

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1906-10
- 품목 : 즉석라면(Instant Noodle)
- 국가 : 인도(INDIA)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 인도 즉석라면 경쟁제품 선정	6
2. 인도 즉석라면 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 인도 즉석라면 경쟁제품 포지셔닝	8
4. 인도 즉석라면 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	24
1. 인도 즉석라면 경쟁기업 포지셔닝	25
2. 인도 즉석라면 경쟁기업 현황	26
3. 인도 즉석라면 경쟁기업 분석	27

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	31
Interview ① 브릭스 인디아 트레이드(Brics India Trade)	32
Interview ② 코리안 마트(Korean Mart)	34

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	37
1. 제품 경쟁력 검증	38
2. 기업 마케팅 벤치마킹	41
* 참고문헌	43

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 인도 즉석라면 경쟁제품 선정
2. 인도 즉석라면 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도 즉석라면 경쟁제품 포지셔닝
4. 인도 즉석라면 입점 매장 및 경쟁제품 정보



Competitive Product

(경쟁제품)

인도 (INDIA)

즉석라면 방문 매장 선정

방문 매장 선정

· 후보 : 품목별 방문 매장

· 선택 : 조사 희망 매장

구 분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		MLM	자판기			
	아시안마트			리퀴드샵			

인도(INDIA)

즉석라면 매장 조사

	빅바자 (Big Bazaar) (하이퍼마켓)	스펜서 (Spencer) (하이퍼마켓)	신라푸드마트 (Seela Food Mart) (한인마트)
매장 일반 정보			
조사 제품	1개	7개	1개
매장 특징	2001년에 콜카타 첫 지점 오픈 - 인도 대표 대형마트 - 인도 전역에 200여개의 매장 운영 - 지하철역에서 700m 내외거리 복합쇼핑몰 내 입점 - 지하 3층 - 지상 6층 건물 중, 지하 1층에 빅바자 매장 위치함 - 모든 계층의 인도인들이 이용 - 각종 식품, 청과류, 냉동식품, 주방용품, 전자제품 등 다양한 제품 취급	1863년 인도 진출 - 유동인구가 많은 도심권역에 위치 - 지하철역에서 가까운 곳에 위치함 - 인도 전역에 매장 125개 이상 운영 - 온라인 주문배달 서비스 운영중 - 구르가온에 위치한 스펜서 매장의 주요고객은 외국인인 다수임 - 각종 식품, 청과류, 냉동식품, 주방용품, 전자제품 등 다양한 제품 취급 - 매장 내 수입 식품코너를 별도로 구비함	- 구르가온 중심지 위치 - 한국 관광객 타켓 기념품 샵 운영 - 주요 품목 라면, 조미료, 채소, 과자류 취급 - 한국 식품 다수 취급 - 구르가온에 위치한 한인마트로 방문고객 대다수가 현지에 거주하는 한국인임

Competitive Product

(경쟁제품)

인도 (INDIA)

즉석라면 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

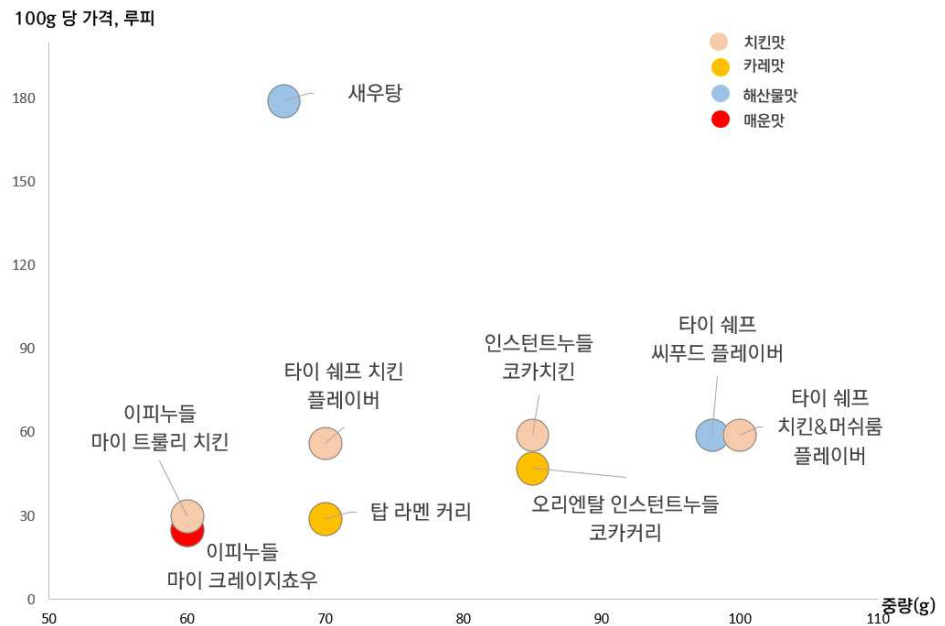
- 오프라인 매장 입점 제품
- 온라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준

- 생산업체 국적
- 판매처 유형
- 제품 종류(맛)

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 날개 중량(g)
- Y축 : 100g당 가격(루피)



인도 (INDIA)

즉석라면 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품 (생산업체)	종류 (맛)	소비자가격 (개당) ¹⁾	중량(g)	FSSAI 등록 정보	알레르기 정보	채식/비채식 제품 정보	포장형태
인도 브랜드, 인도 생산	이피누들 마이 트롤리 치킨 (아이티씨)	치킨맛	18루피 (309원)	60g	등록	콩, 머스타드	비채식	플라스틱 파우치
	이피누들 마이 크레이지 초우 (아이티씨)	매운맛	15루피 (258원)	60g	등록	콩, 머스타드	채식	플라스틱 파우치
글로벌 브랜드, 인도 생산	탭 라멘 커리 (인도닛신푸드)	카레맛	20루피 (343원)	70g	등록	밀, 우유, 콩	채식	플라스틱 파우치
글로벌 브랜드, 글로벌 생산	새우탕 (B사)	해산물맛	120루피 (2,060원)	67g	(-)	밀, 대두, 우유, 계란 등	(-)	종이컵
	타이 셰프 치킨& 머쉬룸 플레이버 (타이프레지던트푸드)	치킨맛	59루피 (1,013원)	100g	등록	계란, 새우, 생선, 샐러리, 어패류	비채식	플라스틱 파우치
	타이 셰프 씨푸드 플레이버 (타이프레지던트푸드)	해산물맛	59루피 (1,013원)	100g	등록	계란, 샐러리	비채식	플라스틱 파우치
	인스턴트누들 코카치킨 (타후이푸드)	치킨맛	50루피 (858원)	85g	등록	밀, 우유, 콩	비채식	플라스틱 파우치
	오리엔탈 인스턴트누들 코카커리 (타후이푸드)	카레맛	40루피 (687원)	85g	등록	밀, 콩	채식	플라스틱 파우치
	타이 셰프 치킨 플레이버 (타이프레지던트푸드)	치킨맛	39루피 (670원)	70g	등록	계란, 우유, 갑각류	비채식	플라스틱 파우치

(*) 현지 판매 즉석라면 9개 제품 분석

1) 1루피=17.17원(2019.07.12, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 인도 즉석라면 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 인도 현지산 즉석라면 경쟁제품

- 수입산 제품 : 인도 외 국가에서 수입되는 즉석라면 경쟁제품 선정
- 현지산 제품 : 인도 현지에서 제조되는 즉석라면 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 온라인 및 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 온라인 채널 입점 확인 제품 : 3개 채널

(*) 아마존(Amazon), 이베이(ebay), 샘스클럽(sam's club)

- 오프라인 채널 입점 확인 제품 : 3개 채널

(*) 스펜서(Spencer), 빅바자(Big Bazar), 신라푸드마트(Seela Food Mart)

▶ 선정 기준 ③ 대기업 및 중견기업 생산 제품

- 대기업 제품 : 자산 5조원 이상
- 중견기업 제품 : 직원 1,000명 또는 자산 5,000억 원
또는 자본금 1,000억 원 또는 매출액 1,000억 원 이상 기업
- 중소기업 제품 : 매출액 1,000억 원 이하

[표 1.1] 인도 즉석라면 경쟁제품 선정

경쟁제품 (경쟁기업)	제품 특징		매장 입점 여부		기업규모	
	수입산	현지산	온라인	오프라인	대기업	중견기업
이피누들 마이 트롤리 치킨 (아이티씨)		○ (인도)	○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
이피누들 마이 크레이지 초우 (아이티씨)		○ (인도)	○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
탑 라멘 커리 (인도넛신푸드)		○ (인도)	○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
새우탕 (B사)	○ (한국)		○ (아마존등)	○ (신라푸드마트)	○ (매출액기준)	
타이 쉐프 치킨& 머쉬룸 플레이버 (타이프레지던트푸드)	○ (태국)		○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
타이 쉐프 씨푸드 플레이버 (타이프레지던트푸드)	○ (태국)		○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
타이 쉐프 치킨 플레이버 (타이프레지던트푸드)	○ (태국)		○ (아마존등)	○ (스펜서)	○ (매출액기준)	
인스턴트누들 코카치킨 (타후이푸드)	○ (싱가포르)		○ (아마존등)	○ (스펜서)		- (정보비공개)
오리엔탈 인스턴트누들 코카커리 (타후이푸드)	○ (싱가포르)		○ (아마존등)	○ (빅바자)		- (정보비공개)

자료 : 현지 판매 즉석라면 9개 제품 분석 결과

2. 인도 즉석라면 경쟁제품 조사지표 선정

채식 제품 표시의 예



채식 제품
(Vegetarian-Food)



비채식 제품
(Non-Vegetarian-Food)

인도 비채식 제품
FSSAI 분류 기준

조류, 곤충, 해양 동물을 포함한 모든 동물성 제품은 비채식 제품으로 분류됨.
우유, 유제품 및 꿀 제외

2)

▶ 선정 기준 ① 즉석라면 종류(맛)

- 인도에서 판매되고 있는 경쟁제품의 종류를 맛 기준으로 치킨맛, 카레맛, 해산물맛, 매운맛으로 구분함
- 치킨맛 : 치킨맛(Chicken Flavor)이 표시된 모든 제품
- 카레맛 : 카레맛(Curry)이 표시된 모든 제품
- 해산물맛 : 새우 등 해산물 관련 맛 정보가 표시된 모든 제품
- 매운맛 : 매운맛을 표현하는 키워드가 포함된 모든 제품

▶ 조사 지표 ② 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 개당 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 g당 소비자 판매 가격

▶ 조사 지표 ③ 식품 라벨 정보

- FSSAI 등록 정보 표시 여부
- 알레르기 정보 표시 여부
- 채식/비채식 제품 정보 표시 여부

▶ 조사 지표 ④ 포장 재질 및 형태

- 플라스틱 파우치와 종이컵, 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 재질과 형태

[표 1.2] 인도 즉석라면 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
종류(맛)	치킨맛	치킨맛(Chicken Flavor)이 표시된 모든 제품
	카레맛	카레맛(Curry)이 표시된 모든 제품
	해산물맛	새우 등 해산물 관련 맛 키워드가 포함된 모든 제품
	매운맛	매운맛을 표현하는 키워드가 포함된 모든 제품
가격	개당 소비자 판매 가격	라면 한 개당 소비자 판매 가격
	g당 소비자 판매 가격	라면 100g당 소비자 판매 가격
식품 라벨 정보	식품 등록 정보 표시	FSSAI 현지 식품등록 여부
	알레르기 정보 표시	알레르기 정보 표시 여부
	채식/비채식 제품 정보 표시	채식 제품(초록색), 비채식 제품(빨간색) 표시 여부
포장 재질 및 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 재질의 주머니(파우치)에 포장된 제품
	종이컵	종이 재질의 컵 용기에 포장된 제품

자료 : 현지 판매 즉석라면 9개 제품 분석 결과

2) 자료: 인도 식품안전기준청(www.fssai.gov.in)

3. 인도 즉석라면 경쟁제품 포지셔닝

▶ 포지셔닝 ① 브랜드 국적별 경쟁제품 가격 비교

인도 오프라인 매장에서 판매되고 있는 즉석라면 9개 중 6개는 글로벌 브랜드(싱가포르, 태국, 일본) 제품이며, 1개는 한국 브랜드, 나머지 2개는 인도 현지 브랜드 제품임. 인도 브랜드, 글로벌 브랜드, 한국 브랜드 제품의 가격을 비교해 본 결과, 인도 브랜드 2개는 100g당 평균 가격 28루피(481원)이며, 글로벌 브랜드 6개의 100g당 평균 가격은 52루피(893원), 그리고 한국 브랜드 제품의 100g당 가격은 179루피(3,073원)임. 한국 브랜드 제품의 100g당 가격이 가장 높게 조사됨

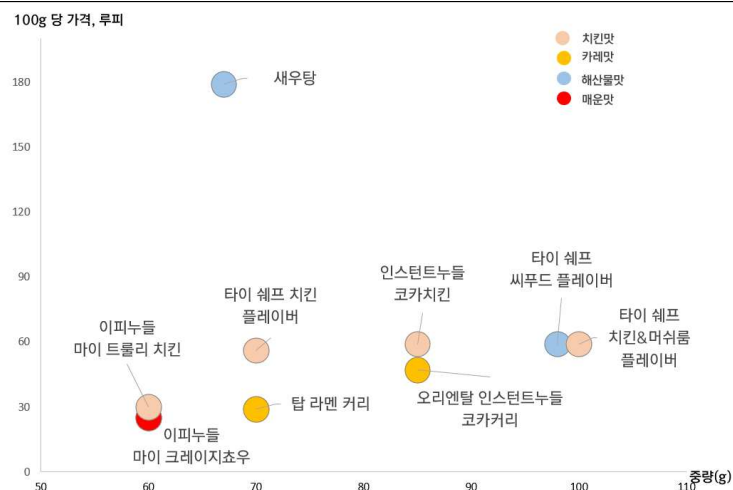
▶ 포지셔닝 ② 제품 종류별 가격 비교

경쟁제품 9개의 100g당 가격을 제품 종류(맛)별로 분석해 본 결과, 해산물맛 제품의 100g당 평균 가격이 119루피(2,043원)으로 가장 높게 나타남. 다음으로 치킨맛 제품의 100g당 평균 가격이 51루피(876원), 카레맛 제품의 100g당 평균 가격이 38루피(652원), 매운맛 제품은 100g당 25루피(429원)로 확인됨

▶ 포지셔닝 ③ 제품 종류별 중량 비교

경쟁제품 9개의 평균 중량을 제품 종류(맛)별로 분석해 본 결과, 해산물맛 제품의 평균 중량이 84g으로 가장 크고, 매운맛 제품의 평균 중량이 60g으로 가장 작음. 그 외에 치킨맛 제품의 평균 중량은 79g, 카레맛 제품의 평균 중량은 78g으로 확인됨

[표 1.3] 인도 즉석라면 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료 : 현지 판매 즉석라면 9개 제품 분석 결과

[표 1.4] 인도 즉석라면 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (생산업체)	종류 (맛)	중량 (g)	가격 (100g)	가격 ³⁾ (개당)	라벨정보	포장 형태
▶ 조사 매장 ① 스펜서(Spencer)						
타이 쉐프 치킨& 머쉬룸 플레이버 (타이프레지던트푸드)	치킨맛	100	59루피 (1,013원)	59루피 (1,013원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 비채식	플라스틱 파우치
타이 쉐프 씨푸드 플레이버 (타이프레지던트푸드)	해산물맛	100	59루피 (1,013원)	59루피 (1,013원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 비채식	플라스틱 파우치
인스턴트누들 코카치킨 (탓후이푸드)	치킨맛	85	59루피 (1,013원)	50루피 (858원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 비채식	플라스틱 파우치
타이 쉐프 치킨 플레이버 (타이프레지던트푸드)	치킨맛	70	56루피 (962원)	39루피 (670원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 비채식	플라스틱 파우치
탐 라멘 커리 (인도넛신푸드)	카레맛	70	29루피 (498원)	20루피 (343원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 채식	플라스틱 파우치
이피누들 마이 트롤리 치킨 (아이티씨)	치킨맛	60	30루피 (515원)	18루피 (309원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 비채식	플라스틱 파우치
이피누들 마이 크레이지 쵸우 (아이티씨)	매운맛	60	25루피 (429원)	15루피 (258원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 채식	플라스틱 파우치
▶ 조사 매장 ② 빅바자(Big Bazar)						
오리엔탈 인스턴트누들 코카커리 (탓후이푸드)	카레맛	85	47루피 (807원)	40루피 (687원)	① FSSAI 등록 ② 알레르기 정보 ③ 채식	플라스틱 파우치
▶ 조사 매장 ③ 신라푸드마트(Seela Food Mart)						
새우탕 (B사)	해산물맛	67	179루피 (3,073원)	120루피 (2,060원)	① 알레르기 정보	종이컵

자료 : 현지 판매 즉석라면 9개 제품 분석 결과

3) 1루피=17.17원(2019.07.12, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 인도 즉석라면 입점 매장 및 경쟁제품 정보

구르가온⁵⁾

인구 (점유율)	1,514,432명 (0.072%)
인구 밀도 (명/Km ²)	1,204명
성 비율	100 : 85 (남성 : 여성)
인구 성장률	73.96% (2001년대비)
평균 문맹률	84.70

▶ 인도 구르가온(Gurgaon)시, 방문지역으로 선정

인도의 구르가온(Gurgaon)시를 방문 지역으로 선정함. 구르가온은 인도의 수도 뉴델리(New Delhi)와 인접한 도시로, 델리 수도직할지구(National Capital Territory of Delhi)의 일부로 간주되는 수도권 지역임. 최근 경제 성장이 빠르게 이뤄지면서 다수의 인도 회사와 외국 회사가 자리잡고 있으며, 인디라간디 국제공항(Indira Gandhi International Airport)과 인접하여 글로벌 기업(MNC)과 외국인이 많이 거주하고 있음

▶ 인도 슈퍼마켓 시장 점유율 상위권 매장 방문, 경쟁제품 12개 조사

2018년도 인도 하이퍼마켓 시장 점유율이 48.8%로 1위인 빅바자(Big Bazaar)매장과 4.6%로 3위인 스펜서(Spencer) 매장을 포함⁴⁾하여 구르가온에 위치한 슈퍼마켓 총 3곳을 방문함. 빅바자(Big Bazaar), 스펜서(Spencer), 신라푸드마트(Seela Food Mart)에서 판매하고 있는 라면 경쟁제품 총 9개를 조사함

[표 1.5] 방문 매장 선정 이유 및 특징



자료 : Google Map

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

5) 인구 통계가 10년 단위로 이뤄지기 때문에 2011년 구르가온 인구 조사 정보에 기인함.

Census(www.census2011.co.in), Gurgaon District : Census 2011-2019 data, (검색일:2019.07.23.)

Shop ① 스펜서(Spencer)

매장 정보

- 유형 : 대형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민(외국인)
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 다양한 품목 취급
 - ② 수입식품코너 보유

브랜드
기본 정보

해외 브랜드 마트로, 주로 유동인구가 많은 지역에 위치하고 있음.
의류, 잡화, 식품, 청과류, 냉동식품을 취급하며 매장 내 베이커리와
수입식품코너가 마련되어 있음. 외국인 고객이 자주 방문함

조사된 경쟁제품 수 : 7개

매장 정보



도시(지역) 구르가온
상세주소 MGF Megacity Mall, MG Road,
Gurgaon, Haryana

즉석라면
매대 모습

즉석라면 판매 제품 정보

즉석라면
판매 정보

이피누들
마이 크레이지 초우
(아이티씨)



이피누들 마이 트루리 치킨
(아이티씨)



탐 라멘 커리
(인도넛신푸드)



인스턴트누들
코카치킨
(타후이푸드)



타이 셰프 치킨
플레이버
(타이프레지던트푸드)



타이 셰프 치킨 &
머쉬룸 플레이버
(타이프레지던트푸드)



타이 셰프
씨푸드 플레이버
(타이프레지던트푸드)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명	이피누들 마이 크레이지 초우 (YiPPee noodles my crazy chow)	포장 재질	플라스틱	
제조사	아이티씨 (ITC Limited)	포장 용기 형태	파우치	
원산지	인도	라벨 정보	채식 제품표시	채식 제품 (초록색)
가격	15루피 (258원)		알레르기 정보	콩, 머스타드
용량	60g	FSSAI 등록 여부	등록	
맛	매운맛		No. 10012012000154	
조리방법	끓여먹는 방식			
면		밀가루, 야자 열매, 당근,양배추		
원료	조미수프	설탕, 향미 증진제, 케이크 형성제, 호모 추출물, 증점제		
	기타수프	마늘, 양파, 붉은 고추, 파슬리, 후추, 셀러리 탈수 채소, 당근, 향신료, 녹색 고추, 요오드화 소금		



제품명	이피누들 마이 트루리 치킨 (YiPee! noodles my truly chicken)	포장 재질	플라스틱
제조사	아이티씨 (ITC Limited)	포장 용기 형태	파우치
원산지	인도	라벨 정보	채식 제품표시 알레르기 정보
가격	18루피 (309원)		비채식 제품 (빨간색) 콩, 머스타드
용량	60g	조리방법	끓여먹는 방식
맛	치킨맛	FSSAI 등록 여부	등록 No. 10012012000154
원료	면	밀가루, 야자 기름, 요오드화 된 소금, 밀 글루텐	
	조미수프	양파, 마늘, 붉은 고추, 검은 후추, 고수풀, 생강, 커민, 인스턴트라면 파우더 (밀가루, 정제 된 야자유, 요오드화 소금, 밀 글루텐, 건조한 치킨, 닭고기, 액체 치킨 지방, 양파, 해바라기 기름, 가수 분해 식물성 단백질, 요오드화 된 소금, 옥수수 전분, 정제 설탕, 건조 치킨 큐브, 탈수 향신료, 고결 방지제, 액체 치킨 지방, 효모 추출물, 산도 조절제	



제품명	탑 라멘 커리 (Top Ramen Curry)	포장 재질	플라스틱
제조사	인도닛신푸드 (Indo Nissin Foods)	포장 용기 형태	파우치
원산지	인도	라벨 정보	채식 제품표시
가격	20루피 (343원)		알레르기 정보
용량	70g	조리방법	끓여먹는 방식
맛	카레맛	FSSAI 등록 여부	등록
유통기한	10개월		No.10013043000622
원료	면	밀가루, 옥수수 전분	
	조미수프	토마토 분말, 색소, 경화제, 요오드화 된 소금, 식물성 기름 야자	
	기타수프	옥수수 전분, 양파가루, 심황, 고수풀, 커민, 생강, 계피, 정향 산성 조절제, 증점제	



제품명	인스턴트누들 코카치킨 (Instant Noodles KOKA Chicken)	포장 재질	플라스틱	
제조사	탓후이푸드 (Tat Hui Foods)	포장 용기 형태	파우치	
원산지	싱가폴	라벨 정보	채식 제품표시	비채식 제품 (빨간색)
가격	50루피 (858원)		알레르기 정보	밀, 콩, 우유
용량	85g	조리방법	끓여먹는 방식	
맛	치킨맛	FSSAI 등록 여부	등록 No.10013022002104	
인증	할랄인증 C2160	유통기한	12개월	
원료	면	밀가루, 야자기름, 소금		
	조미수프	소금, 설탕, 효모 추출물, 커피 화이트 너 (글루코스, 팜유, 코코넛 오일, 카제인 나트륨, 모노 지방산, 이산화 규소의 디 글리세 라이드), 간장 분말 (대두, 소금, 밀, 말토 덱스트린)		
	기타수프	마늘, 양파, 향료, 후추, 향신료, 심향		



제품명	타이 셰프 치킨 플레이버 (Thai Chef Chicken Flavor)	포장 재질	플라스틱
제조사	타이프레지던트푸드 (Thai President Foods)	포장 용기 형태	파우치
원산지	태국	채식 제품표시	비채식 제품 (빨간색)
가격	39루피 (670원)	라벨 정보	알레르기 정보
용량	70g	그외	계란, 우유, 갑각류 포장소재 (글루탐산 나트륨) 경고,
맛	치킨맛	조리방법	끓는 물을 부어서 익혀먹음
유통기한	12개월	FSSAI 등록 여부	등록 L No.10013011000934
원료	면	밀가루, 야자 기름, 타피오카, 전분	
	조미수프	설탕, 소금, 글루타민산 나트륨, 향신료, 인공 치킨 향료, 이노시 누스이 나트륨, 구아닐산이 나트륨, 야자 기름, 마늘,	



제품명	타이 셰프 치킨&머쉬룸 플레이버 (Thai Chef Chicken&Mushroom Flavor)	포장 재질	플라스틱		
제조사	타이프레지던트푸드 (Thai President Foods)	포장 용기 형태	파우치		
원산지	태국	라벨 정보	채식 제품표시	비채식 제품 (빨간색)	
가격	59루피 (1,013원)		알레르기 정보	계란, 새우, 생선, 샐러리, 어패류	
용량	100g		그외	포장소재 (글루탐산 나트륨) 경고, 표고버섯 첨가	
맛	치킨맛	조리방법	끓는 물을 부어서 익혀먹음		
유통기한	15개월	FSSAI 등록 여부	등록 No.10013011000934		
원료	밀가루, 야자 기름, 변성 타피오카 전분, 크림 파우더 (포도당 시럽, 완전 수소 첨가 야자유, 카제인 산 나트륨), 향미 증진제, 건조 채소 (카바헤, 당근, 표고 버섯), 설탕, 간장 분말 (소금, 맥아 추출물, 밀, 효모 추출물, 야자 기름), 향신료, 조미료 종자, 건조 봄 양파, 산도 조절제, 증점제, 고결 방지제, 색소 (일반 캐러멜)				



제품명	타이 셰프 씨푸드 플레이버 (Thai Chef Seafood Flavor)	포장 재질	플라스틱
제조사	타이프레지던트푸드 (Thai President Foods)	포장 용기 형태	파우치
원산지	태국	채식 제품표시	비채식 제품 (빨간색)
가격	59루피 (1,013원)	라벨 정보	알레르기 정보
용량	100g	그외	포장소재 (글루탐산 나트륨) 경고, 김첨가
맛	해산물맛	조리방법	끓는 물을 부어서 익혀먹음
유통기한	12개월	FSSAI 등록 여부	등록 No.10013011000934
원료	밀가루, 야자 기름, 개량 된 타피오카 전분, 크림 파우더 (포도당 시럽, 완전 경화 된 팜유, 카제인 나트륨), 말린 채소 (새우, 생선, 굴, 가리비, 우유, 물 루즈, 참깨), 설탕, 향미 증진제, 건조 새우, 간장 분말 (콩, 소금, 맥아 추출물, 밀, 효모 추출물, 야자 기름), 산도조절제, 대두 페이스트 분말, 증점제, 새우 분말		

Shop ② 빅바자(Big Bazar)

매장 정보

- 유형 : 대형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민(외국인)
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 다양한 품목 취급
 - ② 한국 식품 취급

브랜드
기본 정보

인도 전체 지역에 자리 잡은 메가 스토어로, 의류, 잡화, 주방용품, 전자제품, 식품, 청과류, 냉동식품 모두 취급하는 대형 할인마트임.
한국 식품도 취급하고 있으며, 모든 계층의 인도인이 이용함

조사된 경쟁제품 수 : 1개

매장 정보



도시(지역)

구르가온

위치

상세주소

Basement, Ambience Mall, NH8, Gurgaon, Haryana

즉석라면
매대 모습

즉석라면 판매 매대 전경

즉석라면
판매 정보

즉석라면 판매 제품 정보



오리엔탈 인스턴트누들 코카커리
(Oriental instant Noodle KOKA Curry)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명	오리엔탈 인스턴트누들 코카커리 (Oriental instant Noodle KOKA Curry)	포장 재질	플라스틱	
제조사	탓후이푸드 (Tat Hui Foods)	포장 용기 형태	파우치	
원산지	싱가폴	라벨 정보	채식 제품표시	채식 제품 (초록색)
가격	40루피 (687원)		알레르기 정보	밀, 콩
용량	85g		그외	포장소재 (글루탐산 나트륨) 경고
맛	카레맛		조리방법	끓여먹는 방식
유통기한	12개월	FSSAI 등록 여부	등록 No.10013022002104	
원료	면	밀가루, 야자 기름, 판금		
	조미수프	소금, 카레 가루, 맛 향상제 (E621), 설탕, 가수 분해 콩 단백질, 양파, 가루, 양념, 향신료		

Shop ③ 신라푸드마트(Seela Food Mart)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민(한국인)
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 다양한 한국제품 취급

브랜드
기본 정보

구르가온 중심지에 위치한 마트로, 규모는 작지만 방문객이 많음.
주요 품목은 라면, 조미료, 두부, 감자 등의 채소, 한국 과자 및 음료이며, 한국 관광객을 타겟으로 하는 기념품샵을 운영함

조사된 경쟁제품 수 : 1개

매장 정보



도시(지역)

구르가온

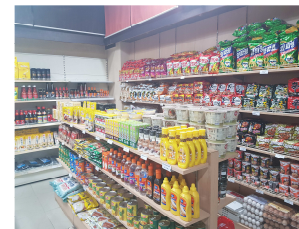
위치

상세주소

DLF Phase 5, Sector 53,
Gurugram, Haryana 122002

즉석라면
매대 모습

즉석라면 판매 매대 전경

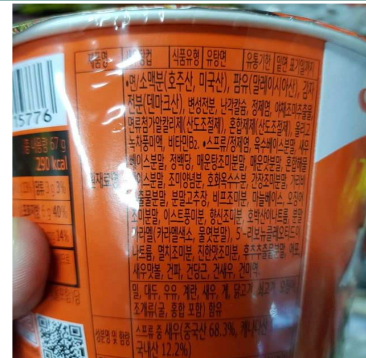
즉석라면
판매 정보

즉석라면 판매 제품 정보



새우탕
(B사)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명	새우탕	포장 재질	종이
제조사	B사	포장 용기 형태	컵
원산지	한국	라벨 정보	알레르기 정보 밀, 대두, 우유, 계란, 새우, 게, 닭고기, 쇠고기, 오징어, 조개류(굴, 홍합 포함)
가격	120루피 (2,059원)	조리방법	뜨거운 물을 부어 먹음
용량	67g	맛	해산물맛
원료	면	소맥분, 팜유, 감자전분, 변성전분, 난각칼슘, 정제염, 채소조미추출물, 면류첨가알칼리제(산도조절제), 혼합제제(산도조절제), 올리고녹차풍미액, 비타민B2	
	조미수프	정제염, 육수베이스분말, 새우베이스분말, 정백당, 매운탕조미분말, 매운맛분말, 혼합해물베이스분말, 조미양념분, 호화옥수수분, 간장조미분말, 가리비추출물분말, 분말고추장, 비프조미분, 호박산이나트륨, 분말카라멜(카라멜색소, 물엿분말), 5'-리보뉴클레오티드이나트륨, 멸치조미분, 진한맛조미분, 후추추출물분말, 어포, 새우맛볼, 건파, 건당근, 건새우, 건미역	

II. Competitor

SUMMARY

1. 인도 즉석라면 경쟁기업 포지셔닝
2. 인도 즉석라면 경쟁기업 현황
3. 인도 즉석라면 경쟁기업 분석



Competitor

(경쟁기업)

(단위 : 천억 원)

인도 (INDIA)

즉석라면 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

- 브랜드 국적
- 생산지 국적

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 브랜드 국적 및 생산지
- Y축 : 매출액



인도 (INDIA)

즉석라면 경쟁기업 분석

■ 글로벌 경쟁기업

■ 한국 경쟁기업

구분	판매채널	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
글로벌 브랜드, 인도 생산	슈퍼마켓	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings Co. Ltd)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	- 맛있는 건방진 카레 - 젊은 사람들과 나이트 사람들 모두에게 완벽한 - 다양한 옵션으로 사람들을 기쁘게 한다 - 최고 라멘 (TOP RAMEN) - 언제 어디서나 즐겨라	5,164억 엔 (약 5조 6,344억 원 ⁶⁾)
글로벌 브랜드, 글로벌 생산	슈퍼마켓	타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니 (Thai Presidents Foods Public Company LIMITED)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지	- 높은 품질과 맛있는 맛 3분안에 즐겨라 - 동양스타일 즉석라면	224억 3,689만 바트 ⁷⁾ (약 8,562억 원)
한국 브랜드, 한국 생산	한인마트	B사	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지	- 매운맛 - 당신에게 좋은 - 한국의 no.1 대표 라면	1조 8,578억 원

(*) 현지 판매 즉석라면 제조기업 3개사 분석

6) 100엔= 1,091.09원(2019.07.17., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 1바트= 38.16원(2019.07.16., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 인도 즉석라면 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업, 한국, 일본, 태국 기업 1개사씩 선정

인도에 진출한 즉석라면 경쟁기업 분석을 위해 오프라인 매장 3곳을 조사한 결과, 한국 기업 1개와 글로벌 기업 2개를 경쟁기업으로 선정함.

▶ 경쟁기업 3개사 중 2개사, 브랜드 국적과 생산지 위치 동일

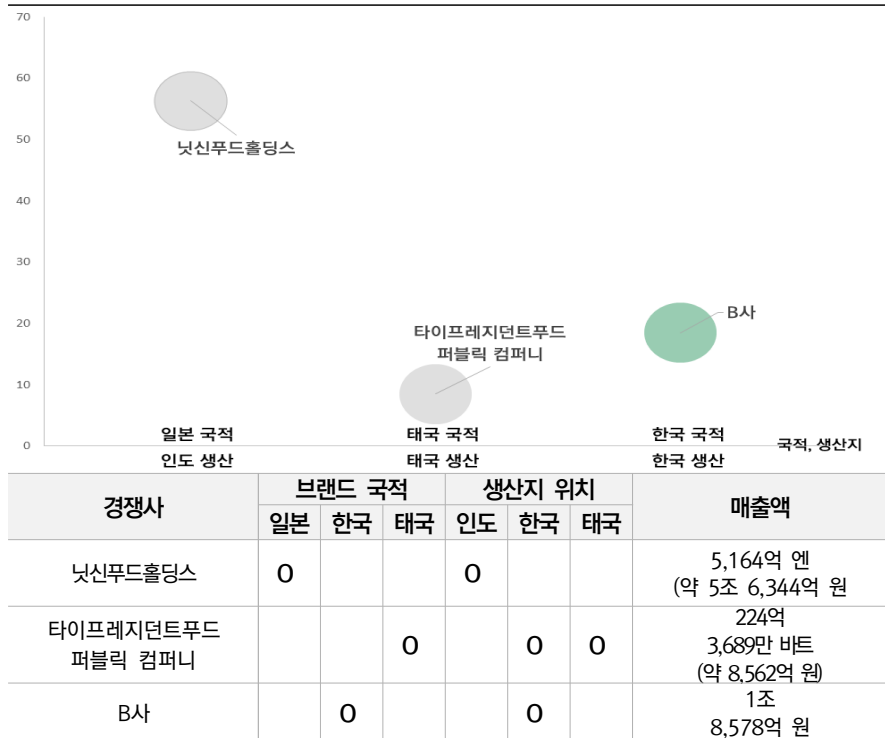
경쟁기업 3개사 중 태국 기업과 한국 기업은 브랜드 국적과 생산지 위치가 각각 태국, 한국으로 일치함. 나머지 일본 기업 닛신푸드홀딩스(Nissin Foods Holdings Co. Ltd)의 경우 브랜드 국적은 일본이나, 경쟁제품의 생산지는 인도인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사 중 일본 기업 닛신푸드홀딩스의 매출액이 가장 높음

경쟁기업 3개사의 18년도 매출액을 조사한 결과, 일본 기업인 닛신푸드홀딩스의 매출액은 5조 6,344억 원, 태국 기업인 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니의 매출액은 8,562억 원, 한국 기업인 B사의 매출액은 1조 8,578억 원임. 대표 경쟁기업 3개사 중 닛신푸드홀딩스의 매출액이 가장 높은 것으로 확인됨

[표 2.1] 인도 즉석라면 경쟁기업 시장 포지셔닝

단위 : 천억 원



자료 : 인도 진출 즉석라면 제조기업 3개사 분석 결과

2. 인도 즉석라면 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 3개사, 오프라인과 온라인 채널을 모두 활용하여 제품 판매

경쟁기업 3개사 모두 인도 오프라인 채널과 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 대표 온라인 판매 채널은 아마존 인도 온라인 쇼핑몰임

▶ 경쟁기업 3개사, 자사 홈페이지를 대표 홍보 채널로 활용

경쟁기업 3개사는 모두 자사 홈페이지를 대표 홍보 채널로 활용함. 태국 경쟁기업인 타이프레지던트푸드는 자사 홈페이지에서 경쟁제품을 활용한 요리 방법을 동영상으로 제공하고 있으며, 한국 기업인 B사는 요리 레시피 정보와 함께 판매제품의 식품 안전성에 대한 정보를 함께 제공하고 있음. 이외 일본 기업 닛신푸드홀딩스는 자사 홈페이지 외 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 다양한 SNS 채널을 활용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음

▶ 일본 기업과 태국 기업, ‘간편함’, ‘편리함’을 강조

한국 기업, ‘한국을 대표하는 라면’, ‘매운맛’을 강조

경쟁기업 3개사 중 일본 기업과 태국 기업은 각각 ‘언제 어디서나 즐겨라’, ‘3분안에 즐겨라’라는 홍보 문구를 사용하여 경쟁제품을 간편하게 어디서든 빠르게 즐길 수 있다는 점을 강조함. ‘한국 기업’은 경쟁제품이 한국 라면을 ‘대표하는 맛’이며 ‘맵다’는 것을 강조하여 홍보하고 있음

[표 2.2] 인도 라면 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
닛신푸드홀딩스	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	- 맛있는 건방진 카레 - 젊은 사람들과 나이든 사람들 모두에게 완벽한 - 다양한 옵션으로 사람들을 기쁘게 한다 - 최고 라멘 (TOP RAMEN) - 언제 어디서나 즐겨라	5,164억 엔 (약 5조 6,344억 원)
타이프레지던트 푸드 퍼블릭 컴퍼니	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	- 높은 품질과 맛있는 맛 3분안에 즐겨라 - 동양스타일 즉석라면	224억 3,689만 바트 (약 8,562억 원)
B사	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	- 매운맛 - 한국의 no.1 대표 라면	1조 8,578억 원

자료 : 인도 즉석라면 판매기업 3개사 분석 결과

3. 인도 즉석라면 경쟁기업 분석

① 닛신푸드홀딩스(Nissin Foods Holdings Co. Ltd)

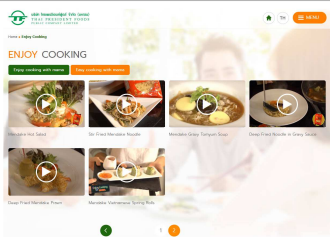
기업 기본 정보	기업명	닛신푸드홀딩스(Nissin Foods Holdings Co. Ltd)			
	홈페이지	www.indonissin.in			
	위치	3rd Floor, Centenary Building, 28, M.G. Road Bangalore			
	규모	매출액 ⁸⁾ ('18)	5,164억 엔 (약 5조 6,344억 원)		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스펜서		제품명	탑 라멘 커리 (Top Ramen Curry)	
			가격	20루피 (343원)	
			용량	70g	
			원산지	인도	
	〈온라인 매장〉 아마존 인도, 프레쉬앤이지, 스펜서 온라인몰		제품명	닛신 컵 누들 이탈리아노 (Nissin Cup Noodles Italiano)	
			가격	40루피 (687원)	
			용량	70g	
			원산지	인도	
	기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지 (Indo Nissin) - 제품 소개 - 제품 홍보 영상 제공 • SNS채널 운영(Indo Nissin) - 페이스북 (제품 홍보 및 프로모션 이벤트 진행) - 유튜브 (제품 홍보 영상 제공) - 인스타그램 • 스포츠 마케팅 진행		
홍보 문구				• 맛있는 건방진 카레 • 젊은 사람들과 나이든 사람들 모두에게 완벽한 • 다양한 옵션으로 사람들을 기쁘게 한다 • 최고 라멘 (TOP RAMEN) • 언제 어디서나 즐겨라	

사진자료: 프레쉬앤이지 홈페이지, 인도닛신(Indo Nissin) 페이스북 계정, 현지조사원 자료

8) 닛신그룹 전체 매출 규모, 자료: 닛신그룹 홈페이지(www.nissin.com/en_jp)

② 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니

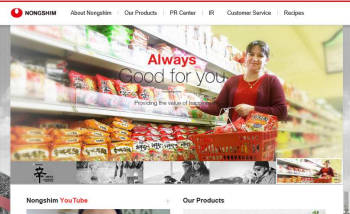
(Thai Presidents Foods Public Company LIMITED)

	기업명		타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니 (Thai Presidents Foods Public Company LIMITED)	
기업 기본 정보	홈페이지		www.mama.co.th	
	위치		304 TF Bldg., Srinakarin Rd., Huamark, Bangkapi, Bangkok	
	규모 ⁹⁾	매출액('18)	224억 3,689만 바트 (약 8,562억 원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스펜서		제품명	타이 셰프 치킨 플레이버 (Thai Chef Chicken Flavor)
			가격	39루피 (670원)
			용량	70g
			원산지	태국
			제품명	마마 인스턴트 수림프 컵 누들 (Mama Instant Shrimp Cup Noodle)
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 아마존 인도, 프레쉬앤이지, 스펜서 온라인몰		가격	105루피 (1,803원)
			용량	68g
			원산지	태국
			 • 자사홈페이지(영문) - 제품 정보 제공 - 자사 제품을 활용한 요리 방법 동영상으로 제공	
			홍보 문구	 • 높은 품질과 맛있는 맛 (High quality and delicious taste) • 3분안에 즐겨라(Enjoy in 3 Mins) • 동양스타일 즉석라면 (Oriental style Instant Noodle)

사진자료: 자사 홈페이지, 아마존 인도(amzon.in), 현지조사원 자료

9) 자료: 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니 홈페이지(www.mama.co.th)

③ B사

기업명		B사		
기업 기본 정보	위치	서울 동작구		
	규모	매출액('18)	1조 8,578억 원	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 신라푸드마트		제품명	새우탕
			가격	120루피 (2,060원)
			용량	67g
	〈온라인 매장〉 아마존 인도, 유바이 인도		원산지	한국
			제품명	신라면 (B사 Shin Cup Noodle Soup)
			가격	95루피 (1,631원)
			용량	68g
			원산지	한국
	기업 홍보 채널			- 자사홈페이지 - 제품 정보 제공 - 식품 안정성 홍보 - 레시피 제공
		홍보 문구		

사진자료: 자사홈페이지, 아마존 인도(amazon.in)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 브릭스 인디아 트레이드
(Brics India Trade)

Interview ② 코리안 마트(Korean Mart)



Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

인도(INDIA)

즉석라면 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 한국 라면 취급 경험 ○

	브리क्स 인디아 트레이드 (Brics India Trade)	코리안 마트 (Korean Mart)
업체 ▶	수입유통업체	소매유통업체
한국 라면 취급 ▶		
	즉석라면	즉석라면

사진자료: 코리안 샵(Korean Shop) 홈페이지, 망치(Maangchi) 홈페이지

인도(INDIA)

즉석라면 바이어 인터뷰

A사	브리क्स 인디아 트레이드 (Brics India Trade) 수입유통업체	코리안 마트 (Korean Mart) 소매유통업체
1,000원 (약 58루피) ¹⁰⁾ 제품 가격	용량대비 저렴한 가격	용량대비 저렴한 가격
카레맛 제품 맛	카레라면의 선호도는 높을 것 인도 소비자들은 제품이 매울수록 선호함	카레라면은 인도 소비자들 사이에서 수요가 높을 것
봉지라면, 컵라면 포장 형태	인도인들은 봉지라면을 더 선호	한국인들은 컵라면 선호, 인도인들은 봉지라면 선호

(*) 현지 유사제품 취급 바이어 인터뷰 2개사

10) 1루피=17.17원(2019.07.12, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 브릭스 인디아 트레이드 (Brics India Trade)

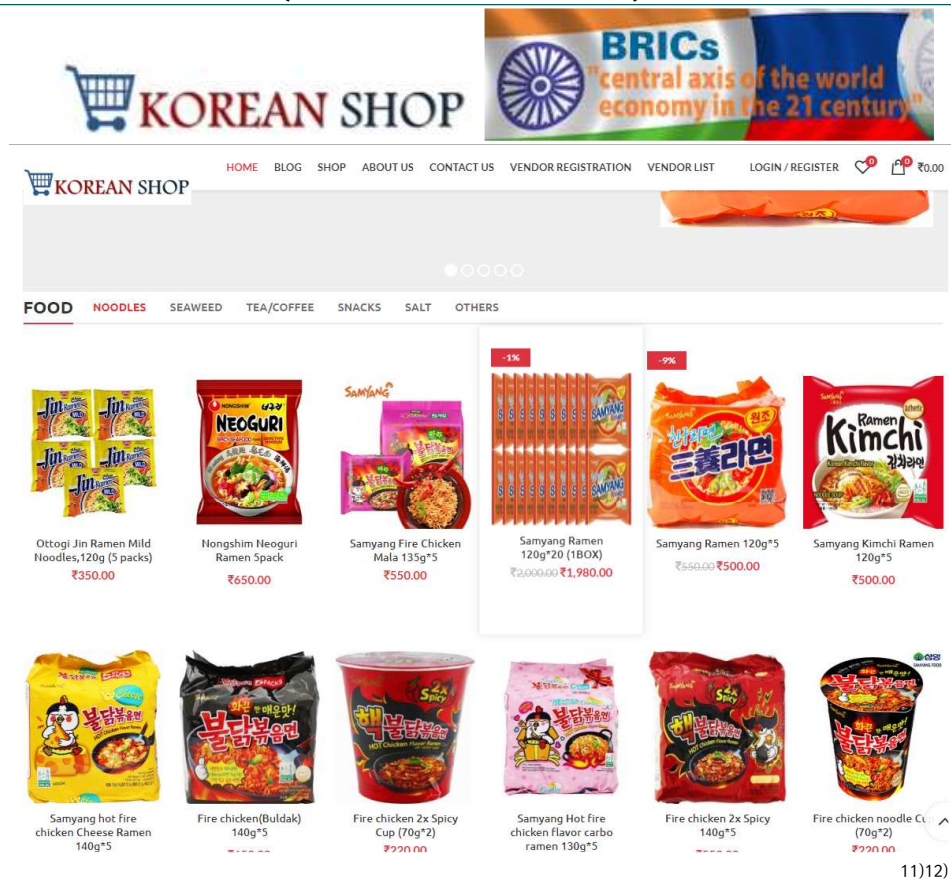
브릭스 인디아 트레이드 (Brics India Trade)

전문가 소속

브릭스 인디아 트레이드
(Brics India Trade)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Mini
(Manager)



브릭스 인디아 트레이드(Brics India Trade) Manager, Ms. Mini

브릭스 인디아 트레이드는 2009년 설립된 수입유통업체로, 인도에서 각종 수입산 양념장과 향신료, 라면을 공급하는 유통업체 중 하나임. 인도 내에서 한국식품을 전문적으로 판매하는 한인마트를 대상으로 한국식품 수입유통을 지원하고 있음. 뉴델리 내 코리안 샵이라는 한인 마트를 운영 중이며, 한국산 가공식품, 생필품 등을 판매함. 코리안 샵은 오프라인 판매 외에도 온라인 매장 홈페이지를 통해 온라인 판매·배송 서비스를 제공하고 있음. 페이스북과 트위터 등의 SNS채널을 통해 제품을 홍보함

11) 사진자료: 브릭스 인디아 트레이드(Brics India Trade) 홈페이지 (www.bricsindia.com)

12) 사진자료: 코리안 샵(Korean Shop) 홈페이지 (www.koreanshop.in)



가격	1,000원
맛	카레맛
포장	봉지라면, 컵라면
용량	130g(봉지) 110g(컵)

Q1. 즉석라면의 소비자가격은 어떻게 되나요?

한국 라면의 경우, 대표적으로 신라면을 판매하고 있으며 가격은 개당 120g에 70루피(1,202원)입니다. 컵라면은 보통 개당 70g에 110루피(1,889원)입니다. 하지만 보통 묶음 판매로 2+2 행사 등을 자주 진행하기 때문에 이보다 더 저렴하게 판매하는 경우가 많습니다. A사의 제품의 가격은 이와 비교하였을 때 적당한 편인 것 같습니다.

Q2. 소비자들이 선호하는 포장 형태는 무엇인가요?

인도인 소비자들은 컵라면보다는 봉지라면을 더 선호합니다. 대부분의 사람들이 집에서 라면을 직접 끓여먹는 것을 선호하여 컵라면 보다는 봉지라면의 구매가 더 많습니다. 더불어 컵라면보다는 보관이 더 편리한 봉지라면을 선호하는 편입니다. 또한, 소비자들은 라면의 가격과 양을 중시하기 때문에, 상대적으로 양이 많고 저렴한 봉지라면의 수요가 더 높습니다.

Q3. 소비자들은 어떤 맛의 라면을 선호하나요?

인도 사람들은 매운 음식을 즐겨먹고 대부분의 음식에 향신료를 첨가해서 먹습니다. 따라서 A사의 카레라면은 인도 소비자들의 입맛에 잘 맞을 거라고 예상됩니다. 특히 인도인들은 매운음식을 즐겨먹기 때문에 제품이 매울수록 선호도가 높을 것입니다.

Q4. 제품을 어떻게 홍보하는 것이 효과적일까요?

현재 인도에서는 한국문화의 인지도가 높아지고 있으며, 한국식품과 관련된 행사도 자주 개최되고 있습니다. 이러한 행사와 협력하여 제품 시식행사를 진행하는 것이 좋을 것 같습니다. 그 외에 한국 연예인을 통한 광고도 소비자들의 관심을 끌기에 효과적입니다. 그리고 인도에서 한국문화와 관련된 콘텐츠를 제작하는 SNS 인플루언서를 통해 제품을 홍보하는 것도 좋은 방법 중 하나입니다.

Q5. 라면 수출 시 필요한 인증이 어떻게 되나요?

인도에서는 채식주의자들도 섭취할 수 있는 육류가 포함되지 않은 채식 제품을 판매하는 것이 유리합니다. 인증의 경우 할랄 인증이 필수는 아니지만, 무슬림과 힌두교인들이 많아 할랄 인증이 있는 제품이나 육류가 포함되지 않은 채식 제품의 판매량이 그렇지 않은 제품에 비해 높습니다.

Interview ② 코리안 마트(Korean Mart)

코리안 마트
(Korean Mart)

전문가 소속

코리안 마트
(Korean Mart)
소매유통업체

전문가 정보

Ms. Allison
(Manager)



13)

코리안 마트(Korean Mart) Manager, Ms. Allison

코리안 마트는 인도 남부의 방갈로르에 위치한 한국 식료품점임. 모든 제품은 한국으로부터 직수입하고 있음. 한국에서 판매하고 있는 다양한 라면을 취급하고 있으며, 그 외에 과자, 조미료, 통조림, 커피, 차 등 다양한 한국산 식품을 판매하고 있음. 한국 음식점도 함께 운영 중에 있으며, 매장 주변에 한국 음식점이 모여 있어 주요 소비자층은 인도에 거주하는 한국인임

별도의 매장 홈페이지나 SNS 채널은 운영하지 않고, 오로지 오프라인 매장을 통한 소매 판매와 매장 소유의 음식점으로 제품 납품만 진행하고 있음

13) 사진자료: 망치(Maangchi) 홈페이지 (www.maangchi.com)



가격 1,000원

맛 카레맛

포장 봉지라면, 컵라면

용량 130g(봉지)
110g(컵)

Q1. 즉석라면의 소비자가격은 어떻게 되나요?

한국 라면은 B사 신라면, 비빔면 등 다양한 종류를 취급하고 있습니다. 신라면 컵의 경우 65g에 120루피(2,060원)로 판매하고 있습니다. A사의 제품은 다른 한국 라면과 비교했을 때 양이 많고 가격도 저렴한 편입니다.

Q2. 소비자들이 선호하는 포장 형태는 무엇인가요?

현재 저희는 봉지라면과 컵라면을 모두 판매하고 있습니다. 보통 인도에 거주하는 한국인들은 컵라면이 먹기 간편해 컵라면 포장을 더 선호합니다. 하지만 인도 현지인들은 집에서 직접 끓여먹을 수 있는 봉지라면을 더 선호하는 편입니다.

Q3. 소비자들은 어떤 맛의 라면을 선호하나요?

저희 매장을 찾는 많은 소비자들이 매운맛의 라면을 선호합니다. 특히 가장 인기가 많은 제품은 매운맛의 신라면 제품입니다. 대부분의 인도 소비자들은 매운맛의 음식을 즐겨먹습니다. A사의 카레라면은 매운맛을 살린다면 인도 내 현지인들에게는 수요가 높을 것으로 예상됩니다.

Q4. 제품을 어떻게 홍보하는 것이 효과적일까요?

저희는 매장에서 제품을 판매하고, 함께 운영하고 있는 한국 음식점으로 제품을 납품합니다. 인도에서 한국 라면은 한국 식료품점이나 대형마트에서만 판매합니다. 신규 제품을 홍보하는 가장 효과적인 방법은 대형마트의 시식코너를 통해 소비자들에게 제품을 소개하는 것입니다. 대형마트의 시식코너에서 현지인들을 대상으로 먼저 제품을 홍보하여 인지도를 높일 것을 추천합니다.

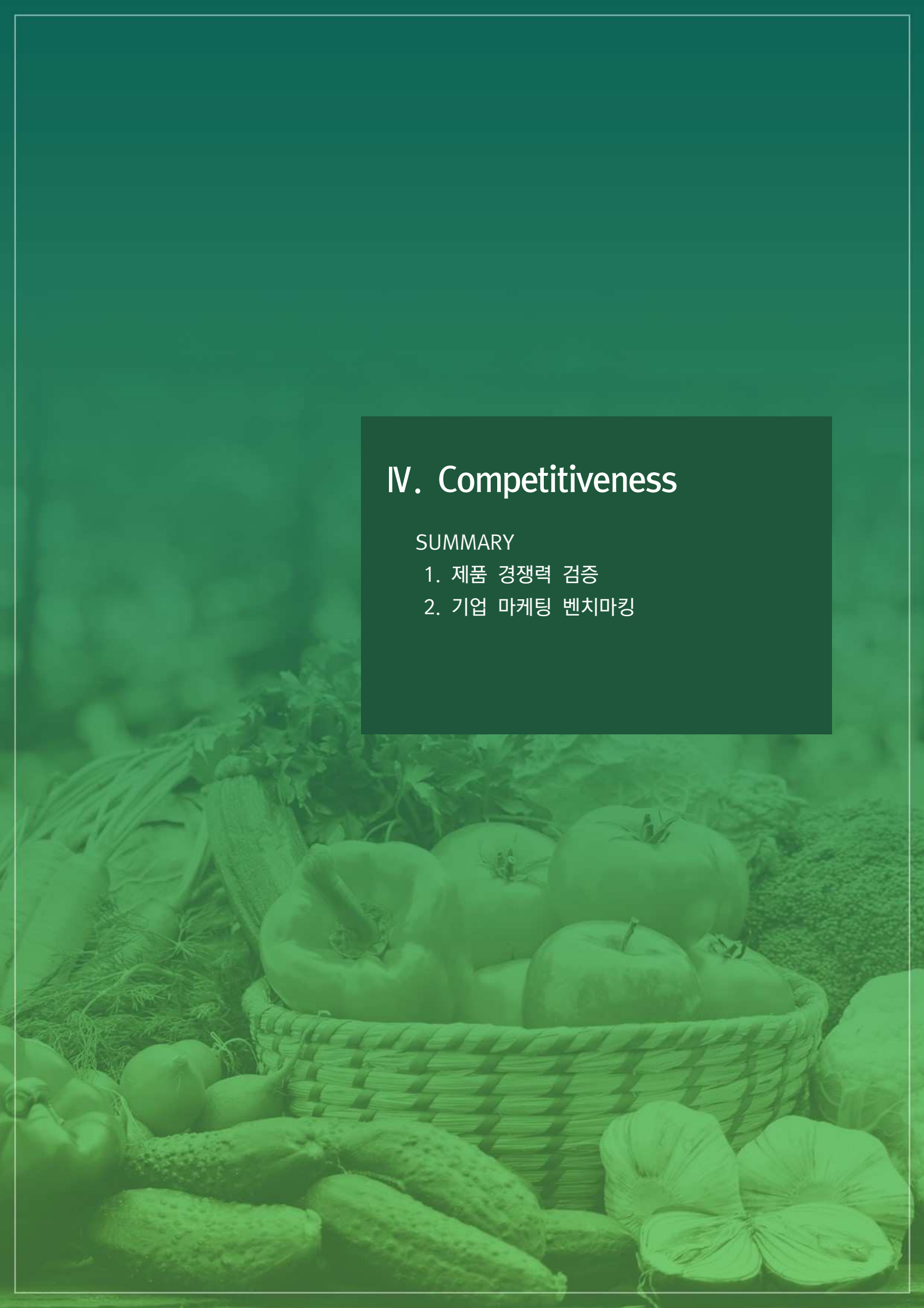
Q5. 라면 수출 시 필요한 인증이 어떻게 되나요?

인도에 거주하는 대부분의 사람들은 무슬림이거나 힌두교인입니다. 무슬림 소비자는 할랄 제품만 구매하며, 힌두교인들은 육류를 아예 섭취하지 않습니다. 따라서 되도록 A사 제품에는 육류를 포함시키지 않는 것이 인도에서의 판매량을 높일 수 있는 가장 좋은 방법이라 생각합니다. 할랄 인증도 필수는 아니지만 취득이 가능하다면 취득할 것을 권장합니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹



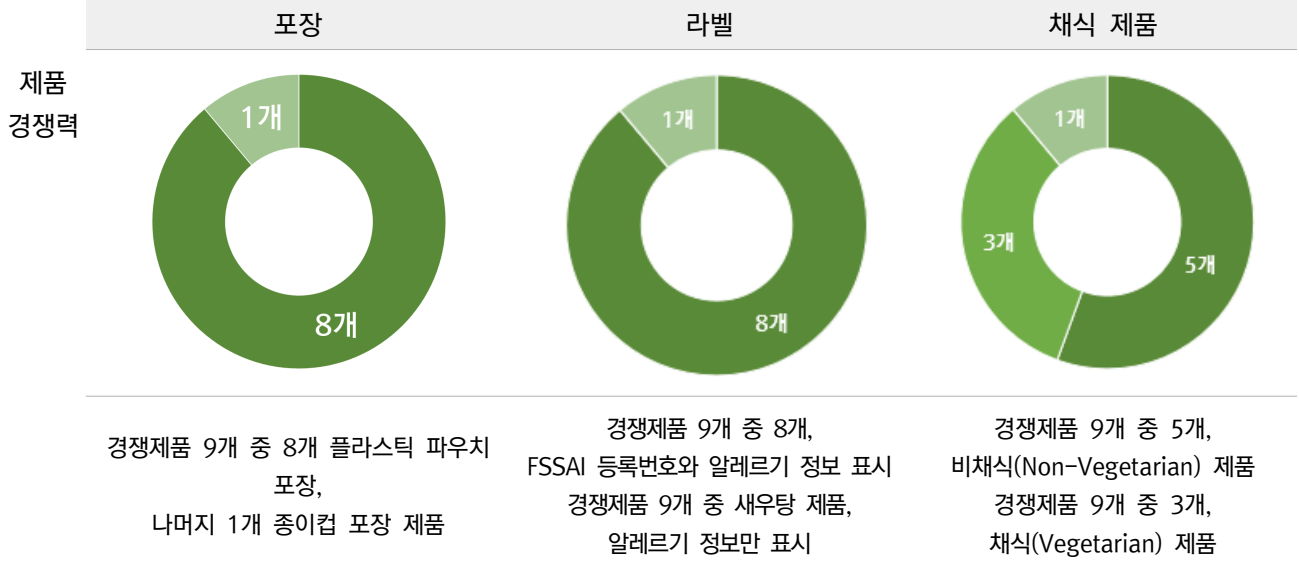
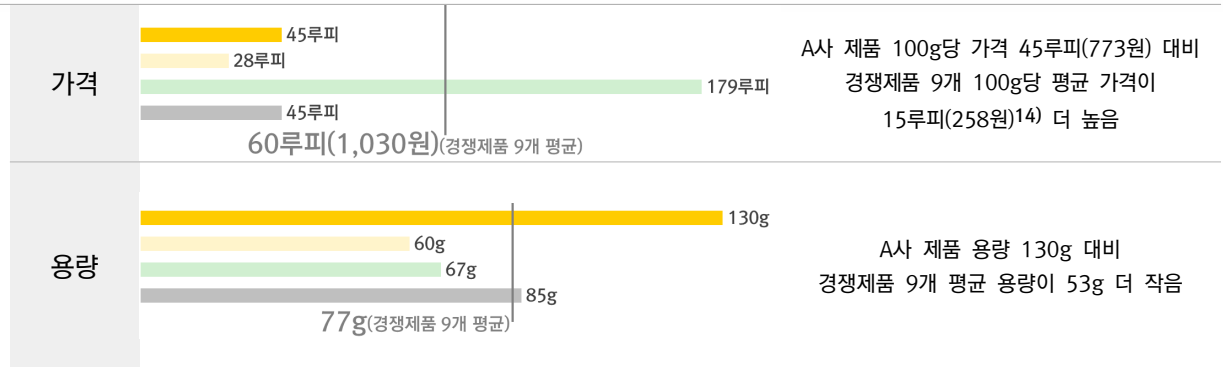
Competitiveness

(경쟁력 파악)

인도 (INDIA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 ■ 인도 기업 ■ 한국 기업 ■ 글로벌 기업 | 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



인도 (INDIA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 3개사 오프라인 채널과 온라인 채널 모두 진출	일본 기업 자사 홈페이지, 다양한 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용 태국 기업, 한국 기업 자사 홈페이지가 대표 홍보채널	일본 기업 '최고 라면', '언제 어디서나 즐겨라', 태국 기업 '3분안에 즐겨라', 한국 기업 '한국 대표 라면'

14) 1루피=17.17원(2019.07.12, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품명

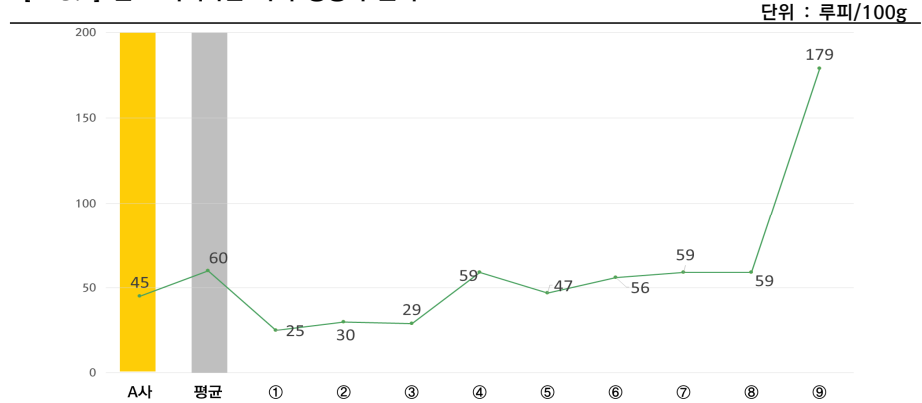
- ① 이피누들 마이 크레이지 초우 (아이티씨)
- ② 이피누들 마이 트롤리 치킨 (아이티씨)
- ③ 탐 라멘 커리 (인도넛신푸드)
- ④ 인스턴트누들 코카치킨 (탓후이푸드)
- ⑤ 오리엔탈 인스턴트누들 코카커리 (탓후이푸드)
- ⑥ 타이 쉐프 치킨 플레이버 (타이프레지던트푸드)
- ⑦ 타이 쉐프 치킨&머쉬룸 플레이버 (타이프레지던트푸드)
- ⑧ 타이 쉐프 씨푸드플레이버 (타이프레지던트푸드)
- ⑨ 새우탕(B사)

▶ 경쟁제품 9개 100g당 평균 가격, 60루피(1,030원)

인도 브랜드 제품 100g당 평균 가격, 가장 낮게 책정

인도에 진출해 있는 즉석라면 9개의 가격을 분석한 결과, 평균 100g당 60루피(1,030원)에 판매되고 있음. A사 제품이 100g에 45루피(773원)인 것과 비교하여 경쟁제품의 100g당 평균 가격이 15루피(258원) 더 비싼 것으로 확인됨. 경쟁제품 브랜드의 국가별 가격을 비교해 본 결과, 인도 브랜드 제품 2개의 100g당 평균 가격은 28루피(481원)이며, 글로벌 브랜드 제품 6개의 100g당 평균 가격은 45루피(773원)임. 한국 브랜드 제품의 100g당 가격이 가장 높으며, 인도 브랜드 제품의 100g당 평균 가격이 가장 낮음

[표 3.1] 인도 즉석라면 가격 경쟁력 분석

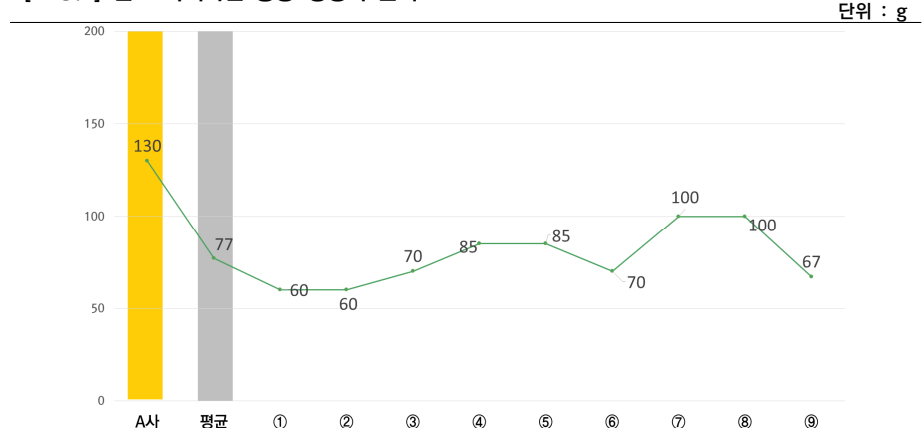


2) 용량

▶ 경쟁제품 9개, 평균 용량 77g

인도에 진출한 경쟁제품의 평균 용량과 A사 제품의 용량을 비교해본 결과, 경쟁제품 9개의 평균 용량은 77g이며, A사 제품의 용량은 130g임. A사 제품은 인도에 진출해 있는 제품 평균 용량 대비 53g 더 큼. 경쟁제품 브랜드의 국가별 가격을 비교해 본 결과, 인도 브랜드 제품의 평균 용량은 63g, 글로벌 브랜드 제품의 평균 용량은 85g, 한국 브랜드 용량은 67g임. 경쟁제품 중 글로벌 브랜드 제품의 평균 용량이 가장 크며, 인도 브랜드 제품 평균 용량이 가장 작음

[표 3.2] 인도 즉석라면 용량 경쟁력 분석

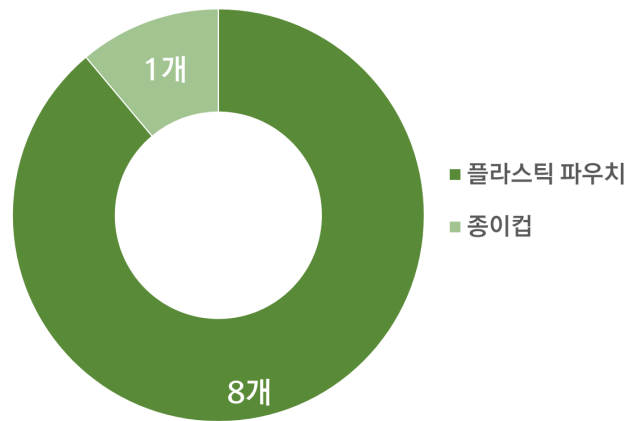


3) 포장 재질 및 형태

▶ 경쟁제품 9개 중 8개, 플라스틱 파우치 포장 제품

경쟁제품 9개의 포장 재질과 포장 형태를 분석한 결과, 경쟁제품 9개 중 8개는 모두 플라스틱 파우치에 포장되어 있으며, 나머지 1개(새우탕)는 종이컵 용기에 포장되어 판매되고 있음. 종이컵 용기에 포장되어 판매되고 있는 제품은 한국 브랜드 경쟁제품임

[표 3.3] 인도 즉석라면 포장 경쟁력 분석

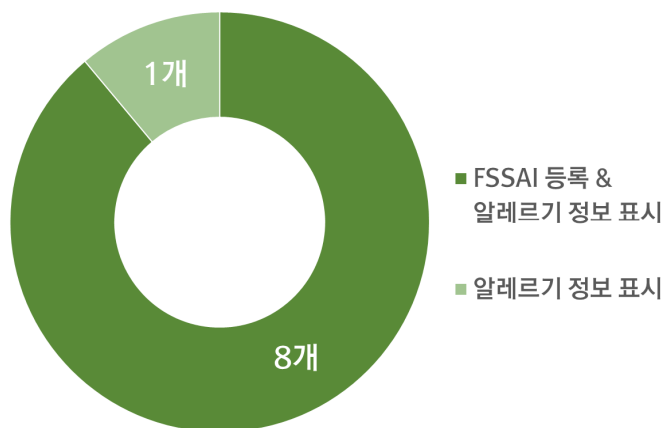


4) 라벨 정보

▶ 경쟁제품 9개 중 8개, FSSAI 등록 정보 및 알레르기 정보 표시
새우탕 제품, 알레르기 정보만 표시

경쟁제품 9개의 라벨 정보를 확인한 결과, 새우탕을 제외한 총 8개 제품에 알레르기 정보 표시 및 FSSAI 등록 정보가 표시됨. 새우탕 제품의 경우 FSSAI 등록 정보는 표시되지 않았으며 알레르기 정보만 표시하고 있음

[표 3.4] 인도 즉석라면 라벨 경쟁력 분석



5) 라벨 정보

(채식 제품정보)

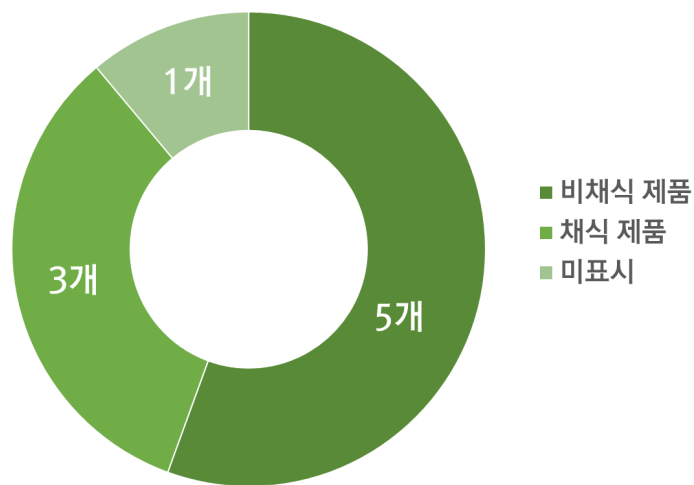
인도 비채식 제품
FSSAI 분류 기준

조류, 곤충, 해양 동물을
포함한 모든 동물성 제품은
비채식 제품으로 분류됨.
우유, 유제품 및 꿀 제외

- ▶ 경쟁제품 9개 중 8개, 스티커로 채식(Vegetarian) 제품 구별
경쟁제품 9개 중 비채식 제품은 총 5개, 채식 제품은 총 3개

경쟁제품 9개의 라벨 정보를 확인한 결과, 새우탕을 제외한 총 8개 제품에 채식
식품을 구별하는 스티커를 확인함. 그중 채식 제품은 총 3개로, 탕 라멘 커리와
오리엔탈 인스턴트누들 코카커리, 이피누들 마이 크라이지 초우 제품이 이에
해당함

[표 3.5] 인도 즉석라면 채식 제품 정보 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 3개사, 오프라인 및 온라인 채널 모두 진출

대표 경쟁기업 3개사의 판매 채널을 비교해 본 결과, 3개사는 모두 인도 오프라인 채널과 온라인 채널에 진출하였음. 대표 오프라인 채널은 스펜서 매장이며, 대표 온라인 채널은 아마존 인도 쇼핑몰임. 닛신푸드홀딩스와 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니는 아마존 인도 외 프레쉬앤이지, 스펜서 온라인몰에도 진출한 것으로 확인되었으며, 한국 경쟁기업인 B사는 유바이 인도 쇼핑몰에 진출한 것으로 확인됨

[표 3.6] 인도 즉석라면 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		온라인			
	스펜서	신라푸드마트	아마존 인도	프레쉬앤이지	스펜서 온라인몰	유바이 인도
닛신푸드홀딩스	0		0	0	0	
타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니	0		0	0	0	
B사		0	0			0

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 3개사, 자사 홈페이지가 대표 홍보 채널

경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 대표 홍보 채널로 활용하고 있음. 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니와 B사는 자사 홈페이지를 통해 경쟁제품 정보와 요리 레시피 정보를 제공하고 있음. 닛신푸드홀딩스는 인도 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 자사 홈페이지 외, 페이스북, 유튜브 등 다양한 SNS 플랫폼을 활용하여 경쟁제품 프로모션을 진행하고 있음

[표 3.7] 인도 즉석라면 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			스포츠 이벤트
		페이스북	인스타그램	유튜브	
닛신푸드홀딩스	0	0	0	0	0
타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니	0				
B사	0				

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 ‘맛’, ‘간편함’ 등을 강조하여 홍보

경쟁기업은 주로 ‘맛있는 카레’, ‘매운맛’, ‘맛있는 맛’ 등의 문구를 사용하여 경쟁제품의 ‘맛’을 강조하고 있음. 이외 ‘3분 안에 즐겨라’라는 문구를 사용하여 간편하고 빠르게 즐길 수 있는 제품이라는 점을 강조하거나, ‘젊은 사람들과 나이든 사람들 모두에게 완벽한’이라는 문구를 통해 나이불문 다양한 세대가 좋아하는 제품이라는 점을 홍보하고 있음

[표 3.8] 인도 즉석라면 경쟁기업 홍보 문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 인도 식품안전기준청(www.fssai.gov.in)
2. 유로모니터 홈페이지 (www.euromonitor.com)
3. 센서스 홈페이지 (www.census2011.co.in)
4. 닛신그룹 홈페이지(www.nissin.com/en_jp)
5. 프레쉬앤이지(www.freshneasy.in)
6. 아마존인도(www.amazon.in)
7. 타이프레지던트푸드 퍼블릭 컴퍼니 홈페이지(www.mama.co.th)
8. 브릭스 인디아 트레이드 홈페이지 (www.bricsindia.com)
9. 코리안 샵 홈페이지 (www.koreanshop.in)
10. 망치 홈페이지 (www.maangchi.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.07.26.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right
Reserved. Printed in Korea

