

“과립과정·직접살균 차별화… 단백질 시장 독보적 1위”

Q 르포 | ‘하이문’ 생산, 일동후디스 춘천공장 가보니

국내 단백질 보충제 시장의 성장을 이끌고 독보적인 1위를 수성하는 곳이 있다. 바로 일동후디스다. 일동후디스의 ‘하이문 프로틴 밸런스(하이문)’는 2020년 출시 후 현재까지 누적 매출 5000억원을 돌파하며 업계에서 주목받고 있다.

일동후디스는 단백질 시장 성장세에 따라 지난해 강원도 춘천시 거두농공단지 내에 춘천 제3공장(춘천공장)을 건립하고 최근 가동을 시작했다.

지난 7일 방문한 일동후디스 춘천공장은 대지면적이 약 3만976㎡에 달하며, ‘하이문 케어메이트’ ‘하이문 액티브’ 등 ‘하이문’ 제품군을 중점적으로 생산한다.

공장은 분말동과 멸균동 2개동으로 이뤄져있으며, 총 3층으로 돼 있다. 제품들은 세균 유입을 막기 위해 파이프 라인을 따라 이동하며 톱다운 방식의 자동화 공정으로 생산된다.

먼저 방문한 분말동에서는 물과 우유 등에 타서 먹을 수 있는 하이문 분말 제품과 베트남에 수출하는 ‘하이키드’ 제품을 생산한다. 기자가 방문했을 때에도 하이키드가 생산되고 있었다. 제품은 초유성분을 기본으로 만들어진 영유아 영양식으로 베트남에서 프리미엄식

으로 통한다. 일동후디스의 수출에서 베트남이 차지하는 비중은 70~80% 가량으로 향후에도 베트남 시장 확대에 주력한다는 방침이다.

원료 준비실에서 이물질을 걸러낸 가루들은 원료 분쇄실로 이동하며 진공상태에서 혼합하는 공정을 거치면, 과립공정에 들어간다. 과립공정은 일동후디스가 중요하게 생각하는 과정 중 하나로 물에 쉽게 용해되며, 소화흡수를 높일 수 있다.

박성훈 일동후디스 춘천공장장은 “분말과 분말 사이에 물을 뿜어 미립자를 크게 키우는 과립화를 한 뒤 다시 이를 건조하고 냉각시키는 과정을 거치게 되면 용해성이 뛰어나며, 텁텁하지 않고 깔끔한 맛을 느낄 수 있다”고 설명했다. 이후 정전기 방지 공정을 거친 캔에 분말 제품이 담기게 된다.

멸균동으로 향하는 도중 과학실험실처럼 보이는 곳에서는 제품의 안전성과 소비기한을 정하는 가속실험을 진행하



멸균동에서 하이문 액티브가 생산되어 나오고 있다.



분말동에서 과립공정을 거치고 있다.

/일동후디스

분말동서 ‘하이키드’ 생산·수출 병원장비 ‘바텍’으로 안전성 실험 균 발견뎀 생산 중단, 전량 폐기

멸균동서 프로틴밸런스 등 제조 140도 ‘직접살균’ 영양손실 줄여 당노·암 환자식 등 개발 나서

고 있었다. 가속실험은 샘플 제품을 45도의 고온에 노출해 미생물이 발현하는지 알아보는 실험이다.

박 공장장은 “병원에서 사용하는 장비인 ‘바텍’으로 검사하고 있으며, 만약 균이 발견되면 그 즉시 라인 생산을 중단하고 출고 대기인 제품은 전량 폐기

하게 된다”고 말했다.

멸균동에서는 ‘하이문 프로틴 밸런스 음료’ ‘하이문 액티브 음료’ ‘하이문 케어메이트’ 등의 음료를 제조한다.

분말 형태의 원료들을 배합해 물에 녹이는 전처리 공정에는 정수과정을 거친 상수를 활용한다. 그리고 테트라팩 핵심 기술인 ‘직접 살균(다이렉트 스티밍 인젝션)’을 거친다.

박 공장장은 “140도의 고온에 제품을 4초 가량 노출하는 방식이다”라며 “간접 살균보다 비용이 많이 들지만, 직접 살균을 하면 영양 손실을 최소화할 수 있으며 유통기한내에 침전이나 색상변화가 덜하다”라고 말했다.

작업이 끝나면 입자 균질화 작업에

들어간다. 이후 소비기한을 찍고 포장 단계를 거치게 된다. 일동후디스는 분말 제품 생산에서는 과립과정을, 음료 제품 생산에서는 직접 살균이 차별화 지점이라며 깔끔한 맛과 영양을 결정짓는 중요한 부분이라고 강조했다.

일동후디스 측은 단백질 제품 ‘하이문’을 필두로 내년부터는 시니어를 타겟으로 한 특수 분유 ‘하이문 케어메이트’ 확대에 나선다.

회사 관계자는 “초고령화 사회 진입에 맞춰 환자영양식 개발에 나섰다”라며 “식약처를 거친 당뇨 환자식부터 내년에는 암 환자식 개발에도 나설 방침이다”라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

호주 대형마트 콜스, 비비고 판매… K-푸드 영토 확장

CJ제일제당, 1위 업체 이어 2위 입점 만두 3종 비롯 주먹밥·붕어빵 등 7종 4위 마트 IGA도 내년 초 입점 확정

CJ제일제당은 호주에서 두번째로 큰 대형마트 체인인 ‘콜스(Coles)’에서 비비고 제품 판매를 시작한다고 11일 밝혔다. 지난해 입점한 1위 마트 ‘울워스(Woolworths)’에 이어 2위 업체까지 입점하면서 현지 메인스트림 유통시장에서 절반이 넘는 판로를 확보했다.

판매 제품은 비비고 만두 3종(돼지고기&부추, 야채&옥수수, 김치)을 비롯해 주먹밥, 붕어빵, 핫도그 등 7종이다. 이 중 주먹밥, 붕어빵, 핫도그는



호주 콜스(Coles)에 입점하는 CJ제일제당의 비비고 K푸드 제품 7종

/CJ제일제당

현지 메인스트림 유통채널에서는 이번이 첫 선을 보이는 제품으로 해외에서 한국 가공밥과 길거리 음식(K-스트리트푸드)에 대한 관심 속에 인기가 높아지고 있다.

이와 함께 CJ제일제당은 현지 4위 대형마트인 ‘IGA’에도 내년 초 입점을

확정 지었다. 울워스·콜스·IGA는 호주 식료품 유통시장의 70% 이상을 점유하고 있으며, 모두 합쳐 현지에 3000개가 넘는 매장을 보유하고 있어서 비비고 K-푸드의 인지도와 소비자 경험률이 크게 확대될 것으로 기대된다.

호주를 비롯한 오세아니아는 CJ제

일제당이 ‘K-푸드 글로벌 영토 확장’에 속도를 내고 있는 주요 지역이다. 현재 호주 ‘울워스’와 ‘코스트코’, 편의점 체인 ‘이지마트’, 뉴질랜드 대형마트 체인인 ‘뉴월드’와 ‘팩앤세이프’ 등 주요 유통채널에서 비비고 제품을 판매하고 있다.

/신원선 기자

SSG닷컴 ‘피아제’ 신상 단독출시

SSG(씨)닷컴이 국내 e커머스 업계 최초로 스위스 명품 시계·보석 브랜드 ‘피아제’의 주얼리 신상품을 단독 선출시한다고 11일 밝혔다.

SSG닷컴 ‘피아제 브랜드관’에서 피아제 포지션 컬렉션의 목걸이는 392만 원대에, 팔찌는 680만 원대에 선보인다. 루비 원석이 세팅된 순금 표면에 장인의 수작업으로 불규칙한 줄무늬를 새겨 유니크함을 강조했다.

SSG닷컴은 피아제 주얼리 신상품 출시를 기념해 오는 24일까지 특별 프로모션을 진행한다. 행사 기간 ‘피아제 브랜드관’ 상품 구매 고객 대상으로 키링, 시계 트래블 케이스 등 브랜드 사은품을 증정하며 피아제 쇼핑백이 동봉된 선물 포장 서비스도 제공한다.

/최빛나 기자

하이트진로 ‘캐시아드 빈야드’ 독점 출시

美 나파밸리 프리미엄 와인 2종

국내대표 종합주류회사 하이트진로가 미국 나파 밸리 지역의 프리미엄 와인 ‘캐시아드 빈야드’ 2종을 국내 독점 출시한다고 11일 밝혔다.

이번에 출시하는 ‘캐시아드 빈야드 호라 나파 밸리 2020’와 ‘캐시아드 빈야드 파운딩 브라더스 나파 밸리 2020 (사진)’은 캐시아드 빈야드의 첫 출시 빈티지이다. 두 제품 모두 최고급 품질의 포도만을 사용하며 수확 후 발효조에서 최대 5일간 저온 침용을 거쳐 30일 후 뉴 프렌치 오크(프랑스 중부 숲에서 새로 자란 참나무로만 만드는 통)에서 잦산



발효한다. ‘캐시아드 빈야드 호라 나파 밸리 2020’의 ‘호라’는 그리스 신화 속 계절의 변화를 관장하는 신의 무리로 그 중 가을을 관장하는 여신을 라벨 디자인에 적용, 가을에 수확한 과일과 포도밭의 우아함, 조화로우름을 표현했다.

‘캐시아드 빈야드 파운딩 브라더스 나파 밸리 2020’의 ‘파운딩 브라더스’는 와이너리의 기반을 닦은 ‘레니 형제’에 대한 존경의 의미를 담은 와인이다. 캐시아드 빈야드의 가장 전형적인 와인이다. 55% 카베르네 소비뇽, 40% 메를로, 5% 카베르네 프랑 품종으로 검은 체리, 초콜릿과 같은 향과 유칼립투스 등의 풍미를 느낄 수 있다.

/신원선 기자

CU, H 돈키호테에 PB상품 추가 수출

HEYROO 치즈맛 라면 등 판매

CU가 국내 편의점 업계 최초로 일본 최대 잡화점인 돈키호테에 PB상품 전용 매대를 설치하고 다양한 PB상품을 추가로 수출한다고 11일 밝혔다.

CU는 지난 2022년 전문무역사 지위를 처음으로 획득한 이후 유통업계 최초로 중간 수출 업체를 거치지 않고 여러 해외 유통채널과 직거래를 통해 PB상품을 수출하고 있다.

CU는 국내 유통사 최초로 일본 주류 유통업체 돈키호테에 PB상품을 출시했다. CU는 올해 4월부터 일본 전역의 450여 돈키호테 지점에서 HEYROO 치즈맛 라면의 판매를 시작했다. 지금까지 총 3만개가 수출됐으며 별도 흥

보 없이도 높은 판매량을 기록하며 이번에 전용 매대까지 확대할 수 있는 계기가 됐다.

돈키호테에는 이미 라면, 과자, 주류 등 한국의 인기 식음료들이 입점돼 있었지만 국내 편의점의 PB상품이 판매된 적은 없었다. CU는 지난해 초부터 약 1년간 돈키호테와 수 차례 상품 품평회 등 긴밀한 협의를 통해 PB상품의 수출을 가능케 했다.

이번에 수출되는 CU의 PB상품은 ▲HEYROO 치즈맛 라면 ▲HEYROO 청양고추 라면 ▲HEYROO 김부각 득템 ▲HEYROO 버터스틱 쿠키 ▲HEYROO 초코칩 쿠키 ▲HEYROO 카라멜 러스크 등 총 15종으로 일본 전역의 600여 개 지점에서 판매 된다.

/최빛나 기자 vitna@

갤러리아백화점 박은영의 ‘동파육’ 팝업

갤러리아백화점은 11일 서울 명품관과 수원 광고점에서 박은영 중식 셰프의 동파육 만두 팝업스토어를 선보인다고 밝혔다.

갤러리아가 단독으로 선보이는 동파육 만두 팝업은 박은영 셰프와 육즙 그릴만두로 유명한 ‘구오 만두’가 협업한다.

박 셰프는 최근 인기를 끌었던 한 요리 경연 프로그램에 닉네임 ‘중식여신’으로 출연해 먼저 1차 예선을 통과하며 주목을 받았다. 현재 홍콩의 한 중식당에서 근무 중으로 다른 출연자들과 달리 국내에 별도 매장이 없다. 이번 팝업을 통해 박 셰프의 음식을 직접 맛볼 수 있게 됐다.

/최빛나 기자