

라오스 음식문화와 외식산업을 통해서 본 한식의 가능성

□ 라오스 음식문화의 특징

- 라오스는 열대지역의 특성상 맵고 짠 자극적인 음식을 즐기며, 사람들은 대부분 직접 요리하기보다는 조리된 음식을 포장해 집에서 먹거나 외식하는 것을 선호함. 오후 5시가 되면 곳곳에서 푸드마켓이 열려 사람들이 음식을 포장해 가는 모습을 쉽게 볼 수 있음.
- 라오스 사람들은 외식을 할 때 실내식당보다는 자유로운 분위기에서 자연을 느낄 수 있는 야외, 노천식당을 선호함. 또한, 여러 음식을 푸짐하게 차려놓고 가족들과 함께 나누어 먹으며, 시간을 넉넉하게 두고 여유롭게 식사를 즐김.
- 찰밥, 고기, 채소, 생선을 즐김.
 - 라오스 사람들은 '카오니아오'(khao niao)라는 찰기 있는 긴 쌀을 주식으로 함.
 - 대표적인 음식인 랍(laap)은 고기 또는 생선에 양념·채소·향신료를 버무린 음식으로, 고기나 생선을 익히지 않고 먹기도 함.
 - 라오스는 바다가 없으나 메콩 강에서 잡은 생선을 즐겨먹고, 빠덱(padaek)이라는 생선젓갈은 라오스 음식을 만드는 데 중요한 재료로 사용됨.
- 라오스음식은 태국·베트남 음식과 유사함. 태국은 과거 태국 동북부 이싼 지방이 과거 라오스의 영토였기 때문에 음식이 유사하며, 베트남은 많은 베트남 이주민이 라오스에 정착해 음식을 전파했기 때문임. 또한, 라오스는 프랑스의 보호령이었기 때문에 프랑스 영향으로 받아 바게트 샌드위치를 선호함.

왼쪽부터 주식인 카오니아우, 대표음식 랍,
바게트 샌드위치, 생선젓갈인 빠덱



□ 성장하는 라오스 외식산업

- 최근 연 8%가 넘는 경제성장과 관광산업 발달에 힘입어 수도 비엔티안에는 태국계 외식프랜차이즈가 생기고, 외국인이 운영하는 레스토랑이 증가함.
- 라오스는 통계자료가 빈약해 정확한 외식산업 성장세는 알기 어려우나, 라오스 내 주요 프랜차이즈 면담결과, 대부분의 업체에서 매장 확장계획이 있다고 밝혀 라오스 외식산업이 성장하고 있다는 판단을 가능하게 함.
- 라오스에 진출한 외국계 프랜차이즈는 소수이지만, 태국업체에 치우쳐 있음. 이는 지리적, 문화적 인접성 때문임.
 - 라오스 사람은 일상적으로 태국 방송을 시청하며, 태국 프랜차이즈 광고에 노출됨.
 - 2011년 한 해 수도 비엔티안과 태국 국경인 우정의 다리를 통해 인근 태국도시를 방문한 라오스 사람들은 연간 530만 명에 달함. 비엔티안의 인구가 70만 명임을 감안하면 많은 수의 사람이 여러 차례 태국을 방문하는 것을 알 수 있음. 이들은 태국에서 쇼핑 후 태국 프랜차이즈에서 외식을 즐기고 돌아옴.
- 프랜차이즈나 외국인이 운영하는 레스토랑은 현지식당보다 비싸지만 차원 높은 서비스와 새로운 음식을 제공한다는 차원에서 중산층과 젊은 층이 선호함.

<라오스 내 주요 프랜차이즈>

프랜차이즈	특 징	매장 수
	(태국)동남아 지역에서 가장 인기있는 프랜차이즈 중 하나로, 배달서비스를 제공함. 라오스에서 단기간 성장	2개
	(라오스-캐나다)라오스 토종 브랜드로 베이커리류, 커피등을 판매함, 베트남에 진출했으며, 캄보디아 진출예정	4개
	(태국)카페 프랜차이즈 중 가장 먼저 라오스에 진출 커피와 빵을 판매	2개
	(태국)태국·서양음식과 음료를 판매하며, 특히 다양한 종류의 달콤한 커피가 인기	1개
	(태국)일본음식을 전문으로 하며, 메뉴 하나당 평균 15~20달러로 라오스 물가를 고려할 때 비싼 편이나 라오스 사람들이 선호함.	1개

주: 조마 베이커리 카페(JOMA Bakery Cafe)는 캐나다인이 라오스 빵집을 인수해 카페사업을 시작한 것으로, 전 매장을 직영으로 운영하지만 넓은 의미의 프랜차이즈 개념에 포함시켜 위의 표에 추가함.

□ 라오스의 문화를 파악해 승승장구 중인 레스토랑

○ 곱자이더(Khop Chai Deu)

- 곱자이더는 레스토랑으로 시작해 Inthira라는 회사로 성장, 라오스 전역에 4개의 호텔과 비엔티안 시내에 3곳의 레스토랑을 운영 중
- 여행자들에게는 라오스 음식을 비롯한 다양한 퓨전음식을 즐길 수 있는 장소로, 라오스 사람들에게는 서양식을 즐기는 저녁 모임장소로 인기가 많음.
- 야외 좌석을 선호하는 라오스 사람들의 선호에 맞추어 야외와 실내 모두 좌석이 있으며, 저녁에는 라이브 음악과 조명이 어우러져 고즈넉한 분위기 연출
- 소셜네트워크인 페이스북을 통해 할인, 유명밴드 초청, 각종 대회 개최 등을 홍보
- 라오스는 결혼식, 생일을 비롯해 입학, 입사, 퇴원 등 축하할 일이 생기면 파티를 성대하게 열어 케이터링 서비스에 대한 수요가 많음. 곱자이더는 케이터링 서비스를 제공하며, 레스토랑에 국한되지 않고 사업범위를 넓힘.

<곱자이더 레스토랑 모습>



○ 콩뷰(Kong View)

- 콩뷰는 강을 뜻하는 라오스어 ‘콩’과 풍경을 뜻하는 영어 ‘뷰’가 합쳐진 말로 콩뷰 레스토랑에서는 메콩 강의 전경을 감상할 수 있음.
- 2008년에 개점한 레스토랑으로 라오스 사람들의 가족외식 장소와 손님접대 장소로 사랑받으며, 외국인들 또한 많이 찾음.
- 메콩 강의 야경을 감상할 수 있는 야외석과 라이브 음악을 감상할 수 있는 실내석이 있으며, 라오스·일본·태국 음식을 비롯한 다양한 퓨전음식을 선보임.

<콩뷰 레스토랑 모습>



□ 라오스 내 한식

- 한국 음식점은 현지교민과 라오스 현지인이 주로 찾음. 2006년 태국에서 한국 드라마 ‘대장금’이 큰 인기를 끌었는데, 태국방송을 일상적으로 시청하는 라오스 사람들도 대장금을 즐겨보았음. 이후 한국 음식에 관심을 갖게 됨.

- 수도인 비엔티안에는 프랑스, 일본, 중국, 한국 음식점 등 다양한 음식점이 분포함. 한국 음식점은 20여 개에 달함. 대부분의 한국 음식점은 하나의 식당에서 찌개류, 비빔밥, 구이류 등 다양한 메뉴를 취급함.
- 한식의 가격대는 5~10달러로 라오스 물가를 고려할 때 조금 비싼 편이지만, 한국 음식점에서 외식 중인 가족, 회식 중인 직장인을 쉽게 볼 수 있음.
- 라오스 사람들은 한국음식을 웰빙, 매운 음식으로 인식하고 있어 인기 메뉴로는 비빔밥과 불고기, 삼겹살 등의 구운 고기 종류임. 대부분의 한국 음식점에서 고기구이 종류를 판매하며, 라오스인들이 선호하기 때문에 고기를 구워먹는 음식점이 한국 음식점이라는 이미지가 확산됨.
- 썬자이더와 콩뷰 같이 라오스 내 인기 있는 대형 레스토랑은 대부분 퓨전음식을 제공하는데, 일식메뉴는 준비돼 있으나 한식메뉴는 전무한 상황임. 한식 조리법과 메뉴 개발을 지원하는 등 다양한 접근방법이 필요할 것임.

□ 시사점 및 전망

- 라오스는 현재 빠른 경제성장으로 소비자의 구매력이 상승함. 또한, 문화적 특성상 직접 요리하는 것보다는 사먹는 것을 선호함. 따라서 테이크아웃 전문점이나 외식전문식당은 성장 가능성이 있음.
- 태국에 진출했거나 진출할 계획이 있는 한국 프랜차이즈는 라오스는 태국과 문화적, 언어적으로 유사한 부분이 많으므로 태국을 거점으로 두고, 라오스에 진출하는 것도 시장개척 방법으로 고려해볼 수 있음.
- 썬자이더, 콩뷰와 같은 레스토랑의 성공 요인은 경쟁이 거의 없는 라오스 외식시장에서 정확하게 고객의 성향과 필요를 파악해서 포지셔닝했다는 점임. 이는 우리 기업에 현지화의 필요성 등 많은 것을 시사함.
- 라오스 사람들의 식성은 우리와 비슷한 점이 많음. 또한, 한류의 영향으로 한국과 한국 음식에 대한 관심과 인지도가 상승함. 이를 적극적으로 활용한다면 아직 경쟁이 작은 외식시장을 선점효과를 누릴 수 있을 것임.
- 단순히 한국 교민을 대상으로 한 한국 음식점은 수요 확대에 한계가 있으므로 현지인과 라오스 방문 관광객의 입맛을 파악해 현지에서 수급 가능한 재료로 메뉴를 개발, 현지화하고 철저한 시장조사를 거친 후 시장에 진입하는 것이 필요함.

자료원: laovoices.com, www.inthira.com, <http://www.kongview.com>, 코트라 비엔티안 무역관 자료 종합