

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

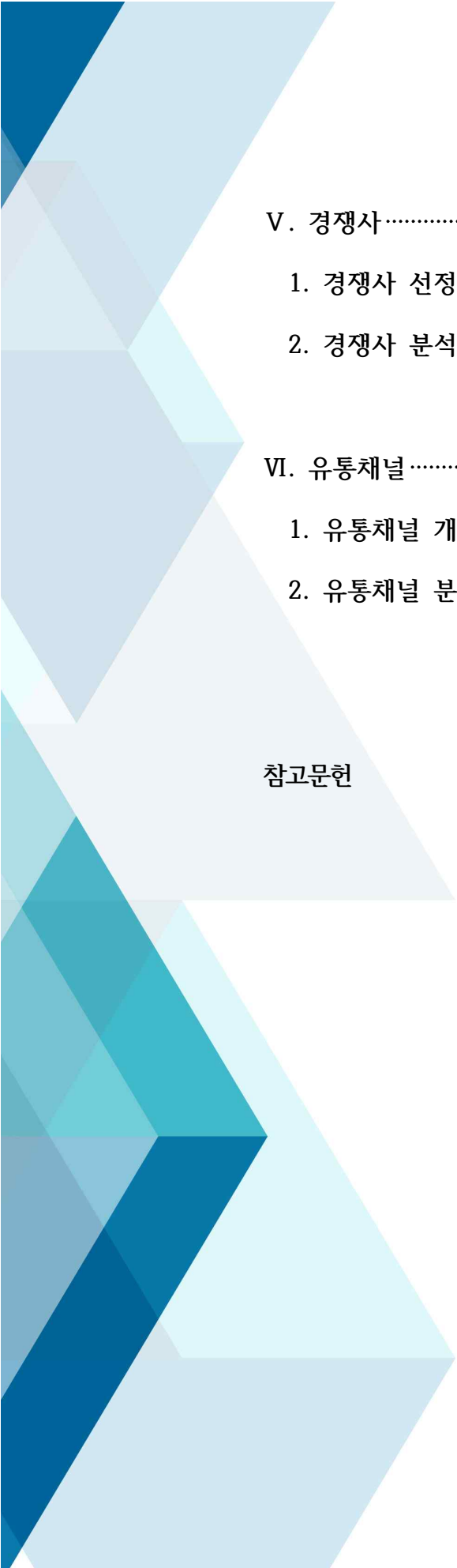
No. 1808-12

품 목 : 라면 (Ramen)

국 가 : 멕시코 (Mexico)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품산업 현황	11
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드	22
1. 정책 동향	23
2. 소비 및 소비자 트렌드	24
4. 제품 트렌드	26
III. 통관 및 제도	29
1. 통관 및 검역	31
2. 인증정보	36
3. 라벨링	38
4. 식품첨가물	40
IV. 경쟁제품	44
1. 경쟁제품 선정	46
2. 경쟁제품 분석	47



V. 경쟁사	55
1. 경쟁사 선정	56
2. 경쟁사 분석	57
 VI. 유통채널	 60
1. 유통채널 개황	61
2. 유통채널 분석	62

참고문헌



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

남한 면적의 약 20배에 달하는 영토를 가진 국가로, 북쪽은 미국, 남쪽은 과테말라·벨리즈와 접하고 서쪽은 태평양, 동쪽은 멕시코만과 카리브해에 면함

북쪽의 사막과 중앙의 고원지대 남쪽의 열대 우림까지 지형이 다양하며, 기후는 연 평균 10~26도로 해안지방은 고온 다습하고 고지대는 온난건조함

마야, 톨테크, 아즈텍문명의 발생지이며 1521년부터 스페인의 식민지배를 받다 1821년 독립하였고, 국민의 88%가 유럽인과 원주민 사이의 혼혈임

천연자원 수출도가 높고 석유를 비롯하여 농업과 광업 생산량이 많음. 북부지방은 제조업의 비중이 높은 반면, 남부지방은 농업 의존도가 높은 구조임. 2017년 GDP기준 세계 15위이자 브라질에 이은 중남미 제2의 경제대국임

미국이 멕시코 전체 수출의 80%를 차지하며 1994년 맺은 북미자유무역협정(NAFTA)으로 대미의존도가 높음. 2018년 9월말 NAFTA를 대체하는 새 무역협정협정(USMCA) 협상을 타결하였고, 또한 콜롬비아, 페루, 칠레 등과 태평양동맹(PA)을 체결하여 중남미 전략시장으로서 입지를 강화하고 있음

2018년 12월 로페스 오브라도르 대통령이 취임 예정이며 새 정부의 경제정책 방향성이 주목받고 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 멕시코 공화국(United States of Mexico)
- ▶ 수도: 멕시코시티
- ▶ 대통령: 엔리케 페냐 니에토(2012.12.01)~6년 임기¹⁾
- ▶ 인구: 1억2300만명(2017)
- ▶ 면적: 196만km²(남한의 약 20배)
- ▶ 공식어: 스페인어
- ▶ 주요 도시: 멕시코시티, 과달라하라, 몬테레이
- ▶ GDP: 1조1070억 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,961달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.0%(2017)
- ▶ 화폐단위: 페소(Peso, MXN)
- ▶ 종교: 카톨릭(89%), 기독교(6%), 기타(5%)
- ▶ 인터넷 사용률: 59.5%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14. 및 「멕시코 국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행(2018.03)

1) 안드레스 마누엘 로페스 오브라도르(AMLO)가 2018년 12월 1일 대통령으로 취임 예정

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

D B 1 D B 2 D B 3 D B 4 D B 5 D B 6 D B 7 저위험 고위험	등급	등급전망
	DB3	안정적

자료:Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 대통령 당선인 로페스 오브라도르 후보는 복지 확대, 부정부패 척결 등을 주요 공약으로 제시함 - 경제, 정치, 법률 분야에서 개혁 성공 시 주요 산업에 상당한 투자 확대가 예상됨
부정적	- 트럼프노믹스에 따른 보호 무역 정책과 이민 정책으로 경제 불확실성이 상존함 - 일련의 계획에도 불구하고 노동시장 경직성이 높은 국가임 - 교육 개혁이 필요함

자료: 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14

2) D&B 국가위험등급은 한 국가에서 비즈니스 수행시 위험 정도를 측정하는 지표이며 ▲ 정치 환경(대·내외 안보, 정책 역량과 일관성 및 비즈니스 환경 조성에 관한 국가의 역량) ▲ 통상 환경(계약 준수 정도, 사법부 역량, 규제의 투명성, 부패 지수 및 무역 거래에 영향을 미치는 기타 요인) ▲ 거시경제 환경(인플레이션율, 재정적자, 통화량을 비롯한 지속 가능한 경제 성장과 비즈니스 확장에 영향을 미치는 모든 거시경제적 요인) ▲ 외부 환경(경상수지, 현금흐름, 외환보유액, 대외 채무 정도 및 거래를 지속시키고 해외투자부채를 상환할 수 있는 외화 창출 능력)과 같은 네 가지 항목을 종합적으로 측정한 지표임. 자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 경상수지비율(GDP 대비)은 적자이나 수치는 전년 대비 크게 호전됨
 - 2017년 적자규모가 GDP의 1.7%로 전년도의 2.2% 대비 크게 축소됨
 - 상품수출 증가, 해외거주자 송금액 증가로 경상수지가 개선됨
 - 특히 폐소화 약세에 따른 자동차, 전자기기 등 제조업 수출이 늘었고, 자동차 수출규모가 2016년 대비 12% 증가 (비원유 부문의 무역수지 75억 달러 흑자 기록)
- 재정수지비율(GDP 대비) 또한 적자이나 전년 대비 크게 호전됨
 - 2017년 적자규모가 GDP의 1.1%로 전년도의 2.5% 대비 크게 호전됨
 - 정부 부채에 대한 지속적인 관리가 요구되나 비원유부문 세수 확대 및 긴축재정 등으로 재정적자가 꾸준히 개선되고 있음
- 물가상승률은 2017년 6.0%로 크게 확대됨
 - 2015년과 2016년 2%대에서 유지되던 물가상승률이 2017년 급상승하였고 2018년 4.5% 수준으로 전망됨 (중앙은행의 물가상승률 목표치는 2~4%임)
 - 폐소화 약세에 따른 수입물가 상승, 에너지 가격 상승이 주요 원인으로 분석됨
- 실질 경제성장률은 점차 둔화되는 양상을 보임
 - 2015년도 3.3%, 2016년 2.9%을 보였으나 2017년 2.0%로 하락하였고, 2018년 2.1% 수준으로 전망됨
 - 주변 남미 국가(아르헨티나, 베네수엘라, 브라질)가 경제 침체 상황을 보이는 가운데 멕시코에 대한 경기 둔화 가능성 상존
- 실업률은 3~4%대로 낮은 수준임

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지비율	-2.8	-2.1	-1.6	-1.7	-1.9	-1.9	-1.6	-1.4
재정수지비율	-2.8	-2.5	-1.1	-2.3	-2.2	-2.5	-2.1	-2.0
물가상승률	2.7	2.8	6.0	4.5	3.8	3.7	3.6	3.3
경제성장률	3.3	2.9	2.0	2.1	1.9	1.7	2.1	2.2
실업률	4.4	4.0	3.8	3.5	3.7	4.0	3.9	3.6

자료: 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14

□ 무역통상 환경

- 미국이 멕시코 전체 수출의 80% 차지하며 대미의존도가 높은 구조임
 - 자동차 관련 수출이 전체 수출에서 차지하는 비중이 24%이고, 이 중 75% 가량을 미국에 수출함
 - 전체 수입의 47%를 미국에서 수입하며, 미국내 멕시코 근로자의 본국 송금액(remittance)이 멕시코 전체 GDP의 2.2%에 달함
 - 미국은 또한 멕시코의 제1위 FDI(외국인직접투자) 투자국으로 전체 FDI의 약 48%가 미국으로부터 유입됨
- 중남미 국가 중 브라질과 더불어 제조업이 발달하였고 정부는 친시장 정책을 펼침
 - 북부지방을 중심으로 제조업이 발달하였고 남부지방은 농업 중심임
 - 특히 에너지 전기, 통신 등의 산업부문에서 친시장 개혁정책을 추진하고 있으며 긍정적 시장평가가 예상됨
- 적극적인 FTA 정책을 펼치고 있음
 - 약 46개국과 경제협력관계를 맺고 있으며, 수출 지역 다변화 등을 위해 자유무역협정 내실화 및 확대에 힘쓰고 있음³⁾
 - 환태평양경제동반자협정(CPTPP)에 참여하는 한편, 지역통합체인 태평양동맹(PA)을 통해 역내 영향력을 확대하고 있음
 - 이 밖에 한국을 비롯한 싱가포르, 터키, 요르단, 파라과이 등과 FTA 체결을 협상중임
- 멕시코는 한국의 전체 교역 순위 15위(중남미 국가 중 1위)이자 한국의 10대 수출대상 국가임
 - 중남미 국가 중 브라질 다음으로 많은 인구(1억2000만 명)를 보유하고 있으며, 인당소득 1만 달러 수준의 중진국으로 한국의 잠재적 수출시장임
 - 한국은 멕시코와 현재까지 FTA 협상이 체결되지 않은 상황이나 태평양동맹의 준회원국 가입을 추진하고 있음

3) 코스타리카, 칠레 등 중남미 국가 외 유럽연합, 일본 등 15개국과 FTA를 체결하였음

- 부정부패가 경제 발전의 저해 요소이며 급격한 임금 상승 가능성이 상존함
 - 만성적인 정경유착 스캔들과 높은 살인율, 마약조직과 정부간의 갈등으로 인한 치안 불안 등 사회적 문제가 지속됨
 - 차기 정권이 최저임금 인상을 주요 공약으로 내세우며 당선됨

표 1.2 주변국 비교

	멕시코	브라질	캐나다	콜롬비아	미국
인당 소득(달러)	9,298	8,979	47,051	6,668	62,824
인구(백만 명)	124	209	89	58	76
인터넷 사용률(%)	59.5	59.7	89.8	58.1	76.2

자료: 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	• 미국에 대한 높은 경제의존도로 인해 대외경제 변화에 취약함 • 미국의 보호무역 강화와 이민규제 정책으로 경상수지 악화 가능성이 존재 • 석유산업이 전체 수출의 6%, 재정수입의 17%를 차지하고 특정산업(자동차 및 부품, 전자기기, 기계류)에 대한 수출 의존도가 높음 • 노동력이 풍부하고 임금수준은 낮은 편이나 높은 이직률과 낮은 숙련도로 노동생산성은 낮음 • 차기 정권이 최저임금 인상을 주요 선거공약으로 내세우며 노동비용 상승 가능성이 대두됨 • 측근 비리 및 범죄율이 높고 사회 전반에 마약 관련 범죄로 치안이 불안정함
기회	• 좌파당 출신이라는 우려와 달리 차기 대통령 당선인은 중앙은행의 독립성, 자유무역, 긴축재정의 이행을 강조하였고 주가와 환율은 안정세를 보임 • 풍부한 부존자원과 1억명 이상의 거대 내수시장을 보유하고 있으며, 특히 15~65세 인구가 전체 인구의 66%를 차지하는 젊은 국가임 • 외국인투자법에 따라 내외국인을 동등 대우함 • 최저임금 인상으로 가처분소득의 증가가 예상됨 • 아시아 및 유럽 국가와 경제 협력 강화를 통해 수출시장 다변화 및 해외투자 자본 유치에 노력 • 한-멕시코 FTA 협상이 추진중에 있으며 성공적 협상 타결시 양국간 교역이 확대될 전망

자료:자료: 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, 「멕시코 국가신용도 평가리포트」 및
연합뉴스 기사 종합

2. 식품산업 현황

□ 즉석식품 시장 현황

- 멕시코 현지 식품시장의 키워드는 '건강'과 '편의'임
 - 멕시코에서 비만과 당뇨, 고혈압은 사회적인 문제로 다이어트에 관심 있는 소비자가 많음
 - 유엔 통계에 따르면 OECD 국가 중 멕시코 근로자의 노동시간이 가장 길었음
 - 전통적으로 멕시코는 전업주부가 많아 직접 요리를 해먹는 구조였으나 최근 여성의 사회진출이 늘며 간편식 수요가 증가함
 - 소비자들은 간편식이되 섬유질과 영양이 뛰어난 제품에 많은 관심을 나타내며, 다수의 기업이 프리미엄 내지는 구르메(Gourmet)⁴⁾ 제품을 선보임
- 즉석식품은 대부분 현대적 유통채널인 하이퍼마켓, 편의점 및 슈퍼마켓을 통해 판매됨
 - 다수의 현대적 유통채널이 매장 내 자체 푸드코트를 운영하고 즉석식품(파스타, 치킨, 피자)을 판매함⁵⁾
 - 다국적 기업의 시장점유율이 높은 편임⁶⁾
- 최근 소셜미디어를 통해 제품을 홍보하는 방식이 급속히 확산되고 있음
 - Toyo Suisan Kaisha Ltd, Fabrica de Pastas Alimenticias La Moderna와 같은 기업이 이 같은 채널에서 높은 활용도를 보임

4) 구르메(Gourmet): 미식가, 식도락가를 의미함

5) 유통채널 내 즉석식품을 판매하는 매장은 월마트, 소리아나(Soriana) 등이 있음

6) Kraft Foods와 Unilever와 같은 다국적 기업이 진출하고 있음

□ 인스턴트 면류(누들) 시장 현황

가. 시장규모

- 2017년 시장 규모는 약 3억8600달러⁷⁾, 판매량은 약 7만8000톤으로 전년 대비 각각 8.1%, 5.2% 증가함
 - 멕시코의 인스턴트 면류 시장은 중남미에서 브라질에 이어 두 번째로 큰 규모임
 - 멕시코에서는 한 해 8억5000인분(portions)의 인스턴트 라면이 소비됨⁸⁾
- 용기(컵)라면이 전체 인스턴트 라면 시장의 92% 이상을 차지함
 - 용기라면이 전체 라면 판매액에서 차지하는 비중은 92%, 봉지라면은 8%임
 - 판매량(톤)에서도 용기라면이 전체 판매량의 94%를 차지하며 봉지라면(6%) 대비 압도적인 점유율을 보임
 - 용기라면이 인기를 끄는 이유는 봉지라면에 비해 편의성이 뛰어나며 가격도 저렴하기 때문으로 분석됨

표 1.3 시장 규모 (용기라면 및 봉지라면)



자료: Euromonitor International

※ 멕시코 페소를 달러로 변환하지 않은 이유는 멕시코 페소화의 등락 편차가 심해, US 달러로 변환시 통계 해석에 왜곡이 발생한다고 판단했기 때문임

7) 환율: 18.76페소 = 1달러 (멕시코 중앙은행 2018년 10월 17일 고시기준)

8) 자료: World Association of Instant Noodles

나. 브랜드별 점유율

○ 선두 기업은 마루찬(Maruchan)임

- 일본 기업 도요수산(Toyo Suisan Kaish Ltd)이 모기업이며, 2017년 멕시코 전체 라면 시장의 76%를 차지하며 독보적인 위치를 점함
- 멕시코에선 마루찬이란 브랜드가 곧 인스턴트 라면이라는 동의어로 받아들여짐
- 저소득층이나 식사시간이 부족한 학생 혹은 건설현장의 인부들의 주요 고객임

마루찬 성공 요인
마루찬은 1990년 멕시코에 첫 선을 보이며 당시 현지에서 잘 알려지지 않았던 컵라면을 대중화시키는데 성공함. 그 요인은 다음과 같이 분석할 수 있음 ① 저렴한 가격: 봉지라면은 개당 3.2페소(약 200원), 대표 용기라면 브랜드인 인스턴트 런치(Instant lunch)의 경우 8.9(약 540원)로 저렴한 수준 ② 편의성: 멕시코는 편의점마다 뜨거운 물과 전자레인지가 구비하고 있어 인스턴트 라면 소비에 용이한 장점을 갖춤 ③ 전국적인 유통망: 멕시코 진출 이후 20여년간 지속적인 광고 캠페인을 벌이며 도시에서 지방으로 유통망을 확대하여 시골 가게에도 마루찬이 판매되고 있음

○ O사가 시장점유율 9.3%로 2위를 점하고 있음

- 봉지라면이 주력 판매 상품이며 특히 이 분야의 시장점유율은 63.2%로 마루찬(33.2%)의 약 2배임
- 봉지라면은 평균 13.90페소(약 830원) 정도로 판매되고, 쇠고기와 닭고기, 해물맛 등이 있음
- 다양한 하이퍼마켓 유통채널(월마트, 소리아나, 수페라마, 보데가아우레라, 라코멜, 체드라위)에서 구입 가능함

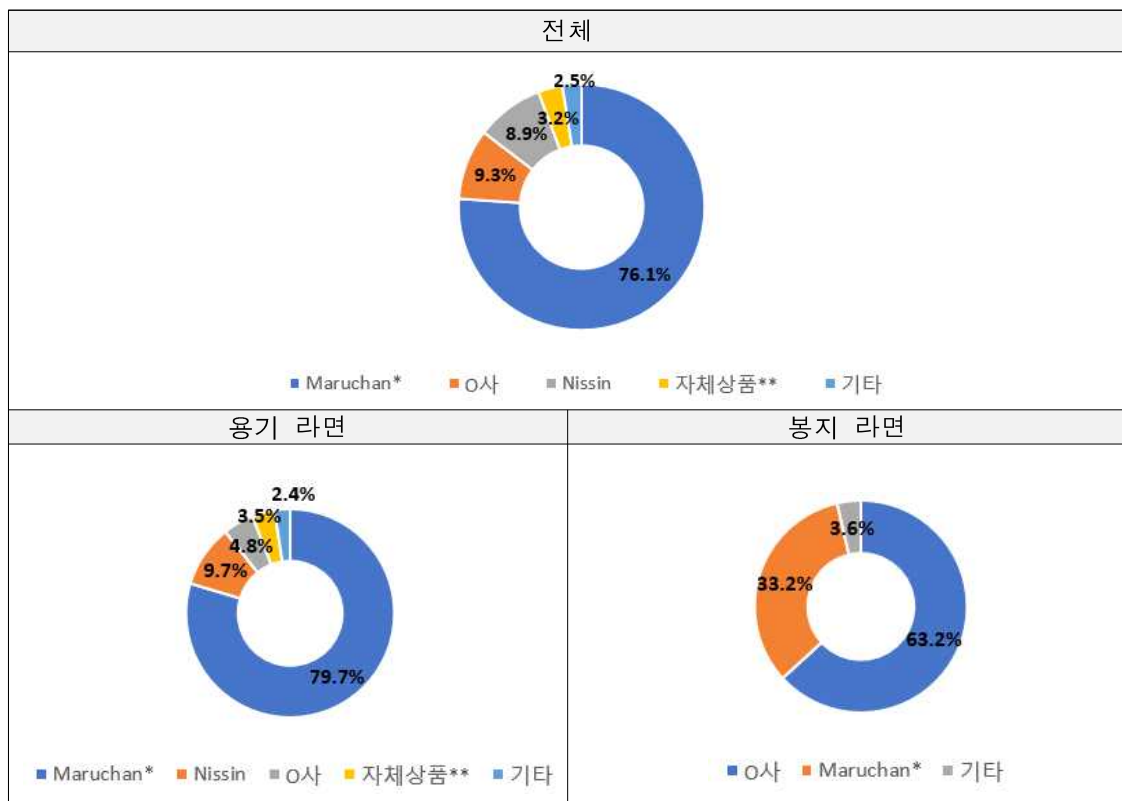
○ 3위는 시장점유율 8.9%를 기록한 닛신(Nissin)임

- 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에 진출해 있으나 마루찬과 같이 넓은 유통망을 확보하지는 못함
- 숟가락으로 떠먹을 수 있는 라면, 볶음 라면과 같이 다양한 제품이 있음
- 용기라면이 주력 상품으로 수익의 98%를 창출

o 이 밖에 한국 브랜드인 N사 제품이 진출해 있음

- 미국 공장에서 생산한 제품을 일본 유통업체인 JFC와 연계하여 고급 슈퍼마켓을 위주로 판매함

표 1.4 2017년 인스턴트 면류(누들) 브랜드별 점유율



자료: Euromonitor International

Maruchan*: 일본 기업이 모기업이나 제품은 미국 마루찬 공장에서 생산됨

자체상품**: Private Label을 의미하며 유통채널 매장 내에서 생산되는 제품임

다. 유통채널별 판매

- 현대적 식료품점이 라면 판매의 90%를 차지함 (혼합형은 8.4%, 재래식은 0.9%)
 - 현대적 식료품점 중, 하이퍼마켓을 통해 31.6%의 판매가 이루어짐
 - 뒤를 이어 편의점이 22.1%, 슈퍼마켓이 16.8%, 포어코트 매장⁹⁾이 10.9%, 할인점이 8.8%를 차지함
 - 특히 편의점은 멕시코 내에서 가장 빠르게 확장되고 있는 채널임
- 오프라인 매장에서 99.5%가 판매됨
 - 온라인 매장의 라면 판매율은 0.5%임 (수요가 거의 없음)

표 1.5 유통채널별 판매율(%)

오프라인	99.5
-현대적 식료품점	90.2
하이퍼마켓	31.6
편의점	22.1
슈퍼마켓	16.8
포어코트 매장	10.9
할인점	8.8
-혼합형 매장	8.4
-재래식 식료품점	0.9
온라인	0.5

자료: Euromonitor International

라. 맛별 판매량 순위

- 멕시코인은 짜고 매운 자극적인 맛의 음식을 선호하고, 이에 따라 새우, 하바네로 고추, 라임 맛 등을 첨가한 라면이 인기가 많음

표 1.6 2015-2017 맛별 판매 순위

1	새우맛
2	새우+라임맛
3	매운 새우맛
4	닭고기맛
5	쇠고기맛
6	닭고기+토마토맛
7	치즈맛
8	돼지고기맛
9	계맛

자료: Euromonitor International

9) 포어코트 매장(Forecourt Retails): 주유소와 같은 시설 앞에서 영업을 하는 소규모 매장을 의미

마. 기타

- 정부는 정크푸드 관련 규제를 지속적으로 추진한 바 있음
 - 멕시코에서는 인구의 70% 이상이 비만과 같은 질병을 앓고 있으며, 어린이와 청소년의 35%가 비만임
 - 2014년 100그램당 275kcal가 넘는 고열량 제품에 대하여 8%의 세금¹⁰⁾과, 첨가당이 기준치 이상 함유된 탄산 청량음료, 과일음료 등에 대해 1리터당 1페소의 가당음료세¹¹⁾를 부과
 - 2015년 비만퇴치를 목적으로 식품광고와 식품표시, 비알코올음료 판매에 관한 지침을 고시¹²⁾함
- 인스턴트 라면은 건강에 좋지 않다는 평이 지배적이나 꾸준히 판매됨
 - 인스턴트 라면은 건강에 해로운 식품이며 비만을 유발한다는 인식이 강함¹³⁾
 - 다만 편의성, 저렴한 가격, 현지인 입맛에 맞는 제품 출시 등에 따라 꾸준한 소비를 나타내고 있음
 - 특히 저렴한 가격으로 주로 저소득층을 중심으로 성장함

10) 정크푸드 부가세는 275cal/100g을 초과하는 가공식품에 부과하며 “IEPS”(Impuesto Especial sobre Produccion y Servicios)라고 불림

11) 가당음료세: 일명 탄산음료세(Soda Tax)라고 불림

12) 이로 인해 유아의 주요 TV 시청 시간대에 저영양 식품광고가 금지되고 식품표시 및 광고에 관한 대통령령도 마련됨

13) 라면은 정제된 밀가루를 튀긴 음식으로 영양소나 섬유소, 비타민, 무기질이 결핍되고 나트륨이 과다 복용되어 영양학적인 문제가 있다고 주장하는 학자들이 많음

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 인스턴트 면류(누들) 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 1902.30 품목 수입 규모는 약 30억 달러, 멕시코는 250만 달러로 세계 86위(2017)
- 멕시코 HS CODE 1902.30.99 품목 수입 시장점유율 1위는 미국으로 55.7% 차지(2017년)
- 한국산 HS CODE 1902.30.1010 품목의 멕시코 수출은 약 604톤, 145만 달러를 기록(2017년)

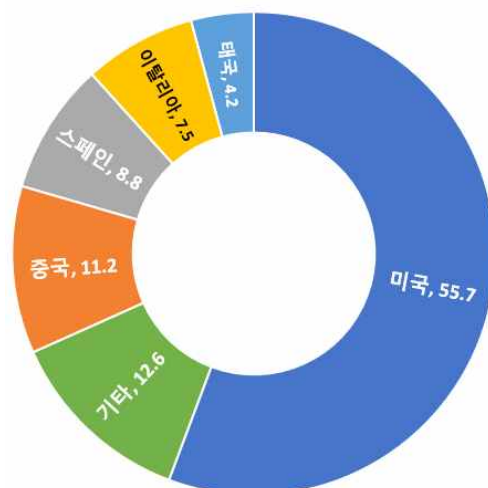
❖ 인스턴트 면류(누들) 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902.30.1010	라면
멕시코	1902.30.99	그 밖의 파스타

❖ 글로벌 HS CODE 1902.30 수입 규모 (2017)

수입국		2017 금액(천 달러)
글로벌		2,991,393
1	미국	235,875
2	영국	215,845
3	나이지리아	202,478
4	중국	201,611
5	홍콩	172,957
86	멕시코	2,554

❖ 멕시코 HS CODE 1902.30.99 수입 비중 (2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 라면 통계 기준 설정

- 라면의 글로벌 및 멕시코 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정

라면 HS CODE 통계 기준 설정

조사항목	통계 기준
글로벌 수입 통계	1902.30
멕시코 수입 통계	1902.30.99
한국 수출 통계	1902.30.1010

라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)
한국	1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.10	인스턴트 면류
	1902.30.1010	라면
멕시코	1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.99	그 밖의 파스타

- 한국에서는 라면과 일치하는 HS CODE가 있으나, 멕시코에서는 라면이 별도의 HS CODE로 분류되지 않음
 - 멕시코 HS CODE 1902.30.99는 조리하되 속을 채우지 않은 파스타를 의미하며 여기에는 라면 뿐만 아니라 국수, 우동, 비빔면, 짜장면 등과 같이 면으로 조리된 제품이 모두 포함됨

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1902.30)¹⁴⁾

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(7.9%)이며, 멕시코는 86위(0.1%)

- 2017년 1902.30 품목¹⁵⁾의 글로벌 수입 규모는 약 30억 달러, 2013-2017년 연평균 성장률은 7.4%를 기록
 - 1902.30 품목 수입 1위는 미국으로 2017년 약 2억 달러를 수입하여 점유율 7.9%, 2013-2017년 연평균 성장률 11.3%를 기록
- 2017년 멕시코의 1902.30 품목 수입은 약 250만 달러로(86위), 시장점유율 0.1%, 2013-2017년 연평균 성장률 3.7%를 기록

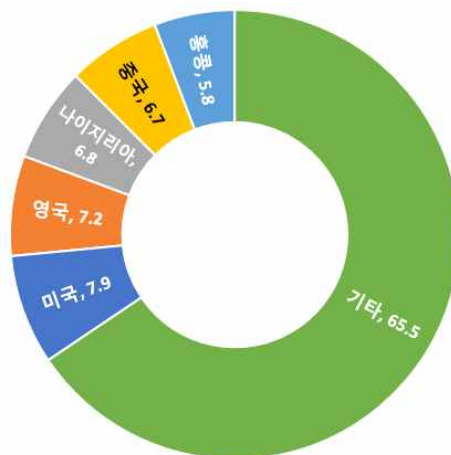
표 1.7 글로벌 HS CODE 1902.30 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	2,248,796	2,371,961	2,324,496	2,393,268	2,991,393	7.4%
1 미국	153,935	153,873	174,152	195,641	235,875	11.3%
2 영국	263,631	250,813	224,024	206,474	215,845	-4.9%
3 나이지리아	91	118	63	176	202,478	586.8%
4 중국	67,494	83,860	105,957	142,546	201,611	31.5%
5 홍콩	129,673	133,469	155,210	172,398	172,957	7.5%
86 멕시코	2,208	2,478	2,654	2,599	2,554	3.7%

자료: International Trade Centre

표 1.8 HS CODE 1902.30 국가별 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

14) 1902.30 품목에 대한 조사가 라면과 정확히 일치하지 않으나, 의뢰기업은 면 요리 제품 전반에 관한 개발 의사를 가지고 있으므로 본 조사를 진행함

15) 1902.30 품목: 조리하되 속을 채우지 않은 파스타 종류(라면 포함)를 의미함

3) 멕시코 수입 통계(통계기준: HS CODE 1902.30.99)

□ 2017년 멕시코 1902.30.99 품목 수입 시장 점유율 1위는 미국임(55.7%)

○ 2017년 멕시코 1902.30.99 품목의 글로벌 수입액은 약 250만 달러로, 2013-2017년 연평균 성장률 3.7%를 기록

- 멕시코의 최대 수입국은 미국으로, 2017년 약 140만 달러를 수입하여 점유율 55.7%, 2013-2017 연평균 성장률 4.9% 기록

○ 2017년 한국산 1902.30.99 품목의 멕시코 수입은 천 달러 단위 기준에서 0으로 집계 됨

- International Trade Center에서 천 달러 단위보다 낮은 단위로 통계 추출이 불가 함

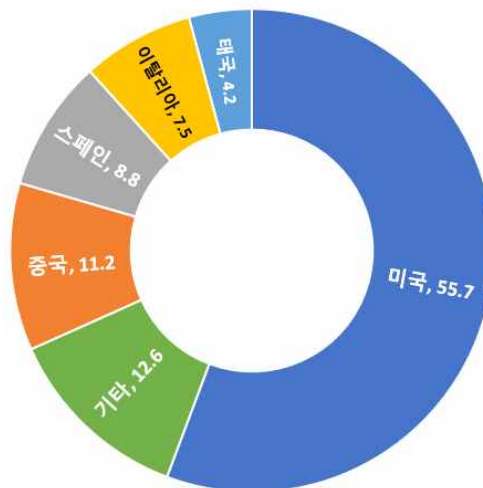
표 1.9 HS CODE 1902.30.99 멕시코 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	2,208	2,478	2,654	2,599	2,554	3.7%
1 미국	1,176	1,343	1,510	1,534	1,423	4.9%
2 중국	118	73	97	293	287	24.9%
3 스페인	152	156	165	137	224	10.2%
4 이탈리아	524	386	392	238	191	-22.3%
5 태국	24	13	45	75	106	45.0%
16 한국	21	46	16	0	0	-100%

자료: International Trade Centre

표 1.10 HS CODE 1902.30.99 멕시코 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 1902.30.1010)

□ 2017년 한국산 라면의 글로벌 수출액은 약 3억8000만 달러, 수출량은 약 11만 톤으로 전년 대비 30% 이상 상승

- 한국산 라면의 글로벌 수출은 2014년 제외하고 꾸준한 성장세를 보임
 - 2017년 글로벌 수출액은 3억8000만 달러, 수출량은 11만 톤을 기록
 - 2014년 라면 수출은 1% 내외로 소폭 감소하였으나 이후 회복세로 전환

표 1.11 한국산 라면 글로벌 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	49,093 (5.6%)	48,801 (△0.6%)	55,378 (13.5%)	79,585 (43.7%)	110,115 (38.4%)
금액 (연 증감률)	212,528 (3.1%)	208,454 (△1.9%)	218,799 (5.0%)	290,365 (32.7%)	380,990 (31.2%)

자료: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 라면의 멕시코 수출은 2017년 약 145만 달러, 604톤을 기록

- 2013-2016년 한국산 라면의 멕시코 수출은 뚜렷한 경향성을 나타내지 않음
- 2017년 한국산 라면의 멕시코 수출이 급격히 증가함
 - 이는 한류 트렌드에 따른 한국산 라면에 대한 선호 증가 및 국내 업계의 적극적인 시장 진출 노력 때문인 것으로 분석됨

표 1.12 한국 對멕시코 HS CODE 1902.30.1010 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	572 (32.9%)	193 (△66.1)	461 (138.0)	413 (△10.4)	604 (46.4%)
금액 (연 증감률)	1,009 (83.3)	524 (△48.0)	914 (74.2)	970 (6.2)	1,448 (49.2%)

자료: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 정책 동향
2. 소비 및 소비자 트렌드
3. 제품 트렌드

1. 정책 동향

- 2018년 7월 멕시코 정부는 국제식품안전협회와 협력하여 최초의 식품표준 기준을 수립함¹⁶⁾
 - 총 15개로 구분된 식품군에 대해 총 4가지의 인증인 HACCP(안전관리인증기준), SGIA(식품안전관리시스템), BPA(신선식품안전기준), BPA(제조식품안전기준)을 구분하고 취득 요건을 구체화한 것이 주요 내용임
 - 동 규정은 2018년 9월 4일부터 발효되나, 현재까지는 멕시코에서 생산되는 식품만을 대상으로 하고 있음
- 2018년 12월 집권하는 대통령 당선인이 최저임금 인상을 주장하여 라면 주요 소비층인 저소득층의 소득변화가 예상됨
 - 2024년까지 매년 15.6%의 최저임금 인상 계획을 밝힘 (현재 멕시코 최저임금은 시간당 약 0.6달러로 OECD 중 최저국에 속함)
 - 저소득층 노동자의 실질임금이 높아짐에 따라, 가처분소득 증가로 중저가형 라면 판매와 구매 가격에 변화가 있을 것으로 전망됨

표 2.1 멕시코 최저임금 추이

(단위: 페소/일)

2015	2016	2017	
1월	1월	1월	12월
70.10	73.04	80.04	88.36
(약 3.71달러)	(약 3.87달러)	(약 4.24달러)	(약 4.68달러)

자료: 멕시코 최저임금 정보(<https://salariminimo2018mexico.com/>)

※ 현 최저임금 일당 88.36페소(약 4.68달러)는 시간당 임금이 아닌 하루 급여를 의미함

16) 멕시코 정부 공식 관보를 통해 관련 법률(NMX-F-804-SCFI-2018)에 대한 상세 내용을 확인 가능:
http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=86711&menu_dept2=35&menu_dept3=

2. 소비 및 소비자 트렌드

- 컵라면이 편의성을 갖췄으나 건강하지 못한 식품이라는 인식이 지배적이며 주요 구매층은 저소득층임
 - 건설 노동자들과 학생들이 편의점에서 컵라면을 사서 먹거나, 학교 식당에서 아침으로 먹거나, 길에서 점심으로 식사 하는 모습을 흔히 볼 수 있음¹⁷⁾
 - 편의점에서 구매되는 라면은 멕시코 길거리 음식(타코, 토르타¹⁸⁾, 따말¹⁹⁾ 등)과 비슷한 가격이거나 오히려 싼 경우도 있음
- 라면에 호기심이 있거나 라면 맛을 즐기는 중산층도 제품을 구매함
- 다수의 현지인이 기본 라면 제품 외에 라임과 핫소스를 첨가하여 먹음
 - 현지인은 라면 섭취시에도 스프 외에 자신의 기호에 따라 핫소스와 라임을 첨가하여 섭취함
- 페이스북과 유튜브를 통해 한국식 라면 제품에 대해 인지하고 있는 소비자가 늘고 있음
 - 멕시코에서는 페이스북이나 유튜브를 통한 제품 홍보가 활발함
 - 소셜미디어를 사용하는 1,873명을 대상으로 조사한 설문에서 응답자의 98%와 82%가 각각 페이스북과 유튜브를 사용한다고 응답함²⁰⁾
 - 다만 그 영향력은 일시적으로 소비자의 실질구매와 이어지지 않는 경우가 많음²¹⁾
- 2018년 10월부터 멕시코에서 중남미 첫 '한류 전문' 라디오 프로그램이 방영
 - 멕시코 최대 공중파 라디오인 라디오센트로에서 중남미 최초로 케이팝 등 한류 콘텐츠만 다루는 정규 프로그램(케이아워, K-Hour)을 2018년 10월부터 일요일 오후 6시-7시 정기 편성함
 - 멕시코에서 케이팝과 한류에 대한 인지도는 높으며, 중국인의 멕시코 이민이 늘어남에 따라 한인식당과 한국식품점을 찾는 중국인 수가 늘고 있음

17) 멕시코에서는 한국과 마찬가지로 편의점에서 라면을 바로 끓여먹을 수 있음

18) 토르타(Torta): 멕시코식 전통 샌드위치

19) 따말(Tamal): 옥수수로 만든 반죽 내에 다양한 고기와 소를 넣고 바나나 잎으로 싸서 찌낸 전통식

20) 자료: Statistics

(<https://www.statista.com/statistics/449869/mexico-social-network-penetration/>)

21) 구매하지 않는 이유로는 제품 구매 접근성이 떨어지고 너무 많은 제품이 홍보되기에 그 효과가 일시적인 경우가 많기 때문임

- 멕시코 전통식 중 포솔레는 한국의 닭 육수와 비슷하여 포솔레 국물을 활용한 라면 개발이 좋은 대안이 될 수 있음
 - 이를 통해 라면이 건강식이 아니라는 이미지가 상쇄될 수 있으며 중산층 공략이 가능함
 - 매장 내 홍보를 통해 지속적으로 제품을 노출시키는 방안이 권장됨

3. 제품 트렌드

- o 닛신은 2016년 11월 Cup Noodles Gourmet 제품을 출시함
 - 동 제품은 인스턴트 라면 평균 가격보다 1/3이 더 비싼 20페소에 판매되며 주요 타겟 고객은 간편 조리식을 원하는 26~35세의 젊은 근로자임
 - 제품은 미국 캘리포니아 공장에서 만들어지며 닛신의 친환경 기술(eco-style)이 적용되어 100% 생분해성(biodegradable)이며, 기존 프로필렌 용기와 대비되는 종이 포장지를 사용함
 - 닛신은 동 제품 제조를 위해 멕시코 주(state of mexico)에 위치한 공장을 확대하였음

닛신의 Cup Noodles Gourmet (새우맛)



※건조 야채가 풍부하고 새우의 양과 크기가 확대된 점이 눈에 띈

[현지 소비자 인터뷰]

소비자 인터뷰

1) 라면 마케팅 시 주요 고려 사항

멕시코 현지인은 신맛과 매운맛에 대한 선호도가 어느 국가보다 높음. 따라서 라면 제품의 경우 새우, 라임, 하바네로 고추가 들어간 제품이 인기가 많음. 또한 멕시코인은 건강에 대한 인식이 아주 높기 때문에 라면이 건강하지 않은 제품이라 여기는 소비자는 구매를 꺼리게 됨. 주요 소비층은 경제적인 이유로 식당에서 식사하기 힘든 건설 노동자나 바쁜 학생들이 대다수이고 이들은 제품 가격에 대한 민감도가 아주 높음

2) 한국 라면에 대한 인식

멕시코에서는 라면이라는 말보다도 라면의 대표 브랜드인 '마루찬'이 라면이라는 뜻으로 통용되고 있음. 즉 마루찬 제품의 인지도가 절대적이며 한국 라면에 대한 인식은 점차 개선되고 있는 상황임. 특히 한국 문화에 관심있는 10대나 20대에게는 한국 라면에 대한 인지도가 비교적 높은 편임

3) 라면 구매에 대한 경험 여부 및 평가 · 지속 구매의사

소비자1 : 라면을 소비하는 이유는 합리적인 가격과 편리함 때문임. 한국 라면을 먹어본 적은 없지만 맛있다는 이야기를 들은바 있음. 마루찬을 주로 구매하며 그 이유는 구매 접근성이 좋기 때문임. 라면에 매운 소스와 라임을 더 첨가했으면 좋겠다고 응답함

소비자2 : 라면은 건강에 좋지 않다는 인식이 강해 자주 소비하지 않음. 한국라면인 O사 라면을 구매해봤고 맛이 좋았으나 한국 라면은 주로 아시아마켓에서 구매해야 하고 가격이 비싸서 접근성이 떨어진다고 응답함

소비자3: 주로 편의점에서 라면을 구매함. O사 라면도 구매한 적 있으나 라면에 계피가루와 라임을 첨가하고 싶다고 응답함

소비자4: 한국 라면중 비빔면을 구매한 적이 있다고 응답함. 치즈와 소세지를 첨가했으면 좋겠다면 응답함

소비자5: 라면을 먹으면 소화가 잘 안되고 배가 자주 아파 자주 사먹지 않는다고 답함. 구매할 경우 새우맛 라면을 즐겨 먹고 한국 라면을 비싸다는 이미지를 가지고 있음

소비자6: 라면에 야채 후레이크 양이 더 많았으면 좋겠다고 응답함

소비자7: 불닭 볶음면, 비빔면 등 한국라면을 구매한 경험이 있으나 자신의 입맛에 불닭 볶음면은 너무 매웠다고 응답함

4) 한국산 불닭 볶음면에 대한 이미지

제품을 직접 구매해본 소비자가 거의 없었음. 응답자 다수가 불닭볶음면에 알고 있었음. 인터넷 사이트와 SNS를 통해 많이 접해보았다고 함. 다만 매운 이미지가 너무 강하고, 또한 멕시코인의 생각하는 '맵다'는 맛과 한국인이 말하는 '맵다'의 맛 차이가 있기 때문에 단순히 한국에서 매운 맛 제품이 멕시코에서도 쉽게 통할지에 대해서는 의문임

5) 기타

멕시코에서 한류를 이끄는 주요 지지층은 10대나 20대의 젊은 층이지만, 점차 많은 한국 회사들이 중남미로 진출하며 한국에 관심을 가지는 멕시코 현지인이 늘어나고 있음. 이를 반영한 듯 최근 멕시코에는 K-POP 관련 전문 라디오 채널도 생기게 되었음
한국음식과 일본음식에 대한 이미지가 매우 좋은 편이고, 이들 식당을 이용하는 현지인도 꽤 많음. 점차 많은 한식당에서 한국 라면을 판매하고 있는 추세임



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 식품첨가물

관세 및 세금 개요

❖ 멕시코 세율 현황 (HS CODE 1902.30.99)

HS CODE	구분	세율 (%)
1902.30.99 그 밖의 면류	최혜국(MFN)	10

한국산 라면은 관세 10%를 납부

한국과 멕시코는 아직 FTA가 체결되지 않았고 FTA에 따른 관세 특혜는 없음
이 외에 부가가치세 (일반지역 16%, 국경지역 11%) 및 세관 수수료(신고 과세 가격의 0.8%, 최소금액 170페소, 약 1만원)를 부과함

❖ 멕시코 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 멕시코를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 직접 확인하려면 멕시코 경제부 웹사이트에서 (www.economia-snci.gob.mx) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	멕시코 관세청	www.economia-snci.gob.mx

❖ 인증 정보

인증명	발행/검사기관	성격	제출서류
ISO 22000	한국품질보증원	권장	신청서, 사업자 등록증
HACCP	식품의약품안전처	권장	영업허가증, 생산 또는 영업실적, 운용실적 등

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관 절차

□ 개요

○ 멕시코에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 준비	- 수입자 등록	멕시코 경제부 (SE)
2	수입신고	- 수입 신고 - 필요서류 제출	멕시코 조세청 관할 세관
3	관세 납부	- 심사 & 검사 전 세금납부	멕시코 조세청
4	서류심사 및 물품 검사	- 검역 혹은 검사 절차	멕시코 농림수산부 관할 세관
5	수리 후 물품 반출		멕시코 조세청 관할 세관

자료: 「멕시코 통관 절차 및 제도」, 세법 연구 센터, 2016

Step 1 수입신고 준비

수입 신고 준비	개요	수입자를 등록하는 단계임 멕시코로 식품을 수출하고자 하는 기업은 멕시코 관세법 100조에 따라 멕시코 경제부에 수입자 등록을 신청해야 함
	수입자 등록	통관등록신청서를 작성한 후 멕시코 시티에 위치한 세관에 등기우편으로 발송함
	준비사항	수입을 위해서 아래의 서류를 준비해야 함 - 수입신고서: 수입목적(판매, 임가공후 재수출 등), 관세율 결정정보, 관련법 규정, 원산지, 중량, 부피, 상표, 모델명, 기술명세서 등을 상세히 기록한 서류를 기재하여 제출 - 상업송장: 물품 가격이 300달러를 초과하는 경우 수입신고서와 함께 제출해야하는 서류로, 발행 장소와 일시, 멕시코 수입업체명과 주소, 제품의 규격, 수량, 상품번호, 단위 가격 및 총 가격 등 제품 상세 정보를 기재, 판매인의 주소와 성명이 기재되어 있어야 함 - 선하증권: 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 - 수입허가서: 수출자가 직접 작성 - 원산지증명서: 대한상공회의소 혹은 관세청에서 비특혜 원산지증명서 발급 - 영문 위생증명서: 농식품의 경우 한국 식약청에서 발급 가능함(필요시) - 동/식물 검역증: 농림축산검역본부 관할(필요시) - 판매증명서/성분증명서: 식약청에서 발급 가능(필요시)
	유의 사항	농수산물, 식품 등의 민감 품목의 경우 멕시코에서 수입 가능한 품목인지 세관에 사전확인이 필요함 상업송장작성시 CIF 기준으로 작성하는 것을 권함. FOB 등 다른 인도 조건으로 기재될 경우 멕시코 세관에서 임의로 운임이나 보험료를 추가하여 수입가격을 결정할 수 있으니 주의가 필요함. 또한 상품설명에 영어, 스페인어, 불어 이외의 언어로 작성되어있을 경우 스페인어 번역본을 첨부해야 함



Step 2 수입신고

수입 신고	개요	멕시코 관세법 제96조 및 제101조에 따라 현지 판매를 위해 수입되는 물품은 수입신고를 하고 관세를 납부해야 함 수입을 신고하는 단계이며 멕시코 조세청이 관할 세관임 관세사를 지정하거나 또는 수입업체가 스스로 진행할 수 있음
	수입신고시 가격 기재	멕시코는 수입물품에 대해 최저신고가격을 공시하고 있음. 따라서 수입신고 가격이 재무부가 정한 기준 단가보다 낮은 경우 경제부 사전검사기관에서 가격인증보고서를 발급받아 제출해야 함. 그렇지 않을 경우 세관에서 임의로 가격을 변경하여 통보할 수 있음. 따라서 수입 신고시 일관성 있는 가격을 정하는 것이 중요함
	유의 사항	※ 관세사 지정제도※ 멕시코 세관은 2013년까지 밀수방지 및 원활한 수입업자 관리를 위해 관세사 지정제도를 두었으나 이를 폐지하고, 2013년 기업차원에서 직접 통관을 진행할 수 있도록 세관법을 개정함. 이 제도를 이용하는 기업은 사내통관법적대표자(representante legal)를 지정하고 등록해야 함. 또한 시행법규에 따라 수출입신고서를 전자자동통관 통합시스템에 제출하기 위한 아이디를 신청해야 함



Step 3 관세 납부

관세납부	개요	대부분의 국가가 물품검사를 완료한 뒤 관세를 납부하는 방식이나 멕시코의 경우 관세 납부를 먼저하고 물품 검사를 이후에 진행함 수입신고와 관련된 서류를 제출하면 세관은 이를 전산으로 검토 후 자동 승인처리를 함. 수입승인이 나면 관세사는 해당물품이 랜덤 검사대에 도착하기 전 관세를 납부하여야 함				
	내용	관세의 과세가격은 수입업자의 상업송장 물품가격에 포장비와 운송비, 보험료 등 부대 비용을 더한 금액인 CIF 조건에 기초하여 산정됨 ※ 멕시코 인스턴트 면류 세율 현황 <table><tr><th>HS CODE</th><th>세율(%)</th></tr><tr><td>1902.30.99 그 밖의 파스타</td><td>10</td></tr></table> 한국산 인스턴트 면류는 멕시코에서 MFN(최혜국) 세율로 관세 10%를 납부 (현재 한국과 멕시코는 FTA가 체결되어 있지 않음) 이 외에 부가가치세 16%(국경지역의 경우 11%)와, 세관 수수료(일반적으로 수입물품 과세가격의 0.8%, 최소금액 170페소, 즉 약 1만원)가 함께 부과됨	HS CODE	세율(%)	1902.30.99 그 밖의 파스타	10
	HS CODE	세율(%)				
1902.30.99 그 밖의 파스타	10					
유의 사항	※원산지 제도※ 멕시코로 물품을 수출하는 경우 원산지 증명서 제출은 필수임. 이때 원산지증명서는 비특혜 원산지증명서로서 수입물품의 명세가 통관을 위한 허가증과 내용이 일치하고, 수입신고서에 기재된 물품의 모든 세부사항이 완전하다는 것을 증명하는 서류임. 한국 대한상공회의소에서 발급하는 원산지 증명서로 갈음할 수 있음					



Step 4 물품검역/검사

물 품 검 사	개 요	세관 수입관련 서류가 제출되면 해당물품이 검사대상인지 여부를 확인하기 위해 랜덤 검사대를 통과해야 함 농림수산부가 관할 세관임 검사를 통과한 제품은 멕시코 시장에서 판매되기 전 NOM표식을 제품에 부착하고 포장해야 함
	내 용	랜덤 검사의 방법은 관세사 또는 화주가 검사대에 부착된 신호등 버튼을 눌러 녹색등이면 검사가 생략되고, 적색등이면 검사를 받음. 이때 랜덤 검사의 결과와 관계없이 멕시코 세관은 수입물품의 검증을 요청하는 권한을 지니고 있어 주의가 필요 아시아산 수입물품은 세관 검사를 받을 확률이 100%에 가깝기 때문에 화물검사는 불가피하게 이루어진다고 간주하고 수입통관 시간과 비용을 계산하여 진행할 것을 권고함 ※식품검사 방법※ ▪ 멕시코로 수입되는 모든 식품과 농수산물은 기본적으로 멕시코 농림수산부(SAGARPA)의 검사 및 검역 대상이 되고, 또 모든 가공식품은 보건부의 사정승인을 받아야 함 ▪ 물품이 세관지역에 도착하면 농림수산부의 파견 검사관에 의해 검역이 실시됨. 보통 수입식품의 검사 및 검역은 동시에 실시되며, 실질적으로는 뚜렷한 구분 없이 필요에 의해 실시됨 ▪ 수입물품의 샘플 검사에서 병균이 채취될 경우나 유해물질이 발견된다면 수입물품은 즉시 반출 또는 폐기됨. 이 경우 수입업자 또는 물품 책임자가 폐기 또는 반출의 책임을 지게 되며 관련 비용 또한 부담해야 함 ▪ 농림수산물과 식품에 대한 검역 확인 및 증명서 발급은 모든 멕시코 영토의 첫 관문에 파견된 농림수산부 산하 위생 검역관의 책임하에 있으며 이들이 발행한 증명서로만 통관이 가능함



2. 인증정보

□ ISO 22000

ISO 22000		
인증/검사명	ISO 22000	
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	권장	
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자 등록증	
비용	신청비 60만 원 (심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이	
유효기관	3년	
인증절차	1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시	

□ HACCP

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기관	3년	
인증절차	1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치	

3. 라벨링

라벨링 예시

❖ 컵라면 예시 (미국산)



식품명

영양성분

구성성분

회사정보

순준량

원산지

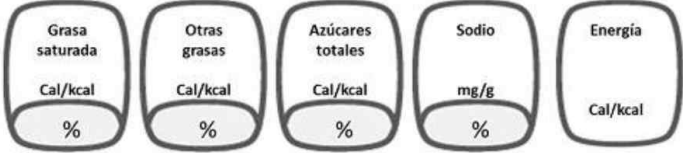
❖ 필수 표기사항

번호	항목
1	식품명
2	구성성분
3	순준량
4	회사정보
5	원산지
6	제품 식별 번호
7	유통기한 혹은 소비권장기간
8	영양성분
9	정면영양표시도형

□ 라벨링 규정

o 관련 규정: NOM-051-SCFI/SSA1-2010²²⁾

멕시코 라면 라벨링 상세 표기사항

번호	항목	설명
1	언어	스페인어 의무 기재 (외국어로 표기된 경우 같은 크기의 글자로 스페인어 번역본을 덧붙여야 함)
2	표기법	소비자 눈에 잘 띄는 곳에 표기하며 눈에 띄지 않을 경우에는 색상이 대조되도록 표기함
3	식품명	식품의 이름을 표기
4	구성성분	식품의 원재료 및 구성성분을 표기
5	순준량	식품의 순준량을 표기
6	회사 정보	제조업자, 수출업자, 수입업자 정보를 표기
7	원산지	'Made in', 'Product of' 과 같은 문구가 들어가도록 표기
8	제품 식별 번호	제품 식별 번호 앞에 batch, Lot, L 등을 표기
9	유통기한 혹은 소비권장기간	유통기한 혹은 소비권장기간 중 선택하여 기재할 수 있으며, 두 경우 모두 제품 보관법에 대해 기재해야함
10	영양성분	열량, 단백질, 탄수화물(당 함량 표기), 지방(포화지방 함량 표기), 식이섬유, 나트륨을 반드시 포함
11	정면영양표시도형 (Etiquetado frontal nutrimental)	2014년 법 개정 이후 도입된 항목임 포화지방, 기타지방, 당, 나트륨, 칼로리에 대한 함량을 아래와 같이 표시함 이는 영양성분과는 별개로 반드시 표시해야 하는 항목임 

22) 멕시코 보건부 산하의 COFEPRIS(위생위험방지위원회)에서 2010년 발표한 규정으로 조리된 가공식품(pre-packaged food)과 비알코올 음료에 대한 라벨링 표준을 규정하고 있음. 2014년 8월 14일 최종안이 개정됨(개정안 발효일은 2015년 6월 30일)

4. 식품첨가물

□ 라면 식품첨가물 규정

- 멕시코 보건부 산하기관인 COFEPRIS²³⁾는 식품 첨가물에 대한 규정을 두고 있음
 - 규정(NOM-130-salud1-1995)은 열처리된 밀봉 제품에 대한 미생물, 중금속 및 기타 미생물에 대한 규정을 명시하고 있음
 - 다만 라면에 대한 규정 사항은 따로 확인되지 않음²⁴⁾
- Codex Alimentarius에서 라면에 대한 식품첨가물 규정을 두고 있음

Codex Alimentarius 인스턴트 면류 식품첨가물 규정

산도 조절제		농축제(Thickeners)	
Acetic acid, glacial	GMP	Alginic acid	GMP
Sodium acetate	GMP	Sodium Alginate	GMP
Lactic acid (L-, D-, and DL-)	GMP	Carob Bean Gum	GMP
Malic acid (DL-)	GMP	Carrageenan and its Na, K, NH ₄ salts (includes furcellaran)	GMP
Calcium lactate	GMP	Processed Eucheuma Seaweed	GMP
Citric acid	GMP	Guar gum	GMP
Trisodium citrate	GMP	Gum Arabic (acacia gum)	GMP
Tartaric acid (L(+)-)	7500mg/kg	Xanthan gum	GMP
Sodium malate	GMP	Karaya Gum	GMP
Sodium fumarates	GMP	Tara Gum	GMP
Sodium carbonate	GMP	Gellan Gum	GMP
Sodium hydrogen carbonate	GMP	Curdlan	GMP
Potassium carbonate	GMP	Pectins	GMP
Calcium sulphate	GMP	Sodium carboxymethyl cellulose	GMP
Calcium oxide	GMP	Potassium chloride	GMP
산화방지제		Acid treated starch	GMP
Ascorbic acid (L-)	GMP	Alkaline treated starch	GMP

23) COFEPRIS(위생위험방지위원회): Federal Comission for the protection against Sanitary Risk

24) ‘라면(Sopa instantánea)’에 대한 내용은 확인 불가하나 라면의 상위 품목인 “Sopa(파스타를 넣은 인스턴트 국)”로 검색시 식품첨가물 관련 10개의 규정 사항이 확인됨

Ascorbyl palmitate	500 mg/kg Singly or in combination as ascorbyl stearate	Bleached starch	GMP
Ascorbyl stearate		Oxdized Starch	GMP
Mixed tocopherols concentrate	200 mg/kg Singly or in combination	Starches, enzyme-treated	GMP
Alpha-tocopherol		Monostarch phosphate	GMP
Propyl gallate	200 mg/kg Singly or in combination expressed as a fat or oil basis	Distarch phosphate esterified with sodium trimetaphosphate; esterified with phosphorous oxychloride	GMP
Tertiary butylhydroquinone (TBHQ)		Phosphated distarch phosphate	GMP
Butylated hydroxyanisole (BHA)		Acetylated distarch phosphate	GMP
Butylated hydroxytoluene (BHT)		Starch acetate	GMP
착색 제		Acetylated distarch adipate	GMP
Curcumin	500 mg/kg	Hydroxypropyl starch	GMP
Riboflavin	200 mg/kg Singly or in combination as riboflavin	Hydroxypropyl distarch phosphate	GMP
Riboflavin 5'-phosphate, sodium		Starch sodium octenyl succinate	GMP
Tartrazine	300 mg/kg	Acetylated oxidized starch	GMP
Sunset yellow FCF	300 mg/kg	습 윤 제 (Humectants)	
Carmines	100 mg/kg	Sodium lactate	GMP
Amaranth	100 mg/kg	Monosodium orthophosphate	2000 mg/kg Singly or in combination as phosphorus
Chlorophyll copper complex	100 mg/kg	Disodium orthophosphate	
Chlorophyllin copper complex, sodium and potassium salts	100 mg/kg	Trisodium orthophosphate	

Fast green FCF	290 mg/kg	Monopotassium orthophosphate	
Caramel I-plain	GMP	Dipotassium orthophosphate	
Caramel II-caustic sulphite process	50000 mg/kg	Tripotassium orthophosphate	
Caramel III-ammonia process	50000 mg/kg	Tricalcium orthophosphate	
Caramel IV-ammonia sulphite process	50000 mg/kg	Disodium diphosphate	
Beta carotene (synthetic)	1200 mg/kg	Tetrasodium diphosphate	
Carotenes, Vegetable	1000 mg/kg	Tetrapotassium diphosphate	
Beta-carotene (Blakeslea trispora)	1000 mg/kg	Dicalcium diphosphate	
Beta-apo-carotenal	200 mg/kg	Pentasodium triphosphate	
Beta-apo-8'-carotenol acid, methyl or ethyl ester	1000 mg/kg	Sodium polyphosphate	GMP
Beet red	GMP	Potassium polyphosphate	
화학조미료		Calcium polyphosphates	
Glutamic acid (L(+)-)	GMP	Ammonium polyphosphates	
Monosodium glutamate, L-	GMP	Sorbitol and sorbitol syrup	
Disodium 5'-inosinate,	GMP	Propylene glycol	10000 mg/kg
Disodium 5'-guanylate	GMP	유화액(Emulsifier)	
Disodium 5'-ribonucleotides	GMP	Lecithin	GMP
안정제		Propylene glycol alginate	5000 mg/kg
Calcium carbonate	GMP	Polyoxyethylene (8)stearate	5000 mg/kg (dry basis) Singly or in combination
Agar	GMP	Polyoxyethylene (40)stearate	
Beta-cyclodextrin	1000 mg/kg	Polyoxyethylene (20)sorbitan	5000 mg/kg Singly or in combination as total

		monolaurate	polyoxyethylene (20) sorbitan esters
밀가루 기능제(Flour treatment Agent)		Polyoxyethylene (20)sorbitan monooleate	
Sulpher dioxide	20 mg/kg Singly or in combination as sulphur dioxide	Polyoxyethylene (20)sorbitan monopalmitate	
Sodium sulphite		Polyoxyethylene (20)sorbitan monostearate	
Sodium hydrogen sulphite		Polyoxyethylene (20)sorbitan tristearate	
Sodium metabisulphite		Mono and di-glycerides of fatty acids	GMP
Potassium metabisulphite		Diacetyltartaric and fatty acid esters of glycerol	10000 mg/kg
Potassium sulphite		Sucrose esters of fatty acids	2000 mg/kg
Sodium thiosulphate		Polyglycerol esters of fatty acids	2000 mg/kg
보존료		Polyglycerol esters of interesterified ricinoleic acids	500 mg/kg
Sorbic acid	2000 mg/kg Singly or in combination as Sorbic acid	Propylene glycol esters of fatty acids	5000 mg/kg (dry basis)
Potassium sorbate		Sodium stearyl lactylate	5000 mg/kg
Calcium sorbate		Calcium stearyl lactylate	5000 mg/kg
고착방지제(anticaking agent)		Sorbitan monostearate	5000 mg/kg (dry basis) Singly or in combination
Polydimethylsiloxane	50 mg/kg	Sorbitan tristearate	
		Sorbitan monolaurate	
		Sorbitan monopalmitate	

자료: Standard for Instant Noodles (CXS 249-2006), 유엔식량농업기구, 2018



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

경쟁제품 가격 현황

❖ 마루찬(Maruchan)

- 다양한 가격대의 제품 라인을 확보함
- 저가 3.20페소(약 200원)부터 중가 8.9페소(약 540원) 고가 21페소(약1,200원) 제품 보유

❖ 닛신(Nissin)

- 용기라면이 주력 판매 상품이며 볶음 라면과 같이 다양한 제품 라인을 확보함
- 제품 가격은 10g당 약 1.4페소였음

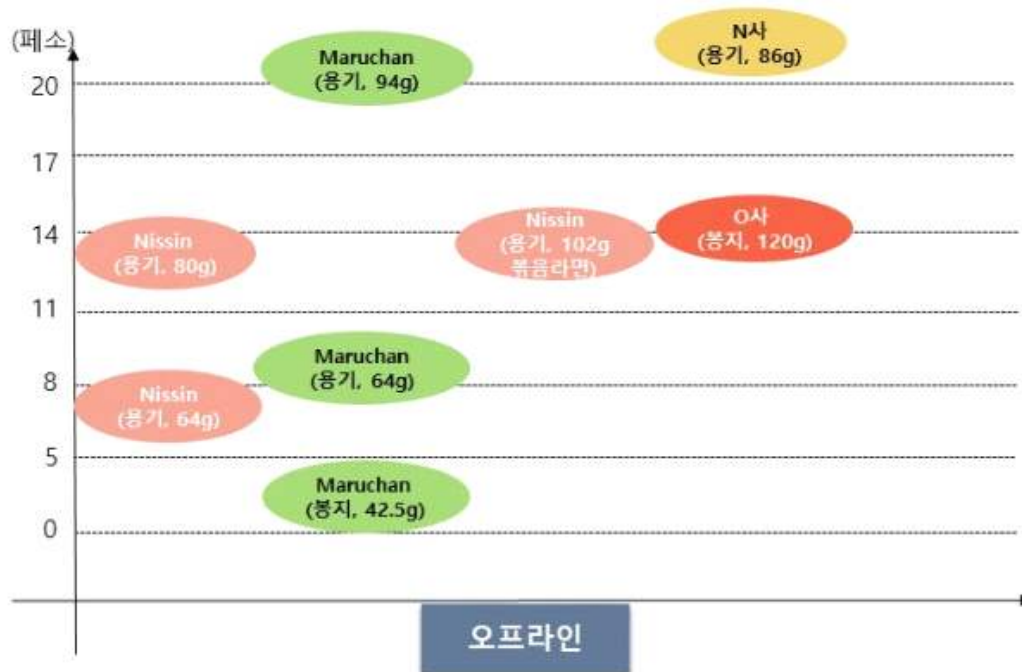
❖ O사

- 한국산 봉지 라면으로, 조사된 제품 중 가장 많은 중량을 함유함 (120g)
- 가격은 13.90페소(약 830원)로 중간 정도의 가격대를 형성함

❖ N사

- 한국 브랜드의 미국산 용기 라면으로, 조사된 제품 중 가장 고가(약 1,430원)에 판매됨

경쟁제품 가격 현황



1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑물 선정

- 현지조사원을 통해 멕시코시티 유명 하이퍼마켓/슈퍼마켓/편의점 위주로 방문
- 주요 매장 방문 후 가장 많이 진열된 제품 위주로 선정

방문 매장

Wall Mart (하이퍼마켓)	La Comer (하이퍼마켓)	Superama (슈퍼마켓)	OXXO (편의점)	7 Eleven (편의점)
				
주소: Av. Miguel Ángel de Quevedo 175, Oxtopulco, 04318 Ciudad de México, CDMX, México	주소: Av. Miguel Ángel de Quevedo 443, Monte de Piedad, 04310, Ciudad de México, CDMX, México	주소: Av. Revolución 1817, Loreto y Campamento, 01090 Ciudad de México, CDMX, México	주소: Av. Miguel Ángel de Quevedo 354C, Santa Catarina, 04310, Ciudad de México, CDMX, México	주소: Calle Génova 77, Juárez, 06600 Ciudad de México, CDMX, México

□ 온라인 쇼핑물 선정 및 확인

- 라면의 경우 제품의 99.5%가 오프라인 매장을 통해서 판매되므로 온라인 쇼핑물에 대한 분석을 생략함

2. 경쟁제품 분석

구분		제 품 1
이 미 지	제 품 이미지	 
	매장 이미지	 
제 품 스 펙	제 조 사	Maruchan
	원 산 지	미국
	제 품 명	Instant Lunch (새우, 하바네로 고추 및 라임 맛)
	선 택 기 준	유명제품(O), 신제품(), 한국산(), 로컬산()
	가 격	8.90 페소 (약 540원)
	중 량	64g
	포 장	종이팩(겉) 스티로폼(용기)
	성 분	- 강화 밀가루, TBHQ로 보존된 식물성 기름, 소금, 건조 야채 3%(당근, 양파, 마늘), 말토덱스트린, 글루탐산 나트륨, 건새우1%, 하바네로 고추 0.06% 및 기타 향신료, 건조 간장(밀, 콩, 소금), 옥수수, 콩 단백질, 구연산, 효모 추출물, 인산 나트륨, 탄산나트륨 등
	제 품 특 성	- 현지인이 가장 선호하는 새우와 라임 그리고 매운 고추 맛을 조화시킨 제품 - 가장 많이 팔리는 제품 라인 중 하나임 - 동일 제품 라인 중 닭고기 맛의 경우 현지 전통 음식인 포솔레와 맛이 비슷해 현지인에게 인기 있음
	유통기한	제조일로부터 7개월
	인 증	없음
	조 사 매 장	Walmart, La Comer, Superama, Oxxo, 7 Eleven 등

구분		제 품 2	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	Maruchan	
	원 산 지	미 국	
	제 품 명	Sopa Maruchan (새우 맛)	
	선택 기준	유명 제품(O), 신제품(), 한국산(), 로컬산()	
	가 격	3.20 페소 (약 200원)	
	중 량	42.5g	
	포 장	비닐 포장	
	성 분	- 소금, 말토덱스트린, 옥수수, 밀가루 및 콩 단백질 건조 간장(밀, 콩, 소금), 설탕, 건조 야채(마늘, 양파, 파), 향신료(샐러리 씨), 유당, 이산화규소(경화 방지제), 식물성 기름(아자유), 구연산, 천연 향료(새우 및 가재), 효모 추출물 등	
	제 품 특 성	- 값이 아주 저렴한 봉지라면 대표 상품임 (한화로 약 200원) - 봉지라면이라는 한계로 간편성을 중시하는 컵라면보다 판매량이 저조함 - 동일 제품 라인 중 닭고기맛의 경우 현지 전통 음식인 포솔레와 맛이 비슷히 현지인에게 인기 있음	
	유통기한	제조일로부터 15개월	
	인 증	없음	
	조사매장	Walmart, La Comer, Superama, Oxxo, 7 Eleven 등	

구분		제 품 3
이 미 지	제 품 이미지	 
	매 장 이미지	 
제 품 스 펙	제 조 사	Maruchan
	원 산 지	미국
	제 품 명	BOWL (새우 및 하바네로 고추 맛)
	선택 기준	유명제품(O), 신제품(O), 한국산(), 로컬산()
	가 격	21 페소 (약 1,250원)
	중 량	94.3g
	포 장	스티로폼(용기)
	성 분	- 강화 밀가루, TBHQ로 보존된 식물성 기름, 소금, 건조 야채 6%(당근, 양파, 마늘, 양배추, 옥수수, 파), 향신료(하바네로 고추 0.02%), 막토덱스트린, 건 새우 1%, 된장 분말(대두, 밀, 쌀, 소금), 참기름, 천연 감미료 등
	제 품 특성	- 신제품으로 편의점에서 주력 상품으로 팔고 있음 - Instant Lunch 제품의 좀 더 큰 용기 버전으로, 중량, 칼로리, 가격이 더 높아 짐 - Instant Lunch 제품 대비 건조 야채의 양이 3%에서 6%로 증가하였음
	유통기한	제조일로부터 12개월
	인 증	없음
	조사매장	Walmart, Oxxo, 7 Eleven

구분		제 품 4	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	NISSIN	
	원 산 지	멕시코	
	제 품 명	CUP NOODLES (핫소스 새우 맛)	
	선택 기준	유명제품(), 신제품(O), 한국산(), 로컬산(O)	
	가 격	7.30 페소 (약 430원)	
	중 량	64g	
	포 장	종이(겉) 스티로폼(용기)	
	성 분	- 강화 밀가루, 식물성 기름, 소금, 건조 야채(옥수수, 피망, 완두콩, 고수), 향신료, 동결건조된 새우(0.51%), 간장 분말, 탄산나트륨, 새우 가루, 양파 분말, 썬 고추, 말토덱스트린, TBHQ(산화제), 천연·인공 감미료, 고추 추출물, 액체형 소스 등	
	제 품 특 성	- 핫소스를 따로 내장 포함함 - 다만 핫소스 맛이 뛰어나지 않아 다수의 멕시코인이 일반 새우맛 라면을 구매한 뒤 별도의 핫소스와 라임을 첨가해서 먹는다고 함²⁵⁾ - 이외에 쇠고기 맛의 경우는 멕시코인들이 무난하게 구입하는 맛임 - 수분 함유량이 적어 보존료나 화학 성분 없이 제품을 오래 보관할 수 있음	
	유통기한	제 조일로부터 12개월	
	인 증	없음	
	조 사 매 장	Walmart, La Comer, Superama	

25) 멕시코 일반 식당에는 핫소스와 라임이 구비된 경우가 많음

구분		제 품5	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	NISSIN	
	원 산 지	멕시코	
	제 품 명	MAXI SOPA NISSIN CUCCHARABLE (쇠고기 맛)	
	선택 기준	유명제품(O), 신제품(O), 한국산(), 로컬산(O)	
	가 격	13 페소 (약 780원)	
	중 량	80g	
	포 장	스티로폼(용기)	
	성 분	- 강화 밀가루, 식물성 기름, 소금, 감미료(쇠고기 맛), 양파 가루, 쇠고기 가루 (0.03%), 구연산(산도 조절제), 썬 고추, 탄산나트륨(산도 조절제), 이산일나트륨(PH조절제), 마늘 분말, 쇠고기 육수 조미료, 칠리믹스, 카라멜(착색제), TBHQ(산화 방지제), 라임맛 향신료 분말, 인공 감미료 등	
	제 품 특성	- 편의점에서 주로 볼 수 있는 제품으로, 닛신의 대표적인 신제품 라면임 - 일반 컵라면 대비 용량이 크기 때문에, 주로 대학교 근처에 위치한 편의점에서 대학생들이 점심식사로 주로 구매하고 있음	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	인 증	없음	
	조사매장	OXXO, 7Evelen, La comer	

구분		제 품 6	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	NISSIN	
	원 산 지	멕시코	
	제 품 명	NISSIN PASTA U.F.O (쇠고기 데리야끼 맛)	
	선택 기준	유명제품(O), 신제품(), 한국산(), 로컬산(O)	
	가 격	13.50 페소 (약 800원)	
	중 량	102g	
	포 장	스티로폼(용기) 및 비닐포장	
	성 분	- 강화 밀가루, 식물성 기름, 전분, 콩고기, 썬 양배추, 물, 소금, 간장 분말, 글루탐산 나트륨, 설탕, 양파 분말, 유당, 마늘 분말, 구연산, 대두 레시틴, 인공 및 천연 감미료, TBHQ 및 식초 분말 등	
	제 품 특 성	- 볶음 라면 종류 중 하나이며 데리야끼 소스는 볶음면 중 인기 있는 맛임 - 프로모션 행사 (1+1, 혹은 2+1) 주요 대상 품목이며 꾸준한 인기를 끌고 있음 - 쇠고기 맛, 매운 새우맛, 닭고기 맛 등이 있음	
	유통기한	제조일로부터 9개월	
	인 증	없음	
	조사매장	Walmart, La Comer, Superama, 7 Eviden, OXXO	

구분		제 품 7	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	O사	
	원 산 지	한국	
	제 품 명	-	
	선택 기준	유명제품(O), 신제품(), 한국산(O), 로컬산()	
	가 격	13.90 페소 (약 830원)	
	중 량	120g	
	포 장	비닐 포장	
	성 분	- 면(89%): 밀가루, 아자유, 감자 전분, 옥수수가루, 소금, 레시틴, 계란, 탄산칼륨, 리보플라빈, 양파 추출물 분말, 탄산나트륨, 글루텐 - 조미료(11%): 건조 야채(양파, 버섯, 붉은 고추 가루, 배추), 소금, 글루타민산 나트륨, 설탕, 포도당, 간장 분말, 고추, 마늘, 후추, 버섯 추출물 분말, 파프리카, 생강, 쇠고기 추출 분말, 계란, 콩, 글루텐	
	제 품 특성	- 봉지라면이 주요 판매 품목임 - 양이 많은 것이 특징임(120g) - 편의점에서는 아직 판매되지 않고 있음 (주로 하이퍼마켓에 진열됨) - 주로 쇠고기맛과 해물맛이 소비됨 - 한국산 라면 중 오랜기간 월마트에 입점한 제품임	
	유통기한	제 조일로부터 8개월	
	인 증	없음	
	조사매장	Walmart, Superama, La comer	

구분		제 품 8	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	N사	
	원 산 지	미 국	
	제 품 명	-	
	선 택 기 준	유명 제품(), 신제품(O), 한국산(), 로컬산()	
	가 격	24 페소 (약 1,430원)	
	중 량	86g	
	포 장	종이팩(겉) 스티로폼(용기)	
	성 분	- 강화 밀가루, 아자유, 감자 전분, 소금, 말토덱스트린, 다음의 성분을 2% 미만으로 함유함: 아라비아검²⁶⁾, 고추, 후추, 카라멜, 옥수수시럽, 건조 파, 덱스트로스, 동결건조 완두콩, 동결건조 새우, 마늘, 생강, 일본 파슬리, 유전자 변형 옥수수 전분, 버섯 추출물, 홍합, 천연 감미료, 양파, 굴, 탄산칼륨, 무, 붉은 고추, 쌀, 해조 추출물, 새우, 탄산나트륨, 인산나트륨, 콩, 설탕, 타피오카 전분, 타코페놀(산화방지제), 참치, 효모 추출물, 노란 옥수수가루, 쇠고기 추출물 등	
	제 품 특 성	- 한국산 브랜드이나 미국에서 제조되어 판매됨 - 신규 입점한 제품으로 아직 브랜드 인지도가 높지 않으며, 방문 매장 중 구르메 제품 전시로 유명한 La Comer 매장에서만 확인됨 - 조사한 라면 제품 중 가격이 높았음(약 1,430원) - 제품 포장 겉면에 BPA 무첨가, 무 트랜스지방을 강조함	
	유통기한	제조일로부터 8개월	
	인 증	없음	
	조 사 매 장	La comer	

26) 아라비아검: 아카시아의 수액을 굳혀서 만든 천연검의 일종임



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1.경쟁사 선정

□ 오프라인 쇼핑물 조사

- 경쟁제품 분석 후 가장 대중적인 제품의 판매 제조사를 확인
- 현지인 인터뷰를 통해 선호하는 인기 제품에 대한 제조사를 확인
- 온라인을 통한 라면 구매율이 0.5%로 오프라인몰을 중심으로 조사

□ 경쟁사 선정 기준

- 오프라인 쇼핑물 조사를 통해 가장 대중적인 제품의 판매 제조사를 확인
- 통계 분석후 시장 점유율이 가장 높은 기업 순으로 배치함

□ 선정 결과

미국	일본	한국
Maruchan	Nissin Foods	○사
		-

2. 경쟁사 분석

□ Maruchan

기업정보	 - 일본기업인 도요수산(Toyo Suisan)이 전신임 - 일본 제조 식품의 미국내 마케팅을 위해 설립되었으나 1972년 미국에 직접 공장을 설립하고 현재 4개의 공장을 두고 있음 - 미국, 일본, 멕시코, 브라질 국가용 홈페이지를 별도로 운영하고 있음 - 라면 1년 생산량은 36억 개임 - 멕시코에서 연간 5억1,400만 개의 용기라면을 판매하며 이는 마루찬 글로벌 판매량의 15%에 해당함			
	기업명	Maruchan	설립년도	1972(미국), 1953(일본)
	기업형태	사기업	기업규모	4,639명 (Toyo Suisan 기준)
	대표번호	+1 (949) 789-2300	매출액	36억 달러(약 4조원) (Toyo Suisan 기준)
	국가	미국	위치	미국 캘리포니아
		취급품목	인스턴트 면류	홈페이지 https://www.maruchan.com/
제 품				
	멕시코 라면의 대표제품이자 마루찬의 주력 용기라면 상품임		마루찬의 대표 봉지라면 상품임	
				
		인스턴트 런치보다 양이 많은 것이 특징임		국물을 만들기 위해 사용하는 제품이며 닭고기맛과 토마토맛이 있음
기타		- 멕시코에서 5개 제품 라인을 선보임 (인스턴트런치, 봉지라면, 야키소바, Bowl, 국물용) - 멕시코 전통 요리인 칠레스엔노가다(Chiles en Nogada²⁷⁾)에 고추안 속재료로 쓰이는 고기나 기타 향신료 대신 라면으로 채워넣은 색다른 방식의 요리를 홍보함 - 현재 멕시코에는 입점되지 않았으나 나트륨을 줄인 Low Sodium Ramen과 Instant Lunch Soups 제품이 있음		

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

27) Chiles en Nogada: 큰 고추 속에 쇠고기, 복숭아, 바나나, 토마토, 양파, 향료를 넣고 채운 뒤 흰 크림과 석류를 올려서 먹는 멕시코 전통 음식으로 멕시코 국기인 빨강, 초록, 흰색을 표현함

□ Nissin foods Holdings

	1948년 일본인이 설립, 일본, 미주, 중국, 아시아, 유럽 등 현재 80개국 이상에 진출 - 세계 최초의 인스턴트라면과 최초의 컵라면을 개발한 선두 기업임 - 멕시코는 닛신의 15위 소비국이나 중남미에서는 브라질에 이어 두 번째로 큰 시장임			
기업정보	기업명	Nissin Foods Holdings Co. Ltd	설립년도	1948년 2005년 멕시코 진출
	기업형태	사기업	기업규모	약 12,102명
	대표번호	+81)-3-3205-5111	매출액	약 5200억 엔 (약 5조 원)
	국가	일본	위치	일본 도쿄 신주쿠
	취급품목	인스턴트 라면/밥/파스타	홈페이지	https://www.nissin.com/en_jp/
제품				
	3가지 제품 라인이 있으며 ①일반 컵누들, ②향소스 컵누들, ③하바네로 고추 및 라임 컵누들이 있음		숟가락으로 떠먹을 수 있는 형태로 면발이 굵고 길이가 짧은 것이 특징임(라면과 국물 동시 섭취 가능)	
				
	하바네로 소스가 따로 내장되어 있는 것이 특징으로 현재 멕시코에서 가장 매운 라면임		비빔면의 일종으로 지상에서 맛볼수 없는 맛이라는 의미로 UFO라는 제품명을 사용함	
기타	봉지라면과 용기라면 형태가 있으며 닭고기, 새우, 쇠고기 맛이 있음			
	- 미주지역의 비만율이 높기 때문에 고부가가치 제품 개발에 노력 (경쟁사중 가장 열량이 낮은 제품을 제조하며 소금의 함량 또한 비교적 낮은 것으로 나타남) - 용기라면이 수익의 98%를 창출하며 봉지라면은 2% 정도임 - 과테말라 산사태, 멕시코 지진과 같이 재난 현장에 무료로 제품을 공급하는 등 적극적인 기업의 사회적 책임을 펼치고 있음 - 멕시코 주(Estado de Mexico)의 공장 생산량의 30%는 중미로 수출 - 멕시코 남부 지역에선 절반이 넘는 시장점유율을 가짐			

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

□ O사

-	▪ 식료품 제조 및 판매업을 하는 한국 회사 ▪ 한국에 총 3개의 생산공장과 4개의 해외공장(중국 2개, 뉴질랜드, 베트남)을 보유 ▪ 카레, 참기름, 라면, 상온 간편죽에서 높은 시장점유율을 차지하고 있음			
기업정보	기업명	-	설립년도	1971
	기업형태	주식회사	기업규모	3,000명
	대표번호	+82) 31-421-2122	매출액	약 2조원
	국가	한국	위치	한국 경기도
	취급품목	식료품	홈페이지	www.ottogi.co.kr
제품				
	진라면		미역국 라면	
				
			진짬뽕	
기타	▪ 라면 종류 뿐만 아니라 즉식 간편식 신제품(컵피자, 소스류, 볶음류, 즉석밥 등)을 지속적으로 출시하고 있음 ▪ 2003년 라면 판매를 위해 멕시코에 진출하였고 현지 생산²⁸⁾을 시도하였으나 2009년 현지 법인을 철수한 경험이 있음 ▪ 마루찬의 컵라면이 인기 있는 반면, 봉지라면에 대한 판매가 적다는 점에 착안해 봉지라면을 타겟으로 현지 입맛에 맞는 제품개발에 나섰으며, 현재 4종류(해물, 닭고기, 쇠고기, 새우 맛)의 봉지라면을 판매함 ▪ 마루찬 대비 C사 봉지라면은 우수한 맛과 품질을 선보이며 주요 소비층은 집에서 요리가 가능한 중상류층 여성임			

자료: 기업 홈페이지 및 네이버

28) O사의 현지 생산은 주문자생산방식(OEM)으로 스프는 한국에서 수입하고 면만 현지 제조업체를 통해 생산하는 방식이었음



VI. 유통채널

1. 유통채널 개황

2. 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 하이퍼마켓/슈퍼마켓

- 현재 멕시코의 유통채널 업계 1위는 외국 기업인 월마트임
 - Superama, Sam's club 등 월마트 계열사 매장도 다수 입점하고 있음
- 주요 도시엔 다양한 대형마트들이 입점해 있는 반면, 외곽 지역은 중소형 슈퍼마켓 조차 없는 경우가 많음

□ 편의점

- OXXO가 멕시코 편의점 브랜드의 70%를 차지하고 있음
 - 나머지는 7 Eleven, Extra, Supercity 등이 있음
- 멕시코의 소비시장 위축 시기에도 편의점 이용률은 꾸준히 증가하고 있으며 특히 젊은층의 편의점 이용률이 높음

□ 한인마트

- 한인마트는 멕시코시티 중심부에 위치한 소나로사(Zona rosa)을 중심으로 다수 입점해 있음
 - 프랜차이즈 형태가 아닌 개인 사업 형태로 운영되고 있음
 - 주 고객층은 한국 문화에 관심이 많은 멕시코 현지인, 한국 교민 및 아시아 계열 현지 거주자임

2. 유통채널 분석

□ Walmart de México y Centroamérica

	▪ 월마트의 멕시코 및 중미 관할 기관이며 월멕스(Walmex)라고도 함 ▪ 라틴아메리카에서 가장 큰 규모의 유통채널임 ▪ 2,398개의 매장을 보유함 ▪ 전 세계 월마트의 1/5이상이 멕시코에 위치함
사진	 
연락처	웹사이트: www.walmartmexicoycam.com.mx 페이스북: https://www.facebook.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica 주소: Nextengo 78, Santa Cruz Acayucan, Azcapotzalco, C.P. 02770, México, D.F 전화: +52) 01 800 000 0096
설립 년도	1958년
매장 개수	2,398개 (할인점인 Bodega Aurrerá 1,858개, 하이퍼마켓 형태인 Walmart 272개, 슈퍼마켓인 Superama 95개, 셀프서비스 형태의 Sam's club 163개, 약국인 Medimart 10개)

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

□ La Comer

	▪ 설립년도가 1930년으로 멕시코시티에 입점한 최초의 마켓임 ▪ 멕시코 유통채널 중 프리미엄 마켓으로 인식됨 ▪ 가격은 상대적으로 높으나 제품 진열수가 많고 고급진 인테리어로 유명함 ▪ 중산층과 고소득층이 주요 소비자층임 ▪ Grupo La Comer의 주요 유통 채널임
사진	 
연락처	웹사이트: https://www.lacomer.com.mx/lacome 페이스북: https://www.facebook.com/LaComerOficial 주소: Av. Revolución No. 780 Módulo 2, Colonia San Juan, Mexico City 전화: +52) 55 5270 9000 lacomer@callcentermexico.com.mx
설립 년도	1930년
매장 개수	59개 (La Comer 29개, City market 7개, Fresko 10개, Sumesa 13개)

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

□ OXXO

	1978년 멕시코 북부도시 몬테레이에 최초의 매장을 설립함 - 코카콜라로 유명한 FEMSA가 모기업이며 OXXO 브랜드는 멕시코와 콜롬비아에 진출 - 멕시코에서 가장 대중적인 편의점이며 미주에서 가장 빠르게 성장하고 있는 유통채널임 (멕시코 편의점 브랜드의 70%를 차지) - 패스트푸드 판매, 공과금 수납, 유심칩 구매 및 충전, 기프트 카드 판매와 같은 실생활형 복합 서비스를 제공함 - 식사 메뉴로 핫도그, 샌드위치, 피자, 브리또, 타코, 나초, 인스턴트 면류를 비치함
사진	
컨택 포인트	웹사이트: https://www.oxxo.com/ 페이스북: https://www.facebook.com/OXXOTiendas 주소: calle Edison Number 1235 Norte, Colonia Talleres, Monterrey, Nuevo Leon, Mexico 전화: +52) 81 8389 2121
설립 년도	1978년
매장 개수	17,246개 (멕시코 및 콜롬비아 포함) 2017년 한해 동안 1,301개 매장이 멕시코와 콜롬비아에 신규 입점함

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

□ 7 Eleven

	▪ 멕시코 최초의 편의점 브랜드임 ▪ 1976년 멕시코 북부도시 몬테레이에서 설립됨 ▪ 모기업은 미국의 7 Eleven임 ▪ 경쟁기업은 FEMSA의 OXXO 브랜드임
사진	 
컨택 포인트	웹사이트: http://www.7-eleven.com.mx/ 페이스북: https://www.facebook.com 주소: Innovación y Conveniencia, S.A. de C.V., Servicios Ejecutivos de Tiendas, S.A. de C.V. y 7-Eleven México, S.A. de C.V. 전화 (01) 800 83 711 00
설립 년도	1976년
매장 개수	1,800여개

자료: 기업 홈페이지 및 블룸버그

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Mexico Sep 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.14.
2. 「멕시코 국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.03
3. 「2018년 멕시코 투자환경위험평가. 한국수출입은행, 2019.09.12.
4. 「수출시장 신규개척 및 다변화를 위한 심층조사: 멕시코」, 한국농수산물유통공사, 2014.04.25
5. 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」, 유엔세계식량기구, 2018
6. 「Meet The Manufacturer: #2335: Nissin Cup Noodles Gourmet Sabor A Caldo De Camaron」, The ramen rater, 2017.02.25.
7. 「México, segundo país en AL en consumir sopas instantáneas」. Dinero, 2017.06.19.
8. 「멕시코 통관 절차 및 제도」, 세법 연구 센터, 2016

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(customs.go.kr)
3. International Trade Centre(trademap.org)
4. 트레이드내비(tradenavi.or.kr)
5. 미국 농무부(usda.gov/)
6. 유로모니터(euromonitor.com)
7. 연합뉴스(yonhapnews.co.kr)
8. 스태티스타(statista.com/)
9. 멕시코 최저임금 정보(<https://salariminimo2018mexico.com/>)
10. 멕시코 중앙은행(banxico.org.mx/)
11. CODEX Alimentarius(fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/)
12. 멕시코 정부공식관보(dof.gob.mx/)
13. 한국농식품수출정보(kati.net)
14. 마루찬(maruchan.com/)
15. 닛신(nissin.com/en_jp/)
16. 오투기(ottogi.co.kr)
17. Walmart de México y Centroamérica(walmartmexico.com.mx)
18. La Comer(lacomer.com.mx/lacome)
19. OXXO(oxxo.com/)
20. 7 Eleven(7-eleven.com.mx/)
21. World Association of Instant Noodles(<https://instantnoodles.org/>)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-12

품 목 : 라면 (Ramen)

국 가 : 멕시코 (Mexico)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 농식품수출정보
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 (www.kati.net)에서

보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.