김현진의 키워드로 읽는 소비 트렌드

글 | **김현진** 숙명여대 미디어학부 박사 blueviolet20@gmail.com

'TOUR' 키워드로 보는 빵플레이션

'빵플레이션'이라는 신조어가 등장할 만큼 빵에 대한 관심과 소비가 크게 증가했다. 이 트렌드는 단순히 방 가격 상승을 넘어 프리미엄 빵에 대한 수요가 오히려 증가하고 있음을 보여준다. 특히 MZ세대를 중심으로 한 새로운 소비 문화가 형성되면서, 빵은 단순한 먹거리를 넘어 라이프스타일을 대표하는 상품으로 자리 잡았다. 이번 호에서는 빵 소비 트렌드를 'TOUR' 키워드를 중심으로 T(Themed Bread Tour) 테마가 있는 빵투어의 확산, O(Only for You Subscription) 맞춤형 빵 구독 서비스의 성장, U(Urban Bread-cation) 도시형 빵케이션, R(Real-time Report) 실시간 정보 공유 문화를 중심으로 살펴보고자 한다.

T. Themed Bread Tour : 빵투어의 인기

'빵지순례'라는 말이 생길 정도로 맛있는 빵을 찾아 여행을 떠나는 소비자들이 늘고 있다. 소셜미디어를 통해 유명 맛집 정보가 빠르게 공유되면서, 지역별 유명 빵집을 순회하는 '빵투어' 트렌드가 형성되었다. 경의선 숲길 도심 산책형 빵투어부터 서울 3대 빵집 투어까지 다양한 테마의 투어가 인기를 끌고 있다.

블랙위키에서 '24년 10월 데이터를 분석한 그림 1-1 을 보면, 빵지순례 검색이 여름 휴가철 7-8월(9-10%)과 연말인 12월(10.5%)에 집중되는 모습을 보인다. 요일별로는 평일 대비 토요일(15%)과 일요일(17%)에 검색량이 크게 증가했다. 그림 1-2

'빵투어'와 '빵지순례' 관련 블로그 포스팅 현황 뒷면 그림 2 을 살펴보면, 서울이 6만 건이 넘는 압도적인 수치를 기록했다. 뒤이어 부산이 3만 3천여 건, 제주가 2만 8천여 건으로 높은 수치를 보였다. 주목할 만한 점은 대전(1만 9천여 건), 대구(1만 5천여 건), 강릉(1만 1천여 건) 등 지방 대도시와 관광도시에서도 활발한 콘텐츠 교류가 이루어지고 있다는 것이다. 특히 대도시는 높은 검색량과 블로그 발행량을 동시에 보이는 반면, 관광도시는 검색량 대비 블로그 발행량이 높게 나타나는 특징을 보였다.

그림1-1 빵지순례 관련 월별 검색 비율

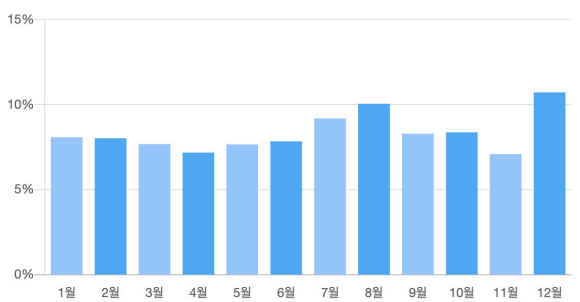


그림1-2 빵지순례 관련 요일별 검색 비율

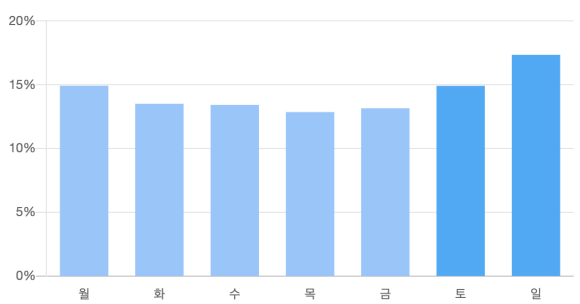
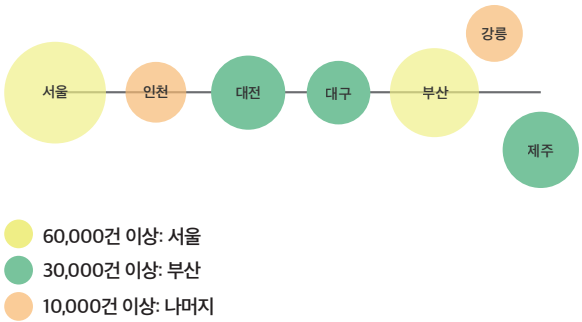


그림2 지역별 빵지순례 검색량(2024년 10월 기준)



60,000건 이상: 서울
30,000건 이상: 부산
10,000건 이상: 나머지

그림3-1 빵배달 해시태그 트렌드 분석

이러한 데이터는 빵지순례가 주말 여가 활동의 새로운 트렌드이자 관광 콘텐츠로 자리잡았음을 시사한다. 특히 계절성과 주말 요일성이 뚜렷한 검색 패턴은 빵지순례가 단순한 일상적 소비를 넘어 여가 문화로 진화하고 있음을 보여준다.

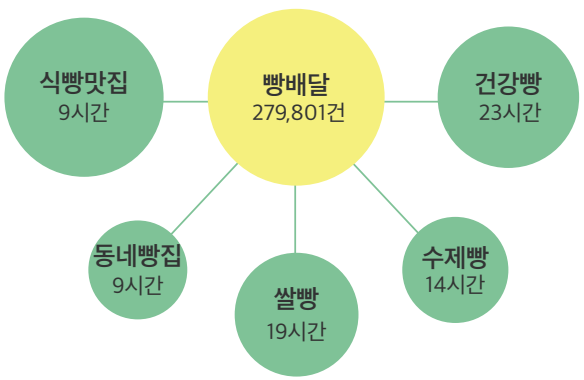
0. Online Ordering : 빵배달의 진화와 확산

온라인 빵배달 서비스가 새로운 소비 트렌드로 자리잡고 있다. 코로나19 이후 비대면 서비스에 익숙한 소비자가 늘면서, #빵배달, #온라인빵주문 해시태그의 사용 빈도가 크게 증가했다. 특히 유명 빵집들의 전국 배송 서비스 도입으로 지역 제한 없는 구매가 가능해지면서, 빵집들에게는 새로운 판로가, 소비자들에게는 다양한 선택지가 생겼다.

업스타태그로 '24년 10월 데이터를 분석한 그림 3-1을 보면, #빵배달 관련 해시태그 중 '빵택배'가 27만 9천여 건으로 가장 많은 게시물을 기록했으며, '건강빵'(21만 2천여 건), '쌀빵'(12만 2천여 건) 순으로 나타났다.

특히 '식빵맛집' 키워드는 7만여 건의 상대적으로 적은 게시물 수에도 불구하고 가장 높은 인게이지먼트(4,036)를 기록해, 프리미엄 식빵에 대한 관심이 높다는 것을 보여준다.

그림3-2 빵배달 관련 연관어 및 반응시간



· 원 크기: 게시물 수 · 숫자: 평균 반응 지속 시간

주목할 만한 점은 건강빵 관련 키워드의 강세다. '건강빵' 관련 게시물은 가장 긴 23시간의 반응 지속시간을 기록했으며, 이는 건강 지향적 제품에 대한 소비자들의 지속적인 관심을 보여준다.

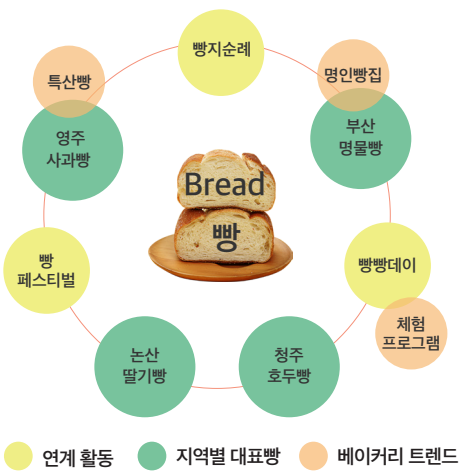
이러한 트렌드에 맞춰 빵 구독 서비스도 진화하고 있다. '헬시 플레저' 콘셉트의 건강 빵 구독이나, 유명 레스토랑의 시그니처 메뉴를 재해석한 프리미엄 구독 서비스가 특히 주목받고 있다.

그림 3-2는 빵배달 시장이 단순한 배송 서비스를 넘어 프리미엄화, 건강 지향성, 경험 소비라는 새로운 가치를 창출하고 있음을 보여준다. 이는 온라인 빵 시장의 양적 성장과 함께 질적인 진화가 나타나고 있음을 보여준다

U. Urban Bread-cation : 도시형 빵케이션의 확산

'빵케이션'이라는 신조어가 등장할 만큼, 빵을 테마로 한 여가 문화가 확산되고 있다. 빵 관련 다양한 경험을 추구하는 소비자들이 증가하고 있다. 빅카인즈에서 '빵' 관련 뉴스 키워드를 분석해 지역 연결망을 살펴보면, 그림 4-1과 같이 지역별 대표 빵과 연계 활동, 베이커리 트렌드가 긴밀하게 연결되어 있음을 확인할 수 있다. 특히 부산의 명물빵, 영주의 사과빵, 청주의 호두빵, 논산의 딸기빵 등 지역 특산물을 활용한 특색있는 제품이 주요 키워드로 등장했다.

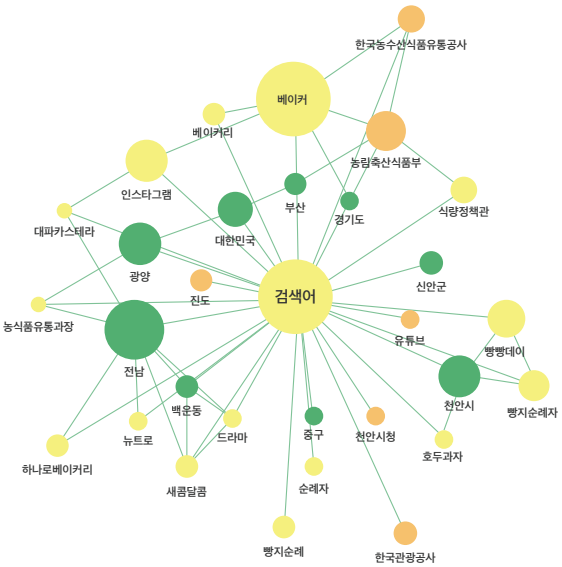
그림4-1 뉴스에 등장한 '빵' 키워드 지역 연결망 분석



주목할 만한 점은 지역성과 결합된 빵 관련 축제와 이벤트가 '빵빵데이', '빵페스티벌', '빵지순례' 등 다양한 형태로 발전하고 있다는 것이다. 또한 '명인빵집', '특산빵', '체험프로그램' 등 새로운 베이커리 트렌드 관련 키워드도 높은 빈도로 등장했다. 이는 각 지역의 빵 산업이 단순한 제조·판매를 넘어 관광 자원으로 진화하고 있음을 시사한다.

그림 4-2의 연결망 분석에서 볼 수 있듯이, 빵 관련 키워드는 지역 특산물과 관광 활동을 중심으로 강한 연결성을 보이고 있다. 이러한 현상은 지역 빵 산업이 로컬 브랜딩과 관광 산업의 핵심 콘텐츠로 자리잡고 있음을 보여준다.

그림4-2 '빵' 키워드 지역 연결망 분석



R. Real-time Report : 리얼타임 정보공유의 활성화

빵 관련 정보 생태계가 진화하고 있다. 뒷면 그림 5에서 볼 수 있듯이, 이는 크게 정보 플랫폼, 서비스 유형, 소비 트렌드의 세 가지 축으로 발전하고 있다.

먼저 정보 플랫폼을 살펴보면, 흑백요리사의 맛지도와 같은 전문가 큐레이션, 지하철역 중심의 '빵지도' 서비스, 네이버 플레이스와 같은 통합 정보 수집 플랫폼이 다각화되고 있다. 네이버 데이터랩 분석 결과, 이들 플랫폼에서 '빵 맛집' 관련 검색은 전년 대비 275% 증가했으며 지하철 빵지도의 경우 월평균 15만 명이 이용하는 것으로 나타났다.

서비스 유형도 진화하고 있다. 실시간 재고 정보 제공, 대기 알림 서비스, 한정판 출시 정보 등 즉시성과 희소성을 강조한 서비스들이 등장했다. 특히 한정 수량 판매와 같은 마케팅 전략과 맞물려, 실시간 정보에 대한 수요가 크게 증가하는 모습이다.

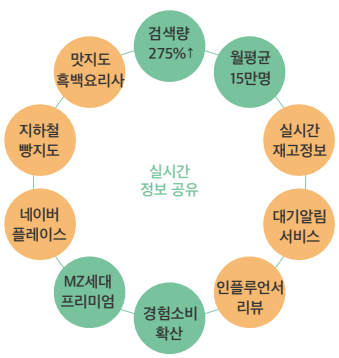
이는 인플루언서의 리뷰가 소비 결정에 미치는 영향력이 매우 커졌으며, MZ세대를 중심으로 프리미엄 빵소비 현상이 새로운 트렌드를 만들어내고 있다는 것을

잘 보여준다. 더불어 단순한 구매를 넘어 경험을 중시하는 소비 문화가 확산되면서 빵집들도 이에 맞춘 다양한 마케팅 전략을 펼치고 있다. 그림 6

이처럼 빵 관련 정보 생태계는 플랫폼, 서비스, 소비 문화가 유기적으로 연결되며 진화하고 있다. 이는 빵플레이션 시대의 소비 트렌드가 단순한 가격 상승을 넘어 새로운 문화 현상으로 자리잡고 있음을 보여준다.

그림5 '빵' 관련 정보 생태계

그림6 '빵' 관련 정보 생태계 도식



필자 | 김현진

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