레깅스 입고 화장하고… '꾸미는 남자' 낯설지 않네!

남성 패션·뷰티 트렌드 변화 급증
고정관념 깨는 '젠더 뉴트럴' 주목
몸매 드러내는 '애슬레저룩' 인기
화장품 세분화·디바이스 구매율↑

#. 최근 운동에 푹 빠진 직장인 남성 A씨(31)는 헬스장에서 돈을 주고 빌려 입던 운동복을 벗어나 각종 애슬레저룩을 구입하기 시작했다. A씨는 "퇴근 후 거의 매일 헬스장을 오다 보니 운동복에도 자연스레 신경 쓰게 됐다"면서 "최근에는 레깅스를 구매해 착용 중인데, 주변에서도 많이 입고 있어 민망하지 않다"고 말했다.

'꾸미는 남성'이 더 이상 낯설지 않은 시대가 됐다. 옷과 화장품에 지갑을 여는 남성들이 몇 년간 꾸준히 늘어나면서 남성 패션·뷰티 트렌드도 가파르게 변화하고 있다.

최근에는 남녀 패션의 경계가 희미해지고, 남성용 화장품이 보다 세분화되고 있는 추세다. 일과 삶의 균형을 중시하는 밀레니얼 세대가 주 소비층으로 부상한 한편, 성별에 따른 고정관념을 타파한 '젠더 뉴트럴' 현상이 주목 받고 있어서다.

◆레깅스 입는 남자들

'레깅스'는 더이상 여성들의 전유물이 아니다. 자기관리에 철저해진 남성들이 늘어나면서 건강미와 몸매를 드러낼 수 있는 '애슬레저룩'이 인기를 얻고나서부터다.

애슬레저는 '애슬레틱(athletic)'과 '레저(leisure)'의 합성어다. 일상에서도 레저 활동을 즐기는 현대인의 라이프스타일을 반영한 용어로, 애슬레저룩은 편안함과 스타일을 두루 갖춘 스포츠웨어를 뜻한다.

애슬레저룩의 시장 규모는 가파른 성장세를 보이고 있다. 12일 한국패션산업연구원에 따르면 애슬레저 의류 시장 규모는 지난 2016년 1조5000억 원에서 2020년 3조 원까지 커질 것으로 전망된다.

빈폴스포츠의 2019 S/S 레깅스 팬츠. /빈폴스포츠

이 가운데 남성 애슬레저 매출이 눈에 띄게 늘고 있다. AK플라자에서 운영하는 AK몰의 2015~2017년 남성 애슬레저룩 매출은 평균 9.3% 성장했다. 이 가운데 남성 레깅스 매출은 25% 늘어난 것으로 나타났다. 전체적인 남성 애슬레저룩 매출도 큰 폭으로 증가했다. 지난해 남성 애슬레저룩 매출은 전년 대비 17.6%까지 뛰었다.

빈폴스포츠는 올해 봄/여름 시즌을 겨냥해 남성용 레깅스에 이어 레깅스 팬츠 상품까지 새롭게 선보였다. 빈폴스포츠 담당 MD는 "최근 출시한 레깅스 제품에 대한 남성 고객들의 문의가 많아지고 있다. 레깅스는 러닝, 사이클 등 다양한 스포츠 활동시 움직임에 제약이 없고 편안하다는 강점이 있어 여성에 국한되지 않고 남성들에게도 애슬레저 트렌드에 꼭 필요한 필수템이 될 것으로 예상된다"고 말했다.

업계 관계자는 "성별을 타파한 '젠더 뉴트럴' 현상이 패션업계에서 가속화되고 있다. 또한, 최근에는 운동이 자기표현의 또 다른 방법으로 떠오르면서 레깅스와 같은 다양한 운동용 의류, 액세서리를 찾는 남성들이 늘어나는 추세"라고 말했다.

◆남성 뷰티도 취향따라

비단 패션뿐만 아니다. 화장품을 고르는 남성들의 눈은 더욱 세심해졌다.

12일 오픈마켓 옥션에 따르면 올해 1분기(1월1일~3월31일) 뷰티 디바이스 남성 구매율은 전년 동기 대비 최대 28% 이상 급증했다.

품목별로 보면, LED 마스크 판매량은 무려 28배(2730%) 늘었고, 각질제거기(오른쪽 사진)와 진동클렌저는 각각 72%, 43%로 두 자리 수 성장세를 기록했다.

스킨 케어 단계를 늘리는 남성도 늘었다. 한때, 스킨과 로션 등이 합쳐진 '올인원(All in one)' 제품이 유행하던 것과 달리, 자신의 피부 타입이나 취향에 따른 소비가 뚜렷하게 드러나는 결과다.

옥션에 따르면 올해 1분기 남성용 에센스·크림 매출은 139%로 뛰었다. 또, 피부를 하얗게 만드는 '화이트닝크림'은 20% 성장했다. 반면, 올인원·스킨로션겸용 제품은 1% 성장하는 데 그쳤다.

애슬레저룩과 함께 운동 시 사용할 수 있는 남성용 화장품도 확대되는 추세다. 일명 '액티브 뷰티'로, 운동 시 쿨링이나 보습 등에 도움을 주는 제품을 의미한다. 앰엘비 코스메틱스의 '엠엘비그루' 라인 등이 대표적이다.

업계 관계자는 "남성 러닝족이 늘어나면서 남성용 액티브 뷰티 제품이 다양해지고 있다"며 "뷰티업계가 전반적으로 침체돼 있는 가운데, 새로운 성장 동력이 될 수 있을 것으로 전망한다"고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

결핵치료제 등 국가필수의약품 36개 확대

식약처, 의약품 안정적 공급 지원
복지부장관·식약처장 협의로 지정

식품의약품안전처는 결핵치료제인 '이소니아지드 주사제' 등 36개 의약품을 추가했다고 12일 밝혔다.

국가필수의약품은 질병 관리 등을 위해 보건의료 상 꼭 필요하지만 시장 기능만으로는 안정적 공급이 어려운 의약품이다.

보건복지부장관과 식약처장은 이 의약품의 안정적 공급을 위해 관계 중앙행정기관 장과 협의해 국가필수의약품을 지정한다.

이번에 추가된 36개 의약품은 ▲결핵치료제 3개 ▲말라리아 치료제 7개 ▲법정 감염병 치료제 20개 ▲재난대응 및 응급의료용 약 1개 ▲지정 감염병 등 치료제 5개 등이다. 이로써 국가필수의약품은 총 351개(항생제 50개, 응급 해독제 32개, 예방백신 32개, 항암제 24개, 결핵 치료제 23개, 말라리아 9개, 기초수액제 8개 등)로 늘어났다.

36개 의약품은 지난 11일 '국가필수의약품 안정공급 협의회' 의결을 거쳐 결정됐으며 감염병과 결핵 치료제 등 국민 보건에 필수적인 의약품의 안정적 공급을 위해 집중적 관리가 이루어질 전망이다.

식약처 관계자는 "앞으로도 국가필수의약품에 대한 안정적인 공급이 이루어질 수 있도록 관계부처 및 의료현장과 협력하겠다"며 "체계적인 관리를 위해 '국가필수의약품 통합관리 시스템'을 운영하는 등 다양한 제도적 지원을 추진해 환자 치료에 필수적인 의약품이 안정적으로 공급되도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

이화여대의료원 다빈치 SP 로봇수술 '100례' 달성

문혜성·김광현 교수 등 기여

이화여자대학교 의료원이 다빈치 SP(Single Port) 로봇수술 100례를 달성했다고 12일 밝혔다.

다빈치 SP 로봇수술은 배꼽을 통해 하나의 절개로만 수술하는 단일공 수술 전용 로봇기계로 이화여자대학교 의료원이 국내에서 2번째로 도입했고, 이대서울병원 개원 후 이대서울병원에서 운용 중이다.

지난 2009년부터 단일공 로봇수술을 특화해 산부인과 분야에서 세계적인 업적을 쌓아왔던 이화여자대학교 의료원은 그동안 쌓아온 노하우를 바탕으로 다빈치 SP 로봇수술 도입 후 문혜성 이대서울병원 로봇수술센터장이 세계최초로 단일공으로 다수의 근종을 절제하는데 성공했고, 유착이 심한 난소낭종 절제술도 세계 최초로 단일공으로 성공했다.

또 김광현 이대서울병원 비뇨의학과 교수가 국내 최초로 전립선암 수술을 성공하는 등 한 달여 만에 30례를 시행했으며, 이대서울병원 개원 후 로봇수술을 시행하는 임상과를 늘려 최근 100례를 달성하게 됐다.

/이세경 기자

12명 중 1명, 최근 프로포폴 사용
의료용 마약류, 안전하게 사용해야

최근 6개월간 국민 12명 중 1명(8.4%)이 '프로포폴'을 한번이라도 사용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 프로포폴은 각종 수술 및 건강검진 등에 사용되고 있는 전신마취제로 습관성, 중독성을 지닌 향정신성의약품으로 분류된다.

식품의약품안전처는 지난해 10월부터 올해 3월까지 6개월 동안 취급된 493만 건의 마약류통합관리시스템 빅데이터를 분석한 결과를 12일 공개했다.

이 기간 프로포폴을 한 번이라도 처방받아 사용한 환자는 433만명으로 국민 5183만명 중 8.4%였다. 의료용 마약류를 사용한 전체 환자 1190만명의 36%를 차지한다. 성별로는 여성(53.9%)이 남성보다 프로포폴 사용이 많았고, 연령대별로는 40대(27.1%)가 가장 많이 사용했다.

이 기간 프로포폴 외에는 미다졸람(최면진정제, 335만명), 디아제팜(항불안제, 203만명), 알프라졸람(항불안제, 170만명), 졸피뎀(최면진정제, 128만명) 순으로 처방 환자 수가 많았다. 식약처는 이와 같은 프로포폴 처방·투약 정보를 담은 '의료용 마약류 안전사용을 위한 도우미'(이하 도우미) 서한을 처방의사에게 발송했다.

도우미 서한의 주요 내용은 ▲프로포폴 처방 환자수 ▲사용 주요질병 ▲환자정보 식별비율 ▲투약량 상위 200명 해당 환자수 등으로 의사가 본인의 프로포폴 처방·투약 내역을 점검할 수 있도록 하고, ▲투약량 상위 환자의 재방문 주기 ▲투약환자의 방문 의료기관 통계 등도 공개해 처방 의사가 진료한 환자집단의 의료기관 방문 패턴을 가늠해 볼 수 있도록 했다.

/이세경 기자

라네즈 옴므 '오일 컨트롤 라인'

"여름, 남자도 보송하게"

라네즈 옴므는 '오일 컨트롤 라인'을 업그레이드 출시한다고 12일 밝혔다.

오일컨트롤 라인은 유분기와 땀, 피지 분비가 많아지는 여름 시즌을 위한 남성 라인으로 로션과 클렌저 두가지 제품으로 출시됐다.

솔잎 추출물과 어성초 팅크처가 함유된 '오일컨트롤 올인원'은 스킨과 로션, 모공 케어 에센스 기능을 합친 올인원 타입의 로션이다. 분비된 피지를 조절하고 모공을 케어하여 번들거리지 않는 보송한 피부로 가꿔준다. 바르는 순간 시트러스향과 라벤더 허브향이 퍼지면서 상쾌함을 더해준다.

/김민서 기자

SPC삼립, '크래프트 하인즈' 독점 공급계약

A1·크래프트 치즈 등 28종 판매

SPC삼립은 글로벌 식품 기업 '크래프트 하인즈(Kraft Heinz)'와 국내 독점 공급 및 판매 계약을 체결했다고 12일 밝혔다.

'크래프트 하인즈'는 케첩, 마요네즈 등의 소스를 비롯해 치즈, 베이컨, 음료, 스낵, 견과류 등의 다양한 제품을 판매하는 150년 역사의 글로벌 식품 기업이다. SPC삼립은 글로벌 제품 경쟁력을 가진 '크래프트 하인즈'와의 계약을 통해 식품 사업 핵심 역량을 더욱 강화할 예정이다.

이번 공급 계약 체결에 따라 SPC삼립은 오는 8월부터 스테이크 소스 'A1', 파마산, 크림치즈 등의 '크래프트 치즈(Kraft Cheese)', 12시간 훈연한 베이컨 '오스카 마이어(Oscar Mayer)', 견과류 브랜드 '플랜터스(Planters)' 등 '크래프트 하인즈' 제품 28종을 국내에서 독점 판매 한다.

/박인웅 기자 parkiu7854@

SPC삼립과 크래프트 하인즈 계약 체결식에서 이석환 SPC삼립 사장(가운데), 스티븐 브릭스 크래프트 하인즈 북동 아시아 총괄 디렉터(왼쪽 세번째)와 관계자들이 기념 촬영을 하고 있다. /SPC삼립