

“맛있고 건강한 한끼”… 저당·고단백, 일상식으로 자리잡다

건강을 파는 시대

〈中〉 생존전략 된 건강식품

식품업계의 경쟁 기준이 달라졌다. 당류·칼로리·단백질 함량을 얼마나 정교하게 설계했는지가 제품의 성패를 가르는 시대다. 저당 고추장부터 곤약밥, 제로 음료, 고단백 간편식까지 기업들은 제품을 출시하는 단계부터 ‘건강’을 전제로 설계하며 불황 속에서도 새로운 성장 동력을 찾고 있다.

건강을 관리하면서도 먹는 즐거움을 포기하지 않는 헬시플레이어 인식이 확산하고, 저속노화에 대한 관심이 높아지면서 ‘제로’와 ‘기능성’이라는 키워드의 제품은 새로운 수의 카드로 떠올랐다.

실제 유통 현장에서도 변화는 뚜렷하다. 편의점 GS25에 따르면 올해 초 일주일간(2025년 12월29일~2026년 1월4일) 저당·제로 슈거 제품 매출은 전년 동기 대비 20% 이상 증가했다.

과거에도 건강 콘셉트 식품은 반복적으로 등장했지만, 낮은 맛과 높은 가격이라는 한계를 넘지 못했다. 그러나 최근 대체당과 식품 가공 기술이 고도화되면서 일반 제품과의 맛 차이를 체감하기 어려운 수준에 이르렀다는 평가가 나온다.



한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 국내 단백질 식품 시장은 2018년 813억원에서 2023년 4500억원으로 5.5배 확대됐다. 업계에서는 올해 8000억원 규모까지 성장할 것으로 보고 있다. /챗GPT가 생성한 이미지

저당·제로슈거 매출 전년비 20% ↑
식품·유통업계 新 성장동력 부상

혈당관리·영양균형 식사 인식 전환
단백질 음료, 일상 소비층으로 확대
저당 트렌드, 소스·장류까지 확산

◆ 일상부터 ‘건강한 밥’으로 채운다

초기 즉석밥이 ‘빠르고 간편한 식사’에 초점을 맞췄다면 최근에는 혈당 관리와 영양 균형을 고려한 ‘매일 먹을 수 있는

건강한 밥’으로 인식이 전환되고 있다.

국내 즉석밥 시장은 CJ제일제당 ‘햇반’이 약 70% 점유율로 독주 체제를 이어가고 있다. CJ제일제당은 잡곡·곤약·저당 콘셉트를 중심으로 웰니스 제품군을 지속 확대하며 ‘햇반의 집밥화’를 추진 중이다. 지난해 선보인 ‘서리태 흑미밥’, ‘텐틸콩퀴노아 곤약밥’에 이어 2024년 11월 론칭한 ‘햇반 라이스플랜’은 출시 1년이 채 되지 않아 누적 판매량 1000만개를 돌파했다.

후발주자들의 움직임도 본격화됐다.

hy는 잡곡 비율을 높인 ‘잇조은 오곡밥’을 출시했고, 오투기는 ‘가쁜한끼’ 브랜드를 통해 곤약밥 라인업을 확대했다. 업계 관계자는 “즉석밥이 더 이상 급할 때 먹는 간편식이 아니라 건강과 영양을 고려해 일상적으로 선택하는 식사로 자리 잡고 있다”고 설명했다.

◆ 단백질 함량만큼은 높아야

단백질 시장의 성장세는 즉석밥보다 더 가파르다. 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 국내 단백질 식품 시장은 2018년 813억원에서 2023년 4500억원으로 5.5배 확대됐다. 업계에서는 올해 8000억원 규모까지 성장할 것으로 보고 있다.

과거 운동 후 보충용으로 한정됐던 단백질 음료는 최근 체중 관리와 일상 영양 보충 수요까지 흡수하며 소비층이 크게 넓어졌다. 매일유업 ‘셀렉스’를 시작으로 일동후디스, 빙그레, 남양유업 등이 시장을 키웠고, 최근에는 CJ제일제당과 편의점 업계까지 경쟁에 가세했다.

시장 경쟁이 심화되면서 단백질 함량도 빠르게 높아지고 있다. 기존 20g대 제품 중심에서 40g 이상 고품량 제품이 잇따라 출시되는 분위기다. 다만 여전히 ‘단백질 음료는 맛이 없다’는 인식이 남아 있어 맛 구현 기술이 경쟁력을 좌우

할 것으로 업계는 보고 있다.

◆ 당·칼로리 빠니까 더 잘팔린다

저당 트렌드는 소스와 장류, 간편식 전반으로 확산되고 있다. 스테비아, 에리스리톨, 알룰로스 등 대체 감미료 사용이 보편화되면서 당류와 칼로리를 낮추면서도 기존 맛을 유지한 제품이 늘고 있다.

닐슨IQ코리아에 따르면 헬스앤웰니스 속성을 지닌 드레싱·소스 카테고리 시장은 2024년 전년 대비 최대 300% 성장했다. 네이버에서 ‘저당 소스’ 검색량도 같은 기간 3배 이상 증가했다. 대상의 ‘로우태그(LOWTAG)’, 오투기의 ‘라이트앤조이(LIGHT&JOY)’, CU와 마이노멀의 저당 HMR 협업 등은 이러한 흐름을 상징한다.

식품의약품안전처 집계에서도 저당 제품 생산액은 지난해 20% 이상 증가했다. 업계 관계자는 “같은 제품이라도 ‘저당’ ‘제로’라는 설명이 붙으면 소비자가 기꺼이 추가 비용을 지불한다”며 “이제는 마케팅이 아니라 제품 기획 단계부터 건강을 설계해야 하는 시대”라고 말했다. 이어 “식품 전 카테고리에서 당류와 나트륨은 줄이고 단백질과 기능성은 강화하는 흐름이 뚜렷하다”고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

서울 ‘중고가’·경기 ‘고가’ 아파트 선택 몰려… 고강도 대출규제 영향

서울 아파트 중고가서 신고가 늘어 부담 덜한 가격대에서 거래 형성
경기도, 신축·역세권 단지 중심 거래

지난해 수도권 부동산 시장을 흔든 주요 변수는 대출 규제였다. 서울을 중심으로 대출 규제가 강화되면서 서울은 자금 조달이 가능한 중고가 중심으로, 경기도에서는 서울을 대체할 수 있는 고가 중심으로 집값이 들쭉인 것으로 나타났다.

19일 부동산 플랫폼 직방에 따르면 작년 아파트 실거래가를 가격대별로 나눠 분석한 결과, 하반기로 갈수록 서울은 중고가 구간, 경기는 상위 가격대에서 신고가가 차지하는 비중이 높았다.

직방 관계자는 “작년 수도권 아파트 시장은 연초 가격 상승 이후 대출 규제와 금융환경 변화가 누적되며 거래가 형성되는 가격대와 구조가 달라지기 시작했다”며 “이 과정에서 시장에서는 신고가 거래가 이어졌지만 신고가를 기록하



서울 강북구 북서울꿈의숲 전당대에서 바라본 강북 지역 아파트 단지 모습. /뉴시스

는 단지와 가격대는 시간이 흐를수록 달라지는 모습을 보였다”고 설명했다.

서울은 고강도 대출 규제에 연말로 갈수록 중고가 아파트에서 신고가 거래의 비중이 높아졌다.

거래가격별로는 작년 1분기에는 15억원 초과~20억원 이하 구간의 신고가 비중이 3.4%, 30억원 초과 구간이 3.7%로 고가 구간에서 신고가 비중이 상대적으로 높았다. 반면 4분기에는 9억원 초과~

12억원 이하 구간의 신고가 비중이 4.0%, 12억원 초과~15억원 이하 구간은 5.2%까지 상승하며 신고가 형성의 중심이 중고가 구간으로 이동했다.

직방 관계자는 “서울 아파트의 경우 가격 수준 자체가 높아 일정 수준의 대출을 전제로 하는 환경에서 대출 규제와 금융 여건 변화가 맞물린 영향이 컸다”며 “자금 조달 여력이 상대적으로 제한된 수요는 고가 구간보다는 부담이 덜한

가격대에서 거래를 형성하는 방향으로 움직였다”고 분석했다.

경기도는 서울과 상반된 흐름을 보였다. 서울에서 가격 부담과 대출 제약이 커지면서 경기 지역 내에서도 신축이나 역세권 등 기존에 가격 수준이 높았던 단지들을 중심으로 거래가 확대된 것으로 보인다.

경기도는 작년 1분기에는 6억원 이하 거래 비중이 66.7%에 달할 정도로 저가 중심 구조가 뚜렷했고, 신고가 비중 역시 6억원 이하 1.5%, 6억원 초과~9억원 이하 0.5% 수준에 머물렀다. 반면 하반기로 가면서 4분기에는 9억원 초과~12억원 이하 구간 신고가 비중이 1.5%, 12억원 초과~15억원 이하 구간도 1.0%까지 높아졌다.

인천은 6억원 이하 거래 비중은 연중 78~85% 수준을 유지하며 저가 중심으로 거래가 이어졌다. 작년 4분기 기준 인천의 6억원 이하 신고가 비중은 1.6%였

으며, 9억원 이상의 경우 거래와 신고가 모두 소수에 그쳤다.

강한 규제와 대출 제약 속에서도 부동산 시장이 위축되기보다 각자의 여력에 맞는 선택지로 재정렬된 것으로 보인다. 실제 10·15 대책으로 서울 전역과 경기 일부 지역이 토지거래허가구역으로 지정되는 등 강한 규제가 적용됐지만 실수요자들은 자금 여건에 맞는 선택지를 중심으로 거래에 나섰고, 주춤했던 시장은 점차 적응 국면을 거치는 모습이다.

직방 관계자는 “2026년 역시 대출 환경과 자금 마련 여건이 단기간에 크게 완화되기 보다는 현재와 유사한 제약이 이어질 전망”이라며 “수도권 주택시장은 공급 부족에 대한 불안과 시간이 지날수록 내 집 마련이 더 어려워질 수 있다는 인식이 겹치며 자신의 자금력 안에서 가능한 선택을 이어가는 흐름이 당분간 지속될 것”이라고 밝혔다.

/안상미 기자 smahn1@

국내 조선사, 美 해군 정비시장 공략… MSRA 자격 확보 속도

〈함정정비협력〉

HJ중공업, MSRA 체결 대상자 선정 SK오션플랜트, 항만보안평가 완료 삼성중·케이조선·대한조선도 준비

미국의 해군 전투함 정비시장 진입을 가르는 함정정비협력(MSRA)이 국내 조선업계의 새 키워드로 떠오르고 있다. MSRA를 확보해야 전투함 등 고난도 함정의 정비·보수·개조(MRO)에 직접 참여할 수 있어 조선사들은 보안·시

설·인력 요건을 갖추는 자격 확보에 속도를 내고 있다.

19일 조선업계에 따르면 HJ중공업은 지난 16일 미 해군으로부터 MSRA 체결 대상자로 선정됐다. 협약 유효기간은 오는 23일부터 2031년 1월 22일까지다. HJ중공업은 지난해 NAVSUP(미 해군 보급체계사령부)에 신청서를 제출한 뒤 1차 현장실사와 2차 항만보안평가를 거쳐 대상자 지위를 확보했다.

국내 조선업계의 MSRA 확보 움직임도 확산하고 있다. SK오션플랜트는 MSRA 취득 최종 관문인 항만보안평가를 완료했으며, 후속 행정 절차가 마무리되는 대로 올해 1분기 내 인증 획득이 가능할 것으로 보고 있다.

삼성중공업도 MSRA 취득 준비에 착수한 것으로 알려졌다. 케이조선은 이달 ‘미래기술전략팀’을 신설해 체결 준비에 들어갔다. 대한조선도 MSRA 추진 여부

를 검토 중이다.

MSRA는 미 해군이 부여하는 함정정비협력으로 취득 조선소는 전투함 등 주요 함정 MRO에 참여할 수 있다. 미 해군은 정비 물량의 55% 이상 자체 수행, 전용 부두 확보, 미 해군 해상체계사령부(NAVSEA) 인증 드라이독 보유(또는 임차)를 핵심 요건으로 제시한다. 인증은 NAVSUP 신청 접수 후 통상 8개월~1년이 소요되며 서류 심사와 현장 실사를 거쳐 최종 승인된다.

다만 MSRA 확보가 곧바로 전투함 MRO 수주 확대로 이어지기는 어렵다는

지적도 나온다. HD현대중공업과 한화오션은 지난 2024년 7월 MSRA를 취득했지만 국내 조선소에 발주된 미 해군 MRO는 아직 군수지원함(USNS) 위주다. 미 해군 함정의 해외 정비를 제한하는 법·제도적 제약이 존재하는 데다, 전투체계 등 보안 민감 요소가 많아 해외 발주 확대가 쉽지 않다는 분석이다.

그럼에도 미 해군의 도크 부족과 정비적체가 커지면서 예외 적용 확대 가능성이 거론돼 업계는 MSRA를 전투함 MRO 개방 시 즉시 진입하기 위한 선제적 포석으로 보고 있다. /유혜은 기자 dhaledhale@