

필리핀, 소스, 드레싱, 조미료 시장현황

2018년 6월 25일

□ 키워드 : 소스, 드레싱, 조미료

□ 시장 규모 및 추세

○ 판매 증가

- 유로모니터에 따르면, 소스, 드레싱, 조미료는 2017년 시장 판매액 32.4백만PHP(필리핀 페소)와 판매량 270,000톤으로 각각 전년대비 5%와 3%가 증가함

○ 가격 상승

- 2017년 소스, 드레싱, 조미료의 평균 단가는 약 3% 인상됨

□ 상품 및 판매

▷ 고성장 판매 제품

○ 파스타 소스

- 파스타 소스는 2017년 9%의 판매액 성장률을 기록하며 가장 빠르게 성장 중임
- 크리스마스에 RFM Corp, UFC Philippines Inc, Del Monte Philippines 등의 파스타 건면과 소스를 묶음판매 판촉행사로 판매량 급증 (필리핀인은 크리스마스 등 기념일에 파스타를 직접 요리하며, 완제품 소스를 구매)

○ 조리용 소스, 고형 육수(Stock Cube), 고형 분말(Stock Powder), 바베큐 소스

- 표준화된 맛과 간편성을 이유로 해당 제품들의 소비자들 수요가 증가하여 2016년보다 판매가 크게 증가함

▷ 다량 판매 제품

○ 소스 종류

- 대형 슈퍼마켓에서 많이 판매되는 소스 제품으로는 bagoong(새우맛 페이스트), lechon sauce(구운 돼지고기용 소스), 토마토 소스가 있음

▷ 소량 판매 제품

- Gravy
 - 그레이비(Gravy) 큐브나 파우더 제품의 취급 소매점이 많지 않음
- 우스터소스(Worcestershire Sauce), 스테이크 소스
 - 현지식 요리에 잘 사용되지 않으며 중산층 이상의 소비자들만 구매하여 수요가 적은 편임

▷ 신상품

- 신상품 특징
 - 다양한 맛의 새로운 제품이 개발되어 시장에 등장함
 - 그 외 조리의 간편화와 특수 기능을 목적으로 한 제품도 있음

필리핀 소스, 드레싱, 조미료 신상품 정보

제조사	신상품 정보
Maggi (Nestlé Philippines Inc)	- 상품 : Sinigang(신맛 나는 스튜)를 끓일 때 쓰는 예제 분말(Stock Powder) - 맛 : Green Mango Surprise, Pineapple Surprise - 출시 : 2016년
Golden Fiesta Big Crunch Fry & Shake (UFC Philippines Inc)	- 상품 : 튀김가루 믹스 - 맛 : 신맛 나는 크림, 치즈, 훈제BBQ - 출시 : 2017년 6월
Unilever Food Solutions Philippines	- 상품 : Golden Salted Egg Powder - 상품개발 : 외식산업에서 '소금간 된 계란 노른자'가 많이 쓰이는 것에 착안
Maggi (Nestlé Philippines Inc)	- 상품 : Magic Isda - 용도 : 생선을 튀길 때 잡내와 비린내를 잡아줌 - 출시 : 2017년 1분기
Mama Sita (Marigold Mfg Corp)	- 상품 : 타마린드 시즈닝 맛 페이스트 - 용도 : 현지 대중 음식인 Sinigang(신맛 나는 스튜)를 요리할 때 쓰이는 스톡 큐브와 파우더를 대체

RFP Corp	<ul style="list-style-type: none"> - 상품 : Royal Spaghetti Sauce - Sweet Tomato Basil - 타겟 : 상류층 소비자 - 출시 : 2016년 말
----------	---

* 출처 : 유로모니터

▷ 상품 종류별 판매

- 소스 종류별 판매량
 - 소스 판매량은 바비큐 소스(고기 재우는 용도)가 스테이크 소스보다 많음
 - 토마토 소스는 필리핀 요리의 돼지고기 스투에 쓰이며 수요가 일정 부분 존재함

□ 주요 기업과 제품

▷ 현지 기업

- Unilever Foods Philippines(CMC)
 - 해당 기업의 제품은 식품시장의 18%를 장악하며 점유율 1위를 기록
 - 제품 중 주요 판매 제품군은 스톡 큐브와 파우더, 액체 스톡, 마요네즈, 샐러드 드레싱 등이 있음
 - 해당사의 주요 상표로는 Knorr, Bestfoods, Lady's Choice 등이 있음 (Knorr의 스톡큐브와 파우더는 시장의 98%를 장악)
 - 해당사의 브랜드 제품들은 여러 소매점에 유통되며 골고루 높은 수익률을 내고 있음
- RFP Corp
 - 파스타 소스 시장에서는 RFM Corp의 White King Fiesta Spaghetti Sauce가 12%로 가장 빠른 판매액 성장을 보이고 있음

▷ 해외 기업

- Ajinomoto Philippines Corp(일본기업)
 - 2017년 2월 런칭한 새 브랜드 Sarsaya의 제품으로 재밀봉이 가능한 용기에 담긴 200g의 Sweat & Sour Sauce와 156g의 굴 소스를 판매
- Nestle Philippines Inc(스위스기업)
 - 마늘과 양파를 베이스로 만들어진 올인원 시즈닝 Maggi Magic Sarap(15g)를 5PHP(필리핀페소)에 판매

- 알뜰형 상품으로 소비자들에게 어필 중임

▷ 기업 비교

- 기업의 국적별 강점
 - 현지 기업들의 가격경쟁력과 현지화된 맛을 강점으로 가지며, 시장의 약 30%를 점유하고 있음
 - 글로벌 기업 제품의 강점은 성분과 맛이 다양한 제품으로, 여러 요리에 사용이 가능함

□ 브랜드

- 현지 브랜드
 - 고기를 재울 때 쓰는 바베큐 소스는 Clara Ole (Sysu International Inc), Mama Sita (Marigold Mfg Corp), Datu Puti (Southeast Asia Food Inc) 등 현지 브랜드가 불특정 다수 소비자를 겨냥한 제품으로 시장을 장악하고 있음
- 현지 외국계 브랜드
 - Del Monte Philippines Inc는 스타 셰프 Nigella Lawson과 함께 2016년 9월에 Contadina 브랜드를 런칭함
 - 제품 라인에는 Napoletana, Aglio Arrosito, Pesto alla Genovese, Formaggio, Arrabbiata와 같은 여러 종류의 파스타 소스가 있음
- 수입 브랜드
 - Lea & Perrins International은 'Lea & Perrins Isang Kutsara Nationwide Cooking Challenge'를 개최하여 Worcestershire Sauce (우스터 소스, 영국식 발효 소스)의 사용법 홍보
 - Ventura Foods(Marie's, Hidden Valley, Smokehouse 220 barbecue sauce 등 소매 브랜드 보유)는 Oleo-Fats Inc와 제휴하여 마가린, 마요네즈, 식용유, 쇼트닝 제품의 주문제작 및 판매를 진행

□ 소비자 선호도

- 구매행동
 - 묶음상품이나 할인 폭이 큰 프로모션 상품에 대한 구매빈도가 높음
 - 일정한 맛을 내기 위한 소스류 제품군(국물내기용 스프, 고기재우는 양념장 등)은 주기적으로 같은 브랜드의 것을 지속적으로 구매
- 구매처

- 소스 구매처는 sari-sari store(집근처 구멍가게)와 대형 슈퍼마켓이 각각 49%와 40%를 차지함
- 집근처 구멍가게는 요리하다 재료가 떨어졌을 때 바로 사올 수 있는 편리성이 주 이유임
- 민감도
 - 소스류에 대하여 현지 소비자들이 가장 민감하게 받아들이는 부분은 가격임
- 인식
 - MSG에 대하여 소비자들의 인식은 부정적임
- 포장
 - 대부분의 소매점에서 판매되는 제품은 포장된 제품들이고, 대다수 소비자가 위생 이유로 포장된 소스 제품 선호
 - 저소득층이 이용하는 재래시장에서는 포장되지 않은 소스류 제품들이 소량으로 판매
 - 밀봉이 불가능한 제품에 대하여, 다른 용기에 옮겨 담는 것을 매우 불편해하며 비선호함
- 수입상품 선호도
 - 수입상품은 단가가 비싸고 입맛에 맞지 않아 현지 소비자들은 수입상품 소비의 필요성을 느끼지 못함

□ 출처

< 관련 기사 >

1. Euromonitor, 'Country Report > Sauces, Dressings and Condiments in the Philippines', 2017.11.

<http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>

2. The Republic of Philippines, 'Securing The Future of Philippine Industries'.

<http://industry.gov.ph/industry/condiments/>

3. Market Research, 'Dressings (Seasonings, Dressings & Sauces) Market in Philippines - Outlook to 2021: Market Size, Growth and Forecast Analytics', 2017.12.

<https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Dressings-Seasonings-Sauces-Philippines-Outlook-11409724/>

4. Statista, 'Sauces and Condiments > Philippines'.

<https://www.statista.com/outlook/40070000/123/sauces-and-condiments/philippines#market-volumePerCapita>