

2023년 말레이시아 식품 트렌드 전망



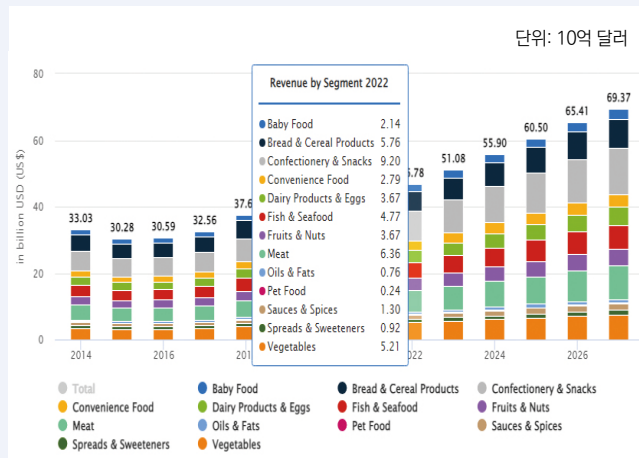
쿠알라룸푸르지사

작성자_ 서재희



2022 말레이시아 식품시장 리뷰

말레이시아 식품 시장은 2022년 467.8억 불 규모로 성장했다. 꾸준히 성장 추세에 있어 연평균성장률을 7.95%로 예측된다. 가장 큰 비중을 차지하는 부류는 92억 불 규모의 스낵, 가공식품류로 육류, 빵, 채소류가 뒤를 이었다. 對말레이시아 한국 수출은 192.7백만 불 규모로 2021년의 실적 급성장으로 인한 기저효과로 2.9% 감소하였다. 음료류 63.3%, 주류 37.1%, 소스류 25.0% 등 가공식품의 약진이 두드러졌으며 과일류 또한 30.4% 성장을 보여주어 말레이시아 내 한국산 식품 수요가 꾸준히 증가하고 있음을 유추할 수 있다.



말레이시아 식품 시장 규모

출처: Statista

2022 말레이시아 배달음식 트렌드

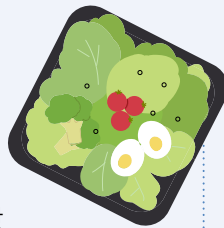
동남아시아 1위 배달 앱인 그랩(Grab)사가 말레이시아 배달음식 트렌드를 분석해 트렌드 리포트를 발간했다. 팬데믹 기간 이동제한 명령으로 인해 반짝 특수로 여겨졌던 배달업종이 외식이 자유로워진 2022년에도 꾸준한 성장을 보여주고 있으며 소비자 지출은 2021년 대비 1.3배 성장했다. 가장 인기 있는 배달음식 1위로는 치킨이 선정되었으며 볶음밥, 햄버거, 로티 차나이(Roti Canai, 얇은 빵에 커리를 찍어먹는 음식), 나시르막(Nasi Lemak, 밥에 볶은 멸치, 참발 소스 등을 곁들여 먹는 음식) 등이 그 뒤를 이었다. 그랩푸드가 분석한 말레이시아의 배달음식 문화 트렌드는 아래와 같다.



그랩푸드 트렌드 리포트

출처: Grab

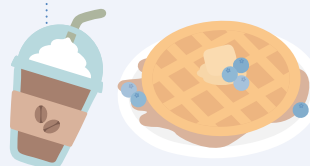
건강식에 대한 선호



단 음식을 좋아하는 말레이시아 사람들이지만 팬데믹을 겪으며 건강에 대한 관심이 나날이 높아지고 있다. 건강식을 선택하는 비중이 나날이 증가하고 있으며, 배달 음식 상위 검색어는 채식이 2년 연속 1위를 차지했다. 2022년 7월 그랩 말레이시아 총성 고객 893명 대상 설문조사 결과, 조사자의 90%는 2~3일에 1끼니 정도는 꼭 건강식을 챙겨 먹으려 노력 중이라고 응답했다. 40%의 응답자는 지난 6개월 중 식물성 대체식을 시도해 보았다고 응답해 건강한 식재료, 건강한 식단에 대한 관심이 팬데믹 이후에도 꾸준히 이어지고 있음을 알 수 있다.

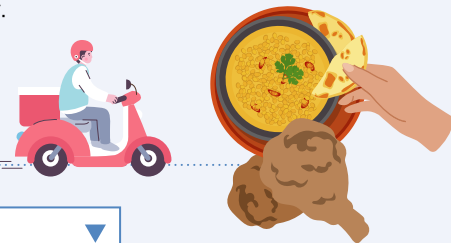
DIY

배달 음식 소비자들은 커스터마이징이 가능한 식당에서 15% 더 많은 소비를 하는 경향이 있다. 2022년 7월 8,671명의 그랩 말레이시아 소비자 대상으로 진행된 설문조사에서 90% 이상이 메뉴 주문 시 커스터마이징이 가능한 식당을 선택하게 된다고 응답했다. 당도, 토핑 추가, 소스 추가 등의 옵션을 통해 내가 원하는 맛의 음식을 주문하고자 하는 수요가 반영된 것이다. 말레이시아인이 좋아하는 커스터마이징 옵션으로는 맵기 수준, 당도, 얼음 추가, 토핑 추가, 소스 추가 등이 있다.



집콕 모임

이동 통제 제한 명령이 사라지고, 외식이 가능해진 이후에도 외부에서 사회활동을 하기보다 집에서 친구들과, 가족들과 시간을 보내는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 2020년 대비 주말 기간 주거단지의 고액 주문 건이 3배 상승했으며, 플래터, 핑거푸드 등 나눠 먹기 좋은 음식을 주로 주문한 것으로 나타났다. 40%의 소비자가 외식보다는 집에서 배달 음식을 주문해서 사교모임을 진행하는 것을 좋아한다고 응답해, 새로운 모임 문화가 정착된 것으로 보인다.



간식 사랑

달콤한 맛을 선호하는 말레이시아인은 간식을 좋아하는 것으로도 유명하다. 설문조사 응답자 중 5분의 1이 하루에 한 번은 꼭 간식을 먹는다고 응답했을 정도로 간식은 말레이시아인에게 떼려야 뗄 수 없는 존재이다. 특히 재택근무에서 사무실 근무로 전환된 이후 간식 주문을 하는 소비자 중 54%는 1인분 이상을 주문한다고 응답해 여럿이 함께 간식을 나눠 먹는 것을 유추할 수 있다.

2023년 외식산업 트렌드 전망

2022년 12월 말레이시아의 첫 미슐랭 가이드가 쿠알라룸푸르, 페낭 두 도시를 기반으로 발표되었다. 4곳의 원 스타 레스토랑을 포함 97개 레스토랑이 리스트에 이름을 올렸으며 2023년 말레이시아 외식산업에도 많은 영향을 미칠 것으로 보인다. 미슐랭 가이드에 선발된 레스토랑은 관광객 수요가 20% 이상 급증하였으며, 올해 리스트에 포함되기 위해 많은 신규 레스토랑이 오픈할 것으로 예상된다.



말레이시아 미슐랭 가이드 발표식 모습

출처: Lifestlyeasia



스타 셰프의 귀환

싱가포르, 호주 등 외국의 미슐랭 레스토랑에서 활동하던 스타 셰프 중 상당수가 고국으로 돌아올 것으로 예측된다. 말레이시아는 실력 있는 현지인 셰프 중 대다수가 해외에서 활동하는 것에 대한 아쉬움이 있는 나라였다. 하지만 현재까지 미슐랭 원스타 레스토랑이 단 네 곳만 발표되어 향후 미슐랭 스타 레스토랑으로 발돋움하기 위한 고급 레스토랑 경쟁이 치열해질 것으로 보인다. 셰프 뿐만 아니라 소믈리에 등 외식산업 전반에 고급화 열풍이 불 것으로 보고 있다.

퓨전 말레이시아 음식의 유행

미슐랭 원스타를 받은 네 개의 레스토랑 중 하나인 드와칸(Dewakan)은 말레이시아 음식을 현대적으로 재해석한 곳으로 평가받고 있다. 지난 몇 년 동안 말레이시아 현지식에 일식, 프렌치 등을 접목시킨 퓨전 음식이 다수 나타나고 있으며, 2023년에도 그 유행이 지속될 것으로 보인다. 2023년부터는 중국의 외국 관광 재개와 더불어 외국인 관광객 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 모던 말레이시아 음식은 색다른 것을 찾는 현지인은 물론 관광객들을 겨냥한 새로운 트렌드가 될 것이다.



로커보어(locavore) 운동

로커보어(locavore)란 '지역'을 뜻하는 영어단어인 로컬(local)과 라틴어로 '먹다'를 의미하는 보어(vore)를 합성하여 만든 신조어로, 지역 먹거리를 즐기는 사람들을 일컫는 말이다. 팬데믹과 러-우 전쟁 등 글로벌 공급망 위기를 겪으며 현지 농산물을 선호하는 경향이 나타나기 시작했다. 특히 현지 식재료를 활용하는 것이 식량 안보 확대 등 지속 가능한 먹거리를 위한 선택이며 건강하고 신선한 음식이라는 인식이 퍼지고 있다. 쿠알라룸푸르 내 레스토랑에서 보이기 시작한 현지 식재료 선호 움직임은 2023년에 보다 확대될 것으로 보인다.

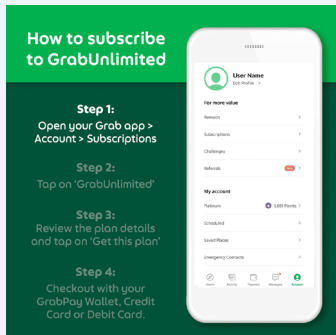


2023년 성장 유망 키워드

2023년 말레이시아 식품 시장의 유망 키워드는 한국과 유사한 점이 많다. 차세대 기술과 접목하여 새로운 소비자 수요를 창출하고 공급을 안정화하는 것에 초점을 맞춘 다양한 스타트업의 활약이 2022년에 이어 활발하게 활동할 것으로 기대되는 해이다. 그럼 2023년 3개의 성장 유망 키워드를 살펴보자.

구독 서비스

그랩(Grab), 푸드판다(Food Panda) 등 배달 전문 플랫폼이 그랩 언리미티드, 판다 프로와 같은 구독 서비스를 오픈하며 새로운 소비자 수요를 창출했다. 구독권을 결제한 소비자는 매달 할인, 배달료 무료 등의 쿠폰을 발급받는다. 그랩의 경우 소비자의 3분의 1이 구독 서비스를 이용 중일 정도로 빠르게 규모가 커지고 있다. 이 외에도 도시락, 밀키트 등 다양한 구독 서비스가 생기는 추세이며 앞으로도 다양한 소비자 수요를 충족할 수 있는 구독 서비스가 생겨날 전망이다.



대체 식품

인구의 60%가 무슬림인 말레이시아는 식물성 대체식품에 대한 수요가 높은 편으로, 2023년에도 그 기세가 이어질 전망이다. 특히 말레이시아 현지 대체육 브랜드의 성장이 두드러지고 있는데, 퓨처(Phuture)사의 경우 교촌 치킨, 그랜드 하얏트 CU 말레이시아 등과 협업하여 콜라보 제품을 출시하였다. 잭프рут 열매를 활용한 식물성 대체육을 개발하는 난카(Nanka)사는 최근 미국 리트 캐피탈(Leet Capital)사로부터 자금을 투자 받는 등 성장세를 이어가고 있다. 이 외에도 스넵피(Snappea), 잇블리스 오야(Etblisse OYA) 등 현지 식물성 우유 브랜드가 활발한 마케팅을 추진하는 등 식물성 대체 식품 시장의 열기가 더해질 것으로 예측된다.

푸드테크

말레이시아에서 농업은 주요 산업 3순위 안에 드는 중요한 산업 분야로 정부 투자가 활발한 분야이기도 하다. 정부 주도 스마트 농업 사업이 다양하게 펼쳐지고 있어 관련 푸드테크 스타트업도 많은 성장을 보일 것으로 예측된다. 2023년에는 SBB 스마트 논 산업, 수경재배, 수직 농업 등 기존에 진행되고 있는 사업 외에도 블록체인 기술을 농업에 접목하는 등 다양한 관점에서 스마트 농업이 발달할 것으로 전망된다.



Insight

말레이시아의 2023년 식품 시장은 글로벌 경제 둔화에 따른 위축된 소비심리에도 불구하고 관광산업 활성화로 전년 대비 약 9.2%의 성장세를 보일 것으로 예측된다. 다양한 인종 구성과 활발한 관광산업의 영향으로 세계 여러 음식이 경쟁하는 말레이시아는 한국 식품업계에 주요한 진출지 중 하나다. 말레이시아 내 한류는 일상처럼 자리 잡은 문화의 한 부분이 되었고 한국 식품 또한 라면, 커피 등 유행에서 일상으로 스며드는 단계에 접어들어 현지 트렌드를 반영한 마케팅을 통해 대인 인지도 제고가 필요하다. 말레이시아는 한국의 트렌드와 유사한 듯하지만 이슬람 문화 등 특유의 문화가 반영되어 있어 이를 고려한 현지화 마케팅이 중요한 시점이다.

