



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 라면(Instant noodles)

Country : 베트남(Vietnam)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	8
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	9
1. 소비 트렌드 .....	11
2. 제품 트렌드 .....	12
3. 유통 트렌드 .....	13
4. 정책 트렌드 .....	14
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	15
1. 경쟁제품 선정 .....	17
2. 정량 분석 .....	18
3. 정성 분석 .....	29
4. 현지 방문 조사자료 .....	20
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	31
1. 경쟁사 선정 .....	33
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	34
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	37
1. 추천 진출 경로 .....	39
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	42
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	44

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	48
1. 통관 및 검역 절차 .....	51
2. 관세율 정보 .....	55
3. FTA 정보 .....	56
4. 통관 및 검역 주의사항 .....	57
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	58
1. 인증 취득정보 .....	62
2. 인증 취득제품 .....	64
3. 제출서류 .....	65
4. 전문가 인터뷰 .....	66
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	67
1. 라벨 표기사항 .....	68
2. 라벨링 예시 .....	69
<b>X. 위생 요건 정보</b> .....	70
1. 식품첨가물 규정 .....	72
<b>※ 참고문헌</b> .....	74



# I. 시장 통계

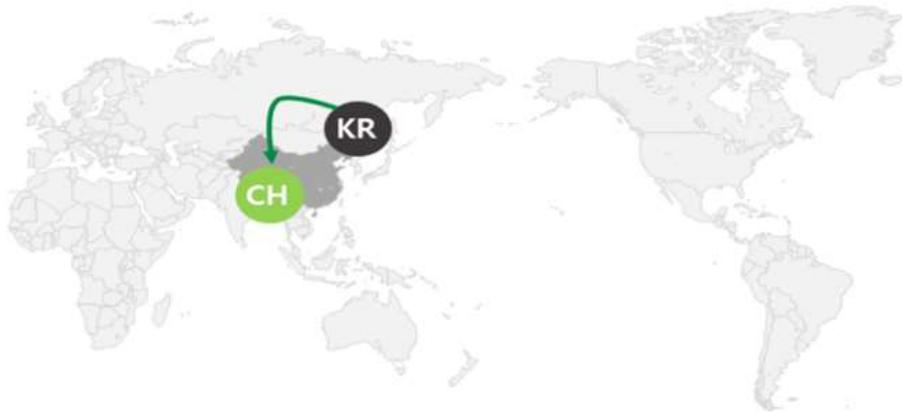
## ※ 시장 통계 OVERVIEW

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

# 시장 통계 OVERVIEW



2015년 베트남 내 HS CODE 1902.30 품목 수입액 규모



## ▶ 베트남 내 라면 매출 추이

(단위 : 조 동)



글로벌 수입규모  
1위 영국, 26위 베트남  
베트남 수입상대국, 한국 1위  
2015년 기준 매출액  
26조 5,000억 동

# 1. 통계분석 기준 설정

## HS CODE 확인 사이트

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

## 라면 통계 기준 설정

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

## 수입 통계 기준, HS CODE 1902.30으로 설정

글로벌 및 베트남 내 라면의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1902.30을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1902.30 해당 품목은 주로 파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 등 그 밖의 방법으로 조제한 것 포함)와 쿠스쿠스, 기타 인스턴트 면 등을 기제로 함

표 1.1 : 라면 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1902.30
	베트남 수입규모 및 성장률		
품목 통계	베트남 라면 시장규모 및 성장률	품목 키워드	Instant noodles
	베트남 라면 종류별 점유율		Cup noodles

표 1.2 : 베트남 내 라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 마카로니 누들 라자니아 뇨키 라비올리 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.10	인스턴트 면류
	1902.30.1010	<b>라면</b>
	1902.30.1090	기타
	1902.30.9000	기타
베트남	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 마카로니 누들 라자니아 뇨키 라비올리 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스
	1902.30	<b>기타 파스타</b>
	1902.30.40	기타 인스턴트 면

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

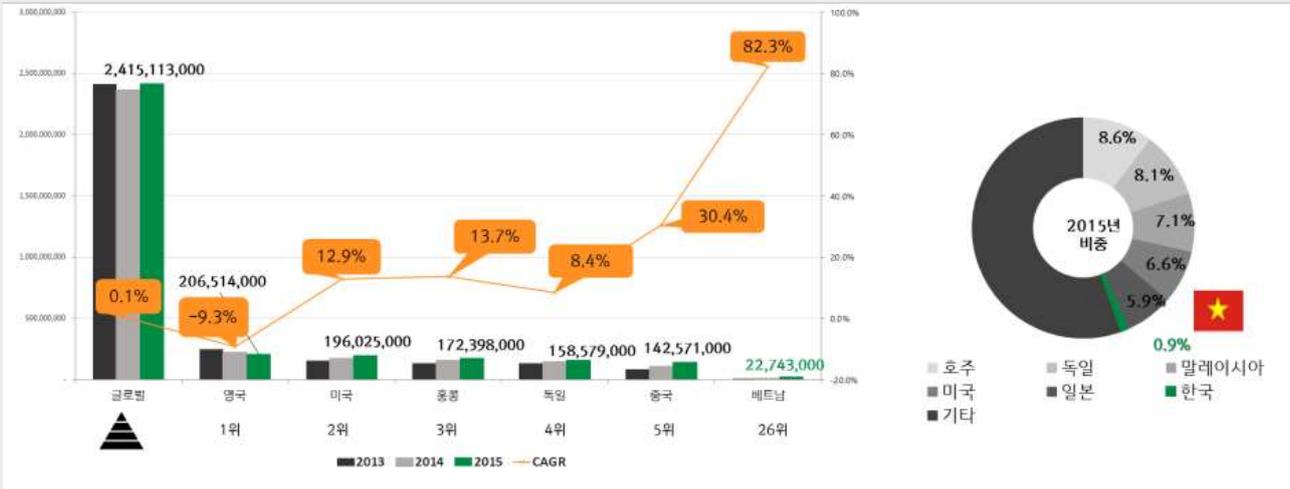
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

# 1. 통계분석 기준 설정

## 글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1902.30 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



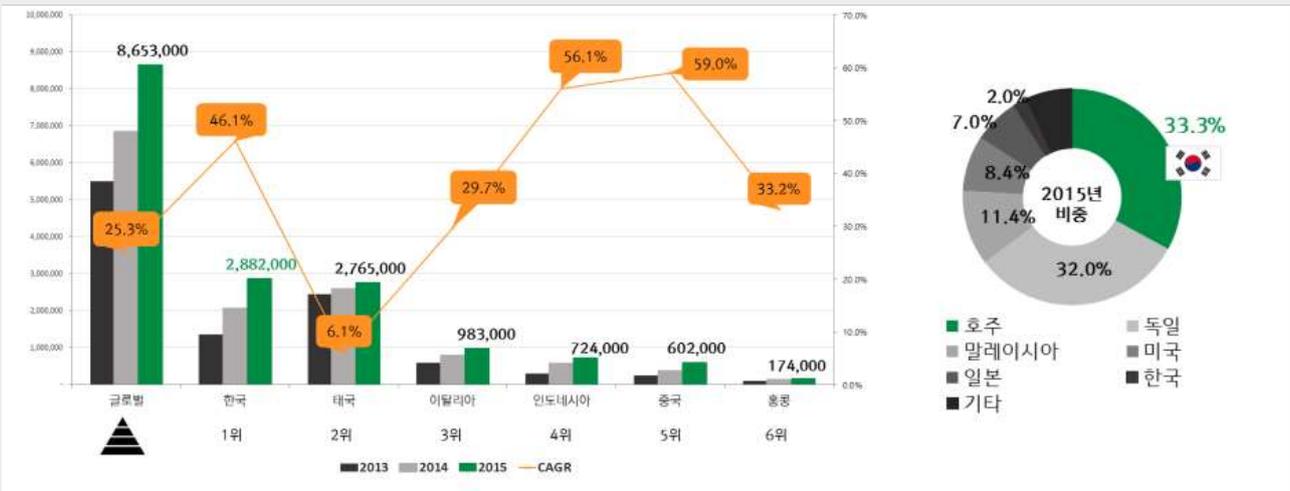
출처 : International Trade Centre(legacy.intracen.org)

- 2015년 기준 HS CODE 1902.30 품목의 수입규모는 24억 1,511만 3,000달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 0.1%의 상승세를 기록함. 베트남의 수입액 규모는 26위에 그쳤지만, 연평균 82.3%의 높은 성장률을 보여 다른 국가 대비 괄목할만한 성장세를 기록함
- 베트남 수입규모는 전체 수입액의 0.9%를 차지하고 있으며, 영국과 미국이 각각 8.6%, 8.1%를 차지함

## 베트남 수입 통계 분석

표 1.4 : 베트남 HS CODE 1902.30 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(legacy.intracen.org)

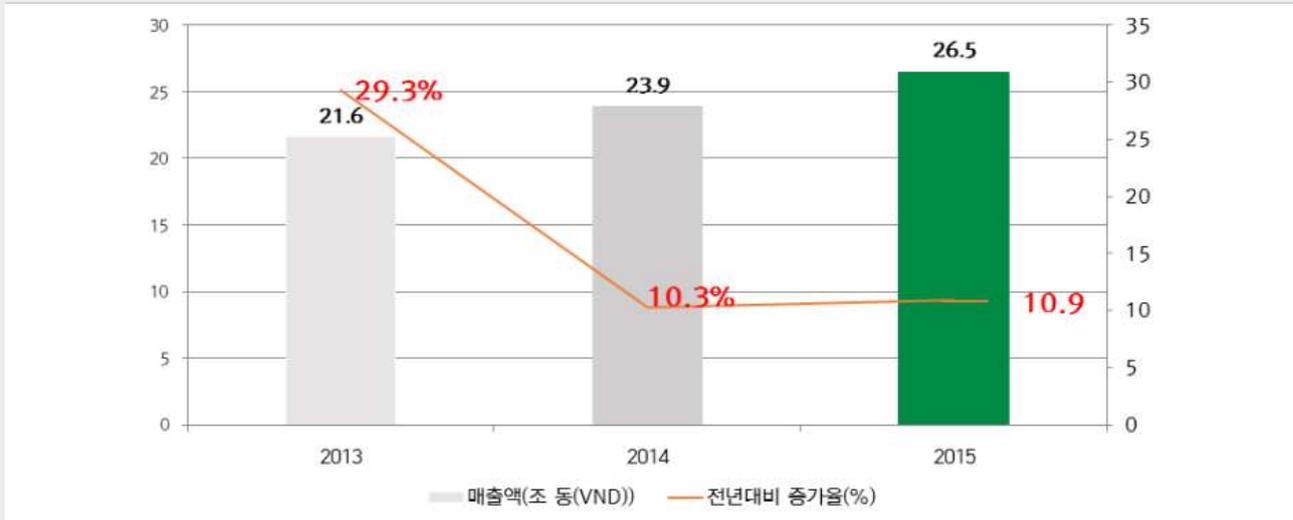
- 2015년 기준 베트남 내 HS CODE 1902.30 최대 수입국은 한국으로 288만 2,000달러의 수입액을 기록함. 상위 5개국 모두 성장세를 기록했으며 특히 수입액 기준 상위 5위를 기록한 중국은 59.0%로 가장 높은 성장률을 보임
- 한국산 제품의 수입량이 두드러지나 상기 자료에서 베트남의 인스턴트 면류 수입 규모가 26위였다는 점을 감안한다면 베트남 시장 내 인스턴트 면 제품은 주로 현지산 제품이 높은 점유율을 보이고 있는 것으로 사료됨. 따라서 현지산 경쟁제품에 대한 대비책을 강구해야 할 필요가 있음

## 2. 품목통계 종합분석

### 베트남 라면 시장 규모 및 판매량

표 1.5 : 베트남 내 연도별 라면 매출 추이

(단위 : 조 동, %)



출처 : Euromonitor International(www.euromonitor.com)

- 2013년도에 베트남 라면 매출액은 전년 대비 29.3% 상승함. 3개년 동안 라면 매출은 꾸준히 상승세를 기록하지만 2013년 대비 2014년과 2015년의 성장률은 절반가량으로 낮은 수준임
- 그러나 베트남은 세계 4위 라면 소비국이고, 식사로 면을 섭취하는 것에 익숙하기에 라면 시장은 적은 폭이라도 꾸준히 성장 가능성이 있는 분야로 여겨지고 있음

### 베트남 시장 내 라면 형태별 판매 추이

표 1.6 : 베트남 시장 내 라면 제품 형태별 판매 추이

(단위 : 천 톤)



출처 : Euromonitor International(www.euromonitor.com)

- 베트남에서는 봉지라면이 압도적으로 높은 판매량을 보임. Euromonitor International에 따르면 2014년 기준 봉지라면은 10억 2,400만 달러가 소비되었고, 컵라면은 1억 500만 달러가 소비되었음
- 컵라면 매출은 2010년 35만 1천 톤에서 2011년 16만 4천톤으로 하락한 이후 소폭 성장세를 보이고 있지만 아직 수요가 높지 않은 시장임. 따라서 봉지라면에 비해 경쟁이 치열하지 않을 것으로 예상되는 컵라면 시장을 선점하는 것 또한 하나의 과제가 될 수 있을 것으로 사료됨



## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

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

# 시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	Kantar Worldpanel	www.kantarworldpanel.com
2	미국농무부	www.usda.gov
3	베한타임즈	viethantimes.com
4	세계라면협회	instantnoodles.org
5	tuoitrenews	tuoitrenews.vn
6	Inside Asia Retail	insideretail.asia
7	kotra	news.kotra.or.kr
8	Mi cay sasin	micaysasin.vn
9	아시아경제	www.asiae.co.kr
10	환경데일리	ecoday.kr/news

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	-라면 소비(Instant noodle consumption) -소비 트렌드(Consumption trend)
제품	-불닭볶음면 -Mi cay
유통	-베트남 유통매장 성장률 (Vietnam distribution channel growth rate) -라면 판매점 (Instant noodle store)
정책	-베트남 식품 이슈 (Vietnam food market issue) -소비자 트렌드 (Consumer trend) -베트남 식품 정책 (Vietnam food policy)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남은 지금 라면 강국             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 매주 평균 한 봉지의 라면을 소비하는 베트남인</li> </ul> </li> <li>- 다양한 맛을 선호하는 베트남 소비자             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 베트남에서 선호되는 5가지 라면의 맛</li> </ul> </li> </ul> <p><b>"베트남인들에게 있어 라면 구매시 가장 중요한 요소는 소스 맛이다."</b></p>
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화끈한 맛, 화끈한 놀이가 된다</li> <li>· 불닭볶음면 먹기에 도전하는 베트남 젊은층</li> <li>- 7단계에 도전하라</li> <li>· 현지화에 성공한 매운 라면 Mi Cay</li> </ul>
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 편의점을 잡아라</li> <li>· 가속화되는 편의점 성장</li> <li>· Vinmart+의 공격적인 시장 확대</li> </ul>
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남, 안전 먹거리가 뜬다</li> <li>· 정부 주도의 식품 산업 국가 브랜드 구축 사업</li> </ul>

## 1. 소비 트렌드

### 베트남은 지금 라면 강국

글로벌 소비자 마케팅 기업 칸타 월드패널(Kantar Worldpanel)의 2014년 보고서 Brand Footprint 2014에 따르면 라면은 베트남 소비자들이 가장 자주 구입하는 일용소비재 품목임. 베트남인들은 매주 평균 한 봉지의 라면을 소비하고 있음

이러한 인스턴트 라면 점유율의 상승은 바로 베트남인들의 식습관과 관련이 있음. 베트남인들은 우리나라처럼 삼시세끼를 챙겨먹고, 주로 외식을 하는 경향이 있음. 밥 대신 쌀국수를 끼니로 먹을만큼 면이 보편화된 베트남에서 엄격한 가공공정을 거쳐 위생에 안심할 수 있고 간편하게 한 끼를 대체할 수 있는 라면의 수요가 높은 것으로 사료됨. 따라서 앞으로 라면 시장은 큰 성장을 보이지는 않더라도 시장성장이 둔화되지는 않는 안정적인 시장으로 분석됨

### 다양한 맛을 추구하는 베트남 소비자

베트남 라면 소비의 또 다른 특징은 소비자들의 맛에 대한 민감도임. 일반적으로 맛 보다는 제품 종류와 형태에 관심을 가지는 한국과 달리 베트남은 하나의 브랜드에서 6가지에 이르는 맛이 출시되고 있음. 맛과 향, 제조법의 차이에 따라 봉지의 색으로 구별되고, 새우 맛, 닭고기 맛 등의 라면이 보편적임. 각 라면들마다 특유의 향이 첨가되기도 하는데 향채를 곁들여 먹는 베트남인들의 식성이 반영된 것으로 사료됨

실제로 현지 바이어와의 인터뷰를 통해 베트남인들이 라면을 구매할 때 ‘맛’을 가장 큰 요인으로 꼽는다는 것을 확인함. 베트남인들은 라면에 계란을 넣고 끓이기도 하고, 토마토를 넣어 끓이기도 할 정도로 다채로운 맛에 대한 선호도가 높기 때문에 이색 라면 레시피 대회와 같은 프로모션 행사를 개최하는 것이 더 많은 소비자의 관심을 얻을 수 있는 하나의 전략이 될 수 있을 것으로 사료됨

#### Interview Info

“베트남에서 라면을 수입 유통하며 느낀 것은, 베트남인들의 라면 주요 구매 요인은 소스맛이 최우선이고, 이후 가격과 브랜드 순이다. 소비자들은 라면 구매 전 이 맛이 일반적인 것인지 일반적이지 않은 것인지를 따진다. 일반적이지 않을수록 경쟁력이 있다. 20-30대가 매운 라면을 가장 많이 구매하는데, 불닭볶음면으로 유명한 삼양이 가장 인기있는 브랜드이다.”

- 수입 유통업체 Vạn Thịnh Phú Co Ltd.  
담당자 Ms. Ngoc과의 인터뷰 中, 2017. 04

## 2. 제품 트렌드

### ‘화끈’한 맛이 베트남을 뒤흔들다

최근 베트남 라면 시장에서 핫이슈로 떠오른 맛은 ‘매운 맛’임. 그리고 그 매운 맛을 선도한 것은 한국 음식임. 최근 베트남인들이 즐기는 한식은 ‘Mi Cay’ 로 매운 라면에 베트남인들의 기호에 맞는 첨가물을 추가한 음식을 뜻함. 7단계별로 매운 맛에 도전하는 대회를 개최하여 소비자들의 도전 욕구와 호기심을 자극하고 있음. Mi Cay 외에도 불닭볶음면을 직접 시식하는 ‘핫 치킨 라면 챌린지, 파이어 누들 챌린지’ 와 같이 베트남인들은 단지 음식을 먹는 것에서 그치지 않고 음식을 먹는 행위 자체를 하나의 놀이문화로 창조함. 베트남 시장에 진출할 계획이라면 베트남인들이 놀이 문화로써 즐길 수 있는 프로모션을 진행하길 추천하는 바임

표 2.1 : 베트남 Mi Cay 열풍

#### Mi Cay Han Quoc (한국의 매운 면)



가격	보통 한 그릇에 3 ~ 4만 동 (1,500 ~ 2,000 선) 베트남인들 식사 대용품인 쌀국수와 가격이 비슷함		
특징	매운맛의 한국 라면에 베트남인들이 좋아하는 야채와 고기, 해산물을 끓여 뚝배기에 나오는 식당	설명	2015년 하반기부터 유행 눈물나게 매운 음식이라는 키워드로 현지화시킨 한식, 7단계 매운맛으로 도전정신 자극

출처 : Mi cay(micaysasin.vn), Atepat(www.atepat.com)

### 3. 유통 트렌드

#### 편의점을 잡아라

베트남에서 라면은 수백가지 종류가 백화점, 시장, 슈퍼마켓에서 약 1,000동부터 1만 동까지의 가격대로 판매되고 있으며 베트남 시장에는 국내외 많은 기업들의 제품이 진출해있음. 그러나 현재 베트남의 새로운 강자로 떠오른 것은 편의점과 미니마트임. 아시아태평양 지역 시장조사 전문기관 시미고(Cimigo)에 따르면 2005년 135개에 그쳤던 베트남 내 현대적 셀프서비스스토어<sup>2</sup> 수는 2015년 말 기준 약 1,800개로 집계되었으며 10년 간 약 13배 증가하였음. 그 중 미니마트와 24시간 편의점이 특히 독보적인 성장세를 보이고 있는데, 베트남 통계청에 따르면 2016년 베트남 대형마트가 약 800개이고 쇼핑센터는 약 150개 정도인데 반해 편의점과 미니마트는 약 2,000개에 이르는 것으로 나타남

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

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

표 2.2 : 2017 ~ 2021년 아시아 지역 편의점 성장률 전망<sup>3</sup>.

(단위 : %)



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

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

3. 해당 자료의 경우 2017 ~ 2021년까지의 전망치임

### 베트남, '안전 먹거리'가 뜬다

베트남 뉴스 2016년 5월 5일자 기사<sup>4</sup>에 의하면 베트남 소비자들 사이에 현재 시중 판매 식품의 95% 가량이 안전하지 않다고 인식하고 있으며, 오히려 수입산이 더 안전하다는 인식이 퍼지고 있음. 대도시 소비자 중심으로 신선 농산물을 직접 재배하기도 하는데, 이러한 동향에 발맞추어 현재 베트남에서는 태국, 일본 등 다양한 업종의 현지 및 외국 기업들의 안전 먹거리 식품 생산, 공급 투자가 활발해지고 있는 추세임

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

정부가 앞장서서 베트남 식품의 안전성을 확보하려고 하는 만큼 베트남에 진출하는 기업들은 마케팅이나 프로모션 전략을 수립할 시 야채 라면이나 밀가루가 아닌 유기농 원료를 사용해 제조한 라면 제품 등 '안전성' 이라는 키워드를 강조해야 할 필요성이 있을 것으로 사료됨

---

4. Viet Nam News, "Supply chain needed for food safety", 2016.05.05

# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Hào Hào(Mì Tôm Chua Cay)	ACECOOK(Công Ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)	베트남
2	Mì Ăn Liền MILIKET INSTANT NOODLE	Công Ty Cổ Phần Lương Thực Thực Phẩm Colusa - MILIKET	베트남
3	KORENO 팔도라면	PALDO VINA CO.,LTD	베트남
4	Mi Instant Mi Goreng	Indofood	인도네시아
5	Không Dầu Chiên 365 (Tôm Chua Cay)	NISSIN(Công Ty TNHH Thực Phẩm NISSIN Việt Nam)	베트남
6	맛있는 라면	SAMYANG	한국
7	화끈한 국물맛 불닭볶음탕면	SAMYANG	한국

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

대형유통매장	대형유통매장	편의점
Big C mart	Co.op extra	Familymart
		
Cantavil An Phu, 1 Song Hanh, An Phu, District 2, Ho Chi Minh city	SC VivoCity, 1058 Nguyen Van Linh, District 7, Ho Chi Minh city	11C Nguyễn Thị Minh Khai, Ben Nghe ward, District 1, Ho Chi Minh city

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 7개 선정<sup>5</sup>.

	제품명	제조사	제조국가
1	Hào Hào(Mì Tôm Chua Cay)	ACECOOK(Công Ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)	베트남
2	Mì Ăn Liền MILIKET INSTANT NOODLE	Công Ty Cổ Phần Lương Thực Thực Phẩm Colusa - MILIKET	베트남
3	KORENO 팔도라면	PALDO VINA CO.,LTD	베트남
4	Mi Instant Mi Goreng	Indofood	인도네시아
5	Không Dầu Chiên 365 (Tôm Chua Cay)	NISSIN(Công Ty TNHH Thực Phẩm NISSIN Việt Nam)	베트남
6	맛있는 라면	SAMYANG	한국
7	화끈한 국물맛 불닭볶음탕면	SAMYANG	한국

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

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

5. Vinmart+ 제품은 추가보완조사 되어 분석에 포함되지 않음

## 2. 정량 분석

### 베트남 내 유통중인 봉지 라면 제품, 100g당 가격 평균 596원<sup>6</sup>.

베트남 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 100g 당 평균 가격이 596원으로 산출됨

이외에 제조 국가에 따라 중량 당 가격 평균의 편차가 큰 것으로 확인됨. 수입산 제품의 100g 당 가격 평균이 294원이고, 현지산은 335원인데 반해 한국산 제품은 1,160원으로 약 3 ~ 4배의 가격 차이를 보이고 있었음. 그 중 화끈한 국물맛 불닭볶음탕면 제품의 100g 당 가격이 최고가를 형성하였음

경쟁 제품의 평균 용량은 85.9g으로 나타났으며, 평균적으로 약 7개월의 유통기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨. 조사된 현지제품에서는 두 제품(맛있는 라면, 불닭볶음탕면)이 12개월의 유통기한을 확보하고 있어 최대 유통기간을 기록함

표 3.1 : 봉지라면 제조 국가별 중량(100g) 당 가격(7개 제품)

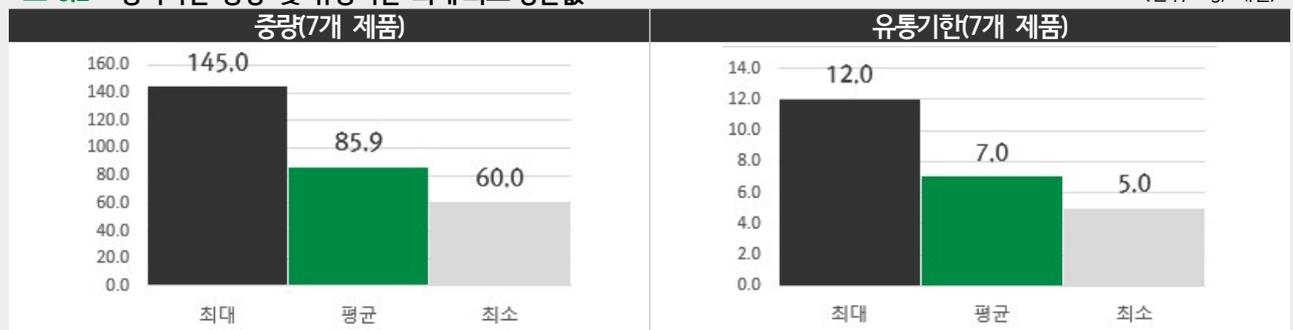
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart 2017.04), 7개 제품 기준

표 3.2 : 봉지라면 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값<sup>7</sup>.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart 2017.04), 7개 제품 기준

6. 1동(VND)= 0.05원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.10)

7. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분없이 도출된 결과임

### 3. 정성 분석

#### 봉지 라면 제품의 포장, 모두 비닐 파우치 사용

경쟁제품 7개 모두 비닐 파우치 형태로 포장되어 있었음

#### 다양한 맛 보유

조사된 라면류는 대부분 국내 제품 대비 다양한 맛을 가지고 있었음. 원재료를 분석한 결과 경쟁 라면 7개 제품 중 2개 제품에 해산물 추출 원료, 3개 제품에 돼지나 닭과 같은 육류 향신료나 추출물이 함유되어 있었음

#### 최빈출 제조국가, 베트남

경쟁제품 7개 중 4개 제품의 제조국가가 베트남인 것으로 나타남. 제품 중 팔도라면의 코레노와 Acecook의 하오하오 같은 경우에는 글로벌 브랜드이지만 베트남에서 제품을 생산하고 있음. Acecook은 일본 회사이지만 베트남 회사와 합작 설립하여 현지화된 법인을 운영 중임. 나머지 두 제품은 한국산, 한 제품이 인도네시아산으로 확인되었음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시



출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart 2017.04), 7개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록 예시

제품명	원료
Hào Hào (Mi Tôm Chua Cay)	밀가루, 쇼트닝 (팜 오일, 산화 방지제), 생선 추출물, 새우 분말, 감미료 (아스파탐) 등
Mì Ăn Liền MILIKET INSTANT NOODLE	밀가루, 돼지고기, 닭고기 추출물, 해산물 분말, 탄산 나트륨 등
KORENO 팔도라면	밀가루, 마늘 분말, 향미 증진제, 커피 분말, 건조 고추 슬라이스 등
Mi Instant Mi Goreng	밀가루, 인공 닭고기 맛 향신료, 엽산, 항산화제 등
맛있는 라면	밀가루, 참깨파우더, 귀리 가루 등
불닭볶음탕면	밀가루 (60.39%), 팜유, 카사바 전분, 감자 전분, 소금, D-소르비톨 솔루션
Không Dầu Chiên 365	밀가루, 생선소스, 새우분말 등

출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart 2017.04), 7개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가 예시

제품명	원산지	제조국가 비중
Hào Hào (Mi Tôm Chua Cay)	베트남	
Mì Ăn Liền MILIKET INSTANT NOODLE	베트남	
KORENO 팔도라면	베트남	
Mi Instant Mi Goreng	인도네시아	
맛있는 라면	한국	
불닭볶음탕면	한국	
Không Dầu Chiên 365	베트남	

출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart 2017.04), 7개 제품 기준

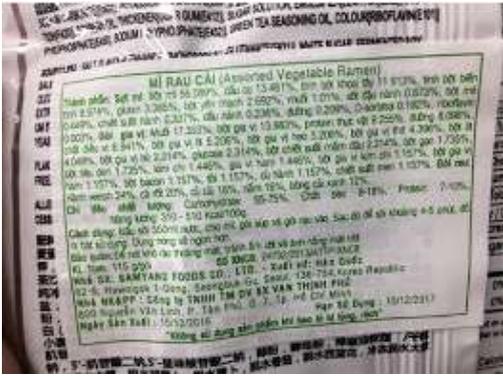
## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

베트남 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 봉지라면 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Indofood	NISSIN(Công Ty TNHH Thực Phẩm NISSIN Việt Nam)
	제품명	Mi Instant Mi Goreng	Không Dầu Chiên 365 (Tôm Chua Cay)
	용량(g)	85	65
	제품 가격 (동)	5,000	3,600
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	밀가루, 식물성 기름 정제, 전분, 소금, 맛 향상제 (E621), 철 미네랄, 향산화제 (TBHQ - E319), 식용색소 (CI의 19140 - E102). / 소금, 설탕, 글루탐산 나트륨, 마늘, 양파, 인공 닭고기향, E631, E627), 후추, 비타민 (A (항미 증진제 E621을 포함) , B1, B2, B12, 니코틴산, 엽산, 판토텐산). / 향료 오일 : 정제된 식물성 기름, 양파. / 소스 : 설탕, 물, 콩, 밀가루, 소금, 향신료와 인공 향료 닭고기, 참기름, 고추, 물, 설탕, 소금, 맛 향상제 (E621), 향료, 조미료, 인공 방부제 (E211, 메타 중아 황산나트륨)	밀가루, 팜 오일 정제, 전분, 카카오밀, 소금, 설탕, 식물성 단백질, 향신료 (마늘, 고추, 양파, 고추, 생강, 레몬 그라스, 심황), 생선 소스, 부추, 새우 분말 (2.5 / kg), 글루탐산 나트륨 (621), 5'- 구아닐산 나트륨 (627) + 5'- 이노신산 나트륨 (631); 안정제 : 시트르산 (330), 탄산나트륨 (500i를), 펜타 트리 포스페이트 (451i) 프로펠렌 글리콜 알지네이트 (405); 고수, 산화 방지제 : BHA (320), BHT (321)
	제조국가	인도네시아	베트남
유통기한 (개월)	6	10	
취급처	수입사 정보	Công Ty TNHH ADC	-
	판매확인 매장	Family Mart	Big C Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	SAMYANG	SAMYANG
	제품명	맛있는 라면	화끈한 국물맛 불닭볶음탕면
	용량(g)	115	145
	제품 가격 (동)	27,200	33,000
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	밀가루 (53 %) 수정 타피오카 전분 (17 %), 팜오일 (12 %), 밀 글루텐, 소금, 참깨 파우더, 양파 추출물, 구연산 (E330), 인산 나트륨 이염 (E339), 탄산나트륨 레시틴 (E500), 탄산 칼륨 (E501), 귀리 가루, 감미료 [D 소르비톨 용액 (E420), 대두유, 증점제 [구아검 (E412), 당액, 유효제 [ (E322) SOEUM 피로 인산 (E450), 폴리 인산 나트륨 (E452), GREEN TEA 오일 조미료, 색소 [리보플라빈 (E101)]	밀가루 (60.39 %), 팜유, 카사바 전분, 감자 전분, 소금, D-소르비톨 솔루션
제조국가	한국	한국	
유통기한 (개월)	11	11	
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH TM DV SX VẠN THỊNH PHÚ	Công ty TNHH TM DV SX VẠN THỊNH PHÚ
	판매확인 매장	CO.OP Xtra	Family Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05 <sup>8</sup>	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	ACECOOK(Công Ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)	ACECOOK (Công Ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)
	제품명	Hảo Hảo (Mì Tôm Chua Cay)	Hảo Hảo (Mì Tôm Chua Cay)
	용량(g)	75	75
	제품 가격 (등)	3,300	3,700
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	국수 : 밀가루, 쇼트닝 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321)), 전분, 소금, 설탕, 생선, 향미 증진제에서 추출 (글루탐산 나트륨 (621) ), 안정제 (포스페이트 (451 (I)), 탄산 칼륨 (501 (I))) 물질은 산 (탄산나트륨 (500 (I))), 향료, 색소 / 패키지 향료 : 설탕, 소금, 정제 오일 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321)), 향미 증진제 (글루탐산 나트륨 (621), 소듐 5'-구아닐산 나트륨 (627)), 향신료, 산도 조절제 (구연산 (330)), 새우 분말 2.83g / kg, 건조 파, 생선 추출물, 식용 색소 ( 파프리카 함유 수지 (160C), 커큐민 (100 (I)), 감미료 (아스파탐 (951)).	국수 : 밀가루, 쇼트닝 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321)), 전분, 소금, 설탕, 생선, 향미 증진제에서 추출 (글루탐산 나트륨 (621) ), 안정제 (포스페이트 (451 (I)), 탄산 칼륨 (501 (I))) 물질은 산 (탄산나트륨 (500 (I))), 향료, 색소 / 패키지 향료 : 설탕, 소금, 정제 오일 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321)), 향미 증진제 (글루탐산 나트륨 (621), 소듐 5'-구아닐산 나트륨 (627)), 향신료, 산도 조절제 (구연산 (330)), 새우 분말 2.83g / kg, 건조 파, 생선 추출물, 식용 색소 ( 파프리카 함유 수지 (160C), 커큐민 (100 (I)), 감미료 (아스파탐 (951)).
	제조국가	베트남	베트남
유통기한 (개월)	5	5	
취급처	판매확인 매장 Big C Mart	Vinmart+	

8. 제품 05와 06의 경우, 동일한 제품이나 판매처에 따라 가격이 다름

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	MILIKET(Công ty Cổ Phần Lương Thực Thực Phẩm)	Công Ty Cổ Phần Lương Thực Thực Phẩm Colusa - MILIKET
	제품명	Mì HAI TÔM (Hương Vị Tôm Chua Cay)	Mì Ăn Liền MILIKET INSTANT NOODLE
	용량(g)	100	75
	제품 가격 (베트남 동)	13,000	2,900
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	밀가루, 식물성 유지, 전분, 변성 전분, 염, 유화제, 레시틴, 탄산 칼륨, 탄산 나트륨, 리보플라빈, 소금, 분말간장, 포도당, 향미 증진제, 설탕, 마늘 분말, 분말 김치, 조미료 믹스, 고춧가루, 향미 증진제, 향료, 염료, 커피 분말 신맛, 건조 당근, 염교, 건조 김치, 건조 고추 슬라이스	밀가루, 식물성 기름, 타피오카 전분, 분말 커피 화이트너, 소금, 양배추, 계란, 돼지고기, 향신료 (마늘, 고추, 생강, 고추), 녹색 양파, 당근, 설탕, 효모 추출물, 간장, 새우 페이스트 (3.45g / kg), 식물성 단백질, 닭고기 추출물, 해산물 분말 (1.77g / kg), 생강, 향미 증강제 : 글루탐산 나트륨 (621), 5'- 구아닐산 나트륨 (627), 증점제 : 말토 덱스트린 (1400), 구아 검 (412), 소르비톨 (420ii); 산도 조절제 : 칼륨 포스페이트 (340ii), 탄산 칼륨 (501i), 탄산나트륨 (500i), 시트르산 (330) petasodium 트리 포스페이트 (451i), 피로 인산 나트륨 (450iii), 메타인산나트륨 (452i); 자연 색상 : 카로틴 (160A), 카라멜 (150C), 아나토 (160B), 코치 날 (120); 맛 : 마늘, 산화 방지제 : 토코페롤 (307B), 아스 코르 빌 팔미 테이트 (304); 유화제 : 반 글리세리드 (471); 부동액 필링 : 실리콘 이산화물 (551), 페로 시안화 칼륨 (536).
제조국가	베트남	베트남	
유통기한 (개월)	8	6	
취급처	판매확인 매장	Vinmart+	Big C Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	PALDO VINA CO.,LTD	삼양(SAMYANG FOODS CO., LTD)
	제품명	KORENO 팔도라면	삼양라면
	용량(g)	100	120
	제품 가격 (등)	13,000	18275
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	국수 : 밀가루, 식물성 전분, 변성 전분 (1429), 엽, 유화제 (소르비톨 (420 (I)), 레시틴 (322 (I)), 식물성 오일), 글루텐 가루, 증점제. 구아 검 (412), 스태빌라이저 (펜타 트리 포스페이트 (451 (I)), 탄산 칼륨 (501 (I)), 탄산나트륨 (500 (I)), 컬러 리보플라빈 (101 (I)) / 조미료 : 간장 분말, 포도당, 향미 증진제 (글루타메이트 (621), 설탕, 마늘 분말, 김치 분말 (0.5 %), 혼합 조미료, 산도 조절제 (구연산 (330)), 고추 가루, 향미 증진제 (품목 5'-이노신산 (631), 디 소듐 5'-구아닐산 (627)), 조미료, parika 추출물 (160C), 고추 분말, 토마토 분말, 캐러멜 (150C), 산도 조절제 (구연산 나트륨 (331)), 고결 (이산화 규소 (551)) / 식물성 : 건조 당근, 양파, 건조 김치 (0.3 %), 건조 고추.	밀가루 71.327 %, 변성 전분 12.241 %, 1.15 %, 소금, 감자 전분 0.414 %, 0.242 %, 콩기름, 구아검, 0.003 %의 리보플라빈 / 수프 : 소금 25.42 %, 14.188 %의 모노 나트륨 L 글루탐산, 가수 분해 된 식물성 단백질 13.597 % 11.823 % 설탕, 고기 향미료 8.867 %, 5.912 %, 양념 쇠고기 향미 5.321 %, 칠리 고추 3.547 %, 양파 가루, 후추 가루, 마늘 분말, 분말 김치 0,946%, 팜 오일, 비트 펄프 0,591%, 0,473 %, 고추 기름, 파프리카 / 팩 야채 : 당근 25 %, 20 % 파, 양배추 20 %, 브로콜리 15 %, 15 %, 버섯, 고추 5 %.
	제조국가	베트남	베트남
	유통기한 (개월)	8	12
취급처	수입사 정보	-	Công ty TNHH TM DV SX VẠN THỊNH PHÚ
	판매확인 매장	Family mart	Vinmart+

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	PALDO VINA CO.,LTD	Masan consumer (Công Ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan)
	제품명	KORENO 팔도라면 (미 vị kim chi)	KOKOMI
	용량(g)	100	65
	제품 가격 (베트남 동)	12000	2600
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	밀가루, 식물성 유지, 전분, 변성 전분, 염, 유화제, 레시틴, 밀가루 글루텐, 탄산 칼륨, 탄산 나트륨, 리보플라빈, 소금, 향미 증진제, 포도당, 글루탐산 나트륨, 엽교, 구아닐산, 향료, 고추 가루, 시트르산 나트륨, 건조 당근, 건조 김치, 건조 고추 슬라이스	밀가루, 식물성 기름, 아피오카 전분, 증점제, 향미 증진제, 식물성 기름, 식용 색소, 설탕, 액젓 혼합 향료, 고수풀, 새우 분말, 합성 감미제, 방부제, 산화 방지제
	제조국가	한국	베트남
유통기한 (개월)	8	-	
취급처	판매확인 매장	Vinmart+	Vinmart+

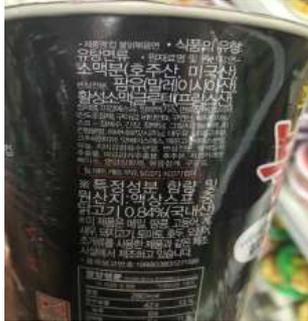
## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Công Ty Cổ Phần UNIBEN	Masan consumer (Công Ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan)
	제품명	3 Miền (mì chay lá đũa)	Omachi Sagami
	용량(g)	65	65
	제품 가격 (베트남 동)	3,100	3,500
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	밀가루, 쇼트닝, 커큐민, 팜 오일, 소금, 설탕, 간장 분말, 파슬리, 향미 증진제	식물성 기름, 타피오카 전분, 소금, 감자 전분, 변성 전분, 향미 증진제, 증점제, 혼합 식용색소, 식물성 기름, 향미 증진제, 양파, 향미료 혼합, 고추, 건조 고추, 천연 및 합성 품종, 생강, 향산화제
제조국가	베트남	베트남	
취급처	판매확인 매장	Vinmart+	Vinmart+

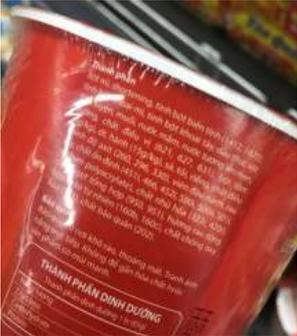
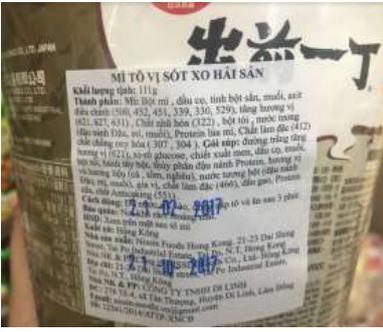
## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

베트남 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 컵라면 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #15	제품 #16
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	SAMYANG	농심(NONGSHIM)
	제품명	화끈한 매운맛 불닭볶음면 (컵라면)	육개장 사발면 (컵라면)
	용량(g)	70	86
	제품 가격 (동)	25,700	23,000
	포장형태	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)
	원료	소맥분(호주산, 미국산), 변성전분, 팜유(말레이시아산), 활성소맥글루텐(프랑스산), 정제염, 미감에스유, 양파엑기스, 면류첨가알칼리제(산도조절제), 구아검, 비타민B2, 구연산, 녹차풍미유/스프 - 정제수, 간장, 정백당, 그릴치킨농축액, 치킨향분말, 하바네로맛시즈닝, 대두유, 양파, 고추분, 고추씨향미유, 맛베이스에스, 매운고추베이스분말, 마늘, 지미강화육수분말, 변성전분, 탈색칠리추출물, 파프리카추출물, 후추분, 치킨카레맛베이스, 영양강화제, 볶음참깨, 구운김	소맥분(미국산, 호주산), 팜유(말레이시아산), 감자전분(독일산), 변성전분, 육개장조미료
	제조국가	한국	한국
유통기한 (개월)	12	6	
취급처	수입사 정보	VAN THINH PHU MANUFACTURING TRADING CO., LTD (Công ty TNHH TM DV SX VẠN THỊNH PHÚ)	Phuc Loc Investment Trading Import Export Joint Stock Company (Công ty CP TM Đầu Tư XNK Phúc Lộc)
	판매확인 매장	Big C Mart	Big C Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #17	제품 #18
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	ASIA FOODS CORPORATION (CÔNG TY CP THỰC PHẨM Á CHÂU)	NISSIN FOODS HONG KONG
	제품명	Red Bear VIP(Thai Shrimp Lob) (Gấu Đỏ VIP (Lẩu Thái Tôm) (컵라면))	Noodles Pasta Sauce Seafood (Mì Tô Vị Sốt Xo Hải Sản) (컵라면)
	용량(g)	65	111
	제품 가격 (동)	75,000	48,000
	포장형태	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)
	원료	밀가루, 쇼트닝, 변성 전분 (1412, 1420), 전분 kkhoai 국수, 감자 전분, 식물성 정유, 소금, 액젓, 간장 발효, 설탕, 향미 증진제 (621 62 , 631), 새우 분말 (6g / kg), 고추, 양파 (15g / kg), 레몬 그라스, 마늘, 양강근는 산도 (260, 296, 330), 콩의 화원, 말린 야채 안정제 (조정기 451i, 466, 452i, 500i를, 500II, 501i, soeium 폴리 아크릴 레이트), 유화제 (322i, 420i), 합성 감미료 (950, 951), 향미 야채 합성 자연색 (160B, 160C) 물질 향산화 제 (321), 방부제 (202)	밀 : 밀가루, 팜유, 전분, 염, 산 조정 (500,452,451,339,330,529), 향미 (621,627,631), 유화제 (322), 마늘 분말, 간장 (대두, 밀, 소금) 밀 단백질, 증점제 (412), 산화 방지제 (307, 304). / 팩 수프 : 흰 설탕 맛 증강 (621), 포도당 시럽, 효모 추출물, 팜 오일, 소금, 마늘 분말, 양파 분말, 가수 분해 된 콩 단백질, 맛과 향기 (생선, 새우, 조개), 공업용 분말 (대두, 밀, 염), 향료, 증점제 (466), 쌀 기름, 우유 단백질, 물질 (551 케이크 형성)
제조국가	베트남	일본	
유통기한 (개월)	7	8	
취급처	수입사 정보	-	DI LINH CO., LTD (Công Ty TNHH DI LINH)
	판매확인 매장	CO.OP Xtra	Family Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #19	제품 #20
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	농심(NONGSHIM)	Công ty Thai President Foods Public Company Limited
	제품명	신라면 (컵라면)	Mì Ly Hương Thịt Heo Bằm (Instant Noodles Cup Minced Pork Flavour)
	용량(g)	75	60
	제품 가격 (베트남 동)	27,900	16000
	포장형태	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)	페이퍼 트레이
	원료	밀가루, 감자 전분, 팜 오일, 소금, 다음과 같은 구성 요소의 2 % 미만 : 글루탐산 나트륨, 고추, 버섯, 설탕, 전분, 식물성 단백질, 부추, 쌀겨 오일 gaooj, 콩, 마늘, 후추, 효모 추출물, D- 소르비톨, 쌀, 양파, 아라비아 검, 소듐 카보네이트, 변성 옥수수 전분, 천연 풍미, 생강, 다시마, 과당, 토크페롤, 카라멜, β- 카로틴.	팜 오일, 소금, 마늘 분말, 돼지 고기 향, 고추 가루, 조미료 분말, 밀가루
	제조국가	한국	베트남
유통기한 (개월)	10	12	
취급처	수입사 정보	VAN THINH PHU MANUFACTURING TRADING CO., LTD (Công ty TNHH TM DV SX VAN THỊNH PHÚ)	Công Ty Cổ Phần Thực Phẩm SIAM
	판매확인 매장	Big C Mart	Vinmart+

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 # 21
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	업체명	ACECOOK (Công ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)
	제품명	Mì Ly ENJOY (Lẩu Tôm Chua Cay)
	용량(g)	74
	제품 가격 (베트남 동)	16,500
	포장형태	페이퍼 트레이
	원료	밀가루, 쇼트닝 (팜유, 산화 방지제), 전분, 생선, 향미 증진제 추출물, 안정제, 유화제, 타르타르산, 설탕, 고기 및 닭고기 뼈 추출물, 새우,
	제조국가	베트남
유통기한 (개월)	5	
취급처	수입사 정보	-
	판매확인 매장	Vinmart +

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		Acecook Vietnam	Masan Consumer jsc	팔도
		글로벌	로컬	한국
기업 개요	설립년도	1948년	1996년	1983년
	순 매출	확인 불가	10조 5,314억 원(2015년)	확인 불가
	영업이익	확인 불가	2조 500억 원(2015년)	114억 원(2015년)
	취급품목	각종 면류 제품	각종 면류 제품, 조미료 등	각종 면류 제품
제품 정보		 <p>Hao Hao</p>	 <p>Omachi</p>	 <p>KORENO</p>
판매 전략	프로모션	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 온라인 프로모션</li> <li>- 해피 하오하오</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프리미엄 웰빙 라면 생산</li> <li>- 감자 전분으로 만들</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현지화한 제품 생산</li> <li>- 점보 코레노 판매</li> </ul>
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본의 기술력으로 만들었다</li> <li>- 일본의 섬세한 기술력 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ngon ma khong so nong</li> <li>- 맛있으면서 몸에서 열도 나지 않는다</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대한민국 라면의 대명사</li> <li>- 한국제품 = 팔도 마케팅 시도</li> </ul>

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장 점유율 상위 기업 ..... Euromonitor International 활용

- 2015년 기준, 베트남 인스턴트 라면 시장 기업별 점유율 조사(2015년 기준)
  - Acecook Vietnam(32.2%)
  - Masan Consumer(24.7%)
  - Asia Foods(8.4%)
  - VIFON(5.4%)

방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사 ..... 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Mi ăn liền(라면), (인스턴트 면)
- 온라인 쇼핑물 분석
  - LAZADA(www.lazada.vn)
  - Sendo(www.sendo.vn)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 베트남 현지 하이퍼마켓, 편의점 방문(2017.04)
  - Big C, Co.op extra, Familymart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01 (시장 점유율)  
 + 방법론 02.(온라인 조사)  
 + 방법론 03 (오프라인 방문 조사)

글로벌, 현지, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

글로벌(일본)	현지(베트남)	한국
		
· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Acecook 정보

· 대표 전화  
· +81-06-6338-5585  
· 주소  
· 〒564-0063 1-12-40 Esaka cho  
Suita City, Osaka Prefecture  
Representative of the Paperan  
Shinzido building  
출처 : 에이스쿡(www.acecook.co.jp)

### 글로벌 기업 분석 : Acecook Vietnam

1993년 베트남 라면 시장에 정식 진출한 일본계 외국투자기업 Acecook Vietnam은 하오하오를 포함한 다수의 라면 브랜드를 만들어내며 라면시장의 절대 강자로 부상했음. 그러나 최근 태국·한국산 제품의 진출과 함께 경쟁 심화로 인해 점차 그 입지가 좁아지고 있음. 그러나 관리, 지원 및 지속적인 모니터링, 일본 표준 기술의 강화에 따라 제조했다는 점을 강조하며 다시 한 번 시장 점유율을 견고히 하고 있음. 현대화된 고급 장비 사용, 관리 표준 ISO 9001, HACCP 등을 취득하였음을 홍보하며 입지를 다짐

### [기업 개요]

① 설립년도	.....	1948년
② 순 매출	.....	확인 불가
③ 영업이익	.....	확인 불가
④ 취급품목	.....	각종 면 제품



출처 : VINA ACECOOK(www.acecookvietnam.vn)

### [판매 정보]

다양한 맛의  
제품 보유



하오하오 외에도 높은 판매량을 보이는 인스턴트 면류 다수 보유

출처 : VINA ACECOOK(www.acecookvietnam.vn)

### [판매 전략]

온라인 프로모션(홈페이지)	캐치프레이즈
<p>“ HAPPY HAO HAO!”</p> <p>2017년 4월 29일 20억 개 판매 돌파를 축하하며 고객 프로모션 행사 진행 신제품을 3,500동에 판매 함</p>	<p>“일본의 기술력으로 만들었다”</p> <p>제품 가장 윗단에 일본의 기술력으로 만들었다는 문구를 새겨 품질에 대한 신뢰성 확보하려고 노력함</p>

출처 : VINA ACECOOK(www.acecookvietnam.vn)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### Masan Consumer 정보

· 대표 전화  
: +84-8-6256-3862  
· 주소  
: 8th Floor, Central Plaza, 17 Le Duan, District 1, Ho Chi Minh City Vietnam

출처 : 마산컨슈머  
(www.masangroup.com)

### 현지 기업 분석 : Masan Consumer

베트남 식음료 업계의 큰 손으로 꼽히는 마산 컨슈머는 간장, 칠리소스 등의 조미료와 인스턴트 라면류를 자회사 마산식품을 통해 판매하고 있음. 2010년에는 Acecook Vietnam에 밀려 라면 전체 시장 점유율이 12%에 머물렀지만 2015년에는 24.7%까지 점유율을 확대하고 있음. 이와 같은 행보에는 현재 베트남인들의 식품 의식 수준이 향상되며 웰빙에 대한 수요가 늘어남에 따라 프리미엄 라면 오마치(Omachi)를 개발했기 때문인 것으로 사료됨. 마산 컨슈머 회사는 밀가루 함유량이 많은 음식 섭취로 인한 질병 발생을 우려하는 베트남 현지인들의 우려를 반영하여 감자전분으로 만든 오마치를 개발하는 등 현지인들의 식문화 트렌드에 부합하는 제품 개발에 착수하려 노력하고 있음

### [기업 개요]

① 설립년도	1996년
② 순 매출	10조 5,314억 원(2015년)
③ 영업이익	2조 500억 원(2015년)
④ 취급품목	인스턴트 면, 조미료 등



출처 : Phu Hung SECURITIES, 'Masan Group JSC(MSN)', 2016.09.29

### [판매 정보]

대형마트  
판매 현황



삼양의 불닭볶음면과 한 매대에서 판매되고 있는 오마치

출처 : Toplist(toplist.vn)

### [판매 전략]

프로모션	캐치프레이즈
<p>“프리미엄 웰빙 라면”</p> 	<p>“Ngon ma khong so nong”</p> <p>· 감자로 만든 국수라는 컨셉을 잡아 맛있게 라면을 섭취해도 몸에서 열이 나지 않는다는 신개념 캐치프레이즈를 제시함. 베트남 내에서는 밀가루가 함유된 음식을 많이 먹으면 체내 온도가 높아져 피부 트러블이 생기는 등 건강에 해롭다는 인식을 가지고 있기 때문임. 이렇게 트렌드를 고려한 캐치프레이즈는 베트남 내에서 훌륭한 마케팅 전략으로 평가받고 있음</p>
<p>위생과 건강에 신경쓰는 베트남인들의 현재 소비습관과 맞추어 감자전분으로 만든 고가의 프리미엄 제품 오마치를 출시함</p>	

출처 : Toplist(toplist.vn)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 팔도 정보

· 대표 전화  
: 1577-8593  
· 주소  
: 서울특별시 서초구 강남대로 577  
출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

### 한국 기업 분석 : 팔도

팔도는 비빔면과 불짬뽕 등 ‘색다른 즐거움’ 이라는 캐치프레이즈 아래 다양한 맛을 가진 제품을 보유함. 2012년 3월 베트남 시장 진출 이래로 팔도는 삼양이 불닭볶음면으로 공격적인 마케팅을 시도하고 있는 것과는 달리 코레노(KORENO)라는 브랜드를 통해 한국 라면을 대표 한다는 브랜드 이미지를 확립하기 위해 노력중임

### [기업 개요]

① 설립년도	1983년
② 순 매출	확인불가
③ 영업이익	114억 원(2015년)
④ 취급품목	스낵, 면류, 등



출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

### [판매 정보]

대형마트  
판매현황



하노이 AEON 대형마트에서 각축을 벌이고 있는 삼양과 팔도의 실제 프로모션 행사 모습

출처 : 뉴스핌, '국내 라면 3위 각축전 '팔도 삼양' 베트남서도 경쟁 '후끈', 2016.09.01.

### [판매 전략]

프로모션	캐치프레이즈
<p>“현지화 제품 출시”</p> <p>대용량 라면 점보 코레노를 판매하는 등 현지화된 제품 판매에 주력을 기울이고 있음</p>	<p>“ 대한민국 라면의 대명사 ”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 개별 제품보다는 ‘한국 라면’이라는 하나의 정체성을 부여하려 노력 중임</li> <li>- 베트남 내에서 한국 라면이 인기이기에 오히려 자사 제품 자체보다 한국 라면 자체에 흥미를 느끼는 소비자를 공략하는 것으로 판단됨</li> </ul>

출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

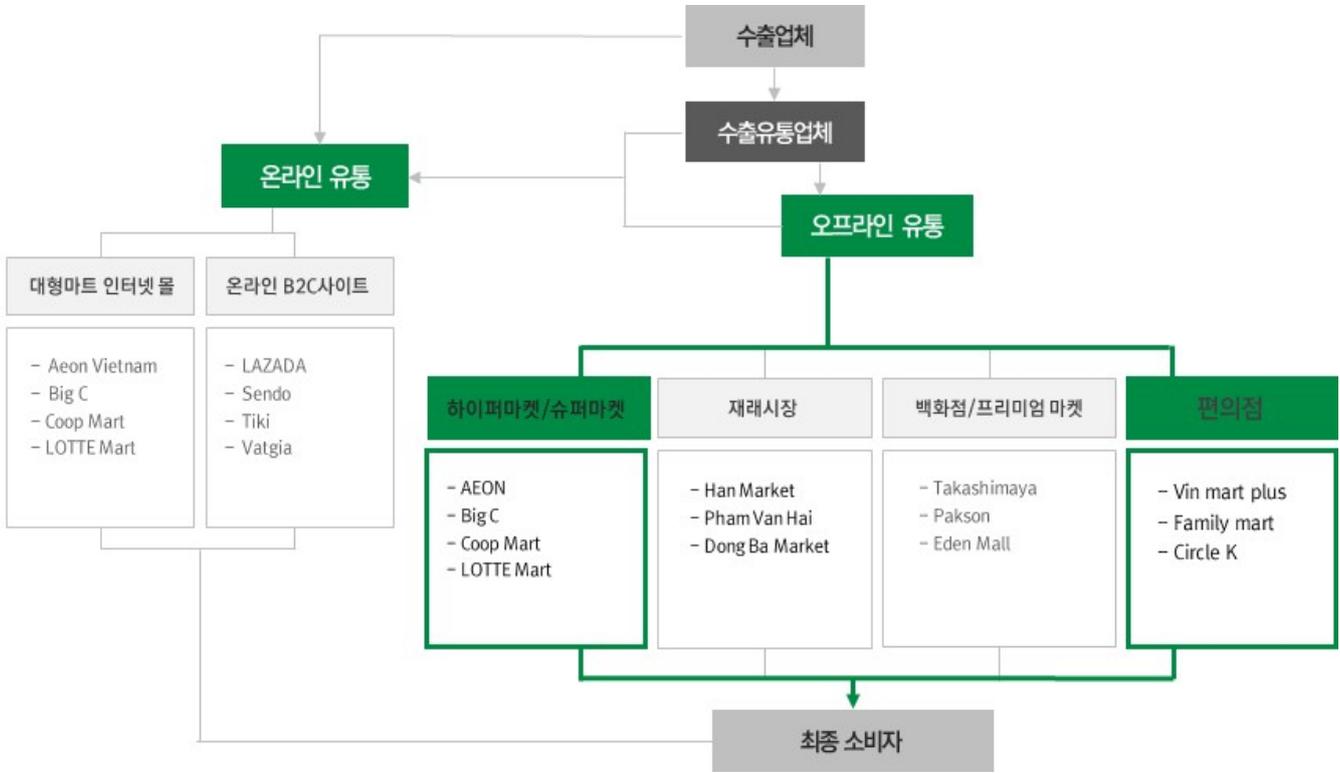
# V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

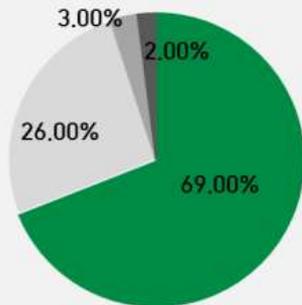
1. 추천 진출 경로

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



■ 하이퍼마켓 ■ 슈퍼마켓 ■ 편의점 ■ 온라인 채널

### 유통채널별 정의 및 특징

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

출처 : 미국농무부 'Vietnam Retail Foods'. 2017.03.07.

※유통채널별 점유율의 경우 가공식품 품목을 대상으로 집계한 결과임

## 1. 추천 진출 경로

### ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

#### : 빠르게 급부상하고 있는 현대적 유통채널

아시아-태평양 지역 시장조사 전문기관 Cimigo에 따르면, 2005년 135개에 불과했던 베트남 내 현대적 유통매장<sup>9</sup>이 2015년 기준 약 1,800개로 집계됨. 이는 지난 10년 동안 약 13배 증가한 것임. 대형 슈퍼마켓의 경우 2005년 47개에서 2015년 975개로 약 21배 증가한 것으로 나타남

### ROUTE #2. 편의점

#### : 베트남 소비습관과 맞물린 폭발적인 성장

베트남 소비자들은 소량으로 제품을 빈번하게 구매하는 성향을 가짐. 이외에 오토바이가 대중화된 이동수단으로 활용되어 주택 근처의 소규모 식료품점에서 물건을 구매함. 또한 20 ~ 30 대의 소비층이 바쁜 생활 속에서 와이파이를 제공해주는 휴게공간을 갖춘 편의점을 선호하면서 구매 유통채널이 편의점으로 변화하고 있는 추세임. 영업시간이 영세 점포 대비 길고 주택가 주변에 위치하고 있어 접근성이 높다는 점 또한 현지 소비자 유치에 있어 유리한 점으로 부각되고 있음

베트남 거대 유통 체인인 Vin Group은 식료품을 주로 판매하는 편의점 Vinmart+를 하루 두 개 이상을 개장하고 있으며, 2017년에는 10,000개의 신규 점포를 개장하겠다고 밝혀 공격적인 확장세를 보일 것으로 전망됨. 아직까지 베트남에서는 편의점 장악률이 6만 9,000명당 1개 점포 형태를 보여 유통 채널 점유율이 과반 수 이상을 차지하지는 못하지만 앞으로의 성장이 기대되는 유통 채널임

### ROUTE #3. 온라인 유통채널

#### : 밝은 전망의 베트남 온라인 쇼핑물

베트남에서 인터넷 보급이 확산됨에 따라 B2C<sup>10</sup>. 전자상거래 시장 규모가 2015년 기준 40억 달러를 넘어선 것으로 추산되었으며, 5년 후인 2020년에는 그 규모가 100억 달러에 이를 것으로 전망됨. 동남아의 아마존이라고 불리는 LAZADA<sup>11</sup>는 베트남 전자상거래 부문에서 36% 시장 점유율을 확보하고 있는데 매월 1억 2,000만 명의 접속자 수와 5,000만 건의 페이지뷰를 기록함. 이 외에도 베트남의 유명 하이퍼마켓 Vinmart는 최근 온라인 쇼핑몰 Adayroi.vn을 개설함

9. 스스로 물건을 고르고 카운터에서 결제 하는 상점을 뜻함

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

11. LAZADA([www.lazada.vn](http://www.lazada.vn))

# 1. 추천 진출 경로

## 시장 점유율 및 성장률

미국 농무부(USDA)에 따르면 2015년 기준 베트남 현대 유통채널 판매액은 2011년 30조 동에서 2015년 69조 동으로 괄목할만한 성장세를 기록함. 그 중 슈퍼마켓 판매량이 39조, 하이퍼마켓이 27조, 편의점의 판매액이 2조 동으로 나타나 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 현대 유통채널 중 최대 점유율을 기록함

## 제품 컨셉

베트남 소비자들의 소득이 상승하고 식품위생에 대한 의식 수준이 높아짐에 따라 슈퍼·하이퍼마켓에 대한 관심도가 제고되고 있음. 하지만 아직까지는 베트남 소비자에게 친숙한 유통 채널인 재래시장과 소형 식음료품점을 이용하는 빈도가 높은 것으로 나타남. 이에 대형 슈퍼마켓들이 재래시장 및 소형 식음료품점과 유사하게 접근성이 높은 소규모의 식료품 체인점<sup>2)</sup>을 개장하는 추세임

## 한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓/하이퍼마켓에서 농심과 팔도, 삼양 제품이 판매되고 있었음. 삼양 식품의 불닭볶음면은 베트남 시장에서 큰 인기를 보이고 있었고 인터넷 쇼핑몰에서도 판매가 확인됨. 이렇게 인터넷 쇼핑몰에서 한국 제품이 인기리에 판매되고 있는 바, 향후 기타 한국 브랜드 제품들 또한 진출이 유망할 것으로 판단됨. 유통채널 분석 결과 베트남에서 편의점 및 온라인 매장의 성장이 기대되는 만큼 시장점유율을 더 늘리기 위해서 편의점이나 소형 식료품점으로의 진출 확대를 염두에 둘 수 있을 것으로 시료됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통채널	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 선호, 저가가격방침	적합	부적합
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 라면 취급 유무	적합	부적합
1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		편의성, 소형제품 취급	적합	부적합
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 라면 취급 유무	적합	부적합
1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		다양한 제품 프로모션 가능	적합	부적합
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 라면 취급 유무	적합	부적합

12. 소규모의 식료품 체인점의 대표적인 매장유형으로는 편의점이 있음

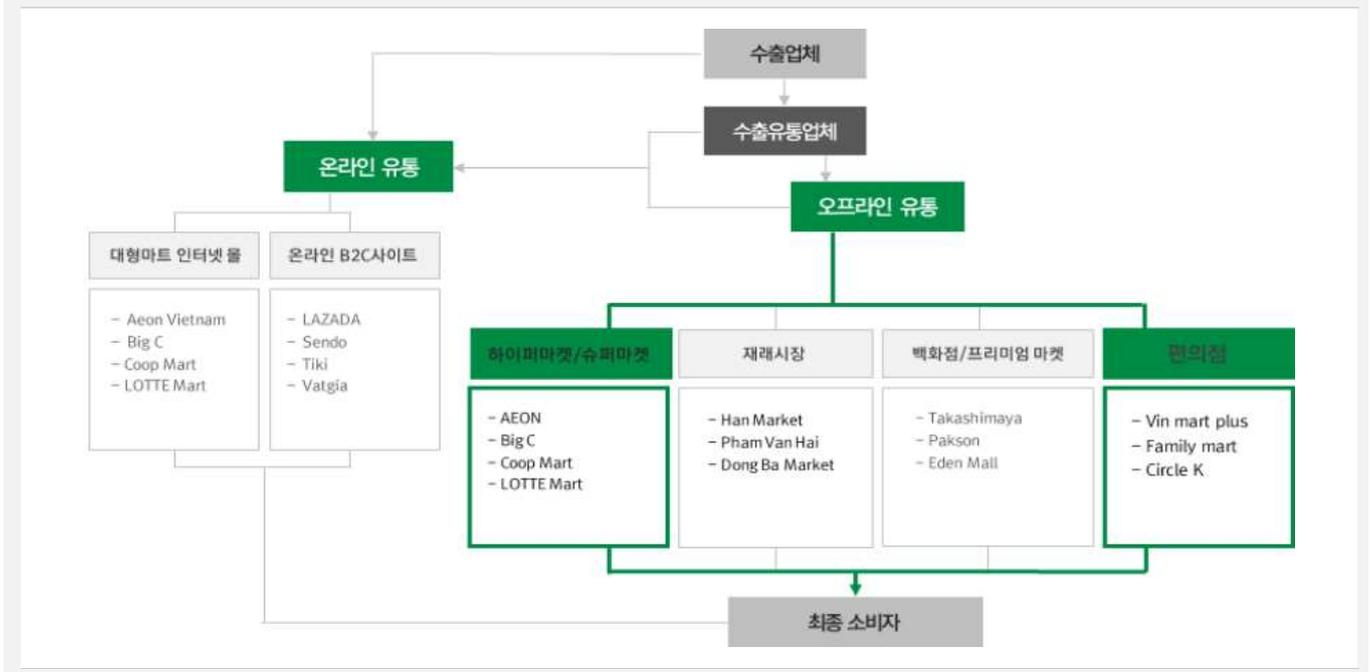
# 1. 추천 진출 경로

## 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 편의점의 경우 높은 성장 잠재력을 가진 것으로 판단되나 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고, 라면을 비롯한 한국산 제품 취급 비중도 낮은 편임. 아직까지 베트남 소비자들은 주로 재래시장에서 제품을 구입하는 편이지만 소득이 증가하고 도시화가 진행됨에 따라 점차 현대적 유통 채널의 확대가 진행될 것으로 판단됨. 특히 라면은 베트남 소비자들의 수요도가 높고 이미 Acecook, 팔도, 마산 컨슈머 등 소비자들에게 익숙한 브랜드가 존재하기 때문에 앞으로 성장 가능성이 높을 것으로 예상되는 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 유통망을 미리 선점해 둘 필요가 있음

하지만 이미 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에 의뢰사의 라면제품이 기진출 해있는 것을 고려하여 차선 진출 경로인 편의점으로의 유통 확대 또한 고려해볼 수 있음. 베트남 라면은 한국 라면보다 중량이 가볍고, 크기가 작다는 제품 특징을 가짐. 이를 고려하여 소형 마트로의 입점을 위해 소용량 제품을 개발하길 추천하는 바임

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		Big C	COOP mart	Vinmart+
		하이퍼마켓	하이퍼마켓	편의점
유통업체 개요	설립년도	1998년	1989년	2014년
	직원 수	8,147명(기준 년도 확인불가)	21,000명(2016년)	확인불가
	순 매출	확인불가	13조 동(2016년)	확인불가
	점포 수	35개	81개(2016년)	830개(2016년)
	취급품목	인스턴트 면류, 조미료 등	스낵, 면류, 음료 등	스낵, 면류, 음료 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현대적 유통체인으로의 변화</li> <li>- 슈퍼마켓을 크고 현대적인 쇼핑장소로 변모시킴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역에 이바지하는 co.op</li> <li>- 고객과 지역사회에 만족과 실질적 혜택 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 독점 '웰빙' 제품</li> <li>- Vineco 유기농 제품 독점 판매</li> </ul>
차별화 전략		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전단지, 프로모션 활용</li> <li>- 다양한 할인 제품 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역 사회 커뮤니케이션</li> <li>- 양돈업자들을 위한 할인 프로모션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국기 컨셉으로 고객에게 신뢰를 줌</li> <li>- 베트남인들에게 친근한 국기 색의 레이아웃 활용</li> </ul>

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## Big C

태국 방콕에 본사를 둔 슈퍼마켓 체인으로 베트남과 라오스에도 상점을 보유한 식료품 및 생활용품 판매 매장임. 베트남에서는 2위 유통채인으로, 2016년 태국 센트럴 그룹이 인수하기 전까지는 프랑스 카지노 그룹 소속이었음. Big C는 친절한 고객 서비스, 직원, 공급업체들과의 우호적인 협력관계를 구축하여 베트남 소비자들에게 인정받고 있으며 무료 배송, 버스티켓 환불, 할부 구입 등의 서비스를 최초로 운영하였음. 이로 인해 베트남 국민들의 Big C에 대한 만족도가 매우 높은 편임

표 6.1 : Big C 매장 정보

기업 정보	대표 주소	phường 2, Ho Chi Minh, Ho Chi Minh City, Vietnam
	대표 전화	+84-8-3995-8368
주요 판매품목		생활 용품, 가전, 식료품 외
매장 전경	 	
매장 이슈	<p><b>현대적 유통 체인으로의 변화</b></p> <p>2017년 1월 27일 호치민 시에 있는 Phu Nhuan지구 Big C 매장의 문을 닫으며 Big C 베트남 지사 대표는 이것이 Big C 업그레이드의 새로운 도약이라고 밝힘. 이러한 매장 업그레이드는 단순히 외관상의 변화만이 아니라 매장 멤버십을 제공하는 등 아직 베트남 내에 많이 도입되지 못한 현대적 슈퍼마켓으로의 탈바꿈에 대한 움직임으로 판단됨</p>	
차별화 전략	<p><b>전단지과 프로모션 활용</b></p> <p>매장 내에서도 밖에서도 전단지를 활용한 홍보, 가격 할인 프로모션 등을 통해 고객을 유치하기 위해 노력하고 있음</p>	
라면 판매현황	 	

출처 : tuoitrenews(tuotirenews.vn), 현지방문조사(Big C, 2017.04), Kotra '베트남 메이저 유통기업 현황', 2011.06.14

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## co.op mart

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

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

표 6.2 : co.op mart 매장 정보

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

출처 : co.op mart(www.co-opmart.com.vn)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## Vinmart+ (Vinmart plus)

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

표 6.3 : Vinmart+ 매장 정보

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

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

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## Vinmart+ 라면 판매 현황

편의점이 베트남에서 유망 채널로 주목받고 있는 바, 실제 베트남 호치민 Vinmart+ 매장에 방문하여 라면 유통 현황 및 실 매장 특성을 조사함. Vinmart+ 내 라면 중에는 베트남 현지 라면이 가장 많았으나 다른 마트나 편의점에 비하면 가장 적은 수준이었음

표 6.4 : Vinmart+ 호치민 매장

매장 정보	주소	331C Tran Hung Dao, Co Giang ward, District 1, Ho Chi Minh city
	전화	+84-8-6295-8883

### 매장 외관



### 매대 판매현황



Vinmart+ 호치민 방문 매장의 경우 매장이 협소하고 매대가 좁아 라면 외 기타 제품들도 종류가 많지 않은 편이었음. 방문 매장에서 한국산 라면 제품을 취급하고 있는 점이 확인됨. 따라서 유통채널 진출을 희망하는 회사의 경우에는 편의점 유통채널 확보가 선행되어야 할 것으로 사료됨

출처 : 현지 방문조사 (Vinmart+, 2017.05)

※ 참여 기업이 요청한 바에 따라 Vinmart+ 매장 내 유통이 확인된 라면 제품의 상세 정보는 본 보고서 26 ~ 30 페이지에서 제공함

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차

2. 관세율 정보

3. FTA 정보

4. 통관 및 검역 유의사항

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

# 통관 및 검역절차 OVERVIEW

## 베트남 통관 검역 절차도



## 통관절차별 유의사항

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

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

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2017년 베트남 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본	FTA
1902	파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 마카로니 누들 라자니아 뇨키 라비올리 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스		
1902.30	기타 파스타		
1902.30.40	기타 인스턴트 면	30.0%	10%

## 한 · 베트남 FTA 세율 정보

기본 세율은 30%이지만

베트남에서 HS CODE 1902류의 경우 한 · 베트남 FTA 협정에 따라 관세 **10%**가  
부과되고 있음

## TIP\_제품 관세율 확인법

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

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

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

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

# 1. 통관 및 검역절차

## 수입식품 베트남 수출 전 준비사항

일반적인 베트남 수입통관 절차는 수입 신고 → 세관 서류 심사 → 물품 검사 → 관세 등의 납부 → 물품 반출 순서로 이루어지며, 통관 절차는 통상적으로 5 ~ 7일 정도가 소요됨

### 해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터  
: 042-472-2197

수입식품도 베트남 내에서 생산되는 식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 준수해야 함. 수입식품에 대한 규정은 일반적으로 국내 생산식품에 비하여 더 엄격하지는 않은데, 국제적인 표준이나 수출국 자국의 식품 안전법에 부합되는 식품은 일반적으로 수입이 허용되며, 베트남 보건부에서 규정을 구체적으로 명시하지 않은 일부 식품에 있어서는 일반적으로 CODEX<sup>13</sup> 기준이 적용됨. 2016년 12월 기준 부산발-호치민착 컨테이너 운송료는 20피트에 200달러, 40피트에 400달러이며, B/L fee의 경우 20피트, 40피트 모두 30달러임

## Step 01. 신고 전 통관 정보 확인

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

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

표 7.1 : 채널별 필요 심사 절차(전산신고 시)<sup>14</sup>

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

출처 : 한국환경산업기술원, '환경기업을 위한 베트남 세무 및 수출입실무 가이드북' 2013, 121p

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

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

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 02. 통관 신고

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

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

## Step 03. 통관 심사

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

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

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 04. 위생 검역 심사

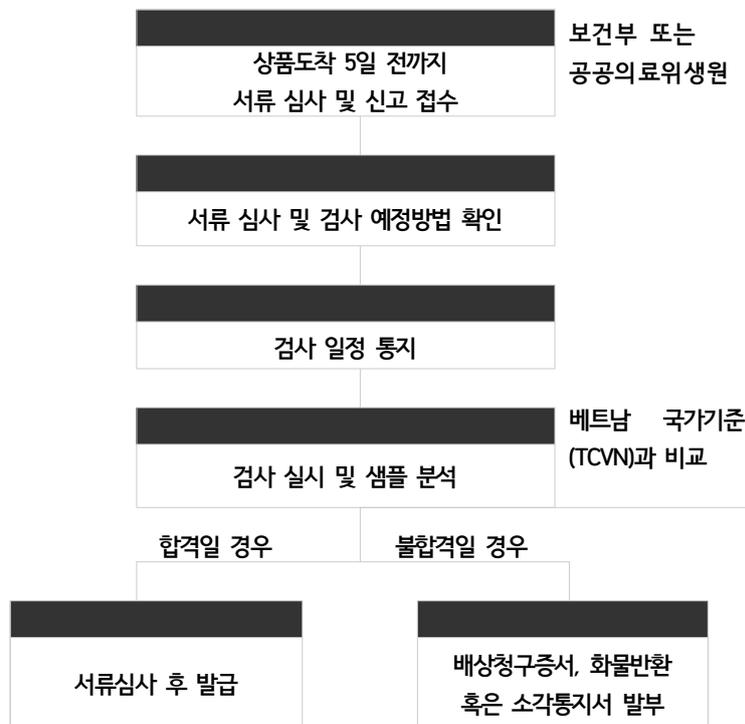
베트남 식품관리청의 식품안전, 위생 및 품질관리국은 식품의 안전, 위생 및 품질에 관한 검사를 실시하며 식품의 안전, 위생 및 품질을 검사할 책임이 있음

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

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

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

표 7.2 : 베트남 위생검역 세부절차



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

# 1. 통관 및 검역 절차

## Step 05. 관세납부

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

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

## Step 06. 화물 반출

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

표 7.3 : 베트남 검역 검사대상 13개 품목

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

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

## 2. 관세율 정보

### 인스턴트 면류, 협정 관세율 적용되어 10% 부과

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

참여기업의 ‘라면’ 은 베트남에서 HS CODE 1902 파스타(조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관하지 않음)와 쿠스쿠스로 분류되며, 하위코드인 HS CODE 1902.30.40(기타 인스턴트 면)에 일치함

베트남에서 HS CODE 1902.30.40에 부과하는 기본 세율은 30%이지만, 한국 제품에 대해서는 한·베트남 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 10%의 관세율이 부과되고 있음

표 7.4 : 베트남 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본	FTA <sup>15</sup> .
한국	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 마카로니 누들 라자니아 뇨키 라비올리 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스		
	1902.30	그 밖의 파스타		
	1902.30.10	인스턴트 면류		
	1902.30.1010	라면		
	1902.30.1090	기타		
	1902.30.9000	기타		
베트남	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티 마카로니 누들 라자니아 뇨키 라비올리 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스		
	1902.30	기타 파스타		
	1902.30.40	기타 인스턴트 면		

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr/clip/index.do](http://unipass.customs.go.kr/clip/index.do)), 베트남 관세청([www.customs.gov.vn](http://www.customs.gov.vn))

15. 한-베트남 FTA 임

### 3. FTA 정보

#### 라면, 한·베트남 FTA세율에 따라 10% 부과

HS CODE 1902는 한·베트남 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 한·베트남 FTA는 2015년 12월 20일부터 발효되었으며 2017년 12월까지의 10%가 부과되나 2018년부터는 0%로 철폐됨

#### FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

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

표 7.5 : 한·베트남 FTA 추진 경과

일자	추진 경과
2008.12.09	양국 간 FTA 민간공동연구 개시 합의
2010.06-2011.11	한 베트남 FTA 민간공동연구회의 개최(총 6회) 및 공동 연구보고서 채택('11.8)
2012.04.20	한 베트남 FTA 공청회
2012.08.06	한 베트남 FTA 협상 공식 개시 선언(하노이)
2012.09-2014.12	한 베트남 FTA 제 1~9차 협상 개최
2014.12.10	한 베트남 FTA 타결 선언
2015.05.05	한 베트남 FTA 정식 서명
2015.12.20	한 베트남 FTA 발효

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

표 7.6 : 베트남 주요 FTA 추진현황 비교

구분	한·ASEAN FTA	베트남·일본 EPA	한·베트남 FTA
추진 현황	2007.06.01. 발효 (이행 9년차)	2009.10.01 발효	2015.12.20. 발효
상품 개방	한국/일본	96.5%	94.7%
	베트남	90.1%	92.4%
	기준세율	2005년 MFN세율	2007년 MFN 세율

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

## 4. 통관 검역 및 유의사항

### 원산지 증명서 발급시 유의사항

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

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

또한 한·베트남 FTA의 원산지 증명서의 경우에는 품목 수가 많아 한 페이지에 품목을 다 기재하지 못할 시에도 추가면이 따로 있어 다수 품목은 추가면을 활용하여 발급받을 수 있음. 다만 8번 ‘Origin Criterion’ 란에 기재되는 원산지 결정기준 코드 중 하나로 ‘PE(Produced Entirely)’ 를 신설하여 원산지 재료로만 전적으로 수출 당사국의 영역에서 생산된 물품에 해당되는 경우 기재하도록 함

그러나 한 가지 유의사항으로는 한·아세안 FTA 품목별 인증을 획득하고 있는 업체이고 대상 품목이 동일하다 하더라도 한·베트남 FTA 원산지 증명서 발급신청시 인증의 혜택을 받기 위해서는 한·베트남 FTA에 대해서도 추가적으로 품목별 인증을 획득하여야 함. 다만 업체별 인증수출자로 지정된 경우에는 발효 중인 모든 협정 대상으로 인증의 혜택이 부여되므로 추가적인 인증을 획득할 필요는 없음

# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

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

# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수검사 : 필수품질검사(QUATEST3)

검사 설명	베트남 내에서 유통되는 수입식품은 관할 정부 부처인 베트남 식품청 (Vietnam Food Administration)에서 지정한 기관의 품질 검사를 받아야 유통 허가증을 발부받을 수 있음	
검사 기관	1) 베트남 보건부복지부 산하 식품청 (VFA) 2) FSI/Vinacert-Control 3) NIFC (National Institute for Food Control)	
성격	필수 검사	
제출서류	무역산업부의 법규 TT28 / 2013 / TT-BCT, 수입 식품의 규제 확인 형식회사명 주소, 사업자등록번호 등 필수 사항을 기재해야 함 제출 형식 내 구성사항 : 제품소개, 순중량, 계약수(L/C) 조식 및 수출 개인에 대한 정보, 수출국가(원산지) 등	
서류심사	베트남 보건부 식품 안전 위생 및 품질 관리국에서 시행 서류 접수일로부터 15일 이내	
발급절차	관할 기관 및 지방 기관지국을 통해 제품 품질 검사를 신청하고, 각 검사기관의 심사를 거쳐 유통 허가증을 발부받아야 함	
검사 비용	- 미생물 오염시험 : 평균 200,000 동 - 화학물 오염시험 : 평균 700,000 동	
인증 비용	- 국가기술규정 적합 판정 인증서 발행료 : 150,000/제품별 - 식품안전규정 적합 판정 인증서 발행료 : 150,000/제품별 - 일반가공식품 부문 국가기술규정 혹은 식품안전규정 적합 판정 서류 감정비 : 500,000/제품별 - 수입요건충족 인증서 발행료 : 150,000/제품별	
유의사항	베트남은 5,000여 가지 이상의 표준 규격에 대한 규정이 있으며 제품별 표준 규격에 관한 기준 이 상이함. 따라서 실제 수출시 특정 제품에 대한 표준 규격이나 정보는 현지 방어 및 당국에 확인해야 함	

출처 : 베트남보건부 MOH(moh.gov.vn)

## 권장인증 : 고품질 인증마크

인증 설명	품질 안전성, 창조적 혁신, 포장 라벨링, 사회경제적인 효율성 네 가지의 기준을 충족하는 안전하고 높은 품질의 식품에 부여하는 인증	
발행기관	HCMC FFA (Food and Foodstuff Association), Saigon Times 그룹	
성격	선택 인증	
유의사항	인증은 호치민 위원회에 의해 창설된 비정부 단체 FFA로부터 발행되며 Saigon Times 그룹에서도 발급될 수 있음. 해당 기관에서는 고품질 상품대회를 매년 개최하는데 2015년 기준 7번째 대회가 진행되었으며 매년 약 20000명의 소비자들을 대상으로 고품질 상품에 대해 홍보함. 급격한 도시화와 베트남 소득수준이 증가하면서, 현대 베트남 소비자들의 편리한 반조리 식품과 고품질 식품에 대한 수요가 증가하고 있음	

출처 : 베트남보건부 MOH(moh.gov.vn)

# 인증 정보 OVERVIEW

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

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

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

## 🌐 권장인증 : ISO 22000

인증 설명	식품 안전을 달성하기 위하여 식품 산업의 위생관리를 품질 경영 시스템 (본) 차원에서 접근하여 국제표준화한 규격임. 식품산업의 안전 경영시스템을 국제적으로 인증받는 제도임	
발행기관	식품기술위원회 (ISO/TC 34/WG 8)	
성격	선택 인증	
유의사항	식품사슬과 직접 또는 간접적으로 관련된 모든 조직에 적용이 가능하고, 관리 수단에 기반한 식품안전경영시스템 구축을 요구하며 식품위해요소와 관련된 식품사슬 내 의사소통이 반영된 최초의 국제표준임. 식품안전관리를 위한 모든 요소를 포함하며, 지속적인 개선의 달성을 요구함	

출처 : 베트남인증센터(www.quacer.gov.vn)

## 1. 인증 취득정보

### 필수검사 : 필수품질검사

베트남내 라면류에 별도의 인증은 없지만 베트남 내에서 유통되는 수입 식품은 관할 정부 부처인 베트남 식품청(Vietnam Food Administration)에서 지정한 기관의 품질 검사를 받아야 유통 허가증을 발부받을 수 있음. 다만 베트남은 식품류 제품에 5,000여 가지 이상의 표준 규격 규정이 있으며 제품별 표준 규격에 관한 기준이 상이함. 따라서 실제 수출시 특정 제품에 대한 표준 규격이나 정보는 현지 방어 및 당국에 확인해야 함

### 권장인증 : 고품질 인증 마크

베트남은 안전하고 높은 품질의 식품에게 부여하는 고품질 인증 마크를 보유하고 있는데, 인증은 HCMC Food and Foodstuff Association(FFA)과 Saigon Times 그룹에 의해 발행됨. FFA는 비정부 단체로, 1998년 1월에 호치민 위원회에 의해 창설되었음. 인증은 네 가지 기준에 근거하는데, 네 가지는 품질 안전성, 창조적 혁신, 포장 라벨링, 사회경제적인 효율성을 의미함

이 외에도 베트남은 5,000여 가지 이상의 표준규격에 관한 규정이 있는데, 이중 1,000여 개는 국제표준을 베트남 국내 표준으로 인정하고 있음. 그러나 베트남은 국제 표준협회의 회원국임에도 표준규격에 관한 제도가 복잡하고 제품들의 분류 기준이 명확히 설정되어 있지 않은 문제를 가지고 있음. 2004년 10월 21일 공포된 정부령 179-2004-ND-CP에 따라 품질 검사기관을 공식 지정하여 실행하도록 규정하는데, 각 기관의 검사기관의 심사를 거쳐 유통 허가증을 발부하게 됨

### 권장인증 : HACCP

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

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

# 1. 인증 취득정보

## ISO 22000 (식품안전경영시스템) 인증 절차

국제 표준기구 (ISO)에서 개발한 식품안전경영시스템으로 식품의 생산 및 제조의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해 요소를 효과적으로 관리하기 위한 국제 표준 규격임. ISO22000 인증을 받기 위한 요건으로는 HACCP(식품위해요소중점관리기준 이행), 위생관리 기준 충족, 지속가능한 물 생산에 필요한 각종 매뉴얼, 절차서 구축임

매뉴얼 형태의 정형화 된 시스템을 바탕으로 자발적 참여를 유도함으로써 중장기적인 기업 경영전략과 연계하여 효과적인 식품안전경영시스템을 구축함으로써 기업 경쟁력 확보가 가능할 것으로 사료됨

표 8.1 : 한·베트남 FTA 추진 경과

구분	HACCP	ISO 22000
사업방식	정부 주도	민간 주도
규제여부	규제중심 - 강제성	고객만족중심 - 자율성
기준의 범용성	지역성 (국가별, 기관별 해석 상이)	통용성
포괄성	포괄성 결여 (부가적 프로그램 필요)	포괄적 개념
유연성 문제	경직성	유연성, 개방성
접근방식	구체적 접근	시스템적 접근방식

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

표 8.2 : ISO22000 (식품안전경영시스템) 인증 절차

ISO22000 인증 절차
ISO 22000 교육 훈련
식품안전 경영시스템 구축
식품안전 경영시스템 운영
인증심사 신청
심사일정 협의
1단계 심사, 시정조치
2단계 심사, 시정 조치
ISO 22000 인증 취득

출처 : 베트남인증센터(www.quacer.gov.vn)

## 2. 인증 취득제품

### 베트남 라면 수출시 필수 인증은 없음

조사 결과 베트남 라면 수출시 필요한 필수 인증은 없었음. 그러나 경쟁사 제품 중 닛신 푸드의 라면은 고품질 인증을 받은 것으로 확인됨. 베트남인들은 GDP와 개인 소득이 높아짐에 따라 베트남 현지 음식의 위생과 가공절차에 대한 불신 때문에 최근 상대적으로 정교한 검역감독 하에 제조되었을 것으로 여겨지는 가공식품을 소비하는 추세임. 따라서 고품질 인증이나 HACCP 인증 등을 취득할 것을 권고하는 바임

표 8.2 : 베트남 라면 인증 취득제품

제품앞면	제품 뒷면
	
인증 취득제품 정보	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Không Dầu Chiên 365 (Tôm Chua Cay)</li> <li>- 기업 : NISSIN (Công Ty TNHH Thực Phẩm NISSIN Việt Nam)</li> <li>- 국가 : 베트남</li> <li>- 가격 : 3,600 동</li> <li>- 용량 : 65g</li> </ul>	

### 3. 제출서류

#### 원산지 증명서

수출 식품의 원산지를 증명하는 것으로, 원산지 기준을 충족한 식품이라 하더라도 원산지 증명서가 없으면 관세 혜택을 받을 수 없기에 사전에 필수적으로 구비해 놓아야 함. 한편 베트남 수출 금액이 600만 달러 이하인 경우에는 원산지 증명서 제출이 면제되어 서류를 제출하지 않아도 한 베트남 FTA 협정 혜택을 적용 받을 수 있음

한 · 베트남 FTA 협정문 '부속서 3-다'에 규정된 원산지 증명서 (Form KV) 서식

앞면

뒷면(1)

뒷면(2)

추가면

## 4. 전문가 인터뷰

“인증에 관한 규정은  
없다”

“HACCP/ISO22000  
/ Organic Certification”

### Q1. 베트남에 라면을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“베트남으로 라면을 수출 할 때 적용되는 규정은 없습니다.”

- 베트남 식품인증 컨설팅사 컨트롤 유니온  
Tuan Dang Anh 부지사장 인터뷰 中 2017.04

### Q2. 필수인증이 없는 이유는 무엇입니까?

“베트남의 경우, 식품생산업체 마다 발급한 각종 규제와 증명서가 있습니다. 다른 나라의 생산자의 경우, 감시 기관이 없으므로 이러한 인증서가 필요하지 않습니다. 그러나 베트남 국내 제품보다 수입 제품의 품질 검사가 더 엄격합니다.”

- 베트남 식품인증 컨설팅사 컨트롤 유니온  
Tuan Dang Anh 부지사장 인터뷰 中 2017.04

### Q3. 베트남에 라면을 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“HACCP/ISO22000를 가진 제작자들이 이익을 가지는 경우가 있습니다. HACCP/ISO22000는 BRC/FSSC22000보다 소비자들에게 더 친숙합니다. 유기농 제품들 또한 사람들이 화학 물질을 두려워하는 것처럼 베트남에서도 뜨거운 화제거리입니다. 모든 천연인증이 효과가 있을 수 있습니다. 그러나 중국인증은 효과가 없을 수도 있습니다. 중국 상품은 베트남에서 평판이 좋지 않기 때문입니다.”

- 베트남 식품인증 컨설팅사 컨트롤 유니온  
Tuan Dang Anh 부지사장 인터뷰 中 2017.04

### Q4. 선택인증인 'HACCP/ISO22000' 인증 취득시 어떤 이점이 있습니까?

“일부 소매상 체인에서는 식품 안전 인증을 획득한 제품이 필요합니다. 제 생각으로는 수입 유기농 제품이 현재 베트남 시장에서 쉽게 판매할 수 있을 것 같습니다.”

- 베트남 식품인증 컨설팅사 컨트롤 유니온  
Tuan Dang Anh 부지사장 인터뷰 中 2017.04

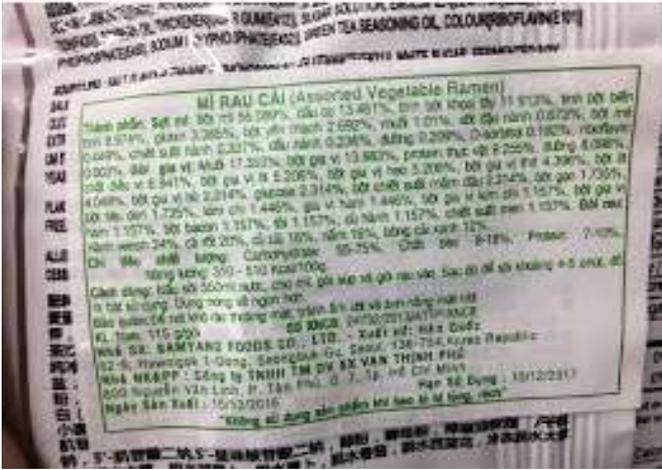
# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 베트남 라면 라벨링 필수 표기사항



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

출처 : 현지방문조사(Family mart, 2017.04)

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

## 베트남 가공식품 라벨링 상세 표기사항

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

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

# 1. 라벨 표기사항

## 베트남 라벨 표기 법령

- 제89/2006.ND-CP
- 제9/2007/TT-BKHHCN

### 베트남어로 제작된 라벨 필수

베트남 라벨 제작 시 라벨 용어는 반드시 베트남어로 기록되어야 하고, 필수 표시 사항인 항목 모두를 의무적으로 표기해야 함. 필요에 따라 외국어 병기가 가능하지만 베트남어와 반드시 동일한 관계여야 함. 수입식품의 제조자 라벨 내 용어 또한 반드시 베트남어로 기록되어야 함. 수입상품 라벨에서 베트남어로 필수 내용이 충분히 표시되지 않은 경우, 오리지널 라벨을 유지하되 필수 내용이 기재된 베트남어 라벨을 별도로 추가해야 함

### 베트남어 번역이 불가능한 경우

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

표 9.1 : 베트남 포장식품 라벨 표기사항

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

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

표 9.2 : 베트남 라벨 표기사항 상세

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

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

## 2. 라벨링 예시

**라벨링 예시**

**유통기한**  
제조일자도  
필수 표시

**보존방법**  
개봉 전 보존방법

**회사 정보**  
제조사, 수입자, 유통자  
등의 상호 및 주소

**구성 성분**  
함유량  
순차적기입

**사용법**  
한 눈에 들어오는 곳에  
표기

**라벨링 예시 상세 내용:**

- 유통기한/제조일자도 필수 표시:** 유통기한: 2017.02.27, 제조일자: 2017.02.27
- 보존방법/개봉 전 보존방법:** 밀봉 상태에서 냉장 보관하며, 개봉 후에는 냉장 보관하고 24시간 이내에 섭취하십시오.
- 회사 정보:** ACECOOK VIỆT NAM, 11, KCN Tân Bình, Phường Q. Tân Phú, TP. HCM, Tel: 08.38154064, Fax: 08.38154067, Email: acecookvietnam@vnn.vn, Website: www.acecookvietnam.com
- 구성 성분/함유량 순차적기입:**

Giá trị năng lượng	350 kcal
Chất béo	13,0 g
Carbohydrate	51,4 g
Chất đạm	6,9 g
- 사용법:**
  - Cho vào nồi nước sôi, đun sôi khoảng 4-5 phút.
  - Chắt nước sôi, rửa mì lại với nước lạnh.
  - Trộn đều và thưởng thức ngay.

**스티커 부착 예시**

: 베트남어로 병기되어 있지 않은 경우, 베트남어 라벨링 스티커 부착

**인증**

: 고품질 인증 마크

**스티커 부착 예시 상세 내용:**

- Mì Xảo Khô Indomie:** 스티커에 'No. 1' 표시가 포함되어 있음.
- Thực phẩm Wesson Việt Nam:** 고품질 인증 마크 (Quality Certification Mark)가 표시되어 있음.

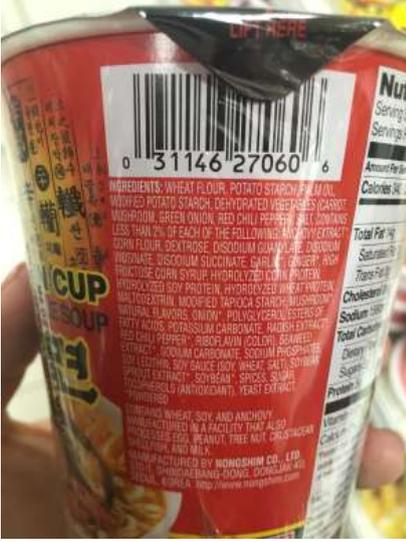
# X. 위생 요건 정보

## ※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

# 위생 요건 OVERVIEW

## 품목별 위생요건 조사 항목



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

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

## 베트남 인스턴트 면 제품 금지 식품첨가물 목록

성분
사카린
트리메틸 암모늄 비타르산염
염화 트리메틸 암모늄
옥타데센산
펜타하이드록시펜탄
프로판올
헥실 레조르시놀

출처 : 베트남보건부 MOH(moh.gov.vn), '05-2012/TT-BYT'

## 베트남 신규 규정된 식품 첨가물 7가지

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

출처 : 미국 농무부, 'Vietnam Revises List of Additives Approved for Use in Food', (gain.fas.usda.gov)

# 1. 식품첨가물 규정

## 베트남 식품 첨가물표시 및 식용향료 등 관련규정 제정

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

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

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

표 10.1 : 식품 첨가물 사용규제 (식품안전법 제 17조)

### 베트남 식품 첨가물 사용 규제

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

출처 : 베트남보건부 (www.moh.gov.vn)

# 1. 식품첨가물 규정

## 라면 현지조사 통해 식품 첨가물 확인

현지방문조사 결과 경쟁제품 중 가장 중복되어 확인된 식품첨가물은 글루타민산 나트륨으로 확인됨. 글루타민산 나트륨은 주로 MSG로 통칭되는 나트륨염으로, 국가마다 안전성에 대한 유해론이 다양하게 존재하는 식품 첨가물임. 베트남의 경우 해당 첨가물이 쌀국수 등 다양한 식품에 첨가되는 조미료로써 활용되는 것으로 파악됨. 참여기업의 제품 내에 MSG가 첨가되지 않아 식품 첨가물이 경쟁제품과의 차별점이 될 것으로 판단됨

표 10.2 : 라면 식품첨가물 정보

유형	제품	제조사	원료·식품첨가물
	Hào Hào (Mi Tôm Chua Cay)	ACECOOK (Công Ty Cổ Phần ACECOOK Việt Nam)	밀가루, 쇼트닝 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321))), 전분, 소금, 설탕, 생선, 안정제 (포스페이트 (451 (I)), 탄산 칼륨 (501 (I))), (탄산나트륨 (500 (I))), 향료, 색소 / 패키징 향료 : 설탕, 소금, 정제 오일 (팜 오일, 산화 방지제 (BHA (320), BHT (321))), 향미 증진제 ( <b>글루타민산 나트륨 (621)</b> )
	Mi Instant Mi Goreng	Indofood	밀가루, 식물성 기름 정제, 전분, 소금, 맛 향상제 (E621), 철 미네랄, 항산화제 (TBHQ - E319), 식용색소 (CI의 19140 - E102). / 소금, 설탕, <b>글루타민산 나트륨</b> , 마늘, 양파, 인공 닭고기향, E631, E627), 후추, 비타민
	Không Dầu Chiên 365 (Tôm Chua Cay)	NISSIN (Công Ty TNHH Thực Phẩm NISSIN Việt Nam)	밀가루, 팜 오일 정제, 전분, 카카오밀, 소금, 설탕, 식물성 단백질, 향신료 (마늘, 고추, 양파, 고추, 생강, 레몬 그라스, 심황), 생선 소스, 부추, 새우 분말 (2.5 / kg), <b>글루타민산 나트륨 (621)</b> ,
	Mi Ăn Liên MILIKET INSTANT NOODLE	Công Ty Cổ Phần Lương Thực Phẩm Colusa - MILIKET	밀가루, 식물성 기름, 타피오카 전분, 분말 커피 화이트너, 소금, 양배추, 계란, 돼지고기, 향신료 (마늘, 고추, 생강, 고추), 녹색 양파, 당근, 설탕, 효모 추출물, 간장, 새우 페이스트 (3.45g / kg), 식물성 단백질, 닭고기 추출물, 해산물 분말 (1.77g / kg), 생강, 향미 증강제 : <b>글루타민산 나트륨 (621)</b> , 5'-구아닐산 나트륨 (627), 증점제 : 말토 덱스트린 (1400), 구아 검

출처 : 현지방문조사(Big C, Co.op extra, Familymart, 2017.04)

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. Vietnam Revises List of Additives Approved for Use in Food	USDA	2013.01.31
2. Vietnam Retail Foods	USDA	2017.03.07

### ※ 참고 사이트

1. Kantar Worldpanel	www.kantarworldpanel.com
2. 미국농무부	www.usda.gov
3. 베한타임즈	viethantimes.com
4. 세계라면협회	instantnoodles.org
5. tuoitrenews	tuoitrenews.vn
6. Inside Asia Retail	insideretail.asia
7. kotra	news.kotra.or.kr
8. Mi cay sasin	micaysasin.vn
9. 아시아경제	www.asiae.co.kr
10. 환경데일리	ecoday.kr/news
11. 해외투자진출정보포털 OIS	ois.go.kr
12. International Trade Centre	www.trademap.org
13. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
14. 베트남 보건부	www.moh.gov.vn
15. Big C Vietnam	www.bigc.vn
16. Co.op mart Vietnam	www.co-opmart.com.vn
17. 베트남 과학기술부	www.most.gov.vn