



포화상태의 태국 라면시장에서 입지를 굳혀가는 한국 라면

라면이 태국 소비자들 사이에서 인기가 높은 것은 사실이지만 태국 라면시장은 최근 다양한 어려움에 직면하고 있다. 원재료 가격 상승과 동시에 코로나19로 인한 경기불황에 따른 소비자들의 경제적 어려움으로 최근 2~3년간 태국 라면시장의 성장은 둔화세이다.

그러나 최근 엔데믹 이후 가계지출이 늘어나기 시작하면서 태국 라면시장은 다시 점진적 성장세가 전망되고 있다. 특히 한국 라면은 태국 소비자 사이에서 여전히 인기가 많은 제품이다.



자료 a방콕지사 직접촬영

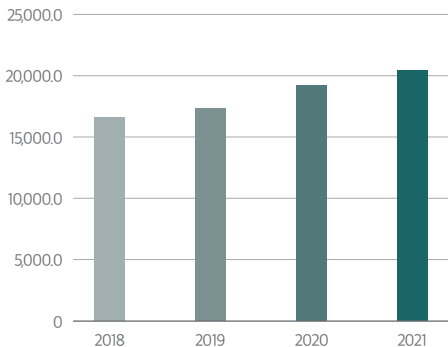
태국 라면시장 규모

최근 Krungsri Research의 보고서에 따르면 태국 라면시장 규모는 전년대비 약 6.4% 성장한 200억 바트(한화 약 7,486억 원)로 나타났다. 또한 2024년까지 연평균 2~3%로 증가할 것으로 예상된다.

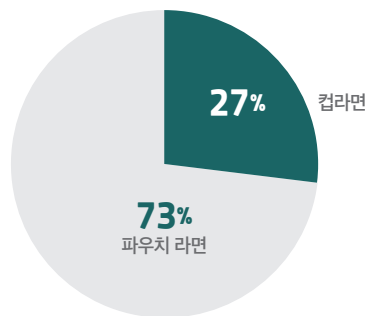
태국 라면시장의 현지 제조업체 사이에서의 경쟁 또한 상당히 치열한 상황이다. 태국 내 라면 브랜드별 비중은 마마(MAMA)가 약 48%로 가장 높고 와이와이(WAIWAI) 약 24%, 암암(YUMYUM)이 약 15%, 나머지 브랜드들이 약 13% 순이다. 태국 라면 포장 유형별 소비 점유율은 파우치 라면이 약 73%이며, 컵라면이 약 27%를 차지하고 있다.

태국 라면 시장규모

(단위: 백만바트)



태국 소비자의 포장 유형별 라면 소비 점유율



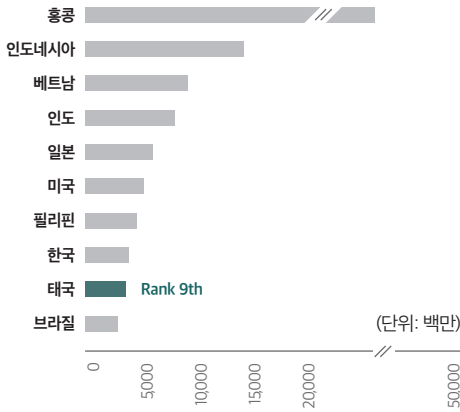
태국 소비자의 라면 소비 현황

라면은 저렴한 가격의 간편 식품이기 때문에 소비자의 구매력이 침체된 상황에서도 수요는 계속 증가하고 있다. 신선품종의 대용으로 사용할 수 있고 다양한 맛을 갖추기 때문에 모든 연령대 소비자들에게 인기있는 제품이다.

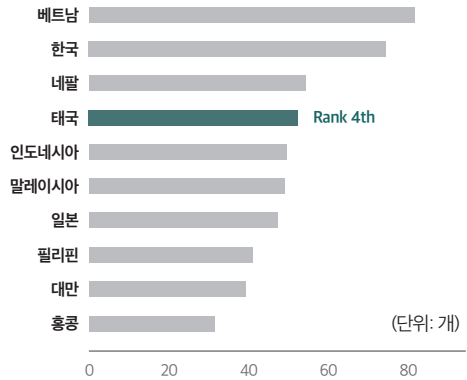
World Instant Noodles Association(WINA) 보고서에 따르면,

2021년 태국 소비자의 라면 소비량은 약 36억 3천만 인분으로 전 세계 9위를 차지하고 있다. 또한, 1인당 연간 라면 소비량은 52봉지이며, 전 세계 4위를 차지한다. 동시에 매우 많은 종류의 브랜드 제품이 시장에 출시되고 있으며 향후 태국의 라면 시장은 포화 상태가 될 것으로 예상된다.

2021년 전 세계 라면소비량 상위 10개국



2021년 1인당 소비량 상위 10개국



자료 World Instant Noodles Association (WINA), Krungsri Research

최근 현지에서 라면 전문점 'Good Noodle' 이 오픈했다. 해당 라면 전문점은 태국, 중국, 한국, 일본, 인도네시아 등 아시아 전역의 다양한 수입 브랜드의 인스턴트 라면을 판매하는 라면 전문점으로 라면뿐만 아니라 치즈, 계란, 어묵, 베이컨 등의 다양한 토피ング과 더불어 라면 조리기계 서비스도 제공하고 있다.



한편, 장기간에 걸친 러시아-우크라이나 전쟁의 영향으로 라면의 주요 원료인 밀가루와 팜유 가격이 급등하였다. 이로 인해 원가에 부담을 느낀 라면 제조업체들이 태국 국내 무역부에게 판매 가격 상향조정을 요청했다. 이로 인해 태국 일반 라면 가격은 봉투당 6바트(한화 약 224.58원)에서 7바트(262.01원)로 1바트(한화 약 37.43원)가 인상되었다.



태국 소비자의 한국 라면 소비 트렌드

최근 한국 라면은 태국 라면시장을 차지하는 주요 제품 중 하나이다. 태국 라면 제조업체들은 한국 라면과 경쟁을 위한 프리미엄 제품을 출시하기 시작했다. 이미 태국 라면시장에는 거의 모든 한국 라면 브랜드가 출시되었다고 해도 과언이 아니다.

태국 내에서 수입 라면은 2019~2020년을 정점으로 태국 식품시장 내 중요한 마켓셰어를 차지하기 시작했다. 특히 한국 라면은 K-콘텐츠의 영향에 힘입어 태국 라면시장 점유율의 10%까지 차지하고 있다. 한국 라면 제조업체인 삼양은 태국에서 '불닭볶음면'을 출시하면서 시장에서 큰 호응을 얻고 있다.

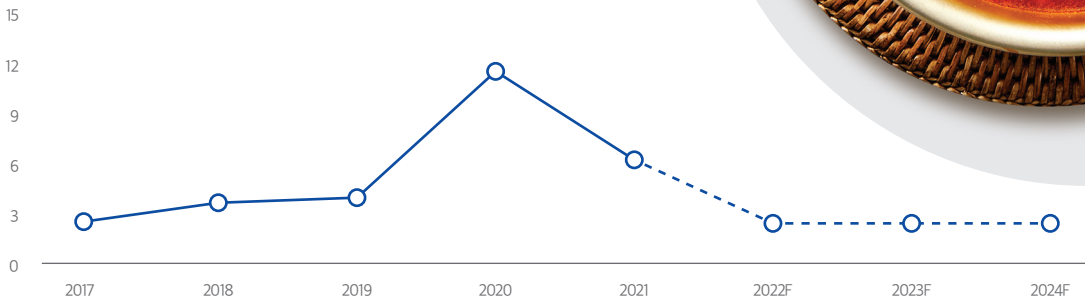
태국 소비자들은 한국 드라마, 영화, 예능 등과 함께 라면을 즐기거나 기존 태국 라면과 다른 맛의 라면을 맛보고 싶을 때 한국 라면을 선택하고 있다. 한국 라면은 태국 라면보다 비교적 높은 가격으로 판매되고 있지만(약 40~50바트(한화 약 1,497.20~1,871.5원)), 최근 미식을 즐기는 소비자들의 소비 트렌드는 한국 라면의 수요를 증가시키고 있다. 참고로 태국 라면 가격은 7-15바트(한화 약 262.01-561.45원) 수준으로 판매되고 있다.

태국 라면 시장 전망

태국의 라면 소비량은 전세계 평균보다 높고, 국내 제조 제품 뿐 아니라 다양한 국가의 라면 브랜드가 현지 시장에 진출해 있는 상황이다. 이로 인해 태국 라면시장은 포화 상태로 판단되며 향후 시장의 성장률은 높지 않을 것으로 예상된다. Krungsri Research에 따르면, 2022~2024년의 태국 내 라면 소비량은 연평균 약 2~3% 내의 증가를 보일 것으로 전망된다.



2022-2024년 태국 소비자의 라면 소비 성장 전망



	2019	2020	2021	2022F-2024F
Domestic Sales growth	4.1%	11.9%	6.4%	2-3%

자료 Euromonitor, Krungsri Research

작성자 방곡지사 Suladda Kiadsungnoen(수랏다 키앗송넌)

Key Point

현재 역대 포괄적 경제 동반자 협정(RCEP)을 통해 라면 품목(HS.1902.30.40)은 면세가 되어 수출기업의 현지 시장 진입에 있어 예전보다 좋은 환경이 마련되었다. 태국 라면시장이 포화 상태에 있는 것은 사실이나 현재 한국의 소프트 파워 등 한국 라면이 태국시장에서의 가지는 마케팅 컨텐츠는 그 어느 때보다 강하다. 반면 최근의 인플레이션으로 인해 소비자들은 그들의 지출에 대해 더욱 신중해지고 있기도 하다. 최근 태국 라면 가격이 상승하였지만 여전히 시장 내 가격경쟁력은 태국 제품이 우월한 상황에서 우리는 가격경쟁력을 뛰어넘을 품질과 컨텐츠 경쟁력으로 시장을 공략하는 것이 중요한 시기이다.