

한국음식으로 번지고 있는 한류열풍

자카르타지사

한류열풍을 타고 높아진 한국음식의 인기

- 드라마와 예능프로그램에서 시작된 인도네시아의 한류 열풍이 한국음식으로 번지고 있다. 방송프로그램 속에서 접했던 한국음식을 직접 먹기 위해 나서는 인도네시아 소비자들 증가하고 있기 때문이다.
- 한국음식을 판매하는 식당들도 늘어나는 추세다. 과거에는 한국교민들을 중심으로 한식당이 운영되었지만, 최근에는 한국 프랜차이즈들이 진출하며 시장을 확장하기 시작했다. 또한 현지 패스트푸드점, 레스토랑 등에서도 한국음식을 모티브로 한 메뉴가 늘어나고 있다.



1. 맥도날드의 매운 불고기버거
2. 한국식 잡곡밥 '콩밥'

현지 업체들의 한국식 가공식품 출시 경쟁

- 한국음식에 대한 인기에 힘입어 한국에서 수입된 가공식품의 인기 또한 높아지면서 현지업체들도 한국식 가공식품 생산에 열을 올리고 있다.
- 인도네시아의 식품제조사 마리마스(PT. Marimas Putera Kencana)에서는 흑미, 콩, 옥수수 등 10가지 잡곡으로 구성된 제품 '콩밥'을 출시하기도 했다. '콩밥'은 인도네시아 소비자들이 지닌 건강에 대한 높은 관심과 인도네시아에 당뇨환자가 많다는 점, 한국음식이 영양학적으로 조화와 균형을 갖췄다는 점 등에 착안해 출시된 제품이다.
- 한국산 수입라면에 대한 인기가 높아지면서 한국식 라면의 생산도 늘어나는 추세다. 인도네시아에서 직접 라면을 생산하는 한국계 라면회사들도 늘어나고 있다.

한류마케팅으로 적극적인 홍보 필요

- 현재 인도네시아에서는 한류열풍이 지속적으로 이어지고 있으며, 한국에 많은 관심을 지닌 소비자들의 경우에는 한류를 자신들의 방식으로 재생산하기도 한다.
- 인도네시아 소비자들에게 한국은 긍정적인 이미지가 강하며, 한국제품은 질이 좋다는 평가를 받고 있다. 심지어 태국, 말레이시아에서 수입한 제품임에도 한국어가 적혀 있는 경우도 있다.
- 따라서 한국산이라는 점을 어필할 수 있는 수출용 패키지를 개발하고, 한류를 마케팅에 적극적으로 활용한다면 높은 홍보 효과를 거둘 수 있을 것이라 판단된다.