# 명절에 혹사 당한 당신… 糖으로 '리프레시' 하세요

**흑당으로 아이스크림·음료**
**바나나킥·생크림파이 등 스낵**
**미니 사이즈로 간편하게 즐겨**

**카페, 가을 제철 식재료 활용**
**달콤한 신제품 잇따라 선봬**

추석 연휴가 끝나고 가사 노동과 손님 맞이, 장시간 운전 등으로 쌓인 스트레스를 부드럽고 달콤한 맛의 음료와 디저트로 해소하려는 소비자들이 늘고 있다. 특히 일가친척이 한 자리에 모이는 시간이 부담스러웠던 이들이 혼자서 여유롭게 간식을 즐기며 힐링의 시간을 가지는 경우가 많다. 이에 간편하면서도 부담 없이 즐길 수 있는 흑당 음료와 스낵, 케이크 등의 식음료 제품들이 좋은 반응을 얻고 있다.

**◆달달한 흑당 음료부터 미니 스낵까지**

푸르밀의 '더 깊고 진한 흑당밀크티'는 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 대만 흑당 밀크티를 액상 컵 형태로 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 제품이다. 흑당밀크티는 흑설탕을 불에 졸여 걸쭉한 시럽으로 만들고, 깊게 우려낸 홍차를 차가운 우유에 넣어 만든 밀크티에 섞어 만든 음료다.

오리온은 프랑스 디저트인 '퐁당 쇼콜라'를 출시했다. 퐁당 쇼콜라는 '초콜릿이 녹아내린다'는 의미를 가진 프랑스의 대표적인 디저트다. 폭신한 스펀지 케이크 속에 부드러운 생크림과 진한 풍미의 초콜릿 크림을 도톰하게 채워 넣어 부드럽고 촉촉한 식감을 구현했다. 오리온은 최근 1인 가구 증가와 '소확행' 트렌드 등 가치 소비가 확산되고 있다는 점에 착안해 '마켓오 다쿠아즈', '생크림 파이' 등 다양한 디저트 라인을 선보이고 있다.

해태제과는 흑당버블티를 더 시원하고 간편하게 즐길 수 있는 '바밤바 흑당버블티바'를 출시했다. 바밤바의 알알이 씹히는 밤 대신 쫄깃한 펄을 넣고 벌꿀의 달콤함은 흑당시럽으로 더 진해졌다. 쫄깃한 식감은 곤약으로 만든 '브라운 펄'로 살렸다. 기존 흑당 음료의 '타피오카 펄'은 차갑게 얼리면 딱딱해지기 때문. 덕분에 청량감 가득한 쫀득함까지 즐길 수 있다.

▲단호박 라떼 위드 샷 /스타벅스커피
▶더 깊고 진한 흑당밀크티 /푸르밀

농심이 선보인 '미니바나나킥'은 오리지널보다 작아진 크기에 중량도 50g이라 언제 어디서든 간편하게 즐길 수 있다. 오리지널 바나나킥 부피의 5분의 1 정도라 한 입에 먹기 좋다. 특히, 크기만 줄어든 것이 아니라 바삭함과 달콤한 맛도 한 층 업그레이드됐다. 오리지널 바나나킥과 비교해 훨씬 바삭하고, 달콤한 시즈닝도 많이 묻어 있어 미니바나나킥만의 매력이 돋보인다.

**◆곡물음료부터 떠먹는 디저트까지**

스타벅스는 가을 신제품 음료로 국내산 단호박을 사용한 '단호박 라떼 위드 샷'을 선보였다. 이번 신메뉴는 국내 옥천의 단호박을 통째로 쪄서 만든 소스를 사용해 부드럽고 달콤한 단호박을 마실 수 있는 콘셉트로 개발됐다. 국내 특산물인 옥천산 단호박을 사용했다.

투썸플레이스는 가을을 맞아 떠먹는 디저트 시리즈의 신제품 '떠먹는 헤이즐넛 생크림 크레이프'를 출시했다. 초코 크런치 위에 크리미한 헤이즐넛 초콜릿 생크림을 얹고 그 위에 부드러운 크레이프를 겹겹이 쌓아 올려 달콤한 초콜릿의 매력을 극대화했다. 입안에 퍼지는 헤이즐넛 향과 달콤 쌉싸름한 초코 크런치가 완성한 식감은 맛을 배로 더한다.

던킨도너츠는 쫀득하고 진한 스키피 피넛버터를 원료로 한 9월 이달의 도넛 3종을 선보이고 있다. 스키피 피넛버터와 딸기 필링이 함께 들어가 달콤하고 고소한 맛의 땅콩 모양의 도넛 '스키피 피넛버터 스트로베리', 스키피 피넛버터가 들어간 반죽으로 만든 도넛 위에 땅콩 토핑을 올린 쫀득한 식감의 '스키피 피넛버터 츄이스티' 등이다.

카페 드롭탑은 '찰떡 미숫가루 드롭치노', '새싹보리 미숫가루 라떼', '귀리 미숫가루 라떼' 등 곡물음료 3종을 선보이고 있다. '찰떡 미숫가루 드롭치노'는 달콤시원한 미숫가루 안에 쫀득한 인절미가 들어있어 씹는 재미도 느낄 수 있는 블렌디드 음료다.

/박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

# 이마트, 짜장·짬뽕으로 밀키트시장 키운다

**피코크 '고수의 맛집' 시리즈**
**맛집 레시피 담고 조리 간편**

간편식 시장에 마중물을 부었던 이마트의 식품브랜드 '피코크'가 밀키트 시장 넓히기에 본격 시동을 건다. 가장 대중적인 국민외식 '짜장·짬뽕'을 통해서다.

이마트는 지난 15일 피코크 '고수의 맛집' 시리즈로 '맛이차이나' 짜장면 밀키트와 '초마짬뽕' 밀키트를 이마트 100여개 점에 출시한다.

냉동 면을 쓰는 레토르트 제품과 달리 밀키트인 만큼원조 맛집 고유의 쫄깃하고 탱탱한 면의 식감을 위해 공통적으로 '생면'을 택했으며, 전문 제조사 '면사랑'이 제조한 것이 특징이다.

우선 피코크 '맛이차이나' 짜장면 밀키트는 1000g 2인분 분량에 8980원이다. 서울 상수동 짜장면 맛집 '맛이차이나'의 레시피를 그대로 밀키트에 담았다.

주재료는 생면 외에 양파, 주키니 호박, 돼지고기, 짜장소스 등이며 맛집 '맛이차이나'의 맛을 가정에서 가장 유사하게 낼 수 있도록 개발했다.

초마짬뽕 밀키트 /이마트

또한 피코크 '초마짬뽕' 밀키트는 672g(2인분)에 9980원이다. 홍대 초마짬뽕 맛집 '초마'의 레시피를 그대로 담았으며 라면을 끓이는 정도의 간편한 조리법으로 맛집 '초마'의 맛을 최대한 가깝게 느낄 수 있도록 했다.

생면과 배추, 양배추, 주키니호박 등 생야채 등으로 구성한 것이 기존 냉동 레토르트 상품이었던 '피코크 초마짬뽕' 간편식과의 차이점이다.

/신원선 기자 tree6834@

# '땡큐 에어프라이어'… 냉동식품 파죽지세

**10가구 중 4가구 에어프라이어 보유**
**냉동치킨·군만두 매출 큰 폭 신장**

'1가구 1에어프라이어' 시대다. 최근 가정에 에어프라이어 보급이 확대되면서 에어프라이어용 간편 조리 상품에 대한 소비자 수요가 크게 늘었다.

실제로 CJ 제일제당이 지난 해 12월 서울/부산/광주/대전 등 4대 도시의 4500가구를 대상으로 자체조사한 결과 에어프라이어 보유율이 38.2% 조사됐으며, 롯데하이마트의 올해 1~8월 에어프라이어 매출은 전년 대비 245% 신장했다. 냉동식품 매출도 함께 늘었다. 롯데마트가 최근 3년간(2017~2019년) 가공식품 내 냉동식품들의 매출을 살펴보니 올해 냉동식품 매출이 전년 동기 대비 큰 폭으로 성장한 것으로 나타났다. 냉동식품 내 '냉동튀김'의 경우 올해 1~8월 동안 전년 동기 대비 23.6%, '만두'는 12.3% 신장했다.

특히, 에어프라이어로 주로 조리해 먹는 '냉동치킨'과 '군만두'의 경우 올해(1~8월) 전년 동기 대비 각 20.2%, 38.2% 신장한 것으로 분석됐다.

이처럼 냉동식품 매출이 큰 폭으로 신장하게 된 것은 다른 무엇보다 에어프라이어가 국내 가정에 널리 보급되면서 냉동튀김이나 군만두 등 에어프라이어를 이용해 간편하게 조리할 수 있는 상품들을 구매하고자 하는 수요가 늘어났기 때문이다.

한편, 롯데마트에서는 이처럼 에어프라이어를 활용한 식품들의 수요가 높다는 것을 감안해 에어프라이어 전용 베이커리 PB상품을 출시해 오는 9월 16일(월)부터 전 점에서 판매한다.

이번에 출시되는 상품은 총 3가지로, '스윗허그(Sweethug) 구워먹는 빵 크로와상/애플파이/크림치즈'로 각 4500원에 판매된다. 해당 상품들은 해동 과정 없이 에어프라이어에 10분간 조리하면 베이커리 수준의 품질을 갖춘 빵을 맛볼 수 있는 것이 특징이다. /신원선 기자

# 현대홈쇼핑 'J BY' 뉴요커 사로 잡는다

**美 '뉴욕 코트리쇼' 패션박람회 참가**

현대홈쇼핑 단독 패션 브랜드인 'J BY(제이바이)'가 해외 진출 신호탄을 쏘아 올렸다. 해외에서 열리는 패션박람회에 참여해 글로벌 세일즈에 나서기로 한 것이다.

현대홈쇼핑은 정구호 디자이너와 협업해 만든 프리미엄 패션 브랜드 'J BY'가 오는 16일부터 18일(한국시간)까지 미국에서 열리는 '뉴욕 코트리쇼' 패션박람회에 참가한다고 15일 밝혔다. 국내 홈쇼핑 패션 브랜드가 '뉴욕 코트리쇼'에 참가하는 것은 이번이 처음이다.

매년 봄(S/S)과 가을(F/W)에 열리는 '뉴욕 코트리쇼'는 80년의 역사를 가진 '라스베가스 매직쇼'와 함께 미국 최대 규모의 패션박람회 중 하나로 꼽힌다. 지난 2월 열린 '뉴욕 코트리쇼' 패션박람회에는 전세계 약 1500여 개 패션 업체와 총 1만여 명의 바이어들이 참가했다.

현대홈쇼핑이 'J BY'를 해외시장에 선보이기로 한 것은 글로벌 패션시장에서도 충분한 경쟁력을 갖추고 있다는 판단에서다. 지난 2016년 9월 현대홈쇼핑이 정구호 디자이너와 손잡고 선보인 'J BY'는 론칭 3년 만에 누적 주문금액 3000억원을 달성하며 연평균 주문금액 1000억원 규모의 '메가 브랜드'로 성장했다.

현대홈쇼핑은 이번 '뉴욕 코트리쇼'에 'J BY'의 내년 봄·여름 시즌(S/S) 의류 80여 종을 선보일 계획이다. /신원선 기자

# 이마트24 1억원 상당 경품 쏜다… '역대 최대'

이마트24는 16일부터 내달 15일까지 1억 원 상당의 경품을 내건 이벤트를 진행한다고 15일 밝혔다.

먼저 이마트24는 추첨을 통해 ▲가맹점 창업 지원(4000만원 상당) ▲생활비 지원(이마트24 e쿠폰 100만 원씩 36개월 제공)▲교통 지원(그랜져IG제공) 중 하나를 당첨자가 선택할 수 있는 '인생 행운 이벤트'를 진행한다.

해당 기간 동안 이마트24에서 상품을 구매하고 모바일 애플리케이션(앱) 통합 바코드로 적립하는 고객은 이벤트에 자동 응모된다. 기간 종료 후 무작위 추첨을 통해 고객이 원하는 상품을 제공한다는 계획이다.

담배와 서비스 상품을 제외한 모든 상품이 해당되며, 구매 금액이나 결제 수단 제한 없이 통합 바코드 1회 적립 시 1회 응모된다. 응모 횟수 제한은 없으며, 당첨자는 이마트24창립 기념일인 10월 24일에 발표된다. 이마트24는 한 달 동안 매일 2200명에게 1000원을 선착순으로 선물하는 얼리버드 이벤트도 진행한다. /김민서 기자 min0812@