

베트남, 외국계 유통기업 매장 대폭 확장한다.

2022년 10월 20일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 태국 센트럴그룹(Central Group), 매장 수 2배 확장 계획

- 최근 태국 최대 유통기업 센트럴 그룹(Central Group)은 베트남에 55개 지역에 ‘26년까지 매장을 710개로 2배 확장할 계획임
- 센트럴 그룹은 ‘16년 프랑스 기업(Casino Group)으로부터 Big C Vietnam을 인수하여 ‘21년 기준 베트남 전국에 35개 매장 보유
- ‘21년 센트럴그룹은 브랜드네임 변경을 통한 이미지 변신을 꾀함과 동시에 매장, 품질, 서비스까지 다변화를 주어 소비자의 인식 개선을 위해 매장명을 탑스마켓(Top's Market)과 고(Go!)라는 새로운 브랜드명으로 바꾸어 소비자에게 새로운 이미지 선보이고 있음

○ 일본 이온몰(Aeon Mall) 베트남은 가장 중요한 해외시장.. 매장 대폭 확장

- 최근 일본계 소매업체 이온(Aeon)은 ‘25년까지 베트남에서 운영하는 쇼핑몰 수를 현재의 3배로 증가시킬 예정이라고 밝혔음
- 이온측은 베트남 인구 1억명, 평균 연령 33세에 올해도 지난해와 같은 7% 이상의 경제성장률이 예상된다면서 “해외 전략에서 가장 중요한 시장” 이라고 전했다
- 이온(Aeon)은 현재 베트남에서 6개의 대형 종합쇼핑몰을 포함해 전국에 약 200개의 유통매장(Maxvalu)을 운영하고 있으며, 대부분은 최대 도시인 호치민시와 하노이시에 집중되어 있음

○ 외국계 기업의 베트남 식품유통시장을 선호하는 이유는?

- 지금까지 베트남은 재래시장과 같은 소매 채널이 주된 식료품 공급 창구 역할을 해왔으나, 현지 소비자들의 가계소득 증대 및 식품안전 인식 개선 등의 이유로 베트남 내 현대적 유통채널이 증가하고 있음

- 또한, 코로나19 이후 재래시장을 찾는 소비자들이 감소하였고 FDI (외국인직접투자) 장벽이 낮아져 외국계 기업의 유통사업 확장이 용이해졌음
- 이와 같이 '22년도 베트남 내 유통업계의 시장점유율 확대를 위한 경쟁이 치열할 것으로 보이며, 대도시 이외에 도시화가 진행되고 있는 2선도시가 향후 베트남 유통시장을 주도할 것으로 전망

○ 유통매장 현황

- '20년 베트남 내 유통매장 총 매출액은 3,220.8백만불로 전년대비 7.5% 상승하였으나, 코로나19 영향 강력한 사회적 거리두기에 따른 소비 위축 등의 이유로 '19년도 성장률(24.6%) 대비 증가세가 대폭 둔화됨

* 시장 점유율(매출액 기준) : Co.opMart (36.1%) > Bach Hoa Xanh (27.8%) > WinMart+ (19.0%) Co-op Food(4.2%) > WinMart(3.9%) > Aeon Citimart (1.3%) 등 순임

< 베트남 슈퍼마켓 시장규모 >

(단위 : 백만불, %)

구분	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
매출액	2,346.9	2,411.1	3,004.1	3,593.7	3,801.7	4,021.8	4,464.6
전년대비 성장률	17.0	2.7	24.6	19.6	5.8	5.8	11.0

* 자료원 : 유로모니터(Euromonitor) / '22년부터는 예상치

- 베트남은 여전히 재래시장 및 로컬 소매점을 통한 유통 비율이 높은 편이나, 현지 소비자들의 가계소득 및 건강에 대한 관심 증대 등으로 인해 현대적 유통채널의 비중이 증가하는 추세임
- 편리함을 추구하는 현지 MZ세대 사이에서 미니슈퍼 및 편의점 등 소규모 현대적 유통채널을 통한 구매비율 또한 증가하는 추세

○ 시사점

- 베트남 주요 유통업체의 점유율 확보 경쟁이 심화되면서 유통매장의 하노이 및 호치민 등 대도시 외 2선 도시로 본격적인 확장이 이뤄짐에 따라 입점된 한국 농식품 또한 대도시를 포함한 2선 도시로 확대될 가능성이 커짐

- 기 입점된 유통매장 내의 한국 농식품 뿐만 아니라 수출 품목 다양화를 위한 신규 품목 마켓테스트 등의 마케팅 추진이 필요하며 현지 소비자들의 가계소득 증대 및 식품안전 인식 개선 등의 이유로 베트남 내 현대적 유통채널을 선호하는 경향이 증가하고 있어 프리미엄 이미지의 한국산 농식품 수출 확대 가능할 것으로 보임
- 유통매장은 유동인구가 많은 상권에 신규 개점하여 집중 홍보 마케팅을 진행하고 있어 이러한 동향을 주의 깊게 살펴본다면 한국 수출업체의 유통 확대 또한 가능할 것으로 보임

○ 출처

- Aeon Việt Nam đang cạnh tranh nhờ bánh mỳ, đồ ăn chế biến sẵn. '22.10.9. Zingnews.vn
- Aeon plans to triple Vietnam malls. '22.10.10. vnexpree.net
- Central Retail to invest over 829 million USD in Vietnam in next 5 years. '22.6.11. Vietnamplus.vn

○ 문의처

- aT 하노이지사 최성곡 +84 24-6282-2987