

2. 농식품 주요업체

□ 주요 가공업체 현황

※ 품목별로 시장점유율이 높은 업체를 선정

○ 베이커리 부문

- 구운 제품 부문에서는 Panificaci6on Bimbo SA de CV社가 리더이며, 시장점유율은 10.9%이며, 잘 알려진 브랜드는 Bimbo임
- 비스킷 시장에서 선두는 Gamesa SA de CV사로 점유율은 38.3%이며, No.1 브랜드는 Gamesa
- 아침식사로 이용되는 시리얼 부문에서는 Kellogg de Méexico SA de CV社가 점유율 48.6%로 1위를 달리고 있으며, 멕시코에서 대표 브랜드는 Choco Crispies

○ 사탕 과자 부문

- 초코릿 부문에서 1위는 Nestlé Méexico SA de CV社로, 시장점유율은 18%이며, 대표 브랜드는 Carlos V임
- 설탕 과자/사탕 부문에서는 Cadbury Adams Mexico S De RL De CV社가 점유율 8.4%로 선두를 달리고 있으며, 대표 브랜드는 Halls임
- 껌 부문에서는 Cadbury Adams Mexico S De RL De CV社가 점유율 65.7%로 1위를 지키고 있으며, 탑 브랜드는 Trident임

○ 낙농 부문

- 우유 시장에서는 Industrial Lala SA de CV, Grupo社가 33.2%를 점유하고 있으며, 대표 브랜드는 Lala임
- 치즈 시장에서는 Sigma Alimentos SA de CV社가 리딩 기업으로, 점유율은 19.1%, 대표 브랜드는 Buena임
- 요쿠르트 부문에서는 Danone de Méexico SA de CV社가 점유율 23%로 선두에 있으며, 대중적 브랜드는 Vitalinea임

○ 아이스크림 부문

- Unilever社가 임펄스 아이스크림 시장의 33.8%를 점유하고 있으며, 잘 알려진 상표는 Holanda임
- 포장 아이스크림 부문에서는 Unilever가 30%의 시장을 점유하고 있으며, 대표 브랜드는 Ben & Jerry's
- 미국식(artisanal) 아이스크림 부문에서는 특별한 리딩 기업이 없는데, 그 이유는 이런 종류의 아이스크림은 전문 매장에서 생산하고 있기 때문임

○ 소스, 드레싱, 양념 부문

- 건조된 소스 시장에는 명백한 시장 선도 기업이 없음
- 양념 시장에서는 Ernesto Ibarra y Cia SA de CV社가 19.9%

의 점유율로 선두를 지키고 있으며, 대표 브랜드는 Escosa

- Herdez SA de CV, Grupo社가 드레싱 부문에서 선두로 44.8%의 시장점유율을 보유하고 있으며, 성공한 여러 개의 브랜드를 가지고 있음

○ 스낵 바 부문

- Bimbo SA de CV, Group사가 42.9%의 점유율로 스낵 바 시장에서 선두이며, 대표 브랜드는 Multigrano이며, Kellogg Mexico사와 격심한 경쟁을 하고 있음
- Productos Quaker de Méexico SA de CV사는 스낵 바 시장에서 19.6%의 점유율을 보이는데, 이 회사는 그래놀라 (granola) 스낵 바 시장에서 강점을 가지고 있음. 대표 브랜드는 Quaker Chewy
- Nestlé Méexico SA de CV사의 PowerBar 제품은 1.5%의 점유율을 보이고 있는데, 이 제품은 에너지 바 시장을 주도하고 있음

○ 스프레드(spread) 부문

- Herdez SA de CV, Grupo이 스프레드 시장에서 15.6%의 점유율을 보이고 있으며, 대표 브랜드는 McCormick
- Miel Carlota SA de CV는 4.6%의 점유율을 가지고 있으며, 대표 브랜드는 Carlota이며, 꿀 시장에서는 1위를 차지하고 있음

- Ferrero de Méexico SA de CV社는 스프레드 시장에서 8.3%를 차지하고 있으며, 대표 브랜드는 Nutella이며 초코릿 스프레드 시장을 지배하고 있음

○ 달거나 짭짤한 스낵

- 너트 시장에는 백한 선두 기업은 없는 것으로 나타났음
- Sabritas SA de CV社 가 savoury 스낵 시장의 53.7%를 차지하고 있음. 브랜드는 Cheetos
- Sabritas SA de CV社 또한 칩 부분을 이끌고 있으며, 이 회사의 브랜드는 Sabritas, Ruffles and Doritos임

< 주요 가공식품 업체의 시장 점유율 >

단위 : %

구 분	2009년
Wal-Mart de Mexico	18.4
Organizcion Soriana	9.2
Cardena Comercial OXXO	5.0
Controladora Comercial Mexicana	3.7
Grupo Comercial Chedraui	2.6
CasA Ley	1.7
7-Eleven Mexico	0.8
Supermercados Internacionales HEB	0.4
Comextra	0.4
Tiendas 3B	0.4

출처 : 캐나다 농무부

자료기입일 : 2013년 1월 16일

- 멕시코의 주요 가공식품 업체의 시장 점유율은 Wal-Mart de Mexico가 18.4%로 멕시코 시장을 가장 많이 점유하고 있고,

그 뒤를 이어 Organizcion Soriana 9.2%의 점유율을 가지고 있음

○ 그 외에도 Cardena Comercial OXXO, Controladora Comercial Mexicana, Grupo Comercial Chedraui 등 여러 업체들이 멕시코 시장을 점유하고 있음

□ 주요 유통업체 현황

○ 멕시코의 대형 식료품 소매점 매출

	2010	2011
슈퍼마켓 매출액 (멕시코화, 10억)	161.21	174.65
하이퍼마켓 매출액 (멕시코화, 10억)	450.21	488.28
디스카운트 스토어 매출액 (멕시코화, 10억)	129.80	141.45
편의점 매출액 (멕시코화, 10억)	78.56	86.00
대형 식료품 소매점 매출총액 (멕시코화, 10억)	819.78	890.39
대형 식료품 소매점 성장률(%)	8.87	8.61
슈퍼마켓 매출액 (미화, 10억)	12.76	14.05
하이퍼마켓 매출액 (미화, 10억)	35.63	39.28
디스카운트 스토어 매출액 (미화, 10억)	10.27	11.38
편의점 매출액 (미화, 10억)	6.22	6.92
대형 식료품 소매점 매출총액 (미화, 10억)	64.89	71.63
대형 식료품 소매점 성장률(%)	3.33	3.42

출처 : Business Monitor Information

자료기입일 : 2013년 1월 16일

○ 멕시코의 대형 식료품 소매점 매출 총액은 2011년 기준 8조

9,039억 페소이며, 대형 식료품 소매점 성장률은 2011년 기준 3.42%임

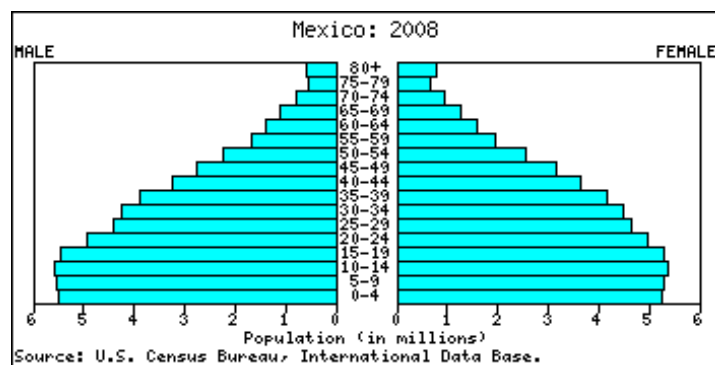
○ 하이퍼마켓이 2011년 1조 4,145억 페소의 매출을 냄으로써 가장 높음

○ 슈퍼마켓 동향

- 지난 10년간 멕시코 사람들의 생활양식이 괄목할 만하게 변해왔으며, 이로 인해 많은 멕시코 사람들이 선진국들의 상품과 서비스를 소비하고 있음. 이런 현상은 인구의 증가, 젊은 소비자들, 취업하는 여성들의 증가 그리고 도시화 진전 등과 함께 소매 부문을 변화시키고 있음

- 멕시코 인구는 매년 1.1%씩 늘어나고 있으며, 1,000만명 이상의 인구가 15 ~ 19세에 분포되어 있는데, 이들이 곧 취업을 하고 소득이 생길 경우 활동적인 소비자가 될 것임

< 멕시코 인구 분포도 >



출처 : 미국 농무부

- 슈퍼마켓의 숫자와 판매액은 늘어날 것으로 전망되는데, 슈퍼마켓은 다른 형태의 소매점이 살아남지 못한 니치(niche)

지역에 오픈하게 될 것임. 멕시코 통계청에 따르면, 멕시코 북부에 있는 Durango와 남쪽에 있는 Oaxaca의 경우 2003년 이래 가장 높은 소매 판매액을 기록하고 있다고 함

- 2008년 멕시코의 No. 2 슈퍼마켓 운영자인 Soriana는 최근에 라이벌인 Gigante에서 인수한 198개 아울렛 중에서 몇몇 상점을 변경하기 시작하였음. 이 인수를 통하여 몬테레이를 기반으로 영업을 하던 Soriana로 하여금 북부 멕시코를 벗어나 확장하는 계기를 제공하였으며, 더욱 적극적으로 No.1 월마트와 경쟁할 수 있었음. 새로운 타입의 Soriana 슈퍼는 고소득자를 상대로 영업을 하고 있음

○ 편의점

- 멕시코는 대도시에서나 작은 도시 그리고 농촌에 있어서도, 편의점이 발전할 수 있는 기회를 지속적으로 제공하고 있는데, 이 점은 멕시코에 있는 독립 상점들이 수년 내에 없어질 것이라는 의미는 아니지만, 독립 상점들은 편의점의 영향을 받아 점차 숫자가 줄어들 것으로 예상됨
- Oxxo는 멕시코에서만 운영되는데, 남미를 통틀어 매장 수로는 최고의 회사이며, 여타 브랜드로는 Comextra사의 Extra stores, 7-Eleven de México사의 7-Eleven, 그리고 Grupo Kaltex사의 Círculo K 등이 있음. 멕시코 편의점들은 성장을 지속할 것으로 전망되지만, 성장세는 예전과 같지 않을 것으로 보임
- 작은 편의점 체인들은 니치 마켓에서 경쟁을 할 것으로 보이는데, 예를 들면 Del Rio는 북부 멕시코에서, 7-Eleven이 타깃으로 하는 고속도로 지역 및 휴게소를 피해, 영업 활동

을 벌이고 있음. Circulo K는 휴게소에 점점 더 많이 입점을 하고 있음

- 2008년 월마트는 저소득층을 타겟으로 하는 'Mi Bodega Express'라는 새로운 포맷의 편의점을 오픈하였는데, 이것은 월마트의 할인체인인 'Bodega Aurrera'의 축소형 매장임. 이 상점들은 멕시코시티, 몬테레이, 구아다라하라 그리고 티후아나와 같은 대도시에 오픈되었음

○ 업계 동향

- CCM이 겪고 있는 재무위기의 결과는 'City Market' 상점의 운명을 좌우할 것이다. City Market은 슈퍼마켓으로 고소득층을 대상으로 고품질의 상품 및 명품에 초점을 맞추고 있음. 동사는 최근 City Market 2호점을 오픈했는데, 두 개 모두 멕시코시티에 위치해 있음
- Superama는 개별상표인 Vía Verde 브랜드로 유기농 식품 라인을 소개하였는데, 이 제품들은 소비자들이 인터넷 또는 상점에서 구입할 수 있음
- 소매점들이 현대화되고 또한 냉동 식품을 보관하기 위해 냉동 공간을 늘리고 있지만, 멕시코 산업이 제공하는 더욱 더 많아진 냉동식품들은 수입 냉동식품과 직접 경쟁을 하고 있음. 메이저 소매상들은 현대적인 중앙통제 방식의 유통 시스템을 가지고 있기 때문에, 외국의 수출상이 멕시코 생산자들의 배송 네트워크와 경쟁할 수 있도록 도움을 줄 수 있음. 비록 7-Eleven이 30년 전에 멕시코에 깃발을 꽂았지만, 편의

점 하부 섹터는 멕시코 회사들이 독점하고 있음