

“쌀로 만든 빵·라면 맛보세요”... 식품업계, 米食 시장 개척

쌀 베이스 신제품 개발... 소비촉진 SPC삼립 가루쌀 베이커리 2종 롯데웰푸드 ‘The쌀로’ 브랜드 론칭 오비맥주 국내산 쌀 활용 ‘한맥’

1인당 연간 쌀 소비량이 매년 줄어드는 가운데, 식품업계가 쌀 소비 활성화에 팔을 걷어붙였다.

통계청에 따르면 국민 1인당 쌀 소비량은 작년 57kg으로 10년 전인 2012년(70kg)보다 10kg넘게 줄었다. 1인당 연간 쌀 소비량은 1985년(128kg)부터 38년간 매년 줄고 있다.

밥을 대신해 밀가루로 만든 빵이나 면으로 끼니를 때우는 사람이 늘어난데다 1인 가구 증가로 대용량 쌀 소비가 줄어든 것이 원인이다.

반면, 작년 쌀 생산은 376만4000t으로 10년 전(400만6000t)보다 6%(24만2000t) 감소하는 데 그쳤다. 소비 감소보다 생산 감소 속도가 한참 더더 과잉 생산으로 이어져 해마다 쌀이 남아도는 실정이다.



미각제빵소 가루쌀 베이커리. /SPC삼립

정부는 수년간 쌀 수급 불균형 문제를 해결하기 위해 여러 방안을 모색했고 올들어 적극적으로 식품기업과 협업도 전개하고 있다.

지난 3월 농림축산식품부는 ‘가루쌀 제품개발 지원사업’을 수행할 식품기업 15곳을 선정했다. 농심·삼양식품·SPC삼립·풀무원·해태제과 등 굵직한 식품 대기업이 참여했다. 가루쌀 소비를 통해 기존 쌀 가공식품의 한계를 뛰어넘겠다는 것으로 풀이된다.

정부는 2027년까지 가루쌀 생산량을 20만t으로 늘려 연간 밀가루 수요 10%



The쌀로 /롯데웰푸드

를 대체한다는 계획이다.

가루쌀은 불리는 과정이 필요 없는 건식 제분이 가능하고 단단함이 일반 맷쌀의 3분의 1 수준이어서 쉽게 갈린다는 특징이 있다. 기존 쌀의 경우 치밀한 전분 구조때문에 물에 불려서 가공해야 했고, 쌀뜨물 등 폐기 비용을 포함해 가공 비용이 들었다. 하지만 가루쌀은 이러한 과정이 필요하지 않아 비용을 절감할 수 있다.

SPC삼립은 가루쌀을 활용한 미각제빵소 가루쌀 베이커리 2종을 선보였다. 가루쌀 베이커리는 농촌진흥청에서 국

내 쌀 소비 촉진을 위해 개발한 쌀가루 전용 품종인 가루쌀을 사용한 제품이다.

하림은 국산 쌀을 함유해 면의 식감을 높인 ‘닭육수 쌀라면’ 2종을 출시하고, 하반기 라면 시장 확장에 본격적으로 나선다. 삼양라면의 경우 작년에 출시한 ‘짜장라면’에 가루쌀을 첨가해 ‘글루텐프리’ 제품을 출시할 계획이다.

롯데웰푸드도 쌀로 만든 케이크, 쿠키, 빵을 판매하는 카페가 소비자들에게 인기를 얻고 있는 점과 세계적으로도 글루텐프리 시장이 지속적으로 성장하고 있는 점을 주목해 ‘더(The)쌀로’를 론칭했다. ‘The쌀로’는 밀가루 대신 쌀을 사용한 간식 통합브랜드로 첫 제품인 ‘The쌀로 바삭한 핫칠리맛’을 출시했다.

글루텐은 곡물에 함유된 불용성 단백질로 일부 사람들에게 소화장애나 알레르기를 일으키는데, 쌀에는 글루텐이 없다. 글루텐프리 식품은 최근들어 다이어트, 건강식으로 인식되면서 소비가 확산되는 추세다. 빵을 비롯한 시리얼, 스낵, 면류, 간편식품, 영유아식품 등

로 품목이 확대되고 있다.

주류업계에서는 오비맥주가 국산 쌀 소비 촉진에 일조하고 있다. 오비맥주는 2021년 ‘대한민국 대표라거 프로젝트’로 쌀로 만든 ‘한맥(HANMAC)’을 출시했다. 한맥은 100% 국내산 고품질 쌀을 사용해 최상의 맛과 품질을 자랑한다.

업계 관계자는 “밀가루를 대체할 수 있는 가루쌀의 제품 개발을 통해 쌀 가공식품 시장 활성화에 속도를 내고 있다”며 “글루텐프리라는 장점을 살리고, K푸드 인기로 힘입어 쌀 가공식품 수출도 늘릴 계획이다”라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



닭육수 쌀라면. /하림

유통업계 신제품

CJ제일제당 “올 추석 선물 ‘상생·웰니스’ 주력... 100종 준비”

‘제일명인’ 브랜드 론칭... 中企 협업 ‘특별함·실속 갖춘 선물세트 제공’

CJ제일제당이 상생, 웰니스를 키워드로 한 추석 선물세트를 준비했다.

CJ제일제당은 예년보다 더욱 다양한 구성의 선물세트 100여종을 선보인다고 6일 밝혔다. 먼저, 중소기업과의 상생을 위해 올해 ‘제일명인’이라는 브랜드를 론칭하며 대한민국 식품명인의 제품을 선보인다. 생산은 중소기업이 맡고, CJ제일제당은 제품 컨셉트 기획, 디자인 및 유통 등을 담당한다.

이번에 선보이는 제품은 총 4종으로 ▲최순희 명장의 ‘제일명인 예천참기름’ ▲임화자 명인의 ‘제일명인 한우육포’ ▲유영근 명인의 ‘제일명인 조청한



모델이 추석 선물세트를 소개하고 있다. /CJ제일제당

과 1호·2호’다. 국내에 단 한명만 있는 육포 명인과 참기름 명장의 제품 등을 선물할 수 있다는 점에서 특별한 선물이 될 것으로 보인다.

믿고 선물할 수 있는 명절 스테디셀러인 ‘스팸 선물세트’도 올해 물량을 늘

렸다. 카놀라유와 스팸으로 구성된 스팸복합 1호·스팸복합 5호는 실속있는 구성으로 올해 주목받을 것으로 예상되며, 프리미엄 세트인 최고의 선택 프리미엄호, 블랙 라벨 등도 좋은 반응이 기대되는 제품이다.

/신원선 기자

조아제약 소화보조 음료 ‘데이스트’ 출시

조아제약이 위부불쾌감 해소와 소화 불량 개선을 돕는 소화 보조 음료 ‘데이스트’를 출시했다고 6일 밝혔다.

데이스트는 해당화잎, 사철쑥, 진피, 감초, 생강, 계피 등 총 11가지 성분의 복합 상생작용으로 타액 및 위액 분비 촉진, 담즙 분비 촉진, 위장 부종 개선, 복부 팽만 및 복통, 장내 이상 발효 개선 등 각종 소화불량 증상의 개선을 돕는다. 더불어 특허받은 용기 ‘조아 세피지 앰플’을 적용해 안전성과 편의성을 높였다.

‘조아 세피지 앰플’은 미국 약전(USP)에서 인증한 안전성 최고 등급 소재를 적용했으며, 내구성과 내열성은 물론 슬리브 장착을 통한 외부 충격 이중 보호 효과로 제품 파손을 최소화한 것이 특징이다.

/이세경 기자

유한양행, 소분자 항암 표적치료제 개발 속도

사이러스테라퓨틱스 공동개발 MOU

유한양행은 사이러스테라퓨틱스와 혁신적 소분자 항암 표적치료제 개발을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 6일 밝혔다.

양사는 이번 MOU 체결을 통해서 사이러스테라퓨틱스의 소분자 표적치료제 개발 및 소분자 분해제 개발 기술을 활용해 항암 신약개발 기초연구, 항암 신약 후보물질의 공동개발, 기술이전 및 상용화 협력을 진행할 계획이다.

조육제 유한양행 대표는 “소분자 항암치료제 개발에 역량이 높은 사이러스와의 협력을 통해서 글로벌 경쟁력이 있는 항암신약 개발이 진행되어, 향후



유한양행 조육제 대표(오른쪽)와 김병문 사이러스 테라퓨틱스 대표가 혁신적 소분자 항암 표적치료제 개발을 위한 업무협약(MOU)을 체결하고 기념촬영을 하고 있다.

제2의 렉라자를 빠르게 발굴하기를 기대한다. 특히 항암분야는 유한이 렉라자의 개발경험을 통해 많은 노하우가 쌓인 분야로 양사 협력을 통해 빠른 개발이 가능할 것으로 기대한다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

동국제약-애드파마, ‘로우로제정’ 국내 판매

동국제약이 유한양행 자회사 애드파마와 저항량 고지혈증 복합제 ‘로우로제정’의 국내 판매 및 마케팅 활동에 관한 업무 협약을 체결했다고 6일 밝혔다.

동국제약은 이번 협약을 통해 지난 8월부터 애드파마의 로우로제정에 대한 국내 판매와 마케팅·영업을 맡고 있다.

로우로제정은 스타틴 계열의 고지혈증 치료제 중 선호도가 높은 로수바스타틴(2.5mg)과, 콜레스테롤 재흡수 억제제 에제티미브(10mg)를 하나로 담은 저항량 고지혈증 복합제로, 애드파마에서 직접 임상 1과 3상을 진행해 유효성과 안전성을 입증한 제품이다.

특히, 국내 원발성 고콜레스테롤혈

증 환자 228명을 대상으로 진행한 임상 3상에서 LDL 콜레스테롤 수치가 50.7% 감소한 것으로 나타나 로수바스타틴 단독 투여군(36.9% 감소) 대비 우수한 효과를 보여줬다. 또한, 각 투여군 간 이상반응 발현율에서 유의한 차이가 없었으며, 중대한 약물이상반응도 나타나지 않았다.

동국제약 마케팅 관계자는 “고지혈증 시장 파이프라인을 강화하고 환자들에게 보다 안전하게 사용가능한 제품을 제공하기 위해 이번 업무협약을 체결하게 됐다”며 “앞으로 애드파마와의 적극적인 상호 협력관계를 유지하며 경쟁력 있는 개량신약의 추가 협력 기회를 모색해 나갈 예정”이라고 말했다.

/이세경 기자

SPC 던킨 ‘아침햇살 크런치 쿨라타’ 선포

SPC 비알코리아가 운영하는 던킨이 국민 쌀 음료 ‘아침햇살’을 시연한 쿨라타로 즐길 수 있는 9월 이달의 음료 ‘아침햇살 크런치 쿨라타’를 출시했다고 6일 밝혔다.

쿨라타는 얼음과 과일 등을 함께 갈아 만든 음료로 1995년 미국 던킨에서 처음 출시된 후 전세계적으로 인기를 누려 던킨만의 시그니처 음료이다.

신제품 ‘아침햇살 크런치 쿨라타’는 대한민국 대표 쌀 음료 ‘아침햇살’과 켈러버한 제품이다. ‘아침햇살’의 부드럽고 고소한 맛을 느낄 수 있으며, 라이스 크런치 토핑을 올려 바삭한 식감까지 더한 것이 특징이다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공