

그롤쉬 땡! 아시안컵 우승 응원

(마개 개봉시 나는 소리)

축구응원에 좋은 '맥주&안주'

VB&샬러드, 칼로리 민감한 여성에 인기 포스터스, 개운한 뒷맛...치즈와 찹떡궁합 그롤쉬, 스파게티와 어울리는 드라이 맥주 펠스너우르켈, 스테이크·소시지 등에 딱

한국축구대표팀이 2015 아시아축구연맹(AFC) 아시안컵 준결승에서 이라크를 꺾고 결승에 진출했다. 31일 오후 6시 열리는 결승전을 앞두고 열정적인 응원을 함께 할 색다른 맥주와 간단한 게 즐길 수 있는 안주를 소개한다.

●VB & 샬러드



VB(Victoria Bitter, 빅토리아 비터)는 아시안컵 개최국 호주에서 판매량 1위를 차지하고 있는 대표 맥주다. 무겁지 않은 라거 맥주로, 가볍게 마실 수 있어 스포츠 경기를 보며 즐기기에 적합하다. VB는 높은 온도에서 빠르게 발효시켜 청량하면서도 씹스러운 맛이 일품인 맥주다. 불륨감 있는 통통한 바를 디자인으로 특히 여성들에게 인기가 높은 제품이다. 아시안컵 경기를 관람하며 VB를 즐기는 여성 고객들을 위한 안주로는 돌(Dole) 코리아에서 출시한 신선한 샬러드 제품인 '그린 라이트 샬러드'를 추천한다. 유러피언 블랜드, 이탈리아 블랜드, 베리 베지, 시저 로메인 등 총 4종으로 출시되어 기호에 맞는 제품을 선택해 먹을 수 있다. 아울러 저칼로리 채소들로 이루어져 있어 칼로리에 민감한 여성 소비자들의 안주로 안성맞춤이다.

●포스터스 & 큐브 치즈



VB가 호주 내 판매량 1위인 국민 맥주라면 포스터스(Foster's)는 호주 맥주 중 전 세계에서 가장 많이 팔리는 맥주로 인지도가 높다. 권위 있는 국제 맥주 시상식인 인터내셔널 브루잉 어워드에서 4차례 금메달을 차지할 만큼 맛을 인정받았다. 패키



맥주가 축구 관전의 필수품인 시대. 골이 안 터질 때는 네덜란드 맥주 '그롤쉬 스윙탑'이 제격이다. 두 경을 밀기만 해도 '땡' 소리와 함께 열려 답답했던 속까지 시원하게 풀어준다. 사진제공 | 그롤쉬

지에 캔거루 로고를 삽입해 '호주 맥주'의 자부심을 나타내고 있다. 포스터스는 호주 맥주 특유의 강인하고 씹스러운 맛과 함께 개운한 뒷맛을 자랑해 고소한 맛의 치즈와 궁합이 잘 맞는다. 상하치즈의 '한입에 고다·레몬크림 치즈'는 다른 포션 치즈 제품보다 치즈 함량이 높고, 닥트룸 함량이 낮아 치즈 특유의 고소함과 풍미를 자랑한다.

●그롤쉬 스윙탑 & 스파게티

그롤쉬(Grolsch)는 네덜란드에서 하이네켄과 함께 맥주시장의 양대 산맥으로 불리는 프리미엄 라거 맥주다. 병따개가 없어도 두 손으로 뚜껑을 밀기만 하면 '땡'하는 소리와 함께 시원하게 뚜껑이 열려 미각뿐 아니라 시각, 청각을 한꺼번에 만족시켜준다. 축구 관람의 흥을 돋울 수 있는 독특한 아이템이 될 뿐 아니라 관람 도중 맥주를 마시기 위해 번거롭게 병따개를 찾아 헤맬 필요가 없다. 맥주를 마시다가 잠시 자리를 비울 때 스윙탑 뚜껑을 활용해 다시 닫아두면 밀봉 상태로 유지가 가능하다. 풍부하면서도 드라이한 맛을 자랑해 다소 느끼할 수 있는 음식도 깔끔하게 즐길 수 있도록 돕는다. 사조해표가 출시한 이탈리아 정통 스파게티 3종과 함께 하면 딱이다. 스파게티 면과 소스분말이 하나로 구성돼 있어 재료를 따로 구입해야 하는 번거로움이 없고 간편하게 즐길 수 있다.

●펠스너 우르켈 & 소시지

체코의 대표 프리미엄 맥주 펠스너 우르켈은 맥아향이 나는 단 맛과 사조흡의 씹스러운 맛이 풍부하다. 특히 체코 현지에서만 조달 가능한 최고급 품종인 사조흡을 사용해 깊고 강하면서도 흙 특유의 씹살한 맛이 어우러진 독창적인 풍미를 낸다. 이러한 펠스너 우르켈의 특징은 스테이크, 소시지 등의 육류 안주와 궁합을 이룬다. 다소 느끼할 수 있는 음식의 뒷맛을 펠스너 우르켈이 깔끔하게 마무리 해주기 때문이다. 롯데푸드에서 출시한 '비엔나 핑거볼'과 함께하면 좋다. 손에 들고 즐길 수 있어 응원을 하면서도 부담 없이 가볍게 먹을 수 있다.



원성열 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon

문체부, 카지노 위반행위 처벌 강화

앞으로 카지노업 사업자가 법을 위반할 경우 허가 취소할 수 있는 등 행정처분 기준이 대폭 강화된다.

문화체육관광부는 카지노업 사업자에 대한 관리·감독 기능을 강화한 '관광진흥법 시행령 일부 개정안'이 27일 국무회의를 통과해 시행에 들어간다고 밝혔다. 개정된 시행령에서 주목받는 것은 카지노업 사업자에 대한 행정처분 기준 강화다. 현행법상 카지노업의 허가취소 등 행정처분은 '최근 1년간 동일한 위반 행위를 3~4차례 한 경우'에만 가능했다. 하지만 개정 시행령에서는 기준을 '최근 3년간 같은 위반행위로 처분 받은 경우'로 강화했다. 변경허가 불이행, 위탁경영, 고의적인 내국인 출입, 매출액 누락 등



주요한 법령 위반사항에 대한 행정처분도 개별적인 기준을 모두 높여 시행한다.

카지노는 사행산업이라는 특성상 관광산업의 다른 분야보다 높은 윤리성과 준법정신이 필요하다. 최근 정부가 1조원대 규모의 복합리조트

최근 3년간 같은 위반행위 2회 허가취소법집행을 탄력적 운영하는 규정도 신설

(IR) 2개를 개발하겠다고 발표하는 등 새로운 관광 먹거리로 카지노가 포함된 복합리조트에 대한 관심이 높아지고 있다. 시행령 개정은 산업적으로 중요도가 높아진 카지노 사업자들이 책임의식과 준법사업을 하도록 독려하기 위한 의도가 담겨 있다. 처벌기준을 강화하는 한편 법집행을 탄력적으로 운영할 수 있는 규정도 만들었다. 변경신고 의무 위반, 지도·명령 불이행, 과실에 의한 내국인 출입 등으로 행정처분을 받을 경우 이를 과징금으로 감응할 수 있게 했다. 또 카지노가 도박중독 등을 이유로 이용자의 출입을 제한할 때 필요한 주민등록번호 등 개인정보 관련 규정도 현실화했다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com 트위터 @kobaukid

진짜진짜·시빼테...화장품 이름도 '개성시대'

(시럽 빼고 테이크아웃)

■화장품업계 '네이밍 마케팅'

독특한 상품명에 소비자 시선 한번 더 토니모리 '수분폭탄' 강한 네이밍 눈길

'화장품 이름도 튀어야 산다!'

하루에도 수십 개의 신제품이 쏟아지는 화장품 시장. 소비자들의 관심을 끌기 위해선 미용 효과뿐 아니라 '네이밍'도 중요하다. 소비자들은 대개 사용해 보지 않은 신제품을 신뢰하지 않지만 상품명이 독특한 경우에는 한 번 더 눈길을 준다. 이것이 '네이밍 마케팅'이다. 모바일 화장품 리뷰 전문 앱 '글로우픽'이 '이름 때문에 구입하게 됐다'는 화장품들을 조사했다.

●네이처리퍼블릭 '진짜진짜' 클렌징

네이처리퍼블릭은 입에 착 감기는 부사를 상품명에 활용한 클렌징 라인을 출시했다. '진짜진짜' 축축한 제주 탄산 폼클렌저와 '진짜진짜' 산뜻한 제주 탄산 클렌징 워터 ①가 그 주인공. 제주도 산방산의 탄산 온천수를 함유한 이 제품은 이름대로 축축하고 산뜻한 세정력을 갖췄다.

●에뛰드하우스 '룩 옛 마이 아이즈' 색도

에뛰드하우스는 소녀들의 감성을 자극하는 네이밍을 여러 차례 시도했다. '룩 옛 마이 아이즈' 색도 ②' 시리즈도 그 중 하나. 코랄 톤의 '수줍은 손가락', 브라운 톤의 '해변에선 코코넛' 블루 톤의 '불가사의한 불가사리' 등 색상과 어울리는 이름이 소비자의 마음을 끌었다. 인기 색



상인 브라운 톤의 '시럽 빼고 테이크아웃'은 '시빼테'라는 애칭으로 더 많이 불릴 정도다.

●토니모리 '아쿠아포린 수분폭탄 수면팩'

토니모리는 '수분폭탄 수면팩 ③'이라는 강력한 네이밍으로 승부를 걸었다. 젤 타입의 팩을 바르면 물방울이 송글송글 맺힐 정도로 수분 함유량이 높다는 것을 이름으로 전달한다.

김재혁 기자 ajapto@donga.com 트위터 @ajapto

'커피 대신 차' 외식업계 발빠른 대응

자연별곡, 작설차 등 유기농차 6종 구비
에솔리 퀸즈, 무려 24종...입맛따라 선택
헛개차·마테차 등 '새로운 차' 소비 증가

커피 대신 차(Tea)를 즐기는 이들이 늘고 있다. 지난해 7월 관세청이 발표한 '최근 차 수입 동향(녹차·마테·홍차)'에 따르면, 차의 원재료 수입액은 5년 전보다 3배 이상 증가했다. 외식 및 식음료 업계의 대응도 발 빠르다. 소비자들의 새로운 니즈에 맞춰 기존에는 보기 힘들었던 차 메뉴를 충실히 갖춰나가고 있다. 식품업계에 서도 새로운 차 제품을 선보이며 인기 물이에 나서고 있다.

패밀리 레스토랑 업계의 대응이 가장 눈에 띈다. 탄산음료나 에이드류 뿐만 아니라 차 종류를 다양하게 구비하기 시작했다. 이랜드 외식사업부의 한식 샐러드바 '자연별곡'은 음료 코너에 작설차를 비롯해 연근차, 국화차, 굴피차, 우롱차 등 유기농차 6종을 구비했다. 친환경 유기농법으로 생산한 원재료를 엄선했던 한 컵에 먹기 좋도록 일반 티백의 1/3 용량으로 준비했다. 다 이어드 식품으로 각광 받고 있지만 제조 과정이 다소 번거로운 우영차도 만나볼 수 있다.

'에솔리 퀸즈'도 24종의 차를 구비해 고객들의 발길을 유혹하고 있다. 다즐링, 잉글리쉬 블랙퍼스트 등의 클래식한 홍차에서부터 딸기 홍차, 망고 홍차 등의 가향차까지 취향에 맞게 고를 수 있다.

프랜차이즈 외식브랜드 '블랙스미스'에서도 녹차를 비롯해 얼그레이, 페퍼민트 등 총 5종의 차를 판매한다. 특히 페퍼민트는 시원한 멘톨향이 장운동을 활성화시키는 효과가 있어 식사 후 더부룩한 느낌이 들 때 마시면 좋다.

롯데호텔서울 본관 1층의 '더 라운지'와 신관 14층의 '살롱 드 페'에서는 정오부터 오후 5시까지 에프터눈 티 세트를 판매한다. 오스트리아, 헝가리 등 유럽 활실에서 즐겨 마시는 로네펠티 또는 시그니처 블렌드 커피와 함께 3단 트레이에 샌드위치와 스콘, 티라미수, 마카롱 등을



커피 대신 차를 즐기는 사람들이 늘면서 패밀리 레스토랑 업계가 발 빠르게 대응하고 있다. 한식 샐러드바 '자연별곡'은 음료코너에 유기농차 6종을 구비했다. 사진제공 | 이랜드 외식사업부

답이 제공한다.

식품업계를 살펴봐도 흔히 마셔오던 차가 아닌 새로운 차 소비가 점점 늘고 있다는 것을 확인할 수 있다. 지난해 12월 농림축산식품부가 발간한 '가공식품 세분시장 현황조사' 보고서에 따르면, 기존의 옥수수차, 홍차, 팔자의 매출 비중은 2012년 이후 계속 감소세를 보이는 반면 헛개차, 마테차 등 새롭게 출시된 차의 경우 지난해 3분기 45.8%를 기록하는 등 약 10% 증가했다. 이런 인기를 반영해 웅진식품에서는 타타리 메밀로 만든 '몸속까지 맑은 메밀차'를 출시했다. 타타리 메밀에 함유된 루틴은 비타민의 일종인데, 혈액순환을 촉진해주는 성분으로 피부미용과 다이어트에 도움이 되는 것으로 알려져 있다.

원성열 기자



'이젠 스타벅스에서 농산물도 즐긴다.' 스타벅스코리아가 27일부터 국산 옥수수, 고구마, 감자로 만든 '우리나라 옥·고·감'의 판매를 시작했다. 사진제공 | 스타벅스코리아

스타벅스 웰빙푸드 '옥·고·감'을 아시나요?

국내서 재배한 옥수수·고구마·감자 구성
농가에 안정된 판로와 수익...상생에 앞장

(취스타벅스커피코리아는 27일 전국 600여개 매장에서 우리 땅에서 자란 옥수수, 고구마, 감자로 만든 푸드 '우리나라 옥·고·감'을 출시했다.

미듬영농조합법인을 통해 국내 농가로부터 계약 재배된 농산물을 시세보다 높은 가격에 구매해 믿고 먹을 수 있는 푸드로 개발해 고객들에게는 양질의 우수한 상품을, 농가에게는 안정된 판로와 수익을 제공한다. 강원도와 전라북도 해

남 등 국내 농촌에서 재배한 옥수수, 고구마, 감자를 바리스타들이 오븐에서 데워 제공해 즉석에서 방금 쪄낸 것 같은 맛을 낸다. 특히 고구마와 감자는 껍질째 통째로 제공해 영양소와 자연의 맛을 살렸다. 1개 포장에 옥수수, 고구마, 감자가 종류별로 각 1조각씩 총 3조각이 담겨 있으며 가격은 1팩당 3800원이다.

스타벅스는 '우리나라 옥·고·감'을 비롯해 미듬영농조합법인과 함께 우리 농산물을 활용해 만든 '스타벅스 라이스칩' 등 푸드의 수익금을 적립해 2월 중 우리 농가와 지역협동조합, 지방자치단체 등이 상생할 수 있는 '우리 농산물 사랑 캠페인'을 전개할 예정이다.

원성열 기자

LG생활건강 4분기 매출 전년대비 14.5%↑

(취)LG생활건강은 2014년 4분기 실적을 집계한 결과 매출 1조1759억원, 영업이익 1111억원으로 전년 동기 대비 각각 14.5%, 30.9% 성장했다고 27일 밝혔다. 매출 영업이익 모두 4분기 기준 최대치를 기록했으며, 2005년 이후 전년 동기 대비 매출은 38분기 연속, 영업이익은 39분기 연속

성장을 기록했다. LG생활건강의 2014년 연간실적은 매출 4조6770억원, 영업이익 5110억원을 기록, 전년 대비 각각 8.1%, 2.9% 증가했다. 2005년부터 10년 연속으로 매출, 영업이익 모두 성장하며 영업이익이 사상 처음으로 5000억원을 넘어섰다.

편집 | 김재건 기자 bong82@donga.com 트위터 @bong82if