



유럽 간편식 시장은 한식에 러브콜



유럽 간편식 시장을 주목하라

유럽 간편식 시장이 성장세를 이어가고 있다. 글로벌 시장조사기업 유로모니터(Euro Monitor)의 보고서에 따르면 2019년 서유럽의 간편식 시장은 약 300억 달러 규모이고 2024년엔 350억 달러로 성장할 것으로 전망하고 있다. 이중에서 영국(70억 달러), 프랑스(57억 달러), 독일(52억 달러)이 유럽 내 가장 큰 간편식 시장을 형성하고 있다. 코로나19 위기로 인해 재택근무를 하는 이들이 많아짐에 따라 간단한 점심 식사를 위한 간편식의 수요가 증가할 것으로 보인다.

유럽 간편식 시장의 주요 트렌드 중 하나는 '채식 기반 식사(Plant-based Dining)'이다. 육류 소비량이 줄어들고 채식 위주로 식습관을 바꾸는 사람들이 많아지면서 채식 간편식 소비가 급증하고 있으며 이에 따라 영국의 막스앤스펜서(Marks & Spencer) 프랑스의 마리(Marie) 등의 브랜드들은 여러 채식 간편식을 출시하고 있다. 채식 냉동피자·파스타·샌드위치 등이 그 주력 상품이다.

또 하나 주목해야 할 점은 유럽 간편식 시장에서 외국 음식의 수요가 증가하고 있다는 점이다. 이는 식품시장의 트렌드를 주도하고 있는 밀레니얼 세대(1980년대 초반~2000년대 초반 출생)가 적극적으로 새로운 음식을 시도하는 경향이 있기 때문인 것으로 보인다.

유로모니터는 2019년 유럽 간편식 시장에서 일본, 스페인, 태국, 멕시코 음식들이 크게 성장했고 한국 음식이 인기를 얻기 시작했다고 분석했다.

출처 : ❶ <https://www.portal.euromonitor.com> ❷ https://www.picard.fr/on/demandware.store/Sites-picard-Site/fr_FR/Search-Show?q=cor%C3%A9&lang=fr_FR ❸ <https://www.tesco.com/groceries/en-GB/products/297660253> ❹ <https://www.waitrose.com/ecom/products/waitrose-asian-korean-barbecue-pork-sticky-rice/700774-653598-653599> ❺ <https://www.iceland.co.uk/p/slimming-world-korean-style-beef-noodles-550g/72144.html> ❻ <https://shop.rewe.de/p/ahg-wuerzpaste-fuer-koreanische-kimchi-suppe-50-g/880ZTHBF> ❼ <https://groceries.asda.com/product/marinades-rubs/schwartz-korean-bbq-street-food-seasoning/1000066228180> ❽ <https://www.sainsburys.co.uk/gol-ui/Product/wasabi-korean-hot-wings-to-share-600g>



▲ 테스코 제품
출처 : tesco.com



▲ 웨이트로즈 제품
출처 : waitrose.com



▲ 와사비 제품
출처 : sainsburys.co.uk



▲ 피카 제품
출처 : picard.fr

간편식 시장에서 성장중인 한식

한식의 인기가 올라감에 따라 유럽 현지 대형 유통업체들이 한식 간편식을 선보이기 시작했다. 예로, 영국 간편식 시장의 리더인 테스코(Tesco)는 PB제품으로 '한국식 불고기 덮밥 (Korean Barbecue Beef with Sticky Rice)'을 판매하고 있는데 상품 설명에 따르면 영국산 소고기를 한국식 매운 소스에 조리하고 김치 스타일의 양배추 무침과 아삭한 브로콜리를 추가했다고 한다.

이 외에도 웨이트로즈(Waitrose) 마트의 PB제품인 '한국식 돼지 바비큐 덮밥(Korean Barbecue Pork & Sticky Rice)', 세인즈버리스(Sainsbury's) 마트에서 판매하는 와사비(Wasabi)사의 '한국식 매운 치킨(hot&spicy K-Wings)' 등 영국의 여러 대형 유통업체들이 한식 간편식을 판매하고 있다.

한편 프랑스 냉동식품 전문기업으로 전세계 10여 개국에서 사업을 확장하고 있는 피까(Picard)는 잡채, 닭불고기덮밥, 만두, 비빔밥을 완전 조리 냉동식품으로 제조해 판매하고 있는데 72개에 달하는 세계음식 제품군의 일부이다.

한식과 채식의 결합

채식 간편식 시장에서도 한식 제품들이 선보이기 시작했다. 예로, 영국의 아시안 간편식 전문 업체 네이키드누들(Naked Noodle)은 고기를 빼고 당근과 버섯, 양파 등을 주재료로 한 '비빔밥(Korean Style Bibimbap)' 컵 제품을 제조해 아스다(Asda) 등의 대형마트를 통해 판매하고 있다. 제품 설명란엔 채식주의자들에게 적합한 음식이라고 표기되어 있다.

테스코는 올 6월, 비건 간편식 전문브랜드 위키드키친(Wicked Kitchen) 라인에 '한국식 버섯조림(Korean Style M'shroom Shreds)' 제품을 추가했다. 이 제품은 채 썬 새송이버섯을 고춧가루, 된장, 마늘, 참기름 등 한국적인 소스를 이용해 볶은 완조리 식품이다.

한식의 재해석?

현재 유럽 대형마트에서 유통되는 다수의 한식 간편식품은 유럽 현지 혹은 태국과 같은 제3국에서 생산된다. 이 식품들은 주재료나 조리법은 한식 전통 방식을 따르면서 현지인의 입맛에 익숙한 커민이나 토마토소스를 추가하는 등 한식을 재해석해 제조하는 경우가 대부분이다.

하지만 영국 냉동식품 전문기업 아이슬란드(Iceland)가 판매하는 한국식 우육면(Korean-Style Beef Noodles)과 같이 재해석의 수준을 넘어 정체성이 모호한 식품이 '한국스타일' 이란 이름으로 판매되는 예도 있다.



▲ 아이슬란드 제품

출처 : iceland.co.uk

Key Point

간편식 시장의 성장과 한식의 인지도 상승이 맞물려 유럽인들은 한식 간편식에 관심을 갖기 시작했다. 현재 유럽 대형마트에 진출한 한국기업의 간편식품은 라면과 냉동만두 정도인데 현지 업체들이 직접 다양한 한식 제품 개발에 뛰어들고 있다. 한국기업들이 더욱 적극적으로 유럽 시장을 공략하고 정통 한식을 알릴 필요가 있다. 한국산 육류와 유제품의 대유럽 수출이 불가능하다는 점이 간편식 수출에 큰 걸림돌이다. 하지만 한식에 다양한 해산물 요리도 있으므로 해산물을 활용한 한식 간편식도 소개해 볼 만 하다. 또한, 채식 트렌드가 지속되는 만큼 채식 간편식 시장도 고려해봐야 할 것이다. 한국 고유의 비건 문화인 사찰음식을 브랜드화해 유럽 진출을 시도해 보는 건 어떨까.