

당 뺏더니 매출 효자… 식음료업계 ‘제로’ 제대로 통했네

과당·포장재 줄인 기업들

식음료업계가 건강한 라이프스타일과 친환경을 실천하는 MZ세대의 가치 소비 트렌드에 맞춰 설탕을 뺀 ‘제로 슈거’ 음료와, 라벨을 없앤 ‘무라벨’ 제품을 확대하고 있다. 불필요한 과당과 포장재를 줄여 건강과 환경보호에 일조하겠다는 것이다.

제로 음료 대표 주자는 롯데칠성음료다. 롯데칠성음료는 음료 부문에서 제로 칼로리 상품을 지속 확대하고, 주류 부문에서 제로슈거 소주 ‘새로’를 앞세워 소비자를 공략하고 있다.

지난해 9월 롯데칠성음료는 16년만에 소주 ‘새로’를 선보였다. 출시 한 달 만에 입소문을 타고 680만병 판매고를 올린데 이어 지난달 출시 5개월 만에 누적 판매량 5000만병을 돌파했다. 높아진 인기에 서울과 수도권을 넘어 지방 상권에서도 입점률이 높아지는 추세다.

매출도 지난해 9월 24억원에서 12월에 76억원으로 세배 가까이 늘었다. 지난 1월에도 93억원 수준 매출을 기록하며 꾸준히 성장세를 그리고 있다. 이에 롯데칠성음료의 지난해 4분기 소주 매출액은 전년 동기 대비 26%, 연간 소주 매출은 전년 대비 21% 늘었다. 하이트진로도 제로 슈거로 리뉴얼된 ‘진로이즈백’을 출시했다.

롯데칠성음료는 지난달 ‘밀키스 제



하이트진로가 진로이즈백을 제로슈거로 리뉴얼 출시했다.

/하이트진로

롯데칠성음료
제로 슈거 소주 ‘새로’ 선보여

하이트진로
기존 제품 ‘진로이즈백’ 리뉴얼

로’를 출시하며 음료 제품도 확대하고 있다. 밀키스 제로는 기존 250ml에 31g 들어가던 당류를 1g로 줄인 덕에 열량도 130kcal에서 8kcal로 줄었다.

롯데칠성음료에 따르면 밀키스 제로는 1차 선판매 당시 1시간만에 준비한 물량이 모두 소진됐다. 소비자들의 요청에 2차 판매도 진행했으나 역시 20여분 만에 조기 품절됐다. 현재는 전국 대

코카콜라
‘라벨프리’ 제품군 지속적 확대

동원F&B
몸체·뚜껑 무라벨 제품명 각인

형마트, 편의점, 온라인 쇼핑몰 등에서 판매되고 있다.

일찍이 동아오츠카는 2010년 제로칼로리 사이다 ‘나랑드사이다’를 출시, 소비자들의 의견을 반영해 꾸준히 맛과 품질을 리뉴얼해오고 있다. 기존 제로칼로리 사이다 나랑드사이다에 상큼한 맛을 더한 ‘나랑드사이다 파인애플’ ‘나랑드사이다 그린애플’ 2종을 최근 출시

했다.

식음료업계는 헬시플레이저 트렌드와 제로 칼로리 음료 선호에 맞춰 제로 열량은 당분간 이어질 것으로 보고 있다.

비만특화 의료기관 365mc 전은복 영양사는 “제로칼로리·슈거 음료의 경우 설탕 대신 인공감미료가 첨가되는데 기존 음료보다 열량 자체가 적다보니 체중과 혈당 관리에 일정 부분 도움이 된다”며 “하지만, 몸에 덜 해롭다고 해서 물처럼 많이 마시는 것은 금물”이라고 말했다. 이어 “인공감미료의 단맛이 식용을 자극해 다른 음식의 섭취량을 늘릴 수 있기에 적당히 섭취하는 것이 중요하다”고 덧붙였다.

반대로 유럽 당뇨병 학회에서는 인공감미료가 포도당을 흡수시켜 제2형 당뇨병에 걸릴 위험을 높일 수 있다는 연구 결과가 발표하기도 했다. 또 미국 일리노이 대학교의 마르타 야니나 페피노 영양학 교수의 연구에서는 인공감미료 중 수크랄로스가 당뇨병의 원인인 인슐린 저항성을 촉진하는 것으로 나타났다.

식음료업계는 제품 포장재에 사용되는 플라스틱, 잉크 등의 사용도 줄여나가고 있다.

코카콜라는 국내에서 라벨을 제거한 ‘라벨프리’ 제품군을 지속적으로 확대하고 있다. 국내 탄산음료 최초 무라벨 제품인 ‘씨그렘 라벨프리’를 시작으로

먹는샘물 브랜드 ‘강원평창수’와 ‘휘오순수’를 무라벨 제품으로 선보였다.

이후 전 세계 최초로 코카-콜라 컨투어 병 디자인을 적용한 무라벨 페트 제품 ‘코카-콜라 컨투어 라벨프리’를 한국에서 출시했다. ‘스프라이트’, ‘태양의 식후비법 W차’, ‘토레타!’ 등의 제품군에도 무라벨을 적용하고 플라스틱 경량화를 통해 플라스틱 사용 감축을 위해 노력 중이다.

동원F&B도 플라스틱 저감에 앞장서고 있다. 동원F&B는 몸체는 물론 뚜껑에도 라벨을 없애 음용 후 바로 분리 배출할 수 있도록 ‘동원샘물 라벨프리’를 제작했다. 제품명을 페트병에 레이저 인쇄 방식으로 새겨 넣어 인쇄 과정에서 잉크를 사용하지 않아 재활용성이 높다.

페트병의 무게 자체도 크게 줄여 친환경 요소를 강화했다. 동원샘물 500mL 페트병의 경우 2013년 19g 대비 26% 줄어든 14g으로 업계 최경량 수준을 맞췄다. 올해도 약 4g을 추가로 줄이는 등 지속적인 저감화를 진행하고 있다.

업계 관계자는 “환경을 생각하는 ESG 경영이 대두되면서 인지도 있는 제품은 무라벨로 출시하는 추세”라며 “또 비닐 및 플라스틱을 줄여 비용을 절감할 수 있고, 분리배출이 필요하지 않아 소비자의 편의성도 높일 수 있다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

“KT개혁 핵심 셀프 추천 이사회 바꿔야”

시민단체·KT새노조 기자간담회 국민연금, 주주권 적극 행사해야

국민연금이 투자기업의 주주인 이상 투자기업의 장가치 증진과 투명 경영을 이끌어내기 위해 스튜어드십 코드를 적극 이행해야 한다는 주장이 제기됐다. 여권에서도 “최근 KT 대표 인선에서 공정한 경쟁이 이뤄지지 않으면 국민연금은 스튜어드십 코드를 발동해야 한다”고 강조한 바 있어 관심을 모은다. 또 KT에 있어 기업 지배구조 개혁의 핵심은 ‘셀프 추천 이사회’를 바꿔야 한다는 점이라는 분석이 제기됐다.

경제개혁연대, 금속노조, 민주노총, 민변 민생경제위원회, 참여연대, KT새노조는 8일 서울 참여연대 아름드리홀에서 기자간담회를 갖고, 올해 주총에서 핵심적인 문제는 기업지배구조 개선이라는 점을 지적했다.

김미영 KT새노조 위원장은 “KT의

민영화 이후 반복되는 CEO의 문제는 CEO를 감시하고 감독해야 할 현 이사회가 제 기능을 다하지 못했기 때문”이라며 “이사회 내부 담합 후 셀프추천으로 이사가 임명되는 구조를 변화시키는 것이 KT 지배구조 개혁의 핵심”이라고 강조했다.

김 위원장은 “KT는 내부에서 이사를 추천하고 주총에서 승인을 받으면 이사가 돼 ‘셀프이사회’라는 얘기를 듣는다”며 “KT는 지배주주가 없고 소액주주들이 주를 이루는 구조로 주주 구성이 돼 있어, 이사회가 구성되면 소유권에 근거한 견제가 쉽지 않다. KT의 이사회가 ‘이권 카르텔’이라는 비판을 받고 있다”고 밝혔다.

이상훈 전 국민연금기금수탁자책임전문위원(변호사)은 “KT와 같이 주인이 없는 기업은 주인 노릇을 하려는 대리인들이 활기를 치는 문제가 있고 외부 세력이 관리 문제를 일으켜 충돌하는 문제가 있다”며 “국민연금의 미진한

스튜어드십 코드 이행으로는 연금의 투자기업에 대한 기업 가치와 주주 이익을 제고할 수 없다”는 의견을 밝혔다.

스튜어드십 코드는 기관투자자가 투자 대상 기업의 경영활동에 적극 참여하도록 유도하는 행동 지침이다. 국민연금도 스튜어드십 코드 이행을 통해 주주 이익을 제고할 수 있다는 것이다.

하지만 일부에서는 최근 국민은행의 스튜어드십 코드가 ‘정부의 신 관치수단’으로 활용되는 것이 아니냐는 비판도 제기되는 상황이다.

노종화 KT 경제개혁연대 정책위원(변호사)은 “KT가 현대차그룹 및 신한은행과 사업적인 제휴를 맺고 본인들이 보유한 주식과 상대방의 주식과 교환을 했다”며 “이렇게 안 하면 상호제휴가 일어나지 않나? 이로 인해 APG 등 주주들은 상당한 주주 가치 침해를 입었다”고 주장했다.

/채윤정 기자 echo@

개인정보 관리 소홀 공공기관에 과태료

개인정보위, 12곳에 3900만원 부과

개인정보보호위원회는 8일 정부서울청사에서 제4회 전체회의를 열고, 한국도로공사서비스 등 12개 공공기관에 3900만원의 과태료 부과를 의결했다.

이번 조사는 공공부문 개인정보 관리 수준 진단결과 미흡 판정을 받은 15개 기관과 개인정보 유출 및 오남용 의심사례로 언론에 보도된 5개 기관 등 20개 공공기관을 대상으로 지난해 10월부터 12월 까지 진행했다. 개인정보 오남용의 근원

이 되는 개인정보 처리시스템의 접근권한 관리, 접속기록, 계정 관리 부분을 중점 점검한 결과, 12개 기관이 안전조치 의무를 다하지 않은 사실을 확인했다.

개인정보위는 지난 7월 마련한 범정부 ‘공공부문 개인정보 유출 방지대책’에 따라 공공부문의 개인정보 관리실태를 근본적으로 개선하기 위해 지속적으로 노력할 계획이라고 밝혔다. /채윤정 기자



KCC글라스, 아이와 반려동물 위한 바닥재 출시

KCC글라스 인테리어 전문 브랜드 ‘홈씨 인테리어’가 아이

와 반려동물이 있는 가정에 적합한 PVC 바닥재인 ‘숲도담’을 리뉴얼 출시했다. /KCC글라스

코웨이, 대용량 ‘프라임 스탠드 정수기’ 선포

냉수 7.1L, 온수 3.6L, 정수 10.4L
식당이나 학교 등에 적합한 용량

코웨이가 용량이 넉넉하고 위생적인 ‘프라임 스탠드 정수기’를 출시했다.

8일 코웨이에 따르면 이번 신제품은 냉수, 온수, 정수를 대용량으로 설계해 식당, 관공서, 학교 등 다양한 곳에서 사용할 수 있다. 용량은 냉수 7.1L, 온수 3.6L, 정수 10.4L다.

프라임 스탠드 정수기는 물 저장 탱크와 물이 나오는 파우셋을 99.9% 살균해 스스로 깨끗하게 만들어주는 ‘스스로 UV 살균’ 기능을 탑재해 위생성을 높였다. 물 저장 탱크를 12시간마다 4시간씩, 파우셋은 6시간마다 45분씩 UV

살균한다.

손쉽게 분리 세척 가능한 파우셋, 손으로 만질 필요 없는 전자식 레버 등을 적용해 위생성도 강화했다. 출수 파우셋 팁 등 오염에 민감한 주요 부품들은 36개월마다 무상 교체도 진행한다.

프라임 스탠드 정수기는 RO 멤브레인 필터 시스템을 탑재해 물속에 녹아 있는 중금속부터 바이러스까지 총 48가지 유해 물질을 제거하는 성능을 발휘한다.

이 제품은 가로 32cm 크기로 어떤 공간에도 간단하게 설치할 수 있으며 오토 밀 베이지 색상을 적용해 공간 속에 잘 어우러진다. 에너지 소비효율 1등급을 달성한 경제적인 제품이다. /김승호 기자