

다양성으로 진화하고 있는 건강오일 제품

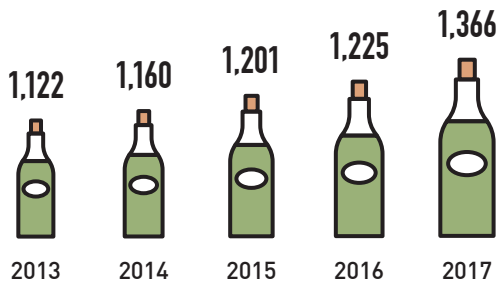
뉴욕지사

건강오일(Healthy Oil) 소비 트렌드

- 현재 미국에서는 천연과 유기농에 대한 관심 높아짐에 따라 건강에 도움이 되는 것으로 알려진 다양한 건강오일 제품이 인기를 끌고 있다. 그중 올리브오일이 가장 높은 점유율을 차지하고 있고, 뒤를 이어 새롭게 주목받고 있는 아보카도·헴프씨드·치아씨드 오일의 매출도 점차 증가하고 있는 추세다.

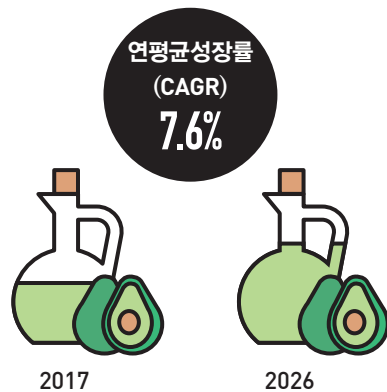
미국 내 올리브 오일 매출

(단위 : 백만 달러)



출처 : Euromonitor

아보카도 오일 2017-2026 연평균 예상 성장률



출처 : Transparency Market Research, 2017

- 이러한 인기로 힘입어 2017년 미국 내 오일(Oil)의 매출은 전년대비 4% 증가한 36억 5,300만 달러(약 4조 1천억원) 규모를 기록했으며, 2022년까지 연평균 약 3%씩 증가할 전망이다.



아보카도오일



1. 생강원액이 첨가된 참깨맛 오일
2. 레드 타이카레맛 올리브오일
3. 트러플 오일,
4. 바질 & 건조 토마토맛 오일

맛과 향 첨가로 상품성 끌어올린 건강오일

- 시장조사기관 「Mintel」에 따르면 많은 소비자들이 건강 및 풍미 면에서 최고로 꼽은 것은 올리브오일이었다. 하지만 소비자들은 오일제품의 다양성에 대해서도 긍정적인 인식을 가지고 있어, 새로운 맛과 향을 추가한 오일의 시장성에 청신호가 켜졌다.
- 최근 몇 년 동안 미국의 오일 제조사들이 중점을 둔 부분은 주로 코코넛, 유채씨, 아보카도와 같은 대체오일 제품이었다. 여기에 건강에 대한 소비자의 니즈를 반영하여 트러플(Truffle Oil), 마늘(Garlic), 고추(Pepper) 등을 가미한 다양한 오일제품을 출시하고 있다.

한국적인 맛과 향에 중점을 둔 제품 개발

- 이렇게 다양한 맛과 향을 첨가한 오일 제품은 미국 내 에스닉 요리¹⁾의 인기에 힘입어 더욱 인기를 끌 전망이다.
- 한국 내에서도 파·마늘·생강 등 각종 요리에 풍미를 더해주는 오일이 인기를 끌고 있으며, 이러한 제품들은 소스와 오일 두 가지 역할을 동시에 충족하는 기능적 장점을 가지고 있다. 따라서 건강 및 클린라벨²⁾의 특성에 더욱 중점을 둔다면 앞으로 미국 시장 진출 가능성 및 판매성을 충분히 확보할 수 있을 것으로 전망된다.

- 1) 에스닉 요리 : 미국적인 분위기의 제3세계 고유 음식을 이르는 말
- 2) 클린라벨 : 제품 내 함유 성분을 소비자들이 이해하기 쉽게 표기한 것으로, 설탕이나 인공색소 및 각종 식품 첨가물을 넣지 않고 가공을 최소화한 원료로 생산된 제품

출처 : www.specialtyfood.com, www.mintel.com, www.fooddive.com, www.calpurefoods.com, www.vinicolapegoraro.it, www.carmenandlola.com, us.maille.com, atlantagrillcompany.com