

허기사회, 먹방으로 달랜다지만... 이리다 초비만國 될라

폭식조장 미디어 가이드라인 개발

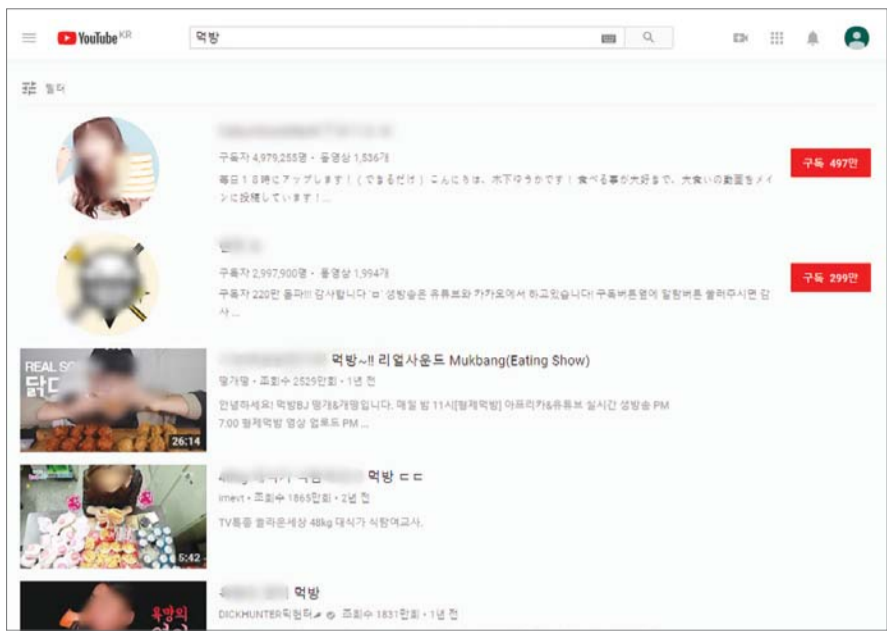
부작용 호소하는 사람 늘어
규제 필요성 목소리 높아져
일각서 “지나친 규제”라며 반발도
건강 식생활 미디어 환경 協 구성

요즘은 외로움을 ‘먹방(먹는 방송)’으로 달래는 ‘허기사회’다. 먹방은 1인 가구 증가와 함께 폭발적인 인기를 끌기 시작했다.

정부는 지난 7월 ‘국가비만관리 종합대책’을 발표하며 “건강한 식품선택 환경을 조성하기 위해 폭식 조장 미디어·광고에 대한 가이드라인을 개발하고 모니터링 체계도를 구축하겠다”고 선언했다.

이를 두고 야당 등 일각에서 “지나친 규제다”, “국가주의적 발상이다”며 강하게 반발하고 있다. 소관 부처인 보건복지부는 “규제가 아닌 자율적인 가이드라인”이라며 사태 진화에 나섰다. 그러나 최근 먹방으로 인한 부작용(폭식·비만)을 호소하는 사람들이 늘어나면서 이를 규제해야 한다는 목소리가 다시 힘을 얻고 있다.

먹방이 폭식과 비만을 유발할까. 국민



조회수 순으로 정렬한 먹방 유튜브 영상 모습. /유튜브 화면 갈무리

건강보험공단이 지난달 공개한 ‘2018년 비만에 대한 인식도 조사’ 결과에 따르면, 먹방이 비만 유발을 조장하고 있다고 생각하느냐는 물음에 응답자의 61.2%가 ‘그렇다’고 답했다. 사람들은 방송에서 보여주는 화려한 음식이나 과도한 포식 영상이 불필요한 허기나 식욕을 촉진, 비만을 일으킨다는 데 동의했다.

또 설문 참가자 10명 중 6명(60.5%)이

본인의 현재 체형에 대해 ‘매우 살이 찌거나 살이 찼 편이다’고 인식하고 있는 것으로 조사됐다. 객관적인 비만 수준이 높을수록 본인의 주관적 비만 수준에 대해 유의하게 높게 평가했다고 공단은 설명했다.

먹방이 언론에 본격적으로 오르내리기 시작한 건 2013년이다. 영화 ‘황해’의 주인공 하정우가 국밥과 김 등을 맛갈나게

먹어치우는 모습이 화제가 됐고, 이후 ‘아빠 어디가’ 등의 TV 프로그램과 유튜브 등에서 ‘먹방’ 열풍이 불었다.

먹방의 인기가 치솟을수록 비판율도 높아져만 갔다. 국내 비판율은 2014년 이후 꾸준히 오름세다. 보건복지부의 통계 자료를 보면, 2014년 30.9%였던 국내 비판율은 2015년 33.2%, 2016년 34.8%로 계속 증가하고 있다.

먹방 규제 반대론자들의 “먹방은 대리만족일 뿐 실제 폭식으로 이어지지 않는다”는 주장과 상반되는 부분이다. 실제 연구 결과도 있다.

대한비만학회 유순집 이사장(가톨릭대 부천성모병원 내분비외과 교수)은 지난 1월 한 기자 간담회에서 “먹방 프로그램이 급증하면서 비정상적인 식욕의 자극이 심해졌다”며 “이로 인해 젊은 층의 비만이 급증했다”고 지적했다.

그는 영국 옥스퍼드대 ‘두뇌와 인지 연구실’에서 발표한 연구 결과를 소개하며, “음식 사진을 보여주기 전후 뇌의 MRI 사진을 비교해봤더니 욕망과 관련된 부분의 신진대사가 24% 늘어났다”고 했다.

영국 리버풀대 연구진은 SNS 스타의 먹방 영상을 본 아이들은 평균 448칼로리를 섭취했고, 이를 보지 않은 아이들은 평

균 357칼로리를 소비했다고 밝혔다. 칼로리 섭취량에서 26% 차이가 발생했다는 뜻이다.

OECD는 우리나라 고도 비만 인구가 2030년에는 2015년(5.3%)의 약 2배인 9%에 이를 것으로 전망했다. 비만으로 인한 사회경제적 손실도 막대하다. 2006년 4조8000억원에서 2015년 9조2000억원으로 최근 10년간 약 2배 증가했다. 세계보건기구는 비만을 질병으로 분류하고, 암을 유발하는 주요 요인으로 제시하고 있다.

정영기 보건복지부 건강증진과 과장은 “내년 상반기에 먹방에 대한 가이드라인 마련을 위한 연구 용역에 들어갈 예정”이라며 “이를 위해 현재 방송국 관계자, 커뮤니케이션 전문가, 비만·의학 전문가, 시민소비자단체를 주축으로 한 ‘건강 식생활 미디어 환경 협의체’를 구성했다”고 밝혔다.

그는 “복지부에서 먹방을 규제할 계획은 아직 없다”며 “아이들이 건강한 식생활을 익힐 수 있도록 하는 데 도움이 되는 방향으로 방송을 만들 수 있게 전문가 협의체와 연구용역 결과를 논의해 적절한 가이드라인을 제시하겠다”고 말했다.

/김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

“연말, 따뜻함을 기부합니다” 자선 이벤트 나선 특급호텔

객실금액 기부·트리 전시 등 행사
내년 1월까지 나눔행보 적극 동참

호텔업계가 연말을 맞아 자선 이벤트에 활발히 나서고 있다. 객실 금액의 일부를 기부하거나, 크리스마스 트리 전시를 통해 기부를 받는 등 다양한 자선 행사가 진행되고 있다.

5일 관련 업계에 따르면 특급 호텔들이 내년 1월까지 자선 이벤트를 열고, 나눔행보에 적극 동참한다.

그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스는 연말을 맞이해 지난달 15일부터 ‘희망의 크리스마스 트리(Christmas Tree of Hope)’ 자선 이벤트를 진행 중이다. 이 이벤트는 강남구와 사회복지공동모금회 사랑의 열매에서 진행하는 ‘2019 따뜻한 겨울나기 사업’ 행사의 일환으로, 모인 기부금은 모두 강남구 저소득층 주민을 위해 쓰일 예정이다. 호텔 로비에 전시된 희망의 크리스마스 트리는 지난 2003년부터 16년째 매년 연말에 진행되는 특급 호텔 업계 대표 자선행사다.

올해 희망의 크리스마스 트리는 200개의 낙상용 화병으로 특별 제작됐다. 후원사의 로고 또는 후견인이 원하는 ‘사랑의 카드’가 부착된 화병들이 내년 1월 6일까지 호텔 로비에 전시된다. 낙상용 화병의 가격은 작은 사이즈 개당 10만원, 큰 사이즈 개당 100만원이며, 기부금 영수증 발급이 가능하다.

글래드 호텔도 내년 1월 31일까지 ‘글래드 산타 패키지’를 실시, 기부 행렬에 동참한다. 글래드 호텔의 여의도, 마포, 강남 코엑스센터, 라이브 강남 등 서울 지역 4개 지점이 참여하고, 매종글래드 제 주도 동참했다.

임피리얼 팰리스 서울은 내년 1월 13일까지 ‘진저브레드 자선 행사’를 진행한다. 이 행사는 매년 연말마다 진행되는



글래드 호텔이 자선이벤트 ‘산타 패키지’를 진행한다. /글래드 호텔



임피리얼 팰리스 서울이 ‘진저브레드 하우스’ 자선 행사를 선보인다. /임피리얼 팰리스 서울

나눔 프로젝트로 올해로 9년째다.

임피리얼 팰리스 서울은 개인 및 기업 고객으로부터 기부금을 전달 받아 해당 고객의 사진과 메시지 등을 진저브레드에 새겨준다. 기부금의 최소 금액은 개인과 기업 각각 10만원, 20만원부터다. 기부금 전액은 서울대학교 어린이병원후원회와 한국다문화센터의 후원금으로 전달된다. 기부 접수는 오는 27일까지다.

힐튼 부산은 이색 기부 트리를 마련했다. 프렌치 파티쉐의 손길을 거쳐 완성된 마카롱을 활용해 대형 트리를 만든 것. 약 30cm 높이의 마카롱 트리를 5층 계단 형식으로 쌓아올리고, 화사한 불빛을 더해 크리스마스 분위기를 살렸다.

힐튼 부산은 10만원 이상 기부하는 고객을 대상으로 대형 마카롱 트리에 이름 또는 회사명을 각인하는 서비스를 제공한다. 기부금은 부산 기장지역의 아동복지센터 ‘드림 스타트’에 전달될 예정이다. /김민서 기자 min0812@

생고뱅, 삼성 납품 위해 송도에 공장 설립

(프랑스 기업)

연면적 1만3000㎡ 규모로 건립
바이오횰약품 160여종 확대 공급

프랑스 기업 ‘생고뱅’이 삼성바이오로직스에 납품하기 위해 인천 송도에 공장을 세운다. 이 공장은 인천 송도에 연면적 1만3000제곱미터(㎡) 규모로 건립되며 오는 2020년 완공될 예정이다.

삼성바이오로직스는 프랑스 소재 글로벌 회사인 생고뱅(Saint-Gobain)과 싱글유즈(Single-Use) 원부자재 공급계약을 체결했다고 5일 밝혔다.

싱글유즈 원부자재는 바이오의약품 생산 및 개발에 사용되는 1회성 플라스틱 부품 등을 의미하는 것으로 이번 계약에 따라 생고뱅은 삼성바이오로직스에 튜빙, 필터, 호스 등 바이오의약품 싱글유즈 원부자재를 최대 160여종까지 확대 공급할 수 있게 됐다.



삼성바이오로직스 김태한 사장(왼쪽)과 생고뱅 로흐기용 CEO가 4일 송도 삼성바이오로직스 본사에서 싱글유즈 원부자재 공급계약을 체결한 후 악수를 나누고 있다.

삼성바이오로직스는 소량 생산하는 제품들은 싱글유즈 원부자재를 사용해 생산하는데, 그동안 원부자재를 해외 공장에서 공급받다 보니 수입 및 통관을 거쳐

느라 시간이 오래 소요되었다. 하지만 이번 계약을 통해 싱글유즈 원부자재 국내 공급이 가능해져 조달 기간을 기존 4개월에서 1개월로 단축하게 되었다.

생고뱅은 매출 408억유로, 임직원 17만 9000명인 프랑스의 대표 기업으로 삼성바이오로직스와 올해 4월 전략적 파트너십을 위한 양해각서를 체결했다. 지난 9월 인천경제청과 송도에 연면적 1만 3000㎡ 규모의 하이테크 바이오프로세스 제품 제조시설 건립을 위한 토지매매계약을 체결했으며 2020년 공장 완공을 목표로 하고 있다.

삼성 바이오로직스는 이런 문제 해결을 위해 인천 송도를 중심으로 글로벌 기업을 유치하는 동시에 국내 기업을 육성해 원부자재 조달을 안정화하고 양질의 일자리를 창출하는 등 적극적으로 국내 바이오 산업 생태계 구축을 지원하고 있다. /이세경 기자 seel@

설화수, 피부케어 ‘여온오일’ 5종 출시

설화수가 피부를 맑고 윤기나게 케어하는 ‘여온오일’ 5종(사진)을 출시했다고 5일 밝혔다.

여온오일은 자에서 추출한 해송자유와 귀한 한방 성분이 피부에 풍부한 수분과 영양을 공급해 건강한 윤기와 맑은 피부를 선사하는 것이 특징이다.

또한, 빛, 나무, 꽃, 열매, 뿌리 등 자연에서 얻은 영감을 바탕으로 한 다섯 가지의 섬세하고 아름다운 향은 내면의 감성을 일깨운다. 푸른 숲길의 청량함을 담은 청야지향, 매화의 꽃잎에서 전해지는 은은한 봄을 표현한 백화지향, 빛의 고귀함과 온화함을 전하는 윤조지향, 붉은 열매의 싱그러움을 담은 흥서지향, 땅속 뿌리가 내뿜는 심연의 에너지를 담은 흑여지



향 중에서 선택할 수 있다.

청야지향, 백화지향, 윤조지향은 산뜻한 라이트 타입으로, 흥서지향과 흑여지향은 리치 타입으로 출시됐다. 바르는 순간 끈적임 없이 유연하고 부드럽게 흡수되면서 피부의 유수분 밸런스를 찾아준다. /김민서 기자

SK바이오팜

美 뇌전증학회 참가

SK바이오팜이 미국 뉴올리언스에서 열린 ‘2018 미국뇌전증학회 연례회의(AES Annual Meeting 2018)’에 참가했다고 5일 밝혔다.

올해로 72회째를 맞는 이 행사는 뇌전증과 신경 생리학 관련 전문가들이 모여 질환을 연구하고 새로운 치료법을 논의하는 세계 최대 규모의 학회로, SK바이오팜은 미국 시장 진출의 첫 단계로 지난해부터 단독 부스를 마련해 본격적인 글로벌 홍보를 시작했다.

SK바이오팜은 지난 1~3일 포스터 발표 세션에서 전문가들에게 뇌전증 치료제 신약 후보물질 세노바메이트의 대규모 3상 임상 결과를 발표했다. /이세경 기자