

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-18
품목 | 컵우동(Cup Udon)
HS CODE | 1902.19-9000
국가 | 멕시코(Mexico)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 경쟁제품

1. 멕시코 컵우동 경쟁제품 선정	06
2. 멕시코 컵우동 경쟁제품 조사지표 선정	11
3. 멕시코 컵우동 경쟁제품 현지조사 결과	12

III. 경쟁기업

1. 멕시코 컵우동 경쟁기업 선정	26
2. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현지화 분석 기준	27
3. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	29

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 독수리(Doksuri)	38
2. 아션온 마트(Asianon Mart)	40
3. 아티 케이스(Atti Case)	42

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

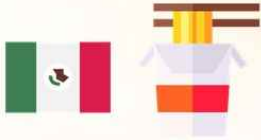
경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 벤치마킹 제품 분석	47
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	52

VI. 시사점

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE: 1902.19-9000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

멕시코 컵우동 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존

메르카도리브

월마트



돈베이 키츠네 우동



템푸라 우동



유에프오 카마론 푸에고



템푸라 우동

아카이 키츠네
인스턴트 우동

컵 누들 콘 카마론

오프라인 주요 경쟁제품

볼 콘 카마론, 리몬
이 아바네로(마루찬)막시 소파 닛신
쿠차레아블레(닛신 푸드)가격 35페소
(2,617원)

중량 94.3g

온라인 및 오프라인에서
동시 판매가격 24페소
(1,794원)

중량 80g

동일 품목 제품 중 중량
대비 가장 저렴한 가격

경쟁기업 3개사 분석

닛신 푸드



포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

유니레버



포장 현지화 ●

홍보 현지화 ①

온/오프라인 모두 입점

마루찬



포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

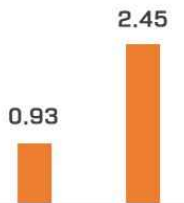
홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

10g당 가격

단위: 페소

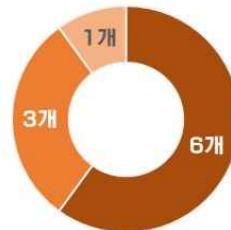
고객사
제품경쟁제품
평균

중량

단위: g

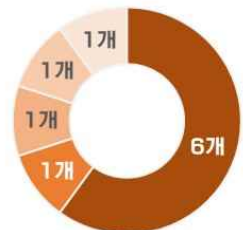
고객사
제품경쟁제품
평균

브랜드 국적



■ 일본 ■ 미국 ■ 영국

유통기한

■ 12개월 ■ 15개월
■ 8개월 ■ 7개월
■ 표기 없음

요약

Point
01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 2.45페소(183원)으로 고객사 제품 가격대보다 다소 높은 편
- 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 편, 제품 현지화를 위해 포장 중량 감소 고려 가능

Point
02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 매운맛 강화 및 새우를 포함한 해산물 맛 제품 개발 권장
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 멕시코 소비자 컵우동 제품에 대해 '맛', '제품 종류' 관심도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 멕시코 컵우동 경쟁제품 선정
2. 멕시코 컵우동 경쟁제품 조사지표 선정
3. 멕시코 컵우동 경쟁제품 현지조사 결과

1. 멕시코 컵우동 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	A사 컵우동
제품 종류	컵우동
중량	192g
포장	플라스틱 뚜껑, 종이컵
특징	기름에 튀기지 않고, 한 번 삶은 우동 면을 사용해 건강한 간편식 면류 제품

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : A사 컵우동
 - 제품 종류 : 컵우동
 - 중량 : 192g
 - 포장 형태: 플라스틱 뚜껑, 종이 컵
 - 특징 : 삶은 우동 면을 사용해 건강한 간편식 면류 제품



Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 메르카도리브르(Mercadolibre)
 3. 월마트(Walmart)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 아마존/메르카도리브르/월마트에서 확인 : 3개 제품



Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품 및 컵라면 제품 추가 선정
- ③ 조사 지표 선정



Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 컵우동 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 컵우동 및 다양한 맛의 컵라면 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

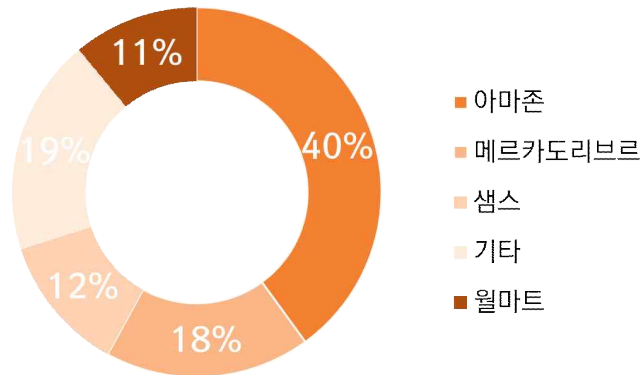
앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 멕시코 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 일본산 제품이 압도적으로 많이 팔리고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨

멕시코 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	건강, 뷰티, 생활용품, 식품, 전자제품 등
 메르카도리브	전자제품, 생활용품, 패션, 건강, 액세서리, 식품 등
 월마트	가전제품, 음료, 휴대폰, 식품, 사무용품 등

[표 2.1] 멕시코 온라인 쇼핑몰 점유율

(단위: %)



자료 : 스탯ISTA(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 멕시코 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	컵우동	닛신 (Nissin)	돈베이 키츠네 우동 (Donbei Kitsune Udon)	일본	2,233페소 (166,939원 ²⁾)	95g*12개	
2	컵우동	A사	템푸라 우동 (Tempura Udon)	한국	약 110페소 (49,342원)	75g*6개	
3	컵우동	마루찬 (Maruchan)	아카이 키츠네 인스턴트 우동 (Akai Kitsune Instant Udon)	일본	약 2,070페소 (154,753원)	94g*6개	

1) 조사일(2023.07.14.) 기준

2) 1페소=74.76원 (2023.06.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

[표 2.2] 싱가포르 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

메르카도리브르 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	컵우동	A사	템푸라 우동 (Tempura Udon)	한국	65페소 (4,859원)	75g	
2	컵우동	마루찬 (Maruchan)	아카이 키츠네 인스턴트 우동 (Akai Kitsune Instant Udon)	일본	85페소 (6,355원)	94g	
3	컵우동	닛신 (Nissin)	돈베이 키츠네 우동 (Donbei Kitsune Udon)	일본	약 2,779페소 (207,758원)	95g*12개	
월마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	컵우동	닛신 (Nissin)	유에프오 카마론 푸에고 (U.F.O. Camarón Fuego)	일본	5페소 (374원)	105g	
2	컵우동	닛신 (Nissin)	컵 누들 콘 카마론 (Cup Noodles Con Camarón)	일본	9.5페소 (710원)	64g	
3	컵우동	유니레버 (Unilever)	크노르 카마론 이 칠레 피킨 (Knorr Camarón Y Chile Piquin)	영국	5.4페소 (404원)	64g	

자료: 아마존(Amazon), 메르카도리브르(Mercado Libre), 월마트(Walmart) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 메르카도리브르(Mercado Libre), 월마트(Walmart) 홈페이지

3) 조사일(2023.07.14.) 기준

4) 조사일(2023.07.14.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 멕시코 바하칼리포르니아 정보⁵⁾⁶⁾

인구	376만 9,020명
면적	71,546km ²

▶ 멕시코 바하칼리포르니아 주, 방문지역으로 선정

멕시코의 북서부에 위치한 바하칼리포르니아 주는 멕시코에서 12번째로 큰 주임. 티후아나는 주 내에서 가장 북쪽에 위치해 미국 샌디에고 국경을 접하고 있는 도시로, 멕시코와 미국을 잇는 교통의 중심지임. 멕시코는 코로나 팬데믹으로 받은 경제적, 사회적 타격을 거시경제 프레임워크를 통해 회복하고 있음. 그중 전기, 전자, 철도 부품 및 농축산 제품에서의 수출이 상당 부분을 차지함⁷⁾. 바하칼리포르니아 주는 티후아나를 통해 미국과 활발히 교류하며, 칼리 바하 메가지역(Cali Baja Mega-region)에 포함되어 2018년 기준 총 243억 달러의 수출을 이뤄낸 지역임⁸⁾. 고객사 제품 HS CODE인 1902.19호 품목 수입규모는 이탈리아와 미국, 그리고 중국이 1, 2, 3위를 차지하고 있는 것으로 조사됨⁹⁾

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓 외 2곳

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 멕시코 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	소리아나(Soriana), 월마트(Walmart), 코스트코(Costco)
슈퍼마켓	칼리맥스(Calimax), 체드라우(Chedraui), 카사 레이(Casa Ley)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 옥소(OXXO), 엑스트라(Extra), 씨클케이(Circle K)
드럭스토어	파르마시아 과달라하라(Farmacia Guadalajara), 쥐엔씨(GNC)
온라인	아마존(Amazon), 메르카도리브르(Mercado Libre), 월마트(Walmart)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 멕시코 정부 홈페이지

6) 자료: 캘리포니아 상원 국제관계국 홈페이지

7) 출처: OECD iLibrary

8) 출처: US San Diego, 「Report: Cali Baja Mega-Region Exports \$24.3B Worth of Goods, Services Internationally」, 2018. 07. 13

9) 출처: ITC Trade Map

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 소리아나(Soriana), 칼리맥스(Calimax), 세븐일레븐(7-Eleven), 옥소(OXXO)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 컵우동: 우동에 뜨거운 물을 부어 먹을 수 있도록 컵에 포장된 간편식 제품. 고객사 요청에 따라 컵우동과 유사한 다양한 맛의 컵라면 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 멕시코 컵우동 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류 컵우동, 컵라면
	오프라인	온라인	
① 유에프오 카마론 푸에고 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (월마트, 메르카도리브르)	○
② 컵 누들 콘 카마론 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	(-)	○
③ 유에프오 레스 테리야키 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (월마트, 메르카도리브르)	○
④ 크노르 카마론 이 칠레 피킨 (유니레버)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (월마트, 메르카도리브르)	○
⑤ 인스턴트 룡크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (마루찬)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (아마존, 메르카도리브르)	○
⑥ 인스턴트 룡크 셀렉트 콘 카마론 이리몬 (마루찬)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	(-)	○
⑦ 컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (메르카도리브르)	○
⑧ 컵 누들 콘 카마론 피칸테 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (메르카도리브르)	○
⑨ 막시 소파 닛신 쿠차레아블레 (닛신 푸드)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	(-)	○
⑩ 볼 콘 카메론, 리몬 이 아바네로 (마루찬)	○ (소리아나, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소)	○ (아마존, 메르카도리브르)	○

(*) 현지 판매 컵우동 경쟁제품 10개 분석

2. 멕시코 컵우동 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 멕시코 컵우동 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 멕시코 컵우동 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	컵우동	우동에 뜨거운 물을 부어 먹을 수 있도록 컵에 포장한 간편식 제품
포장 형태	비닐, 종이/ 스티로폼 컵	비닐 또는 종이 소재의 외포장/ 스티로폼 소재의 컵
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛
	홍보문구	제품의 홍보문구
	수입자	제품의 수입상 정보
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 멕시코 컵우동 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 멕시코 바하칼리포르니아 주에 위치한 하이퍼마켓 외 2곳

멕시코 바하칼리포르니아 주에 위치한 하이퍼마켓인 소리아나와 슈퍼마켓인 칼리맥스, 편의점인 세븐일레븐과 옥소를 방문함. 소리아나는 플라자 리오(Plaza Rio) 쇼핑몰 내에 입점해 있으며, 옥소는 플라자 아스테카(Plaza Azteca) 쇼핑몰 외곽에 위치함. 칼리맥스와 세븐일레븐은 단독 매장 형태임. 4개의 방문 매장은 모두 국경과 가까운 티후아나 강 근처 상업 지역에 위치한 것으로 확인됨

[표 2.6] 멕시코 방문 매장 및 특징

방문 매장명	소리아나 (Soriana)	칼리맥스 (Calimax)
방문 매장 전경		
구분	하이퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	3	1
조사 매장 특징	· 멕시코의 대표적인 소매 업체 · 멕시코 내 127개 매장을 운영하고 있음	· 티후아나에 본사를 둔 슈퍼마켓 체인 · 티후아나를 중심으로 78개 매장을 운영하고 있음
방문 매장명	세븐일레븐 (7-Eleven)	옥소 (OXXO)
방문 매장 전경		
구분	편의점	편의점
조사 제품 수	3	3
조사 매장 특징	· 글로벌 편의점 브랜드 · 멕시코 내 약 1,800개 매장을 운영하고 있음	· 멕시코에 본사를 둔 편의점 체인 · 멕시코 내 약 17,400개 매장을 운영하고 있음

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 모두 4개 매장 전체에서 판매

소리아나(Soriana), 칼리맥스(Calimax), 세븐일레븐(7-Eleven), 옥소(OXXO) 총 4개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 조사된 모든 제품이 방문한 4개의 매장 전체에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

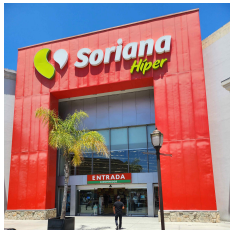
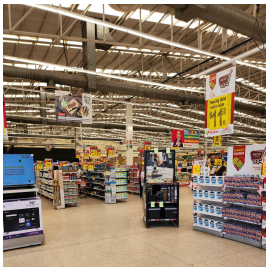
경쟁제품 현황	판매 현황			
	소리아나	칼리맥스	세븐일레븐	옥소
① 유에프오 카마론 푸에고 (닛신 푸드)	○	○	○	○
② 컵 누들 콘 카마론 (닛신 푸드)	○	○	○	○
③ 유에프오 레스 테리야키 (닛신 푸드)	○	○	○	○
④ 크노르 카마론 이 칠레 피킨 (유니레버)	○	○	○	○
⑤ 인스턴트 룡크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (마루찬)	○	○	○	○
⑥ 인스턴트 룡크 셀렉트 콘 카마론 이리몬 (마루찬)	○	○	○	○
⑦ 컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (닛신 푸드)	○	○	○	○
⑧ 컵 누들 콘 카마론 피칸테 (닛신 푸드)	○	○	○	○
⑨ 막시 소파 닷신 쿠차레이블레 (닛신 푸드)	○	○	○	○
⑩ 볼 콘 카메론, 리몬 이 아바네로 (닛신 푸드)	○	○	○	○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 소리아나(Soriana)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
주류, 식품, 음료, 생활용품, 미용, 건강, 반려동물, 가전 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
플라자 리오 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾			소리아나는 1968년에 설립된 후 멕시코 전국 규모로 운영되는 하이퍼마켓 브랜드로 식품부터 주류, 생활용품, 가전제품 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음. 본사에서 신제품 홍보와 프로모션을 적극적으로 진행함
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	티후아나 P.º de los Héroes 95-C, Zona Urbana Rio Tijuana, 22010 Tijuana, B.C.
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 컵우동 경쟁제품 정보		
			
	유에프오 카마론 푸에고 (닛신 푸드)	컵 누들 콘 카마론 (닛신 푸드)	유에프오 레스 테리야키 (닛신 푸드)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 소리아나(Soriana) 페이스북 페이지

Shop ① 소리아나(Soriana)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	유에프오 카마론 푸에고 (U.F.O. Camarón Fuego)	컵 누들 콘 카마론 (Cup Noodles Con Camarón)
제조사 (현지어)	닛신 푸드 (Nissin Foods)	닛신 푸드 (Nissin Foods)
제품 종류	컵라면	컵라면
중량	105g	64g
소비자가격	24.90페소 (1,862원)	12페소 (897원)
100g당 가격	2.37페소 (177원)	1.88페소 (140원)
원산지	일본	일본
맛	매운 새우 맛	새우 맛
포장 형태 (외부/내부)	비닐/스티로폼 컵	종이/스티로폼 컵
홍보문구	(-)	(-)
유통기한	12개월	12개월
수입자 (현지어)	닛신 푸드 멕시코 (Nissin Foods de México)	닛신 푸드 멕시코 (Nissin Foods de México)
원료 및 첨가물	강화 밀가루, 식물성 기름, 물, 전분, 건조 야채, 요오드화 소금, 염화칼륨, 첨가당 등	강화 밀가루, 식물성 기름, 요오드화 소금, 건조 야채, 글루타민산 나트륨, 염화칼륨 등

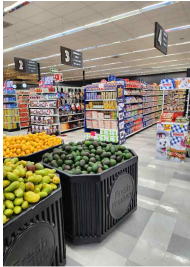
Shop ① 소리아나(Soriana)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	유에프오 레스 테리야키 (U.F.O. Res Teriyaki)
제조사 (현지어)	닛신 푸드 (Nissin Foods)
제품 종류	컵라면
중량	99g
소비자가격	24.90페소 (1,862원)
100g당 가격	2.52페소 (188원)
원산지	일본
맛	데리야키 맛
포장 형태 (외부/내부)	비닐/스티로폼 컵
홍보문구	(-)
유통기한	15개월
수입자 (현지어)	닛신 푸드 멕시코 (Nissin Foods de México)
원료 및 첨가물	강화 밀가루, 식물성 기름, 물, 대두 질감, 전분, 첨가당, 간장 분말, 양배추 후레이크 등

Shop ② 칼리맥스(Calimax)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
가공식품, 유제품, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품, 주류 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾	 칼리맥스는 1939년에 바하칼리포르니아에 설립된 후 처음에는 식료품점 및 정육점 형태에서 시작해, 1962년 초 본격적인 슈퍼마켓 체인 형태로 발전함. 현재는 멕시코 내 총 78개의 매장을 운영하고 있음. 식료품 외에도 생활용품, 주류 등 다양한 제품군을 취급하고 있음	
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	위치	도시(지역) 티후아나 상세주소 P.º de los Héroes 2150, Zona Urbana Rio Tijuana, 22320 Tijuana, B.C.
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
제품 판매 정보	판매 컵우동 경쟁제품 정보	
		
	크노르 카마론 이 칠레 피킨 (유니레버)	

사진자료: 현지조사원 자료

11) 칼리맥스(Calimax) 홈페이지

Shop ② 칼리맥스(Calimax)

	경쟁제품 ④
제품 사진	
제품명 (현지어)	크노르 카마론 이 칠레 피킨 (Knorr Camarón Y Chile Piquín)
제조사 (현지어)	유니레버 (Unilever Manufacturera)
제품 종류	컵라면
중량	64g
소비자가격	22.50페소 (1,682원)
10g당 가격	3.52페소 (263원)
원산지	영국
맛	새우, 고춧가루 맛
포장 형태 (외부/내부)	비닐/종이컵
홍보문구	곧!, 거부할 수 없는 크로느의 맛
유통기한	8개월
수입자 (현지어)	유니레버 멕시코 (Unilever México)
원료 및 첨가물	스프 페이스트, 물, 옥수수 전분, 요오드화 소금, 변성 감자 전분, 구아검 등

Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
커피, 베이커리, 가공식품,
즉석식품, 주류, 생활용품 등의
다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
티후아나 종합병원 옆에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 병원 방문자

브랜드 기본 정보 ¹²⁾			세븐일레븐은 전 세계적으로 널리 알려진 글로벌 편의점 체인으로, 멕시코에는 1976년 첫 매장이 설립됨. 멕시코에서는 현재 바하칼리포르니아를 포함한 12개 이상의 주에서 1,800여 개의 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	티후아나	
		상세주소	Blvd. Padre Kino 10951, Zona Urbana Rio Tijuana, 22010 Tijuana, B.C.	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
제품 판매 정보	판매 컵우동 경쟁제품 정보			
				
	인스턴트 룬크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (마루찬)	인스턴트 룬크 셀렉트 콘 카마론 이 리몬 (마루찬)	컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (닛신 푸드)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	인스턴트 룬크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (Instant Lunch Select Sabor a Pollo Con Vegetales)	인스턴트 룬크 셀렉트 콘 카마론 이 리몬 (Instant Lunch Select Con Camarón y Limón)
제조사 (현지어)	마루찬 (Maruchan)	마루찬 (Maruchan)
제품 종류	컵라면	컵라면
중량	64g	64g
소비자가격	12페소 (897원)	12페소 (897원)
10g당 가격	1.88페소 (140원)	1.88페소 (140원)
원산지	미국	미국
맛	닭, 채소 맛	새우, 레몬 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이/종이컵	종이/종이컵
홍보문구	(-)	(-)
유통기한	12개월	(-)
수입자 (현지어)	마루찬 멕시코 (Maruchan México)	마루찬 멕시코 (Maruchan México)
원료 및 첨가물	고농축 밀가루, 식물성 기름, 건조야채 10%, 식염, 첨가당, 염화칼륨 등	강화 밀가루, 식물성 기름, 식염, 건조야채, 말토덱스트린, 글루탐산나트륨, 건조 새우 등

Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

	경쟁제품 ⑦
제품 사진	
제품명 (현지어)	컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (Cup Noodles Dark Dragon Sabor Sala Negra y Limón)
제조사 (현지어)	닛신 푸드 (Nissin Foods)
제품 종류	컵라면
중량	64g
소비자가격	12페소 (897원)
10g당 가격	1.88페소 (140원)
원산지	일본
맛	매운 소스, 레몬 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이/스티로폼 컵
홍보문구	(-)
유통기한	12개월
수입자 (현지어)	닛신 푸드 (Nissin Foods de México)
원료 및 첨가물	강화 밀가루, 식물성 기름, 요오드화 소금, 건조 야채, 블랙 소스 양념, 질감 콩, 염화 포파숨 등

Shop ④ 옥소(OXXO)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
가공식품, 즉석식품, 주류,
생활용품 등의 다양한 제품을
판매
- 매장 주변 특징:
플라자 아즈테카 쇼핑몰 옆에
위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹³⁾			옥소는 1978년에 멕시코에 설립된 편의점 체인으로, 라틴 아메리카 전역과 미국 및 유럽의 일부 지역에서 23,500개 이상의 매장을 운영하고 있음. 다양한 지원 및 프로그램을 통해 지역 사회의 경제적, 사회적, 환경적 가치를 창출하려는 이념을 가짐	
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	티후아나	
		상세주소	Blvrd Gral Rodolfo Sánchez Taboada 9651, Zona Urbana Rio Tijuana, 22010 Tijuana, B.C.	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
제품 판매 정보	판매 컵우동 경쟁제품 정보			
				
	컵 누들 콘 카마론 피칸테 (닛신 푸드)	막시 소파 닛신 쿠차레아블레 (닛신 푸드)	볼 콘 카마론, 리몬 이 아바네로 (마루찬)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ④ 옥소(OXXO)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	컵 누들 콘 카마론 피칸테 (Cup Noodles Con Camarón Picante)	막시 소파 닛신 쿠차레아블레 (Maxi Soda Nissin Cuchareable)
제조사 (현지어)	닛신 푸드 (Nissin Foods)	닛신 푸드 (Nissin Foods)
제품 종류	컵라면	컵라면
중량	64g	80g
소비자가격	12페소 (897원)	24페소 (1,794원)
10g당 가격	1.88페소 (140원)	3페소 (224원)
원산지	일본	일본
맛	매운 새우 맛	매운 새우 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이/스티로폼 컵	종이컵
홍보문구	(-)	(-)
유통기한	12개월	12개월
수입자 (현지어)	닛신 푸드 멕시코 (Nissin Foods de México)	닛신 푸드 멕시코 (Nissin Foods de México)
원료 및 첨가물	강화 밀가루, 식물성 기름, 요오드화 소금, 건조 야채, 말토덱스트린, 동결건조 새우 등	강화 밀가루, 식물성 기름, 요오드화 소금, 말토덱스트린, 글루타민산나트륨, 양파 가루 등

Shop ④ 옥소(OXXO)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	볼 콘 카마론, 리몬 이 아바네로 (Bowl Con Camarón, Limón y Habanero)
제조사 (현지어)	마루찬 (Maruchan)
제품 종류	컵라면
중량	94.3g
소비자가격	35페소 (2,617원)
10g당 가격	3.71페소 (277원)
원산지	미국
맛	새우, 레몬, 하바네로 고추 맛
포장 형태 (외부/내부)	비닐/종이컵
홍보문구	(-)
유통기한	7개월
수입자 (현지어)	마루찬 멕시코 (Maruchan México)
원료 및 첨가물	강화 밀가루, 식물성 기름, TBHQ, 소금, 탄산칼륨, 탄산나트륨, 간장, 육사메타인산나트륨

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 멕시코 컵우동 경쟁기업 선정
2. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 멕시코 컵우동 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 3개사 선정

멕시코 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 90년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 90년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 닛신 푸드(Nissin Foods)는 1958년에 설립되어 65년의 업력을 보유하고 있으며, 유니레버(Unilever)는 1883년 설립 이후 140년째 사업을 이어오고 있음. 마루찬(Maruchan)은 1961년 설립된 후 62년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 컵우동 및 컵라면 품목 종류 조사

멕시코에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 컵우동 및 컵라면 품목 수를 조사한 결과, 닛신 푸드가 총 18개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로 마루찬은 6개, 유니레버는 3개의 동일 및 유사 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 컵우동 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 및 유사 품목 수
닛신 푸드	일본	65년	18개
유니레버	영국	140년	3개
마루찬	일본	62년	6개

자료: 멕시코 진출 컵우동 경쟁기업 3개사 분석

2. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 22년도 매출액
	직원 수
	기업 22년도 직원 수
③ 설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	컵우동 및 컵라면 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	소리아나, 칼리맥스 세븐일레븐, 옥소
온라인	아마존, 메르카도리브르, 월마트

3. 멕시코 컵우동 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 멕시코 오프라인 매장 진출

멕시코에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 경쟁기업으로 선정된 닛신 푸드, 유니레버, 그리고 마루찬은 모두 소리아나(Soriana), 칼리맥스(Calimax), 세븐일레븐(7-Eleven), 옥소(OXXO) 4곳에 입점한 것으로 확인됨. 3개사 중 닛신 푸드와 유니레버는 온라인 매장인 월마트(Walmart)와 메르카도리브르에, 마루찬은 아마존과 메르카도리브르에 입점해있는 것으로 조사됨

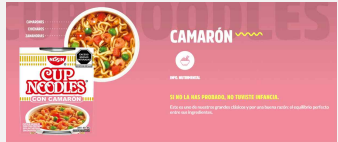
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 기업 및 제품 정보 제공

멕시코 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 닛신과 마루찬은 멕시코와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 유니레버는 북부 라틴 아메리카와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 그리고 3개사 모두 멕시코 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브 계정을 보유하고 있으며, 마루찬은 트위터도 운영 중인 것으로 조사됨. 한편, 유니레버의 글로벌 홈페이지를 통해 개별 브랜드 홈페이지 방문 시 별도의 브랜드 SNS 계정으로 연결되는 것을 확인함

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 경험 및 도전, 매운맛을 강조

멕시코 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품을 섭취함으로써 얻을 수 있는 경험 및 도전, 매운맛 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘마루찬 볼과 함께 더 큰 경험을 해보세요’ 등의 제품으로부터 얻는 경험이나 ‘당신만의 록밴드를 결성하시겠습니까?’, ‘새로운 컵누들 다크 드래곤을 맛보고 내면의 용을 끌어내세요’ 등의 도전 정신을 표현하는 문장이 사용되고 있음. 또한, ‘가장 멕시코적인 맛’, ‘불 새우’ 등의 수식어를 사용해 제품의 매운맛에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 멕시코 컵우동 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
닛신 푸드	- 오프라인 매장 - 소리아노 - 칼리맥스 - 세븐일레븐 - 옥소 - 온라인 매장 - 월마트 - 메르카도리브르	- 자사 홈페이지 (멕시코/글로벌) - SNS 플랫폼 (멕시코/글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 재료 간의 완벽한 균형입니다 - 일본에서 가장 멕시코적인 맛 - 불 새우 - 새로운 컵누들 다크 드래곤을 맛보고 내면의 용을 끌어내세요	
유니레버	- 오프라인 매장 - 소리아노 - 칼리맥스 - 세븐일레븐 - 옥소 - 온라인 매장 - 월마트 - 메르카도리브르	- 자사 홈페이지 (북부 라틴 아메리카/글로벌) - SNS 플랫폼 (권역/글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 개별 상품 및 홍보 페이지는 존재하나, 컵우동 및 컵라면 제품에 대한 정보는 없음	(-)
마루찬	- 오프라인 매장 - 소리아노 - 칼리맥스 - 세븐일레븐 - 옥소 - 온라인 매장 - 아마존 - 메르카도리브르	- 자사 홈페이지 (멕시코/글로벌) - SNS 플랫폼 (멕시코/글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 당신을 위한 더 많은 그릇 - 당신은 무엇을 선호하니까? 록 밴드를 보거나 당신만의 록 밴드를 결성하시겠습니까? - 마루찬 볼과 함께 더 큰 경험을 해보세요	

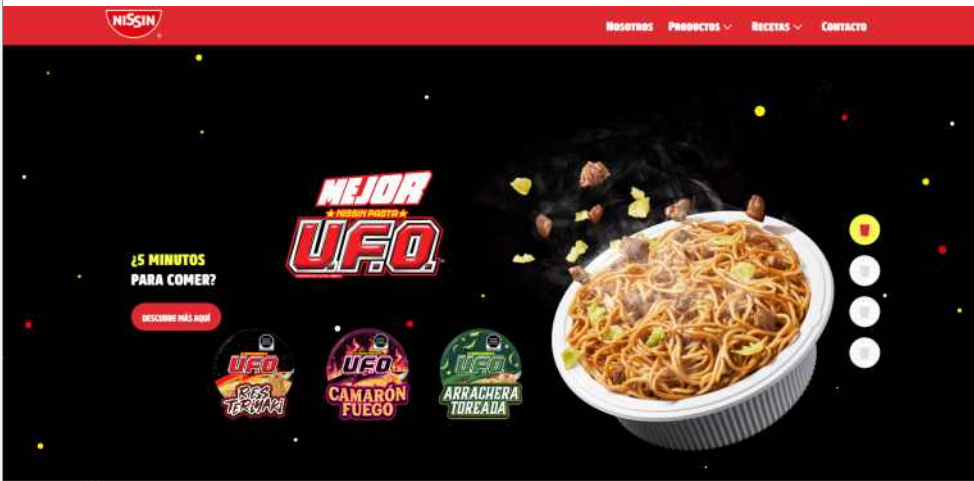
자료: 멕시코 진출 컵우동 경쟁기업 3개사 분석

① 닛신 푸드

기업 기본 정보	기업명	닛신 푸드		
	기업 설명	닛신 푸드는 1958년에 설립되었으며, 닛신 푸드 멕시코 법인을 별도로 2004년 10월에 설립함. 닛신푸드는 세계 최초로 인스턴트 라면을 개발한 일본 굴지의 식품 기업으로 봉지면과 용기면을 주력으로 생산하는 라면 전문 기업임		
	위치	Av. de las Partidas S/N, Cerillo II, 52004 Lerma de Villada, México		
	규모	동일 품목 수	18개	
		설립연도	1958년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 소리아노 칼리맥스 세븐일레븐 옥소 〈온라인 매장〉 월마트 메르카도리브르		제품명	유에프오 카마론 푸에고 (U.F.O. Camarón Fuego)
			중량	105g
			소비자가격	5.00페소 (1,642원 ¹⁴⁾)
			제품 종류	컵라면
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

14) 1페소=74.76원 (2023.06.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

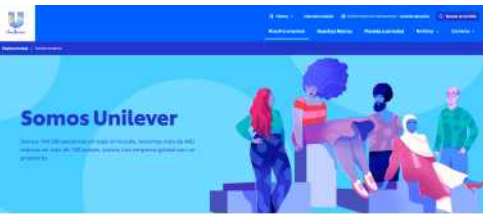
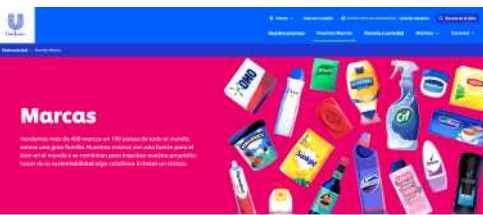
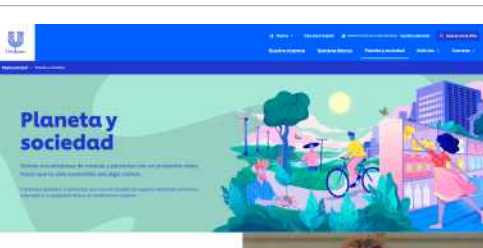
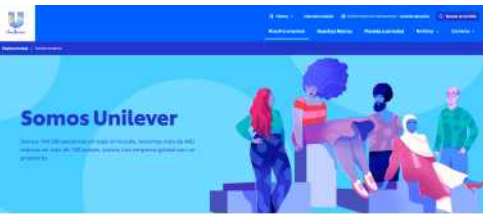
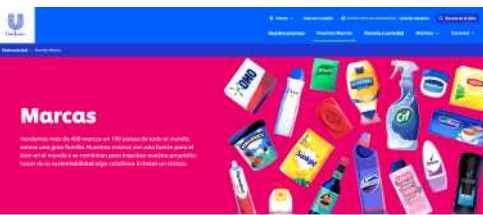
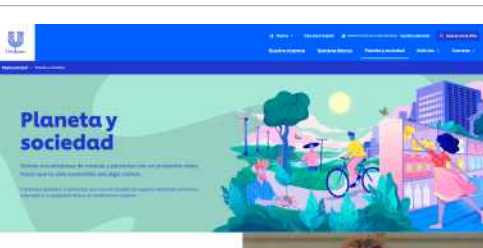
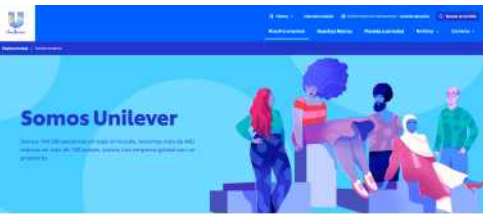
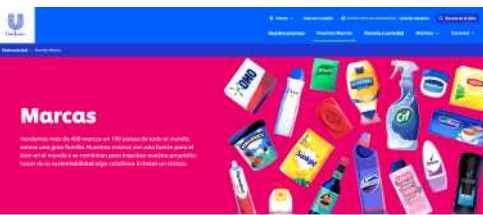
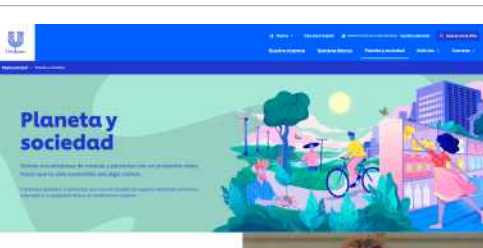
홍보 방식	 <table border="1" data-bbox="391 925 1369 1104"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(멕시코/글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>1주일에 약 2회</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(멕시코/글로벌)	게시 주기	1주일에 약 2회	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공
홍보 채널	자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(멕시코/글로벌)						
게시 주기	1주일에 약 2회						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공						
게시물 유형	<table border="1" data-bbox="391 1126 1369 1968"> <tr> <td data-bbox="391 1126 880 1395">  </td><td data-bbox="880 1126 1369 1395"> - 기업 연혁, 이념, 구매처 위치 등 기업 정보 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="391 1395 880 1686">  </td><td data-bbox="880 1395 1369 1686"> - 자사 제품 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="391 1686 880 1968">  </td><td data-bbox="880 1686 1369 1968"> - 자사 제품별 조리법 안내 </td></tr> </table>		기업 연혁, 이념, 구매처 위치 등 기업 정보 소개		자사 제품 소개		자사 제품별 조리법 안내
	기업 연혁, 이념, 구매처 위치 등 기업 정보 소개						
	자사 제품 소개						
	자사 제품별 조리법 안내						

사진자료: 닛신 푸드 멕시코 홈페이지

② 유니레버

기업 기본 정보	기업명	유니레버		
	기업 설명	유니레버는 식품, 아이스크림, 생활용품 등 400개 이상의 다양한 브랜드를 보유한 글로벌 기업임. 전 세계적으로 190개 국 이상에서 유니버의 브랜드가 진출해있으며, 280개의 공장을 운영하고 있음. 멕시코에는 북부 라틴 아메리카 지사 형태로 진출해 있음		
	위치	Unilever de Mexico, Paseo de Tamarindos #150, Cuajimalpa		
	규모	동일 품목 수	3개	
설립연도		1883년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 소리아노 칼리맥스 세븐일레븐 옥소 〈온라인 매장〉 아마존 메르카도리브르		제품명	크노르 카마론 이 칠레 피킨 (Knorr Camarón Y Chile Piquín)
			중량	64g
			소비자가격	5.40페소 (404원)
			제품 종류	컵라면
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (중)	자사 권역 홈페이지 및 권역 SNS 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

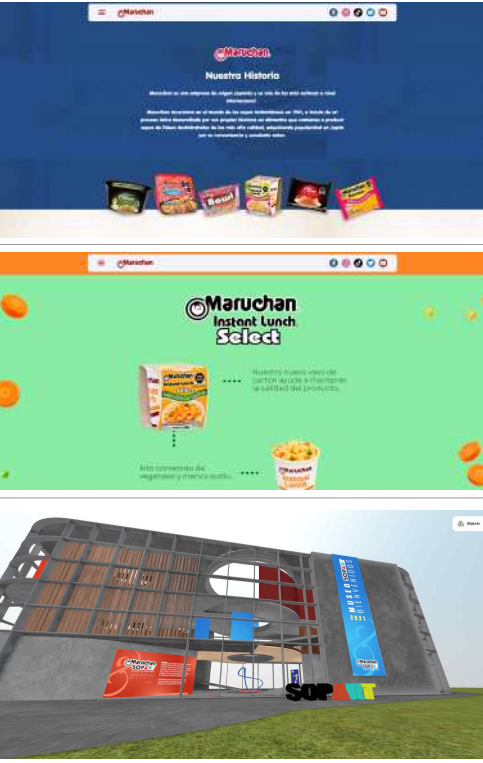
홍보 방식	 <table border="1" data-bbox="427 929 1396 1097"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(권역/글로벌), 페이스북/유튜브/인스타그램(권역/글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>1주일에 약 2회</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 사회공헌 활동, 뉴스</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(권역/글로벌), 페이스북/유튜브/인스타그램(권역/글로벌)	게시 주기	1주일에 약 2회	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 사회공헌 활동, 뉴스
홍보 채널	자사 홈페이지(권역/글로벌), 페이스북/유튜브/인스타그램(권역/글로벌)						
게시 주기	1주일에 약 2회						
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 사회공헌 활동, 뉴스						
게시물 유형	<table border="1" data-bbox="427 1108 1396 1859"> <tr> <td data-bbox="427 1108 912 1355">  </td><td data-bbox="912 1108 1396 1355"> • 회사 개요, 성과, 목표 등 기업 정보 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="427 1355 912 1601">  </td><td data-bbox="912 1355 1396 1601"> • 자사 브랜드 소개 및 자사 브랜드 홈페이지 연결, 제품 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="427 1601 912 1859">  </td><td data-bbox="912 1601 1396 1859"> • 사회공헌 활동 소개 </td></tr> </table>		• 회사 개요, 성과, 목표 등 기업 정보 소개		• 자사 브랜드 소개 및 자사 브랜드 홈페이지 연결, 제품 소개		• 사회공헌 활동 소개
	• 회사 개요, 성과, 목표 등 기업 정보 소개						
	• 자사 브랜드 소개 및 자사 브랜드 홈페이지 연결, 제품 소개						
	• 사회공헌 활동 소개						

사진자료: 유니레버 홈페이지

③ 마루찬

기업 기본 정보	기업명	마루찬		
	기업 설명	마루찬은 일본의 토요 스이산(Toyo Suisan)의 인스턴트 라면 사업에서부터 이어졌으며, 라면 스프 유통업체로 해외시장에 진출해 미국 캘리포니아에 정착함. ‘안정적인 발전’을 이념으로 삼아 캘리포니아와 멕시코를 포함한 라틴 아메리카를 중심으로 성장함		
	위치	Av. Insurgentes Sur 688, Col del Valle Centro, Benito Juárez, 03103 Ciudad de México, CDMX		
	규모	동일 품목 수	6개	
설립연도		1961년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 소리아노 칼리맥스 세븐일레븐 옥소 〈온라인 매장〉 월마트 메르카도리브르		제품명	인스턴트 룡크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (Instant Lunch Select Sabor a Pollo Con Vegetales)
			중량	64g
			소비자가격	5.00페소 (374원)
			제품 종류	컵라면
			현지 진출 방법	포장 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(멕시코/글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>1주일에 약 5건</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 가상 박물관, 블로그, 레시피 등 제공</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(멕시코/글로벌)	게시 주기	1주일에 약 5건	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 가상 박물관, 블로그, 레시피 등 제공
홍보 채널	자사 홈페이지(멕시코/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(멕시코/글로벌)						
게시 주기	1주일에 약 5건						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 가상 박물관, 블로그, 레시피 등 제공						
게시물 유형	 - 기업 연혁, 이념, 홍보 영상 등 기업 정보 소개 - 자사 제품 및 조리법 안내 - 기업 가상 박물관 체험						

사진자료: 마루찬 멕시코 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 독수리(Doksuri)
2. 아션온 마트(Asiaon Mart)
3. 아티 케이스(Atti Case)

Interview ①

15)

Doksuri®.com

독수리(Doksuri)
Online Sales Manager독수리
(Doksuri)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 20년 이상 운영되고 있는 한국 상품 수입업체
 - 멕시코 전역에 A Mart 브랜드로 12개 매장 운영
 - 과자, 식료품, K-Pop 상품, K-뷰티 상품 등을 취급

담당자 정보

Online Sales Manager

고객사 제품 정보

중량 192g

포장 형태 플라스틱 뚜껑, 종이컵

특징 기름에 튀기지 않고, 한 번 삶은 우동 면을 사용해 건강한 간편식 면류 제품

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료, 포장, 맛은 멕시코에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

저희가 판매하고 있는 베스트셀러 컵우동은 한국 A사의 제품입니다. 이 제품은 중량이 62g, 가격이 40페소(2,990원¹⁶⁾)이므로 고객사의 제품은 중량 대비 가격 경쟁력이 있을 것으로 보입니다. 원재료가 현지에 적합해 보이고, 포장도 현지에 유통되고 있는 컵우동이나 컵라면 제품과 매우 비슷해 이질감이 없습니다. 한편, 현지 시장에는 거의 해물 맛이 나는 컵우동과 컵라면만 존재합니다. 해물 맛이 인기 있긴 하지만 한정적이기 때문에 다양한 맛을 보유한 고객사의 제품이 차별점이 될 것입니다.

Q2. 유통업체 입장에서 컵우동 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

저는 이 제품이 속한 시장이 얼마나 크고 작은지를 파악합니다. 동일 제품이 아니더라도 유사한 제품군의 소비량이 많다면 해당 제품도 잘 팔릴 가능성이 크기 때문입니다. 예를 들어, 다수의 소비자가 컵우동과 비슷한 다른 종류의 컵라면에 높은 관심을 보인다면, 컵우동에도 관심을 가질 가능성이 큼니다.

Q3. 현지 소비자들이 컵라면 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

소비자는 이전에 들어본 적이 있으면서도, 한편으로는 새로운 것에 매력을 느낍니다. 예를 들자면, 어떤 사람이 TV에서 컵우동을 먹는 출연자를 본 경험이 있다면, 그 사람은 컵우동 제품을 구매할 가능성이 다른 사람보다 높아집니다. 만약 처음 본 제품일지라도, 현지 소비자들은 이전에 들어보지 못한 새로운 메뉴나 제품에 기대하고 도전하는 것을 좋아하는 경향이 있습니다.

15) 사진자료: 독수리(Doksuri) 홈페이지

16) 1페소=74.76원 (2023.06.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q4. 기름에 튀기지 않고 삶은 면으로 만든 컵우동 제품에 대한 인식은 어떤가요?

현시 시장에는 일본 기업인 M사, N사에서 출시한 제품이나 한국의 매운 라면이 많이 유통되어 있고, 컵우동 제품은 찾아보기 어렵습니다. 따라서, 면의 종류와 관계없이 컵우동 제품이 익숙하지는 않습니다.

Q5. 현지 소비자들이 특히 선호하는 맛은 무엇인가요?

다른 어떤 맛보다 매운맛과 매운 음식을 좋아합니다. 매운맛으로 인기 있는 컵라면 제품에는 N사에서 출시한 새우 맛 라면이 대표적입니다.

Q6. 멕시코에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

저희는 주로 인스타그램을 통해 마케팅을 진행하고 있습니다. 단순히 제품에 대한 정보를 게시하는데 그치지 않고, 저희가 판매하는 제품이 속한 문화 등을 소개하는 등 다양한 게시물을 올리기 위해 노력하는 편입니다.

Q7. 멕시코에서 컵우동 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

특정 기간에 격주로 제품을 약 10% 정도 할인된 가격으로 판매하면, 해당 제품을 접해보지 않은 새로운 소비자의 이목을 끌 수 있습니다. 실제 할인 행사를 진행했던 가격을 예를 들자면, 프로모션 기간 동안 한국 A사의 튀김 우동은 40페소(2,990원)에서 약 5페소(374원) 정도 더 저렴한 가격으로 판매되었습니다.

Q8. 컵우동 제품이 멕시코 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

가장 효과적인 방법은 많은 소비자가 사랑하고, 신뢰하는 기존 매장을 통해 유통하는 것입니다. 기존에 여러 번 다니던 매장에서 판매하는 제품이라면, 믿고 구매할 확률이 높습니다.

Interview ②

17)



아션온 마트(Asianon Mart) Wholesale Seller

아션온 마트 (Asianon Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 아시아 식품을 주로 취급하는 멕시코 업체
 - CJ, 롯데 등 국내 대기업들과 B2B 협업 진행 중
 - HMR, 과자, 소스, 음료, 주류 등 다양한 품목 취급

담당자 정보

Wholesale Seller

고객사 제품 정보

중량 192g

포장 형태 플라스틱 뚜껑, 종이컵

특징 기름에 튀기지 않고, 한 번 삶은 우동 면을 사용해 건강한 간편식 면류 제품

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료, 포장, 맛은 멕시코에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

유사한 제품 중 가장 인기 있는 한국 A사의 컵라면은 현지에서 38페소(2,814원)에 판매되고 있으며 고객사의 제품에 비해 중량이 매우 가볍기에, 가격 경쟁력이 높습니다. 또한, 경쟁제품보다 더 다양한 재료로 만들어진 점이 눈에 띄니다. 포장은 멕시코에서 판매되고 있는 컵우동 및 컵라면과 유사한 형태여서 괜찮아 보입니다. 한편, 멕시코에서는 해산물 맛이 인기 있고, 한국 A사의 제품도 해산물 맛입니다. 하지만 다양성이 없고 한 가지 맛만 고를 수 있다는 게 아쉽습니다. 그에 비해 고객사의 제품은 세 가지 맛을 선택할 수 있어 우위에 있습니다.

Q2. 유통업체 입장에서 컵우동 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

제품이 얼마나 인기가 있는지, 소비자가 제품에 대해 얼마나 알고 있는지, 최근 시장에서 얼마나 잘 팔리고 있는지가 중요합니다.

Q3. 현지 소비자들이 컵라면 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

멕시코 소비자들은 한국에 대한 호감도가 높아서 한국 드라마 등에 나오는 제품이라면 무엇이든 구매하고, 시도할 것입니다. 아직 현지 시장에 출시된 컵우동 제품이 많지 않아 제품 간 경쟁이 크지 않습니다. 따라서, 미리 시장을 선점한다면 한국 TV 프로그램을 통해 컵우동을 알게 된 소비자들을 끌어모을 수 있을 것입니다. 다른 요인으로서는 얼마나 빠르고, 간편하게 섭취할 수 있는지도 고려합니다.

Q4. 기름에 튀기지 않고 삶은 면으로 만든 컵우동 제품에 대한 인식은 어떤가요?

앞서 말했듯이, 시중에서 찾을 수 있는 컵우동 제품이 많지 않아 컵라면이나 일반 라면의 소비가 더 많습니다.

Q5. 현지 소비자들이 특히 선호하는 맛은 무엇인가요?

매운 음식을 정말 좋아합니다. 한편으로는 '건강에 해로운 음식'의 소비를 최소화하려는 국가의 법률 제정으로 인해 사람들이 조금 더 건강한 옵션을 찾고 있기는 합니다.

Q6. 멕시코에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

인플루언서와 콜라보레이션을 하는 등 주로 소셜미디어를 활용한 마케팅이 많이 집행되고 있습니다. 가끔은 경품 행사를 개최해 사람들의 참여를 유도하고, 다양한 제품을 접할 기회를 만들기도 합니다.

Q7. 멕시코에서 컵우동 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

제품을 어떻게 하면 지속적으로 사람들에게 노출할 수 있을지를 고민해야 합니다. 제품을 다양하게 먹을 수 있는 레시피를 제공하는 방법도 있으며, 이러한 활동은 고객사의 제품을 다른 제품과 차별화할 수 있습니다. 한편, 어떤 매장에서는 매장에 있는 거의 모든 제품을 5~10% 정도 할인하는 '핫딜(Hot Deal)' 등의 프로모션을 진행하기도 합니다.

Q8. 컵우동 제품이 멕시코 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

많은 소비자가 실제로 매장을 방문하고, 직접 진열된 상품을 구경하는 것을 좋아합니다. 자연스레 직접 보고, 경험한 제품에 더 끌리는 경향이 있으므로 온라인뿐만 아니라 오프라인 매장에도 제품을 납품 및 진열하는 것이 좋습니다.

Interview ③

18)



아티 케이스(Atti Case) Sales Representative

아티 케이스 (Atti Case)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 휴대폰 및 전자기기를 중심으로 식음료까지 판매하는 업체
 - 식품의 경우 한국을 중심으로 한 아시아 식품을 판매함
 - 식품, 음료, 전자제품 등 다양한 제품 취급

담당자 정보

Sales Representative

고객사 제품 정보

중량 192g

포장 형태 플라스틱 뚜껑, 종이컵

특징 기름에 튀기지 않고, 한 번 삶은 우동 면을 사용해 건강한 간편식 면류 제품

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료, 포장, 맛은 멕시코에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

시장에서 가장 많이 판매되는 우동 제품 중 하나인 한국 A사의 컵우동 가격은 고객사의 제품과 비슷한 29페소입니다. 중량은 다른 제품에 비해 높은 편입니다. 다른 베스트셀러 제품은 75g이며, 한국 A사의 컵우동은 더 가볍습니다. 전반적으로 우동에 함유된 성분이 좋아 보이며, 포장도 인기 있는 다른 우동 제품과 비슷해 이질감이 없습니다. 그런데 현지 시장에 유통되고 있는 우동 제품에는 해물 맛만 있는데, 고객사의 제품은 다양한 맛을 가진 점이 눈에 띕니다.

Q2. 유통업체 입장에서 컵우동 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

다른 유사 제품이 소비자로부터 어떤 반응을 끌어내고 있는지, 소비자가 이러한 유형의 제품을 얼마나 자주 구매하는지를 파악합니다. 만약 조리하기 쉽게 제조된 가공식품이 인기 있다면, 컵우동 제품에도 관심을 가질 것이라고 생각합니다.

Q3. 현지 소비자들이 컵라면 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

소비자들은 항상 새로운 제품을 시도하는 것을 좋아하며, 특히 요즘은 한류 열풍이 불고 있어 많은 소비자가 한국산이라는 이유만으로 일단 먹어 볼 것입니다. 이외에는 가격을 많이 고려하는데, 시중에 판매되고 있는 두 종류의 컵우동보다 다른 컵라면 제품들이 가격이 저렴한 편이고, 유명하며, 판매량이 많습니다. 따라서 한류에 호감이 없는 소비자라면 비교적 저렴한 컵라면 제품을 구매하려 할 것입니다.

Q4. 기름에 튀기지 않고 삶은 면으로 만든 컵우동 제품에 대한 인식은 어떤가요?

컵우동은 아직 멕시코에서 잘 알려지지 않아 호불호가 갈리는 메뉴입니다. 그러나 만약 접한다면, 다른 인스턴트 컵라면보다 가격이 비싸서 ‘고급스러운(Fancier)’ 편이라고 생각할 수도 있습니다.

Q5. 현지 소비자들이 특히 선호하는 맛은 무엇인가요?

현지인들은 닭고기, 치즈, 매운맛을 좋아합니다. 그래서 이러한 조건을 충족하는 한국 B사의 매운 볶음면이 멕시코에서 큰 인기를 끌고 있습니다.

Q6. 멕시코에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

가장 좋은 유통채널은 슈퍼마켓과 아마존, 메르카도리브르와 같은 온라인 플랫폼이라고 단언할 수 있습니다. 오프라인 매장이 중요한 이유는 더 많은 소비자에게 다가가기 위해서는 그들이 자주 찾는 곳에 제품을 배치하는 것이 효과적이기 때문입니다. 또한, 온라인 플랫폼도 광범위한 고객층에게 제품을 쉽게 알릴 수 있습니다.

Q7. 멕시코에서 컵우동 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

컵우동은 현지 시장에 판매되고 있는 다른 컵라면에 비해 가격이 비싸므로 몇 주에 한 번씩 할인 행사를 진행하는 것이 좋습니다. 다른 제품과 묶어서 함께 판매하는 방법도 추천합니다. 할인 행사를 한다면 여러 온라인 플랫폼에서 다르게 진행하기도 합니다. 예를 들어, 어떤 때는 아마존에서만 할인이 적용되고, 다른 때는 메르카도리브르에서만 할인이 적용되게끔 하기도 합니다. 온라인 할인 폭은 다양한데, 현재 메르카도리브르에서 할인 중인 6개입 박스 제품을 살펴보면 기본 가격인 219페소(16,372원)보다 저렴한 208페소(15,550원)에 판매하고 있습니다.

Q8. 컵우동 제품이 멕시코 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

컵우동과 비슷한 유형의 제품을 효과적으로 유통하는 방법은 앞서 말했듯이 모든 유형의 사람들이 많이 방문하는 월마트 등의 지역 상점에 입점하는 것입니다. 이는 제품에 대해 몰랐던 고객을 포함해, 더 많은 소비자에게 제품을 알릴 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 유에프오 카마론 푸에고 (닛신 푸드)
- ② 컵 누들 콘 카마론 (닛신 푸드)
- ③ 유에프오 레스 테리아키 (닛신 푸드)
- ④ 크노르 카마론 이 칠레 파킨 (유니레버)
- ⑤ 인스턴트 룡크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (마루찬)
- ⑥ 인스턴트 룡크 셀렉트 콘 카마론 이리몬 (마루찬)
- ⑦ 컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (닛신 푸드)
- ⑧ 컵 누들 콘 카마론 파칸테 (닛신 푸드)
- ⑨ 막시 소파 닛신 쿠차레아블레 (닛신 푸드)
- ⑩ 볼 콘 카메론, 리몬 이 아바네로 (닛신 푸드)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 0.93페소¹⁹⁾(약 69원)²⁰⁾로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 2.45페소(약 183원)보다 낮은 수준으로 확인됨. 아래 그래프에서 경쟁제품의 가격은 현지 매장에서 판매되고 있는 소비자가격을 나타낸 것으로 고객사 제품 가격과 비교 시 해석에 유의가 필요함

[표 5.1] 멕시코 컵우동 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/페소)



19) 1페소=74.76원 (2023.06.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

20) 고객사 제품은 FOB 가격을 기준으로 작성됨

2) 중량

경쟁제품(제조사)

- ① 유에프오 카마론 푸에고 (낫신 푸드)
- ② 컵 누들 콘 카마론 (낫신 푸드)
- ③ 유에프오 레스 테리아키 (낫신 푸드)
- ④ 크노르 카마론 이 칠레 파킨 (유니레버)
- ⑤ 인스턴트 룡크 셀렉트 사보르 아 포요 콘 베헤탈레스 (마루찬)
- ⑥ 인스턴트 룡크 셀렉트 콘 카마론 이리몬 (마루찬)
- ⑦ 컵 누들 다크 드래곤 사보르 살라 네그라 이 리몬 (낫신 푸드)
- ⑧ 컵 누들 콘 카마론 파칸테 (낫신 푸드)
- ⑨ 막시 소파 낫신 쿼레아블레 (낫신 푸드)
- ⑩ 볼 콘 카메론, 리몬 이 아바네로 (낫신 푸드)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 192g으로, 컵우동 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 76.2g의 약 252% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 멕시코 현지 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 편의점에서 유통되는 컵우동 경쟁제품의 평균 중량이 64~105g 내외로 낮은 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 멕시코 컵우동 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

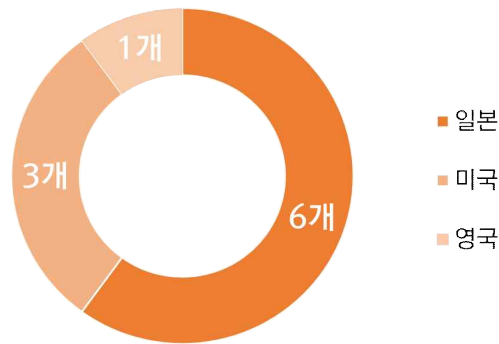


3) 브랜드 국적

▶ 현지 경쟁제품, 일본 브랜드 대중적

멕시코에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 일본 국적 브랜드가 6개, 미국 국적 브랜드가 3개, 영국 국적 브랜드가 1개로 확인됨. 한편, 마루찬의 본사는 미국에 있지만 모회사는 일본 국적 기업이며, 모회사의 제품 및 기술력을 이어받아 그 영향을 많이 받았다고 볼 수 있음. 컵우동 및 컵라면 브랜드 국적 조사를 통해 현지에서 일본 브랜드 제품의 수요가 높은 편임을 확인함

[표 5.3] 멕시코 컵우동 제품 브랜드 국적 경쟁력 분석

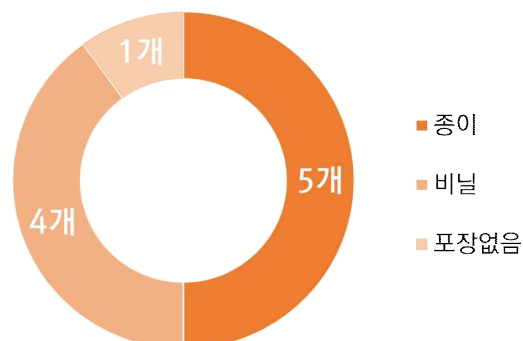


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 대부분의 외포장, 종이 또는 비닐

멕시코에서 판매 중인 컵우동 경쟁제품 10개의 외포장 형태를 조사한 결과, 5개의 제품이 종이로 컵을 감싼 형태로 제품을 포장하였음. 4개의 제품은 비닐로 컵의 외부를 감싼 형태였으며, 1개 제품은 추가 외부 포장이 없는 컵으로 조사됨. 한편, 내포장은 종이컵과 스티로폼 컵이 각각 5개로, 고객사 제품과 같이 종이컵에 플라스틱 뚜껑을 덮어 포장한 경쟁제품은 없는 것으로 확인됨

[표 5.4] 멕시코 컵우동 제품 포장 형태 경쟁력 분석

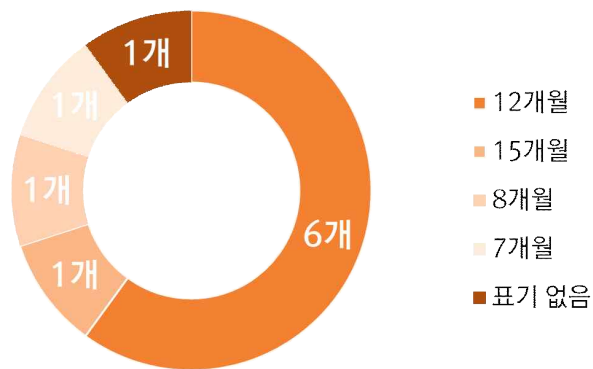


5) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 유통기한, 12개월

멕시코에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 유통기한이 12개월임을 확인함. 3개 제품의 유통기한은 각각 15개월, 8개월, 7개월로 조사되었으며, 1개 제품은 외포장에서 유통기한을 찾아볼 수 없었음

[표 5.5] 멕시코 컵우동 제품 유통기한 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 메르카도리브르, 월마트

(*) 오프라인 매장 : 소리아노, 칼리맥스, 세븐일레븐, 옥소

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
종이컵 포장

공통 특징 ②
매운 해산물 맛



공통 특징 ①
종이컵 포장

공통 특징 ②
매운 해산물 맛



벤치마킹 제품 ①

마루찬
볼 콘 카마론, 리몬 이
이바네로

‘매운 해산물 맛’

◀ 벤치마킹
현지화된 맛

고객사 제품

‘한 번 삶은 우동
면으로 만든 건강한
컵우동’

벤치마킹 ▶
적정한 중량

벤치마킹 제품 ②

닛신 푸드
막시 소파 닛신
쿠차레아볼레

‘평균에 가까운 중량’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 현지화된 맛

▶ 벤치마킹 제품, 현지화된 매운맛 및 해산물 맛

현지에서 판매 중인 컵우동 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 6개의 제품이 고춧가루, 하바네로 고추 등이 함유되어 매운맛을 강조한 제품인 것을 확인함. 또한, 매운맛 중복 제품을 포함하여 총 7개의 제품이 해산물 맛이었으며, 공통 재료로 모두 새우를 사용한 것으로 조사됨. 이에 관련 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들은 매운 음식을 매우 선호하는 편으로 나타났고, 판매량이 높은 컵우동 및 컵라면 제품이 모두 해산물 맛인 사실을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 매운맛을 극대화하거나 새우 또는 해산물이 함유된 맛을 개발할 것을 권장함

[표 5.6] 멕시코 컵우동 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 현지 시장에는 거의 해물 맛이 나는 컵우동과 컵라면만 존재합니다...다른 어떤 맛보다 매운맛과 매운 음식을 좋아합니다. 매운맛으로 인기 있는 컵라면 제품에는 낫신 사에서 출시한 새우 맛 라면이 대표적입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

- 적정한 중량

▶ 벤치마킹 제품, 평균에 가까운 적정 중량

현지에서 판매 중인 컵우동 경쟁제품 10개의 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 모든 경쟁제품의 중량이 고객사보다 현저히 작은 사실이 확인됨. 고객사의 제품은 192g으로 가장 높았으며, 벤치마킹 제품은 조사된 10개 제품의 평균 중량(76.2g)에 가장 가까운 80g으로 제작되어 비교적 현지화 되었다고 볼 수 있음. 10개 제품 중 6개의 제품이 최소 중량인 64g이고, 최고 중량은 105g으로 확인되어 전반적으로 높지 않은 편임. 따라서, 고객사 제품도 판매하고자 하는 패키지의 총중량을 줄인다면 현지 소비자들에게 부담스럽지 않은 크기로 인식될 것으로 예상함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 컵우동 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	마루찬
	기업 설명	마루찬은 일본의 토요 스이산(Toyo Suisan)의 인스턴트 라면 사업에서부터 이어졌으며, 라면 스프 유통업체로 해외시장에 진출해 미국 캘리포니아에 정착함. '안정적인 발전'을 이념으로 삼아 캘리포니아와 멕시코를 포함한 라틴 아메리카를 중심으로 성장함
주요 마케팅 전략	포장 현지화 및 편리한 사용	 컵을 종이로 감싼 형태로, 멕시코 컵우동 및 컵라면 시장에서 일반적으로 판매되고 있는 포장 방식으로 디자인 현지화를 이룸. 제품명, 설명 등 모든 표기가 현지 언어로 작성되었으며, 끓는 물 및 전자렌지 조리법을 동시에 제공함
	홍보 현지화	  멕시코 및 글로벌 홈페이지를 구축하고 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활발히 운영 홈페이지 내 기업 및 제품을 체험할 수 있는 가상 박물관을 운영하여 경쟁사 온라인 홍보 방식과 차별화
	판매채널	현지 온라인 및 오프라인 매장 진출
요약	홍보채널	현지 및 글로벌 홈페이지와 현지 계정 SNS를 활용하고 있음
	홍보문구	제품에 특별한 홍보문구는 없으나, 온라인에서 제품 경험을 강조한 문구 사용

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portions, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Udon, Noodle 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, Fresh 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 컵우동 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	수집 리뷰 수	390건
제품명	닛신 돈베이 키츠네 우동 시리즈(6입) (Nissin Donbei Kitsune Udon Series(6 cuencos))		
제품 종류	컵우동	소비자가격	372.17페소 ²¹⁾ (27,823원) ²²⁾
중량	95g	포장	스티로폼 컵
특징	일본식 우동, 일곱 가지 야채 향이 돋보이는		

21) 6입 제품 판매가를 6으로 나눈 가격

22) 1페소=74.76원 (2023.06.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

● 분석 제품 정보

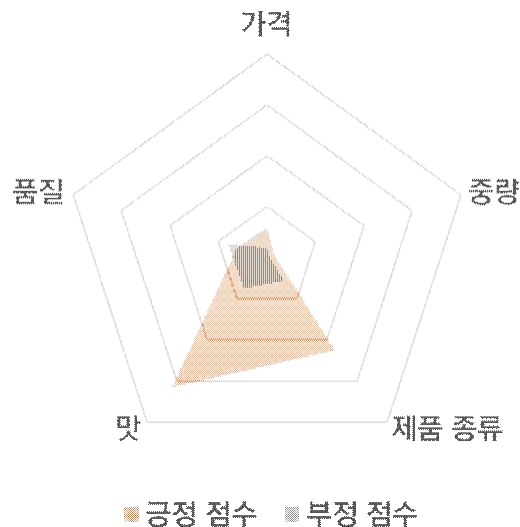
사이트	아마존
수집 리뷰 수	390개
제품명	닛신 돈베이 키츠네 우동 시리즈(6입)
제품 종류	컵우동
소비자가격	372.17페소 (27,823원)
중량	95g
포장	스티로폼 컵
특징	일본식 우동, 일곱 가지 야채 향이 돋보이는

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 멕시코 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 컵우동 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 315점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 75점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수 역시 227점으로 높은 편이며, 부정 점수가 57점으로 다소 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 컵우동 제품에 대해 ‘맛’과 ‘제품 종류’에 대한 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	59	20
중량	16	4
제품 종류	227	57
맛	315	75
품질	62	80
종합	679	236

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Cup Udon Price&Volume



Point. 1



- ✓ 멕시코 오프라인 매장에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 2.45페소(183원)
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 높은 가격은 10g당 3.71페소(277원), 가장 낮은 가격은 10g당 1.88페소(141원)
- ✓ 경쟁제품 10개 중 최소 가격인 10g당 1.88페소 제품은 총 5개

Point. 2



- ✓ 멕시코 오프라인 매장에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개의 평균 중량은 약 76.2g으로 고객사 제품 중량(192g)보다 낮은 편
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 높은 중량은 105g, 가장 낮은 중량은 64g
- ✓ 그 외에는 99g, 94.3g, 80g으로 다양하게 분포, 모두 고객사 제품 중량보다 작은 편

Cup Udon Country&Certification



Point. 1



- ✓ 멕시코 오프라인 매장에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개의 브랜드 국적은 일본이 6개로 가장 많음
- ✓ 이외에 미국 브랜드 3개, 영국 브랜드 1개 제품이 조사됨
- ✓ 미국 브랜드인 마루찬은 일본 모기업에서 출발, 멕시코 컵우동 시장은 일본 브랜드가 강세

Point. 2



- ✓ 멕시코 오프라인 매장에서 판매되고 있는 컵우동 경쟁제품 10개 중 모든 제품이 인증 미보유
- ✓ 한편 10개의 경쟁제품 모두 '과잉 포화 지방' 문구를 기입
- ✓ 2개 제품은 '과도한 나트륨' 문구도 기입

Mexico Market Competitor



Point. 1



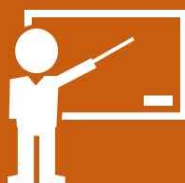
- ✓ 멕시코 컵우동 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 소리아나, 칼리맥스, 세브일레브, 옥소에 공통적으로 진출
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 온라인 및 오프라인 매장에 진출
- ✓ 닛신 푸드와 유니레버는 월마트 및 메르카도리브에 입점, 마루찬은 아마존 및 메르카도리브에 입점

Point. 2



- ✓ 멕시코 컵우동 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 보유
- ✓ 닛신 푸드와 마루찬은 멕시코 홈페이지 및 SNS 계정 보유, 유니레버는 북부 라틴 아메리카 홈페이지 및 SNS 운영
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 공통적으로 페이스북, 인스타그램, 유튜브 운영

Importer-Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 멕시코 컵우동 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 가격, 중량, 다양한 맛에 대해 긍정적으로 평가
- ✓ 고객사 제품 주요 경쟁제품으로 한국 A사의 컵우동 및 컵라면과 B사의 매운 볶음면을 언급
- ✓ 경쟁 브랜드로는 닛신 푸드와 마루찬 언급

Point. 2



- ✓ 멕시코 컵우동 수입·유통업체들은 주로 제품의 시장 규모와 인기도, 판매량을 고려하여 구매함
- ✓ 반면 멕시코 소비자들은 한국 TV 프로그램을 통해 알게 되거나 새로운 제품 경험을 추구
- ✓ 멕시코 내 한국산 제품의 수요가 증가하는 추세

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 멕시코 정부 홈페이지 (www.gob.mx)
2. 캘리포니아 상원 국제관계국 홈페이지 (soir.senate.ca.gov)
3. 스탯ISTA (www.statista.com)
4. 구글맵 (www.maps.google.com)
5. 소리아나 페이스북 페이지 (www.facebook.com/tiendasoriana)
6. 칼리맥스 홈페이지 (calimax.com.mx)
7. 세븐일레븐 멕시코 홈페이지 (7-eleven.com.mx)
8. 펠사 홈페이지 (www.femsa.com)
9. 닛신 푸드 멕시코 홈페이지 (www.nissinfoods.com.mx)
10. 유니레버 홈페이지 (www.unilever.com)
11. 마루찬 멕시코 홈페이지 (maruchan.com.mx)
12. 독수리 홈페이지 (www.doksuri.com)
13. 아션온 마트 홈페이지 (asiaonmart.com)
14. 아티 케이스 홈페이지 (www.atticase.com.mx)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2023.08.18

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea