

CJ제일제당·CP엑스트라, K-푸드 사업 확대 박차



▲그레고리 엘 CJ제일제당 식품사업부문대표(왼쪽)와 타니트 치라바논(Tanit Charavanont) CP엑스트라대표가 1일 서울 중구 CJ제일제당 본사에서 열린 업무협약(MOU) 체결식에서 기념사진 촬영을 하는 모습.

태국 내 2700개 이상 점포 유통망 확보

CJ제일제당이 태국 'K-푸드 글로벌 영토확장'에 본격적으로 속도를 낸다. CJ제일제당은 태국 1위 대기업 'CP그룹'의 계열사이자 최대 유통사인 'CP엑스트라(CP Axtra)'와 함께 현지 K-푸드 사업 확대에 나선다고 2일 밝혔다. 두 회사는 K-푸드 제품 유통 및 현지 시장 확대를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 양사는 이번 협약으로 ▲글로벌 시장에서 검증된 K-푸드 제품 라인업(CJ제일제당) ▲강력한 현지 유통망과 소비자 인사이트(CP엑스트라) 등 각 사가 가진 강점을 결합, 태국 K-푸드 시장의 판을 키울 방침이다.

CJ제일제당은 태국 내 방대한 영업망을 확보하며 사업 확대의 발판을 마련하게 됐다. CP엑스트라는 현지 대형 창고형 할인점 체인인 '마크로(Makro)'와 슈퍼마켓 체인 '로터스(Lotus's)'를 운영하고 있는데, 두 체인의 태국 매장 수를 합치면 2700개가 넘어 비비고 제품 판매 확대에 큰 도움이 될 것으로 기대된다. CJ제일제당은 협력을 통해 태국 내 주력 제품인 '비비고 볶음면'과 '김치' 외에도 '비비고 만두'·'K-스트리트 푸드'·'K-소스' 등 다양한 제품군의 메인스트림 유통채널 입점을 확대할 계획이다. 또한 식당, 카페 등 B2B 고객

비중이 높은 마크로와 함께 대용량·B2B 제품군을 적극 육성하고, 공동 마케팅·프로모션 등 다양한 분야에서 협력을 이어갈 예정이다. CP엑스트라는 비비고의 제품력과 글로벌 브랜드 파워를 활용, 마크로와 로터스 내 K-푸드 카테고리를 대폭 강화한다는 계획이다. 양사는 향후 CP그룹이 진출해 있는 말레이시아, 필리핀 등 인근 동남아 국가로 협력을 확대하는 방안도 검토하고 있다. CJ제일제당 관계자는 "태국 1위 기업과의 파트너십을 바탕으로 현지 사업 성장의 획기적 발판을 마련하게 됐다"며, "K-푸드 글로벌 개척자로서 다양한 협력을 통해 '신(新)영토 확장'을 이어갈 것"이라고 말했다.

태국을 포함한 동남아시아는 약 6억 9천만명에 달하는 인구와 높은 경제성장 잠재력을 갖춘 K-푸드 확산의 핵심 시장이다. 이 중 태국은 K-컬처에 대한 높은 관심과 함께 동남아의 경제 강국으로서 인근 국가로 K-푸드를 확산하는 관문 역할의 '전략 국가'로 떠오르고 있다. CJ제일제당은 2023년 태국 법인을 설립하고 현지 시장에 진출한 후 비비고 만두, 김치, 볶음면 등을 '마크로', '로터스', '세븐일레븐' 등 주요 유통채널에서 판매하고 있다. 특히 전 세계 국가 중 태국에서 가장 먼저 선보인 '비비고 볶음면'은 매운떡볶이·치즈떡볶이·김치·K-치킨·스모키K-치킨 등 한국적인 맛을 앞세워 인기를 끌고 있다. CJ제일제당의 해외 식품사업 매출은 2019년 3조 1540억 원에서 지난해 5조 5814억 원으로 5년 간 77% 성장했다. 올해 3분기 누적 기준 해외 매출은 4조 3123억 원으로, 전체 식품 매출에서 차지하는 비중이 절반을 넘어섰다. 최근 CJ제일제당은 고성장하는 해외 식품사업에 더욱 힘을 싣기 위해 현지 주요 기업들과 협력 관계를 구축하고있다. 지난 9월에는 일본 5대 종합상사 중 하나인 '이토추상사'의 식품부문과 현지 사업 확대를 위한 협약을 맺었으며, 이달에는 중동 지역 K-푸드 사업 육성을 위해 아랍에미리트(UAE) 기업 '알 카아트 인베스트먼트(AI Khayyat Investments, AKI)'와 업무협약을 체결한 바 있다.

안전기자
midal0210@naver.com

aT, 메가주 박람회로 동남아 5개국 바이어 초청

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)가 19일부터 23일까지 일산 킨텍스에서 열린 팻 박람회 '메가주(Mega-zoo)'와 연계해 홍보관 운영과 반려동물 연관산업 수출 상담을 성황리에 마쳤다. 올해로 3년째를 맞는 메가주는 국내 최대 규모의 팻산업 박람회다. 반려동물 사료, 간식, 용품, 웰스케어 제품 등 다양한

품목을 폭넓게 다루고 있어 아시아·유럽·미주를 비롯한 글로벌 반려동물 시장 관계자들이 대거 참석하는 대규모 비즈니스 행사로 꼽힌다. aT는 베트남, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 필리핀 등 동남아 5개국에서 펫푸드·용품을 취급하는 바이어 11개사를 초청했다. 초청 바이어들은 국내 주요 펫푸드 제조사의 제조공정을

직접 살펴보고 국내업체와 1:1 수출상담을 진행했다. 그 결과, 고품질 반려동물 사료, 간식, 용품 등이 바이어들의 큰 관심을 끌며 총 11건의 상담을 통해 10만여 달러 규모의 업무협약 4건을 체결하는 성과를 올렸다. 아울러 박람회 행사장 내 홍보관에서는 ▲반려동물 연관산업 육성법, ▲펫푸드 제도개선 등 정책 홍보와 함께 ▲반려동

물 연관산업 해외수출산업화 사업 소개가 이루어졌다. 수출 조보 기업에게는 민간 수출 전문가 초청을 통한 체계적 컨설팅도 함께 제공했다. aT 전기찬 수출식품이사는 "팻산업이 농식품 분야의 신성장동력으로 부각되고 있다"며, "해외 박람회 뿐 아니라, 국내에서도 메가주와 같은 대표 박람회를 활용해 해외 바이어 초청과 수출 컨설팅 제공 등 다양한 지원으로 K-팻산업의 세계적 도약을 적극적으로 지원하겠다"라고 말했다.

'2025 해썹 활성화 홍보 사업'

한국공공브랜드 정책 부문 최우수상 수상

공익적 가치 높은 브랜드 선정

식품의약품안전처(처장 오유경)는 '2025 해썹(HACCP) 제도 활성화와 홍보 사업'이 제3회 한국공공브랜드 대상 공모전 정책 브랜드 부문에서 '최우수상'을 수상했다.

'한국공공브랜드 대상'은 (사)한국공공브랜드진흥원(후원: 산업통상자원부)이 정부, 지자체, 공공기관 등의 공공브랜드 중 다양한 전략과 방법으로 공익적 가치를 높인 브랜드를 선정하여 시상하고 있다. '해썹(HACCP) 제도'는 1995년 도입된 이후 식품 안전에 대한 국민 의식 수준이 높아지고 산업 환경이 급변함에 따라 '스마트 해썹', '글로벌 해썹', '식품용 기기 안전관리 인증' 등으로 확대·고도화되어 왔으며, 우리 식품 안전 관리 체계의 글로벌 경쟁력 강화에 기여하는 대표적인 정책으로 자리매김했다. 식약처가 올해 추진한 '2025 해썹 제도 활성화와 홍보 사업'은 다각화된 해썹 제도에 대한 국민 인지도 확산을 목표로 다양한 타깃별 맞춤 콘텐츠를 운

영해 국민의 정책에 대한 친숙도와 체감도를 제고했다는 평가를 받았다. 식약처가 올해 추진한 해썹(HACCP) 홍보 콘텐츠는 누구든지 식약처 공식 유튜브 채널,

블로그, 인스타그램에서 확인할 수 있다. 식약처는 앞으로도 해썹(HACCP) 제도가 국민의 식품 안전을 책임지는 대표 식품 안전 브랜드로서 국민이 체감할 수 있도록 홍보를 더욱 강화할 계획이다.

정영란 기자
yungran528@hanmail.net



▲식약처 제공

농협경제지주, '자재유통센터 사업활성화 워크숍' 개최

편익증대 위한 자재사업 활성화 도모

농협경제지주(농협경제대표이사 박서홍)는 지난달 27일 대전광역시에서 임규원 자재사업부장 등 30여 명이 참석한 가운데 '2025년 자재유통센터 사업활성화 워크숍'을 개최했다. 이날 행사는 ▲자재유통센터

사업현황 보고 ▲'26년 자재유통센터중점 추진사항 및 사업계획 공유 ▲토론회 순서로 진행되었다. 특히, 참석자들은 ▲농자재 할인공급을 통한 농업인 실익증대 방안 ▲신사업 추진 ▲계통공급

확대를 위한 마케팅 강화 등 사업 활성화를 위한 실질적인 대안을 논의했다. 박서홍 이사는 "신속한 농자재 공급과 전방위적 마케팅 추진 등을 통해 농업인의 영농비 절감과 편의 증대에 만전을 기하겠다"고 말했다.

강태영 기자
ktya0712@daum.net



▲2025년 자재유통센터 사업활성화워크숍 개최(농협 제공)

조류인플루엔자(AI)·아프리카돼지열병(ASF) 예방 「농장 4단계 소독」 요령

1단계	농장 진입로 생석회 도포	2단계	농장 내부 매일 청소·소독	3단계	축사 출입시 장화 갈아신기·손 소독	4단계	축사 내부 매일 소독
<p>농장 진입로 폭 2m 이상 바닥이 보이지 않을 만큼 충분히 도포</p> <p>※ 소독약은 용법용량의 권장 희석배수 준수</p> <p>※ 신발소독소 소독약은 2~3일 간격 교체</p> <p>축사 청소·소독 순서 ① 청소·세척 천장→벽→바닥 순 ② 건조 ③ 소독약 살포 천장→벽→바닥 순</p>							
<p>- 1주일 간격 반복 도포, 비·눈 내린 후 즉시 재도포 - 도포된 생석회 위에 산성 소독제 살포 금지</p> <p>- 농장 내부, 사료빈·퇴비사·출하대 주변 매일 청소·소독 - 야생조수류 유인 요소(사료·폐사·왕겨 등) 방지 금지</p> <p>- 지정된 관리자 외 축사 출입 최대한 통제 - 축사 출입시 손 소독, 방역복·위생장갑·전용장화 착용</p> <p>- 사람·가축에 직접적인 소독제 분사 금지 - 가축과 직접 접촉하는 물품소독 철저 및 외부 반출 금지</p>							

농장에서의 철저한 방역수칙 준수만이 가축질병 피해를 막아낼 수 있습니다.