외식비 부담에 구내식당 몰리자 급식업계 '고급화'로 승부

구내식당 수요 늘며 급식업체 훈풍
현대그린푸드 매출 전년비 8.4%↑
스테이크·프리미엄 과일로 차별화

풀무원은 브랜드 협업과 식단 고도화를 추진하고 있다. /풀무원푸드앤컬처

고물가 기조가 이어지면서 외식비 부담을 느낀 직장인들이 구내식당으로 발길을 돌리고 있다. 이에 발맞춰 주요 단체급식 업체들은 매출 성장을 이어가는 한편, 프리미엄 식재료와 인기 콘텐츠를 결합한 차별화 전략으로 시장 공략에 속도를 내고 있다.

모바일 식권 서비스 '식신e-식권'에 따르면 2026년 2분기 전국 일반 식당 평균 점심값은 1만240원(서울 1만1586원)으로 집계돼 1분기에 이어 1만 원대를 유지했다. 반면 구내식당 평균 점심값은 7919원으로 일반 식당보다 약 2321원 저렴했다. 외식 물가 상승 속에서 상대적으로 저렴한 구내식당에 대한 선호 현상이 명확히 드러난 셈이다.

점심값 상승의 배경에는 외식 물가 오름세가 자리한다. 한국소비자원 가격정보 종합포털 '참가격'에 따르면 서울 지역 김밥 평균 가격은 지난해 7월 3623원에서 올해 7월 3869원으로 1년 새 6.8% 올랐다. 김치찌개백반도 같은 기간 8577원에서 8654원으로 상승하며 8000원대 중반에 자리 잡았다.

외식비 상승에 따른 구내식당 수요 증가와 단체급식 신규 수주 확대는 주요 급식업체들의 상반기 실적 호조로 이어졌다.

올해 상반기 매출 기준 현대그린푸드는 전년 동기 대비 8.4% 증가한 1조2165억 원을 기록하며 가장 높은 성장세를 보였다. 삼성웰스토리는 7.0% 늘어난 1조7110억 원, CJ프레시웨이는 4.5% 증가한 1조7571억 원의 매출을 올렸으며, 아워홈은 1조4032억 원의 실적을 달성했다.

수익성 면에서는 사업 구조와 효율화에 따라 차이를 보였다. 현대그린푸드는 단체급식 식수 증가와 케어푸드·외식 사업 성장, 신규 수주 확대에 힘입어 상반기 영업이익이 전년 동기 대비 33.9% 증가한 845억 원을 기록했다. 반면 삼성웰스토리(620억 원, -3.1%)와 CJ프레시웨이(345억 원, -9.2%)는 영업이익이 소폭 감소했다.

구내식당 이용객이 늘고 수주 경쟁이 치열해지면서 업체들은 '고급화'와 '콘텐츠 연계'를 키워드로 차별화에 나서고 있다.

현대그린푸드는 호주축산공사와 협업해 프리미엄 부위인 '양 티본 스테이크'를 단체급식 메뉴로 선보였다. 기존 단체급식에서 접하기 어려웠던 이색 식재료를 활용해 전문 레스토랑 수준의 미식 경험을 제공한다는 구상이다.

CJ프레시웨이는 프리미엄 과일 브랜드 '온브릭스'와 협업해 구내식당 간편식 코너에서 대극천 복숭아, 얼스멜론 등 희소 품종 과일을 선보이며 디저트 경쟁력을 강화했다. 또한 'LG 컬처위크 2026'에서 오락실 콘셉트의 식음 부스 '프레시 아케이드'를 운영하며 콘텐츠 IP 연계 특식과 참여형 이벤트를 제공하는 등 고객 맞춤형 식문화 서비스를 확대하고 있다.

풀무원의 경우 식문화 경험을 강화하기 위한 브랜드 협업과 식단 고도화도 추진 중이다. '곤트란쉐리에' 베이커리 등 다양한 브랜드와의 협업은 물론 월별 컬래버레이션 메뉴를 선보이고 있으며, 2025년 개최한 '지속가능식생활 식단 경진대회'를 통해 현장에 적용 가능한 메뉴풀을 확보하며 지속가능한 급식 모델을 구축해 나가고 있다.

업계 관계자는 "외식비 부담이 계속되는 한 가격 경쟁력이 높은 구내식당을 찾는 수요는 당분간 이어질 것"이라며 "높아진 소비자들의 미식 수준에 맞춰 메뉴 고급화와 이색 푸드 콘텐츠를 얼마나 잘 접목하느냐가 향후 수주 경쟁의 핵심이 될 전망"이라고 말했다. /신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr

광동제약, '경옥고 비교광고'에 법적 대응

제약사에 광고 중단·게시물 철거 요구
민형사상 법적 절차 진행 예정

광동제약은 최근 일선 약국가를 중심으로 확산되고 있는 '광동 경옥고' 대상 타사의 불법 비교광고 행위에 대해 엄정 대응을 예고하며 법적 조치에 착수했다고 17일 밝혔다.

회사측에 따르면, 최근 약국 내에 '광동 경옥고와 동일성분·동일함량', '같은 성분 착한가격' 등의 문구를 담은 포스터와 배너 등 홍보 게시물이 비치되는 사례가 다수 확인되고 있다. 해당 게시물은 광동 경옥고를 직접 지목해 성분과 함량, 가격을 비교하는 방식으로 구성됐다.

현행 약사법 내 '의약품 등의 안전에 관한 규칙'에 따르면, 의약품 광고는 사실 여부와 관계없이 다른 제품을 비방하거나 비방하는 것으로 의심되는 행위를 금지하고 있다. 광동제약은 자사 제품을 직접 비교 대상으로 삼아 가격 차이를 부각한 이러한 판촉 행위가 명백히 관련 규정에 저촉되는 불법행위라고 판단했다.

이에 광동제약은 관련 제약사들에 부당 비교광고의 즉각적인 중단은 물론, 이미 유포된 홍보 게시물 일체의 철거 및 회수를 요구했다. 아울러 회사는 해당 제약사를 상대로 필요한 민형사상 법적 절차를 진행할 방침이다.

광동제약 관계자는 "의약품은 유효성분과 함량이 같더라도 원료의 특성이나 부형제, 제조공정의 차이가 약효나 생체 이용률 등에 영향을 미칠 수 있기 때문에 소비자가 오인하지 않도록 객관적이고 정확한 정보를 제공해야 한다"며 "소비자 보호와 건전한 시장 질서 확립을 위해 이번 사안에 대해 엄정 대응하겠다"고 강조했다.

/이세경 기자 seilee@

세븐일레븐 즉석 스무디 100만개 판매

말차·ABC 스무디 신제품 선봬

세븐일레븐이 가을 시즌을 맞아 말차와 과채를 활용한 신제품을 추가하며 스무디 상품군을 확대한다.

세븐일레븐은 지난 3월 출시한 일본식 즉석 스무디의 누적 판매량이 100만개를 넘어섰다고 17일 밝혔다. 이에 '세븐셀렉트 말차스무디'를 새롭게 선보이고 다음 달에는 '세븐셀렉트 ABC스무디'를 출시한다.

세븐일레븐은 2023년 일본 세븐일레븐에서 출시한 '세븐카페 스무디'를 국내에 도입하기 위해 약 2년간 준비했다. 즉석음료 시장 확대와 장비를 활용한 차별화 상품 개발을 위해 현지 기기를 도입하고 국내 소비자를 대상으로 약 1년간 현지화 테스트를 진행했다.

즉석 스무디 기기는 상품별로 믹싱 시간과 회전 속도, 블레이드 높이를 조절할 수 있도록 설계됐다. 회전 칼날 자동 세척 시스템도 적용했다. 국내 판매 제품은 일본 제품과 비교해 과일 당도를 평균 약 2브릭스(Brix) 높이고 음료 중심부 온도를 영하 5도까지 낮추는 방식으로 현지화했다.

편의점 세븐일레븐이 즉석 스무디 출시 6개월 만에 누적 판매량 100만개를 돌파했다. 가을 시즌을 맞아 말차와 과채를 활용한 신제품을 추가하며 스무디 상품군을 확대한다. /코리아세븐

즉석 스무디는 전국 약 300개 점포에서 판매되고 있다. 상권별로는 오피스 상권의 매출 비중이 20%로 가장 높았다. 명동과 광화문, 속초, 부산, 제주 등 주요 관광지 점포 80여 곳의 여름철 외국인 매출을 분석한 결과에서도 즉석 스무디가 외국인 판매 상위 5개 상품에 포함됐다.

세븐일레븐은 가을을 맞아 디저트 수요를 겨냥한 '세븐셀렉트 말차스무디'를 출시했다. 국산 말차 추출물과 원유를 사용해 말차라떼를 스무디 형태로 구현한 제품이다. 다음 달에는 건강 콘셉트의 '세븐셀렉트 ABC스무디'를 선보인다. /김서현 기자

신세계그룹 신입사원 공개 채용

내달 12일까지 서류접수

신세계그룹이 오는 18일부터 2027년 신입사원 공개 채용을 진행한다.

이번 채용에는 이마트, 신세계백화점, 신세계프라퍼티, SCK컴퍼니(스타벅스), 신세계인터내셔날, 신세계디에프(면세점), 신세계I&C, 신세계푸드, 신세계센트럴, 신세계라이브쇼핑 등 10개 계열사가 참여한다.

서류 접수 기간은 9월 18일부터 10월 12일까지다. 서류 전형 결과는 10월 말 발표하며, 11월 계열사별 면접과 12월 최종 면접을 거쳐 합격자를 선발한다. 최종 합격자는 내년 1월 입사해 그룹 입문교육을 받는다.

신세계그룹은 지난해부터 최종 면접 이후 한 달간 진행했던 인턴십 과정을 폐지했다. 이에 따라 서류와 면접 전형을 거쳐 최종 합격자를 바로 선발하는 방식으로 채용 절차를 운영한다.

신입사원 공개 채용과 관련해 각 계열사별 온·오프라인 채용 홍보 활동도 진행할 예정이다.

/김서현 기자 seoh@

CJ올리브영, 글로벌 인재 영입 확대

하반기 31개 직무 채용

CJ올리브영이 채용 전략을 강화하며 글로벌 시장 확대와 K뷰티 고도화를 이끌 인재를 육성한다.

CJ올리브영은 오는 30일까지 CJ그룹 채용 홈페이지에서 '2026년 하반기 신입사원'을 모집한다고 17일 밝혔다. 일반 전형과 글로벌 전형을 합쳐 총 31개 직무를 선발한다.

이번 채용의 핵심은 '글로벌'과 '전문성'이다. 올해 상반기 대비 글로벌 직무를 4개 추가하고 기존 글로벌 전형을 '글로벌 인사이트 전형'으로 확대했다. 어학, 글로벌 경험, 문제 해결 등에 대해 다각도로 검증한다.

또 디자인 직무도 신설했다. K뷰티와 최신 유행의 핵심을 다루는 중추적인 역할이다.

이와 함께 K뷰티 현장 전문가와 인공지능 전환에 대비한 기술 경쟁력도 강화하고 있다. 맞춤형 뷰티 상담을 위한 뷰티 컨설턴트 직무는 2024년 도입 당시 18명에서 현재 약 4배 수준으로 늘었다. 테크 전문 조직은 2021년 신설하고 최근 5년 사이 6.8배 성장했다. 지난해에만 100명 이상의 전문 인력을 신규 채용했다.

올리브영은 이러한 채용 확대 정책을 통해 청년층을 적극 지원한다는 방침이다. 신입 채용 규모는 2025년 기준, 2021년 대비 3배 이상 커졌다. 최근 5년간 전체 채용 인원의 70.9%가 만 30세 미만 청년이다. 그 결과, 2025년 말에는 전체 임직원 중 청년 비중이 79%에 달했다.

이와 함께 올리브영은 내부 승진 체계도 갖췄다. 매장 정규직의 약 70%가 시급제 직원 출신으로 채워지는 선순환 모델이 구축됐다. 정규직 전환 후에는 점장으로 선발되거나 사내 공고를 통해 충원하는 제도인 '잡 포스팅'을 거쳐 본사 직무로 발탁되기도 한다.

/이청하 기자 mlee236@

SK바이오팜, 파킨슨병 신약 후보 확보

CNS 파이프라인 확대

SK바이오팜이 오픈이노베이션센터를 통해 파킨슨병의 근본적 원인을 치료하는 혁신 신약 후보물질을 확보하며 중추신경계(CNS) 파이프라인 대폭 확대에 나섰다.

SK바이오팜은 신약개발 기업 퍼스트바이오테라퓨틱스와 파킨슨병 치료제 신약 후보물질의 글로벌 독점 개발 및 상업화 권리를 확보하는 라이선스 계약과 30억원 규모의 전략적 지분투자(SI) 계약을 체결했다고 17일 밝혔다.

이번 라이선스 계약 규모는 반환 의무가 없는 계약금 25억원과 단계별 마일스톤 등을 포함해 최대 약 4308억원에 달한다. 상용화 이후 순매출액에 따른 로열티는 별도로 지급된다.

이번 계약은 SK바이오팜의 오픈이노베이션센터가 주도해 성사시킨 첫 번째 후보물질 도입 사례다. SK바이오팜은 중추신경계(CNS) 포트폴리오를 강화하게 됐다. /이청하 기자

17일 SK바이오팜 판교 사옥에서 진행된 SK바이오팜-퍼스트바이오테라퓨틱스 기술이전 및 전략적 투자 계약 체결식'에서 김재은 퍼스트바이오테라퓨틱스 대표(왼쪽)와 유창호 SK바이오팜 전략부문장이 기념사진을 촬영하고 있다. /SK바이오팜