

21년 6월 aT(한국농수산물유통공사) 하노이지사 KATI수출뉴스

라오스 소스류 시장 현황

2021년 6월 22일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 시장규모 및 수입 동향

- 라오스는 식품 가공 공장, 식품 전문 제조사가 전무한 실정으로 식자재의 대부분을 수입산에 의존하고 있어 무역 통계가 시장 규모를 파악할 수 있는 하나의 지표가 됨
- 국제무역센터(International trade centre, ITC)의 발표에 따르면 라오스의 '20년도 소스류(HS code 2103)의 수입액은 2,804만US\$, 21,283t의 수입량을 기록했음

< 라오스 소스 품목 · 국가별 수입현황 - HS Code 2103 >

(단위: 만 불)

HS Code	제품명	'20년	'19년	'18년	'17년
2103	소스류 (총계)	2,804	2,687	2,782	2,490
2103.90	소스와 소스용 조제품, 겨자의 고운가루, 거친가루와 조제한 겨자	2,338	2,281	2,400	2,157
2103.10	간장	410	355	335	260
2103.20	토마토 케첩과 그 밖의 토마토로 만든 소스	6	48	42	71
2103.30	겨자의 고운 가루, 거친 가루와 조제한 겨자	0.7	2.7	3.9	1.3

년도	국가별 수입액 및 점유율				
	한국	태국	일본	중국	베트남
2020	23(0.8%)	2,734(97.5%)	21(0.8%)	19(0.7%)	-
2019	29(1.3%)	2,060(90.3%)	7.4(0.3%)	13(0.6%)	170(7.44%)
2018	38(1.6%)	2,070(86.1%)	3(0.1%)	8.2(0.3%)	284(11.8%)
2017	20(0.7%)	1,580(73.1%)	1(0.1%)	1.6(0.1%)	562(26.0%)

* 출처 : 국제무역 센터(International trade centre, ITC) 2020, 경제 복잡성 관측소(The observatory of Economic Complexity)

- 라오스의 최대 소스 수입국은 태국으로 '20년 기준 소스류 총 수입액 2,734만불 / 97.5%의 비중을 차지했음

* 국가별 수입액순 : 태국 > 베트남 > 한국 > 중국 > 일본

- 라오스에서 유통되는 소스의 대부분이 태국산인 이유는 첫째, 라오스와 태국이 문화적·언어적으로 유사할 뿐 아니라 식문화도 거의 비슷하기 때문에 값이 비교적 저렴하고 입맛에 맞는 태국 소스에 대한 선호도가 높음
- 둘째, 1994년 라오스 비엔티안과 태국의 농카이를 잇는 우정의 다리가 건설되면서 물류비가 절감되어 양국의 물적 교류가 더욱 활발해졌기 때문이라 할 수 있음

○ 주요 소스류 소비동향

- 라오스 가정에서 가장 많이 사용하는 기성 소스로는 피쉬 소스, 굴 소스, 간장 소스, 칠리 소스, 수끼 소스가 있으며, 판매되는 주요 소스는 모두 태국산임
- 라오스인이 좋아하는 소스는 양념 소스류인 수끼 소스이며, 수끼 소스는 땅콩, 코코넛 크림, 적색 양파, 마늘, 발효된 붉은 두부, 고추 가루를 혼합해 만드는데, 땅콩을 베이스로 하여 달고 짭맛이 특징임
- 이 수끼 소스는 '신닷' 이라 불리는 라오스식 샤브샤브 구이 음식과 잘 어울릴 뿐 아니라, '쭈쭈' 이라 불리는 라오스 스타일 중국 휘거를 먹을 때도 함께 곁들여 먹음
- 기성 제품도 있지만 주로 시장, 식당에서 판매되는 소스를 많이 사용하며, 가정에서 직접 만들기도 하며 최근 코로나로 식당들의 영업이 어려워져 식당에서 수끼 소스를 제조해 유통사에 납품 판매하는 형태도 늘어나고 있음



라오스식 샤브샤브 구이 ‘신닷’



라오스 스타일로 바꾼 중국음식 힝거 ‘쭈쭈’

* 출처 : Tomou BBQ, Facebook ‘Dokkhoun Ddc’

〈라오스 현지에서 제작되어 판매되고 있는 수끼 소스〉

사진					
제조	시장상인	Turnarnfood The factory 신닷 식당	Tomou BBQ 신닷 식당	Chic sauce	Biecheodardz aep
용량	500g	500g/1000g	1000g	275g	250
가격	2만kip(약 2.5천원)	4.5~8만kip	7만kip(약 8.75천원)	1만kip(약 1.25천원)	1.6만kip(약 2천원)
유통 형태	전통적 식품 소매 채널 통해 판매	식당 직판매, 온라인 배달, 유통사 납품	식당 직판매, 온라인 배달 판매	온라인 배달, 유통사납품 판매	온라인 배달, 유통사납품 판매

* 출처 : Turnarnfood the factory facebook, Tomou BBQ facebook. Chic sauce facebook, biecheodardseap facebook

* 1Kip당 한화 약 8원 / BCEL 라오스 은행 기준

- 이 외에도 현재 라오스에서 주목해볼만한 소스는 ‘마라’ 소스임. 중국 마라 소스를 라오스인 입맛에 맞게 변형하여 구이형 음식 또는 채식샐러드용 소스로 (甞甞甞甞, 암甞甞甞)등이 인기가 높으며, 온라인·식당·유통매장 등을 통해 현지인들이 쉽게 구매할 수 있음

- 경제 성장 및 생활 수준의 향상으로 건강에 대한 관심이 높아지면서 저나트륨 및 저지방, 무설탕 제품을 찾는 소비자가 늘고 있음
- 태국 ‘goodlife’ 브랜드의 피쉬소스, 간장, 굴 소스, 케찹, 칠리 소스, 설탕 등이 주목할 만한데, 일반 소스 대비 나트륨 40% 감소, 무설탕 및 저염 50%, 포화 지방 감소의 기능을 내세워 라오스에서도 유통되기 시작했음



뽕찐(중국식 구이, ປັງຈີນ)



얌찐(중국식 매운 샐러드, ຍາມຈີນ)

* 출처 : Facebook'PINGCHINZAP' / Facebook 'Khanthong Syiengxay'

<라오스에서 만들어져 유통되는 마라 소스>

사진		
제조	Ping zing seap kao riao	TONY MIX SAUCE
용량	250ml	250ml
가격	15,000kip (약 1,875원)	12,000kip (약 1,500원)
유통형태	온라인 배달, 유통사납품 판매	온라인 배달, 유통사납품 판매

* 출처 : Facebook'PINGCHINZAP' Facebook 'TONY MIX SAUCE'

<라오스에서 인기리에 판매중인 저나트륨 및 저지방, 무설탕 제품>



* 출처 : <http://www.goodlife.co.th/www/product.php.K-Mart>

○ 한국 소스류 소비동향

- 한국산 소스류 수입은 18년도 376천불의 최대 수입액을 기록한 뒤 '19, '20년도 각 292천불, 230천불로 다소 감소한 수치를 기록했음. 이는 코로나 19로 한국인 관광객 감소, 귀국으로 인한 교민 감소 및 소비 침체 등이 반영된 결과로 볼 수 있음
- 라오스 내 한국산 소스류는 한국 식료품점, 태국 슈퍼마켓, 편의점 등에서 판매되고 있으며 고추장, 된장, 쌈장은 현지 유통채널에서도 유통되고 있으며 매운맛을 강조한 삼양사의 불닭 소스, 캡사이신도 유통되고 있음
- 한국 소스가 낯설기 때문에 저용량 제품이나, 완제품 양념을 찾는 현지 고객이 많으며, 한국 식자재 유통업체와의 인터뷰에서는 “한국산 소스 중에서도 특히 인기가 좋은 것은 떡볶이 소스, 돼지고기 양념 소스이며 문의 및 구매 빈도가 높았고, 간편하면서도 다른 재료의 혼합이 불필요하기 때문에 소비자들이 경제적으로 생각한다”는 답변을 받았음
- 외부적 요인으로 현재 라오스 내 한국산 소스 소비량이 감소한 추세임, 이에 대한 돌파구는 현지 물가 수준과 트렌트, 식생활에 맞는 소스를 발굴, 적극적인 마케팅 활동을 통해 판로를 개척하고 소비자가 상품에 대해 느끼는 거부감을 줄여나가는 것이 필요해보임

<라오스에서 판매중인 한국산 소스>

구분	장류(고추장, 쌈장, 된장)		간장	
사진				
제 품 정 보	○ 청정원 고추장: 500g(15천kip) 쌈장: 500g(25천kip) 된장: 500g(25천kip)	○ CJ제일제당 고추장: 500g(34천kip) 쌈장: 500g(26천kip) 된장: 500g(25천kip)	○ 마산 명산 진간장: 900ml(25천kip) 국간장: 900ml(28천kip) 송표간장: 900ml(45천kip)	○ 샘표 양조간장: 930ml(30천kip) 진간장: 930ml(29천kip)
구분	매운 소스		양념소스 등	
사진				
제 품 정 보	○ WELLBEING 캡사이신 :550g(65천kip)	○ 삼양 핵불닭소스: 200g(35천kip)	○ CJ제일제당 돼지불고기양념장: 290g(16천kip)	○ 청정원 (500g) 돼지갈비 양념: 23천kip 소불고기 양념:12천kip 돼지불고기 고추장: 32천kip 매운 갈비 양념: 535천kip

* 출처 : D-MART,K-MART,MOM'S MART,PARKSON SUPERMARKET / 한화 약 1,875원~8,125원 수준

	
현지인 대상으로 판매가 기대되는 소량포장 제품 고추장 60g, 쌈장 170g, 캡사이신 4g	현지 한국 식료품점에서 판매중인 파우치형 간편 양념

* 출처 : CJ 제일제당, 청우식품, K-MART

□ 시사점

- 라오스는 아직 식품 제조업이 미비하여 태국산 소스가 시장에 널리 유통되고 있으며 데이터 수집이 어려운 관계로 정확한 시장 규모를 파악하기는 어렵지만 무역 통계를 통해 시장의 규모를 파악 할 수 있음
- 여럿이서 모여 먹는 것을 선호하는 특성으로 샤브샤브, 구이 등의 음식이 발달했고 이와 곁들일 소스가 온·오프라인 매체를 통해 시중에 많이 판매되고 있어 떡볶이 소스, 부대찌개 소스는 물론 고기 양념장 등의 판매 증가를 기대해 볼 수 있음
- 코로나19 영향으로 야외활동이 제한되고 가정 내 여가시간이 증가 하면서 소량 포장된 파우치형 소스류, 조미료 가감이 필요 없는 일회용 소스 등의 판매 증가가 기대됨
- 현재 저 나트륨, 저 설탕 제품을 찾는 고객이 늘고 있기 때문에 해당 기능을 강조한 한국 소스의 시장 테스트를 시도해 보는 것이 주요해보임