

프로틴 대세도 '비건'... 쑥쑥 크는 식물성 단백질 음료시장

단백질 식품시장, '음료' 주목
섭취 간편하고 식사대용도 OK
'고단저지' 비건 프로틴밀 각광

국내 단백질 식품 시장이 가파른 성장세를 보이고 있는 가운데, 채식 주의 관심도 높아지면서 '식물성(비건) 단백질 음료'가 각광받고 있다.

단백질 식품은 근육량을 키워 체형 관리에 집중하는 젊은층부터 부족한 영양소를 보충해 건강을 챙기려는 중장년층까지 다양한 세대로 수요가 확대되고 있다.

한국농수산식품유통공사(aT) 식품산업통계정보시스템(aTFIS)에 따르면 국내 단백질 식품 시장 규모는 2018년 814억원에서 2021년 3364억원으로 4배 이상 늘었다. 업계에서는 올해 단백질 식품 시장이 4000억원대 규모로 성장할 것으로 전망한다.

특히 운동 후 간단히 섭취하기 좋은 'RTD(바로 마실 수 있게 제작된 음료) 형태'의 단백질 식품 수요가 눈에 띈다.

웰니스 브랜드 '일일하우'가 빅데이터 분석 프로그램 루시(Lucy 2.0)를 활용해 2021년 5월 30일부터 2022



브이프로틴.

/뉴트리원 비비랩

년 5월 30일까지 단백질 식품 연관어를 분석한 결과, '단백질'과 '음료'가 함께 언급된 정보량은 16만781건으로 전년 동기 대비 26.3% 증가한 것으로 확인됐다. 뒤이어 '영양제(+16.8%)', '건강식품(+14.1%)'도 증가세를 보였다. 이에 비해 물이나 우유에 타 먹는 분말 형태인 '파우더'와 '단백질 셰이크'의 정보량은 13% 하락해 관심이 줄었다.

단백질 음료는 간식이나 식사대용으로 간편하게 섭취할 수 있는 편리성과 기존 대비 개선된 단백질 함량, 영양 성분 등을 앞세워 단백질 식품 시장의 대체를 이끌고 있다.

여름철 수분과 단백질 보충을 함께 책임지는 음료도 등장했다. 코카-콜라사의 '파워에이드 프로틴10g'은 포도향을 함유한 스포츠음료 파워에이드에 10g의 단백질을 더해 운동 중 손실되기 쉬운 수분과 전해질, 그리고 단백질을 동시에 보충할 수 있다. 제로슈가·저칼로리 제품으로 칼로리에 민감한 스포츠 마니아들도 부담 없이 즐길 수 있으며, 기존 파워에이드의 전해질 밸런스 시스템 'ION4'를 통해 나트륨(Na), 칼륨(K), 칼슘(Ca), 마그네슘(Mg) 및 에너지 대사에 필요한 비타민B도 보충할 수 있다.

MZ세대를 중심으로 채식주의에

대한 관심이 높아지면서 이른바 '비건 프로틴밀'도 주목받는 추세다.

대표적으로 '일일하우프로틴밀'이 있다. 100% 비건 프로틴 음료로, 단백질은 높고 지방은 낮은 고단저지(고단백·저지방) 식사대용 프로틴밀이다. GMO 프리 대두단백, 완두단백, 쌀단백이 적정비율로 혼합돼 필수 아미노산을 갖춰 먹기 어려운 기존 식물성단백질의 단점을 보완했다.

일일하우 프로틴밀의 올해 2분기 매출액은 전 분기 대비 344.4% 증가했고, NS홈쇼핑 등 홈쇼핑에서도 '완관' 기록을 세웠다. 2022년 누적 판매량은 50만팩이다.

뉴트리원 비비랩(BBLAB)도 최근 비건 프로틴 음료 '브이프로틴' 2종을 편의점을 통해 선보였다.

부드럽고 고소한 오트밀맛과 달콤한 초코바닐라맛, 총 2가지 맛으로, 대두, 완두, 쌀에서 얻은 트리플 식물성 단백질을 균형있게 담아 빈틈없는 영양을 공급한다. 브이프로틴 1회(240ml) 제공량에는 달걀 2개 분량의 단백질(12g)이 들어있으며 식이섬유 7g과 칼슘 250mg 등 다양한 영양소도 함께 함유됐다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



삼양식품 '불닭볶음면' 출시 10년... 누적 40억개 판매

삼양식품은 전세계적으로 사랑받고 있는 불닭브랜드(면 제품·사진)의 누적 판매량이 40억개를 넘어섰다고 1일 밝혔다. 전 세계인 2명 중 1명은 불닭볶음면을 먹은 셈이다.

2012년 처음 출시된 불닭볶음면은 까르보 불닭볶음면, 짜장불닭볶음면 등 다양한 시리즈 제품을 선보이며 출시후 10년간 폭발적인 성장을 이뤄냈고, 2017년 누적 판매량 10억개, 2019년 20억개, 2021년 30억개를 달성한 데 이어 불과 1년만에 40억개를 돌파하며 브랜드 파워를 입증했다.

현재 90여개국에 수출되고 있는 불닭브랜드의 세계적인 인기로 삼양식품은 2017년 수출 1억달러, 2018년 수출 2억달러, 2020년 수출 3억달러를 달성했고, 올해는 수출 4억달러를 달성할 것으로 예상된다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

셀트리온, CT-P17·휴미라 상호교환 임상 FDA 신청

유효성·안전성 등 비교 검증
향후 美 시장 판매 돌입 계획

셀트리온이 자체 개발한 자가면역 질환 치료제 'CT-P17(사진)'을 오리지널 의약품인 휴미라와 대체 처방할 수 있도록 글로벌 임상 시험을 진행해 향후 미국 시장 판매 돌입을 노린다.

셀트리온은 지난달 29일(현지시간) 미국 식품의약국(FDA)에 'CT-P17(이하 유플라이마)'과 오리지널 의약품 휴미라 간 상호교환성 확보를



위한 글로벌 3상 임상시험계획(IND)을 제출했다. 상호교환성 바이오시밀러로 지정되면 처방의사 개입 없이 약

국에서 오리지널 의약품을 대체해 처방 가능하다.

셀트리온은 판상 건선 환자 366명을 대상으로 글로벌 3상 임상시험을 진행할 계획으로, 유플라이마와 휴미라 간 다회교차 투약한 군과 휴미라 유지 투약군 간의 약동학, 유효성, 안전성 등을 비교 검증할 예정이다.

셀트리온이 개발한 유플라이마는 유럽의약품청(EMA)으로부터 세계 최초로 허가를 획득한 고농도 휴미라 바이오시밀러로, 저농도 대비 약물 투여량을 절반으로 줄이고 통증을 유

발할 수 있는 시트르산염(구연산염)을 제거한 제형으로 개발됐다.

유플라이마는 류마티스 관절염, 염증성 장질환, 건선 등 휴미라가 보유한 모든 적응증에 대해 허가를 획득하고 유럽 주요 국가에서 판매를 개시했다. 올해 3월에는 국내에도 본격적인 판매 절차에 돌입했다. 미국에서도 내년 7월 1일부터 판매에 돌입할 수 있도록 개발사인 애브비사와 미국 내 특허 합의를 완료한 상태로 연내 FDA의 판매허가를 기대하고 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@

hy '발효녹용 녹용천고' 선행

유통전문기업 hy가 '발효녹용 녹용천고(사진)'를 선보이며 녹용 시장을 공략한다. 신제품을 통해 발효홍삼 중심의 브랜드 라인업을 녹용으로 확장하고 자사 천연물 소재 활용도를 높인다는 계획이다.

녹용천고는 '발효녹용농축액'을 주원료로 만든 프리미엄 녹용 제품이다. 발효녹용농축액은 청정 지역 뉴질랜드에서 우수하게 관리된 녹용을 hy가 자체 유산균으로 발효해 만들었다. 발효를 통해 녹용의 핵심 지표성분인 시알산 함량을 높인 것이 특징이다. 5년여 연구 끝에 상용화한 특허 소재로 기업 간 거래를 통해 외부에 판매 중이다.



/신원선 기자

SK바사, 코로나19 백신 유럽 허가 신청

조건부 허가 결정시 유럽 판매

SK바이오사이언스는 지난달 30일(현지시간) 유럽의약품청(EMA)에 자체 개발한 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 예방백신 '스카이코비원(GBP510)'에 대한 조건부 허가 신청을 마쳤다고 1일 밝혔다.

스카이코비원은 아스트라제네카의 코로나19 예방백신과 비교 평가하는 방식으로 임상 3상을 했으며, 한국 식품의약품안전처는 지난 6월 29일 이 결과를 바탕으로 품목 허가를 내줬다.

EMA는 스카이코비원의 3상 시험 결과를 바탕으로 심사하게 된다. SK바이오사이언스는 지난달 29일 영국 의약품 규제당국(MHRA)에도 스카

이코비원 조건부 허가를 신청했다. 심사 결과 조건부 허가가 결정되면 SK바이오사이언스는 유럽 지역에 스카이코비원을 공급·판매할 수 있다.

스카이코비원은 미국 워싱턴대 약대 항원디자인연구소(IPD)와 SK바이오사이언스가 공동 개발했으며, 면역반응 강화 및 중화항체 유도를 위해 글락소스미스클라인(GSK)의 면역증강제 AS03를 적용했다.

빌랜드멜린다게이츠재단(BMGF)과 전염병예방백신연합(CEPI)으로부터 개발비 지원을 받았으며, 세계보건기구(WHO)의 긴급사용목록(EUL) 등재를 거쳐 코백스 퍼실리티 등을 통해 글로벌 시장에 공급될 계획이다.

/원은미 기자

홈플러스 "3만원 이상 구매시 무료배송"

익스프레스 '1시간 즉시배송' 개편

홈플러스는 1일부터 홈플러스 익스프레스 온라인 '1시간 즉시배송' 서비스 이용시 3만원 이상 구매고객에 배송비 무료 서비스를 시행한다고 밝혔다. 홈플러스는 그동안 주문금액과 무관하게 모든 고객에게 3000원의 배송비를 받았다.

홈플러스는 배송비 정책 개편을 기념해 고객들을 대상으로 '1시간 즉시배송 혜택백서' 프로모션을 진행한다. 오는 31일까지 1시간 즉시배송 서비스로 구매하는 고객에게 2만원 이상만 구매해도 배송비를 면제해주는 2만원 이상 구매 시 무료배송 쿠폰을 최대 2회 지급한다.

서비스를 처음 이용하는 고객에게

는 ▲장바구니 쿠폰(7000원) ▲2만원 이상 구매 시 무료배송 쿠폰 ▲100원 딜 상품 혜택 등 다양한 혜택을 제공한다. 행사기간 중 매주 금요일마다 주말까지 사용할 수 있는 11% 할인 '불금쿠폰'을 제공하고, 매일 각종 특가쿠폰을 제공하는 '특가릴레이' 이벤트도 진행한다.

홈플러스 익스프레스 온라인 '1시간 즉시배송'은 지난해 2월 처음 선보인 서비스로 기존 e커머스 기반 퀵커머스 서비스와 달리 오프라인 매장을 기반으로 한 거점형 퀵커머스 서비스다.

/김서현 기자 seoh@



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

하이트진로 '진로 1924 헤리티지' 출시

하이트진로가 증류식 소주 시장 확대에 앞장섰다. 하이트진로는 임금납표 이전살을 100% 사용하고 세 번의 증류를 거친 슈퍼프리미엄 증류식 소주 '진로 1924 헤리티지'를 출시한다고 1일 밝혔다. '진로 1924 헤리티지'는 하이트진로의 98년 역사와 정통성을 담은 제품이다. 신제품은 정식 출시에 앞서 5일부터 팝업스토어를 통해 최초 공개된다.

'진로 1924 헤리티지'는 원료부터 차별화했다. 비옥한 토지와 깨끗한 물로 재배해 임금에게 진상하던 국내 최고 품질의 임금납표 이전살만 100% 사용했다.

또, 국내 최고 수준의 양조 기술력으로 최상의 맛을 구현했다. 일반적인 증류식 소주는 단일 증류 방식으로 제조하는 반면, 진로 1924 헤리티지는 두 차례 더 증류를 총 세 번의 증류를 거쳐 최고 순도의 정수만을 담았다. 30도의 알코올 도수가 느껴지지 않는 부드러운 목넘김과 깨끗한 향이 특징이다.

/신원선 기자