

더욱 세분화되는 기능성 음료

불면증이나 스트레스 완화, 피부 개선, 기억력 증진 등에 도움을 주는 맞춤형 기능성 음료가 미국 시장에서 주목받고 있다. 글로벌데이터(Global Data)센터의 하칸 데미리 소비자 분석가는 “건강에 대한 관심이 꾸준히 증가하면서 많은 기업들이 개별 맞춤 영양성분을 포함한 음료를 내놓고 있으며, 미국인 소비습관을 변화시키는 것을 목표로 하고 있다”며 “앞으로도 유전적, 환경적 요인에 대한 소비자의 식습관을 타겟으로 세분화된 상품들이 쏟아질 것으로 예상된다”고 밝혔다.

음료는 소비가 꾸준히 이루어지는 제품군 중 하나로 꼽힌다. 각 기업들이 저마다 차별화된 제품을 만들어내기 위해 많은 투자를 하는 이유다. 소비자 문화 및 트렌드 조사 기업인

하트먼그룹(Hartman Group)의 조사에 따르면 미국 소비자의 65%는 항상 손에 음료를 들고 있다고 답했으며, 밀레니얼세대 4명 중 3명은 손이 닿는 곳에 늘 음료를 두고 마신다고 답했다. X세대와 베이비붐 세대 역시 하루 종일 음료를 접한다고 답한 비율이 50%인 것으로 집계됐다. 또한 소비자의 62%는 ‘음료는 건강에 중요한 역할을 한다’고 답했으며 44%는 ‘음료로 에너지, 영양공급 등 건강상의 이점을 얻길 원한다’고 답했다. 동일한 질문에서 밀레니얼 세대의 응답률은 각각 65%, 55%로 조사됐다. 또한 밀레니얼 세대의 49%는 음료를 간식으로 대체한다고 답했으며, 38%는 식사대용으로 섭취한다고 답했다.



| 유기능 재료 활용한 So good사 신제품 |



| 상온 보관 기술을 특허 받은 ‘플라이 엠버’ |



| 강황, 콜라겐이 포함된 유산균 음료 |



| 에르마 마테 등 혼합한 5종의 Tea Riot 제품 |

독특하고 건강한 음료 찾는 소비자 증가

음료를 식사대용으로 마시는 소비자가 늘면서 미국 음료시장의 웰빙음료 부문에 변화를 이끌고 있다. 이전보다 더 많은 기업들이 젊은 소비자들을 대상으로 콤부차, 코코넛워터, 비타민워터 등을 활용한 다양한 음료를 내놓고 있으며, 이국적이고 색다른 맛을 찾아나서는 소비자들을 위해 강황(Tumeric), 생강(Ginger) 등을 함유한 음료도 늘고 있다.

① 차(Tea)를 이용한 음료

남미 전통 음료인 예르바 마테(Yerba mate)는 커피의 강장 효과, 차의 건강상의 이점 그리고 면역체계와 정신집중에 영향을 미치는 항산화제로 인기를 끌고 있다.

티 라이어트(Tea Riot)사는 홍차, 녹차, 백차(White Tea)와 차츰주스, 허브, 향신료 등 혼합한 100% 식물성 기반의 음료를 생산하고 있다. 마차 라이즈(Matcha Rise)에는 집중력을 높일 수 있는 성분이 추가되었으며, 히비스커스 글로우(Hibiscus Glow)에는 항산화제가 포함된 것이 특징이다. 사이더킥(Cider Kick)에는 면역력 강화, 터메릭 샤인(Turmeric Shine)은 소염 효과가 강조된다.

② 뷰티, 숙면에 도움이 되는 음료

So Good 사는 유기농식품 기반의 주스를 혼합해 만든 음료를 출시하고 최근에서는 슬립(Sleep), 뷰티(Beauty), 에너지(Energy) 샷 음료 라인도 새로 론칭했다. 특히 100% 유기농재료를 만든 슬립 샷(Sleep Shot)은 캘리포니아 산 파피꽃을 원료로 사용해 숙면과 휴식, 긴장감 완화에 효능이 강조된다. 뷰티 샷에는 식물 기반의 콜라겐 부스팅 성분인 실리카(silica)가 10g 포함됐으며 에너지 샷은 제품명 그대로 커피베

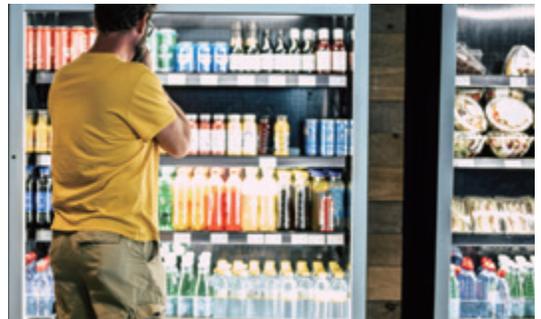
리와 모링가(moringa)가 포함돼 95mg의 카페인 성분이 들어 있는 에너지 음료다.

③ 유산균 함유 음료도 업그레이드

Good Cultures 사(LLC)는 웰니스 프로바이오틱 구트 샷을 선보였다. 이 음료는 소화기 건강은 물론 면역력을 높이는 케피어 유산균(kefir)을 사용했다. 500억 마리의 유산균과 고구마즙, 저혈당지수의 코코넛 설탕을 사용한 것이 특징이다.

Fermented Sciences사는 특허 받은 기술을 이용해 상온 보관 가능한 유산균이 들어간 콤부차인 플라잉 엠버(Flying Embers)를 개발했다. 플라잉 엠버는 저온 살균을 하지 않고도 살아있는 유산균과 콤부차 박테리아가 포함된 것이 특징이다.

Fermented Sciences사의 Bill Moses 대표는 “오늘날 소비자들은 라이프 스타일에 맞는 음료를 계속 찾고 있다. 단순히 설탕 함유량과 저칼로리를 확인하는 것에서 끝나지 않고 유기농 재료를 사용하고 유산균, 강장제 등이 첨가됐는지 꼼꼼히 살피는 스마트 소비자가 늘고 있다”고 밝혔다.



Key Point

개인의 니즈와 건강성
강조한 음료로 접근하자

개 개인의 라이프 스타일과 건강에 맞춰 구체적인 성분이 함유되고 효능이 강조된 기능성 음료를 구입하는 소비자들이 늘고 있다. 맛, 건강, 색다른과 더불어 차별화된 기능성 역시 음료 선택 시 주요 구매동기로 작용하고 있는 것을 확인할 수 있다. 미국 음료시장의 최근 트렌드를 잘 파악하여 한국산 식재료를 활용하고 차별화를 갖춘 기능성 음료 개발에 관심을 기울이면 미국시장 진출에 도움이 될 것으로 판단된다.