


## 국외출장 결과보고서

구 분	내 역					
출장자	소속	수산정책사업본부	성명	김명수	직급	연구원
	소속	수산정책사업본부	성명	원은송	직급	연구원
출장목적 (중복선택 가능)	■ 현지조사(현장, 전문가 회의)   □ 국제행사 주최   ■ 국제행사 참가 □ 국제회의(정부대표단) 참석   □ 세미나, 교육, 훈련   □ 기타 (					


## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

업무유형	<input checked="" type="checkbox"/> 현지조사(현장, 전문가 회의) <input type="checkbox"/> 국제행사 주최 <input checked="" type="checkbox"/> 국제행사 참가 <input type="checkbox"/> 국제회의(정부대표단) 참석 <input type="checkbox"/> 세미나, 교육, 훈련 <input type="checkbox"/> 기타 (   )
업무①	(8/21, 오후) 수산식품 수출입 업체(SAKY FOOD) 면담조사
수행계획	<input checked="" type="checkbox"/> 베트남 수산식품 시장 동향 조사 <input checked="" type="checkbox"/> 베트남 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출입 동향 조사 <input checked="" type="checkbox"/> 수산식품 수출입 업체(SAKY FOOD) 면담조사 ○ SAKY FOODS는 2016년에 설립된 베트남 수산물 수출입 업체임. 냉동수산물과 건조품을 주로 취급하고 있으며, 최근에는 통조림 제품과 빵가루를 입힌 제품 등 부가가치 높은 제품을 개발하기 위해 노력하고 있음 ○ 베트남 광응아이(Quang Ngai) 지역 해안에서 어획된 수산물들을 주로 판매하고 있음. 수산 가공품 원료의 안정적 공급 관리 및 품질 유지를 위해 자체적으로 양식장과 가공공장을 운영하고 있으며 이를 통해 가격 경쟁력을 높이고 있음 ○ 유럽, 미국, 캐나다, 아시아 등 약 20개국에 연간 10,000톤 이상의 수산물 및 수산식품을 수출하고 있으며 주요 수출 품목은 튀김류 및 건조품임 ○ 튀김류는 새우, 게 등에 빵가루를 입힌 형태로 수출하고 있으며, 건조품의 경우 멸치, 새우 등은 육수용으로, 고등어, 정어리, 전갱이, 가자미 등은 구이용으로 수출하고 있음 ○ HACCP, ISO, ASC 인증, BRC 인증, 할랄 인증 등 주요 수출대상국에서 요구하는 국제 인증을 취득하여 수출 확대를 위해 노력하고 있음
수행결과	<div>    </div> <input checked="" type="checkbox"/> 베트남 인구 구조 및 수산식품 소비트렌드 변화 ○ 베트남 인구는 지속적으로 증가하고 있는 가운데 최근 중산층 증가, 도시화 가속, 1.2인 가구 증가 등 인구·사회적 구조가 변화하고 있음. 가구당 인구수는 감소하고 있으며 3인 이상보다는 1.2인 가구가 늘어나고 있음. 특히, 베트남 호치민의 경우 출산율이 다른 지역보다 낮아 저출산 문제가 대두되고 있음 ○ 베트남 내 경제 활성화와 함께 도시 규모가 점차 확대되고 있으며 경제활동인구 수 또한 증가하고 있음. 이에 따라 경제활동인구(직장인)를 주요 소비층이자 타겟고객으로 설정하는 외식 산업이 성장하고 있음 ○ 또한 베트남 내 외국인(외국기업, 외국인 투자자) 유입이 늘어나면서 비즈니스 미팅 장소로써 고급 수산물 레스토랑의 인기가 높아지고 있음 ○ 소비자들의 구매력이 상승하면서 비교적 높은 가격이라도 건강하고 안전한 상품에 대한 선호도가 높아짐. 이와 더불어 명절 등 중요한 행사에 고급 수산물을 선물하는 문화가 확산되고 있어 다양한 형태의 프리미엄 수산물에 대한 수요가 증가하는 추세임 ○ 최근 비중이 높아지고 있는 소규모 가구에서는 반조리 형태의 소포장 수산식품을 선호함 ○ 한류 영향으로 한국 식품에 대한 인지도가 높아지고 있어 향후 수출 확대를 위해서는 한류 마케팅을 적극 활용할 필요가 있음





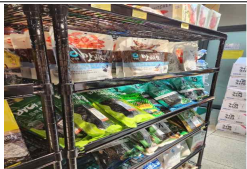







## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

업무②	(8/22, 오전) 수산식품 수출입 업체(JUN FAN FOOD) 면담조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산식품 수입 동향 및 소비 트렌드 조사</li> <li>수산식품 수출입 업체(JUN FAN FOOD) 면담조사               <ul style="list-style-type: none"> <li>JUN FAN FOODS는 냉동 수산물 전문 수출입업체이며, 주로 연육, 새우 가공품을 판매 및 수출하고 있으며 그 외에도 가자미, 연어, 명태 등 다양한 품목을 취급하고 있음</li> <li>SAKY FOODS와 마찬가지로 HACCP, MSC, ASC, BRC, ISO, 할랄 등 여러 국제 인증을 보유하고 있음</li> <li>일본, 중국, 한국, 말레이시아 등 아시아 시장을 포함한 미국, 캐나다, 유럽 등 다양한 국가로 수출하고 있음. 주요 수출 품목은 연육과 새우 가공품이며 각각 월 1,000톤, 120톤 정도를 수출하고 있음</li> </ul> </li> </ul>
수행결과	 <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산물 수출입 동향               <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남에서는 새우류, 팡가시우스(메기류) 등이 주로 생산되며, 가공원료로써 새우, 참치, 연어 등을 주로 수입하고 있음.</li> <li>새우는 베트남의 주요 수출 품목이자 수입 품목으로, 베트남에서는 자국산 새우 외에도 타국에서 새우를 수입한 뒤 가공 후 일본, 미국, EU, 중국 등으로 재수출하고 있음</li> <li>참치 또한 직접 어획해 수출할 뿐만 아니라 수입한 뒤 통조림으로 가공해 미국, EU, 중국 등으로 수출하고 있음</li> <li>베트남의 주요 수입 품목들은 수입 후 가공 과정을 거친 뒤 재수출되는 비중이 높으며 베트남은 최종 소비재 시장이라기보다는 중간재 소비시장의 성격을 갖고 있음</li> </ul> </li> </ul>
업무③	(8/22, 오후) 베트남 주요 유통매장(롯데마트, K-market, Annam Gourmet Market, Co.op Mart) 조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산식품 수출입 업체 면담조사 및 현지 유통매장 조사               <ul style="list-style-type: none"> <li>현지에서 유통되는 수산식품 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 수출 유망품목 조사</li> </ul> </li> <li>베트남 유통매장의 수산물·수산가공식품 공급 구조               <ul style="list-style-type: none"> <li>(롯데마트) 호치민 내 한인 밀집 지역인 7군 푸미흥 부근에 위치하며, 다양한 볼거리 및 먹거리를 제공하고 있어 한인뿐만 아니라 베트남 현지인들도 많이 방문하고 있음</li> <li>활, 냉동 등 다양한 형태의 수산물들을 판매하고 있음. 베트남의 수산기업인 Hai San Hoang Gia은 마트 내 활수산물 수조에 김크랩, 굴, 새우, 민물고기 등 수입 수산물과 한국산 전복(완도)을 판매하고 있었음. 특히 해당 업체에서는 판매하고 있는 수산물을 조리하여 집까지 배달 서비스를 제공하는 등 매출 확대를 위해 노력하고 있음</li> <li>마트 내 K-FOOD ZONE에서는 떡볶이 등 다양한 한국 음식을 판매하고 있었으며 K-FOOD ZONE 방문객의 약 70% 이상이 베트남 현지인으로 한식에 대한 베트남 소비자들의 관심이 높은 것으로 조사되었음. 한국 수산식품 인지도 제고 및 수출 확대를 위해서는 한인 마트를 내 K-FOOD ZONE을 활용하여 요리 시식회 등과 같은 이벤트 개최 및 한류 마케팅을 적극 활용할 필요가 있을 것으로 판단됨</li> <li>(K-Market) 베트남 내 한국 식품 B2B, B2C, 소매 유통 기업인 K-Market은 2007년에 1호점을 개점하고 2018년 베트남 100대 브랜드, 2019년 베트남 성장 가능성 상위 50대 브랜드에 각</li> </ul> </li> </ul>

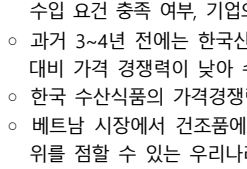
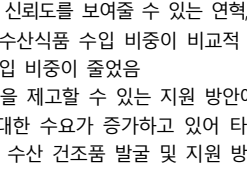
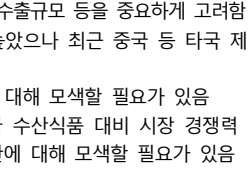
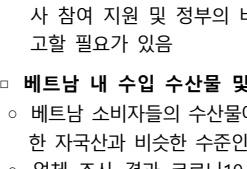
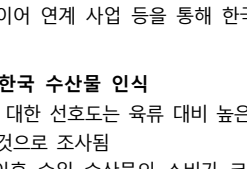
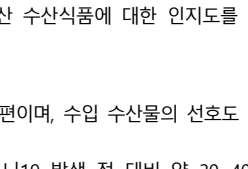
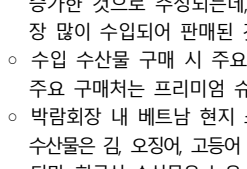
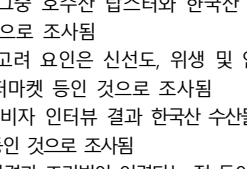
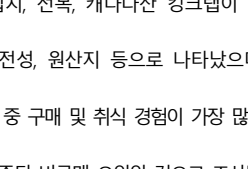



## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

<p>각 선정되는 등 베트남 현지에서도 한류에 힘입어 상당한 인기를 끌고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>K-Market 내에서는 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 스낵류, 건강식품, 전자제품 등 다양한 한국 제품들을 판매하고 있으며 수산식품 중에서는 김, 어묵 등이 인기를 끌고 있음</li> <li>(Annam gourmet market) 프랑스계 수입 제품 전문 유통매장으로 수산식품의 경우 대부분 노르웨이산 연어, 참치, 대구와 일본산 조갯살 및 가리비 관자 등을 취급하고 있었음. 수산물보다 육류 제품 판매 비중이 높았으며, 한국산 제품의 경우 냉동 만두, 떡볶이용 어묵 등을 판매하고 있음</li> <li>(Co.op Mart) 베트남 최대 유통기업으로 1989년 설립 이후 호치민을 중심으로 성장함. 베트남 현지 유통매장으로 롯데마트 대비 현지 제품 비중이 더 높았음</li> <li>수산식품은 민물고기 및 수입산 연어 중심으로 판매하고 있으며 한국산 수산식품은 조미김, 김스낵 등을 판매하고 있음</li> </ul> <p>베트남 수산물 유통 구조 변화</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산물 유통구조는 재래시장 등 전통적인 유통채널에서 프리미엄 슈퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등 현대적인 유통채널로 변화하고 있는 추세임</li> <li>재래시장에서 주로 판매되고 있는 신선 수산물 유통도 현대적 유통채널로 대체되고 있는 추세이며 냉동 및 가공 수산식품에 대한 수요가 증가하고 있음</li> <li>수입 수산식품은 고품질 제품이라는 긍정적 인식과 함께 수요가 증가하고 있음</li> <li>식품의 온라인 판매 비율이 지속적으로 증가세를 보이고 있는 만큼 온라인과 소셜커머스를 활용하는 다양한 유통 채널 전략이 필요할 것으로 판단됨</li> </ul> <p>시사점</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 내 수산식품에 대한 선호도는 높은 편으로 베트남 제품 뿐만 아니라 한국 수산식품에 대한 선호도와 인지도 또한 높은 것으로 조사됨. 특히, 한국산 조미김은 다양한 제품이 판매되는 등 인기가 높았음</li> <li>다만, 김 외에 다른 한국 수산식품은 김에 비해 인지도가 낮았으며 판매되고 있는 제품의 종류 또한 많지 않았음</li> <li>최근 한류 영향으로 한국 식품에 대한 베트남 소비자들의 관심이 높아지고 있어 베트남 현지 한국 마트 진출을 통해 한국 수산식품 인지도를 제고하고 수출을 확대하는 방안을 모색할 필요가 있음</li> </ul>	<p>롯데마트</p> 
---	---

## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))


	  
	  
	  
	  
업무④	(8/23, 오전) VIETFISH 박람회 참관 및 수산식품 수출입 업체(NGHI SON FOODS) 면담조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 수산식품 박람회 참관 및 수산식품 수출입 업체 면담조사</li> </ul>
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 베트남 수산식품 박람회(VIETFISH 2023) 개요 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베트남 수산식품 박람회는 베트남 최대 규모의 수산 분야 전시회로, 주로 냉동, 냉장, 건조 식품과 가공품 등이 전시되며 그 외에도 수산물 관련 첨가제, 수산물 가공 및 포장기계, 저온 저장 장치 등도 전시됨</li> <li>○ 박람회 주최는 베트남 수산물 수출 및 생산자 협회(VASEP)이며, 협회에는 베트남 수산물 및 수산식품 가공업체의 약 80% 이상이 가입되어 있음. 이번 박람회에는 14개국 240개사가 참가하였으며 참관객 수는 16,000여 명(무역 전문 바이어 6,000여 명)을 기록함</li> </ul> </li> <li>□ NGHI SON FOODS 개황 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ NGHI SON FOODS는 2014년 설립된 베트남 수산식품 수출입 업체로 건조 수산식품, 참치, 등을 주로 판매하고 있음</li> <li>○ 주요 교역국은 일본, 미국, 중국, 대만, 인도네시아 등이며, 한국으로는 멸치 등 건조 제품 등을 수출하고 있음</li> <li>○ 현재 베트남 판티엣(Phan Thiet) 지역에서 건조 제품을 생산하고 있음</li> <li>○ 교역 국가(바이어) 선정 시 가장 우선적으로 고려하는 요인은 제품의 품질과 가격이며 기본적인</li> </ul> </li> </ul>

## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))


	  
	  
	  
	  
업무⑤	(8/23, 오후) VIETFISH 박람회 참관 및 수산식품 수출입 업체(VINH HOAN) 면담조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 수산식품 박람회 참관 및 수산식품 수출입 업체 면담조사</li> <li>○ 베트남 내 수산식품 소비 트렌드 및 한국산 수산물 수입 동향 조사</li> </ul>
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ VINH HOAN 업체 개황 및 베트남 수산식품 시장 동향 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ VINH HOAN은 1997년 설립된 베트남 수산식품 가공 및 수출입 업체로 팡가시우스(메기류) 등을 주로 판매하고 있음</li> <li>○ VINH HOAN은 설립 이후 사업 영역을 수산식품에 국한하는 것이 아닌 농업, 건강, 기술 등의 영역까지 확장하며 성장하였음</li> <li>○ 수산식품의 경우 팡가시우스 등의 제품 개발 및 기술 개발을 위해 꾸준히 노력하고 있으며 베트남 최초 ASC 인증을 획득하였음</li> <li>○ 식품 안전성 등을 중요시하게 생각하여 ASC, BAP, GAP 인증과 같은 국제 인증을 취득하였으며 어류 백신 등에 대해 지속적인 연구개발을 하고 있음</li> <li>○ 1인 가구 증가에 따라 진공 포장 및 소포장 제품 판매 비중이 높아지고 있으며, 코로나 이후 간편식 선호가 증가함에 따라 간편식 제품 개발을 위해 노력하고 있음</li> </ul> </li> </ul>



## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

	 <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 베트남 식품 소비 트렌드 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 발생과 봉쇄 조치 등으로 베트남 내 온라인 거래와 비대면 소비가 늘고 있음</li> <li>○ 건강에 대한 관심 증가로 건강기능식품 판매가 늘었고, 집에 머무는 시간이 늘어남에 따라 가정 간편식 또한 큰 인기를 끌고 있음</li> <li>○ 베트남 내 1-2인 가구 증가 등의 변화를 겪고 있는 가운데 특히 하노이와 호치민 등 대도시를 중심으로 가정 간편식 수요가 증가하고 있음</li> <li>○ 냉동 간편식을 대규모로 보관·판매할 수 있는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 등 현대식 소매업체들이 성장하고 있음</li> <li>○ 수산식품 또한 간편식, 소포장화 등 변화하는 트렌드에 맞는 상품 개발이 이뤄지고 있음</li> <li>○ 對베트남 수출 확대를 위해서는 K-푸드의 인기를 활용한 SNS와 인플루언서 활용 마케팅 등을 적극 활용할 필요가 있으며 명확한 원산지 표기, 소비자의 욕구를 자극하는 마케팅 활동이 도움이 될 수 있을 것으로 판단됨</li> </ul> </li> </ul>
업무⑥	(8/24, 오전) 한국수산무역협회 및 aT 호치민센터 면담 조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 베트남 수산식품 수출입 업체 조사</li> <li>○ 베트남 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사</li> </ul>
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 베트남 내 김 제품 소비 트렌드 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 간편식을 즐기는 베트남인들은 김을 스낵용으로 소비하고 있어 조미김에 대한 수요가 큰 편이며 조미김은 오리지널 맛 이외에도 와사비, 허니버터, 김치, 아보카도 등 다양한 맛의 김 제품이 판매되고 있음</li> <li>○ 베트남 소비자들은 김을 건강식품으로 인식하고 있으며 코로나19 이후 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 김 소비량이 증가하고 있는 추세임</li> <li>○ 김은 김치와 더불어 한국 대표 음식이라는 인식이 강하며 호치민, 하노이와 같은 대도시 중심으로 한식당 등이 증가함에 따라 한국산 김 제품 인지도 역시 증가하고 있음</li> </ul> </li> <li>□ 베트남 유통매장 내 수산물 소비 트렌드 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베트남 유통매장 특징을 권역별로 살펴보면 북부는 대형마트나 재래시장 중심인 반면, 남부는 슈퍼마켓, 편의점 등이 중심임. 또한, 관광 산업이 발달한 중부 지역에서는 식당으로 직접 수산물이 유통되는 비중이 높은 편임</li> <li>○ 프리미엄 수산물로 분류되는 수입 수산물은 보통 소매점보다는 식당으로 공급되는 물량이 많으며, 소매점 중에서는 프리미엄 대형마트로 유통되는 비중이 높은 것으로 조사됨</li> <li>○ 베트남은 여전히 재래시장 및 로컬 소매점을 통한 유통 비중이 높은 편이나, 현지 소비자들의 가계소득 및 건강에 대한 관심 증대 등으로 현대적 유통채널의 비중이 증가하는 추세임</li> <li>○ 한국산 식품은 수입 상품, 건강식품으로 인식되고 있어, 제품 특성상 소규모 전통 식료품점보다는 현대식 소매점을 중심으로 공략할 필요가 있음</li> </ul> </li> </ul>


## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베트남 내 최근 중산층이 늘어나면서 기존 전통적 수산물 소비에서 벗어나 게, 전복, 굴 등 고급 수산물에 대한 수요 증가하고 있는 추세임</li> <li>○ 베트남의 지리적 영향으로 민물고기 중심으로 판매 및 유통되고 있으나 건강에 대한 관심이 증가하면서 바닷물고기 소비 또한 증가하고 있음</li> <li>○ 변화하는 소비 트렌드에 대응하여 현대식 소매점 연계 및 진출 방안을 모색하고 수출 품목으로는 주력 품목인 김, 참치 외 베트남 내 수요가 증가하고 있는 게, 굴, 전복 등의 품목에 대한 수출 확대 전략을 마련할 필요가 있음</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 부산시 수산식품 수출업체 對베트남 수출 동향 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베트남 수산식품 박람회에서는 거의 매년 한국관이 운영되었으며 한국관은 수협중앙회에서 국내 수출기업과 함께 한국 수산식품 수출 홍보관을 설치하여 운영하였음. 올해는 한국관이 아닌 한국수산무역협회와 부산광역시에서 '부산관'을 운영하였음</li> <li>○ 참여업체는 부산광역시 내 수산물 업체로, 청아무역, 아토무역, 와우씨푸드, 명성식품 등 8개사가 참가하였으며 참가 목적은 대부분 특정 국가에 편중된 수출 구조에서 벗어나 수출국을 다변화하기 위해 박람회에 참석하였다고 밝혔음</li> <li>○ 청아무역은 주로 장어류를 판매하는 수산업체로 원재료인 봉장어는 제주, 흑산도, 기장에서 어획하고 있음. 활어를 일본 수산시장, 유통업체에 수출하는 형태로 사업을 시작하였으며, 최근 장어 가공품을 개발하여 국내 판매도 시작함</li> <li>○ 아토무역은 수산물 수입유통업체이며 주요 품목은 새우 및 새우살, 오징어, 주꾸미, 문어 등임.</li> <li>○ 와우씨푸드는 수산물 가공유통 전문기업이며 수입 냉동 수산물(오징어, 새우, 낙지 등)을 국내 유통업체에 공급하고 있음. 또한, 목포, 군산의 수산물 위판장에서 전복을 공급받아 유통업체에 납품하고 있음. 최근 전복을 첨가한 어포를 개발하였으며 수산가공식품 개발을 위해 노력하고 있음. 올해부터 일본에 전복칩을 수출하기 시작했으며 베트남 수산식품 박람회 참가를 통해 수출시장을 확대하고자 함</li> </ul> </li> <li>□ 시사점 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 부산시 업체들은 이번 박람회 참가를 통해 자사 제품을 알리고 수출국 다변화를 위한 좋은 기회였다고 응답하였으며 오프라인 행사 참여 기회 확대의 필요성을 강조하였음</li> <li>○ 수산식품 수출업체 대부분은 중소기업체로 업체 자체적인 예산과 노력으로 신규 바이어를 발굴하거나 수출국을 다변화하기에는 한계가 있기 때문에 국제 박람회 참가 지원 및 바이어 연계 지원 사업 확대 등 업체 지원 방안에 대해 모색할 필요가 있음</li> </ul> </li> </ul> 
--	--

## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

업무⑦	(8/24, 오후) 수협 베트남 무역지원센터 및 수산식품 수출입 업체(NHI CORP, STC Natural VINA) 면담조사
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산식품 수출입 업체 조사 <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사</li> </ul> </li> <li>베트남 권역별 수산물 소비 트렌드 <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남은 남북으로 긴 지형적 특성으로 인해 권역별로 유통 구조가 상이함. 대부분의 수산물은 주요 항구가 밀집된 남부 지역을 중심으로 수입되고 있음</li> <li>베트남을 북부, 중부, 남부 세 권역으로 나뉘었을 때 북부는 보통 음식의 맛이 비교적 강하지 않은 편이며, 외식보다는 가정 내에서 음식을 조리하여 섭취하는 것이 일반적임</li> <li>관광 산업이 특히 발달한 중부는 간이 세고 화려한 음식을 선호함. 또한, 레스토랑을 중심으로 퓨전 요리가 큰 인기를 끌고 있으며, 전 세계 관광객의 수요를 충족시키기 위하여 다양한 종류의 수산물이 취급되고 있는 것이 특징임</li> <li>소득 수준이 가장 높은 남부는 고급 수산물에 대한 수요가 특히 높으며, 수입 수산물은 주로 고급 수산물로 인식됨. 또한, 특별한 가공을 거치지 않은 신선 수산물에 대한 수요 또한 큰 편이며, 이외에도 끼니를 밖에서 해결하는 사람들이 많은 것도 큰 특징임</li> </ul> </li> </ul>
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>NHI CORP 개황 및 수산식품 판매 동향 <ul style="list-style-type: none"> <li>NHI CORP는 활수산물(넙치 등) 수출입 업체로써 베트남(호치민, 하노이 등) 내 한국 식당 및 도매 시장 등을 대상으로 활수산물을 유통하고 있음</li> <li>2016년 11월 소량의 한국산 넙치를 베트남으로 처음 수입하였고 자체 수조 설비를 구축하여 2017년 6월부터 베트남 전 지역으로 본격적인 유통을 시작하였음</li> <li>넙치는 제주광어주식회사에서 주로 수입하며 부산항(감천)에서 베트남 갯라이항을 통해 주로 수입하고 있음</li> <li>수출입 관련 주요 애로사항은 검역 문제이며, 특히 넙치 출혈성 패혈증(VHS) 관련 검사가 생기면서 추가적인 절차가 생김</li> <li>검사항목이 수시로 변경되나 적시에 관련 정보를 파악하기 쉽지 않고 검사(항목)의 강도도 센 편이라 이는 수출입 애로사항으로 작용하고 있음</li> <li>對베트남 수출 확대를 위해서는 비관세장벽(특히, 검역) 해소와 마케팅(바우처사업 등) 사업 지원이 우선시될 필요가 있음</li> </ul> </li> <li>베트남 넙치 유통구조 및 통관 관련 유의 사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>베트남으로 수산식품 수출 시 해당 품목이 베트남으로 수출이 가능한 품목인지 사전 확인이 필요함. 또한, 베트남은 식품 종류에 따라 수입절차 담당 기관이 다름. 수산물의 경우 농업 농촌개발부 식품등록 담당 기관임. 베트남에서 수입 검역 신청 시에는 수출국 발행 위생증명서 제출이 필요하며, 이는 국립수산물 품질관리원 수산물 전자 민원 사이트에서 검사를 신청하여 적합 판정을 받을 시 증명서를 받을 수 있음</li> <li>또한, 베트남은 수산물 위생 약정 체결국이므로, 수산생물에 감염되는 전염병에 대해서 국립 수산물품질관리원 검사를 수행한 검역증명서도 제출해야 함</li> </ul> </li> <li>STC Natural VINA 개황 및 수산식품 수출입 동향 <ul style="list-style-type: none"> <li>STC Natural VINA는 국내 회창물산의 베트남 지사로, 수산물 및 수산식품을 비롯한 다양한 식품군을 다루며 주로 도매 및 유통업체에 납품하고 있음</li> <li>초기에는 수산물만 수입했으나 현지 바이어 요청으로 수입 품목 범위가 확대되어 현재 거래 품목은 100여 가지에 달함. 멸치 등과 같이 현지 제품 대비 가격 경쟁력이 낮은 한국산 수</li> </ul> </li> </ul>

## 주요 업무내용 (계획( ), 결과( √ ))

<p>산물의 경우 베트남 현지에서 매입하여 판매하기도 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>수산물 수입은 주로 갯라이항을 이용하며, 컨테이너를 회사까지 운송한 뒤 회사 내 냉동창고에 물품을 옮김. 약 4개월 전쯤 회사를 이전하면서 냉동창고 보관료 지출을 줄이고자 회사 부지 내 냉동창고를 만들었음. 그전까지 냉동창고 보관료를 매달 지불했으며 베트남 내 보관료는 계속 오르는 추세임</li> <li>베트남에서 생산되는 수산물 종류가 다양하므로 현지 시장, 유통매장에서 판매되는 한국산 수산물 자체가 많지 않으며 조미김을 스낵으로 많이 먹는 편임. 업체에서 취급하는 수산물 중 한국산 수산물은 김, 참치, 어묵 정도로 많지 않음</li> <li>업체에서는 크기가 큰 한국산 굴을 수입해서 유통하고 있으며 수입관세가 없어 한국산 굴의 거래가격이 크게 비싸지 않음. 한국산 굴은 베트남에서도 가격 경쟁력을 갖추고 있어 현지 시장에서 우위를 점할 수 있다고 봄</li> <li>베트남 수입 관련 최근 이슈는 '수입 사전 허가' 제도임. 수입 가공품의 경우 수입 전 사전 신고 후 반입이 가능하며 등록 비용은 개당 250달러, 갹신 시 10~20달러임</li> </ul> <p>■ 시사점</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>수출업체의 주요 애로사항인 비관세장벽 해소를 위해 온-오프라인을 통한 비관세 관련 정보 제공 및 업체 교육 지원 확대가 필요할 것으로 판단됨</li> <li>베트남 현지 보관료 상승 등에 대응하여 해외 공동물류센터 지원 사업의 규모와 범위를 확대 적용하는 방안 등에 대해 모색할 필요가 있음</li> <li>김, 참치 등 우리나라 주력 수출 품목 외 베트남 내에서 수요가 있는 품목에 대한 수출 가능성 검토와 현지 수요에 대응한 제품 형태로의 수출 방안을 모색할 필요가 있음</li> </ul>	
--	--

\* 주요 업무 내용을 10개 내외로 작성

\* 업무별 수행 결과는 각 700자 이내로 작성(관련 사진, 도표 필요시 추가)

\* 보고서 총 분량은 10페이지 내외로 작성(필요시 조정)