



Thailand

방콕지사

건강 트렌드 반영한 간식이 대세

식사를 대체하는 간식소비트렌드

간식은 식사와 식사 사이에 먹는 음식으로 격식에 맞춰 먹기보다는 간단한 음식을 먹는데 과자, 빵, 우유, 초콜릿 등 그 종류가 매우 다양하다. 특히 어린이는 몸이 작은 데 비해 필요한 영양분과 열량이 많아 세 끼 식사만으로는 부족하므로 간식을 통한 영양 보충이 필수다. 뉴질랜드의 낙농기업 폰테라(fonterra)의 식품재료 공급회사 NZMP가 조사한 결과에 따르면, 간식 제품은 아시아 태평양 지역에서만 1,343억 달러(약 160조 원)가 넘는 시장규모를 가지고 있으며, 건강에 관심을 가지는 소비자들이 늘어남에 따라 향후 4년 동안 12% 성장을 내다보고 있다. 이 중 태국의 간식 시장은 향후 4년간 15% 성장해 35억 달러(약 3조 6천억 원) 이상의 규모를 기록할 것으로 예상하고 있다. 전 세계 소비자의 61%가 간식을 즐겨 먹고 있다. 태국 소비자의 26%는 저녁식사 대용으로 간식을 먹고 있으며, 45%는 건강한 간식에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 간식화(snackification)의 영향으로 전통적인 식사가 간식으로 대체되고, 영양가 높은 간식에 대한 수요가 증가하면서 간식이 새로운 소비 트렌드가 되고 있다. 과거에는 간식 제품이 단지 끼니 사이에 간단하고 간편하게 먹는 편의 식품에 불과했다면, 최근에는 소비자들이 건강을 위해 간식의 영양성분, 재료, 첨가물 등을 확인하고 나서야 구매하고 운동 전후 영양보충이나 식사대용 등 건강관리에 필수적인 식품으로 여기고 있다.

건강한 간식 수요 나날이 증가

태국인의 비만 비율이 높아짐에 따라 정부는 설탕세 및 소금세 정책으로 국민건강을 위한 정책을 추진하고 있고 소비자들 역시 설탕, 소금 및 지방 섭취를 줄이려고 노력하고 있다. 이러한 현상이 간식 시장에도 영향을 미치고 있어 제조업체는 칼로리와 인공조미료 사용을 줄이고 튀긴 것보다는 굽거나 건조하는 등 보다 건강을 고려한 가공 방법을 점점 더 많이

사용하고 있다. 이러한 추세로 인해 견과일, 견과류, 씨앗 그리고 견과류 등을 바르고 구운 크래커인 트레인 믹스(trail mix)에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 견과일의 경우 작년엔 이어 올해도 두 자리수 성장률을 기록할 것으로 예상되는데 대형 슈퍼마켓이나 편의점에서 많은 견과일 제품이 판매되고 있고 그 종류 또한 점점 더 다양해지고 있다. 감차 칩 과자는 올해 태국에서 가장 인기 있는 간식 중 하나이다. 하지만 이러한 짭짤한 과자들은 소비자들이 건강한 간식거리를 찾기 시작하면서 변화하고 있고 제조사는 건강한 제품을 찾는 소비자를 위해 쌀, 채소, 타로, 생선 껍질, 버섯 등과 같이 건강에 좋은 재료를 사용하거나 소금 함량을 줄여 과자를 생산하기 시작했다. 구운 견과류, 무염 견과류 또는 견과류와 혼합된 과일, 말린 과일 또는 곡물 함량이 높은 제품들은 앞으로 건강과 웰빙 트렌드가 사라질 것이라는 전망이 없다면 계속 성장할 것이다.

| 태국 도이캄(DoiKham) 견과일 제품 |



Key
Point

**건강한 방식으로 만들되
간식 특유의 맛 재현이 관건**

태국에서도 망고, 두리안 등 동남아시아 과일의 견과일 제품들이 계속 출시되고 있다. 다른 가공식품에 비해 자연 그대로의 식품으로 간행하면서도 여러 가지 영양소를 골고루 섭취할 수 있다는 점에서 한국산 견과일 제품도 좋은 수출 상품이 될 수 있을 것이다. 건강한 간식에 대한 소비자들의 수요는 지속해서 증가하지만 기존 간식이 가지는 맵고, 짜고, 단맛을 원하는 소비자들은 여전히 많다. 건강한 간식을 구매하는 소비자들도 있지만, 간식 그대로의 기능(맛)을 원하는 소비자들은 여전히 많이 있다는 것 역시 잊지 말아야 할 것이다.