

“내게 맞는 건강음료 마시자”... 식음료업계 ‘맞춤형’ 인기

**셀프 메디케이션 트렌드 영향
장·목·간 건강 위한 차·음료 등
개개인 필요에 맞춘 제품 잇따라**

올해도 식음료업계에서 ‘건강식품’이 트렌드를 주도할 것으로 예상되면서 최근 현대인의 다양한 건강 고민을 고려한 ‘맞춤형 건강음료’가 주목 받고 있다.

5월 업계에 따르면 자신의 건강관리를 중요 시하는 셀프 메디케이션(Self-medication) 트렌드가 건강음료 시장에도 영향을 주고 있다. 이에 업계에서는 비타민U, 프로바이오틱, 밀크씨슬 음료까지 다양한 제품을 선보이고 있다.

폴무원녹즙 ‘위러브’는 불규칙한 식습관, 스트레스, 카페인 등으로 위 건강에 취약한 직장인의 숙편한 하루를 위해 출시된 제품이다. 위를 보호해주는 성분으로 알려진 비타민U를 원료의 영양 손실 없이 1600μg 이상 함유했다. 위러브는 바쁜 일상 속에 간편하게 속 편한 하루를 원하는 30대 여성 사이에서 큰 인기를 끌



왼쪽부터 위러브, 장케어 프로젝트 MPRO3, 아데스, /폴무원녹즙·한국아쿠르트·코카콜라

고 있다. 위에 좋은 식품으로 알려진 국내산 유기농 양배추, 브로콜리, 케일 생즙을 55% 함유했을 뿐 아니라, 신선한 6가지 채소를 식물성유산균으로 발효시킨 야채 발효즙을 더해 맛과 영양까지 고려했다.

한국아쿠르트가 장 건강에 초점을 맞춘 ‘장케어 프로젝트 MPRO3’를 출시했다. 이 제품은 오랜 연구 과정을 거쳐 4년 만에 탄생했으며, 캡슐 형태의 프로바이오틱스와 액상 형태의 프리바이오틱스를 한 병에 담았다. 프로바이오틱스와 유

산균의 먹이가 되는 프리바이오틱스를 함께 섭취할 수 있어 장 건강 제품의 가능성을 한 단계 업그레이드 했다는 평가다. 액상에는 대표적 프리바이오틱스인 락투로스파우더를 1000mg 넣었다. 락투로스파우더는 식약처가 인증한 개별인정형 소재로 유익균의 증식 및 유해균 억제에 도움을 줄 수 있다. 여기에 사과 3개 분량에 해당하는 식이섬유 9800mg과 올리고당 3850mg을 한국아쿠르트만의 기술력으로 배합해 기능을 강화했다.

연일 미세먼지가 기승을 부리면서 목

건강에 도움을 주는 차 음료도 나왔다. 롯데칠성음료는 국화의 향긋함과 박하, 페퍼민트의 상쾌함을 함께 즐길 수 있는 차음료 ‘목단비 국화차’를 선보였다. 이 제품은 국화와 도라지, 생강, 모과 등을 함유하고 있으며, 상쾌한 박하와 페퍼민트도 들어 있어 먼지가 많은 실내의 활동 시 마시면 목이 시원해지는 기분을 느낄 수 있다. 또한 설탕을 넣지 않은 0kcal의 무당차 음료로 물 대용으로 부담 없이 즐기기가 좋다. 아울러 외부 공기나 세균이 들어가지 않도록 무균 상태에서 내용물을 담아 품질 안전성을 높이는 무균충전 공법이 적용된 어셉틱(Aseptic) 페트병으로 출시됐다.

간 건강에 도움을 주는 것으로 알려진 밀크씨슬추출분말을 함유한 음료도 소비자의 이목을 끌고 있다. 푸르밀은 GS리테일의 PB브랜드 유어스와 함께 ‘속풀어유’를 선보이고 있다. 속풀어유는 간 보호와 숙취해소에 도움을 준다고 알려진 밀크씨슬추출분말 230mg과 헛개나무추출액 230mg, 대추농축액, 꿀 등 건강

원재료에 신선한 우유를 더한 제품이다. 우유를 함유해 고소하고 부드러운 풍미가 특징이며, 잦은 회식으로 속이 불편한 직장인은 물론 평소 건강 관리에 신경 쓰는 소비자들도 부담 없이 즐길 수 있다.

항산화 및 이너뷰티에 관심이 많은 젊은 여성층에게는 비타민 E가 풍부한 아몬드 음료가 인기다. 코카콜라사에서 선보인 ‘아데스’는 식물성 원료인 캘리포니아산 아몬드를 주원료로 만든 씨앗 음료로 고소하고 깔끔한 맛이 특징이다. 아몬드의 영양소 및 비타민E 등이 담겨 있어 아침 식사 대용으로도 사랑받고 있다.

업계 관계자는 “건강 전반에 도움을 주는 음료보다는 소비자 개개인 건강 니즈에 맞는 맞춤형 음료가 좋은 반응을 얻고 있는 추세”라며 “올해에는 특히 위, 장, 간 등 현대인의 건강 고민 해결에 도움을 주는 유용한 원재료를 담은 맞춤형 건강 음료가 인기를 끌 것으로 예상된다”고 전했다.

/*박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

신세계그룹, 전자투표제 도입... 주주권의 높아



**그룹 상장사 7개사 올해부터 실시
적극 의결권 행사 가능해 권익 향상**

신세계그룹 상장사 7개사 (주)신세계, (주)이마트, (주)신세계인터내셔널, (주)신세계푸드, 신세계건설(주), (주)신세계아이앤씨, (주)광주신세계)가 올해 주주총회부터 전자투표제를 도입한다.

이에 앞서 7개사 모두 지난 1월 말 경영 이사회를 열어 전자투표제 도입을 결의했다고 그룹 측은 설명했다.

전자투표 기간은 주주총회 당일 10일 전부터 10일 동안이며, (주)신세계, (주)이마트 주주들은 5일(화)부터, (주)신세계인터내셔널, (주)신세계푸드, 신세계건설(주), (주)신세계아이앤씨, (주)광주신세계는 각 회사별로 3월 3일 ~ 9일부터 참여 가

〈신세계그룹 상장사 주총일 및 전자투표 기간〉

회사명	주주총회 날짜	전자투표 기간
(주)신세계	3월 15일(금)	3월 5일(화)~14일(목)
(주)이마트	3월 15일(금)	3월 5일(화)~14일(목)
(주)신세계인터내셔널	3월 18일(월)	3월 8일(금)~17일(일)
(주)신세계푸드	3월 14일(목)	3월 4일(월)~13일(수)
신세계건설(주)	3월 13일(수)	3월 3일(일)~12일(화)
(주)신세계아이앤씨	3월 14일(목)	3월 4일(월)~13일(수)
(주)광주신세계	3월 19일(화)	3월 9일(토)~18일(일)

능하다.

이 기간동안 주주들은 한국예탁결제원 홈페이지를 통해 의결권을 행사할 수 있고, 해당 회사는 전자투표 행사내역을 주주총회 당일 의결정족수에 산입하게 된다. 주주총회 결과도 한국예탁결제원 홈페이지에서 확인 가능하다.

이처럼 신세계그룹이 전자투표제를 새롭게 도입한 이유는 주주 가치를 높이기 위해서다.

전자투표제 도입을 통해 주주총회에 참석할 수 없었던 주주들의 적극적인 의결권 행사가 가능해져 주주들의 권익을 향상시킬 수 있다는 것.

신세계그룹 관계자는 “전자투표제 도입을 통해 주주들이 어디서나 쉽고 간편하게 의결권을 행사해 주주권을 높일 수 있게 됐다”며 “앞으로도 주주 가치를 높일 수 있는 다양한 주주친화 정책을 확대해 나가겠다”고 말했다. /*신원성 기자 tree6834@

CJ ENM 오쇼핑, ‘칼 라거펠트’와 맞손

글로벌 본사와 계약, 국내 단독 판매

CJ ENM 오쇼핑부문이 세계적인 디자이너이자 글로벌 패션계 거장으로 불리는 ‘칼 라거펠트(KARL LAGERFELD D)’와 손을 잡았다.

CJ ENM 오쇼핑부문은 유럽에 있는 ‘칼 라거펠트 파리(KARL LAGERFELD PARIS)’ 브랜드를 국내 최초이자 단독으로 출시했다고 5일 밝혔다.

이전에 ‘칼 라거펠트’가 직수입을 통해 국내에 출시된 적은 있지만, 단독 라이선스 계약을 맺고 의류를 개발해 론칭하는 사례는 처음이다. CJ ENM 오쇼핑부문은 ‘칼 라거펠트 파리’ 브랜드 라이선스를 활용해 국내 고객에 맞는 옷을 별도 기획해 선보이고, 유럽 본사에서 만든 오리지널 ‘칼 라거펠트’ 가방·신발·액세서리 등을 직수입해 방송과 CJmall에서 판매한다.

칼 라거펠트는 20세기 후반 활동한 가장 영향력 있는 패션 디자이너로 평가 받는다. 독일 출생인 그는 어려서부터 디자인 능력을 인정받았고, 샤넬, 펜디, 클로에의 디자이너로 활약하며 명품 브랜드의 핵심 디자이너들을 개발했다. 특히 샤넬의 대표 제품인 리틀 블랙 드레스, 킬링백 등을 선보이며 ‘샤넬 제국을 건설한 디자이너’라고 불리고 있다.

이번 ‘칼 라거펠트’와의 단독 계약으로



칼 라거펠트 파리 트렌치코트, /CJ ENM 오쇼핑부문

CJ ENM 오쇼핑부문은 디자이너 브랜드 명가의 위상을 다시 한번 높였다는 평가다. 그 동안 베라 왕, 타하리, 지춘희 등 국내·외 정상급 디자이너들과 활발히 협력해 온 CJ ENM은 또 한 명의 거물급 디자이너와 손을 잡게 된 것이다.

칼 라거펠트 본사 CEO인 파올로 리기(Paolo Righi)는 “CJ ENM 오쇼핑부문과의 협력을 통해 한국에 칼 라거펠트 파리 브랜드를 처음 선보이게 되어 기쁘다”며, “한국의 소비자들과 칼 라거펠트 브랜드의 정신을 공유할 수 있게 되어 기대가 크다”고 말했다. /*신원성 기자

비비고칩 ‘2019 iF 디자인 어워드’ 본상

CJ제일제당, 패키지 디자인 부문 쾌거

CJ제일제당은 ‘비비고칩’ 디자인으로 ‘2019 iF 디자인 어워드’에서 패키지 디자인 부문 본상을 수상했다고 5일 밝혔다. iF 디자인 어워드는 독일의 ‘국제포럼 디자인’이 주관하는 세계 3대 디자인 공모전 중 하나다.

‘비비고칩’은 전통 김부각을 재해석해 스낵의 바삭함과 김의 고소함을 살린 제품이다. 패키지 디자인에는 스낵으로서의 ‘바삭한 질감’을 강조하고, 칩 모양을 패턴화해 한 번 먹으면 끊임없이 먹게 된다는 연속성을 표현했다. 일렬로 패턴화된 칩모양은 매장에 진열시 주목도를 높이기도 한다. 패키지에 사용된 색은 세 종류의 각기 다른 ‘비비고칩’의 맛과 어울리는 색감을 적용해 구분하기 쉽게 만들었고, 다채로운 느낌을 주고자 했다.

CJ제일제당은 해외 소비자가 다소 생소하게 느낄 수 있는 김스낵 제품을 패키지로만



바도 어떤 맛과 형태인지 알 수 있게 잘 표현한 점이 이번 수상에 주효했다고 보고 있다. CJ제일제당은 ‘비비고칩’ 뿐만 아니라 지난달 세계적인 디자인 공모전 ‘펜타워즈’에도 출품해 결과를 기다리고 있다.

소비자가 제품의 첫인상이라 느낄 수 있는 패키지 디자인 뿐만 아니라 편리성을 제공하는 포장 용기 디자인 개발도 한창이다. CJ제일제당은 지난해 말 전통 자기의 디자인을 모티브로 만든 트레이에 담아 편의성과 심미적 요소를 동시에 챙긴 ‘비비고 죽’을 선보였다. 또한 햇반을 간편하게 보관·이용할 수 있는 ‘햇반 디스펜서’를 선보이는 등 우수한 아이디어를 제품화 하는 데 주력하고 있다. /*박인용 기자

동원 F&B

‘천지인 홍삼정 키즈’ 출시

동원F&B가 어린이 맞춤 홍삼 ‘천지인 홍삼정 키즈’를 출시했다고 5일 밝혔다. 이 제품은 패키지에 아이들이 좋아하는 인기 애니메이션 ‘베이블레이드 버스트’와 ‘시크릿췌췌’의 캐릭터를 그려 넣어, 아이들에게 친근하게 다가갈 수 있도록 했다.

‘천지인 홍삼정 키즈’는 어린이 건강기능식품으로 6년근 홍삼 농IV축액이 20% 함유됐다. 1일 1포 5g 섭취 시 진세노사이드(Rg1, Rb1 및 Rg3의합) 4.5mg 섭취 가능하며, 면역력 증진·피로개선·혈소관 응집억제를 통한 혈액흐름·기억력개선·항산화에 도움을 줄 수 있다. /*박인용 기자



옥션, 생필품부터 식품까지 ‘초특가’ 판매

이베이코리아가 운영하는 국내대표 오픈마켓 옥션이 ‘A.마트’ 프로모션을 진행한다. 매일, 생활에 필요한 마트 상품을 4개의 테마로 구성해 특가로 선보이고 주차별 할인쿠폰과 브랜드 중복 할인쿠폰을 제공하는 등 알뜰하게 장볼 수 있는 유용한 혜택을 제공하는 것.

먼저, 1주차인 오는 10일까지는 봄을 맞아 생활필수품을 할인가로 판매한다. LG생활건강, 유한킴벌리, 질레트, 다우니, 니베아, 헨켈, 깨끗한나라, 애경 등 생활건강 대표 브랜드들이 참여하며, 생활

필수품 카테고리에서 1만5000원 이상 구매 시 최대 5000원 할인이 가능한 ‘10%할인쿠폰’과 매일 오전 10시부터 지급하는 ‘오늘의 브랜드 중복 할인쿠폰’도 추가로 다운받을 수 있다.

2주차에는 간편·가공식품을, 3주차에는 신선식품, 4주차인 오는 31일까지는 건강·다이어트식품을 10% 쿠폰 혜택과 함께 차례대로 선보일 예정이다.

보다 자세한 내용은 옥션 검색창에 ‘A.마트’ 프로모션을 검색하면 확인할 수 있다. /*신원성 기자