
두유, 조금 비싸도 우유보다 낫다!

WP, 미국에서 대중식품으로 부상 보도 ... 2002년 미국시장 7억달러

비싼 음료수로 인식돼 잘 팔리지 않던 두유가 대중 식품으로 전면 부상하고 있다.

워싱턴포스트 최근 보도에 따르면, 30년 전 처음 미국에 소개된 두유는 그동안 우유의 보조식품으로 소량 판매됐으나 2년 전부터 대형 판매업자들이 두유 시장에 뛰어들면서 소비자들의 관심이 크게 늘고 있다.

두유 제품광고는 현재 TV 방송 주요 시간대에 자주 행해지고 있으며 일반 음료수 판매대에서도 쉽게 찾을 수 있다.

인디애나주의 44개 피자헛 식당에서는 두유 치즈를 함유한 피자를 주요 메뉴로 팔고 있다. 콜로라도주의 두유제조기업인 화이트웨이브의 스티브 데모스 사장은 두유를 사먹는 돈은 더 이상 히피들이 낭비하는 것으로 볼 수 없다며 이제는 일반 사람들도 즐겨 찾는 음료수가 되고 있다고 전했다.

미국 식품의약청(FDA)도 1999년 6.25g 이상의 콩 단백질을 포함하고 있는 제품은 심장병 위험을 줄여준다는 연구조사 결과를 발표해 두유 제조기업들에게 희소식을 안겨주었다.

그러나 2002년 두유 시장규모는 7억달러에 불과해 630억달러의 음료수, 100억달러의 우유, 80억달러의 생수 시장과 비교하면 아직은 미미한 수준이다.

<Chemical Journal 2003/04/01>

ChemLOCUS 화학시장정보포털 - 켈로커스