



라마단 특수

자카르타지사 / 두바이지사

겸손과 절제의 시간, 라마단

- 이슬람 문화권의 가장 큰 행사이자 성스러운 시기로 여겨지는 라마단은 5월 17일부터 한 달간 진행된다. 라마단은 금식을 통해 몸과 마음을 정화하여 신에게 좀더 가까이 다가가고, 가난한 이웃의 심정을 이해하며 고통을 나눈다는 목적을 가지고 있다.
- 라마단 기간의 금식은 무슬림에게 있어 의무사항으로 여겨지지만 예외적으로 전쟁 중인 군인, 여행자, 어린이, 노약자, 환자, 임신부, 수유 중인 여성, 월경 중인 여성은 금식에서 제외하고 있다. 또한 라마단 기간 중 금식을 하지 못한 경우에는 라마단 이후에도 금식일수를 채우는 것이 관행이다.

인도네시아

식품과 외식소비 증가하는 인도네시아

- 금식이 행해지는 라마단 기간에는 상식적으로 식품의 판매량이나 식당의 매출액 등이 줄어들 것이라 생각하기 마련이다. 하지만 라마단 기간에는 식당과 식품매장

의 매출액이 오히려 1.5~2배 가량 증가하는 현상이 발생한다.

- 이러한 현상이 발생하는 이유는 해가 떠 있는 동안에만 금식을 행한다는 점에 있다. 무슬림들은 금식을 하는 동안에 부족했던 영양분을 보충하기 위하여 평소보다 많은 양의 식품을 구매하며, 식당 앞은 금식이 종료되는 6시부터 식사를 하려는 사람들로 북새통을 이룬다.
- 인도네시아에서는 금식 시간이 종료되는 것을 '부카 뿌아사(Buka Puasa)'라 부르며, 이때 처음 먹는 음식들을 상당히 중요시 여긴다. 이에 대형 유통매장에서는 '부카 뿌아사'를 겨냥한 영양가 높은 식품들을 모아 별도의 판매대를 운영하며, 빈 속을 달래주고 영양분을 채워줄 수 있는 대추야자와 띠문수리(오이과 식물) 등을 주로 판매한다.

'르바란' 앞두고 발생하는 소비 특수

- 인도네시아에서는 라마단 기간 종료와 함께 이를 기념하는 최대의 명절 '르바란(이들 피트리)'이 시작되며, 이

때 많은 인도네시아인들이 약 2주간의 휴가를 받아 귀경 행렬에 나선다.

- 우리나라에서 추석연휴를 앞두고 선물세트 구매량이 급증하는 것처럼, 인도네시아에서도 ‘르바란’을 앞둔 라마단 기간에 선물세트 판매량이 증가하는 현상이 발생한다. 이에 인도네시아의 많은 업체들은 ‘르바란’ 특별 선물세트를 선보이기도 한다.

사회적 문제로 불거진 라마단 인플레이션

- 인도네시아에서는 매년 라마단 기간이 시작되면 달걀, 설탕, 밀가루, 닭고기 등의 식재료 가격이 급등하는 ‘라마단 인플레이션’이 발생한다. 가난한 이웃의 심정을 이해하며 고통을 나누고자하는 라마단 기간이 정작 가난한 사람들에게는 더욱 가혹한 기간이 되는 것이다.
- ‘라마단 인플레이션’ 현재 인도네시아에서 심각한 사회적 문제로 인식되고 있다. 이에 인도네시아 농업부에서는 라마단과 ‘르바란’ 기간에 식재료 공급에 차질이 없도록 쌀 3만5천 톤, 설탕 3만 톤, 소고기 4만2천 톤 등 사전에 물량을 확보했다고 밝혔다.

터키

터키 식품업계의 특별 프로모션

- 식품 소비량 증가라는 역설적인 현상이 나타나는 것은 터키 역시 마찬가지이다. 따라서 라마단 기간을 앞둔 터키의 식품업계들은 특별 프로모션과 다양한 이벤트 상품을 마련하는 데 공을 들인다.
- 친지, 이웃 간의 방문이 증가하는 라마단 기간을 겨냥하여 터키의 대형마트에서는 특별한 선물세트를 판매한다. 가격대에 따라 구성 품목은 조금씩 다르지만 모든 세트에 해바라기유, 쌀, 렌틸콩, 밀가루, 흑해지역 차, 토마토페이스트, 치킨수프, 콜라, 소다수는 기본적으로 포함되어 있다.



1. 금식종료 후 먹는 식품 전용 매대
2. 길거리 식당에서 금식 종료를 기다리는 사람들

- 까르푸는 ‘클래식 라마단 세트’, ‘슈퍼 라마단 세트’, ‘메가 라마단 세트’, ‘럭셔리 라마단 세트’ 등 총 네 가지의 특별 세트를 선보였다. 가장 저렴한 ‘클래식 라마단 세트’는 60리라(약 1만 4,500원) 상당의 상품들을 29.90리라(약 7천2백 원)에 판매했으며, 가장 고가인 ‘럭셔리 라마단 세트’는 99.90리라(약 2만2천 원)에 판매했다.
- 미그로스에서는 총 세 가지의 라마단 특별세트를 선보였다. 가장 저렴한 ‘Bereket Paketi(풍성세트)’는 까르푸와 동일한 29.90리라(약 7천2백 원)이었으며, 그밖에 40.90리라(약 9천9백 원)의 ‘Ziyafet Paketi(연회세트)’, 74.90리라(약 1만8천 원)의 ‘Lezzet Paketi(풍미세트)’를 판매했다.



까르푸와 판매한 라마단 특별세트

이슬람의 문화와 풍습을 고려한 마케팅

- 다른 이슬람국가와 마찬가지로 인도네시아에서도 라마단 기간 동안 식품과 외식수요량이 증가하며, ‘부카 뿌아사’를 위한 식품의 판매량도 급증한다. 따라서 대추야자나 띠문수리 외에 ‘부카 뿌아사’를 겨냥한 대체식품을 발굴하는 것이 중요해 보인다.
- 라마단 기간의 전략상품은 매출액 상승에 큰 영향을 끼친다. 따라서 이슬람시장 진출을 계획하고 있는 한국 식품기업이라면 라마단이나 르바란 같은 이 지역의 문화와 풍습을 파악하고, 그에 걸맞은 상품과 마케팅전략을 준비해, 한국 식품의 인지도와 판매량에 긍정적 효과를 거둘 수 있도록 해야할 것이다.



미그로스에서 판매한 라마단 특별세트

출처 : 자카르타경제신문, www.pagi.co.id (2018.5.16.)
www.sanalmarket.com.tr, www.carrefoursa.com/tr
 Karar, www.karar.com (2018.5.3)