

“좋은 것만 남기고 다 뺐다”... ‘저속노화’ 건강식단 인기

CJ제일제당 ‘햇반 곤약밥’
‘저속노화 밥’ 화제, 1800만개 판매

오뚜기 ‘수향미 현미밥’ 리뉴얼

세븐일레븐 정희원 교수와
편의점 간편식 건강증진 프로젝트

팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 부쩍 높아진 가운데 젊은층을 중심으로 ‘저속노화(슬로우에이징/Slow-aging)’가 트렌드로 떠올랐다.

몸의 노화 시계를 최대한 늦추기 위해 건강한 식단 관리를 결심한 이들이 늘어난 것이다. 저속노화 식단의 핵심은 혈당 스파이크를 일으키는 정제 탄수화물, 단순당, 가공식품 등을 줄이고 채소, 단백질 등 GI지수(혈당지수)가 낮은 식재료 위주로 구성하는 것이다.

식품업계는 이러한 트렌드를 반영해 저속노화 식단 관련 제품을 출시하고 있다. 시장조사전문기업 엠브레인 트렌드모니터가 전국의 만 19~69세 성인



햇반 현미귀리 곤약밥, 귀리흑미 곤약밥. /CJ제일제당



캘리스랩 부스에서 전문셰프가 건강식단을 제공하고 있다. /아워홈

남녀 1000명을 대상으로 한 ‘웰에이징 인식 조사’에 따르면 72.3%가 ‘웰에이징을 위해 노력할 의향이 있다’고 답한 것으로 나타났다. 특히 30대가 40~60대보다 노화 방지를 위해 시간 및 비용 투자 의향이 높은 것으로 드러났다. 단순히 나이를 먹는 것이 아니라 건강을 유지하면서 삶의 질을 높이는 라이프스타일을 추구하는 것이다.

CJ제일제당에 따르면 ‘햇반 곤약밥’이 저속노화 밥으로 화제를 모으며 누적 판매량 1800만개를 넘어섰다. 회사는 2022년부터 곤약밥, 솔반, 저단백밥 등 웰니스 즉석밥의 카테고리별 세분화해 다양한 제품을 선보여왔다.

오뚜기도 지난해 10월 현미 비율을 끌어올린 ‘수향미 현미밥’ 출시한 데 이어 11월에는 쌀 대신 귀리를 주재료로 사용한 주먹밥 시리즈를 선보이며

관련 제품군 확대에 속도를 내고 있다.

편의점 업계도 건강한 간편식 출시에 열을 올리고 있다.

세븐일레븐은 정희원 서울아산병원 노년내과 교수와 함께 ‘편의점 간편식 국민 건강 증진 프로젝트’에 나선다고 지난 8일 밝혔다. ‘안심하고 먹을 수 있는 안전 먹거리 제공’을 상품 개발 캐치프레이즈로 내세우고 있으며, 이번에 ‘건강한 한끼를 통한 국민 건강 증진’을 공동의 목표로 정희원 교수와 손잡고 저속노화 간편식 시리즈를 순차적으로 선보인다.

최근 선보인 저속노화 간편식은 총 5종으로 저속노화를 위한 식단 구성에 충실했다. 영양성분이 풍부한 렌틸콩, 귀리, 현미 등 대사질환과 성인병 예방에 좋은 잡곡을 활용했고, 여기에 닭가슴살과 각종 야채를 주 재료로 사용해

맛과 영양을 동시에 잡았다.

세븐일레븐의 저속노화 간편식 시리즈는 지난해 9월 처음 개발에 나서 콘셉트 구상부터 상품화 단계까지 4개월의 시간을 거쳐 탄생했다. 세븐일레븐은 정희원 교수의 컨설팅 아래 30회 가량의 샘플 테스트를 진행했으며 나트륨 기준, 잡곡 함량 등에 대한 기준도 마련했다. 특히 나트륨 함량의 경우 일반 상품 대비 최대 50%까지 줄였다.

GS25, CU 등도 나트륨·당류 저감 식품을 판매중이다. 앞서 GS25는 나트륨 평균값 대비 20% 낮춘 ‘아삭오이 크림치즈 샌드위치’(347mg), 나트륨 평균값 대비 10% 낮춘 ‘스리라차마요비프’(484mg) 등을 선보였다. CU는 나트륨 표준값보다 45% 낮춘 ‘100% 피넛 애플샌드위치’(344mg)와 35% 낮춘 ‘통밀 치킨샌드’(347mg) 등을 내놨다.

업계 관계자는 “올해도 나트륨, 칼로리, 당 저감 등 균형 잡힌 상품 라인업 확대와 더불어 다양한 행사를 기획해 고객 수요를 충족시킬 계획이다”라고 밝혔다.

단체급식 업계에서도 저속노화 트렌드를 반영하고 있다. 급식 식자재 기업 아워홈은 구내식당에서 개인의 건강상태를 토대로 전문 영양사가 식단 컨설팅을 해주는 ‘캘리스랩’을 운영중이다. 삼성웰스토리도 유전 인자와 취식·검진·운동 데이터 등 개인의 특성을 기반으로 이뤄지는 맞춤형 영양 코칭을 제공한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

올가홀푸드

1++ 명품한우 NO.9 등
29일까지 설 선물 판매

풀무원 계열의 프리미엄 웰스&웰니스 브랜드 올가홀푸드(이하 올가)는 올가만의 지속가능성과 품격을 담아 차별화해 초프리미엄 가치가 돋보이는 ‘2025년 설날 선물세트’ 행사를 전국 올가 매장과 온라인몰에서 오는 29일까지 진행한다고 12일 밝혔다.

올가는 유통업계의 고급화된 소비 트렌드에 발맞춰 품질과 희소가치를 강조한 선물세트를 선보이고 있으며, 지난해 12월에 진행한 25년 설 사전예약 선물세트는 전년 대비 11.1%의 매출 성장을 기록했다. 올가는 이번 행사를 통해 단순한 선물 이상의 품격과 지속가능성을 담아 올가만의 특별한 가치를 강조한 초프리미엄 선물세트를 선보이고 고객들에게 차별화된 경험을 선사한다.

올가의 ‘초프리미엄’ 세트는 최상위 품질의 제품으로만 구성되어 선물의 품격을 한층 높였다. /신원선 기자



홈플러스 관계자들이 설 선물세트 상품을 들고 있는 모습. /홈플러스

홈플러스

설날 선물세트 본판매
16일부터 15일간 진행

홈플러스가 이달 16일부터 30일까지 15일간 2025년 설날 선물세트 본 판매를 진행하며 최대 50% 할인 혜택을 제공한다. 12일 밝혔다.

홈플러스에 따르면, 올해 설날 선물세트 본 판매는 소비자가 가장 선호하는 선물을 실속 있게 준비한 것이 특징이다. 특히, 과일과 축산 등 가격 변동성이 큰 원물의 물가 동향을 치밀하게 분석해 최적의 구성과 가격으로 선물세트를 마련했다는 게 홈플러스 측 설명이다.

우선, 행사카드 결제 고객과 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 최대 50% 할인 혜택을 제공한다. 행사카드 구매 시 금액대별 상품권을 증정하며 5만 원 이상 결제 시 최대 3~6개월 무이자 할부 혜택도 받을 수 있다. 또한, 1+1, 2+1, 3+1 등 구매 수량별로 1세트를 추가로 제공하는 행사도 진행한다.

과일 선물세트도 최저가 수준으로 준비했다. 행사카드 결제 시, ‘샤인머스켓+망고세트’는 기존 태국 골드망고 대신 페루산 애플망고로 구성해 4만9900원에 제공한다. /안재선 기자 wotjs4187@

현대그린푸드, 단체급식업계 첫 ‘굿 디자인 어워드’ 수상

본사 구내식당 그린컬러 중심 설계
실내건축 디자인 분야 ‘우수 디자인’

현대백화점그룹 계열 종합식품기업 현대그린푸드는 본사 구내식당 인테리어가 ‘2024 굿 디자인 어워드’에서 실내건축 디자인 분야 우수 디자인(GD)으로 선정됐다고 12일 밝혔다.

산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 굿 디자인 어워드는 각 분야 전문가의 공정한 심사를 통해 디자인이 우수한 상품과 서비스에 정부 공식 인증인 GD(Good Design) 마크를 부여하는 공신력 있는 국내 산업 디자인 시상식이다. 현대그린푸드는 단체급식업계 최초로 실내건축 디자인 분야 우수 디자인으로 선정되며 업계 내 선도적인 디자인 역량을 대외적으로 인정받게 됐다.

현대그린푸드는 지난 2023년 본사 구내식당을 리뉴얼 당시 회사를 대표하는 그린 컬러를 중심으로 효율성·친환경성·포용성을 담은 인테리어와 디자인을 설계해 적용했다. 특히 주방의 경우 전처리부터 조리·배식·세척 등 업무 프로세스별 공간을 효율적으로 분

리해 동선을 최적화했으며, 최신 위생 장비와 가스절감 조리 장비를 설치해 환경 오염을 최소화했다.

또한 홀 공간의 식사 테이블은 폐플라스틱과 폐유리를 업사이클링한 친환경 자재를 사용하고, 에너지 소비를 절감하기 위해 자연 채광을 극대화할 수 있도록 통창과 폴딩도어를 결합한 글라스 하우스(Glass House) 디자인을 적용했다.

현대그린푸드는 식사시간 이외에도 구내식당을 업무나 회의 공간으로 활용할 수 있도록 다인용 회의 테이블과

멀티탭 등을 구비해 공간 효율성을 높였다. 이밖에 장애인을 포함한 다양한 사용자가 편리하게 이용할 수 있도록 배식대와 테이블 높이를 조절할 수 있도록 설계했다.

현대그린푸드 관계자는 “구내식당이 식사 공간을 넘어 이용 고객들의 근로의욕과 효율을 높이는데 기여할 수 있는 공간이 되도록 다양한 시도를 이어나갈 계획”이라며 “맛과 건강뿐 아니라 디자인 분야에서도 업계를 선도할 수 있도록 지속 노력할 것”이라고 말했다. /신원선 기자

‘정호영 셰프의 만능3종 세트’ 15일 론칭

NS홈쇼핑, 전통선 손질 패키징

NS홈쇼핑이 15일 오후 5시 15분 ‘정호영 셰프의 만능3종 세트’를 론칭 방송한다고 12일 밝혔다.

JTBC 예능 ‘냉장고를 부탁해 시즌 2’에 출연중인 정호영 셰프는 이번 설을 맞아 명절대표음식인 전통전의 재료를 손질해 패키징한 ‘정호영 셰프의 만능 3종 세트’를 선보인다. 다가오는 설을 맞아 한국인의 입맛에 착 붙는 전 상품을 모아 구성했다.

‘정호영 셰프의 만능 3종 세트’는 계절만 입혀 부쳐내면 전통전을 간편하게 완성할 수 있어 차례상 음식 재료 손질의 번거로움을 줄여준다.

부드러운 육질의 흥두개살 육전, 탱글한 식감의 새우전, 담백한 흰살생선 동태포가 소포장되어 있으며 필요한 양만큼 바로 꺼내 사용하기 편리하다. 흥두개살(250g) 4팩, 손질 새우(140g) 4팩, 손질 동태포(200g) 2팩으로 구성으로 가격은 5만9900원이다.

방송에는 정호영 셰프가 직접 출연해 ‘정호영 셰프 만능 3종’으로 간편하게 전을 부치고, 다양한 요리에 맛있게 응용하는 방법을 소개할 예정이다.

/신원선 기자

롯데온, 고객과 소통 ‘뷰티 앰버서더’ 모집

2월부터 5개월 간 활동

롯데온이 이달 15일까지 뷰티 인플루언서로 성장할 ‘롯데온 뷰티 앰버서더’를 모집한다고 12일 밝혔다.

롯데온에 따르면, 이번 뷰티 앰버서더 모집은 뷰티 특화 매장 ‘온앤더뷰티’ 고객과의 소통을 강화하기 위해 기획됐다. 뷰티 앰버서더를 통해 다양한 브랜드와 협업해 신제품 리뷰 콘텐츠를 제작하고, 브랜드 팝업 참여 및 네트워킹 파티 등을 진행할 예정이라는 게 롯데온 측 설명이다.

최신 뷰티 트렌드에 관심이 많고, 개인

유튜브나 인스타그램 등 사회관계망서비스(SNS)에 콘텐츠를 업로드할 수 있는 사람이라면 누구나 지원할 수 있다.

앰버서더로 선정되면 프로필 촬영 및 매월 롯데 그룹 포인트인 엘포인트 5만 점의 혜택이 주어진다. 또한, 우수 앰버서더에게는 엘포인트 20만 점 추가 혜택과 함께 뷰티 브랜드와의 콜라보 촬영 기회도 제공된다. ‘롯데온 뷰티 앰버서더’는 오는 2월 초부터 6월 말까지 약 5개월간 활동할 예정이다. 지원 방법은 롯데온에서 ‘뷰티 앰버서더’를 검색한 뒤 나오는 페이지에 연결된 지원 양식을 작성하면 된다. /안재선 기자