낯선 신제품보다 익숙한 히트작… 불황에 스테디셀러 변주

식품업계, 新 브랜드 안착률 10% 미만
검증된 '아는 맛' 스테디셀러 확장
식감·원재료·규격 바꿔 소비자 공략



(왼쪽부터)하림 '크런치킹 치킨너겟', 농심 '신라면 해물&어묵', 투썸플레이스 '크초생', 스타벅스 '모찌 쏙 바스크 치즈케이크'

고물가와 경기 침체가 장기화하면서 소비자들이 실패 확률이 높은 생소한 신제품 대신 이미 검증된 '아는 맛'을 찾으면서 기존 스테디셀러의 외연을 넓히는 파생상품 전략에 사활을 걸고 있다.

25일 식품업계에 따르면 최근 기업들은 막대한 마케팅 비용이 투입되는 완전 신제품 출시보다 인지도와 충성도가 확보된 메가 브랜드에 식감·원재료·규격 등 한두 가지 변주를 주는 방식으로 연구개발(R&D) 무게중심을 옮기고 있다. 트렌드 주기가 극단적으로 짧아진 시장 환경 속에서 투자 대비 효율을 극대화하고 흥행 타율을 높이려는 계산이다.

국가데이터처가 발표한 '10월 소비자물가동향'에 따르면 가공식품과 외식 물가가 전년 대비 각각 2.9% 오르며 연중 최고 수준의 오름폭을 기록했다. 밥상 물가 부담이 커지자 소비자들의 보수적 소비 성향이 짙어졌다.

기업 입장에서도 계산기가 빠르게 돌아가고 있다. 업계에서 신규 브랜드가 시장에 안착할 확률은 10% 미만으로 꼽힌다. 유행 주기마저 수개월 단위로 짧아지면서 막대한 초기 마케팅 비용을 들여 신제품을 내놓기보다 충성 고객이 확보된 메가 브랜드에 식감·원재료·규격 등 한두 가지 변주를 주는 '핀셋 리뉴얼'이 투자 대비 효율을 극대화하는 해법으로 부상했다

가공식품 분야에서는 식감과 시각적 재미를 강화해 기존 제품의 한계를 돌파하는 시도가 눈에 띈다. 하림은 1992년 출시 이후 34년간 시장을 지켜온 대표 제품 치킨너겟의 후속작으로 '크런치킹 치킨너겟'을 내놨다. 기존 제품이 국내산 닭가슴살 특유의 담백하고 부드러운 육질에 집중했다면, 신제품은 곡물 빵가루를 입혀 에어프라이어 조리만으로도 전문점 수준의 바삭한 식감을 구현한 것이 특징이다. 여기에 하트·별 등 8가지 모양을 적용해 '펀슈머(Fun+Consumer)' 성향과 아이들 간식 수요를 동시에 겨냥했으며, 1kg 대용량 패키지로 고물가 시대에 '집밥·쟁여두기' 트렌드까지 파고들었다.

장수 브랜드의 헤리티지에 스타 셰프의 레시피와 한정판 희소성을 결합한 사례도 있다. 농심은 올해 '신라면' 출시 40주년을 맞아 에드워드 리 셰프와 공동 개발한 '신라면 해물&어묵'을 한정 출시했다. 사골·해산물·채소 베이스에 어묵의 풍미를 더해 신라면 고유의 매운맛을 해치지 않으면서도 깊고 칼칼한 국물 맛을 구현했다. 40년 된 국민 라면의 정체성을 유지하되, 최근 요리 경연 프로그램 등으로 높아진 미식 트렌드를 반영해 브랜드 노후화를 방지하겠다는 전략이다.

디저트·카페 프랜차이즈 업계는 검증된 히트작의 스펙을 업그레이드하거나 규격을 키우는 방식으로 연말 특수를 공략하고 있다. 투썸플레이스는 지난해 말 기준 누적 판매량 1520만 개를 돌파한 간판 케이크 '스초생(스트로베리 초콜릿 생크림)'의 파생 모델 '크초생(크림탑 스트로베리 초콜릿 생크림)'을 선보였다. 바닐라 빈 마스카포네 생크림을 더하고 초콜릿 함량과 크런치 초코볼 비중을 기존 대비 1.5배 늘려 스몰 럭셔리를 추구하는 디저트 마니아층의 재구매를 유도하고 있다.

스타벅스 역시 시장성이 검증된 제품의 카테고리를 확장하며 리스크를 최소화했다. 출시 4개월 만에 40만 개 이상 팔린 '모찌 쏙 바스크 치즈 케이크'를 기존 조각 형태에서 홀케이크로 확대 출시한 것이다. 개별 소비에서 입증된 인기를 연말 파티와 홈파티 모임 수요로 자연스럽게 연결하겠다는 포석이다.

유통업계 한 관계자는 "소비자들의 취향이 파편화되고 불황형 소비가 고착화되면서 기업 입장에서는 낯선 브랜드로 모험을 감행하기가 쉽지 않은 상황"이라며 "기존 스테디셀러가 가진 신뢰도에 의외성을 한 스푼 더하는 전략은 소비자에게는 심리적 안정감과 신선함을 동시에 주고, 기업에는 안정적인 매출 성장을 담보하는 가장 효율적인 생존 공식으로 자리 잡았다"고 분석했다.

/신원선 기자
tree6834@metroseoul.co.kr

JW중외제약, '식도염 신약' 국책과제 선정

STAT6 표적 호산구성 식도염 치료제
18개월간 비임상 단계 정부 지원 받아

JW중외제약은 STAT6 표적 호산구성 식도염 치료제 연구가 '2026년도 제2차 국가신약개발사업'의 비임상 단계 지원 과제로 선정됐다고 25일 밝혔다.

이번 연구는 국가신약개발사업단 지원하에 C&C신약연구소가 14개월간 선도물질 최적화를 진행한 신약 파이프라인으로, JW중외제약으로 기술이전되어 후속 비임상 지원 대상 과제로 최종 선정됐다. JW중외제약은 이번 선정으로 향후 18개월간 비임상 연구를 위한 정부 지원을 받게 된다.

이번 연구 대상인 후보물질은 JW의 인공지능(AI) 기반 신약 연구개발 통합 플랫폼 '제이웨이브(JWave)'를 통해 발굴한 경구용 저분자 화합물이다. 제2형 염증 반응의 핵심 조절인자인 STAT6 단백질을 선택적으로 직접 저해하는 작용기전을 갖고 있으며, 세포 및 동물 실험에서 항염증 효능을 확인했다.


JW중외제약 과천 사옥.

주요 적응증인 호산구성 식도염은 식도 내 과도한 제2형 면역 반응으로 호산구가 침윤·축적돼 만성 염증을 일으키는 희귀 질환이다. 장기적인 질환 관리가 필요하며, 새로운 기전의 표적 치료제에 대한 미충족 의료 수요가 높다.

STAT6는 인터루킨-4(IL-4)와 인터루킨-13(IL-13) 자극에 반응해 염증 관련 유전자 발현을 조절하며, 호산구를 식도 조직으로 유인하는 이오탁신-3(Eotaxin-3) 발현에도 관여하는 핵심 인자다.

JW중외제약은 이번 과제를 통해 임상 진입을 위한 약물동태, 독성 등 비임상 연구를 본격 추진하고, 호산구성 식도염 치료제 개발에 필요한 데이터를 확보할 계획이다. 이와 함께 아토피 피부염, 천식 등 다양한 제2형 염증성 질환으로의 적응증 확대 가능성도 검토할 예정이다.

JW중외제약 관계자는 "지난해 선도물질 최적화에 이어 이번 비임상 연구 과제까지 연속 선정되며 AI 기반 신약 연구를 다음 단계로 이어갈 수 있는 기반을 마련했다"며 "STAT6를 선택적으로 직접 저해하는 경구용 혁신신약 후보물질 연구를 차질 없이 진행해 호산구성 식도염 등 희귀·난치성 질환 환자들에게 새로운 치료 대안을 제시하겠다"고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

동국제약, 재생 소재로 사업 영역 확대

시지메드텍과 차세대 ECM 시장 공략

동국제약이 기존 필러와 보툴리눔 톡신 중심의 미용성형 제품군에 인체조직 기반 차세대 재생 소재까지 더하며 국내외 미용의료 시장 지배력 강화에 나섰다.

동국제약은 지난 24일 서울 강남구 청담동 본사에서 시지메드텍과 동종진피 기반 세포외기질(ECM) 인체조직 제품 출시를 위한 업무협약을 체결했다고 25일 밝혔다.

양사는 각 사의 핵심 강점을 결합한다는 방침이다. 시지메드텍은 성남에 위치한 인체조직 연구·생산 거점 '리젠 허브'를 중심으로 원료 관리부터 가공·생산, 품질관리, 공급까지 전 제조 과정을 전담한다. 동국제약은 공급받은 제품의 본격적인 사업화와 영업·마케팅을 맡아 시장 안착을 이끌 계획이다.

아울러 동국제약은 이번 제품 도입을 계기로 에스테틱 파이프라인을 강화하게 된다. 현재 히알루론산(HA) 필러 '벨라스트', 보툴리눔 톡신 '비에녹스주', 지방분해주사제(DCA) '밀리핏', 스킨부스터 '마데키엘' 등을 구축한 데 이어, 동종진피 ECM 제품군까지 확보해 시술 영역별 맞춤 솔루션을 완성한다.


지난 24일 동국제약 본사에서 유현승 시지메드텍 대표와 송준호 동국제약 대표(오른쪽)이 기념사진을 촬영하고 있다. /동국제약

특히 해외 시장 공략에도 속도를 낸다. 동국제약은 지난 7월 국내외 에스테틱사업부를 글로벌사업본부로 통합하며 조직을 재정비하기도 했다.

/이청하 기자 mlee236@

알에프바이오, 국제 의료기기 품질 인증

글로벌 규제 대응 강화

메디컬 에스테틱 전문기업 알에프바이오가 국제 의료기기 단일심사 프로그램인 'MDSAP(Medical Device Single Audit Program)' 인증을 획득하며 글로벌 품질 경쟁력을 인정 받았다.

알에프바이오는 원주 공장이 글로벌 시험·검사·인증(TIC) 전문기관인 TUV SUD(티유브이슈드)의 심사를 거쳐 MDSAP 인증을 받았다고 25일 밝혔다.

티유브이슈드는 160여년 역사를 가진 독일계 글로벌 시험·검사·인증 전문기관으로, 오랜 업력과 글로벌 네트워크를 바탕으로 국제적인 인지도와 전문성을 갖췄다. MDSAP는 미국, 캐나다, 호주, 일본, 브라질 5개국 의료기기 규제당국이 참여하는 국제 의료기기 품질경영시스템 심사 프로그램이다.

알에프바이오는 MDSAP 인증을 얻으면서 브라질 진출을 위한 현지 국가위생감시국(ANVISA)의 의료기기 품질관리 관련 규제에 용이하게 대응할 수 있게 됐다. 브라질을 비롯한 글로벌 의료기기 시장에서는 제품 자체의 성능과 안전성뿐 아니라 제조사의 품질경영시스템과 지속적인 규제 대응 역량이 시장 진입 및 사업 확대를 위한 중요한 요소로 평가되고 있다.

알에프바이오는 생산 시설에 대한 MDSAP 인증을 계기로 해외 의료기기 인허가 과정에서 요구되는 품질경영시스템 심사에 대한 대응 효율성을 높이는 동시에 글로벌 바이어 및 유통 파트너사를 대상으로 제조·품질관리 시스템의 신뢰도를 한층 강화할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

알에프바이오 김주석 품질보증팀장은 "이번 MDSAP 인증 획득은 당사의 의료기기 제조 및 품질관리 체계가 글로벌 인증 전문기관인 TUV SUD의 심사를 통해 해외 주요 시장의 규제 요구사항에 대응할 수 있는 수준임을 확인했다는 점에서 의미가 있다"고 말했다. 이어 "앞으로도 국제 규제 환경 변화에 선제적으로 대응할 수 있도록 품질경영시스템을 지속적으로 고도화하겠다"고 말했다.

/이세경 기자

HK이노엔-키움증권, 숙취·절세 이색 팝업

도심에 '크크펜션' 오픈

송년회 술자리가 잦아지고 연말정산 절세에 관심이 쏠리는 연말 시즌, 직장인들의 두 가지 현실 고민을 묶은 이색 행사가 서울 도심 한복판에 펼쳐진다.

HK이노엔은 숙취해소 브랜드 '컨디션'과 키움증권의 개인형 퇴직연금(IRP)을 연계한 팝업 스토어 '크크펜션'을 오는 12월 6일까지 서울시청 인근 '서울마당'에서 운영한다고 25일 밝혔다.

'크크펜션'은 컨디션과 키움증권의 초성 'ㅋ'에 연금을 뜻하는 영어 단어 '펜션(Pension)'을 결합한 명칭이다. 숙취해소제와 퇴직연금에 대한 수요가 동시에 높아지는 연말을 맞아, 금융과 숙취해소라는 이질적인 영역을 유쾌하게 다룬다.

현장은 방문객이 직접 즐기고 체험할 수 있는 참여형 프로그램으로 구성된다. '퇴직연금과 같이 놀 컨디션 바'에서는 컨디션 헛개, 컨디션 제로 스파클링 자몽맛·메론소다맛 등을 활용한 특제 음료 4종을 취향에 따라 맛볼 수 있다.

특히 퇴직연금과 컨디션을 주제로 네컷 사진을 남기는 '크크 사진관', 퇴직연금 납입에 따른 절세 혜택을 직접 계산해 보는 '연말정산 계산기' 등도 마련됐다.

HK이노엔 관계자는 "앞으로도 다양한 기업과 협업을 이어가며 유익함과 즐거움을 전하겠다"고 말했다.

/이청하 기자