

## 8. 1,700명의 영양사들이 예측하는 2017년 식품동향

LA지사

- ▶ 폴록 커뮤니케이션 (Pollock Communications)과 식품영양학계 전문지 'Today's Dietitian'은 미국 내 영양사들이 예측하는 2017년 식품 trend를 발표하였다. 이번 조사는 "What's trending in Nutrition"라는 주제로 미국 내 1,700명의 영양사들을 대상으로 실시하였음
- ▶ 이번 조사 결과 식품 소비자들은 단순한 "dieting"(다이어트)가 아닌 식품에 대한 정확한 영양 성분과 정보 등을 요구하는 경향, "mindful eating"(알고 먹기)가 강해질 것으로 전망되며, 따라서 "healthy living"(건강한 생활)이 올해의 식품 테마 중 하나가 될 것으로 예상함
- ▶ 또한, 씨앗, 아보카도, 견과류와 같은 영양이 풍부한 식품, 또는 발효 식품이나 녹차와 같은 건강식품 소비가 더욱 활성화 될 것으로 보임
- ▶ GMO 식품 소비에 대한 우려는 2016년에 비해 20% 정도 감소할 것으로 보인다. 식품 라벨링 기준 강화에 따라 제품성분 공개가 투명해지면서 소비자들에게 정확한 정보 전달이 가능해지면서 Non-GMO 제품을 별도로 찾기 위한 노력은 전반적으로 감소할 것으로 보임
- ▶ 2017년엔 'low sodium(저 나트륨)'과 'low sugar(저 당분)' 식품을 찾는 경향이 강해지면서, 해당 성분이 첨가된 가공식품 소비가 감소할 것으로 전망됨
- ▶ 소비자들은 음식에 들어있는 영양성분에 대해 더 많은 정보를 요구 할 것이고, 제조 과정이나 생산 환경의 지속 가능성에 더 많은 관심을 보일 것임
- ▶ 매년 건강한 식습관에 대한 미 농무부의 지침 "MyPlate"(Myplate.gov)는 계속해서 영양 교육에 중요한 역할을 하며, 80%의 영양사들이 MyPlate를 소비자 식단 가이드로 활용하고 있음
- ▶ 또한, 인터넷, 모바일 app등이 식품 구입 의사 결정에 중요한 역할을 계속할 것이라고 영양사들은 예상함

\* 출처 : PR Newswire (www.prnewswire.com)

## 시사점

2017년의 전반적인 추세는 건강식품이 될 것으로 보임. 특히 영양성분 라벨 규정이 더욱 엄격해지면서 소비자들 또한 영양성분 정보에 많은 관심을 둘 것으로 예상되며, 작년에 'Non-GMO' 제품에 대한 높은 관심이 금년에는 'low sugar', 'low sodium' 제품으로 옮겨갈 것으로 예상

미국

America

## 9. 소비자가 선택한 2016의 커피 컵 디자인은?

뉴욕지사

### 9-1 주요내용

▶ 20년 전 스타벅스에서 처음으로 겨울철 한정 일회용 커피 컵(Holiday cup)을 선보인 이후로 여러 커피 프랜차이즈는 매년 새로운 디자인의 커피 컵에 음료를 담아 판매하고 있음. 커피를 즐기는 북미 소비자들은 새로운 디자인을 기다리는 것이 겨울철의 빼놓을 수 없는 즐거움이라고 함. 이에 캐나다의 한 모바일 트렌드 조사 기업은 커피 프랜차이즈의 일회용 컵 디자인에 대해 소비자 선호도를 조사하였음.



‘스타벅스’ Holiday cup

스타벅스는 전 세계의 소비자들이 직접 디자인에 참여하여 12개의 커피 컵 디자인을 선보임. 소비자들은 “세밀한 디자인이 마음에 들고 다시금 커피를 사시며 매년 다른 커피 컵을 가지고 싶게끔 한다”, “밝고 축제 분위기를 났”이라며 평가함. 국가별 특별 제작된 커피 컵을 모으는 현상이 나타날 정도로 인기를 끄



‘세컨드 컵’ Holiday cup

세컨드 컵 같은 경우는 Joy(즐거움), Love(사랑), Peace(평화) 세 단어로 디자인 된 커피 컵을 매장에서 사용함. 소비자들의 세컨드 컵에 대해 칭찬과 비판이 공존하였음, “디자인에 사용된 문구는 겨울, 12월과 연관 있으나, 파란색 바탕이 아쉽다”라고 하며 빨간색이 아님을 아쉬워하였음



‘맥도날드’ Holiday cup

맥도날드의 경우에는 다른 커피 프랜차이즈와 비교해 적은 디자인의 컵을 선보였음. 최근 몇 년간 맥도날드가 자사의 커피 분야를 강조한 것에 비해서 겨울 한정 일회용 커피 컵에 대한 관심이 이상하리만큼 적은 것 같다는 업계 관계자들의 평이 있음



‘팀 홀튼스’ Holiday cup

팀 홀튼스는 엘프, 눈사람, 순록, 호두까기 등 겨울과 크리스마스의 상징을 잘 이용한 4가지 디자인의 커피 컵을 선보였음. 소비자들은 “크리스마스 분위기를 잘 맞춘 디자인이다.”라고 평하면서도 “전형적인 holiday 분위기 디자인이다.”라고 아쉬움을 표했음

- ▶ 소비자 선호도 결과로는 스타벅스가 1,364표로 13개의 경쟁사를 물리치고 1등으로 뽑혔으며, 팀 홀튼스 1,290표, 세컨드 컵 633표, 맥도날드 265표로 2, 3, 4등에 올랐음. 이러한 겨울 한정 일회용 커피 컵은 “모으고 싶은 것”에서 더 나아가 광범위한 언론, 소셜미디어 노출을 통한 마케팅의 핵심요소로 발전하였음. 많은 소비자들이 손에 들고 다니면서 자연스럽게 브랜드가 노출되는 효과적인 광고매체로 여겨짐.

### 시사점

겨울, 크리스마스 분위기가 물씬 느껴지는 Holiday 커피 컵 출시는 스타벅스에서 1997년 첫 소개되어 현재 여러 커피 전문점이 참여함. 커피를 즐기는 북미 소비자들은 매년 새로운 디자인의 컵을 기다리고 모으는 재미를 중요시하기 때문에 Holiday Coffee cup 출시는 단순한 행사가 아닌 거대한 마케팅 효과를 거둘 수 있음

\* 출처 : Canadian Grocer 2016.11.29.