

변화하는 영국 소비자 식습관

국가 식품 조사(National Food Survey)가 영국의 변화하는 식사 문화 트렌드를 발표했다. 조사 자료는 환경, 음식, 농촌부(Environment Food and Rural Affairs)에 의해서 1974년부터 2000년도까지 150,000 가정을 대상으로 시행된 설문조사와 2000년부터 2014년까지의 정보를 합친 결과다.

영국의 식품 트렌드는 어떤 방향으로?

1974년 이래로 영국에서 **슬라이스 빵**과 **베이커트 빈즈**, **차(tea)**의 소비량이 준 반면에 **테이크 아웃 음식**, **피자**, **파스타**, 및 **과일**은 점점 더 인기를 얻고 있는 추세다. 과일 섭취의 증가는 건강을 고려한 식단이라고 할 수 있지만 동시에 테이크 아웃 음식의 소비량이 늘고 있다는 것은 식품을 고르는 영국인의 잦아는 편의성을 중심으로 움직인다는 것을 의미한다.

그동안 영국 식문화에서 차, 토스트에 얹어 먹는 베이커트 빈즈, 그리고 피시 앤 칩스 등의 음식은 큰 비중을 차지해왔다. 하지만 세대가 지날수록 식문화와 음식 취향은 변화했고 누구도 식지 않을 거라 생각했던 영국 식문화의 대표 두 음식, 차와 피시 앤 칩스의 인기는 이전에 비해 현저한 하락세를 보이고 있다.

영국 사람들은 여전히 차를 즐겨 마시고 좋아하지만, 1970년대와 비교했을 때 1인당 1주일간 차 소비량은 68g에서 25g으로 줄었다. 잔으로 따졌을 때, 1인당 일주일에 평균 8잔만을 마신다는 것인데, 1974년 23잔이었던 것과 비교하면 현저한 하락이다. 영국에서 가장 많이 마시는 뜨거운 음료로 여전히 차(tea)가 그 명성을 이어가고 있지만, 가정에서는 이제, 커피를 더 많이 소비하고 있는 추세다.



Figure 1 the guardian - 2016년 2월 18일

건강도 챙기는 추세

영국인의 달라진 식단 트렌드에서 또 하나 주목할 점은 건강을 챙기는 소비자들이 늘고 있다는 것이다. 최근 몇 십 년간 관찰한 결과 음료 분야에서는 전유가 아닌 탈지유를 찾는 등 저칼로리 음료 선호 현상이 일고 있다는 사실을 알 수 있었다. 저칼로리 소프트 음료 중 다이어트 콜라는 2014년 처음으로 절반 이상을 넘겼다. 또한 과일 소비가 증가하고 있다는 사실도 이 주장을 뒷받침한다. 1974년 이래 가공된 과일 및 생과일 모두를 합해 50% 정도 과일 섭취량이 늘었다. 2014년 영국 성인은 하루에 평균 과일(생 및 가공 모두 포함) 157g 섭취하는 것으로 알려졌다. 이는 비만 퇴치를 위한 영국 정부의 대대적인 활동 및 여러 기타 단체들의 노력들이 건강을 생각하는 식단의 중요성을 주장하면서 사람들의 인식이 바뀌고 있기 때문이라고 분석할 수 있다.

제빵 관련해서도 급진적인 변화가 있었는데, 백(white)에서 좀 더 건강하다고 알려진 통밀과 같은 브라운(brown)계열을 찾는 현상이다. 그럼에도 불구하고 절대적인 빵 소비 수치만을 놓고 봤을 때 영국인의 빵 섭취량은 줄었다. 지난 4년 간 일주일간 섭취하는 빵의 양이 중간 크기의 빵을 기준으로 잘랐을 때 빵 한 조각을 40g라고 치면, 이전에는 25개의 조각을 섭취했지만 현재는 평균 15개로 빵만을 소비하고 있다.

편의성 또한 중요한 고려 요소

건강을 고려한 식단을 챙기는 소비자들과는 또 별개로 매주 칩과, 피자, 감자칩, 기성식품의 소비량은 굉장히 늘고 있다. 편의성이 높은 베이커트 빈즈의 섭취량이 지난 40년 동안 1/5로 줄긴 했지만 편의성이 높은 상품 종류의 판매 중 이탈리아 음식은 특히 많은 성장률을 보였다. 1974년 조사했을 당시 아무도 먹지 않았던 피자를 오늘날 영국 성인들은 매주 평균 75g 섭취한다. 파스타의 소비량 또한 같은 해와 비교했을 때 약 3배 가량 늘었다. 테이크 아웃 음식의 소비량은 1인 기준 매주 80g을 섭취했던 1974년과 비교했을 때 현재는 150g의 소비행태를 보이고 있다. 이는 거의 두 배에 가까운 증가다. 테이크 아웃 음식을 세분화해서 보면, 33g은 칩(chip), 56g은 고기이며, 그 중 케밥에 들어 있는 고기가 약 10g, 치킨이 7g, 버거에 5g, 그리고 고기를 기본으로 먹는 식사가 32g으로 특히 인기 품목이다.

인터넷, 팝업 식당 (Pop-up restaurant) 다양한 사회적, 문화적 변화

또한 주목해야 할 점으로는 인터넷 사용으로 손쉽게 양질의 음식을 주문해 먹을 수 있다는 것이다. 팝업 레스토랑(Pop-up restaurant)도 현재 영국에서 트렌드로 많이 생기고 있는데, 이 덕분에 영국에서는 이제 영국 식사와 주 메뉴로 있었던 피시 앤 칩스 만큼이나 세계 각국에서 온 음식들을 한 자리에서 쉽게 접하고 맛볼 수 있게 되었다.

- 시사점

영국에서는 건강을 고려한 식단에 대한 관심이 높아지면서 과일 섭취량이 늘어나는 현상을 보이고 있지만 한편으로는 편의성을 고려한 이미 조리된 음식들의 소비량 또한 증가하고 있는 추세다.

생과일, 야채와 같은 식품은 현지와 비교했을 때 우리나라의 식품이 경쟁력에서 뒤쳐질 수 있으므로 편리성이 강한 테이크 아웃 식품 및 가공식품 시장을 공략하는 것이 더 합리적이라 할 수 있다. 현재 영국에서 유행하고 있는 식품 트렌드를 좌지우지 할 수 있는 인터넷 기반 마케팅 혹은 인터넷을 이용한 배달 서비스 등을 영국 시장에 맞게 적용하는 방법도 영국 시장 진출에 도움이 될 것이다.

출처: the guardian - 2016년 2월 18일

<http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/feb/18/goodbye-fish-chips-national-food-survey-changing-trends-british-dining>