

발효 전성시대... 김치·홍삼 등 '면역력 제품' 잇단 출시

한국야쿠르트 발효홍삼 '발휘'
100% 유산균 발효홍삼 농축액

교원더오름 프리미엄 '호소홍삼정'
사포닌 분리·정제·추출 ECS 적용

샘표 '마이크로발효 양배추즙'
-196도 초저온 조리로 영양소 지켜



발휘

/한국야쿠르트

한절기에는 갑자기 달라진 외부 환경으로 인해 면역력이 떨어지고 잦은 피로감을 느껴 무기력해지는 경우가 많다. 이런 상태를 장시간 그대로 방치하게 되면 질병으로까지 이어질 수 있기 때문에 확실한 관리가 필요하다.

5일 업계에 따르면 면역력을 높이는 데는 발효를 통해 만들어진 김치, 치즈, 요구르트 등의 음식들이 효과적인 것으로 알려졌다. 단순히 원재료 자체가 면역력을 높여 주기보다는 원재료가 발효를 통해 변화되면서 흡수력이 높아져서 효과를 보는 경우가 많다. 아무리 좋은 성분이라도 피부나 체내에서 흡수가 안 되면 무용지물이기 때문에 식품 등 다양한 분야에서 흡수율을 높이는 기술들이 많이 개발되고 있다.

건강기능식품 매출의 절반을 차지할

정도로 인기가 높은 홍삼의 경우도 핵심 성분으로 잘 알려진 사포닌을 흡수가 잘되는 형태의 컴파운드K로 전환시키는 기술이 다양한 형태로 개발됐다. 사포닌의 경우 개인별로 차이가 있는 장 속 환경으로 인해 흡수율이 달라지기 때문에 흡수율이 높은 특이 사포닌 형태로 섭취해야 보다 좋은 효과를 기대할 수 있다.

한국야쿠르트가 프리미엄 발효홍삼 '발휘'를 출시하며 시장 강화에 나섰다. 한국야쿠르트는 50년 유산균 발효 기술을 바탕으로 체내 흡수가 탁월한 프리미엄 발효홍삼 '발휘' 3종을 선보였다. 제품에는 100% 유산균 발효홍삼

농축액을 적용해 일반홍삼 대비 빠른 흡수와 유지력이 뛰어난 것이 특징이다. 프리미엄 발효홍삼 '발휘'의 주원료인 에이치와이(HY) 발효홍삼 농축액은 100% 유산균으로 발효한 홍삼 유효성분의 흡수와 유지 우수성을 인체시험으로 입증했다.

교원더오름의 '호소홍삼정'은 프리미엄 홍삼 건강기능식품으로 호소발효를 통해 체내흡수율이 매우 높은 특이 사포닌을 분리, 정제, 추출할 수 있는 호소처리시스템(ECS)을 적용했다. 이 제품은 흡수율이 높게 전환된 특이 사포닌 컴파운드K를 하루 3mg 제공하며, 국내산 6년근 홍삼을 사용해 진세노사이드 Rg

1, Rb1 및 Rg3를 하루 19.8mg을 제공해 면역력 증진, 피로회복, 항산화, 혈액 흐름 개선 등에 도움을 주는 제품이다.

건강증진의 경우도 홍삼처럼 발효 기술 적용으로 기능을 강화한 제품들이 많이 출시되고 있는데, 홍삼의 사포닌을 컴파운드K로 전환한 것처럼 유산균 발효를 통해 원재료의 영양성분을 저분자 형태로 바꿔 흡수율을 높인 것이 특징이다.

샘표 '백년동안 마이크로발효 양배추즙'은 73년 발효 기술이 집약된 제품으로 원재료를 -196도 초저온에서 통째로 갈아 영양소 파괴를 최소화했다. 위산을 억제, 원활한 소화작용을 돕는 비타민U와 노폐물 배출 및 항산화 작용을 돕는 비타민C, 비타민K가 함유돼 있는 국내산 양배추를 통째로 갈아 양배추의 잎뿐 아니라 심지에 있는 다양한 영양성분까지 섭취할 수 있게 했다. 발효 기술은 영양제 분야에서 사용되고 있다. 영양제의 경우도 흡수율에 따라 체내에서 적용되는 효과가 달라지기 때문에 발효 기술을 활용해 흡수율과 생체이용률을 높이는 기술을 적

듀오안(안)

/한국야쿠르트

용하고 있다.

CJ제일제당의 '리턴업 발효비타민'은 연령별로 필요한 비타민을 적합한 비율로 구성해 제공하고 '발효건조 효모분말'을 주원료로 5단계 발효공법을 거친 영양소를 담아낸 것이 특징이다. 여기에 특허 받은 클린 라벨 기술을 적용해 식품첨가물을 배제하고 식물성 원료로만 제품을 만들었다.

서울우유협동조합 장 건강 발효유 '듀오안(안)'은 유산균에 프리바이오틱까지 갖춘 제품이다. '듀오안(안)'은 서울우유 전용 목장에서 생산한 국산 원유 72%와 세계특허 듀얼 코팅 한국산 유산균 듀오락의 결합으로 탄생한 진한 맛의 농후 발효유다. 최근 장내 환경 개선을 위하여 관심이 증대되고 있는 '프리바이오틱'은 유익균의 먹이로 설사 및 변비 완화는 물론 '비만 세균'이라고 불리는 퍼미큐티스 억제에도 효과가 있다. 신제품 '듀오안(안)'은 유익균의 장내증식을 강조한 '신바이오틱스' 발효유로 몸에 좋은 더덕과 홍삼 분말까지 첨가하여 더욱 건강하게 즐길 수 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



CU배달서비스 매출 상승효과 톡톡

BGF리테일에서 운영하는 편의점 CU(씨유)가 전국 2000여 가맹점에서 'CU배달서비스'를 운영한 결과 매출 상승 효과를 톡톡히 본 것으로 드러났다.

CU는 지난 9월부터 'CU배달서비스' 대상 상품을 도시락, 삼각김밥, HMR, 디저트, 아이스크림 등 200여 먹거리 상품에 60여개 생활용품을 추가했다. 이로써 먹거리 상품만 배달이 가능했던 배달앱 '요기요'를 통해서도 다양한 생활용품을 편리하게 구매할 수 있게 됐다.

CU가 최근 1개월간 판매 데이터를 분석한 결과, 가맹점과 고객 모두에게 긍정적인 효과가 있는 것으로 나타났다. 'CU배달서비스'에 생활용품이 확대되면서 도입 전보다 구매 단가도 평균 10.2%가 올랐으며 (기존 구매 단가 1만6500원 → 1만8180원) 배달서비스 매출도 19.2% 증가했다. /신원선 기자

롯데백, 포근한 '캐시미어'... 5만장 판매

창립 40주년 '캐시미어 100%니트'
사전기획 통해 합리적가격 책정 '따뜻한 날씨' 판매량 증가 도와

롯데백화점이 창립 40주년을 맞이해 지난 9월 27일 선보인 '캐시미어 100% 니트'가 11월 2일까지 총 5만여장의 판매를 기록하는 등 고객들에게 뜨거운 반응을 이어가고 있다.

실제로 판매가 진행된 30여 일만에 캐시미어 단일상품 5만여장 판매량은 지난 2017년 12월 큰 이슈가 되었던 '평창 룡패딩'의 판매량인 3만 여장을 뛰어넘는 숫자이다.

캐시미어 소재는 무게가 가볍고, 보온 효과가 우수해 일반적인 니트 가격대가 20~30만원으로 형성되어 있는 대표적인 고가 원단이다. 롯데백화점은 사전 기획을 통한 대규모 물량 확보를



니트 전문 PB '유닛'의 '캐시미어 100% 니트'

/롯데백화점

통해 캐시미어 100% 소재의 여성용 니트를 8만 8000원에, 남성용 니트를 9만 8000원이라는 10만원 이하의 합리적인 가격을 책정했다. 2018년 9월부터 기획하기 시작한 최상급으로 꼽히는 내용

고 지역의 캐시미어 원사를 대량으로 매입하고, 체계적인 생산 계획을 세움으로써 남성/여성용 니트를 10만원 이하 가격에 선보일 수 있었다.

/신원선 기자 tree6834@

유통단신



오리온 '가성비' 웨하스 출시

오리온은 기존 환경 웨하스의 가격을 인하여 가성비비를 높인 '오리온 웨하스'를 출시한다고 5일 밝혔다. 오리온 웨하스는 가성비 트렌드에 발맞춰 소비자 부담 없이 구매할 수 있도록 60g 규격을 편의점가 기준 900원에 선보인다. 오리온은 가벼운 식감과 부드럽고 달콤한 크림맛으로 꾸준히 사랑받고 있는 웨하스를 가성비비도 높인 만큼, 젊은 소비자들에게 사랑을 받을 것으로 기대하고 있다. /박인용 기자

던킨도너츠 배달의민족ㅋㅋ도넛

SPC그룹이 운영하는 던킨도너츠가 배달 어플리케이션 '배달의민족'과 협업하여 '배달의민족ㅋㅋ도넛'을 출시했다고 5일 밝혔다. '배달의민족ㅋㅋ도넛'은 배달의민족이 올해 개최한 'ㅋㅋ페스티벌'에서 영감을 받아 출시됐다. 한글 자음 'ㅋ' 모양의 도넛에 다크 초콜릿을 토핑해 달콤한 맛과 식감이 특징이다. 해당 신제품은 던킨도너츠 매장과 배달의민족 앱에서 11월 14일까지 한정 판매한다. /박인용 기자



CJ오쇼핑 브랜드 '엠티' 누적주문 1400억

CJ ENM 오쇼핑부문의 단독 패션 브랜드 '엠티(A+G)'가 올 가을겨울(F/W)시즌 흥행에 힘입어 누적 주문 금액 1400억원을 돌파했다. 특히 프리미엄 소재에 팝 컬러(채도가 높은 화려한 색)를 더한 아우터가 줄줄이 매진

을 기록 중이다. 이 속도대로라면 올 연말까지 주문금액 1800억원을 돌파할 전망이다. 엠티는 11월부터 프리미엄 아우터를 본격적으로 선보여 브랜드 성장을 가속한다는 방침이다.

지난달 엠티가 선보인 '데디베어 폭스(FAUX) 무스탕'은 첫 방송에서 30분 만에 약 5500개 이상 판매되며 5억원이 넘는 주문금액을 기록했다. 동물성 소재를 거부하는 '비건' 트렌드에 발맞춰 폴리에스터 원단 100%의 '페이크 퍼(Fur)'로 만들어진 제

프리미엄 팝컬러 아우터 매진행진 연내 주문금액 1800억 돌파할 듯 품으로, 코코아브라운·카멜 외에도 로열블루·로즈핑크 등의 주요 사이즈가 모두 완판됐다.

초록, 보라 등 기존 겨울 아우터에선 찾아보기 힘들었던 화려한 색감이 특징인 '엠티 르네 솔리드 울 블렌드 코트'는 지난달 4000벌 가까이 판매되며 11억원이 넘는 주문실적을 기록했다. 11월부터는 세계 3대 구스로 꼽히는 헝가리 구스를 활용한 아우터를 줄줄이 선보인다.

한편, 엠티는 지난 2011년 CJ EN

M 오쇼핑부문과 한해연 스타일리스트가 협업해 론칭한 단독 패션 브랜드다. 론칭 이듬해인 2012년 연 주문금액 300억원을 기록한 후, 5년 만에 연 주문금액 900억원의 브랜드로 성장했다. 지난해엔 해외 프리미엄 소재 제품군 확대, 유명 브랜드 및 아티스트와의 콜라보레이션 등에 힘입어 연 주문금액 1500억원을 기록, CJ오쇼핑 연간 히트상품 1위에 이름을 올렸다. /신원선 기자

