



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

**Product** : 즉석건조밥(Precooked dried rice)

**Country** : 베트남(Vietnam)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	8
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	9
1. 소비 트렌드 .....	11
2. 제품 트렌드 .....	12
3. 유통 트렌드 .....	13
4. 정책 트렌드 .....	14
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	15
1. 경쟁제품 선정 .....	17
2. 정량 분석 .....	18
3. 정성 분석 .....	19
4. 현지 방문 조사자료 .....	21
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	28
1. 경쟁사 선정 .....	30
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	31
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	34
1. 추천 진출 경로 .....	36
2. 전문가 인터뷰 .....	39
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	42

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	47
1. 통관 및 검역 절차 .....	50
2. 관세율 정보 .....	54
3. FTA 정보 .....	55
4. 통관 및 검역 주의사항 .....	56
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	57
1. 인증 취득정보 .....	60
2. 인증 취득제품 .....	62
3. 제출서류 .....	63
4. 전문가 인터뷰 .....	64
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	65
1. 라벨 표기사항 .....	67
2. 라벨링 예시 .....	68
<b>X. 위생 요건 정보</b> .....	69
1. 식품첨가물 규정 .....	71
<b>※ 참고문헌</b> .....	73

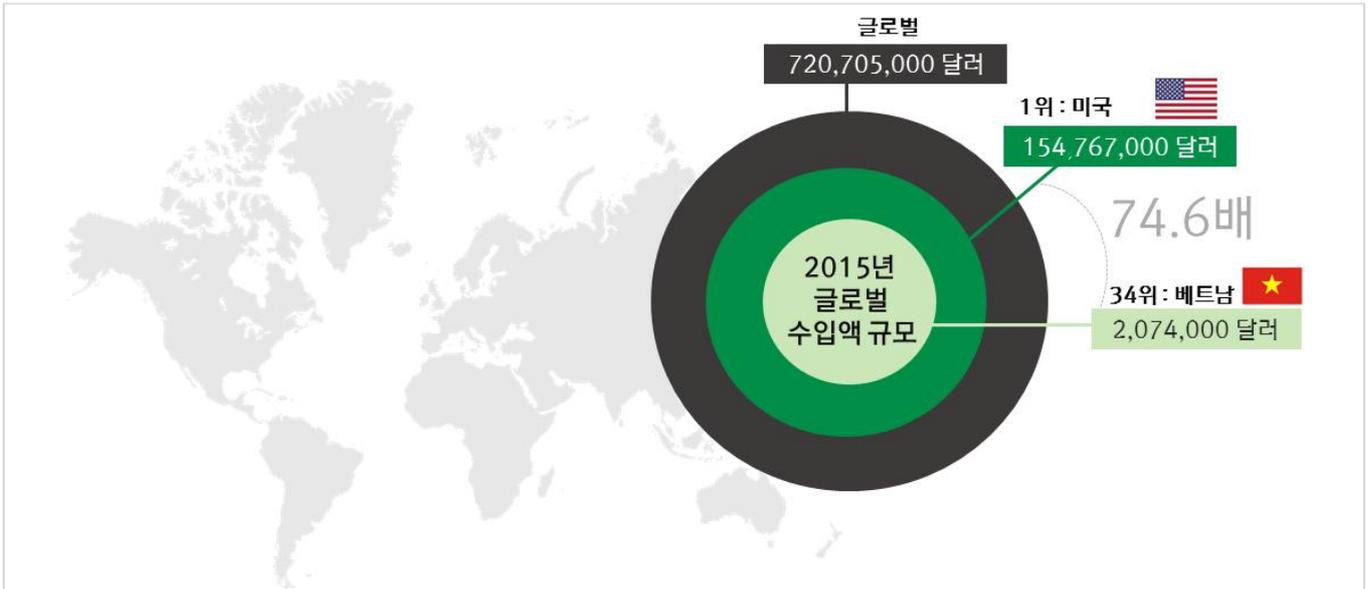


# I. 시장 통계

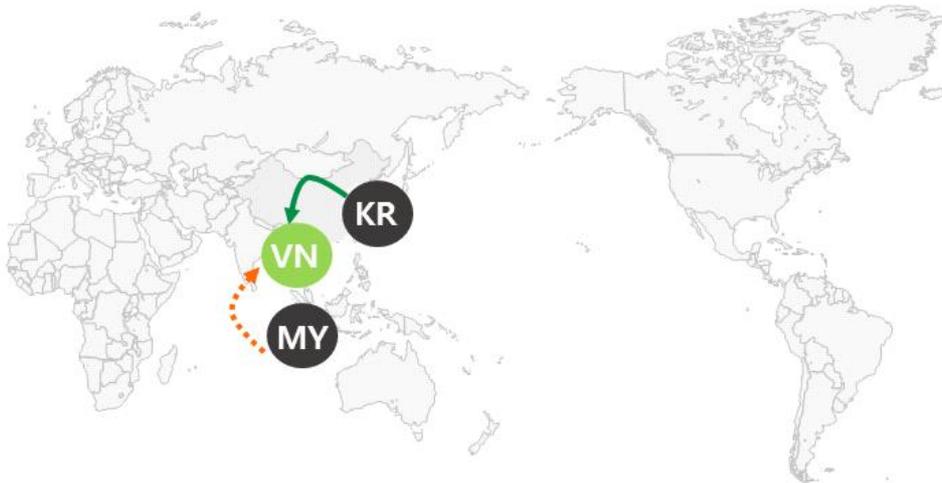
## ※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

# 시장 통계 OVERVIEW

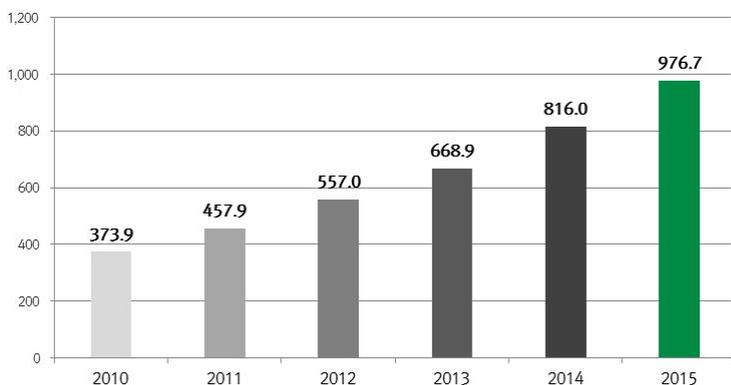


## 2015년 베트남 내 HS CODE 1904.90 품목 수입액 규모



## ▶ 베트남 내 즉석식품 시장 규모 및 성장 추이

(단위 : 10억 동)



글로벌 수입규모  
1위 미국, 34위 베트남  
베트남 수입상대국  
말레이시아 1위, 한국 3위  
2015년 기준 즉석식품 시장규모  
약 9,767억 동

# 1. 통계분석 기준 설정

## HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr /clip/index.do
3	베트남 관세청 www.customs.gov.vn

## 즉석건조밥 통계 기준 설정

즉석건조밥 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 베트남의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

## 수입 통계 기준, HS CODE 1904.90으로 설정

글로벌 및 베트남 내 즉석건조밥의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1904.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1904.90.10 해당 품목은 쌀 조제품(사전 조리한 쌀을 포함한다)으로 규정됨

표 1.1 : 즉석건조밥 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1904.90
	베트남 수입규모 및 성장률		
품목 통계	베트남 즉석식품 시장규모 및 추이	품목 키워드	Ready Meals

표 1.2 : 베트남 내 즉석건조밥 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크 (corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.90	기타
	1904.90.10	코코아를 함유하지 않은 낱알 모양의 쌀
	1904.90.1010	찌거나 삶은 쌀
베트남	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크 (corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.90	기타
	1904.90.10	쌀 조제품(사전 조리한 쌀을 포함한다)

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

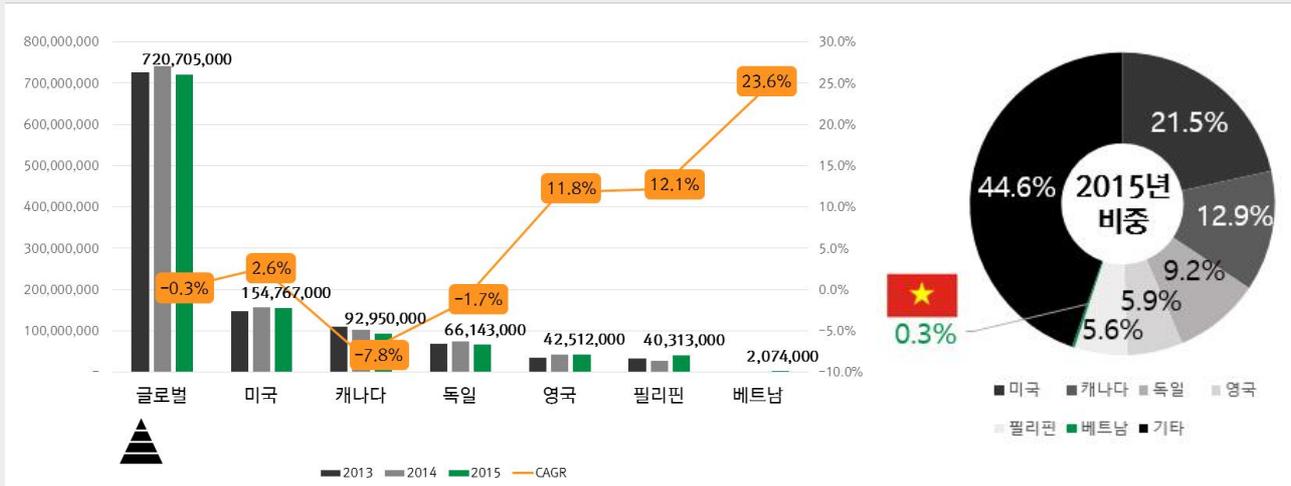
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

## 2. 무역통계 종합분석

### 글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1904.90 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



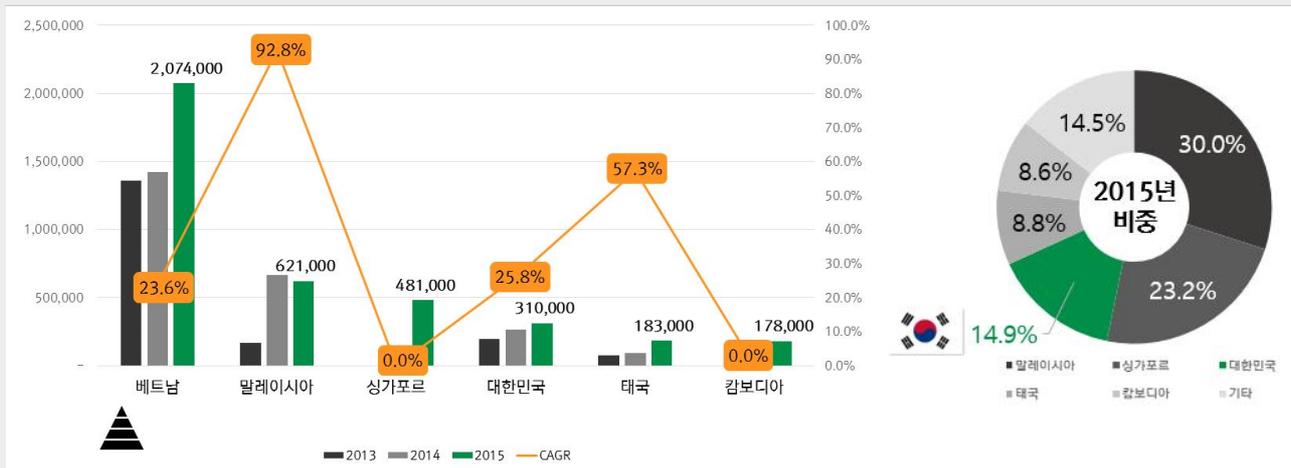
출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com)

- 2015년 기준 HS CODE 1904.90 품목의 수입규모는 7억 2,074만 5,000달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 -0.3%로 소폭 감소함. 베트남의 수입액 규모는 34위에 그쳤지만, 연평균 23.6%의 성장률을 보여 다른 국가 대비 비교적 큰 성장세를 기록함
- 베트남 수입규모는 전체 수입액의 0.3%를 차지하고 있으며, 수입액 기준 해당품목 1위와 2위인 미국과 캐나다가 각각 21.5%, 12.9%를 차지함

### 베트남 수입 통계 분석

표 1.4 : 베트남 HS CODE 1904.90 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com)

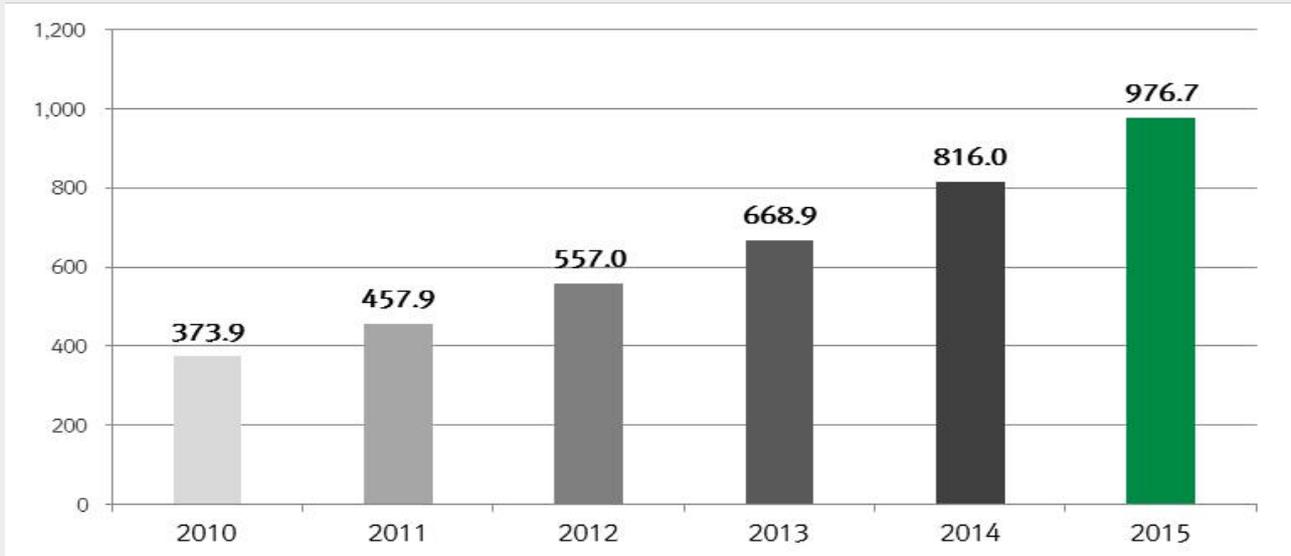
- 2015년 기준 베트남 내 HS CODE 1904.90 품목의 최대 수입국은 말레이시아로 62만 1,000달러의 수입액을 기록함. 또한, 2013년부터 3개년 간 연평균 92.8%의 높은 성장률을 보임
- 한국산 제품의 수입액은 2013년부터 2015년까지 연평균 25.8%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가하였으며 해당 품목 수입국 중 3위로 집계됨. 2015년 기준 한국산 제품의 수입액은 31만 달러로 14.9%의 비중을 차지함. 말레이시아와 싱가포르의 해당 품목 수입 비중은 각각 30%, 23.2%로 조사됨

### 3. 품목통계 종합분석

#### 베트남 즉석식품 시장 규모 및 추이

표 1.5 : 베트남 내 연도별 즉석식품 매출 추이

(단위 : 10억 동)



출처 : Euromonitor(www.euromonitor.com)

- Euromonitor에 따르면 2010년부터 2015년까지 베트남의 즉석식품 시장은 연평균 21.2%의 높은 성장률을 기록하며 매년 지속적으로 증가함. 2015년 기준 베트남의 즉석식품 시장 규모는 전년 대비 19.7% 성장한 9,767억 동(약 483억 4,665만 원)<sup>2)</sup>을 기록함

2. 1동(VND)= 0.05원(KEB 하나은행 고시기준, 2017.06.09)



## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

# 시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	IGD Research	www.igd.com
2	미국농무부	www.usda.gov
3	베한타임즈	viethantimes.com
4	The covina business advisor	thecovina.com
5	tuoitrenews	tuoitrenews.vn
6	Inside Asia Retail	insideretail.asia
7	글램스톤	glamstone.co.kr
8	세계은행	data.worldbank.org
9	아시아경제	www.asiae.co.kr
10	환경데일리	ecoday.kr/news

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 즉석가공식품 소비 (instant processed food consumption) - 소비 트렌드(Consumption trend)
제품	- 베트남 식품시장 트렌드(Vietnam food market trend)
유통	- 베트남 유통매장 성장률 (Vietnam distribution channel growth rate) - 베트남 유통매장 트렌드 (Vietnam distribution channel trend)
정책	- 베트남 식품 이슈 (Vietnam food market issue) - 소비자 트렌드 (Consumer trend) - 베트남 식품 정책 (Vietnam food policy)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 도시화 비율의 증가 속, 즉석식품 열풍             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 시간제약이 커진 현지인들 사이에서 즉석식품 인기</li> </ul> </li> <li>- 소비자들의 향상된 식품안전 의식과 위생관념             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 체계적인 가공공정 관리 및 영양정보가 표기된 즉석가공식품 신뢰</li> </ul> </li> </ul>
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품을 현지화 시키는 것이 관건             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 밥 맛, 소비자가격 등 대중에게 어필할 수 있는 제품이 필수</li> </ul> </li> <li>- 건조 즉석가공식품시장, Masan의 독주             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 건조 즉석가공식품 시장 47%의 점유율 'Masan'</li> </ul> </li> <li>- 식품시장의 트렌드는 유기농, 안전 그리고 위생             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 약 94%의 소비자, 베트남 식품이 원산지가 불분명하고 독성물질이 많다고 생각</li> </ul> </li> </ul>
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 떠오르는 유통채널, 편의점과 미니마트             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 가속화되는 편의점 성장</li> <li>· Vinmart+의 공격적인 시장 확대</li> </ul> </li> <li>- 셀프서비스 스토어, 10년간 약 13배 증가</li> </ul>
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 안전기준에 맞는 먹거리 생산을 통한 수출산업화 구상</li> <li>- 정부 주도의 식품 산업 국가 브랜드 구축 사업</li> <li>- 베트남 정부, 외국 유통업체 100% 자본 소유 허용</li> <li>- 빠르게 성장하는 외국계 편의점과 소형마트</li> </ul>

# 1. 소비 트렌드

## 베트남 도시화 비율의 증가 속, 즉석식품 열풍

2015년 기준, 세계은행에서 발표한 자료에 따르면 베트남 내 도시인구 비율은 33.6%로 조사됨. 이는 아시아 태평양 국가들의 평균 도시인구 비율 56.6%에 비하면 여전히 낮은 수준이지만 베트남은 지난 30년간 평균 도시화율은 3.4%로 동남아시아 지역에서 가장 급격히 도시화가 진행되고 있는 국가임. 베트남의 도시인구 비율은 2020년까지 40%, 2050년에는 60%까지 증가할 것으로 전망됨<sup>3</sup>.

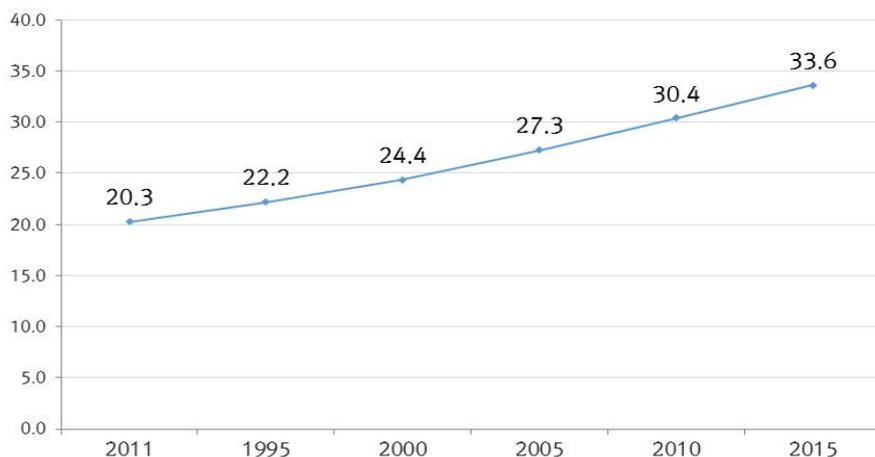
베트남의 도시화 비율의 증가에 따라 사무실이나 공장 등에서 근무하는 노동자들이 늘었고, 이로 인해 시간 제약이 커진 현지인들이 많아짐. 또한, 시간의 제약으로 인해 직접 재료를 손질해 요리하는 것보다, 즉석식품의 가격이 더 비싸더라도 시간에 더 큰 가치를 둔 현대 소비자들이 늘어 즉석식품이 큰 인기를 끌고 있는 것으로 분석됨

## 현지 소비자들의 향상된 식품안전 의식과 위생관념<sup>4</sup>.

베트남은 외식문화가 발달해 길거리에서 쉽고 저렴하게 끼니를 해결할 수 있지만, 거리 음식의 경우 위생관리가 제대로 이뤄지지 않아 식중독 사례가 빈번히 발생하기도 함. 이로 인해 베트남인들의 식품 안전에 대한 인식이 증가하고 있음. 최근 현지 소비자들은 가공공정이 체계적으로 관리되며 영양정보가 표기되는 즉석가공식품을 위생상 더욱 신뢰하는 경향을 보이고 있음

표 2.1 : 베트남 도시인구 비율

(단위 : %)



출처 : 세계은행(data.worldbank.org)

3. 베트남 도시협회(Associations of Cities of Vietnam)

4. 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사, '2015 가공식품 세분시장 현황(즉석섭취조리식품 시장)', 2016.02, p94

## 2. 제품 트렌드

### 제품을 현지화 시키는 것이 관건

즉석밥의 경우, 소수의 한국기업들의 상품이 주로 유통되고 있는데, CJ와 오뚜기가 대표적임. 즉석밥 시장 내 경쟁이 미미한 것은 제조기술의 격차가 클 뿐만 아니라, 아직 상품에 대한 현지 소비자들의 수요가 크지 않기 때문인 것으로 사료됨. 밥의 맛이나 소비자 가격 등은 베트남 대중들의 관심을 끌지 못했고, 현지 소비자들은 제품의 특성과 필요성을 크게 인식하지 못한 것으로 보임

### 즉석가공식품 시장, Masan(베트남)의 독주

즉석가공식품은 즉석 죽, 라면(인스턴트 쌀국수 포함), 즉석밥, 시리얼 등을 포함함. 이러한 베트남의 즉석가공식품 시장은 Masan(베트남)이 47%의 점유율로 시장을 주도하고 있음<sup>5</sup>.

Euromonitor는 Masan의 최근 행보가 건조 즉석가공식품 시장의 성장에 큰 기여를 했다고 보고한 바 있는데, 실제로 지난 5년 사이 Masan은 다양한 향미와 콘셉트를 가미한 즉석 죽, 인스턴트 쌀국수, 라면 등을 꾸준히 개발해 시장에 선보이고 있음

### 베트남 식품시장의 트렌드, '유기농·안전·위생'

시장조사기관 DI Marketing이 2016년 3월 발표한 보고서에 따르면, 베트남 식품은 원산지가 불분명하고 독성물질이 많다고 생각하는 베트남 소비자들의 비중이 약 94%에 이른다고 함. 최근 제품 구입 시 주원료의 사용 함량을 꼼꼼하게 살펴보는 현지 소비자들을 고려하여 '유기농', '천연재료 사용' 등을 포장 전면에 내세운 제품들이 일반 제품과 비교해 판매량이 높은 편임. 따라서 현지에 수출되는 제품에 식품안전성과 품질, 유기농 등의 특징을 집중적으로 홍보해야할 필요성이 있음

표 2.2 : 베트남 Masan그룹의 가공식품

베트남 가공식품(Masan그룹)	
<p>“ 프리미엄 웰빙 라면 ”</p> 	<p>“ 프리미엄 즉석 죽 ”</p> 
<p>위생과 건강에 신경쓰는 베트남인들의 현재 소비습관과 맞추어 감자전분으로 만든 고가의 프리미엄 제품 오마치를 출시함</p>	<p>도시화율이 높아지면서 바쁜 노동자들이 간편히 아침식사를 즐길 수 있도록 고가의 프리미엄 제품 B'fast를 출시함</p>
출처 : Masangroup(www.masangroup.com)	

5. BAOVIET Securities, 'MASAN GROUP(MSN)'

### 3. 유통 트렌드

#### 베트남의 떠오르는 유통채널, 편의점과 미니마트

베트남 통계청에 따르면 베트남 내 유통채널 중 편의점과 미니마트의 수는 2016년 기준 약 2천 개로 대형마트와 쇼핑센터의 수가 각각 약 800개, 150개 정도인 것에 비하여 월등히 많은 편임

편의점 중에서도 Vinmart+는 베트남 구석까지 자리해 현재 900개에 달하는 매장을 보유하고 있음. Vinmart+는 가까운 미래에 매장을 10,000개로 확장할 계획을 발표하였으며 편의점 시장을 선도하겠다는 강한 의지를 보임. 이는 베트남인들의 ‘소량 구매, 차보다는 오토바이를 활용한 근거리 위주 쇼핑’이라는 소비 습관을 읽어낸 전략으로 판단됨

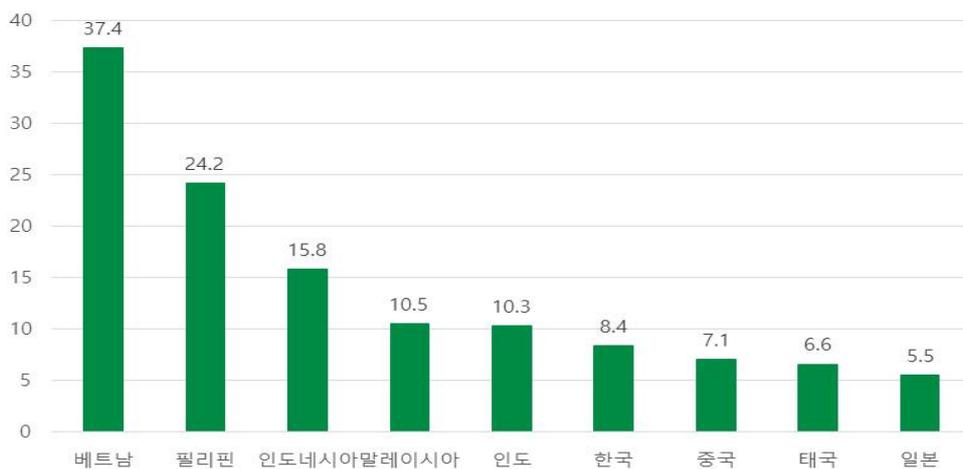
향후 베트남 시장 내에서 편의점 유통망이 확대될 것으로 사료되는 만큼 다양한 편의점 업체에 제품을 공급하기 위한 준비가 필요함

#### 베트남 내 셀프서비스 스토어<sup>6</sup>, 10년 간 약 13배 증가

베트남 내 고객이 원하는 상품을 고른 후 카운터에서 결제하는 상점인 셀프 서비스 스토어가 급증하고 있음. 아시아-태평양 지역 시장조사 전문기관 시미고(Cimigo)에 따르면 2005년 135개에 불과했던 베트남 내 셀프 서비스 스토어 수는 2015년 말 기준 약 1,800개로 집계되었으며 10년간 약 13배 증가함

표 2.3 : 2017 ~ 2021년 아시아 지역 편의점 성장률 전망<sup>7</sup>.

(단위 : %)



출처 : IGD Research, 'Asian convenience market growth forecast by country 2017-2021', (www.igd.com)

6. 진열된 상품을 고객이 마음대로 고른 후 카운터에서 결제하는 상점을 뜻함

7. 해당 자료의 경우 2017 ~ 2021년까지의 전망치임

## 4. 정책 트렌드

### 베트남 정부, 안전기준에 맞는 먹거리 생산을 통한 수출산업화 구상

베트남 뉴스 2016년 5월 5일자 기사<sup>8</sup>에 의하면 베트남 소비자들은 현재 시중 판매 식품의 95% 가량을 안전하지 않다고 인식하고 있으며, 오히려 수입산이 더 안전하다는 인식이 확산되고 있음. 이러한 동향에 발맞추어 현재 베트남에서는 태국, 일본 등 다양한 업종의 외국 기업들의 안전 먹거리 식품 생산, 공급 투자가 활발해지고 있는 추세임

베트남 정부는 2017년부터 본격적으로 식품산업 국가 브랜드 구축 사업을 추진할 계획이라고 밝히며 내수용 식품의 안전성 확보를 뛰어넘어 국제 안전기준에 맞는 먹거리를 생산하여 수출산업화하겠다는 전략을 구상함. 현재 네덜란드 개발도상국 수입 촉진센터, 유러피안 무역정책 투자 지원 프로젝트 등 유럽 기반의 베트남 내 자본 참여가 활발한 상황임

정부가 앞장서서 베트남 식품의 안전성을 확보하려고 하는 만큼 베트남에 진출하는 기업들은 마케팅이나 프로모션 전략을 수립할 시 ‘안전성’이라는 키워드를 강조해야 할 필요성이 있을 것으로 사료됨

### 베트남 정부, 외국 유통업체 100% 자본 소유 허용

베트남 정부는 2015년 7월 1일부터 외국 유통업체들의 100% 자본 소유를 허용하고 투자법을 완화시킴. 이에 2016년 기준 소매 판매량이 전년 대비 10.2% 향상된 118억 달러를 기록함. 글로벌컨설팅펌인 A.T. Kearney의 ‘Global Retail Development Index(GRDI)’에 따르면 베트남은 인도, 중국, 말레이시아, 터키, 아랍에미리트(UAE)에 이어 세계에서 매력적인 소비 시장 6위에 선정됨

다수의 외국 유통업체들은 베트남에 사업 확장을 하고 있음. 그 중, 편의점이나 소형마트들이 가장 빠르게 성장하고 있음. 서클K와 패밀리마트는 2009년 베트남에 진출하여 빠르게 사업을 확장하고 있음. 패밀리마트는 2020년까지 800개 이상의 점포를 확장해나갈 계획이라고 밝힘. 세븐일레븐은 향후 10년 안에 1,000개 이상의 점포를 세울 예정이라고 전함

8. Viet Nam News, ‘Supply chain needed for food safety’, 2016.05.05

# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

번호	제품명	제조사	제조국가
#01	맛있는 오투기밥	오투기	한국산
#02	햇반 흑미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#03	햇반 오곡밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#04	햇반 발아현미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#05	햇반 찰보리밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#06	햇반 작은공기	CJ CHEILJEDANG	한국산
#07	햇반(Cooked White Rice)	CJ CHEILJEDANG	한국산
#08	햇반 현미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#09	햇반 큰공기	CJ CHEILJEDANG	한국산
#10	햇반 컵반 햇반이 들어있는 가정식 국밥 순두부찌개국밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#11	나가사키식 짬뽕밥	청정원	한국산
#12	콩나물 해장국밥	청정원	한국산
#13	Com Nhật nấu chín (コシひかり ごはん)	Công ty Aeon Topvalu Co.,Ltd	일본산

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

대형유통매장 Citi mart	대형유통매장 Kmart	편의점 Family mart
		
33 Mac Dinh Chi, Da Kao ward, District 1, Ho Chi Minh city	1 Nguyen Van Linh, Tan Phong, District 7, Ho Chi Minh city	12 Mac Dinh Chi, Da Kao ward, District 1, Ho Chi Minh city

출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정<sup>9.10.</sup>

번호	제품명	제조사	제조국가
#01	맛있는 오투기밥	오투기	한국산
#02	햇반 흑미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#03	햇반 오곡밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#04	햇반 발아현미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#05	햇반 찰보리밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#06	햇반 작은공기	CJ CHEILJEDANG	한국산
#07	햇반(Cooked White Rice)	CJ CHEILJEDANG	한국산
#08	햇반 현미밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#09	햇반 큰공기	CJ CHEILJEDANG	한국산
#10	햇반 컵반 햇반이 들어있는 가정식 국밥 순두부찌개국밥	CJ CHEILJEDANG	한국산
#11	나가사키식 짬뽕밥	청정원	한국산
#12	콩나물 해장국밥	청정원	한국산
#13	Com Nhật nấu chín (コシひかり ごはん)	Công ty Aeon Topvalu Co.,Ltd	일본산

출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06)

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	100g당 가격 (원)	4	포장형태
2	중량 (g)	5	원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가

9. 현지조사 3개의 매장(Citi mart, Kmart, Family mart) 방문 결과, 현지산 즉석건조밥 제품은 확인되지 않음

10. HS CODE 1904.90 품목 수입액 통계의 경우 의뢰 제품인 즉석건조밥 이외에도 찌거나 삶은 쌀 품목, 기타 품목도 포함하여 집계된 수치임. 본 현지조사에서는 의뢰 제품인 즉석건조밥의 동종 및 유사제품을 대상으로 조사하였으며 표본조사로 진행되기 때문에 수출입 통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품은 조사되지 않을 수 있음

Citi mart, Vinmart+, Circle K, Family mart 등 오프라인 매장 방문 결과 한국산과 일본산을 제외한 수입산 제품은 확인되지 않았으며 온라인 조사 결과 면류를 제외하고 쌀이 주성분인 즉석가공식품의 유사제품으로는 즉석 죽만 취급하고 있어 베트남 현지 즉석건조밥 시장에서는 현지산, 수입산 제품이 활성화되어있지 않고 대체로 한국산 제품이 유통되고 있는 것으로 분석됨

## 2. 정량 분석

### 베트남 내 유통중인 즉석밥, 100g당 가격 평균 1,388원<sup>11</sup>.

베트남 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품은 한국산 제품과 수입산(일본산) 제품만이 조사됨. 중량 당 가격을 분석한 결과 100g당 평균 가격은 1,388원으로 산출됨. 최고가격은 3,750원으로 최저가격은 714원으로 확인됨

경쟁 제품의 평균 중량은 182.4g 으로 나타났으며, 평균적으로 약 9.2개월의 유통기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨. 13개의 제품들 중 가장 적은 수치를 기록한 64g의 제품이 100g당 3,750원으로 최고가인 것으로 보아, 중량보다는 재료와 생산과정, 포장법 등이 가격에 영향을 미치는 것으로 사료됨

표 3.1 : 즉석밥 제조 국가별 중량(100g) 당 가격(13개 제품)

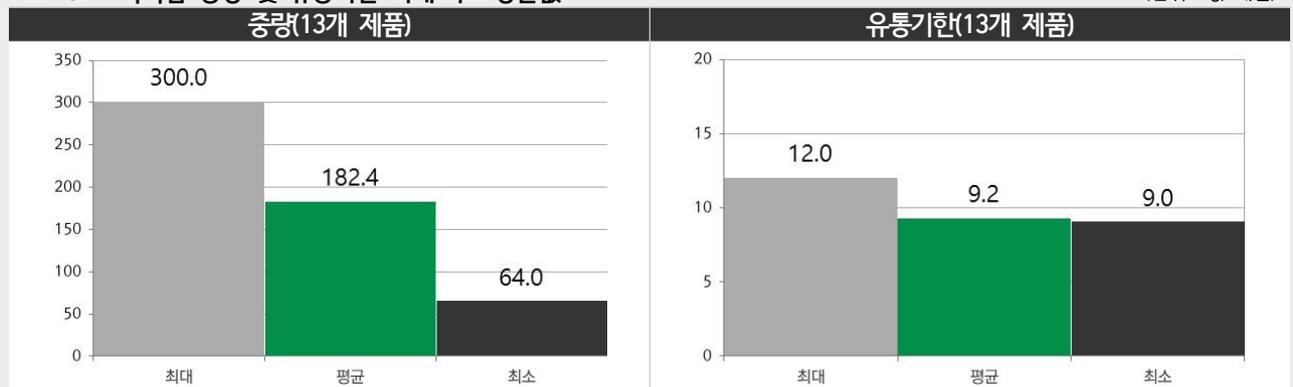
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06), 13개 제품 기준

표 3.2 : 즉석밥 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값<sup>12</sup>.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06), 13개 제품 기준

11. 1동(VND)= 0.05원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.20)

12. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

### 3. 정성 분석

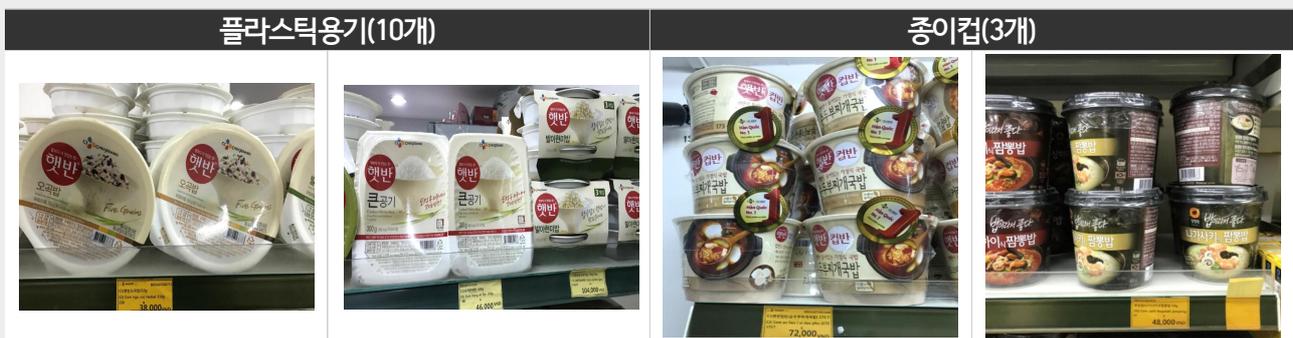
#### 즉석밥 제품 포장, 플라스틱용기와 종이컵으로 분류

경쟁제품 13개 중 10개의 외장재가 플라스틱으로 나타남. 나머지 3개 제품은 종이컵 모양의 외장재로 확인되며 내부에는 국·소스 등이 포함되어 있음

#### 조사제품 대부분은 한국산 제품

조사된 경쟁제품 중 92.3%가 한국산이며 7.7%는 일본산으로 나타남

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시



출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06), 13개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

구분	제품명	제조국가	제조국가 비중
1	맛있는 오투기밥	한국산	<p>■ 한국 ■ 일본</p>
2	햇반 흑미밥	한국산	
3	햇반 오곡밥	한국산	
4	햇반 발아현미밥	한국산	
5	햇반 찰보리밥	한국산	
6	햇반 작은공기	한국산	
7	햇반(Cooked White Rice)	한국산	
8	햇반 현미밥	한국산	
9	햇반 큰공기	한국산	
10	햇반 컵반 햇반이 들어있는 가정식 국밥 순두부찌개국밥	한국산	
11	나가사키식 짬뽕밥	한국산	
12	콩나물 해장국밥	한국산	
13	Cơm Nhật nấu chín (コシひかりごはん)	일본산	

출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06), 13개 제품 기준

### 3. 정성 분석

#### 즉석밥과 즉석건조밥으로 제품 구분

경쟁제품 13개 중 즉석밥 제품이 10개로 조사되었으며 한 개 제품은 즉석밥과 함께 국·소스 등이 포함되어 있음. 나머지 두 개 제품의 경우 건조밥과 함께 국·소스 등이 포함되어 뜨거운 물을 부어 조리해 먹을 수 있는 제품으로 확인됨

표 3.5 : 경쟁제품 원료 목록

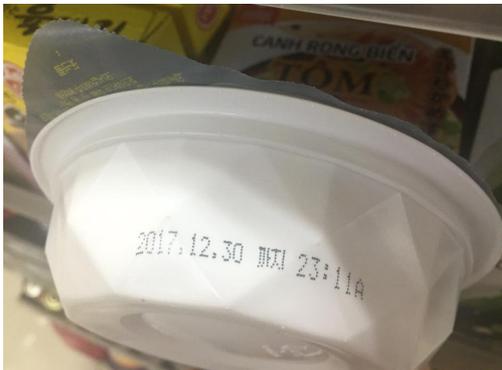
구분	제품명	원료
1	맛있는 오뚜기밥	쌀(국산), 산도조절제
2	햇반 흑미밥	멥쌀80.3%(국산), 찰쌀(국산), 흑미7.7%(국산)
3	햇반 오곡밥	멥쌀64.8%(국산), 찰쌀 16.9%(국산), 흑미5.4%(국산), 팥4.9%, 기장4.3%, 차수수2.2%, 정제염, 글루코노델타락톤
4	햇반 발아현미밥	발아현미50%[(멥쌀,국산),(찰쌀,국산)], 멥쌀(국산)
5	햇반 찰보리밥	멥쌀80.0%(국산), 찰보리(흰쌀찰보리)20.0%(국산)
6	햇반 작은공기	멥쌀99.9%(국산),쌀미강추출물
7	햇반(Cooked White Rice)	물, 쌀, 글루코노델타락톤
8	햇반 현미밥	찰쌀현미90%(국산), 멥쌀현미9.9%(국산), 쌀미강추출물.
9	햇반 큰공기	멥쌀99.9%(국산),쌀미강추출물
10	햇반 컵반 햇반이 들어있는 가정식 국밥 순두부찌개국밥	*햇반(150g)/즉석조리식품/질소충전제품/살균제품:배합수제외[멥쌀(국산), 쌀미강추출물] *순두부찌개국밥밀국물(20g/소스류/살균제품):정제수, 복합해물농축액, 복합해물엑기스(바지락엑기스/바지락/중국산), 야채육베이스(야채짬뽕베이스(중국산),저당정제수, 정제소금, 고춧가루(중국산), 마늘(중국산), 옥수수유(옥수수베아, 규소수지), 정제소금,L-글루탐산나트륨(향미증진제), 새우엑기스, 사골농축액, 변성전분, 새우풍미유, 백설탕, 볶음해조유, 향미증진제, 호박산이나트륨, 후추분말 *순두부찌개국밥건더기(3g/기타가공품):건조순두부(대두(외국산),혼합제제변성분, 말토덱스트린, 두부응고제, 혼합제제글리세린, d-토코페롤(혼합형), 글리세린지방산에스테르, 효소분해레시틴, 동결건조파(중국산)[대파,포도당], 조미건조홍고추링(홍고추(중국산), 분말결정포도당, 정제소금(국산), 혼합제제 [말토덱스트린, 아라비아검, D-토코페롤(혼합형), 글리세린지방산에스테르], 혼합제제(비타민B1 라우리황산염, 글리신, 탄산수소암모늄)
11	나가사키식 짬뽕밥	*건조밥-쌀100%(국산), *소스-저감미당, 짬뽕육수베이스26%(치킨추출액(고형분5.06%/닭발:국산), 덱스트린, 돈골엑기스(고형분58%/돈골:국산), 야채착즙액, 정제소금), 나가사키짬뽕베이스12.02%(돈골엑기스(고형분54%/돈골:국산), 말토덱스트린, 양파(국산), 백설탕, 정제소금, 오징어추출물(오징어농축액(오징어:국산), 덱스트린, 향미증진제, 참기름(참깨:외국산)), 정제수, 정제소금, 그릴드돈골농축액, L-글루타민산나트륨(향미증진제), 백설탕, 존미돈지, 변성전분, 쿼메이트, 후추분말, 산도조절제, 향미증진제, 글리신/건더기-건양배추(중국산), 건청경채(중국산), 건파(중국산), 건당근
12	콩나물 해장국밥	*건조밥-쌀100%(국산), *소스-저감미당, 콩나물해장국소스-정제수, 해물우린액[대구뼈엑기스(대구뼈(원양산), 황태엑기스(황태(러시아산), 무즙농축액, 다시마엑기스, 조미액젓], 콩나물추출물 8%(고형분 6.6%/콩나물71.22%(대두:국산), 덱스트린, 정제소금(국산), 마늘, 이스트엑기스분말, 정제소금(국산), 북어추출 농축분말, 양조간장, 파추출물, 야채짬뽕분말, 조미후추분, 청양고추분말/건더기-대파(중국산), 콩나물(대두:중국산), 무(국산), 덱스트린, 양파, 홍고추, 감자전분, 청양고추
13	Com Nhật nấu chín (코시히카리ごはん)	쌀(니가타, 일본), 올리고당, 산도 조절제

출처 : 현지방문조사(Citi mart, Kmart, Family mart 2017.06), 13개 제품 기준

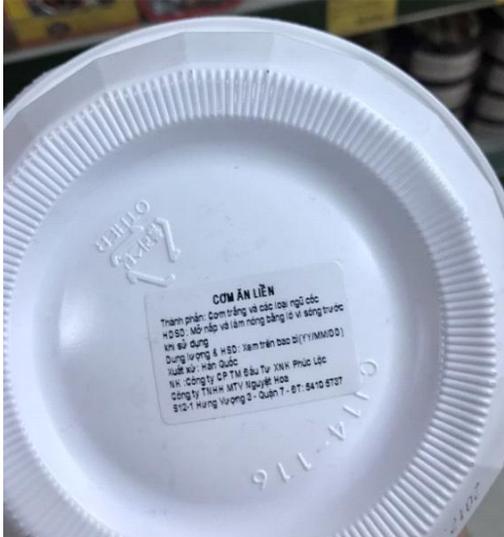
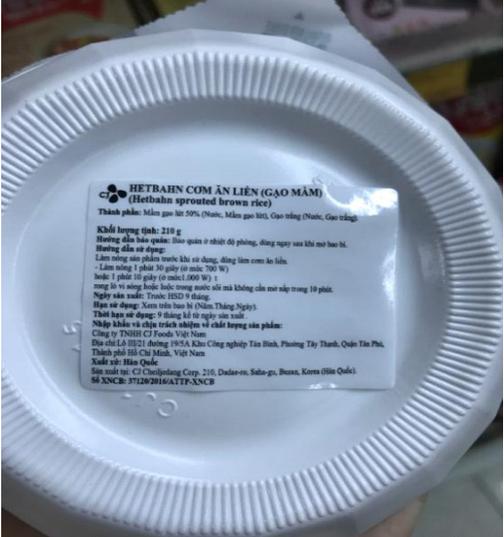
## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

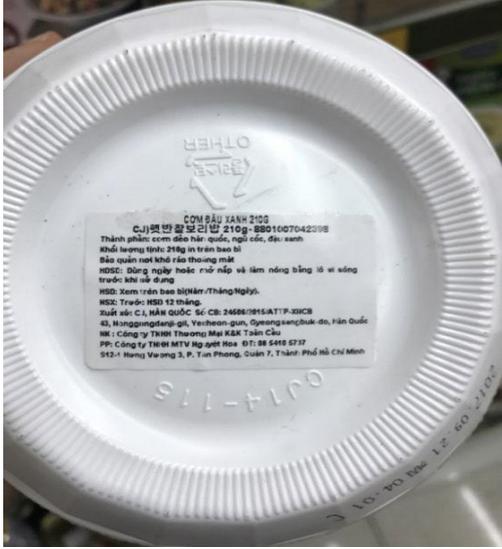
베트남 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급 업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	오뚜기	CJ CHEILJEDANG
	제품명	맛있는 오뚜기밥	햇반 흑미밥
	용량(g)	200	210
	가격(동)	30,000	39,000
	포장형태	플라스틱용기	플라스틱용기
	원료	쌀(국산), 산도조절제	멥쌀80.3%(국산), 찰쌀(국산), 흑미7.7%(국산)
	유통기한(개월)	9	9
	제조국가	한국산	한국산
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH Ottogi VN	Công ty TNHH CJ Foods Việt Nam
	판매확인 매장	Family mart	K MART

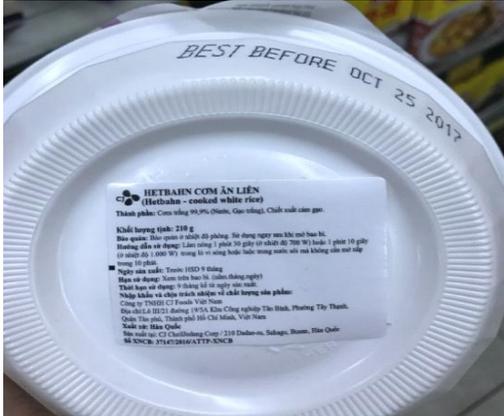
## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	CJ CHEILJEDANG	CJ CHEILJEDANG
	제품명	햇반 오곡밥	햇반 발아현미밥
	용량(g)	210	210
	가격(동)	38,000	39,000
	포장형태	플라스틱용기	플라스틱용기
	원료	멥쌀64.8%(국산), 찰쌀 16.9%(국산), 흑미5.4%(국산), 팥4.9%, 기장4.3%, 차수수2.2%, 정제염, 글루코노델타락톤	발아현미50%[멥쌀,국산],(찰쌀,국산), 멥쌀(국산)
	유통기한(개월)	9	9
제조국가	한국산	한국산	
취급처	수입사 정보	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc	Công ty TNHH CJ Foods Việt Nam
	판매확인매장	K MART	K MART

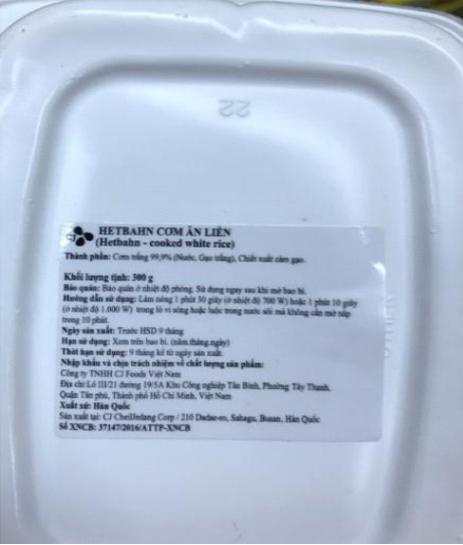
## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	CJ CHEILJEDANG	CJ CHEILJEDANG
	제품명	햇반 찰보리밥	햇반 작은공기
	용량(g)	210	130
	가격(동)	39,000	25,000
	포장형태	플라스틱용기	플라스틱용기
	원료	멥쌀80.0%(국산), 찰보리(흰쌀찰보리)20.0%(국산)	멥쌀99.9%(국산),쌀미강추출물
	유통기한(개월)	12	9
제조국가	한국산	한국산	
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH Thương Mại K&K Toàn Cầu	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc
	판매확인 매장	K MART	K MART

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	CJ CHEILJEDANG	CJ CHEILJEDANG
	제품명	햇반(Cooked White Rice)	햇반 현미밥
	용량(g)	210	210
	가격(동)	30,000	35,000
	포장형태	플라스틱용기	플라스틱용기
	원료	물, 쌀, 글루코노델타락톤	찹쌀현미90%(국산), 맷쌀현미9.9%(국산), 쌀미강추출물
	유통기한(개월)	9	9
제조국가	한국산	한국산	
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH CJ Foods Việt Nam	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc
	판매확인 매장	K MART	K MART

# 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	CJ CHEILJEDANG	Công ty Aeon Topvalu Co.,Ltd
	제품명	햇반 큰공기	Com Nhật nấu chín (コシひかりごはん)
	용량(g)	300	180
	가격(동)	46,000	32,300
	포장형태	플라스틱용기	플라스틱용기
	원료	멥쌀99.9%(국산), 쌀미강추출물	쌀(니가타, 일본), 올리고당, 산도 조절제
	유통기한(개월)	9	9
	제조국가	한국산	일본산
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH CJ Foods Việt Nam	CTY TNHH MTV HỘI NHẬP PHÁT TRIỂN ĐÔNG HUNG
	판매확인매장	K MART	Citi mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	청정원	청정원
	제품명	나가사키식 짬뽕밥	콩나물 해장국밥
	용량(g)	64	64
	가격(동)	48,000	48,000
	포장형태	종이컵	종이컵
	원료	*건조밥-쌀100%(국산), *소스-저감미당, 짬뽕육수베이스26%(치킨추출액(고형분5.06%/닭발:국산), 덱스트린, 돈골엑기스(고형분58%/돈골:국산), 야채착즙액, 정제소금), 나가사키짬뽕베이스12.02%(돈골엑기스(고형분54%/돈골:국산), 말토덱스트린, 양파(국산), 백설탕, 정제소금), 오징어추출물(오징어농축액(오징어:국산), 덱스트린, 향미증진제, 참기름(참깨:외국산)), 정제수, 정제소금, 그릴드돈골농축액, L-글루타민산나트륨(향미증진제), 백설탕, 존미둔지, 변성전분, 쿼메이트, 후추분말, 산도조절제, 향미증진제, 글리신/건더기-건양배추(중국산), 건청경채(중국산), 건파(중국산), 건당근	*건조밥-쌀100%(국산), *소스-저감미당, 콩나물해장국소스-정제수, 해물우린액[대구뼈엑기스(대구뼈(원양산), 황태엑기스(황태(러시아산), 콩나물(대두:중국산)), 무즙농축액, 다시마엑기스, 조미액젓], 덱스트린, 콩나물추출물 8%(고형분 6.6%/콩나물71.22%(대두:국산), 덱스트린, 정제소금(국산), 마늘, 이스트엑기스분말), 정제소금(국산), 복어추출 농축분말, 양조간장, 파추출물, 야채짬뽕분말, 조미후추분, 청양고추분말/건더기-대파(중국산), 콩나물(대두:중국산), 무(국산), 덱스트린, 양파, 홍고추, 감자전분, 청양고추
유통기한(개월)	9	9	
제조국가	한국산	한국산	
취급처	수입사 정보	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc
	판매확인 매장	K MART	K MART

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	CJ CHEILJEDANG	
	제품명	햇반 컵반 햇반이 들어있는 가정식 국밥 순두부찌개국밥	
	용량(g)	173	
	가격(동)	72,000	
	포장형태	종이컵	
	원료	<p>*햇반(150g)/즉석조리식품/질소총전제품/살균제품:배합수제외[멥쌀(국산), 쌀미강추출물]                      *순두부찌개국밥밀국물(20g/소스류/살균제품):정제수, 복합해물농축액, 복합해물엑기스(바지락엑기스/바지락/중국산), 야채육베이스(야채짬뽕베이스(중국산),저당정제수, 정제소금, 고춧가루(중국산), 마늘(중국산), 옥수수유(옥수수베아, 규소수지), 정제소금,   -글루탐산나트륨(향미증진제), 새우엑기스, 사골농축액, 변성전분, 새우풍미유, 백설탕, 볶음해조유, 향미증진제, 호박산이나트륨, 후추분말</p> <p>*순두부찌개국밥건더기(3g/기타가공품):건조순두부(대두(외국산),혼합제제변성분, 말토덱스트린, 두부응고제, 혼합제제글리세린, d-토코페롤(혼합형), 글리세린지방산에스테르, 효소분해레시틴, 동결건조파(중국산)[대파,포도당], 조미건조홍고추링(홍고추(중국산), 분말결정포도당, 정제소금(국산), 혼합제제 [말토덱스트린, 아라비아검, D-토코페롤(혼합형), 글리세린지방산에스테르], 혼합제제(비타민B1 라우리황산염, 글리신, 탄산수소암모늄)</p>	
	유통기한(개월)	9	
제조국가	한국산		
취급처	수입사 정보	Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc	
	판매확인 매장	K MART	

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		오뚜기	CJ 제일제당	청정원
		한국	한국	한국
기업 개요	설립년도	1969년	1953년	1956년 <sup>13</sup> .
	순 매출	약 2조 106억 원(2016년)	약 14조 5,632억 원(2016년)	약 2조 8,550억 원(2016년)
	취급품목	HMR식품, 각종 식료품, 조미료 등	HMR식품, 각종 식료품, 조미료 등	간편식품, 각종 식료품, 조미료 등
제품 정보				
		맛있는 오뚜기밥	햇반	나가사키 짬뽕밥
판매 전략	진출전략	· 베트남 법인을 통해 Big C 납품중	· 베트남 국영 유통기업과 MOU 체결	· Miwon Vietnam 유통 시스템 구축으로 베트남 전역으로 유통 가능
	캐치 프레이즈	· 맛있는 식품은 신선한 원료에서 - '맛있는 오뚜기밥'은 엄선된 쌀을 무균 포장하여 간편하고 신선함을 강조	· 즐거운 동행 - 국민식품 - 일반 국민들의 밥상에 자주 오르는 식품을 가격인하 해 해당 OEM 업체의 실질적인 매출 증대를 꾀할 수 있음	· 가족을 위한 건강한 식탁 - 자연을 정성스럽게 담았다

13. 대상그룹 식품 부문 브랜드 통합: 1996년

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스<sup>14</sup>.

방법론 01. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 베트남 현지 하이퍼마켓, 편의점 방문(2017.06)
- 오투기
- CJ 제일제당
- 청정원
- コシひかりごはん

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 ..... 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Pre-cooked rice, Ready to eat rice
- 온라인 쇼핑몰 분석
- AMAZON(www.amazon.vn)
- Disieuthi(disieuthi.vn)
- LAZADA(www.lazada.vn)

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

즉석밥 제품 취급  
한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

오투기	CJ 제일제당	청정원
		
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>

14. 베트남 내 즉석가공식품 시장은 Masan consumer가 높은 점유율을 기록하고 있지만, 면류를 제외한 쌀이 주성분인 즉석가공식품의 유사제품으로는 즉석 죽 (B'fast congee)만 취급하고 있어 즉석밥 및 즉석건조밥 제품을 수출하고 있는 한국기업을 경쟁사로 선정함

## 2. 경쟁사별 현황파악

### 기업 분석 : 오투기

오투기는 베트남에 현지법인을 설립하여 베트남에서 소비되는 전체 물량의 30%를 베트남 내에서 조달하고 있으며, 나머지 70%의 물량은 한국 오투기에서 수출을 진행함. 2016년 베트남 현지법인의 순이익은 11억 7,900만원으로 전년대비 23.8% 증가하면서 베트남에서 꾸준히 시장점유율 확대를 노리고 있음

베트남 오투기는 베스트셀러 제품인 라면, 마요네즈를 포함하여 딸기잼, 케첩 등 스프레드류도 함께 유통하고 있음. 해당 제품들은 베트남 최대 유통업체인 빅씨(Big C)와 롯데마트를 통해 판매됨<sup>15</sup>.

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1969년
- ② 순 매출 ..... 약 2조 106억 원(2016년)
- ③ 취급품목 ..... HMR식품, 각종 식료품, 조미료 등



출처 : 오투기(www.ottogi.co.kr), 다투 전자공시시스템 '오투기 2017 사업보고서'

#### [판매 정보]

다양한 맛의 제품 보유			
	맛있는 오투기밥	춘천닭갈비덮밥	육개장밥
	출처 : 오투기(www.ottogi.co.kr)		

#### [판매 전략]

진출전략	캐치프레이즈
“베트남 법인을 통해 Big C 납품”	“맛있는 식품은 신선한 원료에서”
<div style="display: flex;"> <div style="flex: 1;"> </div> <div style="flex: 2; padding-left: 10px;">                 2017년 1월부터 베트남 법인을 통해 국내에서 생산하는 주요 제품을 베트남 최대 대형 유통업체인 빅씨(Big C)로 납품중임             </div> </div>	<div style="display: flex;"> <div style="flex: 1;"> </div> <div style="flex: 2; padding-left: 10px;">                 엄선된 쌀을 깨끗하게 씻어 포장한 '씻어 나온 맛있는 오투기쌀'은 더 씻을 필요 없이 물만 부어 한번에 밥을 지을 수 있기 때문에 간편한 식생활을 추구하는 현대인들에게 필수적인 제품임을 강조함             </div> </div>
출처 : 오투기(www.ottogi.co.kr)	

15. 스페셜경제, '오투기, 베트남 최대 유통업체 '빅씨' 입점...' '동남아 시장 공략 나서', 2017.04.19

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 기업 분석 : CJ CHEILJEDANG(제일제당)

CJ 제일제당과 일본 종합상사 스미토모(Sumitomo)가 손잡고 총 500억원을 베트남 밀가루 시장에 투자함. 세계 최고 수준의 제분기술력을 자랑하는 CJ 제일제당과 베트남 내 일본계 식품업체 및 프리믹스<sup>16</sup>. 판매 네트워크에 강점을 갖고 있는 스미토모의 시너지 효과를 통해 6,000억원 규모의 베트남 밀가루 시장을 공략하기 위함임. 특히 그 동안 내수시장 위주였던 제분사업에서 탈피해 본격적으로 글로벌 시장을 공략하는 것은 물론, 베트남 현지에 최적화된 생산기지 및 제품을 생산한다는 점에서 그 의미가 큼

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1953년
- ② 순 매출 ..... 약 14조 5,632억 원(2016년)
- ③ 취급품목 ..... HMR식품, 각종 식료품, 조미료 등



출처 : CJ 제일제당(www.cj.co.kr)

#### [판매 정보]

대형마트  
판매 현황



햇반 쌀밥



햇반 현미밥



햇반컵반(순두부찌개국밥)

출처 : 현지방문조사(Kmart), 2017.06

#### [판매 전략]

##### 진출전략

“베트남 국영 유통기업과 MOU 체결로 유통망 확대”



2016년 9월 베트남의 국영 유통기업 '사이공 트레이딩 그룹 (SATRA)'과 양해각서를 체결하여 SATRA가 보유한 현지 유통망에 별도의 전문 판매 공간인 'CJ(Zone)'을 설치하는 등 제품 판매 확대를 위한 협력을 약속함

##### 캐치프레이즈

“즐거운 동행 - 국민식품”

일반 국민들의 밥상에 자주 오르는 식품의 가격인하를 통해 해당 OEM제품 생산 업체의 실질적인 매출 증대를 꾀할 수 있다는 점을 강조함. 당장은 마진 포기로 인한 사업적인 손실이 있지만, 장기적으로는 대기업의 사회적 책임을 다할 수 있어 기업이미지 제고에 큰 도움이 된다는 점을 강조하고 있음

출처 : CJ 제일제당(www.cj.co.kr)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 기업 분석 : 청정원

청정원(대상)17.은 1994년 베트남에 공장을 설립하고 식품 시장에 진출함. 2016년 상반기 순이익 1억 원을 기록하면서 흑자 전환에 성공함. 매출은 430억 원이며, BMI 보고서에 따르면 현지 식품시장 점유율은 9.3%를 기록함

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1956년  
 ② 순 매출 ..... 약 2조 8,550억 원(2016년)  
 ③ 취급품목 ..... HMR식품, 각종 식료품, 조미료 등



출처 : 청정원(www.chungjungone.com)

#### [판매 정보]

<p>대형마트 판매현황</p>	<p>나가사키식 짬뽕밥</p>	<p>상하이식 짬뽕밥, 콩나물 해장국밥</p>
------------------	------------------	---------------------------

출처 : 현지방문조사(Kmart), 2017.06

#### [판매 전략]

진출전략	캐치프레이즈
<p><b>“ Miwon Vietnam 유통 시스템 구축 ”</b></p> <p>1994년 미원 베트남 설립 이후 베트남 내 유통 시스템을 구축하여 베트남 전역으로 유통이 가능하며 베트남 내 사회환원 사업도 활발하게 진행중임</p>	<p><b>“가족을 위한 건강한 식탁”</b></p> <p>깨끗한 자연을 정성스럽게 담아내고자 하는 청정원의 마음이 건강한 음식을 만들어 내는 전문성을 통하여 가족의 식탁까지 전달된다는 캐치프레이즈는 안전한 먹거리를 추구하는 베트남 현지인들에게 적합한 캐치프레이즈</p>

출처 : 청정원(www.chungjungone.com), Miwon Vietnam(miwon.com.vn)

16. 밀가루나 파우더가루와 같은 식품을 만드는 재료

17. 청정원은 대상의 식품 부문 통합 브랜드로 1996년 신선하고 깨끗한 자연(청)을 정성스럽게(정) 담아서(원) 가족을 위한 건강한 식탁을 제안하겠다는 의지를 담아 런칭함

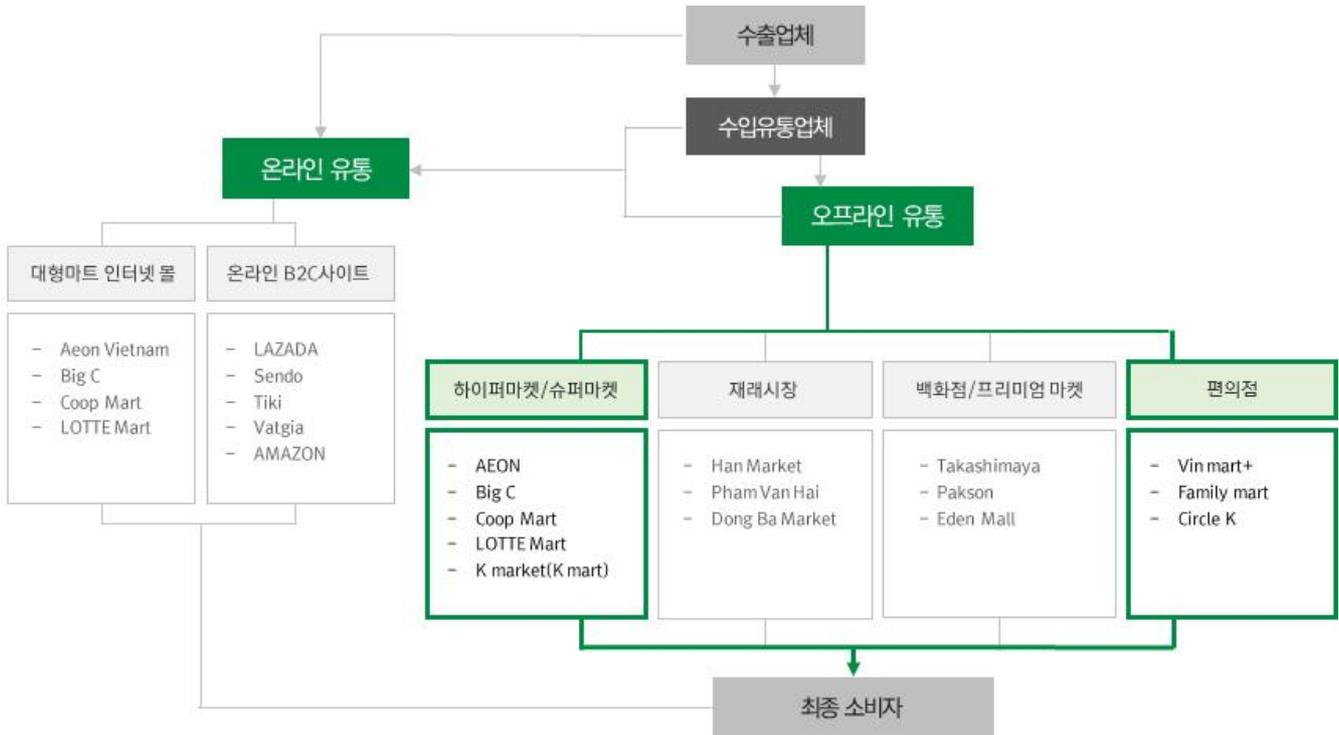
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

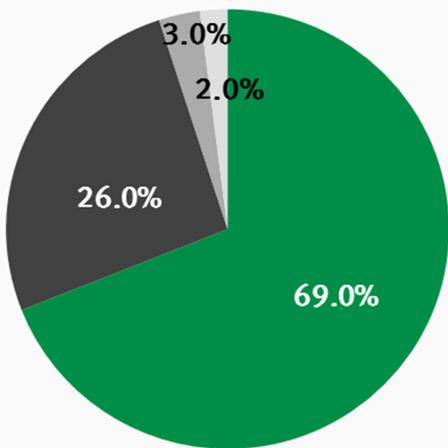
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



■ 하이퍼마켓 ■ 슈퍼마켓 ■ 편의점 ■ 온라인채널

### 유통채널별 정의 및 특징

- 하이퍼마켓 : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- 슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280 ~ 2,300㎡ 이상
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- 온라인채널 : 온라인으로 주문, 배송이 가능한 B2C 쇼핑몰

출처 : 미국농무부, 'Vietnam Retail Foods'. 2017.03.07.

※유통채널별 점유율의 경우 가공식품 품목을 대상으로 집계한 결과임

## 1. 추천 진출 경로

### ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

#### : 대도시를 중심으로 대형유통업체 증가

베트남 산업무역부는 현대식 유통망의 비율이 2015년 25%에서 2020년 40 ~ 45%에 이를 것으로 전망함. 아직까지는 현대식 유통망인 대형유통업체들은 호치민과 같이 대도시에만 편중되어 있지만 전국에 중형 슈퍼마켓을 포함한 대형마트는 약 750여개로 파악됨. 한편, 백화점은 약 150여 개, 작은 슈퍼마켓 형태의 미니마트는 1,452개로 파악됨. 아시아-태평양 지역 시장조사 전문기관 시미고(Cimigo)에 따르면 베트남 내 대형 슈퍼마켓은 2005년 47개에서 2015년 975개로 약 21배 증가한 것으로 나타남

### ROUTE #2. 편의점

#### : 베트남 소비자의 소비 습관과 맞물린 폭발적인 성장

미국 농무부가 발간한 보고서 ‘Vietnam Retail Foods’ 에 따르면 2012년 기준 베트남 내 약 150개였던 편의점의 수는 2015년 1,000개가 넘음. 이는 베트남 소비자들은 소량으로 제품을 빈번하게 구매하는 성향과 대중화된 이동수단인 오토바이를 활용한 주택 근처의 소규모 식료품점의 이용이 반영된 결과로 사료됨. 나아가 20 ~ 30 대의 소비층이 바쁜 생활 속에서 와이파이를 제공해주는 휴게공간을 갖춘 편의점을 선호하면서 편의점 내 취급품목들이 다양해지고 있음. 영업시간이 영세 점포 대비 길고 주택가 주변에 위치하고 있어 접근성이 높다는 점 또한 현지 소비자 유치에 있어 유리한 점으로 부각되고 있음

### ROUTE #3. 온라인 유통채널

#### : 밝은 전망의 베트남 온라인 쇼핑물<sup>18</sup>.

베트남에서 인터넷 보급이 확산됨에 따라 B2C<sup>19</sup>. 전자상거래 시장 규모가 2015년 기준 40억 달러를 넘어선 것으로 추산되었으며, 5년 후인 2020년에는 그 규모가 100억 달러에 이를 것으로 전망됨. 동남아의 아마존이라고 불리는 LAZADA<sup>20</sup>.는 베트남 전자상거래 부문에서 36% 시장 점유율을 확보하고 있는데 매월 1억 2,000만 명의 접속자 수와 5,000만 건의 페이지뷰를 기록함. 이러한 추세에 맞추어 베트남의 유명 하이퍼마켓 Vinmart는 최근 온라인 쇼핑몰 Adayroi.vn을 개설하는 등 대형마트를 중심으로 온라인 쇼핑몰 확대가 이어지고 있음

18. 주간무역, ‘베트남 인터넷쇼핑 시장 주목하라’, 2016.05.12

19. B2C(Business to Customer) 의 약자임. 전자 상거래의 일종으로 기업과 개인 간의 거래를 뜻함. 일반적으로 소비자들이 구매하는 온라인 쇼핑몰 등이 이에 속함

20. LAZADA(www.lazada.vn)

# 1. 추천 진출 경로

## 시장 점유율 및 성장률

미국 농무부(USDA)에 따르면 2015년 기준 베트남 현대 유통채널 판매액은 2011년 30조 동에서 2015년 69조 동으로 성장함. 그 중 슈퍼마켓 판매량이 39조, 하이퍼마켓이 27조, 편의점의 판매액이 2조 동으로 나타남. 편의점과 소형마켓, 온라인 쇼핑몰의 경우, 시장 점유율 면에서는 3%와 2%를 기록하면서 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 69%, 26%인 것에 비하여 상대적으로 낮지만 월등한 점포의 수와 높은 성장률 그리고 소비자들의 변화하는 구매성향을 고려한다면 장기적인 측면에서 진출 경로로 고려할 수 있음

## 제품 컨셉

한국기업인 롯데마트의 경우 매장 컨셉을 100% 현지화하기보다는 수입식품 코너를 운영하여 고가 제품을 취급함. 이처럼 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 경우 매장마다 수입제품을 구성하는 비중은 다르지만 모두 수입제품을 취급하고 있음. 편의점과 온라인의 경우, 외국계기업들이 투자를 확대하면서 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 대비 제품 개수는 적지만 다양한 수입 제품을 판매하고 있음

## 제품 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 한국산 즉석식품이 슈퍼마켓인 Kmart와 편의점인 Familymart에서 취급되고 있음. 온라인 쇼핑몰에서는 AMAZON과 각 제품의 기업 홈페이지에서 취급되고 있음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합	
	 하이퍼마켓·슈퍼마켓	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	[적합]	[부적합]
시장 성장률			2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장			
2. 제품적합성		제품컨셉 일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
3. 진출가능성		제품 취급여부	한국산 즉석 식품 취급 유무	[적합]	[부적합]	
 편의점		1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	[적합]	[부적합]
			시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	[적합]	[부적합]
	2. 제품적합성	제품컨셉 일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
	3. 진출가능성	제품 취급여부	한국산 즉석 식품 취급 유무	[적합]	[부적합]	
	 온라인 쇼핑몰	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	[적합]	[부적합]
			시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	[적합]	[부적합]
2. 제품적합성		제품컨셉 일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
3. 진출가능성		제품 취급여부	한국산 즉석 식품 취급 유무	[적합]	[부적합]	

# 1. 추천 진출 경로

## 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

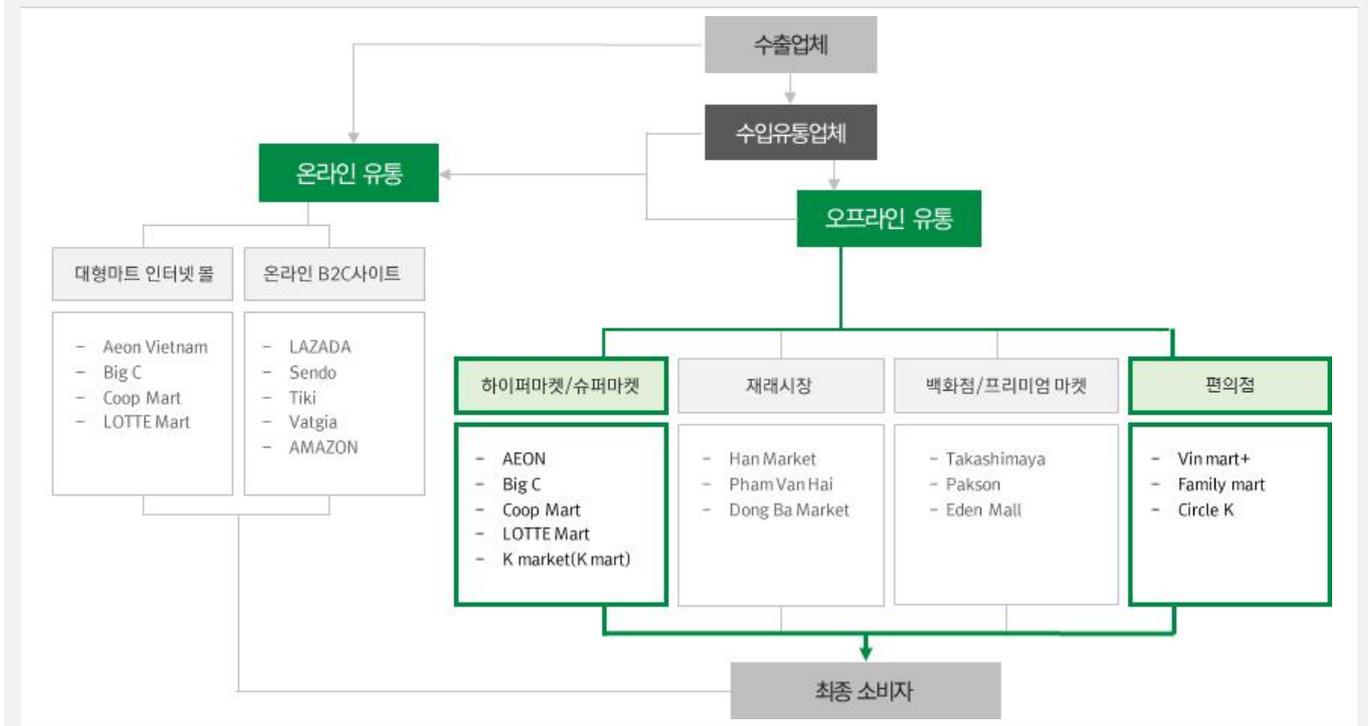
유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 편의점의 경우 높은 성장 잠재력을 가진 것으로 판단되나 아직까지는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고 취급 제품의 다양성도 부족한 편임. 따라서 시장성과 제품적합성 그리고 진출 가능성으로 미루어볼 때, 현재는 하이퍼마켓·슈퍼마켓 진출을 권장함

## 장기적으로 편의점 진출 추천

베트남에 진출한 외국 기업들이 장기적인 관점에서 편의점 시장 입지 확대에 주력하고 있으며, 대형 기업들이 현지 편의점 시장 진출을 연이어 발표함에 따라 현지 시장의 편의점 수는 더욱 폭발적으로 증가할 것으로 전망됨

또한, 2000년 이후 매년 5%가 넘는 베트남의 경제 성장률이 지속된다면 중산층 규모가 오는 2020년까지 현재의 두 배 이상으로 증가할 것으로 예상되며, 이들이 편의점의 주 소비자층으로 부상할 것으로 전망됨. 시장 점유율 면에서는 아직 슈퍼마켓/하이퍼마켓 대비 낮은 점유율을 보이고 있으나, 베트남에 진출한 외국 기업들의 사업 확장, 대형 기업들의 현지 편의점 시장 진출로 인한 잠재성과 현지 베트남 소비자들의 수요를 반영하여 향후 편의점 진출을 고려해볼 수 있음

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급 바이어, 햇반을 포함한 각종 가공식품 수입유통업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 6월)

- 즉석가공식품 수입업체
- 즉석가공식품 유통업체

### Q1. 베트남 내 즉석가공식품 및 즉석밥 제품의 인지도는 어떻습니까?

“베트남 시장은 현재 한국 트렌드를 따라가고 있다. 즉석밥 판매량 또한 꽤 좋은 편이다. 인스턴트 누들제품의 경우, 근래 프로모션을 진행하고 있어서 가격이 저렴하고 경쟁적인 편이다. 한국산 인스턴트 누들제품의 판매량은 좋지만 가격이 매우 유동적이다. 즉석떡볶이 제품의 경우, 베트남 시장의 거의 모든 슈퍼마켓, 소매점, 편의점 등에서 판매되기 때문에 판매실적이 좋다. 대표적인 브랜드로는 요뽀끼(Yopokki)가 있다”

- 한국제품 전문 수입 유통업체

CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT, THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ PHÚC THỊNH

담당자 Ms. Quynh과의 인터뷰 중, 2017.06

“베트남 사람들은 주로 집에서 밥을 직접 해먹는 문화가 있어서 즉석밥 제품의 판매량이 많지는 않다. 또한, 베트남 내 다양한 식품 전문 매장이 존재하며 식재료의 가격이 매우 저렴하기 때문에 즉석밥 구매의 필요성을 별로 느끼지 못한다”

- 한국제품 전문 수입 유통업체 Cuong Dung Food Service and Trading Co., Ltd

담당자 Ms. Chau와의 인터뷰 중, 2017.06

### Q2. 즉석밥 제품의 주요 소비층은 누구입니까?

“주요 소비층은 한국인이다. 베트남 현지인의 수요는 적은 편인데, 그 이유는 한국식품의 가격은 베트남 시장 내 평균가격보다 높은 편이기 때문이다”

- 한국제품 수입 및 유통업체 KHANG NAM VINA TRADING - SERVICES CO., LTD

영업 담당자 Cue와의 인터뷰 중, 2017.06

“베트남 내 한국인 또는 외국인이 주요 소비층이다. 베트남 현지인의 수요는 거의 없다. 즉석밥 제품의 비싼 가격(약 1,500원)과 베트남의 높은 쌀 생산량으로 인하여 즉석밥 제품은 베트남 시장 및 사람들에게 적합하지 않은 식품이라고 생각한다.

- 한국제품 수입 및 유통업체 CAO THANG FOOD COMPANY LIMITED

법정대리인 Mai Van Thang과의 인터뷰 중, 2017.06



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		K-MART(K-market) <sup>21.</sup>	CO.OP mart	Vinmart+ <sup>22.</sup>
		하이퍼마켓	하이퍼마켓	편의점
유통업체 개요	설립년도	2006년	1989년	2014년
	직원 수	-	21,000명(2016년)	-
	순 매출	-	13조 동(2016년)	-
	점포 수	70개(2015년)	81개(2016년)	825개(2016년)
	취급품목	즉석건조밥, 한국산 식품, 인스턴트 면류, 조미료 등	베트남산 식품, 스낵, 음료, 인스턴트 면류, 등	Simcard, 스낵, 면류, 인스턴트 식품, 음료 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2006년부터 운송 및 보관이 어려운 냉동식품, 냉장식품 수입 및 판매</li> <li>- 베트남 내 한국산 식품 대부분이 K-mart를 통해 수입 및 유통됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역에 이바지하는 co.op</li> <li>- 고객과 지역사회에 만족과 실질적 혜택 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 독점 '웰빙' 제품</li> <li>- Vineco 유기농 제품 독점 판매</li> </ul>
차별화 전략		<ul style="list-style-type: none"> <li>· K-Food 레스토랑을 오픈</li> <li>- 젊은 연령층을 중심으로 브랜드 인지도를 높임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자체브랜드 개발</li> <li>- 자체브랜드 개발로 저렴하고 질 좋은 제품을 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국기 컨셉으로 고객에게 신뢰를 줌</li> <li>- 베트남인들에게 친근한 국기 색의 레이아웃 활용</li> </ul>

21. K-MART의 홈페이지 조사 결과 직원수 및 순매출 정보가 확인되지 않음

22. Vinmart+의 홈페이지 조사 결과 직원수 및 순매출 정보가 확인되지 않음

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## K-MART(K-MARKET)

한국계 유통채널인 K-mart는 2006년 베트남 북부지역 하노이에 처음으로 개점 됨. 베트남 내 최대 규모의 한인마트이며, 규모가 점점 커짐에 따라 K-Mart에서 K-Market으로 상호를 변경함. 한인들이 많이 거주하는 지역이 아닌 쩡옌(Trung Yen)지역에 첫 번째 매장을 오픈하였고, 현지 소비자들을 대상으로 마케팅 활동을 시작하여 베트남 전역(하노이, 다낭, 호치민)에 70개의 매장을 보유하고 있음. 베트남에 있는 한국 신선식품 및 가공식품 대부분이 K-mart에서 수입 및 유통되고 있음

표 6.1 : K-MART(K-MARKET) 매장 정보

기업 정보	본사 주소	1 Nguyen Van Linh, Tan Phong, District 7, Ho Chi Minh city
	본사 전화	+84-8-3995-8368
주요 판매품목		생활 용품, 가전, 식료품 외
매장 전경		 
매장 이슈		<p><b>냉동식품 및 냉장식품 수입 및 판매</b></p> <p>2006년부터 운송 및 보관이 어려운 냉동식품 및 냉장식품을 한국에서 수입하여 타 한인마트와의 차별성을 부각시킨바 있음. 현재 한국 식품을 직수입하여 유통시키고 있는데. 수입만 해서 현지 로컬 유통채널에 공급하거나 수입업체를 통해 유통만 진행하기도 함</p>
차별화 전략		<p><b>K-Food 레스토랑 오픈</b></p> <p>또한 케이마트와 더불어 K-Food라는 레스토랑을 오픈하여 젊은 연령층을 중심으로 브랜드 인지도를 높임</p>

출처 : 한국농수산식품유통공사, '2015 FTA로 다시 보는 베트남, 2015, p29

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## co.op mart

베트남에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인으로 호치민에 본부가 있으며 주로 남부 지역에서 최고 유통기업으로 꼽힘. 매장별로 평균 2만개의 취급 품목을 관리하고 있으며 자체 브랜드 개발로 저렴하고 질 좋은 제품을 공급하는 시스템을 갖추고 있음. 그 외에도 전단지, 책자 형식의 카달로그 등을 배포하며 자체 매장을 홍보 중에 있음

co.op mart의 또 하나의 특징은 지역사회 중심이라는 것인데 타 유통 업체들에 비해 지역사회와 함께 소통할 수 있는 이벤트를 자주 개최한다는 것이 특징임. 이를 통해 신뢰를 쌓고 고객 충성도를 높이겠다는 전략으로 사료됨

표 6.2 : co.op mart 매장 정보

기업 정보	본사 주소	199 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao, District 1, Ho Chi Minh, Vietnam
	본사 전화	+84-9-3453-8978
주요 판매품목		생활 용품, 가전, 식료품 외
매장 전경		
매장 이슈		<p><b>지역에 이바지하는 co.op mart</b></p> <p>사이공의 형편이 어려운 학생들 170명에게 장학금을 수여하는 등 지역사회에 이바지하고 봉사한다는 정책을 기반으로 끊임없이 지역민과 상생하는 행사를 기획, 실행하고 있음</p>
차별화 전략		<p><b>지역사회 커뮤니케이션</b></p> <p>co.op mart는 지역민들에게의 봉사과 커뮤니케이션을 가장 중요시여기기 때문에 2017년 5월에는 호치민 시의 모든 매장에서 양돈업자들을 위해 할인 프로모션을 시행하기도 했음. 베트남 내에 다른 유통채널들도 다수 분포하지만, 지역민들에게 실질적인 혜택과 서비스를 제공하는 지역 친화적 매장이라는 매장 정체성을 확립하기 위한 것으로 사료됨</p>

출처 : co.op mart(www.co-opmart.com.vn)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## Vinmart+ (Vinmart plus)

Vinmart+는 소량 구매하는 베트남 소비자들의 소비습성을 감안하여 음식, 생활 잡화 등을 판매하는 편의점임. 2017년 4월 기준 900개에 달하는 매장을 보유한 Vinmart+는 하루 평균 2개 점포를 개장하는 등 공격적인 시장 확대에 나섰으며 가까운 미래에 매장을 10,000개로 확대하겠다는 포부를 밝힘. 각종 수입 제품 외에도 Vin 그룹사 내의 VinEco가 유통하는 유기농제품을 판매하는 등 편의점 차별화를 위해 노력하고 있음

표 6.3 : Vinmart+ 매장 정보

기업 정보	본사 주소	No.7, Bang Lang 1 Street, Vinhomes Riverside, Viet Hung Ward, Long Bien District, Ha Noi
	본사 전화	+84-4-3974-9999
주요 판매품목		생활 용품, 가전, 식료품 외
매장전경		 
매장 이슈		<p><b>독점 '웰빙' 제품 판매</b></p> <p>유기농 브랜드 VinEco가 유통하는 신선한 식품을 독점 유통하고 있다는 것이 Vinmart+의 경쟁력임. 이스라엘 기술을 사용하여 재배한 온실 야채를 현대적인 방법을 통해 농업 감사, 품질 관리 및 수확, 포장, 보존 및 유통 프로세스를 엄격하게 지킨다고 홍보함. 최근 건강과 웰빙에 관심을 가지기 시작한 베트남인들에게 높은 인기를 끌 수 있을 것으로 예상됨</p>
차별화 전략		<p><b>빨간색으로 브랜드 포지셔닝</b></p> <p>소비자의 신뢰를 얻고 성공적으로 Vinmart+ 라는 브랜드를 각인시키기 위해 빈그룹 로고를 베트남 국기를 기반으로 한 붉은 깃발 색과 금색의 별표를 그대로 따옴. 이것을 직원 유니폼과 편의점 레이아웃에 적용시켜 친근감을 불러일으킴</p>

출처 : Wordpress, 'Định vị thương hiệu của VinMart, thành công và thách thức', 2017.02.20.  
Insideretail, 'VinMart triples its revenue through expansion', 2016.08.04.

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 베트남 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

METRO		
매장 수	13개(2015년 기준)	
홈페이지	www.metro.com.vn	
매장 개요	<p>대형 할인마트 Metro는 독일계 Cash&amp;Carry사의 대형 도매 할인점으로 지난 2002년 베트남에 진출하여 현재 13개의 매장을 운영하고 있음. Metro는 다른 대형 할인점과 달리 철저한 회원제로 운영되고 있으며 하노이, 호치민 등의 도시 및 지방 지역 진출을 활발하게 추진 중임</p>	
Hapro		
매장 수	70개(2015년 기준)	
홈페이지	www.haprovietnam.vn	
매장 개요	<p>Hapro는 북부 하노이 지역을 중심으로 진출한 국영기업으로 하노이 현지에 70개 정도의 슈퍼마켓 체인을 가지고 있음. '안정 및 가격'이 주요 슬로건이며 고소득층보다는 서민을 겨냥한 슈퍼마켓 체인임</p>	
FIVI mart		
매장 수	21개(2015년 기준)	
홈페이지	www.fivimart.com.vn	
매장 개요	<p>베트남계 유통마트인 FIVI 마트는 1997년에 최초로 하노이시에 개점되었으며 베트남 북부를 중심으로 21개의 점포가 있음. 수입산 식품보다는 국내산 가공식품 및 채소를 주로 유통하고 있으며 저렴한 가격으로 인해 중산층 소비자들이 많은 편임</p>	
Lotte Mart		
매장 수	10개(2015년 기준)	
홈페이지	www.lottemart.com.vn	
매장 개요	<p>한국계 유통기업인 롯데마트는 2008년 호치민시 점포를 개점하여 대도시를 중심으로 점포를 늘려나가고 있음. 롯데쇼핑, 롯데리아, 롯데시네마 등 롯데 그룹 지사와 함께 베트남 유통채널 내 시장점유율을 빠르게 높여가고 있음. '롯데'라는 브랜드는 젊은 연령층부터 중장년층까지 친숙한 편임. 2014년 베트남 하노이시에 오픈한 롯데 센터는 베트남 내 가장 높은 건물 중 하나로 롯데백화점, 롯데호텔, 롯데마트 등이 함께 위치함. 소비자들은 롯데마트를 럭셔리 백화점, 랜드 마크 등 다양한 이미지를 복합시켜 우수한 품질의 식품을 판매하는 트렌디한 마트로 인식함. 하노이를 포함한 북부에 4개, 다낭에 1개, 호치민을 포함한 남부에 5개 등으로 총 10개의 매장을 운영하고 있으며, 롯데리아 등 한국 프랜차이즈 식당 및 인삼제품 판매 대리점이 입점 되어 있음. 롯데마트 내 가공식품류는 한국에서 유통되는 대부분의 제품이 유통되고 있으며, 가격은 한국 현지에 비해 약 80% 정도 더 높게 책정되어 있음</p>	

출처 : 한국농수산물유통공사, '2015 FTA로 다시 보는 베트남', 2015, p26 ~ 29

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 베트남 내 편의점 현황

Co.op Food	
매장 수	96개(2016년 기준)
매장 개요	신선 식품이나 각종 식품, 화장품, 가정용품 등 약 4,000점의 상품 취급
Satrafoods	
매장 수	80개(2016년 기준)
매장 개요	2017년 3월 22일 호치민시 7구 Tan Phu 블록에 '청년단의 편의점'을 본뜬 106개짜의 점포를 오픈. '청년단의 편의점' 브랜드를 구축하면서 청년단의 멤버가 점장에서 점원까지 취업 증으로 청년단의 제복을 입고 단의 밝고 열정인 정신을 어필함



출처 : ACBS(ACB Securities Company)

표 6.6 : 베트남 내 외국계 편의점 현황

Shop & Go (싱가폴)	
매장 수	210개(2016년 기준)
매장 개요	2005년 12월 호치민시에 1호점을 개장함. 베트남 최초로 잭팟 복권인 Mega 6/45의 판매를 실시함
Circle K (캐나다)	
매장 수	198개(2016년 기준)
매장 개요	베트남 최초 외국계 24시간 편의점 체인임. 매장마다 ATM을 보유하고 있으며 Payoo라는 전기, 수도, 가스, 인터넷 등 요금 결제대행서비스를 실시함. 또한 콘서트 같은 행사 티켓과 통신사의 선불카드 및 sim card 등을 판매함
B's Mart (태국)	
매장 수	160개(2016년 기준)
매장 개요	2013년 태국의 TCC기업이 Vina Family Mart의 지분 49%를 매입하면서 기존 Family Mart 42개의 점포의 상호명을 B's Mart로 변경하고 영업을 시작함. 지점마다 ATM을 보유하고 있으며 통신사의 선불카드를 판매함
Family mart (일본)	
매장 수	124개(2016년 기준)
매장 개요	2009년 12월 일본의 Family Mart가 자사 자본 100%의 베트남 1호점을 개장함. 2011년 6월 베트남기업 Phu Thai그룹과 합작하여 Vina Family Mart를 설립함. 2013년 Phu Thai그룹이 Vina Family Mart 내 자사지분 49%를 태국의 TCC기업에 매각하면서 와해된 후, Family Mart Vietnam을 설립함
Ministop (일본)	
매장 수	66개(2016년 기준)
매장 개요	2011년 G7Mart와의 프랜차이즈 계약을 통하여 베트남 시장에 진출함. 이후 일본 Sojitz사와 협력계약을 체결하였으며 일부 매장에서 ATM과 Wifi 등 현대식 서비스를 제공함. 2018년까지 200개, 2025년까지 800개의 점포 수 확장을 목표로 하고 있음



출처 : ACBS(ACB Securities Company)

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차

2. 관세율 정보

3. FTA 정보

4. 통관 및 검역 유의사항

※ 베트남은 통관거부사례 관련 정보를 제공하지 않고 있어 통관거부사례 정보 항목은 제외함

# 통관 및 검역절차 OVERVIEW

## 베트남 통관 검역 절차도



## 통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
신고 전 통관 정보 확인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부실신고 방지를 위해 우수, 성실한 통관업자를 통관 대리인으로 선택</li> <li>- 수출입신고 전 분석 및 사전 품목 분류제도를 적극 활용</li> </ul>
수입 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서면 신고, 전자 신고 등으로 구성</li> <li>- 수입신고서는 신고일로부터 15일 동안 효력이 유지되며 국경 관문 도착일로부터 30일 이내로 수입 신고 필수</li> </ul>
통관 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입대행사의 실적, 물품 위험도에 따라 Green, Yellow, Red Stream 중 한 가지 방식으로 서류심사 및 물품검사를 진행</li> </ul>
위생검역 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 검역검사등록서, 검사제품이 해당하는 품질기준 사본, 통관절차에 필요한 서류, 지정된 검사기관 또는 제조사에 의한 검사보고서 (품질 기준이 공표되어 있지 않는 식품에 한함), 기타 검사의 간략화를 요구할 수 있는 경우 이를 증빙하는 서류가 필요</li> </ul>
관세 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관세 및 부가가치세를 납부하며 품목에 따라 특별 소비세를 납부</li> </ul>
화물 반출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 환급대상 세금은 수출관세, 수입관세, 부가가치세로 관세는 관세청에, 부가가치세는 세무국에 신청</li> </ul>

출처 : 한국무역협회 호치민 지부, '베트남의 가공식품 수입제도', 2014.03

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2017년 베트남 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본	FTA 협정세율
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	-
1904.90	기타	-	-
1904.90.10	쌀 조제품(사전 조리한 쌀을 포함한다)	35%	0%

## 한·베트남 FTA 세율 정보

베트남에서 HS CODE 1904.90.10 품목의 경우 한·베트남 FTA 협정에 따라

**2017년 1월 1일 부터 무관세임**

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 베트남 사이트의 경우 베트남 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA 콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

# 1. 통관 및 검역절차

## 해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터  
: 042-472-2197

### 수입식품 베트남 수출 전 준비사항

일반적인 베트남 수입통관 절차는 수입 신고 → 세관 서류 심사 → 물품 검사 → 관세 등의 납부 → 물품 반출 순서로 이루어지며, 통관완료까지 통상적으로 57일 정도가 소요됨

수입식품도 베트남 내에서 생산되는 식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 준수해야 함. 수입식품에 대한 규정은 일반적으로 국내 생산식품에 비하여 더 엄격하지는 않으며, 국제적인 표준이나 수출국 자국의 식품 안전법에 부합되는 식품은 일반적으로 수입이 허용됨. 베트남 보건부에서 규정을 구체적으로 명시하지 않은 일부 식품에 있어서는 일반적으로 CODEX<sup>23</sup> 기준이 적용됨

### Step 01. 신고 전 통관 정보 확인

부실신고 방지를 위해 우수, 성실한 통관업자를 통관 대리인으로 선택해야 함. 신고 자격을 갖춘 회사는 세관에 등록된 통관전문회사, 통관대행회사, 자체적으로 통관 업무를 수행하는 회사임

수출입신고 전 식품 분석 및 사전 품목분류제도를 적극적으로 활용하고, 한·베트남 FTA 관세 특혜를 받기 위해서는 관세청 또는 대한상공회의소에서 원산지 증명서를 발급받아야 함

표 7.1 : 채널별 필요 심사 절차(전산신고 시)<sup>24</sup>.

채널(Channel) 분류		필요 심사 절차
그린채널(Green Channel)		전산신고만으로 신고 수리 가능 세관 서류 심사 및 물품 검사 면제
옐로우채널 (Yellow Channel)	전자서류 옐로우채널 (E-Yellow Channel)	전자서류(E-Document)를 세관에 제출
	종이서류 옐로우채널 (Paper-Yellow Channel)	종이서류를 세관에 제출
레드채널(Red Channel)		종이서류 제출 및 세관의 물품 검사

출처 : 한국 환경산업기술원, '환경기업을 위한 베트남 세무 및 수출입업무 가이드북' 2013, 121p

23. 코덱스국제식품규격(Codex Alimentarius)은 식품에 대해 전 세계적으로 통용될 수 있는 기준 및 규격 등을 규정한 식품 법령임

24. 베트남 수입 신고 후 세관 검사는 수입 물품의 위험도에 따라 아래 채널 중 한 가지로 구분됨

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 02. 통관 신고

베트남 내 판매를 위해 수입되는 식품에 대해서는 신고 의무가 있으며 신고 내용이 규정에 적합하다는 확인이 있어야 함. 수입식품에 대해서는 다음과 같은 서류를 제출해야 함

- 식품안전 · 위생 및 품질 기준 신고서 1부
- 기업의 기초 기준서 2부 (식품수출기업의 직인, 인정기준, 생리화학기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 식품 첨가물 기준, 사용기한, 사용방법, 보관 방법, 제조공정 등이 포함되어야 함)
- 원산지 국가의 검사당국으로부터 취득한 해당 식품의 주요 성분 및 안전 위생기준에 대한 품질검사결과서 또는 베트남에서 지정하는 기술기관의 검사결과인증서
- 식품수출기업의 직인이 포함된 식품표시내용서 또는 상품표시제안서
- 원산지 국가의 관계당국으로부터 취득한 자유판매인증 및 보건증
- 보건부가 지정한 당국의 식품 안전, 위생 및 품질 분석 결과를 첨부해야 함. 베트남에서 이와 같은 분석이 불가능한 경우에는 원산지 국가나 제3국의 검사 당국의 검사 결과도 인정됨

## Step 03. 통관 심사

식품안전, 위생 및 품질 관리국에서 신고 서류를 접수하여 베트남의 법규를 준수하였는지를 심사함. 서류 접수로부터 15일 이내에 해당 기관은 서류를 검토해야 함. 규정을 준수하여 정확한 품질기준신고서를 한 경우는 서류 심사가 종료된 후 식품안전, 위생 및 품질 관리국의 직인이 첨부된 기업의 기초 기준서 사본 1부를 반환함

신고기준이 식품안전, 위생 및 품질 규정에 적합하지 않은 경우는 기업에 통보하고 지침을 제공하여 품질기준신고를 재작성 하도록 함. 세관 검사 시 베트남 정부에서 지정하는 검사소에서 샘플을 검사한 후 적격 여부가 판정된 후 통관이 허용되는데, 이때 물품의 위험도에 따라 표 7.1의 채널별 절차를 따르게 됨

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 04. 위생 검역 심사

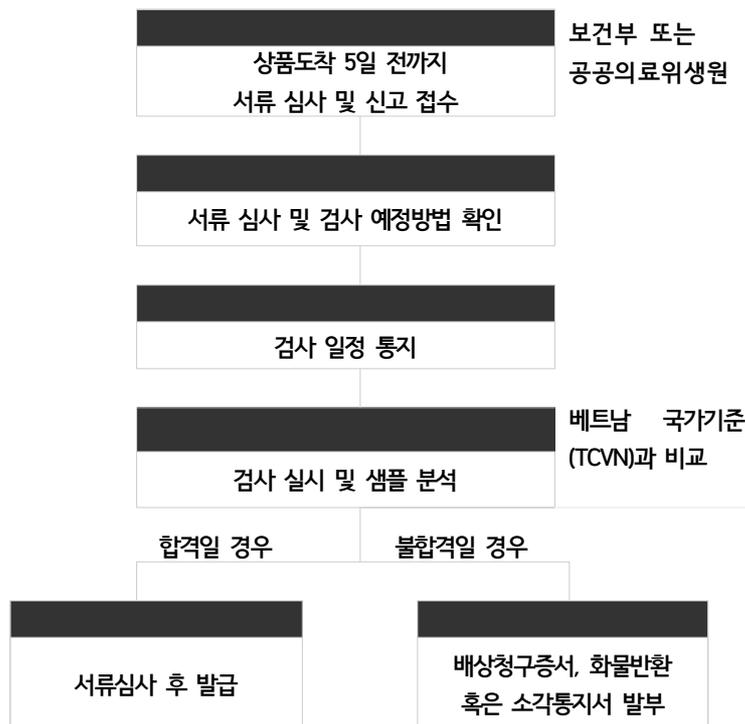
베트남 식품관리청의 식품안전, 위생 및 품질관리국은 식품의 안전, 위생 및 품질에 관한 검사를 실시할 책임이 있음

수입식품이 반입된 지역의 검사당국은 2000년 1월 21일에 공포된 식품안전, 위생 및 품질 등록을 위한 검사지침(제 01-2000-TT-BYT호)에서 제시하는 기준에 따라 검사를 실시함

식품 위생, 안전 및 품질 요건 관리 규정에 기초하여, 베트남 정부는 위생, 안전 및 품질에 대한 강제 검사를 받아야 하는 특정한 기간 동안 적용되는 수입식품의 목록을 공표하여야 함

베트남 정부와 외국 간의 상호 인정 협정(MRA) 또는 국제기구의 감독 하에서 허가받은 조직·기관이 발행한 인증을 취득한 수입식품은 식품 위생, 안전 및 품질 관리법에 대한 위반 사실이 적발될 경우가 아니면 검사 대상에서 제외됨

표 7.2 : 베트남 위생검역 세부절차



출처 : 베트남보건부 MOH(moh.gov.vn), 'No.23/2007/QĐ-BYT 제 6조, 10조', 2007

# 1. 통관 및 검역 절차

## Step 05. 관세납부

베트남 내 수입 통관 시 관세 및 부가가치세를 납부하며 품목에 따라 특별 소비세를 납부함. 관세 납부 시기는 관세 당국에서 제시한 기준에 따라 반출 전·후 납부 대상으로 나뉨. 반출 전 납부 대상은 물품이 정부 지정 소비재인 경우 설립년도가 1년이 되지 않은 기업, 1회 이상 범법 처벌 이력이 있거나 납부 유예 기간 중 범법 처벌 이력이 있는 업체로 지정함

만일 전자신고를 통해 수입신고 및 관세를 납부했을 경우 월별로 수수료를 납부하게 됨. 수입관세는 CIF Value<sup>25</sup>. 수입관세율에 의해 결정되며, 기타 체결된 협정이 없을 경우 기본세율이 적용됨

## Step 06. 물품반출

환급대상 세금은 수출관세, 수입관세, 부가가치세로 관세는 관세청에 부가가치세는 세무국에 환급을 신청해야 함

표 7.3 : 베트남 검역 검사대상 13개 품목

베트남 검역 검사대상 품목		
고기/어류의 조제품	곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품	식품포장재
동물성/식물성 유지	커피, 차, 후추	기능성식품, 건강보호상품
우유 및 각종 유제품	야채, 과일로 만든 조제품	식품 첨가물
설탕 및 각종 설탕과자	조미료	/
카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품	음료, 알코올음료, 식초	

출처 : 베트남보건부 MOH(moh.gov.vn), '위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QD-BYT', 2012

25. 운임보험료포함가격(Cost Insurance and Freight)으로 운임 및 보험료가 화물판매가에 포함된 가격조건

## 2. 관세율 정보

### HS CODE 1904.90.10 품목, 협정 관세율 적용되어 무관세 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보 포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘즉석건조밥’ 제품은 베트남에서 HS CODE 1904.90.10 쌀 조제품(사전 조리한 쌀을 포함한다)으로 분류됨

베트남에서 HS CODE 1904.90.10 품목에 부과하는 기본 세율은 35%이지만, 한국 제품에 대해서는 한·베트남 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 무관세가 적용됨

표 7.4 : 베트남 내 즉석건조밥 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본	FTA
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	
	1904.90	기타	-	
	1904.90.10	코코아를 함유하지 않은 낱알 모양의 쌀	-	
	1904.90.1010	<b>찌거나 삶은 쌀</b>	-	
베트남	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	-
	1904.90	기타	-	-
	1904.90.10	<b>쌀 조제품(사전 조리한 쌀을 포함한다)</b>	<b>35%</b>	<b>0%</b>

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

### 3. FTA 정보

#### 즉석견조밥, 한·베트남 FTA세울에 따라 무관세

HS CODE 1904.90.10 제품은 한·베트남 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 한·베트남 FTA는 2015년 12월 20일부터 발효되었으며 HS CODE 1904.90.10은 2018년 12월 31일까지 무관세임

#### FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

FTA 원산지증명서는 발급방식에 따라 협정별로 기관발급 방식과 자율발급 방식으로 구분됨. 한·베트남 FTA에서는 한·아세안 FTA와 마찬가지로 기관발급 방식을 채택하고 있으며, 우리나라의 경우 발급기관으로 관세청 또는 대한상공회의소를 지정하고 있음. 베트남의 경우 산업무역부(Ministry of Industry and Trade, 산업통상부로 지칭하기도 하나 명칭만 다를 뿐 동일기관임)를 발급기관으로 지정하고 있음. 2015년까지는 원산지 증명서 발급에 별도 수수료가 부과되지 않았으나 2016년부터 회원은 무료, 비회원은 건당 7,000원의 수수료가 부과됨. 원칙적으로 한·베트남 FTA에 의한 특혜관세를 적용받기 위해서는 한·베트남 FTA 협정문에 규정된 원산지 증명서 서식을 수입통관 시 제출해야 함

표 7.5 : 한·베트남 FTA 추진 경과

일자	추진 경과
2008.12.09	양국 간 FTA 민간공동연구 개시 합의
2010.06 ~ 2011.11	한-베트남 FTA 민간공동연구회의 개최(총 6회) 및 공동 연구보고서 채택('11.8)
2012.04.20	한-베트남 FTA 공청회
2012.08.06	한-베트남 FTA 협상 공식 개시 선언(하노이)
2012.09 ~ 2014.12	한-베트남 FTA 제 19차 협상 개최
2014.12.10	한-베트남 FTA 타결 선언
2015.05.05	한-베트남 FTA 정식 서명
2015.12.20	한-베트남 FTA 발효

출처 : 산업통상자원부 FTA 포털, '한 베트남 FTA 개요'(www.fta.go.kr)

표 7.6 : 베트남 주요 FTA 추진현황 비교

구분	한·ASEAN FTA	베트남·일본 EPA	한·베트남 FTA	
추진 현황	2007.06.01. 발효 (이행 9년차)	2009.10.01 발효	2015.12.20. 발효	
상 품	한국/일본	91.7%	96.5%	94.7%
	베트남	86.3%	90.1%	92.4%
개 방	기준세율	2005년 MFN세율	2007년 MFN 세율	2012년 MFN 세율
				또는 한-ASEAN FTA 세율 중 낮은 세율 2015년 한-ASEAN FTA 세율

출처 : 산업통상자원부 FTA 포털, '한 베트남 FTA 개요'(www.fta.go.kr)

## 4. 통관 검역 및 유의사항

### 원산지 증명서 발급시 유의사항

한·베트남 FTA 원산지 증명서(Form KV)의 발급 시기는 선적 전, 선적일, 또는 선적일로부터 3근무일(선적일을 포함해 계산) 이내이며, 기타 부득이한 사유로 해당 기간 내 발급되지 못할 경우 선적일로부터 1년 이내에 'ISSUED RETROACTIVELY' 라는 소급발급 문구를 기재해 발급받을 수 있음. 또한 Form KV는 영문 작성을 조건으로 하고 있음

제 3국에서 송장이 발행되는 경우에는 13번 'Remark' 란에 'Non-Party Invoicing' (비당사국 송장)이라고 적고 송장을 발행한 회사의 상호 및 국가명을 기재하도록 하고 있으니 이에 유의해야 함

또한 한·베트남 FTA의 원산지 증명서<sup>26</sup>의 경우 품목 수가 많아 한 페이지에 품목을 다 기재하지 못할 시에도 추가면을 활용하여 발급받을 수 있음

그러나 한 가지 유의사항으로는 한·아세안 FTA 품목별 인증을 취득하고 있는 업체이고 대상 품목이 동일하다 하더라도 한·베트남 FTA 원산지 증명서 발급신청 시 인증의 혜택<sup>27</sup>을 받기 위해서는 한·베트남 FTA에 대해서도 추가적으로 품목별 인증을 획득하여야 함. 다만 업체별 인증수출자로 지정된 경우에는 발효 중인 모든 협정 대상으로 인증의 혜택이 부여되므로 추가적인 인증을 획득할 필요는 없음

26. FTA 원산지증명서는 상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원은 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음

27. 수출자로 인증될 경우 3년간 원산지 증명관련 서류 제출 의무가 면제됨

# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

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

# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수서류 : 자유판매증명서

서류 설명	해당 식품이 제조국에서 자유롭게 판매되는 데 이상이 없음을 증명하는 인증으로, 베트남 보건부 식품관리청에 수입 식품 등록 시 필요한 서류
발행 기관	식품의약품안전처 각 지방청(수출업체가 속한 지역의 지방청)
신청 방법	식약처 온라인 신청(www.foodsafetykorea.go.kr, 로그인 필요), 혹은 관할 지방청 방문 신청
성격	필수 서류
제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출필증(수출면장)</li> <li>- 식품 등의 제조·가공업 영업허가(신고서) 사본 1부</li> <li>- 수출제품품목제조보고서 사본 1부(다만, 기구, 용기, 포장에 대해서는 검사성적서)</li> <li>- 검사성적서(분석증명서를 발급 받는 경우에 한함) 원본(영문) 1부</li> </ul>
비용	무료
소요 기간	약 3일
증명서 언어	영문
문의처	식품의약품안전처(1577-1255, www.mfds.go.kr)

출처 : 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)

## 권장인증 : HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)

인증 설명	위해요해요소중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points)을 통과하면 발행되는 인증으로 식품이 안전하게 제조되었음을 입증함	
발행기관	베트남 보건부 (MOH/VFA)	
성격	선택 인증	
비용	20만 원	
특징	HACCP 인증 취득 시 이점 1. 식품 안전성 향상 2. 식품 안전성 지속 3. 제품 경쟁력 확보 4. 국제 인증 규격	
발급절차	도입단계>신청>심사>인증서발급>지속적인 심사	

출처 : United Registrar of System Ltd, URS Vietnam (www.urs.com.vn)

# 인증 정보 OVERVIEW

## 🏠 권장인증 : 유기가공식품 인증

<b>인증 설명</b>	유기가공에 사용할 수 있는 원료, 식품첨가물, 가공보조제 등을 모두 유기적으로 생산된 것을 사용하고, 원료의 유기적 순수성을 훼손하지 않은 제품임을 증명하는 인증서	
<b>발행 기관</b>	(사)한국친환경유기인증센터, 한국농식품인증원	
<b>성격</b>	선택 인증	
<b>제출 서류</b>	인증신청서, 인증품생산계획서, 경영관련자료(생산자·제조자별 필요서류 상이), 사업장의 경계면을 표시한 지도, 생산·제조·가공·취급에 관련된 작업장의 구조와 용도를 적은 도면(작업장이 있는 경우에만 해당)	
<b>비용</b>	1) 신청비 : 신규·갱신·연장 신청비 - 5만 원(건별) 2) 출장비 : 지역별 상이 3) 심사 관리비 : 취급자 - 50만 원(업종별 상이)	
<b>소요 기간</b>	약 2개월	
<b>갱신 기간</b>	1년	
<b>발급 절차</b>	인증신청 > 심사계획 및 통보 > 서류심사 > 현장심사 > 심사결과보고 > 인증심의 > 적부판정 > 인증서교부 > 인증자 교육 > 사후관리	
출처 : (사)한국친환경유기인증센터(www.a-cert.co.kr)		

## 1. 인증 취득정보

### 필수서류 : 자유판매증명서 발급

베트남에 즉석건조밥 제품을 수출하기 위해서는 자유판매증명서(Certificate of Free Sales)를 필수로 준비해야 함. 자유판매증명서는 베트남 보건부(www.moh.gov.vn)의 식품관리청에 수입 식품등록 시 필요한 서류임. 수입 식품 품목 각각에 대한 자유판매증명서가 필요하며 수출업자가 속한 수출국의 공인 기관에서 발급받은 후, 수입국의 대사관 인증을 받아야 함

한국의 경우 식품의약품안전처에서 영문 자유판매증명서를 발급하고 있음. 발급 비용은 발생하지 않으며 온라인 신청 혹은 방문 신청 후 발급까지 3일 정도가 소요됨. 구비 서류로는 수출필증(수출면장), 식품 등의 제조가공업 영업허가(신고)서 사본, 수출제품 품목제조보고서 사본, 검사성적서 원본(영문) 등이 있음. 자유판매증명서의 모든 발급 절차는 수출업체가 속한 식약처 지방청에서 이루어짐

한국에서 발급받은 자유판매증명서는 베트남 대사관 인증을 거쳐 베트남 수입 식품 등록 시 제출할 수 있음. 베트남 대사관 인증이란, 한국에서 발급된 서류를 외교통상부 및 베트남 대사관에서 공식적으로 확인해주는 절차임. 베트남 대사관 인증 시 국가에서 지정한 변호사 번역 공증이 필요함

대사관 인증 비용은 평균 10만 원 ~ 15만 원이며, 소요 기간은 3일 ~ 10일임. 구비 서류로는 수출필증, 영업허가서, 수출제품품목제조보고서, 검사성적서 등이 있으며 이메일, 등기, 우편, 팩스, 택배, 퀵서비스 등으로 송부 가능함. 대사관 인증은 외교통상부 발급대행기관 아포스티유(www.apostiu.com)를 통해 진행할 수 있음

# 1. 인증 취득정보

## 유기가공식품 인증마크

유기가공식품의 경우, 원칙적으로 초록색 마크를 사용해야하나, 포장 형태 등을 고려하여 예외적으로 적색 및 청색을 사용할 수 있음

## 권장인증 : 유기가공식품 인증

유기농 인증은 유기가공에 사용할 수 있는 원료, 식품첨가물, 가공보조제 등을 모두 유기적으로 생산된 것을 사용하고, 원료의 유기적 순수성을 훼손하지 않는 제품에 한해 발급됨. 본 인증은 유기농 원료 생산자(농산물 및 축산물)와 가공·제조·취급사에 요구되는 서류, 발급절차 및 비용이 상이함. 인증신청 후 검사와 심의를 거쳐 인증이 발급되기까지 약 2개월의 시간이 소요됨. 또한 해당 인증의 갱신 주기가 1년이며 연중 1회 이상의 모니터링이 요구됨

## 권장인증 : HACCP

HACCP는 위해요해요소중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points)을 의미함. 1993년 국제식품규격위원회(Codex)가 ‘HACCP적용을 위한 지침서’를 채택한 후 각국에 HACCP를 적용할 것을 권고하고 있음. HACCP은 식품의 안전성을 보장하기 위해 식품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통을 거쳐 소비자가 최종적으로 식품을 섭취하기 직전까지 각각의 단계에서 발생할 수 있는 모든 위해한 요소에 대하여 체계적으로 관리하는 위생관리체계임

인증 수수료는 식품마다 차이가 있지만, 일반적으로 높은 수수료일수록 다양한 서비스가 제공됨. 또한 인증 수수료는 매번 검사를 할 때마다 비용이 추가되므로 이에 대한 고려도 필요함. 그러나 불량품 회수나 위생사고 발생에 따른 손해배상 등으로 인한 비용을 줄일 수 있다는 장점이 있음

## 2. 인증 취득제품

### 즉석밥 인증 취득제품

조사 결과 베트남 즉석가공식품 수출시 필요한 필수 인증은 없음. 하지만 경쟁 제품들 중 ‘맛있는 오투기밥’ 제품은 HACCP 인증을 취득한 것으로 확인됨. 베트남인들은 GDP와 개인 소득이 높아짐에 따라 베트남 현지 음식의 위생과 가공절차에 대한 불신 때문에 최근 상대적으로 정교한 검역감독 하에 제조되었을 것으로 여겨지는 가공식품을 소비하는 추세임. 따라서 양질의 제품임을 증명하는 인증이나 HACCP 인증 등을 취득할 것을 권고하는 바임

표 8.2 : 즉석밥 인증 취득제품(예시)

제품 앞면	제품 뒷면
	
인증 취득제품 정보	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 맛있는 오투기밥(OTTOGI COOKED RICE)</li> <li>- 기업 : 오투기</li> <li>- 제조국가 : 한국</li> <li>- 가격 : 30,000동</li> <li>- 용량 : 200g</li> </ul>	

출처 : 현지방문조사(Family mart, 2017.06)

### 3. 제출서류

#### 자유판매증명서 (CFS : Certificate of Free Sales)

해당 제품이 제조국내에서 자유롭게 판매되는 제품임을 증명하는 증명서임. 베트남에서 해당 제품의 수입허가 또는 등록 시 요구하며 한국의 경우 식품, 건강식품 및 의약품 관련 제품은 식약청에서 발급받을 수 있음

**KFDA**  
Korea Food & Drug Administration  
식품의약품안전청

#900-12, Mok-dong, Yangcheon-gu, Seoul, Korea,  
Tel: 82-2-2640-1307, Fax: 82-2-2640-1380

No. of Certificate : \_\_\_\_\_ Date : 2012/10/09

**Certificate of Free Sales**

Exporting(certifying) country : Republic of Korea  
Importing(requesting) country : Vietnam

**The Korea Food and Drug Administration, certifies that the following firm is authorized to manufacture medical devices under the Medical Device Act and the following item(s) is(are) permitted to be freely sold in domestic and overseas markets.**

Manufacturer (Registered No. : \_\_\_\_\_)

Product-License No.	Classification
Seoul 01-29	Electrode, electrocardiograph, single-use
Seoul 01-30	Electrode, external
Seoul 08-212	Electrode, electrocardiograph, single-use
Seoul 08-38	Electrode, electrocardiograph, single-use
Seoul 08-40	Electrode, electrocardiograph, single-use

\* Attached : List of Product Classification and Model

Director of Customer Support Division  
Seoul Regional Food & Drug Administration

1/4

Korea Food & Drug Administration <http://www.kfda.go.kr>

(샘플) 영문 자유판매증명서(Certificate of Free Sales CFS)

## 4. 전문가 인터뷰

### “원산지 국가의 자유판매증명서”

#### Q1. 즉석건조밥 품목을 베트남에 수출할 때 필수서류는 무엇입니까?

“베트남에 식품을 수출하기 위한 필수 서류로는 원산지 국가의 관련기관으로부터 발급받은 자유판매증명서와 보건인증서가 있다. 한국에서 자유판매인증서는 식품의약품안전처(식약처)에서 발급받을 수 있다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
선임심사원 이광섭담당자와의 인터뷰 中 2017.06

#### Q2. 만약 필수서류에 문제가 있을 시 베트남 수출에 어떠한 불이익이 발생합니까?

“베트남 식품관리청에 문서가 제출되고 15일 내로 검토가 이루어진다. 만약 제출서류가 적합하지 않거나 부족하다면 해당업체에 시정을 요구하거나 수입을 거절할 수 있다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
선임심사원 이광섭담당자와의 인터뷰 中 2017.06

#### Q3. 해당 품목 수출 시 취득을 권장하는 인증은 무엇입니까?

“HACCP과 Viet Gap인증이 도움이 될 수 있습니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
선임심사원 이광섭담당자와의 인터뷰 中 2017.06

### “HACCP / Viet Gap”

#### Q4. HACCP, VietGAP 인증이 對베트남 수출에 어떠한 이점으로 작용합니까?

“HACCP은 식품이 안전하게 제조된 것을 입증하는 인증이며 그만큼 관리가 되어 있는 시설에서 해당 제품이 생산되었다는 것을 입증하기 때문에 고객의 신뢰도를 높이는 방법입니다. VietGAP의 경우 베트남의 유기농 인증라벨이며 소비자들에게 중요한 구매 결정 요인이 되고 있다. 일반 식품에 비해 비싼 가격에 팔리지만 베트남의 고소득층 고객에게 인기가 높아 판매량 대비 높은 수익을 볼 수 있다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
선임심사원 이광섭담당자와의 인터뷰 中 2017.06

# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 베트남 즉석건조밥 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순중량
- 생산일자
- 생산코드
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(Citi mart. 2017.04)

출처 : 베트남 과학기술부 Ministry of Science and Technology  
(www.most.gov.vn)

## 베트남 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	베트남어로 기재함
글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
제품명 또는 설명	제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
구성 성분	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있음. 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
순 중량	고체 제품은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명 또는 명칭 및 주소를 기재해야 함 베트남 상품 수입자의 정보 기입 시, 상품의 생산자(생산 단체)의 이름 및 주소를 명기한 뒤 판매 대리점 측 이름 및 주소를 명기하여야 함
원산지	원산지 국가 명 반드시 기재해야 함
생산일, 유통기한	상품의 분류에 따라 'hạn sử dụng' [유통기한], 'sử dụng đến ngày' [기한까지 유효] or 'sử dụng tốt nhất trước ngày' [기한 전까지 사용]과 같은 문구와 함께 기록되어야 함
기타	인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으킬 수 있는 물질을 방부제로 사용하는 상품의 경우, (혼합)성분분석표에 방부제 이름을 추가해야 함 사용법과 보관안내는 잘 보이는 위치에 붙여야 하며, 포장지가 존재하지 않을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착해야 함

출처 : 베트남 과학기술부 Ministry of Science and Technology(www.most.gov.vn)

# 1. 라벨 표기사항

## 베트남 라벨 표기 법령

- 제89/2006.ND-CP
- 제9/2007/TT-BKHHCN

### 베트남어로 제작된 라벨 필수

베트남 라벨 제작 시 라벨 용어는 반드시 베트남어로 기록되어야 하고, 필수 표시 사항인 항목 모두를 의무적으로 표기해야함. 필요에 따라 외국어 병기가 가능하지만 베트남어와 반드시 동일한 관계여야 함. 수입식품의 제조자 라벨 내 용어 또한 반드시 베트남어로 기록되어야 함

### 베트남어 번역이 불가능한 경우

상품의 국제 명칭이나 성분명, 양적 성분의 과학적 명칭, 외국 제조업체 및 상품 프랜차이즈 명칭 및 주소가 베트남어로 번역이 불가능할 경우 라틴 알파벳이 있는 외국어로 명기 가능함

표 9.1 : 베트남 포장식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품의 원산지</li> <li>· 용량</li> <li>· 제조 연월일</li> <li>· 생산일 및 유통기한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입 판매회사의 사명, 회사주소 혹은 유통자, 대리인의 성명, 주소</li> <li>· 구성 성분 및 성분량</li> <li>· 위생 및 안전성에 대한 정보</li> <li>· 식용방법 및 보관방법</li> </ul>
---	--

출처 : 베트남 과학기술부 Ministry of Science and Technology(www.most.gov.vn)

표 9.2 : 베트남 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	베트남어로 기재해야 함
2	글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
3	제품명 또는 설명	식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함. 제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함.
4	구성 성분	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있음. 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
5	순 중량	고체 제품은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함 첨가물일 경우 첨가물명, 국제 코드(있는 경우)를 기재해야 하며 '자연'물질인지 '합성'물질인지도 표기해야 함
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명 또는 명칭 및 주소를 기재해야 함 베트남 상품 수입자의 정보 기입 시, 상품의 생산자(생산 단체)의 이름 및 주소를 명기한 뒤 판매 대리점 측 이름 및 주소를 명기하여야 함
7	원산지	원산지 국가 명 반드시 기재해야 함
8	생산일, 유통기한	상품의 분류에 따라 "hạn sử dụng" [유통기한], "sử dụng đến ngày" [기한까지 유효] or "sử dụng tốt nhất trước ngày" [기한 전까지 사용]과 같은 문구와 함께 기록되어야 함 일, 월, 년 표기 시 각 두 자릿수로 표기하며 년을 표시할 경우에는 네 자릿수 표기가 가능함. 일 월 년의 숫자는 같은 줄에 표기해야 함
9	기타	인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으킬 수 있는 물질을 방부제로 사용하는 상품의 경우, (혼합)성분분석표에 방부제 이름을 추가해야 함 사용법과 보관안내는 잘 보이는 위치에 붙여야 하며, 포장지가 존재하지 않을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착해야 함

출처 : 베트남 과학 기술부 Ministry of Science and Technology(www.most.gov.vn)

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시

**유통기한**  
제조일자도 필수 표시

**보존방법**  
개봉 전 보존방법

**회사 정보**  
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

**구성 성분**  
함유량 순차적기입

**사용법**  
한 눈에 들어오는 곳에 표기

**유통기한**  
제조일자도 필수 표시

**보존방법**  
개봉 전 보존방법

**회사 정보**  
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

**구성 성분**  
함유량 순차적기입

**사용법**  
한 눈에 들어오는 곳에 표기

### 스티커 부착 예시

: 베트남어로 병기되어 있지 않은 경우, 베트남어 라벨링 스티커 부착

**COM OTTOGI - OTTOGI COOKED RICE**  
Thành phần: Gạo, chất bảo quản, phytic acid  
Chỉ tiêu chất lượng chủ yếu (trong 200 g): Carbohydrate  $\geq$  57,2 g  
Số giấy XNCB: 23485/2015/ATTP-XNCB  
Khối lượng tịnh: 200 g  
Hướng dẫn sử dụng: Dùng trực tiếp, ngon hơn khi hâm nóng.  
Bảo quản: Nơi khô thoáng, tránh ánh nắng trực tiếp.  
Nhà sản xuất: Nhà máy Daepoong - Ottogi Corporation Xuất xứ: Hàn Quốc.  
Địa chỉ: 128, Daepoongsandan-Ko, Daeso-Myun, Ulsong, Chungcheongbug, Korea.  
Nhập khẩu & chịu trách nhiệm chất lượng hàng hóa: Công ty TNHH Ottogi VN  
Địa chỉ: Lô G3-CN, đường NAI, KCN Mỹ Phước 2, Bến Cát, Bình Dương  
Điện thoại: 0650 3556176 (PKD), 08 62994001 Fax: 0650 3556178  
Ngày sản xuất: 31.03.2017 Hạn sử dụng: 30.12.2017

**COM TRỘN CÀNH ĐẬU PHỤ**  
Thành phần: Cơm, canh đậu phụ, gia vị...  
HSD: Cho 1 lượng nước vừa đủ vào tô cho vào ít nước sôi khoảng 5-10 phút là dùng được.  
Dung lượng: 5 HSD / Xem trên bao bì (VVM/MDD)  
Xuất xứ: Hàn Quốc  
NH: Công ty OP TM Đậu Phụ XNK Phúc Lộc  
PP: Công ty TNHH MTV Nguyễn Hoa  
Số 12-1 Hưng Vương 3 - Quận 7 - ĐT: 6410 5737

# X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

## 1. 식품첨가물 규정

# 위생 요건 OVERVIEW

## 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

## 식품 첨가물 사용규제 (식품안전법 제 17조)

### 베트남 식품 첨가물 사용 규제

- 기술적 기준(QCVN 4-18, 4-19, 4-20, 4-21, 4-22, 4-23:2011/BYT 등)을 충족하고 법률 규정에 따른 것
- 식품 라벨 또는 첨부자료에 베트남어 또는 제조지역의 언어로 적정사용방법을 명기하고 있을 것
- 식품의 제조·운영에 관한 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품 첨가물, 식품가공보조제 리스트에 기재되어 있을 것
- 유통에 앞서 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 당국에 할 것  
(등록절차는 식품 안전법의 세칙을 정하고 있는 시행령 36/2012/ND-CP호 제 2장에 정해져 있음)

출처 : 베트남보건부 (www.moh.gov.vn)

## 베트남 신규 규정된 식품 첨가물 7가지

식품 첨가물명		기능
베트남어	영어	
Carbon thực vật	Vegetable carbon (식물성 활성탄)	착색료
Màu bắp cải đỏ	Red cabbage colour (적양배추 색소)	착색료
Acid succinic	Succinic acid (숙신산)	산도조절제
Kali hydro sulfat	Potassium hydrogen sulfate (황산수소칼륨)	산도조절제
DL-Alanin	Alanin, DL- (DL-알라닌)	향미증진제
Glycin	Glycine (글리신)	영양강화제, 향미증진제
Glycyrrhizin	Glycyrrhizin	향미증진제, 감미료

출처 : THE MINISTRY OF HEALTH, No.8/2015/TT-BYT, 2015.05.11.

# 1. 식품첨가물 규정

## 베트남 식품 첨가물표시 및 식용향료 등 관련규정 제정

베트남 보건부에서는 식품 첨가물을 식품 또는 식품의 주성분으로 볼 수는 없으며 영양소적 가치는 거의 없지만 식품에 제한적으로 포함되는 인체에 무해한 성분이라고 정의하고 있음

식품 첨가물은 식품의 품질, 형태, 향취, 염기성이나 산성을 유지하기 위해 사용되며 식품의 생산, 가공, 포장, 운송 및 보관에 대한 기술적 요건을 만족하기 위해 사용되는 것을 의미함. 독성 미세균류, 중금속, 식물방부제, 동물약품 등의 오염물질은 식품첨가물로 보지 않음. 식품첨가물은 베트남 보건부의 식품첨가물순도기준을 준수해야 하며 식품첨가물에 대한 FAO/WHO 합동 전문 위원회 (JECFA : The Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives)가 정한 식품첨가물 목록에 등재되었으나 베트남 보건부가 승인하지 않은 식품첨가물의 경우에는 제조자가 등록 절차를 거쳐야 함. 베트남에서의 식품 첨가물 제조자는 등록 신청서류에서 해당 식품 첨가물의 명칭 및 제한 사용량을 명시해야 하며 해당 내용은 관련된 보건당국의 승인을 받아야 함

베트남 보건부의 식품 첨가물목록에서는 기술적 기능 및 세부 분류에 따라 23개 식품첨가물 군을 정하고 있음. 원산지나 식품 표시가 명확하지 않은 식품첨가물이나 용기가 파손된 식품첨가물은 사용할 수 없으며 보건부가 승인한 목록에 포함되지 않은 식품첨가물도 사용할 수 없음. 식품첨가물과 식품가공 보조제는 하기 표의 조건을 충족시켜야 함

표 10.1 : 식품 첨가물 사용규제 (식품안전법 제 17조)

### 베트남 식품 첨가물 사용 규제

1. 기술적 기준(QCVN 4-18, 4-19, 4-20, 4-21, 4-22, 4-23:2011/BYT 등)을 충족하고 법률 규정에 따를 것
2. 식품 라벨 또는 첨부자료에 베트남어 또는 제조지역의 언어로 적정사용방법을 명기하고 있을 것
3. 식품의 제조 · 운영에 관한 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품 첨가물, 식품가공보조제 리스트에 기재되어 있을 것
4. 유통에 앞서 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 당국에 할 것  
(등록절차는 식품 안전법의 세칙을 정하고 있는 시행령 36/2012/ND-CP호 제 2장에 정해져 있음)

출처 : 베트남보건부 (www.moh.gov.vn)

# 1. 식품첨가물 규정

## 베트남, 식품첨가물 표시 관련규정 재 제정

2015년 7월 1일 발효된 ‘No.8/2015/TT-BYT’ 에 따르면, 7개 식품 첨가물이 신규로 허가됨. 식품 내 사용이 가능해짐과 동시에 허용 기준치가 규정되기 때문에 주의가 필요함

## 베트남 식품첨가물 규정

베트남 보건복지부(MOH, Ministry of Health)에 따르면 식품첨가물이란 식품에 제한적으로 포함되는 부수적인 성분이며, 인체에 무해한 성분이라고 정의됨

식품첨가물 세부 항목은 하기 URL을 통해 검색 가능하며, 신규로 추가된 7개 항목을 제외한 나머지 400개의 식품첨가물 확인이 가능함. 수출 전, 제품의 성분분석표를 토대로 어떠한 식품첨가물의 사용이 허가되는지, 된다면 허용량의 최대치는 얼마인지를 확인할 것을 권고하는 바임

- [gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Vietnam%20Revises%20List%20of%20Additives%20Approved%20for%20Use%20in%20Food\\_Hanoi\\_Vietnam\\_1-31-2013.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Vietnam%20Revises%20List%20of%20Additives%20Approved%20for%20Use%20in%20Food_Hanoi_Vietnam_1-31-2013.pdf)

표 10.2 : 식품첨가물 신규 규정 항목 7가지

식품 첨가물명		기능
베트남어	영어	
Carbon thực vật	Vegetable carbon (식물성 활성탄)	착색료
Màu bắp cải đỏ	Red cabbage colour (적양배추 색소)	착색료
Acid succinic	Succinic acid (숙신산)	산도조절제
Kali hydro sulfat	Potassium hydrogen sulfate (황산수소칼륨)	산도조절제
DL-Alanin	Alanin, DL- (DL-알라닌)	향미증진제
Glycin	Glycine (글리신)	영양강화제, 향미증진제
Glycyrrhizin	Glycyrrhizin	향미증진제, 감미료

출처 : USDA(gain.fas.usda.gov)

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. Vietnam Retail Foods	USDA	2017.03.07
2. VIETNAM RETAIL SECTOR BRIEFING 2016	BRITISH BUSINESS GROUP VIETNAM (BBGV)	2016.10.18
3. [롯데쇼핑 해외사업 탐방기] 2016년은 해외사업 재도약의 원년	LIG Research Division	2016.04.12

### ※ 참고 사이트

1. Kantar Worldpanel	<a href="http://www.kantarworldpanel.com">www.kantarworldpanel.com</a>
2. 미국농무부	<a href="http://www.usda.gov">www.usda.gov</a>
3. 베한타임즈	<a href="http://viethantimes.com">viethantimes.com</a>
4. Vietnam News	<a href="http://www.vinahanin.com">www.vinahanin.com</a>
5. tuoitrenews	<a href="http://tuoitrenews.vn">tuoitrenews.vn</a>
6. Inside Asia Retail	<a href="http://insideretail.asia">insideretail.asia</a>
7. The Buyer	<a href="http://www.withbuyer.com">www.withbuyer.com</a>
8. 주간무역	<a href="http://weeklytrade.co.kr">weeklytrade.co.kr</a>
9. 아시아경제	<a href="http://www.asiae.co.kr">www.asiae.co.kr</a>
10. 환경데일리	<a href="http://ecoday.kr/news">ecoday.kr/news</a>
11. 해외투자진출정보포털 OIS	<a href="http://ois.go.kr">ois.go.kr</a>
12. International Trade Centre	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
13. TradeNAVI	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
14. 베트남 보건부	<a href="http://www.moh.gov.vn">www.moh.gov.vn</a>
15. Big C Vietnam	<a href="http://www.bigc.vn">www.bigc.vn</a>
16. Co.op mart Vietnam	<a href="http://www.co-opmart.com.vn">www.co-opmart.com.vn</a>
17. 베트남 과학기술부	<a href="http://www.most.gov.vn">www.most.gov.vn</a>