

미국 자연식품 박람회

Natural Products Expo in USA

이영철 | 산업진흥연구본부

Young-Chul Lee | Research Division for Food Industry Advancement

Natural Products 동향

Natural Products Expo의 트렌드는 자연 친화와 단순으로 요약할 수 있다. Datamonitor사의 제품 분석가인 Tom Vierhile은 “소비자들은 판매되는 제품이 보다 소수(小數)의 원료를 포함할수록 더 신뢰하고 이를 선호 한다.”고 한다.

단순(simple)은 2010년 이후 몇 년간 자연식품에서 가장 효과적이면서 강렬한 느낌을 주는 단어가 될 것으로 Tom Vierhile은 예상하고 있다. 즉 2010년 이후에는 적은 수의 재료 및 첨가물로 구성된 간결한 제품으로 변할 것으로 예측하고 있다. 특히 식품 및 미용의 제품에서 ‘simple’을 추구하는 움직임에 주목해야 한다는 의견이 대두되고 있다.

이러한 경향은 현 소비자들은 자신들이 섭취하는 식품의 첨가물 및 성분에 대해 알고 싶어 하는데, 가공식품의 수는 계속 늘어나고 선택의 폭도 넓어지면서 소비자들의 요구 또한 점점 증가하고 있기 때문이라고 한다. 이러한 결과를 통해, 보다

명확한 식품성분의 표기가 요구되고 있다고 한다. 특히 아이들에게 주의력 결핍 과잉 행동 장애를 일으키는 인위적인 식품 색소, 화학 첨가제, 산화방지제와 같은 화학 보존료의 사용에 대한 사용 여부 등을 알고 싶어 한다고 한다.

새로운 코드로 부각될 단어 ‘simple’은 재료의 단순화의 의미로 사용되고 있는데, 2005년부터 2008년까지 ‘simple’ 또는 ‘simply’가 사용되는 제품의 수는 64.7% 증가하였다고 한다. 그리고 한때 소비자들에게 사랑받던 ‘유기농 식품’과 ‘천연 식품’은 2010년 이후 ‘simple’ 식품으로 대체되는 경향을 보일 것이라고 하며, ‘simple’은 성공할 것이라고 강조한다.

다음 사진들은 Natural Products Expo 전시장 입구(그림 1), 한국관 모습(그림 2), 전시장에 전시되어 있는 Health & Beauty 제품(그림 3), 자연친화적 제품으로 구성된 Natural Living 전시 제품(그림 4)이다.



그림 1. 전시장 입구



그림 2. 한국관 모습



그림 3. Health & Beauty 전시 제품



그림 4. Natural Living 전시 제품

알러지 식품에 대한 경향

최근 20~30년 사이에 환경오염원, 정신적 스트레스 등에 따라 알러지 질환 및 아토피성 피부염이 증가하고 있다. 알레르기를 일으키는 원인물질은 알레르겐이라고 부르며 대표적으로 꽃가루, 곰팡이, 음식물, 접촉성 항원 등이 있다. 알레르기 질병에 대한 심각성이 대두됨에 따라 알러지 원인 gluten free 제품이 다양하게 출시될 뿐만 아니라 알레르기 진단 및 치료제에 관한 연구가 진행되고 있다.

Mintel의 트렌드 전문가인 Lynn Domblaser는 알러지에 대한 많은 소비자들은 크래프트(kraft), 캠벨(campbell's), 드라이어(dreyer's) 같은 대형 식품사의 제품들이 집에서 만드는 음식만큼 신선하고 안전할까? 라는 의문을 가지고 있다고 한다. 알러지에 대한 전문가인 Lynn Domblaser 박사는 수년간 19개의 유제품, 육류, 가공품, 애완동물식품 등의 소비 추세를 분석하고, "2010년에는 식품에 포함된 재료가 적어야만 성공 할 수 있다."라고 예측하면서 이에 따라 simple이 알러지 예방 식품에도

성공할 것이라고 한다.

현 소비자들은 알러지에 영향을 주는 식품의 첨가물 및 성분에 대해 알고 싶어 하며, 이러한 결과로 정확한 식품성분의 표기를 요구하고 있다. 알러지 예방 식품으로 gluten-free를 지향하고 있으며, 대체소재로 oat나 barely를 사용하며, whole grain을 사용하는 경향이 있다.

『In Defense of Food : An Eater's Manifesto』의 저자인 Micheal Pollan은 simple foods는 원료가 5개 이하로 구성된 식품으로 정의하였으며, “적은 수의 원료로 구성된 식품은 건강한 식품이다.”라고 하였다.

알러지에 대한 활성 평가 방법으로는 피부 자극성에는 draize 방법을 이용하여 측정하며, 가려움증에는 실험동물에 histamine으로 가려움증을 유발한 모델 동물을 이용하기도 한다. 이외에 피부수동성 아낙필락시스 반응(passive cutaneous anaphylaxis reaction)은 실험동물(주로 생쥐)에 IgE로 유도한 피부 아낙필락시스 반응의 저해활성을 평가하는 방법을 이용하며, 알러지와 연관성이 높다고 알려진 항염 효과는 air-pouch법으로 유도한 염증 반응을 사용한다.

소비자들의 식품 구입에 대한 경향

식품 구입 시 소비자들은 check list를 나름대로 구성하여 참조하는 데, 그 수는 약 4~8가지로 ① 합성식품첨가물의 유무(no artificial color, flavors or preservatives), ② gluten-free 같은 알러지 유발원의 유무 여부, ③ cholesterol & fat 함량의 정도, ④ 건강 지향성을 주는 성분이 함유되어 있는지 여

부 등을 주요 인자로 본다. 그 외에 과일 주스인 경우 실제 과일을 얼마정도 함유하는지 여부, 유기농인 경우 certified 여부, 비타민이 어느 정도 함유되어 있는지를 check list로 하여 살펴본다고 한다. 예를 들면, sparkling fruit juice인 경우 Portiom사가 출시한 Fruit 66은 탄산을 함유하고 있으나, 한 캔이 과일 1개를 serving하는 것과 동등(equivalent)하다고 표기하고 있다. 그리고 school nutrition foundation의 지침에 의거하여 어린이들의 건강과 영양을 개선하는 것에 목표를 맞추어 제품을 출시하고 있다고 한다. 이 제품인 경우 비타민 C는 권장량의 100%, 비타민 A, 엽산, 칼슘은 권장량 10%와 당도를 천연 과즙으로 조절하여 출시하는 것으로 알려져 있다.

Natural Food Expo에 출품한 주요 회사의 제품 특징

Evernutrition사

Evernutrition사는 창립 약 100년이 되는 회사로 스포츠 의류와 장비 등을 선도하고 현재 최고의 스포츠용 식품을 제공하는 회사이다. Everlast는 운동을 즐겨하는 사람들이 기대할 수 있는 브랜드로서 운동하는 사람들의 잠재적인 능력을 최대한 끌어올리게 하기 위해서 nutritional product를 제조하고 공급하고 있다. 제품 개발 시 운동영양학의 권위자, 영양사, 운동하는 사람들이 참여한다. 이 회사의 대표 제품은 Everlast sports multivitamins와 Energy shots가 있다. Everlast sports multivitamins(그림 5)은 과학적으로 디자인된 제품으로 에너지와 필요한 영양



그림 5. Everlast sports multivitamins

소를 균형 있게 제공한다. 그리고 Energy shots(그림 6)은 대략 프리미엄 커피 한 컵에 해당하는 카페인을 포함하고 있다. 1회 제공량에 비타민 B₁₂와 이 회사의 특허품인 2050 mg의 영양분이 섞여 한 시간 정도 열량을 유지시켜 준다. 또한 이 제품은 높은 항산화효과를 나타낸다.

Nextfoods사

미국에서 가장 큰 콩 식품회사인 WhiteWave Inc.의 경영자 Steve Demos가 설립한 벤처회사로 회사 특징은 자연 식품을 추구하며, 충분한 영양을 섭취할 수 있으면서 맛도 좋은 유기농 식품을 개발하고자 하는 식품회사이다. Goodbelly는 Nextfoods의 대표적인 브랜드로 유용한 유산균 *Lactobacillus plantarum*을 이용한 유산균 과일 음료이다. 요거트가 아닌 유기농 유산균 과일음료이며 채식주의자를 위한 음료로 콩과 밀이 없는 제품



그림 6. Energy shots

으로 주로 베리 계통의 과일을 사용하는 것이 특징이다.

Goodbelly PLUS(그림 7)는 200억 마리의 살아 있는 유산균 배양액과 중요한 미네랄, 17가지 필수 비타민의 일일 섭취량을 100% 함유하고 있다. 블루베리 아카이(blueberry acai), 망고(mango), 석류 블랙베리(pomegranate blackberry), 딸기(strawberry)맛으로 4가지의 맛이 있다.

Goodbelly kids(그림 8)는 어린이를 위한 제품으로 어린이의 일일 섭취량을 100% 함유할 수 있도록 미네랄 17가지와 주요 비타민 함유량을 조정한 제품이다.

Macrolifenaturals사

Miracle reds[®]와 Macro greens[™]를 판매하는 회사이며 이 두 제품을 출시하여 매출이 350% 이상 증가했다. Macro greens[™]는 식품시장에서 5주 동



그림 7. Goodbelly PLUS



그림 8. Goodbelly kids



그림 9. Miracle reds®



그림 10. Macro greens™

안 판매량이 가장 성공적인 제품으로 선정되었다. Miracle reds®와 Macro greens™는 미국의 슈퍼마켓, 건강식품판매점에서 판매되는 식품보충제 중 가장 인기 있는 제품이라고 한다. 이 회사는 최근 수천 개의 주요 식료품점과 건강식품유통업체와 Miracle reds®와 Macro greens™의 추가적인 판매량을 증가시킬 수 있는 전국적인 유통 계약을 새로 발표했다.

Miracle reds®(그림 9)와 Macro greens™(그림 10)는 non-allergenic하며, 건강에 자극 없는 최적 pH로 풍부한 영양분을 보충해주며 열량과 탄수화

물 없이 과일과 야채 5인분 해당하는 영양을 가진다. 1996년 영양, 건강 및 피트니스 전문가 Sylvia Ortiz와 최고의 척추 지압사 Edward Wagner 박사에 의해 만들어진 제품으로 미 전역의 주요 소매점에서 판매하고 있다고 한다.

Miracle reds®의 재료는 석류, 감, 당근, 포도씨 농축액, 구기자, 식물 sterols, 망고스틴, OAT 베타글루칸, 심황, 아카이 엑기스, 파파야, 비유제품 유래의 probiotics를 사용한다. Miracle reds®의 효능은 anti-aging, 항산화작용, 콜레스테롤 유지, 심장 혈관 건강 증진, 에너지 향상을 주요 효능으로 하

고 있다. 주로 베리 맛을 갖고 있다.

Macro greens™는 세포 수준에서 노화 방지제와 함께 공동 영양소, 효소, 비타민, 미네랄, 아미노산 등 38가지의 영양 성분이 포함되어있다. 알러지 반응 없는 인증된 유기농 barley grass와 37가지의 시너지 효과를 내는 추가적인 재료로 만들어졌으며, 항산화, 허브, 천연 섬유질, 천연 식물 효소를 포함

하고 있다. Macro greens™의 재료는 barley grass juice powder, spirulina, 포도씨 추출물, 알로에 베라, 클로렐라, 울트라 레시틴(non-GMO), 비유제품 probiotics, 유기농 아마 씨, 은행나무 24% 추출물, 섬유소, 천연 식물 효소, 밀크 씨슬, 파슬리, 생강, 레드 라즈베리, 기타 필수 재료(유카, watercress, 당근 즙 분말)를 사용한다.

본 출장은 농림수산식품기술기획평가원의 “기호성과 편이성이 있는 다양한 향아토피 식품의 개발 (주관연구기관 : 주식회사 한빛코리아)” 과제 수행의 일환으로 진행된 내용의 일부입니다.