

2014년도 10가지 식품 트렌드

2013년도에는 크로넛(cronut), 라면 버거, 식물로 만든 단백질 제품 시장이 인기가 있었다면 2014년은 다음과 같은 것들이 인기를 끌 것으로 예상된다.

1. 사회 책임적 기업들: 설문조사에 의하면 62%의 소비자들이 사회적 공헌, 책임을 지는 업체들을 선호하는 것으로 나타났다. 최근엔 여러 브랜드들이 투명화되고 사회적인 공헌을 더 많이 하게 되는 성향이 이같은 트렌드를 반영하고 있다. 친소비자적 제품을 출시하며 소비자들이 중요하게 생각하는 부분과 일치하는 업체의 제품을 선호하게 될 것이다.
2. 식품 패키지의 변화: 최근 소비자들은 제품에 어떤 재료들이 사용되어졌는지 뿐 아니라 제품의 패키지가 어떤 것으로 만들어졌는지에 대해서도 관심이 많다. 최근 몇몇 업체들은 먹을 수 있는 포장을 개발하여 출시하고 있다. 브라질의 햄버거 체인점 Bob's는 먹을 수 있는 포장을 사용하고 있으며 LA의 아이스크림 트럭인 Coolhaus는 아이스크림 샌드위치를 먹어도 되는 포장으로 사용하고 있다.
3. 최신 기술에 능통한 소비자: 식료품점은 온라인 식품 소비 및 테크놀러지가 사용되는 쇼핑이 미래에 크게 성장할 것이라는 것을 점치고 있다. 로컬 식료품점에서 온라인으로 주문하거나 쉽게 픽업이 가능한 드라이브스루(drive thru)가 생길 가능성도 있다. 스마트폰 기기를 이용해 식품 라벨을 더 쉽게 읽을 수 있는 것 또한 최근 소비자들의 성향이다.
4. 세계를 집에서 돌아 다닌다: 국제적인 맛이 가정식에 동원된다. 여러 종류의 양념은 집에서 해 먹는 요리를 풍성하게 할 뿐 아니라 건강적인 측면을 생각하게도 한다.
5. 행복하게 스낵을 먹다: 더 많은 소비자들이 좀 더 건강한 스낵습관을 갖게 될 전망이다. 설탕함유량이 높고 지방함유량이 높은 스낵은 점차 적어지고 더 건강한 스낵제품들이 많이 출시될 것이다. 이는 FDA의 새로운 트랜스지방 법안과도 일치한다.
6. 낭비를 줄인다: 미국의 40%의 식품은 소비되지 않고 버려진다고 밝혀졌다. 이에 남은 음식으로 만들 수 있는 것들에 대해 소비자들에게 많이 알려지고 필요이상으로 구매하지 않도록 권장하고 있다. 구매 리스트를 만들고 현재 집에 어떤 식품들이 있는지 체크하는 소비자들이 늘어날 전망이다.
7. 티타임: 미국의 차(tea)에 대한 관심도가 날로 늘어나고 있다. 스타벅스가 티바나(Teavana)와 함께 Tea Bar를 연 것만 봐도 차에 대한 소비자들의 관심도가 얼마나 높은지 알 수 있다.

8. 새로운 슈퍼푸드(superfoods): 지금껏 “슈퍼(super)”라는 문구를 달고 나오는 식품들에 대해서 많이 봤다. 케일(kale), 퀴노아(quinoa), 치아씨(Chia seeds)등이 그러했고 올해는 freekah같은 슈퍼곡물이 그 주인공이 될 것이다. 2014년을 장식할 채소가 있다면 콜리플라워(cauliflower)가 될 것이다.
9. 프리(free)제품: 알레르기유발 물질이 없는 제품들이 늘어날 것이다. 점차 알레르기를 갖고 있는 소비자들이 늘어남에 따라 그에 맞춘 글루텐, 콩, 견과류, 유제품 등이 함유되어있지 않은 제품들이 더 많이 출시될 것으로 예상된다. 코코넛으로 만든 제품들이 증가할 것이며 글루텐프리 밀가루의 출시도 증가할 것이다.
10. 새로운 요리학교: 앞으로는 슈퍼마켓이 새로운 요리의 메카가 될 것으로 전망된다. 이미 여러 마켓들이 조리법 시범을 보여주며 소비자들을 모으고 있으며 어른들을 위한 쿠킹클래스를 열어 아이들과 함께 배울 수 있는 기회의 장도 열고 있다.

출처: CBS News