

# 새로운 맛과 색

## PICK 1

### 익숙한 맛에 새로운 한 스펙!

- ◆ 일반적인 신상품 출시 대신, 스테디셀러 등 인기 제품에 새로운 맛을 부여해 재탄생시키는 ‘베스트 앤 뉴(Best & New)’ 트렌드가 확산
  - 스낵 제조업체들은 기존의 ‘고소한 맛’, ‘매콤한 맛’, ‘달콤한 맛’ 등의 익숙한 맛 대신 ‘고수맛’, ‘마라맛’, ‘청양마요맛’ 등 새로운 시즈닝을 더한 제품으로 소비자의 호기심을 자극
    - 편의점 브랜드 세븐일레븐에 따르면, 소비자들에게 익숙한 기존의 고래밥, 스윙칩, 감자칩 등 스테디셀러에 새로운 맛을 더한 ‘왕고래밥 교자맛’, ‘스윙칩 고수맛’, ‘대파크림치즈 감자칩’ 등 새로운 맛 스낵류 매출이 2023년 한 해 동안 20% 상승함
    - 또한, 식품기업농심은 자사 인기 스낵 제품에 ‘먹태맛’을 더한 ‘먹태강(먹태맛 새우깡)’, ‘포테토칩 먹태 청양마요맛’ 등을 출시했으며, 라면류 제품에도 먹태 맛을 접목한 ‘먹태강 큰사발면’을 출시하는 등 식품 카테고리를 뛰어넘는 제품 역시 활발하게 출시하는 중
    - 또한, 인기 떡볶이 프랜차이즈 ‘엽기떡볶이’와 협업한 ‘포테토칩 엽떡 오리지널맛’, 자사 인기제품 간에 협업한 ‘졸병스낵 안성탕면맛, 짜파게티맛’ 등의 제품을 출시하기도 함

스윙칩 고수맛  
(세븐일레븐)



동남아 여행이 보편화됨에 따라 익숙해진 ‘고수향’을 첨가한 감자칩

대파크림치즈 감자칩  
(세븐일레븐)



기존 스테디셀러 허니버터칩에 대파향을 첨가해 부드럽고 달콤한 맛에 알싸한 향이 나는 감자칩

먹태강 큰사발면  
(농심)



인기 스낵 ‘먹태강’ 고유의 알싸하고 짭짤한 맛을 용기면 제품에 접목한 면류 제품

포테토칩 엽떡 오리지널 맛(농심)



인기 프랜차이즈 식품기업과 협업을 통해 출시한 매운맛 감자칩 제품

\* 출처 : [편의점에서는] CU, 후추네·오명식당 콜라보 상품 산배 외 세븐일레븐, GS25, 천지일보(2023.12.14.), ‘이번에도 먹태강 오픈런?...농심, 컵라면·포테토칩 신제품 나왔다’, 뉴시스(2024.01.09.), ‘농심, 동대문엽기떡볶이와 컬래버 ‘포테토칩 엽떡오리지널맛’ 출시, 하비앤뉴스(2023.02.10.), 해당 브랜드 홈페이지

- ◆ 기존의 맛을 바탕으로 한 새로운 맛의 조합에 매력을 느끼는 소비자
  - 단맛(Sweet)과 매운맛(Spicy)을 조합한 일종의 매콤달콤한 맛인 ‘Swicy’ 등 새로운 맛이 화제를 불러모음
    - 세계적으로 쓴맛, 신맛, 단맛, 매운맛 등 익숙한 맛을 조합하여 새로운 맛을 조합하는 것이 트렌드로, 단맛과 매운맛의 조합, 단맛이 나는 기존 제품에 신맛을 첨가한 제품, 고소한 맛과 단맛이 조화를 이루는 제품, 단맛에 쓴맛이 느껴지는 제품 등 다양한 맛 조합의 제품이 출시되고 있음

- 글로벌 시장조사기업 민텔(Mintel)이 영국, 인도, 스페인에서 각각 실시한 소비자조사 결과에 따르면 영국 소비자의 29%, 인도 소비자의 30%, 스페인 소비자의 21%가 익숙한 맛을 조합해 새로운 맛을 느낄 수 있는 제품을 시도할 의향이 있는 것으로 나타남

### 새로운 식품을 시도하고자 하는 국가별 소비자 비율



\* 주 : 영국-최근 3개월 간 단 식품을 섭취한 경험이 있는 16세 이상 소비자 1,559명 조사(2023.04.), 인도-새로운 맛의 초콜릿을 시도하는데 흥미가 있는 18세 이상 성인 소비자 220명 조사(2023.06.), 스페인-최근 3개월 간 단 식품을 섭취한 경험이 있는 26세 이하의 소비자 117명 조사(2023.03.)

\* 출처 : Food drink Flavour trends 2024, Mintel(2024.01.)

### ◆ 친숙한 과일로 제조한 매운 맛 소스, 과일 향이 나는 생수 등 새로움을 주는 제품이 인기

- 블루베리, 패션후르츠, 파인애플, 복숭아 등 친숙한 과일 맛 소스에 매운 맛을 첨가해 새로움을 주는 핫 소스 등의 제품이 인기임
- 블루베리와 후추, 꿀과 패션후르츠, 파인애플과 하바네로, 복숭아와 뉴멕시코 고추 등을 조합한 새로운 핫 소스 제품이 출시 중임

### 과일 맛에 매운 맛을 더한 과일 핫 소스 제품

블루베리&후추 핫 소스 (BRAVO Spice.co)	꿀&패션후르츠 핫 소스 (BRAVO Spice.co)	파인애플&하바네로 핫 소스 (BRAVO Spice.co)	복숭아&뉴멕시코고추핫소스 (Fischer&Wieser)
			
블루베리, 후추로 제조한 매운맛 소스(핫 소스)	프리미엄 마누카 꿀과 패션후르츠를 재료로 제조한 매운맛 소스(핫소스)	새콤한 파인애플과 매운 맛이 나는 하바네로 고추를 사용해 새로운 맛이 나는 매운맛 소스	훈연으로 복숭아의 단 맛을 극대화하고 뉴멕시코 고추를 첨가해 매운맛을 극대화한 소스

- 젊은 층 소비자의 과일 맛과 향을 첨가한 프리미엄 생수 제품 소비가 확대되는 추세
- 영국에서 첨가 물을 소비하는 소비자 중 50%는 맛과 향이 첨가된 생수를 소비할 의향이 있는 것으로 나타났으며, 16~34세 소비자의 경우 61%까지 선호 경향이 증가한 것으로 나타남
- 또한, 16세-24세 영국 소비자의 경우 무려 76%가 맛과 향이 첨가된 생수를 섭취하는 것으로 나타남

\* 출처 : Bluberry is a safe adventure in Sauces and seasoning, Mintel(2024.01.), GNPD'S Flavourscape AI accelerates flavour innovation, Mintel(2023.02.), 민텔 글로벌 신제품 데이터베이스(Mintel Global New Products Database) 조사결과, 해당 브랜드 홈페이지



PICK 2

새로움이 주는 즐거움, 이색적인 컨셉과 경험으로 차별화

◆ 식품기업은 이색적인 컨셉과 새로운 맛을 내세운 차별화 전략으로 소비자를 공략하고 있음

- 일반적인 상식과 선입견을 깬 독특한 제품이 소비자에게 새로운 맛과 경험을 선사하며, 특히 다양한 경험을 선호하는 MZ 세대의 지속적인 관심을 받고 있음
  - 2023년 5월 농심은 일반적인 검은색 짜장 소스가 아닌 굴 소스에 기반한 흰색 소스의 한정판 ‘하얀 짜파게티’를 출시하였으며, 2023년 7월 신세계푸드의 노브랜드 버거는 버거용 빵을 뒤집어 페퍼로니와 피자 치즈를 올리고 빵 사이에 치킨 패티를 넣은 이색 메뉴 ‘페퍼로니피자 치킨 버거’를 출시하여 출시 2주 만에 10만 개 이상을 판매함
  - 주류의 주 소비처인 편의점에서는 이색 주류 판매가 확대되고 있으며, GS25는 MZ 세대를 겨냥하여 국내 최초로 매실을 이용한 보해양조의 ‘매실 하이볼 순(純)(보해양조)’, 막걸리와 야쿠르트향을 조합한 ‘막구르트’ 등 다양한 이색 주류를 선보임

\* 출처: [마케팅전략] 푸드혁신 이끄는 발상의 전환, 식품외식경영(2023.05.03.), ‘하얀 짜파게티, 빵 뒤집은 햄버거, 상식 깬 제품, 매출 효자 노릇’, 파이낸셜뉴스(2023.08.06.), ‘하이볼부터 맥주까지’ 편의점업계, 이색 주류로 여름 성수기 정조준, 데일리안(2023.07.02.), ‘GS25, 이색 주류 ‘막구르트’ 오프라인 단독 판매’, 이코노믹 리뷰(2023.04.14.)

이색적인 컨셉과 맛을 내세운 제품

하얀 짜파게티(농심)



페퍼로니피자 치킨 버거 (노브랜드 버거)



이색 주류 (매실 하이볼 순, 막구르트)



\* 출처: ‘하얀 짜파게티, 빵 뒤집은 햄버거, 상식 깬 제품, 매출 효자 노릇’, 파이낸셜뉴스(2023.08.06.), ‘하이볼부터 맥주까지’ 편의점업계, 이색 주류로 여름 성수기 정조준, 데일리안(2023.07.02.), ‘GS25·GS더프레시, ‘막구르트’ 오프라인 단독 판매’, 뉴스핌(2023.04.14.)

- 식품기업 간 이색 콜라보레이션 제품이 소비자의 눈길을 사로잡고 있으며, 시너지 효과를 창출하여 소비자층을 확대하고 새로운 소비자를 유입하는 효과를 거둠
  - 2023년 6월 파리바게뜨는 막걸리 브랜드인 서울장수와 협업하여 막걸리 풍미를 담은 비알코올 제품인 ‘장수 막걸리향 아이스크림’과 ‘장수막걸리 셰이크’를 선보였고, 오투기는 2023년 7월 신세계푸드와 협업하여 오투기 참기름이 반죽에 사용되고 통참깨가 식빵에 박힌 ‘고소한 참기름 식빵’을 출시함
  - 해외에서도 식품기업 간 콜라보레이션이 활발하게 이루어지고 있는 가운데, 미국의 캠벨수프(Campbell Soup)는 매운맛 트렌드에 따라 향신료 기업 맥코믹 앤 컴퍼니(McCormick&Company)와 함께 매운맛 파스타 통조림(‘SpaghettiOs Spicy Original’)을 출시함
  - 또한, 미국의 아이스크림 체인 반 레이웬(Van Leeuwen)은 소스류 제조기업 히든밸리(Hidden Valley)와의 콜라보레이션으로 한정판 랜치 소스 맛 아이스크림을 출시하여 월마트 매장에서 독점 유통함

\* 출처: ‘파리바게뜨, 장수막걸리 협업 제품 등...여름철 이색 디저트 선보여’, 서울경제(2023.06.13.), ‘“맛있는 거+맛있는 거”...식품업계, 협업으로 시너지 ↑’, 데일리한국(2023.07.17.), ‘5 Recent Food Collaborations that Reinvent the Snack Landscape’, xtalks(2023.05.26.)

### 식품기업 간 이색 콜라보레이션 제품

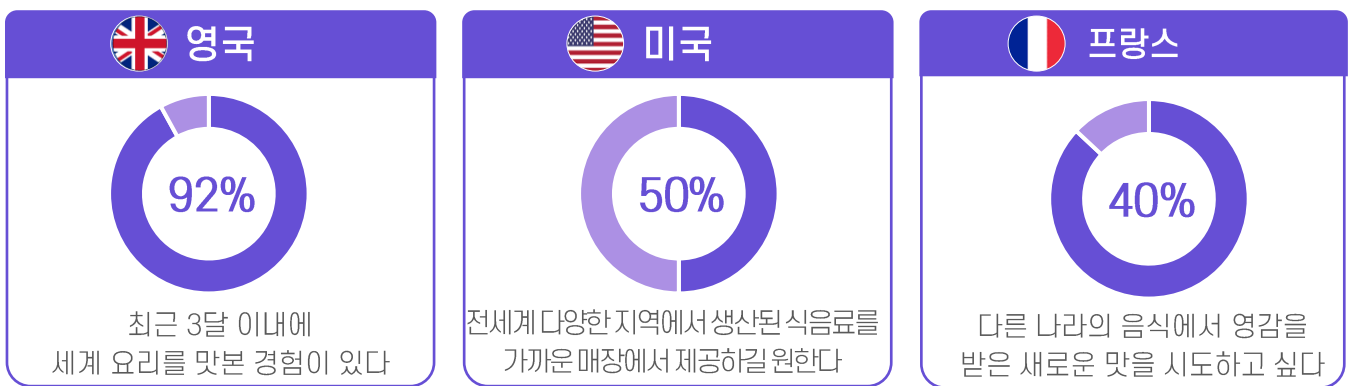


\* 출처: '파리바게뜨, 장수막걸리 협업 제품 등...여름철 이색 디저트 선보여', 서울경제(2023.06.13.), "맛있는 거+맛있는 거"...식품업계, 협업으로 시너지 ↑', 데일리한국(2023.07.17.), '5 Recent Food Collaborations that Reinvent the Snack Landscape', xtalks(2023.05.26.)

#### ◆ 해외에서는 문화적 다양성에 기반하여 이국적인 요리와 퓨전 요리가 소비자의 호기심을 자극함

- 다양한 이국적인 요리가 일상적인 식생활에 새로운 자극과 도전 욕구를 불러일으키고 있음
  - 민텔에 따르면, 영국 소비자의 92%가 최근 3달 이내에 세계 요리를 맛본 경험이 있으며, 미국 소비자의 50%는 전세계 다양한 지역에서 생산된 식음료를 가까운 매장에서 제공하길 원한다고 응답함
  - 또한, 프랑스 소비자의 40%는 다른 나라의 음식에서 영감을 받은 새로운 맛을 시도하는 것에 거부감이 적은 것으로 나타남

### 이국적인 요리에 대한 관심



\* 주: 영국-16세 이상 2,000명 조사, 미국-18세 이상 소비자 1,000명 조사, 프랑스-16세 이상 소비자 1,000명 조사(2022.03., 2023.03.)

\* 출처: Food and Drink Trends 2024, Mintel(2024.01.)

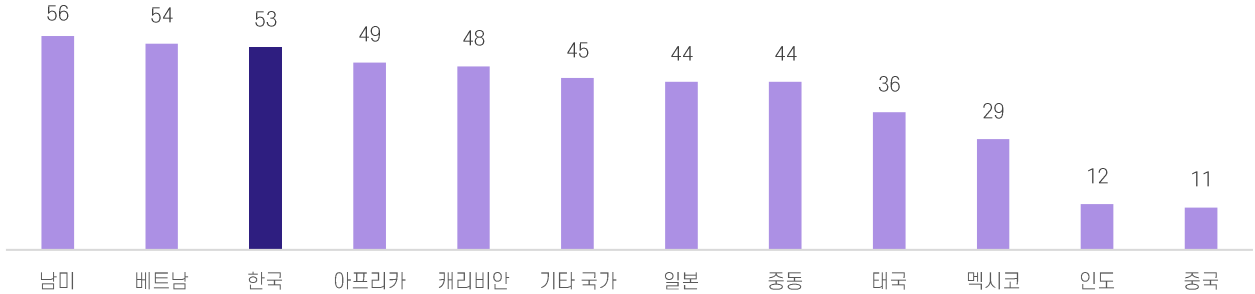
- 소셜 미디어의 영향으로 손쉽게 해외의 이국적인 음식에 대한 정보를 얻을 수 있어, 한국 음식을 비롯한 다양한 해외 식품에 대한 글로벌 소비자의 관심이 증대됨
  - 미국 소비자의 33%는 소셜 미디어를 통해 새로운 음식을 접하고 호기심을 느끼는 것으로 나타남
  - 영국 소비자는 '관심이 있지만 아직까지 먹어보지 못한' 해외 음식으로 남미 음식(56%), 베트남 음식(54%), 한국 음식(53%), 아프리카 음식(49%) 등을 꼽음

\* 주: 16세 이상 영국 소비자 2,000명 조사(2023.03.)

\* 출처: Food and Drink Trends 2024, Mintel(2024.01.)

영국 소비자가 '관심이 있지만 아직까지 먹어보지 못한' 해외 음식

(단위:%)



\* 주 : 16세 이상 영국 소비자 2,000명 조사(2023.03.)

\* 출처 : Food and Drink Trends 2024, Mintel(2024.01.)

이국적인 해외 음식

한국식 컵 떡볶이



\* 출처 : 해당 브랜드 홈페이지

베트남식 월남쌌 키트



남미식 치미추리 소스를 곁들인 스테이크



- 성장기 동안 2개 이상의 문화권을 경험한 '제3문화 키드(Third Culture Kids)' 개념이 사회학적 용어에서 벗어나, 식품산업에 혁신을 일으키는 독특하고 새로운 맛의 퓨전 음식을 가리키는 용어로 주목받음
  - 이러한 퓨전 요리는 특정 맛 또는 음식에 향수를 느끼는 소비자 외에도 흥미롭고 도전적인 음식을 경험하고자 하는 소비자까지 포함하여, 식품기업은 다양한 세계 요리 또는 재료를 조합한 신제품 출시를 확대 중임

다양한 세계 요리와 재료를 조합한 퓨전 식품

멕시코 파히타와 아시안 데리야키 소스



\* 출처 : 해당 브랜드 홈페이지

히말리아산 및 스코틀랜드산 보리로 제조한 싱글몰트 위스키



인도 마살라와 프랑스/스페인 블랙 트러플을 조합한 스낵





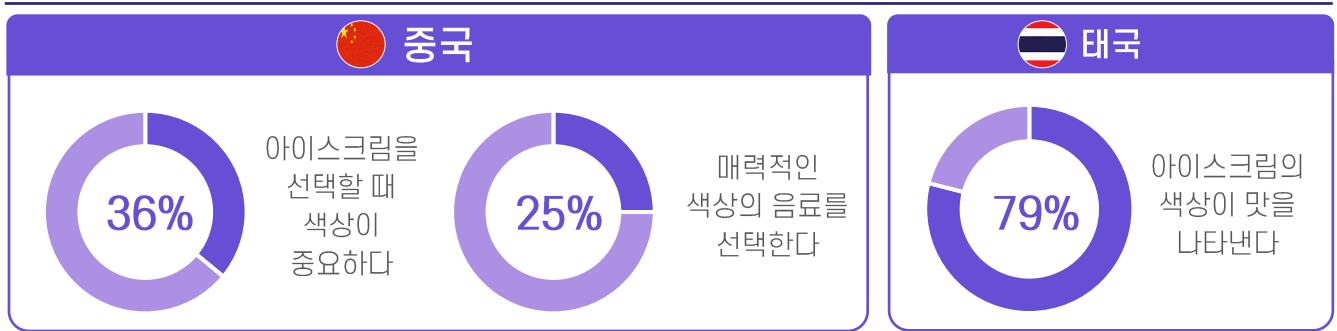
PICK 3

눈으로 맛보는 향연, 색깔로 먹는 이색(色) 푸드가 뜬다

◆ 식품의 색은 식품의 가치를 결정하는데 중요한 요인으로, 색상은 시각적인 매력을 더하고 맛에 대한 정보를 전달하는 데 도움이 됨

- 전 세계적으로 출시되는 스포츠 에너지 음료의 67%에 식용 색소가 포함되며, 스낵(61%), 탄산음료(53%), 디저트 및 아이스크림(47%)이 뒤를 이음
  - 호소력 있는 색상은 소비자들이 식품 구입을 고려하도록 유인 효과를 가짐
  - 스포츠 음료의 경우 선명하고 강렬한 색상은 제품의 품질을 상징하는 중요한 요소로 작용함
- 식품 제조기업들은 색상의 중요성을 인지하여 인공 색소와 과일 및 채소 외에도 미생물(정밀발효)과 같은 안정성과 지속 가능성을 높을 수 있는 새로운 색소 개발에 주목함
  - 식품의 색상은 다양한 이미지를 소비자에게 전달하는데, 밝은 빨간색은 칼로리가 풍부하고 소비자의 식욕을 자극하고, 초록색은 신선한 이미지를 느끼게 함
  - 특히, 색감이 중요한 소셜미디어로 인해 이색적인 색상을 가진 식품인 인기 요소로 부상함

색상이 식품 구매에 미치는 영향



\* 주: 중국-지난 12개월 동안 아이스크림을 구매한 18세 이상 소비자 2,922명 조사, 태국-18세 이상 인터넷 사용자 1,500명 조사(2022.02)

\* 출처: Patent insights: emerging food colour innovations, Mintel(2024.01)

- 색소에 대한 소비자 인식이 높아지면서 천연색소와 이를 활용한 이색적인 색감의 식품이 주목
  - 특정 식용 색소에 대한 잠재적 건강 문제 우려가 제기되면서, 대체재로 비교적 안전한 것으로 인식하는 천연 색소에 대한 관심이 증가함
  - 식물 성분의 천연 색상이 건강을 중시하는 소비자에게 주목받을 뿐만 아니라, 기존에 사용되지 않은 과감한 색감의 식품이 호기심을 자극하며 인기를 얻음

**천연물 추출 색소**



과일(Huito) 성분과 아미노산을 혼합하여 천연 파란색 구현

**정밀 발효 색소**



미생물을 활용하여 다채로운 천연 색상을 구현하고 생산

**이색적인 색감 식품**



맥아, 사과, 캐라멜 추출물을 혼합하여 검정색 햄버거

**이색적인 색감 식품**



적양배추에서 추출한 안토시아닌을 활용한 이색적인 색감 아이스크림

\* 출처: '한없이 완벽에 가까운 천연 블루, Rebecca Robbins', 동아사이언스(2021.05.06), Patent insights: emerging food colour innovations, Mintel(2024.01)