

“올 여름 ‘블랙블랙’ 하게”... 식음료업계, 컬러마케팅 활발

할리스 다크 초코 베이스 빙수 출시
던킨 블랙 컬러 도넛 신제품 선보
메가커피 제주 연상 ‘현무암 돌빵’
롯데푸드 더 진해진 ‘돼지콘 블랙’

소비자들의 감각, 직관을 자극하는 ‘컬러’가 주요한 마케팅 요소로 등장하면서 식음료업계도 컬러 마케팅에 주목하고 있다.

올 여름은 식음료업계에서 잘 사용하지 않던 ‘블랙(검은색)’을 전면으로 내세우는 역발상 컬러 마케팅이 소비자들의 이목을 끈다. 그동안 블랙은 식품업계에서 금기시되는 색이었다. 식욕을 떨어뜨려 구매력을 반감시킨다는 이유에서다. 그랬던 식품업계가 여름철 대표 디저트 빙수나 도넛을 칠할때는 검은색으로 만드는 등 블랙 디저트를 내놓고 있다.

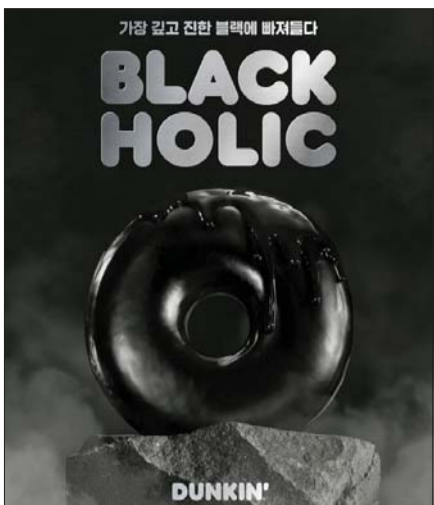
2일 업계에 따르면 망고, 딸기 등 다양한 라인업의 빙수를 선보여온 라이프스타일 브랜드 할리스는 최근 빙수에 블랙 컬러를 담아 탄생한 ‘블랙 몬스터



돼지콘 블랙 /롯데푸드

초코 빙수’를 출시했다.

블랙 몬스터 초코 빙수는 이름처럼 초코와 다크 초코를 활용해 온통 검은색으로 만든 빙수로 마치 ‘초코 괴물’을 연상시키는 비주얼이 특징이다. 시원한 얼음 위에 다크 초코 베이스와 초코 쿠키 크런치, 다크 초코볼, 초코 코팅 아이스크림을 올렸으며, 바닐라아이스크림에도 초코 시럽을 듬뿍 얹어 올 여름 더위를 모조리 흡수할 올 블랙 컬러 빙



던킨 블랙도넛 /SPC그룹

수를 완성했다.

뿐만 아니라 다크 초코볼과 쿠키가 크런치한 식감과 중독성 있는 달콤함을 선사해, 무더운 날씨에 높아지는 불쾌 지수까지 한번에 날려버릴 빙수다.

던킨은 세상에서 가장 어두운 검은색 ‘벤타블랙(Ventablack)’에서 아이디어 착안해 탄생한 블랙 컬러의 도넛인 신제품 ‘블랙 도넛’ 2종을 선보였다. 블랙 도넛은 블랙 카카오로 반죽한 링



블랙몬스터 빙수 /할리스

도넛에 블랙 초콜릿 코팅을 입힌 ‘블랙 홀릭’과 초콜릿과 화이트 초콜릿 2종을 가득 채운 도넛 위에 쿠키 가루를 올린 ‘블랙홀릭 쿠키앤크림’ 2종으로 구성됐으며, 신비로우면서 세련된 느낌이 특징이다.

메가커피는 제주도를 연상케 하는 ‘현무암 돌빵’을 선보이며 블랙 컬러 마케팅에 동참했다. 제주도에서 사람보다 많이 본다든 현무암을 비주얼로 표현하

였으며 이는 오징어 먹물을 활용한 블랙 쿼아망이다.

빙과류 시장에서도 달콤한 블랙 컬러 아이스크림을 선보였다. 롯데푸드는 콘과 토핑이 한층 더 진해진 ‘돼지콘 블랙’을 출시했다. 돼지콘은 돼지바를 콘 아이스크림 형태로 만든 제품으로, 2017년 첫 출시돼 롯데푸드의 주요 콘 제품 자리에 오른 제품이다. 돼지콘 블랙은 코코아 분말이 들어간 블랙 콘과 자에 쿠키앤크림 아이스크림을 담고, 초콜릿과 블랙칩 비스킷을 토핑했다. 돼지콘 블랙은 기존 ‘돼지콘’ 제품보다 높은 다크초콜릿 함량으로 색깔과 맛 모두 진해져 ‘초코 덕후’는 물론 특별한 아이스크림콘을 찾는 소비자들의 눈길을 끈다.

업계 관계자는 “특이하고 재미있는 것을 선호하는 MZ세대의 취향을 겨냥해 어울릴 것 같지 않은 블랙을 과감히 입혔다”며 “블랙은 강하고 고급스러운 인상을 심어주기 때문에 업계가 주목하고 있다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CJ제일제당, 식물성 대체유 사업 본격화

전문 브랜드 ‘얼티브’ 론칭
100% 식물성 음료제품 선보

CJ제일제당은 식물성 대체유사업의 전문 브랜드 ‘얼티브(ALTIVE)’를 론칭하고, 팝업 스토어와 온라인몰에 100% 식물성 음료 ‘얼티브 플랜트유’를 선보였다고 2일 밝혔다.

이 제품은 CJ제일제당 식품 사내벤처 프로그램 ‘이노백(INNO 100)’을 통해 발굴된 것으로, MZ세대 직원들의 참신한 아이디어가 실제 사업화로 이어진 결과다.

‘얼티브’는 ‘유제품의 완벽한 대안을 제시하겠다’는 의미를 담아 ‘Alternative’에서 따온 용어로 ‘사람과 지구를 위한 더 나은 선택을 제공하겠다’는 비전이 담겼다. 성장하는 식물성 대체유 시장에서 환경적 가치뿐 아니라 사람을 위한 영양적 가치도 중요하게 고려되어



얼티브 플랜트유 /CJ제일제당

야 한다는 지속가능성(ESG) 관점에서 기획됐다.

‘얼티브 플랜트유’는 우유가 필요한 순간에 식물성으로 대체해 마실 수 있는 고단백·고칼슘 음료다.

현미와 완두콩 단백질을 CJ제일제당만의 배합기술로 블렌딩해 우유 단백질과 유사한 필수 아미노산 8종을 함유하

고 있다. 식물성 단백질 성분은 일반 우유의 1.5배(200ml 기준 9g 함유), 칼슘 성분은 1.7배(200ml 기준 374mg 함유) 높다.

‘얼티브 플랜트유’는 이달부터 소비자에게 더 가까이 다가간다. 2일부터 12일까지 서울 연남동 카페 형식의 팝업 스토어 ‘플랜트 유니버스’에서 만날 수 있다. ‘나만의 플랜트유 취향 찾기’, ‘포토존 인증샷’ 등 다양한 미션을 통해 제품을 체험할 수 있다. 미션을 완수하면 플랜트유, 굿즈 등을 증정한다.

올리브영 온라인몰을 통해서도 구입할 수 있다. 2일부터 8일까지 최대 29% 할인하는 프로모션도 진행한다.

하반기에는 비건, 식물성 단백질, 고단백 등에 대해 관심 많은 소비자를 대상으로 MZ세대 인기 플랫폼에서 입점을 확대해 나간다.

/신원선 기자

KT&G, 2030세대 중심 조직문화 혁신

‘상상 주니어보드’ 2기 발대식 진행

KT&G가 세대와 직급을 넘어 개개인의 가치를 인정하는 ‘다양성과 포용의 문화’ 구축에 앞장선다.

KT&G는 2030세대 직원들을 대표하여 조직문화 혁신을 이끌어 갈 ‘상상 주니어보드’ 2기 발대식을 지난 31일 KT&G 서울 본사에서 진행했다고 2일 밝혔다.

‘상상 주니어보드’는 일하기 좋은 직장 만들기를 목표로 젊은 구성원들의 의견을 청취하고 경영진과의 소통을 주도하는 조직문화 개선 협의체다. 이번 ‘상상 주니어보드’ 2기는 사내 공모를 통해 본사·영업·제조 등 전국 기관에서 총 10명이 선발됐다. 멤버들은 향후 10개월간 각 분야의 2030세대를 대표해

조직문화를 진단하고 혁신을 이끄는 ‘선도자’ 역할을 맡는다. 구성원들이 서로를 존중하며 개인의 역량을 최대한 발휘할 수 있는 선진적인 조직문화를 갖춰 나간다는 계획이다.

KT&G는 지난 2015년부터 ‘상상 주니어보드’의 모태인 ‘상상실현위원회’를 운영해 소통경영에 앞장서 왔다. 지난해에는 회사의 미래성장동력인 2030세대와 소통을 강화하기 위해 ‘상상 주니어보드’를 출범시켰다. ‘상상 주니어보드’ 1기는 직원들의 다양한 의견을 반영해 경영진과 적극 소통했으며, 유연 근무 활성화와 구성원 심리 케어 강화, 최근 트렌드에 적합한 리더십을 제시하는 ‘요즘 리더’ 프로그램 운영 등의 조직문화 개선 성과를 올렸다.

/신원선 기자

2050세대 절반 “지난해 와인 음용 늘어”

와인 음용 경험이 있는 2050세대 성인남녀 절반 정도는 지난해 와인 음용이 전년대비 증가했다고 답했다.

주류유통전문기업 신세계L&B(이하, 신세계엘앤비)가 마케팅 여론조사 전문기업 한국리서치를 통해 3개월 이내 와인 음용 경험이 있는 5대 광역시 거주 만 20세~54세 성인남녀 817명을 대상으로 진행한 와인에 대한 설문조사 결과를 통해 이같이 밝혔다.

이번 조사에서 와인 소비자의 지난해 와인과 맥주 음용률은 크게 증가한 반면, 소주 음용률은 큰 폭으로 감소하는 경향을 보였다.

주종별 음용 증가를 묻는 항목(복수

응답)에 응답자의 54%는 지난해 와인 음용이 전년대비 증가했다고 답했다. 그 다음으로는 맥주(36.6%), 소주(22.2%) 음용이 증가한 것으로 나타났다. 와인 음용이 증가한 이유로는 맛과 코로나19로 인한 혼술과 홈파티 문화 확산을 꼽았다.

와인 음용 빈도는 월 평균 2.1회로 나타났다. 응답자의 33.9%가 한 달에 1회, 그 다음으로 26.4%가 한 달에 2~3회라고 답했다. 또한 월 평균 와인 지출 비용은 7만9000원으로, 응답자의 43.7%가 5만원 미만이라고 응답하고, 28.6%가 5~10만원 미만이라고 답했다.

/신원선 기자

신라면세점 미래에셋페이 결제 서비스

신라면세점 오프라인 매장 5곳이 2일부터 미래에셋페이가 터치 결제 서비스를 제공한다.

미래에셋페이가 도입되는 신라면세점 매장은 서울점, 인천공항점, 제주점, 제주공항점, 김포공항점이다.

이번 도입으로 신라면세점에서는 기존 신라페이, 네이버페이, 카카오페이, 스마일페이, 알리페이, 위챗페이, SSG페이, 은연QR, BC페이북, 페이코, 페이팔 결제까지 총 12가지 방식의 간편 결제가 가능해졌다.

미래에셋페이는 근거리 무선통신(NFC) 기술을 활용하는 아이폰에 특화된 간편결제 서비스다.

/김서현 기자

hy, ‘하루야채 바이탈 눈건강’ 출시

과채주스·캡슐 한병에 담아

hy가 융복합 건강기능식품 ‘하루야채 바이탈 눈건강’(이하 하루야채 눈건강·사진)을 출시한다.

‘하루야채 눈건강’은 hy의 두 번째 융복합 건강기능식품이다. hy는 해당 제품에 앞서 지난 2월, 같은 유형의 융복합 건강기능식품인 ‘프로바이오틱스 워드 샐러드’를 선보였다. 샐러드에 프로바이오틱스와 아연을 토핑처럼 뿌려 먹는 독특한 콘셉트로 인기를 끌며 출시 당시에 비해 6배 가까이 판매량이 상승했다. hy는 향후 체지방 감소 등 기능성 중심의 프리미엄 제품으로 융복합 건강기능식품 카테고리 확장을 예정이다.

신제품은 액상 형태의 과채주스와 눈

건강에 도움을 주는 캡슐을 한병에 담았다. 이 중재형으로 푸깅에는 ‘마리골드꽃 추출물(루테인)’과 ‘베타카로틴’이 들어있다.

액상은 안토시아닌이 풍부한 ‘빌베리’를 포함해 13종의 과일·야채를 넣어 만들었다. 현대인의 영양 밸런스를 위해 일일섭취 권장량에 맞춘 비타민 4종(▲비타민A ▲비타민B1 ▲비타민C ▲비타민E)을 함께 담았다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

