

김현진의 키워드로 읽는 소비트렌드



E.A.T 키워드로 살펴본 헬시 플레저

‘헬시플레저(Healthy Pleasure)’는 ‘건강(Healthy)’과 기쁨(Pleasure)의 합성어로 하나의 라이프스타일로 정착되고 있다. 특히 MZ 들이 건강에 진심이다. 이번 호에서는 E.A.T 키워드를 중심으로 건강과 웰빙을 중시하는 트렌드를 E(지속가능한 식단, Earth-Conscious Eating), A(저속노화에 대한 관심, Anti-Aging's New Paradigm), T(디지털 활용 건강관리, Tech-Physical Care)로 살펴보았다.



글 | 김현진 숙명여대 미디어학부 박사 blueviolet20@gmail.com

Earth-Conscious Eating : 지속가능한 식단에 대한 관심

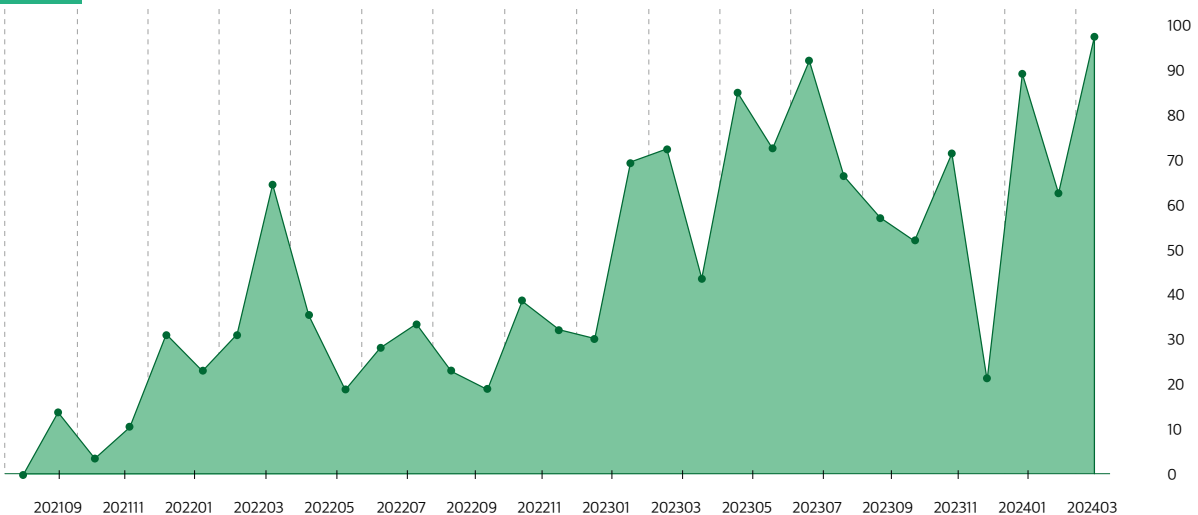
빅카인즈(Bigkinds.or.kr)로 최근 3년간 건강 관리에 대한 뉴스를 살펴보면, 2021년에 처음으로 등장해 해마다 ‘헬시플레저’에 대한 언급 수치는 눈에 띄게 증가하는 추세다 **그림 1**. 최근 3년 동안 ‘헬시플레저’ 키워드 언

급이 뚜렷하게 증가하며 특히 식품 업계에서 신상품들이 등장하고 있다. 이 트렌드는 특히 닭가슴살, 단백질 보충제와 같은 건강식품에 집중되어 있으며 소셜 미디어와 인플루언서 마케팅이 활발하다.

특히 지속 가능한 건강한 식단을 선호하는 MZ 세대 사이에서 ‘비건’ 열풍이 불고 있다. 지구와 건강을 고려한 식단에 대한 이들의 관심이 커지면서 편의점 매대에서는 샐러드, 요거트, 단백질 음료, 저당 음료 등이 인기

(*출처 : 빅카인즈)

그림 1 최근 3년 ‘헬시플레저’ 관련 월별 기사 기사 언급량

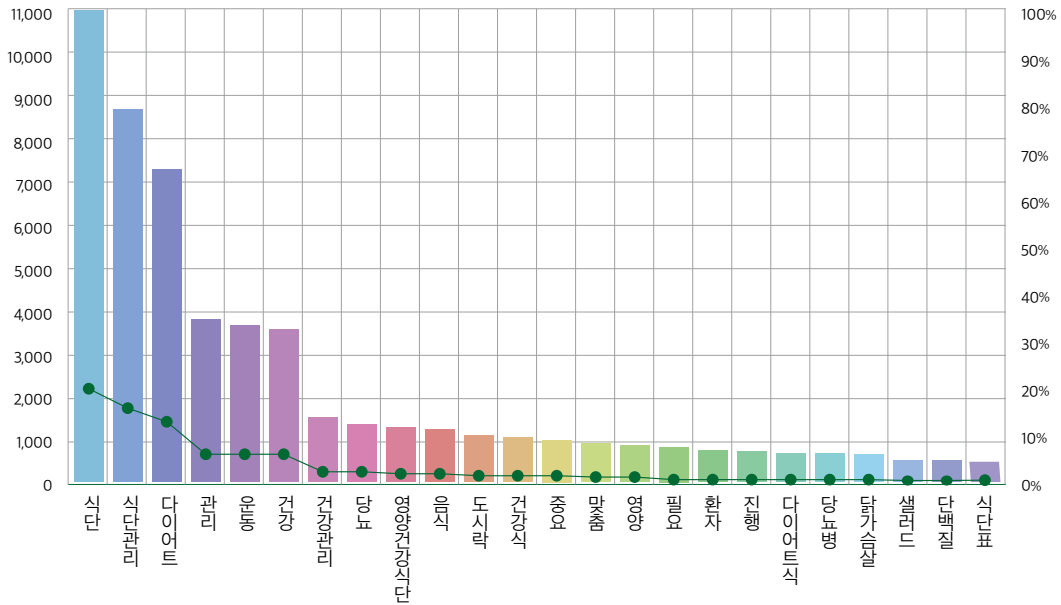


다. 또한 즉석 밥 시장에서도 현미, 렌틸콩, 퀴노아, 병아리콩 같은 건강 잡곡이 포함된 제품들이 등장하고 있다. 이러한 변화는 기업들이 지속 가능한 소비를 추구하고 기후 대응 및 탄소 중립 등의 ESG 원칙을 생활 속에서 실천하는 모습이다.

‘건강식’에 대한 소셜 연관어를 분석 **그림 2** 해보면, ‘어다행다’(어차피 다이어트 할 거면, 행복하게 다이어트 하자)를 실천하는 MZ 세대의 식단 관리, 운동, 영양 등과 관련된 키워드들이 등장한다. 인스타그램 #건강식단 해시태그로만 약 백만개의 이미지와 레시피가 공유 중이다.

(*출처 : Textom)

그림 2 최근 1년 사이 ‘건강식’ 관련 언급된 소셜미디어 연관어



Anti-Aging's New Paradigm : 저속노화에 대한 관심

저속노화에 대한 관심이 높아지면서 건강식과 더불어 요가와 필라테스에 대한 관심도 뜨겁다. 여성뿐 아니라 다양한 세대의 이용이 늘어나고 있다. 이와 함께 요가와 필라테스의 인기가 높아짐에 따라 에슬레저 룩 (athleisure look) 매출도 급증했다.

또한 인스타그램에서 요가와 필라테스 관련 쇼츠 콘텐츠는 특히 인기를 끌며 많은 사용자들이 짧은 영상으로 운동법을 배우고 동기부여를 얻고 있다. 특히 요가와 필라테스를 즐기는 남성인구도 급증하고 있으며, 이러한 트렌드는 전반적인 건강과 저속노화에 대한 관심

이 높아지는 현상을 보여주고 있다. 다음 장의 **그림 3**은 헬스·요가·필라테스 업종의 매출 증가세를 보여준다.

Tech-Physical Care : 디지털 활용 건강관리

최근 디지털 기기를 활용한 건강 관리 트렌드도 주목할 만 하다. 최근에는 스마트워치와 같은 웨어러블 기기, 모바일 애플리케이션, 그리고 인공지능(AI)으로 개인의 건강을 실시간으로 모니터링하고, #오운완(8백만건), #오수완(9만건)과 같은 운동 경험을 소셜미디어에 #루틴(44만건)으로 공유하는 사람들이 늘고 있다. 삼성 전자 갤럭시워치6 캠페인(#HRzoneworkout)은 참여자

들이 직접 콘텐츠를 생성해 참여하도록 해 좋은 성과를 얻었다. 또한 개인의 건강데이터에 맞춰 식단과 영양제를 제안하는 서비스들도 인기를 누리고 있다. 이처

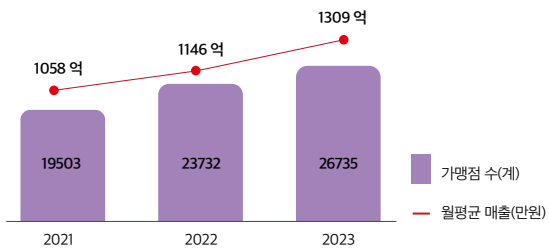
럼 신기술을 이용한 건강 관리는 현대 사회에서 중요한 트렌드로 자리 잡아가고 있으며, 이러한 흐름을 주목해볼 만하다.

(*출처: 핀다)

그림3 최근 3년 '헬스·요가·필라테스 업종' 관련 매출 변화

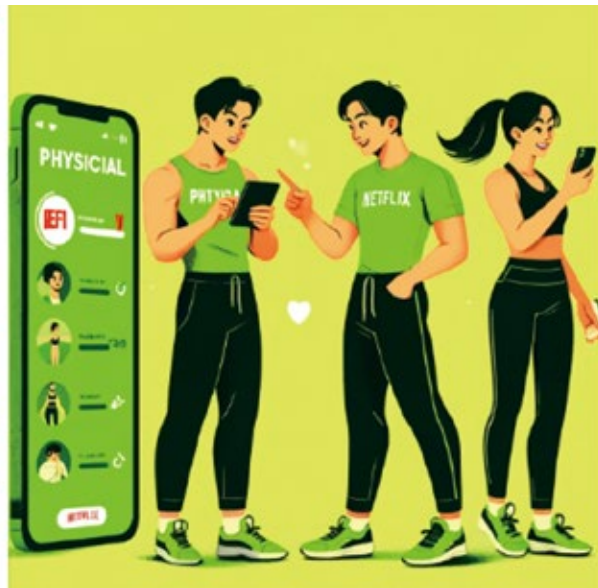
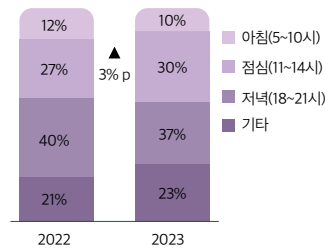
헬스·요가·필라테스 업종 매장 수/월평균 매출

* 2023년 1~5월



시간대별 결제 비중 변화

* 서울 3대 오피스 상권(강남, 여의도, 광화문)



필자 | 김현진

카드사 트렌드연구소, 디지털마케팅팀, 브랜드기획팀 등을 거쳤다. 제일 기획에서 다수의 통합캠페인(IMC)을 진행했으며, 미디어 콘텐츠제작, 소비자 트렌드분석 분야 다양한 실무경험을 쌓아왔다. 『소비자와 기업의 행복한 연결, ESG커뮤니케이션』(공저, 2023), 『코로나19 이후 지속가능한 소비와 광고』(공저, 2021), 『광고의 미래 넥스트 10년』(공저, 2021)