



2017년 농식품 해외시장 맞춤조사

Product : 조제커피(Instant Coffee)

Country : 미얀마(Myanmar)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
II. 시장 트렌드	8
1. Market Trend 01. 커피 전문점 활성화	10
2. Market Trend 02. 식생활 수준 개선	11
3. Market Trend 03. 원두 커피 제품 선호	12
4. Market Trend 04. One-stop 식품 유통 플랫폼	13
III. 경쟁제품 현지조사	14
1. 경쟁제품 선정	16
2. 정량 분석	17
3. 정성 분석	18
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	27
1. 경쟁사 선정	29
2. 경쟁사별 현황 파악	30
V. 유통구조 현황	33
1. 추천 진출 경로	35
2. 전문가 인터뷰	38
VI. 유통업체 현황	39
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	41

Contents

Ⅶ. 인증 정보	45
1. 인증 취득정보	48
2. 인증 취득제품	51
3. 제출서류	52
4. 전문가 인터뷰	54
 ※ 참고문헌	 55



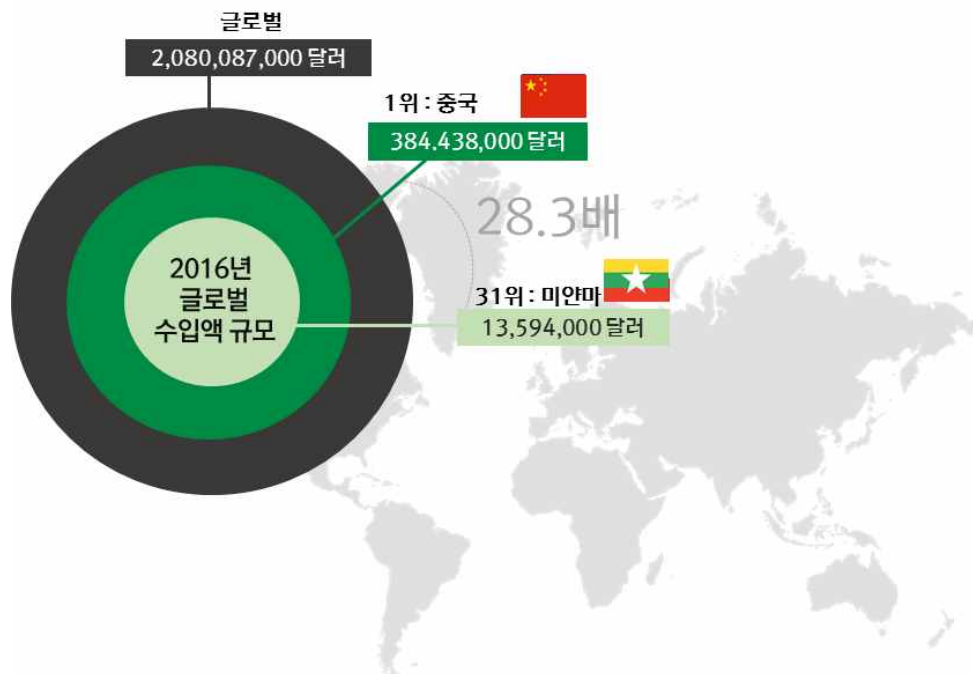
I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석

※ 적합한 품목통계 데이터가 존재하지 않아 품목통계 종합분석을 배제함

시장 통계 OVERVIEW



2016년 미얀마 내 HS CODE 2101.12 품목 수입액 규모

MM

전체

13,594,000 달러

TH

----- (1위)

11,345,000 달러

KR

— (-)

-



1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
3	미얀마 관세청 www.myanmarcustoms.gov.mm

조제커피 통계 기준 설정

조제커피 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 미얀마의 수입 통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함¹.

수입 통계 기준, HS CODE 2101.12로 설정

글로벌 및 미얀마 내 조제커피의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2101.12를 수입 통계 분석 기준으로 설정함. 미얀마 내 품목에 해당하는 최종코드가 두 가지이므로 해당품목에 대한 수입통계 기준은 그 상위 코드인 HS CODE 2101.12(추출물, 에센스 농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 조제한 품목)로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2101.12
	미얀마 수입규모 및 성장률		2101.12

표 1.2 : 미얀마 내 조제커피 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.12	추출물(extract)·에센스(essence)·농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품
	2101.12.1000	인스턴트커피의 조제품
미얀마	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.12	추출물(extract)·에센스(essence)·농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품
	2101.12.1000	커피의 이러한 엑스, 에센스 또는 농축물을 기제로 한 조제품
	2101.12.9000	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(tradenavi.or.kr)

1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2101.12 품목 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 2101.12 품목의 글로벌 수입규모는 약 20억 8,008만 7,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 7.3%의 상승세를 보임. 2016년 기준 최대 수입국인 중국의 수입규모는 3억 8,443만 8,000달러를 기록하였고 2014년 이후 3년간 연평균 64.2%의 높은 성장세를 보임. 한편, 2016년 기준 수입 4위국인 베트남은 동기간 연평균 933.0%의 성장률로 상위 5개국 중 가장 높은 성장세를 보임
- 2016년 기준 미얀마의 HS CODE 2101.12 품목 수입규모는 1,359만 4,000달러로 2016년 기준 전체 수입액 중 0.7%의 점유율을 차지함².

미얀마 수입 통계 분석

표 1.4 : 미얀마 HS CODE 2101.12 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 미얀마 내 HS CODE 2101.12 품목의 수입규모는 1,359만 4,000달러이며 2016년 기준 미얀마의 최대 수입 상대국은 태국으로 수입규모는 1,134만 5,000달러로 전체 중 83.5%의 점유율을 차지함³.

2. 해당 정보원에서 2014년, 2015년 기준 미얀마의 HS CODE 2101.12 품목 수입 규모가 산출되지 않음

3. 해당 정보원에서 2014년, 2015년 기준 미얀마 내 HS CODE 2101.12 품목 수입 규모와 한국산 수입 규모가 산출되지 않음



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 커피 전문점 활성화

Market Trend 02. 식생활 수준 개선

Market Trend 03. 원두 커피 제품 선호

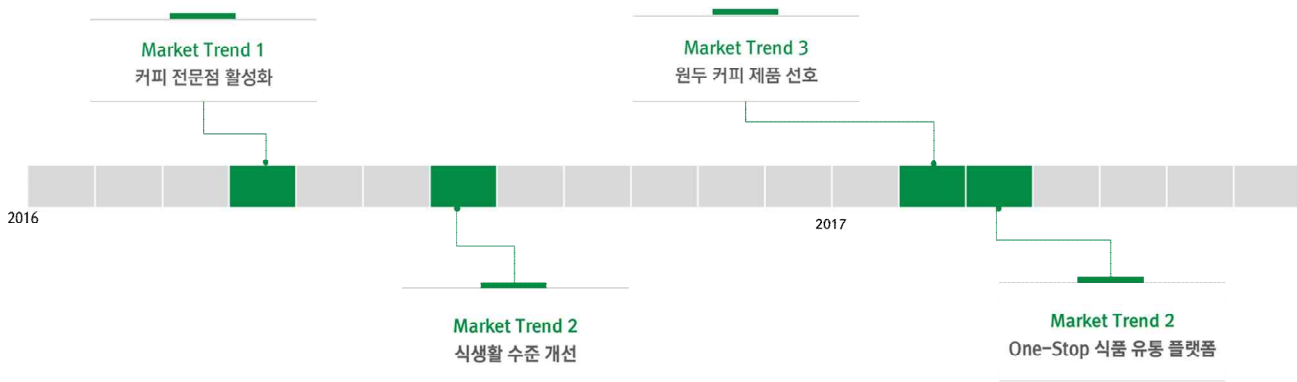
Market Trend 04. One-stop 식품 유통 플랫폼

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	미얀마 커피 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.07.21.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	미얀마 식품사업정보원
입력 키워드	Coffee, Coffee import, Coffee consumption, Coffee distribution
도출 기사	총 97건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 커피 전문점 활성화

- 미얀마 현지 내 양곤(Yangon), 만달레이(Mandalay)와 같은 대도시들을 중심으로 글로벌 커피 전문점들이 계속해서 늘어나고 있음
- 이러한 글로벌 커피 전문점의 미얀마 시장 진출은 현지 내 대규모 종합 쇼핑 단지들이 계속해서 증가하면서 발생함. 미얀마 내 커피 전문점의 커피 한잔 가격은 2,000짜트(한화 약 1,700원) ~ 3,000짜트(한화 약 4,000원) 수준인 것으로 확인됨

Market Trend 02. 식생활 수준 개선

- 미얀마의 경제 성장으로 인해 1인당 GDP는 2000년대 중반 급격히 상승하여 현재 1,275 달러(한화 약 142만 1,000원)로 소득 수준이 개선됨
- 미얀마 내 낮은 저축률, 낮은 기대 수명, 높은 주택 보유율 등의 요인으로 미얀마의 엔겔지수는 매우 높음

Market Trend 03. 원두 커피 제품 선호

- 비옥한 토양과 높은 강수량으로 인해 미얀마 산 커피는 타 국가들로부터 품질이 좋은 커피로 인정받고 있음
- 미얀마 현지 내에서 질 좋은 원두 커피 생산이 다량 생산되고 있어 현지 시장 내 판매되는 커피 원두 값이 저렴함

Market Trend 04. One-stop 식품 유통 플랫폼

- 독일 대형 식품 도·소매 업체인 METRO GROUP Wholesale & Food Specialist Company는 미얀마 내 One-Stop 식품 유통 플랫폼을 구축하기 위해 싱가포르 물류회사 Yoma Strategic Holdings와 새로운 합작 투자 회사를 설립함
- METRO Myanmar는 One-Stop 식품 유통 플랫폼을 통해 호텔 및 식당업체, 식품 관련 업체, 소규모 소매 업체, 기관과 같은 고객에게 3,300여 품목을 효율적으로 유통할 예정임

글로벌 커피 전문점 미얀마 내 진출 활성화

최근 미얀마 현지 내 양곤(Yangon), 만달레이(Mandalay)와 같은 대도시들을 중심으로 글로벌 커피 전문점들이 계속해서 늘어나고 있음. 특히 태국, 대만, 싱가포르와 같은 인접 국가에서 운영하는 커피 전문점들의 진출이 잦은 것으로 확인됨

이러한 글로벌 커피 전문점의 미얀마 시장 진출은 현지 내 대규모 종합 쇼핑 단지들이 계속해서 증가하면서 발생함. 미얀마 내 커피 전문점의 커피 한잔 가격은 2,000짜트(한화 약 1,700원) ~ 3,000짜트(한화 약 4,000원) 수준인 것으로 확인됨

이 외에도 미국의 커피 프랜차이즈 The Coffee Bean & Tea Leaf, 태국의 커피 프랜차이즈 Hillkoff 또한 미얀마 현지 시장 진출을 계획하고 있음⁴.

표 2.1 : 미얀마 현지에 진출한 글로벌 커피 전문점

브랜드 명	국가	진출 시기
 Gloria Jean's Coffees	호주	2016년 3월
 True Coffee	태국	2016년 1월
 CHAO DOI	태국	2015년 11월
 BLACK CANYON COFFEE	태국	2015년 9월
 GONG CHA 貢茶 tea.coffee.juice	한국(설립 당시 대만)	2015년 7월
 Chatime	대만	2013년
 Ya Kun Kaya Toast Singapore Coffeestall since 1944	싱가포르	2013년

출처 : NIKKEI(asia.nikkei.com)

4. NIKKEI, 'Cafe culture sprouting in Myanmar', 2016.04.30

소득 수준 상승으로 식생활 수준 개선

미얀마의 경제 성장으로 인해 1인당 GDP는 2000년대 중반 급격히 상승하여 현재 1,275 달러(한화 약 142만 1,000원)로 소득 수준이 개선됨. 이와 더불어 현지인들의 식생활 수준 또한 향상됨

글로벌 통계 기관인 Knoema 사이트 내 116개국의 1인당 하루 칼로리 결핍량(food deficit) 자료에 의하면 미얀마 내 1인당 하루 칼로리 결핍량(food deficit)은 2005년 313Kcal에서 2016년 103Kcal로 낮아짐. 이에 2005년 기준 칼로리 결핍량 11위에서 2016년 38위로 떨어짐

미얀마 엔겔지수 51% 이상...소득의 대부분을 식비에 사용

미얀마 엔겔지수⁵는 약 51% 이상으로 소득의 절반 이상을 식비에 사용하는 것으로 확인됨. 미얀마의 소득 자체가 낮아 엔겔지수가 높게 산출되는 점도 있지만 미얀마 내 낮은 저축률, 낮은 기대 수명, 높은 주택 보유율 등의 요인으로 소득 대비 소비 성향이 높은 것 또한 미얀마 엔겔지수가 높게 산출되는 주요인임.⁶

표 2.2 : 2005 ~ 2016년 미얀마 1인당 GDP 대비 1인당 하루 칼로리 결핍량

(단위 : Kcal, 달러)



출처 : Knoema(knoema.com), WorldBank(www.worldbank.org)

5. 엔겔지수 : 총가계 지출액 중에서 식료품비가 차지하는 비율. 보통 엔겔지수가 0.5 이상이면 후진국, 0.3~0.5면 개발도상국, 0.3 이하이면 선진국임

6. ELEVEN, '51% of income spent on food: survey', 2016.07.02

Market Trend 03. 원두 커피 제품 선호

미얀마 친(Chin), 산(Shan) 지역



친(Chin) 주



산(Shan) 주

인스턴트 커피 대신 원두커피 제품 선호

미얀마 커피는 1800년대 영국에 의해 반입되면서 북쪽의 열대 저지대와 북쪽의 높은 평원지에서 주로 생산되고 있음. 미얀마 현지 시장에서 거래되는 원두커피는 대부분 북서쪽과 북동쪽 지역인 친(Chin), 산(Shan) 주에서 생산된 아라비카 콩임. 미얀마 커피는 비옥한 토양과 높은 강수량으로 인해 타 국가들로부터 품질이 좋은 커피로 알려짐

이 같이 미얀마 현지에서는 질 좋은 원두커피가 다량 생산되고 있어 판매되는 커피 원두 값이 매우 저렴함. 따라서 현지 소비자들은 인스턴트 커피 보다는 미얀마 현지 내에서 생산된 원두커피를 선호함

미얀마 내 인기 있는 원두커피 브랜드로는 Shwepuzun, Shweyinmar, Lonestar, Pot Pot, Arnandar, Rich, Shwe La Won, Premier 등이 있음⁷.

표 2.3 : 원두 커피를 즐겨 마시는 미얀마 현지인



출처 : Straitstimes(www.straitstimes.com)

7. Myanmar Times, 'Myanmar's coffee and tea regain popularity', 2017. 02. 27

METRO, 현지 내 One-Stop 식품 유통 플랫폼 구축

독일 대형 식품 도·소매 업체인 METRO GROUP Wholesale & Food Specialist Company는 미얀마 내 One-Stop 식품 유통 플랫폼을 구축하기 위해 싱가포르 물류회사 Yoma Strategic Holdings와 새로운 합작 투자 회사를 설립함. 전략적 제휴 조건에 따라 Yoma Strategic은 새로 설립 된 METRO Myanmar(METRO Wholesale Myanmar Ltd)의 지분 15%를 보유하며 METRO는 지분 85 %를 보유함

METRO Myanmar는 One-Stop 식품 유통 플랫폼을 통해 호텔 및 식당업체, 식품 관련 업체, 소규모 소매 업체, 기관과 같은 고객에게 3,300여 품목을 효율적으로 유통할 예정임

Yoma Strategic의 Melvyn Pun CEO은 “METRO와의 파트너십을 통해 도매 유통에 대한 노하우를 바탕으로 미얀마 현지인들에게 믿을 수 있는 안전한 식량을 제공할 것” 이라고 전함

Olaf Koch METRO 이사회 의장은 “미얀마 현지 내 식품 안전 및 공급망 관리 분야에서 유통 인프라 개발 및 발전에 기여할 수 있도록 노력 하겠다” 고 밝힘⁸.

8. EnterpriseInnovation, ‘One-stop food distribution platform rises in Myanmar’, 2017.03.10



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	BIRDY	AJINOMOTO COMPANY	태국
2	KHAO SHONG	KHAO SHONG	
3	NESCAFE	NESTLE	
4	IPOH WHITE COFFEE	INNOVATE	말레이시아
5	GOLD CHOICE	GOLD CHOICE FOOD	중국
6	MAXIM (ORIGINAL)	(주) 동서식품	한국
7	MAXIM (ORIGINAL)	(주) 동서식품	
8	MAXIM (MOCHA)	(주) 동서식품	
9	SUNDAY	EVER SUNNY	미얀마
10	GOLD ROAST	MYANMAR GR	
11	SUPER	SUPER COFFEE	
12	PREMIER	PREMIER COFFEE	
13	BEST	THIN ZAR KYAW	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장	대형유통매장	대형유통매장	편의점	편의점
Capital Hypermarket	City Mart	Mooney Moon	Ocean Super Center	Promart
				
14E, MinNanDar Rd, TharKta Township, Yangon, Myanmar	No.231, Pyay Rd, SanChaung Township, Yangon, Myanmar	Rm. 210, BogyokeAgSan Rd, Inside of Bogyoke Market, Yangon, Myanmar	ShweGoneDaing Rd, Bahan Township, Yangon, Myanmar	Hlaing BuTherYone Rd, Hlaing Township, Yangon, Myanmar

출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, Citi Mart, Mooney Moon, Ocean Super Center, Promart 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정⁹⁾

	제품명	제조사	제조국가
1	BIRDY	AJINOMOTO COMPANY	태국
2	KHAO SHONG	KHAO SHONG	
3	NESCAFE	NESTLE	
4	IPOH WHITE COFFEE	INNOVATE	말레이시아
5	GOLD CHOICE	GOLD CHOICE FOOD	중국
6	MAXIM (ORIGINAL)	(주) 동서식품	한국
7	MAXIM (ORIGINAL)	(주) 동서식품	
8	MAXIM (MOCHA)	(주) 동서식품	
9	SUNDAY	EVER SUNNY	미얀마
10	GOLD ROAST	MYANMAR GR	
11	SUPER	SUPER COFFEE	
12	PREMIER	PREMIER COFFEE	
13	BEST	THIN ZAR KYAW	

출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, Citi Mart, Mooney Moon, Ocean Super Center, Promart 2017.07)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	가격 (원)	5	주원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가

9. 수출입통계의 경우 HS CODE 2101.11 품목으로 집계되었으며 추출물·에센스·농축물(Extracts, essences and concentrates)이 포함됨. 본 현지조사에서는 조사 제품인 조제커피의 동종 및 유사제품을 대상으로 조사하였으며 도매 및 식자재로 납품되는 B2B 채널이 아닌 B2C 채널만을 기준으로 조사를 진행하였기 때문에 수출입통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음.

2. 정량 분석

미얀마 내 유통 중인 커피 음료제품, 100g당 평균 가격 988원¹⁰.

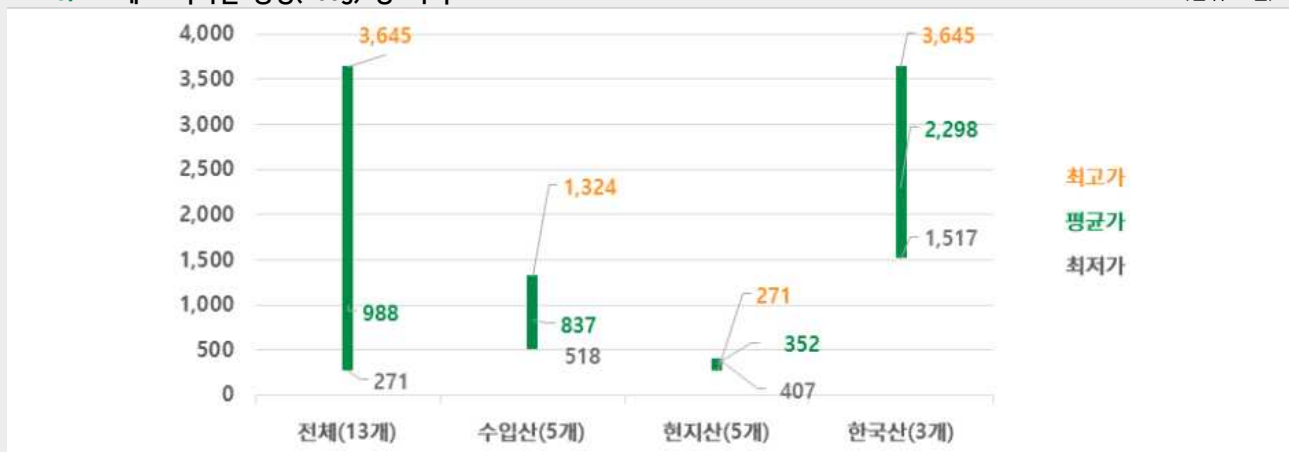
미얀마 현지 대형유통매장 및 편의점 방문 결과 미얀마 내 판매 중인 커피제품의 100g당 평균 가격은 988원으로 확인됨. 한국산 제품과 현지산 제품의 가격 차이는 약 7배로 매우 큰 격차를 보임. 한국산과 수입산, 현지산의 100g당 평균 가격은 각각 2,298원, 837원, 352원임

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 '(주)동서식품'의 'MAXIM (MOCHA)'로 100g당 가격은 3,645원임. 반면 가장 저렴한 제품은 'EVERSUNNY'의 'SUNDAY'로 동량 대비 보다 약 13배 저렴한 271원으로 조사됨

현지 조사된 13개 경쟁 제품의 중량 평균은 721.5g이며, 유통기한은 평균 16개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

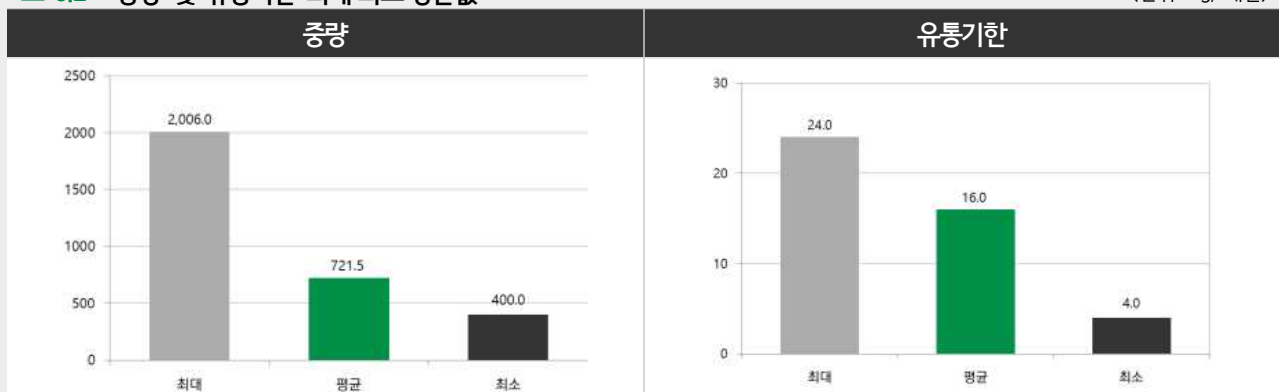
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, City Mart, Mooney Moon, Ocean Super Centerik, Promart 2017.07), 13개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹¹.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, City Mart, Mooney Moon, Ocean Super Centerik, Promart 2017.07), 13개 제품 기준

10. 1(MMK) = 0.82726원(KRW) (ValutaFX, 온라인 환율 계산기 기준 2017.08.08), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '짜트'를 한화로 전환하여 제시함

11. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

커피 제품, 플라스틱 파우치 외장재 사용 중

미얀마 내 현지조사된 13개 경쟁제품 모두 플라스틱 파우치를 외장재로 사용하고 있음

주원료

미얀마에서 판매되고 있는 커피 제품을 조사한 결과, 주로 사용되는 원료는 설탕, 인스턴트 커피, 천연카페인, 비유제품 등이 있음

제조국가

미얀마 현지조사결과 한국산 3개, 현지산 5개로 수입산 5개로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

플라스틱 파우치



출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, City Mart, Mooney Moon, Ocean Super Center, Promart 2017.07)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
BIRDY	우유, 견과류 [밀], 달걀, 콩, 페닐 케톤 기(페닐알라닌), 카페인
KHAO SHONG	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
NESCAFE	설탕, 비유제품, 인스턴트 커피
IPOH WHITE COFFEE	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
GOLD CHOICE	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
MAXIM (ORIGINAL)	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성 경화유재(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연카페인, 제이인산칼슘], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]
MAXIM (ORIGINAL)	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성 경화유재(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연 카페인, 제이인산칼슘], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]
MAXIM (MOCHA)	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성 경화유재(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연카페인, 제이인산칼슘], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]
SUNDAY	설탕, 비유제품, 인스턴트 파우더
GOLD ROAST	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피 파우더, 말토덱스트린
SUPER	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
PREMIER	인스턴트 커피 분말, 비유제품, 설탕
BEST	인스턴트 커피 분말, 설탕, 비유제품

출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, City Mart, Mooney Moon, Ocean Super Center, Promart 2017.07)

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
BIRDY	태국	■ 미얀마 ■ 한국 ■ 태국 ■ 중국 ■ 말레이시아
KHAO SHONG		
NESCAFE		
IPOH WHITE COFFEE	말레이시아	
GOLD CHOICE	중국	
MAXIM (ORIGINAL)	한국	
MAXIM (ORIGINAL)		
MAXIM (MOCHA)		
SUNDAY	미얀마	
GOLD ROAST		
SUPER		
PREMIER		
BEST		

출처 : 현지방문조사(Capital Hypermarket, City Mart, Mooney Moon, Ocean Super Center, Promart 2017.07), 13개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

미얀마 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 수입사 정보의 경우 조사된 경우에 한해 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	AJINOMOTO COMPANY	KHAO SHONG
	제품명	BIRDY	KHAO SHONG
	중량(g)	511.5	600
	가격 (MMK)	3,200	5,650
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	우유, 견과류 [밀], 달걀, 콩, 페닐 케톤 기(페닐알라닌), 카페인	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
	유통기한(개월)	10	24
	제조국가	태국	태국
취급처	판매확인 매장	CAPITAL	OCEAN

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	NESTLE	INNOVATE
	제품명	NESCAFE	IPOH WHITE COFFEE
	중량(g)	492	450
	가격(MMK)	3,460	7,200
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	설탕, 비유제품, 인스턴트 커피	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피
	유통기한(개월)	14	18
	제조국가	태국	말레이시아
취급처	판매확인 매장	OCEAN	CAPITAL

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	GOLD CHOICE FOOD	(주) 동서식품
	제품명	GOLD CHOICE	MAXIM (ORIGINAL)
	중량(g)	400	2,006
	가격(MMK)	4,750	41,990
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성경화유자[(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연카페인, 제이인산칼슘], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]
	유통기한(개월)	5	13
	제조국가	중국	한국
취급처	판매확인 매장	CAPITAL	PROMART

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	(주) 동서식품	(주) 동서식품
	제품명	MAXIM (ORIGINAL)	MAXIM (MOCHA)
	중량(g)	1,180	500
	가격(MMK)	21,640	22,030
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성경화유자[(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연카페인, 제이인산칼슘]], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]	백설탕, 식물성크림[물엿, 식물성경화유자[(코코넛 오일 인도네시아산, 필리핀산), 천연카페인, 제이인산칼슘]], 커피 [맥심 오리지날 (커피원두: 수입산)]
제품스펙	유통기한(개월)	12	14
	제조국가	한국	한국
	취급처	판매확인 매장	PROMART

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	EVER SUNNY	MYANMAR GR
	제품명	SUNDAY	GOLD ROAST
	중량(g)	900	600
	가격(MMK)	2,950	2,700
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	설탕, 비유제품, 인스턴트 파우더	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피 파우더, 말토덱스트린
	유통기한(개월)	18	24
	제조국가	미얀마	미얀마
취급처	판매확인 매장	OCEAN	CAPITAL

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	SUPER COFFEE	PREMIER COFFEE
	제품명	SUPER	PREMIER
	중량(g)	600	600
	가격(MMK)	2,600	2,950
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	설탕, 크림대용품, 인스턴트 커피	인스턴트 커피 분말, 비유제품, 설탕
	유통기한(개월)	23	18
	제조국가	미얀마	미얀마
취급처	판매확인 매장	OCEAN	OCEAN

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	THIN ZAR KYAW
	제품명	BEST
	중량(g)	540
	가격(MMK)	2,300
	외장재	플라스틱 파우치
	원료	인스턴트 커피 분말, 설탕, 비유제품
	유통기한(개월)	24
	제조국가	미얀마
취급처	판매확인 매장	CAPITAL



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Nestle	동서식품	Super Coffee
		스위스	한국	싱가포르
기업 개요	설립년도	1867년	1968년	2008년
	본사 소재지	스위스	한국	싱가포르
	매출액	101조 7,606억 원 (2016년 기준)	1조 5,206억 원(2016년)	-12.
	직원 수	33만 5,000명 (2017년 기준)	1,223명(2016년)	-13.
	취급품목	인스턴트 커피, 시리얼, 음료 분말 등	커피제품, 커피 프리머, 녹차, 시리얼 등	시리얼, 음료, 유제품, 설탕 등
제품 정보				
				
판매 전략	홍보전략	· 환경 캠페인 기사 및 홍보	· 고객이 직접 참여할 수 있는 이벤트 진행	· 기업소식 및 이슈 기재
	캐치 프레이즈	“품질(Quality)과 안전(Safety) 중시”	“좋은 원두, 좋은 커피”	“당신의 일상에 미소를”

12. Super Coffee사의 홈페이지 조사결과, 매출액 정보는 확인 불가

13. Super Coffee사의 홈페이지 조사결과, 직원 수 정보는 확인 불가

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 조제커피(online coffee mix)
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - daily mart(dailymart.com.mm)
 - shop.com.mm(www.shop.com.mm)
 - city mart(www.citymart.com.mm)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 현지 매장 방문
 - Capital
 - Ocean
 - Promart
 - Shwe Super Light Co. Ltd

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑몰 조사)
+ 방법론 02(오프라인 방문 조사)

글로벌 및 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

스위스	한국	싱가포르
		
· 조제커피 제품 온라인 판매율 상위 기업 ☒	· 조제커피 제품 온라인 판매율 상위 기업 ☐	· 조제커피 제품 온라인 판매율 상위 기업 ☒
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒

2. 경쟁사별 현황파악

Nestle 정보

· 대표 전화
: +41-21-924-1111
· 주소
: Nestlé S.A. Avenue Nestlé 55,
1800 Vevey, Switzerland
출처 : Nestle(www.nestle.com)

Nestle

네슬레는 글로벌 식품기업으로, 1867년 유아식 전문 제조업체로 창립하였으며, 현재는 가공식품이 주력 제품임. 1947년 마기 브랜드를 합병하며 유제품과 초콜릿, 커피 제품에서 수프류와 양념으로 제품군을 확장함

[기업 개요]

① 설립년도	1867년
② 매출액	101조 7,606억 (2016년 기준)
③ 직원 수	약 33만 5,000명 (2016년 기준)
④ 취급품목	인스턴트 커피, 시리얼, 분말 음료 등



출처 : Nestle(www.nestle.com)

[제품 정보]

대표제품



출처 : Nestle(www.nestle.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“환경 캠페인 기사 및 홍보”



Nestlé는 홈페이지를 통해 환경 캠페인에 참여하고 있는 이야기와 홍보를 홈페이지에 업로드 하고 있음

캐치프레이즈

“품질(Quality)과 안전(Safety) 중시”

Quality and safety

Our commitment to consumers

Quality and Safety for our consumers is Nestlé's top priority. This applies to our entire portfolio, from foods and beverages to all our systems and services.



PACKING: Clean packing line for our products

Quality assurance and product safety is one of Nestlé's 10 Corporate Business Principles (pdf, 1 Mb) (2), which form the foundation of all we do.

안전하고 질 좋은 제품을 생산하여 고객에게 전달하는 것

출처 : Nestle(www.nestle.com)

2. 경쟁사별 현황파악

동서식품 정보

· 주소
: 서울특별시 마포구 도화동
546번지 동서빌딩
· 연락처
: 1588-2233
출처: 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

동서식품

동서식품은 1970년 인스턴트커피 생산을 시작으로 음료시장에 진출함. 주요 사업은 식품과 음료 제조 및 판매이며 대표 제품은 인스턴트 커피, 보리차, 등글레차 등 각종 차 음료임. 동서식품은 2016년 기준 인스턴트 커피 시장점유율 75%를 기록함

[기업 개요]

① 설립년도	1968년
② 매출액	1조 5,206억(2016년)
③ 직원 수	1,223명(2016년)
④ 취급품목	커피제품, 커피 프리머, 녹차, 시리얼 등



출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

[제품 정보]

대표제품



출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“적극적인 SNS마케팅 홍보”



SNS마케팅을 통해 미얀마 현지에서 적극적인 홍보를 진행 중임

캐치프레이즈

“좋은 원두, 좋은 커피”



좋은 원두를 사용하여 만든 커피임을 강조함

출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

2. 경쟁사별 현황파악

Super Coffee 정보

- 대표 전화 : +65-6753-3088
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 싱가포르(Singapore)

출처 : Super Coffee
(www.supergroupltd.com)

Super Coffee

2008년 설립된 업체로 음료와 식품을 제조 유통하는 업체임. 제조 유통 중인 제품은 시리얼, 설탕, 기름, 음료 그리고 유제품 등이 있음. 조제 커피는 다양한 브랜드를 소유하고 있으며, 그중 OWL과 Super Coffee가 업체를 대표하는 브랜드로 자리 잡고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	2008년
② 매출액	-14.
③ 직원 수	-15.
④ 취급품목	시리얼, 음료, 유제품, 설탕 등



출처 : Super Coffee(www.supergroupltd.com)

[제품 정보]

대표제품



출처 : Super Coffee(www.supergroupltd.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
“기업소식 및 이슈 기재” 각종 기업뉴스와 이슈를 홈페이지를 업데이트하며 신상품 홍보도 진행	“당신의 일상에 미소를” 만족스러운 제품으로 고객이 매일 웃을 수 있도록 노력함

출처 : Super Coffee(www.supergroupltd.com)

14. Super Coffee사의 홈페이지 조사결과, 매출액 정보 확인 불가

15. Super Coffee사의 홈페이지 조사결과, 직원 수 정보 확인 불가



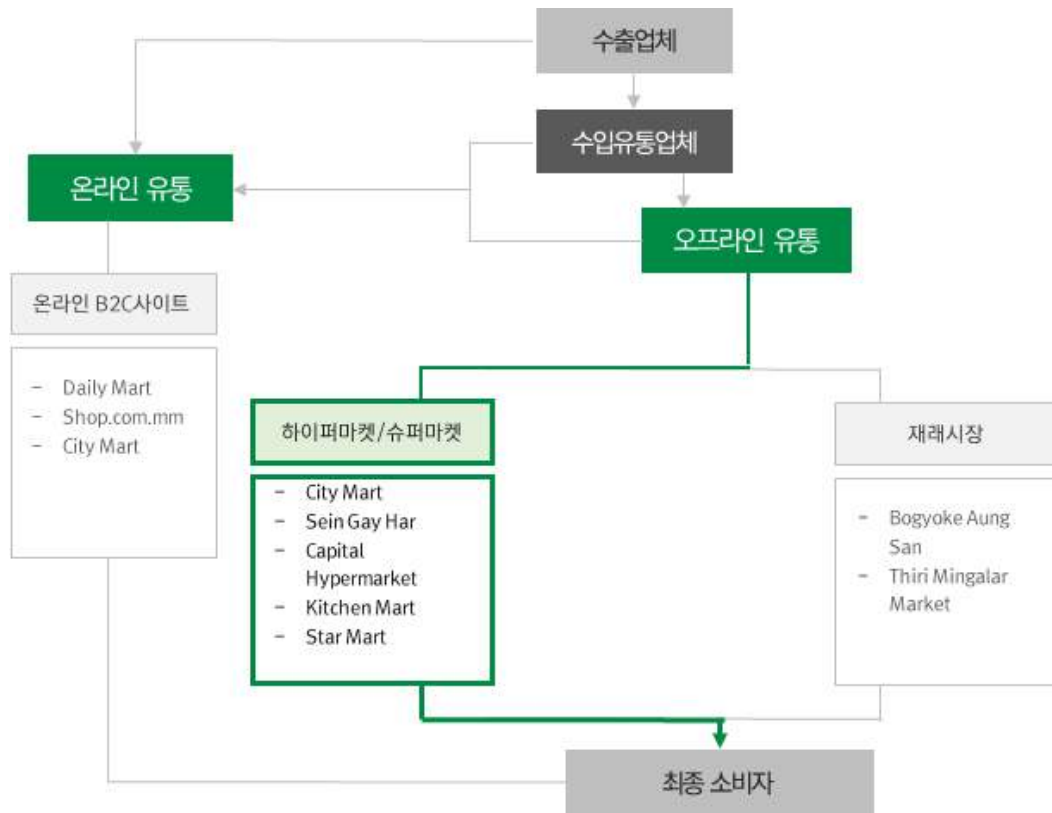
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 특징

유통구조	특징
하이퍼마켓&슈퍼마켓	미얀마는 하이퍼마켓과 같은 대규모 소매 유통채널보다 하이퍼마켓에 비해 규모가 작은 슈퍼마켓이 다수를 차지하는 특징이 있음. 미얀마 소매유통업 중 매출액과 규모적인 측면에서 가장 발달한 유통채널임
온라인 쇼핑물	2016년 미얀마 내 4G 서비스가 개시된 이후, 모바일 환경이 점차 확대되고 있음. 인구의 80%가 스마트폰을 사용하고 있으며, 최근 핀테크 기술이 도입되어 전자결제시스템이 구축되어 가고 있음

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

: 중산층 소비자들의 식료품 소비 채널

하이퍼마켓&슈퍼마켓의 경우 다양한 수입산 식품을 접할 수 있으며, 식료품 뿐만 아니라 의류, 서적, 미용, 약국 등의 시설을 갖추고 있는 복합 쇼핑물 형태의 하이퍼마켓이 다수 있음

가장 규모가 큰 매장인 ‘City Mart’는 큰 도시에 위치하여 중산층 소비자를 타깃으로 운영되고 있음. City Mart의 경우 식료품과 생활용품의 구성이 다양하고 전국에 27개의 매장을 보유함. City Mart에 제품을 공급하고 있는 우리나라 기업은 맥심, 팔도, 농심, 오투기, 락앤락, 오리온, 청정원, 헬로다인 등이 있음¹⁶.

ROUTE #2. 온라인 쇼핑물

: 모바일 시대의 도래

2016년 미얀마에 4G서비스가 도입되면서 모바일 시대가 본격적으로 시작되었고, 2017년 기준, 인구의 80%이상이 스마트폰을 사용하고 있는 것으로 조사됨¹⁷. 그동안 전자결제시스템의 미비로 온라인 쇼핑물의 성장세가 미약했으나, 태국의 핀테크 기업인 MyPAY가 미얀마 SNS업체와 제휴를 통해 영향력을 확장하고 있음. 또한¹⁸, 중국의 네트워크 및 통신기업인 HUAWEI는 미얀마 교통부와 광대역 포럼(Myanmar Broadband Forum)을 개최함. 2016년도 기준 광대역 1% 미만으로 낮지만 광대역 확장을 위해 15년 동안 25만개의 일자리 창출 및 광대역을 확장한다고 밝힘¹⁹.

16. City Mart Supermarket(www.citymart.com.mm)

17. Telegeography, Ooredoo launches Myanmar's first 4G LTE service, 2016.05.24.

18. Mysquar, 'Extension of MyPAY service agreement', 2016.03.30

19. HUAWEI. Ministry of Transport and Communications Hosts Successful Myanmar Broadband Forum 2016, 2016.07.08

1. 추천 진출 경로

제품 컨셉

미얀마는 한류 드라마의 영향으로, 한국산 제품에 대한 인기가 높음. 'Korea' 라는 단어 자체가 제품의 품질을 높이는 효과가 있어, 실제 한국산이 아님에도 'Korea' 라는 단어를 사용하는 제품이 다수 유통되고 있음. 따라서, 한국산 원료를 강조하여 소비자들의 관심을 높이는 것이 좋음. 또한, 미얀마 소비자들은 식품을 구매할 때 포장을 가장 중요하게 여기는 경향이 있어, 미얀마 사람들이 선호하는 금색을 포장에 사용하면 긍정적인 효과가 있을 것으로 사료됨

수입산 및 한국산 취급여부

현지 슈퍼마켓 3곳, 한인마트 1곳을 조사한 결과, 수입산 5개와 한국산 3개 제품이 조사됨. 수입산은 태국 3개 제품, 말레이시아 1개 제품, 중국 1개 제품으로 조사되었으며, 한국산은 조사된 3개 제품 모두 맥심 제품임

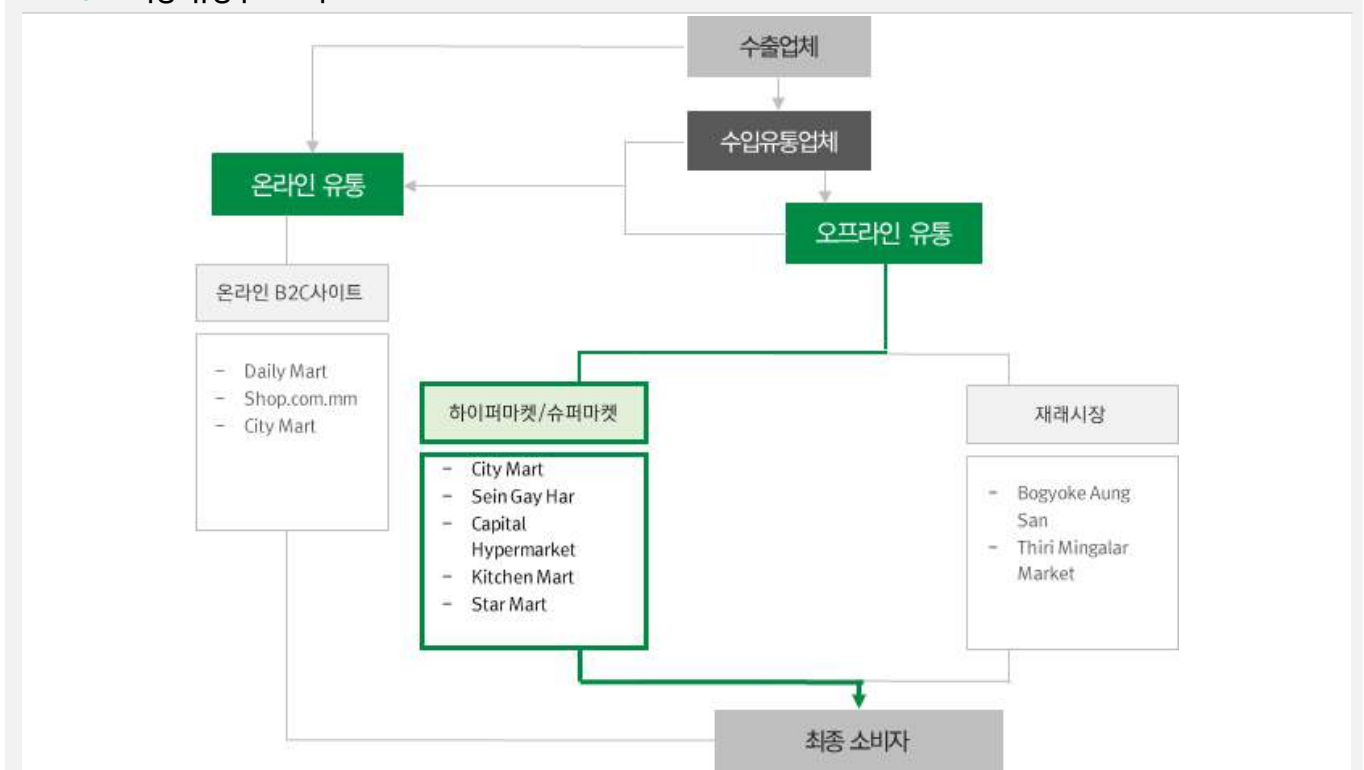
1. 추천 진출 경로

하이퍼마켓&슈퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여기업이 진출하기 적합한 유통채널은 하이퍼마켓&슈퍼마켓으로 도출됨. 수입산 제품을 가장 많이 취급하고 있으며, 현지 소비자들이 자주 방문하기 때문에 브랜드 인지도를 쌓을 수 있는 유통채널임. 따라서, 하이퍼마켓&슈퍼마켓 진출 이후 타 유통채널로 진출이 수월할 것으로 사료됨

재래시장의 경우, 수입산 제품의 취급률이 낮으며, 대부분 신선식품을 취급하고 있으므로 부적합한 진출경로로 사료됨. 온라인 쇼핑몰의 경우, 스마트폰이 보급되면서 주목받고 있으나, 아직까지는 전자결제시스템이 안전하게 구축되어 있지 않기 때문에 이용자는 많지 않은 편임

표 5.1 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

조제커피 및 식품 수입·유통업체
대상 인터뷰 진행

(2017년 8월)

Q1. 조제커피 및 한국식품의 시장 트렌드는 어떠한가요?

“당사는 미얀마 양곤지역에서 최대 규모의 하이퍼마켓으로 다양한 수입 식료품을 취급하고 있습니다. 현재 미얀마에서 한국 식품은 소비자들에게 맛과 제품의 품질이 좋은 것으로 인식되어 있으므로 인기가 많은 편입니다.”

미얀마 유명 하이퍼마켓
Capital Hyper Mart 담당자 Naing Naing Aung와의 인터뷰 중, 2017.08

“아시아 식품을 수입·유통하고 있는 업체로 저렴하지만 품질이 우수한 제품 즉, 소비자들이 많이 찾는 일본 식품을 주력으로 취급하고 있습니다. 최근 미얀마에서는 높아지는 한국식품의 인기로 취급 중인 품목수를 점차 늘려가고 있습니다. 미얀마 소비자들 사이에서는 일본 식품은 값싸고 품질이 우수한 제품으로 인식되어 있지만 한국 식품은 품질이 좋지만 다소 가격이 높게 책정 되어있다는 인식이 강한 편입니다.”

일본, 한국 식품 수입·유통업체
Jyanko Mart 담당자 Thu Thu와의 인터뷰 중, 2017.08

“미얀마 소비자들에게 가장 인기가 좋은 한국식품은 라면, 김, 매운 소스, 스낵 등 인스턴트 식품 및 가공식품류이며, 한국식품에 대한 수요는 점점 늘어날 것으로 판단됩니다. 또한, 미얀마 식품 수입절차는 까다롭지 않아 진입장벽이 높지 않으므로 한국 제품에 대한 인기는 지속적으로 유지될 것이라고 사료됩니다.”

수입 식품 유통업체
Promart Supermarket 담당자 Zin Myo Win와의 인터뷰 중, 2017.08

Q2. 조제커피 및 가공식품의 시장성은 어떠한가요?

“다양한 국가의 식료품을 판매하고 있는 업체로, 일반적으로 일본식품의 수요가 기타 국가들의 식품 수요보다 높습니다. 하지만 최근 한국식품의 다양한 브랜드와 제품으로 인해 20대 소비자들의 수요가 늘어나고 있습니다. 이로 인해 한국 조제커피의 시장전망은 밝은 것으로 사료됩니다.”

수입 식품 유통업체
Promart Supermarket 담당자 Zin Myo Win와의 인터뷰 중, 2017.08

“당사는 미얀마 최초 및 최대 규모의 편의점으로 체인점 형태로 분포되어 일반 소비자들에게 상품을 직접 판매하는 업체입니다. 한국식품은 취급해본 경험은 없지만, 미얀마에서 한국식품에 대한 인지도가 높으며, 특히 가공식품류에 인기가 지속적으로 상승하고 있어 조제커피에 대한 시장성은 높을 것으로 판단됩니다.”

식품 및 생활용품 유통업체
ABC Convenience Stores 담당자 Khin Wag Wag Khine와의 인터뷰 중, 2017.08



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Sein Gay Har	City Mart Supermarket	Capital Hypermarket
		하이퍼마켓(미얀마)	하이퍼마켓(미얀마)	하이퍼마켓(미얀마)
유통업체 개요	설립년도	1985년	1996년	2008년
	매장 소재지	양곤 주	양곤 주	양곤 주
	직원 수	약 500명(2016년)	약 8,000명(2016년)	약 7,000명(2016년)
	점포 수	7개 ²⁰	27개 ²¹	4개 ²²
	취급품목	식품 및 음주류, 일회용품 등	수입식품, 가공식품, 신선식품 등	수입식품, 가공식품, 신선식품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		· Sein Gay Har, BBQ 입점 - 2014년 1월 Sein Gay Har에 첫 미얀마 지점 오픈	· IFC 2,500만 달러를 City Mart에 투자	· 9주년 기념 'Capital contest' 개최 - Capital Hypermart는 9주년을 맞아 Miss Capital 경연대회를 개최함
프로모션 정보		· 사회적 기업 활동을 통해 긍정적인 인식 확산	· 커피, 과일 등의 박람회 개최 - 태국 과일 박람회, 커피 애호가 박람회를 통해 해당제품 홍보 및 15% 할인 또는 무료증정 시행	· Capital Hypermart Visa, CB Bank 카드사와 제휴 - 2016년 Visa, CB Bank 카드 결제가 가능해져 더욱 편리한 쇼핑 가능

20. 당사 웹페이지에 매장 수 기준년도를 기재하지 않아 기준년도를 생략

21. 당사 웹페이지에 매장 수 기준년도를 기재하지 않아 기준년도를 생략함

22. 당사 웹페이지에 매장 수 기준년도를 기재하지 않아 기준년도를 생략함

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Sein Gay Har

해당 기업은 미얀마에서 가장 큰 하이퍼마켓 중 하나로 미얀마 양곤 주에 본사를 두고 있음. 당사는 백화점과 같은 형태의 큰 하이퍼마트를 운영하고 있으며 식료품뿐만 아니라 의류, 가정용품 등 다양한 제품군을 보유하고 있음. 현재 미얀마 내 7개의 점포를 두고 있음. Sein Gay Har는 SNS를 통해 기업의 사회적 역할을 위해 다방면으로 활동하고 있음

표 6.1 : Sein Gay Har 매장 정보

기업 정보	컨셉	백화점 형의 하이브리드 슈퍼마켓	
	대표 주소	SUPER CENTRE No.44, Pyay Road , Dagon Township, Yangon, Myanmar	
	대표 전화	+95-1-395-140	
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품	
매장전경			
매장 이슈		Sein Gay Har, BBQ 매장 입점 Sein Gay Har는 2014년 1월 한국의 유명한 치킨 레스토랑 브랜드인 BBQ의 미얀마 첫 매장을 오픈하였음. 현재 미얀마 내 한류열풍이 굉장히 높아 한국에 대한 음식을 비롯한 여러 문화가 유행하는 트렌드에 발맞춰 준비한 성과라고 할 수 있음	
프로모션 전략		Back to school Scholarship Sein Gay Har는 5월부터 7월까지 Back to school scholarship 프로그램을 운영함. 이는 학업을 다시 시작하고 싶은 사람들에게 Sein Gay Har의 제품들을 구매할 수 있는 기프트 쿠폰을 전달해주는 프로그램으로 2달간 약 300명 이상의 당첨자들에게 무료 제품 구매권을 전달함. 이를 통해 사회적 기업이라는 좋은 이미지를 고객들에게 심어주었으며, 방문 고객수를 늘려 추가구매를 유도함	
제품 판매현황			

출처 : Sein Gay Har(www.seingayhar.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



City Mart Supermarket

City Mart Supermarket은 미얀마에서 가장 큰 하이퍼마켓 그룹으로 약국, 편의점, 제과점 등 다양한 소매유통채널을 보유한 그룹임. 미얀마 양곤 주에 본사를 두고 있으며, 150개 다양한 형태의 유통채널 및 27개의 하이퍼마켓을 운영하고 있음. City Mart는 ‘내가 가장 좋아하는 마켓’이라는 슬로건을 바탕으로 신선식품, 가공식품, 수입식품과 현지제품 등의 다양한 제품군을 고객들에게 제공하고 쾌적한 쇼핑환경 및 친절함 고객 서비스를 제공하고 있음

표 6.2 : City Mart Supermarket 매장 정보

기업 정보	컨셉	내가 가장 좋아하는 마켓	
	대표 주소	Padonmar Stadium (East Wing), Bargayar Street, Sanchaung Township, Yangon.	
	대표 전화	+95-1-508-460-61-62	
주요 판매품목		수입식품, 가공식품, 신선식품 등	
매장전경			
매장 이슈		IFC 2,500만 달러 City Mart에 투자 국제금융공사(IFC)는 2016년 City Mart에 2천 500만 달러 투자를 결정했음. 이는 City Mart의 미얀마 소매유통시장 입지 강화, 일자리 창출 등의 효과를 위해 결정된 것임. 이 투자를 통해 City Mart는 3년 안에 20개의 매장을 확장하고 4,000여개의 일자리 창출할 것으로 기대하고 있음	
프로모션 전략		커피, 과일 등의 박람회 개최 City Mart는 태국 과일 박람회, 커피 애호가 등의 취급하는 제품에 맞는 다양한 박람회를 개최함. 관련 박람회인 커피 애호가 박람회는 2017년 7월에 열렸으며, Nescafe, Premier, Moccona, Old Town, POP, High Land, Genius, Chek Hup, Shwe Pu Zun, Birdy, Boncafe, Platinum, and Gold Roast 등 다양한 수입 및 현지 커피 제품들을 홍보함. 이 전시회를 이용한 고객은 커피 관련 제품들의 15% 제품할인권과 무료 기프트권을 증정 받음	
제품 판매현황			

출처 : City Mart Supermarket(www.citymart.com.mm), 현지방문조사(City Mart Supermarket, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Capitall Hypermarket

Capitall Hypermarket이 속한 CDS그룹은 1960년대 수출입 사업을 시작하여 현재 식료품 대형소매업, 헬스케어, 편의점, 약국 등의 다양한 사업을 진행하고 있는 대기업임. CDS그룹은 현재 미얀마 90% 영토에 해당하는 지역에 자사의 유통채널을 보유하고 있음. 현재 Capital Hypermarket은 총 4개의 매장이 있으며 모두 양곤 주 내에 위치하고 있음

표 6.3 : Capital Hypermarket 매장 정보

기업 정보	컨셉	The Largest hypermarket in Myanmar	
	대표 주소	No. 14 (E), Min Nandar Road, Dawbon Township, Yangon	
	대표 전화	+95-1-553-135	
주요 판매품목		수입식품, 가공식품, 신선식품 등	
매장전경		 	
매장 이슈		9주년 기념 'Capital Contest' 개최 2017년 4월, Capital hypermarket는 'Miss Capital'과 'Idol Capital' 이벤트를 개최함. 이번년도까지 총 6번의 Capital Contest가 진행되었으며, 경연 우승자는 100만 차트의 상금을 획득할 수 있음. 다양한 이벤트를 통해 Capital Hypermarket는 고객들과 조금 더 가까워지고 친숙한 이미지를 구축함	
프로모션 전략		Capital Hypermarket, Visa, CB Bank와 제휴 Capital Hypermarket는 2016년 1월 Visa, CB Bank사와 카드 제휴를 맺음. 이러한 제휴 서비스는 고객들이 쇼핑 후 결제하는 시간을 단축시킬 수 있게 되어 미얀마 현지 고객들은 비자카드를 통해 쉽고 간편하게 쇼핑을 할 수 있게 되었음. 또한, 외국 관광객 및 미얀마 내 외국인 거주민들은 불필요한 절차 없이 Visa 카드로 쇼핑이 가능하게 되어 더 많은 고객들을 유치할 것으로 전망됨	
제품 판매현황		 	

출처 : Capital Hypermarket(www.cdsg.com.mm), 현지방문조사(Capital Hypermarket, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 미얀마 주요 전통시장 현황

Thiri Mingalar Market		
취급품목	신선식품 및 식료품 제품	
매장 정보	Thiri Mingalar시장은 미얀마에서 가장 큰 전통시장 중 하나로 양곤시에 위치해 있음 대량 도매시장의 형태를 가지고 있으며 주로 신선식품들이 판매함	
Bogyoke Aung San Market		
취급품목	식품 및 음주류, 생활용품	
매장 정보	Bogyoke Aung San 시장은 양곤에 위치한 가장 큰 시장 중 하나로 식료품뿐만 아니라 의료, 의류 같은 제품들도 판매하고 있음. 쇼핑객들을 위한 다양한 상점들이 존재하고 있으며 양곤시의 주요 관광지로도 알려져 있음	

출처 : Wikipedia(en.wikipedia.org)

표 6.5 : 미얀마 주요 편의점 시장 현황

ABC Store		
취급품목	식료품 및 생활용품	
매장 정보	2007년도에 설립된 미얀마 편의점 체인 그룹으로, 현재 미얀마 편의점 시장에서 리딩 기업으로 소개되고 있음. 현재 양곤시를 기점으로 70개가 넘는 점포를 보유하고 있으며 한해 200만 명이 넘는 고객들이 ABC 편의점을 이용한다고 함	
Ministop		
취급품목	식료품 및 생활용품	
매장 정보	미니스톱은 일본계 편의점 기업으로 한국뿐만 아니라 필리핀, 인도네시아, 중국, 베트남 등의 동남아 여러 국가에 진출하였으며 전 세계적으로 4,900여 개의 매장을 소유하고 있음	

출처 : ABC Convenience Store(www.facebook.com/AbcConvenienceStore/)



Ⅶ. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

필수허가 : Recommendation for Foods (FDA 추천서)

허가 설명	식품과 의약품의 경우 미얀마 식약청(FDA)으로부터 발급받은 추천서 (Recommendation)를 제시해야만 수입 라이선스를 취득 가능함	
허가기관	미얀마 식약청 (FDA)	
성격	필수 허가	
제출서류	- 신청서 - 1.5kg 또는 1.5L의 제품 샘플 - 해당 제품이 원산국에서 식품으로 판매 가능함을 확인하는 증명서 - 제품명세서 - 제조자 라이선스	
갱신기간	2년	
발급 절차	수출업체가 수입자에게 제출서류 및 제품 샘플 송부 → 수입자는 신청서와 함께 제출서류 및 샘플을 FDA에 제출 → FDA는 제품 검사 및 서류 검토	
발급 절차	검사 등록번호 발급 신청서 제출(수입업자→MITS본사) → 검사 신청서 작성 → 수출업체에 Invoice 발행 → 검사수수료 납부 → 선적 전 검사 실시 → 선적 완료 후 수출업체가 B/L 사본을 MITS Korea에 송부 → 검사 확인서 제출 후 통관	

출처 : 미얀마 FDA(www.fdamyanmar.gov.mm)

권장인증 : ISO 22000

인증 설명	식품 안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전에 예방·관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템. 고객만족을 중심으로 식품안전경영 시스템을 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
발행기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	선택 인증	
제출서류	심사 신청서, 사업자 등록증	
비용	신청비 60만 원(심사비는 인증심사일수 산정기준에 따라 상이)	
소요기간	직원 혹은 종업원 수에 따라 인증 심사일수 및 갱신 심사일수 상이	
갱신기간	3년	

출처 : 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)

인증 정보 OVERVIEW

🍌 권장인증 : HACCP(품질안전인증)

인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행기관	식품의약품안전처	
성격	선택 인증	
관련법령	식품위생법 제48조 및 식품위생법시행규칙 제63조	
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자·종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부	
비용	수수료 20만 원	
발급절차	신청서 제출 → 심사 → 승인 후 인증서 발급 → 지속적인 심사	

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

1. 인증 취득정보

필수허가 : FDA 추천서 (Recommendation for Foods)

미얀마에서 물품 수입을 하고자 하는 자는 무역국(Directorate of Trade)에 수입자 등록 후 수입 라이선스를 수입 건 별로 취득해야 함. 식품과 의약품의 경우 미얀마 식약청(FDA)으로부터 발급받은 추천서(Recommendation)를 제시해야만 수입 라이선스 취득이 가능함. 추천서 발급은 수입업자가 수출업체로부터 송부 받은 제반 서류와 제품 샘플을 가지고 FDA에 신청서를 제출한 후, FDA의 제품 검사 및 서류 검토 절차를 거쳐 이루어짐. 추천서가 발급될 경우, 유효기간은 2년이며 같은 제품의 경우 기간 내 추천서 재발급은 필요 없음

권장인증 : ISO 22000(식품안전경영시스템) 인증

ISO 22000은 식품 안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전에 예방·관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템임. HACCP은 정부주도 방식으로 강제성을 띠고 있는 반면, ISO 22000은 민간주도형으로 고객만족을 중심으로 식품안전 경영 시스템을 수립 및 운영 여부를 판단할 수 있는 국제적인 인증임

ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템에 의거하여 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

전 세계 14개 국가가 ISO 산하 기술분과위원회에 참여하여 국제적으로 인지도된 식품 안전에 대한 경영시스템을 작업 중에 있으며, 기술분과위원회에는 국제 식품규격위원회, 국제식품안전협회 유럽식품산업협회 등의 조직이 포함됨

표 7.1 : FDA 추천서 제출서류

- | | |
|--------------------------------------|------------------------|
| - 신청서 | - 1.5kg 또는 1.5L의 제품 샘플 |
| - 해당 제품이 원산국에서 식품으로 판매 가능함을 확인하는 증명서 | - 제품명세서 |
| | - 제조자 라이선스 |

출처 : 미얀마 FDA(www.fdamyanmar.gov.mm)

1. 인증 취득정보

표 7.2 : ISO 22000 인증 절차

STEP 01. 등록 신청

인증 신청을 위해 ISO 22000 질의서 양식 작성

STEP 02. 최초 인증심사 1단계

최초 인증심사 1단계 : 현장 심사에 대한 기업의 준비 상태 확인

- 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000 요구사항을 준수하는지 확인
- 수행 상태 확인
- 인증범위 확인
- PRP, OPRP, HACCP, 법률 준수사항 및 고객 요구사항 확인
- 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행
- 최초 2단계 심사를 위한 심사계획 작성 및 날짜 확정

STEP 03. 최초 인증심사 2단계

최초 2단계 : 식품안전경영시스템이 ISO 22000 요구사항을 준수하는지 확인

- 생산 방법, 관리, PRP 등을 포함한 인증범위 내 프로세스 및 활동에 관한 샘플링 심사 실시
- HACCP 계획 및 절차서, 그리고 식품 안전 및 실무 적용에 관한 직원 능력 및 지식 테스트
- 시스템이 규격을 얼마나 준수하는지 문서화
- 모든 부적합 및 잠재적 부적합 보고
- 1차 사후심사 계획서 작성
- 부적합이 발행된 경우, 조직은 시정조치가 제출되고 검증될 때까지 인증서 발급 불가

STEP 04. 인증서 발행

최초 인증심사 2단계가 완료된 후 인증심의 위원회를 통해 심의 후 인증 등록 결정
한글 및 영문 인증서 발행

STEP 05. 사후 심사관리

시스템이 지속적으로 유지, 관리되고 있음을 정기적으로 확인

STEP 06. 갱신 심사

인증 등록 후 3년마다 이와 동일한 절차로 갱신 심사 실시

출처 : NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

1. 인증 취득정보

권장인증 : HACCP 인증

HACCP은 위해분석(HA)과 중요관리점(CCP)으로 구성되어 있음. HA는 위해 가능성이 있는 요소를 찾아 분석, 평가하는 것이며 CCP는 해당 위해 요소를 방지 및 제거하고 안전성을 확보하기 위해 중점적으로 다루어야 할 관리점을 뜻함

HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 해당식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리 시스템임

미얀마 FDA(식품의약청)는 미얀마 식품산업의 발전과 안정성 강화를 위해 국경무역을 통해 이뤄지는 상품(주로 중국과 태국산 제품)에 대한 검역을 보다 철저히 실시하는 것을 검토 중임

표 7.3 : HACCP 인증 발급절차

STEP 01. HACCP 프로젝트 팀 구성

HACCP 시스템의 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트 팀 구성

STEP 02. 자료수집

제품의 유해요소 도출을 위한 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 나타내는 제품 기술서와 생산의 공정 흐름도를 작성

STEP 03. 위험평가

생산 공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험 평가 → 식품안전을 위해 특별한 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정 → 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악

STEP 04. HACCP 시스템 이행

파악된 CCP와 POA에 대한 관리가 수행되며 이행결과를 기록. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지고 있는지 여부를 판단할 수 있는 관리 한계 설정

STEP 05. 감시(모니터링)시스템

HACCP 시스템이 효과적으로 이행되는지 정기적으로 검증. 내부감사, 제품품질 검사에 집중적으로 관찰

STEP 06. 서류기록 및 지속적인 개선

모든 단계에서의 절차에 관한 문서를 정리해 매뉴얼로 규정하여 보관. CCP 모니터링 결과, 관리기준 이탈 및 그에 따른 개선조치 등을 기록하고 보관

출처 : 한국인증정보원(www.kcis.co.kr)

2. 인증 취득제품

경쟁제품 조사 결과, 조제커피 수출 시 필수 인증 없음

미얀마에 조제커피 수출 시 HACCP과 ISO 22000 등의 인증의 경우 필수는 아님. 실제로 현지방문조사를 통해 확인해보았을 때 한국산 제품 중 HACCP 이나 ISO 22000 등의 인증을 취득한 경우는 없었음. 하지만 현지산의 경우 ISO 9002 또는 자국의 특성으로 할랄 인증을 취득한 제품을 확인했으며, 말레이시아산의 경우에도 자국의 할랄 인증을 취득한 제품을 수출한 것을 확인함

표 7.4 : 경쟁제품 인증 획득 현황(예시)

인증 취득제품 정보		제품 상세 이미지	
제품명	2 in 1 IPOH WHITE COFFEE		
기업	INNOVATE		
경쟁제품 획득 인증	할랄 인증		
국가	말레이시아		

출처 : 현지방문조사(CAPITAL, 2017.07)

인증 취득제품 정보		제품 상세 이미지	
제품명	COFFEEMIX 3 IN 1		
기업	SUPER		
경쟁제품 획득 인증	ISO 9002		
국가	미얀마		

출처 : 현지방문조사(OCEAN, 2017.07)

3. 제출서류

ISO 22000 제출 서류

: ISO 22000는 국제적으로 통용되는 인증이며, 취득을 위해 서류 심사를 거칠 때 인증심사 신청서 서류를 제출해야 함



심 사 신 청 서

(Application for Certification)

(1) 회사명 : _____

(2) 주 소 : (우 : _____)

(3) 경영자 대리인(연락 책임자) : _____ 직책 : _____

(4) 연락처 : TEL _____ FAX _____ E-mail _____

(5) 인증규격 : _____ (6) 설계책임 : ☐ 있음(외주계약 포함)
☐ 없음

(7) 인 증 범 위 : _____
(제품 및 프로세스) _____

(8) 등록할 현장 : _____ (9) 획득한 경영시스템 인증 : ☐ 있음 ☐ 없음

(10) 지원기능부문(① 떨어진 것 ② 떨어지지 않은 것)
① _____ ② _____

(11) 인원 수: ① 총원 : _____ 명
② 상시근로 : _____ 명 ③ 일시직 : _____ 명
(일시직 : 계절노동자, 일시직, 외주계약직 등)
④ 고대작업 : ☐ 있음 ☐ 없음

(12) 자문(컨설팅) 기관 : ☐ 없음 ☐ 있음
① 자문기관 : _____
② 자문위원 : _____
③ 자문기간 : _____

(13) 내부감사 외부용역 : ☐ 없음 ☐ 있음
① 성명 : _____

(14) 외주처리(outsourcing) 프로세스
☐ 있음(프로세스: _____)
☐ 없음

인증요구사항을 준수하고 필요한 모든 정보의 제공에 동의하며,
위와같이 인증을 신청합니다.

신청일 : _____ 년 _____ 월 _____ 일

회사명 : _____

대표자 : _____ (인)

KQA(한국품질보증원) 귀하

(우:430-715) 경기도 안양시 만안구 안양6동 528-13 호정타워 2층 [http://www.kqa.co.kr]
TEL 최초인증팀: 031)469-9001, 469-9007, 443-2078 사후관리팀 031)443-4078-9 FAX: 031)468-2887-8

* 신청서를 작성하여 당원(KQA) 인증실 최초인증팀 앞으로 송부(우편 또는 팩스)하여 주시기 바랍니다.
KAI-6011-2 KQA

3. 제출서류

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) 신청서류

: HACCP 신청을 위한 서류로 2015년 초부터 한국 HACCP 인증서 양식이 변경됨

■ 식품위생법 시행규칙 [별지 제62호서식]

식품안전관리인증기준(HACCP)적용업소 인증(연장) 신청서

* 첨부서류는 아래를 참고하시기 위하여, 색상이 어두운 부분은 신청인이 적지 않습니다.

영수번호	영수일	발급일	처리기간	인증: 40일 인증: 60일
신청인	영입신고(등록) 번호		영입신고(등록) 연월일	
	영입소명		전화번호 E-mail :	
	본사	주소지		
	주소지	공감(사실상)		
	* 점감증(소)를 취득한날의 영수 그 이후와 주소지, 신고번호를 기재			
	대표자 성명	생년월일 (취득인의 경우 취득인 등록번호)	휴대전화	
HACCP담당	생년월일	전화 휴대전화		
신청 내용	HACCP적용 식품명(유형)		인증번호	
	HACCP적용 규모 ☐ 일반 ☐ 소규모 ※ 소규모 HACCP : 해당품종의 연식출력 5억원 미만이거나 총업입 수가 21인 미만인 경우			
	HACCP적용 품목별(유형) 1년간 생산실적			
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)
「식품위생법」 제48조제8항·제48조의2제2항 및 같은 법 시행규칙 제63조제1항·제68조의2제2항에 따른 식품안전관리인증기준적용업소 인증 또는 인증 유효기간의 연장을 신청합니다.				

년 월 일

신청인

(서명 또는 인)

한국식품안전관리인증원장 귀하

첨부서류	1. 「식품위생법」 제48조제1항에 따라 작성한 적용대상 식품업 식품안전관리인증제(등록관리제)의 관계 기준, 모니터링 방법, 개선조치 및 증명방법을 기술한 자체 계획서 등을 첨부합니다.	수수료
	2. 식품안전관리인증기준적용업소 인증서 첨부(별지 제48조의2제1항에 따른 인증 유효기간의 연장)을 신청하는 경우만 제출합니다.	200,000원

처리절차

신청서 작성
신청인

→

접수

→

서류검토
(HACCP 관리 계획서)

→

현지 확인
및 평가
(HACCP 실시 상황 평가)

→

판정

→

결과

→

HACCP 적용업소 인증서 발급

※ 제48조제12항에 따른 위탁기관 (HACCP 적용업소 인증 담당부서)

210mm×297mm[일반용지 80g/㎡(제책용종)]

- 53 -

4. 전문가 인터뷰

Q1. 미얀마에 조제커피 및 가공식품을 수출할 때 필요한 사항은 무엇인가요?

“미얀마로 조제커피 및 가공식품을 수출하기 위해서는 수출 제품의 효능과 안전성을 관리하는 FDA(Food and Drug Administration) 인증을 미얀마 식약청에서 받아야 합니다. 현지에서 수입 진행시 미얀마 식약청에서 인정한 인증서와 세금부과와 관련된 서류를 준비해야하기 때문입니다. 이외에 추가적으로 받아야 하는 필수인증은 없습니다.”

미얀마 유명 하이퍼마켓
Capital Hyper Mart 담당자 Naing Naing Aung와의 인터뷰 中, 2017.08

“수입 식품의 경우 미얀마 식약청에서 진행되는 제품 검사를 위해 샘플을 제출과 검사 확인 인증서를 준비해야 합니다. 제품에 따라 세금이 다소 상이하게 부과될 수 있기 때문에 정확한 금액은 절차가 진행되어야 알 수 있습니다.”

미얀마 대표 슈퍼마켓 체인점
City Mart Holding Co.,Ltd. 마케팅 담당자 Ma Mya Thet와의 인터뷰 中, 2017.08

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. One-stop food distribution platform rises in Myanmar	EnterpriseInnovation	2017.03.10
---	----------------------	------------

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 미얀마 관세청	www.myanmarcustoms.gov.mm
3. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
4. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
5. UN comtrade Database	comtrade.un.org/data
6. Straitstimes	www.straitstimes.com
7. 한국인증정보원	www.kcis.co.kr
8. Knoema	knoema.com
9. WorldBank	www.worldbank.org
10. Yoma Strategic	www.yomastrategic.com
11. Metro Group	archiv.metrogroup.de
12. daily mart	dailymart.com.mm
13. shop.com.mm	www.shop.com.mm
14. city mart	www.citymart.com.mm
15. Nestle	www.nestle.com
16. 동서식품	www.dongsuh.co.kr
17. Super Coffee	www.supergrouppltd.com
18. Carrefour	www.carrefour.com.cn)
19. Baidu	www.baidu.com
20. Vanguard	www.crv.com.cn)
21. Ole	www.crvole.com.cn
22. 미얀마 FDA	www.fdamyanmar.gov.mm
23. 한국품질보증원	www.kqa.co.kr
24. 한국식품안전관리인증원	www.haccpkorea.or.kr
25. NQA	www.nqa.com
26. Biz Care	biz-care.kr