

동원F&B, '양반 와사비맛 돌김' 출시



동원F&B가 맥주와 잘 어울리는 안주용 맛김 '양반 와사비맛 돌김'을 출시했습니다.

'양반 와사비맛 돌김'은 씹을수록 원초 향이 입안에 가득한 100% 고급 돌김 원초에 특 쏘는 와사비 맛과 적당한 소금 간으로 술 안주에 어울리는 안주용 김입니다.

특히 간단한 맥주 안주로 부담 없이 즐길 수 있으며 저칼로리 제품으로 포장지에는 맥주잔 이미지를 적용해 안주용 제품으로의 이미지를 부각시켰습니다.

'양반 와사비맛 돌김'은 일본인이 반찬뿐 아니라 안주로도 김을 많이 먹는데 착안, 2004년 일본 시장에 편의점 안주 코너에서 첫 선을 보였으며 이듬해부터 러시아 시장에도 수출돼 고급 김으로써 각광받고 있다. 또한 이 제품은 현재 국내 면세점에서 일본 관광객 대상으로 인기리에 판매되고 있다.

소비자 가격은 1봉(절지 8매) / 400원

풀무원, '꼬마 유부 3형제' 출시



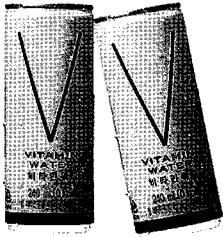
풀무원이 아이들의 다양한 입맛에 맞춘 색(色)다른 유부초밥 '꼬마 유부 3형제'를 출시했습니다.

이 제품은 몸에 좋은 강황커리, 불고기 소스, 사과과즙 등 이색 원료로 만들어 다양한 아이들의 입맛에 맞게 선택해 즐길 수 있도록 했으며 기존 유부 제품 대비 15% 정도 작은 삼각모양으로 만들어 아이들도 한입에 쉽게 먹을 수 있습니다.

'강황커리 꼬마유부'는 몸에 좋은 강황커리를 주원료로 로즈마리 파슬리, 타임 등 5가지 향긋한 허브를 함께 넣어 깔끔한 맛과 영양을 살렸습니다. '불고기 양념속속 꼬마유부'는 국산 닭가슴살을 아이들이 좋아하는 불고기소스로 맛을 내 담백하고 달콤한 맛이 특징입니다. '꼬마 유부초밥'은 사과과즙으로 유부초밥의 새콤달콤한 맛을 더욱 살리고 국산 생채소로 아삭아삭한 건더기의 식감을 높였습니다.

위 제품 모두 GMO 걱정이 없는 현미유로 만들었으며 L-글루타민산나트륨(MSG), 합성착향료, 합성착색료, D-소르비톨 등을 넣지 않아 안전하게 즐길 수 있습니다.

일화, 'V비타민워터' 출시



일화는 '1032비타민워터' 출시 1주년을 맞아 'V비타민워터'로 리뉴얼 제품을 출시 하였습니다.

새롭게 바뀐 'V비타민워터'의 패키지 디자인은 패션과 스타일을 중요시하는 20~30대 소위 '엣지녀'(edge女-남들과는 다른 개성 있는 삶을 추구하며 살아가는 여성)의 감성을 적극 반영했습니다. 비타민(Vitamin)의 첫 글자인 'V'를 강조한 타이포그래피(typography)를 전면에 내세워 경쟁 비타민 음료와의 차별성을 강조했으며 도회적인 세련미와 비타민 음료의 기능적 속성을 동시에 표현했습니다.

또한 화려한 느낌의 옐로우(yellow) 컬러와 블랙(black) 컬러의 대비에서 오는 강렬한 임팩트를 통해 패셔너블한 도시 여성이 마시는 비타민워터라는 제품 콘셉트를 부각시켰습니다.

'V비타민워터'는 피부 미용과 신체 균형을 유지하는데 도움을 주는 12가지 비타민이 함유돼 있으며, 그 중에서도 대표적인 비타민A와 비타민C의 함유량을 기존 제품

보다 2배 이상 높여 언제 어디서나 마실 수 있는 건강 음료로 손색이 없습니다.

소비자 가격은 240ml(캔) / 700원

오뚜기, 엔젤시리즈 4종 출시



오뚜기는 젤리 타입의 디저트 제품인 '엔젤 시리즈' 4종(밀감엔젤, 복숭아엔젤, 파인엔젤, 커피엔젤)을 출시했습니다.

엔젤 시리즈는 부드럽고 말랑말랑한 젤리와 상큼한 과일의 맛을 한 번에 즐길 수 있는 것이 특징입니다.

또한 제품 1개당 110g으로 간식용뿐만 아니라 식사 후 디저트로도 부담 없이 즐길 수 있습니다.

특히 합성착색료, 합성착향료, 합성보존료 무첨가 등 제품의 안전성을 더욱 높였습니다.

국내 디저트 젤리 시장은 2008년 기준으로 250억원 규모이며 CJ제일제당이 시장을 주도하고 있는 가운데 롯데햄음료, 매일유업 등이 참여하고 있습니다.

롯데칠성음료, '아이스 DMZ 2km' 출시



롯데칠성음료가 자연생태계의 보고 DMZ 지역 부근에서 취수한 프리미엄 생수 '롯데 아이시스 DMZ 2km'를 출시했습니다.

국내 생수시장은 경기불황에도 불구하고 수돗물에 대한 불신과, 편리성, 이상 고온 등으로 최근 7년간 연평균 11%의 높은 성장세를 보여왔습니다.

천혜의 자연이 보존된 세계적 청정지역인 민간인통제선 이북, DMZ 남방 2km 부근에서 취수한 '롯데 아이시스 DMZ 2km'는 칼슘, 나트륨, 칼륨, 마그네슘, 불소 등 천연 미네랄이 함유돼 있으며 사람의 손길이 닿지 않은 청정성과 차별화된 수원지 때문에 출시 전부터 많은 관심을 받아왔습니다.

디자인도 편리하고 고급스런 사각공병을 적용해 손으로 잡기 쉽고 보관이 편리하며 눈에 잘 띄는 빨간색으로 'DMZ'를 디자인해 가시성을 높였습니다.

가격은 500ml 페트병 650원, 2L 페트병 1,100원

한국야쿠르트, '팔도 틈새라면 빨계떡' 출시



한국야쿠르트는 봉지면 '팔도 틈새라면 빨계떡'을 출시했습니다.

'팔도 틈새라면 빨계떡'은 그동안 한국야쿠르트가 GS리테일 전용상품으로 선보여온 '틈새라면' 보다 고급화된 재료를 사용하면서 동시에 경쟁사 고급제품군 보다는 가격을 낮게 책정한 봉지면입니다.

1981년 서울 명동에서 문을 연 작은 라면가게 '틈새라면'은 특유의 매운맛으로 마니아층을 형성해왔습니다. 한국야쿠르트는 2005년 틈새라면과 손잡고 GS리테일 전용상품으로 '틈새라면'을 출시했습니다.

한국야쿠르트는 중장기적으로 '팔도 틈새라면 빨계떡' 브랜드를 연간 200억원 이상의 매출을 창출하는 브랜드로 육성한다는 계획입니다.

농심, '요기(YOGI)' 출시



농심은 가볍게 한 끼를 즐기고 싶을 때 부담 없이 먹을 수 있는 식사대용식인 '요기 누룽지 계란탕', '요기 누룽지 게살탕' 2종을 출시했습니다.

'요기 누룽지탕'은 중화풍 누룽지탕을 1인분씩 컵에 담아 간편하게 즐길 수 있는 제품으로, 국내산 쌀과 찹쌀, 현미를 넣어 만든 '누룽지'에 계란, 새우, 게살로 만든 '블럭스프'를 푸짐하게 넣어 중화풍 누룽지탕의 바삭하고 부드러운 식감과 맛을 그대로 살렸습니다.

'요기 누룽지 계란탕'은 담백한 계란과 시원한 멸치육수가 어우러져 깔끔한 맛이 특징이며, '요기 누룽지 게살탕'은 새우와 게를 베이스로 한 맑고 시원한 국물에 누룽지와 게살이 더해져 고소하고 담백합니다.

농심은 고급 중화풍 요리인 '누룽지탕'이 인기 외식메뉴이나, 조리과정이 복잡하고 1인분씩 판매하지 않아 소비자들이 간편하게 즐길 수 없다는 점에 착안하여 장기간 연구

개발 끝에 식사대용 간편식인 '중화풍 누룽지탕'을 국내 최초로 출시하였습니다.

소비자 가격 34g / 1,700원

농심켈로그, '크런치너트 클러스터' 출시



농심켈로그는 귀리와 밀을 벌꿀로 뭉쳐 바삭하게 구운 '크런치너트 클러스터'를 출시했습니다.

'크런치너트 클러스터'는 아몬드 플레이크에 건강에 좋은 귀리와 밀을 달콤한 벌꿀로 뭉쳐서 구운 '클러스터'(20%)와 생아몬드(9%)를 더한 것이 특징입니다.

식이섬유와 각종 무기질이 풍부한 귀리와 밀의 영양은 물론, 9가지 각종 비타민의 영양소기준치 25%, 철분과 아연의 10%까지 함유하고 있어 간편하고 맛있게 곡물의 영양을 섭취할 수 있습니다.

소비자 가격 300g / 4,400원

CJ제일제당, '산들애 키즈' 출시



CJ제일제당이 일체의 알러지 유발원료를 빼고 야채, 해조류, 과일 등 15가지 국내산 자연재료로 맛을 낸 '웰빙 다시다 산들애 키즈'를 출시했습니다.

자연재료 '산들애 키즈'는 양파, 마늘, 미역, 파래, 다시마, 양배추, 표고버섯, 대파, 브로콜리, 노란 파프리카, 당근, 시금치, 사과, 배, 무, 등 15가지 국내산 자연재료로 만들었으며, 계, 새우, 밀, 대두, 우유, 고등어, 난류, 돼지고기, 메밀, 땅콩, 복숭아, 토마토 등 알러지 유발물질을 사용하지 않은 알러지 안심제품으로 아이들 음식에 걱정 없이 사용할 수 있습니다.

나트륨 함량도 기존 조미료 대비 25% 낮췄으며 L-글루타민산나트륨, 핵산, 합성착향료 등 화학적 합성첨가물과 산 분해간장 설탕을 일절 사용하지 않고 발효공정을 통해 독자적으로 개발된 명품액젓 효모추출물을 사용해 자연스러우면서 깊은 맛이 납니다.

소비자 가격 75g / 2,480원