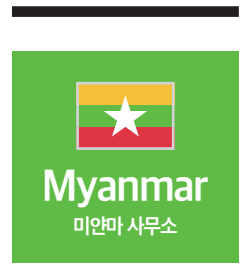


급변하는 미얀마 도소매 유통시장



도소매 포럼 창립 회의



2020년 8월 1일, UMFCCI(미얀마 상공회의소)에서 도소매시장 포럼 창립총회가 개최되었다.

상무부 장관은 인사말을 통해 “코로나19 사태로 인해 도소매업과 공급업체들이 어려움을 겪고 있는 가운데 미얀마 도소매 거래 분야 활성화를 위해 포럼이 조직되었다”고 밝혔다. 또한 “정부는 ‘코로나19 경제구호계획(CERP)’의 세부 목표 중 하나인 소매업 분야 활성화와 도소매업 분야 발

전을 위해 관련업계 건의와 제안을 적극적으로 수용하고 실질적인 지원 방안을 마련해 나갈 계획”이라고 강조하며 “이러한 목표 달성을 위해 대형 쇼핑몰 및 도소매 센터 개발을 적극적으로 추진해야 한다”고 참석자들에게 당부했다. 이 자리에는 상무부 차관을 비롯한 정부 부처 관계자, UMFCCI 회장, 해당 분야 전문가, 유통 및 도매업체 대표 등이 참여하여 도소매업 발전 방안과 지원 프로그램에 대해 논의를 했다.

이러한 포럼 창립은 코로나19 사태 극복을 통한 경제 회복뿐만 아니라 코로나19 이후의 미얀마 도소매 분야 경쟁력 강화를 위한 정부의 포석으로 분석된다.

미얀마 정부의 도소매 정책 및 시장 전망

2016년 출범한 NLD 정부는 도소매업 분야 개혁의 일환으로 외국기업의 미얀마 도소매업 진출 규제를 해제하면서 국내 업체들과 외국 업체들 간 경쟁 구도를 통한 도소매업 유통 분야의 발전을 꾸준히 도모해 왔다.

상무부는 2018년 5월 9일, '공고 25/2018'을 통해 '공고 15/2017(외국인 투자 제한 목록)'에 포함되었던 도소매업에 대한 외국인 투자 제한 해제를 발표했고 2019년 4월 순수 외국기업에 대해 도소매업 진출을 처음 허가했다. 이후 2019년 말 기준 72개 기업에 대해 도소매업 등록증을 발급했고 2020년 8월 현재 도소매업 등록기업은 89개로 증가했다. 89개 도소매업 등록기업 중 순수 외국기업은 37개사, 로컬기업과 합작기업은 37개사, 로컬기업은 15개사로 나타났다. 2019년과 비교하면 순수 외국기업은 3개사, 합작기업은 10개사가 늘어난 수치이다.

2019년 11월 발간된 EUROCHAM의 <소비재 가이드 2020>에 따르면 미얀마 국내시장에서 슈퍼마켓이나 편의점 형태의 현대식 소매점의 비율은 약 10%에 불과한 상황이며 약 25만 여개 소매점 중 식료품, 편의, 직물, 약국, 패션 관련 소매점이 전체 소매점의 45%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 향후 미얀마 도소매시장과 관련하여 2020년에는 현대식 소매점 비율이 25%까지 증가할 것으로 예측하고 소비자 기호에 부응하기 위해 양곤 등 대도시에는 슈퍼마켓과 편의점 설립이 급속히 확대될 것으로 전망했다.

주요 외국기업 도소매업 진출 동향

코로나19 사태로 인한 경제적 어려움에도 미얀마 도소매시장은 대형 외국기업들을 중심으로 투자가 활발히 진행되고 있다. 그만큼 미얀마 도소매시장의 성장가능성이 크다는 반증이기도 하다. 아울러 코로나19 사태 이후를 대비해 나가는 도소매기업들의 전략적 판단 아래 외국기업의 적극적인 투자도 이어지고 있다.

주요 미얀마기업 동향

미얀마 최대 도소매 유통업체는 단연 City Mart Holding이다. City Mart Holding은 City Mart, Ocean Supercenter, Market Place 등 3개 브랜드를 통해 200여개의 소매 매장을 운영 중이다. 1996년에 설립된 시티마트는 미얀마의 독보적인 소매유통

업체로 자리잡고 있었으나 2018년 외국 기업들에 대한 도소매업 진입 제한 해제조치로 인해 외국 기업들과 시장경쟁을 벌여야 하는 상황에 직면해 있다. 시티마트는 슈퍼마켓 확대를 위해 2016년 국제금융공사(이하 IFC)로부터 2,500만 달러를 차입한 바 있다. 시티마트 관계자는 외국기업 진출과 코로나19 사태로 인한 시장의 어려움을 인정하면서 안정적인 지역 공급망 구축을 확대하기 위해 노력 중이며 농업과 관련 부가가치 산업에 투자해 나간다는 방침을 밝히고 있다.

1,000여 개에 불과한 미얀마 편의점시장에서 가장 두각을 나타내고 있는 기업은 로컬 ABC Group이다. 2007년 설립된 ABC는 양곤과 만달레이 등지에 170여 개의 ABC편의점을 운영 중이며 향후 3년 내에 편의점을 300개로 늘릴 계획이다.

주요 외국기업 동향

일본 유통그룹 AEON은 2020년 8월 4일, 양곤에 1억 8천만 달러를 투자하여 대규모 복합 쇼핑몰을 건설할 것이라고 발표했다.

AEON과 로컬 셰파웅그룹의 합작법인이 추진하게 될 이 프로젝트는 틸라와 경제특구에 인접한 다곤 세이칸 일원 72,000 m² 부지에 설립될 예정이며 2023년 개장을 목표로 2021년 상반기부터 공사에 착수할 계획이다. 5층 규모의 쇼핑몰은 연면적 120만 ft²에 200개의 전문매장과 함께 Aeon General Merchandizing Store(GMS)가 핵심 매장이 될 예정이다.

합작법인은 AEON이 70%, 셰파웅그룹이 30%의 지분을 보유하고 있다. AEON은 캄보디아에서 운영 중인 현지 아울렛의 실적 호조에 고무되어 미얀마에 투자를 결정했으며 향후 시장지배적 지위를 확보하겠다는 방침을 밝히고 있다.

한편, AEON은 810만 달러를 투자하여 99% 지분으로 로컬기업 CMGC(Creation Myanmar Group of Companies of Companies)와 함께 2016년 4월 합작기업 Aeon Orange를 설립하고 CMGC 계열사인 Hypermart Asia가 Orange 브랜드로 운영



중이었던 14개 슈퍼마켓을 인수하며 미얀마시장에 진출한 바 있다. 2011년 미얀마 경제 개방 이후 처음으로 로컬기업과 합작 형태로 미얀마에 진출한 외국계 유통업체이며 현재 15개의 Aeon 슈퍼마켓을 운영 중이다.

태국 Siam Makro의 자회사인 Makro Myanmar는 2020년 5월 7일 Mingalar Taung Nyunt 타운십에 연면적 7,000㎡의 미얀마 첫 매장을 오픈했다. 태국 Siam Makro가 100% 투자한 외국 기업인 Makro Myanmar는 상무부 소유 9.2에이커 부지 개발에 2,700만 달러를 투자했고 2019년 2월 20일 미얀마투자위원회(MIC)로부터 투자 허가를 받았다. 1988년 'Macro' 브랜드로 출발한 태국 Siam Makro는 현재 태국 내 매장 130여 개, 회원 수 300만 명을 자랑하며 2018년부터 캄보디아, 인도, 중국 등으로 사업을 확장해 왔다.

Makro Myanmar는 급성장하고 있는 식품 서비스 부문에 주안점을 두고 있으며 이를 위해 '미얀마 과일화훼채소 수출업자협회(MFVP)'와 물품 공급 계약을 체결하고 GAP 인증 과일과 채소를 공급하기 위해 노력하고 있다. 도매식품 주 고객은 레스토랑 운영자들이지만, 3대가 함께 거주하는 대가족들도 1~2주치 식량을 대량 구입하는 주 고객층으로 자리 잡았다. 소매식품 구입 고객들은 젊은 부부, 외국인 등 다양한 것으로 알려진다. 그러나 수산물물의 경우 손질 서비스가 없기 때문에 소매 구입 고객들은 구입을 꺼리는 것으로 나타났다.

독일 소매전문 그룹 METRO AG의 미얀마 투자법인인 메트로 홀세일 미얀마(METRO Wholesale Myanmar)가 2019년 3월 20일부터 서비스를 시작했다. 메트로 홀세일 미얀마는 METRO AG(지분 85%)와 로컬 Yoma Strategic Holdings(지분 15%)가 2017년 2월 설립한 합작법인이다.

Metro는 회원제 서비스로 호텔, 레스토랑, 소매업체 및 사무실 등에 도매식품 판매 배달 서비스를 제공하고 있다. 틸라와 경제특구에서 5,800㎡ 규모의 창고 및 판매센터를 운영 중이며 2019년 9월 쇼룸을 오픈했다. 식자재 75%를 현지 조달한다는

방침 아래 식자재 공급 시스템 구축, 농가 수익 향상을 위한 식품 안전 기준 준수, 미얀마 식품 가공 및 유통 분야 발전 지원 목적을 위해 2019년 3월 IFC로부터 2,000만 달러 자금 지원을 받았다.

전자상거래 플랫폼을 통해 배달 운송서비스를 주축으로 하고 있으며 미얀마 최초로 국제표준 공급망 관리 및 배송 시스템을 구축했고 국제 식품 안전 표준과 그에 따른 조치를 시행 중이라고 홍보하고 있다. 양곤 주재 외국인뿐만 아니라 미얀마인들의 회원가입이 대폭 확대되고 있으며 특히 육류 분야 판매 신장률이 큰 것으로 알려지고 있다.



Key Point

월드뱅크가 2019/2020 회계연도 경제성장률은 코로나19 사태 영향으로 인해 0.5%로 급락하겠지만, 2020/2021 회계연도에는 7.2%까지 상승할 것으로 미얀마 경제 성장 전망은 아세안 국가들 중에서도 비교적 낙관적인 편이다. 아울러 국내외 유통업체 모두 코로나19에도 불구하고 향후 미얀마 도소매업 성장가능성을 높게 평가하고 있다.

전문가들은 미얀마 도소매시장이 빠르게 발전하고 있으며 향후 1~2년 안에 도소매시장 지형이 변하게 될 것으로 전망하고 있다. 특히 지금까지 외국인 투자자들이 도매 분야에 중심을 두었다면 앞으로는 소매 분야 진출이 더욱 확대될 것이라고 분석하고 있다.

미얀마시장 진출을 고려하고 있는 한국 농수산물식품 회사들은 미얀마 도소매시장 지형 변화에 대해 관심을 집중해야 할 때다.

