



# 2021 미국 식품 트렌드



## 1 면역력 관련식품 증가

지난해 대부분의 소비자들은 건강을 유지하기 위해 시간을 보냈으며, 이러한 욕구는 그들의 음식 선택에 자연스럽게 스며들었다. ADM 리서치에 따르면, 코로나19 사태는 많은 소비자들이 면역력에 도움이 되는 음식에 관심을 두게 했으며, 이러한 패턴은 올해에도 계속 될 것이라고 전문가들은 예측했다. 트렌드 예측기업 WGSN의 카라 닐슨 식품 & 음료 디렉터는 “많은 사람들이 이와 같은 면역 유행에 편승할 것이다” 라고 밝혔다. 또한 세계적인 식품조사기관인 이노바(Innova)의 소비자 조사에 따르면, 전 세계 소비자 10명 중 6명이 면역력 건강제품에 관심을 두기 시작했다고 답했다.

많은 기업들이 내놓은 면역력을 높일 수 있는 제품은 이미 매출이 급상승했고, 여러 식품 회사들도 면역력을 높일 수 있는 식품들로 포트폴리오를 확장하고 있는 모습이다. 요거트회사 '초바니(Chobani)'는 최근 유산균 함유량을 강조한 프로바이오틱스(Probiotics) 제품라인을 출시했고, 음료 회사 '앵클 메츠(Uncle Matt's)'도 강화 함유 오렌지주스와 면역력강화주스 제품을 출시했다.



▲ 초바니의 Probiotics 라인

자료 : <https://www.godairyfree.org/product-reviews/chobani-probiotic-drinks>

▲ 앵클 메츠(Uncle Matt's)의 2종

자료 : <http://www.unclematts.com>

출처 :  
Food Dive "5 trends fueling food and beverage innovation in 2021"  
- <https://www.fooddive.com/news/5-trends-fueling-food-and-beverage-innovation-in-2021/592588/>

## 2 생산 투명성 강화

코로나19 사태를 맞이하면서 많은 소비자들은 음식이 어디서, 어떻게 생산되는지에 대한 비판적인 시각을 갖기 시작했다. 많은 업체들은 소비자들의 이러한 니즈를 맞추기 위해 식품 생산 및 근무환경을 더 안전하고 깨끗하게 만들기 위한 테크놀러지를 개발하기에 이르렀다. 이노바 마켓인사이트(Innova Market Insights)에 따르면, 소비자의 60%는 식품의 출처에 대해 더 많이 알고 싶다고 응답했다. 이로써 공급망 전반에 걸친 투명성이 올해의 트렌드로 자리잡을 것으로 예측했다. 식품 품질의 실시간 모니터링을 제공하는 디지털 유통기한 라벨, 스마트패키징 그리고 농장에서부터 소비자 식탁까지 추적할 수 있는 '블록체인' 기술 등이 그 예다.

육류가공업체들은 식품안전을 높이기 위해 더 많은 자동화 및 로보공학을 통합하려는 계획을 촉진시키기 시작했다. 축산물 생산회사인 타이슨 푸드(Tyson Foods)는 제조자동화센터 내에 엔지니어들이 제품의 결함을 탐지할 수 있도록 하는 로봇카메라와 같은 혁신적인 기술을 개발하기 위해 노력하고 있다.

## 3 식물기반(Plant-based) 식품 약진

지난 몇 년간 식물기반(Plant-based) 식품은 중요한 트렌드로 자리매김하고 있다. 전문가들은 2020년 한 해 동안 식물기반 식품의 판매량은 역대 최대가 될 것으로 전망하고 있다. 패키지 팩트(Packaged Facts)에 따르면, 식물성 유제품과 계란 판매는 약 43억 달러가 될 것으로 예상되며, 닐슨(Nielsen)에 따르면, 2020년 10월 3일까지 대체육류의 판매는 2019년 첫 9개월과 비교해 약 129% 증가했다.

지난 몇 년간 식물기반 유제품 시장을 장악했던 두유와 아몬드유는 귀리, 퀴노아, 햄프, 마카다미아 등으로까지 확대됐으며, 밀가루와 쌀 등의 대체곡물로 컬리플라워가 떠오르고 있다.



▲ FAVA 콩 스낵

자료 : www.amazon.com

또한 병아리콩과 파마(fava) 콩도 인기가 높아짐에 따라 버터, 커피크리머, 스낵 등으로 출시되고 있다.

## 4 글로벌 에스닉 음식 인기

코로나19로 인해 해외여행이 제한되면서 다른 나라의 '새로운 맛'을 찾는 소비자들의 관심은 2021년에 더욱 증가할 것으로 예상되고 있다. 전문가들은 소비자들이 예전과 달리 여행과 외식에 대해 제약을 받는 탓에 다른 국가 음식에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 따라 새롭고 신기한 음식들을 찾고 있다고 진단했다. 그 예로 과일류, 베리, 버터플라이 피 꽃(Butterfly Pea Flower), 모링가 등이 그 예라고 밝혔다.

## 5 유전자변형작물 시장 진입

2021년에도 유전자변형식품 기술이 더 발전할 것으로 전망된다. 지난 수십 년 동안 유전자변형만큼 식품생산의 발전을 변화시킨 기술은 없었던 것으로 평가받고 있다. 이제 과일과 채소의 맛, 질감, 생산을 향상시키기 위한 기술 발전은 유전자가위(CRISPR) 및 유전자편집 기술(Gene Editing)로 확대되고 있다. 유전자가위(CRISPR) 기술은 그린채소, 블랙베리사, 체리의 쓴맛 성분을 제거하는데 사용된다. 노스캐롤라이나주립대학의 제니퍼 쿠즈마 교수는 "2021년에는 유전자편집과 CRISPR(크리스퍼)기반 작물이 본격적으로 시장에 진입할 것으로 보인다"고 밝혔다.

### Key Point

코로나19로 인해 일상 식습관과 쇼핑 패턴 등이 많은 변화를 맞이했다. 많은 사람들이 먹는 것을 포함하여 면역력 유지 등 건강에 주요한 초점을 맞추게 되면서 건강과 관련한 음식문화도 달라지는 경향을 보이고 있다. 코로나19 시대에 미국시장 진출을 위해 신제품을 출시를 앞두고 있거나 변화를 꾀하는 한국업체들은 이러한 변화와 트렌드에 맞춰 제품 개발을 고민해봐야 할 것이다.



▲ Plant-based 커피크리머

자료 : thrivemarket.com