

밀가루 대신 '가루쌀' 활용... 글루텐프리 제품 출시 잇따라

정부, 농가 애로해소 소비 독려

SPC삼립 '가루쌀 휘낭시에' 인기
신세계푸드 가루쌀+현미 원료
식물성 우유 '라이스 베이스드'
오뚜기 글루텐프리 '비밀카레'

정부가 가루쌀 소비 활성화에 나서면서 식품업체가 밀가루 대신 가루쌀을 활용한 '글루텐프리' 제품을 잇따라 출시하고 있다.

농림축산식품부는 오는 2027년까지 연간 약 200만에 달하는 밀가루 수요의 10%를 가루쌀로 대체한다는 계획을 세웠다. 쌀 소비량 감소와 재고 과잉에 따른 농가의 어려움을 해소하기 위함이다.



오리온 뉴롱지. /오리온



정황근 농림축산식품부 장관이 가루쌀 홍보행사장에서 소비확대 현안을 놓고 대화하고 있다. /뉴시스

1985년부터 쌀 소비량은 매년 줄고 있다. 통계청에 따르면 지난해 국민 1인당 쌀 소비량은 지난해 56.4kg으로 10년 전인 2013년(67.2kg)보다 10kg 넘게 감소했다.

가루쌀은 쌀가루와는 별개로 단단해서 쉽게 빵을 수 없는 일반 쌀을 대신해 개량한 별도의 품종이다. 전분이 둥글고 성글어 가루를 내기 쉬우며, 물에 불리지 않고 밀가루처럼 건식 제분이 가능해 빵과 면, 과자류를 생산하기에 유리하다.

게다가 밀가루에 함유된 글루텐이 소화장애, 알레르기 등을 유발할 수 있는 것

으로 알려지면서 '글루텐 프리'를 내세운 쌀로 만든 식품이 각광받는 추세다.

SPC삼립은 지난해 밀가루를 사용하지 않고 만든 '가루쌀 휘낭시에'를 내놨다. 가루쌀을 사용해 부드러우면서 촉촉한 식감을 구현했다는 평가를 받으며 전량이 소진되는 등 큰 인기를 끌었다. 또 함께 출시한 식빵은 가루쌀을 활용하고 따뜻한 물로 반죽하는 탕종법으로 찰진 식감을 살렸다. 그리고 이달 중와플과 스틱빵 등 4개의 가루쌀 제품을 출시한다.

신세계푸드는 지난 7월 식물성 대안 식 브랜드 '유아잇유잇'에서 가루쌀로 만

든 우유 '라이스 베이스드'를 출시했다. 가루쌀과 현미유 등 100% 식물성 원료를 배합해 만들었다. 유당불내증이나 콜레스테롤 증가를 우려하는 소비자들도 안심하고 마실 수 있다. 동물복지, 환경보호 등 ESG 가치를 중시하는 소비자를 끌어들이기 위한 전략의 일환이다.

오뚜기는 올해 카레 출시 55주년을 맞아, 글루텐프리 카레 '비(非)밀카레'를 출시했다. 모든 원재료에 밀가루를 사용하지 않았다는 의미를 담았다. 오뚜기는 비밀카레를 앞세워 소화장애, 알레르기 등 밀가루에 함유된 글루텐에 민감한 소비자뿐만 아니라 건강식을 선호하는 이들 중심으로 커지는 수요까지 잡는다는 전략이다.

오리온은 100% 국산 쌀로 만든 쌀과자 '뉴롱지'를 출시했다. 오리온농협 밀양공장에서 만든 제품으로, 오리온농협은 국산농산물 소비 확대를 위해 지난 2016년 오리온과 농협이 설립한 합작법인이다. '마켓오네이처 오!그레놀라 및 오!그레놀라 바'를 비롯해 '태양의 맛썬', '치킨팝' 등 다양한 제품에 연간 1000t에 달하는 국산 쌀을 사용하고 있다. '뉴롱지' 또한 100% 국산 쌀로 만든 만큼 쌀 소비 증대에 더 기여할 것으로 기대하고 있다.

로 기대하고 있다.

가루쌀 시장을 확대하려면 생산과 소비의 균형이 필수적이다. 가루쌀을 활용한 가공식품 개발이 우선시되어야 하는 것이다. 이에 정부와 식품업체가 가루쌀을 제품화 하는 것에 속도를 내고 있는 것으로 보인다. 지난해에만 라면, 식빵, 약과, 스낵, 디저트 등 40개가 넘는 가루쌀 활용 제품이 출시됐다.

하지만, 가루쌀은 수입산 밀가루보다 공급 가격이 높아 시장이 지속 성장하기 위해서는 어려움이 있다. 가루쌀은 1kg당 3000~4000원대로 수입산 밀가루보다 2배 가량 비싸다.

정부는 초기 시장 활성화를 위해 현재 가루쌀을 1kg당 1000원대에 공급하고 있다. 이후 가루쌀 재배면적을 넓혀 규모의 경제를 실현해 공급 가격을 낮춘다는 계획이다.

식품업계 관계자는 "가루쌀로 만든 식품은 밀가루 소화 장애나 알레르기가 있는 소비자들에게 대안이 될 수 있고, 농가 상생과 식량자급률 제고 등을 기대할 수 있다"며 "또한 가치소비를 중시하는 MZ세대들에게 관심을 끌 것으로 보인다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

판촉비 전가 의혹... 홈플러스 본사 현장조사

공정위, 무신사·동원F&B 조사도 업계, 국감 앞두고 유통 압박 우려

공정거래위원회가 홈플러스 본사를 대상으로 6년간에 현장 조사에 착수했다.

업계는 국감을 앞둔 상황에 이번 홈플러스의 현장 조사가 사실상 유통업계를 정조준 한 것 아니냐는 우려의 목소리도 나온다.

3일 업계에 따르면 공정거래위원회는 지난 2일 오후 서울 강서구 홈플러스 본사에 조사관을 통해 현장 조사에 착수한 것으로 알려졌다.

이는 홈플러스가 납품업체에 판촉비를 전가했다는 의혹과 관련한 것으로 알려졌다. 공정위는 홈플러스가 대규모 유통업체이나 대리점법 위반 혐의가 있는지 현장 조사를 통해 알아보겠다는 설명이다.

다만 홈플러스는 측은 "5년마다 한번 씩 하는 정기조사다. 판촉비 관련한 것은 아니다"고 일축했다.

같은날 공정위는 무신사와 동원 F&B에 대한 현장조사에도 나섰다.

동원 F&B는 서울 서초구 본사에 조사관을 보내 불공정거래법 위반 행위에 대한 조사를 실시했고, 무신사는 자사 입점브랜드들이 다른 경쟁 플랫폼과 거래하는 것을 부당하게 방해했다는 의혹과 관련된 조사를 받은 것으로 알려졌다.

현장에서 공정위는 무신사의 파트너십 협약서에 대해 세밀하게 들여다본 것으로 전해졌다. 무신사는 공정위 현장 조사가 처음이다.

같은 날 롯데마트에 대해서도 송파구 본사에 조사관들을 보내 판촉비 비용 등 전가 의혹을 조사했다. 롯데마트가 빙

그레, 파스타 등 입점 업체들에 판촉비용을 부당 전가했는지 살펴보기 위해서다.

이같은 상황에 당황아 유통업계 전반이 긴장하는 분위기다.

국감을 앞둔 상황에 향후 대상이 될 업체들이 추가 될 것이라는 관측이 나오기 때문이다.

일각에선 공정위는 다양한 분야에서 서면실태와 현장 조사를 이어온 만큼 유통업체들에 압박 수위가 높아진 것이라는 우려의 목소리도 나온다.

유통업계 관계자는 "국감이 한달도 안남은 상황에 공정위의 압박이 시작됐다. 매년 비슷했지만 올해는 티메프 사태로 특히 유통업체로 시선이 정조준될 수 있다는 관측도 나온다. 대응책은 마련해야 할 것"이라고 강조했다.

/최빛나 기자 vitna@

현대백, 부산 '커넥트현대' 6일 그랜드 오픈

4~5일 사전 개막행사 진행

현대백화점이 부산광역시에 새로운 리테일 공간인 '커넥트현대'를 선보인다.

커넥트현대는 '사람, 장소, 문화를 연결하는 플레이그라운드'를 표방하며, 현대백화점이 새롭게 제시하는 지역 특화 도심형 복합쇼핑몰이다. 백화점의 '프리미엄'과 아울렛의 '가성비', 미술관의 '문화·예술 체험' 등 다양한 업태의 강점이 결합된 복합 문화 공간으로 꾸며, 한층 업그레이드된 고객 경험을 선사하겠다는 포부다.

현대백화점은 오는 6일 부산광역시 동구에 도심형 복합쇼핑몰 커넥트현대를 그랜드 오픈한다고 3일 밝혔다. 공식 오픈에 앞서 4일과 5일 이틀간 사전 개막 행사를 진행한다.

이번에 선보이는 커넥트현대는 지하 5층~지상 9층 규모로, 최신 라이프스타



현대백화점 커넥트현대 전경. /현대백화점

일 브랜드는 물론 부산의 특색을 살린 로컬 콘텐츠 등 총 240여 개 브랜드가 들어선다.

커넥트현대는 다채로운 문화적 경험을 중시하는 MZ세대를 겨냥해 매장 곳곳을 전시·체험형 문화예술공간으로 탈바꿈했다. /최빛나 기자

남양유업, 당류 제로 커피제품 '인기'

프랜차이즈·루카스나인 등 선봬

남양유업은 대표 커피 브랜드 '프랜차이즈'와 '루카스나인'의 당지감·무당 콘셉트 제품들을 앞세워 헬시플레이저 소비자 공략에 나선다고 3일 밝혔다.

남양유업은 대표 커피믹스 브랜드인 '프랜차이즈'의 성분 개선과 리뉴얼을 통해 당지감에 주력함과 동시에 프리바이오틱스를 함유해 건강함을 더했다.

또한 대체당 '스테비아'를 활용해 '당류 제로' 콘셉트의 '프랜차이즈 스테비아 카페인믹스'를 선보였다. 당 의존도가

높은 믹스커피 제품에 대체당을 적용해 당류는 물론 열량을 낮춰 소비자들에게 인기가 높다.

이같은 인기로 힘입어 남양유업은 '프랜차이즈 스테비아 디카페인' 제품을 추가로 출시하며 '당류 제로' 라인업을 확장 중이다. 프랜차이즈 스테비아 카페인믹스와 디카페인 두 제품은 제로 트렌드 열풍을 타고 출시 이래 현재 기준 누적 7500만 봉을 돌파했다.

라떼 브랜드 '루카스나인'도 업계 최저 수준의 당 함량을 자랑한다. 루카스나인은 지난 6월 '라떼를 더욱 더 라떼

답게'라는 슬로건을 앞세워 리뉴얼을 추진했다.

특히 루카스나인 시그니처 오리지널 라떼의 경우 기존 제품 대비 원두와 함께 우유 성분 함량을 높이면서 당 함량은 2.0g으로 동종 제품군 대비 최저 수준이다. 또한 1A등급 우유를 사용해 풍성한 거품으로 카페에서 즐기는 맛을 그대로 구현했다.

루카스나인은 현재 오리지널 라떼·딸기 라떼·더블샷 라떼·바닐라 라떼·아이스 라떼 등 다양한 제품 라인업이 있다.

남양유업은 인기 커피 브랜드를 대상으로 오는 18일까지 네이버 브랜드스토어 '추석선물대접'에서 최대 40% 할인된 가격에 구매할 수 있다. /신원선 기자

SSG닷컴, 리움미술관 신진작가 굿즈 판매

패션·리빙 소품, 문구류 등 10종

SSG닷컴이 미술 대중화에 앞장서고 있다.

SSG닷컴은 '아트스펙트럼 2024 드림스크린' 한정판 굿즈를 3일부터 온라인 단독으로 판매한다고 밝혔다.

아트스펙트럼은 리움미술관이 역량 있는 신진작가를 발굴하고 지원해 국내외에 소개하는 전시회다. 이번 전시회 로고를 활용해 한정 수량으로 제작된 패션·리빙 소품과 문구류 10종을 썩다

컴 아트앤크래프트(Art&Craft) 브랜드관에서 만나볼 수 있다. 연말까지 리움 미술관 스토어에서 취급하는 굿즈 전품목도 5% 할인된 가격에 판매한다.

오는 9일까지는 리움 미술관 멤버십 기프트카드도 5% 할인한다. 구매 고객은 사용 등록 후 1년간 리움·호암 미술관에서 진행하는 모든 전시를 예약 없이 무료로 관람할 수 있다. 미술관 카페와 뮤지엄숍 할인을 포함한 각종 행사에 다양한 혜택을 받아 참여할 수 있다. /최빛나 기자