

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No. 1804-07

품 목 : 조미 김(Processed Seaweed)

국 가 : 미얀마 (Myanmar)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	03
1. 수출환경 및 경제지표	05
2. 식품산업 현황	08
3. 수출입통계	13
II. 시장 트렌드	19
1. 통관정책 트렌드	21
2. 제품 및 소비 트렌드	21
3. 유통망 트렌드	24
III. 통관 및 제도	26
1. 통관 및 검역	28
2. 인증정보	33
3. 라벨링	37
4. 위생요건 정보	39
IV. 경쟁제품	40
1. 경쟁제품 선정 및 지표	42
2. 경쟁제품 분석	43
V. 경쟁사	51
1. 경쟁사 선정과정	52
2. 주요 경쟁사 개요	53
VI. 유통채널 현황	55
1. 주요 유통채널 개관 및 현황	56
2. 주요 현지유통업체별 개요	61

[ 별첨 ]



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계

## 미얀마 국가 개요

미얀마는 1948년 1월 영국으로부터 독립을 선언하면서 국명을 ‘버마연방(Union of Burma)’로 칭하였으나 2010년 10월 헌법 규정에 따라 ‘미얀마 연방공화국(The Republic of the Union of Myanmar)’로 개칭. 지리적으로 미얀마의 면적은 약 677,000 km<sup>2</sup>로 동남아시아에서 두 번째로 크며 인도, 방글라데시, 태국, 라오스, 중국 5개국과 접해 있음. 쌀, 원유, 천연가스 등 광물, 농수산 자원이 풍부하나 농업 위주의 산업 정책으로 인해 인프라 기반이 취약하고 자본이 부족함. 또한, 과도한 행정 규제와 미비한 제도로 인해 경제 개발이 더딘 편임. 그러나 미얀마 대통령은 경제개혁을 통해 국제 제재 해제 및 투자 확대 등의 성과를 이루어 냈으며, 개혁의 속도를 점진적으로 높여가고 있음.

미얀마와 한국은 1975년 5월 정식 외교 관계를 수립하였으며, 미얀마 통계청에 따르면 한국은 미얀마의 6대 수출대상국, 8대 수입대상국임. 한국의 주요 수출품은 경유, 석유화학제품, 철강제품 등이고, 수입품은 농산물 및 수산물임

### 주요 정보

- ▶ 국명: 미얀마  
(Republic of the Union of Myanmar)
- ▶ 위치: 동남아시아 인도차이나반도 서북부
- ▶ 수도: 네피도(Naypyidaw) (구(舊): 양곤)
- ▶ 대통령: 틴 쉐(Htin Kyaw) (대통령 중심제)
- ▶ 인구: 53.6백만 명(2017)
- ▶ 민족: 버마인 68%, 샨인 9%, 카렌인 7%
- ▶ 면적: 677 천 km<sup>2</sup> (한반도의 3배)
- ▶ 기후: 열대성 몬순
- ▶ 종교: 불교 89%, 기독교 5%, 이슬람교 4%
- ▶ 언어: 미얀마어(공용어)
- ▶ 화폐 단위: Kyat(Kt)
- ▶ GDP: 670억 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 1,272 달러(2017)
- ▶ 이동통신 가입자 수: 89% (2016)



\*출처: Dun & Bradstreet(2018.05), 한국수출입은행(2018), USDA(2017), 미얀마 통계청(2017.08)

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>1)</sup>

	등급	등급 전망
	DB6 <sup>2)</sup>	안정적

자료: Dun & Bradstreet (2018.05)

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인건비는 세계 표준보다 낮고, 수백만 명의 소비자를 보유하고 있는 잠재력이 큰 시장</li> <li>- 천연가스, 의복, 전자제품 제조, 통신, 철도 산업의 성장 가능성이 높음</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라카인주에서의 아만적인 행위 및 인종 청소와 이에 대한 정부의 느린 대처로 인해 국제적 비판을 받고 있음.</li> <li>- 자연재해에 매우 취약</li> <li>- 인프라가 매우 취약하여 현대화에 상당 기간이 소요될 것으로 예상되고, 정부 및 관련 부처는 비효율적이며 구조가 취약</li> </ul>

자료: Dun & Bradstreet (2018.05)

1) D&B의 'DB' 위험지표는 한 국가에서 비즈니스를 수행하는 위험에 대한 상대적인 국가 간 평가를 제공하는 것으로서, 국가 차원의 요인들이 2년의 기간에 걸쳐 수출 결제 및 투자수익에 대한 예측 가능성에 미치는 위험을 나타냄. 'DB' 위험지표는 국가별 위험 카테고리로서 다음의 4가지 종합지수로 구성됨. ▲ 정치위험, ▲ 상업위험, ▲ 거시경제위험, ▲ 외부위험. 첫째, 정치위험은 국내외 안보 상황, 정책역량 및 일관성, 국가가 비즈니스 환경을 조성하는지 여부를 결정하는 기타요인을 포함. 둘째, 상업위험은 계약의 신성함, 사법 능력, 규제 투명성, 체제의 부패 정도, 비즈니스 환경이 상업 거래 이행을 용이하게 하는지 여부를 결정하는 기타요인을 포함. 셋째, 거시경제위험은 물가상승률, 재정적자, 통화공급증가, 국가가 지속 가능한 경제성장을 제공할 수 있는지 여부와 비즈니스 기회에 상응하는 확장 시킬 수 있는지 여부를 결정하는 모든 거시경제 요인을 포함함. 넷째, 외부위험은 경상수지, 자본 흐름, 외환보유고, 대외채무 규모, 무역 및 대외투자부채를 충당하기에 충분한 외화를 창출할 수 있는지 여부를 결정하는 요인을 포함.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

2) 높은 변동성에 기인한 수익률을 기대할 수 있는 위험등급으로 이러한 위험을 헤지하는 추가위험 또는 비용에 보상하기 위해서 매우 높은 예상수익이 요구됨

□ 주요 거시경제 지표

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

지표	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지	-3.9	-3.1	-7.8	-8.1	-7.7	-7.2	-6.8	-6.0
부채상환비율	0.5	3.5	3.6	3.3	3.1	3.1	3.1	3.0
재정수지/GDP	-4.1	-4.7	-4.7	-4.5	-4.5	-5.0	-5.0	-4.8
물가상승률	10.0	6.8	7.1	7.6	7.4	7.8	7.6	7.8
경제성장률	7.3	6.0	6.4	6.8	7.1	7.3	7.3	7.4

자료: Haver Analytics, Dun & Bradstreet (2018.05)

- 2017년 경제성장률은 2016년 미얀마의 주요 수출품인 천연가스의 국제가격이 크게 하락 하면서 전년 대비 1.3% 감소
- 단기간·고성장 현상에 따라 공공부문 급여인상 및 전기료가 인상되었고, 부동산 가격 및 임대료 상승으로 인해 경상수지는 계속 마이너스를 유지할 것으로 전망
- 높은 물가상승에 따른 소비 감소, 불안정한 환율, 경제 인프라 부재와 이로 인한 투자 유입이 감소에 따라 향후 지표개선은 제한적일 것으로 예상

□ 통상 및 교역환경

- 정치, 경제, 사회적으로 큰 변화를 겪고 있어 다양하고 많은 사업 기회가 존재
  - 장기 방치된 국가 인프라는 수도 양곤을 중심으로 개선되고 있음
  - 실질적인 외국인 투자 증가로 최근 2년 동안 휴대전화 보급이 인구 절반까지 확대 되었고, 보급률은 2020년까지 90%에 이를 것으로 예상
  - 항구 및 특별 경제구역 개발은 진행 중이나 완공이 되려면 상당 기간이 소요될 전망
  - 라카인주에서 발생하는 폭력과 비인도주의적인 사건에도 불구하고 관광사업은 계속해서 높은 성장세를 유지하고 있음
  - 섬유 부문은 낮은 인건비로 인해 방글라데시, 베트남 및 중국의 대안을 모색하는 국제브랜드의 투자가 계속될 것으로 전망

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
단기 경제전망	<p><b>최저임금 33% 상승</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2017년 12월 미얀마 국제임금위원회는 8시간 근로 기준, 일 최저임금을 4,800 Kyat (USD 3.60) 33% 인상에 승인</li> <li>• 실질 GDP 성장률은 2016/17년 5.9%로 둔화되었으나 2017-2018년 완만하게 회복될 것임</li> <li>- 컨설턴트 롤랑 버거(Roland Berger)와 미얀마 상공회의소 연맹의 최근 설문조사에 따르면 개혁의 속도가 느리고 명확한 경제 정책계획의 부재로 2017년 사업 신뢰 지수는 급격히 하락함</li> <li>- 최저임금 상승으로 의류 산업에 경제적 악영향을 끼침</li> </ul>
사업규제 환경	<p><b>2017년 미얀마 관광객 수 344만 명으로 증가</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 호텔 부문 외국인 투자는 2016년 31억 달러에서 2017년 11월까지 44억 달러로 크게 증가</li> <li>- 독일, 이탈리아 등의 유럽권 관광객은 2016년도에 비해 줄었으나 남미 및 동남아시아 관광객의 비중은 높아짐</li> <li>• 일부 ASEAN 국가의 비자 완화 정책과 새로운 지역 항공편 취항이 부분적으로 반영됨</li> <li>• 미얀마 관광 마케팅(MTM: Myanmar Tourism Marketing)에 따르면, 베트남에서 양곤 국제공항으로 도착한 관광객은 연평균 75% 성장하였고 필리핀 관광객 62%, 싱가포르 20%, 태국은 12% 성장</li> <li>- 미얀마 관광 연맹(Myanmar Tourism Federation)에서는 중국 시장의 가능성을 고려하여 향후 2년 동안 중국 관광객 백만 명 유치를 위해 운남 지방의 국경을 개방하고 쇼핑센터 등을 개발할 예정이라고 밝힘</li> <li>- 최근 태국 국경에 건설된 다리는 향후 수년 내에 태국, 미얀마, 라오스, 중국 남부지역 여행을 가능하게 할 것임</li> </ul>

자료: Dun & Bradstreet (2018.05)

## 2. 식품산업 현황

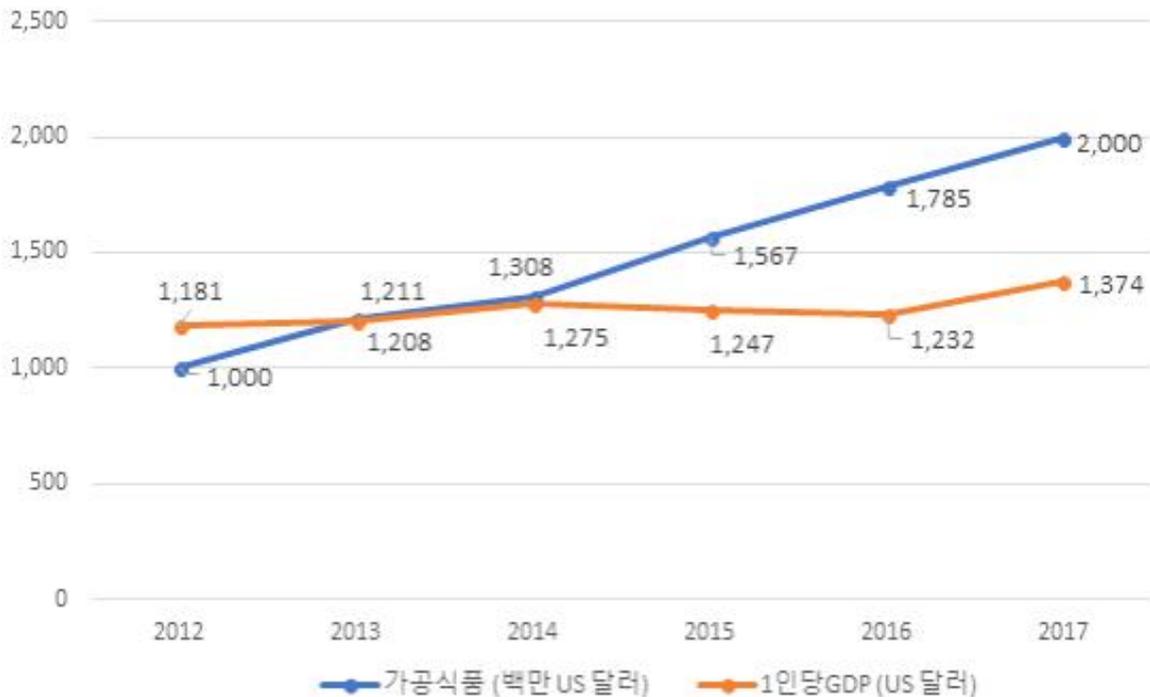
### 1) 산업 동향

#### □ 미얀마 가공식품 동향

- 미얀마 가공식품 시장은 꾸준히 성장하는 추세
  - 미얀마 가공식품 시장규모는 2012년 10억 달러에서 2017년 20억 달러로 약 2배 성장
  - 최근 5년 간(2012-2017년) 미얀마의 1인당 연평균 GDP 성장률은 5%를 기록하였으며, 동 기간 가공식품의 연평균 성장률은 15%에 달함
  - 2022년 Dun&Bradstreet 기준 미얀마 GDP(per capita)는 2,268달러까지 증가할 예정이며 소득의 증가가 가공식품 소비 확대에 직접적인 영향을 줄 것으로 예상

표 1.2 미얀마 1인당 GDP와 가공식품 연도별 성장 추이

(단위; 백만 US 달러, US 달러)



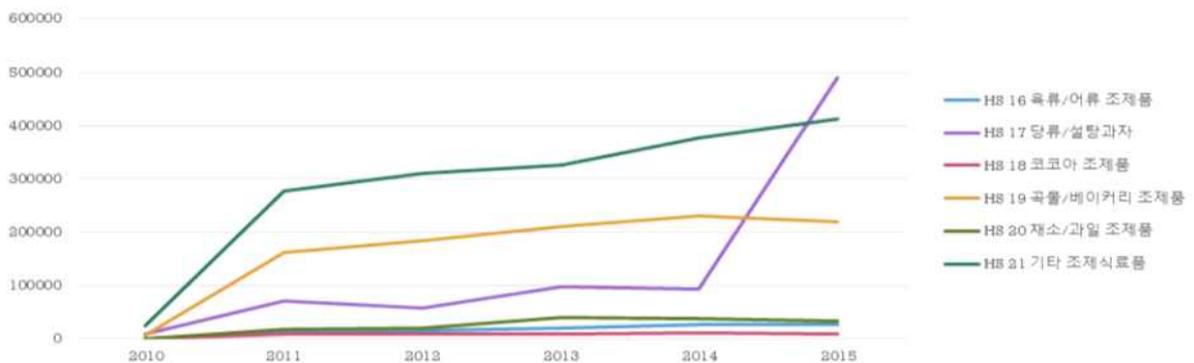
자료: Euromonitor International(2018), 한국수출입은행(2017), Dun & Bradstreet(2018.05)

o 미얀마 가공식품 품목별 수입시장 성장 추이

- 미얀마 가공식품 수입시장의 규모는 2015년 기준 약 16억 1,796만 달러를 기록
- 가공식품 수입은 2010년 약 4천 3백만 달러에서 2015년 16억 1천 8백만 달러로 약 3.6배 이상 성장
- 그 중, ‘조미 김’ 이 포함된 해당 HS CODE는 210690으로 HS 21 기타 조제 식료품은 2015년까지 꾸준한 성장을 보임
- 2010-2011년은 미얀마의 개방정책의 영향으로 가공식품 전 품목에서 큰 성장세를 나타냄

표 1.3 미얀마 가공식품 수입성장 추이

(단위: 천 달러, %)

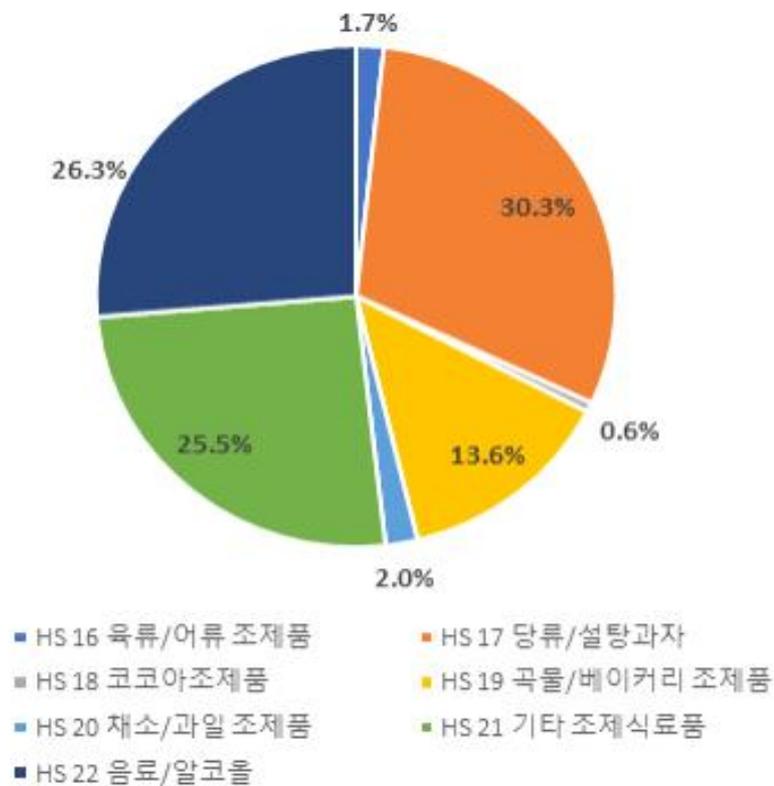


품목	2010	2011	2012	2013	2014	2015	전체 성장률	연평균 성장률
HS 16 육류/어류 조제품	184	13,217	15,332	19,425	27,493	27,476	14832.6	172.2
HS 17 당류/설탕과자	8,852	71,521	58,185	97,481	93,851	489,460	5459.4	123.1
HS 18 코코아 조제품	532	8,413	8,177	9,711	11,211	9,803	1742.7	79.1
HS 19 곡물/베이커리 조제품	6,875	161,277	183,164	209,834	230,750	220,256	3103.7	100.0
HS 20 채소/과일 조제품	347	17,710	19,903	40,851	37,850	32,616	9299.4	148.1
HS 21 기타 조제 식료품	25,044	276,624	310,442	325,747	376,888	412,785	1548.2	75.1
HS 22 음료/알코올	1,326	286,063	365,269	378,234	451,861	425,572	31994.4	217.2
총계	43,160	834,825	960,472	1,081,283	1,229,904	1,617,968	3648.8	106.4

자료: International Trade Centre, HS CODE 2단위 기준(2015)

- ‘당류/설탕 과자, 음료/알코올, 기타 조제 식료품’ , 미얀마 수입시장의 높은 비중을 차지
  - 가공식품 수입시장에서 당류/설탕 과자가 30.3%로 가장 높은 점유율을 차지
  - 그 뒤를 이어 음료/알코올, 기타 조제 식료품이 26.3%, 25.5%로 각각 2, 3위를 차지
- 미얀마에서 공급되는 물의 석회질 함량이 높은 까닭이 음료 시장이 발달한 원인으로 추정

표 1.4 식품별 수입시장 점유율



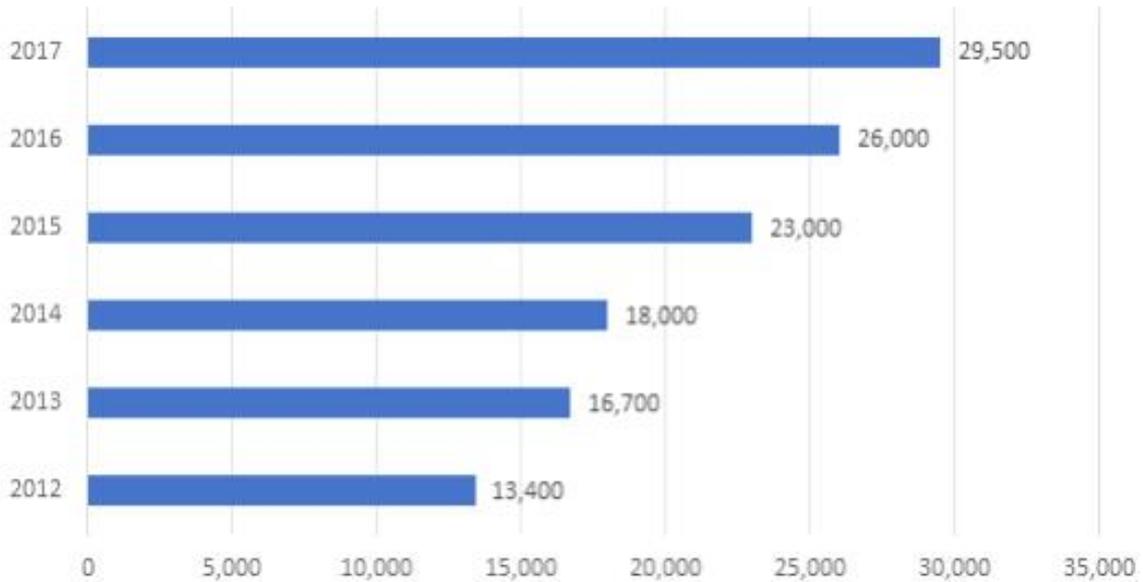
자료: International Trade Centre(2015)

□ 미얀마 수산가공식품 동향

- 2017년 기준 수산가공식품은 가공식품 전체 매출에서 1% 정도 차지하고 있으나 꾸준한 성장세로 긍정적인 전망
  - 미얀마 가공식품 시장이 성장하면서 수산가공식품도 상승 추세
  - 2012년-2017년까지 미얀마 수산가공식품 시장은 연평균 성장률 17%를 기록

표 1.5 식품별 수입시장 점유율

(단위: 백만 미얀마 Kyats<sup>3)</sup>)



자료: Euromonitor International(2018)

3) 2018년 6월 21일 미얀마 중앙은행(Central Bank of Myanmar) 고시 환율 기준, 1 USD=1,368 Kyats

## 2) 산업전망

### □ 미얀마 식품시장 전망<sup>4)</sup>

- 도시화 현상에 따른 식품 소비패턴의 변화로 음료 및 가공식품 시장에서 현대적인 제품의 소비가 증가할 것으로 전망
  - 미얀마 도시 인구 비중은 2010년 13%에서 2015년 34%로 약 3배 증가하였으며, 2030년에는 40%를 넘어설 것으로 전망
  - 시장조사기관인 유로모니터에 따르면, 2014-18년 가공식품 소비는 15%, 음료 소비는 23%로 각각 증가할 것으로 예상
  - 소비자들의 기호변화로 전통적인 식품 판매가 줄고 현대적인 가공식품, Ready-to-eat, 냉장 및 냉동제품의 판매가 증가할 것으로 전망
  - 수입제품에 대해 친숙한 경향을 나타내는 도시 소비자의 증가로 도시로의 수입 제품 집중이 가속화될 것으로 예상되며, 시외 소비자의 수입제품 소비도 점차 확대 될 것으로 보임
  - 미디어의 영향으로 인지도가 높은 글로벌 브랜드 제품의 판매가 확대될 뿐만 아니라, 개방정책 확대로 인해 현지 브랜드 기업들의 위치가 크게 흔들릴 것으로 보임
- 현대화된 유통망의 등장으로 소비자 쇼핑패턴의 변화 전망
  - 도시화로 인해 미얀마 소비자들의 주 유통채널이 전통 마켓에서 현대적 유통망으로 변화
  - 현대적 유통기업 및 유통망의 등장으로 이전보다 많고 다양한 가공 및 신선식품이 취급될 것으로 전망
- 가공식품 시장은 2009년-2013년 동안 연평균 약 15%의 높은 성장세를 나타낸 바, 향후 시장전망도 긍정적
  - 2014년 시장조사 전문기관 닐슨에 따르면, 미얀마 소비자들은 전체 수입의 33%를 식품 구매에 소비하고 있으며, 높은 연평균 성장률에 따라 소비도 늘어날 것으로 전망
  - 2030년까지 미얀마 소비재시장은 1,000억 달러 규모로, 같은 기간 식품시장은 약 350달러까지 성장할 것으로 전망

4) USDA, 「Burma- Union of Myanmar Exporter Guide 2017」, IMF

### 3. 수출입통계

#### 수출입통계 개요

##### ❖ ‘조미 김’ 관련 주요 수치

- 글로벌 기타 조제 식료품 수입 규모 3,676만 달러 (2017년)
- 미얀마 기타 조제 식료품 수입 규모는 26만 달러, 세계 37위 (2017)
- 미얀마 기타 조제 식료품 수입 시장점유율 한국 8위 (1.2%), 압도적 1위 태국 (40.7%) (2017)
- 한국산 조미 김 수출량 약 12,400톤, 약 3억 달러(2017)

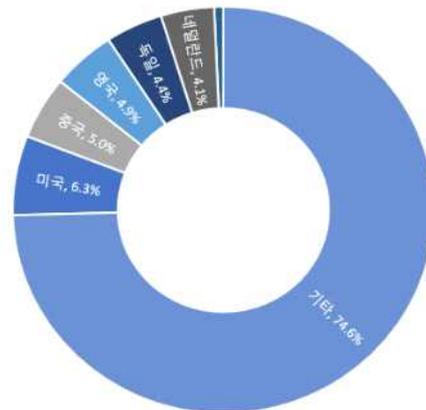
##### ❖ ‘조미 김’ 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106.90.4010	조미, 가공한 식용의 김
미얀마	2106.90.99	그 밖의 조제 식료품

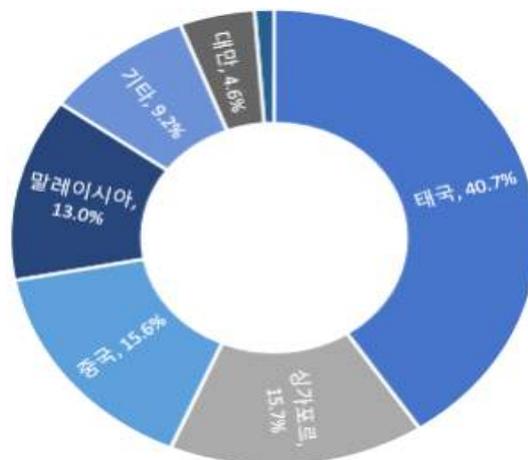
##### ❖ 글로벌 기타 조제 식료품 수입 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(US 천 달러)	
글로벌	36,766,000	
1 미국	2,306,000	
2 중국	1,836,000	
3 영국	1,811,000	
4 독일	1,600,000	
5 네덜란드	1,491,000	
37 미얀마	259,000	

##### ❖ 글로벌 기타 조제 식료품 수입 비중(2017)



##### ❖ 미얀마의 국가별 기타 조제 식료품 시장점유율 (2017)



## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 조미 김(가공식품) 통계 기준 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2106.90를, 의뢰제품(조미 김)의 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 2106.90.4010을 통계 기준으로 설정<sup>5)</sup>하고 ‘조미 김’을 품목 키워드로 설정함

### □ 조미 김의 해당 HS CODE<sup>6)</sup>는 한국 2106.90.4010, 미얀마 2106.90.99

- 의뢰제품 ‘조미 김’ 한국 HS CODE ‘2106.90.4010’을 통계 기준으로 설정
  - 국제 HS코드 1212.21.10의 김은 바다에서 채취하여 신선한 상태, 건조, 냉장, 또는 냉동한 김으로 가공하지 않은 상태의 김을 의미하나, 국제 HS코드 2106.90은 채취한 김을 맛있게 먹을 수 있도록 조미료 등을 이용하여 가공한 김을 의미함

표 1.6 ‘조미 김’ 한국 HS CODE 분류

HS CODE	품명		기본세율	탄력·양허세율
	한글	영문		
2106	조제 식료품	Food preparations		
2106.90	기타	Other		
2106.90.4010	조미, 가공한 식용의 김	Laver	8%	

자료: 관세법령정보 포털(2018)

5) 의뢰제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2016 HS 품목별 수출입통관관람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 이용하는 방법 등이 있음

6) HS CODE의 6자리는 전 세계 공통이며, 7-10번째 숫자는 나라별 다르게 구성되어 있음. 한국은 10자리 미얀마는 8자리를 사용하고 있음

- o 미얀마 조미 김 MFN 관세율 및 HS CODE ‘2106.90.72’ 을 통계 기준으로 설정
  - 국제 HS코드 1212.21 김은 바다에서 채취하여 가공하지 않은 상태의 김이며 1212.21 이하 AHTN CODE는 해초류와 기타조류의 상세구분으로 ‘김’ 은 홍조류에 해당

표 1.9 ‘조미 김’ 미얀마 HS CODE 분류

WCO HS CODE	AHTN CODE <sup>7)</sup>	Stat. CODE	MACCS CODE	설명	단위	MCT RATE <sup>8)</sup> (%)
21.06				다른 곳에서 규정되거나 포함 되지 않은 식품 조제 식품		
2106.90				기타 조제 식료품		
	2106.90.99	00	4	그 밖의 조제 식료품	kg	15

자료: 미얀마 관세청(2017)

7) AHTN CODE: ASEAN에서 HS 협약 공통 6단위를 기초로 하여, 8단위로 제정한 모수(ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature) Code를 뜻함

8) Myanmar Customs Tariff(미얀마 관세율표)

## 2) 글로벌 수입통계 [통계 기준: HS CODE 2106.90]

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(6.3%)이며, 미얀마는 37위(0.7%)

- 2017년도 글로벌 기타 조제 식료품 수입 규모는 약 3,676만 달러로 2015-2017년 연평균 성장률 4.2%를 기록
  - 기타 조제 식료품 수입 1위 국가는 미국으로, 2017년 기준 약 231만 달러(6.3%)를 수입하였으며 2015-2017년 연평균 5.0%의 증가세
- 2017년도 미얀마의 기타 조제 식료품 수입 규모는 약 26만 달러로 37위를 기록했으며, 2015-2017년 동안 연평균 65.1%의 높은 성장률을 기록

표 1.10 글로벌 기타 조제 식료품 수입 규모 추이(2015-2017년)

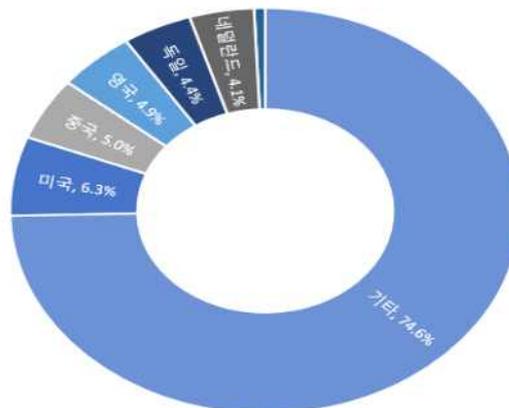
(단위: US 달러, %)

수입국		2015	2016	2017	2015-2017 연평균 성장률 <sup>9)</sup>
		금액	금액	금액	
글로벌		33,850,000	34,924,000	36,766,000	4.2
1	미국	2,090,000	2,164,000	2,306,000	5.0
2	중국	1,295,000	1,481,000	1,836,000	19.1
3	영국	1,934,000	1,993,000	1,811,000	-3.2
4	독일	1,434,000	1,482,000	1,600,000	5.6
5	네덜란드	1,030,000	1,059,000	1,491,000	20.3
37	미얀마	95,000	113,000	259,000	65.1

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

표 1.11 글로벌 기타 조제 식료품 수입 비중(2017년)

(단위: %)



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

9) 연평균 성장률(CAGR) = (최신/최초연도)<sup>1/(n-1개년)</sup>-1

### 3) 미얀마 수입통계 (통계 기준: HS CODE 2106.90)

□ 2017년 미얀마 기타 조제 식료품 수입 시장점유율 1위는 태국으로 약 41% 차지

- 2017년 미얀마의 기타 조제 식료품 수입액은 약 26만 달러로, 이는 2015년 23만 4,000달러에서 약 5% 증가
- 2017년 기준, 미얀마의 기타 조제 식료품 수입 1위 국가는 태국으로, 수입액 약 10만 5,000달러로 미얀마 내에서 40.7%의 시장점유율을 차지하고 있음
  - 그 뒤를 이어 싱가포르가 약 4만 600달러, 말레이시아가 약 4만 400달러를 수입하였으며, 각각 15.7%, 15.6%의 유사한 시장점유율 수치를 나타냄
- 한국은 미얀마의 기타 조제 식료품 수입 8위 국가이며, 2017년 수입 규모는 2016년 대비 약 2.5배 이상 증가

표 1.12 미얀마 기타 조제 식료품 수입 규모 추이(2015-2017년)

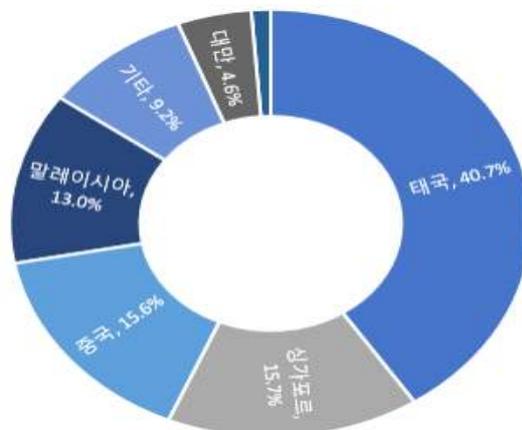
(단위: 천 US 달러, %)

수입상대국		2015	2016	2017	2017년 시장점유율
		금액	금액	금액	
글로벌		234,000	232,000	259,000	100
1	태국	113,000	108,000	105,300	40.7
2	싱가포르	49,400	39,000	40,600	15.7
3	중국	29,000	30,600	40,400	15.6
4	말레이시아	21,500	26,200	33,600	13
5	대만	4,800	8,800	12,000	4.6
8	한국	1,100	1,200	3,100	1.2

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

표 1.13 국가별 기타 조제 식료품 시장점유율(2016년)

(단위: %)



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

#### 4) 한국산 수출통계 (통계 기준: HS CODE 2106.90.4010)

□ 한국산 조미 김의 전 세계 수출량은 2015년에 약 12,400톤으로 최고치를 기록하였으며, 수출액은 2017년 약 3억 달러로 최고치를 기록

- 한국이 전 세계 시장에 수출한 조미 김의 수출량 면에서는 2015년에 약 12,400톤이, 수출액 면에서는 2017년 약 3억 달러가 최고치
- 2017년 수출량은 전년 대비 8.4% 증가하였으나, 2016년 큰 폭의 감소로 인해 2015년과 유사한 수준이며, 수출액 면에서는 전년 대비 26.8%의 높은 성장세를 나타냄

□ 한국산 조미 김의 미얀마 수출량은 증가 추세

- 2017년 한국이 미얀마 시장으로 수출한 조미 김의 수출량은 전년 대비 6.5% 감소한 약 8.1톤이며, 수출액은 1.5% 증가한 약 31만 달러로, 미얀마로의 조미 김 수출은 증가 추세임

표 1.14 한국 조미 김 연간 수출통계 (수출대상국: 전 세계)

(단위: 달러, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량	12,438,405	11,403,678	12,360,237
(전년 대비 증가율)	( - )	(△8.3)	(8.4)
금액	224,272,357	236,899,075	300,340,642
(전년 대비 증가율)	( - )	(5.6)	(26.8)

자료: 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

표 1.15 한국 조미 김 연간 수출통계 (수출대상국: 미얀마)

(단위: 달러, Kg)

구분	2015	2016	2017
중량	7,990	8,613	8,050
(전년 대비 증가율)	( - )	(7.8)	(△6.5)
금액	265,005	309,579	314,340
(전년 대비 증가율)	( - )	(16.8)	(1.5)

자료: 농수산물수출지원정보(www.kati.net)



## **II. 시장 트렌드**

- 1. 통관정책 트렌드**
- 2. 제품 및 소비 트렌드**
- 3. 유통망 트렌드**

## II. 시장 트렌드

### 시장 트렌드 개요

#### 1. 통관정책 이슈

##### ❖ 2016년 11월에 전자화물통관시스템(MACCS) 도입

- 기존 통관시스템은 수작업으로 서류를 준비 및 제출해야 하는 시스템으로, 절차적으로 번거롭고 많은 시간이 소요
- 2016년에 도입된 전자화물통관시스템(MACCS)은 전산화된 컴퓨터로 통관절차를 진행할 수 있어 효율성 증대

#### 2. 제품 및 소비 트렌드

##### ❖ 중산층 중심으로 수입 가공식품의 소비 증가

- 충분한 구매력을 갖춘 미얀마 중산층은 소비 시 가격보다 위생 및 품질을 더 중요하게 여김
- 한류열풍이 중산층의 구매의욕을 불러일으켜 현지에서 방영되는 한국 드라마와 예능에서 나오는 제품은 한 번씩 소비해 보고자 하는 경향이 있음
- 수입 가공식품의 경우, 중산층의 주요 소비 유통채널은 슈퍼마켓, 복합 쇼핑몰 등의 현대적 유통망임

##### ❖ 현지 소비자들에게 '조미 김'은 스낵의 한 종류로 인식됨

- 현지에서 매출이 높은 제품은 스낵류로 판매하는 '태국산' 제품 위주
- 아이들의 간식용으로 선호되는 편이며 현지 반응이 좋음

##### ❖ 수입 가공식품 구매 시 '맛'이 가장 중요한 고려요소임

#### 3. 유통망 트렌드

##### ❖ 도시화가 진행됨에 따라 미얀마 소비자들의 주요 유통채널이 현대적 유통망으로 변화하는 추세

- 현대적 유통채널인 '슈퍼마켓'과 '편의점'의 선호도가 증가하면서 업체 수도 증가
- 소비성향의 다양화 및 고급화로 기존의 전통채널은 소비자의 욕구를 만족 시키기에 한계가 있음
- 소비의 질적 요건을 추구하는 소비자가 늘어남

## 1. 통관정책 트렌드

### □ 미얀마 전자화물통관시스템(MACCS<sup>10</sup>) 구축

- 2016년 11월부터 전자화물통관시스템이 운영됨에 따라 수출입 절차 효율화
  - 인터넷을 통해 통관시스템 접근을 가능하게 함으로써 수작업이 필요한 서류제출 등 복잡한 기존 통관절차의 문제점을 개선
  - 전자화물통관시스템은 미얀마가 아세안(ASEAN) 가입국으로서 아세안이 추구하는 ‘싱글 윈도우 시스템(Single Window)<sup>11</sup>’ 에도 부합
  - 전산화된 시스템을 통해 물류 이동, 통관절차 진행 등이 가능해짐으로써 관세 행정의 효율성 증대
  - 통관절차의 편의성 향상으로 미얀마에 대한 수출 및 수출기업의 증가가 예상됨

## 2. 제품 및 소비 트렌드

### □ 구매력을 갖춘 중산층<sup>12</sup> 중심으로 수입 가공식품의 소비 증가

- 웰빙 트렌드로 인해 조미 김, 건강음료 및 차, 홍삼 제품 소비 증가
  - 대부분의 미얀마 소비자들은 값싼 제품을 선호하는 소비 경향을 보이나, 중산층·상류층은 얼리어답터<sup>13</sup>로서 해외 브랜드에 거부감이 적고, 특히 식품은 가격보다 건강과 맛을 더욱 중시함
  - 중산층의 경우, 가공식품에 대해서는 유통기한과 수입제품의 신뢰성 및 품질, 위생 등을 중시함으로써 일반 소비자들이 이용하는 재래시장보다 마트를 선호하는 경향이 있음
  - 오랫동안 고립되어 있던 정권개방 이후, 수입제품 중 특히 편리한 가공식품의 수요가 매우 높아 수출대상국으로서 미얀마를 ‘황금 기회를 가진 땅’ 으로 일컬음

10) 미얀마 자동화물 통관시스템(MACCS, Myanmar Automated Cargo Clearance System)

11) 국가 간 무역 활성화를 위해 통관단계에서 수출입 신고, 식의약품, 검역 등 수출입요건을 무역업체가 단일창구를 통하여 확인 및 일괄 제출할 수 있도록 하는 통관 단일 창구시스템

12) 미얀마의 중산층은 미얀마 전체 인구 중 약 20%를 차지하며(SCB, Economic Intelligence Center, 2016), 2020년까지 1,030만 명으로 증가할 것으로 전망됨(aT한국농수산물공사, 2017)

13) 얼리어답터(early adopter): 제품이 출시될 때 가장 먼저 구입하여 평가한 뒤 주변에 제품의 정보를 알려주는 성향을 지닌 소비자군(群)

□ 현지 소비자들에게 한국에서 소비되는 ‘반찬용’ 제품은 생소한 편이며 현지 소비자들은 조미 김을 스낵 ‘간식용’으로 주로 소비, 태국산 제품이 판매 강세

- 한국 음식들은 건강식품이 많다는 인식이 있어 현지 웰빙 트렌드에 적합
- 한국제품의 맛과 포장에 대한 만족도가 높고, 프리미엄 제품으로 인식
- 그러나 한국제품이 다른 수입품 대비 가격이 비싸고, 용량이 적으며, 구매할 수 있는 유통채널이 제한적이라는 일부 의견 또한 존재함

표 2.1 한국산 김에 대한 현지 인터뷰

소비자 <sup>14)</sup>	Khin Khant Zaw 현지 유통업자 <sup>15)</sup>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아이들 간식용으로 선호, 어른들의 선호도 낮음</li> <li>• ‘김’ 제품으로는 태국제품이 가장 많이 알려져 있음</li> <li>• 대부분 현지 소비자들이 김 구매 시, 맛을 우선적으로 고려하며, 맛의 차이가 크지 않을 경우 가격을 비교하여 선택</li> <li>• 음식의 외관이 거부감을 들게 하지 않고, 역한 냄새가 나지 않는다면 한국제품에 99% 호감도를 지님</li> <li>• 대부분 마트 유통채널을 이용하는 소비자들이 한국제품을 경험해 보았으며 적절한 가격과 상품에 대한 만족도가 있을 때 재구매함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국제품은 대체로 맛이 좋고 위생적이며 고급스러운 상품 포장이 되어있음</li> <li>• 대부분 제품가격이 적절하게 형성</li> <li>• 현지 반응이 매우 좋아 이들에 한 번씩 제품을 새로 채워줄 정도로 수요가 높음</li> <li>• 조미 김의 소비자들은 아이들과 청소년들의 간식 목적으로 구매함. 아이들 또는 청년 소비자가 주요 구매계층</li> <li>• 김밥용 김보다 스낵 김의 인기가 좋고 현지 소비자들에게도 더 익숙함</li> </ul>

자료: 현지조사원

14) ‘조미 김’이 판매되고 있는 현지 현대유통망인 Ocean, Orange, Market Place 등 6개 업체에서 실시된 중산층 소비자 인터뷰를 진행한 결과를 종합 반영함

15) 현지 유통업체 Ocean의 조미 김 및 김 스낵류 유통업자 매니저

□ 한류 열풍과 함께 한국 식품 인기<sup>16)</sup>

- 대부분의 현지 소비자는 미얀마에서 방영되는 한국 드라마 및 예능에 등장하는 한국제품을 소비해 보고자 하는 경향이 있음
  - 미얀마 현지의 뜨거운 한류 열풍으로 한국 식품의 수요가 생겨나고 있음
- 영상 속 한국의 깨끗한 이미지의 영향으로 한국산 제품의 위생과 맛에 대한 신뢰도가 약 90% 상회함
- 미얀마의 한류열풍의 영향으로 한국 음식에 대해 긍정적 이미지가 형성되고, 인지도가 높아진 상황이나 아직은 태국제품이 우세함



현지시장에서 판매하는 한국 떡볶이 분식      미얀마 학생들이 한국어 수업을 듣는 모습

자료: 현지조사원

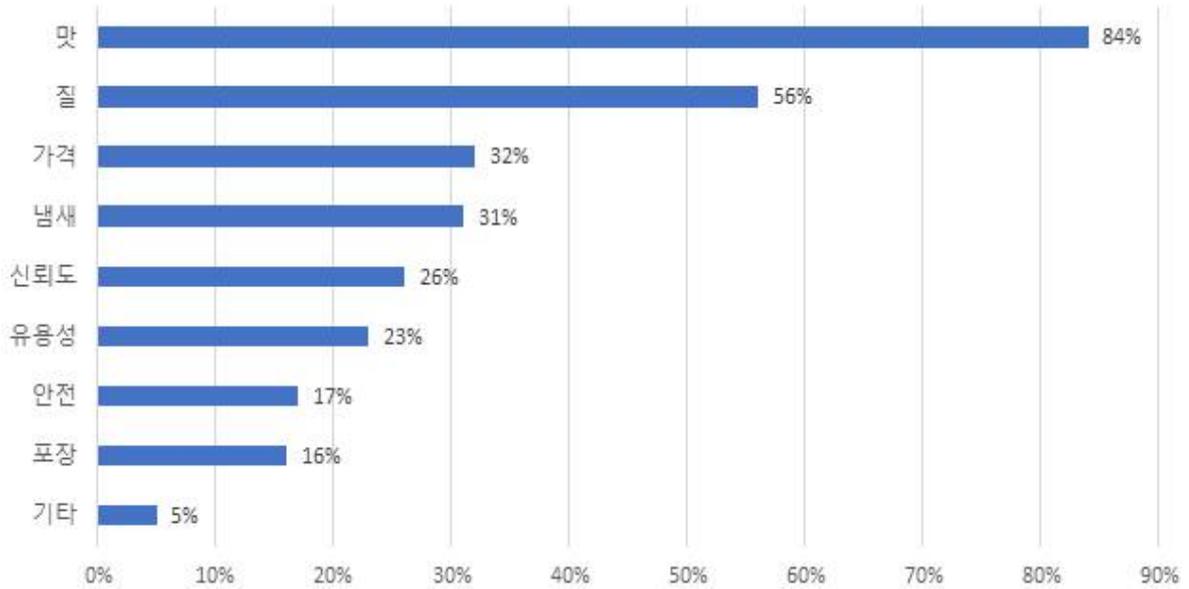
□ 미얀마 소비자들의 수입 식품의 구매 결정 시 영향 요인 1위는 ‘맛’

- 수입식품 구매 시, ‘맛’ 이 84%로 가장 많은 영향을 미침<sup>17)</sup>
  - 그 뒤를 이어 제품의 질, 가격, 냄새가 각각 56%, 32%, 31%의 영향도를 나타냄
  - 또한, 선호제품의 선택 경로는 가족 및 지인 추천이 34%로 가장 높게 나타남
  - 밀레니엄 세대(17-35세)의 소비자의 약 96%가 페이스북을 이용하는 등 소셜미디어의 영향이 크기 때문인 것으로 추측

16) 출처: 현지조사원

17) 「The Myanmar Consumer Survey, Golden land, golden opportunities」, 2016.10에서 발췌했으며 남녀 동일 비율 조 사대상자 중 57% 양곤, 43%는 만달레이에서 진행되었고, 연령대는 15-24세가 27%, 25-34세가 24%, 35-49세가 30%, 50-64세는 19%임. 복수응답 가능 설문조사로 진행되었음.

표 2.2 미얀마 소비자 수입 가공식품 구매 결정 시 영향 요인



자료: Deloitte(2016.10)

### 3. 유통망 트렌드

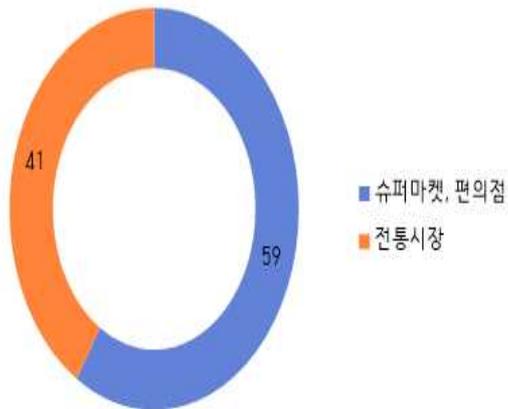
#### □ 도시화<sup>18)</sup>에 따른 현대유통망 편의점과 슈퍼마켓 이용자 및 선호도 증가

- 대다수의 미얀마 소비자들은 전통시장을 가장 많이 이용하나 도시화의 진전으로 현대적 유통채널인 ‘편의점’ 이 주요 채널로 등장
  - 미얀마의 수도인 ‘양곤’ 에서 실시 된 설문조사에서, 조사 대상 절반 이상의 소비자가 현대적 유통채널인 슈퍼마켓과 편의점을 선호하는 것으로 나타남
  - Myanmar Indobest, City Mart Holdings, Capital Diamond Star 세 곳의 편의점이 2014년도 117개에서 2016년 303개로 약 160%의 빠른 확장을 이룸
  - 현대화 채널에 대한 소비자 선호도는 미얀마 전역으로 확대될 것으로 전망

18) 2010년에 전체 미얀마 인구의 13%만이 도시에 살고 있었으나 2015년 34%로 도시거주인구가 5년간 세 배 가까이 증가하였음. 도시화 속도가 빠르게 진행되는 것으로 보아 도심 집중화 현상이 이후에도 지속되어 2030년에는 40%를 넘어설 것으로 전망하고 있음(aT한국농수산물, 2017)

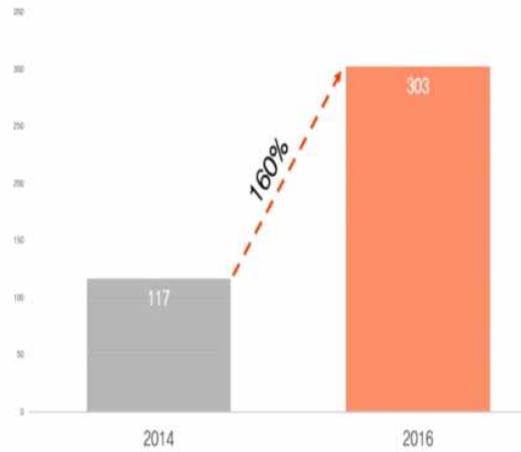
- 채소나 고기류는 전통시장을 통해, 그 이외의 식품, 특히 가공식품은 슈퍼마켓과 마트, 편의점에서 대부분 판매
  - 최근 몇 년간 식품시장의 성장으로 소비성향이 다양해지고 고급화되면서 주요 유통채널이 전통시장에서 현대적 유통망으로 변화
  - 소득증가가 소비의 질적인 면에도 영향을 미쳐, 양곤, 만달레이 등 주요 도시를 중심으로 고급 식료품과 가공식품 소비가 늘어날 것으로 전망

표2.3 양곤시 유통채널 선호도(%)



자료: Deloitte(2016)

미얀마 주요 3사 편의점 점포 수 증가 추이(개)



자료: 미쓰비시 UFJ 리서치(2016)



### **Ⅲ. 통관 및 제도**

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 위생요건 정보**

## 통관 및 제도 개요

### ❖ 미얀마 식품 수출입 프로세스

2016년도 11월 이래로 미얀마 수출입 절차는 기존 프로세스와 전자화물수입통관(MACCS) 두 가지로 나뉘며 다음의 사항은 기존 프로세스의 5단계 절차임

번호	프로세스	주요 내용	필요서류 및 기타
1	물품 도착 전 준비	-수입업자의 수입자 등록 필수 -수출입 각각 허가 신청	-연별 유효등록비 상이 -유효기간 3-6개월
2	수입신고	수입신고서 및 관련 서류제출	수입신고서, 수입 허가증, 상업 송장 등
3	서류심사	심사 뒤 서류에 이상이 없는 경우 영수증 발급	-
4	관세납부	-수입 허가증과 가격 추천서 함께 제출 -수납과는 산정된 과세가격을 기초로 세액 산출 및 확정하여 납세자에게 통지	가격 추천서는 이전에 수입된 동종물품 산정 과세 가격을 기초로 함
5	물품검사 및 반출	-현장심사과는 서류 내용 확인 여부를 위해 실물검사 실시 -이상 없는 경우 물품 반출 허가	-

### ❖ 미얀마 HS CODE 2106.90.99

HS CODE 품명	구분	세율	원산지 기준
2106.90.99 기타 조제품	미얀마 관세율	15%	-
	한-ASEAN FTA	기본세율 15% 협정세율 0%	체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것

### ❖ 인증정보

인증 명	발행/검사기관	성격	제출서류
FDA	미얀마 식약청(FDA)	필수	신청서, 제품 샘플, 제품 명세서, 제조자 라이선스
ISO 22000	한국품질보증원	권장	신청서, 사업자 등록증
HACCP	식품의약품안전처	권장	영업허가증, 생산 또는 영업실적, 운용실적 등

### ❖ 라벨링

- 2014년 3월 14일 이래로 소비자 보호법 제8조 제3항에 따라 라벨링 표시를 의무화함
- 제품 사용법의 경우 반드시 미얀마어로 표시하도록 강제되어 있음

### ❖ 위생요건

- 조미 김은 수분함유량 최대허용치가 5%이며 식품첨가물 최대허용치는 300mg/kg임

## 1. 통관 및 검역<sup>19)</sup>

### 1) 수입통관절차

□ 기존 통관절차와 미얀마 자동화물 통관시스템 절차 2가지로 나뉨

○ 기존통관 절차 세부화

#### ① 물품 도착 전 준비

- 미얀마 수입업자는 수입자 등록을 해야만 수입 가능하므로 수입업자의 수출입업자 등록 여부를 확인해야 함

\* 미얀마 수입업자는 상무부 무역국(Directorate of Trade)에서 등록해야 하며 연별 유효등록비는 다음과 같음

▶ 1년: 15,000 Kyat, 2년: 20,000 Kyat, 3년: 30,000 Kyat

▶ 등록은 만료일로부터 3개월 전부터 갱신 가능

▶ 갱신의 경우에도 동일 수수료 납부

- 수출입은 진행 전(B/L 기준)마다 무역부에 직접 방문하여 수입과 수출의 각각의 허가를 신청해야 함<sup>20)</sup>

▶ 수입허가의 유효기간은 3-6개월이며, 필요한 경우 3개월 연장 가능

#### ② 수입신고 (Import Declaration)

- 미얀마 수입자는 수입신고서와 관련 서류를 세관에 제출

\* 수입신고 필요서류

▶ 수입신고서 (Customs Declaration Form 1)

▶ 상업 송장(Commercial Invoice)

▶ 수입 허가증(Import License)

▶ 선하 증권 또는 항공화물운송장(Bill of Lading)

▶ 포장명세서

19) 출처: 미얀마 관세청 홈페이지

20) 식품은 식약청의 FDA 허가(추천서)를 받아야만 수입 및 유통 가능

- ▶ 관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증
- ▶ 환어음(Bill of Exchange)<sup>21)</sup>
- ▶ 수입품에 대한 추천서(관련 부처)
- ▶ 국제물품공급계약서(Sales Contract)
- ▶ 기업등록증(Company Registration Certificate copy)
- ▶ 수출업자등록증(Exporter / Importer registration certificate copy)

### ③ 서류심사

- 중앙등록사무소(Central Registry)에서 수입 신고인이 제출한 수입신고서와 구비 서류를 심사한 뒤 서류에 이상이 없는 경우 일련번호, 날짜, 시간 등을 기재한 영수증을 발급함

### ④ 관세납부

- 수입업자는 수입 건에 대해 수입 허가증(라이선스)을 신청<sup>22)</sup>할 때 가격 추천서<sup>23)</sup>를 함께 제출
- 서류심사 후 품목명세, HS CODE, 관세율, 수량 등 감정 평가과에서 검토
- 무역국(Directorate of Trade)의 가치산정과(Valuation Unit)는 과거 수입된 동종물품 가격과 수입자가 수입신고서에 기재한 가격을 비교하여 과세가격을 최종 산정
- 수입 기록이 없는 경우, 수입업자와 협상 및 인터넷 가격을 참고하여 산정
- 무역국의 수납과(Cash Section)는 산정된 과세가격을 기초로 세액을 산출하고 확정하여 납세자에게 통지

### ⑤ 물품검사 및 반출

- 세관 당국의 현장심사과(Appraising Group)는 수입신고서 및 증빙서류에 기재된 내용을 확인하기 위해 실물검사 실시
- 물품검사 결과 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가되고 통관 완료

21) 환어음이 발행되는 경우에 한함

22) 수입허가 신청이 2011년 10월부터 미얀마 수도권 네피도 외 양곤에서도 수입허가 신청 및 발급이 가능해졌음

23) 가격 추천서는 이전에 미얀마로 수입된 동종물품 산정과세가격을 기초로 함

o 기존통관절차와 자동화물통관시스템(MACCS) 도입절차 비교

표 3.1 기존통관절차 및 MACCS 통관절차 비교

기존 통관절차	MACCS기반 통관절차
<ul style="list-style-type: none"> <li>-세관 신고 서류 작성 및 통관 관련 서류<sup>24)</sup> 제출</li> <li>-중앙 등록사무소에서 서류 검토 후 이상이 없는 경우 일련번호, 날짜, 시간, 등을 기재한 영수증 발급</li> <li>-수입과에서 세관 신고서류, 송장 등 관련 서류 비교 검토</li> <li>-감정평가과에서 품목에 대한 법규 및 규정 검토, 품목 명세, HS코드, 관세율, 수량 등 세부항목을 검토한 후 가치정산과로 서류전달</li> <li>-가치정산과에서 제품의 신고가치와 기존 수입 가치를 비교 검토 후 다시 감정평가과로 세관 신고 서류 이관</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-MACCS 홈페이지를 통해 수출입 신고를 위한 사전 등록서, 물품내역 신고 등 필요서류를 입력</li> <li>-MACCS가 자동으로 관세 및 물품내역 조회 및 가치평가를 실시해 결과를 업체에 전달</li> <li>-전달받은 결과를 바탕으로 수출입 신고서를 MACCS에 제출</li> <li>-MACCS가 해당 신고서를 바탕으로 화물 하역 허가</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-현금 수납과에 가치정산과에서 산정한 가치를 기준으로 관세납부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-현재는 기존의 방식과 똑같이 관세를 방문 후 납부해야 하나, 향후 은행과의 연계를 통해 전산으로 납부방식 변경 예정</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-현장 감정평가과에서 세관 신고서류 및 관련 서류 기재 내용과 실제 품목 비교 검사 과정에서 서류 기재 내용과 품목이 다를 경우 압류, 관세 재계산, 환불, 추가징수 등의 조치 시행</li> </ul>	

자료: aT 한국농수산물공사(2016)

24) B/L, Import/Export License, Original Seller's Invoice, Packing List, Sale contract 등

## 2) 식품검역

### □ 가공식품 검역

- 수입자는 식품의약품 안전청에 아래의 서류를 제출하여 위생 증명서를 발급받아야 하며 발급 비용은 서류별 약 30달러임
  - 위생 증명서(Health Certificate) 증명서
  - 원산지 증명서(Certificate of Origin)
  - 품질 인증서(Certificate of Analysis)
  - 제조 허가서(Manufacturing License)

### □ 관세제도

- 미얀마 관세청에서 발간한 관세율표(Customs Tariff of Myanmar)에 따라 HS CODE는 2106.90.99이며, 기본세율은 15%, 한-아세안 FTA 세율은 0%임
  - 상업 세는 수입 시점에 부과되고 관세는 CIF(Cost, Insurance and Freight) 기준으로 부과<sup>25)</sup>

### □ 식품 포장규칙

- 수입식품 포장의 크기와 무게규정은 없으나 다음과 같은 물질에 대해서는 국제기준(CODEX)에 준하는 것을 권장

## 3) 한-ASEAN FTA<sup>26)</sup>

- 원산지 결정기준
  - 40% 이상의 역 내부가치가 발생한 것.
  - 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 계약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정

25) CIF 가격의 0.5%를 양륙 수수료(Landing charge)로 추가

26) 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨. FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율(MFN)보다 낮은 FTA 협정세율을 우선으로 상호 적용할 수 있음. 한-ASEAN FTA에서는 모든 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정 문상의 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정세율을 적용받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음

○ 직접운송원칙

- FTA에 따른 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 △원산지 결정의 충족, △협정당사자 간의 직접운송원칙을 모두 충족해야 함
- 이에 대한민국에서 미얀마로 직접 운송된 경우에만 FTA 적용 가능함 (단, 지리적·운송상의 목적으로 단순 경유 경우는 제외)

○ FTA 원산지 증명서<sup>27)</sup>

구분	증명 방식	증명 주체	증명서 유효기간	증명 서식	사용언어	사용횟수
FTA	기관증명	정부 기관 한국: 세관/상공회의소	1년	양국 간 통일증명 서식	영어	1회 사용원칙 (분할 가능) 다만, 한-미 FTA의 경우 증명일로부터 12월 이내 포괄증명 가능

자료: TradeNAVI(2018)

○ 한-ASEAN FTA로 기본세율 15% 적용

수입국	FTA 협정	해당국 HS코드	기본세율	협정세율	원산지 기준 (Product specific rule)
미얀마	한-ASEAN FTA	210690	15%	0%	40% 이상의 역내부가치가 발생한 것. 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.

자료: TradeNAVI(2018)

27) 수출 신고필증, 원산지소명서, 제조공정도 등 관련 서류를 구비 하여 전자적인 방법으로도 원산지 증명서 발행 신청이 가능함

## 2. 인증정보

□ 미얀마 식약청 인증서 (FDA. Food and Drug Administration)<sup>28)</sup>

			
<b>FDA로고</b>		<b>GMP예시</b>	
<b>인증/검사명</b>	Recommendation for Foods (FDA 추천서)		
<b>인증 설명</b>	식품과 의약품의 경우에는 FDA를 제시해야만 수입 라이선스를 취득 가능함		
<b>발행/검사기관</b>	미얀마 식약청(FDA) / Ministry of Health		
<b>성격</b>	필수		
<b>제출서류</b>	-신청서 -제품 샘플 (1.5kg 또는 1.5L) -해당 제품이 원산국에서 식품으로 판매 가능함을 확인하는 증명서 -제품명세서(제품설명, GMP(권장), 원재료 리스트, 물리화학 분석, 라벨, 포장 등) -제조사 라이선스		
<b>비용</b>	식품업체의 경우에는 등록비 없음 (단, 의료기기는 등록비 있음)		
<b>소요기간</b>	평균 6개월 (서류검사 시일 소요는 약 60일)		
<b>유효기관</b>	2년		
<b>발급절차</b>	1) 수출업체가 수입자에게 제출서류 및 제품 샘플 송부 2) 수입자는 신청서와 함께 제출서류 및 샘플을 FDA에 제출 3) FDA 제품 검사 및 서류 검토 4) 인증서 발급		

28) 미얀마 FDA (www.fdamyanmar.gov.mm), USDA

□ ISO 22000 (Food Safety Management System)<sup>29)</sup>

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전 경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea
성격	권장
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자 등록증
비용	신청비 60만 원 (심사비는 산정 기준에 따라 상이)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기관	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 등록 신청서 작성</li> <li>2) 인증 심사 1단계             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인</li> <li>- 수행상태 및 인증범위 확인</li> <li>- 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행</li> </ul> </li> <li>3) 인증 심사 2단계             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사</li> <li>- 시스템 규격의 준수 정도 문서화</li> <li>- HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트</li> </ul> </li> <li>4) 한글 및 영문 인증서 발행</li> <li>5) 사후 심사관리 정기적으로 실시</li> </ol>

29) 한국품질보증원 ([www.kqa.co.kr](http://www.kqa.co.kr)), NQA([www.nqa.com](http://www.nqa.com)), Biz Care([biz-care.kr](http://biz-care.kr))

□ HACCP (품질 안전인증)<sup>30)</sup>

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기관	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악</li> <li>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치</li> </ol>	

30) 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.co.kr), 한국인증정보원(www.kcis.co.kr)

□ 미얀마 식품의 품질 및 안전성 향상을 위한 표준체계 강화<sup>31)</sup>

- 과거와는 달리 국제식품 기준 FSMS, HACCP, GMP의 인증을 통과해야 식품판매 승인
  - 과거 미얀마에서 UL, CE 마크와 같은 정부 및 유관기관에서 요구하는 인증검사 제도가 특별히 존재하지 않았음
  - 그러나 최근 미얀마 식품산업에 대한 품질과 검역이 강화되고 있어 인증획득에 유의해야 함

표 3.2 주요 인증기관 정보

기관	URL
미얀마 농축수산부	<a href="http://myanmargeneva.org">http://myanmargeneva.org</a>
미얀마 식약청	<a href="http://www.moh.gov.mm">http://www.moh.gov.mm</a>
미얀마 농업서비스	<a href="http://www.myanmargeneva.org">http://www.myanmargeneva.org</a>

자료: 트레이드네비(<http://www.tradenavi.or.kr>)

31) 관세법인

### 3. 라벨링

#### □ 미얀마 소비자 보호법(Consumer Protection Law) 라벨링 정보

##### ○ 미얀마 소비자 보호법 라벨링 규정<sup>32)</sup>

- 과거 미얀마 소비자연합회는 미얀마 시장에서 유통되는 상품에 대한 정보가 명확하게 표시되어 있지 않아 소비자들에게 위험요인<sup>33)</sup>이 될 수 있음을 지적하고 2014년 3월 14일부터 식품 라벨링 의무화
- 2014년에 제정된 소비자 보호법 제8조 제3항에 따라, 사업자는 상품을 생산 또는 무역(유통)하는 경우 다음과 같은 내용을 표시해야 함

표 3.3 라벨링 표시사항 예시

표시사항	라벨링 예시
- 상품명	
- 크기 및 무게	
- 사용법	
- 규모(무게)	
- 구성형태	
- 생산날짜 및 생산표기	
- 유통기한 및 부작용	
- 제조업체명 및 주소	
- 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항	
- FDA(Food and Drug Administration Department) 등록 번호, 상품번호, 재료	

- 소비자 보호법 제8조 제3항에 따르면, 아래 상품에 관해 생산 및 무역을 할 수 없음
  - ▶ 상표에 표시된 상태, 보험, 특이사항, 효과, 무게, 부피, 용량, 품질 등이 부합하지 않는 상품
  - ▶ 광고 및 판매 촉진 등에 나오는 내용과 부합하지 않는 상품

32) 2014년 3월에 소비자 보호법에 의해 식품 라벨링 규정이 생겼으나 미얀마 식약청 총장 U Than Htut이 2018년 식품 라벨링에 대한 최종 가이드라인 발표할 예정, 최종 가이드라인이 발표된 후에는 식품업체들의 숙지 기간 4개월의 시간만 부여할 것이라 한 것으로 보아 올해('18) 말까지 명확한 식품 라벨링 의무가 실현될 것으로 기대됨

33) 2017년 말 식약청의 통계자료에 따르면, 시장에 나와 있는 제품 중 약 10%의 제품이 라벨링 규정 기준치 미달로 나타남

- ▶ 상품명, 크기, 무게, 규모, 구성형태, 사용법, 생산날짜 및 표기, 유통기한, 부작용, 생산 업체명 및 주소, 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등이 없는 상품
- 소비자 보호법 제8조 4항에 따르면, 제품 메뉴얼 (사용법)의 경우 반드시 미얀마어로 표시하도록 강제되어 있으므로 이에 유의하여야 함

## 4. 위생요건 정보

### □ 식품첨가물 규정

- 김의 식품첨가물 규정은 종류에 따라 분류되나 의뢰업체 제품은 ‘조미 김’ 으로 분류 가능
  - 최종 생산된 제품은 가공 및 조리된 후에도 김 고유의 색상과 맛을 지니고 있어야 CODEX<sup>34)</sup>에서 요구하는 질 요건에 충족함

<b>건조 김</b>	수확 후 세척 하거나 잘게 다져진 건조 자연산 김을 일컬음. 이 외에 1차 가공된 김을 장기간 창고에서 2차 재 건조과정을 거친 김도 포함
<b>구운 김</b>	위에서 언급한 건조 김이 색상, 수분, 질감 등 물리 화학적 특성으로 조미료 없이 그대로 구워진 김을 일컬음. 가미된 조미료가 없어 굽는 과정에서 변형될 수 있음
<b>조미 김</b>	위에서 언급한 건조 김에 몇 가지 식재료 및 조미료가 가미된 김. 이는 조미료 첨가 전후에 구워지거나 튀겨지는 등의 제조과정을 거칠 수 있으며 섭취 전에 끓인 물의 과정을 거친 김도 포함

#### - 수분함유량

제품	최대허용치(%)
건조 김(1차 건조)	14
건조 김(2차 건조)	7
구운 김	5
<b>조미 김</b>	<b>5</b>
<b>끓인 과정을 거친 조미 김</b>	<b>10</b>

#### - 산가

제품	최대허용치(mg KOH/g)
식용 기름으로 튀겨지거나 다뤄진 조미 김	3.0

#### - 조미 김 식품첨가물 최대 허용 기준치

INS	식품첨가물	최대허용치(mg/kg)
	감미료	
950	칼륨 아세설페임(Acesulfame potassium)	300

34) 코덱스(CODEX)는 유엔식량농업기구(FAO)와 세계보건기구(WHO)가 공동으로 운영하는 국제식품규격위원회(CAC, Codex Alimentarius Commission)에서 식품의 국제교역 촉진과 소비자의 건강 보호를 목적으로 제정되는 국제식품규격이다. 미얀마는 코덱스 표준규격을 따르고 있다.



## IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정기준 및 지표
2. 경쟁제품 분석

## 경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 OVERVIEW

### 제품분석 결과(평균)

	10g당 평균가격	584 MMK (약 465원)
	원료(성분)	옥배유, 소금, 참기름, 김 성분 비율 상이 등
	유통기한	1년 (365일)
	포장형태	폴리에틸렌 재질 경쟁제품의 패키지는 크게 폴리에틸렌 직사각형 트레이 타입과 폴리에틸렌 파우치 타입 2가지로 분류됨

### 대표 분석제품 상세

		
한국제품은 C사가 우위에 있으며 '스낵'형태보다 한국 식 '반찬' 형태로 제품출시	대표 태국제품으로 현지 출시된 태국제품은 스낵류는 스틱 형태와 평면 형태 두 가지가 있음	대표 태국제품으로 평면 형태 스낵류의 제품

- '조미 김'은 한국제품보다 태국제품이 강세임
- 현지에서 '조미 김'은 한국과 같은 반찬의 한 종류가 아닌 '스낵류'로 인기
- 다수의 현지 소비자들이 태국제품의 '조미 김'도 한국제품으로 오해하고 있는 경우가 있었음
- 한국 '조미 김' 제품은 위생과 맛, 포장 등 거의 모든 부분에서 긍정적으로 평가되고 있으며 구매 의사가 매우 높았음

# 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

## o 분석기준 및 지표설정

- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고, 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

## o 대표 방문매장<sup>35)</sup>

온라인		오프라인	
shop(kaymu)	city mart	Thirimigalar Market	Bogyoke AungSan Market
			
www.shop.mm	www.citymall.com.mm	Bayintnaung road, Hlaing tar yar city, Yangon, Myanmar	East D, 11141, Pabedan, Township, Yangon 11141, Myanmar

오프라인			
Ocean	Sein Gay Har	City Mart	Gamon Pwint
			
Pyay Road & Tawwin Road, Mayangone Township, Yangon	44, Pyay Road, Yangon, Myanmar	No 69, 6.5 Mile, Pyay Road, Hlaing Township, Yangon.	Bagaya St, Yangon, Myanmar

35) 다음 사항은 주요 경쟁제품 분석에 크게 영향을 미친 유통채널을 나타낸 것이며, 현대 유통채널 Market Place, Orange 포함 총 온라인 채널 3개, 오프라인 채널 8개(전통채널 2개, 현대적 채널 6개)를 바탕으로 하였음

## 2. 경쟁제품 분석

### ① 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제조사	masita	TMK Thailand
	제품명	Masita Cripsy Seaweed	kokiri hot spicy seaweed snack
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛, BBQ 맛)</li> <li>- 파우치형 포장</li> <li>- 한국어로 '맛있다' 표기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 자연 김 식품</li> <li>- 한 박스 안에 8rolls 포함</li> <li>- 스틱형 제품</li> <li>- 4가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛, 불고기 맛, 허니버터 맛)</li> </ul>
	용량(g)	36g	100g
	제품가격	1,800 Kyats <sup>36)</sup>	2,190 Kyats

36) 2018년 6월 21일 미얀마 중앙은행(Central Bank of Myanmar) 고시환율 기준, 1 USD=1,368 Kyats

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	제조사	Tao Kae Noi	Agora
제품 스펙	제품명	Agora Tao Kae Noi Fried Seaweed Snacks Tom Yum	Agora Thai Seaweed Snacks
	제품특성	- 파우치형 포장 - 6가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛, 해산물 맛, 일본 소스 맛, 뽕양궁 맛, 매우 매운 맛)	- 파우치형 포장 - 2가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛)
	용량(g)	15g	200g
	제품가격	850 Kyats	2,300 Kyats

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	Tao Kae Noi	Pureunbada
	제품명	Agora Tao Kae Noi Big Sheet Seaweed	Pureunbada Natural for Kimbab Sea Laver(Seaweed)
	제품특성	- 4가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛, 해산물 맛, 일본 소스 맛)	- 1팩당 10장 / OPP에 5장 - ‘한국 전통방식’의 제조방법 이라고 홍보 - 미얀마 FDA License 보유
	용량(g)	200g	200g
	제품가격	2,250 Kyats	8,900 Kyats

구분		제 품 #7	제 품 #8
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지 (겉)		
	제 품 이 미 지 (속)		
제 품 스펙	제 조 사	Royal Palace	Pureunbada
	제 품 명	Royal Palace Salted Pan Roast Sea Laver	Pureunbada Roasted with Salt Sea Laver (Seaweed)
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- steel pan위에 구운 제품</li> <li>- 1팩에 5장/ 박스당 10팩</li> <li>- 파우치형 포장</li> <li>- 고영양, 건강식품으로 홍보</li> <li>- 한국식 과자 및 간식</li> <li>- 간편한 반찬 재료 활용으로 홍보(한국식 섭취방법)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1팩당 10장 / OPP에 5장</li> <li>- 파우치형 포장</li> <li>- 미얀마 FDA License 보유</li> <li>- 한국 양식 김을 수입</li> <li>- 간편한 반찬 재료 활용으로 홍보(한국식 섭취방법으로 홍보)</li> <li>- '한국 전통방식'의 제조방법 이라고 홍보</li> </ul>
	용 량(g)	20g	200g
	제 품 가 격	20,900 Kyats	9,900 Kyats

② 오프라인<sup>37)</sup>

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	청정원	청정원
	제품명	돌 김자반	햇김
	제품특성	- Ocean 슈퍼마켓에서만 판매 - HACCP 인증 표기	- HACCP 인증 표기 - OCEAN, City Mart 에서만 판매
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 직사각형 트레이
	성분	해바라기유 38%, 돌김 30%, 멸치 2%, 아몬드 2%, 호두 2%, 당근 1.4%, 계란 0.6%, 브로컬리 0.4%	김, 옥배유, 소금, 참기름
	조사매장	OCEAN	OCEAN
	용량(g)	65g	18.4g
	제품가격	4,450 Kyats	1,900 Kyats

37) 오프라인 조사는 현지에 거주하고 있는 현지조사원 조사를 기반으로 한 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	청정원 (대상주식회사)	HOSAN(호산) CO, Ltd
	제품명	올리브유 재래 김	호산 에이플러스 저염 재래 김구이
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HACCP 인증 표기</li> <li>- 현지 소비자들이 많이 구매하는 제품이나 오일이 너무 많다는 지적이 있음</li> <li>- 첫맛은 고소하나 끝 맛이 역하다는 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ISO9001 인증 표기</li> <li>- 저염 재래 김구이, 재래 김구이 2종류 출시</li> </ul>
	포장 용기	플라스틱 직사각형 트레이	플라스틱 직사각형 트레이
	성분	재래 김 47.2%(국산), 올리브유 4%, 옥배유, 소금, 참기름	김 50%, 옥배유, 소금, 참기름
	조사매장	City Mart	OCEAN, City Mart
	용량(g)	17g	27g
	제품가격	1,850 Kyats	3,250 Kyats

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (겉)		
	제품 이미지 (속)		
제품 스펙	제조사	TMK Thailand Co, Ltd.	타케노이
	제품명	코끼리 더블 롤	타케노이 Bing Sheet
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HACCP 인증 표기</li> <li>- 맛의 종류가 다양하고 소비자 구매도가 높음</li> <li>- 포장에 '코끼리'라는 한글이 표기되어 있어 현지 구매자들이 한국제품으로 알고 있음(태국제품)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HACCP 인증 표기</li> <li>- GMP 인증 표기</li> <li>- 4가지 맛(온라인과 동일)</li> <li>- 양곤 내 최대 유통망</li> <li>- 소비자 구매도가 가장 높음</li> </ul>
	포장 용기	플라스틱 시트	플라스틱 시트
	성분	김, 설탕, 소금, 토마토 파우더, 천연향료, 리보뉴클레오타이드, 향료(마늘, 고추, 후추), 구연산	김 85%, 팜유 9%, 후추 2%, 고추 2%, 소금 1.5%, 향료 0.5%
	조사매장	Sein Gay Har	Sein Gay Har, Ocean, City Mart, Local 편의점, Taw Win Center(Orange)
	용량(g)	21g	4g
	제품가격	1,450 Kyats	220 Kyats

구분		제품 #7
제품 이미지	제품 이미지 (겉)	
	제품 이미지 (속)	
제품 스펙	제조사	Thai Korean Seaweed Co, Ltd.
	제품명	마시타 김 스낵
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3가지 맛 (오리지널 맛, 매운맛, BBQ 맛)</li> <li>- 브랜드 이름을 한국어 '맛있다'를 활용</li> <li>- 미얀마 현지 여러 슈퍼마켓에서 쉽게 찾아볼 수 있음</li> </ul>
	포장 용기	플라스틱 파우치
	성분	마른 김 85%, 야채유 8%, 매운 코리아 바비큐 소스 6.2%, 요오드화된 소금 0.8%
	조사매장	Ocean, City Mart, Taw Win Center(Orange)
	용량(g)	14g
	제품가격	1,000 Kyats



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정과정
2. 주요 경쟁사 개요

## 1. 경쟁사 선정과정

### ○ 방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 조미 김(Processed seaweed, Seaweed snack 등)
- 온라인 쇼핑몰 분석<sup>38)</sup>
  - 시티마트 (City Mart)
  - 습(케이무) (shop(kaymu))<sup>39)</sup>

### ○ 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- ‘조미 김’ 과 ‘김 스낵’ 제품 등 김 가공식품의 현지조사원 조사 실행
- 현지유통채널 방문<sup>40)</sup>
  - Sein Gay Har
  - Ocean
  - City Mart
  - Taw Win Center (Orange)
  - Market Place
  - Gamon Pwint

### ○ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

한국	태국		
청정원	Tao Kae Noi	TMK Thailand	Thai Korean Seaweed
			
오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매

38) onekyat, mmBay라는 어플리케이션에서 거래가 이루어지는 현지 소비자들이 이용하는 쇼핑몰이 있으며 ‘조미 김’ 판매 가능함. 개인이 쉽게 상품 사진을 올려 판매할 수 있으며 자세한 절차는 이하와 같음. <http://www.yangondirectory.com/en/advertise-with-us/free-listing/html>에서 회사등록을 하면 무료로 상품을 온라인상에 진열 및 판매할 수 있으며 쇼핑몰 책자광고도 가능함. 상담은 01-8619277

39) 2016년도까지 다른 쇼핑몰을 운영하였으나 이후 shop으로 같은 회사로 결합 되어 더 이상 kaymu는 존재하지 않음. shop과의 통화 가능 번호는 +95-09969965500

40) 전통 유통채널은 신선식품 위주로 판매하며 ‘조미 김’ 제품을 판매하는 곳이 없음

## 2. 주요 경쟁사 개요

### □ ㈜ C사

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조미 김, 김자반 제품출시</li> <li>- 오프라인 제품출시</li> <li>- 현지 유통매장에서 한국기업 중 가장 넓은 유통망을 지니고 있음</li> <li>- 전국 각지에 지사 존재</li> </ul>			
	기업 유형	식품 도소매업	홈페이지	www.chung*****.com
	취급품목	각종 가공식품 등	이메일	-
	소재지	서울특별시 동대문구	설립연도	1996년
대표 제품				

자료: 청정원(www.chungjungone.com)

### □ Tao Kae Noi Co, Ltd

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 할랄위원회에서 '할랄(Halal) 인증' 획득</li> <li>- ISO 9001, GMP, HACCP 인증보유</li> <li>- 다양한 '김 스낵' 스틱형 제품출시 및 많은 인기를 끌고 있음</li> <li>- 한국산 '김'을 사용하여 한국 공장에서 수입해옴</li> <li>- 온·오프라인 제품출시</li> </ul>			
	기업 유형	식품 도소매업	홈페이지	www.taokaenoi.co.th
	취급품목	김 스낵, 기타스낵	이메일	intertrade@taokaenoi.co.th
	소재지	태국	설립연도	2004년
대표 제품				

자료: Tao Kae Noi(www.taokaenoi.co.th)

□ TMK Thailand Co, Ltd

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘코끼리’라는 한글명을 사용</li> <li>- 주요 파트너는 Tao Kae Noi, Siam food, STC Group, LG생활건강</li> <li>- 온·오프라인 제품출시 및 OEM 가능</li> <li>- HACCP, ISO9001 인증보유</li> </ul>		
	기업 유형	김 제조·도매업	홈페이지
취급품목	김 스낵	이메일	tmk208@hotmail.com
소재지	Pathum Thani, Thailand	설립연도	2008년
직원 수	242명	매출액	US 250-500
대표 제품			

자료: TMK Thailand(www.dongwoo-seaweed.com), 알리바바 기업정보(www.alibaba.com)

□ Thai Korean Seaweed

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 할랄위원회에서 ‘할랄(Halal) 인증’ 획득</li> <li>- ISO 9001, GMP, HACCP, BRC, Health Certificate(China) 인증보유</li> <li>- ‘맛있다(masita)’라는 한글명을 사용</li> <li>- 온·오프라인 제품출시 및 OEM/ODM 가능</li> </ul>		
	기업 유형	김 스낵 제조·도소매업	홈페이지
취급품목	김 스낵	이메일	info@thaikoreanseaweed.co.th
소재지	방콕(태국)	설립연도	2012년
직원 수	150명	매출액	US 1000만 (연간)
대표 제품			

자료: Thai Korean Seaweed(www.thaikoreanseaweed.co.th), D&B Hoovers(2018)



## Ⅵ. 유통채널 현황

1. 주요 유통채널 개관 및 현황
2. 주요 현지유통업체별 개요

## VI. 유통채널 현황

### 1. 주요 유통채널 개관 및 현황

#### □ 유통구조

- 미얀마의 수입 가공식품은 도매상을 겸한 수입상이 소매상을 거쳐 소비자로 전달하는 채널이 일반적
  - 구체적인 품목에 따라서는 수입업자와 도매업자가 다른 경우도 있음
  - 수입업자와 유통업자의 주도하에 유통

표 6.1 미얀마 현지 주요 유통구조 정리



자료: EC21 참고하여 연구자 직접 작성

## □ 유통채널 현황

### (1) 오프라인 (재래시장)

- 현대적 유통망이 발달하고 있으나 늦은 경제 개방으로 여전히 전통 재래시장이 주요 식료품 구매 채널<sup>41)</sup>
  - 재래시장은 가격이 저렴하나 신선식품의 비중이 높고 수입 가공식품은 판매하지 않아, 조미 김의 유통채널로는 적합하지 않을 것으로 보임



자료: 현지조사원

- 현대적인 유통망이 확대되는 추세이나, 전통시장의 유통 비중이 여전히 매우 높은 상황
  - 자동화물통관 시스템을 통해 추정되는 전체 소매유통시장의 규모는 약 120억 달러이며, 이 중 전통시장이 약 90%를, 현대적 유통망이 약 10%를 차지하는 것으로 파악됨
  - 그러나 급속한 도시화에 따라 향후 편의점, 슈퍼마켓 등 현대적 유통망 이용 소비자가 빠르게 증가할 것으로 예상
  - 가공식품류는 대부분 현대적인 유통망인 슈퍼마켓이나 편의점에서, 과일류 등의 신선식품은 주로 전통시장에서 판매됨

41) USDA(2017)에 따르면, 미얀마 소비자의 전통 유통채널 이용 비중은 90%, 현대적 유통채널은 10%로 나타남

표 6.2 국가별 유통채널 비교

(단위: 100%=US 120억)

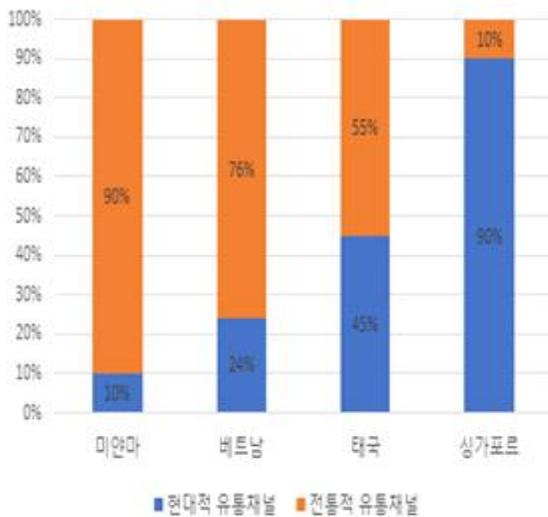
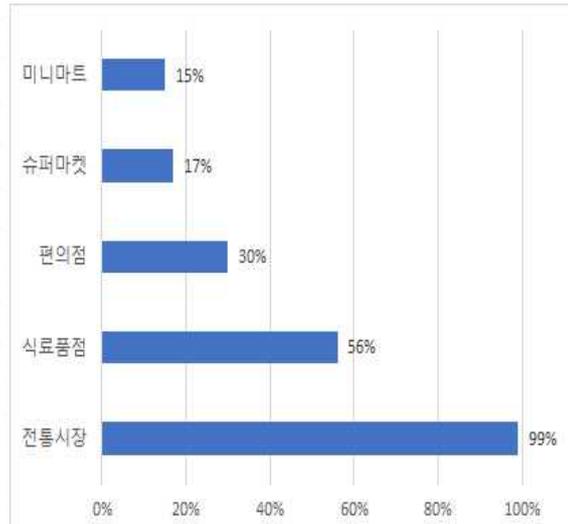


표 6.3 양곤 유통채널 현황



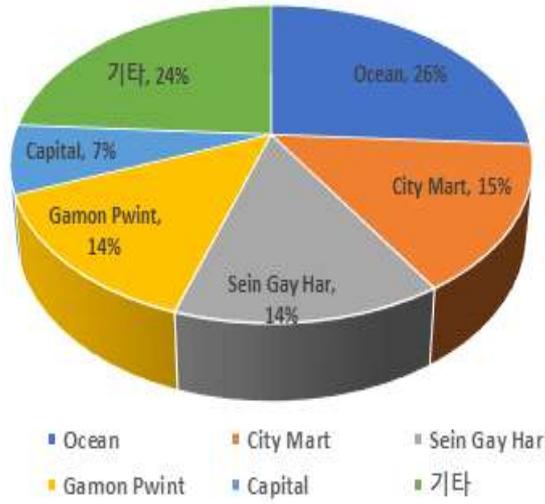
자료: USDA(2017)

(2) 오프라인 (현대적 유통망)

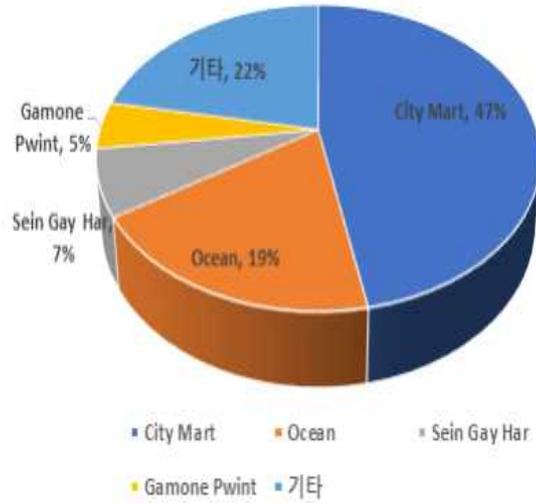
- 미얀마 현대적 소매유통업체를 살펴보았을 때, City Mart<sup>42)</sup>와 Ocean의 점유 비중이 높음
  - 현대적 소매유통업체인 Ocean의 점유율이 26%로 가장 높음
  - Ocean과 달리, City Mart는 일용소비재의 판매 비중이 압도적으로 높음
  - 수입제품이 대부분 City Mart에 유통되는 것으로 보아, Ocean은 미얀마 제품 및 일용소비재 외의 제품을, City Mart는 일용소비재 및 수입제품을 취급하는 등 두 현대적 유통망의 성격이 조금 상이
- 현대적 유통망은 대형 슈퍼마켓, 복합쇼핑몰 및 편의점이며 주요 고객은 수입식품에 익숙한 젊은 층 및 중상류층, 외국인임
  - 수입식품은 대부분 현대적 채널을 통해 유통되므로, 미얀마 진출 시 고려
  - 미얀마 초기 진출 시, 빈부격차가 큰 현지특성을 고려하여 중상류층 소비자를 우선적으로 타겟

42) 특히, City Mart Holdings(CMHL)은 네피도, 양곤을 중심으로 200여 개의 크고 작은 슈퍼마켓 운영

표 6.4 미얀마 현대적 소매유통업체별 점유율



현대적 소매유통업체별 FMCG<sup>43)</sup> 점유율



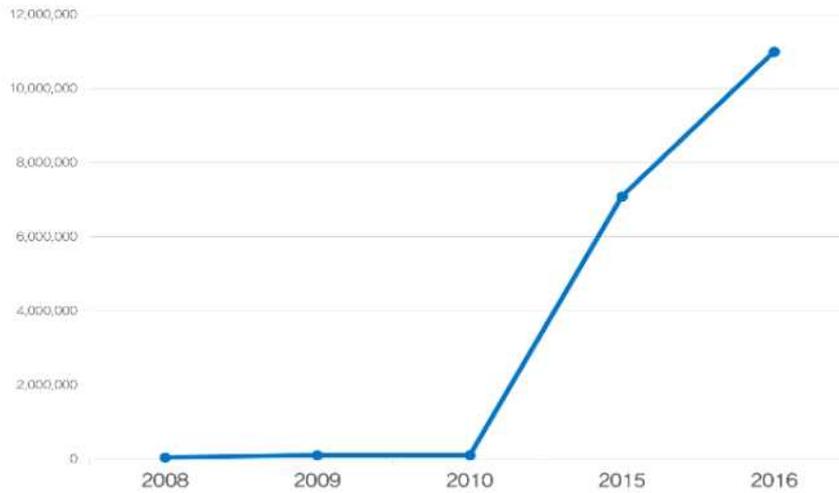
### (3) 온라인

- 급속한 인터넷 사용자 증가에 따라 온라인이 현대적 유통망으로 부상
  - 인터넷 사용량 증가와 모바일 기기 확산에 따른 온라인 접근성 개선으로, 온라인이 효과적인 마케팅 채널이 되고 있음
  - 느린 유선 인터넷 속도로 인해 미얀마 인터넷 사용자의 70%가 모바일 기기를 활용
  - 2015년 기준 미얀마의 온라인 쇼핑물 수는 약 2,000개 사이이며, 대부분이 최근 5년 사이에 설립(인터넷 등 온라인 인프라 개선의 영향)

43) FMCG(Fast Moving Consumer Goods): 일용소비재

표 6.6 미얀마 인터넷 사용 인구 추이

(단위: 명)



자료: International Monetary Fund(2017)

○ 온라인유통망 중 페이스북이 가장 영향력 있고 활발한 유통채널

- 미얀마에서는 메신저에서 부동산 거래에 이르기까지 대부분의 온라인 활동이 페이스북을 통해 이루어지며 심지어 페이스북이 구글 등의 검색엔진을 대체하기도 함
- 미얀마 내에는 다수의 파워 블로거가 존재하며 브랜드 및 제품홍보의 수단으로서 페이스북 활용도가 높음
- 미얀마 인터넷 사용자의 80%는 페이스북을 사용하며, 특히 밀레니엄 세대(17-35세)의 경우 약 96%가 페이스북 쇼핑몰을 이용하는 것으로 파악됨
- 특히 밀레니엄 세대 소비자의 2/3는 구매 결정 시 소셜 미디어 반응에 영향을 받는 것으로 분석됨
- 페이스북 사용자 중 한국의 ‘파워 블로거’와 같이 영향력(다수의 팔로워 보유)이 큰 유저 페이지가 존재하며, 이는 효과적 마케팅 채널로서 가치가 있음

표 6.7 각 지역 인터넷 사용자 중 페이스북 이용 비율(%)

북아메리카	남아메리카	중동	아시아	유럽	아프리카	미얀마
82.19	87.53	58.99	37.9	52.03	41.25	80.01

자료: Internet World Stats(2017)

## 2. 주요 현지유통업체별 개요<sup>44)</sup>

### 1) 전통시장

#### ① Thiri Mingalar Market

기업 개요		
	주소	Thirimigalar Market, Bayintnaung road. Hlaning tar yar city Yangon, Myanmar
	특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 금, 은 세공품 및 제이드와 보석류, 옷감, 신발, 그림 등 기념품 판매가 주를 이룸</li> <li>- 아주 작은 구멍가게 형태로 운영됨</li> <li>- 수입 가공식품을 판매하지 않음</li> </ul>

자료: 현지조사원

#### ② Bogyoke Aung San Market

기업 개요		
	주소	No(66,67,68,69,78,79), East D, Bogyoke AungSan Market, 11141, Pabedan, Township, Yangon 11141, Myanmar
	특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 양곤 최대 농산물, 꽃 도매상</li> <li>- 시장 양쪽 끝에 조그마한 식료품을 팔기도 함</li> <li>- 기본적인 생필품으로 파는 제품은 식용류, 커피 파우더, 티 등</li> <li>- 수입 가공식품을 판매하지 않음</li> </ul>

자료: 현지조사원

44) 미얀마 현지유통망 중 항목별 대표 2업체만 선별하여 정보제공

## 2) 현대유통망

### ① Ocean

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미얀마 복합 쇼핑몰</li> <li>- 식품과 각종 일상용품 판매</li> <li>- 양곤(Yangon)에 2개 위치, 네피도(Nay Pyi Taw)에 1개 위치</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	65-954-6506	설립연도
본사 위치	Yangon	점포 수	3개
대표전화	+95-1-652959(~62)	홈페이지	<a href="http://www.oceansupercenter.com.mm">http://www.oceansupercenter.com.mm</a>
입점 절차 <sup>45)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 절차 필요서류 및 정보</li> <li>• 식약청 허가증</li> <li>• 회사 및 무역 라이선스</li> <li>• 상품설명 및 가격</li> <li>• 1년간 프로모션 계획서</li> <li>• City Mart 본사 방문하여 접수</li> <li>• 상품진열 기간: 45일</li> <li>• 상품진열 비용: 한 지점 한 제품 당 25,000 Kyat (약 19,740원)</li> <li>• 전 지점 다이렉트 자가배송 쏘</li> </ul>		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

45) 제시한 현지 입점 절차는 미얀마 현지에 있는 Ocean, City Mart, Market Place가 모두 동일하며 한 번에 진행 가능함. 본 자료는 현지 City Mart 직접 방문하여 식품담당자와의 인터뷰 문의를 통해 얻은 조사자료이며, 한국에서 직접통화 희망 시, +95 9 4459 380 39로 문의

## ② City Mart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미얀마 전역 대형 종합쇼핑센터</li> <li>- 경제 개방 이후 가장 빠르게 성장하고 있는 기업이며 미얀마 유통업계 1위</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	65-954-6506	설립연도
본사 위치	Yangon	종업원 수	7k
대표전화	+95-1-525403 +95-1-526518	홈페이지	<a href="http://www.citymart.com.mm">http://www.citymart.com.mm</a>
매출액	873m (USD)	점포 수	128개
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형 종합쇼핑센터(10개), 대형 하이퍼마켓 Ocean Supermarket(6개), 슈퍼마켓 City Mart(17개), 편의점 City Express(37개), 약국 City Care(23개), 베이커리 Season Bakery(21개), 외에도 고급문구점 등 다수의 체인 보유 (2014년 기준)</li> <li>- 고품질의 식품과 라이프 스타일을 선호하는 도시 거주자를 타겟으로 하여 해외 수입제품과 상류층을 위한 제품 판매</li> <li>- 주요 수입국: 한국, 태국, 중국, 싱가포르, 인도네시아 등</li> <li>- 업종: 유통, 무역, 슈퍼마켓, 약국, 베이커리 등</li> </ul>		
매장 전경	 		

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

### ③ Aeon Orange

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 슈퍼마켓 겸 유통기업</li> <li>- CMGC 업체의 체인점</li> <li>- 일본 AEON 소매기업의 계열사</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	2016년
본사 위치	Yangon	점포 수	14개
대표전화	+95-1-209-451	홈페이지	<a href="http://www.facebook.com/orangesupermarket.mm">www.facebook.com/orangesupermarket.mm</a> (개인 홈페이지 없음)
매장 전경			

자료: THE NATION(2016.08.03.), Bloomberg, Google(좌측 사진), 현지조사원

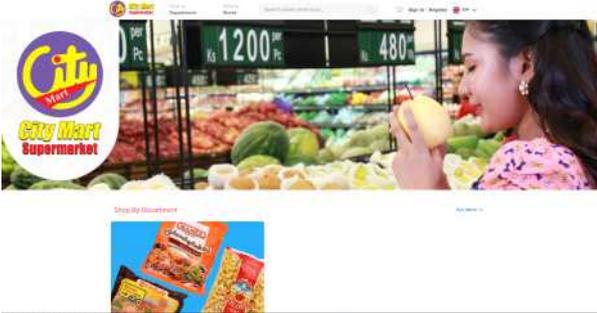
#### ④ Sein Gay Har

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sein Gay Har의 첫 지점은 미얀마 차이나타운에 설립되었음</li> <li>- 다양한 소비재, 보석류, 가구류, 의료기기, 식료품 등 판매</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	1985년
본사 위치	Yangon	점포 수	6개
대표전화	+95-1-395-140	홈페이지	www.seingayhar.com
매장 전경			

자료: Sein Gay Har, 현지조사원

### 3) 온라인시장

#### ① City Mart

기업 개요		
이미지		
홈페이지	www.citymall.com.mm	
메일	customercare@citymall.com.mm	
특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식자재 위주로 판매하고 있는 온라인 슈퍼마켓</li> <li>• 식자재 말고도 완구 및 잡화도 판매함</li> </ul>	

#### ② Shop (Kaymu)

기업 개요		
이미지		
홈페이지	www.shop.com.mm	
메일	service@shop.com.mm	
특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미얀마 내 온라인 복합 쇼핑몰</li> <li>• 월 방문객 50만 돌파</li> <li>• 한국의 삼성, LG와 일본의 SONY 등 해외 브랜드 제품들도 다양하게 판매</li> <li>• 식료품, 전자기기, 화장품, 의류 등 여러 가지 상품들을 한 번에 쇼핑할 수 있음</li> </ul>	
입점 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품등록 및 나열: 사업자와 사업에 대한 세부정보 및 제품 정보제공</li> <li>• 미얀마 전역에서 주문 및 판매(목록에 제품 게시가 되면 판매가 가능해지고 판매자 센터를 사용해 주문관리)</li> <li>• 상품 포장 및 배송</li> <li>• 상품 대금 지급</li> </ul> <p>(문의 전화) +09 96 996 5500</p>	

## 별첨

### □ 미얀마와의 거래 시, 유의 사항

비고
<ul style="list-style-type: none"><li>- 거래 시, 유의할 점</li><li>• 미얀마 정부는 공식적으로 수입 시 L/C 거래만을 인정하며 T/T(전신환거래: Telegraphic Transfer)거래는 인정하지 않음</li><li>• 그러나, 금융 부담으로 수입 대금의 일부만 정부에 공식 신고하는 언더밸류가 존재하여 많은 기업이 이용하고 있음<sup>46)</sup></li><li>• 상무부에서 공시하는 동종 품목의 가격을 기준으로 적정 가격을 산출하므로 송장(Invoice) 금액과 실제 수출입 금액이 다를 수 있음</li><li>• 관세는 CIF(Cost, Insurance and Freight)기준으로 부과되며, CIF 가격의 0.5%가 양륙 수수료(Landing Charge)로 추가됨</li><li>• L/C 개설은 2012년 이래로 민간은행에서도 가능하나, 신뢰 문제로 미얀마 정부에서 운영하는 MFTB(Myanmar Foreign Trade Bank)와 MICB(Myanmar Investment Commercial Bank)은행에서 실질적으로 이루어짐</li><li>• 달러 거래의 어려움으로 유로화 L/C 개설이 대부분이며 보다 바람직함</li><li>• 미얀마와의 거래 시, 가장 어려운 문제는 커뮤니케이션에 해당되며 미얀마의 열악한 통신 사정을 고려하여 인내심을 갖고 지속적으로 연락을 취할 필요가 있음</li><li>• 미얀마 기업인은 이메일 교신을 가장 선호하고 전기통신 문제로 교신이 어려울 경우를 대비하여 팩스를 함께 사용하는 것이 좋음</li></ul>

46) 차액을 제3국 은행 계좌에서 T/T로 송금하거나 인편에 직접 전달하는 방식을 사용함

## 참고문헌

### ■ 참고 자료

1. Country Insight Snapshot Myanmar May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.5.13
2. 「Exporter Guide-Myanmar Exporter Guide 2017」, USDA, 2017.12.22.
3. 「Burma- Union of- Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA, 2018.01.11.
4. 「미얀마 국가신용도 평가 리포트」, 한국수출입은행, 2017.09
5. 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」 (www.fao.org), 2017.
6. 「Food Safety in Myanmar」, CMAAO, 2015.12
7. 「Codex Alimentarius-Regional Standard for Laver Products」 (www.fao.org), 2017
8. 「Codex- General Principles of Food Hygiene」 (www.fao.org)
9. 「Food Safety and Quality Standard」 (www.fao.org), 2016.06
10. 「Compliance Program Guidance Manual」, FDA, 2017.09
11. 「Country Programming-The Cooperation and Partnership, 2012-2016」, (www.fao.org)
12. 「The Myanmar Consumer Survey, Golden land, golden opportunities」, 2016.10

### ■ 참고 사이트

1. ‘MIC seeks investments in logistics, manufacturing’ , MYANMAR TIMES, (2018.06.05.), (<http://www.mmtimes.com>)
2. 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
3. 세계 HS 정보시스템([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
4. International Trade Centre([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
5. 유엔식량농업기구([www.fao.org](http://www.fao.org))
6. KMI 한국해양수산개발원 ([www.kmi.re.kr](http://www.kmi.re.kr))
7. 농업연구소([www.bar.gov.ph](http://www.bar.gov.ph))
8. 미얀마 관세청([customs.gov.ph](http://customs.gov.ph))
9. 무역산업부([www.dti.gov.ph](http://www.dti.gov.ph))
10. city mall ([www.citymall.com.mm](http://www.citymall.com.mm))
11. USDA ([www.usda.gov](http://www.usda.gov))
12. Euromonitor International ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
13. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
14. Deloitte ([www2.deloitte.com](http://www2.deloitte.com))
15. 미얀마 통계청 ([www.mmsis.gov.mm](http://www.mmsis.gov.mm))
16. 미얀마 식품 관련 기관 ([www.fdamyanmar.gov.mm](http://www.fdamyanmar.gov.mm))
17. KOPIA ([www.itcc.rda.go.kr](http://www.itcc.rda.go.kr))
18. World Bank ([www.worldbank.org](http://www.worldbank.org))
19. 한국 수출입은행 ([www.koreaexim.go.kr](http://www.koreaexim.go.kr))
20. 한·미얀마 연구회 ([www.komyra.com](http://www.komyra.com))

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1804-07

품 목 : 조미 김(Processed Seaweed)

국 가 : 미얀마(Myanmar)

-----  
보고서 기획 및 작성  
- 한국농수산물유통공사

-----  
발 행 일 2018  
발 행 처 한국농수산물유통공사 aT수출애로상담실  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>  
자료문의 aT수출애로상담실  
02-6300-1119

- o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.