

# 불닭 이어 ‘맵’ 장전… 삼양식품, 글로벌 맛 포트폴리오 확장

삼양식품 시총 10조, 코스피 54위  
1분기 영업이익 1340억 67% 증가

태국 시작 日·말레이서 ‘맵’ 론칭  
현지 입맛 맞춰 시리즈 출시 예정  
건기식·콘텐츠 IP 등 사업도 확대

국내 식품업계 최초로 시가총액 10조 원을 돌파한 삼양식품이 ‘불닭’의 인기를 넘어 글로벌 종합식품기업으로의 도약에 속도를 내고 있다.

한국거래소에 따르면 삼양식품의 시가총액은 지난 6월 27일 종가 기준 10조 490억 원으로, KOSPI 시총 54위에 올랐다. 이는 CJ제일제당, 농심, 오리온 등 주요 식품기업 세 곳의 시총을 합친 규모에 맞먹는다.

삼양식품은 올해 1분기 영업이익이 전년 동기 대비 67% 증가한 1340억 원을 기록했으며, 2분기 실적도 호조가 예상된다. 회사는 실적에 안주하지 않고 브랜드 포트폴리오를 다변화해 장기 성장을 도모하고 있다. 대표적인 사례가 ‘맵(MEP)’ 브랜드다.

‘맵’은 K-푸드의 핵심인 매운맛에서 착안한 국물라면 브랜드로, 지난해 12월 태국을 시작으로 올해 2월 일본, 5월



말레이시아에 잇따라 론칭됐다.

말레이시아에서는 세븐일레븐 2500개 매장에 단독 입점하며 현지 라면 시장을 본격 공략 중이다. 론칭 기념으로 지난달 쿠알라룸푸르에서 열린 팝업스토어에는 4일간 1만5000명이 방문해 현지 반응을 입증했다.

삼양식품은 각국 소비자 입맛에 맞춘 ‘맵’ 시리즈 제품을 추가 출시할 예정이며, ‘그릴드 갈릭 쉬림프 라면’, ‘블랙페퍼 치킨 라면’ 등 다양한 맛 변주로 글로벌 시장을 겨냥하고 있다.

회사는 글로벌 수요에 대응하기 위한



◀불닭볶음면이 포장되어 나오고 있다. ▲지난달 쿠알라룸푸르에서 열린 ‘맵’ 팝업스토어에는 4일간 1만5000명이 방문해 현지 반응을 입증했다. /삼양식품

생산 역량 확보에도 적극 나서고 있다.

하루 22시간 이상 가동 중인 기존 원주·익산·밀양1공장 외에, 7월부터는 밀양제2공장이 주간 생산에 돌입한다. 연간 8억3000만 개 생산이 가능한 이 공장이 본격 가동되면 전체 생산량은 연간 28억 개로 확대된다.

중국 저장성 자싱시에 건설 중인 2014억 원 규모의 현지 공장도 핵심 전략 중 하나다. 2027년 완공 후에는 연간 최대 7000억 원 규모의 제품을 중국 내 수용으로 공급할 예정이다. 또한 미국 법인을 거점으로 남미 진출도 본격화할

계획이다.

식품을 넘어 건강기능식품과 콘텐츠 IP 등 신규 사업 확대에도 박차를 가하고 있다. 지난해 10월 출범한 식물성 헬스케어 브랜드 ‘책애피스’는 비건 단백질 음료 ‘프로틴드롭’을 시작으로, 건강기능식품과 식물성 냉동 간편식을 포함한 제품군을 선보이고 있다.

최근에는 헬스바이옴과의 협업으로 근력 개선 기능성 원료 ‘HB05P’ 제품을 국내에 독점 공급하기로 했으며, 하반기 출시를 목표로 준비 중이다.

콘텐츠와 커머스를 아우르는 계열사

## 롯데쇼핑, 온실가스 감축 등 ESG전략 공개

‘2024 지속가능경영보고서’ 발간  
예비아빠 태아검진휴가 등 선제도입  
CEO 기업설명회 데이 정례화 시켜

롯데쇼핑이 지난해 환경·사회·지배구조(ESG) 경영 성과와 향후 지속가능 경영 전략을 담은 ‘2024 지속가능경영보고서’를 발간했다고 1일 밝혔다.

롯데쇼핑에 따르면, 이번 보고서에서는 5대 중대 이슈를 중심으로, 기업 활동이 환경과 사회에 미치는 영향은 물론 외부 요인이 회사 재무에 끼치는 영향을 짚었다. 5대 중대 이슈에는 ▲제품·서비스 환경영향 관리 ▲제품·서비스 품질 및 안전 ▲동반성장 ▲기후변화 대응 ▲온실가스·에너지 관리 등이

포함됐다.

구체적인 보고서 내용을 살펴보면, 환경 부문에서 롯데쇼핑은 자사를 유통업 전반의 온실가스 작·간접 배출량(스코프1·2·3)을 2031년까지 2021년 대비 46.2% 감축한다는 계획이다. 롯데쇼핑은 지난 3월 국내 유통업계 최초 ‘과학기반 감축 목표 이니셔티브(이하 SBTi)’로부터 온실가스 감축 목표 승인을 받은 바 있다.

사회 부문에서는 ‘예비아빠태아검진휴가’, ‘아기소방 휴직’, ‘남성 의무 육아 휴직’ 등 가족친화제도를 선도적으로 도입 및 확대해 파트너사 저출산 문제 대응에 나서고 있다. 이 외에도 인권경영, 인재경영, 안전보건 경영 시스템을 강화

하고파트너사·지역사회·임직원과의 상생 실천을 강화한다는 방침이다.

지배구조 부문에서는 ‘최고경영자 기업설명회 데이(CEO IR Day)’를 정례화하고, 최소 배당금 제시, 중간 배당 시행, 배당절차 개선 등을 통해 예측할 수 있는 주주환원 정책을 마련하고 있다.

김상현 롯데쇼핑 총괄대표이사 부회장은 “롯데쇼핑은 ESG를 경영 전략의 중심축으로 삼고, 진정성 있는 실행력을 통해 지속가능한 유통의 미래를 만들어가고 있다”며 “앞으로도 주주, 고객, 파트너사 등 다양한 이해관계자와의 신뢰를 기반으로, ‘고객의 첫 번째 쇼핑 목적지’로 확고히 자리매김하겠다”고 말했다. /안재선 기자 wotjs4187@

## 하림 ‘The미식 게임’ 이벤트

하림이 오는 31일까지 ‘더미식 오징어 초밥면’ 번들팩 구매자를 대상으로 경품 이벤트 ‘The미식 게임’을 진행한다.

이벤트는 해당 제품 번들팩 내 동봉된 스크래치 쿠폰을 통해 참여할 수 있으며, 참여자 전원에게는 자사몰 20% 할인 쿠폰이 제공된다. 1등(3명)에게는 LG 휘센 오브제컬렉션 타워I 에어컨, 2등(10명)에게는 제습기, 3등(100명)에게는 더미식 비빔면 1팩이 증정된다. 쿠폰 등록 및 사용 기한은 8월 31일까지다.

더미식 오징어 초밥면은 지난달 16일 출시된 제품으로, 오징어 초무침을 모티브로 개발됐다. 이벤트에 대한 자세한 정보는 더미식 공식 자사몰에서 확인할 수 있다. /신원선 기자

## 노브랜드 매장에 日 ‘고구마 소주’ 론칭

신세계L&B ‘쿠로 히코보시’ 제품

신세계L&B가 ‘쿠로 히코보시(사진)’ 일본 고구마 소주를 전국 ‘노브랜드’ 매장에 출시한다.

‘쿠로 히코보시’는 일본 소주 본산인 가고시마에 1887년 설립된 가족경영 양조장 ‘타사키 주조’에서 생산하는 고품질의 고구마(사츠마이모) 소주다.

‘타사키 주조’는 2025년 TWSC(도쿄 위스키&스피릿)에서 일본 소주 생산자 부문 ‘최고금상’을 수다상한 양조장이며, 가고시마 소주 정부인증제의 인증 생산자이다.

‘쿠로 히코보시’는 일본 가고시마에서 자란 고구마를 엄선하여 검은 누룩으로 양조한 다음 2년 동안 숙성된 원주(原酒)에 1년 숙성된 원액을 블렌딩한다. 용량은 900ml이며, 알코올 도수는 25도다.



고구마 특유의 깊은 풍미와 부드러운 목넘김이 인상적이며, 구수한 고구마 향, 깔끔한 피니시가 매력적이다.

요즘같이 무더운 여름 날씨에는 시원한 냉수를 2:1 비율로 섞어 마시는 일본식 ‘미츠와리’나 얼음을 넣어 마시는 것을 추천한다.

신세계L&B 관계자는 “최근 큰 인기를 끌고 있는 일본 고구마 소주를 많은 애주가분들이 부담 없이 즐길 수 있도록 합리적인 가격에 기획했다”며 “실속 있는 가격으로 일본 고구마 소주 특유의 깊은 풍미와 매력을 경험하길 바란다”고 전했다. /신원선 기자

## 롯데百, 142개 브랜드 참여 ‘웨딩페어’

4일부터 13일까지 전 지점 진행

롯데백화점이 이달 4일부터 13일까지 전 지점에서 예비부부를 위한 ‘롯데웨딩페어’를 진행한다고 1일 밝혔다.

롯데백화점에 따르면, 이번 행사에는 총 142개 브랜드가 참여한다. 대표적으로 에이스, 시몬스, 템퍼 등 프리미엄 침대 브랜드와 함께 프리츠한센, 루이스폴슨 등 디자이너 가구·조명 브랜드 등이 있다.

롯데백화점은 이번 웨딩페어를 통해 ‘웨딩마일리지 추가 적립’ 혜택도 제공한다. 웨딩마일리지는 롯데웨딩멤버스 가입 후 9개월간 롯데백화점에서 구매한 금액을 바탕으로, 누계 적립 금액 최대



7% 상당을 롯데 상품권으로 증명하는 환급 프로그램이다. 웨딩페어 기간에는 구매 금액의 최대 2배까지 마일리지를 적립할 수 있다. 이 외에도 행사 기간 내 구매 브랜드 수 혹은 구매 일수에 따라 마일리지를 차등적으로 지급하는 ‘웨딩 챌린지’ 이벤트도 진행한다.

롯데백화점 박상우 영업전략부장은 “7월이 본격적인 이사·입주 수요가 집중되는 시즌인 만큼, 이번 웨딩 페어 행사는 관련 라이프스타일 브랜드 참여를 강화해 고객 선택의 폭을 넓혔다”고 말했다. /안재선 기자

## GS25-SKT 제휴… 화요일 신선식품 할인

1000원 당 200원… 최대 2만원 적용

편의점 GS25가 SKT와 손잡고 T 멤버십 할인 혜택을 선보인다고 1일 밝혔다.

앞으로 SKT T 멤버십 고객은 매주 화요일, 도시락·김밥·주먹밥·샌드위치·햄버거 등 신선식품을 대상으로 멤버십 할인 혜택을 받을 수 있게 됐다. 1000원 당 200원이 할인되며, 멤버십 등급 관계 없이 일 1회, 할인 금액 기준 최대 2만원까지 적용된다. GS25는 신규 고객 유입 확대, SKT는 멤버십 만족도 제고라는 목표를 바탕으로 이번 협업을 추진했다

는 게 회사 측 설명이다. 양사는 앞으로 할인 혜택 대상 품목을 넓히고, T 멤버십 컬래버 상품 및 다양한 프로모션을 차례대로 선보일 예정이다.

한편, GS25는 이번 SKT와의 제휴를 마지막으로, 통신3사(SKT, LG유플러스, KT) 멤버십 할인 체계를 모두 갖추게 됐다. GS리테일 이경표 마케팅부장은 “GS25는 통신 3사 멤버십과 모두 제휴를 맺은 유일한 편의점으로서 고객들이 각자 사용하는 통신사와 상관없이 실질적인 혜택을 누릴 수 있는 소비 채널이 됐다”고 말했다. /안재선 기자