



미국 소비자들 사이에서 인기 상승 중인 대추야자(Date)

대추야자의 풍미를 활용한 스낵, 스프레드소스, 아이스크림 등이 다양하게 출시되면서 대추야자를 활용한 식품이 미국 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다. 이는 지난 6월 뉴욕에서 열린 팬시 푸드쇼에서 다채롭게 등장한 대추야자 활용 제품의 인기를 통해서도 확인할 수 있었다.

중동지역이 원산지인 대추야자(Date)는 무덤고 건조한 아프리카에서도 흔히 볼 수 있는 열매다. 한국의 대추와는 다른 종류이지만 열매의 모양이 비슷해 같은 이름으로 불리고 있다. 비슷한 맛에 대추보다 당도가 높다. 미국 내 대표 생산지는 캘리포니아의 팜데저트 지역으로, 알은 작지만 당도가 진한 품종을 생산하고 있으며, 애리조나도 대표 생산지다.

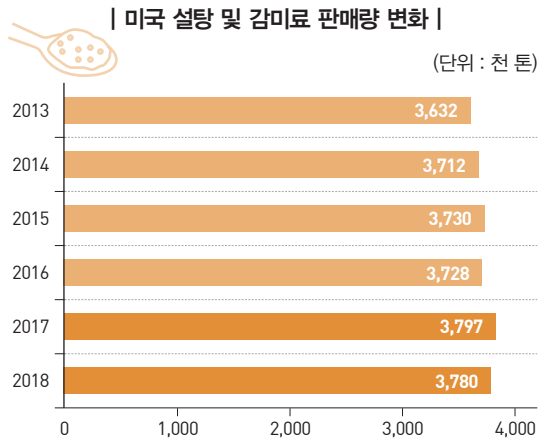
대추야자는 100mg 당 277kcal에 탄수화물 75mg, 섬유질 7mg, 단백질 2mg을 포함하고 있으며 칼륨은 USDA의 일일 권장량의 20%를 충족시킨다. 이처럼 풍부한 영양소를

지니며 항산화 효과도 뛰어난 것으로 알려지면서 원시시대 식단을 따르는 '팔레오'(Paleo), 30일간의 다이어트 식단인 'Whole 30' 등 최근 미국에서 뜨고 있는 다이어트의 식재료로도 각광받고 있다.

높은 당 함량으로 '자연사탕'(Nature's Candy)으로 불리는 대추야자는 특유의 단맛으로 설탕 대체재로 주목받고 있다. 과도한 설탕 섭취에 대한 거부감 증가와 설탕소비 감소트렌드와 맞물려, 더욱 건강한 단맛을 찾는 최근 소비자들에게 충분히 매력적으로 다가갈 수 있는 식재료이기 때문이다.

머핀, 쿠키, 케이크, 시럽 등 활용도는 점점 더 넓어지고 있는데 꿀, 메이플시럽, 아가베 등 다른 천연 당분과 비교해 보면 알레르기 유발 항원이 없다는 점이 큰 장점이 되고 있다. 또한 대추야자를 통해 자연 발생된 당분의 경우 영양성분표시에 설탕으로 표기하지 않아도 되는 것 역시 생산자 입장에서는 큰 이점이다. 설탕 섭취에 대한 경각심은 실제 설탕 소비에도 조금씩 영향을 주고 있으며 매년 등락을 거듭하는 미국 내 설탕 및

감미료 판매량은 지난 2017년 약 380만 톤에서 2018년 378만 톤으로 소폭 하락했다.



미국 식품업계, 대추야자 첨가 신제품 출시 이어져

이 같은 트렌드에 발맞춰 식품 제조사들은 설탕 및 감미료 대신 대추야자를 사용해 단맛을 낸 제품 개발에 나서고 있다. 켈로그(Kellogg)사는 대추야자 페이스트를 첨가한 'Special K Nourish Chewy Nut Bars'와 'Bear Naked bars'를 새롭게 선보였으며, 식품업계 스타트업 D'vash Organics는 유기농 및 Non-GMO 대추야자 주스를 내놓았는데 대추야자를 '중동의 슈퍼푸드'라고 소개하며 마케팅 활동을 펼치고 있다. Dole Food Company's Made In Nature brand사도 대추 스낵 팩을 판매하고 있으며, 대기업 외에 소규모업체인 Date Lady, Amazing Coachella사 등도 대추야자를 활용한 제품을 판매 중이다.

| 대추야자 설탕과 대추야자 시럽 |



| 대추야자 스낵과 건대추야자 스낵 |



최근 트렌드에 딱 맞아 인기 상승 지속될 듯

미국에서 대추야자는 애리조나, 캘리포니아, 플로리다 등지에서 재배되며 호주, 캐나다, 영국 등으로 수출하고 있다. 농업 마케팅 자원센터(Agricultural Marketing Resource Center)에 따르면 대추야자는 튀니지, 이스라엘 및 파키스탄에서 훨씬 더 많은 양을 수입하고 있는 것으로 조사됐다. 시장조사업체 Mordor Intelligence에 따르면 전 세계 대추야자 소비량은 2019년부터 2024년 사이 연평균 4% 증가할 것으로 예측되며, 대추야자가 소비자들을 겨냥할 수 있는 최근의 트렌드(식물기반 식품(plant-based), 알레르기 프리, 천연 당분)를 모두 갖추고 있어 대추야자의 인기는 앞으로 더욱 높아질 것으로 전망된다.

Key Point

한국대추에 창의적 아이디어를 입히자

한국 대추는 지난 2012년 미 식품의약국(FDA) 산하 환경보호청(EPA)이 대추의 식품 분류를 복숭아, 체리와 같은 핵과류로 개정하면서 미국 진출 가능성이 활짝 열리게 되었다. 이를 통해 대추의 잔류농약 허용기준이 '불검출'에서 '2ppm까지 허용' 되는 것으로 완화되었기 때문이다. 게다가 올 7월 EPM의 농약 잔류허용 기준 개정을 통해 다시 '3ppm까지 허용'되면서 기준은 한층 더 완화된 셈이다.

대추야자의 인기는 한국 대추 수출의 가능성을 높여주는 현상이다. 대추야자보다 단맛은 떨어지지만 유사한 식품이며, 본연의 단맛과 더불어 고유의 풍미를 가지고 있기 때문이다. 대추를 창의적으로 활용한 스낵, 아이스크림, 음료 등은 새롭게 독특하면서도 건강한 식품을 원하는 미국 젊은 층을 공략할 수 있는, 미국시장 진출의 새로운 키워드가 될 수 있다.