

# 건강해지는 식품업계... 4.3兆 건기식시장 쟁점음

〈건강기능식품〉

정부규제 완화로 시장 폭풍성장  
통합 내 하위 브랜드 론칭하고  
연령·기능별 등 제품군 세분화  
2030 타깃 오프라인 채널 확대



CJ제일제당 건강기능식품 전문 브랜드 '리턴업'



빙그레 TFT 비바시티

/각사

식품업계가 건강기능식품(건기식) 시장에 주목하고 있다. 저출산 및 인구 고령화 현상으로 성장에 한계를 보이고 있고, 건강에 대해 관심을 가지는 소비자들이 증가하며 새로운 먹거리로 가능성으로 높게 평가했기 때문이다.

19일 한국건강기능식품협회에 따르면 지난해 건기식 시장 규모는 4조3000억원으로 2016년보다 20% 가량 성장했다. 아울러 정부가 건기식을 판매하는 대형마트와 백화점 등 사업자의 사전 신고 의무 폐지를 추진할 계획이어서 관련 시장 성장률은 더욱 커질 것으로 보인다. 이에 업체들은 새로운 건기식 브랜드를 론칭하거나 타깃을 세분화하고 있다.

CJ제일제당이 건기식 전문 브랜드인 '리턴업'을 론칭했다. 국내 건기식 업계 최초로 40세 이후 생애전환기별 맞춤형

건강 해결책을 제시하는 '스마트에이징' 브랜드다. 신체의 변화를 급격하게 느끼는 40세부터 건강한 노년을 준비해야 하는 액티브시니어까지 각 연령대에 맞는 건강 해결책을 제시한다. 현재 건기식 시장이 성별 중심의 제품으로 구성돼 있는 것과 달리 연령별, 기능별로 제품군을 이원화 해 기존 제품들과 차별점을 뒀다.

CJ제일제당은 '기초영양' 제품군과 '기능성' 제품군 두 개 카테고리로 '리턴업'을 운영할 계획이다.

CJ제일제당은 '리턴업 발효 비타민'을 시작으로 향후 출시되는 모든 제품에 발효 기술과 식품첨가물을 배제하는 클린 라벨 기술을 적용할 계획이다.

빙그레는 건강 지향 통합 브랜드 'TFT'를 론칭했으며, 하위 브랜드로 여성 건강 전문 브랜드 '비바시티'로 건기식 시장에 첫발을 내딛었다. 'TFT'는 맛(taste), 기능(function), 신뢰(trust)의 영문 머리글자를 따서 만든 브랜드로 '맛있으면서도 건강하고 믿을 수 있는 제품'을 목표로 삼고 있다. 'TFT'는 건강 지향 통합 브랜드로 각 제품의 속성에 따라 다양한 하위 브랜드와 제품들을 내놓을 계획이다.

처음 출시된 여성 건강 전문 브랜드 '비바시티'는 28~35세 여성을 주 타깃으로 하여 스틱젤리 3종과 구미젤리 3종을 출시한다. 스틱젤리 3종은 각각 피부보습에 도움을 줄 수 있는 히알루론

산, 체내 에너지 생성에 필요한 비타민 B군(B1, 나이아신, B6), 배변활동 원활에 도움을 줄 수 있는 난소화성말토덱스트린과 같은 기능성 성분을 함유하고 있다. 구미젤리 3종은 각각 면역력에 도움을 줄 수 있는 아연, 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요한 비타민C, 눈 건강에 도움을 줄 수 있는 마리골드꽃 추출물(루테인) 성분이 들어있다. 스틱젤리와 구미젤리 제품 모두 하루 2개씩 섭취하면 기능성 성분들의 1일 권장 섭취량을 충족할 수 있다.

KGC인삼공사는 대표 브랜드 '정관장'을 통해 연매출 1조3000억원 이상을 달성했다. KGC인삼공사는 '종합건강기업'을 목표로 비홍삼 건기식과 화장

품 등 신사업 다각화에도 나서고 있다. '굿베이스', '알파프로젝트', '화애락' 등 자체 건기식 브랜드를 선보이고 있다. 한편 지난해 '화애락 이너제틱'을 출시하면서 기존 시니어층을 벗어나 젊은 여성 소비층으로 타깃을 옮겼다.

동원F&B는 홍삼전문브랜드 '천지인'과 건기식브랜드 'GNC'를 운영하고 있다. GNC는 유전자 분석을 통해 소비자 맞춤형 헬스케어를 제공한다는 강점이 있다. 판매처도 기존 대형마트와 자사 온라인몰 위주에서 올리브영 등 젊은 소비층이 많이 찾는 채널로 넓히고 있다. 한국야쿠르트는 기존 건기식 브랜드를 'MPRO'로 통합하고 제품군을 확장할 계획이다.

한편 정부가 건기식 시장에 대한 규제를 대폭 완화하겠다는 입장을 밝히면서 기업들의 건기식 사업 진출은 더욱 탄력을 받을 전망이다. 지난 4월 홍남기 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 "대형마트와 백화점의 건기식 자유판매를 허용하고 일반식품에도 기능성 표시를 허용해 신제품 개발을 촉진하겠다"고 밝힌 바 있다.

/박민용 기자 parku7854@metroseoul.co.kr

## 몰강스에 딱!... 아이파크몰 '인기몰이'

카페거리·키즈존·먹거리 등 다채  
즐길거리 많아 가족·연인 발걸음



아이파크몰 더센터 카페거리 /HDC아이파크몰

용산아이파크몰이 쇼핑몰 내 카페거리 조성, VR체험존 및 키즈체험 시설 등 다양한 먹거리와 놀거리들을 채워 도심 속 대표 여가생활 공간으로 거듭나고 있다.

아이파크몰에는 항상 긴 줄에 서서 기다려야 맛볼 수 있는 카페가 있다. 아이파크몰 더 센터 4층에 위치한 흑당버블티 대표 브랜드 '타이거슈가' 매장이 바로 그곳으로, 국내에서 유일하게 유통점 내에 입점 되어 있는 매장이자다.

아이파크몰은 '타이거슈가'를 비롯해 식물과 사람들이 함께 숨쉬는 공간으로 꾸며진 '식물학카페', 무지개색 케이크로 유명한 '도레도레', 물·시럽 없이 국산 사과와 다양한 과일·채소만을 사용해 착즙하는 '100% 착즙주스'가 특징인 '조앤더주스' 등 여심을 자극하는 다양한 카페들을 한자리에 모아 쾌적하게 쇼핑몰 안에서 '카페거리'를 느낄 수

있도록 구성 했다.

뿐만 아니라 용산아이파크몰은 쇼핑뿐만 아니라 즐기고 체험 할 수 있는 엔터테인먼트요소를 함께 갖추고 있어 가족, 연인간에 여가 시간을 보낼 수 있는 콘텐츠들이 가득 하다.

아이파크몰 리빙파크 6층에 위치한 '웹피언1250'은 서울시와 수도권 인근의 어린이들까지 꼭 가보고 싶어하는 핫한 놀이 공간으로 3~4세부터 초등 고학년까지 즐길 수 있는 놀이로 가득하며, 아이파크몰 VR존에서는 국내 쇼핑몰 중 최대 규모로 스포츠와 놀이기구, 레이싱, 슈팅게임 등을 즐길 수 있도록 했다. /신원선 기자

## G마켓 "13개 TV홈쇼핑 실시간으로 비교"

'홈쇼핑 포털'로 서비스 전면 개편  
검색·키워드 등 기능 업그레이드

온라인쇼핑사이트 G마켓이 홈쇼핑 포털로 거듭난다.

G마켓은 홈쇼핑 정보를 소비자가 보다 쉽게 접할 수 있도록 모바일 내 관련 서비스를 전면 개편하고 오는 25일까지 이벤트를 진행한다고 19일 밝혔다.

우선, 홈쇼핑사의 실시간 라이브 방송을 한 눈에 볼 수 있도록 만들었다. 해당 채널은 ▲현대홈쇼핑 ▲롯데홈쇼핑 ▲CJ오쇼핑 ▲K쇼핑 ▲공영쇼핑 ▲N S홈쇼핑 ▲신세계TV쇼핑 ▲홈앤쇼핑 ▲쇼핑엔티 ▲W쇼핑 ▲SK스토아 ▲GS샵 ▲GS마이샵 등 13개의 국내 대부분의 홈쇼핑이 포함된다.

G마켓 고객들의 방송 시청현황을 '실시간 라이브 랭킹' 순으로 보여주기 때문에, 현재 어떤 상품이 라이브 방송

중이며, 관심있게 보는지 쉽게 확인할 수 있다. 이전에는 모바일에서만 라이브 방송만을 볼 수 있었지만, 개편 후 PC에서도 생방송 시청이 가능하다.

키워드와 상품 두 가지 방식의 방송 알림 기능도 신설했다. 생방송 30분 전과 시작 시에 앱 알림 또는 카카오톡 알림 중 선택해 방송 알림을 받아볼 수 있는 서비스다. 첫 번째 키워드 방식은 모바일 홈쇼핑 앱 우측 상단에 위치한 종모양의 '알림 아이콘'을 클릭한 뒤 '나의 알림' 코너에서 키워드를 등록하면 된다. 예컨대 옥주부, 롱패딩, 두피관리 등으로 관심 키워드를 설정할 수 있으며, 관리창을 통해 키워드 수정 및 삭제도 가능하다. 두 번째로 홈쇼핑 탭에서 관심 있는 상품의 '알림 아이콘'을 클릭하면 해당 상품의 방송이 편성될 경우 안내해준다.

'홈쇼핑 포털'이라는 의미에 걸맞게

검색 기능도 업그레이드했다. 먼저 G마켓 메인의 통합검색창에서 키워드를 검색해 현재 방송중인 홈쇼핑 제품을 구매할 수 있다. 카테고리 별 검색도 가능하다. 패션의류, 패션잡화, 뷰티, 식품, 도서 등 12가지 카테고리를 설정해 관심 품목을 홈쇼핑탭에서 보다 빠르고 쉽게 찾아볼 수 있다. 이 밖에도 '홈쇼핑 베스트' 코너를 통해 제품별 인기 순위를 알려주는 등 다양한 기능을 추가했다.

홈쇼핑 서비스 개편을 기념해 오는 25일까지 할인쿠폰도 제공한다. 키워드 또는 상품 알림을 등록하면 즉시 할인쿠폰 발급이 가능하다. 참여 고객 모두에게 홈쇼핑 제품 2만원 이상 구매 시 사용 가능한 '15% 할인쿠폰'을, 스마일클럽에게는 2만원 이상 구매 시 적용되는 '20% 할인쿠폰'을 증정한다.

/신원선 기자 tree6834@

## 가을 느낌 물씬... '데어 루즈 벨벳' 10종

미샤 가을·겨울 겨냥 신상품 선봬



부드러운 벨벳 제형 제품이지만 촉촉한 입술을 유지시켜준다는 강점이 있다. /김민서 기자 min0812@

(주)에이블씨엔씨 화장품 브랜드 미샤는 '데어 루즈 벨벳 가을·겨울(F/W)' 10품목을 출시했다고 19일 밝혔다.

데어 루즈 시리즈는 미샤가 지난 2월 6일 '매일 다른 기분을 립 컬러로 표현할 수 있다'는 콘셉트를 가지고 야심차게 선보인 립 메이크업 제품이다. 총 16가지 색상으로, 지난달까지 23만 개 이상이 판매됐다.

데어 루즈 시리즈에는 '포슬린 벨벳

젤' 기술이 적용됐다. 이는 입술 사이를 도자기 표면처럼 매끄럽게 표현하는 미샤만의 독자적인 기술로, 매트하고 부드러운 벨벳 제형 제품이지만 촉촉한 입술을 유지시켜준다는 강점이 있다.

## '더마 리페어 시카 올 클린' 아이오펜, 앰플 출시

아이오펜은 '더마 리페어 시카 올 클린 앰플'을 출시했다고 19일 밝혔다.

더마 리페어 시카 올 클린 앰플에는 ▲햇빛으로 인한 손상을 케어하는 '마데카소사이드' ▲피부장벽을 보호하고 강화하는 '판테놀' ▲겨칠어진 피부 장벽 개선에 효과적인 '알란토인' ▲고순도의 정제된 '히아루론산'이 함유됐다.

'올 클린 청정 설비'에서 제작됐으며, 하이포 알러지 테스트와 안자극 테스트 등을 완료해 예민한 피부를 가진 고객들이 자극 없이 편안하게 사용할 수 있다. /김민서 기자

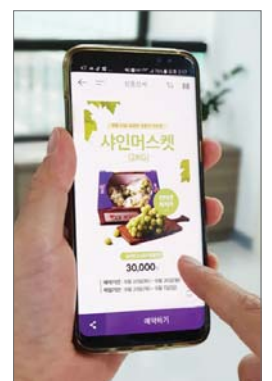
## "CU서 '샤인머스켓' 부담없이 즐기세요"

멤버십 앱서 25% 할인 예약판매

편의점 CU는 20일에서 26일까지 멤버십 애플리케이션(앱) '포켓CU'를(사진) 통해 샤인머스켓(2kg)을 시중가보다 25%이상 저렴한 3만 원에 예약 판매 한다고 19일 밝혔다.

이번에 판매되는 '샤인머스켓'은 소백산맥 추풍령 자락에 위치한 충북 영동군에서 생산된다. 이곳은 높은 일교차로 뛰어난 품질의 과일이 나는 곳이다.

CU는 지난 8월 진행한 1차 예약 판매에서 준비한 물량(100개)이 두 시간



만에 소진된 데 따라, 2차 판매에서는 물량을 두 배로 늘렸다. 구매는 CU 멤버십 앱인 '포켓CU'에서 상품을 선택해 결제한 후, 본인이 지정한 가까운 CU매장에서 29일부터 내달 1일 사이에 수령하면 된다. /김민서 기자