

2022 애너하임 식품박람회 (NPEW) 트렌드

미 서부 최대 식품 박람회, 코로나19 이후 첫 대면 박람회로 열려

미 서부 최대 규모의 '2022 애너하임 식품박람회(Natural Product Expo West 2022, NPEW 2022)'가 지난 3월 8일부터 12일까지 미국 캘리포니아주 애너하임 컨벤션 센터에서 개최됐다. 식품업계의 '수퍼보울(Super bowl)'이라고 불릴 만큼 최대 이벤트인 이번 박람회는 코로나19 팬데믹으로 인해 2년간 대면 박람회 개최가 중단되었다가 올해 다시 열렸다. 2019년보다 규모는 다소 줄었으나 이번 박람회에는 전 세계 총 2,700여 개 업체, 5만 7,000여 명의 관람객이 참가했다. 올해 박람회에는 더욱 다양해진 '식물기반(Planted-based) 식품'과 공에서 추출한 단백질로 만든 다양한 가공 햄 및 햄버거 패티, '무설탕(No sugar) 초콜릿', 꿀, 다양한 종류의 두부 등 건강식을 선보이며 환경을 강조한 기업들이 박람회장에서 눈길을 끌었다.

더욱 다양해진 식물기반 식품

식물기반(Plant-based) 식품 카테고리는 꾸준한 성장을 거듭하며 트렌드를 넘어 박람회를 주도하는 키워드로 자리 잡았다. 이에 따라 관련 제품은 더욱 다양해졌으며, 육류 대체 식품, 에그프리(egg free)를 강조한 베이커리, 키토, 콩(Peas) 활용 제품, 식물성 우유 등이 주를 이뤘다.

대추야자 식품 확장세

대추야자(Date)의 천연 단맛을 활용한 제품도 다양하게 소개됐다. 대추야자의 단맛은 꿀이나 메이플 시럽을 대신해 사용 가능하며 특히 정제 설탕 대신 제빵에 사용할 수 있다는 점이 강조됐다. 대추야자 시럽 및 페이스트, 스위트치리, 바버큐 소스 등 다양한 소스 제품은 물론 건강 간식으로 먹을 수 있는 말린 대추스넵이나 바 형태로 제조한 제품들도 등장했다.



대추야자 활용 소스



대추야자 시럽



대추야자 바

'환경보호'를 홍보 포인트로 잡은 기업 증가

환경보호의 가치가 높아짐에 따라 소비자들에게 불필요한 포장을 줄이고 친환경 재료를 활용했음을 홍보 포인트로 활용한 기업이 늘어났다. 업사이클(Upcycle), '기후 친화적(Climate Friendly)' 등 다양한 키워드가 친환경 제품임을 강조하는데 활용되었으며, 친환경 포장으로 퇴비화가 가능하다는 점을 강조한 요구르트 제품, 티백, 수산물 제품들이 눈에 띄었다. 국제 인증기관인 UL의 OBP(Ocean Bound Plastic) 인증을 통해 플라스틱 물병의 친환경성을 입증한 기업도 등장했다.





1 Plant-based 피자 2 Plant-based 쌀 우유 3 Plant-based 치킨 wing 4 Plant-based 치즈

트렌드 키워드는 '키토'

탄수화물 대체품으로 컬리플라워가 인기를 끌며 다양한 제품이 개발 및 출시되고 있다. 컬리플라워로 만든 피자, 밀가루 대신 컬리플라워 튀김옷을 사용해 만든 치킨너겟, 쌀 대신 컬리플라워로 만든 컵밥 등이 등장했다.

콩(peas) 역시 탄수화물 대체품으로 활용되고 있으며, 식빵, 팝콘, 파스타 등 다양하게 개발된 제품이 등장했다. 밀가루를 사용했음에도 탄수화물 함량이 적은 것을 알리며 팬케이크, 쿠키

등도 '키토(Keto)'임을 내세워 홍보했다.

건강 기능식품의 인기 재료는 '콜라겐'

건강기능식품의 인기 재료로 떠오른 콜라겐은 물, 젤리, 캔디, 프로틴바, 초콜릿 셰이크, 커피 크림 등으로 확대됐다. 한국 수출업체도 석류 콜라겐 제품을 가지고 단독 부스로 참가해 높은 관심을 받았다.



환경보호의 중요성을 강조한 체험관을 설치한 기업



'기후친화적' 제품을 강조한 스낵



콜라겐 함유 커피 크림어



다양한 두부 제품



키토 팬케이크

단백질 소비 트렌드 확산으로 떠오른 '두부'

단백질 소비 트렌드 확산으로 인해 두부가 인기 식재료로 떠올랐다. 두부를 활용한 제품이 더욱 다양해졌으며 유자 맛을 첨가한 샐러드용 유자 두부, 미네랄 등을 함유하여 기능성 식품으로 발전된 제품, 식사 대용으로 활용 가능한 간편식과 두부로 만든 소시지, 허브, 바질, 올리브 등이 가미된 다양한 제품들이 소개됐다.

'무설탕' 천연 단맛 강조

캔디, 초콜릿, 스낵 등의 카테고리에서는 '무설탕(No Sugar)'을 내세운 제품들이 여전히 강세를 보였고 특히 유아용 식품에서 '무설탕'은 필수 요소로 자리 잡았다. 특히 꿀의 활용 범위와 종류가 더욱 다양해져 블랙베리, 야생화(Wild Flower) 등의 과일과 꽃 향의 풍미를 담은 제품과, 치즈용, 바비큐 그릴용, 차(tea)용 등 요리법에 따라 세분화된 제품도 등장했다. 매운맛의 인기로 힘입어 '매운맛 꿀'도 등장해 눈길을 끌었다.

C.B.D 추출물을 이용한 제품 확대

미국 내 대마가 합법화인 주가 확대됨에 따라 칸나비디올(Cannabidiol) 및 대마(C.B.D) 추출물을 이용한 커피, 차, 스낵 등의 다양한 식품들이 등장했으며 통증 완화 및 불안감 감소 등의 의학적 효능을 어필했다.



- 1 매운맛 꿀
- 2 CBD 활용 식품

작성자 LA지사 박지혜

Key Point

'2022 애너하임 식품박람회(NPEW 2022)'는 전 세계 식품 트렌드를 한눈에 확인할 수 있는 식품 박람회로, 예년에 비해 참관객 수는 다소 줄었으나 코로나19 이후 처음으로 치러진 대면 박람회라는 점에서 의미가 크다. 수년 전에 새로운 트렌드로 떠올랐던 식물기반 식품이 박람회를 주도하는 대표 키워드가 되었으며 건강기능식품이 더욱 세분화되고 다양한 식재료가 활용되고 있다는 것이 확인됐다. 특히 미국 진출을 앞둔 한국기업들은 '친환경'과 '지속가능성'이 식품기업에서도 중요한 가치로 떠오르고 있다는 점을 고려하고 이에 따른 변화를 주목해야 할 것이다.