

미국 플로리다주에 위치한 식품 맛 개발 기업인 ‘모닌 고메 플레이버링(Monin Gourmet Flavorings)’는 소비자 조사 전문가, 음료 혁신 디렉터, 요리사, 맛 기술자 등으로 이루어진 내부 팀이 연구한 ‘2020년에 부상할 Top5 트렌드’를 발표했다.

1. 독창적인 것을 찾는(Hunt for Uniqueness)

모닌사는 소비자들의 ‘독창적인 것을 찾는’ 경향을 통해 튜머릭, 콜라겐, CBD와 같은 상품들을 주목했다. 이러한 소비자의 성향은 ‘Cool but Colorful’을 만들었는데, 피스타치오, 블루 라즈베리, 드래곤 프룻, 파인베리와 같은 식재료들이나, 분위기를 조성하는 데 도움을 주는 오크, 라벤더, 바닐라향 등이 선호될 것으로 예상했다.

2. 가볍게 마시기(Low/No Booze Buss)

모닌사는 지난 20년간 미국인들의 음주 경향에 주목할 만한 변화가 있는 것을 발견했다. ‘가볍게 마시기’로 소비자들의 무저 알코올(No and Low ABV) 칵테일 선택이 증가하고 있다는 것이다. 이를 발견한 모닌사는 2020년에는 망고, 라임, 파인애플, 블루베리 등의 안정적인 맛과 할라피뇨, 로즈메리, 라벤더와 같은 독특한 맛의 혼합이 유행할 것으로 내다봤다.

3. 스토리텔링(What's Your Story)

‘스토리텔링’은 소비자들에게 신뢰와 흥미를 형성하는 중요한 요소이다. 스토리텔링을 통해 사회적 책임을 위한 기업의 노력을 부각시킬 수 있으며, 독창적인 스토리로 소비자들에게 감성을 불러일으키고 경험을 고무시키기도 한다. 미국에서는 스토리가 있는 향으로 유자(yuzu), 바닐라 스파이스, 스톤 프룻 등이 부상하기도 했다.

4. 대서양연안의 경험(Experience the Pacific)

모닌사는 미국 소비자들의 이국적인 맛을 찾는 경향이 ‘대서양연안의 경험’을 부각시키게 될것이라 예측했다. 이는 일상에서 벗어난 맛으로, 패션 프룻, 구아바, 드래곤프룻 등의 과즙이나, 레몬그라스, 카민, 진저, 카다멈 등의 알싸한 맛이 바로 그 예이다.

5. 대체(Alt. Nation)

모닌사는 미국 소비자들의 ‘대체’ 경향이 건강과 웰빙에 대한 관심으로 연결되고 이후 대체 성분이나 특별한 식이요법 등을 시도하는 경향으로 연결되어왔다고 판단했다. 현재에도 대체 음료 선택의 경향은 지속되고 있어, 맛이 가미된 물, 하드 설쳐(*알코올성 탄산음료), 스프라이트 없는 칵테일 등의 인기가 지속될 것으로 예상했다.

**Key
Point**

**대한민국의 다양한 맛이
미국 소비자들에게도 통할 것으로 예측**

독특한 경험, 이국적인 맛, 저 알코올 음료나 대체 식품 경향 등이 2020년에 미국의 소비자들에게 크게 어필할 수 있을 것이라 예측된다. 또한 상품의 스토리텔링이 소비자들의 구매 동기를 불러일으킬 것으로 연구, 조사되면서, 다양하고 이국적인 맛 성분들이 개발 및 상품화되고 있다. 이는 대한민국의 이국적이고 독특하며 다양한 맛이 미국 시장에도 통할 수 있다는 것을 의미한다. 미국 시장 진출에 관심 있는 기업이라면 유자, 오미자 등의 한국산 과일과 다양한 야채 및 건강에 좋은 맛 성분들을 상품화하여 적극적으로 진출하는 것을 권장한다.