

미국-뉴욕	2018년 미국 식품 주요 키워드 “비거니즘(Veganism)” 트렌드 예측하기
--------------	---

비거니즘(Veganism)이란 육류와 생선은 물론 우유와 계란 등 동물성 식품을 일절 섭취하지 않고, 식물성 식품만 먹는 채식주의를 지칭함. 비거니즘을 실천하는 비건(Vegan)들이 증가하면서 일반마켓과 레스토랑에서는 비건 메뉴들을 잇달아 출시하고 있음. 작년엔 Pizza Hut에서 비건 모짜렐라 피자, Ben & Jerry's에서는 유제품이 포함되지 않은 아이스크림, Baley에선 아몬드 밀크를 출시한 것이 대표적인 예임.

또한, 과카몰리, 팔라펠 등 여러 비건 메뉴들이 있지만 2018년에 크게 인기를 끌 메뉴로는 크게 임파서블 푸드의 식물성 고기와 견과류 우유로 예상됨.

1. 임파서블 버거(Impossible Burger)

임파서블 버거는 음식과 과학기술이 결합된 산업을 지칭하는 푸드테크(Food-Tech)의 신기술을 접목시켜 만들었음. 푸드테크의 대표적인 업체가 바로 임파서블 버거를 만든 ‘임파서블 푸드’임. 신기술을 활용한 채식 패티는 Heme이라는 분자를 첨가하여 밀, 감자 전분, 코코넛 오일, 두부, 채소로 쇠고기 맛을 냄. 고기와 달리 콜레스테롤이나 항생제, 합성호르몬 걱정이 없음. 기존의 고기를 단순히 흉내 낸 식품들과는 다르게 맛, 향, 식감, 핏물, 기름 등 모든 면에서 실제 고기라고 착각이 들 만큼 잘 만들어짐.



임파서블 버거



식물로 만든 버거패티

임파서블 푸드는 미국 대형 식품 유통 업체인 US푸드 등과 계약을 맺고 시장과 확장에 주력하고 있으며 현재 뉴욕 모모푸쿠 니쉬(Momofuku Nishi)외에 샌프란시스코, LA 등에 레스토랑이 있음. 앞으로 아시아 시장으로도 진출할 예정이라고 함.

2. 견과류 우유(Nuts Milk)

우유만큼 영양분이 풍부하고 맛도 좋은 식물성 단백질 음료가 전 세계 식품업계 트렌드로 거듭나고 있음. 아몬드, 보리, 대마, 퀴노아 등으로 만든 식물기반 대체음료 수요는 2021년까지 280억 달러에 달할 것으로 전망되며, 이 중 40%가 식물기반 유제품 대체음료가 차지할 것으로 조사됨.

특히 아몬드 우유는 아몬드의 건강한 영양성분을 고스란히 담아 인기가 높고 매출이 계속적으로 증가하고 있으며 그 인기에 힘입어 코코넛 밀크, 캐슈넛, 헴프씨드, 마카다미아, 피스타치오, 쌀 등 다양한 견과류 식물성 단백질 우유가 출시되고 있음.



Blue Diamond / US\$ 3.19



Silk / US\$ 3.09



Califia / US\$ 3.59



69% of consumers use dairy milk as an addition to other food while just 57% drink it by itself

민텔(Mintel)의 조사에 따르면 미국에서 우유대체음료 매출은 지난 5년 동안 61%가 증가했고 2017년에는 21억 달러 시장에 근접했음. 아몬드, 콩, 코코넛이 89%를 차지하고 있고 2017년부터 피칸과 퀴노아 밀크 판매도 증가세를 보이고 있음.

대표적인 우유대체 음료인 아몬드 밀크와 일반우유 한 컵을 비교해 볼 때, 아몬드 우유에는

항산화 성분 및 칼륨이나 칼슘과 같은 무기질이 풍부하며 우유에 비해 열량이 낮아, 우유의 대체 음료로 완벽하다고 함. 민텔(Mintel)의 우유대체 음료에 관한 설문 조사결과 미국인 49%가 섭취하고 있으며 미국인의 10명중 7명은(69%) 우유대체 음료가 아이 건강에 도움이 된다고 응답하였음.

이와 같은 소비 성향을 반영하여 기업들마다 새로운 제품들을 출시함. 스타벅스는 여태껏 우유만을 기본 베이스로 한 음료를 제공해왔지만 꾸준한 소비자들의 요구에 두유나 아몬드, 코코넛 밀크 옵션도 추가하고 우유대체 음료를 기본 테마로 하는 신제품들도 여럿 선보이고 있음.

뉴욕 시 여러 학교에 우유를 제공하는 엘름허스트(Elmhurst)사도 92년 간 해왔던 우유사업에서 방향을 바꿔 아몬드, 귀리, 캐슈넛, 땅콩, 호두, 현미 등 우유 대체음료 제품들을 새롭게 출시하고 있음.

엘름허스트의 CEO 헨리 슈왈츠(Henry Schwartz)는 현명한 소비자들이 점점 많아지고 친환경적, 윤리적인 먹거리에 대한 관심이 이러한 트렌드를 만들어 내어 앞으로도 많은 회사들이 더욱 다양한 식물성 식품들이 많이 선보일 것이라고 내다봤음.

▶ 출처

1. New Hope (2017. 7. 6.)

<http://www.newhope.com/food-and-beverage/why-elmhurst-dairy-pivoted-plant-based-milk>

2. Healthline (2017. 3. 31.)

<https://www.healthline.com/health/milk-almond-cow-soy-rice>

3. Nielson (2016. 3. 31.)

<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2016/americans-are-nuts-for-almond-milk.html>

4. Foodbev (2018. 01. 05.)

<https://www.foodbev.com/news/non-dairy-milk-sales-mintel/>

5. Mintel (2016. 04. 20.)

<http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/us-sales-of-dairy-milk-turn-sour-as-non-dairy-milk-sales-grow-9-in-2015>

6. Medical News Today (2017. 08. 01.)

<https://www.medicalnewstoday.com/articles/318612.php>

7. Starbucks Melody (2016. 09. 06.)

www.starbucks-melody.com/2016/08/08/starbucks-announces-almond-milk/

▶ 시사점

비거니즘, 유당불내증 등 여러 요인으로 우유의 성장세나 매출이 점점 둔화되고 두유로 시작하여 최근엔 아몬드, 쌀, 코코넛 뿐 아니라 마카다미아, 퀴노아, 피스타치오, 헴프씨드 등 다양한 슈퍼푸드와 견과류를 이용한 음료가 출시되어 많은 사랑을 받고 있음. 이러한 식품트렌드를 반영하여 한국 업체들도 쌀이나 현미를 이용한 GMO-free, Vegan 음료나 좀 더 나아가 검은 참깨, 호두 등을 활용하여 최근 유행에 적합한 음료를 북미시장에 어필하는 것도 좋은 기회가 될 수 있을 것으로 보임.