

5 베트남

5-1 편의점을 통한 일본 식품의 베트남 진출 확대

■ 주요내용

- 일본 식품 기업들이 일본계 편의점을 주요 거점으로 베트남 진출을 확대하고 있음
- 3월 하순 일본의 하야시 모토오(Hayashi Motoo) 경제 산업상(METI)과 함께 패밀리 마트(Family Mart), 미니 스톱(Mini stop), 세븐 일레븐(7eleven) 편의점 대표와 식품·일용품 메이커 16개 기업 관계자로 구성된 대표단이 호치민시를 방문하면서 “일본계 편의점을 베트남내 일본 상품 판매 채널로 중요시 하고 있다”고 밝혔음
- 베트남에서는 최근 일본 소매 대기업이 대형 슈퍼나 쇼핑 센터 특히 편의점으로서의 진출이 활발한데, 이는 소비 접근성과 소비자에 부합하여 일본업체가 편의점을 종종 소비자의 기호 조사와 신상품 테스트에 많이 이용하기 때문임

* 출처: <http://lapchibanle.org/>

I 일본의 제품과 기술력 PR I

일본에게 베트남은 동남 아시아 일대에서도 가장 매력적인 시장의 하나로 받아들여지고 있고 환태평양 경제 동반자 협정(TPP) 체결로 일본 제품이 보다 매력적인 가격으로 베트남 시장으로 수출 된다는 기대도 큼

JETRO 호치민 사무소 히로 듀키(Hiroyuki) 소장은 "일본 무역 진흥 기구(일본 JETRO)와 재 호치민 일본 총영사관, 관련 금융 기관 등과 협력하여 일본 기업이 베트남 시장에 상품을 도입하기 쉽도록, 베트남 측과의 연계를 강화하고 싶다"고 밝힘

또한, 호치민시에는 이미 웨미리 마트와 미니 스톱이 약 130개 영업 중으로 앞으로도 점포망과 규모를 확대할 계획이라고 밝힘

미니 스톱은 베트남 국내에 향후 800개를 개점할 계획이며, 세븐 일레븐은 2017년까지 1호점을 개설하고 2020년에는 점포 수를 100개까지 늘릴 계획임



일본 경제산업부장관 호치민 2군 Family Mart 시찰

📌 시사점

- 최근 베트남 유통업계의 트렌드인 24시간 편의점을 겨냥한 한국식품의 마케팅, 상품개발이 시급함