"미래 먹거리 우리손으로"… 식품기업, 소재개발 역량 집중

대상 中 청푸그룹 등 투자 확대
삼양사 '스페셜티' 글로벌 홍보
hy 전문인력·생산설비 확충

삼양사가 지난 2일 미국 라스베이거스 맨덜레이 베이에서 열린 '2022 서플라이 사이드 웨스트'에 참가해 스페셜티 홍보 부스를 운영했다. /삼양사

주요 식품 회사들이 식품소재 개발에 박차를 가하고 있다. 원재료로부터 유효성분을 추출해 식품에 첨가하는 조미료를 비롯해 건강기능성원료 등의 발굴에도 나서고 있는 것. 빠르게 변화하는 업의 특성상 주력 식품 판매에만 의존하기에는 성장에 한계가 있기 때문에 고부가가치 소재에 투자하는 것으로 풀이된다.

8일 업계에 따르면 국산 조미료 '미원'으로 사업을 시작한 종합식품회사 대상은 미래를 이끌 신성장동력으로 소재 사업을 낙점했다. 이미 대규모 전분당 사업을 통해 전분당 분야 선도기업으로 자리잡았으며, 필수 아미노산인 '라이신' 도 개발해 글로벌 시장 확대에 나서고 있다.

지난해에는 중국 라이신 생산 판매 업체인 청푸그룹의 지분 32.87%을 취득했으며 같은 해 6월 의료 소재 사업에 진출하기 위해 '대상셀진'을 설립하는 등 소재 사업 확대를 위해 투자 지원을 아끼지 않고 있다.

최근에는 서울 강서구 마곡동에 대상 이노파크를 열고, 이곳을 연구 특화 기지로 삼아 글로벌 식품·소재 기업으로 도약하겠다는 비전을 수립했다.

대상 측은 "미생물과 효소 기반의 생명공학 관련 기술을 융합해 식품·의약·사료 등 다양한 산업 분야에 적용 가능한 소재를 연구하고 있다"고 밝혔다.

CJ제일제당은 국내 채식 인구가 늘어나고 B2B 시장에서 비건 조미료가 안정적으로 안착하자 B2C 사업도 고민하고 있다.

CJ제일제당은 2020년 식물성 발효조미소재 '테이스트엔리치'를 출시해 해외 식품 회사를 상대로 B2B 판매를 시작했다. CJ제일제당의 식물성 브랜드 '비비고 플랜테이블'에도 해당 조미료가 사용되고 있다. 비건 열풍에 힘입어 올 상반기 테이스트엔리치의 매출은 전년 동기 대비 2.5배 증가한 것으로 집계됐다.

한 관계자는 "비건 인증을 받는 과정이 까다롭고 특히 국내 기관을 통한 인증의 경우 비건 제품 생산 라인을 따로 해야 하기 때문에 부담이 클 것"이라며 "하지만 비건 열풍이 쉽사리 가라앉지 않을 것으로 보이는 데다 비건 조미료에 대한 관심이 큰 것 또한 사실"이라고 말했다.

건강한 식문화를 선호하면서 나트륨과 당을 낮춘 천연 소재도 각광받고 있다. 이에 삼양사는 당류 저감화 소재 '알룰로스'와 수용성 식이섬유 '난소화성말토덱스트린'을 앞세워 시장 공략에 나서고 있다.

알룰로스는 무화과, 포도 등에 함유된 단맛 성분으로 설탕과 비슷한 단맛을 내지만 칼로리는 '제로' 수준이라 최적의 차세대 감미료로 손꼽히고 있다. 2016년 액상형 알룰로스 대량 생산에 성공한 데 이어 최근에는 울산에 스페셜티 전용 공장을 짓고 결정형 알룰로스를 생산하고 있다.

이밖에 프락토올리고당의 일종인 '케스토스'를 선보였으며, 건강기능식품 원료로 인정받기 위한 인체 적용 시험을 진행중이다.

hy도 소재 B2B 사업에 집중하는 모습이다. 2020년 소재 사업에 진출한 hy는 첫해 35억원의 매출을 기록했고, 지난해 100억원의 매출을 달성했다. 그리고 올해 1~9월 소재 B2B 사업 매출은 80억원에 달한다. hy 관계자는 "올해 목표 매출 120억원의 약 67%를 이미 달성했으며, 이러한 성장세라면 무난히 목표치를 넘어설 것"이라고 말했다.

hy의 소재 개발에 투입되는 전문 연구인력만 80여 명에 달한다. 오랜 연구 끝에 탄생한 프로바이오틱스, 락토바실러스 복합물은 CJ웰케어와 한국암웨이, 녹십자웰, 종근당건강 등 여러 기업에 판매되고 있다.

성장세를 이어나가기 위해 hy는 판매 품목을 늘릴 계획이다. 무엇보다 프로바이오틱스 수요에 대응하기 위해 생산설비를 확충한다.

hy는 현재 논산공장 부지에 연면적 9917㎡(약 3000평) 규모의 신규 프로바이오틱스 플랜트를 추가로 짓고 있다. 신규 플랜트까지 완공되고 나면 hy의 프로바이오틱스 소재 생산량은 현재의 3배 이상으로 증가한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데중앙연구소, '축산기술 접목 우수 현장' 선정

국립축산과학원서 현판 전달 받아
'비피두스균 KACC 91563' 성과 주효

롯데중앙연구소는 농촌진흥청 국립축산과학원이 지정한 '2022년 축산 기술 접목 우수 현장'으로 선정되었다고 8일 밝혔다.

이번 롯데중앙연구소 우수 현장 지정은 농진청 국립축산과학원이 개발한 '건강한 한국 신생아에서 분리된 알레르기 저감 비피두스균 KACC 91563' 기술 접목으로 이뤄졌다. KACC 91563 균주는 국내 특허(제 10-1250463)에 등록됐으며, SCI 등 다수 논문에도 발표됐다. 롯데중앙연구소는 2020년 7월부터 KACC 91563에 대한 기술 특허 사용 계약을 체결해 2020년 9월부터 롯데제과 파스퇴르 위드맘 제왕 분유에 적용해왔다.

롯데중앙연구소가 국립축산과학원 지정 '2022 축산 기술 접목 우수 현장'으로 선정돼 현판을 전달받았다. 롯데중앙연구소 이경렬 소장(왼쪽)이 국립축산과학원 박범영 원장과 기념촬영하고 있다. /롯데중앙연구소

파스퇴르 위드맘 제왕 분유는 자연분만으로 건강하게 출산한 신생아의 장에 비피도박테리움 롱검균이 많다는 사실에서 출발한 제품이다. 산모 고령화로 지속적으로 증가하고 있는 제왕절개 분만 신생아를 위하여 마이크로바이옴 기반 기술인 비피두스균 KACC 91563을 적용했다.

한편, 농진청 국립축산과학원에서는 매년 자체 개발 기술 접목 우수 현장을 발굴하고 있다. 기술 투입 및 현장 체감 효과가 우수하며 국민 건강 증진에 이바지한 사업군을 지정해 현판을 수여한다.

/신원선 기자

하이트진로 '진로 레드와인' 출시… 와인시장 도전

와이너리 선정 등 제품개발 직접 참여

하이트진로가 국내 와인시장에 도전장을 내밀었다.

하이트진로는 대표 브랜드 '진로'의 이름을 내건 첫 프리미엄 와인 '진로 레드 와인(JINRO RED WINE·사진)'을 국내에 정식 출시한다고 8일 밝혔다.

하이트진로가 그동안 유수의 와인을 수출, 유통해온 적은 있지만 직접 개발한 와인을 선보이는 것은 최초다.

하이트진로는 최근 유통업체들이 가성비 와인을 선보이는 것과 달리 프리미엄급 와인을 선택해 차별화했다. 이를 위해 이탈리아 시칠리아의 최고, 최대 와이너리로 손꼽히는 7대째 가족경영 와이너리 '카를로 펠리그리노'와 함께 프리미엄급 와인을 공동 개발했다.

하이트진로는 수준급 와인을 선보이기 위해 파트너 와이너리 선정부터 포도 품종, 맛, 디자인 등 모든 제품 개발에 직접 참여했다.

/신원선 기자

유튜브(메트로신문) 동영상 제공

전자랜드, TV·냉장고 등 34개 가전모델 최대 70% 할인

30일까지 '블랙파워세일' 행사

전자랜드가 창립 34주년을 맞아 30일까지 전국 동시 '블랙파워세일' 행사를 진행한다.

먼저 전자랜드는 창립 34주년을 기념해 블랙파워세일 행사 기간 TV, 냉장고, 세탁기, 에어컨 등 주요 가전의 34개 모델을 최대 70% 할인된 가격으로 다양한 혜택과 함께 판매한다.

공식 온라인몰인 전자랜드쇼핑몰에서도 행사 상품을 할인된 가격에 판매하며 추가 카드혜택까지 제공하는 블랙파워세일 기획전을 진행한다. 카카오페이 또는 행사카드 결제시 최대 15만원 즉시할인 혜택 등을 제공한다.

퀴즈 이벤트도 진행한다. 정답자에게는 추첨을 통해 100만원 여행 상품권(1명), 전자랜드쇼핑몰 포인트 1만원(100명)을 증정할 계획이다.

/김서현 기자 seoh@

이마트24, 자체앱 'E-verse' 론칭

이마트24가 게임 요소를 결합한 자체 앱 'E-verse(버스)'(이마트24+유니버스)를 8일 론칭했다.

이마트24가 야심차게 선보인 'E-verse'는 기존 모바일앱에 단순 기능과 콘텐츠를 추가하는 데서 더 나아가 혁신을 통해 온·오프라인을 연결하는 독창적인 앱으로 만드는 데에 주안점을 뒀다.

E-verse의 특징으로는 ▲다양한 게임을 통한 마케팅·각인 효과 시도 ▲앱 전체가 하나의 가상공간으로 느껴지는 사용자 환경·사용자 경험 구현 ▲NFT 활용 멤버십 확장성 등이다.

/김서현 기자

"히밥채널서 '힙&핫치킨버거' 만나보세요"

롯데리아 내일 21시부터 라방 진행

롯데GRS가 운영하는 햄버거 프랜차이즈 롯데리아가 오는 10일 오후 9시부터 약 한시간동안 유튜브 채널 '히밥(heebab)'을 통해 신제품 '힙&핫치킨버거'를 소개하는 라이브 방송을 진행한다.

롯데리아는 '힙하고 핫하다'의 의미를 지닌 '힙&핫치킨버거' 네이밍에 맞춰 최근 많은 인기를 얻고 있는 유튜버 '히밥'과 라이브 방송을 기획했다.

힙&핫치킨버거는 매콤한 소스와 육즙 가득한 통닭다리살패티, 아삭하고 상큼한 적채로 구성해 이색적인 비주얼이 특징인 햄버거로, 색다름을 추구하는 MZ세대들의 트렌드에 맞춰 지난달 6일 출시했다.

/신원선 기자

유튜브(메트로신문) 동영상 제공

해태제과 오예스 한정판 '아인슈페너' 선봬

해태제과가 올 가을에만 맛 볼 수 있는 오예스 시즌 한정판 '아인슈페너'를 출시한다.

해태는 '아인슈페너'를 오예스의 다섯번째 가을 맛으로 선택해 콜롬비아산 최고급 아라비카 커피 분말을 반죽에 섞어 고급스러움을 살렸다. 아라비카 원두 특유의 초콜릿 향이 더해져 한층 진한 리얼 초콜릿 맛을 느낄 수 있는 것도 특징이다. .

/신원선기자

유튜브(메트로신문) 동영상 제공