



[산업] 현대제철 친환경 시대 先 대응 경량화·솔루션 개발 06



Life

[라이프] "신학기 강자는 나" 유통업계, 패션용품 프로모션 확대 11



# 50년 노하우, 2년새 성인영양식 석권 부족 단백질 채워주는 '셀렉스' 헬스족·홈트족도 매일 '셀렉트'



## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 매일유업 '셀렉스'

매일유업 셀렉스가 출시 2년여 만에 단백질 성인영양식 시장을 석권하고 있다.

2018년 10월, 성인영양식 시장을 개척하며 출시된 셀렉스는 2021년 현재 누적매출 800억원을 돌파했다. 2019년 식약처 발표에 따르면 셀렉스는 단백질 건강기능식품 최다 생산실적을 기록, 단백질 성인영양식 시장 1위를 달리고 있다.

#### ◆50년 축적된 노하우 집약 결정체

불과 2년여 만에 매출이 급성장한 것은 단순히 셀렉스가 블루오션을 개척했기 때문만이 아니라, 매일유업의 선도적인 연구가 바탕이 됐기 때문이라는 분석이다.

우리 몸은 600여 개의 근육으로 이루어져 있는데, 30대 이후부터 노화가 진행되면서 자연스럽게 근육량이 감소하고 중년기에 접어든 후에는 현저하게 감소한다. 건강한 근육을 지키기 위해서는 하루에 몸무게 1kg당 1.0~1.2g의 단백질 섭취가 필요하지만, 우리나라 60세 이상 2명 중 1명 이상은 하루 권장량 이하의 단백질을 섭취하고 있다.

### 고령화 핵심 문제 '근감소증'에 주목 영양설계 노하우로 성인 영양식 출시

매일유업의 성인영양식 '셀렉스'는 이러한 성인 식습관 연구 결과와 50년 동안 축적한 과학적 영양설계 노하우를 바탕으로 탄생했다.

매일유업은 지난 2014년부터 서울아산병원 노년내과, 평창군 보건의료원 등과 함께 '평창 코호트연구'를 진행했다. 이 연구를 기반으로 저출산 고령화사회 진입 등 인구구조 변화에 맞춰 성장 가능성이 큰 성인영양식 사업을 선도하기 위해 식품업계 최초로 2018년 고령화의 핵심 문제로 대두되는 '근감소증'을 연구하는 사코페니아연구소를 설립했다.

'셀렉스 코어프로틴 플러스'는 근육 영양을 위한 단백질 20g, 류신 3000mg, 비타민D800IU 황금비율 설계는 물론, 국내 최초로 한국인 대상 인체적용 시험을 적용해 안심하고 섭취할 수 있다. 또한 100% 완전 단백질로 체내에서 합성되지 않는 9개 필수 아미노산을 모두 함유, 아미노산 스코어 110점 이상을 달성했다. 이는 식품의약품안전처의 건강기능식품 기준 대비 129%를 상회하는 수치다.

뿐만 아니라 우유 대비 유당량을 1/10로 낮췄고, 단백질 소화를 교정 아미노산



셀렉스 매일마시는프로틴.

/매일유업

점수가 모두 만점인 3종의 단백질을 사용해 소화도 편하다. 특히 필수아미노산 '류신(부원료)'은 근육 합성에 필수적임에도 불구하고, 쓴맛으로 인해 고용량을 함유한 제품이 드물다. 류신은 체내에서 합성되지 않아 외부로부터 섭취가 필요한데, 매일유업은 류신의 쓴맛이 도드라지지 않는 제품을 만들기 위해 약 10번의 관능검사를 진행했다.

#### ◆헬스족부터 초심자까지 다양하게 선택

셀렉스 코어프로틴으로 성인영양식 시장을 개척한 셀렉스는 스포츠 시장 공략을 위해 2020년 '셀렉스 스포츠 웨이프로틴' 분말제품과 RTD 음료를 출시했다. 셀렉스 스포츠 제품 라인인 지방·유당을 제거해 순도 높고 흡수가 빠른 100% 분리유청단

백질을 사용, 칼로리가 낮고 맛이 깔끔하다. 이 때문에 운동을 즐기는 헬스족을 비롯해 운동 초심자, 홈트족 등에도 인기가 높다. 분말 형태와 RTD(레디 투 드링크) 두 가지 형태로 출시돼 선택의 폭도 다양하다.

### 스포츠 라인, 헬스·홈트족에 인기 분말·RTD 형태로 선택의 폭 다양

매일유업은 셀렉스 브랜드 출시 이후, 임직원 건강 증진을 위한 '셀렉스 챌린지' 프로그램을 운영해왔다. 셀렉스 챌린지는 사내 복지의 일환으로 12주간 셀렉스 제품과 함께 홈트레이닝 영상, 운동 소도구를

지원하는 프로그램이다. 사내에 헬스플래너(영양사 자격증을 보유, 스포츠 영양사 과정을 수료한 영양 전문가) 전담 인력을 배치해 건강한 식단 관리, 1:1 맞춤형 근육 건강 관리를 지원한다.

셀렉스 챌린지는 현재까지 총 5회 운영되어 전체 참여자는 662명이다. 참가자 중 목표치를 달성한 직원들은 평균 4.8kg의 체지방을 절감했고, 1.32kg의 골격근량을 증량했다. 매일유업은 높은 성과를 통해 입소문인 셀렉스 챌린지 프로그램을 향후 일반인 대상으로 확대할 계획이다.

#### ◆'맨발투혼' 담은 용기와 희망 전해

매일유업은 성인영양식이라는 혁신적인 카테고리의 제품을 소비자들에게 효과적으로 알리기 위해 기존과 다른 포맷의 마케팅을 진행했다.

### 박세리 모델 기용, 국민에 응원 전달 성인 영양설계 브랜드로 성장시킬 것

2019년 론칭한 '셀렉스 대반전 드라마' 캠페인은 생활 속에서 근육이 필요한 순간을 짧은 드라마로 코믹하게 구성, 단백질 섭취의 중요성을 전한다. 셀렉스의 주요 고객인 중장년층 소비자에게 친숙한 TV드라마 형식을 선택함으로써 제품의 강점을 유쾌하게 풀어내고자 한 것이다. 이 캠페인은 '2020 유튜브 워즈 어워즈'에서 '베스트 신규 브랜드 런칭상'을 수상할 정도로 호평을 받았다.

2020년에는 전직 프로 골프선수이자 국가대표 골프 감독인 박세리를 모델로 기용, 1등 단백질이라는 시장 내 입지를 공고히 하고 있다. 박세리 감독이 과거 '맨발투혼'을 통해 IMF 외환위기 시절 고단했던 국민에게 용기와 희망을 주었던 것처럼, 코로나19 장기화로 지쳐가는 국민에 응원을 전하고 싶었다는 것이 셀렉스 브랜드 관계자의 설명이다.

#### ◆제품에서 영양설계 전문 브랜드로

매일유업은 단백질 시장에서의 성공을 바탕으로 향후 셀렉스를 '성인 영양설계 전문 브랜드'로 성장시킬 계획이다. 단백질 제품 외에도 건강에 대한 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 브랜드를 구축하겠다는 것이다.

매일유업은 지난 10월에는 우유에서 100% 추출한 밀크세라마이드 성분과 저분자 콜라겐을 함유한 이너뷰티 신제품 '셀렉스 밀크세라마이드'를 선보였다. 콜라겐과 세라마이드를 함께 섭취하고 있는 해외 이너뷰티 시장의 트렌드를 반영, 결과 속을 한 번에 관리할 수 있도록 만든 제품이다.



셀렉스 코어프로틴 플러스.



박세리가 출연한 셀렉스 디지털 광고.