Hong Kong
홍콩 지사

소비자를 위한 쌀 가공 식품의 용기(勇氣＆容器)

홍콩 소비자의 식문화 트렌드 변화

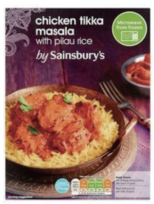
좁은 면적과 높은 인구 밀도를 자랑하는 홍콩은 주방이 협소하고 취사 도구가 충분하지 않은 가정이 많다. 또한 맞벌이 부부와 1~2인 가구의 비율이 높아짐에 따라 외식과 포장(外卖, Take-out)을 선호해 왔다. 그러나 최근 홍콩 시위와 코로나19 영향으로 외출이 어려워지면서 슈퍼마켓의 식료품 판매와 배달 음식 서비스 이용률이 증가하고 있다. 2020년 3월 닐슨(Nielsen)에서 실시한 조사에 따르면 응답자의 77%가 "코로나19 확산 전과 비교해 앞으로 가정에서 식사하는 비율을 높일 것"이라고 답했으며 슈퍼마켓에서도 집에서 손쉽게 조리할 수 있는 냉장 · 냉동 식품군이 눈에 띄게 다양해져 향후 다가올 변화를 예고하고 있다.

한편 유로모니터는 2019년 홍콩의 간편 조리식품의 시장 규모를 전년 대비 3% 증가한 10.6억 홍콩달러(소매가 기준, 한화 약1,600억 원)로 2024년에는 12.3억 홍콩달러(한화 약1,900억 원) 규모로 성장할 것으로 전망했다.

쌀 가공식품의 용기(勇氣)있는 홍콩 시장 진출

볶음밥 등 쌀을 활용한 요리는 홍콩에서 일상적으로 먹는 주식(主食)이다. 편의점은 전자레인지로 간편하게 데워먹을 수 있는 볶음밥, 덮밥 등의 도시락을 판매하고 있으며 슈퍼마켓과 테이크아웃 전문점에서는 당일 제조 및 판매하는 밥류 즉석 식품을 20~30 홍콩달러(한화 약 3,000원~4,500원) 내외의 비교적 저렴한 가격에 판매하고 있다. 또한 중국 식품기업 아모이(Amoy)를 비롯한 현지 식품업체들은 1인분(220g)에 18 홍콩달러(한화 약 2,700원) 수준의 저렴한 중국식 냉동볶음밥을 판매하고 있어 가격 경쟁력이 매우 치열함을 알 수 있다. 현지산을 제외한 쌀 가공식품 제품은 소비자의 니즈와 트렌드를 반영한 차별화된 제품으로 품질 경쟁력을 높여 시장 점유율을 점차 확대해 나가고 있다.

[홍콩 내 판매되는 수입산 쌀 가공식품]

특별한 맛과 형태 제품		웰빙, 건강 제품	특정 소비자를 위한 맞춤형 제품	
				
아일랜드산 치킨코르마&밥 400g/HK$42 Wellcome	일본산 코코커리하우스 커리 볶음밥 450g/HK$49 City'Super	이탈리아산 유기농 글루텐 프리 퀴노아 180g/HK$81.9 HKTVmall	홍콩산 타이바질 옴니포크밥 250g/HK$39.9 City'Super	일본산 순한 조미료 어린이 볶음밥 130g*4/HK$80 HKTVmall

출처 : Wellcome, PARKnSHOP, HKTVmall 홈페이지, City'Super 매장, 2020.04 가격 기준

1 옴니포크(Omnipork) : 아시아에서는 돼지고기 소비가 많다는 점에서 착안하여 홍콩 기업에서 출시한 돼지고기와 유사한 식감의 식물성 대체 육류

[소비자의 편의를 고려한 쌀 가공식품 포장 용기]

전자레인지 사용 가능 용기에 담은 제품	내용물을 확인할 수 있는 투명 포장 제품	1인용 쉽고, 편한 소포장 제품

① 특별한 맛과 형태

한식(韓式) 불고기 볶음밥, 일본 삼각 김밥(오니기리), 리조또, 치킨 코르마, 치킨 티카 마살라 등 중식(中式) 볶음밥과 차별화된 고유의 맛으로 소비자를 공략하고 있다. 일본 냉동식품 전문업체 니스이(Nissui)는 일본의 유명 카레 전문점 '코코이찌방야(CoCo壱番屋)'와 협업하여 집에서도 즐길 수 있는 커리 볶음밥을 출시했다.

② 웰빙, 건강을 강조한 제품

소비자들은 제품 구매 시 원산지, 식품 라벨링, 원료 등을 꼼꼼히 따진다. 쌀 대신 보리, 현미, 퀴노아 등을 사용해 건강과 다이어트를 강조한 제품, NON GMO, 유기농 재료로 만든 제품 등이 속속 출시되고 있다.

③ 특정 소비자를 위한 맞춤형 식품

홍콩의 벤처 기업 라이트 트리트(Right Treat)사에서는 식물성 대체 육류 '옴니포크'를 사용한 채식주의자용 제품을 선보였으며, 일본 와코도(WACODO)사는 자극적이지 않은 순한 조미료를 사용하고 영유아 맞춤형 1회분 용량의 어린이 전용 볶음밥을 판매하고 있다.

소비자를 위한 쌀 가공식품의 용기(容器)

① 전자레인지 사용 가능 용기에 담은 제품

간편조리식품을 이용하는 가장 큰 이유는 편의성이다. 전자레인지용 그릇에 옮겨 데워야 하는 번거로움이 있는 제품은 소비자의 선택을 받기 어렵다. 전자레인지 가능 용기나 인체에 무해한 친환경 종이 용기를 사용한 제품이 속속 출시되며 뒷정리가 간단한 포장 제품의 수요 또한 증가하고 있다.

② 내용물이 보이는 투명 포장 제품

소비자들이 간편 조리식품 구매를 망설이는 이유는 '낯설음' 때문이다. 또한 포장에 그려진 제품의 이미지와 실제 완성된 제품의 차이에서 오는 실망감 등 반복된 경험도 제품 구매를 망설이는 요인이다. 그러므로 내용물을 확인하기 용이한 포장은 제품에 대한 이해와 신뢰를 높일 수 있어 선호된다.

③ 1인용, 쉽고 편한 소포장 제품

혼밥족은 특히 간편 조리식품을 선호한다. 1인분 전용 제품이나 끼니마다 간편하게 이용할 수 있도록 1인분씩 낱개 포장한 제품은 식사 시는 물론이고 남은 제품의 보관이 간편해 소비자의 선택을 받고 있다.

Key Point

최근 홍콩 식품 시장은 간편 조리식품이 눈에 띄게 증가했다. 이는 다양한 사회문화적 요인에서 기인했으며 향후에도 꾸준히 성장할 전망이다. 간편 조리식품 분야는 음식의 맛은 물론이고 식재료, 조리법, 포장 용기 등 다양한 부분에서 제품 개발이 활발하다. 따라서 간편 조리식품의 최대 장점인 편리성과 실용성을 극대화하거나, 현지식과 차별화되는 제품, 유명 식당과 협업 등 한식을 활용한 제품 개발로 트렌드에 민감한 홍콩 소비자를 공략할 수 있을 것이다.

출처 : ❶ Euromonitor, 「Ready Meals in Hong Kong, China」, 2020.02.03. ❷ Kati 농식품수출정보, 「홍콩 간편 조리식품 시장조사」, 2019.01.22. ❸ South China Morning Post, 「Coronavirus pandemic likely to permanently change dining habits of Asian consumers, Nielsen study says」, 2020.04.06