

# “겨울엔 제철 요리와 함께”... 신메뉴로 연말 특별한 경험 선사

**외식업계, 홈파티·모임 공략**  
 빽스, 풍두·크랜베리 폭립 선보여  
 자연별곡, 재첩국 등 겨울성찬 준비  
 도미노피자, 쌈장 채끝 피자 선보

12월에 접어들면서 가족과 친구 등 소중한 사람들과의 연말을 즐기는 소비자들이 늘고 있다. 이에 외식업계는 겨울철 고객 입맛을 사로잡기 위해 제철 식재료를 활용한 메뉴와 홈파티에 어울리는 화려한 메뉴를 합리적인 가격에 선보이며 연말 수요 공략에 나섰다.

최근 인기를 끌고 있는 패밀리 레스토랑 업계는 겨울 시즌 신메뉴를 출시하며 연말 모임을 즐기려는 소비자 공략에 나섰다.

빽스는 ‘홀리데이 그리팅스’ 콘셉트로 치즈 풍두와 특별한 폭립 신메뉴를 공개했다. 신메뉴 중 첫 번째인 풍두는 따뜻하게 녹인 그라나파다노 치즈, 에멘탈 치즈 등 세 가지 치즈에 폭립이나 연어구이 등을 곁들여 먹을 수 있다. 함께 출시한 ‘크랜베리 스노잉 폭립’은 기존 빽스의 시그니처 메뉴인 바비큐 폭립에 상큼한 크랜베리, 고소한 그라나파다노 치즈를 더해 맛을 한층 끌어올렸다. 메인 메뉴 외에도 ‘윈터베리 치즈 케이크’ 등 다양한 디저트 메뉴까지 공개해 제대로 된 연말 파티를 즐길 수 있다.

이랜드이츠의 한정식 뷔페 브랜드



도미노피자가 출시한 ‘K-쌈장 채끝 스테이크 피자’를 모델들이 소개하고 있다. /도미노피자

자연별곡은 올겨울 ‘겨울 성찬절’을 콘셉트로 신메뉴를 준비했다. 제철 해산물인 꼬막, 감태, 홍합 등을 활용한 한식과 편백집, 국물 요리 위주로 구성한 것이 특징이다. 주요 메뉴로는 ‘꼬막 감태말이’와 ‘연어 감태말이’, ‘재첩국’, ‘고기국수’ 등이 있다.

배달 피자 브랜드 도미노피자는 홈파티족을 공략한다. 지난 7월 출시한 ‘K-립&치즈 피자’에 이어 새로운 ‘K-시리즈 피자인 ‘K-쌈장 채끝 스테이크 피자’를 출시했다. 메인 소스인 바비큐 소스에 감칠맛 넘치는 쌈장을 넣은 이색적인 피자로 쌈장 맛에 익숙한 한국 소비자는 물론이고 외국인 소비자들도

보다 쉽게 한국의 맛을 접할 수 있어 가족, 친구들과 함께 어울리는 연말 홈파티에도 제격이다.

특히 메인 토핑으로 올라간 채끝 스테이크와 카망베르 치즈들은 프리미엄 피자다운 압도적인 비주얼과 맛을 자랑한다. 졸깃한 모짜렐라 치즈로 곁들 감싸고, 달콤하고 부드러운 카망베르 무스로 속을 채운 치즈듬과 소고기 부위 중에서도 식감과 풍미가 모두 뛰어난 고급 부위로 손꼽히는 채끝살이 사용됐다.

카페 업계는 눈과 입을 사로잡는 달콤한 디저트를 선보였다. 투썸플레이스는 자사의 대표 베스트

셀러 케이크인 ‘스트로베리 초콜릿 생크림’ 출시 10주년을 맞아 엔젤 시트 위에 신선한 딸기를 듬뿍 올린 ‘화이트 스 초생’을 시즌 한정정으로 출시했다. 이번 화이트 스 초생의 특징은 눈 내리는 겨울의 설원을 연상하게 하는 비주얼로, 시트는 새하얀 엔젤시트를, 시트 사이에는 화이트 초코 생크림을 발랐다. 특히 딸기 위에 하얀 슈가 파우더를 뿌려 케익 위에 눈이 내린 듯한 화려한 비주얼을 구현했다. 화려한 비주얼과 입안 가득 피어나는 달콤한 디저트로 마무리를 원하는 소비자라면 투썸플레이스의 화이트 스 초생을 추천한다.

해태제과 빨라조는 쫄쫄한 젤라또로 만든 크리스마스 한정판 프리미엄 젤라또 케이크를 판매한다. 가장 인기 있는 젤라또 ‘초콜라또’와 ‘프라골라’로 크리스마스 분위기를 제대로 살린 ‘산타의 초코 포레스트’와 ‘하트볼 눈사람’ 케이크가 대표적이다. 산타의 선물 보따리를 형상화해 풍성하고 행복한 크리스마스 감성을 더한다.

업계 관계자는 “불안한 정국에서도 외식업계가 연말 특수를 잡기 위해 신제품을 선보이고 있다”며 “여럿이서 함께 즐기 좋은 메뉴부터 따뜻하게 몸을 덥혀줄 보양식, 달콤한 디저트까지 다양한 신제품이 출시되고 있는 만큼 연말에는 소중한 사람들과 함께 맛있는 음식을 즐기며 시간을 보낼 수 있길 바란다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



CJ제일제당이 용기족 신제품 7종을 선보였다. /CJ제일제당

## CJ제일제당 ‘죽’ 신제품 7종 선택

용기족에 맞춤형 토핑 별첨

CJ제일제당이 파우치죽·트레이죽에 이어 용기족 신제품 7종을 선보이며 소비자들의 선택권을 넓힌다고 9일 밝혔다. 이번에 출시된 신제품은 간편하게 즐길 수 있는 보울(bowl) 형태의 용기에 담았으며, 전복·전복내장·소고기·버섯야채·누룽지닭백숙·통단팥·단호박 7종이다. 특히 각 제품마다 고소한 김과 깨, 감칠맛 파와깨, 풍미가득 견과, 참기름 토핑 등이 별첨돼 있어 맛과 풍미를 극대화시켜 준다.

용기족 제품은 먼저 CJ더마켓을 통해 선보이며, 추후 소비자 반응 등을 살펴 대형마트 등으로 유통 채널을 확대하는 방안을 고려하고 있다.

CJ제일제당은 출시를 기념해 31일까지 신제품 7종을 50% 할인된 가격에 구매할 수 있는 프로모션도 진행한다.

/신원선 기자

# 롯데백화점 “미식·예술의 조화, 특별 강좌 열풍”

**문화센터, 연말·신년 강좌 고객몰이**  
 요리부터 공예까지 이색 프로그램

롯데백화점이 연말연시를 맞아 다양한 문화센터 강좌를 선보인다고 9일 밝혔다. 롯데백화점에 따르면 대표적으로 최근 인기 서바이벌 요리 프로그램에 출연해 화제가 된 스타 셰프들의 강좌가 마련됐다.

스타 셰프들의 강좌는 모집 정원의 최대 16배 이상의 고객들이 몰리며 호

응을 얻고 있다는 게 롯데백화점 측 설명이다.

특히 이달 10일 진행되는 ‘파브리 셰프의 연말 홈파티 쿠키 클래스’에는 30명의 모집 정원의 10배 이상 되는 고객들이 신청했다. 내년 초 선보이는 ‘나폴리 맛피아의 코리안·이탈리안 퀴진 클래스’ 역시 총 50명 모집에 벌써부터 800명이 넘는 고객들이 접수를 마쳤다. 유명 셰프들과 함께하는 연말 파티 준비 강좌도 진행된다. 동양인 최초 국

제요리에술전시회(IKA) 세계요리올림픽 금메달리스트인 ‘나성주 롯데호텔 시그니엘 제과기능장의 연말 디저트 클래스’, 이탈리아 2스타 미슐랭 레스토랑 출신의 ‘페데리코 스키토 셰프와 크리스마스 파티 음식 만들기’ 등이 대표적이다.

롯데백화점은 새해맞이 이색 강좌도 선보인다. 대표적으로 야외 한옥에서 진행되는 ‘2025년 호작도 달력 만들기’, 새해 다짐을 빛으로 표현해 보는



롯데문화센터 겨울학기 대표 이미지. /롯데백화점

‘한지 무드등 만들기’ 등의 프로그램이 준비됐다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## 홈플러스 온라인 연말 ‘완구 배송족’ 2년 새 50% 증가

크리스마스 시즌에 43% 몰려

홈플러스가 크리스마스 시즌 동안 집에서 완구 선물을 주문하는 ‘완구 배송족’이 2년 새 약 50% 증가했다고 9일 밝혔다.

홈플러스에 따르면 최근 온라인 완구 구매 고객 수와 매출을 분석한 결과, 지난 2023년 12월 기준 구매 고객 수는 2021년 같은 기간보다 약 50% 증가했으며 매출액도 약 16% 늘었다.

또한 같은 기간 월별로 따져보면, 12월 달 매출이 연간 매출의 약 43%를 차지한 것으로 나타났다. 이는 크리스마스 시즌이 완구 판매의 핵심 시기임을 보여준다는 게 홈플러스 측 설명이다.

어린이날 직전 달인 4월 매출과 비교하면 최대 6배까지 차이가 난다.

특히 연령대별로 살펴보면, 지난해 12월 기준 30대 구매자 수가 가장 많았다. 30대 구매 고객이 55%로 가장 많은 비중을 차지했으며 40대는 39%로 그 뒤를 이었다.

그중에서도 30대 여성 고객들의 구매율이 가장 높았다는 게 홈플러스 측 설명이다. 30대 여성의 고객 1인당 평균 구매 금액은 12월과 4월을 제외한 비시즌 기간에 비해 약 70% 증가했다.

/안재선 기자

## SSG닷컴, 겨울맞이 ‘뷰티 꼭세일’ 진행

SSG닷컴이 이달 15일까지 2024년을 결산하는 ‘뷰티 꼭세일’을 진행한다 고 9일 밝혔다.

SSG닷컴에 따르면 ‘뷰티 꼭세일’에서는 올 한 해 최고의 호응을 얻은 상품, 인기 브랜드 상품 등을 한곳에 모아 ‘어워즈’ 상품으로 선보인다. 대표적으로 ‘에스티로더’, ‘비오렘’, ‘피지오겔’ 등 브랜드 상품을 할인가에 만나볼 수 있다.

아울러, 해당 상품을 구매한 고객을 대상으로 추첨을 통해 ‘사봉’ 홀리데이 세트, SSG머니 등을 증정하는 행사도 진행한다.

매일 오전 9시와 오후 6시에는 한정

/안재선 기자

## 정관장, 겨울 필수템 ‘데워먹는 홍삼원’

정관장이 건강하고 따뜻한 겨울을 보낼 수 있게 ‘데워먹는 홍삼원’을 선보인다고 9일 밝혔다.

‘데워먹는 홍삼원’은 갓 달여낸 홍삼의 맛과 향을 오롯이 느낄 수 있는 프리미엄 한방음료다. 125년 정관장의 노하우를 담은 깊고 진한 홍삼의 풍미에 계피, 대추, 생강, 구기자 등 식물 성분을 얹어낸 담은 홍삼원만의 최적화된 배합으로 저칼로리, 저당 트렌드도 충족한다.

티 팟(Tea Pot)을 모티브로 한 ‘데워먹는 홍삼원’ 파우치 포장으로 그대로 전자레인지에 데워도 맛과 영양을 안전하게 지켜주는 편의성까지 갖췄다. 20초만 데우면 손안 가득 따뜻한 온기가 퍼져 쌀

쌀한 겨울에 건강한 기운을 더해준다.

최근 코로나 이후 웰니스에 대한 늘어난 관심으로 건강·기능성 음료 시장이 확대되고 K-푸드 열풍에 K-음료까지 해외에서 많은 관심을 받고 있다. 정관장 ‘홍삼원’도 지난 10월에 출시한 ‘홍삼원 달라이트’를 미국에 론칭했고, 이번 신제품 ‘데워먹는 홍삼원’도 중국에 현지 맞춤형 제품으로 선보일 예정이다.

한편, 국내 건강기능식품 1위 기업인 KGC인삼공사는 고품질 원료와 125주년 제조 노하우로 생산한 ‘홍삼정’, ‘에브리타임’ 등 스테디셀러 브랜드를 앞세워 건강기능식품 시장을 이끌고 있다.

/신원선 기자