



태국 최대 식품기업 식물성 브랜드 'MEAT ZERO' 출시

태국 최대 식품기업인 CPF(Charoen Pokphand Foods PLC)는 PLANT-TEC 기술혁신을 통해 실제 육류와 같은 맛과 모양을 갖춘 식물성 대체육 브랜드인 'MEAT ZERO'를 선보였다. 'MEAT ZERO'는 식물성 대체육 식품이지만 맛과 식감이 있어 실제 육류와 유사하다. 이번 출시 제품은 저렴한 가격대에 바로 조리 가능한 제품과 즉석식품 형태로 출시되어 태국 전역의 세븐일레븐 편의점과 슈퍼마켓에서 판매될 예정이며 건강에 민감한 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 예상된다.

CPF는 태국을 비롯한 전 세계 농업 및 식품산업을 선도할 대체육류 연구개발을 위해 총 2년 이상의 시간을 투자해왔다. CPF 연구개발센터는 미국, 일본, 대만의 유명한 전문가와 태국 Chulalongkorn대학교, Mae Fah Luang대학교의 식품분야 과학자들과 협력하여 비로소 완벽한 식감, 맛, 향을 만들어내는 'PLANT-TEC' 기술을 개발, 혁신을 이뤄내는 성과를 거뒀다고 밝혔다.

'MEAT ZERO'는 장에 유익한 고섬유질 식물성 단백질과 콜레스테롤을 낮춘 영양 성분을 함유하고 있으며 다른 한편으로는 육류 소비를 줄이는 것을 목표로 한다. 코로나19 이후 점차 많은 사람들이 지속가능하고 친환경적인 삶을 추구하게 되면서 건강에 대한 인식이 높은 소비자들로부터 호응을 얻을 것으로 보인다. 이와 함께 동물에 해를 가하지 않는 방법을 고민하는 소비자들에게도 좋은 선택이 될 수 있을 것이다.





Charoen Pokphand Foods PLC (CPF) 식물성제품

자료 The Nation

'MEAT ZERO'의 판매가격은 상대적으로 실제 육류에 가까운 가격대로 책정되었다. 식물성 가공식품인 볼로나소시지, 돼지고기 버거, 고기 바질볶음밥, 다진고기 스파게티 등과 같은 다양한 인기 메뉴를 제공하며 가격은 35~45바트(한화 약 1,300~1,600원) 사이에 판매될 예정이다. 또한 요리용 식물성 육류 대체품인 치킨너겟, 다진 돼지고기, 튀김용 돼지고기 등의 제품은 69바트(한화 약 2,500원) 가격으로 전국의 세븐 일레븐을 비롯한 Makro, Lotus's 등 유명 편의점이나 슈퍼마켓에서 만나볼 수 있다.

CPF는 대체육시장에서 세계 3위를 목표로 수출시장에도 진출할 예정이다. 전 세계 인구의 29%는 채식주의자 및 플렉시테리언(선별적 채식주의)으로 구성되어 있는 만큼 CPF는 전 세계 소비자를 대상으로 아시아, 유럽 및 미국 등지에서 'MEAT ZERO'의 마케팅 기반을 다지기 위해 2021년 아시아를 시작으로 추후 유럽과 미국에서 런칭을 준비하고 있다.



① 연간 10% 성장을 이루어낸, 태국의 plant-based Food

자료 www.thairath.co.th

Key Point

태국 소비자는 종교적 영향 및 식문화 특성에 따라 플렉시테리언의 비중이 높으며 이에 기반한 다양한 식물성 식품을 출시하는 것은 미래를 대비한 큰 도전이라 할 수 있을 것이다. 태국 리서치 기관인 KrungThai Compass에 따르면 태국 식물성 식품의 시장규모는 매년 평균 10% 성장하고 있으며 2024년 이내 450억 바트까지 성장할 것으로 예상된다. 아직까지는 초기 연구 및 투자비용을 고려하여 식물성 식품을 제조하는 기업이 많지 않지만 이러한 소비트렌드를 선점, 선도하는 기업이 향후 미래의 트렌드를 이끌어 나갈 것이다. 태국 푸켓에서는 매년 10월 '긴제'라는 채식주의자 축제가 열리며 축제 기간에는 태국 전역에서 채식 관련제품 소비가 증가하고 있는 만큼 실제 태국 내 소비자의 식물기반 식품 소비는 계속 증가하고 있다. 이러한 소비자를 타겟팅한 주요 식품기업들의 특화된 제품 출시와 마케팅 흐름을 주목해야 할 것이다.