

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-01

품 목 : 알로에 액즙(Aloe sap)

국 가 : 미얀마 (Myanmar)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	3
1. 수출환경 및 경제지표	4
2. 식품산업 현황	7
3. 수출입통계 및 생산통계	12
II. 정책 이슈 및 시장 트렌드	17
1. 정책 이슈	18
2. 제품 트렌드	18
3. 현지 인터뷰	19
III. 통관 및 제도	22
1. 통관 및 검역	24
2. 인증정보	33
3. 라벨링	36
4. 위생요건	39
VI. 유통채널	41
1. 유통채널 개황	42
2. 주요 유통채널 분석	49

참고문헌

국가 개요

미얀마는 1948년 1월 영국으로부터 독립을 선언하면서 국명을 ‘버마연방(Union of Burma)’로 칭하였으나 2010년 10월 헌법 개정에 따라 ‘미얀마 연방공화국(The Republic of the Union of Myanmar)’로 개칭. 지리적으로 미얀마의 면적은 약 677,000 km²로 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 농산품 및 수산품임

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%, 산인 9%, 카렌인 7%
- ▶ 면적: 677천 km² (한반도의 약 3배)
- ▶ 기후: 열대성 몬순
- ▶ 종교: 불교 89%, 기독교 5%, 이슬람교 4%
- ▶ 언어: 미얀마어(공용어)
- ▶ 화폐단위: Kyat(Kt)
- ▶ GDP: 670억 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 1,272 달러(2017)
- ▶ 이동통신 가입자 수: 89% (2016)



자료: 「Country Insight Snapshot Myanmar June 2018」, 2018.05.,
한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.,
U.S.Department of Agriculture(USDA), 2017.,
미얀마 통계청, 2017.08. 자료 종합

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

	등급	등급 전망
	DB6 ²⁾	안정적

자료: Country Insight Snapshot Myanmar June 2018¹⁾, 2018.07

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 아세안 회원국 중 가장 낮은 인건비 및 수백만 명의 잠재 소비자 보유 - 천연가스, 의복, 전자제품 제조, 통신, 철도 산업의 성장 가능성이 높음 - 기반시설에 지속적인 투자가 효과를 나타낼 것으로 전망(특히, 통신 분야)
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 라카인주에서의 야만적인 행위 및 인종 청소와 이에 대한 정부의 미온적 대처로 인해 국제적 비판을 받고 있음. - 자연재해에 매우 취약함 (2015-2016년 홍수로 막대한 재산 및 인명 피해 발생) - 인프라가 매우 취약하여 현대화에 상당 기간이 소요될 것으로 예상

자료: Country Insight Myanmar June 2018 2018.07

- 1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.
- 2) 높은 변동성에 기인한 수익률을 기대할 수 있는 위험등급으로 이러한 위험을 헤지하는 추가위험 또는 비용에 보상하기 위해서 매우 높은 예상수익이 요구됨

□ 주요 거시경제 지표

- 2013년부터 장기간 논의되어 온 미얀마 회사법(Myanmar Companies Act)이 2018년 8월 발효됨에 따라, 외국인 투자 증가 및 사업 환경 개선으로 2018년 이후 7%대의 높은 경제성장률을 보일 전망
- 단기 고성장에 따른 공공부문 급여 및 전기료인상, 부동산 가격 및 임대료 상승으로 인해 경상수지는 계속적으로 마이너스를 기록할 것으로 전망
- 물가상승으로 인한 소비 위축, 부족한 경제 인프라 등의 영향으로 향후 지표개선은 제한적일 것으로 예상

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

지표	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-5.1	-3.9	-5.2	-5.3	-5.2	-5.4	-5.5	-5.4
부채상환비율	0.5	0.8	3.6	3.3	3.1	3.1	3.1	3.0
재정수지/GDP	-4.1	-2.8	-3.5	-4.0	-4.2	-4.3	-4.3	-4.4
물가상승률	9.5	7.0	7.1	7.2	7.4	7.3	7.5	7.4
경제성장률	7.0	5.9	6.4	6.8	7.0	7.1	7.2	7.1

자료: Country Insight Snapshot Myanmar June 2018, 2018.07

□ 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 전체 인구의 절반까지 확대되었으며, 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
 - 방글라데시, 베트남, 중국 등 주변 지역의 인건비 상승으로 의류 산업에 있어 인건비가 저렴한 미얀마의 경쟁력과 투자 매력도가 높아지고 있음

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
<p style="text-align: center;">정치적 안보 위협</p>	<p>○ 안전한 난민 귀환 조약에 대한 협약 동의</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2018년 6월 미얀마와 유엔, 방글라데시에 있는 70만 로힝야(Rohingya) 난민 귀환에 대한 조약 승인 ▶ 그러나 미얀마 당국이 이전에 국제형사재판소(ICC)의 라카인(Rakhine) 지역 사태 조사를 거부하고 현 사태에서도 국제기구의 현지 진상조사 평가를 거절한 것에 대한 비판이 존재 <p>○ 국가안보회의의 낙관적인 전망과는 달리 진전은 없을 것으로 전망</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2018년 6월 초 미얀마의 실질적 최고지도자인 아웅 산 수지(Aung Sang Suu Kyi)와 민 아웅 흘라잉(Min Aung Hlaing) 군 최고사령관 간의 국가안보회의는 긍정적인 해석도 있으나 전망은 부정적 ▶ 미얀마는 국민민주연맹(NLD) 정권과 미얀마 군부(Tatmadaw) 및 민족주의자들 간 긴장이 고조되는 정치적 상황
<p style="text-align: center;">사업 인프라 환경</p>	<p>○ 띠라와 경제특구(Thilawa SEZ)³⁾, 2단계까지 연장</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 띠라와 경제특구 정책 1단계 완료, 現 2단계 기반시설 건설 진행 중 <ul style="list-style-type: none"> • 25 메가와트(MW) 가스터빈 발전소를 포함하며, 이 중 첫 번째 발전소는 건설 현장에 전력을 공급하고 있음 • 2019년 말까지 2,000ha(헥타르·1ha=1만 m²)에 달하는 경제특구의 완전 가동이 가능할 것으로 예상 ▶ 아시아 태평양계 기업 소유의 제조공장과 물류 허브를 중심으로 10억 달러에 달하는 투자 유치에 성공하여, 2014년 처음으로 일본 정부의 지원 아래 띠라와 확장 중 <ul style="list-style-type: none"> • 일본의 도요 건설(Toyo Construction)과 JFE 엔지니어링(JFE Engineering)에 의해 확장 중인 컨테이너 터미널은 2018년 가을에 완공될 것으로 예상되며, 연간 127,000TEU(twenty-foot equivalent units, 컨테이너 단위)에 달하는 적재량을 갖출 것으로 전망 • 내국법인인 농업처리산업기업 루비아(Luvia)와 일본 회사 카미쿠미(Kamigumi)에 의해 개발되는 6,500만 달러 투자 규모의 선적화물 터미널 계획도 3월에 발표된 바 있음 • 결과적으로 미얀마 항구 서비스의 다양화 및 미얀마 물류 산업 성장에 주요 역할을 할 것으로 전망

자료: Country Insight Snapshot Myanmar June 2018」, 2018.07

3) 미얀마 상업수도에서 남쪽으로 25km 떨어진 양곤 강에 위치하며 세 개의 경제특구 중 첫 번째임

2. 식품산업 현황

1) 가공식품 산업 동향

□ 시장 규모

○ 미얀마 가공식품 시장은 꾸준히 성장하는 추세

- 시장 규모는 2015년 2조 1천억 차트⁴⁾(약 1조 5천억원) 에서 2017년 2조 7천억 차트(약 1조 9천 1백억원)로 약 30% 성장
- 미얀마 상업부에 따르면 농산물 및 목재 관련 산업과 의류 산업 다음으로 식품산업을 주요 산업으로 육성 중

표 1.2 가공식품 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

4) 10000미얀마 차트(MMK)=7,165 KRW (Morningstar, SIX Financial Information) 고시환율 기준/ 2018.10.30)

표 1.3 미얀마 1인당 GDP 및 가공식품 연도별 성장 추이



자료: Euromonitor International, 2018.,
한국수출입은행 해외경제연구소, 2017.,
Dun & Bradstreet, 2018.05.

- 최근 5년간(2013-2017년) 미얀마 1인당 GDP의 연평균 성장률은 5%, 동 기간 가공식품은 약 15%의 연평균 성장률을 기록함
- Dun & Bradstreet에 따르면, 2022년 기준 미얀마 1인당 GDP(per capita)는 2,268달러까지 증가할 전망으로, 소득의 증가가 가공식품 소비 확대에 직접적인 영향을 줄 것으로 예상
- 2014년 시장조사 전문기관 닐슨에 따르면, 미얀마 소비자들은 전체 수입의 33%를 식품 구매에 소비하고 있으며⁵⁾, 높은 연평균 성장률에 따라 소비도 늘어날 것으로 전망
- 2030년까지 미얀마 소비재시장은 1,000억 달러 규모로, 같은 기간 식품시장은 약 350달러까지 성장할 것으로 전망

5) Nielsen(www.nielsenmedia.com)

□ 시장 현황 및 전망6)

- 중상위 계층의 연평균증가율은 8.4%로, 2030년에는 1,000만 명에 달할 전망
 - 보스턴컨설팅그룹(Boston Consulting Group)이 각국의 3,000명 이상의 도시 거주자를 대상으로 진행한 소비자 조사에 따르면, 다음 세대가 지금 세대보다 더 잘 살 것이다' 라고 응답한 미얀마 소비자의 비율이 95%로, 대다수가 미얀마의 미래를 낙관적으로 전망함
 - 2012년 미얀마의 중상위 계층(1인당 평균 소득 64달러 이상인 계층)의 수는 약 500만 명이었으나, 2020년까지 2배의 수준인 약 1,000만 명으로 확대될 전망이다
 - 중상위 계층의 증가에 따라 미얀마의 소비재시장은 2013년 350억 달러에서 2030년 1,000억 달러까지 성장할 추세임7)

표1.6 동남아시아 주요국 중상위 계층 규모 및 연평균증가율 비교

(단위: 만 명, %)

	2012	2020(f)	2012-2020(f) 연평균 증가율(%)
베트남	1,200	3,300	12.9
미얀마	500	1,000	8.4
인도네시아	7,400	14,100	8.4
태국	3,600	4,900	4.2

자료: Deloitte(www2.deloitte.com)

○ 소비패턴의 변화

- 소득증가가 양적 소비에서 질적 소비로의 전환을 촉진하는 주요 요인으로 작용함
- 중상위 계층은 해외 브랜드에 거부감이 적은 얼리어답터8)로 고품질의 제품 및 해외 브랜드를 선호하기 때문에 글로벌 브랜드의 제품 판매가 확대될 것으로 예상
- 미얀마 소비자의 수입식품 구매를 결정하는 핵심요소는 '맛' 으로, 가격보다 맛과 품질을 중요시함
- 소비자들의 기호변화로 전통적인 식품 판매가 줄고 현대적인 가공식품, 냉장 및 냉동제품, Ready-to-eat 판매가 증가할 것으로 전망

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

7) McKinsey Global Institute(www.mckinsey.com/mgi/overview)

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

2) 건강기능식품 산업 동향

□ 건강기능식품 시장 규모

- 2015년 전년 대비 큰 성장세를 기록했으나 이후 성장률은 차츰 둔화되는 추세. 그러나 2020년까지 시장 규모는 2015년 대비 두 배 이상으로 성장할 전망

표 1.4 건강기능식품 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

- 건강기능식품 시장은 가처분소득 증가와 도시화, 그리고 웰빙에 대한 높은 관심으로 꾸준한 성장 중
 - 미얀마의 주요 도시에 거주하는 소비자들은 건강과 웰빙에 보다 많은 관심을 나타내고 있음
 - 미얀마 도시 인구 비율은 2010년 13%에서 2015년 34%로 약 3배 증가하였으며, 2030년에는 40%를 넘어설 것으로 전망
 - 가공식품의 주 소비층인 중상위 계층의 구매력 향상에 따라 건강기능 식품 판매량 증가 예상

□ 액즙 형태 건강기능식품

○ 미얀마에서 가장 널리 알려진 액즙 제형 건강기능식품은 태국의 “브랜드 치킨 에센스” 임

❖ 브랜드 치킨 에센스	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 원재료: 닭 액즙 99.7% ● 상품 설명: 브랜드 에센스 치킨은 양질의 닭고기를 쉽게 소화할 수 있도록 한 추출물. 고온에서 위생적으로 처리됨. 정기적으로 복용 시 <ul style="list-style-type: none"> -몸에 영양 공급 -집중력과 기억력 향상 -정신적 육체적 피로 회복에 도움 -혈액 재생 촉진에 도움 ● 제조사: BRAND'S Suntory(Thailand) Co., Ltd. ● 인증: Halal ● 참고사항: 현재 약국은 물론, 미얀마 전체 유통채널을 통틀어 액즙 제형의 건강보조식품은 본 제품이 유일하고 인기도 아주 높음
	

자료: 현지조사원, BRANDS 홈페이지

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ ‘알로에 수액과 추출물’ 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 1302.19 품목의 수입 규모 약 26억 달러(2017)
- 미얀마 HS CODE 1302.19수입 규모는 15만 달러, 세계 134위 (2017)
- 미얀마의 HS CODE 1302.19품목 수입 시장점유율 한국 5위 (0.6%), 압도적 1위 태국 (67.7%) (2017)
- 한국 HS CODE 1302.19.9010 품목의 수출량은 약 10.5톤, 7만8천 달러(2017)

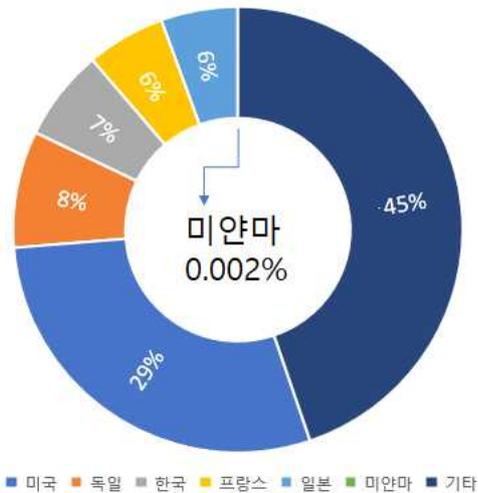
❖ ‘알로에 수액과 추출물’ 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1302.19.9010	알로에 수액과 추출물(extract)
미얀마	1302.19.9090	기타

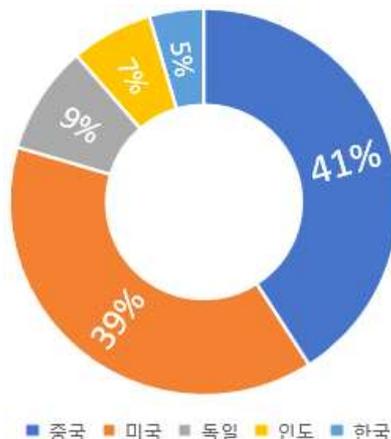
❖ 글로벌 HS CODE 1302.19 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(천 달러)
글로벌		2,665,561
1	미국	770,701
2	독일	225,611
3	일본	176,295
4	프랑스	151,406
134	미얀마	155

❖ 글로벌 HS CODE 1302.19 수입 비중(2017)



HS CODE 1302.19 미얀마 수입국별 점유율(2017년)



1) 통계분석 기준 설정

□ 미얀마 알로에 액즙 통계 기준 설정

- 알로에 액즙 글로벌 및 미얀마 수입통계, 알로에 액즙의 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁹⁾

□ 알로에 액즙 HS CODE¹⁰⁾는 한국 1302.19.9010, 미얀마 1302.19.9090으로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1302.19, 미얀마 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1302.19, 한국산 알로에 액즙 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 1302.19.9010 을 통계 기준으로 설정

표 1.8 식료품 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준		
글로벌 수입 통계	HS CODE	1302.19	식품성 수액과 추출물(감초, 흙 및 아편 제외)
미얀마 수입 통계		1302.19.9090	
한국산 수출 통계		1302.19.9010	알로에 수액과 추출물(extract)

표 1.9 식료품 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1302	식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다)
	1302.19	기타
	1302.19.9010	알로에 수액과 추출물(extract)
미얀마	1302	식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다)
	1302.19	기타 추출물
	1302.19.9090	기타 추출물

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.4 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po

9) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별

수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

10) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국과 미얀마는 10자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계 (통계기준: HS CODE 1302.19)

- 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(28.9%)이며, 미얀마는 134위(0.002%)
 - 2017년 HS CODE 1302.19품목의 글로벌 수입 규모는 약 26.6억 달러로 2013-2017년 연평균으로는 5.8% 증가
 - HS CODE 1302.19품목 수입 1위는 미국으로 2017년 기준 약 7.7억 달러(28.9%)를 수입하였으며 2013-2017년 연평균 7.6% 증가
 - 2017년 미얀마의 HS CODE 1302.19품목 수입액은 4만4천 달러(134위)를 기록, 2013-2017년 연평균으로는 64.6% 증가하였으나 점유율은 0.002%으로 매우 미미

표 1.10 글로벌 HS CODE 1302.19 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	2,127,470	2,224,410	2,233,034	2,368,068	2,665,561	5.8%
1 미국	575,394	586,485	661,717	707,518	763,479	7.6%
2 독일	159,397	171,859	181,359	185,562	225,611	9.1%
3 한국	126,463	123,799	117,318	140,940	176,295	8.7%
4 프랑스	128,098	131,464	111,074	129,237	151,406	4.3%
5 일본	169,168	146,758	132,441	128,799	147,656	-3.3%
134 미얀마	6	39	33	11	44	64.6%

자료: International Trade Centre

그림 2.2 글로벌 HS CODE1302.19 국가별 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

3) 미얀마 수입 통계 [통계기준: HS CODE 1302.19]

□ 2017년 미얀마 내 1302.19 품목 수입 시장 점유율 1위는 중국 (41%)

- 2017년 미얀마 HS CODE 1302.19품목의 글로벌 수입액은 약 4만4천 달러로, 이는 2013년 약 6천 달러에서 약 663% 증가한 수치이나 전체 수입 규모는 여전히 크지 않음
- 2016년 미얀마 HS CODE 1302.19품목의 수입 1위는 중국이며 미얀마에서 약 41%의 시장점유율 차지
- 2016년 미얀마 HS CODE 1302.19품목의 수입 5위는 한국이며 미얀마에서 약 4.6%의 시장 점유율 차지

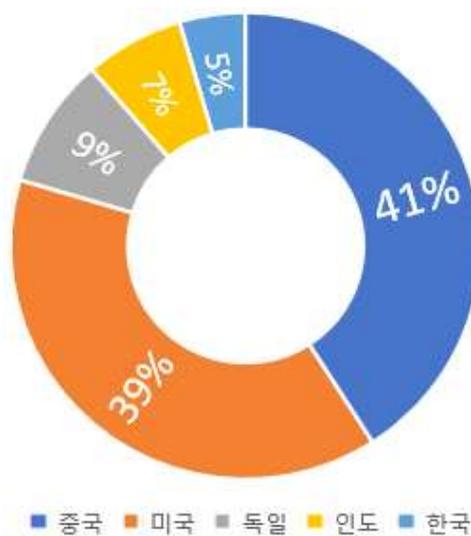
표 1.11 HS CODE 1302.19 미얀마 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	점유율
글로벌	6	39	33	11	44	100%
1 중국	5	0	5	11	18	41%
2 미국	0	0	0	0	17	39%
3 독일	0	0	0	0	4	9%
4 인도	0	0	0	0	3	7%
5 한국	0	0	0	0	2	5%

자료: International Trade Centre

그림 2.3 HS CODE 1302.19 미얀마 수입국별 점유율(2017년)



자료: International Trade Centre

4) 한국 수출 통계 [통계기준: HS CODE 1302.19.9010]

- 2017년 한국 HS CODE 1302.19.9010품목의 글로벌 수출량은 약 10톤, 수출액은 약 7만 8천 달러로 전년 대비 각각 25.2%, 69.2% 감소
- 2013-2017년 한국의 HS CODE 1302.19.9010품목 수출액 연평균증감률은 약 80%를 기록함. 하지만 이는 2014년의 전년 대비 430%대 큰 성장에 기인한 수치이며 최근 수출액은 감소하는 추세를 보임

표 1.12 한국 對 글로벌 HS CODE 1302.19.9010 수출 통계

(단위: kg, US달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	998 (△31.5%)	6,801 (581.5%)	14,514 (113.4%)	13,966 (△3.8%)	10,451 (△25.2%)
금액 (연 증감률)	86,827 (△77.3%)	464,746 (435.3%)	162,218 (△65.1%)	255,392 (57.4%)	78,653 (△69.2%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

- 한국 HS CODE 1302.19.9010품목의 미얀마 수출은 파악되지 않음



II. 정책 이슈 및 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 현지 인터뷰

1. 정책 이슈

□ 미얀마 전자화물통관시스템(MACCS)¹¹⁾ 구축

- 2016년 11월부터 전자화물통관시스템이 운영됨에 따라 수출입 절차 효율성 제고
 - 전자화물통관시스템(MACCS)은 전산화된 통관절차 도입을 통해 기존의 수작업 서류 절차의 문제점을 보완함으로써 국제 무역 흐름 원활화 및 해외 무역량 증가에 기여할 것으로 기대됨
 - 新 통관제도는 미얀마가 아세안 경제공동체(ASEAN)의 회원국으로서, ASEAN이 추구하는 ‘싱글 윈도우 시스템(Single Window)¹²⁾’ 에도 부합
 - 관세 행정의 효율성 증대 및 편의성 향상으로 對 미얀마 수출 증가가 예상됨
 - 한국 식품업체들은 미얀마 통관시스템 신청서 및 절차들을 미리 숙지하여, 온라인 시스템으로의 전환 후에도 수출과정이 차질 없이 진행될 수 있도록 준비 필요
 - MACCS 실행 이후 미얀마 내부 통신시설 문제로 인해 몇 가지 문제점들이 발견되고 있으나 전자통관시스템이 성공적으로 정착된다면, 한국과의 무역거래가 더욱 활성화될 전망

2. 제품 트렌드¹³⁾

□ 인지도 높은 알로에 음료¹⁴⁾

- 한국 음료의 경우, ‘알로에 음료’에 대한 인지도가 가장 높으나 시장 내 다양한 제품들이 있고, 상대적으로 한국산 음료의 가격 경쟁력은 낮은 수준
 - 미얀마 소비자들은 원산지 자체 보다는 맛이 더 중요하다고 생각함
 - 한국이라는 이유로 한국 음료를 더 선호하지는 않음
- 선물용으로도 판매가 잘되는 알로에 음료
 - 과실 음료의 경우 소비가 빈번하지는 않으나, 선물용으로 판매는 양호한 편으로, 그 중 알로에 음료의 비중이 높음

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

12) 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

13) 수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사-미얀마 캄보디아 편

14) 의뢰 품목인 건강기능 식품으로서의 알로에 액즙이 아닌 단순 알로에 음료지만 알로에 제품의 트렌드를 파악하는 데에 도움이 될 것으로 판단하여 기술함

❖ [현지 소비자 인터뷰]

소비자 1 (20대 남성)

1) 건강기능 식품 구매 시 주요 고려사항은 무엇입니까?

“건강에 좋고 깨끗하고 포장 상태가 보기에 좋아야 함”

2) 한국산 건강기능 식품에 대한 이미지는 어떻습니까?

“잘 모르겠음”

3) 한국산 건강기능 식품을 먹어 본 적이 있는지, 그리고 지속해서 구매할 의사가 있는지?

“없음. 하지만 마트에 판매가 되고 가격이 저렴하다면 구입할 의사 있음”

4) 한국산 건강기능 식품의 위생이나 효능 신뢰의 정도는 어느 수준인지?

“위생적이라고 생각함”

5) 선호하는 수입 건강기능 식품이 있다면 어느 나라의 어떤 제품입니까?

“ 태국산 제품인 브랜드(회사명) 치킨 에센스”

소비자 2 (30대 여성)

1) 건강기능 식품 구매 시 주요 고려사항은 무엇입니까?

“정부에서 허가된 제품, 브랜드 인지도, 위생상태, 적절한 가격”

2) 한국산 건강기능 식품에 대한 이미지는 어떻습니까?

“좋은 이미지이며 많은 아시안 인들이 한국산 제품을 좋아함”

3) 한국산 건강기능 식품을 먹어 본 적이 있는지, 그리고 지속해서 구매할 의사가 있는지?

“아직 먹어본적 없음. 어떤 것이든 한국산 제품이 있다면 구매해 보고 싶음. 그러나 지속적으로 구입 할지는 장담할 수 없음”

4) 한국산 건강기능 식품의 위생이나 효능 신뢰의 정도는 어느 수준인지?

“좋아 보임. 겉모습만 볼 때는 아무 문제 없어 보이고 포장도 잘 되어 있음”

5) 선호하는 수입 건강기능 식품이 있다면 어느 나라의 어떤 제품입니까?

“한국의 홍삼 ”

소비자 3 (40대 남성)

1) 건강기능 식품 구매 시 주요 고려사항은 무엇입니까?

“먹기에 부담이 없는 적당한 가격”

2) 한국산 건강기능 식품에 대한 이미지는 어떻습니까?

“포장이 잘 되어 있고 소비자를 끄는 매력이 있음. 또한 한국의 문화를 잘 대표하는 것 같음”

3) 한국산 건강기능 식품을 먹어 본 적이 있는지, 그리고 지속해서 구매할 의사가 있는지?

“먹어 보았으며 마트에서 보게 된다면 꾸준히 구입하고 싶음”

4) 한국산 건강기능 식품의 위생이나 효능 신뢰의 정도는 어느 수준인지?

“위생적이고 효능이 좋다고 생각함”

5) 선호하는 수입 건강기능 식품이 있다면 어느 나라의 어떤 제품입니까?

“태국산 브랜드 치킨 에센스”

소비자 4 (50대 여성)

1) 건강기능 식품 구매 시 주요 고려사항은 무엇입니까?

“신선한 원료, 위생적 처리”

2) 한국산 건강기능 식품에 대한 이미지는 어떻습니까?

“홍삼만 알고 있는데 매우 좋아함”

3) 한국산 건강기능 식품을 먹어 본 적이 있는지, 그리고 지속해서 구매할 의사가 있는지?

“홍삼 제품을 선물도 받아보고 한국 여행때 홍삼을 직접 구매해 보기도 함. 만약 마트에서 보게 된다면 계속 구매해 보고 싶음”

4) 한국산 건강기능 식품의 위생이나 효능 신뢰의 정도는 어느 수준인지?

“신선한 원료를 써서 효능도 좋고 위생적이라 생각”

5) 선호하는 수입 건강기능 식품이 있다면 어느 나라의 어떤 제품입니까?

“한국의 홍삼, 태국 브랜드 치킨 에센스”

※ 참고사항: 미얀마에는 의뢰 품목 “알로에 액즙” 이 전무 하여 상위 개념인 한국산 건강기능식품으로 범위를 잡아 인터뷰를 진행함

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

City Mart 식품 유통 담당자
<p>1) 유통 담당자 컨택 방법</p> <p>식약청 허가증, 회사 라이선스, 무역 라이선스, 상품설명서, 상품 가격, 1문 프로모션 계획서를 지참하여 City Mart 본사 방문 접수를 진행함. 상품 진열 기간은 45일 이고 상품 진열 비용은 1지점 1품목 당 25,000 짜트. 전 지점으로 다이렉트 자체배송을 해야함. 이러한 입점 절차는 미얀마 내에 있는 오션 슈퍼 마켓, 시티마트, 마켓 플레이스 등과 동일하며 같은 계열사의 회사이기 때문에 한 번에 진행이 가능함</p>
<p>2) 한국산 제품과 한국산 건강기능식품의 소비 트렌드</p> <p>매장에 진열된 대부분의 상품에 대한 소비율이 높은 편이고 특별히 라면 종류가 가장 잘 팔림. 그러나 한국산 건강 기능식품은 아직 없어서 잘 모르겠음</p>
<p>3) 한국산 제품 , 아시아 제품 강점</p> <p>한국 상품의 퀄리티가 높은 것은 많은 소비자들이 인지하고 있음. 가격도 크게 비싸지 않으며 지속적으로 좋은 상품들이 적당한 가격에 공급되면 우세를 점할 것으로 보임</p>
<p>4) 인기 있는 한국산 건강 기능 식품</p> <p>한국산 홍삼은 유명함. 그러나 실제 한국산 건강기능식품은 마켓에서 찾기 힘들</p>
<p>5) 한국산 건강기능 식품의 판매 규모</p> <p>판매하고 있지 않아 정확하게 파악 불가</p>

※ 참고사항: 미얀마에는 의뢰 품목 “알로에 액즙” 이 전무하여 상위 개념인 한국산 건강기능식품으로 범위를 잡아 인터뷰를 진행함



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 제도 개요

❖ 미얀마 식품 수출입 과정

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

번호	과정	주요 내용	필요서류 및 기타
1	물품 도착 전 준비	-수입업자의 수입자 등록 필수 -수출입 각각 허가 신청 -식품 수입허가	-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 산정과세가격을 기초로 함
5	물품검사 및 반출	-현장 심사과는 서류 내용 확인 여부를 위해 실물검사 실시 -이상 없는 경우 물품 반출 허가	-

❖ 미얀마 HS CODE 1302199090 (2018년 기준)

HS CODE 품명	구분	세율	원산지 기준
1302.19.9090 기타 추출물	미얀마 관세율	15%	-
	한-ASEAN FTA	0%	수출당사국의 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, 운용 실적 등

❖ 라벨링

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

1. 통관 및 검역¹⁵⁾

1) 수입통관절차

□ 기존 통관절차와 미얀마 자동화물 통관시스템 절차 2가지로 나뉨

○ 기존 통관 세부 절차

통관절차	세부 절차	유의 사항
① 통관준비	수입업자 등록	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업자 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 1년: 15,000 차트, 2년: 20,000 차트, 3년: 30,000 차트 - 등록은 만료일로부터 3개월 전부터 갱신 가능 - 갱신의 경우에도 동일 수수료 납부
	식품 수입 허가	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수입을 하고자 하는 자는 해당 식품에 대한 Import Recommendation을 FDA로부터 받아야 함 (식품 수입신고 시 해당 서류가 요구됨) • IR (Import Recommendation) <ul style="list-style-type: none"> - FDA에 IR 신청서와 아래의 서류를 함께 첨부하여 신청하며

15) 자료: 미얀마 관세청 홈페이지

		<p>FDA에서는 해당 제출서류를 심사하고, 제품을 분석한 후 기준에 충족되면 IR을 부여</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 해당 물품의 구성성분자료 ▶ GMP CERTIFICATE 또는 Product Registration ▶ 자유판매증명서 ▶ 물품의 샘플 (종류에 따라 다른 중량이 요구됨) <p>- 수출입은 진행 건(B/L 기준)마다 무역부에 직접 방문하여 수입과 수출의 각각의 허가를 신청해야 함¹⁶⁾</p> <p>- 수입허가의 유효기간은 3-6개월이며, 필요한 경우 3개월 연장가능</p>
② 수입신고	수입신고 시 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 수입신고서 (Customs Declaration Form 1) ▶ 상업 송장(Commercial Invoice) ▶ 수입 허가증(Import License) ▶ 선하 증권 또는 항공화물운송장(Bill of Lading) ▶ 포장명세서 ▶ 관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증 ▶ 환어음(Bill of Exchange)¹⁷⁾ ▶ 수입품에 대한 추천서(관련 부처) ▶ 국제물품공급계약서(Sales Contract) ▶ 기업등록증(Company Registration Certificate copy) ▶ 수출업자등록증(Exporter / Importer registration certificate copy)
③ 서류심사	서류심사 1	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙등록사무소(Central Registry)에서 수입 신고인이 제출한 수입신고서와 구비 서류를 심사한 뒤 서류에 이상이 없는 경우 일련번호, 날짜, 시간 등을 기재한 영수증을 발급함
	서류심사 2	<ul style="list-style-type: none"> • 수입과(Import Section) 서류 검토 - 세관 신고 서류와 송장 등 관련 서류 비교 검토
	감정평가와 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품목이 수입 관련 법규 및 규정에 맞게 수입되었는지 검토 - 품목명세, HS코드, 관세율, 수량, 크기 등 세부항목 검토 후 가치산정과(Valuation Unit) 으로 서류 전달. (올바른 품목 분류 및 정확한 관세 납부액 산정 목적)
	가치산정	<ul style="list-style-type: none"> • 가치산정과(Valuation Unit)에서 수입 신고 가격과 기존 수입 가격 비교

		<ul style="list-style-type: none"> - 과거 동종품목의 수입가, 카탈로그, 필요시 도매시장 가격 등을 참고로 상품가치를 산정 - 수입 기록이 없는 경우, 수입업자와 협상 및 인터넷 가격을 참고하여 산정 - 가치산정 후, Appraisal Group(심사)으로 세관 신고서류 전달
④ 관세납부	관세 계산법	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업자는 수입 건에 대해 수입 허가증(라이선스)를 신청¹⁸⁾할 때 가격 추천서¹⁹⁾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		<ul style="list-style-type: none"> • 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

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

17) 환어음이 발행되는 경우에 한함

18) 수입허가 신청이 2011년 10월부터 미얀마 수도인 네피도 외 양곤에서도 수입허가 신청 및 발급이 가능해 졌음

19) 가격 추천서는 이전에 미얀마로 수입된 동종물품 산정 과세가격을 기초로 함

o 기존 통관절차와 자동화물통관시스템(MACCS) 도입절차 비교

표 3.1 기존통관절차 및 MACCS 통관절차 비교

기존 통관절차	MACCS기반 통관절차
<ul style="list-style-type: none"> -세관 신고 서류 작성 및 통관 관련 서류²⁰⁾ 제출 -중앙 등록사무소에서 서류 검토 후 이상이 없는 경우 일련번호, 날짜, 시간, 등을 기재한 영수증 발급 -수입과에서 세관 신고서류, 송장 등 관련 서류 비교 검토 -감정평가과에서 품목에 대한 법규 및 규정 검토, 품목 명세, HS코드, 관세율, 수량 등 세부항목을 검토한 후 가치정산과로 서류전달 -가치정산과에서 제품의 신고가치와 기존 수입 가치를 비교 검토 후 다시 감정평가과로 세관 신고 서류 이관 	<ul style="list-style-type: none"> -MACCS 홈페이지를 통해 수출입 신고를 위한 사전 등록서, 물품내역 신고 등 필요서류를 입력 -MACCS가 자동으로 관세 및 물품내역 조회 및 가치평가를 실시해 결과를 업체에 전달 -전달받은 결과를 바탕으로 수출입 신고서를 MACCS에 제출 -MACCS가 해당 신고서를 바탕으로 화물 하역 허가
<ul style="list-style-type: none"> -현금 수납과에 가치정산과에서 산정한 가치를 기준으로 관세납부 	<ul style="list-style-type: none"> -현재는 기존의 방식과 똑같이 관세를 방문 후 납부해야 하나, 향후 은행과의 연계를 통해 전산으로 납부방식 변경 예정
<ul style="list-style-type: none"> -현장 감정평가과에서 세관 신고서류 및 관련 서류 기재 내용과 실제 품목 비교검사 과정에서 서류 기재 내용과 품목이 다를 경우 압류, 관세 재계산, 환불, 추가징수 등의 조치 시행 	

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

2) 식품검역

□ 가공식품 검역

- Sanitary and Phytosanitary (SPS)
 - 수입자는 물품이 항구에 반입되면 기존에 받은 수입허가서 및 선적서류를 제출하여 FDA로부터 SPS를 발급받아야 함
 - SPS 신청서와 함께 하기의 서류를 첨부
 - ▶ Import Recommendation (IR)
 - ▶ GMP Certificate or Product Registration
 - ▶ Import Declaration
 - ▶ Bill of lading/ Invoicing/ Packing List
 - ▶ Food item with original packaging or if the food item package is too big to provide, a photo or branding of that food item need to provide
- 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 1901.10.3000이며, 기본세율은 1%, 한-아세안 FTA 세율은 0%임²¹⁾
 - 상업 세는 수입 시점에 부과되고 관세는 CIF(Cost, Insurance and Freight) 기준으로 부과²²⁾

21) 2017년 1월 1일부터 적용됨

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

□ 식품 포장규칙

- 수입식품 포장의 크기와 무게규정은 없으나 다음과 같은 물질에 대해서는 국제기준(CODEX)에 준하는 것을 권장
- 미얀마 관세율 정보²³⁾
 - HS CODE 1302.19-9010호(액즙), 2106.90-9070호(기능성식품) 관세율 적용
 - * 관세율을 확인하는 방법에는 관세청 ‘한국 관세법령정보포털’을 통해 확인하거나 FTA 세율의 경우 한국무역협회 ‘통합무역정보서비스 TradeNAVI’의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 미얀마의 경우 미얀마 관세청 홈페이지에 공표된 세율을 통하여 관세율을 확인받을 수 있음

❖ 미얀마 현지 수입 관세율 조회 방법

- 미얀마 현지 수입 관세율은 아래 미얀마 관세청 홈페이지에 공표하는 MFN 세율자료를 통해 확인할 수 있음

홈페이지 주소 : <http://www.myanmarcustoms.gov.mm/IP.php>



23) www.myanmarcustoms.gov.mm/IP.php

◆ 미얀마 현지 적용 관세율표 안내 예시

WCO H.S Code	AHTN Code	Stat. Code	MACCS Code	Description	Unit	MCT Rate (%)
13.01				Lac; natural gums, resins, gum-resins and oleoresins (for example, balsams).		
1301.20	1301.20.00	00	2	- Gum Arabic	kg	3
1301.90				- Other:		
	1301.90.30	00	6	-- Cannabis resins	kg	3
	1301.90.40	00	5	-- Lac	kg	3
	1301.90.90	00	0	-- Other	kg	3
13.02				Vegetable saps and extracts; pectic substances, pectinates and pectates; agar-agar and other mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products.		
				- Vegetable saps and extracts:		
1302.11				-- Opium:		
	1302.11.10	00	1	--- Pulvis opii	kg	3
	1302.11.90	00	0	--- Other	kg	3
1302.12	1302.12.00	00	6	-- Of liquorice	kg	3
1302.13	1302.13.00	00	3	-- Of hops	kg	15
1302.14	1302.14.00	00	0	-- Of ephedra	kg	15
1302.19				-- Other:		
	1302.19.20	00	4	--- Extracts and tinctures of cannabis	kg	15
	1302.19.40	00	2	--- Vegetable saps and extracts of pyrethrum or of the roots of plants containing rotenone	kg	3
	1302.19.50	00	1	--- Japan (or Chinese) lacquer (natural lacquer)	kg	15
	1302.19.90			--- Other:	kg	15
		10	0	----- Other medicinal extract		
		90	3	----- Other		

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 ‘트레이드 콜센터’ 혹은 전문 관세법인의 상담을 받으록 함

구분	전문 기관	연락처
HS CODE	한국 관세법령정보 포털	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	전문 관세법인(관세법인 세종)	☎ 02-761-1018

❖ 미얀마 알로에 즙 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명	관세율
1302	Vegetable saps and extracts; pectic substances, pectinates and pectates; agar-agar and other mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products.	-
1302199090	Vegetable saps and extracts: Other	기본세율 ²⁴⁾ 15% 한-아세안 FTA 0%

- 알로에즙 제품의 경우 액즙으로 분류되거나 기능성식품으로 분류가 가능함
 - 알로에액즙의 경우 1302.19-9010호로 분류되는데, 알로에 수액과 추출물(extract)로서 특별히 계기되어있고, 이 호 해설에서도 알로에(aloes)에 대해 동일한 명칭을 갖는 여러 가지의 식물(Liliaceae과)로부터 얻는 대단히 쓴맛을 가지는 점성의 수액을 포함한다고 설명하고 있음. 반면 미얀마는 알로에 액즙의 특계된 세 번은 없고 기타 식물성 추출물(1302.19.9090)로 분류됨
 - 기본세율은 15%이고, 한-아세안 FTA 세율은 0%임. 따라서 요건이 된다면 FTA 협정세율을 적용하는 것이 유리함

❖ 미얀마 현지 FTA 관세율 조회 방법

- 미얀마 현지 FTA 관세율은 아래 우리나라의 Tradenavi 웹사이트에서도 조회가 가능함. 메인화면에서 FTA/관세를 선택한 후 국가와 품목을 지정하여 조회할 수 있음

24) ASEAN 각국으로 수입되는 모든 물품에 기본적으로 적용되는 세율로 WTO 회원국 및 최혜국대우(MFN, Most Favored Nation) 지위를 취득한 모든 국가에게 차등 없이 공통적으로 부과하는 세율.

3) FTA 정보

□ 한-ASEAN FTA²⁵⁾

○ 원산지 결정기준

HS CODE	원산지 결정기준
1302.19	수출당사국의 영역에서 완전생산된 것

○ 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 증명서²⁶⁾

구분	증명방식	증명 주체	증명서 유효기간	증명 서식	사용언어	사용횟수
FTA	기관증명	미얀마: 정부 기관 한국: 세관/상공회의소	1년	양국 간 통일증명 서식	영어	1회 사용원칙 (분할 가능)

자료: TradeNAVI(2018)

○ 한-ASEAN FTA 적용요건을 충족한다면 특혜세율 0% 적용

- 기본세율이 15%이고, FTA 세율은 0%로 유리한 세율은 FTA 세율이긴 하나, 항상 적용되는 것은 아님
- 다음의 적용요건을 갖춘 경우에만 특혜세율 0% 적용

1) 해당물품의 원산지가 한국산일 것

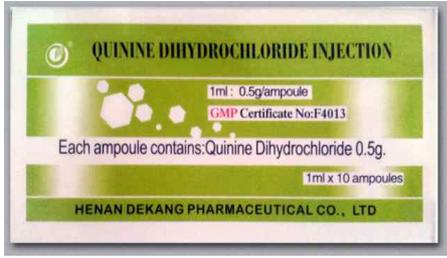
25) 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨. FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율 (MFN)보다 낮은 FTA 협정세율을 우선으로 상호 적용할 수 있음. 한-ASEAN FTA에서는 모든 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문 상의 원산지 기준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

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

- 2) 타 국가를 거치지 않고 직접운송 될 것
- 3) 수입신고 시, 대한민국 세관 또는 상공회의소에서 발행된 한-아세안 원산지 증명서(Form AK) 제출과 함께 협정적용 신청을 할 것

2. 인증 정보

□ 미얀마 식약청 인증서 (FDA. Food and Drug Administration)²⁷⁾

			
FDA로고		GMP예시	
인증/검사명	Recommendation for Foods (FDA 추천서)		
인증 설명	식품과 의약품의 경우에는 FDA를 제시해야만 수입 라이선스를 취득 가능함		
발행/검사기관	미얀마 식약청(FDA) / Ministry of Health		
성격	필수		
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> -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) -제조자 라이선스 		
비용	식품업체의 경우에는 등록비 없음 (단, 의료기기는 등록비 있음)		
소요기간	평균 6개월 (서류검사 시일 소요는 약 60일)		
유효기관	2년		
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> 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 		

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

□ ISO 22000 (Food Safety Management System)²⁸⁾

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 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"> 1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시

28) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ HACCP (품질 안전인증)²⁹⁾

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"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 	

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

3. 라벨링

□ 미얀마 소비자 보호법(Consumer Protection Law) 라벨링 정보

○ 미얀마 소비자 보호법 라벨링 규정³⁰⁾

- 과거 미얀마 소비자연합회는 미얀마 시장에서 유통되는 상품에 대한 정보가 명확하게 표시되어 있지 않아 소비자들에게 위험요인이 될 수 있음을 지적하고 2014년 3월 14일부터 식품 라벨링 의무화
- 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
 - ▶ 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 매뉴얼 (사용법)의 경우 반드시 미얀마어로 표시하도록 강제되어 있으므로 이에 유의하여야 함
- 2014년에 제정된 소비자 보호법 제8조 제3항에 따라, 사업자는 상품을 생산 또는 무역(유통)하는 경우 다음과 같은 내용을 표시해야 함

30) 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

□ 새로운 라벨링 규정 적용 예정³¹⁾

- 미얀마 식약청은 작년 초부터 식품업체들에게 시장에서 판매되는 모든 식품에 라벨링을 부착할 것을 요구해옴. 그러나 2017년 말 식약청의 통계자료에 따르면 약 10%의 제품들이 라벨링 규정 기준치 미달로 나타남
- 이에 식약청은 식품 라벨링에 대한 가이드라인을 최종 업데이트하여 공식적으로 발표 예정(2018.3월 기준)
- 2018년 3월 미얀마 타임스의 새로운 라벨링 규정 보도 일자를 기준으로 최종 가이드라인 발표 후 4개월의 유예기간을 적용할 것으로 보임. 그러나 2018년 9월 현시점까지 추가적인 발표 내용은 없음
- 명확한 식품 라벨링 가이드라인이 생긴다면, 예전과 같이 자주 변경되고 애매모호했던 규정으로 인한 문제가 다소 해결될 것으로 예상

31) <https://www.mmmtimes.com/news/new-food-labelling-rules-coming-month.html>

표 3.2 미얀마 건강 기능 식품 라벨링 표시사항 예시



표기 사항

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 상품명 • 크기 및 무게 • 사용법 • 규모(무게) • 영양성분 • 생산날짜 및 생산표기 | <ul style="list-style-type: none"> • 유통기한 및 부작용 • 제조업체명 및 주소 • 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 • FDA(Food and Drug Administration Department) 등록 번호, 상품번호, 재료 |
|--|---|

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규정

- 대부분의 식품과 농산물의 경우 CODEX 기준을 따르며 검역 기준은 구체적으로 마련하지 않은 상태이므로 식품 첨가물의 최대 사용 레벨은 CODEX 기준을 준수
 - Codex Alimentarius Commission에서 권장하는 Specifications of Identity and Purity를 준수³²⁾
 - 안정성 면에서, 식품 첨가물을 GMP³³⁾에 따라 생산, 보관, 운송 및 취급을 통해(개별 기준 만이 아닌) 전체 규격에 부합시킴으로써 식품 등급의 품질을 달성³⁴⁾

표 3.3 Codex Alimentarius Commission에서 권장하는 Specifications of Identity and Purity에서 정한 식품 첨가물

제품	식품첨가물	최대 허용량 (mg/kg)
일반 식품 04.2.2.5 야채 (버섯과 곰팡이, 뿌리와 덩이줄기, 콩과 식물과 알로에 베라), 해초, 견과류와 종자 퓨레와 스프레드 (예 : 땅콩 버터)	ACESULFAME POTASSIUM	1000 mg/kg
	ASPARTAME	1000 mg/kg
	BENZOATES	1000 mg/kg
	CARMEL III - AMMONIA CARMEL	50000 mg/kg
	CARMINES	100 mg/kg
	CAROTENES, BETA-, VEGETABLE	1000 mg/kg
	CAROTENOIDS	50 mg/kg
	CHLOROPHYLLS AND CHLOROPHYLLINS, COPPER COMPLEXES	100 mg/kg
	ETHYLENE DIAMINE TETRA ACETATES	250 mg/kg
	GRAPE SKIN EXTRACT	100 mg/kg
	HYDROXYBENZOATES, PARA-	1000 mg/kg
NEOTAME	33 mg/kg	

32) 'DRAFT FOR COMMENTS as of 23 May 2017', World Trade Organization(members.wto.org), 2017.

33) GMP란 Good Manufacturing Practice의 약자로서 식품·의약품의 안정성과 유효성을 품질면에서 보증하는 기본조건으로서 우수식품·의약품의 제조·관리 기준임

34) 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」 (www.fao.org), 2017.

	POLYDIMETHYLSILOXANE	10 mg/kg
	SACCHARINS	160 mg/kg
	SORBATES	1000 mg/kg
	STEVIOL GLYCOSIDES	330 mg/kg
	SUCRALOSE(TRICHLOROGALACTOSUCROSE)	400 mg/kg
	SULFITES	500 mg/kg

자료: 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」 (www.fao.org), 2017.

□ 중금속 및 유해물질

- 알로에 추출물의 경우 해당 사항 없음

□ 품질과 검역 강화

- 식품사업에 대한 품질과 검역이 강화되어 미얀마 FDA에서 국제식품 기준인 FSMS, HACCP, GMP의 인증을 통과해야 식품 판매를 승인해 주는 경우가 있음. 이처럼 식품 품질 안전 표준 체계를 강화하고 있으니 수출 시 이에 대한 주의가 필요함



IV. 유통채널

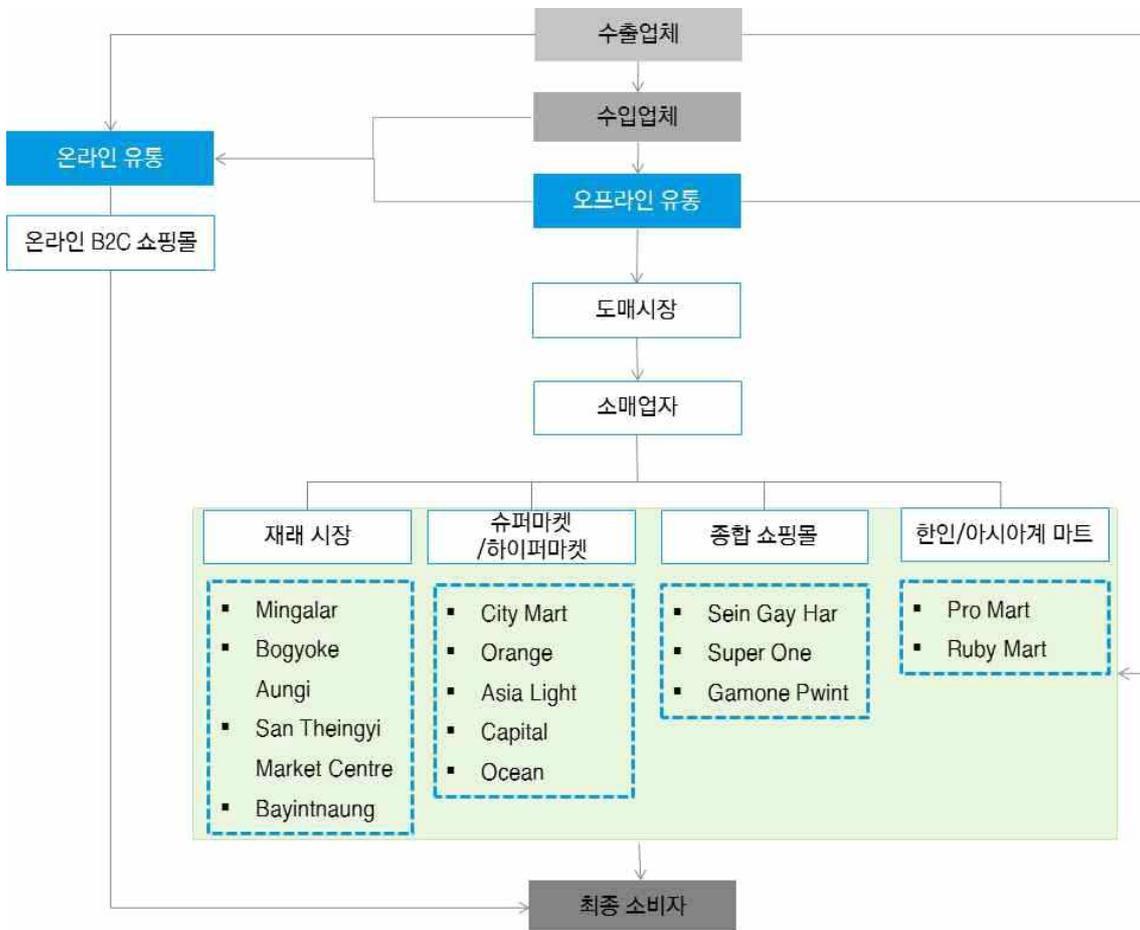
- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널 분석**

1. 유통채널 개황

□ 유통구조

- 미얀마의 수입 가공식품은 도매상을 겸한 수입상이 소매상을 거쳐 소비자에 판매하는 구조가 일반적임
 - 구체적인 품목에 따라서는 수입업자와 도매업자가 상이한 경우도 있음
 - 수입업자와 유통업자의 주도하에 제품이 유통됨

표 4.1 미얀마 현지 주요 유통구조 정리



자료: aT한국농수산식품유통공사 2016 식품시장 보고서

□ 유통채널 현황

1) 오프라인: 재래시장

- 현대적 유통채널이 발달하고 있으나 경제 개방이 비교적 늦어진 이유로 여전히 전통 재래시장이 식료품 구매의 주요 채널이 되고 있음³⁵⁾
 - 재래시장은 가격이 저렴하나 신선식품의 비중이 높고 수입 가공식품은 판매하지 않아, 건강 기능 식품의 유통채널로는 적합하지 않은 것으로 보임



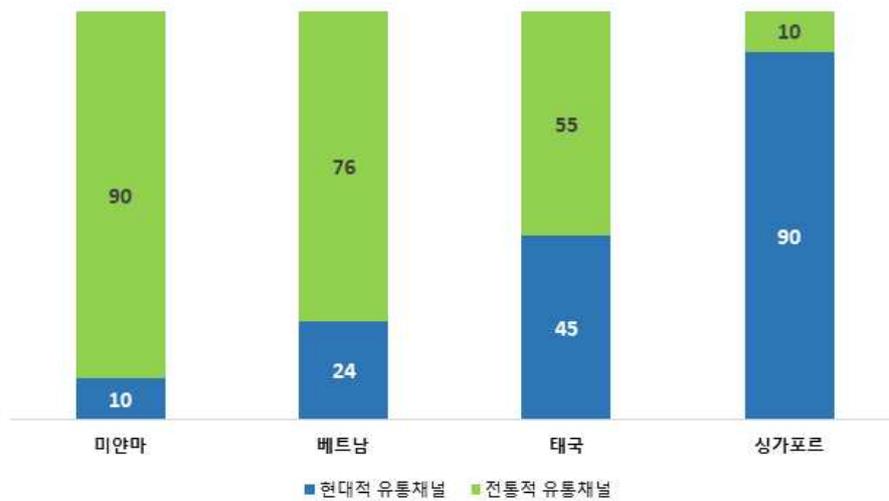
자료: 현지조사원

- 현대적인 유통채널이 확대되는 추세나, 전통시장의 유통 비중이 여전히 매우 높은 상황임
 - 자동화물통관시스템을 통해 추정된 전체 소매유통시장의 규모는 약 120억 달러이며, 이 중 전통시장이 약 90%를, 현대적 유통망이 약 10%를 차지하는 것으로 확인됨
 - 그러나 급속한 도시화에 따라 향후 편의점, 슈퍼마켓 등 현대적 유통망 이용 소비자가 빠르게 증가할 것으로 예상
 - 가공식품류는 대부분 현대 유통채널인 슈퍼마켓이나 편의점에서, 과일류 등의 신선식품은 주로 전통시장에서 판매됨

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

표 4.2 국가별 유통채널 비교(2017)

(단위: %)



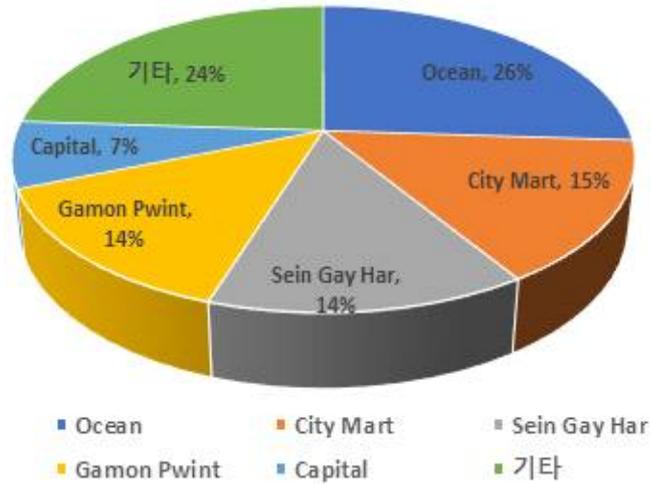
자료: USDA(gain.fas.usda.gov)

2) 오프라인: 현대적 유통채널

- 미얀마 현대 소매유통 시장은 City Mart³⁶⁾와 Ocean이 주도하고 있음
 - 현대적 소매유통업체인 Ocean의 점유율이 26%로 가장 높음
 - Ocean과 달리, City Mart는 일용소비재의 판매 비중이 압도적으로 높음
 - 수입제품이 대부분 City Mart에 유통되는 것으로 볼 때, Ocean은 현지 제품 및 일용소비재 외의 제품을, City Mart는 일용소비재 및 수입제품을 판매하는 등 두 유통채널의 주요 취급품목이 상이함
- 현대적 유통채널로는 대형 슈퍼마켓, 복합 쇼핑몰 및 편의점이 해당되며 주요 고객은 수입식품에 친숙한 젊은 층, 중상위 계층 및 외국인임
 - 수입식품은 대부분 현대적 채널을 통해 유통되므로, 미얀마 진출 시 고려해 볼 만 한 사항임
 - 미얀마 초기 진출 시, 심한 빈부격차로 인한 소비양극화를 고려하여 중상위계층의 소비자를 우선적인 목표 고객층으로 선정할 필요성이 있음

36) City Mart Holdings(CMHL)는 네피도, 양곤을 중심으로 200여 개의 크고 작은 슈퍼마켓 운영

표 4.3 미얀마 현대적 소매유통업체별 점유율(2015)



자료: City Mart Holdings Co.

3) 온라인

- 급속한 인터넷 사용자 증가에 따라 온라인이 현대 유통채널로 부상
 - 2014년 '모바일 혁명'이 있고 난 뒤 미얀마는 불과 5년 만에 모바일 기기 보급률이 83%로 급격히 증가, 2018년에는 모바일 보급률이 90%를 상회할 것으로 전망³⁷⁾
 - 현재 5,400만 명의 미얀마 국민 중 4,600만 명 이상에게 모바일이 보급된 것으로 추정
 - 느린 유선 인터넷 속도로 인해 미얀마 인터넷 사용자의 70%가 모바일 기기를 활용
 - 미얀마는 다른 동남아시아 국가들에 비해 인터넷 이용자가 가장 빠르게 증가하고 있으나, 많은 가정에서 데스크톱이나 노트북을 소유하지 않고 스마트폰을 두 대 이상 소유하고 있는 모바일 전용 국가임

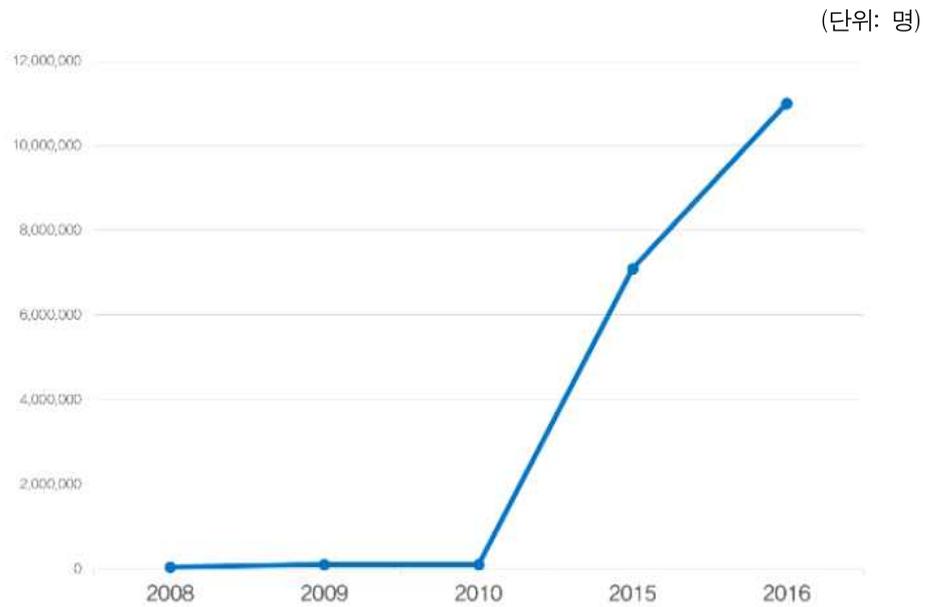
37) Ecommerceiq (ecommerceiq.asia)

표4.4 미얀마 디지털 성장률(2017년 1월)



자료: We Are Social(wearesocial.com)

표 4.5 미얀마 인터넷 사용 인구 추이(2008-2016)



자료: International Monetary Fund(2017)

○ 페이스북이 가장 영향력 있고 활발한 유통채널

- 3년 전까지만 해도 부분적으로 금지되었던 페이스북은 2017년 미얀마에서 전년 대비 84%의 높은 성장률을 보였고, 매달 1,400만 명에 달하는 월간 페이스북 사용자는 미얀마 국가 인터넷 사용자 수와 거의 같아 페이스북이 곧 인터넷이라고 할 수 있음³⁸⁾
- 미얀마에서는 메신저에서 부동산 거래에 이르기까지 대부분의 온라인 활동이 페이스북을 통해 이루어지며 심지어 페이스북이 구글 등의 검색엔진을 대체하기도 함
- 미얀마 내에는 다수의 파워블로거가 존재하며 브랜드 및 제품홍보의 수단으로서 페이스북 활용도가 높음
- 미얀마 인터넷 사용자의 90%는 페이스북을 사용하며, 특히 밀레니엄 세대(17-35세)의 경우 약 96%가 페이스북 쇼핑물을 이용하는 것으로 파악됨
- 특히 밀레니엄 세대 소비자의 2/3는 구매 결정 시 소셜 미디어 반응에 영향을 받는 것으로 분석됨
- 페이스북 사용자 중 한국의 ‘파워블로거’와 같이 영향력이 큰 유저 페이지가 존재하며, 이는 마케팅 채널로서 효과적임

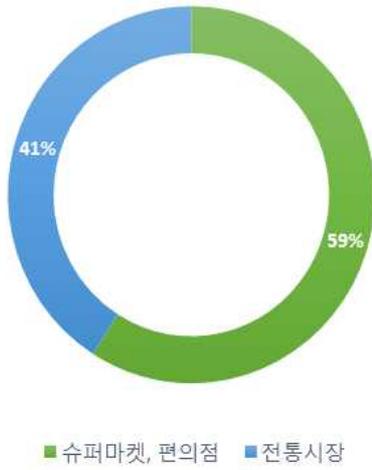
□ 도시화의 진전으로 현대적 유통채널인 편의점 및 슈퍼마켓 선호도 증가³⁹⁾

- 대다수의 소비자들은 전통시장을 가장 많이 이용하나 도시화의 진전으로 현대적 유통채널인 ‘편의점’이 주요 채널로 성장
 - 미얀마의 수도인 ‘양곤’에서 실시된 설문조사에서, 조사 대상 절반 이상의 소비자가 현대적 유통채널인 슈퍼마켓과 편의점을 선호하는 것으로 나타남
 - Myanmar Indobest, City Mart Holdings, Capital Diamond Star 3개 기업의 편의점 점포 수가 2014년도 117개에서 2016년 303개로, 약 160% 성장함
 - 현대적 유통채널에 대한 소비자 수요는 미얀마 전역으로 확대될 것으로 전망
- 채소나 고기류는 전통시장에서, 가공식품은 슈퍼마켓, 마트 및 편의점에서 구매함
 - 소비성향의 다양화 및 고급화로, 주요 유통채널이 전통시장에서 현대적 유통채널로 전환되고 있는 추세임

38) Ecommerceiq(ecommerceiq.asia)

39) 2010년에 전체 미얀마 인구의 13%만이 도시에 살고 있었으나 2015년 34%로 도시 거주인구가 5년간 세 배 가까이 증가하였음. 도시화 속도가 빠르게 진행되는 것으로 보아 도심 집중화 현상이 이후에도 지속되어 2030년에는 40%를 넘어설 것으로 전망하고 있음

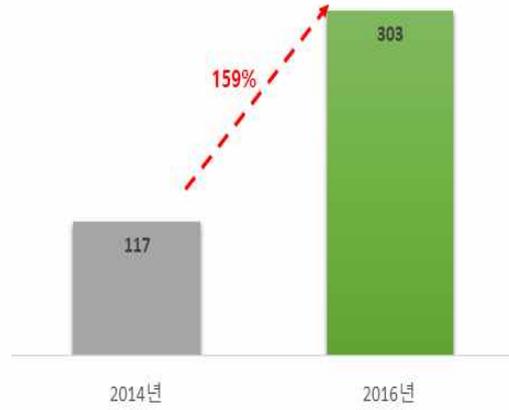
표4.6 양곤시 유통채널 선호도



자료: Deloitte(www2.deloitte.com)
 자료: 미쓰시비UFJ리서치앤드컨설팅(www.murc.jp)

표 4.7 미얀마 주요 편의점 3사의 점포 수 증가 추이

(단위: 개)



2. 주요 유통채널 분석⁴⁾

1) 전통시장

□ Thiri Mingalar Market

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

자료: 현지조사원

□ 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"> - 양곤 최대 농산물, 꽃 도매상 - 시장 양쪽 끝에 조그마한 식료품을 팔기도 하나 수입 가공식품은 판매하지 않음 - 식용류, 커리 파우더, 티 등 기본적인 생필품 판매

자료: 현지조사원

4) 업체측은 전통적 유통채널(재래시장), 대형마트, 편의점 등 전반적인 유통채널 조사 요청을함. 그러나 의뢰 품목인 '건강기능음료 알로에 액즙'은 미안마에 없는 상황이므로 전반적 유통채널과 입점 절차에 대해 조사를 진행함.

2) 현대 유통채널

□ Ocean

기업 개요			
	- 미얀마 복합 쇼핑몰 - 식품과 각종 일상용품 판매 - 양곤(Yangon)에 2개, 네피도(Nay Pyi Taw)에 1개		
	D-U-N-S® Number	65-954-6506	설립연도
본사 위치	Yangon	점포 수	3개
대표전화	+95-1-652959(~62)	홈페이지	http://www.oceansupercenter.com.mm
입점 절차 ⁴¹⁾	- 입점 절차 필요서류 및 정보 <ul style="list-style-type: none"> • 식약청 허가증 • 회사 및 무역 라이선스 • 상품설명 및 가격 • 1년간 프로모션 계획서 • City Mart 본사 방문하여 접수 • 상품진열 기간: 45일 • 상품진열 비용: 한 지점 한 제품 당 25,000 Kyat (약 19,740원) • 전 지점 다이렉트 자가 배송 요 		
매장 전경			

자료: D&B Hoovers, 현지조사원

41) 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

□ City Mart/City Care

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> • 미얀마의 최대 규모 하이퍼마켓 그룹으로, 약국, 제과점 등 다양한 150여 개의 소매 유통채널 보유, 22개의 하이퍼마켓을 운영 중임 • 고품질의 식품과 라이프스타일을 선호하는 도시 거주자를 대상으로 하여 해외 수입제품과 상류층을 위한 제품 판매 • 매월 전 매장을 대상으로 수입 과일, 커피 등 다양한 제품에 대한 특별 할인행사를 진행함 (2017년 7월에는 커피 할인 행사, 8월에는 태국 과일 제품 대규모 할인 및 사은품 증정행사) • 주요 수입국은 한국, 태국, 중국, 싱가포르, 인도네시아 등임 		
	D-U-N-S® Number	65-954-6506	설립연도
본사 위치	Yangon	종업원 수	약 7,000명
대표전화	+95-1-525403 +95-1-526518	홈페이지	www.citymart.com.mm
매출액	873m (USD)	매장 수	128개
입점 절차	<p>1) 입점 적합 제품 관련 기준 및 요구사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 요구에 부합하는 고품질 제품 - 합리적인 가격 - 매력적인 라벨과 포장 - 효율적·효과적인 애프터 서비스(After-sales service) - 제품 보증서 - 제품의 적시 매장 직송 서비스 - 다양한 제품군 제공 - 재고 관리의 풀필먼트 서비스(Stock fulfilment) - 공급업자는 제품의 품질, 라벨에 기재된 제품·성분·재료에 관한 설명, 보증기간, 유통 기한 등에 대한 직접적 책임이 있음 - 제품에 문제 발생 시, 공급업자는 고객불만족, 문의사항, 정부 규 제 등과 관련된 문제를 해결할 필요성이 있음 - 공급업자는 승인 절차를 밟기 위해 사전에 프로모션 계획안을 제출할 필요성이 있음 <p>2) 입점을 희망하는 공급업자는 City Mart 본사 방문 접수 혹은 다음의 신청서를 작성한 후 이메일계정(enquiry@city.com.mm) 이나 팩스(01-512019)로 전송 하면 됨</p> <p>(※ 해당 신청서는 www.citymartmm.com/modules/content/index.php?id=16 에서 다운로드 가능 함)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기본적으로 상품 진열 비용은 1지점 1품목 당 25,000 kyat, 진열 기간은 45일임 - 계열사인 Ocean Mart와 Market Place의 입점절차도 위와 동일함 - 입점절차 관련하여 자세한 상담이 필요한 경우 +95-9-4459-380 -39로 문의 가능함 		

Citymart 입점 신청서

New Supplier Registration Form Date _____

Name of Company : _____

Name of Contact Person : _____ Designation : _____

Contact Person's Email Address : _____ Mobile Phone : _____

Name of Owner or MD : _____

Company Address : _____

Phone Number : _____ Fax Number : _____

Business/ Company Establishment Date : _____ Business/ Company Registration No : _____

Tax Registration Number : _____

Business Type : Wholesaler Manufacture / Producer Distributor
 Importer Grower Re-packer
 Others

Payment Contract

Payment Term : 7Days 14Days 21Days 28Days
 42Days COD Consignment Once a Month

Replenishment

Frequency : _____ times Day Week Month
 Year

Order Day : Mon Tues Wed Thur Fri.
 Sat
 Sun _____ of Month

Lead Time : _____ days

Authorized Company Representative

Name: _____

Designation: _____

Company Stamp: _____

Date: _____

매장 전경



□ Ga mone Pwint

기업 개요			
 GA MONE PWINT SHOPPING MALL	<ul style="list-style-type: none"> • 유통, 무역, 브랜드 개발, 부동산, 호텔 등의 사업을 영위하는 미얀마 현지 기업 • 최근 태국 톤부리 헬스케어 그룹(Thonburi Healthcare Group)과 조인트벤처를 구성, 양곤에 대규모 병원 개설 프로젝트 추진 중 		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	1991년
본사 위치	Yangon	점포 수	4개
대표전화	+95-1-516533	홈페이지	www.gmp-myanmar.com
매장 전경	 		

□ Grab&Go

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> CDSG(Capital Diamond Star Group)은 1960년대 작은 무역회사로 시작하여 현재 식품, 유통, 부동산, 헬스케어 등 다양한 사업을 영위하는 그룹사로 성장하였음 CDSG이 보유하고 있는 유통망은 미얀마 전역에 포진되어 있으며, 매출 5,000억 kyat(2015년 회계연도 기준), 직원 수 7,000명(2016) 규모의 대형회사임 Grab&Go는 CDSG 유통사업부문에서 운영하고 있는 24시 편의점 브랜드로, 2016년 기준 매장 100여개를 보유하고 있음 		
	D-U-N-S® Number	65-959-6600	설립연도
본사 위치	No. 14 (E), Min Nandar Road, Dawbon Township, Yangon	매장 수	100개 이상
대표전화	+95-1-553135 +95-1-553139	연락처	www.cdsg.com.mm
매장 전경	 		

□ Better Life

기업 개요			
	- 약국 관리자의 판단에 의해 브랜드 및 제품을 선별해서 판매하는 형태임		
본사 위치	No 109, Khaing Shwe Wah Baho Road, Kamaryut Twonship.	점포 수	-
매장 전경			

자료: 현지조사원

□ Sein Gay Har

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Sein Gay Har의 첫 지점은 미얀마 차이나타운에 설립되었음 - 다양한 소비재, 보석류, 가구류, 의료기기, 식료품 등 판매 		
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

□ City Mart

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

□ Shop (Kaymu)

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

[참고 자료]

□ 미얀마에 수출 시 유의 사항

- 미얀마 정부는 공식적으로 수입 시 L/C 거래만을 인정하며 T/T(전신환거래: Telegraphic Transfer)거래는 인정하지 않음
- 그러나, 금융 부담으로 수입 대금의 일부만 정부에 공식 신고하는 언더밸류가 존재하여 많은 기업이 이용하고 있음⁴²⁾
- 상무부에서 공시하는 동종 품목의 가격을 기준으로 적정 가격을 산출하므로 송장(Invoice)금액과 실제 수출입 금액이 다를 수 있음
- 관세는 CIF(Cost, Insurance and Freight)기준으로 부과되며, CIF 가격의 0.5%가 양륙 수수료(Landing Charge)로 추가됨
- 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
- 달러 거래의 어려움으로 유로화 L/C 개설이 대부분이며 보다 바람직함
- 미얀마와의 거래 시, 가장 어려운 문제는 커뮤니케이션에 해당되며 미얀마의 열악한 통신 사정을 고려하여 인내심을 갖고 지속적으로 연락을 취할 필요가 있음
- 미얀마 기업인은 이메일 교신을 가장 선호하고 전기통신 문제로 교신이 어려울 경우를 대비하여 팩스를 함께 사용하는 것이 좋음

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

[참고 문헌]

■ 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」, FAO, 2017.
6. 「Food Safety in Myanmar」, CMAAO, 2015.12.
7. 「Codex Alimentarius-Regional Standard for Laver Products」, FAO, 2017.
8. 「Codex- General Principles of Food Hygiene」, FAO.
9. 「Food Safety and Quality Standard」, FAO, 2016.06.
10. 「Compliance Program Guidance Manual」, FAO, 2017.09.
11. 「Country Programming-The Cooperation and Partnership, 2012-2016」, FAO.
12. 「The Myanmar Consumer Survey, Golden land, golden opportunities」, 2016.10.
13. 「미얀마 식품시장 동향」, 한국농수산물유통공사(aT), 2017.08.08.
14. 「미얀마 전자통관 시스템(MACCS) 실시 예정」, 한국농수산물유통공사(aT),
15. 「수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사, 미얀마/캄보디아편」, 농수산물수출지원정보

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. International Trade Centre, www.trademap.org
4. 유엔식량농업기구, www.fao.org
5. KMI 한국해양수산개발원, www.kmi.re.kr
6. 농업연구소, www.bar.gov.ph
7. 미얀마 관세청, customs.gov.ph
8. 무역산업부, www.dti.gov.ph
9. City Mall, www.citymall.com.mm
10. USDA, www.usda.gov
11. Euromonitor International, www.portal.euromonitor.com
12. 외교부, www.mofa.go.kr
13. Deloitte, www2.deloitte.com
14. 미얀마 통계청, www.mmsis.gov.mm
15. 미얀마 식약청, www.fdamyanmar.gov.mm
16. KOPIA, www.itcc.rda.go.kr
17. World Bank, www.worldbank.org
18. 한국 수출입은행, www.koreaexim.go.kr
19. 한·미얀마 연구회, www.komyra.com
20. Save the Children, www.savethechildren.org
21. export.gov, www.export.gov
22. The Boston Consulting Group(BCG), www.bcg.com
23. The Myanmar Times, www.mmtimes.com
24. Knoema, knoema.com

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-01

품 목 : 알로에 액즙(Aloe sap)

국 가 : 미얀마 (Myanmar)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부

(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부

02-6300-1119

o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 www.kati.net 에서보실 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.