‘엄마표’ 건강식

더위가 싸악~ 입안이 사르르~

우리아이 먹을거리 직접만들기 붐… 아이스크림·팥빙수 여름디저트 제품 매출 늘어

직접 만들어 먹을 수 있는 여름 간식용 재료들이 인기를 끌고 있다.

여름철 먹을거리 위생에 대한 관심이 높아지면서 빵이나 아이스크림, 팥빙수와 같은 여름철 디저트를 집에서 직접 해먹는 사람이 늘었기 때문이다.

광주신세계 이마트에서는 최근 일주일간 여름계절상품 매출이 20~30%가량 상승했다.

팥빙수 재료인 팥통조림도 18.5%나 판매량이 늘었으며 아이스크림 역시 24.8%나 증가했다. 빙수제조기도 매출이 9.8% 늘었다.

온라인몰 G마켓에서도 지난달 빙수기, 아이스크림 제조기 판매량이 지난해 같은 기간에 비해 25% 가량 늘었다. 팥빙수 재료와 아이스크림 역시 같은 기간 3배 이상 증가했다. 인터파크나 11번가 등 다른 쇼핑몰에서도 팥빙수 관련 제품들은 지난달보다 30~40% 이상 판매량이 늘었다. 특히 최근 출시된 아이스크림 제조기는 생크림과 달걀, 우유 등을 넣기만 하면 쉽게 만들 수 있어 자녀를 둔 부모들에게 인기가 높다.

일반 카페에서 사먹을 경우 가격도 부담스럽지만 여름철 자주 발생하는 대장균 문제로 인해 신선도나 위생에 관심이 높아졌기 때문이라는 게 회사측 설명이다.

최근 제빵 기술을 다룬 TV드라마가 인기를 끌면서 홈베이킹 재료들도 다시 좋은 반응을 얻고 있다.

인터파크에서 최근 한달간 홈베이킹 카테고리 매출을 분석한 결과에 따르면 이전 달에 비해 40% 이상 늘었다. 빵 재료인 믹스가루제품류를 비롯해 빵을 부풀리게 하는 드라이이스트, 휘핑크림, 제빵틀, 빵·쿠키 포장재료 등의 매출이 동반 상승했다. 제빵 조리기구 역시 지난달보다 25% 이상 매출이 늘었다.

제빵·제과용 믹스제품과 반죽기·오븐기 같은 가정용 제품은 물론 쿠키커터, 계량컵 등 전문상품 판매량도 덩달아 늘고 있다고 회사측은 설명했다.

광주신세계 이마트 관계자는 “직접 재료를 구입해 취향대로 만들어 먹는 재미가 있어 자녀를 둔 주부와 젊은층에게 인기를 끌고 있다”며 “최근 판매중인 빙수기나 아이스크림 제조기는 가격도 저렴하고 버튼 하나로 쉽게 사용할 수 있다”고 말했다. /이은미기자 emlee@kwangju.co.kr·연합뉴스

■ 장터 소식

향토 음식 맛 기행

광주신세계백화점은 지하 1층 식품매장에서 ‘백두대간 향토 음식 맛 기행’전을 연다. 강원도 봉평 메일 총떡(1장·4500원), 전북 미역 부각(100g·6000원), 경남 쑥 인절미(100g·2000원), 충북 왕족발(100g·2500원), 전남 장어포 구이(100g·4500원) 등을 판매한다.

또 8일까지 1층 시즌이벤트홀에서 ‘엘레강스·란제리 특집’전을 열고 벨리시앙 블라우스, 윤모드 바지 등을 3만원에, 에스깔리에 카디건, 윤모드 재킷을 5만원에, 조순희 점퍼 등을 7만원에 선보인다. 8층이벤트 홀에서는 ‘윌슨 골프 1·2·3만원 기획전’을 진행한다.

말복 보양식품 제안전

롯데백화점 광주점은 12일까지 지하 1층 식품관에서 ‘말복 보양식품 제안전’을 연다. 돈갈비(100g·980원), 돈삼겹(100g·1890원), 수삼(1뿌리·2000원), 삼계탕 모음재료(4900원), 토종영계(3마리·1만원), 오리(1마리·1만3900원), 전복(5미·1만5000원, 수박(1통·1만8000원), 포도(2kg·1만8000원) 등을 판매한다.

또 ‘여름별미 채소 산지직송전’을 진행, 취청오이(2개·1600원), 파프리카(3개·4500원), 찰옥수수(5개·3000원), 햇감자(2kg·4500원) 등도 선보인다.

5만원대 기능성 바지

현대백화점 광주점은 8일까지 8층 대행사장에서 ‘아웃도어 여름 최종가전’을 연다. 밀레 기능성티(1만9000원~, 기능성바지(5만9000원~), 바람막이 재킷(7만9000원~) 등이 판매된다.

또 컬럼비아, 노스페이스 등 유명 아웃도어 브랜들은 ‘특가 상품전’을 열고 가능성티, 반바지, 고어텍스 재킷 경등산화 등을 선보인다.

각 층마다 ‘여름상품 마감전’이 진행된다.

‘1.5ℓ 플러스’ 우유 출시

롯데슈퍼는 자체브랜드(PB) ‘와이즐렉 플러스 우유’의 1.5ℓ 들이 제품을 판매한다.

보통 우유 제품은 0.5ℓ, 1ℓ, 1.8ℓ, 2.3ℓ로 판매되며 최근 늘어난 3인 가족에 적당한 양인 1.5ℓ 들이 제품은 ‘와이즐렉’이 처음이라고 롯데슈퍼는 설명했다.

롯데슈퍼는 출시 기념으로 10일까지 이 제품을 1990원에 판매한다.

청량음료 건강의 적?

더위 잠깐 쫓는데는 도움 … 많이 마시면 지방 쌓이고 칼슘 빼앗기고 오히려 독

본격적인 무더위가 시작되면서 지역 유통가에서는 청량음료, 빙과류 판매량이 폭발적으로 증가하고 있다.

하지만 청량음료나 아이스크림은 잠깐 더위를 쫓는 데는 효과가 있을지 몰라도 건강에는 좋지 않을 수도 있다는 게 전문가들의 지적이다.

청량음료 250㎖ 한 캔을 마신다면 약 20~32.5g의 당분을 섭취하게 된다. 이를 매일 1캔씩 마실 경우 1년에 5kg의 체중 증가를 유발할 가능성이 있다.

청량음료를 많이 마시면 골다공증에 걸릴 위험도 커진다. 청량음료 속에 들어 있는 인산은 칼슘의 흡수를 방해할 뿐만 아니라 소변으로의 칼슘 배설을 촉진시킴으로써 칼슘 부족상태를 만들 수도 있다.

최근 소비자보호원이 콜라, 사이다 등의 산성도를 조사한 결과 콜라와 사이다, 스포츠 음료가 pH 2.5~3.4로 강한 산성을 나타내 치아의 가장 바깥 부분인 법랑질을 손상시킬 가능성이 큰 것으로 조사됐다.

특히 청량음료에 들어가는 첨가물도 문제다. 식용색소 황색 5호의 경우 천식, 두드러기, 콧물의 주요 원인일 수 있으며, 천연색소인 양홍(연지벌레로 만드는 물감)은 과잉행동을 일으킬 수 있다. 또 기타 색소들도 어린이들의 행동 장애와 관련이 있다는 보고가 있다.

건강을 위해 마신다고 하는 홍삼드링크나 비타민 음료도 분명히 몸에 좋은 성분이 들어있지만 카페인이나 당분, 색소 등 몸에 좋지 않은 성분들이 함께 들어 있는 경우라면 오히려 손해일 수 있다.

따라서 갈증이 날 때는 되도록 물을 마시고, 음료를 마신 뒤에는 반드시 물로 헹궈낸 뒤 양치질을 해야 한다. 음료수를 마셔야 한다면 비만과 통풍 및 충치를 예방하는 차원에서 가능한 무가당 음료를 마시는 게 좋다.

이정민 그린병원 내과전문의는 “한여름 갈증 해소를 위해서는 차가운 생수나 집에서 끓인 보리차가 가장 좋다”면서 “음료수 생각이 날 때는 수박이나 참외 등 물 많은 과일로 갈증을 해소하는 것도 대안이 된다”고 권고했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr·연합뉴스

먹을거리 더 신선하게…

식품업계 ‘프레시 마케팅’ 바람

식품업계에서 신선한 먹을거리를 찾는 소비자들을 겨냥해 제조, 유통 과정에서의 신선도를 강조하는 ‘프레시(fresh) 마케팅’이 한창이다.

최근 관련업계에 따르면 CJ제일제당은 즉석밥 제품인 ‘햇반’에 도정 당일 밥을 짓는 공정을 6월 말부터 도입해 한 달 만에 30% 이상 매출을 끌어올렸다.

또 CJ제일제당은 포장두부 제품에 생산공장에서 판매처까지 일일 배송 시스템을 적용해 인기를 끌고 있다.

한국야쿠르트는 커피원두를 볶아낸 후 24시간 안에 에스프레소를 추출하는 ‘R.E.D(Roasting & Extraction in a Day)’ 공법으로 만든 ‘산타페 일러스트’를 출시했다. 풀무원식품은 지난달 중순 산란 직후부터 판매에 이르는 계란 유통의 전 과정을 10℃ 이하의 냉장 상태로 관리하는 ‘냉장 전용란’ 브랜드를 도입했다.

또 대상웰라이프는 원료에서 녹즙을 짜낸 날짜인 ‘착즙일’을 포장에 표시해 소비자들의 신뢰를 얻고 있다.

제조일자 표기 제도를 도입해 ‘프레시 마케팅’ 바람을 처음 일으킨 서울우유는 이 제도 덕분에 하루 평균 1천만 개 판매를 돌파했다.

CJ제일제당 관계자는 “소비자들에게 더 신선한 제품을 공급해 신뢰를 얻으려는 마케팅이 업계에서 화두로 떠올랐다”며 “이런 마케팅이 매출에 영향을 미치기 때문에 앞으로 계속 확산할 것”이라고 전망했다. /연합뉴스