수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

캄보디아편

2013

농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

Contents

수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

요약편 _ 1

Ⅰ. 조사 개요 _ 21

Ⅱ. 국가 개황 _ 27

1. 국가 개요 29
   1) 경제 및 투자 환경 30
   2) 인구와 소득 수준 33
   3) 민족적 특성 34
   4) 지리적 특성 35
   5) 기후적 특성 35
   6) 식문화 36

2. 농식품 소비 트렌드 및 구매 행태 40
   1) 농식품 소비 트렌드 전반 40
   2) 농식품 구매 행태 41
   3) 수입 농식품에 대한 인식 45
   4) 수입 농식품 구입 경험 47
   5) 수입 농식품 정보 획득 채널 47
   6) 수입 농식품 구입 고려 요인 49

3. 시장 개요 50
   1) 전체 수출입 시장 동향 50
   2) 전체 농식품 및 가공 식품 수출입 시장 규모 54
   3) 한국의 세부 품목별 농식품 및 가공식품 수출입 규모 58

Ⅲ. 수출 프로세스 및 유통구조 전반 _ 61

1. 수출 프로세스 전반 63

2. 통 관 63

1) 통관 절차 전반 63

2) 통관 프로세스 66

3) 운송 비용 및 업체 67

3. 관 세 69

4. 인 증 70

5. 유 통 72

1) 유통 구조 72

2) 수입 농식품 유통 채널 78

3) 농식품 수입 · 유통 관계자 인터뷰 80

Ⅳ. 심층 분석 품목 _ 83

1. 심층 품목 선정 85

2. 음료류 87

3. 면 류 91

4. 소스류 94

5. 소 주 97

6. 신선 식품(단감) 99

7. 김 치 103

Contents

수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

Ⅴ. 수출 확대 전략 _ 107

1. 캄보디아 수출확대방안 요약 109
2. 시장 진출 여건 110
3. 진출 확대 전략 112
4. 현지 진출 사례 116

Ⅵ. 부 록 _ 119

표 목 차

| 표 요약-1 | 수입식품 국가 별 이미지 7
| 표 요약-2 | 캄보디아 수입 통관 절차 11
| 표 요약-3 | 캄보디아 관세 부과 체계 12
| 표 요약-4 | 주요 재래시장 및 도매시장 리스트 13
| 표 요약-5 | 주요 현대식 유통 채널 리스트(프놈펜 기준) 13
| 표 요약-6 | 한국산 음료류에 대한 현지 의견 15
| 표 요약-7 | 한국산 면류에 대한 현지 의견 16
| 표 요약-8 | 한국산 소주에 대한 현지 의견 18
| 표 요약-9 | 한국산 단감에 대한 현지 의견 18
| 표 요약-10 | 한국산 김치에 대한 현지 의견 19

| 표 1-1 | 국내외 전문가 인터뷰 참석자 프로파일 24
| 표 1-2 | 현지 소비자 좌담회 진행 내역 25
| 표 1-3 | 현지 소비자 홈비짓 진행 내역 25
| 표 1-4 | 현지 Shop Visit 내역 26

| 표 2-1 | 2012년 동남아 주요국의 실질 GDP 성장률 비교 30
| 표 2-2 | 캄보디아 GDP 및 주요 경제 부문별 비중 추이 30
| 표 2-3 | 대 캄보디아 외국인직접투자(FDI) 유입실적 31
| 표 2-4 | 주요국별 대 캄보디아 투자 현황 32
| 표 2-5 | 캄보디아 소득 수준표 34
| 표 2-6 | 캄보디아 소비자 정성 조사 : 소비자 주 식단 예시 39
| 표 2-7 | 캄보디아 소비자 하루 식단표 예시 40
| 표 2-8 | 캄보디아 소비자들의 수입 농식품에 대한 인지도 46

Contents

수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

| 표 2-9 | 수출입 총괄 50

| 표 2-10 | 교역 품목별 수출 50

| 표 2-11 | 교역 품목별 수입 51

| 표 2-12 | 캄보디아 10대 수출 대상국 51

| 표 2-13 | 캄보디아 10대 수입 대상국 52

| 표 2-14 | 한국의 캄보디아 수출입 동향 52

| 표 2-15 | 한국의 품목별 對 캄보디아 수출 53

| 표 2-16 | 한국의 품목별 對 캄보디아 수입 53

| 표 2-17 | 캄보디아의 주요 농수산 식품 및 가공 식품 수입 규모 55

| 표 2-18 | 캄보디아의 주요 농수산 식품 및 가공식품 수출 규모 56

| 표 2-19 | 캄보디아 국가별 과일 음료 수입 현황 57

| 표 2-20 | 캄보디아 국가별 청량음료 수입 현황 57

| 표 2-21 | 한국 주요 농수산 식품 및 가공식품 수출 규모 58

| 표 3-1 | 캄보디아 수입 통관 절차 65

| 표 3-2 | 통관 소요 기간 및 비용 67

| 표 3-3 | 현지 운송, 통관 업체 리스트 67

| 표 3-4 | 캄보디아 프놈펜 재래시장 리스트 73

| 표 3-5 | 캄보디아 프놈펜 도매업체 리스트 74

| 표 3-6 | 캄보디아 슈퍼마켓 리스트 76

| 표 3-7 | 캄보디아 백화점 리스트 76

| 표 4-1 | 수출 유망 품목 85

| 표 4-2 | 심층 분석 품목 86

| 표 4-3 | 캄보디아 음료류 수입 규모 88
| 표 4-4 | 국가별 물 수입 규모 88
| 표 4-5 | 국가별 청량음료 수입 규모 88
| 표 4-6 | 국가별 과일음료 수입 규모 89
| 표 4-7 | 캄보디아 내 음료류 주요 경쟁 제품 89
| 표 4-8 | 한국산 음료류에 대한 현지 의견 90
| 표 4-9 | 캄보디아 라면 소비량 91
| 표 4-10 | 캄보디아 곡물 조제품 및 인스턴트 면류 수입액 92
| 표 4-11 | 캄보디아의 국가별 면류 수입 규모 92
| 표 4-12 | 캄보디아 내 면류 주요 경쟁 제품 92
| 표 4-13 | 한국산 인스턴트 면에 대한 현지 의견 93
| 표 4-14 | 캄보디아 소스류 전체 수입 규모 94
| 표 4-15 | 국가별 소스류 수입 규모 94
| 표 4-16 | 캄보디아 내 소스류 주요 경쟁 제품 96
| 표 4-17 | 캄보디아 증류주 수입 규모 97
| 표 4-18 | 국가 별 증류주 수입 규모 98
| 표 4-19 | 한국의 대 캄보디아 소주 수출 규모 98
| 표 4-20 | 캄보디아 내 한국 소주 제품 98
| 표 4-21 | 한국산 소주에 대한 현지 의견 99
| 표 4-22 | 캄보디아 신선 식품 수입 규모 100
| 표 4-23 | 국가별 과실 · 견과류 수입 규모 100
| 표 4-24 | 국가별 채소류 수입 규모 101
| 표 4-25 | 국가별 사과 수입 규모 101

Contents

수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

| 표 4-26 | 국가별 배 수입 규모 101
| 표 4-27 | 국가별 딸기 수입 규모 102
| 표 4-28 | 한국의 대 캄보디아 감 수출 규모 102
| 표 4-29 | 한국산 신선식품류에 대한 현지 의견 103
| 표 4-30 | 대 캄보디아 김치 수출 규모 104
| 표 4-31 | 캄보디아 내 김치류 주요 경쟁 제품 104
| 표 4-32 | 한국산 김치에 대한 현지 의견 106

그림 목차

| 그림 요약 | 항구에서의 통관 절차 요약 10

| 그림 1-1 | Desk Research 수행 방법 24

| 그림 2-1 | 캄보디아로 진출한 한국 프랜차이즈 업체 31
| 그림 2-2 | 캄보디아 연령별 인구 비율 : 2013 33
| 그림 2-3 | 캄보디아 소비자들의 1일 하루 섭취량 38
| 그림 2-4 | 한국 소비자들의 1일 하루 섭취량 38
| 그림 2-5 | 홈비짓 응답자가 재래시장에서 식료품 구입하는 모습 42
| 그림 2-6 | 홈비짓 응답자가 슈퍼마켓에서 식료품 구입하는 모습 43
| 그림 2-7 | 동네 식품점 모습 44
| 그림 2-8 | Bayon Supermarket 수입 농식품 진열대 47
| 그림 2-9 | 박카스 TV 광고 장면 48
| 그림 2-10 | 캄보디아 과일 · 청량음료 수입량 추이 57

| 그림 3-1 | 항구에서의 통관 절차 요약 66
| 그림 3-2 | 통관 절차 요약 66
| 그림 3-3 | 캄보디아 품질 인증 마크 및 승인 절차 71
| 그림 3-4 | 캄보디아 제품 라벨링 71
| 그림 3-5 | 프놈펜 내 Lucky Market Group의 Outlet Location 75
| 그림 3-6 | 캄보디아 유통 채널 77
| 그림 3-7 | 유통채널 예시 78
| 그림 3-8 | 태국, 베트남 식품 수입업자 유통 예시 79
| 그림 3-9 | 한국 음료식품 수입업자 유통 예시 80

| 그림 4-1 | 소비자 인터뷰 장면 86
| 그림 4-2 | 캄보디아 매장 내 음료 진열 모습 87
| 그림 4-3 | 캄보디아 가정의 조리 장면 95
| 그림 4-4 | 캄보디아 가정 내 보유 소스류 96
| 그림 4-5 | 캄보디아 슈퍼마켓 내 김치류 진열 모습 105

| 그림 5-1 | 현지 박카스 유통업체 모습 117

Cambodia

요약편

요 약 편

캄보디아편 전체 요약

◉ 경제성장율이 높은 국가이나 상대적으로 작은 내수시장과 Black market이 활성화된 국가

– 캄보디아 인구는 천오백만명 정도로 상대적으로 적은 인구와 절대적으로 낮은 GDP로 타 국가 대비 내수 시장 성장이 제한적임.

– 최근 들어 보이는 높은 경제 성장으로 인하여 중산층 이상의 소비자와 젊은 소비자들은 현대 유통 채널을 적극적으로 활용하고 있으나 현재 유통되는 많은 제품들이 국경 무역을 통해 저가로 들어오거나 밀수의 방법으로 들어오고 있어 정식 수출하는 한국산 제품들의 가격 경쟁력이 낮은 상황.

◉ 농식품 수출 시 '태국' 제품과의 경쟁이 예상됨

– 최근 소득 수준의 향상으로 인하여 건강식에 대한 관심이 늘어나고 있어, 제품의 성분, 안전성에 민감하게 반응하고 있음.

– 기존 주 교역 국가 중 '태국' 제품에 대해서는 안전성과 품질에 대한 신뢰를 보이고 있으며, 쉽게 접할 수 있는 제품으로 친숙하며, 긍정적인 국가, 제품 이미지가 형성되어 있음.

– 한국에 대한 선진국 이미지와 한류를 통한 친숙함은 한국산 제품에 대한 호기심으로 연결되어 수입 농식품에도 긍정적인 영향을 주고 있으나 아직 가격적인 장벽과 제한된 유통 채널로 인하여 쉽게 접하기 어려운 점이 제품 구매로 연결되지 못하고 있음.

◉ **초기 단계의 시장으로 신선식품 보다는 가공식품 위주의 진입이 바람직하며 한류를 활용한 접근이 효율적임**

– 물류 기간과 비용에 영향을 많이 받는 신선식품 보다는 '선진국 제품'의 이미지를 활용할 수 있는 가공식품이 우선 진입 대상으로 고려할 수 있으며, 음료, 인스턴트면, 소주가 그 중 가장 유망함.

– 이들 제품의 경우 이미 현지 소비자들의 관심도가 높기 때문에 매장 내 POP 등을 활용한 노출 전략으로 소비자들의 초기 구매와 지속 구매를 유발할 수 있을 것임.

◉ **진입 초기 현지 유력 현대유통 채널을 직접 접촉하는 것도 효과적인 방법임**

– 활용 빈도 측면에서 재래시장이 여전히 가장 큰 비중을 차지하고 있으나 수입 농식품, 특히 가공 식품의 경우 프놈펜을 중심으로 확장하고 있는 슈퍼마켓, 쇼핑몰, 미니마트 등이 가장 중요한 유통 경로임.

– 이중 Lucky Market Group이 가장 큰 영향력을 가지고 있으며, 기존의 국경 무역을 통한 제품 수입에서 최근들어 직접 제조업체로부터 제품을 수입하는 빈도가 늘어나고 있는 상황임. 이 경우 3개월간의 위탁 판매를 통하여 지속 판매 여부를 결정하므로, 캄보디아 소비자들의 니즈를 반영한 경쟁력 있는 제품일 경우 유통 업체와 직접적인 협상을 통하여 제품을 진출하는 것도 고려해 볼 수 있음.

◉ **캄보디아 시장은 아직 미 개발 시장으로 수출입 관련 통계나 수입/통관 과정, 인증, 라벨링 규정 등 한국 업체에서 수출을 하기 위한 정보가 충분치는 않은 상황이며, 대부분 여타 선진국들의 기준을 준용하고 있는 상황임. 따라서 현지 시장에 진입 시 신뢰할 수 있는 현지 수입 업체 및 운송/통관 업체를 선정하는 것이 가장 우선적으로 해결해야 하는 과제라고 볼 수 있음. 현재 캄보디아 내부에서 유통되는 한국 제품은 현지화되지 않은 라벨링으로 소비자들에게 어떤 제품인지 알려주는 데 한계를 보이고 있어 현지어 라벨링, 매장 내 POP 등을 통한 노출, 홍보는 필수적이며, 현재 캄보디아 소비자들이 한류에 대해 보이고 있는 호의적인 반응을 고려할 때 매우 효과적일 것으로 판단함.**

Ⅰ 국가 개황

1 국가 개요

✓ 지속적인 경제 성장으로 인하여 소비자들의 구매력이 향상되고 있으나 절대적인 소득수준은 낮음
✓ 공식적인 유통채널 이외에 국경무역을 통한 저가품, 밀수품이 많아 한국산 제품의 초기 진입 시 어려움이 예상됨

□ 높은 경제 성장과 중산층 증가로 식품 소비에도 변화가 나타남

○ 캄보디아는 동남아 주요국 가운데 높은 경제 성장률로 (7.3%) 중산층 비중이 점차 증가하고 있음.

○ 쇼핑몰, 카페, 프렌차이즈 등이 증가하는 등 높은 경제 성장률로 소비자들의 구매력이 확대되고 식품 소비에도 변화가 나타나고 있음.

□ 제한적인 시장 환경: 내수 겨냥한 투자에 신중할 필요 있음

○ 캄보디아의 인구는 1,520만명 정도로 적고, 상대적으로 낮은 캄보디아의 GDP(1인당 990달러)로 내수 시장을 겨냥하기에는 제한적인 환경임.

○ 또한 캄보디아에는 내륙의 물류 이동보다 태국과 베트남 국경을 통한 물류 이동이 용이하여 국경 무역이 성행하기 때문에, 대부분의 내수용 상품은 태국, 베트남을 통한 저가품이 유입되고, 밀수도 만연하고 있어 가격경쟁이 치열한 상황임.

○ 상대적으로 높은 한국 농식품의 가격은 캄보디아 내수 시장을 겨냥하기에 제한적이므로 캄보디아 진출을 위한 한국 농식품 품목 선정에 신중을 기해야 함.

2 농식품 소비 트렌드 및 구매 행태

✓ 가공 식품과 수입 농식품의 경우 현대식 유통채널 이용이 증가하고 있으며 좋은 품질의 다양한 브랜드를 통하여 건강한 제품에 대한 니즈를 충족시키고 있음
✓ 아직까지는 '브랜드, 원산지'보다는 안전성, 가격적인 측면의 고려가 우선적이며 태국, 베트남, 중국 등 국경무역을 통한 제품에 익숙함

□ 중산층을 중심으로 건강한 식단에 대한 니즈가 생겨남

○ 캄보디아 식문화 특성상 기름에 볶거나 튀긴 음식이 대부분이라 식용류, 나트륨 함량이 높은 소스류가 많이 사용되어 전반적으로 영양이 불균형함.

○ 중산층을 중심으로 건강에 대한 관심이 증가하면서 신선한 야채, 과일, 유제품 등 건강한 식단에 대한 니즈가 증가하고 있으므로, 한국의 건강한 컨셉을 접목시킨 제품 도입은 긍정적으로 보임.

□ 신선식품의 경우 재래시장을 통한 구매가 일반적이나 가공식품류와 수입 농식품을 중심으로 슈퍼마켓과 같은 현대식 유통 채널의 이용이 고소득층, 젊은층 중심으로 증가하고 있음

○ 저렴하고 신선한 제품을 구입할 수 있는 이점이 있어 재래 시장이 캄보디아 소비자들의 주요 식료품 유통 채널로 이용 되고 있으나, 수입 식품의 대부분은 현대식 유통채널을 통해 유통되고 있음.

○ 현대식 유통 채널의 냉장시설 보관, 좋은 품질의 다양한 브랜드를 구할 수 있는 이점 때문에 고소득층, 젊은층을 중심으로 이용 증가 추세를 보임.

□ 식품 제조업이 전무하여 농산물을 제외한 전반적인 가공식품의 수입의존도가 높아 인근 지역인 태국, 베트남, 중국산 제품에 대한 구입 경험이 높음

○ 신선식품의 경우 국내산 제품을 사용하나, 비수확 시기에는 태국, 베트남, 중국과 같은 주변 국가를 통해 수입하여 공급함. 한국 농식품에 대한 인지나 경험율은 낮은 상황임.

▌표 요약-1▌ 수입식품 국가 별 이미지

태국	베트남	한국
• 베트남보다 우월한 품질로 인식하며, 안전성, 품질에 대해 신뢰도가 높고 식품 위생 검열에 철저하다고 인식 • 캄보디아의 입맛과 유사하다고 인식 • 품질, 맛, 포장 등 다양한 측면에서 긍정적 반응	• 베트남산 과일, 야채와 같은 신선식품에서 방부제, 화학성분 함유, 일부 부패된 가공식품으로 인해 건강에 대한 우려 높음 • 단, 가격이 저렴하여 캄보디아 소비자 선호 높음	• 한국 식품에 대한 인지도, 이용 경험율이 낮으나, 한국의 선진국 이미지, 한류의 영향으로 한국산 농식품에도 긍정적인 영향을 줌 • 단, 한국 입맛은 태국, 베트남과 다르게 다소 이질적이라고 인식

□ 원산지보다는 가격에 우선하여 구매하며, '화학 성분 함유 여부', '위생/안전성'도 중요시

○ 캄보디아 소비자들은 제품의 브랜드, 원산지보다는 안전성과 가격을 보다 중시하는 경향을 보임.

○ 대체적으로 품질과 가격이 좋으면 원산지에 관계없이 우선적으로 구매하는 경향을 보이나, 베트남 제품의 경우 제품 유통 기한을 늘리기 위해 화학제품을 사용한 점, 수입 통조림에서 부패된 제품이 나온 경험이 있어 다소 민감하게 반응하기도 함.

○ 소비자들의 품질에 대한 기준이 '패키지 손상됨 없이 본래 모습 유지', '신뢰감 주는 패키지 디자인' 등으로 다소 기대 수준이 낮은 편이므로, 가공식품의 경우 제품 패키징과 식품 안전성을 나타내주는 라벨링 등에 집중할 필요가 있음.

3 시장 개요

✓ 캄보디아와의 교역량은 증가 추세이나 의류, 봉제 산업으로 집중되어 있음. 아직까지 농식품은 미미한 수준이나 잠재력 있는 시장임

□ 캄보디아와의 교역량은 점차 증가 추세이며, 주요 수출국은 미국, 홍콩, 싱가포르 등이며, 주요 수입국으로는 중국, 태국, 베트남, 한국 등임

○ 캄보디아의 연간 교역량은 약 미화 89억 불 정도로 주요 수출품목은 의류, 천연고무, 농수산물 등 외국인 진출 기업에서 생산하는 품목이 주를 이룸. 또한, 수입 품목으로 원유, 석유 제품, 직물 등이 있음.

○ 농식품 수출, 수입 규모는 아직까지 규모가 작으나 점차적으로 증가하고 있음.

□ 한국의 對캄보디아 수출 농식품 규모는 아직 작은 편, 주로 가공식품에 집중, 단일 과실 조제품, 국수, 조미료 등의 수출 규모는 성장세임

○ 한국산 농식품 중에서는 물, 라면, 인스턴트 면, 소스류 등 가공식품이 주로 수출되고 있음. 최근 증가율이 높은 품목들은 단일과실조제품(523%증가), 카레(307%증가), 기타 파스타(185%증가), 조미료(174%증가), 물(66%증가) 등이 있음.

Ⅱ 수출 프로세스 및 유통구조 전반

1 수출 프로세스 전반

✓ 수입업자를 통해 운송, 통관 업체 및 거래선 확인 필요

□ 운송, 통관 업체가 중요, 통관 및 관세 프로세스를 주도하고 있음

○ 캄보디아는 현지 수입업자와의 수출입을 통한 수출이 대부분이며, 이들이 현지 운송 및 통관 업체를 통한 통관, 검역, 관세 등의 반입 절차를 대행시키고 있음.

○ 통관 서류 절차가 까다롭고, 농식품의 경우 통관 절차가 길어지게 되면 유통기한, 품질 손상 등의 이슈가 발생하므로 통관 소요 시간 및 프로세스를 간소화할 수 있는 경험 많은 현지 운송 및 통관 업체를 컨텍하는 일이 주요하게 고려되는 사항임.

2 통 관

□ 통관 시 한국 기업들이 제공해야 할 서류·절차 등을 숙지해야 하며, 여러 프로세스를 거칠수록 비용이 발생하기 때문에 현지 수입업체와 운송/통관 업체를 통해 진행하는 것이 바람직함

○ 캄보디아의 통관은 크게 통관 서류 구비, 통관 서류 제출, 수입 허가 및 관세 산출, 관세 납부, 수입 물품 반출의 프로세스를 거치며, 한국 기업들이 제공해야 할 서류도 다수 있으므로 절차 등을 잘 숙지해야 함.

▌그림 요약▌ 항구에서의 통관 절차 요약

□ 구비서류 및 소요 시간

○ 일반적으로 통관에 소요 되는 기간은 약 9일 정도이며, 운송 비용은 운송 시기와 품목에 따라 다르기 때문에 정확한 금액을 산출하기 어려우나, 해상 운송의 경우 프놈펜에서 시아누크빌 항을 기준으로 20ft 컨테이너 1대를 통관하는데 드는 비용은 USD 600~700달러 정도임.

▌표 요약-2▌ 캄보디아 수입 통관 절차

구비서류 목록	
통관	○ 선하증권(Bill of Lading, Airway Bill) ○ 상업송장(Commercial Invoice) ○ 포장명세서(Packing List) ○ 보험증서(Insurance Policy) ○ 품질증명(Quality Certificate) ○ VAT Patent
KAMSAB 서비스 (Kampuchea Shipping Agency and broker)	○ 통관 구비 서류와 DO (Delivery Order)받급 ○ 제품 관리 비용 지불
세관	○ 수입 허가서 및 관세 산출 ○ 관세 납부
Cam Control (물품검사)	○ Camcontrol 직인 찍힌 영수증 및 제품 품질 (유통기한, 기타 품질 증명서) 승인서 ○ Camcontrol에서 수출 품목에 요구하는 항목 – 상품의 이름 – 제조사 이름 및 주소 – 출처 – 수량 – 배치번호(일련번호), 제조일자 – 유통기한 – 재료 – 사용방법 (필요한 경우) – 인가해 주는 기관의 허가증
Port service (물품 반출)	○ 항만 서비스 비용 지불

3 관 세

□ 캄보디아의 관세는 종가세를 기준으로 운용되며, 사치성 소비재, 완제품, 기계 및 부품, 원부자재, 생활필수품 등 4가지로 분류되며 수출 국가별로 관세율이 나누어지지는 않음

▌표 요약-3▌ 캄보디아 관세 부과 체계

대분류	품목 예시	관세율
사치성 소비재	자동차, 술, 담배, 총기류, 화장품 등	70%
완제품	TV, 라디오, 카세트, 페인트, 가구류, 물, 주스 등	35%
기계 및 부품	섬유기계, 가공기계 등	15%
원/부자재, 생활필수품	시멘트, 철강, 타일, 벽돌, 육류, 채소, 과일, 차, 식용류, 설탕, 비누, 안경렌즈, 신발, 의류, 자전거 등	7%
무관세 제품	농기계, 부품, 문구류, 의약품, 스포츠 용품	0%

4 인 증

□ 캄보디아가 자체적으로 실시하고 있는 인증 제도는 없으며 미국, 유럽 및 일본 등 선진국의 인증을 그대로 사용

○ 최근 캄보디아산 품질 인증 제도(Cambodian Standard)를 통해 식품류에 대한 품질 인증을 받고자 하는 업체에 CS마크를 주고 있으나, 아직까지 상용화 되어 있지는 않음.

○ 캄보디아 농림수산부에서 농산물 안전, 품질 관리를 하는 역할을 하고 있으나 제품의 검열이 잘 이루어지지 않는 경우가 많음.

5 유 통

□ 대도시 중심으로 상권이 형성되어 있으며 전통적 유통인 재래시장이 강세이나 중산층을 중심으로 현대식 유통 채널 비중이 점차적으로 증가하고 있음

○ 캄보디아 농식품 유통의 대부분은 재래식 시장이 주를 이루며, 가격이 저렴하고 신선한 식료품 구입이 가능하다는 장점 때문에 소비자들이 선호함.

▌표 요약-4▌ 주요 재래시장 및 도매시장 리스트

채널	이름
도매 시장	Neak Meas Market
	Derm Ko Market
	Orreusey Market
	Olympic
재래 시장	Old Market
	Central Market
	Beung Keng Kong
	Chom Chao Market
	Arona

○ 현대식 슈퍼마켓이나 쇼핑몰 등의 유통은 수도인 프놈펜 지역에 국한되어 있으며 프놈펜의 상업중심지와 고급 주택단지가 인접한 지역에 기업형 소매점 및 프렌차이즈가 집중되어 있음.

○ 현지 슈퍼마켓 기업인 Lucky Market Group의 점유율이 높으며 외국인, 현지 부유층 및 젊은층을 대상으로 식료품과 잡화, 각종 생활용품을 취급하고 있음. 프놈펜 근교로의 매장 확장 등 점차적으로 유통 채널을 확대해 가고 있음.

▌표 요약-5▌ 주요 현대식 유통 채널 리스트(프놈펜 기준)

채널	이름
슈퍼마켓	Lucky
	Pencil
	Bayon
	Paragon
백화점/종합 쇼핑몰	Sorya
	Sovanna
	Ratana plaza
	Paragon
	Lucky mall
미니마트	Smile
	Daily
	Kiwi
	Bonjour

□ 주로 수입업자와 유통업체의 주도하에 유통되고 있으며, 유통 업체가 제조사와 직접 컨택 하여 수입하는 물량이 증가하고 있음

○ 제품의 원산지보다는 품목별로 잘 팔리는 브랜드 위주로 취급하고 있고, 신제품의 경우 3개월간의 위탁판매를 통해 판매 동향을 파악한 후 지속 판매 여부를 결정하므로, 진출 시 한국 제품에 대한 인지도를 높이는 일이 우선시 되어야 함.

Ⅲ 품목별 분석

1 음료류

□ 현지 음료 제조업체의 제품은 낮은 기술력으로 품질이 떨어지고 생산량이 수요량에 미치지 못해 각종 음료들이 수입되고 있음

○ 2011년 과일, 청량음료의 수입규모는 약 230만 달러로 태국, 베트남, 말레이시아, 한국 등 10여개 국을 통해 수입됨.

□ 선진출한 한국음료 박카스가 현지화 전략을 통해 '피로 회복을 도와주는', '건강하고', '고급스러운' 음료로 에너지 음료의 No.1 브랜드로 인지도를 높인 사례가 있음

▌표 요약-6▌ 한국산 음료류에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 한국산 음료류의 패키지, 재질이 견고하여 품질이 좋다고 인식 "제품 패키지가 견고하면 맛이 변할 일이 없어요" • 과실 음료인 알로에 음료 등을 통해 '건강한', '맛이 좋은' 이미지 획득	• 가격을 중시하는 캄보디아 소비자들에게 타 국가 제품 대비 가격 경쟁력이 떨어짐 – 박카스와 같이 Hit 브랜드로 인지도를 높이지 않으면 수요가 많지 않아 보임

□ 지속적으로 소비자들의 수요가 있고, 상대적으로 긴 유통기한으로 유통이 용이하다는 점 때문에 잠재력이 있음. 상대적으로 가격이 높아 타 제품과 경쟁하기 어려우므로, 제품에 대한 홍보와 마케팅으로 한국 제품을 알리는 노력이 우선 시 되어야 할 것으로 보임

○ 한국어 표기 사이즈를 줄이고, 영어 및 크메르어로 표기하여 소비자들이 쉽게 제품을 접할 수 있는 패키징 제작이 필요함.

2 면 류

□ 쌀 위주의 소비에서 맛, 종류가 다양해지면서 인스턴트 면의 소비가 증가함

○ 캄보디아에서 패스트푸드를 먹는 것처럼 인스턴트 면으로 식사를 하는 것은 흔한 풍경임. 빠르고 간편하게 먹을 수 있고 저렴한 가격으로 이용가능하다는 점 때문에 소비자들이 선호함.

□ 주로 저렴한 베트남 제품을 수입하고 있으며, 최근 가격 상승으로 국내산 제품 소비도 증가하고 있음. 한국의 경우 경쟁 국가 대비 '맛', '우수한 품질'의 제품으로 인식되고 있으나 높은 가격으로 일부 소비자층을 통해서만 소비되고 있음

▌표 요약-7▌ 한국산 면류에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 한국산 제품이 맛, 품질이 우수하다는 반응 "한국 라면은 쫄깃한 식감이 좋고, 특히 김치 라면의 맛이 좋아요" • 한국산 인스턴트 면의 플라스틱 패키지의 경우 '쉽게 손상되지 않는 재질', '디자인'이 좋다는 반응 • 단, 가격이 경쟁 제품 보다 비싸, 태국 제품보다 가격 대비 가치가 떨어진다고 인식하고 있음	• 가격을 중요시 하는 캄보디아 소비자들에게 타 브랜드 대비 가격 경쟁력이 떨어짐 • 캄보디아 1회 섭취량 대비 라면의 용량이 다소 큰 편임

□ 가격 경쟁력이 높은 태국, 베트남 산 인스턴트 면이 주로 소비되고 있고, 제품 브랜드까지 인지되고 있어 경쟁에는 어려움이 있으나 캄보디아 소비자들이 선호하는 '한국의 맛'과 '제품력'을 보여줄 수 있는 김치맛 제품 등을 통해 점차적으로 인지도를 높여갈 필요가 있음

3 소스류

□ 소스류 수입 규모는 2010년 기준 USD 4,378,000 규모이고, 태국이 수입 규모의 70%이상의 비중을 차지하며, 베트남, 말레이시아, 중국 등이 그 뒤를 잇고 있음. 한국 산 제품은 USD 12,000 정도로 미미한 수준임

○ 캄보디아 가정 내 볶음, 국 요리를 위해 사용되는 간장류는 Chin-su, Tham Thai Tu, 굴소스로는 Maekrua, 생선소스로는 Squid 브랜드가 선호되며 널리 사용되고 있음.

□ 한국산 소스에 대해서는 접해 본 경험이 없고, 이미 수입 소스류 시장 내 태국, 베트남의 경쟁 구도가 형성되어 있어 진출하기에는 어려움이 있음. 따라서 소스류 제품 자체로 진출하기 보다 한국음식을 만들기 위해 사용되는 재료의 하나로 소스류를 커뮤니케이션할 필요가 있음. 또한 슈퍼마켓 내 지속적인 샘플링과 시식행사를 통해 제품의 조리법과 맛을 홍보할 필요가 있음

4 소 주

□ 캄보디아의 증류주 수입 규모가 증가하는 가운데, 젊은층과 부유층 중심으로 한국 소주의 선호가 증가함. 한국 소주의 수출도 증가 추세 (2011년 대비 2012년 41% 증가)

○ 한류의 영향으로 한국 드라마, 영화를 통해 인지도가 높아진 상황이며, 진로를 포함한 한국 소주 브랜드가 미니마트, 슈퍼마켓 등을 통해 판매로를 넓히고 있음.

▌표 요약-8▌ 한국산 소주에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 여성 응답자는 소주와 같이 강한 알코올은 비선호하나 남자들은 선호 남자들을 타깃으로 접근할 필요 있음	• 한국 드라마, 영화 등을 통해 인지도가 높아졌으므로 판매도 꾸준히 있을 것으로 예상됨 최근 미니마트에서 한국 소주를 찾는 소비자 증가

□ 다른 수입 알코올 대비 소주의 가격이 경쟁력이 있어 상대적으로 부담 없이 소비가 가능하므로 한국 소주의 인지도를 높여 대중주가 될 수 있게 홍보가 필요함

○ 캄보디아 소비자들이 한국 소주를 인식하는 채널이 TV 드라마, 영화를 통한 장면이므로 매장 판매 시 한국 TV 드라마, 영화 속 장면과 연계한 판촉이 효과적일 것으로 보임.

5 신선식품(단감)

□ 캄보디아 경제에서 농업의 비중이 높아 신선식품류 수입규모는 작은 편이나, 캄보디아에 생산되지 않는 과실, 채소류 위주로 수입이 되고 있음. 특히, 한국산 단감의 경우 수출 규모가 크지 않으나 기존에 접할 수 없었던 새로운 제품으로 한국산 신선식품에 대한 이미지 형성에 도움을 줄 수 있으므로 꾸준히 수출을 확대해 나갈 필요가 있음

▌표 요약-9▌ 한국산 단감에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 단감과 같은 한국산 과일을 접해본 소비자는 한국산 단감의 '신선도', '맛'에 대해서 긍정적인 반응 "씹을 때 아삭거리는 식감이 좋아요. 너무 달지 않아 건강한 과일 같아요" • 전반적으로 한국산 신선식품은 신선하고 맛이 좋을 것이라는 기대감이 높은 상황	• 현지에서 생산하거나 주변국인 태국이나 베트남에서 경쟁력 있는 가격으로 신선식품 수입이 가능하므로 한국산 신선식품의 품질이 좋아도 가격 경쟁력이 떨어지고 운송과정에서 제품의 품질에 손상될 수 있어 한국산 신선식품에 대해 가능성은 적어 보임

□ 단감과 같이 현지 제품과 가격 면에서 경쟁이 가능한 제품을 중심으로 한국산 신선식품에 대한 인지도를 높일 필요가 있음. 또한, 한국산과 함께 유통되고 있는 중국산 단감의 경우 낮은 품질에도 불구하고, 품질이 좋은 한국제품 이미지를 주기 위해 한국산으로 둔갑하여 유통하는 경우도 있으므로, 경험이 낮은 소비자들에게 한국산에 대한 잘못된 이미지가 생기지 않도록 한국산 인증을 해줄 필요가 있음

6 김 치

□ 한국 드라마, 영화 등에서 김치의 취식 장면이 많이 노출되어 소비자들에게 인지도와 선호도는 높은 편이나 아직까지는 현지에서 쉽게 접하기 어려운 상황임

○ 현지에서 판매되는 김치는 현지 한국이나 북한 식당에서 만들어 판매하는 제품으로 구성되어 있음. 한국을 대표하는 품목으로 캄보디아 소비자들의 김치에 대한 인지도와 관심이 높아지고 있으나 '맛', '품질' 관리가 된 포장 김치를 접하지 못하고 현지 생산된 제품으로 이미지가 형성되고 있으므로, 제대로 된 고유의 맛을 전파할 필요가 있음.

▌표 요약-10▐ 한국산 김치에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 김치의 맛 선호 "김치 맛이 좋아요" "김치가 좋아서 김치라면도 사먹어요" • 집에서 조리법을 배워 만들어 먹어 봄 "딸이 한국 식당에서 처음 먹어보고 좋아해서 한국 식품점에서 재료를 사와 만들어 먹어 봤어요" • 일부 소비자들은 김치 냄새 비선호	• 한국 김치에 대한 캄보디아 소비자들의 인지도가 높고, 입맛에 맞는 편임 "한국 TV에 김치가 자주 등장하고 있어 소비자들이 김치를 많이 알고 있어요" "캄보디아 사람들이 맵고 신 맛을 선호하여 태국 음식을 선호하는 데, 김치가 소비자들의 그런 입맛을 잘 맞춘 것 같아요"

○ 또한 김치에 대한 현지 소비자들의 관심은 높은 상황이므로 제품을 넘어선 김치 '문화'에 대한 관심을 높여 다양한 김치와 김치 만드는 법을 소개함으로써 김치 뿐 아니라 한국산 소스류(액젓, 고춧가루 등)를 함께 알릴 수 있을 것으로 기대됨.

Cambodia

I 조사 개요

1 조사 목적

○ 캄보디아의 수입 농식품 시장 현황 및 전망 파악, 식품 시장 트렌드 파악, 수입 농식품에 대한 통관·관세·인증·규제 등 도입 제반에 관한 사항 등 수입 농식품 시장의 전반적인 사업 기회를 탐색
○ 식품 카테고리별 진입 가능성 진단, 소비자 행태, 유통환경 등 전략 사업 및 품목에 관한 진입 전략을 수립
○ 이상의 목적 달성을 위한 기초자료를 제공하는 데 그 목적이 있음.

2 조사 설계

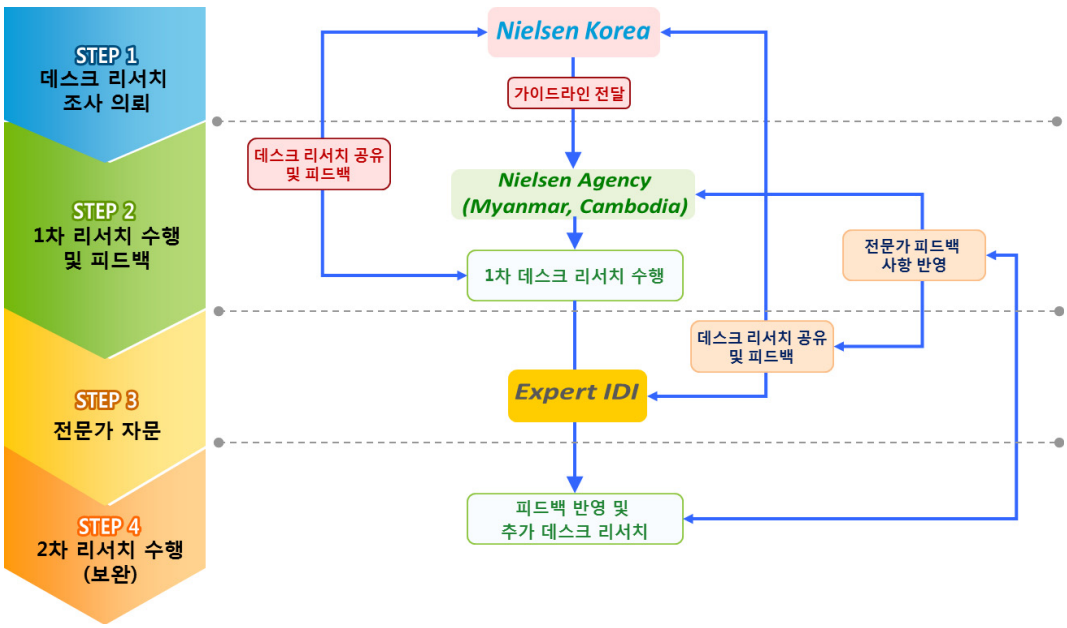
구 분	내 용
Desk Research	○ 수입 통관·관세·인증·규정 등에 대한 문헌 연구 실시 ○ 국내 연구진과 해외 현지 전문가에 의한 문헌 연구 병행 실시
In-Depth Interview	○ 지역전문가 1인, 국내 업계 종사자(캄보디아 기수출 업체) 2인 등 국내 전문가 총 3인에 대한 전문가 심층 인터뷰 진행 ○ 캄보디아 현지 수입 및 유통업자, 통관업자 8인에 대한 전문가 심층 인터뷰 진행
Focus Group Discussion	○ 20대~30대, 40대, 50대 주부 등 3개 그룹에 대한 그룹 토의(좌담회) 진행 ○ 각 그룹 별 구성 인원은 8인으로 구성(3개 그룹 총 24명)
Home Visit	○ 30대, 40대, 50대 주부에 대한 홈비짓 및 Shop along (동반 쇼핑) 진행 ○ 각 그룹별 구성 인원은 1인으로 구성(3개 그룹 총 3명)
Shop Visit	○ Lucky Supermarket, Orreusey Market 등 캄보디아 내 현대식 유통채널 및 재래시장에 대한 방문 및 관찰 조사 실시

3 주요 진행 경과

1) Desk Research

○ 수입 통관·관세·인증·규정 등에 대한 문헌 연구 실시
○ 국내 연구진과 해외 현지 전문가에 의한 문헌 연구 병행 실시

▌그림 1-1▐ Desk Research 수행 방법



2) 국내외 전문가 In-Depth Interview

○ 지역전문가 1인, 국내 업계 종사자(캄보디아 기수출 업체) 2인 등 국내 전문가 총 3인에 대한 전문가 심층 인터뷰 진행

○ 캄보디아 현지 수입 및 유통업자, 통관 업체 8인에 대한 전문가 심층 인터뷰 진행

▌표 1-1▐ 국내외 전문가 인터뷰 참석자 프로파일

구분	이름	소속	직급	영역 및 비고
국내 전문가	박ㅁㅁ	대외경제정책연구원	연구원	캄보디아 지역 전문가
	노ㅁㅁ	팔도	대리	기진출업계 종사자
	박ㅁㅁ	OKF	과장	기진출업계 종사자
해외 전문가	Ms. Ey Yu Ey	Aplus Fresh Shop	General Manager	수입업자
	Mr. Kheang	Dragon Trading Co., Ltd	General Manager	수입업자
	*Bacchas Company	Bacchas Company	General Manager	수입업자

구분	이름	소속	직급	영역 및 비고
	Meng Leang Chou	LC Mart	Owner	유통업자
	Mr. Doung Vandy	Vandy Wholesale	Owner	유통업자
	Ms. Heng Ly	Hengly Wholesale	Owner	유통업자
	Mr. Kry Vy	Indochina Star Co., Ltd	Operation Manager	운송 통관 업자
	Ms. Ou Sopheak	Addicon Logistic (Cambodia) Co., Ltd	Country Manager	운송 통관 업자

* 국내 전문가 인터뷰 참석자의 이름은 개인정보 노출 비동의에 따라 표시하지 않음.

3) 현지 소비자 좌담회(FGD : Focus Group Discussion)

○ 소비자들의 식습관, 식품 관련 트렌드, 수입식품에 대한 인식 및 구매행태, 한국 식품에 대한 선호도 등을 파악하기 위해 좌담회를 실시함.

▌표 1-2▌ 현지 소비자 좌담회 진행 내역

그룹 구분	참여 인원	수행 일시
20~30대 주부	8명	11월 11일 오전 9시
40대 주부	8명	11월 11일 오후 2시
50대 주부	8명	11월 12일 오전 9시

4) Home Visit

○ 소비자들의 가정 내 식습관, 조리행태 및 구입하고 있는 수입 식품에 대한 인식을 파악하기 위하여 홈비짓을 실시함.

▌표 1-3▌ 현지 소비자 홈비짓 진행 내역

구분	참여 인원	수행 일시
30대 주부	1명	11월 13일 오전 8시
40대 주부	1명	11월 13일 오후 2시
50대 주부	1명	11월 14일 오전 8시

5) Shop Visit

○ 소매점의 매장 구조, 주요 취급 품목, 소비자 구매 행태 등을 확인하기 위해 캄보디아 내 소매점에 대한 방문 관찰 조사를 실시함.

▌표 1-4▌ 현지 Shop Visit 내역

도시	매장명	매장 유형
프놈펜	Lucky Supermarket Sovanna Shopping Center	체인형 슈퍼마켓
	Sorya Shopping Center	복합 쇼핑몰
	Paragon	백화점
	Pencil Supermarket	체인형 슈퍼마켓
	Orreusey Market	재래시장
	BeungTrabek Market	재래시장

Cambodia

Ⅱ 국가 개황

1. 국가 개요
2. 농식품 소비 트렌드 및 구매 행태
3. 시장 개요

Ⅱ. 국가 개황

1 국가 개요

〈 일반 사항 〉	
수도	프놈펜 (Phnom Penh)
면적	181,035㎢
인구	1,520만명(2013년 기준)
기후	고온 다습한 열대 몬순기후
언어	크메르어(Khmer)
종교	불교 89.4%, 기독교 4.9%, 이슬람교 3.9%, 기타 0.1%
민족 구성	크메르 (90%), 베트남 (5%), 화교 (1%), 참족 (4%) 등 30여 인종
〈 경제 사항 〉	
실질 GDP 성장률	7.3% (2012년 기준)
GDP총액 (명목)	142억 달러 (2012년 기준)
1인당 GDP (명목)	990달러 (2012년 기준)
외환 보유액	38억 달러 (2012년 기준)
대외 채무	43억 달러 (2012년 기준)
수출액	58억 달러 (2012년 기준)
수입액	85억 달러 (2012년 기준)
〈 정치 사항 〉	
정부형태	입헌 군주제
국가원수	○ 국왕: Norodom Sihanmoni (국가원수) ○ 총리: Hun Sen (실권자)
〈 한국과의 관계 〉	
한국 교민수	약 5,000명
對한국 수출액	5.93억 달러 (2012년 기준)
對한국 수입액	1.26억 달러 (2012년 기준)

1) 경제 및 투자 환경

□ 높은 경제 성장률로 중산층 비중이 증가함

○ 2012년 캄보디아의 경제성장률은 7.3%로, 동남아 주요국들의 평균 경제성장률(6.0%)보다 1.3%p 높음[1].

▌표 2-1▌ 2012년 동남아 주요국의 실질 GDP 성장률 비교

(단위: %)

국가	캄보디아	라오스	미얀마	베트남	인도네시아	말레이시아	필리핀	태국
실질 GDP 성장률	7.3	7.9	5.6	5.0	6.2	5.6	6.6	6.4

(출처: Ministry of Economy and Finance, 2013)

▌표 2-2▌ 캄보디아 GDP 및 주요 경제 부문별 비중 추이

국가	2008	2009	2010	2011	2012
명목 GDP (백만 달러)	10,337	10,400	11,634	12,937	14,231
1인당 GDP (달러)	760	753	830	911	990
실질 GDP성장률 (%)	6.7	0.1	6.0	7.1	7.3
– 농업 (%)	32.8	33.5	33.9	34.6	36.8
– 제조업 (%)	22.4	21.7	21.9	22.1	21.9
– 서비스업 (%)	38.8	38.3	38.3	37.5	35.9

(출처: Ministry of Economy and Finance, 2013)

□ 캄보디아는 신흥 중산층을 중심으로 식품소비에 변화가 나타나고 있음

○ 높은 경제 성장률로 소비자들의 구매력이 확대되고, 이에 따라 생활환경개선에 대한 욕구가 나타나고 있음.

– 이는 도시로 유입되는 인구 및 중산층의 증가에 기인함[2].

1) 최근 캄보디아의 고성장 배경과 시사점_대외정책연구원. 2013.5

2) Doing Business 2012, World Bank

○ 최근 프놈펜 내 쇼핑몰, 카페, 프랜차이즈 등이 증가하고 있음.

- 캄보디아 내 최초 쇼핑몰(Sorya Shopping Center, 8층)의 경우, 주말/휴일 등 하루 평균 만 명의 인구가 몰리며 성행하고 있음.
- 현재 캄보디아에는 BBQ Chicken, 뚜레주르 등의 한국 프랜차이즈 업체가 진출해 있음.

▌그림 2-1 ▌ 캄보디아로 진출한 한국 프랜차이즈 업체

□ 경제 성장 잠재력이 높아 해외 투자가 증가하고 있음

○ 2012년 외국인 투자는 16억 달러로 2011년 대비 70% 이상 상승함.

- 2012년 캄보디아에 대한 외국인 직접 투자의 최대 투자국은 한국(2.72억 USD), 중국(2.63억 USD), 일본(2.01억 USD) 순임.

▌표 2-3 ▌ 대 캄보디아 외국인직접투자(FDI) 유입실적

(단위: 백만달러)

연도	2008	2009	2010	2011	2012
연중 유입 금액	815	539	783	902	1,600
전년 대비 증감율	-6.0%	-33.9%	45.2%	15.2%	73.0%

(출처: 월드뱅크, data.worldbank.org)

▌표 2-4▌ 주요국별 대 캄보디아 투자 현황

(단위: 백만달러)

연도	2009	2010	2011	2012
한국	120	1,027	145	272
중국	892	694	1,192	263
일본	4	–	–	201
태국	178	2	–	123
홍콩	6	27	331	114
대만	27	91	82	95
베트남	210	114	630	86

(출처: 캄보디아 개발 위원회 CIB(CDC))

○ 저렴한 노동력, 남부경제회랑(태국, 캄보디아, 베트남 남부를 연결하는 전체 길이 약 1,000킬로미터의 간선도로)의 요충지라는 지정학상의 잇점, 안정된 정치, 개방적인 외자정책 등이 투자 매력도를 높이는 요인으로 작용하고 있음.

– 특히 업종과 관계없이 외자 100%의 현지 법인 설립이 가능하며, 토지 소유를 제외하고 외자 규제가 없는 캄보디아의 투자 환경은 신속하게 비즈니스를 개시할 수 있는 매력으로 이어지고 있음.

□ 그러나 캄보디아의 제한적인 시장 환경은 지속적으로 고려해야 할 사항임

○ 캄보디아의 인구가 약 1,520만 명 정도로 매우 적고, 그 중 85% 이상이 1인당 GDP 450달러 이하의 세계 최빈국인 만큼 내수 시장을 겨냥한 제조업에 진출하기에는 매력이 없는 국가임.

○ 그럼에도 불구하고 캄보디아의 청장년층이 두터워지고 중산층이 증가하면서 향후 한국 농식품 시장이 확대될 가능성이 높음.

□ 캄보디아 내륙의 물류 이동보다 태국과 베트남 국경을 통한 물류 이동이 용이하여 국경 무역이 성행하고 있음

○ 그에 따라 국경 통과 시 세금이 제대로 부과되지 않은 채 간이 통관되는 경우가 많음.

○ 대부분의 내수용 상품은 태국 및 베트남으로부터 저가품이 유입되며 밀수도 만연하고 있어 가격경쟁이 치열함. 현지 생산 공산품의 경우 태국, 베트남 제품에 비해 7~10% 가량 높은 수준으로 가격이 형성되어 가격 면에서 잇점이 없음.

2) 인구와 소득 수준

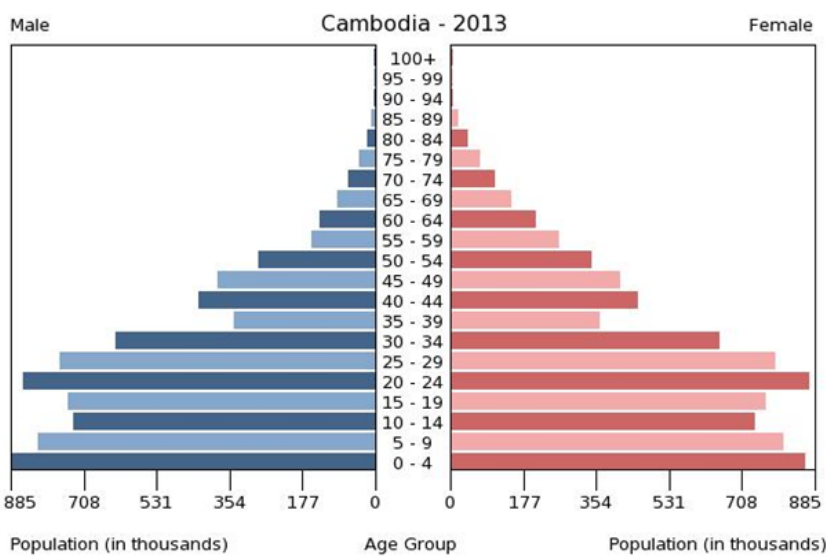
□ 소비 잠재력이 높은 젊은층이 많으며, 이들이 새로운 소비문화를 이끌어 가고 있음

○ 캄보디아의 인구는 2013년 7월 기준으로 약 1,520만 명이며, 그 중 155만 명이 수도인 프놈펜에 거주하고 있음. 도시에 거주하고 있는 인구는 전체 인구의 약 20%임[3].

○ 캄보디아 인구 분포의 가장 큰 특징 중의 하나는 주 소비층이자 경제주체인 15세~54세가 9,039,129명으로 전체인구의 59.4%를 차지함.

– 캄보디아의 청년층 인구가 많은 가장 큰 이유는 70년대 중반 폴포트 정권에 의해 전체 인구의 1/3이 감소했기 때문임. 감소한 인구의 대부분이 청장년층이었기 때문에 약 30년이 지난 지금 장년층이 매우 적은 반면, 청년인구의 비율이 높음[4].

▌그림 2-2 ▌ 캄보디아 연령별 인구 비율: 2013



(출처: Central Intelligence Agency, 2013)

3) Central Intelligence Agency 2013

4) 대 캄보디아 ODA 정책 수립을 위한 기초조사 및 전략개발 연구_대외경제정책연구원

○ 이러한 청년층은 향후 소비문화를 이끌어 갈 잠재적인 소비 계층으로서 주목해야 할 필요가 있음.

– 청년층은 해외 문화의 영향을 많이 받고 유행에 민감한 층으로, 전통시장보다 가격이 높지만 다양한 물품을 제공하고 외관이 좋은 대형 쇼핑몰을 이용하고, 무료 와이파이가 제공되는 커피숍이나 미니마트에서 모임을 갖는 등 새로운 소비문화를 이끌고 있음.

○ 따라서 향후 캄보디아의 소비문화를 파악하기 위해서는 캄보디아 청년층에 대한 폭넓은 이해가 뒷받침되어야 함.

○ 2008년 캄보디아 Census 결과에 따르면, 캄보디아의 소득 수준은 낮은 편이며 월소득 400달러 이상이 중산층에 해당됨.

아직 캄보디아의 정부 통계가 확립되지 않아 정부통계라 하더라도 통계 출처에 따라 소득 수준이 상이하게 나타남.

▌표 2-5 ▌ 캄보디아 소득 수준표

SEC[5]	월소득	지역	
		캄보디아	프놈펜
A	800달러 이상	12%	14%
B	401~800달러	29%	36%
C	301~400달러	23%	24%
D	201~300달러	26%	20%
E	101~200달러	10%	6%
F	100달러 이하	1%	1%

(출처: Cambodia Population Census 2008)

3) 민족적 특성

□ 높은 문화적 자부심 및 주변국가에 대한 강한 반감

○ 캄보디아는 인구의 90%이상이 크메르인이며, 이 외에도 베트남계(5%), 중국계(1%), 기타 고산족(4% 내외) 등으로 구성됨.

– 중국계, 베트남계를 포함하여 국민의 95% 이상이 크메르어를 사용함.

5) SEC는 Socio-economic classification의 약자임.

○ 중국, 베트남에서 유입된 유교적 가치관과 인도에서 유입된 힌두교·불교문화가 공존함.

○ 겉으로는 외국 및 외국인에 대해 우호적으로 보이나 오랜 외침, 내전 등으로 他민족에 강한 배타심이 내재되어 있음.

- 자국 영토를 침공한 적 있는 베트남 및 오랫동안 침공과 내정 간섭을 해 온 태국에 대한 반감이 있음.

4) 지리적 특성

□ 태국, 라오스, 베트남 등 주변국의 영향으로 캄보디아의 식문화가 형성됨

○ 캄보디아의 면적은 약 18만km2로, 한반도의 80%, 남한의 2배 수준임.

○ 북쪽으로는 태국과 라오스의 국경과 접해 있고, 동쪽과 남쪽으로 베트남의 국경과 접해 있으며, 남서쪽으로는 씨암만(태국해안)과 접해 있음.

- 이러한 지형적 요인으로 캄보디아의 서부 지역은 태국, 동부 지역은 베트남의 영향을 받는 등 크메르 음식은 다양한 나라의 영향을 받음.
- 또한, 수년간 프랑스 식민지였고 많은 중국 이민자들이 살고 있기 때문에 프랑스 음식과 중국 음식이 보편화되어 있음.

5) 기후적 특성

□ 우기와 건기의 식습관에 차이가 있음

○ 캄보디아는 열대성 기후로 2종류의 몬순으로 구분됨.

- 건기인 1월~3월 중에는 시원한 북동 몬순의 영향을 받고, 비가 오지 않는 날씨가 계속됨.
- 우기인 4월~10월 기간에는 고온다습하고 남서 몬순의 영향으로 거의 매일 짧은 시간 비가 옴. 강우량은 지역에 따른 편차가 있으나 연간 강우량의 80%가 이 시기에 집중됨.

○ 대체적으로 11월~4월의 건기에 경기가 활성화되고 5월~10월의 우기에는

제반수요가 침체되는 경향이 있음.

○ 대표적인 구매 시즌은 2월~4월의 결혼 시즌으로 4월의 크메르 구정이 겹쳐 각종 수요가 최고도에 달함. 우기에 속하기는 하나 9월의 크메르 추석 및 건기가 시작되는 10월말 물 축제 기간에도 각종 생필품 위주의 수요가 많음[6].

○ 캄보디아 소비자 좌담회 결과, 시기에 따라 다른 식품이 소비되고 있음을 알 수 있음.

– 우기(4월~10월)에는 주로 따뜻한 음식(국 종류)과 수입 과일/야채류를, 건기(1월~3월)에는 더운 날씨의 영향으로 물과 음료류를 더 많이 소비하고 있음.

"우기에는 따뜻한 음식을 주로 찾게 되는데요. Broher(Khmer), Somlor Machou (sour soup), Kakor, Chab Chhay등을 주로 먹어요."

"우기에는 캄보디아 국내에 구할 수 없는 과일들이 있어요. 주로 이때는 포도, 감귤과 같은 수입 과일을 많이 먹는 거 같아요."
(캄보디아 소비자 좌담회 中)

6) 식문화

□ 가족 간 강한 유대

○ 전통적으로 가부장적 질서가 자리 잡고 있어 아버지와 어머니의 역할이 뚜렷하게 구분되며, 친가·외가의 구분 없이 혈족 중심의 인척관계를 중요시함.

– 원래 캄보디아는 전통적으로 모계사회의 특징을 유지하고 있었으나, 전쟁, 내전 등을 겪으면서 공동체/가족질서를 존중하는 가부장적 문화와 가치관이 형성됨.

– 2, 3세대가 거주하는 대가족의 형태가 많으며, 가족 간의 유대가 강하고, 식사를 함께하는 행태를 보임.

6) 현지 유통업자 인터뷰

"식사 준비는 보통 가정주부인 제가 해요. 평일에도 가족들이 점심에 함께 모여 식사를 하기 때문에 분주해요."

"가족끼리 논쟁하지 않고, 아프지 않는 게 행복한 가정이라고 생각해요."
(캄보디아 소비자 좌담회 中)

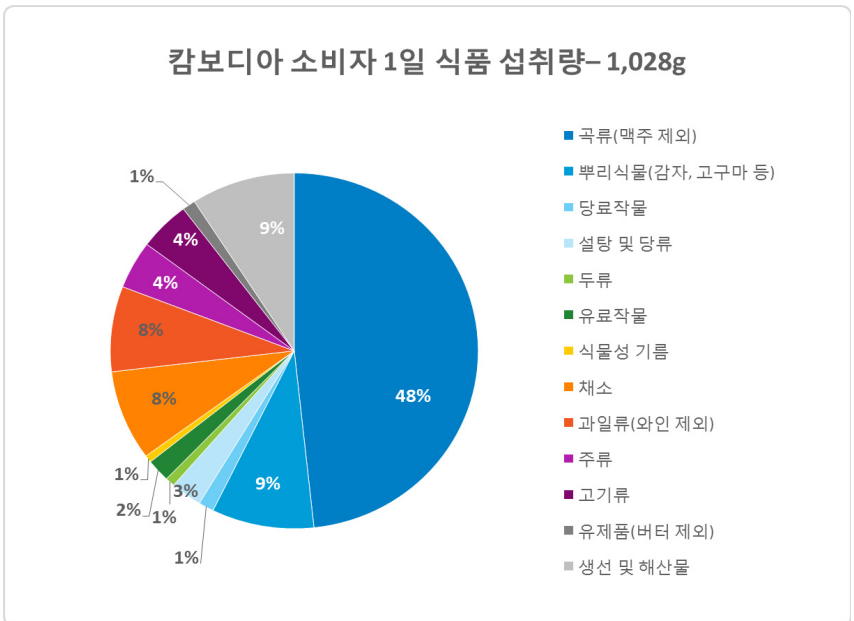
□ 캄보디아의 식단에는 쌀과 생선류가 많이 포함되어 있음. 타국가 대비 상대적으로 낮은 소득수준과 구매력으로 인하여 식생활을 위한 다양한 품목 소비가 제한적임

○ 캄보디아 국민 칼로리 섭취량의 75%가 쌀로 충당되고 있음. 나머지는 생선, 옥수수, 근채작물, 과일, 야채 등임[7].

- 캄보디아 소비자들의 하루 식품 소비 행태는 곡류가 48%로 가장 많은 비중을 차지하며, 생선류 9%, 채소, 과일류가 각각 8%, 고기류 4% 순으로 섭취하는 것으로 나타남.
- 캄보디아 소비자들은 한국 소비자 보다 1인당 하루 평균 섭취량이 절반 정도 수준이며, 곡류의 섭취량이 2배 이상 높음.
  (한국 곡류 섭취량: 19%)

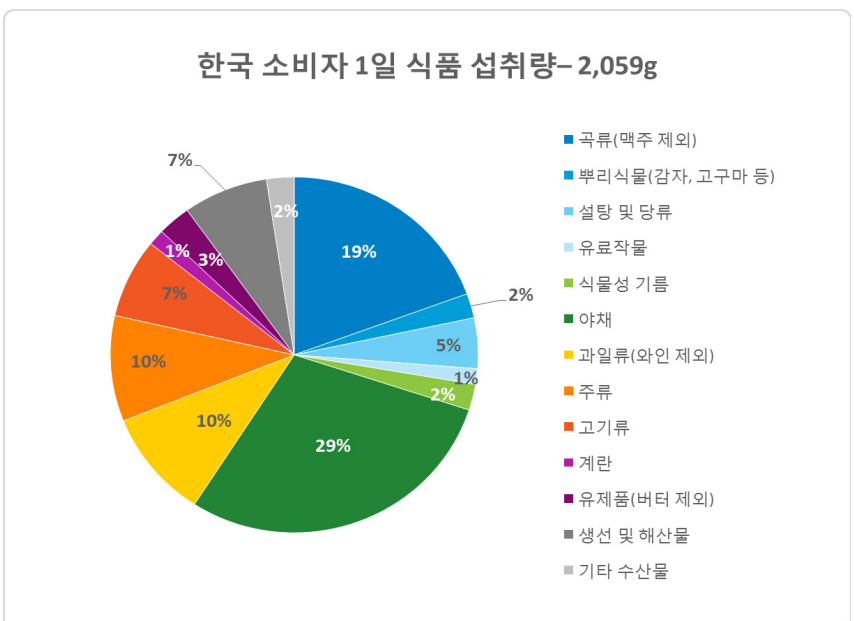
7) World Food Program

▌그림 2-3▌ 캄보디아 소비자들의 1일 하루 섭취량



(출처: FAO, 2009년)

▌그림 2-4▌ 한국 소비자들의 1일 하루 섭취량



(출처: FAO, 2009년)

▌표 2-6▐ 캄보디아 소비자 정성 조사: 소비자 주 식단 예시

Prahok (쁘러혹)	**Kuy Tiew (꾸이띠우)**	**Lok lak (록락)**
젓갈의 형태로 오이, 당근, 양배추 같은 신선한 야채를 찍어먹거나 고기를 찍어먹는 소스. 냄새가 자극적인 것이 특징	쇠고기·돼지고기·닭고기·생선 등으로 만들어진 육수를 다양하게 선택할 수 있고 가격도 저렴하여 서민들이 즐겨찾는 음식.	캄보디아 식 스테이크로 대표적인 크메르 전통 요리임. 소고기, 돼지고기, 닭고기 등을 잘게 썰어서 양념과 함께 구운 요리로 야채, 볶음밥, 계란 후라이와 먹는 것이 특징

(출처: 소비자 정성조사)

○ 아침식사는 주로 집 근처 재래시장이나 식당에서 먹거나, 혹은 포장하여 집에서 먹는 편임. 집에서 요리를 해 먹는 것보다 밖에서 사먹는 것이 더 저렴하기 때문에 외식문화가 발달되어 있음.
이러한 캄보디아 소비자들의 특성상 향후 인스턴트 식품, 간편식의 진출이 유망할 수 있음.

"주로 아침 일찍 재래시장을 가곤해요. 가는 길에 간단하게 중국면이나 크메르면으로 아침식사를 사먹고 와요."

○ 저녁은 집에서 가족이 함께 모여 먹는 것이 일반적이며, 점심 식사에 준비해 놓았던 스프류와 2-3가지 정도의 메인 요리를 해먹음.
○ 최근 들어 일부 소득수준이 높은 가구의 경우 간식으로 요거트, 과일류, 인스턴트 라면을 먹기도 함.

▌표 2-7▌ 캄보디아 소비자 하루 식단표 예시

아침	점심	저녁
– 죽(+말린 생선) – 쌀밥 + 고기류 (그릴에 구운 돼지고기) – 바게트 빵 (+가공육류) – 계란 후라이 – 중국식 국수 – 볶음 국수	– 죽(+말린 생선) – 두 가지 주요리 (국, 볶음 요리) – 국: 야채, 생선, TomYum(태국식), Machou Kreoung (새콤한 맛) – 볶음요리: 닭고기, 돼지고기 등 야채와 볶아서 Prahok(fish paste)에 찍어먹음. (예: 양배추, 돼지고기 볶음) – 생선구이	– 점심과 유사한 구성의 두 가지 주 요리 – 국 종류의 경우 점심 때 미리 저녁까지 먹을 양의 스프를 요리하여 같이 먹음. – 인스턴트 라면

(출처: 소비자 정성조사)

2 농식품 소비 트렌드 및 구매 행태

1) 농식품 소비 트렌드 전반

□ 건강한 식품 소비에 대한 니즈 높아짐

○ 우유, 요거트 등 유제품 소비량 증가[8)]

– 최근 캄보디아의 유제품 소비가 증가하고 있음.

– 이는 냉장고 보급률의 증가, 슈퍼마켓, 개선된 식단, 서양 음식에 대한 구매 욕구 상승, 중산층 증가, 도시화, 전국적인 교내 우유 식단 프로그램, 건강에 대한 관심 증가 등에 기인함.

– 이에 따라 수년간 캄보디아로 유제품을 수출해 왔던 베트남 기업인 Vinamilk는 더 높은 시장점유율 확보를 위해 2014년 프놈펜에 공장 건설 예정임.

8) The Phnom Penh Post, 2013. 7

○ 캄보디아 식문화 특성상 기름에 볶거나 튀긴 요리가 많아 식용유 및 나트륨 함량이 높은 Fish sauce, MSG, 간장류를 양념으로 많이 사용함.

○ 10명 중 8명 이상이 매 식단에 충분한 과일과 야채를 섭취하지 못하고 있으며, 최근 가공식품 소비가 증가하면서 5명 중 1명은 콜레스테롤 수치가 높은 것으로 나타남. 10명 중 1명은 고혈압인데 이는 포화지방과 염분의 과다한 섭취한 결과로 나타나는 현상임[9].

○ 이에 따라 건강에 대한 관심이 증대되고 있어, 중년층 이상의 경우 신선한 야채와 과일을 소비하는 비중이 높아짐.

"최근에는 스프링롤이나 미트볼 같은 튀긴 음식은 피하는 편이에요. 콜레스테롤 수치가 올라 갈 거 같아서요. 다양한 과일을 구입해서 먹고 있어요." (소비자 홈비짓 인터뷰 中)

□ 기존에 수입 농식품에 의존하는 환경에서 국내 제품에 대한 관심 증가

○ 농식품의 품질(유통 기한, 성분)도 중요하나 여전히 가격이 주 구입 결정 요인임.

- 태국, 베트남 수입 제품의 가격 상승으로 밀가루, 인스턴트 면의 가격 등이 상승하면서 (g당 1.2리엘) 높은 수준으로 형성되어 최근 로컬 브랜드의 제품을 구입하는 소비자들이 증가함.
- 품질 면에서 아직까지 수입 제품에는 미치지 못하고 있으나, 가격 부담감 때문에 로컬 브랜드 쪽으로 관심을 기울이는 경향을 보임.

2) 농식품 구매 행태

□ 재래시장이 주요 식료품 구매 채널이나, 젊은층/중산층을 중심으로 현대화된 유통 채널 이용이 점차 증가하고 있음

9) The Phnom Penh Post, 2013. 5

(1) 재래시장

○ 대부분의 캄보디아 소비자들은 재래시장에서 식료품을 구입하고 있는데, 재래시장에서는 신선하고 비교적 저렴한 가격으로 식료품을 구입할 수 있기 때문임.

- 소비자들은 거의 매일 또는 이틀에 한번 꼴로 재래시장을 방문하고 있으며, 신선한 제품 구입을 위해서 이른 아침 시간대에 방문하고 한번 방문 시 평균 5달러 정도 소비
- 소비자 인터뷰 결과, 대부분이 인근 지역의 재래시장을 이용하고 있었음. 일부 거주지와 다소 떨어진 재래시장을 이용하는 경우에는 기존에 형성된 네트워크(단골 상인)에서 구입하기 때문임.

○ 재래시장에서의 식료품 쇼핑 행태는(특히, 신선식품류) 소득에 관계없이 모든 계층에서 유사함.

- 일부 고소득층의 경우, 가공식품류에 한해서는 유통기한, 국경 무역을 통해 들여오는 제품의 신뢰성/품질 등의 문제로 재래시장에서의 구입을 선호하지 않는 경우도 있었음.

▌그림 2-5 ▌ 홈비짓 응답자가 재래시장에서 식료품 구입하는 모습

(2) 현대적 유통 채널(슈퍼마켓, 쇼핑몰)

○ 대체적으로 고소득층, 젊은 층을 중심으로 식료품에 대한 소비가 이루어짐.

○ 슈퍼마켓은 냉장보관시설이 있어 신선하고 좋은 품질의 제품을 구입 할 수

있고, 다양한 브랜드와 제품에 대한 비교가 가능함.

○ 수입 제품은 캄보디아 국내산 보다 품질이 좋다는 인식이 있는 소비자들에게 현대적 유통채널은 손쉽게 수입제품을 구입할 수 있다는(전체 진열 품목의 80%이상이 수입제품임) 장점으로 선호되고 있음.

○ 재래시장과 같이 매일 방문이 아닌 주말이나 월 2-3회 정도 방문하고 있으며, 한번 방문 시 USD 20~50 정도 지출하고 있음.

○ 일부 소비자의 경우 오전 시간에 재래시장에서 신선한 식재료를 구입하지 못한 경우 신선 야채, 과일, 고기 등을 구매하기 위해 슈퍼마켓을 이용하며, 주로 라면, 통조림류(야채, 생선 등), 소스류, 우유, 음료 등과 같은 가공식품류나 현지에서 구하기 어려운 식품류(연어 등) 등을 구입하고 있음.

▌그림 2-6▌ 홈비짓 응답자가 슈퍼마켓에서 식료품 구입하는 모습

(3) 동네 식료품, 이동식 노점상

○ 동네 식료품점의 경우 정기적으로 식료품을 구입하기 위해 방문하기보다 그때그때 필요한 제품을 구입하고 있음. 주로 소스류, 우유, 커피, 음료류 등을 구입하고 있음.

○ 이동식 노점상의 경우 재래시장과 근접성이 떨어지는 곳에 거주하는 소비자들이 주로 이용함.

○ 필요한 식료품들은 주로 재래시장에서 구입하기 때문에 로컬 식료품 가게나

이동식 노점상에서는 여러 제품을 구입하기보다 그때그때 필요한 제품을 구매함.

- 일부 소비자들은 로컬 상인들을 도와주기 위해 동네 식료품을 이용하기도 함.

"사실 재래시장보다 동네 식료품점이 더 비싸긴 한데 상인들 도와주려고 한 달에 1-2회 정도 구입하고 있어요. 요리하다 설탕, 간장, 생선 소스 등이 다 떨어졌을 때 주로 가요. 식료품점에서 간장은 2000리엘(Riel)이고 오일류는 8000리엘(Riel)정도 해요."

▌그림 2-7▌ 동네 식품점 모습

(4) 미니마트, 편의점

○ 대체적으로 고등학생, 대학생 등의 젊은층이 선호하고 있으며, 매장 내 무료 인터넷이 가능하고 테이블 등이 구비되어 있음.

○ 친목, 여가 등을 위해 이용하는 경우가 많아, 카페의 이용행태와 유사함.

○ 가격은 슈퍼마켓과 유사하거나 다소 비싼 편임.

○ 소비자 인터뷰 결과 미니마트는 주 2-3회 정도 이용하고 있으며, 비스킷, 패스츄리와 같은 스낵류와 음료류 등 간단한 제품들을 구입하기 위해 이용하고 있음.

3) 수입 농식품에 대한 인식

□ 식품 제조업이 거의 전무하여 농산물을 제외한 대부분의 가공식품을 수입에 의존하므로 소비자들의 수입 농식품 자체에 대한 거부감은 없음

○ 곡물/과일/축산/수산물 등과 같은 신선식품은 대부분 국내산 제품을 이용하고 있으나, 비수확 시기에는 태국, 베트남, 중국과 같은 주변 국가를 통해 수입하여 공급함. 따라서 캄보디아 기후에 생산이 어려운 과일류의 경우 소비자들은 자연스럽게 수입 농식품이라는 것을 인식하고 구입하고 있음.

○ 통조림, 소스, 라면류 등과 같은 가공 식품류의 경우 국내 생산 보다는 수입이 많아 대부분이 수입 식품을 이용하고 있음.

□ 수입 농식품 시장 내 태국, 베트남, 중국산이 차지하는 비중이 높고, 한국 농식품에 대한 인지율이나 경험율은 낮은 상황임

○ 한국 농식품에 대한 경험이 많지 않으나, 한국은 선진국이고 한국 상품은 고가품이라는 인식이 일반적임.

"한국 제품은 식품 뿐만 아니라 전반적으로 공산품들의 품질이 좋아요."
"한국 감은 1kg에 12,000리엘(riels)이고 베트남산은 5,000리엘(riels)이에요. 한국산은 더 달고 맛이 좋은데, 베트남산은 약간 쓴맛이 나요."

○ 베트남, 중국산의 경우 품질이 낮다고 인식되어 있으나 한국산 대비 가격이 낮아 어느 정도 소비되고 있음. 예를 들어 음료의 경우 한국산 대비 30% 낮은 가격으로 판매되고 있음.

- 실제로 한국산을 찾는 바이어들이 태국산 또는 베트남산 수준의 가격을 요구하는 경향이 있고, 한국산 신제품에 대한 거래 경험이 많지 않아 한국 상품을 중국이나 싱가포르 등에서 재수입하는 경우도 있음.

▌표 2-8▌ 캄보디아 소비자들의 수입 농식품에 대한 인지도

태국	○ 대체로 베트남 제품보다 우월한 품질을 가진 것으로 인식 ○ 태국 제품에 대한 선호가 높은데, 이는 높은 신뢰도와 안전하고 검열에 철저하다고 인식하기 때문임 ○ 품질, 맛, 포장 등 다양한 측면에서 긍정적인 평가임 ○ 캄보디아 현지인들의 입맛과 비슷하다고 느끼는 점도 강점
베트남	○ 베트남산 과일, 야채와 같은 신선 식품에는 방부제가 많이 함유되어있다고 인식하고 있어, 전반적으로 베트남 제품은 건강에 좋지 않다는 우려가 있음 – 특히, 야채의 경우 살충제를 많이 쓰기 때문에, 구입한 제품을 소금물이나 물에 담궈 놓고 사용하는 가정이 많음. 또한, 일부 소비자들은 통조림과 같은 가공류에서 썩은 제품을 구매한 경험이 있어, 전반적으로 베트남산 식품에 대한 인식이 좋지 않음 ○ 그러나 일부 제품에 있어서 과거보다 품질이 우수해졌다고 생각하며, 대체적으로 태국 제품보다 가격이 저렴하고, 캄보디아 수출 전용으로 제조하는 베트남 제품도 있을 만큼 캄보디아 식품 시장 내 차지하는 비중이 높음
한국	○ 한국산의 제품 이용 경험이 많지 않아, 한국 식품에 대한 구체적인 이미지가 형성되어 있지는 않음 ○ 전반적으로 한국의 선진국 이미지가 한국산 식품 이미지에 긍정적인 영향을 주었으나, 대체로 가격이 너무 비싸다고 인식함 – 캄보디아에서 재배되지 않는 '단감'이 캄보디아 재래시장에 중국산과 함께 유통되고 있음. 소비자들은 중국산 감에 비해서 한국산이 신선하고 맛있다는 반응이나, 실제 중국산이 한국산으로 표기되어 판매되는 경우가 있음 ○ 전반적으로 한국산은 품질 면에서 우수하다는 반응이나, 가격 경쟁력이 떨어지기 때문에, 가격 대비 맛/품질이 우수한 태국 제품보다는 경쟁력이 떨어지는 것으로 보임 ○ 한국산 소스류 등 가공식품의 경우 제품의 조리법에 대해 잘 홍보가 되어 있지 않아 소비자들이 제품과 활용법에 대해 잘 알지 못함 ○ 태국/베트남의 경우 '맛'이 유사하다고 느끼는 반면, 한국산은 다소 이질적인 맛으로 인식하고 있음 ○ 기존에 접해 보지 못했던 제품이라 한국산 자체가 새롭고, 기존에 소비했던 음식들과는 다르다고 생각하고 있음. 특히, 한류의 영향으로 한국 식품에 대한 관심/호기심이 높아지고 있는 점은 긍정적임
중국	○ 전반적으로 중국산은 안전, 품질 검열이 적절히 이루어지지 않아 건강에 해롭다는 부정적인 인식이 있음 – 멜라민 분유 파동과 같은 식품 안전 문제 등의 이슈로 소비자들의 평이 좋지 않음 ○ 품질 면에서 경쟁력이 떨어지나, 가격이 저렴하여 소비자들이 선호함

(출처: 소비자 좌담회 결과)

4) 수입 농식품 구입 경험

□ 한국 농식품의 경우 음료류, 김치, 라면 등 일부 품목을 제외하면 구입 경험이 많지 않음

○ 앞서 언급했던 캄보디아의 미흡한 식품 제조업 상황 때문에, 캄보디아 소비자들에게 수입식품(신선 식품 포함) 접촉 경험은 높을 수밖에 없는 상황임.

- 수입 농식품 품목은 우유, 오일, 음료, 소스/향신료 류, 캔 제품, 라면 등 대부분이 가공식품임.

○ 주 농식품 수입 국가는 태국, 베트남, 중국 등이며, 한국 농식품의 경우, 한류 영향으로 한국 드라마 등을 보고 김치, 라면 등을 구매해본 정도임.

- 음료류의 경우 2010년 이후로 '박카스'가 캄보디아 내 큰 인기를 얻어 지금까지도 높은 판매량을 보이고 있음. '오라떼' 등 박카스 후속으로 다양한 음료 브랜드들이 캄보디아 시장에서 판매되고 있음.
- 한국산 '단감'이 재래시장에 많이 유통되고 있음.

▌그림 2-8 ▌ Bayon Supermarket 수입 농식품 진열대

5) 수입 농식품 정보 획득 채널

□ 신제품 구입은 '주변인 추천'과 'TV광고'의 영향력이 가장 높음

○ 소비자들이 수입 농식품을 구입하게 된 계기로는 '주변 사람 추천', 'TV,

라디오 광고', '슈퍼마켓 진열 및 판매원 추천' 순으로 응답됨[10].

- 85%의 캄보디아 소비자들이 다른 사람들이 이미 구입해서 사용해 본 경험이 있는, 이름이 알려진 제품을 구입한다고 응답하였으며, 다른 사람의 행동에 가장 영향을 많이 받는다고 응답함.
- 또한, 15%의 응답자가 새로운 제품을 구입해보고, 85%가 따라가는 편이라고 응답함.
- 소비자 정성 조사 인터뷰 시, 각 가정마다 동일한 브랜드의 소스류 및 향신료(굴 소스, 미원, 칠리 소스 등)가 사용되고 있는 것을 보면, 주변 사람들의 사용 경험에 의한 추천이 영향력이 높은 것으로 보임.

○ 대부분 소비자들은 TV/라디오 광고를 통해 수입 농식품(신제품 포함)에 대한 정보를 획득함[11].

- TV의 영향력이 가장 높고, 라디오가 그 다음 순임. 악세서리나 옷의 경우는 TV 다음으로 잡지가 중요한 정보 획득 채널로 응답됨.
- Dumex 수입 분유의 경우, 아이들이 건강하게 자랄 것 같은 이미지를 강조하며, 뼈와 뇌에 도움이 되는 영양분이 많다는 효익들을 광고들을 통해 노출함.
- 한국의 박카스 TV광고도 캄보디아인과 결혼한 한국인 남성이 처가를 방문할 때 박카스를 선물한다는 내용으로 원산지를 노출하였고, 피로 회복을 위한 에너지 음료로 소구 하여 직장인, 학생 등 젊은 소비자를 공략함.

▌그림 2-9▐ 박카스 TV 광고 장면

10) 캄보디아 소비자 인터뷰

11) The Phnom Penh Post: Indochina 조사 결과 & 닐슨 정성 조사 결과

○ 슈퍼마켓 내 제공되는 브로셔, 프로모션, 판매원 등을 통해서 원산지 정보를 얻음.

6) 수입 농식품 구입 고려 요인

□ 수입 농식품 구입 시 '맛', '가격', '품질' 뿐만 아니라 '화학 성분 함유 여부', '위생, 안전성'도 중요하게 고려함

○ 수입 농식품 구입 시 중요 고려 사항은 국산 농식품 구매와 마찬가지로 '맛', '가격', '품질', '유통기한', '원산지' 등임.

○ 가격을 가장 중요하게 고려하나, 수입 농식품의 경우 품질적인 측면 역시 중요하게 고려함.

○ 특히, 유통 기한이 비교적 긴 수입 농식품의 경우, 소비자들은 '화학 성분 함유 여부'(방부제, 살충제 등), '식품의 위생, 안전성' 이슈에 다소 민감한 것으로 나타남.

- 베트남이 원산지인 과일 제품의 유통 기한을 늘리기 위해 많은 화학제품을 사용했다는 점과 수입 통조림에서 부패된 제품이 나왔다는 일부 소비자들의 경험들이 수입 농식품의 위생, 안전성에 더욱 민감하게 반응하게 만든 요인으로 보임.

○ 단, 소비자들에게 제품의 품질이 좋다고 하는 기준은 '제품 섭취 후 건강에 이상이 없음', '패키지가 손상되지 않고 본래 모습 유지', '신뢰감을 주는 패키지 디자인' 등으로 나타나, 기대수준이 다소 낮음을 확인할 수 있음.

"캔 제품은 찌그러지지 않는 것이고, 라면 패키지는 쉽게 잘 안찢어지는 재질이여야 해요."

"라면 패키지 디자인이 맛있어 보여야 해요." (소비자 인터뷰 中)

3 시장 개요

1) 전체 수출입 시장 동향

□ 캄보디아의 교역량은 점차 증가하는 추세임

○ 캄보디아의 연간 교역 규모는 약 USD 미화 89억 달러 정도로 주요 수출 품목은 외국인 진출 기업에서 생산하는 의류, 천연 고무, 농수산물 등이며, 주요 수입 품목으로는 원유 및 석유 제품, 직물, 섬유사, 자동차 및 부품, 기계류, 전기 전자 제품임.

▌표 2-9▌ 수출입 총괄

(단위: 백만달러, %)

연도	수출		수입		무역수지
	금액	증가율	금액	증가율	금액
2009	4,992	14.5	3,906	-11.6	1,086
2010	5,590	12.0	4,903	25.5	688
2011	6,704	19.9	6,143	25.3	561

(출처: trademap.org)

○ 농식품 수출, 수입 규모는 크지는 않으나 점차적으로 증가하고 있음.

▌표 2-10▌ 교역 품목별 수출

(단위: 백만달러)

순위	HS코드	품목별	2009	2010	2011
1	61	의류	2,390	2,945	3,843
2	49	서적, 신문인쇄물	2,002	1,777	1,576
3	87	일반차량	54	104	298
4	64	신발류	108	177	267
5	40	고무	52	87	192
6	62	의류(편물제이외)	47	88	139
7	10	곡물	13	37	108

(출처: trademap.org)

▌표 2-11▐ 교역 품목별 수입

(단위: 백만달러)

순위	HS코드	품목별	2009	2010	2011
1	60	편물	738	1,001	1,163
2	27	광물성 연료, 에너지	392	357	849
3	55	인조스테이블 섬유	382	525	634
4	87	일반차량	253	353	444
5	84	보일러, 기계류	210	420	412
6	85	전기기기, TV, VTR	278	221	271
7	52	면	63	125	151

(출처: trademap.org)

○ 캄보디아의 주요 수출국은 미국, 홍콩, 싱가포르, 영국 등이며, 주요 수입국으로는 중국, 태국, 베트남, 한국 등임.

▌표 2-12▐ 캄보디아 10대 수출 대상국

(단위: 백만달러, %)

순위	국가명	2009		2010		2011	
		금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1	미국	1,555	-21.1	1,906	22.5	2,107	10.6
2	홍콩	1,649	96.2	1,386	-15.9	1,199	-13.5
3	싱가포르	482	324.8	430	-10.9	442	2.8
4	영국	180	15.5	235	30.8	391	66.1
5	캐나다	196	-32.7	274	39.9	383	39.4
6	독일	109	-21.2	112	3.3	324	188.1
7	태국	22	60.6	150	590.6	190	26.9
8	네덜란드	145	-4.5	236	62.3	171	-27.3
9	중국	16	26.7	65	296.7	155	137.8
10	일본	80	148.5	90	12.1	153	71.3

(출처: trademap.org)

▌표 2-13▌ 캄보디아 10대 수입 대상국

(단위: 백만달러, %)

순위	국가명	2009		2010		2011	
		금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1	중국	882	-5.5	1,186	34.4	1,739	46.8
2	베트남	494	4.7	487	-1.3	883	81.2
3	태국	465	-33.2	691	48.5	726	5.2
4	대만	342	-6.6	477	39.6	513	7.5
5	홍콩	485	-17.6	553	14.2	479	-13.4
6	한국	209	-8.7	248	18.5	301	21.3
7	일본	119	4.2	157	31.7	248	58.6
8	싱가폴	209	-31.2	156	-25.5	238	52.9
9	말레이시아	132	8.0	166	25.2	210	26.7
10	인도네시아	146	51.2	175	20.3	169	-3.4

(출처: trademap.org)

□ 한류 열풍의 지속으로 한국 제품에 대한 수요가 지속적일 전망임

○ 한국의 2013년 대 캄보디아 수출은 전년 대비 4% 증가한 6억 1464만 달러, 수입은 전년 대비 7.9% 증가한 1억 3631만 달러로 4억 7833만 달러의 무역 흑자를 기록함.

○ 캄보디아 수출입은 2011년 이후 꾸준히 확대되고 있음.

▌표 2-14▌ 한국의 캄보디아 수출입 동향

(단위: 백만달러, %)

연도	수출		수입		무역수지
	금액	증가율	금액	증가율	금액
2011	451	35.4	87	101.0	364
2012	593	31.6	126	44.7	467
2013	615	3.6	136	7.9	479

(출처: 한국무역협회(KITA))

○ 수출의 경우 캄보디아 주력 산업인 봉제업, 농업, 관광업, 건설업이 지속적으로 성장 기조를 이어나가고 한국 제품에 대한 수요 역시 직물류, 수송기계류를

중심으로 증가함.

○ 한류 열풍이 지속됨에 따라, 한국 식문화에도 관심 집중, 담배 제품은 전년대비 33%(2,104만 달러), 라면은 104%(221만 달러), 음료는 47%(56만 달러) 증가함.

– 특히 국산 담배(KT&G), 음료(박카스) 브랜드가 캄보디아 내에서는 선풍적인 인기를 끌고 있음.

▌표 2-15 ▌ 한국의 품목별 對 캄보디아 수출

(단위: 백만달러, %)

순위	품목	2011		2012		2013	
		금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1	직물	161	23.0	161	–	154	–4.3
2	철도/차량 부속품	86	110.6	119	38.0	101	–15.4
3	알루미늄조가공품	6	70.0	45	708.6	69	52.8
4	기타 섬유제품	50	23.7	59	17.6	43	–26.7
5	전기기기	8	–4.7	17	126.3	39	130.1
6	원자로, 기계류	20	18.6	33	63.5	30	–8.3
7	음료류	6	398.6	17	191.6	28	68.1
8	편직제 의류	8	59.3	11	44.9	15	35.3
9	연초류	16	60.2	21	33.8	14	–35.9
10	의료용품	11	25.1	11	5.7	13	16.4
총계		451	35.4	593	31.6	615	3.6

(출처: 한국무역협회(KITA))

○ 섬유제품은 전년 대비 86.9% 증가하며(6,741만 달러) 한국 섬유기업들의 현지 생산기지 역할을 수행하고 있어 이러한 교류가 확대되고 있음.

▌표 2-16 ▌ 한국의 품목별 對 캄보디아 수입

(단위: 백만달러, %)

순위	품목	2011		2012		2013	
		금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1	직 물	31	125.6	58	87.9	66	14.5
2	의류와 부속품	8	48.7	13	60.1	20	57.4
3	전기기기	0	79.1	2	661	12	486.5

순위	품목	2011		2012		2013	
		금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
4	알루미늄	4	-17.2	8	90.8	7	-4.5
5	고무	27	146	11	-59.4	7	-34.3
6	신발, 모자류	3	156.6	6	58.9	7	23.7
7	연과 그 제품	0	-	0	-	4	-
8	의료용품	1	100.1	2	64.5	2	-2.5
9	음료류	0	-100	14	26,274	2	-83.7
10	철도, 차량 부속품	0	-	0	517.1	2	384.4
총계		87	101.0	126	44.7	136	7.9

(출처: 한국무역협회(KITA))

2) 전체 농식품 및 가공식품 수출입 시장 규모

□ 캄보디아의 식음료 산업은 지속적으로 성장하고 있음

○ 캄보디아는 내수 시장의 규모가 작고 농산물을 가공하거나 저장할 여건이 부족하여, 농산물 수출이 원활하게 이루어지지 않을 경우 캄보디아 내 농산물 가격이 폭락할 가능성이 크다는 특징이 있음.

○ 수출의 용이성 때문에 국경 지역의 농업이 발달되어 있음[12].

○ 2011년에 국가 경제에 기여한 식음료 산업 규모는 대략 10억 달러에 이르고, 40%는 양조업에서 오는 것으로 보임. 식음료산업 규모의 상승은 국내 수요의 급격한 성장 때문. 그러나 현지 생산자들의 공급이 훨씬 더 늘어남에도 불구하고 여전히 수요의 상승에 미치지 못하고 있음[13].

□ 캄보디아 수출 시장에서 가능성이 있는 품목 우선 고려 필요

○ 세부 품목별로 캄보디아 농식품 수입 규모를 살펴보면, 금액 기준으로 담배, 조제사료, 곡물의 분과, 곡물, 음료 등이 많음. 이들 상위 품목은 캄보디아 내에서 생산이 되지 않거나, 중산층의 수요가 있는 등 캄보디아 농식품 시장

12) 캄보디아 농업 투자 가이드 북, 2013

13) cambodiainvest.gov.kh

진입에 비교적 유망한 품목이라고 볼 수 있음.

○ 특히, 음료류의 경우 2010년 대비 수입량이 62% 증가하며 성장이 두드러짐.

- 이들 상위 수입 품목 중 현지 음료의 경우 음료 수요는 증가하나, 조악한 기술력으로 품질이 떨어지고 생산량이 국내 수요에 미치지 못해 태국, 베트남, 말레이시아, 한국 등 10여개의 국가로부터 수입을 하고 있는 상황임.

▌표 2-17 ▌ 캄보디아의 주요 농수산 식품 및 가공 식품 수입 규모

(금액: 천달러)

구분	HS Code	품목	2009	2010	2011
1	24	담배	160,336	159,656	144,652
2	23	조제 사료	47,521	54,908	90,255
3	11	곡물의 분과 조분 밀가루 전분	18,765	22,389	27,838
4	19	곡물, 곡물의 주제품과 빵류	17,127	22,280	27,082
5	22	음료, 주류, 식초	14,640	14,402	23,430
6	21	기타의 조제 식료품	10,192	17,150	19,882
7	17	당류, 설탕 과자	12,064	20,483	18,474
8	10	곡물	7,463	7,063	9,893
9	15	동식물성유지	5,966	6,286	7,897
10	04	낙농품, 조란, 천연꿀	4,037	4,678	7,103
총계(HS code 1~24)			315,125	349,108	404,998

(출처: trademap.org)

○ 세부 품목별로 캄보디아 농식품 수출 규모를 살펴보면, 금액 기준으로 곡물이 가장 많은 비중을 차지하고 있음.

○ 따라서 곡물의 경우 캄보디아 수입 농식품 시장 진입이 어려운 품목이라고 볼 수 있음.

- 2013년 9월말까지 캄보디아의 쌀 수출은 지난해 동기 대비 두 배 정도 증가
- 캄보디아 농업 생산성의 향상, 수출 농업으로의 진전으로 기존 생계 유지형 농업에서 시장 중심의 상농업으로 변화해 가고 있는 모습임.

▌표 2-18▌ 캄보디아의 주요 농수산 식품 및 가공식품 수출 규모

(금액: 천달러)

구분	HS 코드	품목	2009	2010	2011
1	10	곡물	12,627	37,286	107,881
2	24	담배	10,023	11,974	20,127
3	15	동식물성유지	6,932	10,035	17,227
4	17	당류, 설탕과자	87	5,144	12,581
5	23	조제사료	800	5,623	4,830
6	11	곡물의 분과 조분 밀가루 전분	5,084	2,672	3,400
7	3	물, 기타 수생 무척	4,029	2,840	3,130
8	22	음료, 주류, 식초	14,131	12,375	3,098
9	12	채유용종자, 인삼	1,173	2,376	2,690
10	7	채소	1,007	835	2,528
총계(HS code 1~24)			57,613	91,691	180,143

(출처: trademap.org)

○ 캄보디아 수입 품목 중 상위에 있는 음료류의 수입 물량이 두드러지게 증가함.

○ 캄보디아 관세청에 따르면 캄보디아 과일음료 수입량은 2010년 160만 달러에서 2011년 220만 달러로 크게 증가하였으며, 이는 40% 이상 증가한 수치임.

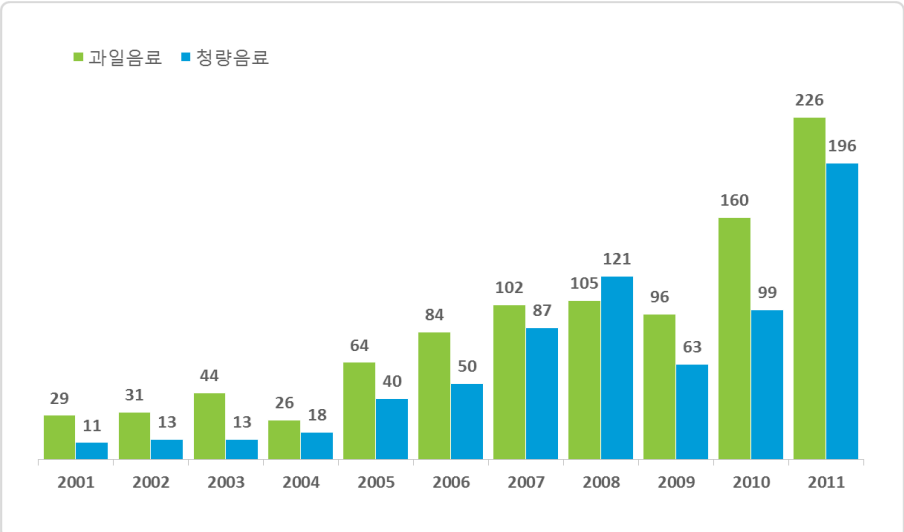
- 과일음료 중에서는 '여(Yeo's, 말레이시아)'와 '오이시(Oishi, 태국)'가 가장 유명하며, 이들은 다양한 맛(두유, 수박, 파인애플, 리치 등)과 저렴한 가격(0.35~0.44달러)으로 중산층 이하 소비자를 공략함.

○ 청량음료의 수입량은 2010년 100만 달러에서 2011년 200만 달러로 2배 가까이 늘어나며, 과일 음료보다 더 큰 증가폭을 보임.

- 청량음료 중에서는 '레드불(Red Bull:태국 제조)'과 '박카스(한국)'를 필두로 한 에너지 음료가 캄보디아 소비자로부터 큰 인기를 얻고 있음.

▌그림 2-10▐ 캄보디아 과일·청량음료 수입량 추이

(단위: 만달러)



(출처: 캄보디아 통계청)

▌표 2-19▐ 캄보디아 국가별 과일 음료 수입 현황

(단위: 천달러, %)

국가명	2009		2010		2011	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
말레이시아	33	4	281	18	806	36
태국	170	19	458	29	694	31
베트남	172	19	227	14	185	8
호주	311	34	199	12	160	7
한국	43	5	33	2	44	2
기타	186	20	399	25	367	16
총 계	915	100	1,597	100	2,256	100

(출처: trademap.org)

▌표 2-20▐ 캄보디아 국가별 청량음료 수입 현황

(단위: 천달러, %)

국가명	2009		2010		2011	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
태국	515	82	736	74	1,289	66
한국	6	1	45	5	420	21
베트남	65	10	52	5	154	8

국가명	2009		2010		2011	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
말레이시아	12	2	135	14	22	1
싱가포르	18	3	14	1	21	1
기타	11	2	7	1	51	3
총 계	627	100	989	100	1,957	100

(출처: trademap.org)

3) 한국의 세부 품목별 농식품 및 가공식품 수출입 규모

○ 2013년 캄보디아-한국의 농식품 교역은 물, 라면, 인스턴트 면, 커피 조제품, 소스 제품 순으로 많았으며, 전년 대비 금액 기준으로 55% 정도 성장함.

▌표2-21▌ 한국 주요 농수산 식품 및 가공식품 수출 규모

(단위: 톤, US$천, %)

명칭	2011년		2012년		2013년		연간전년대비	
	연간		연간		연간		중량(%)	금액(%)
	중량	금액	중량	금액	중량	금액		
총계	9,850	28,326	19,679	49,463	30,584	54,397	55.4	10
물	5,326	4,943	15,807	15,471	24,920	25,712	58	66
궐련	1,058	15,751	1,367	21,047	945	13,392	-31	-36
인스탄트면	30	251	75	1,688	74	2,065	-1	22
커피조제품	55	1,120	32	1,431	77	1,962	142	37
단일과실조제품	61	66	269	269	1,677	1,550	523	475
조제분유	50	578	71	830	121	1,249	70	51
라면	86	1,082	156	2,215	208	1,220	34	-45
간장	19	84	15	258	24	599	62	94
대두박	1,584	769	336	220	864	522	157	138
소주	170	205	217	290	290	385	33	33
기타임산물	1	69	0	6	8	382	5,314	6,185
기타음료	271	380	323	561	253	351	-22	-37
카레	0	0	5	74	31	303	498	307
기타소오스제품	34	499	42	882	37	271	-12	-69
기타베이커리제품	6	114	7	272	16	264	140	-3
감	110	146	97	145	171	249	76	72
대두유	7	248	9	520	12	240	33	-54

명칭	2011년		2012년		2013년		연간전년대비	
	연간		연간		연간		중량(%)	금액(%)
	중량	금액	중량	금액	중량	금액		
국수	9	57	4	110	11	239	157	117
자당	2	3	7	20	45	234	533	1,099
기타파스타	0	0	3	74	8	210	141	185
위스키	4	89	6	142	8	193	32	36
혼합조미료	6	39	10	57	30	157	201	174
기타설탕과자	0	0	7	203	15	147	125	-27
캔디	1	11	0	1	26	103	26,707	8,811
소시지	0	2	3	35	4	100	66	187

(출처: KATI 농수산식품수출지원정보)

Cambodia

Ⅲ 수출 프로세스 및 유통구조 전반

1. 수출 프로세스 전반
2. 통 관
3. 관 세
4. 인 증
5. 유 통

Ⅲ. 수출 프로세스 및 유통구조 전반

1 수출 프로세스 전반

○ 캄보디아 수출은 주로 현지 수입업자와의 수출입 계약으로 시작됨.
○ 캄보디아의 경우, 운송 및 통관 업체가 통관 및 관세 프로세스를 주도하여 진행하는 경우가 많음.
○ 한국뿐만 아니라 베트남, 태국 등에서 수출하는 업체에서도 전반적으로 통관 프로세스가 복잡하고 비용이 발생하는 문제 때문에 운송 및 통관 업체를 통해 진행하는 편임.
○ 통관 서류 절차가 까다롭고, 농식품의 경우 통관 절차가 길어지게 되면 유통기한, 품질 손상 등의 이슈가 발생하므로 통관 소요 시간 및 프로세스를 간소화할 수 있도록 경험이 많은 현지 운송 및 통관 업체를 컨텍하는 일이 주요하게 고려되어야 할 사항임.

2 통 관

1) 통관 절차 전반

□ 캄보디아의 통관 절차가 복잡하고, 여러 프로세스를 거칠수록 비용이 발생하기 때문에 현지 수입업체나 운송/통관 업체를 통하여 진행하는 것이 바람직함.

○ 수입 품목을 항구에서 통과시킬 때 1) 통관 2) Cam Sab Service (Kampuchea Shipping Agency and Broker) 3) Cam Control (상무부 상하기관 소속) 4) Port Service의 4가지의 중요한 절차가 있음. 이 과정을 동시에 진행하거나 한 단계씩 진행할 수 있음.

○ 캄보디아에서 통관은 크게 서류 구비, 서류 심사, 물품 검사, 관세 납부를 거쳐 물품을 반출하는 절차를 거침.

(1) 통관 서류 구비

- 선하증권(Bill of Lading, Airway Bill)
- 상업송장(Commercial Invoice)
- 포장명세(Packing List)
- 보험증서(Insurance Policy)
- 품질증명(Quality Certificate) 등 해당 사항이 있는 서류를 구비함.

(2) 통관 서류 제출

- 상기 통관 구비 서류를 갖춘 후 KAMSAB(Kampuchea Shipping Agency and Broker)에 제출하고 DO(Delivery Order)를 발급 받음.

(3) 수입 허가 및 관세 산출

- 통관 구비 서류 및 DO를 세관에 제출한 뒤 수입허가(Import Permission)를 얻고, 동 수입허가에 근거하여 납부해야 관세를 산출 받음.

(4) 관세 납부

- 산출된 관세를 지불하고 난 뒤 영수증을 발급

(5) 수입 물품 반출

- 수입 물품 반출은 세관의 보세 창고 구역에서 세관원에 의한 실사를 통해 실제 수량이 선적 서류와 일치하는지 여부와 관세 납부의 적정성을 재검토 받으며, Camcontrol의 검사를 받음.
- 주로 Camcontrol은 품질 검사를 담당하고 있으며 이상 여부가 감지되면

실험실 등으로 채취 샘플을 의뢰하기도 함.

- Camcontrol의 검사 후, 최종적으로 Economic Police라고 하는 기관의 검사를 거쳐 반출

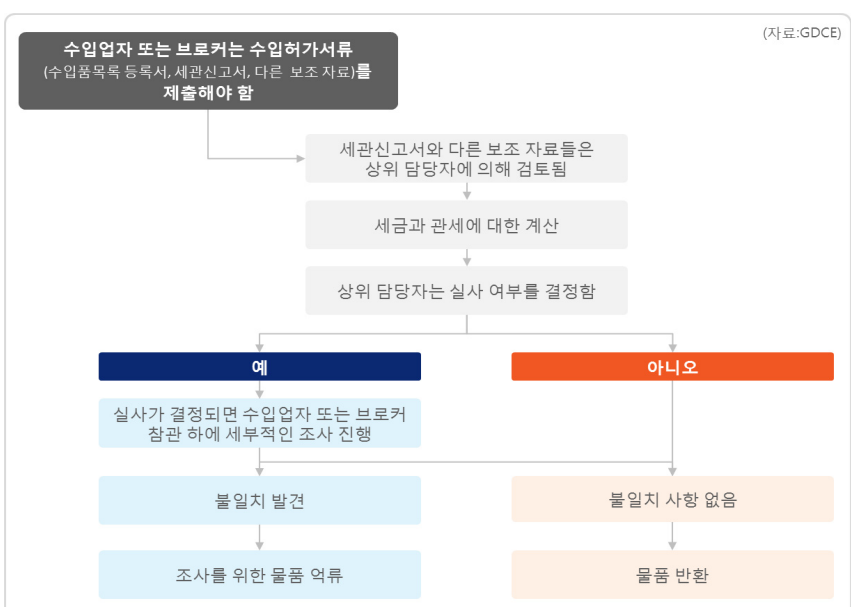
▌표 3-1▌ 캄보디아 수입 통관 절차

단계	주요 절차	구비서류	수행주체	비고
통관	서류 구비	○ 선하증권(Bill of Lading, Airway Bill) ○ 상업송장(Commercial Invoice) ○ 포장명세(Packing List) ○ 보험증서(Insurance Policy) ○ 품질증명(Quality Certificate) ○ VAT Patent	수입업자	○ 사전 승인을 받을 수도 있음.
Can Sab Service	서류 제출	○ 통관 구비 서류와 DO (Delivery Order)받급 ○ 제품 관리 비용에 해당하는 200,000리엘 지불	수입업자	○ 국경에는 제품관리 비용 없음.
세관	서류 심사	○ 수입 허가서 및 관세 산출 ○ 관세 납부	운송/ 통관 업체	
Cam Control	물품 반출	○ Camcontrol 직인 찍힌 영수증 및 제품 품질 (유통기한, 기타 품질 증명서) 승인서 ○ Camcontrol에서 수출 품목에 요구하는 항목 – 상품의 이름 – 제조사 이름 및 주소 – 출처 – 수량 – 배치번호(일련번호), 제조일자 – 유통기한 – 재료 – 사용방법 (필요한 경우) – 인가해 주는 기관의 허가증	운송/ 통관 업체	○ 제품 품질 및 수량 검열을 통해 선적 서류와의 일치 여부 및 관세 납부의 적정성을 재검토
Port Service		○ 항만 서비스 비용 지불 (Short container: $77 Long container: $117)	운송/통관 업체	

2) 통관 프로세스

▌그림 3-1▌ 항구에서의 통관 절차 요약

▌그림 3-2▌ 통관 절차 요약



3) 운송 비용 및 업체

○ 일반적인 경우 통관에 소요되는 기간은 약 9일 정도 소요됨.

○ 운송 비용은 운송 시기와 품목에 따라 각각 다르기 때문에 일률적으로 정확한 금액을 산출하기는 어려우나, 해상 운송의 경우 프놈펜에서 시아누크빌 항을 기준으로 20ft 컨테이너 1대를 통관 완료시키는 데 드는 비용은 대략 600~700달러 정도임.

▌표 3-2▌ 통관 소요 기간 및 비용

수입 절차	소요 기간(일)	비용 (달러)
서류 준비	15	225
세관 신고 및 기술 통제	3	280
항구/터미널 화물 처리	4	225
국내 수송 및 운송	2	200
총 계	24	930

(출처: doingbusiness.org)

▌표 3-3▌ 현지 운송, 통관 업체 리스트

업체명	주소	연락처	e-mail	Home page
Asian Tigers-Transpo International (Cambodia) Ltd.	#86, St. 160, Phnom Penh	(855-23) 880 951 (855-23) 880 952	transp@online.com.kh	
BrightwayLogistics Co., Ltd.	#151Eo, St. 143, Phnom Penh	(855-23) 224 122 (855-23) 888 567	brightway@online.com.kh	
CambestShipping Co., Ltd.	#43D, Preah Monivong Blvd., Phnom Penh	(855-23) 884 725 (855-23) 884 726	cambestship@online.com.kh	
CardamomMedia Group Co., Ltd	#43D, Preah Monivong Blvd., Phnom Penh	099 300 700 0096638892033	borom@cardamom.com	

업체명	주소	연락처	e-mail	Home page
Cam FreightService Co., Ltd. (CFS)	#6, Street 592, Phnom Penh	(855-23) 883 901 023 883 902 023 987 060 (855-23) 993 709	samdysmith@everyday.com.kh	www.camfreight.com
Chay Da LogisticsCo., Ltd.	Room 224, Phnom Penh Center, Phnom Penh	(855-23) 224 611 (855-23) 221 760	chaydalog@camnet.com.kh	
CambodianShipping Lines & Logistics	#333B, Preah Monivong, Phnom Penh	(855-23) 219 161	PNH@logistic.comkh	
CTSI LogisticsInc	#108, Samdech Sothearos (St. 3), Hong Kong Center	023 219 161	peter_hooi@ctsicam.com	
DHC FreightCo., Ltd.	#31B, Okhan Men (St. 200), Phnom Penh	(855-23) 215 670 (855-23) 221 822	dhc.freigh@online.com	www.dhcfreight.com
DHL DanzasAir & Ocean Ltd.	#149-151, Ang Duong (St. 110), Phnom Penh	023 210 879 023 362 960	wendy.chenhuiyi@dhl.com	www.dhl.com
DPEX Worldwide	#105F, Oknh Men (St. 200), Phnom Penh	(855-23) 986 818 (855-23) 217 425	pnh@dpex.com	www.dpex.com
Flow Forwarding (Cambodia) Co., Ltd.	#15H, At. 118, Phnom Penh	(855-23) 882 081 (855-23) 882 202	info@flow-cambodia.com	www.flow-cambodia.com
Intra Co	#2-3, St. 118, Phnom Penh	(855-23) 428 656 (855-23) 218 579	intra.cargo@online.com.kh	

업체명	주소	연락처	e-mail	Home page
Global SKL Shipping Co., Ltd.	#355-357, Kampuchea Krom (St. 128), Phnom Penh	(855-23) 881 625 (855-23) 721 993	mol.pnhmgr@online.com.kh	www.molpower.com
KAMSAB	#109Eo & 2Eo, Sisowath, Phnom Penh	(855-23) 725 419	kamsab@camnet.com.kh	
Kuehne and Nagel Ltd.	Sihanouk Blvd. coner Sothearos, 1st Floor, Room #124-125, Phnom Penh	(855-23) 224 192, 023 224 195 (855-23) 224 196	sopong.meas@kuehne-nagel.com	www.kuehne-nagel.com
Linehaul Expresss	#01Eo, Jawaharlal Nehru (St. 215), Phnom Penh	(855-23) 883 729		

3 관 세

□ 캄보디아의 관세는 종가세를 기준으로 부가되며, 사전에 관련 홈페이지 및 관세사를 통한 관세율 파악이 필요함[1)]

○ 일반 관세는 모든 수입품에 부과되며, HSC(Harmonized System of Classification)를 기초로 함. 세율은 종가세(ad valorem)이며 C.I.F(운임 보험료 포함 가격)를 기준으로 수입 관세가 부과되고 있음.

○ 수입 관세는 리엘로 부과되며, 환율은 캄보디아 중앙은행이 발표한 환율에 따름.

○ 수입 관세

- 캄보디아 관세 부과 체계는 4가지로 분류할 수 있음. 관세율은 0~120%임.
  - 사치성 소비재: 자동차, 술, 담배, 총기류, 화장품 등(70%)
  - 완제품: TV, 라디오, 카세트, 페인트, 가구류 등(35%)
  - 기계 및 부품: 섬유기계, 가공기계 등(15%)

1) kita

- 원·부자재, 생활필수품:
  시멘트, 철강, 타일 및 벽돌, 육류, 채소, 과일, 차, 식용유, 설탕, 비누, 안경렌즈, 신발, 의류, 자전거 등(7%)
- 무관세 제품: 농기계 및 부품, 문구류, 의약품, 스포츠용품 등(0%)

○ 비과세 및 세금 공제

① CDC(Council Forth the Development of Cambodia: 캄보디아 개발위원회)가 승인한 프로젝트성 및 투자성 수입(사전 승인 필요)

② 살충제 등 농약, 농업에 필요한 투입물 및 농업기계 류(트랙터제외)

③ 대사관, 국제기구, 인도주의를 지향하는 민간단체 및 국가 간의 쌍무인가 및 원조를 통해 재원이 조달된 프로젝트의 수입

○ 관세, 비관세 장벽과 표준규격제도

- 특별한 관세 및 비관세 장벽은 없음.
- 특별한 표준 규격 및 인증제도 또한 없음.

4 인 증

1) 등록 및 인증 종류

○ 캄보디아가 자체적으로 실시하고 있는 인증 제도는 없음. 미국, 유럽 및 일본 등 선진국의 인증을 그대로 인정하고 있음.

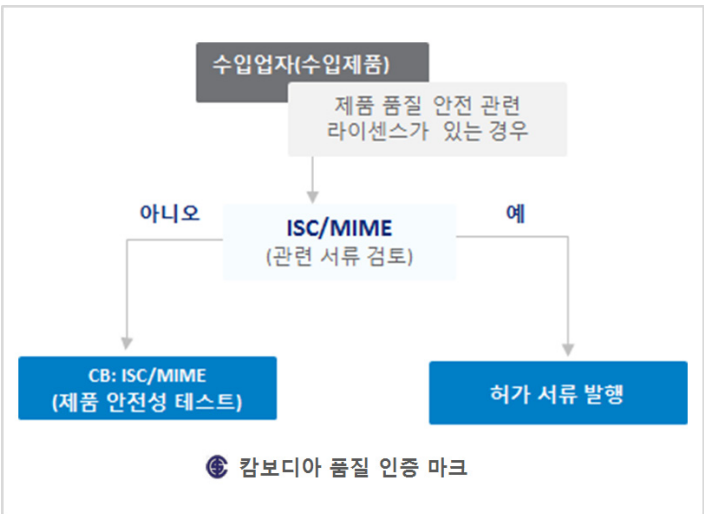
○ 최근 캄보디아산 품질 인증 제도(Cambodian Standard)를 통해 식품류에 대한 품질 인증을 받고자 하는 업체에게 CS 마크를 줌[2].

– 주요 인증 품목은 식품류이며, CS마크를 받기 위해 100달러를 지불해야 함. 이 인증은 표준을 만족하는 품목이라는 것을 인증하게 되는 데, 아직까지 상용화 되어 있지는 않음[3].

2) Institute of Standards of Cambodia

– 식품 관련 캄보디아산 품질 인증에는 CS 001: 2000가 있으며, Institute of Standards of Cambodia(ISC)와 Ministry of Industry, Mines and Energy (MIME)에서 관련 업무를 하고 있음.

▌그림 3-3 ▌ 캄보디아 품질 인증 마크 및 승인 절차



▌그림 3-4 ▌ 캄보디아 제품 라벨링

◉ **패키지 제품의 라벨에 포함되어야 하는 내용**

1. 브랜드 이름
2. 품목 이름 (식품 품목의 요약 설명)
3. 식품 제조, 포장업자, 유통 업체 또는 수입자의 이름, 주소
4. 성분
5. 순중량 / 부피
6. 원산지
7. 크메르어 라벨(영어, 한국어 등 사용 가능하나 크메르어보다 작게 표기)
8. 제조일자/유통 기한
9. 사용방법

3) 2012년 캄보디아 농업기술 정보지 3월호

2) 국내 생산 식품의 식품 안전

○ Camcontrol에서 불안전, 저품질, 불량, 가짜 상표 또는 오염된 식품의 유통을 막는 데에 주력함.

○ 캄보디아 농림수산부(Ministry of Agriculture Forestry and Fisheries)에서는 농산물의 안전과 품질을 관리하는 데 있어서 중요한 역할을 함. 그러나 캄보디아 전 지역에 걸쳐 시중에 파는 몇 제품들은 검열이 잘 이루어지지 않는 경우가 많음[4].

3) 수입 식품에 대한 식품 안전

○ 제품과 서비스의 품질 및 안전 관리에 대한 법률 제 59조에 의하면 상품과 서비스의 생산, 가공, 상업화, 그리고 검열에 관련 있는 부분은 명시되어야 함.

○ 명시가 필요한 항목, 조건들은 다음과 같음[5].

- 식품 가공에 있어서 식품 첨가물의 순도, 생산에 사용된 재료, 포장과 세척에 사용된 물질
- 식품이 생산된 위생/청결/영양 특성, 미생물학적 표준, 식품 수송, 생산, 가공, 상업화 시설, 고용인에 관련된 위생적 필요조건
- 식품 생산에 관련된 개인들의 건강 상태(필요한 경우)

5 유 통

1) 유통 구조

□ 대도시 중심으로 상권이 형성되어 있으며 전통적 유통인 재래시장이 여전히 강세를 보이고 있으나 점차 중산층 중심으로 현대식 유통 채널 비중이 증가하고 있는 추세임

4) camcontrol.gov.kh

5) camcontrol.gov.kh

○ 캄보디아 소비자들이 주로 이용하고 있는 소매 유통 채널은 크게 재래시장, 동네 식료품점, 길거리 상인과 같은 일반적인 유통과 쇼핑센터, 슈퍼마켓, 편의점과 같은 현대적 유통 채널로 분류 할 수 있음.

- 캄보디아의 소매 유통시장은 기업형 소매 유통으로 발전하는 초기 단계로 슈퍼마켓과 백화점을 제외하고는 소매 유통 시장의 구별이 뚜렷치 않은 상황임.

(1) 일반적인 유통 채널 (재래시장, 동네 식료품점, 길거리 상인)

○ 캄보디아의 농식품 소매 유통은 대부분 재래식 시장이 주를 이루고 있음[6].

- 식품, 의류, 신발, 전기, 전자, 잡화 등 전 품목 대부분이 재래시장을 통해 유통됨.
- 신선 식품의 경우 가격이 저렴하고, 신선한 식료품 구입이 가능하여 대부분의 캄보디아 소비자들은 재래식 시장을 선호 하고 있음.
- 89%의 캄보디아 소비자들은 매일 신선 식품을 구입하고 있으며, 재래식 시장이 이러한 신선 식품을 구입하는 주 채널임.

○ 동네 식료품점 및 길거리 상인도 식료품 구입을 위한 주요 채널임.

- 동네 식료품점은 상온에 제품을 진열하여 판매하는 것이 특징이며, 형광등과 에어컨이 없는 점포를 말함.

▌표 3-4 ▌ 캄보디아 프놈펜 재래시장 리스트

No	이름	지역
	재래시장	
1	Old Market	Phnom Penh
2	Central Market	Phnom Penh
3	Center Market	Phnom Penh
4	BeungTrabek Market	Phnom Penh
5	Bram pi Makara Market	Phnom Penh
6	Toul Tom Pong Market	Phnom Penh
7	Steung Mean Chey	Phnom Penh

6) The Phnom Penh Post

No	이름	지역
8	Olympic Market	Phnom Penh
9	Orreusey Market	Phnom Penh
10	Depo Market	Phnom Penh
11	Samakey Market	Phnom Penh
12	Kilo Lek 4 Market	Phnom Penh
13	Toul Sangkea Market	Phnom Penh
14	Derm Tkov Market	Phnom Penh
15	Chbar Ompov Market	Phnom Penh
16	Porchentong Market	Phnom Penh
17	PC Market	Phnom Penh
18	Chak Angre Krom	Phnom Penh
19	Derm Kor Market	Phnom Penh
20	Neak Meas Market	Phnom Penh
21	Kab Ko Market	Phnom Penh
22	Beung Keng Kong	Phnom Penh
23	Touch Market	Phnom Penh
24	Prek Pnov Market	Phnom Penh
25	Century Plaza Market	Phnom Penh
26	Ekreach Market	Phnom Penh
27	Chom Chao Market	Phnom Penh
28	Arona	Phnom Penh

▌표 3-5▌ 캄보디아 프놈펜 도매업체 리스트

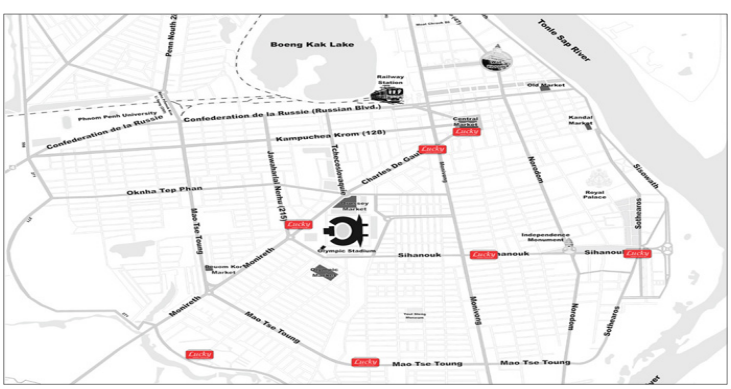
No	이름	채널 유형	지역
도매업체			
1	Neak Meas Market	Vegetable and Fruit	Phnom Penh
2	Derm Ko Market	Vegetable and Fruit	Phnom Penh
3	Orreusey Market	Dry Food (seaweed,cans product, mushroom, dry shrimp etc)	Phnom Penh
4	Olympic	Mostly Clothes, but also can food, Biscuit)	Phnom Penh

(2) 현대적 유통 (슈퍼마켓, 쇼핑몰, 미니마트)

○ 현대식 슈퍼마켓이나 쇼핑몰 등을 통한 유통은 수도인 프놈펜 지역에 국한되어 있음.

- 식료품 및 잡화의 경우는 현지 슈퍼마켓 기업인 Lucky Market Group의 점유율이 가장 높음.
- 슈퍼마켓 품목의 대부분이 태국 등에서 수입된 것으로 가격이 비싼 편임. 외국인과 현지 부유층 및 젊은층이 많이 찾고 있지만 재래시장에 비하면 극히 작은 규모임.
- 프놈펜의 상업중심지인 모니봉대로(Monivong Blvd)와 고급 주택단지가 인접한 시하눅대로(Sihanouk Blvd)변에 기업형 소매점 및 프랜차이즈 매장이 집중되어 있음.
- 슈퍼마켓은 1993년 처음으로 캄보디아에 도입되었으며 Lucky Market Group 체인이 주도하고 있으며 단일 매장만 운영하는 중소 현지 업체가 프놈펜에서 활동하고 있음.
- 현재 Lucky Group에서는 프놈펜 근교 거주 소비자를 타깃으로 3개 outlet을 새롭게 오픈할 계획임[7]. (LuckyYoung Shopping Mall, New Stung Meanchey Market, National Road 21)

▌그림 3-5 ▌ 프놈펜 내 Lucky Market Group의 Outlet Location



7) The Phnom Penh Post

○ 미니마트는 편의점에 가까운 형태로 주유소 안에 위치한 경우도 있음. 대부분 무료 인터넷 서비스와 함께 테이블이 마련되어 있어 휴식공간으로 사용되는데, 학생, 젊은층 중심으로 모임과 휴식을 위한 장소로 인기 있는 채널임.

– 스낵이나 음료를 구매하는 것이 대부분으로, 대표적으로는 Smile, Daily, Kiwi, 24/7, Star, Bonjour, Tela, Caltex 등이 있음.

▌표 3-6▌ 캄보디아 슈퍼마켓 리스트

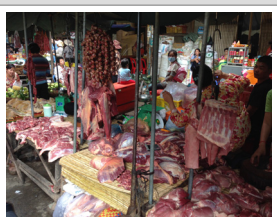
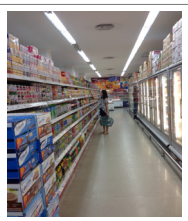
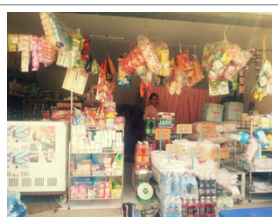
No	이름	채널 유형	지역
1	Thai hout		Phnom Penh
2	Bayon Supermarket		Phnom Penh
3	Paragon Supermarket		Phnom Penh
4	Pencil Supercenter	Norodom Blv	Phnom Penh
5	Pencil Supermarket	Riverside	Phnom Penh
6	Pencil Supermarket	Toul Kok	Phnom Penh
7	Lucky Surpermarket	Preh Sihanuk Blv	Phnom Penh
8	Lucky Surpermarket	Sorya Shopping Center	Phnom Penh
9	Lucky Surpermarket	Sovanna Shopping Center	Phnom Penh
10	Lucky Surpermarket	City Mall	Phnom Penh
11	Lucky Surpermarket	Steung Mean Chey Tmei Shopping Center	Phnom Penh
12	Lucky Surpermarket	Rose Condominium	Phnom Penh
13	Lucky Surpermarket	Happiness Mall	Phnom Penh
14	Lucky Surpermarket	Ratana Plaza Shopping Center	Phnom Penh
15	Lucky Surpermarket	Takhmao	Kandal Province
16	Lucky Surpermarket	Lucky Mall	Siem Reap

▌표 3-7▌ 캄보디아 백화점 리스트

No	이름	지역
1	Sorya	Phnom Penh
2	Sovanna	Phnom Penh
3	Ratana Plaza	Phnom Penh
4	Beung Trabek Plaza	Phnom Penh
6	Lucky Mall	Siem Reap

No	이름	지역
7	Steung Mean Chey Tmei	Phnom Penh
8	Young Shopping Mall	Phnom Penh
9	Paragon	Phnom Penh
10	Sydney	Phnom Penh
11	City Mall	Phnom Penh

▌그림 3-6▌ 캄보디아 유통 채널

채널 구분	채널 사진		
재래 시장			
슈퍼마켓			
미니마트			
식료품점/ 소매점			

2) 수입 농식품 유통 채널

□ 캄보디아의 수입 식품 유통은 수입업자/무역상, 벤더 및 소매 유통업자를 통하며 다른 국가와도 유사한 구조

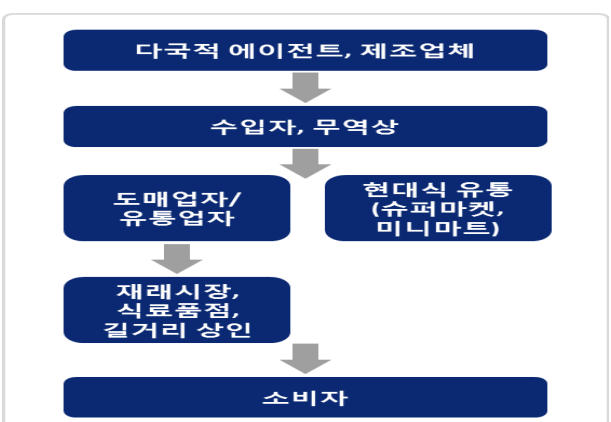
○ 수입 농식품의 유통은 수입상이 직접 현대식 유통으로 납품을 하거나, 도매업자/판매업자를 통해 유통하는 방식으로 판매되고 있음.

○ 수입 농식품 유통 시 수입업자와 유통업자의 주도 하에 유통되고 있으며, 유통업체가 제조사와 직접 컨텍을 하는 경우도 있음. 이는 다른 국가들과도 유사한 유통 구조임.

○ 수입업체 판매 담당자가 유통채널(도매업자, 미니마트 등)을 직접 컨택하여 제품을 납품하고 있으며, 신제품의 경우 3개월간의 위탁판매를 통해 판매 동향을 파악하고 지속 판매 여부를 결정하고 있음.

- 특히 도매업자나 미니마트와 같은 유통채널의 경우, 제품의 원산지보다는 품목별로 잘 팔리는 브랜드나 최근 들어 소비자들이 많이 찾는 Hot한 아이템(예: 박카스 등)을 위주로 취급하고 있음.
- 유통업자 인터뷰에서 “태국 제품(우유, 라면 등)이 더 맛과 품질이 좋아 전반적으로 매출이 좋으나, 가격적으로 부담이 되기 때문에 베트남 제품을 많이 구입한다.”고 응답함. 판매에서도 ‘원산지’보다는 ‘소비자들이 선호하는 맛’과 ‘가격’이 중요시 됨.

▌그림 3-7 ▌ 유통채널 예시

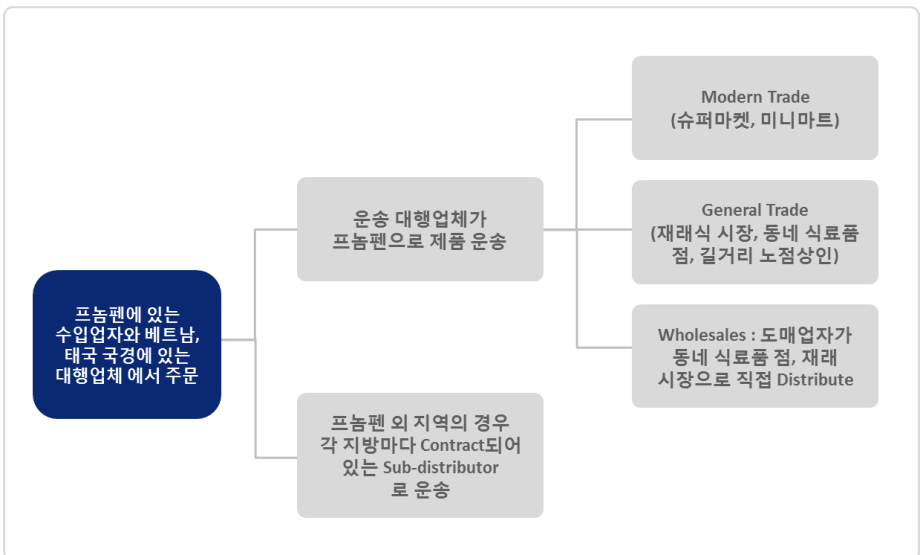


(출처: 전문가 인터뷰 결과)

○ 식품 제조업이 전무하여 태국과 베트남에서 수입되어 육로를 통한 국경 무역이 가장 활발

○ 국경 지역(태국, 베트남 등) 식품 수입업자의 경우 국경 지역의 대행업체와 운송 대행업체를 통해 운송하여 각 유통 채널로 전달함.

▌그림 3-8▌ 태국, 베트남 식품 수입업자 유통 예시

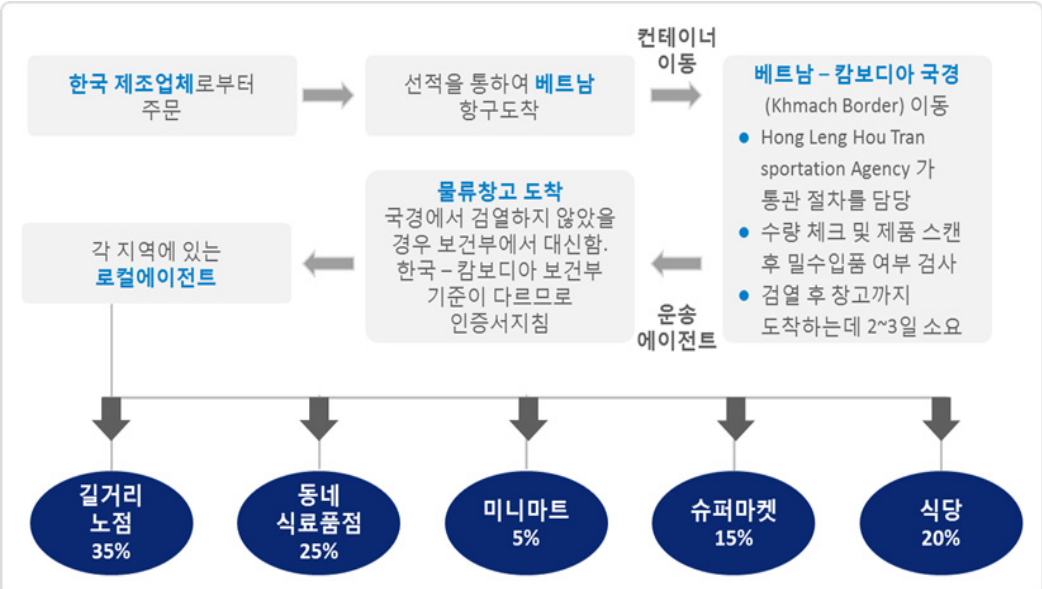


(출처: 전문가 인터뷰 결과)

○ 중국, 베트남 등에서 생산한 한국 제품들이 국경을 통해 수입이 되는 경우도 있지만, 베트남, 캄보디아 항구나 항공을 통해 운송되고 있음.

- 캄보디아의 대표적인 무역 항구에는 시아누크빌 항과 프놈펜 항이 있음. 프놈펜 항은 메콩강을 이용한 인근 태국, 미얀마, 라오스, 베트남과 주로 거래를 하며, 시아누크빌 항은 국제 거래에 이용되는 대표적인 바다 항임.
- 국제공항은 프놈펜과 씨엠립에 소재하며, 주로 항공 화물은 프놈펜을 통해 처리되고 있음.

▌그림 3-9▌ 한국 음료식품 수입업자 유통 예시



(출처: 전문가 인터뷰 결과)

3) 농식품 수입·유통 관계자 인터뷰

○ 인터뷰에 응한 여러 수입·유통업자 중 캄보디아 수입업체인 DRAGON TRADING 구매 담당자와의의 직접 인터뷰 내용을 바탕으로 현지 관계자 시각에서의 생생한 의견을 소개하고자 함.

- **현재 캄보디아의 수입 시장은 향후 어떻게 변화할 것이라고 보는가?**
  캄보디아의 식품 산업이 발전하면서 캄보디아 소비자들도 제품을 어떻게 사용하는지, 건강한 제품인지 궁금해 하기 시작했다. 품질이 좋고, 몸에 좋은 제품이 앞으로는 소비자들이 많이 찾을 것 같다.

- **처음 식품 수출업체를 선정하고 거래할 때 어떤 것을 중요하게 생각하는가?**
  아직까지 캄보디아에서 가장 중요한 건 제품의 가격이다. 품질과 패키지가 그 다음이다. 가격 경쟁력이 안되면 아무래도 다른 조건이 좋아도 시장에서 살아남을 수 없다.

- **한국식품은 현재 캄보디아 시장에서 어떤 위치에 있다고 생각하나?**
  캄보디아에 유통되는 한국 식품으로 라면, 비스킷, 음료, 소주 정도로 제품이 많지는 않다. 전반적으로 한국 제품이 건강한 컨셉을 가지고 있고, 품질이 좋다고 생각된다. 한국산에 대해서는 긍정적인 이미지를 가지고 있음에도 베트남, 말레이시아, 태국산이 캄보디아와 유사한 입맛을 가진 반면, 식품으로서 한국의 맛은 다소 캄보디아 소비자들에게 이질감을 준다. 매일 먹는 식품 보다 가끔씩 먹어보는 제품 컨셉으로 가야 시장성이 있어 보인다. 그나마 음료 같은 경우는 식품과는 조금 달라서 박카스 같은 음료가 성공할 수 있었던 것 같다. 제품 카테고리 마다 다르기는 하나 일본 제품이랑 유사하게 포지셔닝 되어 있는 것 같다.

- **한국 업체들에게 조언하자면?**
  캄보디아로 진출하려고 하는 한국 업체들을 많이 봐왔다. 박카스를 제외하고는 크게 성공을 거둔 경우가 별로 없었다. 박카스처럼 현지 소비자들을 잘 이해하고 프로모션이나 광고를 통해 브랜드를 알리는 것이 중요할 것 같다.
  또한 캄보디아 소비자들에게 맞는 용량으로 만들어지면 좋겠고, 한국제품 패키지에 한국어로만 적힌 제품이 수입되는 경우가 많은데 소비자들이 잘 이해할 수 있도록 크메르어로 표기도 해주었으면 좋겠다.

(출처: Dragon Trading General Manager Mr. Kheang 인터뷰)

Cambodia

Ⅳ 심층 분석 품목

1. 심층 품목 선정

2. 음료류

3. 면 류

4. 소스류

5. 소 주

6. 신선 식품(단감)

7. 김 치

Ⅳ. 심층 분석 품목

1 심층 품목 선정

1) 23개 품목 선정

○ 수출 유망 품목에 대한 1차 품목 선정은 타 국가에 기 수출되고 있는 품목에 대해 농림축산식품부과 한국농수산식품유통공사와 검토 후, 수출 가능 품목 23개 품목으로 정리하여 선정하였음.

○ 농식품 수출 물량이 많지 않은 캄보디아의 경우, 2012년 기준 對 캄보디아 수출 금액이 높은 품목을 추가적으로 포함하였음.

○ 아래 표에 제시된 바와 같이 신선식품 14개 품목과 가공식품 9품목 총 23개 품목임.

▌표 4-1▐ 수출 유망 품목

구분	품목	
신선식품 (14개 품목)	(01) 딸기 (02) 장미 (03) 사과 (04) 버섯 (05) 토마토 (06) 국화 (07) 백합	(08) 인삼 (09) 파프리카 (10) 단감 (11) 배 (12) 오리고기 (13) 닭(삼계탕) (14) 김치
가공식품 (9개 품목)	(15) 막걸리 (16) 유자차 (17) 면류(라면) (18) 소스류 (19) 제조분유	(20) 음료 (21) 비스킷류 (22) 김 (23) 소주

2) 캄보디아 품목 선정 과정

○ 캄보디아의 심층 분석 품목 선정 과정은 닐슨 연구진이 1차적으로 수출 유망 품목 23개를 제시한 후, 캄보디아에 현지 수출업체 인터뷰와 소비자 좌담회/홈비짓을 통해 현지 소비자들의 의견을 취합하여 최종적으로 선정하였음.

▌그림 4-1▌ 소비자 인터뷰 장면

3) 심층 분석 품목

○ 캄보디아 수출 유망 품목으로 심층 분석하고자 하는 품목은 총 6개 품목으로, 신선식품 2개 품목, 가공식품은 4개 품목으로 선정함.

▌표 4-2▌ 심층 분석 품목

구분	품목
가공식품(4개 품목)	음료류, 면류, 소스류, 소주
신선식품(2개 품목)	단감, 김치

2 음료류

1) 캄보디아 음료 시장 현황

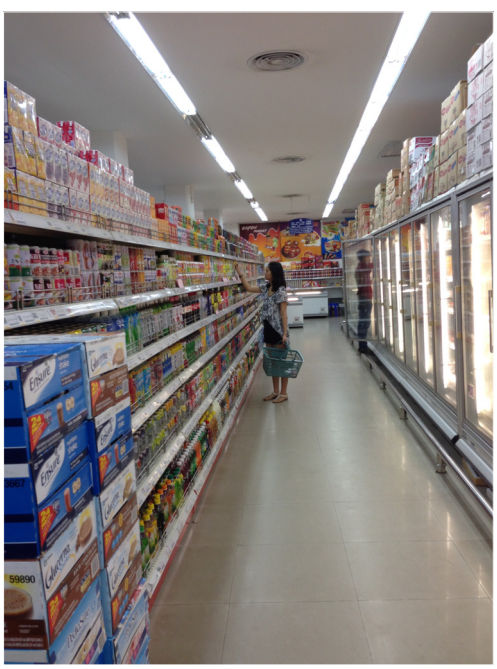
○ 캄보디아 현지 음료시장은 소수의 대형업체를 제외한 대부분 현지 제조업체가 가족 단위로 운영되는 소규모이며 자본 부족에 따라 현대기술을 이용하지 못하고 있음.

○ 현지 생산 음료에는 값싼 인공향료를 첨가함으로써 제품 원가를 낮춰 품질 우위에 있는 수입음료에 대해 가격경쟁력을 확보하고 있음.

- 그러나 현지 음료는 조악한 기술력으로 품질이 떨어지고 생산량이 국내 수요에 크게 미치지 못해 각종 음료를 수입하고 있음.

○ 2011년 과일·청량음료의 수입규모는 약 230만 달러에 달했으며, 주요 수입국은 태국, 베트남, 말레이시아, 한국 등 10여 개 국가임.

▌그림 4-2 ▌ 캄보디아 매장 내 음료 진열 모습



▌표 4-3▌ 캄보디아 음료류 수입 규모

(단위: 천달러)

HS코드	품목별	2009	2010	2011
		금액		
22	음료,주류,식초	14,640	14,402	23,430
2201	물	1,510	1,328	1,666
2202	청량음료	3,455	4,409	9,401
2009	과일음료	982	1,597	2,256

(출처: trademap.org)

▌표 4-4▌ 국가별 물 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	프랑스	1,112	1,078	1,352
2	베트남	118	121	110
3	말레이시아	133	52	52
10	한국	–	0	8
총 계		1,510	1,328	1,666

(출처: trademap.org)

▌표 4-5▌ 국가별 청량음료 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	말레이시아	2,630	3,003	7,047
2	태국	563	927	1,584
3	한국	35	81	437
4	베트남	136	288	186
총 계		3,455	4,409	9,401

(출처: trademap.org)

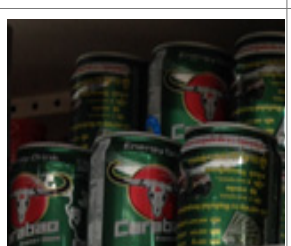
▌표 4-6▐ 국가별 과일음료 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	말레이시아	33	281	806
2	태국	170	458	694
3	베트남	172	227	185
10	한국	43	33	44
총 계		982	1,597	2,256

(출처: trademap.org)

▌표 4-7▐ 캄보디아 내 음료류 주요 경쟁 제품

사진	제품정보	사진	제품정보
	산지: 말레이시아 제품명: 여(Yeo's) 규격: 330ml 가격: USD 0.45		산지:한국 제품명: 과실음료 규격: 240ml 가격: USD 0.60
	산지: 한국 제품명: 박카스 규격: 250ml 가격: USD 0.65		산지: 말레이시아 제품명: Vigor 규격: 250ml 가격: USD 0.50
	산지: 태국 제품명: 레드불 규격: 250ml 가격: USD 0.50		산지: 태국 제품명: Caraboa 규격: 250ml 가격: USD 0.50

2) 한국산 음료류에 대한 인식

○ 앞서 진출한 박카스가 에너지 음료의 No.1 브랜드로 자리 잡으며 한국산 제품 인지도를 높임. 캄보디아 내 성공적으로 진출한 '박카스'의 인지도에 힘입어 최근 '오라떼', '참참'과 같은 한국산 음료류가 인기를 끌고 있음.

– 박카스의 경우 에너지 음료로 '피로 회복을 도와주는', '한국산 음료'라는 이미지를 전달하여 소비자들에 '건강한', '고급스러운' 음료로 인식됨.

○ 물은 상대적으로 가격이 높고, 'Vital'이라는 현지 브랜드가 독점을 하고 있어 한국산의 경쟁력이 떨어짐.

– 수입 제품은 프랑스 브랜드인 '에비앙'의 인기가 가장 높아 한국산의 브랜드 경쟁력이 낮고, 현지 브랜드 대비 가격 경쟁력 열세임.

▌표 4-8▌ 한국산 음료류에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 한국산 음료류는 패키지와 재질이 견고하여 품질이 좋다고 인식 "제품 패키지가 견고하면, 맛이 변할 일이 없어서요." • 과실음료인 알로에 음료 등을 통해 '건강한', '맛이 좋은' 이미지 획득	• 가격을 중요시하는 캄보디아 소비자들에게 타 브랜드 대비 가격 경쟁력이 떨어짐. – 박카스와 같이 브랜드 인지도를 높이지 않으면 수요가 많지 않아 보임.

3) 수출 확대 방안

○ 음료 시장은 지속적으로 소비자들의 수요가 있고, 상대적으로 유통기한이 길어 농식품 품목 중 유통이 비교적 용이하다는 점 때문에 잠재력이 있음.

○ 가격이 높은 편이라 타제품과 경쟁하기는 다소 어려우나 장기적으로는 많은 고객을 유인할 잠재력이 있어 보임. (박카스 사례)

○ 또한, 신제품 출시에 있어서 한국 기업의 초기 마케팅 지원이 중요한 요소로 작용할 것으로 보임.

단기적으로 통용해 볼 수 있는 것으로는 패키지에 적힌 '한국어' 표기 사이즈를

줄이고, 영어나 크메르어로 표기하여 소비자들이 쉽게 '브랜드명'과 '제품 성분'을 파악 할 수 있도록 제작이 필요함.

3 면 류

1) 캄보디아 면류 시장 현황

○ 캄보디아에는 패스트푸드를 먹는 것처럼 인스턴트 면으로 식사를 하는 일이 흔한 풍경임. 쌀 위주의 소비에서 면류의 소비도 증가하고 있음.

○ 특히, 인스턴트 라면의 경우 과거보다 맛과 종류의 다양성이 커짐으로써 2010년 이후 사람들의 소비량이 증가함.

▌표 4-9 ▌ 캄보디아 라면 소비량

(단위: 백만팩)

국가	2008	2009	2010	2011	2012
캄보디아	240	240	330	260	260

(출처: Estimated by World Instant Noodles Association(WINA)

○ 현재 캄보디아 면류의 주요 수입국은 베트남이며 타 국가 대비 그 규모는 월등한 수준임.

○ 한국의 경우 경쟁 국가 대비 미미한 수준의 물량을 보임.

○ 최근 태국, 베트남에서 수입한 인스턴트 면의 가격 상승으로 인하여 상대적으로 저렴한 로컬 브랜드 제품 소비가 증가[1].

1) 프놈펜 포스트, 2013

▌표 4-10 ▌ 캄보디아 곡물 조제품 및 인스턴트 면류 수입액

(단위: 천달러)

HS코드	품목별	2009	2010	2011
		금액		
19	곡물, 분, 전분 조제품	17,127	22,280	27,082
190230	기타 (인스턴트 면류)	1,041	1,766	2,105

(출처: trademap.org)

▌표 4-11 ▌ 캄보디아의 국가별 면류 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	베트남	699	1,151	1,620
2	태국	128	199	183
3	중국	63	215	139
4	한국	54	61	70
총 계		1,041	1,766	2,105

(출처: trademap.org)

▌표 4-12 ▌ 캄보디아 내 면류 주요 경쟁 제품

사진	제품정보	사진	제품정보
	산지: 캄보디아 제품명: MeeYeung 규격: 65g 가격: USD 0.20		산지: 태국 제품명: Mama 규격: 60g 가격: USD0.20
	산지: 일본 제품명: Nissin 규격: 90g 가격: USD 0.50		산지: 한국 제품명: 농심 김치비빔면 규격: 120g 가격: USD 0.80
	산지: 한국 제품명: 농심 둥지냉면 규격: 90g 가격: USD 1.90		산지: 한국 제품명: 농심 육개장 규격: 90g 가격: USD 1.30

2) 한국산 인스턴트 면류에 대한 인식

○ 한국산 인스턴트 면의 경우, '맛'과 '품질이 우수'하며 '신뢰할 만한' 제품으로 인식되고 있으나 소비자와 수입업자 모두 가격 경쟁력이 떨어진다고 인식하고 있음.

▌표 4-13▌ 한국산 인스턴트 면에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 한국산 제품이 맛, 품질이 우수하다는 반응 "한국 라면은 쫄깃한 식감이 좋고, 특히 김치 라면의 맛이 좋아요." • 한국산 인스턴트 면의 플라스틱 패키지의 경우 '쉽게 손상되지 않는 재질', '디자인'이 좋다는 반응 • 단, 가격이 경쟁 제품 보다 비싸, 태국 제품보다 가격 대비 가치가 떨어진다고 인식하고 있음.	• 가격을 중요시 하는 캄보디아 소비자들에게 타 브랜드 대비 가격 경쟁력이 떨어짐. • 캄보디아 1회 섭취량 대비 라면의 용량이 다소 큰 편임.

3) 수출 확대 방안

○ 인스턴트 면의 경우 지속적으로 소비자들의 수요가 있어 잠재력이 있으나, 가격이 높은 편이라 타제품과 경쟁하기는 어려움이 있음.

○ 특히 베트남과 태국 제품의 경우, 제품 브랜드까지 인지하고 있으나, 한국산의 경우 김치맛 라면과 같이 '맛'으로 제품을 인지하고 있었음.

○ 또한 인스턴트 면에 한국어로 표기가 된 대로 제품이 유통되는 경우가 많아 소비자들이 조리법을 모르는 경우도 많으므로 제품의 '브랜드명', '조리법' 그리고 '성분' 등을 파악 할 수 있도록 수출용 제품으로 생산할 필요가 있음.

○ 또한 소비자들이 제품 구입 시 단량 대비 가격 보다는 제품 패키지 당 단가를 중요하게 고려하고, 일반적인 1회 식사량 대비 현 유통되는 한국 인스턴트 면의 용량이 다소 많다고 인식하므로, '단량을 조정'하거나 '다인용 제품'으로 커뮤니케이션 하는 등 소비자들의 심리적 시장 가격을 맞추기 위한 노력이 필요함.

4 소스류

○ 캄보디아의 소스류 수입국으로는 태국이 가장 많으며, 다음은 베트남, 말레이시아, 중국의 순이며 한국의 소스 수출량은 매우 작음.

– 캄보디아 수입 소스류에는 간장, 케첩 등 음식에 곁들여 먹는 소스, 고추장, 된장 등 요리를 만들 때 양념으로 넣는 소스를 포괄하고 있음.

▌표 4-14▌ 캄보디아 소스류 전체 수입 규모

(단위: 천달러)

HS코드	품목별	2009	2010	2011
		금액		
21	기타의 조제 식품	10,192	17,150	19,882
2103	소스	3,714	4,378	4,073
210390	기타 소스류(장류)	3,679	4,080	3,978
210310	간장	6	80	64
210330	겨자	11	24	21
210320	토마토 케첩	18	194	10

(출처: trademap.org)

▌표 4-15▌ 국가별 소스류 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	태국	3,441	4,034	3,394
2	베트남	20	91	195
3	말레이시아	172	148	161
4	중국	–	0	130
11	한국	3	9	12
총 계		3,714	4,378	4,073

(출처: trademap.org)

○ 캄보디아 소스는 태국, 베트남이 소스 시장을 점유

– 태국 브랜드로 간장류는 Chin-su, Tham Thai Tu, 굴소스로는 Maekrua, 생선 소스로는 Squid 브랜드를 선호함.

"간장은 Chrin-su 브랜드를 주로 사먹어요. 맛이 약간 매콤하기도 하고 딸이 그 브랜드를 좋아하거든요. 대체적으로 태국 제품이 캄보디아 사람들의 입맛이랑 잘 맞는 거 같아요."

"태국 소스가 맛이 더 좋지만, 베트남 소스가 가격이 더 저렴해서 소비자들이 많이 찾는 편이에요. 최근에는 베트남 제품의 품질도 많이 향상 된 것 같아요."

○ 캄보디아에는 가정 내 볶음 요리가 많아 굴, 간장, 칠리소스가 가장 많이 사용되고 있고, 국 요리에는 MSG, 생선 소스가 많이 사용됨.
(출처: 소비자 & 유통업체 인터뷰)

▌그림 4-3▌ 캄보디아 가정의 조리 장면

▌그림 4-4▌ 캄보디아 가정 내 보유 소스류

▌표 4-16▌ 캄보디아 내 소스 류 주요 경쟁 제품

사진	제품정보	사진	제품정보
	산지: 태국 제품: Knorr 용량: 20g, 220g, 400g, 900g 가격: US$ 0.25, 1.0, 1.70, 3.70		산지: 태국 제품: Squid 용량: 280ml, 700ml 가격: US$ 0.80, 1.20
	산지: 태국 제품: Racha Chuoros 용량: 40g, 250g, 500g 가격: US$ 0.2, 0.3, 1.5		산지: 태국 제품: Chef 용량: 200ml, 600ml 가격: US$ 0.80, 1.20
	산지: 캄보디아 제품: Ajinomoto 용량: 40g, 250g, 500g 가격: US$ 0.2, 0.95, 1.50		원산지: 태국 제품: Chuoros Dee 용량: 40g, 250g, 500g 가격: US$ 0.2, 0.6, 1.50

3) 수출 확대 방안

○ 수입/유통 업자들도 소스류의 경우 로컬, 태국, 베트남의 경쟁 구도가 이미 형성이 되어 있기 때문에, 한국산 소스류가 진입하기에는 장벽이 클 것이라는 견해를 보임.

○ 또한, 한국산 소스류에 대한 인지도가 낮아 제품 구입 경험이 많지 않은 상황이므로, 한국산 소스류에 대한 인지도를 높일 필요가 있음. 소스류 자체를 알리기보다는 한국음식을 만들기 위해 사용되는 재료로 커뮤니케이션 하는 것이 효과적일 것으로 보임. 이러한 한국산 소스류를 구입할 수 있는 슈퍼마켓, 쇼핑몰에서 지속적인 샘플링과 시식 행사를 통해 소스류에 대한 지속적인 홍보가 필요함.

5 소 주

1) 주류 시장 현황

○ 캄보디아의 증류주의 수입 규모가 증가한 가운데, 한국 소주의 수출 또한 증가 추세

▌표 4-17▌ 캄보디아 증류주 수입 규모

(단위: 천달러)

HS코드	품목	2009	2010	2011
		금액		
2208	증류주·리큐르 기타 주정음료	3,129	4,120	5,146

(출처: trademap.org)

▌표 4-18▌ 국가 별 증류주 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	싱가포르	1,190	2,233	4,082
2	태국	259	388	314
3	스위스	–	19	287
4	프랑스	1,201	975	127
6	한국	160	31	76
총 계		3,129	4,120	5,146

(출처: trademap.org)

▌표 4-19▌ 한국의 대 캄보디아 소주 수출 규모

(단위: 톤, 천달러, %)

명칭	2011		2012		2013		연간전년대비	
	연간		연간		연간		중량(%)	금액(%)
	중량 (톤)	금액 (천$)	중량 (톤)	금액 (천$)	중량 (톤)	금액 (천$)		
총계	9,850	28,326	19,679	49,463	30,584	54,397	55.4	10.0
소주	170	205	217	290	290	385	33	33

(출처: KATI 농수산식품수출지원정보)

2) 한국산 소주에 대한 인식

○ 한국 소주는 한류의 영향으로 한국 드라마, 영화를 통해 인지도가 높고 긍정적인 인식이 커지는 상황임.

– 진로를 포함한 소주 브랜드가 마트와 편의점 등에 진열되어 판매되고 있음.

– 젊은층과 부유층 일부에서 한국 소주의 선호도가 커지는 상황임.

▌표 4-20▌ 캄보디아 내 한국 소주 제품

사진	제품정보	사진	제품정보
	산지: 한국 제품명: 진로 참이슬 규격: 360g 가격: USD 1.60		산지: 한국 제품명: 대선 주조 C1 규격: 360g 가격: USD 1.60

▌표 4-21▐ 한국산 소주에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 여성 응답자의 경우 소주와 같이 강한 알코올은 비선호하는 편이나 남자들은 선호	• 한국 드라마/영화를 통해 인지도가 높기 때문에 판매가 꾸준히 있을 것으로 예상됨. • 최근 편의점에서 한국산 소주를 찾는 소비자 증가

2) 수출 확대 방안

○ 다른 수입 알코올 제품에 비해 소주는 비교적 가격이 저렴하여 소비자가 큰 부담 없이 소비할 수 있으므로 한국 소주의 인지도를 높여 대중주가 될 수 있도록 홍보가 필요함.

○ 한국 영화, 드라마를 통해 한국 소주에 대한 인지도가 높으므로 매장에서 소주 판매 시 한국 TV속에 나왔던 장면을 강조하여 한국 제품임을 강조할 필요가 있음.

6 신선 식품(단감)

1) 신선 식품 시장 현황

○ 캄보디아의 경제에서는 농업이 큰 비중을 차지하고 있으며, 이에 따라 신선 식품류 수입 규모는 작은 편임.

○ 캄보디아가 수입하는 신선 식품 중 과일/견과류와 포도, 채소의 비중이 큰 편임.

○ 캄보디아에서는 바나나, 망고, 오렌지, 롱간, 두리안과 같은 과일류가 생산되고, 생산이 되지 않는 포도, 무화과, 망고스틴, 딸기와 같은 과일류는 수입되고 있음.

○ 채소류로는 양배추, 양파/마늘, 냉동채소, 건조 채소류 등이 가장 많이 수입되고 있음.

▌표 4-22▌ 캄보디아 신선 식품 수입 규모

(단위: 천달러)

HS코드	품목별	2009	2010	2011
		금액		
08	과일,견과류	4,659	4,956	4,864
0806	포도	1,485	1,318	1,352
0804	무화과/파인애플	758	1,159	1,115
0805	감귤류 과실	615	589	753
080810	사과	628	897	751
080820	배	45	53	93
0810	딸기	370	213	336
07	채소	2,378	1,846	2,533
0713	건조한 채두류	231	457	854
0712	건조한 채소	184	94	584
0703	양파	290	280	444
0710	냉동채소	246	273	295

(출처: trademap.org)

○ 과실류는 태국, 미국, 중국, 채소류는 베트남과의 교역이 가장 활발함. 한국과의 교역량은 많지 않은 상황임.

▌표 4-23▌ 국가별 과실·견과류 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	태국	1,383	1,654	1,703
2	미국	1,127	1,323	1,235
3	중국	293	314	420
14	한국	62	73	48
총 계		4,659	4,956	4,864

(출처: trademap.org)

▌표 4-24 ▌ 국가별 채소류 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	베트남	1,598	1,022	906
2	미국	260	173	631
3	중국	185	173	349
총 계		2,378	1,846	2,533

(출처: trademap.org)

○ 한국이 캄보디아에 수출을 고려할 수 있는 사과, 배, 딸기 등의 과실류의 경우 현재는 캄보디아의 수입량 자체가 많지는 않음.

▌표 4-25 ▌ 국가별 사과 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	미국	290	451	399
2	사우디 아라비아	–	38	96
3	싱가포르	115	118	79
10	한국	–	1	1
총 계		628	897	751

(출처: trademap.org)

▌표 4-26 ▌ 국가별 배 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	중국	1	12	54
2	싱가포르	25	24	32
3	호주	3	1	4
총 계		45	53	93

(출처: trademap.org)

▌표 4-27▌ 국가별 딸기 수입 규모

(단위: 천달러)

순위	국가명	2009	2010	2011
		금액		
1	싱가포르	5	15	13
2	미국	8	13	11
3	호주	3	0	2
4	한국	0	1	2
총 계		23	33	28

(출처: trademap.org)

○ 현재 한국의 단감 수출 규모가 크지는 않으나 현지 소비자들에게 새로운 제품으로 받아들여지고 있으며, 기존에 경험한 소비자들의 경우 '맛'이 좋은 과일로 인식되고 있어, 한국산 신선식품에 대한 이미지 형성에 도움을 줄 수 있으므로 꾸준히 수출을 확대해 갈 필요가 있음.

▌표 4-28▌ 한국의 대 캄보디아 감 수출 규모

(단위: 톤, 천달러, %)

명칭	2011		2012		2013		연간전년대비	
	연간		연간		연간			
	중량(톤)	금액(천$)	중량(톤)	금액(천$)	중량(톤)	금액(천$)	중량(%)	금액(%)
총계	9,850	28,326	19,679	49,463	30,584	54,397	55.4	10.0
단감	110	146	97	145	171	249	76	72

(출처: KATI 농수산식품수출지원정보)

2) 한국산 신선식품에 대한 인식

○ 한국산 과일류 중 현재 캄보디아에 수출 되고 있는 단감은 비교적 저렴한 가격으로 구할 수 있고, 쉽게 접할 수 있어 소비자들의 인지도가 높은 편임.

– 현지인 입맛에 잘 맞고, 현지에서 구할 수 없는 새로운 과일이라는 점에서 소비자들에게 어필한 것으로 보임.

○ 기존에 경험한 한국산 과일류에 대한 이미지로 전반적으로 한국산 신선식품에 대해 긍정적인 반응임.

▌표 4-29 ▌ 한국산 신선식품류에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• '단감'과 같은 한국산 과일을 접해본 소비자는 한국산 단감의 '신선도', '맛' 에 대해서 긍정적인 반응임 "씹을 때 아삭거리는 식감이 좋아요. 너무 달지 않아 건강한 과일 같아요" • 전반적으로 한국산 신선식품류는 신선하고 맛이 좋을 것이라는 기대감이 높은 상황	• 현지에서 생산하거나, 주변국인 태국이나 베트남에서 경쟁력 있는 가격으로 신선식품 수입이 가능하므로, 한국산 신선식품의 품질이 좋아도 가격 경쟁력이 떨어지고, 운송 과정에서 제품의 품질이 손상될 수 있어 한국산 신선식품에 대해서는 가능성이 적어 보임

3) 수출 확대 방안

○ 단감과 같이 현지 제품과 가격 면에서도 경쟁이 가능한 제품을 중심으로 한국산 신선식품에 대한 인지도를 높일 필요가 있음.

○ 한국산 단감과 함께 유통되고 있는 중국산 단감의 경우, 낮은 품질에도 불구하고 품질이 좋은 한국 제품 이미지를 주기 위해 한국산으로 제품을 유통하고 있는 경우도 있는데, 이는 아직 한국산 신선식품에 대한 경험이 많지 않은 소비자들에게 한국산은 품질이 낮다는 인식이 나타날 수 있으므로 주의해야 함.

7 김 치

1) 김치 시장 현황

○ 아직까지 캄보디아로의 김치 수출은 매우 적은 상황임.

○ 김치의 경우 현지 한국 또는 북한 식당에서 만든 제품들이 Lucky Supermarket을 통하여 유통되고 있음.

▌표 4-30▌ 대 캄보디아 김치 수출 규모

(단위: 톤, 천달러, %)

명칭	2011		2012		2013		연간전년대비	
	연간		연간		연간		중량(%)	금액(%)
	중량 (톤)	금액 (천$)	중량 (톤)	금액 (천$)	중량 (톤)	금액 (천$)		
총계	9,850	28,326	19,679	49,463	30,584	54,397	55.4	10.0
김치	3	8	3	11	0	0	-100	-100

(출처: KATI 농수산식품수출지원정보)

- 현지에서 판매되고 있는 한국 김치의 경쟁사와 가격 정보는 다음과 같음.

▌표 4-31▌ 캄보디아 내 김치 류 주요 경쟁 제품

사진	제품정보	사진	제품정보
	산지: 캄보디아 제품명: 평양랭면관 규격: 500g 가격: USD 3.50		산지: 캄보디아 제품명: 대동강김치 규격: 500g 가격: USD 3.50
	산지: 캄보디아 제품명: 없음 규격: 1kg 가격: USD 3.95		산지: 캄보디아 제품명: 없음 규격: 1kg 가격: USD 2.95

▌그림 4-5▐ 캄보디아 슈퍼마켓 내 김치 류 진열 모습

2) 한국산 김치에 대한 인식

○ 한국 영화나 드라마에서 자주 등장하고 있어 캄보디아 소비자들에게 한국음식 '김치'에 대한 인지도와 선호도는 높은 편임.

○ 한국을 대표하는 품목으로 캄보디아 소비자들의 높은 인지도를 가진 항목이므로, 향후 꾸준한 홍보, 판촉 활동을 통해 수출 확대할 필요 있음.

▌표 4-32▌ 한국산 김치에 대한 현지 의견

소비자	수입업자
• 김치의 맛 선호 "김치 맛이 좋아요." "김치가 좋아서 김치라면도 사먹어요." • 집에서 조리법을 배워 만들어 먹어 봄 "딸이 한국 식당에서 처음 먹어보고 좋아해서 한국 식품점에서 재료를 사와 만들어 먹어 봤어요." • 일부 소비자들은 김치 냄새 비선호	• 한국 김치에 대한 캄보디아 소비자들의 인지도가 높고, 입맛에 맞는 편임 "한국 TV에 김치가 자주 등장하고 있어 소비자들이 김치를 많이 알고 있어요." "캄보디아 사람들이 맵고 신 맛을 선호하여 태국 음식을 선호하는 데, 김치가 소비자들의 그런 입맛을 잘 맞춘 것 같아요."

3) 수출 확대 방안

○ 현재 캄보디아에서는 한국 음식인 '김치'가 현지 또는 북한 식당을 통해 유통이 되는 상황임. 아직까지 한국 김치에 대한 이미지가 확고하지 않으므로 한국을 통해 정식 수입되는 김치라는 점을 분명히 하여 오리지널 한국산 김치에 대한 이미지 확립이 필요할 것으로 보임.

– 또한 한국산 김치에 대해 관심이 높아지면서, 캄보디아 가정에서 만들어 먹고 싶어하는 소비자들이 증가하고 있으므로 향후 김치를 홍보할 때 소비자들에게 조리법을 알려주면서 한국산 소스류(액젓, 고춧가루 등)를 함께 알리는 커뮤니케이션 방안도 고려할 필요가 있음.

Cambodia

V 수출 확대 전략

1. 캄보디아 수출확대방안 요약
2. 시장 진출 여건
3. 진출 확대 전략
4. 현지 진출 사례

1 캄보디아 수출확대방안 요약

1) SWOT 기반 진출여건 탐색 및 수출확대 방안

구분	내용	활용 및 극복 방안
강점	– 개별 품목별로 기존 진입한 제품들에 대한 소비자 선호 존재 – 제조업에서의 한국에 대한 높은 인지도로 한국산 제품에 대한 긍정적인 인식 (고급 이미지)	– 박카스, 초코파이 등을 생산한 국가라는 점을 홍보 – 뛰어난 기술력과 위생 관리를 통해 제조된 제품이라는 측면을 부각 (고품질의 가공식품을 생산하는 국가임을 강조)
약점	– 가격대가 낮고 브랜드 인지도가 높은 태국, 베트남산 제품과의 경쟁 – 한국 제품의 높은 가격으로 인하여 소비층이 제한적임.	– 고가의 프리미엄 제품으로의 포지셔닝을 통한 제품 홍보 방안 – 한국의 건강한 컨셉을 접목시킨 새로운 부가가치와 맛을 제공
기회	– 한류와 기존 진입한 제품들로 인한 한국 식품 선호 – ASEAN FTA의 특혜 관세로 통관 조건이 좋음	– 기진출한 한국 제품을 이용하여 인지도를 높임 – 가격이 높더라도 한국에서 생산한 고품질, 건강식이라는 인식을 형성하여 시장 확대
위협	– 인접국인 태국, 베트남의 저렴한 가격대의 경쟁 제품군 – 수입 제품 원산지에 대한 저관여 성향 – 한국 모방 제품 판매	– 농식품 보다 가공품 위주의 전략 – 고유 원산지 홍보 및 지원 – 식품의 안전성을 인증 받은 식품임을 강조

2) 캄보디아 한국농식품 수출확대를 위한 4P전략

구분	주요 내용
Product	– 가공식품 중심으로 새로운 부가가치, 맛을 제공할 수 있는 고품질의 농식품임을 강조
Price	– 가격에 대한 민감도가 크므로 합리적인 가격의 고품질 농식품으로 소구 – 소용량 패키지 제품으로 1회 구입 시 지불되는 가격을 낮춤
Place	– 상류층, 젊은층, 외국인 중심의 주 쇼핑 채널을 활용 : 제품 도입 초기 단계에서의 각종 판촉·프로모션 행사 및 인지도를 높이는데 적합 – 캄보디아 슈퍼마켓 유통 및 무역/식품 관련 박람회 구매 담당자와 컨텍하여 제품의 품질을 적극 알림
Promotion	– 제품의 특·장점, 취식 방법 등이 포함된 리플렛 자료 제작(수업업자용, 소비자용) – 대형 유통 채널(슈퍼마켓/쇼핑몰)에서의 소비자들을 대상으로 하는 홍보 (시식회, 사은품 제공 등) 기획

2 시장 진출 여건

1) 강점

○ 선 진출한 일부 한국산 농식품들에 대한 긍정적인 이미지

- 특히, '박카스'가 캄보디아에서 큰 성공을 거두면서 음료 시장에서 높은 점유율을 보임. 이러한 박카스의 인기에 힘입어 '오라떼' 와 같은 후속 제품들도 소비자들의 인지도를 확보해 나가고 있음.
- 신선 식품의 경우에도 '한국산 단감'이 캄보디아 시장에서 긍정적인 이미지를 확보해 놓고 있어, 개별 품목별 인지도가 낮아도 긍정적인 한국산 이미지의 구축이 가능함.

2) 약점

○ 한국 농식품은 아직까지 인지도 및 이용 경험율이 낮아 긍정적인 이미지임에도 불구하고 가격이 높아 구매가 유발되지 못한 상황임.

- 주 경쟁국가로는 베트남을 들 수 있으며, 국경 무역을 통해서 많이 유입이 되고 있고, 가격이 저렴하여 캄보디아 시장에서 점유율이 높음.
- 태국의 경우 인접국가로 유사한 식문화를 통하여 캄보디아 소비자들에게 어필하였고, 가격은 베트남 대비 높은 편이나 오래된 식품 역사, 품질, 안전성을 모두 갖춘 제품으로 인식하고 있음.

○ 한국 수입 농식품의 높은 가격은 상대적으로 낮은 캄보디아의 GDP를 고려해 보았을 때 소비계층이 제한적임.

- 태국, 베트남 등 인접국가 대비 상대적으로 긴 물류 과정으로 인해 고가격이 형성되어 있음.

3) 기회

○ 한류에 따른 한국 농식품 선호

- 캄보디아 방송에서 한국 드라마 방영으로 한류에 대한 긍정적인 이미지 형성.

특히 한국 드라마에서 김치, 라면 소주 등의 한국 음식을 지속적으로 노출하여 캄보디아 소비자들로 하여금 구입 의향을 높이고 있음.

○ ASEAN FTA로 인한 특혜 관세로 통관 조건이 좋음.

- 아세안 회원국인 캄보디아는 ASEAN FTA협정에 따라 관세율을 점진적으로 철폐 예정

4) 위협

○ 인접국인 태국, 베트남의 저렴한 가격대의 경쟁 제품군

- 인스턴트 면의 경우, 태국산 Mama는 125g으로 환산했을 때 USD 0.45, 캄보디아산 Mee Yeung은 USD 0.40, 한국산 농심은 USD 1.4로 약 3배 정도 가격 차이가 남.

○ 신선제품의 경우 수입 제품 원산지에 대한 저관여 성향

- 주 유통 채널이 전통 시장이므로 상품 정보나 원산지에 대한 표기가 어려움.
- 신선제품 구입 시 제품의 신선도를 기준으로 구입하고 있으며 제품의 원산지는 크게 고려하지 않음.

○ 한국 모방 제품 판매

- 한국산 음식을 경험해 보지 않은 소비자들에게 한국 모방 제품 판매로 고유 한국 제품의 품질과 이미지에 악영향을 미침.
  (중국산 감이 한국산 제품으로 판매되고 있음)

〈SWOT 분석 요약〉

Strength (강점)	Weakness(약점)
▸ 한국산 제품에 대한 호의적인 인식 (고급 이미지) ▸ 개별 품목별로 기존 진입한 제품들에 대한 소비자 선호	▸ 상대적으로 긴 logistics와 이로 인한 고가격 ▸ 한국 제품에 대한 사용 경험이 매우 낮음

Opportunities (기회)	Threats (위협)
▸ 한류로 인한 한국 국가 이미지 향상 ▸ ASEAN FTA로 인한 특혜 관세	▸ 인접국인 태국, 베트남들의 저렴한 가격대의 경쟁 제품군 ▸ 수입 제품 원산지에 대한 저관여 성향 (특히 신선 식품) ▸ 한국 모방 제품 판매

3 진출 확대 전략

1) 제품 전략

(현상 1) 현지 상류층은 새로운 식문화에 대한 기대가 크며 다양한 국가의 음식에 대한 호기심이 높음

○ 상류층 소비자들의 경우 매일 섭취하는 일상식 이외에 새로운 식품에 대한 관심이 높으며, 한국 드라마에 대한 관심이 높아 드라마에 노출되는 제품을 우선적으로 고려할 필요 있음.

(현상 2) 신선식품의 주요 유통 채널은 전통시장이며, 상품 정보나 원산지에 대한 표기가 어려움

○ 신선식품의 경우 전통시장에서 주로 판매되고 있어 마케팅적 접근이 용이하지 않음으로 신선식품 보다는 가공식품 위주로 접근하는 것이 적합할 것으로 보임.

(현상 3) 베트남 산 신선식품의 방부제, 화학제품에 대한 염려가 높으나 이러한 염려를 해소하기 위해 추가적으로 비용을 지불할 수준은 아님

○ 아직까지는 소득수준이 낮아 '건강한' 식문화가 주류는 아니지만 상류층과 일부 젊고 교육수준이 높은 소비자들의 경우 '건강한' 식문화에 대한 관심이 높으므로 한국의 건강한 컨셉을 접목시킨 제품의 도입은 긍정적으로 보임.

2) 가격 전략

(현상 1) 상류층 소비자들의 경우 개별 제품 가격에 크게 영향을 받지 않음

○ 한국 제품의 프리미엄 이미지를 적극 활용하여 고가 고품질, 새로운 제품으로 소구하여 가격 barrier를 극복할 수 있음.

(현상 2) 가공 식품의 경우 단위당 가격 보다는 패키지 별 가격에 더 민감

○ 대용량 제품 보다는 상대적으로 저렴하게 느껴지는 가격대인 소용량 제품으로 접근하는 것이 좋음.

- 경쟁사 인스턴트 라면의 경우 패키지당 용량이 55~85g인데 반하여, 한국제품의 경우 125g으로 상대적으로 용량이 커 가격이 더 높게 느껴짐. 따라서 1인용보다는 다인용패키지로 소구함으로써 지각되는 가격 수준을 낮출 필요성이 있음.

3) 채널 전략

(현상 1) 캄보디아 중산층, 젊은층들의 주요 수입 제품 쇼핑 채널은 Junction Square 등임

○ 현지 상류층과 거주 외국인의 주요 쇼핑 채널을 활용하여 구입율/이용률을 높임과 동시에 이들을 통한 한국 식품에 대한 적극적인 구전(口傳) 마케팅 전략 시행할 필요가 있음.

(현상 2) 주요 슈퍼 체인(Lucky Supermarket 등)의 구매 담당자가 수입제품을 직접 선정하는 경우가 증가함

○ 캄보디아로 수출을 원하는 한국 업체에서는 현지 소비자들의 니즈를 반영한 제품을 가지고 Lucky Supermarket등 주요 슈퍼마켓으로 직접 문의하거나 무역/식품 관련 박람회에서 해당 슈퍼마켓 구매 담당자들에게 컨택하는 방법도 있음.

4) 커뮤니케이션 전략

(현상 1) 제품 패키지가 한국어로 되어 있어 매대에서 제품에 대한 정보 획득이 어려움

○ 제품 정보에 대한 정확한 전달을 위하여 현지어를 활용한 라벨링이 필요. 이에 더하여 사진과 같은 비주얼 요소를 활용한 '조리예시' 등을 패키지에 부착하면 관심을 유발할 수 있음.

(현상 2) 가공식품의 경우 "how to cook"에 대한 정보가 구매 유인을 위한 trigger임

○ 가공식품은 현지 상류층 소비자들에게 새로운 제품으로 어필하고 있으나 어떻게 요리하고 먹어야 하는 지에 대한 정보가 없어 관심을 구매로 연결시키지 못하고 있음. 따라서 제품의 활용도 중심의 제품 소개가 필요함.

(현상 3) 제품 정보에 대한 충분한 정보 없이 대용량의 제품을 선뜻 구매하기 어렵고 주변인들의 구전에 영향을 많이 받음

○ 이전 한국 제품 사용 경험자의 구전 없이는 새로운 제품 구매에 적극적이지 않으므로 Sampling을 적극적으로 활용하고, 시식회 등을 통하여 제품을 접하게 하는 것이 필요함.

(현상 4) 생소한 수입 가공 제품의 경우 소용량 패키지를 통한 trial이 익숙함

○ 대용량 패키지보다는 소용량 패키지의 1+1을 통하여 익숙지 않은 제품의 대용량 구매에서 오는 부담감을 해소하면서 추가 증정 제품을 통한 주위 구전 확산을 도모 하는 것이 효과적임.

5) 품목별 진입전략 요약

품목	진입전략
전체 요약	1. 캄보디아 시장 내 1차 산품의 생산 규모를 고려할 때 수입 필요성이 높지 않고, 물류 기간 및 비용을 고려할 때 국경무역을 통하고 있는 베트남, 태국과 경쟁 시 우선적인 진입이 어려울 것으로 판단됨

품목	진입전략
	2. 검토 대상 품목 중 가장 가능성이 높은 품목은 음료, 인스턴트 면으로 시장 규모가 지속적으로 성장하고 있으며 기 진출한 박카스, 김치라면과 같은 제품을 통해 소비자들이 친숙하고, 가격이 일반 소비자들에게 접근하기에 높은 편이므로 면밀히 소비자들의 니즈를 파악하여 진입할 필요가 있음 전반적으로 한국 식품이 고가격으로 단기간에 넓은 저변을 확대하기는 어려울 수 있으나 매장 내 지속적인 홍보로 시험구매와 지속구매를 유발할 수 있을 것으로 기대됨
과일	1. 고소득층을 타겟으로 한 고품질 전략 수립 – 캄보디아에는 시즌별로 자국에서 생산이 안되는 과일의 경우 주변국 (베트남, 태국, 중국 등)을 통해 저가의 과일 수입량이 많음. 한국은 이러한 국가들과 비교할 때 가격 경쟁력이 떨어지나, 한국산 제품은 고가격, 고품질이미지를 가지고 있음 2. 한국산 과일 인지도 제고 노력 – 단감과 같이 캄보디아에는 없는 희소성 있는 제품으로 소구
김치	1. 다양한 마케팅 활동 및 현장 체험 병행 – 상류층의 경우 새로운 제품에 대한 관심이 높으므로 마트를 통해 한국 김치에 대한 꾸준한 홍보와 현장 시식행사 등을 통한 체험을 병행 – 조리법을 알려 주어 한국산 소스류(액젓, 고춧가루 등)도 함께 홍보 가능 2. 건강, 안전성 강조 – 식품의 안전성 측면도 소비자들의 입소문에 영향을 주므로, 한국에서는 김치에 HACCP을 의무 도입하여 안전하게 관리하고 있다는 등의 위생, 안전 강조
음료류	1. 한국산 음료류 인지도 제고 노력 – 신제품 출시에 있어 한국 기업의 초기 마케팅 지원이 중요함. 박카스가 캄보디아 현지화 전략을 통해 인지도를 높인 것처럼 현지 소비자들의 니즈를 충분히 파악할 필요가 있음 2. 프리미엄 제품으로 포지셔닝 – 한국산 제품이 고가로 포지셔닝 되어 있으므로 한국산 음료의 프리미엄 가격을 지불할 수 있도록 '건강에 좋은', '원료가 좋은(천연)' 등의 제품의 효능 강조
소스류	1. 매체 홍보와 현장 체험 병행 – 제품 패키지에는 '조리법', '성분' 에 대해 상세히 알려주고, 한국 음식 홍보와 더불어 한국 음식 조리를 위해 사용되는 소스류로 커뮤니케이션 – 한국 소스류에 대한 인지도가 낮으므로 샘플링을 통하여 캄보디아 소비자들이 접할 수 있는 기회 확대 2. 프리미엄 소스류 진출 방향 모색 – 다양한 소스에서 캄보디아 입맛과 유사한 태국, 베트남 등의 수입 브랜드가 시장에 진입해 있어 경쟁이 치열하므로 차별화된 맛, 건강에 좋은 원료 등 기존 제품과는 차별화된 전략 필요
즉석면	1. 다양한 마케팅 활동 – 한국방송에서 방영된 장면을 마트 내 진열 시 제시하거나, 판매직원이 소개하여 인지도를 높임 2. 가격 경쟁력 확보 – 대용량 제품보다 상대적으로 저렴하게 느껴지는 가격대인 소용량 제품으로 접근

품목	진입전략
	– 가격 부담감을 줄이기 위해 기존 단량의 제품을 다인용으로 홍보 3. 제품력 강조 – 경쟁 제품 대비 한국 제품이 가지고 있는 면발, 다양한 건더기 등 제품의 우수성을 강조
소주	1. 한국산 소주 인지도 높임. – 한국 소주의 인지도를 높여 캄보디아 대중주가 될 수 있도록 인지도 높임. – 한국 영화, 드라마를 통해 한국 소주에 대한 인지도가 높으므로 매장에서 소주 판매 시 한국 방송을 통해 방영되었던 장면을 강조하여 한국 제품임을 강조

4 현지 진출 사례

1) 에너지 음료_박카스

○ 캄보디아의 음료 수요는 1990년대 말 개방 경제 전환으로 생활 수준이 향상되면서 증가하기 시작함. 2000년대부터 현지 제조업체와 수입업체가 생겨나며 전국에서 음료 제품이 보급되기 시작함.

○ 캄보디아 음료 기업은 대부분 가족단위의 소규모 현지 제조업체로 자본 부족에 따라 현대기술을 이용하지 않음. 품질이 떨어지는 값싼 인공 향료를 첨가해 제품원가를 낮춘 제품을 생산하고 있지만 생산량은 국내 수요를 못 미치고 있는 실정임.

○ 현재 캄보디아 음료 시장은 코카콜라, 레드불과 같은 다국적기업들과 Sagiko (싱가포르), Yeo(말레이시아)와 같은 주변국 제조업체들이 시장을 지배하고 있음. 박카스는 이러한 경쟁 속에서도 캄보디아에서 2011년 에너지음료 점유율 1위를 차지하기도 하였으며, 2012년에는 진출 2년 만에 누적 수출액 150 억 원을 달성함. 이는 캄보디아 총인구(1400만 명)가 박카스를 3캔씩 먹은 것과 같음.

○ 박카스 제품의 최초 진입은 한국 무역상을 통한 수입이었으나 당시 현지화에 실패하여 시장에서 철수한 전례가 있었음. 이후 캄보디아 시장에서 성공의 원동력은 동아제약의 직접 진출과 현지화에 있었음.

○ 박카스의 수출 성공은 유능한 현지 유통 업체 Camgold Co. Ltd가 있었기에 가능하였음. 동아제약은 현지 유통업체와 과감한 프로모션과 옥외 간판을 통해 피로회복 기능을 부각시켰고, 그 결과, 캄보디아 서민들에게 피로회복제 이상의 만병통치약과 같은 이미지를 심어주어 에너지 음료의 강자인 레드불을 뛰어 넘는 예상외의 호응을 이끌어 낼 수 있었음.

○ 현지화 전략과 프리미엄 전략을 동시에 사용하였는데, 캄보디아 소비자들의 니즈에 맞춰 현대화하기 위해 용량을 늘리고 제품을 캔으로 만든 반면, 한국 제품에 대한 프리미엄 유지를 위해 현지에서 생산하지 않고 한국에서 생산된 박카스를 전량 들여오고 있음.

▌그림 5-1▌ 현지 박카스 유통업체 모습

Cambodia

VI 부 록

FGD Guideline for Emerging Food Market Study
(Total 120min)

1. Respondent Criteria

- Age: 20~59, Female
- Main decision maker in purchasing foods
- Resides in major/capital city
- Those who shop for food at least 1 time a week at a store
- Those not totally loyal to purchasing domestic food items
- Those with experience purchasing imported food items in the last 3 months from Asian countries
  (China, Japan, Korea, Vietnam, Thai, etc.)
- Those who are aware and considered purchasing Korean imported foods
  (Prefer to include at least 2 respondents who have experience buying Korean food items per group)
- Monthly household income: Middle-Upper Class
- Good mix of main purchase channel

2. Composition Criteria - Age Groups

Country	20's/30's	40s'	50's
Myanmar	1 Gr	1 Gr	1 Gr
Cambodia	1 Gr	1 Gr	1 Gr

3. Guideline flow

Sessions Flow	Duration (120 mins.)
1. Introduction & Lifestyle	5 mins
2. Dietary Lifestyle	20 mins
3. Grocery Shopping Behavior	20 mins
4. Import Food Item Consumption	30 mins
5. Perception & Attitude towards Korean Food	10 Mins
6. Korean Food Concept Evaluation	30 mins
7. Wrap up	5 mins

0. Warming-up: Introduction & Ice-breaking	*5 min*

0-1. [Moderator introduction]
- Introduce company and moderator
- Explain the purpose of discussion and the general flow
- Reassurance about confidentiality and voice recording

"Today, I'm going to ask you about your food consumption in general. I would like you to share some thoughts you have had on a daily basis and for questions you have never experienced before, think about the answers here and talk about them"

0-2. [Introduction of participants]
- Name, family members (age included), occupation

0-3. [General family lifestyle]
- What kind of leisure activity does your family enjoy?
  - Indoor (TV, game, cooking, talking, etc)
  - Outdoor (going to park, shopping etc)
- Could you please explain your lifestyle during weekend and weekdays?
  - Hobbies, interesting, etc.
- **What values do you consider are important? (ex. Health, Well-being)**

→ Focus on health and well-being more than hobbies preferred

I. Dietary Lifestyle	*20 min*

☞ **Moderator: Please ask about the grocery shopping behaviors on both raw food & processed food.**

1-1. [Cooking/eating behavior and attitude]
- What is your "typical" meal at home? (e.g. breakfast, lunch, dinner, in-between meals, etc.)
- How can you describe the dietary habit in your household? Tell me your family's favorite foods (e.g. vegetables, potatoes, fish, meat etc.)
- Is it different among your family members? If so, how?
- Are there other foods, drinks (tea), fruits you eat besides your meals?

→ Nutritional foods, drinks (vegetables juices), fruits

➔ If we begin with foods in general, it is too broad.
Therefore, start by focusing on meals and then go to other foods (snacks, healthy foods/drinks)

1-2. [Seasonality]

- How is your (and/or your family's) food consumption different in different seasons?
  (e.g. summer, winter, dry season, rainy season, festival, religious events, etc)
- What food do you frequently consume for each season?
- Are there foods for special occasions or holidays you prepare?

1-3. [Eating out]

- When/how often do you eat out?
- What kind of food do you usually consume when eating out? And, why?

II. **Grocery Shopping Behavior**	***20 min***

2-1. [Grocery shopping pattern]

- When do you usually go grocery shopping? (e.g. weekend, weekdays, day-off, etc.)
- How many times do you visit a grocery shop to purchase food per week?
- What grocery shops do you usually visit? Please let me know the names of the shops.
  → Do you visit different stores for certain food? If so, why?
  (e.g. I usually visit a convenience store to purchase instant food .)
- Who was the main decision maker on purchasing groceries?
- What kind of food items do you usually buy? (include sauces, marinates)
  → What is the most frequently purchased item?
- What are some of the important criteria when you do grocery shopping?

(e.g. packaging, expiration date, **freshness**, calorie, organic, price, etc.) + origin (source of country)

2-2. [Preferred size/package/promotion]

- What type of packages do you prefer for each of raw/processed food? Why?
- What serving size of processed food do you prefer? Why?
- What type of promotion do you like? (e.g., Buy on get one, free gift, price discount, etc.) Why?

1-3. [Food Consumption Trend]

- Compared to the past, is there any food items you recently consume more?
  - Please describe the change in your recent food consumption behavior.
  - Based on sales? Or based on media?
- What makes you consume the food items more?
- Is there any changed purchasing pattern since you started consuming the food items?
  - If there is, how was it changed?
  ☞ **Moderator: please probe based on below examples.**
  - Purchase amount, size of the product, packaging type

Ⅲ. Import Food Item Consumption	30 min

- ***Please remember this is about imported foods and also sauces, ingredients, processed foods, teas, healthy foods, fruits all included.***

2-1. [Perception & Attitude towards Import Food]

- What is your overall impression on import food?
  → Why do you feel that way?

☞ **Moderator: check whether they're positive or negative to the import food.**

- **[Import food origin awareness]** Are you well aware of the origin of import food?
  → **[Preferred origin]** Is knowing the origin important?

If so, what country do you prefer as import food origin? Which do you not prefer?

- What import food brands do you know about?
  → How do you feel about them?

2-2. [Information Source]

- Where do you get information about import food items? (e.g., in-store, advertisement, internet, etc.)
- What kind of information did you get for which import food?

2-3. [Import Food Purchasing Behavior]

- When/where do you usually purchase import food?
  → Why do you usually visit the stores to purchase import food items?
- What import food items do you usually purchase?
  → What are the origins/brands of the import food items?

☞ **Moderator: please specify the import food items – by category, sub-brand, etc.**

  → Are there any food items you prefer as an import food item?

- How often do you purchase import food items per week?
- How much do you spend consuming import food items?
- When purchasing import food, what do you expect for it?

(e.g., good quality, organic, inexpensive price, etc.)

2-4. [Key Buying Factor]

- What factors did you consider when purchasing import food?
  (e.g. price, brand, quality, etc.)
  → Why did you consider them?
- Which factors are you considering the most among them? What is the reason?

2-5. [Satisfaction on Import Food]

- Were you satisfied with the import food you've purchased?
  → What is your satisfaction / dissatisfaction points on it?
  → How should it be improved?

2-6. [Future Import Food Consumption]

- Are you going to keep purchasing import food in the future?
  → (If yes) Why? / (If no) Why not?
- Do you think your import food consumption would increase/decrease/stay the same in the future?
  →Why is that?

Ⅳ. Perception & Attitude towards Korean Food	*10 min*

3-1. [Awareness/Perception on 'Korea'/'Korean food']

- Do you know about 'Korea' or 'Korean food'?
  → (If so) what specifically do you know about?
- What is your overall impression on the 'Korea' or 'Korean food'? – Positive/so-so/negative
- Comparing with other origins/brands of food, what is the strength/weakness of Korean food?

3-2. [Purchasing Experience]

☞ **Moderator: please ask those who are aware of Korean raw/processed food.**

- Then, have you purchased Korean food before?
  → (If so) what food items did you purchase?
  → (If so) why did you purchase them?
- Were you satisfied with the Korean food?
  → (If yes) Why? / (If no) Why not?

3-3. [Purchase intention]

- Are you planning to purchase Korean food in the future?
  → (If so) what food items are you going to purchase?
  → (If so) why are you going to purchase them?

3-4. [Price]

☞ **Moderator: please ask those who are willing to purchase Korean food & probe for specific food items.**

- (For each Korean food item) how much are you willing to pay? Why?
- What is the maximum/minimum price for Korean food?

IV. Korean Food Concept Evaluation	*30 min*

☞ **Moderator: pleas show each food concept to respondents & repeat the following questions for each.**
→ Refer to score card on the next page.

- Since there are many concepts, ask about preference on a 5 point scale and then select Top5
- Probe on the following for the Top5

- **[First impression]** what was your overall feeling for this concept?
- **[Preference]** how much do you like this concept? Why?
- **[Likes/Dislikes]** what words/sentence/images do you like/dislike? Why?
- **[Purchase Intention]** How much are you willing to purchase this product? Why?
- **[Price Premium]** How much is the maximum amount that you are willing to pay?

What about comparing another imported food?

	Item	Preference Score (1 – 5 scale)	Ranking (Top5)
Fresh	Mushroom		
	Paprika		
	Apple		
	Pear		
	Strawberry		
	Sweet Persimmon		
	Lily		
	Rose		
Proceed food	Makgeolli (Korean Rice Wine)		
	Drink (energy, aloe, fruit, soda etc)		
	Water		
	Alcohol drink (Soju)		

	Citron Tea		
	Powdered milk		
	Ginseng/Red ginseng		
	Kimchi		
	Samgyetang (Chicken Soup)		
	Noodle		
	Sauce (seasoning)		
	Biscuit/ cookies/ crackers		
	Bakery		
	Seaweed paper (snack)		

III. Wrap Up	*5 min*

Thank you for Participation

Respondent's Information

Interviewer☞ please fill in the respondent information before visiting her house

1) Name			2) Age:
3) Religion			
4) Marital status		1) Married 2) Cohabitated	
5) Member of Family(Household)			
6) Family composition			
7) No. of children			
8) Age of eldest child			
9) Domestic helper		Yes/No Type: Full time / Part time	
10)Monthly household income		(USD)	
11) Occupation			
12) Education Background			
13) Residence	1) Type of House	1) Single detached residence 2) Apartment 3) Flat house 4) Condominium 5) Multipurpose building	
	2) Ownership	Owned/ Rent	
	3) Size (Record real floor space in case of detached house)	_____Sqm	
14)No. of Refrigerator			
15) Cooking frequency per a week			
16)HA ownership ☞ ***Interviewer: Home Appliances (Kinds/ Color/Brand) Check***		1) Refrigerator 2) Air Conditioner 3) Washing Machine: 4) Microwave Oven 5) Blender 6) Juicer 7) Electric Kettle 8) Rice Cooker 9) Dish washer 10) Oven(Gas/Electric) 11) Others:	

Please be assured that all of your responses will be kept strictly confidential and your name or personal information will not be used for any follow-up sales or marketing activities.

Emerging Food Market Study_ Home Visit Guideline

Date: __, ___, 2013

Name	
Address	

Home Visit Flow

Session	Time (180 min in Total)
0. Introduction. Ice breaking	5 mins
1. House & Kitchen Interior: Asking while looking around or check	10 mins
2. General life & Cooking and food consumption	15 mins
3. Purchasing Behavior – Shop along	60 mins
4. Storing/Cooking/Eating behavior	60 mins
5. Evaluation of Korean imported food and acceptance	25 mins
6. Wrap-up	5 mins

0. Introduction. Ice breaking	***5 min***

Moderator's introduction of the purpose of the meeting

Today, I'm going to ask you about your eating lifestyle in general.
I would like you to share some thoughts you have had on a daily basis and for questions you have never experienced before, think about the answers here and talk about them

- Topics related to the interview/importance of honest opinions/no right or wrong answers/feel free to talk
- Permission to take pictures and video-record
- Introduction of participants (name, family members (age included), occupation

1. House & Kitchen Interior: Asking while looking around or check	***10min***

1. Looking into the whole house and kitchen while Interview.
(Living room, Bedroom, Kitchen, Restroom, Multipurpose room and veranda etc)
2. Check and make the blueprint of the whole house

☞ ***Interviewer: Requesting the explanation on the kitchen//dining room (focus on cooking, storage, eating areas)***

- Could you introduce your kitchen and dining room?

2. General life & Cooking/Food Consumption	*30 min*

☞***Interviewer: Look around the house and continue the interview***

2-1. [General family lifestyle]

- What kind of leisure activity does your family enjoy?
- Indoor (TV, game, cooking, talking, etc)
- Outdoor (going to park, shopping etc)
- Could you please explain your lifestyle during weekend and weekdays? (hobbies, interests etc)
- What values do you consider are important? (ex. Health, Well-being)
- Let us focus on food consumption. Compared to the past, are there any food items you are recently interested or avoid?

2-2. [Food consumption]

1) General meals

- What is **your "typical" meal** at home? (e.g. breakfast, lunch, dinner, in-between meals, etc.)
- How can you describe the dietary habit in your household? Tell me your family's favorite foods? (e.g. vegetables, potatoes, fish, meat etc.)
- Is it different among your family members? If so, how?
- Are there other foods, drinks (tea), fruits you eat besides your meals?
  ➔ Nutritional foods, drinks (energy drink, vegetables juices), fruits

2) Seasonality

- How is your (and/or your family's) food consumption different in different seasons? (e.g. summer, winter, dry season, rainy season, festival, religious events, etc)
- What food do you frequently consume for each season?
- Are there foods for special occasions or holidays you prepare?

3) Eating out

- When/how often do you eat out?
- What kind of food do you usually consume when eating out? And, why?

2-3. [Cooking]

- How often do you cook?
- Show us your owned cooking equipment/kitchen appliances (e.g. Cook top, electric oven, fryer etc), Cooking tools (fried fan, pot etc), seasoning)
- How do you cook your main dish? Why?

☞***Interviewer: Probe the reason for using specific cooking methods.***

- What kind of cooking appliances do you mainly use? Why? (e.g. Gas Cook top, microwave oven etc)

2-4. [General Food Shopping Behavior]

- Please tell us about your most recent experience in shopping for groceries. What did you buy and how much did you spend?
- Generally, how frequently do you go grocery shopping and where do you go?

2-5. [Imported Food Consumption]

- Are you are aware of the origin of import food?
  If so, what country do you prefer as import food origin? Which do you not prefer?
- What import food brands do you know about? How do you feel about them?
- Where do you get information about import food items? (e.g., in-store, advertisement, internet, etc.)
- What kind of information did you get for which import food?
- In what occasion do you eat import food?
  What are the origins/brands of the import food items?

☞***Interviewer: Pease specify the import food items – by category, sub-brand, etc.***

→ Are there any food items you prefer as an import food item?

- How often do you purchase import food items per week?
- How much do you spend consuming import food items?
- When purchasing import food, what do you expect for it?

(e.g., good quality, organic, inexpensive price, etc.)

- What factors did you consider when purchasing import food? (e.g. price, brand, quality, etc.)

3. Purchasing Behavior – Shop along	***60 min***

3-1. [Shop Along Store Visit]

- Act as normal as possible as if you're visiting the store for grocery shopping incl. imported food for purchasing
- Monitor how respondents purchase their groceries/imported food in store.

[Shop along check points]

- Selected Store Criteria (e.g. distance, price etc.)
- Overall Purchasing Process
- Selected Items Key Buying Factor
  (e.g. ingredients, overall flavor, price, brand, no preservatives, amount, Convenience for cooking, advertisement etc.)
- Selected Items Units/Amounts
- Eye-Catching POP / Advertisement in store /Sales Talk (in Store/Market)

☞***Interviewer: Please ask both general grocery and imported food***

3-2. [Grocery shopping pattern]

- When do you usually go grocery shopping (e.g. weekend, weekdays, day-off, etc.)
- How many times do you visit a grocery shop to purchase food per week?
- What grocery shops do you usually visit? Please let me know the names of the shops.
  → Do you visit different stores for certain food? If so, why?
  (e.g. I usually visit a convenience store to purchase instant food .)
- Who was the main decision maker on purchasing groceries?
- What kind of food items do you usually buy? (include sauces, marinates)
  → What is the most frequently purchased item?
- What are some of the important criteria when you do grocery shopping?

(e.g. packaging, expiration date, freshness, calorie, organic, price, etc.) + origin (source of country)

3-2. [Preferred size/package/promotion]
- What type of packages do you prefer for each of raw/processed food? Why?
- What serving size of processed food do you prefer? Why?
- What type of promotion do you like? (e.g., Buy on get one, free gift, price discount, etc.) Why?

3-3. [Food Consumption Trend]
- Compared to the past, is there any food items you recently consume more?
- Please describe the change in your recent food consumption behavior.
- Based on sales? Or based on media?
- What makes you consume the food items more?
- Is there any changed purchasing pattern since you started consuming the food items?
- If there is, how was it changed?

4. Storing/Cooking/Eating behavior	***30 min***

☞***Interviewer: Refer to the TASK LIST***
Consumer will be asked to store and cook one dish that is considered a "typical" dish that she cooks often at home

- (Storage) How do you keep those? For each item, how / why do you keep those?
- (Cooking) How do you prepare items for cooking? Please prepare a dish you would usually cook and serve for breakfast/lunch/dinner

5. Evaluation of Korean imported food and acceptance	***35 min***

5-1. [Awareness/Perception on 'Korea'/'Korean food']
- Do you know about 'Korea' or 'Korean food'?
  → (If so) what specifically do you know about?
- What is your overall impression on the 'Korea' or 'Korean food'? – Positive/so-so/negative
- Comparing with other origins/brands of food, what is the strength/weakness of Korean food?

5-2. [Purchasing Experience]
☞ **Moderator: please ask those who are aware of Korean raw/processed food.**
- Then, have you purchased Korean food before?
  → (If so) what food items did you purchase?
  → (If so) why did you purchase them?
- Were you satisfied with the Korean food?
  → (If yes) Why? / (If no) Why not?

5-3. [Purchase intention]
- Are you planning to purchase Korean food in the future?
  → (If so) what food items are you going to purchase?
  → (If so) why are you going to purchase them?

5-4. [Price]

☞Interviewer: please ask those who are willing to purchase Korean food & probe for specific food items.

- (For each Korean food item) how much are you willing to pay? Why?
- What is the maximum/minimum price for Korean food?

☞Interviewer: Please show each food concept to respondents & repeat the following questions for each.

→ Refer to score card on the next page.

- Since there are many concepts, ask about preference on a 5 point scale and then select Top5

- Probe on the following for the Top5

- **[First impression]** what was your overall feeling for this concept?
- **[Preference]** how much do you like this concept? Why?
- **[Likes/Dislikes]** what words/sentence/images do you like/dislike? Why?
- **[Purchase Intention]** when this product in the store, how much are you willing to purchase? Why?
- **[Price Premium]** how much is the maximum amount that you are willing to pay?
  What about comparing another imported food?

	Item	Preference Score (1 – 5 scale)	Ranking (Top5)
Fresh	Mushroom		
	Paprika		
	Apple		
	Pear		
	Strawberry		
	Sweet Persimmon		
	Lily		
	Rose		
Proceed food	Makgeolli (Korean Rice Wine)		
	Drink (energy, aloe, fruit, soda etc)		
	Water		
	Alcohol drink (Soju)		
	Citron Tea		
	Powdered milk		
	Ginseng/Red ginseng		
	Kimchi		

	Samgyetang (Chicken Soup)		
	Noodle		
	Sauce (seasoning)		
	Biscuit/ cookies/ crackers		
	Bakery		
	Seaweed paper (snack)		

6. Wrap-up	*5 min*
6-1. Additional questions **6-2. Wrap up** **Thank you for your cooperation!**	

Emerging Food Market_Expert IDI Guideline (importer)

Process Flow

Process Flow				Use time
Warm up			Introduction and way of progress Explanation	5 mins
Main stage	Purpose of investigation		Contents of investigation	
	1	**Imported Foods market trend**	- Imported Foods market trend - Currently handling Imported Foods	20 mins
	2	**Imported Foods distribution and Sales channel**	- Imported Foods entry, customs and regulations - Consumer acceptance toward Imported Foods	20 mins
	3	**Position of Korean food items and future foods in demand**	- Position of Korean imported foods - Current food consumption trends - Promising food categories	20 mins
	4	**Korean Food Concept Evaluation**	-Concept preference -Most preferred and preference evaluation	
Wrap up			Additional opinions or questions	5 mins
Total				70 mins

nielsen Cosmetic FGD Guideline © Copyright 2013 Nielsen

PART	CONTENTS
0. Warm up **(5 mins)**	**1-1. [Purpose and the scope of discussion meeting]** - Introduce moderator and explain purpose of interview - Turn off cell phones etc. - Briefly explain process - What is yours? name, occupation and expertise, work experience, main operation area - Current and previous career experience **1-2. [Confidentiality Issue and Explanation about Ground rules]** - Please feel free to talk freely as what you say today will be kept secret

PART	CONTENTS
1. Import agrifood market trend (20 mins)	**1-1. [Imported Foods market trend]** - What are the Imported Foods trends in your market? ***→ Check main countries and categories*** - What kind of items do you import and purchase to sell? ***→ Probe on purchase and preference reasons*** - Are there any foods people avoid because of specific reasons? If there are, what are these foods? Why? - What are food consumption trends during specific seasons (religious event, festival period)? What changes are significant? **1-2. [Current distribution Imported Foods]** - What kind of Imported Foods do you handle and manage? - Which country do you mainly deal with? - Are there any difficulties or things to be careful when managing these items? - What is important when selecting imported foods? (price, easy customs clearance, local consumers like/preference, etc.)

2. import agrifood distribution and sales channel (20 mins)	**2-1. [Imported Foods entry, customs and management]** - Do you manage both customs clearance and entry when importing foods? - What are some food items that are difficult to import? Please provide examples. ***→ Go to the next section if customs clearance and entry is not handled*** - What is the biggest barrier when you import foods? Please tell me difficulties when you import. [Based on your most recent imported food, please describe the overall process from Importing company/food selection → Selling in local market] as detailed as possible ***→ Probe on importing process and touch points in this process*** ***+ difficulties/barriers in each of these steps*** - Which channels do imported foods go into and sold? ***→ If a variety of channels are mentioned, probe about the most efficient and effective channel*** **2-2. [Consumer response about Imported Foods]** - Which is the most popular food item? Why? ***→ Probe on price, quality, stand share, sales, events, etc.*** ***→ Figure out which has the biggest effect on the factors above*** -Are you responsible for marketing, promoting the current imported food items you sell? - Which marketing strategies are effective? ***→ Probe on specific promotion, marketing activities***
3. Position of Korean food items and future foods in demand (20mins)	**3-1. [Position of Korean imported foods]** - What Korean foods are currently imported into your market? - Which one is the best-selling food among them? - How are attitudes and awareness of the consumers in your country towards Korea food?

	→ Probe on Korean food consumption awareness and usage, behavior - What position are Korean imported products among foreign foods? (Ranking) - Which countries mainly compete with Korean foods? - Is it positive/negative thinking about Korea foods? ***→ Probe about both positive and negative images*** **3-2. [Current food consumption trend]** - Which type of food do people consume? ✓ Western style VS Traditional style ✓ convenient food /instant foods ✓ fresh/organic foods **3-3. [Promising Food Categories]** - Which one is the most promising food likely to consume more in the future? Why? - Which one is the most promising category among Korea foods? What is the reason? - Are there any imported foods likely to increase consumption in the future? Why?
4. Korean Food Concept Evaluation	[Show concepts to respondent] [Refer to evaluation sheet on next page] Based your experience with imported foods, which Korean product do you like as a importer? Please select the Top 5 and tell us your reasons?
5. Wrap up (5 mins)	- Check further questions - Thank you for Participation

	Item	Preference Score (1 – 5 scale)	Ranking (Top5)
Fresh	Mushroom		
	Paprika		
	Apple		
	Pear		
	Strawberry		
	Sweet Persimmon		
	Lily		
	Rose		
Proceed food	Makgeolli (Korean Rice Wine)		
	Drink (energy, aloe, fruit, soda etc)		
	Water		
	Alcohol drink (Soju)		
	Citron Tea		
	Powdered milk		
	Ginseng/Red ginseng		
	Kimchi		
	Samgyetang (Chicken Soup)		
	Noodle		
	Sauce (seasoning)		
	Biscuit/ cookies/ crackers		
	Bakery		
	Seaweed paper (snack)		

nielsen Cosmetic FGD Guideline © Copyright 2013 Nielsen

Emerging Food Market_Expert IDI Guideline (distributor)

Process Flow

Process Flow				Use time
Warm up			Introduction and explanation of study	5 mins
Main stage		Purpose of Study	Contents of Study	
	1	**Imported Foods market trend**	- Imported Foods market trend - Currently handling Imported Foods	20 mins
	2	**Imported Foods distribution and Sales channel**	- Imported Foods entry, customs and regulations - Consumer acceptance toward Imported Foods	20 mins
	3	**Local distribution structure**	- General food distribution structure - Imported/ Korean food import process - Barrier and problems in importing Korean food - Food competition structure - Promising food categories	20 mins
	4	**Korean Food Concept Evaluation**	-Concept preference -Most preferred and preference evaluation	
Wrap up			Additional opinions or questions	5 mins
Total				70 mins

PART	CONTENTS
0. Warm up **(5 mins)**	**1-1. [Purpose and the scope of discussion meeting]** - Introduce moderator and explain purpose of interview - Turn off cell phones etc. - Briefly explain process - What is yours? name, occupation and expertise, work experience, main operation area - Current and previous career experience **1-2. [Confidentiality Issue and Explanation about Ground rules]** - Please feel free to talk freely as what you say today will be kept secret

PART	CONTENTS
1. Imported Foods market trend **(20 mins)**	**1-1. [Imported Foods market trend]** - What are the Imported Foods trends in your market? *→ Check main countries and categories* - What kind of items do you import and purchase to sell? *→ Probe on purchase and preference reasons* - Are there any foods people avoid because of specific reasons? If there are, what are these foods? Why? - What are food consumption trends during specific seasons (religious event, festival period)? What changes are significant? **1-2. [Current distribution Imported Foods]** - What kind of Imported Foodss do you handle and manage? - Which country do you mainly deal with? - Are there any difficulties or things to be careful when managing these items?

2. Imported Foods distribution and sales channel (20 mins)	**2-1. [Imported Foods entry, customs and management]** - Do you manage both customs clearance and entry when importing foods? - What are some food items that are difficult to import? Please provide examples. *→ Go to the next section if customs clearance and entry is not handled* - What is the biggest barrier when you import foods? Please tell me difficulties when you import. [Based on your most recent imported food, please describe the overall process from Importing company/food selection → Selling in local market] as detailed as possible *→ Probe on importing process and touch points in this process* *+ difficulties/barriers in each of these steps* - Which channels do imported foods go into and sold? *→ If a variety of channels are mentioned, probe about the most efficient and effective channel* **2-2. [Consumer response about Imported Foods]** - Which is the most popular food item? Why? *→ Probe on price, quality, stand share, sales, events, etc.* *→ Figure out which has the biggest effect on the factors above*
3. Local distribution structure (20mins)	**3-1. [Overall food distribution structure]** **- Please explain about overall food distribution structure of your country** ✓ Main distribution channel ✓ Distribution Cycle from (origin → wholesale → retail) ✓ Main food buying channels - Probe on difference in region or social class **3-2. [Foreign food import process]** - Which process do you use when you import foreign foods to local? *→ Check from origin to the final consumer*

	- What are reasons buyers purchase certain foreign foods? - Are there any Korean foods? *→ Additionally probing about Korea food buying.* **3-3. [Barrier and difficulties when exporting of Korean food]** - Which is the biggest barrier when importing foreign foods? Please tell me about difficulties. *→ If there are any differences between countries, compare between Korea and others.* - What are laws and institutional barrier? How do you solve these problems? **3-4. [Competition structure of food]** - How much of a priority is foreign food in your markets? - Which country's imported foods sell well? What is the reason? - What position are Korean imported products among foreign foods? (Ranking) - Which countries mainly compete with Korean foods? **3-5. [Promising food categories]** - Which one is the most promising category among Korea foods? What is the reason? - Are there any imported foods likely to increase consumption in the future? Why is that?
4. Korean Food Concept Evaluation	[Show concepts to respondent] [Refer to evaluation sheet on next page] Based your experience with imported foods, which Korean product do you like as a importer? Please select the Top 5 and tell us your reasons?
5. Wrap up (5 mins)	- Check further questions - Thank you for Participation

	Item	Preference Score (1 – 5 scale)	Ranking (Top5)
Fresh	Mushroom		
	Paprika		
	Apple		
	Pear		
	Strawberry		
	Sweet Persimmon		
	Lily		
	Rose		
Proceed food	Makgeolli (Korean Rice Wine)		
	Drink (energy, aloe, fruit, soda etc)		
	Water		
	Alcohol drink (Soju)		
	Citron Tea		
	Powdered milk		
	Ginseng/Red ginseng		
	Kimchi		
	Samgyetang (Chicken Soup)		
	Noodle		
	Sauce (seasoning)		
	Biscuit/ cookies/ crackers		
	Bakery		
	Seaweed paper (snack)		

수출시장 신규개척 및 다변화 심층조사_전문가 IDI 가이드라인

전체 진행 Flow

진행 Flow				소요시간
Warm up			소개 및 진행방법 설명	5 mins
Main stage	조사 목적		조사 내용	
	1	**Socio –Economics/ Socio Culture**	- Socio-Economic trend - Socio-Culture	10 mins
	2	**Demographical change**	- Demographic trend - Household trend - 타 문화 영향력	10 mins
	3	**Dietary Life style**	- 전반적 식생활 이해 - 현재/향후 식품 소비 트렌드 - 외산 농식품 소비 - 한국 농식품에 대한 인식	20 mins
	4	**현지 유통 구조 파악**	- 전반적 식품 유통 구조 - 한국 농식품 수출 프로세스 - 한국 농식품 수출 시 장벽 및 어려움 - 농식품 경쟁 구조 - 유망 농식품 품목	20 mins
Wrap up			정리 및 추가 의견 확인	5 mins
Total				70 mins

nielsen Cosmetic FGD Guideline © Copyright 2013 Nielsen

PART	CONTENTS
0. Warm up **(5 mins)**	**1-1. [좌담회 목적 및 범위]** - 모더레이터 소개 및 인터뷰 목적에 대한 소개 - 원활한 대화진행을 위해 휴대폰 끄기 부탁 - 진행 Flow 간단하게 설명 - 자기소개: 이름, 직업/연구 분야, 경력, 근무처 등. **1-2. [Confidentiality Issue 및 Ground rule 에 대한 설명]** - 본격적으로 진행 하기 전에 먼저 오늘 여기에서 논의한 주제나 내용은 절대 비밀이 유지되니 편하게 말씀해 주시기 바랍니다.

PART	CONTENTS
1. Socio – Economics/ Socio Culture **(10 mins)**	**1-1. [Socio-Economic trend]** - 최근 '미얀마/캄보디아'의 전반적인 사회 경제적 트렌드 어떠한가요? ***➔ 주요 경제적/정치적 이슈 확인*** ***➔ 연령층 별 주요 관심사/고민/라이프 스타일/직업/교육 수준 등 확인*** **1-2. [Socio-Culture]** - 타 문화와 비교했을 때 '미얀마/캄보디아'의 문화는 어떻게 정의할 수 있을까요? - '미얀마/캄보디아'의 문화/종교의 주요 특징은 무엇이 있나요? - 2013 년도의 사회 문화적으로 특히 중요했던 이슈나 뉴스는 무엇이었나요? - 현재 '미얀마/캄보디아'에 가장 영향력을 크게 미치는 국가는 어디인가요?
2. Demographical change **(10 mins)**	**2-1. [Demographic trend]** - 최근 '미얀마/캄보디아' 에서 인구 분포학적으로 어떠한 변화가 있나요? ex) 노인 인구 증가, 출생률 하락 등 - 성 역할(gender role)이나 연령 집단에 있어 어떤 변화가 있나요? - 최근 사회를 이끌어나가는 집단으로 대두되는 그룹은 누구인가요?

	ex) 중산층 구매력 증가, young generation 의 소비 트렌드 주도 등 ***➔ 인구 구성 변화 및 주요 계층 확인*** - '미얀마/캄보디아인'들이 성취하고 싶어하는 목표나 꿈은 무엇인가요? **2-2. [Household trend]** - '미얀마/캄보디아' 의 전형적인 가족 형태/구성은 어떠한가요? ex) 대가족 vs 핵가족, 가족 구성원 수 등 - 사회 경제적 지위에 따라 혹은 지역에 따라 가족 구성 형태가 다른가요? - 가정 내 경제권을 갖고 있는 가족 구성원은 주로 누구인가요? - 경제권을 갖는 가족 구성원이 주로 구매결정을 하는 편인가요? 아니면 배우자, 자녀 등이 주로 구매결정을 내리나요? ***➔ 주 구매 결정자/영향력자 확인*** - 가정 내 성 역할(gender role)은 어떻게 나뉘어져 있나요? 혹시 성 역할에 있어 최근에 변화한 것이 있나요? ex) 최근 여성의 취업율 증가 등 **2-3. [타 문화 영향력]** - '미얀마/캄보디아' 는 주로 어떤 문화의 영향을 많이 받는 편인가요? - 최근 문화적으로 영향을 많이 끼치는 국가가 있나요? ex) 할리우드 영화, 한류 등 ***➔ 해외 영화 및 드라마 시청 등의 외국 문화 소비 내용 확인*** - '미얀마/캄보디아인'들은 이런 외국 문화 소비에 대해서 주로 어떤 태도를 갖고 있나요? - 이런 소비 문화가 외산 제품에 대해 긍정적인 영향력을 주고 있나요? 어느 정도의 영향력을 가지나요? **Moderator: 만약 한국 문화가 언급된다면, 구체적으로 Probing**
3. Dietary Life style (20mins)	**3-1. [전반적 식생활 이해]** - 미얀마/캄보디아의 전반적인 식생활 및 식품 소비 습관에 대해서 말씀해주세요. ✓ 주요 소비 식재료 및 가공식품 ✓ 1 인당 식료품 소비 수준 ✓ 식료품 소비 행태- 식료품 구매 빈도, 구매 채널 등 ***➔ 지역별/소득 수준별 식품 소비 차이 확인*** - 미얀마/캄보디아인들이 특정 이유에 따라 피하는 식품이 있나요? 있다면 어떤

	식품인가요? . - '미얀마/캄보디아인'들의 식품 소비는 특정 시즌 (종교 행사, 축제기간 등)에 따라 변화하는 특성이 있나요? 있다면 어떤 변화가 있나요? **3-2. [현재/향후 식품 소비 트렌드]** - 최근에 '미얀마/캄보디아'인들이 더 많이 소비하게 된 식품 무엇인가요? ✓ 서양식 vs 전통식 ✓ 간편식/인스턴트 식품 ✓ 신선/유기농 식품 - 향후 어떤 식품들을 '미얀마/캄보디아인들이 많이 소비하게 될 것 같나요? 왜 그렇게 생각하시나요? **3-3. [외산 농식품 소비]** - 최근에 미얀마/캄보디아인들이 많이 소비하는 외산 농식품은 무엇인가요? - 주로 어떤 계층/지역의 사람들이 외산 농식품을 소비하나요? - 외산 식품 소비에 대해서 미얀마/캄보디아인들은 어떻게 생각하나요? ex) 사회 계층이 높은 사람들이 영위하는 식생활 **3-4. [한국 농식품에 대한 인식]** - 현재 미얀마/캄보디아 시장에 수입되고 있는 한국 농식품은 어떤 것들이 있나요? 그 중 어떤 농식품이 가장 잘 팔리나요? - 미얀마/캄보디아인들의 한국 식품에 대한 인식 및 태도는 어떠한가요? ➔ ***한국 식품 소비 행태 확인 및 인식 Probing***
4. 현지 유통 구조 파악(20mins)	**4-1. [전반적 식품 유통 구조]** - 미얀마/캄보디아의 전반적인 식품 유통 구조에 대해서 설명해 주세요. ✓ 주요 유통 채널 ✓ 원산지-도매-소매로 이어지는 유통 Cycle ✓ 미얀마/캄보디아인의 주요 식품 구매 채널 **4-2. [한국 농식품 수출 프로세스]** - 한국 농식품을 현지로 수출할 때의 어떤 프로세스를 통해 수출하나요? ➔ ***수출 준비단계부터 수출 후 판매까지 구체적인 수출 과정 확인*** - 한국 농식품의 주 Buyer 들은 어떤 업체들인가요? - Buyer 들이 한국 농식품을 어떤 이유 때문에 주로 Buying 하고 있나요?

	4-3. [한국 농식품 수출 시 장벽 및 어려움] - 한국 농식품 수출 시 어떤 것들이 가장 큰 장벽인가요? 수출 시 어떤 어려움들이 있는지 말씀해주세요. - 미얀마/캄보디아 정부 차원에서 국산 제품 보호를 위해 방어하기 위한 법, 제도 등이 있나요? - 이러한 법과 제도들 때문에 실제 수출 시 어려움을 느끼게 하나요? **4-4. [농식품 경쟁 구조]** - 미얀마/캄보디아 농식품 시장에 있어 외산 식품의 비중은 어떠한가요? - 어떤 국가의 외산 식품들이 가장 잘 팔리나요? 그 이유는 무엇인가요? - 한국은 미얀마/캄보디아 농식품 내에 어떤 위치에 있나요? - 한국 농식품과 경쟁하고 있는 제품은 주로 어떤 국가/제조사의 제품인가요? **4-5. [유망 농식품 품목]** - 한국산 농식품 중 향후 가장 유망한 품목은 무엇입니까? 그 이유는 무엇인가요? - 현재 이미 수출되고 있는 식품 중 향후 소비가 증가할 것 같은 식품이 있나요? 왜 그러한가요?
5. Wrap up **(5 mins)**	- 추가 질문 여부 확인 - 참석자에게 감사의 말을 전하고 마침

수출시장 신규개척 및 다변화 심층조사_전문가 IDI 가이드라인 (수출업체)

전체 진행 Flow

진행 Flow				소요시간
Warm up			소개 및 진행방법 설명	5 mins
Main Stage		조사 목적	조사 내용	
	1	취급 농식품 수출 과정	- 현 취급 수출 농식품 소개 - 현 취급 수출 농식품 과정 및 애로 사항	30 mins
	2	취급 농식품 유통/판매 채널	- 수출 농식품 유통 및 판매 채널	10 mins
	3	한국 농식품 유망 품목	- 취급 품목 내 경쟁 농식품 - 향후 유망 농식품	20 mins
Wrap up			정리 및 추가 의견 확인	5 mins
Total				70 mins

PART	CONTENTS
0. Warm up **(5 mins)**	**1-1. [좌담회 목적 및 범위]** - 모더레이터 소개 및 인터뷰 목적에 대한 소개 - 원활한 대화진행을 위해 휴대폰 끄기 부탁 - 진행 Flow 간단하게 설명 - 자기소개: 이름, 직업/연구 분야, **경력**, 근무처 등. **1-2. [기밀 유지 및 Ground Rule 설명]** - 본격적으로 진행 하기 전에 먼저 오늘 여기에서 논의한 주제나 내용은 절대 비밀이 유지되니 편하게 말씀해 주시기 바랍니다.

PART	CONTENTS
1. 취급 농식품 수출 과정 **(30 mins)**	**[취급 수출 농식품 수출 과정]** **1-1. 현 취급 수출 농식품 소개** - 1) 현재 취급, 관리하는 수출 농식품과 국가는 어떻게 되나요? - 2) 수출/진출을 결정하게 된 이유와 동기는? ***➔ 취급 품목에 대한 진출 동기 구체적으로 probing*** **1-2. 현 취급 수출 농식품 수출 과정 및 애로 사항** **(단계에 대한 정보가 없을 경우 skip)** - 1) 현지 바이어/수입업체 컨택과 선정 ***➔ 컨택 방법과 선정 이유에 대해 구체적으로 probing*** ***➔ 바이어 경쟁력, 신뢰 등 형성 이유*** ***➔ 바이어와 지속적으로 거래하는지? 왜 계속 하는지? (또는 안 하는지?)*** - 2) 패키징, 라벨링, 용기 선정 등 ***➔ 번역, 기재 정보 부족 등 이슈 사항 probing*** - 3) 등록/인증 ***➔ 절차상 어려움 및 비용 등***

	→ 대행사 활용할 경우 추천 대행사 및 비용 - 4) 운송/통관 & 반입 ***→ 운송: 육상, 철도, 선박, 항공 등에서의 이슈*** ***(냉장 시설 트럭, 리퍼 컨테이너 등)*** ***→ 통관 & 반입: 가능한 선에서 답변*** ***포워더 활용 시 포워드 컨택 및 선정 방법 probing*** - 5) 지불조건 (대금지불, 거래조건) ***→ 신용 거래(L/C) 어려울 경우 50:50 선급금 현금 거래 등*** - 6) 기타 과정 및 애로 사항 ***→ 바이어/수입업체 complain 사항 및 상관습*** ***→ 대행사 및 포워더 상관습, 절차, 준비물***
2. 수입 농식품 유통 및 판매 채널 (10 mins)	**[취급 농식품 유통/판매 채널]** **2-1. 수출 농식품 유통 및 판매 채널** - 유통 전략은 어떻게 되나요? ***→ 1) 수입상을 통한 진출: 수입상이 수출업체에게 받아서 대형 유통 마트 등 납품*** ***2) 대형 유통사 직접 납품: PB(Private Brand) / Lease Marketing 전략*** ***(ex. 러시아의 논산 딸기)*** - 수입된 농식품은 어떤 채널로 유입되어 판매가 되고 있나요? ***→ 1) 프리미엄 전략: 고급 슈퍼마켓, 대형 마트 체인*** ***2) 중저가 전략: 할인 슈퍼, 창고형 마트*** ***3) niche 전략: 전문샵, 동양 마트*** - 유통/판매 채널 상관습으로 인한 어려움? ***→ 사례 중심으로 소개와 극복 방안 probing*** - 현재 취급하는 농식품을 대상으로 직접 마케팅, 홍보 활동을 벌이고 있는가? ***→ 어떤 형태로 진행되며 어떤 전략이 효과적이었나요?***

	→ 수입업체가 마케팅을 대신할 경우에는 어떤 준비가 필요한가? ***→ 제품 도입 성숙도에 따른 마케팅 전략에는 차이가 있는가?*** ***1) 초기: 시식회, 식당 trial*** ***2) 중기: 홍보 이벤트, 사은품 (덤)*** ***3) 성숙기: 1+1, 할인 행사*** - 어떤 방식을 통해 소비자들의 입맛(taste)에 맞는 제품인지 알게 되었나요? ***→ 누구로부터 정보를 받았는지 소스 확인 (유통업체, 소비자 조사 등)***
3. 한국 농식품 및 유망 품목에 대한 입장 (20mins)	**[한국 농식품 유망 품목]** **3-1. 취급 품목 내 경쟁 농식품** - 취급 농식품 품목 내에서 경쟁하고 있는 제품은 어떤 것이며 어느 국가/제조사인가요? - 경쟁 국가/제조사 성공 사례? ***→ 성공 요소에 대한 구체적 probing*** ***1) 제품 KBF: 가격, 품질, 맛, 영양 등*** ***2) 바이어/수입업체, 유통 채널*** ***4) 마케팅, PR 활동*** **3-2. 향후 유망 농식품** - 향후 어떤 농식품을 추가적으로 수출해보고 싶은지요? 왜 그렇게 생각하시나요? - 현재 이미 수출되고 있는 식품 중 향후 소비가 증가할 것 같은 식품이 있나요? 왜 그러한가요? **향후 수출 희망 업체에게 당부하고 싶은 점이나 유의 사항은?**
4. Wrap up (5 mins)	- 추가 질문 여부 확인 - 참석자에게 감사의 말을 전하고 마침

수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사

미얀마/캄보디아 편

- 발 행 일 : 2013. 12.
- 발 행 처 : 한국농수산식품유통공사
  137-787, 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터
  02) 6300-1114 http://www.at.or.kr
- 수행기관 : 닐슨컴퍼니코리아주식회사
- 자료문의 : aT 농수산식품기업지원센터 식품수출정보팀
  02) 6300-1393, 1408
- 자료게재 : www.kati.net

○ 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산식품유통공사가 시행한 「수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사(미얀마/캄보디아)」 보고서 입니다.

○ 자료 내용은 출처를 명시하면 인용하실 수 있으나 무단전재 및 복사는 법에 저촉됩니다.