

# 식중독 꼼짝마... '여름 안심템' 먹거리 안전 지킨다

**빙그레** 무균팩 '바나나맛 우유 키즈'  
**롯데칠성음료** 아셉틱 페트병 사용  
**돌코리아** 테트라팩 무균 포장재 안전  
**오리온** 냉방시설·페로몬트랩 설치



왼쪽부터 바나나맛우유 키즈, The더건강한 통오리 오븐구이, 핑크퐁 루이 보스보리차. /CJ제일제당·롯데칠성음료·빙그레

식품업계가 여름철 먹거리 안전에 총력을 가하고 있다. 여름철 무더위에 장마까지 시작되면서 식중독과 같이 여름철에 발생 확률이 높은 질병이 화두로 떠오르고 있기 때문이다.

15일 식품의약품안전처가 최근 5년간 식중독 발생 현황을 분석한 결과에 따르면 6~8월 식중독 발생 건수는 연평균 113건이었으며 전체 식중독 환자의 평균 40%가 이 기간에 발생한 것으로 나타났다. 특히 장마철에는 식중독이 발생할 확률이 높은 고온다습한 환경이 조성되기 때문에 먹거리에 더욱 각별한 주의가 요구된다.

이러한 상황의 여파로 안심하고 즐길 수 있는 먹거리 대한 관심이 커지고 있다. 무균 충전·살균공정 등을 통해 상온 보관이 가능한 제품을 선보이거나, 여름철 더욱 철저한 품질 관리에 들어가는 등 무더위 속 소비자들이 안심하고 섭취할 수 있는 제품을 출시하고 있다.

빙그레는 새로운 가공유 '바나나맛 우유 키즈'를 선보였다. 빙그레 바나나맛우유는 국내 가공유 시장 매출 1위를

놓치지 않고 있지만 어린 아이들이 한 번에 마시기에 다소 용량이 많은 데다 (240ml) 남은 제품을 보관하기도 어렵다는 소비자 의견이 꾸준히 제기됐다. 빙그레는 이같은 소비자 의견을 반영해 어린 연령대의 아이들도 즐길 수 있는 바나나맛우유 키즈를 출시했다. 이 제품은 아이들이 한 번에 마시기 적당한 용량(120ml)으로 무균팩 충전을 통해 실온 보관이 가능하기 때문에 외출할 때 챙겨나가기 좋다. 유통기한도 10주로 늘려 편리성을 더했다.

롯데칠성음료는 어린이 차음료 '핑크퐁 루이보스보리차'를 출시했다. 아이들에게 인기 많은 핑크퐁과 아기상어 캐릭터를 제품 디자인에 활용한 차음료로, 카페인 없는 루이보스와 구수한 맛의 보리, 옥수수, 현미, 누룽지

쌀 등 곡물 추출액이 함유돼 있어 평소 물마시기를 꺼리는 아이들도 맛있게 수분을 섭취할 수 있도록 했다. 패키지는 미생물 번식이 쉬운 차음료 특성을 고려해 아셉틱(Aseptic) 페트병을 적용하고 무균충전공법을 통해 품질 안전성을 높였다.

청과브랜드 돌(Dole)코리아의 '후룩팝' 4종은 얼려서 시원한 아이스크림을 먹을 수도 있고, 그대로 섭취해 주스로도 즐길 수 있는 2in1 아이스바이다. 외부의 빛과 공기를 차단해 주는 테트라팩 무균 포장재를 사용해 여름철 상온에서도 안전한 보관이 가능하기 때문

에, 매장에서 녹을 걱정 없이 액체상태로 구매 가능하다. 62ml의 소형 패키지로 출시된 '후룩팝'은 주스나 아이스크림으로 각자 기호에 맞게 섭취할 수 있으며, 무더운 여름철 어린 자녀들의 간식, 여름휴가철 간식 등으로 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있다.

여름철을 맞아 더욱 철저한 품질관리에 들어간 기업의 사례도 눈길을 끈다.

오리온은 전국 영업소에 냉방시설·경기 지역 거처에 해충방제용 '페로몬트랩'을 무상 배포하는 등 여름철 품질안전 관리에 나섰다. 오리온은 고온에 취약한 젤리, 초콜릿, 파이 등의 품질관리를 위해 전국 27개 영업소 물류창고에 냉방시설 설치를 완료했다. 외부 온도가 섭씨 40도에 다다른 하절기에도 섭씨 25도 이하의 최적의 온도를 유지하는 '저온 보관 구역'을 마련한 것이다. 오리온은 지난 2014년 전국 영업소 창고에 무선 온·습도 모니터링 시스템을 도입하고, 직사광선 차단시설과 강제 환기 시스템을 설치한

바 있다.

가정간편식(HMR) 시장이 확대되면서, 가정에서도 믿고 먹을 수 있는 제품들도 출시되고 있다. CJ제일제당은 냉장햄 브랜드 'The더건강한'의 신제품 'The더건강한 통오리 오븐구이'를 선보였다. 이번 제품은 오리 고유의 고소함과 부드럽고 쫄깃한 식감을 즐길 수 있는 제품이다. 또한 CJ제일제당의 차별화된 기술력을 바탕으로 철저한 2단계 살균 공정을 거쳐 안심하고 즐길 수 있다. 또한 The더건강한 브랜드의 특성에 맞춰 전분·보존료(소브산칼륨)·에리트로브산나트륨 등 3가지 무첨가로 건강함을 살린 것이 특징이다.

일동후디스조 안전한 먹거리를 추구하는 제품 철학에 따라 유기농 쌀, 유기농 찹쌀, 국산 무농약 채소, 국산 소고기, 무항생제 닭고기를 사용한 이유식 '처음이유식'을 출시했다. '처음이유식'은 HACCP 인증을 받은 위생적인 생산공정과 영·유아식의 까다로운 기준 규격에 맞춰 만들어져 더욱 안심하고 먹을 수 있다. 또한 일동후디스는 돌려개봉하는 안전캡을 사용해 위생적으로 여러 번 나눠서 섭취가 가능하다.

업계 관계자는 "무더운 여름철 먹거리 안전이 중요한 만큼 안심하고 먹을 수 있는 제품을 선보이고 있다"고 말했다. /박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

## 팔도, '비빔면 매운맛'으로 계절면 시장 공략

인기폭발 '팔도네빔면' 정식 제품화  
옥션에서 선착순 100원 판매 이벤트

팔도비빔면이 라인업을 확장하고 계절면 시장 공략을 본격화한다.

팔도는 '팔도네빔면'을 정식 출시한다고 15일 밝혔다. 팔도는 제품명을 '팔도 비빔면 매운맛'으로 최종 확정했다.

시장조사기관 등에 따르면 계절면 시장 규모는 지난해 1273억원으로 793억원이었던 2015년에 비해 3년 새 60% 넘게 성장했다. 성수기가 아닌 지난 4월까지 누계 금액도 330억원을 기록하며 전년 대비 25% 가량 늘어났다.

제품의 정식 출시에는 소비자 의견이 크게 작용했다. 지난 2월 선보인 '팔도네빔면'이 추가 물량을 포함한

총 1000만개가 조기 완판됐다. K-푸드 열풍에 한국의 매운맛을 즐기려는 해외 고객들의 러브콜이 늘어나 한정판 제품으로는 드물게 해외 수출 길에도 올랐다.

'비빔면 매운맛'은 기존 '팔도 비빔면' 대비 5배 가량 매운맛 그대로를 유지했다. '팔도 비빔면' 액상스프에 할라피노 분말과 홍고추를 넣어 맛있게 매운맛을 구현했다. 골뱅이, 삼겹살, 매운 닭발 등 다양한 재료와 함께 먹는 소우 '베리에이션' 아이디어를 활용하면 더욱 색다르게 즐길 수 있다.

윤인균 팔도 마케팅 담당자는 "팔도 비빔면 매운맛"은 처음부터 끝까지 소비자 의견을 반영해 만든 특별한 제품이다"며 "매운맛을 선호하는 1020세대부터 기존 '팔도 비빔면'을 즐겨온 고객에 이르기까지 고객층을 확대하며 국민 비빔면으로 자리매김해 나갈 것이다"고 말했다.

팔도는 제품 출시를 기념해 인터넷 쇼핑몰 '옥션'에서 선착순 1000명에게 '팔도 비빔면 매운맛' 번들 제품을 100원에 판매한다.

/박인용 기자 parkiu7854@



## 삼성물산 패션, 제15회 SFDF 수상 디자이너 모집

삼성패션디자인펀드(Samsung Fashion & Design Fund, 이하 SFDF)가 K패션을 빛낼 새로운 디자이너를 공개 모집한다.

삼성물산 패션부부는 오는 25일까지 SFDF 공식 홈페이지를 통해 제15회 SFDF 수상 디자이너를 모집한다고 15일 밝혔다.

SFDF 수상 디자이너는 10만 달러(약 1억 1000만 원)를 후원 받는다. 또한, 삼성물산 패션부부의 통합 온라인



물 SSF샵 입점 기회, 비이커 등 브랜드와 협업 기회가 주어진다.

SFDF는 지난 2005년 삼성물산 패션부문이 설립한 국내 최고의 디자이너 후원 프로그램으로, 설립 이후 10여년간 세계 시장에서 주목 받는 한국 디자이너 23개팀을 배출, 총 330만 달러(약 38억 원)를 후원해 왔다.

접수는 SFDF 공식 홈페이지를 통한 온라인·모바일 접수만 가능하다.

지원 자격은 해외 컬렉션에 참가하고 있거나 해외 판매 실적이 있는 한국계 신진 패션 디자이너로, 론칭 5년 이하의 독자 브랜드를 운영하고 있어야 하며 연령, 학력에 따른 지원 제한은 없다.

이번 SFDF의 평가는 내부 전문가·경영진 심사, 국내외 자문단 심사 등을 통해 진행된다. 내부 전문가는 삼성물산 패션부문의 디자인실장·디렉터·CD 등으로 구성되며, 국내외 자문단은 국내 패션매거진 편집장, 글로벌 패션·디자인 학교 및 협회 관계자로 구성된다.

소름 현장 실사 및 지원자 인터뷰를 통해 올해 12월 중으로 최고의 디자이너가 선정될 예정이다. /김민서 기자

## 금징어의 귀환... 롯데마트, 국내산 판매

제철 맞아 내일까지 2500원에 선봬

국내 수산 시장에서 자취를 감춰 금(金)징어라는 별명을 얻기도 했던 오징어의 어획량이 회복되고 있는 것으로 나타났다.

롯데마트는 지난 5월부터 최근까지 강원도 속초 수협 어획량이 약 249톤으로, 지난해 같은 기간(85톤)에 비해 3배 가까이 늘었다고 15일 밝혔다.

국내 최대 어시장 중 하나인 부산공동어시장의 5~6월 위판실적도 증가했다. 5월 위판량은 4450kg으로, 전년 동기(2230kg) 대비 99.5% 늘어났으며, 6월에는 4만 3416kg으로 전년(2만 7770kg) 대비 56.3% 가량 증가한 것으로 나타났다.

올해 동해안 수온이 높게 유지되면서 난류성 어종인 오징어의 어장이 동해를 중심으로 넓게 형성된 데다, 2014년부터 시행된 오징어 금어기의 영향으로



어획량이 늘어난 것으로 보인다.

롯데마트는 오징어 철을 맞아 오는 17일까지 국내 생 오징어를 2500원에 판매한다. 이후에도 물량 수급 상황을 보고 오징어 행사를 지속 진행할 계획이다.

롯데마트 광명점 수산 MD(상품기획자)는 "아직 예년 수준까지 회복되진 않았지만 상황이 조금씩 나아지고 있다"며 "매주 행사를 할 수 있진 않지만 제철 오징어를 맛보고자 하는 고객들에게 상품을 선보일 수 있도록 지속 노력할 것"이라고 말했다. /김민서 기자 min0812@

## 애경산업 루나, '코어 핏 파운데이션 썸머 에디션'

애경산업의 루나(LUNA)는 바캉스 시즌을 맞아 '코어 핏 파운데이션' 여름 한정판을 출시했다고 15일 밝혔다.

이번에 선보인 루나 코어 핏 파운데이션 썸머 에디션은 계절 특성에 맞춰 촉촉하면서 보송한 커버 메이크업을 완성할 수 있도록 특별 구성된 것이 특징이다. 쉽고 빠르게 베이스메이크업을 완성할 수 있는 스틱 형태의 파운데이션과, 메이크업 픽서 겸용 팩트인 '루나 프로 포토 피니셔'가 함께 구성돼 보다



보송한 메이크업 완성을 도와준다. 휴대용 파우치도 함께 구성됐다. 첫 판매 방송은 16일 오후 5시 35분에 GS홈쇼핑에서 시작된다. /김민서 기자