



미국 스낵시장, 성공 키워드는 ‘다양한 맛’

미국 스낵시장 성장세

미국 소비자들의 꾸준한 스낵 수요와 라이프스타일 변화 등으로 다양한 맛의 스낵 제품이 등장하고 있다. 조사업체 민텔(Mintel)의 연구에 따르면, 소비자의 43%는 스낵을 구매할 때 항상 새로운 맛을 찾지만 약 41%는 가끔 새로운 맛을 찾는다고 응답했다.

식품 전문매체 「푸드비즈니스뉴스(Food Business News)」는 민텔의 트렌드 전문가인 린 돈블레서(Lynn Dornblaser)가 지난 8월 22일부터 24일까지 SNAXPO21에서 열린 프레젠테이션에서 밝힌 내용을 인용하여, 미국 스낵시장에서 성공하기 위해서는 “새로운 맛을 잡는 것이 중요하며 식품기업들은 스낵 판매와 소비를 촉진하기 위해 출시 전 다양한 맛에 대한 실험이 필요하다”고 조언했다.

미국 스낵시장은 짭짤하고 감칠맛을 내는 ‘세이보리(Savoury)’ 스낵이 주도하고 있다. 유로모니터에 따르면 2021년 미국 스낵시장 규모는 1,321억 1,200백만 달러 규모이며, 이 중 세이보리 스낵은 551억 2,000만 달러로 전체 스낵시장에서 약 42%를 차지하고 있다. 세이보리 스낵시장은 매년 성장을 거듭하며 2024년 약 580억 달러에 달할 것으로 예측된다.

선호하는 맛, 연령별로 달라

미국 스낵시장 소비자들이 가장 선호하는 맛은 체다치즈, 소금, 바비큐, 마늘, 랜치 소스 등으로 나타났다. 연령층이 높은 소비층에서는 양파맛의 선호도가 가장 높았으며 Z세대는 피넛버터맛을 특히 좋아하는 것으로 나타났다.

연령별로 ‘새로운 맛’에 대한 도전은 차이를 보였는데 45세 미만의 소비자는 새로운 맛에 도전할 가능성이 가장 높았지만 55세 이상의 소비자는 새로운 도전을 꺼리고 익숙한 맛을 찾는 것으로 조사됐다. 업계 관계자들은 “스낵 맛 관련 시험 시 업체들은 Z세대와 영 밀레니얼 세대를 대상으로 실험을 진행하고 있다. 이들이 선호하는 맛과 원하는 맛을 찾는 것이 식품시장의 타겟을 파악하는데 중요한 열쇠가 될 수 있다”고 진단하고 있다.

미국 스낵시장 규모 및 예상 추이

(단위 : 백만 달러)

품목	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
세이보리스낵	47,129.7	48,890.6	51,254.6	54,987.8	55,119.8	55,542.3	56,322.8	57,916.8
아이스크림 및 냉동디저트	16,078.1	16,302.9	16,444.9	18,563.4	17,681.0	17,775.9	18,084.3	18,357.6
제과류	34,006.1	34,547.3	35,595.4	35,796.0	36,847.7	38,312.5	39,112.5	39,684.4
달콤한비스킷, 스낵바, 과일스낵	20,314.4	21,072.7	21,814.8	22,412.3	22,463.4	23,640.5	24,346.1	24,882.2
스낵전체	117,528.3	120,813.5	125,109.6	131,759.6	132,111.9	135,271.2	137,865.8	140,141.4



코코넛맛 스낵

자료 www.creativesnacks.com

버섯스낵

자료 www.walmart.com

치폴레맛 스낵

자료 www.walmart.com

다양한 맛의 등장

스낵시장에도 불고 있는 건강 열풍으로 전통적인 형태의 스낵류 외에 다양한 제품이 등장하고 있다. 그동안 미국 스낵제품에서 흔하게 사용하지 않았던 식재료인 커피, 코코넛, 치폴레, 살라미 소시지, 석류, 버섯, 맥주 등이 폭넓게 활용되며 변화를 주도하고 있다. 독특한 맛을 찾고 있는 스낵 제조업체들은 마카, 김치, 고지베리(구기자) 또는 과히요 칠리(guajillo chili)와 같은 특이한 맛을 주목하고 있다. '도전해보고 싶은 맛'에 있어 감자칩 또는 토르티야칩과 같은 익숙한 맛과 결합하는 것이 소비자들의 주목을 끌고 심리적 거리를 좁힐 수 있을 것이다.

이밖에도 감자칩 대신 해초 또는 건조 포토벨로 버섯 등의

재료를 이용한 칩을 만드는 방안도 있으며 소비자에게 익숙한 컬리플라워, 병아리콩, 비트, 고구마, 검은콩을 베이스 재료로 사용한 칩도 이미 소비자들로부터 큰 인기를 얻고 있다. 이런 재료들은 비타민, 미네랄 등 건강한 성분이 많이 포함되어 있어 건강한 맛으로 소비자들에게 어필하고 있다.

반면 전문가들은 스낵 제조업체들이 제품 이름을 정할 때 주의해야 할 점도 있다고 덧붙였다. 제품 특징과 제품명이 맞지 않는다면 아무리 창의적인 재료를 사용해 만든 신제품이라도 소비자들에게 외면당할 수도 있으므로 예를 들어 카이엔 식초, 후추 스낵은 제품 특성에 맞게 맵고 핫한 컨셉의 이름으로 지어져야 한다고 조언했다.

미국에서 판매중인 김치맛 스낵



자료 ① www.amazon.com ② www.worldmarket.com

작성자 LA지사 박지혜

Key Point

다양한 맛에 대한 미국 소비자들의 호기심과 호감도가 높아지면서 스낵류에도 기존에 없던 독특한 맛을 찾는 소비자들이 늘고 있다. 더불어 매운맛이 각광받고 있음에 따라 K-Food에 대한 호감도가 높은 점, '건강'이 메가 키워드로 자리잡은 점들을 고루 활용해야 한다. 김치, 고추장 등 한국의 맛을 살리고 건강한 성분을 더해 소비자들에게 어필할 수 있는 스낵제품이 개발, 출시된다면 미국시장에서 소비자들의 눈길을 사로잡을 수 있을 것으로 기대해 볼 수 있을 것이다.