

# ‘제주 〇〇’, ‘여수 〇〇’... 로컬 식음료에 폭 빠진 유통가

지역 특산물 활용한 음식 인기  
농가 상생, 이미지 제고 두토피

보해양조, ‘여수밤바다’ 소주 불티  
스타벅스, 제주 감귤·녹차 등 활용  
맥도날드, 창녕·보성 특산물 버거  
편의점도 각종 PB상품 쏟아내



맥도날드의 창녕갈릭버거.



스타벅스의 제주 특화 메뉴.

/각사

MZ 세대를 중심으로 제품이나 상호  
명에 지역이 붙거나 지역 특산물을 소  
재로 한 음식이 인기를 끌고 있다.

신한카드 빅데이터 연구소는 최근 소  
비 트렌드로 ‘로코노미’를 꼽으며 지역  
에 대한 소비자의 높아진 관심에 주목  
했다. ‘로코노미’는 로컬(Local, 지역  
동네)과 이코노미(Economy, 경제)의  
합성어로 지역의 가치를 비즈니스로 연  
결해 소비자의 접근성을 확대하는 마케  
팅 신조어다.

5일 업계 관계자는 “코로나19를 거치  
면서 라이프스타일이 세분화되고 국내  
여행이 활성화되면서 지역, 동네 기반  
의 상품이나 콘텐츠에 대한 소비자의  
관심이 높아졌다”고 말했다.

이에 최근 각 지역에 위치한 여러 카  
페에서는 지역 특산물을 활용한 메뉴가  
출시되고 있다.

기업은 친근한 이미지를 형성하고 인  
지도도를 높일 수 있다는 점 때문에 로컬  
을 활용한 브랜드·마케팅을 적극적으로  
펼치고 있다. 특히 로컬 이미지를 입힌  
F&B(음식·음료) 제품의 성장이 돋보

인다. 지역 특산물을 활용한 먹거리는  
신선한 재료를 사용한 건강한 제품이라  
는 인식이 있으며, 여행지로 찾은 지역  
의 스토리나 이미지가 반영된 특별한  
제품을 체험하고자 하는 니즈가 높기  
때문이다.

지역색이 담긴 주류는 MZ세대 사이  
에서 인기가 높다. 2019년 출시된 보해양조  
의 로컬브랜드 제품인 ‘여수밤바다’는  
관광명소 여수를 알리기 위해 제작된  
제품이다. 여수를 상징하는 돌산대교와  
반짝이는 별빛을 이미지화한 아름다운  
라벨로 유명하다. 지난 7월 팝아트 작가  
기안84와 손잡고 그의 작품 4점을 ‘여수  
밤바다’ 전면 라벨에 입히며 리뉴얼 출  
시해 눈길을 끌기도 했다.

도수를 기존 16.9도에서 16.5도로 낮  
추고 보해가 개발한 새로운 레시피를  
적용시켜 여수지역 음식, 특히 해산물  
과의 깔끔한 페어링을 살렸다. ‘여수밤  
바다’는 여수 낭만포차 거리 내 소주 점  
유율의 약 80%를 차지할 정도로 여수  
시민은 물론 관광객에게 사랑받는 지역

대표 소주가 됐다.

보해양조 측은 따르면 ‘여수밤바다’  
는 지난 7월 말 리뉴얼 출시 이후 한 달  
만에 평소 판매량의 두 배가 넘었으며,  
리뉴얼 출시 3개월 만에 작년 1년 판매  
량의 50%를 뛰어넘었다. 여수 지역 이  
미지를 가득 담고 있는 라벨과 기존 소  
주병에서 볼 수 없는 색다른 디자인이  
소비자들로부터 긍정적인 반응을 얻고  
있다는 판단이다.

트렌드를 가장 잘 빠르게 반영하는  
편의점 업계도 지역 특산물을 활용한 P  
B제품을 출시하고 있다.

이마트24는 올여름 아이스크림 PB  
상품으로 ‘성주 참외콘’과 ‘부산 씨앗호  
떡콘’을 출시했으며, CU는 전라북도  
와 손잡고 고창 복분자를 활용한 간편식  
시리즈를 선보였다. 이 중 복분자 도시  
락과 햄버거는 출시 이후 카테고리 판  
매량 1위를 차지하기도 했다.

제주도의 맛을 담아 MZ세대의 ‘인  
증샷’ 욕구를 불러일으키는 메뉴도 있  
다.

스타벅스는 2016년 7월부터 제주 지  
역 스타벅스 매장에서만 판매하는 ‘제  
주 특화 음료’를 개발, 판매하고 있다.  
현재까지 출시된 제주 특화 음료는 총  
45종이다.

제주 특화 음료는 지역 특산물인 녹  
차, 땅콩, 감귤 등의 원재료로 만들어지  
며, 돌담길과 하르방의 풍경을 느낄 수  
있는 ‘까망 라떼’ 등 제주의 이미지를  
담은 제품도 있다. 제주도 스타벅스에  
서만 만날 수 있는 음료와 제품들로 제  
주를 찾는 관광객들에게 더욱 특별한  
제주 여행 경험을 선사한다.

스타벅스는 제주 이외에도 ‘문경 오  
미자 피지오’, ‘광양 황매실 피지오’ 등  
지역 특산물을 원재료로 사용한 한국적  
특색을 살린 음료를 고객에게 소개하고  
우리 농가와도 상생할 수 있도록 꾸준  
히 노력하고 있다.

오뚜기도 제주도 특화 식품에 착안해  
제주도 맛집과 협업한 ‘제주뽕뽕라면’  
을 출시한 바 있다. 자사 인기 제품인  
‘진라면 매운맛’을 베이스로 제주 향도

음식에서만 느낄 수 있는 목직함 감칠  
맛을 담아냈다. 제주도 여행 수요에 발  
맞춰 제주도만의 특별한 소재를 활용한  
제품을 내놓은 것이다.

프랜차이즈업계도 지역 특산물에 주  
목해 신제품을 출시하고 있다.

맥도날드는 지난해 창녕갈릭버거에  
이어 올해는 전남 보성의 녹차 잎 사료  
로 충청 지역 농장에서 키워낸 돼지고  
기를 활용한 ‘보성녹돈 버거’를 선보였  
다. 보성녹돈은 육질이 연하고 부드러우  
며 잡내를 최소화한 국내산 프리미엄 돈  
육으로 꼽힌다. 타 돈육에 비해 비타민 B  
1, 리놀렌산 함량이 높으며 육즙이 풍부  
하다. 맥도날드는 보성녹돈 140t을 수급  
받아 113g의 두툽한 패티로 선보였다.

지앤푸드가 운영하는 치킨 프랜차이즈  
굽네는 경남 남해군에서 재배한 마  
늘을 활용해 만든 신제품 ‘남해마늘 바  
사삭’을 지난달 출시했다. 남해마늘 바  
사삭은 남해군과의 지역상생 프로젝트  
로 선보이는 굽네 바사삭 시리즈 제품  
으로 오븐구이 특유의 고소한 맛과 바  
삭한 식감, 풍미가 깊은 구운 마늘의 향  
이 특징이다. 지앤푸드는 내년까지 새  
남해농협으로부터 약 80~100t의 남해  
군 마늘을 공급받을 예정이다.

업계 관계자는 “로코노미 열풍이 불  
고 있는 데다, 지역 특산물을 활용하면  
농가 활성화에도 도움이 된다”며 “소비  
자에게는 맛 좋은 제품을 제공하고, 농  
가와는 상생을 도모함으로써 브랜드의  
긍정적인 이미지를 강화할 수 있다”고  
말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 반복되는 봉쇄, 서비스업 등 민간경기 ‘최악’

### 차이나 뉴스&리포트

방역정책으로 제조·서비스업 한파  
서비스업 PMI 6개월 만에 최저치  
일자리도 감소... 고용시장도 냉랭

중국 경제가 침체의 늪에 빠졌다. ‘제  
로 코로나’로 봉쇄가 반복되면서 제조  
업과 서비스업을 가리지 않고 민간 경  
기가 최악을 기록했다.

5일 차이나신에 따르면 지난달 차이나  
·S&P 서비스업 구매관리자지수(PMI)  
는 46.7로 전월 48.4에서 하락한 것은  
물론 시장 전망치 48에도 못 미쳤다.

PMI는 구매, 생산 관리자 등이 예상  
하는 경기 예측 지수다. 50을 넘기면 경  
기 확장, 미만이면 위축을 뜻한다. 국가  
통계국의 공식 PMI가 대형 국유기업들  
중심이라면 차이나신 PMI는 수출기업과  
중소기업을 포괄해 민간 경기를 가늠해  
볼 수 있다.

서비스업 PMI는 석 달 연속 하락세  
를 이어가면서 6개월 만에 최저치로 내  
려갔다. 지난달에는 중국 전역에서 코  
로나19 확산세가 가팔라지면서 일일 감  
염자수가 최대치를 경신했다.

차이나신인사이드그룹 왕저 수석 이코  
노미스트는 “10월 이후 중국 전역에서  
코로나19가 확산되면서 경제에 큰 타격  
이 됐다”며 “앞으로 코로나 방역 통제와  
경제 성장 간의 균형을 맞추는 것이 관



지난 4일 중국 베이징에서 시민들이 야외 쇼핑물을 견고 있다. 방역 정책이 일부 완화되면서 쇼  
핑물 등 상점들이 다시 문을 열었다. /AP·뉴스시

건이 될 것”이라고 밝혔다.

그는 “현재 중국은 고용 촉진과 내수  
안정을 위한 정책이 시급하다”며 “당국  
은 내수를 진작하고 빈곤층의 소득을  
늘리기 위해 재정 및 통화 정책을 더 확  
대해야 한다”고 덧붙였다.

조사에 참여한 회사들은 지난 6개월  
동안 생산량과 신규 일자리가 가장 크  
게 감소했다고 답했다. 향후 12개월 전  
망에 대한 확신이 8개월 만에 최저치로  
떨어지면서 직원 감축은 계속됐다. 실  
업률의 경우 2005년 11월 관련 통계가  
작성된 이후 상승폭이 가장 큰 것으로  
나타나 앞으로 고용시장이 더 악화될  
것을 예고했다.

앞서 발표된 차이나신 중국 제조업 PM  
I 역시 11월 49.4로 6달 연속 임계점인  
50 밑으로 떨어졌다. 공장 생산과 고용,

신규 수출 주문 등 하위 지표가 모두 10  
월보다 더 빠른 속도로 악화됐다. 설문  
조사에 응한 공장주들은 도시별 봉쇄로  
배송 시간이 지연됐다고 지적했다.

왕 이코노미스트는 “전 세계적으로  
수요가 부진한데다 방역 정책으로 물류  
상황도 악화됐다”며 “제조업체들의 경  
영부담이 커졌다”고 설명했다.

시장에서는 중국이 지급준비율 인하  
와 부동산 지원 등 경기 부양책을 내놓  
고 있지만 4분기 경제성장률이 3분기보  
다 하락할 것으로 보고 있다.

캐피탈 이코노미스트 웨나워 이코노미스  
트는 “제로 코로나 방역 정책이 일부 완화  
되더라도 대내적으로는 부동산 침체와 대  
외적으로는 글로벌 수요부진으로 앞으로  
도 경기가 빠르게 회복되기는 힘들 것”이  
라고 전망했다. /안שמ 기자 smahn1@

## 한화·GS, MZ세대 오너가 임원 승진

>> 1면 ‘위기극복 위해’서 계속

이 신임 대표는 현대차그룹의 대  
표적인 재무통으로, 유럽 지역 판매  
법인장 및 미주 지역 생산법인 CFO  
를 역임한 바 있다.

GS그룹은 (주)GSCFO 겸 PM팀  
장인 이태형 전무를 부사장으로 승  
진시켰다. GS 측은 이 부사장이 그  
룹 내 사업 전반을 관리해왔다는 점  
을 고려해, 미래 위험 요인에 선제  
대응하는 역할을 할 것으로 기대하  
고 있다.

SK그룹은 이성형 CFO를 사장으로  
승진시키며 글로벌 경영환경 변  
화에 선제적으로 대응할 계획이다.  
해당 인사를 통해 CFO 역할을 강  
화, 재무구조와 사업포트폴리오 관  
리 기능을 총괄토록 했다.

최태원 회장은 지난달 CEO 세미  
나에서 “경영환경 불확실성이 커질  
수록 데이터(data) 기반의 경영전략  
실행이 중요해질 것”이라며 재무 임  
원의 역할을 강조한 바 있어, 이러한  
생각이 SK그룹 인사에도 반영됐다는  
평가다.

이밖에 ‘MZ 세대’ 오너가 임원의  
승진도 눈길을 끌었다. 김승연 한화  
그룹 회장의 장남인 김동관 한화솔  
루션 부회장은 1983년생으로 사장 3



년 차인 올해 8월 부회장에 올랐고,  
CJ그룹 이재현 회장 장남인 이선호  
CJ제일제당 식품전략기획1담당 경  
영리더가 식품성장추진실장으로 승  
진한 지 1년 만에 내부 승진했다.

GS그룹도 허태홍 GS퓨처스 대  
표이사과 허진홍 GS건설 투자개발  
사업그룹장이 상무로 승진하며 ‘오  
너가 4세’ 승진 대열에 합류했다. 허  
태수 GS그룹 회장은 이번 인사를 기  
반으로 취임 이후 지속해서 추진한  
혁신과 신사업 기회 발굴에 더 매진  
할 것이라고 언급했다.

세계의 한 관계자는 “새해 대내외  
적 경영환경은 올해보다 더 험난할  
것”이라고 예측하며 “각 그룹의 연말  
인사가 변화보다는 안정을 기초해  
새로운 돌파구를 찾는 경향성을 보  
이고 있다”고 설명했다.

/허정원 기자 zelkova@