

미국 식료품점에서 볼 수 있는 5가지 소비트렌드



자료 FoodDive (<https://www.grocerydive.com/>)

혼란 속 소비자들에 주목하는 미국 식품업계

코로나19 팬데믹과 전쟁, 그리고 사상 초유의 물가 상승으로 인한 인플레이션 위기 등으로 미국 식품업계는 최근 몇 년간 발생하고 있는 혼란 속에서 운영의 어려움을 겪고 있다. 뿐만 아니라 높은 식품 가격과 생활 방식의 변화로 인한 소비자들의 소비 행동이 어떻게 변화하는지에 대해 고심하고 있다.

FMI(Food Industry Association)는 최신 보고서를 통해 소비자들의 식습관 패턴, 먹는 음식, 음식을 구매하는 방법을 조사하였다. 'Future Outlook'이라고 불리는 이 보고서를 통해 FMI는 식료품 구매 트렌드를 발표했다. FMI의 레슬리 사라신(Leslie Sarasin) CEO는 "경색된 경제, 계속되는 팬데믹, 지속적인 공급망 문제, 신기술의 채택 등 여러 요인들로 인해 식품과 관련된 문제가 복잡해지고 있다"고 밝혔다.

① 식료품의 온라인 쇼핑

보고서에 따르면 팬데믹 이후 온라인 쇼핑 이용은 지속되고 있다. 지난 2월 조사 대상 중 응답자의 64%가 지난 한 해 동안 식료품 구매를 위해 적어도 가끔 온라인 쇼핑을 했다고 답하였다.

앞서 FMI는 식품 판매업자들이 매장 방문을 비롯해 온라인 소비자 모두에게 서비스를 제공하는 방법을 조사하면서 옴니 채널과 하이브리드 쇼핑이 추진력을 가질 것으로 예측한 바 있다. 보고서에 따르면 전자상거래는 쇼핑객들이 슈퍼마켓 뿐만 아니라 다양한 곳에서 쇼핑을 할 수 있도록 영향을 끼쳤다고 언급했다.

FMI는 유통업체들이 고객 충성도나 대량 구매 고객들을 대상으로 한 할인 혜택을 부여해 더 많은 구매를 장려하는 것 외에도 최소 한 가지 이상의 온라인 채널을 실행함으로써 쇼핑객을 유인할 수 있다고 전했다.

② 개인화된 식이요법

FMI는 소비자들의 식습관이 체중 감량을 위한 단순한 식이요법 보다는 개인화된 음식 규칙을 따르고 있다고 밝혔다. 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 식이요법도 다양해지고 있으며 소비자들은 건강 상태에 맞게 식이요법을 선별하여 진행하고 있다. 설문조사 대상 소비자의 50% 가량이 가장 많이 하는 식이요법으로는 ①저탄고지, ②간헐적 단식, ③식물기반(Plant-based)식품을 꼽았다.

③ 가격 상승의 대응

최근 이슈인 물가 상승에 따라 식료품 역시 연쇄적으로 가격 상승이 이루어지고 있다. 높아진 가격 압박으로 소비심리가 위축되고 있는 반면, 일부 고객들은 프리미엄 제품을 구매함으로써 오히려 식료품 구입에 더 많은 돈을 쓰고 있다.

1년 전에 비해 현재 식료품 구입에 더 많은 돈을 쓰고 있는 쇼핑객들 중 19%는 부분적으로 더 좋은 품질의 물건을 구매했다고 답하였다.

고품질의 프리미엄 제품을 구입하는 소비자는 고소득자 외에도 어린 자녀가 있는 밀레니얼 세대로 조사되었다. FMI는 이 유식, 식물성 육류 대체품, 밀키트, 신선식품, 신선한 육류와 해산물도 프리미엄 품목 중에서도 쇼핑객들이 관심을 가지는 카테고리라고 전했으며, 이들 카테고리는 식품 인플레이션에 대한 소비자의 우려에도 불구하고 프리미엄화가 지속될 가능성이 높다고 진단했다.

④ 빨라진 식사 준비

가정 내 조리 및 식사 트렌드는 팬데믹의 영향으로 시작되었으며 많은 소비자들이 식재료를 구입하도록 이끌었다. 조사 결과, 팬데믹 이후 소비자들의 대다수는 식사를 미리 계획한다고 답하였다. 30%의 소비자는 이를 전에 미리 계획하고 있으며, 46%는 같은 날 식사 전에 계획하고 있다고 답하였다.

또한 식사 준비 속도가 점점 빨라지는 모습도 보였다. 2020년과 2021년 모두 식사 준비에 1시간 이상 소요된다는 소비자는 37%였으나 2022년 이 비율은 26%로 떨어졌다. 또한 식사 준비에 30분 미만인 걸린다는 응답은 올해 30%로 2020년 18%, 2021년 15%에 비해 높아졌다.

이는 가정 내에서 요리를 하는 것에 대한 소비자들의 열정이 시들해지고 있으며 바로 먹을 수 있는 준비된 식사 제품을 찾고 있다는 것을 보여주며 점점 높아지는 HMR 제품에 대한 높은 수요와 인기를 시사하고 있다.

⑤ 세대 간 시선 차이

건강에 대한 관심이 높아진 것은 논쟁의 여부가 없으며 많은 소비자들은 설탕과 나트륨 함유량을 줄이는데 집중하고 있다. 그러나 건강과 관련한 최우선 고려사항에 있어서는 세대 간 차이를 보이고 있다.

베이비부머 세대 이상의 소비자들은 저콜레스테롤, 심혈관 질환과 관련된 건강에 더 집중하는 한편, 젊은 소비자들은 식물성 제품, 알러지 관련 문제에 더욱 관심을 보이고 있는 것으로 나타났다.

작성자 LA지사 박지혜

Key Point

코로나19 위기 속 미국 식품업계는 가정 조리식 증가와 간편·기능성 식품 수요 확대, 온라인 시장의 폭발적인 성장 등으로 나름의 코로나19 특수를 누린 것으로 나타났다. 그러나 물가 상승과 인플레이션, 전쟁으로 인한 고유가, 인력난과 물류난 등 악재로 인한 어려움이 이어짐에 따라 소비심리 위축과 생활방식의 변화 등 불확실성이 커지고 있으며 이에 따라 추이를 지속적으로 지켜 봐야 할 것이다.