

## 베트남 시리얼 시장 동향

2022년 1월 20일, 하노이지사

### □ 키워드 :

시리얼은 크게 핫(HOT) 시리얼과 RTE(Ready To Eat) 시리얼로 나뉘며, 핫 시리얼은 따뜻한 우유나 두유에 타 먹거나 전자레인지에 돌려먹는 제품으로 귀리 등을 포함한 제품이 많은 반면 RTE 시리얼은 바로 먹을 수 있는 제품으로 대부분의 일반 시리얼을 뜻함

### ○ 베트남 시리얼 시장규모

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 시리얼 시장분석 보고서에 따르면, '21년 시장규모는 17백만불로 전년대비 9.1% 성장하였으며, '17년부터 '21년까지 연평균 16.3%의 높은 성장률을 보이고 있음
  - \* '26년까지 베트남 시리얼 시장은 '21년 대비 약 68% 증가한 28.3백만불 수준으로 성장할 것으로 전망
- '21년 베트남 시리얼 시장규모는 RTE 시리얼이 70%(12백만불)를 차지하고 있으며, 핫 시리얼은 30%(4.8백만불) 수준으로 현지 소비자들은 RTE 시리얼을 선호하는 것을 알 수 있음

### < 베트남 시리얼 시장규모 >

(단위: 백만US\$, %)

구분	'17	'18	'19	'20	'21
시리얼 시장규모	9.2	11.0	13.7	15.4	16.8
RTE 시리얼	6.5	7.8	10.0	11.1	12.0
HOT 시리얼	2.7	3.3	3.8	4.3	4.8

자료원: 유로모니터(Euromonitor)

- 시리얼 시장규모 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 RTE 시리얼은 '21년 12백만불로 전년 대비 8.0% 성장한 수준으로, '17년 ~ '21년까지 연평균 11.4%의 높은 성장률을 보이고 있음

\* '26년까지 베트남 RTE 시리얼 시장은 '21년 대비 약 58% 증가한 19.1백만불 수준으로 성장할 것으로 전망

- RTE 시리얼 제품별 판매액은 어린이용 시리얼 9.5백만불(80%), 그 외 가족용 시리얼 2.5백만불(20%)임

○ **현지 소비자들의 아침식사 트렌드 변화**

- 현지 소비자 설문조사 및 기타 조사자료에 따르면, 베트남의 경제 성장 이전 도이머이(Doi Moi) 정책 시행 전·후 시점(1970~1990) 주식은 쌀밥, 국, 느억맘(피시소스) 등으로 이뤄진 전통 아침 식사 였으나,
- 1990년 이후 본격적인 경제 성장이 이뤄짐에 따라 현지 소비자들의 가계소득 증대, 산업화에 따른 소규모 단위 가정 증가 및 서구적 식문화 보편화 등의 이유로 반미(Banh Mi), 시리얼 등 아침식사가 간소화 되거나 외식 수요가 크게 증가하였음
- 또한, '20년부터 코로나19 확산에 따른 강력한 사회적 거리두기 시행으로 인한 이동 및 외출 제한 등의 이유로 아침식사 트렌드가 변화되고 있는 추세임

< 현지 소비자들의 아침식사 트렌드 변화 과정 >

	⇒			⇒	
전통 아침식사 1970~1990년		쌀국수, 반미 등 1990~2010년			시리얼 등 2010년 ~

○ **시리얼 시장동향**

- 급격한 산업화로 인해 바쁜 일상을 보내는 소비자들이 증가하면서 전통적인 아침 식사 대용 시리얼 등의 구매수요 증가세
- 특히, 호치민 및 하노이 등 타 지역 대비 소득 수준이 높고 서구 문화에 거부감이 없는 일정 소득 이상의 중산층을 중심으로 빠르게 확산되고 있음

- 시리얼의 경우 90% 이상이 현대적 유통채널을 통해 유통되고 있으며 재래시장은 7.5%, 온라인 쇼핑몰은 1.6% 수준임
  - \* 현대적 유통채널별 유통 비율 : 슈퍼마켓 81.5%, 하이퍼마켓 7.8%,편의점 1.5%
- 기업별 베트남 시리얼 시장 점유율은 다국적 기업 네슬레(Nestle, 40.6%) 및 켈로그(Kellogg, 25.3%) 상위 2개사가 전체의 66%를 차지하고 있으며, 그 외 베트남 식품기업인 쑤언안(Xuan An, 12.4%) 등임

이미지	정보	비고
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제조사/브랜드명 : 네슬레/마일로</li> <li>○ 가격 및 중량 110천vnd(약 5.5천원)/330g</li> <li>○ 특징 : 스위스의 다국적 식품 기업으로 베트남 시리얼 시장규모의 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 주요 제품은 Milo, KoKo Krunch 등임</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제조사/브랜드명 : 켈로그</li> <li>○ 가격 및 중량 : 75천vnd(약 3.7천원)/300g</li> <li>○ 특징 : 미국의 다국적 식품 기업으로 베트남 시리얼 시장규모 2위 차지, 주요 제품은 Special K, Fruit Ring 등</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제조사/브랜드명 : 쑤언안</li> <li>○ 가격 및 중량 : 131천vnd(약 6.5천원)/400g</li> <li>○ 특징 : 베트남 식품 기업으로 베트남 시리얼 시장 규모 3위 차지, 주요 제품은 오트밀 등 핫 시리얼</li> </ul>	

### ○ 시사점

- 베트남의 경제 성장 및 코로나19 영향 외식 제한 등의 이유로 시리얼 시장규모는 매년 10%이상의 성장률 유지하고 있으며, 서구 문화에 익숙한 MZ세대를 중심으로 베트남 시리얼 시장규모는 향후 더욱 성장할 수 있을 것으로 전망

- 특히, RTE 시리얼 중 어린이용 시리얼이 판매액의 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 보아 성장기 아이들에게 필요한 비타민, 아미노산 등이 함유된 제품의 베트남 시장 공략에 용이할 것으로 보임
- 또한, 최근 코로나19 이후 현지 소비자들의 건강에 대한 관심 증가 추세로 글루텐 프리(Gluten Free), 유기농 제품 등 건강식 아침식사 대용 시리얼 등의 제품이 소비자들의 관심을 받을 수 있을 것으로 전망

○ 출처

- Shopee 등 베트남 전자상거래 쇼핑몰 및 Euromonitor 등