

“햇반, 잡곡 등 R&D 경쟁력 강화… 국내외 조단위 사업 도약”

CJ제일제당 햇반 30주년 간담회

30년간 누적 매출 10조원대 추산
‘글로벌 초대형 브랜드’ 청사진 발표
잡곡 등 건강 기능성 시장 집중 공략

반도체 공장 수준의 철저한 무균실을 거쳐, 구수한 쌀냄새를 풍기며 쏟아져 나오는 붉은색 용기들. 대한민국 밥상의 풍경을 바꾸놓은 CJ제일제당 ‘햇반’의 모태이자 핵심 생산 기지인 충북 진천 CJ블로썸캠퍼스의 현장 풍경이다.

햇반 출시 30주년을 맞아 지난 21일 찾아간 진천 CJ블로썸캠퍼스는 글로벌 1조 5000억 원대 브랜드를 향한 대도약의 열기로 가득 차 있었다. CJ제일제당은 이날 현장에서 기자간담회를 개최하고, 오는 2028년까지 햇반을 글로벌 초대형 브랜드로 키워내겠다는 청사진을 발표했다.

“밥은 한식 글로벌화의 기반입니다. 밥이 바뀌면 사람들의 생활과 식문화를 바꿀 수 있습니다. 생활을 바꾼 밥의 혁신을 넘어, 이제 세계인이 밥을 즐기는 방식을 변화시켜 국내외의 조 단위 사업 도약을 향해 나아가겠습니다.”

국내 대표 즉석밥 브랜드 ‘햇반’ 출시 30주년을 맞아 열린 기자간담회에서 김숙진 CJ제일제당 식품마케팅실장(겸 한국사업본부장)은 독보적인 기술력과 식문화 리더십을 바탕으로 한 단계 더 도약하겠다는 강력한 의지를 표명했다.

1996년 12월 국내 최초 무균포장밥으로 탄생한 햇반은 “10년, 20년 후를 내다 보는 미래 먹거리를 만들겠다”는 이재현 CJ그룹 회장의 비전에서 시작됐다.



햇반 생산 공정.



김숙진 식품마케팅실 실장이 질의응답에 응하고 있다. /CJ제일제당

초기에는 갑자기 밥이 부족할 때 찾던 ‘비상식(非常食)’이었으나, 2000년대 들어 1~2인 가구 증가와 함께 ‘집밥을 대체하는 일상식(日常食)’으로 자리매김했다.

햇반 브랜드는 2023년 국내의 합산 매출 1조 원을 돌파한 데 이어 지난해 약 1조 1000억 원 이상의 역대 최대 성과를 올렸다. 30년간 누적 매출은 올해 말 기준 약 10조 원에 달할 것으로 추산된다.

이날 현장에서 직접 둘러본 햇반의 핵심 경쟁력은 쌀의 수확부터 도정, 무균 포장에 이르기까지 철저하게 데이터화된 초격차 R&D에 있었다.

오예진 CJ식품연구소 수석연구원은 갖지 않은 밥맛의 비밀로 가장 먼저 원료 관리와 자체 도정 시스템을 꼽았다. 벼를 건조할 때 45도 이하의 저온을 유지해야 밥알에 균열이 생기거나 무르지 않으며, 여름철 고온 노출 시 발생하는 지방 산패와 묵은내를 차단하기 위한 저온 보관이 핵심이라고 강조했다. CJ제일제당은 국내 밥 제조사 중 유일하게 자체 도정 시스템을 갖추고 당일 도정한 신선한 쌀로 밥을 지어 품질 격차를 만들어내고 있다. 완두콩 등 식물성 단백질을 쌀 모양으로 가공하는 성형쌀 기술 등 영양설계 플랫폼으로의 진화도 눈길을 끌었다.

햇반은 용기조차 전자레인지 조리나 끓는 물 가열 시에도 환경호르몬이 용출되지 않는 안전한 소재다. 오 연구원은 안전성과 별개로 최근 친환경 트렌드에 맞춰 플라스틱 사용량을 줄이고 천연소

재 재질을 개발해 적용하는 등 지속가능한 패키징 연구를 꾸준히 진행 중이라고 설명했다.

햇반은 단순한 편의식을 넘어 개인의 건강 니즈에 맞춘 웰스앤웰니스로 또 한번의 진화를 이루고 있다. 특히 잡곡밥 라인업의 성장세가 매섭다. 2019년 즉석밥 매출의 10%대에 불과했던 잡곡밥 비중은 지난해 30%에 육박했다.

CJ제일제당은 집에서 이미 잡곡을 먹는 소비 비중이 높은 만큼 5년 내에는 즉석밥 시장에서도 백미와 잡곡의 비중이 비등해질 것으로 전망했다. 젊은 세대보다 50대 이상 장년층 소비자가 언제 어떤 계기로 잡곡밥으로 넘어오느냐가 시장 확대의 핵심 키가 될 것이라고 내다봤다.

CJ제일제당은 오는 12월 식물성 단백질을 적용해 계란 흰자 3개 이상의 단백질 함량을 구현한 햇반 단백질 잡곡밥을 선보이며 건강 기능성 시장을 집중 공략할 계획이다.

해외에서의 성과도 뜨겁다. 미국, 캐나다, 호주 등 60여 개국에 진출한 햇반은

최근 5년간 해외 매출이 연평균 30% 증가하며 전체 매출 중 해외 비중을 지난해 15%까지 끌어올렸다. 회사는 2028년까지 이 비중을 25%까지 확대할 방침이다.

해외 시장에서의 가격 경쟁력과 현지 업체들과의 차별점에 대한 질문에 김 실장은 “미국 소비자들도 갖지 않은 쌀밥 특유의 품질과 밥맛의 차이를 명확히 구분하고 있다”며, “당일 도정 기술로 만든 한국의 찰진 밥의 품질 우위는 현지 업체들이 쉽게 따라오기 힘들다”고 단언했다. 이어 “가공식품 시장이 성숙한 미국 시장을 확고히 다진 뒤 쿨린 구조가 다채롭고 선진화된 유럽 시장으로 영역을 펼쳐나갈 것”이라고 밝혔다.

국내 시장 내 경쟁 심화와 점유율 유지 전략에 대해서는 정공법을 강조했다. “단기적으로 점유율을 올리기 위해 가격을 내리거나 품질을 타협하는 일은 없을 것”이라며, “소비자가 고품질 제품을 경험하며 자연스럽게 선택하도록 유도하고 잡곡밥 시장 전체의 파이를 넓히는 것이 본질적인 숙제”라고 말했다.

한편 CJ제일제당은 지난해 10년 전 대비 3배 이상 늘어난 6만 5000톤의 국산 쌀을 수매하며 농가 상생을 실천하고 있다. 2009년부터는 수익성과 관계없이 선천성 대사이상 환우를 위한 햇반 저당백밥을 지속 생산하며 사회적 가치 창출에도 앞장서고 있다. 현장에서 느껴진 초격차 R&D 기술력과 데이터 기반의 시장 대응력은 만두에 이어 한국식 밥문화를 세계인의 식탁에 올리겠다는 햇반의 다음 30년이 기대된다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

K-반도체 투톱, 3분기 HBM 매출 이목집중

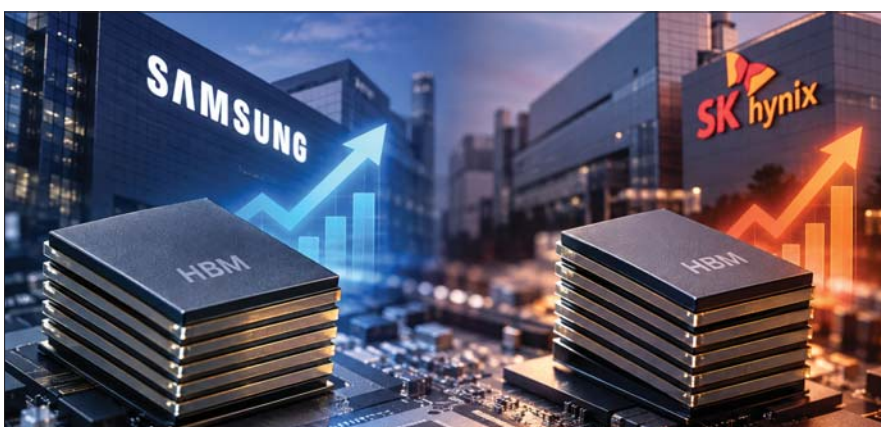
주중 삼성·SK 실적 발표 콘퍼런스를 번스타인, HBM 매출 역전 가능성 제기

삼성전자가 올해 3분기 HBM(고대역 폭메모리) 매출에서 SK하이닉스를 추월했을 가능성이 제기되면서 이번 주 양사의 실적 발표에 관심이 커지고 있다. 지난 2분기 양사의 시장 점유율 격차는 절반 이상 줄어든 바 있다.

25일 업계에 따르면 SK하이닉스는 오는 28일, 삼성전자는 29일 각각 3분기 실적 발표 콘퍼런스를 진행한다. 삼성전자는 앞서 잠정실적을 발표했지만 반도체 사업을 담당하는 DS(디바이스솔루션)부문의 세부 실적은 공개하지 않았다. 이에 따라 이번 실적 발표에서는 양사의 HBM 사업 성과와 차세대 제품 공급 현황이 주요 관심사로 꼽힌다.

글로벌 투자은행 번스타인은 삼성전자의 3분기 HBM 매출이 전 분기보다 33% 증가한 87억달러(약 11조5150억원)를 기록했을 것으로 추정했다. SK하이닉스는 11% 늘어난 76억달러(약 10조590억원)로, 삼성전자가 약 11억달러(약 1조4560억원) 앞섰을 것으로 예상했다.

이번 전망은 지난 7월부터 9월까지 국내 HBM 수출 통계를 분석한 결과다. 특히 수출 물량 1kg당 금액에서 삼성전자가 앞섰다. 번스타인에 따르면 삼성전자의 9월 HBM 수출 물량당 금액은 이전 수준의



생성형 AI가 제작한 삼성전자와 SK하이닉스의 HBM 경쟁 이미지.

두 배 이상으로, SK하이닉스의 네 배에 달했다. 이에 따라 삼성전자가 6세대 HBM4 기술 경쟁에서 우위를 확보했을 가능성이 제기된다.

다만 이번 분석은 수출 통계를 활용한 추정치로 실제 매출과 제품 판매가격과는 차이가 날 수 있다. 실제 삼성전자는 올해 2분기 HBM 시장에서 SK하이닉스와 점유율 격차를 크게 좁혔다. 시장조사업체 카운터포인트리서치에 따르면 삼성전자의 글로벌 HBM 시장 점유율은 전 분기 21%에서 33%로 상승했다. 반면 SK하이닉스는 58%에서 50%로 하락했으나 1위를 유지했다. 이에 따라 양사의 점유율 격차는 37%포인트(p)에서 17p로 축소됐다.

향후 시장 점유율 경쟁에서는 차세대 제품인 HBM4 공급 확대가 주요 변수로 꼽힌다. 카운터포인트리서치는 2분기까

지 HBM 매출 대부분이 5세대 HBM3E에서 발생했으나 하반기부터는 HBM4 출하가 본격화될 것으로 전망했다. 특히 HBM4 공급 물량과 주요 고객사 확보 여부에 따라 양사의 시장 점유율도 달라질 것으로 예상된다.

이번 콘퍼런스에서는 양사의 HBM4 공급 현황과 향후 생산 계획이 주요 쟁점으로 꼽힌다. 특히 삼성전자의 HBM 매출 역전 여부와 차세대 제품 공급 확대 속도를 확인할 수 있을 것으로 보인다.

한편, 번스타인은 신규 HBM 공급계약에 따른 가격 인상분이 수출 통계에 충분히 반영되지 않은 것으로 분석했다. 계약 가격 상승 효과는 향후 양사의 매출에 반영될 것으로 내다봤다.

/구남영 기자 koogija_tea@



metro

韓, 경상수지 흑자 증가폭 ‘세계 1위’ 전망

GDP 대비 흑자율 통계이래 최고치 예측

우리나라가 올해 경상수지 흑자 부문 세계 2위에 자리할 것으로 전망된다. 2분기까지 3위 독일과 4위 일본에 크게 앞섰다. 한국의 흑자 규모는 제조업 강국인 두 나라의 흑자를 합한 수치보다 컸다.

국제통화기금(IMF)은 올해 한국이 연간 흑자 부문 2위에 오를 것으로 예측했다. 또 전년대비 흑자 증가 폭의 경우, 세계 190개국 가운데 1위를 차지할 것으로 내다봤다.

25일 한국은행 경제통계시스템에 수록된 IMF의 각국 경상수지 비교에 따르면, 한국의 올해 2분기 흑자는 1166억3000만 달러로 집계됐다. 올해 2분기 수치가 집계된 36개국 중 중국(1937억2000만 달러)에 이어 2위다. 3위인 독일은 522억8000만 달러, 4위인 일본은 506억2000만 달러였다. 두 나라 합계는 1028억9000만 달러로 한국보다 137억4000만 달러 적었다. 관련 통계가 작성된 이후로 한국 경상흑자가 독일·일본의 합산 수치에 앞선 것은 이번이 처음이다.

한국의 올해 2분기 흑자는 지난해 같은 기간(283억9000만 달러)의 4.1배였다. 이 기간 독일과 일본은 각각 11.9%, 5.0% 증가했다.

상반기 기준으로도 한국 경상흑자는 1910억1000만 달러로 중국(3780억3000만 달러)에 이어 2위였다. 한국은 독일

(1263억9000만 달러), 일본(1121억2000만 달러), 노르웨이(553억2000만 달러), 스위스(510억3000만 달러), 네덜란드(505억4000만 달러) 등을 큰 차이로 따돌렸다.

추세는 3분기에도 지속되고 있다. 7~8월 두 달간 한국의 경상수지 흑자는 881억9000만 달러로 독일·일본 합산(808억2000만 달러)보다 73억7000만 달러 많았다.

IMF는 ‘10월 세계경제전망’에서 한국의 올해 경상흑자 전망치를 4219억4600만 달러로 추산했다. 수치가 있는 190개국·지역 중 중국(8632억5000만 달러)에 이어 2위다. 지난해 5위에서 세 계단 올랐다.

한국의 올해 경상흑자 증가 폭은 2988억9200만 달러로, 중국(1388억300만 달러)의 2.15배에 달하며 가장 컸다. 국내총생산(GDP) 대비 흑자율은 18.8%로 IMF 통계가 있는 1980년 이후 최고치가 될 것으로 예측됐다. 외환위기 직후 원화까지 급락으로 흑자가 급증했던 이전 최고치 10.1%(1998년)의 근 2배에 달한다.

국제투자은행들의 분석도 비슷하다. 국제금융센터가 집계한 8개 주요 투자은행의 한국 경상흑자 비율 전망치 평균은 9월 말 기준 올해 17.5%, 내년 17.4%였다. 불과 1개월 전 대비로도 각각 1.5%포인트(p), 2.4%p 올랐다.

/세종=김연세 기자 kys@



metro