

식품기업, 먹거리 다음은 바를거리… ‘K뷰티’ 새 활로 모색

화장품 등 다양한 방식으로 시장 진입

hy 보유군주 기반 원료 B2B 사업
서영이앤티 제조·ODM 기업 투자
동원그룹 참존 인수예장자 선정

식품기업들이 본업의 실적 정체를 극복하기 위해 화장품 사업으로 발을 넓히고 있다. 국내 내수 시장 축소로 주요 식품사들의 영업이익률이 한 자릿수에 머무는 가운데, 꾸준히 성장세를 이어가는 화장품을 새로운 돌파구로 삼았기 때문이다.

22일 업계에 따르면 올해 상반기 주요 식품기업의 영업이익률은 대상 4.5%, 오뚜기 5.5%, 농심 6.7%, 풀무원 2.5% 등 대부분 한 자릿수에 그쳤다. 해외 매출 비중이 80%에 달하는 삼양식품(영업이익률 23.8%)을 제외하면, 오뚜기(해외 비중 11.6%) 등 내수 의존도가 높은 기업일수록 내수 정체에 따른 타격이 컸다.



식품기업들이 각자의 강점을 활용해 뷰티시장에 진출하고 있다.

/썬GPT 생성 이미지

반면 화장품 수출은 가파른 상승세를 타고 있다. 국가별 식문화와 유통 장벽의 영향을 크게 받는 식품과 달리, 화장품은 아마존 등 글로벌 온라인 플랫폼과 해외 오프라인 채널을 통해 판로를 빠르게 넓히고 있는 점도 매력적인 요소다.

식품사들은 각각의 강점을 살려 다양한 방식으로 뷰티 시장에 진입하고 있다.

가장 적극적인 곳은 'hy'다. hy는 자사 중앙연구소가 보유한 5000여 종의 균주와

천연물 라이브러리를 바탕으로 화장품 원료 B2B 사업과 이너뷰티 시장을 공략하고 있다. 피부 건강 가능성 원료인 'HY7714'를 활용한 'HY7714 코어바이옴' 등을 개발했으며, 평택과 논산공장 설비를 통해 지난해 원료 판매량 18톤을 기록했으며, B2B 매출은 약 150억원으로 집계됐다. 올해 B2B 매출 목표는 200억원 이상이다.

농심과 오리온은 원료 공급과 B2B 협력에 집중하고 있다. 농심은 뷰티 브랜드

드 '아로셀'에 건기식 핵심 원료인 저분자폴라켄렙타이드를 공급하는 협약을 맺었으며, 오리온은 자회사 오리온제주 용암수의 사업목적에 화장품책임판매업을 추가했다.

신세계푸드와 하이트진로 그룹 오너 일가 회사인 서영이앤티는 직접 브랜드 육성 대신 리스크가 적은 화장품 제조·ODM(자체개발주문생산) 기업 투자에 중점을 두고 있다.

최근 업계의 눈길을 끄는 곳은 동원그룹이다. 동원그룹 계열사인 동원홈푸드는 최근 서울화생법원 관리하에 진행 중인 '1세대 K뷰티' 참존 매각 절차에서 조건부 인수예장자(스토킹호스 방식)로 선정됐다. 수백억원대로 알려진 이번 거래가 연내 최종 성사되면 2024년 3월 취임한 김남정 동원그룹 회장 체제의 '첫 M&A' 사례가 된다.

참존은 1984년 설립 이후 외부 OEM에 의존하지 않고 제품 개발부터 생산까지 처리 가능한 자체 연구조직과 제조시설을

보유하고 있다. 토지·건물 등 약 120억원 규모의 부동산 자산도 갖췄다. 화장품 사업 신규 진출 시 막대한 초기 투자 비용이 드는 점을 감안할 때, 스토킹호스 채무 조정을 거쳐 검증된 생산 기반을 효율적으로 확보하려는 전략이다.

뷰티업계 관계자는 "동원처럼 자금력을 갖춘 기업이 인수할 경우, 참존의 생산 인프라와 추가 투자를 결합해 ODM 전문기업으로 전환하거나 브랜드 재도약을 모색하는 등 활용도가 높을 것"이라고 전망했다.

화장품 사업 진출이 반드시 성공을 보장하는 것은 아니다. 업계 관계자는 "앞으로는 개별 브랜드의 경쟁력이 성장을 좌우할 것"이라며 "단순한 시장 진입을 넘어 독자적인 기능성 원료 기술력과 차별화된 유통·마케팅 생태계를 구축하는 기업만이 새로운 승자가 될 수 있다"고 강조했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

롯데, 베트남 채용 확대… 글로벌 사업 속도

하노이 소재 5개 대학 채용행사
롯데백화점 등 6개 계열사 참여

롯데가 베트남 현지 채용 행사를 통해 글로벌 인재 확보에 나섰다. 베트남 사업 확대에 맞춰 현지 인력 채용을 늘리고, 주요 대학과의 접점을 넓혀 채용 경쟁력을 강화한다는 계획이다.

롯데는 지난 21일부터 23일까지 베트남 하노이 소재 5개 대학에서 '2026 롯데 글로벌 캠퍼스 리크루팅 인 베트남'을 진행했다. 롯데백화점·롯데호텔·롯데월드·롯데이노베이트·롯데물산·대흥기획 등 베트남 진출 6개 계열사가 참여했으며, 행사 기간 3000명 이상의 취업준비생이 방문했다.

행사는 채용 상담과 일대일 모의 면접을 진행하는 홍보 부스, 그룹 및 계열사 소개를 중심으로 한 채용 설명회로 구성됐다. 각 계열사의 채용 담당자와 현지자들은 참가자들에게 직무 정보와 채용 관련 경험을 전달했다.



롯데가 지난 21일부터 23일까지 베트남 현지 주요 대학에서 '2026 롯데 글로벌 캠퍼스 리크루팅 인 베트남'을 개최했다. 22일 하노이 과학 기술대학교에서 열린 채용 설명회에서 롯데백화점 현지 직원이 주요 사업과 채용 정보를 설명하고 있다.

/롯데그룹

롯데는 베트남에서 현재 1만명 이상의 현지 인력을 고용하고 있다. 올해는 지난 해보다 20% 늘어난 500여명을 추가 채용할 계획이다. 지난해부터는 해외 현지에서 '글로벌 잡페어'와 '글로벌 캠퍼스 리크루팅'을 진행하며 인재 확보와 채용 브랜드 강화에 나서고 있다.

베트남에 이어 인도네시아에서도 채용

행사를 열 예정이다.

롯데 관계자는 "해외 우수 인재 확보를 위해 롯데의 사업 경쟁력과 성장 기회를 알리는 것이 중요하다"며 "현지 인재와의 접점을 확대하고 글로벌 인재들이 선호하는 기업으로 자리매김할 수 있도록 채용 브랜드 경쟁력을 높이겠다"고 말했다.

/신원선 기자

이랜드뮤지엄 위대한 농구선수 75인전

이랜드뮤지엄이 대구 이월드 83타워 76·77층에서 농구 관련 소장품을 활용한 전시 '위대한 농구선수 75인전'을 지난 24일 성공적으로 오픈했다.

이번 전시는 판교와 부산에 이은 이랜드뮤지엄의 세 번째 농구 관련 전시다. 'NBA 75주년 기념 팀(NBA 75th Anniversary Team)' 선정 선수를 포함해 농구 역사를 빛낸 전설의 아카이브가 공개된다.

전시는 ▲더 고트(THE GOAT) ▲더 저지스(THE JERSEYS) ▲올스타(ALL-STAR) ▲더 빅맨(THE BIG MEN) ▲더 어워드(THE AWARDS) ▲블랙맘바(BLACK MAMBA) 등 총 6개 존으로 구성되며, 총 100점의 소장품을 만나볼 수 있다.

/신원선 기자

롯데免, 주류·미식 등 체험형 마케팅 강화

고객 접점 확대… 면세쇼핑 혜택 연계

롯데면세점이 프리미엄 주류 브랜드와 협업해 최상위 고객을 대상으로 한 체험형 마케팅을 강화한다. 주류 시음과 미식 경험을 결합한 프라이빗 행사를 통해 VIP 고객과의 접점을 넓히고 면세 쇼핑 혜택을 연계한다는 전략이다.

롯데면세점은 글로벌 럭셔리 주류 기업 모엣 헤네시와 함께 서울과 부산에서 내국인 최상위 회원 대상 초청 행사를 진행한다. 25일 밝혔다. 이번 행사는 지난 9월 프랑스 칸에서 열린 면세 박람회 '2026 TFWA 월드'에서 체결한 양자 간 전략적 업무협약의 일환이다.

롯데면세점은 지난 23일 서울 더그랜드롯데 서울 35층 피에르가니에르 바에

서 '글렌모렌지 마스터클래스'를 열었다. 최상위 회원 20명이 참석한 가운데 글렌모렌지 21년, 알터스 25년·30년, 시그넷 리저브 등 싱글 몰트 위스키 4종을 소개했다. 글렌모렌지의 위스키 크리에이션 디렉터인 빌 린스텐 박사가 브랜드 철학과 위스키 제조 과정을 설명했으며, 프렌치 파인디닝 레스토랑 피에르가니에르 셰프가 위스키와 어울리는 음식을 선보였다.

오는 29일에는 부산에서 '프레스티지 샴페인 클래스'를 진행한다. 내국인 최상위 회원 20명을 대상으로 돔페리뇽, 아르망디브리냐, 보브클리코 등 샴페인 5종을 선보인다. 각 브랜드의 특징과 빈티지에 따른 풍미를 비교하는 시음 프로그램으로 구성했다.

/신원선 기자

쿠팡, 숙박권 등 가을철 나들이 상품 할인

31일까지 기획전… 300여종 판매

쿠팡이 가을 나들이 수요를 겨냥해 테마파크와 워터파크, 단풍 여행 패키지 등 입장권 할인전에 나선다.

쿠팡은 오는 31일까지 가을철 나들이 관련 상품 300여종을 할인 판매한다고 25일 밝혔다. 테마파크 이용권부터 워터파크 입장권, 단풍 여행 패키지, 숙박권 등을 한데 모았다.

테마파크 상품으로는 에버랜드와 서울랜드, 한국민속촌 등의 이용권을 마련했다. 에버랜드 종일 이용권은 정상가보다 37% 할인한 4만5000원에 판매한다. 서울랜드 종일권과 한국민속촌 주말·공휴일 종일권은 2만4000원대에 선보인다.

온천과 물놀이를 즐길 수 있는 상품도 포함했다. 테르메덴 폴앤스파와 아산 스파비스, 하이원 워터월드 등의 이용권을 판매한다.

단풍과 가을 풍경을 즐길 수 있는 여행



상품도 마련했다. 내장산 단풍 여행과 흥천 은행나무숲, 정선 옥새꽃 축제 등 가을 명소를 둘러보는 패키지를 선보인다. 숙박 상품은 조식 제공과 열리 체크인 등 혜택을 다양화해 선택 폭을 넓혔다.

이번 기획전은 오는 31일까지 진행되며, 행사 기간 매일 새로운 상품을 할인가에 선보인다.

쿠팡 관계자는 "가족, 연인, 친구와 함께 본격적인 가을 나들이철을 즐길 수 있는 다양한 상품을 쿠팡에서 편리하게 만나보길 바란다"고 말했다.

/신원선 기자

CU, 도움벨 서비스 이용건수 3000건 돌파

편의점 CU가 이동약자의 매장 이용을 돕기 위해 도입한 QR 기반 도움벨 서비스가 5개월도 안 돼 누적 이용 3000건을 넘어섰다. 장애인과 고령자 등이 별도 앱 설치 없이 직원에게 도움을 요청할 수 있는 서비스로, 월별 이용 건수도 꾸준히 늘고 있다.

CU를 운영하는 BGF리테일은 지난 6월 도입한 '이동약자 도움벨 QR 서비스'의 누적 이용 횟수가 약 3000건으로 집계됐다고 25일 밝혔다.

이 서비스는 매장 출입문에 부착된 QR코드를 스마트폰으로 스캔해 직원에게 지원을 요청하는 방식이다. 고객이 요청하면 점포 내 전용 단말기와 POS에 알림이 전달된다. 직원은 출입을 돕거나 휠체어 진입이 어려운 매장에서 고객이 원하는 상품을 대신 전달하는 등 상황에 맞춰 지원한다.

월별 이용 건수는 도입 첫 달인 6월 약

200회에서 7월 400회, 8월 700회, 9월 800회, 10월 900회로 증가했다. 누적 이용 횟수가 10회를 넘은 점포는 14곳이며, 20회 이상 이용한 점포도 7곳에 달했다. CU옴1호점과 CU김천한마음점은 각각 누적 47회로 가장 많은 이용 실적을 기록했다.

한편 BGF리테일은 QR 도움벨 외에도 장애인의 편의점 이용과 일자리 지원을 위한 사업을 이어가고 있다. 지난해 8월부터는 소셜벤처 투아트와 협력해 시각보조 앱 '설리번 플러스'에 상품명과 가격, 할인 행사 정보를 음성으로 안내하는 'CU 모드'를 운영하고 있다. 또 보건복지부, 한국장애인개발원과 함께 장애인 편의점 사업도 추진 중이다. 제주와 평창, 부산, 성남, 구리, 대전 등에서 장애인 편의점 6곳을 운영하며 중증장애인의 일자리 창출과 자립을 지원하고 있다.

/신원선 기자