

2023년 소비 트렌드 시리즈 - 01

지속 가능한 소비

지속 가능한 환경에 대한 관심 증가

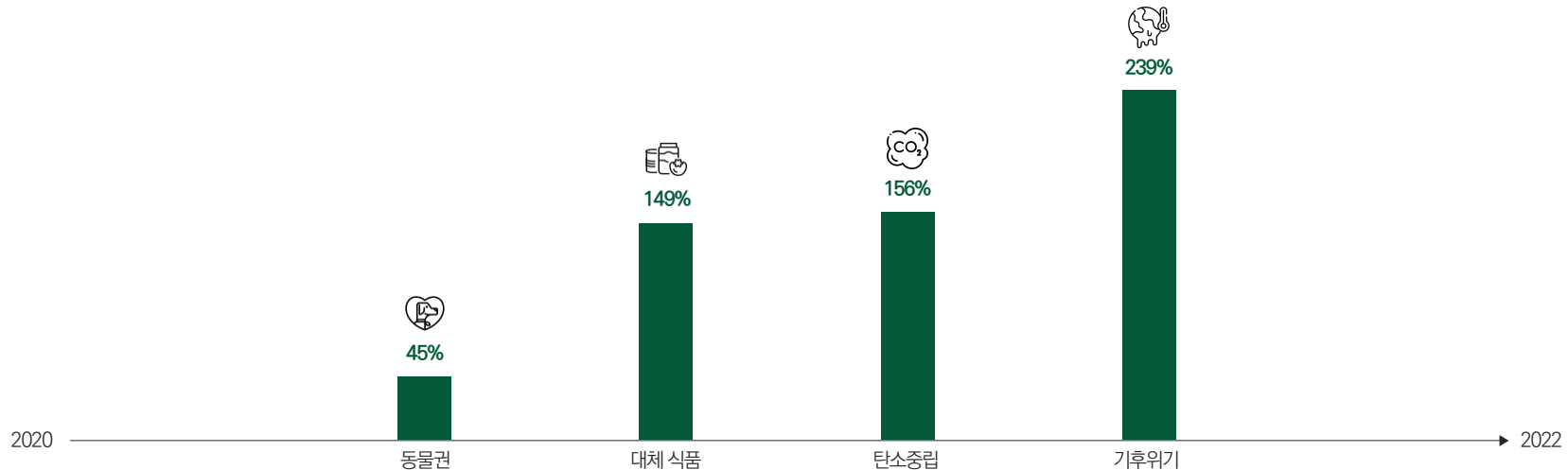
최근 3년간 키워드 검색량 분석

전 세계적으로 기후변화의 심각성과 환경보호에 대한 중요성이 커지며, 관련 키워드의 검색량이 크게 증가했습니다.

기후위기를 극복하기 위한 탄소 중립과 동물보호를 위한 대체 식품 등이 주요 키워드입니다.

이러한 트렌드는 소비자들의 행동을 환경보호에 기여하는 방향으로 변화시키고 있습니다.

주요 키워드 증감율
네이버 검색어트렌드, 2023



관심을 넘어 소비의 기준이 된 '지속 가능성'

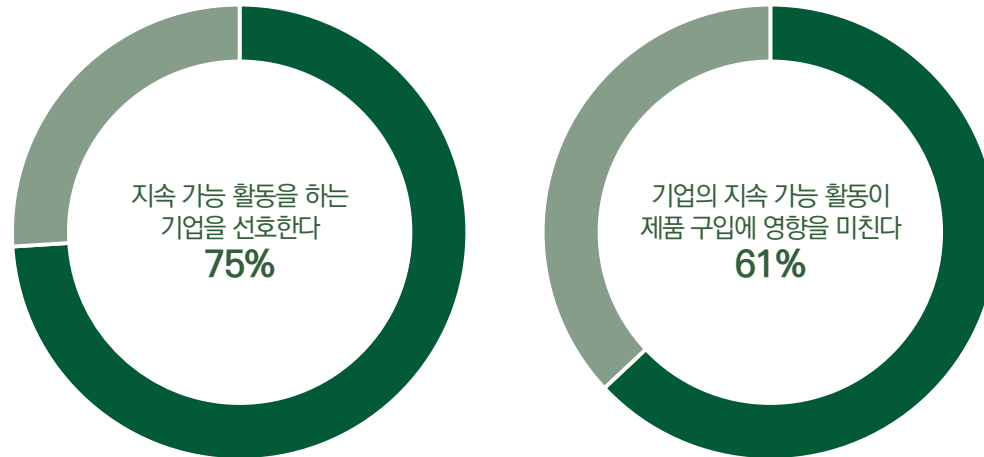
기업과 제품의 환경적·윤리적 영향 고려

최근 소비자들에게 소비란 '개인의 만족을 위한 물건 구매' 그 이상의 가치를 가지고 있습니다.

하나의 제품을 사더라도 기업과 제품의 생산과정을 꼼꼼하게 따져보고, 자신의 신념에 맞는 것에만 비용을 지불하기 때문입니다.

이제 기업의 윤리성·공익성, 제품의 공정성·신뢰성은 소비자에게 기업이 선택 받기 위한 필수 준비사항이 되었습니다.

기업의 지속 가능 활동에 따른 소비자 선호도 조사



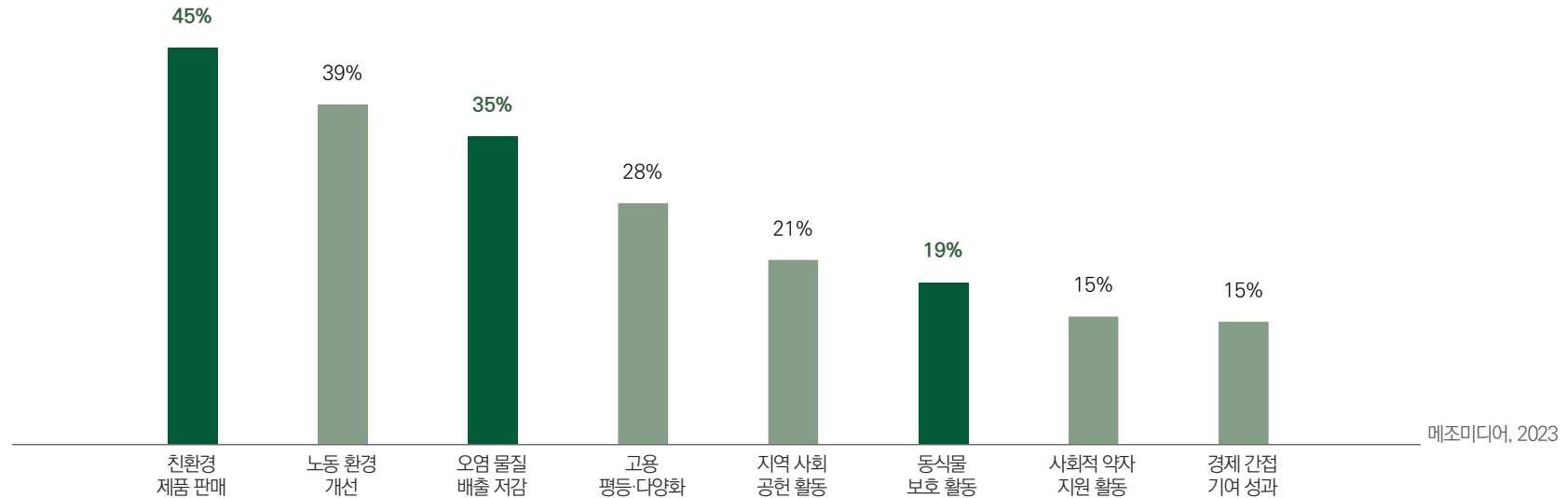
가장 중요하게 생각하는 기업의 활동은 '친환경 경영'

ESG 중에 환경(Environmental)을 가장 중시

기업의 ESG 활동 중 소비자들이 가장 중요하게 생각하는 영역은 '친환경 경영'입니다.

그 이유는 일회용품 사용을 줄이고, 분리배출 기준을 지키며, 대중교통을 이용하는 개인적 노력을 넘어 친환경 제품을 판매하고, 오염물질 배출을 저감하는 등 기업 차원의 변화도 중요하다고 생각하기 때문입니다.

중요하게 생각하는 기업의 ESG 활동



친환경 제품 구입을 통한 환경보호

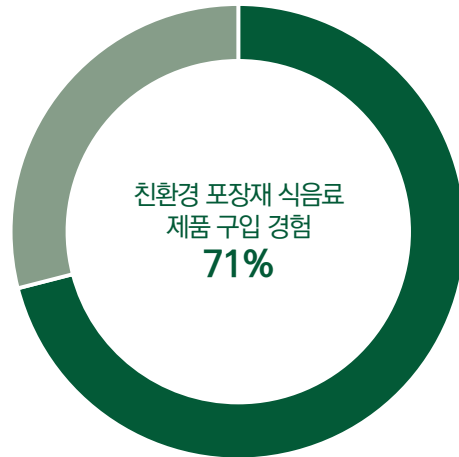
소비자의 10명 중 7명 '친환경 포장재 식음료 구입'

2049세대 소비자 중 71%는 이미 친환경 포장재 제품을 구매함으로써 환경보호를 실천하고 있습니다.

이들은 일상생활에서 쉽게 접할 수 있는 음료, 과자 등의 식음료 구매에서부터 '윤리적 소비'를 추구합니다.

때문에 기업의 친환경 활동 중 가장 효과적인 방법 또한 '친환경 포장재와 무라벨의 도입'이라고 응답했습니다.

2049 소비자



순위	식음료 기업의 친환경 활동 중 환경보호에 가장 효과적인 방법 (중복응답)
1	친환경 포장재 도입 (69%)
2	무라벨 도입 (68%)
3	플라스틱 수거 후 재활용 (58%)
4	친환경 재료·원료 사용 (47%)
5	비건 식품 개발 및 출시 (10%)

친환경 패키지를 제품 마케팅 전략에 활용

구매를 통해 소비자가 친환경 활동에 동참할 수 있도록 유도

소비자의 요구와 선호에 맞춘 제품을 생산하기 위해 기업들도 기존 제품의 패키지를 친환경적으로 바꾸고 있습니다.

비닐 라벨을 떼어내어 탄소배출을 저감하고, 수성잉크를 사용하여 오염물질 배출을 최소화하는 등의 노력입니다.

이는 친환경 제품을 구매하는 소비자들에게 선택의 폭을 넓혀주고, 구매를 통해 지속 가능한 소비에 동참할 수 있도록 합니다.



무라벨

CJ제일제당 '스팸'

제품 겉면에 로고 등이 새겨진 비닐 라벨을 떼어내고 종이 100% 포장재로 구성된 '라벨프리' 제품 출시, 플라스틱 276t, 1064t의 탄소배출 저감 효과



종이 포장재

칼스버그 '필스너'

목재 안쪽에서 자연 분해되는 목재 안쪽에서 자연 분해되는 100% 식물성 기반 종이병에 담긴 맥주 개발, 일회용 유리병보다 최대 80% 적은 탄소배출량 기대



재활용 포장재

쿠팡 '로켓프레시'

신선제품 배송 과정에서 포장을 줄이고 보냉팩을 재사용하기 위해 프레시백 제작, 연간 1억 개의 스티로폼 사용 절감



잉크 사용량 절감

롯데제과 '카스타드'

포장재에 수성잉크를 사용하는 플렉소 인쇄 방식을 적용해 오염물질 배출 최소화, 잉크 및 유기용제의 사용량을 연 100t 감소 계획

대체 식품 구입을 통한 동물보호

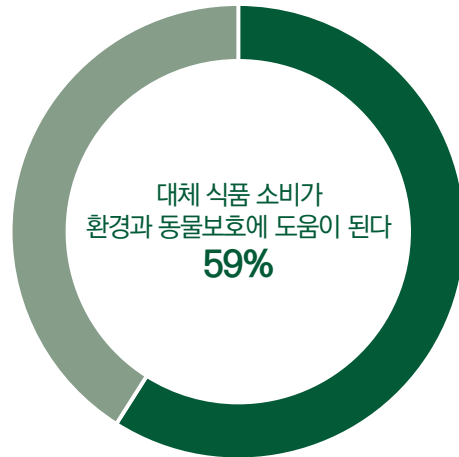
구매자 10명 중 6명 '대체 식품이 환경과 동물보호에 도움'

설문조사 결과, 구매자의 59%가 대체 식품 소비는 환경과 동물보호에 도움이 된다고 응답했습니다.

이들이 가장 선호하는 제품은 대체 우유 또는 두유, 대체육, 대체 계란, 세포 배양 고기, 대체 해산물 순이었습니다.

동물보호와 건강을 위해 채식을 지향하면서 선택적으로 육식을 하는 플렉시테리언(Flexitarian)이 점점 늘고 있는 추세입니다.

2049 소비자



순위	구매 경험이 있는 대체 식품 (중복응답)
1	아몬드 우유, 귀리 우유 등 대체 우유 또는 두유 (39%)
2	콩고기, 식물성 만두, 식물성 버거 등 대체육 (29%)
3	대체 계란 (7%)
4	세포 배양 고기 (4%)
5	대체 해산물 (2%)

식물성 원료를 강조한 대체 식품 출시 활발

고기부터 우유까지 '차세대 원료 개발'

소비자들의 관심과 함께 대체 식품 시장이 급격하게 성장하며, 국내 식품업계도 신제품 출시 및 개발을 가속화하고 있습니다.

단순히 원료만 식물성으로 대체하는 것이 아니라 영양, 질감, 모양의 품질과 높은 진입장벽 요소였던 '맛'까지 우수한 퀄리티로 구현했습니다.

기업들은 브랜드명이나 패키지 디자인을 통해 식물성 제품임을 강조하여 동물보호에 앞장서는 소비자들을 겨냥하고 있습니다.



대체육

신세계푸드 '베러미트'

2021년 7월 식물성 대체육 브랜드 '베러미트' 론칭, 기존 육가공품 대비 맛, 질감, 영양, 모양 등 품질 고도화, 토스트·버거 등 베러미트를 활용한 신제품도 연이어 출시



대체 참치

동원F&B '마이플랜트'

기존 제품과 동일한 식감을 낼 수 있도록 참치 특유의 살코기 결, 형태를 구현하면서도 칼로리는 31% 감소, 2023년 3월 출시 이후 누적 10만개 판매 돌파



대체우

CJ제일제당 '엘티브'

2023년 3월 식물성 우유와 커피 등 신제품 5종 출시, 고단백, 고칼슘 유지, 국내산 현미액을 더해 부드러운 맛 강화, 커피의 경우 유지방, 유당, 설탕 없이 달콤한 라떼의 맛 구현



대체 아이스크림

롯데제과 '나무루'

2020년 5월 국내 최초 아이스크림 비건 인증 획득, 코코넛 밀크와 천연 구아바를 사용하여 풍미와 식감 재현, 출시 2달 만에 7만 개 판매 돌파

더욱 성장할 지속 가능한 소비 시장

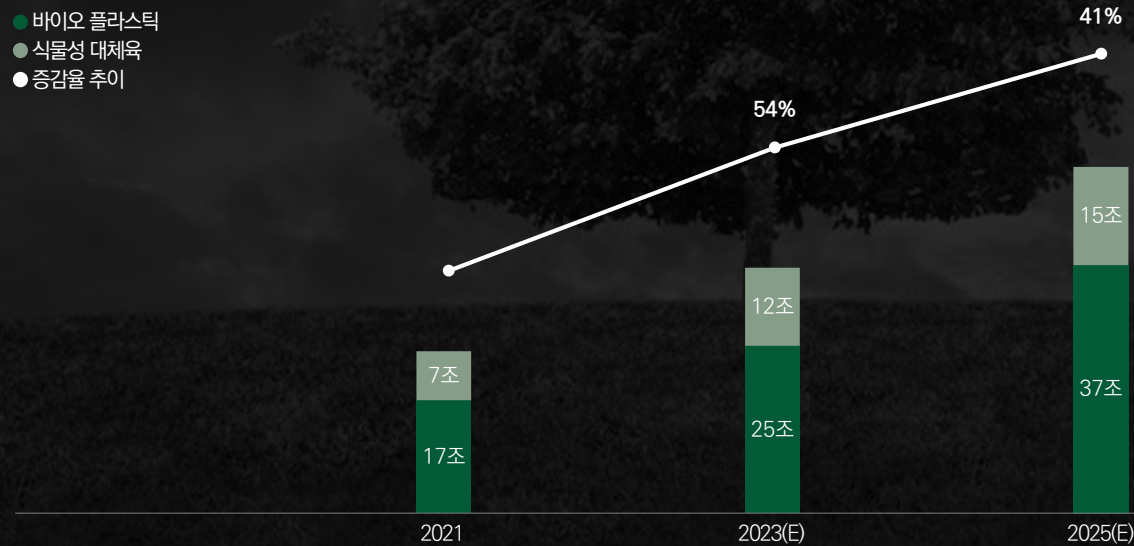
윤리적 소비 트렌드에 따른 관련 시장 규모 증가

소비자들의 라이프스타일과 기업의 생산 방식이 친환경적으로 바뀌며 관련 시장이 빠르게 성장하고 있습니다.

이는 지속 가능한 제품의 원료가 되는 바이오 플라스틱, 식물성 대체육 산업의 가파른 성장률을 통해서도 확인할 수 있습니다.

지속 가능성은 이제 소비자와 기업 모두가 주목하는 필수 요소로 소비 트렌드를 주도할 것으로 전망됩니다.

지속 가능한 원료의 글로벌 시장 규모



2023년 소비 트렌드 시리즈

01



지속 가능한 소비 (5월호)

02



알뜰·합리적 소비 (6월호)

03



개인 맞춤형 소비 (7월호)

디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 Insight M

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

