■ 홍콩, 무설탕 또는 저 설탕 음료 구매 시 할인 제공 ■

■ 홍콩 소비자 위원회, 차 음료 제품의 설탕 함량에 대한 주의 촉구

홍콩 소비자 위원회는 시중에서 판매되는 127종의 즉석 음료 제품의 설탕 함량을 조사한 결과 5종의 제품에서 세계 보건 기구(WHO)가 권장하는 유리당(free sugars)의 일일 최대한도 (50g 미만)를 초과하는 것으로 나타났다.

홍콩의 식품 안전센터 관계자는 "설탕의 과도한 섭취는 충치, 비만 및 과체중의 위험을 증가시킬 수 있어 무설탕 또는 저 설탕 음료를 섭취할 것을 권장했다." 또한 "음료 매장에서 차 음료를 만들 때 과일 농축액, 설탕에 절인 과일 등을 첨가하는 경우에는 완전히 무설탕이 될 수는 없다."고 덧붙였다.

소비자위원회는 과일에도 과당이 함유되어 있으므로 과일 음료에 "무설탕(no sugar)"이라는 문구를 사용할 경우 소비자에게 당이 전혀 없다는 인상을 줄 수 있으므로 과당이 함유된 음료에서 "무설탕"이라는 단어를 사용하지 말 것을 촉구했다.

WHO에서는 하루에 2,000칼로리를 섭취하는 성인의 경우 고혈압, 심장병 및 당뇨병과 같은 만성 질환과 비만 위험을 낮추기 위해 하루에 50g 미만의 유리당을 섭취할 것을 권고했다.

<홍콩에서 판매되는127종의 즉석 음료 제품의 설탕 함량을 조사>

Five non-pre-packaged drinks with sugar content that exceeds WHO recommendations

	Brand name	Location	Sugar content per drink (g)
Matcha latte	*Long Tea Fan*	Tsuen Wan	72
Passion fruit black tea	*Kingyo*	Kwai Fong	55
Honey green tea	*101 Taiwanese*	Tuen Mun	51
Mango green tea	*CoCo Fresh Tea & Juice*	Wan Chai	51
Jasmine green tea	*Long Tea Fan*	Tsuen Wan	50

Note: The World Health Organisation (WHO) strongly recommends a daily sugar intake of less than 50g for adults who consume 2,000 kcal per day

Source: Consumer Council

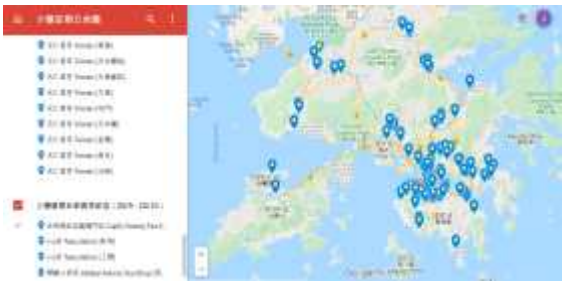
SCI

■ 홍콩 정부 주도의 "저 설탕 금요일(少糖星期五)" 캠페인

8월 21일, 홍콩 식품 안전센터는 홍콩 시민들에게 저 나트륨 및 저 설탕 식단을 홍보하기 위해 운영하는 페이스북 페이지에서 "저 설탕 금요일(少糖星期五)" 캠페인을 홍보 글을 게시했다. "저 설탕 금요일"은 소비자에게 설탕 섭취를 줄이는 식습관을 권장하기 위해 8월 21일부터 9월 18일까지 지정된 11개 음료 브랜드의 80여개 매장에서 무설탕 또는 저 설탕 음료 구매 시 2홍콩 달러(약 한화 300원) 할인 혜택을 제공한다. 제공된 구글 지도를 통해 참여 업체의 리스트와 위치를 쉽게 확인 할 수 있다.

<“저설탕 금요일(少糖星期五)”캠페인 홍보 자료 및 참여 매장 리스트와 위치 지도>

| “저설탕 금요일” 캠페인 홍보 자료 |



| 구글맵을 통해 참여 매장 위치 확인 |

참여 업체는 소셜 미디어를 통해 해당 캠페인 관련 내용을 공유하며 홍보하고 있다. “저 설탕 금요일” 캠페인은 인기에 힘입어 새로운 음료 브랜드 업체가 추가되어 9월 25일부터 10월23일까지 매주 금요일마다 100여 개의 매장에서 2차 캠페인이 진행될 예정이다. 향후 몇 달간 진행할 계획이며 홍콩 식품 보건부는 업체들 적극적인 참여를 장려하고 있다.

<“저 설탕 금요일” 캠페인에 참여 음료 업체의 소셜 미디어를 통한 홍보>

■ 시사점

세계적으로 건강한 식습관에 대한 인식이 높아지고 있다. 홍콩 정부는 홍콩 시민들에게 건강한 식습관을 권장하며 특히 소금·설탕 섭취량 줄이기에 적극적인 저 설탕 또는 무설탕 음료 구매 시 할인 캠페인을 벌이는 등 다양한 방법으로 시민을 참여를 유도하고 있다. 홍콩 정부에서 시행하는 캠페인처럼 “설탕과 나트륨을 줄였습니다. 원료 절감 비용을 소비자에게 돌려드립니다”와 같은 소비자의 건강을 위한 마케팅도 지금처럼 건강에 대한 관심이 고조된 시기에 적극적으로 활용해 볼 수 있겠다.

■ 자료 출처

1. SCMP, 「Beware sugar levels in popular tea drinks, Hong Kong consumer watchdog warns」, 2019.02.14.
www.scmp.com/news/hong-kong/hong-kong-economy/article/2186128/be-wary-sugar-levels-popular-tea-drinks-hong-kong
2. ULifestyle, 「【凍飲少甜】11個茶飲品牌參與「少糖星期五」計劃 今日起指定飲品叫「少糖」即減$2」, 2020.08.21.
ol.mingpao.com/ldy/hotpick/「少糖星期五」11茶飲店推優惠-買指定減糖飲品慳2元【附地圖連結】