



Malaysia

자카르타지사

말레이시아를 사로잡은 한국의 매운 맛

초유의 인기를 얻고 있는 고스트페퍼 라면

한국의 S사가 말레이시아에서 내놓은 신제품 고스트페퍼 라면이 출시 2주 만에 초기 생산량 10만 개를 모두 소진하며 기염을 토하고 있다. 해당업체의 당초 계획은 고스트페퍼 라면 20만 개를 3월부터 5월까지 3개월만 한정 판매하는 것이었지만 2주 만에 초기 생산된 10만개 물량이 불티나게 팔리며 동나자 추가 생산에 들어가게 되었다.

고스트페퍼 라면은 세계에서 가장 매운 고추 중 하나인 고스트페퍼를 사용해 만든 라면으로 매운맛의 척도인 스코빌 지수¹⁾가 12,000SHU로 말레이시아에서 인기 있는 다른 업체의 매운맛 볶음면(4,400SHU)보다 높은 것이 특징이다. 세븐일레븐에서만 판매중인 이 라면의 가격은 5.8링깃(약 2,000원)으로 현지 물가수준을 감안할 때 다소 비싼 편에 속하는 데도 불구하고 인기를 얻고 있다. 이 라면을 맛본 말레이시아 소비자들은 “처다보는 것만으로도 속이 뒤틀리는 것 같다”, “지금껏 먹어본 매운맛 중 최고였다”, “모든 매운맛의 아버지다” 등 재미있고 호기심을 자극한다는 반응을 보이고 있다.

1) 고추에 포함된 캡사이신의 농도를 스코빌 매운 단위(Scoville Heat Unit, SHU)로 계량화하여 표시

| 고스트페퍼 라면을 시식하고 있는 현지 유튜버들 |



| S사의 고스트페퍼 라면 |



현지 최고 인기식품으로 등극한 한국라면

이미 매운맛 라면시장에서 높은 인기를 얻고 있는 N사의 매운 라면과 전 세계적으로 'Fire Noodle Challenge' 열풍을 일으킨 S사의 매운맛 볶음면 등의 한국라면 수출은 매년 급속한 증가율을 보이고 있다. 지난 5년간 한국라면의 對말레이시아 수출 실적은 2015년 470만 불(약 54억 원), 2016년 570만 불(약 65억 원), 2017년 1,130만 불(약 130억 원), 2018년 1,700만 불(약 195억 원), 2019년 1,970만 불(약 226억 원)로 고공행진중이다.

| 할랄 인증을 받고 인기를 끌고 있는 한국 라면 |



Key Point

한국식라면 시장의 파이를 키워라

- 한류의 영향을 받아 전 세계적으로 K-FOOD에 대한 수요는 점차 증가하는 추세이다. 특히 매운 맛이 나는 한국라면이 인기를 끌자 현지 생산을 통한 한국식 라면 판매가 점차 늘어나고 있어 한국에서 만들어 수출하는 라면과의 경쟁이 불가피하지만 현지 생산라면과 한국라면의 판촉 홍보를 통한 시너지효과로 전체 한국라면 판매시장의 파이를 키운다면 한국에서 생산된 라면 수출증가의 추이를 그대로 유지할 수 있을 것으로 보인다.