

발효·원료·기능성 갖춘 식품업계…‘K-뷰티’로 영토 확장

hy 이터뷰티 ‘엠프로’ 시리즈
피부특화 유산균 활용제품 선배
신세계푸드 색조 ODM 전문기업
씨앤씨인터내셔널에 500억 투자
하이트진로 비엔비코리아 인수

내수 침체로 수익 성장의 한계에 부딪힌 식품기업들이 기존 먹거리 중심의 사업 구조에서 벗어나 건강·기능성·라이프케어로의 확장을 모색하며 사업 포트폴리오 다각화에 속도를 내고 있다. 특히 화장품 제조, 이너뷰티, 제조자개발생산(ODM) 투자 등 다양한 방식으로 뷰티 산업 진출을 확대하고 있다. 글로벌 시장에서 검증된 K뷰티의 수익성과 브랜드 파워가 새로운 성장 축으로 부상했기 때문이다.

발효유와 유산균 기술로 잘 알려진 hy는 기능성 식품 분야의 강점을 바탕으로 ‘먹는 뷰티’와 ‘바르는 뷰티’를 동시에 전개하고 있다. ‘장이 건강하면 피부도 좋아진다’는 이론을 토대로 이너뷰티



엠프로 프로바이오틱스 월+ 이미지.

/hy

라인 ‘엠프로’ 시리즈를 출시, 피부 특화 유산균을 활용한 제품을 선보였다.

또 자사 브랜드 ‘프레딕뷰티’를 통해 유산균 HY714를 화장품 원료로 적용한 앰플·선에센스·모델링팩 등 스킨케어 제품을 선보이며 본격적인 뷰티 시장에 진입했다. hy는 외부 화장품 전문 기업과 협업해 유산균 대사물질을 피부에 적용하는 기술을 개발, 섭취(이너뷰

티)와 도포(스킨케어)를 아우르는 융합 포트폴리오를 구축했다.

신세계푸드는 최근 국내 4위 색조 화장품 ODM 전문기업 씨앤씨인터내셔널에 500억원을 투자했다. ‘뷰티 시너지2025’ 사모펀드에 재무적 투자자(FI)로 참여하는 형태다. 씨앤씨인터내셔널은 지난해 매출 2829억원, 영업이익 290억원을 기록했으며 글로벌 색조 브

랜드에 제품을 공급하고 있다.

신세계푸드 관계자는 “본업 경쟁력 강화와 함께 안정적 수익 기반 확보를 위한 신규 투자처 발굴 차원에서 성장성이 높은 화장품 산업에 투자를 결정했다”고 설명했다. 신세계푸드는 앞서 급식사업부를 아이유포에 매각해 확보한 현금을 이번 투자에 활용했다.

하이트진로는 계열사 서영이앤티를 통해 지난해 SKS프라이빗에쿼티로부터 화장품 제조사 비엔비코리아를 1200억원에 인수했다. ‘마유크림’으로 잘 알려진 비엔비코리아는 현재 달바글 로벌 등 주요 브랜드에 ODM 방식으로 제품을 공급하고 있으며, 상장을 추진 중이다. 당시 회사는 사업 다각화 차원에서 신사업 검토를 이어가고 있다고 밝혔다.

오리온은 자회사 ‘제주용암수’의 미네랄 성분과 청정 이미지를 내세워 ODM 방식의 화장품 출시를 준비 중이다. 이를 위해 최근 정관상 사업 목적에 ‘화장품책임판매업’을 추가했다.

오리온 관계자는 “제주용암수의 우수성을 해외 시장에 알리고 수출을 확대하기 위한 마케팅 활동의 일환으로 화장품 사업을 추진하고 있다”고 말했다. 식음료 자원을 기반으로 브랜드 가치를 확장하는 시도로 풀이된다.

식품기업들의 잇따른 행보는 K뷰티 산업의 구조적 성장세와 맞물린다. 식품의약품안전처에 따르면 올해 3분기까지 국내 화장품 수출액은 85억달러로 전년 동기 대비 14.9% 증가하며 역대 최대치를 기록했다. 특히 미국이 처음으로 수출국 1위에 오르며 중국 중심의 수출 구조가 북미·유럽·중동 등으로 빠르게 다변화되고 있다.

업계 관계자는 “글로벌 시장에서 검증된 K뷰티 파워와 높은 수익성이 식품 기업에 매력적인 성장축 축으로 작용하고 있다”며 “식품기업이 가진 발효·원료·기능성 기술이 이너뷰티나 스킨케어로 자연스럽게 확장되면서 푸드와 뷰티의 경계가 점차 사라지고 있다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



민왕일
현대리바트
대표이사(내정) 사장



이진원
현대L&C
대표이사 부사장



이종근
현대지에프홀딩스
경영전략실장 부사장



유재기
현대에버다임
대표이사(내정) 전무

현대리바트 대표이사에 민왕일 내정

현대백화점그룹, 2026 임원인사
사장·부사장 승진 등 총 48명 규모

30일 현대백화점그룹이 내년 1월 1일부로 정기 임원 인사를 단행했다. 이번 인사는 사장 1명, 부사장 2명을 포함해 승진 27명, 전보 21명 등 총 48명 규모로, 인사 폭은 예년과 유사한 수준이다.

현대리바트 민왕일 부사장이 사장으로 승진해 대표이사에 내정됐다. 민 신임 사장은 1993년 현대백화점에 입사해 회계·재무·기획조정 등 주요 보직을 거친 재무통으로, 향후 리바트의 수익성 강화와 B2B·리빙사업 확장을 이끌 것으로 기대된다.

또한 현대L&C 이진원 전무와 현대지에프홀딩스 이종근 전무가 각각 부사

장으로 승진했다. 이진원 부사장은 현대그린푸드와 현대리바트를 거쳐 2025년부터 현대L&C 대표이사로 재임 중이며, 이종근 부사장은 그룹 경영전략실 출신으로 중장기 성장전략 수립을 주도해왔다.

신임 대표이사로는 유재기 현대에버다임 전무가 내정됐다. 유 내정자는 현대그린푸드 출신으로 경영지원과 영업본부를 두루 거친 내실형 경영 전문가다.

그룹 관계자는 “대내외 경영 불확실성이 지속되는 상황에서 백화점, 홈쇼핑, 그린푸드 등 주력 계열사 경영진을 유입시켜 안정 경영에 방점을 뒀다”면서 “동시에 조직 분위기를 쇄신하고 본업 경쟁력을 강화하기 위한 인사”라고 밝혔다. /신원선 기자

이마트24, 경영주 동반성장 ‘상생선언’

이마트24가 경영주의 실질적인 수익 개선과 지속가능한 동반성장을 위한 ‘상생선언’을 발표했다.

이마트24는 30일 서울 성수동 본사에서 ‘경영주와의 공존공영 가치실현을 위한 상생선언’을 개최했다. 이번 선언을 통해 저수익 점포 경영주를 위한 로열티 타입 전환 등을 도입하며 상생경영을 한층 강화할 방침이다.

이마트24는 수익 개선이 필요한 개인

임차형 타입(월회비 160만원) 점포 중 가맹계약을 성실하게 준수하는 경영주를 대상으로, 잔여 계약기간까지 로열티 타입으로 전환할 수 있는 기회를 제공한다.

로열티 타입으로 전환 시 기존의 월회비 대신, 매출총이익을 경영주 71%, 본사 29%비율로 분배하게 되며, 이를 통해 경영주의 실질 수익 개선이 기대된다. /이세경 기자 seilee@

韓 감성·풍미로 균형잡은 ‘국내 한정원두’

Q 르포

스타벅스 ‘별빛 블렌드’ 공개

“내추럴 가공의 깊은 향과 워시드 가공의 깔끔한 마무리가 공존하는 ‘별빛 블렌드’는 한국 소비자들 사이에서 가장 사랑하는 균형감을 보여주는, 오직 한국에서만 경험할 수 있는 특별한 블렌드입니다.”

스타벅스 코리아가 최근 서울 용산구에 위치한 ‘스타벅스 아카데미 센터’에서 새로운 한정 원두 ‘별빛 블렌드(Starlight Blend)’를 공개했다. 이번 행사는 원두 출시를 기념해 마련된 ‘커피 엑셀런스 저니 클래스’로, 커피를 향한 스타벅스의 철학과 정교한 블렌딩 과정을 체험할 수 있는 시간이었다.

별빛 블렌드는 스타벅스 코리아 개점 26주년을 맞아 국내 MD팀이 직접 기획하고, 글로벌 스타벅스 커피 개발자들과 약 1년 6개월에 걸쳐 공동 개발한 원두다. 오직 한국에서만 만나볼 수 있는 ‘국내 전용 블렌드’로 2021년 출시된 ‘별다방 블렌드’ 이후 4년 만에 선보이는 두 번째 한국 한정 원두다.

이날 클래스는 스타벅스 커피 엑셀런스 센터의 코칭 아래 ▲별빛 블렌드 소개 ▲나만의 커피 취향 탐색 ▲바리스타 체험(에스프레소 추출·라떼아트) 순으로 진행됐다. 커피 엑셀런스 센터는 전국 2000여 개 매장 파트너들에게 커피 교육과 품질 코칭을 제공하는 스타벅스의 핵심 교육 기관이다.

올해 21대 커피 앰버서더로 선발된 ‘베키(Becky)’ 파트너는 “최근에는 원산지보다 가공방식에 관심을 갖는 소비자가 늘고 있다”며 “별빛 블렌드는 콜롬비아 단일 원산지이지만, 두 프로세스를 혼합해 한층 입체적이고 독특한 풍미를 구현했다”고 설명했다.

스타벅스는 이번 제품의 콘셉트를



베키 앰버서더가 별빛 블렌드를 소개하고 있다.

‘커피 엑셀런스 저니 클래스’ 개최 국내MD팀 기획 1년6개월 간 개발

4년만에 국내한정 원두 선보여 콜롬비아산 원두 두가지 방식 가공



별빛 블렌드로 만든 라떼.

‘한국의 감성과 풍미를 동시에 담아낸 커피’로 정의했다. 패키지에는 서울의 스카이라인과 경복궁, 한옥, 그리고 스타벅스 이대 1호점 등 한국을 상징하는 건축물이 핑크빛 일출·일몰 배경과 함께 담겼다. 이는 빌딩 숲 사이로 고궁이 어우러진 서울의 풍경이 외국인들에게 색다른 감흥을 준다는 점에서 영감을 받았다.

별빛 블렌드는 콜롬비아산 원두를 ‘내추럴(Natural)’과 ‘워시드(Washed)’ 두 가지 방식으로 가공한 것이 특징

이다. 내추럴 방식은 커피체리를 햇빛에 그대로 말려 과육의 단맛과 목직한 바디감을 살리고, 워시드는 물로 세정해 깔끔하고 청량한 피니시를 구현한다. 두 방식이 절묘하게 조화를 이루며, 한 잔 안에서 부드러운면서도 복합적인 향미를 느낄 수 있다.

이어진 ‘나만의 커피 취향 탐색’ 세션에서는 스타벅스의 4가지 원두를 블라인드로 시험·시음하며 각자의 취향을 찾아보는 시간을 가졌다.

바리스타 체험에서는 리저브 매장에서 사용하는 블랙이글 에스프레소머신으로 에스프레소를 추출하고, 스팀 우유를 더해 라떼 아트를 완성했다. 완성된 별빛 블렌드 라떼는 크림미한 우유의 부드러움 속에서 한라봉을 연상시키는 산뜻한 산미와 딸기 웨이퍼 같은 달콤한 향이 어우러져 딸기 크림치즈 케이크를 마시는 기분이 들게 했다.

한편, 별빛 블렌드는 출시 직후 일주일간 ‘오늘의 커피’로 제공됐으며 현재는 원두 제품으로만 판매 중이다.

스타벅스 관계자는 “별빛 블렌드가 또 하나의 대표 원두로 자리 잡길 기대한다”며 “앞으로도 고객이 각자의 취향에 맞게 커피의 다양성을 경험할 수 있도록 지속적으로 새로운 시도를 이어가겠다”며 말했다. /신원선 기자