

# 식품 · 외식업계 트렌드 “먹거리, 쪼개고 즐기고”

## [1인가구 시대]

늘어나는 1인가구가 생활 전반의 트렌드를 바꾸고 있는 가운데 식품 · 외식업계도 이에 발맞춰 음식 형태를 바꿔나가고 있다. 적은 양에 다양한 맛을 볼 수 있도록 하거나 음식의 양 자체를 줄이는 방향으로 변화하고 있다.

나도람FC의 치킨 프랜차이즈인 투존치킨은 최근 ‘한미리반반’이라는 이름의 세트를 선보였다. 양은 닭 한 마리로 가격도 1만 7900원으로 비슷하지만 한 마리에 양념치킨과 간장소스치킨, 후라이드치킨 등 3가지 맛의 치킨을 담은 세트다.

1인 가구가 증가하고 있는 시점에서 고객에게 가성비와 ‘가심비’(가액 대비 마음의 만족)를 동시에 느낄 수 있도록 했다는 것이다. 또 이 세트 메뉴에는 저칼로리 간편식으로 대표되는 곧약으로 만든 매콤비빔면도 추가로 제공한다.

피자 프랜차이즈인 한국피자헛은 최근 ‘베스트 캐주얼 다이닝(Fast Casual Dining) 레스토랑’을 늘려나가고 있다. 시내 중심상권에 자리잡은 일반 피자점 매장과 달리 주간까지 밀집지역에 들어서는 매장이다. 편안한 분위기에 합리적인 가격의 제품을 판매하도록 한 콘셉트다.

특히 이곳에서는 별도로 혼자서도 먹기 좋은 8인치, 2~3인을 위한 12인치의 스페셜 피자를 각각 3800~5500원, 6800~1만1500원의 가격대로 특화해 판매한다. 보통 3~4인이 함께 먹어야 하는 피자의 크기를 1인가구 시대에 맞춰 줄인 것이다.

미스터피자 역시 지난해 용량을 줄인 1인용 피자 피자샌드 3종을 출시



피자헛 우삼겹 부추 소용량 피자



대상 청정원 싱글파우치 파스타소스

를 반영해 피자를 샌드위치처럼 간편하게 먹을 수 있도록 한 제품이다. 가격은 4900원이며 포테이토와 콜라를 추가한 세트메뉴는 6800원이다. 역시 1인가구 밀집지역 및 대학가 등을 중심으로 인기를 끌 것으로 기대하고 있다.

외식뿐 아니라 식품업계도 비슷한 추세다. 대상 청정원은 기존 유리병 타입 대신에 파우치 형태를 적용한 ‘싱글파우치 파스타소스’를 출시해 판매하고 있다. 유리병 타입은 2~4인분 요리에 알맞은 분량이지만 소용량 소스에 대한 소비자 요구를 반영해 1인분으로 줄여 출시한 제품이다. CJ제일제당도 1~2인 가구가 집에서 간편하게 어묵탕을 즐길 수 있도록 기존 ‘삼호어묵 맑은 어묵탕’과 ‘삼호어묵 오

색 어묵탕’ 용량을 약 80% 크기로 줄인 소용량 제품을 최근 선보였다. 기존 국 · 탕용 어묵제품이 주로 3~4인용이라 1~2인 가구 같은 소가족에게는 양이 많아 불편하다는 소비자 의견을 반영했다. 업계 관계자는 “최근 1인가구 트렌드인 만큼 혼자 먹기에 불편하지 않도록 크기를 줄이는 추세”라고 말했다.



투존치킨 한미리반반세트

# 소형가전 보유율 ↑...업계도 소형가전에 집중

## [1인가구 시대]

1인 가구 증가에 따라 최근 몇 년 사이 소형가전 보유율도 급격히 늘면서 관련 업계도 소형가전을 지속적으로 내놓고 있다.

2일 시장조사전문기업 마크로밀 엠브레인의 트렌드모니터가 발표한 19~59세 성인남녀 1000명을 대상으로 소형 가전 · 가구 관련 설문 조사에 따르면 ‘현재 소형 가전 · 가구를 보유하고 있다’고 응답한 소비자는 61.8%였다. 2014년 같은 조사에서 46.2%를 기록한 것을 감안하면 상당히 증가한 수치다.

이에 대해 트렌드 모니터는 특히 “다른 가구 형태에 비해 1인가구의 보유율이 높다”고 전했다. 조사에서 1인 가구는 66%, 2인 가구는 60.2%,



3인 이상 가구는 61.8%의 소형가전 · 보유율을 기록했다.

생활가전 업계는 이런 트렌드를 반영해 작지만 필요한 기능을 확실히 갖춘 소형 가전 제품을 지속적으로

로 선보이고 있다.

동부대우전자는 지난해 북고풍 디자인을 적용한 ‘더 클래식(The Classic) 전자레인지’를 출시했다. 이 제품은 곡선 모서리 디자인에 가죽느낌 손잡이를 갖추고 있다. 제품 내부에는 세균 번식과 흡집에 강하고 기름때가 잘 스며들지 않아 청소가 용이한 ‘시니클린’ 시스템을 적용했다. 동부대우전자 관계자 “기존 제품의 디자인을 보다 업그레이드하고 제품 본연의 기능을 강화했다”고 전했다.

# 미니멀리즘 속 기능 · 디자인 갖춘 ‘세컨드가전’ 인기

## 메인가전 부족한 부분 보완 ‘컨버전스 가전’ 추세



1인가구 증가와 미니멀리즘 열풍 속에서도 ‘세컨드 가전’의 인기가 식지 않는 분위기다.

기존 세컨드 가전은 대형 가전제품을 보조해 추가로 사용하는 미니 사이즈 가전을 일컫는 뜻으로 사용됐다. 하지만 최근에는 특정 기능이나 용법을 특화해 메인가전의 부족한 부분을 보완하는 ‘컨버전스 가전’이 세컨드 가전의 추세가 되는 양상이다.

지난해 12월 소셜커머스 업체 ‘위메프’가 분석한 판매 데이터(1월 1일~12월 17일)에 따르면 의류건조기, 소형세탁기, 의류관리기 등 세컨드 가전이 전 연령에 걸쳐 큰 호응을 얻었다.

의류건조기의 경우 전년 동기 대비 89% 판매율이 상승했으며 소형세탁기 역시 약 60% 이상의 판매율을 보였다. 이 같은 추세에 가전 업계에서는 작은 사이즈와 핵심적

인 기능, 독특한 디자인 등을 갖춘 세컨드 가전을 선보이고 있다.

휴라이프스타일 디자인 가전 전문 브랜드 코스텔의 ‘모던 레트로 에디션 냉장고’는 대표적인 대형 가전이었던 냉장고를 콤팩트한 사이즈로 재탄생시킨 제품이다.

1071 소형 사이즈 제품의 경우 냉동실을 냉장실 상단에 배치하면서 냉장실의 역할을 확대해 음식뿐 아니라 화훼, 주류, 이류식, 화장품 등 다양한 용도의 ‘세컨드 냉장고’로 사용할 수 있도록 했다.

또 김치냉장고에서 주로 사용되는 직접냉각방식을 채택해 대형 김치냉장고 대신 심심하게 유지돼야 하는 식료품, 김치 등을 위한 별도의 냉장고로 이용할 수 있다. 1071 외에도 2811의 중형 사이즈도 함께 출시했으며 레드, 아이보리 등 기본 컬러에 유니언잭, 이태리 등 플래그(Flag) 에디션 디자인도 주목했다.

한 계절만 사용하고 먼지만 쌓이던 선풍기는 이제 옛날이다. 날개 없는 선풍기로 유명한 다이슨의 ‘퓨어 핫앤콜 링크’는 냉온풍기와 공기청정기 기능을 결합한 제품으로 4계절 내내 날씨에 맞춰 사용이 가능하다.

또 다이슨 특허기술인 960도 봉규산 유리섬유 헤파 필터를 적용해 0.1마이크론 크기의 초미세먼지를 99.95%까지 정화해주는 ‘공기청정기’ 기능도 갖췄다. 여름철 에어컨과 함께 사용시 전기가 절감돼 ‘세컨드 가전’로도 인정받았다.

이불, 커튼, 집퍼 등 대용량 세탁물을 위해 통이 크고 세정력 좋은 세탁기를 주로 구입하지만 속도, 머플러 등 자주 세탁해야 하는 소량의 빨래감을 세탁기를 돌리는 것이 아까울 때가 많다. 그런 경우를 감안해 내놓은 LG전자의 꼬망스 미니세탁기는 작지만 강력한 세탁 기능을 갖춘 ‘원조 소형 세탁기’다.

DD(Direct Drive) 모터를 채용해 두드러기를 비롯한 주무르기, 비비기, 풀어주기, 꼭꼭짜기, 흔들기 등 6가지 세탁 동작을 통해 손빨래 이상의 세탁효과를 낸다. 전기 사용량은 3.5kg의 소량 세탁물을 표준세탁 코스로 세탁할 경우 기존 대용량 드럼세탁기 대비 최대 63%까지 절감할 수 있다.

업계 관계자는 “메인가전의 보조 역할만 하던 세컨드 가전이 이제 하나의 트렌드가 되면서 기능뿐 아니라 인테리어에 알맞은 디자인을 갖춘 제품들이 출시되고 있다”고 전했다.

뉴스

# 부풀리고 조작된 가짜뉴스는 사라져야 합니다

가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는  
공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로  
가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.



한국언론진흥재단  
Korea Press Foundation