

“비닐·용기값 부담 커졌다”... 식품업계, 탈플라스틱 가속

**CJ제일제당 PHA 소재 적용 확대
동원F&B 용기 경량화로 절감
롯데칠성 신재 플라스틱 감축
빙그레 PET 순환 모델 구축
현대백 폐비닐 자체 재활용**

나프타와 폴리에틸렌 등 주요 석유화학 원료 가격이 구조적 고공행진을 이어가면서 식품업계의 제조원가 부담이 업계에 도달했다.

이에 주요 기업들은 단기적인 물량 확보를 넘어 생분해 소재 도입과 용기 경량화 등 포장재 패러다임을 근본적으로 전환하며 ‘탈플라스틱’을 통한 비용 절감과 공급망 리스크 해소에 사활을 걸고 있다.

식품업계에 따르면 나프타 가격은 올해 초 톤당 80만원대에서 최근 160만원 안팎으로 2배가량 폭등했다. 식품 포장재와 부자재 가격도 평균 20~25% 상승하며 기업들의 수익성을 압박하고 있다.

농심, 삼양식품, 롯데웰푸드 등 주요 기업들은 재고 확보와 발주 관리로 당장



지속 가능한 포장과 재활용의 변환.

/췏GPT가 생성한 이미지

의 생산 차질은 막아냈으나, 갈수록 높아지는 원가 부담을 해결하기 위해 포장재 구조 재편이라는 근본적인 대책을 내놓고 있다.

가장 눈에 띄는 행보는 독자적인 소재 기술력을 바탕으로 한 ‘석유계 플라스틱 대체’다. CJ제일제당은 미생물 기반 생

분해 소재인 PHA(폴리하이드록시알카노에이트)를 활용해 기존 석유계 비닐을 대체하는 성과를 거두고 있다.

최근에는 기존 종량제 봉투보다 신축성이 1.8배 뛰어난 PHA 종량제 봉투 35만장을 제작해 서울 중구청에 기부하며 상용화 범위를 넓혔다. PHA는 식물 유

래 성분을 활용해 유가변동의 영향을 덜 받을 뿐만 아니라, 토양과 해양에서 분해되는 친환경성까지 갖춰 화장품 용기, 즉석배출 포장재 등으로 적용 분야가 급속히 확대되고 있다.

용기 디자인 혁신을 통한 플라스틱 감축 노력도 구체화되고 있다. 동원F&B는 최근 2년간의 연구 끝에 12각 돌출 구조와 다이아몬드 서포팅을 적용한 친환경 용기를 개발했다. 이를 참치액과 식용유 제품에 우선 도입해 고질적인 누유 문제를 해결함과 동시에, 연간 14톤의 플라스틱 사용량을 줄이는 효과를 거뒀다. 동원시스템즈와의 협업을 통해 포장재 신소재 개발을 강화하는 등 그룹 차원의 대응력도 높이는 추세다.

자원 선순환 체계 구축을 통한 비용 절감 전략도 가속화되고 있다. 롯데칠성 음료는 2030년까지 신재 플라스틱 사용량을 20% 줄이고 재생 원료 비중을 30%까지 확대한다는 방침이다. 이미 주요 음료 브랜드에 재생 플라스틱 100%를 적용해 연간 4200톤의 플라스틱 절감을 기대하고 있다. 빙그레 역시 국내 최초

로 용기와 라벨 모두에 재생 PET를 적용한 기술을 선보이며 순환 경제 모델을 구축했다.

유통가에서는 외부 공급망 의존도를 낮추는 ‘자체 순환 모델’이 대안으로 떠올랐다.

현대백화점은 점포에서 발생하는 폐비닐을 수거해 다시 비닐봉지로 만드는 ‘비닐 투 비닐’ 시스템을 통해 20만장 규모의 재생 비닐을 확보, 외부 수급 불안 속에서도 안정적인 조달 능력을 증명했다. 롯데마트는 무류P&P와 협력해 플라스틱 사용량을 90% 이상 줄인 펄프 트레이를 즉석조리 코너 등에 도입하며 포장 방식 자체를 혁신하고 있다.

업계 관계자는 “석유화학 원료 발 원가 위기가 상시화되면서 친환경 포장재 전환은 이제 선택이 아닌 기업의 생존을 결정짓는 구조적 필연이 됐다”며 “소재 개발 능력과 공급망 재편 속도가 향후 식품 기업의 수익성을 가르는 핵심 경쟁력이 될 것”이라고 말했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

콘솔 체험으로 게임족 공략 롯데百, PS 전문매장 열었다

**잠실 롯데월드몰에 체험형 매장 조성
PS5 프로·포탈 등 최신 기기 시연
게임용 수료 늘자 2535 남성 공략**

롯데백화점은 지난 4일 잠실 롯데월드몰 지하 1층에 플레이스테이션 전문 스토어를 열었다고 6일 밝혔다.

플레이스테이션은 글로벌 콘솔 게임 시장에서 높은 점유율을 기록하고 있는 브랜드로, 대표 기기인 플레이스테이션 5는 누적 판매량 8400만대를 넘어섰다. 독점 게임 타이틀을 기반으로 한 이용자 층이 두터운 점이 특징이다.

롯데백화점은 게임과 취미 중심 소비가 확대되는 흐름에 맞춰 2535 남성 고객 유입을 강화한다는 계획이다. 실제로 지난해 게임 및 주변기기 상품군 매출은 50% 이상 증가했으며, 해당 카테고리에서 2535 남성 고객 비중은 약



서울 송파구에 위치한 잠실 롯데월드몰 지하 1층 ‘플레이스테이션 전문스토어’ 오픈일(5/4)에 고객들이 오픈런 행렬을 이루고 있다.

/롯데백화점

40%로 나타났다.

매장은 콘솔과 주변기기를 직접 체험할 수 있는 형태로 운영된다. 플레이스테이션5 프로와 플레이스테이션 포탈 리모트 플레이어를 활용한 게임 체험존과 PC용 컨트롤러 체험 공간 등이 마련됐다.

/김서현 기자

현대百, 백화점 호조 속 지누스 부진

**백화점 1분기 매출 역대 최대
명품·패션 호조에 外인 고객 급증
지누스 적자 전환에 전체 실적 감소**

현대백화점이 명품과 패션 부문의 판매 호조 및 외국인 관광객 급증에 힘입어 올해 1분기 백화점 부문에서 분기 기준 역대 최대 매출을 기록했다. 그러나 매트리스자회사 지누스의 실적 부진과 면세점의 외형 축소 영향으로 그룹 전체의 연결 기준 매출과 영업이익은 전년 대비 감소세를 나타냈다.

6일 현대백화점 공시에 따르면 현대백화점의 1분기 연결 기준 전체 매출액은 9501억 원으로 전년 대비 13.5% 감소했다. 영업이익은 988억 원으로 12.2% 줄었으며 당기순이익 역시 26.5% 축소된 649억 원을 기록했다.

이번 현대백화점 분기 실적에서는 백화점 부문의 뚜렷한 성장세와 여타 부문간 차이가 두드러지게 드러났다.

올해 1분기 백화점 부문의 순매출은 6325억 원으로 전년 동기 대비 7.4% 증가하며 1분기 기준 사상 최대 실적을 갈

아치웠다. 특히 영업이익의 성장세가 두드러졌는데 지난해 같은 기간보다 39.7%나 늘어난 1358억 원을 기록했다. 이는 지난해 3분기부터 시작된 영업이익 증가폭 확대 흐름이 올 1분기에도 더욱 가파르게 이어진 결과다.

현대백화점 측은 이러한 호실적의 배경으로 고마진 상품군인 겨울 아우터 등 패션 매출이 지난해 4분기부터 꾸준히 증가한 점을 꼽았다. 기존의 해외 명품 중심 소비가 국내 패션 브랜드 등 전 상품군으로 확산되면서 전반적인 수익성이 개선됐다는 분석이다. 외국인 고객의 유입 또한 실적 상승을 견인한 핵심 요인이었다. 서울의 대표적인 관광 명소로 자리 잡은 ‘더현대 서울’의 경우 올해 1분기 외국인 매출이 전년 대비 121% 증가했다.

면세점 부문은 내실 경영에 집중하며 3개 분기 연속 흑자 행진을 이어갔다. 현대면세점의 1분기 영업이익은 34억 원으로 전년 동기 대비 53억 원 개선되며 흑자 전환에 성공했다.

/김서현 기자

CJ웰케아 ‘멜라메이트’ 체험형 팝업으로 MZ 공략 잠만보 협업 기획책 출시

건강기능식품 전문기업 CJ웰케아가 웰니스 브랜드 ‘멜라메이트(Melamat e)’와 인기 포켓몬 캐릭터 ‘잠만보’가 협업한 ‘잠만보 한정 기획책’을 출시하고, 올리브영 관악 타운에 체험형 팝업스토어를 오픈했다고 6일 밝혔다. 최근 휴식과 일상 속 안정을 중시하는 웰니스 루틴이 2030 세대의 주요 라이프스타일 트렌드로 부상하는 가운데, 멜라메이트는 대학가 핵심 상권을 거점으로 젊은 소비자와의 접점을 본격적으로 넓힌다는 전략이다.

/신원선 기자



멜라메이트 팝업스토어 전경.

/CJ웰케아

설레임, 손시림 줄인 패키지로 여름 공략

손에 닿는 직접적인 냉기 차단

파우치형 아이스크림의 대표 주자 ‘설레임’이 미세발포 기술을 적용한 패키지로 손시림 현상을 개선하고 다가오는 빙과 성수기 공략에 나선다.

롯데웰푸드는 출시 24주년을 맞은 대표 아이스크림 브랜드 ‘설레임’에 신기술을 적용한 패키지를 도입하고, 신제품 2종을 출시한다고 6일 밝혔다.

이번 패키지 리뉴얼은 설레임을 장시간 쥐고 있을 때 발생하는 손시림 문제를 해결하는데 중점을 뒀다. 패키지 내 포와 외포 사이에 공기층을 만들고, 그

안에 질소를 충전하는 방식으로 손에 닿는 직접적인 냉기를 차단했다. 해당 패키지는 국내 공인 시험·검사 기관인 한국화학융합시험연구원(KTR)의 단열성능평가에서 기존 패키지 대비 실제로 손시림이 48% 완화된 것을 확인받았다.

이와 함께 아이스크림을 더 쉽게 섭취할 수 있도록 제품 입구도 키웠다. 웨이크 질감의 특성상 공풍 연 상태인 개봉 직후에는 취식이 쉽지 않다는 일부 소비자 의견을 반영했다. 신규 패키지는 신제품을 시작으로 기존 라인업에도 순차 적용될 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@

GS25, 와인·위스키 최대 50% 할인

카드 할인·네이버페이 혜택 제공

GS25가 5월 한 달간 와인과 위스키 대규모 프로모션을 전개한다고 6일 밝혔다.

먼저 27종 대상으로 5월 ‘이달의 와인’ 행사가 열린다. 라나크레인발보로 소비농블랑, 거브너화이트, 사또팔보 2023, 몰리두커인첸티드페스 등 1만원대 데일리 와인부터 10만원 이상의 프리미엄 와인까지 폭넓은 가격대의 상품을 구성해 고객 선택의 폭을 넓혔다. 해당

상품들은 삼성카드 결제 시 20% 현장 할인이 적용된다.

위스키 역시 5월 ‘이달의 위스키’ 행사를 통해 총 20종을 선보이며 네이버페이 결제 시 동일하게 20% 페이백 혜택을 제공한다.

GS리테일 전용 앱 ‘우리동네GS’에서는 5월 한 달간 ‘우리동네 장터행사’가 열린다. GS25 픽업 전용 행사로 와인과 위스키 약 300개 상품에 대해 최대 50% 할인 행사가 진행된다.

/김서현 기자

하이트진로

진로, 맛·패키지 새단장

젊고 트렌디한 이미지 한층 강화

하이트진로는 MZ세대 취향저격 브랜드로 소주의 트렌드를 이끌고 있는 진로의 전면 리뉴얼을 단행, ‘올뉴진로’를 출시한다고 6일 밝혔다. 하이트진로는 브랜드 타겟층을 명확히 하고, ‘진로’의 젊고 트렌디한 이미지를 한층 강화하고자 올해 ‘올뉴진로’ 프로젝트를 기획했다. 먼저 변화하는 소비자 입맛을 반영해 지난 2월 주질을 리뉴얼하며 초갈끔한 맛을 향상시켰다.

/신원선 기자