

식음료시장의 소비 트렌드를 이끌 Z세대

뉴욕지사

미국의 새로운 소비층으로 등장한 Z세대

- 새로운 소비층으로 급부상한 Z세대는 ‘포스트 밀레니얼 세대(Post-Millennial)’ 혹은 ‘i세대(iGeneration)’라고도 불린다. 90년대 중반 이후에 출생해 현재로서는 가장 젊은 소비자층이며, 미국 전체 소비자의 22%를 차지할 정도로 막강한 영향력을 지니고 있다. 이들은 2020년 기준 40%까지 증가할 것으로 전망된다.
- 출생과 동시에 디지털 환경에서 성장해온 Z세대는 인터넷과 클라우드를 통해 다량의 지식과 정보를 장소에 제한받지 않고 열람할 수 있다는 특징을 가지고 있다. 때문에 소비에 있어 더욱 신중하며, 체험 가능한 마케팅에 대한 니즈가 높다.

Z세대의 취향을 반영한 식음료 제품의 인기

- 이러한 특징은 식음료 구매에도 적용되는데, Z세대는 식품영양 표시를 정밀하게 검색·조사하여 제품을 구매한다. 또한 SNS 플랫폼을 활용해 브랜드와 적극 소통하고 해외 음식 레시피를 집에서 직접 시도해보는 비중 또한 높다.
- Z세대의 취향 덕분에 인도의 티카 마사라(Tikka Masala) 밀 키트, 중국의 베이징덕(Peking Duck) 맛 감자칩과 같은 이국적 음식이 인기를 끌고 있으며, 음료업계에서는 펍시의 Caleb's Kola, Stubborn Soda와 같은 저칼로리·저당분 음료가 새롭게 출시되고 있다.



1. 티카 마사라(Tikka Masala)
2. 베이징덕(Peking Duck)맛 감자칩
3. 설탕 대신 사탕수수 함유된 Caleb's Kola
4. 인공감미료가 첨가되지않은 Stubborn Soda

- Z세대의 단맛에 대한 거부감과 건강한 제품에 대한 선호는 앞으로도 지속되거나 더욱 심화될 것으로 보인다. 따라서 미국 진출을 목표로 하고 있는 기업은 앞으로 미국의 주요 소비자가 될 Z세대를 충성고객으로 유치하기 위해 이들의 성향과 특징을 미리 파악하고 그에 맞는 제품 개발 및 마케팅 방안을 모색해야 할 것이다.

출처 : Food Dive (2018. 07. 19.), The New Food Economy, www.foodnavigator-usa.com (2018. 07. 17.), news.kotra.or.kr, www.facebook.com/calebskola, www.facebook.com/stubborn.soda, www.seedsofchange.com, www.smiths.com.au