

“0.01%도 일본산 안돼”

불매운동 정교화에 식품업계 ‘고민’

“일본산 식재료 표기” 청와대 국민청원 등장 SNS상 日식재료 쓴 제품 기업 리스트 돌아 업계 “중국산 대체해도 문제...방법 찾을 것”

일본산 불매운동 방식이 날로 정교화되면서 국내 식품업체들의 고민도 깊어지고 있다. 단순히 일본산품을 사지 않고 팔지 않는 ‘노노재팬’에 그치지 않고 미량의 일본산 원료를 사용한 제품까지 찾아

야 불매 리스트에 올려 공유하는 움직임이 나타나고 있기 때문이다. 청와대 국민청원에도 ‘일본산 식재료’ 관련 청원이 잇따르고 있다. 7월5일 올라온 ‘우리 삶 깊숙히 들어와 있는 일본산 식재료들’이라는 청

원에는 현재 1만4876명이 동의했다. 청원인은 일본산 식재료를 표기하도록 의무화할 것을 요구하는 한편 식품별 원산지 및 식재료 원산지 검색이 가능한 사이트(식품안전나라) 주소를 게시했다. 청원인에 따르면 유산균, 커피, 분유, 카레, 소스, 아이스크림 등 식품 전반에 일본산 재료가 쓰이고 있다. 이 청원인은 해당 기업명을 열거했다. 식품의약품안전처 식품안전정보포털 식품안전나라에서 확인할 수 있는 일본산 식재료는 향료, 녹차 농축액, 할라켄 소시지 케이싱, 알루미늄캔, 자

당지방산에스테르 등 다양하다. 여론의 모태를 맞아 적극 해명에 나선 기업도 있다. CJ제일제당은 햇반에 후쿠시마산 미강추출물이 사용된다는 소문에 “미강 추출물은 후쿠시마산이 아니며 함량도 0.1%에 불과하다”고 설명했다. 롯데제과는 쌀로벌에 쓰이는 쌀이 일본산이라는 소문이 돌자 홈페이지에 중국산이라고 해명하는 글을 올렸다. 그러나 현재 각종 SNS와 카페 등을 통해 일본산 원재료를 사용한 기업들 리스트가 돌면서 업데이트되고 있다. 업체들은 여론 악화를 우려해 역을 함을 호소하기도 못하고 속을 태우고 있다. 업계에 따르면 식품업체들은 흑여 불똥이 될까 자사품 중에 단 0.01%라도 일본산 원재료가 들어간 제품이 있는지 ‘현미경 검증’을 하고 있는 것으로 알려졌다. 특히 일본산 향료가 많이 쓰이는데 함량은 전체 0.01~3%대에도 못미치지만 일본 제품으로 오해를 사니 대체 재료를 찾아보는 중이다. 그러나 문제는 국내 상품에 쓰이는 향료는 대부분이 일본이나 중국산이란 점이다. 일본산을 중국산으로 대체하면 기존 맛을 구현하기 어렵고, 중국산이 갖는 저품질 이미지 때문에 소비자들의 선택을 받기 어렵다. 또 향후 중국과도 무역 분쟁이나 외교 안보 이슈가 생길 경우엔 타국이 중국으로 바뀔 수도 있어 식품업체들은 이렇지도 지라지도 못하는 상황이다. 업체들은 한국산으로 대체할 방법을 찾는 향후 상품 개발에는 미량의 재료라도 국내산을 우선하도록 노력하겠다는 입장이다.



고금리 저축은행 눈길...평균 수신금리 2.36%

저축은행 수신잔액 5월기준 59조

1% 대 저금리 시대를 맞아 저축은행이 인기를 끌고 있다. 26일 한국은행 경제통계시스템에 따르면 지난 5월 기준 상호저축은행의 수신 잔액은 평산 기준으로 59조 5629억원을 기록했다. 지난 2월 8년 만에 60조원을 돌파했다가 소폭 조정되는 모습이지만 전년동기 대비로는 12% 증가하며 증가세를 이어가는 모습이다. 인기의 가장 큰 비결은 금리인 것으로 보인다. 지난 5월 신규취급액 기준 상호저축은행의 1년 정기예금 평균 수신 금리는 2.36%다. 예금은행 평균

1.97%에 비해 약 0.4%p 높은 수준이다. 예금이나 적금으로 크게 돈을 벌리기 어려운 상황에서 조금이라도 높은 금리를 주는 저축은행으로 자금이 불리는 것으로 분석된다. 저축은행들은 잇따라 고금리 저축 상품을 선보이는 등 흥행몰이에 나서고 있다. 월초 SBI저축은행은 연 10% 금리를 제공하는 적금을 판매해 2시간 만에 선착순 5000명을 마감했다. 오는 29일 연6% 적금 특판을 여는 웰컴저축은행도 재테크 카페 등에서 관심을 받고 있다. 디지털 뱅킹이나 편의점 현금자동입출금기(ATM) 인출, 환전 등 다양한 서비스도 추가되면서 접근성이나 편의성도 향상된 상황이다.



멀티비타민으로 활력을 업그레이드하세요 28일 오전 서울 중구 올리브영 명동본점에서 모델이 세노비스의 신제품 프리미엄 멀티비타민 '트리플러스 맨&우먼'을 선보이고 있다.

“HMR도 귀찮다 CMR로 한끼 해결” 간편대용식 시장 뜨다

3년새 4배 급성장

식품업계가 HMR(가정간편식)에 이어 CMR(간편대용식) 시장에 눈을 돌리고 있다. 26일 한국농식품유통교육원 유통연구소에 따르면 CMR시장은 2009년 7000억 규모에서 지난해 3조원으로 4배 가량 성장했다. 우리나라의 경우 2080년에는 1인 가구 비중이 전체 인구의 35%에 육박할 것으로 보이기 때문에 CMR시장은 계속해서 성장할 것으로 보인다. CMR은 가정간편식보다 더 간단하

게 식사를 대체할 수 있는 '미래형 식사'다. 우유에 넣어 먹는 후레이크·시리얼류가 1세대 CMR이다. 이후 후레이크와 견과류를 섞어 더 간편하게 먹을 수 있는 시리얼바 형태나 곡물을 그대로 씹어먹는 형태가 2세대 CMR로 꼽힌다. 1, 2세대는 농심, 동서식품, 오리온 등이 시장을 주도했다. 최근들어 이 시장에 진입하는 회사들이 늘면서 CMR 제품군도 액상·분말형 곡류, 파우치형 죽 등 진화하는 추세다.

해운대 횃집 평균 매출, 서울중구카페보다 5천만원 더 번다

상가정보연구소, SK텔레콤 빅데이터 분석

5월기준 유통인구 해운대 26.3만명-경포대 6.7만명
해운대 횃집기준 매출 1.02억, 경포대는 0.76억
두지역 모두 관광수요 많아 꾸준히 상권 유지 전망

국내 대표 휴가지인 해운대 상권과 경포대 상권의 하루 평균 유통인구가 5월기준 26만3000여명과 6만7000여명으로 각각 나타났다. 26일 상가정보연구소가 SK텔레콤 빅데이터 서비스 플랫폼 지오비전 통계를 분석한 결과에 따르면 해운대 주변은 상주인구(주거인구+직장인구) 3만6000여명 합쳐 20만명이 넘는 인구가 국내외의 관광객 또는 방문객으로 조사됐으며 주요 이용층은 40대 남성이었다. 해운대 상권은 임대료가 높았다. 보증금 이자와 점포(면적 99~165㎡ 미만의 월 임대료를 포함한 평균 임대료는 942만원으로 점포당 평균 매출(횃집기준)은 1억298만원으로 집계됐다. 이는 명동이 소재한 서울시 중구 전체 커피전문점 월평균 추정 매출(약 5700만원)보다 5000만원이 많은 것이다. 동해안 대표 휴가지 '경포대'의 평균 매출은 7627만원으로 인기 휴가지로서의 명성을 이어갔다. 경포대의 보증금 이자와 월 임대료를 포함한 평균 임대료는 698만원이다. 경포대를 찾는 손님도 40대 남자가 많았다. 상가정보연구소는 해운대와 경포대 상권 통계 조사 시점이 5월인 점을 감안하면 본격 휴가철을 맞은 7~8월은 소비인구 증가로 업종별 매출도 급증할 것이라고 예상했다. 조현택 상가정보연구소 연구원은 “해운대는 고속철도 개통, 관광지 상권 연계, 해동 용궁사 관광 수요 유입 등 국내외의 관광수요가 꾸준히 몰리고 있고 경포대 역시 동계 올림픽 전후로 교통 접근성이 더욱 좋아지고 안목해변(카페거리), 주문진 등의 연계 수요 유입으로 대한민국 대표 휴가지 상권력을 꾸준히 유지할 것으로 전망된다”고 말했다.

제 869회차 당첨결과 (2019년 7월 27일 추첨)

2 6 20 27 37 39 + 4

순위	당첨개입수	1인당 당첨금액	당첨기준
1등	10	1,922,582,588원	당첨번호 6개 숫자 일치
2등	56	57,219,720원	당첨번호 5개 숫자 일치 + 보너스 숫자 일치
3등	2,210	1,449,912원	당첨번호 5개 숫자 일치
4등	108,562	50,000원	당첨번호 4개 숫자 일치
5등	1,814,332	5,000원	당첨번호 3개 숫자 일치

당첨금 지급기한 : 지급계시일로부터 1년(휴일인 경우 역일)

광주, 대한민국 미래로

살기 좋고, 기업하기 좋은 광주에 투자하십시오

- 친환경 자동차·에너지·문화산업 육성
- 에어가전 및 공기산업 클러스터 구축
- AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성
- 풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU