
2021 농식품 수출국가정보 미얀마

 **한국농수산물유통공사**
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
아세안지역본부 방콕지사

I. 농업 및 농식품 수출입현황

1. 농업 현황

가. 농업 규모

- 국가 경제에서 농업의 비중이 줄어들고 있으며, 곡물과 유지류 생산에 집중
 - 2019년 농업 부문의 국내총생산(GDP) 기여도는 거의 22조 5000억 미얀마 찻(한화 약 12조 3,852억 원)으로 집계됨
 - 전체 GDP에서의 농업 GDP 비중은 하락하는 추세임에도 불구하고, 여전히 GDP의 20% 이상을 차지하고 있음
 - 미얀마는 비옥한 토지와 풍부한 담수 자원으로 농업에 이상적이며, 열대 계절풍 기후로 이모작과 다작이 가능하여 벼농사가 특히 활발함
 - 농업용수의 확보가 손쉽고 토지가 비옥한 삼각주와 해안가 지역에서 대부분의 농업이 이뤄짐

< 미얀마 농업 부문 국내총생산액(GDP) (2015~2019) >

(단위 : 1조 찻, %)

구분		FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	연평균('15/'19)
GDP	농업	19.47	20.31	21.11	21.34	22.48	3.7
	비중	26.8	25.5	23.3	20.5	17.2	22.66

* 당해년 가격 기준 GDP

* 미얀마는 FY=회계연도(Fiscal Year) 기준으로 당해 4월부터 다음해 3월까지 기준으로 함

* 출처 : Ministry of Planning and Finance; Myanmar Statistical Information Service, The World Bank

- 2019년 농장주는 720만 5,265명으로 집계¹⁾, 이 중 5에이커 이하의 토지를 소유하고 있는 소규모 농장주는 전체의 절반에 넘는 약 5백만 명 수준
- 2019년 농업용지 면적은 총 2,967만 에이커로 집계되며, 이모작과 다모작, 혼작 면적이 가능한 토지가 많음
 - 곡물 가운데 쌀 재배면적은 1,560만 에이커로, 전체 농업용지면적의 53%를 차지하며, 그 외에 참깨와 옥수수, 밀 등이 재배됨

1) 미얀마 통계청, 「통계연보(Myanmar Statistical Yearbook)」

< 미얀마 농업용지 면적 >

(단위 : 천 에이커)

구분	2015 (2014~2015)	2016 (2015~2016)	2017 (2016~2017)	2018 (2017~2018)	2019 (2018~2019)
휴경지	1,094	1,111	1,165	1,149	1,214
농업용지	29,617	29,671	29,746	29,792	29,674
이모작	13,165	13,416	13,132	12,828	-
다모작	302	335	344	210	-
혼작	6,325	5,918	5,022	4,392	-
불모지	13,014	12,964	12,946	13,695	14,243
보호림	45,896	45,848	46,100	46,649	47,241
산림지	36,409	36,427	36,107	35,853	35,507
기타	41,156	41,165	41,122	40,048	39,307

* 출처 : 미얀마 통계청, Myanmar Statistical Yearbook (2021)

* 회계연도(Fiscal Year) 기준으로 당해 4월부터 다음 해 3월까지를 기준으로 함

< 미얀마 주요 곡물 및 유지류 재배면적 >

(단위 : 에이커)

구분	2015 (2014~2015)	2016 (2015~2016)	2017 (2016~2017)	2018 (2017~2018)	2019 (2018~2019)
쌀	17,722,355	17,820,586	17,695,525	17,930,294	17,861,055
참깨	3,620,676	3,779,797	3,719,042	3,685,068	-
옥수수	1,134,308	1,166,140	1,211,216	1,246,541	1,287,014
땅콩	2,346,187	2,358,959	2,445,039	2,556,760	-
밀	243,603	237,978	213,865	161,721	153,059

* 이모작 및 다모작 면적 합계

* 출처 : 미얀마 통계청, Myanmar Statistical Yearbook(2021)

* 회계연도(Fiscal Year) 기준으로 당해 4월부터 다음 해 3월까지를 기준으로 함

○ 가축 사육 규모 전반적인 성장세로, 가금류의 사육 규모가 가장 크게 나타남

- 2019년 가금류 사육 규모 전년 대비 9.2% 증가한 3억 9,462만 마리, 돼지와 소는 각각 전년 대비 9.2%, 4.0% 증가한 2,160만 두, 1,858만 두

< 미얀마 가축 사육 규모(2015~2019) >

(단위 : 백만 마리, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 ('19/'18)	연평균 ('15/'19)
가금류	318.53	296.17	322.04	361.24	394.62	9.2	5.5
돼지	15.06	16.52	17.91	19.78	21.60	9.2	9.4
소	15.99	16.57	17.11	17.86	18.58	4.0	3.8
버팔로	3.53	3.64	3.75	3.93	4.08	3.8	3.7

* 출처 : FAO

나. 주요 생산품목 및 규모

□ 대부분 농작물의 생산 규모 증가세로, 특히 쌀에 대한 의존도가 높음

○ 주요 생산 농작물은 곡물 및 유지류로, 이 중 쌀의 생산량이 월등히 높음

- 2019년 쌀 생산량은 2,757만 3,589톤으로, 곡물 생산량의 90% 이상을 차지하고 옥수수의 생산량은 198만 4,136톤 임
- 옥수수와 밀 또한 주로 생산되는 곡물이지만 쌀에 비해 규모는 미미함
- 과일류로는 망고, 레몬, 리치, 파인애플 등 열대과일이 많이 생산됨
- 채소류 중에서는 토마토의 생산량이 약 8억 4,502만 8,000비스로 가장 많이 생산

< 미얀마 주요 농산물 생산량 >

(단위 : 톤, 천 개, 천 비스(=3,600파운드, 약 1,6톤))

구분		2015 (2014~2015)	2016 (2015~2016)	2017 (2016~2017)	2018 (2017~2018)	2019 (2018~2019)
곡물 및 유지류 (톤)	쌀	26,423,319	26,210,319	25,672,833	25,624,492	27,573,589
	옥수수	1,693,393	1,748,547	1,830,631	1,909,295	1,984,136
	땅콩	1,501,252	1,517,934	1,572,406	1,582,650	-
	참깨	801,572	827,431	812,952	764,156	-
	밀	182,386	179,307	160,648	123,252	115,996
과일류 및 견과류	망고(천 개)	2,228,279	1,981,290	2,309,027	2,490,575	3,012,847
	레몬(천 개)	761,890	841,756	913,235	921,962	934,637
	리치(천 개)	336,668	365,029	366,967	369,838	403,006
	파인애플(천 개)	250,182	254,092	245,452	288,900	300,696
	오렌지(천 개)	216,206	215,442	216,881	220,827	217,910
	라임(천 개)	77,113	89,930	91,355	95,974	98,169
	두리안(천 개)	63,230	52,613	64,545	64,687	74,921
	자두(천 비스)	187,807	200,625	202,563	213,990	190,531
	타마린드(천 비스)	94,551	90,675	112,170	103,108	88,242
	캐슈넛(천 비스)	31,380	42,392	48,958	39,381	34,549
	배(천 비스)	9,827	8,655	10,141	11,672	9,626
	호두(천 비스)	7,686	7,744	7,955	7,206	6,203
채소류 (천 비스)	토마토	822,552	808,335	812,768	733,286	845,028
	양배추	292,098	299,664	303,807	282,151	288,752
	콜리플라워	237,402	241,612	254,003	215,718	226,324
	수박	144,664	165,737	177,190	198,136	141,337
	갓	146,711	167,903	189,706	183,936	188,811
	호박류	163,568	165,841	162,840	170,424	162,134
	무	167,095	167,184	164,894	164,899	154,740
	양상추	45,322	55,343	60,499	64,934	48,085
	당근	10,165	9,413	9,278	10,991	13,257

* 출처 : 미얀마 통계청, Myanmar Statistical Yearbook(2021)

* 회계연도(Fiscal Year) 기준으로 당해 4월부터 다음 해 3월까지를 기준으로 함

- 축산물 생산량은 매년 증가세를 보이다 2019년 크게 감소하여 전체 육류는 총 5억 6,596만 3,000비스 생산됨
 - 육류 가운데 가금육이 3억 194만 2,000 비스로 가장 많았고, 돼지고기가 1억 5,990만 6,000비스로 뒤를 이음
 - 이 외에 소고기와 양고기의 순으로 생산되고 있음
 - 꿀 생산량 4,869톤으로 증가하고 있는 추세임
 - 난류 생산량은 17.8억 개로 집계되었음

< 미얀마 주요 축산물 생산량 >

(단위 : 천 비스(=3,600파운드, 1,633kg), 파운드, 천 개)

구분		2015 (2014~2015)	2016 (2015~2016)	2017 (2016~2017)	2018 (2017~2018)	2018 (4~9월)	2018~2019 (10월~9월)
전체		1,704,161	1,820,315	1,860,902	1,939,629	255,049	565,963
육류	가금육	864,560	924,147	946,169	983,604	130,727	301,942
	돼지	510,902	537,105	543,818	564,307	75,393	159,906
	소	202,286	222,288	232,039	246,416	31,681	64,734
	양	41,342	47,957	49,414	50,654	3,320	6,888
우유		1,325,743	1,455,423	1,487,924	1,544,222	-	-
꿀 (톤)		3,572	4,394	3,907	4,377	2,085	4,869
난류 (천 개)		10,766,150	11,616,515	12,318,220	12,644,673	729,713	1,789,434

* 출처 : 미얀마 통계청, Myanmar Statistical Yearbook(2021)

* 회계연도(Fiscal Year) 기준으로 당해 4월부터 다음 해 3월까지를 기준으로 함

2. 수출입현황

가. 농식품 수출입규모

- 2020년 전체 농식품 수출액은 전년 대비 2.1% 상승한 13억 271만 4,000달러(한화 약 1조 5,373억 원)²⁾로 집계됨
 - 중국으로의 수출 비중(48.3%)이 가장 높으며, 태국(5.8%), 벨기에(5.6%), 말레이시아(4.3%) 등으로 수출함
 - 중국으로의 수출액은 전년 대비 31.0% 증가한 6억 2,867만 3,000달러(한화 약 7,419억 원)로 집계됨

2) 하나은행 최초고시 2020년 연평균 매매기준율 (1달러=1,180.05원) 적용

- 태국으로의 수출액은 전년 대비 2.3% 감소하였고, 벨기에로의 수출액은 14.6%로 상승함
 - 對말레이시아 수출액은 101.1% 급증하였고 최근 5년간 연평균 41.7%의 높은 성장률을 기록함
 - 뒤이어 필리핀(4.2%), 베트남(3.0%), 캄보디아(2.2%) 등으로 수출함
- 한국으로의 수출액은 전년 대비 193.3% 상승한 2,195만 3,000달러(한화 약 259억 원)로, 전체 수출액의 1.7% 비중을 차지하는 것으로 나타남

< 국가별 농식품 수출현황(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	1,756,924	2,054,298	2,002,924	1,276,534	1,302,714	100	2.1	△7.2%
1 중국	1,470,454	1,411,090	1,347,993	479,925	628,673	48.3	31.0	△19.1
2 태국	70,488	68,987	66,504	77,424	75,664	5.8	△2.3	1.8
3 벨기에	17679	68151	78,609	63,216	72,462	5.6	14.6	42.3
4 말레이시아	13,901	12,671	16,385	27,899	56,116	4.3	101.1	41.7
5 필리핀	189	3944	25,036	66,660	55,144	4.2	△17.3	313.3
6 베트남	5,994	5,540	19,906	16,097	39,374	3.0	144.6	60.1
7 캄보디아	1820	2,023	7,361	12,267	28,630	2.2	133.4	99.2
8 일본	21,828	28,359	24,095	36,026	28,495	2.2	△20.9	6.9
9 폴란드	7789	16,187	26,005	20,829	24,091	1.8	15.7	32.6
10 대한민국	3,279	4,372	8,834	7,484	21,953	1.7	193.3	60.9

* 출처 : ITC TradeMap, 수입실적 통계로, 한국 수출통계와 일부 차이가 있을 수 있음

- 쌀류(현미, 쉐미, 정미)의 수출이 전체 수출액의 59.3% 비중을 차지함
- ‘현미’ 수출액은 전년 대비 20.9% 감소한 4억 4,265만 5,000달러(한화 약 5,224억 원), ‘쉐미’ 수출액은 39.7% 증가한 2억 6,892만 9,000달러(한화 약 3,173억 원)로 집계됨
 - ‘정미’ 수출액은 전년 대비 103.6% 상승한 6,151만 8,000달러(한화 약 726억 원)로 나타남

- ‘기타 사탕수수당이나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당’ 수출액은 5,008만 7,000달러(한화 약 591억 원)로 전년 대비 357.7% 급증함
- ‘기타 사탕수수당’ 수출액은 2019년 수출액보다 59.7% 감소한 4,064만 7,000달러(한화 약 480억 원)로 나타남
- 이 외에도 ‘고체 형태의 메이플 설탕과 메이플 시럽’ (2.9%), ‘신선·냉장·건조한 감귤류의 껍질과 멜론(수박을 포함)의 껍질’ (1.8%), ‘기타 전화당 및 당류와 당시럽 혼합물’ (1.8%) 등의 수출액이 뒤따름

< 품목별 농식품 수출현황(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체		1,756,924	2,054,298	2,002,924	1,276,534	1,302,714	100	2.1	△7.2
1	현미	339,250	813,367	713,446	559,505	442,655	34.0	△20.9	6.9
2	쇄미	92,860	201,370	144,296	192,545	268,929	20.6	39.7	30.5
3	정미	6,648	15,498	38,312	30,211	61,518	4.7	103.6	74.4
4	기타 사탕수수당이나 사탕무당, 화학적으로 순수한자당	1,063,523	420,324	125,216	10,943	50,087	3.8	357.7	△53.4
5	기타 사탕수수당	0	19	259,943	100,747	40,647	3.1	△59.7	-
6	고체 형태의 메이플 설탕과 메이플 시럽 (착향 또는 착색 제외)	0	0	0	90	38,128	2.9	42264.4	-
7	신선·냉장·건조한감귤류 의껍질과멜론(수박을포 함)의껍질	0	0	260	26,874	23,832	1.8	△11.3	-
8	기타 전화당 및 당류와 당시럽 혼합물	170	2541	4,139	6,879	14,006	1.1	103.6	201.3
9	곡물 가루(밀, 메슬린 및 옥수수 제외)	446	481	376	729	6,696	0.5	818.5	96.8
10	견과류 및 기타 씨앗 조제 또는 보존된 혼합물(조리 또는 보존된 것은 제외)	703	625	2,229	2,114	6,519	0.5	208.4	74.5

- * 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함
- * HS CODE 6단위를 기준으로 함
- * 출처 : ITC TradeMap

□ 2020년 전체 농식품 수입액은 전년 대비 10.7% 증가한 20억 4,261만 4,000 달러(한화 약 2조 4,104억 원)로 집계됨

- 인도네시아산(34.5%), 태국산(18.4%) 등 아세안 국가가 수입 상위국에 포진함
 - 인도네시아산 수입액은 전년 대비 33.2% 증가한 7억 460만 6,000달러 (한화 약 8,315억원) 태국산 수입액은 전년 대비 5.2% 상승한 3억 7,502만 1,000달러 (한화 약 4,425억 원)로 집계됨
 - 미국산 수입액은 1억 4,642만 9,000달러(한화 약 1,728억 원)로 전년 대비 19.6% 상승
 - 싱가포르 수입액은 1억 3,913만 5,000달러(한화 약 1,642억 원)로 1.6% 증가함
 - 중국산 수입액은 전년대비 13.2% 증가하였고, 말레이시아산은 34.9% 감소하였음
- 한국산 수입액은 전년 대비 17.8% 증가한 1,424만 5,000달러(한화 약 168억 원)로 집계
 - 2020년 전체 수입액의 0.7% 비중을 차지하는 가운데, 최근 5년간 연평균 23.8%의 성장률을 보임

< 국가별 농식품 수입현황(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	2,719,959	2,485,355	2,259,054	1,844,546	2,042,614	100	10.7	△6.9
1 인도네시아	389,879	611,656	577,004	529,123	704,606	34.5	33.2	15.9
2 태국	483,258	484,831	590,969	356,493	375,021	18.4	5.2	△6.1
3 미국	57,619	68,031	104,001	122,469	146,429	7.2	19.6	26.3
4 싱가포르	313,115	98,844	115,712	136,934	139,135	6.8	1.6	△18.4
5 중국	50,582	51,665	75,763	105,782	119,740	5.9	13.2	24.0
6 말레이시아	202,608	221,147	174,701	165,759	107,958	5.3	△34.9	△14.6
7 베트남	42,317	33,448	36,689	51,722	40,292	2.0	△22.1	△1.2
8 뉴질랜드	16,623	29,182	32,548	38,468	39,754	1.9	3.3	24.4
9 인도	719,420	327,247	205,128	44,181	35,366	1.7	△20.0	△52.9
10 파라과이	6,077	10,707	5,371	2,359	30,102	1.5	1176.0	49.2
18 대한민국	6,060	7,330	12,599	12,095	14,245	0.7	17.8	23.8

* 출처 : ITC TradeMap

○ 주요 수입 품목은 유지류, 조제 식료품, 음료류, 당류 등이 있음

- ‘기타 팜유와 분획물’ 수입액은 전년 대비 660.4% 급증한 6억 4,525만 1,000달러(한화 약 7,614억 원)로 전체 수입액의 31.6%를 차지함
- ‘기타 조제 식료품’ 수입액은 2억 9,247만 8,000달러(한화 약 3,451억 원)로 전년 대비 4.6% 증가하였으며, ‘기타 맥아추출물 및 조제 식료품’ 수입액은 1억 598만 9,000달러(한화 약 1,251억 원)로 전년 대비 4.9% 감소함
- ‘설탕이나 감미료 등을 첨가한 물’ 수입 증가율은 62.4%를 기록하였으며 ‘기타 사탕수수당이나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당’의 수입은 17.8% 감소함
- 이 외에도 ‘기타 해바라기씨유·잇꽃유와 그 분획물’ (2.1%), ‘무알코올 음료’ (2.0%) 등을 주로 수입하는 것으로 나타남

< 품목별 농식품 수입현황(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	2,719,959	2,485,355	2,259,054	1,844,546	2,042,614	100	10.7	△6.9
1 기타 팜유와 분획물	6,369	145,893	10,406	84,853	645,251	31.6	660.4	217.3
2 기타 조제 식료품	112,652	201,913	230,484	279,698	292,478	14.3	4.6	26.9
3 기타 맥아추출물 및 조제 식료품	60,278	98,068	106,088	111,409	105,989	5.2	△4.9	15.2
4 설탕이나 감미료 등을 첨가한 물(광천수와 탄산수 포함)	11,107	24,516	37,152	49,487	80,352	3.9	62.4	64.0
5 기타사탕수수당이나사탕무당, 화학적으로순수한자당	1,339,964	833,196	556,633	56,679	46,607	2.3	△17.8	△56.8
6 기타 해바라기씨유·잇꽃유와 그 분획물	1,785	3,077	17,504	25,481	42,391	2.1	66.4	120.8
7 무알코올 음료(물, 과일 또는 야채 주스, 우유 및 맥주 제외)	0	5,730	48,935	77,575	41,402	2.0	△46.6	-
8 와플과 웨이퍼	2358	19,632	39,388	36,413	40,112	2.0	10.2	103.1
9 맥아추출물 및 영유아용 맥아추출물 조제 식료품	8,916	13,201	34,200	40,419	38,145	1.9	△5.6	43.8
10 맥아(볶은 것 제외)	13,515	17,744	17,699	23,628	25,429	1.2	7.6	17.1

* 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : ITC TradeMap

나. 한국 농식품 수출현황

□ 2020년 한국산 농식품의 미얀마 수출액은 전년 대비 3.9% 증가한 1,723만 1,000달러(한화 약 203억 원)로 집계됨

- 농산물 수출액은 1,506만 2,000달러(한화 약 178억 원)로 전년 대비 14.9% 증가하며 전체 한국산 농식품 수출액의 87.4%를 차지함
- 축산물 수출액은 전년 대비 38.4% 감소한 127만 9,000달러(한화 약 15억 원), 임산물 수출액은 36.5% 감소한 89만 달러(한화 약 11억 원)로 나타남

< 對미얀마 수출 규모(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	18,756	22,106	15,228	16,587	17,231	100	3.9	△2.1%
농산물	10,997	13,530	13,114	13,111	15,062	87.4	14.9	8.2%
축산물	1,074	858	1,284	2,075	1,279	7.4	△38.4	4.5%
임산물	6,686	7,718	830	1,401	890	5.2	△36.5	△39.6%

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 라면(29.6%)과 혼합 조제 식료품(18.9%) 등을 필두로 커피조제품(7.3%), 기타소스제품(5.4%), 기타임산물(4.5%) 등을 주로 수출함

< 한국의 對미얀마 수출 상위 5개 품목(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	18,755.70	22,106.00	15,228.30	16,587.30	17,231.20	100	3.9	△2.1
1 라면	1,507.90	1,988.60	2,108.20	2,995.40	5,104.80	29.6	70.4	35.6
2 혼합조제식료품	2,322.70	2,960.80	3,125.90	3,119.20	3,263.40	18.9	4.6	8.9
3 커피조제품	288.9	2035.7	1,987.20	1,275.60	1,265.60	7.3	△0.8	44.7
4 기타소스제품	475	357.2	754.2	952.4	926.2	5.4	△2.8	18.2
5 기타임산물	4525.2	4326.1	674.3	1272.8	783.9	4.5	△38.4	△35.5

* 전체는 농산물, 축산물, 임산물의 합계이고, 품목은 중분류 기준, 수산물은 제외. 순위는 2020년 기준

* 주요 수출 농식품 중 사료, 담배, 종자 등은 제외함

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 농식품 시장현황

1. 시장개요

가. 시장규모 및 특성

- 2020년 식품시장 규모 137억 9,020만 달러(한화 약 16조 2,731억 원)로 집계
 - 신선식품 시장은 51억 450만 달러(한화 약 6조 236억 원)로 전체 37.0% 차지
 - 육류 시장이 16억 3,924만 달러(한화 약 1조 9,344억 원)로 신선식품 중 가장 큰 규모를 보임
 - 채소류 시장은 13억 9,248만 달러(한화 약 1조 6,432억 원)로 10.1%를 차지하며 과일 및 견과류 시장과 낙농품 시장은 각각 전체 7.2%, 6.4%를 점유
 - 가공식품 시장 규모는 68억 6,270만 달러(한화 약 8조 983억 원)로 집계
 - 가공식품 시장 중 가장 큰 비중을 차지하는 스낵류 시장 규모는 27억 1,272만 달러(한화 약 3조 2,011억 원) 수준
 - 베이커리류 및 시리얼 시장은 23억 8165만 달러(한화 약 2조 8,105억 원)로 17.3% 비중, 편의식품 시장은 7억 1,338만 달러(한화 약 8,418억 원)로 5.2% 차지
 - 이 밖에도 영유아식품(4.2%), 소스 및 향신료(2.3%), 스프레드 및 당류(1.1%) 순으로 시장 비중을 보임

< 식품시장 규모(2016~2020) >

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)
전체	8,682.99	9,169.30	9,948.58	10,600.77	13,790.20	100
신선식품	3,310.6	3,513.4	3,807.9	4,054.7	5,104.5	37.0
- 육류	1,070.23	1,122.64	1,214.91	1,292.17	1,639.24	11.9
- 채소류	913.22	956.78	1,034.65	1,098.67	1,392.48	10.1
- 과일 및 견과류	649.76	680.59	735.80	781.14	989.79	7.2
- 유제품 및 낙농품	538.47	608.55	666.60	717.85	882.02	6.4
- 유지류	138.88	144.85	155.93	164.83	200.99	1.5
가공식품	4,112.0	4,343.7	4,735.2	5,067.1	6,862.7	49.8
- 스낵류	1,575.97	1,676.10	1,838.78	1,979.22	2,712.72	19.7
- 베이커리류 및 시리얼	1,322.09	1,380.93	1,488.75	1,576.01	2,381.65	17.3
- 편의식품	460.27	484.25	525.86	560.73	713.38	5.2
- 영유아식품	408.96	444.43	497.85	546.97	581.00	4.2
- 소스 및 향신료	228.56	238.51	256.89	271.69	319.84	2.3
- 스프레드 및 당류	116.11	119.49	127.07	132.51	154.10	1.1

* 출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 펫푸드 시장규모 제외)

□ 채소류, 유제품 및 낙농품, 베이커리류 및 시리얼, 스낵류의 1인당 소비량이 높은 것이 특징임

- 2020년 1인당 연평균 채소류 소비량은 20.1kg에 달했으며, 뒤이어 유제품 및 낙농품 소비량이 13.1kg으로 나타난 반면 육류와 유지류 소비량은 각각 5.4kg와 0.7kg에 불과함
- 가공식품 부문에서는 베이커리류 및 시리얼 소비량이 53.4kg로 매우 높게 나타남

< 1인당 식품 소비량(2016~2020) >

(단위 : kg)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
신선 식품	채소류	15.4	15.5	16.1	16.4	20.1
	유제품 및 낙농품	8.6	9.8	10.4	10.9	13.1
	과일 및 견과류	6.5	6.5	6.6	6.6	8.1
	육류	3.9	4.0	4.2	4.4	5.4
	유지류	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
가공 식품	베이커리류 및 시리얼	36.6	35.9	36.5	36.5	53.4
	스낵류	11.6	11.6	12.0	12.2	16.1
	편의식품	4.2	4.2	4.3	4.3	5.3
	소스 및 향신료	3.0	2.9	3.0	3.0	3.4
	영유아식품	2.7	2.8	2.9	3.0	3.1
	스프레드 및 당류	1.6	1.6	1.6	1.6	1.8

* 출처 : STATISTA

나. 소비인구 및 특성

□ 2020년 인구 수 5,440만 명, 중위 연령은 29세로 젊은 편

- 20대 미만과 34.9% 20~30대 인구가 각각 전체 인구의 34.9%, 31.6%를 차지
- 성비 비교적 균등한 편으로 여성 비중이 51.9%로 약간 높게 나타남
- 도시에 거주하는 인구는 2018년 전체 30.6%에 불과하며 69.4%의 인구는 농어촌 지역에 거주하는 것으로 나타남
 - 냉장고를 소유한 가구는 2018년 기준 전체 22%에 불과하여 냉장·냉동 식품의 유통환경이 열악함

□ 2020년 미얀마 1인당 소득은 1,402.4달러(한화 약 165만 5천원)로 동남아 지역 평균 보다 낮음

○ 2020년에는 소득의 상위 20%가 전체 소득의 46.1%를 차지했으며 하위 20%는 7.3%에 불과했음

* 출처: Statista, based on UN DESA and national statistical offices, as of Q4 2020; World Bank

□ 2020년 기준 1인당 연간 식품 소비액 219.9달러(한화 약 25만 9천원) 수준

○ 신선식품 소비액은 93.8달러(한화 약 11만 1천원)로 집계

- 이 중 육류 소비액이 30.1달러(한화 약 3만 6천원)로 가장 높으며 채소류 25.6달러(한화 약 3만원), 과일 및 견과류 18.2달러(한화 약 2만 1천원) 순

○ 가공식품 소비액은 126.1달러(한화 약 14만 9천원)로 신선식품 소비액 보다 다소 높음

- 1인당 연간 스낵류 소비액은 49.9달러(한화 약 5만 9천원)로 가공식품 품목 중 가장 높음

- 뒤이어 베이커리 및 시리얼류 43.8달러(한화 약 5만 2천원), 편의식품 13.1달러(한화 약 1만 5천원), 영유아용 식품 10.7달러(한화 약 1만 3천원) 순

< 1인당 식품 소비액(2016~2020) >

(단위 : 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)
전체	139.9	147.2	159.1	168.8	219.9	100
신선식품	62.4	65.8	70.9	75.0	93.8	42.7
- 육류	20.2	21.0	22.6	23.9	30.1	13.7
- 채소류	17.2	17.9	19.3	20.3	25.6	11.6
- 과일 및 견과류	12.3	12.8	13.7	14.5	18.2	8.3
- 낙농품	10.2	11.4	12.4	13.3	16.2	7.4
- 유지류	2.6	2.7	2.9	3.1	3.7	1.7
가공식품	77.5	81.4	88.2	93.8	126.1	57.3
- 스낵류	29.7	31.4	34.2	36.6	49.9	22.7
- 베이커리 및 시리얼류	24.9	25.9	27.7	29.2	43.8	19.9
- 편의식품	8.7	9.1	9.8	10.4	13.1	6.0
- 영유아용 식품	7.7	8.3	9.3	10.1	10.7	4.9
- 소스 및 향신료	4.3	4.5	4.8	5.0	5.9	2.7
- 스프레드 및 당류	2.2	2.2	2.4	2.5	2.8	1.3

* 출처 : STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 펫푸드 시장 규모 제외)

2. 소비트렌드

□ 급격한 경제성장으로 평균 소득이 증가하여 중산층과 젊은 층 사이에서 유기농식품 등 고품질 식료품 수요 증가

- 미얀마의 실질 GDP는 최근 10년간 연평균 6.2%의 높은 성장세를 보임
- 2020년~2025년 향후 5년간 GDP 성장률은 6.2%로 전망

* 출처 : Statista, based on IMF, World Bank, European Commission, OECD, ADB as of Q4 2020

- 젊은 층과 중산층은 식품의 품질을 중시하는 성향을 보이며, 신선하고 품질이 높은 것으로 인식되는 유기농식품의 수요가 증가함

□ 코로나19 대유행 이후 젊은 층을 중심으로 식품(음식) 배달 이용 건 수 증가하였고 식품 배달 산업은 2022년까지 시장 규모가 1466억 5400만 달러 예상

- 전염병 유행으로 양곤 내 레스토랑 및 식품점 영업이 금지되고, 포장 판매만 허용되자 젊은 층의 배달 서비스 이용 급증
 - Yangon Door2Door, Food2U, Hi-So, Deliverink 등 신규 배달 플랫폼 등장
 - Frontier의 조사에 따르면, Yangon Door2Door 사용자의 대부분이 25~34세이며, Deliverink의 사용자 대부분이 26~38세 사이의 젊은 층으로 나타남
- 식품 배달은 주로 자전거를 통해 이루어지며, 현금결제가 주된 결제방식
 - 면대면 접촉 최소화를 위해 온라인 결제의 보편화가 시급한 실정이며, 미얀마 정부는 코로나 경제 구호 계획을 통해 전자상거래 및 온라인 시장의 성장을 촉진할 전망

< 미얀마의 식품 배달 서비스 모습 >



Yangon Door2Door社의 식품 배달원



Grab社의 식품 배달원



Food Panda社의 식품 배달원

* 출처 : Yangon Door2Door 페이스북, Myanmar Today, KOTRA

□ 전자상거래를 통한 식료품 구입 사례 증가

- 식품 유통은 재래시장 등 전통식 유통채널에 의존도가 높은 구조이나, 코로나19의 확산으로 전자상거래를 이용하는 소비자 증가
 - 일부 온라인 쇼핑몰은 코로나19 유행 기간 동안 주문량이 폭주하여 쇼핑몰 측에서 주문을 취소하는 상황이 발생하기도 함

□ 건강식품 및 프로바이오틱스 관련 제품 관심이 증가

- 코로나 바이러스의 대유행으로 소비자들은 건강관리에 관심을 기울이고 있고 건강식품 관련 제품들은 앞으로 계속해서 소비 증가 예상
 - 많은 미얀마의 소비자들이 건강식품 및 프로바이오틱스 제품 등에 대한 지식이 부족한 것으로 보이며, 건강식품 시장으로 진입을 위해서는 제품에 대한 기능 및 효능에 대해 상세한 설명과 교육이 필요 할 것으로 보임

< 양곤 소재의 제약회사 FAME >



식물성 재료로 만들어진 캡슐 형태로 출시된 BioMune

* 출처 : Nutraingredients-asia.com

□ 외출을 최소화하고자 하는 동향으로 저장성이 높은 대용량 식품, 가공식품 등 인기

- 외출이 제한되면서 전통식 유통채널의 신선식품 매출이 감소, 포장식품, 대용량 식품, 유통기한이 긴 식품에 대한 수요 증가
 - 국제식량정책연구소(IFPRI)의 조사에 따르면 코로나19 대유행 이후 전통식 유통채널의 전반적인 식료품 품목의 수요는 30% 감소한 반면, 쌀과 포장식품 등 유통기한이 긴 식품에 대한 수요는 28%가량 증가한 것으로 나타남

- 소시지, 인스턴트 라면 등 저장성이 높고 유통기한이 긴 가공식품이 이슈 품목으로 부상
 - 특히 섭취와 보관이 모두 간편한 인스턴트 라면(유탕면)의 인기가 두드러지는데, 가격이 저렴한 미얀마 현지 브랜드 제품이 인기임

< 유통기한이 긴 식품 >

	
장기간 보관이 가능한 소시지	현지 브랜드(Yathar Cho) 인스턴트라면

* 출처 : citymall.com.mm, yangondirectory,.com

□ 장기적인 관점에서 건강에 이로운 유기농식품 소비 증가

- 유기농식품은 가격이 비교적 높지만 농산물 재배 시 사용되는 화학 비료와 살충제가 건강에 해롭다는 인식이 확산되면서 지역 생산자들의 유기농식품 판매 확대 추세
- 유기농 트렌드가 확산되면서 유기농식품 구매율이 증가하고 있음
 - 미얀마의 유기농 채소 및 가공식품 판매 기업인 Organic Valley에 따르면, 2018년 유기농식품 구매율은 전체 인구의 20% 수준에 불과하였으나 2019년 60%, 2020년에는 70%까지 확대될 것으로 예상됨
 - 특히 코로나19로 건강을 위한 식품에 대한 관심이 증가하면서 향후 유기농식품 시장의 성장 역시 기대되고 있음

< 미얀마 유기농식품 >

		
유기농 채소류(채소박스)	유기농 아보카도	유기농 건조감

* 출처 : <https://kokkoyaorganics.com>

3. 유통현황

가. 유통현황 및 구조

□ 현지 소매업체와 글로벌 소매업체는 미얀마 유통업의 미래 성장 잠재력에 대해 낙관적으로 보고 있음

○ Euro Cham의 소비자 가이드 2020에 따르면 현재 전체 소매점 중 현대 소매점의 비중이 10%이나, 2020년까지 25%로 증가할 것으로 예상됨

- 소비자의 선호도와 소비행동이 변화함에 따라 미얀마 대도시를 중심으로 슈퍼마켓과 편의점은 증가추세를 보이고 있음

- 2018년 7월 이후 미얀마의 유통업이 외국인에 개방된 이후, 다수의 외국계 유통회사가 진출하였음

* 최근 코로나19으로 어려운 가운데에서도 태국계 MAKRO가 매장을 열고, AEON MALL이 현지 합작법인을 설립한 것은 미얀마 유통시장의 성장가능성 시사

* 미얀마의 첫 번째 AEON MALL은 양곤 내 Dagon Seikkan 타운십에 건설될 예정이며, 공사는 내년 중순경 시작되어 2023년 오픈을 목표로 하고 있음. AEON은 일본 및 전 세계 172개의 AEON Mall을 보유하고 있는 업체로, AEON Mall Myanmar에 체인형 대형소매점(General Merchandise Store, GMS)라는 새로운 소매점 형태뿐만 아니라 엔터테인먼트, 애완동물 관리 및 현대적인 라이프 스타일 제품 및 서비스를 제공하는 일본 브랜드도 같이 이온몰에 도입 기대

○ 쿠데타 장기화 및 민주진영 내전 선언, 불안정한 사업과 투자 환경으로 인해 미얀마 진출 외국기업이 철수하는 사례가 발생하고 있어 예의주시 필요

* 최근 사례로, 독일의 대형 식품 도매업체인 메트로(METRO)가 동남아 국가의 최근 불안정한 투자와 비즈니스 환경을 감안하여 미얀마에서 식품 서비스 유통사업을 중단한다고 발표하며 METRO 미얀마를 '21.10월까지만 운영하고 철수할 예정임

□ 식품 유통은 주로 오프라인 유통채널을 통해 이루어지며, 온라인 유통 채널이 차지하는 비중은 상대적으로 낮음

○ 2019년 오프라인 식품시장 규모 최근 5년간 연평균 10.6%, 전년 대비 10.8% 증가하여 152억 9,820만 샣(한화 약 136억 원)³⁾으로 집계

- 전통식 유통채널 시장규모 전체 오프라인 유통채널의 97.6% 차지, 최근 5년간 연평균 10.4%, 전년 대비 10.6% 증가하며 안정적으로 성장

3) 1달러(USD) = 1,600 샣(Kyat), 하나은행 최초고시 2020년 연평균 매매기준율 (1달러=1,180.05원) 적용

- 현대식 유통채널이 차지하는 비중(2.4%)은 미미하나, 최근 5년간 연평균 26.7%, 전년 대비 19.7%의 높은 성장률을 보임

* 주로 슈퍼마켓을 통해 식품 유통이 이루어지는 것으로 확인되며, 슈퍼마켓 식품 매출액은 최근 5년간 연평균 26.7% 증가하며 높은 성장률을 보임

< 미얀마 오프라인 식품시장 규모(2015~2019) >

(단위 : 백만 쁗, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중 ('19)	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
합계	10,206.3	11,022.0	12,242.6	13,808.2	15,298.2	100.0	10.8	10.6
전통식 유통채널	10,064.5	10,817.2	11,982.6	13,503.0	14,933.0	97.6	10.6	10.4
현대식 유통채널	141.8	204.8	260.0	305.2	365.2	2.4	19.7	26.7
- 슈퍼마켓	141.8	204.8	260.0	305.2	365.2	2.4	19.7	26.7

* 출처 : Euromonitor

○ 온라인 식품시장 규모, 약 600만 달러(한화 약 68억 원)로 추정

- 미얀마 전자상거래 시장은 현재 시작 단계이나 코로나19로 인한 신규 이용자 증가, 정부의 적극적 지원 등으로 향후 성장 가능성이 매우 큼

나. 주요 유통채널 현황

□ 오프라인 유통채널

- 2019년 전통식 유통채널의 점포 수는 20만 4,800여 개로 전년 대비 1.9% 증가, 매출액은 전년 대비 10.6% 증가한 149억 3,300만 쁗(한화 약 132억 원)
- 전통식 유통채널은 현지 소비자의 소비 습관에 부합하여 오프라인 유통 채널의 지배적 위치를 보유
- 주거 지역 인근에 위치하여 접근성이 높고, 가격경쟁력을 보유하여 저소득층 및 일반 소비자의 선호도가 높게 나타남

매장명	보족 아웅산 마켓 (Bogyoke Aung San Market)	냥우 재래시장 (Nyaung u Market)
매장 사진		

* 출처 : flickr.com

- 2019년 현대식 유통채널의 점포 수는 전년 대비 14.1% 증가한 461개, 매출액은 전년 대비 19.7% 증가하여 3억 6,520만 샌(한화 약 3억 224만 원)
 - 백화점은 제품 다양화, 원스톱 쇼핑 서비스를 통해 소비자의 이목을 끌
 - 식료품, 생필품, 의류 등 다양한 제품을 판매하여 원스톱 쇼핑 서비스 제공
 - 일부 소비자는 단순 식료품 구입에서 더 나아가 매장 내 레스토랑에서 저녁 식사를 즐기는 등 여가생활을 즐기는 목적으로 백화점을 방문함

채널명	City Mall St. John (Simon Property Group)	Mandalay Yatanar Mall
매장 사진		
설립연도	2005년	2003년
홈페이지	ncitymallstjohn.com	event.yatanarmall.com

* 출처 : tripadvisor.com

- 편의점은 양곤, 만달레이, 네피도 등 주요 도시에서 확장되는 추세이며 FDA 인증 취득을 의무화하는 등 식품의 안전성을 보장하여 소비자 인식 제고
 - ABC 편의점은 2022년까지 미얀마 전국에서 운영하는 24시간 편의점 점포 수를 300개로 늘릴 계획이라고 발표함

채널명	Grab & Go (Capital Diamond Star Group)	abc convenience store (ABC-MIB Group)
매장 사진		
설립연도	2012년	2008년
홈페이지	aaconveniencestore.business.site	abcstores.com

* 출처 : vymaps.com, mizzima.com

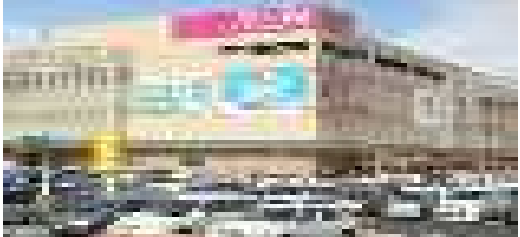
- 슈퍼마켓은 주요 도시를 중심으로 확장되는 추세이며 높은 지리적 접근성, 운영 시간 연장으로 소비자 유치
 - 현지 소비자는 거주지역이나 직장 인근에 위치한 매장을 선호하며, 대부분 주거단지 및 도심 지역에 위치하여 지리적 우위를 선점함
 - 일부 슈퍼마켓은 매출 증대를 위해 운영 시간을 연장하는 전략을 펼침

(단위 : %, 백만 쁗)

매장명	Ocean Supercenter (City Mart Holding Co Ltd)	City Mart (City Mart Holding Co Ltd)
매장사진		
설립연도	2006년	1996년
점유율	40.4%	16.3%
매출액	147.5	59.5
매장수	13개	26개
홈페이지	www.oceansupercenter.com.mm	www.citymart.com.mm

- * 매출액은 2019년 미얀마 슈퍼마켓 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임
- * 출처 : vymaps.com, tripadvisor.com, mizzima.com

- 하이퍼마켓은 규모의 경제를 통해 가격경쟁력을 제고하며 도심 위주로 매장을 확장하여 접근성을 확보
 - 식료품 및 기타 물품의 대량매입, 대량판매를 통해 규모의 경제를 실현하며 저렴한 가격에 식료품을 판매함
 - 접근성에 예민한 소비 성향을 반영하여 양곤, 파테인, 타웅지, 몰마잉 등 도심 위주로 매장을 확장함
 - 젊은 층 소비자 사이에서 해외 브랜드 제품에 대한 수요가 증가함에 따라 수입 브랜드 제품을 판매하기 시작함

채널명	Capital Hypermarket (Capital Diamond Star Group)	AEON Orange Hypermarket (AEON Orange Co., Ltd.)
매장사진		
설립연도	2008년	2016년
홈페이지	capitalhypermarket.com	www.aeonmicrofinance.com.mm

- * 출처 : tripadvisor.com, fruitnet.com

□ 온라인 유통채널

- 미얀마 전자상거래 시장은 아직 시장 진입 단계로 그 시작은 미미하지만, 성장 가능성이 매우 높은 것으로 전망됨.
 - Datareportal의 Digital 2021년 미얀마 자료에 따르면 인터넷 사용자 비율은 43.3%이고 적극적인 소셜 미디어 사용자 비율도 53.1%로 나타나 인터넷 사용 인구 모두가 적극적 소셜 미디어 사용자인 것으로 추정해 볼 수 있음
 - 특히 페이스북에 대한 선호도가 높아, 다른 국가에 비해 전자상거래 시장이 아직 초기 단계인 미얀마는 전자상거래 플랫폼보다는 페이스북을 통한 온라인 거래를 선호하는 것으로 나타났음
 - 전자상거래 활성화를 위해서는 믿을만한 결제와 물류 시스템 정착이 우선순위이지만 아직 미얀마는 대부분의 국민들이 은행 계좌가 없고 현금거래가 주를 이루는 사회임
 - 신용카드 보유율은 0.06%에 불과하고, 여성의 온라인 거래 비율 2.9%와 비교했을 때 남성의 온라인 거래 비율은 4.5%로 1.5배 이상 높았음
- 온라인 식품시장 규모는 공식적으로 집계되지 않으나, 코로나19로 인한 외출 제한, 정부의 지원 등의 요인으로 추후 빠르게 성장할 전망
 - 전자상거래는 주로 SNS를 통해 이루어지고 있으나, 옴니채널이 증가하며 단독 온라인 상점이 생성되기 시작하는 추세
 - 대부분의 전자상거래 채널은 단독 온라인 쇼핑 사이트를 개설하는 대신 페이스북 등 SNS를 이용함
 - 일부 단독 쇼핑몰 운영 브랜드는 SNS 인플루언서를 홍보에 이용하기도 하는데, 전자상거래 채널 rgo47은 페이스북 인플루언서를 활용하여 채소, 육류 등 농축산식품 마케팅을 펼침
 - 주문의 편의성과 위생적인 배달 공정을 중점적으로 자사 전자상거래 서비스를 홍보함

- 대형 오프라인 유통채널이 옴니채널 형식으로 전환하며 전자상거래 채널에서 단독 온라인 쇼핑몰, 어플리케이션을 활용하는 사례가 증가함
 - City Mart Holdings는 자사 브랜드의 단독 온라인 쇼핑몰인 City Mall을 운영하기 시작했고, Zay Chin 등 신선식품을 판매하는 모바일 전용 어플리케이션이 출시됨

매장명	Shop.com.mm (Daraz Group)	City Mall (City Mart Holding Co Ltd)	rgo47 (Royal Golden Owls Co., Ltd.)
매장 사진			
설립연도	2014년	1996년	2013년
홈페이지	www.shop.com.mm	www.citymall.com.mm	www.rgo47.com

* 출처 : 해당 업체 홈페이지

- 홈쇼핑 식품시장 규모 별도로 집계되지 않으나, TV 보급률이 낮아 성장이 더딜 것으로 전망
 - 현지 소비자는 대부분 저소득층으로, TV가 없어 홈쇼핑 채널에 접근이 불가능함
 - 정부 소유의 홈쇼핑 브랜드 Mywaddy에서 중국 모조품을 판매했던 사건 이후 고소득층 역시 홈쇼핑에 대한 신뢰를 잃음

채널명	Live Shopping Myanmar	MWD Shopping (Myanmar Armed Forces)
매장 사진		

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

Ⅲ. 농식품 정책 및 제도

1. 농식품 관련 정책

- 2020년 온라인 무역서류 처리 시스템 도입 및 수입 허가 필요 목록을 발표하는 등 무역 관련 제도를 전반적으로 개선하고 있음
 - 2020년 11월부터 수출입 및 관세 지불 등 모든 행정 서류를 디지털 방식으로 처리할 수 있는 온라인 포털 시스템을 도입할 예정임
 - 기존에는 모든 행정 절차가 수기로 처리하였으나 코로나19 확산으로 비대면 행정처리에 대한 요구가 증가하면서 온라인 시스템을 도입함
 - 해당 시스템은 Tradenet 2.0 수준으로, 다른 국가의 Tradenet 4.0 수준 보다는 뒤처지지만, 상무부에 직접 방문하지 않고도 온라인으로 수출입 허가 신청, 관세 및 각종 수수료 납부가 가능해짐
 - 미얀마 상무부에 따르면 2020년 12월 1일부터 농식품을 비롯한 약 4,000개 종류의 상품 수입 시 수입 허가가 필요함
 - 채소류 및 작물, 육류, 식용 유지류, 음료 등 수입 허가가 필요한 품목 중 일부 품목의 경우 온라인을 통한 수입 허가 신청이 가능함
 - 주류 수입금지 규제 완화에 관한 내용을 담은 가이드라인을 발표함
 - 이전까지는 맥주 등 주류의 수입을 금지하였으나 2020년 5월에 발표된 규정에 따라 주류 수입업자로 등록한 기업이 수입 면허를 발급받아 주류를 수입할 수 있게 됨
 - 양곤항 또는 양공 공항을 통해서만 수입할 수 있으며 최소 수입 가격은 CIF 가격 기준 리터당 8달러로 규정함
 - 이를 통해 밀수입 등 불법적인 거래를 통제하고 정부 차원에서 관리하고자 함

2. 수입제도

가. 통관제도

□ 미얀마의 통관은 관세청에서 부서별 세부 업무를 통해 전반적인 업무를 담당함

○ 미얀마 관세청의 부서별 세부 업무는 다음과 같음

- 중앙등록사무소(Central Registry)와 수입과(Import Section)에서 세관 신고서류 데이터와 송장 등 관련서류 비교검토를 실시함
- 감정(평가)과(Appraising Group)와 가치산정과(Valuation Unit)에서 수입 품목의 수입 규정 위반 여부 및 수입 신고 가격과 기존 수입 가격을 비교하여 상품 가치를 산정함
- 현금수납과(Cash Section)와 현장 감정(평가)과에서 관세 및 세금 결정액을 부과하고 서류 기재 내용과 실제 수입 품목을 비교 검사하여 조치시행함

□ 미얀마의 식품통관제도는 ①물품 도착 전 준비 → ②수입신고 → ③서류검사 → ④관세납부 → ⑤물품검사 → ⑥물품반출 순으로 진행됨

○ 미얀마는 다양한 품목군에 대하여 수입을 금지하고 있으므로, 수입하고자 하는 물품이 수입금지 또는 제한품목에 해당하는지 여부를 사전에 확인

- (수입자격 확인) 수출실적이 있는 자만이 수출대금의 범위 내에서 수입이 가능하도록 규제하고 있음
- (수입자 등록) 수입을 행하고자 하는 개인 또는 기업은 무역국(Directorate of Trade)에 등록이 필요
- (라이선스 취득) 수입 라이선스/허가는 수입 건 별로 받아야 하며, 무역국(Directorate of Trade)에서 발급하며 발급받은 날로부터 6개월 동안 유효함

○ 수입자가 서류와 함께 수입신고서를 제출하면(form CUSDEC-1) 세관 당국은 수입 신고인이 제출한 수입신고서와 구비 서류를 심사함

○ 수입자는 해당 수입 건에 대하여 수입라이선스/허가를 신청할 때 가격 추천서를 제출해야 함

- 무역국의 세액산정과(Valuation Unit)는 과거 수입된 동종 물품의 가격과 수입자가 수입 신고서에 기재한 가격을 비교하여 과세가격을 산정

- 세관 당국의 현장심사과(Appraising Group)는 수입 신고서 및 증빙서류에 기재된 내용을 확인하기 위하여 실물 검사를 실시함
- 제출한 신고서 및 증빙서류가 적정하고, 세관 당국이 확정하여 고지한 관세가 납부되고, 물품검사 결과 이상이 없는 경우 물품반출이 허가되고 통관이 완료됨

단계	내용
물품 도착 전 사전준비	• 미얀마는 다양한 품목군에 대하여 수입을 금지하고 있으므로, 수입하고자 하는 물품이 수입금지 또는 제한품목에 해당하는지 여부를 사전에 확인하여야 함 • (수입자격 확인)수출실적이 있는 자만이 수출대금의 범위 내에서 수입이 가능하도록 규제하고 있음 • (수입자 등록)수입을 행하고자 하는 개인 또는 기업은 무역국(Directorate of Trade)에 등록이 필요 - 1년: 15,000Kyats - 2년: 20,000Kyats - 3년: 30,000Kyats • 등록은 만료일로부터 3개월 전부터 갱신할 수 있음 • (라이선스 취득)수입 라이선스/허가는 수입 건 별로 받아야 하며, 무역국(Directorate of Trade)에서 발급하며 발급받은 날로부터 6개월 동안 유효함
수입신고	• 수입자는 다음의 서류와 함께 수입신고서를 제출함(form CUSDEC - 수입 라이선스/ 허가증 - 송장 - 선하증권 또는 항공화물 운송장 - 포장 명세서 - 관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증
서류심사	• 세관 당국은 수입 신고인이 제출한 수입신고서와 구비 서류를 다음 사항에 대하여 심사함 - 적정한 형식으로 작성되었는지, 필수 서류가 모두 제출되었는지 여부 - 각 서류상 물품 명세 등이 일치하는지 여부 - 품목분류, 관세평가가 적절히 이루어졌는지 여부
관세납부	• 수입자는 해당 수입건에 대하여 수입 라이선스/허가를 신청할 때 가격 추천서를 제출하여야 함 • 무역국의 세액산정과(Valuation Unit)는 과거 수입된 동종 물품의 가격과 수입자가 수입 신고서에 기재한 가격을 비교하여 과세 가격을 산정
물품검사	• 세관당국의 현장심사과(Appraising Group)는 수입 신고서 및 증빙서류에 기재된 내용을 확인하기 위하여 실물 검사를 실시함
물품반출	• 제출한 신고서 및 증빙서류가 적정하고, 세관당국이 확정하여 고지한 관세가 납부되고, 물품검사 결과 이상이 없는 경우 물품반출이 허가되고 통관이 완료됨

* 출처 : 미얀마 관세청(Myanmar Customs)

나. 검역제도

□ 검역제도는 「제행정법규 40/2004호 : 위생검역 및 식물검역」에서 규정하고 있으며, 농산물 및 육류제품의 수입 통관 시 관련 검역지침을 준수해야 함

○ 본 법률의 「식물 해충 검역 규정」에서 식물 또는 식물성 제품의 검역 제도 세부사항을 명시하였음

< 미얀마 식물 해충 검역 규정 >

정의	- 식물 제품은 식물의 소원재료 또는 자연적으로 가공되어 해충 확산의 위험성을 가지고 있는 제품을 의미함. 이는 곡경, 곡식, 구근, 곡물, 과일, 채소 등 소비 제품을 포함 - 비식물성제품(Non-Plant Product)이란 식물로부터 얻어지거나 해충 확산의 위험성을 가지고 있지 아니한 모든 제품을 의미하며 이에 해당하는 수입 제품들은 미얀마 사찰부서에 의해 본 법을 목적으로 규정 - 검역 해충이란 미얀마 내 아직 존재하지 않는 해충, 존재하는 해충 또는 아직 널리 확산되지 않은 통제가 필요한 해충을 의미함
목적	- 미얀마 내로 들어오는 검역 해충들을 예방하기 위해 식물 해충 검역법을 규정함 - 필요한 경우, 수출용 식물 또는 식물 제품의 소독처리 혹은 식물증명서 발급을 수행함
수입 및 수출	- 기관이나 부서에 허가증 또는 라이선스를 취득한 후 미얀마 농무부로부터 수입증명서를 소유한 자에 한해서 수입되어야 함 - 수입되거나 개인적으로 이송될 경우 미얀마 농무부에 의한 검역이 필요함 - 수입자 또는 개인 이송자는 수입증명서 및 검역비에 대한 수수료를 지불해야 함 - 식물, 식물제품 수출업자가 식물증명서 또는 살충 및 소독처리를 원할 경우 소정의 비용을 지불한 후 미얀마 농무부에 신청이 가능함
규정 및 벌금	- 수입증명서를 소지하지 않는 자는 수입을 진행할 수 없으며, 수입증명서를 소지하고 수입을 하는 자는 검역 절차와 미얀마 농무부 통제에 따라야 함 - 본 법률의 규정을 위반하였을 경우 하기의 벌금을 부과함 - 초범일 경우 1,000~5,000짜트 벌금 - 상습범일 경우 5,000~10,000짜트 벌금
항소	- 미얀마 농무부 상무이사의 결정이나 명령에 불만스러운 자는 60일 내에 미얀마 농업식품부에 항소가 가능함 - 미얀마 농업식품부의 결정을 최종결정으로 판단함
절차	- 식물 및 식물 제품이 해외로부터 도착할 경우 - 검역을 위해 미얀마 농무부에 즉시 보고함 - 미얀마 농무부의 해충 및 감염 여부 검역을 통과하여야만 수입업자에게 운송에 대해 승인함 - 해외로부터 수입되는 식물 또는 식물 제품에 대한 수입 라이선스를 발급할 권한이 있는 정부부처는 미얀마 농무부로부터 승인된 수입증명서를 제출해야만 라이선스 또는 허가증을 발급할 수 있음

* 출처 : 미얀마 국가 법질서 회복위원회(SLORC)

다. 라벨링 제도

- 미얀마 중앙 소비자 보호위원회(Central Committee of Consumer Protection)는 자국 내에서 판매되는 상품에 미얀마어를 포함하여 라벨링을 표기할 것을 요구함
- 중앙 소비자 보호위원회는 「소비자보호법(Section in Consumer Protection Law)」의 Notification No.1/2014 관련 법률에 의거하여 유통되는 식품의 라벨링 부착을 의무화함
- 미얀마 소비자연합회, 상무부와 협력을 통해 미얀마에서 유통되는 농수산물 및 식품에 대해 미얀마어로 된 상품 라벨을 게재하도록 추진
 - 미얀마 중앙 소비자 보호위원회는 미얀마 시장에서 유통되는 상품에 생산지역, 유효기간 등이 표시돼 있지 않아 소비자들에게 위험요인이 될 수 있으며, 특히 식품(가공품)은 대부분 영문으로 게재돼 있어 일반소비자가 이해하기에 어려움이 있음을 지적함
 - 이를 위반했을 경우 영업 일시정지 또는 영구정지 등의 강력한 조치를 취할 수 있음

< 라벨링 의무 표기사항 >

• 상품명 • 제조업체 이름 및 주소 • 제조일자 또는 만기일(유효기간) • 순중량 • 로트번호 • 보관방법	
구분	내용
라벨링 규정 위반	• 관련 상품 정보 또는 상표 등에 표시된 상태, 보험, 특이사항, 효과, 무게, 부피, 용량, 품질 등이 부합하지 않는 상품 • 상품 정보 또는 광고 및 판매 촉진 등에 나오는 내용과 부합하지 않는 상품 • 상품명, 크기, 무게, 규모, 구성 형태, 사용법, 생산 날짜 및 생산표기, 유통기간, 부작용, 생산업체명 및 주소, 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등이 없는 상품 • 사용법과 관련된 정보, 내용 또는 안내문 등을 미얀마어 또는 미얀마어 및 다른 국가 언어로 표시하지 않은 상품
라벨링 표시사항 정리	• 사업자는 상품을 생산 또는 무역(유통)하는 경우 상품명, 크기, 무게, 규모, 구성 형태, 사용법, 생산 날짜 및 생산표기, 유통기간, 부작용, 생산업체명 및 주소, 유통자 성명, 상표, 정보 및 주의사항 등을 명시해야 함 • 제품 매뉴얼(사용법)의 경우 반드시 미얀마어로 표시하도록 강제되어 있으므로 이에 유의해야 함 • 위반했을 경우 1, 2차 경고, 보상, 일정기간의 판매 및 유통 금지, 상품시장 철수, 소비자 유해제품의 폐기 조치, 사업라이선스 임시 또는 영구 회수 등의 강력한 조치가 가능함

* 출처 : 미얀마 중앙 소비자 보호위원회(Central Committee of Consumer Protection)

< 주요 품목 식품 표기사항(예시) >



필수 표기내용

- ① 상품명 : SOYMILK
- ② 순중량 : 300mL
- ③ 제조업체 : Lactasoy
- ④ 로트번호 : 8850267112129
- ⑤ 유효기간 : 제품 상단 표기
- ⑥ 보관방법 : 시원하고 건조한 곳에 보관할 것

* 출처 : www.lactasoy.com

3. 비관세장벽 관련 이슈

- ☐ 2016년~2020년까지 미얀마가 WTO에 통보한 식품 부문의 TBT(Technical Barriers to Trade; 무역에 관한 기술장벽)는 집계되지 않음
- ☐ 2016년~2020년 SPS(Sanitary and Phytosanitary; 동식물 위생과 검역) 통보문은 총 14건
 - 살아있는 동물과 동물 생산품에 대한 SPS 통보 건수는 총 6건으로 가장 많았으며, 뒤이어 동물성·식물성 지방과 기름과 조제 식료품이 각각 3건 등으로 뒤따름

< 식품 부문 SPS 통보 품목 및 대상 국가(2016~2020) >

품목	건수	대상국가	
		전 세계	특정국
살아있는 동물과 동물 생산품 (HS Code: 01~05)	6	6	-
식물성 생산품 (HS Code: 06~14)	2	2	-
동물성·식물성 지방과 기름 (HS Code: 15)	3	3	-
조제 식료품 (HS Code: 16~21)	3	3	-
음료·주류·식초 (HS Code: 22)	-	-	-
계	14	14	0

* 하나의 통보문 안에 여러 개 대상 품목이 있을 경우, HS Code 그룹핑 기준으로 중복 처리

* 출처 : WTO

4. 기타 이슈사항

- 쿠데타, 코로나19 재확산 등의 악재가 지속되며 마이너스 성장 및 경제위기 직면
 - (경제전망) 2020년 2월 군부 비상사태 선포 후 현재까지 안정세를 찾지 못하고 있으며 코로나19의 3차 대유행과 경제 붕괴로 국정정세가 불안한 상황이 지속되고 있는 상황
 - 아시아개발은행(ADB)발표 자료에 따르면 동남아 주요 10개국 중 미얀마가 유일하게 큰 폭의 GDP감소(-9.8%) 기록할 것으로 전망
 - 또한 정세불안으로 발생한 공급망 붕괴와 물류, 유통 정체로 물가도 흔들리고 있어 높은 물가상승률(+6.2%) 예측
 - (통관, 물류상황) 쿠데타 발생 이후 확대된 CDM(시민불복종 운동, Civil Disobedience Movement)으로 인해 공무원과 은행, 항만, 공항 근로자들 상당수가 출근을 하지 않음에 따라 일시적으로 통관, 물류 시스템이 작동하지 않았으며 5월부터 회복세를 보이고 있으며 현재 통관 등의 행정은 비상사태 선언 이전의 약 80% 정도 작동하는 것으로 추정됨.
 - 항공물류의 경우 공급이 절반 이하로 떨어지고 운항 스케줄의 변동이 잦은 상황이고 해상물류의 경우, 전세계적으로 공급이 줄어 컨테이너의 확보가 어렵고 운임이 큰 폭으로 상승해 태국, 중국 등 인접국을 통한 국경무역을 통해 유지되고 있음
 - (금융상황) 중앙은행(CBM)을 비롯한 대부분의 현지 은행들이 현금부족으로 환전, 송금, 인출 등의 금융업무가 원활하지 못한 상태로 악화되는 금융, 외환 상황으로 인해 최근 몇몇 현지은행의 부도설 나오기도 함
 - 미얀마 중앙은행 따르면 비상사태 발생직전 1월29일 달러당 1,330(Kyat)에서 가파르게 상승해 9월 16일 달러당 1,750짜트에 도달하였으며 외환 고갈로 인해 짜트화 평가절하 지속되어 고환율이 유지될 것으로 예상됨.
 - 은행의 현금 확보가 어려워짐에 따라 달러인출은 거의 중단되었으며 주당 현지화 인출도 계좌당 2천만 MMK(약 1,600만 원)으로 제한, 또한 미국의 경제 제재가 실시되면서 싱가포르, 홍콩 등 해외 주요 중계은행들이 미얀마로의 송금을 거부하는 상황도 발생하고 있어 해외거래 애로 발생

對미얀마 농식품 수출 절차



1



>>> 선적 및 운송 >>>

2



수입자격 확인 및 수입업자 등록

수입자격 확인

- 수출실적을 보유한 사업자, 수출대금 범위 내 수입 가능

수입업자 등록(수입 라이선스 취득)

- ✓ 제출서류
가격추천서
- 유효기간: 6개월

- ✓ 현지유관부처 미얀마 투자회사관리국(DICA)
- 소속: 기획재정부

수입신고

정해진 양식(Form CUSDEC) 활용

- ✓ 제출서류
①송장 ②매매계약서 ③포장명세서 ④화물인도지시서
⑤선하증권 ⑥수입 라이선스

- ✓ 현지유관부처 미얀마 관세청

4



<<<

3



관세납부

- 과거 수입된 동종 물품 가격과 수입자가 수입신고서에 기재한 가격을 비교하여 과세가격 산정

- ✓ 현지유관부처 미얀마 관세청

서류 심사

세 가지 유형으로 나누어 검사

- 서류 형식 검사: 필수 서류 제출 여부 확인 등
- 서류 유무 검사: 품목분류, 관세평가 등
- 서류 일치 검사: 서류상 물품 명세 등 일치여부 등

- ✓ 현지유관부처 미얀마 관세청

5



>>>

6



통관 및 검역

위험도에 따라 서류검사 및 실물검사 실시

- 녹색절차(저위험): 검사 미진행
- 황색절차(중위험): 서류심사
- 적색절차(고위험): 실물검사

- ✓ 현지유관부처 미얀마 농림부
- 업무: 동식물성 수입품 검사
미얀마 식품의약품안전청
- 업무: 식품 검역, 식품위생 안전

반출(합격 시)

- ✓ 라벨 제작 표기언어: 미얀마어(외국어 병기 가능)

표기사항: ①상품명 ②제조업체 명칭 및 주소 ③제조일자/유통기한 ④순중량 ⑤로트(Lot) 번호 ⑥보관방법 등

2021년 12월 기준

