

K푸드 인기에 몸집 키우는 식품업계

공장증설·해외인재 확보 속도전

CJ그룹, 삼양식품, BBQ, 롯데
신입사원·국내외 경력직 모집

농심·삼양식품·오리온
각각 부산·밀양·진천 공장 건립

K푸드 인기가 전 세계로 확산되면서 국내 식품·외식업계가 글로벌 경쟁력 강화를 위해 인재확보와 공장 증설에 속도를 내고 있다.

CJ그룹, 삼양식품, BBQ, 롯데 계열사 등은 최근 대규모 채용에 나섰다. CJ그룹은 오는 24일까지 CJ제일제당을 포함한 9개 계열사에서 신입사원을 공개 모집 중이며, 식품·식품서비스 부문이 주축이다. 내년 1월 제주도에서 입문교육을 거쳐 본격 근무에 돌입한다. 동시에 CJ제일제당은 글로벌 인수합병(M&A)과 브랜드 전략 경력자를 모집하며 해외 식품사업 확장에 필요한 인재를 확보 중이다.

CJ푸드빌은 신규 사업 기획을 담당할 브랜드전략팀장과 마케팅 매니저 등 경력직을, CJ프레시웨이는 공급망 관리(SCM)와 고객 서비스 개선을 맡을 신입·경력 인력을 찾고 있다.

삼양식품은 중동 시장을 공략할 13

년 이상 경력의 해외영업 팀장급을 모집했다. 최근 최고경영책임자(CSO) 직책을 신설한 데이온 후속 조치다. 해외법인 감사를 맡을 글로벌경영진단팀 인력도 긴급 채용 중이다.

제너시스BBQ도 글로벌·국내 사업부에서 경력직을 모집중이며, 미국·캐나다·필리핀 등 57개국 해외 매장 관리와 메뉴 기획, 디자인 업무를 담당할 인력도 선발한다. 롯데웰푸드와 롯데GRS도 30여 개 직무에서 신입사원을 수시 채용 중이다.

업계 관계자는 “최근 식품업계 채용은 단순 총원이 아니라 글로벌 성장을 겨냥한 전략적 투자”라며 “해외 시장 확대 경쟁 속에서 우수 인재 확보가 기업 성패를 좌우할 것”이라고 말했다.

채용과 더불어 국내 생산시설 투자도 활발하다. 특히 라면 업계는 해외에서도 공장을 가동하고 있지만 수출 물량 증가에 따라 국내 공장 생산 역량을 강화하고 있다.

농심은 부산 녹산에 라면 수출 전용 공장을 건설 중이다. 연간 5억 개의 라면을 추가 생산할 수 있으며, 기존 시설과 합쳐 총 생산능력은 연 12억 개에 달한다. 이는 글로벌 수출 물량 증가에 대

응하기 위한 전략적 투자다.

삼양식품은 지난 6월 경남 밀양에 2공장을 완공했다. 스마트 팩토리 시스템을 갖춘 이 공장은 연간 최대 8억 3000만 개 라면을 생산할 수 있다. 불닭볶음면 인기로 수출 수요가 폭증한 데 따른 조치다.

철저한 현지화 전략으로 실적 고공행진 중인 오리온도 올해 국내에 대규모 투자를 단행했다. 오리온에 따르면 회사는 지난달 충북 진천 통합센터 착공에 들어갔다. 센터는 축구장 26개 크기인 18만8000㎡ 부지에 연면적 14만 9000㎡ 규모로 건설된다. 생산, 포장, 물류까지 연결된 원스톱 생산기지다. 2027년 준공되면 국내 생산능력은 기존 1조9300억 원에서 2조3000억 원 규모로 늘게 된다. 진천 통합센터 건설로 늘어나는 생산능력은 대부분 현지 생산기지를 아직 확보하지 못한 지역의 수출 물량을 대응하는 데 활용될 방침이다.

업계 관계자는 “식품업계가 채용을 확대하고 공장을 증설하는 이러한 모습은 K푸드 열풍이 단순 유행을 넘어 산업 전반의 성장 동력으로 자리 잡았음을 보여주는 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

‘더핫 열라면’ 200만개 판매 오뚜기, 출시 3주만의 성과

영양군과 맞손 ‘영양고추’ 담아
기존 열라면 보다 1.5배 매워져

오뚜기는 지역상생 가치를 반영한 신제품 ‘더핫 열라면’이 출시 3주 만에 누적 판매량 200만 개를 돌파하며 큰 인기를 얻고 있다고 17일 밝혔다.

‘더핫 열라면’은 인구소멸 위기지역인 경상북도 영양군과의 업무협약(MOU)을 통해 지역 특산물인 ‘영양고추’를 듬뿍 담아낸 제품이다.

기존 ‘열라면’보다 약 1.5배 매워진 강렬한 맵기와 깔끔한 뒷맛으로 소비자들의 입맛을 사로잡으며 “도파민이 터진다”는 반응을 얻고 있다. 특히 별도의 TV 광고 없이 제품력과 입소문만으로 달성한 성과라 더욱 의미가 크다.

오뚜기는 이번 인기에 힘입어 ‘더핫 열라면 용기면’을 새롭게 선보였다. 간편성과 휴대성을 강화한 이번 제품은 MZ세대의 니즈에 부합할 뿐만 아니라 영양고추의 우수성을 알리는 새로운 판로로 자리매김할 것으로 전망된다. ‘더핫 열라면 용기면’은 현재 전국 편의점에서 만나 볼 수 있다.

또한 오뚜기는 다양한 소비자 참여형 프로모션으로 브랜드 경험을 강화하고 있다. 오는 10월 31일까지 ‘더핫 열라면과 함께 HOT영양으로 떠나



더핫 열라면.

/오뚜기

자!’ 이벤트를 진행하며, 제품 구매 또는 취식 사진을 SNS에 인증한 고객을 대상으로 추첨을 통해 영양군 한옥 숙소 숙박권과 5만 원 상당의 영양사랑상품권을 증정한다.

아울러 최근 공개된 ‘오뚜기X영양군Xwing(DOPAMINE)’ 광고 영상과 연계한 댓글 이벤트도 같은 기간 운영된다. 영상 게시물에 댓글로 친구를 소환한 참여자에게는 영양군 관광정보가 담긴 NFC 키링과 더핫 열라면 멀티팩 1개를 제공한다.

지역 상생 활동도 활발하다. 지난달 25일 행정안전부·영양군과 MOU를 체결한 이후, 29일 서울시청 광장에서 열린 ‘영양고추 H.O.T 페스티벌’ 참가, 9월 12~14일 용산역 지역상생 팝업스토어 운영 등 온·오프라인을 아우르는 활동을 통해 ‘더핫 열라면’과 영양고추의 매력을 널리 알리고 있다.

/신원선 기자

CJ제일제당, 플라스틱 대체 PHA 화장품용기 개발

코스맥스와 업무협약 체결

CJ제일제당이 생분해성 바이오 소재 ‘PHA(Polyhydroxyalkanoates)’ 상용화 확대에 속도를 내고 있다.

CJ제일제당은 코스맥스와 ‘PHA 적용 화장품 용기 개발을 위한 업무협약(MOU)’을 체결했다고 17일 밝혔다.

PHA는 미생물이 식물 유래 성분을 먹고 자연적으로 세포 안에 쌓는 고분자 물질로 산업·가정 폐비화 시설은 물론 토양과 해양에서 모두 분해되는 특성이 있다. 미세플라스틱을 남기지 않기 때문에 석유계 플라스틱을 대체할 차세대 소재로 주목받고 있다. CJ제일제당은 2022년 PHA 상업생산을 시작하며 이를 생분해 소재 전문 브랜드 ‘PHACT’로 론칭했다.

이번 협약을 통해 양사는 친환경 화장품 용기 개발 및 확산을 위해 손을 맞잡는다. CJ제일제당이 ‘PHACT’ PHA를 적용, 화장품 용기에 적합한 물성의 소재를 개발해 공급하면 코스맥스가 이



16일 성남시 코스맥스 판교 사옥에서 진행된 업무협약식에서 정혁성 CJ제일제당 BMS본부장(오른쪽)과 강승현 코스맥스 R&I유닛장이 기념사진 촬영을 하는 모습. /CJ제일제당

를 활용해 각종 화장품 용기와 포장재를 개발하는 방식이다.

또한 업계 박람회 등에 양사가 함께 참가해 ‘PHA 적용 화장품 용기’를 알리고, 나아가 글로벌 뷰티 브랜드들에게 사용을 제안하는 등 PHA 확산을 위한 공동 마케팅도 추진할 계획이다. PHA 분야 글로벌 선두 업체인 CJ제일제당과 세계 1위 화장품 ODM 기업인 코스맥

스가 협업하게 되면서 PHA 상용화에 더욱 속도가 붙을 것으로 기대된다.

16일 성남시 코스맥스 판교 사옥에서 진행된 업무협약식에는 정혁성 CJ제일제당 BMS(Biomaterials)본부장과 정무영 BMS사업운영담당, 강승현 코스맥스 R&I(Research & Innovation) 유닛장, 김정겸 R&IPS(Package Science)랩장 등 양사 관계자들이 참석했다.

/신원선 기자

BAT로스만스 ‘글로’ 컬러뱃지 이벤트

‘컬러 아워 유니버스’ 영상 공개

BAT로스만스의 궤런형 전자담배 브랜드 글로(glo™)가 2025년 브랜드 캠페인 ‘리브 라이프 인 컬러(Live Life in Color)’의 일환으로 글로 컬러뱃지 이벤트 ‘컬러 아워 유니버스(Color Our Universe)’ 영상을 공개하고 참여형 미션

을 통해 브랜드 경험을 본격 확장한다고 17일 밝혔다.

이번 이벤트는 글로 공식 홈페이지 ‘디스커버글로(discoverglo)’에서 12월 29일까지 진행된다. 소비자는 ▲회원가입 ▲글로 픽(glo PICK) 퀴즈 ▲제품 구매 ▲설문 참여 등 총 7단계 미션을 수행하며 컬러 유니버스를 완성하고, 단계별

미션을 달성할 때마다 뱃지를 획득할 수 있다. 모든 뱃지를 수집한 참여자에게는 총 1700만원 상당의 푸짐한 경품 응모 기회가 주어진다. 시즌 2 경품은 소비자의 관심사와 라이프스타일을 반영한 프리미엄 아이템으로 구성됐다. LG 스탠바이미 2, 드롭기 전자동 커피머신, 플레이스테이션 5 프로, 애플워치10 등 가전제품은 물론 고춧가루, 배달의 민족, 신세계 상품권, 프렌즈스크린 기프트카드 등 실용적인 상품도 마련했다.

/신원선 기자

롯데백화점, 알리·위챗페이 할인혜택

외국인 고객 맞춤형 프로모션 강화

롯데백화점이 중국인 단체관광객 무비자 입국 정책과 국경절 연휴를 앞두고 외국인 고객 맞춤형 프로모션을 강화한다고 17일 밝혔다. 특히 중화권 고객이 선호하는 모바일 간편결제 할인 혜택을 집중적으로 마련했다.

롯데백화점은 이달 19일부터 알리페이로 1000위안 이상 결제 시 30위안을 즉시 할인해주고, 25일부터는 위챗페이로 800위안 이상 구매 시 40위안 할인 쿠폰을 증정한다. 또한 위챗페이로 삼성물산 패션 브랜드 구매 시 5% 즉시 할인 혜택도 제공한다.

외국인 관광객 전반을 위한 혜택도 늘렸다. 본점, 잠실점, 부산본점, 광복점, 김포공항점 등 5개 주요 점포에서 외국인 선불카드 ‘와우패스’로 10만원 이상 결제 시 5%를 환급해준다. 이달 26일부터는 전점에서 패션·뷰티 상품군을 30만원 또는 60만원 이상 구매한 외국인 고객에게 10% 상당의 롯데상품권을 증정한다.

이 외에도 롯데백화점은 개별 여행객을 공략하기 위해 중국 SNS 플랫폼 ‘샤오홍슈’ 공식 계정을 개설하고, 외국인 유학생으로 구성된 ‘글로벌 서포터즈’를 출범시키는 등 마케팅 활동을 강화하고 있다.

/손종욱 기자 handbell@

쿠팡, 내달 6일까지 제수용품 등 최대 50%

대규모 할인행사 ‘추석 페스타’

쿠팡이 추석에 맞아 다음 달 6일까지 대규모 할인 행사 ‘추석 페스타’를 연다고 17일 밝혔다. 선물세트, 명절 음식, 가전, 제수용품 등 3만여 개 상품을 최대 50% 할인된 가격에 선보인다.

이번 행사는 고객 쇼핑 편의를 위해 메인 특가, 선물관, 장보기관, 연휴 즐기기, 브랜드 데이 등 5가지 테마관으로 구성됐다. ‘선물관’에서는 가격대와 품목별로 선물세트를 제안하고, ‘장보기관’에서는 차례상 준비에 필요한 식재료와 제수용품 등을 판매한다. ‘연휴

즐기기’ 코너에서는 숙박 상품과 테마파크 이용권 등을 할인된 가격에 내놓는다.

매일 오전 7시부터는 ‘브랜드 데이’를 열고 AHC, 샤넬 등 40여 개 브랜드 상품을 하루 특가로 선보인다. 또한 ‘추석 트렌드 및 신상템 특가’ 코너를 신설했으며, 매주 목요일에는 레저·테마파크 이용권을 100원에 선착순 판매하는 이벤트도 진행한다.

대표 상품으로는 ‘스팸 12C호 선물세트’, ‘정관장 홍삼진 데일리стик 선물세트’, ‘삼성전자 갤럭시 S25 자급제’ 등이 준비됐다.

/손종욱 기자