두뇌 영양제·합격기원 간식… 유통가, 수능 막판 '응원전'

긴장 완화 도움 영양제 등 불티
집중력 높이는 견과류 매년 인기
배스킨라빈스, '아이스 찹쌀떡' 응원 메시지 담은 선물세트 선봬

2023학년도 대학수학능력시험이 코앞으로 다가왔다. 유통업계는 수험생들을 위한 영양제, 견과류를 비롯해 가족이 함께 즐길 수 있는 디저트 등을 선보이고 있다.

15일 업계에 따르면, 수험생과 함께 고생한 가족들에게 필요한 선물 중 하나로 영양제가 손꼽히고 있다. 특히 집중력 향상, 안구 건강, 체력 상승 및 긴장 완화에 도움이 되는 영양제가 수험생의 필수 품목으로 자리를 잡고 있다.

건강기능식품 전문 해외직구 플랫폼 아이허브에 따르면 지난 10월부터 수능을 일주일 앞둔 11월 3일까지 해당 기간 동안 두뇌 건강 제품의 한국 시장 판매량이 전월 대비 350%로 급격히 성장한 것으로 나타났다. 이외에도 종합비타민, 비타민C 등 수험생뿐 아니라 함께 고생하고 있는 가족들을 위한 제품도 판매가 늘었다.

수험생 응원하는 '아이스 찹쌀떡' 2종, /SPC

최지연 아이허브코리아 지사장은 "수능을 앞둔 10월과 11월 초 두뇌 건강 제품을 포함한 영양제 판매량이 증가하는 현상은 한국 시장의 특수성 중 하나"라고 전했다.

두뇌 회전, 혈액 순환 등에 도움이 되는 식품으로 알려진 견과류는 집중력을 높이고 허기를 채우기 원하는 수험생의 필수 간식으로 각광받는 품목이다. 특히 8시간에 걸친 수능 시험 시간 동안 에너지 보충을 위해 틈틈이 섭취하는 간식으로 인기가 높다. 또한 견과류는 한 번에 다량으로 선물받더라도 오래 보관이 가능하고 온 가족이 함께 섭취할 수 있어 수능 선물로 주목받고 있다.

지난해 마켓컬리 발표에 따르면 수능일 기준 예년 동기 대비 견과류 선물세트 판매량은 512% 급증한 것으로 나타났다. 특히 한 종류를 대량 포장한 제품보다 아몬드, 호두, 마카다미아, 캐슈넛 등 다채로운 견과류를 두루 담아 매일 한 봉지씩 먹을 수 있는 소포장 제품이 수험생 선물용으로 인기가 높은 것으로 나타났다.

코로나19 이후 최근 3년간 수능 응원 선물을 직접 만나 전해주는 문화가 감소했다. 이로 인해 젊은 세대의 전유물로 여겨졌던 모바일 기프티콘 등 비대면 선물 방식이 시니어 세대에게도 인기를 끌고 있다. 비대면 선물 문화가 점차 자리를 잡으면서 선물 종류 또한 다양하게 변모하고 있다.

전년도 카카오톡 선물하기 측에서 공개한 거래 데이터에 따르면 수능 전후를 기점으로 케이크가 수능 선물 1위를 차지하며 엿, 찹쌀떡, 초콜릿 등 전통적인 수능 선물의 인기를 뛰어넘은 것으로 나타났다. 특히 수능 전날은 40대 이상 이용자를 중심으로 케이크를 포함한 기프티콘 선물 수치가 동월 일평균 대비 260% 증가한 것으로 집계됐다.

SPC그룹이 운영하는 배스킨라빈스는 수험생들에게 응원 메시지를 전하기 위한 '아이스 찹쌀떡' 2종과 '아이스 찹쌀떡 선물세트'를 선보였다.

'아이스 찹쌀떡'은 수능 대표 선물인 '찹쌀떡'을 부드러운 카스텔라 고물과 달콤한 아이스크림을 활용해 재해석한 디저트다. 우선, '아이스 찹쌀떡 크림치즈'는 고소한 카스텔라 고물을 올린 쫀득한 찹쌀떡 속을 크림치즈 아이스크림으로 채워 풍미 가득한 진한 맛을 선사한다.

수능 합격을 기원하는 '아이스 찹쌀떡 선물세트'도 판매한다. 신제품 '아이스 찹쌀떡' 2종을 원하는 대로 골라 2개입 세트로 구성할 수 있고, '찰떡합격'이라는 응원 메시지가 적힌 패키지 디자인으로 수험생들에게 마음을 전할 선물로 제격이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

카카오스타일

입점 스토어 6000개 돌파

카카오스타일은 패션 큐레이션 서비스 '패션바이카카오(패션 by Kakao)'가 리뉴얼 약 1년 만에 입점 스토어 수가 6000곳을 돌파했다고 15일 알렸다.

패션바이카카오는 모바일 웹과 앱에서 국내 소호 쇼핑몰부터 패션/뷰티 브랜드까지 다양한 상품을 모아 판매하는 서비스다. 카카오스타일은 지난 해 말 주문, 결제 등 패션바이카카오 시스템 전체를 리뉴얼 하고 입점 스토어의 성장을 위한 다양한 프로그램을 운영 중이다.

입점 후 거래액이 크게 성장한 스토어들이 등장하면서 리뉴얼 효과를 보고 있다. 올해 10월 거래액 1위부터 10위까지 차지한 스토어들의 입점 월 대비 10월 거래액 성장률은 평균 17배 이상(1660%)인 것으로 나타났다.

/김서현 기자 seoh@

동아제약

박카스맛 젤리 패키지 리뉴얼

동아제약은 박카스맛 젤리(사진) 발매 5주년을 맞이해 패키지를 리뉴얼했다고 15일 밝혔다.

박카스맛 젤리는 패키지 전면에 박카스 캐릭터인 '기운찬' 씨를 사용해 제품의 특성이 잘 드러나도록 변경했다. 맛도 한층 강화됐다. 박카스맛 젤리 신맛은 신맛을 내는 성분의 함량을 높여 기존보다 더욱 강한 신맛을 느낄 수 있다.

박카스맛 젤리 1봉지(50g)에는 자양강장제 박카스 F와 동일한 함량의 타우린 1000㎎이 함유됐다. 타우린은 생체 아미노산의 일종으로 피로회복에 도움이 되는 물질로도 알려져 있다. 피로회복에 도움을 주는 비타민 B1, B2, B6도 담겨 있다.

특히 젤리 안에 젤리가 들어있는 이중구조로 더욱 쫀득한 젤리의 식감과 풍부한 박카스의 맛과 향을 느낄 수 있다. 또 카페인이 첨가되지 않아 전 연령층이 섭취가 가능하다.

박카스맛 젤리는 리뉴얼에 맞춰 신규 디지털 광고도 선보인다. 광고는 ▲응원편 ▲춤편 ▲공부편 총 3편으로 동아제약 유튜브 채널과 박카스 인스타그램에서 확인할 수 있다.

/이세경 기자

CJ프레시웨이, 미래 식품 전문인재 양성

고려대와 식품산업 산학협력
중식 밀키트상품 기획내용 교류

CJ프레시웨이가 고려대학교와 식품산업 전문인재 육성을 목표로 산학협력 활동을 함께했다.

CJ프레시웨이는 고려대 중국경영전략학회(SBC) 소속 학생들과 '중식 트렌드를 적용한 간편식'을 주제로 상품기획 프로젝트를 수행했다고 15일 밝혔다.

이달 11일, 서울 마포구 CJ프레시웨이 본사에서 열린 산학협력 과제 발표회에서 고려대학교 중국경영전략학회 소속 학생들이 기념사진을 촬영하고 있다. /CJ프레시웨이

지난 11일, 서울 마포구 상암동에 있는 CJ프레시웨이 서울 본사에서는 프로젝트 과제에 대한 발표회가 열렸다. 중국 현지의 식문화와 최근 수요가 증가하는 간편식 시장에 대한 분석을 통해 중식 트렌드에 기반한 밀키트 상품을 기획하는 내용을 교류했다.

이날 참가학생들은 세 팀으로 나뉘어 각각 중국식 볶음 국수 '차오면'을 활용한 간편조리식, 튀긴 닭고기 요리 '라즈지'를 차용한 프리미엄 밀키트, 쫀득한 식감의 타로 떡이 들어간 디저트 '타로볼' 등 톡톡 튀는 메뉴들을 소개했다.

학생들은 학회를 통해 쌓아온 현지 시장 조사 역량에 대학생 소비자로서의 관점을 더해 주목할만한 콘셉트의 기획안을 구현해 냈다. 이들은 결과물의 신뢰도를 높이기 위해 현지 체류 경험이 있는 응답자를 포함해 1400여 명의 표본 집단 조사도 병행했다.

CJ프레시웨이는 학생들이 연구 과정에 몰두할 수 있도록 과제 수행에 따르는 활동 전반을 지원했다. 양측은 과제를 통해 얻은 인사이트와 실무에서의 노하우를 교류하고 이를 향후 연구와 상품기획 활동에 적극적으로 활용한다는 계획이다.

기획안의 심사는 CJ프레시웨이의 상품기획을 담당하는 실무진이 맡았다. 시장 트렌드, 상품화 가능성, 예상 수요 등 여러 측면에서 꼼꼼하게 검토하고 현직 전문가의 의견을 제시하기도 했다.

/신원선 기자

팜젠사이언스

3분기 매출 45% 증가

팜젠사이언스가 연결기준 3분기 누적 매출액 1120억원을 기록하며, 3분기 만에 지난해 매출액(1099억원)을 초과 달성했다고 14일 공시했다.

이는 지난해 같은 기간 773억원에 비해 45%, 347억원이 증가한 것으로, 3분기 누적 기준 역대 최대 매출이다. 영업이익은 전년 동기 대비 196% 증가한 56억원이고, 당기순이익은 273% 증가한 713억원을 기록하였다.

이 같은 매출 성장은 3분기에도 전문 의약품 판매와 위탁생산(CMO) 사업, 사업다각화를 위해 추진했던 헬스케어 부문(건강기능식품) 등 3가지 주력 부문에서 고른 성장이 이어진 결과다.

/이세경 기자

"하루 소주 3잔, 암 발병 위험률 34%↑"

삼성서울병원 등 공동 연구팀

술을 마시지 않던 사람이 술을 많이 마셨을 때 암 발병 위험이 34%까지 높아지는 것으로 나타났다.

신동욱 삼성서울병원 가정의학과 교수, 유정은 서울대병원 강남센터 가정의학과 교수, 한경도 숭실대 통계학과 교수 공동 연구팀은 2009년과 2011년 국가건강검진을 받았던 40세 이상 성인 남녀 451만3746명의 건강검진 이력을 토대로 음주량의 변화에 따라 암 발병 위험도 달라진다는 사실을 밝혀냈다. 이번 연구 결과는 미국의사협회의 학술지인 '자마 네크워크' 최근호에 실렸다.

연구팀은 이들의 하루 음주량에 따라 비음주군, 저위험음주군(15g 미만), 중위험음주군(15~30g), 고위험음주군(30g 이상)으로 나누고, 음주량의 변화가 암 발병에 어떤 영향을 줬는지 분석했다. 알코올 15g이면 대략 맥주 375ml 1캔 또는 소주 1잔 반에 해당하는 양이다.

그 결과 평소 술을 마시지 않던 사람이 술을 마시기 시작하면 알코올 관련 암 발병 위험도 덩달아 커졌다. 알코올 관련 암은 구강암을 비롯해 식도암, 인후두암, 간암, 직장암, 유방암 등 알코올과 암 사이 인과관계가 밝혀진 암들을 말한다. 앞서 검사에서 비음주자였던 사람이 다음 검사에서 저음주자가 된 사람은 3%, 중위험 음주 때는 10%, 고위험 음주시에는 34%까지 암 발병 위험이 증가했다.

평소 술을 마시던 사람이라도 음주량을 늘리는 경우에도 마찬가지였다. 저위험 음주자가 중위험 음주자가 되면 10%, 고위험 음주자가 되면 17% 암 발병 위험이 커졌다.

모든 암종으로 범위를 넓혀도 비슷한 경향을 보였다. 비음주자였던 사람이 고위험 음주자가 되면 전체 암 발병 위험이 12% 높아졌다. 저위험 음주자였던 사람과 중위험 음주자였던 사람도 고위험 음주자가 되면 각각 9%, 1%씩 암 발병 위험이 늘었다.

술을 끊거나 줄이면 암을 예방하는 효과는 분명했다. 특히 과음을 일삼던 고위험 음주자가 중위험 음주로 술을 줄이면 알코올 관련 암 발병 위험 9%, 전체 암 발병 위험은 4% 감소했다.

/이세경 기자 seilee@

조아제약

액상 해열·진통제 '나스펜시럽'

조아제약이 짜 먹는 어린이 해열·진통제 '나스펜시럽(**사진**)'을 출시했다고 15일 밝혔다.

나스펜시럽은 아세트아미노펜이 주성분인 어린이 해열·진통제로 발열, 통증, 두통, 근육통 등의 증상 완화에 효과적인 일반의약품이다. 아세트아미노펜은 비스테로이드성 소염제(NSAIDs)에 비해 속쓰림 등이 적어 부담 없이 복용할 수 있다.

액상형으로 빠른 해열·진통 효과를 나타내고, 스틱포 포장으로 휴대가 간편하고 복용이 편리한 것이 특징이다. 또, 체리향으로 맛과 향에 민감해 약을 먹기 힘들어했던 아이들이 거부감을 느끼지 않도록 했다.

/이세경 기자