



### 건강하고 친환경적인 아침 식사

최근 프랑스에서는 아침 식사를 더욱더 건강한 요리법으로 재창조하고 있다. 또한 친환경 소비 패턴에 맞추어 설탕 함량이 낮고 섬유질이 높은 식품과 젊은 층에서 관심을 가질 수 있는 식품을 꾸준히 선보이고 있다.

### 프랑스 소비자들의 기호 변화

프랑스에서는 소비자의 건강에 대한 관심과 기호 변화에 따른 새로운 트렌드가 자리잡고 있는 중이다. 백설탕을 대체할 수 있는 식품에 프랑스 소비자들의 관심이 높다. 기업들은 백설탕을 대체하기 위해 꿀, 메이플 시럽, 아가베 시럽, 갈색 설탕, 과일과 채소를 결합한 식품을 선보이고 있다.

또한 유기농 라벨링 마케팅을 통한 식품 홍보도 점차 강조되고 있다. 대형 식품회사들은 친환경 포장재(green packaging), 탄소 라벨링(carbon labeling : 소비자 제품

의 제조, 운송 또는 폐기의 부산물로 생성된 이산화탄소 배출을 설명하는 라벨링)을 적극적으로 활용하기 시작했다. 이러한 친환경적 라벨링은 제품 경쟁력 확보에 중요한 기준이 되어가는 추세이다.

2018년 민텔(Mintel, 영국 리서치회사)사 연구에 따르면 소비자의 94%가 재활용 가능한 포장지에 관심이 있으며, 그중 33%는 이러한 친환경 제품에 대해 더 큰 비용 지불의지가 있음이 나타났다. 이러한 프랑스 소비자의 성향에 따라 프랑스 식품회사 Bjorg는 제품별 포장재의 두께와 높이를 줄여 포장당 CO2 배출량을 11% 감축시켰다.

프랑스 설탕 제조사 Cristal Union은 자사 설탕 포장재를 100% 재활용 가능한 크래프트 종이로 제작, 포장에 사용되는 거의 모든 플라스틱 사용을 금지했다. 크래프트 종이를 사용하면서 포장 무게가 약 20% 감소하여 폐기물 배출량도 감소됐다.

## On-the-go 아침 식사 이용 증가

프랑스에서는 여성의 사회활동 증가로 아침 식사 준비 시간이 단축되었다. 하지만 여전히 많은 사람이 가정에서 아침 식사를 함에 따라 짧은 시간에 준비할 수 있는 건강한 제품을 선호하는 편이다. 건강식으로 프로틴 바, 채소 주스, 견과류나 말린 과일을 주로 소비한다.

한편 자녀가 없는 20대의 경우 15%가 외부에서 아침 식사를 하고 있으며, 이러한 젊은 소비자들은 출퇴근, 등하굣길에 먹을 수 있는 ‘on-the-go(레스토랑이 아닌 출퇴근, 등하굣길 등에 먹는 포장판매 제품)’ 식품, 컴퓨터나 스마트폰을 사용하면서 섭취할 수 있는 식품에 대한 선호도가 높다.

## 새로운 수요에 대한 대응

프랑스의 스타트업 기업들은 소비자들의 새로운 수요를 파악하여 건강한 원료를 사용한 식품, 유기농 또는 비건(vegan) 식품을 출시하여 시장의 호응을 얻고 있다.

영국의 식품회사 Brave Foods와 프랑스의 식품회사

Alterfood에서 출시한 Tack Superfood 스낵은 코코넛 밀크, 통곡물, 혼합 과일, 코코아, 커피 또는 생강과 같은 원료와 혼합된 독특한 맛의 오토밀·죽이다. 프랑스의 식품회사 Vegesense는 과일, 씨앗, 슈퍼푸드를 포함한 유기농 Slow Fruit를 출시했으며, 프랑스의 스타트업 식품기업 Nossa Fruits는 건강에 좋은 비건, 글루텐프리 제품인 아사이베리 음료를 아침 식사용 식품으로 출시한 바 있다.

## 프랑스인의 아침 식사 선호도 조사 결과

프랑스 사람들은 아침 식사로 따뜻한 음료를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 35세 이상은 아침 식사로 따뜻한 음료가 필수적이며, 그중에서도 커피를 가장 선호했다. 18~35세 사람들은 커피 이외 차, 과일과 채소 주스 등 좀 더 다양한 종류를 섭취하는 것으로 나타났다. 또한 유기농 커피(전년 대비 171% 증가)와 차류에 대한 수요가 점점 높아지고 있으며, 유기농 시리얼과 스프레드에 대한 수요도 지속적으로 확대되는 추세이다.

### | 프랑스 주요 아침 식사식품 |

| 프랑스 아침 식사식품 연간 매출액<br>총 145억 유로    |                            |                            | (% : 전년 대비 성장률) |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
| 따뜻한 음료 (차/커피 등)<br>€34.5억 (+0.4%)  | 우유<br>€21.9억 (-1%)         | 스프레드<br>€19.5억 (+1.7%)     |                 |
| 생과자 / 빵<br>€22.1억 (+0.3%)          | 과일 주스<br>€21.4억 (-2.5%)    | 버터 / 마가린<br>€18.6억 (+6.3%) |                 |
| 프랑스 아침 식사식품 연간 매출액<br>총 3.05억 유로   |                            |                            | (% : 전년 대비 성장률) |
| 따뜻한 음료 (차/커피 등)<br>€13.4천만 (+0.9%) | 뮤즐리, 시리얼<br>€8.6천 만 (+11%) | 스프레드<br>€8.5천 만 (+18%)     |                 |
|                                    | 유기농 빵<br>€5.5천 만 (+0.3%)   |                            |                 |

출처 : LSA(2020.1월호)

Key  
Point

간편하게  
섭취할 수 있는  
한국의 아침 대용  
건강식품

두유, 쌀 음료, 시리얼 음료, 녹차 스프레드 등 간편하게 섭취할 수 있는 한국의 아침 대용 건강식품을 새로운 카테고리 소개한다면 신규 수요를 창출 가능할 것으로 보인다. 특히 프랑스뿐만 아니라 유럽의 많은 국가에서 유기농, 비건 제품에 대한 선호도가 해마다 높아짐에 따라 관련 인증 취득을 활성화하고, 친환경 패키징 사용을 확대하는 등 유럽 시장 진출을 위한 다각적 노력이 필요할 것으로 판단된다.