

# 약보다 음료... 겨울철 면역 키우기 제품 '붓물'

평소 채소·과일로 권장량 섭취 어려워  
비타민·식이섬유 풍부한 제품 줄지어



▶ 룩애플시크릿.  
▼ 따뜻한 허니레몬&배.  
/한국아쿠르트·롯데칠성음료

계절을 가지리 않는 미세먼지와 한파로 인한 독감환자가 늘어나면서 면역력에 대한 관심이 높아지고 있다.

8일 업계에 따르면 겨울철은 면역력이 떨어지기 쉬운 시기로, 운동을 충분히 하기 어렵다면 식이섬유나 비타민 등이 풍부한 채소, 과일 등을 섭취해 면역력을 관리해야 한다. 그러나 현실적으로 평소에 먹는 채소나 과일로는 식이섬유나 비타민의 권장량을 충분히 섭취하기가 어렵다. 이에 식음료업계에서는 면역력 관리에 도움이 되는 제품을 선보이고 있다.

롯데칠성음료가 추운 겨울 몸과 마음을 녹여줄 온장음료 '따뜻한 허니레몬 & 배'를 출시했다. 이 제품은 때 이른 추위로 따뜻하게 즐길 수 있는 음료를 찾는 소비자가 증가하고 있지만 기존 온장음료가 커피, 두유, 유자음료 등으로 종류가

한정적인 점에 주목해 레몬과 배 과즙으로 색다르게 차별화했다. 따뜻한 허니레몬 & 배는 국내산 아카시아 벌꿀에 감기 예방에 도움을 주는 비타민C가 풍부한 레몬, 호흡기 건강에 좋다고 알려진 배가 함유된 과즙음료로, 상큼하고 달콤한 맛을 동시에 느낄 수 있는 점이 특징이다.

복음자라는 '블렌딩 유자차'를 선보였다. 이 제품은 유자 베이스에 향긋한 허브

를 배합한 제품으로 풍부한 맛과 향이 특징이다. '민트&유자', '히비스커스&유자' 2가지 맛으로 출시돼 취향에 따라 골라 마실 수 있다. 민트, 히비스커스 차의 떫은맛이나 신맛을 유자의 달콤하고 싱그러운 향이 중화시켜 차를 싫어하는 사람도 부담 없이 즐기 좋다. 집이나 사무실에 두고 수시로 즐기 좋은 병 제품과 언제 어디서나 포션에 물만 부어 바로 즐길 수 있는 한 컵 제품으로 출시됐다.

비타민하우스는 '파이토 호모 비타민 D 2000IU'를 출시했다. 이 제품은 건조호모에서 유래한 비타민D로 이산화규소, 스테아린산 마그네슘과 같은 화학적 공정을 거친 부형제는 완전 배제한 자연주의 비타민이다. 세계적으로 통용되는 식품안전인증제도 FSSC 22000을 획득한 GMP(우수 건강기능식품 제조업소) 시설에서 자체 기술력으로 제조해 남녀노소부터 임산부에 이르기까지 누구나 안전하게 섭취할 수 있다. 한편 비타민D의 대표적인 역할은 칼슘의 수치를 조절하고

체내흡수를 돕는 것이다. 따라서 체내 비타민D가 부족할 경우 칼슘부족으로 이어져 성인에게는 골연화증이 나타날 수 있다.

겨울철 면역력을 위한 식이섬유 제품들도 있다.

한국아쿠르트 '룩애플시크릿'은 풋사과를 250배 농축한 풋사과추출폴리페놀을 함유한 건기식이다. 정제 형태인 풋사과추출폴리페놀 600mg과 식이섬유 3500mg을 액상 형태로 한 병에 담았다. 식이섬유를 중전 3000mg에서 3500mg으로 늘리며 효과적인 다이어트의 필수 조건인 배변효과까지 높였다. 사과맛으로 청량감을 더해 맛있게 섭취하기에도 좋다.

코카콜라 '태양의 식후비밀 더블 유자차'는 녹차, 우롱차, 홍차와 식이섬유가 함유된 제품이다. 직접 우려낸 녹차, 우롱차, 홍차 등 총 세 가지의 차를 조화롭게 섞어 일상에서 가볍게 즐기 좋은 깔끔한 맛의 차음료

다. 이 제품에는 1일 영양성분 기준치의 51%인 12.7g의 풍부한 식이섬유가 들어 있어 식사 후 깔끔한 마무리에 도움을 준다.

업계 관계자는 "겨울철 면역력 향상을 위해 비타민이나 식이섬유를 충분히 섭취해야 한다"며 "채소나 과일도 충분한 섭취가 어렵기 때문에 비타민과 식이섬유를 포함한 면역력에 도움이 되는 제품들이 많이 출시되고 있다"고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



# 대형마트, 설 선물 사전예약 매출 2~3배... '고공행진'

이마트 가격 인상폭 최소화 효과  
롯데마트 건강 선물세트 인기만점



설 사전예약 선물세트 구매 모습(왼쪽)과 모델들이 설 선물세트를 소개하는 모습. /이마트·롯데마트

사전 예약을 이용해 명절 선물세트를 구매하는 고객이 증가하고 있다. 대형마트에 따르면 설 선물세트 사전예약 매출이 전년 동기 대비 약 2~3배 증가했다.

이마트는 지난해 12월 13일부터 1월 6일까지 25일간 설 선물세트 사전예약 실적을 분석한 결과, 사전예약 마감을 16일 앞둔 시점에서 매출신장률이 작년 동기 대비 182%를 기록 중이라고 7일 밝혔다.

가장 큰 폭으로 증가한 카테고리별로는 과일이다. 전년보다 586.8% 매출이 늘었다.

작년 개화기 냉해 및 생육기 폭염으로 인해 사과, 배 등 주요 과일의 산지 시세가 대폭 오른 가운데 이마트가 선물세트 가격 인상폭을 최소화한 것이 효과를 보인 것으로 분석된다.

수산, 축산 선물세트는 각각 360.2%, 315.0%의 높은 매출신장률을 보였다.

오랜만에 찾아온 풍어로 여획량이 크게 증가해 몸값이 낮아진 굴비, 갈치 선물세트가 고른 성장세를 나타내며 수산 선

물세트 매출 상승에 기여했고, 한우 산지 시세가 강세를 이어나가고 있음에도 불구하고 판매가를 작년과 같게 동결한 한우 혼합 1호 선물세트, 피코크 황성축협 한우1++등급 갈비세트 등이 전체 축산 선물세트 매출 1, 2위에 오르며 큰 인기를 끌었다.

이외에도 3~5만원대 주력 품목이 대거 포진해 있는 대용식, 조미료 선물세트도 세 자릿수 매출신장률을 기록하며 사전예약에 대한 실적 전망을 밝게 하고 있다.

롯데마트 역시 지난해 12월 6일부터 1월 6일까지, 4주간 2019년 설 선물세트 사

전예약 판매 실적을 살펴본 결과, 전년 대비 98.2%신장하며 약 2배 가량 매출이 늘었다.

가공식품 선물세트가 전체 매출을 견인하는(142.6%) 가운데, 건강기능식품 선물세트 매출이 180.3%를 보이는 등 건강과 관련한 선물세트가 큰 인기를 끌고 있다.

실제로, 지난 설 사전예약 기간 중 가공식품 선물세트 매출에서 14% 가량을 차지했던 건강기능식품 매출 비중은 올해 29.2%로 두 배 이상 비중이 증가한 것으로 나타났다.

또한, 견과류 등의 건식식품 선물세트 매출도 104.2% 신장하는 등 건강을 중시하는 선물세트의 강세가 지속되고 있다.

과일은 46.3%, 축산은 67.2% 신장하는 등 신선 선물세트도 순항 중에 있으며, 특히 여획량 증가로 가격이 저렴해진 굴비를 대표하는 수산 선물세트의 418.1%라는 높은 신장률을 기록했다.

사전예약 매출이 증가하는 이유는 마트의 다양한 혜택 제공은 물론, 법인고객 이외에 사전예약의 유용성을 인지하고 계획 소비에 나서는 개인소비자가 증가하고 있기 때문으로 풀이된다. /신원선 기자 tree6834@

# 오리온 '아이셔' 지난해 최고 성장률

오리온은 지난해 '아이셔' 브랜드의 매출액이 전년 대비 240% 성장하며 역대 최고 성장률을 기록했다고 8일 밝혔다.

매출액으로는 72억 원이며 판매 개수로는 1000만 개를 넘어선 것으로 우리나라 국민 5명 중 1명이 맞본 셈이다.

이 같은 성과는 지난해 5월과 7월에 각각 출시한 '아이셔 껌', '아이셔 하드캔디' 등 신제품이 잇달아 인기를 끌며 브랜드 전체 성장을 견인했기 때문으로 분석된다. 특히 아이셔 껌은 '복불복'의 재미 요소가 소비자들의 호기심을 자극하며 화제를 모은 것이 주효했다고, 사과, 청포도, 레몬 3가지 맛 중에 모양은 같지만 신맛이 2배 더 강한 '슈퍼 레몬맛'이 숨겨져 있어 여럿이 함께 즐기는 게임으로 활용할 수 있다.

올해에도 오리온은 젤리 시장이 확대되는 것에 착안해 '아이셔 젤리 레몬맛', '아이셔 젤리 블루에이드맛'을 새롭게 선보인다. /박인용 기자



# 베트남 하노이에 '처음처럼' 플래그십 스토어 오픈

롯데주류 '처음처럼 펍' 운영... 현지 홍보 박차



이마트, 마미손 x 마미손 고무장갑 출시  
이마트가 8일 오전 서울 이마트 용산점에서 고무장갑 브랜드 '마미손'과 인기 래퍼 '마미손'의 협업 상품 'OK! 계획대로 되고있어 고무장갑(이하 마미손 고무장갑)'을 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

롯데주류가 베트남 하노이에 소주 '처음처럼' 플래그십 스토어인 'K-pub 처음처럼(이하 처음처럼 펍)'을 운영한다고 8일 밝혔다.

이번에 오픈한 '처음처럼 펍'이 있는 하노이의 '호안기엠'은 베트남 현지인들뿐만 아니라 세계 각지에서 수많은 관광객들이 방문하는 유명 관광지다. 지난달 15일에 열린 스즈키컵 결승전 당시에도 수십만의 인파가 전광판을 보며 거리 응원을 했던 대표적인 명소다.

'처음처럼 펍'에서는 '처음처럼', '순하



롯데주류 베트남 하노이 '처음처럼 플래그십 스토어'. /롯데주류

리' 등 롯데주류의 술들과 '떡볶이'를 비롯한 다양한 한국식 안주들이 판매된다. 또한 시음 행사를 비롯한 다양한 판촉 이

벤트를 통해 보다 많은 현지 소비자들과 외국인 관광객들이 우리 술을 맛볼 수 있도록 할 예정이다.

베트남 소주 시장은 전체 동남아 소주 시장의 32% 이상을 차지할 정도로 그 규모가 크고 주변국에 미치는 파급력도 크다. '처음처럼'은 베트남에서 지난 5년간 연평균 약 28%의 성장세를 보이며 꾸준히 성장하고 있다. 특히 2018년에는 전년 대비 30% 증가한 약 300만 명의 판매고를 기록하며 사상 최대 실적을 기록했다.

이 같은 성장세에 힘입어 현지 대형 마트에서 '처음처럼', '순하리', '설중매' 등 롯데주류의 다양한 제품들이 판매되고 있고, 특히 '순하리'의 경우 남녀노소를 가리지 않고 인기를 끌고 있다. /박인용 기자



# 쿠팡 '새해 결심 기획전' 진행

쿠팡은 2019년을 맞아 새해 맛이 결심을 응원하는 'Hello 2019! 새해 결심 기획전'을 진행한다고 8일 밝혔다. 이달 14일까지 진행되는 기획전에서는 많은 고객들이 목표로 삼는 '건강', '자기계발', '여행'을 테마로 선정해 테마별로 제품을 선보인다.

건강 테마에서는 헬스용품, 스포츠패션, 다이어트 식품 등을, 자기계발 테마에서는 도서부터 악기, 미술품까지 자기계발을 돕는 제품들을 추천한다. 여행 테마에서는 국내, 해외 여행 상품과 공연, 전시 입장권을 제안한다. /신원선 기자