

베트남, 조미료 시장 동향

2024년 12월, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 조미료 시장 현황

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 요리 재료 및 조미료 시장 보고서의 분석에 따르면, ‘23년 시장규모는 5억 4070만 불로 전년 대비 9.4% 성장하였으며, ‘23~ ‘28년 연평균 11.2%의 성장률을 기록할 것으로 전망되었음
- 조미료 종류별 시장규모는 고형 및 분말 육수 (Stock Cubes and Powders)가 전년 대비 4.9% 성장한 329백만 불, 글루탐산소다 (Monosodium Glutamate, MSG) 165.9백만 불 (5.9%), 허브 및 향신료가 11.6백만 불(11.5%)의 시장 성장을 기록하였음

<베트남 조미료 시장 시장규모>

(단위: 백만 불, %)

구분	‘21	‘22(A)	‘23(B)	증감률 (B/A)	‘23기준 비중
□ Condiment	451.8	483.0	540.7	9.3	100.0
○ 고형 및 분말 육수 (Stock cubes and Powders)	283.3	310.4	359.0	5.7	66.4
○ 글루탐산소다 (MSG) (Monosodium Glutamate)	159.0	162.3	169.8	4.6	31.4
○ 허브 및 향신료 (Herbs and Spices)	9.6	10.4	11.9	14.4	2.2

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor) - Cooking Ingredients and Condiments in Vietnam

○ 조미료 유통 및 소비 동향

- 조미료의 경우 소스류 식품과 같이 현재 소형 마트의 판매 비중이 가장 높으나 소비자들의 구매 습관의 변화와 함께 판매 비중이 지속해서 감소하고 있으며,

- 유통매장별 판매 비중은 소형마트 86.3%, 슈퍼마켓 9.5%, 하이퍼마켓 3.7%, 편의점 0.3% 등 순으로 나타났음
- 기업별 시장 점유율 1위는 일본계 아지노모토 (Ajinomoto)사로, 베트남 현지 공장 설립 후 현지에서 상품을 제조하고 있으며, 주요 생산 제품은 조미료, 냉동만두, 튀김가루, 음료, 건강보조 식품 등이 있음
- 뒤이어 Unilever사가 25.3%, 마산(Masan) 그룹이 6.2%, 네슬레(Nestle)사가 5.2%의 시장 점유율을 보이고 있음
- 미원을 생산 중인 한국계 업체인 대상(Daesang)도 주요 제품을 현지에서 생산하고 있으며, 시장 점유율 3.1%를 기록하며 6위에 위치함
- 상위 10개 업체 모두 현지 공장에서 제품 생산 후 유통을 진행하고 있으며, 안정적인 공급 및 가격 경쟁력 확보가 주요 원인으로 확인됨

<기업별 베트남 조미료 시장 점유율(%)>

순위	기업명	'21년	'22년(A)	'23년(B)	증감률 (B/A)
1	Ajinomoto Vietnam Co Ltd	47.8	47.4	46.9	-1.1
2	Unilever Vietnam International Co Ltd	24.1	25.0	25.3	1.2
3	Masan Consumer Corp	5.0	5.6	6.2	10.7
4	Nestlé Vietnam Co Ltd	5.3	5.3	5.2	-1.9
5	Vedan (Vietnam) Enterprise Corp Ltd	4.0	3.8	3.7	-2.6
6	Miwon Vietnam Co Ltd	3.4	3.3	3.1	-6.1
7	Saigon Vewong JV Co	2.3	1.6	1.5	-6.2
8	Vianco JV Enterprise Co Ltd	0.8	0.8	0.8	0.0
9	Viet San Food Co Ltd	0.4	0.4	0.5	25.0
10	DH foods JSC	0.3	0.3	0.3	0.0
기타		6.7	6.5	6.5	0.0

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor) - Cooking Ingredients and Condiments in Vietnam

- '23년 베트남의 조미료 수입액은 1억 6,635만 불로 중국 1억 3,402만 불, 태국 1,929만 불, 말레이시아 810만 불 순서로 기록되었으며,
- 한국산 제품의 경우 한국계 유통 매장에서 판매 및 소비되며, 수출액은 전년 대비 112.1% 증가한 2.9만 불을 기록하였음

<대 베트남 국가별 조미료 수출 현황(>

(단위: 톤, 백만 불, %)

순위	국가	'21년		'22년		'23년		증감률 (B/A)
		중량	금액	중량	금액(A)	중량	금액(B)	
	합계	99,640	117.8	126,142	174.1	134,056	166.4	-4.4
1	중국	80,334	91,0	111,595	149.1	113,587	134.0	-10.1
2	태국	8,233	11,9	6,917	11.5	12,697	19.3	67.8
3	말레이시아	7,836	9,7	5,966	9.9	5,846	8.1	-19.2
4	일본	216	1,1	236	1.1	380	1.9	72.7
5	한국	3	0.01	4	0.01	7	0.03	112.1
	기타	3,018	0.11	1,424	0.02	1,539	0.03	50

* 자료원: Global Trade Atlas - HS Code (292242)

- 현지 생산 제품의 경우 소포장 판매 및 다양한 판촉행사를 통해 가격 경쟁력을 확보하고 있으며,
- 수입품의 경우 대용량 제품이 주로 유통되어 현지에서 판매되고 있음

<주요 제품 현황>

현지 생산 제품		
AJINOMOTO	KNORR	미원
		
3.6만 VND / 454g 한화 약 2,050원	1.8만 VND / 400g 한화 약 1,030원	3만 VND / 454g 한화 약 1,710원

수입 제품		
FUFENG (중국)	AJINOTAKARA (태국)	VEPLUS (말레이시아)
		
120만 VND / 25kg 한화 약 68,280원 (100g 기준 약 270원)	4.5만 VND / 500g 한화 약 2,580원	125만 VND / 25kg 한화 약 71,750원 (100g 기준 약 290원)

* 자료원 : Winmart, Lotte Mart, Shopee 등 온라인 쇼핑몰

○ 시사점

- 현지 언론매체의 기사에 따르면 조미료는 안전한 향신료로 소개되고 있으며, 현지 제조업체들의 식품 안전성 관련 마케팅으로 소비 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망됨
- 조미료 시장은 현지에 진출해 생산 공장을 보유하고 있는 기업이 강세인 시장으로, 수입산 제품의 가격 경쟁이 어려운 실정임
- 따라서 주요 소비층인 주부를 공략하기 위한 맞춤형 홍보, 판촉 행사를 통해 현지 생산 제품과의 경쟁력을 제고 할 수 있는 방안이 될 수 있을 것으로 보임

○ 출처

- Euromonitor / Cooking ingredients and Condiments in Vietnam
- Global Trade Atlas

○ 문의처

- aT 하노이지사 +84 24-6282-2987