

베 트 남

Vietnam

태 국

Thailand

인도네시아

Indonesia

필 리 핀

Philippines

말레이시아

Malaysia

싱가포르

Singapore

캄보디아

Cambodia

미얀마

Myanmar

라오스

Laos





# C O N T E N T S

|                       |         |       |     |
|-----------------------|---------|-------|-----|
| V I E T N A M         | 베 트 남   | ..... | 4   |
| T H A I L A N D       | 태 국     | ..... | 58  |
| I N D O N E S I A     | 인도네시아   | ..... | 102 |
| P H I L I P P I N E S | 필 리 핀   | ..... | 154 |
| M A L A Y S I A       | 말레이시아   | ..... | 184 |
| S I N G A P O R E     | 싱 가 포 르 | ..... | 230 |
| C A M B O D I A       | 캄 보 디 아 | ..... | 270 |
| M Y A N M A R         | 미 양 마   | ..... | 304 |
| L A O S               | 라 오 스   | ..... | 344 |

## 01 베트남



|                    |    |
|--------------------|----|
| 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 | 5  |
| 가. 농업현황            |    |
| 나. 농식품 수출입 현황      |    |
| 2. 농식품 시장 현황       | 12 |
| 가. 시장개요            |    |
| 나. 소비트렌드           |    |
| 다. 이슈품목            |    |
| 3. 농식품 유통 현황       | 28 |
| 가. 유통구조 및 특징       |    |
| 나. 주요 유통채널 현황      |    |
| 4. 농식품 수출 프로세스     | 41 |
| 가. 수출 프로세스         |    |
| 나. 비관세장벽 관련 이슈     |    |



# 이 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 경제동향

- 2018년 베트남 경제성장은 당초 정부의 목표치(6.5~6.7%)를 뛰어넘어 7.08%의 성장을 달성
  - 베트남 통계청이 발표한 '2018년 경제-사회 현황' (Social and economic situation in 2018)자료에 따르면 2018년 베트남의 GDP(국내 총 생산량)는 전년대비 7.08% 증가함. 이러한 성장은 베트남에서 2011년 이후 가장 높은 기록을 세움

### (2) 농업규모

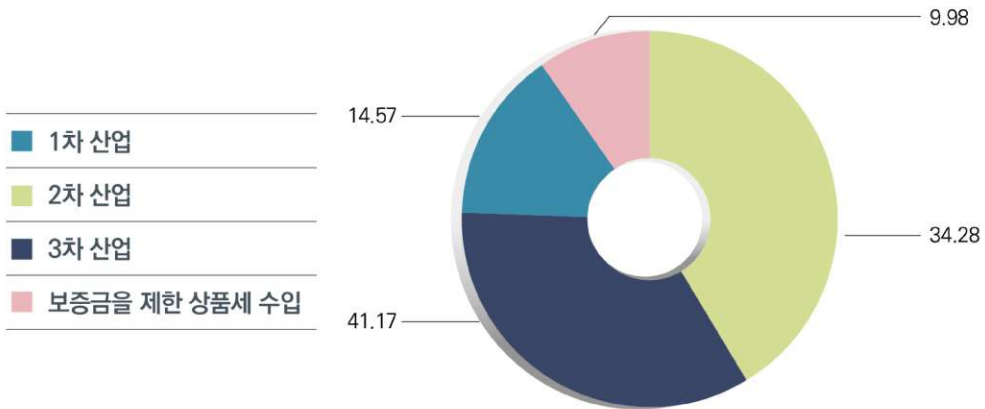
- 2018년 1차산업(농림·수산업) 생산량이 베트남 GDP에서 차지하는 비중은 14.57%로 전년 대비 5.01%p 증가
  - 2016년도 1%대까지 감소했던 농림·수산업 비중이 2018년 3.76%의 성장률을 보이며 최근 5년 중에 가장 높은 성장률을 달성함. 쌀·과일·커피·견과류 등의 수출 확대가 농업 성장에 크게 기여함
  - \* 베트남의 농림·수산업 생산량 증가율 추이 : 2014년 3.44% → 2015년 2.41% → 2016년 1.36% → 2017년 2.90% → 2018년 3.76%(추정치)

### 베트남의 주요 경제지표

| 주요 지표                | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 명목 GDP (백만 달러)       | 115,274 | 122,973 | 130,611 | 139,509 | 149,380 |
| 명목 GDP성장률 (%)        | 6.0     | 6.7     | 6.2     | 6.8     | 7.1     |
| 농림수산업 명목 GDP (백만 달러) | 19,313  | 19,778  | 20,047  | 20,628  | 21,405  |
| 농림수산업 명목 GDP 성장률 (%) | 3.4     | 2.4     | 1.4     | 2.9     | 3.8     |
| 실질 GDP (백만 달러)       | 168,385 | 179,289 | 192,540 | 214,059 | 236,691 |
| 농림수산업 실질 GDP (백만 달러) | 29,803  | 30,465  | 31,422  | 32,847  | 34,493  |
| 농림수산업 실질 GDP 성장률 (%) | 8.3     | 2.2     | 3.1     | 4.5     | 5.0     |
| 농림수산업 실질 GDP 비중 (%)  | 17.7    | 17.0    | 16.3    | 15.3    | 14.6    |

\* 출처: 베트남 통계청 「Social and economic situation」, 2018

### 베트남의 산업구조(2018년)



\* 출처: 베트남 통계청

- 농경지는 115,268km<sup>2</sup> (2016)로, 베트남 국토의 34.8%를 차지함. 고용인구중 40.2%인 2,156만명 (2017년)이 농업과 수산업 (Agriculture, forestry and fishing)에 종사하고 있음

### 농업특성

- 쌀은 베트남의 주요 농산물. 식량농업기구에 따르면 1인당 쌀 소비량은 약 145kg이고 대도시일수록 쌀 소비량은 줄어들. 하지만 인구 증가로 인한 쌀 소비량을 충족시키기 위해 매년 15만~20만 톤의 쌀이 추가로 필요하다고 추정함. 베트남 농경지의 75~85%에서 쌀 재배. 메콩강 삼각주가 주요 쌀 재배 지역으로, 베트남 전국 쌀 생산량 중 90% 이상이 이 지역에서 생산. 메콩강 삼각주는 긴 일조 시간(2,400시간 이상)으로 인하여 쌀 3모작 가능
  - 2017~2018년 메콩강 삼각주에서 생산된 쌀(도정 기준)은 2,551만 톤이었으며, 봄에 1,089만 톤, 가을에 1,379만 톤, 겨울에 83만 톤 생산

## (3) 주요 생산품목 및 생산규모

### 농산물

- 2018년 기준 약 4,400만 톤의 쌀을 생산하고 있는데, 자스민(Jasmine), 속짱(Soc Trang), 낭호아(Nang Hoa) 등 향기 나는 품종이 주요 생산품. 엘니뇨의 영향을 받은 가뭄 때문에 2016년 생산량이 전년대비 감소했으나 2018년부터 다시 올라가는 추세. 쌀 다음으로 베트남의 주요 농작물은 사탕수수, 카사바임
- 생산량이 가장 많은 특용작물은 커피원두로, 2017년 기준으로 연 150만 톤 이상 생산. 과일은 오렌지를 선두로 망고, 리치/람부탄, 용안 순으로 생산율이 높음

## 베트남 주요 농작물 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목   | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|------|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 쌀    | 44,974 | 45,091 | 43,165 | 42,839*  | 43,979*  | 2.7%     |
| 옥수수  | 5,202  | 5,287  | 5,247  | 5,132*   | 4,906*   | ▽4.4%    |
| 사탕수수 | 19,822 | 18,337 | 17,211 | 18,356   | 17,837*  | ▽2.8%    |
| 카사바  | 10,210 | 10,740 | 10,910 | 10,341*  | 9,940*   | ▽3.9%    |
| 땅콩   | 453    | 454    | 427    | 460      | 459*     | ▽0.2%    |
| 대두   | 157    | 146    | 161    | 102      | 81*      | ▽20.6%   |
| 고구마  | 1,401  | 1,336  | 1,269  | 1,351*   | 1,369*   | 1.3%     |

\* 추정

\* 출처: 베트남 통계청, 「Social and economic situation」, 2018

## 베트남 주요 특용작물 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목   | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|------|-------|-------|-------|----------|----------|----------|
| 캐슈넛  | 345   | 352   | 305   | 216      | 260*     | 20%      |
| 커피원두 | 1,408 | 1,453 | 1,461 | 1,577    | 1,626*   | 3%       |
| 차    | 982   | 1,013 | 1,034 | 972      | 987*     | 2%       |
| 후추   | 152   | 177   | 216   | 253      | 255*     | 1%       |
| 코코넛  | 1,375 | 1,439 | 1,471 | 1,475    | 1,565*   | 6%       |

\* 추정

\* 출처: 베트남 통계청「Social and economic situation」, 2018

## 베트남 주요 과일 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목      | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년(A) | prel. 2017년(B) | 증감율(B/A) |
|---------|-------|-------|-------|----------|----------------|----------|
| 포도      | 19    | 24    | 31    | 27       | 29             | 10.6%    |
| 망고      | 681   | 679   | 703   | 728      | 788            | 3.7%     |
| 오렌지     | 706   | 759   | 727   | 807      | 948            | 7.6%     |
| 용안      | 544   | 519   | 513   | 503      | 497            | ▽2.2%    |
| 리치, 람부탄 | 629   | 696   | 715   | 648      | 565            | ▽2.7%    |

\* 출처: 베트남 통계청 (<https://www.gso.gov.vn>)

## 축산물

- 우수가축사육기준(Good Animal Husbandry Practices, GAHP)을 도입 후 모든 품목에 걸쳐 생산량 증가 및 폐사율 감소(돼지 15%→10%, 가금류 41%→14%), 비육 시간 단축(돼지 136일→116일, 가금류 66일→56일)\* 등으로 인하여 생산성과 생산량이 모두 증가(2018년 10월 31일 기준)

\* 출처: 세계은행「Livestock Competitiveness and Food Safety Project」

## 베트남 축산물 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목             | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년(A) | 2017년(B) | 증감율(B/A) |
|----------------|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 신선우유 (백만 리터)   | 456    | 550    | 723    | 795      | 881      | 17.9%    |
| 꿀 (톤)          | 12,883 | 14,218 | 15,478 | 16,530   | 18,755   | 9.8%     |
| 계란 (백만 알)      | 7,755  | 8,271  | 8,874  | 9,446    | 10,637   | 8.2%     |
| 누에고치 (톤)       | 6,359  | 6,761  | 6,543  | 6,924    | 7,355    | 3.7%     |
| 돼지, 생체중 (천 톤)  | 3,229  | 3,351  | 3,492  | 3,665    | 3,733    | 3.7%     |
| 가금육, 도축 (천 톤)  | 775    | 875    | 908    | 962      | 1,032    | 7.4%     |
| 소, 생체중 (천 톤)   | 285    | 293    | 300    | 309      | 322      | 3.1%     |
| 버팔로, 생체중 (천 톤) | 86     | 86     | 86     | 87       | 88       | 0.6%     |

\* 출처: 베트남 통계청 (<https://www.gso.gov.vn>)

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### 전체 수출입 현황

- 베트남은 농림·수산업이 2018년 3.76%의 성장률을 보이며 최근 5년 중 가장 높은 성장률을 달성했으며 쌀·과일·커피·견과류 등의 수출확대가 농업 성장에 크게 기여
  - 베트남의 주요 농작물은 쌀이며, 생산량이 가장 많은 특용작물은 커피원두, 과일은 오렌지를 가장 많이 생산함
- 베트남은 농식품 수출액이 수입액보다 크지만, 최근 5년간 수입액이 수출액보다 큰 폭으로 증가하며 5년간(2013~2017년) 수출액은 연 평균 5.7%씩 증가했으며 수입액은 17.1%씩 증가함
- 2018년 기준 베트남은 한국의 3위 수출국이자 7위 수입국이며 축산물 수출물량이 전년대비 339.5%, 수출금액이 113%로 대폭 성장함

## 베트남 농식품 수출입실적 동향

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분 | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 수출 | 15,960 | 17,166 | 17,107 | 17,478 | 19,935 |
| 수입 | 4,571  | 5,462  | 6,304  | 7,203  | 8,600  |

\* 출처: 베트남 통계청(<https://www.gso.gov.vn>)



## 국가별 수출입 현황

### 주요 수출국

- 주요 베트남의 농식품 수출 품목에는 커피, 과일 및 채소, 캐슈넛, 쌀이 있음. 커피 수출 주요 대상국이자 커피 수출액이 가장 큰 나라는 독일임. 쌀, 과일 및 채소의 경우 최근 5년간 중국으로 가장 많이 수출했지만 '18년 기준 중국으로의 쌀 수출량이 전년 대비 33% 감소함
- 캐슈넛 수출액은 미국, 중국, 네덜란드 순으로 높음

### 베트남 농식품 수출 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국  | 금액     | 주요품목                                           |
|----|------|--------|------------------------------------------------|
| 전체 |      | 15,744 | 과일 및 채소(신선/가공), 커피, 캐슈넛(껍질없는 것), 쌀, 후추, 카사바, 차 |
| 1  | 중국   | 3,919  | 쌀, 과일 및 채소, 캐슈넛(껍질없는 것)                        |
| 2  | 미국   | 1,691  | 캐슈넛(껍질없는 것), 과일 및 채소, 커피                       |
| 3  | 필리핀  | 618    | 쌀, 커피                                          |
| 4  | 독일   | 567    | 커피, 캐슈넛(껍질없는 것)                                |
| 5  | 네덜란드 | 473    | 캐슈넛(껍질없는 것), 과일 및 채소                           |
| 7  | 한국   | 184    | 커피, 과일 및 채소                                    |

\* 출처: 베트남통계청(<https://www.gso.gov.vn>)

### 주요 수입국

- 베트남의 주요 수입 농식품은 과일 및 채소, 밀, 옥수수이며, 과일 및 채소는 태국, 중국, 미국이 상위 1~3위를 차지함
- 러시아산 밀 수입액은 2018년 기준 전년 대비 360% 증가함
- 옥수수 수입액은 아르헨티나, 브라질이 상위 1~2위를 차지함

### 베트남 농식품 수입 상위 5개국(2017년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수입국   | 금액    | 주요품목                                  |
|----|-------|-------|---------------------------------------|
| 전체 |       | 8,129 | 과일 및 채소, 캐슈넛, 밀, 옥수수, 대두, 유제품, 식물성 유지 |
| 1  | 아르헨티나 | 1,008 | 옥수수                                   |
| 2  | 태국    | 698   | 과일 및 채소, 옥수수                          |
| 3  | 브라질   | 513   | 밀, 옥수수                                |
| 4  | 중국    | 430   | 과일 및 채소, 밀                            |
| 5  | 호주    | 385   | 과일 및 채소, 밀                            |

\* 출처: 베트남통계청(<https://www.gso.gov.vn>)

## 품목별 수출입 현황

### 주요 수출품목

- 베트남의 주요 수출품목으로 과일 및 채소(신선/가공), 커피, 캐슈넛(껍질 없는 것), 쌀, 후추, 카사바, 차임

- 주요 수출국으로는 중국, 미국, 필리핀, 독일, 네덜란드 등으로 수출함
- 최근 5년 평균 수출액 증가율은 과일 및 채소(신선/가공), 캐슈넛 순으로 높음

#### 주요 수입품목

- 주요 수입 농식품은 캐슈넛(생), 과일 및 채소(신선/가공)임
- 캐슈넛은 주요 수출품이자 수입품이며 캐슈넛 국내 생산 부족으로 코르티부아르, 캄보디아, 인도네시아에서 생 캐슈넛 수입 및 현지 가공을 통해 캐슈넛(탈각)으로 재수출함

### 베트남 농식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출(2018년)      |       | 수입(2017년) |       |
|----|----------------|-------|-----------|-------|
|    | 품목             | 금액    | 품목        | 금액    |
| 1  | 과일 및 채소(신선/가공) | 3,882 | 캐슈넛       | 2,574 |
| 2  | 커피             | 3,543 | 과일 및 채소   | 1,734 |
| 3  | 캐슈넛(껍질없는 것)    | 3,377 | 옥수수       | 1,503 |
| 4  | 쌀              | 3,054 | 밀         | 994   |
| 5  | 카사바            | 757   | 대두        | 708   |

\* 출처: 베트남 통계청 및 UN Comtrade

### (2) 한국의 對 베트남 농림축산식품 수출입 현황

#### 수출규모

- 2018년 對 베트남 농림축산식품 수출물량은 전년 대비 43.2% 증가한 350천 톤이며, 수출금액 또한 19.4% 증가한 447백만 달러(US\$)임
- (농산물) 2017년 결련이 88백만 달러(4천 톤)으로 제 1 수출품목이었지만 2018년도 들어 결련 수출량이 절반으로 떨어져 43백만 달러(2.5천 톤) 수준이며 혼합조제식료품 34백만 달러(11천 톤), 기타 음료 26.7백만 달러(21천 톤)을 기록함
- (축산물) 2017년 대비 수출 물량은 42천 톤으로 전년대비 339.5%로 대폭 성장하였으며, 수출금액은 111.3% 증가한 77.9백만 달러임. 2016년 말 조류 인플루엔자로 인해 닭고기 수출이 중단되었으나, 2017년 11월부터 다시 재개되어 2018년 닭고기 수출실적은 27백만 달러(28.7천 톤)임
- (임산물) 2018년 기준 수출 물량은 119천 톤으로 전년 대비 33.5%증가하였으며 수출금액 또한 전년 대비 55.6% 증가한 61.5백만 달러임

### 對 베트남 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

|     | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 77,729  | 123,509 | 149,176 | 145,286  | 188,433  | 29.7%    |
| 축산물 | 25,727  | 37,232  | 37,918  | 9,603    | 42,212   | 339.5%   |
| 임산물 | 35,841  | 31,730  | 56,259  | 89,515   | 119,460  | 33.4%    |
| 합 계 | 139,297 | 192,471 | 243,353 | 244,404  | 350,105  | 43.2%    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## 對 베트남 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 189,299 | 242,081 | 270,702 | 298,300  | 308,106  | 3.3%     |
| 축산물 | 68,731  | 79,942  | 71,624  | 36,848   | 77,860   | 111.3%   |
| 임산물 | 99,849  | 49,390  | 60,619  | 39,518   | 61,471   | 55.6%    |
| 합 계 | 357,879 | 371,413 | 402,945 | 374,666  | 447,437  | 19.4%    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 베트남 수출 상위 품목

- 2018년 수출 상위품목은 참치, 껌, 혼합조제식료품, 닭고기, 기타음료수
  - (참치) 대표적인 수출품목으로 참치 단가가 꾸준히 하락하고 있으며 미국, 유럽, 중동(이스라엘, 이집트 등) 및 참치 세금면제국가인 중국으로의 참치 필렛, 통조림 수출 확대 등으로 원재료 수입이 확대되면서 2017년부터 수출액이 급증함. 2018년 기준 수출금액은 전년대비 35% 증가한 US\$ 43백만 달러임
  - (껌) 최악세(Sin Tax) 부과 등으로 인한 껌 수입바이어와의 가격협상이 지연되는 현상으로 인해 수출 감소. 2018년 기준 수출금액 전년대비 51% 감소한 US\$ 43백만 달러임
  - (혼합조제식료품) 한국산 프리미엄 분유가 고가임에도 불구하고 저가 수입분유보다 품질 및 안전성에 대한 인식이 높아 꾸준히 수요가 증가하며 기존 진출해 있는 남양유업 분류 외에도 최근 매일유업, 롯데푸드 등에서도 신제품 출시 등 베트남 시장으로 진출하는 기세임. 2018년 기준 전년대비 21% 증가한 US\$ 34백만 달러임
  - (닭고기) 2016년 말 조류 인플루엔자로 인한 닭고기 수출 중단이 2017년 11월부터 다시 재개되었고 베트남 음식 문화 특성에 따라 육질이 질긴 산란성계를 즐겨 먹으며 3월경 베트남에서 발병한 아프리카 돼지열병(ASF)에 따른 돼지고기 대체 수요 발생으로 닭고기 수요가 증가하였음. 2018년 기준 수출 금액은 전년대비 773% 증가한 US\$ 27백만 달러임
  - (기타음료) 건강에 대한 현지 소비자 인식 제고 및 관심도 증가로 인하여 차류, 국산 무가당 과실주스, 기능성음료(비타민, 홍삼), 숙취해소음료 등의 수출 증대. 2018년 기준 전년대비 40% 증가한 US\$ 26백만 달러임

## 對 베트남 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년    |        | 2017년    |        | 2018년   |        |
|----|----------|--------|----------|--------|---------|--------|
|    | 품목       | 수출액    | 품목       | 수출액    | 품목      | 수출액    |
| 1  | 껌        | 89,817 | 껌        | 88,312 | 참치      | 43,332 |
| 2  | 기타임산물    | 37,000 | 참치       | 32,080 | 껌       | 43,112 |
| 3  | 혼합조제식료품  | 30,929 | 혼합조제식료품  | 28,063 | 혼합조제식료품 | 34,073 |
| 4  | 닭고기      | 24,414 | 기타음료     | 19,078 | 닭고기     | 27,084 |
| 5  | 기타사료용조제품 | 16,704 | 기타사료용조제품 | 18,337 | 기타음료    | 26,736 |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

##### ① 식품시장 규모

- 2018년 베트남 식품시장 규모는 254억 달러임. 2017년 대비 5.4% 성장
- 2023년까지 매년 11.7%씩 커질 것으로 전망되며, 2023년 시장규모가 현재의 1.8배인 445억 달러에 이를 것으로 예상
  - 지속적인 경제성장과 소득증가, 도시화, 대형 유통체인 증가, 베트남 정부의 식품가공업 해외투자 유치로 인하여 전반적인 식품시장 규모를 확대시킬 것으로 전망

#### 베트남 식품시장 규모

(단위: 백만 달러(USD))

| 연도   | 2017e  | 2018e  | 2019f  | 2020f  | 2021f  | 2022f  | 2023f  | 2017~2023<br>연평균증가율전망 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|
| 시장규모 | 22,886 | 25,398 | 28,430 | 31,825 | 35,607 | 39,818 | 44,506 | 11.7%                 |

\*e: 예상, f: 전망

\* 출처: BMI, 「Vietnam Food and Drink Report Q2 2019」

##### ② 품목별 시장규모

- 주식인 빵·쌀·곡물 시장이 2018년 약 94억 달러(전체 식품 시장의 36.9%)로 가장 크며, 2023년까지 연평균 11.7%씩 증가될 것이라 전망되어 식품 시장이 계속해서 성장할 것으로 예상
- 커피원두와 차를 연간 1백만 톤 이상 생산하는 만큼 음료 중에서는 탄산음료나 기타 과일주스보다 커피·차와 같은 온음료의 시장규모가 더 큼
- 설탕 및 관련 제품, 과일/야채 주스, 생수를 제외한 전 품목이 2023년까지 연평균 10% 이상 성장할 것으로 전망

## 품목별 시장규모

(단위: 천 달러(USD))

| 품목            | 2017년e    | 2018년e    | 2019년f     | 2020년f     | 2021년f     | 2022년f     | 2023년f     |
|---------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 빵, 쌀, 곡물      | 8,457,702 | 9,381,366 | 10,496,613 | 11,744,875 | 13,135,778 | 14,684,860 | 16,409,258 |
| 파스타류          | 27,769    | 30,790    | 34,437     | 38,519     | 43,068     | 48,133     | 53,772     |
| 육류(가금육 포함)    | 6,852,699 | 7,600,499 | 8,503,402  | 9,513,988  | 10,640,052 | 11,894,173 | 13,290,226 |
| 생선 및 수산가공품    | 2,326,877 | 2,597,062 | 2,923,407  | 3,288,786  | 3,696,017  | 4,149,649  | 4,654,701  |
| 유제품           | 366,032   | 406,891   | 456,232    | 511,464    | 573,012    | 641,565    | 717,881    |
| 유지            | 691,198   | 768,185   | 861,152    | 965,216    | 1,081,182  | 1,210,345  | 1,354,132  |
| 신선/보존 과일      | 1,302,721 | 1,450,977 | 1,630,028  | 1,830,476  | 2,053,866  | 2,302,694  | 2,579,714  |
| 신선 채소         | 1,169,127 | 1,298,862 | 1,455,363  | 1,630,363  | 1,825,180  | 2,041,958  | 2,283,065  |
| 설탕 및 관련 제품    | 362,948   | 384,612   | 410,733    | 439,774    | 471,924    | 507,517    | 546,914    |
| 기타 식품         | 1,328,794 | 1,478,293 | 1,658,832  | 1,860,934  | 2,086,158  | 2,337,020  | 2,616,294  |
| 커피, 차, 기타 온음료 | 692,950   | 757,857   | 836,252    | 924,023    | 1,021,854  | 1,130,846  | 1,252,214  |
| 과일/야채 주스      | 115,210   | 123,478   | 132,993    | 143,064    | 153,604    | 164,547    | 175,805    |
| 생수            | 9,254     | 10,078    | 11,066     | 12,162     | 13,371     | 14,706     | 16,176     |
| 탄산음료          | 330,686   | 361,467   | 398,609    | 440,148    | 486,395    | 537,858    | 595,093    |

\*e: 예상, f: 전망

\* 출처: BMI Research, 「Vietnam Food and Drink Report Q2 2019」

## 가공식품 업체현황

- 2016년 기준 총 9,428개의 식음료 제조업체가 베트남에 있음. 2016년 이후 통계는 발표되지 않았으나, 2012년부터 2016년까지 5년 동안 업체수가 계속 증가했던 점을 고려하면 2017년에는 식음료 제조업체가 10,000개 이상일 것으로 추정

## 식음료 제조업체 수

| 분류     | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 식품제조업체 | 5,708 | 5,820 | 6,275 | 6,630 | 7,137 |
| 음료제조업체 | 2,043 | 2,073 | 2,116 | 2,190 | 2,291 |

\* 출처: 베트남 통계청 「Statistical yearbook 2017」

## 가공식품 판매 현황

- 2018년 기준 베트남에서 가장 많이 판매되는 가공식품은 유제품. 다음으로는 쌀·파스타·면, 유아용 식품, 유지, 소스, 드레싱, 조미료 순으로 판매액이 많음

## 가공식품 Retail Value

(단위: 천 달러(USD))

| 품목                       | 2014년     | 2015년     | 2016년     | 2017년     | 2018년     | 연평균 증가율 |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 유제품(Dairy)               | 2,080,454 | 2,359,386 | 2,583,259 | 2,844,753 | 3,146,780 | 10.9%   |
| 유아용 식품(Baby food)        | 1,164,436 | 1,236,077 | 1,309,758 | 1,371,962 | 1,438,643 | 5.4%    |
| 유지                       | 1,036,436 | 1,073,689 | 1,124,143 | 1,185,778 | 1,257,620 | 5.0%    |
| 쌀, 파스타, 면                | 1,243,188 | 1,294,026 | 1,373,805 | 1,479,565 | 1,616,749 | 6.8%    |
| 빵(baked goods)           | 591,277   | 639,160   | 696,690   | 758,886   | 816,681   | 8.4%    |
| 소스, 드레싱, 조미료             | 796,083   | 868,639   | 947,050   | 1,039,990 | 1,147,768 | 9.6%    |
| 스낵(savory snacks)        | 391,764   | 431,211   | 475,998   | 527,294   | 584,050   | 10.5%   |
| 과자류(sugar confectionery) | 202,523   | 219,195   | 238,767   | 260,207   | 282,690   | 8.7%    |
| 육가공품, 수산가공품              | 291,371   | 307,051   | 316,429   | 332,250   | 353,472   | 4.9%    |
| 아이스크림, 냉동디저트             | 88,254    | 99,217    | 113,042   | 127,435   | 142,786   | 12.8%   |
| 간편식(ready meals)         | 59,574    | 66,488    | 71,975    | 79,265    | 88,164    | 10.3%   |
| 과일 및 채소(가공처리)            | 11,917    | 12,366    | 12,841    | 13,418    | 14,145    | 4.4%    |

\* 출처: Euromonitor, Packaged Food in Vietnam (December 2018)

- 간편식(즉석 식품)은 연평균 성장률 10.3%로, 도시화가 가져온 생활 패턴 변화로 수요증가 추세
- 베트남에서는 국내외 500개 이상의 제조사들이 약 1만여 개의 즉석식품을 유통(베트남식 춘권, 인스턴트 죽, 베트남 식 찌개(lau) 준비 식품, 소시지, 만두, 꽃빵, 라면, 캔류 등을 포함). 현재까지 베트남의 전반적인 즉석식품 시장은 현지 식품 회사들이 우세함
- 2017년 기준 세계은행 자료에 근거한 베트남 내 도시인구 비율은 35.2%. 이는 아시아 태평양 국가들의 평균 도시인구 비율에 비해 여전히 낮은 수준이나, 동남아시아 지역에서 가장 급격히 도시화가 진행되고 있는 국가로, 2020년도 베트남의 도시인구 비율은 40%, 2050년은 60%까지 증가할 것으로 전망(출처: 베트남 도시협회(Associations of Cities of Vietnam))

(단위: %)



\* 도시화율: 전체 인구 중 베트남통계청 기준 중앙직속시 (하노이, 하이퐁, 다낭, 호찌민, 켄터)에 거주하는 인구의 비율

\* 출처: Statista, World Bank



## 주요 가공식품 업체

| 업체명                                | 주요 생산품목                                                                                                                                                                                   | 매출액            |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Việt Nam Dairy Products (Vinamilk) | <p>유제품</p>  <p>출처: Vinamilk 홈페이지 (vinamilk.com.vn)</p>                                                  | 22억 달러(2018)   |
| Masan Consumer Corporation         | <p>소스, 즉석면, 인스턴트 커피</p>  <p>출처: Masan Consumer Corporation 홈페이지 (www.masangroup.com)</p>                | 7억 달러(2018)    |
| Nestlé Việt Nam                    | <p>사탕, 시리얼, 커피, 크림, 생수, 우유, 유아용 식품, 음료, 아이스크림</p>  <p>출처: Nestlé Việt Nam 홈페이지 (www.nestle.com.vn)</p> | 1억 달러 이상(2016) |
| Vissan                             | <p>육류(돼지고기, 소고기, 닭고기), 육가공품(소시지, 통조림제품), 양념</p>  <p>출처: Vissan 홈페이지 (https://www.vissan.com.vn)</p>   | 2억 달러(2018)    |
| Quảng Ngãi Sugar                   | <p>설탕, 생수, 두유, 사탕 및 비스킷</p>  <p>출처: Quảng Ngãi Sugar 홈페이지(http://www.qns.com.vn)</p>                  | 17억 달러(2016)   |

| 업체명                                     | 주요 생산품목                                                                                                                                                                                                                                      | 매출액           |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Acecook Việt Nam                        | <p>즉석면(라면)</p>  <p>출처: Acecook Việt Nam 홈페이지(<a href="https://acecookvietnam.vn">https://acecookvietnam.vn</a>)</p>                                        | N/A           |
| KIDO Group Corporation                  | <p>아이스크림, 요거트, 음료, 냉동식품</p>  <p>출처: KIDO 홈페이지 (<a href="https://www.kdc.vn">https://www.kdc.vn</a>)</p>                                                    | 3억 달러 (2018)  |
| C.P Việt Nam Joint Stock Company        | <p>육류 및 육가공품, 해산물 및 해산물가공품(닭고기, 계란, 돼지고기, 소시지, 어묵, 생선, 새우)</p>  <p>출처: C.P. Food 홈페이지 (<a href="https://www.cp.com.vn">https://www.cp.com.vn</a>)</p>     | N/A           |
| Bibica Corporation                      | <p>사탕, 케이크, 비스킷, 초콜릿, 빵</p>  <p>출처: Bibica Corporation 홈페이지 (<a href="http://www.bibica.com.vn">http://www.bibica.com.vn</a>)</p>                         | 6천만 달러 (2018) |
| Hà Long Canned Food Joint Stock Company | <p>해산물 가공품 (생선 통조림)</p>  <p>출처: Hà Long Canned Food Joint Stock Company 홈페이지(<a href="http://www.halongcanfoco.com">http://www.halongcanfoco.com</a>)</p> | N/A           |



| 업체명                            | 주요 생산품목                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 매출액             |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| San Miguel Pure Foods Vietnam  | <p>육가공품 (햄, 소시지, 베이컨, 파테)</p>  <p>출처: San Miguel Pure Foods Vietnam (<a href="http://sanmiguelpurefoods.vn">http://sanmiguelpurefoods.vn</a>)</p>                                                                                                | N/A             |
| Unilever Vietnam               | <p>차, 조미료, 양념, 소스, 아이스크림</p>  <p>출처: Unilever Vietnam 홈페이지 (<a href="https://www.unilever.com.vn">https://www.unilever.com.vn</a>)</p>                                                                                                          | N/A             |
| Vinamit                        | <p>말린 과일</p>  <p>출처: Vinamit 홈페이지 (<a href="https://vinamit.com.vn">https://vinamit.com.vn</a>)</p>                                                                                                                                            | N/A             |
| Liwayway Food Industry (Oishi) | <p>과자</p>  <p>출처: Oishi 홈페이지 (<a href="https://www.oishi.com.vn">https://www.oishi.com.vn</a>)</p>                                                                                                                                            | N/A             |
| 오리온                            | <p>과자</p>  <p>출처: 오리온 베트남 홈페이지 (<a href="https://www.orionyou.com">https://www.orionyou.com</a>), 보도자료 (<a href="http://www.insidevina.com/news/articleView.html?idxno=704">http://www.insidevina.com/news/articleView.html?idxno=704</a>)</p> | 1억 9천 달러 (2017) |

## (2) 시장특성

### 지역별 특징

- 베트남 북부·중부·남부는 물리적 거리, 역사적 배경, 상이한 기후조건 등으로 인해 성장 격차가 상당하며, 소비성향과 투자환경 면에서 차이가 뚜렷함
  - 일반적으로 총인구의 약 16%가 거주하고 있는 호찌민시(남부)와 하노이(북부)를 중심으로 경제가 발달해 있으며, 최근에는 다낭(중부)이 새로운 투자처로 급부상
  - 하노이의 1인당 GDP는 3,910달러 (2017년 기준), 호찌민시의 1인당 GDP는 5,428달러 (2016년 기준). 다낭은 베트남 중부 경제권의 가장 핵심이 되는 지역으로 2017년도 기준 1인당 소득은 3,289 달러로 베트남 전체 평균 2354달러 대비 약 40% 높은 수준이며 성장률에 있어서도 평균을 훨씬 상회 하는 안정적인 성장을 구가

#### ● 1인 3색의 베트남

##### (호찌민) 베트남 경제도시이자 최대 소비시장

- 소비시장 성장 및 고부가가치산업으로의 산업재편 등을 토대로 상당한 규모의 해외투자 자금 유입 중
- 호찌민시는 상대적으로 높은 거주자 소득수준, 쇼핑·외식·여가 지출에 관대한 성향, 새로운 상품에 대한 호의적 태도 등으로 소비재 진출 시장으로 적합한 것으로 평가
- 해외 유통기업들은 베트남 본격 진출에 앞서 호찌민시에 시험적으로 출점, 현지 소비자 기호 및 상품의 시장성을 파악하는 것이 일반적

##### (하노이) 행정도시에서 유망 투자지로 급부상

- 행정수도로서의 이미지가 강했던 하노이는 최근 인구급증과 활발한 경제성장을 토대로 베트남의 새로운 상권으로 부상 중
- 소비시장 측면에서 하노이는 거주자들의 소비지출에 인색한 태도, 기존 브랜드에 대한 높은 충성도로 인해 신규 소비재 품목 진출지로는 부적합한 것으로 평가. 단, 과시적 소비성향이 강해 초고가 브랜드 입점이 활발한 편
- 최근에는 인프라 개선과 행정개혁에 주력, 외국인 투자유치의 질적 내실화를 다지면서 동남권 유망 투자지로 재조명받고 있음

##### (다낭) 베트남 대표 관광도시에서 동남권 경제도시로 도약 추진

- 외국자본의 고급 리조트 건설과 국제 직항노선 신규 취항이 잇따르면서 베트남은 물론 동남아 지역의 대표적 휴양지로 꼽히고 있음
- 최근에는 다낭시의 우호적 투자환경이 부각되면서 베트남의 신생 투자지로 급부상 중. 시 당국도 신규 공단과 산업클러스터 추가 설립을 추진하는 등 투자자 유치 확대를 위한 제반 환경 개선에 적극 나서고 있음

- 특히 2017년 APEC(아시아태평양경제협력체) 정상회담 개최를 계기로 지역 인지도를 제고함은 물론, 베트남 차세대 경제도시로서 입지가 보다 강화될 전망

### 베트남 주요 도시 특징

| 시 명칭 | 권역명         | 면적 (km <sup>2</sup> ) | 인구수 (천명) | 인구밀도 (명/km <sup>2</sup> ) | 빈곤율 (%) | 1인당 GDP        |
|------|-------------|-----------------------|----------|---------------------------|---------|----------------|
| 하노이  | 홍강 델타       | 3,359                 | 7,328    | 2,182                     | 2.4     | 3,910달러 (2017) |
| 다낭   | 북중부 및 중부 해안 | 1,285                 | 1,046    | 814                       | 8       | 3,289달러 (2017) |
| 호찌민  | 남동부         | 2,061                 | 8,298    | 4,025                     | 0.6     | 5,428달러 (2016) |

\* 출처: 서강대학교 동아연구소, 「베트남 권역별 특징과 교류 추진 방향」, 백용훈

## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### ① 젊은 세대가 견인하는 식품 시장

- 전체 인구의 약 34%를 차지하는 15~34세의 젊은 층이 베트남 내수시장의 핵심 소비 계층으로 부상

#### ② 위생문제가 식품업계의 중요한 현안으로 부상

- 베트남 식품안전 문제 심각, 시민들의 식품 위생 의식 성장에 따른 식품 안전 위생 강화 조치
  - 베트남에서 가장 쉽고 많이 발생하는 병은 식중독으로써 주요 원인은 불분명한 생산지 표기 식품, 신선하지 않은 재료 사용 등을 예로 들었음
  - 베트남 보건부에 의하면, 2018년 10월 기준 2,000명 이상이 식중독에 걸렸으며, 식품 위생법을 위반한 99개 업체에 대하여 총 60억 동(약 3억 원) 벌금을 부과
  - 종합 식음료분야 1위 기업인 마산그룹에서 생산하는 칠리소스가 위생관련 문제로 일본에서 전량 리콜 되는 사건으로 베트남 사람들이 식품 안전에 대해 우려하는 분위기가 조성됨
  - 베트남 우수농산물 품질인증제도 VietGAP, 품질 경영 시스템(ISO 9001:2008) 보증, 우수건강기능식품제조기준(GMP), 식품안전관리인증기준(HACCP) 등 베트남 국민들도 과거와는 달리 식품 구매 시 위와 같은 품질보증 제품에 대한 선호도 증가

#### ③ 한국산 식품 선호도 증가 추세

- 한류로 인해 한국 상품에 대한 선호도 지속적으로 증가 추세
- 중국산, 태국산 수입 위주에서 다소 가격이 높아도 한국산 등 가성비와 품질이 우수한 제품을 선호. 현재 베트남에서는 가격이 높은 상품은 품질이 좋은 고급상품이라는 인식 확산

- 2018년 ASEAN 지역 마케팅 지표 조사 결과에 따르면 베트남 일반 국민들의 한국 친화도는 동남아 국가 중 1위, 문화선호도 1위, 한국 상품 사용 의향 및 구매율도 1위로 한국에 매우 우호적인 시장임

## (2) 농식품 관련 동향

### 베트남 농업 혁신을 위한 민-관 투자 협력

- 베트남 정부는 농업을 우선 혁신대상 산업으로 선정하고 혁신 전략을 추진 중
  - 베트남 정부는 첨단농업기술 투자기업 대상 각종 면세 혜택을 제공 중이며, 2017년부터 2020년까지 농축산업 토지 사용 관련 면세계획을 발표하는 등 농업 분야 투자촉진을 위한 지원정책 시행

| 정책 분야                               | 개요                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 베트남 정부의 high-tech agriculture 지원 내용 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 기술로 신상품 시험 생산 프로젝트를 진행하는 기업의 경우 경비의 70%를 지원</li> <li>- 가치가 높은 새로운 종류의 식물 재배 프로젝트 시행, 비용의 70% 지원</li> <li>- 안전한 야채, 과일 등을 생산하는 프로젝트의 지원 (장비 구입 및 인프라 시설 구축에 필요한 금액으로 m<sup>2</sup>당 100,000동(5,000원))</li> </ul> |
| high-tech agriculture 운영사례          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 렘동(Lâm Đồng)성, Da La 시 / Vinamilk 유기농 우유, 농업관광 과제 부여</li> <li>- 베트남 총리, 푸엔성 하이테크 농업 복합단지 지정 (460ha) 유기농 과일과 채소 전문점 팜프엉타오 (Phạm Phương Thảo) / 6개 농장, 4개 점포</li> </ul>                                           |
| 베트남정부 가공산업 육성을 위한 클러스터 지원           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년까지 집중 육성 5개 분야 시행</li> <li>- 농수산물 가공분야는 중부지방의 연해지방 및 고원지대 지정</li> <li>- 청정지역의 농수산물 육성 의지</li> </ul>                                                                                                            |
| 정부의 농수산물 가공산업 지원                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도축장, 양식업, 건조시설, 가공시설 및 저장설비 등 19개 부문을 특별 우대 프로젝트로 지정</li> <li>- 우대 프로젝트 투자자는 정부가 양도한 토지를 무상 또는 토지 사용료의 50~70%를 감면</li> <li>- 식품의 원료 또는 소스에 필요한 각종 농수산물의 가공기술 도입 후 수출 기업 우대</li> </ul>                               |

\* 출처: 베트남 경제연구소, 「베트남 농식품 시장 진출전략」, 2019

### 식문화, 식습관 트렌드

- 베트남의 최신 식품 소비성향
  - 마트 기준 베트남 주부들의 식품 구매 우선순위는 식용유, 올리브유, 라면, 소스(생선소스, 간장소스 등)임
  - 현재 베트남인들의 1년간 식용유 소비량은 7~8kg/1인이며, 2020년에는 약 3배가량 증가한 20kg/1인으로 예상함
  - 베트남 사람들은 1년에 평균 52개의 인스턴트 국수(라면)를 소비
  - 베트남에는 인스턴트 국수(라면)를 생산하는 기업이 50개 정도 있으며, 베트남의 3대 라면 생산기업인 Vina Acecook, Masan Consumer, Uniben JSC의 점유율이 60% 이상을 차지하고 있음. 특히 Vina Acecook의 하오하오(Hao Hao)는 베트남 국민 라면이라 불릴 정도로 인기가 높음
  - 일반적으로 베트남 소비자들은 한국산 라면이 현지 라면에 비해 맛이 더 좋다고 느끼며, 면발이 더 굵어 한끼 식사로 든든하게 먹을 수 있다고 생각하지만, 가격 경쟁력에서 밀리기 때문에 제품 차별화와 맛으로 승부해야 함



- 최근 5년(2014~2018) 기준으로 동남아 6개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남) 중 베트남의 육류 소비량이 가장 빨리 증가하고 있음. 베트남인이 선호하는 육류는 '돼지고기 > 가금육 > 소고기' 순

출처: 베트남 경제연구소 「베트남 농식품 시장 진출전략」 2019. 유로모니터

## 외식시장 동향

- 베트남 내 외식업체 수는 10,063개(2016년). 2012년보다 약 1.5배 이상 늘어난 수준으로, 특히 2013년부터 큰 폭으로 증가

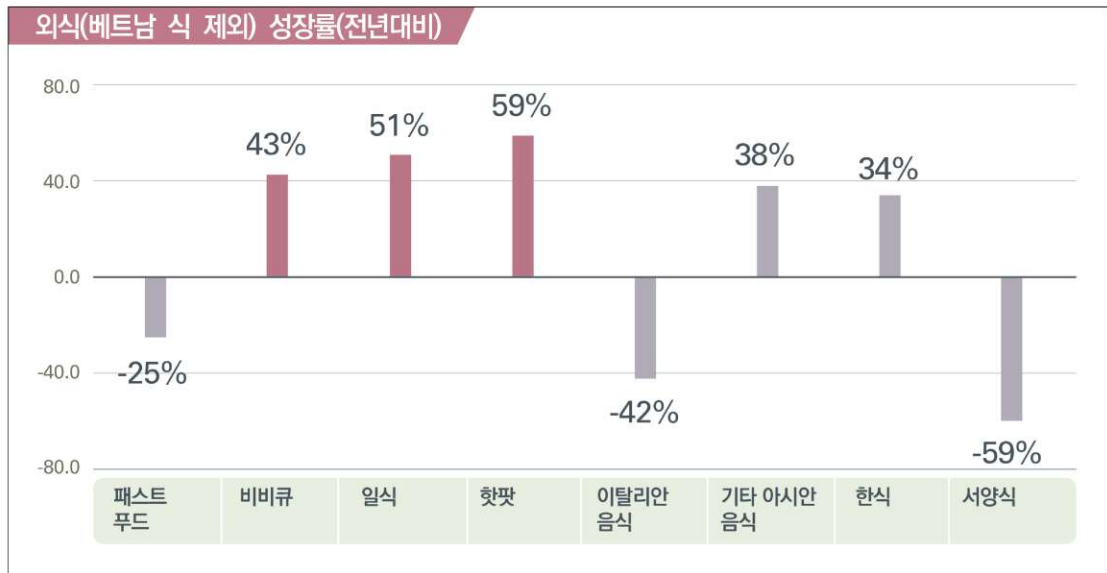
### 베트남 외식업체 수

| 연도     | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016   |
|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 외식업체 수 | 6,091 | 6,388 | 7,433 | 8,586 | 10,063 |

\*출처: 베트남 통계청 「Statistical yearbook 2017」

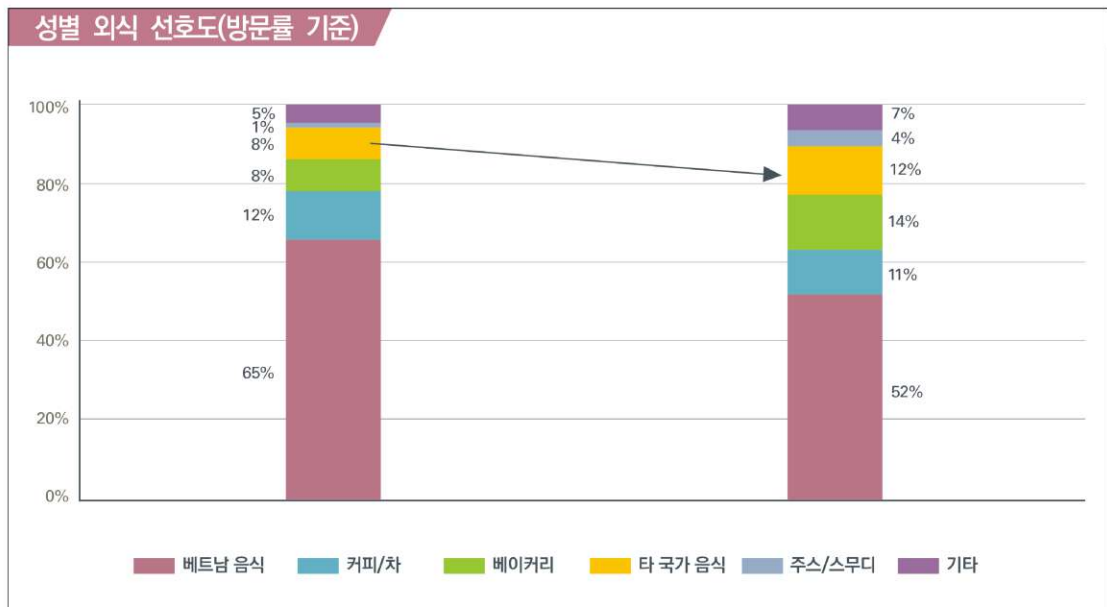
- 베트남 외식시장에 부는 프랜차이즈 바람
  - 2007년 6개, 2013년 110개, 2017년 4월 200개 돌파, 관련법규 개정, 가맹점 환경평가 500m<sup>2</sup> 이하 면제 이후 대폭 증가 추세
  - 프랜차이즈 중에서 외식업 비중은 40%로 아직은 미약한 수준이지만, Gogi House, BBQ House 등 한국식 BBQ 고기구이집의 선풍적인 인기와 한류의 영향으로 치맥, 피자, 떡볶이 등 한식류 외식 산업의 성장 및 외식업 증가 추세
  - 현지 베트남인들이 제일 즐겨먹는 요리는 베트남식 핫팟인 Lau(러우)이며 음식과 곁들여 먹는 재료중 치즈가 선호도가 높은 편임(치즈 불닭, 치즈 김밥, 치즈 떡볶이 등). 주로 끓이고 튀겨먹는 음식문화와 주식인 쌀국수에 들어가는 닭 육수, 돼지고기 육수의 영향으로 외식사업에서의 주 육류는 소고기 보다는 돼지고기, 닭고기가 주 인 음식을 선호하며 풍부한 해산물을 활용한 요리 또한 즐겨 먹는 편임
- 베트남 주요 3개 도시(하노이, 다낭, 호찌민)의 외식 경향
  - 풀서비스 레스토랑(Full Service Restaurants, 예: Kichi Kichi, Gogi House 등)과 패스트 서비스 레스토랑(Quick Service Restaurants, 예: Jollibee, Subway 등)이 대표적인 베트남 외식 채널. 베트남 식을 제외한 외식으로는 BBQ, 일식, 핫팟의 소비가 증가. 한식이나 기타 아시안 음식도 소비 증가





\* 출처: Decision Lab, 「Decision Lab Foodservice Industry Seminar 2018」

- 여성은 외식 식당을 방문 선택하는데 있어 남성보다 타 국가의 식당 선호도가 더 높게 나타났으며, 특히 한식의 경우 남성 방문률은 감소 (전년대비 -15%)했지만 여성 방문률은 소폭 증가(전년대비 2%)



\* 출처: Decision Lab, 「Decision Lab Foodservice Industry Seminar 2018」

## 다 이슈품목

### (1) 베트남 이슈품목 및 분석

#### 🍜 라면 수입동향

- 세계라면협회(WINA)에 따르면 2017년 베트남 인스턴트 라면 소비규모가 10억 달러에 달하며 중국, 인도네시아, 일본, 인도에 이어 세계 5번째로 큰 규모의 시장임
  - 2017년도 베트남의 인스턴트 라면 소비량은 2016년 대비 3% 상승했고 1인당 53개/년의 소비량을 보임
- 베트남의 라면 수입액은 지속적으로 증가하는 추세이며 그중 한국산 라면 수입액이 가장 큰 상승세를 보임
  - 태국산 수입액은 변화폭을 적게 유지하며 소폭 상승했고 한국산 라면 외 중국산 라면의 수입액도 높은 상승세를 보임
- 최근 5년(2013-2017년) 간 베트남의 라면 수입액은 매년 40% 이상 증가. 2017년 라면 총 수입액은 약 2100만 달러였고, 이 가운데 절반 이상이 한국 제품(불닭볶음면, 신라면 등)
  - 2014년까지 한국은 베트남 수입라면시장에서 태국에 이어 2위
  - 베트남의 한국산 라면 수입량은 태국산 라면 수입량보다 빠르게 증가하면서 2015년에 처음으로 한국산 라면 수입량이 베트남에서 1위를 차지했으며, 2017년에는 2위인 태국과의 수입량 격차를 4배 이상으로 벌림

#### 베트남의 라면 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013  | 2014  | 2015  | 2016   | 2017   | 연평균증가율 |
|----|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
|    | 총 수입액 | 5,510 | 6,844 | 8,653 | 13,779 | 21,186 | 40.0%  |
| 1  | 한국    | 1,350 | 2,058 | 2,882 | 7,058  | 13,317 | 77.2%  |
| 2  | 태국    | 2,454 | 2,586 | 2,765 | 3,229  | 3,129  | 6.3%   |
| 3  | 인도네시아 | 297   | 578   | 724   | 1,035  | 1,761  | 56.0%  |
| 4  | 중국    | 238   | 366   | 602   | 868    | 1,187  | 49.4%  |
| 5  | 이탈리아  | 584   | 790   | 983   | 721    | 841    | 9.5%   |

\* 출처: ITC Trade Map

- 베트남 현지에서 한국산 라면의 인기가 높아진 이유로는 한류의 동남아시아 개척과 베트남 거주 한국인 증가 및 국내 유통기업들의 베트남 진출의 영향이 큼
  - 한국 대중문화가 베트남인 사이에서 인기를 얻음에 따라 그 관심이 한국 음식 소비로 연결
  - 국내 3대 대형마트 중 하나인 롯데마트가 베트남 내 주요 도시에 매장을 두고 있어, 도시 거주자들의 한국 라면 구매가 용이

- 가격이 비싸더라도 새로운 맛을 경험하려는 소비자들을 겨냥하여 매운 맛 라면, 맑은 국물 라면 등 한국 특유의 라면제품도 현지 경쟁력이 있을 것으로 전망
- 베트남인들의 주 SNS채널인 유튜브, Facebook으로 한국의 “먹방”이 현지인들 사이에서 인기를 얻음으로 인하여 한국식 라면이 인기가 높아짐

## 분유 수입현황

- 2017년 베트남의 조제분유 수입액은 약 2억 1천만 달러. 싱가포르, 태국, 일본, 아일랜드, 독일 등 아시아와 유럽의 선진국에서 수입
- 한국 분유 제품도 이미 베트남에 유통 중이나, 싱가포르 등 상위 5개 국가에 비하면 시장점유율은 낮은 편
- 베트남 현지에서 유제품 및 유아용 식품 생산량이 증가하고 있어 조제분유 총 수입액이 감소한 것으로 추정
- 빠르게 성장 중인 ‘프리미엄 분유’ 시장
- 베트남 출산율 감소가 고급분유 수요를 유도. 1-2인 자녀 가정이 증가함에 따라 자녀를 위하여 가격이 비싸더라도 더 좋은 것을 구매하려는 부모 증가
- 안전성과 품질에 관해 민감하게 반응하며, 가격보다는 제품의 원료와 성분이 주요 구매 원인임
- 일본산 분유의 시장점유 확대는 ‘품질과 안전성’이 확보된 제품이라는 인식이 베트남 소비자들 사이에서 확산되고 있기 때문인 것으로 분석됨
- 한국산 분유는 베트남 소비자들 사이에서 ‘프리미엄’으로 정평이 나 있음에도 불구하고 시장 진출에 소극적이며 가격대가 높음으로 인해 시장 점유율은 아직까지 미미한 상황임

## 베트남의 조제분유 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 연평균증가율 |
|----|-------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
|    | 총 수입액 | 273,827 | 237,101 | 230,898 | 258,559 | 214,051 | ▽6.0%  |
| 1  | 싱가포르  | 35,711  | 45,488  | 47,814  | 67,883  | 57,297  | 12.5%  |
| 2  | 태국    | 53,875  | 59,651  | 56,535  | 55,933  | 42,251  | ▽5.9%  |
| 3  | 일본    | 1,928   | 2,845   | 10,922  | 25,170  | 27,404  | 94.2%  |
| 4  | 아일랜드  | 33,683  | 44,063  | 44,451  | 42,497  | 16,202  | ▽16.7% |
| 5  | 독일    | 14,426  | 17,531  | 14,587  | 12,900  | 13,125  | ▽2.3%  |
| 8  | 한국    | 6,926   | 7,202   | 10,375  | 7,178   | 6,914   | 0.0%   |

\* 출처: ITC Trade Map

## 소스 수입현황

- 베트남의 최대 소스 제품 수입국은 태국
- 2017년도 베트남의 태국 소스 제품 수입 금액은 1,766만 달러를 기록하며 1위를 차지
- 한국의 경우 2017년 수입액 기준 5위이지만, 2013~2017년 연평균 증가율이 49.7%로 상위 5개국 중 가장 높으며, 특히 2016년 대비 2017년에 70% 이상 성장

### ● 매년 성장세를 보이는 베트남의 소스시장

- 베트남의 소스시장은 매년 5% 이상의 성장세를 보이고 있음
- 이러한 성장세를 보이는 주된 이유로는 베트남 젊은 층의 사회진출 증가 및 노동시간의 증가로 인해 요리시간을 줄일 수 있는 소스 이용 증가에 있음
- 베트남에서 전통적으로 사용되고 있는 생선소스는 여전히 가장 큰 사랑을 받고 있으며, 간장과 칠리 소스가 각각 2위 3위를 차지하고 있음
- 수년간 소스와 드레싱의 종류와 브랜드가 다양해졌으며 특히 베트남에서 인기가 있었던 전통소스류 외 바베큐소스, 고기튀김소스를 포함한 외국의 입맛이 많이 유입되고 있음

### 베트남의 소스 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 연평균증가율 |
|----|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    | 총 수입액 | 29,207 | 34,368 | 39,349 | 48,994 | 59,439 | 19.4%  |
| 1  | 태국    | 7,936  | 10,369 | 12,334 | 13,941 | 17,659 | 22.1%  |
| 2  | 말레이시아 | 6,164  | 6,032  | 7,277  | 9,603  | 10,341 | 13.8%  |
| 3  | 일본    | 2,847  | 3,340  | 3,130  | 5,602  | 6,891  | 24.7%  |
| 4  | 중국    | 3,162  | 3,782  | 4,417  | 4,398  | 5,273  | 13.6%  |
| 5  | 한국    | 1,039  | 1,373  | 2,260  | 3,060  | 5,216  | 49.7%  |

\* 출처: ITC Trade Map

### ● 통조림 수입현황

#### ● 현지 생산 제품이 강세를 보이고 있는 통조림 시장

- 베트남 기업이 생산하는 통조림 종류가 매우 다양해 내수시장의 경쟁이 매우 치열한 상황임
- 베트남 제품 이외 수입 제품도 다양하게 유통되고 있으나 수입 제품의 경우 베트남 산에 비해 가격대가 높아 여전히 베트남산 선호도가 더 높은 상황임
- 한국산 돼지고기 통조림 수입액은 28만 달러로 베트남 총 수입의 19%를 차지하고 있으며 덴마크, 미국에 이어 3위를 유지하고 있음
- 한국산 수입 통조림은 돼지고기, 다량어, 어류조제품 순임

### 베트남의 돼지고기 통조림 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013 | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 연평균증가율 |
|----|-------|------|-------|-------|-------|-------|--------|
|    | 총 수입액 | 870  | 1,176 | 1,484 | 1,195 | 1,447 | 13.6%  |
| 1  | 덴마크   | 564  | 544   | 539   | 473   | 435   | ▽6.3%  |
| 2  | 미국    | 140  | 399   | 197   | 253   | 429   | 32.3%  |
| 3  | 한국    | 29   | 82    | 226   | 285   | 281   | 76.4%  |
| 4  | 싱가포르  | 56   | 79    | 155   | 76    | 147   | 27.3%  |
| 5  | 프랑스   | 67   | 31    | 21    | 17    | 59    | ▽3.1%  |

\* 출처: ITC Trade Map



## 신선과일 수입현황

### 성장하는 신선 과일 시장과 K-Food 열풍

- 베트남의 지속적인 경제 발전과 소득 증가로 먹거리에 대한 관심도도 함께 증가함에 따라 수입산 과일의 시장 규모도 급증함
- 베트남 기후 특성상 사과와 재배가 어려우며 배, 포도, 딸기는 베트남도 재배가 가능하나 한국산 종과는 맛과 품질이 크게 차이나 한국산 과일의 인기가 매우 높음

### 꾸준한 성장세를 구가 중인 베트남 수입 신선과일 시장

- 베트남 통계청에 따르면 2017년 베트남 과일 및 야채 수입액은 15억 6,000만 달러로 2016년 대비 68.1% 증가했음
- 2017년 과일 및 야채 수입액 중 과일류는 11억 9,000만 달러, 야채류는 3억 3,400만 달러로 과일 및 야채 수입 통계에서 과일은 78%, 야채는 22%를 차지하여 과일의 수입액이 월등히 높음

### 조상을 모시는 제단의 필수 구성품 ‘한국산 배’

- 베트남은 유교 문화 특성상 대부분의 가정집에 조상을 모시는 제단이 있으며 제단에는 과일, 빵, 과자, 음료 등이 올라가는데 최근 한국산 배 유통량 증가로 다수의 집에서 한국산 배를 볼 수 있음
- 한국산 배는 저장기간이 길어 다른 과일들에 비해 장기간 유통이 가능하다는 장점이 있어 베트남 소비자에게 접근하는데 수월함
- 2017년도 중국산 수입량이 전년도 대비 27% 이상 상승해 전체 수입량이 상승함. 한국산은 약 120% 성장세를 보임
- 베트남 내 한국 배 수입 시장이 급격하게 성장하고 있어 2018년도 한국산 수입액은 더 성장할 것으로 예상

### 수입산 딸기 1위 브랜드로 자리매김한 ‘한국산 딸기’

- 한국산 딸기는 2016년 2월 베트남 식물검역 당국의 최종 승인을 받아 수출이 시작됐으며 한국농림축산검역본부에 등록된 수출단지에서만 수출이 가능함
- 한국산 딸기가 수입되기 이전에는 미국산 또는 베트남 국내산이 대부분이었고 유통량도 많지 않아 수입산 딸기 시장은 여전히 발전 가능성이 높음
- 한국산 딸기는 베트남에서 직접 재배되는 딸기에 비해 당도가 높아 한국산 딸기에 대한 선호도가 매년 증가하는 추세이며 2017년 수입액이 2016년도 대비 약 160% 상승함



## 베트남의 배 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도       | 2013  | 2014  | 2015  | 2016   | 2017   | 연평균증가율 |
|----|----------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
|    | 총 수입액    | 6,674 | 6,202 | 9,633 | 13,550 | 20,231 | 31.9%  |
| 1  | 중국       | 5,633 | 4,175 | 6,623 | 8,713  | 11,143 | 18.6%  |
| 2  | 한국       | 251   | 754   | 1,208 | 2,937  | 6,452  | 125.2% |
| 3  | 남아프리카공화국 | 291   | 707   | 1,450 | 1,176  | 1,796  | 57.6%  |
| 4  | 일본       | -     | -     | -     | -      | 564    | -      |
| 5  | 미국       | 170   | 156   | 152   | 424    | 252    | 10.3%  |

\* 출처: ITC Trade Map

## 베트남의 딸기 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013 | 2014 | 2015 | 2016  | 2017  | 연평균증가율 |
|----|-------|------|------|------|-------|-------|--------|
|    | 총 수입액 | 119  | 274  | 268  | 1,029 | 2,187 | 107.1% |
| 1  | 한국    | 11   | 12   | 6    | 840   | 2,179 | 275.2% |
| 2  | 중국    | 4    | 5    | 8    | 11    | 9     | 22.5%  |
| 3  | 호주    | 23   | 21   | -    | -     | -     | -      |
| 4  | 미국    | 81   | 237  | 254  | 178   | -     | -      |

\* 출처: ITC Trade Map

 닭고기 수입현황

 닭고기 수출 재개

- 2017년에 조류인플루엔자(AI)문제로 베트남에 우리 닭고기 수출이 중단된 적이 있었는데 지난해에 수출이 재개
- KATI에 따르면, 베트남으로 수입되는 한국산 닭고기의 2018년 수출액이 1,500만 달러 이상 기록
- 농식품부는 베트남 닭고기 대량 수요처를 지난해 1곳에서 올해 3곳으로 늘리고 베트남 닭고기 유통의 70%를 차지하고 있는 급식·식자재 시장을 지속적으로 개척하겠다고 밝혔음

## 베트남의 닭고기 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 연도    | 2013   | 2014  | 2015   | 2016   | 2017  | 연평균증가율 |
|----|-------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
|    | 총 수입액 | 12,240 | 9,171 | 11,286 | 13,577 | 5,447 | ▽18.3% |
| 1  | 한국    | 12,170 | 9,084 | 11,261 | 13,245 | 2,460 | ▽32.9% |
| 2  | 아르헨티나 | -      | -     | -      | 299    | 1,716 | -      |
| 3  | 이탈리아  | -      | -     | -      | -      | 767   | -      |
| 4  | 일본    | 16     | -     | -      | -      | 131   | 69.2%  |
| 5  | 스페인   | -      | -     | -      | -      | 109   | -      |

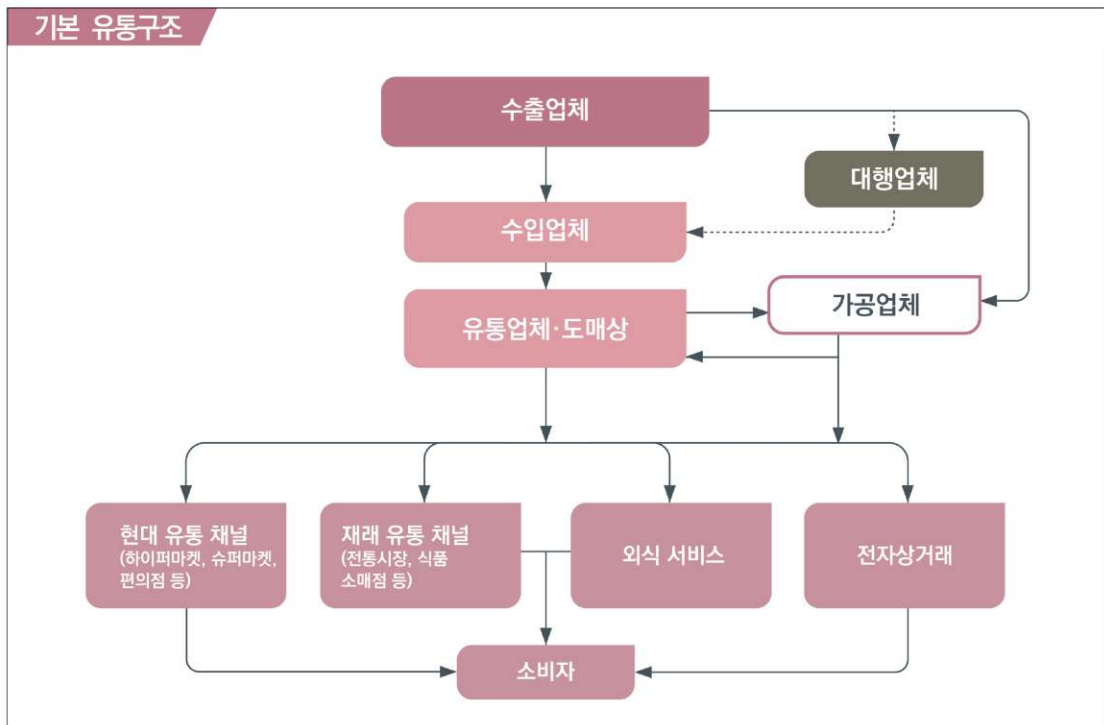
\* 출처: ITC Trade Map

## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### ① 유통구조

- 베트남 유통시장은 크게 동네를 기반으로 운영되는 재래 유통채널(식품/음료/담배 전문점, 개인 혹은 가족 경영 소규모 소매점, 기타 식품 소매점)과 프랜차이즈 형식의 대형 유통채널(슈퍼마켓, 하이퍼마켓/대형마트, 편의점)로 분류
- 현지 수입·유통업체를 통한 수출이 가장 일반적인 수입식품 유통 방식
  - 대형 유통채널은 해외업체로부터 직접 제품을 구매하는 경우도 있으나, 현지 수입·유통업체를 통해 수입식품을 조달하는 경우가 많음
  - 영세한 재래 유통채널은 도매업체나 현지 유통업체를 통해 수입식품을 구매
  - 대부분의 수입업체는 중간 업체 없이 베트남 국내 유통도 직접 담당하는데, 물리적으로 접근하기 어려운 지역에는 도매업체를 활용



\* 참고: USDA 「Retail Foods Vietnam 2018」

## ② 판매유형별 특징

- 재래 유통채널은 전체 식품 판매액의 92% (2018년 기준)를 차지
  - 재래 유통채널은 동네 사정에 밝고 주민과의 유대관계가 돈독하다는 장점
  - 베트남 소비자들은 식식품을 소량으로 자주 구매한다는 점에서 재래 유통채널이 대형 유통채널보다 유리
  - 베트남은 현대적 유통망(대형마트, 백화점, 편의점 등)과 전통적 유통망(재래시장 등)의 비율은 약 3:7로 유통현대화 수준이 아직은 낮은 편이나, 호찌민, 하노이와 같은 대도시를 중심으로 현대적 유통망이 급속히 증가하고 있음
- 슈퍼마켓에서의 식품 판매액은 2018년을 기준으로 약 21억 8천 달러(전체 식품 판매액의 4.8%)로, 대형 유통채널 중 최대
- 하이퍼마켓은 국내 대형마트와 유사한 개념으로, 2018년 식품 판매액이 약 11억 7천 달러에 육박함 (전체 식품 판매액의 2.6%)
- 편의점의 식품 판매액은 2018년에는 1억 6천 달러(전체 식품 판매액의 0.3%)로 가장 적으나, 다른 유통채널보다 매출액이 빠르게 증가
  - 면적 500㎡ 이하 매장이 대형 매장보다 영업허가 획득이 쉽기 때문에 매장 수 확대를 통한 매출액 증가 가능
  - 베트남은 급속한 도시화, 소득수준 상승, 젊은 소비층의 확대 등으로 편의점 시장이 눈에 띄는 성장을 보이고 있음
- 소득이 증가하고, 식품 위생 및 안전에 대한 소비자의 관심이 늘어남에 따라 재래 유통채널의 비중은 감소하고, 슈퍼마켓·하이퍼마켓·편의점의 시장점유율이 점차 확대될 것으로 예상

## 유통채널별 판매액

(단위: 천 달러(USD))

| 유통채널   | 2014년      | 2015년      | 2016년      | 2017년      | 2018년      |
|--------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 편의점    | 63,209     | 84,097     | 108,800    | 133,824    | 159,249    |
| 하이퍼마켓  | 990,918    | 881,472    | 1,069,046  | 1,119,058  | 1,166,488  |
| 슈퍼마켓   | 1,521,367  | 1,698,127  | 1,839,318  | 1,980,813  | 2,175,490  |
| 재래유통채널 | 34,858,330 | 36,521,205 | 37,966,091 | 39,972,800 | 42,171,303 |

\* 출처: Euromonitor, 「Retailing in Vietnam」 2019

## 각 품목의 유통채널별 판매 비중(2018년)

|        | 현대유통채널 |       |       | 전통유통채널           |       |       | 기타   |
|--------|--------|-------|-------|------------------|-------|-------|------|
|        | 편의점    | 하이퍼마켓 | 슈퍼마켓  | 식품/음료/<br>담배 전문점 | 독립소매점 | 기타소매점 |      |
| 신선제품   | -      | 3.0%  | 9.8%  | -                | 11.5% | 75.7% | -    |
| 따뜻한 음료 | 1.5%   | 3.5%  | 15.6% | 19%              | 39.7% | 20%   | 0.8% |
| 청량 음료  | 4.2%   | 2.6%  | 8.4%  | 15.1%            | 43.8% | 23.8% | 2.1% |

|                     | 현대유통채널 |       |       | 전통유통채널           |       |       | 기타   |
|---------------------|--------|-------|-------|------------------|-------|-------|------|
|                     | 편의점    | 하이퍼마켓 | 슈퍼마켓  | 식품/음료/<br>담배 전문점 | 독립소매점 | 기타소매점 | 온라인  |
| 가공식품                | 1.1%   | 4.5%  | 8.9%  | 6.4%             | 56.8% | 17.4% | 0.1% |
| - 유지                | 0.1%   | 4.2%  | 5%    | -                | 86.4% | 4.3%  | 0.1% |
| - 소스, 드레싱           | -      | 1.8%  | 6.7%  | -                | 64.9% | 26.5% | 0.1% |
| - 유아식품              | 0.5%   | 8.6%  | 13.5% | -                | 38.0% | -     | 0.1% |
| - 유제품               | 2.5%   | 4.9%  | 9.3%  | 6.9%             | 55.2% | 21.2% | -    |
| - 초콜릿/사탕/껌<br>종류 과자 | 0.7%   | 6.1%  | 13.7% | 16.6%            | 58.3% | 4.1%  | 0.1% |
| - 아이스크림             | 1.6%   | 3.9%  | 8.2%  | -                | 77.5% | 8.8%  | -    |
| - 빵                 | 0.7%   | 3.3%  | 4.8%  | 35.1%            | 32.3% | 23.7% | 0.2% |
| - 시리얼               | 1.3%   | 9.5%  | 78.9% | -                | 8.9%  | 0.7%  | 0.7% |
| - 쌀, 파스타            | 0.5%   | 2.5%  | 10.5% | 3.0%             | 50.9% | 32.6% | 0.1% |
| - 청량 음료             | 4.2%   | 2.6%  | 8.4%  | 15.1%            | 43.8% | 23.8% | 2.1% |
| 담배                  | 0.8%   | -     | 0.2%  | 9.8%             | 9.1%  | 76.1% | -    |

\* 출처: Euromonitor

## 나 주요 유통채널 현황

### 개요

- 베트남 통계청은 재래 유통채널, 슈퍼마켓, 쇼핑몰 등 3가지 유통 채널만으로 분류해 발표하고 있음

### 재래 유통채널, 슈퍼마켓, 쇼핑몰 점포 수

| 연도                     | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 재래 유통채널                | 8,546 | 8,597 | 8,660 | 8,591 | 8,580 |
| 슈퍼마켓                   | 724   | 772   | 832   | 865   | 958   |
| 쇼핑몰(Commercial center) | 130   | 139   | 160   | 168   | 188   |

\* 출처: 베트남 통계청

- Euromonitor는 편의점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 재래유통 채널 4가지 기준으로 유통채널 분류

### 유통채널 점포 수

| 연도      | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 편의점     | 565     | 708     | 947     | 1,099   | 1,188   |
| 하이퍼마켓   | 41      | 49      | 54      | 56      | 59      |
| 슈퍼마켓    | 605     | 1,032   | 1,672   | 2,285   | 2,734   |
| 재래 유통채널 | 641,542 | 647,556 | 652,988 | 658,005 | 662,592 |

\* 출처: Euromonitor



- 유로모니터 자료에 따르면, 이미 도시에는 편의점이 많기 때문에 2018년 기준으로 점포 수 성장률이 크지 않음. 도시 외 지역에선 가격이 더 저렴한 전통시장, 길거리식품, 카페들과 경쟁하기 때문에 편의점 수요가 크지 않음
- VinMart+같이 평균 슈퍼마켓보다 크기가 작은 미니마켓은 2018년에도 계속 성장하고 있고 편의점과 경쟁함. 편의점과 다르게 패스트푸드/간편식보단 식료품과 가정용품 판매에 더 중점을 둠
- 하이퍼마켓이 성장하고 있지만 크기 때문에 도시 가운데 위치하기 어렵단 단점이 있음. 반면 슈퍼마켓은 도시 안에 자리 잡기 때문에 접근이 더 쉬움. 슈퍼마켓 시장이 커지면서 하이퍼마켓 성장률에 영향을 미침

### 편의점

- 아시아에서 편의점이 가장 빠르게 증가
  - 베트남에서 편의점이 빠르게 증가하는 원인(전통방식의 소매점과 차별화)은 베트남 소비자의 주요 이동 수단은 오토바이이며, 소량으로 자주 구매하는 습관, Mart와 비교하여 가격 편차가 적다는 이유임
  - 에어컨 제공, 점포의 상품진열대 정돈 우수, 높은 품질의 상품을 취급, wifi 무료 제공, 2층을 휴게실로 운영하는 것도 영향을 미치고 있음
  - 편리한 편의점에서 끼니 해결하는 젊은층이 증가. 따뜻한 간편식을 판매하고 카페나 레스토랑보다 가격이 저렴한 것이 장점. 즉석에서 조리를 해주는 반미 및 도시락이 인기

### 베트남 주요 편의점 동향

| 편의점           | 국가 기반     | 특징        | 비고                  |
|---------------|-----------|-----------|---------------------|
| Vinmart+      | 베트남       | 지역 밀착형    | 가장 빠르게 점포 확장        |
| Big C express | 태국 센트럴    | 슈퍼마켓형     | Big C의 소형 점포 형태     |
| Family mart   | 일본        | 편의시설 우수   | 태국 기업 계약 해지         |
| Circle K      | 미국        | 부대시설 다양   | 점포수 확장 공격적          |
| Saigon co.op  | 베트남       | 식품점 위주    | Co.op mart 각 운영     |
| B's mart      | 태국 TTC 그룹 | 편의시설 우수   | Family mart 철수 후 진출 |
| Satrafoods    | 베트남       | 식품전문점     | CJ가 인수 추진           |
| Seven eleven  | 일본        | 다양한 상품 구비 | 세계 최대(62,000개 점포)   |
| Shop&go       | 싱가포르      | 주요 도로 소재  | 가장 오래된 편의점          |
| mini stop     | 일본 AEON   | 점포 규모 대형  | 2층 휴게실              |
| GS 25         | 한국        | 대형 빌딩에 입주 | 2019년 1월 19일 1호점 개점 |

\* 출처: 베트남 경제연구소, 「베트남 농식품 시장 진출 전략」 2019

### 온라인 채널

- 베트남 온라인 쇼핑 시장은 잠자는 사자에 비유될 정도의 높은 잠재력을 보유하고 있다고 평가됨
  - 베트남 전자상거래 시장 규모는 전 세계 다른 나라에 비하면 발전 초기 단계이지만 매년 30%가 넘는

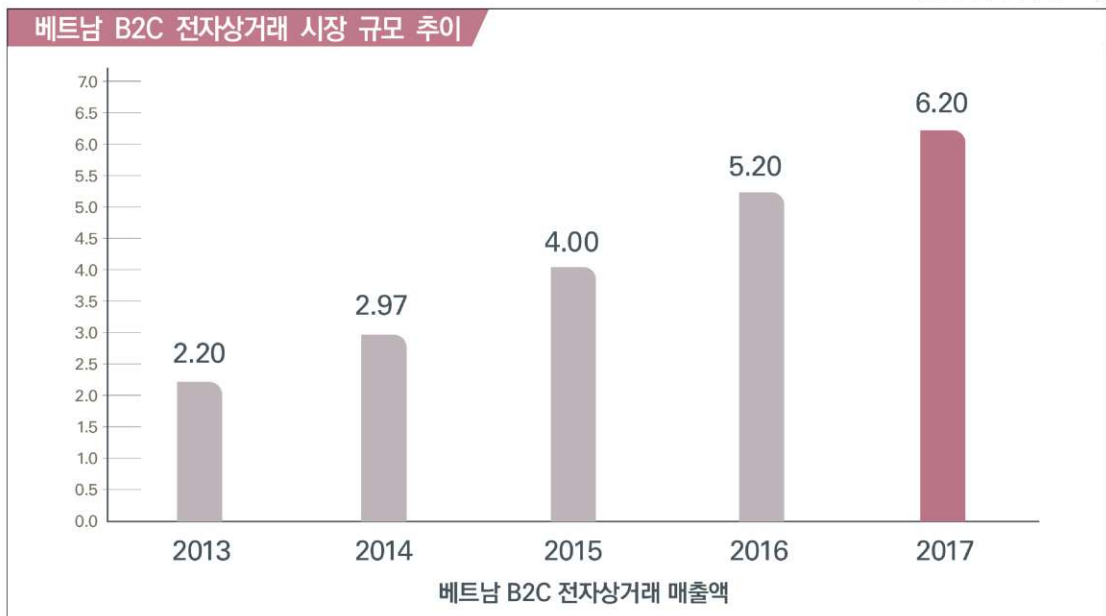


지속적인 성장 (2013년부터 시작한 초기 시장). 2017년 연간 매출 62억 달러 (전체 소매유통에서 점유율 3.6%), 2018년 연간 매출 90억 달러 추정, 2020년 연간 매출 매출 목표 100억 달러 돌파 예상

- 향후 베트남 온라인 쇼핑 시장은 4G 통신망 서비스 개시, 스마트폰 사용자 증가에 따른 모바일 쇼핑의 성장, 물류 서비스 개선, 전자결제 및 정보보안, 전자상거래 웹사이트 신고 및 등록 의무 폐지 (Circular21/2018/TT-BCT, 2018년 10월 18일부터) 등으로 더욱 활성화될 전망
- 베트남 8X(땀엑스, 1980년대생), 9X(찐엑스, 1990년대생) 세대는 베트남 소비시장을 주도하는 베트남의 젊은 부모 세대로, 대부분 인터넷에 능숙하며, 온라인 쇼핑에 대한 관심과 수요가 높음
- 다만 실제 상품을 보기 전에는 구매하지 않는 소비자 의식, 배달에 소요되는 기간 과다, 물류배송 비용 25%, 현금결제 관행이 최대 걸림돌 (90% 이상이 COD\* 서비스)

\* COD(Cash on Delivery): 물품을 구매자에게 배송하면서 대금을 수취하는 방식

(단위: 십억 달러(USD))



\* 출처: 베트남 전자상거래 정보기술원(VECITA)

### 베트남 주요 전자상거래 업체 동향

| Site              | 최대주주               | 업체 동향                       | 협력사                     |
|-------------------|--------------------|-----------------------------|-------------------------|
| www.Lazada.vn     | 알리바바 10억 달러 인수     | 30만 종류, 시장점유율 30%           | Grab 15억 달러 투자          |
| https://shopee.vn | 텐센트가 투자한 싱가포르 Sea  | 2017년 가장 빠른 성장, 무료배송        | Foody.vn 지분 82% 보유      |
| https://tiki.vn   | JD.com(중국 대형 유통업체) | click-to-delivery 2시간 이내 배달 | VNG(모기업), Zalo, Zing.vn |

| Site                | 최대주주                     | 업체 동향                     | 협력사               |
|---------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------|
| www.adayroi.com     | VinGroup(최대 유통업체)        | Mart에서 판매하는 상품            | Vinmart           |
| www.vuivui.com      | MWG(스마트폰, 전자제품, 식품)      | 온라인과 오프라인을 연결 Omnichannel | Thegioididong.com |
| www.sendo.vn        | 통신, S/W대기업 FPT           | 다양한 상품                    |                   |
| www.zalora.vn       | 태국 Central Group (로켓인터넷) | 의류전문점에서 영역 확대             | Big C마트           |
| www.lotte.vn        | 한국롯데그룹                   | 시장점유율 20% 목표              | 롯데마트              |
| http://aeonshop.com | 일본의 거대 소매사업자 Aeon        | 2017년 초 사업개시              | Aeon mart         |

\* 출처: 베트남 경제연구소, 「베트남 농식품 시장 진출 전략」 2019

## 대형유통업체

- 유통산업은 베트남의 여러 산업 중 가장 높은 성장률을 보이고 있는 산업. 현재 50%가 넘는 외국기업들이 베트남 유통시장을 차지하고 있으며, 앞으로 외국기업들의 유통시장 점유율이 더 늘어날 전망
- 소매유통시장의 메인 플레이어
  - 베트남 내 진출한 주요 외국계 식품 소매유통기업의 메인 플레이어는 대형 쇼핑몰 형태의 Big C(태국계), Aeon(일본계), Lotte(한국계), MM Mega Market(태국계) 등이 있음. 최근에는 외국 기업들의 편의점 투자가 증가하는 추세로 GS25(한국계), 7-eleven(일본계), Shop & Go(싱가포르), B's mart(태국계), Ministop(일본계) 등이 활발함
  - 현지 로컬 메인 플레이어로는 Vingroup이 압도적이며, 대형마트인 빈마트(Vinmart)와 편의점 형태의 빈마트 플러스(Vinmart+)가 베트남 대도시 및 소규모 도시에 고루 확대 운영 중임
  - 현지의 농장들과 네트워크한 농산물 유통 전문점들도 프랜차이즈 형태로 운영이 확대 중임. 대표적으로 현지 브랜드인 Bach Hoa Xanh, Satrafoods, Co.op Food 등이 있음

|      |                                                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지 | <a href="http://www.co-opmart.com.vn">http://www.co-opmart.com.vn</a> |
| 설립년도 | 1996년                                                                 |
| 매출액  | 13억 달러(2017년) Saigon Co.op                                            |
| 점포수  | 111개                                                                  |



#### 특징

- 1996년 2월 호찌민시에 슈퍼마켓 첫 설립
- 베트남 현지 상업무역협동조합 Saigon Co.op가 운영
- 지방의 농장과 협동조합이 파트너가 되어 신선한 제품을 제공
- 유기농 식품 판매에 초점을 맞추고 인기를 끄
- 식품, 화장품, 패션, 보석, 오락, 가전제품, 헬스케어 등 다양한 소비재 취급
- 500여 가지 이상의 PB 상품 (원두, 채소, 소시지, 식용유 등) 판매, 대부분 현지 생산임
- 중산층 고객을 주요 타겟으로 함
- 2018년 7월 삼양식품이 Saigon Co.op와 마케팅 협력 업무협약을 맺음

#### 매장 사진



사진출처: Co.op mart 홈페이지 (<http://www.co-opmart.com.vn>),  
페이스북 페이지 (<https://www.facebook.com/hethongcoopmartvn>)



|      |                                                     |
|------|-----------------------------------------------------|
| 홈페이지 | <a href="http://vinmart.com">http://vinmart.com</a> |
| 설립년도 | 2014년 *모기업 Vin Group은 1993년 설립                      |
| 매출액  | 6억 달러 (2017년)                                       |
| 점포수  | 114개                                                |

# VinMart

포  
매  
망

- 특징**
- 베트남 최대 기업 빈그룹(Vingroup)의 유통계열사 빈커머스(VinCommerce)의 산하 마켓
  - 빈커머스는 2018년에만 VinMart+(편의점)와 VinMart 매장 238개를 오픈 하여 현재 1,800개의 매장을 보유하고 있는 베트남 최대 유통 체인
  - 식품, 채소, 과일, 생활용품 취급
  - VinEco(유기농 채소)를 포함한 화장품 (VinMart Home), 즉석/가공 식품 (VinMart Cook), 스낵 (VinMart Good) 등의 PB 상품이 VinMart로 공급됨
  - 저소득부터 고소득까지 타깃 고객층 넓음
  - 인구 밀도가 높은 지역에 위치해 있어 쉽게 접근 가능
  - 2019년 'VinMart 4.0' 이라는 베트남의 첫 가상 마켓 오픈

매장 사진



사진출처: VinMart 홈페이지 (<http://vinmart.com>),  
 페이스북페이지 (<https://www.facebook.com/pg/sieuthivinmart>)



## Big C Supercenter

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | http://www.bigc.vn                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
| 설립년도  | 1998년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
| 매출액   | 1억 2,200만 달러(2017년)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                     |
| 점포수   | 35개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년 태국 기업 Central Group이 지분 100% 인수</li> <li>• 20개 도시에 35개 매점</li> <li>• 현지 제조업체와 협력하여 자체 브랜드 Wow! Attractive Price, Bakery by Big C, Big C 보유</li> <li>• 2018년 프로그램 “항상 가격이 낮아요(Giá luôn luôn thấp)” 진행, 소비자에게 항상 낮은 가격 보장</li> <li>• 저소득 ~ 중간소득 소비자를 타깃으로 함</li> <li>• 현지 지역사회와 중소기업에 지원하는 사회공헌활동 전개</li> <li>• 중소기업 지원</li> <li>• 베트남에서 가장 먼저 PB제품 판매 시작했지만 Central Group이 인수하면서 PB상품 판매를 차츰 중단할 것이라고 발표함</li> </ul>         |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>    </div> <p>사진출처: VinMart 홈페이지 (<a href="http://vinmart.com">http://vinmart.com</a>),<br/>         페이스북 페이지 (<a href="https://www.facebook.com/BigCVietnam">https://www.facebook.com/BigCVietnam</a>)</p> |                                                                                     |



## MM Mega Market

|                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                    |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 홈페이지                                                                                                                                                                                                                       | http://mmvietnam.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |  |
| 설립년도                                                                                                                                                                                                                       | 2002년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                    |  |
| 매출액                                                                                                                                                                                                                        | 5억 5천만 달러(2015년)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                    |  |
| 점포수                                                                                                                                                                                                                        | 19개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                    |  |
| 특징                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• 2016년 독일계 유통 업체였던 Metro C&amp;C를 태국 기업 TCC가 인수해 MM Mega Market으로 이름 변경</li><li>• 신선 과일 및 채소, 육류, 생선 및 해산물, 베이커리, 주류, 생활용품, 사무용품, 가전제품, 화장품, 의류, 스포츠용품, 장난감 등 소비재</li><li>• 현지 농가, 어업인, 생산업체에서 대량 구매 및 직매입을 하여 평균 단가 낮춤</li><li>• 베트남산 농산물을 해외로 수출하기도 함</li><li>• PB상품 개발이 활발한 유통채널 중 하나며 PB제품 중 가공 및 신선 식품도 판매함</li><li>• 농업농촌개발부(MARD)가 2018년 “농부를 위한 비즈니스”(Business for Farmers)로 선정</li><li>• 2018년 현지 농가 400곳과 파트너 맺음</li></ul> |                                                                                    |  |
| 매장 사진                                                                                                                                                                                                                      | <div></div> <div></div>                                                                                                                                                                                           |                                                                                    |  |
| 사진출처: MM Mega Market 홈페이지 ( <a href="http://mmvietnam.com">http://mmvietnam.com</a> ),<br>페이스북 페이지 ( <a href="https://www.facebook.com/pg/MMMegaMarket.TuyenDung">https://www.facebook.com/pg/MMMegaMarket.TuyenDung</a> ) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                    |  |

|      |                                                               |
|------|---------------------------------------------------------------|
| 홈페이지 | <a href="http://lottemart.com.vn">http://lottemart.com.vn</a> |
| 설립년도 | 2008년                                                         |
| 매출액  | 2억 4천만 달러(2018년)                                              |
| 점포수  | 14개                                                           |



특징

- 식품, 생활가전 등 소비재 다수 취급
- 한국과 동일하게 PB 브랜드로 초이스 엘(Choice L) 판매, 세련된 디자인으로 재래시장 등 타 유통채널과 차별화
- 미얀마, 라오스 등 주변 국가에 PB 상품을 수출함으로써 베트남 현지기업 수출 지원
- 1,000여 가지 이상의 PB 상품 판매
- 중산층 이상 소비자를 타깃으로 함
- 쇼핑과 문화생활을 동시에 즐길 수 있도록 복합시설 구성
- 동남아 중 인도네시아에도 매장 운영
- 2018년 하노이에 3번째 매장 오픈하면서 1인가구와 젊은층을 겨냥해 소용량 냉장패키지 식품을 크게 확대
- 1,000평 안팎의 중형점포 출점을 증가시킬 계획
- 회원모집을 진행하고 회원혜택 강화
- 2019년 3분기에 호찌민시 복합시설 Central Premium 내에 쇼핑센터를 오픈 예정

매장 사진



사진출처: 롯데마트 페이스북 페이지(<https://www.facebook.com/LotteMartVN>)

## Aeon Mall

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                   |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | www.aeonmall-vietnam.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <br>AEON MALL VIETNAM Co., Ltd |
| 설립년도  | 2013년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                   |
| 매출액   | 2억 2600만 달러(2017년)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
| 점포수   | 4개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본기업인 AEON, 2008년 베트남 시장 진출</li> <li>• 호찌민, 하노이, 그리고 빈즈엉성 남부지역에 4개 쇼핑몰 운영</li> <li>• 시티마트(Citimart)의 지분 49% 소유하고 있고 파트너인 소지츠 (Sojitz)와 편의점 “미니스탑” 체인 소유</li> <li>• 하노이 2호점과 하이퐁 쇼핑몰이 2019년 오픈 예정</li> <li>• 2025년까지 20개 몰을 세울 목표 세움</li> <li>• 편안함을 추구하며 쉬어갈 수 있는 공간 제공</li> <li>• 고객 만족을 위한 수준 높은 서비스 제공을 강조</li> <li>• 2018년 11월 직원의 서비스 능력 향상 위한 행사 개최, 400명의 직원들이 참여</li> </ul> |                                                                                                                   |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진출처: AEON 홈페이지(www.aeonmall-vietnam.com)</p>                                                                                      |                                                                                                                   |



## Bach Hoa Xanh

|      |                                                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지 | <a href="https://www.bachhoaxanh.com">https://www.bachhoaxanh.com</a> |
| 설립년도 | 2015년                                                                 |
| 매출액  | 5500만 달러 (2017년)                                                      |
| 점포수  | 569개                                                                  |



- 특징
- 중소규모의 매장
  - 호찌민시 지역에만 400개 이상의 점포
  - 휴대폰 유통회사 대기업인 테제이지동 (Thế Giới Di Động)에서 파생됨
  - 베트남 전통시장과 비슷한 저렴한 가격, 전문적인 품질관리를 통해 위생적이고 안전하게 유통
  - 고기와 생선채널이 다른 판매점에 비해 3~4배 큰 규모
  - 위생적인 환경과 저렴한 가격이 베트남 소비자들에게 인기를 끈 주요 요인
  - 베트남 유명기업들, 지방 농장들과 연계해 상품을 공급

매장 사진



사진출처: Bach Hoa Xanh 홈페이지([www.bachhoaxanh.com](http://www.bachhoaxanh.com))



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

##### 수출 프로세스

|            | 주요내용                                                                                                                                                          | 비고                                                                                                                                       |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 수출계약    | <ul style="list-style-type: none"> <li>거래선 (바이어) 발굴</li> <li>계약 진행</li> </ul>                                                                                 |                                                                                                                                          |
| 02 서류준비    | <ul style="list-style-type: none"> <li>선하증권</li> <li>포장 명세서</li> <li>상업송장</li> <li>기술표준 및 위생증명서</li> <li>세관 수입신고서</li> <li>터미널 처리비용</li> <li>검사증명서</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>라벨링 필수기재사항</li> <li>제품명, 구성성분, 영양성분, 중량, 제조사 정보, 유통기한, 원산지</li> <li>베트남어로 명확하게 기입해야함</li> </ul>   |
| 03 선적 출항   | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출통관</li> <li>포워딩 업체 지정</li> <li>운송</li> </ul>                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>주요항만</li> <li>병에 항, 다낭항, دن부 항, 하이퐁 항</li> </ul>                                                  |
| 04 수입신고/검사 | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입 전자신고 또는 서면신고</li> <li>유자류, 음료, 제과, 원료, 가공식품, 건강기능식품으로 구분하여 검사 진행</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>보건부 식품관리청</li> <li>식품위생 및 안전 관리 감독</li> </ul>                                                     |
| 05 세금납부    | <ul style="list-style-type: none"> <li>제품가격 + 수입 관세 + 부가세</li> </ul>                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 공공서비스 시스템 (pus, customs.gov.vn)</li> <li>관세 행정 절차 처리, e-서류 신청, 지방세관 관련 행정 절차 수행 가능</li> </ul> |
| 06 통관      | <ul style="list-style-type: none"> <li>세관 서류 제출</li> <li>세금납부</li> <li>현지 바이어 화물 인수</li> </ul>                                                                |                                                                                                                                          |

\* 출처: 베트남 관세총국

## (2) 관련 법률 등 특이사항

### ② 식품안전법

- 2018년 2월 2일, 베트남 정부는 식품안전에 관한 새로운 시행령 Decree No.15/2018/ND-CP (Số: 15/2018/ND-CP)을 공포 및 발효
  - 기존의 Decree 38/2012/ND-CP를 대체하며, 식품안전 관련 행정 절차 축소 및 정부 부처간 업무 분담을 규정
- Decree No.15/2018/ND-CP는 보건부, 농업농촌개발부, 산업무역부별로 관할하는 품목을 아래 표와 같이 규정함. 각 부처는 관할 품목의 생산·예비처리·가공·보관·운송·수출입 등 식품안전 전반을 관리·감독

### 정부 부처별 관할 품목

| 부처      | 관할 품목                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 보건부     | <ul style="list-style-type: none"> <li>병 생수, 광천수, 식용얼음</li> <li>기능성 식품</li> <li>식품 보충 미량영양소</li> <li>첨가제, 향신료, 식품 가공 보조제</li> <li>식품 용기, 식품 접촉 포장재</li> <li>농업농촌개발부, 산업무역부 관할로 지정되지 않은 품목</li> </ul>                                                                                                                                                  |
| 농업농촌개발부 | <ul style="list-style-type: none"> <li>곡물류, 육류, 수산물, 과일, 채소, 알류 및 그 가공식품</li> <li>생우유/원유</li> <li>꿀과 꿀 함유 식품</li> <li>유전자 변형 식품</li> <li>소금류, 조미료, 설탕류, 후추</li> <li>차와 그 가공식품</li> <li>커피와 커피 함유 식품</li> <li>카카오와 그 가공식품</li> <li>캐슈넛과 그 가공식품</li> <li>기타 농산물</li> <li>상기 품목의 생산·가공·판매 과정에서 사용되는 식품 용기와 포장재</li> <li>상기 품목의 보관·가공시 사용되는 얼음</li> </ul> |
| 산업무역부   | <ul style="list-style-type: none"> <li>맥주와 주류</li> <li>청량음료</li> <li>가공우유와 유제품</li> <li>식물성 유지</li> <li>곡물의 분과 밀가루, 전분</li> <li>과자류(confectionery)</li> <li>상기 품목의 생산·가공·판매 과정에서 사용되는 식품 용기와 포장재</li> </ul>                                                                                                                                           |

\* 출처: Decree No.15/2018/ND-CP

- 유통기간 지난 제품/재료 사용, 불확실한 원산지에서 나온 제품/재료, 아직 검역 되지 않은 동물/식물에서 나온 제품 재료를 사용한 개인/단체는 그 물품 소매가격의 두 배 되는 벌금을 내야 함. 식품안전 위반에 대한 벌금을 VND 2억 또는 그 물품 소매가격의 7배까지 인상
- 추가적인 처벌도 가능. 식품안전증명서와 제품 등록 파기, 재료 압수 또는 영업 정지도 시행될 수 있음. 위반 사업자는 위반 식품을 파괴하고 식품 때문에 발생한 식중독 사례를 처리할 비용을 모두 지불해야 함

출처: Decree 115/2018/ND-CP (2018년 10월 20일부터 발효)

### 수입식품등록 자체적 상품의 안전성 공표 및 등록 제도

- Decree No.15/2018/ND-CP는 수입식품등록 자체적 상품의 안정성 공표 제도를 신설하여 수입 식품 등록절차를 간소화

\* 가공된 식품의 경우, 자체적 상품의 안정성 공표만 해도 되지만, 동/식물 제품은 아직 위생 증명서(Health Certificate)를 받아야 함.  
(출처: USDA, 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards. Report - FAIRS Annual Country Report」 4/18/2019)

#### 수입식품등록 자체적 상품의 안전성 공표 제도 시행전후 비교

| 시행 전                                                                                                                                                                     | 시행 후                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사기관에서 식품 검사 실시<br/>→ 베트남 정부에서 식품등록증 발급<br/>→ 수입 및 유통</li> <li>• 수출업체에 분석증명서(Certificate of Analysis), HACCP* 증명서 요구</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체가 자체적으로 상품 공표<br/>→ 지정 기관에 서류 제출<br/>→ 상품 공표 정보 공시<br/>→ 수입 및 유통</li> <li>• 수출업체의 분석증명서(Certificate of Analysis), HACCP 증명서 제출 불필요</li> </ul> |

\* 출처: Decree No.15/2018/ND-CP, HACCP: 식품안전관리인증(Hazard Analysis and Critical Control Points)

- KATI 자료에 따르면, “수출 전 식품 안전성 공표 및 등록” 절차엔 2가지 방법이 있다고 설명
  - 첫 번째 방법은 기업이 자체적으로 식품 안정성을 공표한 후에 식품을 보건부에 등록하는 것
  - 두 번째 방법은 베트남 행정기관을 통해 식품의 안정성을 공표한 뒤에 식품을 등록하는 것

### 수입식품등록 자가공표 제도 주요 내용

- 서류 제출 시 유의사항
  - 모든 서류는 베트남어로 작성해야 하며, 외국어로 작성된 경우에는 베트남어로 번역 및 공증 필요
  - 식품안전검사 결과표는 지정된 검사기관 또는 ISO-17025 표준에 부합되는 것으로 공인된 검사기관으로부터 발급. 발급일은 상품 공표 서류 제출일로부터 12개월 이내여야 함

출처: Decree No.15/2018/ND-CP

## 자체적 상품의 안전성 공표 적용 제외 품목의 상품 공표 방식

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                           |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 대상 품목 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품</li> <li>• 의료용 영양식품 (Medical Foods)</li> <li>• 특수 식이용 식품</li> <li>• 36개월 이하 유아용 영양 식품</li> <li>• 새로운 효능을 지닌 혼합 식품 첨가물</li> <li>• 첨가물 허가 목록에 포함되지 않은 식품 첨가물</li> <li>• 베트남 보건부가 식용이 아니라고 규정한 식품 카테고리에는 있는 식품 첨가물</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                           |
| 절차    | ① 상품 공표서 등록 서류 제출                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | • 온라인 공공서비스 시스템, 우편 또는 방문 제출                                                                                                                                              |
|       | ② 서류 접수 및 상품 공표 등록 인증서 발부                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | • 서류 접수일을 기준으로 건강보조식품은 21 근무일, 나머지 품목은 7 근무일 이내에 인증서 발부                                                                                                                   |
|       | ③ 서류 접수 기관의 상품 공표 정보 공시                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | • 서류 접수 기관은 기업명과 상품명을 기관 홈페이지 및 식품안전 관련 데이터베이스에 공시                                                                                                                        |
| 제출 기관 | 보건부                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보호식품</li> <li>• 새로운 효능을 지닌 혼합 식품첨가제</li> <li>• 식품 사용 허용 첨가제 목록에 미포함된 식품첨가제</li> <li>• 베트남 보건부가 규정한 사용대상에 부적합한 식품첨가제</li> </ul> |
|       | 중앙직할시·성 단위 인민위원회 지정 관할 기관                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 의료영양식품</li> <li>• 특수 식이용 식품</li> <li>• 36개월 이하 유아용 영양식품</li> </ul>                                                               |
| 제출 서류 | ① 상품 공표서: Decree No.15/2018/ND-CP의 부록 1 서류 양식 2번(Appendix I Form 02 'Product Declaration', PHỤ LỤC I Mẫu số 02 'Bản công bố sản phẩm')<br>② 수출국가 또는 원산지 국가의 관할 기관이 발급한 자유판매증명서(Certificate of Free Sale), 수출증명서(Certificate of Exportation) 또는 위생증명서(Health Certificate)<br>③ 식품안전검사 결과표 (서류 제출일 기준으로 12개월 안에 검사 받아야 함.)<br>④ 수출국가 또는 원산지 국가에서 이미 공표된 상품의 효능 또는 상품의 효능을 발휘하게 하는 구성 성분의 효능을 입증하는 과학적 증거<br>⑤ 수입 건강기능식품은 GMP 기준에 부합하는 식품안전 요건 충족 시설 인증서(2019년 7월 1일부터 적용 예정)<br>※ 2019년 6월 30일까지 제조된 건강기능식품 중 식품안전 규정부합 공표 확인증을 발급 받았거나 식품 공표 서류 등록접수증의 효력이 있는 경우 유통기한까지 수입과 유통이 가능. |                                                                                                                                                                           |

\* 출처: Decree No.15/2018/ND-CP

## 나 비관세장벽 관련 이슈

### (1) 비관세장벽 관련 특이사항

#### 라벨링

- 베트남 정부는 2017년 6월 1일, 새로운 라벨링 규정 'Decree 43/2017/ND-CP'을 발효. 베트남에서 상품을 생산하는 제조·수입·유통업체 등 관련 단체와 개인, 규제 당국 모두에 적용



- 모든 필수 정보와 세부 정보는 베트남어로 표기. 국제 의약품, 화학식, 약물성분 등 베트남어로 존재하지 않는 정보는 외국어(알파벳)로 표기할 수 있으나, 베트남어와 의미에 차이가 없어야 하며 외국어 글자 크기는 베트남어 글자 크기보다 크면 안됨

### 식품 라벨링 필수 표기사항(공통)

|         |                                                                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 공통 필수사항 | ① 제품명<br>② 상품 책임자(개인 또는 단체)의 이름 및 주소<br>③ 원산지<br>④ Decree 43/2017의 Appendix I 에 규정된 품목과 일치하는 추가 세부 사항 |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|

\* 출처: Decree 43/2017/ND-CP

### 식품 라벨링 필수 표기사항(품목별 필수)

|             |                |                                                                                                                           |
|-------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 품목별<br>필수사항 | 곡물             | ① 종량<br>② 제조일자: dd-mm-yy(yy)<br>③ 유통기한<br>④ 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항 (있는 경우에 한함)                       |
|             | 식품             | ① 종량<br>② 제조일자: dd-mm-yy(yy)<br>③ 유통기한<br>④ 성분 또는 성분별 종량<br>⑤ 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항<br>⑥ 사용 및 보관 안내 |
|             | 음료수<br>(주류 제외) | ① 종량<br>② 제조일자<br>③ 유통기한<br>④ 성분 또는 성분별 종량<br>⑤ 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항<br>⑥ 사용 및 보관 안내               |
|             | 술              | ① 종량<br>② 에탄올 함량<br>③ 유통기한 (있는 경우에 한함)<br>④ 보관 안내 (와인의 경우)<br>⑤ 주의사항 (있는 경우에 한함)<br>⑥ 생산로트 인식코드 (있는 경우에 한함)               |
|             | 담배             | ① 종량<br>② 제조일자<br>③ 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항<br>④ 유통기한<br>⑤ 일련번호, 바코드                                  |
|             | 건강<br>기능<br>식품 | ① 종량<br>② 제조일<br>③ 유통기한<br>④ 성분, 성분별 종량/영양가치                                                                              |

|             |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 품목별<br>필수사항 | 건강<br>기능<br>식품 | ⑤ 사용 및 보관 안내<br>⑥ 위험 경고(있는 경우)<br>⑦ 베트남어로 '건강기능식품(Thực phẩm bảo vệ sức khỏe)' 표기<br>⑧ 베트남어로 '동 상품은 약품이 아니며, 약품을 대체하지 않습니다(Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh)' 표기                                                                                                                                        |
|             | 식품첨가물          | ① 중량<br>② 제조일<br>③ 유통기한<br>④ 성분별 중량<br>⑤ 사용 및 보관 안내<br>⑥ 베트남어로 "식품첨가물(Phụ gia thực phẩm)"이라고 표기<br>⑦ 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항 (있는 경우에 한함)<br>⑧ 유형 이름과 국제 코드 (있다면) 적어야함<br>⑨ 두 개 이상의 식품첨가물이 제품에 있다면 그 이름을 많이 들어있는 (무게) 순서대로 적어야 함<br>⑩ 식품첨가물의 이름 밑에 2mm 이상 높이의 진한 글씨로 "음식에 사용" (Dùng cho thực phẩm in Vietnamese)이라는 문구 명확하게 써야 함 |

\* 출처: Decree 43/2017/ND-CP, USDA, 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report- FAIRS Annual Country Report」4/18/2019

## 포장

- 베트남 보건부는 포장식품의 위생 및 안전을 보장하기 위하여 포장용기 소재에 따라 3가지 기술 규정을 적용
  - QCVN 12-1:2011/BYT: 합성수지로 만든 포장용기
  - QCVN 12-2:2011/BYT: 고무로 만든 포장용기
  - QCVN 12-3:2011/BYT: 금속으로 만든 포장용기

## 인증

- 베트남에서 식품 안전과 우수성을 인증하는 제도에는 베트남 우수농산물 관리제도(Vietnamese, Good Agricultural Practices, VietGAP), 글로벌 농산물우수관리인증(GlobalGAP), 베트남표준(Tieu Chuan Viet Nam, TCVN) 등 3개가 있음
- VietGAP은 2008년 베트남 농업농촌개발부가 도입했으며 농산물, 축산물, 수산물이 위생적이고 안전하게 생산되었음을 인증
  - 농장 준비에서부터 재배, 수확, 수확 후 저장에 이르기까지 생산 전 과정을 검사하며, 주변 환경·화학 물질·농작물 보호제품·포장·근로자 근로환경과 복지 등을 평가
  - VietGAP은 베트남 현지에서 생산된 제품뿐만 아니라 수입 농축수산물도 평가
  - VietGAP 인증이 필수는 아니지만 현지 대형 유통업체의 경우 본 인증을 취득한 생산자와 계약하는 것을 선호하는 등 VietGAP 인증을 받는 생산자가 증가하고 있음
  - 유효기간은 1년임

## VietGap 대상 품목 및 인증 작업장 현황

| 분류       | 농산               | 축산             | 수산           |
|----------|------------------|----------------|--------------|
| 대상 품목    | 과일, 채소, 버, 커피, 차 | 가금류, 젖소, 돼지, 벌 | 새우, 메기, 틸라피아 |
| 인증 작업장 수 | 1,072개           | 98개            | 44개          |

\* 출처: VietGap (<http://www.vietgap.com>)

- 전 세계적으로 알려진 GlobalGAP 식품 안전과 추적(traceability), 환경(생물다양성 포함), 근로자의 건강·안전·복지, 동물 복지를 평가
  - 통합농작물관리(Integrated Crop Management)·종합방제(Integrated Pest Control)·품질관리 시스템(Quality Management System)·식품안전관리인증(Hazard Analysis and Critical Control Points)을 포함
- 베트남표준(TCVN)은 베트남 과학기술부 산하 품질표준원(Vietnam Standard and Quality Institute)이 발급. 농산물, 식품 외에 전기제품, 기계, 건설, 석유, 광물 등 광범위한 산업에 적용. 타 산업에 비해 농산물과 식품 관련 TCVN은 덜 알려져 있는데, EC21에 의하면 식품 TCVN은 품목별로 설정되고 있고 베트남 국가표준계량품질연구원(Standardization, Measurement and Quality Control Technique Center, SMQCT Center)에서 유료로 구매 가능

## (2) 통관·검역 제도

## ② 기본 절차

- 베트남 관세총국은 베트남 전역에서 전자통관시스템 '베트남 자동 화물 및 항구 통합 시스템(VNACCS, Vietnam Automated Cargo and Port Consolidated System)'을 시행



\* 출처: 베트남 관세총국

## 📁 제출 서류

- 수입업체는 세관에 아래 서류를 베트남어로 작성하여 제출
  - 세관수입신고서(Customs Declaration Application)
  - 수출계약서(Trade Contract) 또는 신용장(Letter of Credit)
  - 선하증권(Bill of Lading)
  - 상업송장(Commercial Invoice)
  - 포장명세서(Packing List)
  - 원산지증명서(Certificate of Origin)
  - 식품 안전 증명 서류(Export Certificate)
  - 자유판매증명서(Certificate of Free Sales)

## 📁 세관 심사 방식

- 세관 심사는 물품 위험도에 따라 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)으로 분류하여 진행
- 물품 검사 비용은 물품의 총 소매가격을 기준으로 결정. 식품의 경우 소매가격의 0.1% 또는 30만 베트남 동 가운데 높은 가격으로 결정

### 물품 위험도에 따른 세관 심사 분류

| 분류             |                      | 세관 심사 방식                                           |
|----------------|----------------------|----------------------------------------------------|
| Green Channel  |                      | 전자신고만으로 신고 수리(세관 서류 심사 및 물품 검사 면제)                 |
| Yellow Channel | E-Yellow Channel     | 세관에 전자 서류 제출                                       |
|                | Paper-Yellow Channel | 세관에 종이 서류 제출                                       |
| Red Channel    |                      | 세관에 종이 서류 제출, 세관에서 물품 검사(전수, 무작위 10% 또는 무작위 5% 검사) |

\* 출처: 베트남 관세총국

## 📁 검역

- 수입 축산물(낙농제품 포함), 식물, 수산물에 위생검역(Sanitary and Phytosanitary, SPS)을 거쳐야 통관 증명서 발급 가능
- 농업농촌개발부에서 위생검역(SPS) 증명서 및 기준 업무를 담당. 식물보호국(Plant Protection Department)이 채소와 과일 등 식물성 식품을, 수의학국(Department of Animal Health)이 육류와 낙농제품 등 동물성 식품을 관할



- 식물성 식품 관련 규정: Circular 30/2014/TT-BNNPTNT
- 동물성 식품 관련 규정: Circular 25/2016/TT-BNNPTNT

- 동물성 식품을 베트남으로 수입하려는 업체는 물품이 베트남에 도착하기 전에 위생증명서(Health Certificate) 제출 가능. 물품이 도착하면, 수의국에서 물품 위생 검사를 실시하여 해당 물품의 수입 허가 여부를 결정

## ② 세금 납부

- 수입식품은 관세와 부가가치세를 납부하며, 담배와 주류는 특별소비세 납부 대상

### 과세가격 및 세금 종류

| 분류    | 설명                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 과세가격  | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 과세가격 계산: 수입물품 가격(CIF*) + 하역비용</li> <li>· 베트남 관세총국은 2018년 3월 8일부터 공문 No. 1237/TCHQ-TXNK을 실시. 수입물품의 과세가격에 컨테이너 수급 불균형 완화비용(CIC/EIS), 컨테이너 청소비(CCC), 화물인도지시서발급비용(D/O) 등 하역비용을 포함. 하역비용은 건당 100-200달러가 소요</li> </ul> |
| 관세    | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 세액 계산: 과세가격 x 관세율</li> <li>· 관세율은 베트남 관세총국 홈페이지에서 확인 가능</li> </ul>                                                                                                                                               |
| 부가가치세 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 부가가치세율: 0-10% 범위이나, 일반적으로 10%</li> <li>· 세액 계산: (과세가격 + 관세) x 부가가치세율(10%)</li> </ul>                                                                                                                             |
| 특별소비세 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 담배 특별소비세액: CIF 가격 x 65%</li> <li>· 주류 특별소비세액: CIF 가격 x 25-50%</li> </ul>                                                                                                                                         |

\* 출처: 베트남 관세총국

\* CIF(Cost, Insurance and Freight): 운임보험료 포함가격

## ③ 수입식품 검사 방식 변경

- 2018년 2월 발효된 시행령 Decree No.15/2018/ND-CP는 새로운 식품 검사제도 도입. 약식(reduced), 엄격(tightened), 일반(normal) 등 세 가지로 분류하여 수입식품에 대한 검사를 진행. 신규 제도가 완전히 정착되지 않았으므로, 베트남으로 수출하기 전에 현지 수입업체나 관세총국에 반드시 확인 필요

### 수입식품 신규 검사 방식

| 방식    | 약식 검사  | 엄격 검사                    | 일반 검사                   |
|-------|--------|--------------------------|-------------------------|
| 담당 기관 | · 관세총국 | · 보건부, 농업농촌개발부 또는 산업 무역부 | · 보건부, 농업농촌개발부 또는 산업무역부 |

| 방식    | 약식 검사                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 엄격 검사                                                                                                                                                                                | 일반 검사                                                                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 진행 방식 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세관에서 1년간 수입 선적 식품 중 최대 5%에 해당하는 물품을 무작위로 선정</li> <li>• 서류 심사</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 샘플링 검사</li> </ul>                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사</li> </ul>                    |
| 적용 대상 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남 정부와 식품안전 검사에 관한 상호 인정 협약을 맺은 수출국가의 유관 기관으로부터 식품안전 요건을 충족한다고 승인받았으며, 수출국 유관기관의 검사 결과가 베트남 식품안전 규정에 부합하는 품목</li> <li>• 과거 12개월간 일반 검사에 따라 수입 요건을 3회 연속 충족한 품목</li> <li>• GMP*, HACCP, ISO 22000, IFS**, BRC***, FSSC 22000****, 또는 이와 유사한 품질관리제도를 적용하는 사업장에서 제조된 품목</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이전 물품검사에서 수입요건을 미충족한 품목</li> <li>• 베트남 시장 유통 중 검사과정에서 요건을 충족하지 못한 품목</li> <li>• 베트남 보건부·농업농촌개발부·산업 무역부, 해외 유관기관, 또는 제조업체가 경고한 품목</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 약식 검사, 엄격 검사에 해당되지 않은 품목</li> </ul> |

\* 출처: Decree No.15/2018/ND-CP

\* GMP(Good Manufacturing Practice): 우수식품제조기준

\*\* IFS(International Featured Standards): 국제공통식품표준 인증

\*\*\* BRC(British Retail Consortium): 영국소매업협회 인증

\*\*\*\* FSSC 22000(Food Safety System Certification 22000): 국제식품안전협회 인증

## 이슈품목별 수출 프로세스

### (1) 가공식품

#### 통관

#### 통관 절차



\* 출처: aT(한국농수산물유통공사) 하노이 지사

## 검역

- 알코올, 맥주, 청량음료수, 유제품, 식물성 기름, 밀가루제품, 전분 제품, 과자, 빵, 잼 및 이 제품들의 포장재를 포함한 수입제품 및 화물은 식품안전검사 신청 필요



\* 출처: aT(한국농수산물유통공사) 하노이 지사

- 통관 시 검역이 필요한 13개 품목은 상품 도착 5일전까지 보건부 또는 공공의료위생원에 서류 제출
- 우유 및 각종 유제품, 곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품은 검역 필요, 따라서 조제분유와 베이커리 반죽 믹스는 검역대상(하지만 KATI에 가루우유는 검역 대상이 아니라는 정보도 있음, 2017년 5월 29일 공표됨 NO.1002/TY-KD)
- 고기와 어류의 조제품 수입 검역 필요, 따라서 통조림 돼지고기, 냉동 소시지는 검역 대상
- 검역 등록 시 제출서류:
  - 검역검사등록서
  - 검사제품이 해당하는 품질기준 사본
  - 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서
  - 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류

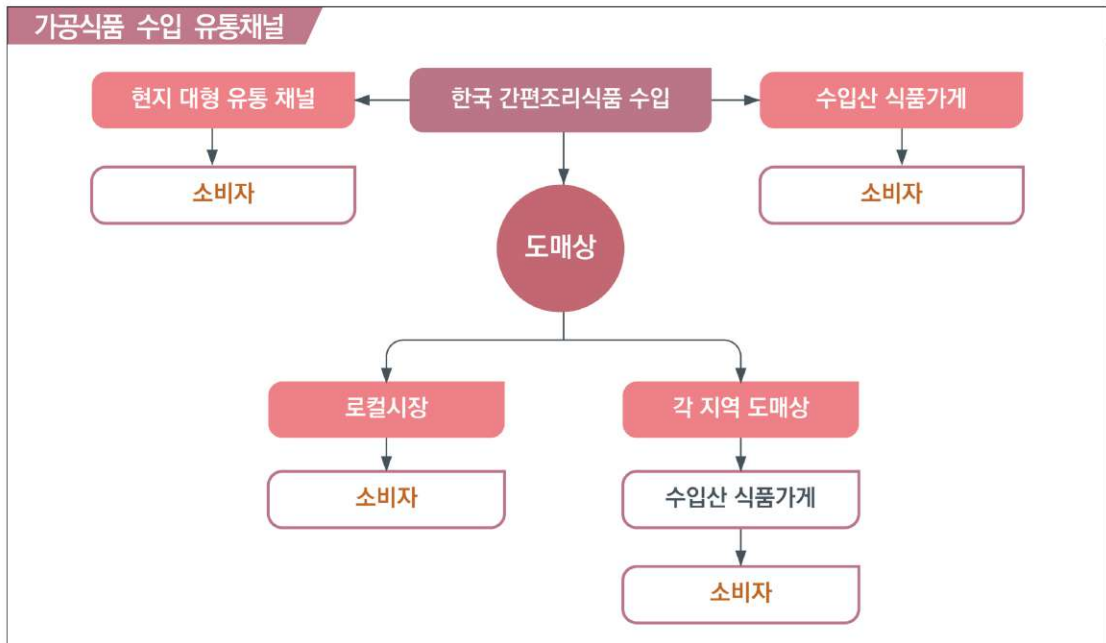
## 라벨링

- 중량
- 제조일자
- 유통기한
- 성분 또는 성분별 중량
- 운송, 저장, 보관, 사용 시 건강, 재산, 환경 안전을 위해 필요한 주의사항
- 사용 및 보관 안내

## 유통채널

### 대형 유통채널과 수입산 식품 가게 위주

- 현지 대형 유통채널로 BigC, Vinmart 등이 있으며 중소 유통채널도 한국 제품을 취급함
- 지방의 경우 지역 도매상을 통해 유통되고 있으며 주로 전통적 유통채널로 판매되고 있음



### 관세

- 한국-베트남 FTA에 따라 라면류(HS Code: 1902.30), 통조림류(HS Code: 1602.41~49), 믹스 가루(HS Code: 1901.20), 소시지 및 냉동 육류(HS Code: 1601.00) 모두 0% 관세 적용인증

### 인증

- 제품 수입 시 원산지 증명서, 품질 검사증 등 식품 유통 신고 및 수입서류 요구
- (믹스 가루) 4755/QD-BCT(2017)에 따라 수입 전 품질 기준, 기술 규정, 그리고 식품 안전 검사 필요
- (냉동 식품) 15/2018/ND-CP에 따라 식품 안전검사 등록이 필요함. 특히 육류와 해산물류는 농림부 규정 26/2016/TT-BNNPTNT에 포함된 품목의 경우 검역도 필요
- (면류 수입 규정) 4755/QD-BCT(2017)에 따라 수입 전 품질 기준, 기술 규정 그리고 식품 안전검사 필요
- (캔류) 육류 및 해산물의 경우 농림부 규정 25/2016/TT-BNNPTNT는 육류에 관해, 26/2016/TT-BNNPTNT는 수산물에 관한 검역기준을 안내하고 있음. 또한 베트남 규정 15/2018/ND-CP에 따라 식품 안전검사 등록이 필요



- 채소 및 과실류의 경우 농림부 규정 24/2017/TT-BNNPTNT에 따라 식물 검역을 받아야 함. 또한 베트남 규정 15/2018/ND-CP에 따라 식품 안전검사 등록이 필요
- (쌀, 죽 류) 15/2018/ND-CP에 따라 식품 안전검사 등록이 필요
- \* 기타 실무적으로 추가서류 요청할 수 있으므로 수출 시 자세한 확인 필요

## 🍷 관련 전시회 정보

| 전시회명                                  | 주요정보                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2018 베트남<br>하노이 식음료 및<br>식품 가공 기기 전시회 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 베트남 전시유통공사에서 주최하는 전시회</li> <li>· 식품, 음료 부분의 여러 기업이 참가, 3회째 개최</li> <li>· 개최기간 및 장소: 2018.11.7.~10., 하노이 ICE 전시장</li> <li>· 웹사이트: <a href="http://hn.foodexvietnam.com/en">http://hn.foodexvietnam.com/en</a></li> </ul> |
| 2018 베트남 식품 산업전                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 베트남 무역공사(VIETRADE)</li> <li>· 농수산물, 음료, 유제품, 제과, 건강식품, 프랜차이즈 등</li> <li>· 개최기간 및 장소: 2018.11.14.~17., 호찌민 SECC</li> <li>· 웹사이트: <a href="https://foodexpo.vn">https://foodexpo.vn</a></li> </ul>                        |

## (2) 신선과일

### 🍷 통관

#### 🍷 통관 절차



\* 출처: aT(한국농수산물유통공사) 하노이 지사

### 🍷 검역

- 신선농산물은 검역대상. 신선 과일 및 구근은 수입하기 전에 병충해 위험성 분석을 위한 검역을 받아야 하며 여기에 배, 딸기, 사과, 포도가 해당됨

검역등록 시 제출서류:

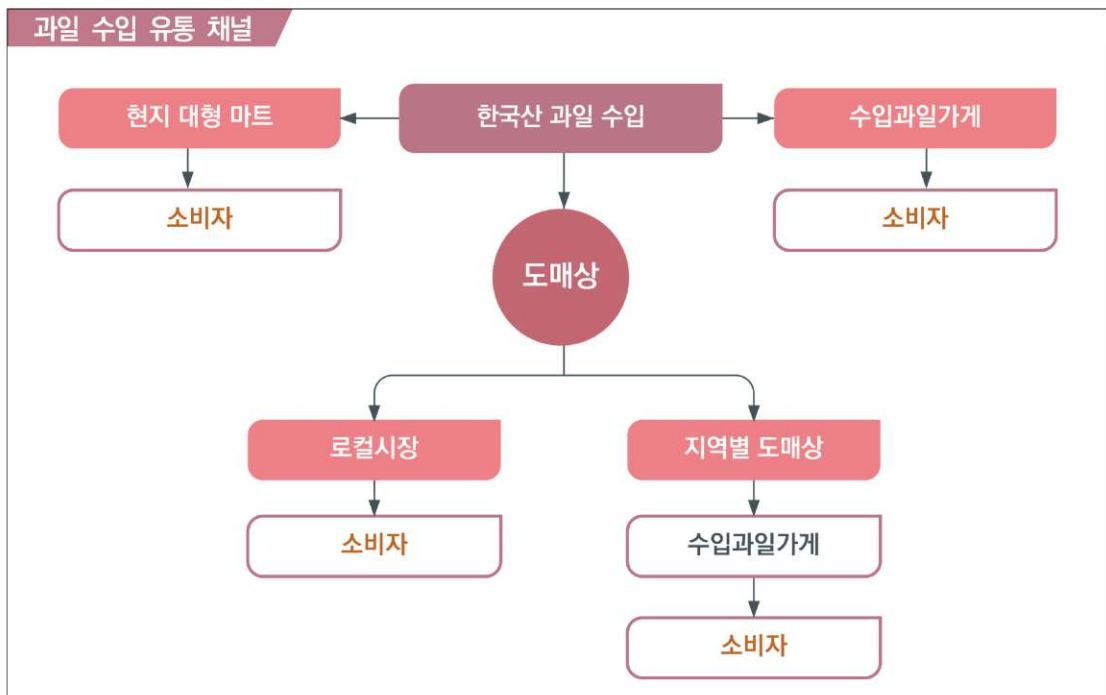
- 식물검역신청서
- 수출국 관할 식물검역기관에 의한 식물검역증명서 원본 또는 사본(신청인이 사본을 제출하는 경우 수입, 국경 통과 및 내륙운송 식물에 대한 검역증명서가 발급되기 전에 원본을 제출하여야 함)
- 수입식물 검역 허가증 원본 또는 사본
- 검역검사등록서

라벨링

- 포장 없이 소비자에게 직접 판매되는 신선 식품은 라벨링 규제 범위에서 제외

유통채널

- 수입 중인 한국산 과일 중 배가 가장 대표적이며 도매용과 대형마트용 사이즈가 구분되어 유통됨
- 도매용 상품은 주로 큰 사이즈 위주이며, 수입과일가게와 지방으로 유통됨
- 대형마트용 배는 작은 사이즈 위주로 소비자가 쉽게 구매할 수 있는 저렴한 가격대를 형성



## 관세율 및 규제

- (관세) 한국-ASEAN FTA와 한국-베트남 FTA에 따라 배(HS Code: 0808.30), 딸기(HS Code: 0810.10), 사과(HS Code: 0808.10), 포도(HS Code: 0806.10) 모두 무관세 적용
- (인증) 제품 수입 시 원산지증명서, 식물검역증 등 일반적인 수입 서류만 요구

## 관련 전시회 정보

| 전시회명                  | 주요 정보                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2018 베트남<br>국제식품박람회   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국농수산식품유통공사에서 지원하는 전시회</li> <li>• 우리 농수산식품의 우수성 홍보, 세일즈 활동을 통해 미래 수용 창출 및 신상품의 현지 마켓 테스트를 통한 수출상품 개발</li> <li>• 지원대상은 농식품 수출이 가능한 생산업체 및 관련 단체</li> <li>• 개최기간 및 장소 : 2018.11.14~17., 호찌민 SECC</li> <li>• 웹사이트 : <a href="http://www.at.or.kr">http://www.at.or.kr</a>, '국제식품박람회'로 검색</li> </ul> |
| 2019 베트남<br>농산물식품 전시회 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남 농업 및 농산부에서 지원하는 전시회</li> <li>• 베트남 농산물 및 관련 제품의 홍보 및 판매 지원</li> <li>• 개최기간 및 장소 : 2019.3.13~15., 호찌민 SECC</li> <li>• 웹사이트 : <a href="https://www.hortex-vietnam.com">https://www.hortex-vietnam.com</a></li> </ul>                                                                           |

### (3) 축산물

#### 통관

##### 통관 절차



\* 출처: aT(한국농수산식품유통공사) 하노이 지사

#### 검역

##### 검역 절차



##### 검역 등록 시 제출서류:

- 검역 등록 신청서
- 축산제품을 생산한 시설의 HACCP인증서(혹은 그와 동등한 것)
- 공증된 사업자 등록증 사본(처음 등록시만)
- 기타 관련된 문서(요청시만)



## 수입 닭고기 검역 개요

|          |                                                                                                                                                                                        |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 담당 기관    | • 농업농촌개발부 수의국                                                                                                                                                                          |
| 근거 법령    | • Circular 25/2016/TT-BNNPTNT                                                                                                                                                          |
| 필요한 서류   | • 수출검역증명서(Export Certificate)<br>- 한국 농림축산검역본부에서 발급                                                                                                                                    |
| 인증/인가 요건 | • 베트남으로 닭고기를 수입하려는 업체는 수입 전에 수의국으로부터 검역수입허가증(Quarantine Import Permit)을 발급<br>• 수입업체는 수의국에 검역 등록 서류를 제출. 유효한 서류 접수일로부터 5 근무일 이내에 수의국은 검역수입허가증을 발급하고, 수입업체에게 해당 수입물품의 검역을 진행할 담당 기관을 공지 |

\* 출처: Circular 25/2016/TT-BNNPTNT, 한국 농림축산검역본부, 축산물 수출검역정보

## 라벨링

- 포장하지 않고 소비자에게 직접 판매하는 신선식품, 날 식품은 라벨링 규제 범위에서 제외. 하지만 포장된 식품(냉동 닭고기의 경우)은 라벨링 필요. 제조일자와 유통기한을 반드시 명시하고 유통기한이 제조일자 기준으로 18개월을 넘지 않도록 함

출처: USDA, 베트남 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards -Certification」, 「Export Requirements for Vietnam」, 2019

## 02 태국



### 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 59

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

### 2. 농식품 시장 현황 67

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

### 3. 농식품 유통 현황 78

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

### 4. 농식품 수출 프로세스 86

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도
- 다. 이슈 품목별 수출 프로세스



## 01 농업 및 농식품 수출입 현황

### 가 농업현황

#### (1) 농업규모

| 국가명          | 태국 (The Kingdom of Thailand)                        |
|--------------|-----------------------------------------------------|
| 농식품 수출액      | 52,530백만 달러 (2018년 기준)(농식품, 농업, 수산업 포함)             |
| 농업 비중(GDP대비) | 약 8.66% (2017년 기준)                                  |
| 농업 고용 인구     | 전체 인구의 약 30.67% (2018년 기준)                          |
| 경작지          | 약 298,500 km <sup>2</sup> , 전체 토지의 약 58% (2017년 기준) |
| 주요 농산물       | 카사바, 고무, 설탕 등이며 수산물과 축산업도 주요 산업 중 하나                |
| 주요 수출 농산물    | 쌀, 고무, 가공육, 사탕수수, 과일, 파인애플                          |
| 주요 수입 농산물    | 밀, 대두, 콩기름 등이며 주로 중국, 일본, EU, 미국, 말레이시아 등의 국가에서 수입  |

\* 출처: 태국 중앙은행, WTO, FAO, NSO(National Statistic Office of Thailand), The world Bank, OAE

- 태국의 주요 산업은 외국인 투자가 주축을 이루는 제조업, 노동인구 절반이 종사하는 농업, 그리고 관광산업이 주축이 되는 서비스업으로 구성되어 있음
- 태국의 차오프라야(Chao Phraya)강 유역을 중심으로 자연스럽게 비옥한 토지는 점차 잘 발달된 인프라와 결합되어 강력한 농업 기반으로 작용함. 이러한 이점은 태국의 소규모 농민과 대규모 농업 기업 모두 세계 농업 산업의 선두 주자로 이끌었으며 쌀, 해산물, 고무 및 설탕의 수출에 있어 세계 최고의 국가 중 하나임
- 인구의 30%가 농업 부문에서 종사하고 있지만, 농업 분야는 태국 GDP의 8~10%에 불과함

#### (2) 주요 생산품목 및 생산규모

##### 쌀

- 2018년 5월 태국 Krungsri은행에서 발표한 태국 쌀 시장 전망에 대한 보고서에 의하면 태국의 쌀 재배 면적이 약 1,088만 헥타르로 연간 생산량이 3천 ~ 3천 3백만 톤에 이르고 쌀 생산량은 2천~2천 2백만 톤에 달함. 2017년 태국 쌀 생산량의 약 80%는 7~9월에 비가 오는 조건에서 재배되고 연말에 수확됨
- 2018년 태국의 국내 쌀 소비량은 약 1천만 톤에 달하며, 전체 수확량의 절반에 해당함. 국내 시장은 낮은 성장 수준을 보이지만 동시에 안정적임. 이는 수출업체가 세계 시장의 변동 및 불확실성으로

인한 위험 노출을 줄이기 위한 방법으로 국내 시장을 확대하도록 장려했기 때문으로 판단됨. 현재 국내 시장에서 판매되는 쌀의 65~70%가 포장된 쌀에서 유통되고 있음

- 태국 쌀 수출은 세계 수출량의 24.3%를 차지하며, 이는 인도에 (25.7%) 이은 2번째임. 인도, 베트남, 캄보디아, 미얀마와 같은 다른 생산국가들과 치열한 경쟁에 있음
- 자스민 쌀은 값 비싸고 고가의 제품이며, 수출은 태국 쌀 수출량의 13~18%를 차지함. 연 수출량은 대략 약 1.3~1.6백만 톤이며, 가장 중요한 수출 시장은 전체 자스민 쌀 수출의 30%를 차지하는 미국이며, 그 이외에 중국 및 홍콩이 있음

### 태국 쌀 수출량

(단위: 백만 톤)

| 구분       | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |       |      |       |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
|          |       |       |       | Q2    | % YoY | Q2   | % YoY |
| 백미       | 4.87  | 4.67  | 4.83  | 1.32  | 5.2   | 2.6  | 0.8   |
| 자스민      | 1.39  | 1.54  | 1.61  | 0.29  | -20.5 | 0.63 | -18.5 |
| 파보일드 라이스 | 2.32  | 2.15  | 3.38  | 0.55  | -20.0 | 1.32 | 7.5   |
| 기타       | 1.23  | 1.55  | 1.85  | 0.39  | -9.5  | 0.79 | -9.2  |
| 총계       | 9.80  | 9.91  | 11.67 | 2.55  | -6.8  | 5.33 | -2.0  |

\* 출처: Ministry of Commerce (MOC), Krungsri Research

### 과일

- 2018년 태국의 과일 수출량은 USD 24억 달러이며 ASEAN, 중국, 일본, 한국, 인도, 호주, 뉴질랜드, 페루, 칠레, 홍콩과의 자유무역협정(FTA)에 힘입어 전년 대비 17% 증가함
- 아세안과 중국이 지난해 태국 과일 수출 총액의 약 80%인 21억 3000만 달러를 차지하였으며, 태국 과일의 주요 시장임. 상위 3개 품목은 두리안, 용안, 망고스틴으로 나타남

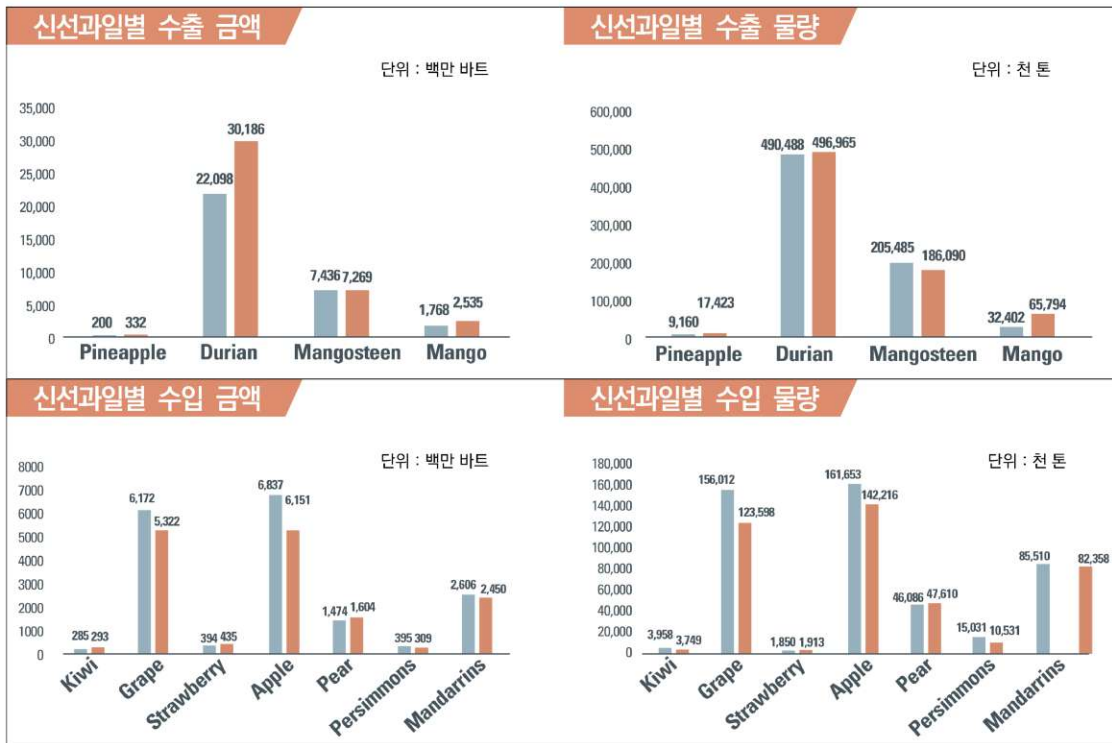
### 태국 신선과일 시장 규모

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분    | 2015     | 2016     | 2017     | 2018     |
|-------|----------|----------|----------|----------|
| 수출 총액 | 1,237.97 | 1,474.98 | 2,174.46 | 2,474.49 |

\* 출처: 태국 중앙은행(EC\_XT\_009\_S2) 자료





\* 출처: 태국 관세청

- 열대 과일의 주요 수출국은 중국과 이웃 아시아 국가들이며, 신선 과일은 중국, 뉴질랜드, 미국, 호주, 일본, 한국, 칠레, 남아프리카에서 수입되고 있음

- 최근 중국에 두리안 수요가 급증하면서 2017년 대비 2018년 수출물량이 늘어남

### 사탕수수(설탕)

- 사탕수수 복귀로 MY2018/19 설탕 생산량이 1,300~1,400만 톤으로 증가할 것으로 예상되며, 이 수치는 MY2017/18년 대비 2% 성장한 수치임
- MY2018/19 설탕 소비는 최근 정부의 설탕세 부과로 1~2% 하락할 전망
- 사탕수수 생산에 종사하는 태국인은 20만 가구 약 100만 명에 달하며 사탕수수를 가공하여 설탕을 생산하는 다운스트림 산업도 발달. 또한 사탕수수에서 발생하는 당밀(Molasses)은 에탄올을 만드는데 사용되고 기타 설탕정제를 한 후 남은 사탕수수 부스러기는 바이오매스 전력을 생산하는데 사용됨
- 사탕수수가 많이 재배되는 지역은 적당한 기후 조건을 갖춘 북동부, 북부 중부지방임
- 정부는 국내 설탕가격을 조절하고 있으며, 설탕수수설탕법(Cane and Sugar Act 1984)과 사탕수수 이사회(Office of the Cane and Sugar board, OCSB)가 태국정부의 사탕수수와 설탕산업을 관장하는 법률 및 기관임

## 태국 사탕수수 생산 현황

(단위: 천 톤, 천 ha)

| 구분     | 2015년/2016년 | 2016년 /2017년 | 2017년/2018년 |
|--------|-------------|--------------|-------------|
| 경작 면적  | 1,500       | 1,520        | 1,560       |
| 재배 면적  | 1,495       | 1,425        | 1,540       |
| 생산     | 107,000     | 93,680       | 105,000     |
| 설탕 추출  | 101,000     | 92,950       | 104,000     |
| 에탈올 추출 | 6,000       | 730          | 1,000       |
| 전체 추출  | 107,000     | 93,878       | 105,000     |

\* 출처: USDA, Thailand Sugar Annual, 2018

## 세계 설탕 수출 현황

(단위: 천 톤)

| 순위 | 국가       | 2015년/2016년 | 2016년/2017년 | 2017년/2018년 |
|----|----------|-------------|-------------|-------------|
| 1  | 브라질      | 24350       | 28500       | 28,200      |
| 2  | 태국       | 7055        | 7500        | 10,907      |
| 3  | 호주       | 3700        | 4000        | 3,800       |
| 4  | EU       | 1548        | 1550        | 3,921       |
| 5  | 과테말라     | 2029        | 2150        | 1,881       |
| 6  | 멕시코      | 1280        | 1287        | 1,146       |
| 7  | 인도       | 3800        | 1800        | 2,236       |
| 8  | 쿠바       | 1031        | 1050        | 553         |
| 9  | 우크라이나    | 180         | 815         | 602         |
| 10 | 남아프리카공화국 | 305         | 217         | 770         |

\* 출처: USDA 2019, Sugar: World Market and Trade

## 가금류(닭고기)

- 미국 USDA Gain 보고서에 따르면, 태국 닭고기 생산량은 2019년에 4% 증가 할 것으로 예상되며 수출 및 국내 수요도 성장할 것으로 예상함. 또한 영계 및 닭고기의 생산 비용 절감 등으로 경쟁력 있는 수출가격으로 시장 확대
- 태국의 국민 인구 증가 및 관광 산업 성장세로 국내 닭고기 소비가 2018년의 3~4% 성장과 비교하여 2019년 4~5%의 높은 속도로 성장할 것으로 전망

## 태국 닭고기 생산, 공급, 수요 현황

(단위: 천 톤)

| 구분     | 2017년 | 2018년 | 2019년(예상) |
|--------|-------|-------|-----------|
| 전년 재고  | 0     | 0     | 0         |
| 생산     | 2,990 | 3,120 | 3,250     |
| 수입     | 0     | 0     | 0         |
| 공급     | 2,990 | 3,120 | 3,250     |
| 수출     | 757   | 820   | 870       |
| 소비량    | 2,233 | 2,330 | 2,380     |
| 전체 유통량 | 2,990 | 3,120 | 3,250     |

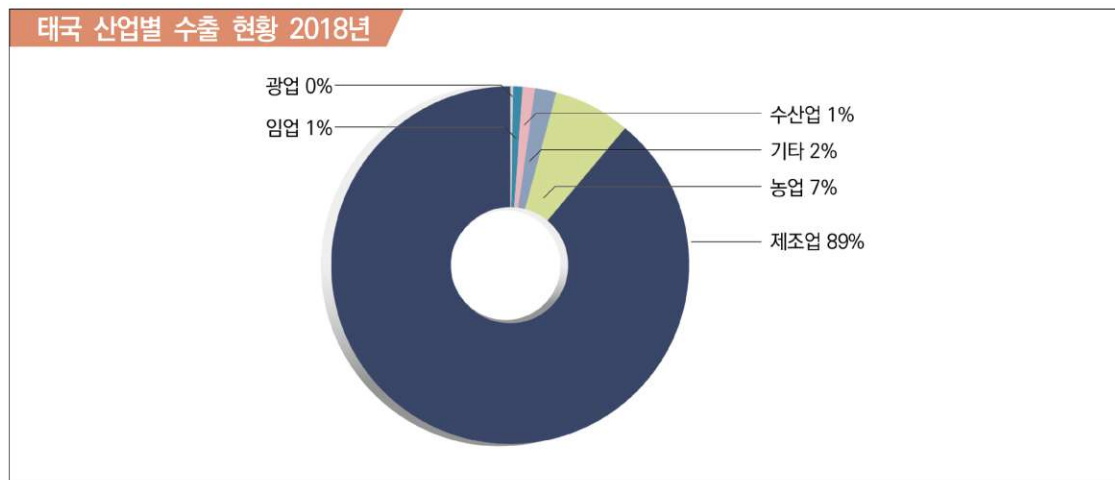
\* 출처: USDA, Poultry and Productions Annual 2018.

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### 전체 수출입 현황

- 태국 중앙은행 수출 자료의 따르면, 2018년 산업별 수출 동향은 제조업이 89%로 대부분을 차지하였으며 그 뒤로 농업이 7%를 차지함



\* 출처: 태국 중앙은행(EC\_XT\_009\_S2)자료

- 태국은 인구의 30%가 농업 부분에 종사하고 있고, 농림축산식품의 2018년도 수출액은 전년 대비 109% 증가한 약 USD 290억 달러이고 수입액은 전년 대비 105% 증가한 USD 117억 달러로 매년 꾸준히 증가하고 있음

#### 태국 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 수출 | 26,084 | 24,953 | 24,801 | 26,551 | 29,014 |
| 수입 | 10,638 | 10,921 | 10,911 | 11,202 | 11,730 |

#### 국가별 수출입 현황

##### 주요 수출국

- 2018년 기준 태국의 농림축산식품 전체 수출 금액은 약 290억 달러이며, 주요 수출국은 중국, 일본, 미국, 인도네시아, 베트남을 중심으로 수출하고 있음
- 對 한국은 수출 금액(630백만 USD)기준 16위를 차지함

## 태국 농림축산식품 수출 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국   | 금액     | 주요품목                                 |
|----|-------|--------|--------------------------------------|
|    | 전체    | 29,014 | 결련, 전지분유, 닭고기(냉동), 돼지 부속물(냉동), 체리    |
| 1  | 중국    | 4,125  | 카사바, 전분, 두리안, 쌀, 신선과일, 사탕수수, 닭고기(냉동) |
| 2  | 일본    | 3,289  | 닭고기, 사료, 사탕수수, 쌀, 소스류, 전분            |
| 3  | 미국    | 2,455  | 쌀, 사료, 과일주스, 파인애플, 소스류, 전분, 견과류      |
| 4  | 인도네시아 | 1,853  | 사탕수수, 쌀, 전분, 신선과일, 스낵류, 사료           |
| 5  | 베트남   | 1,553  | 신선과일, 두리안, 권련, 사료, 사탕수수              |
| 16 | 한국    | 630    | 사탕수수, 닭고기, 구아바, 망고, 망고스틴, 사료, 소스류    |

\* 출처: Global Trade Atlas

### 주요 수입국

- 2018년 기준 농림축산식품 전체 수입 금액은 약 117억 달러로 태국의 주요 수입국은 미국(USD18.5억), 중국(USD18억), 브라질(USD14억), 호주(USD4.99억), 인도네시아(USD4.92억)이며 한국은 14위 수입국으로 2018년에는 약 2억 달러 규모의 농림축산식품이 수입됨

## 태국 농림축산식품 수입 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국   | 금액     | 주요품목                                  |
|----|-------|--------|---------------------------------------|
|    | 전체    | 11,730 |                                       |
| 1  | 미국    | 1,850  | 두유, 밀, 사료, 아몬드, 감자, 사과, 닭고기           |
| 2  | 중국    | 1,801  | 사과, 버섯&트러플, 소금, 포도, 배, 사료, 당근, 마늘, 땅콩 |
| 3  | 브라질   | 1,467  | 두유, 사료, 밀, 오렌지주스, 밀감류, 이스트, 커피        |
| 4  | 호주    | 499    | 밀, 보리, 맥아, 우유, 와인, 치즈, 포도, 아몬드        |
| 5  | 인도네시아 | 492    | 식물성지방, 와플, 결련, 스낵, 설탕, 아이스크림, 캐슈넛     |
| 14 | 한국    | 218    | 결련, 면류, 사료, 소스, 딸기, 커피                |

\* 출처: Global Trade Atlas

### 품목별 수출입 현황

#### 주요 수출품목

- 태국의 주요 수출품목으로 쌀, 닭고기, 사탕수수, 설탕, 전분 등이 있음
- 주요 수출국은 중국, 일본, 미국, 인도네시아, 베트남 등임
- (쌀) 태국은 쌀 재배 면적이 약 1,088만 ha로 연간 쌀 생산량은 2천~2천2백만 톤에 달함. 태국 쌀 수출은 세계 수출량의 24.3%를 차지하며, 이는 인도에 (25.7%) 이은 2번째임. 인도, 베트남, 캄보디아, 미얀마와 같은 다른 생산국가들과 치열한 경쟁에 있음
- (닭고기) 미국 USDA Gain 보고서에 따르면, 태국 닭고기 생산량은 2019년에 4% 증가 할 것으로 예상되며 수출 및 국내 수요의 성장이 예상됨. 또한 영계 및 닭고기에 있어 생산 비용 절감 등으로 경쟁력 있는 수출가격으로 시장 확대가 예상됨



- (사탕수수/설탕) 사탕수수 생산에 종사하는 태국인은 20만 가구 약 100만 명에 달하며 사탕수수를 가공하여 설탕을 생산하는 다운스트림 산업도 발달 되었으며 설탕은 주요 수출품목 중에 하나임

#### 주요 수입품목

- 태국의 주요 수입품목으로 두유, 콩/대두, 밀, 보조식품, 사료 등이 있음
- 주요 수입국은 미국, 중국, 브라질, 호주, 인도네시아임
- (콩, 대두) 태국은 매년 5만 - 6만 톤의 콩, 대두를 생산하고 있으나 이는 전체 수요의 2%에 해당하고 있어 국내 수요에 맞춰 매년 3백만 톤의 콩, 대두를 수입하고 있음
- (밀) 태국은 불리한 기후조건, 종자 특이성 등 생산 환경이 제한적이며 다른 농작물에 비해 수익성이 적어 생산량이 많지 않아 주로 수입에 의존함

#### 태국 농림축산식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출   |       | 수입    |       |
|----|------|-------|-------|-------|
|    | 품목   | 금액    | 품목    | 금액    |
| 1  | 쌀    | 5,042 | 두유    | 1,257 |
| 2  | 닭고기  | 2,411 | 콩, 대두 | 1,157 |
| 3  | 사탕수수 | 1,566 | 밀     | 707   |
| 4  | 설탕   | 1,445 | 보조식품  | 609   |
| 5  | 전분   | 1,337 | 사료    | 358   |

\* 출처: Global Trade Atlas

## (2) 한국의 對 태국 농식품 수출현황

### 수출규모

- 농산물 172백만 달러(△1.4%), 축산물 5.8백만 달러(43.5%), 임산물 5.5백만 달러(13.9%)
- 농산물 : 2017년 큰 증가세를 보였던 중요 B2B 업무용 품목(담배 40백만불 ↑) 등의 하락세로 전체 수출실적은 전년 대비 소폭 감소

#### 對 태국 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

|     | 2014년  | 2015년  | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 29,513 | 30,834 | 47,657  | 58,342   | 57,437   | △1.6     |
| 축산물 | 4,075  | 2,394  | 1,252   | 1,275    | 1,149    | △9.9     |
| 임산물 | 1,892  | 2,020  | 2,540   | 10,973   | 13,984   | 27.4     |
| 합 계 | 35,480 | 35,248 | 215,674 | 70,590   | 72,570   | 2.8      |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 태국 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년  | 2015년  | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 69,242 | 68,394 | 110,854 | 174,772  | 172,252  | -1.4%    |
| 축산물 | 7,011  | 4,856  | 2,283   | 4,045    | 5,804    | 43.5%    |
| 임산물 | 2,140  | 1,788  | 2,084   | 4,791    | 5,457    | 13.9%    |
| 합 계 | 78,393 | 75,038 | 115,221 | 183,608  | 183,513  | -3.1%    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 태국 수출 상위 품목

- 2018년 수출 상위품목은 껄련, 라면, 혼합조제식료품, 사료용조제품, 딸기순
  - (껄련) 태국 내 면세점, CVS 등을 통한 내수용 판매, 태국을 경유한 제3국 수출물량 감소로 전년 대비 4.3% 감소
  - (라면) 2017년 매운라면 시리즈 제품의 상승세를 기반으로 165% 급성장한 이후, 현지 유명 브랜드 제조사의 유사상품 출시 유통, 국내 라면 브랜드간의 경쟁심화, 매운라면 시리즈의 매출 상승세 꺾임 등에 기인하여 전년 동기 대비 보합세 유지
  - (딸기) 딸기는 전년 대비 수출시기가 늦어진 영향으로 1.3% 감소한 5,824천불(2018년 시장점유율 2위로 1위인 호주 대비 높은 수입관세 영향), 김치는 고급슈퍼마켓 중심으로 7.5% 증가한 491천 달러임

## 對 태국 수출상위 5개 품목

(단위: 백만 달러(USD))

| 번호 | 품목      | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년(A) | 2018년(B) | 전년대비(B/A) |
|----|---------|-------|-------|-------|----------|----------|-----------|
|    |         | 금액    | 금액    | 금액    | 금액       | 금액       | 금액(%)     |
| 1  | 껄련      | 1.0   | 8.8   | 34.0  | 74.4     | 71.2     | △4.3      |
| 2  | 라면      | 1.8   | 2.4   | 6.2   | 18.9     | 19.3     | 1.7       |
| 3  | 혼합조제식료품 | 13.7  | 11.6  | 13.2  | 13.6     | 15.1     | 11.0      |
| 4  | 사료용조제품  | 6.1   | 7.3   | 16.4  | 17.6     | 11.2     | △32.0     |
| 5  | 딸기      | 2.7   | 3.1   | 4.1   | 5.9      | 5.8      | △1.3      |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

##### ● 농식품 시장 규모

- 태국은 천연 자원이 풍부하고 고도로 숙련된 노동력과 연구의 힘으로 오래 전부터 세계의 부엌(The kitchen of the world)으로 불려 왔으며, 식품 산업은 태국에서 세 번째로 큰 산업으로 국내 총생산(GDP)의 약 23%를 차지함
- 주요 식품 수출 품목으로는 쌀, 통조림 참치, 설탕, 닭고기, 카사바 제품, 새우, 통조림 파인애플 등이 있으며, National Food Institute에 따르면 태국 식품 수출은 2018년에 7.3% 성장 및 금액으로는 32.2억 달러로 집계됨

#### 태국 내 식품 판매 현황(2018년)

(단위: 톤 / 간장 단위는 Liter)

| 제품               | 2017년      | 2018년      | 제품         | 2017년  | 2018년  |
|------------------|------------|------------|------------|--------|--------|
| 간장(Soy Sauce)    | 80,305,736 | 88,072,524 | 케이크        | 35,962 | 38,594 |
| 피쉬소스(Fish sauce) | 82,080,884 | 85,204,860 | 연어 통조림     | 30,536 | 28,494 |
| 설탕               | 1,568,513  | 1,558,418  | 소세지        | 29,675 | 30,658 |
| 살균 우유            | 950,952    | 1,009,484  | 와퍼         | 29,990 | 29,960 |
| 냉동&냉장 닭고기        | 1,766,787  | 1,792,769  | 파인애플 통조림   | 28,725 | 29,405 |
| 요거트 음료           | 443,002    | 446,697    | 냉동 새우      | 18,894 | 22,225 |
| 과일 주스            | 390,729    | 386,057    | 쿠키(과자)     | 7,739  | 7,180  |
| 즉석 라면            | 214,638    | 216,506    | 말린 과일 및 채소 | 6,229  | 6,261  |
| 아이스크림            | 114,938    | 114,465    | 햄          | 3,162  | 2,962  |
| 정어리 통조림          | 86,733     | 66,561     |            |        |        |

\* 출처: The Office of Industrial Economics

- 태국 투자청에 따르면 태국 4.0 경제 모델은 농산물 가공 및 미래를 위한 식량을 포함하여 첨단 식품 제조 시설을 건설하는 하이테크 기업에게 관대한 인센티브와 세금 면제를 제공함
- 태국의 식품 가공 산업은 지난 10년간 급속도로 발전해 왔으며 동남아시아에서도 가장 잘 발전이 된 산업임. 태국 내에만 식품 및 음료 가공 공장은 10,000개 이상임. 대부분의 식품 가공 업체는 중소 규모이며 주로 국내 시장에 제품 제공을 함. 그러나 국내 및 수출 시장에서 더 높은 가치의 제품을 생산하는 많은 중대형 식품 가공 업체들도 있음

- 주요 제품으로는 냉동 새우, 설탕, 가금류, 통조림 참치, 제과류, 간식, 통조림 파인애플 및 타피오카가 있으며, 태국의 주요 가공 식품 수출 시장은 일본, 미국 및 EU임. 태국의 수산물 부문은 중국과 노르웨이 이어 세계 3위로 생산량의 90%를 수출하고 있음
- 태국은 57개국에 60억 달러 규모의 할랄 제품을 수출함으로써 세계에서 9번째로 큰 할랄 식품 수출국임
- 식품 포장 산업은 세분화되어 있으며 상위 10개 회사가 전체 매출액의 약 1/3을 차지함

## 가공 식품 업체현황

- 태국에서 주요 식품 가공 회사는 Charoen Pokphand Foods (CPF), Thai Union Group 및 Kingfishers 등 태국 식품 가공업자뿐만 아니라 McKey Food Services, Dole, Mondelez, Unilever, Nestle, Ajinomoto, McCommick.McKey 같은 다국적 식품 가공업자도 있음

## 가공식품 주요 품목

### 1) 라면

- 태국의 인스턴트라면 시장(instant noodle market)은 2018년 기준 5억 달러 규모이며 전년 대비 7%의 성장률을 기록하였음
- 시장은 Thai President Foods, Thai Preserved Food 및 Wan Thai Foods Industry가 주도하고 있으며, 48%의 라면 시장 점유율을 가진 Thai President Foods는 브랜드 “MAMA”를 보유하고 있음. 25%의 라면 시장 점유율을 가진 Thai Preserved Food는 “Wai Wai” 브랜드를 보유하고 있는 Thai President Foods와 직접적인 경쟁을 하고 있음
- 인스턴트라면 연간 소비량은 1인당 49팩으로 나타나며, 프리미엄 인스턴트라면 시장 부문은 높은 성장 잠재력을 가지고 있으며 인스턴트라면 시장의 10%를 차지함

### 2) 아이스크림

- 태국의 아이스크림 시장은 2018년 4억 9,400만 달러를 기록하였으며, 유니레버 타이, 네슬레, F&N 유제품 등 3대 제조업체의 아이스크림 시장 점유율은 80%를 상회함
- 1인당 아이스크림 소비량은 2리터로, 대부분의 아이스크림 제조사들은 제품 연구에 투자하고 아이스크림에 새로운 성분을 추가하고, 저지방 또는 건강한 성분을 포함하여 새로운 상품을 지속적으로 개발하여 시장에 선보이고 있음

### 3) 스낵

- 태국 내 스낵에 대한 수요는 공격적인 광고 및 마케팅 활동에 의해 계속 증가하고 있는 추세이며, 태국의 스낵 시장은 2018년에 11억 달러로 지난 대비 5.9% 성장하였음



- 2018년도 태국 스낵 시장은 감자 칩 35.1%, 압출 형성 스낵(extruded snacks) 29.8%, 건과류 13.3%, 생선스낵(fish snack) 8.4 %, 오징어 스낵 5.0%, 새우 크래커 3.9% 쌀과자 3.8%, 팝콘 0.7%로 나타남
- 시장은 매우 경쟁이 치열하며, 1인당 연간 스낵 소비량은 1.39kg임. Pepsi-Cola(태국)의 Frito Lay는 감자 칩 시장의 선두 주자이며 P.M. Food는 “타로 (Taro)” 브랜드로 생선 스낵(Fish Snack) 시장의 선두 주자임. Taokaenoi Food and Marketing은 시장 점유율의 70% 이상을 차지하는 태국에서 가공된 해조 스낵의 선두 제조업체임

#### 4) 제빵

- President Bakery는 태국 최고의 베이킹 회사이며, 흰 빵(White Bread)은 태국에서 가장 인기 있는 빵 유형이며, 그 다음으로는 통 밀(whole wheat) 및 다중 곡물 빵(multi grain bread)이 있음. 다른 주요 베이커리 회사로는 CPRAM, C&W Company, S.T. Bakery 및 Cubic이 있음
- 제빵 부문은 이미 성숙시장에 이르렀으며, 경쟁이 치열한 상태임. 많은 제빵 제조업체는 Big C, Tesco Lotus, Tops Supermarket 및 7-Eleven과 같은 현대 유통 업체를 통해 유통 채널을 확보하고 있으며 S&P, Yamazaki, BreadTalk, Gateaux House 및 Saint Etoile과 같은 자체 베이커리 체인을 운영함
- 태국 제빵 가공 업체는 주로 태국 내 공급 가능한 원재료 외에 구할 수 없는 원재료는 수입하여 사용하며, 베이커리 제품의 매출은 2018년 5% 성장한 8억 7천만 달러로 성장하였음

#### 5) 과일 및 야채 주스

- 태국의 과일 음료 및 야채 주스의 시장 가치는 2018년 3억 4,000만 달러 달성
- 주요 주스 제조업체는 Tipco, Malee, Unif, Doikham이며, 프리미엄 시장에는 UHT 및 저온 살균 음료가 포함되어 있으며, 2018년도 판매량은 1억 2천 5백만 달러로 5천 8백만 리터에 달함
- 과일 주스의 평균 연간 소비량은 1인당 4리터로 나타났으며, 오렌지 주스는 가장 인기 있는 맛이며, 그 뒤로 사과, 구아바, 포도, 토마토 및 파인애플로 나타남
- 2017년 9월에 효력을 발휘한 설탕량에 기준한 소비세는 제조업체의 판매가격에 영향을 미치고 있음

#### 6) 즉석조리 식품 및 간편 식품

- 2017년에 즉석 조리 식품 시장은 5억 4,400만 달러의 매출을 기록하였음. CP AII는 42%의 점유율로 시장을 주도해 나가고 있으며, 즉석조리 식품의 주요 유통 채널은 7-Eleven 편의점임. 2018년 즉석 조리 식품 시장 및 즉석 섭취 시장의 성장률은 10%이었음

## (2) 시장특성

### 배달 서비스의 성장

- 단순 음식 배달 서비스가 아닌 식자재 및 식료품을 온라인으로 선택하여 집 앞까지 배달해주는 식료품 전문 업체가 많이 생겨나고 있으며, 대표 주자로는 자카르타에 본사를 둔 Honestbee와 Happy fresh임

|                                                                                                                                |                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               | <p>2014년 10월에 설립 된 HappyFresh는 자카르타에 본사가 있으며 인도네시아, 말레이시아 및 태국에서 사업을 운영. 제휴되고 있는 슈퍼마켓에서 주문 후 원하는 곳으로 달리 버리를 받을 수 있는 서비스를 제공(음식 및 식료품)</p> |
| Honestbee                                                                                                                      | www.honestbee.co.th                                                                                                                       |
|                                              | <p>honestbee는 온라인 식료품 및 식료품 배달 서비스로서 핵심 비즈니스, 컨시어지 서비스 및 B2B 고객을 위한 택배 서비스 제공. 모바일 어플리케이션 및 웹사이트를 활용하여 이용 가능</p>                          |
| Happy Fresh                                                                                                                    | www.happyfresh.co.th                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>식료품 배달 서비스 뿐만 아니라, 음식배달 서비스 시장도 확장되고 있으며, Food Panda 및 Grab의 음식 배달 서비스가 대표적임</li> </ul> |                                                                                                                                           |
|                                             | <p>2012년 독일 베를린에서 설립되어 현재 약 40여 개국에 위치하고 있음<br/>태국에서는 방콕, 푸켓, 사뭇프라칸, 치앙마이, 파타야, 후히인, 코랏에서 서비스를 하고 있음</p>                                  |
| Foodpanda                                                                                                                      | www.foodpanda.co.th                                                                                                                       |
|                                             | <p>Grab은 2012년 싱가포르에서 시작되어 현재 8개국에서 서비스를 진행하고 있음.<br/>서비스 항목으로는 교통, 음식배송, 금융 서비스가 있으며, 태국에서 2018년 2월부터 Grabfood 서비스가 시작됨</p>              |
| GrabFood                                                                                                                       | www.grab.com/th/en/grabfood                                                                                                               |

### 온라인 전자상거래 시장의 성장

- 온라인 시장의 성장과 온라인 결제의 편의성이 가중되고 있는 가운데 태국 정부는 알리바바 그룹과 '스마트 디지털 허브에 관한 전략적 파트너십'을 체결함
- 온라인 통계, 시장 조사 및 비즈니스 관련 자료 포털 사이트인 Statista에 따르면, 예상 전자상거래 사용자는 2021년 1,400만 명으로 예상함
- 중국의 알리바바는 태국 전자상거래 업체 1위 업체인 LAZADA를 인수하여 공격적인 움직임을 보이고 있으며, 싱가포르의 Shopee 및 태국의 Tarad.com 등 적극적인 마케팅 및 프로모션을 진행함
- 중국의 알리바바와 함께 대표적인 전자상거래 업체인 JD.com과 태국의 센트럴 그룹이 총 5억 달러를 투자하여 합작법인 JD Central을 설립하여 2018년 9월 공식적으로 온라인 쇼핑몰을 런칭하였음 (www.jd.co.th)

## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### 무설탕 음료

- 태국 PepsiCo는 최근 무설탕 음료인 라즈베리 콜라를 출시하였으며, 이는 무설탕 음료가 태국시장에 진입한 이후 건강에 관심을 보이는 소비자들이 늘어남에 따라 출시한 음료임
- 2018년 무설탕 음료 시장의 가치는 18억 달러로 이는 전년 대비 54% 증가한 수치이며, 이 성장은 정부의 건강 증진 정책에 대한 반응뿐만 아니라 변화하는 소비자 추세에 맞추기 위해 일류 브랜드의 활발한 마케팅이 기여한 결과임
- PepsiCo 관계자는 2019년 음료 시장에서 무설탕 음료 시장 점유율이 5%에서 10%로 성장할 것으로 확신한다고 밝혔으며, 무설탕 라즈베리 콜라는 지난 해 호주에 이어 아시아·태평양에서 태국이 두 번째 출시국임

#### 프랜차이즈 사업의 성장

- 태국 내 프랜차이즈 사업은 2,500~3,000억 바트 규모이며 이는 태국 소매 시장 규모가 3.6조 바트로 봤을 때 프랜차이즈 사업이 큰 부분을 차지하고 있으며 성장 가능성이 높다는 것을 의미함
- 올해 태국에 진출한 주요 프랜차이즈 브랜드로는 Taco Bell(미국 Yum! Brand사의 패스트푸드 체인), The Edge Learning Center(홍콩) 그리고 Sureclean Pte Ltd(싱가폴 위생 및 소독제품 공급업체) 등이 있으며 올해 더 활발하게 성장할 것으로 보임

- 태국 최초의 타코 벨(Taco Bell)지점은 1월 24일 BTS Chit Lom 근처의 쇼핑몰인 머큐리 빌(Mercury Ville)에서 공식 오픈하였으며, 2022년까지 40여개의 매장 확장을 목표로 하고 있음
- 프랜차이즈 컨설팅 담당자에 따르면 올해 태국 내 신규 개설 예정인 국내외 프랜차이즈 브랜드의 총 수는 10% 증가한 630개 브랜드로 예상한다고 밝혔으며, 이중 미국, 대만 브랜드들이 많다고 밝힘
  - 특히 지난 몇 년간 대만으로 관광을 가는 태국인들이 늘어나면서 태국 내 대만 밀크티의 인기는 꾸준히 높아지고 있고 작년 대만 밀크티 브랜드인 The Alley도 태국에 오픈하여 인기를 얻고 있음
- 현재 태국 내 한국 프랜차이즈 진출 업체는 탐앤탐스, 할리스, 설빙 등이 대표적이며, 최근에는 두끼떡볶이가 방콕에 진출하여 큰 인기를 얻고 있으며, 2호점까지 오픈하였음



타코벨



두끼떡볶이 라차다 매장

## ② 친환경 식품 및 포장

- 친환경 제품, 환경 친화적 포장, 식품 폐기물 감소 등에 관한 소비자들의 인식과 관심이 증가하고 있음. 최근 민텔이 낸 자료에 따르면 환경 친화적인 제품 및 친환경 포장이 있는 제품이 급증하고 있으며, 태국의 주요 슈퍼마켓들은 최근 플라스틱백 줄이기, 재활용 캠페인 운동 등은 펼치고 있어 환경에 대한 인식을 다시 한 번 강조하고 있음
- 일부 레스토랑 및 커피전문점에서는 실제 플라스틱 빨대를 사용하지 않고 알루미늄으로 된 빨대를 공급하며, 일부 슈퍼마켓에서는 플라스틱 봉지를 제공하지 않고 있음
- 정부 기관과 일부 주요 음용수 제조업체는 육지 및 바다의 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 물병 뚜껑을 덮는 플라스틱 필름 사용을 중단하기로 합의하였으며, 2018년 4월 1일부터 플라스틱 병을 사용하여 병뚜껑을 덮는 포장을 중단하기로 하였음
- 이는 식품 포장 산업의 변화뿐 아니라 원자재 선택에 있어서 친환경적인 부분을 고려해야 할 것으로 보임



## (2) 농식품 관련 동향

### ② 정부 정책동향

#### 1) 아세안 경제통합(AEC) 출범

- 아세안 경제 공동체(ASEAN Economic Community, 약칭 AEC)는 동남아시아 국가 연합 회원국 10개국으로 구성된 경제 공동체이며, 지역 경제 통합을 목적으로 물류와 인적 자원의 자유로운 이동을 근간으로 삼고 있음. 1997년부터 동남아시아 국가 연합의 정상들에 의해 아세안 경제 공동체의 설립이 본격적으로 논의되었으며, 2015년 11월 22일 쿠알라룸푸르에서 아세안 경제 공동체의 발족에 서명해 2015년 12월 31일 정식으로 출범되었음

※ 회원국 : 브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

- 제 33차 ASEAN 정상회의 직후 싱가포르에서 개최된 ASEAN 의장국 이임식에서 Prayut 태국 총리는 내년 ASEAN 의장국 수임 주제로 '지속가능성을 위한 파트너십 발전 (Advancing Partnership for Substantiality)'을 발표함.

#### 2) 아세안 내 태국의 농업

- 아세안은 2010년부터 2015까지 농산물에 대한 수입관세를 철폐하기로 동의했으며 일부 민감 품목은 2018년에 관세를 철폐하기로 함
- Thailand Development Research Institute (TDRI)에 따르면 베트남의 농업 분야에 성장률 및 생산성이 좋아지고 있으며, 태국은 다른 아세안 국가들에 비해 농업 분야가 약세를 보이고 있다고 지적하였음
- 시장 자유화 이후 태국은 사탕수수 및 설탕 생산, 유기농 채소 및 닭 생산은 상대적으로 우수하나 옥수수 및 우유의 생산은 반대로 약진을 보이고 있음. 더불어 쌀과 팜유 생산은 더 이상 개선할 수 없거나 나빠지지 않을 것이라고 지적
- 아세안 10개국이 농산물 시장 개방에 동의 한 이후 태국 농산물의 무역이 크게 증가하였으며, 2015년 아세안 국가의 농산물 수출은 2001년 31억 달러에서 284억 달러로 증가. 농산물 수입은 2001년 27억 달러에서 2015년 221억 달러로 증가함
- The Office of Agricultural Economics(OAE)에 따르면, 2019년 1월부터 3월까지 베트남은 태국의 1위 수출국으로 22%를 차지했으며 말레이시아는 17%, 인도네시아는 16%, 캄보디아는 12%를 차지함
- 태국 상무부는 2018년 6월 기준 아세안 국가로 수출된 농산물은 지난 달 대비 3.2% 성장하였으며, 가격으로 33억 8000만 달러의 수출을 기록하였다고 밝힘

### 3) 태국의 정책 개요 및 농업

- 태국은 앞으로 다가오는 경제의 디지털화, 고령화 사회, 의료비용 상승, 재능 부족, 인적 자본 관리 체계의 변화 필요성과 같은 일련의 상호 연관된 문제로 인해 큰 변화를 겪고 있으며, 그리하여 태국 4.0이라는 경제 모델을 구축하여 농업(태국 1.0), 경공업(태국 2.0) 및 선진 산업(태국 3.0)에 중점을 둔 과거의 경제 개발 모델로 인한 몇 가지 경제적 도전으로부터 국가를 보호 하려함
- 경제와 사회 전반에 ICT 기술을 적용해 스마트 산업, 스마트 시티, 스마트 피플을 구현하고자 하는 중장기 국가발전 계획
- 태국 4.0의 농업 분야는 전통 농업 방식에서 벗어나 스마트 농업으로의 변화를 위해 근래 2년 동안 농업기술 기반의 스타트업이 설립되어지고 있음
- 태국 4.0정책에 따라 농업의 생산성과 경쟁력을 향상시키기 위해 2017년 9월 판촉 특권(Promotional Privileges)이라는 명목 하에 BOI는 현대 농업을 위한 생산 및 서비스라는 새로운 범주를 승인하였으며, 첨단 기술에 대한 서비스 제공 및 농장 운영을 위한 자동 제어 시스템 프로젝트는 5년간 법인세 면제 대상이라고 밝힘
- 한편, BOI는 GAP (Good Agricultural Practices) 및 ISO22000 식품 안전 관리와 같은 국제 표준 및 인증을 충족시키기 위해 기술 및 기계 장치 업그레이드를 통해 기존 농민들의 생산 효율성 향상을 촉진하기 위한 정책을 도입하였으며, 총 투자의 50% 한도 내에서 법인세 면세권도 주어짐
- 태국 정부는 또한 농민들이 대규모 농업 모델을 채택하여 자신들의 그룹 내의 토지를 공유하고 농작물을 재배함으로써 생산 비용을 절감하고 경쟁력을 높일 수 있다고 제안. 2016년에는 약 600개의 대규모 농경지가 출범했으며 2017년에는 400개의 작물을 추가하여 연말까지 총 1,000개까지 늘리기로 계획함
- 농민들이 올바른 결정을 내리고 지방의 지리적 조건에 적합한 농장 작물을 재배하여 농장 효율을 향상시킬 수 있도록 배움 센터(Learning Center)가 설립될 예정이며, 이는 효율적인 정보를 제공하여 농업 생산의 효율성을 높이기를 기대

### 4) 태국 식품 시장으로 인한 물류 발전

- 물류는 태국의 발전을 주도하는 성장 산업 중 하나이며, 정부는 태국 4.0의 일부로 물류 투자를 장려하고 인센티브를 주고 있음
- 글로벌 컨설팅 업체인 켄 리서치 (Ken Research)가 발표한 보고서에서 따르면 “태국의 콜드 체인 물류 시장은 2022년까지 420억 달러에 이를 것”으로 예상함
- 태국 정부는 태국 식량과 농산물 수출을 촉진시키는 Kitchen of the World 캠페인을 통해 국가 경쟁력을 극대화 하고자 함. 태국은 쌀, 설탕, 해산물, 과일 및 채소 및 기타 필수품의 수출에서 세계 선두주자 중 하나이며, 가공 식품의 수출도 호조를 보이고 있으며 성장세를 보이고 있음

## 식문화 및 식습관

- 인도차이나 반도의 중앙에 위치한 태국은 국토의 면적이 한반도의 2.3배이고 열대기후로 여름의 나라임. 세계적인 곡창 지대이며 열대 과일과 향신료가 풍부하며 반도모양인 남부지역은 삼면이 바다와 접해 있어서 각종 해산물이 풍부함
- 태국 국민의 95%는 불교신자이어서 식생활에 불교적 의미가 많이 담겨져 있으며 음식문화의 특징, 식사예절에도 영향을 미치고 있음
- 음식 문화
  - 식사는 주식과 부식인 반찬으로 구성되며, 쌀을 주식으로 하고, 음식 자체는 짜거나 맵지 않고 양념이나 소스가 아주 맵거나 짭
  - 맛이 자극적이며 단맛, 신맛, 톡 쏘는 매운맛이 복합적으로 결합됨
  - 코코넛밀크와 남플라(생선간장)같은 조미료, 마늘, 생강, 고수, 칠리가루, 라임, 박하 등의 향신료를 많이 사용함

## 대표 음식



\* 출처: [www.dietnet.or.kr](http://www.dietnet.or.kr)

## 외식시장 동향

- 태국 전역에 10만 개의 레스토랑 및 5천여 개의 호텔 및 리조트가 있으며, 고소득의 태국 소비자가 외식비 지출 증가 및 관광산업의 발전으로 계속 증가하고 있음. 국가 경제 사회 발전위원회(National Economic and Social Development Board)에 따르면 태국의 호텔 및 레스토랑 부문은 2018년 1분기에 12.8% 성장했다고 밝힘
- 레스토랑 산업은 도시화의 증가, 소비자의 소득 증가, 외식 선호도 증가 경향으로 전망이 밝으며, 또한 해외 연수 및 해외여행 증가, 인터넷 보급 확대, 소셜 미디어 사용 증가로 인해 젊은 층과 도시인 들은 실내 레스토랑, 특히 쇼핑몰에 있는 음식점 유입에 많은 영향을 주고 있음
- 이와 더불어 소매점 운영자와 현대적인 소매 식료품 업체의 확장으로 인해 지방의 사람들도 캐주얼 한 식당에 접근 가능성이 높아짐
- 소비자의 변화하는 라이프 스타일과 소비자 행동은 새로운 세대의 소비자에게 보다 현대적이고 적합한 식품의 도입으로 인해 레스토랑 비즈니스의 혁신과 변화로 이어지고 있음



- 온라인 판매 채널 및 온라인 마케팅의 확대, 고객 관리를 위한 레스토랑의 첨단 기술 도입, 고객을 위한 옵션 확대를 위한 새로운 브랜드를 도입하여 판매를 증대시키고 있음

## 다 이슈품목

### 현지 유기농 식품

- 유기농 재료로 만든 채식 및 기타 건강 요리에 대한 관심 증가로 방콕 내 유기농 레스토랑이 증가하고 있으며, 음식물 쓰레기 없애기 운동 및 살충제와 항생제가 사용되지 않고 현지에서 농작한 식재료를 직접 사용하는 레스토랑이 큰 인기를 얻고 있음
- 식품관련 세미나인 Trend Watch에서 Unilever Food Solutions의 Phanumas Zaw-raksa 대표는 현지에서 생산된 제품에 대한 스토리텔링, 음식물 쓰레기, 장인 정신과 수공예품, 홈메이드 디저트는 올해 음식 트렌드 중 하나이며, 오늘날의 소비자들은 음식이 어디서 오는지, 식자재는 어떻게 재배되었는지, 어떤 식자재가 사용되었는지에 대해 더 관심이 있음. 또한 제품과 생산자에 대해 더 많이 알고 싶어 하며 진정한 가치가 있다면 기꺼이 지불할 용의가 있다고 밝힘

### 매운맛

- 방콕 시내에는 다양한 외국음식 및 식당을 찾아 볼 수 있으며, 주로 일식당이 일본 자본의 동남아 지역 내 큰 투자처로 자리 잡으면서 경제, 문화 등 교류가 활발했음. 2000년 대 이후 한류의 영향력으로 인해 한식의 인지도와 한식 식당이 방콕 내에 많이 생겨남
- 다양한 한국식품의 수입으로 인해 많은 대중들이 쉽게 한국식품을 접할 수 있게 되었으며, 대표적인 매운맛 식품으로는 N사의 \*라면 및 S사의 \*\*볶음면이 꾸준한 사랑을 받고 있음. 실제 2015년 대비 2017년 태국으로의 라면 수출액은 매년 200% 이상 증가하였음. 그로 인해 현지에서 모방제품이 등장하고 있지만 한국라면은 특유의 맛과 포장으로 꾸준한 인기를 얻고 있음
- 한식 프랜차이즈의 성장도 눈여겨봐야 할 대목이며, 2007년에 방콕 1호점을 연 김주부찌개(Kimju), 2014년에 문을 연 닭갈비(Dak-Gal-bi), 본촌(Bonchon) 및 더 비빔밥(The Bibimbap)이 좋은 반응을 얻고 있음
- 한국 드라마의 영향으로 인지도가 높아진 한국산 떡볶이는 태국의 편의점에서도 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 성장하였으며, 2014년부터 2017년 사이에는 연 29%의 성장을 보였음
- 태국의 썸땀은 한국의 김치처럼 태국사람들에게 없어서는 안 될 음식이며, 맛이 매콤하여 한국인들에게도 사랑을 많이 받고 있음. 태국의 프릭까누는 맛이 상당히 매우며, 요리나 다른 식재료들과 섞어서 소스를 만드는데 일반적으로 많이 사용되어짐



|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| <p>태국의 '쏜땀 타이'</p>                                                                | <p>뷔페 형식의 두끼 떡볶이</p>                                                              | <p>소셜 인플루언서(BABYMOJIKO)<br/>불닭볶음탕 리뷰 영상 캡처</p>                                     |



## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특성

#### (1) 유통경로

##### 도매시장

##### 1) 딸랏타이

- 방콕에 인접한 빠툼타니 크롱루앙군에 위치한 동남아시아 최대의 식품도매시장(방콕에서 43km 떨어져)으로 매일 1만2천 톤의 태국 내 농산물과 해외 수출입농산물이 거래되며, 3,500명 이상의 상인이 입점해 연간 600억 달러의 제품이 거래되는 곳임. 태국 청과물 수입의 약 65%를 담당하는 곳이기도 함

|          |                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------|
| 주소       | Khlong Nueng, Khlong Luang District, Pathum Thani 12120           |
| 면적       | 720,000 square metres                                             |
| 도매 상인수   | 3,500명                                                            |
| 연간 물동량   | 3.7백만 톤                                                           |
| 연간 교역량   | 약 600억 달러                                                         |
| 일일 방문자 수 | 약 10만 명                                                           |
| 웹사이트     | <a href="http://talaadthai.com/eng">http://talaadthai.com/eng</a> |

##### 2) 태국 시문무앙도매시장

- 시문무앙도매시장은 딸랏타이 도매시장과 함께 태국 방콕의 대표 도매시장이며, 1983년 7월에 오픈하여 Donmuang Development Co., Ltd.의 관리, 경영으로 운영 되고 있으며, Department of internal trade와 상업부의 지원을 받고 있음

|          |                                                                             |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 주소       | 115-116 Moo 15, Phaholyothin Rd, Klongtoey, Pathumthani 12130               |
| 면적       | 650,000m <sup>2</sup> (160acres)                                            |
| 도매 상인수   | 2,300명                                                                      |
| 연간 물동량   | 1,46백만 톤 (일 평균 4,000톤)                                                      |
| 일일 방문자 수 | 약 2,000명                                                                    |
| 웹사이트     | <a href="http://www.taladsimummuang.com">http://www.taladsimummuang.com</a> |

## ② 대형유통업체

- 1) 대형할인매장(BigC, Tesco, Macro 등)
  - 넓은 시설과 쾌적한 환경으로 많은 소비자들이 주로 방문하여 다양한 제품을 쉽게 구매할 수 있는 곳으로써 이용되어지고 있으며, Macro는 도매업자들이 자주 이용하는 곳임
- 2) 슈퍼마켓(Tops, Villa Market, Foodland 등)
  - 주로 수입산 식품 및 일반 식자재(육류, 생선, 채소 등)가 다양하게 유통 되고 있으며, 주로 방콕 주위에 많이 위치하고 있음
- 3) 백화점(Central, Robinson, Zen)
  - Central에서 운영하고 있는 Gourmet Market은 주로 중상류층이 많이 거주하고 있는 지역에 위치해 있으며, 수입식자재 및 완제품이 잘 구비되어 있음. 전체적인 상품의 질이 좋으며, 가격 또한 10~20% 정도 비쌈
- 4) 편의점(7-Eleven, Family mart, Big C Mini 등)
  - 태국 내 구석구석 위치해 있으며, 7-Eleven 같은 경우 10,000개 이상의 매장, 패밀리 마트도 1,100개 이상의 매장이 전국에 오픈되어 있음. 그 외에 빅씨 같은 대형할인매장이 운영하는 미니 빅씨도 있으며, 일본계 편의점인 Lawson 및 Maxvalue도 인지도가 있음

## ③ 전자상거래(온라인 쇼핑몰)

- 태국은 인터넷 사용자의 증가로 온라인 전자상거래는 매년 가파른 성장세를 보이고 있으며, 2018년도 태국 전자상거래 규모는 2.3억 달러 규모로 전년 대비 23% 증가했음

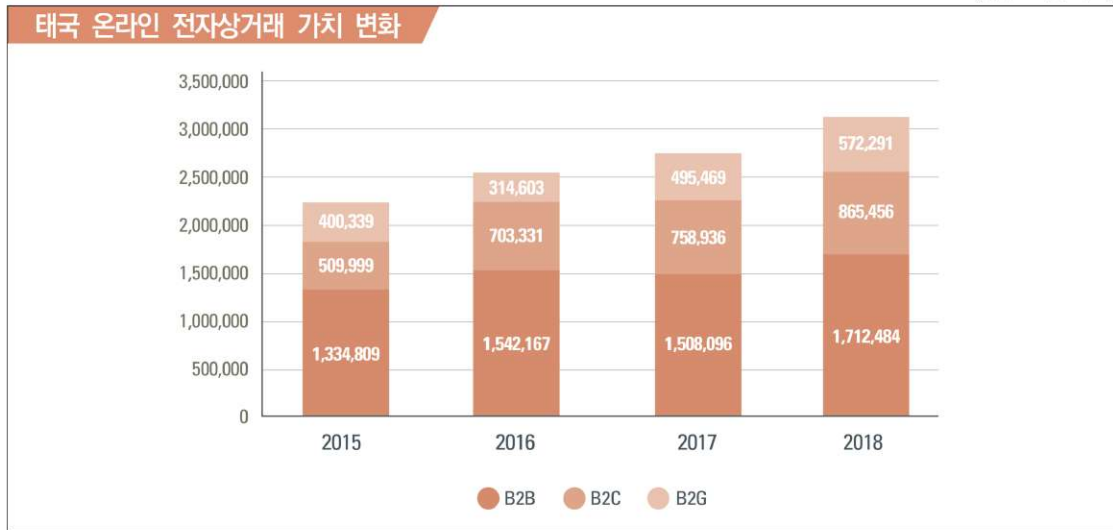
### 태국의 온라인 유통시장 규모

(단위 : 백만 달러(USD), %)

| 구분          | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 온라인 유통시장 규모 | 1,287 | 1,385 | 1,546 | 1,881 | 2,323 |
| 증감률         | 9%    | 8%    | 12%   | 22%   | 23%   |

\* 출처: Euromonitor International(Internet Retailing in Thailand 2019)

(단위 : 백만 바트)



- 태국 온라인 전자상거래는 전자미디어 제품의 거래가 35% 정도를 차지하고 식품군의 경우 13%로 규모는 크지 않으나 꾸준히 증가하고 있음

#### 온라인을 통한 카테고리별 주요 구입 품목 - 식품/음료, 건강제품

(단위: 백만 바트, %)

| 구분    | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   | 2017~18년 증감률 |
|-------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| 식품/음료 | 5,572.7 | 6,384.3 | 7,302.2 | 8,120.1 | 11.2%        |
| 건강제품  | 989.2   | 1,142.9 | 1,276.4 | 1,472.7 | 8.4%         |

\* 출처: 유로모니터 인터네셔널(Internet Retailing in Thailand, 2019)

#### 태국의 온라인 전자상거래 플랫폼 TOP4

| 순위 | 사이트              | 트래픽    | 순위 | 사이트              | 트래픽    |
|----|------------------|--------|----|------------------|--------|
| 1  | www.lazada.co.th | 4천 4백만 | 2  | www.shopee.co.th | 3천만    |
| 3  | www.shopee.co.th | 2천 3백만 | 4  | www.tarad.com    | 1천 7백만 |

\* 출처: SimilarWeb 월별 트래픽자료, 2019년 4월

#### 전자상거래(홈쇼핑)

- 태국의 홈쇼핑 시장 규모는 매년 성장하고 있으며, 2022년까지 200억 바트, 약 2배로 시장이 커진다고 예상하고 있음
- O-shopping은 한국의 CJ와 태국의 엔터테인먼트 회사인 GMM Grammy와 합작투자로 설립되었으며 2017년 시장 진출 5년 만에 영업흑자로 전환. High Shopping은 한국의 GS 홈쇼핑과 태국의 Intouch Media의 합작 투자로 이루어졌음



## 태국 TV홈쇼핑 채널 현황

| 채널명           | 제품 카테고리                                          |
|---------------|--------------------------------------------------|
| Oshopping     | 주방용품, 가전제품, 뷰티, 패션, IT, 등                        |
| High Shopping | 뷰티, 모바일&IT, 가전제품, 주방용품, 패션, 홈리빙, 건강식품            |
| TV Direct     | 건강, 패션&뷰티, 스포츠용품, 홈&데코, 전자기기, 전기용품, 액세서리, 아기용품 등 |
| True select   | 화장품, 패션, 건강, 전자기기, 주방용품, 모바일&IT, 여행              |
| Shop Channel  | 패션, 액세서리, 건강&뷰티, 가전제품, 식품, 꽃 등                   |
| TVD shop      | 건강, 뷰티, 주방용품, 패션, 여행, 모바일 및 IT 등                 |

## 나 주요 유통채널 현황

## (1) 대형유통업체 규모 및 특징

## ② Tesco Lotus (하이퍼마켓)

|                                                                                    |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                     | <b>Tesco Lotus</b><br>Tesco Lotus는 Ek-Chai Distribution System Co., Ltd.가 운영하는 태국의 대형 마트 체인. Tesco Lotus는 1994년 Charoen Pokphand(CP)그룹이 시작한 Lotus Supercenter 체인에서 출발하여 Seacon Square에 첫 매장을 오픈 |
| 기업 정보                                                                              | 설립일                                                                                 | 1994년                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                    | 주소                                                                                  | Ek-Chai Distribution System Co., Ltd.<br>629/1 Nawamintr Road, Nuanchan, Buengkoom, Bangkok 10230, Thailand                                                                                     |
|                                                                                    | 전화                                                                                  | 1712 (콜센터)                                                                                                                                                                                      |
| 온라인 쇼핑물                                                                            |                                                                                     | www.tescolotus.com/en/home                                                                                                                                                                      |
| 매장 형태                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                    | Extra                                                                               | Hypermarket                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                    |  |                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                    | Department Store                                                                    | Talad                                                                                                                                                                                           |
| 매장 형태                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                    | Express                                                                             | 온라인                                                                                                                                                                                             |
| 매장 보유 현황                                                                           |                                                                                     | 총 78개 지역에 1,800개의 매장을 보유                                                                                                                                                                        |

## ② Big C (하이퍼마켓)

|                                                                                    |                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                      | <b>Big C Supercenter Public Company Limited</b> Big C 또는 Big C Supercenter (태국어 : บริษัท บิ๊ก ซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์)는 태국 방콕에 본사를 둔 식료품점 및 일반 상품 판매점. Big C는 2016년 기준 Tesco Lotus의 이어 태국에서 두 번째로 큰 대형마트이며, 태국, 베트남, 라오스 등 3개국에서 사업을 운영하고 있음. Big C와 그 자회사는 2015년 9월까지 태국에 697개의 매장을 운영 중 |
| 기업 정보                                                                              | 설립일                                                                                  | 1993년                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                    | 주소                                                                                   | 6th Floor, 97/11 Rajdamri Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                    | 전화                                                                                   | 0-2655-0666 / Call-Center: 1756                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 온라인 쇼핑물                                                                            |                                                                                      | www.bigc.co.th                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 매장 형태                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                    | Big C Supermarket                                                                    | Big C Extra                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                    |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                    | Big C Jumbo (27개)                                                                    | Big C Market                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 매장 형태                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                    | Mini Big C                                                                           | Pure by Big C                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 매장 보유 현황                                                                           |                                                                                      | 태국 전역에서 661개 매장을 운영                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## 🍎 Makro (하이퍼마켓)

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Siam Makro Public Company Limited<br/>1988년에 "Makro"라는 이름으로 회원 기반 도매 센터를 운영하기 위해 7억 5천만 바트의 투자 자본으로 설립. Makro는 소매점, 레스토랑, 요식업, 서비스 사업자, 정부 기관, 교육 기관 및 기타 사업자를 포함한 전국의 전문직 종사자 및 사업자에게 광범위한 제품을 제공하기 위해 지사를 지속적으로 확장. Siam Makro는 Charoen Pokphand Group이 66억 달러에 인수</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|          |                                                                                                                                                                       |                                                                            |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 기업 정보    | 설립일                                                                                                                                                                   | 1988년                                                                      |
|          | 주소                                                                                                                                                                    | 1468 Phatthanakan Road, Khwaeng Suan Luang, Khet Suan Luang, Bangkok 10250 |
|          | 전화                                                                                                                                                                    | 0-2067-8999                                                                |
| 홈페이지     |                                                                                                                                                                       | www.siammakro.co.th                                                        |
| 매장 형태    |     |                                                                            |
|          | Makro (77개)                                                                                                                                                           | Makro Food Service                                                         |
|          |   |                                                                            |
|          | Siam Frozen(5개)                                                                                                                                                       | Siam Food Service                                                          |
| 매장 보유 현황 |                                                                                                                                                                       | 총 82개                                                                      |

## 🍎 Gourmet Market (슈퍼마켓)

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>The mall group<br/>1981년에 설립되었으며, 백화점인 엠포리움, 엠쿼터, 씨암 파라곤등을 보유하고 있으며, Gourmet Market은 고급 슈퍼마켓으로 인식되고 있음. 현지 주민 및 외국인 거주자뿐만 아니라 관광객들이 많이 찾는 곳 중에 한 곳이며, 깔끔하고 고급스러운 이미지로 신선한 농식품 및 수입제품들을 많이 만날 수 있음.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|          |                                                                                                                                                                          |                                                                        |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 기업 정보    | 설립일                                                                                                                                                                      | 1981년                                                                  |
|          | 주소                                                                                                                                                                       | Ground Floor, 991/1, Rama 1 Rd., Prathumwan, Phatumwan, Bangkok, 10330 |
|          | 전화                                                                                                                                                                       | 0-2269-1000                                                            |
| 홈페이지     |                                                                                                                                                                          | www.themallgroup.com                                                   |
| 매장 이미지   |   |                                                                        |
|          |                                                                                                                                                                          |                                                                        |
| 매장 보유 현황 |                                                                                                                                                                          | 9개                                                                     |

## TOPS (슈퍼마켓)

|                                                                                   |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                                                       | <b>Central Food Retail (CFR)</b><br>미국에 본사를 둔 Tops Markets LLC의 일부인 이 체인은 Central Retail Corporation의 자회사인 Central Food Retail (CFR)에 의해 태국의 Tops Supermarket라는 이름으로 운영. Tops Supermarket 외에도, 일부 지점에는 Tops Super, Tops Market, Tops Daily 및 Central Food Hall이 있음. 태국 최대의 슈퍼마켓 체인으로 전국 120개 매장을 운영 |
| 기업 정보                                                                             | 설립일                                                                                                                                                                   | 1996년                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                   | 주소                                                                                                                                                                    | 12, 15-18th Floor, CentralPlaza Cheangwattana Office Tower Building, 99/9 Moo 2 Cheangwattana Rd., Bangtalad, Pak Kret, Nonthaburi 11120 Thailand                                                                                                                                                   |
|                                                                                   | 전화                                                                                                                                                                    | Customer Service 0-2660-1000 / +66(0)2 8317300                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 홈페이지                                                                              |                                                                                                                                                                       | www.tops.co.th                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 매장 형태                                                                             |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                   | Central Food Hall(8개)      Tops market                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                   | Superkoom      Tops daily                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                   |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Tops SUPERSTORE                                                                   |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 매장 보유 현황                                                                          |                                                                                                                                                                       | 약 120여개                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Foodland (슈퍼마켓)

|                                                                                   |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                                                          | <b>Foodland Supermarket Co., Ltd</b><br>푸드 랜드 (Foodland)는 24시간 동안 영업하는 레스토랑을 보유한 최초의 슈퍼마켓으로 태국에서 더 높은 수준의 신선도를 제공. Foodland는 품질과 제품의 다양성, 특히 재료의 신선도와 탁월한 서비스로 유명하며, 합리적인 가격으로 훌륭한 음식과 서비스를 제공한다는 비전뿐만 아니라 국내 및 수입 상품의 최고 품질을 선택함으로써 높은 기준을 유지할 것을 목표로 하고 있음 |
| 기업 정보                                                                             | 설립일                                                                                                                                                                      | 1972년                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                   | 주소                                                                                                                                                                       | 2675 Lardprao Road, Klong Chaokhunsing Wangthonglaung, Bangkok 10310 Thailand                                                                                                                                                                                |
|                                                                                   | 전화                                                                                                                                                                       | (02) 530-0220, (02) 530-0222                                                                                                                                                                                                                                 |
| 홈페이지                                                                              |                                                                                                                                                                          | www.foodland.co.th                                                                                                                                                                                                                                           |
| 매장 이미지                                                                            |   |                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                   |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 매장 보유 현황                                                                          |                                                                                                                                                                          | 태국내 21개 매장                                                                                                                                                                                                                                                   |



## Maxvalue (슈퍼마켓)

|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <p>AEON (Thailand) Co.,Ltd.<br/>태국의 Maxvalue Supermarket은 AEON (Thailand)Co.,Ltd.에서 운영 되고 있으며, 태국 첫 번째 지점은 2007년 10월에 오픈된 Maxvalue Supermarket Nawamin 지점임. 현재 방콕과 방콕 주변에 슈퍼마켓 30개 지점을 운영하고 있음</p> |
| 기업 정보                                                                             | 설립일 | 2007년                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                   | 주소  | 78 Aeon Bldg. 2nd Fl., Chaengwattana Rd., Kwaeng Ansawaree Khet Bangkok Bangkok Thailand 10220                                                                                                     |
|                                                                                   | 전화  | 02-970-1825-30                                                                                                                                                                                     |
| 홈페이지                                                                              |     | www.aeonthailand.co.th                                                                                                                                                                             |
| 매장 이미지                                                                            |     |                                  |
| 매장 보유 현황                                                                          |     | 태국 내 84개 매장 보유                                                                                                                                                                                     |

## Villa Market (슈퍼마켓)

|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <p>Villa Market JP Company Limited<br/>1973년 방콕의 식료품 쇼핑은 야외 시장, 구멍 가게, 에어컨이 설치된 몇 안 되는 상점들이 전부였음. 이중에서도 Villa Market이 Soi 33 근처 Sukhumvit에 첫 매장을 개설하기 전까지는 수입품을 전문으로 취급하지 않았음. 현재 27개 매장이 방콕 내에 위치해 있으며, 7개 매장이 방콕 외 지역에 위치하고 있음.</p> |
| 기업 정보                                                                             | 설립일 | 1973년                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                   | 주소  | 595 Sukhumvit Rd., North Khlong Ton, Vadhana Bangkok , 10110                                                                                                                                                                          |
|                                                                                   | 전화  | 02 055 1000                                                                                                                                                                                                                           |
| 홈페이지                                                                              |     | www.villamarket.com                                                                                                                                                                                                                   |
| 매장 이미지                                                                            |     |                                                                  |
| 매장 보유 현황                                                                          |     | 34개                                                                                                                                                                                                                                   |

## Seven Eleven (편의점)

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <p>CP ALL Public Company Limited<br/>1989년 방콕의 Patpong Road에 첫 번째 점포가 오픈됐으며, 태국의 프랜차이즈는 CP ALL Public Company Limited의 소유이며, 2018년 1월 태국에는 약 10,300개의 매장이 있음. 약 50%가 방콕에 위치하고 있으며, 태국은 일본 다음으로 7-Eleven 매장 수가 많은 2위 국가임</p> |
| 기업 정보                                                                               | 설립일 | 1989년                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                     | 주소  | CP All Public Company Limited, Silom 1033, Bangkok 10504                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 전화  | 091 002 9632                                                                                                                                                                                                                |
| 홈페이지                                                                                |     | www.7eleven.co.th                                                                                                                                                                                                           |
| 매장 이미지                                                                              |     |                                                       |
| 매장 보유 현황                                                                            |     | 약 10,300개 이상 보유                                                                                                                                                                                                             |

## Lawson (편의점)

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <p>Saha Lawson Co., Ltd.<br/>태국에서는 2013년 3월 29일 방콕에서 3개의 "LAWSON 108"매장이 동시에 오픈하였으며, Lawson Japan 및 Saha group이 합작투자자로 설립한 Saha Lawson, Co., Ltd로 운영되고 있음. 점포 명 "LAWSON 108"은 사하 그룹이 개발 한 작은 상점 인 "108 SHOP"과 Lawson Japan의 브랜드 "LAWSON"의 조합임.</p> |
| 기업 정보                                                                               | 설립일 | 2012년                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                     | 주소  | 2170 3rd Floor, Bangkok Tower, New Petchburi Road, Bangkok, Huaykawang, Bangkok, 10310                                                                                                                                                             |
|                                                                                     | 전화  | 02-308-0700 / info@sahalawson.co.th                                                                                                                                                                                                                |
| 홈페이지                                                                                |     | www.lawson108.com                                                                                                                                                                                                                                  |
| 매장 이미지                                                                              |     |                                                                           |
| 매장 보유 현황                                                                            |     | 54개                                                                                                                                                                                                                                                |



## FamilyMart (편의점)

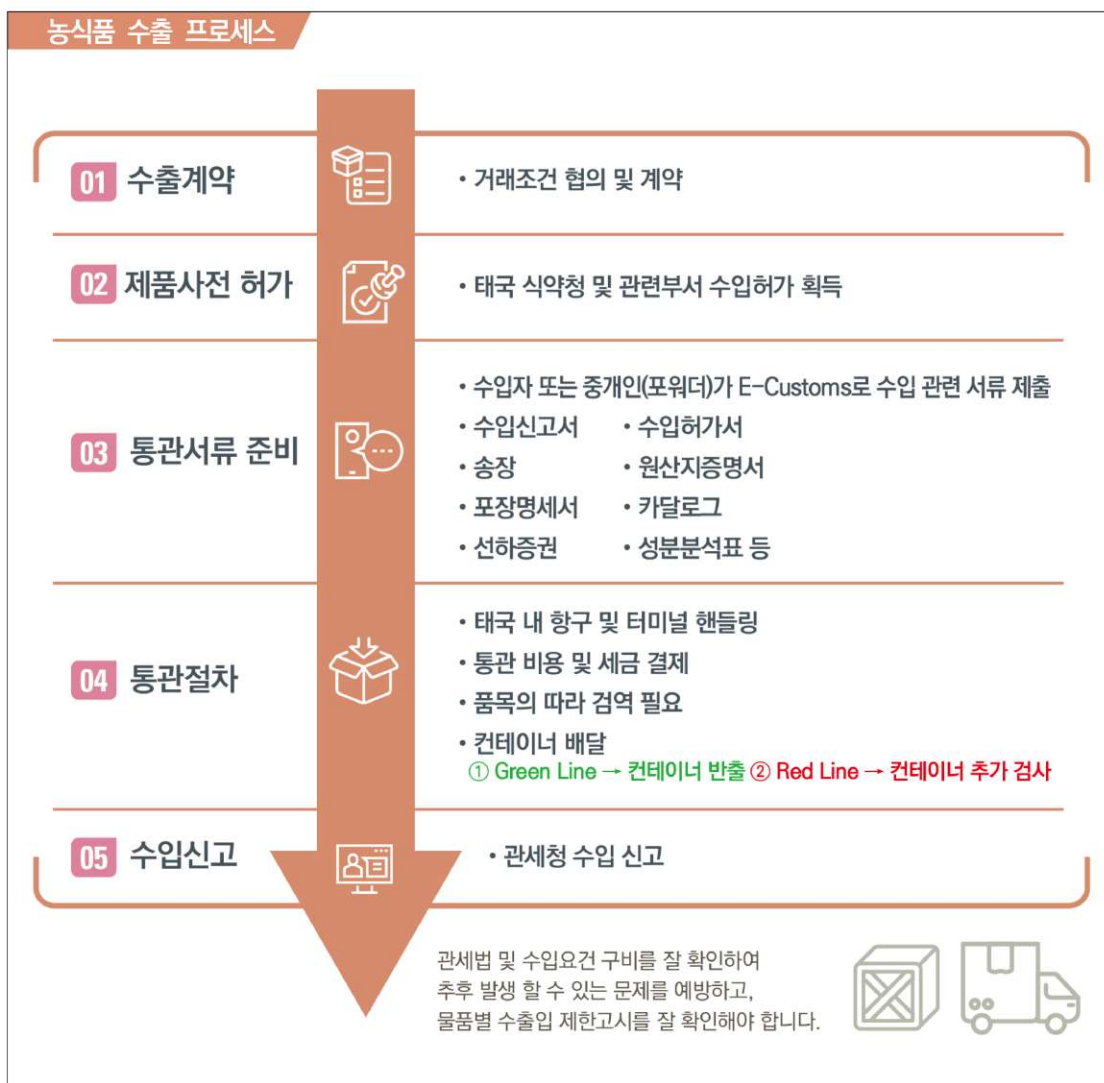
|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Central FamilyMart Co., Ltd.</b><br>Central FamilyMart Co., Ltd.는 태국에 프랜차이즈 패밀리 마트 편의점을 운영하고 있으며, 이전에 Siam FamilyMart Co., Ltd.로 알려져 있었으며 2013년 4월 Central FamilyMart Co., Ltd.로 상호를 변경함. 1992년에 설립되어 태국의 Bang Khen에 본사를 두고 있으며, (주)센트럴 패밀리 마트는 패밀리 마트 유니 유 (주)의 자회사로 운영되고 있음. |
| 기업 정보                                                                             | 설립일 | 1992년                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                   | 주소  | 99/9 Central Plaza Chaengwattana Office Tower, 21st Floor, Moo 2, Chaengwattana Road, Tambol Bangtalay, Pakkret Nonthaburi 11120                                                                                                                                                  |
|                                                                                   | 전화  | 02 836 5999                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 홈페이지                                                                              |     | www.familymart.co.th                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 매장 이미지                                                                            |     |                                                                                                                |
| 매장 보유 현황                                                                          |     | 약 1,138개 매장                                                                                                                                                                                                                                                                       |



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출프로세스

#### (1) 기본 수출프로세스



### ② 전자 세관시스템(E-Customs System) 등록

- 태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자 세관 시스템으로 이루어져 있으며 전자 시스템에 등록하려면 수입업자(개인 또는 사업체)가 '디지털 인증서'를 소지해야 함
- 디지털 인증서가 발급되면 수입자는 전자 세관 시스템에 등록을 진행할 수 있으며, 회사는 시스템에 직접 등록(즉, 회사 사무소에서)하거나 대행사를 통해 등록할 수 있음

### ③ 신고서 제출

- 화물 도착 전 또는 화물 도착 시 운송 업체는 전자식으로 선박 또는 항공기 도착 보고서를 전송하고 전자 세관 시스템에 정보를 명시함. 오류가 없으면 e-Customs 시스템에서 선박 또는 항공기 도착 보고서 번호를 자동으로 생성하고 응답 메시지를 운송 업체에 전송함
- 화물이 항구 또는 입항 장소에 도착하면 수입업자 또는 세관 중개인은 수입 신고서를 전자 세관 시스템에 제출함

### ④ 신고서 확인 및 검수

- 신고자와 수입업자가 작성한 모든 관련 서류(적색 라인의 경우)로 확인되면, 전자 세관 시스템은 주어진 데이터를 검증하고 결제 번호를 발행. 전자 시스템은 전송된 데이터를 확인하고 상품 신고서를 녹색 라인 또는 적색 라인으로 지정함
- 적색 라인(위험도가 높은 선적)의 경우 수입 통관을 위해 세관에 제출해야 하는 최소한의 서류는 다음과 같음

|                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 수입 신고서(Import Declaration)        | 수입허가서(Import License)*           |
| 선하 증권(B/L) 또는 항공 운송장(Air Waybill) | 원산지 증명서(Certificates of Origin)* |
| 상업 송장(Invoice)                    | 카탈로그 및 제품 성분 등 기타 관련 문서          |
| 포장명세서(Packing List)               | * 필요한 경우에만 제출                    |

### ⑤ 수입 관세 및 세금 납부

- 해당 관세 및 세금 또는 보증금을 지불 하여야 하며, 수입 관세 및 세금 지불은 세관에 직접 지불 및 전자 지불 시스템을 통한 지불이 가능함

### ⑥ 화물의 검사 및 방출

- 마지막으로 화물을 검사하고 최종적으로 방출함
- 녹색 라인의 경우, 수입자는 확인된 신고서와 지불 영수증과 함께 창고에서 상품 방출을 위해 제출함. 이 단계에서 화물 데이터는 미리 결정된 선택 기준에 따라 선별되어 적색 라인(철저한 물리적 검사)

필요함) 또는 녹색 라인(방출 허가)여부를 판단함. 녹색 라인으로 분별되어 지면 세관의 개입이 없이 바로 항만 당국과 수입업자/세관 중개인에게 전자 방식으로 전송됨

- 적색 라인의 경우 미리 결정된 선별 기준에 따라 화물이 적색 선에 속하는 것으로 표시되고, 항만청은 컨테이너의 방출 전에 실질적 물리적 검사를 하기위해 컨테이너를 열어보고 검사함

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

#### 관리·법률체계

- 총리와 내각은 무역 등 제반 경제정책에 대한 기획, 수행, 감독 등의 최종적인 책임을 지며, 재무부(Ministry of Finance)와 상무부(Ministry of Commerce)에서 무역 및 투자 관련 업무에 대한 1차적 책임을 가짐
- 분야별 고유 업무에 대해서는 농업협력부, 산업부, 보건부, 에너지부, 정보통신부, 교통부, 중앙은행 등이 각각 소관별로 수행함
- 상무부는 상품무역 관련 기본법인 '물품수출입법'(The Export and Import Goods Act)을 재무부와 협의 하에 입안하고 관리함으로써 대외무역을 총괄함
- 산하의 '대외무역협상국'(The Department of Trade Negotiations)은 다자 및 양자 간의 무역협상 업무 등에 있어 주무부서로서 역할과 책임을 가지고, 대외무역 협상을 수행함에 있어 여타 다양한 정부기관 및 비정부기관 등과 광범위하게 협의함

#### 통관유형별 절차

##### 1) 약식통관(Simplified Import Entry)

- 통상적으로 배송비 제외 상품 가치(INVOCIE VALUE)가 대략 100USD 이하인 경우는 약식 통관으로 진행되지만 제품에 따라 요건 확인이 필요한 경우 일반 통관절차를 거치게 되어 금액에 관계없이 관세와 부가세(7%)가 부과될 수 있음

##### 2) 정식통관(Standard Import Entry)

- 수입업자는 Commercial Invoice, Packing List 등 선적 서류를 세관에 제출하고 수입허가 품목에 관해서는 수입허가서를 받은 뒤 관세 납부 절차를 진행해야 하며, 원칙적으로 물품의 반출 이전에 관세와 부가세(VAT 7%)를 완납해야 물품을 반출할 수 있음



- 2014년 8월부터 태국 세관은 자국 도착 및 경유 화물에 대한 EDI 의무 전송을 시행함에 따라 전자 수입시스템(e-Import)을 통하여 수입 신고 및 세관통관절차를 진행하고 있으며, 사전에 데이터를 미 전송하거나 오류가 발생할 경우 벌과금이나 통관 자체가 보류될 수 있음
- 통관은 화물 도착전 혹은 도착시 포워딩 업체가 선박 도착 보고서, 화물 적하목록, 컨테이너 리스트 정보를 전달하면 세관 컴퓨터 시스템에서 전송된 데이터를 승인하거나 오류 발생시 재승인 요청이 발송되며, 이상이 없을시 선박 도착 통보 번호가 자동으로 생성되어 부여되며, 응답 메시지가 포워딩 업체로 전송됨
- 이후 화물 도착 시, 수입업체 혹은 통관업체가 수입 통관절차를 세관 컴퓨터 시스템에 전송하고 세관 컴퓨터 시스템은 전송 받은 데이터에 대하여 재검증을 실시한 뒤 1분 이내에 통관 및 지불 번호를 부여함
- 수입업체는 자동이체 지불 혹은 온라인결제 시스템과 연결되어 제반 비용을 지불한 뒤 수입업체 측에서 출고 상품 관련 화물 보관 업체와 연락을 수행함
- 이후 데이터의 분류에 따라 레드라인(Red Line)인 경우 물리적인 대조가 필요한 품목으로 항만 관리 위원회의 화물 컨테이너 실사 이후 물품이 통관되며 그린라인(Green Line)의 경우 자동으로 출하 허가가 되어 1분 이내로 통관이 마무리 됨

### 통관시 제출서류

- 통관시 대표적으로 요구되는 서류는 하기와 같음

|                                      |                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1) 수입 신고서(Import Declaration)        | 5) 수입허가서(Import License)*           |
| 2) 선하 증권(B/L) 또는 항공 운송장(Air Waybill) | 6) 원산지 증명서(Certificates of Origin)* |
| 3) 상업 송장(Invoice)                    | 7) 카탈로그 및 제품 성분 등 기타 관련 문서          |
| 4) 포장명세서(Packing List)               |                                     |

\* 필요한 경우에만 제출

### 관세제도

- 관리체계
  - 법률의 개정은 관세청에서 주도하며, 발의된 법안은 사전에 주의회(the Council of State)에서 검토를 거친 후 입법부(National Legislative Assembly)의 최종 검토를 통해 발효됨
- 법률체계
  - 관세에 관한 기본법령인 관세법은 1926년에 제정(Customs Act B.E. 2469)된 이후 수정을 거듭 하였으며 최근에는 2015년 12월 관세법 「the Customs Act B.E. 2557(2014) No. 21」이 개정됨

- 태국의 경우 관세율에 관한 기본적인 사항은 국왕령인 관세율령(Customs Tariff Decree B.E. 2530(1987))으로 규정하고 있으며 관세율 변경에 대해서는 태국 재무부장관이 내각의 승인을 받아 고시
- 태국은 통일상품분류에 관한 협약(International Convention on the Harmonized Commodity and Coding System : HS)가입국으로 2008년 7월에 개정된 관세율 표는 HS 8단위 품목분류 체계를 적용하고 있으며, WTO 자료에 따르면 동 개정 관세율표는 총 8,301품목으로 구성되어 있음

### 3) 관세일반

- 태국의 관세율은 기본세율, 실행관세율, 협정관세율 및 할당관세율 등으로 구성됨. 기본세율 및 실행 관세율은 태국이 회원인 다자 또는 양자간 협정에 가입하지 않은 국가에 적용되고, 협정세율은 WTO 회원국에 적용되는 WTO 협정 세율과 ASEAN 국가들을 대상으로 한 지역 내 협정세율 그리고 호주와 체결한 자유무역협정과 같은 양자 간 협정세율 등이 있으며, 설탕 등 일부 농산물에 대해서는 할당관 세율이 적용되고 있음
- 태국은 연도별 통합 관세율 표를 별도로 발행하지 않고 관세율 변경에 대한 고시만 별도 공표하고 있어 실무수행 과정에서 수시로 태국 재무부 또는 관세청의 관세율 변경 고시 등을 확인할 필요가 있음
- 태국 관세청은 이를 보완하기 위해 국세청 홈페이지([www.customs.go.th](http://www.customs.go.th))에 Integrated Tariff Database 사이트를 운영하고 있으며 여기에서는 태국 관세율령, 수출입 관세율 검색, 관세율 관련 고시 등에 대한 제반 정보를 검색할 수 있음. 국세청 홈페이지에서는 품목분류해석에 관한 일반 통칙, 수입관세율, 수출관세율, 관세감면세 대상품목, 화학물질목록, 철장제품목록 등이 명시되어 있고 Hs Code별, 연도별, 국가별, 관세율 유형별(기본, 실행, 협정세율 등) 통합 검색이 가능토록 하고 있음
- 관세율표는 재무부에서 제정하고 공표하고 있으며, 관세청 홈페이지에 연결된 통합 관세율 조회화면 에서 수출입 관세율, 관세 감면 여부 등 확인가능
  - 관세율 조회화면은 호(Heading), 소호(Subheading), 품명(Description), 법정세율 (Statutory Rate), 경감세율(Duty Reduction), 전자수입 허가대상(Electronic Permit) 여부로 나뉘어 있으며, 경감세율 열에서 WTO 세율, FTA 협정관세, 관세 감면 여부 등을 확인할 수 있음
  - 예를 들어 관세청 통합관세율 조회 홈페이지에서 사과(Apple)인 HS 코드 '0808.10.00'에 대한 한-아세안 FTA 협정관세를 조회하면, 아래 표에서 제시된 바와 같이 2018년 현재 기본세율 10%이며 상호대응관세로 인해 협정세율이 적용 되고 있지 않음
  - 하단 조회화면에서 'Notification'을 클릭하면 해당 품목에 적용되는 협정 및 국내 규정을 볼 수 있으며, 사례의 경우 'Asean-Korea FTA B.E. 2555' 규정에 의거하여 아래와 같이 적용되고 있음을 확인할 수 있음

## 태국 관세청 홈페이지 관세를 조회하면

999 : The Customs Tariff Decree B.E. 2530 (Ceiling Rate)

| Heading | Subheading | Description | Statutory Rate    |               | Notification             | Start Date | End Date   | Electronic Permit |
|---------|------------|-------------|-------------------|---------------|--------------------------|------------|------------|-------------------|
|         |            |             | ad valorem rate % | specific rate |                          |            |            |                   |
|         |            |             |                   | Unit Baht     |                          |            |            |                   |
| 08.08   | 0808.10.00 | - Apples    | 60.000            | kilogram      | พรก. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560 | 01/01/2017 | thereafter | Q                 |

000 : Notification of the Ministry of Finance Section 12 of the Customs Tariff Decree B.E. 2530 (General Rate) : Detail

| Heading | Subheading  | Description | Duty Rate         |               | Notification          | Start Date | End Date   | Electronic Permit |
|---------|-------------|-------------|-------------------|---------------|-----------------------|------------|------------|-------------------|
|         |             |             | ad valorem rate % | specific rate |                       |            |            |                   |
|         |             |             |                   | Unit Baht     |                       |            |            |                   |
| 08.08   | 0808.100000 | - Apples    | 10.000            | kilogram      | ม.12 ง.01 (พ.อ.-2560) | 13/11/2017 | thereafter | Q                 |

AK1 : ASEAN-KOREA : Detail

| Heading | Subheading  | Description | Duty Rate         |               | Notification          | Start Date | End Date   | Electronic Permit |
|---------|-------------|-------------|-------------------|---------------|-----------------------|------------|------------|-------------------|
|         |             |             | ad valorem rate % | specific rate |                       |            |            |                   |
|         |             |             |                   | Unit Baht     |                       |            |            |                   |
| 08.08   | 0808.100000 | - Apples    | ** Exempted       |               | ASEAN-KOREA (New2560) | 13/11/2017 | thereafter | Q                 |

\*\* Please Check Counties granted preferential tariff concession from Tariff Schedule annexed to the Notification of the Ministry of finance.

## 태국 관세청 홈페이지 FTA 협정세율 조회하면

| Heading | Subheading | Code | Description of goods                                                                              | Unit | Rate of duty                    |                    |                             |                    |                             |                    |                             |                    |                             |                    | Countries granted preferential tariff concession                                   |
|---------|------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|         |            |      |                                                                                                   |      | Imported until 31 December 2012 |                    | 1 Jan. 2013 to 31 Dec. 2013 |                    | 1 Jan. 2014 to 31 Dec. 2014 |                    | 1 Jan. 2015 to 31 Dec. 2015 |                    | 1 Jan. 2016 to 31 Dec. 2016 |                    | Since 1 Jan. 2017                                                                  |
|         |            |      |                                                                                                   |      | Ad valorem (%)                  | Specific Baht/Unit | Ad valorem (%)              | Specific Baht/Unit | Ad valorem (%)              | Specific Baht/Unit | Ad valorem (%)              | Specific Baht/Unit | Ad valorem (%)              | Specific Baht/Unit |                                                                                    |
| 08.05   | 0804.50.20 | 00   | - Mangoes                                                                                         |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Korea, Malaysia and Laos                            |
|         | 0804.50.30 | 00   | - Mangosteens                                                                                     |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Korea, Malaysia and Laos                            |
|         | 0805.10.10 | 00   | - Fresh                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Korea and Laos                                      |
|         | 0805.10.20 | 00   | - Dried                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Korea and Laos                                      |
|         | 0805.20.00 | 00   | - Mandarins (including tangerines and satsumas), clementines, satsumas and similar citrus hybrids |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea, Indonesia and Laos                                     |
| 08.06   | 0805.40.00 | 00   | - Grapefruit, including pomelos                                                                   |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries                                                                      |
|         | 0805.50.00 | 00   | - Lemons (Citrus limon), Citrus limonum) and limes (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)        |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Laos, for Korea not for Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) |
| 08.06   | 0805.90.00 | 00   | - Other                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea and Laos                                                |
|         | 0806.10.00 | 00   | - Fresh                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea                                                         |
| 08.07   | 0806.20.00 | 00   | - Dried                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea                                                         |
|         | 0807.11.00 | 00   | - Watermelons                                                                                     |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Malaysia, and Laos                                  |
| 08.07   | 0807.19.00 | 00   | - Other                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Cambodia, Korea, and Malaysia                                 |
|         | 0807.20.10 | 00   | - Mard backcross solo (betik solo)                                                                |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea, Malaysia and Laos                                      |
| 08.08   | 0807.20.90 | 00   | - Other                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea, Malaysia and Laos                                      |
|         | 0808.10.00 | 00   | - Apples                                                                                          |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea                                                         |
| 08.08   | 0808.30.00 | 00   | - Pears                                                                                           |      | Exempted                        |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | Exempted                    |                    | All Countries except Korea not for pears                                           |

예: www.customs.go.th 접속 후 '사과' HS code:0808.10.00 검색 후 기본세율 및 협정세율 확인

- 2017년 11월 관세법 개정안 발효
- 2017년 5월 17일 관세법 개정안(Custom Act B.E. 2560(2017))이 발표됐으며, 개정된 법안은 2017년 11월 15일부터 발효되었으며, 개정안의 주요 내용은 아래와 같음
  - 과세 가격 결정(관세 평가) 제한 시간 지정
  - 밀수 범칙에 대한 처벌 및 벌금 기준 완화
  - 불법 통관에 대한 추정 책임자 범위 확장
  - 과세 가격 이의 제기에 대한 심사기간 제한
  - 불법 통관 적발 시 제공되는 보상금액 상한 지정
  - 관세 환급 기한 데드라인 연장
  - 관세 부족분에 대한 월별 추가 징수 금액 상한 규제
  - 사후심사(Post Clearance Audit)기간 제한
  - 컨테이너 자유 장치 기간(Custom Free Time) 축소

#### 4) 소비세

- 소비세(Excise Tax)는 국내물품 여부를 불문하고 '사치'로 간주되는 특정 범위의 물품과 서비스의 공급에 대해 부과되는 세금으로, 소비세법(Excise Tariff Act B.E. 2527)에 따라 국세청(the Revenue Department)에서 부과와 징수를 주관함
- 태국 정부는 2017년 9월 16일부터 주류, 담배, 음료수(당분 음료, 커피, 차) 및 자동차 등을 대상으로 신 소비세를 적용해 해당 품목의 전반적인 소매가 인상 효과 발생
- 태국 정부는 소위 '죄악세(Sin Tax)' 대상인 담배 및 주류 소비세율 산정에 권장소비자가격 및 중량을 모두 고려하기로 함. 이는 과거 가격 또는 중량 중 높은 금액을 기준으로 공장도가격 또는 CIF을 반영해 세율을 산정하던 것과는 차별됨

#### 소비세 품목별 세율 수준

| 품목                | 소비세율      |                                     | 품목        | 소비세율      |                           |
|-------------------|-----------|-------------------------------------|-----------|-----------|---------------------------|
|                   | 가치에 근거    | 수량에 근거                              |           | 가치에 근거    | 수량에 근거                    |
| 요트 및 보트           | 30% - 50% |                                     | 대리석 및 화강암 | 30%       |                           |
| 전기통신              | 30%       |                                     | 무알콜 음료    | 30%       | Litre 당 20-100바트          |
| 배터리               | 30%       |                                     | 석유 및 석유제품 | 50%       | Litre / Kg 당 20바트         |
| 일부 전기제품           | 30%       |                                     | 오존파괴물질    | 30%       | 3,000바트                   |
| 크리스탈 유리제품         | 30%       |                                     | 차량        | 40% - 80% |                           |
| 향수와 화장품           | 20%       |                                     | 오토바이      | 30%       |                           |
| 경마장, 엔터테인먼트 서비스 등 | 30%       | Square metre / 3,000바트 회당 / 1,000바트 | 담배제품      | 90%       | piece / gm 당 5바트          |
| 골프                | 30% - 50% |                                     | 주류        | 30%       | litre 당 1,000바트 - 3,000바트 |
| 카펫 및 타일           | 30%       |                                     | 게임용 카드    | 60%       | 100장 / 500바트              |

\* 출처: EXCISE TAX ACT, B.E. 2560 (2017)



## 5) 주류 및 담배

- 새로 개정된 특별소비세는 2017년 9월 16일자로 효력이 발생되었으며 주류 및 담배에 부과되는 세금에 대한 변경 사항 및 영향은 아래와 같음
- 맥주 병당 2.66바트 상승하는 동안 주류에 부과되는 세금은 최대 30바트로 증가
- 고가 맥주의 경우, 세금은 0.99~2바트 정도 감소
- 수입 와인에 대한 세금은 병당 최소 110바트 인상 될 것이며 담배는 팩당 2~15바트 인상
- 저렴한 담배 브랜드의 경우 세금은 팩당 4~15바트, 고가 담배는 팩당 2~10바트가 부과될 예정

### 기타 수입규제

## 1) 오염물질이 포함된 식품

- Ministerial Notification No. 98 of B.E. 2529 (1986) and Ministerial Notification No. 273 of B.E. 2546 (2003)에 의거하여, 식품은 다음과 같은 규격 이상의 오염 물질을 함유하지 않아야 함

## 1. Metal

|                   |     |                                                                                                                           |
|-------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tin               | 250 | mg/kg                                                                                                                     |
| Zinc              | 100 | mg/kg                                                                                                                     |
| Copper            | 20  | mg/kg                                                                                                                     |
| Lead              | 1   | mg/kg with the exception for foods that contain high amount of natural lead. such foods shall seek the approval form FDA. |
| Inorganic Arsenic | 2   | mg/kg for fish and seafood                                                                                                |
| Total Arsenic     | 2   | mg/kg for other foods                                                                                                     |
| Mercury           | 0.5 | mg/kg for seafood and not more than 0.02 mg/kg for other foods                                                            |
| 2. Aflatoxin      | 20  | mg/kg                                                                                                                     |

3. Other contaminants shall be subjected to FDA approval.

## 2) 수입쿼터제(Tariff Rate Quota / TRQ)

- 태국은 세계 무역기구(WTO) 농업 협정에 따라 23개 농산물에 대한 TRQ를 설정할 수 있음. TRQ를 시행함에 있어 태국 정부는 국내 생산이 수요를 충당하기에 충분하지 않을 때 특별히 수출 지향 산업의 대해 국내 수요를 충족시키지 못할 경우 태국 정부는 쿼터보다 많은 물량 또는 쿼터 이하의 관세를 발행함
- 국내에 충분한 공급 또는 잉여 기간 동안, 태국 정부는 일반적으로 쿼터 내 수량 및 쿼터 내 수입세를 WTO 협정에 따라 의무가 있는 수준까지만 쿼터 내 수입을 제한

- TRQ 시스템에 적용되는 23개의 상품은 다음과 같음

| 번호 | 품목           | 번호 | 품목  | 번호 | 품목        | 번호 | 품목            |
|----|--------------|----|-----|----|-----------|----|---------------|
| 1  | 우유, 크림, 기호음료 | 7  | 코프라 | 13 | 완두콩       | 19 | 즉석커피          |
| 2  | 탈지유          | 8  | 커피빈 | 14 | 양파 씨앗     | 20 | 두유            |
| 3  | 감자           | 9  | 차   | 15 | 야자 및 야자기름 | 21 | 잎담배           |
| 4  | 양파           | 10 | 후추  | 16 | 코코넛       | 22 | 생사            |
| 5  | 마늘           | 11 | 옥수수 | 17 | 오일        | 23 | 말린 롱간(longan) |
| 6  | 코코넛          | 12 | 쌀   | 18 | 설탕        |    |               |

### 3) 식품 수입 면허

- 수입자는 식품 수입 면허가 필요함. FDA 검사관은 면허가 발급되기 전에 지정된 저장 시설 또는 창고의 적합성을 방문하여 검토하며, 면허 취득자는 태국 FDA (Food and Drug Administration)가 식품을 승인한 경우 다양한 종류의 식품을 수입할 수 있음. 수입 허가를 받은 제품에는 시리얼 넘버 (lek Or. Yor.)를 부여해 관리하며, 식품 수입면허를 발급 받아야 하는데 통상 300불 정도의 비용이 소요되며 매 3년마다 갱신을 하여야 하고 이를 위해서는 별도 성분내역을 제출하여야 하며 제조과정도 설명하여야 하는 등 까다로움
- 민약 신청서의 모든 서류의 문제가 없다면 수입 허가에 7 업무일이 소요되고 제조 허가에는 20~60정도의 업무일이 소요됨

## (2) 검역제도

### 관리체계

- 공중보건부에서 검역 절차 등 규정에 관한 사항을 관리 감독하고 있으며, 농업 협력부에서는 식물 검역법을 통해 식물검역원 임무 및 권한, 식물수출입, 유통, 보관기준 설정, 처벌조항 등을 규정하고 있음
- 식물 건강은 농업협동조합부 농무국(Department of Agriculture) 소관
- 식품 안전은 공공부건부의 식품의약품청(Food and Drug Administration) 담당

### 법률체계

- 식물검역에 관한 기본법은 식물검역법(Plant Quarantine Act B.E. 2507 (1964))이며, 수입금지 및 제한 등은 장관 규칙 또는 공고를 통해서 규정하고 있음
- 식물 검역법에 따라 식물 및 식물 제품의 수입은 경제적 중요성 및 원산지 장소의 해충 및 질병에 대한 보급에 따라 금지, 제한 및 비 금지 물질의 3가지 그룹으로 분류됨.

## 1) 금지물질(prohibited materials)

- 벼속 식물, 고무나무속 식물, 감귤속 및 감귤속 식물, 코코넛, 카사바, 흙, 유기질비료, 식물병해충, 면화속 식물, 수생양서류, 이끼

## 2) 제한물질(Restricted materials)

- 금지 지역산이 아닌 벼속 식물, 생벼풀, 벼싹, 고무나무속 식물, 감귤속 및 감귤속 식물 및 코코넛
- Saccharum속 식물, 커피속 식물, 고구마, 면화속 식물, 담배, 옥수수, 카카오, 바나나속 식물, 감자, 땅콩, 파인애플, 차나무속 식물, 오일팜, 토마토, 파파야, Aleurites속 식물, 타로, 소맥, 대두, mung bean, 수수 및 난과 식물

## 3) 그 외(Unprohibited materials)

- 금지 및 제한 물질로 분류되지 않은 그 외 물질을 말하며, 수입 허가 및 식물 검역 증명서는 수입 시 요구하지 않음. 그러나 수입된 금지 물질은 입국 항에서 검사를 위해 통보해야 하며, 식물 검역 병해충 및 질병이 발견되면 모든 물질을 검사하고 검역 처치 또는 파기함

### (3) 농산물 및 식품

- 태국으로의 곡물, 과일 식품 및 그 가공품 수입과정은 절차가 복잡하고 시간이 많이 소요되며 경우에 따라서는 지적 정보까지 요구하기도 함. 수입 허가를 받은 제품에는 시리얼 넘버(Iek Or. Yor.)를 부여해 관리하며, 식품 수입면허를 발급 받아야 하는데 통상 300불 정도의 비용이 소요되며 매 3년 마다 갱신을 하여야 하고 이를 위해서는 별도 성분내역을 제출하여야 하며 제조과정도 설명하여야 하는 등 까다로운 편임

- 한국산 신선 과채류의 경우, 상호관세 제도에 따라 통상 20~40%의 수입관세를 부과하고 있음

#### 검역절차

- Form R 1/1 작성 후 International Animal Quarantine Station 제출
- 서류 확인 후 검역 창고 검사
- 임시 수입 허가증 발급 후 특별 요청사항이 있을시 수출 국가에 관련 증명서를 요청
- 동물 건강 검진 및 동물 제품의 대한 검사 진행
- 검역 기준 충족 시 Form R7을 발행 후 태국으로 반입 가능
- 검역 불충족시 제품을 파기하거나 돌려보냄

#### 검역시 제출서류

- 검역시 필요한 제출 서류는 하기와 같음

1) Form 1-1

2) 식물위생증명서 (Phytosanitary certificate)

## 다 이슈 품목별 수출 프로세스

### 태국 식품 분류

#### (1) 가공식품

##### 통관 절차



##### 검역 특이사항

- 공중 보건부 고시 제 364호에 등재된 38종의 제품 수입자는 Ministry of Public Health's Notification No. 364 Re: Food Standards as Regards Pathogens B.E. 2556 (2013) 식품 기준에 의거하여 수입 제품에 병원균이 없거나 그 존재가 통지서에 명시된 최대 허용 기준을 초과하지 않도록 식품 제품 등록 과정에서 실험 분석 보고서를 제출해야 함
  - 태국 FDA는 원산지 국가의 정부 기관, 태국의 정부 기관, 태국 정부의 인가를 받은 개인 실험실 또는 국제 인증기관의 인증을 받은 실험실에서 발행한 실험실 분석 보고서만을 승인함

#### 병원균 통제 식품 리스트(38종)

| 번호 | 품목                              | 번호 | 품목       | 번호 | 품목       | 번호 | 품목               |
|----|---------------------------------|----|----------|----|----------|----|------------------|
| 1  | 유아를 위한 수정된 우유와 영유아를 위한 사후 관리 우유 | 11 | 밀폐용기의 식수 | 21 | 전해액 음료   | 31 | 버터               |
| 2  | 유아 식품 및 유아를 위한 사후 관리용 식품        | 12 | 아이스      | 22 | 티        | 32 | 허브차              |
| 3  | 영유아 보충 식품                       | 13 | 초콜릿      | 23 | 커피       | 33 | 가공된 젤라틴 및 젤리 디저트 |
| 4  | 우유                              | 14 | 체중 조절 식품 | 24 | 밀폐용기의 두유 | 34 | 밀폐용기의 소스         |
| 5  | 향료첨가우유                          | 15 | 밀폐용기의 식품 | 25 | 천연 미네랄워터 | 35 | 빵                |
| 6  | 기타 우유 제품                        | 16 | 반 가공 식품  | 26 | 버터 오일    | 36 | 껍질을 벗긴 쌀가루       |



| 번호 | 품목      | 번호 | 품목                                     | 번호 | 품목                                  | 번호 | 품목          |
|----|---------|----|----------------------------------------|----|-------------------------------------|----|-------------|
| 7  | 치즈      | 17 | 몇몇 특별한 종류의<br>소스                       | 27 | 마가린, 블랜드, 유지<br>스프레드 및 혼합유지<br>스프레드 | 37 | 비타민이 함유된 쌀  |
| 8  | 크림      | 18 | 간장 콩 단백질의 가수<br>분해 또는 발효로 얻은<br>식품 조미료 | 28 | 꿀                                   | 38 | 즉석요리 및 즉석식품 |
| 9  | 아이스크림   | 19 | 알칼리 보존된 계란                             | 29 | 밀폐용기의 잼, 젤리,<br>마멀레이드               |    |             |
| 10 | 밀폐용기 음료 | 20 | 발효유                                    | 30 | 버터기름                                |    |             |

### 라벨링

- 영양분 라벨링은 태국어로 표기되어야 하며 외국어 사용은 선택임
- 라벨링이 가능한 공간에 따라, 세로 및 가로로 표기 가능
- 필수 표시사항을 포함하여, 소비자가 잘 확인할 수 있도록 표기하는 것이 좋음
- 태국 라벨은 수입되어 반입되기 전에 부착되어 있어야 하며, 반입 이전에 라벨이 부착되지 않은 제품은 태국 FDA에 의해 압수될 수 있음
- 태국 FDA는 특별통제식품(Specifically-controlled food)에 대해서만 사전 승인된 라벨을 요구함
  - \* 특별통제식품 : 다이어트 식품, 유아용 변형우유, 어린이용 보충식품 등
- 그 외 식품은 제조사 또는 수입처에서 라벨 부착의 의무를 가지고 있음

### 라벨링 기본 표시사항(일반)

| 구 분          | 필수 / 선택     |
|--------------|-------------|
| 1) 제품명       | 필수          |
| 2) 식품 시리얼 번호 | 필수          |
| 3) 수입자 정보    | 필수          |
| 4) 식품용량      | 필수          |
| 5) 재료정보      | 일부 유형 생략 가능 |
| 6) 알레르기 정보   | 필수          |
| 7) 식품첨가제     | 필수          |
| 8) 인공조미료     | 필수          |
| 9) 유통기한      | 필수          |
| 10) 경고문      | 필요시         |
| 11) 보관방법     | 필요시         |
| 12) 섭취방법     | 필요시         |

## (2) 신선과일

### 통관 절차

| 01       | 02                             | 03              | 04                         |
|----------|--------------------------------|-----------------|----------------------------|
| 물품 도착    | 수입 신고                          | 관세 납부           | 물품검사 및 반출                  |
| 물품 도착 보고 |                                |                 |                            |
|          | 세관 보세구역 반입<br>수입 신고<br>증빙서류 제출 |                 |                            |
|          |                                | 신고서 처리<br>관세 납부 |                            |
|          |                                |                 | 물품 검사(대상 물품) 및 허가<br>물품 반출 |

### 검역 이슈

- 생과실 8개 품목(복숭아, 포도, 참외(멜론), 사과, 배, 감(단감), 딸기, 감귤)을 태국으로 수출하기 위해서는 농림축산검역본부에 태국 수출 과수원 및 수출 선과장으로 등록해야 함
- 공통사항 : GAP 인증을 받은 재배지(과수원 또는 온실)에서 생산된 과실만 수출 가능, 재배지 및 선과장 등록
  - 참외(멜론 포함) : 태국 검역관이 한국에서 국외생산지검역 실시
  - 감귤 : 오렌지더닝이병에 대한 관리 실시 및 태국 검역관이 한국에서 국외생산지검역 실시, 만감류(천혜향, 레드향, 한라봉 등) 수출 불가

### 수입 통관 서류

|                 |               |
|-----------------|---------------|
| 1. Invoice      | 4. 수출식물검역 증명서 |
| 2. Packing List | 5. GAP 인증서    |
| 3. B/L          | 6. 원산지 증명서    |

### 라벨링

- 판매를 목적으로 하는 생산업자 또는 수입업자는 식품의 라벨링은 반드시 태국어로 표기해야 하며 외국어를 함께 표기하여도 됨
- 라벨링 표기에 수입 과일 및 채소의 경우 수입업자라 표기하고 수입업체의 이름과 국적도 함께 표기하여야 함
- 생과실이 개별상자에 포장되어 수출되는 경우, 각 포장상자마다 "EXPORT TO THAILAND"(태국 수출용) 표기가 보이도록 스탬프 날인 또는 스티커를 부착해야 함

- 포장상자가 펠렛(Pallet)으로 적재되어 수출되는 경우에는 펠렛의 4면에 동 표기가 보이도록 스탬프 날인 또는 스티커를 부착하는 것으로 갈음할 수 있음
- 과일 및 채소 판매업자는 소비자와 기관담당자에게 보여줄 라벨이 준비되어야 함

### 관세율

- 한-아세안 FTA는 우리나라가 체결한 FTA 중 유일하게 '상호대응세율(Reciprocal Tariff Rate Treatment)' 제도를 두고 있음
- 한국 민감품목인 경우, 태국이 해당 품목을 일반 품목으로 양허했다라도 양허세율이 아닌 상호대응세율 부과가 가능

※ 상호대응세율은 한국의 민감품목 세율이 10% 초과인지 이하 인지에 따라 다르게 부과

- 10% 초과 : 원산지 증명서(Form AK)를 구비하더라도 MFN(기본관세) 세율 적용
- 10% 이하 : 한국의 해당 품목 수입세율과 동일한 세율 부과

- 한국 신선 과실류는 대부분 민감품목이라 한국측 관세율이 30~40%인 상황에서 10% 기준 초과, 상호대응세율 제도에 따라 AK1을 적용하더라도 기본세율 적용

## (3) 축산물

### 통관 절차

- 수입 전 절차
  - 수입자 혹은 축산물을 태국으로 수입하려는 자는 수입 전, 태국 축산물개발부로부터 수입 허가를 받아야 함
  - 수입자는 수입일 최소 15일 전에 국제 동물 검역소 수의청에 수입하려는 축산물에 대한 신청서를 직접 제출해야 함
  - 신청서는 수입자 본인과 대리인의 신원확인서 사본이 함께 첨부되어야 함
  - 태국 가축 개발부는 동물 건강 요건 사항이 포함된 수입 승인서를 발급하기 전, 원산지의 동물 질병 상태를 반드시 점검할 권한이 있음
  - 태국으로 수입하려는 축산물의 동물 건강 요건은 현 동물 질병 상태에 따라 정기적으로 개정될 것임
  - 수입자는 태국 가축 개발부에서 제정한 동물 건강 요건에 준수하여 수입 축산물을 준비하고 점검하고 증명하기 위하여, 원산지 수의청에 수입 승인서를 송부해야만 함
  - 수입자는 수입 축산물에 대한 장비 필요시, 수입 전 최소 3일 전 정확한 도착 날짜를 입국항에 있는 국제 동물 검역소 수의청에 보고해야 함

### 수입시 절차

- 국제 동물 검역소 수의청은 수입 통관 수속시에 임시수입증을 즉시발급할 권한이 있음
- 원산지 수의청에서 발급한 수입 축산물에 대한 공식적인 영문 건강 증명서는 점검 전, 국제동물검역소 수의청에 송부될 것임
- 수입자는 수입할 축산물에 대한 가격이 명시되어 있는 청구서 사본, 가격리스트, 패킹 리스트, 항공 화물 운송장, 선하증권 등을 신청서에 첨부해야만 함
- 수입자는 1956년 동물 전염병으로 인해 만들어진 태국 내각 규정에 따라 정해진 수입세를 지불해야만 함

### 수입 후 절차

- 도착지 진행되는 종합검진 이후, 축산물은 승인된 검역 시설로 이동됨. 검역 기간 동안, 적합한 실험을 거친 검사와 조화를 위한 샘플 수집
- 최종 수입증서는 수입하려는 축산물이 심사를 통과하고, 태국의 수입검역을 완료하여 최종 목적지에 축산물이 방출할 시점에 발급됨

### 검역

#### 축산물 수송 혹은 수입시 필요 서류

- 수입자 신원확인증 사본
- 법인 등기 증명서 사본
- 대리인 임명 공문
- 대리인 신원증명서 사본

### 관세율

| HS CODE |    |      | 품명                  |                                | 기본세율 | 한·아세안 FTA<br>협정세율 |
|---------|----|------|---------------------|--------------------------------|------|-------------------|
|         |    |      | 한글                  | 영문                             |      |                   |
| 0202    |    |      | 쇠고기(냉동한 것으로 한정한다)   | Meat of bovine animals, frozen |      |                   |
| 0202    | 10 | 0000 | 도체(屠體)와 이분도체(二分屠體)  | Carcasses and half-carcasses   | 30%  | 40%               |
| 0202    | 20 |      | 그 밖의 것으로서 뼈째로 절단한 것 | Other cuts with bone in        |      |                   |
| 0202    | 20 | 1000 | 갈비                  | Short ribs                     | 30%  |                   |
| 0202    | 20 | 9000 | 기타                  | Other                          | 30%  |                   |
| 0202    | 30 | 0000 | 뼈 없는 것              | Boneless                       | 30%  |                   |



## 특이사항

### ● 살아 있거나, 죽은 수생 동물 및 수산물의 수입(수산청) 수입허가제도

- 수입업자는 어류 검사국 (Fish Inspection Office)에서 수입 전에 수입허가를 받아야 하며 입국 항에서 주정부 수산청 provincial fishery office(FIO 권한을 위임받은)로부터 다음과 같은 서류 제출 후 허가를 받을 수 있음

|                   |                                                      |
|-------------------|------------------------------------------------------|
| Form Ror 1/1      | 허가 서류, 신분증 사본, 양도인 및 위임자의 신분증(수입자를 대리하는 경우)          |
| 수생 생물 수입 요구서류     | 수입업자가 수생 동물 거래 사업을 하고 있는 경우, 해양 동물 거래 허가증 사본 (Aor 6) |
| 사본 ID 카드          | 건강 진단서 사본                                            |
| 사본 거주 등록증 / 회사등록증 | 기타 관련 서류                                             |

- 요청 양식은 최소한 7일 전에 제출해야 하며 수입업자가 수입된 살아있는 수생 동물 또는 죽은 수생 동물을 수산부의 시설이 아닌 다른 장소에서 검역을 위해 보류하기를 원할 경우 해당 장소는 수산청의 규정에 따라 승인되어야 함
- 요청 양식이 제출되면 FIO 직원이 필요한 모든 서류를 등록하고 검사하며 수생 동물은 질병에 감염되지 않았음을 확인하기 위해 검사함. 살아있는 수생 동물은 외래종 일 수 없음
- 서류가 누락된 경우, 신청서는 신청자에게 반송되어 모든 필요한 서류를 다시 제출해야 하며, 최종 서류 심사 후 3 근무일 내에 다음과 같은 공식 서류를 발급함
  - 태국으로의 일부 해양 동물 수입 허가 (Fisheries Act B.E. 2490)
  - 태국으로의 동물 허가증 또는 양식 6 (Animal Epidemic Act B.E. 2499)
- 요청이 승인 된 후 수입업자는 수생 동물 또는 수산물이 도착하기 하루 전에 날짜, 시간, 항공편, 선박 번호 또는 다른 운송 수단 등의 수입 정보를 확인해야 함
- 수입 전 수입허가서는 도착항에 있는 Animal Quarantine Station에 제출되어야 하며 DLD에서도 역시 Health certificate를 요청함. 도착과 동시에 Animal Quarantine Station에서는 세관으로 가기 전 제품을 검사함

# 03 인도네시아



## 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 103

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

## 2. 농식품 시장 현황 113

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

## 3. 농식품 유통 현황 127

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

## 4. 농식품 수출 프로세스 142

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도



# 01 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 농업규모

#### ● 농업면적

- 세계식량농업기구(FAO)에 따르면 인도네시아 전 국토 면적은 약 1,905천km<sup>2</sup>이며, 농경지로 이용되는 토지 면적은 약 570천km<sup>2</sup>에 해당함. 전체 국토 면적 중 약 30%가 농경지로 1960년대 20%대에서 그친 농경지 면적은 꾸준히 확대되어 2009년도부터 30%대에 접어들었음

#### 농업 면적 비율

(단위: km<sup>2</sup>, %)

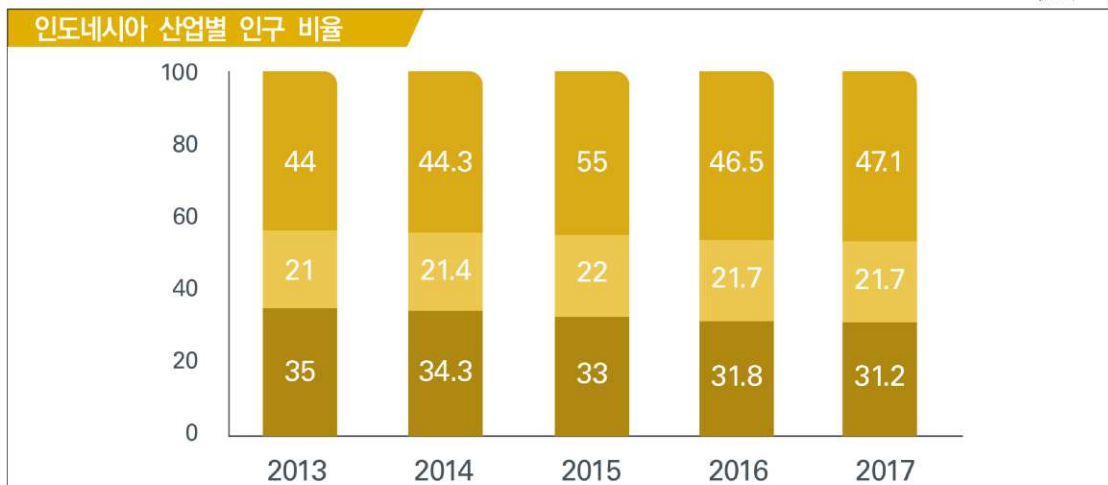
| 연도    | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-------|------|------|------|------|------|
| 면적 비율 | 31.2 | 31.5 | 31.5 | 31.5 | 31.5 |

\* 출처: 세계식량농업기구[Food and Agriculture Organization(FAO)], 2016

#### ● 농업인구

- 농업 종사자 비율은 최근 5년 동안 전체 인구의 30%선을 유지하고 있으나 그 비율은 해마다 감소하는 추세임. 경제발전과 산업화로 인하여 국가기간산업의 축이 제조업으로 이동하고 있어 농업 종사자 비율이 점차 줄고 있는 것을 확인할 수 있음

(단위: %)



\* 출처: 스타티스타[Statista], 2018

- 2018년 농업 분야의 GDP 기여도는 12.8%로 하락세를 보이고 있음. 이는 관개시설과 같은 농업 인프라 부족에 기인한 생산성 감소 및 도시화로 인한 농업 종사자 인구의 감소를 원인으로 꼽을 수 있음

#### 농업 분야 GDP 비중 및 성장률

(단위: %)

| 연도   | GDP 비중 | GDP 성장률 |
|------|--------|---------|
| 2014 | 13.3   | 4.2     |
| 2015 | 13.5   | 3.8     |
| 2016 | 13.5   | 3.2     |
| 2017 | 13.2   | 3.8     |
| 2018 | 12.8   | 3.9     |

\* 출처: 인도네시아 통계청[BPS], 2018

#### 농업환경

- 인도네시아 기후는 고온다습한 열대성 몬순 기후에 속하여 연중 높은 기온을 나타내며, 전 지역의 평균 기온이 25~27℃임. 연 강수량은 평균 2,000mm 이상이고 월 평균 강수량은 180~280mm임

#### 인도네시아 주요 4개 지역 기상 조건

| 구 분  | 최저 기온 (°C) | 최고 기온 (°C) | 평균 강수량 (mm) | 평균 일조시간 (시간) |
|------|------------|------------|-------------|--------------|
| 폰티아낙 | 23         | 33         | 275         | 6            |
| 메단   | 23         | 33         | 169         | 7            |
| 암본   | 22         | 33         | 218         | 6            |
| 자카르타 | 24         | 33         | 150         | 8            |

\* 출처: Climates to travel

- 지역별 기온 및 강수량에서 다소 차이를 보이고 있으며, 지역별 강우 정도에 따라서 크게 세 가지 기후지역으로 구분할 수 있음
  - 영구 다습지역 : 수마트라 대부분 지역, 칼리만탄, 파푸아, 술라웨시 내륙지방, 남부 및 서부자바는 연 강수량이 4,000~6,000mm
  - 시기별 건조지역 : 북부 서부자바, 중부 자바, 동부 자바 대부분 지역, 동부 해변가 수마트라 지역, 동부 해변가 칼리만탄 지역, 중부와 남부 술라웨시, 남부 파푸아 지역은 연 강수량이 1,500~2,000mm로 건기와 우기로 구분
  - 영구 건조지역 : 동부 발리에서 동티모르까지의 누사 땡가라 지역은 연 강수량이 500~1,500mm
- 인도네시아의 전 국토는 폐쇄활엽상록수림, 반낙엽수림, 개방낙엽활엽수림 및 천수농지로 구분됨. 화산지대는 영농에 이상적인 막대한 양의 비옥한 토양을 제공함. 인도네시아에서 생산되는 주요 작물로는 쌀, 팜유, 팜커널, 사탕수수, 카사바, 코코넛 등이 있음



- 자바, 발리, 롬복 및 마두라의 농지는 자연 토양의 비옥도가 더 높기 때문에 집약적 농작물 생산에 이상적임. 수마트라, 칼리만탄, 술라웨시 및 파푸아 같은 외곽의 섬들은 팜유, 설탕, 고무, 코코아 및 커피와 같은 농작물 생산에 이상적임
- 자바의 주 영농 시스템 형태는 저지대 쌀 생산이며 외곽 섬 지역은 임목임. 관개시설이 있는 저지대 쌀은 물과 비료가 충분히 공급되며 높은 수확량을 기록

### 농업특성

- 인도네시아의 농업 방식은 크게 두 가지로 대규모 농장(Plantation)과 소규모 농장으로 나눌 수 있음. 대규모 농장은 국영 회사나 민영 회사가 소유한 경작지에서 주로 수출품목에 해당하는 팜유, 고무 등을 생산하는 데에 집중함. 반면에 소규모 농장에서는 지역 내에서 소비되는 주요 식량인 쌀, 콩, 옥수수, 과일 및 채소와 같은 품목을 주로 생산함
- 수마트라, 칼리만탄, 술라웨시 및 파푸아를 중심으로 대규모 농업이 이루어져 팜유, 고무, 커피, 코코아 등을 생산함
- 자바, 발리, 롬복 등을 중심으로 소규모 농업이 발달하였고 주요 생산물로는 쌀, 카사바 등이 있음. 쌀의 전체 생산량 중 60%는 자바에서 생산되고 있으며, 자바의 영농 시스템은 저지대 쌀 생산 방식으로 관개 시설을 통해 물과 비료를 충분히 공급하여 높은 수확량을 보임. 고온다습한 열대 기후로 인해 2모작 또는 3모작도 가능하여 대량 쌀 생산이 가능함

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### 인도네시아 주요 생산품목

(단위: 톤)

| 구분   | 2013년      | 2014년      | 2015년      | 2016년      | 2017년      |
|------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 팜유   | 27,782,004 | 28,278,189 | 31,070,015 | 31,730,961 | 37,218,628 |
| 천연고무 | 3,237,433  | 3,153,186  | 3,145,398  | 3,357,951  | 3,629,544  |
| 사탕수수 | 2,551,026  | 2,579,173  | 2,497,997  | 2,204,619  | 2,121,295  |
| 커피   | 675,881    | 643,857    | 639,412    | 663,871    | 668,677    |
| 카카오  | 720,862    | 728,414    | 593,331    | 658,399    | 659,776    |

\* 출처: 인도네시아 농업부(MOA), 2018

### 팜유

- 팜유 생산량 1위인 인도네시아는 말레이시아와 함께 전 세계 생산량의 85%를 차지함. 식품, 화장품 등 팜유를 활용한 분야가 다양해짐에 따라 수요가 증가하고 있어 팜유의 생산량 및 수출량도 지속적으로 증가하는 추세에 있음

## 국가별 팜유 생산량

(단위: 천 톤)

| 순위 | 국가    | 2014년~2015년 | 2015년~2016년 | 2016년~2017년 | 2017년~2018년 |
|----|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1  | 인도네시아 | 33,000      | 32,000      | 36,000      | 39,500      |
| 2  | 말레이시아 | 19,879      | 17,700      | 18,858      | 19,683      |
| 3  | 태국    | 2,068       | 1,804       | 2,500       | 2,780       |
| 4  | 캄보디아  | 1,110       | 1,268       | 1,099       | 1,633       |

\* 출처: 미국 농무부[USDA], 2018

### 천연고무

- 인도네시아의 고무 생산량은 태국에 이어 2위를 차지하고 있음. 고무는 산업재부터 소비재에 이르기 까지 사용범위가 매우 넓으며, 최근 들어 친환경 소재에 대한 선호도가 높아짐에 따라 합성고무 대신 천연고무의 수요가 높아지고 있으므로 천연고무의 생산과 수출은 더욱 증가할 것으로 전망됨. 또한 자동차와 오토바이 산업이 발전함에 따라 타이어 생산 및 수출이 증가하고, 타이어의 원료가 되는 고무의 수요도 증가하고 있음

### 사탕수수

- 사탕수수 역시 인도네시아에서 생산량이 높은 작물에 속하지만 최근 3년간 사탕수수의 생산량이 지속적으로 감소하였음. 낙후된 제당(製糖)시설이 주요 원인으로써 사탕수수의 최종 산물인 설탕의 생산량이 감소하여, 최근 농가에서는 사탕수수 대체 작물을 재배하여 수익을 높이려는 경향을 보임

### 커피

- 세계 4위의 커피 생산량을 기록하고 있는 인도네시아는 지역 특성과 다양한 기후로 인해 지역별로 다양한 종류의 커피를 생산하며, 생산된 커피마다 다른 맛과 풍미를 지니고 있음. 커피 생산량 증감의 주요 원인에는 커피 생산 기술 낙후로 인해 안정적인 생산에 어려움을 보이고 있기 때문임

### 카카오

- 인도네시아는 아프리카의 코트디부아르, 가나에 이어 카카오 3위 생산 국가임. 생산 기술 부족, 병충해 관리기술 낙후로 인해 카카오의 품질이 저하되거나 수확량이 줄어드는 등 생산량 변동성이 큼

### 쌀

- 인도네시아는 세계 쌀 생산규모 3위 국가임. 고온다습한 기후로 연중 3모작까지 생산이 가능. 쌀 가격 안정이나 식량안보 등의 목적을 위해 쌀을 수입하기도 하지만 생산량에 비해 수입량은 미미한 수준이며, 기본적으로 인도네시아는 쌀을 자급자족하고 있음
- 쌀 생산은 인도네시아의 소작농에 의해서 주로 이루어짐. 소작농들이 인도네시아 쌀 경작에서 차지하는 비율은 약 90%임. 소작농이 소유한 평균 쌀 경작지는 0.8ha임

- 쌀 경작은 주로 남부 수마트라, 서부 자바, 중부 자바, 동부 자바 및 남부 술라웨시 지역에 집중되어 있음. 인도네시아 정부는 기술혁신 및 농장주에 보조금 형식으로 비료를 제공해 쌀 생산의 증진을 꾀하고 있음
- 인도네시아 농업부(Kementeriaan Pertanian)에 따르면 최근 5년간 쌀 생산은 3.4% 증가하였음. 대기업, 인도네시아 상공회의소, 인도네시아 산업계는 쌀 생산 증진을 위해 소작농들과 파트너십 프로그램을 시작하였고 기술 및 금융 프로그램을 통해 진행되고 있음

### 인도네시아 쌀 생산량

(단위: 백만 톤, %)

| 구 분 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | CAGR |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 쌀   | 71.3  | 70.9  | 75.4  | 79.2  | 81.4  | 3.4  |

\* 출처: 유엔 식량 농업 기구 및 농업부

### (3) 농업분야 최근 이슈

#### ● 중개인들의 소규모 농장주 착취, 스마트폰 앱 활용

- 농업이 인도네시아 경제의 주요 부문이긴 하나 많은 농장주들이 여전히 중개인의 착취로 인해 근근이 생계를 유지해 가고 있음
- 0.25ha 이하의 토지를 소유한 농장주들은 소득을 낼 수 있는 충분한 양의 농작물을 재배할 수 없음. 중개인들이 담합하여 가격을 낮게 책정하고 농장주들은 선택의 여지없이 중개인들에 의해 책정된 가격을 받아들이는 구조임
- 중개인들은 가격을 대폭 인상하여 소비자에게 판매해 이윤을 극대화하지만 농장주들은 이윤이 적어 생계를 이어가기가 힘든 실정임
- 최근 이러한 부조리한 상황을 극복하기 위하여 여러 가지 해결방안을 모색하고 있는데 스마트폰 앱 'RegoPantes' 또한 이중 하나임
- 이 앱은 농장주들을 소비자와 연결해 중개인의 필요성을 없앴음. 이 앱으로 인해 농장주들의 고통이 경감되고, 최근 700여 소규모 농장주들과 네트워크를 구축하여 농장주들의 권한을 강화하고 있으며 동시에 소비자들도 혜택을 받고 있음

#### ● 젊은 세대의 농사 참여 기피가 농업 성장에 영향

- 인도네시아는 농부로 일할 젊은 세대를 모집하는데 어려움을 겪고 있음. 쌀 농장주 자녀의 63%, 원예 농장주 자녀 54%가 농부가 되고 싶어 하지 않으며, 쌀 농장주의 50%, 원예농장주의 73%가 자신들의 자녀가 농부가 되는 것을 원하지 않는다고 발표함

\* 출처: Jakarta Globe

- 농업 분야는 식품에 대한 수요가 계속 증가하여 많은 사업 기회를 제공할 것으로 예상되지만 더 많은 젊은 사람들이 농업과 관련된 직업을 선택할 수 있도록 독려하는 것이 인도네시아가 앞으로 풀어야 할 과제임

### ☞ 팜유 인증제도 의무화

- 팜유 산업은 강제 노동 및 대규모 산림벌채와 같은 사회 및 환경 문제들과 연관되어 있음
- 인도네시아 정부는 이 분야에 더 많은 책임과 질서를 확립하기 위해 지속 가능성 기준을 도입하고자 함. 2020년까지 인도네시아 정부는 소규모 농장주도 포함하는 지속 가능한 팜유 인증제도를 의무화할 계획임
- 현재 소작농의 1% 미만이 인도네시아의 지속 가능한 팜유 계획(ISPO)하에 인증을 받고 있음. 개인 소작농들에게 인증서 획득은 힘든 것으로 여겨짐. 보통 소작농들은 약간의 교육, 관리 또는 정부 지원만 받기 때문임

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입 규모

#### ☞ 전체 수출입 현황

- 인도네시아는 최근 5년간 0.1%의 수출 평균 성장률을 보이고 있으며, 주변국과 비교하여 인도네시아는 수출이 차지하는 비중이 작음
  - 국제 시장에서의 인도네시아 제품에 대한 경쟁력이 낮아 태국, 필리핀, 싱가포르 등 주변국들이 높은 수출증가세를 보이고 있는 것과 차이가 있음
- 2015년도에는 중국 경제와 전 세계적인 경기둔화로 인해 수입실적이 전년 대비 15.5% 감소하였으나 다시 회복세를 보이며 2016년 이후 꾸준히 성장하고 있음

#### 인도네시아 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러, %)

| 구분 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 평균성장률 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 수출 | 30,710 | 28,454 | 27,664 | 33,119 | 30,825 | 0.1   |
| 수입 | 17,625 | 14,899 | 16,405 | 17,676 | 19,722 | 2.9   |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018



## 📍 국가별 수출입 현황

### 📍 주요 수출국

- 2018년 기준 인도네시아의 농림축산식품 전체 수출 금액은 약 308억 달러이며, 주요 수출국은 중국, 인도, 미국, 말레이시아, 파키스탄 순으로 수출하고 있음
- 對 한국 수출 금액(597백만 달러) 기준 16위를 차지함

### 인도네시아 농림축산식품 수출 상위 5개국 및 한국실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위  | 수출국   | 금액     | 주요품목                     |
|-----|-------|--------|--------------------------|
| 전 체 |       | 30,825 | 팜유(원유 및 정제유), 담배, 코코아    |
| 1   | 중국    | 4,074  | 팜유(정제유), 팜커널유, 식용유지      |
| 2   | 인도    | 4,002  | 팜유(원유 및 정제유), 팜커널유, 코코아  |
| 3   | 미국    | 1,968  | 팜유(정제유), 코코아 버터, 커피      |
| 4   | 말레이시아 | 1,877  | 팜유(원유 및 정제유), 담배, 코코넛 오일 |
| 5   | 파키스탄  | 1,528  | 팜유(원유 및 정제유), 팜커널유       |
| 16  | 한국    | 597    | 팜유(정제유), 코코넛 오일, 담배      |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

### 📍 주요 수입국

- 2018년 기준 농림축산식품 전체 수입 금액은 약 197억 달러로 인도네시아의 주요 수입국은 중국, 미국, 태국, 호주, 아르헨티나이며 한국은 20위 수입국으로 2018년에는 약 148백만 달러 규모의 농림축산식품이 수입됨
- 중국으로부터 마늘, 사과, 배 등 신선 농산물 수입이 가장 많으며, 밀, 대두, 설탕 등이 다양하게 수입되고 있음

### 인도네시아 농림축산식품 수입 상위 5개국 및 한국실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위  | 수출국   | 금액     | 주요품목                |
|-----|-------|--------|---------------------|
| 전 체 |       | 19,722 |                     |
| 1   | 중국    | 2,707  | 마늘, 사과, 배, 포도       |
| 2   | 미국    | 2,691  | 콩, 밀, 주정박           |
| 3   | 태국    | 2,367  | 설탕(사탕수수 원료), 쌀, 카사바 |
| 4   | 호주    | 2,281  | 밀, 설탕, 가축           |
| 5   | 아르헨티나 | 1,328  | 콩깻묵, 밀, 옥수수         |
| 20  | 한국    | 148    | 조제식료품, 사료, 파스타      |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

## 🍌 품목별 수출입 현황

### 🍌 주요 수출품목

- 인도네시아의 주요 수출품목으로 팜오일(원유, 정제유), 팜커널, 담배, 코코아버터 등이 있음
- 주요 수출 품목은 팜유(원유, 정제유, 커널유)로 팜유는 식품, 화장품, 의약품, 화학 원료, 바이오 디젤 원료 등 세계 식량 및 바이오 시장에서 활용 범위가 넓기 때문에 수요가 점차 증가하는 추세임. 미국 농무부에 따르면 2018년 세계 팜유 생산량 중 55%가 인도네시아에서 생산되었음

### 🍌 주요 수입품목

- (밀) 인도네시아는 밀 생산이 되지 않아 전량 수입에 의존하고 있으며, 중산층의 성장과 빠른 도시화로 생활 방식이 서구화되면서 면류, 시리얼, 빵, 스낵 등 밀가루로 만든 음식의 소비가 증가함에 따라 밀 소비량과 함께 수입량도 증가함
- (대두, 대두깻묵) 템베 등 대두를 많이 소비하는 식문화를 가지고 있어 대두 소비 수요 증가
- (쌀) 쌀이 주식으로 전체 소비량의 약 40%를 수입에 의존하고 있으며, 주로 베트남, 태국으로부터 쌀을 수입
- 경제 발전과 더불어 구매 능력을 갖춘 중산층이 늘어남에 따라 청과물을 중심으로 원예 작물에 대한 수요가 증가

## 인도네시아 농림축산식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출       |           | 수입      |          |
|----|----------|-----------|---------|----------|
|    | 품목       | 금액        | 품목      | 금액       |
| 1  | 팜오일(정제유) | 12,951.02 | 밀       | 2,559.95 |
| 2  | 팜오일      | 3,576.82  | 대두 깻묵   | 2,033.45 |
| 3  | 팜커널      | 1,368.56  | 사탕수수 설탕 | 1,746.30 |
| 4  | 담배       | 856.56    | 대두      | 1,102.75 |
| 5  | 코코아 버터   | 824.05    | 쌀       | 868.46   |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

## (2) 한국의 對 인도네시아 농식품 수출 현황

### 🍌 수출규모

- 🍌 2018년 對 인도네시아 농식품 수출은 전년대비 17.1% 증가한 총 227백만불로 역대 최초 2억 달러 돌파
- 🍌 조코위 정부 들어 인프라 개선에 중점을 두고 있으며, 특히 2019년 대선, 총선을 앞두고 교통·물류 인프라 개발을 지속 확대하여 5%대 경제 성장률을 유지하여 전반적인 소비 증가
- 🍌 (농산물) 전년 대비 19.1% 증가한 174백만 달러로 커피조제품(42.3백만불, 3.8%), 기타음료(19.3, 209.5%), 라면(18.2, 25.5%)이 성장을 견인

- (임산물) 전년 대비 1.6% 증가한 25백만 달러로 기타목재(19.3, △3.7%)가 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 단판(2.2, 22.2%), 제재목(1.2, 83.1%)이 성장을 견인
- (축산물) 전년 대비 10.6% 증가한 4.8백만 달러로 가장 작은 비중을 차지하고 있으며, 동물성 섬유인 모·수모류(1.9, 378.3%)가 성장을 주도
- (수산물) 전년 대비 23.9% 증가한 22백만 달러로 김(5.6, 16.6%), 멸치(4.1, 968.3%)가 성장 주도

### 對 인도네시아 한국 농식품 수출물량

(단위: 톤, %)

| 구분  | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 전체  | 147,618 | 115,643 | 163,876 | 197,176  | 241,591  | 22.5     |
| 농산물 | 111,277 | 87,908  | 79,388  | 82,027   | 97,360   | 18.7     |
| 수산물 | 10,673  | 11,902  | 14,806  | 12,876   | 12,642   | -1.8     |
| 축산물 | 2,390   | 1,998   | 1,419   | 718      | 532      | -25.9    |
| 임산물 | 23,276  | 13,834  | 68,261  | 101,553  | 131,058  | 29.1     |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018

### 對 인도네시아 한국 농식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD), %)

| 구분  | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 전체  | 193,069 | 161,027 | 170,413 | 194,075  | 227,184  | 17.1     |
| 농산물 | 136,821 | 122,296 | 128,277 | 146,428  | 174,388  | 19.1     |
| 수산물 | 13,433  | 14,870  | 18,443  | 17,924   | 22,213   | 23.9     |
| 축산물 | 11,330  | 13,181  | 7,772   | 4,358    | 4,819    | 10.6     |
| 임산물 | 31,484  | 10,679  | 15,920  | 25,364   | 25,764   | 1.6      |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018

### ● 對 인도네시아 수출 상위 품목

- 2018년 수출 상위 품목은 커피조제품, 기타음료, 라면, 김 등임
  - (커피조제품) 인스턴트 인기 증가로 한국 커피크리머 수요가 증가하여 2018년 기준 3.8% 증가한 42백만 달러 수출
  - (기타음료) 현지 유명 커피 브랜드 한국 ODM생산으로 기타음료 수출이 크게 증가하여 2018년 기준 수출금액은 209.5% 증가한 19백만 달러임
  - (라면) 삼양불닭볶음면의 인기에 힘입어 라면 수출이 크게 증가하고 있으며, 최근 인도네시아 할랄인증을 취득하면서 소비 저변이 확대되어 2018년 기준 수출금액은 25.5% 증가한 18백만 달러임
  - 증가 : 커피조제품(42.3백만 달러/3.8%), 기타음료(19.3백만 달러/209.5%), 라면(18.2백만 달러/25.5%), 김(5.6백만 달러/16.6%), 물(2.7백만 달러/699.6%), 팽이버섯(1.6백만 달러/15.5%), 소주(1.3백만 달러/10.1%)

- 감소 : 참치(1.3백만 달러/△9.2%), 기타소오스(0.8백만 달러/△22.6%), 배(0.7백만 달러/△27.5%)

#### 對 인도네시아 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년    |        | 2017년    |        | 2018년   |        |
|----|----------|--------|----------|--------|---------|--------|
|    | 품목       | 수출액    | 품목       | 수출액    | 품목      | 수출액    |
| 1  | 커피조제품    | 34,580 | 커피조제품    | 40,804 | 커피조제품   | 42,338 |
| 2  | 혼합조제식료품  | 21,400 | 혼합조제식료품  | 21,040 | 혼합조제식료품 | 25,423 |
| 3  | 기타사료용조제품 | 18,009 | 판지       | 19,688 | 기타음료    | 19,337 |
| 4  | 라면       | 11,246 | 기타사료용조제품 | 18,692 | 판지      | 18,933 |
| 5  | 판지       | 9,659  | 라면       | 14,471 | 라면      | 18,157 |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018



## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

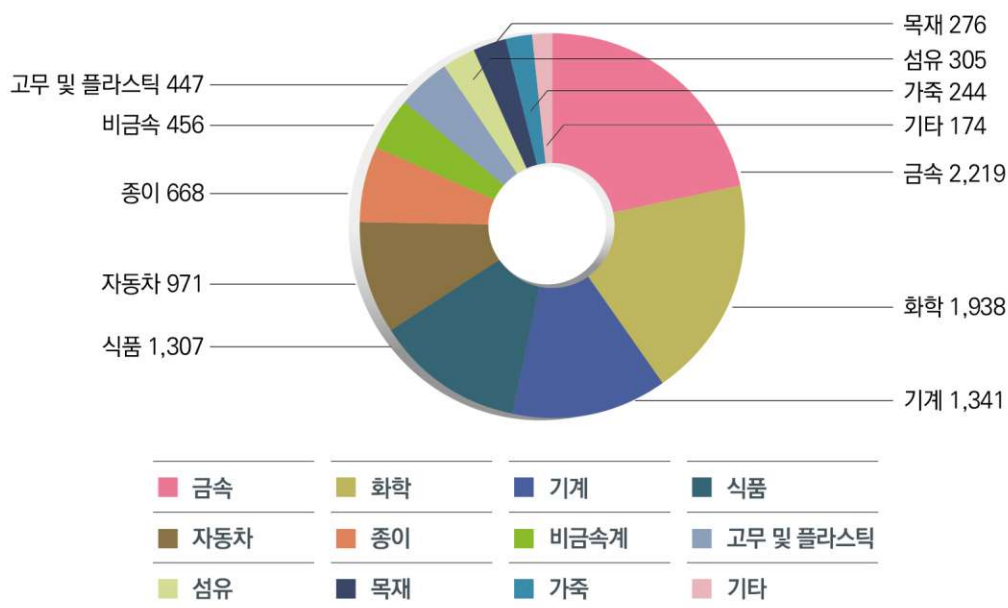
#### (1) 시장규모

##### ② 식품 시장 투자 확대

- 미국 농무부(USDA)에 따르면, 인도네시아 식품 산업 분야는 76.5만 명의 근로자를 보유한 5,700개의 대형 및 중형 생산업체와 375만 명의 근로자로 구성된 소규모 생산업체 160만 개가 분포되어 있음. 인도네시아에서 생산된 대부분의 식품은 국내에서 소비되기 때문에 제조업 시장 중에서도 식음료 제조업은 수익성이 높은 분야에 속함
- 인도네시아 투자조정청(BKPM)의 산업별 외국인 직접 투자(FDI) 비율에 의하면 2018년 식품 분야의 외국인 직접 투자(FDI)는 13억 불에 달하며, 2차 산업분야 중에서 금속(22억), 화학(19억), 기계(13억 4천) 분야에 이어 투자 분야 4위에 오름

(단위: 백만 달러(USD))

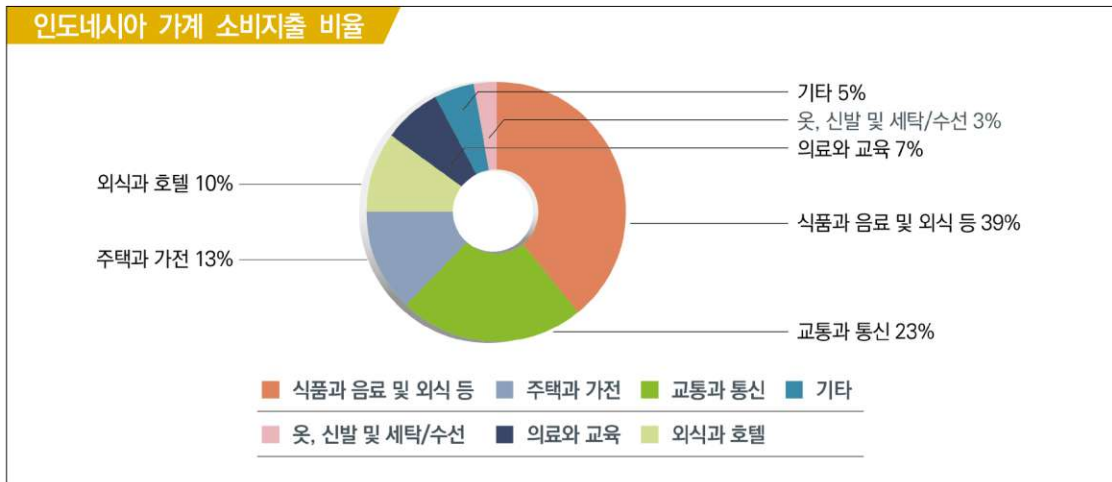
인도네시아 산업별 외국인 직접 투자액(2018년)



\* 출처: 인도네시아 투자조정청[BKPM], 2018

## 🍳 식품 시장 규모

- 중산층 증가 및 가처분 소득이 전반적으로 증가하여 식품에 대한 소비도 증가
- 인도네시아에는 저소득층이 전체 인구에서 가장 많은 점유율을 차지하고 있으며, 이들은 가처분 소득의 상당 부분을 식품에 지출하고 있음



\* 출처: 인도네시아 통계청(2017)

## 식품 소비지출 규모

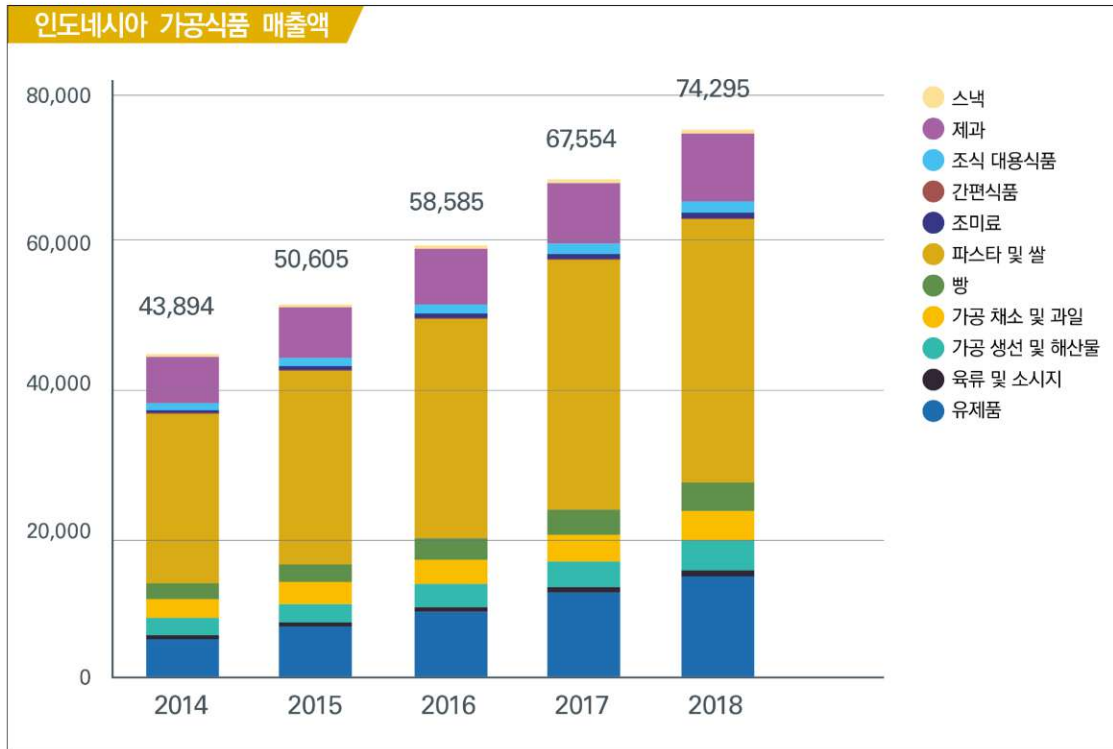
(단위: 백만 달러(USD), %)

| 연도     | 2013년     | 2014년     | 2015년     | 2016년     | 2017년     | CAGR<br>2013년~2017년 |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------|
| 식품소비지출 | 120,041.0 | 131,160.3 | 145,011.9 | 155,848.1 | 167,965.3 | 8.8%                |
| 성장률    | 8.9%      | 9.3%      | 10.6%     | 7.5%      | 7.8%      |                     |

\* 출처: Euromonitor International Passport - Industrial 2018 Edition

- 스타티스타(Statista)에 따르면, 인도네시아 가공식품 매출 규모는 연평균 14%의 비율로 성장 중에 있으며, 2018년 매출액은 전년 대비 10% 증가한 743억 불을 기록함. 또한, 2019년부터 2023년까지 향후 5년간 연평균 5%의 성장률을 보이면서 가공식품 매출액이 지속 증대될 것으로 예상됨
- 2018년 기준 가공식품 중에서 파스타 및 쌀(35,735백만 불), 유제품(13,687백만 불), 제과(9,042.3백만 불) 순으로 매출액 규모가 컸고, 품목별 각각 12%, 27%, 10%씩 평균적으로 매출 이익이 발생하였음
- 파스타 및 쌀은 매출액에서 규모 1위를 차지했는데, 쌀은 인도네시아 주식으로 소비가 꾸준히 발생하고 있으며, 파스타는 서양문화 유입 및 식습관의 서구화로 인해 파스타와 같은 서양식 면류를 선호하는 소비자가 늘어남에 따라 파스타의 소비량과 매출액이 증가하게 되었음

(단위: 백만 달러(USD))



\* 출처: 스타티스타[Statista], 2018

## (2) 시장 특성

### ● 젊은 소비층

- 인도네시아의 인구는 약 2.6억 명으로 세계 4위의 인구 대국이며, 동남아시아 내에서 인구 규모 1위 국가임. 전체 인구 중 15세~64세의 노동 가능 인구는 68.1%이며, 25세~54세 사이의 인구가 42.4%로 연령대별 인구 중에서 비중이 가장 높음

### 연령별 인구 구성

(단위: %)

| 연령(세) | 0~14 | 15~24 | 25~54 | 55~64 | 65 이상 |
|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| 비율(%) | 25   | 17    | 42.4  | 8.6   | 7     |

\* 출처: CIA World Factbook, 2018

- 2017년 기준 인도네시아 중위 연령은 평균 30.2세로 한국(41.8세), 일본(47.3세) 등에 비하여 매우 낮은 수준임. 젊은 연령층이 인구의 대부분을 구성하고 노동 가능 인구에 속하기 때문에 생산 및 소비 분야에서 잠재력이 높을 것으로 평가되며, 소비 시장 활성화 및 규모 확대에 있어 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망됨

## ASEAN 국가별 중위연령

(단위: 세)

| 국가    | 중위연령 | 국가   | 중위연령 |
|-------|------|------|------|
| 라오스   | 23.0 | 베트남  | 30.5 |
| 필리핀   | 23.5 | 싱가포르 | 34.6 |
| 캄보디아  | 25.3 | 태국   | 37.7 |
| 말레이시아 | 28.5 | 한국   | 41.8 |
| 인도네시아 | 30.2 | 일본   | 47.3 |

\* 출처: CIA World Factbook, 2017

## 도시화 및 현대화

- 경제발전과 더불어 도시화로 인하여 도시에 거주하는 인구는 꾸준히 증가하고 있음. 도시 거주 인구는 2018년 대략 1억 4,700만 명을 상회하여 전체 인구 대비 도시 거주 인구 비율은 50% 이상으로 그 비율은 매년 증가하는 양상을 보임
- 인도네시아 식음료 산업을 성장시키는 요소에는 많은 인구, 정부의 인프라 지원 정책에 기초한 도시화를 꼽을 수 있으며, 2050년에는 인구의 70%가 도시에 거주할 것으로 예측되며, 그 결과로 가공식품이나 포장식품 등의 소비가 증가할 것으로 예측됨

## 도시 거주 인구

(단위: 명, %)

| 연도          | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 전체인구        | 258,162,113 | 261,115,456 | 263,991,379 | 266,794,980 |
| 도시 거주 인구    | 137,422,002 | 140,824,151 | 144,200,189 | 147,548,918 |
| 도시 거주 인구 비율 | 53.2        | 53.9        | 54.6        | 55.3        |

\* 출처: 월드미터(World Meter), 2018

## 지역간 발전 불균형

- 인도네시아는 약 1만 7천여 개 내외의 섬으로 구성된 군도 국가로서 세계에서 군도가 가장 많은 국가임
- 수도인 자카르타와 제2의 도시인 수라바야가 위치해 있는 자바섬에는 전체 인구 중 약 60% 가량이 집중되어 있으며, 전 세계에서 가장 높은 인구 밀도를 보임. 자바섬 인구의 59%가 도시에 거주하고 있으며 2035년이 되면 이 비율은 78%에 달할 것으로 예상됨. 자바섬 다음으로 수마트라, 술라웨시, 칼리만탄 순으로 거주 인구가 많음
- 이러한 지역별 불균형한 인구 분포는 인프라 개발의 차이, 제한된 예산, 일자리의 불균형에서 비롯되었음. 도시 지역의 경우, 자본이나 노동력에 대한 접근이 용이하고 인프라 및 경제활동에 필요한 기반 시설 등의 접근성이 높지만 반대로 지방의 경우 인프라가 부족하며 이를 지원한 지방 정부 예산이 부족하므로 지역별 격차를 심화시키는 요인으로 작용함
- 누사 땡가라(Nusa Tenggara), 말루쿠(Maluku), 파푸아 등 인도네시아 동부 지역은 자바섬이 속한

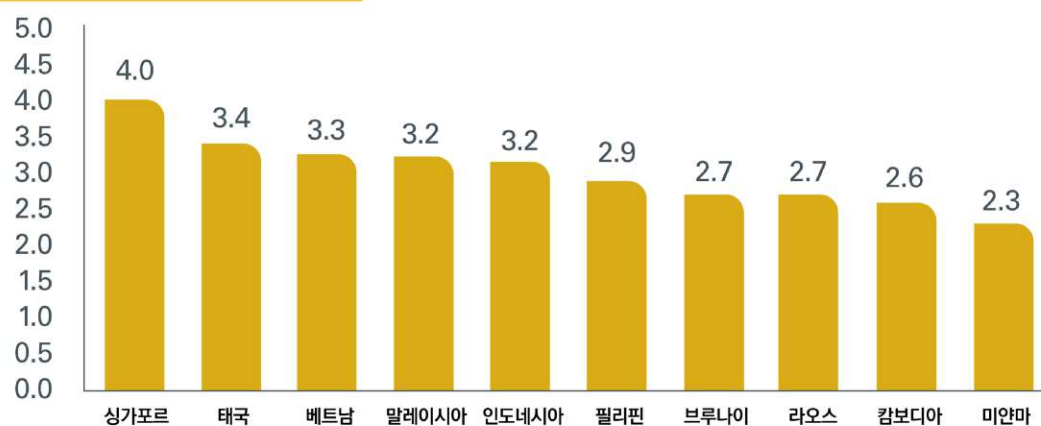


서부 지역에 비하여 인프라와 경제 측면에서 발전이 뒤처지고 있고 이 지역의 1인당 GDP 또한 자바 섬이나 수마트라섬 등 서부 지역보다 낮음

### 물류 환경

- 지리적 특성상 인도네시아는 국내 군도들을 잇는 유통 인프라 구축 및 개발에 어려움이 있어 물류 비용을 높이는 원인으로 작용함. 또한 높은 물류비용으로 인해 지역별로 제품의 가격차가 큼
- 인도네시아 물류 및 포워딩사 협회(Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia, ALFI)에 따르면 2017년 인도네시아의 물류비용이 전체 GDP의 약 25%에 해당하며, ASEAN 권역 내의 인접국인 태국(13.2%), 말레이시아(13%), 싱가포르(8.1%)보다도 훨씬 높은 수준임

2018년 ASEAN 국가 LPI 지수



\* 출처: 세계은행(World Bank), 2018

- 세계은행이 격년마다 발표하는 물류 성과 지수(Logistic Performance Index, LPI)에서 인도네시아의 LPI 지수 및 순위가 꾸준히 오르고 있지만 ASEAN 인접 국가인 싱가포르, 태국, 베트남, 말레이시아 보다 물류 경쟁력이 떨어지는 상황임

### 인도네시아 LPI 변동 추이

| 구분     | 2010년 | 2012년 | 2014년 | 2016년 | 2018년 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| LPI 순위 | 75    | 59    | 53    | 63    | 46    |
| LPI 지수 | 2.76  | 2.94  | 3.08  | 2.98  | 3.15  |
| 통관     | 2.43  | 2.53  | 2.87  | 2.69  | 2.67  |
| 인프라    | 2.83  | 2.54  | 2.92  | 2.65  | 2.89  |
| 해외 배송  | 3.05  | 2.97  | 2.87  | 2.90  | 3.23  |
| 물류 경쟁력 | 2.90  | 2.85  | 3.21  | 3.00  | 3.10  |
| 배송 추적  | 3.30  | 3.12  | 3.11  | 3.19  | 3.30  |
| 적시성    | 3.28  | 3.61  | 3.53  | 3.46  | 3.67  |

\* 출처: 세계은행(World Bank), 2018

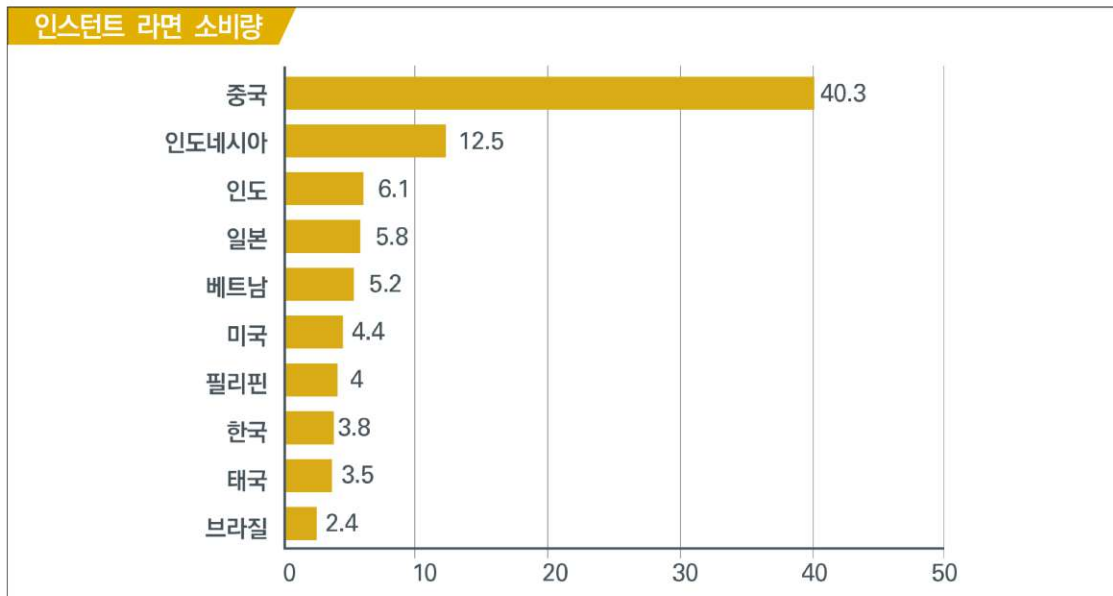
## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### 🍴 편의성 선호

- 도시화 및 서구화된 생활 방식에 따라 인도네시아 소비자들은 시간 절약과 편의성을 중요시하게 되었고 이는 식습관에도 영향을 미치게 됨
- 여성의 사회 진출 기회 증가, 맞벌이 부부 등 노동인구가 증가하면서 근무, 출퇴근 등 새로운 생활 방식에 적합한 제품을 추구하고 있음. 1인 가구 및 20~30대 젊은 소비자 또한 식품 소비트렌드 변화의 원인으로 여겨짐
- 과거에는 식재료를 구매하여 가정에서 직접 조리 및 식사를 하는 것이 일반적이었으나 현대로 접어들면서 이미 조리된 제품을 구매하거나 외식을 하는 형태로 변화하고 있음
- 특히 연령대가 젊은 소비자들 사이에서 간편식을 추구하는 경향이 두드러지며, 별도조리과정 없이 즉석 섭취가 가능한 간편식 소비가 확대되고 있음. 간편식에는 주로 인스턴트 면류나 냉동식품이 해당됨
- 세계 인스턴트 라면 협회(World Instant Noodles Association, WINA)에 따르면 2018년 국가별 라면 소비량에서 중국에 이어 두 번째로 라면 소비량이 많았으며 약 125억 개 이상의 라면이 소비되었음

(단위: 십억 개)



\* 출처: 세계 인스턴트 라면 협회(WINA), 2018

## 전자 상거래(e-commerce) 활성화

- 인도네시아의 인터넷 사용자는 매년 증가하고 있으며, 2017년 인터넷 사용자 수는 10년 전에 비해 7배 이상 증가하여 1억 4,326만 명을 기록하였고 전체 인구 중 54% 이상의 비율을 기록함. 스마트폰 이용자 수 또한 증가세에 있으며 2015년 기준 약 5,500만 명이었던 스마트폰 이용자 수가 점점 늘어 2019년에는 9,200백만 명에 이를 것으로 예상됨

### 인터넷 이용자 수

(단위: 백만 명)

| 구분    | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년  |
|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 이용자 수 | 82    | 88.1  | 110.2 | 132.7 | 146.26 |

\* 출처: 인도네시아 인터넷 서비스 공급자협회(APJII), 2018

- 스타티스타(Statista) 통계에 의하면, 인도네시아 전자 상거래(e-commerce) 시장 2018년 매출액은 전년 대비 14.9% 증가한 9,478백만 불을 기록하였음

(단위: 백만 달러(USD))



\* 출처: 스타티스타[Statista], 2018

- 전자 상거래에서 식품 및 퍼스널 케어 제품의 매출액은 2018년 기준 1,448백만 불이었으며, 전년 대비 17.9% 증가한 수치를 기록
- 전자 상거래 이용자 수는 2017년 81.5백만 명에서 2018년 116.5백만 명으로 늘어났고 2023년에는 241.5백만 명을 넘을 것으로 전망되어 전자 상거래 이용자의 증가에 따라 온라인 마켓의 시장 규모 또한 점차 확대될 것으로 예상됨

- 인터넷 및 스마트폰 이용자가 늘어남에 따라 웹사이트 혹은 애플리케이션에 접근이 용이해지면서 고젝(Go-Jek), 해피 프레스(Happy Fresh)와 같은 O2O(Online to Offline) 서비스를 이용하여 음식 및 식료품을 주문하는 경우도 늘어나고 있는 추세임

### ● 식품의 할랄 의무화 및 할랄 식품 선호도 증가

- 인도네시아는 전체 인구 중 약 87%에 달하는 무슬림 소비자를 보유한 단일국 최대 할랄 시장으로 식품 구매 시 할랄 여부는 소비자층에게 중요 요소로 작용함. 또한 무슬림이 아닌 소비자에게도 할랄 인증을 취득한 제품은 위생적이고 안전하다는 인식이 있기 때문에 인도네시아 식품 시장에서 할랄 인증은 소비와 직결되는 중요한 요소임
- 2014년 공포한 할랄제품 보장법에 대한 시행령 2019년 31호가 발표됨에 따라 2019년 10월 17일부로 신규 할랄인증기관 할랄인증청(BPJPH)이 할랄인증 전반에 대한 업무를 시작할 예정임
- 할랄인증 의무화는 단계적으로 시행예정이며, 식품은 2024년 10월 17일부터 할랄인증이 의무화 될 예정임

### MUI 할랄 인증 발급 건수

| 연도   | MUI 인증 제품수 |
|------|------------|
| 2014 | 68,576     |
| 2015 | 77,256     |
| 2016 | 114,264    |
| 2017 | 127,286    |
| 2018 | 204,222    |

\* 출처: LPPOM-MUI, 2018

## (2) 농식품 관련 동향

### ● 정부 정책 동향

- 2019년 국가 개발목표 수립
  - 인도네시아 정부는 경제성장 탄력성 유지, 안정적 거시 경제상황 조성, 지속 가능한 성장 독력을 목표로 한 국가개발 목표를 수립하였고 목표 달성을 통해 궁극적으로 경제 성장, 빈곤 퇴치 및 지니계수 감소 효과를 예상하고 있음
  - 인도네시아 국가개발기획부(BAPPENAS)는 2019년 산업별 예상 GDP 성장률을 제시하였고 농업·임업·어업의 예상 GDP 성장률은 3.9~4.1%임



## 농업 관련 정책 세부 내용

| 주제                 | 내용                                                                                                                                                                                              |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 관개시설 개선을 통한 생산성 증대 | 인도네시아 전체 농지 중 관개수리 면적은 14% 수준으로 농업하부구조가 낙후되어 있는 실정임. 일부 지역은 완전한 관개시설을 구축하였으나, 관리 소홀 또는 관련 지식 및 경험 등의 부족으로 관개시설이 노후화되어 결과적으로 농업 생산성 하락으로 이어지게 됨. 이에 따라 인도네시아 정부는 관개시설 개선을 통한 작물 재배 생산성향상에 주안점을 둠 |
| 고부가가치 작물 재배        | 팜, 과일, 채소 재배는 커피, 카카오, 차와 같은 플랜테이션 작물 및 쌀, 옥수수과 같은 곡물보다 수익성이 높아 농민 소득 증대를 기대할 수 있음. 또한 고부가가치 작물로 전환할 경우, 2030년의 재배면적(ha)당 생산성은 5,000불에 이를 전망이다                                                  |
| 어업 생산 증대           | 어업의 발전 가능성과 수요 증가에 비해 인도네시아의 어족 자원 관리, 유통 및 가공기술의 발전은 미미한 상태임. 따라서 어업 인프라 구축 및 기술 도입을 통해 수산물 생산량을 높이려 함                                                                                         |

## ● 농기계 사용 촉진에 대한 정부의 노력

- 정부는 농작물의 수확량 증가 및 비용 절감을 위해 농기계 및 농기구 사용 계획을 발표하였음. 자급자족 달성을 위한 인도네시아 정부의 3개년 계획임. 쌀, 옥수수 및 대두 생산에서의 자급자족 달성이 목적
- 정부는 농업 발전을 위해 농장주들에게 기계와 기구들을 제공하여 농업 기계화 장려를 시행하고 있음. 정부는 수확량을 늘리고 수확기 횟수도 1년에 2~3회로 늘어나길 기대하고 있음. 정부는 지방 정부 당국이 농장주들로 하여금 농기계 사용으로 전환하는 것을 돕도록 촉진하고 있음
- 인도네시아 정부는 2012년~2013년에 쌀 농장이 있는 동부 자바의 Tuban 및 Gresik 지역과 남부 수마트라에 있는 OKU Timur 지역에서 시험 프로젝트를 진행하였음
- 해당 프로젝트는 개량 식량생산운동에 의해 실행되고 대통령령 No 5/2011에 의해 시작되었음. 정부는 시험 프로젝트를 16개 지방(농지 1백만 ha)으로 확대 시행하고 이 계획을 2019년까지 모든 논에 확대할 계획임

## ● 소작농 권한 강화를 위한 지방 역량강화 프로그램 착수

- 정부는 지방 역량 강화 및 농업 개발 확대(READ SI)라는 계획을 시작했음. 이는 인도네시아의 지방역량 강화 및 농촌개발확대를 위한 첫 단계임. 국제농업개발기구(IFAD)는 2008년부터 2014년까지 이 프로젝트를 지원하여 소작농의 역량 강화, 소득 및 생산능력 증진에 힘을 쏟았음. READ는 다음과 같은 혁신 프로그램을 실시함
  - 1) 코코아 개발 기술 서비스를 위한 MAR과의 정부-민간 파트너십에 집중
  - 2) 마을 활성화 및 주요 서비스를 NGO 같은 외부 파트너에 위주처리
  - 3) 그룹 기반의 무담보 자금으로 지원되는 영업자본 제공

## ● 외식시장 동향

## ● 외식소비 증가

- 최근 경기 불황으로 인해 지출에 더 신중해 지고 있음에도 불구하고 많은 소비자들 집에서 요리하는 것보다 외식을 선택하고 있음

- 인도네시아에 저렴한 외식 옵션들이 많아지면서 외식을 하는 횟수가 증가 하였으며 외식업체의 상당수가 건강한 메뉴를 출시하면서 건강에 관심이 많은 소비자들을 끌어 모았음
- 건강에 관심이 많은 소비자들은 집에서 건강식을 요리하는 비용이 외식서비스 전문점 가격보다 저렴하다고 생각하지 않고 더 편리하다는 이유로 외식을 선택하게 됨
- 닭고기가 가장 많이 소비되는 육류이며, 소고기 및 해산물의 인기도 높아지고 있음. 도시지역 소비자들은 한국식 테이블 바비큐나 일본식 우동 같은 인도네시아에서 인기가 많은 다양한 음식 문화의 요리들을 받아들이고 있음

#### ● 편의점 체인에서 식사 증가

- 도시지역에 많은 편의점들이 생겨나면서 인도네시아에서 편의점 식사가 인기임. 최근 5년 동안 24.8%의 연평균 성장률을 기록하면서 외식서비스매장 부문에서 1위를 기록. 편의점은 소비자들이 바쁘게 이동하면서 간편하고 따뜻한 음식을 빨리 먹을 수 있어 인기가 있음. 인도마렛과 알파마트가 인도네시아에서 가장 인기 있고 널리 분포되어 있는 편의점이며 다양한 음식과 서비스를 제공함

### 치킨과 따뜻한 커피를 제공하는 인도네시아의 Indomaret



#### ● 중동 풀 서비스 음식점 할랄 음식 제공으로 인기

- 중동 식당들은 양고기, 케밥, 쌀 필라프 등의 음식들을 제공함. 인도네시아에서 이러한 음식점이 인기 있는 이유는 할랄 음식을 제공하기 때문임. 인도네시아 인구의 87%가 무슬림으로 중동 음식점에서 제공되는 할랄 음식이 인기를 끌고 있음
- 최근 소비자들은 기꺼이 새로운 요리를 맛보고 싶어 하며 이러한 점이 비무슬림들에게도 중동 음식점을 애용하고 또 전반적인 외식서비스 매장의 성장에 기여하고 있음. Turkuaz 및 FEZ kinara Dining & Lounge가 소비자들 사이에서 인기가 있음

## 자카르타 turkuaz, FEZ Kinara



● 퓨전 음식을 제공하는 음식점 체인

- 퓨전 및 채식 요리, 생선 요리를 포함한 다양한 종류의 음식 및 혼합요리를 제공하는 음식점 체인은 최근 5년간 연평균 성장률 10.1%를 기록함. 퓨전 음식은 여행을 즐기며 다양한 요리를 접하고자 하는 소비자들이 사는 자카르타 같은 도시지역에서 인기가 있음
- 자카르타에서 인기 있는 퓨전 음식은 일본식, 한국식 및 유럽식 퓨전 요리임. Akira back은 자카르타에 있는 유명 일본식 퓨전 음식점이며, 다른 인기 음식점은 AB Steak와 Popoamama 등이 있음

## 인도네시아 외식 서비스 상위 3개

(단위: 백만 달러(USD))

| 구 분             | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 연평균 성장률<br>2013년~2017년 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------|
| 편의점 체인 패스트 푸드   | 19.9  | 31.6  | 36.7  | 42.6  | 48.2  | 24.8%                  |
| 개별 중동 풀 서비스 음식점 | 25.4  | 30.2  | 33.8  | 37.2  | 39.4  | 11.6%                  |
| 기타 풀 서비스 음식점 체인 | 108.7 | 119.0 | 134.4 | 149.2 | 159.6 | 10.1%                  |

\* 출처: 유로모니터 인터내셔널 패스포트-외식 서비스 2018

## 다 이슈품목

● 인스턴트 라면

- 세계 인스턴트 라면 협회(WINA)에 따르면, 인도네시아는 전 세계 인스턴트 라면 소비의 12.1%를 차지하여 2018년 중국에 이어서 두 번째로 높은 인스턴트 라면 소비국임. 2018년 기준 인도네시아는 연간 125억 개를 소비하였으며, 402억 개를 소비한 중국에 이어 2위를 차지
- 인스턴트 라면은 대체적으로 가격이 저렴하고 조리과정이 까다롭지 않아 식사용으로 간편하게 해결할 수 있기 때문에 소비자의 선호도가 높은 품목임
- 인도네시아 라면 시장은 인도미(Indomie), 사리미(Sarimi), 슈퍼미(Supermi) 등의 브랜드를 보유한 인도푸드가 전체 라면 시장의 81%를 차지하고 있으며, 인도미 점유율만 72%에 달함



- 현지에서는 볶음면 형태의 미고렝이 인기가 많으며, 맛에서는 채소, 닭고기 혹은 새우맛이 나는 라면이 인기가 많음. 또한 조미료(소스)를 첨가하여 매운 맛을 더하는 방식을 선호함

### 현지 인기 인스턴트 라면

| 인도미(Indomie)                                                                      | 사리미(Sarimi)                                                                       | 슈퍼미(Supermi)                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |

### 🍲 매운맛 식품

- 인도네시아는 전반적으로 매운 음식에 대한 인기가 높으며, 음식에 매운 맛을 첨가하기 위하여 고추를 많이 사용하는 식문화가 있음. 고추 이외에도 마늘, 샐러, 고추로 만든 삼발 소스 등을 첨가하여 매운맛을 더하기도 함
- 이러한 식문화와 매운 맛에 대한 높은 선호도를 바탕으로 최근 한국산 매운 맛 인스턴트 라면이 인도네시아 식품 시장에서 인기가 높아지고 있음. 특히, 유튜버, 연예인, 유명 푸드 블로거들이 소셜 미디어를 통해 매운맛 인스턴트 라면을 먹어본 후, 맛에 대해 리뷰를 하는 형식의 영상 등이 젊은 소비자층 사이에서 인기를 끌고 있음
- 현지 업체에서 매운맛 라면을 직접 생산하여 한국산 라면의 매운맛을 구현한 브랜드도 인도네시아 식품 시장에서 인기를 끌고 있음

### 매운 맛 라면

| 불닭볶음면                                                                               | 아리랑(현지 생산 라면)                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |



### 🍌 바나나 너겟(Banana Nugget)

- 인도네시아는 열대과일인 바나나의 생산량이 많으며, 그 종류도 다양함. 인도네시아인들은 바나나를 굽거나 튀겨서 간식처럼 즐기는 편임
- 바나나 너겟은 바나나를 튀긴 후 너겟 정도의 크기로 썰고 그 위에 다양한 소스 및 토핑을 올린 디저트임. 단순한 바나나 튀김에 변형을 가한 실험적인 메뉴로 소비자들 사이에서 인기가 많으며, SNS 등의 소셜 미디어를 통해 많이 언급되고 있음
- 초콜릿, 녹차, 바닐라, 티라미수 등 소스의 종류가 다양하며, 치즈, 마시멜로, 아몬드, 과일, 코코넛 등의 토핑을 추가할 수 있으므로 소비자에게 주어지는 선택의 폭이 넓고 다양한 맛을 체험해 볼 수 있는 특징이 있음

바나나 너겟



### 🍵 치즈티(Cheese Tea)

- 인도네시아를 포함한 동남아시아 전역에 버블티(Bubble Tea)가 선풍적인 인기를 끌며, 블랙펄(Black Pearl)로 명명되던 버블 외에도 다양한 재료 및 토핑을 추가할 수 있도록 다양한 옵션을 제공하고 있음
- 최근 크림치즈(Cream Cheese)를 밀크티나 다른 차에 올려서 마실 수 있는 옵션이 제공되면서 치즈티는 밀크티에 이어 인기 음료로 부상
- 치즈티는 주로 연령대가 젊은 소비자들 사이에서 인기가 높음. 젊은 소비자층은 어릴때부터 일찍이 서양문화를 접할 기회가 많아 서양 음식 및 식재료에 익숙
- 크림치즈의 부드러운 맛을 선호하는 소비자들은 대부분 연령대가 젊은 편에 속함
- 치즈티 전문점인 Ban Ban에서는 Beri Beri Chizu라는 메뉴가 유명하며, 과일차 위에 크림치즈 토핑을 올려 신선한 맛과 크림치즈의 풍미를 동시에 즐길 수 있도록 함

- ☞ 카페 ShuShu에서는 Matcha with Hokkaido Cream Cheese가 인기 메뉴이며, 일반 크림치즈가 아닌 일본 북해도산 크림치즈를 이용하여 타사와는 다른 치즈티의 풍미를 제공하여 차별성을 두고 있음

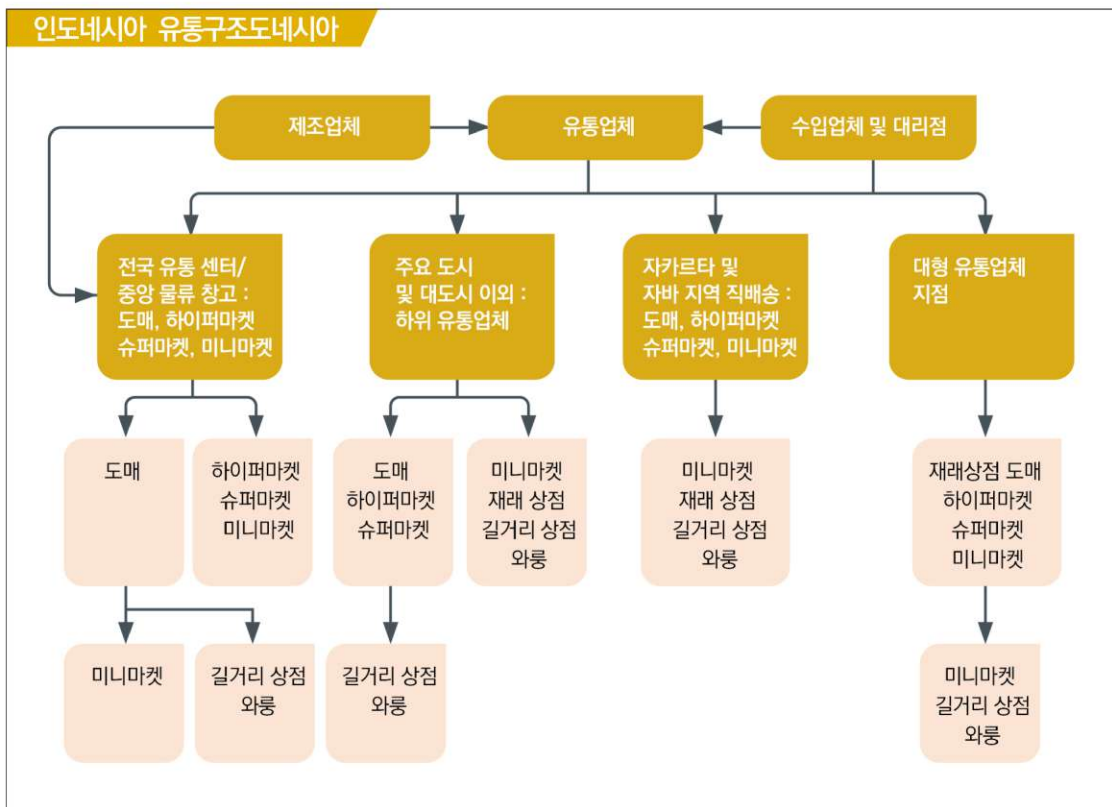
| Ban Ban                                                                           | ShuShu                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### ② 식품 유통 구조



\* 출처: 미국 농부무[USDA], 2018

- 인도네시아의 유통 시장은 크게 전통적 유통 채널과 현대적 유통 채널로 구분할 수 있음. 전통적 유통 채널은 파사르(Pasar, 재래시장), 와룡(Warung, 소규모 상점), 까끼리마(Kakirima, 길거리 상점)로 구분되며, 현대적 유통 채널은 하이퍼마켓(Hypermarket), 슈퍼마켓(Supermarket), 미니마켓(Minimarket)으로 구분됨
- 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 수입 제품의 주요 판매 채널로써 각 매장에서 판매되는 식품 중에서 대략 20%는 수입 식품에 해당되며, 고급 소비자를 위한 전문 소매 업체의 경우 그 비중이 60%까지 증가하기도 함

- 인도네시아에는 약 16개의 주요 도시가 유통 허브 역할을 하며, 유통 허브 지역에는 반둥, 치르본, 족자카르타, 스마랑, 수라바야, 마카사르, 마나도, 덴파사르, 마타람, 발릭파판, 반자르마신, 메단, 빠당, 빠뵤바루, 팔렘방 및 바탐이 있음
- 수입 제품은 전문 유통업자 또는 수입업자가 온라인 및 오프라인을 통하여 소비자에게 직접 판매하는 경우가 대부분임

## 인도네시아 유통 채널 분류

| 현대적 유통 채널                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 하이퍼마켓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 슈퍼마켓                                                                                                                                                                                                                                                        | 미니마켓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|  <br> <br>  | <br><br> |  <br> <br>  |
| 전통적 유통 채널                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 빠사르(재래시장)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 와룽(길거리 상점)                                                                                                                                                                                                                                                  | 까끼리마(노점상)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## (2) 유통현황 및 특징

### ● 현대적 유통 채널의 증가

- 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓은 수입 식품의 주요 유통 채널로서 구매력을 갖춘 소비자들의 수입 식품에 대한 수요가 높아지면서 현대적 유통 매장도 증가하고 있음. 하이퍼마트(Hypermart), 까르푸(Carrefour), 롯데마트(Lotte Mart) 등의 하이퍼마켓은 자카르타, 반둥 등의 대도시를



중심으로 확산되고 있음

- 도시화에 따른 생활 방식의 변화로 소비자들의 간편식 및 가공식품 등 완제품에 대한 선호도가 높아져 미니마켓의 식품 매출 또한 증가 추세를 보이고 있으며, 인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart) 등의 미니마켓은 소도시 및 농촌 주거지역에서도 확산되는 추세임

### ● 전통적 유통채널의 지속적인 이용

- 경제발전, 중산층 증가 등으로 인하여 수입식품에 대한 수요가 늘고 있어 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등과 같은 현대적 유통 채널이 확산되고 있는 추세이긴 하나, 식료품 소매시장에서 재래시장을 비롯한 전통적 유통 채널의 점유율이 63%를 차지

### 유통채널별 매출액

(단위: 백만 달러(USD))

| 구 분          | 2013년    | 2014년    | 2015년    | 2016년    | 2017년    |
|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 현대적 식료품 소매업체 | 6,642.2  | 7,694.2  | 8,520.8  | 9,547.3  | 10,667.2 |
| 전통적 식료품 소매업체 | 11,869.4 | 13,522.5 | 14,833.7 | 16,384.0 | 17,983.6 |

### 유통채널별 점유율

(단위: %)

| 구 분          | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 현대적 식료품 소매업체 | 36.7  | 37.1  | 37.3  | 37.6  | 37.2  |
| 전통적 식료품 소매업체 | 63.3  | 62.9  | 62.7  | 62.4  | 62.8  |

\* 출처: 유로모니터 인터내셔널 패스포트 - 포장식품 2018년

- 빠사르(전통시장), 와룽(소규모 상점과 가판), 그리고 까끼리마(길거리 포장마차)가 여전히 인도네시아 식료품 시장의 주를 이룸
- 빠사르는 가장 큰 규모의 전통시장으로 정육점, 과일가게, 채소가게, 쌀가게, 포장되지 않은 과자를 파는 상점 등이 각각 독립적으로 입점해 있음. 빠사르는 일반적으로 지방 정부가 소유하고 관리함
- 와룽과 까끼리마는 개인 소유이며 빠사르에 비해 선택의 폭이 좁음. 와룽은 소규모 상점으로 보통 쌀이나, 포장식품과 음료를 비롯해 비누나 샴푸같이 회전이 빠른 일상용품을 판매함. 까끼리마는 이동식 포장마차로 동네 주변에서 영업하며 신선한 채소와 과일 및 다양한 종류의 조리 음식을 판매함

## 나 주요 유통채널 현황

### (1) 오프라인 유통채널

#### ● 하이퍼마켓

- 인도네시아의 현대적 유통 업체는 1999년 인도네시아 정부의 프랑스계 기업인 까르푸(Carrefour)의 점포 확장 승인 이후, 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart) 등 대형 유통매장의 진출과 함께 동반 성장세에 있음
- 하이퍼마켓의 경우, 현지 제품 판매와 함께 수입 제품 또한 다수 구비 해놓기 때문에 소비자들이 외국산 제품을 손쉽게 구할 수 있는 이점이 있음
- 하이퍼마켓은 식품을 구매할 수 있는 장소 이외에도 베이커리, 카페, 레스토랑 등 부대 시설을 갖추고 있어 소비자들의 유입을 유도할 수 있는 이점이 있음

#### ● 슈퍼마켓

- 슈퍼마켓은 일반적인 형태의 슈퍼마켓과 고급형 슈퍼마켓으로 구분할 수 있음. 고급형 슈퍼마켓은 인테리어와 매장 분위기를 고급스럽게 하여 대형 쇼핑몰이나 백화점에 입점하고 있으며, 고가 수입 식품을 다수 취급함
- 지방까지 도시화가 진행됨에 따라 주요 유통 채널들이 수도권 지역인 자바섬 이외에 마카사르, 마나도, 발릭파판, 파푸아, 암본 등 지방 대도시까지 확산되어 있음

#### ● 미니마켓(편의점)

- 미니마켓(편의점)은 즉석식품, 신선식품, 식료품 등의 식품 판매 뿐만 아니라 매장에 카페를 설치하거나 매장에서 직접 식품을 조리하여 제공하는 것과 같이 휴식 및 식사 공간 등 다채로운 서비스를 제공함
- 인도네시아의 미니마켓은 주거 및 오피스 지역의 유동인구가 많은 곳에 위치해 있으며, 와룽(Warung)이라 불리는 전통 소규모 개인 점포와 경쟁구도를 이루고 있음. 미니마켓은 주로 생활필수품, 가공 식품이나 반조리 식품, 냉동식품 및 신선한 과일류를 취급하여 소비자의 편의성을 도모할 수 있는 이점이 있음
- 현지 대표 브랜드인 알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret)의 양과점 시장이며, 외국계 미니마켓에는 로손(Lawson), 패밀리 마트(Family Mart) 등이 현재 인도네시아 시장에 다수 진출해 있음

## 주요 유통업체 현황

| 유통매장명               | 세금 포함 매출(IDR) | 점포 수           | 분류    |
|---------------------|---------------|----------------|-------|
| Carrefour/Transmart | -             | 110            | 하이퍼마켓 |
| GIANT               | 13.67조        | 56             | 하이퍼마켓 |
| GIANT EXPRESS       |               | 109            | 슈퍼마켓  |
| HERO                |               | 32             | 슈퍼마켓  |
| Hypermart           | 13.52조        | 117            | 하이퍼마켓 |
| FOOD MART           |               | 26             | 슈퍼마켓  |
| LOTTE MART          | -             | 46(도매31, 소매15) | 하이퍼마켓 |
| FARMERS MARKET      | 2.06조         | 19             | 슈퍼마켓  |
| RANCH MARKET        |               | 13             |       |
| ALFAMART            | 56.1조         | 12,710         | 편의점   |
| INDOMARET           | -             | 14,200         | 편의점   |

\* 출처: USDA(미국 농무부)

 주요 하이퍼마켓


## Hypermart

- 매장수 117개
- 현지 대형 소매점인 PT Matahari 푸트라 프리마 계열의 기업
- 대도시 지역에 Carrefour와의 경쟁을 피하기 위해 자카르타 외곽에서부터 점포를 개설해 시장을 확대하는 전략 사용
- 인도네시아 전역에 고루 분포
- 중저가 상품 위주 취급

|       |     |                                                                                                                                                                                                         |
|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 1986년                                                                                                                                                                                                   |
|       | 주소  | Lippo Mall Kemang LG Jalan Pangeran Antasari No.36 RT.11/RW.5 Kemang Mampang Prapatan 11 5, RT.11/RW.5, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12150 Indonesia |
|       | 전화  | +62-21-2905-6755                                                                                                                                                                                        |
| 홈페이지  |     | <a href="http://www.hypermart.co.id">http://www.hypermart.co.id</a>                                                                                                                                     |
| 매장 형태 |     |                                  |



#### Trans Carrefour

- 매장수 110개
- 1988년 인도네시아 진출
- 2012년 현지 업체인 CT 그룹에 인도네시아 사업부를 매각하며 상호를 '트랜스 까르푸'로 변경
- 식료품, 수입식품, 잡화 등 다수 품목 판매

|       |     |                                                                                                                                                                      |
|-------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 1998년                                                                                                                                                                |
|       | 주소  | Jl. Letjen S. Parman Kav.28 Lower Ground Floor Tanjung Duren Selatan 11470 Indonesia                                                                                 |
|       | 전화  | +62-822-0825-5160                                                                                                                                                    |
| 홈페이지  |     | www.carrefour.co.id                                                                                                                                                  |
| 매장 형태 |     |   |



#### Giant

- 매장수 56개
- 히어로(HERO) 그룹 계열의 하이퍼마켓
- 식료품, 생필품, 기타 소비재 등 다수 취급
- 중저가 상품 위주 취급
- 인도네시아 전역에 위치

|       |     |                                                                                                                                                                                               |
|-------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 2002년                                                                                                                                                                                         |
|       | 주소  | Apartemen Mediterania Kemayoran, Jl. Landas Pacu Selatan Blok A1 Kav. 2, Kemayoran, RT.13/RW.6, Kb. Kosong, Kec. Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10630 Indonesia |
|       | 전화  | +62-21-3004-4030                                                                                                                                                                              |
| 홈페이지  |     | https://www.giant.co.id/                                                                                                                                                                      |
| 매장 형태 |     |                        |



|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Lotte Mart</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 기업, 매장수 46개(도매 31개, 소매 15개)</li> <li>- 2008년 인도네시아 진출</li> <li>- 네덜란드계 인도네시아 대형 체인 Makro 19개 매장을 인수하며 국내 업체 최초로 유통업계 진출</li> <li>- 20개국 2,000여개 상품을 글로벌 상품존으로 구성하여 타업체와의 차별성 도모</li> <li>- 현지 제품을 주로 판매함과 동시에 한국 제품도 다수 구비되어 있음</li> </ul> |
| 기업정보                                                                              | 설립일 | 2008년                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                   | 주소  | Jl Prof. Dr. Satrio - Kav. 18 - Unit LG-01 Kel. Karet Kuningan, Kec Setiabudi Jakarta Selatan, 12940 Indonesia                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                   | 전화  | +62-21-3048-0888/0882                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 홈페이지                                                                              |     | <a href="https://www.lottemart.co.id">https://www.lottemart.co.id</a>                                                                                                                                                                                                                                    |
| 매장 형태                                                                             |     |                                                                                                                                     |

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Aeon Mall</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본 기업, 매장수 3개</li> <li>- 2015년 인도네시아 진출</li> <li>- 신선식품, 가공식품, 일용 소모품, 아동 용품 등 품목 다양</li> <li>- 일본산 수입품 외에 중국, 말레이시아, 태국산 제품도 판매</li> <li>- 2019년 자카르타 서부 보고르 지역에 3호점 개점</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2015년                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                     | 주소  | Jl. Jkt Garden City, RT.1/RW.6, Cakung Tim., Kec. Cakung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13910 Indonesia                                                                                                                   |
|                                                                                     | 전화  | Hotline +62-21-5569-5999                                                                                                                                                                                                                      |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://www.aeonstore.id">http://www.aeonstore.id</a>                                                                                                                                                                                 |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                        |

## 주요 슈퍼마켓

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Ranch Market</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 기업 랜치 마켓(Ranch Market)의 프랜차이즈, 매장수 13개</li> <li>- 자카르타, 탕그랑 등 자카르타 인근 입점</li> <li>- 최고급 프리미엄 슈퍼마켓으로 상류층 타겟</li> <li>- 전 세계 고급 농·식품 수입 및 유통</li> <li>- 신선 식품이 다수 구비되어 있으며, 수입 과일 전문매장운영</li> <li>- 가격대는 일반 슈퍼마켓에 비하여 높은 편</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1998년                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                     | 주소  | Grand Indonesia Shopping Town East Mall Lantai LG, Jl. M. H. Thamrin No. 1, Menteng, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310 Indonesia                                                                                                            |
|                                                                                     | 전화  | +62-21-2358-1199                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.ranchmarket.co.id">https://www.ranchmarket.co.id</a>                                                                                                                                                                                                                           |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                                                                |
|  |     | <b>Farmers Market</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ranch 99 Market 계열 슈퍼마켓, 매장수 19개</li> <li>- 자카르타를 포함하여 수도권지역 입점</li> <li>- 고객층은 중산층 이상</li> </ul>                                                                                                                                    |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1998년                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                     | 주소  | Jl. Pesanggrahan Raya No.2, Kembangan West Jakarta, 11610 Indonesia                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                     | 전화  | +62-21-5835-1999                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://www.farmersmarket.co.id">http://www.farmersmarket.co.id</a>                                                                                                                                                                                                                         |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                                                              |

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Hero</b><br>- 말레이시아의 Dairy Farm International과 인도네시아의 Hero Super Market이 공동으로 설립한 유통 채널, 매장수 35개<br>- Hero사는 Supermarket 분야 1위 업체로서의 시장 경쟁력을 바탕으로 하이퍼마켓으로 시장 다각화                                                         |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1971년                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                     | 주소  | Jl. Puri Agung, RT.1/RW.2, Kembangan Sel., Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11610 Indonesia                                                                                                |
|                                                                                     | 전화  | Hotline 0800-1-998877                                                                                                                                                                                                       |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.hero.co.id">https://www.hero.co.id</a>                                                                                                                                                                 |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                          |
|  |     | <b>The Food Hall</b><br>- 1990년 플라자 인도네시아(Plaza Indonesia)에서 소고 슈퍼마켓(SOGO Supermarket)으로 시작하였으나, 2005년 브랜드명 푸드홀(The Food Hall)로 개편<br>- 자카르타에 매장 밀집, 매장수 26개<br>- 매장 내에 푸드코트 운영<br>- 고품질 신선 수입 식품 취급<br>- 중산층 또는 상류층 소비자 타겟 |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1990년                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                     | 주소  | Jl. M.H. Thamrin No.1, Kb. Melati, Tanahabang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10250 Indonesia                                                                                                            |
|                                                                                     | 전화  | +62-21-2358-0105                                                                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://shop.foodhall.co.id">https://shop.foodhall.co.id</a>                                                                                                                                                       |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                      |



|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Kem Chicks</b><br>- 자카르타 입점, 매장수 2개<br>- 고객층은 주로 상류층 이며 외국인 소비자도 다수                                                                                                                                |
| 기업정보                                                                              | 설립일 | 1970년대 말                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                   | 주소  | Pacific Place Lt. LG-99 SCBD Lot 3&5, Jalan Jend. Sudirman No.52-53, Senayan, Kebayoran Baru, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190 Indonesia |
|                                                                                   | 전화  | +62-21-5797-3435                                                                                                                                                                                      |
| 홈페이지                                                                              |     | -                                                                                                                                                                                                     |
| 매장 형태                                                                             |     |                                    |

### 주요 미니마켓(편의점)

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Alfamart</b><br>- 숭베르 알파리아 트리자야(Sumber Alfaria Trijaya) 기업을 설립 후, 2002년 알파미니마트 (Alfaminimart)를 인수하여 현재의 알파마트로 상호 변경<br>- 국가 전역에 고루 분포, 매장수 12,170개(자카르타, 보고르, 브카시, 탕에랑, 자바, 발리, 람풍 등) |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1989년                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | ALFA TOWER 19 th Floor; West Silk Road Road Kav. 9, Alam Sutera, Kota Tangerang, Banten 15143 Indonesia                                                                                  |
|                                                                                     | 전화  | +62-21-8082-1555                                                                                                                                                                         |
| 홈페이지                                                                                |     | alfamartku.com                                                                                                                                                                           |
| 매장 형태                                                                               |     |                   |



|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Indomaret</b><br>- 인도네시아 최대 기업 중 하나인 살림 그룹(Salim Group) 계열의 미니마켓 매장수 14,214개<br>- 즉석식품과 음료를 특화한 '인도마렛 포인트', 신선식품을 보강한 '인도마렛 플러스' 등 콘셉트별로 브랜드를 세분화                     |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1998년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Jl. Terusan Angkasa B2 Kav-1, Gunung Sahari, Kemayoran,, Jakarta 10610 Indonesia                                                                                         |
|                                                                                     | 전화  | +62-21-2955-9100                                                                                                                                                         |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://indomaret.co.id">https://indomaret.co.id</a>                                                                                                            |
| 매장 형태                                                                               |     |       |
|  |     | <b>Lawson</b><br>- 일본계 편의점으로 자카르타, 동부 및 서부 자바, 발리, 남부 술라웨시에 분포<br>- 매장수 35개                                                                                              |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2007년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Jl. MH. Thamrin No.9 Cikokol, Tangerang 15117, Indonesia                                                                                                                 |
|                                                                                     | 전화  | +62-1-500-905                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://lawson.jp/en/oversea/indonesia">lawson.jp/en/oversea/indonesia</a>                                                                                       |
| 매장 형태                                                                               |     |   |

|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Family Mart</b><br>- 일본계 기업, 매장수 73개<br>- 음료, 과자 등 식음료, 생필품 등 취급<br>- 즉석식품 및 카페 등의 판매를 통하여 소비자의 선택권 확대                                                            |
| 기업정보                                                                              | 설립일 | 2012년                                                                                                                                                                |
|                                                                                   | 주소  | Graha FamilyMart Lantai 3A & 5<br>Jl. Setiabudi Selatan Kav.10 Kuningan 12920 Indonesia                                                                              |
|                                                                                   | 전화  | +62-21-5790-4567                                                                                                                                                     |
| 홈페이지                                                                              |     | www.familymartindonesia.com                                                                                                                                          |
| 매장 형태                                                                             |     |   |

## (2) 온라인 유통채널

### 🍷 온라인 시장

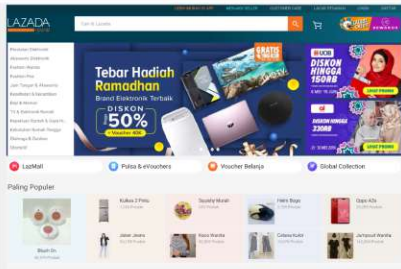
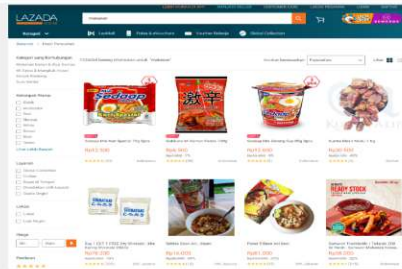
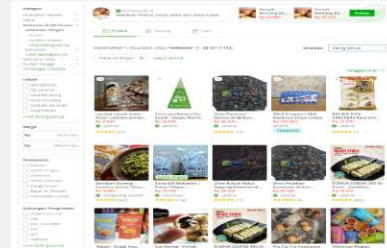
- 대대수의 소비자들이 여전히 전통적 상점에서의 쇼핑을 선호하지만 다양한 사업 모델이 인도네시아 온라인 쇼핑 시장에 존재하며, 포장 식품이나 보존 식품들을 구매하려는 소비자들 사이에서 인기 있음
- 해피프레쉬(HappyFresh)와 고젝(GoJek)은 특히 도시지역 소비자들 사이에서 빠르게 인기를 얻고 있음. 도시 소비자들은 편리한 온라인 주문을 좋아하는데 이는 교통체증으로 인한 불편함을 해소해줌
- 옴니(Omni)채널 소매업체들 역시 인도네시아 소비자들에게 인기 있음. 옴니채널 업체들로는 알파온 라인(Alfaonline)과 클릭 인도마렛 (Klik Indomaret)이 있음

### 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰

| Kaskus                                                                              | Blanja                                                                              | Tokopedia                                                                           | Bukalapak                                                                           | Elevenia                                                                            | Qoo10                                                                                | OLX                                                                                   | Lazada                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 인도네시아                                                                               | 인도네시아                                                                               | 인도네시아                                                                               | 인도네시아                                                                               | 인도네시아                                                                               | 한국                                                                                   | 남아프리카공화국                                                                              | 독일                                                                                    |

\* 출처: KASKUS([www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id)), Blanja([www.blanja.com](http://www.blanja.com)), Tokopedia([www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)),  
 Bukalapak([www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com)), Elevenia([www.elevenia.co.id](http://www.elevenia.co.id)), Qoo10([www.qoo10.com](http://www.qoo10.com)), OLX([www.olx.ph](http://www.olx.ph)),  
 LAZADA([www.lazada.com](http://www.lazada.com))

## 주요 온라인 쇼핑몰

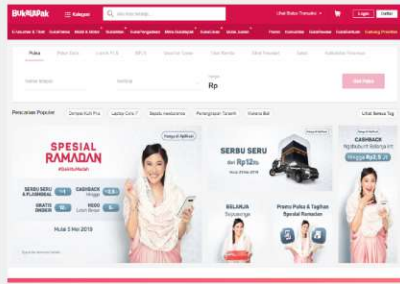
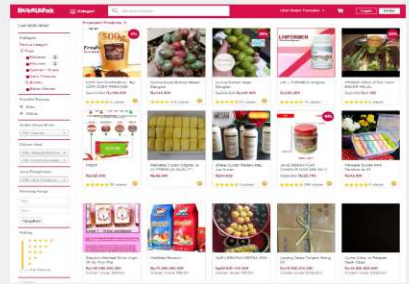
|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Lazada Indonesia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르에 본사를 둔 독일계 다국적 기업</li> <li>- 인도네시아 온라인 마켓 중 월 평균 방문자 수 1위</li> <li>- 가시적인 실적을 보이는 판매자 위주로 유지하여 소비자의 관심도 증대</li> <li>- 다양한 물류업체들과 제휴하여 주문의 85%에 해당하는 배송은 주문 직후 48시간 이내에 실행</li> <li>- Facebook, Google을 통한 홍보 및 제품 검색 기능 최적화</li> <li>- 생산자 직송이나 리셀러(상품을 웃돈을 받아 되파는 판매자) 등의 프로그램을 적극 활용</li> <li>- 블로거들을 고용하여 긍정적인 브랜드 이미지 전파</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2012년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                     | 주소  | Capital Place, 20th&21st Floor Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav 18 Jakarta Selatan 12710 Indonesia                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                     | 전화  | Help Center +62-21-8064-0090                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 홈페이지                                                                                |     | www.lazada.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                                                                                                                                                                          |
|  |     | <b>tokopedia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도네시아 현지 온라인 마켓</li> <li>- 인도네시아 온라인 마켓 중 월 평균 방문자 수 2위</li> <li>- Appier's AI 알고리즘을 통해 소비자 행동 패턴을 자동 분석</li> <li>- 타겟 소비자들로부터 신뢰를 얻기 위해 안전한 배송과 높은 품질 서비스를 제공한다는 광고 문구를 지속적으로 노출</li> </ul>                                                                                                                                                        |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2009년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                     | 주소  | Jl. Prof Dr. Satrio Kav 11, Lantai 52, Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Karet Semanggi, Kota Jakarta Selatan, 12940 Indonesia                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                     | 전화  | Call Center +62-21-8064- 7333 / +62-21-5369-1015                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 홈페이지                                                                                |     | www.tokopedia.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                                                                                                                                                                        |





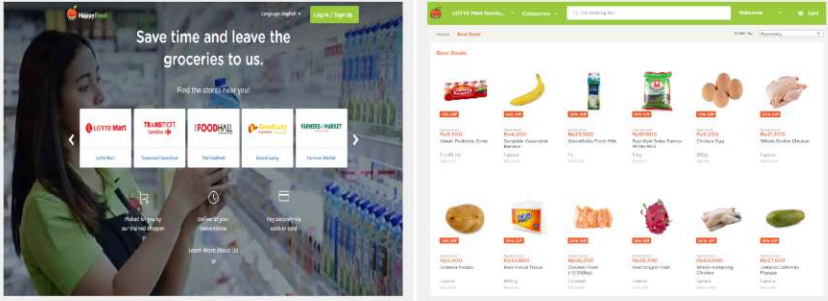
### Bukalapak

- 애플리케이션 서비스에서의 제품 품질 향상을 통하여 소비자 유치에 성공함
- 인도네시아 온라인 마켓 중 월 평균 방문자 수 3위
- 대도시-지역 커뮤니티와의 네트워크를 구축하여 바이어와 셀러 수를 늘림
- 온라인 판매 성공사례의 공유 기회를 제공함으로써 공급자들이 해당 사이트를 사용할 수 있도록 유도
- 소셜 미디어를 활용하여 브랜드 이미지 적극적 제고

|       |     |                                                                                                                                                                        |
|-------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 2010년                                                                                                                                                                  |
|       | 주소  | Plaza City View Lt. 1 Jl. Kemang Timur No. 22, Pasar Minggu Pejaten Barat Jakarta, 12510 Indonesia                                                                     |
|       | 전화  | Call Center +62-1-500-350                                                                                                                                              |
| 홈페이지  |     | www.bukalapak.com                                                                                                                                                      |
| 매장 형태 |     |   |



## 온라인 배달 서비스

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>Happy Fresh</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사 인도네시아 자카르타 소재</li> <li>- 인도네시아 자카르타에 사업을 개시함과 동시에 말레이시아 쿠알라룸푸르에서도 동시에 사업 개시</li> <li>- 기존 유통방식에 IT 기술을 접목한 업그레이드 서비스로, 가정에서 식료품을 주문하면 바로 집까지 받아볼 수 있는 서비스</li> <li>- 고객 맞춤 어플리케이션 제공</li> <li>- 자카르타뿐 아니라 보고르(Bogor), 탕에랑(Tangerang), 브카(Bekasi), 반둥(Bandung), 수라바야(Surabaya) 등의 지방 주요 도시에서도 사업을 시작함과 동시에 태국 방콕에서도 사업 개시</li> <li>- 제휴를 맺은 유통매장으로는 롯데마트(Lotte Mart), 런치마켓(Ranch Market), 까르푸(Carrefour), 그랜드 럭키(Grand Lucky), 수페린도(Superindo), 파파야(Papaya), 롯데슈퍼마켓(Lotte Supermarket), 페이모스 아모스(Famous Amos), 다부르 쏘콜랫(Dapur Cokelat), 스티븐 미트 숍(Steven Meat Shop), 그루비 펫 숍(Groovy Pet Shop) 등 다수</li> <li>- 보통의 배달 어플리케이션과는 달리 정보기 직원과 배달원을 따로 고용 및 관리하며, 각 역할에 맞는 교육을 한 달간 진행하여 제공되는 서비스의 질을 제고시키고자 노력</li> </ul> |
| <p>기업정보</p>                                                                       | <p>설립일 2014년</p> <p>주소 16th Floor, Talavera Office Park Jl. Letjend TB Simatupang Kav. 22 - 26, Cilandak, Jakarta Selatan 12430 Indonesia</p> <p>전화 +62-21-7592-4733</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>홈페이지</p>                                                                       | <p><a href="https://www.Happy Fresh.id/">https://www.Happy Fresh.id/</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>매장 형태</p>                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

- 인도네시아는 1998년 외환위기를 겪었으며, 2012년부터 지속되는 경상수지 적자 이후 내수산업 보호 및 외환위기 불안감으로 수입규제를 더욱 강화하고 있음. 대표적인 진입 장벽으로는 수입식품등록제도(ML)가 있으며, 그 외 신선 농산물 통관항구 제한, 수입허가제도(쿼터처럼 운영), 할랄인증, 선적전검사 등이 있음

#### 수출 프로세스

|   |               |   |                                                                               |
|---|---------------|---|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 수출계약          | ⇒ | 수출업체 거래선 발굴 및 수출계약                                                            |
| 2 | 서류준비          | ⇒ | 수출업체는 수입신고 서류준비, 품목별 추가서류 확인, 원산지 증명서 준비                                      |
| 3 | 도착전           | ⇒ | 운송사는 선박은 도착 24시간 이전에, 항공은 8시간 이내 관세청에 도착예정을 통보                                |
| 4 | 도착시           | ⇒ | 수입업자(또는 포워딩대행)는 선적된 모든 화물 및 부속물 관련 세관신고서를 제출                                  |
| 5 | 하역            | ⇒ | 수입업자(또는 포워딩대행)는 관세청에 승인을 받아 세관지역 내 지정된 장소에 하역, 운송사는 12시간 이내에 하역 목록을 관세청장에게 제출 |
| 6 | 수입관세 및 제세의 납부 | ⇒ | 수입업자(또는 포워딩대행)는 물품의 관세 및 제세의 납부                                               |
| 7 | 물품의 서류 및 실물검사 | ⇒ | 수입업자(또는 포워딩대행)가 수입신고서 및 제서류를 제출하면 관세청은 서류검토 후 실물검사 실시                         |
| 8 | 관세청 지역으로 물품인도 | ⇒ | 관세청의 승인이 나면 수입된 물품을 인도                                                        |
| 9 | 관세청으로부터 물품인수  | ⇒ | 수입업자는 관세청으로부터 물품인수 및 유통 · 판매                                                  |

#### (2) 관련 법률 등 특이사항

##### ● 수입식품 등록제도(ML)

- 인도네시아로 수입되는 모든 가공식품은 식품의약품청(BPOM)으로부터 등록번호를 발급받아야함
- 제품특성에 따라 2년까지 등록기간이 소요되는 경우도 발생하며, 신청비 및 성분 검사비 이외에 비공식적 비용도 소요됨

### 🍌 신선 농산물 통관 항구 제한

- 신선 농산물의 경우 2012년 6월부터 통관 항구를 기존 8곳에서 4곳으로 축소하여 자카르타 소재 판중브리옥 항구를 제한
- 현재 자카르타에서 667km에 위치한 수라바야의 판중브락 항구로 수입됨에 따라 상품성 저하 및 물류비 상승의 원인으로 작용
  - \* PFA 협정을 통해 충청남도산 배만 판중브리옥을 통해 수입가능

### 🍌 농축수산물의 수입허가제도

- 원예 농산물의 경우 사과, 포도, 양파, 감자 등 28개 품목에 대해 사전 수입허가가 필요하며, 수입 허가 신청 시 수입물량을 기입하게 되어 있어 쿼터 제도처럼 운영되고 있음
  - 수입허가가 필요한 28개 품목의 경우 농업부에 원예 농산물 수입추천서(RIPH)를 발급 받은 수입업체에 한해서 무역부에서 수입허가를 해주고 있음
- 무역부에서 품목별 수입허가 신청이 가능한 연간 스케줄이 발표됨
- 김, 미역, 육류 등 수산물과 축산물도 수입허가 대상임

### 🍌 할랄인증 제도

- 식품 수입시 할랄인증은 의무사항이 아니나 축산물 수입 시에는 인도네시아 할랄인증기관 또는 동 기관이 인정한 해외 할랄인증기관에서 할랄인증을 받아야 수입이 가능함
- 할랄인증 의무화
  - 인도네시아는 2014년 할랄제품 보장에 관한 법령 33호를 발표하였음. 해당 법령에 주요 내용은 2019년부터 할랄인증을 의무화 하고 기존에 민간기관(MUI)에서 실시해오던 할랄인증 업무를 정부기관(BPJPH)으로 이관 예정
  - 2014년 할랄제품보장법에 관한 법령 세부 시행령 2019년 31호가 발표됨에 따라 2019년 10월 17일부터 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)에서 할랄인증 업무 시작

| 할랄인증청(BPJPH) 기능                                                                                                                                         |                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄제품보장 정책 수립</li> <li>- 할랄제품보장 규정, 표준, 절차 확립</li> <li>- 할랄인증 발급 및 취소</li> <li>- 할랄인증 관련 공청회, 교육, 홍보</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄감사기관(LPH) 인가</li> <li>- 할랄감사관 등록</li> <li>- 할랄감사관 양성</li> <li>- 할랄제품보장에 관한 감독</li> </ul> |

- 할랄인증청(BPJPH) 할랄인증 절차
  - ① 할랄인증 신청서 작성 후 할랄인증청(BPJPH)에 제출
  - ② 할랄인증청(BPJPH)은 할랄감사기관(LPH)에 검사요청
  - ③ 할랄감사기관(LPH) 소속 할랄감사는 검사 후 결과보고서 제출
  - ④ 할랄감사기관(LPH)은 결과를 할랄인증청(BPJPH)에 전달

- ⑤ 할랄인증청은 MUI(현 할랄인증기관)에 검사 결과와 함께 윤리적 할랄성(FATWA) 여부 검토 요청
- ⑥ MUI 검토 결과 문제 없을 시 BPJPH에서 할랄인증 발급
- 할랄인증 의무화는 단계적으로 시행 예정이며, 식품과 음료의 경우 2024년 10월 17일부터 의약품, 화장품 등은 2026년 10월 17일부터 시행 예정

## 수출국 현지 선적전 검사

- 농식품 수입시 한국에 있는 검사기관인 Sucofindo로부터 물품의 명세와 목적항 등을 기록한 Surveyor Report를 발급 받은 후 인도네시아 수입통관 시에 제출하여야 함
- \* Sucofindo : 인도네시아의 국영 시험인증기관으로 선적서류 및 화물에 대한 이상 유무 확인

## 국가품질표증인증제도(SNI, Standard National Indonesia)

- 인도네시아 정부는 소비자보호 및 자국산업 육성을 위해 국가규격인증제도를 운영
- \* SNI : 인증기관인 LSPro 실사 담당관 최종 실사후 발급되며, 유효기간은 3년
- 현재 밀가루, 설탕, 페트병 물 등이 강제 인증 품목으로 지정되어 있으며, 2016년 1월 부터 인스턴트 커피, 2017년 6월 참치, 고등어, 정어리 캔제품을 강제 인증 리스트에 추가함

# 나 수입제도

## (1) 통관제도

### 관리·법률 체계

| 분류    | 기관            | 역할                                                                      |
|-------|---------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 할랄 인증 | MUI           | - 할랄인증서 발급                                                              |
|       | MUI Fatwa 위원회 | - 윤리위원회를 통해 할랄 인증 승인                                                    |
|       | LPPOM-MUI     | - 할랄인증 기술적 검사 시행                                                        |
| 식품 수입 | 산업부           | - 정부의 산업 분야 업무 수행<br>- 무역면허(SIUP) 발급                                    |
|       | 무역부           | - 무역 업무 관할<br>- 각종 수입 인증, 수입허가 등 담당                                     |
|       | ↳국제무역협력국      | - 소규모 산업 및 무역 관리                                                        |
|       | 관세소비세총국       | - 통관 업무 및 관련 법규 시행<br>- 관세 및 기타 세금 징수<br>- 수입신고 및 첨부문서 검사<br>- 수입 제품 승인 |



| 분류    | 기관      | 역할                              |
|-------|---------|---------------------------------|
| 식품 통제 | 식품의약청   | - 수입 가공식품 등록<br>- 제품 라벨링 검토     |
|       | 농업부     | - 농산물, 육류 및 가축 관련 식품 검역 담당      |
|       | ↳농업검역본부 | - 수입 식품 검역                      |
|       | 해양수산부   | - 수산 제품 검역 제도 관장                |
|       | 수산물안전청  | - 어류 및 수산 제품 인증제공<br>- 수입 제품 검역 |

\* 주: ↳ (하위 기관)을 의미

#### ● 인도네시아 식품법 2012년 18호

- 식품의 생산, 수입, 유통, 수출입과 관련된 제반 사항을 총괄하는 법안은 1996년 제정된 인도네시아 공화국 식품법으로 1996년 최초로 제정되었으며, 구(舊) 식품법을 개정한 개정 식품법이 2012년에 제정되었음. 해당 법은 인도네시아의 식품과 관련하여 근간이 되고 있음

#### ● 식품법에서는 식품을 다음과 같이 규정함

- 식품첨가물, 식품 원료 및 기타 물질을 포함하여 음식 또는 음료의 생산 및 가공에 사용되는 물질로서 생물자원 및 수자원에서 유래한 모든 것

#### ● 식품법은 다음의 내용을 포함함

- 식량 계획, 식품 생산, 분배, 유통 등과 관련한 규정
- 식품 안전, 품질, 영양 등과 같은 기술적 기준 및 식품 라벨링 및 광고에 관한 규정
- 소비되는 식품의 다양성 및 자급 달성을 위한 정부와 사회의 역할
- 내수 소비 및 수출되는 식품의 품질을 향상시키기 위해 국내 식품산업을 육성하기 위한 정부의 역할

#### ● 인도네시아 식품 수입 규정은 식품법 제5장에 규정되어 있으며, 인도네시아 영토에 수입되는 모든 식품은 식품법 및 그 시행규정의 조항에 명시된 규정을 충족해야 함

### 🌀 통관절차

#### ● 절차상 특징

- 인도네시아는 통상적인 '선 신고 후 심사'와는 대조적으로 수입신고 이전에 관세 및 제세를 납부해야 하는 점이 통관 절차상 특징임
- 또 다른 특징으로는 '선 통관 사후 심사(Post Auditing)'를 원칙으로 하기 때문에 사실상 본격적인 심사는 통관 이후에 이루어지므로 통관 후 물품 인수까지 마쳤더라도 모든 절차를 완료했다는 의미는 아님
- 지역 세관에서 수입 통관이 완료된 제품의 수입 신고서는 관할 본부 세관으로 이관되어 2년 이내에 신고 내용이 재검토되며, 문제 발생 시 수입업체 심사를 진행하기도 하므로 이러한 상황을 대비하여 수입업체는 통관 당시의 수입신고서 및 기타 선적 서류들을 모두 구비하고 있어야 함

## Step 1 : 서류 준비

- 통관을 진행하기 전 수입을 하고자 하는 기업은 수입업자 등록 및 기타 사전 준비를 완료해야 함
- 무역면허(SIUP)
  - 인도네시아에서 교역활동을 수행하고자 하는 기업체는 무역면허(SIUP) 등록을 해야 함
  - 무역면허에는 회사의 활동 및 대표자 정보 등을 기입해야 함
- 사업자등록번호(NIB)
  - 2018년 7월부터 수입허가 간소화를 위해 수입허가(API), 관세청 등록번호(NIK)를 통합하여 사업자등록번호(NIB)로 일원화함
  - 사업자등록번호 발급은 온라인 인허가 통합시스템 웹사이트(<http://oss.go.id>)에 접속하여 신청 가능함
  - 인도네시아에서 사업을 하고자 하는 모든 기업인들은 사업자등록번호를 반드시 취득해야 하며, 외국인 투자자들도 사업자등록번호 취득 대상에 포함됨
  - 사업자등록번호 취득을 위해서는 사업 당사자가 OSS 시스템에 주민등록번호 또는 여권번호, 회사 설립 증서 번호, 각종 허가 사항에 대한 등록번호 등을 입력해야 함
  - 사업자등록번호 발급 시 투자자들은 납세자 고유번호(NPWP) 취득이 필요하며, 납세자 고유번호 또한 OSS 시스템을 통하여 등록과 발급이 가능함
  - 사업자등록번호와 관련된 절차가 완료되면 투자자들에게 13자리의 번호가 발급됨
- 납세자번호(NPWP)
  - 납세자번호는 법인 소재지의 관할 세무서에서 발급이 가능함
- 특정제품 수입 등록서(ITPT)
  - 특정 제품 수입업자는 무역부로부터 사전에 수입허가를 취득 및 산업부에 등록 허가를 받아야 함
  - 수입 규제 품목은 식음료, 의류, 신발, 전자제품, 완구, 전통 의약품, 허브, 화장품임
  - 수입 규제 품목에 해당되는 제품은 선적 전 검사가 필요하며, 수입은 지정된 항구나 공항만 이용 가능함

| 항구                                                                                                                                                                                                                | 공항                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jakarta, Tanjung Priok 항구</li> <li>- Surabaya, Tanjung Perak 항구</li> <li>- Medan, Belawan 항구</li> <li>- Makassar, Soekarno-Hatta 항구</li> <li>- Riau, Dumai 항구</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medan, Polonia 공항</li> <li>- Tangerang, Soekarno-Hatta 공항</li> <li>- Semarang, Ahmad Yani 공항</li> <li>- Surabaya, Juanda 공항</li> <li>- Makassar, Hasanuddin 공항</li> <li>- Makassar, Soekarno-Hatta 공항</li> </ul> |

## Step 2 : 도착 전

- 운송수단이 인도네시아 관세지역에 도착하기 최소 24시간 전에 현지 관세청에 운송수단이 도착 예정임을 통보해야 함. 통보 시에는 다음 내용을 포함하여 알려야 함
- 운송사 상호

- 선박편, 항공편 등의 운송수단 식별번호
- 운송수단 명칭
- 출발항
- 인도네시아 관세지역 도착 직전 최종 기착지
- 목적항
- 운송수단 도착예정일
- 하역 예정의 포장 개수, 컨테이너 개수 혹은 벌크 제품의 개수
- 인도네시아 관세지역 내의 다음 목적항

#### ● Step 3 : 도착 시

- 운송수단이 관세항구에 도착했을 시 수입업자는 선적 화물 및 부속 화물을 포함하여 세관신고서를 제출해야 함
- 세관신고서는 영어 또는 인도네시아어로 작성하며, 운송 수단별로 도착 이후 세관신고서 제출 시한이 상이함
  - 선박편 : 도착 후 24시간 이내 제출
  - 항공편 : 도착 후 8시간 이내 제출
  - 육로편 : 도착 후 즉시 제출
- 세관신고서 작성 시 다음의 내용이 포함되어야 함
  - 운송수단 승객 및 승무원 명단
  - 운송수단 연료 및 식량 공급 계획
  - 운송수단 적재 계획
  - 총기류 목록
  - 마약류를 포함한 치료용 의약품 목록

#### ● Step 4 : 하역

- 수입된 물품은 검사 책임자 혹은 권한을 위임받은 자의 승인 하에 세관지역 내 지정된 장소에 하역해야 함
- 운송사는 12시간 이내에 하역된 컨테이너 혹은 벌크 수량의 목록을 수기 또는 전자목록 형태로 세관에 제출함

#### ● Step 5 : 수입관세 및 제세 납부

- 수입업자는 수입신고서를 제출하기 이전에 외국환 은행이나 세관을 통해 관세를 포함하여 부가가치세, 법인세 등 제세를 납부해야 함
- 탄중 프리옥 항구와 수카르노 하타 공항 등 네트워크로 연결되어 전자신고방식(EDI) 시스템이 잘 구축된 곳에서는 전자방식으로 관세 및 제세를 납부할 수 있음

#### ● Step 6 : 수입신고서 제출

- 통관 세관의 수입신고 방식(EDI, 전자서류, 서류)에 따라 수입신고서를 제출함

- 인도네시아 주요 세관인 판중 프리옥 I, II, III 세관과 수카르노 하타 I, II 세관은 수입신고를 전자 신고방식(EDI)으로 제출하며, 기타 세관의 경우 서류 또는 저장매체(USB, CD 등)를 이용하여 제출함
- 세관은 제출 또는 전송된 서류를 바탕으로 수입 세금이 납부된 은행과 연락하여 수입 세금 납부 여부를 확인함. 수입 세금 납부 여부를 확인한 이후에 세관에서 수입신고서를 접수하며, 수입신고서 접수가 확인되면 원본 서류를 세관에 제출함
- 선적 서류(선하증권, 상업송장, 포장 명세서 등)는 세관내규에 따라 원본을 첨부하는 것이 원칙이므로 반드시 원본을 제출해야 함
- 4시간 이내에 수입신고서 접수 결과를 알 수 있으며, 어느 반출 통로(Channel of Release)로 지정되었는지 세관으로부터 통보 받음. 만약 세관이 신고접수를 거부할 경우에는 거부통지서에 그 사유가 명시됨
- 세관은 세관 내부 데이터베이스, 온라인 마켓 판매가, 시장가격 등 다양한 경로를 통해 신고가격을 확인하고 통상 5% 이상 차이가 날 경우, 해당 신고가격을 불인정함

#### Step 7 : 서류 심사 및 실물 검사

- 수입업체가 수입신고서를 제출하면 관세청 직원은 제출된 서류의 내용, 선적 서류(상업송장, 포장명세서, 화물인도 지시서 등), 수입관세 및 제세납부 증거자료 등 첨부 문서를 검토하고, 검토 후 관세청 직원의 판단에 따라 물품의 실물 검사가 따를 수 있음
- 인도네시아 세관은 과거 수입자의 정보, 수입자의 법규준수도, 신용도, 수입물품과 기타 정보의 위험도에 따라 등급을 정해 통관 행정 서비스를 제공하는 특징이 있음
- 통관 행정 서비스는 적색 채널(Red Channel, 고위험), 황색 채널(Yellow Channel, 위험), 녹색 채널(Green Channel, 우수), 최우수 채널(MITA Channel, 최우수) 4가지 채널로 구분되며 채널에 따라 물품 검사를 진행함
- 서류 심사 및 물품 검사에 이상이 없을 경우, 세관 통관을 허락하고 화물 출고 동의서가 발급됨
- 화물 출고 동의서를 물품 창고에 제출 후 창고 비용을 지불하면 물품 반출이 가능함

#### 채널별 심사 관련 내용

| 구분                             | 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 적색 채널<br>(Red Channel, 고위험)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품 검사 및 서류 검사 대상으로 검사관련 비용 부담</li> <li>- 관세 납부 후 통상 5-7일 이내에 통관</li> <li>- 대상 : 신규 수입자 및 고위험 신용보유자, 고위험 품목 수입자 등</li> </ul>                                                                                                                  |
| 황색 채널<br>(Yellow Channel, 위험)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품 검사 비대상, 서류 검사 대상</li> <li>- 관세 납부 후 통상 3-4일 이내에 통관 됨</li> <li>- 대상 : 적색 채널 지정 이후 1년간 관세법규 위반사실이 없으며 우수 수입 실적 보유</li> </ul>                                                                                                                |
| 녹색 채널<br>(Green Channel, 우수)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품 반출 후 서류 검사 진행</li> <li>- 관세 납부 후 12시간 이내에 통관 완료</li> <li>- 대상 : 황색 채널 지정 이후 3개월간 관세법규 위반사실이 없는 경우</li> </ul>                                                                                                                              |
| MITA 채널<br>(MITA Channel, 최우수) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품검사, 서류심사 모두 면제</li> <li>- 관세 사후납부 가능(고위험 물품 등은 서류심사 후 통관)</li> <li>- 통관세 유예 여부에 따라 Priority Channel 업체 및 Non Priority Channel 업체로 구분</li> <li>- 대상 : 내부 관리 체계(Internal Control System)과 신용 있는 비즈니스 시스템을 보유해야 하며, 관세 체납사실이 없는 경우</li> </ul> |



### ● Step 8 : 물품 인도

- 관세청의 승인을 득한 후 수입물품이 인도되며, 물품의 인도시점은 화물 대기 순서 분류에 따름

### ● Step 9 : 물품 인수

- 수입된 물품은 하역일로부터 최장 2개월 동안 항구의 임시 창고 혹은 노상 장소에 보관될 수 있지만 지정기간 내 통관 허가를 받지 못한 물품은 소유권이 세관으로 이관될 수 있음
- 지정기간 이내에 통관 허가를 받지 못한 물품은 소유권자가 없는 물품으로 구분되어 세관이 폐기, 제거, 재수출, 경매를 통하여 판매할 수 있는 권리를 가질 수 있음

## 📁 통관시 제출서류

- 수입물품 통관 시, 수입신고서(PIB)를 제출하되 신고서에서는 다음의 정보가 포함되어 있어야 함

- 신고자 이름과 주소
- 수출자 이름과 주소
- 수입자 이름과 주소
- 운송수단 명칭
- 물품가격

- 수입신고서(PIB)와 함께 다음의 서류를 세관에 제출함

- 선하증권
- 상업송장
- 포장명세서
- 보험증서
- 수입허가

## (2) 검역제도

### 📁 관리·법률체계

- 농업검역본부(The Indonesia Agency for Agriculture Quarantine, IAQA)

- 농업검역본부는 농업부의 산하기관으로써 인도네시아 검역을 담당

- 해양수산부(Ministry of Marine Affairs and Fisheries)

- 수산물을 관할하는 기관으로 인도네시아 내에서 수산제품의 검역제도를 관장함

- 수산제품안전청(Fish Quarantine and Inspection Agency)

- 어류 및 수산제품의 인증을 제공하는 권한을 보유하고 있음
- 수산제품의 검역을 실시함

- 동물, 수생물, 식물 검역법 : 1992년 제16호

- 해당 법은 수생물을 포함한 동물 및 식물의 수입, 수출 및 이전과 관련된 검역 요구사항을 명시하고 있음.

또한 인도네시아 검역 관련 법률 체계에서 최상위에 위치하며 검역에 관한 내용을 포괄적으로 다루고 있음

#### ● 동물 검역

- 정부 규정 2000년 제82호
- 농업부 규정 2015년 제65호

#### ● 가금류 검역

- 농업부 규정 2014년 제37호

#### ● 식물검역

- 정부 규정 2002년 제14호
- 농업부 규정 2017년 제1호

### ● 검역절차

#### 인도네시아의 검역절차

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 검사 | 인가된 기관에서 요구서류의 존재를 확인하고, 검역대상이 되는 제품의 특성을 파악                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 격리 | 장기간, 특수시설, 제어된 환경조건 등을 요구하는 검역대상 제품은 격리되어질 수 있음                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 관찰 | 격리된 제품에 대하여 추가적 관찰이 진행됨                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 처리 | 검역대상의 제품은 다음의 경우에 처리가 됨<br>1. 동물, 수산물, 식물이 검역항목의 해충 또는 질병에 오염/감염 또는 오염/감염되었다고 의심이 갈 경우<br>2. 동물, 수산물, 식물이 검역항목의 해충 또는 질병으로부터 자유롭지 못하거나 자유롭지 못하다고 의심이 갈 경우                                                                                                                                                                                          |
| 역류 | 인도네시아에의 수입 요구조건이 완전하게 충족되지 못하였을 경우 검역대상 제품은 역류가 됨. 정부는 수입업자에게 규정충족을 위해 허용되는 기간을 명시                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 거부 | 다음과 같은 경우, 제품은 거부가 됨<br>1. 검사결과, 검역대상 제품이 검역항목의 해충 혹은 질병에 오염 또는 감염 되었거나, 부패하고 있거나, 훼손이 되어 있거나, 수입이 금지된 종에 속할 경우<br>2. 요구되는 서류가 제출되지 않았을 경우<br>3. 역류 조치 이후, 지정된 기간 이내에 요구조건을 충족하지 못할 경우<br>4. 운송수단 내에서 처리가 되었으나, 운송수단이 동물, 수산물, 식물의 검역항목의 해충 또는 질병으로부터 자유롭지 못한 경우                                                                                   |
| 폐기 | 다음의 경우, 제품은 폐기가 됨<br>1. 운송수단으로부터 하역이 되고, 후속적인 검사에서 제품이 검역항목의 해충 또는 질병에 감염이 되었거나, 부패하고 있거나, 훼손이 되었거나, 수입이 금지된 종에 속할 경우<br>2. 입국 거부 이후에, 지정된 기간 이내에 소유주가 해당 제품을 인도네시아 영외 또는 목적지 이외의 지역으로 이송하지 않을 경우<br>3. 격리 후 관찰에서, 제품이 검역항목의 해충 또는 질병의 오염/감염으로부터 자유롭지 못하다고 판단이 된 경우<br>4. 운송수단에서 하역후 추가 처리가 되었으나, 운송수단이 동물, 수산물, 식물의 검역항목의 해충 또는 질병으로부터 자유롭지 못한 경우 |
| 인도 | 제품이 오염 또는 감염으로부터 자유로울 경우, 제품은 인도가 됨. 수입업자가 모든 요구조건을 충족하였다면, 인도증명서가 발급이 됨                                                                                                                                                                                                                                                                           |

- 검역절차를 위해서는 다양한 서류들이 제출 또는 작성 되어져야 함. 요구되는 서류는 수입되는 제품의 유형에 따름. 일부의 서류양식 및 요구서류는 온라인으로 제출이 가능

1. 운송수단/목재포장재/PSAT 확인서
2. 식물검역시행절차/안전감독/PSAT 승인서
3. 화물하역 승인서
4. 훈증증명서
5. 소독증명서
6. 식물검역증명서
7. 운송수단 도착 보고서
8. 원산지 및 경유지 국가의 건강 증명서

### ● 주요 품목별 검역제도

#### ● (Case 1) 육류

- 인도네시아 농업부는 2014년 5월 12일자로 No.65/2014(동물성 제품의 수입, 수출 및 유통을 위한 동물 검역 조치)를 공포함. 동물성 제품(Hasil Bahan Asal Hewan, HBAH)의 범주에는 가공육, 유제품, 가공란이 포함됨
- 검역은 검사, 역류, 거부, 폐기, 인도의 형태로 구분되며, 검사는 서류 검사(위생 증명서 및 할랄 인증)와 제품의 실물 검사(포장, 온도 및 제품 상태)로 구성됨
- 수입된 동물성 제품(HBAH)의 검역 시에는 다음의 요구사항을 충족해야 함
  - 원산지 국가에서 발행된 위생증명서 구비
  - 제품 포장 요건 충족
  - 제품 온도 요건 충족
  - 할랄 인증
- 위생 증명서에는 다음의 내용이 포함되어야 함
  - 해당 동물성 제품에의 검역동물방해생명체(HDHK) 미검출
  - 수의공중보건 관련 법률 조항 준수
  - 제품 소유자 신원
  - 제품 수령인 신원
  - 출발항 및 적재일
  - 제품 유형 및 수량
  - 목적항
- 제품의 포장 요건은 다음과 같음
  - 생산자 이름과 주소
  - 생산일자
  - 유효기간

- 제품 유형 및 종량
- 상표명
- 할랄 로고
- 할랄 인증은 일부 제품에 한하며, 인도네시아 울라마 위원회(MUI)가 인정한 원산지 국가의 할랄 인증 기관이 발행한 할랄 인증을 통해 증명함

#### ● (Case 2) 가공식품

- 가공식품의 위생검사는 신선 식품과 달리 보건부 산하 인도네시아 식품의약품(BPOM)에서 관할하며, 검사 후 검사증명서를 발급함
- 가공식품은 특정제품 수입 등록서(ITPT)와 함께 인도네시아 식품의약품(BPOM)의 홈페이지([www.bpom.go.id](http://www.bpom.go.id))에서 수입업체 및 수입식품 등록(ML)을 완료해야 함

#### ● (Case 3) 신선 농산물

- 신선 농산물에 대한 검역절차는 인도네시아 법안에 설명된 식물 및 종자의 검역절차와 동일함. 인도네시아 정부 규정 No.14/2002(식물 검역)이 현재까지 가장 종합적인 지침서 역할을 하며 절차는 다음과 같음
- 수출업체는 안전성 검사를 위해 국립농산물품질관리원(농관원) 관할 지원(사무소)에 검정의뢰서를 작성하여 신청하며, 안전성 담당자는 신청 서류를 수거하여 지원 분석실로 송부함
- 시료 분석이 완료되면 해당 시료의 분석 결과를 국립농산물품질관리원(농관원) 지원(사무소)에서 통보함
  - 수출 적합 : 지원 품질관리과에서 분석증명서 발급
  - 수출 부적합 : 농산물 등의 안전성 조사업무 처리요령에 따라 처리
- 수출 적합 결과를 통보받은 수출업체는 인도네시아 농업검역본부(IAQA)의 공식 웹사이트를 통해 사전 신고를 신청함
  - 인도네시아 도착 전 경유를 하는 경우, 경유를 위한 사전신고서를 함께 신청함
- 인도네시아 농업검역본부(IAQA)은 접수사항을 확인한 후 사전신고서를 발급함
- 수출업체는 사전신고서(경유지 사전신고서 포함)와 분석증명서를 제출하고 해당 제품을 수출함
- 인도네시아 농업검역본부(IAQA)는 제출된 서류의 유효성을 심사함
  - 사전신고서 : 원산지코드와 바코드 일치 여부
  - 분석증명서 : 등록된 실험실에서 발행되었는지 여부, 기타 인도네시아 측 식품안전기준 준수 여부
- 수입업체는 수입화물 도착 7일 이전에 신선 농산물에 대한 수입계획을 제출해야 함. 해당 수입계획을 인도네시아 농업검역본부(IAQA)에 통보할 시 다음의 내용이 포함되어야 함
  - 전체 금액
  - 제품 유형
  - 생산지역 및 상표
  - 운송수단



- 목적지/경유지 항구
- 포장재 종류
- 컨테이너 번호
- 수입업자들은 진입 항구의 검역담당관에게 신선 농산물의 도착을 보고하고 실물을 인도함. 검역담당관은 통보받은 내용에 따라 국내식물검역통과증명서(KT 2)를 발급함
- 검역담당관은 다음과 같은 구비서류를 확인
  - 식물, 종자 진입 허가서
  - 식물 건강 증명서
  - 원산지 증명서
  - 운송수단의 도착 계획
  - 화물 목록
  - 선하증권
  - 항공화물운송장
- 검역담당관은 신선 농산물에 대한 검역식물방해생명체(OPTK)의 오염여부 판단을 위해 식물의 상태에 대한 의료검사 및 위험요인 분석을 실시함
- 검역담당관은 농산물이 검역식물방해생명체(OPTK)의 오염이 없다고 판단되면 표준 검역통관절차를 수행함
- 수입업자는 검역서비스 비용을 지불함
- 검역담당관은 미감염/미오염 증명서(KT 9)를 발급하여 제품을 수입업자에게 인도함

## 04 필리핀



### 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 155

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

### 2. 농식품 시장 현황 162

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

### 3. 농식품 유통 현황 169

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

### 4. 농식품 수출 프로세스 177

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도



# 이 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 농업규모

#### 주요지표

#### 필리핀 농업 주요지표(2017년)

| 총면적(ha) | 총생산액(억 달러) | 농업인구(명)  | 평균기온(°C) | 강수량(mm)   |
|---------|------------|----------|----------|-----------|
| 13백만    | 330        | 104.92백만 | 27.3     | 2,047(평균) |

- 필리핀 통계청에 따르면 2017년 기준 필리핀 총 GDP는 15조 페소(약 28,992백만 달러)를 기록하였으며, 농업 총생산액은 330억 달러로 2016년 대비 307억 달러에 비해 1.2% 소폭 증가하였음. 하지만 필리핀 통계청 추산 2017년 GDP 대비 필리핀 농업이 차지하는 비율은 9.7%로 산업(30.5%), 서비스업(59.9%)에 비해 낮음

#### 필리핀 전체 산업 대비 농업 규모

(단위: %)

| 구분   | 2013년 | 2015년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 농업   | 11.3  | 11.3  | 10.3  | 9.7   | 9.7   |
| 산업   | 31.1  | 31.3  | 30.9  | 30.7  | 30.5  |
| 서비스업 | 57.6  | 57.3  | 58.8  | 59.6  | 59.9  |

\* 출처: 필리핀 통계청(<http://industry.gov.ph>)

- 필리핀 전체 인구(2017년 기준 1억 5백만 명)의 약 9.7%가 농업에 종사하고 있으나, 2013년 이후 도시 이주민 증가로 농업 종사 인구는 꾸준히 감소하는 추세임

#### 필리핀 농업 인구

(단위: 천 명)

| 구분    | 2013년  | 2015년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 농업 인구 | 11,840 | 11,800 | 11,290 | 11,060 | 10,260 |

\* 출처: Selected statistics on agriculture 2018

## 농업 특성

- 국토의 45%, 노동 인구의 약 9.7%가 농업에 종사하지만 농업 총생산액은 전체 GDP의 약 8.8% 수준으로 농업이 창출하는 부가가치는 낮은 편임
- 필리핀의 주요 생산 작물은 쌀이며, 고온다습하고 풍부한 강수량으로 평균 2모작, 일부 지역에서는 3모작까지 가능하여 쌀 재배에 유리한 조건을 가지고 있으나 관개 및 저장시설 등의 부족으로 인해 생산성이 낮아 주변국으로부터 쌀을 수입함. 2017년 기준 쌀의 주요 생산지는 Central Luzon (18.86%), Cagayan Valley(13.78%), Western Visayas(11.57%) 등 루손 및 비사야스 섬에 분포함

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### 주요 생산품목 및 규모

- 곡류 생산량이 전체 농수산물 생산의 약 49.65%를 차지할 정도로 높은 비중을 가지며, 육류, 유제품, 수산물의 경우 부류별 약 16%대의 비중으로 비슷한 생산규모를 가짐

### 필리핀 부류별 생산규모 점유(2017Q2~2018Q2)

| 구분      | 곡류    | 육류    | 유제품   | 수산물   |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 점유현황(%) | 49.65 | 16.67 | 16.83 | 16.85 |

\* 출처: 필리핀 통계청, Business World

## 농산물

- 2017년 기준 농산물 총생산량은 약 91백만 톤으로 전년 대비 약 12.2% 증가하였음. 사탕수수가 31.9%로 가장 많은 생산 비중을 차지하였으며 쌀(21.1%), 코코넛(15.3%), 바나나(10.0%), 옥수수(8.6%) 순으로 생산됨

### 필리핀 농산물 품목별 생산량

(단위: 백만 톤)

| 구분   | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 사탕수수 | 24.6  | 25.0  | 22.9  | 22.4  | 29.3  |
| 쌀    | 18.4  | 19.0  | 18.1  | 17.6  | 19.3  |
| 코코넛  | 15.4  | 14.7  | 14.7  | 13.8  | 14.0  |
| 바나나  | 8.6   | 8.9   | 9.1   | 8.9   | 9.2   |
| 옥수수  | 7.4   | 7.8   | 7.5   | 7.2   | 7.9   |
| 카사바  | 2.4   | 2.5   | 2.7   | 2.8   | 2.8   |
| 파인애플 | 2.5   | 2.5   | 2.6   | 2.6   | 2.7   |
| 망고   | 0.8   | 0.9   | 0.9   | 0.8   | 0.7   |
| 고구마  | 0.5   | 0.5   | 0.5   | 0.5   | 0.5   |



| 구분         | 2013년  | 2014년  | 2015년 | 2016년  | 2017년  |
|------------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 고무         | 0.4    | 0.5    | 0.4   | 0.4    | 0.4    |
| 가지         | 0.2    | 0.2    | 0.2   | 0.2    | 0.2    |
| 토마토        | 0.2    | 0.2    | 0.2   | 0.2    | 0.2    |
| 양파         | 0.1    | 0.2    | 0.2   | 0.1    | 0.2    |
| 양배추        | 0.1    | 0.1    | 0.1   | 0.1    | 0.1    |
| 칼라만시       | 0.2    | 0.2    | 0.2   | 0.1    | 0.1    |
| 아바카(Abaca) | 0.07   | 0.07   | 0.07  | 0.07   | 0.07   |
| 커피         | 0.08   | 0.08   | 0.07  | 0.07   | 0.06   |
| 담배         | 0.05   | 0.06   | 0.06  | 0.06   | 0.05   |
| 몽고(Mongo)  | 0.03   | 0.03   | 0.03  | 0.03   | 0.04   |
| 땅콩         | 0.03   | 0.03   | 0.03  | 0.03   | 0.03   |
| 마늘         | 0.009  | 0.009  | 0.01  | 0.008  | 0.008  |
| 기타         | 3.6    | 3.5    | 3.6   | 3.5    | 3.6    |
| 합계         | 85.669 | 86.979 | 84.17 | 81.468 | 91.458 |

\* 출처: 필리핀 통계청, Selected Statistics on Agriculture 2018

## 축산물

- 필리핀 중산층으로 부터 돼지고기에 대한 수요가 증가하면서 돼지고기가 전체 축산물 생산의 약 81.6%를 차지해 축산물 생산량의 증감을 좌우함. 돼지 외 가축(소, 물소 등)도 사육하지만 전체 축산물 생산의 약 18.4% 비중을 그침

## 축산물 생산량

(단위: 천 톤)

| 구분  |              | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-----|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 가축  | 돼지           | 2,012 | 2,032 | 2,120 | 2,231 | 2,265 |
|     | 소            | 258   | 261   | 266   | 270   | 266   |
|     | 물소 (Carabao) | 141   | 143   | 142   | 144   | 144   |
|     | 염소           | 75.4  | 76.1  | 77.5  | 77.5  | 77.3  |
|     | 낙농           | 19.5  | 19.7  | 20.4  | 21.2  | 22.8  |
| 가금류 | 닭            | 1,589 | 1,606 | 1,694 | 1,706 | 1,777 |
|     | 오리           | 35    | 35    | 34    | 32    | 31    |

\* 출처: 필리핀 통계청, Selected Statistics on Agriculture 2018

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### 🍌 전체 수출입 현황

- 2018년 기준 필리핀은 약 6,749백만 달러의 농수산물식품을 수출했으며, 약 13,340백만 달러를 수입하였음
- 경제 발전, 소득증가, 식습관 변화 등의 원인으로 농식품에 대한 수요가 다양해짐에 따라 농수산물식품에 대한 수입 비중의 증가율이 높아지는 추세임

#### 필리핀 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분 | 2014년 | 2015년 | 2016년  | 2017년  | 2018년  |
|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| 수출 | 9,523 | 7,473 | 7,724  | 6,930  | 6,749  |
| 수입 | 8,328 | 8,322 | 10,148 | 10,855 | 13,340 |

\* 출처: Global Trade Atlas

#### 🍌 주요 수출국

- 미국, 일본, 중국으로 수출되는 비중이 전체 수출의 약 52.2%를 차지하였음
- 일본은 필리핀 농식품의 최대 수출국이나, 최근 수출액이 지속적으로 감소해 전년 대비 약 20.5% 감소한 1,484백만 달러를 수출함
- 일본, 중국 등 아시아 지역으로는 바나나가 주요 수출 품목이며, 최근 일본 및 중국으로 바나나 및 파인애플에 대한 수출이 대폭 증가하였음

#### 필리핀 농림축산식품 주요 수출국가

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분    | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 일본    | 3,833 | 3,264 | 3,327 | 1,868 | 1,484 |
| 미국    | 1,561 | 1,321 | 1,280 | 1,369 | 1,243 |
| 중국    | 544   | 270   | 338   | 444   | 806   |
| 네덜란드  | 472   | 472   | 521   | 767   | 473   |
| 한국    | 472   | 280   | 327   | 332   | 424   |
| 말레이시아 | 191   | 111   | 134   | 161   | 172   |
| 영국    | 107   | 90    | 88    | 114   | 143   |
| 태국    | 203   | 148   | 135   | 119   | 143   |
| 스페인   | 66    | 64    | 57    | 93    | 142   |
| 독일    | 136   | 106   | 100   | 143   | 133   |
| UAE   | 138   | 97    | 123   | 124   | 133   |

\* 출처: Global Trade Atlas

- 야자유, 바나나와 파인애플 등 현지 기후에 적합한 열대성 식물 및 과일의 수출 비중이 높은 편이며, 특히 신선 바나나는 2017년 기준 전년 대비 54.6% 증가하였음

### 필리핀 주요 수출품목

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분         | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 코코넛 오일     | 1,006 | 1,220 | 1,168 | 1,152 | 1,615 |
| 바나나(신선)    | 963   | 1,130 | 658   | 730   | 1,129 |
| 파인애플       | 425   | 434   | 574   | 711   | 583   |
| 참치         | 619   | 501   | 350   | 278   | 522   |
| 코코넛(건조)    | 199   | 255   | 160   | 210   | 341   |
| 분말당        | 273   | 107   | 22    | 99    | 204   |
| 제조담배       | 248   | 325   | 208   | 161   | 189   |
| 해조류 및 카라지난 | 219   | 257   | 203   | 199   | 174   |
| 잎담배        | 92    | 122   | 101   | 92    | 109   |

\* 출처: 필리핀 통계청, Selected Statistics on Agriculture 2018

### 주요 수입국

- 미국, 중국, 인니, 태국으로부터 수입되는 비중이 전체 수입의 약 46.8% 차지함
  - 미국은 필리핀 농식품의 최대 수입국이며, 전년 대비 약 14.8% 증가한 2,696백만 달러를 수입하였음
  - 주로 미국에서 수입되는 제품은 콩 및 밀 등 곡물류임
  - 필리핀 내 커피 수요(커피 시장 연평균(2019~2023) 증가율, 6.9%), 증가로 인해 인도네시아로부터 커피가 주로 수입됨

### 필리핀 농림축산식품 주요 수입국가

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분    | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 미국    | 1,921 | 1,910 | 2,196 | 2,348 | 2,696 |
| 중국    | 627   | 730   | 1,011 | 966   | 1,289 |
| 인도네시아 | 545   | 645   | 832   | 1,023 | 1,180 |
| 태국    | 459   | 530   | 733   | 663   | 1,084 |
| 말레이시아 | 605   | 609   | 791   | 848   | 845   |
| 베트남   | 492   | 388   | 414   | 483   | 768   |
| 호주    | 468   | 408   | 504   | 684   | 695   |
| 뉴질랜드  | 370   | 320   | 365   | 423   | 454   |
| 싱가포르  | 366   | 379   | 441   | 417   | 450   |
| 캐나다   | 184   | 249   | 257   | 318   | 435   |

\* 출처: Global Trade Atlas

- 필리핀 경제 및 인구 증가로 밀, 메슬린, 대두유 등에 대한 수요가 증가하면서 콩과 곡물류 수입 규모가 높아짐. 밀 및 메슬린은 2017년 기준 전년 대비 11.2% 증가함

#### 필리핀 농식품 주요 수입품목

(단위: 백만 달러(USD))

| 품목        | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 밀 및 메슬린   | 2,473 | 3,095 | 4,770 | 5,243 | 5,828 |
| 대두유 및 대두박 | 1,513 | 1,991 | 1,955 | 2,628 | 2,520 |
| 제조비료      | 978.6 | 1,219 | 1,051 | 1,271 | 1,483 |
| 우레        | 637.0 | 773.2 | 672.1 | 968.9 | 1,020 |
| 쌀         | 399.1 | 1,089 | 1,482 | 609.4 | 888.1 |
| 밀크 및 크림   | 296.0 | 277.6 | 350.7 | 431.4 | 412.6 |
| 냉동 닭고기    | 95.55 | 166.6 | 190.5 | 235.8 | 253.7 |
| 커피        | 90.89 | 70.68 | 91.18 | 190.8 | 197.7 |
| 냉동 소고기    | 75.44 | 100.8 | 103.5 | 113.1 | 120.1 |

\* 출처: 필리핀 통계청, Selected Statistics on Agriculture 2018

## (2) 한국의 對 필리핀 농식품 수출 현황

### 수출규모

- 對 필리핀 한국 농식품 수출은 2018년 전년 대비 약 13.2% 감소하였음
  - 전체 수출실적은 약 130백만 달러로 가공식품의 수출 비중이 가장 높음
  - 부류별 : (농산물) 118백만 달러, (축산물) 4백만 달러, (임산물) 8백만 달러
- 라면, 비스킷 등 가공식품의 수출이 주를 이루며, 신선 부류에서는 단감 수출이 높은 편
  - 최근 한류 영향으로 한국산 라면 제품에 대한 현지 수요가 증가하는 추세
  - 필리핀 현지인들로부터 인기가 높은 단감 수출이 전체 과실류의 약 25%를 차지하나, 국내 생산 시기에 한해 수출이 집중되어 매년 약 1백만 달러 수출액 유지하였음

#### 對 필리핀 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

|     | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 105,727 | 118,028 | 120,728 | 113,330  | 47,076   | △58.4    |
| 축산물 | 1,110   | 1,408   | 1,016   | 1,231    | 1,135    | △7.7     |
| 임산물 | 8,823   | 8,766   | 11,644  | 16,821   | 13,413   | △20.2    |
| 합 계 | 115,660 | 128,202 | 133,388 | 131,382  | 61,624   | △53.0    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## 對 필리핀 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 127,054 | 124,113 | 136,001 | 142,019  | 117,614  | △17.1    |
| 축산물 | 4,456   | 4,551   | 3,525   | 3,755    | 4,249    | 13.1     |
| 임산물 | 4,585   | 3,757   | 3,699   | 4,438    | 8,482    | 91.1     |
| 합 계 | 136,095 | 132,421 | 143,225 | 150,212  | 130,345  | △13.2    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 필리핀 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년   |        | 2017년   |        | 2018년   |        |
|----|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|    | 품목      | 수출액    | 품목      | 수출액    | 품목      | 수출액    |
| 1  | 과당      | 30,152 | 과당      | 22,182 | 혼합조제식료품 | 21,851 |
| 2  | 혼합조제식료품 | 23,340 | 혼합조제식료품 | 21,548 | 라면      | 12,094 |
| 3  | 라면      | 8,935  | 라면      | 13,784 | 비스킷     | 6,166  |
| 4  | 커피조제품   | 8,691  | 커피조제품   | 11,442 | 기타소스제품  | 5,006  |
| 5  | 비스킷     | 7,387  | 비스킷     | 5,337  | 소주      | 4,877  |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

- 2018년 필리핀 식품시장의 규모는 약 850억 달러로 전년 대비 10.2% 성장함
  - 전체 GDP의 약 27%를 차지하며, 최근 3개년 간 8.2% 성장률을 보임
  - 소득수준 및 꾸준한 인구증가의 원인으로 식품시장 규모는 2023년까지 연평균 8.5%대의 성장률을 유지할 것으로 전망됨

#### 필리핀 품목별 시장규모

(단위: 백만 페소/%)

| 구분      | 2016년e      | 2017년e      | 2018년e      | 2019년f      | 2021년f      | 2023년f      |
|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 식품      | 3,747,713.3 | 4,046,059.1 | 4,457,160.6 | 4,885,499.5 | 5,772,773.0 | 6,816,135.3 |
| 성장률     | 6.3         | 8.0         | 10.2        | 9.6         | 8.6         | 8.7         |
| 빵·쌀·씨리얼 | 974,214.5   | 1,015,027.0 | 1,069,389.0 | 1,124,186.3 | 1,233,196.4 | 1,355,915.8 |
| 성장률     | 3.3         | 4.2         | 5.4         | 5.1         | 4.7         | 4.9         |
| 파스타류    | 5,806.0     | 6,056.0     | 6,389.9     | 6,727.1     | 7,399.7     | 8,159.0     |
| 성장률     | 3.4         | 4.3         | 5.5         | 5.3         | 4.9         | 5.1         |
| 제과제빵류   | 28,430.7    | 28,998.2    | 29,672.4    | 30,286.1    | 31,342.7    | 32,306.2    |
| 성장률     | 1.7         | 2.0         | 2.3         | 2.1         | 1.7         | 1.5         |
| 육가금류    | 769,796.6   | 741,144.8   | 939,974.9   | 1,043,464.7 | 1,259,098.7 | 1,514,212.7 |
| 성장률     | 7.3         | 9.3         | 11.7        | 11.0        | 9.7         | 9.7         |
| 어류제품    | 776,140.0   | 859,197.9   | 974,727.3   | 1,096,181.6 | 1,350,407.7 | 1,652,583.5 |
| 성장률     | 8.5         | 10.7        | 13.4        | 12.5        | 10.8        | 10.6        |
| 유제품     | 387,634.7   | 425,905.0   | 479,017.3   | 534,734.4   | 651,072.4   | 789,006.3   |
| 성장률     | 7.8         | 9.9         | 12.5        | 11.6        | 10.2        | 10.1        |
| 유지류     | 55,979.9    | 59,790.8    | 65,010.4    | 70,416.8    | 81,537.9    | 94,521.4    |
| 성장률     | 5.3         | 6.8         | 8.7         | 8.3         | 7.5         | 7.7         |
| 신선·저장과일 | 188,256.1   | 208,506.3   | 236,677.3   | 266,296.8   | 328,305.3   | 402,020.5   |
| 성장률     | 8.6         | 10.8        | 13.5        | 12.5        | 10.8        | 10.6        |
| 신선채소    | 301,241.8   | 330,566.1   | 371,194.8   | 413,773.9   | 502,534.5   | 607,572.7   |
| 성장률     | 7.7         | 9.7         | 12.3        | 11.5        | 10.0        | 9.9         |
| 설탕·당류   | 94,343.0    | 101,336.3   | 110,947.9   | 120,937.3   | 141,568.9   | 165,756.9   |
| 성장률     | 5.8         | 7.4         | 9.5         | 9.0         | 8.1         | 8.2         |
| 기타식품    | 165,843.0   | 169,540.6   | 174,159.5   | 178,494.5   | 186,308.8   | 194,080.4   |
| 성장률     | 1.8         | 2.2         | 2.7         | 2.5         | 2.1         | 2.1         |

\* 출처: BMI Philippines Food & Drink Q3 2019 Report / e 추정치 / f 전망치

## 필리핀 1인당 국민소득

(단위: 달러/%)

| 연도  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017   |
|-----|-------|-------|-------|--------|
| 금액  | 7,930 | 8,850 | 9,390 | 10,030 |
| 성장률 | 6.1%  | 5.2%  | 6.1%  | 9.8%   |

\* 출처: 세계은행

## (2) 시장 특성

## 이민족의 영향으로 다양한 식문화 발달

- 스페인과 미국의 지배 영향으로 서양음식 문화가 발달했으며, 미국 통치 하에 급증한 화교의 영향으로 중국음식 문화 또한 발달하였음
- 지역별 특징
  - 북부지역(마닐라 등 루손 섬): 어업이 발달하여 식재료가 풍부함. 생선, 새우, 젓갈을 많이 사용해 다른 지역 음식보다 감칠맛이 있음
  - 중부지역(비사야 제도): 오랜 기간 스페인과 미국의 영향을 받아 서양음식을 선호하며 타 지역에 비해 음식 단맛이 강한 편임
  - 남부지역(민다나오 섬): 인근 동남아시아 국가의 영향을 받아 음식에 향신료를 많이 사용하며 레몬그라스, 고추 등을 많이 사용해 상대적으로 맛이 다른 지역보다 자극적임

## 식품 서비스업의 성장

- 서비스업이 전체 GDP의 58%를 차지할 정도로 비중이 크고 상대적으로 제조업은 취약함
- 서비스업의 성장에 따라 단순 섭취 목적이 아닌 질이 높은 음식 및 음식 서비스에 대한 요구가 증가하는 추세임

(단위: 백만 달러(USD))

## 필리핀 음식 서비스 시장규모 성장 추이



\* 출처: 미국 농림부

## 전자상거래의 성장

- 평균 연령 23세로 소비성향이 젊은 나라로 일평균 10시간 이상 인터넷을 사용함
- 인터넷 사용 증가에 따라 온라인을 통한 식음료 구매 비중도 증가하는 추세임

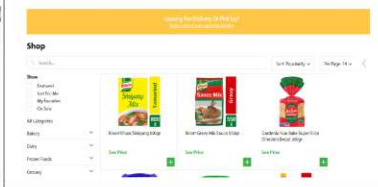
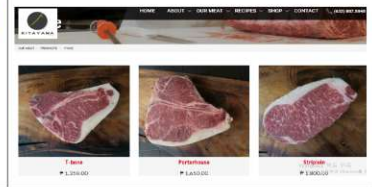
### 인터넷 소매 매출액 추이(PHPmn)

| 연도     |     | 2014     | 2015     | 2016     | 2017     |
|--------|-----|----------|----------|----------|----------|
| 인터넷 소비 | 식음료 | 93.4     | 98.0     | 104.1    | 110.9    |
|        | 전체  | 17,429.2 | 22,048.8 | 26,980.6 | 32,887.4 |

\* 출처: Euromonitor Internet Retailing in the Philippines

- 현지 소비자들이 식음료 구매를 위해 주로 이용하는 전자상거래 플랫폼에는 Metromart, Walter Mart Grocery Delivery 및 Kitayama Meatshop 등이 있음
  - Metromart : 2012년에 개설되었으며, 요거트, 우유, 캔 가공 식품위주로 판매됨
  - Walter Mart Grocery Delivery : 2015년에 개설되었으며, 유제품 및 조제분유 위주로 판매됨
  - Kitayama Meatshop : 2009년에 개설되었으며, 등급별(프라임, 슬렉트, 초이스 등) 다양한 부위(목살, 안심, 도가니 등)의 소고기만 판매됨

### 판매처 예시

| 판매처1                                                                                | 판매처2                                                                                | 판매처3                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| www.metromart.com                                                                   | https://www.grocerydelivery.com.ph/                                                 | http://kitayamawagyu.com/                                                            |
|  |  |  |

## 가공식품 시장 규모 증가

- 열악한 물류시스템과 가정 내 냉장시설 부족으로 인해 장기 보관이 가능하고 섭취가 용이한 가공식품에 대한 현지 수요가 높은 편임
- 생선과 함께 주요 단백질 공급원인 육류제품 또한 장기보관이 가능한 가공처리 형태의 제품을 선호하는 편임

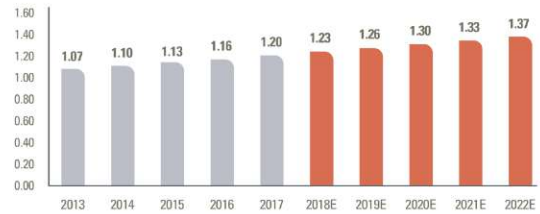


## 주요 가공식품 판매액(백만 페소)

| 구분      | 2016년     | 2017년     | 2018년     |
|---------|-----------|-----------|-----------|
| 유제품     | 387,634.7 | 425,905.0 | 479,017.3 |
| 설탕 및 당류 | 94,343.0  | 101,336.3 | 110,947.9 |
| 파스타류    | 5,806.0   | 6,056.0   | 6,389.9   |
| 유지류     | 55,979.9  | 59,790.8  | 65,010.4  |
| 제과제빵    | 28,430.7  | 28,998.2  | 29,672.4  |

## 육가공식품 시장규모

(단위: 십억 달러(USD))



\* 출처: Philippines Food &amp; Drink Report Q3 2019, 농림축산식품부, 필리핀 통계청

## 나 소비트렌드

## (1) 주요 소비트렌드

## ① 식음료에 대한 가계 소비지출

- 필리핀 가구당 소비지출 중 약 37%의 비용을 식료품·비주류음료 구입에 사용하며 이는 한국(14%), 베트남(34%), 말레이시아(31.2%)에 비해 높은 편임
- 식료품 지출은 2021년까지 연평균 약 8.8%의 높은 성장률을 보이며 6조2천억 달러에 이를 것으로 전망되는데 이는 가처분소득 증가에 따른 외식인구 확대가 주 원인인 것으로 보임

## ② 외식 활성화

- 소득수준에 비해 소비하고자 하는 성향이 강하고 서구문화에 대한 높은 수요로 최근 비교적 깔끔하고 서비스 질이 높은 프랜차이즈를 찾는 소비자들이 증가하고 있음

## 필리핀 프랜차이즈 시장규모

| 구분       | 2000년   | 2011년     | 2018년     |
|----------|---------|-----------|-----------|
| 기업 수(업체) | 598     | 1,300     | 2,000     |
| 가맹점 수(점) | 30,498  | 125,000   | 200,000   |
| 종업원 수(명) | 274,482 | 1,031,000 | 1,200,000 |
| 매출액(억불)  | 30      | 110       | 21        |

## 필리핀 요식업 시장규모 성장추이

(단위: 십억 달러(USD))

\* 출처: 필리핀 프랜차이즈 협회(<http://www.pfa.org.ph/>), HKTDC, Euromonitor

## ③ 설탕세 도입에 따른 저당제품 출시 증가

- 설탕, 당류, 섭취 감소를 위해 필리핀 정부는 2018년부터 '청량음료세'를 도입함
- 설탕을 사용한 음료에는 리터당 6페소, 액상과당이 함유된 음료에는 리터당 12페소를 부과함
- 당류 함량을 줄인 제품들의 출시 증가가 잇따르고 있음

## 저당류 제품 예시

| 제품1                                                                                                                                                                                    | 제품2                                                                                                                                                                                                          | 제품3                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명: Sugar-free Gatorade G-Active</li> <li>• 제조사: Pepsi-Cola Products Philippines, Inc.</li> <li>• 함량: 칼로리 (2), 설탕 (0), 나트륨 (86mg)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명: Apple &amp; Eve 100% Juice Grape</li> <li>• 제조사: Apple &amp; Eve LLC</li> <li>• 포장규격: 200ml</li> <li>• 함량: 칼로리 (100), 설탕 (23g), 나트륨 (10mg), 첨가설탕 없음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명: 100% Pineapple Juice Unsweetened</li> <li>• 제조사: Dole Philippines</li> <li>• 포장규격: 240ml</li> <li>• 함량: 칼로리 (140), 설탕 (34g), 나트륨 (10mg), 첨가설탕 없음</li> </ul> |
|                                                                                                       |                                                                                                                             |                                                                                                                        |

## (2) 농식품 관련 동향

### ☞ 정부 정책 동향

- ☞ 주요 농업 정책 목표는 안정적인 식량 공급을 보장하는 식량 안보와 빈곤 퇴치이며, 현 정부는 쌀 생산량 증대를 주요 목표로 삼고 있음
- ☞ 풍부한 수자원을 보유하나 토지상황은 열악하여 필리핀은 1900년대 초부터 농업의 효율성과 현대화 추진을 목적으로 토지 개혁 프로그램을 운영함
  - 현 정부는 비농업 목적의 농경지 사용을 용이하게 하기 위해 토지 이용 허가를 폐지하여 농업 목적의 토지 이용을 쉽게 함
- ☞ 자체적으로 수행하는 자국 농업개혁 및 정책실행에 한계가 있기 때문에 국제 원조를 받아 농업개혁을 실행함
  - 필리핀 농업 ODA 주요 사업현황 : 농업환경 및 수산업 개선(미국), 노동자 교육(이탈리아), 수산물 양식장 개선(한국), 유통시스템 및 가축질병 관리(호주) 등
    - \* 국가경제 개발부

### ☞ 필리핀 농업개발계획 2017~2022

- ☞ 농업, 산림업, 어업의 경제 기회를 확대하고자 '농업개발계획 2017~2022'을 수립
  - 계획의 주요 목적은 농업 종사자 및 소작농 등에게 농업에 종사할 수 있는 기회제공 증대임

## 분야별 도출 계획 주요 내용

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 농수산업<br>경제 기회 확대        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 농업 생산성 향상               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농업 경쟁력 강화를 위한 필요 자원(수자원 및 농경지) 지원</li> <li>- 농업 및 어업 장비의 구비</li> </ul> </li> </ul>                                                     |
|                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• AFF(농업, 어업, 산림업) 기업의 확장               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농작물 부가가치 및 농축산물 시장규모 확대</li> <li>- 새롭고 혁신적인 생산 및 마케팅 스킬을 통한 기업의 성장</li> </ul> </li> </ul>                                |
| 농업종사자 및 소작농<br>경제 기회 확대 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통물류 인프라 개선               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 철도, 수상 등 운송수단 및 물류시스템</li> </ul> </li> </ul>                                                                                         |
|                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기술증대               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 종자 개발 등 R&amp;D 및 수확기술에 대한 투자 확대</li> <li>- 영세 농업 및 어업 종사자들의 신기술 습득을 위한 자본금 증대</li> </ul> </li> <li>• 영세 농어업 종사자들을 위한 토지 증대 및 보호</li> </ul> |
| 자금 지원                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영세 농어업 종사자들의 정부자금 접근성 확대</li> <li>• 영세 농어업 종사자들을 대상으로 한 농어업 재해 보험 제공</li> </ul>                                                                                                                         |

\* 출처: FFTC(식량비교기술센터)

## 다 이슈품목

## 채식과 다이어트 식품

- 최근 필리핀 국민들의 소득 및 건강에 대한 관심도가 증가하면서 채식 또는 다이어트 식품에 대한 수요가 증가함. 특히, 신선 채소류 시장은 2018년 기준 12.3% 증가하여 19억 달러를 기록함
- Veganews에 따르면 필리핀 스타벅스는 채식주의자들을 위해 채식 케이크 메뉴를 선보임

## 스타벅스 채식 케이크

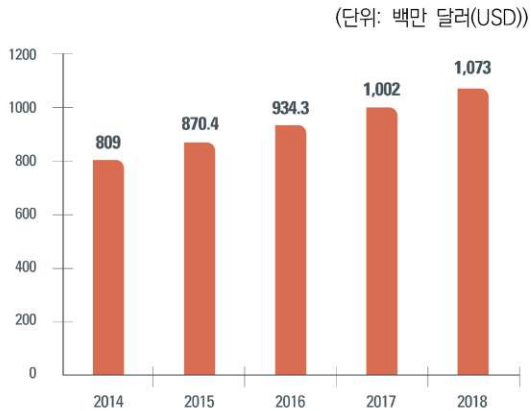


\* 출처: Veganews

## 인스턴트 면

- 사회활동이 증가함에 따라 간단히 끼니를 해결 할 수 있는 즉석 면 수요가 증가함
  - 국제즉석라면협회에 따르면 필리핀은 2018년 기준 3,980백만 개의 즉석 면을 소비하였으며 태국(3,460백만 개), 말레이시아(1,370백만 개), 캄보디아(330백만 개)보다 높았음

### 필리핀 인스턴트 면 시장 성장추이



### 필리핀 판매 제품(국가별)



필리핀산 소고기 라면



인도네시아산 볶음라면



태국산 새우라면



한국산 매운라면

\* 출처: Philippines Food & Drink Report Q3 2019, 농림축산식품부, 필리핀 통계청



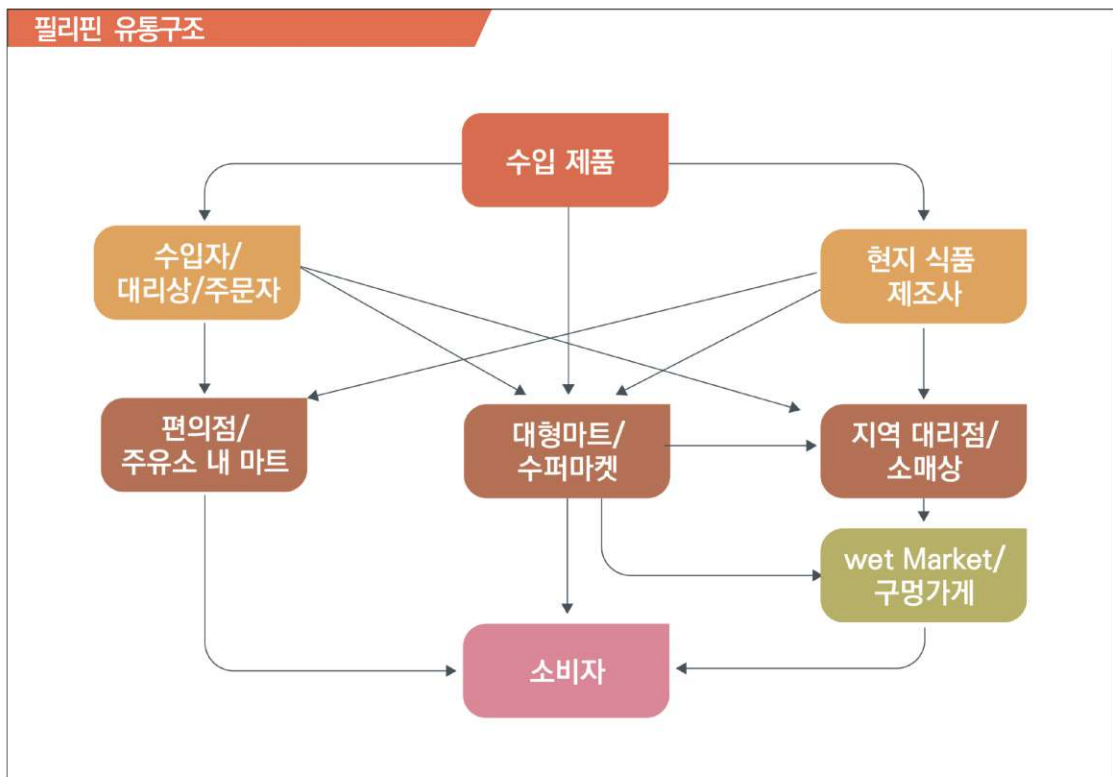
## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### 유통구조 및 특성

- 인구증가, 소득향상, 급변하는 라이프 스타일, 식품 품질안전에 대한 관심 증가 등이 필리핀 농식품 유통시장 성장에 핵심적인 역할을 함
- 유통채널은 크게 재래식 시장, 대형마트, 편의점, 슈퍼마켓 등이 있음. 특히, 대형마트, 슈퍼마켓 및 편의점(미니 마트 포함) 등은 소비자들의 편의성 수요 증가에 따라 최근 인기가 높아지는 추세



\* 출처: 미국 농무부(<https://www.fas.usda.gov/>)

## (2) 유통현황 및 특징

### ② 주요 유통채널

- 주요 유통채널의 형태는 슈퍼마켓, 대형마트, 미니마트, 편의점, Sari-Sari 상점, Wet Market 등 7가지로 구분됨
  - 슈퍼마켓, 대형마트, 미니마트의 경우 신선도 유지 및 비용 절감을 위해 자체 창고 시설을 활용하여 고품질의 상품 제공이 가능함

### 필리핀 주요 유통채널

| 구분           | 내용                                                                                                                                                                      |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 슈퍼마켓         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 400m<sup>2</sup>에서 2,500m<sup>2</sup> 사이의 규모 상점</li> <li>• 식음료 및 생필품 등을 주로 판매하며 쇼핑몰, 백화점 및 상업 단지 내 위치</li> </ul>               |
| 대형 마트        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 백화점 및 슈퍼마켓의 혼합 형태로 면적 2,500m<sup>2</sup> 이상</li> <li>• 비식료품(가구, 가전제품 및 의류 등) 비중이 약 35% 정도</li> </ul>                           |
| 미니 마트        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 편의점과 슈퍼마켓의 새로운 형태</li> <li>• 일반식품, 신선 육류/채소뿐만 아니라 음식도 제공하는 식음료 전문 취급 매장</li> </ul>                                             |
| 편의점          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 150~300m<sup>2</sup> 사이의 매장</li> <li>• 일반적으로 24시간 운영하며 주로 콘도, 주유소, 교차로 근처에 위치</li> <li>• 즉석 식품을 포함한 각종 식품 및 생필품을 취급</li> </ul> |
| Sari-Sari 상점 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한 가정이 소유하고 관리하는 작은 규모의 상점</li> <li>• 쌀, 식용유, 설탕과 같은 필수품을 포함한 다양한 제품 취급</li> <li>• 편의점보다 훨씬 작은 규모로 보통 한 가정 집 내에 위치</li> </ul>   |
| Wet market   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주로 신선 육류, 생선, 야채, 과일 등 자국 농산물을 판매</li> </ul>                                                                                   |

\* 출처: 미국 농무부(<https://www.fas.usda.gov/>)

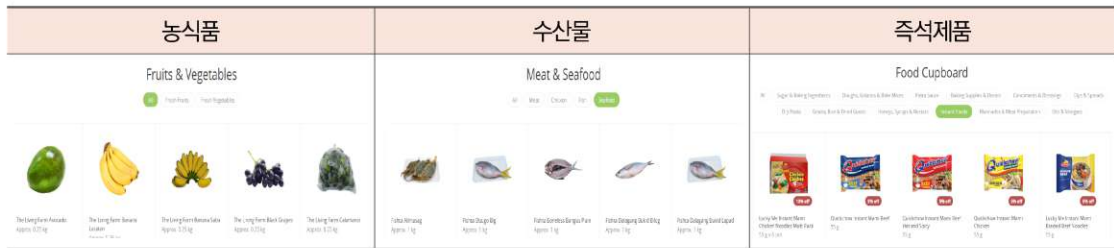
### ② 소매유통 시장의 성장

- 도시 계획화, 소비증가, 경제발전 등의 이유로 필리핀의 식료품 소매시장은 약9%대의 성장률을 보이며, 이는 중국, 인도네시아에 이어 세 번째로 큰 시장임
  - 소매시장 성장의 직접적인 원인은 인구 수 증가와 다양한 형태의 제품 구매방식을 원하는 소비자 수 증가 때문임
- 유통시장에 대한 필리핀 정부의 규제완화로 100% 해외 자본 투자가 가능해짐에 따라 다양한 서비스를 제공하는 유통사들이 증가하고 있음
  - 국내외 유통업체들의 경쟁 증가로 인해 전반적인 필리핀 온오프라인 유통 시장규모는 지속적으로 그 규모가 커질 것으로 예상됨

### ② 전자상거래의 활성화

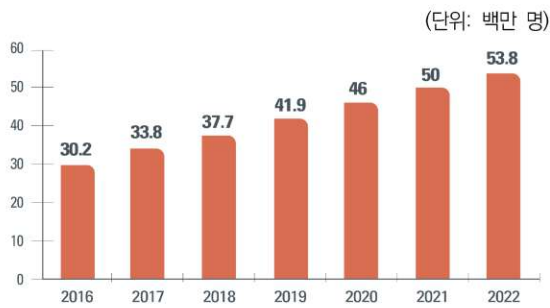
- 스마트폰 및 인터넷 보급률의 증가에 따라 필리핀 내 전자상거래 시장 매출이 증가함
  - 2018년 기준 8억4천만 달러의 매출을 기록했으며, 연간 12%의 성장이 전망됨

- 최근 농식품, 수산물, 즉석 제품까지 다양한 품목군의 입점이 확대되고 있으며, 시공간의 제약이 없는 편리성을 앞세워 온라인 쇼핑몰 이용 소비자는 매년 증가할 것으로 보임



\* 출처: Metromart

### 필리핀 온라인 쇼핑몰 이용자 수(백만 명)



\* 출처: Statista(<https://www.statista.com>)

### 필리핀 식품군 온라인 사이트

| 순위 | 온라인 매장명                      |
|----|------------------------------|
| 1  | MetroMart                    |
| 2  | Fishmonger's Daily Catch     |
| 3  | Walter Mart Grocery Delivery |
| 4  | Farms to Families            |
| 5  | Kitayama Meatshop            |
| 6  | Real Food                    |
| 7  | Marketa.ph                   |
| 8  | The Green Grocer             |
| 9  | MyTindahan.net               |

## 나 주요 유통채널 현황

### (1) 대형유통업체 규모 및 특징

● SM Retail Stores

| 업체 명            |  <b>INVESTMENTS CORPORATION</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------|---------|----|----|----|-----|----|------|---|----|-----------|--------------|----|----------------|----|----------------|----|----------|-----|------------|----|----------|-----|-----------------|-------|
| 개요              | <ul style="list-style-type: none"> <li>필리핀 최대 유통사이며 매우 공격적으로 매장 수를 늘리고 있음. 현재 일반 식품 유통사가 아닌 복합적 형태의 물을 운영하고 있음</li> <li>SM Investments Corp. 사의 유통 브랜드는 SM Markets, WalterMart 및 Alfamart 등이 있음</li> </ul> <p>〈지역별 입점 비중〉</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>비중(단위: %)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>메트로 마닐라</td><td>43</td></tr> <tr> <td>루존</td><td>39</td></tr> <tr> <td>비사야</td><td>12</td></tr> <tr> <td>민다나오</td><td>6</td></tr> </tbody> </table> <p>* 출처: SM 홈페이지</p> <p>〈브랜드별 점포 수〉</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>비중(단위: %)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>The SM Store</td><td>63</td></tr> <tr> <td>SM Supermarket</td><td>56</td></tr> <tr> <td>SM Hypermarket</td><td>53</td></tr> <tr> <td>Savemore</td><td>195</td></tr> <tr> <td>WalterMart</td><td>52</td></tr> <tr> <td>Alfamart</td><td>526</td></tr> <tr> <td>Specialty Store</td><td>1,383</td></tr> </tbody> </table> <p>* 출처: SM 홈페이지</p> | 구분 | 비중(단위: %) | 메트로 마닐라 | 43 | 루존 | 39 | 비사야 | 12 | 민다나오 | 6 | 구분 | 비중(단위: %) | The SM Store | 63 | SM Supermarket | 56 | SM Hypermarket | 53 | Savemore | 195 | WalterMart | 52 | Alfamart | 526 | Specialty Store | 1,383 |
| 구분              | 비중(단위: %)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 메트로 마닐라         | 43                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 루존              | 39                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 비사야             | 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 민다나오            | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 구분              | 비중(단위: %)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| The SM Store    | 63                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| SM Supermarket  | 56                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| SM Hypermarket  | 53                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| Savemore        | 195                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| WalterMart      | 52                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| Alfamart        | 526                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| Specialty Store | 1,383                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |
| 사진              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |           |         |    |    |    |     |    |      |   |    |           |              |    |                |    |                |    |          |     |            |    |          |     |                 |       |



Robinsons Retail Holding, Inc.

| 업체 명   |  <b>ROBINSONS<br/>RETAIL<br/>HOLDINGS, INC.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------|------|-----|-----|----|------|-----|-------|-----|--------|----|
| 개요     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Robinsons는 필리핀 최대 멀티 포맷 유통 업체 중 하나이며 슈퍼마켓, 백화점, 편의점, 카페 등을 운영함</li> </ul> <p>〈주요 브랜드별 점포 수〉</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>점포 수(단위: 개)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>슈퍼마켓</td><td>158</td></tr> <tr> <td>백화점</td><td>51</td></tr> <tr> <td>미니스톱</td><td>496</td></tr> <tr> <td>드렉스토어</td><td>501</td></tr> <tr> <td>코스타 커피</td><td>18</td></tr> </tbody> </table> <p>* 출처: Robinsons 홈페이지</p> | 구분 | 점포 수(단위: 개) | 슈퍼마켓 | 158 | 백화점 | 51 | 미니스톱 | 496 | 드렉스토어 | 501 | 코스타 커피 | 18 |
| 구분     | 점포 수(단위: 개)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 슈퍼마켓   | 158                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 백화점    | 51                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 미니스톱   | 496                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 드렉스토어  | 501                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 코스타 커피 | 18                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |
| 사진     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |             |      |     |     |    |      |     |       |     |        |    |

Metro Retail Store Group

| 업체 명 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |      |      |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|-----|---|---|---|----|---|---|---|-----|---|----|---|
| 개요   | <ul style="list-style-type: none"><li>1982년에 설립되어 대형마트, 백화점, 슈퍼마켓 등 필리핀 대형 유통 업체임.</li></ul> <p>〈주요 브랜드별 점포 수(단위: 개)〉</p> <table><tr><th>구분</th><th>백화점</th><th>슈퍼마켓</th><th>대형마트</th></tr><tr><td>NCR</td><td>5</td><td>7</td><td>2</td></tr><tr><td>루존</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr><tr><td>비사야</td><td>4</td><td>16</td><td>9</td></tr></table> <p>* 출처: Metro 홈페이지</p> | 구분   | 백화점  | 슈퍼마켓 | 대형마트 | NCR | 5 | 7 | 2 | 루존 | 3 | 3 | 3 | 비사야 | 4 | 16 | 9 |
| 구분   | 백화점                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 슈퍼마켓 | 대형마트 |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |
| NCR  | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 7    | 2    |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |
| 루존   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3    | 3    |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |
| 비사야  | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 16   | 9    |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |
| 사진   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |      |      |      |     |   |   |   |    |   |   |   |     |   |    |   |

업체 명



개요

- 1998년 설립 이후 해당 년도 12월에 대형마트 매장을 개설하였음. 매해 평균 3개 신규 점포 확장을 진행 중이며 특히, 남북 루손 지역에 사업 확장을 하고 있음.(필리핀 상장회사임)
- Puregold는 2020년까지 필리핀 전 지역에 총 500개 매장 설립을 목표로 하고 있음
- 2012년도에는 Kareila Management Corp.사를 인수하여 사업을 확장하였음
- 지난 2010년에 Retail Asia Pacific 500대 유통 업체로 선정되었음

〈주요 브랜드별 점포 수〉

| 구분         | 점포 수(단위: 개) |
|------------|-------------|
| Puregold   | 277         |
| NE Bodega  | 9           |
| Budgetlane | 8           |
| S&R        | 12          |
| QSR        | 23          |

\* 출처: Puregold 홈페이지

〈지역별 입점 점포 수〉

| 구분      | 점포 수(단위: 개) |
|---------|-------------|
| 메트로 마닐라 | 130         |
| 북 루손    | 83          |
| 남 루손    | 93          |
| 비사야     | 12          |
| 민다나오    | 11          |

\* 출처: Puregold 홈페이지

사진



## (2) 슈퍼마켓 규모 및 특징

- 미국 농무부 보고서에 따르면 2016년도에 필리핀 슈퍼마켓 시장 규모는 10.21백만 달러를 기록하였고 전체 유통시장에서 대형마트(6%)보다 높은 22.5% 비중을 차지함
- 식음료 및 생필품 등을 주로 판매하며 개인적으로 운영하는 슈퍼마켓 형태가 아닌 자금적으로 여유로운 슈퍼마켓 형태의 유통매장 수가 증가 하고 있는 추세임

### 주요 슈퍼마켓 브랜드별 매장 수 추이

| 브랜드명                   | 2016년 | 2017년 | 브랜드명                   | 2016년 | 2017년 |
|------------------------|-------|-------|------------------------|-------|-------|
| SM Save More           | 156   | 174   | Puregold Extra         | 30    | 33    |
| Puregold Price Club    | 147   | 160   | Walter Mart            | 27    | 31    |
| Robinsions Supermarket | 122   | 132   | Rustans Fresh          | 24    | 29    |
| Puregold Junior        | 100   | 100   | Wellcome               | 19    | 21    |
| Super 8                | 58    | 61    | Robinsions Easymart    | 15    | 19    |
| NCCC/ Choicemart       | 58    | 57    | Magic                  | 19    | 19    |
| LCC                    | 52    | 55    | CSI                    | 12    | 15    |
| SM-Shoesmart           | 48    | 51    | South Supermarkets     | 10    | 10    |
| Ever Supermarket       | 41    | 40    | Citimart               | 7     | 8     |
| Metro Gaisano          | 28    | 40    | Gaisano Davao          | 5     | 6     |
| Prince Warehouse       | 33    | 35    | Gaisano CDO            | 5     | 6     |
| Gaisano Grand          | 27    | 33    | Tropical Food Hut Mart | 5     | 5     |

\* 출처: Statista

## (3) 편의점 규모 및 특징

- Nielsen Philippines's latest Shopper Trends report에 따르면 2017년 기준 필리핀 편의점 시장 규모는 20% 증가하였으며 2016년 15% 증가 보다 5% 더 높은 수치임. 2018년 1분기에 총 4,300 개의 편의점이 필리핀 내에서 운영되었음
- 내수 소비 확대, 소득수준 향상, 구매 편의성 및 접근성, 쾌적한 환경 등의 요인으로 편의점의 시장 규모는 점차 증가하고 있음. 특히, 필리핀 중산층(18~20백만)의 경우 바쁜 일상 탓에 가깝고 편리성이 높은 편의점 방문이 잦고 있음

### 필리핀 소비자 편의점 선호사유

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 사유 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 긴 영업시간, 주차 등이 편리함</li> <li>· 대부분 편의점 취급 제품의 경우 저렴하고 가격대비 값어치가 높음</li> <li>· 원하는 제품을 쉽게 찾을 수 있음</li> <li>· 필요 제품이 한정적인 공간에 진열되어 있음</li> <li>· 가격 계산시 소요시간이 짧음</li> <li>· 프로모션 제품이 다양하고 기간이 김</li> <li>· 저렴하고 품질 높은 편의점 자체 브랜드 구매가 가능함</li> </ul> |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

\* 출처: Nielsen Shopper Trends Report 2018(<https://www.nielsen.com>)

필리핀 주요 편의점

| 세븐일레븐                                                                             | 미니스톱                                                                              | 올데이                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| 로손                                                                                | 알파마트                                                                              | 페밀리마트                                                                              |
|  |  |  |



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

##### 수출 프로세스

- 對 필리핀 농식품 수출은 기본적으로 5단계에 걸쳐 이루어지며 소요기간은 취급 품목에 따라 상이하지만 보통 10~15일 정도 소요
- 현지 수입을 위해서 기본적으로 갖춰야할 기본 서류는 아래와 같음(현지수입자 준비)
  - 1) 영업허가증(LTO-License to Operate), 2) 제품등록(CPR-Certificate of Product Registration)

#### 필리핀 수출입절차

| 번호 | 순서                 |   | 내용                                                                                                                             | 비고                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|--------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 수출 계약              | ➡ | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출국 HS 코드 파악</li> <li>FTA 협정별 수출 조건 및 시장 진입 조건 파악</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출업자</li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |
| 2  | 수입자 등록<br>수입허가서 발행 | ➡ | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입자 등록(CAS)</li> <li>영업허가 발급(LTO)</li> <li>위생/검역증명서(SPIC)</li> <li>제품등록(CRP)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>필리핀 식품의약품청</li> <li>필리핀 농업부</li> </ul>                                                                                                                                                                                      |
| 3  | 수입 신고/<br>통관절차     | ➡ | <ul style="list-style-type: none"> <li>단일창구에서 신고</li> <li>관련 증빙서류 제출 및 서류 심사</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>상업 송장</li> <li>포장 명세서</li> <li>선하증권</li> <li>항공화물운송장</li> <li>위생증명서</li> <li>기타 구비서류 등</li> </ul>                                                                                                                           |
| 4  | 관세 납부              | ➡ | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고서 처리</li> <li>관세 및 제세 납부</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>허가 받은 은행(Authorizes Agent Bank)에서 납부</li> <li>허가 은행 리스트(<a href="https://www.bir.gov.ph/index.php/list-of-authorized-agent-banks.html">https://www.bir.gov.ph/index.php/list-of-authorized-agent-banks.html</a>)</li> </ul> |
| 5  | 검사 및 통관            | ➡ | <ul style="list-style-type: none"> <li>물품 검사</li> <li>물품 반출</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>필리핀 관세국</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

#### 관리 및 법률체계

- 필리핀으로 수입되는 모든 식품과 농수산물은 식품 건강 및 동식물 위생법을 준수해야 하며 직간접적으로 자국민 건강에 위험을 초래하는 것으로 간주되는 경우 수입 불가능함
- 수입제품 안전성에 대해 자체 법령을 보유하고 있으나 시행은 미비하며 미생물 규정 등 특정 분야에 대해서는 미국 FDA 또는 유사 기관에서 제정한 규정을 따름

#### 필리핀 농식품 관련 법

| 담당부처    | 법령                                                           |
|---------|--------------------------------------------------------------|
| 필리핀 관세청 | 필리핀 관세 및 세관법<br>(Tariff and Customs Code of the Philippines) |
| 필리핀 식약청 | 식품안전법<br>(Republic Act No. 10611)                            |
| 필리핀 식약청 | 식품, 의약품, 화장품법<br>(Republic Act No. 9711)                     |

\* 출처: 필리핀 관세청(customs.gov.ph/), 식약청(fda.gov.ph)

- 필리핀으로 수입되는 모든 농식품은 각 담당 관할 부처에서 발행하는 증명서를 발급 받아야하며 농식품 수입 관련 현지 기관은 크게 보건부와 농업부로 구분됨

#### 필리핀 농식품 관련 담당부처

| 담당부처 | 산하기관 | 관할 품목 | 주요 역할                      |
|------|------|-------|----------------------------|
| 보건부  | 식약청  | 가공식품  | 필리핀 내 유통 식품 및 약품 관리감독      |
| 농업부  | BAI  | 육류제품  | 필리핀 육류 및 관련 제품 관리감독        |
|      | BPI  | 농산물   | 필리핀 농산물 제품 관리감독            |
|      | BAFE | 농수산물  | 필리핀 농수산업 발전 관련 기술 및 기기 개발  |
|      | ATI  | 농산물   | 필리핀 농업부 자문 역할              |
|      | BAFS | 농수산물  | 필리핀 농업 및 수산업 기준과 법령 연구     |
|      | BFAR | 농산물   | 필리핀 수산 자원 개발 자문 역할         |
|      | BAR  | 농산물   | 필리핀 농업 및 수산업 개발 관련 연구과제 수행 |

\* 출처: 각 기관 홈페이지

## (2) 통관절차

### ① (Step 1) 수입자 등록(CAS)

- 필리핀으로 농수산물식품을 수입하기 위해서 현지 수입업체(개인/기업)는 CPRS(Client Profile Registration System)에 등록 및 수입면허(CAS) 취득이 완료해야 함

### ② (Step 2) 영업허가(LTO), 위생/검역증명서(SPSIC), 제품등록(CRP)

- 수입면허 획득 후 필리핀 농축산식품 담당 기관에 등록된 개인이나 기업만이 필리핀에서 농식품을 수입할 수 있음
- (영업허가, LTO) 영업허가 발급은 가공식품에 해당되며 가공식품 통관을 위해서 필리핀 식품의약품청으로부터 영업허가(License to Operate, LTO) 발급을 받아야 됨
  - 제품 항목, 수입자 등록증명서, 신청서 등을 제출하여야 함
- (위생/검역증명서, SPSIC) 위생/검역증명서는 농축산 식품에 해당되며 필리핀 농업부로부터 위생/검역증명서(Sanitary and Phytosanitary Import Clearance, SPSIC)를 발급받아야 됨
  - 통합 신청서, 제품 라벨 및 사진, 수출국가에서 발행된 위생/검역 관련 증빙서류(COA, 위생증명서 등)를 제출해야 함
- (제품등록, CRP) 제품등록은 필리핀으로 수입 되는 가공식품에 해당 되며 필리핀 FDA에 수출하고자 하는 제품을 등록하는 제도임
  - 통합 신청서, 제품 사진 및 라벨, 수출국가에서 발행된 위생/검역 관련 증빙서류, 송장 등을 제출하여야 함
- 라벨링
  - 해외에서 수입되는 모든 농식품은 영어 또는 필리핀어로 표기(병기 가능)
  - 수출국 언어로 라벨이 기표기 되었을 경우 반드시 영어 라벨도 부착
  - 필리핀 식약청에서 승인한 라벨(필리핀어 및 영문) 표지가 부족할 경우 임시라벨(필리핀어 및 영문) 사용이 가능하며 최대 6개월까지 인정됨
  - 모든 정보는 하나의 라벨지에 표기해야하며, 제품에서 쉽게 탈착되면 안 됨

### 필리핀 농식품 라벨 필수 기입 정보

| 구분    | 내용                                                                 |
|-------|--------------------------------------------------------------------|
| 제품명   | · 제품명은 구체적이어야 하며, 식품의 본질을 나타내야함                                    |
| 상표명   | · 등록된 상표가 있다면 등록된 것과 동일 상표 표기                                      |
| 성분 목록 | · 함량이 많은 성분부터 나열(첨가제, 착향료, 보존제 포함)                                 |
| 중량    | · 실중량, 건조중량<br>· 측정 계량시스템 또는 SI(International System of Units)를 사용 |

| 구분                              | 내용                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 상호 및 주소                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조, 포장, 수입업체 또는 유통업체의 상호와 주소 표기</li> <li>• 수입식품은 원산지 표기</li> </ul>                                                                                                                 |
| 제품 고유번호<br>(Lot Identification) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 포장 또는 용기에 영구적으로 표시</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| 보관조건                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 실온보관 외 보관조건을 갖는 제품은 보관조건을 명확하게 표기</li> </ul>                                                                                                                                       |
| 유통기한                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 날짜, 월, 연도 순 표기</li> <li>• 날짜와 연도는 숫자, 월은 문자로 표기</li> <li>* 예시 : 04January2019 또는 04Jan19</li> </ul>                                                                                |
| 식품 알레르기 정보                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 아래의 성분을 포함하고 있는 제품은 무조건 표시 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 곡물, 감각류, 식용 알, 생선류, 땅콩 등 콩류, 유제품, 견과, 아황산염 등</li> </ul> </li> <li>• 기타 알레르기를 일으킬 수 있는 성분들은 라벨 표시 필수</li> </ul> |
| 섭취 및 사용방법                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의 적절한 활용 또는 섭취방법에 대해 설명</li> </ul>                                                                                                                                               |
| 영양정보                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양정보를 표 형식으로 삽입</li> </ul>                                                                                                                                                         |

### 📌 (Step 3) 수입신고

- 필리핀 정부가 지정한 단일통관창구(National Single Window)에서 신고함
  - 자동화 시스템 도입으로 (<https://nsw.gov.ph>)에서 온라인 신고가 가능함
  - 필리핀 관세 시스템을 통해 정보 입력 및 출력을 하여 수입 통관 진행함
- 수입신고서는 수입자 또는 정식 허가를 받은 통관 대행 업자를 통해 이루어지며 수입신고시 제출서류는 선하증권, 화물운송장, 상업송장, 견적송장, 라벨 등이 있음. 필요시 추가서류 제출하는 경우도 있음

### 📌 (Step 4) 관세납부

- 관세는 필리핀 정부와 연계된 공인 은행(Authorizes Agent Bank)에서만 납부 가능함

#### 공인 은행(Authorizes Agent Bank)

| 구분    | 공인 은행(Authorizes Agent Bank) 리스트                                                                                                                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 공인 은행 | <a href="https://www.bir.gov.ph/index.php/list-of-authorized-agent-banks.html">https://www.bir.gov.ph/index.php/list-of-authorized-agent-banks.html</a> |

- 납부 시 수입관련 서류(송장 및 계약서 등) 제출이 필요함
- 필요 시 상품 샘플 확인 진행 절차가 추가될 수 있음

### 📌 (Step 5) 검역 및 통관

- 검역체계는 육류와 식물성 제품으로 구분되어 관리됨
  - 필리핀 농림부가 관련 업무를 총괄하며, 산하 Bureau of Animal 및 Bureau of Plant에서 검역허가증(VQC 및 PQC)을 발급 받아야 함
  - 가공식품은 필리핀 식약청에서 관리함



- 수입자 및 수출자가 제시한 서류를 토대로 검역이 이루어지며 물품위험도에 따라 SGL(Super Green Lane), GL(Green Lane) 및 RL(Red Lane)으로 분류됨
  - (SGL, GL) 서류검사 / (YL) 추가 서류검사 / (RL) 전수검사

### 필리핀 수입검역 시 필요서류

| 식품타입 | 제출서류            | 내용                                                                                                                                                            |
|------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 육류   | 수의학 검역허가증 (VQC) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• BAI(Bureau of Animal)에서 발급</li> <li>• 정식 수입업자가 수입 전 발급 받아야 함</li> <li>• 발급일로부터 60일 유효</li> <li>• 타인 양도 불가</li> </ul> |
| 식물성  | 식물위생검역허가증 (PQC) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• BPI(Bureau of Plant)에서 발급</li> <li>• 정식 수입업자가 수입 전 발급 받아야 함</li> <li>• 신선 및 냉동 제품 동일</li> </ul>                      |

\* 출처: New Zealand Trade and Enterprise

- 통관 시 제출서류
  - 상업송장, 선하증권, 항공화물운송장, 포장명세서, 수입허가증, 검역/위생검역 증명서, 원산지증명서, 자유판매증명서(CFS)

### (3) 관세제도

- 필리핀의 관세제도는 적용대상에 따라 크게 아세안 국가와 비아세안 국가로 나뉨
  - 아세안 국가와의 거래는 Common Effective Preferential Tariff(CEPT, 공동유효특혜관세)가 적용되며 비아세안 국가와의 거래에서 적용되는 관세는 Most-Favoured Nation(MFN)임
  - 필리핀은 세계무역기구 회원국으로서 쌀을 제외하고 대부분의 품목에서 낮은 관세를 지향함
  - 한국과 필리핀은 한-아세안 FTA 협정으로 2009년까지 양국 수출입 품목의 90%에 대해 무관세 적용을 이행하였으며 MFN 관세율 10%이하로 추진하기로 합의함
  - 세관 제출서류
    - 상업송장, 선하증권, 항공화물운송장, 포장명세서, 수입허가증, 원산지증명서 등

### (4) 검역제도

- 동물성 제품
  - 동물산업국(Bureau of Animal Industry, BAI)에서 발행한 수의학 증명서(Veterinary Quarantine Clearance, VQC) 발급을 필수적으로 받아야 함

- 필리핀 농림부는 VQC 발행을 의무적 규정으로 정해 놓았으며 허가증은 타인 양도 불가 및 최대 60일 까지 사용 가능함
  - 주요 서류 : 제품 등록증(CPR) 및 수의학 증명서(VQC)
- 수입 육류제품의 포장은 국제식품규격위원회(CODEX) 및 필리핀 농림부 규정을 준수하여야 함
  - 30개월 미만의 도축된 소와 도축 전 중추신경 관련 질병이 없는 소만 수입가능함
- 육류제품 라벨
  - 의무 표시사항 : 상표명, 수출자 정보(주소, 원산지 등), 제품고유번호, 제품 설명 및 성분정보(함량 등), 생산일자, 유효기간, 보관방법 등
  - 영어 또는 필리핀어로 작성, 글자 크기 2.5mm x 5mm 내외

## 🍃 식물성 제품

- 식물산업국(Bureau of Plant Industry, BPI)이 발행한 식물위생증명서(Phytosanitary certification) 발급이 필수이며, 수출국에서 발행한 PC도 함께 발급 받아야 함
  - 식물성 제품의 선적은 필리핀 인허가 획득 후에만 가능하며, 위반 시 통관 불가능
- 검역 제출서류
  - 식물성 제품 수입허가증
  - 식물위생증명서(Phytosanitary certification, PC)
  - 통제대상 : 수입 식물성 제품에서 파생된 형태 또는 변형 GMO 유전자 물질 포함 제품은 AO2002에 따른 허가 통제

## 🐟 수산 제품

- 양식자원국(Bureau of Fisheries & Aquatic Resources)에서 발행한 검역허가증을 발급받아야 함
- 수산물 수입은 농림부 관할로 관리되며, 신선/냉장/냉동 등 모든 형태의 제품은 농림부 장관의 승인을 받아야 함
- 허가받은 수입자만 수입이 가능하며, 수입 수산물은 HACCP 기준에 부합하고 수출국에서 발행한 위생 증명서(International Health Certificate) 제출이 필수임
- 필리핀에서 재가공 목적으로 수입되는 수산물은 수출국에 있는 공식 기관에서 발행한 국제보건증명서(International Health Certificate)가 필요함
  - 국제보건증명서 발급을 위해서는 냉동 전 수산물 크기에 따라 등급이 정해져 있어야 하며 영하 18도 이하에서 운송되어야 하는 조건이 있음

### ■ 추가조건

#### ▪ 해충관련 검역검사

\* 비브리오 대장균, 시겔라균 미검출

\* 수치이하 : 총 생균수(10/g), 대장균(10~100/g), 살로넬라균(25g) 이하

#### ▪ 위생적인 환경에서 포장된 제품

### ■ 수산물 라벨

#### ▪ 원산지, 총 중량, 제품 설명, 수출자 정보(주소 등) 등 표기

# 05 말레이시아



|                    |     |                |     |
|--------------------|-----|----------------|-----|
| 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 | 185 | 5. 할랄 인증       | 224 |
| 가. 농업현황            |     | 가. 말레이시아 할랄 인증 |     |
| 나. 농식품 수출입 현황      |     |                |     |
| 2. 농식품 시장 현황       | 191 |                |     |
| 가. 시장개요            |     |                |     |
| 나. 소비트렌드           |     |                |     |
| 다. 이슈품목            |     |                |     |
| 3. 농식품 유통 현황       | 200 |                |     |
| 가. 유통구조 및 특징       |     |                |     |
| 나. 주요 유통채널 현황      |     |                |     |
| 4. 농식품 수출 프로세스     | 213 |                |     |
| 가. 수출 프로세스         |     |                |     |
| 나. 수입제도            |     |                |     |





# 01 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 농업규모

#### 농업면적

- 말레이시아의 농업면적은 전체 국토 면적 328,550km<sup>2</sup> 중 26.3%에 달하는 86,270km<sup>2</sup>임. 개간이나 간척을 통해 꾸준히 농지를 넓혀 오고 있어 매년 농업면적이 계속해서 확대되고 있는 추세임

#### 말레이시아 농업면적

(단위: km<sup>2</sup>, %)

| 구분 | 2012년  | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 면적 | 78,292 | 80,593 | 80,890 | 85,700 | 86,270 |
| 비율 | 23.8   | 24.5   | 24.6   | 26.1   | 26.3   |

\* 출처: 세계은행(World Bank), 2018

#### 농업인구

- 말레이시아의 농업인구는 2014년 약 172만 명이 농업에 종사하였으나, 2018년에는 약 169만 명으로 감소하며, 매년 농업인구 수가 소폭 감소하고 있는 추세임. 2018년 기준 전체 노동인구 중 농업인구가 차지하는 비율은 2018년 기준 약 11%에 달함. 국가 기반 산업의 축이 제조업과 서비스업으로 이동함에 따라 노동력 또한 해당 분야로 집중되고 있는 현상을 농업인구 감소의 원인으로 꼽을 수 있음

#### 말레이시아 농업인구

(단위: 천 명, %)

| 구분       | 2012년  | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 농업       | 1,715  | 1,793  | 1,661  | 1,672  | 1,686  |
| 제조업      | 3,930  | 3,955  | 4,015  | 4,079  | 4,149  |
| 서비스업     | 8,379  | 8,625  | 8,931  | 9,138  | 9,360  |
| 합계       | 14,024 | 14,372 | 14,606 | 14,889 | 15,194 |
| 농업인구 점유율 | 12.2   | 12.5   | 11.4   | 11.2   | 11.1   |

\* 출처: 국제노동기구(ILO), 2018

#### 농업특성

##### 근교농업

- 근교농업은 말레이시아의 수도인 쿠알라룸푸르를 중심으로 하며, 주로 두리안, 망고 등의 과일류를 주요 작물로 하여 작은 규모의 농장 형태로 이루어짐

- 쿠알라룸푸르에서 4시간 정도 떨어진 카메론 하이랜드(Cameron Highlands)와 같은 고지대에서는 브로콜리, 양배추, 콜리플라워 등의 채소를 중심으로 농업이 이루어지고 있으며, 그 밖에 태국 국경 근처의 북쪽지대에서 채소류와 식량작물이 재배되고 있음. 다만, 농업 관광 산업을 위해 재배 규모가 한정적이므로 대형 마트나 구매력을 가진 소비자층을 중심으로 유통되고 있음

#### ● 생산품목 간의 식량자급률 편차

- 말레이시아에서는 고온다습한 열대우림 기후 특성상 팜유, 천연고무, 코코아와 같은 열대작물 및 쌀, 코코넛, 사탕수수 및 열대과실, 각종 임산물 등 다양한 품목이 생산되고 있음. 그러나 말레이시아에서는 일부 품목에 대해서만 자급률이 높고, 이 외의 생산 품목에 대해서는 자급률이 낮아 수입에 의존하고 있는 상황임
- 토지 부족, 높은 인건비 등으로 인하여 과일 및 채소류의 수입을 정부 차원에서 권장하고 있는 실정이며, 대부분의 농산물은 인근의 태국, 인도네시아, 중국 등에서 수입되고 있어 수입 국가의 농사작황에 따라 식품 물가가 변화하게 됨
- 과일류 및 채소류는 대규모 열대작물을 대체할 수 있는 품목으로 주목받고 있는 상황이나 말레이시아의 식량작물 대부분의 자급률은 낮은 편이며, 아직까지 과일 및 채소 등은 중국, 태국 및 기타 동남아시아 국가로부터 수입을 통해 말레이시아 시장에 공급하고 있음
- 말레이시아 통계청에 따르면, 2017년 쌀의 식량자급률은 70.3%를 기록하였으며, 2014~2017년 연속으로 쌀의 식량자급률은 70% 선에 머물러 있음. 쌀은 말레이시아의 주요 생산품목에 해당하지만 자급률이 낮은 편이므로 태국을 중심으로 하여 쌀 수입을 해오고 있음
- 이에 따라 말레이시아 농업부 장관은 중국, 대만 및 일본에서 농업 기술 이전을 통해 농업 생산성을 높이고, 벼의 품종 개량 등을 통해 생산량을 향상시켜 2022년까지 쌀의 식량자급률을 80%까지 달성할 것을 발표한 바 있음

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### ● 주요 생산품목 및 규모

#### 말레이시아 작물 생산량

(단위: 천 톤, %)

| 구분  | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년   | CAGR |
|-----|--------|--------|--------|--------|---------|------|
| 팜유  | 94,918 | 95,380 | 98,344 | 86,325 | 101,741 | 2    |
| 쌀   | 2,604  | 1,835  | 2,741  | 2,740  | 2,902   | 3    |
| 고무  | 826    | 669    | 722    | 674    | 740     | -3   |
| 코코넛 | 625    | 595    | 506    | 505    | 518     | -5   |
| 채소  | 512    | 446    | 452    | 460    | 468     | -2   |

\* 출처: 식량 농업 기구[FAO], 2019

- 말레이시아는 인도네시아 다음으로 팜유 생산 규모 면에서 2위에 위치해 있는 국가로 인도네시아와 말레이시아에서 생산되는 팜유는 전 세계 생산량 중 85% 가량을 차지하고 있음. 팜유는 2013~2017년 최근 5년간 2%의 연평균 성장률을 보이면서 생산규모가 계속해서 확대되고 있으며, 2017년에는 101,741천 톤의 생산량을 기록하였음. 팜유는 세계적으로 식품 가공, 화장품 제조, 연료 생산 등 다양한 분야에 사용되고 있기 때문에 팜유 수요 증가에 따라 생산량도 꾸준히 증가할 것으로 전망됨
- 팜유 다음으로 많이 생산되는 작물에는 쌀이 있으며, 주요 쌀 생산지는 케다(Kedah), 페라크(Perak), 페를리스(Perlis), 켈란탄(Kelantan), 트렝가누(Terengganu) 지역이 대표적이며, 이 중 평지가 대부분인 케다(Kedah)에서는 말레이시아 전체 쌀 생산량의 3분의 1을 차지하고 있음. 또한, 말레이시아는 이모작을 하는데, 지역별로 쌀의 수확 시기가 다르기 때문에 연중 수시로 쌀이 생산됨
- 말레이시아는 태국, 인도네시아와 함께 세계 천연고무 생산량의 70%를 차지하고 있으나 연평균 성장률은 -3%를 유지하면서 감소세에 접어들었음. 이는 말레이시아 내에서 채소, 과일, 곡물 등의 식량 작물 및 축산 등이 경제작물로 생산구도가 바뀌었으며, 반대로 고무, 카카오 등의 대규모 플랜테이션 작물은 생산량이 감소하고 있는 점을 원인으로 꼽을 수 있음
- 코코넛도 매년 생산량이 감소하고 있으며, 연평균 성장률이 -5%의 하락세를 보이고 있는 상황임. 말레이시아 코코넛 농사는 중소 규모 농가 또는 영세농을 통해 생산이 이루어지는 구조를 띠고 있기 때문에 코코넛 생산량에 한계를 보이고 있음. 반면, 인도네시아 및 태국 등 이웃 국가에서는 대규모 경작이 이루어져 생산량 및 생산성 측면에서 수입산이 말레이시아산에 비하여 높은 편이며, 가격 경쟁력 측면에서도 수입산과 차이를 보이고 있음
- 채소 또한 최근 5년 동안 지속적인 감소 추세를 보이고 있는데, 주요 원인에는 기후가 불안정하여 채소 재배에 어려움이 따르고, 채소 재배 가능한 고랭지가 감소하고 있는 점을 꼽을 수 있음

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### ● 전체 수출입 현황

- 말레이시아 농식품 수출은 연평균 -5%의 하락세를 보이고 있으며, 해마다 소폭으로 증가와 감소가 반복하고 있는 형태를 띠고 있음. 2018년 기준 수출액은 전년 대비 약 -5.6%를 감소한 20,013백만 달러를 기록함
- 수입의 경우, 연평균 -1%의 감소세를 보이고 있으나, 2017년 14,504백만 달러에서 2018년 15,140백만 달러로 수입액이 증가하였고, 이는 전년 대비 4.4%가 증가하였음을 알 수 있음

## 말레이시아 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러(USD), %)

| 구분 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | CAGR |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| 수출 | 24,223 | 20,264 | 20,483 | 21,192 | 20,013 | -5   |
| 수입 | 15,671 | 14,720 | 13,891 | 14,504 | 15,140 | -1   |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA]

### 국가별 수출입 현황

#### 수출 현황

- 말레이시아의 주요 수출 국가는 싱가포르, 중국, 인도, 네덜란드, 필리핀 순서이며, 네덜란드를 제외한 4개국은 동일한 아시아 지역에 위치한 국가로써 교역을 하는 데에 있어 비교적 지리적 이점이 높은 특징을 보임. 주요 수출 품목에는 말레이시아의 주요 생산 품목에 해당하는 팜유, 팜핵유, 식물성 유지 등이 있음

## 말레이시아 농식품 수출 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국  | 금액     | 주요품목                   |
|----|------|--------|------------------------|
|    | 전체   | 20,020 | 팜유, 동식물성 유지, 코코아두      |
| 1  | 싱가포르 | 2,118  | 코코아두, 닭, 팜유, 달걀, 베이커리류 |
| 2  | 중국   | 1,937  | 팜유, 식물성 유지, 팜핵유, 조제식료품 |
| 3  | 인도   | 1,416  | 팜유, 팜핵유, 동식물성 유지       |
| 4  | 네덜란드 | 902    | 팜유, 팜핵유, 동식물성 유지, 코코넛유 |
| 5  | 필리핀  | 842    | 팜유, 맥아추출물, 조제식료품       |
| 15 | 한국   | 337    | 팜유, 베이커리류, 새우          |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA]

#### 수입현황

- 주요 수입국에는 인도네시아, 중국, 태국, 아르헨티나, 미국이 있으며, 수입도 수출과 비슷하게 지리적으로 인접한 국가들과 교역이 활발한 편임. 아시아 국가들을 제외하고는 아르헨티나와 미국이 주요 수입국가에 해당됨. 주요 수입 국가를 통해 팜유, 식물성 유지, 대두 및 대두유 가공 부산물 등의 품목을 주로 수입하고 있음

## 말레이시아 농식품 수입 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국   | 금액     | 주요품목                      |
|----|-------|--------|---------------------------|
|    | 전체    | 15,141 | 팜유, 대두유, 옥수수              |
| 1  | 인도네시아 | 1,878  | 팜유, 식물성 유지, 담배, 코코넛유      |
| 2  | 중국    | 1,594  | 마늘, 글리코시드, 동식물성 유지        |
| 3  | 태국    | 1,332  | 쌀, 사탕수수, 팜핵유, 카사바 전분      |
| 4  | 아르헨티나 | 1,173  | 대두유박, 대두유, 옥수수, 옥수수 종자    |
| 5  | 미국    | 972    | 대두 종자, 대두, 조제식료품, 우유 및 크림 |
| 23 | 한국    | 105    | 라면, 옥수수전분, 전분박, 음료베이스     |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA]



## ④ 품목별 수출입 현황

### ● 주요 수출품목

- 말레이시아의 주요 수출 품목으로는 주요 생산 품목에 해당하는 팜유, 팜핵유, 식물성 유지 등이 있음
- 주요 수출 국가로는 싱가포르, 중국, 인도, 필리핀 등 인근 국가로 수출함

### ● 주요 수입품목

- 말레이시아 주요 수입품목으로는 팜유, 식물성 유지, 대두 및 대두유 가공 부산물 등
- 지리적으로 인접한 인도네시아, 중국, 태국 등의 국가들과 교역이 활발한 편이며, 아시아 국가를 제외하고는 아르헨티나와 미국이 주요 수입국가에 해당

말레이시아 농림축산식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출     |       | 수입   |     |
|----|--------|-------|------|-----|
|    | 품목     | 금액    | 품목   | 금액  |
| 1  | 팜유     | 6,745 | 코코아두 | 791 |
| 2  | 팜핵유    | 1,954 | 사탕수수 | 683 |
| 3  | 식물성 유지 | 1,656 | 즉석식품 | 651 |
| 4  | 즉석식품   | 645   | 콩기름  | 590 |
| 5  | 베이커리류  | 483   | 옥수수  | 546 |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA]

## (2) 한국의 對 말레이시아 농식품 수출현황

### ④ 수출규모

- 2018년 對 말레이시아 농림축산식품 수출물량은 전년 대비 6.6% 감소한 68백만톤이며, 금액은 114백만 달러(US\$)로 전년 대비 1.9% 증가함
  - (농산물) 딸기(US\$ 4.6백만)를 비롯해 버섯(US\$ 1.2백만), 김치(1백만) 등의 수출이 증가하면서 수출 물량은 66만톤으로 전년 대비 1.1% 증가하고, 금액 기준 전년 대비 3% 증가한 US\$ 111백만 달러 기록
  - (축산물) 2018년 기준 수출물량은 224톤으로 전년 대비 17.8% 증가하였으며, 수출금액 또한 1백만 달러로 전년 대비 14.2% 증가함. 2018년 주요 축산물의 수출 실적은 돼지고기 14만 달러(36톤), 삼계탕 8만 달러(24톤)임
  - (임산물) 2018년 기준 수출물량은 1,819톤으로 전년 대비 75.6% 감소하였으며, 수출금액 또한 1.8백만 달러로 전년 대비 39% 감소함

## 對 말레이시아 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

|     | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 50,711 | 63,269 | 65,892 | 66,198   | 66,950   | 1.1      |
| 축산물 | 1,868  | 201    | 152    | 190      | 224      | 17.8     |
| 임산물 | 3,264  | 4,300  | 11,209 | 7,469    | 1,819    | △75.6    |
| 합 계 | 55,843 | 67,770 | 77,253 | 73,857   | 68,993   | △-6.6    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 말레이시아 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 87,138 | 88,104 | 85,398 | 108,145  | 111,385  | 3.0      |
| 축산물 | 3,873  | 1,746  | 1,326  | 941      | 1,075    | 14.2     |
| 임산물 | 2,304  | 2,574  | 4,985  | 3,033    | 1,851    | △39.0    |
| 합 계 | 93,315 | 92,424 | 91,709 | 112,119  | 114,311  | 2.0      |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 말레이시아 수출 상위 품목

### ● 2018년 수출 상위 품목은 라면, 딸기, 단감, 소스류

- (라면) 대표적인 수출품목으로 유튜브에서 불닭볶음면 먹방이 인도네시아와 말레이시아에서 큰 인기를 끌면서 수출이 크게 증가. 2018년 기준 수출 금액 전년 대비 16.7% 상승한 US\$ 19백만 달러 규모
- (딸기) 신선 과일 중 대표적인 수출품목으로 말레이시아로 수입되는 딸기 중 물량과 금액 규모 면에서 1위를 차지함. 한국 딸기 수출은 2018년 기준 수출금액 US\$ 4.6백만 달러로 전년 대비 28.5% 상승
- (단감) 전통적인 말레이시아 인기 품목으로 달고 아삭한 식감을 좋아하는 말레이시아 소비자에게 큰 인기. 그러나 작년 한국 단감의 작황이 좋지 않아 2018년말 기준 수출금액 US\$ 2.9백만 달러로 전년 대비 16.7% 감소
- (소스류) 불닭볶음면의 인기 등 매운 맛 한국산 소스에 대한 소비가 증가함에 따라 2019년 기준 수출 금액 전년 대비 43.7% 상승한 US\$ 1.3백만 달러 달성

## 對 말레이시아 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년 |        | 2017년    |        | 2018년    |        |
|----|-------|--------|----------|--------|----------|--------|
|    | 품목    | 수출액    | 품목       | 수출액    | 품목       | 수출액    |
| 1  | 라면    | 11,340 | 라면       | 16,842 | 라면       | 19,655 |
| 2  | 전분박   | 9,290  | 전분박      | 8,597  | 조제품 기타   | 8,417  |
| 3  | 옥수수전분 | 7,194  | 과실향음료베이스 | 7,551  | 옥수수전분    | 7,552  |
| 4  | 옥수수유  | 6,392  | 조제품기타    | 7,088  | 전분박      | 6,940  |
| 5  | 조제품기타 | 4,703  | 옥수수전분    | 6,626  | 과실향음료베이스 | 4,595  |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 02 농식품 시장 현황

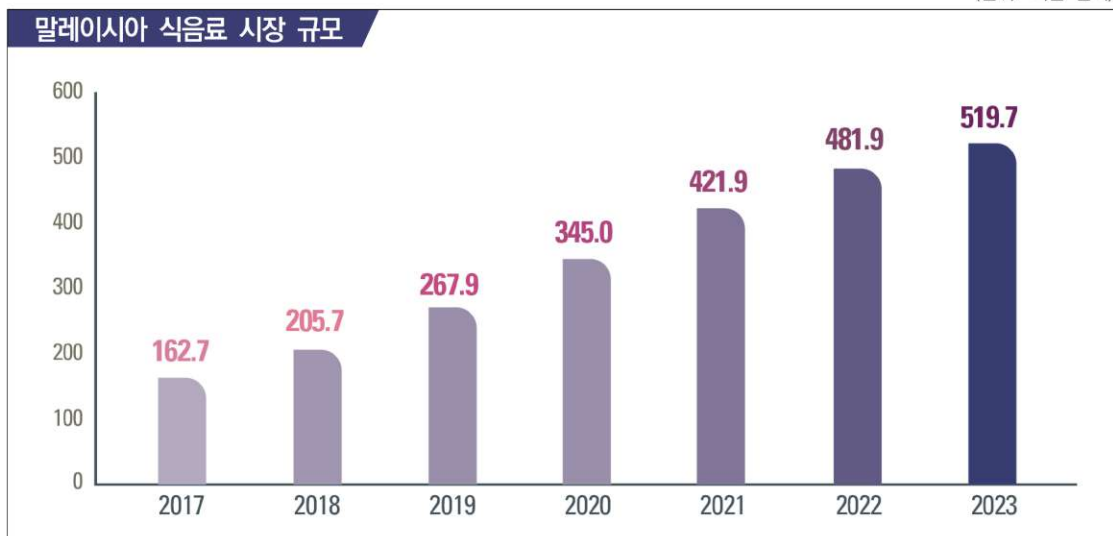
### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

##### ① 식품 시장 규모

- 스타티스타(Statista)에 따르면, 말레이시아의 식음료 시장 수익은 2018년 206백만 달러를 기록하였고, 2019~2023년 18%의 연평균 성장률을 보이며 시장 규모가 계속해서 확대되어 2023년 520백만 달러의 시장 규모를 달성할 것으로 전망됨

(단위: 백만 달러)



\* 출처: 스타티스타[Statista], 2019

##### ② 식품 수입 규모

- 미국 농무부에 따르면, 말레이시아는 97억 달러의 식품 및 음료 제품을 수입했으며, 이는 전년과 비교하여 3.5% 증가한 수치임. 식품 수입은 향후 2년간 완만하게 증가할 것으로 예상됨
- 말레이시아에서 식품 제조 산업은 경제 성장에 중요한 부분을 차지하고 있는 바, 말레이시아 투자 개발청(Malaysian Investment Development Authority, MIDA)에 의하면 말레이시아는 200개국 이상에 200억 링깃(55억 달러)의 식품을 수출하였으며, 식품 중에서 가공 식품의 수출액은 13억 링깃(36억 달러)를 차지함

## 말레이시아 수입식품 품목 및 규모

(단위: 백만 달러(USD))

| 품목              | 2013년 | 2014년  | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|-----------------|-------|--------|-------|-------|-------|
| 육류 및 육류 제품      | 805   | 889    | 863   | 811   | 973   |
| 생선 및 생선 제품      | 889   | 960    | 774   | 776   | 813   |
| 유제품, 달걀, 꿀      | 1,013 | 1,169  | 872   | 716   | 877   |
| 채소              | 824   | 760    | 894   | 998   | 937   |
| 과일 및 견과류        | 505   | 527    | 628   | 701   | 716   |
| 커피, 차, 향신료      | 468   | 553    | 494   | 510   | 522   |
| 가공 육류, 생선 및 해산물 | 140   | 135    | 145   | 144   | 147   |
| 설탕 및 설탕 제품      | 1,074 | 1,138  | 838   | 949   | 1,069 |
| 코코아 제품          | 1,086 | 1,314  | 1,081 | 1,028 | 1,009 |
| 곡물 제품           | 724   | 789    | 750   | 705   | 734   |
| 가공 채소 및 과일      | 320   | 313    | 338   | 353   | 356   |
| 기타 가공식품         | 940   | 943    | 914   | 947   | 943   |
| 음료              | 778   | 718    | 685   | 708   | 629   |
| 합계              | 9,566 | 10,208 | 9,276 | 9,346 | 9,689 |

\* 출처: 미국 농부무(USDA), 2018

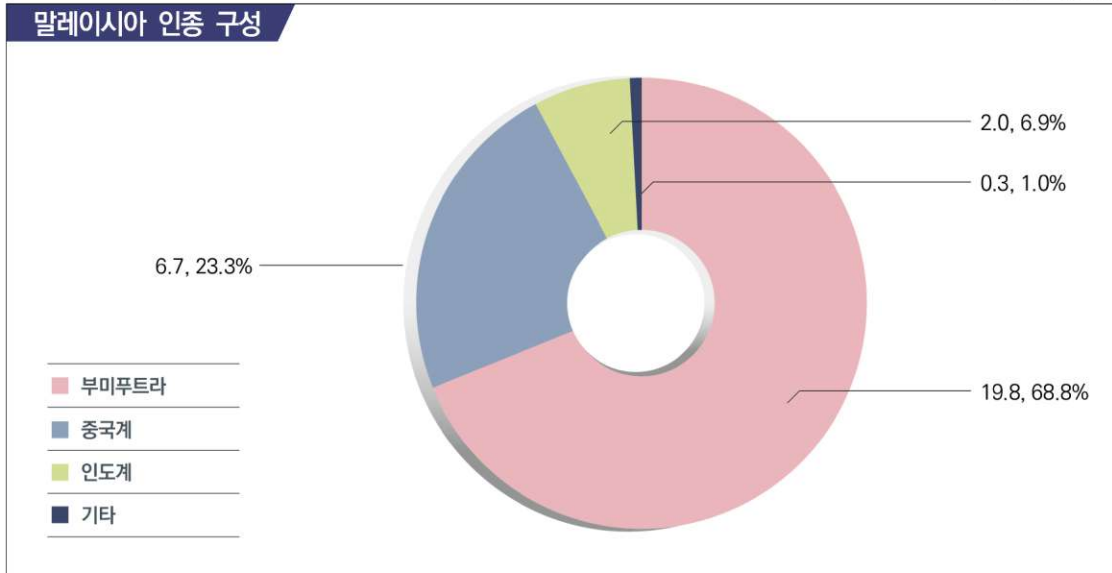
## (2) 시장특성

### 다인종 사회

- 말레이시아 통계청의 자료에 따르면, 2017년 기준 말레이시아 내 인구 구성은 부미푸트라, 중국계, 인도계 및 기타 인종으로 구성되어 있음. 이 중 부미푸트라(Bumiputera)는 '땅의 자손'이라는 뜻으로 말레이 원주민과 토착민을 일컫는 용어이며, 2017년 부미푸트라의 인구 수는 약 19.8백만 명으로 타(他) 인종에 비하여 압도적으로 많은 인구 수를 보이고 있으며, 전체 인구 중의 점유율은 68.8%에 해당됨. 부미푸트라 다음으로 화인계(華人係)로 일컬어지는 중국계 인구가 전체 인구 중 23.3%에 해당하는 6.7백만 명으로 부미푸트라 다음으로 많은 인구 수를 보이고 있음



(단위: 백만 명)



\* 출처: 말레이시아 통계청[DoSM], 2018

### 다양한 식문화

- 말레이시아는 다인종, 다종교 국가로써 다양한 식문화가 공존하고 있음. 이슬람교, 힌두교, 불교 등의 종교와 더불어 채식주의자(Vegetarian) 열풍이 더해져 소비자들의 니즈를 충족해주는 식품의 종류가 다양함
- 이슬람교에서는 기본적으로 돼지고기와 알코올을 금지하고 있으며, 육류의 경우 이슬람교 방식으로 도축된 것들만 섭취가 가능함. 인도계 인종으로는 힌두교 신자들을 많이 볼 수 있으며, 소는 신으로 인식되어 소고기 섭취가 금지되어 있고, 불살생(不殺生)이라는 기본 원칙에 준하여 채식주의자가 많은 편임. 중국계 인종으로 신자들이 많은 불교에서도 일부는 소고기를 금지하고 있고, 힌두교와 마찬가지로 채식주의자가 많음
- 종교에 기반한 식문화 이외에도 호커(Hawker), 마막(Mamak), 코피티암(Kopitiam)과 같은 다양한 식문화 장소를 발견할 수 있음. 호커(Hawker)는 말레이시아 전역에서 쉽게 볼 수 있는 길거리 식당으로써, 호커에서는 말레이시아 로컬 음식을 중심으로 판매하고 있음. 점심시간에는 호커 이용객이 많기 때문에 혼잡한 편이며, 가장 인기 있는 메뉴로는 믹스드 라이스(Mixed Rice)가 있음. 믹스드 라이스는 뷔페처럼 여러 가지 음식 또는 반찬 중에서 자신이 좋아하는 것을 골라 한 접시에 담아내는 형태의 음식을 지칭함
- 마막(Mamak)은 인도계가 주로 운영하며, 인도 요리를 중심으로 판매하는 장소임. 고객들은 마막에서 납작한 빵 형태인 로티 차나이(Roti Canai)와 함께 밀크티와 유사한 테 타릭(Teh Tarik)을 곁들임

- 코피티암(Kopitiam)은 찻집을 의미하며, 코피티암에서는 토스트, 커피 등의 가벼운 식사류를 판매하고 있음. 말레이시아의 근대적 모습을 띠고 있는 코피티암의 시초에는 올드타운 화이트 커피(OLDTOWN WHITE COFFEE)라는 점포가 있음. 현재는 말레이시아 각지에 100개 이상의 점포가 운영 중에 있음



## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### ● 건강 지향 소비

- 말레이시아는 아시아 국가에서 비만 인구가 가장 많은 국가이면서 인구의 절반 가량이 과체중 또는 비만에 해당함. 국가 차원에서 설탕 소비세 등을 기점으로 국민 건강 및 보건 증진에 대해 의식적인 움직임이 일고 있고, 이와 동시에 개인 차원에서 소비자들 또한 건강식에 대해 관심을 가지고 있으며, 건강한 식습관을 정착시키고자 노력하고 있음
- 건강 지향 소비는 다양한 양상을 띠고 있는데, 설탕, 소금, 지방 함량을 낮춘 식품들이 출시되어 소비자들의 이목을 끌기도 하며, 한편으로는 유기농 식품들이 소비 시장에 등장하면서 건강 지향적인 소비자들로 하여금 구매를 촉진하도록 함
- 품목 면에서는 귀리, 시리얼바, 과일, 채소 등 체중 관리 및 건강 유지 등에 도움이 되는 품목 및 치즈, 요거트 등의 발효식품도 소비자들 사이에서 인기가 높음. 또한, 최근에는 말레이시아에서 건강식 식단을 위주로 한 도시락을 배달하는 업체들도 증가하고 있어 건강식을 손쉽게 구할 수 있게 되었음

#### ● 배달 서비스 활성화

- 최근 몇 년 사이 말레이시아 내에서 음식 배달 서비스는 빠르게 성장하였고, 배달 서비스를 제공하는 플랫폼과 식당의 비율이 증가하였음. 배달 서비스가 활성화될 수 있었던 이유로는, 소비자들은 웹사이트나 애플리케이션을 통해 자신이 원하는 음식을 자유롭게 선택할 수 있으며, 원하는 장소로 음식을

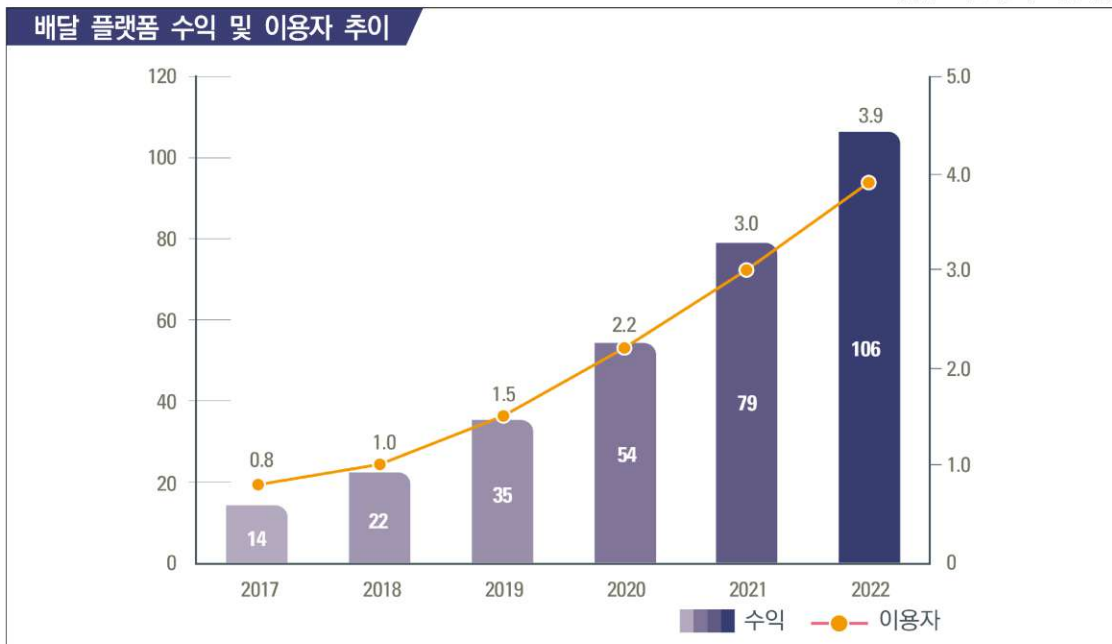
직접 수취할 수 있는 이점이 있기 때문임. 더불어 도시화 등으로 인하여 변화된 생활방식은 소비자들로 하여금 가정에서 시간을 들여 직접 조리하기 보다는 가공식품이나 즉석식품(ready-to-eat food) 등을 섭취하도록 하기 때문에 이러한 맥락에서 음식 배달 서비스도 시간을 절약해주는 장점이 있어 소비자들 사이에서 많은 인기를 얻고 있음

- 현재 말레이시아에는 Foodpanda, DeliverEat, Uber Eats, Honestbee, Running Man Delivery, Dahmakan, FoodTime과 같은 플랫폼이 등장하면서 이들 간의 경쟁이 치열해지고 있음. 플랫폼 외에 식당에서도 소비자에게 배달 서비스를 제공하기 시작하여 2017년에는 식당의 배달 서비스가 94.7%의 시장 점유율을 차지함. 소비자들은 제3자가 아닌 식당에 직접 지불할 수 있게 되어 해당 서비스를 신뢰할 수 있으므로 식당의 배달 서비스 이용을 선호하게 됨

#### ● 배달 서비스 플랫폼

- 스타티스타(Statista)의 통계에 따르면, 2018년 배달 서비스 플랫폼의 연간 수익은 전년 대비 8백만 달러가 증가하여 22백만 달러를 기록하였음. 또한, 2019~2022년까지 배달 플랫폼에서의 수익은 약 45%의 연평균 성장률을 보이며 2022년에는 수익이 106백만 달러에 이를 것으로 전망됨
- 플랫폼 이용자의 경우, 2017년 80만 명에서 2018년 1백만 명으로 이용자 수가 증가하였음. 앞으로도 플랫폼 이용자는 꾸준히 증가 추세일 것으로 예상되며, 2022년에는 이용자가 390만 명에 이를 것으로 전망됨

(단위: 백만 달러, 백만 명)

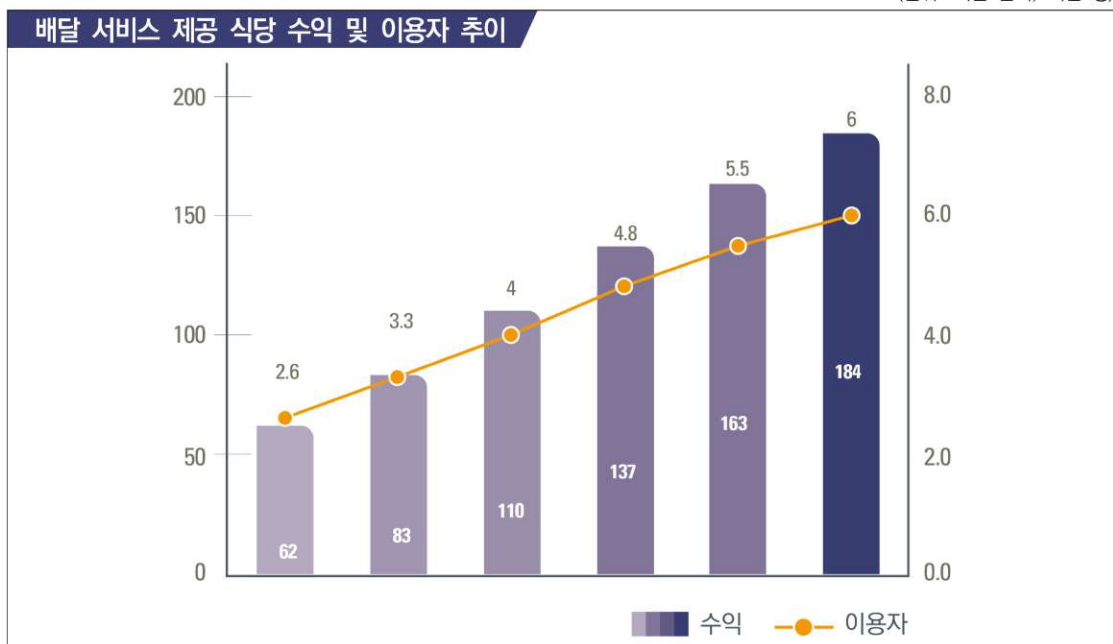


\* 출처: 스타티스타[Statista], 2019

### ● 배달 서비스 제공 식당

- 배달 서비스를 제공하는 식당의 경우, 2018년 83백만 달러의 수익을 올리며, 전년 대비 31백만 달러 이상의 수익이 증가하였음. 플랫폼과 더불어 식당의 배달 서비스도 계속하여 소비자들의 관심을 끌 것으로 전망되어 2019~2022년까지 19%의 연평균 성장률을 보이며 배달 서비스를 통한 수익이 184백만 달러를 기록할 것으로 예상됨
- 식당의 배달 서비스 이용자는 2018년 330만 명에 이르렀고, 전년과 비교하여 약 70만 명이 증가하였음. 앞으로 배달 서비스를 제공하는 식당 수가 증가함에 따라 해당 서비스를 이용하는 이용객도 꾸준히 증가세를 유지할 것이며, 2022년에는 이용자 수가 약 6백만 명에 이를 것으로 전망됨

(단위: 백만 달러, 백만 명)



\* 출처: 스타티스타[Statista], 2019

## (2) 농식품 관련 동향

### ● 설탕 소비세 시행 본격화

- 2019년 7월 1일부로 말레이시아에서는 가당음료 및 탄산음료에 대한 설탕 소비세가 본격 시행되었음. 당초 본 세금 도입은 한 차례 연기된 바 있는데, 이는 제조업자 및 기타 이해 관계자들의 의견 수렴을 통해 해당 안건을 보완 및 보강하고자 함이었음
- 말레이시아는 과체중 및 비만 인구가 전체 인구의 약 절반을 차지하며, 아시아 국가 중에서 비만 인구가 가장 많은 국가에 속함. 이러한 맥락에서 설탕세 도입은 설탕 섭취를 줄여 과체중이나 비만 인구수를 줄이고 국민 건강 향상을 위한 노력의 일환으로 판단됨



- 말레이시아 정부는 설탕이 일정량 이상 함유된 음료에 대해 리터당 40센트(0.4링깃)의 소비세를 도입할 것을 발표하였고, 구체적으로는 탄산음료 및 음료 100ml당 당분이 5gm 초과하는 경우, 두유를 제외한 우유 기반 음료 100ml당 당분이 7gm 초과하는 경우, 과일주스 및 야채주스 100ml당 당분이 12gm 초과하는 경우 등에 대해 설탕 소비세를 부과할 것이라고 함
- 정부는 설탕 소비세를 통해 거두어 들인 수입을 현지 초등학교 학생들에게 건강한 아침식사를 무상 제공하기 위하여 활용할 것을 밝힘
- **경제 혁신 프로그램(ETP) 및 12개 국가 핵심 경제 분야(NKEA)**
  - 2010년 9월 21일 발표된 경제 혁신 프로그램(Economic Transformation Programme, ETP)은 2020년까지 말레이시아를 고소득 경제로 만들기 위한 정부 차원의 프로그램을 의미함
  - ETP에 의하면 말레이시아는 2020년을 목표로 GNI 5,220억 달러, 1인당 GNI 15,000달러를 달성하여 고소득국가로 도약하는 것을 목표로 하고 있음. 또한, 해당 목표 달성을 위해 민간, 정부 및 정부기관의 투자로 각종 프로그램을 추진하고자 함
  - ETP는 ASEAN 선도국가로의 도약 및 국가경쟁력 확보를 위해 12개의 국가 핵심 경제 분야(National Key Economic Areas, NKEA)와 핵심 분야별 세부 프로그램 총 131개를 설정하였음
  - 12개 국가 핵심 경제 분야(NKEA)에는 ①석유·가스, ②팜오일, ③금융서비스, ④민간 의료서비스, ⑤도소매, ⑥관광, ⑦정보통신, ⑧교육, ⑨전기전자, ⑩비즈니스 서비스, ⑪농업, ⑫쿠알라룸푸르 국제화가 있음
  - 이 중에서 농업 및 농식품 분야에서 주목할 만한 것으로는 ②팜유 분야 및 ⑪농업 분야가 있으며, 해당 분야마다 2020년까지의 목표 생산액을 설정하고 설정된 목표 달성을 위한 구체적인 계획을 명시함

### 농업관련 NKEA 주요 내용

| 분야 | 주요 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 팜유 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표 생산액 : 2020년 1,280억 링깃</li> <li>- 신규 일자리 창출 : 41,000개</li> <li>- 수익성 증대를 위해 건강식품, 바이오연료 등의 아자열매를 활용한 생산품 확대</li> <li>- 아자열매 및 팜유 생산을 확대               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 토지의 한계성으로 인해 추가적으로 아자나무 식재 불가</li> <li>· 아자나무 옮겨심기 확대, 기계화, 아자열매 및 오일 수율(yield) 향상 등</li> </ul> </li> <li>- 총 자금 98%를 민간으로부터 투자 유치</li> </ul> |
| 농업 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표 생산액 : 2020년 490억 링깃</li> <li>- 농업 부문 소득 증대를 위한 고부가가치화               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 중소규모 농가업 수익성 향상을 위한 농가공 식품업, 양식업, 약초업 부문 지원 및 육성</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                        |

\* 출처: KDB 산업은행 미래전략연구소, 2019

## 다 이슈품목

### ● 솔티드 에그 요크(Salted Egg Yolk)

- 솔티드 에그 요크(Salted Egg Yolk)란 달걀이 아닌 소금에 절인 오리알을 의미하며, 현재 말레이시아에서는 솔티드 에그 요크 풍미를 살린 다양한 식품이 출시되고 있어 소비자들의 관심을 끌고 있음
- 대표적으로는 솔티드 에그 요크맛을 첨가한 스낵, 베이커리, 소스, 파우더 등이 있음. Hou Sek Gourmet Snacks는 말레이시아의 대표적인 솔티드 에그 칩스(Salted Egg Chips) 브랜드로써 솔티드 에그 풍미를 살려 다양한 종류의 제품을 출시하였고, 솔티드 에그 피시 스킨(Salted Egg Fish Skin), 솔티드 에그 포테이토 칩스(Salted Egg Potato Chips)가 있음
- 최근에는 7-Eleven에서 솔티드 에그 풍미를 첨가한 아이스크림을 선보인 바 있음. 해당 제품은 말레이시아 마켓 한정판 제품이며, 일부 편의점에 한하여 판매를 개시하였음. 가격은 2.50링깃으로 저렴한 편이라 소비자들도 손쉽게 접할 수 있도록 함
- 과자나 아이스크림 등 조리된 식품뿐만 아니라 가정에서 조리 시에도 솔티드 에그 맛을 느낄 수 있도록 하는 제품이 출시되었는데, 독일계 식품 브랜드인 Knorr에서 솔티드 에그 맛이 나는 파우더를 생산한 바 있음. 따라서 직접 조리를 할 경우에도 파우더를 활용하여 음식에 솔티드 에그의 맛을 더할 수 있도록 하였음

### 솔티드 에그 요크 제품

| 솔티드 에그 피시 스킨                                                                        | 솔티드 에그 아이스크림                                                                        | 솔티드 에그 파우더                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |

### ☞ 말레이시아 한정판 초콜릿

- 2018년 초콜릿 브랜드 Cadbury는 말레이시아 시장을 겨냥한 한정판 초콜릿 Dairy Milk Kopi-C를 출시했음. 해당 제품은 기존의 초콜릿에 커피의 한 종류인 Kopi-C의 풍미를 첨가하였음. Dairy Milk Kopi-C는 Cadbury에서 특정 지역의 시장만을 타겟으로 한 최초의 제품으로 말레이시아인들의 커피 문화에 착안하여 제조되었음

#### Dairy Milk Kopi-C 초콜릿

말레이시아 한정판 초콜릿



## 03 농식품 유통 현황

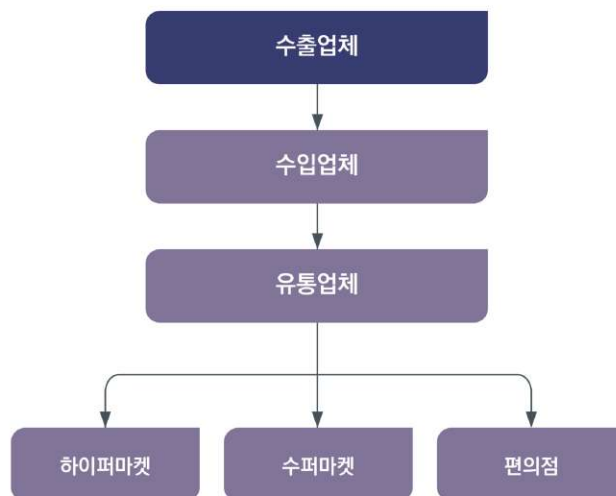
### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### ● 유통구조

- 말레이시아의 유통구조는 비교적 단순한 편임. 수출업체, 수입업체, 유통업체를 거친 수입 식품은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 및 기타 소형 상점으로 공급됨. 일부 대형 소매업자들은 유통시장에서 경쟁력 유지와 소비자에게 보다 저렴한 가격에 식품 공급을 하기 위해 해외의 공급업체를 통해 직접 구매하는 것을 선호함
- 외곽이나 교외에 위치한 상점에는 대규모의 전문 유통업체보다는 그 지역에 속한 하위 유통업체나 소규모 유통상을 통한 공급이 이루어지기도 함

#### 말레이시아 유통구조



\* 출처: 미국 농무부[USDA], 2018



## (2) 유통현황 및 특징

### ● 재래식 소규모 상점이 식품 소매의 절반 이상 점유

- 식품 소매 부문의 56%는 소규모 식료품점·상점 및 잡화점을 뜻하는 선드리숍(Sundry Shop)에서 이루어짐. 하이퍼마켓, 슈퍼마켓과 같은 대규모이면서 현대적인 유통 채널의 시장 점유율은 43%에 달함. 편의점의 경우 현지 유통업계에서의 점유율이 약 1% 내외에 그쳐 그 비중이 미미한 편임
- 재래식 상점들은 말레이시아에서 가장 많은 수의 식품 소매 업체를 구성하고 있음. 일반적으로 말레이시아의 모든 도시와 마을에 고루 분포되어 있고, 상점가나 전통 시장(Wet Market) 내부에 입점한 식료품 가게의 형태를 띠고 있음
- 재래식 상점은 소규모 가족 기업이 주도하며, 가격에 민감한 소비자, 특히 소량의 식료품 및 기타 일상 용품을 매일 구매하는 주부가 주요 이용 고객에 해당함
- 2011년 말레이시아 정부는 재래식 상점을 국내 소비의 핵심 동력으로 인식하고, 경제 성장을 촉진하기 위해 국가 핵심 경제 지역(NKEA)하에 2020년까지 5,000가지 전통 잡화의 현대화를 촉진하기 위해 '소규모 소매 업체 전환 프로그램(TUKAR)'을 도입한 바 있음
- 재래식 상점에는 수입 식품이 적은 편이고, 지역의 전통 제품이나 아시아 국가의 일부 브랜드 제품을 판매함. 또한, 이슬람 공동체를 겨냥한 할랄 제품만을 취급하는 전문 매장이나 중국·인도인 소비자를 겨냥한 중국·인도 제품을 취급하는 상점 또한 운영하고 있음
- 재래식 상점은 현대식 유통채널 보다 시장 점유율이 높지만, 도시에 위치한 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 재래식 상점과 경쟁구도를 띠고 있음. 따라서 재래식 상점은 경쟁력 우위를 점하기 위해 상점가의 주변 환경을 개선하거나 다양한 종류의 브랜드 제품 등을 취급하는 등의 시도를 통해 이용객 확보에 힘쓰고 있음

### ● 대도시 및 주요 도시를 중심으로 프리미엄 마켓 성장

- 클랑 밸리(Klang Valley)에서는 프리미엄 식료품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 최근 몇 년간 프리미엄 슈퍼마켓은 매장수를 늘려 점유율을 늘리고 있음. 중산층 또는 고소득층이 프리미엄 마켓의 주요 이용고객에 해당되며, 오세아니아, 북미, 유럽 등지에서 수입된 브랜드 제품을 다수 취급하여 현지인 뿐만 아니라 현지에서 거주하는 고소득층의 외국인들도 이용률이 높음
- 프리미엄 마켓의 제품은 재래식 상점에 비해 제품의 가격이 월등히 높지만, 그 대신 취급 품목의 종류가 다양하고 고품질의 제품들을 다수 취급함. 주요 품목으로는 신선 과일 및 채소, 육류, 유제품, 고급형 제과 등이 있고, 그밖에 통조림 식품, 조식용 시리얼, 파스타, 소스 및 향신료, 냉동 간편식 등의 가공 식품들도 포함됨

## 나 주요 유통채널 현황

### (1) 오프라인 유통채널

#### ● 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 및 백화점과 같은 대형 유통채널은 대다수의 고소득 소비자가 거주하는 주요 도시 및 말레이시아의 대도시에서 주로 위치해 있음. 또한, 소비자 확보를 위해 전략적으로 유리한 위치에 체인점을 설립하고 운영하는 것이 통상적임
- Cold Storage Group은 말레이시아에서 규모가 가장 큰 식품 유통업체이며, 매장수와 판매량 측면에서도 현지에서 가장 높은 수치를 보이는 업체임. 해당 그룹의 산하에는 Cold Storage, Giant 및 Jason 브랜드를 운영하고 있음
- Giant 하이퍼마켓은 타사 대비 고급 브랜드의 제품을 공급하는 매장으로 알려져 있으며, Cold Storage와 Jason은 주로 중산층 이상의 현지 소비자와 현지에 거주하는 고소득층의 외국인 소비자들을 대상으로 함. 매장 내에서는 유럽, 북미, 오세아니아, 및 남미 등지에서 들어온 다국적 제품을 다수 취급함
- Aeon BIG은 2012년 일본계 업체인 AEON이 말레이시아 까르푸 인수 후, 브랜드명을 변경하면서 생겨남. Jusco는 말레이시아 최대의 고급 백화점 체인으로 매장 내에서 AEON 슈퍼마켓이 위치하여 고소득층 소비자를 대상으로 매장을 운영함. 현지의 프리미엄 제품과 더불어 수입 제품 또한 다양하게 취급하고 있음
- Tesco와 Tesco Extra는 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 및 슬랑오르(Selangor) 지역이 포함된 클랑 밸리(Klang Valley) 지역을 중심으로 위치해 있으며, 제품의 가격 경쟁력을 높여 소비자 확보 및 현지 시장에서 자사 브랜드 점유율을 높이려 함. 말레이시아 현지에서 조달된 제품과 수입 제품을 고루 취급하며, 수입 제품 중에서 영국에서 들어온 제품의 경우 그 종류가 다양한 편임. Tesco Value, Choice, Finest 및 Light Choice와 같은 자체 브랜드 상품이 소비자에게 인기가 높음
- Village Grocer Holdings Sdn Bhd는 2017년 Big Group Sdn Bhd의 식료품 체인 Ben's Independent Grocer Sdn Bhd의 전체 지분을 인수했으며, 합병을 통해 프리미엄 식료품에서의 입지가 강화될 것으로 전망됨. 클랑 밸리(Klang Valley)를 중심으로 약 13개의 매장을 보유하고 있으며, 매장 통합 약 1억 4,400만 달러의 연매출을 달성함
- 기타 말레이시아 소재의 프리미엄 슈퍼마켓에는 Jaya Grocer 및 Hock Choon, Ampang 식료품점 및 Sam's Groceria가 있음. 해당 매장들은 중산층 소비자를 대상으로 하며, 매장 내 50% 이상의 제품이 수입 품목에 해당됨

## 유통 체인별 현황

(단위: 개)

| 업체명                      | 형태    | 매장수 | 위치                                         |
|--------------------------|-------|-----|--------------------------------------------|
| Cold Storage             | 슈퍼마켓  | 21  | 말레이시아 전역                                   |
| Giant                    | 하이퍼마켓 | 119 | 말레이시아 전역                                   |
| Aeon BIG                 | 하이퍼마켓 | 21  | 주요 도시                                      |
| AEON                     | 슈퍼마켓  | 37  | 주요 도시                                      |
| Tesco & Tesco Extra      | 하이퍼마켓 | 56  | 주요 도시                                      |
| Village Grocer           | 슈퍼마켓  | 13  | 클랑 밸리<br>(Kuala Lumpur & Selangor)         |
| Jaya Grocer & Hock Choon | 슈퍼마켓  | 22  | 클랑 밸리<br>(Kuala Lumpur & Selangor)         |
| Sam's Groceria           | 슈퍼마켓  | 6   | Penang, 클랑 밸리<br>(Kuala Lumpur & Selangor) |

\* 출처: 미국 농무부[USDA], 2018

### 편의점 및 포코트(Forecourt)

- 편의점과 포코트(Forecourt)는 주로 도시, 규모가 큰 마을 및 고속도로에 위치해 있고, 상점의 대다수는 프랜차이즈 형태로 운영되고 있음. 말레이시아에서 대표적인 편의점 및 포코트는 7-Eleven이 있음
- 7-Eleven은 말레이시아에서 최대 규모의 편의점 체인으로 24시간 운영됨. 7-Eleven에서는 식품, 과자, 아이스크림 등의 식료품과 기타 생활필수품 등을 취급함. 포코트(Forecourt)는 주유소에 위치한 소규모 매장을 의미하는데, 주유소에 들린 운전자들이 몇 가지 상품을 손쉽게 구매할 수 있는 장점이 있음
- 편의점은 일반적으로 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에서 판매되는 제품들과 비교하여 취급 품목의 규모는 작은 편이며, 소비자들에게 인기 있는 가공식품 및 음료 제품에 집중하여 판매함. 또한, 전자레인지 등을 구비하여 가열이 필요한 식품들을 소비자들로 하여금 구매할 수 있도록 함
- 편의점과 포코트에서는 샌드위치, 볶음밥, 볶음 국수, 나시르막(nasi lemak) 및 기타 아시아 요리, 만두와 같이 즉석에서 섭취 가능한 음식을 제공하며, 동시에 커피나 차와 같은 따뜻한 음료도 함께 판매함
- 일반적으로 냉장육, 생선 및 해산물, 신선 과일 및 채소와 같이 부패하기 쉬운 제품은 취급하지 않으며, 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서 취급하는 것보다 포장의 크기가 작은 소형 포장 제품 또는 단일 포장 제품을 위주로 판매함. 그러나 소매가는 일반적으로 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓보다 편의점 및 포코트 매장에서 더 높음
- 편의점 부문은 Berjaya Retail Bhd에서 운영되는 24시간 편의점인 7-Eleven이 주를 이루고 있으며, 7-Eleven은 말레이시아에서 가장 큰 규모의 편의점임. 7-Eleven 매장 의 60%가 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)에 위치해 있음



- 편의점 이외에 Petronas(Mesra), Shell(Select), Petron(Treats), Caltex (Xpress Point) 및 BHPetrol(BHPetro Mart)과 같은 석유 회사가 운영하는 포코트 매장이 말레이시아 전역에 약 3,000개가 분포되어 있음

## 유통 체인별 현황

(단위: 개)

| 업체명                                       | 형태  | 매장수   | 위치       |
|-------------------------------------------|-----|-------|----------|
| 7-Eleven                                  | 편의점 | 2,240 | 말레이시아 전역 |
| Tesco Express                             | 편의점 | 9     | 대규모 지역   |
| Mersa Treats Xpress Point<br>BHPetro Mart | 포코트 | 3,000 | 말레이시아 전역 |

\* 출처: 미국 농무부[USDA], 2018

## ● 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 소개

|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Cold Storage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1963년 설립</li> <li>- 현재 말레이시아 전역에 21개 매장 분포</li> <li>- 식료품 상점 이외에 카페 및 식사 공간</li> <li>- 자체 브랜드 Fresh Choice 보유 및 공급</li> </ul> |
| 기업정보                                                                              | 설립일 | 1963년                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | 주소  | Great Eastern Mall, No. 303, Jalan Ampang, 50450 Kuala Lumpur, Malaysia                                                                                                                    |
|                                                                                   | 전화  | +60-3-5544-8888                                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                              |     | <a href="http://www.coldstorage.com.my/">http://www.coldstorage.com.my/</a>                                                                                                                |
| 매장 형태                                                                             |     |                     |
| 매장 보유현황                                                                           |     | 21개                                                                                                                                                                                        |



|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Giant</b><br>- 1944년 말레이시아 쿠알라룸푸르에 첫 매장 설립<br>- 고급 브랜드 또는 수입식품을 다수 취급하며, 주로 중산층이나 말레이시아에 주재하는 외국인 상류층이 주요 고객에 해당                                                      |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1944년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Mezzanine Floor, Giant Hypermarket Shah Alam Stadium Lot 2, Persiaran Sukan, Seksyen 13, 40100 Shah Alam, Selangorm, Malaysia                                            |
|                                                                                     | 전화  | +603-5544-8888                                                                                                                                                           |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.giant.com.my/">https://www.giant.com.my/</a>                                                                                                        |
| 매장 형태                                                                               |     |       |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 119개                                                                                                                                                                     |
|  |     | <b>Aeon BIG</b><br>- 2012년 일본계 기업인 AEON이 말레이시아 까르푸를 인수하면서, Aeon BIG으로 명칭 변경<br>- 자체 브랜드인 BIG VALUE, LIVING CHOICE 보유                                                     |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2012년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | 3 Jalan SS16/1, 47500 Subang Jaya, Selangor D.E. Malaysia                                                                                                                |
|                                                                                     | 전화  | 1300-80-2366                                                                                                                                                             |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://aeonbig.com.my/">https://aeonbig.com.my/</a>                                                                                                            |
| 매장 형태                                                                               |     |   |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 21개                                                                                                                                                                      |



### AEON Mall

- 일본계 업체인 JUSCO 백화점 내에 AEON Mall 쇼핑센터 위치
- 1984년 말레이시아 쿠알라룸푸르에 첫 매장 설립
- 2018년 4월 말레이시아 쿠칭(Kuching)에서 쇼핑몰을 개점하여 말레이시아 동부 지역으로 확장
- 멤버십 카드를 도입하여 포인트 제공 및 캐시백(Rebate) 형태로 제공

|         |     |                                                                                                                                                                      |
|---------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보    | 설립일 | 1984년                                                                                                                                                                |
|         | 주소  | 3rd Floor, AEON Taman Maluri Shopping Centre, Jalan Jejaka, Taman Maluri, Cheras, 55100 Kuala Lumpur, Malaysia                                                       |
|         | 전화  | 1300-80-2366                                                                                                                                                         |
| 홈페이지    |     | <a href="http://www.aeonretail.com.my/">http://www.aeonretail.com.my/</a>                                                                                            |
| 매장 형태   |     |   |
| 매장 보유현황 |     | 37개                                                                                                                                                                  |



### Tesco

- 영국계 유통기업이며, 2002년 말레이시아 시장에 첫 진출
- 매장에서뿐만 아니라 Happy Fresh, Lazada 및 Shopee 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 Tesco 상품 구매 가능
- Tesco 멤버십 카드를 통해 포인트 적립 및 현금 바우처로 전환 가능

|         |     |                                                                                                                                                                          |
|---------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보    | 설립일 | 2001년                                                                                                                                                                    |
|         | 주소  | Level 3, No.3, Jalan 7A/62A, Bandar Menjalara, 52200 Kuala Lumpur, Malaysia                                                                                              |
|         | 전화  | 1300-13-1313                                                                                                                                                             |
| 홈페이지    |     | <a href="https://www.tesco.com.my/">https://www.tesco.com.my/</a>                                                                                                        |
| 매장 형태   |     |   |
| 매장 보유현황 |     | 년56개                                                                                                                                                                     |

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Village Grocer</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 농산물 및 고품질 제품을 주로 판매하는 프리미엄 마켓 형태</li> <li>- 클랑 벨리(쿠알라룸푸르, 슬랑오르) 지역을 중심으로 분포</li> <li>- 그밖에 북미, 오세아니아, 아시아 지역 등에서 들여온 수입식품도 판매</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2004년                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                     | 주소  | C-7-9, Sunway Nexis No 1, Jalan PJU 5/1 Petaling Jaya, 47810 Malaysia                                                                                                                                      |
|                                                                                     | 전화  | +60-3-6143-1366                                                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://villagegrocer.com.my/">https://villagegrocer.com.my/</a>                                                                                                                                  |
| 매장 형태                                                                               |     |                                         |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 13개                                                                                                                                                                                                        |
|  |     | <b>Jaya Grocer &amp; Hock Choon</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 클랑벨리(쿠알라룸푸르, 슬랑오르) 지역을 중심으로 분포</li> <li>- 중산층 또는 말레이시아 주재 외국인 소비자가 주요 고객층</li> <li>- 취급 품목 중 50% 가량이 수입식품에 해당</li> </ul>      |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2007년                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                     | 주소  | -                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                     | 전화  | +60-3-5626-0043                                                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.jayagrocer.com/">https://www.jayagrocer.com/</a>                                                                                                                                      |
| 매장 형태                                                                               |     |                                     |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 22개                                                                                                                                                                                                        |



 편의점 소개

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>7-Eleven</b><br>- 말레이시아 내에서 최대 규모의 편의점<br>- 자체 브랜드 7-Select 보유 및 자체 브랜드 상품 다수 판매<br>- 편의점에서 공과금 납부(Bill Payment) 가능 및 다양한 결제수단을 통해 상품 구매 금액 지불 가능                     |
|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1984년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Level 3A, Podium Block, Plaza Berjaya, No. 12, Jalan Imbi, 55100 Kuala Lumpur, Malaysia                                                                                  |
|                                                                                     | 전화  | +60-3-2142 1136                                                                                                                                                          |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://www.7eleven.com.my/">http://www.7eleven.com.my/</a>                                                                                                      |
| 매장 형태                                                                               |     |       |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 2,240개                                                                                                                                                                   |
|  |     | <b>99 SPEEDMART</b><br>- 당초 'Pasar Mini 99'라는 상호의 미니 마트 통합 체인으로 시작하였으나 2000년에 '99 speedmart' 라는 상호로 변경 및 사세 확장                                                           |
|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1987년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Lot PT 2811, Jalan Angsa, Taman Berkeley, 41150 Klang, Selangor D.E., Malaysia                                                                                           |
|                                                                                     | 전화  | +60-3-3362-6863                                                                                                                                                          |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://www.99speedmart.com.my/">www.99speedmart.com.my/</a>                                                                                                     |
| 매장 형태                                                                               |     |   |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 1,000개 이상                                                                                                                                                                |



|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>myNEWS.com</b><br>- myNEWS.com은 말레이시아 현지 언론사로 1997년 언론사에서 편의점 체인으로 업종을 확대<br>- 매장의 대부분은 도심 지역에 위치해 있으며, 월평균 250만 명의 고객이 방문하며, 1,600명 이상의 종업원 보유                       |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1996년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | Lot No. 3, Jalan Teknologi 3/1, Taman Sains Selangor 1, Seksyen 3, PJU 5, Kota Damansara, 47810 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan., Kuala Lumpur, Malaysia             |
|                                                                                     | 전화  | 1800-88-1231                                                                                                                                                             |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="http://www.mynews.com.my/">http://www.mynews.com.my/</a>                                                                                                        |
| 매장 형태                                                                               |     |       |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 430개 이상                                                                                                                                                                  |
|  |     | <b>KK SUPER MART</b><br>- KK Group 계열의 편의점 체인으로 클랑 벨리, 푸트라자야 등 다양한 지역에 분포<br>- 말레이시아 현지 외에 인도, 네팔에도 체인점 보유                                                               |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2001년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                     | 주소  | No. 33 & 35, Jalan 3/125D, Desa Petaling, 57100 Kuala Lumpur, Malaysia                                                                                                   |
|                                                                                     | 전화  | +60-3-9057-3308                                                                                                                                                          |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://kkgroup.my/">https://kkgroup.my/</a>                                                                                                                    |
| 매장 형태                                                                               |     |   |
| 매장 보유현황                                                                             |     | 300개 이상                                                                                                                                                                  |

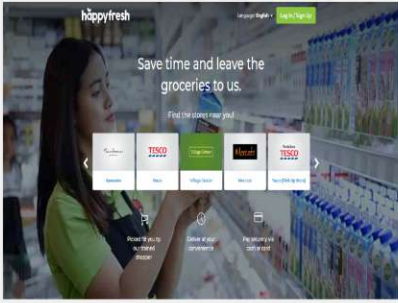
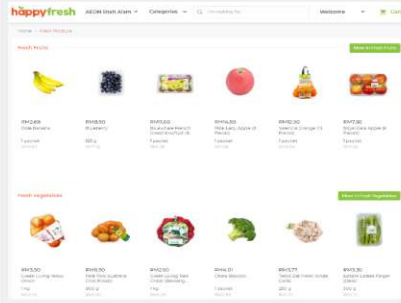
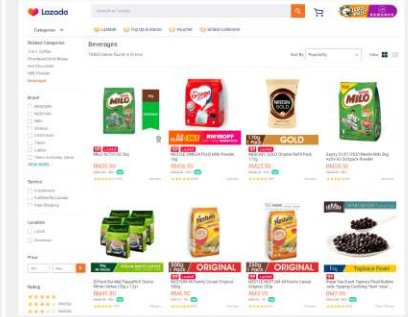
|                                                                                   |     |                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |     | <b>Family Mart</b><br>- 일본계 기업으로 2016년 쿠알라룸푸르 지역에 첫 매장 설립<br>- Ready-to-Eat 시스템을 도입하여 기존 편의점과 차별화된 전략을 펼침<br>- 2025년까지 점포수를 1,000개로 늘릴 계획                            |
| 기업정보                                                                              | 설립일 | 2016년                                                                                                                                                                |
|                                                                                   | 주소  | QL Resources Berhad 16A, Jalan Astaka U8/83, Bukit Jelutong, 40150 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, Malaysia                                                         |
|                                                                                   | 전화  | +60-3-7801-2288                                                                                                                                                      |
| 홈페이지                                                                              |     | familymart.com.my/                                                                                                                                                   |
| 매장 형태                                                                             |     |   |
| 매장 보유현황                                                                           |     | 60개 이상                                                                                                                                                               |

## (2) 온라인 유통채널

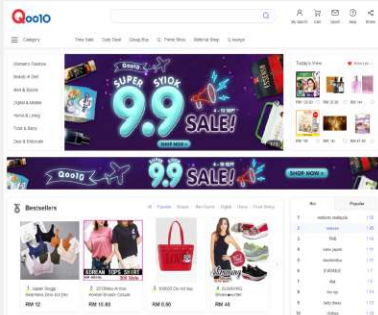
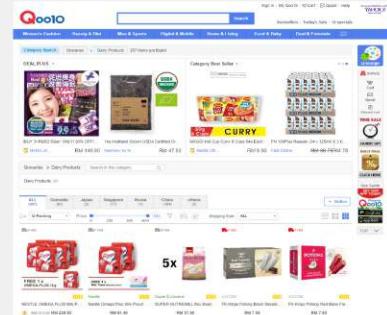
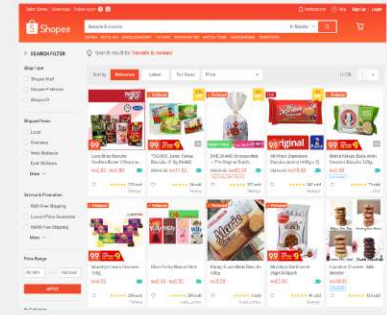
### ④ 온라인 상점의 지속적인 성장세

- 2014년 대형 유통업체인 TESCO는 온라인 소매업을 시작하였고, 이를 기점으로 온라인 유통채널이 말레이시아 전역에서 인기를 끌기 시작함. 소비자는 온라인으로 상품을 구매하고, 배송 서비스를 통해 구매한 상품을 수령할 수 있기 때문에 직접 상점에 찾아가 상품을 구매하는 방식에 비하여 편리함
- TESCO의 영향을 받아 주요 유통업체 역시 온라인 상점을 개설하기 시작하였고, 소비자 확보에 주력하고 있음. Lazada, 11번가, MilkDeal과 같은 온라인 상점은 일반 식품 이외에도 부패하지 않고 장기간 보존이 가능한 식품(non-perishable food products)도 제공하고 있음
- 온라인 상점은 주로 말레이시아의 대도시인 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur), 페낭(Penang), 조호르바루(Johor Baru) 등지에서 인기가 많으며, 주요 이용객은 25~40세 사이의 전문직 종사자 부부들인 것으로 집계됨. 대도시의 생활패턴과 맞벌이 부부의 증가로 인해 상점에 가서 식료품을 구매하고 이를 조리하는 등의 과정에서 시간적 여유가 없기 때문에 시간 절약과 효율성 측면에서 온라인 상점을 주로 이용하게 됨

## 온라인 유통채널 소개

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p><b>Happy Fresh</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 10월 설립</li> <li>- 말레이시아 쿠알라룸푸르 및 태국 방콕에서도 이용 가능</li> <li>- 약 30개 이상의 유통채널 및 마켓과 연계하여 온라인에서 상품 판매</li> <li>- 쇼퍼(Shopper) 직원 및 배송(Delivery) 직원의 분업화로 효율성 증대</li> <li>- 2015년 Happy Fresh 애플리케이션 출시</li> <li>- 상품 배송 서비스를 통해 고객이 구매한 상품을 직접 배송</li> </ul> |
| <p>기업정보</p>                                                                         | <p>설립일<br/>2014년(인도네시아)</p> <p>전화<br/>+60-3-9212-0192</p>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>홈페이지</p>                                                                         | <p><a href="https://www.happyfresh.my/">https://www.happyfresh.my/</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>매장 형태</p>                                                                        | <div>   </div>                                                                                                                                             |
|  | <p><b>LAZADA Malaysia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동남아시아 최대의 온라인 마켓 플랫폼으로 싱가포르, 말레이시아, 베트남, 태국 등에 온라인 마켓 개설</li> <li>- 2018년 2분기 기준 월간 2,790만 명의 이용자가 방문하며, 말레이시아 최대 온라인 유통업체로 자리 잡음</li> </ul>                                                                                                             |
| <p>기업정보</p>                                                                         | <p>설립일<br/>2012년</p> <p>전화<br/>(온라인 채팅을 통해 문의 가능)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>홈페이지</p>                                                                         | <p><a href="http://www.lazada.com.my/">www.lazada.com.my/</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>매장 형태</p>                                                                        | <div>   </div>                                                                                                                                           |



|                                                                                    |     |                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |     | <b>Qoo10</b><br>- 지마켓(G market)과 이베이(e Bay)의 조인트 벤처로 2010년 설립<br>- 본사는 싱가포르에 위치<br>- 현재 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 중국, 홍콩 지역에 온라인 유통채널 서비스 제공                                   |
| 기업정보                                                                               | 설립일 | 2010년                                                                                                                                                                    |
|                                                                                    | 전화  | +60-3-2027-4737                                                                                                                                                          |
| 홈페이지                                                                               |     | <a href="https://www.qoo10.my/">https://www.qoo10.my/</a>                                                                                                                |
| 매장 형태                                                                              |     |       |
|  |     | <b>Shopee</b><br>- 2015년 싱가포르에서 시작하였으며 중국 시장 공략을 위해 중국 판매자들에게 싱가포르 내에서의 제품 배송비와 중개인 수수료를 면제해주는 서비스 제공<br>- 모바일에서의 이용률이 높으며, 2018년 2분기 기준 월간 1,230만 명 방문                  |
| 기업정보                                                                               | 설립일 | 2015년(싱가포르)                                                                                                                                                              |
|                                                                                    | 전화  | +60-3-2777-9222                                                                                                                                                          |
| 홈페이지                                                                               |     | <a href="http://www.shopee.com.my/">www.shopee.com.my/</a>                                                                                                               |
| 매장 형태                                                                              |     |   |



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

##### 수출 프로세스

- 말레이시아의 식품 수출 절차는 크게 수입신고 준비, 수입신고, 검사 및 검역, 세금 납부, 화물 반출 총 5단계로 나뉨

|            | 내 용                                                                                                                             | 비 고                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 수입신고 준비 | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입면허</li> <li>식품사전 등록</li> <li>원산지증명서</li> <li>수출 검역 위생증명서</li> <li>품목별 기타 서류</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입허가는 말레이시아 현지 업체만 신청가능</li> </ul>               |
| 02 수입신고    | <ul style="list-style-type: none"> <li>다강넷(Dagang Net) 접속하여 전자신고</li> </ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입업체/대리인 담당</li> </ul>                           |
| 03 검사 및 검역 | <ul style="list-style-type: none"> <li>품목별 검역 진행(식물성/동물성)</li> </ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>말레이시아 검역처</li> <li>수의검역부</li> <li>수산부</li> </ul> |
| 04 세금 납부   | <ul style="list-style-type: none"> <li>관세 및 제세 납부</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>말레이시아 관세청</li> </ul>                             |
| 05 화물 반출   | <ul style="list-style-type: none"> <li>물품 인수 및 화물 반출</li> </ul>                                                                 |                                                                                         |

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

#### 관리·법률체계

- 말레이시아 관세청(Royal Malaysian Customs Department)
  - 말레이시아 재무부 산하 기관으로써 수입 통관 및 관세 징수 업무 등 법률 집행 업무를 담당함
  - 관세청의 상위기관인 재무부는 집행을 위한 정책 수립 및 행정을 병행함
- 말레이시아 세관국(Royal Customs and Excise Department)
  - 수출 및 수입 관세 징수
  - 밀수 활동 관련 규제 및 재정 문제 담당
- 식품안전품질부(Food Safety and Quality Division, FSQD)
  - 보건부(Ministry of Health) 산하 기관으로써 식품 수입과 관련된 요건을 규제함
  - 식품법 1983(Food Act 1983) 및 식품규정 1985(Food Regulation 1985)에 따라 요구되는 특정 식품의 정기검사 실시, 표본 추출, 식품 시설 검사, 식품 수입관리 활동 및 면허를 포함하는 식품안전 프로그램 수행
- 농업 및 농업기반산업부(Minister of Agriculture and Agro-based Industry)
  - 쌀의 수출입 허가 및 수입쌀의 검역을 담당함
- 수의검역부(Department of Veterinary Services, DVS)
  - 말레이시아로 수입되는 동물의 수입과 수출 검역을 담당하며, 검역이 승인된 제품에 동물건강증명서(Veterinary Health Certificate)를 발행함
- 수산부(Department of Fisheries Malaysia, DoF)
  - 농업 및 농업기반산업부 소속 부서
  - 수산물(어류, 갑각류 등) 수출입을 담당
- 식품법(Food Act 1983)
  - 식품의 제조, 판매, 소비에서 안전한 식품과 정직한 판매가 이루어지도록 이와 관련된 문제와 관련하여 소비자 보호를 위해 제정됨
- 식품규정(Food Regulation 1985)
  - 식품법 1983의 제34조에 의해 부여된 권한을 행사하여 장관이 식품규정 1985를 제정함
- 관세법(Customs Act 1967)

- 말레이시아 관세법에 따라 수입 허가가 필요한 제품군을 분류 및 명시함
- 말레이시아 정부는 개정된 관세법 2019(Customs Act 2019)을 도입하였는데, 현재 정부의 최종 검토 단계에 있으며, 기존 조항 중 96개를 개정 및 61개의 신규 조항을 추가할 예정임
- 해당 개정 관세법에서는 관세 추정 청구기간 연장, 관세법 적용 가이드라인 제시, 신규 관세법 위반 조항 제정 등을 주요 골자로 삼고 있음

#### ● 관세법령(Customs Duties Order 1996)

- 모든 수입 물품은 해당 법에 명시된 말레이시아 세관의 관세번호에 따라 분류할 것을 규정하고 있음

### ● 통관절차

#### ● Step 1 : 수입신고 준비

- 말레이시아로 수출 전 품목에 따라 반드시 준비해야 할 사항들이 있는데, 이에 해당하는 사항으로는 수입면허 취득, 식품 사전 등록, 식물위생증명서 발급이 있음
- 사전 준비와 함께 수출 상품이 말레이시아에서 수입 규제 또는 금지 품목에 해당되는지도 확인해야 함. 수입 규제나 금지 품목에 해당될 경우, 수입 허가(AP)를 받아야 수입이 가능함. 말레이시아 관세법에 따라 수입 허가가 필요한 제품군은 4가지로 구분되며, 품목별로 허가를 받아야 하는 정부 기관이 상이함. 또한, 수입 허가 취득은 말레이시아 현지 기업만이 가능함

#### Step 1 : 사전 준비 사항

| 사전 준비    | 내용                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 수입면허     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 알코올 음료, 동물 및 동물성 제품, 육류 및 육류제품, 식물 및 식물성 제품, 가공육류의 경우 수입면허 필요</li> <li>- 수입면허는 말레이시아 법인만 취득 가능</li> <li>- 수입면허 발급은 7-10일 소요(온라인 신청 시 5일 소요), 모든 수입면허는 양도될 수 없고 3개월간 유효</li> </ul>                         |
| 식품 사전 등록 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보건부의 식품안전 및 품질보증부의 홈페이지(FoSIM)에 수입 식품 사전 등록 필요</li> <li>- FoSIM은 세관정보시스템과 연계하여 식품수입 활동을 전산으로 관리</li> <li>- 수입 식품은 식품의 위험성에 따라 자동 통관되는 Level 1부터 자동 거절되는 Level 6로 분류</li> <li>- 필요한 경우 샘플 검사 시행</li> </ul> |
| 식물위생증명서  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식물 등의 수출은 식물검역법 제28조에 의거, 해당 식물 등의 수입국 요구 사항 충족 여부 확인을 위한 검역 필요</li> <li>- 현지 국가에서도 수입 검역 시 수출국의 위생증명서를 요구하므로 수출 전 해당 서류 발급 필요</li> </ul>                                                                 |

## Step 1 : 수입 규제 및 수입 금지 품목

| 분류             | 품목 및 관할 기관                                          |
|----------------|-----------------------------------------------------|
| 완전 수입 금지       | - 필리핀과 인도네시아로부터 수입되는 코코아 및 과일류<br>- 피라냐 등           |
| 수입면허 필요        | - 설탕 등                                              |
| 특정 조건 추가       | - 동·식물<br>- 조곡/쌀<br>- 양배추 등<br>- 모든 형태의 액체 우유 및 유제품 |
| 말레이시아 표준 준수 필요 | - 일부 시멘트 품목, 세라믹 품목 등                               |

\* 출처: 관세법[Customs Act 1967]

### Step 2 : 수입신고

- 포워딩 업체가 수입신고서를 작성하여 기타 제반서류와 함께 세관에 제출하는데, 말레이시아에서는 포워딩 업체가 관세사 역할도 병행한다는 점이 특징적임. 다만, 통관 업무를 담당하는 포워딩 업체는 통관업 자격을 취득해야 하며, 자격 취득을 위해 연 1회 관세교육을 이수하고, 2년 단위로 자격증 갱신을 해야 함
- 말레이시아로 수입되는 상품은 수입세 납부와 관계없이 Customs No.1 양식을 통해 수입신고를 해야 하며, 수입품의 송장 가치가 하나의 운송 건에 대하여 1만 링깃(한화로 약 2,864,900원 이상인 경우 및 수입품이 수입 관세의 부분 면제를 받는 경우에는 Customs No.1A 양식을 추가 제출함
- 기타 통관 양식으로는 말레이시아 내 물품 운송 시에는 Customs No.3 양식, 환적용은 Customs No.8, 보세창고에서의 일시 반출용은 Customs No.9 양식이 요구됨
- 수입 식품 신고는 다강 넷(Dagang Net)을 통해 전자 신고가 가능한데, 말레이시아 정부는 통관절차 간소화를 위해 단일통관 창구(National Single Window, NSW)인 다강 넷을 신설한 바, 수출입자들은 다강 넷을 통한 전자통관 서비스를 이용할 수 있음
- 수입신고서에는 제품 포장에 대한 설명, 가치, 수량, 중량, 원산지, 최종 목적지 등을 기재해야 함

### Step 3 : 검사 및 검역

- 수입 식품의 검역은 말레이시아 검역처(Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS)에서 총괄하나 품목별로 검역 수행기관이 달라질 수 있음. 검역 대상은 크게 식물성 제품과 동물성 제품으로 분류가 가능함. 가공식품의 경우, 별도의 전담 검역기관은 없고 말레이시아 검역처(MAQIS)의 검역을 통과하면 수입이 가능함
- 물품검사는 전체 물품 중에서 약 5% 정도만 샘플로 선택하여 육안 및 스캔검사를 실시하고, 대부분의 물품은 검사 없이 통관이 이루어짐. 다만, 블랙리스트에 오른 제품이거나 수입 식품 규제를 위반한 이력이 있는 제품은 검사 대상이 되기도 함
- 수입 식품은 육로를 통한 수입인 경우 70%, 해상을 통한 식품 수입은 40%, 항공을 통한 수입은 35%를 샘플로 채택하여 검사를 실시함



- 수입 금지된 물품이 적발되었을 시에는 수입허가가 취소되고 3년간 소급 적용하여 벌금이 부과됨
- 대부분의 식물 및 농산물은 식물검역법 1976 및 식물검역규정 1981에 따라 수입규제 대상에 해당됨. 해당 법률에서는 말레이시아로 수입되는 식물 및 채소는 검역을 필히 거쳐야 하며, 질병 혹은 해충이 발견되는 경우에는 폐기하도록 규정되어 있음
- 동물성 제품은 도축법 1975에 의거하여 할랄 인증을 받아야 하며, 말레이시아의 이슬람개발부(JAKIM)가 인정한 도축장에서만 도축된 제품이어야 함
- 검역법에 따라 수입품목을 규제하기 위하여 말레이시아 검역처(MAQIS)는 몇 가지 수입요건을 부여하고 있으며, 해당 범주에 포함되는 품목일 경우, 수입 요건을 충족해야 수입이 가능함

#### Step 4 : 세금 납부

- 관세 및 세금은 수입 제품이 보세구역에서 반출되기 전에 납부함. 한국 제품은 한-아세안 FTA의 협정 세율을 적용받고 있어 관세가 없거나 매우 낮은 편임. 수입품의 세금은 일부 품목에 한하여 판매세 및 소비세가 부과되므로 품목별로 확인이 필요함
- 판매세는 0~10%를 적용하고 있으며, 품목별 확인이 필요함
- 맥주, 포도주, 알코올 제품에는 20%의 소비세를 부과함
- 수입과장금 부과 품목 : 생선, 곡물, 소금(CIF2)의 5% 부과

#### Step 5 : 물품 반출

- 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우에는 검사 생략으로 처리되고 물품이 반출됨
- 신고된 품목 분류, 과세가격, 납부 세액, FTA 원산지증명 등에 대한 사후 심사가 진행될 수 있음

#### 통관시 제출서류

- 세관 신고 양식(Custom No.1)
- 선하증권(Bill of Landing) 또는 항공화물운송장(Air Way Bill)
- 상업송장(Commercial Invoice)
- 포장명세서(Packing List)
- 입국 권한 증명에 필요한 문서
- 원산지증명서(Certificate of Origin, C/O)
  - 한-아세안 FTA 체결로 원산지증명서(C/O)를 제출해야 하며, 전자특혜 원산지증명서(Electronic Preferential Certificate of Origin, ePCO) 발급이 가능함. 원산지증명서의 통일서식으로 AK 서식을 사용하며, 대한상공회의소(cert.korcham.net/certweb) 또는 관세청을 통해 신청 가능함

## 원산지증명서 신청 및 발급 절차



\* 출처: 대한상공회의소 무역인증서비스 센터[<https://cert.korcham.net>]

## 관세제도

- 관세율은 보통 종가(ad valorem)<sup>1)</sup> 기준으로 부과됨
- 모든 관세 및 세금은 수입 제품이 보세구역에서 반출되기 전에 납부함. 말레이시아로 수출된 한국 제품은 한-아세안 FTA의 협정세율을 적용받고 있어 관세가 없거나 매우 낮은 편임. 수입품의 세금은 일부 품목에 한하여 판매세 및 소비세가 부과되기 때문에 품목별로 확인이 필요함
- 말레이시아 관세율은 관세청의 관세율 조회 사이트(<http://tariff.customs.gov.my/>)에서 조회가 가능하며, Tariff Type 클릭→AKFTA 클릭→HS Code 입력 후 관세율 조회 및 열람 가능함
- 수입 통관 시 수입관세를 납부하고 판매세, 소비세가 추가 발생할 수 있음. 판매세는 0~10%를 적용하고 있으며, 품목별 세부적인 확인이 필요함. 또한, 맥주, 포도주, 알코올 제품에는 20%의 소비세를 부과함

## 관세율 조회 화면

**Search Tariff**

Tariff Type: AKFTA

Search Criteria: HS Code

Keyword: 0101

**AKFTA : ASEAN-Korea Free Trade Area**

\* Click on description to see more information.

| HEADER | SUB | ITEM | FULL HS    | DESCRIPTION                  | CURRENT RATE |
|--------|-----|------|------------|------------------------------|--------------|
| 0101   | 21  | 0000 | 0101210000 | --Pure-bred breeding animals | 0            |
| 0101   | 29  | 0000 | 0101290000 | --Other                      | 0            |
| 0101   | 30  | 1000 | 0101301000 | --Pure-bred breeding animals | 0            |
| 0101   | 30  | 9000 | 0101309000 | --Other                      | 0            |
| 0101   | 90  | 0000 | 0101900000 | --Other                      | 0            |

\* 출처: 말레이시아 관세청 관세율 조회 사이트[JKDM HS Explorer]

1) 종가(ad valorem) : '가치에 의거한(According to value)'이라는 의미로, 물품의 가격, 즉 수입가격을 기준으로 부과하는 관세를 종가세(ad valorem tax)라고 함

## (2) 검역제도

### 관리·법률체계

- 식품안전품질부(Food Safety and Quality Division, FSQD)
  - 보건부(Ministry of Health) 산하 기관으로써 식품 수입과 관련된 요건을 규제함
  - 식품법 1983(Food Act 1983) 및 식품규정 1985(Food Regulation 1985)에 따라 요구되는 특정 식품의 정기검사 실시, 표본 추출, 식품 시설 검사, 식품 수입관리 활동 및 면허를 포함하는 식품안전 프로그램 수행
- 말레이시아 검역처(Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS)
  - 말레이시아로 수입되는 동·식물·수산물의 병충해 및 오염도를 검사하는 기관으로 말레이시아의 식품안전 규정을 준수하도록 규제하는 업무를 진행함
- 농업 및 농업기반산업부(Minister of Agriculture and Agro-based Industry)
  - 쌀의 수출입 허가 및 수입쌀의 검역을 담당함
- 수의검역부(Department of Veterinary Services, DVS)
  - 말레이시아로 수입되는 동물성 식품의 검역을 담당하고 있으며, 검역이 승인된 제품에 동물건강증명서(Veterinary Health Certificate)를 발행함
- 수산부(Department of Fisheries Malaysia, DoF)
  - 농업 및 농업기반산업부 소속 부서
  - 수산물(어류, 갑각류 등) 수출입을 담당
- 식물검역법(Plant Quarantine Act 1976)
- 식물검역규정(The Plant Quarantine Regulations 1981)
- 검역법(Malaysian Quarantine and Inspection Services Act 2011)

### 검역절차

- 수입 식품에 관한 검역은 말레이시아 검역처(MAQIS)에서 관할하며, 식품 수입의 허가 여부를 결정하는 역할을 수행함. 또한, 수입된 식품이 수입 허가를 받으면 제품 검역이 진행됨. 다만, 수입 식품의 품목에 따라 검역 담당 기관이 달라질 수 있음
- 식품의 위험성에 따라 Level 1부터 Level 6까지 분류하여 식품 검사 유무 및 통관 여부가 달라질 수 있음
  - Level 1 : 수입식품 자동 통관
  - Level 2 : 관련 문서 검사 후 통관

- Level 3 : 의무조사 및 실험실 분석을 위해 샘플링
  - Level 4 : 조사, 샘플링 및 샘플링 완료 후 통관
  - Level 5 : 조사, 샘플링, 샘플링 완료 후 역류, 분석 결과가 식품법 1983과 식품규제 1985에 위반되지 않을 경우 통관
  - Level 6 : 수입식품 자동 거절
- 식품 및 육류 제품과 같은 모든 신선 농산물은 말레이시아 내로 반입되기 전에 특정 위생 요건 또는 식품 위생 요건을 충족해야 함. 요건을 충족하지 못하는 제품은 안전성이 증명될 때까지 검역 및 검사를 실시함. 검역 및 검사를 실시한 후, 안전하지 않은 제품으로 판단되는 경우, 관할 기관이 해당 수입 식품을 압수하여 폐기함
  - 식물, 동물, 뼈, 생선, 농작물, 흙, 미생물 등과 같은 수입 품목에 대해서는 말레이시아 검역처(MAQIS)가 해충, 질병 및 오염 물질 존재 여부를 확인하기 위해 검역을 실시하며, 수입 품목에 해당하는 수입 면허 혹은 수입 허가서의 내용과 동일한 수입 조건이 준수되도록 함
  - 수입된 제품이 다음과 같은 요건을 준수하는지 여부를 확인하기 위하여 말레이시아 검역처(MAQIS)는 물리적 검사를 실시함
    - 수입 제품이 해충, 질병 혹은 오염 물질을 포함하고 있지 않아야 함
    - 수입 제품은 포장되어 있어야 하며, 등급이 표시되어야 함. 또한, 라벨이 부착되어 있어야 함
    - 제품의 종류와 수량이 정확하게 표시되어야 함
    - 수입 물품은 사전 처리 및 검역을 받아야 함
    - 축산 부류의 수입은 할랄인증이 요구됨
  - 말레이시아 검역처(MAQIS)는 말레이시아 농업부(Department of Agriculture of Malaysia) 산하 기관으로 각 검역소에 수입 절차를 담당하는 직원이 배치되어 있으며, 이들은 선박을 검사하고 모든 허가, 면허 및 인증에 관한 사항이 2011년 보건부 및 검역서비스법에 명시된 내용에 부합한지를 확인함
  - 검역 제품에 대해서는 말레이시아 검역처(MAQIS)가 수입 물품에 대해 검사를 실시해 반입 허가 여부를 결정하되 검역 과정은 2주를 넘지 않음
  - 검사는 말레이시아 전역에 위치해 있는 검역소에서 실시되고, 검역소의 위치에 따라 검사 대상은 상이함



## 검역소 및 검사 대상

| 번호 | 검역소                                      | 검역 대상         |
|----|------------------------------------------|---------------|
| 1  | KLIA, 슬랑오르(Selangor)                     | 소, 버팔로, 염소, 양 |
| 2  | 펠라부한 클랑(Pelabuhan Klang), 슬랑오르(Selangor) | 소, 버팔로, 염소, 양 |
| 3  | 파당 베사르(Padang Besar)                     | 소, 버팔로, 염소, 양 |
| 4  | 부킷 카유 히탐(Bukit Kayu Hitam)               | 소, 버팔로, 염소, 양 |
| 5  | 세르당(Serdang)                             | 모든 식물         |

\* 출처: 말레이시아 검역처(MAQIS)

### 검역시 제출서류

#### ● Case 1 : 식물성 제품

- 수입 허가서(AP)
- 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate)
- 해충검역검사 및 식물위생 규제 준수 인증서
  - 식물성 제품은 유해성 농작물 규정 법안 1981(Agricultural Pests and Noxious Plants Regulations 1981)을 따르며, 식물성 제품에 대한 수입 허가는 농업부가 담당함. 식물성 제품에 대한 말레이시아 측의 요구사항은 수출국가에서 관리해야 하며, 수입업자는 공급자에게 해당 요구사항을 사전에 전달해야 함

#### ● Case 2 : 동물성 제품(가금육 포함)

- 수입 허가서(AP)
- 할랄인증서
- 수의검역부(DVS) 허가증
- 육류 및 가금육 수출 증서(FSIS Form 9060-5)
- FSIS 양식의 내용 증명서를 FSIS Form 9060-5와 함께 제출
  - 수입 육류 및 육류 가공 식품, 유제품, 돼지고기 및 돼지고기 식품은 입국 즉시 검역 및 검열 서비스(MAQIS)에서 지정한 가축/식품 검열관이 확인 및 임의 샘플링으로 검사하여 반입금지, 파기 또는 보류 처리함
  - 돼지고기 제품 : 2011년 7월부터 수의검역부(DVS)에서 수출국의 돼지고기 도축 현장 검열을 시행함. 검열은 수의검역부(DVS)에서만 시행되며, 승인된 도축장에서 도축된 돼지고기만 수입이 가능함. 현장 검열을 위하여 해외 도축장은 장소마다 \$1,600의 수수료를 지불해야 하며, 담당자의 검열 기간 동안의 여행비용을 대신 지불해야 함

#### ● Case 3 : 수산물

- 수입 허가서(AP)
- 건강증명서(Health Certificate)
- 연방 혹은 도시 건강관리 기관이 발급한 소비 안전에 대한 명시서

- 항생물질 유무에 대한 명시서(새우, 갑각류 및 다른 어류)
- CITE 허가증, 원산지증명서, 식물위생증명서는 해당하는 경우에 제출

## 📌 주요품목별 검역제도

### ● Case 1 : 식물성 제품

- 말레이시아로 수입되는 식물 및 식물성 제품은 유해성 농작물 규정 법안 1981에 따라 현행 식물 위생 규정을 준수해야 함. 검역소에 도착하기 4일 전에 식물위생증명서를 신청해야 하며, 말레이시아의 농업부 장관이 발행한 수입증명서를 준비해야 함. 식물성 제품의 검역은 다강 넷(Dagang Net)을 이용한 전자 신청이 가능함

### 식물성 제품 검역 개요

|    |                                            |
|----|--------------------------------------------|
| 주관 | 농업부(작물보호 및 식물검역부서)                         |
| 절차 | 농업부에 검역 신청 및 검역 비용 납부→검역이 승인되면 세관에 자동으로 통지 |
| 기간 | 최대 5일 소요 (쌀의 경우, 최대 3일 소요)                 |
| 비용 | 15링깃 (쌀의 경우, 별도의 검역 비용 없음)                 |

### ● Case 2 : 동물성 제품

- 말레이시아로 수입되는 모든 육류제품은 도축법 1975에 따라 할랄(HALAL) 인증을 받아야 하며, 말레이시아의 이슬람개발부(JAKIM)가 인정한 도살장에서 도살된 제품이어야 함. 동물성 제품의 검역도 다강 넷(Dagang Net)을 이용한 전자 신청이 가능함

### 동물성 제품 검역 개요

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 주관 | 수의검역부                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 절차 | 온라인(e-permit1)이나 서면(Form A)으로 수의검역부에 검역 신청서 제출 및 검역비용 납부 → 검역이 승인되면 동물건강 증명서가 발행 → 승인내역과 증명서가 자동으로 세관에 통지                                                                                                                                                                                                                    |
| 기간 | 1일 소요                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 비용 | 품목별로 검역비용 상이<br>품목별 비용 확인 : <a href="http://www.mytradelink.gov.my(myTRADELINK Portal &gt; TRADE REPOSITORY &gt; PERMIT ISSUING AGENCY &gt; DEPARTMENT OF VETERINARY SERVICES">http://www.mytradelink.gov.my(myTRADELINK Portal &gt; TRADE REPOSITORY &gt; PERMIT ISSUING AGENCY &gt; DEPARTMENT OF VETERINARY SERVICES)</a> |

## 동물성 제품 수입

| 번호 | 품목           | 수수료                                |
|----|--------------|------------------------------------|
| 1  | 동물 부산물       | 허가 : 3링깃/위탁물                       |
| 2  | 쇠고기/양고기/사슴고기 | 허가: 3링깃/ 50.8kg/위탁물                |
| 3  | 달걀 및 달걀 제품   | 허가 : 3링깃/위탁물<br>수의사 검사 : RM 50/위탁물 |
| 4  | 부화란          | 허가 : 2링깃/위탁물<br>수의사 검사 : RM 50/위탁물 |
| 5  | 우유 및 유제품     | 허가: 3링깃/위탁물<br>수의사 검사 : 50링깃/위탁물   |
| 6  | 돼지고기 및 애저 제품 | 허가 : 3링깃/50.8kg/위탁물                |
| 7  | 애완동물 사료      | 허가 : 3링깃/위탁물                       |
| 8  | 가금류 및 제품     | 허가 : 6링깃/50.8023kg/위탁물             |
| 9  | 가공 가금류 식사    | 허가 : 3링깃/위탁물                       |
| 10 | 정액           | 허가 : 3링깃/위탁물                       |
| 11 | 배아           | 허가 : 3링깃/위탁물                       |

\* 출처: 말레이시아 수의검역부(DVS)

● Case 3 : 수산물

- 말레이시아로 수입되는 수산물은 수산법(Fisheries Act 1985)에 따라 관리함
- 주관 기관은 수산부이며, 검역 기간은 품목별로 상이함

● Case 4 : 가공식품

- 가공식품의 경우, 가공식품에 한하여 별도로 진행하는 검역절차는 없음
- 말레이시아 검역처(MAQIS)에서 식품첨가물검사 등 식품 안전성 검사를 진행함



## 05 할랄 인증

### 가 말레이시아 할랄 인증

#### (1) 할랄 인증 개요

##### 개요

| 항목      | 내용                                                                                                                                                       |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 인증명     | - JAKIM 할랄                                                                                                                                               |
| 대상      | - 무슬림이 섭취하는 모든 음식은 할랄 인증을 득해야 함<br>- 음식, 음료뿐만 아니라 음식과 음료를 이루는 시초 원료, 부자재 등 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품<br>- 말레이시아로 수입되는 모든 육류 및 유제품군은 할랄 인증을 득해야 함 |
| 발행기관    | - JAKIM(말레이시아 이슬람개발부)<br>- KMF(한국이슬람교중앙회)                                                                                                                |
| 성격      | - 의무(무슬림 한정) 또는 권장                                                                                                                                       |
| 제출서류    | - 원료/성분/가공보조제 분석표<br>- 원료의 원산지 확인이 가능한 자료(수입신고필증 등)<br>- 잔류농약<br>- 식품 방사능 수치 검사표<br>- 식품 첨가물 안전기준에 따른 분석표 등                                              |
| 소요기간    | - 서류 접수 후 20~30일                                                                                                                                         |
| 발급절차    | - 신청서 제출 → 서류심사 → 현장심사 → 현장검사 → 창고 및 제조과정 실사 → 인증서 발급 및 라벨 부착 → 인증 완료 및 비용 납부                                                                            |
| 발급비용    | - 말레이시아 발급 : 100링깃~700링깃<br>- 한국 발급 : 15만 원~30만 원                                                                                                        |
| 갱신      | - 만료시점에 재승인 심사 실시                                                                                                                                        |
| 유효기간    | - 2년                                                                                                                                                     |
| 교차인증 여부 | - 인도네시아, 아랍에미리트와 달리 말레이시아의 할랄 인증의 경우 한국의 이슬람중앙회에서 발급한 할랄 인증으로 교차인증 가능<br>- 현지에서 획득하는 것보다 빠르고 비용이 1/10정도임                                                 |

- 2018년 현재 말레이시아의 총 인구는 3,200만 명으로 이 중 무슬림의 비율은 대략 61%에 달하며, 머지않아 무슬림 인구는 2,000만에 육박할 것으로 예상됨. 따라서 말레이시아에서 할랄 시장은 앞으로 지속적으로 확대될 전망이며, 할랄 인증을 취득한 식품에 대한 선호도 및 수요가 더욱 높아질 것으로 전망됨



- 할랄(Halal)은 이슬람 율법인 샤리아(Shariah)에 따라 생활 전반에 걸친 제품들에 대하여 사용이 허용된 것을 의미함
  - 할랄은 음식 이외에도 의약품 및 화장품 등 일상생활 전반에서 사용되는 모든 것이 해당되며, 그중에서도 이슬람 율법에서 허락되어 무슬림이 먹을 수 있는 음식을 할랄 식품이라 하여 별도로 규정하고 있음
  - 반대로 이슬람법에 의해 금지되는 것을 하람(Haram)이라 일컬음
  - 말레이시아로 육류 및 유제품을 수출하기 위해서는 반드시 할랄 인증을 취득해야 하며, 이외의 식품은 의무가 아닌 권고사항임
- 이슬람 율법에서는 할랄 식품에 대하여 다음과 같이 정의를 내리고 있음
  - 이슬람 율법에 따라 불법으로 간주되는 어떠한 것도 포함되지 않은 것
  - 이슬람 율법에 어긋나는 시설이나 도구를 이용하여 제조, 가공, 운반 또는 저장되지 않은 것
  - 제조, 가공, 운반 또는 저장 과정에서 상기 언급한 사항에 어긋나는 식품과 직접 접촉하지 않은 것
- 말레이시아 할랄 인증은 이슬람 개발부(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia, JAKIM)에서 주관하며, 1982년 이슬람 개발부가 처음으로 할랄 인증을 시행한 이후, 지금까지 JAKIM은 국제 할랄 인증의 최고 권위를 인정 받음
- JAKIM에서는 전 세계 32개국 56개 기관을 공식 할랄 인증기관으로 승인해 말레이시아 할랄 인증과 동일한 지위를 부여하고 있음. 한국의 할랄 인증 기관인 한국이슬람중앙회(KMF)도 2013년부터 JAKIM 승인 해외 할랄 인증 기관으로 인정되고 있음

| JAKIM 로고                                                                            | JAKIM 할랄 인증 마크                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

### ● 할랄 인증 기준

- 말레이시아 표준 관리부(Department of Standard Malaysia)의 산하 기관인 말레이시아 표준개발청(Malaysian Standard Development System)에서는 할랄 관련 규정에 대한 말레이시아 표준(Malaysian Standard, MS)을 발표한 바, 인증 기준별로 관련 품목의 종류 및 기준이나 요건이 상이함

## 할랄 인증 기준

| 할랄 인증 기준           | 종류  | 주요 내용                           |
|--------------------|-----|---------------------------------|
| MS 1500 : 2009     | 식품  | 할랄 식품 생산, 제조, 처리 및 저장 관련 지침     |
| MS 2594 : 2015     | 식수  | 식수 처리에 사용되는 화학물질 요건             |
| MS 1900 : 2005     | 품질  | 이슬람 관점에서 요구하는 품질관리 시스템          |
| MS 2424 : 2012     | 의약품 | 건강 보조제를 포함한 의약품 제조 및 취급 기준      |
| MS 2200:PART1:2008 | 화장품 | 화장품 제조 및 관리 지침                  |
| MS 2610 : 2015     | 서비스 | 할랄 관광 및 서비스 제공 시 관리지침           |
| MS 2300 : 2009     | 가치  | 이슬람 관점에서 요구하는 조직 설립 및 관리 시스템 기준 |
| MS 2400-1:2010     | 운송  | 제품 및 화물의 운송 요건                  |
| MS 2400-2:2010     | 저장  | 배달까지의 전 과정에 걸친 창고 저장 관련 지침      |
| MS 2400-3:2010     | 소매  | 소매 단계에서 할랄 무결성 관리 요건            |

\* 출처: 말레이시아 표준[Malaysian Standard]

## 할랄 식품 인증 기준

- 말레이시아 표준(Malaysian Standard, MS) 중에서 식품 표준(MS 1500 : 2009)은 식품에 관련된 표준으로써 말레이시아 내 할랄 식품 또는 할랄 식품 사업과 관련된 기본 지침의 기능을 담당함. 또한, 말레이시아 이슬람 개발부(JAKIM)이 할랄 인증 업무를 수행하는 데 있어 참고 사항으로 활용됨

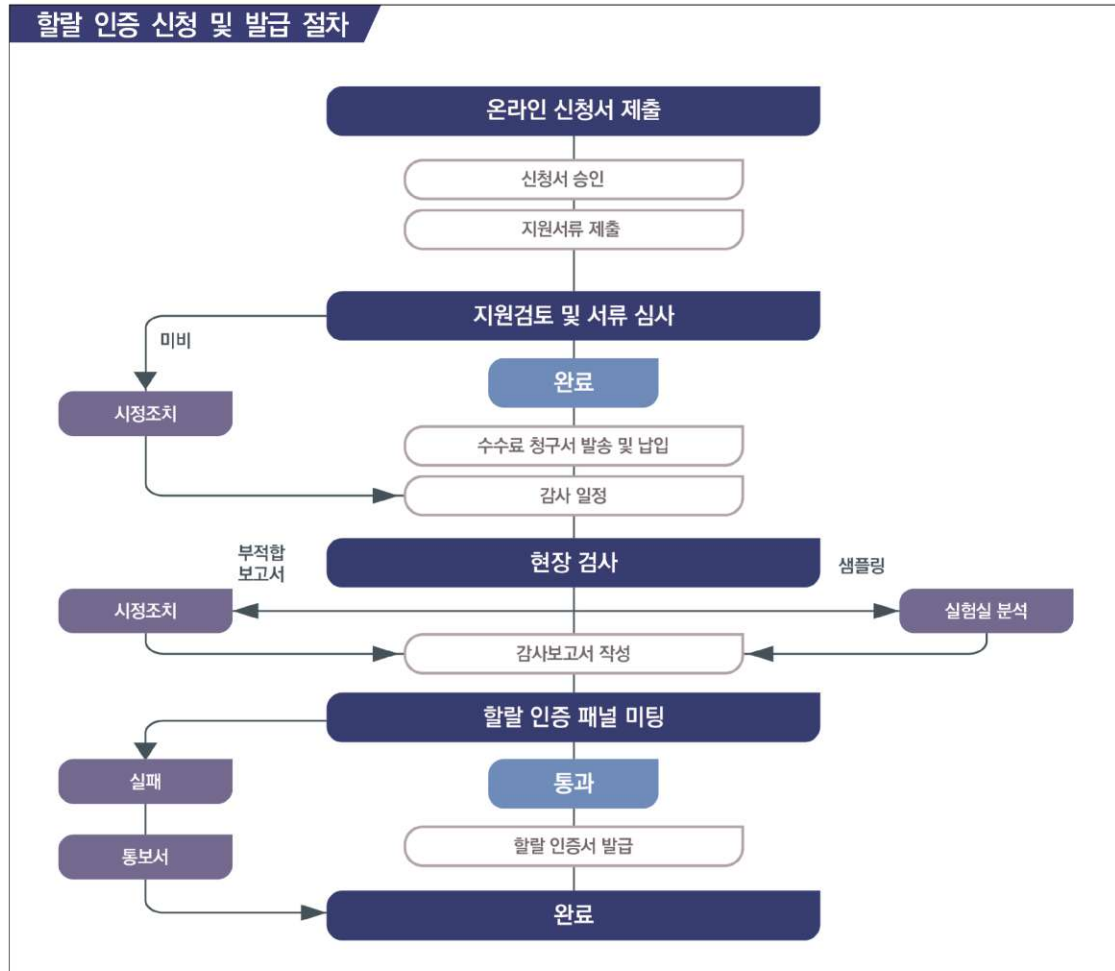
## MS 1500 : 2009

| 구분      | 내용                                                                                             |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 역할      | 할랄 식품 생산, 제조, 처리 및 저장 관련 지침                                                                    |
| 적용대상    | 말레이시아 현지 및 외국 기업 모두 적용 가능<br>- 제조업자 및 생산자<br>- 유통업자<br>- 하도급 생산자<br>- 재포장<br>- 식품공장부지<br>- 도축장 |
| 관련 참고서류 | MS 1500 : 2009에 관한 가이드라인                                                                       |
| 검증 방법   | 현장 실사를 통한 표준 준수여부 확인                                                                           |
| 할랄 인증   | 말레이시아 할랄 관할당국에 의해 인증서 발급                                                                       |

\* 출처: 말레이시아 표준[Malaysian Standard]

## (2) 할랄 인증 절차

### ② 할랄 인증 신청 및 발급절차



\* 출처: 해외식품인증 정보포털[Foodcert]

### ② 신청시 제출 서류

- 수입신고필증
- 사업자등록증, 공장등록증
- 원산지증명서
- 품목제조 보고서, 제조 공정도
- 샘플
- 잔류 에탄올 분석 확인서
- 시험성적서, 생산허가서 또는 영업허가서

- 방사능 확인 증명서(수산물)
- HACCP, GMP, GHP, ISO 또는 기타 인증서가 있는 경우는 사본
- 원료/성분/가공보조제 분석표
- 잔류농약
- 식품 방사능 수치 검사표
- 식품 첨가물 안전기준에 따른 분석표 등

### (3) 말레이시아 할랄 인증 규모

#### ● 할랄 인증 규모

#### 말레이시아 할랄 인증 규모

##### 1. 신청 항목별

(단위: 건, %)

| 구분 | 건수     | 비율   |
|----|--------|------|
| 제품 | 5,170  | 50.2 |
| 회사 | 2,735  | 26.5 |
| 부지 | 2,164  | 21.0 |
| 호텔 | 239    | 2.3  |
| 합계 | 10,308 | 100  |

\* 출처: 할랄산업발전공사[HDC], 2016

- 할랄산업발전 협회(Halal Industry Development Corporation, HDC)에 따르면, 2016년 기준 신청 항목별 할랄 인증을 취득한 건수는 총 10,308건으로 이 중 제품에 대한 인증 건수가 5,170건이며, 비율은 50%를 웃돌며 다른 항목에 비하여 압도적으로 높은 비중을 차지함. 그 다음으로는 회사, 부지, 호텔 순서로 신청 건수 및 비율이 높음

##### 2. 기업 규모별

(단위: 건, %)

| 구분     | 건수    | 비율   |
|--------|-------|------|
| 다국적 기업 | 339   | 15.9 |
| 중견 기업  | 1,109 | 44.3 |
| 소규모 기업 | 996   | 39.8 |
| 합계     | 2,444 | 100  |

\* 출처: 할랄산업발전공사[HDC], 2016

- 회사 규모별 할랄 인증 건수는 총 2,444건이었으며, 중견 기업, 소규모 기업, 다국적 기업의 순으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 중견 기업은 1,109건으로 전체 비율 중 44.3%를 점유하고 있음. 소규모 기업은 중견 기업 다음으로 996건 및 39.8%의 비율을 차지하고 있음



#### (4) 말레이시아 할랄 현황

##### ● 할랄 산업 개발 마스터플랜(2008-2020)

- 정부는 '할랄 산업 개발 마스터플랜(2008-2020)'을 수립하여 말레이시아를 '글로벌 할랄 허브'로 만들고, 할랄과 연계된 혁신, 무역, 투자의 중심지로 육성하겠다고 밝힌 바 있음. 구체적으로는 할랄 기업의 역량을 강화하여 세계적 기업으로 성장시키며, 말레이시아 부미푸트라(Bumiputera) 기업 수를 늘리고자 하는 데에 목적이 있음
- 관련 마스터 플랜은 할랄 산업 발전을 위한 정책인 '마스터 플랜 2.0(Master Plan 2.0, 2018~2030)' 하에 계획되었으며, 할랄위원회의 목표는 할랄 산업과 관련된 안건을 다루는 것이며, 말레이시아 이슬람 개발부(JAKIM)와 할랄 산업 개발 공사(HDC)가 그 기능을 수행함
- 기존 마스터플랜에 따르면 1단계는 2008년부터 2010년까지 할랄에 대한 글로벌 리더로서 자리 잡는 것이 목표였으며, 2단계는 2015년까지 할랄 비즈니스의 중심지 역할을 하게 되는 것이었음. 마스터 플랜 3단계는 2020년까지 최종적으로 할랄 시장의 범위를 확대하고 글로벌 할랄 허브를 구축하고자 하는 계획을 수립함
- 이슬람 개발부(JAKIM)는 할랄 인증 및 샤리아 율법과 관련된 문제를 해결하는 업무를 담당하고, 할랄산업개발공사(HDC)는 할랄 산업 성장 및 세계화에 주력할 계획을 지님

# 06 싱가포르



## 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 231

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

## 2. 농식품 시장 현황 240

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

## 3. 농식품 유통 현황 249

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

## 4. 농식품 수출 프로세스 261

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도



# 01 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 농업규모

#### 농업면적

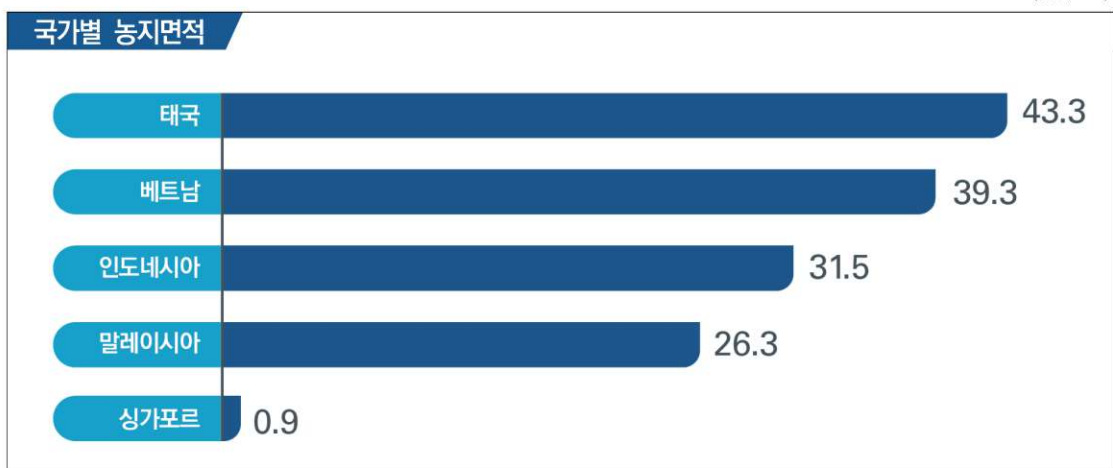
- 싱가포르의 국토 면적은 719.9km<sup>2</sup>이며, 전체 면적에서 차지하는 농경지 비율은 1%에 못 미칠 정도로 그 규모가 매우 작음. 면적이 좁고 도시국가라는 특성상 농업 및 광업과 같은 1차 산업이 발전하는데 어려움이 따름
- 전체 토지 대비 농토의 비율은 1970년대 17.9%에서 2014년 1.0%로 점차 감소했으며, 림추강(Lim Chu Kang) 서쪽의 농토에 군사 훈련장이 생겨 농부들이 떠나야 하는 2019년에는 0.5%까지 추가로 감소할 것으로 예상됨

| 연도   | 전체 토지 대비 농경지 비율 |
|------|-----------------|
| 1970 | 17.9%           |
| 2014 | 1.0%            |
| 2019 | 0.5%            |

\* 출처: 식량 농업 기구

- ASEAN 권역에 속하는 태국(43.3%), 베트남(39.3%), 인도네시아(31.5%), 말레이시아(26.3%)의 농경지 비율과 비교해 싱가포르의 농경지 비율이 가장 작음

(단위: %)



\* 출처: 세계은행(World Bank), 2018

## 농업인구

- 국토가 협소하여 농업 발달이 어려워 싱가포르에서 농업에 종사하는 인구는 2차 산업과 3차 산업에 해당하는 제조업 및 서비스업에 비해 매우 낮은 비율을 차지
- 싱가포르의 주력 산업은 서비스업으로써 전체 노동인구 중 70% 이상이 서비스업에 종사하고 있으며, GDP 기여도 또한 서비스업의 비중이 가장 높음

## 산업별 노동인구 비율 및 GDP 기여도

(단위: %)

| 산업  | 노동인구 비율 | GDP 기여도 |
|-----|---------|---------|
| 농업  | 0.7     | 0.1     |
| 제조업 | 25.6    | 24.8    |
| 서비스 | 73.7    | 75.1    |

\* 출처: CIA World Factbook, 2018

## 농업특성

- 기술을 활용하여 공간의 제약 극복
  - 토지와 노동력의 제약으로 싱가포르는 기술과 혁신을 이용하여 농업 생산성을 극대화
  - 기술과 생명과학을 농업 시스템에 적용하여 농업 테크노 파크(Agrotechnology Parks)를 운영하고 있으며, 어업, 축산업, 원예업을 하는 200개 이상의 농장을 보유하고 있음
  - 농업 테크노 파크는 현대식 농업 단지로 농업에 필요한 인프라를 갖추고 있으며, 현재 싱가포르에서는 약 600ha의 토지가 농업 테크노 파크에 할당되어 있음
  - 가축, 달걀, 우유, 관상용 어류와 식용 어류, 채소, 과일, 난초를 재배하고 있으며, 농업 테크노 파크에서는 자동화된 관개시설과 씨뿌리기 로봇이 농사일의 효율을 높임
  - 싱가포르에는 여섯 개의 농업 테크노 파크가 있음. 위치는 림추강(Lim Chu Kang), 무라이(Murai), 성게이 텡가(Sungei Tengah), 만다이(Mandai), 로양(Loyang), 니순(Nee Soon)임



싱가포르의 6개 농업 테크노 농장 지도

수경재배



- 싱가포르의 아래의 세 가지 핵심 목적에 중점을 두고 농업을 변화시켰음

|                      |                                                                                                                                                                                              |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 농업 테크노 파크 개발         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농업 테크노 파크를 개발하여 현대식 집약적 농장 수용</li> <li>- 대부분 인공조명을 갖추고 있으며 공기나 수질의 조절이 가능한 환경 통제 기능이 있음</li> </ul>                                                  |
| 농업 테크노와 농업 바이오 기술 개발 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농업 기술과 농업 바이오 기술 개발 및 큰 규모의 집약적 농업에 적용되는 분자 생물학 개발</li> </ul>                                                                                       |
| 농산업을 위한 투자           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농부들이 기술을 더 쉽게 받아들일 수 있도록 하는 농업 생산성 펀드가 있음</li> <li>- 싱가포르에서 식품, 달걀, 어류, 열채류, 숙주를 재배하는 식량 생산 농가를 위해 공동 기금의 상한선을 70만 달러에서 2백만 달러로 상향조정 하였음</li> </ul> |

\* 출처: 농식품 수의청 (AVA), 2017

#### ● '공간(Space)'을 활용한 영농 방식

- 싱가포르 자체 식량 공급률은 소비량의 10% 정도로, 나머지 90% 가량은 수입을 통해 현지 식량 수요를 충당하고 있음
- 기후 변화, 인구 증가로 인한 세계 식량공급 불안으로 인해 현지 정부는 '30 by 30' 계획을 발표, 이는 2030년까지 식량 공급을 30%까지 끌어올리는 것을 목표로 삼고 있음
- 제한적인 환경에서 식량 공급률 30%를 달성하기 위해 싱가포르는 '토지(Land)'가 아닌 '공간(Space)'으로 관점을 전환하여 농업에 접근하기 시작
- '공간'이란 평면적인 '토지'를 포함하여 위와 옆까지 포괄하는 입체적인 개념으로 단순히 평면 위에 농작물을 재배하는 것이 아닌, 비어있는 공간을 적극 활용한 영농방식이라고 할 수 있음
- '공간'을 활용한 영농방식의 대표적인 예로 '수직농장(Vertical Farm)'을 꼽을 수 있음. 수직농장은 다단 적층의 수직형 재배를 의미하며, 층별로 동일한 작물을 재배하거나 층별로 각기 다른 작물을 재배하여 생산 작물의 다양화를 추구할 수 있음

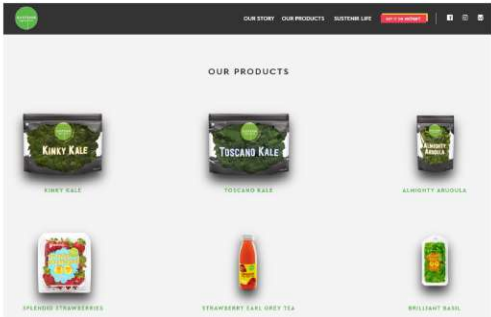
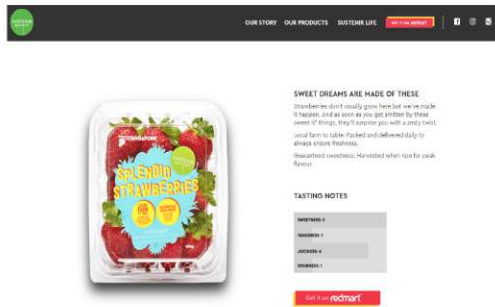


수직농업

\* 출처: 뉴 사이언티스트

- 싱가포르에서 허가를 받은 수직농장으로는 스카이그린스(SkyGreens), 패킷 그린스(Packet Greens), 아폴로 아쿠아컬처 그룹(Apollo Aquaculture Group), 서스테니르 어그리컬처(Sustenir Agriculture), 길스 앤 클로우스 (Gills 'N' Claws)가 있음

- Sustenir Agriculture는 싱가포르의 수직농장 중 하나로, 수경재배 방식과 인공조명을 활용하여 케일, 토마토, 딸기 등과 같은 작물을 재배하며, 지역 슈퍼마켓이나 온라인 식료품 가게에 수확된 농산물을 판매하고 있음

| Sustenir Agriculture 생산 작물                                                        | 생산 작물별 상세 설명                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

#### ● 저비용 고효율 농법(Grow More With Less)

- 스카이 그린스(Sky Greens)는 세계 최초 저탄소 배출과 수경재배 개념을 도입한 수직농장으로, 최소한의 농지, 수자원 및 기타 에너지 자원을 활용하여 농작물을 재배하는 기업으로 알려져 있음
- 스카이 그린스는 위로 갈수록 좁아지는 A자 모양의 알루미늄 프레임에 선반을 설치하여 최대 32개의 채소 상자를 적재하며, 상추나 시금치 등 다양한 채소들을 재배
- 수압을 이용하여 선반을 아래에서 위로 올리는 방식으로 알루미늄 프레임이 작물들을 천천히 회전시키면서 햇빛을 고루 받을 수 있도록 고안되어 작물마다 성장이 균일하게 이루어지도록 하고 있음
- 스카이 그린스를 비롯한 수직농장은 인공조명을 이용하여 작물의 성장에 적합하도록 온도 및 습도를 조절할 수 있으며, 협소한 공간에서 최대한 많은 작물들을 생산할 수 있다는 장점이 있음
- 전통적인 재배 방식에 비해 적은 양의 물과 에너지원을 사용하기 때문에 수자원과 농지가 부족한 싱가포르에서 식품의 공급을 늘릴 수 있는 방안으로 각광받고 있음

| Sky Greens 농장                                                                       |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

- 식량 수입원을 다각화하여 식량 안보를 향상시키려는 정부의 노력
  - 싱가포르의 식량의 90%를 수입하기 때문에 공급상의 문제, 식량 부족, 가격 폭등에 매우 취약함
  - 식품청(SFA)과 싱가포르 정부는 수입원의 다각화를 통해 식량안보를 향상 시키고자 170개가 넘는 국가에서 식량을 수입함

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### ● 주요 생산품목 및 규모

#### 싱가포르 주요 생산품목

(단위: 톤)

| 품목         | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | CAGR<br>2013~2017년 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|
| ○ 채소 전체    | 21,785 | 22,720 | 23,039 | 22,458 | 22,620 | 0.9%               |
| - 엽채류      | 10,308 | 10,848 | 11,420 | 11,335 | 11,778 | 3.4%               |
| - 기타 채소    | 11,476 | 11,872 | 11,619 | 11,123 | 10,842 | -1.4%              |
| ○ 해산물      | 6,775  | 6,379  | 7,699  | 6,822  | 6,498  | -1.0%              |
| - 어류       | 5,864  | 5,639  | 6,540  | 6,086  | 5,916  | 0.2%               |
| - 기타 해산물   | 911    | 740    | 1,159  | 736    | 582    | -10.6%             |
| ○ 달걀(백만 개) | 438    | 433    | 421    | 452    | 521    | 4.4%               |

\* 출처: 싱가포르 통계청[DOS], 2018

- 싱가포르는 식품의 90% 가량을 해외에서 수입하며, 식량 대외 의존도가 매우 높은 국가이므로 세계 식품 시장의 수요와 공급의 변동에 매우 민감함. 이에 따라 현지에서는 식량 자급률 제고를 위하여 기술 도입, 장비 지원, 컨설팅 및 교육 등을 통해 생산량 증대 노력
- 싱가포르는 난초, 채소, 어류, 달걀을 주로 생산하고 있으며, 자급자족 능력 향상으로 인해 엽채류와 달걀은 최근 5년간 평균 3.4%, 4.4% 증가하였음

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입 규모

#### ● 전체 수출입 현황

- 중계무역(Intermediary Trade)이 발달한 싱가포르는 농식품 수입 시 내수용과 재수출용으로 구분하며, 재수출량이 전체 수입량의 약 45~50% 정도를 차지하고 있음
- 싱가포르는 농식품의 90% 가량을 수입에 의존하고 있어 수입에 큰 변화 없이 매년 비슷한 수준을 유지하고 있음



- 싱가포르는 최근 5년 연평균 5.1%의 수출 성장률을 보이고 있으며, 2018년 기준 전년대비 25.8% 증가한 173억 달러를 기록
  - 싱가포르는 세계에서 가장 개방적이고 경쟁이 치열한 시장 중 하나이며, 아시아에서 수출 의존도가 가장 높은 국가임
  - 수출이 증가세를 보이는 이유는 중소기업 식품 수출을 장려하는 싱가포르의 정책 때문임. 싱가포르 국제기업청(IE싱가포르)은 지속적으로 식품 박람회를 개최하여 국내 제조업체와 해외의 잠재적 파트너를 연결해 주는 등 많은 지원을 하고 있음
- 싱가포르는 수입 의존도가 높지만 특정 국가에 대한 의존도는 점차 낮아지고 있음
  - 싱가포르는 170개 이상의 국가에서 식품을 수입함으로써 식량 공급 탄력성을 구축하여 특정 국가의 공급불안으로 인한 충격에 크게 타격을 받지 않도록 함
  - 싱가포르는 상대적으로 자유롭고 개방적인 교역 시스템을 유지하여 담배와 주류를 제외한 수입 식품에 대해 수입 쿼터나 관세를 부과하지 않음

### 싱가포르 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러(USD), %)

| 구분 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 증감률  |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| 수출 | 14,206 | 14,390 | 13,608 | 13,766 | 17,317 | 5.1  |
| 수입 | 13,249 | 11,924 | 11,518 | 12,318 | 12,669 | -1.1 |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

### 국가별 수출입 현황

- 주요 수출국
  - 2018년 싱가포르는 미국, 벨기에, 일본, 베트남, 말레이시아 순서로 높은 수출규모를 보임. 자체 공급이나 조달이 부족한 싱가포르에서는 중계무역을 통해 수입한 식품을 가공하여 재수출 하는 방식으로 수출 이익을 창출

### 싱가포르 농림축산식품 수출상위 5개국 및 한국실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출국   | 금액     | 주요품목                        |
|----|-------|--------|-----------------------------|
|    | 전 체   | 17,317 | 조제식료품, 아미노산·에스테르 화합물, 맥아추출물 |
| 1  | 미국    | 3,117  | 조제식료품, 과실주스, 포도 브랜드         |
| 2  | 벨기에   | 2,100  | 아미노산·에스테르 화합물, 핵산·염(鹽)      |
| 3  | 일본    | 1,497  | 아미노산·에스테르 화합물, 발포성 포도주      |
| 4  | 베트남   | 1,338  | 결련, 포도 브랜드, 즉석식품            |
| 5  | 말레이시아 | 1,102  | 즉석식품, 위스키, 포도 브랜드           |
| 16 | 한국    | 225    | 위스키, 조제식료식품, 초콜릿, 담배, 식용지방  |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018



### ● 주요 수입국

- 싱가포르의 주요 수입국에는 말레이시아, 프랑스, 중국, 미국, 인도네시아가 있음. 수입 1위국인 말레이시아는 지리적 인접성으로 비교적 저렴한 가격에 고품질의 제품을 공급할 수 있다는 이점이 있어 싱가포르의 상위 수입국으로 자리매김하고 있으며, 주요 수입 품목에는 가금류 및 신선란이 있음

### 싱가포르 농림축산식품 수입상위 5개국 및 한국실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위  | 수출국   | 금액     | 주요품목                      |
|-----|-------|--------|---------------------------|
| 전 체 |       | 12,669 | 포도주, 담배, 조제식료품, 발포성 포도주   |
| 1   | 말레이시아 | 1,860  | 살아있는 가금류(닭), 팜유(정제유), 신선란 |
| 2   | 프랑스   | 1,533  | 포도 브랜드, 발포성 포도주, 와인, 버터   |
| 3   | 중국    | 1,046  | 겔린, 리큐르 및 알코올 음료, 조제식료품   |
| 4   | 미국    | 893    | 즉석식품, 소과동물/양/염소의 지방, 위스키  |
| 5   | 인도네시아 | 882    | 겔린, 식용 동물성 생산품, 조제식료품     |
| 18  | 한국    | 150    | 딸기, 라면, 겔린, 혼합조제식료품       |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

### ● 품목별 수출입 현황

#### ● 주요 수출품목

- 주요 수출품목에는 즉석식품, 주류 등이 있으며, 세계적으로 가공식품 및 인스턴트 식품의 수요가 높아 지고 있어 즉석식품에 대한 수출이 가장 활발하게 이루어지고 있음
- 주류의 경우 프랑스 등지에서 수입한 제품을 미국과 일본, 베트남, 말레이시아 등 아시아권 국가를 대상으로 재수출하고 있음
- 가공식품 수출 이외에도 식품 제조 및 가공에 필요한 아미노산에스테르, 핵산염(鹽) 등 식품첨가물을 수출

#### ● 주요 수입품목

- 주요 수입품목은 주류, 담배, 식품 원재료 등이며, 식품의 90% 이상을 수입에 의존하고 있어 대부분 소비재들이 수입되고 있으며, 재수출 또는 현지 가공용 원재료 수입이 주를 이루고 있음

### 싱가포르 농림축산식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적(2018년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출            |          | 수입      |        |
|----|---------------|----------|---------|--------|
|    | 품목            | 금액       | 품목      | 금액     |
| 1  | 즉석식품          | 4,759.06 | 포도 브랜드  | 866.72 |
| 2  | 아미노산·에스테르 화합물 | 4,495.16 | 담배      | 836.72 |
| 3  | 맥아추출물         | 1,163.15 | 위스키     | 670.53 |
| 4  | 포도 브랜드        | 1,096.43 | 즉석식품    | 488.74 |
| 5  | 담배            | 1,054.44 | 발포성 포도주 | 363.32 |

\* 출처: Global Trade Atlas[GTA], 2018

## (2) 한국의 對 싱가포르 농식품 수출 현황

### 수출 규모

- 2018년 對 싱가포르 수출은 전년 대비 5.7% 증가한 135.9백만 달러를 기록. 식품의 90% 이상을 수입에 의존하는 싱가포르는 세계경기 회복세에 힘입어 2018년 경제성장률 3.3%를 기록하였으며 전반적 소비 증가
- (농산물) 전년 대비 2.9% 증가한 108,524천 달러로 채소류(14,325천 달러/ 3.7%), 연초류(12,095천 달러/△17.9%), 면류(10,982천 달러/4.9%), 과실류(7,498천 달러/△1.8%), 소스류(7,434천 달러, 56.2%), 커피류(5,759천 달러/△1.7%), 주류(5,476천 달러/△6.5%), 과자류(5,219천 달러/11.6%), 음료(3,384천 달러/20.5%), 유지가공품(3,014천 달러/△6.1%), 당류(2,291천 달러, 6.6%), 곡류(1,963천 달러/△5.7%), 식물성유지(1,649천 달러/44.4%), 인삼류(1,535천 달러, △16.4%), 버섯류(474천 달러/155%) 등 채소류, 소스류가 상승을 주도
- (임산물) 전년 대비 20.1% 증가한 4,809천 달러로 석제품(3,116천 달러/57.3%), 가구류(1,012천 달러/6.5%) 등이 성장을 주도
- (축산물) 전년 대비 26.9% 감소한 1,595천 달러로 가금육류(394천 달러/11.2%), 낙농품(378천 달러/△38.3%) 등 전반적 감소
- (수산물) 전년 대비 23.7% 증가한 21,043천 달러로 어류(7,866천 달러/△0.1%), 해조류(5,362천 달러/28%), 연체동물(3,848천 달러/86.8%), 갑각류(3,662천 달러/38.5%) 등으로 해조류가 수출 실적 상승을 견인

### 對 싱가포르 한국 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤, %)

| 구분  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| 전체  | 38,352 | 44,545 | 39,630 | 38,630 | 37,235 | -3.6     |
| 농산물 | 34,848 | 40,542 | 35,058 | 34,307 | 33,749 | -1.7     |
| 수산물 | 1,706  | 2,225  | 1,711  | 2,504  | 2,049  | -18.2    |
| 축산물 | 303    | 541    | 1,376  | 975    | 454    | -53.5    |
| 임산물 | 1,495  | 1,238  | 804    | 844    | 983    | 16.4     |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018

### 對 싱가포르 한국 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD), %)

| 구분  | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   | 증감율(B/A) |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| 전체  | 120,193 | 129,008 | 123,395 | 128,651 | 135,972 | 5.7      |
| 농산물 | 105,073 | 105,709 | 97,857  | 105,455 | 108,525 | 2.9      |
| 수산물 | 11,391  | 18,314  | 17,396  | 17,009  | 21,043  | 23.7     |
| 축산물 | 1,651   | 1,790   | 3,487   | 2,181   | 1,595   | -26.9    |
| 임산물 | 2,078   | 3,196   | 4,655   | 4,005   | 4,809   | 20.0     |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018

## ● 對 싱가포르 수출 상위 품목

- 2018년 수출 상위품목은 혼합조제식료품, 딸기, 껌, 라면, 커피조제품 등임
  - (소스류) 전년 대비 56.2%증가한 7,434천 달러로 혼합조미료(4,271천 달러/315.2%), 간장(191천 달러/6.2%)은 증가하였으나 고추장(540천 달러/△14.6%), 된장(274천 달러/△6.8%)은 감소하였음
  - (면류) 전년 대비 4.9%증가한 10,982천달러로 라면(7,874천 달러/6.1%), 인스턴트면(1,002천 달러/7.4%), 당면(346천 달러/72.9%) 등이 증가하였음
  - (과자류) 전년 대비 11.6% 증가한 5,219천 달러로 비스킷(2,333천 달러/4.6%), 기타베이커리제품(1,607천 달러/ 33.3%), 빵(407천 달러/94.1%)은 증가하였으나 곡류조제품(619천 달러/△22.9%)은 감소하였음
  - (음료) 전년 대비 20.5%증가한 3,384천 달러 로 물(726천 달러/24.9%), 기타음료(1,269천 달러/53.2%)가 증가
  - (채소류) 전년 대비 3.7% 증가한 14,325천 달러로 큰 비중을 차지하고 있는 딸기(11,235천 달러/△0.6%)가 소폭 감소하였으나 김치(1,694천 달러/11.6%), 고추(주로 고춧가루 531천 달러/193.8%), 멜론(338천 달러/0.9%) 등은 증가
  - (인삼류) 전년 대비 16.4% 감소한 1,535달러로 중국삼 및 화기삼에 밀려 지속 감소추세
    - 홍삼본삼(뿌리삼 552천 달러/△50.5%), 홍삼정(346천 달러/58.7%), 홍삼조제품(400천 달러/29.4%)
  - (버섯류) 전년 대비 155.4% 증가한 474천 달러로 팽이(181천 달러/1,305%), 새송이(234천 달러,119%) 등이 사브사브를 비롯한 레스토랑에서의 소비증가로 큰폭 상승
  - (과실류) 전년 대비 18% 감소한 7,498천 달러로 포도(1,558천 달러/9%), 감(999천 달러/2.5%), 유자(460천 달러/7.4%), 사과(776천 달러/6.7%), 복숭아(352천 달러/37.1%) 등은 증가하였으나 배(547천 달러/△8.3%), 감귤(238천 달러/△3.6%) 등 감소
  - 증가 : 혼합조제식료품(17.9백만 달러/10.0%), 라면(7.9백만 달러/6.1%), 김(5.2백만 달러/27.9%), 혼합조미료(4.3백만 달러/315.2%), 맥주(4.3백만 달러/8.0%), 전복(2.9백만 달러/343.4%)
  - 감소 : 딸기(11.3백만 달러/△0.4%), 껌(9.5백만 달러/△30.4%), 커피조제품(5.5백만 달러/△3.3%), 참치(2.5백만 달러/△25.1%), 기타소오스제품(1.9백만 달러/△7.4%)

## 對 싱가포르 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년   |        | 2017년   |        | 2018년   |        |
|----|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|    | 품목      | 수출액    | 품목      | 수출액    | 품목      | 수출액    |
| 1  | 혼합조제식료품 | 15,344 | 혼합조제식료품 | 16,272 | 혼합조제식료품 | 17,894 |
| 2  | 껌       | 12,196 | 껌       | 13,687 | 딸기      | 11,289 |
| 3  | 딸기      | 10,264 | 딸기      | 11,336 | 껌       | 9,521  |
| 4  | 라면      | 7,480  | 라면      | 7,421  | 라면      | 7,874  |
| 5  | 커피조제품   | 6,815  | 커피조제품   | 5,732  | 커피조제품   | 5,545  |

\* 출처: 농식품수출정보[KATI], 2018





## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

##### 📌 식품 소비 규모 증가

- 싱가포르 통계청(DOS) 자료에 따르면 개인 식품 소비 지출이 매년 증가하는 추세임. 2018년 식품 및 비알코올 음료에 대한 지출은 최근 5년 평균 2.1% 증가한 112억불을 기록하였으며, 알코올 음료 및 담배의 경우 0.7% 증가한 31억불을 기록
- 외식, 식품 주문 등을 포함한 식품 서비스(Food Serving Services) 부문에서의 지출액도 매년 증가하고 있으며, 최근 5년 평균 2.6% 증가한 120억불을 기록

##### 품목별 개인 소비지출

(단위: 백만 달러(USD), %)

| 구 분          | 2014년    | 2015년    | 2016년    | 2017년    | 2018년    | 평균 성장률 |
|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|
| 식품 및 비알코올 음료 | 10,293.7 | 10,545.5 | 10,636.5 | 10,872.8 | 11,167.1 | 2.1    |
| 담배 및 알코올 음료  | 2,983.1  | 3,081.2  | 3,089.3  | 2,982.2  | 3,063.4  | 0.7    |
| 식품 서비스       | 10,844.1 | 11,089.0 | 11,546.9 | 11,708.7 | 12,001.2 | 2.6    |

\* 출처: 싱가포르 통계청[DOS], 2018

- 싱가포르 무역산업부(Ministry of Trade and Industry) 산하 기관인 Enterprise Singapore에 따르면, 식품 제조업계는 지속적으로 발전 중에 있음. 2017년 식품 제조업 매출은 43억 불로 전체 GDP의 1.1%를 차지하였으며, 48,000명 이상의 직원을 고용

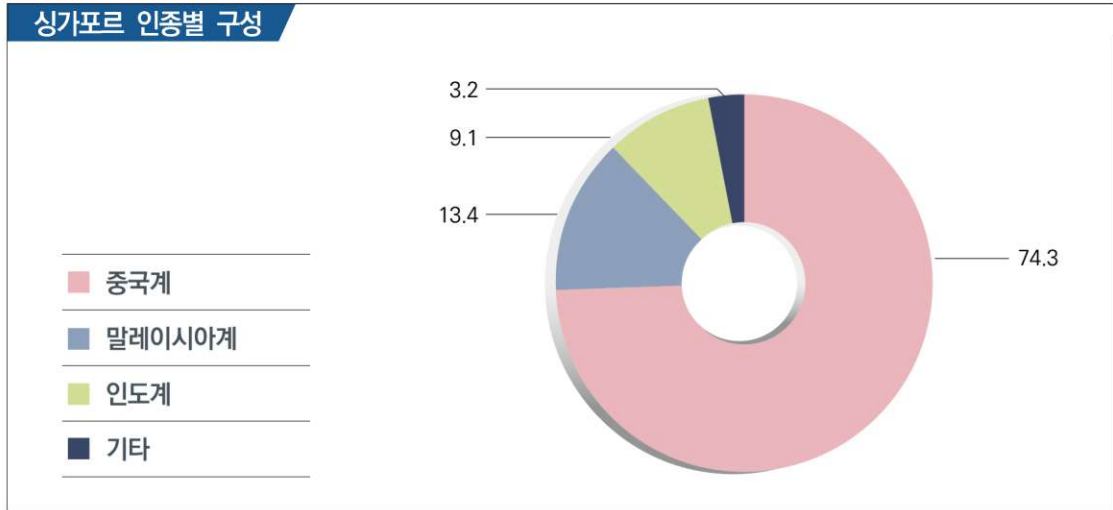
#### (2) 시장 특성

##### 📌 다인종 국가

- 싱가포르는 중국계, 말레이시아계, 인도계, 기타 인종으로 구성되어 있는 다인종·다문화 국가로서 각국의 식문화가 혼재되어 있는 특징을 보임. 또한 외국계 기업의 싱가포르 진출 및 투자, 관광 등으로 인하여 서구문화가 유입되어 서양식 또한 싱가포르 식문화의 일부로 자리잡고 있음



(단위: %)



\* 출처: CIA Factbook, 2018

### 외식문화 발달

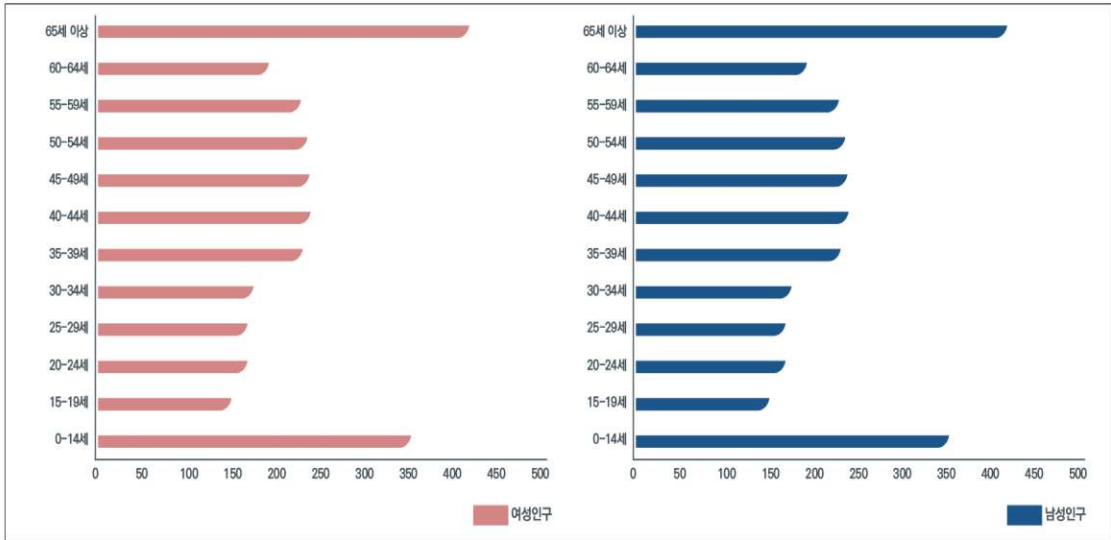
- 싱가포르 대부분이 맛별이 가정으로 가정에서 조리하는 것보다 외식을 선호하며, 연중 평균 기온이 30도를 넘는 더운 나라의 특성도 외식을 선호하는 이유가 되었음
- 싱가포르는 많은 소규모 음식점들이 모여 있는 푸드코트 호커 센터(Hawker Center)가 발달되어 있으며, 호커 센터는 싱가포르 특유의 외식 형태라고 볼 수 있음
  - 식사부터 디저트까지 모두 해결할 수 있고, 중국식, 인도식, 서양식 등 다양한 메뉴로 구성되어 있으며, 평균 4~6불 사이로 굉장히 저렴하여 이용객들이 많음

호커 센터(Hawker Center) 모습



## 인구 노령화

- 인구 분포의 변화에 따라 식품 소비 또한 변화하고 있음. 노년층은 신진대사가 떨어져 전반적인 식품 소비가 줄어듦 것으로 예상되며, 간식과 디저트를 줄이고 건강기능성 식품에 소비가 증가하는 추세임



(단위: 천 명, %)

| 연도  | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | CAGR 2013~2017 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| 인구  | 5,399.2 | 5,469.7 | 5,535.0 | 5,597.7 | 5,657.3 | 1.2%           |
| 성장률 | 1.6%    | 1.3%    | 1.2%    | 1.1%    | 1.1%    |                |

\* 출처: Euromonitor International Passport - Industrial 2018 Edition

## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### 브랜드 제품 선호

- 싱가포르 소비자들은 브랜드 가치와 제품의 가격에 의해 소비 여부를 결정하는 경향이 있음. 많은 소비자가 고가의 프리미엄 제품을 지향하지는 않지만, 소비자의 건강, 위생, 영양상의 조건을 만족시키는 프리미엄 제품을 찾는 소비자가 많아지고 있음

#### 소포장식품 선호

- 싱가פור는 연중 30도가 넘는 열대기후 국가이므로 식품이 부패하기가 쉬워 식품을 안전하게 섭취하기 위해 소포장이나 개별 포장을 선호

- 싱가포르는 도시화, 서구화가 급속도로 진행되면서 빠르고 편리하게 먹을 수 있는 즉석 식품이 소비자들에게 인기가 있음

매기 페투치네

크노르 컵 죽



\* 출처: NTUC 페어프라이스 웹사이트

### ● 건강식품에 대한 관심 증가

- 싱가포르인이 가장 많이 앓고 있는 질병은 당뇨병으로, 국가 차원에서도 건강유지를 위해 운동과 식단 관리의 중요성을 강조하고 있음
- 소비자들은 건강 지향적인 소비패턴을 보이고 있으며, 건강식에 대한 관심이 계속해서 증가하고 있음. 설탕, 소금, 지방의 함량을 낮춘 식품의 출시와 소비가 지속적으로 이루어지고 있으며, 유기농 식품이나 기능성 식품의 성장이 예상됨
- 견과류, 씨앗류, 트레일 믹스는 싱가포르에서 건강한 스낵이라는 인식 때문에 건강을 챙기는 소비자들의 수요를 충족하는 건강 스낵으로 인기가 많음
- 다양한 브랜드의 제품이 판매 되고 있어 소비자들이 쉽게 접근할 수 있고 대부분의 제품들의 품질이 뛰어나 가격 경쟁력을 기준으로 제품을 선택하는 경향이 있음

카멜 브랜드의 견과류와 트레일 믹스



## (2) 농식품 관련 동향

### 30 by 30 전략

- 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency, SFA)은 '30 by 30' 전략을 통해 2030년까지 싱가포르의 식품 자체 생산 수준을 현재의 10%에서 30%까지 끌어올리고 이를 통해 국내 식량 공급 탄력성을 높이고자 함
- 싱가포르는 현지에 공급되는 식품의 90% 이상을 170개국으로부터 수입하고 있으므로 세계 인구 증가, 기후 변화, 동식물 질병 발생 등으로 인한 식량 시장 변동에 취약함
- 건강증진위원회(Health Promotion Board)에 따르면 싱가포르인은 과일 및 채소, 단백질을 섭취하고자 하는 영양 요구(Nutritional Needs)가 높음. 싱가포르는 2030년까지 과일 및 채소 20%, 단백질 식품 10%를 자체 생산하는 것을 목표로 설정함
- 건물의 옥상이나 빈 건물과 같은 공실(公室)을 활용한 농지 대체, 수경재배 등의 기술 도입을 통한 영농, 지속적인 농업을 위한 미래 전문 농업인 육성과 같은 방안을 통해 목표한 식량 공급량을 달성하고자 함

### 설탕세(Sugar Tax) 도입

- 싱가포르 보건부(Ministry of Health, MOH)는 당분 섭취를 줄여 비만과 당뇨병을 낮추고자 설탕세 도입 여부를 검토 중임. 현재 싱가포르인 9명 중 1명은 당뇨병을 앓고 있으며, 이는 선진국 중 미국 다음으로 높은 수치에 해당함
- 보건당국에 의하면 설탕이 함유된 음료수를 매일 250ml씩 섭취할 시, 당뇨병 발병 위험률이 18%에서 26%로 증가한다고 밝힘
- 과도한 설탕 섭취는 당뇨병 중 '2형 당뇨병'의 발병 가능성을 높이므로 이를 예방하기 위해서는 식습관 및 생활습관 개선이 필요함. 싱가포르는 세계보건기구(WHO)의 일일 권장량인 5티스푼의 2배를 훨씬 넘는 12티스푼의 설탕을 섭취하는 것으로 조사되었으며, 전체 설탕 섭취의 약 60%가 음료를 통해 이루어짐
- 싱가포르 보건 당국은 당뇨병 발병률 저하를 위한 방안으로 다음과 같이 제시함
  - 고가당 음료에 대한 단일 세금 또는 계층별 세금 부과
  - 설탕/영양성분 함량에 대한 표시 의무화
  - SNS 및 교통수단 등 모든 광고 플랫폼에서의 광고 금지
- 보건부와 건강증진위원회(Health Promotion Board)는 혼합 음료, 탄산음료, 요구르트 음료, 과일 주스를 포함한 식품에서 설탕 섭취를 줄이기 위한 방안을 모색 중에 있음



- 학교 및 정부기관에는 이미 고가당 음료 판매를 허용하고 있지 않으며, 대부분의 기업체에서 아동들의 텔레비전 시청 시간을 고려하여 해당 시간대에 당분 함유량이 높은 음료의 광고를 자제하고 있음

## 다 이슈품목

### ● 마라(麻辣)맛 식품

- 싱가포르의 인구의 대부분이 중국계로 이루어져 중국문화와 밀접한 관련을 맺고 있음. 이는 식문화에 있어서도 예외는 아니며, 2018년에는 마라(麻辣)맛을 첨가한 다양한 종류의 식품이 시중에 출시되었고 많은 인기를 얻음
- 산초나무의 열매인 마라는 매운맛이 특징으로 중국에서는 마라상귀, 마라탕, 마라루샤 등 마라를 활용한 음식이 많음. 최근 한국에서도 마라의 인기가 높아져 마라 족발, 마라 치킨, 마라 라면 등의 가공식품이 다량 판매되고 있으며, 한국식 매운맛과는 다소 차이가 있는 이색적인 매운맛을 체험할 수 있어 소비자들의 인기를 끌고 있음
- 현지 브랜드 Mala Mala는 감자칩, 버섯 튀김, 생선 껍질 튀김 등 제품이 다양하고 매운맛의 강도를 보통 매움(Mild Spicy), 아주 매움(Super Spicy), 최고 매움(Crazy Spicy) 3단계로 나누어 선택의 폭을 넓힘. Mala Mala 외에도 Ooh라는 브랜드에서도 마라맛 감자칩, 마라맛 카사바칩 두 가지 제품을 시중에서 판매 중에 있음

| MALA MALA 감자칩(보통 매움)                                                                                                                    | MALA MALA 감자칩(아주 매움)                                                                                                                     | MALA MALA 감자칩(최고 매움)                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>Mild Spicy</b><br/>Hand-Cut Potato Wedges</p> |  <p><b>Super Spicy</b><br/>Hand-Cut Potato Wedges</p> |  <p><b>Crazy Spicy</b><br/>Hand-Cut Potato Wedges</p> |

### ● 김 스낵(Seaweed snacks)

- 김은 한국, 일본 및 중국에서 오래전부터 이용되어 온 인기 식재료이며, 맛과 향이 친숙하여 한국, 일본 등지에서는 김의 풍미가 가미된 스낵이나 기타 식품에 대해 거부감이 없었음. 최근에는 싱가포르에서도 김밥이나 일본식 라면, 초밥 등 김을 활용한 식품을 접할 기회가 늘어나면서 김 맛에 익숙해지고 이를 선호하는 사람들이 증가하고 있음

- 싱가포르 현지 브랜드인 The Golden Duck은 김을 활용한 싱가포르 칠리 크랩 김 스낵(Singapore Chilli Crab Seaweed Tempura)과 싱가포르 솔티드 에그 크랩 김 스낵(Singapore Salted Egg Crab Seaweed Tempura) 두 가지 버전을 출시하여 인기를 끌
- The Golden Duck은 스낵 전문 제조회사로 기존의 스낵시장에서 흔히 볼 수 있었던 스낵의 한계를 뛰어넘어 다양한 풍미를 가미한 실험적인 스낵을 제조해옴. 김 스낵 외에도 솔티드 에그 요크 감자칩(Gourmet Salted Egg York Potato Chips), 솔티드 에그 생선 껍질 튀김(Gourmet Salted Egg Fish Skin Crunch Crisps)이 인기가 높음

| Singapore Chilli Crab Seaweed Tempura                                               | Singapore Salted Egg Crab Seaweed Tempura                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|   |   |
| Gourmet Salted Egg York Potato Chips                                                | Gourmet Salted Egg Fish Skin                                                         |
|  |  |

### ● 길트 프리 디저트(Guilt-Free Dessert)

- 과거의 디저트는 고당도, 고칼로리 음식으로 취급되어 건강에 좋지 않다는 인식이 강했음. 그러나 최근에는 ‘건강’, ‘웰빙’에 대한 인식이 디저트에도 접목이 되면서 ‘길트 프리 디저트(Guilt-Free Dessert)’가 등장함
- ‘길트 프리 디저트’란 ‘죄책감 없이 먹는 디저트’라는 뜻으로써 건강에 좋지 않은 음식을 섭취하고 있다는 죄책감에서 자유로워지면서 디저트를 있는 그대로 즐길 수 있다는 의미를 내포하고 있음

- 아이스크림 전문점인 SWENSEN'S는 설탕 함유량을 39% 낮춘 아이스크림을 출시하였음. 가장 기본적인 맛인 바닐라, 딸기, 초콜릿 세 가지로 구성되어 있으며, 가격은 양에 따라서 4.5싱가포르 달러, 7.5싱가포르 달러로 이루어져 있어 일반 아이스크림과 가격이 동일
- All The Better라는 카페는 버터와 유제품을 일절 사용하지 않은 길트 프리 케이크(Guilt-Free Cake)를 판매함. 또한, 딸기, 아보카도 등 다양한 재료를 첨가하고 재료별로 가지고 있는 본연의 맛을 살려 케이크에 풍미를 더한 것이 특징임

### 길트 프리 디저트 예시

| 비건(Vegan)용 아이스크림                                                                    | 두부로 만든 치즈 케이크                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|   |   |
| ▼ 무지방 코코넛 아이스크림                                                                     | ▼ 인공첨가물을 넣지 않은 저칼로리 아이스크림                                                            |
|  |  |



## 🍵 발효 음료(Fermented Drink)

- 싱가포르의 더운 날씨로 인해 음료 섭취가 많고 높은 당뇨병 발생률로 인해 건강 음료에 대한 관심이 높아지는 추세임. 무가당 음료, 설탕 함량이 적은 음료, 건강차 등이 싱가포르 음료 시장에 등장하면서 최근에는 콤부차(Kombucha)가 건강지향 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있음
- 콤부차란 홍차에 효모와 각종 균을 더해 만든 발효 음료로써 콤부차에 함유된 폴리페놀 성분이 세포의 노화를 억제하며, 그밖에 아미노산, 비타민 및 미네랄 성분이 함유되어 있어 피부 건강 유지, 해독 기능을 함
- 콤부차 이외에 케피어(Kefir) 발효 우유 또한 건강 음료로 각광을 받고 있음. 케피어 우유의 맛은 요거트와 비슷하며, 발효 음료 특성상 유산균을 함유하고 있기 때문에 장 건강 개선에 도움을 줌
- 발효 음료 브랜드인 Craft&Culture는 콤부차와 케피어 우유를 판매하는 곳으로, 공동창업자인 Zhiwei와 Winnie는 부모와 자녀 모두가 즐길 수 있어 가족 모두의 건강을 지킬 수 있는 발효 음료를 만들고 싶다는 아이디어에 착안하여 Craft&Culture를 설립하였음

| 콤부차(Kombucha)                                                                       | 케피어 우유(Milk Kefir)                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

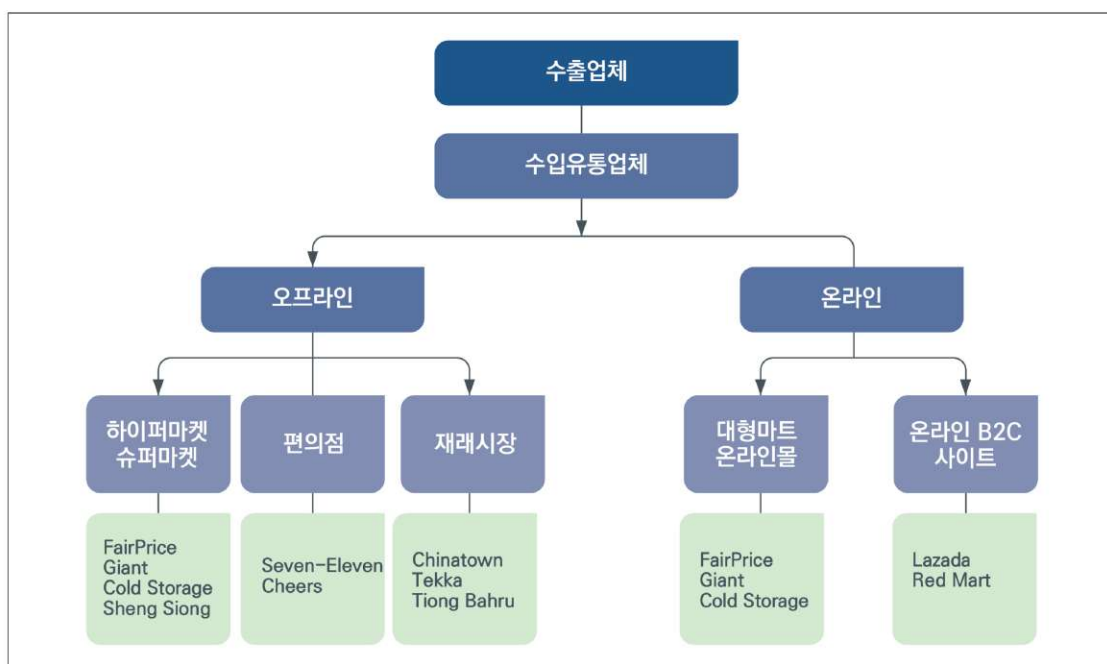


## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### 유통구조



\* 출처: 미국 농부무[USDA], 2018

- 싱가포르는 현지에서 자체적으로 식품을 생산 및 제조하여 국내 수요를 충족하는 데에 한계가 있으므로 식품의 대부분을 해외에서 수입하고 있는 실정임. 즉, 싱가포르 식품 시장에서 소비자가 접하는 식품의 대부분은 수입식품이라 보아도 무방할 정도로 다양한 국가와 브랜드가 싱가포르 식품 시장에서 판매되고 있음
- 일반적으로 싱가포르로 수입된 식품은 현지 수입업체 및 유통업체를 통해 시장에 공급됨. 수입업체 및 유통업체는 오프라인 채널과 온라인 채널로 나누어 제품을 공급하는데, 오프라인 채널은 크게 현대적 유통채널과 전통적 유통채널로 구분할 수 있음. 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점이 현대적 유통채널에 속하며, 재래시장(Wet Market), 행상, 소규모 상점이 전통적 유통채널에 해당됨

- 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓과 같은 대형 유통 업체는 비용 절감을 위해 물품 조달, 저장 및 재포장이 가능한 자체 창고 시설을 갖추고 있어 소비자에게 고품질의 제품을 빠르게 전달할 수 있는 이점이 있음
- 편의점은 NTUC FairPrice 기업과 Dairy Farm 기업에서 각각 소유하고 있는 Cheers, 7-Eleven이 싱가포르에서 가장 인기가 많으며, 식음료, 생활필수품, 기본 의약품 등의 소비재를 주로 취급함
- 재래시장(Wet Market), 행상(Hawker), 소규모 상점은 수입식품이 직접적으로 침투하기 어렵기 때문에 중개 도매업자를 거쳐 수입식품의 판매가 이루어짐

## (2) 유통현황 및 특징

### 🍃 지속성장하고 있는 슈퍼마켓

- 최근 5년간 현대식 소매유통 채널의 식품 판매는 지속적으로 성장하였고 슈퍼마켓이 가장 높은 53%의 점유율을 차지하고 있으며 NTUC 페어프라이스가 선두 업체임
- 슈퍼마켓은 주로 주택가에 위치해 접근이 용이하여 많은 소비자들이 찾고 있음. NTUC 페어프라이스는 싱가포르 전역에 걸쳐 위치하고 있고, Sheng Siong은 주거지역의 심장부인 이슌(Yishun)이나 카팁(Khatib) 지역에 자리하고 있으며, 프리미엄 가격 정책을 펴는 콜드 스토리지(Cold Storage)는 부유한 지역인 부킷 티마 식스 애비뉴(Bukit Timah Sixth Avenue)와 같은 지역을 타겟으로 함

### 🍃 재래시장과 소규모 식품점 하향세

- 개인이 운영하는 소규모 식품점은 임대료 상승, 현대식 대형 유통업체 발전, 소비자 선호도 변화로 인해 어려움을 겪음
- 싱가포르는 국토 면적이 상대적으로 작기 때문에 현대식 식료품 소매 유통점이 일반적으로 주거지역이나 쇼핑몰 근처의 걸어 갈 수 있는 편리한 장소에 위치하고 있어 재래시장이 접근성에서 차이점을 만들지 못함
- 재래시장은 주말이나 이른 아침에 신선한 농산물을 구입하는 것을 선호하는 사람들에게 인기가 있으나 현대식 식료품 소매 유통업체에서 더 다양한 종류의 제품을 공급하고 있어 소비자들이 재래시장보다 현대식 유통매장을 선호하는 추세임

### 🍃 최근 인기를 끌고 있는 한국 식품점

- 한국 식품점이 최근 싱가포르에서 인기를 끌고 있으며, 한류의 영향과 한식당을 통해 한국 음식을 많이 접하면서 한국 요리에 점점 익숙해지고 식재료를 구매하는 빈도가 증가하기 시작하였음
- 한국식 바비큐의 인기 덕에 많은 사람들이 관련 식재료를 찾고 있음. 싱가포르의 인기 있는 한국 식품점은 샤인 한인 슈퍼마켓(Shine Korea Supermarket), 솔 마트(Sol Mart), 고려마트가 있음

## 유통의 옴니채널(Omni Channel)화

- 옴니채널(Omni Channel)이란 소비자가 온라인, 오프라인, 모바일 등 다양한 경로를 통해 상품을 검색하고 구매할 수 있도록 한 서비스로서 다양한 채널을 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 자신이 원하는 제품을 합리적으로 구매하고자 하는 소비자의 니즈를 반영한 방식을 의미함
- 싱가포르의 유통 시장 역시 옴니채널을 반영하여 소비자의 제품에 대한 접근성을 높임. 특정 브랜드의 유통매장 방문 전 해당 유통매장의 자체 온라인 쇼핑몰을 방문하여 제품 및 가격을 확인하고 온라인을 통해 직접 구매하거나 오프라인 채널에 직접 방문하여 빠르고 간편하게 구매가 가능

## 온라인 유통채널의 성장

- 온라인 마켓과 전자 상거래(e-Commerce)가 발달하고 있는 싱가포르지만, 소비자들은 직접 매장에 방문하여 상품을 확인하고 구매하는 방식을 여전히 선호하고 있음
- 온라인 마켓은 오프라인 마켓에 비해 소비자의 니즈에 즉각적인 대응이 가능하고 소비자의 편의성을 도모할 수 있는 이점이 있음. 최근 무료배송이나 조건부 무료배송과 같은 다양한 구매 옵션 및 교환과 환불 등 고객 서비스 지향적인 정책들이 이용객들에게 있어 온라인 마켓 이용을 증가시키는 주요 원인으로 작용함
- 최근에는 다양한 온라인 쇼핑몰이 증가하고 있는데, 프랑스 식재료를 판매하는 Thefrenchgrocer.com, 인도 제품을 판매하는 myonline groceries.com, 할랄 제품을 판매하는 halalmarket.com, 유기농 제품을 판매하는 organicgrocer.com 등 특정 제품에 한정하여 판매하는 온라인 쇼핑몰도 증가하고 있음

## 나 주요 유통채널 현황

### (1) 오프라인 유통 업체

#### 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

- 싱가포르 유통업체 시장은 NTUC FairPrice, Dairy Farm International, Sheng Siong 3개 기업이 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있음

| 업체명                      | 형태                         | 점포수 | 분포지역    | 공급 방법            |
|--------------------------|----------------------------|-----|---------|------------------|
| FairPrice Cooperative    | 하이퍼마켓, 슈퍼마켓<br>편의점, 온라인 마켓 | 288 | 싱가포르 전역 | 직접 공급<br>또는 수입업체 |
| Dairy Farm International | 하이퍼마켓, 슈퍼마켓<br>편의점, 온라인 마켓 | 658 | 싱가포르 전역 | 직접 공급<br>또는 수입업체 |
| Sheng Siong              | 슈퍼마켓, 온라인 마켓               | 45  | 싱가포르 전역 | 직접 공급<br>또는 수입업체 |

\* 출처: 미국 농무부[USDA], 2018

- NTUC FairPrice는 식품 소매업계 시장 점유율 34%를 차지하는 선두 기업으로써 112개의 FairPrice Supermarket, 16개의 FairPrice Finest 및 하이퍼마켓에 해당하는 FairPrice Xtra 매장 8개를 보유하고 있음. NTUC FairPrice 계열사 중 Warehouse Club은 2015년 최초로 멤버십 카드를 도입한 소매 업체로서 박스나 벌크 형태의 식료품 및 소비재를 판매함
- Dairy Farm International(DFI)은 싱가포르에서 가장 많은 매장을 보유하고 있는 기업으로 총 점포 수는 약 658개로 추산되며, 슈퍼마켓인 Cold Storage 52개, 고급형 슈퍼마켓인 Market Place 9개, Specialty 5개, Giant Express 27개, Giant Supermarket과 Giant Hypermarket을 각각 25개, 8개씩 보유하고 있음
- DFI는 소비자의 소득 및 구매력에 따라 고급형 슈퍼마켓부터 중저가 마트에 이르기까지 다양한 형태의 매장을 제공하고 있다는 특징을 가짐
  - The Market Place와 Jason's - The Gourmet Grocer 전문점은 고소득층 및 중상위층 소비자에 초점을 맞춘 상품을 제공하며, 주로 호주, 뉴질랜드, 미국 등의 서양에서 수입한 식품 등을 취급함
  - Cold Storage는 중고가에 속하는 제품을 제공하며, Giant 계열의 브랜드는 저소득층 및 가격에 민감한 고객을 대상으로 저렴한 상품이 주요 취급 품목에 해당됨
- 싱가포르 현지 체인인 Sheng Siong은 저소득층 소비자를 대상으로 한 슈퍼마켓으로 주택가 중심부에 위치해 있으며, 45개의 매장을 가지고 있음

## 주요 유통업체 현황

| 유통매장명        | 세금 포함 매출(US\$ 백만) | 점포 수 |
|--------------|-------------------|------|
| NTUC 페어프라이스  | 1,594.4           | 112  |
| 페어프라이스 파이너스트 | 299.9             | 16   |
| 페어프라이스 엑스트라  | 255.1             | 8    |
| 셴시옹          | 638.4             | 45   |
| 콜드 스토리지      | 327.0             | 52   |
| 자이언트 하이퍼마켓   | 314.2             | 8    |
| 자이언트 슈퍼      | 174.6             | 25   |
| 자이언트 익스프레스   | 101.4             | 27   |

\* 출처: Euromonitor International Passport - 소매유통 2018 Edition



## 주요 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>FairPrice Xtra</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NTUC FairPrice 그룹 계열의 하이퍼마켓</li> <li>- 싱가포르 현지에 매장 8개 보유</li> <li>- 식품, 음료, 생활필수품 이외에 전자제품, 의류 등을 포함하며 소비자에게 폭넓은 범위의 제품 제공</li> </ul>                                              |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1973년                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                     | 주소  | 1 Joo Koon Circle, #13-01, FairPrice Hub, Singapore 629117                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                     | 전화  | +65-6888-1888                                                                                                                                                                                                                                     |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.fairprice.com.sg/">https://www.fairprice.com.sg/</a>                                                                                                                                                                         |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                              |
|  |     | <b>FairPrice finest</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NTUC FairPrice 그룹 계열의 고급 슈퍼마켓</li> <li>- 싱가포르 현지에 매장 16개 보유</li> <li>- FairPrice Supermarket보다 취급 품목이 다양하고 수입제품을 다수 취급하므로 가격 면에서 FairPrice Supermarket에 비하여 조금 더 비싼 편</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1973년                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                     | 주소  | 1 Joo Koon Circle, #13-01, FairPrice Hub, Singapore 629117                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                     | 전화  | +65-6888-1888                                                                                                                                                                                                                                     |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.fairprice.com.sg/">https://www.fairprice.com.sg/</a>                                                                                                                                                                         |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                            |

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Cold Storage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dairy Farm International 그룹 계열의 고급형 슈퍼마켓</li> <li>- 싱가포르 현지에 매장 52개 보유</li> <li>- 고품질의 호주, 뉴질랜드, 북아메리카, 유럽 제품들을 광범위하게 취급</li> <li>- 중·고소득층의 소비자</li> <li>- 외국인 거주자 밀집 지역에 주로 분포</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 1945년                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                     | 주소  | Tampines One, 10, Tampines Central 1, B1-01/02, Singapore, 529536                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                     | 전화  | +65-6587-1783                                                                                                                                                                                                                                           |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://coldstorage.com.sg/">https://coldstorage.com.sg/</a>                                                                                                                                                                                   |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                      |
|  |     | <b>Giant</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 싱가포르 Jurong의 IMM Mall에 1호점 개업</li> <li>- 싱가포르 현지에 하이퍼마켓 매장 8개, 슈퍼마켓 25개 보유</li> <li>- 제품 가격은 FairPrice나 Cold Storage에 비하여 저렴함</li> <li>- 싱가포르 전역에 고루 분포</li> </ul>                          |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2000년                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                     | 주소  | 21 Tampines North Drive 2 #03-01 Singapore 528765                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                     | 전화  | +65-6891-8000                                                                                                                                                                                                                                           |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://giant.sg/">https://giant.sg/</a>                                                                                                                                                                                                       |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                                                  |

|       |      |                                                                                                                                                                      |
|-------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일  | 1985년                                                                                                                                                                |
|       | 주소   | Sheng Siong 6 Mandai Link Singapore 728652                                                                                                                           |
|       | 전화   | +65-6895-1888                                                                                                                                                        |
|       | 홈페이지 | <a href="http://www.shengsiong.com.sg">http://www.shengsiong.com.sg</a>                                                                                              |
| 매장 형태 |      |   |

### 미니마켓(편의점)

- 싱가포르 편의점은 NTUC FairPrice와 Dairy Farm International이 각각 운영하는 Cheers 및 FairPrice Xpress와 7-Eleven이 가장 높은 점유율을 차지
- 24시간 연중무휴로 운영되는 것이 일반적으로, 장을 보는 시간 외에 이른 아침이나 늦은 저녁에도 물품 구매가 가능한 장점이 있음
- 주요 취급 상품은 생필품 및 기타 소비재, 간편식 및 인스턴트 식품, 신선 식품 일부 등을 위주로 판매함
- 대부분의 편의점은 근거리에 서로 인접해 있으므로 경쟁이 심함. 업체 간에 차별성을 두기 위해 현금 인출 서비스, 전자 상거래 지불 서비스 등을 도입하여 고객 유치를 높이는 데에 주력함

| 업체명              | 형태         | 점포수 | 분포지역    | 공급 방법     |
|------------------|------------|-----|---------|-----------|
| 7-Eleven         | 편의점        | 546 | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |
| Cheers           | 편의점        | 129 | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |
| Choices          | 주유소 내 소형마트 | 41  | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |
| Star Mart        | 주유소 내 소형마트 | 21  | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |
| FairPrice Xpress | 주유소 내 소형마트 | 23  | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |
| I-Econ           | 주유소 내 소형마트 | 29  | 싱가포르 전역 | 수입업체/유통업체 |

\* 출처: 미국 농무부(USDA), 2018



## ☞ 주요 미니마켓(편의점)



### 7-Eleven

- 1983년 싱가포르의 Upper Changi Road에 최초 개업
- 싱가포르 현지에 매장 546개 보유
- 2015년 현금 인출 서비스 도입
- 2017년 모바일 애플리케이션 출시
- 매장 내에 카페를 설치하여 소비자에게 휴식공간 및 편의 제공

|       |     |                                                                                                                                                                        |
|-------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 1983년                                                                                                                                                                  |
|       | 주소  | No. 21 Tampines North Drive 2 #03-01, Singapore 528765                                                                                                                 |
|       | 전화  | Hotline 1800-891-8100                                                                                                                                                  |
| 홈페이지  |     | <a href="https://www.7-eleven.com.sg/">https://www.7-eleven.com.sg/</a>                                                                                                |
| 매장 형태 |     |   |



### Cheers

- NTUC FairPrice 그룹 계열의 편의점
- 싱가포르 현지에 매장 129개 보유
- 싱가포르 전역에 고루 분포해 있으며, 24시간 운영함
- 식품, 음료, 생활필수품, 기본 의약품 등 취급

|       |     |                                                                                                                                                                          |
|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업정보  | 설립일 | 1973년                                                                                                                                                                    |
|       | 주소  | 1 Joo Koon Circle, #13-01, FairPrice Hub, Singapore 629117                                                                                                               |
|       | 전화  | +65-6888-1888                                                                                                                                                            |
| 홈페이지  |     | <a href="https://www.fairprice.com.sg/">https://www.fairprice.com.sg/</a>                                                                                                |
| 매장 형태 |     |   |



## 재래시장

- 현대적인 식품 소매 업체의 등장으로 재래시장(Wet Market) 및 소형 식료품 가게는 시장 점유율이 점차 하락하는 추세임. 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓은 현금, 카드 등 다양한 지불 수단을 이용할 수 있으며, 매장 내부에 휴식 공간, 식당 등 소비자의 관심을 끄는 시설들이 많아 소비자들을 유인할 수 있는 요소가 많기 때문임
- 단골 및 주부층 등 일부 고객들은 재래시장에서 취급하는 제품이 더욱 신선하다는 인식이 있어 재래시장을 선호하는 경우도 종종 있음. 또한 재래시장을 선호하는 소비자들은 판매 제품이 전반적으로 저렴하고, 가격 흥정이 가능하여 효율적으로 소비할 수 있다고 여김
- 싱가포르의 대표적인 재래시장은 Tekka, Tiong Baruh 등이 있음

Tekka 시장



Tiong Baruh 시장



## (2) 온라인 유통채널

### 📍 온라인 시장

#### 📍 시장 개요

- 2018년 기준 싱가포르 전체 인구는 약 5.6백만 명이며, 전체 인구의 약 64%인 3.6백만 명이 온라인 쇼핑 이용자로 추정됨
- 온라인 쇼핑이 전체 소매시장에서 차지하는 비율은 5.3%이며, 온라인 쇼핑 이용자가 2021년에는 4.1백만 명으로 증가할 것으로 기대됨

| 구분              | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 온라인 쇼핑 이용자(백만명) | 3.1   | 3.4   | 3.6   | 3.9   | 4.1   |

\* 출처: Statista, e-Commerce Singapore, Users in millions

#### 📍 연도별 온라인 쇼핑 시장 규모

- 싱가포르 온라인 식품시장(생활용품 포함) 규모 : '19년 기준 전체 4,989백만불의 온라인 시장 중 식품 시장(생활용품 포함)은 844백만불로 약 16.9%로 추정

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분             | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 2020년   | 2021년   |
|----------------|-------|-------|-------|---------|---------|
| 전체 시장          | 3,471 | 4,089 | 4,989 | 6,133   | 7,283   |
| 식품 시장 (생활용품포함) | 515.4 | 648.0 | 844.3 | 1,093.7 | 1,341.7 |

\* 출처: <https://www.statista.com/outlook/243/124/ecommerce/singapore>

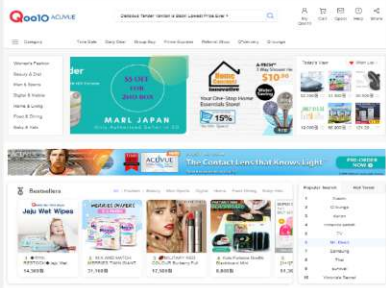
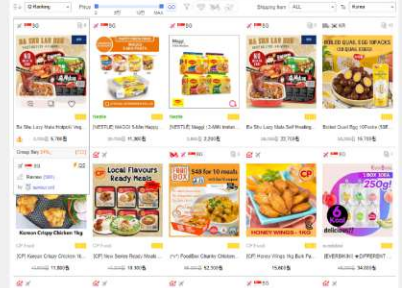
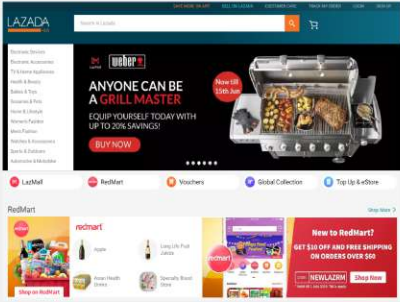
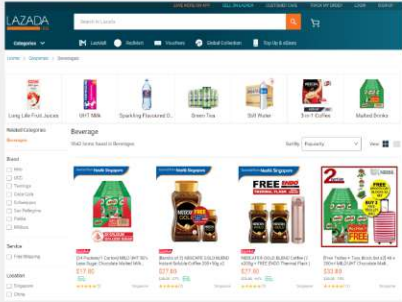
#### 📍 온라인 쇼핑몰의 성장

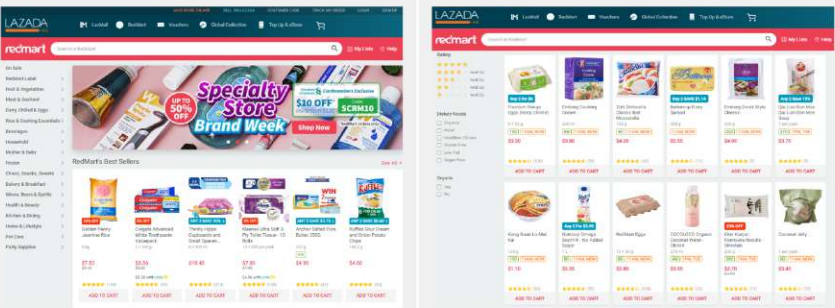
- 레드마트는 2011년 싱가포르에 진출한 후 폭발적으로 성장함. 2012년~2017년 사이 최근 5년 동안 매출 규모가 50배 증가하였음
- 현재 레드마트는 10만 가지가 넘는 상품을 취급하고 있음. 싱가포르 기업청(Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 따르면 2017년 레드마트의 매출은 전년 대비 18% 성장하여 9,700만 싱가포르 달러에 달함

#### 📍 오프라인 상점들도 온라인 쇼핑몰을 운영하기 시작

- NTUC 페어프라이스는 최근 온라인 쇼핑몰을 재정비하고 이름을 페어프라이스 온(FariPrice On)으로 변경하였음. 자동 창고와 검색 시스템을 개선하여 쇼핑 프로세스가 유기적으로 연계되게 만들

## 주요 온라인 유통채널

|                                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |     | <b>Qoo10</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국의 G마켓과 이베이의 조인트 벤처로 2010년 설립</li> <li>- 싱가포르 온라인 마켓에서 시장 점유율 1위</li> <li>- 싱가포르 외에 일본, 인도네시아, 말레이시아, 중국, 홍콩 총 6개 지역에서 온라인 쇼핑몰 운영</li> </ul>                              |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2010년                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                     | 주소  | 150 Beach Road, Gateway West, #18-01, Singapore 189720                                                                                                                                                                           |
|                                                                                     | 전화  | +65-6500-4440                                                                                                                                                                                                                    |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.qoo10.sg">https://www.qoo10.sg</a>                                                                                                                                                                          |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                               |
|  |     | <b>Lazada Singapore</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 독일계 업체로 싱가포르에 본사를 둔 다국적 기업</li> <li>- 2012년 라자다 전자 상거래 플랫폼 런칭</li> <li>- 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 베트남 등 동남아시아를 중심으로 플랫폼 구축</li> <li>- 2013년 모바일 애플리케이션 구축</li> </ul> |
| 기업정보                                                                                | 설립일 | 2012년                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                     | 주소  | 8 SHENTON WAY #43-01 AXA TOWER SINGAPORE 068811                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                     | 전화  | Hotline +65-3157-1774                                                                                                                                                                                                            |
| 홈페이지                                                                                |     | <a href="https://www.lazada.sg">https://www.lazada.sg</a>                                                                                                                                                                        |
| 매장 형태                                                                               |     |                                                           |

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>RedMart</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 식품 분야 1위 온라인 유통채널</li> <li>- 2019년 3월 15일부터 온라인 플랫폼 랭킹 2위인 Lazada에 통합</li> <li>- Lazada의 플랫폼을 통해 Lazada 제품 및 RedMart의 식품을 동시에 구매 가능 및 Lazada Wallet과 같은 결제방식 동시 이용 가능</li> </ul> |
| 기업정보                                                                              | 설립일 2011년                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                   | 주소 6 Fishery Port Rd, Level 7, Singapore 619747                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                   | 전화 +65-6261-3456                                                                                                                                                                                                                              |
| 홈페이지                                                                              | <a href="https://redmart.lazada.sg">https://redmart.lazada.sg</a>                                                                                                                                                                             |
| 매장 형태                                                                             |                                                                                                                                                             |



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

##### 수출 프로세스

- 싱가포르와 한국은 FTA 체결 국가로 한-아세안 FTA, 한-싱가포르 FTA 협정을 체결하고 있어 수출 제품이 어느 협정문을 따를 때에 유리한지 확인이 필요함
- 한국 FTA 홈페이지에 접속하여 HS코드 분류를 확인한 후 싱가포르 관세청 홈페이지에서 재확인이 요구됨

| 번호 | 순서            |   | 내용                                                                              | 비고                                                                   |
|----|---------------|---|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1  | 수출계약          | ➡ | · 수출업체 거래선 발굴 및 수출계약                                                            |                                                                      |
| 2  | 서류준비          | ➡ | · 수출국 HS 코드 파악<br>· FTA 협정별 수출 조건 및 시장 진입 조건 파악<br>· 수출업체 수입신고 서류준비             | · 상업 송장<br>· 포장 명세서<br>· 선하증권<br>· 항공화물운송장<br>· 식물검역증<br>· 기타 구비서류 등 |
| 3  | 도착전           | ➡ | · 운송사는 선박은 도착 24시간 이전에, 항공은 8시간 이내 관세청에 통보                                      |                                                                      |
| 4  | 도착시           | ➡ | · 수입업자(또는 포워딩대행)는 선적된 모든 화물 및 부속물 관련 세관신고서 제출                                   |                                                                      |
| 3  | 하역            | ➡ | · 수입업자(또는 포워딩대행)는 관세청에 승인을 받아 세관지역 내 지정된 장소에 하역, 운송사는 12시간 이내에 하역 목록을 관세청장에게 제출 |                                                                      |
| 4  | 수입관세 및 제세의 납부 | ➡ | · 수입업자(또는 포워딩대행)는 물품의 관세 및 제세의 납부                                               | · Inter-Bank GIRD(IBG)를 통해 싱가포르 세관에 납부                               |
| 5  | 물품의 서류 및 실물검사 | ➡ | · 수입업자(또는 포워딩대행)가 수입 신고서 및 제서류를 제출하면 관세청은 서류검토 후 실물검사 실시                        | · 싱가포르 식품청                                                           |
| 6  | 관세청 지역으로 물품인도 | ➡ | · 관세청의 승인이 나면 수입된 물품인도                                                          |                                                                      |
| 7  | 관세청으로부터 물품인수  | ➡ | · 수입업자는 관세청으로부터 물품인수 및 유통 · 판매                                                  |                                                                      |

## (2) 관련 법률 등 특이사항

### 싱가포르, 수입 식품의 엄격한 관리

- 싱가포르 내에서 소비되는 식품의 90%는 해외 수입에 의존하고 있음. 이로 인해 싱가포르는 자국 소비자를 보호하기 위해 수입되는 물품의 위생과 안전에 엄격한 규정을 적용하고 있음. 현재 수입되는 모든 식품은 싱가포르 식품청(SFA)에서 발표한 'Sales of Food Act'와 'Food Regulation'의 적용을 받고 있음
- 싱가포르 식품청(SFA)는 모든 수입식품의 검역을 담당하고 있음. 이에 식품청의 모니터링과 프로그램 검사를 통해 검역을 실시하게 되며 해당 검역에서 불합격하게 되면 수입 금지 처분이 내려짐
- 모든 가공 식품들은 식품청에 등록되어야 하며 수입업체가 수입허가를 받기 위해서는 Trade Net System([www.tradechange.gov.sg](http://www.tradechange.gov.sg))에 수입에 관한 등록을 해야 함

### 수입식품, 엄격히 관리하지만 무역장벽은 없음

- 기본적으로 수입업자에게 적용되는 수입규정을 통해 자국으로 수입되는 식품에 대한 규제를 실행하며 식품의 품질과 안전에 주안점을 두고 엄격히 관리하는 편이지만, 식품에 관한 별도의 무역장벽은 없음

### 육류 및 계란 생산업체 사전 인증제도

- 싱가포르에 육류 또는 계란을 수출하려면, 먼저 생산업체에서 싱가포르 식품청(SFA)에 의향서를 제출해야 함
- SFA에서는 1차 서류검사, 2차 현지실사를 거친 생산업체에 인증서를 발급함. 싱가포르의 수입업자는 SFA의 인증된 생산업체로부터만 육류 및 계란을 수입할 수 있음
- SFA는 salmonella enteriditis 및 E-coli E.0157에 대하여 완전 금지 (zero- tolerance)의 정책을 유지하고 있어, 미국 및 유럽의 생산업체들도 수시로 수입금지대상이 되기도 함
- 인증된 육류 및 계란 생산업체 목록은 싱가포르 SFA 웹사이트에 게재 되어 있음

### SFA 승인 받은 육류/계란 제조업체

| 업체 번호          | 업체 이름                           | 주소                               | 제품                   |
|----------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| KR1            | 파인 코리아<br>(FINE KOREA CO. LTD.) | 전주시 광주군 금천면 고동리 313번지<br>520-821 | 육류 통조림<br>(인삼 첨가 치킨) |
| KR511-85-06326 | 올품<br>(ORPUM CO. LTD.)          | 경상북도 상주시 발산로 135, 742290         | 생 가금류(닭) 고기          |
| KR621-85-11067 | 아워홈<br>(OURHOME CO. LTD.)       | 경상남도 양산시 이곡공단 1길 134번<br>626-220 | 육류 통조림<br>(인삼 첨가 치킨) |
| KRMU224        | 하림<br>(HALIM CO. LTD.)          | 전북 익산시 양성면 어량리 13-14             | 육류 통조림<br>(인삼 첨가 치킨) |

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

#### 관리·법률 체계

##### 싱가포르 식품청(SFA) 신설

- 2019년 4월 1일부로 환경수자원부 산하 기관 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency, SFA)이 신설
- 농식품수익청(AVA), 보건과학청(HSA), 환경청(NEA)의 식품 관련 업무를 신설되는 식품청으로 이전
- 농식품수익청(AVA)의 동물복지와 같은 동물 관련 기능은 국가개발부 산하 국립공원청(NParks)으로 이전
- 기관별 기능 및 조직개편

#### 이전 기관별 식품관련 기능

| 기관명          | 식품관련 기능                                                                                                                                                                               |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 농식품 수익청(AVA) | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국가개발부(MND) 산하 기관</li> <li>· 싱가포르 내 유통되는 육류, 어패류, 신선과일 및 채소, 신선·가공 달걀, 가공식품, 식기 등 관리</li> <li>· 건강보조식품(food-health products) 일부 담당</li> </ul> |
| 보건과학청(HSA)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 보건부(MOH) 산하 기관</li> <li>· AVA에서 담당하는 품목 외 건강보조식품 관리</li> </ul>                                                                               |
| 환경청(NEA)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 환경수자원부(MEWR) 산하 기관</li> <li>· 싱가포르 내 레스토랑, 카페, 스낵바, 슈퍼마켓, 푸드트럭, 케이터링(catering) 등 F&amp;B 업체들의 영업 허가 라이선싱, 식품 위생 교육 및 관리 등 담당</li> </ul>      |

- 관련 기관 직원 1,150명의 이동
  - 식품청(SFA)은 농식품 수익청(AVA)에서 600명, 환경청(NEA)에서 220명, 보건과학청(HSA)에서 30명이 이동하여 총 850명으로 구성
  - 농식품 수익청(AVA)에서 약 300명은 국립공원청(NParks)으로 이동
  - 농식품 수익청(AVA)은 기관 폐쇄

## 신설 기관 조직도 및 업무분장



### · 싱가포르 식품청(SFA) 기능

- 기존에는 농식품 수익청(AVA), 보건과학청(HSA), 환경청(NEA) 등 3개 기관에서 모두 식품 안전 관련 업무를 수행하였지만 2019년 4월부터 싱가포르 식품청(SFA)에서 단독으로 식품 안전 조사 (investigation), 집행(enforcement), 확인(assurance) 등을 통합 관리함
- 식품청(SFA)에서 식품 매개 질병 관리 및 그에 따른 제품 추적 및 리콜 조치도 담당

### ● 관세법(Customs Act)

- 싱가포르 관세법은 과세 물품에 대한 세금의 적용 및 물품의 수출입시 세금 부과에 관하여 규정함

### ● 수출입관리법(Regulation of Imports and Exports Act)

- 해당 법은 1974년 제정되어 수출 및 수입에 관한 통제사항과 규제사항을 명시하고 있음

## ● 통관절차

- 통관은 수화인 또는 대리인을 통해 신청이 가능하며, 반입 화물의 경우 싱가포르 도착 후 24시간 이내에 세관에 통관 신청을 해야 함





#### ● Step 1 : 수입업자 등록

- 수입업자는 수입업자 등록증 및 라이선스 발급이 필요하며, 싱가포르 식품청(SFA)에 수입업자 등록을 하기 위해서는 싱가포르 회계 및 기업 규제청(Accounting and Corporate Regulatory Authority, ACRA)에 회계 등록을 우선적으로 실시해야 함
- 등록 후에는 기업고유번호(UEN)를 발급받게 되는데 이를 싱가포르 세관에 등록함. 또한 은행간 GIRO망을 통해 싱가포르 식품청(SFA)에 관련 수수료를 지불할 수 있는 시스템을 갖춰야 함

#### ● Step 2 : 수입 신고

- 싱가포르의 수입신고는 전자 통관 시스템인 TradeNet을 통해서 온라인으로 신고하여 수입허가를 취득해야 함
- 싱가포르 세관 등록 후 TradeNet에서 대리 신고인(Declaring Agent)을 지정하여 수입허가 신청이 가능함
- 수입허가를 통지받은 후 신고자는 화물통관허가증(Cargo Clearance Permit, CCP)을 출력하여 서명한 후 통관 시 제시함
- 컨테이너 화물(Containerised Cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 분류되어 신고가 진행되며 관련 증빙서류를 함께 제출함. 컨테이너 화물의 경우 컨테이너 번호를 함께 제출해야 함

#### ● Step 3 : 관세 납부

- 관세 대상 물품은 종가세(Ad valorem) 또는 종량세(Specific)가 적용됨. 종가세는 상품의 가격을 기준으로 하여 세율을 곱해 세액을 산출하는 방법이며, 종량세는 상품의 수량 또는 중량을 기준으로 세율을 곱해 세액을 산출하는 방법임
- 싱가포르 수출입관리법(Regulation of Imports and Exports Act)에 따르면 기본적으로 무관세 국가이기 때문에 주류, 담배, 차량, 석유 4개 제품을 제외하면 대부분 무관세가 적용됨. 관세 납부 대상자는 해당 관세를 물품이 반출하기 전에 납부해야 함
- 대부분의 물품이 무관세 적용을 받지만 상품 및 서비스세(Goods and Service Tax, GST)라는 내국세를 납부해야 하며, 은행간 GIRO망(Inter Bank GIRO)을 통해 싱가포르 세관에 납부해야 함

#### ● Step 4 : 신고 통보

- 관세 및 상품 서비스세를 납부하게 되면 싱가포르 관세청은 싱가포르 식품청(SFA)에 수입신고를 통보함. 이후 식품청은 해당 제품이 검사를 필요로 하는지를 결정함

#### ● Step 5 : 물품 검사 및 반출

- 관세나 상품 및 서비스세(GST)를 납부하게 되면 싱가포르 관세청은 싱가포르 식품청(SFA)에 이를 통보함. 이후 식품청은 해당 제품이 검사를 필요로 하는지를 결정함
- 수입업자 등록 및 수입신고를 완료한 경우에도 판매허가를 받거나 검사가 필요한 제품에 한해서는 집중 검사를 시행함. 싱가포르 식품청(SFA)에서 검역 및 성분 분석을 통하여 수입가능 여부가 결정됨

## 통관시 제출서류

- 수입식품 통관 시 수입신고와 함께 증빙서류를 제출함
  - 상업송장
  - 선하증권 또는 항공화물운송장
  - 포장명세서
  - 운임명세서
  - 화물통관허가서
  - (필요시)원산지 증명서
  - (필요시)수입신고가격 결정근거 서류
  - (필요시)수출국 식물 검역증명서

## (2) 검역제도

### 관리·법률체계

- 싱가포르 식품청(SFA)
  - 2019년 4월 1일부로 싱가포르 식품청(SFA) 신설
  - 농식품 수의청(AVA), 보건과학청(HSA), 환경청(NEA)의 식품 관련 업무는 싱가포르 식품청(SFA)으로 이관되며, 농식품 수의청(AVA)은 폐지됨
  - 농식품 수의청(AVA)의 동식물 관련 업무는 국립공원청(NParks)으로 이전됨
- 식품안전관리인증기준(HACCP)과 Codex의 국제 표준
- 육류 및 어류법(Wholesome Meat and Fish Act)
  - 육류·어류의 생산·수입·유통에 관한 법
- 농식품검역청법(AGRI-FOOD AND VETERINARY AUTHORITY ACT)
  - 농식품수의청(AVA)의 기능 및 권한에 관한 법

### 검역절차

- 싱가포르에 수입되는 식품은 원칙적으로 모두 검사대상이 될 수 있으며, 싱가포르 식품청(SFA)은 법적으로 무작위 샘플링을 하여 해당 수입 식품에 대해 검사할 권한을 보유함
- 경우에 따라 싱가포르 식품청(SFA)은 수입품을 '보류 및 검사(Hold and Test)'할 권한을 보유하고 있음. 보류 및 검사 기간 동안 해당 물품은 검사결과가 싱가포르 기준에 적합한 것으로 결론이 나올 때까지 판매 및 유통이 중지됨

- 싱가포르의 식품 및 식물의 위생검역이 엄격하지만 아시아 권역 내 물류운송 허브에 걸맞는 시스템을 구축하고 있으므로 고품질의 식품을 취급하는 기업이나 관련 서류를 미리 구비할 수 있는 기업의 경우에는 식품 수출이 비교적 용이함
- 검역과 관련된 무역장벽이 낮아지고 있는 추세이며, 자유무역협정(FTA) 체결국에게는 검역 완화 및 수입절차 간소화 정책을 적용하고 있음
- 검역 불합격 시 해당 제품은 싱가포르 내 반출이 금지되며 판매 및 유통이 금지됨. 싱가포르 식품청(SFA)의 감독 하에 폐지되는 것이 원칙이므로 수입업자는 해당 제품을 반송 혹은 폐기해야 하며, 해당 제품에서 방사능이 검출된다면 국내 폐기가 불가능하므로 반송하거나 제3국으로 반출해야 함
- 해당 수입 식품의 검사 필요 여부는 화물통관허가증(CCP)에 명시되어 있음
- 통상적으로 검역이 필요한 제품은 식품청 승인코드와 조건부 승인에 대한 세부내용이 기재되어 있음
- 수입업자는 화물통관허가증(CCP) 내용을 검토하고 식품청에서 요구하는 사항을 준비 및 실행하며, 요구사항을 충족하지 못한 경우에는 관련법에 따라 처벌받을 수 있음

## ● 검역 신청

- 검역이 필요한 경우, 수입업자는 온라인 시스템을 통해 검역 신청을 하되 온라인 검역 신청 전에 싱가포르 식품청(SFA)에 자사 계정을 등록해야 하며, 외국 기업도 등록이 가능함

## ● 검역시 제출서류

- 화물통관허가증(Cargo Clearance Permit, CCP)
- 수출입서류(상업송장, 포장명세서, 선하증권)
- 원산지 국가의 공인된 기관에서 발급한 원산지 증명서
  - 싱가포르와 한국은 한-ASEAN FTA, 한-싱가포르 FTA 총 두 개의 FTA가 체결되어 있기 때문에 수출 시 어떤 FTA 협정문을 따르는 것이 유리한지 미리 결정할 필요가 있음
  - 원산지 결정기준에서 한-ASEAN FTA와 한-싱가포르 FTA 간의 차이가 있으므로 세율, 원산지 증명서 양식, 원산지 결정기준 등을 고려하여 보다 유리한 FTA를 적용해야 함
  - 한-싱가포르 FTA에 따른 일반적인 원산지증명(Invoice에 표시 및 서명) 및 한-ASEAN FTA에 따른 원산지증명서(AK 양식, 세관 및 상공회의소 등에서 발급) 모두 인정되지만 주변국으로 제품을 재수출할 것을 고려하여 AK 양식(한-ASEAN FTA 원산지증명서)이 선호됨
- 기타 서류(GMP, HACCP 등)
- 식품 샘플(냉동육의 경우 한 상자를 사전에 표면 해동)

#### ● (일부 품목)식물검역증

- 식물검역증은 화물이 송부되기 전 14일 내에 발행된 것이어야 함

### 📌 주요 품목별 검역제도

#### ● (Case 1) 신선농산물

- 신선농산물은 가공되지 않은 상태의 과일 및 채소를 의미함. 그러나 과일 및 채소가 절단, 박피, 통조림 및 냉동 공정을 거친 경우에는 가공식품으로 분류됨
- 과일 및 채소류는 모든 국가에서 수입이 가능하나, 금지농약성분 및 유해화학성분이 검출되었거나 싱가포르 허용 기준 및 HACCP이나 Codex(국제식품규격위원회)와 같은 국제 권장기준을 초과한 경우, 검사를 통과하지 못함
- 남미열대국에서 과일 및 채소를 수입하는 경우 SALB(남미요마름병)이 발생하지 않는 지역에서 재배 및 생산되었음을 증명해야 함
- 농산물 검사 및 검역은 TradeNet을 통해 신청하고, 검역기관에서 실제 검사 및 검역을 진행함
- 먼저 수입업자는 TradeNet을 통해 화물통관허가서(CCP) 취득 후 검사 및 검역에 해당되는 제품 샘플을 검역 담당기관에 전달함
- Pasir Panjang Wholesale Centre(PPWC)내 검역기관에서는 식품법에 준거하여 검역을 진행하며, 검사가 완료되기 전까지는 제품의 반출 및 판매가 불가함
- 싱가포르 식품청(SFA)에서 수입식품, 어류, 육류, 가축류, 과일과 채소류에 대한 1차 검역을 담당하고, 전달받은 수입품의 검역은 식품청의 모니터링 프로그램 검사를 통해 성분 분석을 실시함. 해당 제품이 검역에서 탈락할 시, 수입이 금지되며 식품청의 감독 하에 폐기처분됨

#### ● (Case 2) 가공식품

- 가공식품은 육류 및 육류 제품, 수산물, 신선 과일 및 채소의 범주에 속하지 않는 모든 식품 및 식품 첨가물을 의미함
- 가공식품은 모든 국가에서 수입이 가능하나 수입품이 수출국 관련 당국의 관리 하에 생산되었거나 또는 싱가포르 식품청(SFA)의 품질인증프로그램을 준수하여 생산되었음을 증명해야 함
- 고위험군으로 분류된 특정 가공식품의 경우, 수입 전 화물통관허가증(CCP) 신청기간 내 추가로 위생 증명서 및 실험분석보고서를 제출해야 함. 위생증명서, 실험분석보고서 등 추가서류 제출 시에는 각 서류 우측 상단에 제품의 고유 참조번호 및 싱가포르 식품청(SFA) 등록번호를 명기함
- 싱가포르 내 수입자가 가공식품을 수입하고자 하는 경우 싱가포르 식품청(SFA)에 살충제 잔류물, 잔류 농약 등 화학검사보고서를 첨부해야 할 수 있으므로 한국의 수출자는 이에 대비해야 함

#### ● (Case 3) 육류

- 싱가포르는 육류 및 계란류에 대해 사전인증제도를 운영하며, 싱가포르에 육류 및 계란을 수출하기



위해서는 싱가포르 식품청(SFA)에 의향서를 제출해야 함

- 싱가포르 식품청(SFA)에서는 1차 서류검사, 2차 현장실사를 완료한 생산업체에 인증서를 발급함. 싱가포르의 수입업자는 싱가포르 식품청(SFA)에서 인가한 생산업체만을 통해서 육류 및 계란을 수입할 수 있음. 인가 받은 육류 및 계란류 생산업체 목록은 싱가포르 식품청(SFA) 웹사이트에 게재되어 있으므로 확인이 가능함
- 싱가포르 식품청(SFA)은 salmonella enteriditis 및 E-coli E.0157에 대하여 완전 금지 정책을 유지하고 있어 미국 및 유럽 등지의 생산업체들도 수입금지 대상이 되는 경우가 있음
- 한국의 경우 소고기, 양고기, 돼지고기를 싱가포르로 수출하는 것이 불가하며, 가금류의 경우 닭고기에 한해서만 수출이 가능함
- 검역 대상에 해당되는 육류는 육류 함유량이 5% 이상인 동물성 유지를 포함하는 식품을 의미함. 그러나 소고기의 경우에는 함유량에 상관없이 싱가포르 식품청(SFA)의 인증이 필요함. 육류 함유량이 5% 미만인 식품은 싱가포르 식품청(SFA)의 인증이 불요하나 제조공정, 살균공정조건정보, 원료육에 대한 상세 정보를 제출해야 함
- 닭고기류 수입에 대해 수출국의 검역기관에서 발행된 수출검역증명서 혹은 위생 증명서를 반드시 제출해야 하며, 동시에 싱가포르 검역조사를 받지 않으면 수입이 불가함
- 식품청은 닭고기 수입에 대해 다음의 위생조건을 명시하고 있음
  - 고병원성 조류 인플루엔자(HPAI), H5와 H7 아형 저병원성 조류 인플루엔자(LPAI) 수출국에서 신고 의무가 있는 전염병으로 지정된 것. 또한, 수출일로부터 소급하여 3개월간 고병원성 조류 인플루엔자(HPAI), H5와 H7 아형 저병원성 조류 인플루엔자(LPAI) 감염이 없고, 세계수역기구(OIE) 지침에 따라 닭고기 및 해당 제품에는 조류독감 바이러스의 비활성화를 위해 충분한 열처리가 된 것
  - 닭고기는 원산지에서 태어나 사육된 것
  - 닭고기는 정부의 수의검역관의 감독 하에 수의사 혹은 육류검사전문가에 의해 실시된 생전 및 사후 검사에 합격하고 전염성 질환이 없는 것으로 판명된 닭일 것
  - 닭고기는 싱가포르 수출을 위해 싱가포르 식품청(SFA)의 승인을 받은 사업소에서 공적인 수의검사관의 감독 하에 위생조건이 보장된 도축, 처리, 포장, 보관된 닭일 것
  - 닭고기는 화학보존료 또는 다른 건강에 유해한 물질로 처리되지 않은 것
  - 닭고기는 검사되어 사람의 섭취에 적당하다고 판단돼 수출 전에 오염을 방지하기 위해 모든 예방조치가 취해진 것
  - 레토르트 처리된 육류 제품은 밀폐 용기 안에서 상업적 무균상태까지 열처리(멸균 처리에 있어서 균의 치사치 Fo3 이상의 멸균 공정)돼 상온에서 보존 안정성이 있는 것
- 닭고기와 관련된 중금속 규제 기준은 다음과 같음
  - 비소 : 1ppm
  - 납 : 2ppm
  - 구리 : 20ppm
  - 수은 : 0.05ppm
  - 카드뮴 : 0.2ppm
  - 안티몬 : 1ppm

# 07 캄보디아



## 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 271

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

## 2. 농식품 시장 현황 280

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

## 3. 농식품 유통 현황 290

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

## 4. 농식품 수출 프로세스 298

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도

## 01 농업 및 농식품 수출입 현황

### 가 농업현황

#### (1) 농업규모

##### ● 주요 지표(2018년)

| 총면적(ha)               | 농업인구(명)   | 평균기온(°C) | 강수량(mm) |
|-----------------------|-----------|----------|---------|
| 56,545km <sup>2</sup> | 2,730,237 | 27       | 1,580   |

- (GDP 농업 비중) 2018년 캄보디아 GDP는 53조 7,420억 리엘(약 24,523백만 달러)를 기록하였고, 이 중 농업이 12조 7,368억 리엘을 기록, GDP 비중이 23.7%를 차지하면서 연평균 4.04%의 성장률을 기록하였음
- (농업 토지면적) 176,515km<sup>2</sup>에 달하는 전체 토지면적 중 약 32.0%인 56,545km<sup>2</sup>가 농경지임. 캄보디아의 주요 농수산물 곡창지대인 Tonle Sap 주변에는 300백만 인구가 거주하고 있으며 이중 90% 가량은 농수산업에 종사하고 있음. 특히, 우기시즌에 Tonle Sap 호수 범람으로 생긴 비옥한 진흙은 캄보디아 쌀 생산에 중요한 공급원임

#### 캄보디아 성별 농업 종사자 수 및 산업대비 비율

(단위: 천, %)

| 구분   | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 남자   | 1,395 | 1,392 | 1,390 | 1,399 | 1,411 |
| 여자   | 1,315 | 1,299 | 1,305 | 1,311 | 1,319 |
| 총합   | 2,711 | 2,691 | 2,695 | 2,711 | 2,730 |
| 차지비율 | 32.17 | 31.67 | 31.13 | 30.77 | 30.44 |

\* 출처: 국제노동기구(<http://www.cdc-crdp.gov.kh/>)

- (농업인구) 농업인구는 캄보디아 전체인구(2018년 기준 1,640만 명)의 16.6%가 농업에 종사하고 있으며, 2014년부터 지속적으로 감소하고 있음. 2018년 전체 산업대비(산업 및 서비스업) 30.44%를 차지함
- (기온 및 강수량) 캄보디아의 기후는 몬순의 영향으로 기온 및 습도가 높은 것이 특징이고 캄보디아의 강수량은 현지 농수산업에 매우 중요한 역할을 하며 Tonle Sap, 바탐방, 캄퐁참, 타케오 및 Prey Vêng 등지에서 주로 쌀, 옥수수, 카사바, 사탕수수, 담배 등이 재배됨. 9~10월 가장 많은 강수량을 나타내며 연평균 강수량은 1,580mm임

- 캄보디아는 크게 우기 및 건기로 나뉘지며 건기는 냉·온건기로 다시 한 번 나뉘짐. 우기는 6~10월(평균온도 : 31도, 평균습도 : 80~90°F)이며 냉 건기 11~2월(평균 온도: 22도, 평균습도: 80~90°F), 온 건기 3~5월(평균온도: 33.5도, 평균습도: 84~100°F)임

## ● 농업 특성

### 산업별 GDP 증가율

(단위: %)

| 구분  | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 농업  | 4.2   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   |
| 산업  | 9.9   | 9.3   | 9.1   | 8.8   | 8.8   |
| 서비스 | 6.8   | 7.1   | 7.1   | 7.2   | 7.2   |

\* 출처: 캄보디아개발위원회(<http://www.cdc-crdb.gov.kh/>)

- (산업별 GDP 증가율) 농업은 캄보디아 경제를 기반하는 주요 산업으로 현지 농림부 주도하에 농식품 생산성 및 질 향상, 농업 생산품 다양화, 부가가치 증대 등을 목표로 정책을 취하고 있지만 열악한 인프라 및 기후 악재 등의 이유로 산업과 서비스업에 비해 GDP 증가율이 상대적으로 낮게 나타남
- (수로를 활용한 운반) 캄보디아에서 생산 및 어획된 농수산물품은 국제 물류 항구 및 공항이 있는 캄보디아 남부 쪽으로 운반됨. 주요 운반 수단은 캄보디아를 가로지르는 총4,350km에 달하는 메콩강을 통해 운반됨

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### ● 농작물 및 원예작물 재배

(단위: 톤)

| 구분     | 2013년      | 2014년      | 2015년      | 2016년      | 2017년      | 연평균성장률 |
|--------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| 곡류     | 18,434,130 | 17,193,108 | 16,761,445 | 18,578,984 | 19,503,450 | 1.42%  |
| 뿌리 작물류 | 8,305,727  | 8,992,553  | 9,808,717  | 10,588,374 | 11,375,600 | 8.18%  |
| 채소류    | 618,401    | 547,005    | 549,446    | 552,125    | 554,803    | -2.68% |
| 과실류    | 596,305    | 592,279    | 597,134    | 604,015    | 606,244    | 0.41%  |
| 축산물    | 199,432    | 203,654    | 201,050    | 202,012    | 192,873    | -0.83% |
| 콩류     | 74,520     | 78,235     | 78,706     | 81,119     | 83,532     | 2.90%  |
| 견과류    | 30,649     | 29,626     | 32,344     | 32,424     | 23,933     | -6.00% |
| 합계     | 28,259,164 | 27,636,460 | 28,028,842 | 30,639,053 | 32,340,435 | 3.43%  |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

- 캄보디아 농업의 주요 작물은 쌀, 카사바, 옥수수 등이며 그 중 쌀과 카사바의 생산비중이 가장 높고, 쌀이 주로 수출됨



- (곡류) 캄보디아의 주요 생산 곡류는 쌀과 옥수수이며 쌀은 캄보디아 최대의 생산 농업작물 및 수출 품목 중 하나로 캄보디아 쌀 생산은 2017년 기준 2,950,852ha에서 총 10,350,000톤이 생산되었고 2016년 대비 1.5% 증가했으며 최근 5개년(2013~2017년) 기준 연평균 2.73% 상승함
- 쌀과 함께 캄보디아의 주요 곡류 생산품인 옥수수는 2017년도에 총 750,000톤이 생산되었으며 전체 곡류 생산량 중 3.84%를 차지함

#### 쌀 및 옥수수 재배면적 및 생산량

(단위: ha, 톤)

| 구분       | 2013년     | 2014년     | 2015년     | 2016년     | 2017년      |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 쌀 재배면적   | 2,962,949 | 2,858,260 | 2,798,449 | 2,908,546 | 2,950,852  |
| 옥수수 재배면적 | 207,788   | 120,016   | 88,591    | 143,831   | 159,437    |
| 쌀 생산량    | 9,390,000 | 9,324,000 | 9,335,000 | 9,952,000 | 10,350,000 |
| 옥수수 생산량  | 927,000   | 550,000   | 400,000   | 663,000   | 750,000    |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

- (부리작물 류) 카사바는 부리작물류 중 캄보디아 최대 농작물이며, 2017년도에 전체 부리작물류 생산량의 93%를 차지함. 카사바 다음으로 사탕수수(6.0%), 고구마(0.6%)로 나타남

#### 카사바 및 사탕수수 재배면적 및 생산량

(단위: ha, 톤)

| 구분        | 2013년     | 2014년     | 2015년     | 2016년     | 2017년      |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 카사바 재배면적  | 309,621   | 325,779   | 357,518   | 375,173   | 392,074    |
| 사탕수수 재배면적 | 30,665    | 25,503    | 27,316    | 28,972    | 30,622     |
| 카사바 생산량   | 7,550,140 | 8,324,617 | 9,090,587 | 9,830,665 | 10,577,812 |
| 사탕수수 생산량  | 647,020   | 557,406   | 609,962   | 648,234   | 686,505    |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

- (채소류) 2017년에 채소류 생산은 캄보디아 전체 농축산물 중 1.72% 차지하였으며 고추(피망)이 주 생산 품목임

#### 고추(피망) 생산량

(단위: ha, 톤)

| 구분          | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 고추(피망) 재배면적 | 12,992 | 13,111 | 13,247 | 13,428 | 13,609 |
| 고추(피망) 생산량  | 12,008 | 12,164 | 12,288 | 12,444 | 12,599 |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

- (축산물) 2017년 기준 축산물 생산량은 전체 농축산물 생산량의 0.6%를 차지하였으며 축산 품목별 생산량은 2017년에 전체 축산 품목들 중 50.1%로 돼지가 가장 많았고 소(30.4%), 닭(9.5%), 오리(5.2%), 버팔로(3.9%) 순으로 나타남

## 축산 품목별 생산량

(단위: 톤)

| 구분  | 2013년   | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년  |
|-----|---------|---------|---------|---------|--------|
| 돼지  | 102,821 | 111,550 | 110,499 | 110,423 | 98,359 |
| 소   | 60,495  | 56,509  | 56,107  | 56,796  | 58,627 |
| 닭   | 17,500  | 17,421  | 16,740  | 17,267  | 18,295 |
| 오리  | 9,428   | 9,486   | 9,456   | 9,494   | 10,004 |
| 버팔로 | 9,188   | 8,688   | 8,248   | 8,032   | 7,588  |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

- (콩 및 견과류) 2017년에 캄보디아 콩 및 견과류의 주요 작물은 건조 콩이 83,167톤, 전체 콩 및 견과류 생산량의 77.4% 생산으로 가장 높은 비중을 차지하였으며 그다음 땅콩(18.6%) 순으로 나타남

## 콩 및 견과류 생산량

(단위: 톤)

| 구분   | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 건조 콩 | 74,167 | 77,879 | 78,347 | 80,757 | 83,167 |
| 땅콩   | 27,400 | 25,900 | 28,571 | 28,571 | 20,000 |

\* 출처: FAO, 식량농업기구(<http://www.fao.org>)

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### ● 전체 수출입 현황

- 농식품 수출규모는 약 960백만 불 수준으로 전체 수출규모의 약 5.1%를 차지함
  - 농업 비중이 전체 산업비중의 23.7%이상 차지하여 전체 수출규모 중 봉재산업에 이어 두 번째로 높음
- 캄보디아는 농식품 수입액이 수출액보다 약 2.5배 높음
  - 자국 생산기반이 저조해 저장/가공시설이 부족하여 대부분의 농식품을 수입에 의존하고 있음
  - 대부분 인접국인 태국, 베트남, 말레이시아로부터 중저가 상품을 조달하며, 프랑스, 호주, 일본 등으로 부터 고급 상품을 조달함

## 캄보디아 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 천 달러(USD), %)

| 구분 | 2014년   | 2015년     | 2016년     | 2017년     | 2018년     | 연평균증가율 |
|----|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 수출 | 504,021 | 570,497   | 628,791   | 1,640,192 | 960,386   | 17.49% |
| 수입 | 944,056 | 1,043,236 | 1,075,560 | 2,480,560 | 2,445,239 | 26.86% |

\* 출처: ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>)

## 수출현황(품목별)

(단위: 천 달러(USD), %)

| 순위 | 품목명                          | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   | 연평균증가율  |
|----|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1  | 쌀                            | 231,485 | 284,905 | 305,886 | 333,044 | 383,233 | 13.43%  |
| 2  | 천연 고무                        | 142,139 | 161,497 | 163,328 | 202,316 | 58,754  | -19.82% |
| 3  | 설탕                           | 28,039  | 20,109  | 38,314  | 21,000  | 24,830  | -2.99%  |
| 4  | 옥수수                          | 675     | 609     | 483     | 14817   | 20212   | 133.92% |
| 5  | 주정                           | 0       | 0       | 6,464   | 16,842  | 12,483  | 38.97%  |
| 6  | 생선(신선·냉동)                    | 69      | 23      | 21      | 5,944   | 10,561  | 251.71% |
| 7  | 담배                           | 15,661  | 17,058  | 19,309  | 9,705   | 10,557  | -9.39%  |
| 8  | 대추, 파인애플, 아보카도, 구아바, 망고 망고스틴 | 13      | 92      | 825     | 10,869  | 8,211   | 401.32% |
| 9  | 파스타                          | 429     | 1,445   | 2,635   | 3,971   | 6,627   | 98.25%  |
| 10 | 채소, 껌, 견과류 (설탕 저림)           | 6       | 11      | 15      | 1,200   | 6,083   | 464.28% |

\* 출처: ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>)

- 쌀은 2018년 기준 약 381,799천 톤이 수출되었으며, 캄보디아의 주요 수출 농업 제품은 주로 중국 및 프랑스, 네덜란드 등 유럽 국가로 수출이 많이 됨. 또한 중국의 쌀 수요량이 증가함에 따라 향후 중국으로 수출되는 쌀 규모는 지속적으로 증가될 것으로 예상됨

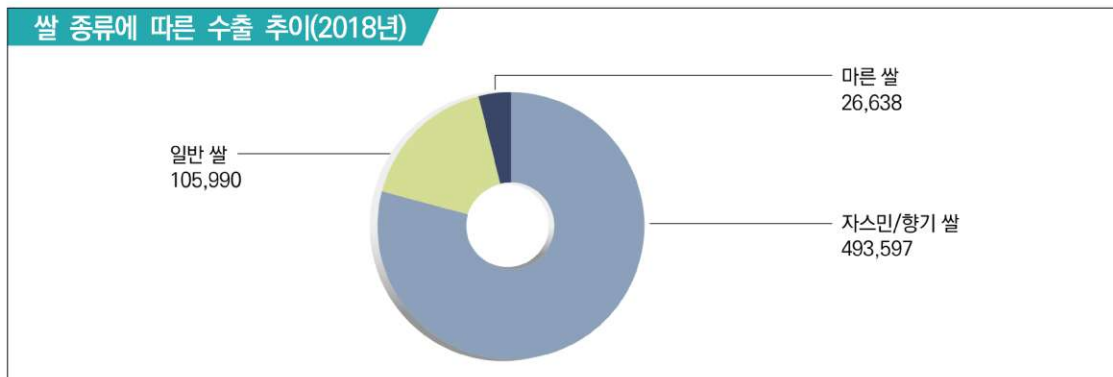
## 캄보디아 쌀 상위 수출국

(단위: MT)

| CY   | 중국      | 프랑스    | 네덜란드   | 말레이시아  | 폴란드    | 영국     | 가봉     |
|------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2016 | 127,460 | 78,329 | 28,690 | 38,877 | 64,035 | 17,673 | -      |
| 2017 | 199,857 | 77,363 | 27,175 | 38,360 | 44,023 | 26,775 | 24,677 |
| 2018 | 170,154 | 86,050 | 26,714 | 40,861 | 23,142 | 18,178 | 33,060 |

\* 출처: 미국 농무부(<https://www.usda.gov/>), SOWS-REF, CRF

- 2018년 기준 전체 쌀 수출 381,799톤 중 자립종인 자스민 쌀이 79%의 비중을 차지했으며 일반 쌀 17%, 마른 쌀 4.3% 순으로 나타남

\* 출처: 미국 농무부(<https://www.usda.gov/>), SOWS-REF, CRF

### 상위 3품목 수출 주요 국가

(단위: 톤)

| 구분       |       | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 천연<br>고무 | 베트남   | 43,338 | 59,200 | 63,916 | -      | -      |
|          | 말레이시아 | 25,555 | 18,111 | 25,628 | 26,406 | 17,363 |
|          | 중국    | 15,639 | 3,673  | 6,376  | 1,866  | 13,433 |
|          | 싱가포르  | 305    | 105    | -      | -      | -      |
|          | 인도    | 1,042  | 3,471  | 5,756  | 5,764  | 6,548  |
| 설탕       | 베트남   | 37,365 | 46,920 | 66,382 | -      | -      |
|          | 불가리아  | -      | 132    | 575    | 603    | 782    |
|          | 중국    | 2,040  | 2,360  | 5,860  | 14,940 | 82,182 |
|          | 체코    | -      | 75     | 1,186  | 939    | 765    |
|          | 프랑스   | 6,506  | 3,004  | 4,056  | 4,639  | 5,045  |
| 옥수수      | 대만    | 1,636  | 1,397  | 1,440  | 1,536  | 1,483  |
|          | 베트남   | 29,515 | 6,650  | 12,952 | -      | -      |
|          | 대한민국  | 0      | 0      | -      | 50     | -      |
|          | 방글라데시 | -      | 21     | -      | -      | -      |
|          | 태국    | 27,220 | 20,326 | 18,015 | 59,348 | 95,779 |

\* 출처: ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>)

- 쌀과 더불어 캄보디아는 주로 천연고무, 설탕, 옥수수 등을 수출하며 주로 지리적으로 인접한 인근 아세안 국가로의 수출이 많았음. 천연고무는 주로 베트남, 말레이시아, 중국 등으로 수출되었으며 설탕의 경우 2018년에 중국에 약 82,182톤 수출하였음. 옥수수는 2018년 기준 태국에 95,779톤을 수출하였는데, 이는 대만 수출 물량의 약 10배가 넘는 수치임

### 수입현황(품목별)

(단위: 천 달러(USD), %)

| 순위 | 품목명                      | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   | 연평균증가율 |
|----|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 1  | 물, 미네랄워터, 설탕 및 기타 첨가물 워터 | 39,375  | 79,086  | 117,879 | 384,092 | 503,347 | 89.09  |
| 2  | 담배                       | 213,470 | 214,913 | 211,437 | 353,796 | 331,294 | 11.61  |
| 3  | 설탕                       | 17,901  | 17,094  | 30,504  | 292,769 | 213,691 | 85.88  |
| 4  | 맥아/엿기름추출물, 밀가루, 전분       | 42,729  | 34,603  | 49,309  | 74,178  | 87,671  | 19.68  |
| 5  | 살아 있는 돼지                 | 2,577   | 9,226   | 4,857   | 7,752   | 71,974  | 129.89 |
| 6  | 냉동 소고기                   | 546     | 628     | 856     | 44,084  | 61,856  | 226.25 |
| 7  | 맥아/엿기름                   | 49,367  | 38,281  | 44,514  | 44,060  | 53,959  | 2.25   |
| 8  | 파스타                      | 7,388   | 8,971   | 11,668  | 78,946  | 52,089  | 62.95  |
| 9  | 우유 및 크림                  | 9,360   | 7,701   | 10,853  | 38,395  | 46,246  | 49.09  |
| 10 | 주정                       | 12,756  | 9,023   | 4,277   | 28,606  | 41,076  | 33.96  |

\* 출처: ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>)



## 상위 3품목 수입 주요 국가

(단위: 톤)

| 구분 |       | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   |
|----|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 물  | 태국    | 163,324 | 249,620 | 309,315 | 421,106 | 517,066 |
|    | 말레이시아 | 31,535  | 26,359  | 21,997  | -       | 26,046  |
|    | 싱가포르  | 648     | 12,883  | 20,963  | 12,455  | 16,871  |
|    | 대한민국  | 33,310  | 42,363  | 52,547  | 55,991  | 65,286  |
|    | 베트남   | 30,678  | 12,571  | 13,476  | 8,057   | -       |
| 담배 | 인도네시아 | 38,625  | 37,434  | 39,061  | 39,469  | 38,442  |
|    | 싱가포르  | 648     | 740     | 954     | 1,360   | 1,118   |
|    | 말레이시아 | 268     | 223     | 322     | 60      | 13      |
|    | 미얀마   | -       | -       | 105     | 112     | -       |
|    | 베트남   | 348     | 450     | 420     | -       | -       |
| 설탕 | 태국    | 488,566 | 476,186 | 673,577 | 604,895 | 612,955 |
|    | 말레이시아 | 900     | 1,020   | 500     | -       | -       |
|    | 베트남   | 21,536  | -       | 448     | -       | -       |
|    | 중국    | 240     | 360     | 286     | 273     | 189     |
|    | 싱가포르  | 35      | 47      | 48      | 135     | 46      |

\* 출처: ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>)

- 캄보디아에 수입된 주요 농식품은 물(설탕, 미네랄, 각종 첨가된 물 포함), 담배, 설탕이며 수출과 유사하게 주로 지리적으로 인접한 국가들로부터의 수입이 많았음. 물은 주로 태국에서 수입이 되며 2018년에 517,066톤이 수입됨
- 담배는 주로 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아, 미얀마 등에서 수입되며 특히, 인도네시아 산 담배가 가장 많이 수입됨. 2018년 기준 인도네시아 담배는 38,442톤이 수입되어 싱가포르 산 담배보다 약 30배 넘는 물량이 캄보디아로 수입 되었음. 물과 함께 설탕은 태국으로부터의 수입이 가장 많았으며 2018년에 612,955톤가량 수입됨

## (2) 한국의 對 캄보디아 농식품 수출현황

## 對캄보디아 농식품 수출 품목

(단위: 톤, 천 달러(USD))

|   | 품목명      | 2017년  |        | 2018년  |        | 전년 대비 (%) |      |
|---|----------|--------|--------|--------|--------|-----------|------|
|   |          | 수출     |        | 수출     |        | 수출        |      |
|   |          | 중량     | 금액     | 중량     | 금액     | 중량        | 금액   |
|   | 합계       | 61,052 | 76,530 | 70,982 | 90,085 | 16.3      | 17.7 |
| 1 | 향미 첨가 음료 | 54,275 | 58,031 | 63,725 | 68,364 | 17.4      | 17.8 |
| 2 | 조제분유     | 236    | 4,785  | 357    | 6,143  | 51.4      | 28.4 |
| 3 | 라면       | 434    | 1,444  | 872    | 2,677  | 101.0     | 85.3 |
| 4 | 기타음료     | 1,247  | 1,552  | 1,462  | 1,788  | 17.2      | 15.2 |

|    | 품목명       | 2017년 |     | 2018년 |       | 전년 대비 (%) |       |
|----|-----------|-------|-----|-------|-------|-----------|-------|
|    |           | 수출    |     | 수출    |       | 수출        |       |
|    |           | 종량    | 금액  | 종량    | 금액    | 종량        | 금액    |
| 5  | 조제품 기타    | 10    | 181 | 102   | 1,354 | 949.9     | 649.9 |
| 6  | 소주        | 538   | 859 | 737   | 1,169 | 36.9      | 36.0  |
| 7  | 맥주        | 226   | 235 | 1,203 | 987   | 432.3     | 320.2 |
| 8  | 소스류       | 116   | 616 | 149   | 726   | 27.7      | 17.8  |
| 9  | 베이커리 제품   | 63    | 440 | 68    | 457   | 7.9       | 3.9   |
| 10 | 물         | 606   | 360 | 453   | 443   | 25.2      | 23.1  |
| 11 | 김         | 25    | 459 | 25    | 279   | △0.6      | △39.2 |
| 12 | 고추류       | 46    | 199 | 45    | 200   | 0.5       | 0.3   |
| 13 | 다랑어       | 26    | 253 | 15    | 184   | △41.9     | △27.4 |
| 14 | 만두        | 29    | 121 | 43    | 183   | 48.2      | 50.6  |
| 15 | 조제식료품(기타) | 14    | 178 | 17    | 182   | 20.2      | 2.0   |
| 16 | 필터담배      | 6     | 64  | 11    | 167   | 86.2      | 162.4 |
| 17 | 딸기        | 2     | 26  | 13    | 145   | 507.8     | 460.9 |
| 18 | 생선목       | 30    | 279 | 17    | 141   | △43.0     | △49.2 |
| 19 | 채소류 조제품   | 7     | 27  | 27    | 137   | 299.4     | 407.6 |
| 20 | 고추장       | 53    | 90  | 58    | 110   | 10.2      | 21.6  |

## 수출규모

- 한국산 농식품 對 캄보디아 수출액은 연간 90,085천 달러로 전년 대비 약 17.7% 증가하였음
  - 최근 물을 포함한 한국산 음료제품 對 캄보디아 수출은 증가 추세를 보이고 있으며 특히, 이온음료, 에너지드링크와 같은 기능성 음료 제품의 현지에서 수요가 높음
  - 한국 에너지드링크가 현지인에게 건강한 음료로 인식되면서, 한국 에너지드링크가 선풍적인 인기를 끌었고, 건강 음료로 인식되는 이온음료, 과즙 첨가음료 등의 판매량이 증가하면서 향미첨가 음료는 전년 대비 17.8%, 기타음료는 전년 대비 15.2% 상승함
- 매운맛 라면의 인기가 타 동남아 국가에 비해 뒤늦게 형성되면서 일반 소비자부터 현지 라면가게까지 다양한 도·소매 수요가 발생하고 있으며 전년 대비 실적 85.3% 증가함
- 경제성장에 따라 중산층이 생겨나면서 높은 가격에도 불구하고, 한국산에 대한 프리미엄에 근거한 구매행태가 나타남
  - 값싼 타국(중국, 태국, 베트남 등) 제품 품질에 대한 불신으로 한국산 조제분유 판매량이 증가하고 있으며, 전문가 초청 세미나, 유아용품 전문점 판촉 등 다양한 마케팅 추진으로 전년 대비 수출액 28.4% 증가함
  - 프리미엄 한국산 딸기는 현지 주류 유통매장 진입으로 현지 소비 붐이 형성되었으며, 다소 높은 가격에도 실적은 전년 대비 460.9% 증가함

## 對 캄보디아 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

| 분 류 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 38,966 | 46,095 | 55,709 | 60,380   | 70,232   | 16.3     |
| 축산물 | 183    | 290    | 282    | 301      | 437      | 45.3     |
| 임산물 | 427    | 107    | 334    | 251      | 210      | △16.5    |
| 합 계 | 39,576 | 46,492 | 56,325 | 60,932   | 70,879   | 16.3     |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 對 캄보디아 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

| 분 류 | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|--------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 59,936 | 73,585 | 70,448 | 69,459   | 81,700   | 17.6     |
| 축산물 | 1,506  | 2,215  | 4,093  | 5,145    | 7,295    | 41.8     |
| 임산물 | 1,801  | 174    | 547    | 702      | 200      | △71.5    |
| 합 계 | 63,243 | 75,974 | 75,088 | 75,306   | 89,195   | 18.4     |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## ● 수출 상위 5개 품목

## 對 캄보디아 수출 상위 5개 품목

(단위: 톤, 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년    |        | 2017년 |        | 2018년  |        |
|----|----------|--------|-------|--------|--------|--------|
|    | 품목       | 수출액    | 품목    | 수출액    | 품목     | 수출액    |
| 1  | 물        | 53,319 | 물     | 58,031 | 물      | 68,364 |
| 2  | 필터담배     | 8,262  | 조제분유  | 4,785  | 조제분유   | 6,143  |
| 3  | 조제분유     | 3,818  | 기타음료  | 1,552  | 라면     | 2,677  |
| 4  | 음료       | 1,628  | 라면    | 1,445  | 기타음료   | 1,788  |
| 5  | 감미료 첨가 물 | 945    | 소주    | 859    | 조제품 기타 | 1,354  |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

- 최근 3년간 물 수출액이 1위를 유지하고 있으며, 대부분 음료 제품으로 수입되고 있음
- 2016년에는 조제분유 수출액이 3위를 차지하였으나, 2017년 25.3%, 2018년 28.4% 성장하며 수출 2위를 차지하였으며, 이는 지속적인 현지 마케팅에 따른 브랜드 인지도 확대에 기인함
- 한국식 7단계 매운 라면 프랜차이즈와 유사 브랜드들이 생겨나면서 식재료용 라면 수출이 꾸준히 증가하고 있으며, 2017년 상위 5위권 내 진입, 2018년 전년대비 23.7% 상승한 2,677천 달러 달성



## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

##### ● 농식품시장 규모

- 캄보디아 식품 시장규모는 2018년 약 80억 달러였고, 2019년 현지 통화 기준 6.8% 증가할 것으로 예상되며, 2023년까지 연평균 성장률은 7.1%를 유지할 것으로 전망됨. 특히, 가정의 소득 수준 및 꾸준한 인구증가는 식품시장 규모 확대에 중요한 요인임

#### 품목별 시장규모

(단위: 백만 KHR, %, y-o-y)

| 구분      | 2016년e       | 2017년e       | 2018년e       | 2019년f       | 2020년f       | 2021년f       | 2022년f       | 2023년f       |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 식품      | 35,573,313.8 | 30,215,789.8 | 32,816,471.2 | 35,037,858.9 | 37,590,886.3 | 40,095,368.5 | 42,936,996.8 | 46,167,220.7 |
| 성장률     | 12.7         | -1.2         | 8.6          | 6.8          | 7.3          | 6.7          | 7.1          | 7.5          |
| 빵·쌀·씨리얼 | 6,420,509.2  | 6,334,415.4  | 6,938,015.8  | 7,454,554.0  | 8,049,939.5  | 8,635,137.7  | 9,300,730.4  | 10,059,160.3 |
| 성장률     | 14.2         | -1.3         | 9.5          | 7.4          | 8.0          | 7.3          | 7.7          | 8.2          |
| 파스타류    | 180,758.1    | 178,307.3    | 195,499.2    | 210,215.2    | 227,181.8    | 243,864.1    | 262,835.2    | 248,457.7    |
| 성장률     | 14.4         | -1.4         | 9.6          | 7.5          | 8.1          | 7.3          | 7.8          | 8.2          |
| 제과제빵류   | 230,881.5    | 243,681.2    | 261,252.2    | 278,190.0    | 295,567.0    | 312,823.6    | 330,442.2    | 348,410.4    |
| 성장률     | 8.9          | 5.5          | 7.2          | 6.5          | 6.2          | 5.8          | 5.6          | 5.4          |
| 육가금류    | 6,637,689.4  | 6,546,420.0  | 7,187,128.9  | 7,735,758.4  | 8,368,464.6  | 8,990,615.9  | 9,698,513.2  | 10,505,390.7 |
| 성장률     | 14.6         | -1.4         | 9.8          | 7.6          | 8.2          | 7.4          | 7.9          | 8.3          |
| 어류제품    | 6,350,348.3  | 6,295,578.4  | 6,668,518.3  | 6,983,015.4  | 7,341,399.9  | 7,689,866.3  | 8,082,517.4  | 8,525,879.8  |
| 성장률     | 8.6          | -0.9         | 5.9          | 4.7          | 5.1          | 4.7          | 5.1          | 5.5          |
| 유제품     | 1,091,746.9  | 1,076,660.0  | 1,182,596.4  | 1,273,319.5  | 1,377,955.7  | 1,480,855.4  | 1,597,945.8  | 1,731,471.8  |
| 성장률     | 14.7         | -1.4         | 9.8          | 7.7          | 8.2          | 7.5          | 7.9          | 8.4          |
| 유지류     | 1,187,259.3  | 1,170,411.7  | 1,288,866.9  | 1,390,376.1  | 1,507,510.7  | 1,622,754.5  | 1,753,943.0  | 1,903,542.0  |
| 성장률     | 12.5         | -1.4         | 10.1         | 7.9          | 8.4          | 7.6          | 8.1          | 8.5          |
| 신선·저장과일 | 2,339,041.1  | 2,306,119.5  | 2,537,498.2  | 2,735,737.4  | 2,964,457.1  | 3,189,453.1  | 3,445,548.2  | 3,737,548.9  |
| 성장률     | 15.0         | -1.4         | 10.0         | 7.8          | 8.4          | 7.6          | 8.0          | 8.5          |
| 신선채소    | 3,369,801.7  | 3,331,208.8  | 3,599,459.8  | 3,827,559.1  | 4,089,169.3  | 4,345,029.7  | 4,634,765.4  | 4,963,439.3  |
| 성장률     | 11.9         | -1.1         | 8.1          | 6.3          | 6.8          | 6.3          | 6.7          | 7.1          |
| 설탕·당류   | 522,298.7    | 521,269.8    | 526,310.7    | 529,710.2    | 532,815.1    | 535,122.3    | 537,020.2    | 538,389.8    |
| 성장률     | 1.7          | -0.2         | 1.0          | 0.6          | 0.6          | 0.4          | 0.4          | 0.3          |
| 기타식품    | 2,424,979.6  | 2,211,717.7  | 2,431,324.8  | 2,619,433.7  | 2,836,425.7  | 3,049,848.8  | 3,292,735.8  | 3,569,638.1  |
| 성장률     | 14.8         | -1.4         | 9.9          | 7.7          | 8.3          | 7.5          | 8.0          | 8.4          |

\* 출처: BMI Cambodia, Laos and Myanmar Q3 2019 Report

\* e: 추정치, \*f: 전망치



## 음료시장 규모

- 캄보디아 음료 시장규모는 2018년도 약 9억 5천만 달러였고, 2019년 현지 통화 기준 7.5% 증가할 것으로 예상되며 2023년까지 연평균 성장률은 7.7%를 유지할 것으로 전망됨. 특히, 소득 수준, 젊은 인구증가 및 관광산업의 영향은 음료시장 규모 확대에 중요한 세 가지 요인임

### 음료 시장규모

(단위: 백만 KHR, %, y-o-y)

| 구분                | 2016년e      | 2017년e      | 2018년e      | 2019년f      | 2020년f      | 2021년f      | 2022년f      | 2023년f      |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 음료                | 3,389,487.6 | 3,405,615.3 | 3,732,445.5 | 4,011,607.6 | 4,332,448.1 | 4,647,187.9 | 5,004,297.0 | 5,410,241.2 |
| 성장률               | 12.7        | 0.5         | 9.6         | 7.5         | 8.0         | 7.3         | 7.7         | 8.1         |
| 커피·차·기타<br>뜨거운 음료 | 1,854,684.3 | 1,863,851.8 | 5,040,006.4 | 2,190,125.5 | 2,362,272.0 | 2,530,753.6 | 2,721,455.5 | 2,937,655.3 |
| 성장률               | 12.5        | 0.5         | 9.5         | 7.4         | 7.9         | 7.1         | 7.5         | 7.9         |
| 소프트 드링크           | 1,534,803.3 | 1,541,763.4 | 1,692,438.1 | 1,821,482.1 | 1,970,176.0 | 2,116,434.3 | 2,282,841.5 | 2,472,585.9 |
| 성장률               | 12.9        | 0.5         | 9.8         | 7.6         | 8.2         | 7.4         | 7.9         | 8.3         |
| 과일·야채주스           | 281,038.1   | 282,454.5   | 308,933.4   | 331,470.8   | 357,284.0   | 382,515.9   | 411,038.1   | 443,326.4   |
| 성장률               | 12.4        | 0.5         | 9.4         | 7.3         | 7.8         | 7.1         | 7.5         | 7.9         |
| 미네랄/스프링물          | 225,125.1   | 226,390.6   | 246,576.8   | 263,623.5   | 282,997.3   | 301,780.4   | 322,831.1   | 346,431.1   |
| 성장률               | 11.8        | 0.6         | 8.9         | 6.9         | 7.3         | 6.6         | 7.0         | 7.3         |
| 탄산음료              | 1,028,640.1 | 1,032,918.3 | 1,136,927.9 | 1,226,387.8 | 1,329,894.7 | 1,432,137.9 | 1,548,972.3 | 1,682,828.5 |
| 성장률               | 13.4        | 0.4         | 10.0        | 7.9         | 8.4         | 7.7         | 8.2         | 8.6         |

\* 출처: BMI Cambodia, Laos and Myanmar Q3 2019 Report

\* e: 추정치, \*f: 전망치

## (2) 시장특성

### 열악하지만 항상 중인 구매력

- 캄보디아는 연평균 7%의 꾸준한 경제 성장률을 보여줌. 2017년 1인당 GDP는 1,135 달러를 기록했으며, 2022년에는 30% 이상 증가한 1,964달러를 전망함
- 구매력평가지수(PPP)는 2017년에 3,645 달러를 기록했는데, 이는 전 세계 평균의 21%에 해당하는 수치임
  - 주변 동남아 국가에 비해선 아직 열악한 수준이지만, 소득 수준 향상 및 도시화 인구 증가, 중산층 확대 등의 이유로 가계 구매력이 높아지고 있음

## 캄보디아 GDP 증가율

(단위: 달러(USD))

| 구분          | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|
| GDP *10억 기준 | 16.7  | 18.5  | 20.0  | 22.1  |
| 1인당 GDP     | 973   | 1,024 | 1,079 | 1,135 |
| 1인당 GDP PPP | 3,124 | 3,291 | 3,465 | 3,645 |
| 농식품 GDP     | 2,275 | 2,280 | 2,310 | 2,350 |

\* 출처: TRADING ECONOMICS

### 중국 중심의 해외자본 투자 급증

- 2017년 기준 외국인 투자는 28억 달러로 전년 대비 4억 달러 상승함. 동년 캄보디아 개발위원회(CDC)에서 발표한 국가별 해외투자 신고금액은 최대 투자국은 중국(14억 달러), 싱가포르(2억 4천만 달러), 홍콩(7천 9백만 달러), 일본(3백만 달러)순으로 높았음
- 최근 미·중 경제대국의 무역협정에 대한 분쟁이 심화되면서 이에 대한 영향으로 캄보디아에 대한 외국자본 투자가 증가하고 있음. 저렴한 노동력, 개방적인 외자정책 등으로 투자 매력도가 높은 편이나 자국 내 부정부패, 국내외 불안한 정세 등은 부정적인 요소로 작용
- 농업과 관련해서 캄보디아 정부는 중국 정부의 지속적인 투자지원으로 열악한 인프라를 개선하고 있으며 양국 간 협력을 지속할 것을 희망함

※ 예시: 중국 정부는 2019년 8월부터 2020년 12월까지 캄보디아산 쌀 쿼터를 연간 40만 톤으로 확대하기로 합의함. 이는 2018년에 처음으로 합의했던 것보다 10만 톤 증가한 수치임

### 낙후된 물류 인프라

- 외국계 유통업체에 의하여 슈퍼마켓 등 유통시장은 발전하고 있으나, 물류 인프라 발전 속도가 이를 따라가지 못해 전반적으로 유통이 비효율적으로 진행되고 있음
  - World Bank가 측정한 2018년 물류성과지수(LPI) 순위는 160개의 국가 중 98위(2.58)를 차지함. 이는 2014년보다 15위 떨어진 수치임
- \* 물류성과지수(LPI) 보고서에 따르면, 캄보디아는 통관부문 2.37점, 물류 인프라부문 2.14점, 국제 수송부문 2.79점, 물류역량부문 2.41점, 물류추적부문 2.52점, 적시성부문 3.16점을 획득함
- 콜드체인 물류의 경우 민간 기업인 'Yusen'과 'LSH'를 중심으로 운영되고 있으나 전국적인 관리는 미흡한 편임

### 전자상거래 시장의 성장세

- 캄보디아 전자상거래 시장은 5년 전부터 빠른 성장세를 보이고 있음
  - 초기 단계라 정확한 규모는 알 수 없지만 최근 스마트폰 보급률 증가에 따라 모바일 중심으로 시장이 발전하고 있음
  - hootsuite(Hootsuite)에 따르면, 현재 캄보디아 인구의 약 50%가 스마트폰을 소유하고 있음

- 2019년 1월 모바일 이용자 수는 전년 동월 대비 8.9% 증가했으며, 인터넷 이용자 수는 56%나 증가함

● 전자상거래로 농식품을 거래하는 플랫폼도 늘어나는 추세임

- 현지 대표 유기농식품 온라인 플랫폼인 '크메르 오가닉(khmer organic)'은 4년 전 'Green Eagle'과 협력하여 쇼핑몰을 설립했으며, 64개의 농업 관련 공동체와 업무 협약을 체결함
- 캄보디아 전통 농업 방식으로 재배한 채소와 과일을 킬로 당 1~3달러의 저렴한 가격에 판매 중임
- 결제 방식은 상품인도결제(Cash on Delivery) 방식이며, 캄보디아의 미흡한 우편 번호 시스템으로 인해 상품 인도장이 정해져 있음

### 캄보디아 주요 전자상거래 플랫폼

| 분야    | 주요 플랫폼                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 종합    |    |
| 식료품   |                                                                                      |
| 음식 배달 |                                                                                    |
| 교통 예매 |                                                                                  |

\* 출처: 각 기업 홈페이지

- 캄보디아는 ASEAN에서 아직까지 전자상거래법이 없는 유일한 국가임. 그러나 최근 시장의 성장세 및 유통 구조의 변화에 맞춰 특히 모바일 중심의 전자상거래 관련 법적인 체계를 마련 중임

- 캄보디아 정부 산하 상무부는 전자상거래법을 마련하여 지난 2018년 초에 법안이 통과될 것으로 예상되었으나, 최근 보안 관련 문제가 추가되면서 여러 국제 전문가와 컨설팅사의 자문을 받고 있는 상황임

\* 법률 초안의 경우 총 12개장과 90개의 조항을 포함하고 있고 신용카드 및 직불카드 사용과 온라인 전자상거래를 통한 상품 구매 시 서명 관련 내용포함

## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### 식문화 및 식습관

- 쌀을 주식으로 하며, 국/채소/생선소스 등을 기본으로 하는 상차림의 형태로 식사를 함. 구운 생선 요리가 가장 보편적이며, 생선요리에서 단백질 섭취를 하고 가금류 등의 육류도 섭취하지만 얇게 잘라 향료나 소스류에 넣은 식재료 용도로 사용함



발효생선소스(Prahok)



발효새우소스(Kapi)

\* 출처: TRAVELFISH.ORG(<https://www.travelfish.org>), Pinterest(<https://www.pinterest.co.kr/>)

#### 유제품 소비 증가

- 서구화된 식습관 및 중산층 증가와 전국 우유급식 프로그램 확산 등의 영향으로 최근 캄보디아의 유제품 소비량이 증가하고 있음

#### 연간 유제품 소비량 및 증가율

(단위: 달러(USD), %)

| 분류        | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|-----------|-------|-------|-------|
| 소비량       | 252   | 267   | 288   |
| 전년 대비 증가율 | 6.2   | 5.7   | 7.9   |

\* 출처: BMI Research

- 출산 연령대가 타국에 비해 낮고, 출산율이 높은 점 등 트렌드에 민감한 연령대의 부모들이 많아 유아용 분유나 영유아 대상의 고급 간식 등의 판매가 급증하는 추세임
  - 베트남 최대 유제품 제조업체인 Vinamilk는 프놈펜 지역에 2014년 현지 공장을 설립하며 높은 시장 점유율 확보를 위해 노력함
  - 수입 분유에 대한 선호도가 높기 때문에 수입액은 꾸준히 증가하는 추세임



## 캄보디아 영유아용 식품 국가별 수입량

(단위: 달러(USD))

| 분 류   | 2014년       | 2015년       | 2016년       | 2017년(A)    | 2018년(B)   |
|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 전체    | 139,014,176 | 129,522,704 | 167,272,307 | 171,498,360 | -          |
| 말레이시아 | 11,982,607  | 14,052,435  | 20,383,226  | 22,571,792  | 34,869,925 |
| 프랑스   | 12,954,003  | 12,464,305  | 15,173,710  | 16,591,662  | 6,712,603  |
| 싱가포르  | 4,918,287   | 5,520,683   | 4,884,235   | 6,628,204   | 7,909,266  |
| 한국    | 1,064,578   | 1,791,596   | 3,817,757   | 4,784,552   | 6,142,508  |
| 필리핀   | 25,730      | 30,149      | 53,901      | 1,681,286   | 2,730,538  |

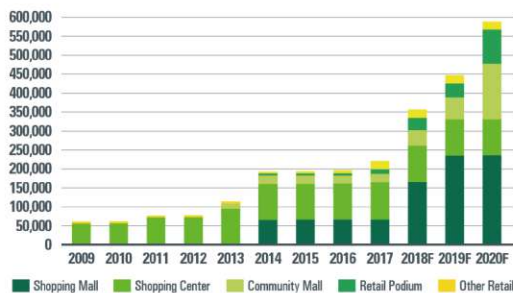
\* 출처: GTA(Global Trade Atlas)

## 건강 관련 식품 수요 증가

- 캄보디아 현지 고급 마트를 위주로 유기농 및 화학원료 무첨가 제품을 판매중임. 건강 관련 식품의 경우 현지에서 매우 초기 시장임. 하지만 소비자들의 수요가 점차 증가하고 특히, 유기농 채소 및 과일류에 대한 구매 추이가 증가함
- 캄보디아 농업 연구 개발 센터(Cedac)에 따르면, 현재 유기농업 종사자는 약 2천명이며, 소비자들은 하루에 500톤의 야채를 20~30만 달러에 소비하고 있음

## 소매판매점의 변화

- 재래시장 중심의 판매가 주였으나 최근 소매공간의 변화가 있음
  - 쇼핑몰, 리테일샵 등 다양한 형태의 대형 소매판매점이 생기는 추세임
- 인구비중이 높은 수도 프놈펜을 중심으로 식음료 프랜차이즈나 대형식품 소매업체 수가 증가하고 있음
  - 2019년 상반기 기준 캄보디아 전체인구는 약 16백만 명이며, 그 중 21% 정도가 대도시 거주자로 추정됨



프놈펜 내 소매공간 증가 추세  
(출처: CBRE Research)

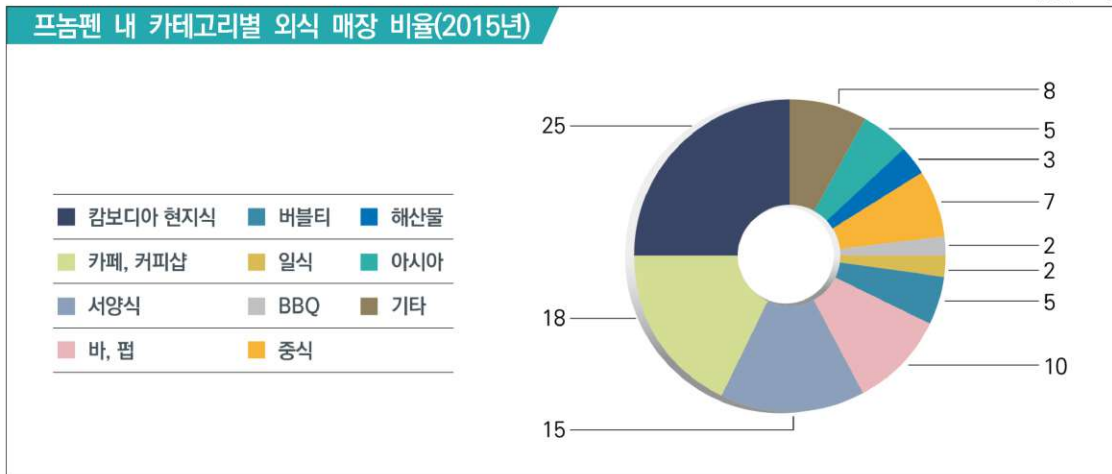


AEON MALL 2 전경  
(출처: Phnom Penh Post)

## 외식문화 활성화 현황

- 식음료 제품 유통과 관련하여 캄보디아 자국민들의 소득 및 중산층 수 증가, 각 가정의 미비한 식품 냉장 시설로 인해, 외식 문화가 발달하고 고급 레스토랑, 식음료를 취급하는 프랜차이즈의 수요가 확대되고 있음
- VTRUST 그룹에서 조사한 Restaurant Leader Survey in Phnom Penh 보고서에 따르면, 1만 5천명이 외식업에 종사하고 있으며 수도인 프놈펜의 연간 식비 지출은 7억 4,400만 달러인 것으로 밝혀짐

(단위: %)



\* 출처: Yellow Pages Cambodia(Restaurant Directories, 2015)

## (2) 농식품 관련 동향

### 정부정책

- 농수산업은 캄보디아 정부 산하 농림수산부(MAFF)에서 총 관할하며 'Rectangular Strategy'를 통해 농촌 소득향상, 농업 기술 향상, 연구 개발, 작물 다양화 및 상업 생산력 증가에 목적을 두고 있음. 궁극적으로 캄보디아 정부는 현재 소규모 단위로 구분되어 있는 농업 형태를 산업농장 형태로 전환하는 것을 목표로 두고 있음. 이를 실행하기 위해 캄보디아 정부는 경제 토지 양여(ELC)와 같은 대규모 보유 토지를 민간 기업에 임대함으로써 농업 현대화에 노력을 하고 있음
- 농식품 산업을 포함해 캄보디아 내 전반적 산업 개발을 위해 외국인 투자 제한 및 외국환 거래 등에 대한 규제 제한이 약해짐. 하지만 자국 내 부정부패, 정부의 업무 처리 능력 부족, 국내외 불안정한 정세는 부정적으로 작용할 수 있음

## GDP 성장 목표 대비 필요 투자금액

(단위: 십 억 Riels)

| 구분       | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   | 합계       |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| 농작물      | 2,287.4 | 2,452.7 | 2,625.1 | 2,805.5 | 2,999.6 | 13,168.8 |
| 가축 및 가금류 | 137.9   | 151.4   | 166.4   | 182.9   | 201.4   | 840.0    |
| 수산업      | 181.0   | 796.0   | 212.2   | 229.7   | 248.7   | 1,067.7  |

\* 출처: 캄보디아개발위원회(<http://www.cdc-crdp.gov.kh/>)

- 캄보디아 행정부는 자국 농업 발전 현대화 및 생산력 증대를 위해 자체적으로 농림부 예산을 지속적으로 늘리고 있음. 2018년에는 전년 대비 농림부 예산액이 242,314 백만 리엘로 14.5% 증가하였음

## 캄보디아 농림부 예산액

(단위: 백 만 Riels)

| 구분  | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 예산액 | 140,571 | 161,089 | 184,480 | 211,646 | 242,341 |

\* 출처: 캄보디아개발위원회(<http://www.cdc-crdp.gov.kh/>)

## 다 이슈품목

## ● 탄산음료(에너지드링크)

- 열대성 기후 때문에 캄보디아는 시원한 비알콜 음료에 대한 수요가 높은 편임. 비알콜 음료 판매는 약 8억 6,970만 USD(2016년)규모였으며 2014~2016년 3년간 연평균 8.3%의 성장률을 기록함. 커피, 차(tea) 및 기타 온음료 시장 규모 비중이 높았으며 해당 분야 판매액은 약 4억 7,650만 USD임
- 커피, 차(tea) 및 기타 온음료 품목 다음으로 가장 높은 판매량을 기록한 탄산음료는 2014~2016년 3년간 연평균 8.6%의 성장률을 보이고 있음. 2021년 예상 시장규모는 450.7백만불로, 2016년 대비 71.5%의 성장률을 기록할 것이라고 예상됨. 또한 2016~2021년 향후 11.4%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 보임
- 브랜드별 캄보디아 페이지 구독자 수로 탄산음료 시장의 순위를 매겨보면, Coca-Cola, Oishi-Drink Station과 Yeo's Cambodia가 1~3위를 차지하고 있음. 한국 제품 박카스는 페이스북 기준 8번째로 많은 팔로워를 보유하고 있음. Socialbaker에서 제공한 자료에 의하면, 박카스는 2019년 5~6월 한 달간 5,029명의 팔로워가 늘었으며 구독자 수 성장률이 가장 빠른 페이지로 등록되어 있음

## 탄산 음료 (제품 종류, 인기 많은 제품 리스트업)

(기준: 2019.06월)

| 순위 | 브랜드                      | 팔로워 숫자  |
|----|--------------------------|---------|
| 1  | Coca-Cola                | 575,739 |
| 2  | Oishi-Drink Station      | 437,646 |
| 3  | Yeo's Cambodia           | 381,744 |
| 4  | Zenya                    | 367,643 |
| 5  | Red Bull Cambodia        | 277,021 |
| 6  | GOLD CUPP Milk Singapore | 209,613 |
| 7  | Pepsi Cambodia           | 208,032 |
| 8  | Bacchus Cambodia         | 116,006 |
| 9  | Mountain Dew Cambodia    | 102,004 |
| 10 | IZE                      | 101,335 |

\* 출처: 소셜베이커스(<https://www.socialbakers.com/statistics>)

## 한국 라면 인기 상승세

- 최근 캄보디아에서는 젊은 세대를 중심으로 한국의 매운맛 라면이 인기를 끌고 있음. '○○서울'과 같이 라면을 주 메뉴로 판매하는 식당이 생겨나고 있으며 1년 사이에 그와 유사한 업체가 50여 개가 생겼음. 이와 같은 현상은 한국식 라면이 캄보디아 시장을 선도하고 있다는 것을 증명함. 세계 인스턴트누들협회에 따르면 2018년 기준 330만개의 라면 수요가 있는 것으로 나타남

## 캄보디아 라면 수요

(단위: 백 만)

| 구분    | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 라면 수요 | 250   | 270   | 280   | 330   | 330   |

\* 출처: 세계인스턴트누들협회(<https://instantnoodles.org>)

- 라면의 수출은 지난 5년간 지속적인 성장률을 기록하고 있음. 2016년에 잠시 주춤했지만, 2017년에는 전년 대비 135.1%의 성장률을 기록하며 2018년에도 상승세를 유지하고 있음. 2014년부터 2018년까지 라면 수출시장의 수출액이 771.5천 달러 증가하며 64.7%의 성장률을 기록함. 이와 같은 성장은 S사의 불닭볶음면과 N사의 신라면 등 매운 라면의 캄보디아 시장 진출 성공에 기인 한다고 볼 수 있음

## 對 캄보디아 라면 수출

(단위: 톤, 천 달러(USD))

| 연도   | 수출    |         |                |                |
|------|-------|---------|----------------|----------------|
|      | 중량    | 금액      | 2014년 대비 중량(%) | 2014년 대비 금액(%) |
| 2014 | 345.4 | 1,905.8 | 0              | 0              |
| 2015 | 370.1 | 1,947.9 | 7.2            | 2.2            |
| 2016 | 121.6 | 614.5   | △71.9          | △70.0          |
| 2017 | 433.8 | 1,444.5 | 90.4           | 43.6           |
| 2018 | 872.0 | 2,677.3 | 101.0          | 64.7           |

\* 출처: KATI 농식품수출정보(<https://www.kati.net>)



- 한국산 외 캄보디아에 가장 많이 수입되는 라면은 태국산 라면으로 2018년 기준 35,537천 달러의 라면이 수입됨. 주요 태국 라면은 T사의 Mama 와 W사의 Yum Yum 라면으로 원화로 약 500원에 판매되고 있음

### 캄보디아 태국라면 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 구분    | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 태국 라면 | 17,563 | 21,633 | 29,002 | 35,537 | 44,227 |

\* 출처: ITC(<https://www.trademap.org>)

### 조제분유

- 출산연령대가 낮은 캄보디아는 조제분유를 포함한 유아식품에 대한 수요가 높은 편임. 현재 캄보디아에서 주로 유통되는 수입 조제분유는 프랑스, 싱가포르, 한국, 말레이시아, 필리핀산이 있음. 2018년 기준 34,849천 USD로 말레이시아 산 조제분유가 가장 많이 수입되며, 주요 말레이시아 조제분유 제품은 Dumex Mamil Gold임

### 캄보디아 말레이시아산 조제분유 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 구분   | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 조제분유 | 11,968 | 14,085 | 20,259 | 22,474 | 34,849 |

\* 출처: ITC(<https://www.trademap.org>)

- 캄보디아 현지에서 판매되고 있는 조제분유는 남양유업의 '아이엠마더', '임페리' 등이고 남양유업의 캄보디아 수출액은 2018년 기준 전년도(2017년) 대비 196% 증가하여 660만 달러를 기록하였으며, 2018년 1월부터 10월까지 7,247만 달러의 누적 수출액을 기록함

### 캄보디아 한국산 조제분유 수입현황

(단위: 천 달러(USD))

| 구분   | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 조제분유 | 1,065 | 1,792 | 3,818 | 4,785 | 6,143 |

\* 출처: ITC(<https://www.trademap.org>)

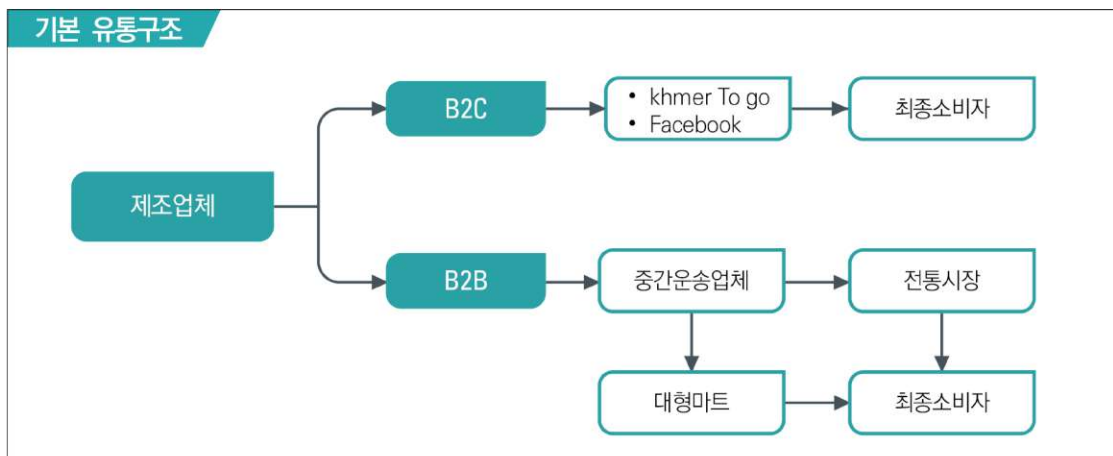
## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### 유통구조

- 프놈펜을 위주로 대형 마트가 생겨나고 있지만 현지 소비자는 여전히 전통 재래시장을 많이 이용하는 편임
- 특히 캄보디아 내 도시거주자와 비도시거주자 경제소득 및 소비 수준 차이가 매우 높음. 이에 대형 마트의 경우 캄보디아 제1의 도시 수도 프놈펜을 중심으로 형성되어 있음
- 기본적인 캄보디아 농식품 유통 구조는 아래와 같이 구분되며 크게 B2B 및 B2C로 나뉨



#### (2) 유통현황 및 특징

##### 소득증가로 인한 유통시장 성장 및 다각화

- 연평균 7%의 경제성장률과 함께 중산층 수 증가 및 내수시장의 활성화가 이루어짐에 따라 대형 쇼핑몰 및 슈퍼마켓 등 유통시장 확대와 다각화가 진행되고 있음
- 현재 캄보디아는 소비자들의 수요에 맞추어 국내외 다양한 기업들이 유통시장에 진출하고 있음. 점점 규모가 확대되거나 세분화되고 있으며, 업체들의 경쟁을 통해 유통구조 개선이 진행될 것으로 예상됨

- 대부분의 유통체인은 프놈펜에 집중되어 있음. 캄보디아 전역에 유통망을 구축하기 위한 인프라 및 자금 부족으로 인해 대도시에만 집중되어 있으며 현지 중소도시로 진출 하여도 소비자 수요가 비교적 적기 때문에 유통사들이 진출을 꺼려하는 현상이 있음

### 프놈펜 내 오프라인 유통 마켓 형태

| 쇼핑몰                                                                                | 쇼핑센터                                                                               | 커뮤니티 몰                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|   |   |   |
| 리테일 아케이드                                                                           | 슈퍼마켓                                                                               | 미니마트                                                                                |
|  |  |  |

\* 출처: CBRE(<http://www.cbre.com.kh/>)

### 프놈펜 내 오프라인 유통 마켓 형태 정의

| 구분       | 정의                                                                                                |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 쇼핑몰      | 쇼핑몰은 복합 쇼핑센터로 주로 식당, 마트, 옷, 영화관 등 작은 규모의 물들이 입점 되어 단순 쇼핑 보다는 여가생활을 함께 즐길 수 있음. 예) 이온 몰(Aeon Mall) |
| 쇼핑센터     | 쇼핑센터는 영화관, 사진관 등 여가 생활이 가능한 곳이 주로 입점 되지 않아 오로지 쇼핑을 위한 공간임. 예) 소반나 쇼핑센터(Sovanna Shopping Center)   |
| 커뮤니티 몰   | 커뮤니티 몰은 쇼핑몰 및 쇼핑센터 보다 작은 규모의 몰로 취급 품목도 제한 적임. 예) 티케이 에비뉴(TK Avenue)                               |
| 리테일 아케이드 | 주로 대도시 거리 주변에 자리하고 있음. 예) 익스체인지 스퀘어 몰 (Exchange Square Mall)                                      |
| 슈퍼마켓     | 규모가 제일 작은 형태의 몰로 주로 식자재 및 생활 용품은 제품이 한정적임. 예) 마크로(Makro)                                          |
| 미니마트     | 편의점보다는 소형 슈퍼마켓에 가까우며 24시간 운영으로 생필품, 식료품을 위주로 판매함<br>예) 스마일 미니마트(Smile Mini Mart)                  |

### 특이사항

- 수입식품의 경우 캄보디아 현지 소매 및 도매 유통사들에 의해 가격과 수량이 결정됨. 이들 소도매 업체의 경우 현지 소비자들에게 영향을 많이 받으며 특히 가격적인 부분에서 매우 민감함. 캄보디아는



자체적으로 농식품 제품을 자국 전역에 유통 할 수 있는 유통망을 보유하고 있지 않음. 특히, 신선 및 육류 제품의 경우 현지 각 지방에서 조달하는 경우가 대부분임. 따라서 수입 신선 제품은 캄보디아 프놈펜 위주로 유통되고 있음

- 캄보디아에서 신선 및 육류 제품 유통을 진행하기 위해서는 광범위한 유통망 보유가 필수적이고 이를 진행하기 위해 현지 소·도매 유통사들과 합작은 필수적임
- 업체 자체적으로 캄보디아 농식품 시장 진출은 매우 어려움. 해외 제품이다 보니 현지 소비자들에게 브랜드, 가격, 효능, 특징 등을 자세히 전달할 수 있는 자체 인력 교육에 많은 비용이 들어감

## 기타 유통모델

### 유아용품 매장

|          |                                                                                                                                                                        |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 설명       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유아용품만을 전문적으로 파는 매장으로, 대형 유통 매장보다 다양한 상품을 취급하고 있음</li> <li>• 식품으로는 조제분유, 스낵, 푸레 등의 제품을 판매함</li> </ul>                          |
| 프놈펜 내 매장 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keo Nimol Baby Shop, Baby Care Pasteur 등</li> </ul>                                                                           |
| 사진       |   |

\* 사진 출처: <http://www.babycare-cambodia.com/?p=home>

### 소매 식료품점

|          |                                                                                                                                                                          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 설명       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신선식품, 유기농 야채 등을 소매로 판매하는 현지 프리미엄 소매 식료품점</li> <li>• 타 유통채널 대비 비싼 가격으로 상류층 타겟 유통마켓임</li> </ul>                                |
| 프놈펜 내 매장 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruits Hive, Natural Garden, Khmer Organic Cooperative 등</li> </ul>                                                             |
| 사진       |   |

\* 사진 출처: Google map



### ● 재래시장

|          |                                                                                                                               |                                                                                    |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 설명       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 재래시장으로, 신선식품과 노점상이 주로 자리해있음</li> <li>• 현지 대형유통마트보다 가격대가 낮고 현지인이 주로 이용함</li> </ul> |                                                                                    |
| 프놈펜 내 매장 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Central Market, BKK Market, Orussey Market 등</li> </ul>                              |                                                                                    |
| 사진       |                                              |  |

\* 사진 출처: culture trip

## 나 주요 유통채널 현황

### (1) 대형유통업체

#### ● 도시 중심의 대형마트

- 캄보디아의 경우 도시와 비도시에 거주하는 소비자의 소득차가 크기 때문에 대형 유통사들은 현지 제1의 도시인 프놈펜에 집중적으로 유통망을 형성함. 현재 프놈펜에는 약 10개의 대형 유통체인이 운영되고 있음
- 따라서 자국 내 소비자들의 수요에 맞추어 캄보디아 대형 유통사들은 자사 마트 내 복합 콤플렉스 형태로 사업을 진행하고 있음
- 캄보디아 인구 75%정도는 농촌에서 거주하고 있음

#### 프놈펜 내 주요 대형마트 현황

(단위: sqm)

| 구분 | 마트 명                    | 면적      | 설립년도 | 형태     |
|----|-------------------------|---------|------|--------|
| 1  | Aeon Mall (Sen Sok)     | 167,000 | 2018 | 쇼핑몰    |
| 2  | Aeon Mall               | 107,000 | 2014 | 쇼핑몰    |
| 3  | Sorya Mall              | 41,700  | 2003 | 쇼핑센터   |
| 4  | Lucky Supermarket       | -       | 2009 | 슈퍼마켓   |
| 5  | Sovanna Shopping Center | 50,000  | 2008 | 쇼핑센터   |
| 6  | The Park                | 10,000  | 2018 | 커뮤니티 몰 |
| 7  | Thai Huot Market( BKK)  | -       | 2017 | 쇼핑몰    |

| 구분 | 마트 명                 | 면적     | 설립년도 | 형태       |
|----|----------------------|--------|------|----------|
| 8  | Exchange Square Mall | 10,700 | 2019 | 리테일 아케이드 |
| 9  | TK Avenue            | -      | -    | 커뮤니티 몰   |
| 10 | Makro                | 9,796  | 2017 | 슈퍼마켓     |

\* 출처: CBRE(<http://www.cbre.com.kh/>)

## 대형유통업체

### Aeon Supermarket

|       |                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명  |                                                                                                                                                   |
| 개요    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캄보디아 내 최대 대형유통 업체이며 일본 기업임</li> <li>• 식자재의 경우 캄보디아 국내산 제품을 조달하며 보통 일본산 제품이 많음</li> <li>• 프놈펜 시내 중심부에 위치하여 소비자들의 방문 비율이 높은 편임</li> <li>• 2018년에 Aeon Sen Sok 몰을 오픈하였음(70,500㎡.)</li> </ul> |
| 점포 수  | 프놈펜 2개                                                                                                                                                                                                                             |
| 사진    |                                                                                                                                                 |
| 사진 출처 | <a href="http://aeoncambodia.com/static/detail/shoplist">http://aeoncambodia.com/static/detail/shoplist</a>                                                                                                                        |

### Superstore

|       |                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명  |                                                                                                                                                  |
| 개요    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 마트로 농식품, 음료, 화장품, 문구류 등을 판매함</li> <li>• 캄보디아 현지 제품뿐만 아니라 프랑스의 L'Oréal Paris와 같은 수입 브랜드 상품도 취급함</li> <li>• Cambodian superstore의 경우 수요일마다 10% 할인 프로모션을 진행</li> </ul>                     |
| 점포 수  | 프놈펜 2개                                                                                                                                                                                                                              |
| 사진    |                                                                                                                                                 |
| 사진 출처 | <a href="https://www.facebook.com/CambodianSuperstore/photos/a.664522183598051/2036292336421022/?type=3&amp;theater">https://www.facebook.com/CambodianSuperstore/photos/a.664522183598051/2036292336421022/?type=3&amp;theater</a> |

Thai Huot

|       |                                                                                                                                                                                                               |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명  |                                                                                                                              |
| 개요    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 태국 마트로 지난 2017년 점유율 2위를 차지하였음</li> <li>• 소비자위주 서비스를 지향하여 진열대에 제품별 원산지 및 가격이 표시되어 있으며 외국인이 많이 거주하는 곳에 위치하였음</li> <li>• 호주, 유럽, 아랍, 미국 등 다양한 국가에서 온 제품을 취급함</li> </ul> |
| 점포 수  | 캄보디아 내 총 5개                                                                                                                                                                                                   |
| 사진    |                                                                                                                             |
| 사진 출처 | <a href="https://www.thaihuot.com/">https://www.thaihuot.com/</a>                                                                                                                                             |

Lucky Supermarket

|       |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명  |                                                                                                                                                            |
| 개요    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캄보디아 최대의 대형 유통업체이며 점유율 1위를 기록함</li> <li>• 캄보디아 내 19개의 매장을 가지고 있음</li> <li>• 캄보디아 현지 소비자들이 선호하는 제품들을 많이 취급함</li> <li>• Health Corner를 따로 만들어서 매대에서 건강 제품을 판매함</li> </ul>                              |
| 점포 수  | 캄보디아 내 19개                                                                                                                                                                                                                                    |
| 사진    |                                                                                                                                                           |
| 사진 출처 | <a href="https://www.facebook.com/LuckySupermarketCambodia/photos/a.136223159845323/1660903914043899/?type=3&amp;theater">https://www.facebook.com/LuckySupermarketCambodia/photos/a.136223159845323/1660903914043899/?type=3&amp;theater</a> |

 Super Duper

|      |                                                                                                                                                  |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명 |                                                                 |
| 개요   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 24시간 편의점 형태로 제품을 취급함</li> <li>• 주로 해외 수입제품을 유통함</li> <li>• 편의점 수준이나 편의점 보다는 규모가 크며 인테리어가 깨끗함</li> </ul> |
| 점포 수 | 캄보디아 내 4개                                                                                                                                        |
| 사진   |                                                                |

 Bonjour

|       |                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 업체 명  |                                                                                                                                |
| 개요    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주유소 안에 위치한 유통사이며 규모는 그리 크지 않음</li> <li>• 현지 제품뿐만 아니라 수입품도 취급함</li> <li>• 신선제품, 과자, 담배, 음식, 신문, 잡지 그리고 여행 때 필요한 물건들을 판매함</li> <li>• ATM기, POS, PAYGO 등을 갖추고 있음</li> </ul> |
| 사진    |                                                                                                                               |
| 사진 출처 | <a href="http://www.total.com.kh/en/service-stations/shop-food-services.html">http://www.total.com.kh/en/service-stations/shop-food-services.html</a>                                                             |



## (2) 도매시장 현황

### 도매 및 소매업 시장

- 담꼬시장, 올림픽시장, 돌돔땡시장, 돌꼭시장, 오르세이시장, 중앙시장 등이 있음. 캄보디아는 냉장 시설이 잘 갖춰져 있지 않기 때문에 고기의 경우 유통해서 당일에 판매함
- 프싸 오르세이라고 불리는 오르세이시장은 캄보디아 최대의 공산품 시장으로 생활에 필요한 생필품 등을 판매함
- 캄보디아 농산물 도매는 최대의 농산물 시장인 담꼬시장을 통해서 이루어지고 있음
- 캄보디아에 현재 대형 유통 매장 규모가 증가하고 있으나 여전히 다수의 캄보디아 소비자들은 현지 도매 및 소매 시장을 통해 제품을 구입하는 편임

### 캄보디아 주요 도매시장 사진

| 담꼬시장                                                                                | 올림픽시장                                                                               | 오르세이시장                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|   |   |   |
| 돌돔땡시장                                                                               | 돌꼭시장                                                                                | 중앙시장                                                                                 |
|  |  |  |



## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

##### 수출 프로세스

- 농수산물품 캄보디아 수출은 기본적으로 4단계에 걸쳐 이루어지며 현지 세관 물품 검사팀(Customs Examination Team)에서 제출 서류를 토대로 수입 물품 확인을 진행함. 소요기간은 경우에 따라 상이하지만 보통 24일 정도 소요됨

#### 캄보디아 수출입절차

| 번호 | 순서               |   | 내용                                           | 비고                                                     |
|----|------------------|---|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1  | 품목 도착<br>물품 반입   | ➡ | • 물품이 캄보디아에 도착하여 현지 세관에 물품 전달                | • 9통의 적하목록<br>• 포장 및 밀봉(Seal) 상태 확인                    |
| 2  | 수입 신고<br>증빙서류 제출 | ➡ | • 증빙서류와 함께 3부의 수입 신고서 준비                     | • 상업송장<br>• 포장명세서<br>• 선하증권<br>• SPS<br>• 수입라이선스(요구시)  |
| 3  | 서류 심사<br>관세 납부   | ➡ | • 세관 심사팀(Audit Team)에서 심사 진행 및 세액 확인         | • 세관 수납과(Accounts Section) 또는 Phnom Penh 소재 재무부에 관세 납부 |
| 4  | 물품 검사<br>물품 반출   | ➡ | • 물품검사팀(Customs Examination Team)에서 물품 검사 진행 | • A, B, C 유형으로 나뉘어 물품 검사 진행                            |

\* 출처: 통합무역정보서비스

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

#### 관리·법률체계

- 캄보디아 왕립 정부산하 정책 권고에 따르면 쌀 수출 및 수입 우선 순위를 정하여 가장 높은 수준의 제품 제공을 하여야함. 농산물 수입을 위해 수출국 및 대리인에게 재배지 또는 가공 장소 등 지정된 세관에서 통관을 진행하여야함(Prakas No 107 MEF.PRK dated February 2008 and Prakas No 111 MEF.PRK dated 15 February 2009 above)
- (식품안전법) 캄보디아는 자국 식품안전법 체계가 미비한 실정이며 캄보디아 정부는 이를 개선하기 위해 국제기준을 준수하는 ISO, IPPC, OIE, CAC 등의 기준을 상업 및 무역촉진, 소비자, 생산자 및 취급자에 대한 허용 수준의 안전 보장 환경 보호 등의 목적으로 수용하고 있음
- (관세면제품목) 관세법 제27조 규정에 따라 특정 상품 및 자격을 갖춘 수입업자에게 수입 관세 및 세금의 일부 면제가 부여됨. 농식품의 경우 자국 농축산물 번식에 필요한 씨앗 및 특정 종에 대한 관세가 면제됨. 수입자는 이를 증명하기 위해 캄보디아 외무부 및 국제 협력부 허가를 받아야 함

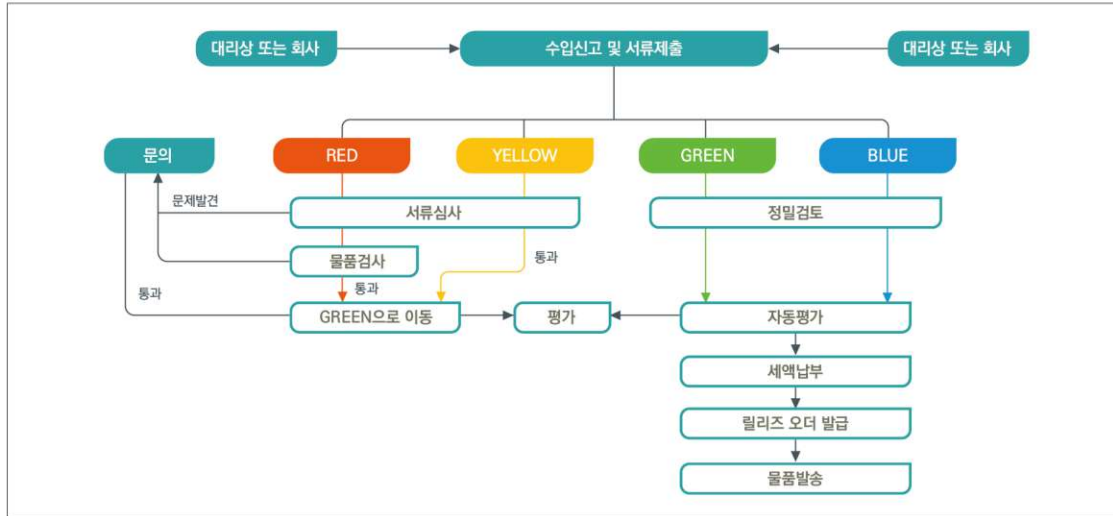
#### 면제 관련 법령 목록

| 구분         | 법령                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 관세면제 관련 법령 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Law on Customs declared by Reach Kram No. NS.RKM.0707.017 dated on 20 July 2007</li> <li>• Prakas No. 114 MEF dated February 15, 2008 on Determination of Exempted Goods</li> <li>• Prakas No. 105. MEF dated 15 February 2008 on Management of Goods Exempted from Duties and Taxes</li> </ul> |

\* 출처: 캄보디아 관세청

- 《한-아세안 FTA 관세》 한-아세안 FTA 관세 협정을 통해 아세안연합에 속해 있는 캄보디아는 한국에서 수출하는 제품에 대하여 2020년까지 일반품목에 대한 관세 완전 철폐 예정임. 따라서 한국에서 수출 되는 제품에 대해서는 2020년에 관세가 완전 철폐 될 것으로 보임

## (2) 통관 절차



### 📌 (Step 1) 물품도착

- 선박회사는 도착 후 총 9통의 적하목록과 선하증권을 세관에 제출하여야함. 도착 절차를 거친 후 세관 담당자는 물품 양하를 승인하고, 적하목록과 선적물을 비교하고 포장 및 밀봉(seal) 상태를 확인함
- 양하된 물품은 수입자가 통관 절차상 의무를 다할 때까지 지정된 창고에 반입하여 관리됨. 물품은 45일간 지정된 창고에 보관할 수 있으며, 45일이 경과하면 일단위로 과태료가 부과됨. 물품을 보관한 날로부터 3개월이 경과하면 세관이 직접 관리하는 창고로 옮겨짐

### 📌 (Step 2) 수입신고 및 서류제출

- 수입자는 다음의 증빙서류와 함께 3부의 수입 신고서를 준비하여야 함
  - 상업송장
  - 포장명세서
  - 선하증권
  - Sanitary/Phytosanitary Certificate(SPS)-->농림수산부
  - 수입 라이선스(요구되는 경우)
  - 물품의 FOB 가격이 USD 4,000을 초과하는 경우 조사보고서
- 수입 신고서는 각각 통관처리팀, 심사팀에 보내지며, 한 부는 수입자가 보관함

### SPS 발급 방법

| 항목                                      | SPS 발급 상세 내용                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sanitary/Phytosanitary Certificate(SPS) | <a href="http://www.customs.gov.kh/procedures-of-other-relevant-ministries/sanitary-and-phytosanitary-certificate-sps/">http://www.customs.gov.kh/procedures-of-other-relevant-ministries/sanitary-and-phytosanitary-certificate-sps/</a> |



\* 출처: 캄보디아 관세청(<http://www.customs.gov.kh>)

### 🍃 (Step 3) 서류심사 및 관세납부

- 관세 납부는 세관데이터자동시스템(ASYCUDA)을 통해 세관신고전자문서(Single Administration Document, SAD) 기본정보(수입자, 수출자, 물품 등) 입력이후 세관신고서 등록, 세관신고서 등록 이후 사본 2부를 출력하여 기타 필요서류와 함께 세관원에 제출함
- 수입자는 현금/은행보증서(Bank Guarantee)로 세관의 수납과(Accounts Section) 또는 Phnom Penh에 소재하는 재무부에 관세를 납부하고 영수증을 받음. 관세를 납부하는 때에 창고 보관료를 함께 납부함  
\* 캄보디아에 수입되는 농산물(쌀, 옥수수, 콩, 후추, 캐슈넛, 고무 등) 및 농산가공품과 식품 생산업체, 공급 및 수출업체들은 Prepayment on tax on profit 면제 혜택을 향후 5년간 받을 수 있음
- 개인, 수입자, 대행업체는 관세 세율 측정을 위해 관세 분류 및 원산지증명서를 제출하여야함. 세관은 법령 및 현행 규정에 따라 신고서 및 작성자의 정확성에 대한 증명을 할 수 있는 개인, 수입자, 대행업체에게 서면 증거를 요구할 수 있으며 수입업자는 증거 검토가 완료 될 때 까지 물품 공개를 거부할 수 있음
- 만약 캄보디아가 최종 수입국가가 아니고 경유지라면 관세 납부는 별도로 진행되지 않음. 또한 외교 공관 및 영사, 국제기구 및 기타 캄보디아 정부의 기술 협력 기관으로서 공식 수행에 사용하기 위한 제품, 현지 외교부의 인증을 받은 경우, 선교 활동을 하기 위해 필요한 제품은 관세 납부에서 제외 대상임

### 세부 항목 관세율

| 항목 | SPS 발급 상세 내용                                                                                                                                                                                                         |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 관세 | 캄보디아 관세청 홈페이지에서 조회 가능<br>* ( <a href="http://www.customs.gov.kh/publication-and-resources/customs-tariff-of-cambodia-2017">http://www.customs.gov.kh/publication-and-resources/customs-tariff-of-cambodia-2017</a> ) |

### 관세율 측정 방법

| 구분               | 관세 내용                                              |
|------------------|----------------------------------------------------|
| Ad Valorem       | • 과세표준으로 수입물품의 가격으로 측정된 관세율                        |
| Specific duty    | • 과세표준으로 수입물품의 수량, 중량 등 단위로 측정된 관세율                |
| Alternative duty | • 종가관세율 또는 종량관세율 중 높거나 낮은 금액을 부과하며 일반적으로 높은 쪽을 부과함 |
| Compound duty    | • 종가관세율 및 종량관세율을 혼합하여 부과하는 세율                      |

\* 출처: 캄보디아 관세청([http://www.customs.gov.kh/en\\_gb](http://www.customs.gov.kh/en_gb)), TradeNAVI통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)

## 🍃 (Step 4) 물품 검사 및 물품 반출

- 물품은 세관의 관리하에 있는 동안 물품검사팀 (Customs Examination Team)에서 일제히 촬영 감시(Camcontrol) 함

### 검역시 제출서류

| 구분         | 내용                                        |
|------------|-------------------------------------------|
| 상업송장       | • 판매자가 구매자에게 매매계약 이행 사실을 기재한 문서           |
| 포장 명세서     | • 포장이 완료된 물품 설명표시 문서                      |
| 운송 증명서류    | • 선하증권, 항공운송장 등 물품 운송 서류                  |
| 기타(필요할 경우) | • 적하목록, 면허증, 허가증, 원산지증명서, 보험 증명서, 기타 관련문서 |

\* 출처: 캄보디아 관세청([http://www.customs.gov.kh/en\\_gb](http://www.customs.gov.kh/en_gb))

- 수입된 물품은 위험관리 기준에 따라 다음의 세 유형으로 분류되어 각각 검사됨
  - (a) 유형: 선적 전 선적지에서 검사하고 밀봉된 컨테이너 (PSI container)는 특별한 불법의 근거가 없는 이상 검사하지 않음. 경우에 따라 5% 미만의 범위에서 검사할 수 있음
  - (b) 유형: 선적 전 검사를 하지 아니한 컨테이너는 100% 검사함
  - (c) 유형: 투자회사 (Investment Company)가 수입하는 물품은 80% 검사함
- 세관의 반입, 반출팀 (Customs Entrance/Exit Team)은 관세 납부 영수증을 확인하고, 적하목록 상의 컨테이너 수와 반출되는 컨테이너 수를 비교하여 일치하는 경우 물품을 반출하도록 함

## 🍃 주요품목별 검역제도

- 쌀과 신선 농산물 수출 절차
  - 2008년 2월 15일자 Prakas(캄보디아 세법) MEF(ministry of economy and finance) 제107은 수출품의 보고, 이동, 보관 및 운송에 관하여 다루고 있음
  - Prakas 2008년 2월 15일자 제 111호는 관세청 외 통관 절차 수행을 승인함
  - 2011년 6월 30일자 지침 GDCE 제 546호, 세관 수속을 완료한 개인 투자자를 위한 추가 거래 촉진에 관해 발표함
  - 2014년 4월 2일 쌀 수출에 대한 세관 수수료 면제에 관한 법안 GDCE 제 516호 발표
    - \* 캄보디아 정부의 정책 및 경제 재정부의 권고에 따르면 쌀 수출의 경우 선입 선출 순서를 따르지 않도록 우선순위를 정했으며, 현재 진행 중인 법률과 규정에 따라 쌀 수출에 대한 통관 절차를 최대한 용이하게 만들기 위해 최선을 다했음. 쌀 수출시 관세 처리 수수료 역시 면제임. (2014년 4월 2일자 지침 제 516호)
    - \* 다른 농산물 수출의 경우, MEF는 수출업자나 대표자에게 물품의 재배지나 처리 장소 등 지정된 세관 밖에서 통관을 실시 할 수 있게끔 통관 요청서를 작성 할 수 있도록 승인함.(2008년 2월 15일 Prakas 제 107호 MEF.PRK , 2008년 2월 15일 Prakas 제 111호 MEF.PRK)

## 농수산물 식품 필요 서류 종류

| 구분    | 품목                        | 서류 종류                           | 주무 부처 |
|-------|---------------------------|---------------------------------|-------|
| 증명서   | 신산 과일, 야채, 식물, 종자씨앗       | 관세 및 소비세 허가                     | 관세청   |
|       |                           | 위생 증명서                          | 농림수산부 |
|       | 살아 있는 동물                  | 동물 건강 증명서(유효 기간 : 5년)/CITES 증명서 | 농림수산부 |
| 허가 레터 | 어류, 갑각류, 연체 동물 및 기타 수산 제품 | Permit letter(유효 기간 : 1년)       | 상무부   |
|       |                           | 원산지 증명서                         | 농림수산부 |
|       |                           | Customs Permit                  | 관세청   |

\* 출처: 캄보디아 관세청([http://www.customs.gov.kh/en\\_gb](http://www.customs.gov.kh/en_gb))

- (수입 금지 품목) 캄보디아 정부는 자국 농수산업 보호 및 발전을 위해 특정 품목에 대해 'No.209 ANK.BK' 법령에 따라 수입 금지 조치를 내렸음. 주요 수입 금지 농식품으로는 말, 버팔로, 칠면조, 거위, 고래, 돌고래, 건조 돼지 껍질 등이 있음

## 수입 금지 품목 상세 법령

| 구분 | 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 법령 | <a href="http://www.customs.gov.kh/wp-content/uploads/2015/05/Anukrit-209-on-Enforcement-of-the-List-of-Prohibited-and-Restricted-Goods.pdf">http://www.customs.gov.kh/wp-content/uploads/2015/05/Anukrit-209-on-Enforcement-of-the-List-of-Prohibited-and-Restricted-Goods.pdf</a> |

\* 출처: 캄보디아 관세청([http://www.customs.gov.kh/en\\_gb](http://www.customs.gov.kh/en_gb))

# 08 미얀마



## 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 305

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

## 2. 농식품 시장 현황 311

- 가. 시장개요

## 3. 농식품 유통 현황 314

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 품목별 유통현황
- 다. 주요 유통채널 현황

## 4. 농식품 수출 프로세스 336

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입통관 준비
- 다. 수입신고 및 통관절차
- 라. 수입 요구 서류
- 마. 수입 라이선스 발급
- 바. 라벨링 요건
- 사. 세금에 대한 정보





# 01 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 농업규모

#### 개요

- 미얀마는 농업을 국가 경제 기반으로 두는 농업 국가이지만, 상당 부분의 농식품을 수입 중임. 2017~2018년<sup>1)</sup>, 농업 부문은 GDP의 26%, 국가 수출의 23%를 차지함. 국가 전체 노동력의 60%가 농업 부문에 속함
  - 농업 부문은 크게 ① 농업, ② 축산업&수산업, ③ 임업의 세 하위 부문으로 나뉨. 그중 농업의 규모는 7,438백만 달러인 반면, 임업은 44백만 달러에 불과함
- 미얀마 토지의 167,200천 에이커 중 불과 20%만이 이용되고 있음. 벼는 국가의 주요 작물로서, 전체 재배 면적의 47%를 논이 차지함
- 50에이커 이상인 농가 수가 점차 증가함.<sup>2)</sup> 이는 농업의 성장, 농업에 대한 투자를 나타냄

#### 작물재배

- 미얀마에서는 다양한 재배 방식을 활용 중임. 벼 재배지에서는 황마, 면화, 참깨와 같은 우기 이전의 계절 작물이 벼보다 먼저 재배됨. 우기 때 벼를 수확한 후에는 여름 벼, 땅콩, 해바라기, 콩류 등 적합한 농작물을 경작함
- 건조지에서는 관개 여부와 무관하게 참깨, 완두콩, 땅콩, 옥수수과 같이 2가지 작물을 동시에 재배하는 혼합 작물 재배 방식을 활용함<sup>3)</sup>
  - 작물 유형은 열대/아열대 기후의 건조한 지역인 미얀마 중앙, 온난한 기후의 해안 및 삼각주 지역 등 토지 유형에 따라 차이가 있음
- 경작지의 약 70%는 에야와디(Ayeyarwady), 사가잉(Sagaing), 바고(Bago), 마궤(Magway), 만달레이(Mandalay) 지역에 속함
- 미얀마에는 ① 건조 지역, ② 해안 및 삼각주 지역, ③ 구릉 및 산악 지대 등 농업 구역이 있음

1) 미얀마의 회계연도는 매년 4월 1일부터 다음해 3월 31일까지 1년간임

2) MMRD Research Services, Basic Survey on Agriculture Sector in and around Mandalay, 2015

3) Yezin Agriculture University, Overview of Myanmar Agriculture, 2015

- 건조 지역은 비가 내리지 않기 때문에 농업의 경우 주로 비가 내리는 고지대 및 논이 섞인 강 유역에서 하는 것이 생산적임
- 해안 및 삼각주 지역은 강수량이 많고, 주요 작물인 벼가 광범위하게 재배됨
- 구릉 및 산악 지대에서는 많은 원예 작물을 재배하고 있으며 밀도가 비교적 낮음<sup>4)</sup>

## (2) 주요 생산품목 및 생산규모

### 🍌 주요 생산품목 및 규모

#### 🍌 쌀

- 미얀마의 주식인 쌀은 전체 경작지의 약 54%를 차지함. 쌀 수출은 생산량과 함께 증가하는 추세임
- 2017~2018년에 약 25,620천 톤이 생산됨. 동일 연도에 수출량은 1,700천 톤에 달하여 480백만 달러를 벌어들였는데, 이는 2015년의 300천 톤과 비교하면 약 6배나 증가한 수치임

#### 🍌 콩류

- 콩류는 벼 다음 두 번째로 큰 파종 면적(40%)을 활용하고 있으며, 주로 건조 지역에서 재배됨
- 미얀마에는 총 17종의 콩이 있으며 수확량이 가장 많은 품종은 녹두(20%), 우르드콩(18%), 비둘기콩(10%), 병아리콩(10%) 순임
- 2017년부터 2018년까지 미얀마의 콩 생산량은 531,000천 톤을 기록함. 동일 연도에 1,000천 톤 가량의 콩을 수출하였는데, 그중 절반 이상이 인도와 파키스탄으로 수출됨
- 그러나 향후 정부 정책 변화로 타 작물 생산을 장려하여 재배 면적이 14%가량 감소할 것으로 예상됨. 이는 인도의 수입 제한 조치 때문임<sup>5)</sup>

#### 🍌 정유 작물

- 정유 작물은 2017~2018년 전체 순파종면적 중 19%를 활용하였으며, 생산량은 2,350천 톤에 달함. 가장 많이 재배되는 것은 땅콩(67%)과 참깨(33%)임. 이 중 약 80%는 건조 지역인 사가잉(34%), 마케(28%), 만달레이(16%), 바고(8%) 등에서 재배됨

#### 🍌 차

- 미얀마 전체 차 생산량의 82%가 산(Shan) 지역에서 생산됨. 2017~2018년까지 총 생산량은 104,746,000천 톤에 달함
- 찻잎은 홍차와 인스턴트 밀크티, 샐러드 등의 형태로 다량 소비됨. 일반 가정보다 미얀마 전역의 찻집에서 많이 구입함

4) ADB, Myanmar Agricultural Sector: Unlocking the Potential for Inclusive Growth, 2015

5) USDA, Myanmar Beans and Pulses Update 2018

### ☉ 커피

- 커피 생산은 타 작물과 비교하였을 때, 그다지 비중이 크지 않음. 2017~2018년까지 생산량은 8,547톤에 불과함. 커피는 산(61%), 카인(23%), 만달레이(6%), 카친(4%) 등의 지역에서 재배 중임

### ☉ 과일

- 현재 미얀마에서는 18종의 과일이 상업용으로 재배 중임. 과일은 6월~1월 사이에 비교적 풍부함. 포도, 배, 사과, 딸기 등 과일 4종의 전체 파종 면적은 9,000에이커 미만으로 규모가 작은 편임

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### ☉ 전체 수출입 현황

- ☉ 미얀마의 농식품 대외무역은 수출은 감소하고, 수입은 증가하는 추세로 나타남
- ☉ 미얀마의 최대 농식품 교역국은 태국, 인도, 중국 등 인접 국가와 인도네시아, 말레이시아 등 인근 국가들과 주로 이루어 지고 있으며, 물류여건이 열악한 것과 그동안의 폐쇄경제가 원인으로 작용함
- ☉ 농식품 대외무역 총액의 경우, 2016년 6,201백만 달러로 가장 높았으나 2017년, 2018년 연속 감소함
  - 미얀마 대외 교역량은 수입 증가로 유지되고 있는 것으로 나타나며, 최근의 교역 감소는 중국 정부의 설탕 재수출 금지조치로 인해 설탕 수출의 감소 등으로 인해 나타남<sup>6)</sup>

#### 미얀마 농림축산식품 수출입 현황

(단위: 백만 달러(USD))

| 구분 | 2014년    | 2015년    | 2016년    | 2017년    | 2018년    |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|
| 수출 | 3,507.13 | 2,464.41 | 2,570.56 | 2,285.42 | 2,077.77 |
| 수입 | 2,648.95 | 2,955.70 | 3,631.31 | 3,338.05 | 3,449.22 |

\* 출처: Global Trade Atlas

#### ☉ 국가별 수출입 현황

##### ☉ 주요 수출국

- 2018년 기준, 전체 수출규모는 21억 달러 규모이며, 주요 국가는 미얀마를 인접한 인도, 중국, 태국을 중심으로 하고 있으며, 이밖에 쌀, 두류, 참깨 등의 곡물을 EU, 일본 등에 수출함
- 한국에 대하여는 넛츠, 동부콩, 크랩, 약재식품, 참깨 등을 수출함

6) Myanmar Times, Re-export sugar licences with China suspended: govt, October 2018

## 농식품 수출 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

| 순위 | 수출국 | 2018년 | 품목                              |
|----|-----|-------|---------------------------------|
| 전체 |     | 2,078 |                                 |
| 1  | 인도  | 407   | 두류, 기타목재 등                      |
| 2  | 중국  | 285   | 사탕수수, 바나나, 옥수수 등                |
| 3  | EU  | 277   | 쌀, 쇠미, 목재, 어류 등                 |
| 4  | 태국  | 275   | 가축, 치어, 밀반죽, 땅콩 등               |
| 5  | 일본  | 107   | 새우, 두류, 참깨 등                    |
| 12 | 한국  | 44    | 넛츠(Exc Peanuts) 동부콩, 크랩, 약재식물 등 |

### 주요 수입국

- 수입은 인접국 태국으로부터 사탕수수, 가공식품 등에 대하여 가장 많은 수입을 하고 있으며, 주변 인도네시아, 중국, 인도, 말레이시아 등으로 부터 수입을 함
- 식용유의 소비가 많은 미얀마 식문화의 특징으로, 주변국인 인도네시아, 말레이시아로부터 많은 양의 팜오일을 수입함

## 미얀마 농식품 수입 상위 5개국 및 한국 실적(2018년)

| 순위 | 수입국   | 2018년 | 품목                     |
|----|-------|-------|------------------------|
| 전체 |       | 3,449 |                        |
| 1  | 태국    | 1,115 | 사탕수수, 가공식품, 위스키, 맥주    |
| 2  | 인도네시아 | 561   | 팜오일, 와플, 아레카야자 넛츠      |
| 3  | 중국    | 507   | 사과, 숯, 소스류 및 양념류 등     |
| 4  | 인도    | 334   | 사탕수수, 소고기, 대두박 등       |
| 5  | 말레이시아 | 196   | 팜오일, 가공식품, 몰트 등        |
| 14 | 한국    | 16    | 가공식품 소스류, 파이 등 빵류, 숯 등 |

\* 출처: Global Trade Atlas

### 품목별 수출입 현황

- 콩류, 쌀, 해산물, 설탕은 수출 상위품목이며, 식용유, 설탕, 유제품, 곡물류, 음료, 스낵류 등 6개 품목은 2년 연속 수입품목 상위를 차지함
- 최근에는 스낵류, 밀가루 등은 증가한 반면, 유제품, 식용유와 음료 수입액은 하락했음

## 미얀마 농림축산식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적(2017년)

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 수출               |        | 수입   |        |
|----|------------------|--------|------|--------|
|    | 품목               | 금액     | 품목   | 금액     |
| 1  | 쌀미(Rice, Broken) | 600.68 | 팜오일  | 614.65 |
| 2  | 대두               | 562.17 | 사탕수수 | 579.60 |
| 3  | 쌀 등              | 316.45 | 가공식품 | 328.50 |
| 4  | 목재               | 315.30 | 사과   | 192.83 |
| 5  | 어류               | 201.79 | 대두박  | 191.64 |

\* 출처: Global Trade Atlas



## (2) 한국의 對 미얀마 농식품 수출 현황

### 수출규모

- 한국의 미얀마 농림축산식품 수출액은 2014년에 34백만 달러를 달성하며 최고치를 기록하였으나, 이후 교역이 감소하여 2018년에 15백만 달러 수준임
  - 수출감소의 주요 원인으로는 임산물 가운데 새털의 수출량 감소가 가장 큰 원인임
- (농산물) 라면, 혼합조제식품, 소스류 등의 증가세로 일정수준 유지하고 있으나 커피조제품, 음료류 등의 수출 감소로 수출규모 소폭 하락
- (축산물) 닭고기, 가금육류, 축산물, 부산물 등의 수출 증가로 수출규모 확대
- (임산물) 수출품목인 새털의 지속적인 감소로 수출규모 축소, 2019년부터는 점차 회복세임
  - \* 미얀마는 주로 CMP(Cut-Make-Pack) 의류를 한국에 수출하고 기계, 장비, 원자재 등을 수입함. 해상 무역이 주요 물류 채널이지만, 일부 품목은 중국과 연결된 육로를 통해 유입됨

### 對 미얀마 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

| 구분  | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율   |
|-----|---------|---------|---------|----------|----------|-------|
| 농산물 | 3,902.8 | 4,521.4 | 7,891.9 | 7,828.6  | 6,566.2  | △16.1 |
| 축산물 | 109.1   | 116.7   | 121.1   | 105.2    | 147.3    | 39.9  |
| 임산물 | 923.9   | 814.0   | 806.4   | 479.9    | 61.7     | △87.1 |
| 계   | 4,935.8 | 5,452.1 | 8,819.4 | 8,413.7  | 6,775.2  | △19.5 |

\* 출처: kati 농식품수출정보(www.kati.net)

### 對 미얀마 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

| 구분  | 2014년    | 2015년    | 2016년    | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율   |
|-----|----------|----------|----------|----------|----------|-------|
| 농산물 | 6,629.9  | 8,139.7  | 10,996.6 | 13,529.9 | 13,113.9 | △3.1  |
| 축산물 | 1,295.5  | 1,205.3  | 1,073.6  | 858.2    | 1,284.4  | 49.7  |
| 임산물 | 26,396.3 | 10,994.3 | 6,685.5  | 7,717.9  | 830.0    | △89.2 |
| 계   | 34,321.7 | 20,339.3 | 18,755.7 | 22,106   | 15,228.3 | △31.1 |

\* 출처: kati 농식품수출정보(www.kati.net)

### 對 미얀마 수출 상위 품목

- 새털의 수요가 급감하면서 농식품의 수출이 급격히 감소하였으나, 2018년에는 라면, 소스류 등의 식품 수출이 지속적으로 확대되고 있음

對 미얀마 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년                       |         | 2017년                |         | 2018년                                              |         |
|----|-----------------------------|---------|----------------------|---------|----------------------------------------------------|---------|
|    | 품목                          | 수출액     | 품목                   | 수출액     | 품목                                                 | 수출액     |
| 1  | 새털<br>(솜털 및 충전재용 깃털)        | 4,518.0 | 새털<br>(솜털 및 충전재용 깃털) | 4,326.1 | 라면                                                 | 2,108.2 |
| 2  | 라신의 염과<br>리신에스테르의 염         | 1,682.3 | 라신의 염과<br>리신에스테르의 염  | 2,083.3 | 커피크리머                                              | 1,833.2 |
| 3  | 라면                          | 1,507.9 | 라면                   | 1,988.6 | 라신의 염과 리신에스테르의 염                                   | 1,429.8 |
| 4  | 대두유<br>(정제유/식품용)            | 1,475.1 | 커피크리머                | 1,879.3 | 조제품 기타                                             | 1,400.0 |
| 5  | 자당<br>(고체의 것/향미제 및 착색제 미첨가) | 950.3   | 기타<br>(기타의 목제가구/기타)  | 1,640.4 | 소스, 소스 제조용 조제품<br>(마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합조미료, 메주 이외 기타) | 754.2   |

\* 출처: kati 농식품수출정보(www.kati.net)

## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장현황

##### 개괄

- 한국산 화장품과 미용품, 전자제품, 가전제품 등과 같은 사치재가 시장에서 강세를 보임
  - 포장 식품, 음료수, 과자 등의 식품은 태국, 중국, 일본, 서양산 수입 브랜드보다 약세를 보이거나 포장 식품은 인기를 얻고 있음

##### 품목별 시장현황

##### 무알콜 음료

- 태국, 일본 등 수입 제품이 더욱 인기가 있음
- 알로에 주스의 경우, 대량으로 생산된 타 음료에 비해 상대적으로 접근성이 낮고 소비자 접점이 부족하여 다른 종류의 과일 주스를 구입하고 있으나, 한국산 알로에 주스는 일부 충성 고객을 확보하고 있음
- 비타민 음료는 접근성이 낮고 소비자와의 접점이 매우 부족하기 때문에 소비자 인지도가 낮음

##### 면류

- 한국 라면의 접근성은 국산 라면과 태국산 라면과 비교하면 여전히 제한적임

##### 차

- 베트남, 중국, 케냐산 제품이 가장 인기가 있음
- 과일차를 포함한 한국 차는 소비자와의 접점이 부족하기 때문에 소비량이 적음
  - 한인 마트와 City Mart에서만 판매함
  - 시중에는 국산 인스턴트 차가 많이 판매됨

##### 김치

- 시중에 판매되는 김치는 한국에서 수입한 제품이 아닌, 현지에서 한국 김치 양념으로 만든 제품임
- 주된 재료 중 하나인 Shan 주에서 재배되는 중국산 양배추는 양곤(Yangon), 데인지(Theingyi), 땀(Than), 프리밍글라(Thiri Mingalar), 다닝곤(Danyingone)에 위치한 주요 도매시장에서 판매됨
- City Mart, Pro Mart, 8-mile Korea Mart에서만 배추김치, 깍두기, 부추김치 등을 판매함
- 미얀마에는 Shan Chin이라 불리는 김치와 비슷한 음식이 있음. 김치의 유일한 대체품으로 소비자는

City Mart와 같은 현대적 유통망에서 쉽게 찾을 수 있음

- 김치는 300g에서 500g까지 다양한 중량으로 포장됨
- 포장된 500g 김치는 6,700 MMK에 판매되고, kg 단위의 포장되지 않은 김치는 약 8,000 MMK에 판매됨
- 미얀마에 거주하는 한인들이 주요 소비자이며, 배추김치를 가장 많이 소비함

#### 과일

- 한국산 정품 과일의 소비는 매우 낮고, City Mart에서만 구매할 수 있음
- 선물용으로 구매하는 경우가 대부분임

#### 건강식품

- 미얀마에는 제비집과 인삼 제품, 두 가지 종류의 건강식품만이 기능성 음료의 형태로 주로 판매됨
- 제비집은 소비자에게 인지도가 높은 반면, 인삼 제품은 한류의 영향으로 유행함

#### 제과 및 스낵류

- 태국, 일본, 중국산 제과 및 스낵류에 대한 소비자 선호도가 높음
- 브랜드 인지도와 충성 고객을 확보한 제과 브랜드는 O사, P사 등임

### 미얀마 내 한국 농식품 SWOT 분석

| 한국 농식품 SWOT 분석                                                                                                                                                |                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>강점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 양질의 프리미엄 제품</li> <li>▶ 미얀마인에게 친숙한 맛</li> <li>▶ 젊은 세대로부터의 높은 수용</li> <li>▶ 젊은 소비자의 브랜드 충성도</li> </ul>       | <b>약점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 고가</li> <li>▶ 낮은 접근성</li> <li>▶ 좁은 소비자 접점</li> <li>▶ 대중에게 낮은 브랜드 인지도</li> </ul>             |
| <b>기회</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 양곤 내 시장 확대</li> <li>▶ 기타 대도시에서의 시장 확대 가능성</li> <li>▶ 소득 증가</li> <li>▶ 외국인직접투자 확대 및 양곤으로의 외국인 유입</li> </ul> | <b>위험</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 유사하게 포지셔닝된 타 프리미엄 제품</li> <li>▶ <b>쌀과 같은 우세한 대체품</b></li> <li>▶ 한국 기업간의 제품 라인 확장</li> </ul> |

## (2) 시장특성

### 미얀마 중산층

- Deloitte's Myanmar가 실시한 미얀마 소비자 조사에 따르면, 미얀마 인구의 약 2/3는 소득이 매달 125 달러에서 500 달러 사이이고, 중산층에 속함



## 구매 동기 변화

- 소비자 행동과 소비 동향은 2011년 경제 개방 후, 구매 동기 요소의 변화에 따라 바뀜
  - 이러한 동향은 세계화로 인해 외국 문화와 가치관, 생활 양식이 유입되면서 바뀜. 이후 소비자는 새로운 구매 동기를 가짐
  - 구매 동기 중 사회적 지위, 외모, 동료와의 비교는 중산층에서 뚜렷하게 나타남

## 정보 검색

- 소셜 미디어가 제품 정보 검색 플랫폼으로 인기를 얻고 있지만, 입소문 마케팅은 여전히 구매에서 중요한 역할을 함

## 구매

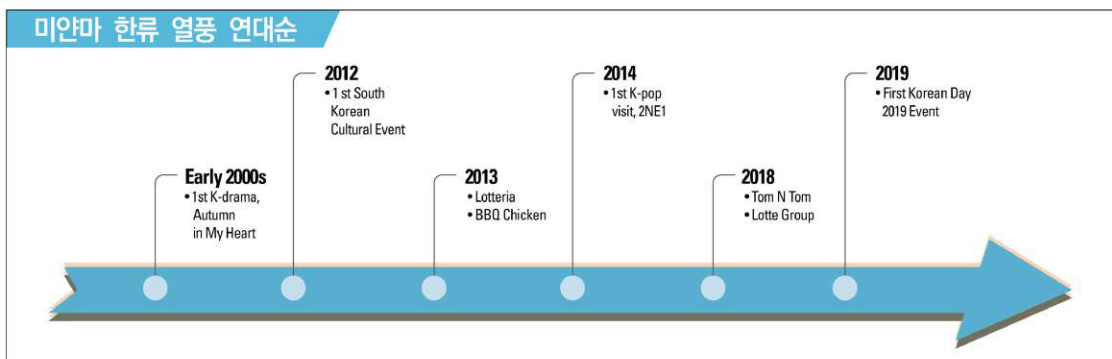
- 쇼핑 방법 선호도는 소비자 유통 경로에 대한 접근성, 제공되는 서비스의 다양성과 수준 때문에 전통적인 거래에서 현대적인 거래로 옮겨가고 있음

## 소비자 유통 경로 선호도

- 여전히 소비자의 93%는 전통적 유통망의 위치 우위와 제품의 가격 경쟁력 때문에 전통적 유통망을 선호함
- 전형적인 중산층은 식료품점, 슈퍼마켓, 편의점, 쇼핑센터 순으로 음료, 제과 및 과자, 포장 식품을 구매함

## 한국 문화의 유입

- 한국 제품과 '한류'는 상관관계가 있음
  - 2000년대 초 미얀마에서 한류 열풍이 시작된 후, 한류는 줄곧 한국 제품 수요의 원동력이 됨



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]



## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

- 한국 농식품은 주로 CMHL(City Mart Holdings)에서 수입 및 취급함. CMHL은 미얀마 최대 소매 그룹으로 약 3,000여 개 회사의 공급업체 네트워크를 보유하고 있음
- 한국 제품은 주로 프리미엄 포지셔닝을 하여 슈퍼마켓, 소형마트, 편의점 등 현대 유통채널에서 판매됨. 라면과 같은 대량 생산 제품은 전통 소매업체를 포함한 모든 유통채널에 확산되어 있음
- 다음은 11개 품목의 농식품 시장 및 유통 현황에 대한 세부 정보이며, 선정된 품목은 ① 쌀, ② 콩류, ③ 식용유, ④ 음료, ⑤ 면류와 밀가루, ⑥ 제과 및 스낵류, ⑦ 커피와 차, ⑧ 과일, ⑨ 유제품, ⑩ 건강식품 ⑪ 종자임

### 나 품목별 유통현황

#### (1) 쌀

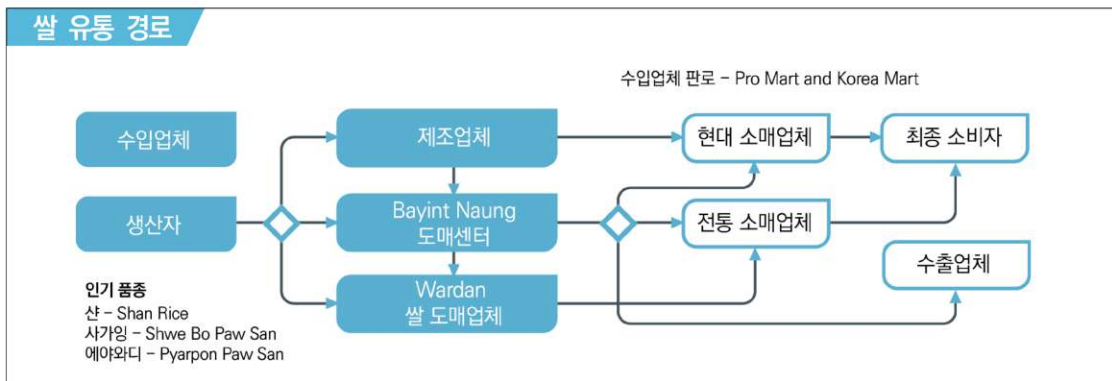
##### 개괄

- 미얀마는 세계에서 가장 많이 쌀을 소비하는 국가에 속함. 일반적으로 미얀마 가정에서는 수입의 약 15%를 매달 쌀을 구입하는데 소비함<sup>7)</sup>
- 2017~2018년, 미얀마의 쌀 생산량은 25,620천 톤에 달함. 소비량은 많음에도 불구하고, 생산량은 다른 아세안 국가에 비해 여전히 낮아 수출이 부진함
- 중국은 국경 무역을 통한 주요 쌀 구매자임. 2017~2018년까지 전체 쌀 수출량은 3,600천 톤으로 1,140백만 달러를 벌어들였으며 거래량은 1,700천 톤에 달함
- 미얀마 전체 쌀 수출은 2018년에 감소했으며 이 추세는 2019년에도 지속될 것으로 예상됨
  - 중국 정부가 불법 및 무허가 쌀 수입에 대한 단속을 강화함에 따라 주요 쌀 수입국인 중국의 수요가 감소했기 때문임

7) Central Statistical Organisation, Myanmar Agricultural Statistics, 2016~2017

## 유통 현황

- 미얀마의 소비자가 슈퍼마켓 등 현대적 유통망에서 쌀을 구입할 가능성은 다소 낮음. 프리미엄 쌀의 주요 타겟은 국외 이주자와 중산층 등이지만 이들은 대부분 현지 시장이나 전통식 상점보다 편리한 곳을 찾음
  - 미얀마인의 구매 패턴과 소비 습관을 고려할 때, 한국 쌀은 그다지 매력적이지 않을 것으로 판단됨. 특히, 쌀과 같이 매일 소비하는 제품에는 프리미엄 전략이 적합하지 않다고 판단됨
- 미얀마 쌀 제분업체는 계약농업 하에, 농민과의 직접적인 계약을 체결하여 쌀을 조달함. 제분된 쌀은 양곤의 중심 도매센터인 Bayint Naung으로 유통되며, 공급망을 통해 최종 소비자에게 도달함. Warden Wholesaler의 경우, 수출보다는 국내 유통이 주목적임



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## (2) 콩류

### 개괄

- 일반 가정의 월수입 중 약 1.75%를 콩을 소비하는데 지출함<sup>8)</sup>
- 대부분의 가정에 일상적인 식료품으로 자리 잡음
- 특히, 분말 형태는 높은 유용성, 접근성, 합리적인 가격으로 많이 이용함
- 주요 소비 채널은 전통적인 식료품 가게 또는 재래시장의 소매점이며 현대 채널은 거의 이용하지 않음
- 상위 소비 품종은 블랙 그램, 렌틸콩, 녹두, 대두, 완두콩이 있음

8) Central Statistical Organization, Myanmar Agricultural Statistics, 2016~2017

## 유통 현황

- 고품질의 브랜드 제품은 수출하거나 일부 중상층 소비자가 소비함
- 한국 브랜드 유통업체는 City Mart와 Korea Mart 두 곳이 있음
- 미얀마 중앙의 만달레이(Mandalay), 사가잉(Sagaing)지역은 대부분의 콩이 생산되는 재배지임
- 만달레이 지역의 꺼데인더(Ka Htain Taw)는 내수와 중국 수출을 위해 미얀마 북쪽 전역의 생산지로 부터 집결되는 주된 무역지임
- 현지 유통과 수출을 위한 대부분의 상품은 중앙 농산물 도매 센터인 바인나웅(Bayint Naung)으로 보냄. 주요 수입국은 인도임
- 현대무역에는 Ahr Thit, Asia Winner, Zu Zu 등의 브랜드가 있음
- 생산물은 세척, 씨앗 제거, 등급 부여, 색상 분류 단계를 체계적으로 거쳐 정제됨
- 쌀에 이어 주요 수출·수입원인 콩은, 변동성이 매우 큰 시장에서 거래되고 있음
- 양적인 면으로는 좋은 전망을 보이나, 2017년 8월 인도의 수입제한 조치 이후로 수출량 변동이 큼
- 콩류 주요 수출 품목은 블랙 그램, 녹두, 비둘기 콩 순임

## (3) 식용유

### 개괄

- 일반 가정은 매달 식용유에 약 8,000 MMK를 지출하며, 이는 전체 식음료비의 8% 정도에 해당함<sup>9)</sup>
- 미얀마는 1인당 식용유 소비량이 연간 10kg에 육박하는 등 세계 최고 수준의 소비국임<sup>10)</sup>
- 대부분 전통적인 소매점에서 구매함
- 미얀마는 땅콩과 참기름을 주로 생산하지만, 소비를 충족시키기 위해서는 약 70%의 식용유를 수입해야 함
  - 식용유 수입국 비중의 90% 이상이 인도네시아(85%)와 말레이시아(10%)로 구성됨
  - 도시 인구의 70%가 저렴한 가격과 활용도가 높은 팜유를 가장 많이 소비함
- 기름은 일반적으로 재래시장 또는 가족 운영의 전통 공장에서 구매함
- 재래시장의 소매상들은 보통 현지에서 생산한 순수 땅콩기름이나 품질이 낮은 기름을 판매함

9) Central Statistical Organization, Myanmar Agricultural Statistics, 2016~2017

10) Myanmar Business Today, A Closer Look: Myanmar's Edible Oil Industry, July 2017



- 최근 소매업체는 포장한 상품들을 진열하여 판매하고, 소비자도 이를 편리하게 구매함
- 양곤 소비자는 최근 유행하고 있는 Meizan, Sunar, Thai soybean 브랜드와 같은 포장기법으로 옮겨가는 추세임
  - 양곤 지역 외에 대다수의 소비자는 전통 시장에서 viss 단위로 구입함. 제품의 유용성과 가격 때문임
- 각 품종에 따라 가격 차이가 큼. 팜유는 1 viss에 2,000 MMK이고,<sup>11)</sup> 땅콩과 참기름은 약 6,000 MMK 정도임
- 미얀마 인구의 10%만이 참깨, 해바라기, 콩 등 순수 식물성 기름을 소비함
- 나머지 10%는 혼합유나 저품질의 기름을 소비함<sup>12)</sup>

### 유통 현황

- 대다수의 소비자는 전통 유통채널에서 식용유를 구매함
- 가장 많이 소비하는 브랜드는 Meizan, Sunar, Saji, Goody, 333, Good이며, 고품질의 브랜드 제품은 대체로 양곤 주민들에 의해 소비됨
- 특히, 건강식을 챙기는 사람들은 땅콩기름보다는 해바라기 기름, 콩기름, 아채 기름과 같이 콜레스테롤 수치가 적은 기름에 더 많은 관심을 가짐
- 이러한 집단은 브랜드 충성도가 높은 편이며, 슈퍼마켓의 방문 빈도수가 높아서 1L 사이즈의 구매가 일반적임
- 미얀마 시중에 나와 있는 한국 브랜드는 C사와 S사 두 곳뿐임
  - C사 브랜드의 333은 최고의 소비자 선정제품임
  - 한국은 2018년에서 2019년까지 식용유 292톤을 수출하였고, 이는 381천 달러임
- 식용유는 주로 해상교역을 통해 들어오며, 중국을 통해 들어오는 기름은 극소수에 불과함
- 일부 수입업자들은 한국 가게와 같은 점포에 직접 판매하기도 함. 하지만 대다수는 슈퍼마켓, 마켓 또는 전통 소매점을 통해 판매함
- 일반적으로 제분업체나 기름 생산업체는 도매점이나 재래시장 또는 현대무역 등 가능한 모든 채널에 상품을 유통함
- 상품은 대부분 전통 소매점에 대량으로 보내지지만, 소비재 제품은 현대적 유통을 하는 경향이 있음

11) Viss는 미얀마에서 통용되는 무게 단위로, 1Viss는 1.6kg과 동일함

12) Myanmar Times, Calls for sales of blended cooking oil to be legalized, March 2019

- Nyaung Pin Lay 시장의 도매상 또는 소규모 유통업자는 Daw Shan과 Shwe Sone Nyo임
  - 이 도매상 최고의 브랜드는 인기 순으로 Meizan, Sunar, Saji, Goody, 333, Good임
  - 주로 양곤 지역과 에야와디(Ayeyarwady) 지역 내에서 유통됨
- FOB 내륙 항만 터미널 또는 화물 운송 터미널에 주로 사용됨. 대금 지급은 일반적으로 은행을 통해 이루어짐
- Saji브랜드는 Grand Twin Brother가 주로 양곤과 만달레이에 유통하고 있음
  - 이는 세계 최대의 천연 팜유 생산업체인 Felda Global Ventures Holdings Bhd(FGV)가 생산함
  - 이 회사는 전통 무역을 통해 높은 품질의 야자유를 대량 판매하는 방식으로 사업 확장을 계획하고 있음<sup>13)</sup>
- 미얀마 식용유 수입은 꾸준히 증가하여 2018년부터 2019년 총 88만 톤으로 2015년에 비해 28% 증가함
- 팜유는 KFC와 Pizza Hut과 같은 패스트푸드 체인점의 증가로 인해 많은 양을 소비하고 있음
  - 반면에 가정에서는 프리미엄 식물성 기름과 같은 저지방 제품을 소비하는 것으로 변화하고 있음
- 수입량은 증가했지만, 인도네시아와 말레이시아 공급업체로 인해 2017년부터 기름값의 가치는 떨어지고 있음
  - 2016년부터 2017년까지 기름 81만 톤의 6억 2,000만 달러에서, 2018년부터 2019년까지 기름 88만 톤에 5억 7,400만 달러로 감소함

#### (4) 음료(무알코올)

##### 개괄

- 미얀마 음료 산업은 FMCG(일용소비재)부문에서 가장 높은 성장률을 보임
  - 청량음료, 에너지 음료, 스포츠음료, 과일 주스, RTD(Ready To Drink) 차 음료, 커피와 같은 음료 유형으로 나뉨
- 음료 소비자들은 18세에서 41세 사이의 생산가능 인구계층임
- 다국적 기업들이 미얀마에 들어오기 이전에는 소비자들에게 Number One, Max, VeVe, Asia와 같이 많은 선택지가 없었으며, 다국적 기업들이 시장에 진입하고 나서 경기가 좋아짐
- 그 후 국내 기업들은 소비자들에게 더욱더 다양한 상품을 공급하고 있으며, 성장하고 있는 국제적 제품의 수요를 충족시키기 위하여 세계적인 기업과 파트너십을 맺음
- 미얀마에서 대표적인 제조업체로는 Pinya음료(Coca Cola), L사(Pepsi), Loi Hein (Blue Mountain), Asia Pacific(Sunkist), Green Circle(Ve Ve), EAC Myanmar(Asia) 등이 있음

13) Bloomberg, Myanmar's Fast-Food Boom Is Boosting Palm Oil, June 2018

### 청량음료

- 청량음료는 특히 젊은 층이 많이 소비하고 있음
  - 주요 제품은 Pinya, MGS, Loi Hein임
  - 상위 브랜드는 Coca Cola, Pepsi, Max Plus, Qyench, Sprit임
- 소비자들은 캔보다 병을 더 선호함. 병 제품은 TV 프로그램에서 집중적으로 광고하고 있음
- 소비자는 브랜드를 선택할 때 품질과 맛, 향을 고려함
- 대부분 피로회복 및 심신안정을 위해 소비함<sup>14)</sup>

### 에너지 음료

- 미얀마에서 에너지 음료 소비는 매우 보편적임
  - 소비 연령층은 보통 18세~25세 사이임
  - 소비자 중 절반 이상이 한 달에 5캔까지 소비함
  - 활력 있고 깨어있는 기분을 위해 마시는 편임
- 에너지 음료는 주로 편의점에서 구입하며, 접근성, 가격, 제품, 브랜드는 제품 구매 시 중요한 결정 요소임
- 여전히 구전 마케팅이 주이지만, TVC(방송 광고), 광고판, 후원 행사는 구매를 촉진하는 역할을 함
- 현재 판매 중인 에너지 음료 상위 브랜드는 Shark, Red Bull, M150, Rocker, Burn(Coca Cola)이 있음<sup>15)</sup>
- 소비자들은 개봉 후 한 번에 마셔야 하는 캔과 다르게 다음 날까지도 보관 및 섭취가 가능한 병을 더 선호함

### 비타민 음료

- 비타민 음료는 마케팅믹스, 홍보, 유통채널 때문에 소비가 저조함
- 소비자는 제품의 본질적인 기능 즉 언제 비타민 음료를 소비해야 하는지, 어떤 제품군으로 분류해야 하는지 (에너지, 스포츠, 건강 또는 강장 제 음료)에 대한 정보를 거의 가지고 있지 않음

14) Mg Kyaw Kyar, A Study on Consumer Behaviour Towards Carbonated Soft Drink in Yangon, *Yangon Institute of Economics*, 2013

15) Aung TheinSein, A Study on Consumer Attitude Towards Consumption of Energy Drink in Yangon, *Yangon Institute of Economics*, 2016

- 비타민 음료는 소비자들이 쉽게 접할 수 있도록 제공되어야 하지만, 현재 일부 소매점에서만 살 수 있음
- 에너지 음료를 대체품으로 섭취함

## 유통 현황

- 시중에서 가장 많이 소비되는 음료 브랜드는 Sunkist, Coca Cola, Max, Max Plus, Royal-D, Sprite, Shark, Red Bull, 100 Plus 순임
- 현지 브랜드는 저렴한 가격으로 가장 높은 판매량을 기록하고 있으며, 태국 브랜드가 그 뒤를 이음
- 태국산 음료 중 가장 인기 있는 제품은 Shark, Red Bull, M-150, Carabao, Lactasoy, Tipco, Malee, DeeDom Mogu Mogu 순임
- 슈퍼마켓에서 주로 볼 수 있는 한국 음료 중 팔도의 알로에 베라 주스가 가장 잘 팔림
- 최근에는 소비자 신뢰와 브랜드 충성도가 높아짐에 따라 대체품을 찾지 않음
- 과일 주스는 G사, W사의 매출이 높음. Pro Mart, 한국 가게와 같은 한국 독점마트에서 C사, L사, W사 등 다른 음료 브랜드도 찾아볼 수 있음
- 한국 음료는 다른 음료와 비교했을 때 3배 정도 더 비싸므로 평상시 자주 소비하지 않음
- 음료는 대량 소비하는 상품이기 때문에 가능한 모든 채널을 통해 소비자에게 판매됨
- 일반적으로, 현지 제조업체들은 제3의 유통업자, 즉 MDG와 같은 유통업체에 위탁하기보다 자사의 예산으로 모든 채널을 통해 유통함
- 그럼에도 불구하고, 제3의 소규모 유통업체는 제품의 소비자 접점을 확대하기 위해 여전히 역할을 다하고 있음
- 양곤 이외 지역 판매는 주로 제조업체가 담당하고 있음
- MDG 등과 같은 유명 유통업체는 수입브랜드를 더 많이 유통함
- P사는 미얀마에서 가장 인기 있는 음료와 라면 브랜드 중 하나임
  - P사는 또한 도매상 Bayint Naung과 Mingalar Market에도 진출함
- 신속한 구매가 이루어질 수 있도록 매주 한 번, 여러 지역 소매점을 방문함
- 도매센터에는 많은 소규모 음료 유통업이 존재함. 이 유통업체들은 거의 모든 음료의 브랜드를 보유하고 있음



- 생산 업체로부터 직접 구매하는 것과 비교했을 때, 도매의 규모 때문에 도매업체와 거래하는 것이 더 경제적임
- 음료 유통에는 2개의 주요 채널이 있음. 찻집, 식당, 카페에 해당하는 온-트레이드와 슈퍼마켓과 소매 업체에 해당하는 오프-트레이드가 있음
- 무알코올 음료 수입액은 2018년부터 2019년에 8천8백만 달러로 이는 수입 증가율이 3% 감소한 것임. 수입품의 약 70%가 태국산임

## (5) 면류와 밀가루

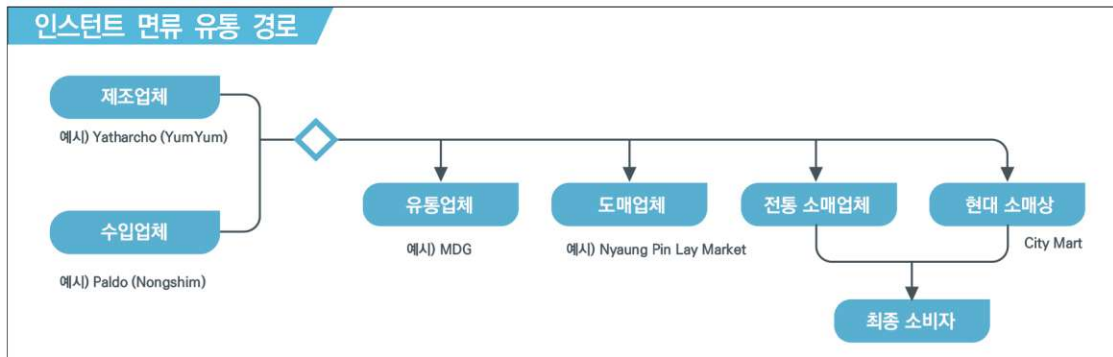
### ● 면류

- 세계인스턴트면협회(World Instant Noodle Association, WINA)에 따르면, 미얀마의 인스턴트면 소비량은 2018년 기준 6억 개이며 미얀마 면 소비량은 전 세계 순위에서 17위임
- 2014년 이후 미얀마 인스턴트면 산업 규모는 46% 증가함
  - 미얀마 현지 브랜드와 태국 브랜드가 현재 시장을 지배하고 있으며 최근에는 일본, 인도네시아, 한국 프리미엄 인스턴트면 등이 새롭게 시장에 진입함
- 유명한 제조업체로는 Yathar Cho Yum Yum Industry(Yum Yum), Ayeyarwaddy Food Industries(MAMA), Sar Taw Kal Nissin (WahLah), Acecook(YoeYar, Hana, Sha Loot)이 있음
  - Yathar Cho는 2015년 약 65%의 시장 점유율을 보이며 라면 시장을 선도함. 해당 업체는 신규 업체인 Nissin, Acecook과 함께 선도적인 업체로 꼽힘
- 현재 가장 인기있는 브랜드는 Yum Yum의 Xcite이며, 매운맛 제품 중에서는 Yum Yum Thai Brand, 인스턴트 볶음면 중에서는 Indomie Instant Migoreng, non-spicy soup 중에서는 Wahlah임
- 한국 인스턴트 면류는 미얀마 시장 진출 이후 특히 도시에 거주하는 젊은 층 사이에서 인기를 끌고 있으며, 특유의 식감으로 프리미엄 제품으로 인식됨

### ● 유통 현황

- 전형적인 소비재(FMCG)로서 인스턴트 면류는 제조업체와 수입업체에 의해 대량 판매와 소비가 이루어지는 시장에서 유통되며, 도매업체는 제조업체가 유통할 수 없는 지역에 제품을 유통함
- 대부분의 경우 제조업체와 수입업체가 직접 도매업체로부터 구매 주문을 받고 대금 결제는 대부분 즉시 비용을 지급하여 신속한 구매가 이루어짐

- MDG와 같은 큰 유통업체는 도매센터에서 제품을 양곤 외곽 지역으로 운반함
- 한국 면류의 경우 Naung Pin Lay Market에서 1~2개의 도매업체가 P사, N사의 제품과 S사의 불닭 볶음면을 취급함
- 한국 인스턴트 면류는 대량 판매와 소비가 이루어지는 시장에 유통되며 대부분의 경우 Hypermart Co., Ltd로 부터 유통됨



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

- 미얀마 인스턴트 면 산업은 연간 20%의 성장률을 보이며<sup>16)</sup> 수입 인스턴트 면의 전망은 밝음
  - 수입 브랜드 제품의 99%는 상위 공급업체인 인도네시아(36%), 태국(29%), 한국(22%), 중국(8%), 베트남(2%), 말레이시아(2%)의 제품임. 국경 무역이 이루어지면 태국 인스턴트 면의 점유율은 가장 상위일 것임
  - 인도네시아와 한국의 브랜드는 각각 전년 대비 20%, 5%로 소비자 선호도가 증가함
  - 한국 면류의 수입액은 매년 최고치를 기록함. 636톤의 한국 면류는 1,500천 달러로 수입되었지만, 1,039톤의 인도네시아 면류는 990천 달러였음

## 밀가루

- 대부분의 미얀마 가정에서 밀가루 소비는 일반적이지 않음
- 밀가루 산업에서 가장 규모가 큰 U Kyu Family와 Capital Diamond Star Group의 Lluvia Enterprise는 업계에서 높은 점유율을 차지하며, 대부분의 밀가루 브랜드가 두 생산 업체의 제품임
  - U Kyu Family는 Hlaing TharYar와 Shwe Pyi Thar 지역에 위치한 3개의 공장에서 하루에 300톤의 밀가루를 생산함
  - 미얀마의 Capital Diamond Star Group과 일본의 Mitsubishi Corporation의 합작 회사인 Lluvia사는 양곤과 만달레이에 위치한 두 개의 제분 공장에서 하루 1,040톤의 밀가루를 생산함

16) Asia Nikkei, Acecook presses for tenfold surge in Myanmar noodles sales, July 2017

- 생산품은 제면에 40%, 제과에 35%, 비스킷과 과자류에 15% 그리고 호텔 외식(호텔, 식당, 커피, 차 가게) 분야에 10%가량 사용됨

## (6) 제과 및 스낵류

### ● 케이크 과자

- 케이크 과자는 제과 부문에서 가장 많이 소비되며 초코파이는 최근 다른 과자와 비교하여 브랜드 인지도가 높아 인기를 얻고 있음
  - 한국 브랜드 L사 초코파이는 현재 10대 사이에서 인기 있으며 한국의 O사와 현지 브랜드 Amico가 L사를 뒤쫓고 있음
- 일반적으로 태국, 베트남, 말레이시아 그리고 인도네시아 브랜드 제품이 많이 소비되는 편이며 최근 인도, 필리핀, 유럽 국가로부터 새로운 브랜드가 들어서고 있음

### ● 쌀 과자

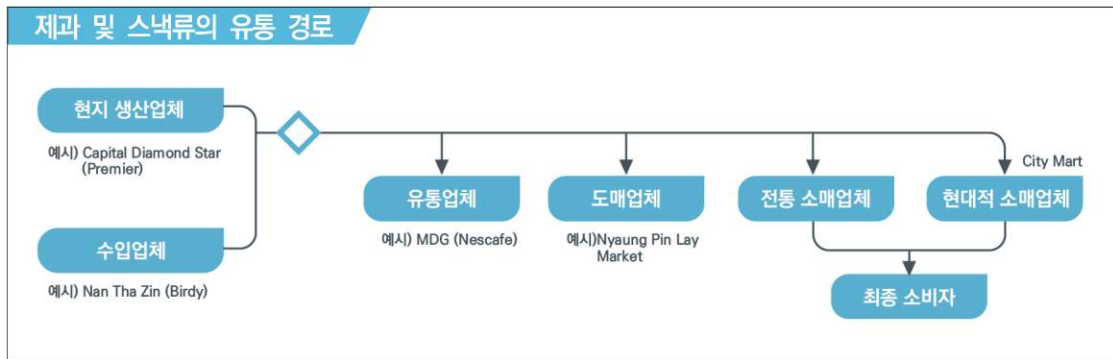
- 쌀 과자는 미얀마 지역 특산물로 만달레이 지역의 소규모 가족 단위 사업으로 생산하며, 제품 포장지에 브랜드명이 기재되어 있지 않아 현대적 소매 판매에 적합하지 않음
- 브랜드명을 가진 쌀 과자는 Shwe Kyee local bakery firm에서 생산되는 Shwe Kyee와 다른 두 가지 Shwin Kaung과 Ding Wang이 있음
- 수입 브랜드로는 베트남 브랜드 Haihaco-Ba Bi, 태국 브랜드 Bin Bin, 타이완 브랜드 Want Want가 있으며 한국 쌀 과자는 오직 Pro Mart에서만 찾아 볼 수 있음

### ● 기타 과자류

- 한인 슈퍼마켓인 Pro Mart에서 M사, C사, C사, L사의 한국 과자류를 구매할 수 있음
- 우수 간식 브랜드로는 Fox's(fruit), Halls, Trio(coffee), Bollon Candy, Amira Makam 그리고 Mentos (fruit)가 있음

### ● 유통 현황

- 제조업체와 수입업체는 모든 경로에 제품을 직접 유통함
  - 유통은 일주일에 소규모 소매업체나 상인과의 거래는 평균 두 번, 슈퍼마켓 체인과 하이퍼마켓과의 거래는 매일 이루어지는 편임
  - 소매업체가 직접 업체로부터 구입하는 경우는 드물며, 도매업체를 통해 제품을 운반함. 도매업체는 필요 수량이 충족될 때 자체적으로 유통함



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

- 달러 환율이 오르면서 제과 및 스낵류의 수입액은 2018년 32,000천 달러에서 2019년 108,000천 달러로 3배 가량 증가함
  - 수입액 중 90%는 인도네시아(35%), 태국(34%), 말레이시아(12%) 그리고 베트남(8%)에서 수입됨
  - 한국의 수입량은 1%밖에 차지하지 않으나, L사가 사업기반을 잡으며 해당 품목에서 전망이 밝음

## (7) 커피와 차

### 개괄

- 미얀마는 차 문화가 발달해 있으며 외국 문화 유입으로 커피 소비에 익숙한 나라임
- 차 수입은 2015년 이후 꾸준히 성장했으며, 오늘날 사람들이 소비하는 차 공급업체 세 곳은 베트남, 중국 그리고 케냐의 업체임
  - 수입 항목별로는 홍차가 57%, 인스턴트 차가 36%, 녹차 4%, 분말 차 2%, 자스민 차 1% 순임
- 전통 밀크티가 시장에 지배적임. 녹차와 과일 차의 소비는 낮으나 최근 태국 찻집이 들어서면서 태국 밀크티부터 녹차, 과일 차까지 다양한 차의 소비가 이루어지고 있음
- 한국 커피와 차는 미얀마의 슈퍼마켓에서 매우 드물며 특정 한국 소매업체에서만 제품을 찾을 수 있어 현지에서 구입은 한계가 있음
  - Pro Mart에서 한국 K사의 차와 우메차, 오미자차, 웰빙차, 석류차, 복숭아차, 기타 과일차를, Gandamar Wholesale에서 한국 M사의 꿀알로에차를 구입할 수 있음

### 커피

- Coffee Mix는 지난 10년간 엄청난 성공을 이끌었으며 최근 Premier가 맛, 가격, 접근성이 용이하여 미얀마 소비자에게 인지도를 쌓음
- 태국 브랜드로는 Birdy가 있으며 Nescafe, Premier와 유사한 유명세를 가짐. 현지 브랜드는 Premier, Sunday, Platinum 그리고 Rich 순으로 인기 있음



- 커피는 주로 태국에서 수입하며 소비자들 사이에서 인기 있는 편임
- 수입 브랜드 중에서는 Nescafe, Birdy, Khao Shong, Moccona(Trio) 순으로 인기가 있음
- 말레이시아 프리미엄 커피 브랜드로 Old Town이 있으나, 높은 가격 때문에 특정 중상류 층에만 인기 있음
- 커피를 생산하는 최고 업체는 Lluvia Co., Ltd(Capital Diamond Star Group), Ever Sunny Industrial Co., Ltd(ESI) 그리고 Consumer Goods Myanmar Co., Ltd(CGM)임

### 차

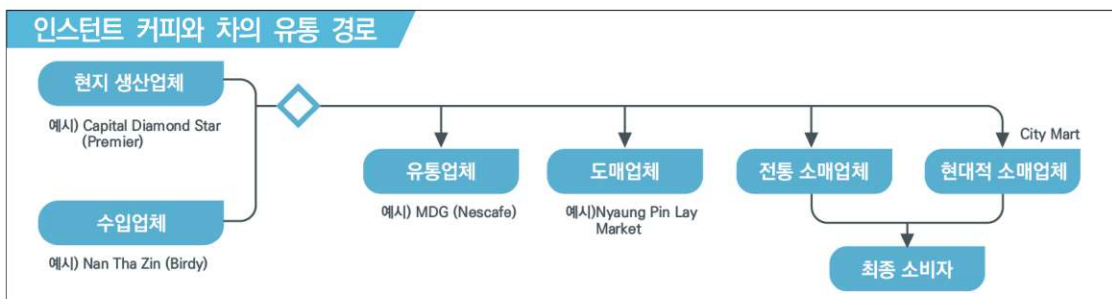
- 현지 차 브랜드로는 Happy, Sunday, Royal Myanmar, Authentic Myanmar가 유명하며 합리적인 가격으로 높은 판매량과 매출량을 보임
- 외국 브랜드로는 태국의 Ranoong Tea가 인기가 있음

### RTD 커피와 차

- RTD 커피와 차 소비는 학생과 직장인 사이에서 인기를 끌고 있음
- Nescafe, UFC 그리고 Sunday와 같은 경쟁력 있는 브랜드는 꾸준한 매출을 보임
- RTD 차 품목에서 Coca Cola 제조 브랜드, Heaven and Earth 허브차와 녹차는 TV 광고와 버스 광고 효과를 통해 인지도를 쌓음
- 일본 녹차 브랜드인 Oishi는 태국 학생들 사이에서 활발히 소비되고 있으나 미얀마 소비자에게는 아직 익숙하지 않음

### 유통 현황

- 미얀마의 인스턴트 커피와 차 유통의 큰 부분은 제조업체가 담당하고 있음
- 도매업체가 구매 금액에 대해 일정액의 수수료를 커미션의 형태로 받지만, 소매업체는 구매금액의 일부 할인만 받음



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

- Nyaung Pin Lay Market의 도매상은 내륙수로, 내륙 그리고 주로 바다를 통해 Sittway와 Ayeyarwady 지역으로 유통함. 자체 운송보다는 게이트 트럭 수송, 본선 인도(FOB)로 유통함
- 결제는 은행을 통해 이루어지며 최초 구매자의 경우 보통 즉시 지급하며 여러 번 이용한 구매자에게는 별도로 결제를 위한 신용기간이 주어짐
- 일부 도매업체와 소매업체는 많은 제조업체와 소요될 시간과 노력을 절감할 수 있다는 점에서 제품을 직접 구입하기보다는 Nan Tha Zin 같은 업체를 통해 구입함
  - Nan Tha Zin의 주요 직판장은 Bayint Naung Agricultural Commodity Wholesale Center에 있음. 해당 업체는 바이어로부터 일주일에 한 번 주문을 받아 개인 트럭으로 방문 유통함
- 세관으로부터 입수한 무역 통계에 따르면 지난 3년간 커피 수입량은 하락한 반면 차 수입량은 상승함
  - 2018~2019년도까지 커피의 연간 수입량은 2017~2018년 대비 47%로 하락했지만, 차의 연간수입량은 34%로 증가함. 그러나 차 수입량은 커피 수입량(각각 1,828톤과 1,591톤)을 간신히 넘는 수치임

## (8) 과일

### 개괄

- 넓은 농경지를 갖춘 미얀마에서는 일 년 내내 풍부한 과일이 생산되어 국내 소비량을 충족시킬 수 있을 뿐만 아니라 해외로도 수출되며, 우기(6~9월)와 겨울(10~1월)에 주로 생산됨
- 2017~2018년에 미얀마 총 과일 재배면적은 1,500천 에이커를 차지함
- 미얀마에서 과일이 많이 생산됨에도 불구하고, 일부 사람들은 더 좋은 맛과 품질 때문에 수입 과일을 선호함
  - 2018~2019년에 미얀마의 과일 수입량은 약 40천 톤이며, 그중 71%는 중국에서 수입한 것임
- 전체 과일 수입량의 약 36%를 City Mart Holdings에서, Shwe Yone에서 약 16%를 수입함
  - CMHL을 제외한 주요 과일 수입업체는 미얀마와 중국 사이의 국경에서 활동하며 그 수는 약 30개임. 수입한 과일은 Thiri Mingalar 청과 시장을 통해 유통됨

### 포도

- 미얀마에서 생산되지만, 미얀마 소비자는 맛이 좋고 가격이 저렴한 중국·태국산 포도를 더 선호함
- 전통적·현대적 유통망에서 수입산 포도를 취급하며, 태국산 포도는 이동식 판매 트럭에서도 판매함
- 2017~2018년에 포도 소비량은 약 32천 톤, 2018~2019년에 수입한 포도량은 1,200천 달러 상당의 511톤임

## 배

- 2017~2018년에 배 소비량은 약 20천 톤에 달했으며, 그중 중국, 한국, 이집트의 수입량은 180톤임. 대부분 중국에서 수입함
- 소비자 수요가 증가함에 따라 2018~2019년에 수입량이 13% 증가했으나, 액수는 160천 달러에 그침

## 사과

- 2018~2019년에 사과 수입량은 4,101톤으로, 미얀마에서 사과 소비량은 높은 편임
- 미얀마에서 사과가 생산되지만, 저렴한 중국산 사과의 수요가 높아 생산량을 줄임

## 딸기

- 2017~2018년에 딸기의 총생산량은 1,571톤에 달함
- 2018~2019년에 한국과 중국에서 수입한 딸기량은 140천 달러 상당의 18톤으로, Shwe에서 중국산 딸기를 수입·유통하는 반면 CMHL에서는 한국산 딸기를 취급함

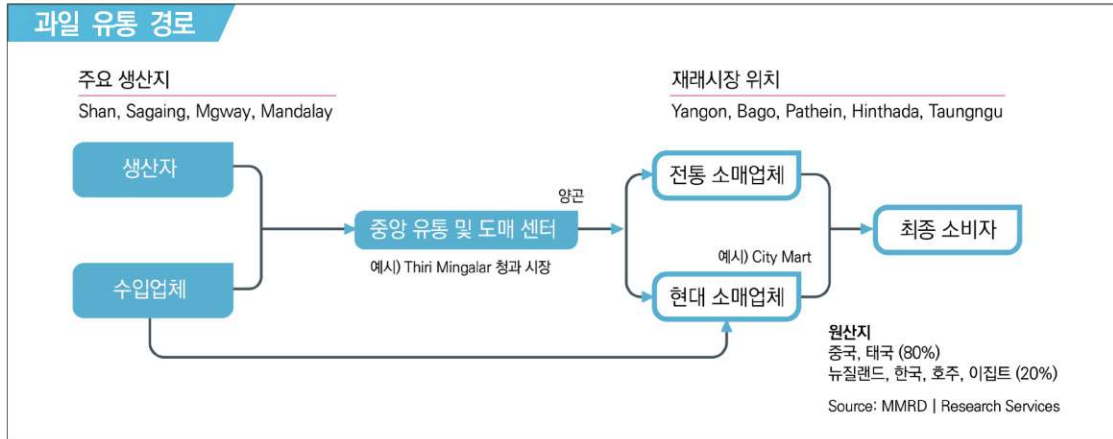
## 감

- 감은 소매상이나 재래시장 같은 전통 유통망에서 찾아보기 어려우며, 대부분 슈퍼마켓에서 판매됨
  - 가격대가 높고 생소한 과일이기 때문에 미얀마에서 감 소비량은 많지 않음
- 현재 미얀마에서 유통되는 대부분의 감은 중국에서 수입한 것임
- 2017~2018년에 감 수입이 마지막으로 포착되었으며, 수입량은 5천 달러 상당의 666kg임
  - 2018~2019년에도 감이 유통되긴 했으나, 수입량이 666kg 미만이라 세관에 포착되지 않음

## 유통 현황

- 현대적 유통망으로 유통되는 과일의 대부분은 수입산 과일로, 외국인과 중상류층이 소비함
- 한국 식품을 취급하는 몇몇 수입업체가 한국 과일을 납품하기 위해 CMHL과 논의한 적이 있으나, 높은 가격 때문에 무산됨
- 모든 미얀마산·수입산 과일은 우선적으로 Thiri Mingalar 청과 시장으로 향하며, 그 이후 유통이 이루어짐
- CMHL의 표준화된 요구 조건을 충족하기 어려워서 소수의 도매업체만 CMHL에 과일을 납품할 수 있음. 따라서 과일은 재래시장에서 많이 유통되며, 대부분은 수입 과일임
- Shwe Yone은 과일 유통업체로, 중국 루이리 시(Ruili State)에 위치한 중국과 미얀마 사이의 국경 지역인 Jiegao에서 활동함

- 상하이에서 생산된 사과, 귤, 포도, 아시아 배를 취급하며, 양곤과 만달레이에 유통함
- Swe는 Shwe Yone처럼 Jiegao에서 과일 무역을 하는 유통업체이며, 중국의 쓰촨성과 장시성에서 생산된 배, 사과, 포도, 아시아 배를 취급함



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## 수입 현황

- 2018년~2019년에 과일 수입량은 3% 증가했고, 전체 수입량의 90%는 국경 무역을 통해 이루어졌으며 이는 400천 톤에 달함. 국경 무역의 약 98%는 중국 국경에서, 2%는 태국 국경에서 이루어짐

## (9) 유제품

### 개괄

- 미얀마에서 자체적으로 유제품을 공급하는 것이 어렵고 맛과 질이 비교적 떨어져, 수입산 유제품에 크게 의존하고 있음
  - 유명한 현지 유제품 제조업체는 Red Horse Dairy Industries Limited(PEP)와 Walco Myanmar (Walco)임
- 보통의 미얀마 가구는 월 소득의 0.39%만 유제품을 구매하는 데 지출함
- 2018~2019년에 싱가포르(21%), 말레이시아(21%), 태국(20%), 중국(14%), 뉴질랜드(12%)에서 204,000천 달러 상당의 유제품을 수입함
- 전통 밀크티를 제조하는데 무가당 연유, 연유, 분유를 사용하기 때문에 찻집의 유제품 소비가 높음
- 분유를 주로 소비하는 다른 업계는 조제커피 업계로, 3in1 커피를 제조하는데 많은 분유를 사용함



### ☞ 우유

- 무지방·유지방 우유를 취급하는 브랜드는 많고, 그 중 가격이 저렴한 Dutch Mill이 가장 인기가 많음
- UHT 맥아 우유의 경우, Nestle의 Milo, Ovaltine, PEP가 시장을 선도하며, PEP는 미얀마 제품임

### ☞ 두유

- 태국산 두유가 미얀마 시장에 진입한 후 두유 소비가 시작되었음. 도시에 거주하는 젊은 층 사이에서 인기가 있고, 태국 브랜드인 Lactasoy가 시장을 선도하고 있음

### ☞ 요거트

- 미얀마에서 비교적 많이 소비되는 유제품 중 하나로, 예전부터 광범위하게 생산됨
  - 대부분의 경우 요거트의 구입과 소비는 현대적 유통망보다는 재래시장, 식당, 노점상, 재래시장의 소매상 같은 전통적 유통망을 통해 이루어짐
- 미얀마 현지 브랜드 제품의 소비가 대다수를 차지하긴 하지만, Dutch Mill 또한 요거트 시장을 선도하는 브랜드이며 전 연령층이 선호함

### ☞ 치즈

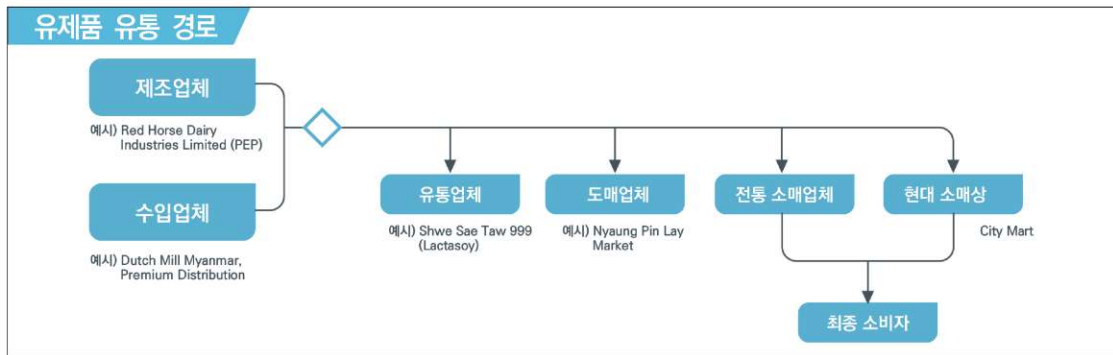
- 미얀마에서 치즈 소비는 대중적이지 않으며, 도시 지역에서도 소비량이 많지 않음
- 미얀마 유통업체인 Premium Distribution이 여러 종류의 치즈를 취급하지만, 선택의 폭이 매우 좁음

### ☞ 유아용 조제분유

- Nestle, Abbot, Wyeth, Silmilac, Dumex-Dupro, Dumax Super Gold, Dutch Baby, Nestle Lactogen, Pediasure, Aptamil 같은 유명 브랜드 제품이 유통되고 있음
- 2015년 10월부터 유아용 제품은 라벨을 미얀마어로 바꿔야 했지만, 몇몇 업체는 법을 준수하지 않음

### ☞ 유통 현황

- 유제품은 중간상인·도매업체를 거치지 않고 생산업체나 수입업체에서 직접 유통을 하는 경우가 많음
  - 도매업체가 취급할 경우, 한두 개의 유제품 브랜드만 취급함



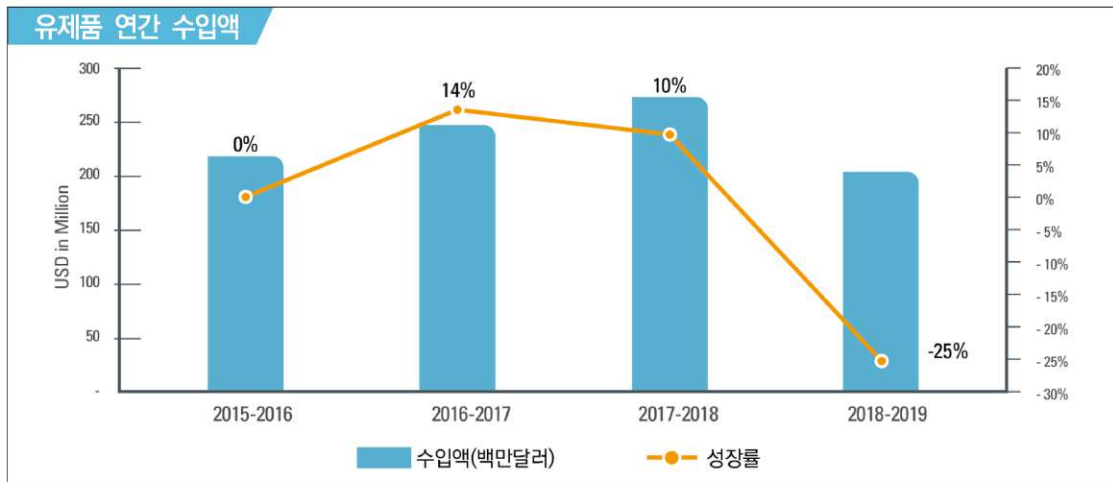
\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## 현대적 유통망

- 소수의 제품을 제외하고 유제품은 냉장보관이 필요하므로 현대적 유통망에서만 판매 가능함
  - 전통 소매업체에서 유제품을 취급할 경우, 유통업체인 DKSH, Nan Tha Zin, Gandamae Wholesale에서 주문함
- 치즈의 경우 대부분 수입업체나 독점 판매권을 가진 업체에서 유통하며, 요거트도 도매업체를 거치지 않음
- 유통업체인 Premium Distribution과 MDG를 제외하고, 각 브랜드는 해당 브랜드만 취급하는 유통업체에 독점 유통되는데, 유통업체가 수입도 겸하는 경우가 대부분임
- 미얀마 현지 유제품 생산업체 중 최고의 업체로는 Walco Myanmar와 Red Horse가 있으며, 두 업체 제품 모두 거의 모든 유통망에서 구매 가능함

## 수입 현황

- 미얀마에서 유제품의 주요 공급 수단은 수입임. 그러나 수입액이 감소했음에도 소비자 소득이 높아짐에 따라 유제품 소비량이 빠르게 증가하고 있음
  - 소비량이 증가한 요인에는 ① 유통 경로가 해상 운송에서 육로 운송으로 변화, ② 낙농업자 협회 등의 기관에서 표준 품질 측정의 시행, ③ 제품 신뢰도 향상으로 현지 브랜드 수요 증가가 있음
  - 현지 브랜드의 수요가 증가했으나, 향후 유제품 수입은 전반적으로 확대될 것으로 예상됨



\* 출처: 미얀마 세관

## (10) 건강식품

### 개괄

- 미얀마에서는 기능성 음료 · 건강식품보다 의약품 복용을 선호하지만, 최근 건강음료가 인기를 끌고 있음
  - 건강식품 제조업체인 Brand's에서 건강음료를 마시면 활력을 유지하고 집중력을 높일 수 있다고 마케팅한 결과, 젊은 층과 학생들로부터 수요가 증가함
- 원료 상태의 인삼 · 제비집 섭취는 흔치 않으며, 가공된 형태의 제비집 제품에 익숙함
- 인삼 제품이 미얀마 시장에 진입한 것은 얼마 되지 않았으며, 주로 중국 · 한국에서 유입됨
  - 인삼 제품은 식품 · 음료로 가공된 제품보다 의약품으로 가공된 제품으로 소비되며, 미얀마에서 인삼 소비는 크지 않음

### 인삼

- HINODE Company Limited는 미얀마에서 유일하게 한국 홍삼을 판매할 수 있는 공식 수입 · 판매 업체임
  - 현재 양곤에서만 구입 가능하고, 그 외의 지역에서는 배달 주문만 가능함. 제품 포장용기는 병 · 팩임

### 제비집

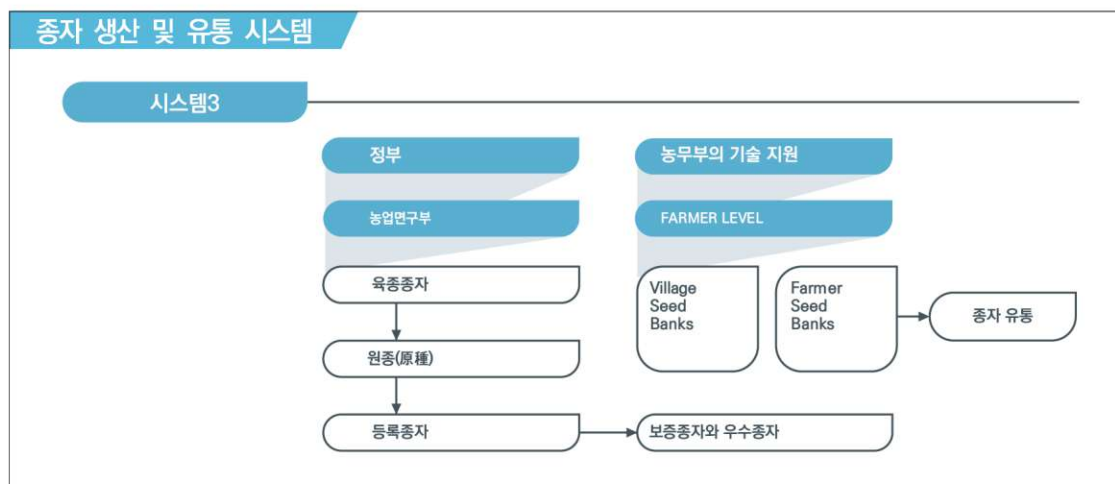
- 미얀마에서는 인삼보다 제비집의 수요가 더 높으며, 오래전부터 건강식품으로 부유층이 소비함
  - 예전에는 수프나 디저트로 만들어 먹었으나, 현재에는 기능성 음료 형태로 많이 마심
- 제비집은 타닌타리구(Tanintharyi Region)에 위치한 미에이크 군도(Myeik)에서 자연적으로 생산됨
  - 지역 특산물인 가공되지 않은 제비집은 희소성과 가격이 높아, 소득이 높은 소수의 사람만 구입할 수 있음

- 대부분의 경우 제비집은 중국에 집중적으로 수출되는데, 이는 중국에서 전통 약재로 쓰이기 때문이며, 태국과 말레이시아에도 수출됨
- 현재 도시에서 가공된 형태의 제비집 소비량이 많아지고 있는데, 흔하고 저렴한 데다 편리하기 때문임  
가공된 제비집은 슈퍼마켓과 약국 등의 현대 유통망에서 건강음료의 형태로 팔리고 있음
  - 가공된 제비집을 판매하는 브랜드는 소수이며, 현재 인기가 많은 브랜드는 Brand's임

## (11) 종자

### 개괄

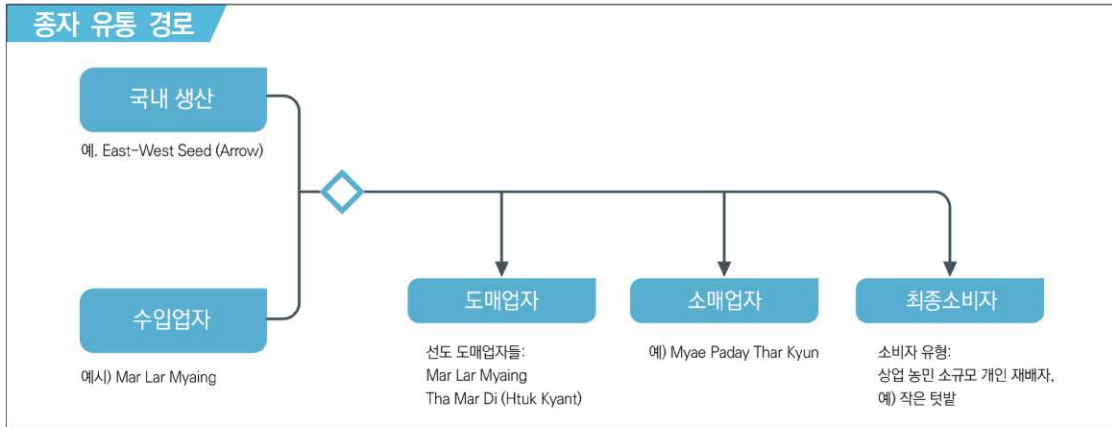
- 미얀마에서 품질 높은 종자 중 대부분은 미얀마 농림축산관개부(MOALI) 산하의 농업 연구부(Department of Agriculture Research)에서 생산됨. 근래에는 민간 사업장에서도 높은 품질의 종자가 생산되기도 함
- 미얀마에서 우량종자 중 대부분은 미얀마 농림축산관개부(MOAI, Ministry of Agriculture and Irrigation) 산하의 농업연구부(Department of Agriculture Research)에서 생산됨
- 종자청은 거의 모든 등록종자의 생산을 책임지고 있는데, 여기서 등록종자는 원종에서 유래한 것으로, 보증종자를 생산하는데 사용함
- 그 결과, 미얀마에서는 보증종자 생산과 유통의 규모가 매우 작음. 개량 종자 품종은 일반적으로 전체 종자 사용의 2% 이상을 차지하지 않음
- 현재 미얀마 농업 부문에서 종자 생산 및 유통 시스템은 여러 유형이 있음
  - 미얀마 농무부와 농민은 다음과 같은 시스템을 주로 활용함



\* 출처: 미얀마 농무부



## 유통 경로



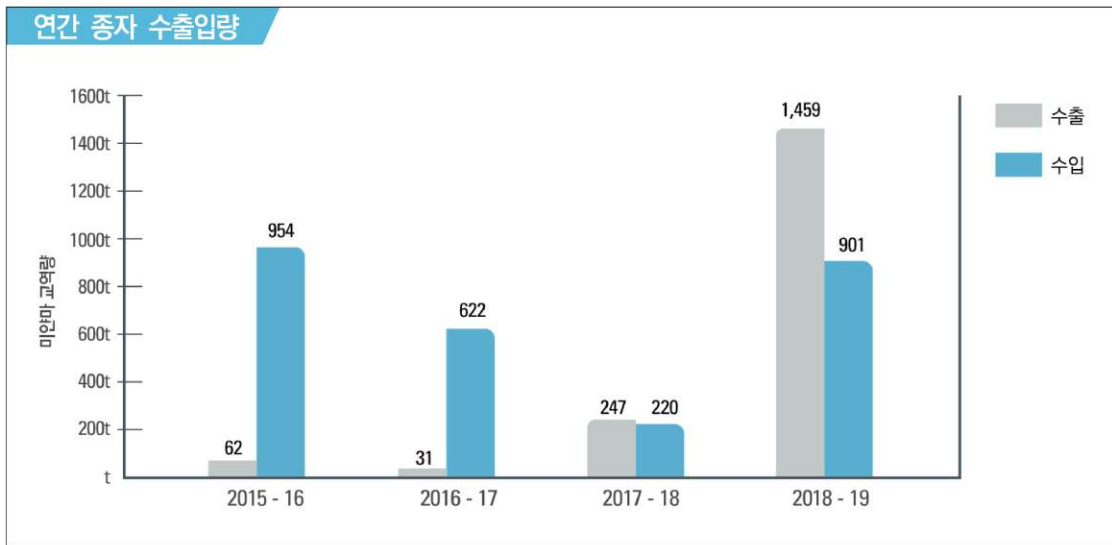
\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## 유통 현황

- 미얀마에서 2018년과 2019년 사이의 종자 수입량은 약 901톤으로, 이는 17,500천 달러에 달함
  - 주로 인도(71%), 태국(12%), 네덜란드(12%)에서 수입하며, 한국으로부터 종자 수입은 포착되지 않음
- 종자를 개인에게 소량으로 판매하는 경우는 드물며, 소분 포장된 종자의 경우 태국 브랜드가 인기 있음
  - 태국 브랜드에는 333, Lion Seeds, Chia Tai가 있으며, 미얀마 현지 브랜드에는 East-West Seeds, Pan이 있음. 중국과 대만 브랜드도 소수 있음. 중국산 종자는 품질이 낮아 수요가 많지 않음
- 미얀마에서 쓰이는 종자는 대부분 미얀마산이거나 태국산인데, 작물에 따라 선호도가 다름
- 겨울인 10월부터 1월까지가 종자 수요가 높은 시기임
- 상업적 목적으로 구매하는 경우, 수요는 대부분 작물을 재배하는 지역에서 발생하며, 보통 발주는 소매업체가 보유하고 있는 종자를 양곤의 트럭 운송 게이트로 보내는 것으로 이뤄짐
  - 수입된 종자의 90%는 상업적으로 작물을 재배하는 지역으로 유통되며, 작물이 성장하는 시기에만 수입됨. 따라서 성장 시기가 아닐 때는 소매업체에서 수입된 종자를 찾아보기 어려움

## 연간 종자 수출입량

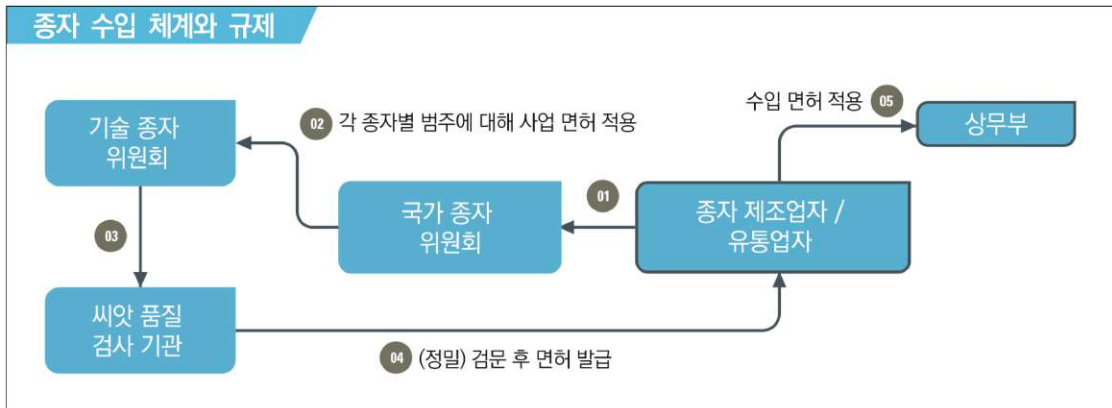
- 미얀마 종자 수출량은 2018년부터 2019년까지, 1,500톤에 가까운 사상 최대치를 기록함
  - 수출액은 414,000천 달러임. 반면 수입량은 감소 추세에 있으며 2018년부터 2019년에만 전년 수입량 대비 약 4배 가까이 회복됨. 수출액은 175,000천 달러임
- 주요 수출국 중 중국은 62% 비중을 차지함. 수출 품목 중 피마자 종자가 99% 비중을 차지함. 한국은 31% 비중을 차지함. 수출 품목 중 들깨가 99% 비중임



\* 출처: 미얀마 세관

### 수입 체계 및 규제

- 종자 시험소 설립과 종자 사업을 희망하는 사람은 국가 종자 위원회에 신청하여 규정에 따라 면허를 취득해야 함. 국가 종자 위원회는 신청서 검토 후, 설립 허가 면허를 발급 승인 또는 거절함
- 기술 종자 위원회는 종자 품질 검사 기관에 16개 부문의 면허 신청과 관련하여 종자 기준 적합 여부를 검사하고 결과를 제출하도록 업무를 위탁함



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## 다 주요 유통채널 현황

### 주요 유통업체

다음은 시장에서 수입업체 또는 공인 중개인이 있는 주요 유통업체임

### 주요 유통업체

(단위: 대)

|    | 유통업체명                                        | 주요 유통/수입 품목     | 트럭 수 | 자산 사양                                |
|----|----------------------------------------------|-----------------|------|--------------------------------------|
| 1  | Coca Cola Pinya Beverages Myanmar            | 음료              | 300  | Articulated truck, Ta Ta light truck |
| 2  | First Top Group of Companies                 | 식용유             | 105  | Light truck                          |
| 3  | Dagon International                          | 음료              | 86   | Articulated truck                    |
| 4  | Grand Wynn Group of Companies                | 식용유 - Saji      | 80   | Light truck                          |
| 5  | Premier Coffee Co., Ltd                      | 커피, 차           | 63   | Light Ace/ truck                     |
| 6  | Pahtama Group                                | 음료, 라면, 제과 및 과자 | 60   | Light Ace/ truck                     |
| 7  | Great Foundation Industries Co., Ltd         | 음료 - Sam Par Oo | 55   | Light truck                          |
| 8  | Myanmar Distribution Group                   | 음료              | 40   | Light truck                          |
| 9  | U Kyu Family Grains & Manufacturing Co., Ltd | 밀가루             | 40   | Light truck                          |
| 10 | City Mart Holdings                           | 다품목             | 40   | All types of truck                   |
| 11 | Capital Diamond Star Group                   | 밀가루             | 35   | Light Ace/ truck                     |
| 12 | Red Horse Industrial Co., Ltd                | 음료 - PEP        | 25   | Light truck                          |

\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

## 04 농식품 수출 프로세스

### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 수출 프로세스

- 미얀마로 수입되는 상품은 미얀마 관세영역에 들어왔을 때, 수입품으로 취급함. 이때 관련 무역 기관으로부터 상품의 상업성 여부와 관계없이 다양한 법률이 적용됨
- 수입 관련 법률 및 규제는 복잡하기 때문에, 대부분의 수입업체는 화물운송업체 및 관세사 등 전문 대리인을 통해 통관을 수행함

#### 미얀마 수출입 프로세스





## (2) 수입요건

- 미얀마 정부는 다양한 품목군에 대하여 수입을 금지하고 있으므로 수입하고자 하는 물품이 수입금지 또는 제한 품목에 해당하는지를 사전에 확인해야 함
- 일부 품목은 수입 라이선스를 요구함. 수입하고자 하는 물품이 식품 동·식물 검역 규제협정(Sanitary and Phytosanitary Measures, SPS)에 해당한다면, 수입업체는 이에 관련된 규정을 준수하고 서류를 준비해야 함

## (3) 통관절차

- 수입통관을 위해 세관신고 및 관련 서류 제출이 필요함. 수입관세는 HS 2017 분류 및 평가에 기재된 수입신고 가격의 백분율로 부과됨. 관세평가 기관에 세관신고서를 제출하고 승인을 받으면, 미얀마 세관은 수입품의 적합한 신고 여부를 검사함

## 나 수입통관 준비

### (1) 수입신고 전 등록절차

#### ● 회사등록

- 일반적으로 미얀마 현지회사만이 국제교역에 종사할 수 있으나, 외국인 투자법 하에 등록된 외국기업 및 미얀마 투자회사관리국(Directorate of Investment and Company Administration, DICA)을 통해 등록된 수입업체도 종사 가능함
- 수입업체는 기획재정부 및 미얀마 투자회사관리국(DICA)을 통해 수입면허를 부여받은 회사로 등록해야함. 회사등록은 DICA 웹사이트를 통해 등록 가능하며, 등록기간에 제한을 두지 않음

#### ● 상무부등록

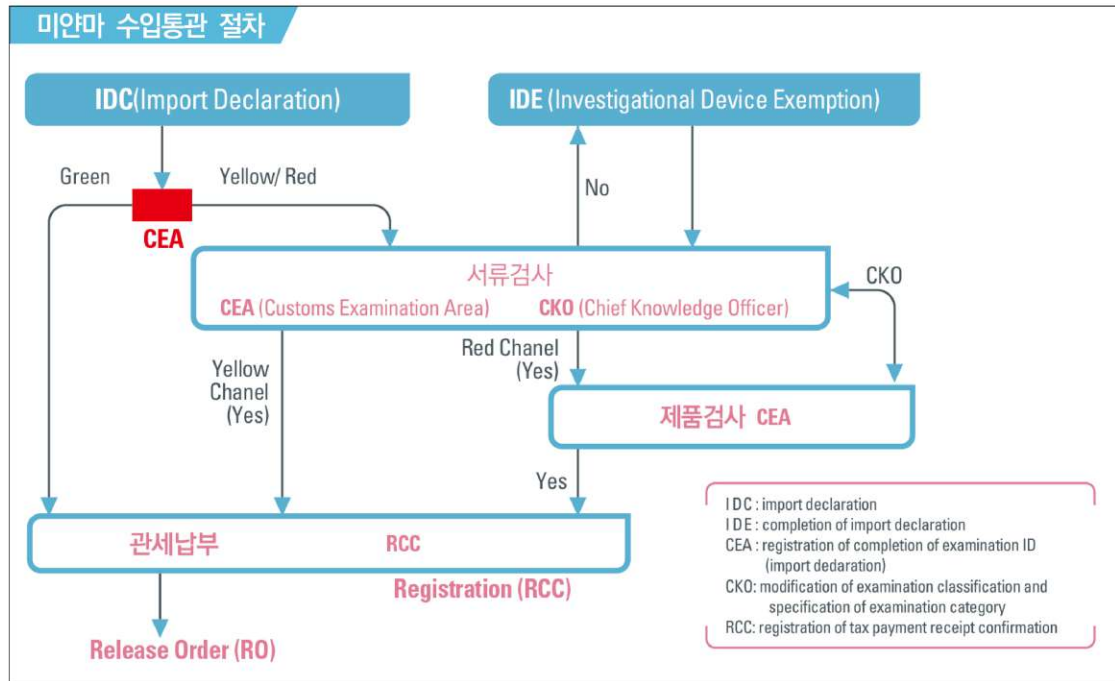
- 수입업체는 상무부 산하 통상부(Department of Trade, Ministry of Commerce)에 등록해야 함. 등록 유효기간은 최대 3년이나, 그 기간은 회사등록 기간을 초과할 수 없음. 등록비는 50,000 MMK(약 33 달러)임

#### ● 미얀마 상공회의소(UMFCCI) 가입

- 수입업체는 미얀마 상공회의소(UMFCCI)에 가입해야 함. 입회비는 300달러, 연회비는 150 달러임

## 다 수입신고 및 통관절차

### (1) 통관절차



\* 출처: MMRD [Myanmar Marketing Research&Development]

### (2) 수입신고 요구서류

- 송장(Invoice)
- 포장명세서(Packing List)
- 매매계약서(Sale contract)
- 화물인도지시서(Delivery Order, DO) / 선하증권(Bill of Landing, BL)
- 수입 라이선스(Import License)·수입 허가서(Import permit)
  - 영업판매계약서(Sales contract)
  - 회사 등록서(Company registration) 및 수입·수출허가서(Export·Import permit)
  - Form VI(상무부 발급 회사등록증명서), XXVI(주주리스트)
- 기타 전문기관으로부터 발급받은 추천서 및 서류

## 라 수입 요구 서류

### (1) 원산지증명서

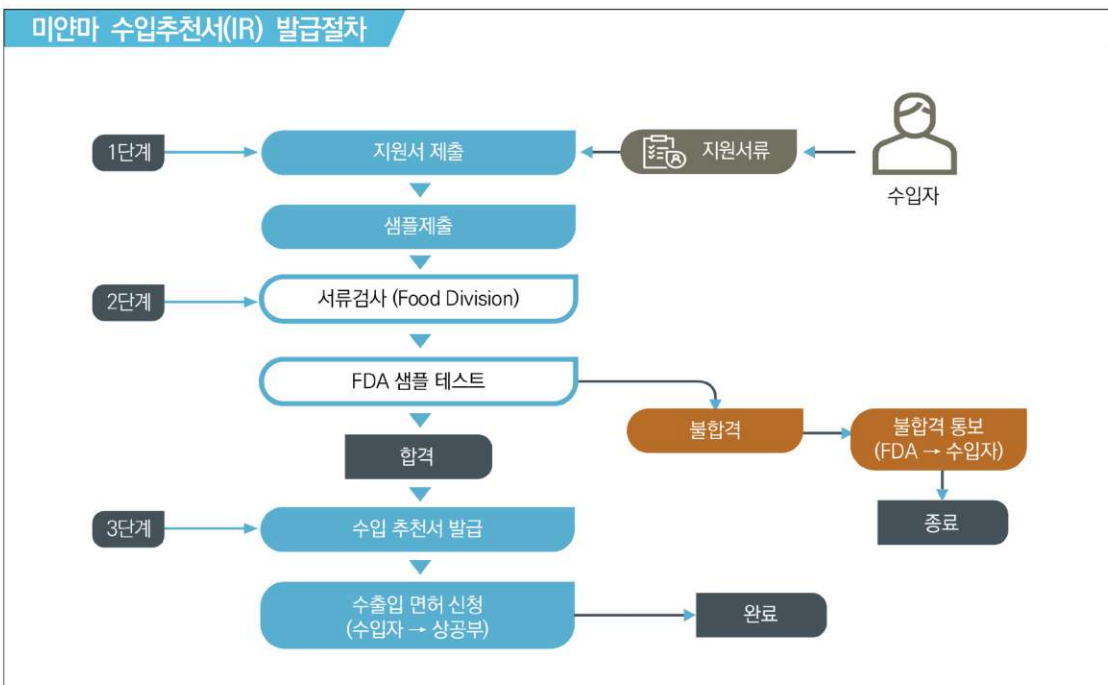
#### 📌 특혜원산지규정(Preferential rules of origin)

- 원산지 규정은 제품의 원산지를 결정하는 기준을 말하며, 원산지 규정에는 특혜 원산지 규정과 비특혜 원산지 규정이 있음
- ATIGA 제3장 25조부터 39조 및 ATIGA 부속서의 내용에 따라, 아세안 회원국인 미얀마는 호주, 뉴질랜드, 중국, 인도, 일본, 그리고 한국과의 특혜 무역 협정에 참여하고 있음

#### 📌 원산지 증명서(Certificate of origin)

- 원산지증명서는 특혜관세 적용을 목적으로, 상품의 원산지를 증명함. 아세안 물품무역협정(38조에 따르면, 아세안 특혜를 받기 위해서는 수출 회원국 지정 정부 기관에서 발행한 ASEAN 원산지 증명서 (Form D)를 제출해야 함
- 또한, ATIGA 부속서 8에서 요구하는 바에 따라, ASEAN 원산지 증명서(Form D) 및 정부 당국이 발행한 기타 특혜원산지 증명서의 형식으로 다른 ASEAN 회원국에 통보해야 함

### (2) 식품 수입추천서(IR)



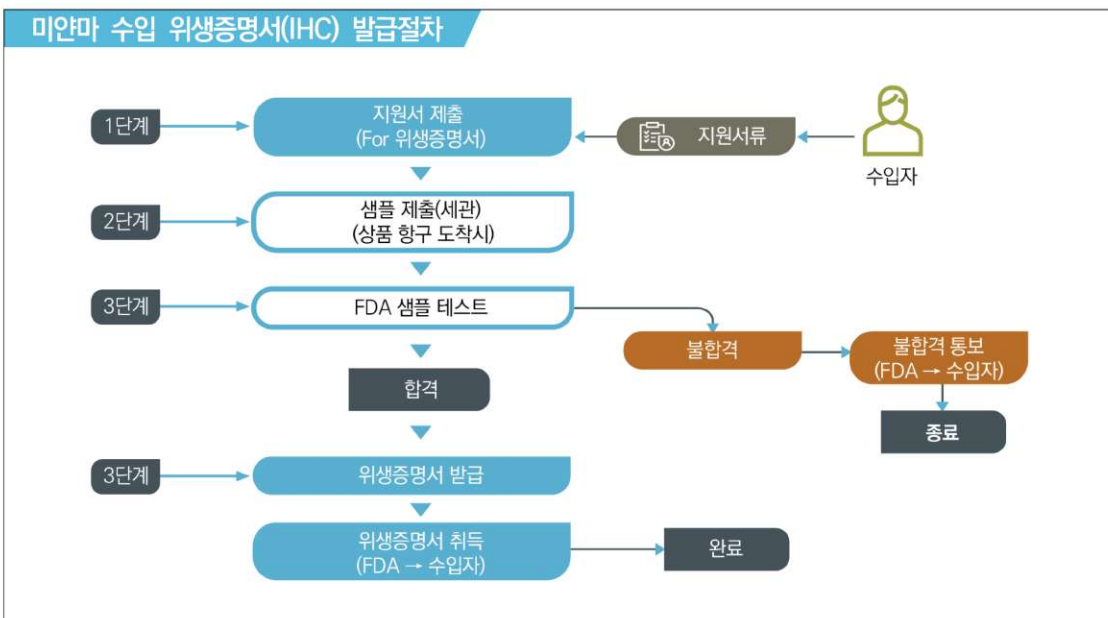
#### 요구서류

- FDA 웹사이트에 게재된 위험도가 낮은 품목(HS코드 4단위 1008)을 제외한 모든 종류의 식품 품목에는 개별 수입추천서(IR) 신청 및 취득이 필요함. 수입추천서(IR) 요구 서류는 다음과 같음
  - 식품 규격 문서(Food specification document)
  - 성분 서류(Ingredients document)
  - GMP 인증서(Good manufacturing practice, GMP certificate) 또는 제품 등록서(Product Registration) 또는 자유판매증서(Free sale certificate, FSC)
  - 포장되어있는 제품 사진

#### 검사 및 발급

- 수입업체가 제출한 신청서 및 요구 서류가 정확하고 제공된 제품이 검사를 통과하면, FDA는 수입업체에 수입추천서(IR)를 발급하며, 유효기간은 2년임
- 수입추천서(IR)를 발급받으면, 수입업체는 상무부 산하 수출입부서에서 수입 라이선스를 신청할 수 있는 자격을 부여받음

### (3) 수입 위생증명서(Import Health Certificate, IHC)





## 요구서류

- 수입업체는 식품의약품관리국(FDA)로부터 지원 요구 서류와 함께 수입 위생증명서(IHC)를 신청 및 취득해야 함. 필요한 서류는 다음과 같음
  - 수입추천서(IR)
  - CUSDEC-1 수입신고서(CUSDEC-1 Import Declaration)
  - 선하증권(BL, Bill of Landing)
  - 송장(Invoice)
  - 포장명세서(Packing List)
  - 수입업체의 국가로부터 발급받은 위생증명서
  - 분석증명서(Certificate of analysis)
  - 포장되어있는 제품 사진

## 검사 및 발급

- 상품이 항구에 도착하면, 미얀마 세관은 상품 샘플을 식품의약품(FDA)에 전달하여 샘플검사를 실시함. 검사에 필요한 샘플의 양은 1,500g이며 제품의 크기 및 용량에 따라 모든 종류의 샘플에 대해 검사가 요구됨
- 샘플검사를 통과한 제품에 대해 FDA는 수입위생증명서(IHC)를 발급하며 등록이 완료됨

# 수입 라이선스 발급

## (1) 수입 라이선스 발급

### 자동 라이선스 발급

- 상무부 산하 통상부서에서 모든 상품에 대한 수입 라이선스를 발급함. 일부 라이선스는 자동발급이 가능하나, 대부분의 라이선스는 관련 정부 부처, 대행 기관, 협회의 추천서가 필요함
  - 상무부가 아닌 다른 정부부처 및 전문기관의 추천·허가·인증서가 요구되는 경우, 수입 라이선스의 자동 발급은 불가능함

### 수입 라이선스 신청

- 수입라이선스 신청은 현재 자동화되어 TradeNet 웹사이트를 통해 신청할 수 있음
- 네피도, 양곤, 만달레이에 있는 통상부 사무소 및 특정 국경 사무소에 서류를 제출하여 수입 라이선스를 신청할 수도 있음
- 수입 라이선스 발급 수수료로 250 MMK(약 US\$ 0.15)에서 50,000 MMK(약 US\$ 33)가 발생함

## 바 라벨링 요건

### 라벨링 정보

- 미얀마 중앙 소비자 보호위원회는 2018년 10월 26일 1/2018 공지를 발표하며, 미얀마에서 판매되는 상품에 미얀마어 또는 다른 언어와 혼용하여 라벨링을 표기할 것을 요구함. 이는 미얀마 소비자의 안전보장에 목적을 둠
- 식품의 경우, 식품 및 의약 법에 따라 라벨링 부착이 의무적이며, 다음과 같은 정보를 표기해야 함
  - 상품명(Name of product)
  - 총량(Net weight)
  - 배치번호(Batch number)
  - 제조업체의 이름 및 주소(Manufacturer's name and address)
  - 제조일자(Manufacturing date) 및 만기일(Expiry date)
  - 보관방법(Required storage conditions)
- 식품과 마찬가지로, 의약품의 경우에도 라벨링 부착이 의무적이며, 영어로 다음과 같은 정보를 표기해야 함
  - 브랜드명(Brand name)
  - 일반 상품명(Generic name)
  - 활성 제약성분(Active pharmaceutical ingredients, API)
  - 제품명(Name of product)
  - 총량(Amount)
  - 배치번호(Batch number)
  - 제조일자(Manufacturing date) 및 만기일(Expiry date)

## 사 세금에 대한 정보

### (1) 관세(Tariffs)

- 미얀마는 ① 수입품의 분류, ② 수입상품의 가치평가, ③ 수입품의 원산지에 근거하여 수입상품에 관세를 부과함. 미얀마에서 수입품에 대한 관세는 0%에서 40%에 이르는. 농산물에 대한 평균 수입 관세는 8.7%, 비농산물에 대한 평균 수입 관세는 5.1%로 나타남
- 미얀마 정부가 제공하는 무역 포털에서 상품 종량관세에 대한 정보를 자세하게 제공하고 있음

\* <https://www.myanmartradeportal.gov.mm/en>

## (2) 특별세(Special Goods Tax, SGT)

- 2016년 4월, 미얀마 정부는 수출입품의 상업세를 대체하기 위해 특별세(SGT)를 제정함. 특별세는 사치품 및 건강에 해로운 상품, 담배 및 디젤 등 환경에 해를 미치는 상품에 부과함
- 세관은 SGT에 해당하는 수입품에 대해 5%에서 80%의 세금을 부과하며, 추가 5%의 상업세도 부과

## (3) 경제특구(SEZs)

- 2014년 미얀마는 경제특구(SEZ)를 통해 외국인직접투자(FDI)를 장려하는 법안을 개정함. 이에 따라 경제특구에서 활동하는 기업은 승인된 수출품에 한해 5년간의 세금 면제를 받을 수 있음
- 미얀마는 현재 다웨이(Dawei), 짜옥푸(Kyaukphyu), 툴라와(Thilawa)에 세 곳의 경제특구가 있음. 양곤에 있는 툴라와 경제특구는 현재 운영 중이며 다웨이, 짜옥푸 경제특구는 향후 시행될 예정임
- 툴라와(Thilawa) 경제특구는 미얀마 정부와 일본 정부의 합작 기업인 미얀마·일본 툴라와 개발 회사(Myanmar Japan Thilawa Development Limited, MJTD)를 통해 개발됨
- 미얀마 정부의 툴라와 경제특구 관리 위원회(Thilawa SEZ Management Committee, TSEZMC)와 일본 정부의 일본 국제협력 기관(Japan International Cooperation Agency, JICA)이 각각 10%의 지분을, 9개의 미얀마 현지 기업으로 구성된 민간 컨소시엄(Myanmar Thilawa SEZ Holdings Public Limited)에서 41%의 지분을, 그리고 일본 민간 컨소시엄(MMS Thilawa Development Co., Ltd)가 39%의 지분을 보유함
- 툴라와(Thilawa) 경제특구 Zone A는 2015년 9월부터 운영되었으며, 2019년 현재 100개의 기업이 투자승인을 받음. Zone B는 700ha의 규모로, 현재까지 Zone B[Phase 1]에는 80여 개의 기업이, Zone B[Phase 2]에는 50여 개의 업체가 투자승인을 받았으며, Zone B[Phase 3]는 여전히 진행 중임

# 09 라오스



## 1. 농업 및 농식품 수출입 현황 345

- 가. 농업현황
- 나. 농식품 수출입 현황

## 2. 농식품 시장 현황 354

- 가. 시장개요
- 나. 소비트렌드
- 다. 이슈품목

## 3. 농식품 유통 현황 365

- 가. 유통구조 및 특징
- 나. 주요 유통채널 현황

## 4. 농식품 수출 프로세스 376

- 가. 수출 프로세스
- 나. 수입제도
- 다. 주요 품목별 수출 프로세스



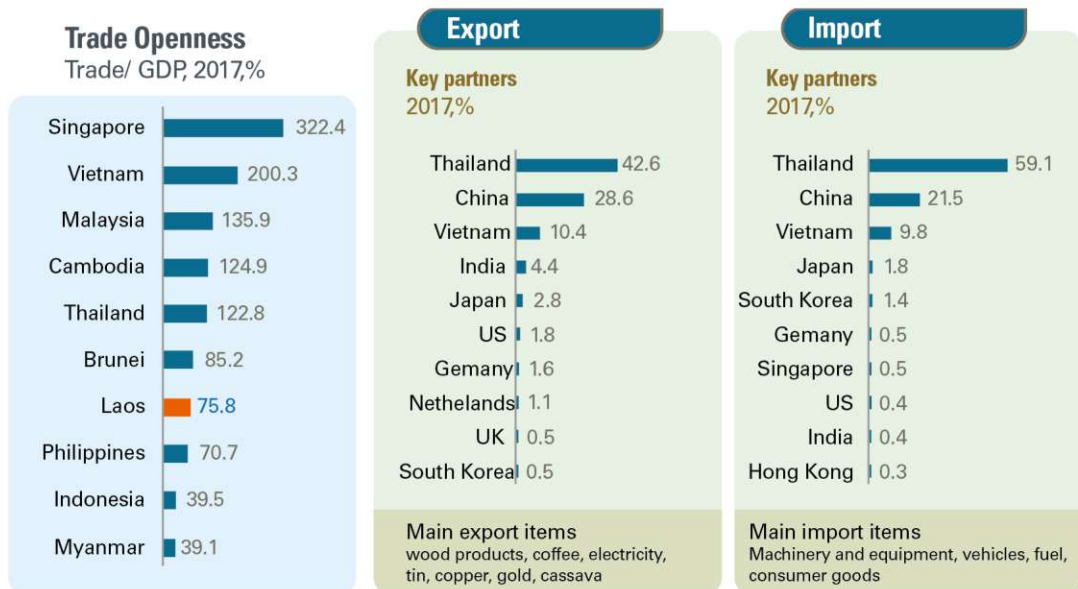


# 01 농업 및 농식품 수출입 현황

## 가 농업현황

### (1) 경제동향

- 라오스의 2018년 GDP는 약 184억 달러로 추정되고 아세안 국가 중에서 브루나이(141억 달러) 다음으로 두 번째로 낮음
- 최근 라오스의 무역 개방 수준은 GDP의 76%로 인도네시아와 필리핀 보다 국제 무역에 더 의존하며, 라오스의 국제 무역은 주로 태국, 중국, 베트남과 같은 이웃 국가들을 통해 이루어짐



\* 출처: IMF 「World Economic Outlook Database」April 2019, The World Bank, ITC, ADB, CIA World Factbook

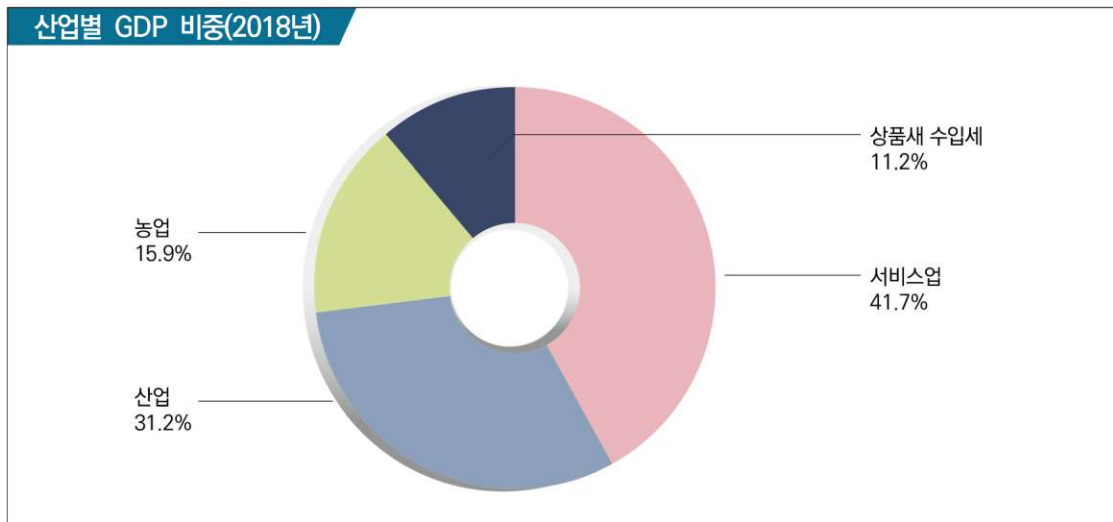
- 라오스의 2019년 월평균 최저임금은 100 달러 정도로 인도와 미얀마보다 높고, 1인당 수입은 2017년 6,650 달러(PPP기준)로, 2000년부터 매년 평균 5.6% 증가하고 있고 현재 CLMV(캄보디아, 라오스, 미얀마, 베트남) 국가 중 가장 높은 수준. 라오스 경제는 향후 3년간(2019년~2021년) 매년 평균 6.6%의 높은 성장률을 유지할 것으로 예상됨

## (2) 농업 개요

- 라오스는 전통적이고 영세적인 농업국가로 재래식 농업이 여전히 강세를 유지하고 있고 기술 및 장비 부족으로 농림업 생산성이 현저히 낮은 편임. 일부 평야지대를 제외하고는 경제적, 지형적 이유로 농기계 보급이 원활하지 않으며, 다양한 종자와 재배 기술이 보급되지 않아 비약적 생산성 향상을 기대하기 어려움
- 정부는 라오스의 토지와 노동력 그리고 외국의 자본, 기술 및 시장이 합쳐진 '2+3' 정책을 바탕으로 농림업 성장을 위한 투자 유치에 힘쓰고 있으나, 아직까지 내부 역량이 부족하여 농업지역은 메콩강을 국경으로 마주한 태국의 계약 재배지로 이용되는 수준에 머무르고 있음. 이러한 원자재 수탈을 방지하고 농가 및 국가의 소득을 증대시키기 위해 라오스 정부는 농수산물의 부가가치를 높일 수 있는 식품가공 산업을 육성하고자 정책 및 투자 인센티브 등을 시행 중이지만, 기존의 제조산업 인프라가 부족해 현재까지 가시적인 효과는 거두지 못하고 있음

## (3) 농업규모

- 농업은 GDP의 15.9%(2018년 기준) 차지. 1990년대까지만 해도 GDP의 50% 이상을 차지했으나, 2000년대 들어 제조업과 서비스업이 성장하면서 농업의 비중은 매년 감소



\* 출처: 라오스 통계청 (<https://www.lsb.gov.la/lsb-la.htm>)

- 전체 노동인구의 68%(2018년 기준)가 농업에 종사. 대부분이 2ha 미만의 토지에서 소규모로 경작
- 2016년 기준 농경지 면적은 23,690km<sup>2</sup>로 국토의 10.3%에 해당
  - 농경지 중 45%가 쌀을 재배하며, 기타 작물(근채류·콩 등, 40%), 가축을 위한 초원(15%) 순으로 이용

## 농업 특성

- 라오스 쌀 농업 방식은 저지 농업(lowland agriculture)과 고지 농업(upland agriculture)으로 분류
  - 저지대에서는 천수답이나 관개 시설을 이용하여 벼를 재배하고, 고지대에서는 이동경작(shifting cultivation)을 주로 함
  - 대부분의 쌀 생산은 저지대에서 재배
  - 고지대에서 재배하는 농작물은 농가에서 소비하기 위한 목적으로 재배. 대부분의 농가에서는 쌀과 옥수수·카사바·채소 등을 함께 재배(혼합농업)
- 라오스 농가의 대부분은 자급자족을 위해 소규모로 농사를 짓는데, 최근 시장 수요를 맞추기 위해서 상업적 농업으로 전환하는 농가가 증가
  - 지난 10년간 자급 농업의 전체 농업생산에 대한 기여도가 90%에서 59%로 감소
- 라오스 정부는 식량 안보와 수출 증대를 위해 사원나켓 및 캄무안 주를 쌀 우선 재배 지역으로 지정하고, 2014년 미국 생산량 350만 톤을 2020년까지 500만 톤, 2025년까지 550만 톤으로 증대한다는 목표를 세움
  - 평야지대가 분포되어 있는 찰빠삭과 씨앙광 주에서도 식량 증대 사업을 실시하고 있으며, 2014년에는 200만 톤의 내수 소비 물량을 제외한 약 150만 톤의 쌀과 찹쌀을 수출함
  - 이 외에도 카사바, 옥수수, 커피, 대두, 사탕수수 등을 재배하며 자급 경작에서 벗어나 아세안과 기타 지역의 시장으로 수출하며 식량자원을 확보하기 위한 정책적, 기술적 노력을 기울이고 있음

## (4) 주요 생산품목 및 생산규모

### 농산물

- 농작물은 라오스 농업에서 가장 중요한 분야이며, 식량 작물과 상업용 작물로 분류
  - 쌀은 라오스 주요 식량작물로, 1년에 160kg을 소비. 1인당 쌀 소비량이 세계에서 가장 높음. 100만 ha에 가까운 농경지에서 쌀을 재배하며 ha당 쌀 3.2톤을 수확하고, 도정한 쌀 200만 톤을 생산함. 생산된 쌀은 대부분 라오스 국내에서 소비함
  - 2018년의 홍수 피해 때문에 농업 피해액이 1천600만 달러였음 (총 피해액은 1억 4천만 달러). 2018년의 홍수 피해로 인해 2018~2019년 농산물 생산이 2017년에 비해 18% 감소할 것이라는 전망
  - 기타 식량작물에는 뿌리작물, 채소 및 콩, 땅콩, 대두를 재배하며 상업용 작물은 사탕수수, 옥수수, 커피, 담배를 재배함

## 쌀 이외 주요 식량 작물 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목     | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 근채류    | 1,345 | 1,741 | 2,569 | 2,597 | 2,389 |
| 채소 및 콩 | 2,648 | 3,122 | 3,388 | 3,404 | 2,895 |
| 땅콩     | 55    | 59    | 62    | 63    | 49    |
| 대두     | 14    | 17    | 19    | 19    | 8     |

\* 출처: FAO, 라오스통계청, 「Statistical Yearbook 2017」

### 라오스 커피 생산은 매년 증가하고 있음

- 한국, 베트남, 태국 등이 라오스의 커피 생산에 투자하고 있음
- 커피는 찰바삭(Champasak)지방의 볼라벤고원(Bolaven Plateau)에서 대부분 생산됨

## 주요 상업용 작물 생산량

(단위: 천 톤)

| 품목   | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 사탕수수 | 865   | 1,840 | 2,019 | 2,019 | 1,764 |
| 옥수수  | 1,214 | 1,412 | 1,516 | 1,552 | 1,193 |
| 담배   | 57    | 63    | 63    | 67    | 36    |
| 커피   | 92    | 114   | 136   | 137   | 151   |

\* 출처: FAO, 라오스통계청, 「Statistical Yearbook 2017」

## 축산물

- 지속가능한 경제성장을 도모하고 빈곤 및 식량 불안을 감소시키기 위해 축산 생산성 향상을 국가적 목표 중 하나로 인식
- 전체 가축의 95% 이상이 소규모 농가에서 생산되기 때문에 축산업은 소규모 농가에 특히 중요함. 가축 판매가 많은 지역의 현금 수입의 50% 이상을 가축 판매액이 차지
- 2016년 기준으로 소고기 생산액이 가장 높음. 그다음으로 버팔로와 닭의 생산액이 높음
- 2017년 기준으로 가축(육류)별로는 소, 닭, 버팔로 순으로 생산량 많음

## 가축(육류) 품목별 생산액

(단위: 천 달러)

| 품목     | 2013년   | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 소      | 177,853 | 175,248 | 177,375 | 183,923 | 198,435 |
| 버팔로    | 114,412 | 118,520 | 117,573 | 123,503 | 129,152 |
| 닭      | 103,869 | 107,982 | 111,619 | 117,253 | 125,948 |
| 오리     | 19,679  | 16,582  | 16,551  | 16,589  | 17,386  |
| 염소     | 7,465   | 8,463   | 8,745   | 9,877   | 10,610  |
| 거위, 불닭 | 1,905   | 1,763   | 1,737   | 1,759   | 1,878   |

\* 출처: FAO



## 가축(육류) 품목별 생산량

(단위: 톤)

| 품목     | 2013년  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 소      | 29,900 | 30,625 | 31,823 | 32,655 | 33,765 |
| 닭      | 24,000 | 25,194 | 26,604 | 27,244 | 28,636 |
| 버팔로    | 19,470 | 19,627 | 20,670 | 20,576 | 20,992 |
| 오리     | 4,334  | 4,396  | 4,427  | 4,441  | 4,462  |
| 염소     | 1,806  | 1,895  | 2,137  | 2,189  | 2,306  |
| 거위, 불닭 | 265    | 266    | 271    | 275    | 275    |

\* 출처: FAO

- 2017년 기준 라오스 내 소 사육두수는 198만 4,000마리, 돼지는 386만 9,000마리, 가금류는 3,696만 마리로 가금류의 사육두수가 압도적으로 높음
  - 가금류의 사육두수가 압도적으로 높은 이유는 빠른 성장 속도(닭: 3~4주, 소: 10~12개월), 높은 공간 효율성, 비교적 저렴한 사료비와 축사비임
  - (소) 라오스 내 최대 소 사육 지역은 라오스 중부의 사바나켓주(Savannakhet)이며, 총 45만 6,000마리로 전체 소 사육두수의 약 23%를 차지
  - (돼지) 라오스 내 최대 돼지 사육 지역은 라오스 남부의 사라반주(Saravan)이며, 총 94만 5,000마리로 전체 돼지 사육두수의 약 24%를 차지
  - (가금류) 라오스 내 최대 가금류 사육 지역은 라오스 남부의 참파삭주(Champasack)이며, 총 691만 4,000마리로 전체 가금류 사육두수의 약 19%를 차지
- 라오스는 전통적인 농업국가로 농경에 소보다 환경 적응력이 강한 버팔로를 주로 사용
- 대부분의 축산 농가는 소규모의 자급자족 형태이며 라오스 내 상업용 대농장에서는 외래종을, 소농가에서는 라오스 재래종을 사육

## 지역별 가축 사육 현황(2017년)

(단위: 천 마리)

| 지역  | 북부     | 중부     | 남부     | 전체     |
|-----|--------|--------|--------|--------|
| 소   | 507    | 1,093  | 385    | 1,984  |
| 돼지  | 1,345  | 1,069  | 1,456  | 3,869  |
| 가금류 | 10,689 | 11,104 | 15,166 | 36,960 |
| 버팔로 | 282    | 581    | 326    | 1,189  |

\* 출처: Department of Planning and Cooperation, Ministry of Agriculture and Forestry

## 나 농식품 수출입 현황

### (1) 수출입규모

#### 전체 수출입 현황

- 2018년 GDP는 약 184억 달러로 추정, 아세안 국가 중에서 두 번째로 낮지만, 최근 5년간(2014~2018년) 평균 7.1%의 경제 성장률을 보였으며 향후 3년간(2019~2021년)에도 평균 매년 6.6%의 높은 성장률을 유지할 것으로 예상됨
- 라오스는 전통적이고 영세적인 농업국가로 전체 인구의 약 70%가 농림업 등 1차 산업에 종사하고 있지만, 낮은 생산성으로 인해 농림업의 GDP 기여 비중은 15.9% (2018년 기준) 수준에 불과하며, 2000년대 들어 농업의 비중은 매년 감소
- 라오스는 현재 수출액에 비해 수입액이 높음. 탄산수, 과일, 채소 수출에 힘입어 2016년 농식품 수출액이 8억 9천만 달러를 기록했지만 다시 하락해 2018년에 4억 2천만 달러로 감소. 수입액은 2016년부터 크게 증가해 2018년 6억 8천만 달러를 기록함. 2018년 기준으로 가금육, 물, 밀가루 제품의 수입액이 가장 높음

#### 라오스 농식품 수출입실적 동향

(단위: 천 달러(USD))

| 구분 | 2014년   | 2015년   | 2016년   | 2017년   | 2018년   |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 수출 | 451,909 | 620,787 | 885,263 | 536,662 | 418,010 |
| 수입 | 120,160 | 120,391 | 462,269 | 759,996 | 684,034 |

\* 출처: ITC Trade Map / 2017~2018년은 미러(Mirror) 데이터 활용

#### 국가별 수출입 현황

##### 주요 수출국

- 라오스의 주요 농식품 무역국가는 이웃인 태국과 베트남, 그리고 중국임. 라오스는 라오스의 제 1 투자자인 중국, 경제 의존도가 높은 태국, 그리고 정치적 혈맹인 베트남 같은 아세안 국가들과 깊은 관계를 맺고 있음

#### 라오스 주요 농식품 수출품목

(단위: 백만 달러(USD))

| 순위 | 품목           | 2014년  | 2015년  | 2016년   | 2017년   | 2018년  | 연평균 증가율 |
|----|--------------|--------|--------|---------|---------|--------|---------|
| 1  | 채소           | 27,984 | 45,927 | 117,702 | 132,861 | 98,569 | 37%     |
| 2  | 곡물           | 57,147 | 79,841 | 65,069  | 97,941  | 94,530 | 13%     |
| 3  | 커피차, 마테, 향신료 | 68,778 | 61,771 | 68,699  | 134,022 | 67,015 | ▽1%     |
| 4  | 채유용 종자와 인삼   | 8,057  | 3,721  | 17,341  | 30,180  | 39,848 | 49%     |
| 5  | 전분           | 12,340 | 20,159 | 46,156  | 17,510  | 31,074 | 26%     |

| 순위 | 품목       | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 연평균 증감률 |
|----|----------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 6  | 권련       | 71,552 | 65,631 | 83,394 | 31,037 | 25,619 | ▽23%    |
| 7  | 당류와 설탕과자 | 28,413 | 48,062 | 58,088 | 43,081 | 25,067 | ▽3%     |

\* 출처: ITC Trade Map / 미러(Mirror) 데이터(상대국 보고 데이터) 기준

#### 주요 수입국

- 중국에서는 식자재용 농산물을 주로 수입하며, 베트남에서는 유제품, 음료, 라면, 과일 등을 수입함
- 과거 수입액이 매우 적었기 때문에, 거의 모든 품목의 수입액 증가율이 높으나 최근 3년간 연평균 증가율이 가장 높았던 품목은 가금육, 음료수와 커피/차로 나타남

\* 수입 급증 품목은 주로 태국에서 수입됨

### 라오스 농식품 수입 급증 품목 5개국(2018년)

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 수입국   | 금액      | 주요품목                           |
|----|-------|---------|--------------------------------|
| 전체 |       | 189,496 | 가금육, 음료수(과실채소와 채소 주스제외), 커피, 차 |
| 1  | 태국    | 183,949 | 가금육, 음료수(과실채소와 채소 주스제외), 커피, 차 |
| 2  | 터키    | 4,915   | 가금육                            |
| 3  | 한국    | 252     | 음료수(과실채소와 채소 주스제외), 커피, 차      |
| 4  | 중국    | 250     | 음료수(과실채소와 채소 주스제외)             |
| 5  | 우크라이나 | 130     | 가금육                            |

\* 출처: ITC Trade Map

### 품목별 수출입 현황

#### 주요 수출품목

- 최근 5년간 채유에 적합한 종자와 과실이 가장 높은 연평균 성장률 49%를 보여 라오스의 주요 수출 품목으로 부상하였음
- 주요 수출국으로는 중국, 태국, 베트남 등으로 수출함
- 2018년 기준 수출액은 채소, 곡물 순으로 가장 높았으며 주요 수출품목인 채소는 연평균 성장률이 37%에 육박함

#### 주요 수입품목

- 2017년부터 가금육 수입이 크게 증가하여 연평균 303% 증가율을 보이고 있음
- 음료수, 사탕수수당, 사탕무당, 베이커리 제품 또한 주요 수입 품목임

### 라오스 농식품 수출·수입 상위 5개 품목 실적

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 수출(2018년) |        | 수입(2018년)            |        |
|----|-----------|--------|----------------------|--------|
|    | 품목        | 금액     | 품목                   | 금액     |
| 1  | 채소        | 98,569 | 가금육                  | 90,438 |
| 2  | 곡물        | 94,530 | 음료수(과실주스 및 채소 주스 제외) | 71,897 |

| 순위 | 수출(2018년)  |        | 수입(2018년)     |        |
|----|------------|--------|---------------|--------|
|    | 품목         | 금액     | 품목            | 금액     |
| 3  | 커피차마테향신료   | 67,015 | 설탕            | 49,968 |
| 4  | 채유용 종자와 인삼 | 39,848 | 빵 종류(베이커리 제품) | 41,297 |
| 5  | 전분         | 31,074 | 파스타, 면        | 32,415 |

\* 출처: ITC Trade Map ※ 미러(Mirror) 데이터(상대국 보고 데이터) 기준

## (2) 한국의 對 라오스 농식품 수출입 현황

### 수출규모

- 2018년 對 라오스 수출물량은 1,320톤, 수출금액은 428만 달러로 각각 전년 대비 25%, 38% 증가
  - (농산물) 2018년 356만 달러(1,043톤)으로 가장 많이 수출하고 있는 품목이며 라면, 곡류조제품, 기타소스 제품의 수출액이 증가해 주요 수출 품목으로 부상하였으며, 물과 소주는 꾸준한 주요 수출 품목으로 자리 잡음
  - (축산물) 2017년 대비 수출물량은 179톤으로 전년 대비 477.4%로 대폭 성장하였으며, 수출금액은 155.27% 증가한 41만 달러임. 쇠고기, 육류수프, 생우유, 치즈와 같은 신선 축산물과 가공 유제품의 수출액이 전년 대비 2배 이상 증가하여 축산물이 타 농식품에 비해 가장 크게 증가함
  - (임산물) 2018년 기준 수출물량은 98톤으로 전년 대비 30.66% 증가하였으며 수출금액 또한 전년 대비 36.4% 증가한 30만 달러임

### 對 라오스 농림축산식품 수출물량

(단위: 톤)

|     | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|-------|-------|-------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 217   | 565   | 286   | 741      | 1,043    | 40.75%   |
| 축산물 | 17    | 15    | 11    | 31       | 179      | 477.4%   |
| 임산물 | 133   | 80    | 69    | 75       | 98       | 30.66%   |
| 합 계 | 367   | 660   | 366   | 847      | 1,320    | 55.84%   |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

### 對 라오스 농림축산식품 수출금액

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년(A) | 2018년(B) | 증감율(B/A) |
|-----|-------|-------|-------|----------|----------|----------|
| 농산물 | 1,596 | 1,501 | 969   | 1,854    | 3,565    | 92.28%   |
| 축산물 | 64    | 37    | 61    | 161      | 411      | 155.27%  |
| 임산물 | 344   | 314   | 259   | 225      | 307      | 36.4%    |
| 합 계 | 2,004 | 1,852 | 1,289 | 2,240    | 4,283    | 19.4%    |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## ● 對 라오스 수출 상위 품목

- 2018년 수출 상위품목은 라면, 곡류조제품, 기타소스 제품, 물, 소주 순임
  - (라면) 대표적인 수출품목으로 인스턴트면(라면)의 싼 가격과 풍부한 맛으로 인해 인기가 상승 중이며 여전히 태국 기업인 Thai President와 Charoen Pokphand의 점유율이 높지만 최근 불닭볶음면의 인기에 힘입어 삼양의 점유율 또한 높아짐. 2018년 기준 수출금액은 전년 대비 128% 증가한 US\$ 112.6만 달러임
  - (곡류조제품) 쌀이 주식인 만큼 빵, 쌀, 곡물류가 전체 식음료 시장의 절반 가까이를 차지하고 있음. 특히 두유는 건강하고 영양이 높다는 이미지로 홍보되고 있음. 2018년 기준 수출금액 US\$ 50.8만 달러임
  - (기타소스 제품) 국과 베트남처럼 라오스도 간장 및 생선소스 등을 요리에 자주 사용하기 때문에 수요가 높지만 낮은 기술력으로 인한 자체생산이 불가능하여 대부분의 소스류를 수입함. 2018년 기준 수출금액 2016년 대비 222% 증가한 US\$ 29만 달러임
  - (온음료) 라오스는 열대지역의 특성 때문에 맵고, 짜고, 자극적인 음식을 즐겨먹는 이유로 곁들여 마시는 음료의 수입량이 꾸준히 증가하고 있으며 이중에서도 온음료(커피, 차 등)가 가장 빠르게 증가하고 있음. 최근 라오스 식품가공업으로 해외투자가 늘고 있어 글로벌 식음료 기업인 코카콜라, 칼스버그 등도 라오스에 투자하고 있음. 2018년 기준 수출금액은 전년 대비 72.5% 증가한 US\$ 22.6만 달러임
  - (소주) 라오스인의 소득은 낮은 편이지만 알콜 소비량이 가장 많은 나라중 하나이며 2019년 1인당 알콜 소비량은 92.5리터로 조사됨. 2018년 기준 전년 대비 72.2% 증가한 US\$ 21.7만 달러임

## 對 라오스 수출상위 5개 품목

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 2016년  |     | 2017년 |     | 2018년  |       |
|----|--------|-----|-------|-----|--------|-------|
|    | 품목     | 수출액 | 품목    | 수출액 | 품목     | 수출액   |
| 1  | 라면     | 158 | 인스턴트면 | 533 | 라면     | 1,126 |
| 2  | 기타 가구  | 153 | 라면    | 202 | 곡류조제품  | 508   |
| 3  | 커피조제품  | 116 | 기타 가구 | 145 | 기타소스제품 | 290   |
| 4  | 기타베이커리 | 91  | 물     | 131 | 물      | 226   |
| 5  | 기타소스제품 | 90  | 소주    | 126 | 소주     | 217   |

\* 출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## 02 농식품 시장 현황

### 가 시장개요

#### (1) 시장규모

- 라오스 소비시장은 2017년 80억 달러 정도이며, 현대적 유통시장 비중은 10% 내외인 것으로 추정됨
- 라오스 식품시장 규모는 2018년 약 31억 달러로 GDP의 16.8%임. 2016년부터 2018년까지 3년간 연평균 7.1%씩 성장
- 식품시장은 2019년 약 35억 달러로, 전년 대비 12.4%로 성장할 것으로 예상됨
  - 타 아세안국가인 캄보디아(86억 달러), 베트남(270억 달러)과 비교해 시장 규모는 매우 작으나, 성장률은 캄보디아(6.8%)와 베트남(12.0%)보다 높음

#### 라오스 식품시장 규모

(단위: 백만 달러(USD))

| 연도   | 2016  | 2017  | 2018  | 2019f* | 2020f | 2021f | 2022f | 2023f | '19-'23 예상<br>연평균증가율 |
|------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|----------------------|
| 시장규모 | 2,703 | 2,876 | 3,100 | 3,483  | 3,920 | 4,390 | 4,890 | 5,458 | 11.9%                |

\* 출처: BMI Research, 「Cambodia, Laos and Myanmar Food and Drink Report Q3 2019」

※ 음료와 주류 제외 \* f: 예상

※ 환율 1달러=8,702.5킵 적용

- 식비가 라오스 가계 지출의 약 50%를 차지하고 있기 때문에 소득 증가는 식품시장 확대에 이어짐
  - 2017년 라오스는 1인당 최소 585달러를 식품을 구입하는 데 지출한 것으로 추정. 전년대비 4.6% 증가함

#### 라오스 1인당 가계 최종 소비지출 및 식품지출

(단위: 달러(USD))

| 연도            | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1인당 가계최종소비지출* | 1,018 | 1,052 | 1,085 | 1,119 | 1,171 |
| 식품지출(추정)**    | 509   | 526   | 543   | 559   | 585   |
| 전년대비 성장률      | 3.6%  | 3.4%  | 3.1%  | 3.1%  | 4.6%  |

\* 출처: World Bank \* 2010년 불변가격

\*\* 세계은행이 발표한 1인당 가계 최종 소비 지출액의 50%로 계산하여 추정

#### 품목별 시장규모

- 쌀이 주식인 만큼 빵, 쌀, 곡물류가 전체 식음료 시장의 절반 가까이를 차지함. 하지만 최근 라오스인은

전보다 다양한 식품을 섭취하고 있고 특히 유제품, 육류, 과일 소비가 증가하고 있음

- 무알콜 음료 시장이 2019년 13.1%로 증가할 것으로 전망됨. 이중에서도 온음료(커피, 차 등)가 가장 빠르게 증가함
- 라오스인의 소득은 낮은 편이지만 알콜 소비량이 가장 많은 나라중 하나. 2019년 1인당 알콜 소비량은 92.5리터로 조사됨

\* 출처: BMI Research, 「Cambodia, Laos and Myanmar Food and Drink Report Q3 2019」

### 식음료 품목별 시장규모

(단위: 백만 달러(USD))

| 품목                    | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년f | 2020년f | 2021년f | 2022년f | 2023년f |
|-----------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 빵, 쌀, 곡물              | 1,296 | 1,382 | 1,492 | 1,682  | 1,898  | 2,130  | 2,377  | 2,658  |
| 파스타류                  | 12    | 13    | 14    | 15     | 17     | 19     | 22     | 24     |
| 베이커리류<br>(케이크, 비스킷 등) | 33    | 35    | 37    | 38     | 39     | 41     | 43     | 44     |
| 육류(가금육 포함)            | 636   | 678   | 733   | 827    | 934    | 1,049  | 1,171  | 1,310  |
| 생선 및 수산가공품            | 183   | 190   | 200   | 217    | 237    | 259    | 283    | 310    |
| 유제품                   | 58    | 62    | 67    | 75     | 85     | 96     | 107    | 120    |
| 유지                    | 18    | 19    | 21    | 23     | 26     | 30     | 33     | 37     |
| 신선/보존 과일              | 85    | 91    | 99    | 113    | 128    | 144    | 161    | 181    |
| 신선 채소                 | 287   | 306   | 330   | 371    | 418    | 468    | 522    | 583    |
| 설탕 및 관련 제품            | 7     | 7     | 7     | 7      | 7      | 7      | 7      | 7      |
| 기타 식품                 | 88    | 94    | 102   | 115    | 130    | 146    | 164    | 183    |
| 온음료 (커피, 차 등)         | 28    | 31    | 33    | 38     | 44     | 50     | 56     | 64     |
| 과일/야채 주스              | 8     | 9     | 10    | 11     | 12     | 14     | 15     | 17     |
| 생수                    | 1     | 1     | 1     | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      |
| 탄산음료                  | 32    | 34    | 37    | 42     | 47     | 53     | 59     | 66     |

\* 출처: BMI Research, 「Cambodia, Laos and Myanmar Food and Drink Report Q3 2019」

\* f: 예상 ※ 환율 1달러=8,702.5킵 사용

### 가공식품 업체현황

- 가공식품은 중산층 이상, 도시 거주자, 관광객이 주로 소비하는 반면 저소득층 라오스인은 가공되지 않은 신선한 재료를 구입해 요리하거나 즉석으로 조리된 음식을 소비하는 경향이 있음. 하지만 라오스인의 소득이 전체적으로 증가하면서 가공식품 시장 또한 확대되고 있음
- 가공식품 시장 점유율 1위 기업은 Lactasoy Co, Ltd.로 유제품의 인기가 높음. 특히 두유는 건강하고 영양이 높다는 이미지로 홍보되고 있음. 2위인 Mondelez international Inc는 사탕 과자류와 초콜릿을 취급하고 있음. 3위 기업인 Dutch Mill Co Ltd는 태국 기업으로 우유, 두유, 요구르트의 인기가 높음

- 인스턴트면(라면)의 싼 가격과 풍부한 맛 때문에 인기가 상승 중임
  - 태국 기업인 Thai President와 Charoen Pokphand의 점유율이 높지만 최근 불닭볶음면의 인기에 힘입어 삼양의 점유율 또한 높아짐
- 과자 시장은 PepsiCo의 점유율이 높고 태국 기업의 과자 또한 인기가 있음
- 아이스크림 판매율이 증가하고 있지만 냉장고 보급률이 높지 않기 때문에 대량 구매하지 않고 그 자리에서 먹을 수 있을 만큼만 구매함
  - Unilever Group과 Nestlé SA의 점유율이 높고 태국의 Chomthana Co, Ltd. 의 브랜드들도 인기가 있음
- 생선소스와 간장 소스를 요리에 자주 사용하기 때문에 수요가 높음
  - Nestlé 기업의 브랜드인 Maggi의 점유율이 높고 그 외에 Theparos Food Products' Golden Mountain같은 태국 브랜드와 베트남 브랜드의 인기가 높음

#### 가공식품 시장 업체 점유율(2018년)

| 순위 | 기업                         | 점유율  |
|----|----------------------------|------|
| 1  | Lactasoy Co Ltd            | 7.6% |
| 2  | Mondelez International Inc | 5.9% |
| 3  | Dutch Mill Co Ltd          | 5.8% |
| 4  | Royal FrieslandCampina NV  | 3.1% |
| 5  | Nestlé SA                  | 1.9% |

\* 출처: 유로모니터 「Packaged Food in Laos」 February 2019

- 최근 라오스 식품가공업으로 해외투자가 늘고 있어 산업 발전을 유도. Mitr Phol과 Khon Kaen Sugar 등 아시아 기업뿐만 아니라 코카콜라, 칼스버그 등 글로벌 식음료 기업도 라오스에 투자함

#### 라오스에 투자한 외국계 식음료 기업 현황

| 기업명(국적)                        | 투자 내용                                                                                                                                                                                                                                  | 주요 생산품목                     |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 밋폰<br>(Mitr Phol, 태국)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 2015년 1억 달러를 투자하여 라오스에서 설탕 생산을 두 배로 늘림. 투자금의 30%는 Savannakhet의 생산 시설 개발에 할당</li> <li>· 현지 농가에 기술, 장비, 종자, 비료를 지원하여 사탕수수 재배를 유인함</li> <li>· 설탕 생산량을 현재 9만 톤에서 2020년까지 12만 톤으로 늘릴 계획</li> </ul> | 설탕, 당밀                      |
| 콘겐 제당<br>(Khon Kaen Sugar, 태국) | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 설탕 일 생산량이 600kg</li> <li>· 태국에 생산/가공시설 5개, 라오스와 캄보디아에 1개씩 두고 있음</li> <li>· 라오스에서 설탕 3만 MT를 생산하여 유럽으로 수출하고 있음</li> </ul>                                                                       | 원당(raw sugar), 정제설탕, 흰 설탕 등 |
| 라오 코카콜라 보틀링<br>(태국, 라오스)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 태국 기업 ThaiNamthip과 라오스 기업 PT Sole이 합작투자</li> <li>· 3천만 달러를 투자하여 2015년 라오스에 첫 코카콜라 보틀링 공장 설립함</li> </ul>                                                                                       | 코카콜라, 한타, 스프라이트 등           |



| 기업명(국적)                        | 투자 내용                                                                                                                                                                      | 주요 생산품목                                                                   |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 칼스버그<br>(Carlsberg, 덴마크)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>2002년, 라오스의 대표적 맥주기업 라오 브루어리(Lao Brewery)의 지분 25% 인수. OECD 보고서에 의하면 2005년부터 라오스 정부와 칼스버그 각각 50% 보유</li> <li>맥주 시장 95% 점유</li> </ul> | 맥주: 비어 라오, 1664 블랑, 서머스비, 칼스버그 등<br>탄산음료: 스팅, 세븐업, 펄시, 미란다 등<br>생수: 타이거헤드 |
| 이츠라<br>(Itsura Dairy Farm, 일본) | <ul style="list-style-type: none"> <li>2017년 초 낙농장 타당성 조사 실시</li> </ul>                                                                                                    | N/A                                                                       |
| 비나밀크<br>(Vinamilk, 베트남)        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lao Jagro Development Xiengkhouang Co.의 51%를 인수. 하이테크 유제품 농장을 개설할 것이라고 밝힘</li> </ul>                                                | 유제품                                                                       |
| 하이네켄<br>(Heineken, 네덜란드)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Heineken Lao Brewery를 통해 칼스버그에 이어 라오스 맥주 시장에서 강세</li> </ul>                                                                         | 맥주: 하이네켄                                                                  |

\* 출처: 해당 기업 홈페이지 및 언론보도자료(<https://www.oecd.org/aidfortrade/47764757.pdf>)

## (2) 시장특성

### ● 작지만 젊은 내수시장

- 전국 인구 690만 명에 수도 비엔티안의 인구가 89만 명으로 내수시장이 작음. (2017년 라오스 통계청). 국토 면적은 한반도의 1.1배인데 70%가 산악 지대이고 도로, 철도 등 교통 인프라가 미흡하여 라오스 내 도시·지역 간 이동이 쉽지 않음

- 그러나 라오스는 젊고 역동적인 시장임. 2017년 라오스 통계청 발표에 의하면 15~39세 인구가 전체의 3분의1(33.2%)을 차지함. 최근 5년간(2014년~2018년) 평균 매년 7.1%의 경제성장률을 보임
  - 경제성장률: 8.0% (2013년) → 7.6% (2014년) → 7.3%(2015년) → 7.0%(2016년) → 6.9% (2017년) → 6.5% (2018년)

\* 출처: World Bank 「World Development Indicators」

- 라오스의 경우 중부 사바나켓을 비롯한 중국 및 태국 국경 도시인 보텐, 보케오 등의 지방도시의 성장률이 매우 높고 대도시와 차별화된 제품도 선호
- 높은 출산율과 두터운 0~14세 미만 영유아 인구 비중(32.9%)에 힘입어 영유아 시장이 성장할 것으로 전망
  - CIA의 The World Factbook에 따르면 라오스의 2018년 인구 1,000명당 출산율은 23.2명으로 주변 CMV 국가 중에서 1위(캄보디아 22.5명, 미얀마 17.7명, 베트남 15.2명)이며, 한국(8.3명)에 비해서는 약 3배인 높은 수준임

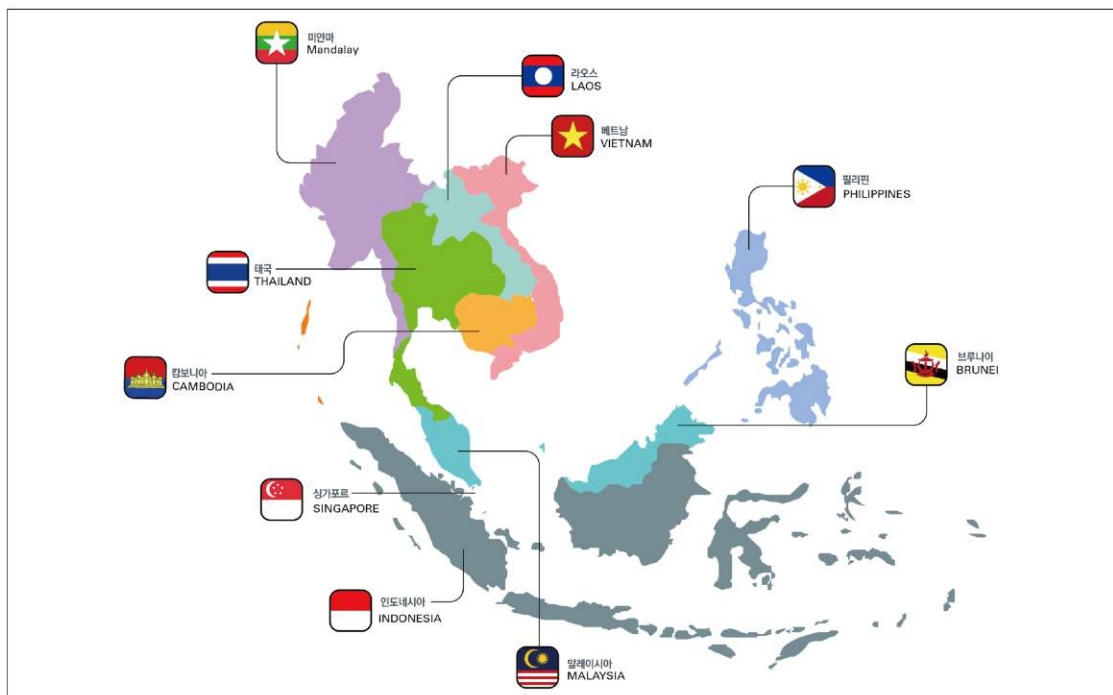
### ● 지리적 특성상 주변국가의 영향이 큼

- 태국, 중국, 베트남, 캄보디아, 미얀마와 국경을 접하고 있어 5개국의 영향을 많이 받음. 현지 식품가공 시설과 기술이 열악하여 태국, 베트남, 중국에서 수입하는 식품이 많음

- 태국과 라오스는 식문화가 비슷해서 태국제품에 대한 거부감이 적으며, 양국의 언어도 70%정도 유사하여 제품에 대한 설명, 포장, 홍보 등을 라오스 언어로 별도로 준비하지 않아도 되는 장점이 있음. 또한 라오스 젊은층의 대부분은 태국어를 완벽히 이해함\*

\* 식품 라벨링은 라오스어로 작성해야 함

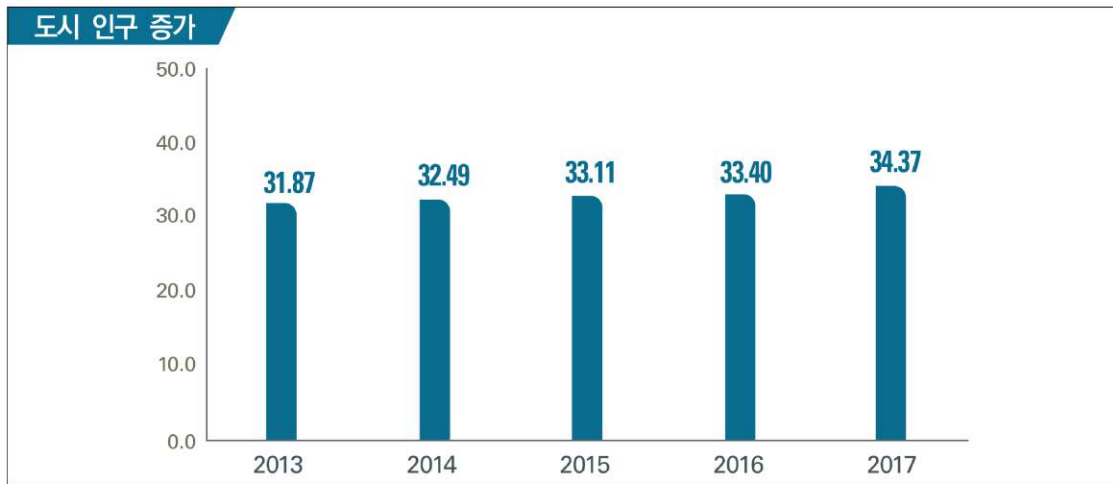
- 태국의 대중매체도 쉽게 접근 해 태국에서 유행하는 제품이 곧 라오스에서 유행함
- 중국에서는 식자재용 농산물을 주로 수입하며, 베트남에서는 유제품, 음료, 라면, 과일 등을 수입함. 중국은 라오스에 가장 많이 투자 하는 나라로, 최근 아시아인프라투자은행(AIIB)이 4,000만 달러의 대출을 허락했으며 중국의 도로 프로젝트도 진행하도록 도왔음



\* 출처: <https://thediplomat.com/2019/04/china-digs-deep-in-landlocked-laos/>

## 🌱 경제성장과 도시경제 활성화로 현대식 소매유통이 확대

- 라오스의 인구 규모는 작지만 도시 인구가 매년 3% 증가하고 있음. 도시 중산층을 중심으로 소비가 빠르게 증가함



\* 출처: Statista Urbanization in Laos 2017, World Bank 2019

- 경제성장에도 불구하고 주변 동남아시아 국가에 비해 라오스의 유통시장 발달이 느림
  - 법률이 통과되어도 관련 법령이나 규정, 행정 구조가 뒷받침되지 않아 기업들은 어떻게 새로운 법률을 따라야 하는지 알 수 없어 법이 효율적으로 집행되지 못함
  - 카드 등 간편 결제 수단이 2016년에 라오스에 보급됨. 신용·체크카드, 인터넷뱅킹, 포스(POS) 기기는 비엔티안과 루앙프라방 같은 대도시에서 대량 거래를 할 때에만 사용되는데 전체 거래 건수의 5% 미만에 불과
  - World Bank 조사에 따르면 15세 이상 라오스인의 체크카드 소유율이 2011년 6.5%에서 2017년 12.7%로 증가했음. 하지만 신용카드 소유율은 0.6%로 매우 낮음
  - 운송 및 물류 산업에 해외투자가 제한된 탓에 운송/물류가 발달하지 못해 운송비용이 높음. 수입 제품의 경우, 항구가 없는 내륙국가라는 특성상 태국이나 베트남 항구를 경유하여 라오스로 육로 운송을 해야 하므로 물류비용이 큼

#### 라오스와 인근 아세안 국가 수출/수입 비용 비교

(단위: 달러(USD) / 20피트 컨테이너)

| 국가    | 라오스    | 캄보디아   | 베트남    | 태국     |
|-------|--------|--------|--------|--------|
| 수출 비용 | 68,250 | 27,825 | 21,350 | 20,825 |
| 수입 비용 | 66,850 | 32,550 | 21,000 | 26,600 |

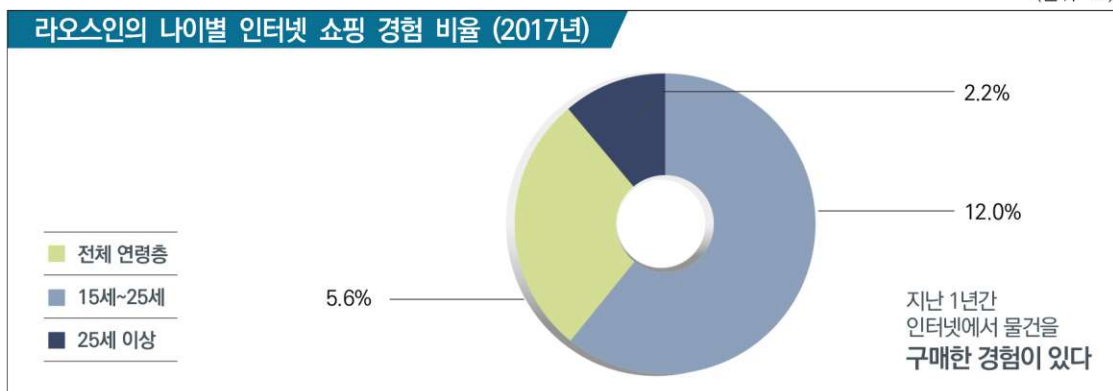
\* 출처: World Bank

#### 전자상거래 시장의 성장

- 라오스의 인터넷 사용자가 증가하면서 전자상거래 시장이 성장하고 있음
  - 라오스의 인터넷 서비스 가입자는 2016년 263만 명에서 2017년 278만 명으로 5.7% 증가했음
  - 이중 대다수는 SIM카드 데이터 구매자로 인터넷 서비스 중에서 모바일 데이터 서비스를 가장 많이 사용함. 컴퓨터를 통한 웹 접속이 스마트폰을 통한 웹 접속보다 2배 비싼 것이 원인으로 파악됨

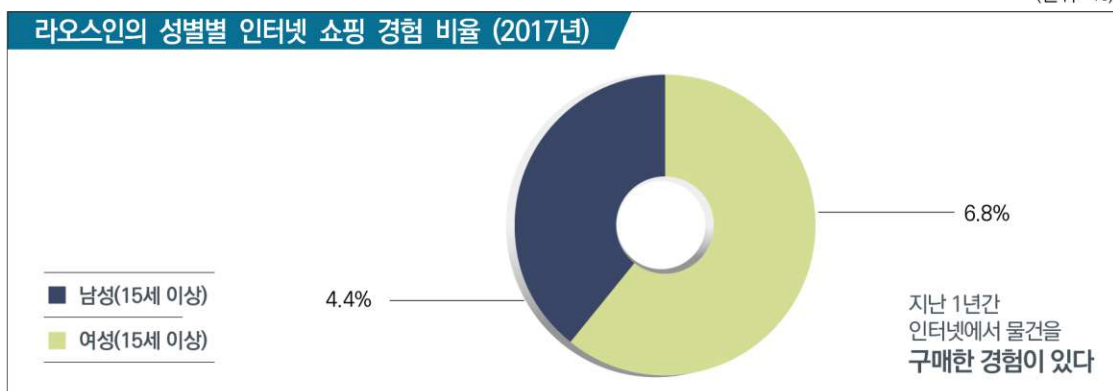
- 인터넷 사용률 및 젊은 인구 비율 증가, 전자상거래 인프라 구축을 통해 전자상거래 시장이 더욱 활성화 될 전망
  - Foxpress라는 배달 대행 업체 또한 전자상거래를 통한 서비스를 제공하고 있음
  - 중고물품 거래가 이루어지는 페이스북 전자상거래 사이트의 회원 수는 2017년 기준으로 약 1만9천명으로 조사됨
  - 라오스의 자산규모 1위 은행인 BCEL이 미국의 전자거래결제 회사 CyberSource와 협업체 24시간 이용 가능한 온라인 결제시스템을 제공하고 있음
- World Bank에 따르면 인터넷으로 물건을 구매한 경험이 있는 라오스인은 5.6%밖에 되지 않음 (2017년 기준). 하지만 이 중 특히 젊은층과 여성이 인터넷 쇼핑을 많이 사용하는 것으로 조사됨

(단위: %)



\* 출처: World Bank 「The Global Index Database 2017」

(단위: %)



\* 출처: World Bank 「The Global Index Database 2017」

- 라오스 정부는 전자결제의 안정성을 보장하고 다양한 서비스를 현대화 시키기 위해 2019년 4월 22일 전자문서의 전자서명이 사용인감 또는 서명과 동일한 효력을 발휘하도록 규정한 전자서명법안을 통과 시킴



## 🌐 외국계 프랜차이즈 외식업체 증가

- 라오스 외식시장은 현지 음식들이 대부분이나, 2010년대 들어 외국계 프랜차이즈 업체들이 라오스에 잇따라 진출함. 문화적·지리적 근접성으로 인하여 태국 기업이 가장 많고, 국내 기업으로는 롯데리아가 2016년에 라오스 1호점을 개점

### 라오스에 진출한 해외 프랜차이즈 외식업체 현황(2017년)

| 업체명               | 품목       | 투자국 | 지점 수 |
|-------------------|----------|-----|------|
| The PIZZA Company | 피자, 스파게티 | 태국  | 4개   |
| Swensen's*        | 아이스크림    | 태국  | 1개   |
| Dairy Queen*      | 아이스크림    | 태국  | 4개   |
| True Coffee       | 카페       | 태국  | 2개   |
| Amazon            | 카페       | 태국  | 2개   |
| Black Canyon      | 카페       | 태국  | 2개   |
| Fuji              | 일식       | 태국  | 2개   |
| Neo Suki          | 샤브샤브     | 태국  | 1개   |
| Chokdee Dimsum    | 딤섬       | 태국  | 1개   |
| M.K.              | 샤브샤브     | 태국  | 1개   |
| Miyazaki          | 일식(철판요리) | 태국  | 1개   |
| Hot Pot           | 샤브샤브     | 태국  | 1개   |
| Tam Mua           | 태국음식     | 태국  | 1개   |
| Hard Rock Cafe    | 펍 레스토랑   | 미국  | 1개   |
| 롯데리아              | 패스트푸드    | 한국  | 1개   |

\* Swensen's와 Dairy Queen은 본래 미국 기업이나, 태국 지사가 라오스에 진출

- 파인 다이닝 레스토랑에서 흔한 메뉴는 랍, 땀막홍(Tam Mak Hong, 매운고추를 넣은 파파야 샐러드), 쏘무(Som Moo, 발효시킨 소시지), 포(Foe, 태국의 포(Pho)와 비슷한 국수 수프), 카오찌 바떼(바게트 샌드위치로 돼지고기, 채소, 칠리 소스로 속을 채움)임
- 신닷(불판 가운데 고기를 익히며 야채를 데쳐 먹는 샤브샤브) 또한 2000년 초반부터 유행했지만 최근엔 다른 외식업체와 경쟁이 심해져 인기가 감소
  - 외식할 때 드는 비용은 식당에 따라 차이가 있지만, 현지 식당 점심 가격은 보통 3~4달러(음료 제외), 4성급 호텔 저녁 가격은 약 20달러(음료 제외)임

## 나 소비트렌드

### (1) 주요 소비트렌드

#### 🍴 맵고 짜고 자극적인 음식 선호

- 라오스는 찰밥, 고기, 채소, 생선을 주식으로 함. 현지에서 가장 많이 먹는 쌀은 카오니아오(khao niao)라는 찰기 있는 긴 쌀임
  - 대표적인 현지 음식으로 랍(laap)이 있는데, 고기나 생선에 양념, 채소, 향신료를 버무린 요리로, 고기나 생선을 익히지 않고 먹기도 함
  - 내륙국이지만 메콩 강에서 생선을 잡으며, 빠덱(padaek)이라는 생선 젓갈은 다양한 라오스 요리에 활용되어 중요한 식재료임
- 라오스는 열대지역의 특성 때문에 맵고, 짜고, 자극적인 음식을 즐겨 먹음
- 집에서 요리해 먹는 것 보다 밖에서 조리된 음식을 포장해 집에서 먹거나 외식을 많이 함. 외식은 야외나 노천식당을 선호함
  - 저녁 시간 때가 되면 많은 사람들이 푸드마켓에서 음식을 포장
  - 아침에 외식하는 사람의 대부분은 직장인과 상인으로 주로 쌀국수 같은 면류나 샌드위치를 먹음. 점심은 면류, 덮밥류, 볶음밥, 볶음면 등의 일품음식을 주로 먹음. 저녁 외식은 중산층 이상으로 제한되는 것이 일반적임

#### 🛒 대형마트 발달 미흡에 따른 태국제품 소비 추세

- 경제 성장 및 소비자 구매력 상승에 비하여 라오스 현지의 쇼핑·외식 시설은 낙후되어 있음. 제품을 납품할 생산자나 제조업체, 물류업체 등이 발달하지 못했기 때문임
- 라오스 1대 도시인 비엔티엔과 2대 도시인 박세, 3대 도시 싸바나켓의 경우 태국과 국경을 접하고 있어서 자동차로 1시간 이동하면 태국의 대형마트 이용 가능
  - 주로 태국 국경도시 농카이를 자주 찾음. 태국의 8대 도시 중 하나인 우돈타니는 1시간 30분이면 갈 수 있음
  - 또한 라오스-태국 연결 고속철도가 2023년 완공 예정으로 추진 중
- 현재 태국과 연결된 4개의 우정의 다리가 있으며 제5 우정의 다리(라오스 Borikhamxay주 - 태국 Bung Kan주 연결)와 제6 우정의 다리(라오스 Saravan주 - 태국 Ubon Ratchathani주 연결)가 논의되고 있음
  - 우정의 다리를 이용해 비엔타인-농카이 국경을 통과한 인구가 2017년에 225만 명임

- Makro와 같은 글로벌 대형마트는 라오스에 매장을 운영하기 보다 국경 가까운 태국 도시에 매장을 운영

### 태국, 베트남, 프랑스 영향을 받은 라오스 음식

- 태국 동북부 이싼 지방이 과거 라오스 영토였기 때문에 태국과 음식이 비슷함
- 라오스에 정착한 베트남 이주민의 영향으로 베트남 음식도 라오스에 전파됨
- 과거 프랑스 보호령이었던 라오스는 프랑스 영향으로 바게트 샌드위치도 선호함

### 인종 및 계절에 따른 식품 소비

- 라오-타이(Lao-Tai)계, 오스트로-아시아(Austro-Asiatic)계는 찰기가 있는 밥을 선호하는 반면, 중국-티베트계와 몽-미엔(Hmong-Mien)계는 찰기가 없는 쌀을 좋아함
- 계절별 식품 선호도는 계절별 제철 농산물에 따라 다름

### 품질을 앞세운 한국산 식품에 대한 인기 상승

- 한국산 식품은 비엔티안의 상류층과 청소년층에서 반응이 좋음
- 한국에 대한 우호적인 인식을 가지고 K-Mart 외에 림핑 같은 다른 마트를 통해서도 한국산 식품을 구매함
- 라오스인은 매운 음식을 좋아해 불닭볶음면, 신라면 등의 인기가 높음
- 하지만 높은 품질에도 불구하고 복잡한 운송과 통관 때문에 다른 경쟁 국가의 제품에 비해 불리함

### 관광객 수가 라오스 내 소비트렌드에 영향

- 라오스 관광객은 2014년부터 계속 감소해 2017년에는 387만 명이 라오스를 방문하였으나 2018년 419만 명으로 다시 증가함

#### 라오스 관광객 수

| 연도      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 라오스 관광객 | 4,158,719 | 4,684,429 | 4,239,047 | 3,869,903 | 4,186,432 |

\* 출처: 라오스통계청, 「Statistical Yearbook 2017」; 2018년은 CEIC Laos Visitor Arrivals

- 국가별로 태국, 베트남, 중국 순으로 라오스를 많이 방문함. 한국은 2014년 9만 명에서 2015년 16만 명을 넘어서며, 2017년 기준 라오스를 4번째로 많이 방문한 국가임
- 관광산업은 요식업, 숙박업에 밀접한 영향을 주고 있으며, 소비·문화 교류에 따른 타 국가의 식품 수요 증가 및 무역 활성화를 유도하고 있음

## 국가별 라오스 관광객 수

| 순위 | 국가  | 2013년     | 2014년     | 2015년     | 2016년     | 2017년     |
|----|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1  | 태국  | 2,059,434 | 2,043,761 | 2,321,352 | 2,009,605 | 1,797,803 |
| 2  | 베트남 | 910,164   | 1,108,332 | 1,187,954 | 998,400   | 891,643   |
| 3  | 중국  | 245,033   | 422,440   | 511,436   | 545,493   | 639,185   |
| 4  | 한국  | 81,799    | 96,085    | 165,328   | 173,260   | 170,571   |
| 5  | 미국  | 61,608    | 61,460    | 63,058    | 58,094    | 38,765    |
| 6  | 프랑스 | 52,411    | 52,146    | 55,151    | 54,953    | 36,760    |
| 7  | 일본  | 49,191    | 32,064    | 43,826    | 49,191    | 32,064    |

\* 출처: 라오스통계청, 「Statistical Yearbook 2017」

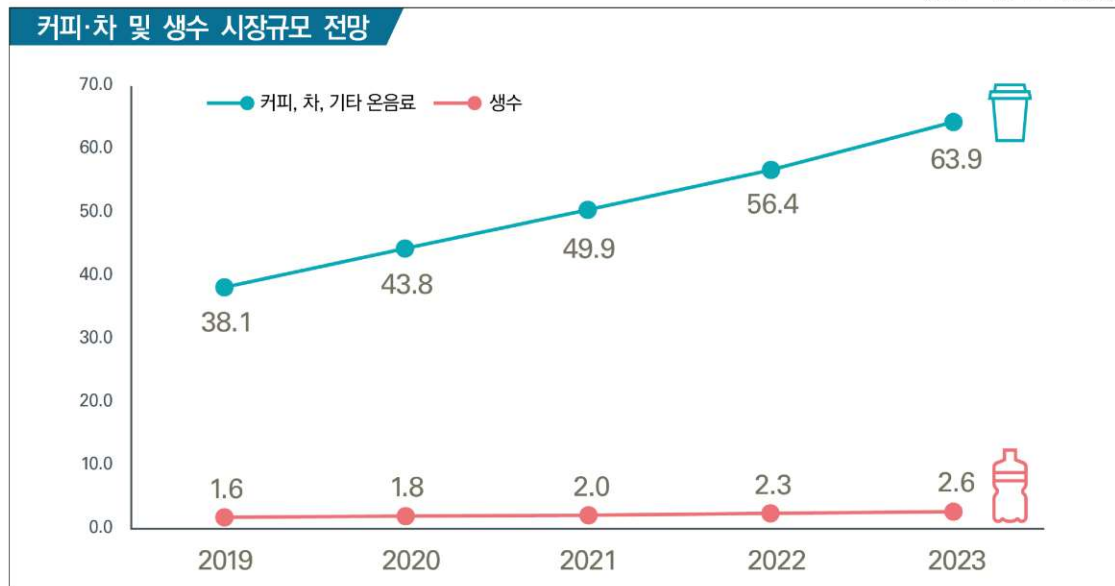
## 다 이슈품목

### (1) 이슈품목 및 분석

#### 📈 시장확대 전망 품목

- BMI Research는 식품 품목 가운데 생수, 온음료(커피,차 등)가 가장 높은 연평균 증가율로 성장할 것이라고 전망

(단위: 백만 달러(USD))



\* 출처: BMI Research, Cambodia, Laos and Myanmar Food and Drink Report Q3 2019

※ 환율 1달러=8,702.5킵 사용



## 03 농식품 유통 현황

### 가 유통구조 및 특징

#### (1) 유통경로

##### 유통구조

- 라오스의 농식품 유통구조는 대체로 간단한 편
  - 채소, 야채 등 농산물은 농가 또는 수집상(collector)이 직접 마을 소매상에 판매함. 수도 비엔티안에는 프랜차이즈 편의점이 있으나 소매업체의 대부분이 재래시장이고, 지방에서는 대형·프랜차이즈 유통 채널이 매우 드뭄
- 농산물은 대개 소규모로 유통됨
  - 수많은 소규모 수집상과 상인들이 농가에서 농산물을 구매한 뒤, 지역을 이동하면서 해당 지역의 도매상이나 소매상에 농산물을 판매. 외지인에게는 비체계적으로 보이지만, 산지에서 도시로 농산물이 정기적으로 공급되고 있어 거래 관행이 어느 정도 정립되어 있음
- 고급 과일은 외국계 슈퍼마켓을 통해 유통됨
  - 열대과일을 생산하지만 기술과 자금이 부족해 시장의 수요와 맞지 않아 수입에 의존
  - 신선 과일은 보관기간이 짧고 보관비용이 높기 때문에 한국보다는 인근 국가의 과일을 수입해 유통
  - 한국산 딸기, 배는 고급이라는 인식과 함께 수요가 있음

#### 기본 유통구조



\* 출처: National Institute of Agriculture Extension Management India, Demand Analysis Report-Lao People's Democratic Republic, UN 식량농업기구, Lao Census of Agriculture 2010/11 - Analysis of Selected Themes(2014)

## 🌿 유통현황 및 특징

- 주요 유통채널은 마을 시장, 주(province 또는 라오스어로 쿠앙, Khoueng) 시장, 비엔티안 도매업체, 비엔티안 소매업체로 분류

### 판매유형별 특징

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 마을시장      | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 대부분의 농산물은 소규모 농가에서 생산되는데, 마을 중심지와 멀리 떨어져 있는 경우가 많아서 생산농가에서 소비하거나 마을 시장에서 판매함</li> <li>· 마을시장은 농가/생산자 개개인이 야외에 허름한 나무 테이블을 놓거나 땅에 매트 깔고 소량의 물품을 판매하는 식으로 운영됨</li> <li>· 마을 시장에서 거래되는 양은 하루 3~5kg 정도로 매우 적고, 계절에 따른 가격변동은 적은 편임</li> </ul> |
| 주시장       | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주 시장은 민간이 소유 또는 운영하는 경우가 많음. 콘크리트 건물 내에 가판대가 설치되어 있음</li> <li>· 신선 농산물을 주로 거래함</li> <li>· 시설 면에서는 마을 시장보다 낫지만, 식품위생 상태·등급·분류 면에서는 아직 미흡함</li> </ul>                                                                                      |
| 비엔티안 도매업체 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주 시장에서 대량으로 거래되는 제품은 현지에서 판매되거나 비엔티안 지역시장으로 운송됨</li> <li>· 상품이 비엔티안에 도착하면 비엔티안 내 유통채널에 판매하거나, 국경을 넘어 태국으로 판매됨. 비엔티안과 태국 국경에서 이루어지는 운송은 비공식·불법인 경우가 많음</li> </ul>                                                                         |
| 비엔티안 소매업체 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 공식적인 통계는 없으나 재래시장, 동네가게 등 재래 유통채널의 비중이 큰 것으로 알려짐</li> <li>· 2000년대 들어서 태국기업과 현지 기업이 프랜차이즈형 편의점과 슈퍼마켓 매장을 열기 시작함</li> </ul>                                                                                                               |

\* 참고: National Institute of Agricultural Extension Management India, Demand Analysis Report-Lao People's Democratic Republic

## 🌿 특이사항

- 산악지대로 이루어진 내륙국가이며 운송 인프라가 열악하여 식품 유통이 비효율적이고 비용도 높음. 또한, 좁은 반경에서 수많은 농가와 수집상, 운송업체가 경쟁하고 있어서 마진은 낮은 반면 운송비는 비쌈
- 지방의 경우, 열악한 도로 사정으로 인하여 육로 접근이 어려워져 시장이나 상권이 지방에까지 발전하지 못함
  - 상인·에이전트가 농가나 마을에서 제품을 구매하여 주 시장에 판매하고 있어 상권 미발달의 제약을 일부 상쇄하지만, 상인·에이전트와 농가의 거래가 상인·에이전트에서 농가로 일방향으로 진행되기 때문에 농가/마을에서는 시장 정보를 알지 못해서 불리함

## 나 주요 유통채널 현황

### 개요

- Mini Big C (구 M-Point Mart), Jiffy, Sokxay Mart 등 프랜차이즈 편의점이 비엔티안에 점포를 운영하고 있으며, 한인마트인 K-Mart도 있음
  - 편의점 매장이 늘어난 데에는 라오스와 인접한 태국 기업의 투자가 큰 영향
- 부지개발이 비엔티안에서 활발하게 진행되고 있어 향후 대형·프랜차이즈 유통채널이 늘어날 것으로 예상

### 주요 유통업체

#### 유통업체 쇼핑물

- Talat Sao Mall

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | https://www.talatsaomall.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 점포수   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비엔티안에 위치</li> <li>• 대규모를 자랑하는 자국 하이퍼마켓</li> <li>• 개조되어 2011년부터 모던한 쇼핑물로 재개</li> <li>• 현대 쇼핑몰 보다는 재래시장에 가까운 부분도 있음</li> <li>• 전통시장, 아케이드가 모여있는 복합시설</li> <li>• 아침 시장은 오전 8시에 열고 저녁6시까지 영업</li> </ul>                                                                                                                                     |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>    </div> <p>사진 출처: Talat Sao 홈페이지 (<a href="https://www.talatsaomall.com">https://www.talatsaomall.com</a>)</p> |                                                                                     |

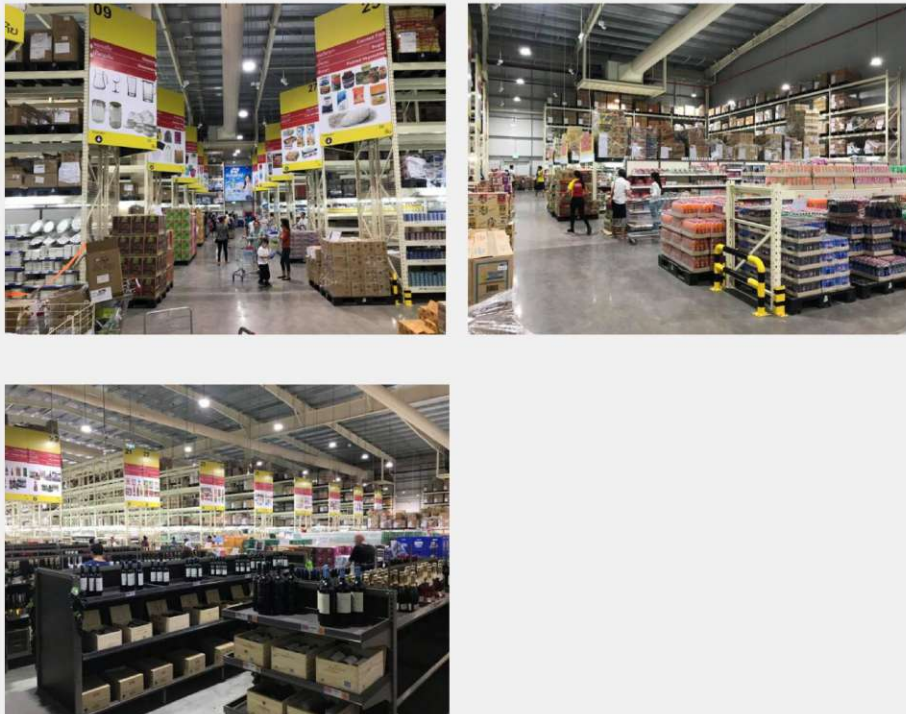
● Vientiane Center

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | https://www.facebook.com/vientianecenter (페이스북페이지)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 설립년도  | 2015                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                     |
| 점포수   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 라오스의 첫 현대적 대형 쇼핑 센터</li><li>• 국내/해외 브랜드를 판매함</li><li>• 의류, 전자기기, 화장품 등 다양한 제품을 판매하고 행사장, 영화관도 보유</li><li>• 2019년 5월 'Taste of Korea 2019' 행사를 통해 한국 음식 만들기 대회를 개최하고 한국 음식을 판매하는 부스 제공</li></ul>                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div></div> <div></div> <p>사진 출처: Vientiane Center 페이스북페이지(<a href="https://www.facebook.com/vientianecenter">https://www.facebook.com/vientianecenter</a>)</p> |                                                                                     |



## 유통업체 하이퍼마켓

## Bazaar B Cash&amp;Carry

|       |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | 페이스북페이지: <a href="https://www.facebook.com/bazaarblaos">https://www.facebook.com/bazaarblaos</a>                                                                                                                     |  |
| 점포수   | 1                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비엔티안에 위치한 유일한 하이퍼마켓으로 2018년 11월 오픈</li> <li>• 8,400m<sup>2</sup>의 규모로 홈&amp;주방용품, 음료, 스낵, 식료품 등 3만 여 가지 제품을 취급하는 고객 편의를 위한 원스톱 쇼핑 제공</li> <li>• 매일 오전 6시~자정까지 영업</li> </ul> |                                                                                     |
| 매장 사진 |                                                                                                                                   |                                                                                     |
|       | <p>사진 출처: Lao News Agency (<a href="http://kpl.gov.la/">http://kpl.gov.la/</a>)</p>                                                                                                                                  |                                                                                     |

 D-Mart

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | 페이스북페이지: <a href="https://www.facebook.com/Dmart.la">https://www.facebook.com/Dmart.la</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| 점포수   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비엔티안에 위치한 현대식 마트</li> <li>• 주로 식품, 컴퓨터, 가구를 판매</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진 출처: 페이스북 페이지(<a href="https://www.facebook.com/Dmart.la/">https://www.facebook.com/Dmart.la/</a>)</p> |                                                                                     |

### Rimping Supermarket

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | http://www.rimping.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 설립년도  | 2015년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                     |
| 점포수   | 1개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 태국 슈퍼마켓 업체 Rimping Supermarket이 2015년 말 비엔티안에 오픈한 슈퍼마켓</li> <li>• 태국 치앙마이에 본사를 두고 있음</li> <li>• 주 1회 금요일에 제품 입고</li> <li>• 수입제품, 특히 태국산 제품이 많으며 가격대는 다른 슈퍼마켓보다 비싼 편임</li> <li>• 고급스럽고 신선한 제품을 판매한다고 인식됨</li> <li>• 라오스의 주요 과일 유통업체, 고급 과일도 판매</li> </ul>                                                                                                                                   |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진 출처: Rimping 페이스북 페이지 (<a href="https://www.facebook.com/RimpingSupermarketLaos">https://www.facebook.com/RimpingSupermarketLaos</a>)</p> |                                                                                     |

K-mart

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | 페이스북 페이지 <a href="http://www.facebook.com/kmart.lao">www.facebook.com/kmart.lao</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| 설립년도  | 2007년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                     |
| 점포수   | 5개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 오전 8시~오후 9시 운영</li> <li>• 한인 무역업체 인도코(INDOKO)가 운영하는 한인 마트</li> <li>• 한국 식료품을 판매함</li> <li>• 라오스 내 K-mart 점포를 운영하고 다른 라오스 대형마트에 한국식품을 공급함</li> <li>• 다양한 이벤트를 통해 한국 제품을 홍보하고 판매</li> <li>• 한국제품 50% 라오스/태국 제품 50% 정도의 비율을 유지</li> </ul>                                                                                                                   |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진 출처: K-mart 페이스북 페이지 (<a href="http://www.facebook.com/kmart.lao">www.facebook.com/kmart.lao</a>)</p> |                                                                                     |



## 유통업체 편의점

## Mini Big C (구 M-point Mart)

|                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지                                                                                                                                                                                                           | 페이스북페이지: <a href="https://www.facebook.com/MiniBigC/">https://www.facebook.com/MiniBigC/</a><br><a href="http://www.mpointmart.com">http://www.mpointmart.com</a>                                                                                               |  |
| 설립년도                                                                                                                                                                                                           | 2006년                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
| 점포수                                                                                                                                                                                                            | 45개                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                     |
| 특징                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013년 태국기업 BJC(Berli Jucker Public Company Limited)가 라오스 현지 법인을 설립하고 운영하는 편의점 프랜차이즈</li> <li>• 오전 6시부터 자정까지 영업</li> <li>• 다양한 제품과 깨끗한 환경을 제공</li> <li>• 즉석식품을 판매해 전통시장과 차별화하며 모던하고 빠른 것을 강조</li> </ul>                 |                                                                                     |
| 매장 사진                                                                                                                                                                                                          |  <br> |                                                                                     |
| 사진 출처: Mini Big C 페이스북 페이지( <a href="https://www.facebook.com/MiniBigC/">https://www.facebook.com/MiniBigC/</a> )<br>구 M-point Mart 홈페이지 ( <a href="http://www.mpointmart.com">http://www.mpointmart.com</a> ) |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | http://www.pttlao.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 설립년도  | 1993년(모기업 설립년도)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
| 점포수   | 21개(PTT 주유소 지점 수 기준)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• PTT(LAO)가 운영하는 편의점</li> <li>• 태국 석유·가스 기업 PTT는 자사 주유소에 편의점을 입점 및 운영함</li> <li>• 2017년 PTT(LAO)와 Jiffy 마스터 프랜차이즈 계약을 체결함</li> <li>• 라오스에서 유일하게 프랑스산 제품을 수입하고 판매함</li> </ul>                                                                                                                                                       |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진 출처: Jiffy 홈페이지 (<a href="http://www.pttlao.com">http://www.pttlao.com</a>)</p> |                                                                                     |

 Sokxay Mart

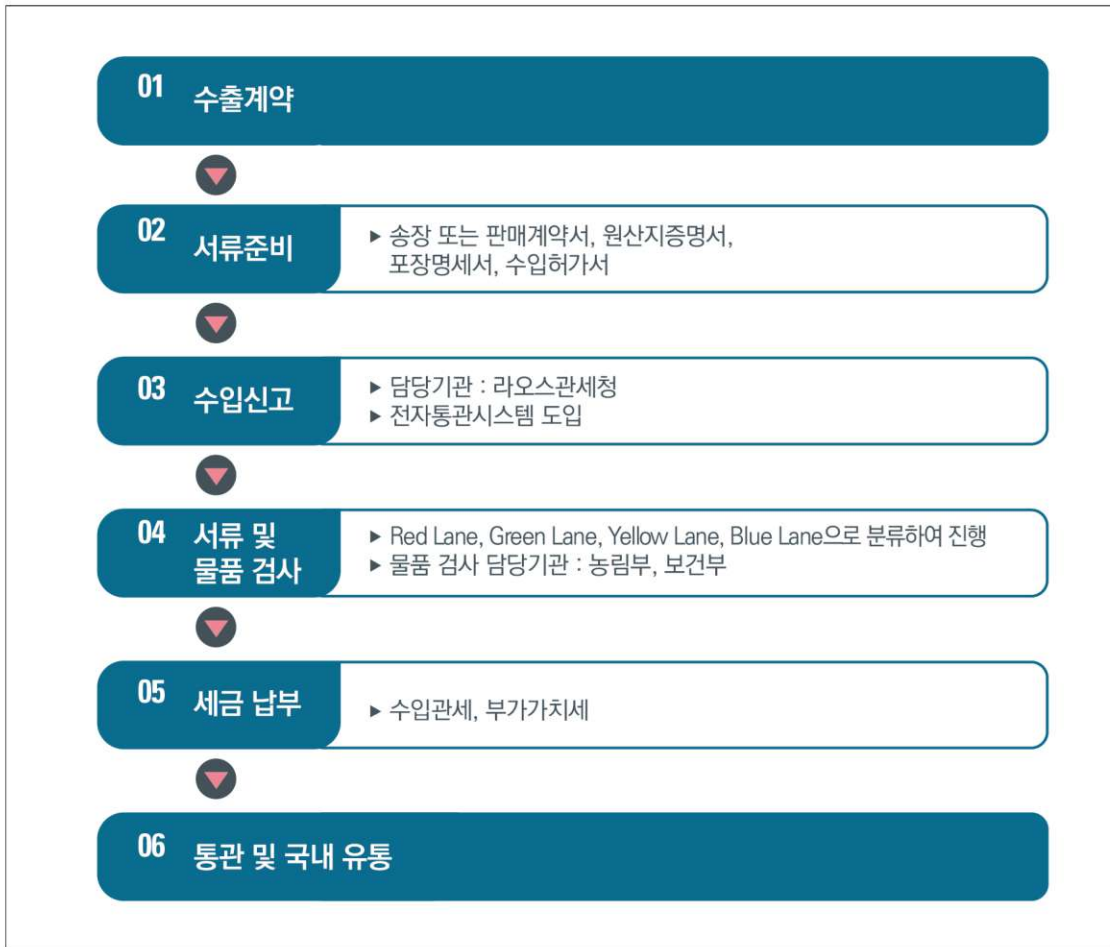
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                     |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 홈페이지  | http://sokxaymart.la                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 설립년도  | 2016년                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
| 점포수   | 13개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                     |
| 특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sokxay Chaleun Group이 2016년부터 시작한 유통사업(편의점)</li> <li>• 라오스 자본으로 설립되어 3년간 빠르게 성장</li> <li>• 주로 태국 식품을 유통</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                     |
| 매장 사진 | <div>   </div> <div>  </div> <p>사진 출처: 홈페이지 (<a href="http://sokxaymart.la">http://sokxaymart.la</a>), 페이스북페이지 (<a href="https://www.facebook.com/Sokxay-Mart-1829997413900160">https://www.facebook.com/Sokxay-Mart-1829997413900160</a>)</p> |                                                                                     |



## 04 농식품 수출 프로세스

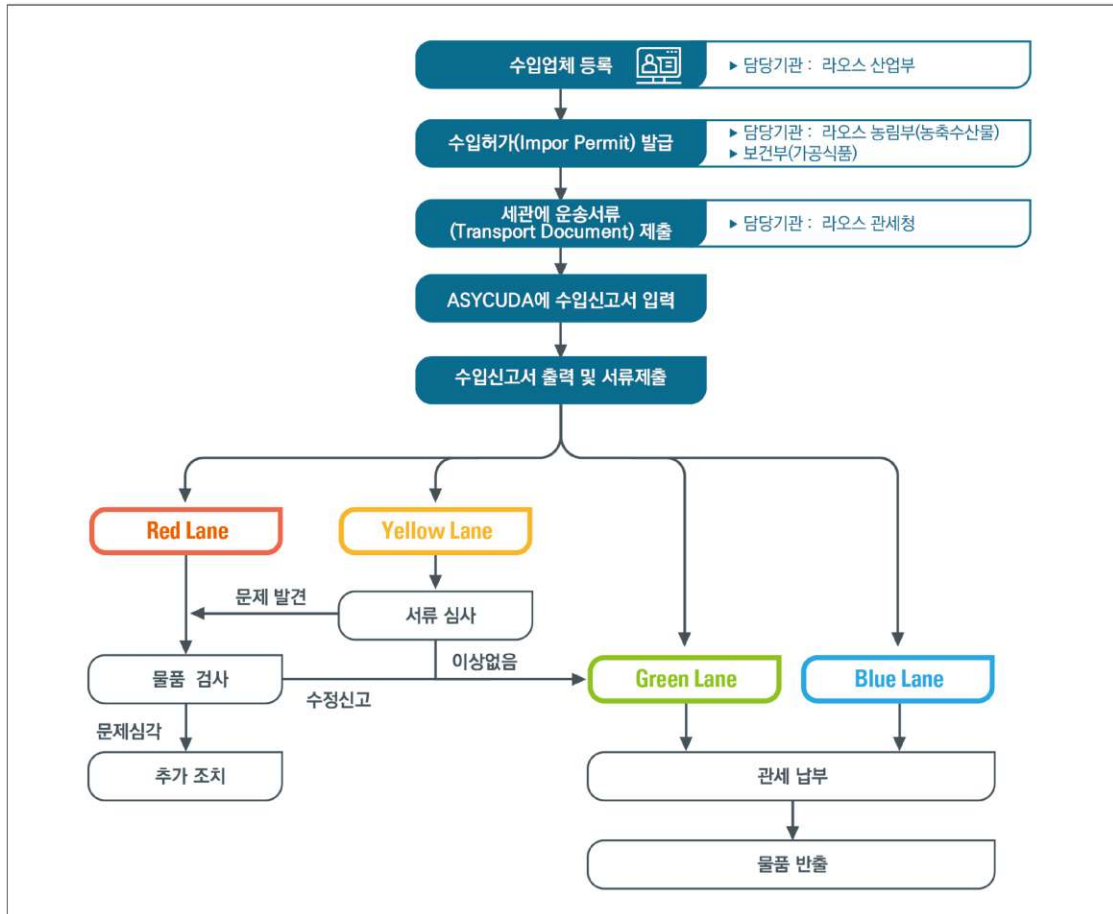
### 가 수출 프로세스

#### (1) 기본 프로세스





## (2) 통관 프로세스



\* 출처: 라오스 무역 포털

## 나 수입제도

### (1) 통관제도

- 통관되는 물품의 종류에 따라 다소 차이가 있으나, 라오스에서 소비되는 모든 일반적인 물품의 통관은 IM4 관세동맹 조건에 따름. 라오스에는 수도 비엔티안을 비롯하여 총 20개소 이상의 육로 또는 수로, 국경상의 국제출입국관리사무소, 4개의 국제공항 출입국관리사무소가 있으며, 여기에 수출입 물품의 통관을 처리하는 세관도 함께 설치되어 있음
- 라오스는 중국, 베트남, 캄보디아, 태국, 미얀마 5개국으로 둘러싸인 내륙국으로서, 태국과 국경을 이루는 메콩강을 건너 물류를 운송하는 경우도 있으나 별도의 국제무역항은 없으며, 교역이 활발한

국경지역에는 우선적으로 우정의 다리가 개설되었음. 국제공항은 북부 루앙파방, 중부의 수도 비엔티안, 남부 박세 및 사완나켓에 각각 위치하고 있으나, 항공 물류량이 많지 않으며 임의 통관이 주로 이루어짐

- 아세안 관세코드(ASEAN Harmonized Tariff System)와 전자통관시스템을 도입하고 수출 및 수입 세관 행정과 검사 개선을 통해 통관절차가 간소화 됨. 2018년 기준으로 통관절차, 육로이동 소요시간, 비용, 구비서류를 총 계산했을 때 190개 국가 중 76위로 평가됨 (2017년은 124위). 전 년도에 비해 서류통관 시간이 줄고 (216시간→60시간) 육로이동 소요시간 또한 감소함(12시간→9시간). 하지만 많은 종류의 서류와 단계별 허가절차로 인해 통관이 지연되는 경향이 있음

- 국경출입관리국사무소 20곳 중 11곳에서 전자통관시스템(ASYCUDA)을 도입\*

- 타날렝 출입국관리사무소 (Thanaleng border post)
- 남파오 출입국관리사무소(Namphao International border check point)
- 댄사완 출입국관리사무소(Dansavanh International border check point)
- 보텐 출입국관리사무소(Boten International border check point)
- 후안사이 출입국관리사무소(Houayxay International border check points)
- 제2 우정의 다리 출입국관리사무소(Second Friendship Bridge border check point)
- 방타오 출입국관리사무소(Vangtao International border check point)
- 남쏘이 출입국관리사무소(Nam Xouy International border check point)
- 남루앙 우정의다리 출입국관리사무소(Nam Leuang Friendship bridge border check point)
- 제3 우정의 다리 출입국관리사무소(Third Friendship border check points)
- 와타이 국제공항 출입국관리사무소(Wattay International border check point)

\* 전자통관시스템을 도입하지 않은 세관 사무소에서는 아세안 세관신고서 양식(ASEAN Customs Declaration Document, ACDD)으로 수입신고서를 작성. 'ACDD 및 서류 제출 → 관세 납부 → 물품 검사 → 물품 반출'순서로 진행

## ● 통관 종류

- 라오스에서 화물을 통관하는 경우, 별도의 통관 본드(Entry Bond)가 요구되지 않음. 우편통관의 경우 물품 검수 후 박스당 일괄적으로 세금을 부과하는 약식통관 절차로 대부분 진행되며, 이외 수도 비엔티안의 타나렝 세관 등 국경 통관의 경우, 통관 대행업체나 브로커를 통한 약식통관과 물품 하역 후 전수조사를 실시하는 정식통관이 혼재함

## ● 통관 절차

- 라오스 통관 절차는 다른 나라와 동일하게 수입 신고와 심사에서 시작해, 물품검사, 관세 납부를 거쳐 물품을 반입하는 것으로 수속이 종결됨. 운송서류는 수입 물품의 세관 도착 후 24시간 이내에, 세관 신고서는 운송서류 제출일 이후 15일 이내에 제출하여야 함. 세관신고서는 인가받은 아세안 세관 신고서 양식(ASEAN Customs Declaration Document, ACDD)으로만 작성, 제출해야 하며, 관세 납부는 현금 또는 수표로 가능하고, 최근에 스마트 택스(Smart Tax)라는 카드로 현금 또는 수표를 대신해 사용



- 세관에서는 화물 송장 등의 각 항목별 내용에 대한 정확성 여부를 심사함. 제출한 서류(상업송장, 포장명세서 등)에 따라 심사를 진행하며 관세 납부 신청서 작성시 물품명 누락이 발생하지 않도록 주의해야 함. 물품의 종류, 수량, 가격, 중량, 원산지 증명, 납부세액에 대한 검사를 실시함
- 현재 전자통관시스템(ASYCUDA)이 시행되고 있지만, 여전히 통관절차상 준비해야하는 각종 구비 서류와 단계별 허가절차로 인해 통관 지연 현상이 나타남. 단, 국가별 단일창구 시스템(LNSW)이 같이 적용되면서 통관절차를 더 효율적으로 운영할 수 있도록 지원. 소요시간은 필요한 구비서류의 유무에 따라 결정되지만, 소득세부는 만약 모든 서류가 제출됐을 경우, 5일 이내 통관 요청을 처리해야한다고 고지하고 있음

### 수입업체 등록 및 수입허가증 발급

- 통관에 앞서 라오스 산업부에 수입업체 등록 필요
- 농식품은 라오스로 수입하기 전에 농림부 또는 보건부로부터 수입허가증(Import Permit)을 받아야 함

### 품목별 수입허가서 발급기관

| 품목                           | 발급기관 |                                                   | 수입허가증 영문명             |
|------------------------------|------|---------------------------------------------------|-----------------------|
| 일반 농산물<br>(과일, 채소, 식물, 종자 등) | 농림부  | 식물검역국<br>(Department of Plant Quarantine)         | Import Permit         |
| 축산물                          |      | 가축수산물국<br>(Department of Livestock and Fisheries) | Technical Certificate |
| 수산물                          |      | 가축수산물국<br>(Department of Livestock and Fisheries) | Import Permit         |
| 식품                           | 보건부  | 식품국<br>(Department of Food)                       | Import Permit         |

\* 출처: 라오스 무역 포털

## 📌 통관에 필요한 운송 서류

● 수입통관 시에는 수입신고서와 함께 세관의 요청에 따라 아래 목록 등의 운송서류를 제출해야 함

- ① 수입허가증(Import License) : 산업부(Ministry of Industry and Commerce)에서 발행
- ② 선적 전 검사보고서(Pre-Shipment Inspection Clean Report of Findings)
- ③ 기술표준/검역증명서(Technical Standards/Health Certificates)
- ④ 세관신고서(Customs Import Declaration)
- ⑤ 세관 통과 서류(Customs Transit Document)
- ⑥ 선하증권(Bill of Lading)
- ⑦ 화물인도지시서(Cargo Release Order)
- ⑧ 상업송장(Commercial Invoice)
- ⑨ 포장명세서(Packing List)
- ⑩ 원산지증명서(Certificate of Origin)

\* 서류 양식은 라오스 무역 포털 홈페이지(<https://laotradeportal.gov.la>) → [Database] → [Search Forms]에서 영문으로 검색 및 조회 가능

## 📌 서류 및 물품 검사

● 수입신고서가 접수되면 물품은 위험도에 따라 Green Lane, Blue Lane, Yellow Lane, Red Lane 등 4가지로 분류되어 세관 심사 진행

### Lane별 검사 진행 방식

| 분류          | 검사 방식                                                                                                                                                    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Green Lane  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 물품검사 없이 통관</li> </ul>                                                                                           |
| Blue Lane   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 물품검사가 진행될 수 있음. 검사 다음에 진행되는 절차에서 세관의 통제를 받을 수 있음</li> <li>• 불일치하는 내용이 발견되면 신고서를 수정한 다음 통관 절차를 진행해야 함</li> </ul> |
| Yellow Lane | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류심사 진행</li> <li>• 불일치하는 내용 없으면 통관</li> <li>• 불일치하는 내용이 발견되면 물품검사를 진행</li> </ul>                                |
| Red Lane    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 물품검사 진행</li> <li>• 불일치하는 내용 없으면 통관</li> <li>• 불일치하는 내용이 발견되면 신고서를 수정한 다음 통관 절차를 진행해야 함</li> </ul>               |

\* 출처: 라오스 무역 포털

## (2) 관세제도

● 세관 심사를 마치면 수입업체는 라오스 관세청에 수입관세와 부가가치세를 납부. 부가가치세율은 10%임

● 라오스의 관세품목 분류체계는 ASEAN 품목 분류체계와 세계 세관 기구(World Custom Organization) 표준인 HS Code 체계(Harmonized Nomenclature and Coding System)를 따르고 있음



- 통관 시 라오스에 적용되는 관세는 협정에 따라 7가지로 일반 관세, WTO 가입에 따른 MFN(Most Favored Nation), 아세안(ASEAN) 회원국 간 적용하는 ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA) 관세율 그리고 한-아세안 자유무역협정(AKFTA: Asean Korea Free Trade Agreement), 중-아세안 자유무역협정(ACFTA: Asean China Free Trade Agreement), 아세안-인도 자유무역협정(Asean India Free Trade Agreement), 아세안-호주/뉴질랜드 자유무역협정(AANZFTA: Asean-Australia & New Zealand Free Trade Agreement) 등에 따른 관세들로 구분됨
- 품목에 대한 관세율은 한국과 라오스의 기관 웹사이트에서 쉽게 찾아볼 수 있으며 라오스 재무부 관세국에서 도서 형태(Customs Tariff of Lao PDR/Revised Version 2016/AHTN 2012)로도 구매 가능함

### 라오스 관세율 온라인 확인 방법

| 웹사이트                                                                                            | 확인방법                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 대한민국 관세청 FTA 포털<br><a href="http://fta.customs.go.kr">http://fta.customs.go.kr</a>              | 한국어 선택→상단 메뉴 중 'FTA 자료실' 선택 → 협정별 세율 정보 클릭 → 수출세율 조회 → 라오스 클릭 → HS code 또는 품목 입력 → 협정세율 확인                                  |
| 라오스 산업부 무역포털<br><a href="http://www.laotradeportal.gov.la">http://www.laotradeportal.gov.la</a> | 영문 (English)선택<br>→ 상단 'Database' 롤드랍 메뉴의 'Commodity Search' 클릭<br>→ HS Code 또는 상품 설명 입력 → 세부 목록 검색 후 클릭<br>→ 관세 및 통관 정보 확인 |

- 한-아세안 FTA 관세를 적용받기 위한 한국의 원산지 증명은 세관 또는 대한상공회의소에서 발급하며, 라오스에서 한국으로 수출하는 경우는 라오스 상공회의소(LNCCI)에서 원산지증명서를 발급받을 수 있음
- 투자촉진법에 따라 사업에 필요한 현물투자는 사업체를 설립하는 기간 동안 1회에 한하여 면세 받을 수 있음. 이 외 투자사업에 소요되는 원자재, 부품 등에 대한 면세를 받고자 한다면 소요되는 물품의 연간 수입계획서를 작성하여 승인받아야 함. 장비 또는 교체 부품 등 예상치 못한 긴급 조달이 필요할 경우 30,000달러 이하는 연1회 면세통관을 신청할 수 있음

### (3) 물류 여건 및 운송비

- 한국(인천/부산)을 출발하여 라오스(비엔티안, 박산, 사완나켓, 박세 등)로 도착 가능한 경로는 태국 램차방을 경유하거나 베트남의 하이퐁 또는 다낭(현재까지는 거의 이용실적이 없으나 향후 개발 가능성 있음)을 경유하는 것이나, 현재 대부분의 물류는 태국 램차방 경로로 운송되며 서비스 업체도 가장 많아 편리하고 운임도 저렴함

## 태국 램차방 경유 한국-라오스 간 운송비송

(단위: 달러(USD))

| 구분                       | 20 피트 | 40 피트 |
|--------------------------|-------|-------|
| 해상운임 (부산→방콕)             | 500   | 750   |
| 태국 항만(램차방) 비용 (Port Fee) | 220   | 280   |
| 경유통관비(램차방→비엔티안)          | 235   | 255   |
| 내륙운송비(방콕→비엔티안)           | 1,200 | 1,200 |
| 라오스 국경통과비(교량통행료 등)       | 80    | 80    |
| 보세창고 신고비용                | 80    | 80    |
| 보세창고 이용비용(10Days)        | 40    | 40    |
| 하역비용                     | 100   | 100   |
| B/L Fee                  | 30    | 35    |
| Seal Fee                 | 5     | 5     |

\* 출처: CJ Korea Express

### 한국-라오스간 해상운송 절차, 소요기간 및 운임



## (4) 관련규정 및 유관기관

### ● 관련부처

- 식품 주무부처는 보건부로 식품법(The Law on Food No. 33/NA (Amended))에서 식품 및 식품업에 관한 기본 사항 규정
  - 라오스에서 생산, 수입, 수출, 유통되는 식품은 라오스 보건부의 식품안전규정을 준수해야 함. 라오스 법률에 규정되지 않은 사항은 국제 기준, 규칙, 가이드라인을 적용
- 수출입 전반은 관세법(Customs Law(2011))에 따라 재무부 산하 관세청에서 관할

## 식품 수출입 관련부처

| 관련 부처                                                                        | 담당 업무                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 보건부 식품의약국<br>(Department of Food and Drugs, Ministry of Health)              | <ul style="list-style-type: none"> <li>식품 및 식품업 전반 관리감독</li> <li>가공식품 등록 및 수출입</li> </ul> |
| 관세청(Department of Customs, Ministry of Finance)                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 절차</li> </ul>                                  |
| 산업부 수출입국<br>(Department of Import/Export, Ministry of Industry and Commerce) | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 허가</li> </ul>                                  |
| 농림부(Ministry of Agriculture and Forestry)                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>농/축/수산물 수출입 허가</li> </ul>                          |

\* 출처: 라오스 무역 포털

## 수입식품 등록

- 식품등록에 관한 규정은 Provision on Food Registration No. 1600/MoH에 명시되어 있음. 라오스에서 생산되거나 라오스 내 제조 및 판매 목적으로 수입되는 가공 및 반가공 식품은 라오스 보건부 식품의약국에 식품등록을 해야 함
  - 수입식품의 경우, 라오스산 식품보다 시간이 2배 걸리며 비용은 4배 비쌈

## 수입식품 등록 개요

|      |                                                                                                                                                                                                           |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제출서류 | ① 식품등록 신청서<br>② *Provision on Food Registration No. 1600/MoH에 첨부된 서식 Food/2 이용<br>③ 수출국 당국이 인증한 시험기관에서 발급한 식품안전 증명서<br>④ 수출국 당국이 인증한 시험기관에서 발급한 분석증명서<br>⑤ 생산국 또는 수출국에서 발급한 자유판매증명서<br>⑥ 제품 샘플<br>⑦ 제품 라벨 |
| 비용   | <ul style="list-style-type: none"> <li>최초 등록: 시험 기관 비용 + 20,000 킵</li> <li>등록 갱신: 10,000 킵</li> </ul>                                                                                                     |
| 소요기간 | 식품의약국의 서류 접수일로부터 120일 이내                                                                                                                                                                                  |
| 유효기간 | 2년 * 유효 만료일로부터 90일 이전에 갱신 신청 가능                                                                                                                                                                           |

\* 출처: Provision on Food Registration No. 1600/MoH

## 농식품 정책동향

- 라오스 정부의 농식품 정책은 농업 생산성 향상을 통한 국민 영양 상태 개선, 빈곤 해소, 식량 안보에 초점을 둠
- 빈곤 해소 및 식량 안보: '2004 국가 성장 및 빈곤 해소 전략(National Growth and Poverty Eradication Strategy of 2004, NGPES)'은 빈곤 감소, 사회경제 개발 및 식량 안보라는 국가적 목표를 달성하기 위해 고안
  - '8차 국가사회경제개발계획(National Socio-Economic Development Plan 2016-2020, NSEDP)'의 정책 목표는 가계의 계절적 쌀 부족 현상 해소, 어린이 영양실조 감소임

- 국가영양정책(National Nutrition Policy): 보건부는 농림부, 교육부 등 유관부처·기관과 함께 국가 영양정책을 개발 중
  - 취약계층의 영양실조를 크게 감소시키는 데 목적을 두고 있으며, NGPES의 이행에 따라 NSEDP에서 영양 관련 계획을 주요 정책으로 만들고자 함
- 식품 위생 및 안전 시스템을 개발하려는 노력도 계속됨. 라오스 정부는 프랑스 비영리단체 Fondation Merieux의 지원을 받아 2017년에 국립식품안전연구소(National Food Safety Laboratory)를 설립
  - 신설된 국립식품안전연구소는 식품 품질 통제 시스템을 개발하여 식중독 등 식품매개질병 확산을 방지하는 것을 목표로 함

## (5) 라벨링

- 라오스 정부는 2015년 12월 공표하고 2016년 1월부터 발효된 라오스어 라벨링 규정 No.2501 (Ordinance No. 2501/MolC.DTD)을 시행. 라오스 내 생산, 제조, 유통, 수입되는 모든 제품은 라오스어로 작성한 라벨을 부착해야 함
  - 소비자 보호법 제 18조는 수입제품의 라오스어 라벨은 제품 유형, 라오스 내 에이전트의 이름, 주소, 연락처 등을 명시하도록 되어있음. 해당 규제에 어긋나는 제품은 유통 불가
  - 뚜렷한 색상의 라오스어 라벨을 쉽게 볼 수 있는 위치에 부착해야 함. 보조라벨은 원본 라벨의 정보와 같도록 함
- 라벨링 기본 언어는 라오스어이지만 라오스어-영어, 라오스어-해당언어로 표기 가능. 보조라벨이 있는 경우에는 원본 라벨 정보와 일치해야 함
- 재수출 위한 수입 제품, 전시목적의 일시적 수입 제품, 선물/기념품, 소비자에 직접 판매되는 신선 식품/조리식품은 라벨링 규제 제외 대상
- 라오스 정부는 소비자를 보호하기 위해 주기적으로 라벨링 규제가 지켜지고 있는지 점검하여 위반 시 벌금 등의 수단으로 규제할 것이라고 공표함
  - 앞으로도 라벨링에 대한 규제는 더 엄격해질 전망

## 필수 표기 사항

- ① 제품 유형 또는 범주
- ② 제조업체/수입업체가 등록한 상표
- ③ 제조업체, 수입업체 이름과 주소
- ④ 원산지
- ⑤ 가격, 수량, 무게, 품질, 질량, 성분, 사용방법, 주의사항, 제조일자 및 유통기한

\* 출처: Ordinance No. 2501/MolC.DTD



## 다 주요 품목별 수출 프로세스

### (1) 신선과일

#### 🍌 시장 동향

- 라오스는 인구의 약 70%가 농업에 종사하지만 과일은 기술과 자금의 부족으로 인근국에서의 수입에 의존하고 있음
  - 라오스는 동남아 여느 국가와 마찬가지로 파인애플, 파파야, 망고 등 열대과일을 생산하지만 기술과 자금 부족으로 생산량이 시장의 수요를 맞추지 못해 태국, 베트남 등의 국가로부터 과일을 수입하고 있음
  - 라오스 정부는 농업 진흥을 위해 여러가지 정책을 실시하고 있으며 쌀, 옥수수, 커피 등의 작물 재배에 자원을 투입하고 있어 과일 산업의 발달은 미비한 상황임
- 경제발전에 따른 소득 증가, 높은 젊은 인구 비율, 도시화, 건강에 대한 관심 등의 영향으로 과일을 찾는 국내 소비자 수요는 계속 증가하고 있음
- 한류의 영향으로 K-Food에 대한 관심과 인식이 증가하고 있음
  - TV, SNS, 동영상 포털 등을 통해 한국을 소개하는 콘텐츠에 노출되고 한국을 찾는 라오스 관광객의 수가 늘어나면서 한국산 과일인 딸기, 감귤, 배 등에 대한 소비자들의 인식과 인기가 높아지고 있음
  - 한국산 신선과일에 대한 현지 소비자들의 반응은 긍정적인 편이나 비교적 고가에 판매돼 프리미엄 과일로 인식되고 있음

#### 🍌 수입 동향 및 관세율

- 라오스는 바다가 없이 5개의 국가로 둘러싸인 내륙국으로 대부분의 신선과일을 임의 통관해 유통하므로 관세당국의 통계로 시장상황을 정확히 파악하는 데는 한계가 존재함
- 라오스에서 판매되는 상당수의 신선과일은 태국, 베트남, 중국 등 국경을 접한 국가에서 수입됨
  - 라오스 과일 시장에서 유통되는 용안과 람부탄은 주로 베트남에서 수입되며 두리안, 사과, 오렌지, 배, 파파야, 망고 등은 주로 태국에서 수입됨
  - 라오스는 냉동창고, 컨테이너 등 식품 보관 시스템이 발달되지 않아 소량 주문을 선호하며 지리적으로 가깝고 비슷한 언어를 사용하는 태국과 재고 부담이 없는 수시거래에 익숙함
  - 라오스 및 인근 국가에서 생산되지 않는 사과, 포도, 키위, 딸기 등의 과일은 생산지에서 태국으로 수입된 제품이 다시 라오스로 수입, 유통되고 있음

#### 🍌 경쟁 동향 및 주요 판매 제품

- 라오스의 신선과일 중 라오스나 인근지에서 생산되지 않는 품종은 주로 태국에서 재수입돼 판매되고 있음

- 주요 수입 품종은 사과, 배, 딸기, 포도 등이며 사과는 미국·뉴질랜드·호주·중국·태국, 배는 한국·태국·중국, 딸기는 한국·일본·태국, 포도는 미국·호주·뉴질랜드 등에서 생산된 제품이 유통되고 있음
- 내륙국의 지리적 제약, 과일의 짧은 유통기간, 미비한 식품 운송 보관 시스템으로 인해 소비자들의 선택권은 제약되며 소수의 수입 유통기업이 선택하는 제품이 시장에 판매되는 구조임
- 한국산 과일인 딸기, 배 등은 고급 슈퍼마켓 또는 한국 마트에서 판매되고 있음
  - 고급 슈퍼마켓은 주로 태국에서 일부 물량을 들여와 라오스에서 판매하는 형태이며 계절별로 딸기, 배, 사과 등 한국 특산품을 한국 시중가의 2~3배 가격으로 판매하고 있음
  - 라오스 내 한국 마트에서는 소량을 비행기 배송을 통해서 판매하고 있으나 종류가 다양하지 않으며 판매주기도 일정하지 않은 일회적인 판매가 대부분임

## 관세율

### 관세율 (2019년 기준)

(단위: 천 달러(USD))

| HS Code | 제품 설명                                      | 일반 | MFN | 한-아세안<br>(AKFTA) | 중-아세안<br>(ACFTA) | 아세안<br>(ATIGA) |
|---------|--------------------------------------------|----|-----|------------------|------------------|----------------|
| 0803    | 바나나-플랜틴(plantain) 포함<br>(신선하거나 건조한 것으로 한정) | 40 | 40  | 0                | 0                | 0              |
| 0804    | 대추야자·무화과·아보카도<br>(신선하거나 건조한 것으로 한정)        | 30 | 30  | 0                | 0                | 0              |
|         | 파인애플·구아바·망고·망고스틴<br>(신선하거나 건조한 것으로 한정)     | 40 | 40  | 40               | 40               | 5              |
| 0805    | 오렌지·만다린·클레멘타인·월킹·이와 유사한 감<br>귤류 잡종·레몬·라임   | 40 | 0   | 40               | 40               | 5              |
|         | 그레이프프루트(포멜로우 포함)                           | 40 | 0   | 0                | 0                | 5              |
| 0806    | 포도(신선하거나 건조한 것으로 한정)                       | 30 | 10  | 0                | 0                | 0              |
| 0807    | 수박·포포(papaw)[파파야(papaya)]<br>(신선한 것으로 한정)  | 40 | 5   | 40               | 40               | 5              |
|         | 기타 멜론                                      | 40 | 5   | 25               | 0                | 5              |
| 0808    | 사과·배·마르멜로(신선한 것으로 한정)                      | 30 | 10  | 0                | 30               | 0              |
| 0809    | 살구·체리·복숭아[넥터린 포함]·자두·솔로<br>(신선한 것으로 한정)    | 30 | 10  | 0                | 0                | 0              |
| 0810    | 그 밖의 과실(신선한 것으로 한정)                        | 30 | 10  | 30               | 0                | 0              |

\* 출처: Customs Tariff of Lao PDR, Ministry of Finance, 2016

## 유통구조

- 라오스는 690만의 적은 인구와 내륙국으로 물류가 어려운 특성상 유통단계가 단순하고, 특히 식품 유통체계가 미비함
  - 수입업자가 수입, 도소매, 유통까지 모두 담당하는 경우가 많아 수입업체가 가격 결정권을 보유하고 있음

- 냉동 컨테이너, 냉동창고 등 식품 수입유통 체계가 미진해 유통기간이 짧고 소비량이 적어 소비자들의 선택권도 제한이 되고 있음
- 고급 과일은 외국계 슈퍼마켓에서 주로 판매되고 있으며, 인근지 등에서 생산되는 과일은 소매상이 도매시장에서 직접 물건을 떼와 소비자들에게 직접 판매하고 있음
  - 대표적인 과일 유통시장은 수도 비엔티안 왓타이 공항 근처에 위치한 'Sikhai' 지역에 소재하고 있음
  - 소수의 과일 도매 수입상들이 태국, 베트남 과일 판매 기업에 주문한 과일을 소매상들이 구매해 소비자에게 판매하는 구조임
  - 뉴질랜드·미국산 사과와 위 시장에서 찾아볼 수 있으나 취급이 어려운 딸기, 감귤, 배 등의 고급 과일은 위 시장에서 유통되지 않고 외국계 마트를 통해서 별도로 유통되고 있음
- 과일, 소비재, 식품류는 태국, 중국, 베트남 등 국경을 맞댄 주변국에서 주로 수입되며 수입 관세 및 부가세 등을 적게 내기 위한 편법화 통관이 일반화돼 있음
  - 라오스와 타 국가 간의 육로 국경에는 도소매상 뿐만 아니라 일반 시민들도 함께 입국심사를 받아 정식 통관 절차를 거치지 않고 단순한 입국심사 과정만을 거쳐 수입 관세를 내지 않는 경우가 많다고 함

### 라오스 내 주요 과일 유통 업체

| No. | 업체명                      | 연락처                                                                                                                                                                         | 설명                                                                           |
|-----|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Rimping Supermart        | Address: View Mall, Community Lifestyle Mall Unit 35, 13 South Road, Phakhao Village, Xaythany District, Vientiane Lao PDR<br>Tel: +856 30 5739 628<br>Web: www.rimping.com | 태국 대형 마트                                                                     |
| 2   | Guang Dong food Supplies | Address: Sikhai Village, Sikotthabong Districtm, Vientiane Capital, Lao PdDR<br>Tel: +856 21 214 734                                                                        | 'Sikhai' 지역에 위치한 물류 창고<br>중국, 뉴질랜드, 미국, 태국산 각종 청과류, 야채, 버섯, 과일을 수입 및 유통 후 판매 |

\* 출처: ITC Trade Map, 라오스 재무부

## (2) 건강보조식품

### ● 시장동향

- 경제발전예 따른 구매력 있는 소비자 집단의 성장에 따라 최근 건강, 다이어트, 뷰티 중심 상품들이 등장하고 있는 등 향후 라오스 건강보조식품 시장은 더욱 성장할 것으로 기대됨
- 라오스는 일반적으로 명절, 연휴, 기념일 등에 축하와 감사의 의미로 선물세트를 주고 받으며, 선물 세트의 가격은 30~100달러 대까지 다양하며 양주, 과자, 생필품 등을 담은 바구니 형태가 보편적임
- 소비자의 기호에 따라 다양한 종류의 건강보조식품이 시중에 판매 중임

- (브랜드) 라오스 건강보조식품 시장에서 판매되는 제품은 대부분 수입품이며 태국 브랜드인 Ex-Teme BLC, Purlina IV, Morseng, SHANIA, Kaolaor, Vistra Gluta, Brands, Scotch 등이 주로 판매되고 있으며 일부 호주 브랜드인 Black Mores도 판매 중임
- (성분) collagen peptide, Polisocanol Plus, Dietary Supplement, magnesium, cinnamon, evening primrose oil, fish oil, lecithin, B complex, Calplex, Dietary Supplement, Soy Peptide, Nature life Chlorophyll 등 다양한 재료를 사용한 건강보조식품이 판매되고 있음
- (유형) 라오스 건강보조식품 시장에는 캡슐, 젤리, 액체 등 다양한 형태의 건강보조식품이 판매되고 있음
- (기능) 두뇌, 미백, 주름개선, 몸매 관리, 건강, 질병 예방, 노화 방지 등 다양한 기능성 건강보조식품이 판매되고 있음

## 수입동향

- 가장 많이 팔리고 쉽게 찾아볼 수 있는 제품은 태국 건강보조식품임
- 라오스 시장에서 한국 건강보조식품은 아직 인지도가 떨어짐
  - 태국 제품에 비해 마케팅이 부족할 뿐만 아니라 언어적 차이로 인해 라오스 소비자들이 제품의 성능 및 성분을 제대로 파악하지 못하는 경우가 많음

## 라오스 건강보조식품 수입 실적

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 국가    | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 연평균증가율 |
|----|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    | 전세계   | 13,470 | 22,731 | 27,704 | 30,979 | 30,759 | 22.9%  |
| 1  | 태국    | 11,546 | 13,215 | 18,980 | 23,415 | 26,893 | 23.5%  |
| 2  | 호주    | 7      | 28     | 132    | 636    | 1,068  | 251.5% |
| 3  | 말레이시아 | 126    | 130    | 84     | 390    | 682    | 52.5%  |
| 4  | 프랑스   | 164    | 631    | 580    | 835    | 609    | 38.8%  |
| 5  | 스위스   | 0      | 1      | 0      | 53     | 373    | -      |
| 6  | 한국    | 186    | 180    | 75     | 195    | 314    | 14.0%  |
| 7  | 미국    | 269    | 89     | 10     | 167    | 188    | -8.6%  |
| 8  | 일본    | 0      | 2      | 6      | 137    | 161    | -      |
| 9  | 싱가포르  | 117    | 440    | 635    | 57     | 146    | 5.7%   |
| 10 | 홍콩    | 0      | 0      | 0      | 0      | 139    | -      |

\* 출처: ITC Trade Map

※ HS code: 210690 ※ 미러(Mirror) 데이터 (상대국 보고 데이터) 기준



## 유통업체

### 라오스의 주요 건강 보조식품 유통업체

|   | 유통 업체                                     | 설명                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 홈페이지 주소                                                         |
|---|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 1 | Saysaath Pharma Co., Ltd                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 의약품, 의료장비, 약용 화장품, 피부과용 제품, 건강보조식품 등을 수입 및 유통</li> <li>• 대부분의 제품을 태국에서 수입함</li> <li>• 라오스 약국, 클리닉, 병원, 화장품 가게에 유통</li> <li>• Bewell 은 saysaath Pharma의 자회사로 뷰티 제품 중 쇼핑몰에서 판매되는 의약품과 건강보조식품을 중심으로 판매</li> <li>• Saysaath Pharma Co.,Ltd는 Blacmores, Lady Works, Morigo coffee(collagen coffee)의 유통업체</li> </ul>                                     | <a href="https://www.saysaath.com">https://www.saysaath.com</a> |
| 2 | NNC Pharma Co.,Ltd                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 의약품, 의료장비, 건강보조제품, 기능성 약물, 전통 약제, 소비재, 차를 수입 및 유통               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남, 미국, 한국, 인도에서 제품을 수입함</li> <li>- 베트남 회사와 함께 전통 음료를 파는 OEM 사업을 진행 중.</li> </ul> </li> <li>• Vientiane Capital, Pakse, Savannakhet 지역에서 3개의 지점을 두고 있음</li> <li>• Kogigin.D Korean ginseng capsule 과 Hefix vitamin 의 독점 유통업체임</li> </ul> | <a href="http://nncpharma.com">http://nncpharma.com</a>         |
| 3 | Khouanchay Trading Import.Export Co., Ltd | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식,음료,유아용품,닭고기 향미료와 제비집 첨가 건강보조식품 등의 소비재를 수입 및 유통함</li> <li>• 2001년에 설립되어 Vientiane Capital, Luangprabang, Oudomxay, Savannakhet, Pakse 지역에 총 5개의 지점을 두고 있음</li> </ul>                                                                                                                                                                             |                                                                 |
| 4 | Dork Boua Kham Cosmetic                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 뷰티 제품, 화장품, 스킨 케어 제품, 다이어트 및 피부용 건강 보조식품, 미용실 장비, 시스템 솔루션을 수입 및 유통</li> <li>• LAXATIVE Detox, Ex-teme BLC, Slyn Both Green, Clara 등 다양한 건강보조식품을 저렴한 가격에 판매하는 라오스 최대 화장품 가게</li> </ul>                                                                                                                                                              |                                                                 |

## 수입 절차 및 제도

### 건강 보조식품의 수입 절차는 아래와 같음

- 라오스로 제품을 수출하고자 하는 외국 회사는 라오스에 거래회사 또는 산업부로부터 정식으로 허가를 받은 영업대표가 있어야 함
- 라오스 내 수입업자는 수출업체의 활동과 제품에 대한 자세한 정보가 기재된 신청서를 라오스 보건부 산하 식약청(The Food and Drug Department, Ministry of Health)에 제출해야 함
- 건강 보조식품의 경우, 약물 또는 건강 보조식품 중 어떤 제품으로 등록될지 식약청의 검토를 받아야 함
  - 〈주의〉 식약청 검토 결과 약물로 간주된다면 의약품 취급관리 허가를 받은 회사만이 제품을 수입할 수 있음

- 건강 보조식품의 경우, 수입 계획서를 제출하고 라오스 보건부 산하 식약청(The Food and Drug Department, Ministry of Health)으로부터 등록증명서를 발급받는 절차가 중요함

- 수입업자는 보건부 사무실에 등록 서류, 수입 계획서 이외에도 등록 양식에 명시된 기타 구비 자료를 제출해야 함. 제품에 따라 필요로 하는 서류가 다를 수 있으니 제출 전 보건부 산하 부서를 통해 확인해 볼 것을 권장함
- 등록증명서를 발급받은 후, 수입업자는 일반 수입 절차를 통해 거래가 가능함

### 라오스 건강보조식품 관세율

(단위: %)

| HS CODE    | 제품 설명                               | 일반  | 한-아세안<br>(AKFTA) | 아세안<br>(ATIGA) | 중-아세안<br>(ACFTA) |
|------------|-------------------------------------|-----|------------------|----------------|------------------|
| 2106       | 따로 분류되지 않은 조제 식료품                   |     |                  |                |                  |
| 2106.10    | 단백질 농축물과 텍스처화한(textured)<br>단백질계 물질 | 10% | 0%               | 0%             | 0%               |
| 2106.90    | 기타                                  | 10% | 0%               | 0%             | 0%               |
| 2106.90.70 | 보조 식품 (Food supplements)            | 10% | 0%               | 0%             | 0%               |

\* 출처: Customs Tariff of Lao, PDR, Ministry of Finance, 2016

### 관련문의처

라오스 산업통상부 수출입부  
(Department of Import and Export, Ministry of  
Industry and Commerce)

주소: Phonexay Road, Ban Phonexay, Saysettha  
Dist. Vientiane Cap.  
전화번호/팩스: 856-21-454-224  
E-mail: enquiries@laotradeportal.gov.la  
홈페이지: www.laotradeportal.gov.la

\* 출처: ITC Trade Map, 라오스 산업통상부

## (3) 유아용 식품

### 📊 시장동향

- 높은 출산율과 0~14세 미만 영유아 인구 비중이 전체 인구의 약 33%를 차지하고 있으며, 의료시설 및 기술의 개선으로 영유아 생존율도 개선되고 있어 영유아 시장성장 전망은 밝은 편임
- 경제성장에 따른 구매력 향상, 여성의 사회진출 증가 또한 시장성장에 긍정적인 요소임

### 📊 수입동향 및 관세율

- 라오스는 대부분의 유아용 식품을 태국, 중국, 베트남, 미국, 유럽 등 외국에서 수입하고 있음
  - 1위 수입 국가는 태국으로, 전체 시장의 99% 가량을 태국이 차지하고 나머지 1%를 중국, 한국 등이 차지하고 있음
  - 유아용 식품의 특성상 소비자들의 선택이 까다롭고, 보수적이며, 절대적인 구매력 또한 높지 않은 라오스 소비자들의 특성을 고려하였을 때, 태국산 제품은 라오스에서 시장 지배자적 지위를 보유하고 있는 것을 알 수 있음

- 수출국 통계(Mirror Data) 기준, 최근 3년간 분유는 꾸준한 증가 추세를 보이고 있음. 한-아세안 FTA에 따라, 분유는 모두 0% 관세가 적용됨(주: 2019년 기준, 자료: Customs Tariff of Lao PDR, Ministry of Finance, 2016)

### 라오스 조제 식료품-분유 수입 실적

(단위: 천 달러(USD))

| 순위 | 국가  | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 연평균<br>증가율 |
|----|-----|--------|--------|--------|--------|--------|------------|
|    | 전세계 | 12,539 | 13,118 | 12,295 | 14,575 | 16,024 | 6.3%       |
| 1  | 태국  | 12,539 | 13,118 | 12,292 | 14,064 | 15,744 | 5.9%       |
| 2  | 일본  | 0      | 0      | 0      | 67     | 187    | -          |
| 3  | 한국  | 0      | 0      | 0      | 0      | 60     | -          |
| 4  | 프랑스 | 0      | 0      | 2      | 16     | 33     | -          |
| 5  | 캐나다 | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | -          |
| 6  | 베트남 | 0      | 0      | 1      | 426    | -      | -          |

\* 출처: ITC Trade Map

※ HS code: 190110 ※ 미러(Mirror) 데이터 (상대국 보고 데이터) 기준

### 경쟁동향

- 라오스 국경에서 태국 북동부 도시인 농카이나 우돈타니까지 각각 10분, 40분밖에 소요되지 않아, 라오스 중상류층은 제품 선택의 폭이 넓은 Tesco Lotus(농카이 소재)나 Central Plaza(우돈타니) 같은 쇼핑몰에서 구매하는 것을 선호함
  - 아기분유는 Nestle and Hi-Q 등의 브랜드가 유명함
- 태국계 라오스 유아용품 수입기업 Khouanchay Trading사는 라오스 내 최대 유아용품 수입업체 중 하나로, 2018년 유아용품의 매출이 약 3,500만 달러 (그 중 분유 1,800만 달러)에 달했다고 하며, 2019년에는 전년 대비 매출 2배를 목표로 하고 있다고 밝힘

### 조제 식료품 유통업체

| No. | 유통업체                                |
|-----|-------------------------------------|
| 1   | Khouanchay Trading Co., Ltd         |
| 2   | Sokxay Trading Co., Ltd             |
| 3   | Boss and Boss Group Co., Ltd        |
| 4   | Viengchan SV Import-Export co., Ltd |
| 5   | KP Company Limited                  |

\* 출처: ITC Trade Map, CIA World Facebook

#### (4) 음료 및 맥주

##### ● 시장동향

- 라오스 음료(HS Code 2202.90)의 시장규모는 2억불로 추산되며, 이 중 수입은 전체 소비의 87.8%인 175백만불을 차지함. 주로 태국으로부터 수입하고 있으며, 편의점 등 현대식 유통망의 성장과 중산층 증가로 과일주스, 탄산음료 등의 시장은 향후 5년간 지속적으로 성장할 것으로 전망됨
- 라오스에서 생산되는 음료의 대부분은 칼스버그가 투자한 라오스 최대 민간기업인 Lao Brewery가 자사의 코카콜라 공장에서 생산되며, 이외 소수의 현지업체도 일부 생산하고 있으나 대부분 영세한 규모임
  - World Bank 따르면 2016년 기준 라오스 국민 1인당 알콜 소비량은 연간 10.2 리터로, 주로 소비되는 주종은 맥주임. 맥주는 Lao Brewery Company의 Beer Lao 브랜드가 유명함
  - Beer Lao가 시장을 전반적으로 지배하고 있으나, 외국계 수입맥주도 점차 시장점유율을 확대하고 있음. 태국계 Chang, Singha 및 글로벌 브랜드인 칼스버그, 하이네켄 등도 시장점유율을 확대하고 있음. 이 외에도 라오스 지방의 소규모 맥주회사인 Beernamkhong co., LTD.와 Beersavanh co., LTD. 등의 제품도 판매 중임
  - 한국산 음료와 맥주는 주로 한인유통기업인 K-Mart 및 엄마네에서 판매되며, 라오스 시중 마트에서는 거의 유통되지 않음

##### ● 對 라오스 수입규모 및 동향

- 태국산 제품의 높은 시장 점유 등으로 인해, 우리나라의 음료(HS Code 2202.9) 및 맥주(HS Code 2203.00)의 라오스 수출은 미미한 상황임
- 한인 유통기업인 K-Mart는 라오스에서 6번째 슈퍼마켓을 개점 예정으로, 라오스 내 한인 유통기업은 꾸준한 성장세를 보이고 있음
  - 한류로 인해 한국 제품을 소비하려는 라오스 소비자들도 조금씩 늘어나고 있어 한국산 음료의 시장 진입 가능성 역시 존재함
- 이외, 내륙국으로 인해 높은 운송/물류비가 부담이 될 경우, 태국으로 우회 수출하는 방법도 고려할 수 있을 것으로 보임

#### 라오스 음료 및 맥주 수입 실적

(단위: 천 달러(USD))

| HS Code | 품목명   | 2016년  |        | 2017년  |        |
|---------|-------|--------|--------|--------|--------|
|         |       | 수출액    | 수입액    | 수출액    | 수입액    |
| 2202.90 | 기타 음료 | 30,446 | 0      | 0      | 0      |
| 2203.00 | 맥주    | 0      | 51,993 | 39,728 | 42,349 |

\* 출처: ITC Trade Map ※ 미러(Mirror) 데이터 (상대국 보고 데이터) 기준



## 경쟁 동향

- 태국은 지속적으로 라오스 음료 시장에 대한 점유율을 확대하는 한편, 아세안 경제통합 및 라오스-베트남 고속도로 연결, 중국-라오스 고속철도 및 도로 연결 등으로 인해 베트남과 중국산 제품도 지속적으로 시장점유율을 높여 갈 것으로 예상됨
  - 라오스에 거주하고 있는 중국인은 30만명, 베트남인은 9만명으로, 모국 음료 및 식품의 수입도 증가하고 있는 추세임
- 대표적인 음료 및 맥주 유통상은 S.T. Group Export-Import, JB Trading 등이 있음
  - S.T. Group Export-Import Co., Ltd는 1995년에 설립되었으며 태국 Osotspa로부터 음료를 수입, 유통하고 있음. S.T. Group 은 라오스 사람들에게 인기 있는 태국 브랜드의 M-150를 주로 수입함
  - JB Trading 사는 1999년에 설립되었으며 주스와 유제품을 주로 수입함. OISHI, DOI KHAM, MINUTE MAID, Sappe Beauti, ICHITAN, PEPSI, COCACOLA, M-150, TIPCO 등 대부분의 제품을 태국에서 수입하고 있음
  - 최근 우리나라 소주를 찾는 소비자들이 증가하고 있어, 과실 소주 등도 소규모이나 유통하고 있지만, 가격이 비싸며 세금이 높은 편

## 유통 구조

- 빠른 경제성장과 도시경제 활성화로 인해 라오스 대도시를 중심으로 현대식 소매 유통망이 지속적으로 확대되고 있음
  - 최근 5년간 여러 편의점 브랜드들이 들어서고 있는데, 가장 큰 편의점 브랜드들은 모두 태국 자본으로 설립되었으며, Mini Big C(44개 매장), Jiffy Mart(21개 매장), J-Mart(3개 매장) 등임
  - 라오스 자본으로 설립된 마트인 Sokxay Mart도 최근 3년간 빠르게 성장하여 현재 13개 매장을 운영 중임
- 한국계 마트인 K-Mart도 성공적으로 사업을 확장 중에 있으며, 라오스 전역에 현재 운영 중인 5개 매장 이외에 1개 매장을 추가로 개점할 예정임
  - 이외 한국계 식자재 마트인 엄마네도 최근 기존 소매 매장 이외에 도매 매장을 추가하여, 총 2개 매장을 운영 중에 있음
- 주요 편의점들은 직접 수입을 선호함. 이외 라오스에는 5~10개의 수입 유통상들이 독점적으로 음료를 수입하고 있음
  - Jiffy Mart의 경우, 선진형 거래 시스템을 운영 중으로 수입 시 대금을 선지급하고 반품을 공급자에게 떠미는 형태는 없음. 그러나, 타 유통상의 경우, 선금, 잔금 형식으로 수출대금을 지급하고, 재고물품에 대한 반품도 관행화되어 있는 등의 한계가 존재함

## 관세율, 수입 규제, 인증

- 라오스에 음료를 수출하기 위해서는 일반 식품 수입허가 절차와 동일 절차를 받아야 함
  - 라오스 산업부에 등록된 무역회사를 통해서만 거래가 가능하며, 음료 수입기업은 보건부 산하 공공 위생국의 수입허가와 식품검역을 받아야 함
  - 검역은 수입기업이 대부분 수행하기 때문에 수출기업은 필요 서류만 수입기업에게 제공하면 됨

### 라오스 음료 및 맥주 관세

| HS Code<br>(품목)    | 단위 | 일반 | MFN | ATIGA<br>(아세안) | ACFTA<br>(아세안.중국) | AKFTA<br>(아세안.한국) | AANZFTA<br>(아세안.대양주) | AIFTA<br>(아세안.인도) |
|--------------------|----|----|-----|----------------|-------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| 2202.90<br>(비알콜음료) | L  | 30 | 30  | 0              | 0                 | 0                 | 10                   | 13                |
| 2203.00<br>(맥주)    | L  | 40 | 0   | 0              | 40                | 40                | 40                   | 40                |

\* 출처: 라오스 재무부, World Bank

## (5) 축산업

### 라오스 가축 수입 현황

- 라오스에는 종돈, 종계장이 없어 태국에서 수입해야 하는 실정이지만 비용과 국경 통과와 문제로 소농가에서는 수입이 어려운 상황
- 라오스는 국경을 맞대고 언어가 유사한 태국에서 대부분의 가축을 수입하며, 아세안 자유무역협정(ATIGA)에 따르면 소, 돼지, 가금류 수입 관세는 각각 0~3%(종에 따라), 0~10%(무게에 따라), 5%임

### 라오스 소 수입 현황

(단위: 천 달러(USD))

|     | 2014년  | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년   |
|-----|--------|--------|--------|--------|---------|
| 전세계 | 73,498 | 82,674 | 48,352 | 84,436 | 164,142 |
| 태국  | 71,773 | 58,925 | 43,825 | 81,983 | 164,142 |
| 호주  | 0      | 972    | 0      | 0      | 0       |
| 중국  | 0      | 16     | 0      | 0      | 0       |
| 베트남 | 1,725  | 22,761 | 4,527  | 2,453  | -       |

\* 출처: ITC Trade Map

※ 수출국 통계 기준 (미러 데이터) ※ HS code: 0102

## 라오스 돼지 수입 현황

(단위: 천 달러(USD))

|      | 2014년  | 2015년  | 2016년   | 2017년  | 2018년  |
|------|--------|--------|---------|--------|--------|
| 전세계  | 12,006 | 51,072 | 113,834 | 43,046 | 16,912 |
| 태국   | 11,501 | 50,663 | 110,997 | 41,811 | 16,912 |
| 베트남  | 505    | 0      | 75      | 1,235  | -      |
| 캄보디아 | 0      | 409    | 2,762   | -      | -      |

\* 출처: ITC Trade Map

※ 수출국 통계 기준 (미러 데이터) ※ HS code: 0103

## 라오스 가금류 수입 현황

(단위: 천 달러(USD))

|      | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전세계  | 1,704 | 1,420 | 1,183 | 909   | 1,521 |
| 태국   | 1,704 | 1,420 | 919   | 909   | 1,521 |
| 캄보디아 | 0     | 0     | 264   | -     | -     |

\* 출처: ITC Trade Map

※ 수출국 통계 기준 (미러 데이터) ※ HS code: 0105

### 육제품 시장 현황

- 육류 소비량은 꾸준히 증가 중이지만, 라오스는 최빈국으로 낮은 GDP와 함께 후진국의 전형적인 산업구조를 갖고 있으며 산지초지를 이용한 방목 사양관리로 가축의 체중을 늘리기 위한 개량개념이 희박하여, 도축시설 낙후, 전근대적인 유통체계 등으로 축산 전 분야에 걸쳐 기반시설 등 인프라 구축이 시급한 실정
- 라오스 내에는 정부가 운영하는 대규모 도축장, 태국 닭고기 유통 회사인 CP가 운영하는 도축장 등을 제외하고는 대규모 도축공장을 찾아보기 힘들며, 대부분 소규모로 도축을 진행 중

### 육제품 수출입 현황

- 라오스는 농가의 수, 기술, 자금의 부족으로 고기의 품질이 좋지 않아 전체적으로 수출보다는 수입에 의존 중
  - 라오스의 닭, 소, 돼지의 경우 대규모 사육 농장에서 사육하지 않는 이상 대부분 방목사양이 일반적이므로 가축들의 운동량이 많고 수명이 길며, 사료량이 적어 가축의 크기가 작고 고기가 질김
- 라오스 축산법(2008/7/25 개정)에 따르면 육제품 수입 시 라오스 국경 주변의 사무소에서 정부 당국의 검사가 필요
- 라오스는 아세안 자유무역협정(ATIGA)의 영향으로 한국과 중국보다 비교적 육제품 관세가 저렴한 아세안 주변국에서 육제품을 수입

- 2016년 기준 라오스는 말레이시아에서 전체 소고기 수입량의 81%, 태국에서 각각 전체 돼지고기와 닭고기 수입량의 81%와 94%를 수입함. 닭고기의 경우 태국 브랜드 CP가 라오스 시장을 독점하고 있음

## 육제품 유통 현황

- 라오스 내 육제품은 재래시장에서 유통되며, 위생이 취약한 경우가 대다수
- 중간유통상인, 개인 간 자유통거래를 하는 시스템이며 도축과정에서 등급제 없이 거래됨
- 도축 후 지육은 중간상인에게 판매돼 육류도매시장에서 도소매가 이뤄지는 구조
- 육류 도매시장의 경우 냉장고 없이 좌판에서 판매되며, 더운 날씨에 고기가 항상 노출돼 있어 비위생적인 가계가 대다수

## 관세율(2019년 기준)

(단위: %)

| HS Code (품목)                                       |                                    | MFN(WTO) | AKFTA | ATIGA | ACFTA |
|----------------------------------------------------|------------------------------------|----------|-------|-------|-------|
| 0201 (쇠고기: 신선,냉장)                                  |                                    | 5        | 30    | 5     | 0     |
| 0202 (쇠고기: 냉동)                                     |                                    | 5        | 30    | 5     | 30    |
| 0203 (돼지고기: 신선,냉장,냉동)                              |                                    | 5        | 30    | 5     | 30    |
| 0204 (양고기: 신선,냉장,냉동)                               |                                    | 5        | 0     | 0     | 0     |
| 0205 (말고기: 신선,냉장,냉동)                               |                                    | 30       | 0     | 0     | 0     |
| 0206 (소,돼지,양 말의 식용 설육(肩肉): 신선,냉장,냉동)               | 10, 21, 22, 29, 30, 41, 49         | 5        | 0     | 5     | 0     |
|                                                    | 80,90                              | 5        | 0     | 0     | 0     |
| 0207 (가금류의 육과 식용 설육: 신선,냉장,냉동)                     | 11,12                              | 5        | 30    | 5     | 30    |
|                                                    | 13, 24, 41, 42, 43, 51, 52, 53, 60 | 5        | 0     | 5     | 20    |
|                                                    | 14                                 | 5        | 0     | 5     | 0     |
|                                                    | 25,26,27                           | 5        | 0     | 5     | 30    |
|                                                    | 44,54                              | 5        | 30    | 5     | 20    |
|                                                    | 45,55                              | 5        | 30    | 5     | 0     |
|                                                    |                                    |          |       |       |       |
| 0208 (그 밖의 육과 식용 설육: 신선,냉장,냉동)                     |                                    | 5        | 0     | 0     | 3     |
| 0209 (살코기가 없는 돼지 비계와 가금의 비계)                       |                                    | 30       | 0     | 0     | 0     |
| 0210 (육과 식용 설육:염장/염수장/건조/훈제, 육이나 설육의 식용 고운가루·거친가루) | 11, 12, 19, 20, 92.90              | 30       | 30    | 5     | 30    |
|                                                    | 91                                 | 30       | 0     | 5     | 20    |
|                                                    | 92.10                              | 30       | 0     | 5     | 0     |
|                                                    | 93                                 | 30       | 30    | 5     | 30    |
|                                                    | 99                                 | 30       | 0     | 5     | 20    |

\* 출처: Customs Tariff of Lao PDR, Ministry of Finance, 2016



- 최근 위생에 대한 인식이 높아짐에 따라 대형마트와 위생적인 정육점이 비엔티안에 들어서기 시작
  - 과거 라오스는 재래시장에서만 육제품을 판매했지만 최근 수도 비엔티안을 중심으로 림핑(Rimping, 태국), 바자(Bazaar, 라오스), D-mart(중국), 홈아이드얼(중국), K-mart(한국)가 들어서며 육제품의 위생에 대한 인식이 높아지고 있음
  - 현대화된 정육점 또한 비엔티안에 들어서고 있으며, Lao Fresh Meats 회사에서 운영 중인 공장에서는 고기를 배급받아 가게에서 직접 육제품을 분류 및 가공해 위생적으로 판매한다고 함. 일반 시장보다는 가격이 비싸지만 현재 소비자들이 조금씩 증가 중이라고 함
  - 두메촌은 K-mart에 고기를 납품하는 최초의 라오스 진출 한국 축산 업체임. 과거 '위생'을 경쟁력으로 삼아 직접 도축 및 가공을 했으나 특정 부위만 주로 선호하는 한국인과 라오스인의 특성상 단가를 맞추기 힘들어 라오스 도매시장에서 고기를 구매 후 한국인의 입맛에 맞게 위생적으로 숙성 작업을 한 뒤 판매를 하고 있음. 돼지와 닭은 라오스산을 사용하지만 소는 한국으로 수입된 미국산 소고기를 다시 라오스로 수입해 사용한다고 함
  - 육제품 판매는 일반 재래시장의 노점에서 판매되는 것이 오래 전부터 일반화되어 있고 아직 구매 시 품질보다는 가격적인 요소가 중시되는 문화로 위생을 내세운 도축방식으로 경쟁력을 얻기에는 아직 시기상조임
- 라오스 축산법(2008/7/25 개정)에 따르면 라오스 시장에서 육제품을 판매하기 위해선 육류 판매 담당 사무소의 도장과 확인서가 필요
  - 하지만 실제로는 시간 및 비용적인 문제로 제대로 시행되지 않고 있으며, 질병에 감염돼도 가축을 폐기시키지 않고 뒷돈을 주는 등 불법적인 사례가 다반사라고 알려짐
  - 최근 들어서기 시작한 마트에서 판매되는 육류의 경우는 시중에 판매되기 전 철저히 검사한 후 판매됨
- 최근 라오스 내 아프리카 돼지열병(African Swine Fever, ASF) 발병현황
  - 아프리카 돼지 열병은 이병률이 높고 감염 시 치사율이 거의 100%에 이르는 질병으로 2019년 7월 10일 현지 영자 일간지 비엔티안타임즈에 따르면 현재 라오스 내 총 2,500마리가 감염됐으며 라오스 내 돼지 사육두수가 가장 높은 Saravan 지역에서 피해가 확인됨
  - 라오스 정부측에서는 인력, 재정 부족 등의 사유로 정부의 관심과 지원이 부족한 상황이며, 일반 농가들도 살처분 하지는 않아 질병관리가 어려운 상황임
  - 인간에게는 무해하다고 밝혀졌지만 돼지고기 수요 감소에 영향을 미치고 있는 것으로 보임
- 이외의 콜레라 등의 일반 질병의 경우도 규모가 큰 농가에서는 태국에서 수입해 온 백신을 사용하지만 작은 농가 또는 소규모 자급자족형 농가의 경우 대부분 백신 사용률이 낮아 예방 및 치료가 열악함

- 한국 농촌진흥청이 추진 중인 해외농업기술개발사업(KOPIA)은 개도국 현지에서 맞춤형 농업 기술 전수와 자원 공동 개발 등을 목적으로 2016년 라오스 센터를 개소
  - 2019년 기준 KOPIA의 축산 사업에는 사료 개발 사업과 축사 개발 사업이 있음. 라오스에서는 기술, 자금적 문제뿐만 아니라 육종의 경우 한국 기준으로 5~10년이 소요되는 장기간 프로젝트로 시간이 부족하여 실질적인 육종(유전자 개발) 사업은 힘든 상황
    - \* 출처: LRC(Livestock Research Center), Ministry of Agriculture and Forestry

## 2019 수출국가정보zip

아세안

**보고서 기획 및 작성** aT 하노이지사(베트남, 라오스, 필리핀)  
호치민지사(캄보디아, 필리핀)  
말레이시아사무소(말레이시아)  
미얀마사무소(미얀마)  
방콕지사(태국)  
자카르타지사(인도네시아, 싱가포르)

**발행년월** 2020년 1월  
**발행처** 한국농수산물유통공사 수출정보부  
**주소** 전라남도 나주시 문화로 227

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

