

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-45

품목 | 스낵(Snack)

HS CODE | 1905.90-1040

국가 | 필리핀(Philippines)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 필리핀 제과 및 스낵 시장규모	06
2. 필리핀 스낵 시장규모	07
3. 필리핀 스낵 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 필리핀 스낵 소비 동향	10
2. 필리핀 스낵 정책 및 규제 동향	11
3. 필리핀 스낵 유통채널 동향	12

IV. 유통채널

1. 필리핀 스낵 유통채널 점유율	14
2. 필리핀 스낵 주요 유통채널	15



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 필리핀 스낵 통관 및 검역 절차	22
2. 필리핀 스낵 품질 인증	25
3. 필리핀 스낵 라벨링	28
4. 필리핀 스낵 성분 및 유해물질	35

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 넥스트레이드 필리핀(Nextrade Philippines)	38
2. 라자다(Lazada)	40
3. 쇼피 필리핀(Shopee PH)	42

※ 참고문헌	44
--------	----





HS CODE : 1905.90-1040

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

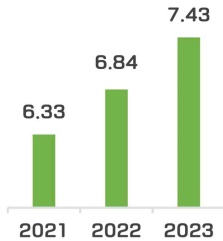
SUMMARY

필리핀 스낵 시장

시장 현황

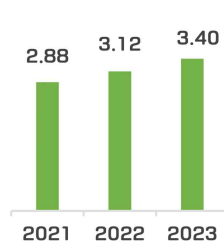
제과 및 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



스낵 시장규모

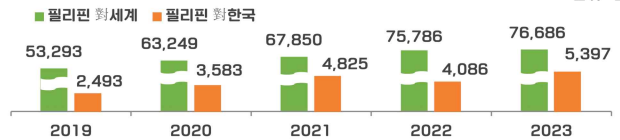
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1905.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모

순위	국가	수입규모 (억 원)
1위	2023년 말레이시아	429억 원
2위	중국	156억 원
3위	미국	147억 원
4위	한국	71억 원

시장 트렌드

이슈 분석

스낵 시장

필리핀 스낵 시장은 건강한 간식의 수요가 증가하고 있으며 한류 영향으로 한국 스낵의 인기가 높아지고 있음

정책 및 규제

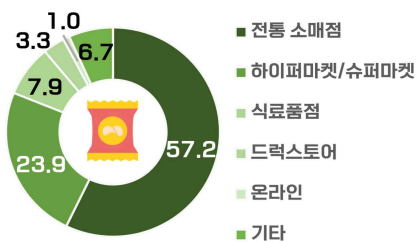
필리핀은 가공식품의 영양 및 건강 주장과 표시 기준에 대한 지침으로 소비자 보호와 정보 제공을 강화하고자 함

유통채널

전통 유통채널이 강세이며, 한국 식품 기업들은 현지 소비자 선호를 반영한 전략으로 판매를 확대하고 있음

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한·아세안 FTA 협정 세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시
원산지증명서 발급 必
필리핀 식품의약품청 등록 必

필수 인증



유의사항

라벨 표기사항

영어 또는 필리핀어 표기,
제품명, 상표, 성분 목록, 순종량,
업체명 및 주소, 제조일자 및
유통기한, 로트 식별 번호, 식품
허가번호, 원산지, 보관 방법 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

스낵 시장 필리핀 스낵 시장은 다양한 맛과 식감을 선호하는 소비자층이 형성되어 있으며, 전통적인 칩과 크래커 외에도 바삭한 식감의 스낵 바, 쫄깃한 식감의 스낵이 주목받음. 최근 젊은 소비자층에서 매운맛의 김 스낵과 칠리 칩이 큰 인기를 얻고 있음

패키징 전략 개별팩과 패밀리팩 포장 옵션을 병행하여 다양한 소비자층의 니즈를 충족시키는 것이 효과적임

Point 02.

제품 현지화 필리핀 소비자의 선호를 반영하여 우베, 코코넛, 칼라만시와 같은 친숙한 재료를 추가한 맛 변형을 개발하는 것을 권장함. 포장 디자인에는 필리핀의 문화적 상징을 반영한 생동감 있는 이미지를 사용해 매장에서 주목받을 수 있음

홍보 전략 소비자 감성을 자극하는 문구로 홍보하고, 현지 소셜 미디어 인플루언서와 협업하여 제품 리뷰를 진행할 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 필리핀 제과 및 스낵 시장규모
2. 필리핀 스낵 시장규모
3. 필리핀 스낵 수입규모

1. 필리핀 제과 및 스낵 시장규모

필리핀 국가 일반 정보¹⁾

면적	30만 km ²
인구	1억 1,289만 명
GDP	4,371억 달러
GDP (1인당)	3,906달러

▶ 필리핀 2023년 제과 및 스낵 시장규모 9.7조 원²⁾³⁾⁴⁾

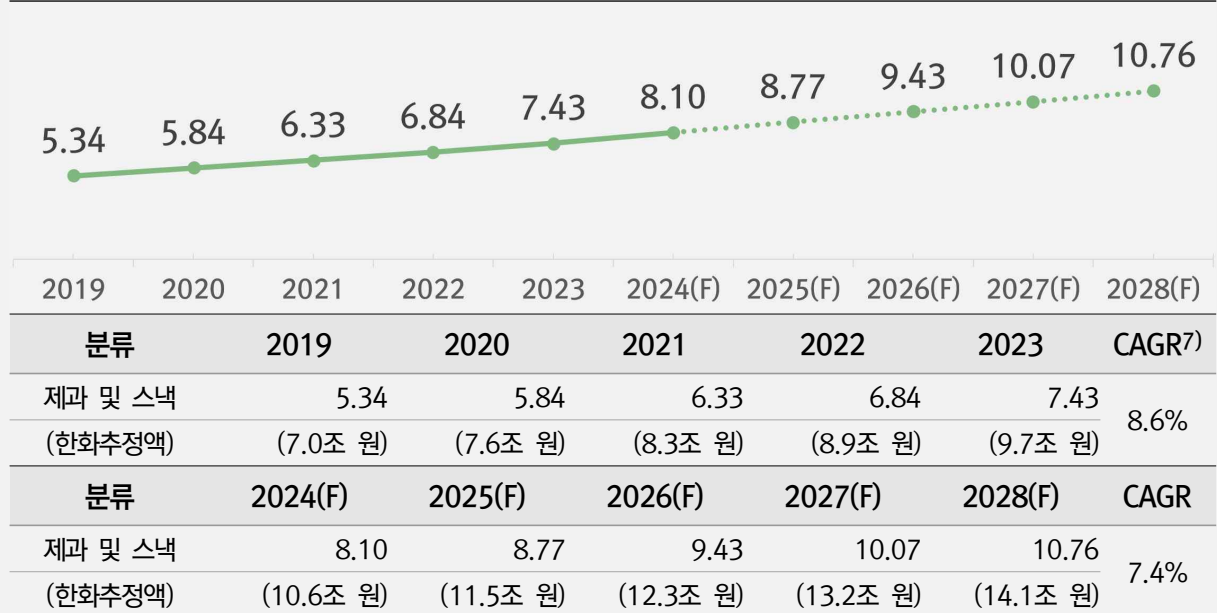
필리핀의 제과 및 스낵 시장규모는 2023년 기준 9.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 8.6%씩 증가한 수치임. 필리핀의 제과 및 스낵 시장은 같은 해 11.6조 원 규모로 집계된 한국 제과 및 스낵 시장의 약 84% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 필리핀 제과 및 스낵 시장, 향후 연평균 7.4% 성장 전망

필리핀의 제과 및 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 7.4%씩 성장하여 2028년에는 14.1조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 이 중 제과 시장은 6.9%, 스낵 시장은 7.9%의 향후 성장을 전망치가 전망되어, 주로 높은 설탕 함량과 단맛을 특징으로 하는 제과보다는 최근의 세계적 건강식 트렌드와 다양해지는 소비자 수요를 충족하기에 비교적 용이한 스낵 시장의 성장성이 특히 높게 평가되는 것으로 분석됨

[표 2.1] 필리핀 제과 및 스낵 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Confectionery & Snacks - Philippines', 2024.10

3) 스탯ISTA에 따르면, '제과 및 스낵(Confectionery & Snacks)'은 일반적으로 높은 설탕 함유량의 제과류와 간식 목적으로 섭취하는 스낵류를 포함함

4) 조사제품 '스낵'의 제품 유형을 고려해 '스낵(Snack Food)'과 상위 시장인 '제과 및 스낵' 시장의 규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 필리핀 스낵 시장규모

▶ 필리핀 2023년 스낵 시장규모 4.4조 원⁸⁾⁹⁾

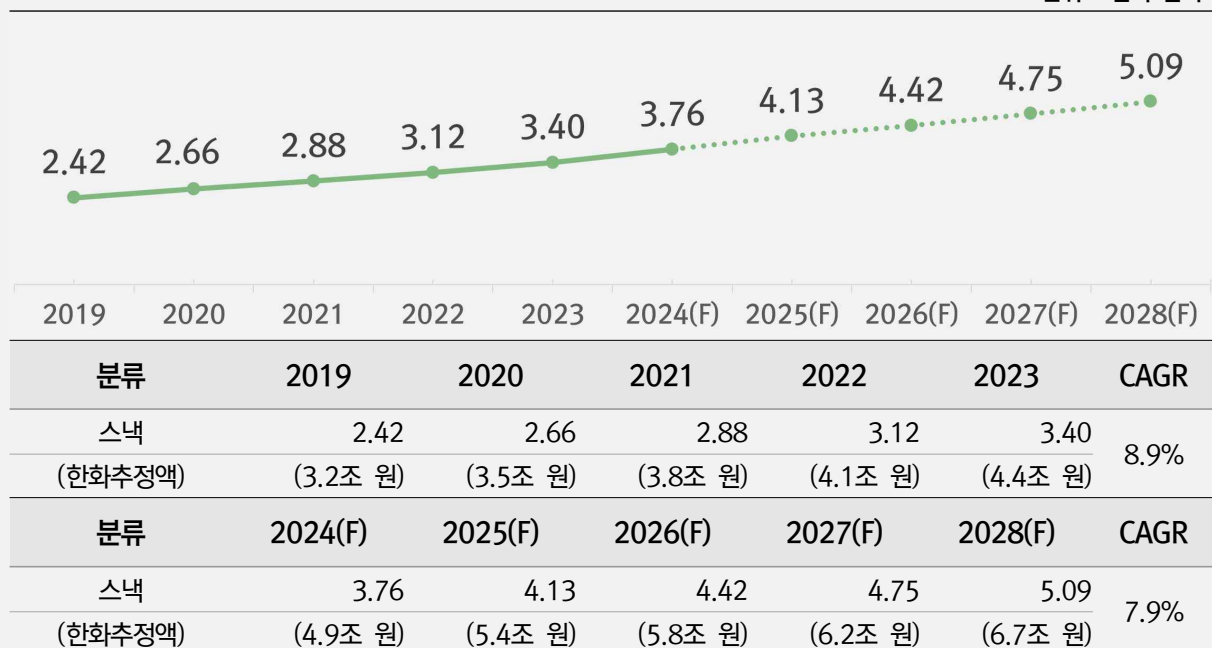
2023년 기준 필리핀의 스낵 시장규모는 4.4조 원으로 집계됨. 필리핀의 스낵 시장규모는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 8.9%씩 증가했으며, 이는 다른 대부분의 아시아 국가의 스낵 시장 성장률을 상회하는 수치임. 필리핀의 스낵 시장은 같은 해 5.0조 원 규모로 집계된 한국의 스낵 시장의 약 90% 수준으로 확인됨

▶ 필리핀 스낵 시장, 향후 연평균 7.9% 성장 전망

필리핀의 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 7.9%씩 성장하여 2028년에는 6.7조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 8%가량의 연평균 성장률 예측치는 다른 아시아 태평양 국가들의 과자 시장 성장 예측치의 2배에 달하는 것으로 분석되었으며, 현대적 유통채널의 확대, 도시화의 진행 등이 주요 성장 동인으로 작용하고 있는 것으로 파악됨¹⁰⁾

[표 2.2] 필리핀 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Snack Food - Philippines', 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, '스낵(Snack Food)'은 식사 사이의 간식 용도 등으로 간단히 섭취하는 다양한 식품을 포함함

10) 자료: 아시아푸드앤베버리지스(Asia Food & Beverages), 'Robust growth for the Philippines snacks market', 2024.06

3. 필리핀 스낵 수입규모

HS CODE 1905.90

해당 장에서 조사제품 스낵은 HS CODE 1905.90으로 분류됨. HS CODE 제1905호의 품명은 '빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품'이며, HS CODE 1905.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1905.90 필리핀의 對글로벌 수입액, 1,002억 원

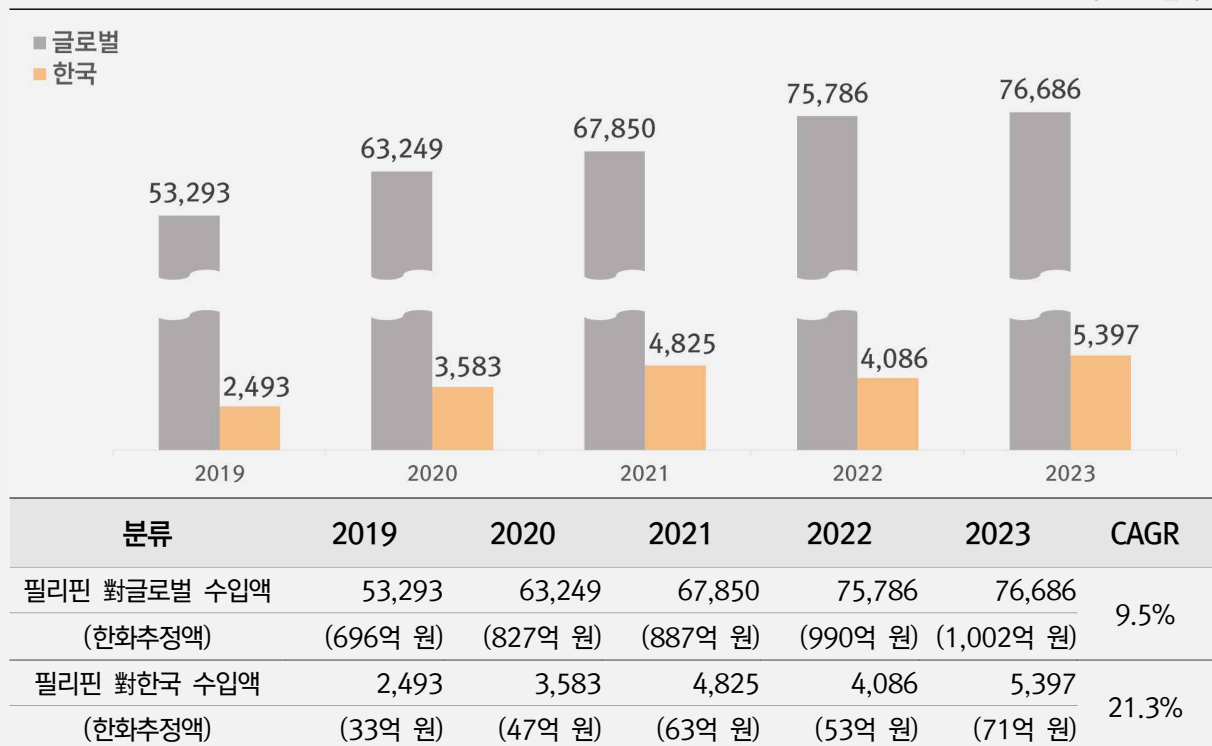
2023년 기준 HS CODE 1905.90 품목에 대한 필리핀의 對글로벌 수입액은 1,002억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 필리핀의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 9.5%씩 증가함. 필리핀의 해당 품목 수입은 조사 기간 중 코로나19와 글로벌 공급망 위기 등 악재에도 꾸준히 증가해온 것으로 확인됨

▶ HS CODE 1905.90 필리핀의 對한국 수입액, 글로벌 4위

2023년 기준 해당 품목에 대한 필리핀의 對한국 수입액은 71억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 4위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 필리핀의 對한국 수입액은 최근 현지 젊은 세대의 한국 제품 수요 증가에 힘입어 지난 5년(2019-23년)간 연평균 21.3%씩 증가함.¹¹⁾ 한편, 해당 품목에 대한 필리핀의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 말레이시아(429억 원), 2위 중국(156억 원), 3위 미국(147억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 필리핀 HS CODE 1905.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

11) 자료: KATI농식품수출정보, 「필리핀 현지 입맛 사로잡은 K-푸드, 필리핀 스낵시장도 넘본다」, 2024.05

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 필리핀 스낵 소비 동향
2. 필리핀 스낵 정책 및 규제 동향
3. 필리핀 스낵 유통채널 동향

1. 필리핀 스낵 소비 동향

▶ 필리핀 스낵시장 규모, 2024년 37억 6,000만 달러

글로벌 시장조사 기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면, 필리핀의 스낵 시장 규모는 2024년 37억 6,000만 달러(약 4조 9,139억 원¹²⁾)를 기록할 것으로 예상되며, 2029년까지 연평균 성장률 8.1%의 55억 4,000만 달러(약 7조 2,402억 원)로 전망됨. 최근 필리핀에서는 건강이 중요한 이슈로 부각되면서 균형 잡힌 식단에 대한 인식이 높아지고 있으며, 이에 따라 단백질 바, 에너지볼, 과일 및 채소 칩 등 영양가 있는 간식의 수요가 증가하고 있음¹³⁾

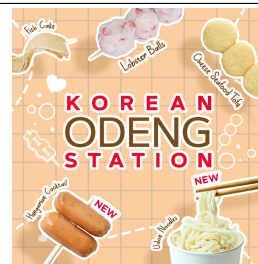
▶ 한류의 영향으로 한국 스낵 인기

필리핀은 동남아시아의 가장 대표적인 한류 거점으로, K-팝과 K-드라마의 인기가 매우 높은 국가 중 하나임. 이처럼 필리핀에서 한국 문화가 익숙해지며 K-푸드도 현지 식품 시장에서 한류 열풍을 일으키고 있음. 한국 라면과 과자에 대한 인기가 높아지고 있으며, 이에 편의점 업계도 K-푸드 열풍에 동참하고 있음. 필리핀의 대표 편의점인 세븐일레븐(7-Eleven)은 한국식 샌드위치인 스팸 에그드랍을 출시했으며, 로손(Lawson)은 한국식 어묵을 판매하며 새로운 간식거리를 제공하고 있음. 또한, 미국 해외농업서비스(FAS)에 따르면, 필리핀의 수입 구운 과자의 상당 부분이 한국과 일본 등 아시아 지역 제품으로 구성되어 있음. 롯데의 빼빼로는 필리핀에서만 73억 달러(약 9조 5,403억 원)의 수출액을 기록한 바 있으며 농심의 바나나킥도 현지인들에게 익숙한 상품으로 접근하여 매출을 끌어올리고 있음¹⁴⁾

[그림 3.1] 필리핀에서 판매 중인 한국식 스낵



〈세븐일레븐 스팸 샌드위치〉



〈로손의 한국 오뎅 광고〉

자료: 닷데일리도즈(Dot Daily Dose), 로손필리핀(Lawson Philippines)

12) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

13) 스태티스타(Statista), 'Snack Food Philippines', 2024.07

14) KATI농식품수출정보, 「필리핀 현지 입맛 사로잡은 K-푸드 필리핀 스낵시장도 넘본다」, 2024.05

2. 필리핀 스낵 정책 및 규제 동향

▶ 가공식품의 영양 및 건강 주장 사용 지침 발표

필리핀 식품의약품청(FDA)은 2024년 7월, ‘가공식품의 라벨링, 광고, 후원, 판촉 및 기타 마케팅 활동과 홍보 자료에 허용되는 영양 및 건강 강조 표시 사용에 관한 지침’ 초안을 발표함. 필리핀 소비자법에 따르면, 소비자가 소비자 제품의 성질, 품질, 수량에 대한 정보를 얻을 수 있도록 라벨링과 포장을 의무화하고 있으며, 소비자를 오해하게 하는 광고와 사기성 판촉 행위로부터 보호하도록 규정하고 있음. 이에 필리핀 식품의약품청은 생산 및 소비되는 가공식품에 대해 허용되는 영양 및 건강 강조 표시에 대한 가이드를 설정하고자 해당 지침을 발표함. 해당 지침은 제조, 사용, 소비, 수입, 유통, 홍보, 광고, 후원 및 판매를 목적으로 하는 모든 현지 생산 및 수입 가공식품에 적용됨¹⁵⁾

▶ 가공식품의 영양정보 표시 기준 개정안 공개

필리핀 식품의약품청은 2023년 1월, 포장된 가공식품의 영양정보 표시 기준을 ‘2002년 권장 에너지 및 영양소 섭취량(2022 RENI)’에서 ‘2015년 필리핀 식이 기준 섭취량(PDRI)’으로 변경한 개정안을 발표함. 이에 따라 필리핀 내 포장된 가공식품은 영양정보 표기 시 ‘%권장 에너지/영양소 섭취량(% REI/RNI)’을 기준으로 표시해야 함. 이는 건강한 사람의 건강 유지를 위한 에너지 또는 영양소 섭취 수준을 의미함. 이는 모든 가공식품에 적용되며, 영양성분표에는 ‘PDRI 2015기준’이라는 문구가 반드시 포함되어야 함. 일반인을 대상으로 한 제품의 에너지 및 영양소 계산은 특별한 연령 및 성별 그룹이 명시되지 않는 한 19-29세 남성, 어린이를 대상으로 하는 경우 6-9세 어린이의 칼로리 요구량을 기준으로 함. 제품의 대상 연령 및 성별 그룹이 있는 경우, 그 정보를 표 아래에 명시해야 함. 일반인을 제외하고 여러 연령대를 대상으로 하는 제품의 경우, 에너지 및 영양소 기준치는 높은 에너지와 영양소를 필요로 하는 연령대를 기준으로 하며, 식이섬유 함량 계산 시 성인은 20-25그램, 어린이는 권장량의 상한선인 25그램을 기준으로 함. 다만, 나트륨 섭취량에 대한 규정은 없으며, WHO 기준을 따름¹⁶⁾

15) KATI농식품수출정보, ‘[필리핀] 가공식품의 영양 및 건강 주장 사용 지침 발표(초안)’, 2024.07

16) KATI농식품수출정보, ‘[필리핀] 가공식품의 영양정보 표시 기준 개정안 공개(2023년 9월 22일 시행)’, 2023.10

3. 필리핀 스낵 유통채널 동향

▶ 필리핀 오프라인 유통매장 현황

2024년 필리핀 소매시장 규모는 667억 달러(약 87조 1,702억 원)로 추산되며, 2029년까지 960억 2,000만 달러(약 125조 4,885억 원)로 성장할 것으로 전망됨. 필리핀은 전통적인 유통채널 매출이 높은 편이며, 에스엠인베스트먼트(SM Investments), 퓨어골드프라이스클럽(Puregold Price Club), 메트로리테일스토어(Metro Retail Stores), 로빈슨즈리테일(Robinsons Retail) 등이 현지 소매시장을 주도하고 있음. 에스엠인베스트먼트는 쇼핑몰 개발 및 관리 기업으로, SM슈퍼마켓 58개, 에스엠하이퍼마켓 52개, 편의점 알파마트(Alfamart) 846개, 월터마트(Waltermart) 60개 등 약 2,900개의 유통매장을 보유하고 있음. 퓨어골드프라이스클럽은 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에 중점을 둔 기업으로 필리핀 전역에 약 600개의 매장을 운영 중이며, 로빈슨즈리테일은 드럭스토어 899개, 편의점 456개, 슈퍼마켓 52개 등 다양한 형태의 유통매장 약 1,300개를 보유하고 있음. 글로벌 편의점 브랜드 세븐일레븐은 필리핀 내 약 3,300개의 매장을 운영 중임¹⁷⁾¹⁸⁾

▶ 국내 식품 기업의 필리핀 시장 확대 전략

필리핀 마닐라의 부촌인 마카티에 위치한 랜드마크슈퍼마켓(Landmark Supermarket)에서는 신라면과 진라면을 비롯해 알로에와 토마토 주스 등 다양한 한국 제품을 판매하고 있음. 그 외에도 바나나우유, 컵떡볶이, 김, 쌈장 등이 인기가 있으며, 필리핀 소비자들은 주로 달콤한 소스의 제품을 선호하는 것으로 나타났음. 이러한 인기에 힘입어 롯데웰푸드는 뽕뽕로 제품의 판매와 마케팅을 위해 필리핀 최대 창고형 멤버십 체인인 S&R과 MOU를 체결함. 필리핀은 아직 한국에 비해 온라인 쇼핑 활성도가 낮고, 전통적인 유통채널이 강세인 국가임. 롯데웰푸드는 2016년부터 S&R을 통해 뽕뽕로를 포함한 다양한 제품을 출시해 왔으며, 이번 협력을 통해 홍보를 더욱 강화하고 대용량 제품 수출 등 창고형 매장에 적합한 신규 제품의 수출을 지속적으로 확대할 계획임¹⁹⁾²⁰⁾

17) KATI농식품수출정보, '필리핀, 주요 오프라인 유통매장 현황', 2024.09

18) 각 유통채널 수는 2024년 9월에 작성된 원문을 기준으로 함

19) 조선비즈, '[K푸드 로드쇼-필리핀]① 고급마트·편의점 장악한 韓 라면… 올 상반기 수출 33% 증가', 2024.10

20) 푸드아이콘, '롯데웰푸드, 필리핀 최대 유통채널과 한국식품업계 최초 판매활성화 MOU 체결', 2023.05

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



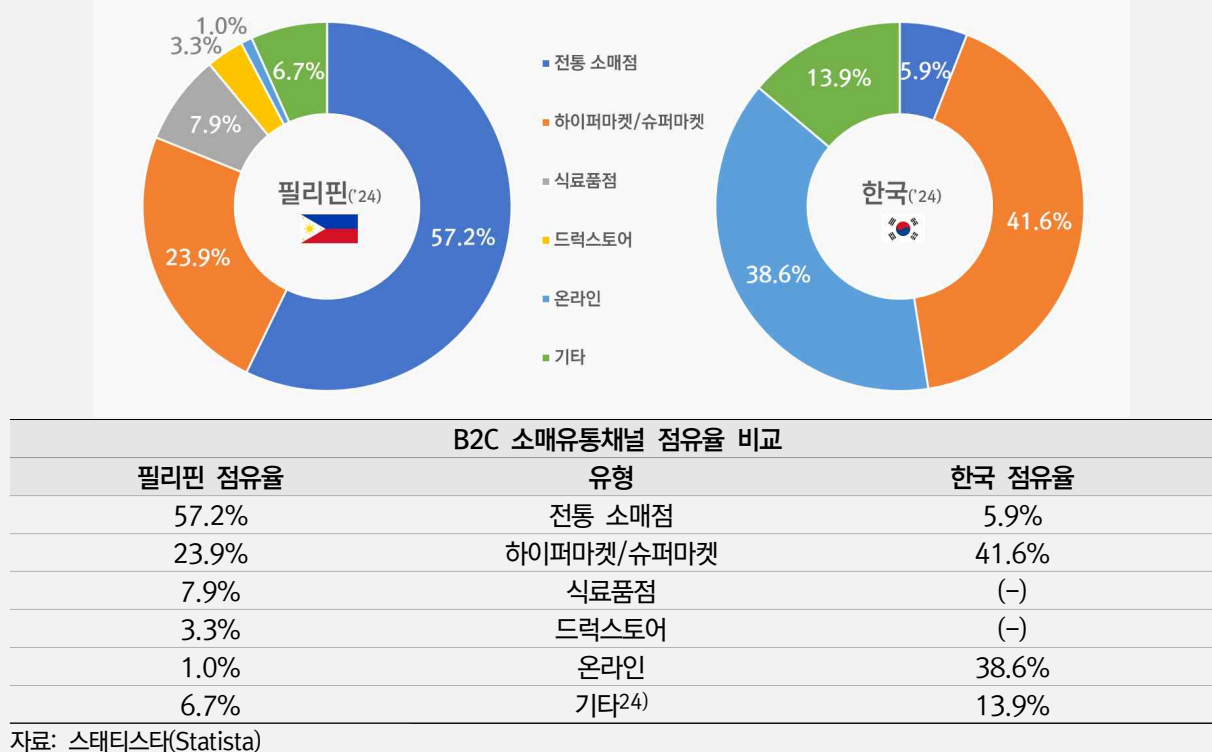
1. 필리핀 스낵 유통채널 점유율
2. 필리핀 스낵 주요 유통채널

1. 필리핀 스낵 유통채널 점유율

▶ 필리핀 소비재 유통채널, ‘전통 소매점’이 1위

2024년 1분기 기준 필리핀 내 식료품을 비롯한 소비재(FMCG) 유통채널 중 ‘전통 소매점’이 57.2%의 점유율로 1위로 확인됨. 23.9%의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 2위, 7.9%의 ‘식료품점’이 3위로 그 뒤를 이었음. 한편, 한국의 경우 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.6%로 1위, ‘온라인’이 38.6%로 2위, 편의점 등이 포함된 ‘기타’ 채널이 13.9%로 3위인 것으로 나타남. 한국의 ‘전통 소매점’의 비중은 5.9%로 낮은 데 반해 필리핀의 경우 소비재 소매유통에 있어 ‘전통 소매점’의 비중이 57.2%로 전체의 절반 이상을 담당하는 것으로 확인됨. 또한, 제조업 기반이 취약하여 공산품을 비롯한 소비재 대부분을 수입에 의존하고 있고, 화교 자본 기반의 일부 대기업들이 소매 유통망을 장악하여 유통시장 내 경쟁이 제한적인 상황임.²¹⁾ 이에 따라 전국적인 유통망을 갖춘 소수 대형 유통업체로의 판로 개척이 수출의 핵심이 될 것으로 판단됨

[표 4.1] 필리핀 및 한국 스낵 B2C 소매유통채널 점유율 비교²²⁾²³⁾



21) 자료: 웰콘(WelCon), '[주요국가 시장 정보] 필리핀 - 시장 및 소비자 특성' 2023.05

22) 해당 장에서 '스낵'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '일용소비재(Fast-Moving Consumer Goods, FMCG)'의 유통채널 정보를 확인함

23) 자료: 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06

24) '기타'는 편의점, 직접 판매 등을 포함함

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ① 에스엠슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	에스엠슈퍼마켓(SM Supermarket)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	smmarkets.ph		
	위치	필리핀 전역		
	규모	매출액('23) • 4,150억 페소(9조 6,529억 원 ²⁵⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 119개		
기업 요약	- 필리핀 최대 소매 유통기업인 에스엠인베스트먼트(SM Investments)가 전개 중인 슈퍼마켓 브랜드 - 현재 필리핀 전역에 58개의 슈퍼마켓과 52개의 하이퍼마켓을 운영 중이며, 모기업인 에스엠리테일은 백화점, 대형 쇼핑몰 등 다양한 플랫폼을 보유함 - 자사의 대형 쇼핑몰에 입점한 경우가 많으며, 저렴한 가격의 제품보다는 품질이 어느 정도 검증된 제품군이 다수 포진함 - 한국, 일본, 호주 등 국가로부터 다양한 제품을 수입해 판매함			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류 등		
	선호 제품	• 현지 수요가 높은 수입 식료품, 품질이 우수한 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - 이름 및 연락처 기입 후 문의 내용 작성해 제출 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(상품 카테고리, 상품 상세 정보, 가격 등) ③ 참고자료(회사 소개서, 상품 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: support@smmarkets.ph		

자료: 에스엠슈퍼마켓, 에스엠인베스트먼트(SM Investments)

사진 자료: 바콜랏라이프스타일(Bacolod Lifestyle), 마닐라스탠다드(Manila Standard)

25) 1페소=23.26원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ② 퓨어골드

기업 기본 정보	기업명	퓨어골드(Puregold)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.puregold.com.ph	
	위치	필리핀 전역	
	규모	매출액('23) ²⁶⁾ • 1,990억 320만 페소(약 4조 6,288억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 384개	
기업 요약	• 1998년 설립된 필리핀의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 브랜드 • 현재 필리핀 전역에 걸쳐 하이퍼마켓 283곳과 슈퍼마켓 101곳을 운영함 • 퓨어골드주니어(Puregold Junior), 퓨어골드엑스트라(Puregold Extra) 등 매장의 형태에 따른 다양한 하위브랜드를 보유함 • 저렴한 가격대를 강조하며 소비자 친화적 슈퍼마켓 매장을 지향함 • 최근 적극적 인수합병을 통해 빠른 속도로 지점 수를 늘리고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 음료류, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 가격 경쟁력이 우수한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(상품 카테고리, 상품 상세 정보, 가격 등) ③ 참고자료(회사 소개서, 상품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +63-2-8524-4351 – 이메일: costumerservices@puregold.com.ph	

자료: 퓨어골드, 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 퓨어골드, 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 민도로투데이(Mindoro Today)

26) 모기업 퓨어골드프라이스클럽(Puregold Price Club) 전체 매출액

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ③ 로빈슨즈슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	로빈슨즈슈퍼마켓 (Robinsons Supermarket)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.robinsonssupermarket.com.ph		
	위치	필리핀 전역		
	규모	매출액('23) • 1,920억 1,000만 페소(약 4조 4,662억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 151개		
기업 요약	• 1985년 설립된 필리핀의 대표적 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 브랜드 • 필리핀의 최대 소매 유통기업 중 하나인 로빈슨즈리테일홀딩스(Robinsons Retail)가 운영하며, 모기업은 백화점, 드럭스토어 등 다양한 플랫폼을 보유함 • 홍콩의 더마켓플레이스(The Marketplace), 한국의 노브랜드(No Brand) 등 다수의 해외 식료품 프랜차이즈를 필리핀 내에서 운영함 • 건강과 웰니스를 강조하며, 자체 건강식품 브랜드를 보유함 • 지역의 소규모 농가의 생산품을 우선 구매하는 등 사회적 가치 실현에 집중함			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 음료류, 냉동식품, 건강기능식품 등		
	선호 제품	• 합리적인 가격대의 품질이 우수한 제품, 건강함을 강조할 수 있는 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 로빈슨즈리테일홀딩스 홈페이지 접속(www.robinsonsretailholdings.com.ph) - 홈페이지 우측 상단 'Contact Us' 클릭 - 연락처와 문의 사항 작성 후 제출 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(상품 카테고리, 상품 상세 정보, 가격 등) ③ 참고자료(회사 소개서, 상품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +63-2-8635-0751~64 - 이메일: info-RRH@robinsonsretail.com.ph		

자료: 로빈슨즈슈퍼마켓

사진 자료: 로빈슨즈슈퍼마켓, 페이스북(Facebook)

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ④ 에스앤알멤버십쇼핑

기업 기본 정보	기업명	에스앤알멤버십쇼핑 (S&R Membership Shopping)		
	기업구분	창고형 할인매장		
	홈페이지	www.snrshopping.com		
	위치	루손(Luzon), 비사야스(Visayas), 민다나오(Mindanao)		
	규모	매출액('23) ²⁷⁾ • 1,990억 320만 페소(약 4조 6,288억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 26개		
기업 요약	• 2001년 설립되어 현재 퓨어골드 슈퍼마켓의 운영체인 퓨어골드프라이스클럽(Puregold Price Club Inc.)이 소유 중인 필리핀의 회원제 창고형 할인매장 • 코스트코(Costco)나 샘스클럽(Sam's Club) 등 미국식 창고형 회원제 매장 사업 모델을 채택해 유사한 시스템으로 운영 중임 • 주로 상위 중산층 이상 쇼핑객을 대상으로 하며, 수입 대용량 제품을 취급함 • 지점 내에 회원제가 아닌 레스토랑 체인을 운영하고 있음 • 전체 26개 매장 중 21개 매장이 루손 지방에 위치함			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 음료류, 냉동식품, 건강기능식품 등		
	선호 제품	• 현지 수요가 높은 수입 제품, 대용량 유통이 용이한 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(상품 카테고리, 상품 상세 정보, 가격 등) ③ 참고자료(회사 소개서, 상품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +63-2-8524-4351 - 이메일: costumerservices@puregold.com.ph		

자료: 에스앤알멤버십쇼핑, 월스트리트저널

사진 자료: 에스앤알멤버십쇼핑

27) 모기업 퓨어골드프라이스클럽 전체 매출액

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ⑤ 세븐일레븐 필리핀

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven) 필리핀	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-eleven.com.ph	
	위치	필리핀 전역	
	규모	매출액('23) ²⁸⁾ • 39억 1,200만 달러(약 5조 1,126억 원 ²⁹⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 4,000개 이상	
기업 요약	• 미국 텍사스(Texas)에서 시작되어 현재 17개국에 8만 개 이상의 매장을 보유한 세계 최대의 편의점 체인 • 필리핀 내에서는 1982년부터 필리핀세븐코퍼레이션(Philippine Seven Corporation)이 라이선스를 취득해 영업 중임 • 필리핀 내 최초로 도입된 24시간 편의점이며, 가장 많은 매장 수를 보유함 • 비교적 저렴한 가맹비용을 앞세워 매장 수 확대에 주력하고 있으며, 2024년 하반기에 4,000번째 매장이 개장함		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류 및 주류 등	
	선호 제품	• 인지도가 높은 브랜드의 제품, 독점 유통이 가능한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(상품 카테고리, 상품 상세 정보, 가격 등) ③ 참고자료(회사 소개서, 상품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +63-2-8705-5200 - 이메일: customer@7-eleven.com.ph	

자료: 세븐일레븐 필리핀, 스태티스타(Statista)

사진 자료: 세븐일레븐 필리핀, 페이스북

28) 모기업 필리핀세븐코퍼레이션 전체 매출액

29) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 필리핀 스낵 주요 유통채널 ⑥ 알파마트

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.alfamart.com.ph	
	위치	필리핀 전역	
	규모	매출액('23)	• 16억 800만 달러(약 2조 1,015억 원)
		기타 규모	• 매장 수('24): 2,000개 이상
	기업 요약	• 2014년 필리핀에 진출한 인도네시아 최대의 편의점 브랜드 • 인도네시아의 모기업과 필리핀 최대 민간기업 중 하나인 에스엠인베스트먼트의 합작 투자로 설립됨 • 2020년 1,000번째 매장을, 2024년 하반기에 2,000번째 매장을 개장함 • 편의점과 슈퍼마켓의 중간 성격을 띄며, 업계 1위인 세븐일레븐에 비해 넓은 제품군과 저렴한 가격을 장점으로 하나 모든 매장이 24시간 운영되지는 않음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 생활용품, 음료류 및 주류 등	
	선호 제품	• 가격 경쟁력이 우수한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 상단 'Let's Do Business' 클릭 - 'BE A SUPPLIER' - 'KNOW MORE' 클릭 - 화면에 표시되는 QR코드 스캔 또는 표시되는 이메일 주소로 필요 서류 제출 - 입점 신청 시 필요한 서류 ① 필리핀 현지 사업자등록(DTI(개인)/SEC(법인)) ② 필리핀 국세청(BIR) 사업 등록 인증서, 판매 제품 영수증 ③ 지역 정부 발급 사업 운영 허가증 • 문의사항 연락처 - 이메일: mdsg.fresh@alfamart.com.ph	

자료: 알파마트

사진 자료: 알파마트, 굿뉴스필리피나스(Good News Pilipinas)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 필리핀 스낵 통관 및 검역 절차³⁰⁾

▶ 필리핀 스낵 수출 통관 단계별 주요사항

필리핀 식품 수입업체는 필리핀 국세청(BIR: Bureau of Internal Revenue)에서 발급하는 수입면허(CAS: Customs Approval System)를 사전에 필수적으로 취득해야 함. 수입면허(CAS)는 필리핀 국세청(BIR) 고객등록시스템(CPRS: Client Profile Registration System)에 기업정보를 등록한 후 취득 가능함. 필리핀으로의 수출 제품에 대한 화물검사의 경우, 위험도에 따라 슈퍼녹색라인(Super Green Lane), 녹색라인(Green Lane), 적색라인(Red Lane)으로 분류하여 진행됨

[표 5.1] 필리핀 스낵 통관 검역 절차



자료: 관세청, KATI농식품수출정보

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

▶ 필리핀 스낵, 원산지증명서 발급 必

필리핀으로 제품을 수출하고자 하는 국내 업체가 특혜세율 혜택을 얻기 위해서는 원산지증명서 발급이 필수적이며, 수입신고 시 원산지증명서를 반드시 제출해야 함. 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출 물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하나, 자율발급 또한 가능하며, 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

[표 5.2] 원산지증명서 발급 내용

의의	- 원산지증명서란 물품을 생산한 나라 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서 - 수출 물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서
필요성	협정별 원산지결정기준을 충족하고, 협정에서 정한 원산지증명서를 구비해야 FTA 세율 적용이 가능
필리핀에 적용 가능한 FTA 원산지증명서	- 구분: 연결원산지증명서(Back to Back C/O) - 적용협정: 아세안(역내 경유국에서 발급), RCEP
발급자	수출자, 생산자, 수출 당사자의 발급 기관
유효기간	1년

자료: 관세청

[표 5.3] 원산지증명서 발급 방법

기관발급	• 협정이 정하는 방법과 절차에 따라 원산지국가의 관세당국 기타 발급 권한이 있는 기관이 당해 물품에 대하여 원산지를 확인하여 발급하는 제도 - 대한상공회의소 발급(온라인 또는 오프라인) - 세관 발급(온라인) - 필요 서류 1) 수출신고필증 사본 또는 이에 갈음하는 서류(증명서발급기관이 수출 사실 등을 전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출 생략 가능) 2) 송품장 또는 거래계약서 3) 원산지확인서 4) 원산지소명서(최종물품의 수출자와 생산자가 다른 경우 생산자는 원산지소명서를 원산지증명서 발급기관에 직접 제출할 수 있음)
자율발급	• 협정이 정하는 방법과 절차에 따라 수출자가 당해 물품에 대하여 원산지를 확인하여 작성한 후 서명하여 사용하는 제도 - 자율발급 시, 수출자는 서명권자 지정 및 서명카드 비치의 의무가 있음 - RCEP 원산지 신고서 일부 내용 1) 수출자의 이름 및 주소 2) 생산자의 이름 및 주소(아는 경우로 한정함) 3) 수입자 또는 수하인의 이름 및 주소 4) 상품명 그리고 상품의 통일상품명 및 부호체계 5) 고유 참조번호 6) 원산지 결정 기준 7) 원산지 신고서에 명시된 상품이 원산지 규정의 모든 관련 요건을 충족한다는 인증된 서명권자의 증명 8) 관세 차별 규정에 언급된 역내포괄적경제동반자협정 원산지 국가 9) 본선인도가격(역내가치포함비율 원산지 결정 기준이 사용된 경우로 한정함) 등

자료: 관세청

2. 필리핀 스낵 품질 인증

▶ 필리핀 스낵, 필리핀 식품의약품청(FDA) 등록 必

필리핀에 식품 등을 수출하려는 업체는 필리핀 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)을 통해 영업허가증(LTO: License to Operate)을 발급받고, 제품 등록(CPR: Certificate of Product Registration)을 완료해야 함. 이는 국민의 건강 및 안전을 도모하기 위한 시스템을 확립하고자 도입된 제도임. 등록 대상 품목은 가공식품 전반으로, 저위험 가공식품과 중·고위험 가공식품으로 분류하여 규제됨

[표 5.4] 필리핀 식품의약품청(FDA) 등록

인증명	등록 정보	
	근거 규정	- 식품 시설 허가에 관한 규칙 및 규정(Administrative Order No.2014-0029) 2009년 식품의약품청(FDA) 법(Republic Act No.9711)
	등록 기관	필리핀 보건부(DOH: Department of Health) 산하 필리핀 식품의약품청(FDA)
	등록 방법	필리핀 소재의 제조, 수입, 유통 거래 또는 재포장 등에 종사하는 업체가 신청하여 등록
	영업허가증 (LTO) 발급	- 필요 서류: 통합신청서, 업체등록증명서, 업체 소재지 증명서, 제품 목록위치도, 제품 제조업체의 평면도, 제조업체 배치도 등 - 발급 소요 기간: 약 60일
	제품 등록 (CPR)	- 신청 서류 제출, 담당 부서 검토, 제품 등록 승인 순서로 절차가 이루어짐 - 등록 시 가공식품 카테고리 - 카테고리 1(저위험 가공식품): 빵 및 관련 제품, 사탕과 과자, 비알코올음료, 음료 믹스, 커피, 차, 소스, 드레싱, 젤라틴, 유제품, 수산물, 과일, 채소, 포장 육류제품, 면, 기름, 지방, 스낵, 시리얼, 설탕 및 관련 제품 - 카테고리 2(중·고위험 가공식품): 알코올음료, 식품 보조제, 차, 병에 담긴 생수, 영유아와 어린이용 식품, 특별식이 식품, 유전자변형 식품, 필리핀에서 흔하지 않은 재료로 만든 식품 등 - 카테고리별 등록 소요 기간 - 카테고리 1: 3-4주 - 카테고리 2: 3-6개월

자료: aT한국농수산물유통공사, 필리핀 식품의약품청(FDA)

[표 5.4] 필리핀 식품의약품청(FDA) 등록

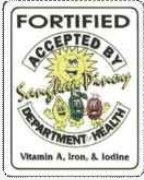
인증명	취득 정보	
 필리핀 식품의약품청 FDA Food and Drug Administration PHILIPPINES	제품 등록 (CPR)	- 가공식품 등록 필요 서류 - 통합신청서(필리핀 FDA 서식) - 제품 라벨 - 제품 사진 - 기술·영양·의학·건강 관련 주장을 입증할 서류(기술 또는 영양 관련 영양보고서, 시장조사 자료, 과학 학술지에 실린 연구논문 등) - 견적 송장(Proforma Invoice, 수출업체가 제공) - 해외대리점 계약서(Foreign Agency Agreement, 수출업체가 제공) - 대리점 임명장(Appointment Letter, 수출업체가 제공) - 판매 대리권 계약서(Distributorship Agreement, 수출업체가 제공) - 우리나라 식약처 등 당국이 발행한 위생/검역 관련 서류(수출업체가 제공) - 제조업체 GMP 인증서 또는 이에 준하는 인증서 - 검역증명서 또는 위생증명서 - ISO 22000 인증서 또는 HACCP - 자유 판매증명서(Certificate of Free Sale)
	유효기간	1-5년
	관련 사이트	www.fda.gov.ph

자료: aT한국농수산물유통공사, 필리핀 식품의약품청(FDA)

▶ 필리핀 스낵, 필수 인증 有

필리핀으로 수입되는 모든 가공식품에 요구되는 제품 등록(CPR)을 위해서는 GMP, HACCP, ISO 22000 인증 중 적어도 하나를 필수로 취득해야 함. GMP 인증은 식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증이며, HACCP 인증은 농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증임. 또한 ISO 22000 인증은 식품안전에 대한 요구사항을 국제적으로 표준화하기 위한 인증임. 이 외에 강화식품 인증인 SPSP 인증을 선택적으로 받아 활용할 수 있음

[표 5.5] 필리핀 스낵 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
GMP 인증	식품 생산 안전 인증	필수	필리핀 식품의약품청(FDA) 혹은 타 인증기업	
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수	한국식품안전관리인증원	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	필수	한국식품안전관리인증원	
SPSP 인증	강화식품 인증	선택	필리핀 보건부(DOH)	

자료: 각 인증기관

3. 필리핀 스낵 라벨링

[표 5.6] 필리핀 스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 영어 또는 필리핀어로 표기 • 수입식품의 경우, 외국어로 표기된 정보는 반드시 영문 번역이 필요함 • 라벨은 눈에 잘 띄는 곳에 영어 또는 필리핀어로 표기된 정확한 정보가 단일 스티커로 쉽게 제거할 수 없도록 단단하게 부착되어야 함 • FDA에서 허가한 기존의 라벨이 소진되거나 자주 변경되는 라벨링 규정으로 기존 라벨을 사용할 수 없는 경우, 영어 또는 필리핀어로 된 임시 라벨 스티커를 사용할 수 있지만, 이 스티커의 사용기한은 6개월을 초과할 수 없음
	2. 제품명	• 식품의 본질을 나타내는 구체적이고 일반적인 이름을 사용해 표시해야 함 • 식품 기준상 특정 식품에 대한 식품명이나 이름이 설정된 경우, 그 중 하나의 이름을 사용해야 함 • 소비자에게 혼동되지 않을 적절한 설명을 제공해야 함 • 소비자가 식품의 본질과 상태를 이해할 수 있도록 제품명과 함께 포장 유형이나 제품의 형태에 관한 문구를 추가해 사용할 수 있음 (예: 건조, 동결건조, 농축, 훈제, 재구성 등) • 제품명은 포장의 주 디스플레이에 대문자와 굵은 글자로 표시되어 소비자의 눈에 잘 띄게 표시해야 함
	3. 상표	• 등록된 상표(명)가 있다면 등록된 것과 같은 상표(명)를 라벨에 표시해야 함 • 시설에 등록된 상표명 또는 상표가 있는 경우, 해당 상표권자 또는 소유자가 해당 상표명 또는 상표를 해당 상표의 표지에 반드시 표시해야 하지만, 추가 가공을 할 경우 표시할 수 없음 • 사용된 브랜드명 또는 상표는 제품 이름과 함께 표시되어야 하며, 오해의 소지가 있거나, 기만, 혼동 혹은 어떤 면에서든 잘못된 인상을 주어서는 안 됨 • 동일 제품 분류의 식품의약품 안전청에 이미 등록된 상표명 또는 AO No. 2005-0016 AO No. 2005-0016에 근거한 공적 도덕에 어긋나거나 외설적이거나 모욕적인 상표명과 같은 브랜드 이름은 허용되지 않음, 단, 같은 브랜드의 소유자의 허가 하에 사용 가능

자료: 필리핀 보건부(DOH)

[표 5.6] 필리핀 스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 성분 목록	- 성분 목록은 적절한 제목으로 시작하거나 앞에 와야 함 - 성분의 전체 목록은 내림차순으로 표기 - 소금물, 시럽 또는 국물과 같은 성분의 일부를 형성하는 경우 외의 추가된 물은 성분 목록에 표시해야 함 - 성분 자체가 둘 이상의 성분의 부산물인 경우 복합성분은 성분 목록에 독자적으로 표시 가능, 단 복합성분이 식품의 5% 미만으로 함유되어있는 경우 완제품에 기술적 기능을 하는 식품첨가물 외의 성분은 표시하지 않아도 됨
	5. 순중량	- 순 내용물은 미터법 또는 국제단위(SI 단위)로 기재되어야 하며 오차 허용 범위는 FDA의 통지 제6-As호에 정해져 있음 - 고체 식품의 경우, 무게로 표시하며 액체 식품의 경우 부피로 표시함. 단, 해당 식품이 수량으로 판매될 경우 개수를 표시
	6. 업체명 및 주소	- 식품의 제조업자, 재포장 업자, 포장 업자, 수입업자, 무역업자 및 판매업자의 이름과 주소는 현지에서 제조된 제품의 라벨에 표시해야 함 - 포장된 제품이 라벨에 표시된 사람 또는 회사에 의해 제조되지 않은 경우, 이름은 'Manufactured for' 또는 'Packed for'와 유사한 표현으로 기재되어야 함 - 수입제품의 경우, 수입자와 원산지 국가의 완전한 이름과 주소가 기재되어야 함 - 여러 도시에 공장을 보유하고 있는 경우엔 본사 주소만 표기
	7. 제조일자 및 유통기한	- 제조 일자, 유통기한은 일, 월, 년 순으로 눈에 잘 띄도록 해야 함 - 혼란을 피하고자 날짜와 연도는 숫자로 기재하며, 월은 문자로 기재해야 함(예: 01Jan12)
	8. 로트(LOT) 식별 번호	- 동일한 조건에서 동일한 기간 생산된 식품의 수량을 나타냄 - 외부 면적 10cm² 미만의 포장으로 판매되거나 즉각적인 포장으로 판매되는 경우를 제외하고 로트 식별 번호는 영구적으로 표시되어야 함

자료: 필리핀 보건부(DOH)

[표 5.6] 필리핀 스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 식품 허가번호	필리핀 식약청에서 식품 허가로 부여받은 식품 허가번호를 포장 외관에 눈에 띄는 곳에 영구적으로 표시해야 함
	10. 원산지	수입 물품은 필리핀 내 최종소비자가 원산지를 알 수 있도록 눈에 띄는 위치에 알기 쉽게 필리핀 내 공식 언어(영어)로 표기해야 함
	11. 보관 방법	상온 보관 외에 특별한 보관조건이 필요한 제품의 경우 온도에 대한 보관조건은 모든 제품 라벨에 명확하고 눈에 띄며 지워지지 않게 인쇄되어야 함
	12. 기타	- 상기 정보의 누락 시 5,000페소의 벌금 및 6개월 간의 징역형이 부과될 수 있음 - 포장 농산물의 경우 영양성분 표시 의무로부터 면제됨 - 일반적으로 미국의 식품 라벨링 기준이 필리핀에서 통용되고 있음

자료: 필리핀 보건부(DOH)

▶ 필리핀 스낵 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① Nutri Snack
MOBY Caramel Puffs
- ② NO HULLS,
NO HARD KERNELS,
MELTS IN YOUR
MOUTH
- ③ FORTIFIED
Accepted By
Sangkap Pinoy
Department of Health
Vitamin A

[앞면 - 국문]

- ① 뉴트리 스낵
모비 캐러멜 퍼프
- ② 껍질 없음,
딱딱한 알맹이 없음,
입안에서
녹아요
- ③ 강화됨
상갑 피노이
보건부 승인
비타민 A

[뒷면 - 영어]

①

Nutrition Facts			
Serving Size		30g	
Serving Per Container		2	
Amount Per Serving			
Calories 132	Calories from Fat 36		
% RENI*			
Total Fat 4g		6%	
Saturated Fat 3g		15%	
Trans Fat 0g			
Cholesterol Less than 1mg Less than 1%			
Sodium 132mg		6%	
Total Corbohydrates 22g		8%	
Dietary Fiber 0g		0%	
Sugar 15g			
Protein 2g		4%	
Vitamin A	33%	Vitamin C	0%
Calcium	0%	Iron	0%
* Percent Recommended Energy & Nutrient Intakes (% RENI) are based on a 2,000-calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.			
Calories	2,000 Cal	2,500 Cal	
Total Fat	Less than 65g	Less than 80g	
Saturated Fat	Less than 20g	Less than 25g	
Trans Fat			
Cholesterol	Less than 300mg	Less than 300mg	
Sodium	Less than 2,400mg	Less than 2,400mg	
Total Carbohydrates	300g	375g	
Dietary Fiber	25g	30g	
Protein	45g	60g	
Vitamin A	400ug RE	525ug RE	
Calories per gram	Fat 9	Carb 4	Protein 4

[뒷면 - 국문]

①

영양 정보			
1회 제공량		30g	
용기당 제공량		2	
1회 제공량 당			
칼로리 132		지방에서 얻은 칼로리 36	
% 권장 에너지 및 영양소 섭취 비율*			
총 지방 4g		6%	
포화 지방 3g		15%	
트랜스 지방 0g			
콜레스테롤 1mg 미만 1% 미만			
나트륨 132mg		6%	
총 탄수화물 22g		8%	
식이섬유 0g		0%	
당류 15g			
단백질 2g		4%	
비타민 A	33%	비타민 C	0%
칼슘	0%	철분	0%
* 권장 에너지 및 영양소 섭취 비율(% RNI)은 2,000 칼로리 식단을 기준으로 합니다. 개인의 칼로리 필요량에 따라 일일 값이 더 높거나 낮을 수 있습니다.			
칼로리	2,000 칼로리	2,500 칼로리	
총 지방	65g 미만	80g 미만	
포화 지방	20g 미만	25g 미만	
트랜스 지방			
콜레스테롤	300mg 미만	300mg 미만	
나트륨	2,400mg 미만	2,400mg 미만	
총 탄수화물	300g	375g	
식이섬유	25g	30g	
단백질	45g	60g	
비타민 A	400ug RE	525ug RE	
그램당 칼로리	지방 9	탄수화물 4	단백질 4

② INGREDIENTS:

Sugar, Corn, Milk Powder,
Coconut Oil, Artificial Flavor, Soy
Lecithin (an emulsifying agent),
Vitamin A Acetate and Artificial
Food Color FD&C Yellow #5
(Tartrazine, E102)

③ Contains food allergen: milk and soy

④ Net Weight: 60g (2.11 oz.)

⑤ Display and store in a cool dry place. Consume immediately after opening to ensure crispiness.

⑥ Consume Before:

12FEB 25 94

⑦ MOBY

Caramel Puffs

⑧ A CRUNCHY SNACK DIPPED IN REAL CARAMEL. NO PRESERVATIVES. MOVE WITH MOBY!

⑨ No MSG

② 성분:

설탕, 옥수수, 탈지분유, 코코넛 오일,
인공 향료, 대두 레시틴 (유화제),
비타민 A 아세테이트 및 인공 식품
색소 FD&C Yellow #5 (타르트라진,
E102)

③ 알레르기 유발 성분: 우유, 대두

④ 순중량: 60g (2.11 oz.)

⑤ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요. 바삭함을 유지하기 위해 개봉 후 즉시 섭취하세요.

⑥ 소비기한:

2025년 2월 12일

⑦ 모비

캐러멜 퍼프

⑧ 진짜 캐러멜에 담근 바삭한 스낵. 방부제 없음. 모비와 함께 움직이세요!

⑨ MSG 없음

⑩ Distributed By:
 Nutritive Snack Food Corporation
 #58 Gen. Luis St., Novaliches,
 Quezon City, Philippines
 9382061 to 69
 contactus@nutritivesnack.com.ph
 http://nutritivesnack.com.ph

⑪ Product of the Philippines
 Philippine Copyright. 2010.
 Nutritive Snack Food Corporation

⑩ 유통업체:
 뉴트리티브 스낵 푸드 코퍼레이션
 제너럴 루이스 거리 58번지,
 노발리체스, 퀘존 시티, 필리핀
 9382061~69
 contactus@nutritivesnack.com.ph
 http://nutritivesnack.com.ph

⑪ 필리핀산
 필리핀 저작권. 2010.
 뉴트리티브 스낵 푸드 코퍼레이션

4. 필리핀 스낵 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

필리핀 보건부(DOH)는 필리핀에 유통되는 가공식품의 모든 공장, 유통업자, 수입업자 및 중계도매상을 대상으로, 국민의 건강권 보호 및 건강 의식 고취라는 필리핀 헌법 내용을 기반으로 식품첨가물 사용에 대하여 규제함. 식품첨가물 사용 시, 식품의약국(BFAD: Bureau of Food and Drugs) 규정을 준수해야 하며, 식품에 사용되거나 잔류할 수 있는 식품첨가물의 최대 허용치를 지켜야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용 가능한 식품첨가물 목록과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 필리핀 보건부(DOH) 홈페이지 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.7] 스낵에 적용되는 필리핀 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	토코페롤 (α -토코페롤, 혼합)	Tocopherols (α -tocopherol, mixed)	200mg/kg	스낵 - 감자, 곡물, 밀가루 및 (뿌리 및 줄기(괴경), 콩류 및 콩과식물로부터의) 전분 기반
2	캐러멜 색소 iii -암모니아 공정	Caramel Colour Class iii -Ammonia Process	GMP ³¹⁾	
3	캐러멜 색소 iv -암모니아 아황산염 공정	Caramel Colour Class iv -Ammonia Sulphite Process	GMP	
4	프로필렌 글리콜	Propylene Glycol	300mg/kg	
5	베타-사이클로덱스트린	β -cyclodextrin	500mg/kg	
6	스테아로일 락틸레이트 (나트륨, 칼슘)	Stearoyl Lactylates (Sodium, Calcium)	5,000mg/kg	
7	아세설팜 칼륨	Acesulfame Potassium	1,000mg/kg	

출처: 필리핀 보건부(DOH), KATI농식품수출정보

31) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 알레르겐

필리핀 보건부(DOH)는 필리핀 내 수출입 및 유통 식품에 포함된 알레르기 유발 물질에 대하여 규제하고 있음. 필리핀 보건부(DOH)가 발표한 ‘Administrative Order No.2014-0030’에 따르면, 하기 표에 언급된 9가지 성분이 식품에 포함되어 있을 경우, 해당 성분의 존재를 상품 라벨 성분 목록 바로 아래에 명확하고, 눈에 띄며, 지워지지 않게 표시해야 함

[표 5.8] 필리핀 알레르겐 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 시리얼, 밀, 호밀, 귀리, 혼성화된 곡주
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품
3	의무	계란 및 계란 제품
4	의무	생선 및 생선 제품
5	의무	땅콩·대두 및 이들의 제품
6	의무	우유 및 유제품(유당 포함)
7	의무	견과류 및 견과류 제품
8	의무	10mg/kg 이상 농도의 아황산염
9	의무	FDA가 적절한 방법을 통해 포함시킬 수 있는 기타 성분

자료: 필리핀 보건부(DOH)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 넥스트레이드 필리핀(Nextrade Philippines)
2. 라자다(Lazada)
3. 쇼피 필리핀(Shopee PH)

Interview ①

32)



넥스트레이드 필리핀(Nextrade Philippines) Admin

넥스트레이드 필리핀 (Nextrade Philippines)

- 유형: 수입·유통·소매업체
- 업체 특징:
 - 2007년에 설립된 수입 및 유통업체로, 한국의 FMCG 제품을 취급하고 있음
 - 필리핀 내 대형 유통망을 통해 다양한 한국 스낵을 공급하고 있음

담당자 정보

Admin

Q. 필리핀의 스낵 트렌드는 어떠한가요? 주로 어떤 맛, 형태, 식감을 선호하는 추세인가요?

필리핀에서는 독특하고 모험적인 스낵에 대한 선호도가 점점 높아지고 있습니다. 특히, 매운맛을 선호하는 경향이 두드러지며, 매운 김 스낵과 칠리 맛 칩이 인기를 끌고 있습니다. 형태적으로는 전통적인 칩과 크래커뿐만 아니라 치즈볼 같은 압출 가공 스낵의 수요도 증가하고 있습니다. 또한, 바삭하고 크런치한 식감이 여전히 인기를 끌고 있지만, 최근에는 모찌나 젤리 캔디처럼 쫄깃한 식감도 주목받고 있습니다.

Q. 메이플 시럽과 카라멜 맛 과자에 대한 현지 인식과 인기는 어떠한가요?

메이플 시럽과 캐러멜 맛의 스낵은 필리핀에서 긍정적인 평가를 받고 있으며, 서양의 달콤한 간식으로 인식되고 있습니다. 다만 전통적인 스낵에 비해 그 인기는 상대적으로 적은 편입니다. 이러한 제품은 주로 젊은 소비자들, 특히 청소년과 젊은 성인들이 선호하며, 주요 소비층은 도시 지역의 젊은 층과 외국인 커뮤니티입니다.

Q. 고객사 제품을 필리핀 하이퍼마켓 및 편의점 시장에서 판매를 확장할 때, 추천하는 입점 전략이나 유통 전략은 무엇인가요?

효과적인 유통 파트너십과 타겟 마케팅을 결합한 다각적인 접근을 권장합니다. 먼저, 스낵 산업에서 입증된 실적을 가진 유통업체와의 파트너십이 중요합니다. 이러한 유통업체는 전국 규모의 대형마트와 편의점에 제품을 효율적으로 공급할 수 있는 인프라와 전문성을 갖추고 있습니다. 다음으로 한국 스낵의 독특한 맛과 문화적 매력을 강조하는 마케팅 캠페인이 필수적입니다. 소셜 미디어 마케팅, 인플루언서 협업, 매장 내 프로모션 등을 통해 소비자들의 관심을 끌고 흥미를 유발할 수 있습니다. 마지막으로, 소매업체에 경쟁력 있는 가격과 유연한 지불 조건을 제시하여 제품을 비축하고 홍보하도록 유도하는 것이 중요합니다.

Q. 필리핀에서 경쟁력을 확대하기 위해 어떤 가격대와 용량이 좋을까요?

필리핀 시장은 스낵에 대해 가격 민감도가 높습니다. 75그램에서 100그램 사이의 40-80페소(약 930-1,860원³³⁾)의 가격대가 소비자들에게 잘 받아들여질 것입니다. 패키징 측면에서는 개별팩과 패밀리팩을 혼합하는 전략이 효과적입니다. 75-100그램의 개별팩은 이동 중에 간편하게 즐길 수 있으며, 100-250그램의 패밀리팩은 가정에서 소비하기 좋습니다. 가격 전략, 포장 디자인, 마케팅 캠페인이 경쟁력을 좌우할 것입니다.

Q. 고객사 제품을 현지화하기 위한 방법을 추천해 주세요.

고객사 제품의 달콤하고 풍부한 캐러멜 메이플 시럽 맛을 필리핀 시장에 맞도록 현지화 전략이 필요합니다. 필리핀 소비자들이 더 달콤한 맛을 선호하는 경향을 반영해 약간의 단맛을 더하는 것이 좋습니다. 다음으로 필리핀에서 친숙한 맛인 우베(Ube)³⁴나 칼라만시와 같은 재료를 가미하여 독특하고 매력적인 퓨전 맛을 만들어낼 수 있습니다. 마지막으로 마케팅 측면에서는 제품의 고급 품질을 강조하고, 가족이나 친구와 함께 나눠 먹기 좋은 스낵으로서 장점을 부각시킬 수 있습니다. 이는 필리핀 소비자들의 공감을 얻는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 필리핀 진출 시 필요하거나 권장하는 인증과 주의해야 할 규제를 말해주세요.

한국 스낵을 필리핀으로 수출할 때는 필리핀 식품의약품청(FDA) 규정을 준수해야 합니다. 제품 등록, 라벨링, HACCP와 같은 식품 안전 인증이 필요할 수 있습니다. 또한, 필리핀 세관청은 관세, 세금, 허가와 관련된 수입 규정이 있으므로 이에 대한 주의가 필요합니다.

Q. 필리핀에서 고객사 제품의 경쟁력을 확대하기 위해 홍보문구나 강조하면 좋을 포인트를 추천해 주세요.

독특하고 고급스러운 스낵이 트렌드인 필리핀에서 고객사 제품의 독특한 캐러멜 메이플 맛을 강조하는 것이 좋습니다. 예를 들어 ‘캐러멜과 메이플의 풍부하고 버터리한 달콤함을 만끽하세요’ 또는 ‘달콤하고 짭짤한 완벽한 균형을 경험하세요’와 같은 홍보문구를 사용할 수 있습니다. 또한, 고품질 재료와 제품의 프리미엄 포지셔닝을 강조하면 까다로운 소비자층을 유도할 수 있습니다.

33) 1페소=23.26원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

34) 필리핀의 대표 식물로 보라색을 띄며 고구마와 비슷한 맛을 지님

Interview ②

35)

라자다
(Lazada)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 소매업체로 전자기기, 전자 액세서리, TV 및 가전제품, 건강 및 미용, 유아 및 장난감, 식료품 및 애완동물 용품, 홈 & 리빙, 여성 패션 및 액세서리 등 다양한 품목을 취급하고 있음

담당자 정보

Customer Care
Representative라자다(Lazada)
Customer Care Representative

Q. 필리핀의 스낵 트렌드는 어떠한가요? 주로 어떤 맛, 형태, 식감을 선호하는 추세인가요?

필리핀 소비자들은 보통 달콤하고 짭짤한 스낵을 선호하지만, 최근에는 건강하고 기능성 있는 스낵에 대한 관심이 증가하고 있습니다. 과일과 채소와 같은 천연 재료로 만든 스낵에 대한 수요가 급증하고 있으며, 비타민과 미네랄이 첨가된 스낵도 인기를 끌고 있습니다. 형태 측면에서는 기존의 칩과 크래커뿐만 아니라 스낵 바와 한입 크기의 간식이 주요 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 식감에서는 바삭하고 크런치한 식감이 여전히 인기가 많지만, 부드럽고 쫄깃한 식감의 스낵도 점차 주목받고 있습니다.

Q. 메이플 시럽과 카라멜 맛 과자에 대한 현지 인식과 인기는 어떠한가요?

메이플 시럽과 캐러멜 맛 과자는 주로 젊은 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 이 스낵은 고급스럽고 풍미가 뛰어나며, 고급 재료로 만든 프리미엄 간식으로 인식되고 있습니다. 소득의 증가와 중산층의 선호도 변화에 따라 판매량이 꾸준히 늘고 있으며, 주요 소비자층은 중산층 가정과 온라인 쇼핑객으로 구성됩니다. 중산층 가정은 특별한 날에 프리미엄 스낵을 구매하는 경향이 있으며, 온라인 쇼핑객들은 이커머스 플랫폼을 통해 다양한 국가의 독특한 스낵을 적극적으로 찾고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 필리핀 하이퍼마켓 및 편의점 시장에서 판매를 확장할 때, 추천하는 입점 전략이나 유통 전략은 무엇인가요?

필리핀의 하이퍼마켓 및 편의점 시장에 효과적으로 진입하기 위해서는 브랜드 구축과 소비자 참여를 중심으로 하는 전략을 개발할 필요가 있습니다. 특히 젊은 소비자층과 소통할 수 있는 강력한 브랜드 정체성을 구축하는 것이 중요합니다. 이를 위해 한국 스낵의 트렌디하고 혁신적인 측면을 강조하는 창의적인 마케팅 캠페인을 진행할 수 있습니다. 또한, 제품 샘플링 행사와 소셜 미디어 콘테스트를 통해 소비자들의 관심을 끌고 수요를 창출할 수 있습니다. 현지 인플루언서 및 푸드 블로거와의 협업도 브랜드의 인지도를 높이고 신뢰를 구축하는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 필리핀에서 경쟁력을 확대하기 위해 어떤 가격대와 용량이 좋을까요?

필리핀 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 50-100페소(약 1,163-2,326원)의 가격대가 적합할 것입니다. 포장 용량은 30-50그램의 소용량 개별팩이 충동 구매를 유도할 수 있으며, 150-250그램의 대형 패밀리팩은 여러 사람이 함께 즐기기에 적합합니다. 고객사 제품은 유망한 제품으로 보이지만, 가격과 패키징을 결정하기 위해 철저한 시장 분석이 필요합니다. 현지 소비자 선호도, 경쟁사 가격, 유통 비용 등의 요인이 시장 성공에 영향을 미칠 것입니다.

Q. 고객사 제품을 현지화하기 위한 방법을 추천해 주세요.

필리핀 시장에 고객사 제품을 현지화하기 위해서는 맛과 포장 두 가지 측면에 집중해야 합니다. 현재의 맛은 매력적이지만, 코코넛이나 판단(Pandan)과 같은 필리핀 전통 요리에 많이 활용되는 맛을 추가한 현지화 버전을 고려할 수 있습니다. 또한, 포장 디자인에는 필리핀의 문화와 관련된 축제나 랜드마크를 반영한 생동감 있는 색상과 이미지를 사용하면 매장에서 제품을 돋보이게 할 수 있습니다. 친숙한 맛과 눈에 띄는 패키징을 통해 필리핀 소비자들의 관심을 효과적으로 끌 수 있을 것입니다.

Q. 필리핀 진출 시 필요하거나 권장하는 인증과 주의해야 할 규제를 말해주세요.

필리핀 시장에 진출하기 위해서는 필요한 인증을 먼저 취득하고, 관련 규제를 준수해야 합니다. 필리핀 식품의약품청(FDA)은 주요 규제 기관으로 식품 안전을 보장하기 위해 HACCP 및 ISO 22000과 같은 인증을 요구합니다. 또한, 제조 및 수입업체는 제품 정보를 필리핀어로 번역하는 것을 포함한 라벨링 요구 사항을 준수해야 합니다.

Q. 필리핀에서 고객사 제품의 경쟁력을 확대하기 위해 홍보문구나 강조하면 좋을 포인트를 추천해 주세요.

고객사 제품의 경쟁력을 높이기 위해서는 중독성 있는 맛이라는 판매 포인트에 집중할 것을 제안합니다. 또한, 이동 중에 간편하게 즐길 수 있는 점을 부각시키는 것도 좋을 것입니다. ‘어떤 상황에서도 완벽한 간식’ 또는 ‘언제 어디서나 마음껏 즐기세요’와 같은 문구가 효과적일 수 있습니다.

Interview ③

36)

쇼피 필리핀
(Shopee PH)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 다양한 카테고리의 제품을 취급하는 소매업체
 - 스낵 및 과자, 조미료, 홈 & 리빙, 건강 보조제, 식료품 등을 판매하고 있음

담당자 정보

Business Development
Manager쇼피 필리핀(Shopee PH)
Business Development Manager

Q. 필리핀의 스낵 트렌드는 어떠한가요? 주로 어떤 맛, 형태, 식감을 선호하는 추세인가요?

필리핀의 스낵 시장은 매우 다양하며, 인구 통계에 따라 스낵 선호도가 다릅니다. 최근 전반적으로 간편하고 이동 중에 먹기 좋은 스낵에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 특히, 소용량의 개별 포장된 스낵이 인기를 끌고 있습니다. 바비큐와 치즈 같은 클래식한 맛이 여전히 인기지만, 매운 한국식 맛이나 태국식 새콤한 맛 같은 이국적인 맛에 대한 관심도 증가하고 있습니다. 식감 면에서는 바삭하고 크런치한 식감이 가장 선호됩니다.

Q. 메이플 시럽과 카라멜 맛 과자에 대한 현지 인식과 인기는 어떠한가요?

필리핀에서 메이플 시럽과 카라멜 맛 스낵은 긍정적인 이미지를 가지고 있지만 인기는 아직 많지 않습니다. 이러한 제품들은 이국적이고 낯설게 여겨져 일부 소비자들을 주저하게 만들 수 있습니다. 주로 도시 지역에서 판매되고 있으며, 주요 소비자 그룹은 미식가 및 모험적인 음식을 도전하는 사람들과 커피와 함께 스낵을 섭취하는 커피숍 방문객 등으로 구성되어 있습니다.

Q. 고객사 제품을 필리핀 하이퍼마켓 및 편의점 시장에서 판매를 확장할 때, 추천하는 입점 전략이나 유통 전략은 무엇인가요?

필리핀에서 고객사 제품을 확장하려면 유통 최적화와 타겟 마케팅을 결합한 전략이 필요합니다. 수입업자와 도매업자를 활용하면 시장 진입을 빠르게 할 수 있습니다. 또한, 주요 소매업체와의 강력한 관계를 구축하고 주요 진열대 자리를 확보하는 것이 중요합니다. 제품의 가시성을 높이고 판매를 촉진하기 위해 디지털 마케팅, 매장 내 프로모션, 고객 관계 관리 등을 포함한 종합적인 마케팅 전략이 효과적입니다. 제품의 독특한 판매 포인트인 트렌디한 포장과 진정성 있는 맛 등을 강조하면 필리핀 소비자에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다.

Q. 필리핀에서 경쟁력을 확대하기 위해 어떤 가격대와 용량이 좋을까요?

필리핀 중산층의 소득 증가 추세를 고려하여 고객사 제품의 가격 범위는 60-120페소(약 1,395-2,791원)로 책정하는 것을 제안합니다. 패키징 측면에서는 낱개 포장과 대용량 포장의 조합이 최적입니다. 70-100그램의 낱개 포장은 젊은 소비자를 타겟으로 하고, 120-250그램의 대용량 패밀리팩은 가족 단위를 대상으로 할 수 있습니다. 제품의 경쟁력을 높이기 위해서는 고유한 판매 포인트, 브랜드 포지셔닝, 유통채널과 같은 요소를 고려하는 것이 중요합니다. 강력한 마케팅 전략은 시장 성과에 큰 영향을 미칠 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 현지화하기 위한 방법을 추천해 주세요.

현재 맛도 훌륭하지만 망고나 칼라만시 같은 현지의 맛을 추가하면 필리핀 소비자에게 더욱 매력적으로 다가갈 수 있습니다. 또한, 필리핀 문화를 반영한 생동감 있고 눈에 띄는 포장 디자인은 매장에서 제품을 돋보이게 할 수 있습니다. 마지막으로 제품의 독특한 맛, 프리미엄 품질, 문화적 관련성을 강조하는 강력한 마케팅 캠페인으로 화제를 모으고 판매를 촉진할 수 있습니다.

Q. 필리핀 진출 시 필요하거나 권장하는 인증과 주의해야 할 규제를 말해주세요.

필리핀 시장은 식품 제품에 대한 특정 수입 규정을 가지고 있습니다. 고객사 제품의 경우 필리핀 식품의약품청(FDA) 기준을 준수해야 하며, 여기에는 제품 등록, 라벨링 및 현지 언어로의 설명 등이 포함됩니다. 또한, HACCP와 같은 인증을 획득하여 브랜드의 식품 안전에 대한 노력을 보여주는 것이 좋습니다. 관세청과의 협의를 통해 수입 관세, 세금 등을 확인하는 것도 중요합니다. 현지 수출입 대리인과 협력하면 귀중한 통찰력을 얻고 절차를 간소화할 수 있을 것입니다.

Q. 필리핀에서 고객사 제품의 경쟁력을 확대하기 위해 홍보문구나 강조하면 좋을 포인트를 추천해 주세요.

건강을 중시하는 소비자층이 늘어나는 추세에 따라, 제품의 건강적인 장점을 강조하는 것이 좋습니다. 예를 들어, '맛있는 간식으로 하루를 시작하세요' 또는 '온 가족을 위한 영양 간식'과 같은 문구가 효과적일 수 있습니다. 또한, 천연 재료와 최소한의 가공을 강조하면 건강을 중시하는 소비자들을 끌어들이 수 있습니다. '자연 그대로의 맛' 또는 '진짜 재료, 진짜 맛'과 같은 문구도 좋을 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Confectionery & Snacks market - Philippines', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Snack Food market - Philippines', 2024.10
3. 아시아푸드앤베버리지스(Asia Food & Beverages), 'Robust growth for the Philippines snacks market', 2024.06
4. KATI농식품수출정보, '필리핀 현지 입맛 사로잡은 K-푸드, 필리핀 스낵시장도 넘본다', 2024.05
5. 스태티스타(Statista), 'Snack Food Philippines', 2024.07
6. KATI농식품수출정보, '필리핀 가공식품의 영양 및 건강 주장 사용 지침 발표(초안)', 2024.07
7. KATI농식품수출정보, '필리핀 가공식품의 영양정보 표시 기준 개정안 공개(2023년 9월 22일 시행)', 2023.10
8. KATI농식품수출정보, '필리핀, 주요 오프라인 유통매장 현황', 2024.09
9. 조선비즈, '[K푸드 로드쇼-필리핀]① 고급마트·편의점 장악한 韓 라면... 올 상반기 수출 33% 증가', 2024.10
10. 푸드아이콘, '롯데웰푸드, 필리핀 최대 유통채널과 한국식품업계 최초 판매활성화 MOU 체결', 2023.05
11. 웰콘(WelCon), '[주요국가 시장 정보] 필리핀 - 시장 및 소비자 특성' 2023.05
12. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06
13. 한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보(신남방)', 2023
14. aT농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
15. aT한국농수산물유통공사, '필리핀 식품첨가물/유해물질규정 번역본', 2020
16. KATI농식품수출정보, '2023년 필리핀 국가조사 보고서', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 아시아푸드앤베버리지스(Asia Food & Beverages) (asiafoodbeverages.com)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 닷데일리도즈(Dot Daily Dose) (dotdailydose.net)
7. 로손필리핀(Lawson Philippines) (lawson-philippines.com)
8. 조선비즈 (biz.chosun.com)
9. 푸드아이콘 (www.foodicon.co.kr)
10. 웰콘(WelCon) (welcon.kocca.kr)
11. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel) (www.kantarworldpanel.com)
12. 에스엠슈퍼마켓(SM Supermarket) (smmarkets.ph)
13. 에스엠인베스트먼트(SM Investments) (www.sminvestments.com)
14. 바콜랏라이프스타일(Bacolod Lifestyle) (www.Bacolodlifestyle)
15. 마닐라스탠다드(Manila Standard) (manilastandard.net)
16. 퓨어골드(Puregold) (www.puregold.com.ph)
17. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
18. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
19. 민도로투데이(Mindoro Today) (mindorotoday.tv)
20. 로빈슨즈슈퍼마켓(Robinsons Supermarket) (www.robinsonssupermarket.com.ph)
21. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
22. 에스앤알멤버십쇼핑(S&R Membership Shopping)
23. 세븐일레븐(7-Eleven) 필리핀 (www.7-eleven.com.ph)
24. 알파마트(Alfamart) (www.alfamart.com.ph)
25. 굿뉴스필리피나스(Good News Pilipinas) (www.goodnewspilipinas.com)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)
27. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 필리핀 국립무역저장소(PNTR) (www.pntr.gov.ph)
30. 필리핀 보건부(DOH) (doh.gov.ph)
31. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
32. 국가관세종합정보망 (unipass.customs.go.kr)
33. 필리핀 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov.ph)
34. aT한국농수산물유통공사(www.at.or.kr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.29

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea