

# 한화 김동선, 아워홈 확장… 5년내 급식 매출 3600억 목표

아워홈 자회사 고메드갤러리아  
‘신세계푸드 급식 사업부’ 인수  
프리미엄 급식 등 F&B 공략  
식단구성·식품품질 한층 강화

한화그룹 김동선 부사장의 첫 인수합병 시도가 성공적으로 마무리되며, 한화그룹은 급식 시장 확대에 본격 시동을 건다.

아워홈의 100% 자회사 고메드갤러리아는 신세계푸드 급식사업부 인수 절차를 마무리했다고 1일 밝혔다. 이번 인수합병은 아워홈 미래비전총괄인 김동선 부사장이 부임 이후 추진한 첫 사업으로 아워홈의 사업 역량과 성장동력을 한 단계 끌어올릴 것이란 기대를 모으고 있다.

아워홈은 올해 상반기부터 고메드갤러리아에 총 1313억원을 출자하며 신세계푸드 인수를 추진해왔으며, 지난 8월 28일 영업양수도 계약을 체결한 바 있



김동선 아워홈 미래비전총괄 부사장.

다. 인수가 성공적으로 마무리되면서 아워홈은 고메드갤러리아와 함께 프리미엄 급식을 포함한 F&B 서비스 분야 공략에 본격 나선다는 방침이다.

김 부사장은 앞서 5월 열린 아워홈 비전선포식에서 ▲밸류체인 확대를 통한 원가 절감 ▲생산 물류 전처리 효율화

▲세계 최고 수준의 주방 자동화 기술력 확보 등을 통해 아워홈의 시장 경쟁력을 대폭 끌어올리겠다고 공언한 바 있다.

인수 합병을 통한 고메드갤러리아의 신설로 연 매출 2750억원 규모의 프리미엄 급식, F&B 서비스 사업이 밸류체인에 편입되면서 아워홈의 식음료사업 부문 전체 외형은 약 30% 확대될 전망이다. 고메드갤러리아는 2030년까지 단체급식 부문을 매출 3600억원, 영업이익 200억원 수준까지 끌어올린다는 목표를 세웠다.

지난해 기준, 국내 단체급식 부문 매출 규모는 삼성웰스토리가 가장 크고, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이 순으로 집계된다. 아워홈과 고메드갤러리아의 시너지가 확대되면 1위 업체인 삼성웰스토리와의 격차가 크게 줄어들 것이란 기대가 높다.

이번 인수로 아워홈의 사업 포트폴리오도 확대된다. 기존 ,오피스, 산업체

위주의 기존 포트폴리오에 프리미엄 오피스와 주거단지, 컨벤션 등 고부가가치 채널로 확장하며, 향후 대형 사업장 및 프리미엄 채널 수주 경쟁에서 우위를 점한다는 전략이다.

아워홈 관계자는 “인수 마침표와 함께 아워홈의 사업영역이 크게 확대되고 역량은 한층 강화됐다”면서 “5월 비전선포식에서 밝힌 2030년 매출 5조원, 영업이익 3000억 원 달성이라는 중장기 목표에 한 걸음 더 다가갈 수 있게 됐다”고 말했다.

아워홈과 고메드갤러리아는 강점의 결합을 통해 시장을 선도해 나갈 계획이라고 밝혔다. 아워홈의 식자재 공급, R&D 역량, 운영 노하우 등이 더해지는 만큼 고메드갤러리아의 식단 구성과 식품의 품질이 한층 강화될 예정이다. 아워홈이 보유한 8개 제조공장과 14개 물류센터 기반 제조-물류 인프라 역시 고메드갤러리아 사업장 운영에 통합 적용된다.

그룹 계열사 간 협업도 기대를 모으

는 부분이다. 로봇 등 첨단기술 개발에 공을 들이고 있는 한화로보틱스, 한화푸드테크의 자동화 기술과 한화갤러리아, 한화호텔앤드리조트의 프리미엄 다인링 운영 역량이 접목되면 큰 시너지를 낼 수 있을 것으로 회사측은 기대하고 있다.

한편, 신설 법인인 고메드갤러리아의 수장은 차기팔 대표가 맡는다. 차대표는 외식·F&B 사업 전반에서 풍부한 경험을 보유한 전문가다. 아워홈 외식 사업부장, 디자인본부장 등을 거쳐 프리미엄 외식 및 라이프스타일 F&B 분야에서 많은 성과를 냈다.

아워홈 관계자는 “아워홈과 그룹 계열사의 운영·제조·유통·미래기술 역량과 고메드갤러리아의 프리미엄 시장 경쟁력이 앞으로 큰 시너지를 낼 것으로 기대한다”면서 “경쟁 우위와 지속적인 혁신을 통해 국내 1위 종합식품기업이 되겠다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## 아울렛 가격서 30% 추가할인 ‘더 블랙위크’ 퓨린·칼로리 낮춘 ‘필라이트 더블 컷’

롯데아울렛, 5~7일 올해 마지막세일  
전 점포서 300여개 브랜드 행사참여

롯데아울렛이 이달 5일부터 7일까지 올해 마지막 세일 행사인 ‘더 블랙위크’를 진행한다고 1일 밝혔다.

이번 행사에는 전 점포에서 총 300여개 브랜드가 참여해 아울렛 가격에서 최대 30% 추가 할인 혜택을 제공한다. 럭셔리, 스포츠, 리빙 등 전 상품군이 참여해 연말 쇼핑 수요를 공략한다.

특히 영하권 추위에 맞춰 겨울 아우터를 중점적으로 할인한다. 내셔널지오그래픽은 다운류를 최대 70% 할인해 단독 특가로 선보이며, 듀베티가와 송지오웜르는 패딩을 최대 60% 할인한다. 블랙야크, 노르디스크 등 아웃도어 브랜드 패딩도 최대 55% 저렴하게 구매할 수 있다. 산드로와 마쥬 등에서는 코트류를 할인가에 내놓는다.

시즌오프 행사도 함께 열린다. 비이



롯데프리미엄아울렛 기흥점 전경.

/롯데백화점

커, 톱그레이하운드 등 컨템포러리 브랜드는 F/W 인기 상품을 최대 60% 할인하며, 바버, 닥스, 헤지스 등 LF 계열 브랜드는 행사 기간 10% 추가 할인을 제공한다. 구매 금액대별 상품권 증정 행사도 진행된다.

크리스마스 시즌을 맞아 점포별 즐길 거리도 마련했다. 파주점과 김해점은 영화 위키드 테마의 트리 전시와 라이팅 쇼를 진행한다. 의왕점은 캐치! 티니

핑 크리스마스 파티를 열고 15m 초대형 트리와 팝업스토어를 운영하며, 광명점에서는 레고 홀리데이 팝업스토어를 만나볼 수 있다.

롯데아울렛 김현영 마케팅팀 팀장은 “연이은 기습 한파로 12월 초부터 겨울 아우터 수요가 본격화할 것으로 예상된다”며 “올해 마지막 세일인 만큼 아우터 특가를 비롯해 풍성한 혜택을 마련했으니 많은 관심 바란다”고 말했다. /손종욱 기자 handbell@

하이트진로, 3일부터 한정수량 판매

하이트진로가 퓨린과 칼로리를 동시에 낮춘 기능성 발포주 ‘필라이트 더블 컷(FiLite Double Cut)’을 한정 출시한다고 1일 밝혔다.

하이트진로는 2023년 업계 최초로 퓨린 저감 제품 ‘필라이트 퓨린 컷’을 선보인 뒤 단기간에 완판 됐으며, 이후 꾸준한 재출시 요청이 이어지자 기능성을 더욱 강화한 업그레이드 제품으로 다시 선보이게 됐다. ‘필라이트 더블 컷’ 출시로 가정용 발포주 시장에서 소비자 선택지가 한층 넓어졌다.

‘필라이트 더블 컷’은 통풍을 유발하는 성분으로 알려진 퓨린 함량을 기존 필라이트 후레쉬 대비 90%, 칼로리는 33% 낮춘 국내 유일한 기능성 발포주

다. 두 성분을 낮추면서도 필라이트 고유의 ‘Fresh 저온숙성 공법’을 적용해 시원하고 상쾌한 목 넘김을 그대로 유지했다.

이번 신제품은 알코올 도수 3.5%로 350ml 캔 제품 1종만 출시되며, 3일부터 전국 슈퍼 및 대형마트에서 한정수량 판매된다. 출고가 역시 기존 필라이트 후레쉬 355ml 캔보다 약 8% 낮게 책정해 소비자 부담을 줄였다.

하이트진로 마케팅팅 오성택 전무는 “건강을 고려하는 소비자들의 고민을 함께하면서 시작된 하이트진로의 진심 어린 도전이 올해 ‘더블 컷’이라는 확장된 기능으로 이어졌다”며 “건강을 고려하면서도 상쾌함을 원하는 소비자들에게 새로운 선택지가 되길 바란다”고 전했다. /이세경 기자

## 애경 ‘에이지투웨니스’ 英 K-뷰티숍 입점

런던·카디프 등 11곳, 연내 14곳 확대

애경산업은 메이크업 브랜드 에이지투웨니스(AGE20'S)가 영국 내 대표 K뷰티숍 ‘퓨어서울’ 온·오프라인에 입점했다고 1일 밝혔다.

퓨어서울은 영국에서 가장 유행하는 K뷰티 제품만을 전문적으로 소개하고 있다. 에이지투웨니스는 런던, 카디프 등 영국 주요 도시에 있는 퓨어서울 전 지점 11곳에 입점했고 올해 안에 추가 개점 예정인 지점을 포함하면 총 14곳으로 입점을 확대하게 된다.

특히 브랜드 대표 제품인 ‘에센스 팩트’를 현지 소비자 맞춤형으로 선보인다. 20가지 쉐이드 제품을 공개하며 글로벌

소비자와 접점을 강화한다는 방침이다.

앞서 지난 10월 영국 퓨어서울에 입점한 ‘루나’도 메이크업 브랜드로서 피부색이 다양한 다인종 국가의 특성을 반영해 브랜드 인기 제품 ‘롱래스팅 팁 컨실러’의 쉐이드를 기존 6가지에서 20가지로 세분화해 선보인 바 있다.

해당 제품들은 모두 유럽연합 및 영국 내 화장품 유통을 위한 필수 등록 제도인 유럽 화장품 인증(CPNP), 영국 화장품 인증(SCPN) 등을 취득해 제품 안전성까지 확보했다.

애경산업 관계자는 “이번 퓨어서울 입점을 통해 영국 내 브랜드 인지도를 쌓으며 향후 영국을 넘어 유럽 시장으로 진출해 나갈 것”이라고 말했다. /이청하 기자 mlee236@

## 컬리, 굴·대방어 등 수산물 최대 33% ↓

리테일 테크 기업 컬리가 겨울을 맞아 체절 수산물을 할인 판매하는 기획전을 진행한다고 1일 밝혔다. 이달 8일까지 열리는 이번 행사에서는 굴, 대방어 등 겨울 대표 수산물 390여 개를 최대 33% 할인된 가격에 선보인다.

주요 상품으로는 삼삼물산 통영 생굴이 있다. 통영 청정 해역에서 자란 생굴 중 한입에 먹기 좋은 중굴 사이즈를 엄선했다. 물 온도를 7도로 유지하고 여과 및 살균을 거친 해수로 3번 이상 세척해 신선함을 높였다. 포트럭 숙성 대방어회도 선보인다. 7~8kg가량의 대방어만 선별해 20시간 저온 숙성을 거쳐 쫄면한 식감과 고소한 풍미를 살렸다. /손종욱 기자

## 대상, 유럽 식품첨가물박람회 참가

천연 조미소재 등 3종 제품 선보여

대상이 글로벌 소재 부문 사업 역량 확대를 위해 오는 2~4일 프랑스 파리에서 열리는 ‘유럽 식품첨가물박람회(FiE 2025)’에 참가한다고 밝혔다.

‘FiE’는 식품 원료 및 첨가물 분야의 최신 기술과 트렌드를 선보이는 유럽 최대 규모의 식품 및 식품첨가물 박람회로, 올해는 약 135개국에서 1550여 명이 기업과 전문 바이어 등 2만 4000명 이상의 방문객이 참여할 것으로 예상된다.

대상은 이번 박람회에서 천연 조미소재, 에멀에이드, 미세조류 등 총 3종의 스페셜티(고기능성) 제품을 선보인다. 오랜 시간 동안 축적해온 대상만의 발효 기술을 알려 해외 판로를 확대할 계획이다.

우선, 천연 조미소재 ‘디세이버리(Dsavorry)’ 소재를 적용한 너겟, 수프 등의 시식 행사를 진행한다. 제약이나 건



오는 2~4일 프랑스 파리에서 열리는 ‘유럽 식품첨가물박람회(FiE 2025)’에 참가한 대상 부스.

강기능식품, 사료 등 다양한 분야에서 활용되는 L-아르기닌, L-글루타민, L-시트룰린 등 고부가가치 아미노산 6종도 함께 전시한다. 미세조류 기반의 식물성 단백질 소재 그린 클로렐라와 골드렐라, 화이트 클로렐라 등과, 기름과 물이 쉽게 분리되지 않도록 도와 제품의 질감과 풍미를 안정적으로 유지하는 변성전분 ‘에멀에이드(EMULAI D)’도 소개할 예정이다. /이세경 기자