■홍콩 식품 계에 부는 자연바람

Naturally Healthy Packaged Food ■

■ 천연가공식품 Naturally Healthy(NH) Packaged Food

천연가공식품(Naturally Healthy(NH) Packaged Food)이란 통 곡물 제품, 과일 스낵 등 가공을 적게 하고 본연의 건강성을 강조한 식품을 말한다.

HKD million	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NH Cereal Bars	7.6	7.8	9.4	12.3	12.9	13.2
NH Dairy	2	2	-	2.	2	2
- NH Butter and Spreads		*	A.C	-	*	83
- NH Sour Milk Products			7.0		-	7
NH Fruit Snacks	2.4	2.5	2.6	2.6	2.7	2.8
NH Fruit and Nut Bars		*		-		-
NH High Fibre Food	258.4	280.5	302.4	319.4	335.2	350.6
- NH High Fibre Bread	73.1	78.9	85.5	89.9	93.8	97.9
- NH High Fibre Breakfast Cereals	93.0	101.4	109.5	117.0	123.6	130.1
- NH High Fibre Noodles				-		
- NH High Fibre Pasta		8	23	31	8	23
- NH High Fibre Sweet Biscuits	92.4	100.2	107.4	112.5	117.8	122.6
NH Honey	170.6	182.6	190.8	195.5	201.2	207.7
NH Olive Oil	69.2	74.4	78.5	81,3	83.8	86.6
NH Rice	34.6	36.0	36.9	37.4	39.5	41.9
NH Nuts, Seeds and Trail Mixes	110.9	115.6	120.2	125.4	131.0	136.0
Naturally Healthy Packaged Food	653.7	699.5	740.8	773.8	806.2	838.7

<천연 가공식품 카테고리 별 판매량>

- 2018년, 천연가공식품의 판매액은 전년대비 4% 증가하여 839백만 홍콩달러 (한화 약 1,259억원) 매출 달성하였다.
- 건강한 식단의 중요성에 대한 인식이 확산됨에 따라 소비자층이 더 넓어지고 증가하고 있다.
- 2018년, 천연가공식품 카테고리에서 쌀이 가장 높은 성장률을 보였으며, 6% 성장한 42백만 홍콩달러 매출을 달성하였다.
- 가든 코퍼레이션(Garden Co)은 2018년 고(高)식이섬유 제빵제품이 천연가공 식품 카테고리에서 12%의 점유율을 차지함으로써 천연가공식품의 선두 주자이다.
- 2023년까지 천연가공식품은 5%의 연평균성장률(CAGR)로 성장할 것으로 예상되며, 2023년에는 1,055백만 홍콩달러의 매출이 예측된다.

■ 아침식사 메뉴의 변화는 천연가공식품의 매출 성장의 원동력

홍콩에서의 전통적인 아침식사는 죽, 볶음면 및 딤섬과 같은 전통적인 중국식메뉴로 이루어졌다. 그러나 이러한 식단은 비교적 기름지고 조미료가 첨가되어지나치게 섭취할 경우 건강에 좋지 않은 것으로 간주되었다. 많은 소비자들은더 간편하고 영양가 있고 자연적으로 건강해 보이는 아침 식사용 시리얼과 같은서양식 제품으로 관심을 가지고 있다. 천연 고(高)식이섬유 아침 식사용 시리얼은 간편하게 먹을 수 있다는 점에서 편리하다는 이미지뿐만 아니라 이것으로인해 다양한 장점이 있다. 콘 플레이크와 같은 아침식사용 시리얼은 단맛과인기 만화 캐릭터를 활용한 패키지를 활용하거나 다양한 모양의 시리얼을 만드는 등 젊의 소비자 관심을 끌고 있다.



홍콩산 검은깨 퀴노아 플레이크 160g / HK\$ 39



캐나다산 그래놀라 바나나 견과류 믹스 340g / HK\$ 48



영국산 건과일 뮤즐리 500g / HK\$ 55



홍콩산 녹차 퀴노아 플레이크 160g / HK\$ 39

<홍콩에서 판매중인 고(高)식이섬유 아침식사 대용 시리얼>

■ 소비자는 건강 향상을 위해 자연 식품으로 관심을 돌리다.

홍콩 사람들은 일상생활에서 접하는 음식의 대부분이 고도로 가공되어 있으며 가공 과정에서 많은 영양성분이 원래의 영양가에 비해 다량 손실된다는 것을 인식하고 있다. 이에 따라 보다 많은 소비자들이 자연 천연식품을 찾고 있다. 예를 들면, 밥을 지을 때 흰 쌀밥에 현미를 소량 혼합하는 것이 보편화 되고 있다.

스낵에서도 자연 재료를 활용한 다양한 칩이 나오고 있으며 해당제품에 매대에서 차지하는 비율도 점점 증가하고 있다. 건조 과일 및 채소 칩은 물론이고, 생선 껍질을 이용한 피쉬스킨 칩, 새우 머리를 이용한 칩, 김 스낵 등 스낵에 활용되는 자연 재료는 점점 더 다양해지고 있다.

홍콩 정부에서는 최근 몇 년 전 부터 꾸준히 소금 및 설탕 섭취를 줄이기 위한 다양한 캠페인을 시행하고 있으며 이러한 추세와 함께 꿀의 판매량도 지속적으로 증가하고 있다. 2018년에는 207.7백만 홍콩달러 판매 되었으며 이는 전년대비 103.2% 증가한 수치이다.



대만산 10곡 혼합 곡류 900g / HK\$ 69.8



일본산 GABA 16곡 혼합곡류 15g x 5 / HK\$ 98



한국산 발효 현미 500g / HK\$ 165



영국산 프리카 1.5kg / HK\$ 158



독일산 고(高)식이섬유 빵 500g / HK\$ 36



일본산 고(高) 식이섬유 음료 12g x 15봉지 / HK\$ 258



중국산 녹차 메밀 국수 1000g / HK\$129

<홍콩에서 판매중인 혼합 곡류 및 고(高) 식이섬유 제품>



대만산 야채칩 150g x 2 / HK\$ 136



한국산 과일칩 15g / HK\$ 48



일본산 자색 고구마 칩 120g / HK\$ 34.4



싱가포르산 피쉬스킨 칩 125g / HK\$ 58



홍콩산 피쉬스킨 칩 90g / HK\$ 15.9



말레이시아산 피쉬스킨 칩 50g / HK\$ 44



싱가폴산 새우머리 칩 70g / HK\$ 68



100% 자연을 강조한 망고, 용안, 파인애플, 용과 건조제품



동결건조 복숭아, 살구, 딸기 망고 스낵



대추로 호두를 감싼 스낵



수박씨 및 호박씨 스낵

<홍콩 스낵매장에서 판매되는 자연재료 스낵 제품>

■ 소비자의 의식 개선은 매출 증가의 핵심 요소이다.

2023년까지 천연가공식품은 꾸준한 성장이 예상된다. 많은 소비자들이 영양과 식이요법에 더 많은 관심을 가지고 관련 지식이 증가하면서, 천연가공식품은 더 많은 수혜를 받게 되었다. 견과류, 식용 씨앗, 트레일 믹스 및 올리브 오일 카테고리에서 지속적으로 꾸준히 성장하고 있다. 이는 현지 소비자가 영양에 대해 더 잘 이해하고 관심을 가지고 있음을 나타낸다.

또한 식품 제조업체가 진행하는 마케팅 캠페인을 통한 건강 및 영양 강조 표시를 현지 소비자들이 받아들이는 것은 점점 더 보편화 되고 있으며, 많은 소비자들은 다양한 새로운 제품을 사용해보고 싶어 한다. 소비자들이 천연가공 식품을 선택하는데 가장 큰 영향을 미치는 온라인 매체상의 정보는 점점 더 증가할 것이다.



태국산 바질씨앗 음료 290mlx4병 / HK\$45



뉴질랜드산 치아씨드 음료 275mlx12병/HK\$498 100g / HK\$26



독일산 샐러드용 식용씨앗



중국산 호박씨 &김 스낵 15g x2 / HK\$ 21.8

<홍콩에서 판매되는 식용 씨앗 제품>

■ 아침용 시리얼을 선도하는 글로벌 기업, 견고하고 유리한 위치 유지

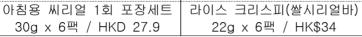
소비자들이 계속해서 고(高)식이섬유질의 아침 시리얼 브랜드를 선호하고 있는 가운데 퀘이커(Quaker)와 켈로그(Kellogg's)는 천연가공식품의 2018년 주요 브랜드 중 하나이다. 퀘이커와 켈로그는 수년간 홍콩에 존재 해 왔으며 두 브랜드 모두 강력한 소비자 신뢰를 얻고 있다. 현지 소비자의 라이프 스타일이 바뀌면서 선호하는 식품은 간편하고 영양이 좋은 제품으로 변해가고 있으며 아침 시리얼은 사람들로 하여금 간편하고 맛있게 영양을 공급할 수 있다. 또한, 아침 시리얼의 판매는 일반적으로 전통적인 아시아식 아침 식단에서 서양식 아침식단으로 전환됨에 따라 계속 혜택을 계속 누리고 있다.

■ 더 작은 크기의 제품 포장 (미니팩)은 판매 성장을 촉진한다.

소매점에서 판매되는 천연가공식품이 다양해지면서 소비자들은 종종 익숙하지 않은 새로운 제품을 마주치게 된다. 소비자로 하여금 처음 구매 하도록 유혹 하는데 포장은 중요한 전략적인 요소이다. 많은 기업에서 사용하는 첫 구매를 장려하는 한 가지 방법은 쉽게 도전해 볼 수 있도록 작은 용량으로 포장하여 판매하는 것이다. 천연 시리얼 바, 천연 유제품(주로 두유) 및 천연 쌀과 같은 제품은 모두 개별 크기의 포장으로 제공되므로 1인 가구 및 외부에서 많은 시간을 보내어 휴대하길 원하는 소비자들의 수요를 만족 시킬 수 있다.

포장 크기가 작을수록 소매가격도 저렴해지므로 일일 지출을 고려하는 소비자 에게는 매력적이다. 특히 높은 가격대의 제품 카테고리에서는 더욱 더 유용한 전략이다. 일부 로컬 식료품 소매업체는 대량포장제품을 구매하여 소량으로 재포장하여 판매하기도 한다. 견과류, 건조 과일 등이 가장 대표적인 예이다.







22g x 6팩 / HK\$34



30g 미니포장 견과류 30g / HK\$ 21.9

<홍콩에서 판매되는 자연재료 (과일, 채소, 해산물) 소량포장 제품>

■ 시사점

■ 건강을 추구하는 지금, 무엇이든 스낵의 재료가 될 수 있다

일반적으로 대추는 한약재이고, 수박씨, 새우머리, 생선껍질은 부속물이며, 고 구마와 곶감은 부모님의 간식이라고 일반적으로 생각한다. 그러나 지금은 인기 스낵의 주재료로 각광받고 있다. 건강을 추구하는 현 추세에 모든 자연식품은 스낵의 재료가 될 수 있으며, 식품 분류에 대한 고정관념을 깨야 할 때이다.

■ 다양한 용량의 포장 제품을 출시하라

새로운 식품을 접할 때 일반적으로 가장 우선시 되는 요소는 가격과 맛이다. 소비자들이 비용을 지불하고 새로운 식품을 시도하여 입맛에 맞지 않아 구매 했던 제품을 남기게 된다면 '돈 낭비'의 경험으로 간주되며, 이는 새로운 제품을 시도하는데 장해물이 된다. 따라서 새로운 제품을 출시 할 때 또는 식품의 수출을 고려할 때는 미니사이즈 제품을 출시하는 것은 소비자로 하여금 쉽게 다가 갈수 있도록 하는 좋은 전략이 될 것이다. 그리고 홍콩은 협소한 주거면적과 1인 또는 2인 가구의 증가 및 외부에서 머무는 시간이 증가함에 따라 소포장 식품의 수요가 증가하는 추세이다.

■ 자연식품에 자연식품을 더하여 단점은 극복하고 장점은 부각하라

건조과일은 100% 자연성분이라는 장점은 있지만 당도가 높아진다는 단점이 있다. 이러한 단점을 다른 자연식품으로 보완 할 수 있다. 가장 좋은 예는 호두를 감싼 건조 대추이다. 호두의 고소한 맛과 건조 대추의 단맛 조화는 호두의 뻑뻑한 맛과 대추의 과도한 단맛으로 한 번에 여러 개 먹지 못하는 서로 단점을 보완하고 장점을 부각한 제품으로 소비자들의 사랑을 받고 있다. 건조를 통해 당도가 올라가는 건조 과일과 당도가 낮은 건조야채 또는 견과류의 조합은 맛, 식감, 영양 3마리 토끼를 다 잡을 수 있는 전략이 될 것이다.

■ 참고자료

- 1. Euromonitor, Naturally Healthy Packaged Food in Hong Kong, China, 2019.03 http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab
- 2. 제품 및 가격 정보, HKTVmall 사이트(https://www.hktvmall.com), 2019.05기준