

CJ제일제당, '테이스트엔리치' 매출 200억 돌파

차별화된 클린라벨... 글로벌 조미시장 '돌풍'

나트륨 최소화... 원재료 맛 극대화
글로벌 공급망 토대로 기술 마케팅
핵산 잇는 핵심 제품으로 육성

CJ제일제당은 식물성 발효 조미소재 '테이스트엔리치'가 출시후 1년간 누적 매출 200억 원을 돌파했다고 6일 밝혔다. 전반 6개월 매출(50억 원)에 비해 후반 6개월간의 매출(150억 원)이 세 배 규모로 증가하며 매우 빠른 속도로 성장하고 있다.

테이스트엔리치는 CJ제일제당이 60여 년간 쌓아온 발효기술을 비롯한 R&D 역량이 집약된 차세대 조미소재이다. 주로 기업간 거래(B2B)로 판매되는 조미소재는 음식 요리 단계에서 넣는 조미료와 달리, 가공식품 등을 제



CJ제일제당 테이스트엔리치 제품

조할 때 맛이나 향을 더하기 위해 활용하는 소재를 말한다. 테이스트엔리치는 일체의 첨가물이나 인위적 공정 없이 식물성 원료를 발효시키는 과정에

서 생성되는 감칠맛 성분으로만 만들어졌다. 원재료 본연의 맛을 극대화하면서도, 나트륨 함량이 거의 없이 짠맛을 높여주는 특성이 있다.

MSG와 핵산 등의 비중이 높은 글로벌 조미소재 시장에서 테이스트엔리치는 차별화된 '클린라벨(Clean Label)' 속성으로 인정받으며 영향력을 빠르게 확대하고 있다. 클린라벨 무첨가, Non-GMO, Non-알러지, 천연 재료, 최소한의 가공 등의 특성을 지닌 식품이나 소재를 일컫는다. 최근 글로벌 식품 시장에서 소비자가 매우 중요하게 생각하는 가치로 부상하고 있다. MSG 등 기존 조미소재는 '첨가물'로 분류되어 '클린 라벨'에 부합하지 못한다.

CJ제일제당은 테이스트엔리치의 성장에 속도를 낼 방침이다. 올해 초 인도

네시아 지방 공장에 전용생산 라인을 구축했고, 그런 바이오 사업 성장 과정에서 확보한 글로벌 공급망을 토대로 '기술 마케팅'에도 힘을 쏟고 있다. 기술 마케팅은 고객의 구체적 니즈 등에 대한 '맞춤형 솔루션'을 제시하는 미래지향적 영업/마케팅 방식이다. 이를 통해 올해 테이스트엔리치 매출 300억 원을 달성하고, 테이스트엔리치를 현재 압도적 글로벌 1위 품목인 '핵산'의 뒤를 잇는 핵심 제품으로 육성할 계획이다.

CJ제일제당 관계자는 "보다 건강한 제품을 만들고자 하는 글로벌 기업들에게 테이스트엔리치가 최선의 대안으로 인정받고 있다는 것이 고무적"이라며 "앞으로도 글로벌 조미소재 시장의 변화를 주도할 것"이라고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



밀키스 우유식빵맛

롯데칠성음료

밀키스 우유식빵맛 출시

롯데칠성음료가 CJ푸드빌의 베이커리 브랜드 '뚜레쥬르'와 협업해 유성 탄산 음료 '밀키스'의 새로운 맛 '밀키스 우유식빵맛'을 출시했다고 6일 밝혔다.

밀키스 우유식빵맛은 최근 업종 간 경계를 허무는 이색 협업 열풍과 예상 밖의 조합으로 새로운 재미 요소를 추구하는 소비 트렌드를 주목해 선보이게 되었다.

이미 밀키스 맛 빵 제품을 '뚜레쥬르'를 통해 선보이면서 화제가 된 바 있으며, 이번에는 뚜레쥬르의 우유식빵을 밀키스에 그대로 담아냈다.

'밀키스우유식빵맛'은 밀키스 고유의 부드럽고 특소한 맛에 식빵의 풍미가 어우러져, 갓 구운 우유식빵의 맛을 음료로 즐길 수 있다.

/조효정 기자

아모레퍼시픽 녹차유산균

美 FDA 'NDI' 인증 획득

(건강식품 원료)

녹차유산균 장 생존력·정착력 우수
하반기 아마존 글로벌 입점 준비

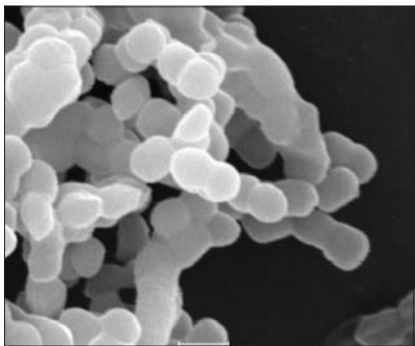
아모레퍼시픽이 독자 발견한 녹차유산균주가 미국 식품의약국(FDA)의 신규 건강식품 원료(NDI)로 등재됐다.

아모레퍼시픽은 6일 식물성 녹차유산균주가 미국 FDA(식품의약청)의 안전성 등 요건을 충족해 NDI 인증을 받았다고 밝혔다.

NDI는 미국 식품의약국이 새롭게 개발한 건강식품 원료의 안전성 등을 심사해 미국 내 사용을 허가하는 제도다. 제조과정, 사용 이력, 인체 유해 여부 등 미국 FDA가 요구하는 여러 실험 결과와 분석자료를 모두 충족하는 신규 원료 중 심사를 거쳐 선정한다.

아모레퍼시픽은 제주 돌솥이차발 유 기능 녹차에서 2010년 녹차유산균을 독자 발견한 이후 다양한 연구를 이어왔다. 이를 통해 세계 최초로 특허받은 녹차유산균이 장 생존력과 정착력, 항염증 등 여러 측면에서 우수하다는 사실을 밝혀낸 바 있다.

특히 유럽식품안전청(EFSA) 가이드



현미경으로 관찰한 녹차유산균 이미지.

/아모레퍼시픽

라인 수준으로 항생제 내성과 독성 인자가 없는 글로벌 기준의 안전성을 확보해 관리하는 중이다.

아모레퍼시픽은 녹차유산균 및 마이크로바이옴 연구를 더욱 강화하기 위해 지난해 2월 기술연구원에 '녹차유산균 연구센터'를 신설했으며, 이어 3월에는 바이탈뷰티 브랜드에서 유기농 녹차 유래 유산균이 편안한 장 건강 리듬을 찾아주는 '녹차에서 온 유산균' 제품을 출시했다. 해당 제품은 출시 이후 현재까지 1500만포 이상 판매됐으며, 베트남과 중국을 거쳐 올해 하반기 아마존 글로벌 입점도 준비하고 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@

BAT로스만스

9월부터 직접 제품공급

BAT코리아 8월 31일 영업종료

BAT코리아는 국내 시장에 판매하고 있는 모든 제품들이 오는 9월 1일부터 브랜드와 판매권 보유사인 로스만스파이스티비비(이하 BAT로스만스)를 통해 직접 공급된다고 밝혔다.

이에 따라 BAT로스만스와의 판매 위탁계약이 종료되는 BAT코리아는

8월 31일로 영업을 종료하게 된다. 기존 BAT코리아 소속 임직원 대부분은 BAT로스만스 또는 새로운 국내 유통 협력사로 취업 기회를 제공받게 된다.

BAT코리아 관계자는 "이번 판매구조 변화는 기존의 한국 내 위탁판매 방식에서 BAT로스만스의 직접 영업운영 체계로의 변경에 따른 것"이라면서 "BAT 제품의 국내 생산과 소비자 구매 과정에 미치는 영향은 없다"고 설명했다.

/조효정 기자

CJ올리브영 "올영세일 특집방송 보러오세요"

올라이브 통해 특가상품 소개

올리브영이 온·오프라인 채널을 전방위적으로 활용하며 '올영세일'이란 총공세에 나섰다.

CJ올리브영(올리브영)은 오는 자체 모바일 생방송 '올라이브'에서 '올영세일' 특집 방송을 진행한다고 6일 밝혔다.

올리브영은 오는 9일까지 상반기 결산 '올영세일'을 한다. 본격적인 여름의 시작을 맞아 시즌 상품부터 올해 상반기 인기 상품까지 한데 모아 최대 70% 할인 판매하는 것.

특히 이번 세일에는 '올영세일' 최초로 '올라이브'와 연계해 특집 방송을 두 차례 편성했다. '올라이브'는 올리브영이 업계 최초로 선보인 뷰티 전문 라이브커머스다. 올리브영 모바일 앱

(App)을 통해 시청할 수 있다.

7일 오후 8시부터 한 시간 가량 진행하는 '올라이브'에서는 '올영세일'의 특가 상품을 소개하고 직접 체험하는 등 시청자와 활발한 소통을 펼칠 계획이다. 앞서 세일 첫 날인 지난 3일 진행된 방송은 평시 대비 3배에 가까운 시청자 수를 기록하며 성황을 이뤘다.

이와 함께 방송 중 실시간으로 '선착순 히든 딜'과 경품 응모 이벤트를 진행하는 등 라이브 방송만의 특별한 행사를 다채롭게 마련했다. 방송 중 특가 상품 구매 고객에게는 주침을 통해 '생로랑 라지 모노그램 플랫 지갑'(1명), '다이슨 슈퍼소닉 헤어 드라이어'(2명), '올라이브'를 통해 소개한 주요 상품(30명) 등을 증정한다.

/신원선 기자

코오롱스포츠 의류·침대 등 캠핑용품 라인업 확대

여름야행 주제 티셔츠 컬렉션 등 마련

코오롱인더스트리FnC부문이 운영하는 코오롱스포츠가 캠핑 시즌을 맞아 다양한 의류 상품과 함께 캠핑용품까지 선보인다고 6일 전했다.

먼저 코오롱스포츠는 더워지는 날씨에 걸맞은 여러 가지 캠핑용 티셔츠 컬렉션을 선보인다.

3인의 아티스트와 협업을 통해 '나의 여름여행(My Summer Trip)'을 주제로 한 티셔츠 컬렉션을 출시했다. 협업 작가는 일러스트 작가 광명주, 드로잉 작가 성림, 스트리트 캐주얼 브랜드 인터내셔널로, 코오롱스포츠의 상징인 상록수를 각각의 감성을 담아 표현해 디자인에 적용했다.

겉면은 면 소재로 자연스러운 실루엣을 연출하며 안쪽은 폴리에스테르 땀을 빠르게 흡수해 쾌적하다. 페페트 병을 재활용한 리사이클 폴리에스테라

35%이상 함유돼 있어 친환경의 의미도 더했다.

또 캠핑 와펜 티셔츠도 출시한다. 코오롱스포츠의 캠핑용품을 모티브로 한 와펜이 포인트인 루즈 핏 실루엣의 티셔츠다. 리사이클 폴리에스테르와 면 혼방 소재를 사용한 것이 특징이다.

티셔츠 외에 양말과 뱃지도 선보여 다양하게 협업 상품을 즐길 수 있도록 했다.

코오롱스포츠는 2020년 봄/여름 시즌에 이어 이번 시즌에도 헬리노스와 협업한 캠핑용품을 선보인다.

이번 시즌에는 캠핑이나 피크닉 어디에서나 간편하게 휴대하기 쉬운 캠핑 의자와 경량 야전침대로 구성했다. 지난해 펀딩 플랫폼 와디즈를 통해 2주 만에 완판을 기록한 텐트 오두막 시리즈도 일부 상품이 공식 홈페이지와 코오롱몰에 입점될 예정이다.

/원은미 기자

유니클로

"디자이너 티셔츠 드립니다"

유니클로가 쾌적한 기능성과 세계적인 디자이너의 감성이 느껴지는 베이직 티셔츠를 체험할 수 있는 특별 이벤트를 실시한다.

오는 13일까지 진행되는 이번 이벤트는 유니클로 앱 통합회원이면 누구나 참여할 수 있으며, 총 2만명의 고객을 선정해 Uniqlo U와 +J 컬렉션의 티셔츠 5종 중 원하는 제품 한 가지를 증정한다.

해당 이벤트의 남성 및 여성용 'U에어리움 코튼 오버사이즈 크루넥T'는 유니클로 파리 R&D센터의 아티스틱 디렉터이자 글로벌 패션 디자이너인 크리스토퍼 르메르가 혁신적인 소재와 현대적인 디자인으로 재해석한 Uniqlo U 컬렉션 대표 제품 중 하나다.

/원은미 기자



사조대림 365.24 닭가슴살 꼬꼬칩 3종. (왼쪽부터)오리저널 / 스파이시 / 고소한 김스틱

사조대림

저칼로리 닭가슴살 꼬꼬칩

사조대림이 칼로리는 낮으면서 간편하게 단백질을 보충할 수 있는 '365.24 닭가슴살 꼬꼬칩'을 새롭게 선보인다고 6일 밝혔다.

사조대림의 '365.24 닭가슴살 꼬꼬칩'은 닭가슴살과 어포를 혼합한 신개념 건강 간식이다. 국내산 닭가슴살과 어포를 반죽해 오븐에 구워 바삭바삭한 식감과 담백한 맛, 고단백의 영양까지 동시에 즐길 수 있다.

담백하고 바삭한 식감과 한봉지당(25~30g) 100~120kcal의 낮은 열량, 5~6g의 단백질까지 챙길 수 있는 점이 특징이다.

/조효정 기자