

2023년 미국 식품 트렌드 변화는?



뉴욕지사



작성자_ 윤슬기



2023년 인공지능 알고리즘으로 알아보는 식품 트렌드 변화!

식품 산업 데이터 플랫폼인 테이스트와이즈(Tastewise)의 2023년 트렌드 보고서에 따르면 소비자들은 식품에서 건강 및 웰빙 효과를 원하고 있으며 이를 지속가능성 보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이번 트렌드 보고서는 매출이나 설문조사와 같은 데이터를 활용하는 대신, 인공지능 알고리즘을 통해 225억 개 이상의 소셜 미디어, 500만 개 이상의 온라인 레시피, 450만 개 이상의 레스토랑 및 배달 메뉴를 분석하여 작성되었다.

식품으로부터 건강에 좋은 기능성 측면을 원하는 소비자들의 추세는 2022년 초부터 테이스트와이즈사의 레이더에 포착되었다. 보고서에 따르면 미국인의 5명 중 1명 정도(18%)는 자신들이 소비하는 식품으로부터 원하는 특정 건강상의 이점을 기대하고 있다.

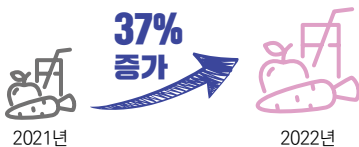
테이스트와이즈에 따르면 식품업체들은 제품의 기능성을 추가하는 것뿐만 아니라, 소비자들이 시간대별로 원하는 기능이 다르다는 점에도 관심을 갖고 대응해야 한다고 밝혔다. 예를 들어 소비자들은 아침에는 활력을 주는 옵션을 찾고, 저녁 식사 후에는 숙면을 취할 수 있도록 도와주는 옵션을 찾고 있다고 한다. 특히, 조미료와 양념 제품분야에서는 항산화 성분을 갖고 있는 다틸 고추(datil peppers)와 베티버(vetiver) 등의 기능적인 이점에 관심이 쏟아지고 있다.



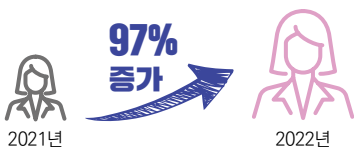
단백질 및 뇌 기능 증진 제품의 수요 증가

대표적인 기능성 음료로 정의되는 에너지 드링크에 있어서도, 테이스트와이즈는 소비자들보다 구체적인 건강상의 이점을 원하는 것으로 확인되었다. 단백질 및 뇌 기능 증진에 도움이 되는 제품 수요는 2021년 전년 대비 30% 이상 증가하였으며 인지능력 향상과 연관이 있는 누트로픽(nootropic) 성분에 대한 수요도 증가하는 추세를 보이고 있다.

여성 건강 식·음료 관심도 증가율



갱년기 여성의 건강 식·음료 관심도 증가율



더불어, 여성 건강을 개선하기 위한 식품과 음료에 관심을 가지는 소비자가 늘고 있는데 2022년에는 전년에 비해 37% 더 많은 여성이 자신의 건강을 위한 제품을 찾는 것으로 나타났다. 이러한 높은 증가율의 상당 부분은 갱년기 여성으로부터 비롯된 것이며, 해당 소비자들의 관심은 전년 대비 97% 급증하였다. 테이스트와이즈는 여성 건강에 좋다고 알려진 아마씨(Flaxseed)가 이러한 관심 증가 속에서 가장 큰 수혜를 받았다고 전했다.

식물성 식품의 선택은 개인의 건강을 위한 선택

또한 많은 브랜드가 식물 기반 부문에서 지속가능성을 추구하고 있음에도 불구하고, 개인의 건강이 환경보다 중요하게 받아들여지고 있다는 사실 또한 확인되었다.

이번 보고서에 따르면 소비자들은 식물성 식품을 먹을 때 지속가능성보다 건강에 대해 12배 더 많이 이야기하였으며, 건강상의 이유로 식물성 옵션을 선택한 경우가 환경을 이유로 선택한 경우에 비해 16배 더 많았다. 그러나 재생 농업과 같이 지속가능성을 컨셉으로 생산된 식재료에 대한 관심은 여전히 계속되고 있다.

이러한 결과는 성장세가 주춤하고 있는 식물 기반 브랜드에 도움이 될 수 있으며, 건강에 더 좋은 제품이라는 인식을 심어주면 소비자의 관심을 더 높일 수 있을 것으로 판단된다. 특히, 식물 기반 제품의 가격이 여전히 비싸고 인플레이션으로 인해 소비자가 가격에 민감해지는 상황에서 이는 더욱 효과적인 방법이 될 수 있다.



2023년에는 전통적인 남미 음료가 트렌드

더불어, 기능성 꽃과 식물의 맛을 찾는 소비자 트렌드에 부응하듯 조미료와 디저트 분야에서 새로운 맛이 인기를 얻고 있다고 전했다. 전통적인 스타일의 남미 음료들이 2023년에 급증할 가능성이 있으며, 특히 딸기, 멜론과 같이 미국에서 친숙한 맛과 결합된 제품이라면 더욱 유행할 가능성이 높다고 전했다.

건강과 웰빙, 새로운 맛은 수년 간 식품 및 음료 분야에서 트렌드가 되어 왔으나 이번 테이스트와이즈 보고서는 소비자들의 식품 관련 선호도가 세분화되고 구체화되고 있음을 보여준다.



Insight

건강, 웰빙, 이국적인 맛, 지속가능성 등은 상당 기간 식품 산업의 트렌드로 자리 잡아 왔다. 이번 보고서는 이러한 트렌드에 소비자들의 개인적인 관심들이 반영되어 더욱 구체적인 형태로 발전하고 있다는 것을 보여준다. 효과적인 식품 마케팅을 위해서 소비자들이 원하고 관심 있어 하는 식품 특성에 대한 깊은 고찰이 필요해 보인다.

