

농경제유통학부 식품유통학전공 해외선진지견학 결과보고서

인적사항	성 명	김하령	학 번	201717004
	본 인 연 락 처	010-2338-3171		

활동내용

전공 관련 여행 중 인상깊었던 점과 느낀 점

저는 1월 23일~27일 약 5일간 베트남에 속해있는 다낭(Da Nang)과 호이안(Hoi An) 지역으로 견학을 다녀왔습니다. 견학의 본 목적은 베트남에서의 한류를 통한 식품시장 진출현황을 살피는 것과, 우리나라에서의 베트남 음식 붐에 대해서 베트남 음식이 현지와는 어떠한 차이점을 보이는지 비교하고, 분석하기 위함 이였음을 알립니다.

먼저, 베트남-다낭에 진출한 우리나라의 기업 중 가장 눈에 띄는 식품 기업은 식품기업인 롯데(LOTTE)였습니다. 다낭 시내의 여러 장소에서 롯데기업의 햄버거 프랜차이즈인 롯데리아(LOTTERIA)를 목격할 수 있었고, 실제 조사 결과, 다낭 시내에 롯데리아가 약 5개의 점포를 가진 것을 확인 할 수 있었습니다. 또한 베트남에는 약 20여개의 롯데리아 점포가 있다고 합니다. 롯데리아의 음식가격은 베트남의 다른 음식점의 가격보다도 높다고 볼 수 있었으며, 방문한 매장(Lotteria Phan Chu Trinh) 또한 주변의 타 음식점보다 위생적이고 깔끔했습니다. 메뉴는 한국의 양념치킨과 후라이드 치킨, 기타 롯데리아에서 판매하는 음식메뉴가 주를 이뤘습니다. 가게 내에도 한국인 관광객은 전혀 볼 수 없었고, 본인을 제외하고 모두 현지 베트남 사람들 이였습니다. 즉 롯데리아는 다낭을 방문한 한국인 관광객이 아니라, 베트남 사람들을 고급화 전략을 통해 끌어들이고 있는 것으로 보였습니다.



그림1, 2. 롯데리아 in 다낭

이러한 롯데 기업은 대형마트 브랜드인 롯데마트(LOTTE MART) 또한 베트남에 진출하여 본 견학의 목적 중 하나인 한국식품 진출 현황이 가장 잘 드러나는 장소일 것이라 기대하여 방문하였지만, 예상 밖으로 롯데마트는 한식보다는 현지화를 주 전략으로 하여 한국식품은 라면 등을 판매하고 있었지만, 기타 수입식품과 비슷하게 취급되어 주력으로는 자리 잡고 있진 않았습니다. 오히려 롯데마트는 짐 보관 서비스(baggage service)를 통해 베트남(다낭)지역을 방문한 외국인과 한국인 관광객에게 베트남의 특산

품과 기념품을 판매하고 있었습니다. 이러한 짐 보관 서비스는 공항 전에 들어서 쇼핑하기 용이하게 하고, 다낭에 있는 다른 대형마트인 빅씨마트(Bic C Supermarket)또한 운영하고 있습니다.

결과적으로 한국 식품의 베트남 진출은 라면을 제외하고 가공식품이나 즉석식품 보다는 음식점 형태로 인기를 얻고 있는 것으로 느껴졌습니다.



그림3. 다낭 롯데마트 외관

그림4. 롯데마트 내부 : 기념품 중 하나인 베트남 커피

현재 우리나라에서 급속도로 인기가 많아지고 있는 추세인 베트남 음식은 기존 쌀국수를 포함하여 분짜, 반미, 스프링 롤, 반썰오 등 그동안 잘 알려지지 않았던 음식 또한 알려지면서 인기를 얻고 있습니다. 특히 이들 중 '분짜'는 SNS 및 각종 커뮤니티 사이트를 통해 널리 알려져 젊은 계층들을 사로잡고 있는 것으로 보였습니다. 게다가 우리나라 치킨 브랜드인 bbq는 분짜 소스를 베이스로 한 신 메뉴인 '오지구이'를 출시하였습니다. 우리나라에서의 베트남 음식과 베트남에서의 이러한 음식의 가장 큰 차이는 바로 가격이었습니다. 다낭 및 호이안을 포함한 지역의 베트남에서는 분짜 및 반썰오 등이 서민음식으로, 가격이 저렴한 편(40000동~50000동-한화2000원~3000원) 정도에 속했다면 우리나라에서는 고급화 되어 가격이 저렴한 편에 속하지 않고 대부분이 1만원대에 속했습니다. 베트남 물가와 우리나라 물가의 차이를 고려해 보더라도 우리나라에 속한 베트남 음식은 비싼 편에 속합니다. 하지만 오히려 이러한 고급화 전략이 젊은 계층에게 베트남 음식에 대한 좋은 이미지를 심어주어 베트남 음식 붐이 일어나지 않았는가 싶습니다.



그림 5. 반썰오

그림 6. 반미

여행이 자신에게 미친 영향과 이로 인해 달라진 점

이번 여행은 저에게 베트남에 대한 편견을 지워주고, 성장하고 있는 베트남 시장에 대해 사람들이 왜 긍정적인 시각을 가지고 있는지 알게 되는 계기가 되었습니다. 최근 베트남 음식에 대한 사람들의 인식과 인기가 증가하면서 일명 '먹방 여행'으로 베트남을 방문하는 관광객도 꽤 느끼는 추세인 것 같고, 이러한 것을 보면 한국도 한국 음식의 인기를 통해 관광객을 늘리는 전략을 펼쳐도 좋을 것 같다는 생각도 들었습니다.

또한 베트남(다낭) 방문 날짜와 U23 챔피언십의 베트남 준결승 및 결승 날짜가 겹쳐서 거리에 베트남사람들이 전부 오토바이를 타고나와 국기를 흔들고 시내를 주행하는 풍경도 보게 되어 그들의 흥을 즐길 수 있었습니다. 여행 중에 교수님께서 수업시간 중에 추천해주신 TripAdvisor 어플과 구글 지도 등 여러 스마트폰 어플의 도움으로 편리하게 여행을 끝마칠 수 있게 되었고, 스마트폰의 발달이 얼마나 해외여행에 큰 도움이 되는지 깨닫게 되었습니다. 하지만 아무리 스마트폰이 도와주더라도 언어의 장벽은 약간의 어려움을 주기도 하였습니다. 초중고를 다니면서 영어를 듣고 해석하는 건 능숙하게 할 수 있었지만, 스피킹이 어려워 아는 문장임에도 빠르게 대답을 하지 못하는 약간의 어려움이 있었습니다. 그런 이유로 남은 학기 동안 조금 더 영어에 시간을 투자해야겠다는 생각을 하게 되었습니다. 그 외에도 여러 가지 뜻깊은 경험을 쌓을 수 있게 된 여행 이였습니다.



그림7. 베트남 현지 시장



그림8. U23 베트남 준결승 우승날