

2016 미얀마 식품시장 보고서



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

I. 국가개요	4
II. 시장통계	7
III. 식품 트렌드	22
IV. 유통현황	43
V. 통관검역	51
VI. 인증	58
VII. 라벨링	60
VIII 제언	62

※ Executive Summary

I. 국가 주요정보

- ▶ 면적 : 65,308 천 ha (한반도의 3 배, '13)
- ▶ 인구 : 53,897 천 명 ('15)
- ▶ 언어 : 미얀마어
- ▶ GDP : 649 억 달러 ('15) (한국: 1,378 억 달러)
- ▶ 농촌인구 : 35,695 천 명
- ▶ 농업 부가가치 : 237.5억불

II. 수출입정보

- ▶ 미얀마 농식품 주요수출품 : 건조한 채두류, 쌀, 살아있는 소
- ▶ 미얀마 농식품 주요수입품 : 밀과 메슬린, 사과, 배, 감귤류의 과일
- ▶ 한국 대미얀마 농식품 주요수출품 : 파스타, 조제식료품, 비알코올 음료, 대두유와 그 분획물
- ▶ 한국 대미얀마 농식품 수출상위품목 : 파스타, 조제식료품, 비알코올 음료, 소스와 소스용 조제품 등

III. 식품 트렌드

- ▶ 밥과 힌을 기본으로 한 식사
- ▶ 지리적인 위치 때문에 중국요리, 인도요리, 태국요리에 영향을 많이 받음
- ▶ 집에 손님이 찾아왔을 경우에 종종 먹거나 축제나 자선행사같이 특별한 날에 디저트를 즐기곤 함
- ▶ 불교의 영향으로 소고기 돼지고기 소비 적음
- ▶ 고온다습한 기후조건의 영향으로 부패 위험이 적은 보존식, 저장식 문화가 발달함
- ▶ 한류열풍과 함께 한국 식품의 인기
- ▶ 2011년 신정부 출범이후 미얀마 내 외국, 현지브랜드 프랜차이즈 산업 확대

IV. 유통 특징

- ▶ 주요 유통채널 전통시장, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등
- ▶ 온라인 쇼핑몰을 운영하기보다는 20명 내외의 페이스북 판매가 주류를 이룸

V. 수입통관 및 관세

- ▶ 수출실적이 있어야만 수출대금 범위 내에서 수입이 가능하도록 규제하므로 수입자격을 확인해야 함
- ▶ 미얀마 관세율은 품목에 따라 0~40%이며 상품의 판매 및 서비스 제공에 대해 상업세를 부과함

I. 국가개요

- 1) 미얀마 국가 일반지표
- 2) 미얀마 주요 경제지표
- 3) 양국 주요 지표비교

I. 국가개요



1) 미얀마 국가 일반지표

일반	위치	서남아시아, 인도차이나반도 서북부	
	면적	65,308 천 ha (한반도의 3 배, '13)	
	기후	열대성 몬순	
	인구	53,897 천 명 ('15)	
	수도	Naypyidaw (99.2 만 명)	
	민족	버마인 (68%), 산인 (9%), 카렌인 (7%), 라켄인 (4%)	
	언어	미얀마어 (공용어)	
	종교	불교 (89%), 기독교 (4%), 이슬람교 (4%)	
국기		노란색은 단결, 초록색은 평화와 자연의 풍요로움을, 빨간색은 용기를 상징하며 하얀색 별은 연방의 영원한 존재를 상징한다.	
정치	독립일	1948. 1. 4. (영국)	
	정치 체제	공화제	
	국가 원수	Htin Kyaw 대통령 ('16 3. 30.)	
	의회	양원제 (상원 224 석, 하원 440 석)	
	주요 정당	민주국민연맹 (NLD), 연방단결발전당 (USDP) 등	
	국제기구 가입	UN, IMF, IBRD, ADB, ASEAN, WTO 등	
경제	화폐 단위	Kyat (Kt)	
	회계 연도	4. 1. ~ 3. 31.	
	산업 구조	('15) 서비스업 (41.6%), 농업 (36.1%), 제조업 (22.3%)	
	주요 수출품	('15) 천연가스, 목재류, 콩류, 어류	
	주요 수입품	('15) 의류, 석유제품, 비료, 플라스틱류	
	주요 부존자원	석유, 납, 아연, 천연가스	
	경제적 강점	천연자원 풍부, 저임노동력 풍부	
	경제적 약점	높은 농업의존도, 열악한 인프라 시설	



I. 국가개요

2) 미얀마 주요 경제지표

구분	경제지표	단위	2013	2014	2015 ¹⁾
국내 경제	GDP	억 달러	587	643	649
	1인당 GDP	달러	1,110	1,200	1,200
	경제성장률	%	8.5	8.5	7.0
	재정수지/GDP	%	-2.1	0.0(0.015)	-4.7
	소비자물가상승률	%	5.5	5.5	10.8
대외 거래	상품수출	백만 달러	9,404	9,083	9,565
	상품수입	"	-9,518	-12,088	-12,268
	상품수지	"	-114	-3,005	-2,703
	서비스 수지	"	559	1,609	1,546
	경상수지	"	-2,960	-3,851	-5,867
	외환보유액	"	8,278	8,727	9,417
	환율(달러 당, 연중)	Kt	934	984	1,159
외채 현황	총 외채잔액	백만 달러	10,200	8,800	9,700
	단기외채	"	423	244	301
	총 외채잔액/GDP	%	18.0	13.9	14.7
	외채상환액/총수출	"	3.0	2.6	3.2

3) 양국 주요 지표비교²⁾

구분	GDP	1인당 GDP	인구수	면적
미얀마	649 억 달러	1,200 달러	53,897 천 명 ('15)	65,308 천 ha (한반도의 3 배)
한 국	1,378 억 달러	27,200 달러	50,293 천 명 ('15)	9,747 천 ha (남북한 21,788 천 ha)

1) 국내 경제 2015년 값은 확정치임. 대외 거래, 외채 현황의 2015년 값은 추정치

2) GDP, 1인당 GDP, 경제성장률, 소비자물가상승률 월드뱅크, 재정지수/GDP IMF 2015년 발표자료

Ⅱ. 시장통계

- 1) 미얀마 전체 무역 현황
- 2) 한국 對 미얀마 전체 무역 현황
- 3) 미얀마 주요 농산물 수출입 현황
- 4) 미얀마 주요 가공식품 수출입 현황
- 5) 한-미얀마 농림축수산물 교역현황
- 6) 한국의 對 미얀마 주요 농식품 수출입 현황
- 7) 일반 농업 현황
- 8) 농업 생산량
- 9) 농산물 시장 통계
- 10) 가공식품 시장 통계
- 11) 주요 수출입 품목 선정

II. 시장통계



1) 미얀마 전체 무역 현황 (2015)

(단위 : 천 달러, %)

순위	구분	수출		구분	수입	
		금액	구성비		금액	구성비
무역 총계		13,111,922	100		21,916,985	100
1	석유가스와 그 밖의 가스 상태의 탄화수소	4,852,802	37.0	석유와 역청유(원유 제외), 웨이스트 오일	1,936,188	8.8
2	귀석(다이아몬드는 제외)과 반귀석	2,050,421	15.6	전화기와 음성, 영상 송수신기	1,092,212	5.0
3	건조한 채두류	1,104,754	8.4	조명선, 소방선과 향해 외의 특수기능을 가진 특수선박	759,781	3.5
4	주석광과 그 정광	367,140	2.8	화물자동차	693,711	3.2
5	천연진주나 양식진주, 귀석이나 반귀석의 제품	332,114	2.5	팜유와 그 분획물	511,906	2.3
6	남성용이나 소년용 오버코트	294,847	2.2	사탕수수당이나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당	458,553	2.1
7	남성용 슈트, 재킷 바지(수영복 제외)	271,286	2.1	합금강의 형강, 합금강이나 비합금강의 중공 드릴봉	423,862	1.9
8	합금철	253,049	1.9	철강으로 만든 구조물과 부분품, 판, 대, 관	400,196	1.8
9	여성용이나 소녀용 오버코트	229,794	1.8	주로 사람을 수송할 수 있도록 설계된 승용 자동차와 그 밖의 차량	380,930	1.7
10	정제한 구리와 구리합금(기공하지 않은 것)	203,228	1.5	모터사이클과 보조모터를 갖춘 자전거, 사이드카	375,331	1.7

출처 : International Trade Centre, HS CODE 4단위 기준

II. 시장통계



2) 한국 對 미얀마 전체 무역 현황 (2015)

(단위 : 천 달러)

순 위	수 출		수 입	
	품목	금액	품목	금액
1	건설중장비	73,498	직물제의류	328,303
2	기타자동차	45,829	편직제의류	67,747
3	직물제의류	41,324	기타농산가공품	34,094
4	편직물	36,154	기타신발	8,889
5	화물자동차	29,544	두류	7,815
6	필름류	21,353	수확탈곡기계	6,942
7	합성수지	21,061	신발부분품	6,175
8	전선	19,579	천연고무	5,227
9	신발부분품	19,296	기타섬유제품	4,661
10	계측기	17,782	센서	4,035

출처 : 한국무역협회, MTI 4단위

II. 시장통계



3) 미얀마 주요 농산물 수출입 현황 (2015)

(단위 : 천 달러, 톤)

순위	수출품목	수출액	수출량	수입품목	수입액	수입량
1	건조한 채두류	1,104,754	1,026,031	밀과 메슬린	89,286	319,869
2	쌀	111,330	294,241	사과 배 마르멜로(신선한 것으로 한정함)	61,095	48,936
3	살아 있는 소	61,997	N/A	감귤류의 과실(신선하거나 건조한 것)	31,367	28,235
4	로커스트콩, 사탕무와 사탕수수, 식용에 적합한 과실의 핵	55,875	802,059	견과류	18,803	22,800
5	채유에 적합한 종자와 과실	50,172	36,119	맥아(볶은 것인지 여부 불문)	16,059	30,564
6	견과류(신선하거나 건조한 것)	22,431	9,105	해바라기씨	15,455	9,317
7	육 설육의 가루(비식용)	18,575	21,048	옥수수	14,317	10,833
8	옥수수	13,266	50,777	건조한 과실(제0801호부터 제0806호까지에 해당하는 것은 제외)	14,178	4,801
9	땅콩(볶거나 그 밖의 조리를 한 것은 제외함)	12,858	9,942	포도(신선하거나 건조한 것)	10,089	3,437
10	바나나(플랜틴을 포함하며 신선하거나 건조한 것)	11,763	55,963	피종용 종자 과실 포자	6,859	974

출처 : International Trade Centre, HS CODE 4단위 기준

II. 시장통계



4) 미얀마 주요 가공식품 수출입 현황³⁾ (2015)

(단위 : 천 달러, 톤)

순위	수출품목	수출액	수출량	수입품목	수입액	수입량
1	조제하거나 보존처리한 과실, 견과류	35,422	16,880	팜유와 그 분획물	511,906	797,419
2	당류, 당시럽, 인조꿀, 캐러멜당	3,369	4,213	사탕수수당, 첨채당, 화학적으로 순수한 자당	458,553	1,221,041
3	차류	2,564	1,823	따로 분류되지 않은 조제 식료품	235,283	83,121
4	전분과 이눌린	1,836	4,359	설탕, 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 알코올 을 함유하지 않은 음료	185,906	N/A
5	사탕수수당, 첨채당, 화학적으로 순수한 자당	1,799	5,353	맥주	137,055	N/A
6	시가, 껌(담배나 담배 대용물인 것으로 한정)	1,670	131	맥아추출물, 거친 밀가루, 전분 등의 조제 식료품	115,721	60,818
7	건조한 채소(절단한 것 얇게 썬 것, 부순 것 가루모양인 것으로 한정)	1,391	870	커피, 차의 추출물을 기본 재료로 한 조제품	104,596	23,342
8	커피, 커피의 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물	1,108	358	변성하지 않은 에틸알코올, 증류주와 그 밖의 주정음료	78,201	N/A
9	팜유와 그 분획물	1,013	1,053	빵, 파이, 케이크, 비스킷 과 그 밖의 베이커리 제품	63,073	24,408
10	파스타와 쿠스쿠스	1,011	750	소스와 소스용 조제품 혼합조미료	60,762	45,620

출처 : International Trade Centre, HS CODE 4단위 기준

3) 수산물 가공품 제외



II. 시장통계

5) 한-미얀마 농림축수산물 교역현황 (2014-2015)

(단위 : kg, 달러, %)

구분	2014년 (A)		2015년 (B)		증감율		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
수출	농산물	3,902,797.5	6,629,872	4,521,411.5	8,139,661	15.8	22.8
	축산물	109,101.1	1,295,508	116,669.4	1,205,295	6.9	-7
	임산물	923,927.4	26,396,340	813,979.8	10,994,325	-11.9	-58.4
	수산물	40,407.5	570,745	69,152.1	781,484	71.1	36.9
	합계	4,976,233.5	34,892,465	5,521,212.8	21,120,765	11	-39.5
수입	농산물	34,294,381	83,492,379	26,878,779	49,705,556	-21.6	-40.5
	축산물	0	0	21,466	122,604	0	0
	임산물	922,389	1,432,722	1,136,164	2,000,718	23.2	39.6
	수산물	578,190	2,341,019	1,073,292	3,723,789	85.6	59.1
	합계	35,794,960	87,266,120	29,109,701	55,552,667	-18.7	-36.3

출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

6) 한국의 對미얀마 주요 농식품 수출입 현황⁴⁾ (2015)

(단위 : kg, 달러)

순위	수출품목	수출량	수출액	수입품목	수입량	수입액
1	대두유(정제유/식품용)	1,482,371.3	1,581,705	견과류 조제품(낙화생, 밤 이외 기타/기타 방법 조제)	16,060,335	34,067,382
2	라면	399,020.6	1,415,047	녹두(건조/종자용 이외 기타)	2,020,002	2,877,993
3	음료(설탕 감미료 첨가한 물 인삼음료, 과즙음료 이외 기타)	743,523.6	672,586	동부콩(비그나 운구이쿨라타)(건조)	4,040,816	2,758,301
4	조제품 기타	34,672	530,932	사인(砂仁)	96,858	1,375,006
5	닭고기(기타조제저장)	43,966.1	381,909	채두류(비그나 파세러스종/콩 녹두, 팥 강남콩 이외 기타)(건조)	1,546,001	1,289,956
6	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)	38,955	286,837	토란줄기(건조)	804,250	1,141,539
7	쇠고기(조제/말려용기에 넣은 것 이외 기타)	22,912.8	242,752	토마토 종자	212	811,249
8	바싹 키키 및 코커	32,392.6	224,774	참깨	456,046	759,716
9	커피엑스, 에센스와 농축물	12,702.6	212,466	산조인(酸棗仁)	158,730	703,735
10	인스턴트 면류(라면 이외 기타)	45,963.2	154,670	고추·단고추 및 착색단고추류의 종자	1,685	698,263

출처 : 한국농수산물유통공사 KATI, HS CODE 10단위 기준

4) 수산물 제외

II. 시장통계



7) 일반 농업 현황

구분	단위	내용 (전체 내 %)
농업 부가가치	십억 불	23.75 (전체 GDP 내 36.1% , '15)
농촌인구	천 명	35,695 (전체 인구 내 66.2% , '15)
경작적합지(①)	천 ha	10,772 (전체 농경지 내 85.6% , '13)
영구경작지(②)	천 ha	1,509 (전체 농경지 내 12.0% , '13)
초지면적(③)	천 ha	306 (전체 농경지 내 2.4% , '13)
농경지(①+②+③)	천 ha	12,587 (전체 국토 내 19.3% , '13)
관개농업지	천 ha	N/A
강수량	mm	2,091

출처 : FAOSTAT, Worldbank

8-1) 곡물 생산량

(단위 : 톤)

종류	생 산 량		
	2012	2013	2014
쌀	26,216,600	26,372,100	26,423,300
옥수수	1,501,600	1,600,600	1,693,400
조	210,500	225,100	238,800
수수	212,000	214,500	221,580
밀	180,000	186,000	185,000
곡물 기타	12,000	13,000	13,370

출처 : FAOSTAT

8-2) 과일 및 채소 생산량

(단위 : 톤)

종류	2012	2013	2014
건조 콩	3,650,000	3,700,000	3,737,320
비둘기 콩	549,000	578,800	575,100
감자	551,100	540,100	542,300
병아리 콩	500,000	490,000	492,300
카사바	578,000	524,000	485,000
건조 완두콩	66,000	68,000	70,550
고구마	50,000	51,500	52,980
건조 무지개 콩	155,600	115,100	115,200
렌즈콩	1,000	900	1,000
신선 채소 기타	3,300,000	3,400,000	N/A
신선 과일 기타	1,300,000	1,300,000	N/A
양파	1,138,000	1,141,000	N/A
플랜테인	1,000,000	1,000,000	N/A
마늘	213,000	212,000	N/A
인피섬유	15,200	15,500	N/A
열대과일류 기타	7,000	7,200	N/A
황마	2,300	2,400	N/A
캐슈넛	1,300	1,320	N/A
망고, 망고스틴, 구아바	1,260	1,250	N/A
섬유작물 기타	150	155	N/A

출처 : FAOSTAT

II. 시장 통계



8-3) 축산물 및 낙농품

(단위 : 톤)

종 류	생 산 량		
	2011	2012	2013
우유	1,360,000	1,300,000	1,380,000
닭고기	1,079,062	1,080,000	1,082,250
돼지고기	619,081	620,000	620,620
달걀	371,682	380,000	382,000
쇠고기	210,000	215,000	216,000
치즈(탈지)	85,305	81,529	86,542

출처 : FAOSTAT

II. 시장통계

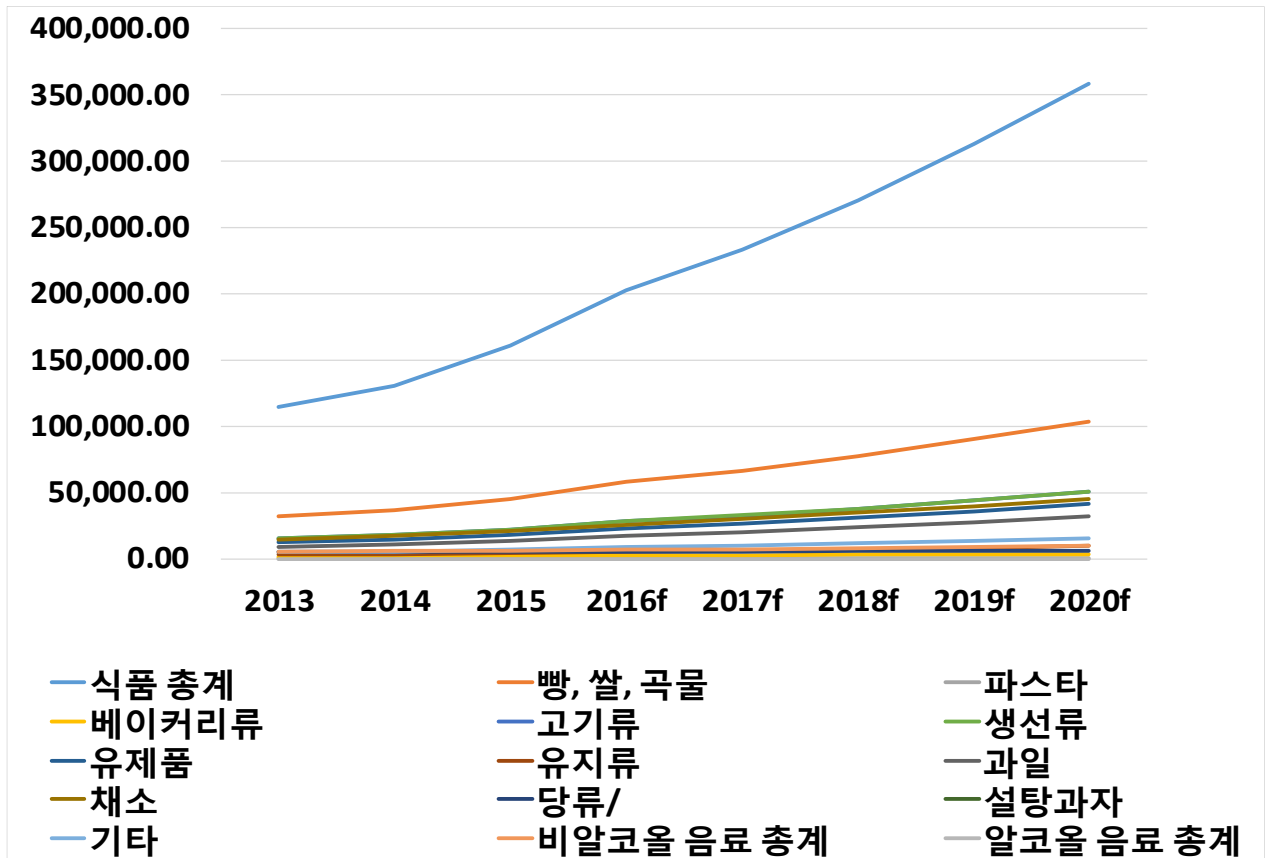
미얀마 식품 전체 시장 205.9% 성장률

9) 식품 시장 통계

- 미얀마 식품 시장에서 가장 높은 성장률을 보이는 품목은 과일류로 2013년 이후 2020년까지 239.7% 성장할 것으로 전망됨. 유제품은 2013년 이후 2020년까지 234.5% 성장할 것으로 예측되며 과일 다음으로 높은 성장률을 나타낼 것으로 조사됨
- 글로벌 리서치 기관인 BMI는 미얀마의 소득 수준이 높아짐에 따라 식품시장에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망함. 또한 주변국에 비해 규모가 큰 미얀마의 젊은 소비층이 식품, 음료 시장의 성장을 촉진시키는 요인 중 하나로 판단함
- 당류/설탕과자 품목의 성장률은 2013년 이후 2020년까지 26.8%로 가장 낮게 예측되며 연평균 성장률은 0.0%로 전망됨

미얀마 농산물 품목별 시장 추이 및 전망(2013~2020)

(단위: 억 차트(미얀마 화폐 단위))



출처 : BMI Report

관련 통계표는 p.17에서 확인 가능함

II. 시장통계

9) 식품 시장 통계

미얀마 농산물 품목별 시장 추이 및 전망(2013~2020)

(단위: 억 차트(미얀마 화폐 단위), %)

품목	2013	2014	2015	2016 ^f	2017 ^f	2018 ^f	2019 ^f	2020 ^f	전체 성장률	연평균 성장률
식품 총계	114,930.9	130,874.2	160,835.4	202,533.5	233,013.7	270,407.3	312,830.0	358,873.4	212.3	0.2
빵 쌀 곡물	32,063.2	36,657.9	45,411.4	57,646.5	66,598.2	77,605.9	90,116.5	103,714.1	223.5	0.2
파스타	299.4	342.2	423.9	538.0	621.5	724.2	840.8	967.7	223.2	0.2
베이카리류	1,867.5	2,168.6	2,379.4	2,595.5	2,790.1	2,987.1	3,183.6	3,378.5	80.9	0.1
고기류	15,637.3	17,887.8	22,175.6	28,169.6	32,555.4	37,948.7	44,078.7	50,741.5	224.5	0.2
생선류	15,782.6	18,031.2	22,314.5	28,300.4	32,679.4	38,064.0	44,183.3	50,834.1	222.1	0.2
유제품	12,352.7	14,204.7	17,736.4	22,679.3	26,298.7	30,751.7	35,814.4	41,318.6	234.5	0.2
유지류	3,124.2	3,532.1	4,307.5	5,388.1	6,177.2	7,146.6	8,247.4	9,443.1	202.3	0.2
과일	9,324.0	10,750.9	13,473.2	17,285.6	20,078.2	23,514.6	27,422.3	31,671.2	239.7	0.2
채소	14,839.3	16,865.0	20,693.4	25,980.2	29,801.6	34,467.0	39,731.4	45,415.6	206.0	0.2
당류/설탕과자	4,886.0	5,008.7	5,218.6	5,465.5	5,624.1	5,804.6	5,996.3	6,193.4	26.8	0.0
기타	4,754.9	5,425.2	6,701.7	8,485.0	9,789.3	11,392.9	13,215.2	15,195.6	219.6	0.2
비알코올 음료 총계	5,472.9	5,690.2	6,186.0	6,751.1	7,356.9	8,028.2	8,728.0	9,389.2	71.6	0.1
알코올 음료 총계	1.5	1.7	1.9	2.1	2.3	2.5	2.7	2.9	93.2	0.1
총계⁵⁾	120,405	136,566	167,023	209,286	240,372	278,437	321,560	368,265	205.9	0.2

출처 : BMI Report

f : 전망치

5) 식품 총계, 비알코올 음료 총계, 알코올 음료 총계의 합

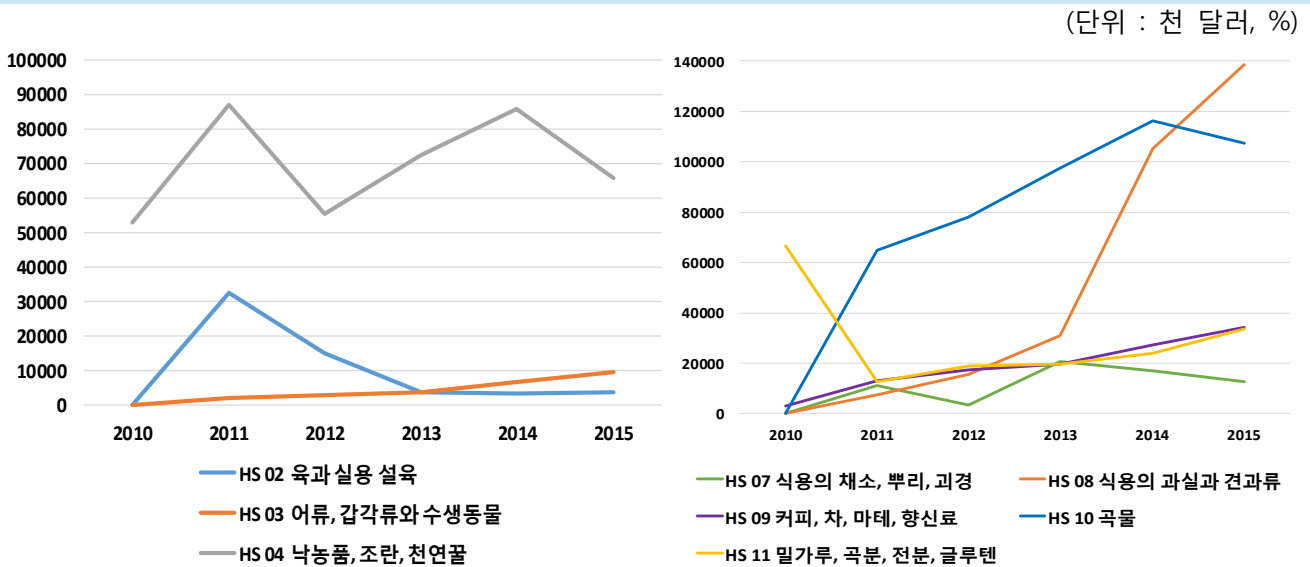
II. 시장통계

식용의 과실과 견과류 비중이 높은 농산물 수입 시장

9) 농산물 시장 통계

- 미얀마 농산물 수입 시장에서 가장 높은 비중을 차지하고 있는 품목은 식용의 과실과 견과류로 2015년에는 1억 3,860만 9,000달러, 2010년(5만 1,000달러) 대비 271682.4% 성장하며 곡물 다음으로 높은 성장률을 보임
- 최근 미얀마의 소득수준이 높아지며 식생활의 건강의식이 고조되어 과일과 견과류의 소비가 크게 늘고 있음. 이에 따라 과일, 견과류의 수입 시장도 증가한 것으로 분석됨
- 수입 시장에서 가장 높은 성장률을 보인 품목은 곡물로, 2010년부터 6년간 연평균 540.2%의 고성장을 기록하였음. 반면 밀가루, 곡분, 전분, 글루텐 품목의 수입 규모는 감소하며 연평균 성장률 -12.8%를 기록함
- 곡물의 경우 미얀마의 주요 수출 품목이지만, 최근 내수 확대와 식품 가격 상승 등으로 인하여 수입이 크게 증가하고 있음

미얀마 농산물 품목별 수입 시장 추이(2010~2015)



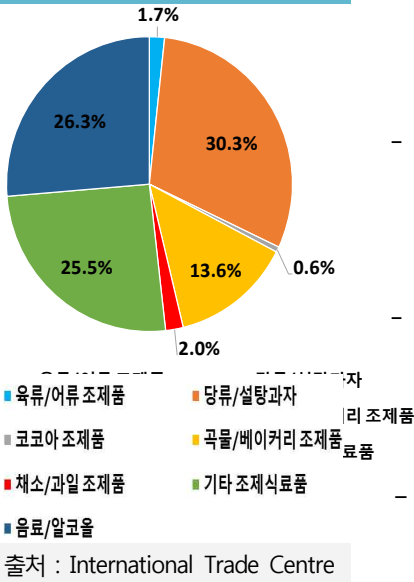
품목	2010	2011	2012	2013	2014	2015	전체 성장률	연평균 성장률
HS 02 육과 실용 설육	33	32,486	15,285	3,793	3,666	4,031	12115.2	161.4
HS 03 어류, 갑각류와 수생동물	274	2,092	2,941	4,115	6,735	9,621	3411.3	103.7
HS 04 낙농품, 조란, 천연꿀	53,160	87,238	55,672	72,470	85,836	65,737	23.7	4.3
HS 07 식용의 채소 뿌리 괴경	100	11,093	3,609	20,558	17,182	12,787	12687.0	163.8
HS 08 식용의 과실과 견과류	51	7,605	15,625	30,840	105,205	138,609	271682.4	386.2
HS 09 커피, 차, 마테, 향신료	3,217	13,195	17,425	19,649	27,448	34,229	964.0	60.5
HS 10 곡물	10	64,996	77,901	97,560	116,418	107,541	1075310.0	540.2
HS 11 밀가루 곡분 전분 글루텐	66,785	12,698	19,060	19,812	24,199	33,578	-49.7	-12.8

출처 : International Trade Centre, HS CODE 2단위 기준

II. 시장통계

10) 가공식품 시장 통계

식품별 수입시장 점유율(2015)

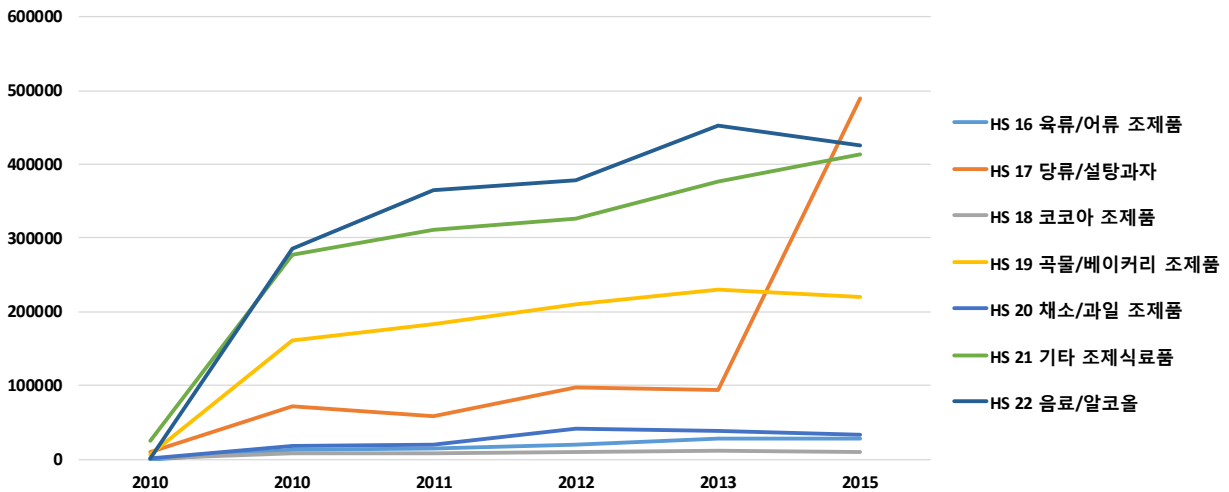


당류/설탕과자, 음료/알코올 수입 의존도 높아

- 미얀마의 가공식품 수입 시장 규모는 2015년 기준 16억 1,796만 8,000달러를 기록함. 가공식품 수입은 2010년 4,316만 달러에서 3648.8%의 성장률을 보이며 크게 증가함
- 가공식품 수입 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 품목은 당류/설탕과자로 2015년 수입 시장에서 30.3%를 차지하였으며, 그 뒤를 이어 음료/알코올이 26.3%로 2위를 차지하였음
- 가장 높은 성장률을 기록하고 있는 품목은 음료/알코올로, 2015년에는 2010년 대비 31994.4%의 높은 성장을 보임. 미얀마는 물의 석회질 함량이 높아 음용이 적합하지 않기 때문에 음료 시장이 발달할 것으로 추정됨
- 미얀마는 국내 식품 가공 기술이 인근 국가에 비하여 낮기 때문에 다수의 가공식품 품목에서 수입품이 주류인 것으로 조사됨

미얀마의 가공식품 품목별 수입 시장 성장 추이(2010~2015)

(단위 : 천 달러, %)



품목	2010	2011	2012	2013	2014	2015	전체 성장률	연평균 성장률
HS 16 육류/어류 조제품	184	13,217	15,332	19,425	27,493	27,476	14832.6	172.2
HS 17 당류/설탕과자	8,852	71,521	58,185	97,481	93,851	489,460	5429.4	123.1
HS 18 코코아 조제품	532	8,413	8,177	9,711	11,211	9,803	1742.7	79.1
HS 19 곡물/베이커리 조제품	6,875	161,277	183,164	209,834	230,750	220,256	3103.7	100.0
HS 20 채소/과일 조제품	347	17,710	19,903	40,851	37,850	32,616	9299.4	148.1
HS 21 기타 조제식품	25,044	276,624	310,442	325,747	376,888	412,785	1548.2	75.1
HS 22 음료/알코올	1,326	286,063	365,269	378,234	451,861	425,572	31994.4	217.2
총계	43,160	834,825	960,472	1,081,283	1,229,904	1,617,968	3648.8	106.4

출처 : International Trade Centre, HS CODE 2단위 기준

II. 시장통계

11-1) 미얀마의 對세계 주요 수입품목 선정6)

- 하기의 기준을 통해 미얀마 내 수입 규모가 크고 수입 성장률이 상승 중인 식품을 선정하였음

기준 1) 미얀마의 對세계 수입 2,000만 달러 이상 품목 ('13~'15년)

기준 2) 연평균 증감률 상승 품목 ('13~'15년)

기준 3) 한국 국내 생산량이 일정 이상으로 수출이 가능한 품목

HS코드	품목명	2013 (천 달러)	2014 (천 달러)	2015 (천 달러)	3년 평균 (2013-2015, 천 달러)	연평균 증감률 (2013-2015, %)
151190	팜유와 그 분획물	515,110	532,498	511,906	519,838.0	-0.3
210690	다로 분류되지 않은 조제 식료품 기타	166,114	217,868	233,768	205,916.7	18.6
170199	사탕수수당 기타	64,421	63,774	452,787	193,660.7	165.1
220290	비알코올 음료 기타	127,428	162,094	158,722	149,414.7	11.6
220300	맥주	122,374	153,190	137,055	137,539.7	5.8
190190	맥아 추출물 기타	111,328	115,787	105,762	110,959.0	-2.5
100199	밀과 메슬린 기타	88,448	98,570	88,751	91,923.0	0.2
230400	대두유를 추출할 때 얻는 오일케이크와 고체형태의 유박	65,363	80,163	75,030	73,518.7	7.1
220830	위스키류	59,796	70,041	57,833	62,556.7	-1.7
210112	커피 차 등의 추출물을 기본 재료로 한 조제품	66,520	51,768	43,673	53,987.0	-19.0
210111	커피, 차 등의 추출물, 에센스, 농축물	37,393	49,219	49,323	45,311.7	14.8
210390	소스류 기타	32,804	31,913	58,735	41,150.7	33.8
240319	제조 담배, 제조한 담배 대용물, 담배추출물과 에센스 기타	43,875	52,002	17,958	37,945.0	-36.0
080810	사과	4,897	44,298	51,839	33,678.0	225.4
220210	설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 물	30,064	27,037	27,183	28,094.7	-4.9
230990	사료용 조제품 기타	18,103	26,705	35,947	26,918.3	40.9
080520	만다린과 유사한 감귤류 기타	12,534	36,216	30,814	26,521.3	56.8
190590	빵, 파이 등의 베이커리 제품 기타	25,220	26,625	19,593	23,812.7	-11.9
040221	감미료를 첨가하지 않은 밀크와 크림	20,295	27,747	20,142	22,728.0	-0.4
190230	그 밖의 파스타	18,259	21,430	21,273	20,320.7	7.9
수출상위품목 선정		다로 분류되지 않은 조제 식료품 기타, 비알코올 음료 기타, 맥주, 대두유를 추출할 때 얻는 오일케이크와 고체형태의 유박, 커피, 차 등의 추출물, 에센스, 농축물, 소스류 기타, 사과, 사료용 조제품 기타, 만다린과 유사한 감귤류 기타, 그 밖의 파스타				

출처 : International Trade Centre, HS CODE 6단위 기준

6) 수산물 제외

II. 시장통계

11-2) 한국의 對미얀마 주요 수출품목 선정7)

- 하기의 기준을 통해 한국의 미얀마 수출 규모가 크고 수출 성장률이 상승 중인 식품을 선정하였음

기준 1) 한국의 對미얀마 수출 1만 8,000달러 이상 품목 ('13~'15년)

기준 2) 연평균 증감률 상승 품목 ('13~'15년)

HS코드	품목명	2013 (천 달러)	2014 (천 달러)	2015 (천 달러)	3년 평균 (2013-2015, 천 달러)	연평균 증감률 (2013-2015, %)
190230	그 밖의 파스타	1,064	1,454	1,622	1,380.0	0.2
210690	따로 분류되지 않은 조제식품 기타	576	898	1,059	844.3	0.4
220290	설탕, 감미료 또는 향미를 첨가한 물 및 비알코올 음료(과실주스와 채소주스 제외)	654	763	824	747.0	0.1
150790	대두유와 그 분획물 기타	-	245	1,582	609.0	-
210390	소스와 소스용 조제품 기타	195	591	422	402.7	0.5
190590	빵, 파이, 비스킷과 기타 베이커리 제품 기타	278	325	307	303.3	0.1
160232	닭으로 만든 것	89	318	382	263.0	1.1
220210	설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 물	331	235	120	228.7	-0.4
210111	커피, 차의 추출물, 에센스, 농축물	121	218	215	184.7	0.3
230990	사료용 조제품 기타	167	204	129	166.7	-0.1
160250	소로 만든 것	46	179	243	156.0	1.3
121221	식용에 적합한 것	46	175	155	125.3	0.8
170490	설탕과자 기타	106	74	64	81.3	-0.2
040630	가공치즈	82	30	68	60.0	-0.1
170410	추잉껌	17	94	56	55.7	0.8
170290	당류 기타	66	23	67	52.0	0.0
120991	채소 종자	50	33	70	51.0	0.2
160100	소시지 또는 소시지와 유사한 물품	-	-	65	21.7	-
210410	수프용 조제품	1	2	57	20.0	6.5
081010	초본류 딸기	-	-	56	18.7	-

수출상위품목 선정

그 밖의 파스타, 따로 분류되지 않은 조제식품 기타, 설탕, 감미료 또는 향미를 첨가한 물 및 비알코올 음료(과실주스와 채소주스 제외), 소스와 소스용 조제품 기타, 빵, 파이, 비스킷과 기타 베이커리 제품 기타, 닭으로 만든 것, 커피, 차의 추출물, 에센스, 농축물, 소로 만든 것, 식용에 적합한 것, 추잉껌, 채소 종자, 수프용 조제품

출처 : International Trade Centre, HS CODE 6단위 기준

7) 수산물 제외

Ⅲ. 식품 트렌드

- 1) 현지 유통업자 인터뷰
- 2) 식문화 및 식습관
- 3) 한류 및 한국 식품 현황
- 4) 외식산업 현황
- 5) 현지 제품 판매현황

III. 식품 트렌드

1) 현지 유통업자 인터뷰 현지 유통업자 인터뷰를 통해 알아본 미얀마 식품시장 트렌드

#1. MK Distribution Co., Ltd.

전화번호	95-1-564932
Website	myanmarmkdistribution.com
사업장 위치	양곤 (Yangon)
업태	유통업체
기업개요	식품 유통업체. 공장, 학교, 레스토랑, 호텔 등에 납품하고 있으며 다양한 유통 채널을 보유하고 있음, 한국산 라면 등을 취급함
담당자	Ma Thinzar Myo Win
직위	총괄담당자
이메일	mkdistributionservice@gmail.com
인터뷰	<ol style="list-style-type: none"> 1. 미얀마 사람들이 선호하는 맛 : 매운 맛을 가장 선호함 2. 미얀마 식문화와 비슷한 국가 : 태국과 중국 식문화와 가장 비슷함 3. 미얀마에서 한국 식품 인기도와 사유 : 한국 식품도 인기 있으나, 일본 식품에 대한 인지도 및 인기가 더 높음 4. 미얀마 식품시장 성공요소 조언 : 미얀마 식문화에 적합한 식품소개가 필요하며, 맛을 시식할 수 있는 기회를 많이 보장해야하며, 좋은 마케팅이 동반되어야함 5. 식품 구매요인 : 가격 요소가 가장 중요함 6. 현지식품과 수입식품 선호도 조사 : 현지식품과 수입식품 구분없이 선호함 7. 프로모션 행사 진행시, 가장 인기 높은 품목 : 1달에 한번정도 프로모션행사 진행하며, 인스턴트 식품과 유제품이 가장 인기 있음

III. 식품 트렌드

1) 현지 유통업자 인터뷰 현지 유통업자 인터뷰를 통해 알아본 미얀마 식품시장 트렌드

#2. PROMART SUPERMARKET

전화번호	95-9-732-24596-2 / 95-9-732-24596
Website	-
사업장 위치	양곤(Yangon)
업태	수업업체, 유통업체
기업개요	프로마트는 한국 식료품 대형 마트로 다양한 식재료를 수입, 유통함
담당자	Zin Myo Win
직위	총괄담당자
이메일	promartyangon@gmail.com
인터뷰	<ol style="list-style-type: none"> 1. 미얀마 사람들이 선호하는 맛 : 매운 맛을 가장 선호함 2. 미얀마 식문화와 비슷한 국가 : 태국 식문화와 가장 비슷함 3. 미얀마에서 한국 식품 인기도와 사유 : 한국 식품은 미얀마인들에게 인기가 있으며 한국 드라마와 가요의 인기로 인해 인지도가 높아짐 4. 식품 구매요인 : 품질이 가장 중요함 5. 현지식품과 수입식품 선호도 조사 : 카테고리에 따라 선호도가 달라지나, 간식, 소스, 인스턴트식품, 유제품은 수입식품을 선호함. 집에서 만들어먹을 수 있는 재료(신선식품)는 현지 식품을 선호함 6. 프로모션 행사 진행시, 가장 인기 높은 품목 : 프로모션은 진행하지 않음

III. 식품 트렌드

1) 현지 유통업자 인터뷰 현지 유통업자 인터뷰를 통해 알아본 미얀마 식품시장 트렌드

#3. Myanmar GreenCity Limited

전화번호	95-9-789-88793
Website	http://www.myanmargreencity.com
Address	양곤(Yangon)
업태	수입업체, 유통업체
기업개요	한국 라면(농심) 등 한국 식품 유통업체
담당자	Myo Min Swe
직위	대표자
이메일	myominswe@greencity.com.mm
인터뷰	<ol style="list-style-type: none"> 1. 미얀마 사람들이 선호하는 맛 : 매운 맛, 짠 맛을 가장 선호함 2. 미얀마 식문화와 비슷한 국가 : 태국 식문화와 가장 비슷함 3. 미얀마에서 한국 식품 인기도와 사유 : 한국 식품은 인기가 있으며 한국 식품이 미얀마 식문화와 잘 맞기 때문인 것으로 사료됨. 특히 한국 김치와 어묵을 좋아한다고 전함 4. 미얀마 식품시장 성공요소 조언 : 식품시장에서 성공하기 위해서는 인지도를 높이는 것이 중요한데, 인지도 제고를 위해서는 TV광고가 가장 좋음. 미얀마 사람들은 TV를 많이 시청하기 때문에 TV광고 혹은 지면광고 진행 시, 미얀마 식품시장에서 성공할 수 있다고 판단함 5. 현지식품과 수입식품 선호도 조사 : 품목에 따라 수입 혹은 현지식품 선호도가 달라짐. 수입식품의 경우, 통조림식품과 인스턴트 식품을 선호함 6. 프로모션 행사 진행시, 가장 인기 높은 품목 : 수입식품으로 인스턴트 면류 제품을 취급하고 있는데, 항상 인스턴트 면류 프로모션 행사시, 사람들의 구매율이 가장 높아진다고 함

III. 식품 트렌드

2) 식문화 및 식습관

미얀마의 쌀 생산



미얀마는 1930년대에는 세계 최대의 쌀 수출국을 기록한 적도 있음. 그러나 군사 정부가 수출을 독점하며 비효율적인 운송, 인구 증가에 따른 국내 수요의 증가와 신규 농경지 확대 한계, 기술 수준 낙후로 인한 생산성 정체로 쌀의 수출은 급격하게 감소하였음. 최근 미얀마 농업부에서 쌀 생산, 품질 확대를 위해 국제 기구와 협력하여 생산성 향상을 위해 노력하고 있음

최적의 농업환경을 가진 미얀마

- 풍부한 땅과 막대한 노동력, 농업에 유리한 생태환경
 - 미얀마는 풍부한 땅과 노동력을 보유하고 있고 중국과 인도 등 주요 식품시장과도 근접한 거리에 위치한 점 등, 다양한 농업 경쟁력을 보유하고 있음. 또한 미얀마의 다양한 지형과 풍부한 수자원을 갖춘 생태 환경은 가축산업과 수산업뿐만 아니라 곡물, 콩류, 원예, 과실류를 생산하는데도 큰 도움이 됨
 - 농업은 미얀마의 핵심 산업으로, 전체 GDP의 30% 정도를 차지하고 있음. 또한 전체 고용비율의 50%가 농업활동을 하고 있고 수출의 20% 정도가 농산물임
 - 미얀마의 경작지(128,000제곱미터)는 향후 10년 동안 50% 증가할 것으로 예측되나, 농업 생산성은 정부의 통제와 부족한 투자로 큰 어려움이 겪고 있음. 다만, 미얀마 정부는 농업이 경제 발전에 이바지하는데 중요하다는 것을 인지하여 2011년 종합적인 경제 개혁 프로그램을 실시한 바 있음

미얀마의 주요 농산물



곡물류(cereals)



콩류(pulse)



지방 종자(oilseed)

- 쌀은 미얀마 경제의 근간을 이루고 있으며 벼 경작 면적은 전체 경작 면적의 약 40%를 차지하고 있음
- 콩 등 기타 곡물 및 농작물은 민간에서도 정부의 허가를 얻어 자유롭게 수출할 수 있음. 미얀마에서 주로 수출되는 농산물에는 쌀, 콩, 깨, 옥수수, 캐슈넛, 생고무, 양파, 마늘 등이 있으며 최근 가장 많이 수출되는 품목은 콩임. 1987년 이후 콩의 생산 및 수출이 크게 늘어났는데 이는 정부의 정책과는 무관한 순수한 농민들의 노력에 따른 결과였던 것으로 알려짐. 현재 미얀마에서는 약 17가지 종류의 콩이 생산되고 있는 것으로 추산됨
- 미얀마인들에게 있어 쌀 다음으로 중요한 농산물은 유류종자(Oilseed)로 낙화생유(Ground nut oil)과 참기름(Sesame oil)이 주로 생산됨

III. 식품 트렌드

2) 식문화 및 식습관

미얀마의 전통 음식

미얀마의 전통 음식



미얀마의 주식, 쌀

미얀마는 세계 6위의 쌀 생산 국가로, 쌀은 미얀마인들의 주식임



미얀마의 샐러드, 라펫

라펫(Lahpet)이라고 불리는 미얀마의 샐러드는 미얀마 사람들에게 인기 있는 음식 중 하나로 찻잎을 식초에 절여 만든 음식임



[미얀마의 국민음식(Mohinga)(좌), 미얀마의 전통음식(우)]

· 지역적인 영향을 받은 미얀마의 다양한 음식들

- 미얀마의 음식은 미얀마의 지리적인 위치 때문에 중국요리, 인도요리, 태국요리에 영향을 많이 받아왔으며 미얀마의 소수민족에 의해서 지역별로 음식이 다양화 되어 있음

- 미얀마 요리는 이러한 지역적인 특징 때문에 주변국과 유사하게 생선 소스나 발효된 젓갈류 음식인 응아삐(ngapi)를 사용한 음식이 많음

- 시트웨(Sittwe), 카우크피우(Kyaukpyu), 모울메인(Mawlamyaing)과 같은 해안가에 위치한 도시는 수산물을 사용하는 요리가 많고 만달레이(Mandalay)같은 육지로 둘러싸인 도시는 주로 고기나 가금류로 요리를 많이 함

- 미얀마 음식은 다양한 종류의 샐러드를 포함하는 데 주된 요리재료는 쌀과 밀과 쌀국수, 당면, 버미셀리(vermicelli) 같은 탄수화물재료부터 감자, 생강, 토마토, 카피르 라임(kaffir lime), 라펫 (lahpet, 식초의 절인 찻잎), 나피(ngapi, 어육 페이스트)까지 다양함

· 밥과 힌을 기본으로 한 식사

- 미얀마인들은 전통적으로 대자리(bamboo mat)에 앉아 낮은 책상에 음식들을 올려놓고 식사를 함

- 미얀마 전통식사는 주식인 찐 밥과 미얀마식 카레 힌(hin)인데, 카레에 민물고기, 건조/소금에 절인 물고기, 고기나 가금류 고기를 곁들여서 먹음. 힌교(hin gyo)라고 불리는 가벼운 수프도 포함함

III. 식품 트렌드

2) 식문화 및 식습관

음료 및 디저트

미얀마의 디저트와 음료



차 (tea)

미얀마에서 차를 마시는 문화는 영국 식민지 지배 당시 생겨난 것으로 알려져 있음. 마을과 도시 곳곳에 찻집이 존재하며 주로 남성 손님들이 차를 마시며 텔레비전을 시청하거나 담소를 나누기 위해 방문함

코코넛 젤리(kyauk kyaw)

쉬 엔 예(Shwe yin aye)

팔루다(Falooda)

· 디저트

- 카옥 카우(Kyauk Kyaw, 해조류 젤리) : 미얀마에서 가장 일반적인 디저트로 알려진 카옥 카우는 해조류 젤리 위에 코코넛 밀크층이 이루어진 젤리임

- 쉬 엔 예 (Shwe yin aye,간식) : ‘쉬 엔 예’ 이름의 의미는 ‘금빛 심장을 차갑게 만든다(make the golden heart cool)’ 는 의미의 디저트임. 코코넛 크림 베이스 간식으로 흰 빵을 이 코코넛 크림에 적서 먹기도 함. 달콤하고 크리미한 식감을 가지고 있으며 만들기 쉬움. 외국인들의 입맛에도 잘 맞으며, 주로 길거리 행상인으로부터 구매 가능함

- 히파 루다 (Hpa Luda, 아이스크림) : ‘히파 루다’ 의 의미는 ‘혼합한 아이스크림’ 이라는 뜻으로 미얀마인들이 가장 좋아하는 디저트 중 하나임. 바닐라 아이스크림, 젤리, 우뭇가사리(agar agar), 사고(sago, 사고 야자나무에서 나오는 쌀알 모양의 흰 전분), 달걀 푸딩을 달콤한 시럽에 넣고 섞어서 만들

· 음료

- 팔루다(Falooda) : 팔루다는 미얀마에서 가장 인기가 좋은 디저트 음료(beverage-cum-dessert) 중 하나로 차갑고 달콤하고 심미적으로도 아름다운 디저트임. 장미 시럽에 버마 쉐리와 바질씨앗과 젤리, 타피오카 펠을 넣고 물, 우유와 아이스크림과 함께 섞어 만든 이 디저트는 주로 여름에 해변가에 근처에서 가장 인기 있는 음식으로 알려져 있음

III. 식품 트렌드

2) 식문화 및 식습관

미얀마 종교와 식습관

불교와 미얀마



[타밍우바웅]

- 오른손으로 음식을 먹는 미얀마
 - 미얀마에서는 가장 나이가 많은 사람의 가장 먼저 식사가 제공되어야 하며, 연장자가 없을 경우 가정 내에서는 부모가 먼저 수저를 들어야 함
 - 미얀마에서는 오른손을 이용하여 음식을 집어 먹는데 밥을 입에 넣기 전에 한 입크기의 작은 공 모양 형태로 만들어서 먹음
 - 젓가락과 중국식 수저는 면 요리를 먹을 때만 사용하고 면 샐러드를 먹을 때는 주로 수저를 사용함
 - 칼과 포크는 집에서 거의 사용하지 않으며 집에 손님접대용으로 제공하거나 호텔과 레스토랑에서만 사용 가능함

- 불교와 미얀마
 - 미얀마는 전체 인구의 90%가 불교신자로 절대 다수를 차지하고 있으며 이슬람교, 기독교, 힌두교 및 민간신앙이 나머지를 차지함. 이러한 종교 및 관습의 영향으로 대부분의 미얀마인은 소고기를 먹지 않으며 일부는 돼지고기 또한 먹지 않음
 - 따라서 미얀마인들의 식단에는 쌀, 야채 및 생선류가 많으며 독특한 향신료와 식용유를 사용하여 튀긴 음식이 주류를 이룸
 - 불교와 관련하여 타밍우바웅(htaminubaun)이라는 문화가 있는데 타밍우바웅이란 무럭무럭 김이 나는 갓 지은 밥을 말함. 타밍우바웅은 부처님께 공양드릴 때나 출가자들에게 보시할 때, 귀한 옷어른께 대접할 때 이용되며 공양드릴 보시로 이용될 때는 알루미늄 밥솥이 아닌 돌솥으로 지은 타밍우바웅으로 함

III. 식품 트렌드

2) 식문화 및 식습관

미얀마의 기후와 식습관

미얀마 보존식



[라켓, 아빠]

· 미얀마의 보존식, 저장식

- 미얀마에서는 고온다습한 기후조건의 영향으로 부패 위험이 적은 보존식, 저장식 문화가 발달함
- 대표적으로 어린 찻잎을 물에 절인 다음 꺼내어 참기름에 담가 다른 음식과 함께 가벼운 식사대용으로 먹는 라켓(lahpet)이 있음. 또 맛이 신 채소라는 의미의 창밭(chinbat)이 있는데 일본의 채소 잎 절임과 비슷한 야채절임으로 쌀뜨물이나 밥을 지을 때 버리는 뜨거운 물을 이용하여 만들
- 이외에도 절인 콩, 절인 죽순, 절인 새우, 절인 돼지고기, 절인 생선, 소금으로 절인 생선을 햇빛에 말려 절구에 찧어 만든 응아빠(ngapi), 응아빠에서 우러나오는 찌꺼기로 만드는 간장용 조미료인 아빠예(ngapiyei) 등 발효저장식이 있음
- 건조 보존식도 다양한데 미얀마의 어느 마을이나 촌락의 시장에도 반드시 말린 생선을 파는 가게가 있으며 말린 새우 분말을 으깨어 조미료로 쓰이거나 밥에 뿌려 먹는 것을 즐겨먹음
- 미얀마에 남아 있는 왕조시대의 궁중요리서 ‘싸도켓짱(Sadochetkyan)’에도 쉽게 손에 넣을 수 있는 식물의 새싹, 열매, 뿌리, 야채 등으로 만든 절임 음식, 발효음식을 만드는 방법이 적혀 있음

III. 식품 트렌드

3) 한류 및 한국 식품 현황

한류열풍과 함께 한국 식품 인기

미얀마에서 방영된 한국 드라마



[미얀마에서 방영된 한국 드라마]

- 한국 드라마의 지속적인 인기
 - 2006년 미얀마에서 한류의 인기는 한국 드라마를 중심으로 형성됨. 2002년 가을동화의 방영을 계기로 한국 드라마가 큰 인기를 끌고 있으며 이후 대장금, 꽃보다 남자, 주몽, 대조영, 이순신 등이 큰 인기를 얻음
 - 한국 드라마가 인기를 끈 이유는 콘텐츠가 재미있고 다이나믹하게 전개되기 때문임. 한국 드라마 인기에 힘입어 K-Pop 역시 미얀마 젊은 층에서 큰 인기를 끌고 있으며 2013년 6월에는 K-Pop 동아리들이 커버댄스 행사를 개최하는 등 열렬한 K-Pop 지지층을 보유하고 있음
 - 한국 드라마를 통한 한류는 한국 상품, 한식, 한국패션 등에 대한 관심으로도 이어지고 있음. 양곤 시내 대형 슈퍼마켓에는 고추장, 된장, 김치, 김 등 한국 식품류가 다수 판매되고 있으며 양곤 시내에만 10개 이상의 한국 식당이 성업 중인 것으로 알려짐. 2012년 2월에는 재미안마한인회와 주미안마한국대사관이 미얀마 주요인사 부인들을 대상으로 김치페스티벌을 개최하여 화제가 되기도 함
 - 미얀마 젊은이들 사이에서 한국 상품은 고급제품으로 인식되고 있으며 한국 패션과 화장품 및 생활용품에 대한 관심도 매우 높아지고 있음. 한편 한국어에 대한 관심도 높아 양곤외국어대학교 및 만달레이외국어대학교의 한국어학과 외에도 일반 사설 학원에서도 한국어를 배우려는 사람들이 증가하고 있는 추세임

III. 식품 트렌드

3) 한류 및 한국 식품 현황

한류열풍과 함께 한국 식품 인기

· 분야별 현황

■ 드라마

- 2002년 가을동화의 방영을 시작으로 한국 드라마의 미얀마 진출이 본격화되었으며 MRTV(국영회사), Myawaddy TV(국영회사), MRTV-4(정부-민간합작회사) 등 3개의 공중파 방송사가 방영하고 있는 외국 드라마 중에서 한국 드라마가 압도적인 비중을 차지하고 있음. MRTV는 95%이상, Myawaddy TV는 90%이상을 점유하고 있으며 MRTV-4의 경우는 거의 100%에 가까운 점유율을 보임

■ 영화

- 한국 영화의 경우 일부 케이블 TV방송사에서만 방영하고 있으며 공중파 방송사는 거의 방영하고 있지 않음. 한편 주미얀마 한국대사관은 2006년부터 매년 한국 영화제를 개최하고 있으며 2009년부터는 매년 한국 배우를 초청하여 미얀마 팬들과의 만남의 기회를 마련해 오고 있음. 특히 2011년과 2012년 초청은 미얀마 현지 기업들이 적극 후원하여 의미를 더함

■ K-Pop

제 1회 미얀마 K-Pop콘서트



- 미얀마 젊은 층을 중심으로 K-Pop에 대한 관심이 높아지고 있으며 시내 음반판매점에서 K-pop CD가 판매되고 있음. 2014년 4월에 최초로 한국의 아이돌 그룹이 공연하는 K-Pop 콘서트가 양곤에서 개최되어 젊은 층을 중심으로 큰 호응을 얻음

Ⅲ. 식품 트렌드

3) 한류 및 한국 식품 현황

한류열풍과 함께 한국 식품 인기

■ 한식

- 미얀마는 한국과 마찬가지로 쌀과 국수를 주식으로 즐기며 고추장 및 된장과 같은 발효음식이 발달한 나라임. 입맛도 비슷하여 미얀마 국민들이 한식에 대한 거부감이 없이 즐겨 먹고 있으며 양곤 시내에 있는 10여개의 한식당에도 현지인 손님들이 많이 찾고 있음
- 한식에 대한 이와 같은 관심은 드라마에서 많은 영향을 받은 것으로 볼 수 있는데 현지인들이 드라마에서 주인공들이 먹는 여러 가지 음식을 보고 한식을 찾는 경우가 많으며 김밥과 떡볶이는 대부분 한번쯤 맛보았을 정도로 널리 알려져 있음. 최근 김치도 많은 사람들이 찾고 있음

■ 한국어

- 미얀마 양곤외국어대학교와 만달레이 외국어대학교의 한국어학과에 매년 약 50명 정도의 학생이 입학하고 있으며 다수의 사설학원에서도 한국어 강습이 이루어지고 있음. 또한 주미얀마대사관은 매년 한국어말하기대회를 주최하고 있으며 매년 입상자들의 실력이 향상되고 있는 것으로 평가됨
- 한편 미얀마는 우리나라의 고용허가제(EPS) 실시대상 15개국에 포함되어 있는데 한국에 가서 일자리를 갖기 위한 목적으로 한국어를 배우는 사람들도 늘고 있음
- 현지인들이 한국문화(한류)를 좋아하는 이유
 - 미얀마는 가족중시, 장유유서, 손님환대 등 정서적 측면에서 한국과 매우 유사한 문화와 관습이 있으며 언어 및 사고방식에 있어서도 비슷한 점이 많아 한국 드라마 내용을 쉽게 수용할 수 있는 측면이 있음
 - 무엇보다 한국 드라마의 뛰어난 콘텐츠나 K-Pop의 높은 음악성 및 엔터테인먼트 요소가 미얀마 시청자들에게 어필하는 것으로 보이며 식민지, 내전, 군부통치 등 비슷한 역사적 경험을 거치면서 오늘날 눈부신 발전을 이룩한 한국의 모습에 좋은 인상을 받고 있는 것으로 보임

III. 식품 트렌드

3) 한류 및 한국 식품 현황

한국 식품기업의 미얀마 진출

현지 진출 프랜차이즈 기업 Snow Factory 매장 전경 및 판매제품



· 한국 식품기업의 미얀마 진출

- 양곤 내 가장 큰 규모를 자랑하는 쇼핑몰인 정션 스퀘어(Junction Square)에 2013년 한국의 롯데리아가 현지 외식 전문 기업 ‘마이코(MYKO Co., Ltd.)’와 프랜차이즈 계약을 체결하고 글로벌 외식 기업 중 처음으로 미얀마에 입점하여 2016년 현재까지 매장을 운영하고 있음. 미얀마에서는 아직 외국인의 단독 투자를 제한하고 있기 때문에 현지의 기업과 협력이 필수적이며, 롯데리아, BBQ와 같이 현지에 진출한 기업들도 모두 현지에 있는 기업과 협적으로 진출하였음

- 현지 매체인 Myanmar Times가 전하는 소식에 따르면, 최근 Snow Factory라는 빙수 업체가 미얀마의 양곤에 진출하여 인기를 끌고 있다고 함. 해당 기업의 대표는 한국인으로, 현지에서는 다소 생소할 수 있는 빙수 제품을 취급하고 있음. 빙수 제품과 함께 샌드위치와 같은 식사류도 함께 판매함

- 가격은 현지화인 차트 기준 3,000차트(한화 약 2,935원) ~ 6,000 차트(한화 약 5,866원) 사이로 상당히 높은 가격대를 형성하고 있어 현지의 일반 가정에서 소비하기에는 무리가 있는 제품으로 여겨짐. 매장도 미얀마 최대의 경제도시인 양곤의 중심가에 위치하고 있으며, 현지의 중·상류층의 젊은 이들과 외국인들이 주 고객인 것으로 나타남

- Snow Factory는 한국식 빙수, 음료 등의 디저트와 다양한 마케팅으로 미얀마 소비자들의 흥미를 끌고 있음. Snow Factory는 SNS에서 고객이 직접 참여할 수 있는 이벤트를 진행해 오프라인 매장의 방문을 유도하며 아직 미얀마에서 생소한 멤버십 카드를 만들어 멤버십 데이에는 빙수를 50% 할인된 가격에 판매하고 있음. 또한 신 메뉴 출시 시 가게 앞에서 시식 행사를 진행하며 이외에도 다양한 프로모션을 통해 할인된 가격으로 메뉴를 판매함



미얀마 양곤의 롯데리아

롯데리아 미얀마 1호점으로 미얀마 양곤에 있는 ‘정션스퀘어(Junction Square)’에 2개 층 약 80평 규모로 자리잡고 있음

Ⅲ. 식품 트렌드

4) 외식산업 현황

미얀마의 프랜차이즈 산업

· 식품 프랜차이즈 기업의 미얀마 진출

- 2011년 신정부 출범과 2012년 7월 미국의 ‘대 미얀마 신규 투자 승인’ 이후 외국계 프랜차이즈의 진출이 본격화 되고 있으며 한국, 싱가포르, 말레이시아, 미국계 프랜차이즈 업체의 진출이 두드러짐

Moon Bakery



- 한국계 프랜차이즈로 진출 초기 빵집에서 출발한 이후 한식, 현지식 등을 추가하여 퓨전 레스토랑 형태로 운영되고 있음. 2003년부터 붙어온 한류의 인기에 힘입어 미얀마 전역으로 매장을 확대하여 약 16개 이상의 매장을 운영하고 있음

파리지앵



- Donut King'과 'Parisian'으로 유명한 한국계 베이커리인 파리지앵은 진출초기부터 한국식 최고급 빵을 현지 부유층을 타겟으로 공급하여 명성을 쌓았으며 미얀마 전역에 약 10개의 매장을 보유하고 있음
- 또한 Myanmar Ariway International과 자회사인 Yangon Airway에 기내식으로 빵과 도넛을 납품하고 있음

롯데리아



- 2013년 4월 MYKO사의 'Moon Bakery'와 합작으로 양곤의 대표적 쇼핑몰인 Junction Square에 1호점을 개설함. 개설한지 불과 한 달 만에 해외에 개설된 롯데리아 매장 중 최고의 매출을 달성

III. 식품 트렌드

4) 외식산업 현황

미얀마의 프랜차이즈 산업

Marry Brown



· 말레이시아의 대표 패스트푸드 프랜차이즈 기업인 Mary Brown은 2012년 말 미얀마 진출을 선언하였으며 2013년 7월에 쉐곤다인(Shwegondine)에 1호점을 개설함

기타 외국계 프랜차이즈



· 싱가포르계 프랜차이즈인 Chewy Junior와 Ya Kun이 개설되어 운영 중이며 미국의 아이스크림 전문 프랜차이즈인 Swensen's는 2014년 하반기에, 싱가포르 아이스크림 회사인 Flolick Yogurt는 2010년에, Frozee Gelato Creamery는 2015년 상반기에 진출함
 · Swensen's는 SNS에 1+1 행사나 신메뉴 출시 프로모션 등 각종 홍보물을 게재하며 Frozee Gelato Creamery는 1+1 행사나 사이즈업 행사 소식을 게재하고 있음



Sonw Factory

SNS를 기반으로 한 Snow Factory 이벤트와 멤버십카드

미얀마 내 주요 외국계 프랜차이즈 진출 동향 (13년 기준)

업체명	품목	해당국가	비고
Moon Bakery	빵, 한식, 현지식	한국	16개 매장
Parisian/ Donut King	빵, 도넛	한국	10개 매장
Lotteria	햄버거, 치킨	한국	1개 매장 (2,3호점 개설 중)
BBQ	치킨, 피자	한국	1개 매장 (2,3호점 개설 중)
Ya Kun	티, 토스트	싱가포르	2개 매장
Chewy Junior	티, 컵케익	싱가포르	4개 매장
Frolick Yogurt	프로즌 요거트	싱가포르	4개 매장
Mary Brown	햄버거, 치킨	말레이시아	1개 매장 (5년 내 20개 개설)

Ⅲ. 식품 트렌드

4) 외식산업 현황

미얀마의 프랜차이즈 산업

- 미얀마 자국 프랜차이즈 운영 현황
 - 2011년 신정부 출범 이후 현지의 프랜차이즈도 확대 추세로 프랜차이즈 계약이 아닌 친인척에 의해 경영되는 경우가 다수였으나, 점차 전문 프랜차이즈화 되어가는 추세
 - 현지 프랜차이즈는 전통 음식업을 중심으로 사업을 전개하고 있음. 현지의 대표적 프랜차이즈로는 ‘미얀마 국수’ 와 ‘BBQ’ 를 판매하는 ‘YKKO’ 를 들 수 있으며 양곤의 썬이산 로드에서 첫 매장을 오픈한 이래 급격히 성장함
 - 한국계 도넛 프랜차이즈인 Donut King’과 함께 양대 업체로 손꼽히는 ‘J Donuts’도 미얀마 전역에 15개 매장 운영 중 (13년 기준)
 - 기타 프랜차이즈 브랜드는 하기 표에서 확인 가능함

미얀마 내 주요 현지 프랜차이즈 현황 (13년 기준)

업체명	품목	매장수	비고
YKKO	미얀마 국수, BBQ	16개	BBQ JV업체
J Donuts	도넛	15개	
Seasons Bakery	빵	17개	
El Dorado	빵, 외국식품	7개	
Feel	중국식, 미얀마식	4개	
Green Elephant	미얀마 전통식	4개	
Khine Khine Kyaw	미얀마 전통식	5개	
Danuphyu Daw Saw Yi	미얀마 전통식	4개	
Pan Swal Taw	중국식, 태국식	3개	
Style	미얀마 전통식	4개	
Yu Nan	중국식, 미얀마식	3개	

Ⅲ. 식품 트렌드

5) 현지 제품 판매현황

- 미얀마 온라인식품매장 Daily Mart를 대상으로 현지 조사를 진행

#1. 식용유(Oil)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격	이미지
Casa Rinaldi Aceto Balsamic - Extra vrgin olive oil	The ALIS s.r.l Co	250 ml	9,100 차트	
Casa Rinaldi Balsamic Vinegar of Modena IGP- Olio Extra vergin di olive		250 ml	3,900 차트	

#2. 인스턴트 수프(Instant Soup)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격	이미지
Soup Cube Tom Yum	Unilever	11g x 6cubes	1,650 차트	
Nong Shim Champong Noodle Soup	농심	124g	1,150 차트	

#3. 주스(Juice)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격	이미지
Chabaa Valencia Orange Juice	Chabaa	180 ml	350 차트 (mL당)	
Mogu Mogu Orange Flavour Fruit Drink	Mogu Mogu Manila	320ml	500 차트 (mL당)	
Malee Mango Juice	malee Co	1,000mL	2,550 차트 (mL당 75리알)	
Marigold Apple Juice Sugar Free	MARIGOLD	250ml	550 차트	

#4. 소스(Sauce)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격	이미지
San Remo Pasta Sauces Napolitana	San Remo Macaroni Company Pty Ltd	500g	3,650 차트	







#5. 통조림(Canned Food)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격	이미지
Ayam Brand Tuna Spread in Mayoanise	ayambrand Co	185g	2,150 차트	
Nestle Cerelac Infant Cereal Rice and Soya	Nestle Co	350g	4,950 차트	
Similac Follow up Intelli-Pro (6-12 months)	Abbott Laboratories	400gm	22,300 차트	

#6. 인스턴트 커피(Instant Coffee)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격 (g당 및 mL당 가격)	이미지
3 in 1 Instant Coffee Mix	Power	30's x 22g	2,500 차트	
Coffee Mate	Nestle	450gx3	7,350 차트	

#7. 간식류(Snacks and Cookies)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격 (g당 및 mL당 가격)	이미지
Golden Crackers	Julie's	125g	550 차트	
Pringles Original Flavour	Pringles	169g	3,000 차트	
Dark Choco Vanilla Sandwich Cookies	Julie's	160g	1,350 차트	
Marie Milk Flavour Biscuit	Julie's	190g	1,450 차트	
Cream Cracker	Munchy's	300g	2,050 차트	
Choco More Sandwich Cookies	Julie's	160g	1,350 차트	

#8. 면과 파스타(Pasta & Noodle)

제품명	제조사	개수 및 중량	가격 (g당 및 mL당 가격)	이미지
Short Pasta Macaroni	San Remo	500g	1,500 차트	
Long Pasta Fettucine	San Remo	500g	1,550 차트	
Cheese Ramyun	Paldo	111g	1,400 차트	
Supreme Vegetable Soup Noodle	Sedaap	75g	250 차트	

IV. 유통현황

- 1) 유통 구조
- 2) 유통 채널
- 3) 식품 바이어리스트

IV. 유통 현황

1) 유통 구조

에이전트(도매상)를 통한 진출이 필수



·미얀마 유통 현황

- 2015년 미얀마 총선과 2016년 4월 아웅산 수치(Aung San Suu Kyi) 여사 중심의 민족 정부 출범으로 인해 서방국가의 경제 제재가 점차 해제되고 있으며 이는 미얀마 유통시장에 긍정적인 영향을 주고 있음

- 미얀마에서 식품 유통시장은 크게 전통적인 재래시장과 쇼핑몰, 슈퍼마켓 형태의 기업형 유통채널로 구분됨. 아직 현대적 유통망은 도입초기 단계로 유통시장은 여전히 전통적인 재래시장이 높은 비중을 차지하고 있음. 대표적인 재래시장으로는 Mingalar, San Thein gyi Market Centre 등이 있음

미얀마 주요 유통업체

- ① City Mart
- ② Orange supermarket
- ③ Ocean hypermarket
- ④ Capital hypermarket

- 기업형 유통망은 양곤(Yangon), 만달레이(Mandalay), 네피도(Naypyidaw) 등의 대도시를 중심으로 입지하고 있으며 대형 슈퍼마켓과 복합 쇼핑몰이 중심을 이루고 있음. 하지만 미얀마 최대 슈퍼마켓 체인점인 City Mart는 2016년 기준 22개의 매장(양곤 6개, 만달레이 14개)밖에 보유하고 있지 않아, 아직 유통에서 차지하는 비율은 높지 않은 상황임. 2015년 기준 현대적 유통채널이 차지하는 비중은 약 10%에 그침

- 온라인 시장의 경우 이제 막 걸음마를 댄 수준으로 온라인 쇼핑몰을 운영하기보다는 20명 내외의 페이스북 판매가 주류를 이루고 있음. 대표적인 쇼핑몰인 Kamyu는 페이스북, 신문, 라디오 광고를 병행하는 한편, 게릴라 마케팅 및 프로모션 행사를 진행하고 있음

- 미얀마의 대도시인 양곤은 식품 수입의 중심지로서 역할을 수행함. 띠라와(Thilawar), 아시아월드(Asia World), 보타타운(Botahtaung)의 3가지 무역항과 양곤 국제공항(Yangon International Airport) 모두 양곤에 입지함. 미얀마 운송비용이 비싸고 물류 인프라가 미약하기 때문에 양곤에서 저렴한 고속버스를 통해 유통되는 경우가 다수임

IV. 유통 현황

1) 유통 구조

·미얀마 시장 예상 유통 경로



- 미얀마 B2C 유통 경로에서는 수입상이 도매상을 겸하는 경우가 대부분이며 소매상을 거쳐 소비자에게 전달하는 경로가 일반적임. City Mart 등 미얀마 슈퍼마켓 브랜드들은 본사를 통해 슈퍼마켓 체인점으로 납품하는 구조를 띄고 있음
- 재래시장은 미얀마 국민들이 식품 구입 시 가장 많이 활용하는 유통 경로임. 미얀마 국민들은 매일 또는 이틀에 한번 재래시장을 방문하고 있으며 신선한 식료품을 취급하고 있고 가격이 저렴한 편임. 하지만 즉석 조리식품이나 수입 식품 취급 비율이 높지 않아 적절하지 않음
- 다른 유통채널과 기업형 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 차이점은 정찰제를 운영하고 있으며 매장 내 에어컨을 구비하고 있고 쇼핑 채널이 넓다는 점이 특징임. 한국농수산물유통공사는 2014년 업무협약을 통해 'City Mart Holding' 과 식품 유통정보 공유, 유망상품 개발·공급, 수출업체 알선, 판촉전 개최 확장 등을 협력하고 있음
- 종합 쇼핑몰의 경우, 대부분 양곤에 위치하고 있으며 주 고객층은 중상류층 및 외국인임. 이들의 종합 쇼핑몰 구매 비율은 매우 높은 편으로 주 3~4회 정도 이용하고 있고 방문 시 평균 5달러 정도 지출함

IV. 유통 현황

2-1) 유통채널 : 전통시장

#1. Thiri Mingalar Market



주소 Kye Myin Daing Kannar Rd. & Pynma St

- 양곤에 과일 및 야채를 유통시키는 최대의 농산물 시장임
- 24시간 영업하며 이곳으로 유통되는 대부분의 농산물은 지방에서 오기 때문에 한밤중에 도착함
- 이곳은 도매시장이므로 야채와 과일이 가장 신선함

#2. Bogyoke Aung San Market



주소 Bogyoke Street, Pabedan Township, Yangon

- "보족 아웅산 마켓", "보족제", "스콧마켓"으로 통하는 미얀마에서 제일 유명한 시장임
- 예전에는 미얀마 상류층들이 주 고객이었으나 현재는 외국인 관광객들에게 인기가 많음
- 환전이 가능하며 관광객들의 증가로 가격이 많이 상승함
- 연중무휴이나 보름에는 휴무

#3. Theingyi Market



주소 Shwedagon Pagoda Road, Pabedan Township, Yangon

- 양곤 시내에 위치하고 있는 미얀마에서 가장 큰 시장
- 식품점 상점과 의류, 화장품, 세면도구, 장난감 등 다양한 제품을 판매하고 있음

IV. 유통 현황

2-2) 유통채널 : 슈퍼마켓

#1. City Mart

<p>이미지</p>	
<p>Contact Point</p>	<p>Website : citymart.com.mm Add : Padonmar Stadium (East Wing), Bargayar Street, Sanchaung Township, Yangon</p>
<p>업체 정보</p>	<p>규모</p> <ul style="list-style-type: none"> · 현재 양곤에 23개의 지점을 보유하고 있으며, 만달레이에 1개의 지점을 보유하고 있음(총 24개) · 향후 2018년까지 슈퍼나 편의점 등 주력 3개 업태의 점포 수를 현재의 4배인 260개 이상으로 늘릴 예정임 <p>업체 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 미얀마 내 가장 많은 점포를 보유하고 있으며 Market place 매장의 경우 City Mart 브랜드의 프리미엄형 슈퍼마켓 매장으로 다양한 수입제품을 판매함 · 판매되는 생활용품의 대부분은 중국, 태국, 말레이시아, 싱가포르 제품이며 최근 한국, 일본, 유럽 제품에 대한 선호가 증가하고 있음 · 가장 많이 구매하는 제품은 식료품임 (33%, 닐슨EMI가 실시한 설문조사) · 양곤의 미니공 지점은 24시간 운영 (2016.05.12. 발표) · 2016년부터 인터넷쇼핑몰을 비롯한 신규 사업에도 진출할 예정임

#2. Orange

<p>이미지</p>	
<p>Contact Point</p>	<p>Website : www.facebook.com/orangesupermarket.mm (홈페이지 없음) Add : 54, Waizayandar Shopping Centre, (G/F), Waizayandar Rd., Thingankyun Township, Yangon</p>
<p>업체 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 신선식품, 가공식품, 주류, 가전제품, 화장품, 유아용품, 주방용품, 음반, 서적 등을 판매함 · 매장 내 ATM기가 설치되어있어 간단한 은행 업무를 처리할 수 있음 · 고객만족도가 높은 편이며 타 슈퍼마켓에 비해 SNS를 통한 홍보가 활발함

IV. 유통 현황

2-3) 유통채널 : 하이퍼마켓

#1. Ocean

<p>이미지</p>			
<p>Contact Point</p>	<p>Website : oceansupercenter.com.mm Add : Padonmar Stadium (East Wing), Bargayar Street, Sanchaung Township, Yangon</p>		
<p>업체 정보</p>	<p>규모</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 현재 양곤에 3개, 만달레이에 1개, 네피도에 2개, 몽유와에 1개, 프테인에 1개, 모올메인에 1개의 지점을 보유하고 있음 (총 9개) · 미얀마 내 대형마트이며 City mart와 함께 City Mart Holding Co.,Ltd. 소속임 · 신석식품, 가공식품, 주류, 가전제품, 화장품, 유아용품, 주방용품, 음반, 서적 등을 판매함 	

#2. Capital

<p>이미지</p>			
<p>Contact Point</p>	<p>Website : www.facebook.com/Capital-Hypermarket-706847959403812 (홈페이지 없음) Add : 14-E, Min Nandar Road, Yangon, Myanmar</p>		
<p>업체 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 미얀마 내 첫 하이퍼마켓으로 Taketa Township에 위치하고 있으며 6,000평방미터의 넓은 쇼핑공간을 자랑함 · 식료품, 뷰티용품, 가구 등을 판매하며 YKKO Kyay Oh, 타이레스토랑, 패스트푸드점 등이 있음 · ATM기가 설치되어 있어 이용이 가능하며 양곤에 있는 마트 중 가장 큰 주차시설을 보유하고 있음 		

IV. 유통 현황

2-4) 유통채널 : 온라인쇼핑몰

#1. Kaymu

<p>이미지</p>		
<p>Contact Point</p>	<p>Website : www.kaymu.com.mm email : cs@kaymu.com.mm</p>	
<p>업체 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 미얀마 내 온라인 복합 쇼핑몰 · 페이스북을 통한 광고가 주이며 신문 및 라디오를 통한 광고도 병행함 · 하루 방문객은 약 2,150명 정도로 월평균 약 10만 명이 이용하며 해마다 증가하고 있음 (2015년 기준 월평균 약 33% 매출 상승) 	

#2. Shop

<p>이미지</p>		
<p>Contact Point</p>	<p>Website : www.shop.com.mm email : service@shop.com.mm</p>	
<p>업체 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 미얀마 내 온라인 복합 쇼핑몰 · 식료품, 유아용품, 가전기기, 전자기기, 스포츠용품, 화장품, 의류, 핸드폰 등 여러 가지 상품들을 한 번에 쇼핑할 수 있는 스토어 · 삼성, LG와 같은 한국브랜드 제품도 판매하고 있음 	

IV. 유통 현황

3) 식품 바이어리스트

미얀마 식품 바이어리스트

No	바이어명	Tel	팩스	담당자	이메일
1	KSS Trading	95-1-203320	95-1-203289	U Win Myint	www.kssmyanmar.com
2	Grand Mynn Enterprise Ltd	95-1-290170	95-1-296928	Ma Thit Sar	grandtwinbrothers@gmail.com
3	GRAND WYN ENTERPRISES LTD.	95-1-290170	95-1-296928	-	grandwyn@gwe-myanmar.com
4	Mega Marine Frozen Sea Food Co.,Ltd.	95-1-380788	95-1-249786	Mr.ILYAS	www.megamarinemm.com
5	MYANMAR S & H CO.,LTD.	95-1-221349	95-1-223944	U SEIN AYE	tunautomobil@mptmail.net.mm
6	Min Zar Ni Co., Ltd.	95-1-684181	95-1-684220	-	mzn.ygn@gmail.com
7	SUPERSHINETRADING CO.,LTD.	95-1-380311	95-1-380265	Ma Kay	fescoyangon@gmail.com
8	Myanmar Makro Industry Co., Ltd.	95-1-547146	95-1-547116	Mr WIn Naing	winnaingmakro@gmail.com
9	VIVO Group of Companies Pte Ltd.	95-1-226315	-	U Ye Thu Aung	yta.2006@gmail.com
10	Grand Mynn Enterprise Ltd.	95-1-290170	95-1-296928	Ma Thit Sar	grandtwinbrothers@gmail.com
11	Diamond Hap Trading Co., Ltd.	95-1-250881	-	Ko Tun Tun Oo	diamonhapttrading@gmail.com

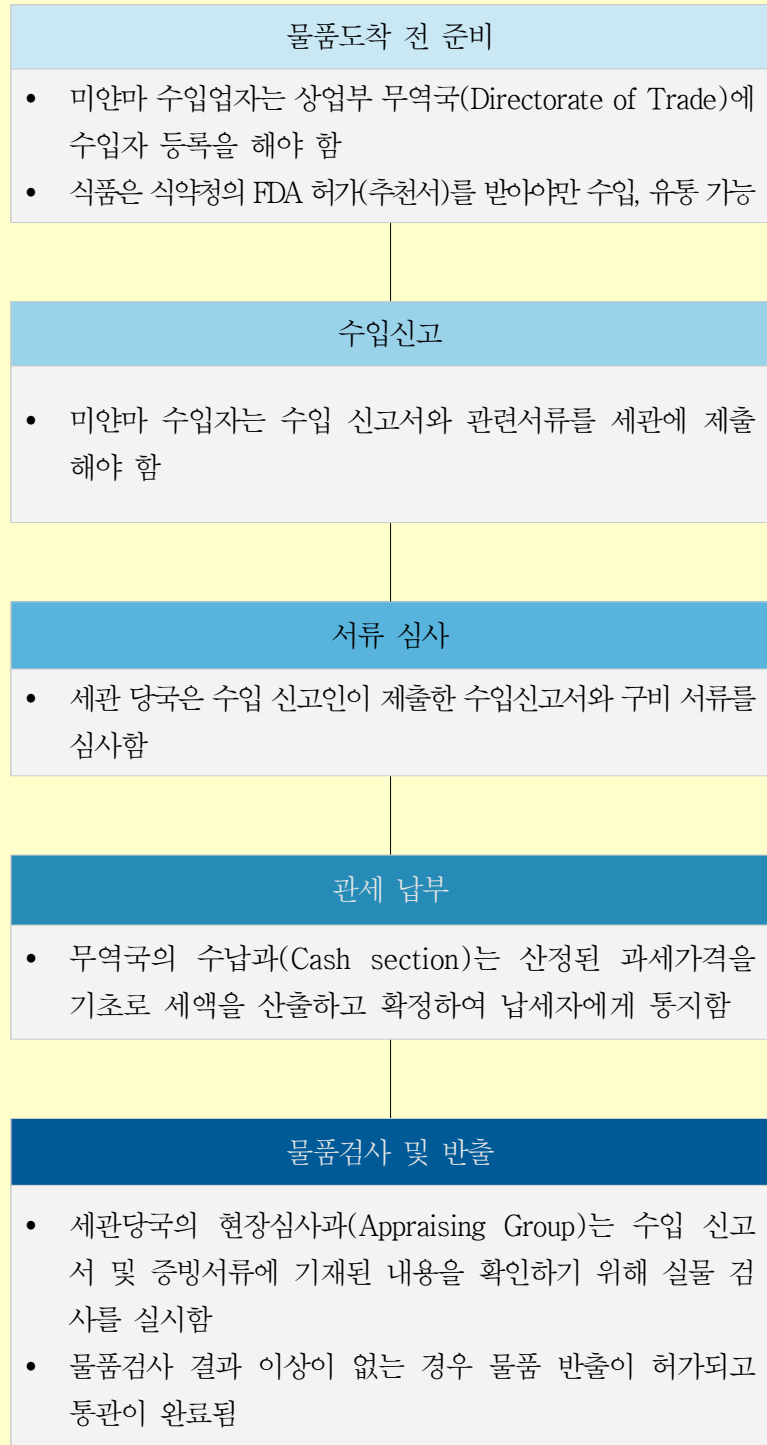
V. 통관검역

- 1) 통관절차
- 2) 검역
- 3) 관세 및 세금
- 4) 수입 관련 규정

V. 통관검역

미얀마, 수입자격 확인 필요

·수입통관 절차 한눈에 보기

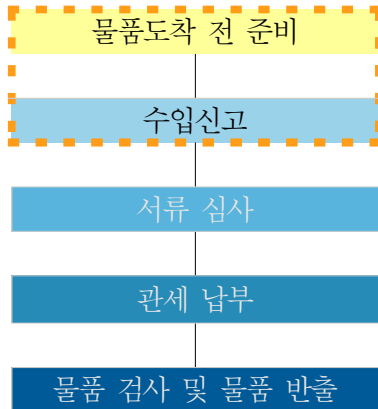


V. 통관검역

1) 통관절차

미얀마, 수입자격 확인 필요

- 물품도착 전 준비
- 미얀마는 다양한 품목 군에 대하여 수입을 금지하고 있으므로 수입하고자 하는 물품이 수입금지 또는 제한품목에 해당하는지 여부를 사전에 확인해야 함
- 수출실적이 있어야만 수출대금 범위 내에서 수입이 가능하도록 규제하므로 수입자격을 확인해야 함
- 미얀마 수입업자는 무역국(Directorate of Trade)에 등록해야 하며 등록비는 다음과 같음 (미얀마 화폐단위 표기)

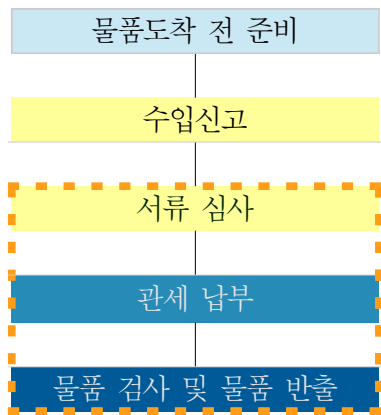


- 1년 : 15,000차트, 2년 : 20,000차트, 3년 : 30,000차트
 - 등록은 만료일로부터 3개월 전부터 갱신할 수 있음
- 미얀마에서 식품관리 부처와 의약품관리 부처가 따로 구분이 되어 있으며 상기 두 제품의 경우 식약청의 FDA 허가(추천서)를 받아야만 수입, 유통을 할 수 있음
- 수입신고
- 미얀마 수입업자는 다음의 서류와 함께 수입신고서를 세관에 제출해야 함

수입 신고 서류

- 수입신고서
- 상업송장(Commercial Invoice)
- 수입 라이선스(수입 허가증)
- 선하증권 또는 항공화물 운송장(Bill of Lading)
- 포장 명세서
- 관련기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증
- 환어음(Bill of Exchange)
- 보험 증권
- 수입품에 대한 추천서(관련부처)
- 화물 인도 지시서 (Delivery Order)
- 위임장
- 기업 등록증(Company Registration Certificate copy)
- 수출업자 등록증(Exporter / Importer registration certificate copy)

V. 통관검역
1) 통관절차



- 서류 심사
 - 세관 당국은 수입 신고인이 제출한 수입신고서와 구비 서류를 다음 사항에 대하여 심사함
 - 적정한 형식으로 작성되었는지 여부
 - 필수 서류가 모두 제출되었는지 여부
 - 각 서류상 물품 명세 등이 일치하는지 여부
 - 품목분류, 관세평가가 적절히 이루어졌는지 여부

- 관세 납부
 - 미얀마 수입업자는 해당 수입 건에 대하여 수입 라이선스(수입 허가증)를 신청할 때 가격 추천서를 제출해야 함
 - 가격추천서는 이전에 미얀마로 수입된 동종 물품의 산정된 과세가격을 기초로 함
 - 무역국(Directorate of Trade)의 세액산정과(Valuation Unit)는 과거 수입된 동종 물품의 가격과 수입자가 수입 신고서에 기재한 가격을 비교하여 과세 가격을 산정함
 - 무역국의 수납과(Cash section)는 산정된 과세가격을 기초로 세액을 산출하고 확정하여 납세자에게 통지함

- 물품 검사 및 물품 반출
 - 세관당국의 현장심사과(Appraising Group)는 수입 신고서 및 증빙서류에 기재된 내용을 확인하기 위해 실물 검사를 실시함
 - 다음의 사항에 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가되며 통관이 완료됨
 - 제출한 신고서 및 증빙서류가 적정한지 여부
 - 세관당국이 확정하여 고지한 관세가 납부되었는지 여부
 - 물품검사 결과 이상이 없는지 여부
 - 품목분류, 관세평가가 적절히 이루어졌는지 여부

V. 통관검역 2) 검역

동식물 수입품, 위생증명서와 수입허가증 필요

- 미얀마의 식품 수입 검역은 다음의 세 기관에서 이루어지고 있음
 - 농림부(Ministry of Agriculture and Irrigation, Department of Agriculture)
 - 무역국(Ministry of Commerce, Directorate of Trade)
 - 관세청(Customs Department)

. 가공 식품 검역

- 식물 수입 전에 수입자는 식품의약품안전청에 다음의 서류를 제출하여 위생증명서를 발급 받아야 하며 발급 비용은 품목당 약 30 달러임
 - 위생 증명서(Health Certificate) 신청서
 - 원산지 증명서(Certificate of Origin)
 - 품질 인증서(Certificate of Analysis)
 - 제조 허가서(Manufacturing License)

. 식물성 수입품 검역

- 식물해충검역 법(The Plant Pest Quarantine Law)에 따라 농림부장관은 식물성 수입품을 검사하며 수입업자는 수입허가신청에 앞서 농림부 산하 미얀마농업공사(Myanmar Agricultural Service)에 식물검역증명서(Plant Quarantine Certificate)를 신청해야 함. 만약 해충이나 질병이 발견되면 치료가 수행되고, 치료가 가능하지 않은 경우, 오염된 제품은 폐기됨
- 식물검역증명서의 비용, 검사비용, 샘플의 분석비용은 수입자가 부담해야함
- 미얀마농업공사는 식물 검역 증명서를 입수 후, 무역국에 수입 허가를 신청함

. 동물성 수입품 검역

- 동물 발육 건강법(Animal Development and Health Law)에 따라 축산 · 어업 부(Ministry of Livestock Breeding and Fisheries)가 동물성 수입품을 검사함
- 동물성 수입품을 수입하기 전에 수입자는 무역국에서 수입 허가를 취득해야하며 위생증명서를 신청하여 출하내역을 신고해야 함
- 위생 및 품질 검사를 통과하면 추천 인증서를 발급받고 제품 인도를 받을 수 있음
- 위생 증명서의 비용, 검사 비용, 추천 인증서 비용, 기타 비용(필요시 추가 검사 비용)은 수입업자가 부담함



식품 첨가물 규칙

- 미얀마 식품·의약품 전문가 위원회가 식품 첨가물 규칙을 관할하도록 규정하고 있으며 식품 첨가물의 목록은 아직 발표되지 않음
- 따라서 국제 식품 규격(CODEX)의 허용 한도를 준수함

V. 통관검역

3) 관세 및 세금

미얀마 관세

- 미얀마의 관세율은 품목에 따라 0~40%이며 상품의 판매 및 서비스 제공에 대해 일종의 소비세인 상업세를 부과함
- 미얀마 내국상품 생산 촉진을 위해 60개의 상품(주로 농산품 및 필수품)에 대하여 미얀마 생산 시 상업세가 면세되거나 해외에서 수입 시에는 5%가 부과됨
- 술, 담배, 사치품 등에 대해서는 8~100% 상업세가 부과됨

미얀마 식품 실행세율 대체적으로 높은 편

· 관세제도

- 수입 물품에 부과되는 세금은 수입 관세와 상업세가 있음. 미얀마의 관세율은 미얀마 관세청에서 발간한 관세율표(Customs Tariff of Myanmar)에서 찾아볼 수 있으며 HS코드에 따라 MFN 관세율이 나와있음
- 상업세는 수입시점에서 동시에 부과되며, 원자재 기타 수출에 유용한 수입품의 관세는 낮으나 사치품의 관세는 높음. 관세는 CIF(Cost, Insurance and Freight)기준으로 부과됨
- 미얀마의 식품 분야 내 실행 관세율은 품목에 따라 다르나 대체적으로 높은 수준을 유지하고 있으며, 각 품목별 실행 관세율은 다음과 같음

미얀마 주요 식품별 실행세율 비교



[육류]

- 돼지고기 : 1.5%~15%
- 소고기 : 15%

- 가금류 : 10%~15%



[수산물]

- 산-냉장 어류 : 0%~10%
- 갑각류 : 0%~10%

- 연체동물 : 0%~10%



[유제품, 낙농품]

- 밀크와 크림 : 3%~5%
- 치즈 : 3%

- 꿀 : 15%



[채소류]

- 감자 : 15%
- 양파 : 0.5%~15%
- 양배추 : 15%

- 저장처리한 채소 : 15%
- 인홍삼 : 1%
- 채소종자 : 1%~5%



[과일류]

- 귤 : 15%
- 배 : 15%
- 사과 : 15%

- 포도 : 15%
- 저장처리한 과일류 : 15%



[가공식품류]

- 과당시럽류 : 1%~15%
- 낫 : 20%
- 잎담배 : 15%

- 소스류 : 15%
- 주스류 : 5%~15%

출처 : MACMAP

V. 통관검역

4) 수입 관련 규정

소비자보호법 라벨링 규정 및 국제 식품 규격 준수해야

· 식품 표시 규제

- 2014년 3월 14일에 제정된 소비자보호법(Consumer Protection Law)에서는 미얀마 내 식품 라벨링 의무를 명시함. 제 8조 제 3항에 따르면, 사업자는 상품을 생산 또는 무역(유통)하는 경우 다음과 같은 내용을 표시해야 함

- 상품명
- 크기
- 무게
- 규모
- 구성 형태
- 사용법
- 생산 날짜 및 생산표기
- 유통기간
- 부작용
- 생산업체명 및 주소
- 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등

· 잔류 농약 규칙

- 잔류 농약 및 식품 오염은 국제 식품 규격 (CODEX)의 허용 한도를 준수하고 있음

· 식품 포장 규칙

- 잔류 수입 식품 포장의 크기와 무게에 대한 규정은 없으나 다음과 같은 물질에 대해서는 국제 기준에 준하는 것을 권장함

- 납, 카드뮴, 비스페놀A, 6가 크롬, 포름알데히드, 클로로에테인 등

· 수입금지 및 규제품목

- 아직까지 미얀마 수입금지 및 규제품목 중 한국산 제품은 해당사항 없음

VI. 인증

VI. 인증

미얀마 국제 인증마크가 있는 경우, 시장진출에 유리

- 미얀마는 의약품, 화장품 등 일부 품목을 제외하고는 대부분의 품목에서 UL, CE 마크와 같은 정부 및 유관 기관에서 요구하는 각종 인증, 검사 제도가 특별히 존재하지 않음
- 그러나, 최근 식품사업에 대한 품질과 검역이 강화되어 미얀마 FDA는 국제 식품 기준인 FSMS, HACCP, GMP의 인증을 통과해야 식품 판매를 승인해 주는 등 식품 품질 안전 표준 체계를 강화하고 있음 (통용되는 국제 인증마크가 있는 경우 시장진출에 유리한 측면이 많음)

· 주요 인증제도

- COA(Certificate of Analysis for Drugs)
 - 미얀마에서 의약품을 생산, 수입 및 유통하기 위해서는 미얀마 식약청(Food and Drug Administration)으로부터 사전 허가를 받아야 가능함
 - FDA 허가를 받으면 COA가 발급되며 동 증명서에 따라 수입 및 유통이 가능함
- Recommendation for Food and Cosmetic
 - 미얀마에서 식품관리 부처와 의약품관리 부처가 따로 구분이 되어 있으며 상기 두 제품의 경우 식약청의 FDA 허가(추천서)를 받아야만 수입, 유통을 할 수 있음

주요 품목별 인증 또는 추천서 기관 현황					
기관명	담당부서	홈페이지	전화	인증명	대상품목
Ministry of Health	Food and Drug Administration (FDA)	www.moh.gov.mm	95-67-41383 ~4	COA (Certificate of Analysis for drugs)	식품
				Recommendation for Foods and cosmetic	화장품
					의약품

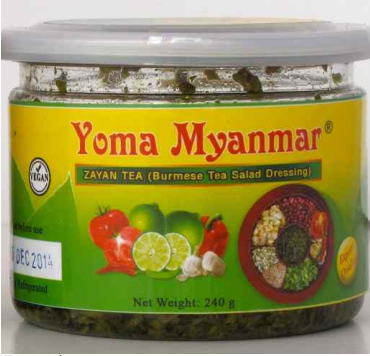
Ⅵ. 라벨링

VII. 라벨링

미얀마 식품 라벨링 정보

· 미얀마 소비자 보호법 라벨링 규정

Front>



Back>



라벨링 표기

과영양성분, 용량, GMO · MSG 성분 함유 여부, 유통기한, 재료 등을 확인할 수 있음

- 과거 미얀마 소비자연합회는 현재 미얀마 시장에서 유통되는 상품에 생산지역, 유통기간 등이 표시되어 있지 않아 소비자들에게 위험요인이 될 수 있으며 특히 식품(가공품)은 대부분 영문으로 기재되어 있어 일반 소비자가 이해하기에 어려움이 있음을 지적해 왔음

- 이에 2014년 3월 14일에 제정된 소비자보호법(Consumer Protection Law)에서는 미얀마 내 식품 라벨링 의무를 명시함

- 이를 위반 할 경우 영업 일시정지 또는 영구정지 등의 강력한 조치를 취할 수 있음

- 2014년 3월 14일에 제정된 소비자보호법(Consumer Protection Law)에서는 미얀마 내 식품 라벨링 의무를 명시함. 제 8조 제 3항에 따르면, 사업자는 상품을 생산 또는 무역(유통)하는 경우 다음과 같은 내용을 표시해야 함

- | | |
|---------|---------------------------|
| ■ 상품명 | ■ 생산 날짜 및 생산표기 |
| ■ 크기 | ■ 유통기간 |
| ■ 무게 | ■ 부작용 |
| ■ 규모 | ■ 생산업체명 및 주소 |
| ■ 구성 형태 | ■ 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등 |
| ■ 사용법 | |

- 소비자 보호법 제 8조에 3항에 따르면, 아래 상품에 관해 생산 및 무역을 할 수 없음

- 상표에 표시된 상태, 보험, 특이사항, 효과, 무게, 부피, 용량, 품질 등이 부합하지 않는 상품
- 광고 및 판매 촉진 등에 나오는 내용과 부합하지 않는 상품
- 상품명, 크기, 무게, 규모, 구성 형태, 사용법, 생산 날짜 및 생산 표기, 유통기간, 부작용, 생산업체 명 및 주소, 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등이 없는 상품

- 소비자 보호법 제 8조에 4항에 따르면, 제품 매뉴얼(사용법)의 경우 반드시 미얀마어로 표시하도록 강제되어 있으므로 이에 유의하여야 함

VIII. 제언

VIII 제언

수입상위품목

비알코올 음료 기타, 맥주, 대두유를 추출할 때 얻는 오일케이크와 고체 형태의 유박, 커피차 등의 추출물 에센스농축물, 소스류 기타, 사과, 사료용 조제품 기타, 만다린과 유사 감귤류, 그 밖의 파스타

■ 현지 가공식품 생산량 높지 않고 신선 과일 수입량 높아

- 미얀마는 만성적인 전력난과 식품관련 기술 부족으로 인해 전반적으로 가공식품 산업이 발달 되어 있지 않아 현지의 식품 제조공장이 많지 않은 편임. 현지에서 인기가 높은 김치, 음료, 맥주, 커피, 어묵 등 현지인의 입맛에 맞춘 다양한 가공식품으로 미얀마 시장을 공략할 필요가 있음

- 한편, 미얀마의 대세계 농식품 수입 통계 분석 시 가공식품 외에 사과, 감귤류, 포도 등 과일류도 수입 금액과 증가세가 높은 수출상위품목으로 나타나, 향후 해당 품목들이 수출 가능성이 높을 것으로 사료됨

■ 한류 미디어 콘텐츠를 통해 한국 식품에 대한 호감도 높아야

- 한국 드라마, 한국 가요 등 한류는 한국 식품, 한식에 대한 관심으로도 이어지고 있음. 미얀마 지상파를 통해 다양한 한류 콘텐츠가 방송되고 있고 높은 인기를 누리고 있는 만큼, 이러한 콘텐츠를 통해 한국 식품, 한식을 홍보하는 홍보법이 필요할 것으로 사료됨

■ 블루오션 시장인 프랜차이즈 시장

- 2011년 신정부 출범과 2012년 7월 미국의 ‘대 미얀마 신규 투자 승인’ 이후 다양한 외국계 프랜차이즈의 진출이 본격화 되고 있음. 아직 미얀마 식품 프랜차이즈 시장은 막 개방된 블루오션 시장으로 여겨지며, 따라서 한국 프랜차이즈 역시 현지 업체와의 합작 (법으로 규정)을 통해 미얀마 시장 진출 기회를 선점할 필요가 있음

■ 가격 경쟁력이 무엇보다 중요, 식품 품질 인증 강화돼 주의 필요

- 미얀마의 바이어는 전반적으로 가격 경쟁력을 가장 중요시하며 프로모션, 광고에 대한 비용을 청구해 올 수도 있으니 이러한 부분에 대한 대비가 필요함. 한편 가격 경쟁력 외에 한류를 통한 한국 제품의 강점도 고려해서 바이어와 상담을 해야 함

- 최근 식품사업에 대한 품질과 검역이 강화되어 미얀마 FDA에서 국제 식품 기준인 FSMS, HACCP, GMP의 인증을 통과해야 식품 판매를 승인해 주는 경우가 있음. 이처럼 식품 품질 안전 표준 체계를 강화하고 있으니 수출 시 이에 대한 주의가 필요함

