

달라지는 포장트렌드 ‘더 작고 똑똑하게’

맛 뿐 아니라 ‘포장’도 바뀌는 식품트렌드

빠르게 변화하는 미국 식품시장의 소비트렌드가 식품업체의 포장에도 영향을 미치고 있다. 식품업체가 늘어나는 싱글족을 겨냥한 마케팅에 집중하면서 소용량, 소포장 제품이 늘고 있으며 테크놀로지의 발전과 함께 사전정보 획득과 경험을 중시하는 소비자들의 성향이 맞물려 스마트패키징이 성장세를 나타내고 있다.

연방 센서스 국에 따르면 미국 전체인구 중 28%에 달하는 3,570만 명이 혼자 살고 있으며, 이는 13%였던 1960년대와 비교하면 두 배 이상 늘어난 수치다. 이러한 사회적 변화 때문에 많은 기업들은 1인 가구에 대한 마케팅을 늘리고 있는데, 식품업계에서는 ‘소용량, 소포장’으로 나타나고 있다. WSJ에 따르면 1인가구의 식품 소비량은 적지만, 1인용 포장을 위해서는 기꺼이 더 많은 돈을 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다. 밀레니얼세대와 Z세대를 대상으로 한 조사에 따르면 1인가구가 식품구입 시 가장 큰 고려사항으로 꼽는 것은 ‘양’이다. 응답자의 75%가 혼자서 먹지 못하고 버리는 양을 구입하는 것을 꺼리며, 식품이 소량으로 판매된다면 더 많이, 제품을 구입할 것이라고 답했다.

1인가구 시대, 작은 포장이 뜬다

이 같은 추세에 맞춰 더욱 다양한 카테고리에서 1인용 포장 제품이 등장하고 있다. ‘Pinnacle Foods’사는 1인용 제빵 제품을 출시했으며, Betty Crocker사도 1인용 케이크를 구울 수 있는 디저트 제품을 출시했다.

계란 요리도 점차 1인용으로 바뀌고 있다. 타이슨 푸드는 전자레인지 간편식으로 1인용 컵 계란요리를 출시했으며, Jimmy Dean사 역시 계란 스크램블을 1인용 소포장 제품으로 출시했다. 참치도 파우치에 담겨 1인용으로 재탄생 했고, Life’s Grape raisin사 역시 1인용 건포도 포장 패키지를 선보이며 인기를 끌고 있다.

소포장은 매출 증가로도 이어지고 있다. National Fisheries Institute의 자료에 따르면 Atuna사는 1인용 개별 참치 파우치를 출시한 이후 매출이 2014년에서 2018년 사이 22%가 증가했다. 전문가들은 음식낭비 문제에 대한 사회적 관심과 경각심 확대가 소포장 제품의 수요 증가와 관련시장 확대를 이끌 것으로 분석하고 있다.

| Pinnacle Foods의 1인용 빵 믹스 |



| Jimmy Dean의 1인용 계란요리 |



| Atuna의 참치파우치 |



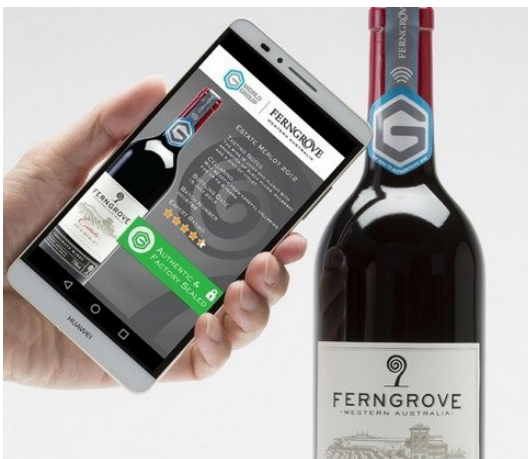
진화하는 스마트패키징

마켓앤마켓 리서치에 따르면 글로벌 스마트패키징 시장 규모는 2014년부터 2022년까지 연 평균 4.8%가 성장한 397억 달러(약 46조 123억 원)를 기록할 전망이다. 업계 관계자들은 유통과정, 혁신적인 고객 경험을 위해 스마트패키징을 고려하고 있는 것으로 조사됐다. 실제로 스마트패키징 포장시스템은 온도를 모니터링하며 부패를 막고 보관수명 연장, 오염방지, 원산지에서 최종 배송지까지 추적 등이 가능해 업계의 환영을 받고 있는 추세다.

| Heinz의 증강현실 앱 |



| Ferngrove Vineyards의 무선인식 칩이 내장된 와인 병 |



Confectionery News에 따르면 스마트패키징은 제품의 기능적 장점을 제공하거나 제품의 변화를 감지하는 두 가지 형태로 분류되고 있다. 주로 스마트폰으로 검색할 수 있는 바코드 및 QR코드를 사용해 구매정보, 영양정보, 브랜드에 대한 소비자 피드백을 체크할 수 있게 하는 것이 일반적이며 최근에는 온도와 산소량 변화에 따라 색이 변하는 스마트 잉크 및 색소를 활용한 패키징도 등장하고 있다.

케첩 브랜드로 유명한 하인즈(Heinz)는 AR(증강현실) 애플리케이션을 사용해 소비자가 제품 라벨 위로 스마트폰을 가져가면 비밀레시피 확인이 가능하도록 제작했으며, Ferngrove Vineyards사는 와인 병에 무선인식 태그칩(RFID)을 내장하여 스마트폰을 통해 고객이 브랜드에 대해 확인할 수 있도록 했다. 포장을 스마트폰에 대는 것만으로도 △포도 재배 환경 △포도 재배과정에서 사용된 농약과 비료 종류 △와인 숙성과정 △와인 생산량 등의 정보를 살펴볼 수 있다.

Key Point

잠재소비자 확보에 중요한 식품포장

- 식품의 재료나 맛과 더불어 식품포장 역시 잠재소비자 확보에 중요한 역할을 하고 있다. 소용량 포장은 인구구조 변화와 달라진 주요 소비층에 따라 이미 미국 식품업계의 주요 트렌드로 자리 잡았으며, 스마트패키징은 4차 산업시대를 맞아 적용범위와 전망이 긍정적으로 예측되고 있다. 스마트패키징 개발과 제품화는 막대한 비용이 소요되었지만 한발 앞선 투자가 반드시 필요한 부문이라는 것이 전문가들의 관측이다.



출처 : www.fooddive.com, www.packagingdigest.com, www.beveragedaily.com,
Prinnacle Foods · Jimmy Dean · Atuna 홈페이지