

“책갈피 샀는데 빵이 덤”... 편의점 굿즈 열풍에 매출 ‘경충’

GS25 ‘민음사빵’ 품질 대란
굿즈 포함 상품 매출 127% 늘어

CU 올해 굿즈 포함 상품 80종
가나디 바나나우유 초도물량 완판

세븐일레븐 헬로키티 캐리어 등
일상 활용도 높이는 상품군 확대

이마트24 서브컬처 굿즈 확대

편의점 빵을 사기 위해 재고 확인 애플리케이션에 약 10분간 대기열이 생기고, 매대에 놓인 물량이 빠르게 소진되는 현상이 벌어지고 있다. GS25가 출판사 민음사, 캐릭터 IP ‘오늘의 귀여움’과 손잡고 내놓은 ‘민음사빵’을 구하려는 수요가 몰린 결과다. 지난달 21일 출시된 민음사빵은 9월 6일 기준 누적 판매량 64만개를 돌파했다. 제품에 동봉된 투명 책갈피를 모으려는 수요가 몰리면서 일부 중고 거래 플랫폼에서는 웃돈 거래까지 나타났다. 편의점 먹거리에 동봉된 작은 굿즈가 단순한 덤을 넘어 상품 구매를 결정하는 요인으로 자리 잡고 있다.

7일 편의점 업계에 따르면 GS25의 올해 1~8월 굿즈 포함 상품 매출은 지난해 같은 기간보다 127.3% 증가했다. 같은 기간 CU는 122.9%, 세븐일레븐은 410% 늘었다.



민음사)매달빵(솔티밀크)

민음사)모카번(커스타드)

민음사)모카번(우유크림)

민음사)매달빵(커스타드)

GS25가 출판사 민음사, 캐릭터 IP ‘오늘의 귀여움’과 협업한 빵을 출시했다./우리동네GS 캡처

굿즈를 활용한 상품 수도 확대되고 있다. CU가 올해 1~8월 선보인 굿즈 포함 상품은 80종으로 지난해 같은 기간 70종보다 14.3% 증가했다. 상품 수 증가폭보다 매출 증가폭이 훨씬 크게 나타나면서 굿즈에 대한 소비자 수요가 편의점 매출로 연결되는 모습이다.

최근에는 상품을 소비한 뒤에도 계속 사용할 수 있는 굿즈가 인기를 끌고 있다. CU가 지난해 6월 출시한 가나디 바나나우유는 출시 이틀 만에 초도 물량 3만개가 완판됐으며 현재까지 약 160만개가 판매됐다. 가나디 캐릭터 얼굴 모양의 뚜껑에 고리를 달아 키링으로 사용할 수 있도



산리오캐릭터즈, K리그와 세븐일레븐이 출시한 ‘2026 K리그X산리오캐릭터즈’ 협업 상품의 모습./코리아세븐

록 한 상품이다. 뚜껑은 다른 생수병이나 음료병에 끼우는 리우저를 캡과 병따개로도 활용할 수 있다.

지난 3월에는 프리미엄 그릭요거트 브랜드 ‘요즘(YOZM)’, 일러스트레이터 핑루 작가와 협업한 ‘핑루 그릭 블루베리’를 출시했다. 핑루 작가의 대표 캐릭터 ‘감자송이’ 히퍼 피규어를 동봉한 상품으로, 출시 전부터 사회관계망서비스(SNS)와 온라인 커뮤니티에서 관심을 모았다. 스마트폰이나 모니터 등에 부착할 수 있는 히퍼 피규어는 스마트폰을 꾸미는 이른바 ‘폰꾸’ 문화와 맞물려 인기를 끌었다. 핑루 그릭 블루베리는 출시 당일 포켓CU 실

시간 검색어 1위에 올랐고 초도 물량도 빠르게 소진됐다. 이후 지난 4월부터 현재까지 CU 따먹는 요거트 카테고리 매출 1위를 유지하고 있다.

세븐일레븐도 굿즈의 활용도를 높이는 방향으로 상품군을 확대하고 있다. 캐릭터 자체의 소장 가치에 집중했던 기존 상품에서 나아가 헬로키티 캐리어와 텀블러, 샐러드통 등 일상생활에서 사용할 수 있는 제품을 선보이고 있다. 단순한 소장을 넘어 굿즈의 실용성까지 중시하는 소비 경향을 반영한 것이다.

이마트24는 한 발 더 나아가 애니메이션과 게임 등 서브컬처 분야로 굿즈 상품

을 확대하고 있다. 모바일 앱 예약픽업을 통한 인기 애니메이션 피규어·문화책 판매를 시작하고, 플래그십스토어 ‘트렌드랩 성수점’에서는 캐릭터 굿즈 뽑기 상품인 ‘이치방쿠지’를 선보이는 등 관련 상품군을 확대하고 있다.

편의점 업계가 굿즈 포함 상품을 확대하는 배경에는 IP에 익숙하고 수집 소비에 적극적인 젊은 소비층이 있다. 한국콘텐츠진흥원이 펴낸 ‘캐릭터산업 백서’에 따르면 국내 캐릭터 라이선싱 시장 규모는 약 5조원에 달한다. 캐릭터 이용을 위해 소비자가 한 번에 지출할 수 있다고 답한 최대 금액은 평균 6만6195원이었다. 연령별로는 10대가 9만549원, 20대가 6만6463원으로 다른 연령층보다 높았다.

특정 IP 상품을 구매하기 위해 편의점을 찾는 젊은 소비층의 ‘목적형 소비’도 나타나고 있다. 롯데멤버스가 지난해 6월부터 올해 5월까지 오프포인트 거래 데이터를 분석한 결과, 20대에서는 특정 IP 상품이나 편의점 단독 신상품을 찾아 매장을 방문하는 경향이 확인됐다. 특히 특정 IP 상품을 3회 이상 구매한 고객의 매장 방문 일수는 한 차례 구매한 고객보다 3배 이상 많아 IP 상품이 재방문을 유도하는 효과도 나타났다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



유한양행-노바티스, ‘렘시도’ 공동 프로모션

만성 염증·알레르기 유발 물질 감소
경구제 형태, 환자 복용 편의성 갖춰
항히스타민제 환자들에 새로운 대안

유한양행이 만성 자발성 두드러기 신약 ‘렘시도(성분명: 레미브루타닙)’ 국내 판권을 확보했다. 전국 병·의원 영업망을 활용해 신약의 시장 안착을 이끌겠다는 전략이다.

유한양행은 지난 3일 한국노바티스와 ‘렘시도’ 공동 프로모션 계약을 체결했다고 7일 밝혔다. 렘시도 유통은 유한양행에서 전담하며 종합병원 판촉 활동은 한국노바티스가, 병의원(클리닉) 판촉 활동은 유한양행이 맡는다.

렘시도는 면역세포 활성화 경로에 관여하는 BTK 단백질을 선택적으로 억제하는 약물이다. 만성 염증 및 알레르기를 유발하는 물질 방출을 근본적으로 줄이는 데



지난 3일 (왼쪽부터)유병재 한국노바티스 대표와 조옥제 유한양행 대표가 ‘렘시도’ 공동 프로모션을 기념하며 사진촬영을 하고 있다./유한양행

쓰인다. 특히 주사제가 아닌 경구제 형태로 설계돼 환자 복용 편의성까지 갖췄다. 글로벌 임상 3상(REMIX-1·2)에 따르면, 렘시도는 투여 1주 차부터 가려움과 팽진 증상을 개선했고 개선 효과는 52주까지 안정적으로 유지됐다.

이를 바탕으로 올해 4월 국내 식품의약

품안전처에서 H1 항히스타민제 치료에 적절히 조절되지 않는 성인 만성 자발성 두드러기 치료제로 품목허가를 받았다. 기존 표준치료제인 항히스타민제로 증상이 조절되지 않던 환자들에게 새로운 치료 대안으로 꼽힌다.

조옥제 유한양행 대표는 “렘시도의 가치를 의료진과 환자들에게 효과적으로 전달하고 치료 환경 개선에 기여할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 강조했다.

유병재 한국노바티스 대표는 “만성 자발성 두드러기는 증상이 반복되고 예측하기 어려운 환자 일상에 큰 영향을 미치지만 항히스타민 치료에도 불구하고 여전히 많은 환자들이 증상을 충분히 조절하지 못해 고통받고 있다”며 “진료 현장에 대한 이해도가 높은 유한양행과 협업해 렘시도가 필요한 환자들에게 한 걸음 더 다가갈 것”이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

HK이노엔, 세계 첫 의약품 환경성 인증

‘케이캡’ 국제 환경성적표지인증 획득

HK이노엔이 친환경 경영을 적극 실천하며 국산 신약의 글로벌 경쟁력을 강화했다.

HK이노엔은 제30호 국산 신약 ‘케이캡’이 경구용 완제의약품으로는 세계 최초로 국제 환경성적표지(EPD) 인증을 획득했다고 7일 밝혔다.

케이캡은 위식도역류질환 치료제로, 올해 6월 국제 EPD 플랫폼인 ‘EPD-글로벌’에 등록됐다. EPD는 원료 수급부터 제조, 유통에 이르는 제품 전 과정의 환경영향을 정량화해 공개하는 제도다.

이번 인증은 2025년 11월 영국표준협회(BSI)가 의약품 전용 환경성 평가 국제표준(PAS 2090:2025)을 제정한 직후, 국제 지속가능인증원(IGSC)의 독립 검증을 거쳐 이뤄졌다.



지난 2일(현지 시간) 노르웨이 오슬로에서 ‘EPD-글로벌’과 ‘국제지속가능인증원’이 공동 개최한 EPD 인증서 수여식이 열렸다. /HK이노엔

이와 함께 HK이노엔은 케이캡의 해외 수출에 박차를 가한다는 방침이다. 특히 최근 들어 글로벌 제약바이오 시장이 요구하고 있는 공급망 전반의 탄소배출량(Scope 3) 선정과 환경 실사에 적극 대응할 수 있게 됐다. 케이캡의 제3자 검증 EPD 데이터는 국내외 바이어가 제시하는 ESG(환경·사회·지배구조) 경영 기준을 충족하는 객관적 근거로 활용된다. /이청하 기자

한미약품, 품질보증 업무에 AI 도입

AX 원스톱 바우처 지원사업 선정
‘한미 큐 에이전트’ 운영 본격화

한미약품이 국내 대표 빅테크·AI 기업들과 협력해 제약·바이오 산업의 핵심인 품질보증(QA) 업무 전반에 인공지능(AI)을 적극 도입한다. 수작업 위주의 방대한 문서 검토를 자동화해 오류를 줄이는 등 독자 신약개발은 물론, 생산 단계에서도 품질과 역량을 고도화한다.

한미약품은 과학기술정보통신부 주관 ‘인공지능 전환(AI) 원스톱 바우처 지원사업’의 제약·바이오 부문 대상 기업으로

선정돼 ‘한미 큐 에이전트(Hanmi Q-Agent)’를 본격 운영한다고 7일 밝혔다.

해당 사업은 오는 2027년 12월까지 2년간 진행되며 1차년도 사업비 약 17억원 중 10억원은 정부가 지원한다.

한미약품은 AI 기술 기업 업스테이지의 자체 거대언어모델(LLM) ‘솔라’를 기반으로 한미약품 전용 언어 모델을 완성하고 인공지능 생태계를 조성해 미래 첨단기술 환경에 유연하게 대응한다는 방침이다.

특히 한미 큐 에이전트를 통해서도 삼성SDS 등과 협력한다. 사업 총괄을 맡은 한미약품은 필드로 삼성SDS가 인공지능

전환을 위한 인프라 구축을, 메가존클라우드가 인공지능 기술 구현을 담당한다. 셀렉트스타는 데이터셋 확보, 신뢰성 평가 등 제3자 검증 역할을 수행한다.

한미약품은 평택 바이오플랜트를 전초 기지로 삼아 인공지능 전환을 추진한다. 제약·바이오 산업은 의약품 제조만큼이나 규정 준수를 문서로 입증하는 품질보증 공정 등이 핵심 과제다. 실제로 1차년도에는 평택 사업장의 표준작업지침서 약 4000종을 학습시켜 규제 분석 업무 공수를 대폭 줄일 계획이다.

2차년도에는 연간품질평가보고서 초안을 자동 생성할 예정이다. 한미약품 맞춤형 시스템으로 정확성은 물론 보안성까지 갖추는 데 중점을 둔다.

/이청하 기자

콜마비엔에이치, ‘비타푸드 아시아’ 성료

최대 건기식 전시회서 솔루션 선택

국내 건강기능식품 제조개발생산(ODM) 기업 콜마비엔에이치가 아시아 최대 규모 건기식 전시회를 통해 글로벌 시장 공략에 속도를 낸다.

콜마비엔에이치는 지난 2~4일 태국 방콕 퀸시리컷국립컨벤션센터에서 열린 ‘비타푸드 아시아 2026’ 참가를 성황리에 마쳤다고 7일 밝혔다.

비타푸드아시아는 아시아-태평양지역 최대 규모 웰스케이 식품 박람회다. 콜마비엔에이치는 이번 전시에서 ‘하루를 설계하라’를 주제로 종합 건기식 솔루션을

선보였다. 특히 아침(영양·아니버티), 낮(활력·집중), 밤(회복) 등 소비자 일상 맞춤형으로 구성한 것이 특징이다.

또 팜팜 및 콜멜팅 분말, 멀티바이알 등 차별화한 제형, 미숙여주, 아슈아간다추출물 등 고기능성 원료를 다각도로 제안했다. 단순 완제품 전시를 넘어 고객사가 요구에 적극 대응하며 브랜드를 제품화하는 데 중점을 둔다.

아울러 이번 행사 현장에는 이승화 콜마비엔에이치 대표가 직접 방문해 글로벌 시장 흐름을 파악하고 최신 유행을 점검하는 등 해외 주요 고객사들과 사업 협력 방안을 논의했다.

/이청하 기자