

“음식으로 세계여행 떠나요”

식품업계, 세계 각국의 맛 담아 소비자 입맛 공략

롯데칠성 현지 유명 이색커피 선봬
SPC삼립 대표음식으로 만든 샐러드
풀무원 세계요거트 시리즈 론칭
푸르밀 독특한 커피 재해석해 출시

식품업계가 소비자들의 호기심을 자극하고 취향을 공략하기 위해 세계 각국의 맛을 담은 제품을 선보이고 있다. 해외여행이 보편화되고 외국의 음식을 접할 기회가 많아지면서 소비자들의 입맛은 점점 세분화됐기 때문이다.

1일 업계에 따르면 최근 여행을 소재로 한 콘텐츠와 해외여행객의 증가로 젊은 소비자층을 중심으로 각 나라의 현지 음식에 대한 관심이 커지고 있다. 이에 소비자 기호에 맞게 골라 먹을 수 있는 이국적인 맛의 커피, 요거트, 샐러

▼ 아이리시커피, 연유라떼, 헤이즐넛초코라떼. /푸르밀



드 등으로 큰 호응을 얻고 있다. 특히 해외 현지의 분위기를 담은 패키지 디자인을 적용해 보는 재미까지 더하며 인기를 끌고 있다.

푸르밀은 세계 각국의 독특한 커피를 재해석한 '세계의 레시피' 시리즈를 출시했다. 지난해 9월 베트남 연유커피와 이탈리아 비체린(헤이즐넛초코라떼)을 재해석해 선보인 '연유커피', '헤이즐넛초코라떼'를 출시했으며, 높은 인기에 힘입어 올해 1월 '아이리시커피'를 새롭게 출시했다.

아이리시커피는 아일랜드 더블린 공항에서 추위를 타는 승객들을 위해 커피에 위스키와 생크림을 얹어 제공한 데서 유래한 아일랜드 대표 커피다. 아일랜드산 리큐어를 함유한 오리지널 컵 타입과 위스키를 아이리시 크림향으로



왼쪽부터 세계요거트, 피그인더가든 세계샐러드 3종, 레쓰비 연유커피, 솔트커피. /풀무원-SPC삼립·롯데칠성음료

대체한 논알콜 타입으로 출시했으며, 특히 국내 시판 커피 음료 중 최초로 위스키를 넣어 선보인 컵 타입은 에스프레소와 부드러운 위스키향이 어우러져 큰 호응을 얻었다. 연유라떼와 헤이즐넛초코라떼, 아이리시커피는 논알콜 타입은 모두 세계여행을 하며 각 나라의 커피를 즐기는 귀여운 곰 캐릭터를 활용한 패키지 디자인으로 SNS(소셜네트워크서비스)에서 입소문을 타며 인기를 끌었다.

풀무원다논은 세계 각지의 요거트 맛을 알리고자 '세계요거트'를 론칭하고, 동유럽, 인도, 스페인의 맛을 담은 드링킹 요거트 카톤 팩을 출시했다. 현지의 맛을 한국인 입맛에 맞도록 재해석해, 기존에는 볼 수 없었던 맛으로 요거트 시장을 확대하는 것은 물론 색다른 제품을 찾는 소비자의 선택의 폭도 넓혀 눈길을 끈다. 이번에 선보인 리치브라운

요거트, 프레시라씨 요거트, 화이트그рей프 요거트 총 3종으로 구성됐다. 리치브라운 요거트는 풀무원다논이 국내 최초로 선보이는 베이커드 스타일 요거트다. 동유럽 전통 요거트 중 하나인 라제냐 요거트에서 영감을 받았다. 프레시라씨 요거트는 인도의 전통 발효유 음료인 라씨를 모티브로 한 상큼 담백한 발효유에 망고의 왕 인도 '알폰소 망고'로 달콤함과 현지의 맛을 더한 것이 특징이다. 화이트 그레이프 요거트는 스페인산 백포도로 지중해의 햇살과 스페인의 열정을 담아냈다.

롯데칠성음료는 '레쓰비 연유커피'와 '레쓰비 솔트커피'를 출시했다. 해외 현지에서 유명한 이색 커피를 여행용이 아닌 국내에서도 즐길 수 있는 제품이다. 레쓰비 연유커피는 베트남산 원두 특유의 진한 커피 맛에 연유를

더해 달콤하면서도 고소한 맛을 느낄 수 있다. 레쓰비 솔트커피는 부드럽고 진한 커피에 소금을 넣어 단맛과 짭조름한 끝맛이 조화롭게 어우러진 점이 특징이다. 패키지는 나라별 상징물 또는 캐릭터를 활용해 베트남과 타이완 고유의 느낌을 살렸다. 연유커피 패키지는 베트남 전통 모자인 '농'을 쓴 사 람과 국기 '금성홍기'를 넣어 베트남의 분위기를 담아 냈다. 솔트커피는 풍등과 타이완 관광청 공식 캐릭터 '오송'을 통해 이국적인 분위기를 느낄 수 있다.

SPC그룹 계열사 SPC삼립은 샐러드 브랜드 '피그인더가든'의 신제품 세계 미식여행 샐러드 3종을 출시했다. '세계 미식여행 샐러드'는 세계 각국의 대표 음식을 샐러드로 만나볼 수 있도록 출시한 샐러드 라인업이다. 부드럽고 진한 카레 풍미가 느껴지는 버터치킨 토핑과 치아씨드와 코코넛 크림을 넣은 달콤한 드레싱이 어우러진 '인도식 치킨마르니볼'과 새콤달콤한 분짜소스에 실근약과 돼지고기를 더한 샐러드 '베트남식 분짜볼'과 한식을 모던하게 재해석한 참치, 지단, 곡물, 비빔드레싱 등과 섞어 즐길 수 있는 '비빔밥 볼샐러드'다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

'TV보다 재밌는' 모바일 전용 생방송 키운다

현대홈쇼핑
'쇼핑라이브' 연말까지 주 12회 목표
상품군별 특화 전용 프로그램 선봬

현대홈쇼핑이 모바일 생방송 키우기에 나선다. 생방송 횟수를 대폭 늘리고, 상품군별로 특화된 프로그램을 신규 론칭해 운영하는 것이 핵심이다.

현대홈쇼핑은 이달부터 현대H몰 모바일 생방송 '쇼핑라이브' 방송 횟수를 기존 주 2회에서 주 5회로 확대해 운영한다고 1일 밝혔다. 다음달부터 방송 횟수를 주 8회로 늘리고, 연말까지 주 12회로 대폭 늘리는 것이 목표다.

현대홈쇼핑 측은 "현재 쇼핑라이브 평균 시청자수가 30만명으로, 지난해 보다 10배 이상 증가했다"며 "모바일 전용 생방송 시청자층이 40~50대까지 확대되고 있는 만큼, 다양한 연령대와 취향을 고려한 전용 프로그램을 준비



제공한다. '장대원 네이처플러스 유산균 선물세트(30포×2팩)' 4만5500원(정상가 7만원), '장대원 네이처키즈 유산균 선물세트(30포×2팩)' 3만9000원(정상가 6만원) 정상가 대비 35% 할인된 가격에 선보인다. 또 방송 중 구매한 고객 대상으로 스타벅스 기프트콘 및 넷플릭스 등 다양한 혜택을 제공할 예

정이다. 또한 현대홈쇼핑은 '쇼핑라이브'에 재미·전문성·트렌디함을 키워드로 한 상품군별 특화 전용 프로그램을 선보인다.

현대홈쇼핑의 간판 고정 프로그램인 '클럽노블레스'와 연계한 명품 전문 방송 '서유기(서송이, 유지수 쇼호스트)의 명품 착용 후기의 줄임말'을 비롯해 뷰티 부문 '미남쇼(미용하는 남자들의 쇼의 줄임말)', 식품 부문 '푸드푸드(푸드하게 드리는 푸드 타임의 줄임말)' 등이 대표적이다.

현대홈쇼핑 관계자는 "방송 횟수가 늘어나는 만큼, 고객들의 라이프스타일을 고려해 '쇼핑라이브'를 탄력적으로 편성, 운영할 계획"이라며 "방송 무이자 할부에 준하는 적립금 증정 등 파격적인 프로모션도 함께 진행해 '쇼핑라이브'의 인지도를 강화해 나가겠다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@

이마트, 국민가격으로 선보이는 '초대형' 새우

이마트가 길이 20cm에서 최대 40cm에 육박하는 '초대형' 새우를 국민가격에 선보인다.

이마트는 5월 1일부터 8일까지 8일간, 블랙타이거새우의 최대 8배, 흰다리새우의 최대 20배 사이즈에 달하는 '킹 블랙타이거새우' (냉동/100g)를 4980원



에 판매한다고 밝혔다. 킹 블랙타이거새우는 블랙타이거새우 중에서도 길이가 20cm에서 최대 40cm까지 달하는 '자연산' 새우로, 육질이 단단하고 탱글탱

글해 대표적인 고급 갑각류 중 하나인 랍스터와 식감이 비슷한 것이 특징이다. 무게도 1마리당 100~400g으로 40g 가량의 일반 블랙타이거새우에 비해 2.5~10배 더 무겁다.

킹 블랙타이거새우는 최근 SNS 등을 중심으로 초대형 수산물에 인기를 끌자 이마트는 협력사와 협력해 시중 대비 평균 20% 가량 저렴한 가격에 이번 행사를 준비했다. /신원선 기자



센텀시티 주라지. /신세계백화점

신세계백화점 '가정의 달' 테마파크 깜짝변신

다채로운 이벤트·점포별 대형행사
옥상공원서 즐기는 도심형 나들이

'가정의 달' 5월을 맞이해 신세계백화점이 테마파크로 변신한다. 신세계백화점은 내달 6일까지 'SHINSEGAE LOVES FAMILY'라는 테마로 다채로운 이벤트와 각 점포별 대형행사를 펼친다고 1일 밝혔다.

또 교외 테마파크와 견주어도 손색없는 옥상공원을 앞세워 연휴를 맞이해 백화점을 방문하는 가족 단위 고객들에게 도심 속 나들이를 즐길 수 있도록 준비했다.

신세계백화점은 행사 기간 동안 인기 캐릭터 단독 팝업 스토어, 전시 등을 마련했다.

먼저 본점 1층에는 5월 3일부터 9일까지 '카카오프렌즈'와 인기 온라인 게임 배틀그라운드가 협업한 '카카오프렌즈 X 배틀그라운드' 단독 팝업 스토어

를 선보인다.

신세계백화점 영등포점에서는 5월 5일까지 A관 6층 이벤트홀에서 연일 매진 행진을 이어가고 있는 마블의 어벤져스 피규어/브릭 전시가 펼쳐진다.

신세계백화점은 휴일 간 어디로 떠날지 고민하는 가족단위 고객들을 위해 푸른 잔디와 조형물 등 도심형 나들이 공간으로 유명한 옥상공원을 앞세워 고객 몰이에 나설 예정이다.

예술품, 놀이기구, 테마파크 등 엔터테인먼트적인 요소를 가미해 지역 내 대표 문화생활 공간으로 자리잡은 신세계백화점 옥상공원에 포토존 등을 기획해 가족단위 고객들에게 여는 교외 테마파크 못지 않은 즐거움을 선사할 계획이다.

신세계백화점 본점 본관 6층 트리니티 가든에서는 3일부터 6일까지 유명 작품 관람과 함께 즉석사진 이벤트를 선보이며 야외 미술관에 온듯한 분위기를 제공할 예정이다. /신원선 기자