



Poland

폴란드사무소

점차 다양해지는 폴란드의 소스시장

폴란드 소스시장의 3가지 트렌드

늘 먹던 익숙한 음식에 새로운 '소스'를 뿌리면 전혀 다른 요리가 된다. 이러한 변화무쌍한 매력 때문이었을까, 점점 다양한 맛과 풍미를 찾는 폴란드의 '소스'사랑은 그들의 소비에서 뚜렷하게 드러난다.

2018년 11월 기준, 유로모니터 (Euromonitor)의 통계에 의하면, 지난 5년간 폴란드 내의 소스·드레싱·조미료 시장은 규모 면에서 9.85 %의 성장률을 기록하여 35.7만 톤에 이르렀다. 향후 2023년에는 연평균 성장률 2%를 유지하여 55억 즈위티 (약 1억 7천만 원)의 가치를 이끌어낼 수 있다고 예측했다. 꾸준한 증가로 폴란드인들의 입맛을 사로잡고 있는 소스·드레싱·조미료 시장에서 주목해야 할 세 가지 트렌드는 다음과 같다.

① 주춤하는 소스 대표주자, 케첩과 마요네즈

테이블 소스의 터줏대감 마요네즈와 케첩은 이제 소비자들의 흥미가 떨어진 제품군이다. 두 제품 모두 전년도 대비 0.2%의 증가에 그쳤으며 테이블 소스 시장이 평균 2% 증가세인 것과 대비하면 비교적 정체된 것을 볼 수 있다. 이는 폴란드 현대인들의 건강트렌드에 잘 어울리지 않는 식료품이기 때문인 것으로 보인다. 이에 대응해 폴란드의 소스 제조기업 Fanex사는 카레를 첨가한 카레 케첩을 출시하고 유채씨유와 완두콩 단백질로 만든 비건 마요네즈를 통해 9%의 꾸준한 매출 성장을 이룰 수 있었다.

② 더 색다르고, 더 새롭게! 폴란드의 이국적인 소스

폴란드인들의 식탁에는 이탈리아 파스타, 아시아 면 요리의 등장이 잦아지고 이국적인 Ready-Meal 시장이 급성장하는 추세이다. 이국적인 맛에 대한 치솟는 인기는 바비큐 (barbecue) 소스, 페스토(pesto), 간장, 굴 소스 등의 소비로 증명되고 있다. 바비큐 소스의 경우 지난 5년 대비 시장 규모

43.5%의 증가를 보여줬으며, 이는 테이블 소스 부문에서 전년대비 9%로 가장 큰 수치이다. 폴란드인의 이색입맛에 맞춰, Fanex사는 18가지의 다양한 혼합양념 'Fusion Spice'의 제품라인을 새롭게 선보였는데 그 중 가장 이국적인 맛과 소스와 코코넛 소스를 찾는 소비자들 많다고 전했다.

③ 넣기만 하면 완성,

간편한 레디메이드 (Readymade) 소스가 인기

간편함과 편리함을 추구하는 트렌드는 폴란드도 예외가 아니다. 넣기만 하면 완성되는 파스타 소스와 요리용 소스는 각각 전년대비 4.2%, 3.6%의 증가했으며, 지난 5년 전보다 각각 20.3%, 16.8%의 높은 시장 성장률을 보인다. 향후 레디메이드 (readymade) 소스의 다양한 맛 개발과 더불어, 비닐 포장 (doypacks)과 같은 간편한 포장방식도 주목해야 할 관련 포인트라 전했다.

Key
Point

한국 수출업체 지금의 기회

이러한 시장 흐름 속에서, 우리 수출업체는 폴란드의 이국적인 소스 선호 트렌드를 진출 기회로 잡아야 한다. 한식의 고추장, 된장, 쌈장과 같은 전통적인 양념류를 현지 식으로 가볍게 풀어 폴란드의 식탁을 겨냥하고, 비건 (vegan) 트렌드에 딱 맞는 우리의 참기를 홍보도 기대해 볼 수 있다. 간편하고 쉬운 요리를 선호하는 현지 트렌드에 발 맞춰 불고기 (Korean BBQ) 소스, 비빔밥 소스 등의 레디메이드 (readymade) 소스를 요리와 함께 선보이는 동시에 부가적인 식재료의 수출 경로 확보를 엿볼 수 있다. 지난해 12월 기준, 한국 소스의 폴란드 수출은 연간 전년대비 24.9%의 증가를 보였다. 시장 규모 자체의 성장과 이국적이고 다양한 맛을 찾는 지금이야말로 한국의 소스 수출에 박차를 가하여 폴란드 식탁을 겨냥할 수 있는 기회이다.