 테이스트엔리치, 플레이버엔리치, 시트룰린) 제품의 비중을 늘리며 사업 포트폴리오를 한층

고도화했다. 양 부문 합산 기준 스페셜티 품목 매출은 전년 동기 대비 17% 증가했고, 영업이익에서 차지하는 비중도 절반을 넘었다.

바이오사업부문은 매출 8174억원, 영업이익 128억원을 기록했으며, FNT 사업부문은 시장의 일시적인 수요 정체로 1745억원의 매출과 503억원의 영업이익을 기록했다.

지난해 롯데푸드를 흡수합병한 롯데웰푸드(구 롯데제과)는 매출과 영업이익 모두 전년 대비 개선하며 좋은 출발 신호탄을 쏘아올렸다. 가격 인상과 해

외 사업 호실적이 성장을 견인했다.

롯데웰푸드에 따르면 지난 1분기 매출은 전년 동기 대비 4.1% 늘어난 9596억원을 기록했다. 제과 부문이 3922억 원에서 4104억원으로 4.6% 성장했고 식품 부문은 3601억원에서 3671억원으로 1.9% 늘었다. 해외사업은 18.8% 증가한 1909억원을 기록하며 큰 폭의 성장을 이뤘다.

전체 영업이익은 136억원에서 186억원으로 36.5% 늘어난 가운데, 제과 부문은 89억원에서 158억원으로, 해외 부문은 51억원에서 89억원으로 각각 77.7%, 74.8% 성장했다. 식품 부문은 원가 부담으로 인해 적자전환했다. 매출은 1.9% 늘어나는데 그쳤으며, 영업이익은 지난해 1분기 30억원에서 올해 손실액 29억원을 기록했다.

롯데웰푸드는 향후 해외 시장 공략에 박차를 가할 방침이다. 사측은 “메가 브랜드로 입지를 공고히 하는 ‘초코파이’와 ‘빼빼로’ 등 제품을 앞세워 매출 비중을 늘릴 계획”이라며 “계다가 하반기에는 원재료 부담이 안정화에 접어들어 수익성이 좀 더 개선될 것으로 전망된

다”고 말했다.

동원F&B는 올해 1분기 연결기준 영업이익이 전년 동기 대비 34.72% 증가한 434억 3600만원 기록했다. 매출액은 전년 대비 14.01% 증가한 1조 808억원이다. 제품 가격을 인상하면서 수익 개선에 성공한 것으로 분석된다.

증권가는 농심과 오뚜기, 삼양식품 ‘라면 3사’의 실적도 좋을 것으로 내다보고 있다. 전년보다 소비자 판매 가격을 10~15% 인상한 효과가 반영되기 때문이다. 또 고물가 장기화로 국내 라면 판매량이 늘었고, 해외에서도 라면 수요가 꾸준히 늘고 있는 상태다. 게다가 라면의 주재료인 소맥과 팜유 가격은 지난 3월에 전년 대비 30% 하락하며 안정세로 돌아섰다.

업계 관계자는 “식품 회사들 대부분이 1분기 실적 방어에 성공한 것으로 보인다”며 “2분기에는 주력 제품에 따라 희비가 갈릴 것”이라고 말했다. 이어 “라면 회사들을 제외한 식품기업들은 해외 사업과 포트폴리오 다각화에 신경써야 할 것”이라고 덧붙였다.

/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr

소진공, 전통시장에 ‘어린이 고객’ 모신다

부산광역시교육청 등과 업무협약 체결
어린이 10만명 유치 전국으로 확대

소상공인시장진흥공단이 올해 전국 전통시장으로 어린이 고객 10만명을 유치한다.

장보기, 스탬프 팸리 행사, 그림 공모전 등 전통시장 체험행사를 다양하게 마련해 어린이들의 발길을 전통시장으로 옮겨 활력을 높인다는 계획이다.

이와 관련해 소진공은 지난 8일 부산광역시 교육청, 부산광역시 상인연합회와 부산교육청에서 어린이 경제교육 향상과 소상공인·전통시장 및 상점가 활성화를 위한 업무협약을 체결했다고 9일 밝혔다. 이를 통해 소진공이 추진하는 ‘특성화시장’과 ‘공동마케팅지원 시장’에 부산지역 유치원·초등학교를 매칭해 어린이 장보기, 김장담그기 행사와 스탬프 팸리 행사를 펼친다.

부산에서 장보기(5월)와 김장담그기



(왼쪽부터)소진공 박성호 이사장, 부산교육청 하윤수 교육감, 부산상인연합회 권택준 회장이 지난 8일 부산교육청에서 ‘전통시장 및 상점가 활성화 업무협약’을 체결한 뒤 촬영을 하고 있다. /소진공

(11월) 행사에 참여하는 시장은 44곳에 이르며, 유치원·초등학교는 148곳, 참여 학생 수는 7800여명이다.

이달 15일부터 오는 6월 30일까지 약 두 달간 진행되는 스탬프 팸리 행사는 어린이 및 가족단위로 61곳 전통시장 중 1곳을 방문해 온누리 상품권으로 물건을 구매한 후 스탬프 인증을 받으면 경품추첨 행사에 참여할 수 있다.

이는 어린이들에게는 실물경제를 교

육하고 지역 상권엔 생동감을 불어넣을 수 있을 전망이다.

소진공은 또 직접 현장을 찾지 못하는 고객을 위해 어린이 전통시장 장보기 체험활동과 스탬프 팸리 행사를 VR 카메라로 촬영해 스케치 영상으로 제작하고 공단 홈페이지에 게시할 예정이다.

하윤수 부산시교육감은 “오늘날에는 부모님들이 자녀와 함께 대형 마트에서 장을 보는 것이 일상화돼 있다”면서 “이번 장보기 행사를 통해 어린이들이 직접 전통시장을 방문해 상인들과 함께 가격 흥정도 하면서 살아있는 경제 교육을 현장에서 체험할 수 있는 기회가 됐으면 좋겠다”고 말했다.

소진공은 부산을 시작으로 전국적으로 어린이 체험행사를 펼친다. 이를 위해 ▲어린이 그림대회 ▲전통시장 사진전 ▲체험후기 공모 ▲어린이 장기자랑 등 다양한 체험행사를 진행한다.

/김승호 기자 bada@

사람인 듯 아닌 듯… ‘버추얼 휴먼’ 시대

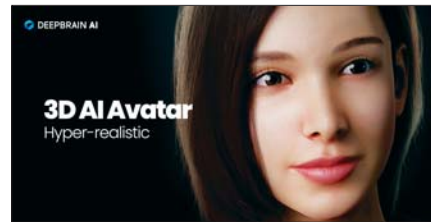
AI아나운서·AI도지사 등 역할 수행

버추얼 휴먼 기술이 우리 일상 속 깊숙이 자리 잡았다.

피부 솜털과 잔머리, 모공까지 구현한 사실적인 그래픽은 탄성이 절로 나온다. 버추얼 아이돌의 데뷔곡 뮤직비디오 조회 수가 2천만이 넘는다면, 라이브 쇼핑에 쇼호스트로 등장해 명품 가방을 25분 만에 완판시키기도 한다. 나아가 AI아나운서, AI도지사, AI교수 등 바쁜 사람을 대신해 다양한 역할을 수행한다.

최근 버추얼 휴먼은 사람과 똑같은 모습을 지니고 있어 사람인지 가상인간인지 구분조차 어렵다는 평가가 다수다. 이제는 최대한 인간과 유사한 모습을 구현하고자 하는 시각적 완성도를 넘어, 인공지능(AI)을 비롯한 다양한 첨단 기술과의 융복합을 통해 활동 영역을 본격적으로 확대하고 있다.

버추얼 휴먼에 접목되는 융복합 기술의 종류는 다양하다. 사람의 대화를 이해하고 실시간으로 사용자와 소통 가능한 ‘대화형 AI’, 현실과 가상을 연결해 활동 무대를 넓히는 ‘확장현실(XR)’, AI 기반의 새로운 게임 경험을 제공하는 ‘플레이어형 AI’ 등이 대표적이다. 이렇듯 융복합 기술과 버추얼 휴먼을 접목하



/딥브레인

는 과감한 시도를 통해 기술 주도권을 확보하려는 움직임이 분주하다.

먼저 인공지능 전문 기업 딥브레인 AI는 음성 합성 기술(TTS)을 적용해 실시간 대화가 가능한 ‘대화형 AI’를 선보이며, 버추얼 휴먼의 활용 영역을 확장하고 있다. 음성 및 영상 합성, 자연어 처리(NLP), 음성 인식 기술(STT) 등 다양한 AI 기술을 기반으로 하는 AI 휴먼 솔루션을 보유하고 있어 대화형 AI 분야서 경쟁력이 뛰어나다는 평가를 받고 있다.

자이언트스텝의 버추얼 휴먼 ‘이슬’은 풀3D와 리얼타임 엔진으로만 구현된다. 이는, 딥페이크 방식에 비해 새로운 얼굴 제작이 가능하고, 3D 데이터를 활용하기 때문에 비교적 다양한 앵글에서 자연스러운 연출이 가능하다는 특징이 있다. 이슬은 네이버 쇼핑 라이브와 유튜브 및 방송 출연 등 여러 분야에서 활동하고 있다.

/최빛나 기자 vitna@

대한상의 “국내 ESG평가 신뢰도 높여야”

제3차 상의 ESG 아젠다그룹 회의

국내 환경·사회·지배구조(ESG) 평가사의 신뢰성 재고를 위해 평가정보 공개를 강화하는 등 개선에 나서야 한다는 지적이 나왔다.

대한상공회의소는 9일 오전 ‘제3차 대한상의 ESG 아젠다그룹 회의’를 개최하고 글로벌 ESG 확산 대응, ESG평가 등 최근 ESG 이슈에 대한 경제계의 견과 정책지원 방안에 대해서 논의했다고 밝혔다. 대한상의 ESG 아젠다그룹은 ESG에 대한 경제계 대응 역량 강

화, 대정부 정책 건의, 민관 소통을 위해 설립됐다. 현재 국내 주요 그룹과 은행 등 19개 사가 가입해 있다.

이날 회의에는 우태희 대한상공회의소 상근부회장, 이승원 기재부 미래전략국장, 윤태수 기재부 지속가능경제지원팀장, 김동수 김앤장 ESG경영연구소 소장, 이준희 법무법인 지평 그룹장 및 국내 20대 그룹과 주요 은행 ESG 담당임원 등 20명이 자리를 함께 했다.

발제를 맡은 김동수 김앤장 ESG경영연구소장은 “국내의 경우 ESG 평가사의 신뢰성, 평가 기준의 객관성, 이해

관계상충 문제에 대한 논란이 여전히 지속되는 모습”이라며 “ESG 평가정보 공개를 강화하고 요건을 충족하지 못하는 평가사는 공적자금 집행 참여를 배제하는 방식으로 평가사의 적극적인 정보공개 참여를 유도할 필요가 있다”고 지적했다.

윤태수 기획재정부 지속가능경제지원팀장은 “최근에 국제지속가능성기준위원회(ISSB)의 ESG 공시 국제표준 제정, EU의 지속가능한 기업실사지침 마련, 탄소국경조정제도 등 글로벌 ESG 제도화 움직임이 빠르게 진행되고 있다”며, “정부는 민간중심 ESG 생태계 활성화를 위해 지원·인프라 구축 정책을 추진할 계획”이라고 밝혔다.

/최빛나 기자

시몬스, N32 폼 매트리스 할인 프로모션

시몬스가 가정의 달을 맞아 전국 N32 단독 매장에서 대국민 안전확보 프로젝트 일환으로 ‘N32 패밀리 프로모션’을 실시한다. 9일 시몬스 침대에 따르면 이번 N32 패밀리 프로모션 기간 동안 고객들이 가족의 안전을 지킬 수

있는 N32 폼 매트리스로 교체시 풍성한 혜택을 선사한다.

▲N32 폼 매트리스 및 N32 레귤러 토퍼 최대 30% 이상 할인 ▲신제품 프레임과 룸세트 등이 대표적이다.

/김승호 기자