

# ‘국산원료로 안전... 저칼로리로 건강’ 챙긴다

식품업계 다양한 신제품 출시  
안전한 먹거리 관심 지속적 증가  
다이어트 위한 저칼로리도 인기



곤약썩 빠지다. /롯데제과 우리콩두유. /연세우유

새해를 맞아 건강 관리와 다이어트를 결심하는 사람들이 많다. 이에 발맞춰 식·음료 업계에서도 국산 원료와 저칼로리를 강조한 다양한 신제품들을 잇달아 선보이고 있어 눈길을 끈다.

14일 업계에 따르면 지난해 조류인플루엔자(AI), 살충제 계란 파동 등으로 식품 안전에 대한 걱정이 커진 분위기 속에서 믿을 수 있는 국산 제품을 찾는 소비 트렌드와 무리하지 않고 건강한 다이어트를 추구하는 트렌드가 함께 맞물리면서 다수의 소비자들로부터 주목받고 있다.

### ◆국산 원료로 안전한 먹거리 중시

최근 안전한 먹거리에 대한 관심이 지속적으로 증가하면서 업계에서는 국산 원료로 만든 제품들을 속속 출시하고 있다.

‘우리콩두유 2종’ 국산 검은콩, 오곡 분말을 담아 만든 ‘우리콩두유 검은콩’과 국내산 땅콩, 잣과 보리, 현미, 등 19곡을 원료로 한 ‘우리콩두유 잣’으로 구성되어 있다. ‘우리콩두유 2종’은 수입산 대두액이 대부분인 국내 두유 시장에서 국산 원료만을 사용해 제조해 화제가 된 제품으로, 국산 콩을 맷돌방식으로 곱질째 갈아 넣어 콩의 비지 성분과 영양성분은 물론, 칼슘까지 더한 것이 특징이다. 뿐만 아니라 안정제나 유화제, 합성향료, 색소 등

을 전혀 첨가하지 않아 남녀노소 누구나 안심하고 마실 수 있다.

농촌진흥청이 직접 개발해 산업화를 추진 중인 ‘검정보리’로 만든 음료도 주목받고 있다. 하이트진로음료에서 새롭게 출시한 ‘블랙보리’는 국내 최초로 100% 국내산 검정보리를 사용한 차 음료다. 일반 보리 대비 항산화 물질인 안토시아닌 함유량이 4배, 식이섬유가 1.5배 가량 많은 검정 보리 품종으로 만들어진 ‘블랙보리’는 건조한 겨울철 수분 보충과 같

증 해소에 탁월하다.

최근 출시된 동원F&B의 ‘양반 진한 사골 떡국’ 역시 국내산 쌀로 만들어진 국산 원료 식품이다. 100% 국내산 쌀을 사용해 옛날 방앗간 방식의 공법으로 떡을 만드는 것이 특징으로, 이렇게 뽑아낸 떡은 갓 뽑은 것처럼 쫄깃한 식감을 낸다. 끓는 물에 3분만 넣으면 바로 먹을 수 있는 간편한 조리 방식으로 언제든 편리하게 즐길 수 있다.

### ◆다이어트는 저칼로리 간식으로

새해 결심으로 빠짐없이 등장하는 다이어트, 하지만 달달한 군것질이 새해 결심을 방해하고 있어 고민이라면 낮은 열량에 포만감을 물론, 맛까지 좋은 저칼로리 간식에 주목해보자.

롯데제과는 최근 다이어트 간식으로 좋은 곤약젤리 ‘곤약애(愛) 빠지다’를 출시했다. ‘곤약애 빠지다’는 칼로리가 거의 없는 저당 장 운동을 활발히 하는 데 도움을 주는 ‘곤약’을 주재료로 한 제품이다. 제품 100g당 39kcal 정도로 칼로리가 낮은 편이지만 탱글한 식감이 더해져

포만감을 주며, 상큼한 과일 향을 더해 다이어트 간식으로도 좋다. 짜먹는 타입으로 실내외에서 출출할 때마다 가볍게 꺼내 먹을 수 있어 편리하다.

다이어트에 효과적이라고 알려진 폴리페놀과 식이섬유를 넣은 저칼로리 음료도 눈길을 끈다.

한국야쿠르트가 선보인 ‘룩애플시크릿’은 풋사과를 20배 농축시킨 ‘풋사과추출폴리페놀’과 ‘식이섬유’를 액상 형태로 한 병에 담아낸 제품이다. 풋사과추출폴리페놀은 식약처에서 체지방 감소 가능성을 인정받은 성분이며 식이섬유는 배변 활동에 도움을 주어 다이어트에 효과적이라고 알려져 있다. ‘룩애플시크릿’은 한 병에 30kcal의 낮은 칼로리로 가볍게 마시기에도 부담 없다.

업계 관계자는 “지난해 AI, 살충제 계란 등 먹거리 안전 이슈로 식품 안전에 대한 관심이 높아지고 있으며, 새해를 맞아 다이어트를 결심하는 소비자들이 증가하면서 다이어트 제품도 주목받고 있다”고 말했다. /박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

## 이마트, 온라인몰 연매출 첫 1조 돌파

트레이더스 매출은 1.5조원 넘어  
적극적 투자로 성장동력으로 키워

이마트의 온라인 매출이 사상 처음으로 1조원을 돌파했다. 장고형 할인매장인 트레이더스 매출은 1조5000억원

을 넘어섰다. 14일 이마트에 따르면 지난해 별도제 무제표 기준 전체 이마트 매출은 14조 4705억원으로 잠정 집계됐다. 이 중 온라인 쇼핑몰인 이마트몰 매출은 1조504억원으로 전년보다 25.2% 급증했다.

지난해 오프라인 매장 성장이 정체되면서 온라인몰의 성장세가 두드러졌다. 동시에 오프라인 매장 중에서는 장고형 할인매장인 트레이더스 매출이 급증했다.

지난해 트레이더스 매출은 1조5213억원으로 전년보다 27.2% 늘었다. 특히 지난해 12월 문을 연 군포점이 개장 이후 이달 10일까지 목표 대비 145.6%의 실적을 달성하는 등 높은 성장세를 유지하고 있다.

최근 이마트는 수익성이 떨어지는 노후 점포를 정리하는 등 구조 개선을 진행 중이다.



이마트 트레이더스 매장 전경. /이마트

이 중 온라인몰과 트레이더스는 적극 투자를 통해 성장 동력으로 키워나간다는 방침이다.

트레이더스는 지난해 매장 3곳을 새로 열었고 올해는 2곳을 개장할 계획이다.

이마트 관계자는 “올해도 매진 행진 중인 에어프라이어와 같은 직소심 상품 개발을 통해 트레이더스의 성장세를 이어갈 계획”이라며 “이마트몰은 슝 배송을 강화하고 온라인 전용센터를

확충할 예정”이라고 말했다.

이마트는 김포센터 옆에 비슷한 규모의 새 온라인 전용센터를 증설하고 이후 수도권을 중심으로 온라인 전용센터 또한 확장할 예정이다.

온·오프라인 동시 프로모션 및 마케팅 활동, 이마트몰 단독 상품을 통한 상품 차별화 등을 통해 현재 주요 고객층인 30~40대뿐 아니라 온라인에 익숙한 20대까지 고객층을 넓혀겠다는 계획이다. /김유진 기자 ujin6326@

## 현대백, 설맞이 ‘10만원 한우세트’ 부활

국내산 농·수·축산물 소비 활성화  
5~10만원대 선물세트 60종 선보



현대백화점이 설 명절을 앞두고 10만원 이하의 국내산 선물세트를 대거 선보인다.

대표적으로 10만원짜리 한우를 5년만에 다시 판매하며 국내산 농·수·축산물의 소비 활성화를 위해 주요 산지의 특산물을 선물세트로 구성해 내놓는다.

현대백화점은 올해 설 선물세트 중 10만원 이하 농·수·축산물 선물세트 종류를 지난해 설보다 50% 가량 늘려 판매할 예정이라고 14일 밝혔다.

특히 5만~10만원대 선물세트는 지난해 설(29종)보다 두 배 이상 늘린 60종을 선보일 예정이다.

우선 10만원짜리 한우 선물세트(1.35kg)가 부활한다.

현대백화점이 10만원짜리 냉장 한우 선물세트를 선보이는 것은 지난 2013년 이후 5년만이다. 상품은 명절 선물 판매 기간 고객들이 가장 많이 찾는 부위인 불고기(0.9kg)와 국거리(0.45kg)로 구성됐다.

온라인몰인 더현대닷컴과 현대H몰에서도 불고기(0.9kg)·국거리(0.9kg)으로 구성된 10만원짜리 한우 냉장 선물세트

를 판매한다.

현대백화점 측은 2개월 전에 미리 한우를 구매하고, 산지 직거래 등을 통해 10만원짜리 한우 선물세트를 선보이게 됐다고 설명했다.

또 현대백화점은 33cm 이상 국산 민어 6마리를 말린 ‘민어 세트’(10만원)를 비롯해 전복 20마리를 담은 ‘알뜰 전복 세트’(8만원), 사과·배를 각각 6개씩 포장한 ‘사과·배 센스 세트’(8만원) 등 10만원 이하 국내산 농·수·축·수산물 선물세트도 선보인다. 군산의 명물 ‘박대’를 말린 ‘군산 황금박대 세트’(10만원)와 무농약으로 재배한 ‘제주 흑하고’(10만원), 전남 임자도의 ‘황토 갯벌김 세트’(10만원) 등 지역 특산물 선물세트도 판매할 예정이다.

윤성경 현대백화점 생식품 팀장은 “설 선물세트 판매 기간 프로모션을 집중해 농·수·축·수산물 농가 소득 향상에 실질적인 도움이 될 수 있도록 노력할 방침”이라고 말했다. /김유진 기자

## 신라면세점, 인천공항 T2 매장 오픈 ... 노하우 총집합

신라면세점이 오는 18일 인천공항 제2터미널에 화장품·향수 매장을 오픈한다.

신라면세점은 세계 유수의 국제공항 면세점에서 화장품·향수 매장을 운영하며 얻은 노하우를 총집결해 인천국제공항 제2터미널(T2)에 세계 최고 수준의 럭셔리 화장품·향수 공항면세점을 선보인다고 14일 밝혔다.

신라면세점은 싱가포르 창이국제공항과 홍콩 첵랍콕국제공항, 인천국제공항 제1터미널 등 아시아 3대 국제공항에서 화장품·향수 매장을 동시에 운영하고 있다.

신라면세점은 지난 2008년부터 인천공항 제1터미널의 화장품·향수 매장을 운영해오면서 쌓아온 공항면세점 고객들의 이동 동선, 이동 속도, 매장 별 체류 시간



신라면세점이 인천국제공항 제2여객터미널(T2)에 화장품·향수 매장을 오픈했다. /신라면세점

등의 데이터를 종합적이고 과학적으로 분석해 공항 이용 고객에게 최적화된 매장 레이아웃을 구성했다.

공항면세점은 제한된 시간 안에 쇼핑을 해야 하는 이용 고객의 특성으로 인해 효율적으로 매장을 둘러보고 쇼핑할 수 있도록 공간을 구성해야 한다.

신라면세점은 고객이 매장에 들어와

원하는 브랜드를 찾는 데 시간을 낭비하지 않도록 출구 게이트로 이동하는 통로에서부터 많은 브랜드를 한 눈에 겹치지 않게 볼 수 있도록 디자인했다.

또 고객의 이동 속도에 따라 체류 시간을 늘리고 매장 안쪽으로 고객이 유입될 수 있도록 프로모션과 체험공간을 곳곳에 배치했다. /김유진 기자

## 이랜드, 말레이시아서 슈펜 3호점 오픈

(슈즈 SPA브랜드)

이랜드리테일은 슈즈 SPA브랜드 ‘슈펜’이 말레이시아에 3호점을 오픈했다고 14일 밝혔다.

슈펜은 지난 2016년 10월 말레이시아에 진출해 쿠알라룸푸르에 2개 매장을 운영하고 있었다. 이어 지난달 조호바루에 3호점을 열었다.

슈펜은 조호바루에서 최고의 인기를 누리고 있는 최대 규모의 쇼핑몰 패러다임 몰(Paradigm Mall)에 826㎡(250평) 규모로 입점했다.

조호바루는 싱가포르와 맞닿아 있는 국경도시로 주말에는 구매력이 높은 싱가포르 가족단위 고객들의 유입이 늘어나 말레이시아뿐 아니라 싱가포르 지역 소비자들까지 아우를 수 있는 핵심 상권이다.

최근 가성비와 좋고 트렌드를 빠르게 반영하는 SPA에 대한 말레이시아 소비자들의 니즈가 높아지고 있는데다가 집



객 효과가 뛰어나 말레이시아뿐 아니라 아시아 각국에서 러브콜을 받고 있다고 이랜드 측은 설명했다.

이에 슈펜은 올해 상반기에만 말레이시아 내 3개점을 추가 오픈할 계획이다.

슈펜 관계자는 “슈펜이 말레이시아의 주요 도시 쇼핑몰에 대형매장으로 자리 잡으면서 최신 트렌드의 상징으로 여겨지고 있다”며 “한국 트렌드에 대한 관심이 높아 이를 빠르게 반영하는 슈펜이 인기를 끌고 있는 것으로 보인다”고 말했다. /김유진 기자