

글로벌 식품 산업의 미래를 읽다

: 2025 년 글로벌 식품산업 트렌드 및 향후 수출 전략 방향

새로운 소비, 새로운 식품 전략

2025 년 식품 산업은 단순히 맛있고 건강한 먹거리를 넘어 **지속가능성, 기능성, 기술 융합**의 키워드로 진화하고 있습니다. KOTRA 가 발표한 [2025 글로벌 식품 산업 트렌드 보고서]는 이러한 흐름을 여섯 가지 키워드로 집약해 소개하고 있습니다. 이를 통해 식품 관련 기업은 기존의 제조·유통 방식을 재고하고, **제품 기획과 수출 전략의 방향성을 근본적으로 재정의**할 필요가 있습니다.

트렌드 1. "건강한 플러스" – 기능성 식품의 시대

비타민이나 유산균처럼 익숙한 성분은 물론, **장내 미생물(마이크로바이옴), 면역 강화, 수면 개선, 뇌 건강** 등 특화된 기능성 소재가 폭넓게 주목받고 있습니다. 미국과 유럽에서는 식약처 등록을 마친 ****기능성 인지 성분(예: L-테아닌, 아슈와간다)****을 함유한 간식, 젤리, RTD 음료가 빠르게 증가하고 있습니다. 특히 **스마트 뉴트리션(smart nutrition)**, 즉 개인 건강 데이터를 기반으로 한 맞춤형 제품 개발도 활발히 이뤄지고 있습니다.

이러한 흐름은 감정 안정, 수면 보조, 장내균 활력 등을 테마로 한 소포장 기능성 간식, 음료, 젤리 제품 등으로 확장되고 있으며, 미국 Amazon 에서는 'sleep gummies', 'gut health drink' 등의 키워드 검색량이 급증하고 있습니다. 이는 국내 기업들이 해당 시장을 타깃으로 한 수출 제품을 기획할 수 있는 실질적인 힌트가 될 수 있습니다.

트렌드 2. "로컬에서 글로벌로" – 퓨전과 하이브리드의 확장

한식, 중식, 멕시코 푸드 등 다양한 로컬 메뉴들이 서로 융합되며 **문화 혼합형 레시피**가 글로벌 소비자들에게 각광받고 있습니다. 김치타코, 떡볶이버거, 고추장파스타와 같은 **K-소스 기반 퓨전 메뉴**가 인기를 끌고 있으며, 현지 식문화와 결합한 제품이 수출 성공의 주요 요소로 작용하고 있습니다.

예를 들어, 김치 시즈닝을 입힌 팝콘이나 고추장을 활용한 드레싱, 한국식 라면과 서양식 스파게티 소스를 결합한 퓨전 레시피 키트 등은 하이브리드 메뉴로 소비자에게 신선함을 제공할 수 있습니다. 미국, 프랑스, 호주 등지에서 'K-Food 소스'의 수입이 증가하고 있다는 점도 주목할 만한 시장 신호입니다.

트렌드 3. "환경이 브랜드가 된다" – 지속가능성의 상업화

2030 년 탄소중립 목표에 맞춰, 소비자들은 이제 ****지속가능한 브랜드****를 구매의 중요한 기준으로 삼고 있습니다. 기업의 ESG 경영 실천 여부가 브랜드 이미지와 직결되고 있으며, 플라스틱 포장 감축, 식물성 소재로의 전환, 재활용 소재 활용 등의 실천이 핵심 과제로 떠오르고 있습니다.

특히 밀레니얼 세대와 Z 세대는 제품의 '기능'뿐 아니라 '배경'과 '가치'에도 주목하고 있습니다. 예를 들어, 버려지는 과일껍질을 활용한 업사이클링 젤리나, 퇴비화 가능한 패키지로 포장된 간식 등은 지속가능성이라는 브랜드 이미지를 강화하는 동시에 유럽 소비자의 니즈에도 부합할 수 있습니다. 실제로 유럽 대형 유통사들은 제품에 탄소 발자국 표시를 요구하는 경우가 증가하고 있어, 이를 대응하는 제품 설계가 필요합니다.

트렌드 4. "신개념 단백질의 확장" – 식물성·배양육·곤충 단백질

완두콩, 병아리콩, 귀리, 버섯 등에서 추출한 **대체 단백질**이 기존의 동물성 단백질을 대체하는 소재로 급부상하고 있습니다. 이는 환경 문제와 동물복지에 대한 관심 증가와도 맞물려, 윤리적 소비 흐름을 강화하고 있습니다.

최근에는 단백질 바, RTD 음료, 단백질 베이커리 제품 뿐 아니라 콩·귀리 기반의 단백질 쿠키나 고단백 떡 바 등 **식물성 기반의 프리미엄 스낵**도 주목받고 있습니다. 북미 및 유럽 소비자들은 'plant-based'라는 단어 하나만으로도 제품에 대한 신뢰를 높이며, 제품 선택의 주요 기준으로 삼고 있습니다. 따라서 '비건+단백질'의 조합은 해외 시장을 겨냥한 제품 기획의 강력한 방향이 될 수 있습니다.

트렌드 5. "심플+고급" – 미니멀리즘과 프리미엄의 공존

소비자들은 **깔끔한 포장, 단순한 재료, 투명한 성분 정보**를 선호하면서도, 스스로에게 특별함을 제공하는 고급스러운 제품에는 아낌없이 소비하고 있습니다. 이러한 이중적 소비 심리는 '프리미엄 미니멀리즘'이라는 새로운 흐름을 만들어내고 있습니다.

예를 들어, '딱 세 가지 원료'만 사용한 스낵, 자연발효를 기반으로 한 프리미엄 음료, 소용량 고급 디저트류 등은 소비자들의 건강과 감성 양쪽을 동시에 만족시키는 전략이 될 수 있습니다. 일본과 북미 시장에서는 특히 '소형 고급 제품'에 대한 선호도가 높아, 이와 같은 콘셉트로 포장 크기와 원료 구성을 재설계하는 것도 해외 진출 전략에 효과적일 수 있습니다.

결론: 'K-푸드의 재정의'가 필요한 때

2025 년 식품 산업의 핵심 키워드는 '융합', '지속가능', '기능성'입니다. 기존의 '한식 수출'이라는 고정 관념에서 벗어나, **글로벌 식문화·기술·ESG 요소를 접목한 하이브리드 전략**이 요구되고 있습니다. 제품의 외형이나 맛 뿐 아니라 브랜드가 전달하는 '철학'과 '가치'를 중심에 둔 설계가 필요한 시대입니다.

글로벌 시장에서의 성공은 단순한 제품 수출이 아니라, 현지 소비자의 삶에 스며드는 라이프스타일 솔루션으로서의 식품을 제안할 때 가능할 것입니다.

✓ 보고서 출처: KOTRA, [2025 해외시장뉴스플러스 4 탄] 글로벌 식품 산업 트렌드 (2025.6)