유명 브랜드보다 클린라벨에 더 주목하는 소비자들

뉴욕지사

클린라벨(Clean Label)이란?

- 요즘 미국 소비자들은 클린라벨(Clean Label)이 부착된 식품을 더 선호하고 있다. 합성첨가물 무(無)첨가, 간결한 원료리스트와 최소한의 가공, 천연재료 사용 등 필수 요건을 만족시키는 식품에 부여되는 클린라벨은 1990년대 영국에서 시작되었다.
- 클린라벨 도입 이후, 가공식품을 멀리하고 천연식품을 주로 찾는 것에 만족하던 소비자들은 한 걸음 더 나아가 생산부터 조리, 유통에 이르기까지 모든 과정이 투명하게 공개된 제품을 선택할 수 있게 되었다.

'클린라벨'을 바라보는 소비자들의 관점

- 미국 소비자들은 이제 식료품을 선택할 때, 브랜드 인지도보다 천연성분의 포함여부와 클린라벨 부착 여부를 더 중요하게 생각한다. 식품조사기관「센터 포 푸드 인티그리티(Center for Food Integrity)」의 조사에 따르면 응답자의 75%는 식품의 영양 및 성분라벨을 확인한다고 밝혔고, 그 중 53%는 클린라벨이 붙은 쪽을 건강한 제품이라 생각한다고 답했다.
- 원료수급과 식품가공 과정의 투명성은 식품산업의 주요 키워드로 자리 잡고 있으며, 대형식품기업들은 고객의 신뢰와 인지도를 잃지 않기 위해 세심한 노력을 기울이고 있다. 특히 어린이를 대상으로 하는 식품의 경우, 부모들은 클린라벨 제품에 더 많은 돈을 지불할 의사를 지니고 있는 것으로 나타났다.

클린라벨(Clean Label) 제품

- 가치소비를 추구하는 미국소비자들에게 인정받기 위해서는 클린라벨 트렌드에 주목해야 할 것이다. 한국 식품기업들 역시 점차 클린라벨이 요구하는 사항에 적합한 제품으로 미국 시장 진출을 시도해야 장기적으로 안정적 수출이 가능해질 것으로 보인다.

Clean Label에 대한 소비자들 관점

Consumers, retailers, industry and regulation drive more transparency in food labeling.

75% US consumers claim to read the nutritional and ingredient labels of food products.

출처 : www.ingredientsnetwork.com, www.fooddive.com