

## '22년 라오스 식품 트렌드 및 수출 유망 품목

2021년 12월 15일

### □ 키워드

#### ○ 저당, 저염, 저지방 및 다이어트 보조 식품

- 전 세계적으로 코로나19가 확산됨에 따라 사회적 거리두기 실시로 인해 자가격리, 자택 근무 등으로 홀로 시간을 보내는 날이 나날이 증가하는 시기, 우울감을 해소하기 위해 각종 음료, 고열량 식품 및 배달 음식 수요가 크게 증가하였음
- 맘 편히 각종 음식물에 뺏었던 손이 붙어난 살을 잡는 순간 코로나19 보다도 더 중요한 것을 잊고 있었던 것은 아닌가 하는 찰나의 깊은 후회와 깨달음을 경험한 적이 있던가?
- 맛있는 것을 먹고 싶으면서도 살은 찌기 싫은 우리의 모순을 조금 이나마 완화해 줄 건강하게 즐기는 맛있는 저염, 저당, 저지방 식품 및 다이어트 보조 식품이 절실한 시기임
- 라오스 내 저당 트렌드가 가장 잘 반영되어 있는 식품군은 음료, 과자로 보이며, 이미 현지에서는 코카콜라 제로 및 스프라이트 제로 등 무설탕 또는 저당 음료가 인기리에 판매되고 있고 무감미료, 무설탕, 무보존제, 비타민 함유, 비건 등 건강을 강조한 음료들의 활약도 보임



무설탕, 무보존제, 비타민, 비건 등 강조 제품



무설탕 코카콜라 제품



- 건강에 대한 관심이 그 어느 때보다 높아진 지금, 저당 제품, 천연 색소 및 향을 첨가한 외국산 제품들이 현지 유통매장에서 판매되고 있음
- 또한, 저칼로리에 대한 선호로 구운 과자, 원재료의 맛을 그대로 살린 건조 과자, 비스킷류에 대한 구매수요 증가도 기대되는 시점임

○ 라오스 소비자들의 매운맛 사랑은 ‘22년에도 여전히

- 매운맛을 선호하는 현지 소비자들 기호에 맞는 신규 제품의 진출도 기대됨. 특히, 불닭 맛, 마라 맛, 핫 스파이시, 하바네로, 청양고추 맛 등의 제품이 현지 소비자의 기호에 적합할 것으로 예상됨



○ 건강기능식품 및 다이어트 차

- 코로나19 영향 사회적 거리두기 실시 등 가정 내 체류하는 시간이 증가함에 따라 활동량이 줄어들어 자연스럽게 체중이 증가하였고, 현지 소비자들 사이에서 체중감량에 대한 욕구가 증가하는 추세임
- 이에 따라, Facebook 등 온라인 SNS 채널 등을 통해 다이어트 보조 식품 판매 및 구매 수요가 증가하는 추세임
- 다이어트에 효과적으로 알려져 있는 콤포차는 이미 한국 및 타국가에서 잘 알려져 있지만, 라오스에서는 아직 정식 수입·판매가 되고 있지 않아 콤포차의 활약도 기대해볼 수 있음

\* 콤포차는 설탕을 넣은 녹차나 홍차에 유익한 박테리아를 첨가하여 발효시킨 음료로 새콤달콤한 맛과, 발효 과정에서 생산되는 탄산감이 특징임. 특히, 낮은 칼로리(15kcal/1잔)와 12종의 유산균이 장 건강과 변비에 효과가 있음



콤부차 등 다이어트 보조 식품

○ 가정에서 간단히 즐길 수 있는 밀키트

- 코로나19 악화 및 장기화에 따른 위험성이 언제 감소될지 불확실한 현재, 라오스는 2년째 국경 봉쇄 정책을 펼치고 있음
- 정보 통신의 발달로 미디어를 통해 접하는 해외 문화, 식품 등은 해외 여행 제한에 대한 아쉬움과 열망을 달래기에는 부족함이 있음
- 따라서, 해외에 나갈 필요 없이, 손쉽게 따라할 수 있는 밀키트로 한국의 정통 요리를 선보인다는 컨셉은 현지에서도 긍정적인 반응을 이끌어 낼 수 있을 것으로 보임
- 신선한 냉장 밀키트 및 유통기한 1년인 냉동 밀키트까지 출시된 터라 현지에서도 쉽게 유통이 가능해졌으며, 코로나19 영향으로 전국 각지로의 배송 서비스 및 전자상거래가 큰 발전을 이룬 상황임
- 따라서, 외국 문물에 거부감이 적은 현지 MZ 세대를 타겟으로 유명 인플루언서 연계 홍보 등 온라인 집중 마케팅을 추진한다면 좋은 성과를 이룰 수 있을 것으로 보임

○ K-POP 스타 콜라보 제품

- 현지 소비자들의 k-pop을 향한 뜨거운 관심과 사랑은 국적과 나이, 성별을 불문하고 현지 진행형임
- 특히, BTS, Black Pink, Got7 등의 그룹이 폭발적 인기를 얻고 있으며, 금년 펍시와 블랙핑크 협업 제품이 선풍적인 인기를 끌었음
- 이외에도 BTS 멤버들의 얼굴 일러스트와 사진을 넣은 다양한 한국 식품이 현지 소비자들 사이에서 인기리에 판매되어 화제가 되었음



K-POP 스타 콜라보 한국 식품

○ 시사점

- 매운맛을 선호하는 현지 소비자 대상 한국 대표 빨간 맛인 떡볶이, 청양고추 첨가 식품 등 진출이 기대되는 시점이며, 다양한 레시피에 활용할 수 있는 고추장의 라오스 식품 시장 진출에 용이할 것으로 보임
- 또한, 탄수화물이 지방으로 합성되는 것을 억제하여 체지방 감소에 도움이 될 수 있다고 알려진 가르시니아 추출물이 함유된 건강기능 식품 등의 라오스 식품 시장 진출이 기대됨
- 현지 소비자들 사이에서 K-POP 스타의 인기가 나날이 높아지고 있어, 현지에서 인기 있는 K-POP 스타들과 협업하여 MZ세대 타겟 집중 마케팅을 통해 對라오스 한국 농식품 수출 확대 가능할 것으로 전망