

더오르는 STARTUP 팜투글로벌

# 누룽지 입은 그래놀라, 세계 식탁 공략한다

최근 K-푸드 열풍이 전 세계 식품 시장으로 확산되면서 한국적인 식재료와 감성을 활용한 식품들이 새로운 수출 품목으로 주목받고 있다. 김과 라면, 떡볶이처럼 전통적인 한식뿐 아니라 국내에서 제조한 간편식과 건강식 제품들까지 해외 소비자들의 관심을 얻고 있다.

특히 최근에는 해외에서 이미 대중화된 식품을 한국식으로 재가공해 다시 해외 시장으로 수출하는 '역수출형 K-푸드' 사례도 적지 않다.

이 같은 흐름 속에서 지역 농산물과 K-푸드 감성을 결합한 차별화된 제품으로 국내외 시장을 동시에 공략하는 청년 식품기업이 주목받고 있다. 전남 나주에 본사를 둔 농식품 스타트업 '팜투글로벌'이다.

오성진 대표가 이끄는 팜투글로벌은 회사명처럼 처음부터 농식품 가공과 수출을 목표로 시작한 기업이다. 자체 브랜드인 은곡에서 내놓은 누룽지 그래놀라 '칩놀라(CHIPNOLA)'를 통해 국내 시장은 물론 해외 수출 시장까지 영역을 넓혀가고 있다.

오 대표는 "처음부터 지금의 사업 모델을 구상했지만 제품 개발과 준비 과정이 필요해 외식업을 병행했었다"며 "결국 가장 집합할 수 있는 분야에 집중하는 판단으로 다시 농식품 가공 사업에 집중하게 됐다"고 설명했다.

오 대표는 사실 이번이 두 번째 창업이다. 그는 지난 2012년 광주 지역 배달 음식 브랜드를 공동 창업해 10년 넘게 운영 경험을 쌓았다. 신선식품 배송 사업을 통해 제조와 유통, 온라인 판매, 운영 전반을 경험한 그는 이후 보다 확장성 있는 가공식품 분야로 눈을 돌렸다.

그가 주목한 것은 바로 '오트밀'이었다. 최근 건강식과 간편식 트렌드가 확대되며 글로벌 시장에서 오트밀 기반 제품 수요가 꾸준히 증가하고 있다는 점에 착안한 것이다. 팜투글로벌은 단순히 그래놀라 제품 하나에 머물지 않고, 오버나이트 오트밀과 오트밀 시리얼 등 오트밀 기반 제품군 전반을 확장하는 브랜드 전략을 세우고 있다.

현재 자체 브랜드인 '은곡'의 대표 제품은 그래놀라 제품인 '칩놀라'다. 그래놀라는 북미와 유럽에서는 이미 익숙한 건강식이지만, 국내에서는 아직 특정 소비층 중심의 시장으로 평가된다. '칩놀라'의 가장 큰 차별점은 기존 그래놀라 제품과 달리 '누룽지 칩'을 활용했다는 점이다. 일반적인 그래놀라 제품들이 단백질 함량과 영양 설계에 집중하면서 다소 텁텁하고 딱딱한 식감을 가지는 것과 달리, 칩놀라는 누룽지 특유의 고소함과

한국적 식감·풍미 더해 글로벌 건강식 시장 진출  
동남아·중화권 등 해외 박람회 통해 경쟁력 입증  
'맛있는 건강식' 전략...오트밀 대표 브랜드 목표



팜투글로벌의 대표 제품인 '칩놀라'

Ongok

팜투글로벌의 자체 브랜드인 '은곡' 로고



팜투글로벌 대표 제품 중 하나인 '마시는 오트밀'



오성진 대표



오성진 대표가 지난해 '서울푸드 인 방콕 2025'에서 해외 바이어에게 칩놀라를 설명하고 있다.

바삭한 식감을 강조했다.

오 대표는 "그래놀라 시장은 이미 경쟁이 치열하지만, 누룽지를 기반으로 한 그래놀라는 국내에서도 거의 없었다"며 "한국적인 식재료를 활용한 차별화된 K-그래놀라를 만들고 싶었다"고 말했다. 실제로 팜투글로벌은 누룽지 기반 그래놀라를 핵심 콘셉트로 내세우며 'K-그래놀라'라는 새로운 시장을 개척하고 있다. 제품에는 현미와 귀리, 오트밀이 60% 이상 들어가며, 국내 소비자뿐 아니라 해외 소비자들의 입맛까지 고려해 개발했다. 특히 누룽지와 인절미를 비롯해 김과 같은 전통적인 한국 식재료를 활용해 기존 그래놀라와 차별화를 시도하면서 '역수출'이라는 새로운 시장을 개척하고 있다.

현재 칩놀라는 애플사나몬, 카카오, 허니, 인절미, 김칩 등 다양한 맛으로 출시되고 있다. 이 가운데 애플사나몬과 카카오 제품은 국내 소비자 반응이 가장 좋은 제품군으로 꼽힌다. 특히 젊은 소비층뿐 아니라 중장년층 소비자들의 반응도 긍정적이라는 점이 특징이다. 오 대표는 "백화점 팝업 행사에서 직접 소비자들을 만나보면 60대 이상 소비자들도 굉장히 좋아한다"며 "익숙한 누룽지 맛과 고소한 풍미 덕분에 건강 간식으로 받아들이는 경우가 많다"고 말했다.

팜투글로벌은 제품 개발 단계부터 '맛'을 가장 중요한 요소로 꼽았다. 건강식이라는 이유만으로 소비자 선택을 받는 시대는 지났다는 판단 때문이다. 영

양 성분은 기본이 돼야 하고, 결국 재구매를 만드는 것은 맛이라는 설명이다. 또 하나의 핵심 전략은 바로 수출이다. 팜투글로벌은 지난해 베트남과 태국, 올해는 중국, 싱가포르, 홍콩 등 해외 식품 박람회에 꾸준히 참가하며 글로벌 시장 반응을 확인하고 있다.

해외 시장에서의 반응은 기대 이상이다. 싱가포르 등 동남아 시장 소비자들은 기존 그래놀라보다 더 고소하고 바삭한

식감에 높은 관심을 보였다. 한국식 누룽지 콘셉트에 긍정적인 반응을 나타냈다.

오 대표는 "해외에서는 그래놀라가 이미 대중화된 식품이지만, 저희 제품은 기존 제품과 완전히 다른 식감과 풍미를 가지고 있다"며 "누룽지와 김, 인절미 같은 한국적인 요소들이 오히려 차별화 포인트가 되고 있다"고 말했다.

특히 수출 제품은 '누룽지', '인절미', '김칩' 등 K-푸드 이미지를 적극적으로 강조하고 있다. 해외 바이어들 역시 영어나 한글 패키지를 더 선호한다는 점도 흥미로운 부분이다.

오 대표는 "해외 바이어들은 오히려 제품에 한글이 크게 들어가길 원한다"며 "한국 제품이라는 정체성이 명확할수록 소비자 반응도 좋아지는 분위기"라고 설명했다.

해외 시장 공략과 함께 국내 유통망 확대도 추진 중이다. 팜투글로벌은 지

난 1년 동안 롯데백화점 팝업 스토어와 박람회, 오프라인 행사 등을 20회 이상 진행하며 소비자 접점을 넓혀왔다.

오 대표는 "초기 브랜드일수록 직접 소비자를 만나는 경험이 중요하다"며 "시식 후 온라인 재구매로 이어지는 경우가 많아 오프라인 행사의 효과를 크게 체감하



## 현대차, 월드컵 연계 디스플레이 테마 공개

'블루링크 스토어'서 10월 19일까지 무료 다운로드

현대자동차는 다가오는 월드컵을 기념하기 위해 'FIFA 월드컵 2026 디스플레이 테마'를 공개했다고 17일 밝혔다. 이번 디스플레이 테마는 현대자동차의 비전 '휴머니티를 향한 진보'에서 출발한 월드컵 캠페인 '미래는 지금 여기서부터'의 일환으로 제작됐다. 'FIFA 월드컵 디스플레이 테마'를 차량에 적용하면 계기판과 인포테인먼트 시스템 전반에 월드컵 특유의 감성과 분위기가 더해진다. 시동을 켜고 끌 때의 애니메이션과 일부 내비게이션 화면을 통해 보

스튜디오나믹스의 '아틀라스'와 '스팟'이 함께하는 월드컵 순간도 즐길 수 있다. 현대자동차는 이번 테마에 모빌리티와 로보틱스 혁신을 통해 마주할 새로운 시대의 메시지를 담았으며, 차량 내 디스플레이를 새로운 브랜드 접점으로 활용해 FIFA 월드컵의 분위기를 일상적인 주행 경험 속에 녹여내고 디스플레이 테마의 가치와 활용성을 강조한다는 계획이다. 이번 디스플레이 테마는 '블루링크 스토어'에서 10월 19일까지 무료 배포된다. 장승기 기자 sky@gwangnam.co.kr

## 현대차그룹, 제주시 V2G 시범서비스 본격 개시

양방향 충전기 무료 설치  
충전 요금도 전액 지원

현대자동차그룹이 제주도에서 전기차 동차(EV)를 '바퀴 달린 보조배터리'로 활용하는 'V2G(전기차-전력망 연계)' 시범서비스를 일반 고객을 대상으로 본격 시행한다. V2G는 전기차 배터리를 전력망을 연결해 양방향으로 전력을 주고받을 수 있도록 하는 기술로, 전기차는 이를 바탕으로 단순 이동수단을 넘어 에너지를 저장하고 나누는 전력 자산으로 거듭난다. 현대차그룹은 제주도에서 지난해 하반기 모빌리티 플랫폼 '쏘카'와 손잡고 V2G 시범서비스를 운영해 온 데 이어, 일반 고객인 제주도민을 대상으로도 확대 시행하기로 했다.



현대차그룹의 제주도 EV2G 실증 시범서비스 참여 고객은 제주시 논제리 소재 자택에 설치된 양방향 충전기를 가이 EV9이 이용하는 모습.

현대차그룹은 제주도청과 협력해 V2G 기술이 적용된 현대차 '아이오닉 9' 또는 가이 'EV9'를 보유하고, 자택이나 직장에 V2G 양방향 충전기를 설치할 수 있는 제주도민을 모집해 최종 참여 고객 40명을 선정했다.

이들은 V2G의 환경적 가치와 에너지 분야에 관심이 높은 열리어답터 성향의 고객들이다. 현대차그룹은 다양한 이용 패턴을 실증하고자 현장 실사를 거쳐 직주도민을 모집해 최종 참여 고객 40명을 선정했다. 아울러 이들에게 양

방향 충전기를 무료로 설치해 주고 시범서비스 기간 동안 전기차 충전 요금을 전액 지원하기로 했다.

앞으로 참여 고객은 전기차를 단순히 이동수단으로 충전하는 이동수단이 아니라, 전력을 저장하고 공급하는 '움직이는 에너지저장장치(ESS)'로 활용하는 새로운 모빌리티 경험을 하게 된다.

나아가 V2G의 본격적인 시행은 기존 공급자(발전소) 중심의 에너지 산업 구조를 지역 기반의 재생에너지 모델로 변화시켜 나갈 것으로 전망된다.

현대차그룹은 이번 시범서비스 확대를 계기로 정부와 지방자치단체 등과 함께 국내 V2G 생태계 조성 및 산업 활성화에 더욱 박차를 가할 계획이다.

현대차그룹 관계자는 "실수요자인 제주도민이 직접 참여하는 V2G 시범서비스가 제주도에 에너지 지산지소(지역 생산·지역 소비) 실현을 뒷받침할 것으로 기대한다"며 "나아가 제주도의 2035년 탄소중립 비전 달성에 중요한 역할을 할 것이다"고 밝혔다. 장승기 기자 sky@