

칼로리 줄인 고단백의 '건강한 맛'... 다이어트 걱정 뚫!

매일유업 셀렉스 '슬림25'
가벼운 식사대용 다이어트 셰이크

정식품 '그린비아 프로틴밀' 2종
일 권장량 33%, 단백질 18g 설계



매일유업 셀렉스, 체중조절용 다이어트 셰이크 '슬림25'



정식품, 고단백 균형 영양식 '그린비아 프로틴밀' 2종

본격적인 여름을 앞두고 식품업체가 체중조절식에 눈을 돌렸다. 저출산 고령화 시대를 맞아 '웰에이징(건강하게 늙자)' 트렌드가 확대되는 추세의 영향으로 칼로리뿐만 아니라 영양까지 고려한 제품들이 속속 출시되고 있다. 특히 건강을 챙기고 아름다운 몸을 만들려는 소비자가 늘면서 '고단백'을 함유한 제품들이 눈에 띈다.

11일 시장조사기관 유로모니터에 따르면 국내 체중조절보조용 건강기능식품 시장규모는 2016년 3777억 원, 2017년 4011억 원, 2018년 4204억 원, 2019년 4383억 원으로 꾸준히 증가해왔다. 이러한 체중조절식품의 성장 가능성에 식품업체는 시장 선점을 위해 발빠르게

제품을 내놨다. 성인 건강 영양식을 주도하고 있는 매일유업의 '셀렉스'는 체중조절용 조제식품 '슬림25'로 선제 공격을 시작했다. '슬림25'는 바쁜 일상 속 체중 조절이 필요하거나 가볍게 식사 대용을 찾는 성인을 대상으로 하는 다이어트 셰이크다. 시장에 가장 먼저 안착한 매일유업은 경쟁력을 강화하기 위해 대상층을 시니

어에서 '젊은 층'으로 넓히고 있다. 젊은 층 사이에서 미용과 건강에 아낌없이 투자하는 소비 추세가 확산 중이다. 매일유업은 업계 처음으로 해외로도 진출했다. '슬림25'는 버려허우(1980년대생)와 지우려허우(1990년대생) 등 중국의 젊은 소비자를 공략하기 위한 제품으로 지난 3월 티몰 글로벌에서 먼저 출시하며 인기를 끌었다. 한국에서도 같은 제품을 출시해달라는 소비자 요청

이 있어 매일다이렉트와 매일유업 직영 스토어 및 온라인몰에서 판매를 시작했다.

특수 영양식 브랜드 그린비어를 생산 판매하는 정식품은 마시는 고단백 균형 영양식 '그린비아 프로틴밀' 2종을 출시했다. '그린비아 프로틴밀'은 성인 1일 권장량 33%에 달하는 단백질 18g을 함유한 고단백 설계가 특징이다. 대두 단백질, 카제인 단백질 등 소화 및 흡수 속도가 각각 다른 동·식물성 단백질을 혼합해 체내에 아미노산을 지속적으로 공급한다. 또한 8종의 필수 아미노산, 비타민 13종, 미네랄 8종 및 식이섬유 6g 등 우리 몸에 꼭 필요한 영양성분을 골고루 담았다.

정식품 관계자는 "그린비아 프로틴밀"은 60대 이상 고령층은 물론 운동족, 다이어트족, 직장인 등 남녀노소 누구나 건강하고 맛있게 즐길 수 있는 제품"이라고 설명했다.

빙그레의 건강기능식품 브랜드 비바

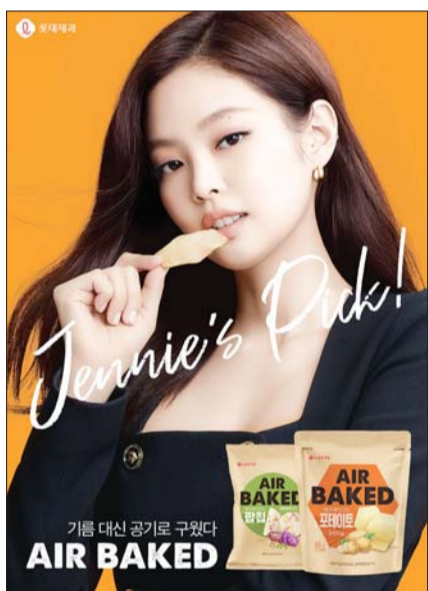
시티가 다이어트용 신제품 '슬림케어 나이트'를 선보였다. 슬림케어 나이트는 다이어트뿐만 아니라 스트레스 관리에 초점을 뒀다. 슬림케어 나이트의 주원료로 사용된 콜레우스포스폴리 추출물은 체지방 감소에 도움을 줄 뿐만 아니라 인도의 4000년 전통 건강요법인 आयुर्वेद에서 사용되던 허브로서 미국, 유럽, 캐나다 등지에서도 특허를 받아 각광받고 있는 기능성 원료다.

남양유업은 프리미엄 영양 브랜드 '하루근력'을 론칭하고 판매·마케팅을 강화하고 있다. 이 제품은 중장년층에게 부족하기 쉬운 영양성분 6종과 근감소증연구회와 공동개발한 '사코밸런스 복합물'로 근력 증진에 도움이 되도록 설계됐다. '든든한기 바나나&곤약'도 새롭게 출시했다. '든든한기 바나나&곤약'은 최고등급 신선한 생우유와 국내산 생크림 사용했으며, 비피더스 BB-12를 함유했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

지방 60% ↓... 신개념스낵 '에어 베이크드'

롯데제과, 오븐에 열풍으로 구워 담백하고 깔끔한 맛... 바삭한 식감 1년간 1천번 테스트, 맛+건강 잡아



에어 베이크드 /롯데제과

롯데제과가 11일 신개념 스낵 '에어 베이크드'를 선보이며 기존 스낵에 도전장을 던졌다. '에어 베이크드'는 튀기지 않고 특수 제작한 오븐에서 열풍으로 구운 스낵 브랜드다. 기름기 없이 담백하고 깔끔한 맛이 좋으며 바삭바삭한 식감이 특징이다. 또한 기름에 튀기지 않아 지방 함량이 일반 스낵 대비 60% 이상 낮다. '에어 베이크드'는 튀기지 않은 스낵 본연의 맛을 강조했다. 트렌드 예측시스템 '엘시아' 분석 결과, 소비자들은 단순히 건강한 콘셉트의 제품을 찾기보다는 맛에 더 집중하는 경향을 보였다. 건강한 제품을 찾는 경향이 높아졌지만 결국 맛있으면서도 건강한 먹거리를 찾

는다는 것. 이에 '에어 베이크드'는 소비자의 니즈를 충족시키기 위해 약 1년간의 개발 기간과 1천여 회의 테스트를 거쳤다. 롯데제과는 이미 10여 년 전부터 수차

레 베이크드 칩에 대한 제품 도입을 검토한 바 있으나, 당시 기술적 문제와 제품에 대한 확신이 부족했다. 그러나 포기하지 않고 지속적으로 노력하여 작년부터 재개발에 돌입, 1년여 만에 맛으로 자신할 수 있는 제품을 생산할 수 있었다. '에어 베이크드'는 2종을 먼저 선보이고 추후 제품을 추가하며 브랜드 라인업을 확대해 나간다는 계획이다. 이번 출시한 2종은 '포테이토'와 '팍칩'이다. '에어 베이크드 포테이토'는 배합 원료에 밀감을 더하여 풍미를 높이는 '마리네이드 공법'을 적용, 감자의 맛을 극대화했다. '에어 베이크드 팍칩'은 쌀과 옥수수, 병아리콩, 완두콩, 자색고구마 등을 열과 압력으로 팽창(Popping)시켰다. 기름에 튀기지 않아 원물의 맛이 더욱 잘 느껴진다. 여기에 까망베르치즈를 더하여 고소하면서도 짭조름한 풍미를 느낄 수 있다.

/조효정 기자 princess@

토종장어 등 보양수산물 40톤 할인행사

이마트, 자연산바다장어 3미 9900원

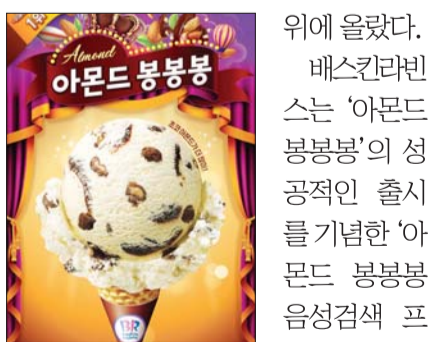


한낮 기온이 35도까지 치솟는 무더운 날씨에 이마트가 든든한 수산물 보양식 행사를 일찍부터 준비했다. 특히 올해는 코로나19로 인해 건강에 대한 관심이 높아져 여름 전부터 보양식 매출이 급증하고 있어, 초복을 한 달 이상 앞둔 6월 둘째주부터 본격적인 수산물 보양식 할인 행사에 돌입한다. 실제 이마트에 따르면 지난 4~5월 장어, 활전복은 전년 동기 대비 각각 147.5%, 110.4% 신장했다. 보양식 재료 수요가 급증하는 한여름 성수기 매출도 넘어설 정도로 신장해, 올 4~5월 장어와 전복 매출은 지난해 7~8월에 비해 각각 10%, 21% 더 높은 매출고를 달성했다. 이에 이마트는 토종 품종 장어, 활전복 등 인기 보양 수산물 40여종을 오는 16일까지 저렴하게 판매한다.

우선 고장에서 키운 마리 당 150~250g의 '토종 민물장어'를 100g당 6980원에 준비했고, 해안가 지역민들의 특산물인 '자연산 바다장어(3미)'를 17% 할인한 9900원에 판매한다. 껍질이 얇고 살이 부드럽게 씹히는 것이 특징인 토종 민물장어 품종 '자포니카'는 일반적으로 대형마트에서는 볼 수 없는 귀한 장어 품종이다. 이마트에서도 올해 처음으로 전점 판매한다. 이마트는 토종 자포니카 민물장어 약 10만 마리, 20톤 물량을 대량으로 매입해 이번 보양식 행사에서 저렴한 가격에 판매한다. /신원선 기자 tree6834@

배스킨라빈스 '아몬드 봉봉봉' 100만개 판매

'아몬드 봉봉' 업그레이드 식감 강화



SPC그룹이 운영하는 배스킨라빈스가 6월 이달의 맛으로 출시한 '아몬드 봉봉봉'이 출시 2주 만에 100만 개 판매를 돌파했다고 11일 밝혔다. '아몬드 봉봉봉'은 배스킨라빈스의 스테디셀러인 '아몬드 봉봉'을 업그레이드한 신제품으로, 초콜릿 코팅 아몬드의 함량을 30% 가까이 늘려 달콤하고 고소한 맛과 바삭한 식감을 강화한 것이 특징이다. '아몬드 봉봉봉'은 지난 27일 출시 이후 현재까지 누적 판매량 100만 개(싱글 레귤러 기준)를 돌파했고, 하루 평균 약 5만 5000개씩 팔린 셈으로, 스테디셀러 '엄마는 외계인'을 제치고 판매순위 1

위에 올랐다. 배스킨라빈스는 '아몬드 봉봉봉'의 성공적인 출시를 기념한 '아몬드 봉봉봉 음성검색 프로모션'을 진행 중이다. 네이버 모바일 앱에서 음성 검색을 통해 '6월엔 아몬드 봉봉봉'을 외치면 '아몬드 봉봉봉 1+1' '아몬드 봉봉봉 블라스트 1+1' '이게바로 아몬드 봉봉봉 케이크 무료' 등 풍성한 혜택의 쿠폰을 제공하는 행사다. 프로모션 참여는 6월 19일까지, 수령한 쿠폰의 사용 기한은 6월 30일까지 가능하다. /조효정 기자

오비맥주 '오비라거' 컬러백 리미티드 에디션



오비맥주가 시원한 오비라거를 언제 어디서든 즐길 수 있는 '오비라거 컬러백 리미티드 에디션'을 전국 주요 대형마트에서 한정 판매한다고 11일 밝혔다. '오비라거 컬러백 리미티드 에디션'은 오비라거 355ml 제품 12캔과 휴대용 컬러백으로 구성됐다. 컬러백은 시원한 블루 컬러에 오비라거의 시그니처 캐릭터인 '달라베어'의 익살스런 모습으로 디자인됐다. 내부는 방수 코팅 원단 등의 소재를 사용 보냉성을 높였다. /조효정 기자

롯데마트 생필품·먹거리 대대적 할인

14일까지 '주말 특별행사'



롯데마트가 오는 14일까지 '주말 특별 행사'를 준비해, 다양한 먹거리와 생활용품을 부담 없는 가격에 선보인다. 우선, 다양한 신선식품 행사를 준비했다. 대표적으로 전국 모든 점포에서 시세 대비 30% 가량 할인한 '캐나다 랍스터(454g내외·1마리·냉장·캐나다산)'를 엘포인트(L.POINT)회원 대상 9920원에 판매한다. 중간 유통 마진을 없앤 직소싱 유통 방식과 선제적으로 확보한 물량 덕에 가격을 낮춰 선보이게 됐다. 또한, 농가도 돕고 고객들 장바구니 부담도 덜어주기 위한 신선식품을 선보인다. 한우·돼지 농가를 위해 '1+1++' 등급 브랜드 한우 국거리·불고기(각

100g·냉장·국내산 한우고기)'를 엘포인트 회원에게 각 5280원과 5600원에, '국내산 돼지고기 뒷다리·앞다리(각 100g·냉장)'를 각 680원과 990원에 선보인다. 과일도 준비해 '농가돕기 성주참외(20입 내·1봉·국산)'를 엘포인트 회원 대상 8980원에 준비했다. /신원선 기자