



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202112-47
품목	티백 조미료(Broth Pack)
HS CODE	2103.90-9030
국가	필리핀(Philippines)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 필리핀 부용 시장규모	06
2. 필리핀 조리용 재료 시장점유율	07
3. 필리핀 부용 시장점유율	08
4. 필리핀 티백 조미료 수입규모	09
5. 한국 티백 조미료 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 필리핀 육수 경쟁제품, ‘버섯 육수’ 1위, 한국의 ‘다시다’ 6위	13
2. 육류나 어육 성분보다 채소 성분이 더 많아	14
3. 육수 제형은 ‘큐브’나 ‘가루’가 대부분, ‘백’은 1건 발견	15
4. 필리핀 육수 홍보문구로 ‘비건’ 1위, ‘천연의’ 2위	16
5. 필리핀 티백 조미료 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 필리핀 티백 조미료 유통채널 비교	19
2. 필리핀 티백 조미료 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 필리핀 티백 조미료 주요 온라인 유통채널	24
2. 필리핀 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널	30

VI. 진입장벽

1. 필리핀 티백 조미료 통관 및 검역 절차	38
2. 필리핀 티백 조미료 품질 인증	39
3. 필리핀 티백 조미료 라벨링	41
4. 필리핀 티백 조미료 성분 및 유해물질	46

VII. 수입·유통업체 인터뷰

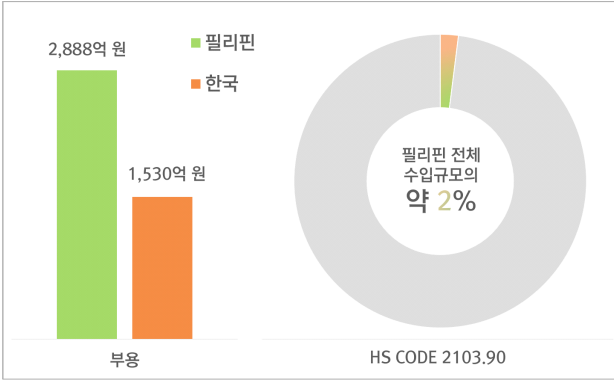
Interview ① 샤인 케이마트(Shine Kmart)	51
Interview ② 케이엠삼기코리안미니마트(KM Samgy Korean Mini Mart)	53
Interview ③ 파물레이(Famulei)	55

VIII. 시사점

※ 참고문헌	59
--------	----

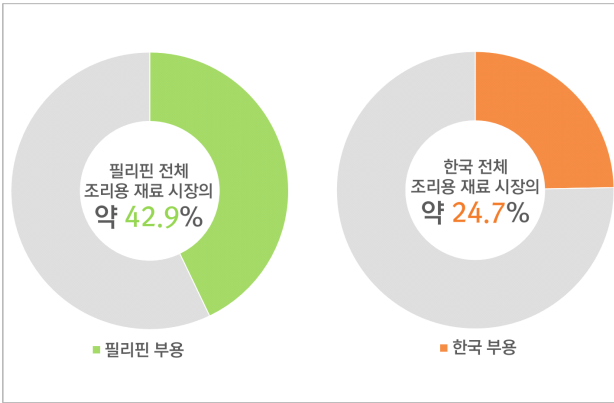
Summary

■ 주요 분석



	필리핀	한국
부용 시장규모	2,888억 원	1,530억 원
수입액		점유율
필리핀 對한국 HS CODE 2103.90 수입액	36억 원	2%
한국 對필리핀 HS CODE 2103.90-9030 수출액	10억 원	3%

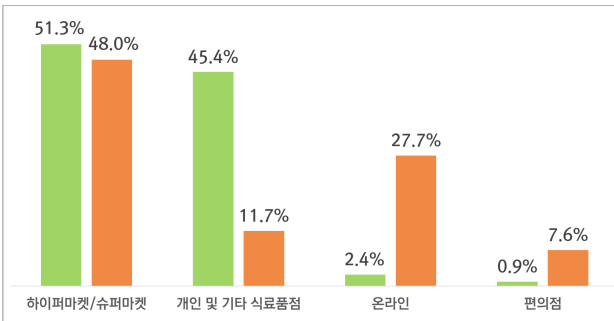
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	주요 하이퍼/슈퍼마켓, 에스엠하이퍼/슈퍼마켓과 세이브모어슈퍼마켓, 퓨어골드 등
아시안/한인마트	- 필리핀, 동남아 최대 한류 문화 집결지로 한인마트 만으로도 매우 높은 수요 보여 - 아씨마트, 진마트, 제이와이유마트 등
온라인	- 주요 온라인 쇼핑몰 '라자다필리핀', '씨' - 온라인 내 티백 형태의 조미료 거의 없음

■ 진입장벽

인증	수입면허를 취득한 수입업체 통해 수입 식품 등록 인증서 발급 必
라벨링	필리핀어 또는 영어로 표기
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	- 필리핀 소비자, 조미료와 소스류 수요 높음 - 한국산 조미료 인지도 낮으며 소스류가 유명
제품 피드백	가격 적절하나 티백 형태 매우 생소
유통채널	한인 교포 위주의 유통 추천

■ 요약

Point 01.	- 자극적인 음식을 좋아하는 필리핀, 조미료 및 소스류에 대한 수요 높은 편 - 한국으로부터의 수입액은 높지 않음
Point 02.	- 필리핀 판매 조미료 제품, 티백 형태 거의 없으며 큐브나 분말이 많음 - 해산물보다는 채소, 육류 위주의 조미료가 보편적임

II. 시장규모

1. 필리핀 부용 시장규모
2. 필리핀 조리용 재료 시장점유율
3. 필리핀 부용 시장점유율
4. 필리핀 티백 조미료 수입규모
5. 한국 티백 조미료 수출규모

1. 필리핀 부용 시장규모

필리핀 국가 일반 정보¹⁾

면적	30 만km ²
인구	1억 880만 명
GDP	3,615억 달러
1인당 GDP	3,323달러

▶ 필리핀 부용 시장규모 약 2,888억 원, 한국의 1.5배 규모

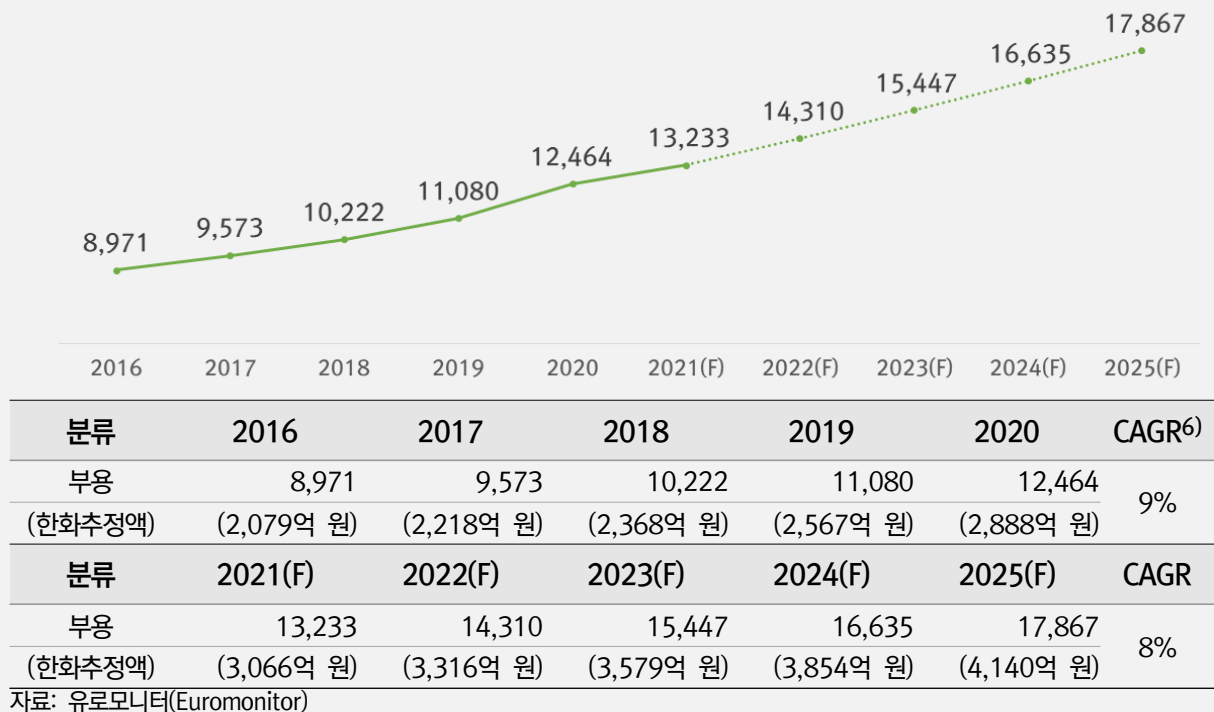
2020년 기준 필리핀 부용 시장규모는 전년 대비 12% 성장한 약 2,888억 원으로, 약 1,530억 원을 기록한 한국 시장의 1.9배에 달하는 것으로 집계됨. 필리핀 부용 시장은 지난 5년(2016-2020)간 연평균성장률 9%를 기록함. 특히 코로나19로 인해 간편 홈쿂�을 위한 요리 부재료의 수요가 2020년 시장규모 성장을 가속화한 것으로 분석됨

▶ 필리핀 부용 시장, 향후 5년간 연평균성장률 8% 전망

필리핀 부용 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 8%씩 성장해 2025년에 약 4,140억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 집에서 간편하게 요리를 원하는 소비자들의 편의성에 대한 수요 증가가 앞으로도 꾸준한 부용 시장의 성장세를 주도할 것으로 예측됨²⁾³⁾

[표 2.1] 필리핀 '부용' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 페소



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '타백 조미료'는 공정과정을 통해 분말 형태의 원재료들을 타백에 담은 제품으로, 이에 따라 육류, 생선, 채소, 향신료 등을 넣고 맑게 우려낸 육수를 의미하며 스톡(stock)과 같은 의미인 '부용'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in the Philippines」, 2021.02

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1페소=23.17원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 필리핀 조리용 재료 시장점유율

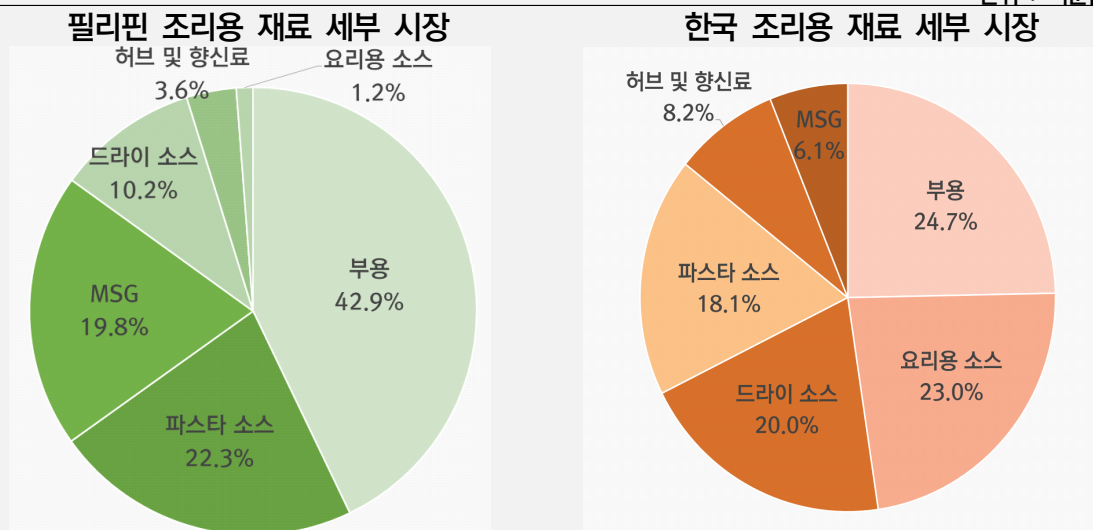
▶ 필리핀, '부용' 시장점유율 42.9%로 한국보다 비중 높아

필리핀 조리용 재료(6,735억 원) 세부 시장과 한국 조리용 재료(6,170억 원) 세부 시장을 비교했을 때, '부용'의 점유율은 필리핀(42.9%)이 한국(24.7%)보다 높은 것으로 확인됨

한국은 부용 다음으로 요리용 소스(23.0%), 드라이 소스(20.0%) 순으로 비중이 높았던 반면, 필리핀은 부용 다음으로 파스타 소스(22.3%), MSG(19.8%) 순으로 높게 나타남. 바베큐 소스, 파스타 소스, 쿠킹 소스, 스톡 큐브, 파우더 등 식사 준비 시간을 단축 시키는 제품들의 수요 증가가 전망되는 가운데 달고, 맵고, 짜고, 신 자극적인 음식을 선호해 조미료와 소스류를 많이 소비하는 필리핀 시장에서 향후 부용 시장의 성장 가능성도 밝을 전망임⁷⁾

[표 2.2] 2020년 필리핀, 한국 '조리용 재료' 시장점유율

단위 : 백분율(%)



분류	조리용 재료					
	부용	드라이 소스	허브 및 향신료	MSG	파스타 소스	요리용 소스
필리핀	42.9	10.2	3.6	19.8	22.3	1.2
한국	24.7	20.0	8.2	6.1	18.1	23.0

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 유로모니터상 필리핀 조리용 재료 시장(6,735억 원)과 한국 조리용 재료 시장(6,170억 원)의 시장점유율을 나타냄

3. 필리핀 부용 시장점유율

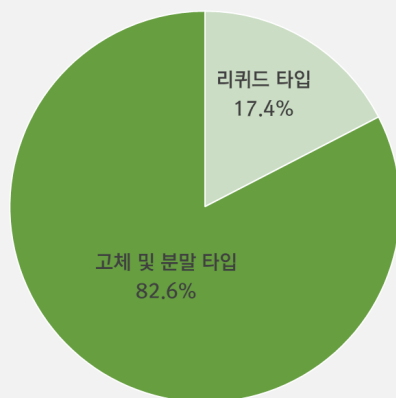
▶ 필리핀, ‘고체 및 분말 타입 부용’ 시장점유율 82.6%

필리핀 부용(약 2,888억 원) 세부 시장과 한국 부용(약 1,530억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘고체 및 분말 타입 부용’의 점유율은 필리핀(82.6%)이 한국(72.9%)에서보다 약간 더 높은 수준인 것으로 확인됨. 고체 및 분말 타입의 부용이 사용과 보관이 간편해 액상형 부용보다는 널리 활용되고 있어서 티백 조미료 제품 또한 활용도가 높을 것으로 전망됨⁸⁾

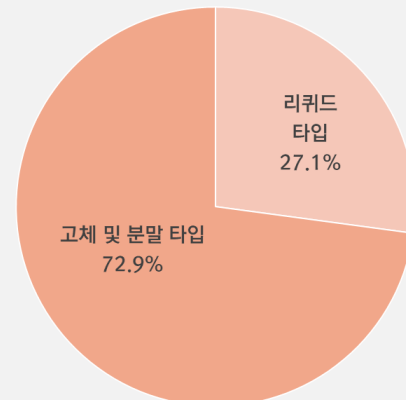
[표 2.3] 2020년 필리핀, 한국 ‘부용’ 시장점유율

단위 : 백분율(%)

필리핀 부용 세부 시장



한국 부용 세부 시장



분류	부용	
	고체 및 분말 타입	리퀴드 타입
필리핀	82.6	17.4
한국	72.9	27.1

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 필리핀 부용 시장(약 2,888억 원)과 한국 부용 시장(약 1,530억 원)의 시장점유율을 나타냄

4. 필리핀 티백 조미료 수입규모

HS CODE 2103.90

조사제품 '티백조미료'는 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·가친 가루와 조제한 겨자로 규정된 제 2103호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2103.90 을 지표로 선정함

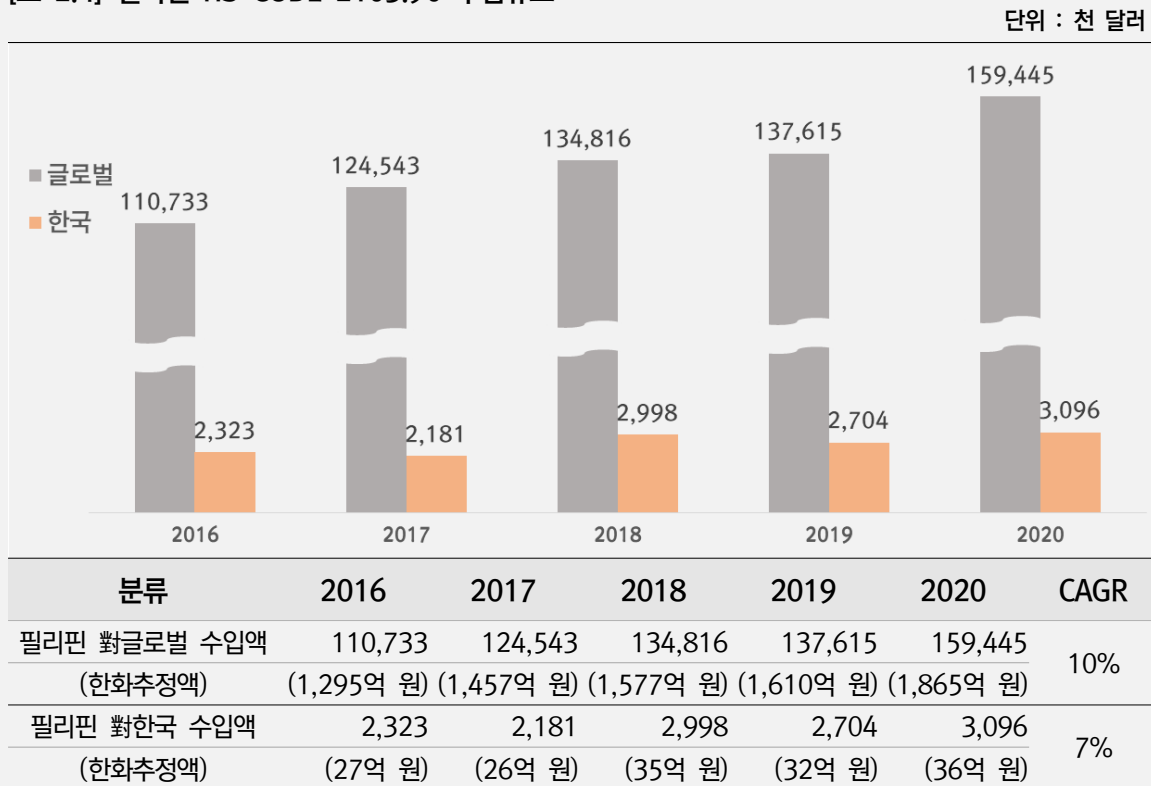
▶ 필리핀 HS CODE 2103.90 對글로벌 수입액, 약 1,865억 원

2020년 기준 필리핀 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 1,865억 원으로 확인됨. 앞선 5년(2016-20년)간 對글로벌 수입액은 지속적인 완만한 증가세를 보여, 연평균성장률은 10%로 집계됨

▶ 필리핀 HS CODE 2103.90 수입액 중 한국산 점유율 8위

2020년 기준 필리핀 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 14% 급증한 약 36억 원으로, 점유율 2%를 기록해 8위로 집계됨. 對한국 수입액은 지난 5년(2016-20년)간 증감을 반복하며 7%의 연평균성장률을 기록함. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 태국(약 741억 원, 40%), 2위 중국(약 530억 원, 28%), 3위 미국(약 126억 원, 7%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 필리핀 HS CODE 2103.90 수입규모⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.90 기준

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 1달러=1,169.60원(2021.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 티백 조미료 수출규모

HS CODE 2103.90-9030

조사제품 '티백 조미료'에
해당하는 HS CODE 2103.90-
9030(혼합조미료)의 한국
對글로벌, 對필리핀 수출규모를
통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 9%

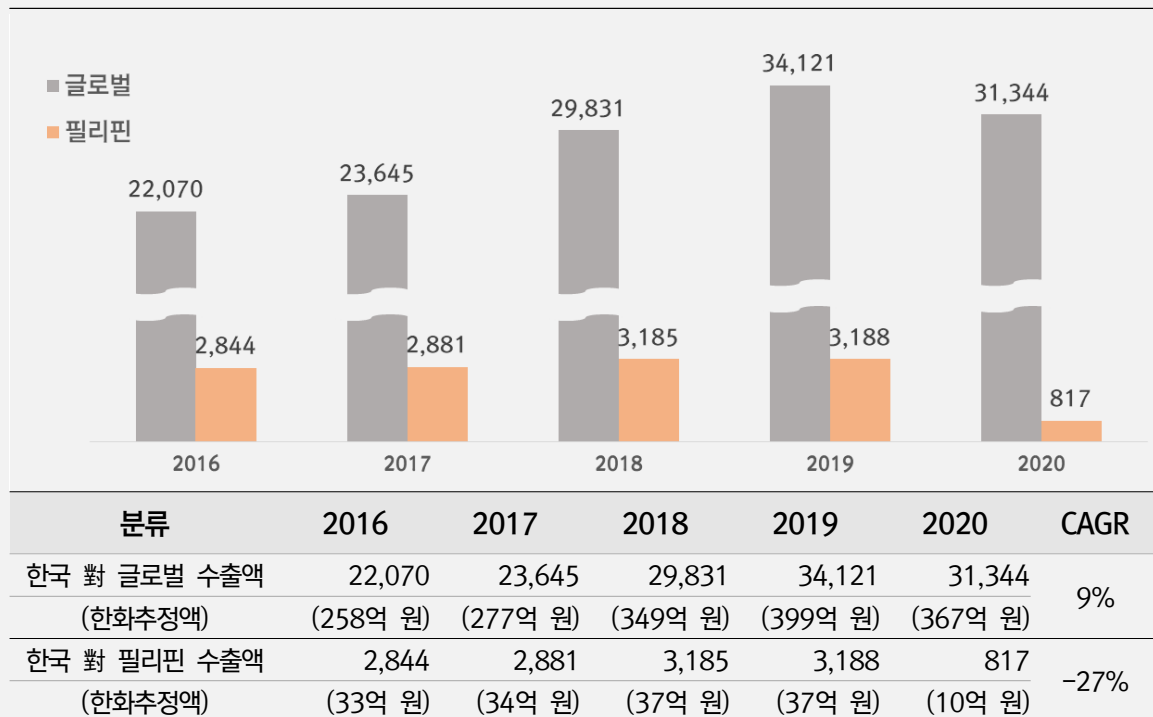
2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對글로벌 수출액은 약 367억 원으로 집계됨. 앞선 4년(2016-19년)간 對글로벌 수출액은 전년 대비 증가세를 이어왔으나, 2020년에는 전년 대비 8% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 9%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 對필리핀 점유율 3%

2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對필리핀 수출액은 약 10억 원으로, 점유율 3%로 7위를 기록함. 對필리핀 수출액은 지난 3년(2016-18년)간 증가하였으나, 2020년 74% 수준의 큰 폭의 감소로 인해 연평균성장률은 27% 역성장을 기록함. 점유율 기준 1위 미국(약 74억 원, 20%), 2위 싱가포르(약 64억 원, 18%), 3위 일본(약 59억 원, 16%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2103.90-9030 기준

12) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 필리핀 육수 경쟁제품, ‘버섯 육수’ 1위, 한국의 ‘다시다’ 6위
2. 육류나 어육 성분보다 채소 성분이 더 많아
3. 육수 제형은 ‘큐브’나 ‘가루’가 대부분, ‘백’은 1건 발견
4. 필리핀 육수 홍보문구로 ‘비건’ 1위, ‘천연의’ 2위
5. 필리핀 티백 조미료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 필리핀 온라인매장 입점 티백 조미료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 육수(Bouillon, Dashi pack, Broth pack)
- 데이터 수집량 : 558건
- 데이터 수집원 : 필리핀 온라인매장

▶ 필리핀 온라인매장 입점 티백 조미료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 성분 ③ 제형 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	버섯 육수	mushroom bouillon	79	쇠고기 육수	beef bouillon	33
	치킨 육수	chicken bouillon	64	다시다	dasida	25
	야채 육수	vegetable bouillon	52	치킨 육수 가루	chicken bouillon powder	18
	야채 육수 큐브	vegetable bouillon cube	46	치킨 에센스	chicken essence	14
성분	양파	onion	107	후추	black pepper	47
	소고기	beef	95	참기름	sesame oil	44
	마늘	garlic	90	멸치	anchovy	25
	버섯	mushroom	89	강황	turmeric	23
	닭	chicken	74	생강	ginger	20
	MSG	msg	58	클로버	clover	19
제형	큐브	cubes	124	액상형	liquid	15
	가루	powder	112	백	bag	1
	에센스	essence	15	(-)	(-)	(-)
홍보문구	비건	vegan	123	건강한	healthy	56
	천연의	natural	95	유기농	organic	42
	진한	rich	64	식당에서 유용함	restaurantneed	39
	글루텐 프리	gluten free	62	미식가	gourmet	38

1. 필리핀 육수 경쟁제품, ‘버섯 육수’ 1위, 한국의 ‘다시다’ 6위

▶ 채식 육수, 상위권 차지

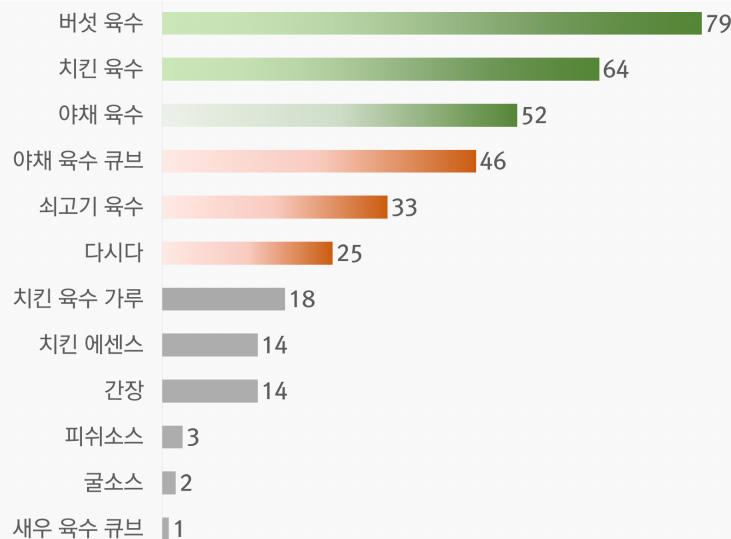
- ‘버섯 육수’ 키워드 79건, ‘야채 육수’ 52건으로 각 1, 3위
- 홍보문구 빈출 키워드 1위가 ‘비건’인 것과 연관 높아 보임

▶ 육류를 이용한 육수 중 ‘치킨 육수’ 빈출

- ‘치킨 육수’ 키워드가 64건으로 전체 2위, 육류 기반 육수 중 1위
- ‘쇠고기 육수’는 키워드 33건으로 전체 5위, 육류 기반 육수 중 2위
- 고객사 티백 조미료와 같이 멸치를 주성분으로 한 제품은 다시다 외 없음

1위 버섯 육수		2위 치킨 육수		3위 야채 육수	
					
브랜드	토토레(Totole)	브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	오가닉 고메 (Organic Gourmet)
용량	200g	용량	1.14kg	용량	72g
가격	₩298(6,904원) ¹⁴⁾	가격	₩750(17,378원)	가격	₩237(5,491원)

[표 3.1] 필리핀 판매 티백 조미료 경쟁제품 관련 키워드



자료: 필리핀 온라인매장 판매 제품 내 ‘육수’ 관련 게시물 558건 분석

14) 1팩소=23.17원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 육류나 어육 성분보다 채소 성분이 더 많아

▶ 상위 5개 키워드 합산 채소 286건, 육류 169건

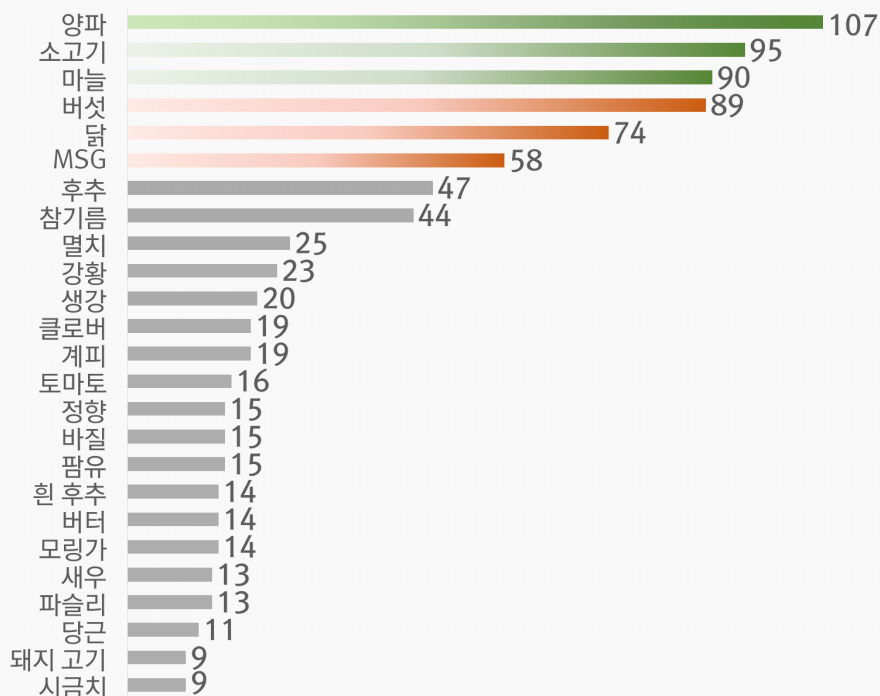
- 양파(107건), 마늘(90건), 버섯(89건) 합산 결과 286건
- 소고기(95건), 닭(74건) 합산 결과 169건
- 돼지고기는 키워드 9건으로 하위권
- 공통 성분인 소금(141건), 설탕(123건)은 그래프에서 제외함

▶ ‘멸치’ 9위, 다시마는 검색되지 않음

- 멸치 키워드 25건으로 후추(47건)와 참기름(44건) 키워드보다도 적음
- 다시마를 포함한 해조류 키워드는 발견되지 않음
- 해산물 중 새우 키워드는 13건으로 하위권

1위 양파		2위 소고기		9위 멸치	
					
제품명	버섯 육수 큐브	제품명	배럴 댄 부용 구운 소고기 맛	제품명	다시다
브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	배럴 댄 부용 (Better than Bouillon)	브랜드	CJ
가격	100g/₩623(14,435원)	가격	453g/₩999(23,147원)	가격	100g/₩220(5,097원)

[표 3.2] 필리핀 판매 육수 성분 관련 키워드



자료: 필리핀 온라인매장 판매 제품 내 ‘육수’ 관련 게시글 558건 분석

3. 육수 제형은 ‘큐브’나 ‘가루’가 대부분, ‘백’은 1건 발견

▶ ‘큐브’와 ‘가루’가 압도적 상위권

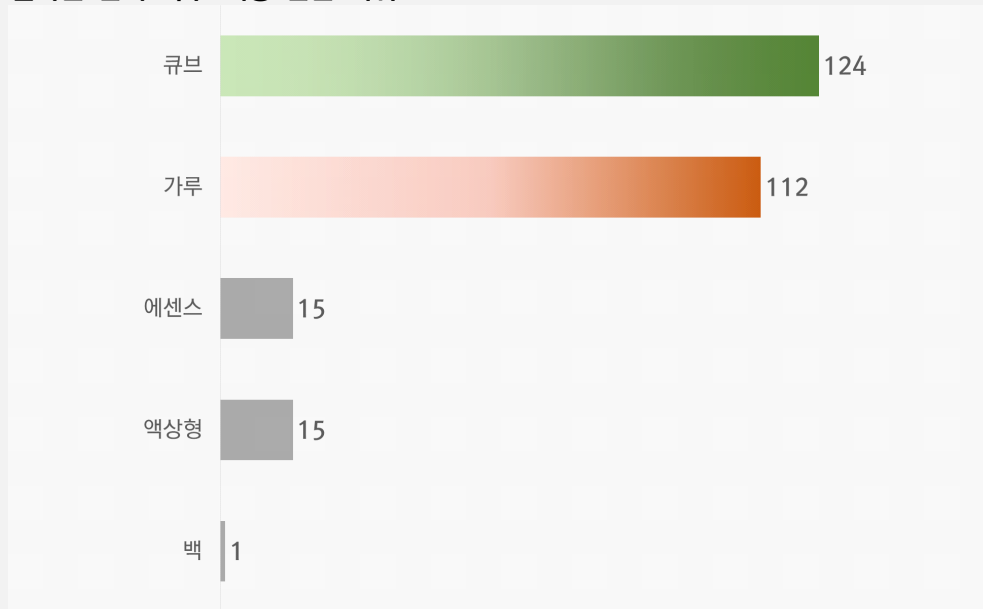
- ‘큐브’ 키워드 124건, ‘가루’는 112건으로 3위 키워드와 8배 가량 차이
- 제품명이 육수인 경우 제형은 큐브인 경우가 많음
- 크노르(Knorr)처럼 개별 포장된 큐브와 한꺼번에 포장된 큐브 타입이 있음
- 가루 타입은 이금기(Lee Kum Kee)처럼 원통에 포장하거나 파우치 포장

▶ ‘백’은 키워드 1건 발견

- 일본산 파쉬 수프 육수로 고객사 티백 조미료와 비슷함
- 단독으로 사용 시, 간장이나 된장과 사용 시 적당량 자세히 기재됨
- 고객사 티백 조미료와 마찬가지로 1~2분만에 육수 우려남

1위 큐브		2위 가루		5위 백	
					
제품명	치킨 큐브	제품명	프리미엄 치킨 육수 분말	제품명	파쉬 수프 육수
브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	이금기(Lee Kum Kee)	브랜드	일본산, 정보 없음
가격	600g/₩350(8,110원)	가격	273g/₩210(4,866원)	가격	8.8gX60/₩6,582(152,504원)

[표 3.3] 필리핀 판매 육수 제형 관련 키워드



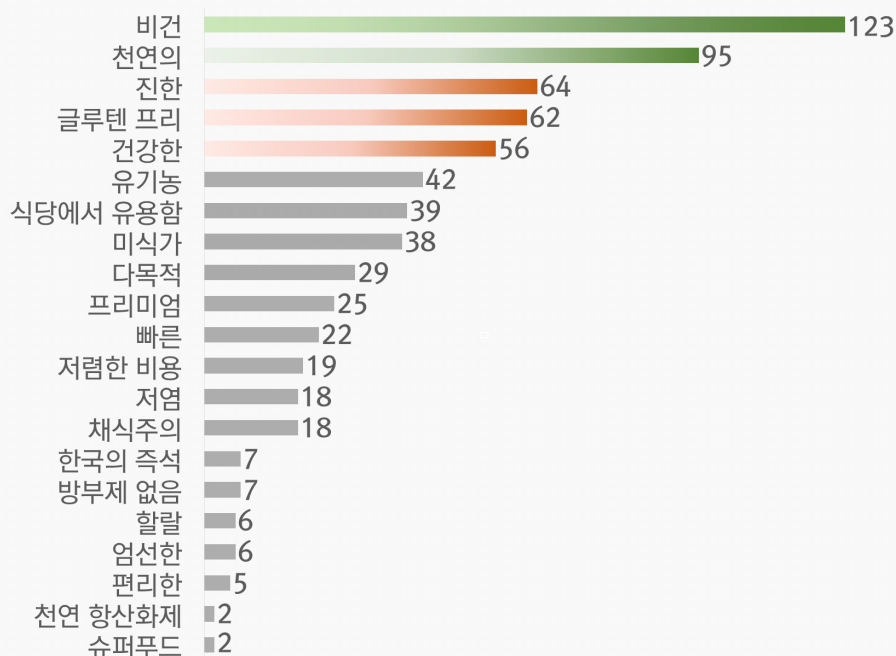
자료: 필리핀 온라인매장 판매 제품 내 ‘육수’ 관련 게시물 558건 분석

4. 필리핀 육수 홍보문구로 ‘비건’ 1위, ‘천연의’ 2위

- ▶ ‘비건’ 키워드 123건으로 큰 격차로 1위
 - 2위 키워드인 ‘천연의’와도 30여 건 차이남
 - 비건 외 특정 소비자 대상 홍보문구로 채식주의(18건), 할랄(6건) 발견
- ▶ ‘식당에서 유용함’ 키워드도 빈출
 - 원문은 ‘restaurantneed’로 모두 해시태그가 달려 있음
 - 21개의 키워드 중 7위로 중상위권
- ▶ 효능 관련 키워드로 ‘천연 항산화제’, 키워드 2건
 - 그 외 지면의 한계상 포함하지 않은 효능 관련 키워드로 ‘소화의’, ‘메스꺼움 완화’, ‘면역력’이 있으며 키워드는 각 1건

1위 비건		2위 천연의		4위 글루텐 프리	
					
제품명	야채 육수 큐브	제품명	배럴 댄 부용 야채 맛	제품명	야채 육수 큐브
브랜드	에드워드 앤 선 (Edward & Sons)	브랜드	배럴 댄 부용 (Better than Bouillon)	브랜드	세븐 그레인스(7Grains)
가격	84g/₩834(19,324원)	가격	453g/₩899(20,829원)	가격	60g/₩267.84(6,206원)

[표 3.4] 필리핀 판매 육수 홍보문구 관련 키워드



자료: 필리핀 온라인매장 판매 제품 내 ‘육수’ 관련 게시물 558건 분석

5. 필리핀 티백 조미료 진출 컨셉

- ▶ 컨셉 ① _ 천연 재료를 티백에 담아 재료 본연의 맛을 내는 다시팩
 - 제형 1위인 '큐브' 타입에 비해 티백 타입이 가진 장점 강조
 - 천연 재료로만 만들어 재료 본연의 맛을 살린 점 홍보
- ▶ 컨셉 ② _ MSG가 들어가지 않은 글루텐 프리 천연 티백 조미료
 - MSG가 전혀 들어가지 않은 100% 천연 제품임 강조
 - 홍보문구 빈출 4위인 '글루텐 프리'를 포함한 홍보문구
- ▶ 컨셉 ③ _ 천연 재료를 알갱이로 가공해 티백에 담은 멸치 맛 조미료
 - 온라인매장 검색 결과, 포장지 내부의 상품을 상세히 보여주는 제품 많지 않음, 티백에 담은 재료 상세 묘사로 제품 차별화
 - 10가지의 천연 재료로만 만든 제품임 강조

제형	성분	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
큐브	(-)	천연의	18건	→ 10가지 [천연 재료]를 그대로 티백에 포장해 [큐브] 타입 육수보다 재료 본연의 맛을 내는 명품 다시팩
(-)	MSG	글루텐 프리	18건	→ [MSG]가 전혀 들어가지 않은 100% 천연 [글루텐 프리] 티백 조미료
가루	멸치	천연의	18건	→ 10가지 [천연 재료]를 [가루]보다 큰 균일한 알갱이로 가공해 육수가 빨리 우려나는 [멸치] 명품 다시팩
가루	멸치	진한	6건	→ 10가지 천연 재료를 티백에 담아 [가루] 타입 만큼 빠르면서도 맑고 [진하게] 육수를 내는 [멸치] 다시팩
가루	(-)	빠른	15건	→ 원재료로 육수를 내는 것보다 10배 [빠르고] [가루] 타입보다 맑은 육수를 내는 100% 천연 티백 조미료

★ 결합 키워드 발생량 : 제형/성분/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

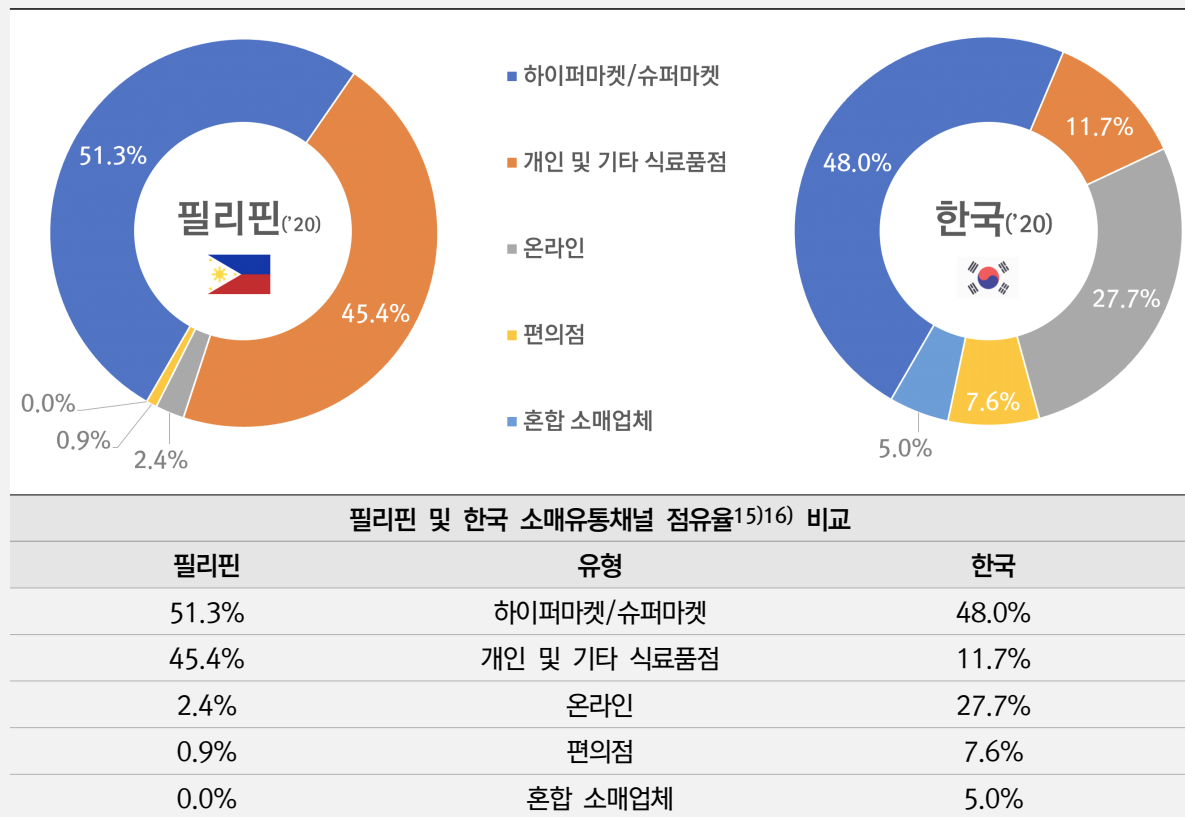
1. 필리핀 티백 조미료 유통채널 비교
2. 필리핀 티백 조미료 유통채널 특징

1. 필리핀 티백 조미료 유통채널 비교

▶ 필리핀 티백 조미료 유통채널, 상위 2개 채널이 90%의 점유율 차지

2020년 필리핀 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 유통채널은 현대적 유통채널인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’(51.3%)과 전통적 유통채널인 ‘개인 및 기타 식료품점’(45.4%)이 총 96.7%를 점유하며 필리핀 내 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 대부분의 유통을 책임지고 있음. 반면 한국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율(48.0%)은 필리핀과 비슷한 수준이나, ‘개인 및 기타 식료품점’(11.7%)의 경우 약 34%p 차이남. 그다음으로 큰 차이를 보인 유통채널은 ‘온라인’으로, 한국(27.7%)의 점유율은 필리핀(2.4%)의 약 11배 수준인 것으로 조사됨

[표 4.1] 필리핀 티백 조미료 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 2020년 기준, 필리핀 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임

16) ‘티백 조미료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

2. 필리핀 티백 조미료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 필리핀 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 에스엠리테일

필리핀 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 에스엠리테일(SM Retail)은 2020년 전체 매출액 7,696억 8,200만 페소(약 17조 8,335억 원¹⁷⁾)의 21.5%를 점유했으며, 퓨어골드프라이스클럽(Puregold Price Club)은 전체 매출액의 17.2%를 점유함

▶ 필리핀 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 가격 경쟁력과 편리함이 관건¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾

2020년 필리핀 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계는 필리핀 소비자들의 식료품 및 생필품 ‘사재기’ 당시 주요 구매 채널로 자리매김하며 매출이 상승함. 소비자층 확대를 위해 자사 온라인몰을 구축하나, 이미 많은 고객을 확보해둔 제3자 온라인 플랫폼에 진출함. 또한 쇼핑에서의 편의성 제고를 위해서 퍼스널쇼퍼(장보기 대행 서비스) 프로그램을 제공하는 중이며, 커브사이드픽업이나 파빌리(Pabili)라는 이름으로 불리는 배송 서비스 등 다양한 배송 옵션 또한 운영하고 있음. 필리핀의 타 유통채널 업체들과 마찬가지로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 또한 고객 관리 및 쇼핑 채널로서 페이스북 등 소셜미디어를 적극적으로 활용 중임

[표 4.2] 필리핀 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘20) ²¹⁾	산하 주요 브랜드
1	에스엠리테일 (SM Retail)	21.5%	에스엠하이퍼/슈퍼마켓(SM Hyper/supermarket), 세이브모어슈퍼마켓(Save More Supermarket)
2	퓨어골드프라이스클럽 (Puregold Price Club)	17.2%	퓨어골드 (Puregold)
3	로빈슨스리테일홀딩스 (Robinsons Retail Holdings)	10.8%	숍와이즈(Shopwise), 로빈슨스슈퍼마켓(Robinsons Supermarket), 마켓플레이스(Marketplace), 로빈슨스이지마트(Robinsons Easymart)
4	메트로리테일스토어즈그룹 (Metro Retail Stores Group)	4.0%	수퍼메트로하이퍼마켓(Super Metro Hypermarket) 메트로슈퍼마켓(Metro Supermarket)
5	월터마트슈퍼마켓 (Walmart Supermarket)	2.3%	월터마트슈퍼마켓(Walmart Supermarket)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 1페소=23.17원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the Philippines Country Report」, 2021.02

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the Philippines Country Report」, 2021.02

20) 씨엔엔필리핀(CNN Philippines), 「Department store offers free “personal shopper” services to busy customers」, 2020.12

21) 필리핀 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 필리핀 주요 아시안마트/한인마트, 아씨마트 및 진마트

필리핀 주요 아시안마트/한인마트에는 아씨마트(Assi Mart), 진마트(Jin Mart), 제이와이유마트(JYU Mart) 등이 있으며, 대다수의 아시안마트/한인마트는 SNS 및 전화를 통한 판매를 진행 중임

▶ 음식, 드라마… K-문화를 적극적으로 수용 중인 필리핀 시장²²⁾²³⁾

필리핀은 동남아 최대의 한류 문화 집결지라 할 수 있을 정도로 드라마, 노래 등을 비롯한 콘텐츠에서부터 음식 문화까지 한국에 대한 관심이 큼. 한식의 경우 무한리필 삼겹살집이 큰 인기를 끄는가하면, 현지 맥도날드에서 한식 퓨전 메뉴를 출시하기도 했음. 이렇듯 현지인들 사이에서의 한류 인기와 더불어 한인 커뮤니티가 잘 형성되어 있어 필리핀에 진출하고자 하는 대다수의 한국식품은 현지 한인마트 등을 통해 유통되고 있으며, 이것만으로도 충분한 수요가 된다는 특징을 지니고 있는 시장임. 이러한 와중에 이마트의 노브랜드(No Brand)가 2019년 필리핀 현지 유통업체인 로빈슨스(Robinsons)와 협업하여 필리핀에 진출했으며, 현재 5개의 오프라인 매장을 보유하고 있음

[표 4.3] 필리핀 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	매장 수('21)	주요 거점
1	아씨마트 (Assi Mart)	5개	메트로마닐라 (Metro Manila)
2	진마트 (Jin Mart)	5개	메트로마닐라 (Metro Manila)
3	제이와이유마트 (JYU Mart)	4개	메트로마닐라 (Metro Manila)
4	노브랜드 (No Brand)	5개	라구나(Laguna), 메트로마닐라(Metro Manila)
5	후지마트 (Fuji Mart)	1개	메트로마닐라 (Metro Manila)
6	테펜마트 (Teppen Mart)	1개	메트로마닐라 (Metro Manila)

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps)

22) 한국농수산물유통공사(aT), 「필리핀 식품 유통시장 현황 및 진출 확대전략」, 2017.10

23) 연합뉴스, 「이마트, 필리핀 노브랜드 5호점 개점…올해 5곳 추가 출점」, 2021.04

3) 온라인

▶ 필리핀 주요 온라인 유통채널, 라자다필리핀 및 씨

필리핀 주요 온라인 유통채널 라자다필리핀(Lazada Philippines)은 2020년 전체 매출액 1,626억 5,700만 페소(약 3조 7,688억 원)의 19.2%를 점유했으며, 씨(Sea)는 전체 매출액의 18.8%를 점유함

▶ 온라인 쇼핑, 코로나19 이후 필수 경로로 자리매김²⁴⁾²⁵⁾²⁶⁾

코로나19 이전 소수의 도시 거주 소비자를 제외한 대다수의 필리핀 소비자들은 온라인으로 식료품을 구매하는 것을 꺼려했으며, 낮은 신용카드 사용률과 온라인 결제에 대한 불신이 주요 원인이었음. 그러나 코로나19로 오프라인 매장 방문이 제한되면서 다수의 소비자들이 온라인으로 쇼핑을 하기 시작했고, 결국 온라인 식료품 시장은 전년대비 약 210% 성장함. 이에 다양한 대형 유통업체들이 온라인 채널로 진출하는가 하면, 메리마트컨수머(MerryMart Consumer)는 푸드판다(Foodpanda)와 협업하여 온라인 전용 슈퍼마켓 출범을 예고함. 이외에도 코로나19 전후로 다양한 농산물 전용 온라인 몰이 등장하고 있음. 코로나19 이후 이와 같은 폭발적인 성장세까지는 힘들겠지만, 바쁜 현대사회를 살아가는 많은 필리핀 도시 소비자의 라이프스타일에 현재 온라인 쇼핑이라는 요소가 빠르게 도입되는 중이기에, 온라인 식료품 소비시장의 성장세가 향후 몇 년간 지속될 것으로 전망됨

[표 4.4] 필리핀 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	라자다필리핀 (Lazada Philippines)	19.2%	라자다 (Lazada)
2	씨 (Sea)	18.8%	쇼피 (Shopee)
3	비에프제이드이서비스필리핀 (BF Jade E-Services Philippines)	5.0%	잘로라 (Zalora)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the Philippines Country Report」, 2021.02

25) 비즈니스월드(BusinessWorld), 「MerryMart, FoodPanda tie up for online-only groceries」, 2020.09

26) 한국농수산식품유통공사(aT), 「필리핀, 식품 온라인몰 현황」, 2018.06

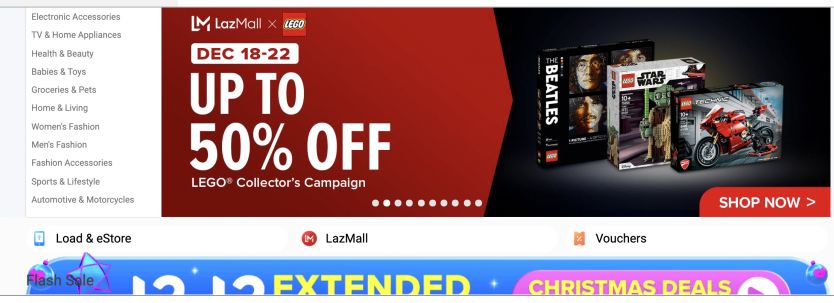
27) 필리핀 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 필리핀 티백 조미료 주요 온라인 유통채널
2. 필리핀 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널

1. 필리핀 티백 조미료 주요 온라인 유통채널 ① 라자다

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)	
	홈페이지	www.lazada.com.ph	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	3,790만 회
		앱다운로드수('20)	400만 회
		매출('20)	7,172억 8,900만 위안 (약 131조 3,500억 원 ²⁸⁾) ²⁹⁾
		운영방식	온라인마켓

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	노르(Knorr), CJ제일제당
		해외 판매	해외 판매 불가
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별/시즌별/카테고리별 할인 이벤트, 결제수단 연계 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (sellercenter.lazada.com.ph) - 홈페이지 상단 'LazGlobal' 클릭 후 계정 생성 - 입점 절차는 제품 등록, 제품관리 포탈 가입 순으로 진행됨 - 아래의 페이지에서 공급 업체 규정 확인 가능 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)

자료: 라자다(Lazada) 필리핀, 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라자다(Lazada) 필리핀

28) 1위안=183.12원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 모회사인 알리바바(Alibaba)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①



QR코드를 통해 어플 연동 검색 가능
영어 지원

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라자다(Lazada) 필리핀

사진 자료: 라자다(Lazada) 필리핀

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	육수용 시즈닝	노르 (Knorr)	부용슈림프브로스큐브팬트리 (Bouillon Shrimp Broth Cubes Pantry)	필리핀	36페소 (약 834원)	60g	
2	육수용 시즈닝	CJ제일제당	다시다코리아비프스프스탁 부용파우더 (DASIDA Korea Beef Soup Stock Bouillon Powder)	한국	199페소 (약 4,611원)	250g	
3	육수용 시즈닝	에드워드앤손스 (Edward & Sons)	로우소디엄가든베지부용큐브 (Low Sodium Garden Beggie Bouillon Cube)	미국	320페소 (약 7,414원)	75g	
4	육수용 시즈닝	타이타이레 (Taitaile)	그래놀레이티드치킨부용 (Granulated Chicken Bouillon)	중국	109페소 (약 2,526원)	200g	
5	육수용 시즈닝	무초구스토 (Mucho Gusto)	비프플레이버부용큐브 (Beef Flavour Bouillon Cube)	페루	198페소 (약 4,588원)	10g * 10개입	
6	육수용 시즈닝	에드워드앤손스 (Edward & Sons)	낫비프부용 (Not-Beef Bouillon)	미국	249페소 (약 5,769원)	88g	
7	육수용 시즈닝	베터댄부용 (Better Than Bouillon)	시즌드베지터블베이시오가닉 리듀스드소듐 (Seasoned Vegetable Base Organic Reduced Sodium)	미국	738페소 (약 1만 7,099원)	453g	

자료: 라자다(Lazada) 필리핀

사진 자료: 라자다(Lazada) 필리핀

30) 조사일(2021.12.24.) 기준 라자다(Lazada) 필리핀 티백 조미료 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.ph	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6,720만 회
		앱다운로드수('20)	60만 회
		매출('20)	43억 7,000만 달러(약 5조 1,112억 원 ³¹⁾) ³²⁾
		운영방식	온라인마켓



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오가닉구르메(Organic Gourmet), 마셀(Massel)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 		
	Coins Rewards Free Shipping Shopee Mall Global Deals Vouchers P9 Deals ShopeePay Shopee Celebrity Pamasko Cashback Gadget Zone 시간대별/시즌별/카테고리별 할인 이벤트, 코인 리워드, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 등록 (shopee.kr) - 쇼피 싱가포르 입점 후 상품등록 완료 기준 충족 시 필리핀, 말레이시아, 베트남 쇼피에 샵 자동 생성 ‘입점 신청’ 클릭 후 셀러 계정 생성 - 계정 생성 시 필요한 정보 사업자번호 이메일 및 연락처 - 상품 상세설명은 반드시 영어로 작성해야 함 - 페이오니아 계좌 연동 가능해야 함 - 기타 자세한 정보는 아래 페이지에서 확인 가능 (shopee.kr/market/info)
-------------	---------------------	---

자료: 쇼피(Shopee) 필리핀, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 필리핀

31) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

32) 모회사인 씨(Sea)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 환불제시스템

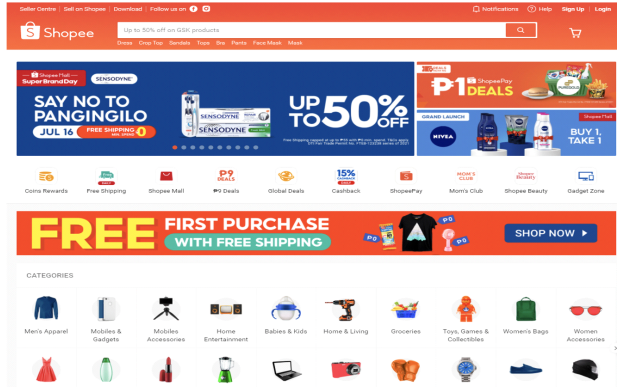
신용카드를 이용한
선불제 시스템과 더불어
물품을 받은 후 현금을
건 내는 후 불 제
시스템(COD) 존재

2. 모바일 중심 서비스

소피 어플과 SNS를 통한
제품, 프로모션 공유 및
판매자 팔로우 기능 제공

3. 4개국 연동 셀러 가입

소피 싱가포르 가입
요건을 충족하여 셀러로
입점하면, 자동으로
말레이시아, 베트남,
필리핀 플랫폼에 등록됨



4. 국제배송

필리핀 전역과 아세안
일부 국가로 배송 가능

5. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역
확인 가능하며 해당
카테고리 내
추천상품 제공

세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
영어 및 중국어 지원

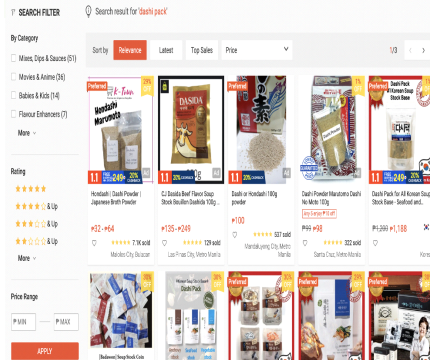
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'티백 조미료' 제품 검색 결과

'티백 조미료'로 검색결과와 노출

배송옵션, 브랜드, 원산지별로 세분화 분류 기능 제공



'티백 조미료' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 필리핀
사진 자료: 쇼피(Shopee) 필리핀

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	육수용 시즈닝	오가닉구르메 (Organic Gourmet)	베지터블부용브로스로우소듐 (Vegetable Bouillon Broth Sodium)	프랑스	237페소(약 5,491원)	72g	
2	육수용 시즈닝	CJ제일제당	다시다코리아비프스프스탁 부용파우더 (DASIDA Korea Beef Soup Stock Bouillon Powder)	한국	249페소(약 5,769원)	250g	
3	육수용 시즈닝	마셀 (Massel)	부용큐브팩 (Bouillon Cube Pack)	호주	70페소(약 1,622원)	35g	
4	육수용 시즈닝	노르 (Knorr)	부용슈림프브로스크큐브팬트리 (Bouillon Shrimp Broth Cubes Pantry)	필리핀	36페소(약 834원)	60g	
5	육수용 시즈닝	씨제이제일제당	코리아앤초비스프스탁 부용다시다 (Korean Anchovy Soup Stock Bouillon Dashida)	한국	220페소(약 5,097원)	100g	
6	육수용 시즈닝	베터댄부용 (Better Than Bouillon)	시즌드베지터블베이스오가닉 리듀스드소듐 (Seasoned Vegetable Base Organic Reduced Sodium)	미국	738페소(약 1만 7,099원)	453g	
7	육수용 시즈닝	쉬이타케 (Shiitake)	머쉬룸부용그래놀비건 (Mushroom Bouillon Granules Vegan)	일본	150페소(약 3,576원)	80g	

자료: 쇼피(Shopee) 필리핀

사진 자료: 쇼피(Shopee) 필리핀

33) 조사일(2021.12.24.) 기준 쇼피(Shopee) 필리핀 티백 조미료 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 필리핀 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널 ① 진마트

기업 기본 정보	기업명	진마트(Jin Mart)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	(-)			
	위치	메트로마닐라(Metro Manila)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 5개			
	기업 요약	- 필리핀 내 가장 유명한 한인마트로, 마닐라 한인 밀집 지역에서 매장을 운영하며 창고형 할인 매장의 형태를 띄고 있음 - 한국 음식점을 함께 운영함 - 홈페이지는 따로 존재하지 않으며 필리핀 한인 온라인 커뮤니티인 필리핀인러브 커뮤니티를 통해 정보 제공			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	교민·직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	24시간			
	주소	HK Sun Plaza, Diosdado Macapagal Blvd, Pasay, 1300 Metro Manila			
	상권	상업 지구 및 유명 관광지인 Dampa 수산시장 근방에 위치하여 유동인구 많음. 창고형 할인매장으로 유명하여 필리핀 현지인과 한국 교민들 중 단골이 많으며, 재고가 풍부함			
	VMD	취급 브랜드	청정원(ChungjungOne)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: jinmart.team@gmail.com - 전화번호: +63-2-587-8884 (파사이 HK 선플라자점)			

자료: 진마트(Jin Mart)

사진 자료: 진마트(Jin Mart) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



필리핀 진마트 현지매장 방문 당시 티백을 비롯한 육수용 조미료 제품을 모두 한 곳에 모아 비치해두었으며, 매대는 상온 매대임. 농축 및 티백형 조미료는 모두 한국의 청정원 제품을 구비해두었음. 패키징 형태는 한국에서도 흔히 판매되는 파우치 형태였으며, 제품 겉면에는 필리핀 또는 영어로 라벨링된 제품이 많지 않았음. 다만 해당 방문 매장에서 별도로 제품 매대에 꽂아두는 라벨에 제품의 한국어 이름 및 영어 이름을 가격과 병행하여 표기해둠

자료: 진마트(Jin Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 진마트(Jin Mart) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	티백 조미료	청정원 (ChungJungOne)	맛선생 해물국물내기 티백	한국	499페소 (약 1만 1,562원)	9g * 8개입	
2	액체 조미료	청정원 (ChungJungOne)	맛선생 사골육수 농축	한국	182페소 (약 4,217원)	12g * 5개입	
3	티백 조미료	청정원 (ChungJungOne)	맛선생 고기삶는 티백	한국	176페소 (약 4,078원)	6g * 5개입	
4	티백 조미료	청정원 (ChungJungOne)	맛선생 황태 국물내기 티백	한국	319페소 (약 7,391원)	8g * 8개입	

자료: 진마트(Jin Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 진마트(Jin Mart) 현지 매장 방문

② 아씨마트

기업 기본 정보	기업명	아씨마트(Assi Mart)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.facebook.com/assiphils			
	위치	메트로마닐라(Metro Manila)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 5개			
	기업 요약	1997년 설립된 필리핀 내 가장 오래된 한인마트 업체임 - 온라인 쇼핑 플랫폼을 통해 일부 오프라인 판매 품목을 병행 판매함 - 필리핀 수도권 지역인 메트로마닐라(Metro Manila) 지역을 비롯하여 필리핀 전역에서 한인 마트 운영 중			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	교민·직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	24시간			
	주소	Tuscany, Upper McKinley Rd, Taguig, 1634 Metro Manila			
	상권	필리핀 내 부촌 지역 근방인 맥킨리에 위치하고 있으며 주상복합빌딩 내에 입점함. 아파트 주민이 주요 고객이며, 매장 근처에 한국 국제학교가 있어 다수의 교민들이 이용함 또한 매장 근방의 빌딩에 삼성 등의 회사가 있어 종합적으로 유동인구가 많은 곳임			
	VMD	취급 브랜드		청정원(ChungJungOne)	
		진열 방식		카테고리별 진열	
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: martassishin@gmail.com - 전화번호: +63-917-702-9954			

자료: 아씨마트(Assi Mart)

사진 자료: 아씨마트(Assi Mart) 현지 매장 방문, 구글맵(Google Maps)

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



필리핀 아씨마트 현지 매장에서는 하나의 티백 조미료를 취급하고 있었으며, 이전의 진마트와 동일하게 청정원 브랜드만을 구비해둠. 티백 조미료 제품은 기타 레토르트 식품과 함께 상온 매대에 비치되어 있었음. 해당 제품에 대한 타갈로그어 또는 영어 라벨링은 별도로 표기되어 있지 않았고, 매장에서도 별도 표기 해주지 않았음. 다만 제품 전면의 오른쪽 윗부분에 얇은 글씨로 'DRIED POLLACK FLAVOR SOUP STOCK BAG'이라고 표기됨

입점 제품 리스트

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	티백 조미료	청정원 (ChungJungOne)	맛선생 만능육수 티백	한국	406페소 (약 9,407원)	9g * 8개입	

자료: 아씨마트(Assi Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 아씨마트(Assi Mart) 현지 매장 방문

③ 에스엠수퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	에스엠수퍼마켓(SM Supermarket)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	smmarkets.ph		
	위치	메트로마닐라(Metro Manila)		
	규모	매출액('20)	약 2,556억 9,400만 페소(약 5조 9,244억 원) ³⁴⁾	
기타 규모		• 매장 수('21): 61개		
기업 요약	• 코로나19 기간 지역 농수산물 생산자 지원을 위한 Kasama ng SM(You are with SM) 캠페인 진행 • 퍼스널쇼퍼 프로그램을 필리핀 식료품 유통채널 중 처음으로 도입함			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 전화번호(에스엠수퍼마켓 및 세이브모어): +63-2-8-833-8539/8836 - 전화번호(에스엠하이퍼마켓): +63-2-8-831-1212 - 이메일: cservice@smsupermarket.com - 페이스북: @SMMarkets		

자료: 에스엠리테일(SM Retail), 에스엠수퍼마켓(SM Supermarket)

사진 자료: 에스엠수퍼마켓(SM Supermarket) 현지 매장 방문

34) 에스엠리테일(SM Retail)의 소매유통 매출액 합산임

④ 퓨어골드

기업 기본 정보	기업명	퓨어골드(Puregold)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.puregold.com.ph	
	위치	메트로마닐라(Metro Manila)	
	규모	매출액	약 27억 5,100만 달러(약 3조 2,176억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 241개
	기업 요약	1998년 설립됨 - 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드인 퓨어골드 외에도 에스엔알(S&R) 할인점 및 외식업체 등 운영 - 자사 모바일 어플리케이션을 통해 쇼핑 가능하며, 이외에도 드라마 등 미디어 콘텐츠 제작사로서의 역할도 수행 중 - 지캐시(GCash) 모바일 결제를 2019년부터 도입한 첫 오프라인 유통채널임	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 주류, 담배류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 전화번호: +63-2-524-4351 - 이메일: customerservice@puregold.com.ph - 페이스북: @puregold.shopping	

자료: 퓨어골드(Puregold), 미국농무부(USDA), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 퓨어골드(Puregold)

VI. 진입장벽

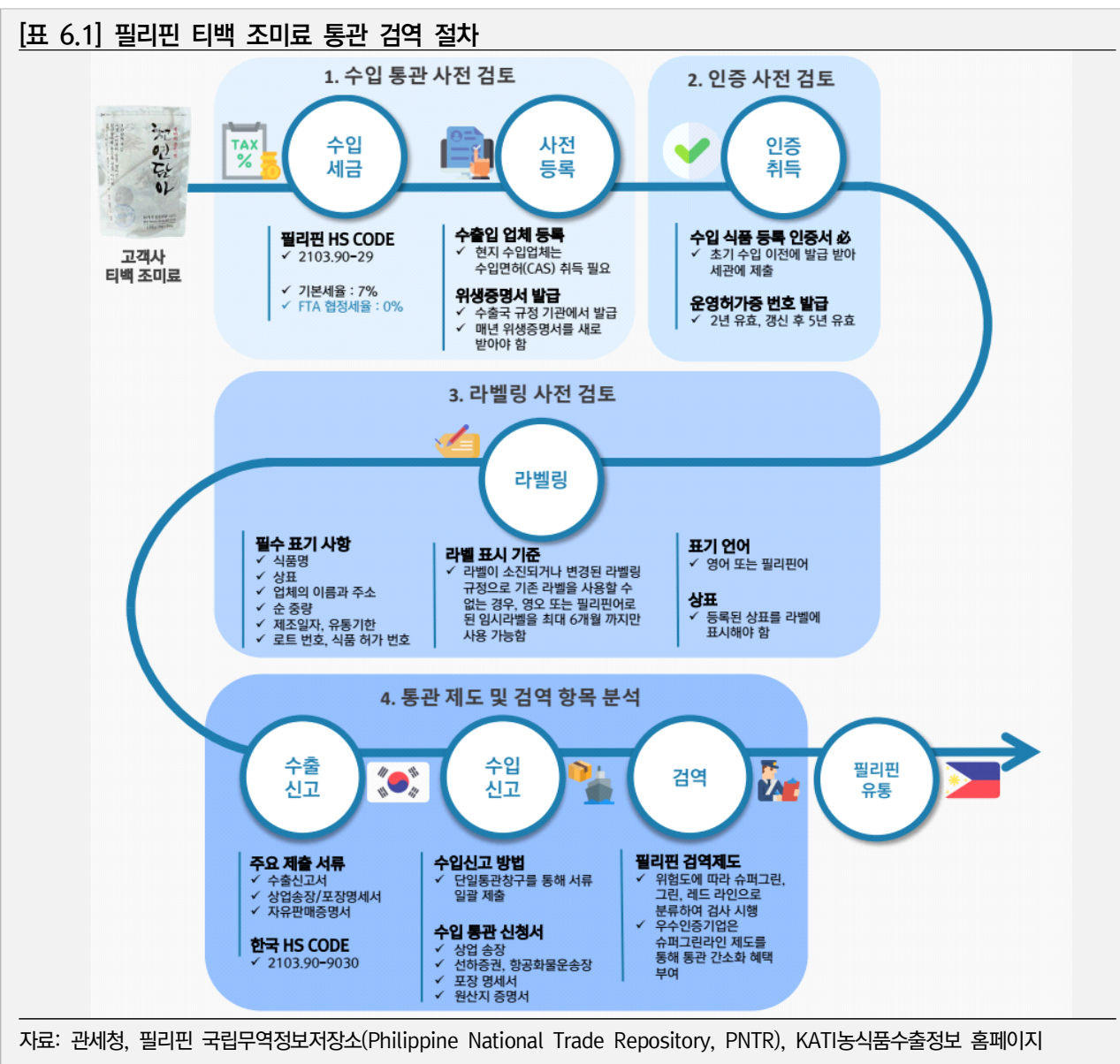
1. 필리핀 티백 조미료 통관 및 검역 절차
2. 필리핀 티백 조미료 품질 인증
3. 필리핀 티백 조미료 라벨링
4. 필리핀 티백 조미료 성분 및 유해물질

1. 필리핀 티백 조미료 통관 및 검역 절차³⁵⁾

▶ 필리핀 티백 조미료 수출 시, 수입 적합 여부 확인 필요

필리핀은 수입 물품에 대해 수입허가품목, 수입제한품목, 수입금지품목으로 분류, 관리하고 있어 필리핀 수입서비스국(BIS, Bureau of Import Service)을 통해 사전 수입 적합 여부와 규제를 확인해야 함. 수입자는 필리핀 국세청(BIR)에 기업정보를 등록하고 수입면허(CAS)를 획득해야 하며, 수입면허는 관세청(BOC)과 국세청에 모두 등록하도록 하고 있음. 또한, 통관 시에 한국 식품의약품안전처에서 위생 증명서를 발급받아 영업허가증과 상품등록인증서와 함께 제출해야 함

[표 6.1] 필리핀 티백 조미료 통관 검역 절차



35) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 필리핀 티백 조미료 품질 인증

▶ 필리핀 티백 조미료, 영업허가증, 상품등록인증서 발급 必

수입 식품은 상업적으로 유통되기 전, 식약청(FDA)에 제품을 등록해 상품등록인증서(CPR)를 발급받아 수입세관에 제출해야 하며, 현지 수입업체는 영업허가증(LTO) 번호를 발급받아야 함. 농수산물이 원재료인 고객사 제품은 식품등록과정에서 재료가 원물 상태에 가까운 경우, 식물산업국, 동물산업국, 수산자원국의 별도 규정이 적용되어 검사나 등록, 추가 증명서를 요구할 수 있음. 그 외에 별도의 필수로 받아야 하는 제품 인증은 없으며 식품 생산에 관한 글로벌 인증이나 유기농 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 6.2] 필리핀 티백 조미료 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
Global GAP	농산물 우수관리 인증	글로벌 공통 인증	농산물 우수관리 인증기관	
IFOAM	유기농 제품 인증	글로벌 공통 인증	IFOAM 공식 인증기관	
OCCP	유기농 제품 인증	필리핀 내 민간 인증	필리핀 유기인증센터 (Organic Certification Center of The Philippines)	

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 필리핀 수입 허가서 발급 및 수입 식품 등록(LTO, CPR)

수입 식품 등록 영업허가증 (LTO) 발급	신청 절차	• 식약청 홈페이지를 통해 신청 • 식품 위험도에 따라 허가증을 발급하며, 고위험도로 분류된 식품은 우선순위로 검사를 진행함 • LTO의 유효기간은 2년이며, 갱신된 이후 5년간 유효함
	구비 서류	• 통합신청서, 수수료 지급 증명서 • 업체 등록 증명서 - 개인기업의 경우 통상산업부(DTI)에 등록한 유효한 인증서, 법인의 경우 증권거래위원회(SEC)에 등록한 유효등록증, 정관, 해당하는 관련 문서 - 협력 회사의 경우 CAD(Cooperative Development Authority)의 인증서 • 업체 소재지 증명서 - 신청서에 작성된 시설 또는 주소를 지원자가 소유하지 않는 경우 사용 중인 시설의 공증된 임대계약서가 필요함 - 신청서에 작성된 시설 또는 주소를 지원자가 소유하고 있는 경우에는 양도 권리증서 사본이 필요함 • 제품 목록 - 제조, 가공 또는 재포장된 제품의 브랜드 이름 목록 - 유통, 판매되는 제품 목록(제품이 제조되는 회사의 이름과 주소 또는 제품이 마지막으로 포장되는 시설의 회사 이름과 주소)과 제품 식별 번호 • 제조업체의 위치와 관련된 자료
수입 식품 등록 상품등록인증서 (CPR) 발급	신청 절차	• 수입면허를 취득한 수입업체가 온·오프라인 절차를 통해 신청 가능함 • 온라인으로 평가 신청서 제출, 수수료 결제, 제품등록 신청서 제출, 기술 평가 후 상품등록인증서(CPR) 발급됨 • 오프라인으로 제품등록 신청, 관련 정보 입력, 요구 서류 업로드, 수수료 결제, 검토 후 상품등록인증서(CPR) 발급됨 • 상품등록인증서 발급 시, 티백 조미료는 1유형 식품으로 분류 • 소요기간은 일반적으로 3~6개월 소요됨
	구비 서류	• 평가표(Assessment Slip) • 면허가 있는 수입업체의 신청서 • 공증된 진술서(Affidavit of undertaking) • 제품 분류에 따른 제품 목록과 라벨, 2장 이상의 제품 사진 • 대리점 계약서, 판매 인증서, 위촉장, 견적 송장, 제조업체의 양해각서 중 하나를 제출해야 함 • 제조자 GMP 인증서 혹은 그에 동등한 서류, 유효한 위생증명서, 원산국에서 발행한 HACCP 인증서, 원산국 인증기관이나 원산국의 필리핀 영사관에서 발행한 자유 판매증명서 중 하나를 제출해야 함 • 표준과 규제에 부합함을 증명하는 검사증명서

자료: 필리핀 식약청(FDA), 「농식품 해외인증등록정보 종합가이드」

3. 필리핀 티백 조미료 라벨링

[표 6.4] 필리핀 티백 조미료 라벨링 규정

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 영어 또는 필리핀어로 표기 • 수입식품의 경우, 외국어로 표기된 정보는 반드시 영문 번역이 필요함
	2. 식품명	• 식품의 본질을 나타내는 구체적이고 일반적인 이름을 사용해 표시해야 함 • 식품 기준상 특정 식품에 대한 식품명이나 이름이 설정된 경우, 그중 하나의 이름을 사용해야 함 • 소비자에게 혼동되지 않을 적절한 설명을 제공해야 함 • 소비자가 식품의 본질과 상태를 이해할 수 있도록 제품명과 함께 포장 유형이나 제품의 형태에 관한 문구를 추가해 사용할 수 있음 (예 : 건조, 동결건조, 농축, 훈제 등) • 제품명은 포장의 주 디스플레이에 대문자와 굵은 글자로 영구적으로 표시되어 소비자가 알아볼 수 있어야 함
	3. 상표	• 등록된 상표(명)가 있다면 등록된 것과 같은 상표(명)를 라벨에 표시해야 함 • 시설에 등록된 상표명 또는 상표가 있는 경우, 해당 상표권자 또는 소유자가 해당 상표명 또는 상표를 해당 상표의 표지에 반드시 표시해야 하지만 추가 가공을 할 경우 표시할 수 없음 • 사용된 브랜드명 또는 상표는 제품 이름과 함께 표시되어야 하며, 오해의 소지가 있거나, 기만, 혼동 혹은 어떤 점에서든 그 성격이나 본질에 대해 잘못된 인상을 주어서는 안 됨 • 동일 제품 분류의 식품의약품 안전청에 이미 등록된 상표명 또는 AO No. 2005-0016 AO No. 2005-0016에 근거한 공적 도덕에 어긋나거나 외설적이거나 모욕적인 상표명과 같은 브랜드 이름은 허용되지 않음. 단, 같은 브랜드 소유자가 허락한 경우 이름을 사용할 수 있음
	4. 업체의 이름과 주소	• 식품의 제조업자, 재포장 업자, 포장 업자, 수입업자, 무역업자 및 배급업자의 이름과 주소는 현지에서 제조된 제품의 라벨에 표시해야 함 • 포장된 제품이 라벨에 표시된 사람 또는 회사에 의해 제조되지 않은 경우, 이름은 “Manufactured for” 또는 “Packed for”와 유사한 표현으로 기재되어야 함 • 수입제품의 경우, 수입자와 원산지 국가의 완전한 이름과 주소가 기재되어야 함

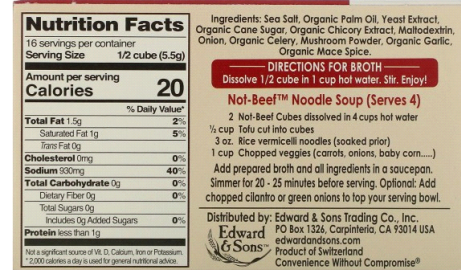
출처: 필리핀 보건부(Department of Health)

[표 6.4] 필리핀 티백 조미료 라벨링 규정

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 순 중량	- 순 내용물은 주요 디스플레이 패널 혹은 정보패널에 미터법과 같은 국제적 단위로 기재되어야 함 - 고체 식품의 경우, 무게로 표시함. 단, 해당 식품을 번호별로 판매할 때는 계산서를 작성해야 함
	6. 제조 일자, 유통기한	- 제조 일자, 유통기한은 일, 월, 년 순으로 눈에 잘 띄도록 해야 함 - 혼란을 피하고자 날짜와 연도는 숫자로 기재하며, 월은 문자로 기재해야 함 (예 : 01Jan12)
	7. 로트(LOT) 식별 번호	- 동일한 조건에서 동일한 기간 생산된 식품의 수량을 나타냄 10cm² 미만의 포장으로 판매되거나 즉각적인 포장으로 판매되는 경우를 제외하고 로트 식별 번호는 영구적으로 표시되어야 함
	8. 식품 허가번호	필리핀 식약청에서 식품 허가로 부여받은 식품 허가번호를 포장 외관에 눈에 띄는 곳에 영구적으로 표시되어야 함
	9. 표시 기준	- 라벨은 눈에 잘 띄는 곳에 영어 또는 필리핀어로 표기된 정확한 정보가 단일 스티커로 쉽게 제거할 수 없도록 단단하게 부착되어야 함 - 수입 물품은 필리핀 내 최종소비자가 원산지를 알 수 있도록 눈에 띄는 위치에 알기 쉽게 필리핀 내 공식 언어(영어)로 표기해야 함 - 수입제품의 라벨링에는 원산지, 브랜드, 트레이드 마크, 물리적/화학적 구성 성분, 순 중량, 크기, 제조업자의 주소 등의 정보가 필수적으로 포함되어야 함. 위반 시 5,000페소의 벌금 및 6개월의 징역형이 부과됨 - FDA에서 허가한 기존의 라벨이 소진되거나 자주 변경되는 라벨링 규정으로 기존 라벨을 사용할 수 없는 경우, 영어 또는 필리핀어로 된 임시 라벨 스티커를 사용할 수 있지만, 이 스티커의 사용기한은 6개월을 초과할 수 없음 - 포장된 농산물의 경우, 영양과 관련된 표시가 면제됨 - 식품의 올바른 사용을 보장하기 위한 특별한 방법이나 보관 조건이 있는 경우 그를 표기해야 함 - 일반적으로 미국의 식품 라벨링 기준이 필리핀에서 넓게 인정되며 수용되고 있음

출처: 필리핀 보건부(Department of Health)

▶ 필리핀 티백 조미료 라벨 표본



[앞면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① Since 1978
Edward & Sons Trading company
- ② Not-Beef 8 Bouillon Cubes
- ③ Vegan & Gluten free
- ④ Recipe on back
- ⑤ Net wt. 3.1oz 88g
- ⑥ Season soup, chili, gravy & more
- ⑦ Serving suggestion

[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 국문]

- ① 1978년부터
에드워드 앤 손스 무역주식회사
- ② 소고기 미포함 부용 8 개입
- ③ 비건, 글루텐 프리
- ④ 조리법은 뒷면에 있습니다
- ⑤ 순 중량 3.1온스 88g
- ⑥ 육수, 고추, 그레이비 등
- ⑦ 조리 예

[뒷면 - 영어]

① Nutrition Facts

- 16 servings Per Container
- Serving Size : 1/2 cube (5.5g)

	Amount Per Serving	% Daily Value
Calories	20	
Total Fat	1.5g	2%
Saturated Fat	1g	5%
Trans Fat	0g	-
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	930mg	40%
Total Carbohydrate	0g	0%
Dietary Fiber	0g	0%
Total Sugars	0g	-
Includes 0g Added Sugar	-	0%
Protein	less than 1g	-

- Not a significant source of Vit. D, Calcium, Iron or Potassium.

*2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

② Ingredients

- Sea salt
- organic palm oil
- yeast extract
- organic cane sugar
- organic chicory extract
- maltodextrin
- onion
- organic celery
- mushroom powder
- organic garlic
- organic mace spice

③ Directions for Broth : Dissolve 1/2 cube in 1 cup hot water. Stir. Enjoy!

④ Not-Beef (TM) Noodle Soup (Serves 4)

- 2 Not-Beef Cubes dissolved in 4 cups hot water

[뒷면 - 국문]

① 영양 정보

- 패키지당 16인분
- 1회 제공량 : 큐브 반개 (5.5g)

	1회 제공량	% 1일 섭취율
열량	20	
총 지방	1.5g	2%
포화 지방	1g	5%
트랜스 지방	0g	-
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	930mg	40%
총 콜레스테롤	0g	0%
식이섬유	0g	0%
총 설탕	0g	-
첨가당 포함	-	0%
단백질	1g 미만	-

- 비타민 D, 칼슘, 철, 칼륨은 중요한 요소가 아닙니다.

*1일 2,000칼로리는 일반적인 영양 조언으로 사용됩니다.

② 재료

- 바다 소금
- 유기농 팜유
- 효모 추출물
- 유기농 사탕수수 설탕
- 유기농 치커리 추출물
- 말토덱스트린
- 양파
- 유기농 셀러리
- 버섯 분말
- 유기농 마늘
- 유기농

③ 육수 만드는 법 : 뜨거운 물 1컵에 큐브 반개를 녹입니다. 저어서 바로 즐기세요!

④ 소고기 미포함 국수 만들기 (4인분 기준)

- 큐브 2개를 뜨거운 물 4컵 분량에 녹입니다.

- 1/2 cup Tofu cut into cubes
- 3oz. Rice vermicelli noodles (soaked prior)
- 1 cup Chopped veggies (carrots, onions, baby corn, etc)
- Add prepared broth and all ingredients in a saucepan.
- Simmer for 20~25 minutes before serving.
- Optional : Add chopped cilantro or green onion to top your serving bowl

⑤ Distributed by :
 Edward & Sons Trading CO., Inc.
 PO Box 1326, Carpinteria, CA
 93014 USA
 edwardandsons.com

⑥ Product of Switzerland

⑦ Convenience Without Compromise

- 두부 반 컵 분량을 준비합니다.
- 미리 삶아 둔 당면을 3온스 준비합니다.
- 당근, 양파, 꼬마 옥수수 등을 잘게 썬 야채 한 컵 분량을 준비합니다.
- 준비된 모든 재료를 육수에 넣습니다.
- 먹기 전까지 20~25분 동안 끓입니다.
- 옵션 : 제공하는 요리 위에 다진 고수 또는 대파를 추가할 수 있습니다.

⑤ 유통업체 :
 에드워드 앤 손스 무역 주식회사
 우편함 1326, 카핀테리아, 캘리포니아
 93014 미국
 edwardandsons.com

⑥ 스위스 생산

⑦ 타협 없는 편의성

4. 필리핀 티백 조미료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

필리핀 식약청에서는 ‘Bureau Circular No. 2006-016 || Updated List of Food Additive’ 규정을 통해 식품첨가물의 목록과 그 허용기준을 제시하고 있음. 한편, 식약청은 규정 내 식품 분류 체계는 식품첨가물 사용의 구분을 위한 도구로 여기서 사용된 식품 기술어는 합법적인 제품명이나 라벨을 붙이는 데 사용되기 위한 것이 아님을 명시하고 있음. 하기 표는 고객사 티백 조미료에 해당하는 식품첨가물 목록이며, 전체 식품첨가물 목록은 필리핀 식약청 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 티백 조미료에 적용되는 필리핀 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	아세설팜 칼륨	Acesulfame potassium	110mg/kg	수프 및 소스용 건조 베이스 믹스
2	아디페이트	Adipates	20mg/kg	
3	알리탐	Alitame	40mg/kg	
4	알루라 레드 AC	Allura red AC	300mg/kg	
5	아스파탐	Aspartame	600mg/kg	
6	부틸히드록시아니솔	BHA (Butylated hydroxyanisole)	300mg/kg	
7	칸타크산틴	Canthaxanthin	100mg/kg	
8	프로필 몰식자산염	Gallate, Propyl	200mg/kg	
9	인디고카민	Indigotine	300mg/kg	
10	폴리디메틸실록산	Polydimethylsiloxane	10mg/kg	

출처: 필리핀 농수산물표준국(BAFS), 식약청(FDA)

4. 필리핀 티백 조미료 성분 및 유해물질

▶ 유해물질

필리핀 식품 유해물질에는 필리핀 농수산물표준국에서 규정, 관리하는 ‘식품과 사료의 오염물질 및 독소에 대한 일반 규정’이 적용됨. 오염물질은 식품과 사료에 의도적으로 첨가되지 않은 특성 미세 균류의 독성 대사물질을 포함하여 자연적으로 발생하는 독성 물질이 암묵적으로 포함되는 것으로 정의하고 있음. 하기 표는 티백 조미료에 적용되는 유해물질 목록과 그 기준임. 더욱 자세한 규정은 필리핀 농수산물표준국 홈페이지 내 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 티백 조미료에 적용되는 필리핀 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	아플라톡신	Aflatoxin ³⁶⁾	10 μ g/kg	수프 및 소스용 건조 베이스 믹스
2	납	Lead	0.01g/kg	

출처: 필리핀 농수산물표준국(BAFS), 식약청(FDA)

36) Aflatoxin B1, B2, G1, G2 전체를 포함함. 견과류를 포함하는 식품에 해당함

▶ 알레르겐

필리핀으로 식품 수출 시, 라벨링 규정에 따라 ‘알레르겐 정보 : -이 포함됨’ 문구로 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대해 표시해야 함. 이 규정은 글루텐 함유 곡물, 갑각류, 달걀 등 8가지 알레르겐 성분을 정의하고 있으며, 그 외 필리핀 식약청에서 공지하는 성분을 포함하는 제품은 라벨에 그 성분을 포함하고 있음을 반드시 표기해야 함. 고객사 티백 조미료 원재료에는 필리핀에서 식품 유통 시 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발성분이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.7] 고객사 티백 조미료 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 알로에음료 포함 여부
1	의무	글루텐을 함유한 곡물	-
2	의무	갑각류 및 그 제품	-
3	의무	계란 및 계란 제품	-
4	의무	생선 및 수산물	-
5	의무	땅콩, 콩 및 그 제품	-
6	의무	견과류 및 그 파생물	-
7	의무	우유 및 유제품(유당 포함)	-
8	의무	10mg/kg 이상의 농도의 아황산염	-

출처 : 필리핀 식약청(FDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 샤인 케이마트(Shine Kmart)

Interview ② 케이엠삼기코리안미니마트

(KM Samgy Korean Mini Mart)

Interview ③ 파물레이(Famulei)

필리핀(Philippines) 인터뷰 대상 선정	샤인 케이마트 (Shine Kmart)	케이엠삼기코리안미니마트 (KM Samgy Korean Mini Mart)	파물레이 (Famulei)
인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○	유통업체	유통업체	유통업체
과일 취급 ▶		(-)	
	다시다	(-)	다시다
사진 자료:	해당 업체 판매 페이지		

필리핀(Philippines) 유통업체 및 인터뷰 요약			
고객사	제품 수요	제품 피드백	유통채널
샤인 케이마트 (Shine Kmart) ----- 유통업체	- 조미료 및 소스류 수요 높음 - 필리핀산 조미료 인기 많음 - 한국산 소스는 장류가 주를 이룸	- 티백 형태 낯설음 - 가격 적당함	- 한국인 거주지역 유통 추천 - 중국 수입업자와의 협업
케이엠삼기코리안 미니마트 (KM Samgy Korean Mini Mart) ----- 유통업체	- 조미료 및 소스류 수요 높음 - 한국산보다는 필리핀산 조미료 인기 많음	- 파우더 형태의 조미료 제품 선호 - 가격 적당하지만 물류비용 고려 필요	- 한국인 거주지역 유통 추천 - 온라인 및 오프라인 유통 병행
파물레이 (Famulei) ----- 유통업체	- 조미료 제품 수요 높음 - 필리핀산 선호	가격 비쌈	온라인 유통 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사

Interview ① 샤인 케이마트(Shine Kmart)

37)

샤인 케이마트
(Shine Kmart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 케존에 위치한 한인마트로, 한국산 제품들을 판매 중임
 - 현재 자사 온라인 홈페이지와 그래프마트를 통해 판매 중임
 - 면, 스낵, 냉동식품, 음료, 소스 등의 제품 판매 중임

담당자 정보

Store Manager

샤인 케이마트(Shine Kmart)
Store Manager

Q. 필리핀 내 조미료와 소스류의 수요는 어떠한가요? 다시다 등 한국산 조미료에 대한 수요는 존재하나요?

필리핀 소비자들은 짭 맛을 좋아하기 때문에 조미료와 소스류 제품에 대한 수요는 높은 편입니다. 대개 스프나 스튜 등의 전채요리에 사용합니다. 저희 가게에서 한국산 조미료는 판매량이 높지만, 보통 국, 찌개 등 한국 음식에만 사용되는 편이라 크노르(Knorr)와 같은 조미료의 인기가 더욱 높습니다. 필리핀 소비자들 집에서 삼겹살을 요리하는 법을 알게 되면서 된장과 쌈장과 같은 장류가 한국 소스류 중 가장 인기가 많습니다.

Q. 기존의 파우더 형태가 아닌 티백 형태의 고객사 제품에 대해 어떻게 생각하시나요? 가격은 적당한가요?

필리핀 소비자들은 고체나 파우더 형태의 조미료에 익숙하기 때문에 티백 형태는 이들에게 낯설 것이며, 익숙해지는데 시간이 걸릴 것으로 예상합니다. 가격의 경우, 필리핀 내 파우더 조미료는 100g당 100페소(한화 약 2,317원³⁸⁾)에, 티백 형태는 8개에 300페소(한화 약 6,951원)에 판매하고 있습니다. 따라서 FOB가 3.05달러(한화 약 3,567원³⁹⁾)인 고객사 제품은 소비자 가격이 크게 오르지 않는다면 적당하다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물들을 원료로 사용했는데, 해당 요소가 필리핀 소비자들의 구매 요인이 될 수 있을까요?

필리핀 소비자들은 해당 제품의 원료가 100% 한국산인지에 대해서는 크게 신경쓰지 않습니다. 최종 제품이 한국산으로 표기된다면 그것으로 만족하는 소비자들이 대다수입니다. 맛의 경우, 필리핀 소비자들은 소고기맛을 가장 선호하지만 새우와 게와 같은 해산물 또한 좋아합니다.

37) 사진자료: 샤인 케이마트(Shine Kmart)홈페이지

38) 1페소 : 23.17원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

39) 1달러 : 1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에 있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

필리핀 소비자들은 제품의 인증 여부를 확인하지 않기 때문에 크게 고려할 부분은 아니라고 생각합니다.

Q. 티백 형태의 100% 한국산 제품을 필리핀 내 유통한다면, 주요 타겟층은 누구이며 어떠한 유통 경로를 추천하시나요?

우선 고객사 제품의 주요 타겟층이 필리핀 내 거주하는 한국인들이기 때문에 마카티와 같은 도시 및 루존섬에 우선적으로 유통하는 것을 추천합니다. 또한, 팬데믹 내 집에서 다양한 요리를 시도하는 30대 이상의 소비자들도 타겟층이 될 수 있을 것입니다. 한국 음식의 경우 주로 한인 식품점을 통해 판매되고 있지만 중국계 필리핀 수입업자들이 한국 제품의 주요 수입업체이기 때문에 이들과의 사업 전개 또한 고려하는 것을 추천합니다.

Q. 식료품 기업들의 필리핀 시장 진입 시 고려해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

현재 코로나19로 인해 물류 상황이 매우 복잡하기 때문에 이를 고려한 진출 전략을 수립해야 합니다.

Interview ② 케이엠삼기코리안미니마트 (KM Samgy Korean Mini Mart)

40)

●
케이엠삼기코리안미니마트
(KM Samgy Korean Mini Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 루존섬에 위치한 한인마트로, 한국산 제품들을 판매 중임
 - 현재 오프라인 매장을 통해 판매 중임
 - 면, 스낵, 냉동식품, 음료, 소스 등의 제품 판매 중임

담당자 정보

Owner



케이엠삼기코리안미니마트 (KM Samgy Korean Mini Mart) Owner

Q. 필리핀 내 조미료와 소스류의 수요는 어떠한가요? 다시다 등 한국산 조미료에 대한 수요는 존재하나요?

필리핀 소비자들은 조미료와 소스류 제품을 자주 구매하지만, 저희 가게의 경우 면류와 냉동식품류가 가장 인기가 많습니다. 조미료류 제품은 스투나 스프와 같은 음식에 주로 사용되며, 필리핀 음식이 가장 대중적이기 때문에 한국 조미료 제품보다는 필리핀 시즈닝에 대한 수요가 더 높습니다.

Q. 기존의 파우더 형태가 아닌 티백 형태의 고객사 제품에 대해 어떻게 생각하시나요? 가격은 적당한가요?

필리핀 소비자들은 파우더 형태의 시즈닝에 익숙하기 때문에 이를 선호합니다. 고객사 제품의 가격인 3.05달러(한화 약 6,951원)는 비싸지는 않지만 물류비용 또한 고려해야 할 것입니다. 또한, 코로나19가 종식되면 조미료를 포함한 모든 식료품의 수요가 상승하여 다시 코로나19 이전 수준으로 회복될 것입니다.

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물들을 원료로 사용했는데, 해당 요소가 필리핀 소비자들의 구매 요인이 될 수 있을까요?

필리핀 소비자들은 해당 제품의 원료가 100% 한국산인지 따져보지 않습니다. 구입할 때 제품이 한국 제품이면 만족하는 소비자들이 대다수입니다. 맛의 경우, 필리핀 소비자들은 소고기맛을 가장 선호하지만 해산물 또한 좋아합니다.

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에 있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

저희 고객 중에 인증에 대해 묻거나 확인한 적은 없어 이점은 크게 고려하지 않아도 된다고 생각합니다.

Q. 티백 형태의 100% 한국산 제품을 필리핀 내 유통한다면, 주요 타겟층은 누구이며 어떠한 유통 경로를 추천하시나요?

주요 타겟층은 한국 요리를 하는 가정집, 혹은 한국인일 것입니다. 최근 필리핀 내 한국인의 수가 늘어났기 때문에 루존섬에 위치한 저희 매장에도 주부들이 많이 방문하고 있습니다. 현재 한국 식료품은 오프라인과 온라인 매장을 통해 판매되고 있기 때문에 고객사 또한 온라인과 오프라인을 병행하는 것을 추천합니다.

Q. 식료품 기업들의 필리핀 시장 진입 시 고려해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

경쟁제품 및 기업에 대한 대응 전략을 수립해야 합니다. 저희 또한 루존섬 지역에 가장 먼저 설립된 한인 마트이지만, 이후 동일한 한국 제품을 판매하는 매장들이 많이 생겨났습니다.

Interview ③ 파물레이(Famulei)

41)

파물레이
(Famulei)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 마닐라에 위치한
아시안마트로, 한국산 및
중국산 제품들을 판매
중임
 - 현재 오프라인 매장 및
온라인 자사몰을 통해
판매 중임
 - 면, 스낵, 냉동식품,
음료, 소스 등의 제품
판매 중임

담당자 정보

Store Manager

파물레이(Famulei)
Store ManagerQ. 필리핀 내 조미료와 소스류의 수요는 어떠한가요? 다시다 등 한국산
조미료에 대한 수요는 존재하나요?

필리핀 소비자들은 조미료 제품을 좋아하지만 한국산 다시다를 아는 소비자는 많지 않습니다. 한국산 제품보다는 필리핀산 조미료 제품이 인기가 있으며 주로 스투와 스프에 사용하는 편입니다.

Q. 고객사 제품의 가격에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

고객사 제품의 FOB 가격인 3.05달러(한화 약 6,951원)는 지금 현재 저희가 판매하고 있는 250g 다시다 제품에 비하면 비싸다고 생각합니다. 또한, 전반적인 시장의 경쟁이 심화됐기 때문에 높은 가격은 수요에 영향을 끼칠 수도 있습니다.

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물들을 원료로 사용했는데, 해당 요소가
필리핀 소비자들의 구매 요인이 될 수 있을까요?

해당 제품의 원료가 100% 한국산인지 따져보는 소비자는 거의 없습니다. 주로 텔레비전 및 온라인 사이트에서 자신들이 본 제품들을 곧바로 구매하는 편입니다.

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에
있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

필리핀 소비자들은 제품의 인증 현황에 대해서 확인을 하지 않기 때문에 크게 고려할 부분은 아니라고 생각합니다. 가끔 해당 제품이 비건 제품인지에 대해 묻는 경우를 제외하고는, 인증을 고려하지 않습니다.

Q. 티백 형태의 100% 한국산 제품을 필리핀 내 유통한다면, 주요 타겟층은 누구이며 어떠한 유통 경로를 추천하시나요?

저희 매장의 경우, 30대에서 50대 사이 소비자들이 주로 제품을 구매합니다. 장년층의 경우 한국산 원료와 재료에 대해 관심이 있으며, 젊은 층은 한국 문화에 열광하는 팬들이 대다수입니다. 또한, 최근 가장 많은 인기를 얻고 있는 유통 경로는 온라인이기 때문에 이를 추천합니다.

Q. 식료품 기업들의 필리핀 시장 진입 시 고려해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

경쟁기업 및 경쟁제품입니다. 최근 상황 때문에 물류가 원활하지 않음에도 불구하고 한인 마트는 지속해서 증가하고 있기 때문입니다.

VIII. 시사점

시장수요



필리핀 현지인은 맵고, 짜고, 신맛이 나는 자극적인 식품을 좋아하며, 튀기거나 볶은 기름진 음식을 주로 소비함. 이에 따라 조미료와 소스류의 소비가 높은 편임. 또한 코로나19 기간 집에서 간편하게 요리를 원하는 필리핀 소비자들의 편의성에 대한 수요가 증가함에 따라 필리핀 '부용' 시장은 지난 5년(2016~20년)간 연평균 9% 성장했으며, 향후에도 이러한 성장세가 지속될 것으로 전망됨

한편, 조사 제품에 해당하는 HS CODE 2103.90의 對글로벌 수입액 중 한국 점유율은 2%에 불과했으며, 실제로 판매 제품 확인 결과 한국산 제품은 청정원의 티백 조미료 및 육수 제품, CJ의 다시다 제품 정도만이 확인됨. 이 외에 다양한 현지산, 수입산 제품이 판매되고 있으며, 수입 의존도는 태국, 중국, 미국 순으로 높았음

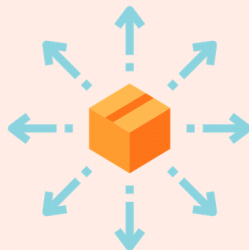
제품 트렌드



필리핀 인기 조미료 제품

필리핀 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 육수 및 조미료 확인 결과, 고객사 제품과 같은 티백 형태 제품은 1개 확인되었으며, 큐브와 가루 등 고체 형태가 액상형 대비 압도적으로 많았음. 성분 관련, 새우, 멸치 등의 해산물보다 버섯, 치킨, 쇠고기, 양파, 마늘 등의 육류나 채소 관련 키워드가 빈출함. 홍보문구 1위 또한 '비건'으로, 채소 성분이 빈출한 것과 연관성을 보임. 이 외에 '글루텐 프리', '건강한', '유기농' 등 건강한 제품을 강조하는 키워드가 많았음. 이 외에 '미식가', '프리미엄', '엄선함' 등 고품질 및 프리미엄 제품을 강조하는 키워드들도 다수 확인됨. 따라서 고객사 제품 홍보 시 '천연 재료를 티백에 담아 재료 본연의 맛을 내는 다시팩', '글루텐 프리 천연 티백 조미료', '한국산 천연 재료를 통해 깊고 진한 맛을 내는 프리미엄 조미료' 등으로 홍보할 수 있음

유통채널



고객사 제품과 같은 한국산 티백 조미료의 경우, 아직 로컬 대형 하이퍼/슈퍼마켓에서는 판매되지 않을 것으로 예상됨. 현지 한인마켓 방문 결과 청정원의 티백 조미료가 소량 판매되고 있었음. 필리핀은 동남아 최대 한류 문화 집결지라 할 수 있을 정도로 한인 커뮤니티가 넓게 퍼져 있고 현지 한인마켓만으로도 진출 초기 충분한 수요를 충족시키는 측면이 있음. 이에 따라 아씨마트, 진마트, 제이와이유마트 등 현지 한인/아시안마트로 초반 진입을 추천함. 필리핀 내 한인 수입업체가 주로 자사 슈퍼마켓 체인으로 한국식품을 공급하거나, 중국계 필리핀 수입업체들이 주로 한국 제품을 수입함

이 외에 최근 1인 가구가 증가하여, 간편하게 구입할 수 있는 온라인 채널의 점유율이 확대되고 있기 때문에, 라자다, 쇼피와 같은 온라인 채널로의 유통도 추천함. 온라인 채널은 아직 인지도가 낮은 티백 형태 조미료의 사용법에 대한 상세한 설명이 가능하다는 장점이 있음

고객사 티백 조미료 진출전략



아직 필리핀에 해산물 주재료의 티백 조미료에 대한 인지도가 매우 낮으므로, 한인 커뮤니티 위주로 진입할 것을 추천함. 특히 필리핀은 한인 커뮤니티와 유통채널이 탄탄하게 구축되어 있다는 장점이 있음. 로컬 소비자 타깃을 원할 시, 해산물 보다는 양파, 마늘, 쇠고기, 버섯 등의 성분을 선호하며 티백 형태에 익숙하지 않은 현지인의 식습관을 철저히 조사해야 함. 또한 이에 따른 제품 현지화가 필요할 것임. 티백 형태 그대로의 수출을 원할 시 오프라인 매장 시식 행사 등을 통해 티백 조미료의 사용 방법이나 간편함에 대한 프로모션이 필요할 것으로 예상됨

통관·검역 관련, 수입면허를 취득한 수입업체를 통해 상품등록인증서 발급이 필수이며, 라벨은 영어나 필리핀어로 표기해야 함. 필리핀은 라벨링 규칙 등 수입규정이 자주 바뀌는 편이므로 주의가 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in the Philippines」, 2021.02
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the Philippines Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the Philippines Country Report」, 2021.02
4. 씨엔엔필리핀(CNN Philippines), 「Department store offers free “personal shopper” services to busy customers」, 2020.12
5. 한국농수산물유통공사(aT), 「필리핀 식품 유통시장 현황 및 진출 확대전략」, 2017.10
6. 연합뉴스, 「이마트, 필리핀 노브랜드 5호점 개점…“올해 5곳 추가 출점”」, 2021.04
7. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the Philippines Country Report」, 2021.02
8. 비즈니스월드(BusinessWorld), 「MerryMart, FoodPanda tie up for online-only groceries」, 2020.09
9. 한국농수산물유통공사(aT), 「필리핀, 식품 온라인몰 현황」, 2018.06
10. 한국농수산물유통공사, 「2020 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사」, 2020
11. 한국농수산물유통공사, 「농식품 수출국가정보」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 라자다(Lazada) (www.lazada.com.ph)
5. 쇼피(Shopee) (shopee.ph)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 알리바바(Alibaba) (www.alibabagroup.com)
9. 쇼피(Shopee) 필리핀 (www.shopee.ph)
10. 에스엠수퍼마켓(SM Supermarket) (smmarkets.ph)
11. 에스엠리테일(SM Retail) (www.sminvestments.com)
12. 퓨어골드(Puregold) (www.puregold.com.ph)
13. 미국농무부(USDA) (gain.fas.usda.gov)
14. 농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
15. 노브랜드(No Brand) 필리핀 페이스북 페이지 (www.facebook.com/NoBrandPHofficial/)
16. 제이와이마트(JYU Mart) 필리핀 페이스북 페이지 (www.facebook.com/JYUMartPH)
17. 아씨마트(Assi Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/assiphils)
18. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
19. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
20. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
21. 국가법령정보센터 (www.law.go.kr)
22. 필리핀 관세청(Tariff commission of Republic of the Philippines) (tariffcommission.gov.ph)
23. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
24. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
25. 필리핀 농무부(Department of Agriculture) (www.da.gov.ph)
26. 필리핀 식약청(FDA, Food and Drug Administration) (www.fda.gov.ph)
27. 필리핀 식물산업국(BPI, Bureau of Plant Industry) (www.buplant.da.gov.ph)
28. 필리핀 통상산업부(Department of Trade and Industry) (www.bps.dti.gov.ph)
29. 필리핀 보건부(Department of Health) (doh.gov.ph)
30. 필리핀 정부 통합 홈페이지(GOV.PH) (www.gov.ph)
31. 필리핀 농수산물표준국(BAFS) (bafs.da.gov.ph)
32. 필리핀 국립무역정보저장소(Philippine National Trade Repository, PNTR) (www.pntr.gov.ph)
33. 샤인케이마트(Shine Kmart) (www.shinekmart.com)
34. 케이엠삼기코리아미니마트(KM Samgy Korean Mini Mart) (www.facebook.com/KM-SAMGY-Korean-Mini-Mart)
35. 파물레이(Famulei) (www.famulei.ph)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.12.31

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea