

# ‘흰 우유’ 의존 탈피... 매일유업, ‘영양식’ 중심 다각화 전략

지난해 연결 기준 매출 1조8435억 성인 영양식 ‘셀렉스’ 등 비중 40% 18종 식물성 제품군... 대체유 선점 내달 매일헬스뉴트리션 흡수합병

국내 유가공 산업이 저출생에 따른 인구 구조 변화와 멸균우유 수입 확대라는 이중고에 직면한 가운데, 매일유업이 ‘유업’의 틀을 깨는 과격적인 체질 개선으로 주목받고 있다. 전통적인 흰 우유 의존도를 낮추는 대신 식물성 음료, 헬스뉴트리션, 외식 사업 등을 미래 성장 동력으로 삼아 ‘종합 영양 설계 기업’로서의 도약을 가속화하는 모습이다.

금융감독원 전자공시시스템에 따르면 매일유업의 지난해 연결 기준 매출은 1조 8435억원을 기록했다. 특히 눈에 띄는 대목은 매출 구성의 변화다. 성인 영양식 ‘셀렉스’와 식물성 음료 등이 포함된 기타 부문의 매출 비중이 40.45%까

지 확대됐다. 이는 2021년 대비 약 24% 포인트 급증한 수치로 사업 구조의 중심축이 유제품에서 비유제품으로 빠르게 이동하고 있음을 시사한다.

비유업 부문의 성장은 식물성 음료가 견인하고 있다. 매일유업은 어메이징 오트, 아몬드브리즈 등 총 18종의 식물성 제품군을 운영하며 대체유 시장을 선점했다. 이들 제품군은 약 10%의 영업이익률을 기록하며 단순한 보조 사업을 넘어 확실한 수익원으로 자리매김했다.

매일유업은 다음달 100% 자회사인 매일헬스뉴트리션을 흡수합병한다. 이번 결정은 헬스케어 사업을 본사 체제로 편입해 조직 운영의 효율성을 극대화하고 중장기 성장 기반을 재정비하려는 포석이다. 분산돼있던 인적·물적 자원을 통합하고 마케팅 및 IR 기능의 중복을 제거해 고정비를 절감할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또 합병을 기점으로 야기 분류부터 성인 영양식, 메디컬 푸드까지

아우르는 ‘전 생애 주기 뉴트리션 기업’으로의 전환에 속도를 낼 방침이다.

특히 단백질 건강기능식품 시장을 개척한 ‘셀렉스’는 지난해 누적 매출 5000억원을 돌파하며 독보적인 입지를 굳혔다. 여기에 선천성 대사이상 질환 조절식 생산 노하우를 바탕으로 한 환자식 브랜드 ‘메디웰’이 전국 1000여 개 병원 및 전문기관에 공급망을 넓히며 고령친화 식품 시장까지 영토를 확장하고 있다.

매일유업의 매일헬스뉴트리션 합병은 저출산과 고령화라는 구조적 변화 속에서 지속 성장 기반을 마련하는 전략적 선택으로 풀이된다.

해외 시장과 외식 사업 역시 매일유업의 체질 개선을 지탱하는 핵심 축이다.

해외 수출액은 2022년 515억원에서 2025년 924억원 규모로 급격히 성장했다. 중국 스타벅스 6000여 매장에 식물성 음료를 공급하는 등 글로벌 채널 다변화가 주효했다는 평가다.

아울러 외식 사업의 경우 지주사 매일홀딩스 산하 엠씨씨드를 통해 풀바셋, 크리스탈 제이드, 더키친 일브르노 등 프리미엄 외식 포트폴리오를 구축했다. 풀바셋은 베이커리 ‘밀도’와의 협업 매장을 확대하며 유가공 사업의 변동성을 보완하는 강력한 현금 창출원 역할을 하고 있다.

업계에서는 매일유업의 행보를 두고 위기 상황에서 미래 가치 투자를 선택한 결과로 보고 있다.

업계 관계자는 “출산율 저하로 흰 우유 시장의 한계가 명확해진 상황에서 매일유업

의 다각화 전략은 유업계의 이정표를 제시하고 있다”며 “식물성 단백질과 헬스 케어를 결합한 고부가 가치 사업 비중이 높아질수록 기업 가치 재평가도 힘을 받을 것”이라고 전망했다. /신원선 기자



tree6834@metroseoul.co.kr



매일유업 ‘셀렉스 프로핏 SPORTS 와일드 초코’. /매일유업

## 신흥국 고속철 수요 커진다 패키지 경쟁 속 韓 보폭 확대

세계 고속철도 시장, 연평균 6% ↑ 수주 핵심 변수 ‘자금 조달 능력’ 현대로템 수출실적으로 진입 속도

신흥국을 중심으로 고속철도 투자 계획이 이어지면서 고속철 선진국인 중국, 일본, 유럽 등의 행보가 빨라지고 있다. 고속철 사업은 차량 공급뿐 아니라 파이프라인과 건설, 시스템 구축, 운영까지 결합되는 패키지 구조인 만큼 종합 사업 역량이 핵심 변수로 꼽힌다. 한국도 현대로템을 앞세워 해외 고속철 레퍼런스를 쌓으며 시장 기반을 넓히고 있다.

27일 미 시장조사기관 크리덴스 리서치에 따르면 세계 고속철도 시장은 지난 2024년 418억5900만달러에서 2032년 667억1688만달러로 연평균 6% 성장할 전망이다.

친환경 교통 수요와 인프라 투자 확대에 따라 수요는 신흥국을 중심으로 증가하고 있으며, 아시아-태평양 지역이 주요 성장 축으로 부상하고 있다.

고속철 사업은 통상 자금 조달과 기술 이전, 시스템 구축, 운영 지원까지 포함한 패키지 형태로 추진된다. 특히 신흥국은 재정 여력이 제한적인 국가가 많아 사업 초기부터 금융 지원이 함께 요구되는 경우가 일반적이며, 자금 조달 능력이 수주를 좌우하는 핵심 변수로 작용한다.

한국은 패키지형 고속철 수주 경험에서는 주요 경쟁국 대비 초기 단계에 있지만, 최근 수출 실적을 기반으로 신흥 시장 진입 속도를 높이고 있다.

현대로템은 지난 23일 베트남 호치민 메트로 2호선 전동차 공급 계약을 통해 처음으로 베트남 시장에 진출했다. 타코 그룹과 약 4910억원 규모 계약을 체결해

무인 전동차를 공급한다.

앞서 지난해에는 타코그룹과 도시철도·고속철도 차량 현지화 협약도 체결했다. 회사 측은 이번 수주를 약 100조원 규모로 추정되는 현지 남북 고속철도 등 대형 프로젝트 공략의 교두보로 보고 있다. 현대로템은 지난 2024년 우즈베키스탄에도 250km급 고속차량 6편성·42량을 공급하며 국산 고속차량의 첫 해외 적용 사례를 만들었다. 업계에서는 이러한 레퍼런스 축적이 향후 고속철 본사업 참여 기반으로 이어질 수 있다고 보고 있다.

중국과 일본, 유럽은 패키지형 사업 구조에 맞춰 시장 공략을 이어가고 있다. 중국은 자금과 건설, 차량 공급을 결합한 방식으로 동남아 철도시장에 진출해왔으며, 지난 2023년 개통한 인도네시아 자카르타~반둥 고속철이 대표 사례다. 일본은 신칸센 기술과 공적개발원조(ODA)를 결합해 인도 고속철 사업을 추진하고 있다. 차량과 기술뿐 아니라 운영 인력 양성과 교육 지원까지 포함한 협력 모델이다.

독일 지멘스는 지난해 12월 베트남 빈그룹 계열 철도 개발사 빈스피드와 고속철도 개발을 위한 포괄적 협력 계약을 체결했다. 지멘스는 벨라로노보 고속열차와 신호·전철화·통신 등 철도 시스템을 턴키 방식으로 공급할 계획이다.

다만 고속철 사업은 대규모 투자와 장기 회수 구조를 수반하는 만큼 리스크도 적지 않다는 지적이 나온다. 수요 예측이 빗나갈 경우 운영 단계 부담이 커질 수 있으며, 실제 인도네시아 고속철도 역시 개통 이후 수요와 수익성 논란이 이어지고 있다. /유혜은 기자 dhalehdhale@



유채만발 구리의 봄

2026 GURI

# 유채꽃 축제

5.8.(금) ~ 5.10.(일)  
구리한강시민공원

**5.8.(금) 전야제**

타악이그니스 · 이수나  
최누리 · 테너 이이샤아  
빅마마 이지영  
은가은 · 신승태

**5.9.(토) 개막식**

건원취타대 · 박상철  
자두 · 바리톤 장동일  
에스플라바  
양지은 · 진해성

**5.10.(일) 폐막식**

백대빈/조안나 · 소프라노 박진경  
슈퍼주니어 성민 · 박혜원  
안성훈 · 전유진  
**불꽃쇼**

주최 구리시 주관 구리문화원 후원 한국관광공사 경기관광공사

※출연진은 변동될 수 있음