



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202112-45
품목	알로에음료(Aloe Drinks)
HS CODE	2202.99-9000
국가	멕시코(Mexico)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 멕시코 주스 시장규모	06
2. 멕시코 저농도 주스 시장규모	07
3. 멕시코 주스 시장점유율	08
4. 멕시코 알로에음료 수입규모	09
5. 한국 알로에음료 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 멕시코 알로에음료 시장, 'OKF' 1위	13
2. 펄프 강조한 오리지널 알로에음료 인기	14
3. 멕시코 알로에음료 패키징 형태, '500ml' 1위	15
4. 멕시코 알로에음료, 영양소 키워드 중심 홍보	16
5. 멕시코 알로에음료 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 멕시코 알로에음료 유통채널 비교	19
2. 멕시코 알로에음료 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 멕시코 알로에음료 주요 온라인 유통채널 | 25 |
| 2. 멕시코 알로에음료 주요 오프라인 유통채널 | 29 |

VI. 진입장벽

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 멕시코 알로에음료 통관 및 검역 절차 | 38 |
| 2. 멕시코 알로에음료 품질 인증 | 39 |
| 3. 멕시코 알로에음료 라벨링 | 41 |
| 4. 멕시코 알로에음료 성분 및 유해물질 | 47 |

VII. 제조업체 인터뷰

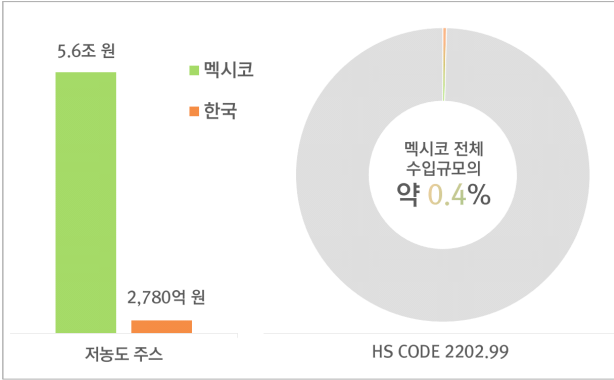
- | | |
|---|----|
| Interview ① 에이엠비웰니스(AMB Wellness) | 52 |
| Interview ② 라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000) | 54 |
| Interview ③ 로스텐베르크(Rostenberg) | 56 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 60 |
|--------|----|

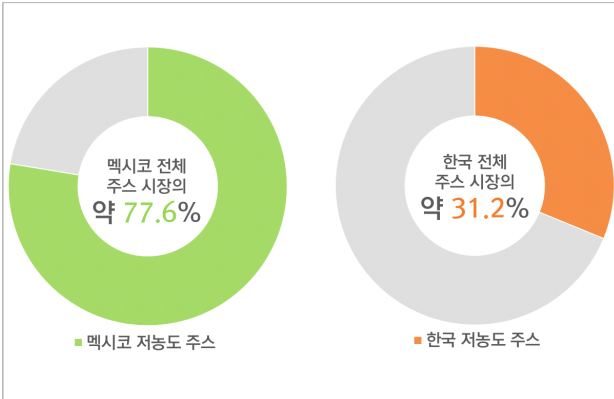
Summary

■ 수요 분석



	멕시코	한국
주스 시장규모	7.2조 원	8,910억 원
저농도 주스 시장규모	5.6억 원	2,780억 원
수입액		점유율
멕시코 對 한국 HS CODE 2202.99 수입 현황	6억 원	0.4%

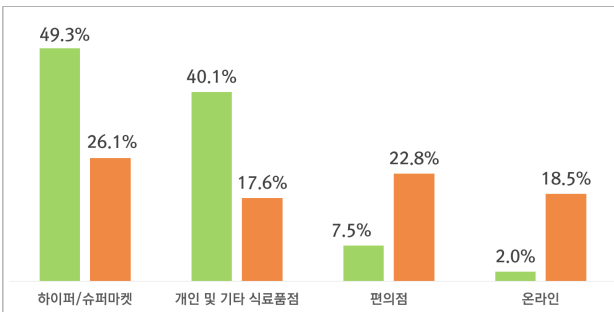
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 하이퍼/슈퍼마켓, 월마트와 수퍼리마, 소리아나 - 멕시코 유카탄에 위치한 월마트, OKF가 대대 다수 차지
드럭스토어	주요 드럭스토어 업체, 파르마시아스과달라하라와 파르마시아스시밀라레스 등
온라인	주요 온라인 쇼핑몰 '메르까도리브레', '아마존' 내 롯데, 구겐, 요고베라 등 다양한 알로에 음료 판매 중

■ 진입장벽

인증/사전등록	멕시코 표준규격 인증제도, 멕시코 식약청 위생등록 필수
라벨링	스페인어, 또는 스페인어와 영어 병기 가능 2021년부터 시행된 경고제도 주의 필요
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	현재 멕시코 청량음료 시장 내 알로에음료의 수요, 많이 높은 편은 아님
제품 피드백	- 고객사 제품 가격, 적절하거나 다소 높은 편 - 대부분 페트병으로 판매
수출 조언	고객사 제품의 다양한 플레이버가 셀링 포인트

■ 요약

Point 01.	- 최근 건강에 대한 관심 증가하며 탄산음료의 대체제로 멕시코 내 저농도 주스 선호도 증가 - 멕시코 내 알로에음료의 수요는 현재 청량음료 카테고리에서 그렇게 높은 편은 아니나, 수요가 증가하고 있는 추세
Point 02.	- 한국 제품 중 OKF, 중남미 브랜드 중 비탈로에의 인기가 가장 높음 - 오리지널맛, 망고맛이 가장 대중적일 것으로 예상되며 이 외에 코코넛, 딸기, 파인애플 플레이버의 인기 높을 것으로 예상

II. 시장규모

1. 멕시코 주스 시장규모
2. 멕시코 저농도 주스 시장규모
3. 멕시코 주스 시장점유율
4. 멕시코 알로에음료 수입규모
5. 한국 알로에음료 수출규모

1. 멕시코 주스 시장규모

멕시코 국가 일반 정보¹⁾

면적	196만km ²
인구	1억 3,020만 명
GDP	1조 762억 달러
1인당 GDP	8,421달러

▶ 멕시코 주스 시장규모 약 7.2조 원, 한국의 8.1배 규모

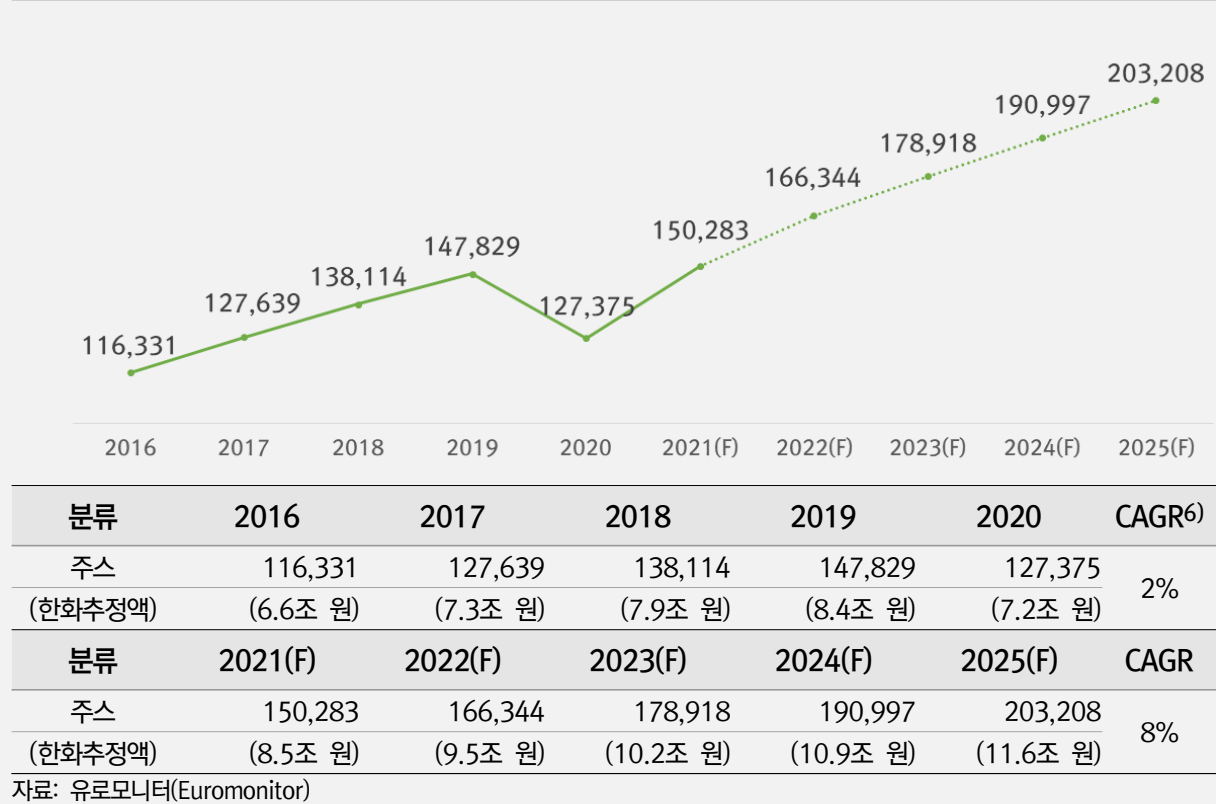
2020년 기준 멕시코 주스 시장규모는 약 7.2조 원으로, 약 8,910억 원을 기록한 한국 시장의 약 8.1배 규모로 집계됨. 지난 5년(2016~2020년) 중 2019년까지 전년 대비 7~10%씩 성장해왔으나, 2020년 14% 급락하면서 5년간 연평균성장률은 2%를 기록함. 코로나19로 인해 외부활동이 제한되며 레스토랑, 카페 등에서의 주스 소비가 감소한 것으로 보임

▶ 멕시코 주스 시장, 향후 5년간 연평균성장률 8% 전망

건강에 대한 인식이 높아지며 건강한 음료를 소비하고자 하는 소비자들이 늘면서, 멕시코 주스 시장규모는 향후 5년(2021~25년)간 연평균 8%씩 성장해 2025년에 약 11.6조 원 규모에 이를 것으로 보임²⁾³⁾

[표 2.1] 멕시코 '주스' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 멕시코페소



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '알로에음료'는 알로에 펄프가 함유된 주스 함량 24% 이하의 저농도 주스 제품임. 이에 제품의 종류(주스)를 기준으로 '저농도 주스'시장과 상위시장인 '주스'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Mexico」, 2020.12

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1멕시코페소=56.88원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 멕시코 저농도 주스 시장규모

▶ 멕시코 저농도 주스 시장규모 약 5.6조 원, 한국의 약 20배

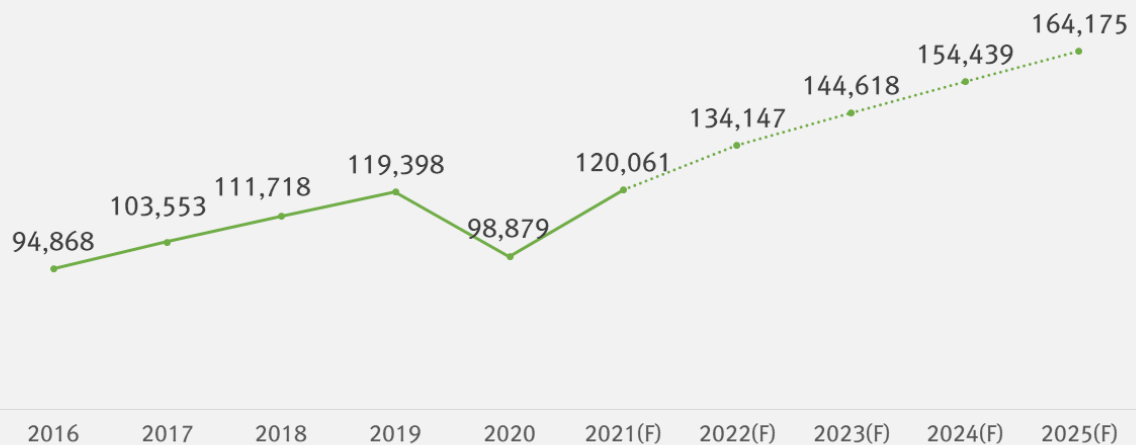
2020년 기준 멕시코 저농도 주스 시장규모는 약 5.6조 원으로, 약 2,780억 원을 기록한 한국의 약 20배 규모인 것으로 확인됨. 멕시코 저농도 주스 시장은 2017-19년 동안 7-9%의 성장률을 기록했으나, 2020년에 전년 대비 17% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 1%의 연평균성장률에 그침

▶ 멕시코 저농도 주스 시장, 향후 5년간 연평균성장률 8% 관측

경기침체로 인해 높은 가격대의 넥타, 100%주스 시장이 위축되며 저농도 주스가 대체제로 부상할 것으로 예상되는 가운데, 멕시코 저농도 주스 시장은 향후 5년간 연평균 8%씩 성장해 2025년에 9.3조 원 규모에 이를 것으로 관측됨⁷⁾

[표 2.2] 멕시코 '저농도 주스' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 멕시코페소



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
저농도 주스 (한화추정액)	94,868 (5.4조 원)	103,553 (5.9조 원)	111,718 (6.4조 원)	119,398 (6.8조 원)	98,879 (5.6조 원)	1%
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
저농도 주스 (한화추정액)	120,061 (6.8조 원)	134,147 (7.6조 원)	144,618 (8.2조 원)	154,439 (8.8조 원)	164,175 (9.3조 원)	8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Mexico」, 2020.12

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 멕시코 주스 시장점유율

▶ 멕시코 ‘저농도 주스’ 시장점유율 77.6%로 한국 대비 高

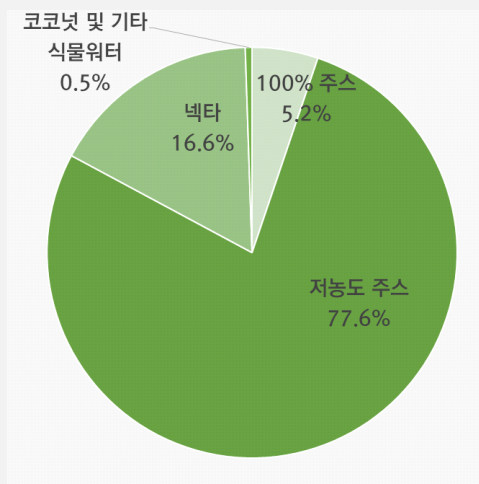
멕시코 주스(약 7.2조 원) 세부 시장과 한국 주스(약 8,910억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘저농도 주스’의 점유율은 한국(31.2%) 대비 멕시코(77.6%)에서 매우 높은 것으로 확인됨. 한국에서는 ‘100% 주스’ 제품의 점유율이 과반 이상을 차지하는 것과 대조적으로 멕시코에서는 저농도 주스가 주스 시장을 주도하고 있는 것으로 분석됨⁹⁾

멕시코 소비자들 사이에서 비만의 원인인 탄산음료 대신 주스를 소비하려는 경향과 함께 건강한 음료를 찾고 있으나, 코로나19로 인한 경기 침체로 고가의 100% 주스 보다 가격이 낮은 저농도 주스를 절충안으로 선호하는 경향이 나타나고 있는 것으로 추정됨¹⁰⁾

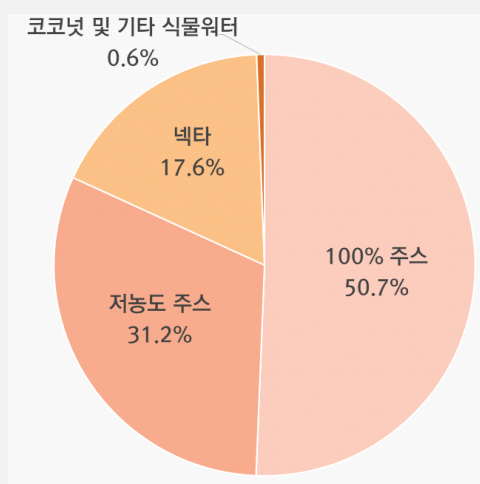
[표 2.3] 2020년 멕시코, 한국 ‘주스’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

멕시코 주스 세부 시장



한국 주스 세부 시장



분류	주스			
	100% 주스	저농도 주스	넥타	코코넛 및 기타 식물워터
멕시코	5.2	77.6	16.6	0.5
한국	50.7	31.2	17.6	0.6

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 멕시코 주스 시장(약 7.2조 원)과 한국 주스 시장(약 8,910억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) KATI농식품수출정보(KATI), 「멕시코 주스시장 진출 전략」, 2018.09

11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 멕시코 알로에음료 수입규모

HS CODE 2202.99

조사제품 '알로에음료'는 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)'로 규정된 제2202호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2202.99을 지표로 선정함

▶ 멕시코 HS CODE 2202.99 對글로벌 수입액, 약 1,455억 원

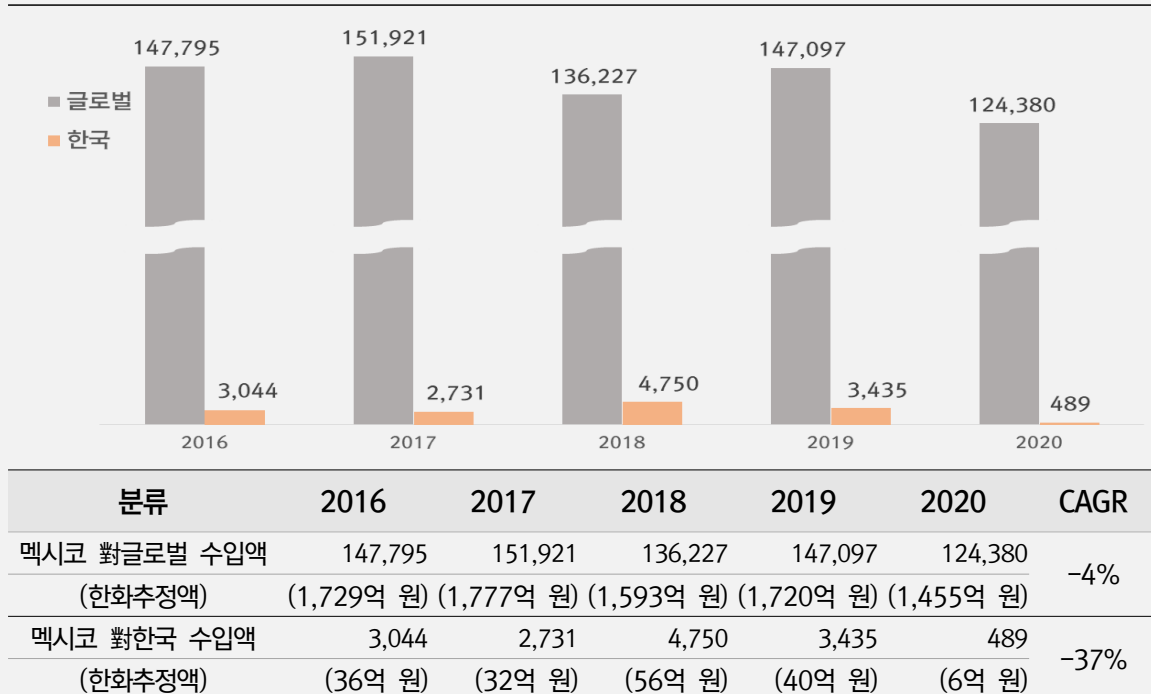
2020년 기준 멕시코 HS CODE 2202.99 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 15% 감소한 약 1,455억 원을 기록함. 對글로벌 수입액은 2016~19년 동안 소폭 증가하기도 하였으나 2018년과 2020년 전년대비 두 자릿수의 감소폭을 보이며 과거 5년(2016~20년) 연평균 4%의 감소세를 기록함

▶ 멕시코 HS CODE 2202.99 수입액 중 한국 점유율 5위

2020년 기준 멕시코 HS CODE 2202.99 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 86% 감소한 약 6억 원으로, 점유율 0.4%를 기록해 5위로 집계됨. 지난 2019년과 2020년 각각 28%, 86% 급감한 결과 지난 5년(2016~20년)간 연평균성장률은 37%의 감소세를 기록함. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 미국(약 1,417억 원, 97%), 2위 캐나다(약 11억원, 1%) 순으로, 미국에 대한 수입 의존도가 압도적임

[표 2.4] 멕시코 HS CODE 2202.99 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,69.60원(2021.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 알로에음료 수출규모

HS CODE 2202.99-9000

조사제품 '알로에음료'에 해당하는 HS CODE 2202.99-9000 (알로에음료)의 한국 對글로벌, 對멕시코 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 5%

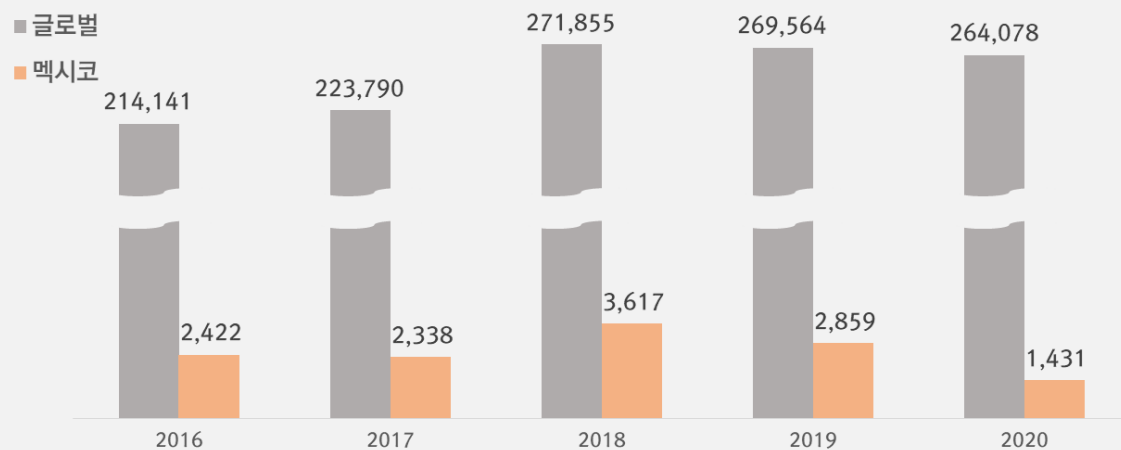
2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對글로벌 수출액은 3,089억 원으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수출액의 연평균성장률은 5%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 對멕시코 점유율 29위

2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對멕시코 수출액은 17억 원으로, 점유율 0.5%로 29위를 기록함. 對멕시코 수출액은 2018년에 전년 대비 55% 급증한 이후 2019-20년에 각각 전년 대비 21%, 50% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 12% 감소세를 기록함. 점유율 기준 1위 미국(약 851억 원, 28%), 2위 중국(약 626억 원, 20%), 3위 베트남(약 368억 원, 12%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액 (한화추정액)	214,141 (2,505억 원)	223,790 (2,617억 원)	271,855 (3,180억 원)	269,564 (3,153억 원)	264,078 (3,089억 원)	5%
한국 對멕시코 수출액 (한화추정액)	2,422 (28억 원)	2,338 (27억 원)	3,617 (42억 원)	2,859 (33억 원)	1,431 (17억 원)	-12%

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2202.99-9000 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 멕시코 알로에음료 시장, 'OKF' 1위
2. 펄프 강조한 오리지널 알로에음료 인기
3. 멕시코 알로에음료 패키징 형태, '500ml' 1위
4. 멕시코 알로에음료, 영양소 키워드 중심 홍보
5. 멕시코 알로에음료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 멕시코 온라인매장 입점 알로에음료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 알로에음료(bebida de aloe)
- 데이터 수집량 : 180건
- 데이터 수집원 : 멕시코 온라인매장

▶ 멕시코 온라인매장 입점 알로에음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁 브랜드 ② 플레이버 & 성분 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/스페인어)		빈도	키워드 (국문/스페인어)		빈도
경쟁 브랜드	오케이에프	OKF	31	베스트 헬스	Best Health	7
	플로 데 알로에	Flor De Aloe	12	델 발레	Valle	6
	요고 베라	Yogo Vera	8	구겐	Gugen	3
	포에버 알로에	Forever Aloe	8	베바로에	Vevaloe	2
플레이버 & 성분	펄프	pulp	72	파인애플	piña	13
	오리지널	originales	31	사과	manzana	12
	망고	mango	19	열대 과일	frutas tropicales, sabor tropical	10
	코코넛	coco	18	요거트	yogur	8
	딸기	fresa	16	생강	jengibre	8
	포도	uva	14	오렌지	naranja	7
패키징	500	500 ml	43	플라스틱	plástico	11
	1000	1 litro, 1l	24	100	100ml	8
	유리	vaso	13	240	240ml	7
홍보문구	비타민	vitaminas	35	철분	hierro	22
	미네랄	minerales	26	위장	estomacales	17
	칼슘	calcio	26	소화 불량	problemas digestivos	14
	포타슘	potasio	26	콜레스테롤	colesterol	13

1. 멕시코 알로에음료 시장, 'OKF' 1위

▶ 한국 기업 다수 진출한 멕시코 알로에음료 시장

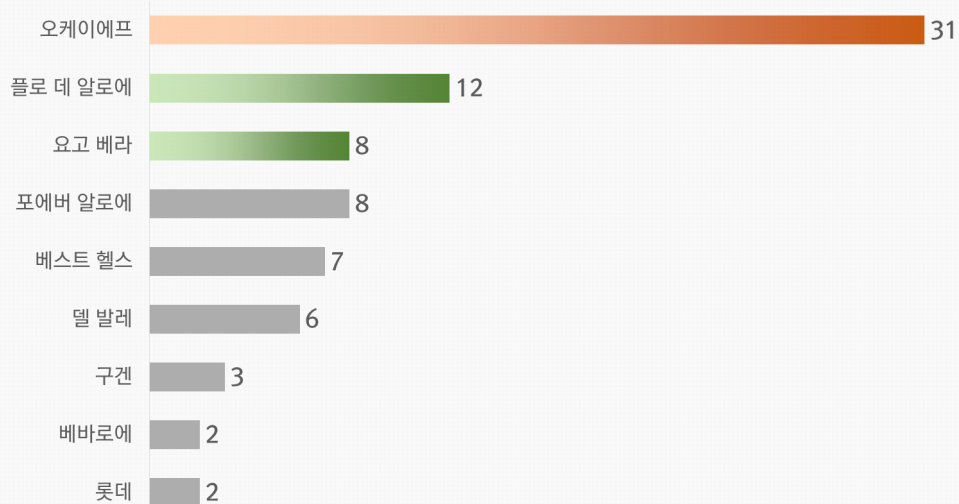
- 한국 제조사 'OKF' 키워드 빈출 수 31건으로 1위
- 키워드 빈출 수 3위(8건) '요고 베라(삼진글로벌넷)'도 한국 생산품
- 원문 추적 결과, '구겐(삼진글로벌넷)', '롯데' 등 한국 제조 기업 진출 다수 발견

▶ '펄프'·'대용량'으로 승부하는 멕시코 현지 브랜드

- '플로 데 알로에' 브랜드 관련 키워드 수 12건으로 2위
- 원문 추적 결과, 펄프를 강조한 대용량 제품 위주 판매

1위 오케이에프		2위 플로 데 알로에		3위 요고 베라	
					
제품명	유기농 알로에음료	제품명	천연 알로에 베라 펄프	제품명	요구르트 알로에 베라
브랜드	오케이에프(OKF)	브랜드	플로 데 알로에 (Flor De Aloe)	브랜드	요고 베라(Yogo Vera)
가격	500ml / \$80.05(4,553원) ¹⁷⁾	가격	750ml/\$169(9,613원)	가격	500ml/\$140(7,963원)

[표 3.1] 멕시코 알로에음료 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 멕시코 온라인매장 판매 제품 내 '알로에음료' 관련 게시물 180건 분석

17) 1멕시코안 페소=56.88원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 펄프 강조한 오리지널 알로에음료 인기

▶ 플레이버 및 성분 관련 키워드 빈출 수 ‘펄프’ 1위, ‘오리지널’ 2위

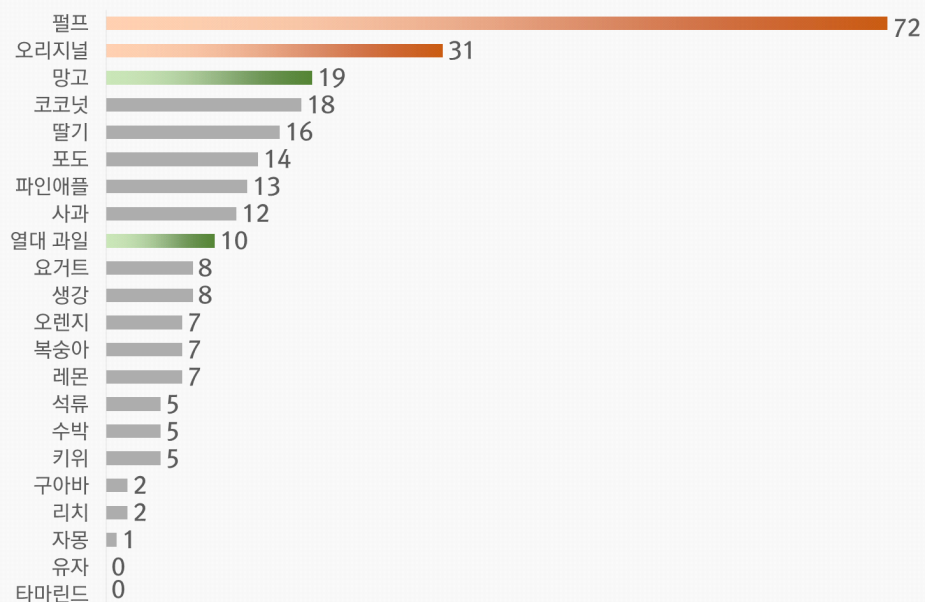
- ‘펄프’ 키워드 72건, ‘오리지널’ 키워드 31건 빈출
- 원문 추적 결과, 펄프 함유량 강조한 오리지널 맛 음료 다수 빈출

▶ 플레이버 중 과일 관련 키워드 최다 빈출은 ‘망고’

- ‘망고’ 플레이버 관련 키워드 빈출 수 19건으로 3위
- 고객사 제품 ‘코코넛’, ‘딸기’, ‘파인애플’ 등 상위권 분포
- 키워드 빈출 10건으로 10위인 ‘열대 과일’ 맛, 멕시코 내 인기

1위 펄프, 2위 오리지널		3위 망고		10위 열대 과일	
					
제품명	사빌라 노팔 알로에 베라	제품명	알로에 펄피 망고맛	제품명	알로에 베라 트로피컬 후르츠
브랜드	프로사(Prosa)	브랜드	델 발레(Del Valle)	브랜드	베스트 헬스(Best Health)
가격	1L/\$205(11,660원)	가격	400ml/\$72(4,095원)	가격	3.78L/\$619(35,209원)

[표 3.2] 멕시코 알로에음료 플레이버 및 성분 관련 키워드



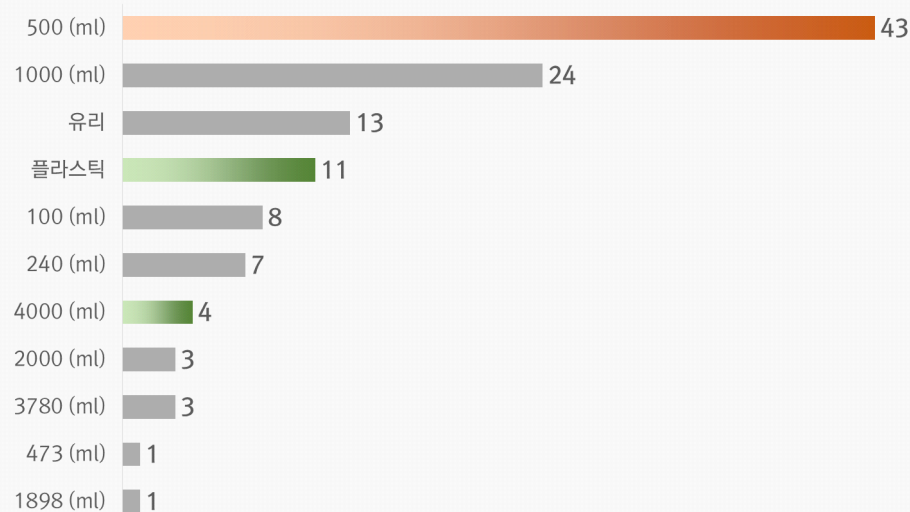
자료: 멕시코 온라인매장 판매 제품 내 ‘알로에음료’ 관련 게시물 180건 분석

3. 멕시코 알로에음료 패키징 형태, '500ml' 1위

- ▶ '500ml' 용량의 플라스틱 병, 패키징 관련 키워드 빈출 1위
 - '500ml' 패키징 관련 키워드 빈출 수 43건으로 압도적 1위
 - 원문 추적 결과, 투명한 플라스틱 병에 담긴 500ml 패키징 다수 발견
- ▶ 불투명한 '플라스틱 병'에 담긴 제품도 있어
 - '플라스틱' 키워드 빈출 수 11건으로 4위
 - 원문 추적 결과, 원액·농축 제품의 경우 불투명한 플라스틱 병에 포장
- ▶ 1L 이상의 대용량 제품도 인기
 - '1,000ml' 빈출 수 24건(2위), '4,000ml' 빈출 수 4건(7위)
 - 원문 추적 결과, 대용량 또는 묽음 상품 인기

1위 500ml		4위 플라스틱 병		7위 4,000ml	
					
제품명	알로에 베라 코코넛 맛	제품명	농축 천연 알로에 베라 2입	제품명	알로에 베라 무향
용량	500ml	용량	1,000ml	용량	4,000ml
가격	\$18.75(1,067원)	가격	\$299(17,007원)	가격	\$292(16,609원)

[표 3.3] 멕시코 알로에음료 패키징 관련 키워드



자료: 멕시코 온라인매장 판매 제품 내 '알로에음료' 관련 게시물 180건 분석

4. 멕시코 알로에음료, 영양소 키워드 중심 홍보

▶ 홍보문구 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘비타민’

- ‘비타민’ 키워드 빈출 수 35건으로 홍보문구 관련 키워드 1위
- 2위는 ‘미네랄’로 ‘칼슘’, ‘포타슘’과 함께 각각 26건 빈출되어 2위
- 원문 추적 결과, 함유된 영양소 명칭을 모두 나열하여 제품 홍보

▶ 알로에, ‘위장’ ‘소화불량’에 효과적인 원료로 인식

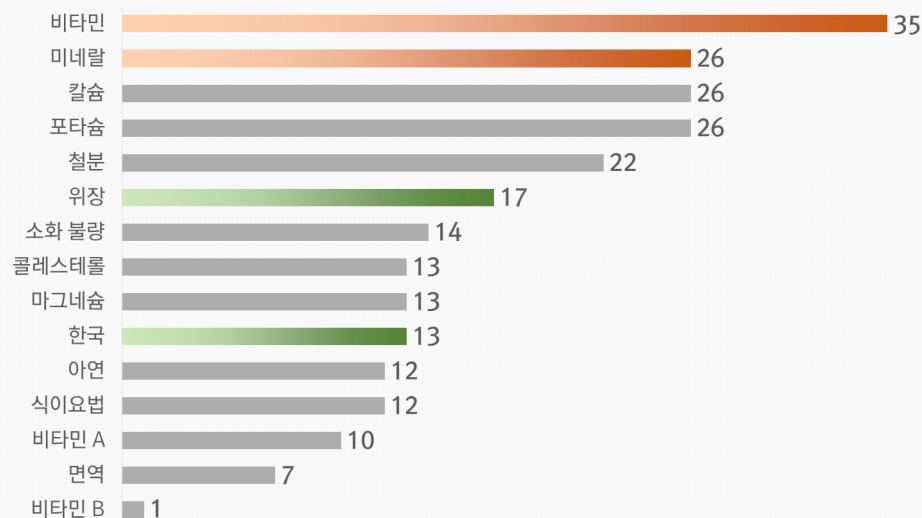
- ‘위장’ 키워드 빈출 수 17건, ‘소화 불량’ 키워드 빈출 수 14건
- 원문 추적 결과, 식전 음용으로 위장 장애 개선 효과 홍보

▶ ‘한국’ 키워드 13건 빈출, 전면에 내세워 홍보

- 원문 추적 결과, 알로에음료를 ‘한국 음료(bebida coreana)’로 표기
- 한국 소주와 알로에음료를 패키지로 판매하는 기획 상품 1건 발견

1위 비타민		6위 위장		10위 한국	
					
제품명	비타민 강화 알로에 베라	제품명	알로에 베라 생강 회향 맛	제품명	한국식 알로에 베라
브랜드	비타로에(Vitaloe)	브랜드	로브(Loev)	브랜드	구겐(Gugen)
가격	320ml*12/\$177.5(10,096원)	가격	1,000ml/\$159.01(9,044원)	가격	500ml*24/\$380(21,614원)

[표 3.4] 멕시코 알로에음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 멕시코 온라인매장 판매 제품 내 ‘알로에음료’ 관련 게시물 180건 분석

5. 멕시코 알로에음료 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 한국식 천연 펄프 함유한 비스비타 알로에음료

- 성분 1위 '펄프'와 홍보문구 10위 '한국' 활용
- 고객사 제품의 천연 알로에 펄프 강조하여 멕시코 소비자 맞춤 어필

▶ 컨셉 ② _ 각종 비타민과 미네랄이 풍부한 비스비타 알로에음료

- 홍보문구 1위 '비타민'과 2위 '미네랄' 활용
- 구체적인 영양소 성분에 주목하는 멕시코 소비자에게 어필

▶ 컨셉 ③ _ 알로에 펄프로 위장 건강에 효과적인 비스비타 알로에음료

- 홍보문구 6위 '위장'과 성분 1위 '펄프' 활용
- 위장 건강을 위해 알로에음료를 꾸준히 섭취하는 소비자에게 어필

패키징	성분	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
500 (ml)	펄프	한국	7건	→ [500ml]에 가득 담은 천연 알로에 [펄프]로 더욱 맛있는 [한국식] 비스비타 알로에 베라
500 (ml)	딸기	철분	4건	→ [500ml] 속 [철분] 가득 들어간 비스비타 알로에 베라 [딸기맛]
플라스틱	오리지널	위장	4건	→ [플라스틱] 한 병에 담긴 알로에로 [위장] 장애 해결하는 비스비타 알로에 베라 [오리지널]
500 (ml)	망고	칼슘	3건	→ [칼슘] 풍부한 비스비타 알로에 베라 [망고맛] [500ml]
(-)	키위	비타민	2건	→ [키위] 넣어 [비타민] 채운 비스비타 알로에 베라 [키위맛]

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

IV. 유통채널 특징

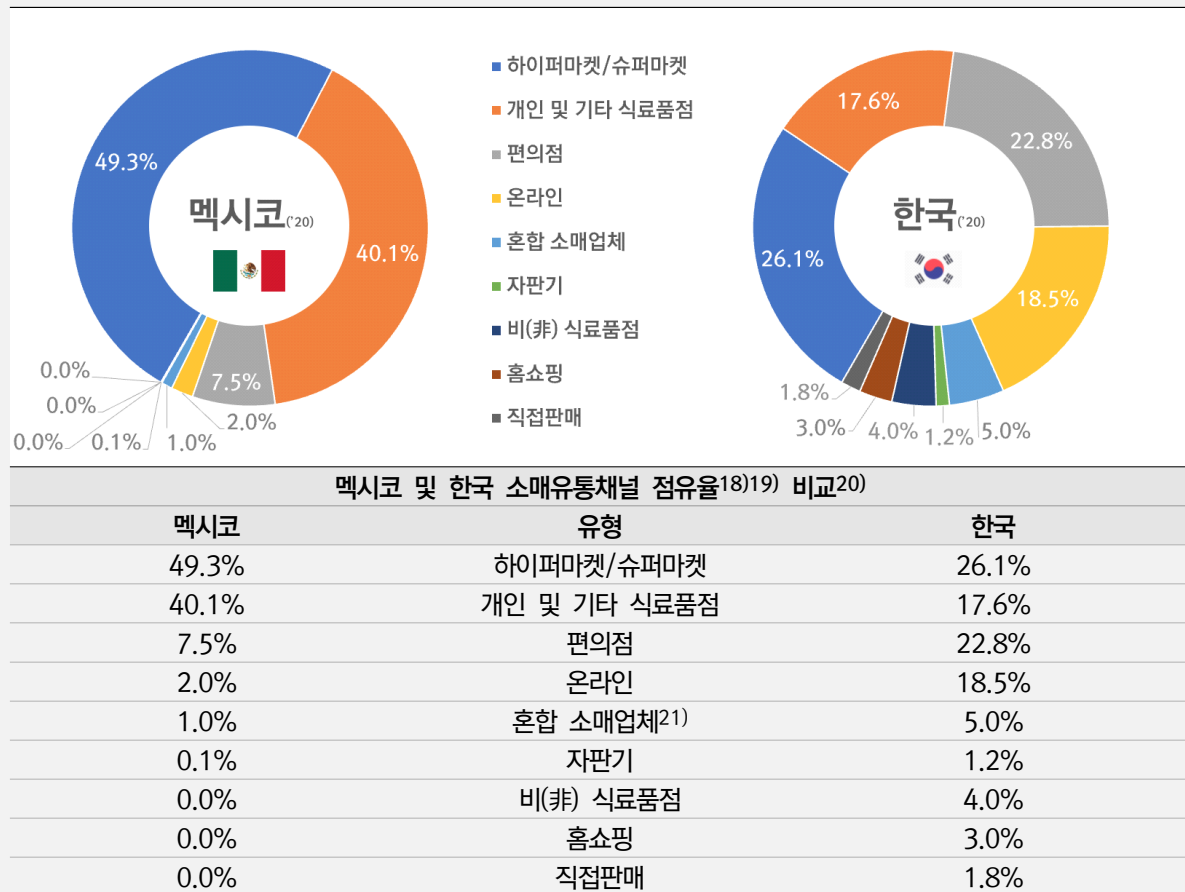
1. 멕시코 알로에음료 유통채널 비교
2. 멕시코 알로에음료 유통채널 특징

1. 멕시코 알로에음료 유통채널 비교

▶ 멕시코 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율, 총합 약 90%

2020년 멕시코 ‘주스’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 49.3%로, 한국의 26.1% 대비 높았음. 이어서 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율 또한 멕시코에서 40.1%, 한국에서 17.6%로 멕시코가 한국보다 두 배 이상 높은 것으로 확인됨. 한편, 한국은 ‘편의점’(22.8%)과 ‘온라인’(18.5%) 점유율이 멕시코 보다 현저히 높음. 또한, ‘비(非) 식료품점’, ‘홈쇼핑’ 및 ‘직접판매’는 한국에서만 유효한 채널로 확인됨

[표 4.1] 멕시코 알로에음료 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 멕시코 및 한국 ‘주스(Juice)’의 소매유통채널 점유율임

19) ‘알로에음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘주스(Juice)’의 정보를 확인함

20) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

21) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 멕시코 알로에음료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

●
멕시코 주요 하이퍼마켓
월마트데메히고의 수페라마



사진자료: 월마트

▶ 멕시코 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트데메히고

멕시코 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 월마트데메히고는 2020년 멕시코 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 6,587억 1,300만 페소(약 37조 4,676억 원²²⁾)의 27.1%를 점유했으며 오가니싸치온소리아나(Organizacion Soriana)는 전체 매출액의 14.5%를 점유함

▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편리함과 가격 모두를 잡는 것이 관건²³⁾²⁴⁾²⁵⁾

멕시코 식품 시장 현대적 유통채널 중에서는 할인점을 비롯한 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율이 가장 높음. 소비자간 빈부격차가 심한 관계로 소득 수준에 따라 매장을 달리 운영하는데, 그중에서도 가격 경쟁력 확보 전략으로는 자체상표 상품 출시나 할인 및 증정행사가 대표적인 예시임. 이외에도 셀프계산 서비스나 무료 와이파이 제공, 편의시설 근접 위치 등 쇼핑 이외의 매장 경험 강화를 통해 경쟁력을 확보하고 있음. 코로나19로 소비자의 가격민감도가 심화되자 고도화된 물류 시스템과 물자 등을 바탕으로 온라인 플랫폼에 적극적으로 진출하며 매출 구조를 다각화하고 있는 것이 특징임

[표 4.2] 멕시코 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	월마트데메히고 (Wal-Mart de Mexico)	27.1%	월마트(Walmart), 수페라마(Superama)
2	오가니싸치온소리아나 (Organizacion Soriana)	14.5%	소리아나히페르(Soriana Hiper), 소리아나수페르(Soriana Super)
3	그루포코메르치알체드라우 (Grupo Comercial Chedraui)	10.8%	체드라우(Chedraui), 수페르씨토(Supercito)
4	수페르마에르까도스 인테르나치오날레스에이치이비 (Supermercados Internacionales HEB)	4.9%	에이치이비(H-E-B)
5	까사레이 (Casa Ley)	3.6%	까사레이(Casa Ley), 수페르레이(Super Ley)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 1페소=56.88원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Mexico Country Report」, 2021.03

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Mexico Country Report」, 2021.03

25) 농수산물유통공사(aT), 「2020 농식품 수출국가정보」, 2020.11

26) 멕시코 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

멕시코 주요 편의점 OXXO



사진자료:
멕시코데일리포스트

▶ 멕시코 주요 편의점 업체, 펌사 및 세븐일레븐메히꼬

멕시코 주요 편의점 업체 펌사(FEMSA)는 2020년 멕시코 편의점 전체 매출액 1,624억 2,700만 페소(약 9조 2,388억 원)의 80.3%를 차지하여 압도적인 점유율을 나타냄. 또한, 펌사는 산하에 옥쏘(OXXO) 브랜드를 보유함. 세븐일레븐메히꼬(7-Eleven México)는 8.6%, 임폴소라시르쿨로(Impulsora Círculo)는 4.5%로 펌사 다음으로 주요 편의점 기업에 속함

▶ 멕시코 편의점 업체, 2025년 연매출 2,864억 페소 달성 예상²⁷⁾

코로나19 사태로 인한 국경 폐쇄 및 외출 감소로 멕시코 편의점 시장의 성장세가 저지되어 2020년 편의점 전체 매출액은 전년 동기 대비 2.2% 감소함. 다만 이러한 매출 하락은 일시적일 것으로 예측되며, 이후 이전 수준의 성장세를 회복하여 2025년에는 2,864억 페소(약 16조 2,904억 원) 규모를 달성할 것으로 전망됨. 한편, 멕시코 편의점 시장은 주요 4개 업체가 전체 시장의 약 95%를 차지하고 있는 가운데, 펌사사의 옥소가 전체 매출액의 80.3%를 차지하는 등 독과점 상태에 놓여있음. 이들 편의점은 대부분 주유소와 함께 매장이 운영되는 형태임

[표 4.3] 멕시코 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	펌사 (FEMSA Comercio)	80.3%	옥쏘(OXXO)
2	세븐일레븐메히꼬 (7-Eleven México)	8.6%	세븐일레븐(7-Eleven)
3	임폴소라시르쿨로 (Impulsora Círculo)	4.5%	써클케이(Circle K)
4	오가니싸치온소리아나 (Organizacion Soriana)	0.2%	수퍼시티 (Super City)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Mexico Country Report」, 2021.03

28) 멕시코 편의점 점유율 부문 상위 4개 기업

3) 드럭스토어

멕시코 주요 드럭스토어
파르마시아스과달라하라



사진자료:
파르마시아스과달라하라

▶ **멕시코 주요 드럭스토어, 꼬포라티보프라구아 및 파르마시아스시밀라레스**
멕시코의 주요 드럭스토어 꼬포라티보프라구아(Corporativo Fragua)는 2020년 멕시코 드럭스토어 전체 매출액 3,770억 3,300만 페소(약 21조 4,456억 원)의 18.9%를 점유했으며, 파르마시아스시밀라레스(Farmacias Similares)는 전체 매출액의 18.7%를 점유함

▶ **코로나19로 희비가 엇갈린 멕시코 드럭스토어 업계²⁹⁾**

코로나19의 영향으로 드럭스토어는 매장 특성에 따라 매출 증가와 감소 모두를 경험함. 특히 병원에 방문하지 않고도 의사와 상담을 진행하고 바로 제품을 구입할 수 있었던 약국 및 준약국은 오히려 매출 증가세를 보임. 멕시코 드럭스토어 업계는 코로나19에 대한 대응책으로서, 사람들간 접촉이 적은 동선이 나올 수 있도록 매장을 재구조화하였고, 온라인 쇼핑 플랫폼을 강화함. 또한 추후 온오프라인 연계성 강화를 위해 라스트마일 배송 서비스 업체와 협력할 것으로 전망됨

[표 4.4] 멕시코 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ³⁰⁾	산하 주요 브랜드
1	꼬포라티보프라구아 (Corporativo Fragua)	18.9%	파르마시아스과달라하라 (Farmacias Guadalajara)
2	파르마시아스시밀라레스 (Farmacias Similares)	18.7%	파르마시아스시밀라레스 (Farmacias Similares)
3	팜사코메르치오 (FEMSA Comercio)	9.2%	파르마시아스이싸(Farmacias Yza), 이싸(Yza)
4	꼬메르치알리싸도라 파르마수티카데치아파스 (Comercializadora Farmaceutica de Chiapas)	8.7%	파르마시아스델아호로 (Farmacias del Ahorro)
5	파르마시아스베나비데스 (Farmacias Benavides)	3.7%	파르마시아스베나비데스 (Farmacias Benavides)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

29) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Mexico Country Report」, 2021.03

30) 멕시코 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 멕시코 주요 온라인 유통채널, 메르카도리브레 및 아마존

멕시코 주요 온라인 유통채널 메르카도리브레(MercadoLibre)는 2020년 멕시코 온라인 전체 매출액 3,562억 2,900만 페소(약 20조 2,623억 원)의 13.6%를 점유했으며, 아마존(Amazon)은 전체 매출액의 11.6%를 점유함

▶ 멕시코 식음료 온라인 소비시장의 가파른 성장세³¹⁾³²⁾

코로나19 이전에는 지방의 열악한 교통 인프라 및 분실 우려로 배송 서비스에 부정적인 인식이 지배적이었으며, 신용카드 결제 비활성화 등 온라인 소비시장에 대한 진입장벽이 높았음. 그러나 전체 식품시장에서 온라인 채널이 점유하는 비중이 높지는 않지만, 가장 가파른 매출액 성장세를 보이고 있으며, 이러한 경향은 코로나19로 더욱 강화됨. 전체 온라인 소비시장은 전년 대비 81%, 그중 온라인 식품 소비시장은 93%나 증가함. 특히 교통체증이나 주차 공간 부족 등 인프라 관련 불편으로 온라인 매장에 대한 선호도가 증가하고 있고, 이에 월마트를 비롯한 대형 유통업체는 다양한 프로모션 및 배송 옵션 제공 등의 마케팅 전략을 통해 온라인 식품 소비시장의 활성화에 박차를 가하는 중임

[표 4.5] 멕시코 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	메르카도리브레 (MercadoLibre)	13.6%	메르카도리브레 (MercadoLibre)
2	아마존 (Amazon)	11.6%	아마존 (Amazon)
3	엘푸에르토데리버풀 (El Puerto de Liverpool)	8.5%	리버풀 (Liverpool)
	월마트데메히코 (Wal-Mart de Mexico)		월마트(Walmart), 샘스클럽(Sam's Club), 수페라마(Superama), 보데가아우레라(Bodega Aurrera)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

31) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Mexico Country Report」, 2021.03

32) 농수산식품유통공사(aT), 「2020 농식품 수출국가정보」, 2020.11

33) 멕시코 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 멕시코 알로에음료 주요 온라인 유통채널
2. 멕시코 알로에음료 주요 오프라인 유통채널

1. 멕시코 알로에음료 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.com.mx		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	8,300만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		3,860억 달러(약 451조 4,656억 원 ³⁴⁾) ³⁵⁾		
운영방식		온라인마켓		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	내추럴굿쉐이프(Natural Good Shape)
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	시즌별 할인 행사, 무이자 할부 혜택, 기프트 카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 ‘Vender en Amazon’ 클릭 - 공급자 계정 생성 시 필요한 정보
		공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 해외 결제 가능 카드, 현지 신분증, 은행 계좌 정보, 세금 신고 등록증 (SAT), 현지 사업자등록번호(RFC) 등) 공급 제품 정보 (제품 분류 코드 GTIN(UPC, ISBN, EAN), 제품 종류 및 설명, 판매 입고량, 재고 관리 코드(SKU) 등) - 기타 참고사항 - 한국어로 표기된 셀러 가입 진행 홈페이지 있음 (sell.amazon.co.kr 접속 후 ‘국가별 입점 안내’ - ‘아마존 북미 입점’ 클릭 ‘계정 등록 및 신원 확인 절차 안내’ 다운로드) - 매달 600페소의 계정 유지비를 지불해야 하며, 판매 품목에 따라 수수료 상이 - 멕시코, 캐나다, 미국 세 곳에서의 판매 동시에 가능함

자료: 아마존(Amazon) 멕시코, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon) 멕시코

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의

신용카드 결제에 우려를 표하는 멕시코인들의 성향에 맞춰 아마존 캐시 및 OXXO 편의점 입금 등의 현금 결제옵션 제공

2. 후불 결제

3/6/9/12 월에 비자, 마스터, 아멕스 카드를 통해 결제한 상품의 경우 무이자로 후불 결제를 진행할 수 있음

3. 간편한 셀러 가입

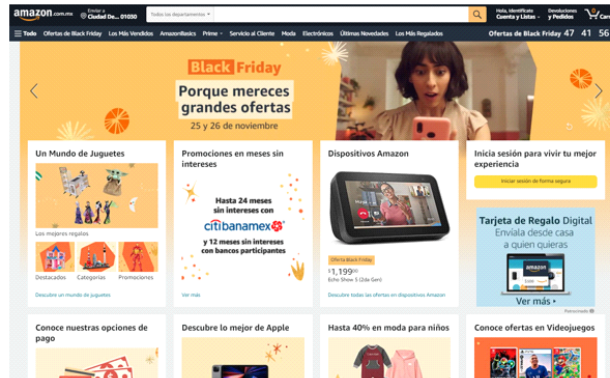
1번의 가입으로 멕시코, 캐나다, 미국 세 국가에 동시에 판매 권한 획득

4. 아마존 프라이م

연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송

타 국가에서도 멕시코 아마존에서의 구매 가능



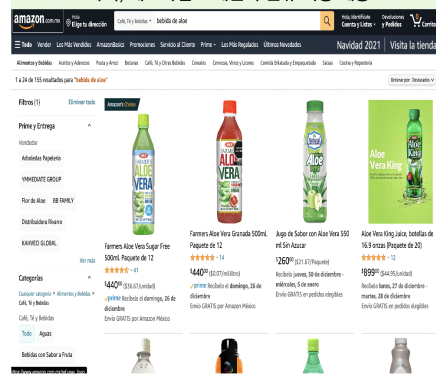
세부 검색 중 배송국가나 옵션을 특정하여 검색 가능

온라인몰 UI ②

Amazon - 제품 구매 페이지

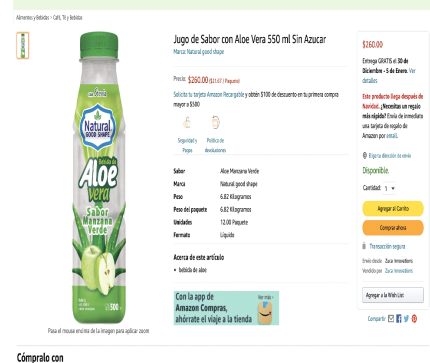
'알로에음료' 제품 검색 결과

'알로에음료' 제품 관련 검색결과 노출
가격, 제조사별로 세분화 분류 가능 제공



'알로에음료' 제품 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



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

자료: 아마존(Amazon) 멕시코

사진 자료: 아마존(Amazon) 멕시코

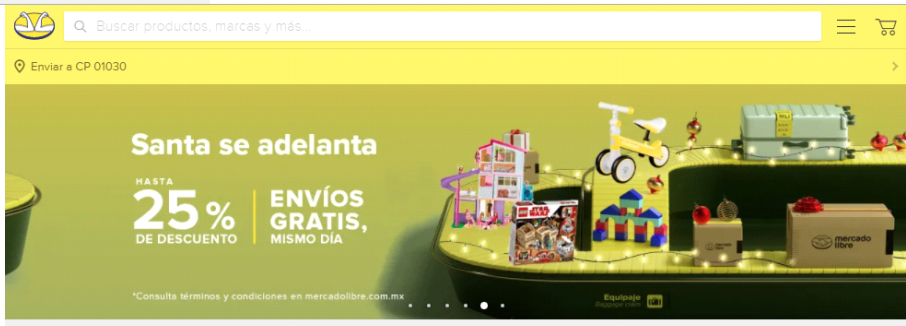
34) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

35) 2020년 아마존(Amazon) 글로벌 통합 매출액임

② 메르까도리브레

기업 기본 정보	기업명	메르까도리브레(MercadoLibre)	
	홈페이지	mercadolibre.com.mx	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 4,839만 회
		앱다운로드수('20)	360만 회
		매출('20)	39억 7,000만 달러(약 4조 6,433억 원)
		운영방식	온라인마켓



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오케이에프(OKF), 부티크허벌(Boutique Herbal)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시즌별 할인 행사, 무이자 할부 혜택, 기프트 카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 상단 'Vender' 클릭 - 개인 계정 혹은 법인 계정으로 등록할 수 있음 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름 또는 법인명, 이메일 주소, 전화번호, 현지 사업자등록번호 또는 현지 신분증) - 기타 참고사항 - 아래의 페이지의 'Ventas' 항목에서 품목별 수수료 등 판매 관련 정보를 열람할 수 있음 (www.mercadolibre.com.mx/ayuda)
-------------	---------------------	---

자료: 메르까도리브레(MercadoLibre) 멕시코, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 메르까도리브레(MercadoLibre) 멕시코

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 간편한 셀러 가입

계정 별도 유지 비용이 없으며 개인 판매자로도 등록 가능함

2. 메르카도파고

자체 개발한 디지털 결제 시스템 메르카도파고를 통해 편리하고 안전한 결제 옵션 제공

3. 판매가격 하한선

판매하는 물품의 가격이 20페소 이상이어야 하며, 이하인 경우 여러 상품들 묶어서 판매해야 함



4. 구매자 우선

구매자가 판매자에게 구매를 문의한 때를 기준으로 결제 가격을 결정하여 높은 선호도와 재구매율을 보임

5. 페이지 인라인 페이지

판매자와 구매자를 중재하는 역할로 포지셔닝 한 메르카도리브레는 내부에 공식 볼을 운영하는 형태로 인플루언서화

카테고리별 세분된 검색 가능
배송 옵션 및 할인율별 검색 가능

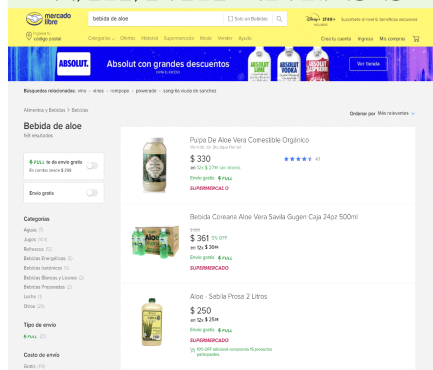
온라인몰 UI ②

MercadoLibre - 제품 구매 페이지

'알로에음료' 제품 검색 결과

'알로에음료' 제품 관련 검색결과 노출

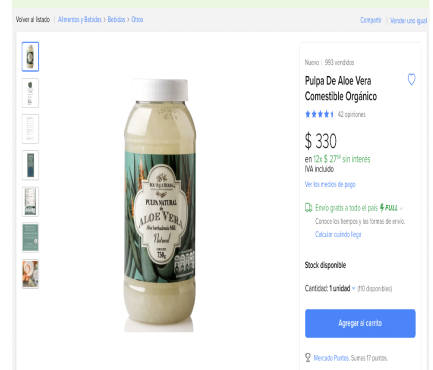
가격, 할인율, 결제 옵션별로 세분화 분류 기능 제공



'알로에음료' 제품 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: 메르카도리브레(MercadoLibre) 멕시코

사진 자료: 메르카도리브레(MercadoLibre) 멕시코

2. 멕시코 알로에음료 주요 오프라인 유통채널 ① 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.walmartmexico.com			
	위치	아칸소(Arkansas)			
	규모	매출액('20)	7,017억 3,400만 페소(약 39조 9,146억 원)		
기업 요약	기타 규모	• 매장 수('21): 2,703개			
	• 현재 멕시코 하이퍼마켓/슈퍼마켓 내 점유율 1위를 차지하고 있음 • 보데가아우레라(Bodega Aurrera), 샘스클럽(Sam's Club), 수페라마(Superama) 등 소득 수준에 맞춰 다양한 브랜드와 형태로 매장 운영 중 • 온라인 쇼핑물 및 이에 따른 물류 관리에 꾸준히 투자하고 있으며, 현재 멕시코 내 온라인 식품 소비시장에서 높은 점유율을 차지하고 있음				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	40·50대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	07:00~23:00			
	주소	Av. Correa Rachó 104, Vista Alegre, 97133, Mérida, Yucatán, México			
	상권	호텔, 영화관, 레스토랑 등 다양한 서비스 시설이 입점한 쇼핑몰 내에 위치하여 전연령층의 소비자들이 방문하는 지점임			
	VMD	취급 브랜드	칼라(Quala), 후고스델바예(Jugos del Valle)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경					
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 등록 - 월마트(Walmart)에서 운영 중인 기타 브랜드 입점 또한 함께 진행됨 - 아래의 페이지에 접속하여 공급자 등록 진행 (walmartmexico.com/proveedores/como-aplicar) - 필수 정보 예시 ① GS1 Mexico에 등록된 바코드 ② SHCP에 등록 ③ NOM(멕시코 공식 스탠다드)에 알맞은 판매 방식 - 'Formulario Aplicación Nuevo Proveedor Walmart' 다운로드 후 정보 기입 - 제품 카테고리별 담당자에게 연락 - 카테고리별 담당자 연락처는 동일 홈페이지 내 기재되어 있음 - 해당 홈페이지 내에는 계약 성사 후 제출해야 하는 양식과 식품 공급 시 규정 또한 함께 첨부되어 있으므로 확인 필요			

자료: 월마트(Walmart), 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



멕시코 월마트 현지 매장에서는 알로에 음료를 코코넛이나 레모네이드 등 기타 과일 베이스 음료와 함께 상온 매대에 배치해둬. 브랜드별로 구분하여 배치하기는 하였으나 완전히 분리된 것은 아니었으며, 알로에 음료와 기타 코코넛음료 및 비타민 음료가 같이 놓여있기도 함. 방문 당시 한국산 알로에음료 브랜드인 오케이에프(OKF)의 제품을 취급 중이었으며, 멕시코 현지 생산 제품도 취급 중이었음. 알로에음료는 오리지널 맛뿐만 아니라 수박, 리치, 망고 등 타 과일 맛을 첨가한 제품도 다수 존재함. 패키징 형태의 경우 코코넛 음료나 몇몇 캔 음료를 제외하고는 모두 투명한 플라스틱 병 형태였음

자료: 월마트(Walmart) 현지 매장 방문

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	알로에 음료	칼라 (Quala)	비탈로에만다리나 (Vitaloe Mandarinina)	멕시코	13.5페소 (약 768원)	500ml	
2	알로에 음료	후고스델바예 (Jugos del Valle)	델바예폴피 (Del Valle Pulpy)	멕시코	13.5페소 (약 768원)	400ml	
3	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹오리지널 (Aloe Vera King Original)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	
4	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹스트로베리 (Aloe Vera King Strawberry)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	
5	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹골드키위 (Aloe Vera King Gold Kiwi)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	
6	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹망고 (Aloe Vera King Mango)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	
7	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹워터멜론 (Aloe Vera King Watermelon)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	
8	알로에 음료	오케이에프 (OKF)	알로에베라킹리치 (Aloe Vera King Lychee)	한국	24.9페소 (약 1,416원)	500ml	

자료: 월마트(Walmart) 현지 매장 방문

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지 매장 방문

② 소리아나

기업 기본 정보	기업명	소리아나(Soriana)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.soriana.co.mx	
	위치	몬테레이(Monterrey)	
	규모	매출액('20)	약 1,570억 5,300만 페소(약 8조 933억 원)
	기타 규모	• 직원 수('21): 약 8만 6,100명	
		• 매장 수('21): 약 510개	
	기업 요약	• 1981년 설립됨 • 현재 멕시코 내 32개 주, 181개 도시에서 영업 중 • 월마트와 마찬가지로 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 중	

매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 베이커리류, 생활용품, 애완용품 등	
	선호제품	• 가격 경쟁력을 갖춘 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 입점 문의 - 홈페이지 내에 나열된 필요 정보 정리 후 지역별 사무국으로 제출 (www.organizacionsoriana.com/requisitos_alta_proveedores.html) - 필요 정보 예시 ① 신분증, 은행 계좌 정보, 마케팅 관련 동의서 등 • 문의사항 연락처 - 대표 전화번호: +54-01-81-8329-9027 - 다음의 주소에서 연락처 관련 정보 확인 가능 (organizacionsoriana.com/Contacto.html)	
-------------	---------------------	--	--

자료: 소리아나(Soriana), 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet), 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 소리아나(Soriana), 디엘잉글리시디자인(DL English Design)

③ 파르마시아스과달라하라

기업 기본 정보	기업명	파르마시아스과달라하라 (Farmacias Guadalajara)		
	기업구분	드럭스토어	FARMACIAS GUADALAJARA	
	홈페이지	www.farmaciasguadalajara.com.mx		
	위치	과달라하라(Guadalajara)		
	규모	매출액('20)	733억 1,400만 페소(약 4조 1,701억 원)	
		기타 규모	• 직원 수('21): 약 30,380명 • 매장 수('21): 약 1,460개	
기업 요약	• 1942년 설립된 편의점 형태의 드럭스토어로, 일상 생활에서 필요한 모든 물품을 구매할 수 있는 원스탑 드럭스토어가 컨셉임 • 자사 온라인 쇼핑몰 운영 중이며, 왓츠앱과 전화를 통해 주문할 수도 있음			

매장정보	입점 가능 품목	• 일반 의약품, 건강기능식품, 영유아용품, 전자제품, 스낵류, 화장품 등	
	선호 제품	• 가격 경쟁력이 있는 제품, 소비자들이 자주 사용하는 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 등록을 통한 문의 (www.farmaciasguadalajara.com/es/farmaciasguadalajara/ayuda/contactanos) - 선택 옵션 중 'Ofrecenos tus servicios' - 'Proveedor publicitario' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (이름, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (제품명, 회사명, 회사 홈페이지 주소) ③ 기타 메시지 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +51-33-3818-1818
-------------	---------------------	--

자료: 파르마시아스과달라하라(Farmacias Guadalajara), 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet), 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 파르마시아스과달라하라(Farmacias Guadalajara) 현지매장 방문조사

④ 파르마시아스베나비데스

기업 기본 정보	기업명	파르마시아스베나비데스 (Farmacias Benavides)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.benavides.com.mx	
	위치	몬테레이(Monterrey)	
	규모	매출액('20)	6억 8,976만 달러(약 8,067억 원)
기타 규모		• 직원 수('21): 약 8,940명 • 매장 수('21): 약 1,020개	
기업 요약	• 1917년 멕시코에서 설립되었으며, 현재는 글로벌 드럭스토어 기업 월그린스부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) 산하 기업임 • 자사 온라인 물 운영 중이며, 멕시코 라스트마일 배송 서비스 기업인 라피(Rappi)와 협업하여 배송 서비스 제공함 • 오프라인 및 온라인 의료 상담 서비스 제공 중		

매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 건강보조식품, 영유아 식품, 의료 보조 기기, 청소 용품 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 품질이 보장된 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지를 통해 입점 제안 서류 다운로드 후 정보 기입 (www.benavides.com.mx/proveedores) • 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 - 전화번호: +54-81-8150-7700
-------------	---------------------	---

자료: 파르마시아스베나비데스(Farmacias Benavides), 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet)

사진 자료: 파르마시아스베나비데스(Farmacias Benavides), 체인드러그리뷰(Chain Drug Review)

⑤ 옥쏘

기업 기본 정보	기업명	옥쏘(OXXO)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.oxxo.com	
	위치	몬테레이(Monterrey)	
	규모	매출액('20)	1,812억 7,700만 페소(약 10조 3,110억 원)
	기업 요약	기타 규모	• 매장 수('20): 약 19,566개
		1977년 설립됨 - 멕시코, 콜롬비아, 칠레, 페루 및 브라질 등 중남미 지역에 지점을 둠 - 코로나19로 전년 대비 약 1.9% 매출 하락함 - 옥쏘페이(OXXO Pay)를 통하여 온라인 결제 대금을 현금으로 지불 가능하며, 현금 의존적인 소비자들에게 인기가 있음 - 매장 내에서 은행 입출금·송금, 공과금 납품 등 다양한 서비스 제공함	
매장정보	입점가능품목	• 음료, 베이커리, 간식, 약품, 주방용품, 유기농 식품, 신선식품, 즉석식품 등	
	선호제품	• 간편식 및 생활용품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.oxxo.com/proveedores) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (거주 국가, 이메일 주소, RFC 정보) 15영업일 이내로 본사에서 연락을 줌 - 문의사항 연락처 - 홈페이지 문의: 홈페이지 내 'contacto' 클릭 - 이메일: atencionaclientes@oxxo.com	

자료: 펄사(Femsa), 옥쏘(OXXO), aT한국농수산물유통공사

사진 자료: 옥쏘(OXXO), 뉴욕타임즈(New York Times)

⑥ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-eleven.com.mx	
	위치	몬테레이(Monterrey)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 1,835개	
	기업 요약	• 1976년 설립됨 • 2020년 기준 멕시코 전체 편의점 시장의 8.6% 점유함 • 현재 멕시코 내 13개 주에서 영업 중임 • 어플리케이션으로 온라인 구매가 가능하며, 멕시코 대표 배달업체인 Rappi가 물품배달을 담당함 • 매장 내에서 은행 입출금 · 송금, 공과금 납품 등 다양한 서비스 제공함	
매장정보	입점가능품목	• 커피, 간식, 패스트푸드, 베이커리, 생활용품, 전자서비스 등	
	선호제품	• 간편식 및 생활용품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.7-eleven.com.mx/nuestra-empresa/oportunidades/comercializacion) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 기업 정보 (기업 이름, RFC 정보, 주소, 전화번호) ② 공급자 정보 (이름, 이메일, 전화번호) ③ 제품 및 서비스 정보 (제품 설명, 이미 판매되고 있는 장소 정보 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +54-800-83-711-00	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 세븐일레븐멕시코(7-Eleven Mexico) 링크드인, 수프라데사로요스(supradesarrollos)

VI. 진입장벽

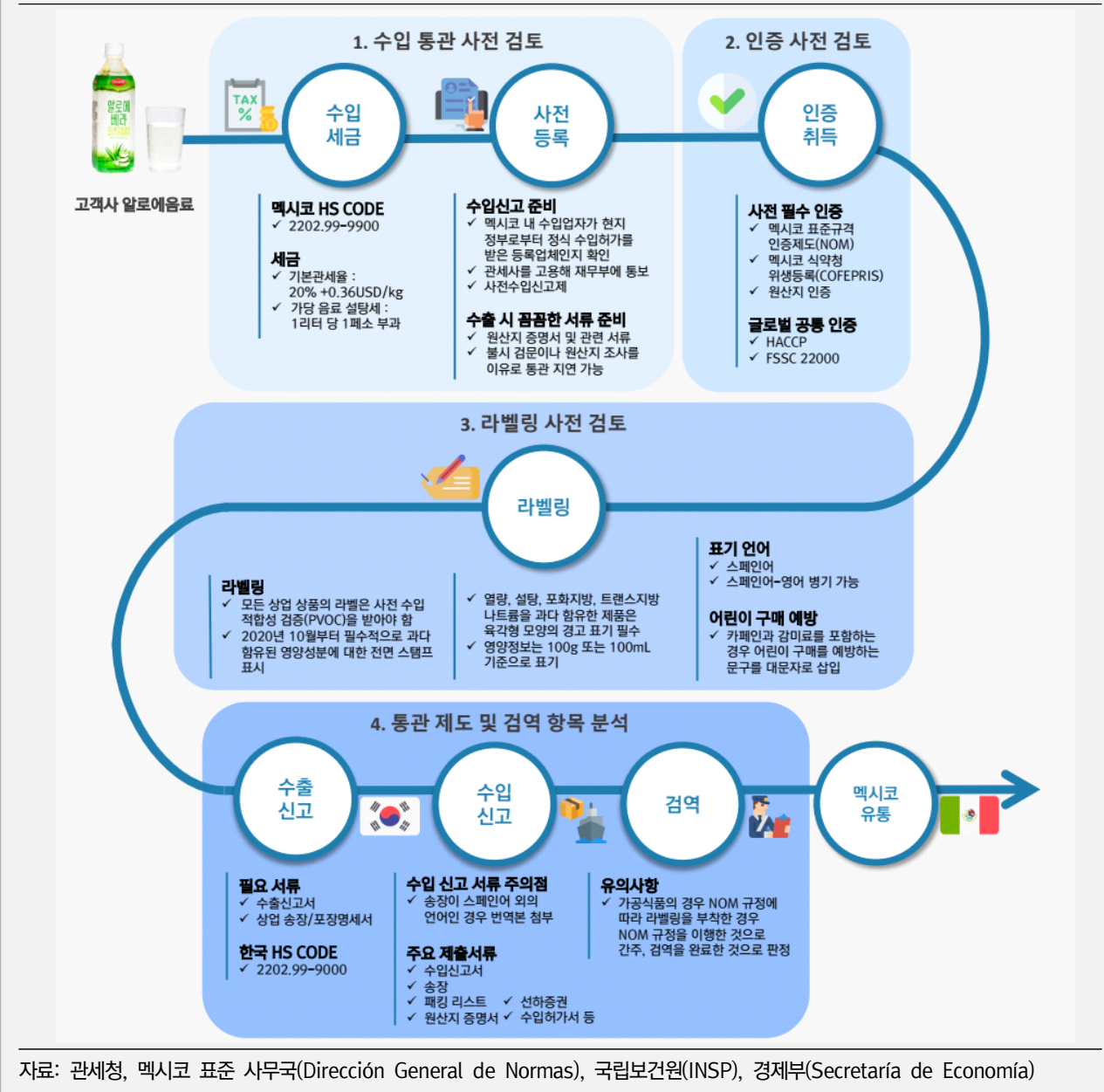
1. 멕시코 알로에음료 통관 및 검역 절차
2. 멕시코 알로에음료 품질 인증
3. 멕시코 알로에음료 라벨링
4. 멕시코 알로에음료 성분 및 유해물질

1. 멕시코 알로에음료 통관 및 검역 절차³⁶⁾

▶ 멕시코 알로에음료 수출 시, 표준규격제도, 위생등록 必

멕시코로 식품 수출 시 정식 등록된 수입업체와 관세사 선정이 중요한 제품이 멕시코 표준규격제도(NOM, Normas Oficiales Mexicanas), 라벨링 규정을 충족하는지 꼼꼼한 확인이 필요하며, 수출 전, 제품이 사전수입신고제(Aviso)의 대상인지 사전수입승인제(Persimo)의 대상인지 확인하여 각 제도에 해당하는 절차를 밟아야 함

[표 6.1] 멕시코 알로에음료 통관 검역 절차



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

2. 멕시코 알로에음료 품질 인증

- ▶ **멕시코 수입 알로에음료, 공식표준규격 인증 및 식약청등록절차** 必
- 멕시코로 알로에음료 수출 시에 멕시코 공식표준규격(NOM, Normas Oficiales Mexicanas) 제도에 따라 제품의 품질 및 안정성, 라벨링 등을 검사받아 인증을 받아야 하며, 제품에 대하여 식약청 등록 절차(COFEPRIS, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios)를 마쳐야 함

[표 6.2] 멕시코 표준규격(NOM) 인증 취득

인증명	공식표준규격(NOM)	인증 성격	멕시코 공인 인증
마크		인증기관	- 멕시코 경제부 표준 사무국 (Direccion General de Norma) - 인증기관 ANCE(Asociacion de Normalizacion y Certificacion A.C.) - 인증기관 NYCE(Normalizacion y Certificacion Electronica A.C.)
인증 절차	- 계측과 표준에 관한 연방법에서 NOM 인증이 재부무(Secretaria de Hacienda)에 등록되어 있고 법적 책임을 증명하는 멕시코에 있는 현지 대리인에게로 발급되어 진다는 것을 명시하고 있으므로 멕시코 현지 대리인을 통해 신청 - 크게 안전 요건 품목과 라벨링 요건을 충족했는지 확인 - 시험의 결과가 적합한 경우, 적합성 인증서(Certificate of Compliance)가 현지 대리인의 이름으로 발행 - 멕시코로 제품을 수출하기 위해서는 적합성 인증서의 사본이 제품과 함께 반드시 첨부되어야 함 - 제품은 NOM 마크를 부착해야 하고 관련 요구사항들(제품 마킹, 보증, 상업적 정보 등)을 준수해야 함 - 시험에 통과한 경우라도 제품의 샘플에 대한 사후 검사가 완료되어야 NOM 인증이 발행되며 발급된 인증은 타인에게 양도할 수 없음		
사후관리	- 제품심사의 목적으로 연간 1회 방문하거나 주기적인 증명시험(verification testing)을 실시할 수도 있음 - 매년 관리 심사가 이루어지며, 심사는 항상 공장에서 행해지는 것은 아니며, 심사를 위한 제품은 일반 가게, 도매상 또는 판매자를 통해서 추출될 수 있음 - NOM 의무취득 대상 제품을 NOM 인증 없이 시중에 유통시킬 경우 최종책임은 내국산품일 경우 제조업체가, 수입품일 경우 수입업체가 지게 됨		

자료: 멕시코 경제부(Secretaria de Economia), KATI농식품수출정보

[표 6.3] 멕시코 위생등록(COFEPRIS) 등록

내용	인체에 영향을 끼치는 모든 제품(의약품, 식품, 제약, 특정 기능성 화장품, 기타 등)에 대한 안전을 보장하고 심사를 통해 멕시코 내 해당 제품이 판매될 수 있도록 권한을 부여	인증기관	멕시코 위생 보호 연방위원회
		인증 성격	수입 허가
인증 절차	- 관세청에서 지정한 관세 납부 후 필요 서류 제출 - 심사기간은 약 5~40일 소요 - 멕시코 위생 보호 연방위원회 내부적으로 서류 검토 및 필요 시 상품 샘플 요청을 통해 자체 검사를 진행할 수 있음 - 멕시코 위생 보호 연방위원회 홈페이지를 통해 상품 반입 승인 여부를 공지함		
제출 서류	- 식약청 사전 승인 신청 양식 및 복사본 - 관세 납부 증명서 - 멕시코 내 상품 반입 신청서		
비용	없음		

자료: 멕시코 경제부(Secretaria de Economia), 멕시코 위생보호연방위원회(COFEPRIS), KATI농식품수출정보

3. 멕시코 알로에음료 라벨링

[표 6.4] 멕시코 알로에음료 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 표기 언어	• 스페인어 • 스페인어-영어 병기 가능
	2. 제품명	• 제품의 공식 명칭을 사용하거나 성분의 기본적 성분을 설명할 수 있는 이름이어야 함 • 제품을 나타내는 단어, 그림 또는 기타 그래픽 표현을 설명하거나 사용하는 라벨과 함께 제공할 수 있음
	3. 성분 목록 및 영양정보	• 단일 성분 제품의 경우 면제될 수 있음 • 복합 성분은 물을 제외한 구성 비율이 5% 이상인 경우, 양적 감소 순서로 구성 성분을 기재해야 함 • 특정한 정의가 없거나 법적 이름으로 표시되지 않은 식품, 무알코올 음료의 성분 목록과 영양 정보는 주 표시면의 식품명 근처에 표시해야 함 • 멕시코 내에서 유통 및 판매되는 모든(멕시코산, 수입산) 포장 식품과 무알코올 음료의 영양 정보는 100g 또는 100mL를 기준으로 표기되어야 함 (2021년부터 시행) • 열량, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 설탕, 첨가당, 식이 섬유 및 나트륨, 비타민 성분을 반드시 표시해야 하며, 오메가3가 포함된 경우 표시해야 함 • 알레르기를 일으킬 수 있는 성분은 ‘포함(contiene)’ 선언 후 기재해야 함 • 소형 포장에는 사용하는 선형 라벨 사용 가능함 • 식품 분류에 따라 1회 제공량과 당분, 나트륨, 지방 및 칼로리에 대해 포장 앞면 표시 의무화함 오일, 채소, 과일, 곡물, 견과류, 씨앗류, 육류 함유 제품, 수산물, 유제품, 시리얼과 덩이줄기 제품, 바로 먹을 수 있는 요리, 향 첨가 음료, 과자, 초콜릿 함유 제품이 이에 해당함 • 당 성분은 ‘첨가당(azúcares añadido)’ 선언 후 첨가된 모든 당 이름을 기재해야 함
	4. 중량	• 성분의 중량 또는 해당 부피에 대한 성분의 백분율이 표시 • 단위와 함께 식품의 순 중량을 기재
	5. 제조업자 또는 판매업자의 이름과 주소	• 제품 책임자의 이름, 명칭 또는 사업체의 이름과 재정 주소가 표시되어야 함 • 수입 제품의 경우 ‘fabrado o envasado por o para(제조 또는 포장)’ 선언 후 이름과 주소 뒤에는 적절한 문구 삽입 가능
	6. 원산지	• ‘Made in’ 또는 ‘Manufactured in’ 또는 그와 유사한 의미의 단어 뒤에 원산지 국가가 표시되며 제품의 출처를 오해시키는 여지가 없는 명칭을 사용해야 함

자료: 멕시코 연방공식저널(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

[표 6.4] 멕시코 알로에음료 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	7. LOT 번호	• 각 용기의 추적성을 허용하는 표시가 있어야 함 • 영구적으로 표시되어야 함 • 로트 번호 앞에는 'LOT', 'Lot', 'L', 'lot', 'lot', 'l', 'lt', 'LT' 중 하나가 표시되어야 함
	8. 만료일 또는 유통기한	• 최대 유통기간이 3개월인 제품은 요일, 일, 월을 기재 • 유통기한이 3개월 이상인 제품은 월, 연도를 기재 • 유통기한임을 나타내는 문구 뒤에 날짜를 기재해야 함 • 유통기한 또는 선호 소비 날짜까지 제품 보존에 필요한 특별한 조건이 있는 경우 표시해야 함 • 특정 제품(식초, 식품 등급의 소금, 고체 설탕 등)의 경우 만료일 선언이 필요하지 않음
	9. 경고 표시 (FOP) (2021년 시행)	• 열량, 설탕, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨에 대해 기준 초과 함유한 제품은 제품 전면 오른쪽 위에 해당하는 부분을 육각형 모양의 경고 표기로 부착해야 함  • 카페인과 감미료를 포함하는 식품에는 어린이 구매를 예방하는 다음과 같은 경고 문구를 스페인어 대문자로 표기해야 함(글꼴은 Arial Bold체, 배경과 글자가 흑백 대조를 이루어야 함) - 감미료를 포함, 어린이에게 적합하지 않음(CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS) CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS - 카페인 포함-어린이는 피해야 함(CONTIENE CAFEINA - EVITAR EN NIÑOS) CONTIENE CAFEÍNA EVITAR EN NIÑOS • 제품에 하나 이상의 FOP 경고 스탬프나 감미료 경고 문구가 부착된 경우, 애니메이션, 만화, 유명인, 운동선수, 애완동물, 게임 캐릭터 같은 요소로 어린이에게 어필하는 요소가 제품에 포함되어서는 안 됨

자료: 멕시코 연방공식저널(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

[표 6.4] 멕시코 알로에음료 라벨링

9. 경고 표시
(FOP)
(2021년 시행)

- 경고 표시 스탬프와 문구는 정해진 크기 기준을 준수해야 함
- 스탬프나 경고 문구가 포함되지 않은 경우, ‘이 제품은 스탬프나 경고를 포함하지 않음’을 주 표시면 이외의 위치에 표시할 수 있음

10. 표시사항
기준

- 소비자가 소비하는 순간까지 라벨이 부착되어 있어야 하며 육안으로 읽을 수 있는 서체와 글자 크기를 사용해야 함
- 최종 소비자가 다중 또는 집합 포장 제품을 소비하는 경우 모든 라벨 정보가 개별 제품 표면에 나타날 필요는 없지만, LOT 번호와 유통기한은 표시되어야 함
- 개별 제품 표면에 모든 필수 정보가 표시되지 않는 경우 “개별 판매 라벨 없음” 문구를 표시해야 함
- 유통기한의 용기 내에서 자유롭게 배치할 수 있음
- 제품의 이름, 수량표시 등 위치가 지정된 것은 제품의 주요면에 표시되어야 함
- 특정 식품이 모든 필수 영양소의 적절한 공급원임을 확인하는 진술이나 유사한 제품의 안전성에 대해 의문을 제기하는 등 확인할 수 없는 진술은 금지됨
- 특정 멕시코 표준에 포함된 상업 및 건강 정보 규정의 적용을 받는 사전 포장 식품이나 무알코올 음료는 라벨링 표시 규정을 준수하지 않아도 됨. 대량으로 판매되는 식품이나 무알코올 음료, 판매 시점에 포장된 식품과 무알코올 음료, 기타 멕시코 당국이 정한 제품 또한 라벨링 표시 규정이 적용되지 않음

주 표시면
필수 표시사항
및 기준

11. 공식
무알코올음료
영양 정보
표시 예시
(2021)

POLVO PARA PREPARAR BEBIDA	
Porción: 200 ml (1,4 de producto) Porciones por envase 5.	
Contenido energético por envase	5 Kcal (20 kJ)
	Cantidad por 100 ml
Contenido energético	0,5 kcal (2 kJ)
Proteínas	0 g
Grasas totales	0,0 g
Grasas saturadas	0,0 g
Grasas Trans	0 mg
Carbohidratos (hidratos de carbono)	0 g
Azúcares	0 g
Azúcares añadidos	0 g
Fibra dietética	0 g
Sodio	54 mg
	Por porción:
Vitamina A	6mg (10% del VNR**)
Vitamina C	6mg (10% del VNR**)
Vitamina B2	6mg (10% del VNR**)
Vitamina B6	6mg (10% del VNR**)
Vitamina C (Ácido ascórbico)	
**VNR Valores Nutrimientales de Referencia para la población mexicana.	

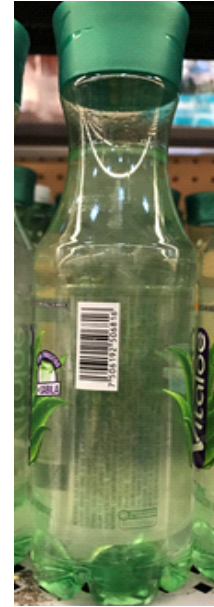
자료: 멕시코 연방공식저널(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

자료: 멕시코 연방공식지널(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

▶ 멕시코 알로에음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 스페인어]

- ① Contiene edulcorantes. No recomendable en niños
- ② Vitaloe
- ③ Con trocitos de sábila
- ④ Cont. Net 500ml
- ⑤ Bebida con sábila fortificada con vitaminas

[앞면 - 국문]

- ① 감미료를 포함, 어린이에게 적합하지 않음
- ② 비탈로에
- ③ 알로에 과질이 포함됨
- ④ 순 중량 500ml
- ⑤ 비타민이 강화된 알로에베라 음료

[뒷면 - 스페인어]

- ① Ingredientes :
- Agua
 - Jugo y pulpa de aloe
(Aloe barbadensis miller, MÍN. 5%)
 - Azúcares añadidos
(jarabe de maíz de alta fructosa)
 - fibra soluble (Polidextrosa)
 - Ácido cítrico
 - Saborizantes
 - Citrato de sodio Maltodextrina
 - Vitamina C (Ácido ascórbico)
 - Benzoato de sodio
 - Sorbato de potasio
 - Goma gellana
 - EDTA disódico
 - Cloruro de calcio
 - Lactato de calcio
 - Sucralosa (8mg/100g)
 - Ácido málico
 - Sal
 - Vitamita B12 (Cianocobalamina)

- ② Declaración nutrimental :
- Contenido energético por envase
(500mL) : 50 kcal(195 kj)
 - Tamaño de la porción : 100mL
 - Porciones por envase : 5,
cantidad por porción(100mL)

Contenido energético	10Kcal (39kj)
Proteínas	0g
Grasas totales	0g
Grasas saturadas	0g
Grasas trans	0mg
Hidratos de carbono disponible	2g
Azúcares	2g
Azúcares añadidos	2g
Fibra dietetica	2g
Sodio	20mg
Vitamina C	9mg
Vitamina B12	0.3µg

[뒷면 - 국문]

- ① 재료 :
- 물
 - 알로에 주스 및 과육
(알로에 베라 최소 5%)
 - 첨가당
(고과당 옥수수 시럽)
 - 가용성 섬유질 (폴리덱스트로스)
 - 구연산
 - 향료
 - 구연산나트륨 말토덱스트린
 - 비타민 C (아스코르빈산)
 - 벤조산나트륨
 - 소르빈산 칼륨
 - 젤란검
 - 다이소듐 이디티에이
 - 염화칼슘
 - 젖산칼슘
 - 수크랄로스 (8mg/100g)
 - 사과산
 - 소금
 - 비타민 B12 (시아노코발라민)

- ② 영양 표시 :
- 용기당 에너지 함량
(500mL) : 50 kcal(195 kj)
 - 1회 제공량 : 100mL
 - 용기당 제공량 : 5회, 1회 제공량
(100mL)

에너지 함량	10Kcal (39kj)
단백질	0g
총 지방	0g
포화지방	0g
트랜스지방	0mg
탄수화물	2g
설탕	2g
첨가당	2g
식이섬유	2g
나트륨	20mg
비타민 C	9mg
비타민 B12	0.3µg

③ Hecho en México
 Por/ Para Qualamex S.A. de C.V.
 Calle 6 Norte No. 113, Colonia
 Parque Industrial Toluca 2000,
 Toluca, Estado de México, C.P.
 50200.

④ Consúmase frío.

⑤ Refrigérese después de abierto.

⑥ Manténgase en un lugar fresco y
 seco.

⑦ Conserve el ambiente.

⑧ Deposite el envase vacío en la
 basura.

③ 멕시코에서 생산
 생산업체 켈라맥스
 113번지 북 6길, 톨루카 2000
 산업단지 콜로니아 광장, 톨루카,
 멕시코주, 우편번호 50200.

④ 차게 드십시오.

⑤ 개봉 후에는 냉장보관 하십시오.

⑥ 건조하고 서늘한 곳에 보관하십시오.

⑦ 환경을 보존합니다.

⑧ 빈 용기는 쓰레기통에 버리십시오.

4. 멕시코 알로에음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

멕시코 보건부가 게시한 ‘식품, 음료 및 식품 보조제의 첨가 및 보조제, 그 사용 및 위생 규정을 결정하는 계약’에서 식품, 음료 및 식품 보조제의 제조에 첨가제로 사용할 수 있는 물질 중 독성을 미치거나 기타 건강상의 위험을 초래할 수 있는 물질에 관해 규정하고 있음. 또한, 국제 규격에 맞추기 위해 계속해서 규정을 개정하고 있으며, 더욱 자세한 멕시코 식품첨가물 규정 및 기준은 멕시코 연방 공식 저널 DOF(Diario Oficial de la Federacion), 멕시코 보건 당국(COFEPRIS) 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 알로에음료에 적용되는 멕시코 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(스페인어)	최대허용량	식품유형
1	브롬화 식물성 기름	Aceite vegetal bromado	15mg/L	무알코올 음료
2	자당 아세토 이소 부티레이트	Acetato isobutirato de sacarosa	500mg/L	
3	탄산칼륨	Carbonato de potasio	GMP	
4	카페인	Cafeina	200mg/L	
5	카바우나 왁스	Cera de carnauba	200mg/L	
6	트라이에틸 시트레이트	Citratos de trietilo	200mg/L	
7	에틸 라우로일 아르기네이트	Etil lauroil arginato	200mg/kg	
8	리보플래빈	Riboflavin	50mg/L	
9	칸타크산틴	Cantaxantina	5mg/L	
10	퀵리아 추출물	Extractos de quilaia	50mg/L	

자료: 멕시코 연방 공식 저널(DOF)

▶ 유해물질

멕시코에서는 살충제, 비료 및 독성 물질의 사용 및 공정 제어를 위한 위원회(Cicoplafest, Comisión Intersecretarial para el Control del Proceso y Uso de Plaguicidas, Fertilizantes y Sustancias Tóxicas)와 멕시코 보건당국에서 관리하는 공식표준규격(NOM, Normas Oficiales Mexicanas)에서 식품 내 유해물질에 관해 규정 하고 있음. 멕시코는 유해물질 별 식품 최대허용 기준을 국제 규격에 맞추기 위해 주기적으로 업데이트하고 있으며 미국이나 캐나다 기준을 맞춘 경우, 해당 규격이 인정될 수 있으므로 식품 수출 전 확인이 필요함. 하기 표는 고객사 알로에음료에 적용되는 유해물질 기준을 분석한 결과이며, 해당 유해물질 규정은 국제 식품 기준인 코덱스 알리멘타리우스(Codex Alimentarius) 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 알로에음료에 적용되는 멕시코 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	납	Lead(Pb)	0.03mg/kg	과일 주스

자료: 멕시코 연방 공식 저널(DOF)

▶ 알레르겐

멕시코로 식품 수출 시, ‘멕시코 표준 NOM-051-SCFI/SSA1-2010 사전 포장 식품 및 무알코올 음료에 대한 일반 라벨링 사양’을 따라야 함. 이 규정은 글루텐 함유 곡물, 갑각류, 달걀 등 9가지 알레르겐 성분을 정의하고 있으며, 해당 성분을 포함하는 제품은 라벨에 그 성분을 포함하고 있음을 반드시 표기해야 함. 고객사 알로에음료 원재료에는 멕시코에서 식품 유통 시 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발성분이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.7] 고객사 알로에음료 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 및 그 제품	-
6	의무	대두 및 그 제품(대두유 제외)	-
7	의무	우유 및 유제품(유당 포함)	-
8	의무	견과류 및 그 파생물	-
9	의무	10mg/kg 이상의 농도의 아황산염	-

자료: 멕시코 연방 공식 저널(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

VII. 제조업체 인터뷰

Interview ① 에이엠비웰니스(AMB Wellness)

Interview ② 라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000)

Interview ③ 로스텐베르크(Rostenberg)

멕시코(Mexico)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 제조업체 ○

에이엠비웰니스
(AMB Wellness)라보르토리오스 2000
(Laboratorios 2000)로스텐베르크
(Rostenberg)

업체 ▶

제조업체

제조업체

제조업체

취급 ▶

(-)

(-)

(-)

알로에 음료

(-)

사진 자료: 라보르토리오스 2000 판매 페이지



멕시코(Mexico)

제조업체 인터뷰 요약

고객사	알로에 음료 수요	제품 피드백	시장 진출 전략
에이엠비웰니스 (AMB Wellness) ----- 제조업체	- 건강 음료 상승 추세, 그러나 아직 청량음료의 소비량이 가장 높음 - 알로에 음료의 수요 낮음 - 비탈로에(Vitaloe)와 오케이에프(OKF) 인기	- 가격 높은 편 500ml와 1.5L 모두 일반적임 - 페트병 패키지 적절함	- 멕시코에서는 음료의 맛이 다양하지 않아 다양한 맛은 소비자를 공략할 기회 - 현지 업체와 파트너십 체결 추천
라보르토리오스 2000 (Laboratorios 2000) ----- 제조업체	- 청량음료가 시장 독점 - 알로에 음료는 꾸준히 인기 상승 추세 - 알로에 과육 선호 - 비탈로에(Vitaloe) 인기	- 가격 적절함 500ml가 가장 일반적 - 페트병 패키지 적절함	- 알로에, 딸기, 망고, 시트러스류의 선호도 높을 것으로 예상 - 소화에 좋다는 효능이 중요한 구매요인 - 현지 업체와 파트너십 체결 추천
로스텐베르크 (Rostenberg) ----- 제조업체	- 청량음료와 미네랄워터의 수요 높음 - 알로에 음료 수요 낮음 - 알로에 과육 선호 - 수입 브랜드 보다 현지 브랜드에 선호 높음	- 경쟁을 위해서는 가격을 더 낮추는 것이 좋음 500ml와 1.5L 모두 좋음 - 페트병 패키지 적절함	- 다양한 플레이버 제품 출시하는 좋은 선택임 - 알로에, 딸기, 석류, 망고를 중심으로 마케팅 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 제조업체 3개사 인터뷰

Interview ① 에이엠비웰니스(AMB Wellness)

37)

에이엠비웰니스
(AMB Wellness)

- 유형: 제조업체
- 업체 특징:
 - 1999년에 설립된 알로에 전문 제조업체
 - 알로에 음료, 파우더, 바디 제품 등 다양한 알로에 제품 취급
 - 리틀스토어(Little Stores), 코스트코(Costco), 월마트(Walmart), 옥쏘(OXXO) 등으로 유통

담당자 정보

Sales Manager

에이엠비웰니스(AMB Wellness)
Sales Manager

Q. 최근 멕시코 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

멕시코에서는 건강 음료의 수요가 점점 상승하고 있고 소비자들 사이에서도 트렌드로 떠오르고 있지만, 아직까지 청량음료의 소비량이 가장 많습니다. 멕시코 내 청량음료 브랜드들이 대규모 마케팅을 진행하고 있으며, 소비자들도 청량음료를 자주 섭취하고 있습니다.

Q. 멕시코 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

멕시코에서 알로에 음료는 다른 음료에 비해 일상적으로 섭취하는 음료가 아니며, 수요도 낮은 편입니다. 알로에 음료를 마시는 소비자들은 과육이 없는 제품을 선호합니다.

Q. 멕시코에서 가장 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

멕시코에서 알로에 음료 브랜드로는 비탈로에(Vitaloe)와 오케이에프(OKF)가 가장 유명합니다. 현재 멕시코에는 알로에 음료를 판매하는 브랜드가 많지 않고 알로에 음료의 맛도 다양하지 않기 때문에, 고객사에서 현지 시장으로 진출하기 위해서는 마케팅 전략을 적절히 세워야 합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 말씀해주세요.

고객사 제품의 FOB 가격은 500mL에 0.6달러(한화 약 700원³⁸⁾), 1.5L는 1.3달러(한화 약 1,520원)인데, 멕시코에서 판매되고 있는 기타 음료에 비해 가격이 높은 편입니다. 용량의 경우, 500ml와 1.5L 모두 일반적이며 비탈로에(Vitaloe)에서는 320ml의 제품도 판매하고 있습니다. 또한, 음료의 패키징으로는 페트병 패키징이 주로 사용되므로 고객사 제품의 패키징도 적절합니다.

37) 사진자료: 에이엠비웰니스(AMB Wellness)

38) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 멕시코에서 알로에 음료의 인기 요인은 무엇인가요?

알로에 음료는 영양 성분도 풍부하고 소화나 장 건강에도 좋기 때문에 인기 있으며, 소비자들도 알로에 음료만의 특색있는 독특한 맛을 선호합니다. 그러나 멕시코에서는 알로에 음료의 맛은 다양하지 않은데, 12가지의 맛을 판매하고 있는 고객사의 입장에서는 좋은 기회로 작용할 수 있습니다.

Q. 멕시코 시장으로 진출하기에 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

멕시코로 진출하고자 하는 대부분의 외국 업체들은 현지 업체와 파트너십을 맺는 방법을 선호하고 있습니다.

Interview ② 라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000)

39)

라보르토리오스 2000
(Laboratorios 2000)

- 유형: 제조업체
- 업체 특징:
 - 1950년에 설립된 알로에 전문 제조업체
 - 알로에 음료, 농축액, 파우더, 젤 등 다양한 알로에 제품 취급 중
 - 건강 식품 스토어, 월마트(Walmart) 등으로 유통

담당자 정보

Sales Manager

라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000)
Sales Manager

Q. 최근 멕시코 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

최근 몇 년간 멕시코에서는 청량음료가 음료 시장을 독점하다시피 하였습니다. 온라인 플랫폼이 활발해지면서 새로운 청량음료를 출시할 때, 온라인 마케팅을 활발히 진행하고 있습니다. 다양한 업체들이 새로운 소비자들을 끌어들이기 위해 오프라인 및 온라인 광고에 많은 투자를 하고 있으며 이러한 대규모 투자로 인해 소비도 상승한 것으로 보입니다.

Q. 멕시코 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

멕시코 내 알로에 음료의 수요는 어느 정도 있는 편이며 꾸준히 인기가 상승하고 있습니다. 대부분의 알로에 음료는 과육이 들어 있는 제품이며, 소비자들도 과육이 들어간 알로에 음료를 좋아합니다.

Q. 멕시코에서 가장 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

멕시코에서는 비탈로에(Vitaloe)의 알로에 음료가 가장 유명하며 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점 등 다양한 유통채널에서 판매하고 있습니다. 비탈로에(Vitaloe)의 알로에 음료는 19페소(한화 약 1,080원⁴⁰⁾)로, 다른 브랜드에 비해 가격이 저렴하여 소비자들에게 인기 있습니다. 제품 맛이 다양하지는 않지만, 저렴한 가격으로 접근성이 좋아 멕시코 음료 시장에서 어느 정도 입지를 다졌습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 말씀해주세요.

고객사 제품은 미국이나 유럽산 수입 음료에 비해 가격이 적절한 편입니다. 멕시코에서는 500ml 용량의 페트병 제품이 가장 일반적이며, 시장 진출 초기에는 1.5L도 괜찮습니다. 패키징 또한 모든 음료 제품에서 페트병이 가장 많이 사용됩니다.

39) 사진자료: 라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000)

40) 1페소=56.88원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품의 12가지 맛 중, 어떤 제품이 가장 시장성이 있을까요?

고객사 제품의 다양한 플레이버 중에서 오리지널 알로에, 딸기, 망고, 시트러스류 맛의 선호도가 가장 높을 것으로 예상됩니다. 특히, 알로에 음료의 여러 가지 효능이 알려지면서 맛보다는 소화에 좋다는 점이 더 중요한 구매요인이 되었습니다.

Q. 멕시코 시장으로 진출하기에 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

고객사가 멕시코로 진출하여 시중 브랜드와 경쟁하고자 한다면, 현지 업체와 파트너십을 맺는 것이 좋습니다. 가격 측면에서도 효율적이며, 현지 업체가 판매 허가 등 다양한 유통 문제를 잘 알고 있기 때문입니다.

Interview ③ 로스텐베르크(Rostenberg)

41)

로스텐베르크
(Rostenberg)

- 유형: 제조업체
- 업체 특징:
 - 1990년에 설립된 음료 제조업체
 - 알로에 음료, 비타민, 건강식품 등 다양한 제품 취급
 - 코스트코(Costco), 옥쏘(OXXO) 등으로 유통

담당자 정보

Sales Manager

로스텐베르크(Rostenberg)
Sales Manager

Q. 최근 멕시코 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

멕시코에서 가장 소비량이 많은 음료는 청량음료와 미네랄워터입니다. 이중 청량음료는 가격이 저렴하고 젊은 층부터 중장년층까지 소비층이 넓어 수년간 음료 시장의 트렌드로 자리 잡았으며, 이 때문에 비만이 사회적인 문제로 떠오르기도 했습니다. 특히 코카콜라(Coca Cola)는 강력한 제품 마케팅을 진행하였고, 환타나 스프라이트 등 다양한 제품을 출시하여 인기를 얻었습니다.

Q. 멕시코 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

다른 음료에 비해 알로에 음료의 수요는 낮은 편입니다. 그러나 알로에 음료를 섭취하는 소비자들의 경우 알로에 과육이 있는 제품을 더욱 선호하는데, 다른 음료와는 달리 알로에 음료에서만 먹을 수 있는 차별점이기 때문입니다.

Q. 멕시코에서 가장 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

멕시코에서 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 엘멕시카노(El Mexicano), 오케이에프(OKF), 비탈로에(Vitaloe)입니다. 세 브랜드는 오래 전부터 멕시코 시장에 진출하였기 때문에 브랜드 인지도가 매우 높습니다. 전반적으로 멕시코에서는 수입 브랜드보다 현지 브랜드에 대한 선호가 더욱 높는데, 가격이 가장 큰 이유입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 말씀해주세요.

현재 멕시코에서 판매되고 있는 유사 제품과 경쟁하기 위해서는 가격을 더 낮추는 것이 좋습니다. 또한, 500ml와 1.5L의 용량 모두 괜찮으며 펠트병 패키징이 가장 흔히 사용됩니다.

Q. 고객사 제품의 12가지 플레이버 중, 어떤 제품이 가장 시장성이 있을까요?

소비자들의 선택의 폭을 넓혀준다는 점에서 다양한 플레이버의 제품을 출시하는 것은 획기적인 것 같습니다. 12가지 플레이버 중에서는 오리지널 알로에, 딸기, 석류, 망고 플레이버를 중점적으로 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 최근 멕시코에서 천연 식품을 찾는 소비자들이 늘고 있어 고객사 제품도 충분히 시장성이 있어 보입니다.

Q. 멕시코 시장으로 진출하기에 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

가장 성공적인 진출 방법은 여력이 있다면 멕시코에 공장을 설립하여 현지 시장으로 바로 진출하는 것입니다. 그러나, 현지 공장 설립을 위해서는 막대한 자본금이 필요하며 페이퍼워크 등의 많은 시간이 소요됩니다. 만약 현지 업체와 파트너십을 체결한다면 신뢰가 가장 중요합니다.

VIII. 시사점

시장수요



멕시코의 주스 시장규모는 7.2조 원으로 한국 대비 8배 규모이며 인구수가 유사한 러시아의 주스 시장규모(2.8조 원)와 비교해도 2배 이상 큼. 멕시코는 중남미 국가 중 생수 및 탄산음료 소비가 가장 높은 국가이며, 탄산음료뿐만 아니라 다양한 플레이버를 첨가한 물에 대한 소비도 많은 편임. 하지만 수입유통업체 인터뷰 결과 청량음료 시장에서 알로에음료의 수요가 특출나게 높지는 않은 것으로 확인됨. 최근 코로나19 및 비만 현상으로 인해 저설탕, 무가당, 유기농 음료 등에 대한 수요는 증가하는 추세임

조사 제품에 해당하는 HS CODE 2202.99의 대한민국 수입액 또한 6억 원 수준으로 상대적으로 작으며, 미국으로부터의 수입 의존도가 97%로 압도적임. 결론적으로, 알로에음료는 현재 멕시코 현지 하이퍼/슈퍼마켓에도 판매될 만큼 대중적인 제품이라는 하나 수요가 특히 높은 트렌드 제품은 아님. 그러나 건강에 덜 해로운 음료로 인식되며 특유의 달콤한 맛과 쫄깃한 과육 덩어리가 꾸준한 판매의 요인이며, 추후 건강음료 포지셔닝에 따른 수요 증가가 전망됨

제품 트렌드



멕시코 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 알로에음료 확인 결과, 한국 기업 'OKF'가 1위를 차지했으며 다음으로 '플로 데 알로에', '요고 베라', '포에버 알로에' 등이 빈출함. 러시아와 비교 시 '롯데' 키워드 빈도가 적었으며, 음료 제조업체 인터뷰 확인 결과 중남미 브랜드 제품인 '비탈로에'의 수요가 높은 것으로 확인됨

알로에음료의 플레이버로는 러시아와 동일하게 오리지널맛, 망고맛이 가장 인기인 것으로 나타남. 주목할 점은 코코넛과 열대 과일, 요거트, 생강 등의 키워드가 러시아와 비교 시 높았거나 새로 등장한 점임. 패키징 인터뷰 결과 고객사 제품과 같은 500ml, 1.5l의 페트병 형태는 적절한 것으로 확인됨. 홍보문구 키워드로 비타민, 미네랄, 칼슘, 포타슘, 철분 등 성분 관련 키워드가 빈출하여 알로에음료의 성분에 대한 관심이 높으며, 러시아와 유사하게 장 건강, 소화불량 키워드도 빈출하여 마찬가지로 해당 효능이 셀링 포인트임을 확인함

고객사 알로에음료 진출전략



현지 음료 제조업체로부터 고객사 제품에 대한 피드백을 수집한 결과, FOB의 경우 적절하다는 답변 1건과 다소 높은 편이라는 답변이 2건 확인됨. 월마트 오프라인 매장에서 판매되는 경쟁제품 확인 결과, 멕시코 원산지인 비탈로에 제품은 500ml에 약 768원, 한국 원산지인 오케이에프 제품은 500ml에 1,416원으로 판매되어 2배가량의 가격 차이를 보임

제조업체 인터뷰 결과 고객사 제품의 12가지 다양한 플레이버가 주요 셀링 포인트로 확인됨. 이미 멕시코에 다수의 알로에음료 브랜드가 진출해있으나 현재 수요가 그렇게 높지 않다는 점을 참고할 때, 시중에 판매되고 있는 제품과 맛이나 기능성 등의 측면에서 확연한 차별화가 이루어지지 않는다면 시장 진입이 어려울 것을 염두해야 함. 반면 멕시코 소비자의 눈길을 끌 수 있는 적합한 제품으로 진출할 경우, 멕시코 주스 및 저농도 주스 시장규모가 거대한 만큼 안정적인 수출처로 확보할 수 있음. 이 외에 멕시코는 한국 대비 하이퍼/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점의 유통이 두드러지고 편의점, 온라인 점유율은 낮은 편임. 통관·검역 관련 사전등록 및 인증제도가 까다롭고 2021년부터 감미료 포함 식품의 블랙실 경고 표시(FOP)가 시행되어 속지가 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Mexico」, 2020.12
2. KATI농식품수출정보(KATI), 「멕시코 주스시장 진출 전략」, 2018.09
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Mexico Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Mexico Country Report」, 2021.03
농수산식품유통공사(aT), 「2020 농식품 수출국가정보」, 2020.11
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Mexico Country Report」, 2021.03
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Mexico Country Report」, 2021.03
7. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Malaysia Country Report」, 2021.03
8. 멕시코 농업부(Mexico Department of Agriculture), 「Update on Revised NOM-051 Labeling Requirements」, 2010
9. 멕시코 보건부(Ministerio de Salud), 「NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados」, 2010
10. 멕시코 보건부(Ministerio de Salud), 「Manual de la MODIFICACIÓN a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010」, 2020
11. 멕시코 국립보건원(ISNP), 「Resultados preliminares sobre los efectos del impuesto de un peso a bebidas azucaradas en México」, 2020
12. 멕시코 연방 소비자청(Procuraduría Federal del Consumidor), 「Revista del Consumidor, Estudios de calidad profeco」, 2020, 03.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존(Amazon) (amazon.com.mx)
5. 메르카도리브레(Mercadolibre) (mercadolibre.com.mx)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 엠디에스(MDS) (themds.com)
9. 월스트리트저널(WSJ) (www.wallstreetjournal.com)
10. 아마존(Amazon) (www.amazon.com.mx)
11. 메르카도리브레(MercadoLibre) (mercadolibre.com.mx)
12. 파르마시아스과달라하라(Farmacias Guadalajara) (www.farmaciasguadalajara.com.mx)
13. 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet) (dnb.com)
14. 파르마시아스베나비데스(Farmacias Benavides) (www.benavides.com.mx)
15. 체인드러그리뷰(Chain Drug Review) (www.chaindrugreview.com)
16. 월마트(Walmart) (www.walmartmexico.com)
17. 월마트코퍼레이트(Walmart Corporate) (corporate.walmart.com)
18. 소리아나(Soriana) (www.soriana.co.mx)
19. 디엘잉글리시디자인(DL English Design) (www.dlenglishdesign.com)
20. 리버풀(Liverpool) (www.liverpool.com.mx)
21. 리테일디자인블로그(Retail Design Blog) (retaildesignblogs.net)
22. 농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
23. 팔라시오데히에로(El Palacio de Hierro) (www.elpalaciodehierro.com)
24. 펌사(FEMSA) (www.femsa.com)
25. 옥쏘(OXXO) (www.oxxo.com)
26. 수프라데사로요스(supradesarrollos) (www.supradesarrollos.com)
27. 세븐일레븐멕시코(7-Eleven Mexico) 링크드인 (www.linkedin.com/company/7elevenmexico)
28. 세븐일레븐멕시코(7-Eleven Mexico) (www.7-eleven.com.mx/)
29. 뉴욕타임즈(New York Times) (www.nytimes.com)
30. 멕시코데일리포스트(Mexico Daily Post) (mexicodailypost.com)
31. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
32. 통합무역정보서비스 홈페이지 (tradenavi.or.kr)

■ 참고 사이트

33. 멕시코 연방공식저널(DOF) (dof.gob.mx)
34. 멕시코 정부(Gobierno de Mexico) (www.gob.mx)
35. 멕시코 입법부(Camara de Diputados) (www.diputados.gob.mx)
36. 멕시코 보건부 위생위험방지위원회(Federal Comission for the protection against Sanitary Risk de Ministerio de Salud) (www.gob.mx/cofepris)
37. 멕시코 경제부(Secretaría de Economía) (www.gob.mx/se)
38. 멕시코 식품건강협회(Alianza por la Salud Alimentaria agrupa) (alianzasalud.org.mx)
39. 패키징 다이제스트(Packaging digest) (www.packagingdigest.com)
40. 멕시코 국립보건원(INSPI, The National Institute of Public Health of Mexico) (www.insp.mx)
41. 코덱스 알리멘타리우스(Codex Alimentarius) (www.fao.org/fao-who-codexalimentarius)
42. 에이엠비웰니스(AMB Wellness) (www.amb-wellness.com)
43. 라보르토리오스 2000(Laboratorios 2000) (www.lab2000.com.mx)
44. 로스텐베르크(Rostenberg) (www.rostenberg.com)

- 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