

멕시코의 라면시장

- 멕시코의 라면시장은 지속적으로 커져 2012년의 시장규모는 3억4000만불이었으며 브라질에 이어 두번째로 큼
- 멕시코인들은 집에서 요리를 하지 않는 경향이 있어서 편리함, 가격, 맛을 모두 갖춘 라면시장이 커지고 있음
- 컵라면은 거의 모든 유통망에서 구입이 가능하며 봉지라면보다 편리하고 어느 곳에서나 쉽게 소비할 수 있어 더욱 인기.
 - 컵라면의 평균가격은 한국돈 500원으로 저렴하며 다양한 맛이 출시되고 있어 더욱 시장이 증가하고 있음.
 - 컵라면(64g)의 평균 가격은 5.5페소, 봉지라면(85g)은 3페소 이하이며 포장용기는 Flexible Plastic이나 방수 폴리스티렌 등의 저렴한 제품을 사용함.
- 멕시코인들의 입맛에 맞는 짜고 시고 매운 맛의 새우, 쇠고기, 닭고기 라면이 인기이며 레몬맛이 함유된 제품이 많음.

멕시코 주요 라면 가격 및 특징

	○ 마루찬(Maruchan) 컵라면 라면시장에서 시장점유율이 가장 높은 브랜드. 편의점, 전국 유통체인 어디서나 있음. - 가격: 약 5.5페소(약 500원) - 특징: 새우, 닭고기, 쇠고기등 다양한 맛의 제품을 선보이고, 멕시코 시장에 맞춰 레몬맛 및 고추맛이 첨가돼 있는 제품도 있음. 국물이 짭 편이고 면발이 탄력이 거의 없음. - 멕시코공장 제조
	○ 니썬(Nissin) 컵라면 전국 유통체인 어디서나 있음 - 가격: 6~7페소(약 500 ~ 580원) - 특징: 일본 라면 특유의 향과 맛이 있음. 특히, 국물이 다소 짭 편이지만, 자극적인 음식을 즐기는 멕시코인들의 입맛에 잘 맞아 라면시장에서 입지를 굳혀가고 있음. 면발이 한국 라면에 비해 탄력이 다소 떨어짐. - 멕시코공장 제조.

	○ 오투기(Ottogi) 봉지라면 전국 월마트나 아우레라 에서 쉽게 구매할 수 있음. - 가격: 8~11페소(약 650~900원) - 특징: 한국 라면의 특징을 거의 갖고 있음. 면발이 탄력이 있고 국물도 한국 라면과 비슷해 맛이 좋음. 새우, 쇠고기 · 닭고기 · 해물맛의 4종류 - 멕시코에 공장이 있어 제조함.
	○ 마루찬(Maruchan) Bowl 왕컵라면 전국 유통망에서 쉽게 구할 수 있음. - 가격: 10~12페소(약 850 ~ 1,000원) - 특징: 새우, 닭고기, 쇠고기등 다양한 맛의 제품을 왕컵에 담아 판매하는데 양이 넉넉하고 맛도 기존 컵라면보다 개선되서 서서히 시장점유율이 높아지고 있는 제품. - 멕시코공장 제조.
	○ 니썬(Nissin) Maxi Soda Nissin왕컵라면 전국 유통체인 어디서나 있음 - 가격: 10~12페소(약 850 ~ 1,000원) - 특징: 일본 라면 특유의 향과 맛이 있으며 우동면처럼 납작한 국수가 독특하나 탄력은 떨어짐. 자극적이라 멕시코인들의 입맛에 잘 맞음. 새우, 닭, 소고기 맛이 있음 - 멕시코공장 제조.

자료원: 회사 홈페이지 및 구글 이미지 검색

- 멕시코 인스턴트 라면시장에서 가장 높은 시장 점유율을 보이는 브랜드는 Toyo Suisan Kaish Ltd의 마루찬으로 2012년 멕시코 라면시장의 74%를 장악함.
 - 1990년대에 멕시코에서 컵라면을 최초로 대중화하는 데 성공
 - 강력한 포지셔닝, 효율적인 유통구조, 지속적인 광고 덕분에 현재 멕시코 라면시장에서 마루찬의 입지는 가장 견고
 - 최근 들어서는 왕컵라면인 Bowl, 전자렌지용 Pasta Rapida (4-5가지의 맛이 있으며 가격대는 10-13페소) 등을 선보였는데 반응이 아주 좋아 잘 팔리며 맛도 기존 컵라면보다 다양하게 개선

멕시코 인스턴트 라면 시장 브랜드별 시장 점유율

단위: (%)

브랜드	2009	2010	2011	2012
Maruchan	73.2	73.7	73.4	73.6
Nissin	8.1	7.6	8.3	8.7
Mi Lunch	6.2	6.5	6.4	6.4
Ottogi	6.5	6.5	6.4	6.4
Private label	3.4	3.4	3.4	3.5
기타	2.60	2.2	2.2	1.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료원: Euromonitor International

- 두 번째로 시장 점유율이 높은 업체는 Nissin Foods 사의 인스턴트 라면 제품으로 9%를 차지함.
 - 이 회사의 제품은 보통 월마트, 소리아나(Soriana) 등과 같은 대형 유통체인점에서 판매됨.
 - 전자렌지용 Chow Main, Deli Pasta도 선보여 인기이며 (가격대 10-13페소) 왕컵라면의 일종인 Maxi Sopa Nissin Cucheable (가격대 9-12페소)를 선보여 왕컵라면 시장점유율을 높이기 위해 애쓰고 있음
- Euromonitor International에 따르면 마루찬의 성공비결은 3가지로 요약됨.
 - 편리성: 컵라면 제품이 어디에서나 먹을 수 있도록 간편하게 포장했다는 점.
 - 저렴성: 모든 소비자가 부담없이 즐길 수 있는 싼 가격임.
 - 유통성: 멕시코 전역에 걸친 효율적인 유통망으로 지방, 시골 구멍가게에서도 판매될 만큼 유통망 구축이 잘 돼 있음.
- 일부 한국업체는 이미 멕시코 시장에 공장을 설립해 라면을 생산하거나 한국에서 생산된 제품을 수출 중.
 - 오투기 제품은 현재 월마트나 아우레라등에서 구입할 수 있으며, 봉지당 8페소(약 650원) 선에서 판매함. 쇠고기, 닭, 해물, 새우맛 등의 라면을 선보이고, 라면시장의 약 6.5%를 차지함.
 - 신라면컵(65g)과 육개장사발면은 수페라마에서 판매되며, 가격은 27페소 (약 2250원)정도 선에서 판매돼 다소 비싼 편임.
- 봉지라면은 끓여먹는 불편함과 멕시코문화상 Sopa de fideo라고 불리는 알파벳등의 모양의 건데기가 들어간 국물요리가 더 일상적이라 시장이 축소되고 있고 반면에 언제 어디서나 물만 부어 먹으면 되는 컵라면이 절대적으로 인기임.
 - 신라면도 HEB나 월마트 등의 마켓에 한동안 시판되었으나 가격이 비싸고 봉지라면이라 더이상 판매되지 않고 있음.
 - 왕컵라면, 국물없이 비벼먹는 스타일의 전자렌지용, 라면대신 밥볶음 등이 다양하게 개발, 시판되고 있으며 서서히 시장이 커지는 중이므로 신라면컵이나 육개장 사발면이 가격대를 15페소정도에 맞출 수만 있다면 시장점유율이 커질 것으로 사료됨.

- 인스턴트 라면시장 규모는 2013년 44억 달러에서 매년 평균 2%씩 성장해 2017년 약 48억 달러까지 증가할 전망이다. 이 중 컵라면이 차지하는 비중이 95%가 넘는 것으로 보임.

‘13~’17 인스턴트 라면 시장 전망

단위: 백만 페소

	2013	2014	2015	2016	2017
인스턴트라면	4,434	4,531	4,633	4,747	4,876
-컵라면	4,312	4,407	4,505	4,615	4,740
-봉지라면	122	125	128	132	136

자료원: Euromonitor International

참고: Euromonitor International, maruchan.com.mx, nissinfoods.com.mx, Kotra자료