



달달한 음료 없이 못살아! 말레이시아인들의 음료 사랑

말레이시아 현지 음료 동향

말레이시아 사람들은 단맛을 선호하여 식사 중에도 단 음료를 함께 곁들이는 식습관을 가지고 있다. 팬데믹 기간 동안에는 이동통제 명령과 건강에 대한 관심이 급증하면서 음료 소비가 줄어드는 경향을 보였다. 하지만 최근 늘어난 외식 소비와 더불어 음료 관련 소비는 점점 더 늘어날 것으로 전망되면서 2022년 1인당 음료 소비량은 약 42리터로 예상된다.

유니세프 조사 결과에 따르면, 말레이시아 인구의 50%가 비만 혹은 과체중으로 아세안 지역 국가들 중에서 가장 비만 인구가 많은 나라로 여겨진다. 유전적 요인과 더불어 단 음식을 좋아하는 식습관이 그 원인으로 말레이시아 정부는 2019년 7월부터 설탕세를 도입해 일정 수준 이상의 설탕이 가미된 음료에는 세금을 부과하고 있다. 국민들도 대체당 음료를 선택하는 등 보다 건강한 음료를 선택하기 위한 노력을 하고 있다.

말레이시아식 카페의 음료 주문법

현지식 카페는 주로 코피티암(Kopitiam)이라는 이름으로 불린다. 커피(Kopi)를 파는 가게(tiam)라는 뜻의 이름으로, 이들 카페에서는 대다수가 식사류를 함께 판매한다는 특징이 있다. 이러한 코피티암은 1800년대 후반 중국계 이민자들이 저소득 노동자들을 타겟으로 차와 커피뿐만 아니라 반숙 계란, 토스트, 치킨라이스 등 식사 메뉴를 함께 팔았다. 이 전통이 현재까지 이어져 말레이시아의 전통식 코피티암에는 계란과 토스트부터 볶음밥, 파스타까지 배를 채울 수 있는 다양한 메뉴가 있으며 현지인들은 카페에서 간단히 식사를 해결한다.

현지 음료 주문법

말레이어	한국어
kopi	커피
teh	차(홍차)
C	우유(라떼)
O	설탕 추가
kosong	무설탕
Peng	차갑게, 얼음 추가



코피티암에서 볼 수 있는 메뉴들

현지 카페에서 음료 메뉴판을 요청하게 되면 암호 같은 메뉴들을 볼 수 있다. 일반적인 커피, 티 메뉴 뒤에 C, O 등 알파벳이 붙어있기 때문이다. 보통 커피를 시키게 되면 한국의 커피와 달리 연유가 들어간 달콤한 커피를 기본으로 제공한다. C는 우유가 섞인 라떼음료, O는 설탕이 들어간 달콤한 음료를 뜻하는데 'Kopi C' 또한 한국의 라떼와 같은 고소한 맛보다는 달콤한 맛이 주로 난다. 한국식 아이스 아메리카노가 먹고 싶다면 'Kopi Kosong ice'라고 주문해야 한다.



말레이시아의 특색있는 음료



Teh Tarik(떼 따릭)

- Teh(tea, 차)와 Tarik(pulled, 밀어내다)란 뜻으로 홍차에 연유, 혹은 설탕을 섞은 우유를 혼합하여 만드는 밀크티의 일종
- 두 개의 컵을 활용해 반복적으로 높은 곳에서 따라내면서 거품을 충분히 만들어 내는 것이 특징
- 길거리 가판대인 माम(ماماك)에서부터 RTD 캔 제품, 분말까지 다양한 형태로 만날 수 있으며 봉투에 담긴 음료를 빨대로 마시는 것이 가장 현지화된 방식임



Sirap Bandung(시랍 반둥)

- 혼합한(Bandung) 시랍(Sirap)이라는 뜻으로 장미 시럽에 연유를 섞은 음료로 간혹 물 대신 탄산수를 섞기도 함
- 말레이시아 전통 결혼식 피로연에서 자주 볼 수 있으며, 축제 음료, 이프 타르(라마단 기간 일몰 이후 저녁식사) 음료로 활용됨



Air Mata Kuching(아이르 마타 쿠칭)

- 용안(Longan)과 비슷한 열대 과일인 Mata Kuching과 Monk Fruit(나한과)를 활용한 음료로 CNN 선정 전 세계에서 가장 맛있는 음식 50개 중 6위에 선정됨
- 중국계 아시아장에서 주로 볼 수 있고 갈증 해소에 도움이 되며 영양가 높은 음료로 알려져 있음



White Coffee(화이트 커피)

- 쿠알라룸푸르에서 약 200km 떨어진 지방인 Ipoh(이포) 지역에서 처음 만들어졌다고 알려져 있으며, 커피를 볶고 내리는 과정 중 설탕이나 마가린 등 다른 첨가제를 섞지 않고 순수하게 내렸다는 뜻으로 White coffee라는 이름을 붙임
- Oldtown White Coffee라는 브랜드가 가장 유명하며, 프랜차이즈뿐만 아니라 인스턴트 커피 형태로도 판매 중

Soya Cincau(쏘아 친차우)



- 두유에 친차우 잎으로 만든 투명한 젤리를 섞은 음료
- 까만색의 Cincau 젤리와 흰색 두유가 주는 흑백의 조화를 두고 '마이클 잭슨'이라는 별칭으로 부르기도 함

Cham(참)



- Cham Peng(참 팽)이라고도 불리며, 커피와 차를 섞은 중국식 음료
- Yin Yang(인 양)이라고도 불리며 원앙의 수컷과 암컷이 한 쌍을 이룬 것처럼 차와 커피가 조화롭게 섞여있다는 뜻

국민 음료 마일로와 100PLUS

말레이시아의 국민 음료를 꼽자면 초콜릿맛 스포츠 드링크인 마일로(Milo)와 이온음료 100플러스(100PLUS)를 들 수 있다. 호주 네슬레의 마일로는 1930년대 말레이시아에 소개된 이후로 단맛을 좋아하는 말레이시아 국민들의 어린시절을 책임지는 음료가 되었다. 말레이시아는 2020년 기준, 구글에 초콜릿을 검색한 인구 비율이 20%가 넘는 유일한 나라로, 말레이시아인 10명 중 2명 꼴로 초콜릿을 검색했다고 볼 수 있을

정도로 단 맛을 선호하는 민족이다. 건강을 모티브로 마케팅을 펼치는 마일로는 현지인들에게는 단맛과 건강을 모두 챙길 수 있는 최고의 선택이었던 셈이다. 최근에는 음료뿐만 아니라 아이스크림, 큐브형 아이스크림 등 다양한 형태로 마일로는 생산되고 있으며 한류스타를 광고모델로 기용하는 등 공격적인 마케팅을 꾸준히 펼치고 있다.



한류스타 박서준을 광고모델로 기용한 마일로



다양한 맛의 100플러스

100플러스는 싱가포르 기반 회사 F&N(Fraser and Neave)가 만들어낸 이온음료로 한국의 이온음료와 달리 약한 탄산이 가미되어 있는 것이 특징이다. 100플러스는 2021년 기준 말레이시아 음료 브랜드 1위를 기록할 만큼 전 국민이 찾는 음료수로, 이온음료시장에서는 39년째 독보적인 1위를 차지하

고 있다. 날이 더워 땀을 많이 흘리는 말레이시아 국민들에게 100플러스는 수분 보충을 위한 필수 음료가 되었기 때문이다. 특히 열이 나거나 체했을 때 따뜻하게 데운 100플러스에 소금을 조금 넣어 마시는 민간요법이 있을 정도로 현지인들은 컨디션 저하 대비책으로 100플러스를 챙겨두고 있다.

한국산 음료 트렌드

최근 CU, emart24 등 한국 편의점의 현지 진출과 더불어 현지인들이 접할 수 있는 한국산 음료 또한 다양해지고 있다. 그 중 좋은 반응을 얻고 있는 것은 파우치형 음료와 RTD 커피이다. 특히 RTD 커피의 경우, 2021년 기준 말레이시아 내 수입량 중 37.4%가 한국에서 수입되고 있을 정도로 한국이 최대 수입국이 되었다. 편의점에서 간편하게 구할 수 있으며 다양한 선택지가

있는 한국 커피에 대한 선호도는 점차 증가할 것으로 보인다. 파우치 형태 과일음료 또한 얼음컵과 함께 구매해 시원하게 마실 수 있고 다양한 맛을 쉽게 시도해볼 수 있다는 점에서 소비자의 흥미를 유발하고 있다. 한류 콘텐츠 소비가 활발한 현지 사람들에게 한국산 음료수는 트렌드 중 하나로 자리매김하고 있다.



현지 편의점에서 유통중인 한국산 RTD 커피와 파우치형 음료들



작성자 쿠알라룸푸르지사 서재희

Key Point

말레이시아 음료시장의 특징은 대부분 강한 단맛을 지니며 꾸준한 소비 증가가 예측되는 시장이라 할 수 있다. 한국산 음료의 경우, 한류 열풍과 한국 편의점 확장에 힘입어 수요가 증가하고 있지만 이제는 지속적인 소비자 유인에 대해 고민해야 할 시점이다. 대체당, 제로칼로리 음료 등 건강과 기능성에 초점을 맞춘 음료로 마케팅 전략을 펼치거나 무슬림 인구를 끌어들이 수 있는 할랄 인증을 획득한다면 현지 소비자들에게 좀 더 친숙하게 다가갈 수 있을 것이다.