

“즐겁게 건강 지킨다”... 음료시장 ‘헬시 플레저’ 열풍

슈가·칼로리 제로 제품 선호 늘어 국내 제로음료 시장 3000억 규모 업계, 제품 출시·마케팅 등 강화 디저트·과자류, 대체당 첨가 확대

최근 즐겁게 건강을 관리하는 ‘헬시 플레저’ 열풍이 불고 있다. 엔데믹 이후 높아진 건강에 대한 관심과 즐거운 삶을 살아가려는 심리가 맞물리면서 ‘헬시 플레저’는 새로운 트렌드로 자리 잡아가고 있다. 대형마트와 식음료업체 등은 이같은 트렌드에 발맞춰 다양한 제품 출시와 함께 마케팅을 강화하고 있다.

19일 유통가 등에 따르면 ‘헬시 플레저(Healthy pleasure)’는 ‘건강하다(Healthy)’와 ‘기쁨(Pleasure)’이 합쳐진 단어로 ‘즐겁게 건강을 관리한다’는 의미를 담고 있다.

헬시 플레저를 추구하는 소비자들은 단순히 음료나 디저트를 고를 때에도 제로 슈가·칼로리 제품을 선호하는 등 건강을



‘헬시 플레저’가 소비자들의 식음료 소비 트렌드로 떠오르면서 유통 및 생산업체가 제로 탄산음료, 그릭 요거트 등 다양한 제로 슈가 제품을 출시하고 있다. **홈플러스 제공**

최우선으로 둔다.

이같은 트렌드 확산으로 국내 제로 음료 시장은 호황기를 맞고 있다.

시장조사기관인 유로모니터에 따르면 지난해 국내 제로 음료 시장 규모는 약 3000억원으로 지난 2016년 대비 232%의 높은 증가율을 기록했다.

실제로 홈플러스는 지난 5월 한달 간 제로 슈가 음료수 매출이 전년 동기 대비 70% 신장했다고 밝혔다.

제로 음료는 설탕 대신 단맛을 내는 천연당, 천연감미료, 합성감미료, 당알코올 등 대체당을 첨가해 기존 음료 맛을 살리고 칼로리는 현저히 낮춰 건강에 좋다는

인식이 있다. 2006년 코카콜라가 제로 제품을 내놓으면서 제로슈가 음료시장이 열렸으나 당시에는 ‘다이어트 음료’로 취급되며 체중감량 등 구매 목적이 뚜렷한 소비자 말고는 구매력이 낮았다.

이와 달리 최근 출시되고 있는 제로음료는 헬시 플레저 열풍에 따라 하나의 소비문화로 자리매김했다.

이에 따라 생산 및 유통업체는 제로음료를 선호하는 소비자 트렌드에 맞춰 다양한 제로음료 라인을 쏟아내고 있다. 펩시는 기존 제로 라인에 이어 올해 제로 망고맛을 출시했다. 코카콜라도 지난 5월 제로 레몬을 출시하는 등 제로칼로리 탄산음료 시장을 넓혔다.

국내기업인 롯데칠성 역시 올해 초 제로밀키스를 내놓았는데, 출시 1시간 만에 품절대란이 일어나기도 했다. 롯데칠성은 칠성사이다 제로에 이어 탐스 제로 라인도 발표했다. 탄산음료뿐만 아니라 데자와나 실론티, 보성홍차 아이스티 등 차 음료도 제로슈가 제품이 출시돼 헬시 플레

저 소비자들의 눈길을 끌고 있다.

헬시 플레저 트렌드는 음료뿐 아니라 디저트류에서 영향을 주고 있다.

롯데웰푸드는 무설탕 디저트 브랜드 제로를 출시해 파이, 초코칩, 젤리 등을 선보였다. 지난해 5월 출시된 제품은 지난해 연말까지 200억원의 실적을 올리는 등 큰 인기를 모았다. 또 홈플러스는 지난 3월 제로 발효유 제품인 요즘·로트·코우카 키스 등 그릭요거트를 출시했는데 매출이 크게 증가하고 있다.

직장인 신지혜(26)씨는 “뉴스 등 미디어에서 2030 세대들이 액상과당에 중독됐다는 기사를 자주 접했다. 이를 보고 일상 속 설탕을 줄여보자고 다짐했지만 맛은 포기할 수 없어 고민하던 중 맛과 건강을 모두 잡은 제로슈가 음료·과자가 출시돼 사먹고 있다”며 “제로 음료의 경우 대체당을 사용해 맛만이 더 깔끔하다고 느낀다. 기존 탄산음료를 먹으면 입안이 텁텁해지는데 제로 음료는 그런 불편함이 없어 더 선호한다”고 말했다. **박소영 기자**

홈플러스, 가전 할인행사 에어컨 쿨 페스티벌 진행

홈플러스가 6월 한달 간 ‘상반기 결산 가전 할인행사’를 진행한다고 19일 밝혔다.

이번 행사에서는 대형가전 행사상품 구매 시 10% 즉시 할인과 신한·삼성카드 200만원 이상 결제 시 10개월 무이자 할부, 구매 금액별 최대 180만원 상품권 증정 등 다양한 혜택을 제공한다.

브랜드 기획적으로 삼성 TV QLED 2종과 LG TV 올레드 2종의 상반기 주력 모델 및 신규 모델 특가 프로모션을 진행한다. 또 삼성 비스포크 23년형 라인업 투명 글라스 모델과 LG 오브제컬렉션 23년형 라인업 더블매지, 노크온을 특가 판매한다.

결산 가전 할인행사는 ‘에어컨 쿨 페스티벌’도 함께 진행해 역대급 더위와 폭우를 대비한 여름 필수템을 할인 판매한다. 특히 전기료 인상을 대비한 고효율 가습기, 에어컨 등을 선보인다.

이마트, 아티스트 ‘그라플렉스’ 콜라보 ‘눈길’

캠핑 등 캠핑용품 4종 출시 28일까지 특별 할인전도 진행

이마트가 유명 아티스트 ‘그라플렉스’와 콜라보한 감성 캠핑용품을 단독으로 선보인다.

상품은 코베아x그라플렉스 캠핑원, 코베아x그라플렉스구이바다, 맥스x그라플렉스 CRV 부탄가스(4입), 맥스x그라플렉스 캠핑가스(230g) 등 4종으로, 캠핑 필수 아이템 위주로 준비했다.

그라플렉스(GRAFFLEX)는 그래픽 아트를 기반으로, 페인팅·일러스트·아트 토이 등 다양한 방법을 통해 자신의 예술 세계관을 국민들에게 편안하고 다가가기 쉽게 표현한 작가로 알려져 있다.

이번 이마트와의 콜라보 상품에서는 ‘BETWEEN’이라는 키워드를 사용했다. ‘가상과 현실을 넘나드는 특별한 캠핑’이라는 테마를 강조, 독특한 표현 방법

으로 캠핑에 재미를 더했다.

이마트는 그라플렉스 콜라보 상품을 단독 선보인데 이어 가격 할인에 상품권까지 주는 ‘특별 할인전’을 진행한다.

오는 28일까지 코베아x그라플렉스 캠핑원을 5200원 할인한 4만6800원에, 코베아x그라플렉스구이바다를 1만8500원 할인한 16만6500원에 판매한다. 또한, 맥스x그라플렉스 CRV 부탄가스(4입)을 20% 할인한 5432원에, 맥스x그라플렉스 캠핑가스(230g) 역시 20% 할인한 2320원에 판매한다. 행사카드 사용시 상품권을 증정하는 이벤트도 진행한다. 해당상품을 행사카드로 3/6/9만원 이상 전액 결제시, 5000원/1만원/1만5000원 신세계 상품권을 증정한다.

이마트가 콜라보 캠핑용품을 선보이는 것은 소풍처럼 가볍게 캠핑을 즐기는 ‘캠프닉(캠핑+피크닉)’이 인기를 얻으며 관련 용품 매출이 증가하고 있을 뿐 아니라,

특히 ‘보기 좋고 예쁜’ 캠핑용품에 대한 수요가 높아지고 있기 때문이다.

코로나19 시기부터 시작된 캠핑의 대중화로 젊은층, 여성층이 캠핑시장에 대거 유입됐고, 이에 성능뿐 아니라 디자인적 요소를 따지는 고객들이 크게 증가한 것이다. 실제, 이마트가 지난달 18일부터 31일까지 2주간 사전 판매한 맥스x그라플렉스 커스텀백은 준비물량 2000개가 모두 팔리며 인기를 증명했다. 맥스x그라플렉스 부탄가스·캠핑가스 역시 2주간 1만개가 훌쩍 넘게 판매되기도 했다.

이마트 김찬수 아웃도어키친 바이어는 “기능뿐 아니라 디자인적 요소도 가미된 캠핑용품 수요가 빠르게 증가, 캠핑대세 트렌드로 자리잡고 있다”며 “앞으로도 이마트는 그라플렉스 콜라보 캠핑용품을 기점으로 고객들의 세밀한 디자인 취향을 반영한 제품을 적극적으로 개발할 것”이라고 밝혔다.



코베아x그라플렉스 캠핑원 상품사진.



맥스x그라플렉스 캠핑가스 상품사진. **이마트 제공**

한편, 이마트는 그라플렉스 콜라보 캠핑용품 이외에도 다양한 캠핑용품을 특가에 판매한다. 28일까지 티에라/카즈미/파크론/루니톤 캠핑용품 전품목을 최대 30% 할인 판매한다.

친환경 신재생 에너지 전문기업/전기공사업

태양광 발전소 분양·매매!!



- ✓ 100% 시공계약이행보증
- ✓ 분양, 시공, 인허가 토탈컨설팅!!
- ✓ 안정된 연금식 노후 보장
- ✓ 맞춤형 발전소 가능
- ✓ 투명하고 합리적인 분양가