

7-1 주요내용

미국 최대 식품박람회인 Fancy Food Show가 지난 1월 22일 샌프란시스코에서 개최되었다. 1,400개 이상의 참여 업체들이 특색있고 유망한 제품들을 선보였다. Food Business News는 그 중 2017년 식품트렌드를 이끌어 갈 10가지를 선정하였는데, 그 중 세 가지를 소개한다.

▶ 두부, 매실 등 아시안 식재료의 반란

- 이제 미소된장, 말차, 생강 등은 아시안인 뿐만 아니라 미국인도 함께 즐기는 식재료가 되었다. 아시아 음식의 식재료에 친숙해진 미국인들이 많아지면서 두부, 고구마, 간장소스 등도 관심을 받을 것으로 기대된다. 두부를 넣고 고구마로 만든 글루텐프리 라면, 매실 페이스트 제품 등이 눈길을 끌었다.



▶ 탄수화물의 대체재, 콜리플라워(꽃양배추)

- 콜리플라워는 저탄수화물 곡물로 이를 이용한 식품들이 새롭게 소개되었다. 백미의 대체재로 만들어진 콜리플라워 쌀은 일반 백미보다 73% 낮은 열량을 가지고 있다. 각기 다른 4가지 맛의 콜리플라워 쌀과 밀가루 대신 콜리플라워로 만든 피자가 소개되었다. 콜리플라워로 만든 제품은 쌀이나 밀가루를 질병 등의 이유로 섭취하지 못하는 소비자들에게 대체재로 각광 받을 것으로 예상된다.



▶ 몸에 좋은 재료로 만든 건강 음료

- 사람의 몸을 깨끗하게 하고 긴장을 완화해주는 음료가 주목받고 있다. 이러한 트렌드를 반영하듯 잠비아의 다양한 꽃에서 채취한 꿀을 공정무역을 통해 들여와 오렌지, 레몬, 양파 등 몸에 좋은 재료를 섞어 만든 음료, 표고버섯과 강황으로 만든 차 등이 소개되었다.

건강기능성 식품은 더 이상 특정 소비층만을 겨냥한 제품군이 아닌 식품업계의 중요한 트렌드가 되었다. 최근 몇 년간 두 자릿수의 성장률을 보이며 빠르게 성장하고 있으며, 식품의 성분과 효능을 따지는 소비자가 늘어나고 있어 이러한 추세는 지속될 것으로 전망된다.

* 출처 : Food Business News 2017. 01. 24.

시사점

두부, 매실, 표고버섯 등 우리에게 익숙한 식재료들의 미국 내 수요가 증가될 것으로 보인다. 트럼프 정부 출범과 함께 한국 농식품의 대미 수출여건이 어려워질 수 있겠으나 미국의 식품 트렌드를 겨냥한 적극적인 품목 발굴 및 마케팅이 필요하다.

8. 베이커리 제품까지도 ‘클린 라벨’ 붐

LA지사

8-1 주요내용

- ▶ 미국에서 건강하고 안전한 식품에 대한 관심이 커지면서 식품, 음료 구입 시에 성분을 확인하고 구입하는 소비자들이 증가했다. 이에 따라 식품업계에서는 소비자가 식품첨가물 무첨가, 천연원료 사용, 글루텐 프리 등을 손쉽게 확인할 수 있는 ‘클린 라벨(clean-label)’ 마케팅이 활성화 되었고 베이커리 제품에도 적용되기 시작하였다.
- ▶ 베이커리 제품들은 버터, 설탕 및 탄수화물 등으로 인해 건강하지 못하다는 인식이 강했다. 그러나 최근 통곡물, 천연 식재료로 만들거나 지방 및 식용경화유를 사용하지 않은 베이커리 제품에 ‘클린 라벨’이 부착되어 판매되는 등 변화의 바람이 불고 있다.
- ▶ 성분라벨 작성 시에도 액상과당(high-fructose corn syrup)같이 어려운 단어보다는 설탕(sugar)과 같이 쉬운 단어를 사용하여 소비자들이 손쉽게 식품성분을 확인하여 선택할 수 있다.
- ▶ ‘클린 라벨’이 부착된 식품은 소비자들에게 건강하다는 인식을 심어주고 있다. 또한 전과 다르게 건강함(healthy)이라는 단어가 칼로리 뿐만 아니라 원재료의 안전성이나 효능 등을 포괄적으로 의미하게 되었다.

* 출처 : Food Dive

시사점

성분과 제조과정의 투명성이 강조된 제품에 대한 관심과 수요가 지속적으로 증가하고 있다. 이전에는 음식의 칼로리만을 고려하였다면 요즘에는 재료의 효능까지 따져보는 소비자들이 증가하고 있기 때문에 마케팅 시 소비자들에게 어필 할 수 있는 라벨링, 마케팅 방안이 고려되어야 한다.