

유통업계, 식품사업 구조 붕괴 우려… “산업 현실 반영해야”

정부 새벽배송 제한 검토

규제 현실화시 기존 유통망 한계
상품 기획 등 전략 재수립 불가피
“단순한 배송시간의 문제 아냐”

정부가 새벽배송 제한 방안을 검토하면서 식품업계에도 긴장감이 돌고 있다.

신선식품을 중심으로 새벽배송 채널에 의존해온 기업들이 물류·판매 구조 전반의 재조정에 나설 수밖에 없는 상황이다. 업계는 “새벽배송은 단순한 배송 서비스가 아니라 신선식품 유통의 근간”이라며 우려의 목소리를 내고 있다.

식품업계에 따르면 새벽배송은 그간 냉장·신선식품 중심 브랜드의 핵심 판매 창구로 자리해왔다.

마켓컬리, SSG닷컴, 쿠팡 등 새벽배

송 플랫폼을 통해 CJ제일제당, 풀무원, 대상, hy(한국야쿠르트) 등 주요 식품 기업이 신제품을 테스트하고 프리미엄 이미지를 강화해왔다.

업계 전반에서 온라인 채널 매출은 두 자릿수 비중으로 자리 잡고 있다.

CJ제일제당은 2024년 2분기 기준 국내 가공식품 부문 온라인 매출 비중이 약 19%에 달했다고 밝혔다. 전년 동기 대비 약 4%포인트 증가한 수치다.

풀무원 역시 2021년 기준 풀무원식품 계열의 온라인 매출 비중이 약 16.8%로 당시 전체 매출의 6분의 1 이상을 차지했다. 현재는 그 비중이 더 늘어났을 것으로 추정된다.

과거 오프라인 중심의 유통망이 절대적이었지만, 이제는 대부분의 식품기업이 온라인 전용 상품이나 자사몰 판매를 확대하고 있기 때문이다.

실제 주요 식품기업들은 최근 온라인 매출이 꾸준히 증가하고 있다. 쿠팡·마켓컬리·SSG닷컴 등 이커머스 플랫폼의 신선식품 거래액이 확대되면서, 각사는 전용 상품 출시와 물류 확보, 온라인 마케팅 강화에 속도를 내고 있다.

하지만 배송시간 제한이나 심야유통 규제가 현실화할 경우, 이 같은 구조는 흔들릴 수밖에 없다. 업계 관계자는 “냉장식품은 출고 타이밍 하나로 품질이 좌우되는데, 배송시간이 지연되면 신선도 관리가 어렵다”며 “결국 물류비 상승과 폐기를 증가로 이어질 것”이라고 말했다.

새벽배송 위축은 식품기업들의 제품 전략에도 영향을 미친다. 유통기한이 짧은 냉장·신선식품보다는 상온·레토르트형 제품 비중을 늘리는 방향으로 제품 포트폴리오가 바뀔 가능성이 높다.

한 유통업계 관계자는 “과거 택배노조 파업 때도 즉석죽, 레토르트 카레 같은 상온형 제품의 주문 비중이 늘었다”며 “새벽배송 제한이 장기화되면 기업들이 아예 상품 기획 단계부터 구조를 달리할 것”이라고 내다봤다.

반대로 편의점, 대형마트 등 오프라인 채널은 반사이익을 얻을 수 있다. 즉시 구매와 신선식품 수요가 오프라인으로 이동할 가능성이 있기 때문이다. 유통 대기업 계열 식품사들은 이를 새로운 기회로 삼아 오프라인 재정에 나설 것으로 보인다.

한 식품업계 관계자는 “소비자는 신선도를, 기업은 속도를 원한다”며 “정책 논의 과정에서 단순한 배송 시간의 문제로만 보기보다 식품 유통 산업 현실이 충분히 반영돼야 한다”고 강조했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신세계백화점 디저트살롱 ‘서울미식주간 100선’ 선정

신세계백화점이 운영하는 하우스오브신세계 디저트살롱이 서울시 주관 ‘2025년 서울미식주간 100선’에 선정됐다고 4일 밝혔다. 한국 전통 다과를 현대적 감각으로 풀어낸 시도를 공인받은 것이다.

지난 4월 본점 ‘더 헤리티지’ 5층에 문을 연 디저트살롱은 신세계백화점 한식 연구소가 전문가들과 협업해 기획한 공간으로, ‘현대적 다과 공간’이라는 평가를 받고 있다.

하우스오브신세계 디저트살롱은 이달 7일부터 27일까지 홍시, 햇밤 등을 활용한 계절 다과상을 한정 운영한다. 홍시운무, 석탄병, 밤강정, 유자인절미, 모과정과 등 5가지로 구성된다. 팔죽 등 시즌 한정 메뉴와 함께, 이달 7일부터 12일까지는 수험생을 위한 참쌀떡도 선보인다.

/손종욱 기자 handbell@

CJ제일제당, ‘햇반 라이스플랜’ 라인업 확장

볶음밥·주먹밥·죽 등 7종 선보
“소비자의 저속라이프 실천 지원”

CJ제일제당이 ‘햇반 라이스플랜’의 라인업을 확장하며 저속라이프 열풍에 앞장선다.

CJ제일제당이 ‘햇반 라이스플랜’ 볶음밥·주먹밥·죽 신제품 총 7종을 선보였다고 4일 밝혔다. 출시된지 1년이 채 되지 않았음에도 불구하고 ‘햇반 라이스플랜’의 누적판매량이 1000만개를 돌파하는 등 저속식단의 성장세가 지속되고 있어, CJ제일제당은 소비자들에게 더 다양한 선택지를 제공하고자 이번 제품을 출시했다.

이번 ‘햇반 라이스플랜’ 볶음밥·주먹밥은 처음으로 선보이는 냉동 라이스플랜 제품이다. 모두 정회원 박사의 저속식단 레시피를 활용했으며, CJ제일제당 햇반이 30년 가까이 쌓아온 차별화된 기술력과 노하우로 파로·현미·귀리 등 다양한 잡곡의 맛을 끌어올려 맛과 영양을 한번에 잡았다.

볶음밥 제품은 ‘햇반 닭가슴살 현미



햇반 라이스플랜 제품.

/CJ제일제당

귀리 김치볶음밥·갈릭볶음밥’, 주먹밥 제품은 ‘햇반 파로곤약 닭갈비 주먹밥·청양고추 주먹밥’으로 각각 2가지 맛으로 출시됐다. 신제품 모두 다양한 잡곡들과 닭가슴살이 들어있는 고단백 제품으로 맛있고 간단하게 식단관리를 할 수 있다.

간단하게 끼니를 해결할 수 있는 죽 제품도 선보인다. ‘파로녹두닭죽’·‘귀리 소고기죽’·‘파로통곡물죽’ 3가지 종류로, 파우치 형태와 플라스틱 용기형태 2가지로 출시됐다. ‘파로녹두닭죽’·‘귀리

소고기죽’은 통곡물과 닭고기·소고기를 최적으로 배합해 깊은 맛을 더하고 영양까지 잡았다. ‘파로통곡물죽’은 한 그릇(420g)에 바나나 약 4.9개 분량의식이섬유가 들어있는 고식이섬유 제품이다.

CJ제일제당 관계자는 “최근 모든 식사를 저속식단으로 하고자하는 소비자의 목소리를 반영해 다양한 형태의 저속라이프 제품들을 출시하게 됐다”며 “‘햇반 라이스플랜을 활용해 다양한 방식으로 저속라이프를 실천하시기를 바란다”고 말했다.

/신원선 기자



강원도 홍천군 일품진로쌀 재배지. /하이트진로

하이트진로 증류주 특화 쌀 품종 개발

하이트진로는 증류식 소주의 발효 특성과 향미 구현에 최적화된 쌀 품종을 선정, 시험재배까지 완료했다고 4일 밝혔다.

이번에 재배된 품종 ‘주향미’는 국립식량과학원이 개발한 신품종으로, 하이트진로와 함께 양조 특성을 평가하여 증류식 소주 제조에 특화된 전용쌀로 선정했다. 하이트진로는 이를 ‘일품진로쌀’로 상표 출원했다.

하이트진로는 일품진로의 원료 경쟁력을 강화하고, 대한민국 증류식 소주의 정체성을 확립하기 위해 이번 프로젝트를 추진했다.

또한, 국내 쌀 소비 진작에 기여하고, 지역 농가와의 상생도 지속 실천한다는 계획이다.

/신원선 기자

홈플러스 ‘이너웨어 페스티벌’ 진행

홈플러스가 가성비, 집콕 트렌드로 이너웨어 매출이 성장함에 따라 고객 성원에 보답하기 위해 오는 12일까지 ‘이너웨어 페스티벌’을 진행한다고 4일 밝혔다.

이번 행사에서는 여성 심리스 이너웨어, 남성 언더웨어, 마이핏플러스 이너웨어, 파자마 등 다양한 상품을 2개 이상 구매 시 30% 할인 혜택을 제공한다.

또한, 이달 6일부터 9일까지 주말특가로 ‘카카오 성인 이지웨어’를 50% 할인가에, ‘이동 캐릭터 팬티·드레스’, ‘비비안·트라이엄프 여성 팬티’는 1+1 혜택을 제공한다.

/손종욱 기자

현대그린푸드, ‘고령친화식품’ 분야 두각

정부 지정제품 16종… 업계 최대

현대백화점그룹의 종합식품기업 현대그린푸드가 고령자를 위한 전문 식품인 ‘고령친화우수식품’ 분야에서 두각을 나타내고 있다. 정부 지정 제품만 16종으로, 국내 전체(85종)의 20% 가까이를 차지하며 업계 최다다.

고령친화우수식품은 노인의 치아 상태나 소화 기능에 맞춰 단단함(물성)과 영양을 조절한 제품으로, 농림축산식품부·해양수산부가 지정한다. 현대그린푸드는 1단계(치아로 섭취)부터 3단계(혀로 섭취)까지 전 단계 제품을 모두 생산할 수 있는 국내 유일 기업이다.

특히 생선이 까다로운 2단계(잇몸으로 섭취 가능한) 제품에서 독보적인 경쟁력을 갖췄다. 국내 지정된 2단계 제품 8종 가운데 7종이 현대그린푸드 제품이다. ‘더 부드러운 함박스테이크’, ‘소고기장조림’ 등 육류 제품을 잇몸으로 먹을 수 있을 만큼 부드럽게 제조한 것도 이 회사뿐이다.

이 같은 경쟁력의 기반은 2020년 약 1000억 원을 투자해 구축한 케어푸드 전용 ‘스마트 푸드센터’다. 이곳에는 ‘포화중기오븐’과 ‘터널프리저’ 등 연화식 전문 조리·급속냉동 설비가 갖춰져 있어 영양 손실을 최소화하며 식감과 맛을 유지한다.

현대그린푸드는 병원·대학과의 공동

연구를 통해 기술력도 높였다. 서울아산병원, 이화여대와 함께 수행한 농식품부 과제가 ‘사회문제해결 우수 R&D 사례’로 선정됐으며, 자체 연구 논문이 한국학술지인용색인(KCI) 등재에게 재되기도 했다.

회사는 올해 업계 최초로 도시락형 고령친화우수식품 출시도 추진 중이다. 밥·국·반찬이 한 세트 구성된 형태로, 모든 구성품이 지정 기준을 충족해야 한다. 현재 심사가 진행 중이며, 향후 제품 수를 3년 내 30종으로 확대할 계획이다.

현대그린푸드 관계자는 “고령친화식품은 아직 시장 규모가 크지 않지만, 고령층의 건강을 위한 필수 영역”이라며 “연령과 라이프스타일별 맞춤형 식품으로 케어푸드 시장을 선도하겠다”고 말했다.

/신원선 기자

롯데마트·슈퍼 ‘뽕규절’ 2주차 행사

롯데마트·슈퍼가 연중 최대 규모 할인 행사인 ‘뽕규절’ 2주차를 이달 오는 6일부터 12일까지 진행한다고 4일 밝혔다. 1주차 반값 한우, 김크림 등의 인기에 힘입어 2주차에도 신선식품부터 가공식품까지 파격적인 할인 혜택을 이어간다.

이번 2주차 대표 상품은 창사 이래 최초로 진행되는 냉장 연어 전 품목 50% 할인이다. 행사 카드 결제 시 ‘SUPER 생연어’를 2025년 최저가 수준으로 선보이며, 칠레 지정 양식장에서 항공 직송한 ‘파타고니아 항공직송 연어 대용량’도 반값 할인된 가격에 내놓는다.

주말 특가 신선 과일도 준비했다. 이달 9일까지 ‘스테비아 대추방울토마토 전품목’을 할인가에, ‘칠레산 블루베리’는 2팩 이상 구매 시 할인 혜택을 제공한다.

/손종욱 기자

맥도날드 ‘그리머스 패딩백’ 한정판매

맥도날드가 다가오는 겨울 시즌을 맞아 글로벌 인기 캐릭터 ‘그리머스(Grimace)’를 활용한 ‘그리머스 패딩백(사진)’을 오는 11월 6일부터 한정 수량으로 판매한다.

올해로 탄생 55주년을 맞은 그리머스는 보라색 털과 짧은 뽕뽕한 팔다리를 가진 맥도날드의 대표 마스코트로 밀크셰이크와 생일 파티를 좋아한다는 유쾌한 설정으로 전 세계 팬들의 사랑을 받아왔다.

이번에 선보이는 그리머스 패딩백은 그리머스 셰이크 메뉴의 재출시를 기념하는 한편 캐릭터 자체의 매력을 널리 알리기 위해 기획됐다. 폭신한 패딩 소재의 가벼운 착용감과 넉넉한 수납공간으로 실용성을 더했다.

/신원선 기자

