

# 새해 '결심 1위' 다이어트... 저칼로리 제품으로 잡아라

### 원물 함량 높여 건강관리에도 도움 간편하게 즐기는 식사 대용식 '인기'

한 해의 시작을 맞아 다이어트를 결심하는 사람이 늘어났다. 하지만 직장인들은 야근이나 신년회 등으로 인해 목표를 달성하기 쉽지 않다. 만약 새해 목표로 건강관리를 계획했다면 간단히 시작할 수 있는 식단 점검부터 시작하는 것을 추천한다.

9일 업계에 따르면 최근 고칼로리, 고지방 식품 대신 저칼로리에 원물 함량을 높인 건강 간식부터 간편하고 든든하게 즐길 수 있는 식사 대용식 등이 출시되고 있다.

CJ제일제당은 '행복한콩 모닝두부 단팔'을 출시했다. 이 제품은 연두부를 달콤한 소스와 함께 먹는 대만 전통 디저트인 '도우화'를 모티브로 삼고 만들었다. 유기농 콩으로 만든 연두부에 달콤한 단팔 소스를 더한 간편 대용식 제품이다. 고소한 맛이 특징인 기존 '행복한콩 모닝두부' 2



행복한콩 모닝두부 단팔(왼쪽)과 정식품 리얼 시리즈.



/CJ제일제당·정식품

종(오리엔탈·참깨)과 달리아빈 신제품은 달콤함을 가볍게 즐기고 싶은 젊은 소비층의 니즈를 반영한 것이 특징이다. 소포장 용기에 일회용 수저까지 담겨 있어 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있다. 열량(135kcal)도 낮다.

동원F&B는 김으로 만든 영양간식 '양반 더킴스' 3종을 선보였다. 양반 더킴스는 명장이 엄선한 김 원초와 현미, 어포, 쌀누룽지 등 건강한 원물을 활용해 만든 해조류 스낵이다. 원료들이 가진 풍미와

건강성에 스낵의 바삭한 식감을 살려, 아이들의 간식은 물론 어른들의 술 안주로도 부담 없이 활용할 수 있다. 파우치 팩에 담겨 있어 등산이나 소풍 등 야외활동 중에 휴대하기도 간편하다.

풀무원 다논은 프리미엄 디저트 '마이딜라잇'을 내놴다. 기존에 시판되고 있는 디저트 대비 칼로리가 적고 제품의 당 함량을 떨어 가볍게 즐길 수 있다. 요거트를 베이스로 크리미하고 부드러운 맛을 누

길 수 있으며 레몬, 블랙체리, 히비스커스 등 업선된 원료에 다는 레시피를 접목해 디저트 전문 카페의 깊은 맛과 품질을 그대로 살린 것이 특징이다. 상큼한 모히토 캅테일 맛의 '레몬라임'과 블랙체리와 히비스커스를 함께 담은 '블랙체리' 2종으로 구성돼 취향에 맞게 선택해 즐길 수 있다.

정식품은 식물성 건강음료 '리얼 시리즈'를 선보였다. 이 제품은 월넛, 아몬드, 코코넛 총 3종으로 구성됐으며, '리얼 월넛'은 체내 지방산 산화를 증가시켜 체중과 허리둘레 관리에 도움을 주는 호두를 통째로 갈아 넣어 부드럽고 고소한 맛을 냈으며 칼로리도 99kcal로 낮다. '리얼 아몬드'는 미국 타임지가 선정한 10대 슈퍼푸드 중 하나인 아몬드를 통째로 갈아 넣

어 풍부한 영양과 고소한 맛을 그대로 즐길 수 있으며 포만감은 물론이고 칼로리가 81kcal에 불과하다.

업계 관계자는 "맛과 영양을 생각하는 소비자들이 늘어나면서 저칼로리 디저트와 식사 대용식 제품을 선보이고 있다"며 "새해 다이어트를 계획하는 소비자들로부터 더 관심을 끌 것으로 기대한다"고 말했다.



/박인용 기자 parkiu7854 @metro Seoul.co.kr



### '돼지의 해'... 설 선물은 돼지고기 선물세트!

9일 오전 서울 중구 신세계백화점 본점에서 모델들이 프리미엄 돼지고기 설 선물세트를 선보이고 있다. 황금 돼지해를 기념해 육질과 마블링이 뛰어난 '듀록' 품종으로 삼겹살과 목살로 구성되어 있다. /연합뉴스

## 디아지오, 위스키·저도주 선물세트 선배

### 다양한 가격대 구성... 26종 출시

디아지오코리아가 기해년(己亥年) 설 명절을 앞두고 선물세트 26종을 출시했다고 9일 밝혔다.

디아지오 설 선물세트는 조니워커 및 윈저, W 시그니처 시리즈, 싱글톤 등으로 구성됐다. 가격대는 대형마트 기준 2만 4000원대에서 27만원대까지 다양하다.

이번 설 선물세트는 조니워커의 특별한 한정판 2종이 포함돼 프리미엄 가치를 높였다. 화이트워커 바이 조니워커는 조니워커와 HBO 인기 드라마 왕좌의 게임(The Game of Thrones)의 역사적인 만남으로 전 세계적으로 화제를 모으고 있는 위스키다. 또한 2019년 황금 돼지해를 맞아 설 기간에만 만날 수 있는 리미티드 에디션 '조니워커 블루 레이블 황금 돼지띠 한정판'도 선보인다.

조니워커는 1820년 스코틀랜드에서 시작된 브랜드로 세계 1위 스카치위스키 브랜드다. 조니워커를 대표하는 걸어가는 신사와 끊임없는 도전이라는 슬로건처럼 품격과 전통을 살리면서 트렌드에 맞는 혁신적인 시도를 게을리하지 않는 브랜드로 소중한 사람을 위한 최고의 선물이다.

로컬 위스키 브랜드 원저에서도 다양한 위스키 및 저도주 선물세트를 선보인다. 최소 12년 이상의 숙성된 100% 스코틀랜드 위스키 원액에 부드러운 목넘김이 특징이다.

프리미엄 연산 저도주 W 시그니처 시리즈 선물세트도 합리적인 선물이 될 것이다. 최근 저도주 시장에서 연산의 의미와 중요성을 알리는 '하우 올드 아유(HOW OLD ARE YOU)' 캠페인을 펼치고 있는 'W 시그니처 12, 17'은 스코틀랜드에서 12, 17년간 숙성된 최상급 위스키 원액을 사용했다. /박인용 기자



디아지오 2018년 설 선물세트. /디아지오코리아

## 해외서 더 팔린 '비비고 만두'... 내년 1조 목표

### CJ제일제당

### 생산거점 철저한 분석해 현지 겨냥 시너지 사업·R&D 투자로 경쟁력 ↑

CJ제일제당이 2020년까지 '비비고 만두' 매출을 1조원으로 올리고, 세계 시장 1위 달성이라는 글로벌 비전을 실현하기 위한 힘찬 행보를 보이고 있다.

CJ제일제당은 지난해 국내 및 해외 만두시장에서 매출 6400억원을 달성했다고 9일 밝혔다. 전년 대비 20% 이상 성장한 성과로, 글로벌 시장에서의 약진이 두드러졌다. 특히 글로벌 매출 비중이 사상 처음으로 전체 매출의 50%를 돌파했다.

지난 2015년 1240억원이었던 글로벌 매출은 지난해 3420억원으로 2배 이상 성장했다. 매출 비중도 2015년 40.8%에서 지난해 53.7%로 12.9%p 늘었다. 올해는 슈완스와 카히키, 마인프로스트 등 지난해 미국과 독일에서 인수한 현지업체와의 시너지 사업을 통해 한층 더 성장할 전망이다.

CJ제일제당은 2017년 글로벌 만두사업 강화를 위해 미국과 중국 중심의 생산기지를 베트남, 유럽으로 확대하며 대륙



비비고만두 국가별 제품 이미지.

/CJ제일제당

별 생산거점을 확보했다. 미국 동부에 세 번째 공장을 구축했고, 중국 베이징 인근 요성에 두 번째 공장을 건설했다.

신규 생산거점의 경우 철저한 시장조사과 소비자 니즈, 식문화 트렌드 등을 분석해 현지 소비자를 겨냥한 비비고 만두 사업을 본격화했다. 만두피가 얇고 고기와 채소가 많은 '한국식 만두' 형태를 기본으로 하면서 현지인들의 입맛에 맞춰 제품을 개발했다.

공격적인 투자를 통한 인프라 확보도 크게 작용했다. CJ제일제당은 기존 캘리포니아 플러튼과 뉴욕 브루클린 생산기지에 이어 뉴저지에 신규 공장을 건설하며 제품 생산능력을 대폭 확대했다.

중국에서의 비비고 만두 매출 성장도 가파르다. 지난 2015년 70억원 수준이었던 매출은 지난해 500억원으로 크게 성장했다.

CJ제일제당은 올해 지속적인 R&D 투자를 통해 글로벌 현지 만두 제품과 외식형, 스낵형, 편의형 등 미래형 제품을 개발해 독보적 경쟁력을 갖춘다는 계획이다. 이를 통해 2020년에는 비비고 만두 매출을 1조원 이상으로 키우고 이중 70%를 글로벌에서 달성하는데 주력할 예정이다. 6조원 규모의 글로벌 만두시장에서는 9% 수준의 점유율을 15%대로 올려 명실상부한 글로벌 1등으로 거듭나겠다는 방침이다. /박인용 기자 parkiu7854@

## “집에서도 ‘국내 3대 명품한우’ 즐기자”

### 롯데마트 '지리산 순우한우' 론칭

롯데마트가 국내 3대 명품한우인 '지리산 순우(牛)한우'를 본격 판매한다.

롯데마트는 오는 10일부터 롯데마트 전점에서 '지리산 순우(牛)한우'를 판매한다고 9일 밝혔다. 국내 최대 축산물 대회인 '축산물 브랜드 경진대회'에서 인증받은 명품 한우 브랜드다.

명품한우인 '지리산 순우(牛)한우'를 취급하게 된 이유는 최근 실속있는 홈파티를 즐기는 문화가 확산되면서 마트에서 한우를 구매하는 비중이 늘고 있기 때문이다.

실제로, 최근 2년간 롯데마트의 축산



지리산 순우(牛)한우.

/롯데쇼핑

전체 매출 중 한우 매출 비중을 살펴보면, 2017년 18.4%에서 2018년 20.3%로 매년 구성비를 높이고 있으며, 한우 매출 또한 전년 대비 2017년 3.3%, 2018년 6.7% 성장하는 등 축산 매출을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

롯데마트가 새롭게 론칭하게 된 '지리산 순우(牛)한우'는 2003년 전남 동부권 8개 시군(고흥, 곡성, 구례, 보성, 순천, 광양, 여수, 장흥)의 7개 축협이 모여 총 609개의 회원농가와 4.2만두(萬頭)의 한우를 기반으로 하는 전국 최초 한우 광역 브랜드이다.

전지역 구제역 미발생 지역으로 청정 생육 환경을 제공하고, 직영 사료 공장과 전용 유통센터(육가공장)를 운영해 한우 사양 및 성장단계에 따라 최적의 사육 기술을 적용해 최상의 한우를 생산하는 것이 특징이다.

신규 론칭을 맞아 롯데마트 전점에서는 모든 L.POINT 회원들을 대상으로 오는 10일부터 16일까지 7일간 '지리산 순우(牛)한우 1++', '1+' 전품목을 정상이 대비 25% 할인한 가격으로 판매한다. /신원식 기자