

밀키트 서비스보다 한수 위, 냉동식품이 뜬다

미국 냉동식품 부문은 혁신과 재투자로 최근 몇 년간의 감소세를 극복하고 르네상스를 맞고 있다. 시장조사기관인 Innova Market Insights에 의하면, 식품산업은 2017년과 2018년 사이 전 세계적으로 간편식(ready meal) 부분을 중심으로 25%의 성장이 이루어졌는데, 이는 바빠진 일상에서 건강하고, 방부제가 없는 식품을 선호하는 소비자 경향이 뒷받침된 것으로 보인다.

소비자들에게 직접 냉동식품을 제공하는 Mosaic Foods사는 원하는 때에 냉동고에서 제품을 꺼내기만 하면 간편한 식사가 가능하다는 효율성 면에서, 밀키트 서비스보다 나은 냉동식품만의 융통성이 있기 때문에 간편식 트렌드에서 우위를 점할 수 있다고 전했다. 또한 대형 냉동식품 제조사들이 양을 줄이거나, 비용 절감을 위해 종종 덜 건강한 성분들을 여전히 사용하는 반면, Mosaic Foods사 등 작은 규모의 제조

사들은 공장이 아닌 부엌에서 상품을 제조하며, 자연에 가까운 건강한 재료들로 홈메이드 스타일의 냉동식품을 만들어 소비자에게 직접 배달하는 장점을 지니고 있다.

Mosaic Foods사의 CEO인 Matt Davis는 현대의 소비자들은 식품의 안전함과 제조과정 등에 더 많은 지식을 가지고, 그들이 섭취하는 식품의 안전성에 관심을 기울이고 있는데, 이런 면에서 냉동식품은 방부제 없이 식품을 보존하는 방법으로 선호된다고 전한다. Mosaic Foods는 6가지의 채식 곡물 보울상품을 간편한 식사대용으로 개발하는 등, 냉동식품 개발을 계속 해나갈 방침이다.

간편하지만 건강한 방식으로 생산·판매된 제품 선호

간편함을 무기로 성장하고 있는 냉동식품 가운데 스무디와 같은 포장냉동식품은 정식식사를 대체할 수 있어 인기가 더욱 증가하고 있다. 밀레니엄 세대를 중심으로 소비자들은 다

| Mosaic Foods사의 냉동 간편식 |



양한 식품을 찾으면서도, 환경지속성과 제조과정의 투명성을 중요시 하게 되었다. 동물과 인체에 무해한 제조공정을 원하고, 과일을 비롯한 신선 냉동식품은 간편함을 위해 미리 세척되거나 잘려있는 것보다 수확 후 바로 냉동시킨 유기농 상품들을 선호하고 있다.

냉동식품의 색은 소비자들의 구매를 돕는 중요한 요소가 되고 있다. 밝고 선명한 색이 식품의 신선함을 증명하는 데 도움이 되며, 스무디를 사는 것보다 스무디 믹스 파우치를 선호하고 팔레오, 글루텐 프리, 무유지방, 채식상품들이 더 많이 판매되고 있다. 이는 전 세계적으로 매년 13억 톤의 식품이 버려지고 있으며, 이중 40~50%가 수확 후 변질되어 버려지는데, 냉동식품은 이런 식품들을 보존하고 식품 쓰레기를 줄이는 데 기여한다는 믿음 때문이다.

냉동식품 유통과정에서 식감을 보존하기 위해 이전에는 효

소화, 화학적·물리적으로 '개조된 전분(modified starch)'을 사용하였으나, 최근에는 클린 라벨을 원하는 소비자들의 경향으로 더 이상 선호되지 않기 때문에 Nestle사와 같은 대형 제조사들은 '생전분(native starch)'을 사용하면서도 식감을 유지하기 위해 노력하고 있다. 이런 변화의 영향을 받아 쌀 전분이 도입되어 클린라벨의 요구에 부응하면서도 식감과 맛을 유지하는 데 이용되고 있다.

2019년 초, BENE0사는 쌀 전분이 온도 변화에도 강하게 유지되는 진보된 공법을 개발하였으며, 이는 상품의 기능성을 향상시키고 있다. 화학물을 사용하지 않은 클린라벨의 기능성 쌀 전분인 'Remypure S52'를 개발하여, 이를 사용한 두 종류의 토마토소스를 혼합해 개발한 레시피가 냉동식품 유통 전 과정에 걸쳐 식감과 맛 유지에 기존의 전분보다 탁월하다는 것이 증명되었다.

| BENE0사의 냉동쌀 전분과 전분으로 만든 푸레제품 |



Key Point

**무한발전 가능성을 내포하고 있는
냉동식품 분야**

건강하지 못한 식품으로 인식되어오던 냉동식품은 사실 미래 식량으로서 가장 주목받는 분야이며 냉동식품의 영역은 아직도 발전가능성이 무궁무진하다. 건강함과 식감을 동시에 만족시키며 장기냉동이 가능한 식품으로 가는 길에는 아직 더 많은 변수가 남아있기 때문이다. 포장기술과 냉동공법, 식품 자체의 냉동기법 등 수많은 연구를 통해 더욱 특화되고 새로운 제품이 속속 등장하리라 예측되고 있다. 특히, 수출 상품들은 장기간 보관과 유통이 필요하므로 이런 공법과 재료들을 연구하여 제조한다면, 미국시장의 냉동식품의 재인식과 함께 시장진입이 매우 순조로울 것으로 보인다.