

유제품 시장의 핫 루키, ‘매운맛’

LA지사



선봉적인 인기를 끄는 매운맛 유제품

- 푸드 비즈니스 뉴스(Food Business News)에 따르면, 우유의 크리미한 질감과 유당의 단맛, 캡사이신의 조화가 2019년 아이스크림 시장의 트렌드로 떠오르고 있다. 이를 증명이라도 하듯, 최근 미국 유제품 시장에는 매운맛을 가미해 맵고 달콤한 맛이 조화를 이루는 아이스크림, 요거트 등의 제품이 선풍적인 인기를 끌고 있다.
- 푸드 비즈니스 뉴스의 질 푸켓 마켓 개발 담당자는 “인도 및 중동요리에서 자주 사용되는 스파이시 요거트(Spicy Yogurt)와 중동·사우스 아프리카의 핫 치즈 등을 사용하는 셰프가 늘면서 아이스크림과 유제품 접목 사례도

늘고 있다”고 밝혔다.

- 또한 Future Market Insights Project는 유제품 시장에서 매운맛 제품은 2016년부터 2026년까지 연 평균 6.2%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가할 것으로 내다봤다.

매운맛에 대한 소비자의 관심 증가

- 이러한 매운맛의 인기 배경에는 새로운 맛과 향에 관심이 높은 밀레니얼세대가 자리하고 있다. 이들에게 매운맛은 흥미롭고 트렌디한 맛으로 인식되고 있으며, 일부 베이비붐세대에게도 미각을 자극하는 새롭고 매력적인 맛으로 인기를 끌고 있다.

- 민텔(Mintel)에 따르면 밀레니얼세대의 80%는 후추, 고춧가루 이외에 더욱 다양한 매운 향신료에 관심이 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 이국적인 맛에 대한 소비자의 관심 역시 점점 늘고 있는 추세다. 시장 조사기관 스타티스타(Statista)에 따르면 에스닉푸드의 소매 판매는 2013년 1,090만 달러(약 123억 원)에서 2018년 1,250만 달러(약 141억 원)로 증가했다.

매운맛 제품 출시에 나선 식품 제조사들

- 이에 따라 식품 제조사들 역시 앞 다퉈 매운맛 제품의 출시를 확대하고 나섰다. 미국 코네티컷에 본사를 둔 이스케이프 브랜드(Escape Brand)는 매운맛 아이스크림 제품을 선보이며 소비자들의 주목을 받는 데 성공했으며, 그리크 요거트 브랜드인 초바니(Chobani) 역시 스리라차 망고, 치폴레 파인애플 등의 상품을 내놓았다. 마스(Mars)사는 최근 '스촐 통후추(Sichuan peppercorn)'를 가미한 매운맛 스니커즈를 중국시장에 출시했다.
- 향신료 업체 맥코믹(McCormick)은 매운맛을 찾는 소비자들의 니즈에 맞추기 위해 2017년 '랙킷 벤치저(Reckitt Benckiser)'의 식품부서를 42억 달러(약 4조 7천억 원)에 인수해 '프렌치 머스터드'와 '프랭크스 레드 핫' 브랜드를 추가하기도 했다.

한국식 매운맛의 시장진출 가능성

- 매운맛은 새롭고 흥미로운 맛에 관심이 높은 밀레니얼세대를 중심으로 미국 식품업계를 선도하기 시작했다. 과자, 캔디, 초콜릿 제품 외에 아이스크림, 요거트 등의 유제품에도 매운맛 제품이 늘어나며 큰 주목을 받고 있는 만큼, 그 활용 가치 역시 무궁무진할 것으로 예상된다. 따라서 김치와 고추장을 활용한 한국식 매운맛을 제품에 접목하는 등 창의적이고 새로운 신제품의 개발이 필요하다고 판단된다.

이스케이프 브랜드의 매운맛 아이스크림



초바니의 매운맛 요거트



마스의 매운맛 스니커즈



프렌치 머스터드, 프랭크스 레드 핫

