

2020 태국 식품 트렌드 결산



2020년을 마무리하는 만큼 한 해 동안 식품과 관련한 트렌드의 변화를 살펴보고자 한다. 여러 트렌드 중에서도 식품 관련한 트렌드로는 크게 다섯 가지를 꼽을 수 있다.

1 시크랩(Sea Crab)

붉은색의 꽃게 알이 매력인 '시크랩(Sea Crab)'이 단연 태국 소비자를 즐겁게 만든 2020년을 대표하는 음식 중 하나이다. 그 중 태국 소비자 입맛을 매료시킨 것은 '뿌카이동'이다. 해석하자면 '뿌카이'는 '달걀을 가진 암컷 게'를 의미하고, '동'은 "절임"을 의미한다. 말 그대로 태국식 게장인 셈이다. 보통 신선한 마늘, 칠리, 라임주스 그리고 다른 허브로 만든 매콤한 디핑소스와 함께 차갑게 제공된다고 한다. 젊은 층보단 나이가 있는 기성세대층이 주 소비자들로 즐겨 찾으며, 한국과 비슷하게 밥과 같이 먹는 게 가장 대중적인 방법이라고 한다.

2 플라라

강한 냄새가 특징인 '플라라'이다. 플라라는 태국 전통요리의 유산으로 태국 가정에서 주로 찾는 음식이다. 아산(태국 극북쪽지방)이 원산지인 이 별미음식은 민물고기를 소금과 쌀겨로 밀폐된 용기에 몇 달 또는 몇 년 동안 발효시켜 만든다. 보통은 발효 후에 태국식 파파야 샐러드인 "쌈땀"이나 카레같은 음식과 함께 곁들여 먹곤 한다. 하지만 최근 들어 '플라라'가 현지 식문화에서 식탁의 흥미를 돋구어 주는 음식으로 자리잡았고 그 결과 많은 식당이 메뉴에 '플라라'를 사용하고 있다.





3 일본식 '오마카세 스타일'

셰프가 식재료 등을 선정하여 제공하는 일본식 '오마카세 스타일'이다. '나를 신뢰한다'는 의미로 번역되는 오마카세 단어는 한 때 일본어를 조금 아는 사람들 사이에서 사용되던 외래어였다. 하지만 오늘날에는 방콕 전역의 외식업자들이 즐겨 사용하는 단어가 되었다. 메뉴판에 있는 초밥이나 회를 주문하는 대신에 오마카세 스타일의 식사는 식재료별 가장 신선하고 맛이 가장 좋은 시기에 셰프가 직접 만들어 가장 맛있는 음식을 차례대로 내오는 것이다. 하지만 오마카세 트렌드는 단순한 스시 다이닝을 넘어서 올해에는 최고급 일본 쇠고기를 파는 와규 오마카세 전문점들 또한 인기를 끌었다.

4 차놈 카이묵

코로나19로 인한 락다운(lockdown) 동안 많은 사람이 찾은 '차놈 카이묵'인데 이는 바로 버블티이다. 버블티는 1980년 대만에 시작되어 태국에는 2000년 처음으로 등장했다. 지난해 태국의 경제성장률은 저조했던 반면, 버블티의 판매량은 작년 대비 40%나 올랐다. 태국 온라인 배달서비스 Grab Food에 따르면, 약 1,500개의 버블티 브랜드와 3,000개의 지점이 있다고 한다.

5 집에서 요리를 직접

코로나 바이러스로 인한 외식업체 폐쇄로 태국 뿐 아니라 전 세계 사람들이 각자의 집에서 요리를 직접하는 문화를 꿈꿀 수 있다. 또한 단지 심심풀이로 음식을 하는 것 뿐만 아니라 많은 태국인이 인스타그램을 통해 음식을 판매하고 구매했다고 한다. 인스타그램 뿐 아니라 코로나19로 인해 온라인 사용도가 높아진 만큼 관련 온라인마켓 플랫폼들이 생겨나 식품의 많은 판매와 구매가 이루어졌다.

Key Point

식품의 해외 현지 정착을 위해서는 무엇보다 그들의 삶 속에 자리잡은 고유의 식문화와 선호하는 식재료 등을 먼저 파악해야 한다. 하나의 예로, 계장의 경우 최근 태국에 있는 일부 한국식 식당에서 태국인 입맛에 맞게 현지화시켜 꾸준한 인기를 끌고 있다. 이러한 한국산 계장의 인지도 확대에 힘입어 그들이 선호하는 식재료와 식감 등을 타겟팅한 한국산 계떡지장도 활발하게 판매가 되고 있다. 이는 해산물뿐만 아니라 식재료 고유의 맛을 즐기는 태국인들 식문화에 맞춘 제품들을 태국 소비자들 입맛에 맞게 현지화하여 마케팅하는 것이 필요하다는 시사점을 도출할 수 있다. 추가적으로 다양한 온라인 플랫폼을 활용하여 현지 식문화의 트렌드를 이끌어가는 미식가들에게 어필할 수 있는 홍보 포인트를 신속히 잡아내는 노력도 병행되어야 할 것이다.