

## ■ 대만 식물성 유제품의 진화, 아이스크림과 요거트 제품 출시 ■

### ■ 식물성 유제품 출시 활발

민텔의 글로벌 신제품 데이터베이스(Mintel全球新品資料)의 통계에 따르면 2020년 6월부터 8월까지 대만에서 새롭게 출시된 유제품(동물성 및 식물성 유제품 포함)은 26종이며 이 중 동물성 유제품이 18종, 식물성 유제품이 8종을 차지했다. 새롭게 출시된 유제품 중 식물성 유제품은 31.8%지만 동물성 유제품의 경우 대부분 기존 상품의 포장을 변경하거나 재출시의 형태인 것에 비해 식물성 유제품의 신상품은 식물성 유제품은 대부분 “신상품”, “새로운 종류/ 시리즈 확장”으로 출시되어 업계에서는 여전히 혁신 모멘텀을 가지고 있다는 점에 주목해야한다. 대만은 채식 인구 비중이 높아 향후 “식물성 유제품” 시장의 성장 가능성이 크다는 점을 시사한다.

<대만 2020년6월~8월 동물성 및 식물성 유제품 신제품 출시 건수>



\* 자료원 : 민텔 글로벌 신제품 데이터베이스(Mintel全球新品資料)

유로모니터 자료에 따르면 2019년 글로벌 식물성 유제품 시장의 제품 구성은 식물성 우유가 90%로 대부분을 차지하며, 아이스크림(3.2%), 발효유제품(0.5%)순으로 나타났다. 최근 대만에서 출시되는 식물성 유제품 시장도 유사한 경향을 보인다.

### ■ 식물성 우유에 사용되는 새로운 재료로 특정 고객을 확보

현재 식물성 유제품 시장에서는 기술적 장벽으로 아직 동물성 유제품 시장과 같이 다양한 제품군으로 확장하는 것은 제한적이지만 식품 업계에서는 다양한 연구개발을 진행하고

있다. 식물성 우유에서는 귀리, 아몬드, 쌀을 원료로 만든 제품이 가장 보편적이며, 최근에는 사용되는 마카다미아, 피칸 등 더욱 다양화되고 있다. 대만의 주요 식품회사인 “아이즈웨이(愛之味)”는 최근 몇 년간 오트밀 우유인 “아이즈웨이 춘농옌마이(愛之味純濃燕麥)”를 출시하여 국내외 식물성 우유 시장을 적극적으로 공략하고 있다. 유럽과 미국에서 오트밀이 유행하자 대만에서도 오트밀을 활용한 식물성 우유를 출시했다. 소비자들은 건강에 대한 인식이 높아지고 실버산업의 기회가 증가함에 따라 글루코사민, 동충하초 등을 첨가하여 건강과 웰빙에 더 많은 관심을 기울이는 노인을 대상으로 기존의 제품을 개선했다. 또한 미용 기능을 강화하여 기존의 제품에 진주 분말과 콜라겐을 첨가하여 여성 소비자를 공략한 제품을 출시하는 등 식물성 우유 제품 시리즈를 확장해 나가고 있다.

<아이즈웨이의 식물성 우유 제품>

			
<p>땅콩 우유 TWD70/880ml</p>	<p>딸기맛 오트밀 우유 TWD30/290ml</p>	<p>진주 분말, 콜라겐 첨가 오트밀 우유 TWD30/290ml TWD70/880ml</p>	<p>글루코사민, 동충하초 첨가 오트밀 우유 TWD468/290ml*12</p>

\* 자료원 : 아이즈웨이(愛之味) 홈페이지([www.agv.com.tw](http://www.agv.com.tw))

■ 식물성 우유로 만든 아이스크림과 요구르트 제품

최근 몇 년 동안 식물성 유제품 시장이 부상하고 동물성 유제품 시장에 압박이 가해지자 대만의 유제품 생산 업체들은 식물성 유제품 카테고리에서 더욱 다양한 제품을 개발하기 시작했다. 동물성 유제품과 식물성 유제품 모두 취급하는 “광추안무창(光泉牧場)”은 기존의 식물성 유제품을 확장 및 개선해 나가고 있다. 최근에는 여름철 아이스크림 사업 기회에 부응하여 “오리지널 쌀 우유 땅콩 아이스크림(光泉原味米漿花生雪糕)”과 “오리지널 생두유 진주 아이스크림(光泉原味鮮豆漿珍珠雪糕)”을 출시했다. 개당 판매가격은 30대만 달러이며, 식물성 우유 시리즈 제품의 고전적인 풍미와 함께 운동족들도 먹을 수 있는 고단백 아이스크림 제품으로도 손색이 없다.

<오리지널 쌀 우유 땅콩 아이스크림과 오리지널 생 두유 진주 아이스크림>



\* 자료원 : Walker Land

최근 한국과 일본에서 우유대신 두유로 만든 요거트가 인기를 끌자 관련 제품이 대만의 유제품 산업에서 등장하기 시작했다. “푸러루핀(福樂乳品)”의 발효유 제품 브랜드인 “쯔란링(自然零)”은 새로운 신상품인 “두유 요거트(豆乳優格)”를 출시하여 100g 용량의 제품 4개에 78 대만달러에 판매하고 있다. 해당 제품은 두유를 발효하여 만든 요거트 제품으로 유당불내증 환자 및 채식 주의자도 섭취할 수 있다.

<쯔란링의 두유 요거트>



\* 자료원 : ETtoday

■ 시사점

식물성 우유가 다양하게 출시되고 있으며 더 나아가 미용 및 건강을 위한 원료를 첨가한 제품이 출시되고 있다. 또한 단순히 식물성 우유에서 더욱 발전하여 소비자 수요의 변화와 식품 가공 기술의 혁신으로 아이스크림, 요거트 등 식물 기반의 유제품 제품으로 제품군이 확대되어 개발되고 있다. 대만은 채식 인구의 비중이 높아 “식물성”제품의 성장 가능성이 높은 시장이다. 변화하는 소비자의 요구와 시장 환경의 변화에 적극적으로 대응하고 채식 주의자를 위한 식품의 대만시장 진출도 적극 고려해 볼 수 있겠다.

■ 자료 출처

1. Food Next, 【新品報告】創新能量贏過動物奶！6~8月3成乳製品新品來自植物基, 2020.09.11 [www.foodnext.net/news/industry/paper/5234512100](http://www.foodnext.net/news/industry/paper/5234512100)
2. Walker Land, 「光泉豆漿、米漿變雪糕！萊爾富獨家推出「光泉豆漿珍珠雪糕、光泉米漿花生雪糕」, 全台限量讓甜點控手刀搶吃」, 2020.07.30. [www.walkerland.com.tw/subject/view/268473#~:text=另一款「光泉,件5折」的優惠。&text=除了萊爾富新,冰也要拍起來！](http://www.walkerland.com.tw/subject/view/268473#~:text=另一款「光泉,件5折」的優惠。&text=除了萊爾富新,冰也要拍起來！)