

꾸준히 증가하는 터키의 차 소비량

두바이지사



차와 함께하는 일상, 터키인의 차 사랑

- 이미 잘 알려진 바와 같이 대부분의 중동인들은 차를 즐겨 마신다. 특히, 터키인들의 차 선호도는 여전히 증가하는 추세이며 1인당 연간 소비량은 더욱 급속히 증가하고 있다.
- 독일의 통계업체 Statista에 따르면 터키의 1인당 연간 차 소비량은 3.16kg으로, 2위인 아일랜드의 2.19kg, 3위 영국의 1.94kg을 크게 웃돈다. 터키의 커피하우스연합 회장 Serdar Ersahin 씨에 따르면 터키인들은 매일 약 3~5잔의 차를 마시며, 겨울에는 10잔 가량으로 늘어난다고 한다.
- 이렇게 터키인들이 차를 선호하는 이유는 향과 맛 때문이기도 하지만, 여럿이 함께 차를 마시며 사교활동을 하는 터키 고유문화의 영향이 더 크다. 터키의 찻집은 전

통적으로 사교활동의 중심 무대였다. 많은 사람들이 차를 마시기 위해서라기보다 다양한 사람을 만나 이야기를 나누기 위해 찻집을 방문하는 경우가 많았고 자연스럽게 차를 동반한 대화가 하나의 문화로 자리 잡게 되었다. 터키인들은 보통 한자리에서 오랜 시간을 보내며, 서너 잔의 차를 연달아 마신다.

터키에서 차가 각광받는 이유

- 타 국가들과 비교해 보면 터키의 차 소비량은 수년째 압도적인 수치를 유지하고 있다. 오히려 최근에는 더욱 증가하는 추세다. 온라인 매체 Worldatlas는 이러한 현상의 원인을 가격이 폭등한 커피의 대체제로 차가 각광받으며 생산과 수입이 대폭 늘었기 때문이라고 분석한다.

- 이와 더불어 터키의 젊은 세대들이 전통적인 차뿐만 아니라 탄산, 농축 음료 등 새로운 유형의 차 혼합음료를 선호하기 시작하며 차 소비의 패턴이 다각화 된 것도 중요한 요인 중 하나다.
- Euromonitor의 보고서에 의하면 많은 기업들이 차의 정교하고 다양한 향을 추구하는 소비자의 기호를 충족시키기 위해 홍차와 허브를 결합한 다양한 조합의 차를 계속해서 출시하고 있다. 터키 국영기업인 Cay Isletmeleri Genel genel müdürlüğü는 광범위한 유통망, 경쟁력 있는 가격, 브랜드의 긍정적 이미지 등을 내세워 현재 터키 내 최대 차 제품 생산·판매 업체로 자리 잡았다. 그 외 경쟁 브랜드로는 Lipton, Dogadan, Dogus 등이 있다.

자리 잡았기 때문에 소비 변동의 폭이 크지 않은, 비교적 안정적 소비시장이라 할 수 있다.

- 터키에서는 차를 자체적으로 재배 생산하고 있으나 워낙 소비량이 많기 때문에 스리랑카, 베트남 등에서 많은 양의 차를 수입하고 있다. 2017년 커피를 포함한 차 수입액만 해도 약 3억 달러 역대 최고치를 기록했으며, 꾸준한 증가 추이를 보이고 있다. 특히, 젊은 소비층의 가공 차 및 혼합음료의 수요가 증가하면서 우리나라 가공음료의 진출 가능성이 높은 상태다.
- 따라서 따뜻한 음료를 선호하는 중동인들의 기호를 반영한 맞춤형 가공, 혼합 차 음료 개발이 필요할 것으로 보인다.

중동인의 차 선호 취향을 고려한 제품 개발이 필요

- 터키인에게 차는 삶의 일부라 할 수 있을 정도로 깊숙이



터키인들이 즐겨마시는 차는 '차이'라고 부르며 일반 차를 즐이듯이 진하게 끓여낸 다음 뜨거운 물을 부어 희석하여 마시는 것이 특징이다.



터키의 포장 차 제품들 (좌측 상단부터 시계방향으로) Dogus, Dogadan, Caykur, Lipton