

# 대만 스낵시장에 부는 건강 열풍

대만사무소

## 가파른 성장세를 보이는 건강 스낵

- 대만의 스낵시장 규모는 연간 약 370억 NTD(1조 3368억 원)로, 최근 3년간(2015~2017) 안정적인 성장세를 보이고 있으며 향후 연간 2%대의 성장이 예상된다. 이를 증명하듯, 올해 상반기 스낵 판매량은 전년 동기 대비 1.8배 증가했다.
- 이러한 스낵시장의 성장은 '건강한 음식'에 대한 소비자의 니즈가 반영된 것이다. 시장조사기관 닐슨에 따르면 다수의 소비자들이 천연성분이 포함된 음식을 선택하려는 경향이 강하며 인공성분, 유전자 변형, 항생제를 포함하는 식품은 지양하는 것으로 드러났다. 이는 대만 소비자가 스낵을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소 중 하나가 '건강'이라는 것을 보여준다.

- 뿐만 아니라 대만 인터넷 쇼핑몰 하오츠스지(好吃市集)의 심층 보고에 따르면 스낵을 구매하는 남성과 여성의 비율은 1:9이며, 여성은 저칼로리, 웰빙 간식을 선호하는 반면 남성은 육포와 같은 간식을 선호하는 것으로 나타났다.
- 대만 최초로 개최된 국제스낵박람회에서 이 같은 추세를 확인할 수 있는데, 박람회에 참가한 많은 스낵업체들이 건강 스낵을 선보였으며 특히, 말린 과일이나 견과류, 유산균이 다량 함유된 요구르트 등이 참가객들의 주목을 받았다.





1. Tastywow의 말린 과일
2. 오리온의 '예감'
- 3, 4. 이마트 노브랜드의 '감자칩'과 '고구마칩'

## 한류 열풍 따라 한국산 스낵의 인지도 증가

- 닐슨 보고서에 따르면 대만 내 한류의 영향력이 증대되면서 식품, 생활용품, 뷰티 등 다양한 한국 브랜드의 성장세가 두드러지고 있는데, 그 중 한국산 스낵에 대한 관심이 점점 높아지고 있는 것으로 나타났다.
- 현재 한국산 과자 수입 비중은 3% 수준이나, 최근 한류 열풍과 한국을 방문한 대만인 관광객들의 블로그 포스팅을 통해 한국산 스낵의 인지도가 상승하는 추세다. 대만판 파워블로거의 포스팅에 실린 한국의 '예감'이 대만에서 큰 인기를 끌고 있고 이마트 PB브랜드인 '노브랜드'의 감자칩과 고구마칩도 대만의 온라인몰에서 판매되고 있다.

## 식품안전&식약청 규제에 미리 대비하라

- 최근 연이어 발생한 식품안전과동 사태로 현지 소비자들은 식품안전에 매우 민감하다. 대만 식품소 ITIS 연구단 설문조사에 따르면 소비자들은 라벨링 중 '성분'과 '유통기한'에 가장 큰 중점을 두고 있으며, 맛과 천연, 건강에 초점을 맞춘 상품에 대한 기대치가 큰 것으로 나타났다. 따라서 대만 진출을 희망하는 한국스낵 기업들은 소비자에게 제품의 안전하고 건강한 이미지를 심어주는 것이 중요하다.
- 또한, 대만 수출의 관문인 대만 식약청 TFDA는 다른 국가의 식약청에 비해 규제가 엄격한 편이다. 대만 수출을 준비해왔으나 식약청의 규제로 통관이 거부되어 시간과 돈을 낭비한 사례가 많으므로 사전에 규제 내용을 철저히 점검할 필요가 있다.