한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

시장 분석형

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-20

품목 | 분말소스(Powdered Sauce)

HS CODE | 2103.90-9090

국가 | 멕시코(Mexico)

시장
분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅰ. 요약

1. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 멕시코 소스 및 향신료 시장규모 06
2. 멕시코 기타 소스 시장규모 07
3. 멕시코 분말소스 수입규모 08

Ⅲ. 시장트렌드

1. 다채로운 맛을 선호하는 멕시코 소비자 10
2. 빠르게 성장하는 멕시코 전자상거래 시장 11
3. 멕시코 소비자, 한식 선호도 증가 12
4. 멕시코, 비만 예방을 위한 식품 규제 증가 13

Ⅳ. 유통채널

1. 멕시코 분말소스 유통채널 점유율 15
2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 16

시장
분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅴ. 진입장벽

1. 멕시코 분말소스 통관 및 검역 절차 25
2. 멕시코 분말소스 품질 인증 27
3. 멕시코 분말소스 라벨링 30
4. 멕시코 분말소스 성분 및 유해물질 34

Ⅵ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 소리아나(Soriana) 36
2. 체드라우이(Chedraui) 38
3. 카사레이(Casa Ley) 40

※ 참고문헌 42

HS CODE : 2103.90-9090

2024 수출기업 맞춤형 조사
시장 분석형

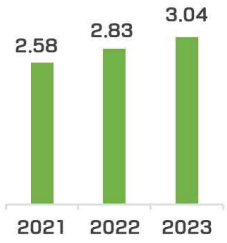
SUMMARY

멕시코 분말소스 시장

시장 현황

소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러

수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)

단위 : 천 달러

국가별 수입규모

2023년 | 1위 미국 4,571억 원 | 2위 스페인 90억 원 | 3위 중국 71억 원 | 13위 한국 1.2억 원

시장 트렌드

이슈 분석

식문화 및 소비
매운맛과 다채로운 맛 선호하는 현지 식문화로 한국 라면·떡볶이 등 매운맛 가공식품 인기

유 통
전자상거래 2025년까지 11% 추가 성장 전망, 식료품, 조리식품 등 구독 서비스 보편화

한식 수요 증가
매운맛 선호로 라면·고추장 등 한국 식품 수요 확대, 현지 한식당 방문객 중 멕시코인 비중 증가

정책 및 규제
트랜스지방 함량 2% 초과 금지 및 학교 주변 정크푸드 판매·광고 금지 등 건강 관련 규제 강화

주요 유통채널

유통채널 점유율

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 20%(기본세율)

사전 준비
자유판매증명서(CFS) 발급
검사성적서, 수출신고필증 등

권장 인증

- HACCP
- ISO 22000
- IFS

유의사항

사전위생허가(COFEPRIS)
멕시코 공식표준규격(NOM) 제도에 따라 품질 및 안정성 등의 인증 必

라벨 필수 표기사항
표기언어, 제품명, 성분표 및 영양정보, 중량, 원산지, LOT 번호 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : Soriana, Chedraui cuesta menos, Casa Ley

Point 01.

시장 트렌드 현재는 액상 행태가 주류이나, 분말 형태는 보관 용이성, 긴 유통기한으로 레스토랑/퓨전요리점에서 수요 존재
현지화 전략 치포틀레, 타마린드 등 멕시코 현지 선호 향신료 활용 및 훈연향이나 구운 고추 맛의 가미를 권장하며 매운맛은 조절이 필요함
가격 경쟁력 소매용은 100-250페소(6,654-16,635원), 레스토랑용 대용량 제품은 kg당 70-100페소(4,658-6,654원)로 형성

Point 02.

규제 및 인증 멕시코 위생위험방지위원회 수입 허가 필수이며 스페인어 라벨링 의무화(원재료, 알레르기 유발물질, 영양성분 표기) 준수 필요
유통 전략 대형 소매점, 온라인 플랫폼, 아시안 마트가 주요 유통 채널이며, 유통 간 온도 관리 등 품질유지 규정 준수
마케팅 전략 20-30대 젊은층을 타겟한 SNS 마케팅(레시피 공유, 인플루언서 협업) 및 시식 행사 효과적임

II
시장규모

1. 멕시코 소스 및 향신료 시장규모
2. 멕시코 기타 소스 시장규모
3. 멕시코 분말소스 수입규모

1. 멕시코 소스 및 향신료 시장규모

멕시코 국가 일반 정보[1]

면적	196만 ㎢
인구	1억 3,012만 명
GDP	1조 4,658억 달러
GDP (1인당)	1만 1,265달러

▶ 멕시코 2023년 소스 및 향신료 시장규모 3.97조 원[2][3][4]

멕시코의 소스 및 향신료 시장규모는 2023년 기준 3.97조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.8%씩 성장한 수치임. 멕시코의 소스 및 향신료 시장규모는 2023년 기준 한국의 약 60%에 달한 것으로 확인됨

▶ 멕시코 소스 및 향신료 시장, 향후 연평균 6.3% 성장 전망

멕시코의 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 6.3%씩 성장하여 2028년에는 5.50조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 이러한 예측에는 전통적인 소스에 새로운 맛을 가미한 제품에 대한 현지인들의 관심이 높아지고 있는 점과 노점 상인들이 타코, 또띠야 등 식품의 향미를 높이기 위해 다채로운 소스를 사용하고 있는 트렌드가 반영된 것으로 보임[5]

[표 2.1] 멕시코 소스 및 향신료 시장규모[6][7]

단위 : 십억 달러

분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR[8]
소스 및 향신료	2.43	2.32	2.58	2.83	3.04	5.8%
(한화추정액)	(3.18조 원)	(3.03조 원)	(3.37조 원)	(3.70조 원)	(3.97조 원)	
분류	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)	CAGR
소스 및 향신료	3.30	3.56	3.77	3.98	4.21	6.3%
(한화추정액)	(4.31조 원)	(4.65조 원)	(4.93조 원)	(5.20조 원)	(5.50조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지
2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Sauces & Spices - Mexico', 2024.10
3) 스태티스타에 따르면, '소스 및 향신료(Sauces & Spices)'는 조리 과정에서 사용되는 모든 부가적인 재료를 포함함
4) 조사제품 '분말소스'의 제품 유형을 고려해 '소스 및 향신료'의 시장규모와 '기타 소스(Other Sauces)'의 시장규모를 조사함
5) 자료: EMR, 'Visión General del Mercado de Salsas en México'
6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
7) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 멕시코 기타 소스 시장규모

▶ 멕시코 2023년 기타 소스 시장규모 1.65조 원[9)10)]

2023년 기준 멕시코의 기타 소스 시장규모는 1.65조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 6.2%씩 성장함. 멕시코의 기타 소스 시장은 2023년 기준 한국의 약 30% 규모로 확인됨

▶ 멕시코 기타 소스 시장, 향후 연평균 6.4% 성장 전망

멕시코의 기타 소스 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 6.4%씩 성장하여 2028년에는 2.31조 원에 이를 것으로 예측됨. 특히 멕시코는 매운맛을 좋아하는 문화로, 한류의 영향 및 한국 식문화와의 유사성으로 인해 현지에서 K-푸드가 특히 큰 인기를 끌고 있음. 멕시코는 인구의 20%가 채식주의자인만큼 추후 비건 식품에 대한 수요가 지속될 것으로 보이며, 코로나19 팬데믹 이후 웰빙에 대한 인식이 증가함에 따라 인공색소 및 합성보존료를 첨가하지 않은 제품의 인기가 더욱 높아질 것으로 보임[11)12)13)]

[표 2.2] 멕시코 기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러

분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
기타 소스	0.99	0.95	1.06	1.17	1.26	6.2%
(한화추정액)	(1.29조 원)	(1.24조 원)	(1.39조 원)	(1.53조 원)	(1.65조 원)	
분류	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**2028(F)**	**CAGR**
기타 소스	1.38	1.49	1.58	1.67	1.77	6.4%
(한화추정액)	(1.80조 원)	(1.95조 원)	(2.06조 원)	(2.18조 원)	(2.31조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Other Sauces - Mexico', 2024.10
10) 스태티스타에 따르면, '기타 소스(Other Sauces)'는 음식의 향, 식감 등을 향상하기 위하여 사용되는 케첩 외 다양한 종류의 소스를 포함함
11) 자료: 매일안전신문, '[하지수 한류이야기] 매운맛으로 멕시코를 사로잡은 'K-푸드'', 2024.02
12) 자료: KOTRA 해외시장뉴스, '멕시코, 한식에 러브콜…향후 유망 품목은?', 2024.05
13) 자료: 식품음료신문, '세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심', 2022.03

3. 멕시코 분말소스 수입규모

HS CODE 2103.90

해당 장에서 조사제품 분말소스는 HS CODE 2103.90으로 분류됨. HS CODE 제2103호의 품명은 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자'이며, HS CODE 2103.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2103.90 멕시코의 對글로벌 수입액, 4,869억 원

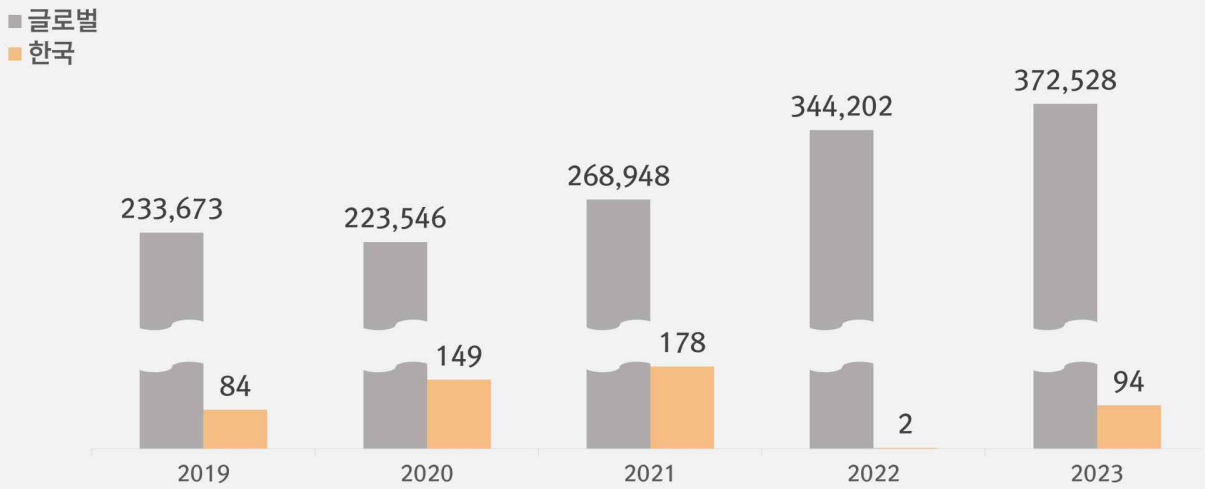
2023년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 멕시코의 對글로벌 수입액은 4,869억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 멕시코의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 중 전년 대비 약 4% 감소한 2020년을 제외하고는 매년 큰 폭의 증가세를 보이며 연평균 12.4%씩 증가한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2103.90 멕시코의 對한국 수입액, 글로벌 13위

2023년 기준 해당 품목에 대한 멕시코의 對한국 수입액은 1.2억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 13위에 해당하는 수치임. 멕시코의 對한국 수입액은 2022년에 약 261만 원으로 전년 대비 99%가량 급감했으나 2023년에는 2019년 수준을 회복한 것으로 확인됨. 한편, 해당 품목에 대한 멕시코의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 미국(4,571억 원), 2위 스페인(90억 원), 3위 중국(71억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 멕시코 HS CODE 2103.90 수입규모

단위 : 천 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
멕시코 對글로벌 수입액	233,673	223,546	268,948	344,202	372,528	12.4%
(한화추정액)	(3,054억 원)	(2,922억 원)	(3,515억 원)	(4,498억 원)	(4,869억 원)	
멕시코 對한국 수입액	84	149	178	2	94	2.9%
(한화추정액)	(1.1억 원)	(1.9억 원)	(2.3억 원)	(261만 원)	(1.2억 원)	

자료: ITC(International Trade Centre)

Ⅲ 시장트렌드

1. 다채로운 맛을 선호하는 멕시코 소비자
2. 빠르게 성장하는 멕시코 전자상거래 시장
3. 멕시코 소비자, 한식 선호도 증가
4. 멕시코, 비만 예방을 위한 식품 규제 증가

1. 다채로운 맛을 선호하는 멕시코 소비자

▶ 맵고 달고 짜고 신맛을 좋아하는 멕시코 소비자

멕시코 요리는 매운맛, 단맛, 짠맛, 신맛 모두 담고 있으며, 멕시코 소비자는 이러한 다채로운 맛이 나는 음식을 선호함. 멕시코 사람들이 가장 자주 먹는 소스는 고추 유형에 따라 달라지며, 스페인어로 소스를 의미하는 '살사(Salsa)'를 고추 유형에 따라 분류함. 고수와 라임, 할라페뇨를 넣어 만든 초록색 살사인 베르데(Verde)와 토마토, 홍색 할라페뇨를 넣어 만든 붉은색 살사인 로하(Roja)가 가장 대표적임. 그 외에도 하바네로, 고추기름 등 매운 소스들이 항상 식탁에 있어 타코나 수프 등의 요리에 넣어 먹기도 함. 또한, 옥수수에 마요네즈를 바르고 고춧가루를 뿌려 먹는 에스끼테(Esquite)나 과일, 무, 채소 등에 고춧가루 섭취도 많음. 심지어 음료에 고춧가루를 뿌려 먹는 '차모야다(Chamoyada)'도 인기가 많음. 달콤한 디저트도 즐겨 먹는데, 츄러스와 아이스크림, 조각과일, 생과일주스 등이 인기가 많음

▶ 멕시코 소비자, 매콤한 한국 음식 선호

앞서 언급한 것처럼 매운 음식을 선호하는 멕시코에서 한국 음식의 인기는 높은 편임. 특히, 한국 라면의 인기가 높은데 세계라면협회(WINA: World Instant Noodles Association)에 따르면, 2021년 기준 멕시코의 라면 소비량은 13억 6,000만 개로 중남미에서 두 번째로 많은 것으로 나타났음. 한류 열풍으로 K-팝과 K-드라마 등의 매체를 통해 지속적으로 한국 음식에 노출된 것도 인기에 기여하였으며, 건강한 이미지로 호감을 얻고 있음. 라면 외에도 떡볶이와 만두 등의 간편식이 멕시코 시장에서 인기를 얻고 있으며, 채식주의자 비율이 20%로 높은 멕시코에서 비건 인증을 받은 만두 판매를 통해 건강을 중시하는 소비자들을 겨냥하고 있음[14)15)]

[그림 3.1] 맵고 달콤한 멕시코 음식

〈살사 베르데와 살사 로하〉

〈차모야다〉

자료: 센트럴아메리카데아바스토스(Central Mexicana de Abastos), 라굴라(La gula)

2. 빠르게 성장하는 멕시코 전자상거래 시장

▶ 인터넷 사용 증가로 성장하는 전자상거래

멕시코는 전자상거래 시장에서 상대적으로 느린 성장세를 보였으나, 디지털화와 인터넷 사용 증가로 인해 꾸준히 성장하다가 코로나19로 전환점을 맞이하며 성장이 가속화되기 시작했음. 멕시코 온라인 판매협회(AMVO: La Asociación Mexicana de Venta Online)에 따르면, 멕시코 전자상거래 플랫폼을 통해 발생한 매출은 5억 2,810만 페소(약 351억 3,977만 원[16])를 기록하였으며, 2023년에는 인도, 필리핀, 인도네시아에 이어 네 번째로 전자상거래가 가장 많이 성장한 국가로 조사되었음. 현재 멕시코의 온라인 판매는 전체 소비 중 13.4%에 달하며 2025년까지 11% 더 성장할 것으로 전망됨. 패션 잡화, 전자제품, 화장품 등이 주로 판매되고 있으며, 식음료의 비중도 점차 늘어나고 있음

▶ 구독서비스와 미스터리 박스 등의 마케팅 인기

넷플릭스의 성장과 함께 멕시코 내에서는 구독 서비스가 보편화되기 시작했음. 식료품 애플리케이션, 다이어트 또는 조리 식품 등의 구독 서비스도 활발해지고 있음. 이처럼 구독경제가 확대되면서 '선구매-후결제 (Buy Now Pay Later)'와 맞춤형 추천 서비스도 증가하고 있음. 또한, 마케팅 측면에서는 고객의 흥미를 자극하는 미스터리 박스가 유행하고 있음. 미스터리 박스는 가격만 정해져 있고, 어떤 품목인지 알 수 없는 상품으로, 일정 금액에 해당하는 상품이 들어있다는 점을 강조하여 소비자의 흥미를 유발하고 있음. 이를 통해 신규 고객을 유치할 수 있으며, 기존 소비자의 새로운 품목 체험도 유도하고 있음[17]

[그림 3.2] 멕시코에서 판매 중인 미스터리 박스

자료: 아마존(Amazon)

14) 브런치스토리, '멕시코에서는 무엇을 먹을까', 2023.11
15) 매일안전신문, '[하지수 한류이야기] 매운맛으로 멕시코를 사로잡은 'K-푸드'', 2024.02
16) 1멕시코페소=66.54원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
17) KIEP대외경제정책연구원, '키워드로 보는 멕시코의 전자상거래 시장', 2023.06

3. 멕시코 소비자, 한식 선호도 증가

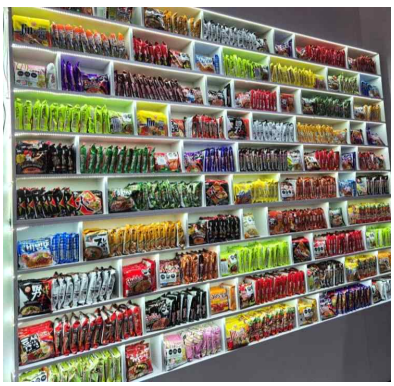
▶ 현지인 비율이 증가하는 멕시코 한식당

최근 멕시코에서는 한식당을 찾는 현지인을 어렵지 않게 찾을 수 있음. 한국국제문화교류진흥원(KOFICE: Korean Foundation for International Cultural Exchange)의 '해외한류실태조사보고서'에 따르면, 멕시코 소비자들은 주로 SNS와 유튜브를 통해 한식을 접하고 있는 것으로 나타남. 한식의 인기 요인으로는 '맛이 있어서'가 52.4%로 가장 높았으며, '한류 콘텐츠에서 봤던 한식 및 식문화를 경험할 수 있어서'가 32.5%로 그 뒤를 따랐음. 한식이 건강에 좋다는 인식도 호감 요인으로 꼽혔음. 현지 한식당과 한인마트를 대상으로 한 인터뷰에 따르면, 한국인보다 현지인의 비중이 많은 가게가 다수인 것으로 나타남. 특히 코로나19 이후 현지인의 비중이 증가하고 있으며, 주말에는 대부분 현지인 손님이 방문하는 것으로 나타남. 가장 인기 있는 메뉴는 한국식 바비큐와 비빔밥, 양념치킨, 떡볶이 등으로 나타남

▶ 멕시코 마트와 편의점에서 쉽게 찾을 수 있는 한국 식품

현지 마트와 편의점에서도 불닭볶음면 등의 한국 제품을 쉽게 찾을 수 있음. 현재 한국에서 멕시코로 가장 많이 수출되고 있는 품목에는 라면, 김, 쌀, 소주, 과자 등이 있으며 채소류와 조제품, 냉동오징어 등의 품목도 수출이 증가하고 있음. 매운 소스의 인기도 더욱 높아질 것으로 예상됨. 멕시코 사람들은 매운맛을 선호하기 때문에 최근 고추장을 비롯한 매운 소스들에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 이에 따라 2023년부터 2028년까지 멕시코 소스 및 조미료 시장의 연평균 성장률은 6.8%에 이를 것으로 전망됨[18)]

[그림 3.3] 멕시코 내 한국 라면이 전시된 매대



자료: 아시아경제

18) KOTRA해외시장뉴스, '멕시코, 한식에 러브콜…향후 유망 품목은?', 2024.05

4. 멕시코, 비만 예방을 위한 식품 규제 증가

▶ 식품 트랜스지방 함량 2% 초과 금지 조치

멕시코 하원은 2023년 3월, 식품 및 무알콜 음료에 트랜스지방 사용을 금지하기 위한 '일반보건법(General Health Law)' 개정을 승인함. 이번 개정안 승인으로 멕시코 보건부는 산업적으로 생산된 트랜스지방산의 규제 기준을 마련하고, 제품 내 지방산 함량이 2%를 초과하지 않도록 제한할 예정임. 트랜스지방은 가격이 저렴하고 제품의 유통기한을 늘리는 효과가 있어 케이크, 쿠키 등의 베이커리 제품과 냉동피자 같은 가공식품에 흔히 사용됨. 그러나 매년 트랜스지방 섭취가 증가할수록 심장질환으로 인한 사망 위험이 높아진다는 통계가 있으며, 실제로 전 세계에서 54만 명, 멕시코에서 13만 명이 트랜스지방 섭취로 사망한 것으로 확인됨에 따라 멕시코 보건부는 식품에 트랜스지방 사용을 금지하는 법안을 통해 관련 질병을 예방하고자 함. 한국의 대멕시코 수출 품목에는 혼합 조제 식료품, 라면, 팜유, 김 등 다양한 가공식품이 포함되어 있으므로 이번 개정안의 내용 및 동향을 파악하여 수출 시 문제가 되지 않도록 주의해야 함[19]

▶ 정크푸드의 교내외 판매 및 광고 금지

멕시코 하원은 2022년 11월, 소아 비만율을 줄이기 위해 학교 내외에서 가당음료와 과자 등 정크푸드의 판매와 광고를 금지하는 '학교의 식품 건강에 관한 일반 교육법(de Ley General de Educación, en materia de salud alimentaria en las escuelas)'을 승인함. 멕시코는 전 세계에서 소아비만이 가장 많이 발생하는 국가 중 하나로, 이번 개정은 이러한 비만 문제를 해결하기 위한 조치 중 하나임. 따라서 멕시코에 가당음료 및 과자 등 가공식품을 수출하는 한국 식품 기업은 강화되는 멕시코의 정크푸드 규제를 사전에 확인하고 준비해야 함. 멕시코뿐 아니라 미국, 호주, 싱가포르 등에서도 가당음료 관련 식품규제가 강화되고 있으므로, 관련 기업들은 글로벌 규제 동향을 면밀히 살펴볼 필요가 있음[20]

19) KATI농식품수출정보, '멕시코, 식품에 트랜스지방 함량 2% 초과 금지 법안 승인', 2023.03
20) KATI농식품수출정보, '멕시코, 가당음료 등 '정크푸드'의 교내외 판매 및 광고 금지 예정', 2022.11

Ⅳ 유통채널

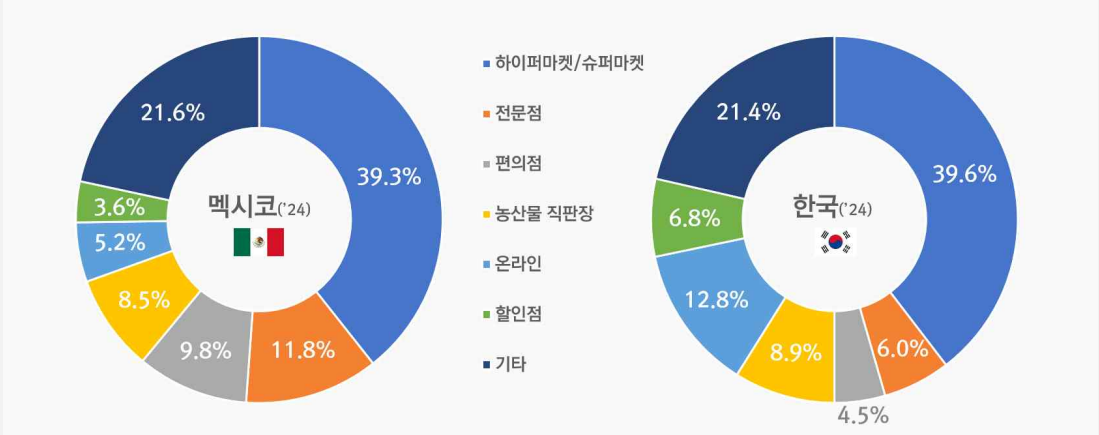
1. 멕시코 분말소스 유통채널 점유율
2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널

1. 멕시코 분말소스 유통채널 점유율

▶ 멕시코 식료품 유통채널, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 1위

2024년 기준 멕시코 내 분말소스를 비롯한 식료품 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 39.3%로 가장 높은 점유율을 가진 것으로 확인됨. 2위는 21.6%의 '기타', 3위는 11.8%의 '전문점'이었음. 한국의 경우 식료품 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 39.6%로 1위, '기타'가 21.4%로 2위, '온라인' 채널이 12.8%로 3위를 차지하고 있는 것으로 확인됨. 멕시코의 경우 오랜 기간 재래 유통채널과 현대 유통채널이 공존하는 양상이었으나, 월마트(Walmart)나 아마존(Amazon) 등 미국 거대 유통기업들의 진출 및 확장을 필두로 유통채널의 현대화가 빠르게 진행 중임. 현지의 통신 및 유통 인프라의 점진적 발전과 코로나19 팬데믹이 맞물려 최근 멕시코의 전자상거래 시장이 특히 가파른 성장세를 보이는 것으로 확인됨[21]

[표 4.1] 멕시코 및 한국 분말소스 B2C 소매유통채널 점유율 비교[22][23][24]



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
멕시코 점유율	유형	한국 점유율
39.3%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	39.6%
11.8%	전문점	6.0%
9.8%	편의점	4.5%
8.5%	농산물 직판장	8.9%
5.2%	온라인	12.8%
3.6%	할인점	6.8%
21.6%	기타[25]	21.4%

자료: 스태티스타(Statista)

21) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '키워드로 보는 멕시코의 전자상거래 시장', 2023.06
22) 해당 장에서 '분말소스' 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 '식료품(Grocery)'의 유통채널 정보를 확인함
23) 자료: 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Mexico as of September 2024', 2024.10
24) 자료: 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
25) '기타'는 유기농 매장, 드럭스토어 등을 포함함

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ① 월마트 멕시코

기업 기본 정보	기업명	월마트 멕시코(Walmart Mexico)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.walmartmexico.com
	위치	멕시코 전역
	규모	매출액('23)[26] • 8,865억 2,000만 페소(약 58조 9,890억 원[27])
		기타 규모 • 매장 수('23): 3,007개 • 직원 수('23): 약 20만 명
	기업 요약	• 전 세계를 통틀어 매출과 고용 부문에서 1위를 달리고 있는 거대 유통기업 • 1991년 멕시코에 진출했으며, 2000년부터 본격적인 확장이 진행됨 • 현지법인 월멕스(Walmex)가 운영하며, 현재 멕시코 내 점유율 1위 기업임
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등
	선호 제품	• 브랜드 인지도가 높은 상품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 신청서를 이메일로 전송하여 입점 신청 (www.walmartmexico.com/proveedores/como-aplicar) – 공급업체 신청 절차 시작 전 다음 필수 요구사항 충족 여부 확인 – 홈페이지 기입 정보 ① 회사가 SHCP에 등록되어 있어야 하며, 송장을 발행해야 함 ② 회사의 제품이 공식멕시코표준(NOM)을 준수해야 함 ③ 회사 제품에 GS1 México에 등록된 바코드가 있어야 함 – 'Formulario Aplicación Nuevo Proveedor Walmart' 클릭해 공급업체 신청서 다운로드 후 작성, 담당 부서로 제출 • 문의사항 연락처 – 전화번호: +52-55-9182-0020(수도권) – 이메일: WMGSSMXP@wal-mart.com

자료: 월마트 멕시코(Walmart Mexico), 스태티스타(Statista)
사진 자료: 월마트 멕시코(Walmart Mexico)

26) 멕시코 및 중앙아메리카 합산 매출액
27) 1멕시코페소=66.54원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ② 소리아나

기업 기본 정보	기업명	소리아나(Soriana)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.soriana.com	
	위치	멕시코 전역	
	규모	매출액('23)	• 1,761억 2,000만 페소(약 11조 7,190억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 805개 • 직원 수('23): 약 8만 4,500명
	기업 요약	• 1968년 설립된 멕시코의 토종 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 • 멕시코 내에서 월마트에 이은 2위 기업이며, 15%가량의 점유율을 보유함 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 신선식품 매장, 편의점 등 다양한 플랫폼을 보유했으며, 현지화된 제품 구성을 장점으로 삼음 • 2000년대 이후 지속적인 인수합병을 통해 시장 점유율을 늘려 왔음	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 건강보조식품, 주류, 음료류 등
	선호 제품	• 멕시코 소비자들에게 신뢰도가 높은 상품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 – 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 이메일, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 종류, 제품 설명, 판매가 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +52-81-8329-9252 – 이메일: casc@soriana.com

자료: 소리아나(Soriana), 스태티스타(Statista)
사진 자료: 소리아나(Soriana)

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ③ 토요푸드

기업 기본 정보	기업명	토요푸드(Toyo Foods)
	기업구분	아시안마트
	홈페이지	www.toyofoods.com.mx
	위치	멕시코 전역
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 47개
	기업 요약	• 1982년 설립된 멕시코 내 최대 규모 일본계 아시안마트 체인 • 일본 식료품을 중심으로 한국, 중국 등 아시아 15개국 8,000종 이상의 제품을 취급함 • 온라인 스토어를 운영해 온라인을 통한 주문 및 배송을 지원함 • 2022년부터 한국 제품을 본격적으로 취급하기 시작했으며, 최근 현지의 한국 식품 수요 증가에 힘입어 수입 품목을 200여 개까지 늘림[28]

매장정보	입점가능품목	• 가공식품, 냉동식품, 음료류, 소스류 등
	선호제품	• 아시아 제품, 한국산 식품 및 식재료
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지 좌측 상단 'Mayoreo' 접속 – 'Contáctanos'란 양식 작성해 제출 ① 공급자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 이메일, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 종류, 제품 설명, 판매가 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +52-800-900-8696

자료: 토요푸드(Toyo Foods)
사진 자료: 토요푸드 인스타그램(Instagram/toyofoods), 과달라하라(Guadalajara)

28) 아시아경제, '[세계를 홀린 K-푸드]①멕시코 입맛 사로잡은 떡볶이·라면…"꼬미다 꼬레아나 델리시오사"', 2024.10

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ④ 아시아온마트

기업 기본 정보	기업명	아시아온마트(Asiaon Mart)
	기업구분	한인마트
	홈페이지	asiaonmart.com
	위치	멕시코시티(Mexico City)
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 6개
	기업 요약	• 수도 멕시코시티의 중심부와 외곽에 걸쳐 6개 지점을 운영 중인 한인마트 체인 • 현지 젊은 층의 수요가 높은 한국 제품을 중심으로 일본, 중국의 제품을 취급함 • 블로그 등 다양한 SNS 채널을 운영 중이며, 할인 정보와 한식 레시피 등을 소개하고 있음 • 온라인 몰을 운영하며, 1,499페소(9만 9,743원) 이상 주문 시 무료 배송을 지원함

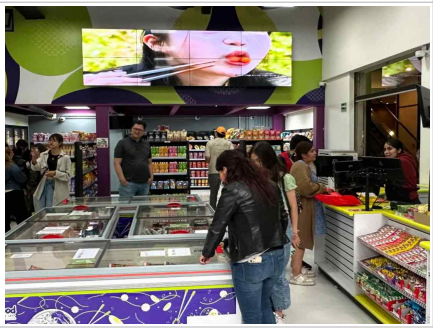
매장정보	입점가능품목	• 가공식품, 냉동식품, 음료류, 소스류 등
	선호제품	• 아시아 제품, 한국산 식품 및 식재료
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 하단 'Nosotros'-'Contactanos' 접속 - 양식 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 이메일, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 종류, 제품 설명, 판매가 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +52-55-6071-3158

자료: 아시아온마트(Asiaon Mart)
사진 자료: 아시아온마트 페이스북(Facebook/asiaonmartMexico)

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ⑤ 아이러브케이푸드

기업 기본 정보	기업명	아이러브케이푸드(I Love K-Food)
	기업구분	한인마트
	홈페이지	www.ik-food.com
	위치	멕시코시티(Mexico City)
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 2개
	기업 요약[29]	• 한국의 떡볶이 밀키트 제조 업체 (주)아이케이푸드가 멕시코에 설립한 한인마트 • 국내에 공장을 두고 B2B 납품과 떡볶이 밀키트의 온라인 판매, 해외 직·간접 수출을 주로 수행함 • 자사 떡볶이 밀키트 뿐 아니라 현지 수요가 높은 한국 제품들을 취급함 • 2024년 상반기 개점한 멕시코시티 1호점의 성공으로 현재 푸에블라(Puebla) 지역의 2호점을 개점함

매장정보	입점가능품목	• 가공식품, 냉동식품, 음료류, 소스류 등
	선호제품	• 한국산 가공식품 및 냉동식품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지(국내) 상단 '커뮤니티' – '문의하기' 선택 후 양식 작성해 제출 – 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 이메일, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 종류, 제품 설명, 판매가 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: 032-201-8244 – 이메일: leestar0828@hanmail.net

자료: 아이러브케이푸드(I Love K-Food)
사진 자료: 아이러브케이푸드 인스타그램(Instagram/ilovekfoodmex)

29) 자료: 머니투데이, '이창훈 아이케이푸드 대표 "K-푸드 밀키트 열풍...떡볶이 세계화 앞장"', 2024.04

2. 멕시코 분말소스 주요 유통채널 ⑥ 아마존 멕시코

기업 기본 정보	기업명	아마존 멕시코(Amazon Mexico)	amazon
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com.mx	
	규모	**매출액('23)**	• 35억 4,400만 달러(약 4조 6,317억 원[30])
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월[31]): 8,659만 회
	기업 요약	• 190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어를 지원함 • 아마존 프레쉬(Amazon Fresh), 아마존 고(Amazon Go), 아마존 스타일(Amazon Style) 등 다양한 형태의 오프라인 매장도 운영함	

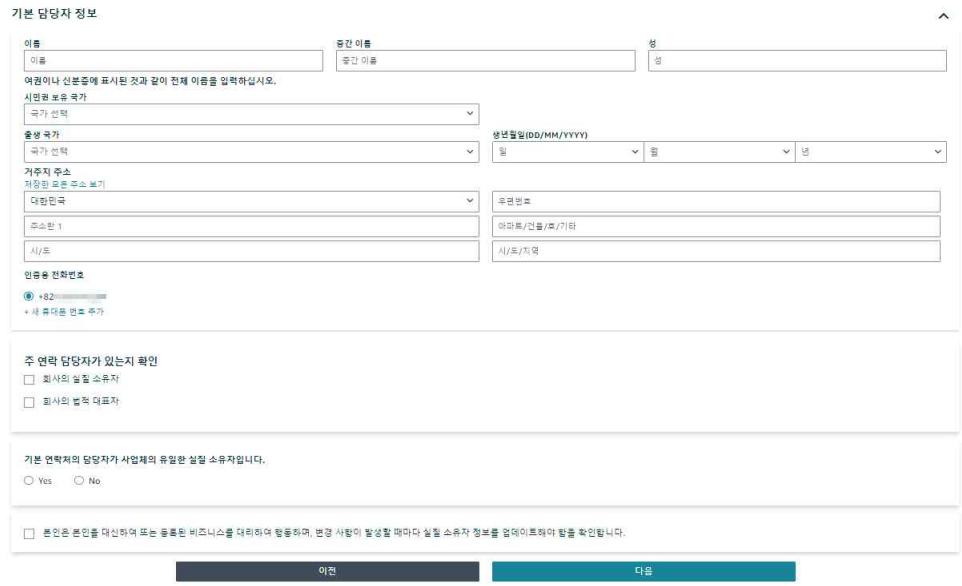
매장 운영 정보	홈페이지 정보	**취급 브랜드**	해찬들(Haechandle), 삼양(Samyang) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	• 대규모 연례 정기 할인, 일일 특가 등 비정기 할인, 앱을 통한 첫 구매시 할인 쿠폰 제공 등		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category) – 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 – Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 – 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 자격 평가 기준 ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 – 전화번호: +1-888-280-4331

자료: 아마존(Amazon), 스태티스타(Statista), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 아마존(Amazon)

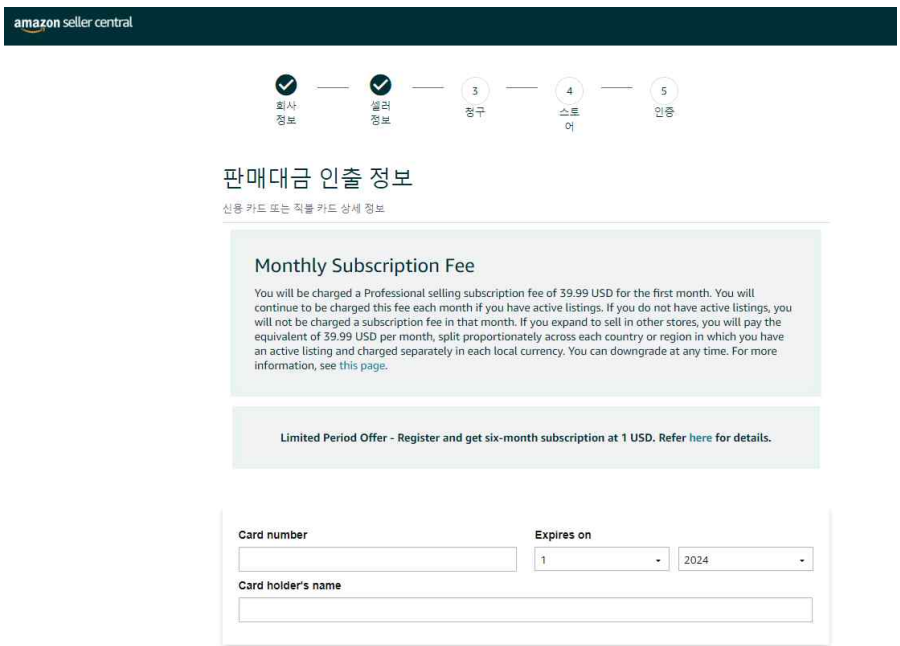
30) 1달러=1306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
31) 2024년 9월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차 UI ①



① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차 UI ②



② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)

- 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(52,263원) 부과

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

▶ 아마존 분말소스 베스트셀러

- 검색 키워드 : 떡볶이 소스(Salsa de Tteokbokki)
- 등록 제품 수 : 43건

아마존 분말소스 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	해찬들 (Haechandle)	진한맛 고추장 (Gohujang Hot Pepper Paste)	한국	500g	199.50페소 (13,275원)	200건 이상	7,549건	
2	삼양 (Samyang)	까르보 불닭 소스 (Buldak Hot Sauce Carbonara)	한국	200g	176.00페소 (11,711원)	50건 이상	2,559건	
3	모두가 (Moduga)	떡볶이 가루 소스 (Tteokbokki Seasoning Sauce)	미국	290g (5개입)	1,604.00페소 (106,730원)	50건 미만	22건	
4	푸드렐라 (Foodrella)	떡볶이 소스 믹스 (Tteokbokki Sauce Mix)	한국	550g	1,054.84페소 (70,189원)	50건 미만	146건	
5	삼양 (Samyang)	불닭 소스 (Samyang Buldak Hot Sauce)	한국	200g	176.00페소 (11,711원)	50건 미만	1,622건	
6	사조 (Sajo)	해표 떡볶이소스 (Hot Topokki Sauce)	한국	150g	150.00페소 (9,981원)	50건 미만	0건	
7	백설 (Beksul)	떡볶이 양념 (Sweet & Spicy Topokki Hot Sauce)	한국	150g	788.88페소 (52,492원)	50건 미만	11건	
8	샘표 (Sempio)	샘표 태양초 고추장 (Gochujang)	한국	1,000g	775.64페소 (51,611원)	50건 미만	1,062건	
9	청정원 (Chung Jung One)	고추장 (Gochujang Korean Chili Sauce)	한국	215g (2개입)	823.00페소 (54,762원)	50건 미만	1,061건	
10	위럽유 (We Rub You)	한국 고추장 (Salsa Picante Coreana)	미국	426g	715.19페소 (47,589원)	50건 미만	428건	

자료: 아마존 멕시코(Amazon Mexico)
사진 자료: 아마존 멕시코(Amazon Mexico)

V
진입장벽

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

1. 멕시코 분말소스 통관 및 검역 절차[32)]

▶ 멕시코 분말소스 수출 시, 표준규격제도, 위생 등록 必

멕시코로 식품 수출 시 정식 등록된 수입업체와 관세사 선정이 중요함. 제품의 멕시코 표준규격제도(NOM: Normas Oficiales Mexicanas), 라벨링 규정 충족 여부에 대한 세부적인 확인이 필요하며, 수출 전, 제품이 사전 수입 신고제(Aviso)의 대상인지 사전 수입 승인제(Persimo)의 대상인지 확인하여 각 제도에 해당하는 절차를 밟아야 함

[표 5.1] 멕시코 분말소스 통관 검역 절차

자료: 관세청, 멕시코 표준 사무국(Dirección General de Normas), 국립보건원(INSP), 경제부(Secretaría de Economía)

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

[표 5.2] 멕시코 사전 수입 신고제(Aviso)

개요	• 사전 수입 신고제(Aviso)는 수입 물품에 대한 일반적인 사전 검사 시스템이며, 대부분의 식품은 사전 수입 신고제를 통해 수입됨
제출 서류	• 자유판매증명서(Cerificado de Venta libre) • 성분증명서(Cerrificado de Analisis) * 해당 증명서들은 한국 식품의약품안전처에서 발급받을 수 있음
신고 절차	• 한국 식품의약품안전처에서 자유판매증명서, 성분증명서 발급 • 수입통관 단계에서 서류 제출 • 멕시코 보건부 및 세관에서 서류 검토 • 멕시코 보건부에서 서류 통과 확인서 발급 – 서류상 문제 없을 경우 바로 발급 • 물품 수입통관 진행 및 수입자 창고로 반출 – 서류 통과 확인서로 통관 진행 • 창고 도착 후 20일 이내 멕시코 보건부에서 현지조사 및 검사 직원 파견 – 보건부 직원이 불시 파견되어 검사 실시 – 수입 품목별 최소 1개의 샘플을 보관하는 것을 권고

자료: 한국농수산식품유통공사

[표 5.3] 멕시코 사전 수입 승인제(Permiso)

개요	• 사전 수입 승인제(Permiso)는 어패류, 소고기, 낙농품과 같이 쉽게 변질될 수 있고 병해충과 관련하여 자국민 건강이나 국가 산업에 피해를 끼칠 수 있는 물품에 대해 수입신고 전에 미리 물품을 확인하는 절차임. 수입업자는 사전에 멕시코 보건부 승인을 획득해야 함. 사전 수입 신고제보다 제출하는 서류가 복잡하고 까다로움
제출 서류	• 자유판매증명서(Cerificado de Venta libre) • 성분증명서(Cerrificado de Analisis) • 상업송장(Cermmercial Invoice) • 라벨링이 완료된 수출 물품 샘플
유의사항	• 사전 수입 승인제는 서류 검토뿐만 아니라, 식품과 식품 원료의 안전성, 가격, 물량, 라벨링까지 전반적으로 확인하는 제도임 • 사전 승인 이후 수입통관 시 멕시코 보건부 직원이 물품과 서류의 일치 여부를 확인함. 보건부 직원의 제품 검사를 위한 샘플을 각 품목별 1개 이상 제공해야 함 • 사전 승인된 제품과 상이하거나 제품 위생 상태에 이상이 있으면 범칙금이 부과되거나 수입신고필증이 취소될 수 있음

자료: 한국농수산식품유통공사

2. 멕시코 분말소스 품질 인증

▶ 멕시코 수입 분말소스, 공식표준규격 인증 및 식약청등록절차

멕시코로 분말소스 수출 시에 멕시코 공식표준규격제도(NOM)에 따라 제품의 품질 및 안정성, 라벨링 등을 검사받아 인증을 받아야 하며, 제품에 대하여 사전 위생 허가(COFEPRIS: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios)를 마쳐야 함

[표 5.4] 멕시코 표준규격(NOM) 인증 취득

인증명	공식표준규격(NOM)	인증 성격	• 멕시코 공인 인증
마크	NOM	인증기관	• 멕시코 경제부 표준 사무국 (Direccion General de Norma) • 인증기관 ANCE(Asociacion de Nomalizacion y Certificacion A.C.) • 인증기관 NYCE(Normalizacion y Certificacion Electronica A.C.)
인증 절차	• 계측과 표준에 관한 연방법에서 NOM 인증이 재무부(Secretaria de Hacien)에 등록되어 있고 법적 책임을 증명하는 멕시코에 있는 현지 대리인에게로 발급된다는 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	• 제품 심사의 목적으로 연간 1회 방문할 수도 있고 주기적인 증명 시험(Verification Testing)을 실시할 수도 있음 • 매년 관리 심사가 이루어지며, 심사는 전형적으로 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 5.5] 멕시코 수입 제품 사전 위생 허가(COFEPRIS)

<table>
<tr><td rowspan="2">내용</td><td rowspan="2">• 인체에 영향을 끼치는 모든 제품(의료, 식품, 제약, 특정 기능성 화장품, 기타 등)에 대한 안전을 보장하고 심사를 통해 멕시코 내 해당 제품이 판매될 수 있도록 권한을 부여</td><td>인증기관</td><td>• 멕시코 위생위험방지위원회</td></tr>
<tr><td>인증 성격</td><td>• 수입 허가</td></tr>
<tr><td>인증 절차</td><td colspan="3">• 관세청에서 지정한 관세 납부 후 필요 서류 제출
• 심사기간은 약 5~40일 소요
• 멕시코 위생위험방지위원회 내부적으로 서류 검토 및 필요 시 상품 샘플 요청을 통해 자체 검사를 진행할 수 있음
• 멕시코 위생위험방지위원회 홈페이지를 통해 상품 반입 승인 여부를 공지함</td></tr>
<tr><td>제출 서류</td><td colspan="3">• 식약청 사전 승인 신청 양식 및 복사본
• 관세 납부 증명서
• 멕시코 내 상품 반입 신청서</td></tr>
<tr><td>비용</td><td colspan="3">• 없음</td></tr>
</table>

자료: 멕시코 경제부(Secretaria de Economia), 멕시코 위생위험방지위원회(COFERES), KATI농식품수출정보

▶ 멕시코 권장 식품 인증

멕시코로 분말소스 수출 시, 공식표준규격(NOM), 위생허가(COFEPRIS) 인증 등을 제외하고 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, HACCP와 ISO 22000 등의 식품 생산 안전 관련 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.6] 멕시코 기타 권장 식품 생산 인증

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	안전관리인증 HACCP 식품의약품안전처
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	ISO ISO 22000:2018 FOOD SAFETY
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	IFS Food
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	BRCGS
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	FSSC 22000

자료: 각 인증기관

3. 멕시코 분말소스 라벨링

[표 5.7] 멕시코 분말소스 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	1. 표기 언어	• 멕시코 내 판매 목적으로 유통될 경우 반드시 스페인어로 표기해야 하며, 영어로 함께 표기할 수 있음
	2. 제품명	• 제품의 공식 명칭 혹은 제품의 기본적인 성분을 설명할 수 있는 이름이어야 함 • 제품을 나타내는 단어, 그림 혹은 기타 그래픽 표현을 설명하거나 사용하는 라벨과 함께 제공할 수 있음
	3. 성분표 및 영양정보	• 단일 성분의 제품일 경우 면제될 수 있음 • 멕시코 내 유통·판매되는 모든 포장식품의 영양정보는 100g 혹은 100ml 단위로 표기해야 함 • 복합 성분은 구성 비율이 5% 이상일 때 함유량 기준 • 내림차순으로 표기해야 함 • 알레르기를 유발할 수 있는 첨가제는 반드시 표기해야 함 • 칼로리, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스 지방, 탄수화물, 설탕, 첨가 설탕, 식이 섬유 및 나트륨은 의무적으로 표기하며 기타 영양소는 자발적으로 표기해야 함 • 소형 포장에는 선형 라벨 사용 가능함 • 일부 식품류는 1회 제공량과 당분, 나트륨, 지방 및 칼로리에 대한 표장 앞면 표기가 의무 사항임 • 성분의 중량 혹은 해당 부피에 대한 성분의 백분율을 표시해야 함
	4. 중량	• 단위와 함께 식품의 순중량을 기재해야 함
	5. 제조회사 및 판매회사 정보	• 제품 책임자의 이름, 명칭 혹은 사업체의 이름과 주소를 표기해야 함 • 수입 제품의 경우 사업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	6. 원산지	• Made in 혹은 Manufactured in 혹은 그와 유사한 의미를 지니는 단어 뒤에 원산지 국가가 표시되며 제품의 출처를 오해시킬 여지가 없는 명칭을 사용해야 함

자료: 멕시코 연방관보(DOF)

[표 5.7] 멕시코 분말소스 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	7. LOT 번호	• 각 제품의 추적을 허용하는 표시가 있어야 함 • 영구적으로 표시되어야 함 • 로트 번호 앞에는 'LOT, Lot, L, lot, l, Lt' 중 하나를 표기해야 함
	8. 유통기한	• 유통기한이 3개월 미만인 제품에 대해서는 요일, 일, 월을 기재하며 유통기한이 3개월 이상인 제품은 월, 연도를 기재함날짜 앞에는 유통기한임을 나타내는 문구를 표기하며 유통기한 동안 보존에 필요한 특별 조건이 있을 경우 이를 표기해야 함 • 특정 제품의 경우에 만료일 기재가 필요하지 않음(예:식초, 식품 등급의 소금, 고체 설탕 등)
	9. 경고 라벨링	• 열량, 설탕, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨을 과다 함유한 제품은 제품 전면 오른쪽 위에 육각형 모양의 경고 표기를 부착해야 함 • 카페인과 감미료가 포함된 식품에는 어린이 구매 방지 문구를 스페인어 대문자를 Arial Bold체로 삽입해야 함 – 감미료를 포함, 어린이용으로 적합하지 않음(CONTIENE EDULCORANTES, DO RECOMENDABLE EN NINOS) – 카페인 포함, 어린이는 피해야 함(CONTIENE CAFEINA, ENVITAR EN NINOS)

자료: 멕시코 연방관보(DOF)

▶ 멕시코 분말소스 라벨 샘플

[앞면 라벨링]	[옆면 라벨링]
[앞면 – 스페인어]	**[앞면 – 국문]**
① CHARAMUSCA	① 차라무스카
② CHARAJI	② 차라히
③ CHILITO EN POLVO	③ 고춧가루
④ Cant. Net. 60g	④ 순중량 60g
[옆면 – 스페인어]	**[옆면 – 국문]**
① EXCESO SODIO SECRETARIA DE SALUD	① 나트륨 과잉 보건부
② PRODUCTO 100% MEXICO	② 100% 멕시코 제품
③ GRACIAS POR APOYAR LAS MARCAS LOCALES	③ 지역 상품을 이용해주셔서 감사합니다.
④ ELABORADO POR PROCESADORA DE DULCES Y SNACKS CHARAMUSCA SA DE CV DEL TRANSPORTE 113 COL REGIO PARQUE INDUSTRIAL, SANTA CATARINA 2, SANTA CATARINA N.L. C.P. 66368	④ 제조업체 유한회사 차라무스카 주소 TRANSPORTE 113 COL REGIO PARQUE INDUSTRIAL, SANTA CATARINA 2, SANTA CATARINA N.L. 우편 번호 66368

④ TELS. 01(81) 1366 1976 Y
01(81) 8335 1221
WWW.CHARAMUSCA.COM.MX
hola@charamusca.com.mx

⑤ LOTE 202409

⑥ CAD 05092025

⑦

Declaracion Nutrimental	
Por 100g	
Contenido energetico en 100g	220kcal (925.87kJ)
Contenido energetico por Envasse 75g	160kcal (694.40 kJ)
Proteinas	8g
Grasas Totales	7g
Grasas Saturadas	2.5g
Grasas Trans	0mg
Hidratos de Carbono Disponibles	31g
Azucares	12g
Azucares Añadidos	5g
Fibra Dietetica	15g
Sodio	310mg
Producto en contacto con cacahuate.	

⑧ Ingredientes: Azucar, mezcla de chiles, acido citrico, sal yodada, colorante FD&C rojo #40, colorante FD&C amarillo #5

⑨ CHARAMUSCA. SNAKCS.

④ 전화번호 01(81) 1366 1976 Y
01(81) 8335 1221
WWW.CHARAMUSCA.COM.MX
hola@charamusca.com.mx

⑤ 로트 번호 202409

⑥ 유통기한 2025년 9월 5일

⑦

영양성분표시	
100g 당	
100g 당 에너지 함량	220kcal (925.87kJ)
75g 용기 당 에너지 함량	160kcal (694.40 kJ)
단백질	8g
총 지방	7g
포화 지방	2.5g
트랜스 지방	0mg
탄수화물	31g
설탕	12g
첨가당	5g
식이섬유	15g
나트륨	310mg
알레르기 유발물질 땅콩 포함	

⑧ 원재료: 설탕, 고추 혼합물, 구연산, 요오드 첨가소금, FD&C 색소 빨간색 #40, FD&C 색소 노란색 #5

⑨ 차라무스카. 스낵.

4. 멕시코 분말소스 성분 및 유해물질

▶ 멕시코 알레르겐 성분

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

[표 5.8] 멕시코 알레르겐 성분

순번	표시 의무 여부	대상
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 연방관보(DOF), 멕시코 입법부(Camara de Diputados)

2024
수출기업 맞춤형 조사
시장 분석형

VI
수입·유통업체 인터뷰

1. 소리아나(Soriana)
2. 체드라우이(Chedraui)
3. 카사레이(Casa Ley)

Interview ①

33)

소리아나(Soriana)
Store Operator

소리아나 (Soriana)

- **유형: 수입·유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1968년에 설립된 유통 및 수입업체로 식료품, 신선식품, 와인, 가정용 세제, 미용 및 전자 제품을 취급하고 있음
  - 멕시코 몬테레이에 본사를 두고 있으며, 다양한 국가에서 제품을 수입하고 있음

담당자 정보

Store Operator

Q. 현재 멕시코 시장에서 유통되고 있는 한국식 떡볶이 소스의 종류와 인기도는 어떠한가요? 특히 분말 형태의 소스에 대한 식당 또는 개인 소비자의 수요가 있나요?

현재 멕시코 시장에서는 한식 떡볶이 소스가 점진적으로 인기를 얻고 있는데, 이는 주로 아시안 음식에 대한 관심과 호기심이 증가하면서 나타난 현상입니다. 현재로서는 분말 형태보다 액상 소스를 선호하는 소비자들이 더 많습니다. 하지만 레스토랑, 특히 퓨전 요리를 선보이는 업체들에서는 분말 소스가 잠재력이 있다고 생각합니다. 분말 형태는 매운맛과 풍미를 자유롭게 조절할 수 있어서, 한식을 응용한 메뉴를 개발하려는 업체에게 비용 효율적인 선택지가 될 수 있기 때문입니다.

Q. 멕시코 시장에 새로운 한국 브랜드의 떡볶이 소스를 도입할 때, 현지화를 위해 특별히 고려해야 할 맛이나 성분이 있을까요?

멕시코 시장에 한국의 떡볶이 소스를 출시할 때는 현지인들의 입맛을 고려해야 합니다. 라임이나 은은한 훈제향 같은 멕시코 특유의 맛을 가미하되 덜 매운 맛으로 조절하는 게 중요합니다. 타마린드와 같은 재료를 추가하면 한국의 달콤하고 매운맛에 약간의 신맛을 더해 멕시코 소비자의 입맛에 잘 맞을 수 있습니다. 특히 처음 떡볶이를 접하는 소비자들도 부담 없이 즐길 수 있도록, 이런 현지에서 인기 있는 풍미를 살리는 게 제품의 성공 가능성을 높일 거라고 생각합니다.

Q. 멕시코에서 식품을 수입하고 레스토랑에 납품하기 위한 주요 물류 절차와 요구사항에 대해 설명해 주세요. 특히 소스 제품의 운송, 보관, 유통과 관련된 규정이나 특별한 요구사항은 무엇인가요?

멕시코로 소스와 같은 식품을 수입할 때는 먼저 식품 안전성을 확보하기 위해 멕시코 위생위험방지위원회(COFEPRIS)로부터 수입 허가를 받아야 합니다. 소스류의 경우 스페인어로 된 라벨링이 의무사항이며, 여기에는 원재료, 알레르기 유발물질, 영양성분 정보가 상세히 표기되어야 합니다. 또한 운송과 보관 과정에서 온도 관리가 중요한데, 이는 제품의 맛과 품질에 영향을 미칠 수 있기 때문입니다. 통관 시에는 모든 필요 서류를 구비해야 하며, 유통 과정에서 문제가 발생하지 않도록 식품 안전 기준과 품질 기준을 엄격히 준수해야 합니다. 이러한 모든 절차는 현지 규정에 맞춰 진행되어야 합니다.

33) 사진 자료: 소리아나(Soriana)

Q. 멕시코 시장에서 현재 유통되고 있는 한국식 소스나 유사 제품들의 종류와 특징은 무엇인가요? 이들 제품의 현지 생산 여부와 주요 유통 경로에 대해 알려주세요.

멕시코 시장에서는 고추장과 불고기 양념 등과 같은 한국식 소스들이 주로 한국에서 직수입되어 판매되고 있습니다. 이러한 소스들은 일반적으로 매콤하고 감칠맛이 나며 약간 달콤한 맛이 특징이며, 한식의 깊은맛을 즐기는 소비자들에게 인기가 있습니다. 일부 멕시코 기업들도 현지 입맛에 맞춰 친숙한 재료를 사용하고 덜 매운 맛으로 조절한 유사한 소스들을 현지 생산하기 시작했습니다. 주요 유통채널로는 소매점, 온라인 플랫폼, 아시안 마트가 있습니다.

Q. 멕시코 시장에서 한국식 떡볶이 소스나 유사한 아시안 소스 제품의 적정 가격대는 어떻게 형성되어 있나요? 레스토랑 납품용과 일반 소비자용 제품의 가격 차이가 있다면 어느 정도인가요?

한국식 소스나 유사한 아시안 소스의 가격대는 브랜드, 용량, 수입품 또는 수입 여부에 따라 차이가 있습니다. 소매 시장에서 소형 한국 소스 제품은 150-200페소(9,981-13,308원[34]) 정도이며, 레스토랑이나 대량 구매를 위한 대용량 제품은 리터당 500-800페소(33,270-53,232원)로 더 경쟁력 있는 가격대를 형성하고 있습니다. 레스토랑 납품용 제품은 대용량으로 포장되어 비용 절감과 공급 안정성을 보장하기 때문에 일반적으로 단위당 가격이 더 낮습니다.

Q. 멕시코에서 식품 프랜차이즈 사업을 확장할 때 주요 성공 요인과 도전 과제는 무엇인가요? 특히 한식 프랜차이즈의 경우 어떤 전략이 효과적일까요?

멕시코에서 식품 프랜차이즈를 확장하는데 있어 핵심 성공 요인은 안정적인 공급망 구축, 현지 소비자 선호도 이해, 효과적인 마케팅을 통한 브랜드 인지도 창출입니다. 특히 한식 프랜차이즈의 경우 한국 음식의 독특한 맛과 요리에 대해 소비자 교육을 통해 문화적 매력을 강조해야 합니다. 매운맛 수준을 조절하거나 친숙한 멕시코 재료를 활용하는 등 현지 입맛에 맞춘 메뉴 조정으로 진정성과 현지 취향의 균형을 맞추는 것이 효과적인 전략이며, 이는 더 넓은 소비자층의 호감도와 접근성을 높일 수 있습니다.

Q. B2C 시장으로 확대를 고려할 때, 멕시코 소비자들의 소스 구매 패턴과 선호도는 어떠한가요? 특히 20-30대 젊은 소비자층을 대상으로 할 때 어떤 마케팅 전략이 효과적일까요?

B2C 시장의 멕시코 소비자들은 소스 구매 시 편의성, 다양한 맛, 진정성을 중요시합니다. 특히 20-30대 젊은 소비자들은 소셜 미디어 트렌드의 영향을 받아 한식과 같은 국제적인 맛에 개방적입니다. 이러한 소비자층을 효과적으로 공략하기 위해서는 인스타그램과 틱톡 같은 플랫폼에서 레시피 아이디어를 보여주는 디지털 마케팅 캠페인이나 인플루언서 협업 콘텐츠가 효과적입니다. 또한 소용량의 사용하기 쉬운 포장 옵션을 제공하면 신규 고객들이 대용량 구매에 부담 없이 제품을 시도할 수 있습니다.

34) 1멕시코페소 = 66.54원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

35)

체드라우이(Chedraui)
Sales

체드라우이 (Chedraui)

- **유형: 수입·유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1927년에 설립된 유통업체로 식료품, 신선식품, 일반 상품 및 의류를 취급하고 있음
  - 멕시코를 기반으로 하여 다양한 국가에서 수입을 진행하고 있음

담당자 정보

Sales

Q. 현재 멕시코 시장에서 유통되고 있는 한국식 떡볶이 소스의 종류와 인기도는 어떠한가요? 특히 분말 형태의 소스에 대한 식당 또는 개인 소비자의 수요가 있나요?

한식 소스는 아직 틈새시장이지만, 소셜 미디어를 통해 한식 문화를 접하는 젊은 소비자들 사이에서 인기가 증가하고 있습니다. 개인 소비자들은 여전히 액상 소스를 선호하지만, 건강을 중요시하거나 DIY 요리 키트에 관심이 있는 소비자들에게는 분말 형태가 매력적일 수 있습니다. 특히 소규모 퓨전 레스토랑이나 한식당과 같은 곳은 창의적인 요리 수요에 맞춰 일관된 맛과 정통성을 제공하는 분말 소스의 이점을 활용할 수 있습니다.

Q. 멕시코 시장에 새로운 한국 브랜드의 떡볶이 소스를 도입할 때, 현지화를 위해 특별히 고려해야 할 맛이나 성분이 있을까요?

멕시코 시장에서 성공하기 위해서는 아도보[36]나 치포틀레[37]와 같이 구운 듯한 향 또는 흙 내음이 나는 멕시코의 향신료 선호도를 고려한 조정이 필요합니다. 약간의 훈연향이나 구운 고추 맛을 첨가하면 떡볶이 소스의 한국적 특성을 유지하면서도 멕시코 소비자들에게 더 친숙하게 다가갈 수 있습니다. 이러한 퓨전은 한식을 경험하고 싶지만, 더 부드러운 매운맛과 복합적인 맛을 선호하는 고객들에게 어필할 수 있을 것입니다.

Q. 멕시코에서 식품을 수입하고 레스토랑에 납품하기 위한 주요 물류 절차와 요구사항에 대해 설명해 주세요. 특히 소스 제품의 운송, 보관, 유통과 관련된 규정이나 특별한 요구사항은 무엇인가요?

특히 소스류의 식품 수입에 있어 멕시코 위생위험방지위원회는 라벨링, 포장, 위생 기준에 대해 엄격한 규정을 시행합니다. 모든 원재료와 영양 정보를 스페인어로 명확하게 표기하고, 멕시코가 인정하는 품질 인증을 충족해야 합니다. 운송과 보관 중에는 멕시코의 더운 지역에서 제품의 품질을 유지하기 위해 온도 조절이 중요합니다. 레스토랑에 납품할 때는 냉장창고 및 배송 시스템을 활용하여 제품을 신선하게 유지하고, 특히 5kg 떡볶이 분말과 같은 대량 제품의 경우 건강 및 안전 규정을 준수해야 합니다.

35) 사진 자료: 체드라우이(Chedraui)
36) 멕시코 요리에 사용되는 고춧가루, 식초, 마늘, 오레가노 등을 혼합한 전통적인 칠리 페이스트
37) 할라페뇨를 훈연 건조시킨 것으로 마요네즈, 사워 크림을 섞어 크림 소스로 만들면 치포틀레 소스가 됨

Q. 멕시코 시장에서 현재 유통되고 있는 한국식 소스나 유사 제품들의 종류와 특징은 무엇인가요? 이들 제품의 현지 생산 여부와 주요 유통 경로에 대해 알려주세요.

멕시코에서 구할 수 있는 한식 소스에는 간장 기반 양념, 칠리소스, 즉석 바비큐 소스가 있으며, 주로 한국 브랜드에서 생산되지만, 전통적인 맛을 현지화한 로컬 브랜드 제품도 가끔 있습니다. 현지 생산 제품들은 멕시코 입맛에 맞추기 위해 치포틀레와 같은 재료를 사용하여 더 순한 맛을 내는 경향이 있습니다. 이러한 소스들은 매장 판매, 전자상거래 플랫폼을 활용한 온라인 판매, 국제적인 맛을 찾는 틈새 소비자를 위한 아시안 및 특산품 마트 등 다양한 채널을 통해 유통됩니다.

Q. 멕시코 시장에서 한국식 떡볶이 소스나 유사한 아시안 소스 제품의 적정 가격대는 어떻게 형성되어 있나요? 레스토랑 납품용과 일반 소비자용 제품의 가격 차이가 있다면 어느 정도인가요?

멕시코 시장에서 일반 소비자용 한식 소스는 수입 비용이 반영되어 가격이 더 높으며, 매장에서 판매되는 소형 포장은 100-250페소(6,654-16,635원) 정도입니다. 레스토랑을 대상으로 하는 제품은 일반적으로 대용량 형태로 제공되어 도매가격 1kg당 70-100(4,658-6,654원)페소까지 비용을 낮출 수 있습니다.

Q. 멕시코에서 식품 프랜차이즈 사업을 확장할 때 주요 성공 요인과 도전 과제는 무엇인가요? 특히 한식 프랜차이즈의 경우 어떤 전략이 효과적일까요?

멕시코에서 식품 프랜차이즈의 성공적인 확장을 위해서는 브랜드 현지화, 전략적 위치 선정, 신선도와 신뢰성을 보장하기 위한 현지 공급업체와의 파트너십이 결합되어야 합니다. 한식 프랜차이즈의 경우, 디지털 마케팅과 소셜 미디어를 통해 젊은 소비자들과의 소통이 핵심 전략입니다. 이들은 멕시코에서 국제 음식 트렌드를 주도하는 주요 소비층입니다. 시식 행사 개최와 전통 한국 재료의 건강상의 이점을 강조하는 것이 경쟁이 치열한 시장에서 프랜차이즈를 차별화하고 관심을 끌 수 있습니다.

Q. B2C 시장으로 확대를 고려할 때, 멕시코 소비자들의 소스 구매 패턴과 선호도는 어떠한가요? 특히 20-30대 젊은 소비자층을 대상으로 할 때 어떤 마케팅 전략이 효과적일까요?

멕시코 B2C 시장에서 소스 구매 패턴은 집에서 요리한 음식에 풍미를 더할 수 있는 강렬하고 다양한 맛을 선호하는 경향을 보여줍니다. 젊은 소비자들은 특히 한식 맛의 새로움에 끌리며, 여러 요리에 활용할 수 있는 제품의 다용도성을 찾습니다. 레시피 영상과 소비자 리뷰와 같은 소셜 미디어 콘텐츠가 이 소비자층에게 공감을 얻을 수 있습니다. 또한, 시식 행사와 매장 내 프로모션은 한식을 처음 접하는 사람들의 관심을 불러일으키고 제품 구매를 장려하는 데 효과적일 수 있습니다.

Interview ③

38)

카사레이(Casa Ley)
Sales Manager

카사레이 (Casa Ley)

- **유형: 수입·유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1954년에 설립된 멕시코의 유통 및 수입업체로 다양한 식품 및 서비스를 취급하고 있음
  - 미국, 캐나다, 브라질, 칠레, 스페인, 이탈리아, 프랑스, 독일, 한국, 네덜란드, 중국 등 여러 국가에서 수입

담당자 정보

Sales Manager

Q. 현재 멕시코 시장에서 유통되고 있는 한국식 떡볶이 소스의 종류와 인기도는 어떠한가요? 특히 분말 형태의 소스에 대한 식당 또는 개인 소비자의 수요가 있나요?

한국 소스는 멕시코에서 아직 틈새시장에 속하며, 주로 국제 요리에 관심이 있는 젊은 소비자들이나 K-드라마와 한국 문화에 익숙한 소비자들 사이에서 인지도가 높습니다. 현재 당사에는 한국 소스를 취급하고 있지 않으나, 이러한 종류의 소스들은 액상이나 페이스트 형태로 판매되며, 분말 소스는 덜 일반적이지만 편의성과 긴 유통기한으로 레스토랑과 소매점의 관심을 끌 수 있습니다. 분말 소스는 최소한의 보관 및 준비 공간만 필요하기에, 집에서 한국 요리를 시도해 보고자 하는 개인 소비자들에게도 관심을 끌 수 있습니다.

Q. 멕시코 시장에 새로운 한국 브랜드의 떡볶이 소스를 도입할 때, 현지화를 위해 특별히 고려해야 할 맛이나 성분이 있을까요?

멕시코 소비자들은 강렬한 맛을 선호하므로, 균형 잡힌 매운맛에 칠리고추 종류 또는 감귤류의 향을 더하면 이러한 소스를 현지화하는데 도움이 될 것입니다. 이러한 요소들은 소스의 고유한 정체성을 유지하면서도 멕시칸 스타일 요리나 퓨전 레시피에서의 활용도를 높일 수 있는 친숙한 맛을 도입하는 것입니다. 멕시코 타마린드 사탕과 비슷한 달콤한 맛을 더하면 특히 새롭고 흥미로운 맛의 조합을 시도하고자 하는 젊은 소비자들에게 더욱 매력적일 수 있습니다.

Q. 멕시코에서 식품을 수입하고 레스토랑에 납품하기 위한 주요 물류 절차와 요구사항에 대해 설명해 주세요. 특히 소스 제품의 운송, 보관, 유통과 관련된 규정이나 특별한 요구사항은 무엇인가요?

일반적으로 소스 수입을 위해 멕시코 위생위험방지위원회 등록과 라벨링, 안전, 식품 품질을 다루는 멕시코 규정 준수가 필요합니다. 이러한 한국 떡볶이 분말소스와 같은 제품은 세관 검사를 거쳐야 하며, 규정 준수를 확인하기 위한 적절한 서류와 인증이 필요합니다. 또한 맛을 유지하고 품질 저하를 방지하기 위해 운송 과정에서 온도 관리 조치를 따르고 있습니다. 레스토랑 유통을 위해서는 냉장 보관과 배송이 필수적이며, 유통망 전반에 걸쳐 식품 안전 기준을 충족하는 신선하고 고품질의 제품을 제공하기 위한 간소화된 공급망 유지가 중요합니다.

38) 사진 자료: 카사레이(Casa Ley)

Q. 멕시코 시장에서 현재 유통되고 있는 한국식 소스나 유사 제품들의 종류와 특징은 무엇인가요? 이들 제품의 현지 생산 여부와 주요 유통 경로에 대해 알려주세요.

이러한 제품들은 아시안 마트에서 찾을 수 있습니다. 현지에서 생산되는 한국 소스가 거의 없어 대부분 한국에서 수입됩니다. 주요 유통채널은 온라인 소매점과 오프라인 매장을 통해 이루어지며, 일부 대형 슈퍼마켓 체인에서도 찾을 수 있습니다.

Q. 멕시코 시장에서 한국식 떡볶이 소스나 유사한 아시안 소스 제품의 적정 가격대는 어떻게 형성되어 있나요? 레스토랑 납품용과 일반 소비자용 제품의 가격 차이가 있다면 어느 정도인가요?

당사는 관련 제품을 판매하지 않아 한국 소스 제품의 가격대를 잘 모르지만, 일반적으로 멕시코의 수입 아시안 소스 가격은 매우 다양하며, 수입 제품이 현지 브랜드보다 일반적으로 더 비쌉니다. 레스토랑용 대용량 제품은 소비자용 제품보다 kg당 가격이 더 낮습니다.

Q. 멕시코에서 식품 프랜차이즈 사업을 확장할 때 주요 성공 요인과 도전 과제는 무엇인가요? 특히 한식 프랜차이즈의 경우 어떤 전략이 효과적일까요?

멕시코에서 식품 프랜차이즈의 성공적인 확장은 현지 선호도에 맞는 비즈니스 모델 조정, 효율적인 유통망 확보, 일관된 품질 제공에 달려있습니다. 한식 프랜차이즈는 한식의 새로움을 홍보하고 멕시코 소비자들 사이의 국제적 맛 트렌드를 활용함으로써 성공할 수 있습니다. 효과적인 전략으로는 젊은 층에 도달하기 위한 인플루언서와의 협업, 다양한 맛 선호도에 맞춘 맵기 다양성 제공 등이 있으며, 이를 통해 새로운 고객들에게 한식을 접근하기 쉽고 매력적으로 만들 수 있습니다.

Q. B2C 시장으로 확대를 고려할 때, 멕시코 소비자들의 소스 구매 패턴과 선호도는 어떠한가요? 특히 20-30대 젊은 소비자층을 대상으로 할 때 어떤 마케팅 전략이 효과적일까요?

젊은 멕시코 소비자들은 새로운 맛을 경험하는 것에 열정적이며, 종종 소스 선택에 있어 품질과 진정성을 우선시합니다. 또한 시각적으로 매력적이고 유익한 마케팅에 매우 반응적입니다. 이 그룹을 타겟팅하기 위해서는 레시피 챌린지, 경품, 첫 구매 할인과 같은 사용자 참여를 독려하는 참여형 캠페인을 진행하는 것이 매우 효과적일 수 있습니다. 매장 내 시식과 소셜 미디어 페이지 및 레시피 블로그로 연결되는 QR코드를 함께 제공하면 마케팅 효과를 향상시킬 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Sauces & Spices market - Mexico', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Other Sauces market - Mexico', 2024.10
3. 매일안전신문, '[하지수 한류이야기] 매운맛으로 멕시코를 사로잡은 'K-푸드'', 2024.02
4. KOTRA 해외시장뉴스, '멕시코, 한식에 러브콜…향후 유망 품목은?', 2024.05
5. 식품음료신문, '세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심', 2022.03
6. 브런치스토리, '멕시코에서는 무엇을 먹을까', 2023.11
7. 매일안전신문, '[하지수 한류이야기] 매운맛으로 멕시코를 사로잡은 'K-푸드'', 2024.02
8. KIEP대외경제정책연구원, '키워드로 보는 멕시코의 전자상거래 시장', 2023.06
9. KATI농식품수출정보, '멕시코, 식품에 트랜스지방 합량 2% 초과 금지 법안 승인', 2023.03
10. KATI농식품수출정보, '멕시코, 가당음료 등 '정크푸드'의 교내외 판매 및 광고 금지 예정', 2022.11
11. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Mexico as of September 2024', 2024.10
12. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
13. 아시아경제, '[세계를 홀린 K-푸드]①멕시코 입맛 사로잡은 떡볶이·라면…"꼬미다 꼬레아나 델리시오사"', 2024.10
14. 머니투데이, '이창훈 아이케이푸드 대표 "K-푸드 밀키트 열풍...떡볶이 세계화 앞장"', 2024.04
15. 멕시코 농업부(Mexico Department of Agriculture), 'Update on Revised NOM-051 Labeling Requirements', 2010
16. 멕시코 보건부(Ministerio de Salud), 'NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados', 2010
17. 멕시코 보건부(Ministerio de Salud), 'Manual de la MODIFICACIÓN a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010', 2020
18. 멕시코 국립보건원(ISNP), 'esultados preliminares sobre los efectos del impuesto de un peso a bebidas azucaradas en México' 2020
19. 멕시코 연방 소비자청(Procuraduría Federal del Consumidor), 'Revista del Consumidor, Estudios de calidad profeco' 2020, 03.
20. 멕시코 연방관보(DOF), 'NOM-142-SSA1/SCFI-2014'2015.03

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 매일안전신문 (idsn.co.kr)
5. KOTRA 해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
6. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
7. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
8. 센트럴아메리카데아바스토스(Central Mexicana de Abastos) (www.cmabastos.es)
9. 라굴라(La gula) (lagula.com.mx)
10. 아마존(Amazon) (amazon.com.mx)
11. 아시아경제 (asiae.co.kr)
12. 월마트 멕시코(Walmart Mexico) (www.walmartmexico.com)
13. 소리아나(Soriana) (www.soriana.com)
14. 토요푸드(Toyo Foods) (www.toyofoods.com.mx)
15. 인스타그램(Instagram) (www.instagram.com)
16. 과달라하라(Guadalajara) (www.guadalajaralovers.city)
17. 아시아온마트(Asiaon Mart) (asiaonmart.com)
18. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
19. 아이러브케이푸드(I LOVE K-FOOD) (www.ik-food.com)
20. 머니투데이 (news.mt.co.kr)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. 아마존 멕시코(Amazon Mexico) (www.amazon.com.mx)
23. 농식품수출정보(KATI) 홈페이지 (www.kati.net)
24. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (unipass.customs.go.kr)
25. 통합무역정보서비스 홈페이지 (tradenavi.or.kr)
26. 멕시코 연방관보(DOF) (dof.gob.mx)

■ 참고 사이트

27. 멕시코 정부(Gobierno de Mexico) (www.gob.mx)
28. 멕시코 입법부(Camara de Diputados) (www.diputados.gob.mx)
29. 멕시코 보건부 위생위험방지위원회(Federal Comission for the protection against Sanitary Risk de Ministerio de Salud) (www.gob.mx/cofepris)
30. 멕시코 경제부(Secretaría de Economía) (www.gob.mx/se)
31. 멕시코 식품건강협회(Alianza por la Salud Alimentaria agrupa) (alianzasalud.org.mx)
32. 패키징 다이제스트(Packaging digest) (www.packagingdigest.com)
33. 멕시코 국립보건원(INSP) (www.insp.mx)
34. 체드라우이(Chedraui) (www.chedraui.com.mx)
35. 카사레이(Casa Ley) (www.casaley.com.mx)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사

· 발 행 일 자 | 2024.11.15

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

Copyright 2024 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KaTi
농 식 품 수 출 정 보