



# Malaysia

말레이시아사무소

## 건강 트렌드에 힘입어 큰 인기 얻는 김치 요리

### 상승세를 탄 말레이시아 내 한국 김치 인기

말레이시아에서는 한국 김치에 대한 인기가 점점 더 높아지고 있다. 대표적인 발효식품으로 다이어트에도 효과가 있고 당뇨에도 큰 도움이 되는 등 다양한 효능을 가진 김치가 건강을 중시하는 트렌드에 힘입어 꾸준한 소비 상승세를 타고 있는 것이다. 한국 드라마와 예능에서 김치를 즐기는 모습이 한류에 우호적인 말레이시아 소비자들에게 다양하게 노출되었고 이에 따라 김치를 친근하게 여기고 실제로 구매해보는 현지 소비자들도 많아지고 있다. 실제로 말레이시아 내 대부분의 슈퍼마켓에서 다양한 한국 브랜드의 배추김치, 열무김치, 깍두기 등 다양한 김치를 쉽게 만나볼 수 있으며, 대부분 할랄 인증(KMF)를 취득하여 현지 소비자가 믿고 구매할 수 있는 분위기가 형성되고 있다. 올해 8월까지 對 말레이시아 김치 수출실적은 약 100만 불로 전년 동기 대비 41% 이상 증가했으며 2018년도 한해 김치 수출실적도 약 109만 불에 육박하고 있다.

### 다양한 음식재료로 활용되고 있는 한국산 김치

간편 식사를 주로 판매하는 레스토랑 4 fingers는 치킨, 새우, 두부튀김과 밥으로 구성된 'Rice box'에 김치 코울슬로를 사이드 메뉴로 곁들여 판매 중이며 'Chicken Katsu Sandwich' 메뉴에 김치를 토핑으로 추가한 형태 등으로 판매하고 있다. 반찬으로 주로 소비되는 한국에서의 모습과는 달리 현지인의 입맛에 맞춰 다양한 형태로 소비되고 있는 모습이 이채롭다.

버거 프랜차이즈 KGB는 김치마요네즈를 소스로 하고 김치 토핑을 넣은 'Seoul chicken burger'와 김치 토핑과 불고기 토핑을 활용한 'Kimchi fries'를 판매하고 있다. KGB는 김치를 토핑 형태뿐만 아니라 마요네즈와 김치를 섞어 만든 '김치 마요네즈 소스' 형태로 활용했다는 점도 눈여겨 볼만하다. 또한 버거 명칭에 Seoul이라는 한국 지명을 활용했다는 점도 재미있다. 한국에 대한 관심이 높은 현지의 트렌드를 반영한

이름이며 국가의 이미지가 하나의 브랜드처럼 사용되고 있는 사례다. 네네치킨은 2017년 말레이시아에 진출하면서 버거에 김치 토핑을 넣은 'Kimchi burger'를 판매하고 있으며 메뉴 이름에서도 김치를 강조하여 한국 음식에 관심이 많은 현지 젊은 소비자들을 공략중이다. 이는 말레이시아 소비자들 사이에서 김치의 인기와 브랜드 가치를 엿볼 수 있는 사례가 되고 있다.

### 하나의 브랜드가 된 한국 김치

위의 사례에서 볼 수 있는 것처럼 발효식품으로 건강에 좋은 김치가 건강에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있는 말레이시아 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있다. 여러 음식점에서도 김치를 활용한 메뉴들을 선보이고 있으며 김치를 메뉴 이름에도 그대로 활용하고 있다. 김치가 한국 음식을 대표하는 하나의 브랜드처럼 되고 있어 이 기회를 활용하고자 하는 레스토랑 운영자수도 상당히 증가하고 있어, 말레이시아는 앞으로 한국산 김치 진출이 더욱 유망한 시장이라고 볼 수 있다.



### 한국 김치 인기 활용해 저변 확대해야

현재 말레이시아 내 한국 김치는 토핑, 소스, 코울슬로 등으로 다양하게 소비되고 있으며 김치가 반찬이나 단품에 그치는 것이 아니라 식재료로서의 잠재력을 가진다는 점을 확인시켜주고 있다. 한국 김치의 다양한 활용 방안을 마련하고 이를 바탕으로 말레이시아 내 김치 인기를 활용한 적극적인 마케팅 전략을 마련하여 실시한다면 한국산 김치의 말레이시아 진출이 더욱 활발해 질 수 있을 것이다. 나아가 한국 김치의 진입장벽을 낮추고 더 많은 말레이시아 소비자들, 특히 젊은 층이 김치를 친근하게 느낄 수 있도록 인플루언서들을 활용한 SNS 마케팅과 김치 페스티벌 등의 온오프라인 행사를 지속적으로 기획하여 한국 김치에 대한 소비 저변을 확대해 나갈 필요가 있다.