

2021년 미국 맛 트렌드

2020년은 코로나19 팬데믹을 비롯해 선거, 경제난 등으로 인한 압박에 대응하는 방법으로 미국의 많은 소비자들은 위로와 향수를 불러일으키며 즐거움을 위해 먹는 음식과 음료에 대한 욕구가 강해졌다. 동시에 이러한 소비자들의 욕구는 건강과 웰빙을 추구하는 매우 전형적이고 소박한 선호들과 충돌하고 있는 중이기도 하다. 소비자들은 지속적으로 건강하고 몸에 좋은 제품을 찾고 있으며, 특히 면역력을 증진시킬 수 있는 기능성 원료에 주목하고 있다. 코맥스 플레이버(Comax Flavors)와 킴튼 호텔 앤 레스토랑(Kimpton Hotels & Restaurants), 라 브리아 베이커리(La Brea Bakery)의 예측에 따르면, “2021년에는 클래식 한 기호와 기능적인 이점을 가지는 재료를 혼합하는 형태의 맛을 선호할 것”이라는 예측을 내놓았다. 또한 소비자들 사이에서 최근 어느 시기보다 집에 머무는 시간이 증가하면서 아침식사를 챙기고, 요리와 베이킹에 관심을 기울이고 있으며 이러한 행태는 지속될 것으로 예상되고 있다. 이와 함께 소비자들 사이에서 접근하기 쉬운 닭고기 요리를 즐겨하면서 닭고기 및 식물성 대체 닭고기에 대한 수요가 증가할 것으로 예측된다.

코맥스 플레이버(Comax Flavors)는 2021년 맛 트렌드를 다음과 같은 4가지로 분류하여 소개하였다.

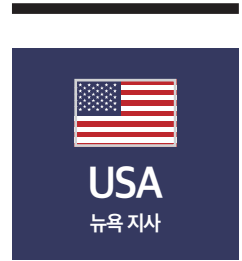
면역력 증진 코로나19 대유행이 지속되면서 건강과 웰빙이 소비자들의 마음 속에서 식품을 선택하는데 있어 우선 순위가 되고 있음. 2020년 이노바(Innova)의 소비자 조사에 따르면, 글로벌 소비자 10명 중 6명은 “면역력을 증진시키는 식음료 제품을 찾는 경우가 증가했다”고 응답하였음. 코맥스 플레이버(Comax Flavors)의 기업홍보부 부사장 캐서린 암스트롱(Vice President, Catherine Armstrong)은 “사람들은 건강을 유지하기 위해 기능성 성분이 들어간 음식과 음료에 눈을 돌리고 있다”고 밝혔고 코맥스 플레이버(Comax Flavors)는 사과 당근 생강(Apple Carrot Ginger), 블루베리 엘더베리(Blueberry Elderberry), 마누카 꿀(Manuka honey)에 대한 수요가 증가할 것으로 예측하였음.

아침식사 재택근무는 아이들을 위한 원격 학습과 함께 이제 새로운 일상의 생활패턴으로 자리잡아 가고 있음. 이러한 상황은 아침식사에 대한 관심 증가로 이어지고 있음. 닐슨(Nielsen)에 따르면 2020년 4월 25일 마감되는 한 주 동안 아침 식사용 시리얼 판매는 전년 동기 대비 35% 증가하였음. 집에 있든, 밖에 있든, 소비자들은 아침식사를 먹는 것으로 되돌아가고 있음. 코맥스 플레이버(Comax Flavor)는 시리얼과 우유(Cereal & Milk), 프렌치토스트(French Toast), 젤리 도넛(Jelly Donut)에 대한 수요가 증가할 것으로 예측하였음.

홈베이커 소비자들은 과거와 달리 많은 시간을 부엌에서 보내고 이는 제빵과 요리에 대한 연구와 몰두로 이어지고 있음. 미국인 1,005명을 대상으로 한 헌터(Hunter) 연구에 따르면, 54%는 이전보다 요리를 더 많이 하고 있으며, 46%는 이전보다 베이킹을 더 많이 하고 있다고 답하였음. 또한 50%는 주방에서 자신감이 향상되었으며, 26%는 요리에 대해 더 많이 배우고 있다고 답하였음. 로즈마리 같은 클래식한 정원 허브 및 정원에서 얻을 수 있는 여러 가지 야채와 허브에 대한 선호가 역시 증가할 것으로 예상하고 있음.

치킨 닭고기는 시장에서 항상 인기 있는 품목 중에 하나였음에도 불구하고 팬데믹 기간 동안 닭고기는 예년과 비교하여 소비가 급증하였음. 트위터의 2019년 3월 1일부터 9월 1일까지 트윗을 올린 해 같은 기간과 비교한 자료에 따르면, 치킨(Chicken)은 ‘미국에서 음식에 관한 가장 많은 트윗’ 1위를 차지하였음. 2021년 몸에 좋고 향수를 불러일으키면서 기능적인 요소를 가지고 있는 재료에 대한 선호의 증가는 닭고기에 대한 수요를 증가시킬 것으로 예상되며 이러한 트렌드는 닭고기와 닭고기 대용의 식물성 대체 닭고기 모두를 아우를 것임.

이외에도 소비자들의 달콤한 간식에 대한 수요 역시 꾸준히 존재할 것으로 예측되고 있다. 킴튼(Kimpton)은 전통적으로 위안을 주는 음식의 건강한 버전에 대한 소비자들의 욕구가 증가하면서 탄수화물에 관심이 증가하고 있으며 식물기반, 저당(low sugar), 향산화 성분이 풍부한 원재료가 천연 감미료로 인기를 끌 것으로 예상하였다.



Key Point

2021년 유행할 맛을 예측한 자료에 따르면, 소비자들 사이에서 식품 선택함에 있어 ‘즐거움을 위하여 먹는 맛’과 ‘건강함을 느끼게 해주는 맛’, 이 두 가지 요소를 결합하는 것에 주력하고 있는 것으로 보인다. 건강을 위한 기능적인 원재료(functional ingredients)의 성장이 예상되고 있으며 전통적으로 즐거움을 위하여 먹었던 식품에 건강을 위한 기능적인 원재료를 혼합하는 것과 같은 제품 혁신이 필요할 것으로 보인다. 이를 종합하여 성공적인 시장 진출을 위해서는 빠르게 변화하는 소비자들의 트렌드를 미리 분석하고 이를 제품에 적용하는 것이 필요할 것이다.

출처 :

- 1 Comax Releases 2021 Flavor Trends: Focus on Immunity, Breakfast, Baking, and Chicken Products - <https://www.refrigeratedfrozenfood.com/articles/99775-comax-releases-2021-flavor-trends-focus-on-immunity-breakfast-baking-and-chicken-products>
- 2 Flavor trends for 2021: fresh from the garden, breakfast all day, chicken & home baked goods - <https://www.foodnavigator-usa.com/Article/2020/11/19/Flavor-trends-for-2021-fresh-from-the-garden-breakfast-all-day-chicken-home-baked-goods>