



미국 '스윗 앤 스낵 엑스포'에서 주목한 5가지 제품

제25회 '스윗 앤 스낵 엑스포'

제25회 스윗 앤 스낵 엑스포(Sweets & Snacks Expo)가 지난 5월 시카고 맥코믹 플레이스(McCormick Place)에서 개최되었다. 코로나19 이후 시카고에서 동 박람회가 다시 열린 것은 2019년 이후 처음으로, 전 세계 약 700개 업체와 1만 6,000여명의 참가객이 몰려 성황리에 종료되었다. 다음은 올해 '스윗 앤 스낵 엑스포'에서 주목받은 5개 브랜드의 제품들이다.

토마토 육포, 무니 팜스(Moony Farms)

시카고 스윗 앤 스낵 박람회를 주도한 키워드 역시 '식물 기반(Plant-based)'이다. 수많은 브랜드와 제품이 '식물 기반'과 '클린라벨(Clean Label)'을 내세우며 소비자들의 이목을 끌었는데 특히 무니 팜스의 토마토 육포(Jerky)는 그동안 콩고기, 버섯 등을 활용하여 종종 등장했던 식물 기반 육포 시장에서 새로움으로 눈길을 끌었다. 무니 팜스는 썬드라이드(Sun-Dried) 토마토 가공 경험을 바탕으로 스리라차와 테리아키&후추 두 가지 맛을 내놓았으며 Non-GMO와 1회 섭취량 당 6그램의 단백질과 섬유질을 함유했음을 강조했다.

독성 폐기물 캔디? 캔디 다이내믹스(Candy Dynamics)

'시큼한 스모그(Sour Smog Balls)', '독성 폐기물 캔디(Toxic Waste Hazardously Sour Candy)' 등 모험적이고 도전적인 소비자들도 망설이게 만드는 제품명을 가진 이 캔디는 이름과는 정반대로 오히려 환경 보호의 문제를 환기시키고 있다. 캔디 다이내믹스의 제품들은 'Hazmat the Lab Rat', 'Mr. Toxie Head', 'Professor Sauernoggin'과 같은 만화 캐릭터를 사용하여 유해 폐기물의 안전하고 적절한 처리, 재활용 및 급수 보호와 같은 문제에 대해 소비자들의 관심을 끌고 경각심을 일깨운다는 평을 받고 있다.



자료 Amazon.com



1 www.vendingmarketwatch.com

2 Walmart.com

3 www.specialtyfood.com

아이스크림 커피 한 컵, 40 빌로우

구슬 아이스크림으로 유명한 디핑 닷츠(Dippin' Dots)의 설립자인 커트 존스(Curt Jones)가 커피를 좋아하는 아내를 위한 간식으로 만들기 시작했다고 알려진 40 빌로우(40 Below) 제품은 코코넛 우유, 아몬드 우유 등 식물 기반 유제품을 활용해 만든 크리머와 아라비카 원두를 원료로, 화씨 영화 320도로 냉각된 액체 질소를 사용하여 빠르게 동결한 커피맛 구슬 아이스크림이다.

아이스크림과 커피를 접목하여 만들어낸 식물 기반 식품 트렌드를 반영한 신선한 제품이라는 평을 받은 40 빌로우는 올 여름 아이스 캔디를 대체할 수 있는 딸기, 블루베리와 기타 과일을 넣은 'The Fruity Whey'를 선보일 예정이다.

케이크로 건배! 그레이트 스피리츠 베이킹 컴퍼니

한 조각을 들고 '건배'라고 외칠 수 있는 케이크도 등장해 주목을 받았다. 그레이트 스피리츠 베이킹 컴퍼니(Great Spirits Baking Company)는 '많이 먹으면 취하는' 케이크를 만들기 위해 기네스(Guinness), 베일리스(Baileys), 잭 다니엘스(Jack Daniel's), 팔리니 등 주류 브랜드의 술을 첨가한 케이크를 선보였다.

위스키로 유명한 잭 다니엘의 케이크를 만드는 독점 라이선스를 매입한 후 잭 다니엘 위스키 바닐라 케이크, 잭 다니엘 초콜릿 케이크, 잭 다니엘 피칸 케이크로 시작해 현재 베일리스 아이리쉬 크림 바닐라 케이크, 기네스 초콜릿 스타우트 케이크 등을 판매 중이다.

이들 케이크 제품에는 매우 소량의 알코올이 함유되어 있어 규정상 무알콜로 정의되며 새로운 것을 시도하고자 하는 소비자들의 높은 관심으로 2021년 매출이 두 배로 증가한 것으로 나타났다.

휴대용 베이컨, 리프스 스모크하우스

육포처럼 휴대와 섭취가 간편해진 베이컨 제품도 등장했다. 리프스 스모크하우스(Riffs Smokehouse)는 전자렌지에 5초간 데우거나 또는 그대로 먹을 수 있는 휴대용 베이컨 제품을 내놴다. 'On to go' 방식의 RTD를 선호하고 간편함을 중시하는 MZ세대는 물론 바이커, 운동선수들을 주 소비 타겟으로 한 이 제품은 비록 베이컨이지만 설상 섭취를 피하고 조금이라도 더 건강하게 먹고자 하는 소비자를 위해 감미료를 첨가하지 않은 제품을 개발 중이라고 전했다.

작성작자 LA지사 박지혜

Key Point

시카고 스위트 앤 스낵 엑스포에서는 'The Annual Most Innovation New Product Awards'를 통해 올해 가장 혁신적인 제품 및 스낵 제품을 선정했다. 300개 이상의 제품을 평가하여 선정했는데 초콜릿, 짭짤한 스낵, 달콤한 스낵, 고기스낵, 견과류 등 13개의 카테고리에서 당근 육포, 칠리리얼맛 돼지껍데기 스낵, 오트밀크 초콜릿 등이 선정됐다. 이번 박람회에서는 소비자들에게 주목받고 혁신제품으로 선정된 제품들에서 알 수 있듯이 젊은 세대층을 주 타겟으로 한 제품 및 스낵류에는 독특한 아이디어에 식물 기반이라는 메가 트렌드를 접목한 제품이 눈에 띄고 관심을 받았다는 점을 알 수 있다. 미국 스낵시장 진출에 도전하는 한국업체들도 독특한 발상에 새로운 재료, 건강함을 접목한 신제품 개발이 필요할 것으로 보인다.