

스낵시장, 새롭고 독창적인 제품이 뜬다

LA지사

지속성장 중인 스낵시장

• 미국 스낵시장이 지속 성장하고 있다. 「유로모니터」에 따르면 단맛 나는 비스킷이나 과일스낵 종류(Sweet biscuits, Snack bars and Fruit snacks)는 지난해 3% 성장한 206억 달러(약 23조원) 규모이며, 짭짤한 맛의 스낵 종류(Savory Snacks) 역시 3% 성장한 487억 달러(약 55조원) 규모를 형성하고 있다.

미국 스낵시장 성장세

(단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Savory Snacks	41,189	42,952	44,388	45,685	47,130	48,717
Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks	17,735	18,216	18,963	19,493	19,903	20,576

출처 : Euromonitor 「Savory Snacks in the US」, 「Sweet Biscuits snack bars and Fruit Snacks in the US」

건강과 영양을 갖춘 스낵 역할 확대

• 「Innova Market Insights」의 조사 결과에 따르면 미국 스낵시장의 성장은 밀레니얼 세대가 주도하고 있다. 이들 중 스낵으로 끼니를 대체하고 있다고 응답한 비율은 63%에 달했는데, 이는 2013년부터 2017년까지 건강한 스낵들이 속속 새로 출시되며 시장 점유율을 높여가고 있는 사실로 뒷받침된다. 단백질 함유를 강조한 스낵 신제품도 연평균 매출이 31% 증가했는데, 이는 견과류와 육가공 스낵의 성장에 따른 것이며 특히 식물기반 신제품은 연평균 44% 증가한 것으로 나타났다. Innova가 꼽는 미국 스낵시장에서 주목해야 할 10가지 트렌드는 다음과 같다.

미국 스낵시장에서 주목해야 할 트렌드

끼니를 대체하는 스낵

영양과 편리함이 더해진 스낵의 역할은 바쁜 소비자들에게 작은 끼니(Mini meal) 수준으로 발전하고 있다. 단백질과 섬유질 함유가 주요 마케팅 포인트로 주목받고 있으며 육포(고기스낵), 떠먹는 요거트, 견과류 등이 이 트렌드에 힘입어 폭넓은 성장세를 보이고 있다.



siggi's의 저설탕, 무지방 요거트

과일로 단맛을 낸 스낵

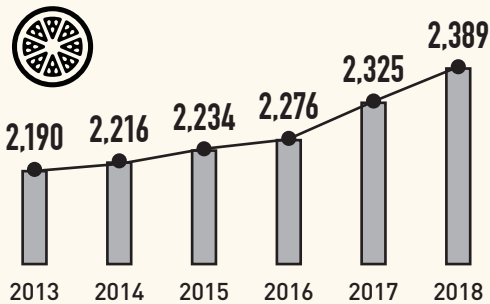
설탕 섭취를 꺼리는 소비자들의 증가로, 스낵도 무설탕(sugar free)이나 저설탕(low sugar)임을 강조한 제품이 늘고 있다. 특히 과일이 천연 감미료 역할을 하는 과일스낵 제품이 인기를 끌고 있는데 유로모니터에 따르면 2013년 21억 9천만 달러(약 2조 4,721억 원) 규모였던 과일스낵 시장은 2018년 23억 8천 9백만 달러(약 2조 5,950억 원)까지 증가했다. 과일 스낵 제품은 단순히 과일을 말려 만든 '견과일' 스낵을 넘어 감자칩을 대체할 수 있도록 맛을 낸 제품들도 등장하고 있다. Three Works의 Apple Chips는

제품모양을 변형시켜 감자칩과 흡사하게 만들었지만 최소한의 원재료를 사용해 설탕, 인공색소 및 보존료를 첨가하지 않은 것이 특징이다.



Three Works의 Apple Chips

미국 과일스낵 성장세 (단위 : 백만 달러)



출처 : Euromonitor 「Sweet Biscuits snack bars and Fruit Snacks in the US」

종류와 풍미가 다양해지는 고기스낵

소고기, 닭고기 등을 원재료로 한 고기스낵은 종류와 맛이 다양해지고 있다. 치즈, 허브, 향신료를 더해 풍미를 더하고 있으며 스낵의 범주를 확대하고 있다. DNX Food社는 ‘남아공의 불닭’ 맛으로 알려진 ‘페리페리’(Peri-Peri) 치킨 스타일의 닭고기스낵을 새롭게 출시했다.



DNX Food의 페리페리 스타일 닭고기 스낵

클린라벨

천연, 무(無)첨가/무(無)합성보존료, 유기농, Non-GMO를 내세우는 ‘클린라벨’은 스낵 시장에서도 중요한 역할을 차지하며 영역을 확장하고 있다. Frito-Lay社는 Doritos, Cheetos 등 기존 브랜드제품에 합성보존료 및 색소 무(無)첨가 개념을 더한 클린라벨 제품라인 ‘Simply’를 새롭게 런칭했다.



Frito-Lay의 클린라벨 제품

장인정신을 담은 제품

소비자들의 제품에 대한 취향과 기대감이 높아짐에 따라 스낵시장에도 장인정신이 담긴 고품질 제품들이 인기를 끌고 있다. 100% 쌀겨기름(rice bran oil)을 사용해 감자 칩을 튀겨내는 Boulder Canyon Authentic Foods가 대표적인 예이다.



100% 쌀겨기름을 사용하는 Boulder의 감자칩 시리즈

간편한 휴대가 가능한 소포장 제품

지퍼백에 담기거나 휴대성을 높인 스낵, 섭취량을 제한할 수 있는 소포장 제품들이 소비자들에게 각광받고 있다. 특히 포장 단위별로 적정량의 칼로리를 섭취할 수 있도록 구성된 소포장 제품은 휴대 편의성과 다이어트라는 두 가지 장점을 취할 수 있어 수요가 더욱 커질 전망이다.



칼로리 제한에 도움이 되는
Tillamook의 소포장 육포제품

코코넛 함유제품

건강스낵 카테고리의 확대로 스낵시장에서 코코넛의 인기도 급부상하고 있다. 유기농 김 스낵 브랜드 Gimme는 한국산 유기농 김 사이에 코코넛가루를 넣은 Seaweed Thins를 출시해 Whole Foods Market과 Sprouts Farmers Market 전국 매장에서 판매 중이다.



한국산 김과 코코넛을 원료로 한 Seaweed Thins

견과류 스낵의 다양화

제조업체들은 다양한 맛과 향이 가미된 견과류 제품들을 시도하고 있다. 육포 브랜드 Oberto는 육포에 견과류를 더해 다양한 맛과 식감을 주는 Oberto Trail Mix를 출시했다.



육포에 견과류를 믹스한 Oberto Trail Mix

성인용 스낵

성인을 대상으로 커피, 맥주, 와인 등의 맛과 향을 가미해 세련된 이미지를 주는 스낵들이 출시되고 있다. 스파클링와인 맛 감자칩, 커피가 들어간 스낵바 등이 출시되어 새로운 시장을 형성하고 있다.



스파클링와인 맛 감자칩

독특함과 새로움으로 시장 도전해야

- 미국 스낵시장이 꾸준히 확장되면서 새롭고 다양한 제품들이 주목받는 트렌드는 한국산 스낵에 큰 기회가 될 수 있다. 시장 가능성을 인정받은 김 스낵을 활용해 더욱 다양한 시도를 할 수 있을 것이며 한국산 과일을 활용해 독특함과 새로움을 주는 스낵 개발에도 도전해볼 수 있을 것이다. 현지 트렌드와 소비자의 니즈에 맞춘 신제품 개발을 통해 지속 성장하는 미국 스낵시장에 적극적인 진출을 시도할 필요가 있다고 판단된다.