

# The Immunity Report 3.0

팬데믹 이후  
2023 면역력 시장 트렌드



# We bring progress to life



## 더 나은 세상을 여는 dsm-firmenich

최근 세계보건기구(WHO)는 코로나19 팬데믹 종식을 선언하면서 포스트-팬데믹의 시대를 알렸으나, ‘면역’을 향한 전 세계 소비자의 관심과 열기는 여전히 사그라들 줄 모르고 있습니다. 물론, 건강하고 강력한 면역력을 추구하는 구체적인 목표나 목적에는 다소 변화가 나타나고 있습니다. 지난 2~3년 간 소비자들은 단기 면역, 질병을 싸워서 이길 수 있는 강력한 면역 능력에 집중해왔지만, 최근에는 보다 장기적인 관점의 면역, 전반적인 웰빙과 삶의 질을 개선하는 데 더 많은 관심을 보이고 있습니다.

끊임없이 변화하는 건강기능식품 시장에서 당사의 2023년 면역 보고서(Immunity Report)는 소비자의 우선순위를 분석할 뿐만 아니라, 각 분야 전문가들이 제공하는 정보와 노하우, 건강기능식품 브랜드가 시장에서 경쟁 우위를 가져갈 수 있는 방법 등 유용한 정보를 제공합니다.

소비자 커뮤니케이션 전략부터 특정 건강 니즈를 충족하는 건강기능식품을 개발하는 것까지, 당사의 면역 보고서는 연구개발이 실질적인 결과로 이어지는데 도움을 드릴 수 있습니다. 포스트-팬데믹의 세상에서 면역력이 의미하는 바를 발견하고 소비자들이 무엇을 원하는지 파악하여 시장에서 한 발 앞서 나가 소비자의 웰빙과 브랜드 성장을 꾀하는 방법을 살펴보시기 바랍니다.



## 핵심 트렌드

### 01 Immunity, Plus 면역력+α

다양한 효능을 동시에 제공하는 건강기능식품은 정신과 신체 건강을 동시에 지원하여 건강에 대한 보다 종합적인 접근을 가능케 합니다.

### 02 Healthy Aging 헬시 에이징

소비자들은 최근 단기적인 면역 기능을 강화하는 것보다 장기적인 웰빙, 노년에 누리는 삶의 질을 개선하는 솔루션에 더 큰 관심을 갖고 있어 생활 방식 자체를 바꿀 수 있는 제품의 인기가 높아지고 있습니다.

### 03 Behind The Label 깐깐한 성분 확인

더 많은 정보와 지식, 자신의 건강을 보다 주도적으로 챙기길 원하는 소비자들이 늘면서 자기 자신의 건강 뿐만 아니라, 우리 환경에 이로운 원료와 성분이 주목을 받고 있습니다.

### 04 Personalization 맞춤형 영양 솔루션

건강기능식품은 소비자의 건강 관련 니즈를 충족하는 동시에 편리해야 하며, 소비자의 라이프스타일에 맞는 혁신적인 형태의 제형이어야 합니다.

# 개요

면역력은 팬데믹이 지난 지금도 여전히 소비자들이 건강기능식품을 섭취하는 가장 큰 이유입니다<sup>1</sup>.

코로나19 이전과 달라진 점이라면 면역력을 추구하는 구체적인 목적과 방식입니다. 면역력과 전반적인 신체적, 정신적 건강 사이의 연결 고리에 관심을 갖는 소비자들이 늘면서 각 생애주기 단계를 지원하는 맞춤형 솔루션과 함께 특정 영양 관련 니즈를 충족하는 단일 성분 비타민 및 종합적인 건강 관리를 지원하는 복합 건강기능식품에 대한 수요도 높아지는 추세입니다. 또한, 소비자들이 노화에 대한 지속적인 건강 상의 효능을 원하게 됨에 따라, 노화 예방을 위한 사전적 노력과 습관이 면역 시장에서도 중요한 화두로 떠오르고 있습니다.

지금 면역 건강에 영향을 미치는 핵심 트렌드와 팬데믹 이후 세상에서 최적의 웰빙을 향한 소비자의 노력을 지원하기 위해 어떤 제품과 솔루션을 선보여야 하는지 확인해 보시기 바랍니다.

<sup>1</sup> DSM – Global Consumer Immunity Panel, September 2022

# Immunity, Plus 면역력+a








이제 면역에 대한 기능성 하나만을 보고 제품을 선택하는 소비자는 없습니다. 강력한 신체적, 정신적 면역 체계의 기반이 될 수 있는 원료와 성분으로 여러 기능을 동시에 제공하는 제품이 관심을 끄는 것도 이런 소비자 인식의 변화 때문입니다.



# 01

면역력은 향후 12개월 동안 소비자들이 가장 큰 관심을 가질 분야로 분석되며, 앞으로는 강력한 면역 체계가 전반적인 삶의 건강과 밀접하게 연관되어 있다는 인식이 전 세계적으로 하나의 상식처럼 퍼져 나갈 전망입니다.

## 2022년 소비자들이 재정의한 ‘건강’






-  **65%** 정신 건강
-  **62%** 건강한 면역 체계
-  **59%** 충분한 수면
-  **58%** 좋은 기분/느낌
-  **56%** 정서적 안정<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Euromonitor International – Consumer Health in 2022: Priorities, Opportunities and Concerns ([https://www.euromonitor.com/article/consumer\\_health\\_in\\_2022\\_priorities\\_opportunities\\_and\\_concerns](https://www.euromonitor.com/article/consumer_health_in_2022_priorities_opportunities_and_concerns))



## 향후 12개월 간 소비자들이 가장 큰 관심을 보일 건강 분야



-  66% 면역 건강
-  56% 장(소화기관) 건강
-  53% 심장 건강
-  48% 정신 건강
-  38% 인지기능 건강<sup>3</sup>

## 종합적 건강관리의 등장

소비자들도 이제는 스킨케어부터 수면 건강에 이르기까지 여러 측면에서 각기 다른 분야의 건강이 전체적인 웰빙에 미칠 영향에 큰 관심을 보이고 있습니다. 가장 많은 관심을 받고 있는 분야 중 하나는 감염을 예방하고 염증을 줄이며 전반적인 면역 건강을 유지하는 것과 관련이 있는 장 건강입니다.

장 건강은 특히 장내 미생물이 얼마나 중요한 역할을 수행하는지 널리 알려지면서 전반적인 면역 건강을 개선하고자 하는 소비자들에게는 최우선 순위로 거듭나고 있으며, 실제 조사 결과, 소화 기능과 면역력의 상관 관계를 알고 있는 소비자는 전 세계적으로 79%에 달하는 것으로 나타났습니다<sup>4</sup>. 이러한 소비자 관심은 새로운 과학 기술을 이용해 건강기능식품 시장에 혁신적인 장 건강 솔루션을 제공하는 브랜드에 상당한 기회가 될 전망입니다. 예를 들어, 소화기관 건강과 면역력을 지원하는 효능이 과학적으로 입증된 모유올리고당(HMO)을 함유한 제품을 선보이면 소비자들의 이목을 집중시킬 수 있습니다.

<sup>3</sup>FMCG Gurus - Top Ten Trends For 2023, January 2023 (<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-top-ten-trends-for-2023-global-report/>)

<sup>4</sup>FMCG Gurus - Evolving Trends in the Immune Health Market - Global Report, 2022 (<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-evolving-trends-in-the-immune-health-market-global-report-2022/>)

# 하나의 건강기능식품으로 누리는 다양한 효능

다양한 효능을 지원하는 융복합 건강기능식품은 가성비 좋은 솔루션을 제공하며, 바쁜 현대인이 간편하게 섭취할 수 있는 편리한 제품입니다. 제품의 효능과 건강을 증진했을 때 기대할 수 있는 효과를 명확하게 설명하는 브랜드는 전반적인 건강을 끌어 올리고 최적의 신체적, 정신적 상태를 유지하고자 하는 소비자들의 시선을 더욱 효과적으로 이끌 수 있습니다.

유럽에서는 소비자의 **80%**가 면역력을 개선할 수 있음과 동시에 부가적으로도 여러 기능을 포함하는 식음료 제품, 건강기능식품 제품을 찾고 있는 것으로 나타났습니다<sup>5</sup>.

dsm-firmenich는 면역력 증강을 위한 제품의 시장 출시 속도를 높이고 출시 과정의 능률을 끌어 올리기 위해 각종 건강기능식품 관련 기술과 제형, 마케팅 서비스, 규제 지원 서비스, 프리믹스/완제품 솔루션 등 다양한 방면으로 파트너사를 지원합니다.



<sup>5</sup>FMCG Gurus - Immune Health: Consumer Perceptions in Europe 2022 (<https://fmcggurus.com/blog/immune-health-consumer-perceptions-in-europe-2022/>)



“dsm-firmenich는 전반적인 건강 문제를 해결하고 소비자들이 원하는 건강 상의 결과나 목표를 달성할 수 있도록 업계 최고의 식물성 강장제 및 항정신제, 과학적으로 입증된 바이오텍스 솔루션을 포함하여 핵심 면역 성분을 담은 광범위한 포트폴리오를 보유하고 있습니다.”

- Martín dos Ramos Farías)  
Vice President, Global Marketing and Business Development – Dietary Supplements  
Health, Nutrition & Care

# Healthy Aging

헬시 에이징

최근 소비자들은 노년기에도 건강한 삶을 누리기 위해 여러 예방 조치를 알아보는 등 건강 관리에 적극적인 자세를 보이고 있습니다.



# 02

오늘날 소비자에게 면역력은 단순히 질병과 싸우는 것 이상의 의미를 갖고 있습니다. 당연히 건강기능식품 브랜드도 소비자가 면역 체계를 스스로 강화하고 장기적인 건강 목표를 달성할 수 있도록 교육하고 역량을 강화하는 데 중점을 두어야 합니다.

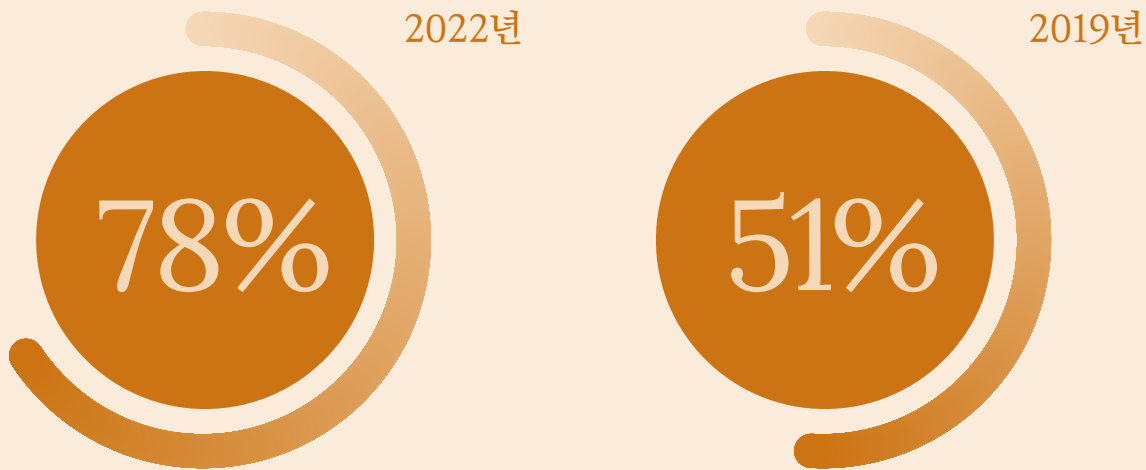
## 노화에 따른 면역 기능 지원

노화는 감염에 대응할 수 있는 면역력을 약화시켜 독감과 같은 호흡기 감염을 포함한 감염의 위험성, 심각성과 지속 기간을 증가시킵니다. 특히, 노인이라면 예방접종을 하더라도 항체 반응이 저조한 경우가 많고 만성 염증의 위험이 있어, 면역 기능이 더욱 떨어질 수 있습니다.

면역 기능이 떨어지는 노년기에도 면역 건강과 전반적인 웰빙을 유지하기 위해서는 라이프스타일 자체를 개선해야 합니다. 특히, 노화에 따른 면역 기능 저하(즉, 나이가 들수록 면역 체계의 기능이 자연적으로 감소하는 현상)에 대응하려면 영양소를 섭취할 때 최적의 성분을 최적의 형태(정제, 분말, 액상 등)로 섭취하는 것이 필요하다는 연구 결과가 속속 보고되고 있습니다.

당사 전문가들은 비타민 C, D, E, 셀레늄, 아연은 물론, 오메가-3(n-3) 지방산인 DHA와 EPA가 노화와 관련된 면역 저하를 방지하고 개선하는 데 도움이 되는 것으로 보고 있는데, 고령 소비자의 경우에는 이런 영양소의 섭취량이 낮은 경향이 있기 때문에 보완해 줄 수 있는 건강기능식품이 매우 중요합니다.

## 면역력 저하를 장기적인 건강 문제의 원인으로 보는 소비자의 비율:



<sup>6</sup>FMCG Gurus – Evolving Trends in the Immune Health Market – Global Report, 2022  
(<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-evolving-trends-in-the-immune-health-market-global-report-2022/>)



## 삶의 질 개선



전 세계 소비자의 52%는 건강을 관리할 때 보다 장기적인 측면에서 접근하는 것으로 나타났습니다<sup>7</sup>.

즉, 소비자들은 영양가 있는 식단, 규칙적인 운동, 금연 및 금주 등을 통해 나이가 들어서도 자유로운 이동과 신체적, 정신적 웰빙을 보장받고 보다 완전한 삶을 이어 나가기 위해 꾸준한 노력을 기울이고 있습니다. 즉각적인 효과(69%)보다 건강기능식품의 지속적인 효능(74%)을 원하는 목소리도 높아지면서 앞으로는 예방과 보호 기능이 분명한 우선순위가 될 것입니다.

노년층 소비자들은 건강에 대해 점점 더 많은 관심을 보이고 있으며, 이들을 지원하기 위해 브랜드는 소비자의 장기적인 건강 목표에 맞춰진 제품을 제공하고 꾸준한 건강 관리의 효과를 강조하는 노력이 필요할 것으로 예상됩니다.

<sup>7</sup>FMCG Gurus - Top Ten Trends For 2022, January 2022  
(<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-top-ten-trends-for-2022-global-report/>)

“dsm-firmenich는 면역력 저하, 만성  
염증 및 거동 불편 등 다양한 노화  
관련 질환을 해결할 수 있도록 설계된  
건강 증진 솔루션을 제공하기 위해  
최선을 다하고 있습니다.”

- Jane Chen

Global Immunity & Healthy Aging Lead – Dietary Supplements Health, Nutrition & Care

# Behind The Label

## 까까한 성분 확인



건강 관리에 점점 더 적극적으로 개입하면서  
소비자들은 성분에도  
많은 관심을 기울이고 있습니다.



# 03

인터넷을 통해 끊임없이 제공되는 건강 정보를 접하는 오늘 날의 소비자들은 자신이 무엇을 바르고 섭취하는지 꼼꼼히 따져보고 잘못된 정보는 없는지 경계하는 경향이 있기 때문에 건강기능식품도 품질과 효능, 지속 가능성을 보장하는 솔루션으로 신뢰를 얻어야 합니다. 또한 소비자들은 자신이 알고 신뢰하는 식물 추출물과 같은 자연 유래 성분에 관심을 보이는 경우가 많은데, 최근 조사 결과 실제로 건강기능식품 사용자의 53%는 제품에 포함된 성분이 확실하지 않아 사용을 중단한 것으로 나타나기도 하였습니다<sup>8</sup>.

<sup>8</sup>FMCG Gurus - Nutritional Supplement Trends in 2023, February 2023



# 과학적으로 검증된 성분을 찾는 소비자

코로나19 이후, 과학적으로 검증된 방식으로 건강을 관리하고자, 합리적인 가격에 성분과 효율적인 전달 형식 및 효과적인 효능을 두루 갖춘 제품을 찾는 소비자들이 늘고 있습니다.

제품에 숨겨진 성분은 없는지 걱정하는 소비자, 직관적이고 이해하기 쉬운 건강/제품 정보를 원하는 소비자는 각각 55%로, 건강기능식품 브랜드는 앞으로 이런 우려와 니즈를 해소할 수 있는 솔루션을 선보여야 할 것으로 보입니다<sup>9</sup>.

2023년에는 ‘생체이용률’이 면역 관련 용어 가운데 가장 큰 관심을 모았습니다.

이제 소비자들은 구매 여부를 결정할 때 활성 성분의 효능과 생체이용률을 기준으로 판단을 내리고 있습니다. 자신이 복용하는 제품이 얼마나 효과가 있는지 알고 싶어하는 소비자들이 대폭 늘어나면서 일반 비타민 D3보다 평균 3배나 더 빠르게 비타민 D를 공급하는 ampli-D<sup>®</sup>처럼 영양 성분의 흡수를 극대화할 수 있는 제품에 대한 관심도 높아지는 추세입니다<sup>10</sup>.

마찬가지로, 지속방출형 (Sustained-release) 등 활성 성분을 느리지만 꾸준히 방출하는 제형 역시 큰 인기를 끌고 있어, 현대인의 바쁜 라이프스타일에 쉽게 사용할 수 있는 건강기능식품에 대한 소비자의 니즈를 타겟으로 삼는 경향도 나타나고 있습니다. 점진적이고 꾸준히 몸에 유익한 영양소를 방출하고 시간이 지남에 따라 신체의 흡수 및 생체이용률을 극대화하는 이런 제형의 경우, 소비자 입장에서는 24시간 내내 보충제의 효과를 보는 듯한 느낌을 받을 수 있습니다.



<sup>9</sup>FMCG Gurus - Top Ten Trends For 2022, January 2022 (<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-top-ten-trends-for-2022-global-report/>)

<sup>10</sup><https://www.dsm.com/human-nutrition/en/products/vitamins/ampli-d.html>  
\*2023년 기준 ampli-D<sup>®</sup>는 국내 사용을 리뷰중입니다.



## 가장 핵심은 지속 가능성



# 80%

전 세계 소비자\* 중 80%가 제품의 다음을 포함해 여러 가지 특징을 고려하되, 보다 지속 가능한 제품을 구매할 것이라 응답하였습니다.



- 더욱 우수한 제품 품질
- 합리적인 가격 대비 탁월한 가치



- 구매한 제품이 지속 가능성에 미치는 영향을 소개하는 부가적인 정보<sup>11</sup>

지난 12개월 간, 전 세계 소비자의 66%는 식음료 제품의 성분 표시에 더욱 큰 주의를 기울인 것으로 집계되었는데<sup>12</sup>, 이러한 추세는 건강기능식품 시장으로 확대될 것으로 예상되고 있습니다. 따라서 면역 체계를 지원하면서도 환경적으로도 안전<sup>13</sup>하고 지속 가능성이 보장되는 방식으로 공급되는 성분을 바라는 소비자 니즈를 충족하려면 사용하고자 하는 성분의 긍정적인 영향을 분석하고 관련 정보를 소비자에게 투명하게 제공할 수 있어야 합니다.

사람과 환경에 대한 노력을 보여주면 브랜드에 대한 소비자의 인식을 제고할 수 있을 뿐만 아니라, 매출 또한 늘릴 수 있습니다. 2022년에는 소비자의 49%가 ‘지속 가능’ 또는 ‘사회적 책임’을 다하는 브랜드가 선보이는 제품에 프리미엄 가격을 지불한 것으로 나타났습니다<sup>14</sup>.

dsm-firmenich는 보다 지속 가능한 미래를 위한 긍정적인 변화를 이끌어 가는 리더로 거듭나기 위해 항상 최선을 다하고 있습니다. 스코틀랜드 달라이(Dalry) 공장에서 생산되는 비타민C (Quali®-C)는 시중의 모든 비타민 C 원료 중에서도 탄소 배출량이 가장 낮으며<sup>15</sup>, 당사는 *life's®OMEGA*, *life's DHA®*와 같은 해조류 기반 DHA 및 EPA의 지속 가능한 생산을 통해 오메가-3 공급망에도 혁신을 불러 일으키고 있습니다.

<sup>11</sup>(\*83%) IBM – Balancing Sustainability and Profitability, 2022 (<https://www.ibm.com/downloads/cas/5NGR8ZW2>)

<sup>12</sup>FMCG Gurus – Top Ten Trends For 2022, January 2022 (<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-top-ten-trends-for-2022-global-report/>)

<sup>13</sup>FMCG Gurus – Evolving Trends in the Immune Health Market – Global Report, 2022 (<https://fmcggurus.com/reports/fmcg-gurus-evolving-trends-in-the-immune-health-market-global-report-2022/>)

<sup>14</sup>IBM – Balancing Sustainability and Profitability, 2022 (<https://www.ibm.com/downloads/cas/5NGR8ZW2>)

<sup>15</sup>In comparison with average competitors, according to our Life Cycle Assessment validated by a third party in 2018 and refreshed in 2022

“투명성은 신뢰를 더합니다.  
dsm-firmenich는 신뢰할 수  
있는 정보에 더해, 효능이 보장되는  
성분과 솔루션을 제공합니다.”

- Martín dos Ramos Farías

Vice President, Global Marketing and Business Development –  
Dietary Supplements Health, Nutrition & Care

# Personalization

## 맞춤형 솔루션

소비자를 만족시키기 위해서는 특정 니즈를 충족하는 타겟형 솔루션, 정밀한 조합의 제형, 편리한 복용/섭취 방식의 제형을 제공할 수 있어야 합니다.



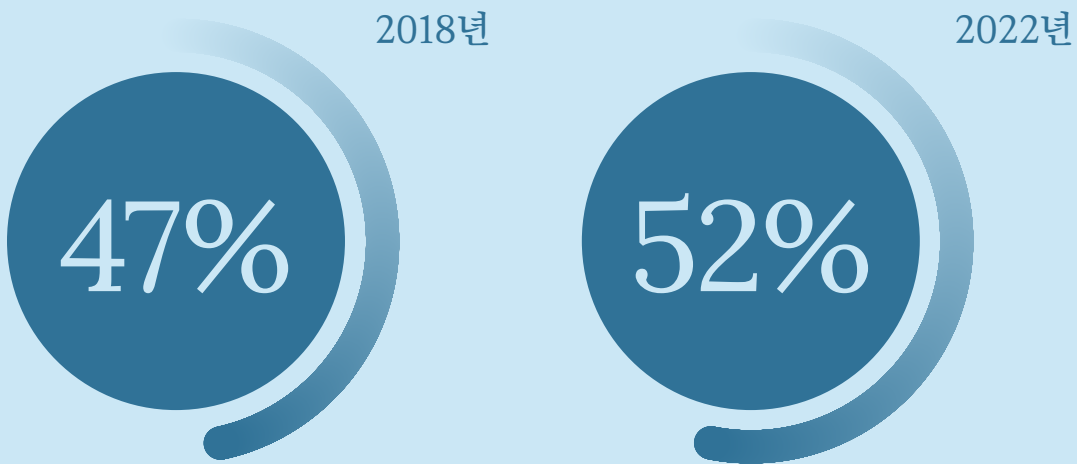
# 04

소비자 충성도를 높이고 브랜드에 도움이 되는 ‘입소문’을 퍼뜨리려면 개인 소비자의 성향과 선호도에 맞는 제품을 선보이는 것이 매우 중요한데, 그러기 위해서는 각 연령, 성별, 영양 상의 니즈, 가장 고민되는 건강 문제를 이해하고 해결하는 노력이 필요합니다.

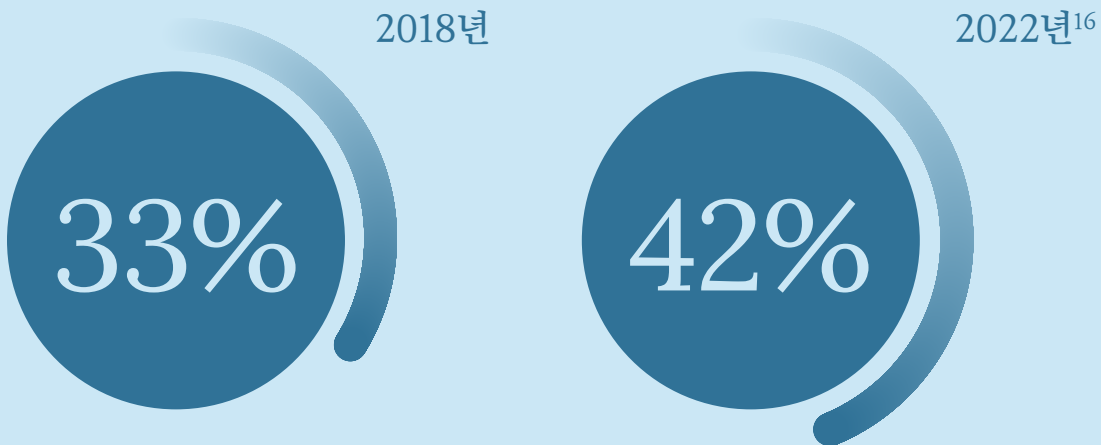
## 소비자를 위해 특별히 설계된 솔루션

특정 효능을 제공하는 맞춤형 제품에 대한 수요가 높아진 것은 각기 다른 비타민과 미네랄 건강기능식품에 대한 소비자의 관심 덕분이라고 할 수 있습니다. dsm-firmenich는 다양한 성분(각종 비타민, 지질, 식물성 성분 포함)과 제형 관련 전문 지식을 바탕으로 기술적으로 최적화된 제품, 과학적으로 검증된 제품, 특정 건강 문제를 해결하는 맞춤형 제품을 개발하고 있습니다. 예를 들어, 유럽에서 비타민을 생산하는 Quali® 브랜드는 품질과 신뢰도, 추적성 및 지속 가능성을 모두 보장합니다.

## 단일 성분 비타민 소비 추세:



## 미네랄 보충제의 소비 추세:



<sup>16</sup>Mintel – Vitamin boost: Half of Millennials are using vitamins and supplements more often than they did before the pandemic (<https://www.mintel.com/press-centre/millennials-vitamins-and-supplements/>)



## 편의성이 핵심

알약과 캡슐은 현재에도 편리한 섭취 방법으로 사랑받고 있지만, 젤리나 겔, 츄어블정, 스틱, 스프링클 등 보다 편리하고 효율적이며 먹기도 즐거운 제형에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 이런 새로운 형태의 제품들이 전 세계적으로 빠르게 주목을 받고 있습니다.

---

한 설문에서 미국 보충제 사용자의 **41%**는 젤리 형태의 비타민, 미네랄 또는 보충제를 선호한다고 밝혔습니다<sup>17</sup>.

---

dsm-firmenich의 프리믹스 솔루션(Quali®-Blends)의 경우, 시중에서 일반적으로 찾아볼 수 있는 성분 조합과 더불어, 소비자들의 요청에 맞춘 조합까지 다양하게 준비되어 있습니다. 다양한 비타민과 미네랄 제형 등 당사가 보유한 기술 노하우를 활용하면 각종 젤리나 정제, 캡슐 및 기타 형식을 이용해 제품을 만들 수 있습니다.

또한, 당사는 생산 관리 및 제형 생산 작업에도 풍부한 전문 지식과 경험을 지니고 있어, 파트너사가 제품을 생산하는 과정에서 겪을 수 있는 문제를 해결하고 원하는 제품 효능을 실제로 보장하는 데 든든한 파트너로서의 역할을 할 수 있습니다. 최근에는 특히 dsm-firmenich의 Quali®-C 및 Quali®-D 비타민과 아연이 함유된 면역 젤리와 스틱 제품이 큰 각광을 받고 있습니다.

---

<sup>17</sup>Mintel - US Vitamins, Minerals and Supplements Market Report 2022 (<https://reports.mintel.com/display/1100911/>)

“섭취가 용이하고 개인 니즈에 맞는 맞춤형 제형을 찾는 소비자들이 늘면서 건강기능식품 브랜드도 이제는 소비자들의 라이프스타일에 자연스럽게 녹아들 수 있는 제품을 개발하기 위한 노력을 기울여야 할 때입니다. dsm-firmenich의 경우, 각기 다른 소비자 니즈에 따라 특정 연령 그룹과 성별에 맞는 새로운 제품과 제형을 제공하고 있습니다.”

- Anneleen Spooren  
Head of Innovation, R&D and Regulatory Health, Nutrition & Care





# 마무리



제품 컨셉 개발부터 시장 출시까지 모든 단계를 함께 하는  
End-to-end 파트너

dsm-firmenich는 소비자의 삶을 개선하기 위해 항상 최선을 다하고 있습니다. 소비자를 더욱 깊게 연구하고 실제 건강기능식품 제품을 사용하는 소비자들이 다음엔 어떤 제품, 어떤 효능을 찾을지 파악하고 싶다면, dsm-firmenich의 파트너가 되어 당사의 과학적 연구 역량과 트렌드 분석, 시장 기회 예측 및 다양한 제형 기술 등에 대한 지식과 노하우를 마음껏 활용해 보시기 바랍니다.

특히, 당사가 보유한 풍부한 전문 지식은 끊임없이 확장되는 건강기능식품 시장 속 소비자의 니즈를 충족하고 중단간 전문 서비스는 통찰력과 마케팅, 혁신과 연구개발, 품질과 각종 규제, 제품 활용, 과학 및 기술 등을 포괄적으로 지원해 더 많은 소비자들이 각자의 건강 목표를 달성할 수 있도록 지원합니다. 더욱 신속한 시장 출시를 위해 당사 프리믹스 솔루션이나 완제품 솔루션을 선택할 수도 있습니다.

---

처음부터 끝까지 파트너사가 필요한 모든 지원을 제공하는 dsm-firmenich와 함께 지금 바로 면역 건강 비즈니스를 새롭게 발전시켜 보시기 바랍니다.

비즈니스 관련 문의는 홈페이지를 통해 보내주시십시오.  
[https://www.dsm.com/human-nutrition/ko\\_KR/Get-Started.html](https://www.dsm.com/human-nutrition/ko_KR/Get-Started.html)