

# “밥처럼 부담없는 한 끼로”... ‘건강빵’ 정규식단 만든다

## 제빵업계 ‘식사대용 빵’ 출시

제빵업계가 식사대용 빵 출시에 적극적으로 나서고 있다. 국내에서 주로 간식이나 디저트로 소비되던 빵을 정규 식단으로 자리 잡게 하려는 전략이다. 이는 점점 서구화하는 식문화 흐름에 발맞추는 동시에, 정체된 국내 제빵 시장의 성장 한계를 돌파하려는 움직임으로 해석된다.

파리바게뜨는 지난달 프리미엄 브랜드 ‘파라라벨(PARAN LABEL)’을 론칭하고, 전국 3400여 개 매장을 통해 건강빵(식사대용 빵) 대중화에 나섰다.

파라라벨은 빵을 더 건강하면서도 맛있게 즐기고자 하는 고객들의 바램을 실현시키기 위해 80년간 축적된 제빵기술과 R&D 투자를 통해 선보인 브랜드다. 파리바게뜨는 파라라벨을 통해 건강빵의 새로운 기준을 제시하고, 누구나 빵을 밥처럼 부담 없이 즐길 수 있는 시대를 열겠다고 포부를 드러냈다.

그동안 시중에 출시된 건강빵들은 식감이 거칠고 맛이 떨어진다는 인식이 있어 수요가 크지 않았다.

SPC식품생명공학연구소는 이러한 편견을 깨기 위해 2020년부터 핀란드 헬싱키 대학교와 함께 한국형 노르딕(Nordic, 북유럽) 건강빵 개발을 위한 산학공동연구를 진행했으며, 그 결과 4년여간의 연구 끝에 통곡물 발효종인



모델들이 건강빵 브랜드 ‘파라라벨(PARAN LABEL)’ 제품을 소개하고 있다. /SPC

**파리바게뜨 ‘파라라벨’ 론칭 헬싱키대와 한국형 건강빵 개발 발효종 사용 베이커리 13종 선보**  
**신세계푸드 건강빵 3종 이어 ‘유산균 쌀 식빵’ 신제품 출시**  
**GS리테일 CJ제일제당과 협업 맥스봉·고메·스팸 활용 조리빵**

‘SPC x 헬싱키 사위도우’와 ‘멀티그레인(통곡물) 사위도우’ 개발에 성공했다. 발효 과정에서 통곡물 빵의 거친 식감을 개선하고 장시간 부드러움과 촉촉함을 유지할 수 있다.

파라라벨은 이렇게 개발된 발효종을 사용해 만든 노르딕 베이커리 4종을 비롯해 고단백, 저당, 고식이섬유 등 영양

성분을 강화한 프리미엄 베이커리 제품 총 13종을 선보였다. 향후 쿠키, 케이크, 선물 제품까지 관련 라인업을 확장할 계획이다. 또 국내 매출 추이를 지켜본 뒤 수출까지 염두에 두고 있다.

신세계푸드는 지난해 10월부터 이마트 내 E베이커리 매장에서 건강빵 3종을 선보여왔다. 그리고 지난달 소비자들의 인기에 힘입어 4번째 제품 ‘유산균 쌀 식빵’을 선보였다.

해당 제품은 국산 가루쌀과 쌀겨 추출 현미유로 만든 식물성 음료 ‘다이스 베이스드(Rice-Based)’와 특허 받은 글루텐(Gluten) 분해 유산균으로 반죽해, 쌀의 은은하고 고소한 풍미는 살리고 유당에 민감한 소비자들의 소화부담을 줄여 편안하게 즐길 수 있는 것이 특징이다. 또한 식빵 특유의 부드럽고 쫄깃한 결을 살려, 다양한 재료를 활용한



유산균 쌀 식빵. /신세계푸드



고객이 GS25에서 선보인 맥스봉소시지빵과 고메함박브래드를 살펴보고 있다. /GS리테일

샌드위치, 토스트 등으로 즐기기도 한다.

신세계푸드는 기존 판매해 온 ‘유산균 쌀 빵’ 3종(모닝롤, 바게트, 크로아상)의 인기에 주목해 고물가 시대 합리적 가격으로 즐길 수 있는 건강 식사빵을 지속적으로 선보이며 고객 만족도를 높인다는 계획이다.

실제로 신세계푸드의 ‘유산균 쌀 빵’ 3종은 출시 이후 월 평균 판매량이 12% 증가하며 지난달 누적 판매량 60만개를 돌파했다. 특히 3종 모두 지난달 이마트 내 E베이커리에서 판매 중인 50여종의 빵 가운데 판매순위 10위권 내에 오를 정도로 높은 인기를 기록하고 있다.

고물가가 지속됨에 따라 삼시세끼를 모두 챙기기 부담스러워하는 소비자가 늘면서 편의점 식사빵 판매도 늘고 있다. 특히 젊은 소비자 사이 간편하고 가벼운 식사를 찾는 ‘스내킹’ 트렌드가 자

리 잡으며 판도가 바뀌고 있다. 시장조사기관 유로모니터에 따르면 식사빵류로 분류되는 플레인형 양산빵(식빵, 베이글 등)의 국내 시장 규모는 2018년 약 796억원에서 지난해 약 1598억원으로 2배가량 늘었다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 CJ제일제당과 협업해 ‘맥스봉’ ‘고메’ ‘스팸’을 활용한 조리빵을 선보였다. 양사의 협업은 밥 대신 빵으로 간편하게 한 끼를 해결하려는 소비자 수요에 대응하기 위해 이뤄졌다.

업계 관계자는 “맛 뿐만 아니라 영양을 고려하는 소비자들을 위해 건강·식사빵 출시가 활발히 이뤄지고 있다”며 “식사를 간단하게 해결할 선택지가 다양해지면서 수요와 공급이 늘고 이에 따라 시장 규모도 성장세다”라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 롯데월드몰에 유통사 첫 ‘더바넷’ 팝업

롯데백, 20일까지 봄·여름 신상 공개 가방·액세서리 등 200여개 상품 준비

롯데백화점이 잠실 롯데월드몰에서 국내 패션 브랜드 ‘더바넷’ 팝업스토어를 국내 유통사 최초로 선보인다고 10일 밝혔다.

‘더바넷’은 지난 2021년 출시된 캐주얼 브랜드로, 클래식한 디자인에 섬세한 디테일을 더한 스타일이 특징이다. 최근 일본 도쿄 신주쿠 이세탄 백화점에서 팝업스토어를 운영하며 일주일간 3억 원의 매출을 기록했다고 회사 측은 설명했다.

이에 롯데백화점은 오는 20일까지 잠실 롯데월드몰 지하 1층에서 ‘더바넷’ 팝업스토어를 열고, 2025년 봄·여름 신



잠실 롯데월드몰 ‘더바넷’ 팝업스토어. /롯데백화점

상품을 단독 공개한다. 팝업스토어에서는 가방, 모자, 액세서리를 포함한 200여 개의 상품을 만나볼 수 있으며 대표 제품으로는 ‘워크 재킷’, ‘집업 니트’, ‘볼캡’ 등이 준비됐다.

매장 인테리어도 감각적으로 조성됐다. 입구에는 유럽 상점을 연상시키는 꽃마차와 아치형 구조물을 배치했으며, 방

문객들이 자유롭게 상품을 둘러보고 착용할 수 있도록 피팅룸 4곳을 마련했다.

팝업스토어 방문객을 위한 다양한 혜택도 제공한다. 구매 고객에게는 포토부스 이용권이 제공되며 주말에는 5만 원 이상 구매 고객을 대상으로 선착순 한정 수량의 생화를 증정한다. 또, 40만 원 이상 구매 고객에게는 한정 수량의 슬더백을 제공할 예정이다.

롯데백화점 운영측 영컬처팀 치프바이어는 “‘더바넷’은 현시점 젊은 고객들 사이에서 가장 뜨거운 디자이너 브랜드 중 하나”며 “롯데백화점에서 다채로운 K-패션 브랜드를 지속 선보이고 있는 만큼 향후에도 차별화된 콘텐츠로 트렌드를 선도하며 시너지 효과를 낼 계획”이라고 말했다. /안재선 기자 wotjs4187@

## hy “월 작약 정기구독하고 사은품 받아요”

추첨 통해 ‘이자벨마랑’ 제품 증정

hy는 LF와 함께 ‘LF몰과 함께하는 봄맞이 페스타’를 오는 23일까지 진행한다. 10일 밝혔다.

hy는 정기구독 서비스를 결합한 혜택을 마련했다. 행사 기간 중 ‘헬리코박터 프로젝트 월’ 3종과 신제품 ‘월 작약’을 일정 금액 이상 구매하거나 정기구독 신청 시 추첨을 통해 프랑스 럭셔리 디자이너 브랜드 ‘이자벨마랑’ 제품을 증정한다.

히트 제품 ‘hy 케어온 관절토탈케어’를 정기구독 또는 15000원 이상 구매하면 추첨을 통해 ‘헤지스 면훈방 가디건’이 제공된다. ‘케어온 혈압케어’ 1박

스 구매 시에도 동일한 혜택이 적용된다. 이벤트에 참여한 전원에게 LF몰 13% 할인 쿠폰이 지급된다.

LF몰에서도 특별한 혜택을 준비했다. 봄맞이 ‘아울렛 뉴시즌’ 제품을 20만 원 이상 구매하면 선착순 100명에게 ‘월 작약’ 또는 ‘프레딤몰 금액권’이 포함된 랜덤 럭키박스를 증정한다. 기획전 기간 동안 가장 많이 구매한 고객 3명에게는 프레딤몰 금액권이 추가 지급된다.

hy 마케팅 담당자는 “프레딤몰과 LF몰이 함께하는 이번 이벤트를 통해 고객들에게 차별화된 혜택을 제공할 수 있어 기쁘다”며 “앞으로도 다양한 브랜드와 협업해 고객 만족도를 높여가겠다”고 말했다. /신원선 기자

## 퀴진케이 ‘한식 코스’ 등 스페셜 팝업

‘유용육바베큐연구소’와 맞손

CJ제일제당의 한식 셰프 양성 프로젝트 ‘퀴진케이(Cuisine.K)’가 유용육소장과 손잡는다.

CJ제일제당은 오는 18일부터 29일까지 열흘간 서울 강남구 소재 퀴진케이 레스토랑에서 독창적인 훈연 기법으로 유명한 ‘유용육바베큐연구소’와 함께 스페셜 팝업 레스토랑을 운영한다고

10일 밝혔다. 이번 협업은 한식의 발전과 세계화를 위해 젊은 한식 셰프 육성에 힘쓰는 퀴진케이 프로젝트의 취지에 공감한 유용육소장이 먼저 제안하면서 성사됐다.

스페셜 팝업은 최다빈 셰프, 김범수 셰프, 최어진 매니저 등 ‘유용육바베큐연구소’ 소속 영셰프 3인이 운영한다. ‘불과 훈연’을 주제로, ‘유용육바베큐연구소’ 대표 메뉴에 다양한 한국 식재료

를 더한 7가지 한식 코스 요리를 선보일 예정이다. ▲훈연굴 토스트 ▲우설편채 ▲갈비반상 ▲대추아이스크림 등의 디너 메뉴와 여기에 곁들여 즐길 수 있는 전통주 페어링도 마련했다.

금요일에는 점심도 운영한다. ‘유용육바베큐연구소’의 인기 메뉴를 활용한 육계장 칼국수를 선착순 20그릇 한정 판매한다. 이번 ‘유용육바베큐연구소 X 퀴진케이’ 스페셜 팝업 레스토랑은 매주 화요일부터 토요일까지 운영되며, 11일부터 ‘캐시테이블’ 앱을 통해 사전 예약을 진행한다. /신원선 기자

## SSG닷컴, 이은정 셰프 ‘잭앤더베이글’ 출시

시오버터·무화과 등 4종 세트

신세계그룹 e커머스 계열 SSG닷컴이 국내 베이커리 전문가 이은정 셰프와 손잡고 ‘잭앤더베이글’ 4종 세트를 출시한다고 10일 밝혔다.

이은정 셰프는 베이커리 카페 ‘잭앤더’, ‘오너스그램’, ‘브레드바이’를 운영하고 있으며, ‘수요미식회’ 등 요리 예능 프로그램에 출연하며 이름을 알린 바 있다.

SSG닷컴에 따르면, ‘잭앤더베이글’

세트는 플레인, 시오버터, 무화과, 초코브라우니 총 네 가지 맛으로 구성됐다. 특히, 초코브라우니맛 베이글은 SSG닷컴에서만 만나볼 수 있다.

한편, SSG닷컴은 프리미엄 식품관 ‘미식관’을 중심으로 단독 및 차별화 상품을 선보이고 있다. 대표적으로 ▲주서빈 밥소믈리에와 협업한 블렌딩 쌀 3종 ▲속초 디저트 맛집 설악젤라또 8종 ▲이노하스와 협업한 비건 간편식 10종을 통해 미식관을 강화하고 있다고 회사 측은 전했다. /안재선 기자