

3분기 매출 늘었지만 영업이익 정체 원가부담 완화 4분기 반등 기대감

식품업체 10곳 3분기 실적

국내 식품업체가 올해 3분기 전분기보다 개선된 실적을 거둘 것으로 전망된다. 원재료 가격 하락과 수출 호조가 일부 기업의 실적을 견인한 결과다. 다만, 내수 소비 둔화가 발목을 잡으면서 수익성 회복은 더딜 것으로 보인다.

14일 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 주요 10개 식품업체의 3분기 합산 매출은 16조9132억원으로 전년 동기(16조1628억원) 대비 4.6% 증가할 것으로 예상됐다. 영업이익은 1조1740억원으로 0.4% 증가에 그쳐 사실상 정체 수준에 머물 전망이다.

업체는 올해 들어라면, 과자, 유제품, 음료 등 전 품목에서 2~20%가량의 가격 인상을 단행했지만, 인플레이션 장기화로 소비 여력이 줄며 판가 인상 효과가 실적에 온전히 반영되지 못했다.

CJ제일제당의 3분기 연결기준 매출은 7조6400억원 안팎으로 전년 대비 3% 증가할 것으로 예상된다. 반면, 영업이익은 3600억~3900억원대로 각각 6~12% 줄어든 전망이다. 추석 선물세트 판매 등 계절 요인과 해외 디저트 공장 손익 개선이 긍정적 영향을 미쳤지만, ERP 교체 등 일회성 비용과 바이오 부문 부진이 부담으로 작용했다. CJ제일제당은 사료·축산 자회사 F&C(Feed&Care) 매각을 추진하며 수익성 중심의 포트폴리오 재편에 속도를 내고 있다.

롯데웰푸드는 3분기 매출 1조1300억원, 영업이익 750억원 수준으로 전망된다. 빙과·스낵 부문이 여름 성수기 효과를 본 반면, 카카오 가격이 톤(t)당



서울 시내 대형마트에서 고객들이 라면을 살펴보는 모습.

/뉴시스

**10곳 합산매출 16.9조, 4.6% 증가
영업익 1.2조로 0.4% 증가 그쳐**

**CJ제일제당, 영업이익 하락 예상
롯데웰푸드, 매출액 1.11조 전망
롯데칠성음료, 영업이익 14% 늘 듯**

9000달러 안팎에서 고공행진을 이어가며 원가 부담이 지속됐다.

롯데칠성음료는 매출 1조1070억원, 영업이익 890억원으로 각각 4.0%, 13.8% 증가할 것으로 보인다. 음료·주류 모두 전분기 대비 회복세를 보이며 원가 안정화 효과가 일부 반영됐다.

풀무원도 미국 두부·냉동김밥 사업이 성장세를 이어가며 매출 8880억원, 영업이익 330억원으로 전년 동기 대비 각각 6.6%, 1.0% 증가할 전망이다. 다만 국내 신선식품 부문은 경기 위축 여파로 성장 폭이 제한됐다.

라면업계는 해외 시장에서의 선전으로 호실적이 예상된다. 삼양식품은 매출 6000억원, 영업이익 1300억원대를

기록하며 전년 대비 각각 35~37%, 50~56% 급증할 것으로 보인다. ‘불닭볶음면’이 미국·중국·동남아 시장에서 완판 행진을 이어가며 글로벌 히트 브랜드로 자리잡은 덕분이다.

농심도 매출 8800억원, 영업이익 440억원 수준으로 각각 3~4%, 17~23% 증가가 예상된다. 미국·일본 등 주요 해외 법인의 가격 인상 효과와 신제품 ‘신라면 톰바’ 흥행이 호재로 작용했다.

반면, 오뚜기는 매출 9419억원, 영업이익 604억원으로 전년 대비 각각 4.1% 증가, 4.9% 감소할 전망이다. 내수 부진과 관측비 증가가 부담이 됐다.

업체 관계자는 “3분기 실적은 직전 분기보다 개선됐지만, 불확실한 경영 환경이 지속되고 있어 완전한 수익성 회복은 내년으로 미뤄질 가능성이 높다”고 말했다. 이어 “카카오·대두유 등 주요 원자재 가격이 하락세를 보이고 있어 4분기부터는 원가 부담 완화와 수출 확대 효과로 영업이익이 점진적으로 개선될 것”이라고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

뚜레쥬르, 가맹점 물품대금 카드결제 도입

업계 첫 시행… 신한카드와 업무협약

CJ푸드빌의 뚜레쥬르가 프랜차이즈 베이커리 업계 최초로 가맹점 대상 물품대금 카드결제 시스템을 도입한다. 이를 위해 신한카드와 업무 협약을 체결하고 카드 결제 시스템을 포함한 다양한 결제 편의 방안을 모색하여 뚜레쥬르 가맹점과의 상생 파트너십 강화 및 지속 가능 성장을 도모할 예정이다.

CJ푸드빌은 전날 서울 중구 을지로 본사에서 양사 관계자가 참석한 가운데 신한카드와 ‘뚜레쥬르 가맹점 납품대금 카드 결제 도입을 위한 업무 제휴 협약식’을 체결했다고 14일 밝혔다. 이번 업무 협약을 통해 뚜레쥬르 가맹점 주들은 납품대금 결제 시 현금 또는 결제 전용카드로 선택할 수 있어 납품대금을 보다 편리하게 결제할 수 있다. 특히



CJ푸드빌은 13일 서울 중구 을지로 본사에서 뚜레쥬르 가맹점 납품대금 카드 결제 도입을 위해 신한카드와 업무제휴 협약식을 체결했다.

/CJ푸드빌

제도가 도입되면 가맹점주들의 유동성 확보, 결제 방식의 선택권 확대 등을 통해 자금 운용 및 경영 효율성을 높일 수 있다. 또한 CJ푸드빌과 신한카드는 결제 편의 뿐 아니라 양사 제휴에 기반해 상품 및 마케팅 등 다양한 영역에서 협력을 강화할 예정이다.

/신원선 기자

롯데칠성음료 ‘새로’ 3년새 7억병 판매고

부드러운 목넘김에 소비자 호응

롯데칠성음료의 ‘새로’가 출시 3년 만에 누적 판매 7억 병을 돌파했다. 2022년 9월 선보인 ‘새로’는 과당을 사용하지 않은 ‘제로 슈거(Zero Sugar)’ 소주로, 산뜻하고 부드러운 맛이 특징이다. 소주 본연의 맛을 살리기 위해 증류식 소주를 첨가하고, 주류 제품 중 최초로 영양성분 표시를 도입했다. 한국 도자기의 곡선미에서 착안한 병 디자인

인과 투명병 적용으로 고급스럽고 트렌디한 이미지를 완성했다.

출시 4개월 만에 5000만 병, 7개월 만에 1억 병을 돌파한 ‘새로’는 부드러운 목넘김과 향이 달한 맛으로 소비자들의 호응을 얻었다. 이후 ‘새로 살구’, ‘새로 다래’ 등 과즙 라인업을 확대하며 시장 저변을 넓혔다. 특히 올 7월 기준 누적 판매 7억병을 넘어서며 제로 슈거 소주 트렌드를 이끌고 있다.

/신원선 기자

국순당, 美 밀러 패밀리 ‘버터넛’ 론칭

국순당은 미국 와인 명가 ‘밀러 패밀리(Miller family)’의 와인 브랜드 ‘버터넛(Butternut)’을 국내 론칭한다고 14일 밝혔다.

밀러 패밀리는 1871년부터 미국 캘리포니아 센트럴 코스트 지역에서 농업과 포도 재배를 시작하며 와인업계와 인연을 맺은 오래 전통의 가문이다. 포도 재배 농가로 다른 와이너리에 포도를 공급하는 역할을 해왔으나, 2000년대 초중반 자신들이 재배한 좋은 포도로 자체 브랜드 와인을 만들기 시작했다

밀러 패밀리는 ‘좋은 와인이지만

비싼 가격이 필요하지 않다’라는 철학으로 와인을 생산하고 있다. 현재 제이 월크스, 옴틱, 버터넛 등 12개 가량의 다양한 와인 브랜드를 소유하고 있다.

이번에 선보이는 버터넛은 비엔에이 와인 그룹(BNA Wine Group)이 2012년 론칭했다. 당시 유행한 트렌드인 버터향 풍미가 진한 ‘버터리 사도네이’ 스타일로 만든 와인을 통해 급성장한 브랜드이다. 2020년 밀러 패밀리가 비엔에이 와인 그룹을 인수하면서 밀러 패밀리의 와인 철학을 접목시켜 더욱 큰 매출 성장을 이뤄냈다.

/신원선 기자

한돈 페스타 간 ‘돼지바’… 레트로 팝업 오픈

롯데웰푸드, 19일까지 ‘돼지바 상회’ 80~90년대 구멍가게 콘셉트 조성

롯데웰푸드는 오는 19일까지 서울 성수동에 위치한 XYZ 서울에서 진행되는 ‘2025 SUPER 한돈 페스타 팝업 스토어(이하 한돈 페스타)’에 참가해 ‘돼지바 상회’를 운영한다고 14일 밝혔다.

돼지바와 한돈의 이색 컬래버는 롯데웰푸드 아이스크림 공식 인스타그램에 공개된 재미있는 티저 영상들로 시작했다. 돼지바의 귀여운 캐릭터 ‘돼장님’이 다른 한돈 돼지들과 다른 모습에 의문을 품고, 이내 한돈 캐릭터 ‘한도니’와 컬래버 계약을 체결하는 재미있는 스토리를 담았다.

돼지바 상회는 1983년 태어난 돼지바의 오리지널리티와 헤리티지를 보여주는 레트로 컨셉의 팝업스토어다. 외부는 레트로 감성에 맞춰 롯데의 옛 로고 입간판, 돼지바 포스터 등 80~90년대 정겨운 구멍가게 콘셉트로 조성했다. 내부에는 돼지바의 변천사를 한눈에 볼 수 있도록 진열해 고객들에게 브



‘돼지바 상회’ 방문객들이 이벤트에 참여하는 모습.

/롯데웰푸드

랜드의 깊은 역사를 소개한다.

돼지바 상회를 방문하면 다양한 참여 이벤트도 즐길 수 있다. 게임존을 설치해 손으로 핸드스텝퍼를 눌러 돼지바 출시년도인 1983의 숫자 모두에 불이 들어오게 하면 추억의 뽑기 기회를 제공한다. 이를 통해 돼지바 문구세트, 돼지바 스티커, 돼지바 제품 등 다양한 경품을 받을 수 있다. 또한, 포토존에서 사진을 찍고 인스타그램 게시 인증을 하면 돼지바 3종을 증정한다.

롯데웰푸드 관계자는 “소비자와 소통을 강화하기 위해 돼지바와 한돈의

이색적인 컬래버레이션을 기획하게 됐다”며, “앞으로도 다양한 이벤트를 통해 소비자에게 다가가는 돼지바를 만들겠다”고 말했다.

한편, 한돈 페스타는 10월 1일 한돈데이를 맞아 한돈자조금관리위원회에서 진행되는 행사다. 한돈을 활용한 다양한 요리, 이벤트 등을 체험할 수 있다. 올해로 12주년을 맞은 한돈데이는 ‘돼지코’ 모양(1001)을 모티프로 한 한돈의 대표 기념일이다. 지난해 ‘2024 한돈데이 팝업스토어’에는 9일간 1만5000명이 찾았다.

/신원선 기자

오리온, 차·커피 곁들임 디저트 5종 출시

‘카스타드 로얄밀크티맛’ 등 한정판
오리온은 차나 커피에 곁들이기 좋은 ‘디저트 카페 한정판’ 5종을 선보인다고 14일 밝혔다.

‘카스타드 로얄밀크티맛’은 향긋한 홍차 잎 원물을 넣은 촉촉한 쉬폰케이크에 진하고 부드러운 로얄 밀크티 크림을 더해 고급스러운 풍미를 구현했다. ‘오프 애플파이맛’은 사과 과육이 살아 있는 아삭한 식감의 사과 콩포트에 시나몬을 더해 깊은 맛을 살렸으며, ‘뉴

통지 카라멜 크롱지맛’은 납작하게 눌러 구운 크롱지의 바삭한 식감에 카라멜 코팅을 입혀 달콤한 맛을 담았다.

MZ세대를 중심으로 불고 있는 말차 열풍에 맞춰 제주산 말차를 이용한 신제품도 선보인다. ‘초코칩쿠키 제주말차라떼맛’은 깊은 풍미의 말차라떼맛 쿠키에 달콤한 초코칩을 넣었고, ‘초코송이 말차케이크맛’은 말차 초콜릿과 카카오비스킷의 그린&블랙 조합으로 맛뿐만 아니라 시각적 즐거움도 동시에 잡았다.

/신원선 기자