

# 소비자와의 소통이 중요한 건강식 배달시장

카자흐스탄지사

## 호황을 맞은 건강식 배달업체

- 3년전까지만 해도 카자흐스탄에는 1~2개 정도의 건강식 배달업체가 있었으나, 전 세계적인 웰빙 열풍의 영향으로 현재 15개 업체로 늘어나 샐러드를 비롯한 다양한 건강식을 소비자의 가정까지 배달해준다.
- 건강식 중에서도 다이어트 식단을 특화해 매주, 매달 단위로 제공하는 업체들도 생겨나고 있다. 주요 업체로는 Kitchen lab, Smart food, Cook it fresh 등이 있다.
- 수도 아스타나에서는 작년에 첫 샐러드바가 오픈을 했다. 창업자는 주 타깃층을 25~35세 회사원으로 예상했으나 실제 고객층은 25세 이하 학생들도 많았다. 균형 잡힌 식단, 식이요법 및 스포츠에 대한 관심이 세대를 넘어 점점 커지고 있음을 확인할 수 있다.



## 오픈키친을 통해 고객의 신뢰 확보하는 레스토랑

- 현지화폐 평가절하로 소비자 구매력이 감소함에 따라 국내산 식품에 대한 소비가 증가하고 있는 가운데, 고급 레스토랑에서도 현지에서 생산된 식재료를 사용하는 비중이 높아지고 있다.
- 스테이크 전문점, 이탈리아 음식점 등을 중심으로 최근에 개업한 레스토랑들은 오픈키친을 두는 것이 주요한 트렌드이다. 누가 어떻게 만드는지를 고객에게 어필하는 일이 중요해졌기 때문이다. 이에 따라 식재료의 원산지 와 생산이력을 표기해 고객의 신뢰를 확보하는 음식점들이 늘어나고 있다.



1. Kitchen lab의 배달도시락
2. Smart food의 배달도시락
3. 오픈형 주방

## 합리적인 가격의 간편한식사

- 최근 보다 빠르고 간편한 라이프스타일을 선호하는 밀레니얼세대와 Z세대가 등장하면서 식생활에서 다소 보수적인 성향을 보였던 카자흐스탄 소비자들의 입맛이 서서히 바뀌고 있다.
- 한편 빈부격차가 큰 사회구조 때문에 대다수의 소비자들은 값싼 레스토랑 대신 합리적인 가격으로 즐길 수 있는 맛있고 간단한 수제음식을 선호하는 추세이다.
- 이에 맞춰, 최근 Saebiz라는 야외레스토랑이 ‘적절한 가격의 요리’라는 타이틀로 오픈했으며 1,000엔(약 3,050원)로 맛있게 먹을 수 있는 Public팝이 알마티에 오픈했다.



Saebiz의 매장내부

## 인터넷, SNS를 활용한 체계적인 고객 관리

- 인터넷 환경이 발달함에 따라 카자흐스탄 내 레스토랑들은 차츰 온라인 사이트를 만들어가는 추세이다. 이를 통해 테이블 예약, 선불 결제, 또는 온라인 주문 등의 서비스를 제공할 수 있게 되면서 한층 체계적으로 고객을 관리하고 있다.



Doublecoffee의 SNS(인스타그램) 계정

- 한편 인스타그램, 페이스북 같은 SNS를 통해 오픈 시간과 메뉴, 각종 이벤트를 고객과 공유하며 홍보를 하고 즉각적으로 고객의 요구를 반영하기도 한다.

## 한식 수출, 웰빙과 SNS로 승부해야

- 건강식에 대한 수요가 꾸준히 증가하는 만큼 한국 업체들은 칼로리가 낮은 스낵, 저칼로리 음료, 곡물 음료 등으로 시장 진입을 시도해볼 수 있으며, SNS 활용도가 높은 Z세대를 겨냥해 페이스북, 인스타그램 등을 통한 홍보도 고려할 만하다.
- 카자흐스탄내 음식 배달시장은 규모는 작지만 매년 빠르게 성장 중이다. 그러므로 현지 요식업체 및 배달업체와 연계해 기존의 대형유통업체 외에도 새로운 루트를 개척할 필요가 있다.

출처 : abcTV 「Пять фуд-трендов 2018 года」

informburo.kz 「Рынок доставки еды в Казахстане вырос почти на два миллиарда тенге」

LS 「Рынок фастфуда Казахстана оценили в \$260 млн」

NURKZ 「Средняя зарплата в Казахстане перевалила за 157 тысяч тенге」

www.instagram.com/kitchen\_labkz, www.instagram.com/smartfoodkaz