

CJ제일제당, K-스트리트 푸드로 글로벌 입맛 사로잡는다

떡볶이·핫도그 등 6대 품목 선정 브랜드 '비비고'로 신제품 출시 美·英·日 등 핵심 권역 본격 수출



비비고 떡볶이(컵) 3종 제품 /CJ제일제당



'케이콘 재팬 2023'에서 비비고 부스를 방문한 한류팬들. /CJ제일제당

CJ제일제당이 'K-스트리트 푸드'를 앞세워 글로벌 신영토 확장을 확보한다.

CJ제일제당은 떡볶이·핫도그·김밥·김말이·붕어빵·호떡의 6대 제품을 K-스트리트 푸드의 전략 품목으로 선정하고 '비비고' 브랜드로 미주, 유럽, 아시아 등의 글로벌 주요 국가에 신제품을 출시한다고 15일 밝혔다.

K-스트리트 푸드 첫 주자는 대표적인 거리 음식 메뉴인 떡볶이다. 오는 6월부터 미국, 영국, 프랑스, 일본, 베트남 등 CJ제일제당의 K-푸드 핵심 권역으로 수출을 본격화할 계획이다. 현지 소비자의 선호도와 편의성을 고려해 컵과 파우치 형태의 상온 제품으로 출시한다.

아울러, 8월부터는 해외에서 핫도그

와 김말이, 냉동 떡볶이 등의 신제품도 비비고 브랜드로 선보인다.

이들 제품에는 K-스트리트 푸드를 상징하는 엠블럼이 적용된다. CJ제일제당은 비비고 브랜드의 신규 카테고리인 K-스트리트 푸드를 글로벌 소비자들에게 보다 쉽고 친근하게 알리기 위해 'Korean'의 'K'를 떡볶이, 핫도그 등 한국 분식을 연상시킬 수 있는 둥글둥글하고 길쭉한 형태의 귀여운 캐릭터로 표현했다. 엠블럼은 K-스트리트 푸드 6대 제품 패키지를 비롯해 다양한 마케팅 활동에 적극 활용할 계획이다.

또한, CJ제일제당은 K-스트리트 푸드의 글로벌 확산을 위해 ▲한국 생산 제품의 수출 ▲현지생산 ▲글로벌 생산 거점에서 생산해 인접국가로 수

출하는 C2C(국가 간 생산→수출) 방식을 활용한다. 이를 통해 글로벌 현지 시장 트렌드 변화 등에 기민하게 대응하면서 고객 맞춤형 제품을 선보일 예정이다.

앞서 CJ제일제당은 일본에서 K-스트리트 푸드의 글로벌 성공 가능성을 확인했다. 일본 MZ세대 사이에서 한국 음식과 콘텐츠를 즐기는 '도한놀이(한국여행놀이)'가 유행하는 것에 착안, 지난 3월 일본에서 맛·건강·편의성으로 인기를 끌고 있는 냉동김밥을 선보였다. 출시 후 한 달간 20만 개 이상이 판매되며 좋은 반응을 얻고 있다.

오는 19일부터는 일본 도쿄 최대 변화가인 시부야에 'K-스트리트푸드 팝업스토어'를 열고 현지 소비자들을 만날 계획이다. 비비고를 상징하는 초록

색과 K-스트리트 푸드 이미지를 활용해 한국의 포장마차를 트렌디하게 재해석한 팝업스토어를 통해 비비고 떡볶이와 냉동김밥, 핫도그, 미초 등을 선보일 예정이며, 포드부스, 이벤트존 등 다양한 즐길 거리도 제공한다. 도쿄 팝업스토어는 오는 6월 17일까지 진행한다.

K-스트리트 푸드 출시를 계기로 CJ제일제당의 7대 글로벌 전략제품(GSP, 만두/P-라이스(가공밥)/치킨/K-소스/김치/김/롤)의 성장에 탄력이 붙을 것으로 기대된다. CJ제일제당은 GSP와 K-스트리트 푸드를 함께 즐기는 레시피를 제안하는 등 동시 구매를 유도할 계획이다.

K-콘텐츠와의 시너지도 모색한다. 미국, 일본 등에서 해마다 개최되는 글로벌 K-컬처 페스티벌 '케이콘(KCON)'을 통해 한국 문화에 관심이 높은 현지 젊은 소비자들에게 K-스트리트 푸드를 적극적으로 알리겠다는 계획이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

대응제약-입셀, '인공적혈구' 개발 나서

혈액 수급 불균형에 공급 대안 마련 'hiPSC'로 기술 확보·고도화 연구

대응제약이 입셀과 공동연구를 통해 인공적혈구를 개발, 혈액 부족 문제 해결에 나선다.

대응제약은 지난 12일 국내 유도만능줄기세포 연구기업 입셀과 '인공적혈구' 개발을 위한 공동연구개발 협약을 맺었다고 15일 밝혔다.

인공적혈구란 혈액 내에서 세포에 산소를 배달하는 역할을 하는 적혈구

의 기능을 대체한 물질이다. 최근 코로나19와 같은 다양한 감염질환의 발생, 저출산·고령화 사회 진입 등에 따라 혈액 수급 불균형이 커지고 있다. 이에 헌혈에만 의존되는 기존 혈액 공급 시스템은 곧 한계에 도달할 것으로 전망되고 있으며, 인공적혈구 및 인공혈소판 등의 개발을 통해 국가 차원의 안정적인 혈액 공급 대안 마련이 시급한 상황이다.

대응제약과 입셀은 이번 협약을 통해서 인공적혈구 세포주 및 공정 개발

을 위한 협력체계를 구축해 나간다는 계획이다. 양사는 '인간 유도만능줄기세포(hiPSC)'를 이용해 인공적혈구 개발에 대한 원천기술 확보 및 생산기술 고도화를 위한 공동 연구를 진행할 예정이다.

hiPSC란 인체 기관 중 원하는 모든 신체 조직 및 장기 등으로 분화가 가능한 세포로, 조직의 재생과 세포치료를 통해 다양한 중증 및 난치성 질환 치료의 열쇠가 될 것으로 주목받고 있다.

입셀은 주지현 서울성모병원 류마티



이창재 대응제약 대표(오른쪽)와 주지현 입셀 대표가 인공적혈구 개발을 위한 MOU 체결식에서 기념 촬영을 하고 있다.

스내과 교수가 2017년 설립한 뒤, 임상 면역학과 줄기세포를 기반으로 유도만능줄기세포 연구와 치료제 개발을 전문으로 하는 생명공학 기업이다.

/이세경 기자 seilee@

한미약품, NASH 치료제 임상 美 순항 중 하이트진로음료, 1분기 매출 전년비 26% ↑

IDMC, 임상 2상 지속 진행 권고

한미약품이 독자 개발중인 비알코올성지방간염(NASH) 치료 혁신신약 '렙스 트리플 아고니스트'의 임상 2상에서 순항 중이다. 한미약품은 15일 미국 독립적 데이터 모니터링 위원회(IDMC)가 렙스 트리플 아고니스트의 글로벌 임상 2상을 '계획 변경없이 지속 진행하라'고 권고했다고 밝혔다.

회사는 IDMC의 이번 권고는 현재 진행중인 글로벌 임상 2상의 유효성을 추가로 평가한 중간 분석 결과를 바탕으로 내린 권고였다는 점에서 의미가 크다고 평가했다. 당초 안전성 평가와 더불어 현재 임상 진행중인 3개 용량 중 유효성 측면에서 무용하다고 판단될 수 있는 용량을 제외하는 것이 목적이었으나, 중간 결과에서 무용성 기준에 들

어가는 용량이 없는 것으로 확인돼, 특정 용량군 제외없이 임상을 끝까지 진행할 수 있도록 한 것이다.

IDMC는 진행 단계 임상에서 환자의 안전과 약물 효능 등을 독립적으로 모니터링하는 전문가 그룹이다. 객관성을 가진 독립위원회로서 임상 지속, 환자모집 연기, 임상 디자인 수정, 임상 중단 등을 임상 주체에 권고한다.

미국 식품의약국(FDA)은 2022년 7월 렙스 트리플 아고니스트를 NASH 치료를 위한 패스트트랙 개발 의약품으로 지정한 바 있다.

한미약품은 현재 섬유증을 동반하고 간 생검으로 확진된 NASH 환자를 대상으로 위약 대비 치료 유효성, 안전성, 내약성 등 확인을 위한 임상 2상을 미국과 한국에서 진행하고 있다.

/이세경 기자

믹솔로지·제로 트렌드에 음료 실적 ↑

하이트진로음료는 올해 1분기 총 매출이 전년 동기 대비 26% 증가했다고 15일 밝혔다. 영업이익도 지난해 같은 기간과 비교해 26% 증가했다.

사업 부문별 실적을 보면 음료 부문 매출이 전년 동기 대비 61% 신장하며 전체 실적을 견인했다. 최근 음료·주류 시장에 불고 있는 '믹솔로지(Mixology)', '제로' 트렌드에 진로토너워터와 블랙보리 등 주요 제품 판매가 급증하면서 음료 부문의 실적 상승을 이끌었다.

하이트진로음료는 생수에 의존하던 기존 사업 포트폴리오를 지난 2017년부터 음료(비생수) 사업으로까지 확대하면서 사업 다변화와 수익구조 개선에 집중해 왔다. 그 결과 전체 매출액에서 음료 부문이 차지하는 비중은 2017년

16%에서 올해 1분기 54%까지 늘었다.

음료 부문의 호실적을 이끈 일등 공신은 믹서 브랜드인 '진로토너워터'다. 올해 1분기 매출이 전년 동기 대비 136% 증가했다. 지난해 매출은 전년 대비 87% 늘어 47년 브랜드 역사상 최대 실적을 달성했으며, 7분기 연속 성장 폭을 넓혀가고 있다.

위스키 열풍이 진로토너워터 성장세에 한몫했다는 분석이다. 위스키를 즐기는 방법 중 하나로 위스키와 토너워터 등을 섞은 '하이볼' 음주가 선호되고 있기 때문이다. 실제 올 1분기 매출은 128억원으로 6년 전인 2017년 1분기 매출(12억원)과 비교하면 10배 이상 늘었다. 음료 부문에서 두 번째로 매출 비중이 큰 '블랙보리'도 전년 대비 12%의 매출 성장을 기록하며 매년 두 자릿수 성장세를 이어가고 있다. /신원선 기자

신제품 출시

애경산업

니치 향수 섬유유연제 '르샤트라 오드퍼퓸'

애경산업에서 의류 등 섬유에 고급스러운 니치 향수의 향기를 더해주는 '르샤트라 오드퍼퓸(LE CHATELARD EAU DE PARFUM) 섬유유연제'를 출시했다.

르샤트라 오드퍼퓸 섬유유연제는 향수의 발향 단계처럼 탑 노트, 미들 노트, 베이스 노트로 구성된 은은한 잔향이 오랫동안 유지되는 것이 특징이다.

선호하는 향에 따라 제품을 선택해 사용할 수 있도록 '상탈', '블랑', '블랙 로즈' 등 3종으로 출시됐다.

피부에 직접 닿는 섬유에 사용하는 만큼 부담 없이 사용할 수 있도록 피부 자극 테스트를 완료했으며 파라벤 6종, 인공색소 등 걱정되는 성분을 함유하지 않아 온 가족이 사용할 수 있다.

/이세경 기자

종근당건강

암환자 영양조제식품 '닥터케어 캔서코치'

종근당건강은 15일 암환자용 영양조제식품, 닥터케어 캔서코치를 출시했다.

닥터케어 캔서코치는 종근당건강이 만든 특수의료용도식품의 첫번째 제품으로, 암환자에게 필요한 열량과 영양 성분을 충분히 공급하여 모든 치료 단계(암진단·치료 중·치료 후)에서 영양 부족을 최소화하고 회복에 도움을 주는 식품이다.

이 제품은 대한암협회 의학전문과들과 함께 공동 개발하여 비타민과 미네랄 총 26종 및 암환자에게 도움을 주는 영양소인 비타민 D, B12, B, 단백질 등을 고함량으로 함유해 암환자에게 필요한 영양 밸런스를 제공하는데 도움이 되도록 설계됐다. /이세경 기자

대상웰라이프㈜

뉴케어, 당뇨환자 영양식 '당플랜 프로 마일드초코'

대상웰라이프㈜의 환자용 식품 국내 판매 1위 브랜드 '뉴케어'가 국내 최초로 초코맛 당뇨환자용 균형영양식 '당플랜 프로 마일드초코'를 출시했다.

신제품은 초콜릿 등 단것을 먹고 싶은 고령당 소비자가 당 걱정 없이 안심하고 맛있게 즐길 수 있는 당뇨영양식이다.

그간 단순당 섭취를 피해야 하는 당뇨환자들은 정백당(흰설탕)을 함유해 초코맛을 낸 시중의 음료를 섭취하기 어려웠다. 신제품은 설탕 대신 팔라티노스를 사용하고 네덜란드산 코코아 파우더를 담아 깊은 초코맛을 구현해 낸 것이 특징이다. /신원선 기자