비타민부터 콜라겐까지 간편하게… 내 몸을 지키는 '한입'

건강한 食생활

〈下〉 건기식

건강에 대한 관심 커지며 일상 자리
유통업계 전반 진출… 차별화 경쟁

CJ제일제당 맞춤형 제품개발 주력
농심 미래 성장 주도 신사업 낙점
KGC인삼공사 카톡 선물 서비스

소비자가 홈플러스에서 건강기능식품을 살펴보고 있다. /홈플러스

소비의 큰손으로 떠오른 MZ세대가 헬시플레저, 셀프메디케이션 등의 트렌드를 이끌고 있다. 건강에 대한 관심이 커지면서 효율적으로 건강 관리를 돕는 건강기능식품(건기식)은 필수로 자리 잡았다.

한국건강기능식품협회에 따르면 2019년 4조8000억원 수준이던 국내 건기식 시장 규모는 2022년 6조1429억원으로 커졌다.

또 전국 5000가구를 대상으로 진행한 리서치에서 2022년에 건기식을 구매했다고 응답한 비율은 82.6%로, 10가구 중 8가구가 1년에 한 번 이상 건기식을 구매한 것으로 나타났다. 평균 구매액은 35만7919원에 달한다.

이에 국내 유통업계 전반이 건기식 시장에 뛰어들었다.

CJ제일제당은 국내 헬스케어 시장 선두를 목표로 지난해 1월 CJ웰케어를 출범, 유형별·생애 주기별 맞춤형 건기식 개발에 힘을 쏟고 있다.

롯데칠성음료도 지난해 8월 건기식 전문스타트업 '빅썸'의 지분 약 53%를 인수하며 시장진출을 선언했다. 건강에 도움이 되는 저당류, 저칼로리, 건기식 등 지속가능제품 포트폴리오를 넓혀나가기 위함이다. 롯데칠성음료가 지분 인수한 빅썸은 2016년에 설립한 건기식 연구개발 및 유통 플랫폼 전문회사로 연구개발, 기획, 마케팅, 제조·운영 역량을 보유하고 있다.

라면업계 선두를 달리고 있는 농심 역시 미래 성장을 주도할 신사업으로 건기식 사업을 낙점했다. 지난 2020년 3월 종합 건기식 브랜드 '라이필'을 론칭하고 출시한 제품 '라이필 더마 콜라겐'은 2년 만에 누적매출 550억원을 돌파하며 성공적으로 시장에 안착했다.

농심은 콜라겐 제품을 기반으로 비오틴과 프로바이오틱스, 프로틴 등 다양한 성분을 포함한 관련제품을 선보이며 소비자 선택의 폭을 넓혀나가고 있다.

업계 관계자는 "기업들이 6조원 규모로 성장한 건기식 시장을 공략하기 위해 관련 제품군 출시 확대에 박차를 가하는 모습"이라며 "건강을 중요시하는 소비 추세에 발맞춰 건기식 제품 다각화로 시장을 선점하기 위한 경쟁이 앞으로도 치열할 것"이라고 말했다.

건기식 시장에서 소비자들이 가장 많이 찾는 원료 중 하나는 홍삼이다.

KGC인삼공사는 최근 온라인몰와 카카오톡 선물하기를 강화하며 2030 세대의 유입을 늘리기에 나섰다. 실제로 2018년 40.5%였던 2030세대의 매출 비중은 매년 상승 곡선을 그리며 지난해 56.2%까지 올라섰다. 2030세대가 중장년층 보다 홍삼을 더 많이 찾은 셈이다.

정관장의 '카카오톡 선물하기' 역시 2016년 서비스 시작 후 연평균 60% 이상의 성장률을 나타낸다. 지난 한 해 카카오 기준 약 775억원의 매출을 올리며 전년대비 26% 성장했다. 이 중 2030세대의 구매 비중은 50%가 넘는다.

업계는 개별기능성에 초점을 맞춘 맞춤형시장도 확대될 것으로 전망했다. hy는 최근 AI기반 개인 맞춤형 건강기능식품 추천 서비스를 론칭한 바 있다. AI기반 건강기능식품 추천 전문 플랫폼 '건강비밀(Vi-meal)'과 함께한 서비스는 소비자 니즈, 개인별 건강상태를 고려해 제품을 추천한다.

업계 관계자는 "건강한 삶에 대한 사회적 관심이 커지면서 건기식 시장이 단기간에 급성장했다"며 "올해도 건기식 시장의 성장세는 지속될 것으로 보인다"고 말했다. 이어 "기존보다 좀 더 세분화하고 다양한 니즈에 걸맞는 제품이 출시될 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

삼양식품, 건면 브랜드 '쿠티크' 팝업스토어 오픈

성수동 위치… 내달 5일까지 운영
제품 시식, 럭키드로우 행사 진행

삼양식품이 건면 브랜드 '쿠티크'를 알리기 위해 성수동에 팝업스토어를 운영한다.

삼양식품은 27일부터 2월 5일까지 서울 성수동에 위치한 'LES601 성수'에서 프리미엄 누들 부티크 '살롱드쿠티크'를 운영한다고 26일 밝혔다.

삼양식품은 지난해 12월 '세계 면요리를 큐레이션하는 누들 부티크'라는 콘셉트로 프리미엄 건면 브랜드 쿠티크를 론칭했다.

첫 번째 제품은 '쿠티크 에센셜짜장'으로 양파와 짜장이 어우러진 진한 풍미를 머금은 짜장 소스가 일품이다. 향후 다양한 세계 면요리를 쿠티크 브랜드로 출시해 프리미엄 건면 시장을 선점한다는 계획이다.

삼양식품은 쿠티크에센셜짜장 출시를 기념해 이번 팝업스토어를 기획했다. '일상에서 만나는 프리미엄 누들'이라는 쿠티크 브랜드의 의미를 담아 파티형 팝업스토어로 공간을 꾸몄다.

이곳에서 방문객들은 쿠티크의 브랜드 스토리와 제품을 볼 수 있는 전시공간, 다양한 포토존을 체험할 수 있다. SNS에 인증샷을 업로드하면 추첨을 통해 경품을 제공하는 이벤트도 마련되어 있다.

살롱드쿠티크에서는 쿠티크에센셜짜장 제품 시식과 럭키드로우 행사를 진행한다. 하루에 10회, 회차별 20명만 참여가 가능하며, 온라인 사전 예약자를 우선으로 한다. 사전 예약에 대한 자세한 내용은 삼양식품 공식 인스타그램 계정에서 확인할 수 있다.

한편, 쿠티크에센셜짜장은 국내 라면 시장 최초로 물에 삶아 장시간 저온에서 건조시키는 공법으로 만들어 생면처럼 부드러운 식감이 특징이다. 삶은 건면은 조리 시 전분 용출을 막아 국물이 탁해지는 것을 방지하고 면을 씹어 삼킬 때 목 넘김을 부드럽게 해준다.

/신원선 기자 tree6834@

맥도날드 '쿼터파운더 치즈' 버거 라인업 강화

'쿼터파운더 치즈 BBQ 베이컨' 출시

쿼터파운더 치즈버거 라인업 /한국맥도날드

맥도날드가 '쿼터파운더 치즈 BBQ 베이컨'을 출시하며 묵직한 비프 버거 라인업을 구축했다.

새롭게 선보이는 '쿼터파운더 치즈 BBQ 베이컨'은 맥도날드의 대표 비프 버거 중 하나인 '쿼터파운더 치즈'에 특제 BBQ 소스와 베이컨으로 스모키한 풍미를 더한 메뉴다. 두툼한 100% 순쇠고기 패티와 고소하고 부드러운 치즈 조합을 자랑하는 기존 쿼터파운더 치즈에 맥도날드 특제 BBQ 소스와 베이컨을 더해 더욱 깊은 육즙의 풍미와 감칠맛을 즐길 수 있는 것이 특징이다.

'쿼터파운더 치즈'는 고기와 치즈의 클래식한 조화에 '기본에 충실한 완벽한 맛의 조합'이라는 평을 받으며 탄탄한 마니아층을 보유하고 있는 맥도날드의 스테디셀러 메뉴다. 특히 쿼터파운더 치즈에 들어가는 100% 순쇠고기 패티는 113g(1/4 파운드)에 달하는 두툼한 두께를 자랑하며, 후추와 소금으로만 조리해 고기 본연의 맛을 입안 가득 느낄 수 있는 것으로도 유명하다.

맥도날드는 이번 신메뉴 출시를 기념한 소셜미디어 이벤트를 진행하며 쿼터파운더 치즈 시식권 및 한정판 굿즈를 증정하는 등 다양한 활동을 통해 쿼터파운더 치즈 마니아들에게 특별한 경험을 선사할 예정이다.

/신원선 기자

YouTube
유튜브(메트로신문) 동영상 제공

스타벅스 "아아 좋아하는 사람들을 찾습니다"

〈아이스 아메리카노〉

스벅아 이벤트… 무료 사이즈업 혜택

스타벅스가 추운 겨울에도 아이스 음료를 즐겨 찾는 '얼죽아' 트렌드에 맞춰 이벤트를 전개한다.

스타벅스코리아는 26일부터 오는 30일까지 '아이스 챌린지 아메리카노' 사이즈업 혜택을 제공하는 '스벅아 이벤트'(스타벅스 아이스 아메리카노를 좋아하는 사람들을 찾습니다)를 진행한다고 밝혔다.

이번 '스벅아 이벤트'를 통해 '아이스 챌린지 아메리카노'를 구매하는 고객은 1단계 무료 사이즈업 혜택을 받을 수 있다.

사이즈 업그레이드 혜택이 적용되는 음료는 '아이스 챌린지 아메리카노', '아이스 챌린지 블론드 아메리카노', '아이스 챌린지 디카페인 아메리카노', '아이스 챌린지 1/2 디카페인 아메리카노' 등 4종이다.

사이렌 오더 이용 고객의 경우 아이스 챌린지 아메리카노 메뉴를 통해 주문하면 무료 사이즈업 혜택을 받을 수 있다.

/신원선 기자

컬리
설 기간 라방 시청자 60만명

컬리는 지난 설 연휴 동안 진행한 릴레이 라이브방송의 누적 시청자 수가 60만 명을 돌파했다고 26일 밝혔다.

마켓컬리와 뷰티컬리는 지난 16일부터 20일까지 5일간 하루 두 차례씩 총 10회에 걸쳐 럭셔리 뷰티 브랜드부터 신선식품, 간편식 등 각종 설 선물을 총망라한 라방을 진행했다.

컬리 측은 라방의 인기 요인으로 샛별배송을 꼽았다. 라이브 방송 시청과 함께 상품을 주문하면 다음날 아침 바로 받아볼 수 있다.

/김서현 기자 seoh@

아워홈, '글로벌 셰프 특식 캠페인' 실시

국내외 점포에 셰프 추천 메뉴 제공

글로벌푸드기업 아워홈은 국내외 점포 이용 고객 대상으로 '글로벌 셰프 특식 캠페인'을 실시한다고 26일 밝혔다.

'글로벌 셰프 특식 캠페인'은 아워홈 국내외 점포를 대상으로 글로벌 셰프 추천 메뉴를 매월 1회 동일한 일자에 제공하는 캠페인이다. 1월부터 시작해 1년간 12회 캠페인을 진행한다.

특식 메뉴는 국가별 아워홈 메인 셰프가 추천한 현지 음식으로 구성했다. 각국 셰프가 메뉴 추천뿐 아니라 표준화 레시피를 구성하고 이를 공유해 글로벌 각 점포에서 현지 음식 고유의 맛을 동일하게 즐길 수 있도록 했다.

1월 한국 대표 음식 떡국을 시작으로 2월 중국 징장러우쓰(베이징 전통요리로 돼지고기를 얇게 채 썰어 볶은 요리), 3월 베트남 껌장(베트남식 볶음밥), 4월 미국 버팔로 윙, 5월 폴란드 굴라시 비에푸조비(돼지고기 스튜) 등 특식 메뉴를 제공한다.

/신원선 기자