

미국 소비자들의 식품 구매의사 결정

2014년 Cone Communications의 조사에 의하면 소비자들은 자신들이 어떤 식품을 먹는지에 대해 생각하며 먹기 위해 투자를 할 용의가 있다고 밝혔다. 구매 시에 가장 중요하게 생각하는 것은 가족들이 원하는 것(97%)가 차지했으며 건강 및 영양(93%), 지속가능성(77%)이 그 뒤를 잇는 것으로 나타났다.

식료품 구매 시에 건강 및 지속가능성 관련하여 중요하다고 생각하는 것으로는 식품안전(93%) 및 영양성분(92%)으로 나타났다. 하지만 그 외에 소비자들은 다음과 같은 것을 중요하게 생각한다고 밝혔다.

- 현지생산(locally produced) 74%
- 지속가능성 패키징 69%
- 동물 보호관련 69%
- non GMO 67%
- 자연환경 보존 65%

I. 소비자들은 로컬식품에 돈을 더 지불할 용의가 있다

89%의 미국인들은 식품이 어디서 제조되었는지에 대해 신경쓰고 있다고 밝혔으며 66%는 로컬에서 생산된 식품을 위해선 돈을 더 지불할 용의가 있다고 밝혔다. 로컬식품이 경제적, 건강적 및 환경적인 측면에서 이득이 있음에도 불구하고 소비자들은 로컬 식품을 구매하는 가장 큰 이유로 로컬 비즈니스를 지지하기 위해(64%)라고 밝혔다. 그 외 다른 이유는 다음과 같다.

- 맛과 질이 좋기 때문 39%
- 로컬에서 생산된 식품이 다른 지역에 비해 더 믿을 수 있기 때문 31%
- 로컬 생산 제품이 더 건강하다고 생각하기 때문 28%
- 식품이 긴 시간 운송되지 않아도 돼서 환경에 더 좋다고 생각하기 때문 26%

II. 소비자들은 지속가능성 식품 옵션을 찾고 있다

83%이상의 소비자들은 식품구매 시에 지속가능성을 염두해 두며 또한 환경 보호를 하는 옵션(81%)이 있는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 지속가능성 식품을 구매하게 되는 동기는 그 외에 다음과 같다.

- 환경을 보호하고 보존하길 원하는 마음 43%

- 품질과 맛이 더 낫기 때문에 39%
- 특정 사상을 갖고 임하는 업체들을 지지하기 위해서 38%
- 제품이 더 건강하다고 생각하기 때문에 27%

소비자들은 단순히 식품을 구매할 뿐 아니라 자신들이 구매하는 식품의 업체까지도 알아보아 구매 결정을 하는 경우가 늘고 있다. 74%의 소비자들이 환경을 위해 업체들이 어떤 노력을 하고 있는지에 대해 아는 것이 구매 결정을 하는데 작용을 한다고 밝혔다.

III. GMO관련하여 지속적으로 헛갈리는 소비자들

소비자들 중 84%는 GMO와 관련하여 정보 및 교육을 해 주는 업체를 원하고 있으며 이는 55%의 소비자들이 GMO가 좋은지 안 좋은지 아직까지 잘 모른기 때문이다. 이런 혼란속에서도 5명 중 3명은 non GMO 라벨이 붙어있는 제품을 찾는다고 하였으며 그 이유로는 다음과 같다.

- non-GMO가 더 건강할 것 같아서 39%
- 환경과 밀접하게 연관되어 있어서 32%
- GMO사용에 대한 도덕적 윤리에 대해 의문이 들어서 24%

현재 여러 미디어 매체를 통해 GMO관련한 의견이 다분하다. 소비자들은 GMO를 제대로 이해하지 못하고 있지만 어떤 작용을 하고 있는지에 대해서는 알고 싶어 하고 있기 때문에 업체들이 정보를 제공할수록 소비자들이 구매하는데에 도움이 될 것이다.

IV. 가족 및 친구들에게 의존

항상 그래왔듯이 소비자들은 자신의 배우자(45%), 친구(27%), 혹은 자녀(19%) 때문에 구매의사를 결정짓는다고 밝혔다. 그 뒤를 식품업체 및 의료관련업체(16%)로 인해 구매의사가 결정된다고 밝혀졌다.

V. 밀레니얼 소비자층 및 여성들

건강 및 지속가능성관련하여 여성들이 가장 신경을 쓴다. 여성 및 남성 모두 쇼핑 중 지속가능성을 염두해두는 것으로 나타났지만 여성들은 그 이유가 자신 때문이 아닌 이유가 대부분이었다.

- 지속가능성을 염두해 두는 여성소비자들은 환경을 생각해서(50%, 남성 36%)이고 남성은 맛과 질(41%, 여성 33%)때문이라고 답했다.
- 로컬푸드를 선호하는 여성들이 더 많다. 로컬푸드를 구매하기 위해서 여성들은 돈을 더 지불할 용의가 있다(73%, 남성 60%)고 밝혔고 로컬푸드를 위해 여러 다른 종류를 포기할 수 있다(52%, 남성 38%)고 밝혔다.

밀레니얼 세대(18세-24세)의 경우 건강 및 지속가능성 식품 이슈에 대해 다른 견해를 갖고 있다. 식품안전 및 영양 외에 그들이 중요하게 생각하는 것은 다음과 같다:

- 자연자원을 보호하고 보전하기 위해 72% (미국 평균 65%)
- 유기농 66% (미국 평균 52%)
- 사회적 이슈 및 자선단체를 지지하기 위해 66% (미국 평균 49%)
- 로컬푸드 61% (미국 평균 74%)

소비자들은 점차 가격에만 의존하여 구매를 하고 있지 않으며 어디서 식품이 만들어졌는지 환경에 어떤 영향을 끼치는지 까지 살펴보고 구매의사를 결정하고 있다. 앞으로 지속적으로 변해 갈 소비자들에 업체들은 가격뿐 아니라 맛, 질, 그리고 환경까지 생각한 제품을 출시하도록 해야 할 것이다.

출처: food manufacturing