

해외 최신 트렌드

정크푸드는 NO! 건강을 판다

美 요네추럴스社, 유기농 자판기

그동안 미국의 식음료자판기 시장은 주로 정크푸드(junk food)를 내용물 위주로 발전해 왔다. 정크푸드(junk food)는 패스트푸드와 인스턴트 식품 등과 같이 열량은 높는데 견줘 필수 영양소가 부족한 식품을 통틀어 이르는 말이다. 정크푸드에 분류하는 식품에는 탄산음료, 과지방 과자, 패스트푸드, 감자튀김 등이 있다.

정크푸드는 지방 외에도 염분이나 식품첨가물 등이 많이 들어 있어 비만과 성인병의 주원인이 된다는 이유로 선진국을 중심으로 문제가 되고 있다. 정크푸드는 이들 업체들이 특히 대량 생산에 의한 가격 경쟁력과 이를 구입한 소비자가 싼 가격에 고열량의 한 끼 식사를 할 수 있다는 편리

성으로 인해 전 세계로 유통망을 확장시키면서 인류의 건강을 해치고 있다. 뿐만아니라 어린이들을 대상으로 대대적인 광고를 펼쳐 어린이를 소비자로 만드는 비윤리적인 행동도 하고 있어 큰 문제이다.

미국의 자판기들도 이런 정크푸드를 많이 적용시켜 판매했기 때문에 사회적 비난의 추세가 강해지고 있다. 학교 내 자판기 설치 규제 동향도 거세지고 있어 이제 자판기의 사회적 책임 강화에 한 차원 더 신경을 써야 할 시점이다.

이러한 가운데 미국에서는 유기농 자판기 사업이 화제가 되고 있다. 정크푸드 시장과는 반대로 건강지향적인 유기농 인증 식음료만을 자판기를

통해 판매를 하고 있다. 이 사업을 추진하는 대표적인 회사는 요네추럴스 (YoNaturals, www.yonaturals.com)라는 업체이다. 캘리포니아 주에 본사를 둔 이 회사는 초등학교부터 대학교까지의 학생층을 목표로 해서 약 150가지 이상의 유기농 식음료를 자판기를 통해 공급하고 있다.

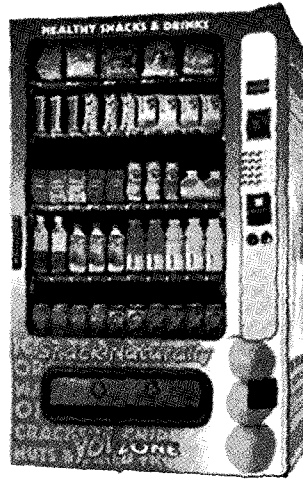
요네추럴스는 학생들이 간편한 음식을 선택하도록 격려

하고, 영양 섭취에 대한 올바른 인식을 심어주기 위해 노력하고 있다. 이 회사의 웹사이트는 그들의 고객인 학생들이 기본적으로 섭취하는 하루 세끼 외에 간식의 비중이 학생들의 하루 필요 영양분의 30%를 차지한다고 말한다. 적절한 간식의 섭취는 학생들이 자신의 건강을 유지하기 위해 필요한 영양분을 공급해주며 바쁜 라이프스타일을 충족시키기 위한 에너지를 공급해준다.

유기농 자판기의 수요처는 헬스클럽, 직원 수 300명 이상의 법인 사업체, 호텔, 교통 요지, CGV 등의 영화관, 대형 마트, 요양기관, 국립공원, 도서관, 박물관, 대형 서점, 일 100명 이상의 고객을 가진 점점방 등이 있다.

유기농 자판기 설치자와 지역 매니저들은 150가지 이상의 유기농 식음료 중에서 필요한 품목을 선택할 수 있고 그 품목들을 온라인상에서 주문할 수 있다. 또한 공급처로부터 3일내에 제품들을 배달 받을 수 있다.

미국 농업국에 따르면 미국 내에서 유기농 식품



의 판매량은 1990년 이래 매년 25% 정도씩 증가하고 있다. 요네추럴스사의 CEO인 마크 트로틀 (Trotter) 씨는 “우리는 자연식품이나 혹은 건강식품 소매 판매에 관한 사업 모델을 연구해 왔다. 이러한 연구는 소비자들이 자신들이 선호하는 브랜드 식품을 구매하기 위해 기꺼이 두 세 배의 가격에 유기농 식품을 구매할 의향이 있다는 사실을

입증했다. 따라서 우리는 자판기를 이용한 유기농 식음료 판매가 충분히 시장성이 있다고 믿는다”라고 말한다.

요네추럴스사는 2006년 4월에 설립되었으며 유기농 자판기들은 각 지역의 판매 대리점에 의해 운영이 되고 있다. 유기농 자판기의 한 대당 가격은 8400 달러이며 적절한 위치에 설치해 두면 된다. 한 개의 판매 대리점은 일반적으로 약 10여개의 자판기를 구매하여 운영하고 있으며 현재 운영되고 있는 유기농 식음료 자판기의 총 대수는 약 200여개이다.

새로운 니치 마켓으로 사랑받고 있는 이 자판기는 앞으로도 보급이 크게 확대될 전망이다. ‘웰빙’ 중심의 건강 지향적 식료품 소비가 확산이 되면 될수록 유기농자판기의 가치도 높아지게 마련이다. 국내 식품 문화의 동향에 있어서도 유기농 열풍이 거센 점을 반영한다면 국내도 유기농 자판기에 관심을 가져야 할 시점이다.