

# 신세계L&B “진짜 위스키 넣은 ‘하이볼’… 해외 진출도 목표”

## ‘에반 버번 하이볼’ 2종 출시

어메이징브루잉컴퍼니와 맞손 독일 설비 이천 브루어리서 생산 편의점·대형마트서 17일 판매



김태경 어메이징브루잉컴퍼니 대표가 RTD 주류 시장에 대해 설명하고 있다. /신세계L&B

신세계L&B와 국내 대표 수제맥주 브랜드 ‘어메이징브루잉컴퍼니’가 협업해 하이볼을 선보인다. 아메리칸 대표 버번 위스키인 ‘에반 윌리엄스’를 활용한 ‘에반 버번 하이볼’을 앞세워 시장 리더로 올라선다는 포부다.

11일 신세계L&B와 어메이징브루잉컴퍼니는 서울 성동구 성수동 어메이징브루잉컴퍼니에서 기자간담회를 열고 신제품 출시 배경과 향후 계획에 대해 설명하는 시간을 가졌다.

이날 김태경 어메이징브루잉컴퍼니 대표는 “최근 한국 RTD(즉석음료) 주류 시장이 지속 성장하고 캔 하이볼 수요가 증가하는 것을 고려해 에반 윌리엄스를 활용한 캔 하이볼을 출시하게

됐다”며 “일본과 미국의 RTD 주류 시장을 살펴보면 최근 10년간 꾸준히 견고하게 성장해온 것을 알 수 있다”고 말했다. 이어 “코로나 이후 주류 소비 트렌드가 유흥시장에서 가정시장으로 옮겨간 것을 확인할 수 있는데, 이러한 (혼술·하이볼)수요가 일시적인 것이 아니라 향후 일관된 형태로 자리잡을 것으로 보인다”고 전망했다.

‘에반 버번 하이볼’은 애플과 레몬 2

종으로 출시된다. 용량은 355ml이며, 알코올 도수는 5도다.

어메이징브루잉컴퍼니가 제품을 출시·생산·영업 등을 담당하고, 신세계L&B가 전반적인 브랜드 마케팅과 상표 제휴 등을 담당한다.

에반 버번 하이볼은 독일산 최고급 설비를 보유한 어메이징브루잉컴퍼니 이천 브루어리에서 생산된다. 또한 신세계 소속 전문 믹솔로지스트(카테일

믹싱 분야의 지식과 경험을 지닌 사람)가 블렌딩에 참여해 과일 향과 위스키의 적절한 밸런스를 구현했다.

김태경 대표는 “기존 시중에 유통되는 하이볼은 유사 위스키나 오크향을 입힌 제품이 대부분”이라며 “‘에반 버번 하이볼’은 진짜 위스키 원액을 넣어 만든 제품으로 최적의 레시피에 최상의 양조 기술을 더해 완성한 정통 버번 하이볼 맛을 느낄 수 있을 것”이라고 자신감을 드러냈다.

‘에반 윌리엄스’ 수입사인 신세계L&B 측의 도움으로 실제 위스키 원액을 넣으면서도 가격 부담을 낮출 수 있었다고 설명했다.

에반 버번 하이볼은 편의점 4사(이마트24·GS25·CU·세븐일레븐)와 대형마트 3사(이마트·롯데마트·홈플러스)에 입점이 확정됐고, 17일부터 판매된다. 가격은 편의점에서

에반 버번 하이볼 2종 /신세계L&B

한 캔당 4000원, 행사를 적용해 4캔 1만2000원이다.

어메이징브루잉컴퍼니는 ‘에반 버번 하이볼’의 올해 목표 판매량을 300만캔으로 잡았다. 김 대표는 “최근 소비자들은 맛과 기술력이 확실한 브랜드 제품을 선호하는 경향이 있다”며 “우선 국내 RTD 주류 시장에서 1위를 선점하고, 향후에는 해외에도 진출해 일본 하이볼과 대등하게 대결하는 게 장기적인 목표”라고 전했다.

한편, 어메이징브루잉컴퍼니는 2016년 성수동의 목공소를 개조해 문을 연 양조장을 시작으로 2019년 수도권 단일 규모 최대의 이천 브루어리를 준공해 맥주와 RTD 주류를 생산하고 있다. 주요 브랜드로는 ‘서울슬라거’ ‘노을 페일에일’ ‘첫사랑 IPA’ ‘안동하이볼’이 있으며 미국 H-마트와 대만 세븐일레븐에 수출하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



# ‘쌀밥맛·밤맛’ 식물성 단백질음료 인기

CJ제일제당, 3개월 매출 30억 출시 후 누적 판매량 100만개 돌파



엘티브 프로틴 쌀밥맛, 밤맛. /CJ제일제당

CJ제일제당은 식물성 단백질 음료 ‘엘티브 프로틴 쌀밥맛·밤맛’이 지난 4월 출시 후 3개월만에 누적 판매량 100만개를 돌파했다고 11일 밝혔다. 이 기간 동안 매출액은 약 30억원으로, 일반적으로 가공식품 신제품이 월 평균 매출 10억원을 달성하면 히트상품으로 불린다는 것을 감안했을 때 시장에 빠르게 안착한 것으로 평가된다.

‘엘티브 프로틴 쌀밥맛·밤맛’은 국민 브랜드인 햇반·맛밤과 CJ제일제당의 사내벤처가 만나 단백질 음료를 새롭게 재해석한 제품이다. 쌀 분말, 밤 페이스트 등을 활용해 색다른 맛을 구현했

며, 음료 용기에도 햇반, 맛밤 고유의 디자인을 적용해 보는 재미를 더했다. 이번 제품의 인기 요인으로는 차별화된 기술력으로 구현한 맛과 대중적으로 인기 높은 브랜드와의 협업으로 색다른

이미지를 구축한 것이 주효했다. CJ제일제당은 고소한 쌀과 달콤한 밤 맛으로 단백질 음료 특유의 텁텁하고 쓴 맛을 최소화했다. 또한 단백질 음료에서 찾기 힘든 색다른 콜라보 제품이라는 점이 호평을 받았다.

한편, 2022년 6월 처음 런칭한 ‘엘티브’는 CJ제일제당 식품 사내벤처 ‘이노백(inno100)’ 프로그램을 통해 MZ세대 직원의 아이디어가 실제 사업화로 이어진 식물성 음료 브랜드다. ‘새로운 식물성 식품의 선택지를 제시하겠다’는 의미를 담아 ‘Alternative’에서 따온 용어로, ‘건강하고, 맛있고, 가장 새로운 식물성 식품을 통해 사람들의 삶에 웰니스를 제공하겠다’는 비전이 담겼다. /신원선 기자

# 롯데마트·슈퍼 ‘상생 배추·무·간마늘’ 선포

시세보다 평균 30%가량 저렴



제타플러스점 잠실점 농산대장에서 상생 농산물을 홍보하고 있는 이동은MD(왼쪽), 홍윤희MD. /롯데마트

롯데마트·슈퍼가 ‘상생’으로 채소물가를 잡는다.

최근 기록적인 폭염과 장마가 이어지며 채소 물가가 예년 대비 큰 폭으로 상승세를 보이고 있다.

특히 배추와 무는 고온 영향으로 생육 저하가 발생하며 생산량이 감소했고, 곧 이은 장마에 의한 품질 저하로 추후 작황 상황이 더욱 악화될 것으로 예상된다. 지난 9일 가락시장 경매가 기준으로 무는 1개당 1900원대, 배추는 한 포기당 4300원대를 형성하고 있으며 시세는 전년 대비 각 50%, 140% 이상 상승한 상황이다.

이에 롯데마트·슈퍼는 채소값 상승에 대한 소비자의 부담을 덜기 위해 오는 11일부터 시세보다 평균 30% 가량 저렴한 ‘상생 배추, 무, 간마늘’을 판매한다.

무와 배추는 14일까지 4일간 선보이며 간마늘의 경우 초복 수요에 발맞춰 오는 17일까지 만나볼 수 있다.

행사 기간 동안 ‘상생 배추(1.5kg 이

상’)는 2590원, ‘상생 무(800g 이상)’는 1290원 ‘상생 간마늘(1kg/봉)’은 5990원에 선보인다.

합리적인 가격으로 선보이는 상생 상품들은 크기가 다소 작거나 일부 흠집이 있지만 맛과 영양은 일반 상품들과 큰 차이가 없다. 롯데마트·슈퍼 채소MD는 상생 농산물을 준비하기 위해 지난 5월부터 문경, 의령 배추 산지와 고창 무 산지, 고흥과 창녕의 마늘 산지 작황을 직접 살피며 무 60톤, 배추 20톤, 햇간마늘 35톤을 물량을 확보했다. /최빛나 기자 vitna@

# 정관장 ‘화애락’, 뮤지컬 메노포즈와 맞손

관람객 대상 100% 당첨 이벤트 ‘SNS 인증샷’ 추천 통해 경품증정



화애락 3종 제품 라인업 /KGC인삼공사

정관장은 여성 건강 전문 브랜드 ‘화애락’이 중년 여성들이 겪는 다양한 경험을 서로 공유하며 공감하는 내용을 담은 뮤지컬 ‘메노포즈’와 다양한 행사를 진행한다”고 11일 밝혔다.

12일부터 8월 4일까지 매주 금·토·일 주말 메노포즈 관람객을 대상으로 ‘카카오 선물하기’ 위시리스트에 화애락 화애락 베스트 3종을 추가한 관람객을 대상으로 화애락 타닝미, 화애락 와이즈미, 화애락 액티브미 제품을 경험할 수 있는 100% 당첨 이벤트를 진행한다. 또한 인증샷을 SNS에 업로드하면 추첨을 통해 화애락 액티브미 본품도 증정한다.

정관장은 뮤지컬 메노포즈가 4060여

성들의 갱년기 고민에 대한 공감대를 형성하고 또 다른 시작을 응원하는 메시지가 화애락 제품 이미지와 부합된다고 판단하여 콜라보를 진행하게 됐다.

지난 6월부터 성황리에 공연중인 ‘메노포즈’는 ‘누구나 겪는 갱년기를 말할 고민처럼 대하는 것이 아닌 여자로서 또 다른 시작’이라는 메시지를 유쾌한 입담과 흥겨운 음악으로 전하는 뮤지컬이다. /신원선 기자

# 동아제약 퇴행성관절염 증상 완화 ‘맥스 콘드로이틴 1200’

동아제약은 경증에서 중증도의 퇴행성 관절염 증상 감소에 도움을 줄 수 있는 ‘맥스 콘드로이틴 1200 경구용겔’을 출시했다고 11일 밝혔다.

동아제약에 따르면 이번 신제품은 일반의약품으로 콘드로이틴셀레이트나 트롬을 국내 최대 1회 함량인 1200mg을 함유했다. 콘드로이틴은 연골, 뼈, 각막 등을 구성하는 결합조직에 널리 분포해 있는데, 연골을 보호하는 탄성섬유의 주성분이다. 해당 성분 복용 시 퇴행성 관절염 증상 감소에 도움을 줄 수 있다는 것이 동아제약 측의 설명이다.

동아제약 ‘맥스 콘드로이틴 1200’은 콘드로이틴 성분 중 국내 최초 경구용 겔 유형 제품이다. 소비자들이 선호하는 토피넛향(커피맛)까지 갖췄다. /이청하 기자 mlee236@

# “신선식품 선도 떨어지면 무조건 교환·환불”

SSG닷컴 ‘신선보장제도’ 운영

SSG닷컴이 본격적인 여름철을 맞아 먹거리 품질 관리를 강화하기 위해 신선식품 품질보증서비스 ‘신선보장제도’를 운영한다고 11일 밝혔다.

이번 서비스를 통해 고객들은 시간대 지정 배송 서비스 ‘쓱배송’ 또는 ‘새벽배송’ 받은 신선식품의 선도가 떨어진다고 느끼는 경우 조건 없이 교환, 환불받을 수 있다. 상품 사진을 촬영해 온라인으로 접수할 수 있어 절차

도 간편하다. 상품 상세 페이지에 ‘신선보장’ 배너가 있는 상품이 적용 대상이다.

SSG닷컴은 배송 전 과정에서 상품이 적정 온도를 벗어나지 않도록 관리하는 콜드체인 물류 인프라를 바탕으로 선도 유지에도 힘을 쏟는다. 물류 시설은 물론, 배송 차량에도 냉장 및 냉동 시스템이 완비돼 있다. 차량 내부 온도 역시 실시간 모니터링된다. 하절기 냉장 및 냉동상품 배송 시에는 아이스팩 등 보랭제를 추가로 투입한다. /최빛나 기자