

I. 농업 및 농식품 수출입현황

1. 농업현황

(1) 농업규모

- 농업 부문 국내 총생산(GDP)은 멕시코 전체 GDP의 3.6% 수준이며 고산 지형 및 기후에 따라 다양한 작물이 생산됨
- 2020년 농업 부문의 GDP는 전년도에 비해 약 0.8% 증가했으나, 2020년의 총 농업 생산량은 약 6천 2백만 톤 가량으로 추산되는데 이는 전년도에 비해 1.2% 감소한 수치임¹⁾
- 2020년 12월 기준 농업 인구규모는 전체 인구의 약 6.8%인 약 580만 명 수준으로 추산됨²⁾
- 2019년 농산물 생산 경지 면적은 약 1천 2,390만 6,803ha로 집계됨³⁾
- 고도와 기후 조건에 따라 7개 지역으로 구분되며 해당 지역별 생산되는 농산물이 상이함
- 연평균 25℃ 이상의 열대기후를 보이는 저고도 지역에서는 사탕수수, 바나나 등 열대작물을, 연간 18~25℃의 기온을 유지하는 중간 고도의 지역에서는 옥수수, 콩, 밀, 커피 등을 생산하며, 해발 1,800m 이상의 지역에서는 보리, 감자 등을 생산함

(2) 주요 생산품목 및 규모

- 작물 생산규모는 2019년부터 다시 증가세를 보이고 있고, 주요 생산품목에는 옥수수, 콩, 수수 등이 있음
- 2020년 작물 생산량은 전년대비 3.2% 정도 증가한 것으로 예측됨
- 2019년 총 작물 생산량은 1억 4,256만 7,441톤으로 2018년 대비 1.3% 증가함
 - 동년 작물 생산면적은 1천 527만 7,603ha로 집계되며 2016년 이후 지속적인 감소세를 보임

멕시코 작물 생산규모

(단위 : ha, 톤, %)

구분	2017		2018		2019		생산량	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	전년대비 ('18/19)	연평균 ('17/19)
작물	16,542,941	140,756,779	16,174,044	140,726,033	15,277,603	142,567,441	1.3	0.9

* 출처 : 세계농업기구(FAOSTAT)

1) 멕시코 농림부

2) 멕시코 국가고용서비스(National Employment Service) 정부 홈페이지

3) 멕시코 통계청(INEGI)

- 1년 내내 연중 생산되는 농산물로는 옥수수, 토마토, 수수, 고추 등이 있음
- 2019년 황옥수수 생산량은 2,581만 1,318톤으로 가장 많았고, 백옥수수는 540만 839톤, 밀이 374만 5,112톤으로 그 뒤를 이었음
- 제철 농산물로는 오렌지, 아보카도, 바나나 등이 주로 생산됨

주요 생산품목 및 생산규모 (2016-2020)

(단위 : 톤)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
옥수수	28,251,160	21,545,631	27,763,203	27,228,838	27,424,528
토마토	4,047,171	4,243,058	4,559,375	4,271,914	4,137,342
수수	5,005,837	4,853,110	4,531,097	4,352,947	4,703,701
밀	3,862,914	3,503,521	2,943,445	3,244,062	2,986,689
고추	2,737,028	2,817,041	2,850,427	2,717,394	2,818,443
감자	1,796,814	1,715,499	1,783,899	1,799,747	1,943,910
양파	1,635,049	1,620,318	1,572,608	1,487,101	1,499,741
수박	1,199,648	1,331,508	1,472,459	1,345,705	1,362,393
보리	978,349	1,008,158	1,008,642	964,083	864,293
강낭콩	1,088,766	1,183,868	1,196,156	879,404	1,056,070

* 출처 : 멕시코 농림수산정보서비스(SIAP)

* 식품 목적 생산량으로 한정하였음 (사료나 장식 목적 등은 제외)

2. 농식품 수출입현황

(1) 농식품 수출입규모

- 농식품 수출은 對미국 수출에 편중된 구조를 보임
- 2020년 농식품 수출액은 295억 2천5백만달러(한화 약 44조 8,476억원)로 전년 대비 5.19% 증가함⁴⁾
- 2020년 멕시코의 농식품 수출 흑자액은 123억 4천 7백만 달러이며, 전년 흑자액 대비 39.92% 증가함⁵⁾
- 2020년 기준 對미국 수출액은 294억 달러(한화 약 33조 3,548억 원)로 전체 수출액의 74.4%를 차지하고 있음

4) 멕시코 농림부(Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, SADER)

5) 멕시코 농림부(Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, SADER)

- 미국 다음으로는 일본, 캐나다, 베네수엘라 순으로 수출액이 집계됨
- 2021년 3월에 개최된 FOODEX 2021 박람회를 통해 멕시코 현지 농식품 회사들의 일본 시장에 대한 관심과 교류가 증가하였으며, 2021년 對일본 수출액이 증가할 것으로 예상됨
 - 對일본 주요 수출품목은 돼지고기, 레몬, 아보카도, 멜론, 아스파라거스, 망고, 아가베시럽, 데킬라를 비롯한 증류주 등임
- 2019년 기준, 한국으로의 수출은 1억 2,109만 8,000달러(한화 약 1,374억 원) 규모로 전년 대비 15.3% 증가함

국가별 농식품 수출현황 (2015-2019)

(단위 : 천달러, %)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	비중 ('19)	전년대비 ('18/ '19)	연평균 ('15/ '19)
전체		25,545,914	27,766,926	31,261,780	33,222,637	35,711,616	100	△ 1.1	16.3
1	미국	20,574,659	22,237,872	24,868,691	26,226,932	28,686,571	80.3	9.4	17.0
2	일본	652,665	712,332	841,565	942,316	1,026,295	2.9	8.9	22.9
3	캐나다	536,857	712,756	828,165	809,268	913,068	2.6	12.8	20.1
4	중국	115,566	105,557	187,974	411,835	611,787	1.7	48.6	113.5
5	과테말라	308,450	289,232	245,182	320,241	358,650	1.0	12.0	17.8
6	스페인	211,922	233,128	238,020	301,736	298,387	0.8	△ 1.1	16.3
7	베네수엘라	239,783	247,075	826,186	879,767	271,144	0.8	△ 69.2	△ 45.0
8	네덜란드	144,396	227,499	253,256	254,549	246,043	0.7	△ 3.3	9.3
9	영국	172,241	159,414	166,816	225,138	235,896	0.7	4.8	22.9
10	터키	72,229	103,341	48,303	34,652	178,617	0.5	415.5	104.3

* 출처 : 세계은행 World Integrated Trade Solution (WITS)

- 수출액 기준, 주요 수출품목은 맥주, 토마토, 고추류, 아보카도, 데킬라를 포함한 증류주, 과일류 등임
 - 수출량 기준, 주요 수출품목은 맥주, 토마토, 아보카도, 고추류, 오이 등임
 - 맥주, 아보카도, 토마토, 데킬라 및 증류주는 수출액 상위 1-4위를 꾸준히 유지 중임
 - 기타 증류주 또한 2020년 기준 전년대비 수출액 24.3% 증가함
 - 간식류로는 기타 설탕과자, 빵류가 주를 이룸
 - 과일류로는 딸기, 산딸기 등의 냉동 베리류의 수출 비중이 높음

품목별 농식품 수출현황 (2015-2019)

(단위 : 천달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중 ('19)	전년대비 ('18/ '19)	연평균 ('15/ '19)
전체	25,545,914	27,766,926	31,261,780	33,222,637	35,711,616	100.0	7.5	16.3
1 맥주	2,542,305	2,814,316	3,768,009	4,491,048	4,541,285	12.7	1.1	25.1
2 아보카도	1,833,864	2,105,265	2,901,063	2,391,963	2,912,587	8.2	21.8	19.9
3 토마토	1,632,463	2,102,981	1,943,161	2,260,996	2,163,383	6.1	△4.3	7.1
4 데킬라 및 증류주	1,324,324	1,325,303	1,467,021	1,723,436	2,012,808	5.6	16.8	28.2
5 고추류	925,439	1,106,094	984,698	1,157,979	1,327,154	3.7	14.6	20.6
6 빵류	877,232	1,075,800	1,240,832	1,288,301	1,317,236	3.7	2.2	13.6
7 빼 없는 냉장 우유	757,199	740,457	743,695	849,653	928,974	2.6	9.3	15.5
8 기타 밀가루, 맥아추출물 및 전분류	733,764	750,527	837,779	910,569	906,745	2.5	△0.4	9.5
9 냉동 및 보존처리, 가공된 과일류	708,409	689,114	738,233	799,422	804,106	2.3	0.6	7.5
10 기타 설탕과자	604,575	643,660	773,990	732,434	794,597	2.2	8.5	11.9

* 출처 : 세계농업기구(FAO)

□ 2014년 이후 농식품 수입규모는 지속적인 감소세를 보임

- 2020년 농식품 수입액은 전년대비 5.47% 감소하였으며, 271억 7천8백만달러(한화 약 30조 8,358억원)로 집계됨 ⁶⁾
- 미국산이 약 73.8%로 압도적인 비중을 차지하고 있으며, 2020년 미국산 농식품 수입액은 약 181억달러로 전년대비 약 6%의 감소세를 보임. 감소세에도 불구하고 멕시코 수입 전체의 70%를 유지하고 있음
- 2021년 미국 농림부(USDA)에 따르면, 멕시코의 미국산 농식품 수입액은 약 195억 달러로 추산되며, 감소세를 꺾고 증가 추세를 다시 보일 것으로 예상됨
 - 뒤이어 캐나다산, 브라질산, 중국산 순이며 미국산에 비해 비중이 크지 않음
- 한국산 수입액은 2019년 기준 2,802만 9000달러(한화 약 318억 340만 원) 로 집계되었고 전년 대비 8.1%의 증가세를 기록함

6) 멕시코 농림부(Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, SADER)

국가별 농식품 수입현황 (2015-2019)

(단위 : 천달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중 ('19)	전년대비 ('18/ '19)	연평균 ('15/ '19)
전체	21,991,525	22,020,434	21,519,388	22,905,258	24,831,538	100.0	Δ 19.3	Δ 21.4
1 미국	16,631,048	16,660,796	15,763,127	16,194,910	18,685,345	75.2	15.4	11.3
2 캐나다	1,489,738	996,265	1,036,952	1,819,191	1,219,541	4.9	Δ 33.0	Δ 7.1
3 브라질	180,825	215,309	417,113	343,369	638,779	2.6	86.0	77.9
4 중국	372,769	408,379	442,160	539,468	472,096	1.9	Δ 12.5	5.6
5 칠레	540,375	501,820	453,369	472,507	467,395	1.9	Δ 1.1	Δ 4.0
6 스페인	325,213	318,887	382,860	389,148	412,425	1.7	6.0	12.8
7 뉴질랜드	63,701	235,264	60,009	171,023	271,480	1.1	58.7	69.4
8 영국	204,154	200,795	215,974	201,984	227,189	0.9	12.5	8.2
9 과테말라	91,207	245,189	236,848	205,410	195,049	0.8	Δ 5.0	0.2
10 프랑스	164,364	220,781	139,758	149,215	157,218	0.6	5.4	Δ 5.4
33 한국	7,578	14,300	37,210	27,874	28,029	0.1	Δ 8.1	Δ 1.7

* 출처 : 세계은행 World Integrated Trade Solution (WITS)

- 옥수수를 비롯하여 다양한 품목을 수입하고 있음. 상위 10개 품목이 전체 수입액의 약 50%에 해당함
- 2019년 기준, 옥수수는 전년 대비 12.8% 증가한 31억 9,075만 2,000달러(한화 약 3조 6,204억 원)를 수입하였고, 기타 대두 역시 전년 대비 7.8% 증가한 2억 148만6,000달러(한화 약 2조 2,862억 원)를 수입함
- 축산물에서는 돼지고기와 쇠고기, 닭고기 등을 다양하게 수입하며, 탈지유, 밀, 등 여러 품목이 멕시코로 수입됨
- 2015~2018년에는 유채씨가 수출액 기준 상위 10개 품목에 포함되었으나, 2019년에는 수출액이 47% 대폭 감소하였으며, 17위로 밀려남

품목별 농식품 수입현황 (2015-2019)

(단위 : 천달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중 ('19)	전년대비 ('18/ '19)	연평균 ('15/ '19)
전체	21,991,525	22,020,434	21,519,388	22,905,258	24,831,538	100.0	8.4	9.6
1 옥수수	2,458,760	2,689,945	2,851,754	3,289,454	3,190,075	12.8	△ 3.0	10.2
2 기타 대두	1,574,227	1,620,224	1,731,805	2,001,519	1,940,412	7.8	△ 3.1	9.4
3 기타 밀가루, 맥아추출물 및 전분류	1,144,588	1,205,707	1,186,789	1,257,884	1,290,928	5.2	2.6	6.1
4 돈육(넓적다리살·어깨살)	889,327	969,047	1,082,524	1,032,233	1,170,546	4.7	13.4	13.8
5 밀	1,027,975	986,584	1,085,537	1,169,145	1,128,521	4.5	△ 3.5	4.5
6 닭고기	743,452	703,587	817,412	747,727	902,465	3.6	20.7	15.3
7 탈지유	613,744	579,373	703,741	697,220	793,074	3.2	13.7	17.1
8 빼 없는 냉장 우유	830,998	701,453	747,473	795,107	779,859	3.1	△ 1.9	1.2
9 대두박	839,591	831,890	702,964	669,142	640,783	2.6	△ 4.2	△ 13.0
10 절단육과 설육	576,019	548,119	549,471	592,823	635,120	2.6	7.1	9.4

* 출처 : 세계농업기구(FAO)

(2) 對한국 농식품 수출현황

- 2020년 멕시코의 對한국 농식품 수출규모는 전년 대비 9.2% 감소한 1억 2,504만 3,000달러(한화 약 1,419억 653만 원)로 집계
- 농산물 수출액은 전년 대비 3.6% 감소한 5,956만 6천달러(한화 약 675억 6067만 원)으로 집계됨
- 축산물 수출액의 비율이 제일 높으며 전년 대비 13.7% 감소한 6,547만 7,000달러(한화 약 742억 5,985만 원)로 집계됨

한국산 농림축산식품 수출액(2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	95,198	119,822	129,846	137,643	125,043	100.0	△9.2	2.9
농산물	43,257	53,695	59,284	61,778	59,566	47.6	△3.6	7.3
임산물	0	0.3	0	0	0.8	0.0	0	0
축산물	51,941	66,127	70,562	75,865	65,477	52.4	△13.7	△0.8

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

□ 멕시코의 對 한국 농식품 수출규모가 전년 대비 감소하였고, 육류가 차지하는 비중이 높게 나타남

- 2020년, 뼈 없는 냉동 우육의 수출액이 가장 높게 나타났으며, 뒤이어 냉장 삼겹살, 아보카도, 뼈 있는 냉동 우육, 기타 냉동 돼지고기 순으로 집계됨
- 지난 2년간 수출 1위 품목이었던 냉장 삼겹살 수출액이 전년 대비 40% 감소하여 2위 품목이 되었고 뼈 없는 냉동 우육의 수출액은 19.4% 상승하여 1위 품목이 됨
- 2019년부터 아보카도 수출액이 3위 품목을 유지하고 있음
- 이 밖에도 지난 3년 간 수출액 기준 기타 상위 품목으로는 알로에액즙, 바나나, 과당시럽, 데킬라 등이 있음.

수출 상위 5개 품목(2018~2020)

(단위 : 천 달러)

구분	2018		2019		2020	
	품목	수출액	품목	수출액	품목	수출액
1	냉장 삼겹살	29,711	냉장 삼겹살	25,915	뼈 없는 냉동 우육	21,154
2	기타 냉장 돼지고기	12,045	뼈 없는 냉동 우육	17,724	냉장 삼겹살	15,670
3	뼈 없는 냉동 우육	10,643	아보카도	14,357	아보카도	14,168
4	기타 냉동 돼지고기	9,696	뼈 있는 냉동 우육	11,237	뼈 있는 냉동 우육	10,126
5	아보카도	8,579	기타 냉동 돼지고기	8,389	기타 냉동 돼지고기	5,126

*출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 농식품 시장현황

1. 시장개요

(1) 시장규모 및 특성

- 2020년 식품시장규모는 2,063억달러(한화 약 240조 9,584억원)로 집계되며 2016년 이래 5%의 연평균 성장률을 보임
- 전체 식품 시장에서 신선식품이 차지하는 비중은 55.1%, 가공식품은 44.9%로 집계됨
- 신선식품 시장규모는 688억 8,740만 달러(한화 약 81조 9,416억 원)로 집계되었으며, 이 중 육류시장이 303억 5,080만 달러(한화 약 36조 1,023억 원)로 가장 높은 비중(44.9%)을 차지함
 - 뒤이어 유제품 및 낙농품(22.0%), 채소류(18.0%), 과일 및 견과류(10.9%) 유지류(4.2%) 순으로 나타남
- 2020년 가공식품 시장규모는 약 548억달러(한화 약 64조 64억 원)로, 이 수치는 세계에서 10위 규모이며 2016년 대비 32% 성장률을 보임. 2025년에는 750억 달러까지 성장세를 보일 것이라 예측됨
 - 비중이 큰 품목은 다음과 같음. 치즈, 조리식품, 짠 과자, 가공 과일 및 채소, 가공 육류, 소스류, 아이스크림 및 디저트류 등

신선식품 시장규모(2015~2019)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중('19)
전체	116,237.2	119,747.5	122,489.9	124,084.8	124,994.2	100.0
신선식품	64,993.1	66,722.3	68,016.8	68,656.8	68,887.4	55.1
- 육류	28,655.2	29,412.4	29,977.7	30,254.4	30,350.8	24.3
- 유제품 및 낙농품	14,199.0	14,551.1	14,807.2	14,920.1	14,943.7	12.0
- 채소류	11,512.9	11,808.4	12,026.4	12,128.5	12,158.1	9.7
- 과일 및 견과류	7,694.8	7,923.4	8,101.5	8,202.3	8,254.4	6.6
- 유지류	2,931.2	3,027.0	3,104.0	3,151.5	3,180.4	2.5

가공식품 시장규모(2015~2019)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중('19)
가공식품	51,244.1	53,025.2	54,473.1	55,428.0	56,106.8	44.9
- 스낵류	21,352.8	22,289.3	23,090.6	23,691.2	24,195.9	19.4
- 베이커리류 및 시리얼	17,677.2	18,177.5	18,560.7	18,766.0	18,859.8	15.1
- 편의식품	8,598.8	8,897.0	9,140.3	9,297.5	9,400.1	7.5
- 소스 및 향신료	1,413.3	1,483.3	1,545.1	1,592.9	1,631.5	1.3
- 스프레드 및 당류	1,588.1	1,554.7	1,507.8	1,452.8	1,396.8	1.1
- 영유아식품	613.9	623.4	628.6	627.6	622.7	0.5

* 출처 : STATISTA

- 신선식품 부문에서 1인당 연평균 소비량이 가장 많은 품목은 채소류(74.57kg)이며, 가공식품 부문에서는 베이커리류 및 시리얼의 1인당 연평균 소비량이 61.52kg으로 가장 높게 나타남.

1인당 식품 소비량(2015~2019)

(단위 : kg)

구분		2015	2016	2017	2018	2019
신선식품	채소류	81.67	80.68	79.20	77.05	74.57
	유제품 및 낙농품	69.96	68.11	65.98	63.40	60.65
	과일 및 견과류	52.49	49.70	46.77	43.62	40.48
	육류	43.28	42.93	42.35	41.38	40.25
	유지류	5.12	5.12	5.08	5.00	4.90
가공식품	베이커리류 및 시리얼	70.56	68.80	66.73	64.21	61.52
	스낵류	34.02	33.67	33.15	32.38	31.53
	편의식품	19.01	18.65	18.19	17.60	16.96
	스프레드 및 당류	6.91	6.33	5.76	5.20	4.70
	소스 및 향신료	3.87	3.85	3.81	3.74	3.65
	영유아식품	0.95	0.91	0.87	0.83	0.79

* 출처 : STATISTA

(2) 소비인구 및 특성

□ 2020년 인구 수는 세계 11위로, 1억 2,601만 4,024명으로 집계됨⁷⁾

- 중위연령은 29세로 젊은 세대의 비중이 높은 편으로 나타남
 - 중위연령은 2000년에는 22세, 2010년에는 26세로 나타났으며 조금씩 높아지고 있음
- 인구 분포는 높은 20-50대 인구비율이 주요 특징인 별형을 띠고 있음.
- 성비는 여성 51.2%, 남성 48.8%로 균등한 수준으로, 여성인구수는 6,454만 634명 남성은 6,147만 3,390명으로 집계됨
- 전체 경제활동가능인구(만 12세 이상)의 62%가 현재 경제활동인구에 속함. 남성의 경우 경제활동가능인구 중 75.8%이 현재 경제활동을 하고 있고, 여성의 경우 49.0%만이 경제활동인구에 속함

□ 2019년 1인당 가구소득은 53,012 멕시코 페소(약 2649달러)이며, 10분위로 가구를 분류할 경우 1분위 하루 가구 평균소득은 101페소(약 5달러)이며, 10분위 하루 가구 평균소득은 1,853페소(약 93달러)임⁸⁾

- 이는 OECD 평균인 33604달러(한화 약 3,997만 원)에 훨씬 미달하는 수준으로, 멕시코 15~64세 인구의 고용률은 OECD 평균 68%에 못 미치는 61%에 불과함

7) 멕시코 통계청

8) 멕시코 통계청

- 2019년 기준 멕시코 1인당 연평균 지출액은 6,740달러(한화 약 802만 원)로, 식음료 부문 중 외식과 육류 소비에 가장 많은 지출이 발생하는 것으로 나타남
- 전체 식음료 부문 지출에서 외식이 차지하는 비중이 8.01%로 가장 높은 수준을 보였고 뒤이어 육류 6.22%, 시리얼 4.82%, 채소류 3.15% 순으로 나타남

멕시코 식품군별 소비액 및 비중(2019)

(단위 : 달러, %)

구분	외식	육류	시리얼	채소류	음료	기타식품
지출액	539.9	419.2	324.9	212.3	160.4	218.4
비중	8.01	6.22	4.82	3.15	2.38	3.24

* 주 : 식품군별 지출액은 WorldBank 1인당 평균 지출액(2018)을 기준으로 비중을 추산한 수치임

* 출처 : STATISTA

2. 시장트렌드

(1) 주요 소비트렌드

- 멕시코 내 백신 보급으로 코로나19 확산세가 줄어드는 추세를 보이며 오프라인 식품 매장 소비도 회복세를 나타냄
- 2020년에는 코로나 사태로 인한 소비자들의 수요 증가와 약 반년간 실시된 정부의 외식 금지 정책으로 인해 일반적인 장기 보관 식품 뿐 아니라 비축형 냉동 및 냉장 식품에 대한 수요가 증가하였음. 그러나 2021년에는 백신 보급으로 정부 정책이 완화되고 식당 외식이 허용되면서 장기 보관 식품 구매는 전년도에 비해 감소 추세를 보임
- 코스트코와 같은 일부 대형 매장을 제외하고 대부분의 오프라인 매장은 쇼핑인원 통제, 계란, 파스타, 설탕 등 주요 소비품목에 대한 구매 제한 등의 정책 단행을 중단하고 수요 회복을 위한 마케팅 정책들을 시행함
- 멕시코는 라틴아메리카에서 가장 큰 온라인 쇼핑 시장을 보유하고 있으며, 코로나19 확산으로 온라인 시장의 확산이 가속화되었음
- 멕시코 내 전자상거래 플랫폼 상위 10개에서 코로나19 확산 이후 온라인을 통한 식품 구매가 급격히 증가하였고, 특히 가정간편식의 구매율이 높게 나타남. 대표적인 온라인 시장 플랫폼으로는 Mercado Libre, Amazon, Costco Online, Superama Online 등이 있음

- 인플레이션으로 인해 멕시코의 주식 식품들의 가격이 급격히 인상됨
 - 인플레이션, 생산비용 상승으로 인한 국내 생산량 감소 등으로 인해 3대 주식인 달걀, 강낭콩(frijoles), 토르띠야의 가격이 급격히 인상됨. 각각 전년 대비 5.5%, 14.6%, 6.3% 인상률을 보임
 - 올해 9월까지 가뭄이 지속될 것으로 예상되고 가스 및 전력 비용이 상승하면서 곡류의 가격, 특히 옥수수 및 콩류 가격은 계속 상승세일 것으로 보임. 멕시코 서민들의 식생활에 굉장히 타격을 주고 있음
 - 멕시코 정부에 따르면, 코로나19 이후 10명 중 1명 비율로 식량 확보에 어려움을 겪고 있음
 - 세계농업기구(FAO)에 따르면, 멕시코의 식량가격지수는 2021년 5월 기준 127.1로 상승했으며, 이는 2020년 5월 대비 39.7% 상승한 수치임

(2) 이슈품목

- 코로나19로 인한 건강식품에 대한 관심 증대와 식품가격 인상으로 인한 동물성 식품 수요의 감소
 - 지난해 현지 언론 조사에 따르면, 코로나19 발생 이후 멕시코 인구의 약 60%가 건강하고 균형잡힌 식단을 통해 기저 질환이나 비만을 예방하고자 함. 약 56%의 소비자들이 식품 소비에 있어 건강식품의 비율을 높이려 한다고 답하였음
 - 멕시코의 비만율은 약 16%로 OECD 평균(7%)에 비해 약 2배 이상 높으며, 최근 기저질환 환자의 코로나19 사망률이 증가하면서 건강에 대한 중요성이 대두됨
 - 건강에 대한 관심이 증가하고 신선식품 가격이 전체적으로 상승되면서 약 21%의 소비자들이 육류를 비롯한 동물성 식품의 소비를 줄임
 - 2021년 인당 연간 육류 소비는 전년도 68.8kg에서 68.1kg로 감소될 것으로 예상됨. 전체 수요는 감소하였으나 소고기, 돼지고기, 냉동 소시지류의 수요가 주로 감소하였으며, 닭고기의 수요는 오히려 상승함
- 통조림 형태로 된 가공식품은 꾸준히 인기가 있으며 회사들은 새로운 상품들을 지속적으로 출시
 - 코로나19로 인해 비축형 가공식품의 수요는 꾸준히 증가하였음. 그 중에서도 음식과 곁들여 먹는 고추류 소스 통조림, 야채 통조림, 갈은 콩 통조림, 참치 통조림 등이 인기가 높음
 - 최근에는 이러한 인기에 힘입어 아스파라거스, 노팔(선인장 잎사귀), 마늘 등 다양한 야채를 절인 다양한 상품들이 출시되었음

멕시코에서 인기 있는 통조림 및 간편식

		
<p>초록색 고추로 만든 소스 통조림</p>	<p>채소통조림</p>	<p>선인장 이파리를 잘게 잘라 바로 음식과 섭취할 수 있도록 만든 통조림</p>

출처 : 멕시코 월마트

3. 농식품 관련 정책

- 멕시코 국민의 건강 문제를 개선하고자, 정부는 식품 라벨 정책을 시행, 「사전 포장된 식품과 무알콜 음료 라벨링에 관한 멕시코 공식표준(NOM-051-SCFI/SSA1-2010)」 개정안이 2020년 10월 1일부로 발효되어 실시 중임
- 멕시코의 탄산음료 소비량은 세계 1위 수준으로, 코로나19 팬데믹 이후 비만 및 당뇨가 코로나19에 치명적인 기저질환이라는 점에서 멕시코 국민의 건강 문제가 국가적인 문제로 인식되기 시작함
- 멕시코 당국은 자국민의 안전과 건강 보호를 위해 비만, 당뇨병, 심혈관 질환 등의 질병에 대한 경각심을 일깨우고 과다 섭취를 막기 위해 해당 질병을 유발하는 성분에 관한 정보를 소비자들에게 직관적으로 알리고자 라벨링 규정을 개정함. 총 3차에 걸친 시행 시기는 다음과 같음
 - 1차 : 2020년 10월 1일 - 2023년 9월 30일
 - 2차 : 2023년 10월 1일 - 2025년 9월 30일
 - 3차 : 2025년 10월 1일 - 기한 제한 없음
- 현재 시행 내용은 다음과 같음
 - 국내산, 수입산 구분 없이 멕시코 내에서 유통·판매되는 포장 식품과 무알콜 음료에 적용되며 모든 영양 정보는 100g(또는 100ml)을 기준으로 표기
 - 2021년 4월 1일부터 1차 법안의 2차 추가 규제가 실시됨. 식품 광고와 마케팅에 대한 제한 규제가 시행되었으며 그 결과 식품들의 영양성분을 재구성하는 식품 회사들이 증가하고 유통되는 건강식품의 비율이 높아짐, 식품 회사들에 2개월의 수정 기간이 주어졌으며 2021년 6월 1일부터 벌금이 부과됨

- 열량, 설탕, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨을 과다 함유한 제품일 경우에 제품의 전면(주표시면) 오른쪽 상단에 육각형 모양의 경고 표지를 부착해야 함, 해당되는 경우에는 열량 과다, 설탕 과다, 포화지방 과다, 트랜스지방 과다, 나트륨 과다 순으로 배치
- 시행된 지 1년이 채 안되어 여러 보완과정들을 거치고 있으며, 현재는 식품회사들의 눈속임 전략(뒷면 패키징을 없애고 앞면을 두 번 반복하여 한쪽 면에만 스탬프를 부착하는 등) 등에 대한 추가 방침도 검토 중임
- 카페인과 감미료를 함유한 제품에는 어린이가 구매하지 않도록 권고하는 문구를 스페인어 대문자로 기재해야 함
- 열량 과다와 같은 경고 표지를 제품에 사용한 경우 표지 바로 아래에 어린이 경고 문구를 표시해야 함
- 글꼴은 Arial Bold체를 사용해야 하며 배경과 글자가 흑백 대조를 이뤄야 함

단계별 영양성분 과다 기준

과다 영양성분	1단계 과다 기준	2단계 과다 기준
	‘20.10.1 ~ ‘23.9.30	‘23.10.1 ~ ‘25.9.30
열량	열량이 275kcal 이상	열량이 275kcal 이상
설탕	설탕이 총열량의 10% 이상	설탕이 총열량의 10% 이상
포화지방	포화지방이 총열량의 10% 이상	포화지방이 총열량의 10% 이상
트랜스지방	트랜스지방이 총 열량의 1% 이상	트랜스지방이 총 열량의 1% 이상
나트륨	나트륨이 350mg 이상	1mgkcal 이상 또는 나트륨이 300mg 이상

멕시코의 식품경고 라벨링



- 2020년 7월 멕시코는 미국, 캐나다와 USMCA(United States-Mexico-Canada Agreement) 자유무역협정을 새롭게 합의하여 발효함
 - USMCA는 미국 주도로 북미 3국 간 기존 북미자유무역협정(NAFTA)을 대체하여 합의한 협정으로 전반적인 구조나 규율 방식은 기존의 북미자유무역협정(NAFTA)의 틀을 유지하고 있음
 - 기존 통상 환경과 가장 큰 차이점은 USMCA가 역내 회원국 간 무역 및 투자의 활성화를 목표로 만들어 지역 경쟁력 강화에 주안점을 두고 있음
 - 과거의 NAFTA와는 달리 디지털 무역(제19장), 중소기업(제25장), 환경(제24장) 등 비교적 최근 대두된 이슈를 반영해 관련 조항을 신설한 것이 특징임
 - USMCA는 NAFTA 협상에서의 과학 기반 위생검역조치(SPS), 노동 및 환경 기준 강화를 유지하고, 디지털 무역, 지식재산권, 노동환경 개선 등의 조항을 추가하여 무역 규범을 강화함
 - 노동환경 개선에는 미국의 멕시코 노동환경 개선을 위한 모니터링 집행이 포함됨
 - 멕시코 농업분야에서는 NAFTA에서 얻은 수혜를 USMCA 체제 하에서도 지속적으로 유지할 수 있을 것이며 1차 산업분야의 투자 확대, 농식품 수출 활성화, 일자리 창출 등을 기대하고 있음
 - NAFTA 하에서 무관세가 적용됐던 농산물 거래가 USMCA 하에서도 지속적으로 이어질 전망이며, 농업생명공학기술, 지리적 상표 표시, 위생검역조치에 대한 조항을 강화하고, 미국의 대캐나다 낙농, 닭, 계란 수출기회를 제공할 예정임
 - 세 국가의 역내 무역에서 농업분야는 상당한 비중을 차지하여, 향후 더욱 성장 가능성이 있음

Ⅲ. 농식품 유통현황

1. 유통현황 및 특징

(1) 유통현황

- 식품은 주로 오프라인 채널(99.3%)을 통해 유통되며 온라인 채널의 경우 전체 시장의 약 0.7%를 점유함
- 2020년 오프라인 식품시장 규모 2조 1,365억 폐소(한화 약 125조 5,621억 원)로 최근 5년간 연평균 9.7%, 전년 대비 5.9%의 성장률을 보임
 - 동년 현대식 유통채널은 전체 오프라인 식품 유통 매출액의 절반 이상(60.7%)을 점유하며 2016년부터 5년간 연평균 5.9% 성장함
 - 할인점(20.9%)과 하이퍼마켓(20.4%)이 차지하는 비중이 절반을 상회하는데,할인점은 최근 5년간 연평균 16.1%, 하이퍼마켓은 9.3% 성장함
 - 편의점은 매출액을 기준으로 차지하는 비중(7.6%)이 높지 않으나, 5년간 연평균 10.0%의 높은 성장률을 보임
 - 2020년 전통식 유통채널은 전체 오프라인 시장의 39.3%를 차지하며 최근 5년간 연평균 7.0%, 전년 대비 1.0%의 성장률을 보임

멕시코 오프라인 식품시장 규모(2016~2020)

(단위 : 10억 폐소, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
합계	1,718.8	1,867.7	1,959.6	2,055.6	2,136.5	100.0	3.9	9.7
현대식 유통채널	1,036.8	1,098.6	1,160.4	1,225.5	1,297.7	60.7	5.9	11.5
- 할인점	330.4	357.7	383.2	408.1	447.5	20.9	9.7	16.1
- 하이퍼마켓	363.5	379.8	402.4	413.6	436.4	20.4	5.5	9.3
- 슈퍼마켓	192.8	196.5	194.0	205.8	222.3	10.4	8.0	9.9
- 편의점	123.0	136.2	150.8	166.1	162.4	7.6	△2.2	10.0
- 기타 소매점	27.1	28.4	30.1	32.0	29.1	1.4	△ 9.1	△0.8
전통식 유통채널	681.9	769.1	799.1	830.1	838.7	39.3	1.0	7.0

* 출처 : Euromonitor

- 온라인 식품시장 규모 약 150억 폐소(한화 약 8,815억 5,000만 원)로 최근 5년간 연평균 78.1%, 전년 대비 64.0% 수준 성장함
- 코로나 상황으로 인해 온라인 식품시장에 대한 수요가 크게 증가하였고 전자상거래 채널 서비스 또한 확장됨에 따라 2020년 온라인 식품 시장 규모가 크게 증가함

- 전자상거래 채널의 경우 2020년 전체 식품 유통 매출액에서 차지하는 비중은 극미하나 최근 5년간 성장률 및 전년대비 성장률 측면에서 식품 유통 채널 중 가장 높은 성장세를 보임

멕시코 온라인 식품시장 규모(2016~2020)

(단위 : 백만 페소, %)

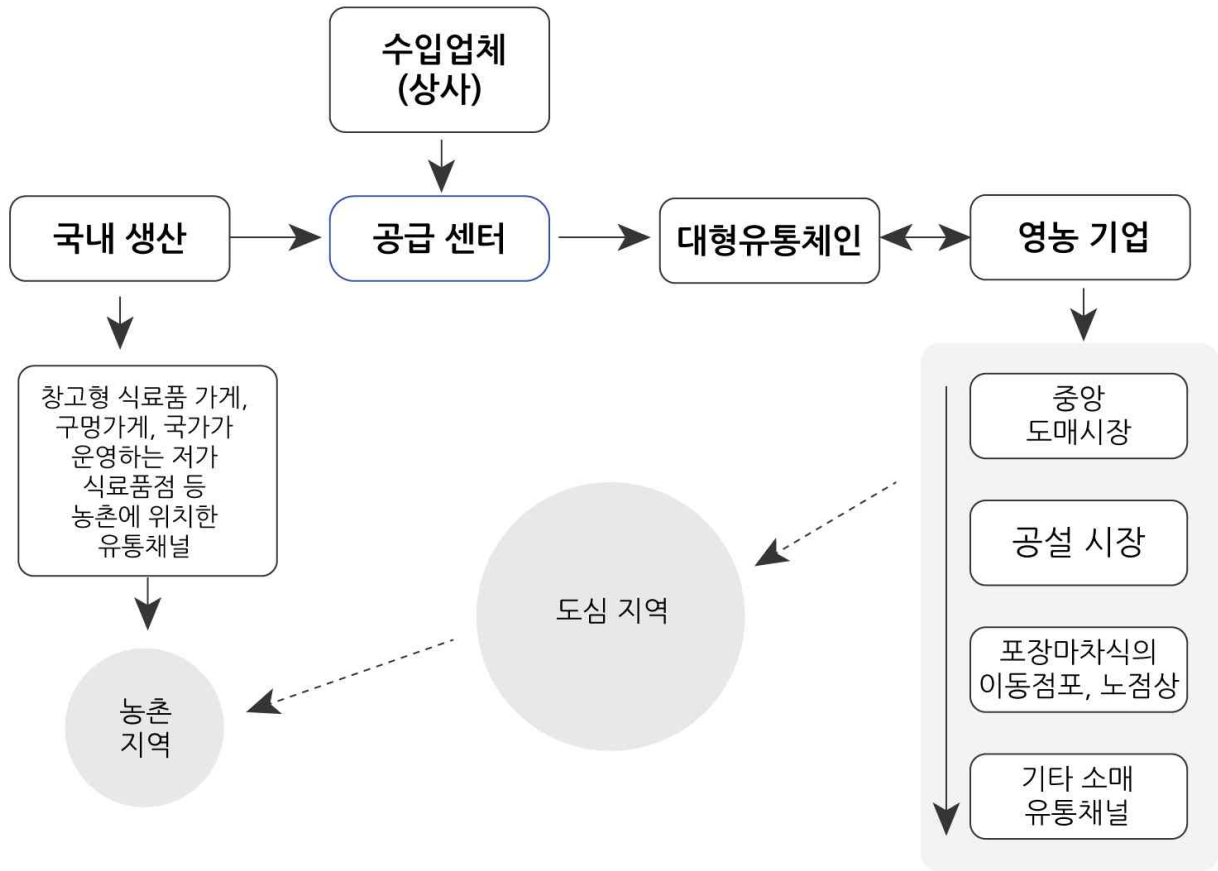
구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
전자상거래	4,522.7	5,975.3	7,415.6	9,121.2	14,958.7	64.0	78.1

* 출처 : Euromonitor

(2) 유통구조

- 멕시코 교통통신부(SCT)에 따르면, 멕시코 식품 유통 교통수단의 비중은 트럭 등을 통한 육로 이동이 60%, 기차가 14%, 선박이 26%을 차지하고 있음
- 멕시코 연방정부는 국내 도매시장을 활성화하기 위해 공급센터(Centrales de Abastos)'를 설립하였는데, 이것은 민관 도매시장으로 정부가 소유하고 관리하는 개인 회사들에 의해 운영되고 있음. 이 센터는 모든 타입의 식품관련 사업을 공급하고 있는데, 이 센터의 설립 목적은 농산물 및 농산식품을 유통·관리·판매가 이루어지게 함으로써 단순히 거대한 도매시장이 아니라, 유통 허브로 만드는 것임
- 멕시코시티에 가장 큰 센터가 위치해 있으며, 이곳은 6,000여 도매업자로 구성되어 하루 22,000톤(2,000만 달러)이상의 지역 생산 농식품 및 수입품을 판매함
- 멕시코의 유통 시스템은 미국·캐나다 등의 일반적인 공급체인에 비해 아주 작게 나누어져 있기 때문에 수출업자들은 시장정보를 직접 얻어야 한다는 특징이 있음
- 소매 식품의 유통판매 채널의 경우, 수입제품의 유통은 전통적으로 멕시코시티, 몬테레이, 과달라하라 주변 지역 및 국경 도시에 집중되어 있었으나, 지난 10년간 다른 도시들로 확대되어 식품 유통에 큰 변화를 보임. 대부분의 도시들에서 작은 식료품점과 노점상들이 대형 식료품점, 슈퍼마켓 체인점으로 대체됨

멕시코 식품 유통 구조



2. 주요 유통채널 현황

(1) 오프라인 유통채널

- 현대식 유통채널의 규모는 점차 증가하는 양상으로, 2020년 기준 점포 수와 매출액은 각각 전년 대비 1.3%, 5.9% 증가함
- 2020년 오프라인 식품시장 규모 2조 1,365억 페소(한화 약 125조 5,621억 원)로 최근 5년간 연평균 9.7%, 전년 대비 5.9%의 성장률을 보임
- 2020년 기준 현대식 유통채널 점포 수 총 3만 3,500개, 매출액은 1조 2,977억 페소(한화 약 66조 7,020억 원)로 나타남
- 할인점은 유통업체 브랜드 상품을 확대하고 매장을 리모델링하는 등 신규 매장 수를 확대하기보다 기존 매장을 개선하고자 노력하는 양상을 보임

매장명	Bodega Aurrera (Wal-Mart de México)	Tiendas 3b (Tiendas 3b)	Zorro (Grupo Zorro Abarrotero, S.A. de C.V.)	Scorpion (Scorpion S.A. de C.V.)
사진				
설립연도	1985년	2005년	1991년	2006년
매출액	725,476	12,130	8,104	2,286
매장수	1,830개	970개	120개	46개
홈페이지	www.bodegaurrera.com.mx	tiendas3b.com	www.zorroabarrotero.com.mx	www.scorpion.com.mx

* 출처 : www.macrotrends.net, www.elfinanciero.com.mx, www.dnb.com

- 백화점은 고급화 전략을 고수하면서 신용카드 제휴 서비스를 제공하고, 전자상거래 (e-Commerce)를 활용하는 등 소비자 편의를 중심으로 변화하는 동향을 보임
 - 고급 백화점 체인인 El Palacio de Hierro는 매장 내 프리미엄 푸드코트, 고품질 식료품 코너 등을 비치하여 매출을 높임
 - Liverpool은 소비자 경험을 개선하기 위해 자체 이커머스 서비스 및 카드 제휴 서비스를 제공함

매장명	El Puerto de Liverpool (El Puerto de Liverpool S.A.B. de C.V.)	Sears (Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V.)	El Palacio de Hierro (Grupo Palacio De Hierro S.A.B. de C.V.)
사진			
설립연도	1874년	1893년	1888년
매출액	144,234	25,400	35,610
매장수	136개	95개	70개
홈페이지	www.elpuertodeliverpool.mx	www.sears.com.mx	www.elpalaciodehierro.com

- 편의점은 총 53,553개(2020기준)의 매장이 있으며 이는 6년전 대비 46% 증가한 수치임
- 편의점 매장 개수가 가장 많은 3개의 주는 Nuevo León, Tamaulipas, El Estado de México 임
- 편의점 역시 전자결제 시스템을 도입하고 주유소와 결합한 형태의 매장을 운영하는 등 소비자 편의성에 집중하여 매장을 개선함
 - 세븐일레븐(7-Eleven)은 핀테크 플랫폼인 Arcus와 협업하여 전자결제를 지원하고 소비자 편의성을 개선하기 위해 노력함
 - 멕시코 내 편의점은 주유소 내에 입점되어 있는 형태가 많으며 브랜드 자체 주유소를 보유한 OXXO와 Circle K는 주유소와 편의점이 결합된 형태의 매장을 운영하기도 함

매장명	OXO (Cadena Comercial Oxo, S.A de C.V.)	7-Eleven (7-Eleven Mexico SA de CV)	Super City (Soriana)	Circulo K (Circle K Stores Inc.)
사진				
설립연도	1977년	1971년	1968년	1951년
매장수	18,840개	1,835개	824개	836개
홈페이지	www.oxxo.com	www.7-eleven.com.mx	www.supercity.com.mx	www.circlek.com.mx

* 출처: corpo.couche-tard.com, www.dnb.com, www.annualreport.femsa.com

- 슈퍼마켓에서는 소비자의 소득 수준을 바탕으로 타깃 고객을 분류하여 유형에 따라 상이한 판매 전략을 펼침
 - 소득 수준이 높은 소비자를 대상으로는 프리미엄 슈퍼마켓을 운영하여 식품의 종류 다양화, 서비스 개선 등에 집중하는 반면, 일반 소비자를 대상으로는 가격 경쟁력을 앞세운 저렴한 제품을 앞세움

매장명	Walmart (Wal-Mart de México)	Soriana (Organización Soriana, S.A.B. de C.V.)	Chedraui (Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.)
사진			
설립연도	1965년	1968년	1927년
멕시코 입점연도	1991년	1968년	1970년
점유율	68%	17%	13%
매출액	646,800	153,500	117,382
매장수	2,634개	794개	306개
홈페이지	https://www.walmartmexico.com/	superentucasa.soriana.com	www.chedraui.com.mx

* 출처 : www.statista.com, www.reuters.com, www.marketscreener.com

- 대형 슈퍼마켓 매장들은 셀프계산 서비스, 무료 와이파이 제공, 제품 다양화 등을 통해 경쟁력을 제고하려는 동향을 보임
- 위 표에 기재된 3개의 브랜드 (Walmart, Soriana, Chedraui)가 멕시코 전체 슈퍼마켓 매장의 55%를 점유하고 있음
 - 대부분의 대형 슈퍼마켓 매장들은 거주 지역 및 기타 편의시설(은행, 여행사, 식당, 동물병원 등)과 인접 하여 편의성이 극대화됨
 - Soriana는 코로나19 팬데믹 이후로 전년 대비 매출이 약 10.3% 감소하여 약 20

여개의 매장을 철수함. Soriana Súper, Hipermercados, Soriana Mercado, Soriana Express y City Club, Mega Soriana 등 여러 브랜드를 가지고 있음

- Chedraui 또한 Soriana와 마찬가지로 Súper Chedraui, tiendas Chedraui, Supercitos, Chedraui Selecto 등 고급형, 저가형 등 소비자 타겟에 맞게 브랜드를 다양화함
- 2021년 Walmart 중미 법인은 멕시코에 소유하고 있는 대형 슈퍼마켓 브랜드인 Superama 를 Walmart Express라는 브랜드로 전환하겠다고 발표함. 인프라는 그대로 유지하되 ‘Express’ 라는 컨셉에 걸맞게 기술과 혁신을 앞세운 브랜드를 새롭게 도입함. 이에 따라 Superama 매장들은 점진적으로 Walmart Express로 전환됨
- 기존 Walmart 나 Superama 매장과 비교해 보았을 때 Express 라는 컨셉에 걸맞게 택배 및 차량 픽업 서비스, Whatsapp 채팅 어플리케이션을 통한 실시간 상담 등 편의성을 강조함

매장명	La Comer (Tiendas Comercial Mexicana S.A. de C.V.)
사진	
설립연도	1944년
멕시코 입점연도	2017년
매장수	73개

- La Comer 은 수입식품을 입고하여 신선함과 제품 다양성으로 타 마트와 차별화되는 점을 경쟁력으로 앞세운 대형 슈퍼마켓 브랜드임
- 총 73개 매장은 여타 대형 슈퍼마켓 브랜드와 마찬가지로 다양화된 브랜드 기업들로 이루어져 있음: La Comer (33), City Market (12), Fresko (15), Sumesa (13)

□ 2020년 기준 전통식 유통채널의 점포 수는 전년도에 비해 8.8% 감소하였으나, 매출액은 전년 대비 1.0% 증가함

- 멕시코 전역에 전통식 유통채널은 96만 7,800개, 매출액은 8,387억 페소(한화 약 49조 2,904억 원)로 집계됨
- 지리적 접근성 등 전통채널 고유의 특징과 매장 내 결제 시스템 개선 등 정부의 정책이 성장세 유지에 기여함
- 멕시코 소비자는 식품 구입 시 근거리에 위치한 유통채널을 선호하는데, 재래시장 등 전통 유통채널은 대부분 거주지역과 인접하여 현지 소비자의 소비성향에 부합함

- 전통식 유통채널에서도 사용 가능한 전자결제 시스템 ‘CoDi’의 도입으로 소비자 편의가 증대됨

매장명	멕시코시티 라 메르세드 마켓 (La Merced Market)	오악사카 플라꼬루라시(市) 시장 (Municipal Market, Tlacolula Oaxaca)
사진		

* 출처 : flickr.com

(2) 온라인 유통채널

□ 2020년 온라인 식품시장 규모 약 150억 페소(한화 약 8,815억 5,000만 원)로 최근 5년간 연평균 78.1%, 전년 대비 64.0% 수준 성장함

- 멕시코 내 유통채널 중 가장 높은 매출액 성장세를 보이고 있는데, 온라인 식품 구매의 편의성이 시장 성장세를 견인하는 것으로 드러남
- 월마트(Wal-Mart de México SAB de CV) 계열사의 유통채널이 온라인 식품유통채널에 투자한 비중이 상대적으로 높아 타 채널에 비해 지배적 지위를 가짐
 - 특히 2020 - 2021년에는 코로나 상황에 맞추어 월마트 계열의 하이퍼 마켓들은 온라인 쇼핑몰에서만 적용 가능한 특정 품목들에 대한 할인제도를 도입하여 전자 상거래 매출액을 확대하고자 하였음.

□ 문화적 요인으로 인해 코로나 상황 이전에는 전자 상거래 시장이 전체 채널 중 큰 비중을 차지하지 못했으나, 코로나 상황으로 인해 급격히 성장하는 추세를 보이고 있음

- 온라인 지불에 익숙하지 않거나 온라인 지불 수단을 가지고 있지 않은 서민들과 온라인 치안에 대한 신뢰 문제로 인해 오프라인 소비를 선호하는 문화였으나, 코로나 이후로 온라인 유통채널이 급격히 성장하였음. 월마트 계열사 뿐만 아니라 Sam's Club, Bodega Aurrera 등 식품 전자 상거래 채널들이 크게 확대되는 양상을 보임

채널명	Walmart Mexico (Wal-Mart de México)	Bodega Aurrera (Wal-Mart de México)	Sam's Club (Sam's West, Inc.)	Amazon Mexico (Amazon.com, Inc.)
사진				
설립연도	1965년	1958년	1983년	2013년
홈페이지	www.walmex.mx	www.bodegaurrera.com.mx	www.samsclub.com	www.amazon.com.mx

출처 : 각 사 홈페이지

○ Telmex는 자사 회원에게 제품 카탈로그를 전송하는 방식과 TV 채널을 이용한 홈 쇼핑을 병행함

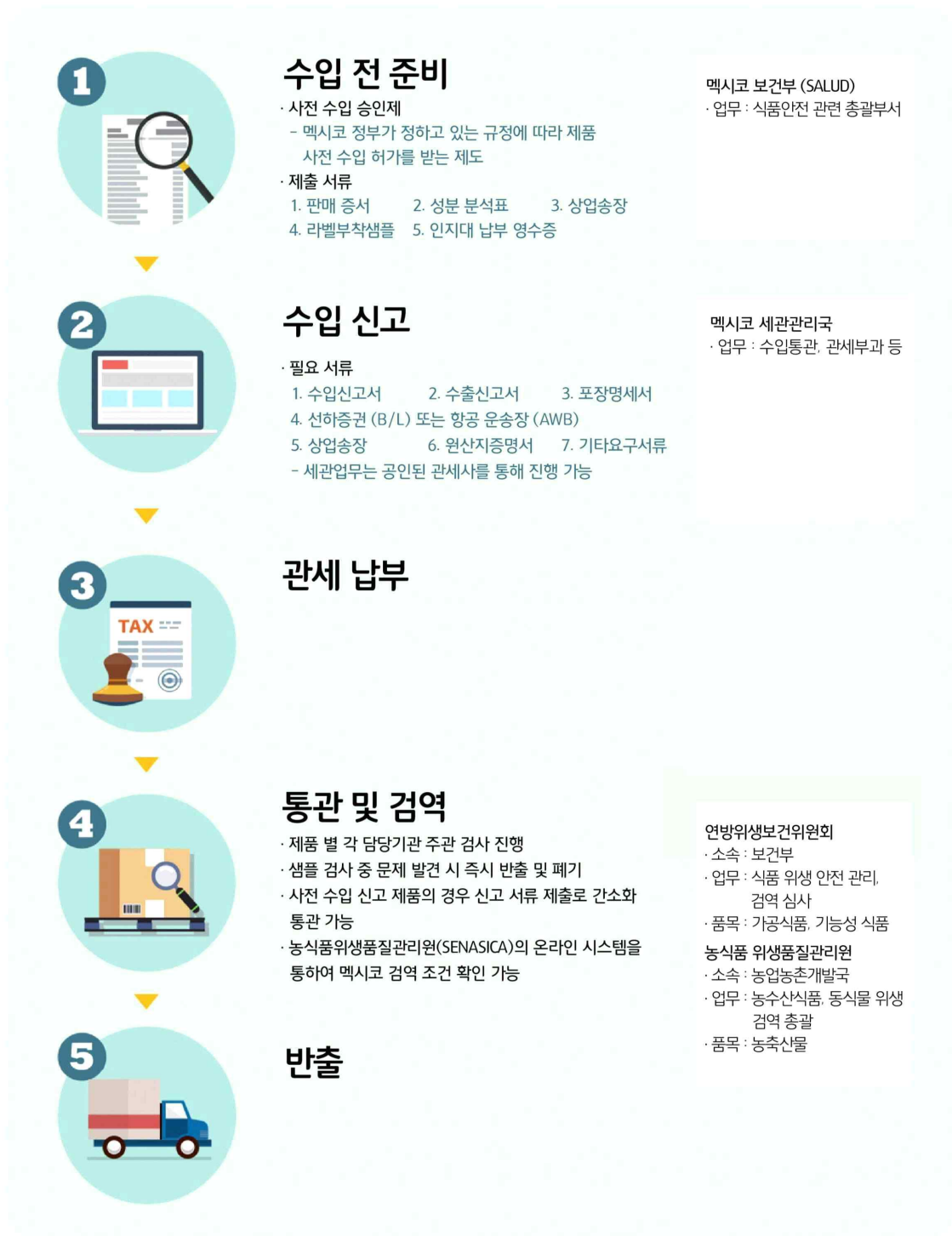
채널명	Telmex (América Móvil)	CV Directo (Suave y Fácil S.A. de C.V.)	CJ Grand Shopping (CJ Group)
사진			

출처 : www.brandsoftheworld.com, www.pinterest.co.kr, kr.formidapps.com

IV. 농식품 수출 프로세스

1. 수출프로세스

(1) 기본 수출프로세스



2. 수입제도

(1) 통관제도

- 통관 관련 담당기관은 재무부(Secretaria de Hacienda y Crédito público), 주무기관은 조세청(Servicio de Administración Tributaria, SAT)에서 담당하고 있음
 - 조세청의 중앙조직에서는 관세기획, 관세사무관리, 연구·과학서비스, 정보 통계 및 분석, 징수 정책 등의 업무를 진행함
 - 지방조직은 지방세관 8개소, 일반세관 47개소, 국제공항세관 48개소, 기타 세관 243개소가 설치되어 있음
- 수입통관을 위해 멕시코 재무부의 통관절차를 준수해야 함
 - (사전준비) 멕시코 내 수입업자가 현지 정부로부터 정식 수입허가를 받은 등록업체인지 확인하고, 관세사를 고용하여 재무부에 통보해야 함
 - 관세사를 사전에 통보하지 않으면 수입업체는 수입업무가 금지됨
 - (수입신고) 농식품의 경우 사전수입신고제(Aviso)를 통해 수입물품에 대한 일반적인 사전검사를 진행함
 - 한국 식약청에서 발급한 자유판매증명서와 성분증명서를 사전에 보건부에 제출하면, 서류검사 후 서류 통과 확인서를 발급받을 수 있음
 - 사전수입승인제(Permiso)는 육류, 유제품 등 대체로 쉽게 변질되는 민감한 품목에 한해 수입신고 전에 미리 물품을 확인하는 제도임
 - (물품검사) 통관대에 설치된 신호등(녹색, 적색)으로 무작위 검사 대상을 선정함
 - 녹색은 검사가 생략되어 즉시 통관이 가능하며, 적색은 검사 대상으로 지정된 물품을 세관 직원들이 직접 검사를 진행함

통관시 제출 서류

- 인보이스(Commercial Invoice, C/I)
 - 포장 명세서(Packing List, P/L)
 - 회물인도지시서(Delivery Order, D/O) 또는 항공화물운송장(AWB)
 - 원산지증명서(Certificate of Origin, C/O)
 - 수입신고서
 - 수입허가서(필요한 경우)
-
- 수입통관세제도 관리 기관은 재정부 세관관리국(Aduana Mexico)에서 담당하고 있으며, 관세법(Ley aduanera)에 따라 처리함
 - 멕시코의 관세는 일반적으로 종가세로 운영되며, 농산품의 경우 종량세와 혼합세(종가세와 종량세를 합침)를 적용하고, 수입물품에 대해 관세, 부가가치세, 세관수수료, 특별 소비세를 부과함

- 상품분류는 HS Code 분류체계(8단위)를 사용하고 있으며, 상품 분류는 22개의 Sección(부)과 98개의 Capítulo(류)로 구성되어 있음
- 관세의 과세과격은 수입물품의 상업 송장 가격에 운임료와 보험료를 더한 CIF (운임 보험료 부담 조건)를 기준으로 결정됨
- NAFTA 회원국일 경우 FOB로 평가한 관세율을 부과하며, 비NAFTA 회원국은 CIF를 포함한 지출비용을 근거로 산출됨
- 수입 식품의 최고 관세율은 35%이며 특별 품목(주류, 담배, 추출물 등)의 적용 관세율은 0~160%까지 다양하게 분류함
- 수입식품의 관세기준은 일반적으로 0%부터 35%까지 10단계로 분류하였으며 단계별 주요 품목은 다음과 같음

멕시코 품목별 관세율

관세율	품목 내용
0%	서적과 같이 교육적 목적에 사용되는 품목
3~5%	멕시코에서 생산되지 않는 제품 및 소량만 생산 품목
10~13%	멕시코에서 생산되지 않는 제품
15~20%	멕시코에서 생산되는 일부 소비재
23~35%	국내 시장 피해가 우려되는 품목

- 특별소비세는 국내물품과 수입물품에 적용하며 품목에 따라 각기 다른 세율을 부과하고 있음
- 알코올음료와 맥주는 26.5%~53%의 소비세가 부과되며 알코올 및 변성 알코올은 50%의 특별소비세가 적용됨. 알코올음료와 맥주의 경우, 알코올 도수에 따라 관세가 다르게 부과됨:

도수	소비세
0-14	26.5%
14-20	30%
>20	53%
*변성 알코올	50%

- 음료수의 경우 리터당 1페소(한화 약 55원)의 특별소비세가 부과되며 에너지 음료 및 에너지 음료 농축액, 시럽 품목은 25%의 세율을 적용함
- 또한 스낵, 베이커리 식품, 초콜릿, 유제품, 아이스크림, 캔디류, 곡물 식품, 건 과일 스낵, 푸딩, 코코아 식품을 제외한 고칼로리 일반식품(100g 당 275kcal 이상의 식품)은 8%의 소비세율을 적용하고 있음

(2) 검역제도

- 수입품의 검사·검역은 「멕시코 표준국(DGN : Dirección General de Normas : DGN)」에 의거하여 농축수산물식품부(Sader)에서 검사를 진행함
- 멕시코로 수입되는 모든 식품과 농수산물은 기본적으로 농림수산부(SAGARPA)의 검사·검역 대상이 됨
 - 수입품의 검사·검역(사전수입승인제) 신청 시 판매증명서, 성분증명서, 상업송장, 샘플 추출표본을 제출해야 함
- 물품이 세관지역에 도착하면 농림수산부의 검사관에 의해 검역이 실시되며 해상 운송의 검역은 물품 하역 전에 실시하고, 육상운송은 멕시코로 들어오기 전에 수입 물품, 운송 차량, 관련서류 검사도 함께 진행됨
- (사전수입승인제 Permiso) 농식품의 경우 멕시코 내에 피해를 줄 수 있는 품목에 대해 미리 수입승인을 받도록 의무화한 제도임
- (사전수입신고제 Aviso) 일정 요건에 해당되는 물품을 수입하기 전 미리 신고하고, 품목의 라벨 및 위생상태 등을 검사한 후 통관을 허용하는 제도임
 - 수입품의 검사·검역(사전수입신고제) 신청 시 수출국의 판매증명서, 성분증명서를 수입 신고 전 보건부에 제출하고, 서류 심사가 통과되면 통관을 허용하는 제도임
- 멕시코로 수출 가능한 품목은 지정되어 있으므로, 수출 전 사전확인이 필요함
- 현재 멕시코로 수출이 불가능한 농식품은 다음과 같음
 - ※ 오이, 수박, 감자, 멜론, 토마토, 딸기, 고추, 가지, 참다래, 포도, 자두, 복숭아, 사과, 감, 감귤
- 배와 버섯류 일부 품목은 조건부 수출품목으로 지정되었으며 세부 품목은 아래와 같음
 - ▶ **입병버섯(5종) : 느타리, 큰느타리, 아위느타리, 느티만가닥, 팽이**
 - 생산업체가 등록되었다는 승인서를 발급받아야 하며, 포장 상자 역추적정보(업체명, 생산장소, 원산지 및 산지, 포장일 및 로트번호)를 필수 기재해야 함
 - 흙이 부착되지 않고 수출품목과 다른 식물성 물질이 없어야 함
 - “This mushrooms were produced in approved companies and recognized by the National Plant Protection Organization of Korea for mushrooms production” 혹은 “This merchandise was inspected and determined as free of any state of development of pests of quarantine interest for Mexico” 와 같이 설명한 부기가 필요한
 - ▶ **배**
 - 재배 중 검사 및 수출식품검역증명서에 우려병행충 미감염 부기가 필요함
 - “Container number” (컨테이너 번호)를 기입하며, 필요한 경우 컨테이너 봉인

번호(Container seal number)도 함께 부기가 가능함

- 또는 “This product meets the Work Plant agreed between SAGARPA and QIA, being free of quarantine pests alive.”(동 화물은 SAGARPA와 QIA간 합의한 워크플랜에 적합하고, 살아있는 검역병해충에 감염되지 않았음) 등 이와 같이 설명한 부기가 필요함
- 살아있는 검역병해충(알, 유충, 번데기, 약충, 또는 성충 등)이 검출된 검역롯트는 불합격 조치되며 해당 수출과수원은 해당 수출시즌의 나머지 기간 동안 멕시코 수출에서 제외됨
- 종자류에서는 밀종자, 옥수수종자, 참외종자, 수박종자, 고추종자, 배추종자, 양배추종자, 브로콜리종자, 청경채종자, 대파종자, 양파종자가 수출이 가능한 검역타결품목으로 지정됨
- 상위의 종자류는 식물위생증을 첨부하여야 하며, 종자에 약제 처리(캡탄, 티람) 등 약제 처리 내용 검역증 부기하고 부산물과 흙이 부착되지 않아야 함
- 검역타결품목에 해당하는 종자류는 학명을 통해 명확하게 구분이 가능함(아래 표 참조) * 아래 표에 기입된 종자류 외 품목들의 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함

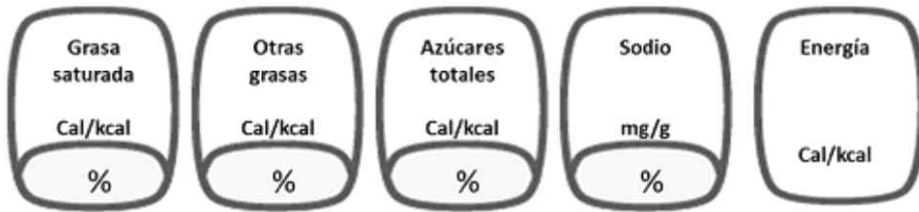
검역타결 종자류

학명	한글명
Brassica oleracea var. italica	브로콜리
Allium cepa	양파
Capsicum annum	고추
Brassica oleracea var. capitata	양배추
Brassica oleracea var. botrytis	꽃양배추
Lactuca sativa	상추
Cucumis melo	멜론
Brassica rapa	순무
Brassica chinensis	청경채
Capsicum frutescens	고추속의일종
Raphanus sativus	무
Citrullus lanatus	수박
Solanum melongena	가지
Cucurbita maxima	서양호박
Spinacea oleracea	시금치
Allium porrum	유리파

출처 : 농림축산검역본부 「2020 신선 농산물 수출검역요건」

(3) 대표 품목별 라벨링

- 식품표시에 관한 사항은 「사전포장 식품 및 비알코올음료 라벨링을 위한 일반 요건 (NOM-051-SCFI-/Salud1-2010)」 내의 규정을 두고 있으며, 표시내용과 위생관리 방법에 대한 내용을 모두 포함하고 있음
- 식품라벨링 표기사항은 일반요건에서 명기한대로 품명, 원재료, 용량, 생산번호 (로트 번호), 유효기간, 영양정보, 원산지, 회사소재지, 납세번호를 필수로 기재해야 함
- 개별 포장된 식품 및 비알코올음료의 포장 앞면 영양 라벨링은 왼쪽을 시작으로 오른쪽 방향으로 포화지방, 기타지방, 총 당분, 나트륨, 에너지 함량(1회 제공량) 순으로 기재해야 함
- 표기 순서와 라벨링 형식은 아래 이미지 형식을 따라야 함



- 대용량 식품과 비알코올음료의 포장 앞면 영양 라벨은 1회 제공량, 조각(Piece) 과 요리 방법에 따라 표기해야 함. 칼로리 아이콘 오른쪽 맨 끝에 위치하며 바로 아래에 포장당 제공량을 표기해야 함
- 첨가당, 칼로리, 지방 (트랜스지방, 포화지방 분류), 탄수화물, 설탕, 섬유질 나트륨은 필수로 표기되어야 할 영양성분에 해당됨. 포화지방, 기타지방, 당분, 에너지 함량의 표기 단위는 ‘kcal’ 또는 ‘cal’ 이며 바로 아래 백분율 ‘%’ 를 사용하여 1일 권장 섭취량을 기재해야 함. 나트륨은 mg 또는 g 으로 표기해야 하며 백분율 ‘%’ 를 사용하여 1일 권장 섭취량을 기재해야 함

주요 품목 식품 표기사항 예시

필수 표기내용	
① 품목명	: 간 강낭콩
② 원재료	: 물, 노란 강낭콩, 양파, 식물성 기름, 요오드화 소금
③ 용량	: 50g
④ 생산번호 및 유효기간	: 각 통조림 밀면에 적힌 날짜 이내
⑤ 영양정보	: 100g 당 98 kCal, 단백질 4.6g, 지방 4.3g (포화지방 0.3g), 탄수화물 10.3g, 나트륨 396mg.
⑥ 원산지	: 멕시코
⑦ 회사소재지	: Col. Apatlco, Iztapalapa, Ciudad de México

* 출처 : amazon.com.mx

3. 비관세장벽 관련 이슈

(1) TBT 통보현황

□ 2016년 이후 농식품 관련 WTO에 통보된 멕시코의 TBT는 총 17건으로 집계됨

○ 2021년 2건(8월 기준), 2020년 5건, 2019년 1건, 2018년 6건, 2017년 1건, 2016년 2건의 TBT가 발행됨. 발행 세부 내용은 아래와 같음

발행시기	규제명	주요내용	
		내용 요약	분류
2021-08-19	유기농 제품에 대한 국가인증마크를 알리고 유기농 인증 제품의 라벨링에 사용하는 일반규칙을 정한 결정 (2013년10월25일고시됨)을 개정하는 결정	본 결정의 목적은 유기농 제품에 대한 국가인증마크의 사용 규칙을 정하고 본 결정에 규정된 마크 규격, 색상 패턴 및 기타 특성을 알리는 데 있다.	식품 일반
2021-06-28	농업농촌개발부의 수입 규제 대상에 해당하는 상품 및 커피 수출을 위한 원산지증명서 발급에 관한 여러 조항을 개정한 결정	2020년 12월 26일 농업농촌개발부의 수입 규제 대상에 해당하는 상품 및 커피 수출을 위한 원산지증명서 발급을 규정한 결정이 연방관보(DOF)에 고시되었다. 이 결정의 제7조는 부속서 1의 b)-f)에 명시된 바와 같이 “유기농”, “생물학적” 또는 “생태학적”과 같은 명칭 또는 “바이오” 및 “에코” 접두사가 붙은 명칭으로 라벨링하여 국내에 반입하고자 하는 상품의 경우 수입자가 이러한 상품의 국내 반입 시 충족시켜야 하는 요구사항을 규정한다. 전 세계적으로 직면하고 있는 판데믹 관련 도전과제, 인증 필요성 및 다른 국가들과의 지속적인 동등성 협정 대화를 고려하여, 다른 나라에서 멕시코로 유입되는 유기농제품 수출을 보호하고, 무역 흐름을 유지하며, 국내 생산부문의 발전을 강화하고, 멕시코 정부와 동등성 협상 협정을 진행하고 있거나 추진 중인 국가들의 유기농축산물 무역 촉진 및 연속성을 담보하며, 유기농제품 체인에 관여하는 이해관계자들을 강화하기 위해 전술한 결정의 경과규정 제4조를 개정할 필요가 있다. 따라서 2020년 12월 26일 연방관보에 고시된 농업농촌개발부의 수입 규제 대상에 해당하는 상품 및 커피 수출을 위한 원산지증명서 발급을 규정한 결정의 경과규정 제4조를 다음과 같이 개정한다.	커피류
2020-09-28	경제부의 대외 무역에 관한 일반 규칙 및 기준 발표 합의	2012년 12월 31일 연방 관보에 공표된, 경제부의 대외 무역에 관한 일반 규칙 및 기준 발표 합의 및 이에 대한 여러 개정판의 목적은 법률, 국제 무역 협정이나 조약, 규정, 법령, 합의 및 본 사무국의 권한에 속하는 기타 일반 조례를 준수하기 위한 일반 조항 및 필수 기준을 규정하는 규칙을 공표하고 사용자에게 쉽게 적용할 수 있도록 분류하기 위함이다. 본 합의는 국가 영토에서 NOM 222 SCFI/SAGARPA-2018 가루 우유 또는 분유 - 원료 - 규격, 상업 정보 및 시험 방법 (NOM 222)을 준수해야 하는 분유와 관련된 관세 부분을 식별한다. 본 합의는 수입업자가 NOM-222 및 시험을 위한 등록 번호 발급 요구조건을 준수하는지 증명하기 위한 문서 및/또는 상기 기술규정의 준수 여부를 평가하기 위한 시험 연구소를 지정한다. 또한, 본 합의는 수입 업무를 수행하기 위해 등록 연구소에서 당국으로 보내는 정보 전송 절차를 규정한다.	유제품류
2020-07-24	멕시코공식표준 NOM 006-SCFI-2012, 알코올 음료 -	본 적합성 평가 절차 초안의 목적은 2012년 12월 13일에 연방 관보에 공표된	데킬라 증류주

	테킬라 - 규격의 적 합성 평가 절차 초안, 2012년 12월 13일 연방 관보 공표.	멕시코공식표준 NOM-006-SCFI-2012 알코올 음료 - 테킬라 - 규격, 또는 이를 대체하는 표준의 준수 여부 결정, 및 “테킬라” 원산지 명칭 허가 사용자의 기준 표준과의 적합성 여부 결정을 제정하는 것이다. 또한, 현행 멕시코공식표준 또는 이를 대체하는 표준 준수를 위한 샘플링, 시험, 교정, 인증 및 검증 절차도 포함하며, 상기 표준에서 제시하는 의무 대상에 적용된다.	
2020-07-06	광고 관련 보건법 시행규칙 및 제품·서비스 위생관리규칙의 여러 조항을 개정, 추가 및 폐지한 법령	‘2019년 11월 8일자 연방관보에 고시된 과체중, 비만 및 식품·비알코올 음료 라벨링에 관한 보건법의 여러 조항을 개정·추가한 법령의 경과규정 제 2조를 준수하기 위해 광고 관련 보건법 시행규칙 및 제품·서비스 위생관리 규칙을 개정한다.	포장식품 라벨링 / 무알코올 음료
2020-06-11	멕시코 공식표준안 제PROY-NOM-239-SE-2020호 야우알리카 고추 (Capsicum annum L.) - 규격 및 시험 방법	자국 영토에서 판매되는 야우알리카 생고추 및 말린 고추가 준수해야 할 규격, 생산 공정, 상업 정보, 시험 방법 및 적합성 평가 절차. 원산지 명칭 “야우알리카”는 멕시코 산업체산원이 발행한 원산지 명칭 보호 선언에 포함되어 있는 지리적 영역이다.	과일, 채소류
2020-05-05	2019 년 1 월 31 일에 공포된 멕시코공식표준 NOM 223-SCFI/SAGARPA2018, 치즈 - 명칭, 규격, 상용 정보, 그리고 시험방법의 적합성평가에 관 한 절차 초안	이 적합성평가 절차 초안은, 2019 년 1 월 31 일 자 연방관보에 공포된 멕시코공식표준 NOM-223-SCFI/SAGARPA-2018, 치즈 - 명칭, 규격, 상용 정보, 그리고 시험방법에 따라서, 생산자나 제품 관리자가 치즈와 별칭의 동일한 치즈 제품의 적합성을 실증하기 위하여, 반드시 만족시켜야 하는 절차와 요건을 수립에 필요한 적합성평가 절차를 수립한다. 이 적합성평가 절차 초안은 멕시코에서 판매되는 모든 치즈와 별칭의 동일한 치즈에 적용된다.	치즈류
2020-01-09	국산 및 수입산 꿀벌에 대한 생산 및 마케팅 제한에 대한 표준 초안	다양한 형태로 미국 멕시코에서 판매되거나 판매될 예정인 국내 생산 또는 수입 꿀벌의 꿀 생산 및/또는 마케팅에 책임과 제한을 부과하였음.	꿀
2020-10-12	멕시코공식표준안 PROY-NOM-005-SAGARPA-2018 수공업 바다소금-농식품 품질에 관한 최소 규격	본 멕시코 공식표준안은 전통적인 방식의 염전에서 비상업적 기술로 얻어지고 식품 성분으로 사용되는 수공업 바다소금에 적용된다. 추출과 조제과정 뿐만 아니라 포장, 라벨링 및 마케팅 과정에 종사하는 자연인 또는 법인은 국가 영토 내에서 의무적으로 준수하여야 한다. 본 멕시코공식표준안은 산업적 처리를 가한 바다소금에는 적용되지 않는다.	소금류
2020-08-27	멕시코공식표준 NOM-199-SCFI-2017 알코올성음료-명칭, 물리화학적 규격, 상용정보, 그리고 시험방법의 적합성 평 가에 관한 절차 초안	적합성평가에 관한 절차 초안은 NOM-199-SCFI-2017이나 이의 개정에 관한 적합성 검증에 적용할 수 있으며 NOM-199-SCFI-2017과 적합성 유지를 실증하는데 반드시 준수해야할 지침을 정의한다.	알코올성 음류
2018-02-21	멕시코공식표준안 PROY-NOM-223-SCFI/SAGARPA-2 017 치즈 명칭 규격 상용정보 및 시험방법	이것은 멕시코 전역에 적용한다. 본 멕시코공식표준안에 포함된 규정에 더해서 멕시코 표준 다양한 치즈, 또는 다양한 치즈의 그룹에 관한 표준은 본 멕시코 공식표준안에 포함된 것보다 더욱 구체적으로 물리화학적 규정을 포함할 수 있다. 이 경우 더욱 구체적 규정을 적용한다.	치즈류
2018-02-06	멕시코 공식표준안 PROY-NOM-SCFI/SAGARPA-2017 “분유 또는 저온살균우유-원료-규격, 상업정보 및 시험방법“	멕시코 영토내에서 원료로 판매되는 각종 “분유 또는 저온살균우유“에 적용된다.	유제품류
2018-02-06	멕시코 공식표준안 PROY-NOM-181-SCFI/SAGARPA-2 017. “요구르트-상품명.	멕시코 영토 내에서 판매되는 요구르트에 적용된다. 요구르트라고 불리는 제품이 충족해야 하는 상품명, 물리화학적, 미생물학적 규격 및	유제품류

	물리화학적 및 미생물학적 규격, 상업정보 및 시험방법	상업정보를 규정한다.	
2018-01-04	멕시코공식표준안 PROY-NOM-213-SSA1-2017 제품 및 서비스, 식육가공품과 이의 가공을 위한 전용업체, 보건규정 및 규격 시험방법	본 표준은 국내에서 식육제품의 가공이나 이의 수입에 관여하는 법안 및 자연인에게 의무적으로 적용한다.	육류
2017-10-24	멕시코 공식표준안 PROY-NOM-004-SAGARPA-2017 소고기-생리적 성숙기 및 마블링 특성에 따른 지육의 분류	이 규정은 이 멕시코 공식 표준안에서 제시하는 분류에 해당하는 특성을 충족하는 소고기의 생산, 가공, 조립, 처리, 유통, 판매, 광고 수출, 보관 및/또는 기타 산업활동을 포함하여 생산-소비망에 관여하는 모든 사람 또는 단체에 적용된다.	육류
2016-04-06	멕시코 공식 표준 NOM-199-SCFI-2015, 물리 화학적 알코올 음료 사양 상업 정보 및 시험방법	통지 초안 표준 이름이 각각에 적용되는 요구 사항 및 사양을 충족해야 하며, 스페인에서 판매, 생산 포장 또는 수입 된 모든 알코올 음료에 적용. 또한, 주류 종류를 정의할뿐만 아니라, 물리 화학적 특성, 상업 정보 및 시험 방법 결정과 사양확립을 하도록 적용함. 멕시코 소비자 보호 연방 법률의 제 32 조 및 규칙 (18)의 측면에서 소비자의 경제에 피해를 방지하고 혼란을 막는 것을 목표로 함.	알코올성 음료
2016-04-05	멕시코 공식 표준 초안 PROY-NOM-070-SCFI-2015 : 알코올성 음료 - Mezcal	멕시코 공식 표준은 산업재산권 법 아래에있는 멕시코 국가 소유 "Mezcal"의 명칭을 관리하는 기술 요구 사항을 설정. "원산지 명칭에 산업 재산권 법에 규정된 보호 기능을 부여 Mezcal과 같은 이름의 알코올 음료에 적용 할 수 있다"는 규정에 따름. (멕시코 공식 저널 1994년 11.28일). 상기 결의안 후속 개정안 및 단락 II, XII, XV 및 계측 및 표준화에 관한 연방 법률 제 40의 XVIII. 이 초안에 규정된 사양을 충족하기 위해 멕시코 공식 표준, 관련 법률을 준수하고 위생품질을 갖춘 원료 및 재료와 모범 사례를 적용하여 인체 소비에 적합하도록 해야 함.	알코올성 음료

(2) SPS 통보현황

- 2016년 이후 농식품 관련 WTO에 통보된 멕시코의 SPS는 총 25건으로 집계됨
 - 2021년 5건(8월 기준), 2020년 5건, 2019년 1건, 2018년 6건, 2017년 4건, 2016년 5건의 SBS가 발행됨
 - 동 25건 중 식물 및 종자 부문의 비중(25건 중 14건)이 높으며, 기타 부문으로는 유기농 농산물 및 과일류, 육류, 아가베 시럽 대한 규제 등이 있음