

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1906-16
- 품목 : 신선배 (Fresh Pears)
- 국가 : 인도 (INDIA)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

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

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	22
1. 인도 신선배 경쟁기업 포지셔닝	23
2. 인도 신선배 경쟁기업 현황	25
3. 인도 신선배 경쟁기업 분석	26

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	30
Interview ① 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health)	31
Interview ② 엠지알 프루트(MGR Fruits)	33
Interview ③ 엔지케이 트레이딩(NGK Trading)	35

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	38
1. 제품 경쟁력 검증	39
2. 기업 마케팅 벤치마킹	42
* 참고문헌	44

I. Competitive Product

SUMMARY

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



Competitive Product

(경쟁제품)

인도 (INDIA)

신선배 방문 매장 선정

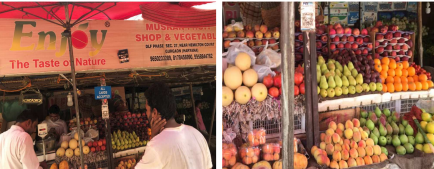
방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

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

인도 (INDIA)

신선배 매장 조사

	빅바자르 (Big Bazaar) (하이퍼마켓)	스펜서 (Spencer's) (하이퍼마켓)
전경		
조사 제품	조사제품 수: 3개	조사제품 수: 3개
매장 특징	• 2001년 설립. 인도 하이퍼마켓 점유율 1위 • 인도 전역에 256개 점포 운영 중 • 전자제품, 신발, 의류, 식품 등 다양한 제품을 취급하고 있으며, 한국 청과류 판매 중	• 1863년 설립된 식품 하이퍼 마켓 • 120개 도시에 5,000명 이상의 직원을 보유 • 의류, 잡화, 식품, 청과물, 냉동식품 등을 취급 중
	무스칸 프루트 샵 앤 베지터블 (Muskan Fruit Shop and Vegetables) (재래시장)	하리아나 키산 맨디 (Haryana Kisan Mandi) (재래시장)
전경		
조사 제품	조사제품 수: 1개	조사제품 수: 2개
매장 특징	• 고층아파트 단지 근처에 모여있는 청과물 매장 • 주로 인도인들이 이용 • 마켓의 크기는 작지만 품질이 좋은 상품 취급 중	• 정부에서 운영하는 청과물 전문매장 • 주로 인도인들이 이용 • 농산물을 직거래하는 재래시장

Competitive Product

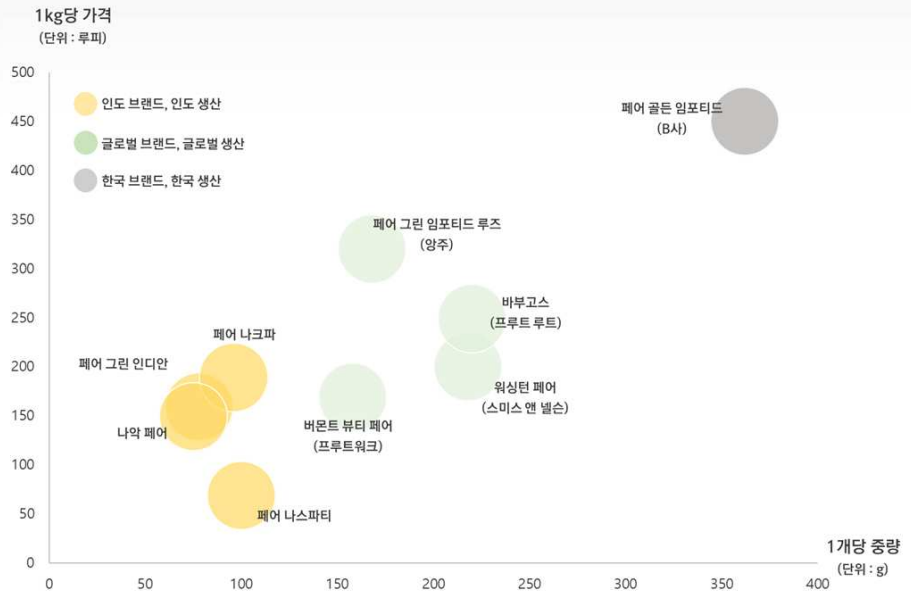
(경쟁제품)

인도 (INDIA) 신선배 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 생산업체 국적
· 원산지 위치

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 1개당 중량
· Y축 : 1kg당 가격



인도 (INDIA)

신선배 경쟁제품 분석

인도 현지 경쟁제품 글로벌 경쟁제품 한국 경쟁제품

구분	경쟁제품(생산업체) ¹⁾	중량(1개당)	가격(1개당) ²⁾	가격(kg당)	품종	색상(모양)	진열 형태 (판매 형태)
인도 브랜드, 인도 생산	페어 나크파	96g	18루피 (309원)	189루피 (3,241원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	페어 그린 인디안	78g	12루피 (206원)	159루피 (2,727원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	나약 페어	75g	11루피 (189원)	149루피 (2,555원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	페어 나스파티	100g	7루피 (120원)	69루피 (1,183원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
글로벌 브랜드, 글로벌 생산	바부고스 (더 프루트 루트)	220g	55루피 (943원)	249루피 (4,270원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	페어 그린 임포티드 루즈 (양주)	168g	54루피 (926원)	320루피 (5,488원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	워싱턴 페어 (스미스 앤 넬슨)	218g	44루피 (755원)	200루피 (3,430원)	서양배	노란색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
	버몬트 뷰티 페어 (프루트워크)	158g	27루피 (463원)	169루피 (2,898원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
한국 브랜드, 한국 생산	페어 골드 임포티드 (B사)	362g	163루피 (2,795원)	450루피 (7,718원)	동양배	황금색 (구 모양)	벌크 진열 (날개 판매)

(*) 현지 판매 신선배 9개 제품 분석

- 1) 생산업체 정보가 공개된 제품만 생산업체 정보를 병기함
2) 1루피=17.15원 (2019.07.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 인도 신선배 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 인도 현지산 신선배 제품

- 수입산 제품 : 인도 외 국가에서 수입되는 신선배 제품 선정
- 현지산 제품 : 인도 현지에서 생산되는 신선배 제품 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 중인 신선배 제품

- 오프라인 채널 입점 확인 제품 : 4개 채널

(*) 빅바자르(Big Bazaar), 스펜서(Spencer's), 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블(Muskan Fruit Shop and Vegetables), 하리아나키산만디(Haryana Kisan Mandi)

▶ 선정 기준 ③ 대기업 및 중견기업 생산 제품

- 대기업 제품 : 자산 5조원 이상
- 중견기업 제품 : 직원 1,000명 또는 자산 5,000억원
또는 자본금 1,000억원 또는 매출액 1,000억원 이상 기업
- 중소기업 제품 : 매출액 800억원 이하

[표 1.1] 인도 신선배 경쟁제품 선정

경쟁제품(생산업체)	수입 여부		매장 입점 여부		기업규모		
	수입산	현지산	온라인	오프라인	대기업	중견기업	소기업
페어 나크파	-	○ (인도)	-	○ (스펜서)	-	-	-
페어 그린 인디안	-	○ (인도)	-	○ (빅바자르)	-	-	-
나약 페어	-	○ (인도)	-	○ (하리아 나키산만디)	-	-	-
페어 나스파티	-	○ (인도)	-	○ (스펜서)	-	-	-
바부고스 (더 프루트 루트)	○ (남아공)	-	-	○ (하리아 나키산만디)	-	-	○ (매출 기준)
페어 그린 임포티드 루즈 (양주)	○ (미국)	-	-	○ (빅바자르)	-	-	-
워싱턴 페어 (스미스 앤 넬슨)	○ (미국)	-	-	○ (무스칸프루트 앤베지터블샵)	-	-	○ (매출 기준)
버몬트 뷰티 페어 (프루트워크)	○ (남아공)	-	-	○ (스펜서)	-	-	-
페어 골든 임포티드 (B사)	○ (한국)	-	-	○ (빅바자르)	-	-	○ (매출 기준)

2. 인도 신선배 경쟁제품 조사지표 선정

인도 신선배 주요 재배지



▶ 조사지표 ① 신선배 원산지

- 인도 내 배에 대한 수요가 증가함에 따라 신선배 시장의 규모는 커지고 있음
- 인도에서도 히찰프라데시(Himachal Pradesh)와 펀자브(Punjab) 등에서 신선배가 재배되고 있으나, 증가하는 수요를 충족하지 못하여 미국·남아프리카 및 중국 등에서 신선배를 수입하고 있음³⁾

▶ 조사지표 ② 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 kg당 소비자 판매 가격
- MRP(Maximum Retail Price)⁴⁾ 기준에 의해 작성함

▶ 조사지표 ③ 신선배 제품 형태(중량, 품종, 색상 및 모양)

- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 신선배 1개당 평균 중량
- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 신선배의 품종, 색상 및 모양

▶ 조사지표 ④ 신선배 판매 형태(진열 및 포장)

- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 신선배의 진열 형태
- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 신선배의 판매 형태

[표 1.2] 인도 신선배 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
원산지	원산지	신선배 생산 원산지
가격	kg당 소비자 판매 가격	신선배 1kg당 소비자 판매 가격
	개당 소비자 판매 가격	신선배 1개당 소비자 판매 가격
제품 형태	중량	신선배 1개당 평균 중량(g)
	품종	신선배의 품종
	색상	신선배의 색상
	모양	신선배의 모양
판매 형태	진열 형태	판매되는 신선배 진열 형태
	판매 형태	판매되는 신선배 판매 형태

3) 자료: 비즈니스라인(BusinessLine), 「Indian appetite for pears continues to grow」, 2015.04.15.

4) 인도에서 운영하고 있는 최고 소매가격을 의미하며 해당 가격은 세금 산출의 근거로 활용됨

참고자료: 한국무역협회, 「인도 비관세장벽」, 2013.08

3. 인도 신선배 경쟁제품 포지셔닝

신선배 포지셔닝
(1개당 중량)

구분	평균
현지산(4개)	87g
수입산(4개)*	191g
한국산(1개)	362g
전체 평균(9개)	164g

(*) 수입산은 한국산을 제외한
미국산·남아공산의 신선배
4개를 대상으로 계산함

신선배 포지셔닝
(1kg당 가격)

구분	평균
현지산(4개)	142루피
수입산(4개)	235루피
한국산(1개)	450루피
전체 평균(9개)	217루피

(*) 수입산은 한국산을 제외한
미국산·남아공산의 신선배
4개를 대상으로 계산함

▶ 포지셔닝 ① 저가의 가격, 가벼운 중량의 현지산 신선배

현지산 신선배는 시장에서 상대적으로 저렴한 가격과 가벼운 중량으로 포지셔닝하고 있는 것으로 나타남. 경쟁제품 중 현지산의 중량은 75g~100g으로 평균 1개당 중량은 87g으로 나타남. 또한, 경쟁제품의 1kg당 가격은 69루피~169루피로 평균 142루피(약 2,435원)/kg으로 나타남

▶ 포지셔닝 ② 미국·남아공 수입산 신선배, 평균 가격과 중량의 포지셔닝

소득 증가, 건강에 대한 관심 증대로 인한 신선배의 소비 증가, 한정된 현지산 신선배 생산으로 인도의 신선배 수입은 점차적으로 증가되어 있음.⁵⁾ 신선배 수입 대표 국가 중 미국·남아공의 신선배는 중간 가격(평균 235루피(4,030원))과 중량(평균 191g)으로 포지셔닝 되어 있는 것으로 나타남

▶ 포지셔닝 ③ 고가격 프리미엄 포지셔닝, 한국산 신선배

프리미엄 컨셉으로 판매되고 있는 한국산 신선배는 9개 경쟁제품의 평균 가격과 평균 중량 대비 2배 가량 높게 판매되고 있는 것으로 나타남. 한국산 신선배의 1개당 평균 중량은 362g, 1kg당 평균 가격은 450루피(7,718원)임

[표 1.3] 인도 신선배 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료:인도 신선배 9개 제품 분석 결과

5) 자료: USDA Foreign Agricultural Service, 「Gain Report: India Fresh Deciduous Fruit Annual 2018.」, 2018.11.14.

[표 1.4] 인도 신선배 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (생산업체)	원산지	무게 (g)	가격 (개당)	가격 (1kg당)	품종	색상 (모양)	진열형태 (판매 형태)
----------------	-----	-----------	------------	--------------	----	------------	-----------------

▶ 조사 매장 ① 빅바자르(Big Bazaar)

페어 골든 임포티드 (B사)	한국	362	163루피 (2,795원)	450루피 (7,718원)	동양배	황금색 (구 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
페어 그린 임포티드 루즈 (양주)	미국	168	54루피 (926원)	320루피 (5,488원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
페어 그린 인디안	인도	78	12루피 (206원)	159루피 (2,727원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)

▶ 조사 매장 ② 스펜서(Spencer's)

버몬트 뷰티 페어 (프루트워크)	남아공	158	27루피 (463원)	169루피 (2,898원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
페어 나크바	인도	96	18루피 (309원)	189루피 (3,241원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
페어 나스파티	인도	100	7루피 (120원)	69루피 (1,183원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)

▶ 조사 매장 ③ 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블(Muskan Fruit Shop and Vegetables)

워싱턴 페어 (스미스 앤 벨슨)	미국	218	44루피 (755원)	200루피 (3,430원)	서양배	노란색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
----------------------	----	-----	----------------	-------------------	-----	-----------------	------------------

▶ 조사 매장 ④ 하리아나 키산 맨디(Haryana Kisan Mandi)

바부고스 (더 프루트 루트)	남아공	220	55루피 (943원)	249루피 (4,270원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)
나악 페어	인도	75	11루피 (189원)	149루피 (2,555원)	서양배	연두색 (조롱박 모양)	벌크 진열 (날개 판매)

자료:인도 신선배 9개 제품 분석 결과

4. 인도 신선배 입점 매장 및 경쟁제품 정보

구르가온⁸⁾

인구	1,514,432명
인구 성장률 ⁹⁾	74.0%
남성 인구	816,690명
여성 인구	697,742명
인구 밀도	1,204명/km ²

▶ 인도 오프라인 매장 총 4곳 방문, 경쟁제품 9개 선정

인도 뉴델리에서 남쪽으로 약 32km 떨어진 구르가온에 위치한 하이퍼마켓, 재래시장 등 4곳을 방문하여 신선배 경쟁제품 9개를 선정함. 구르가온은 하리아나 주에서 두 번째로 큰 도시로 수많은 다국적기업의 공장과 본사 등이 위치하고 있음. 지난 20년동안 도시는 급속한 성장과 변화를 겪으며 인구가 2배 이상 증가하였으며, 현재는 신시가지와 구시가지로 구분되어 발전 중에 있음⁶⁾

▶ 인도 주요 슈퍼마켓 및 재래시장 방문, 경쟁제품 9개 조사

2018년도 인도 하이퍼마켓 시장 점유율이 1위인⁷⁾ 빅바자르(Big Bazaar) 매장과 구르가온에 위치한 하이퍼마켓 스펜서(Spencer's) 및 재래시장인 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블(Muskan Fruit shop and Vegetables), 하리아나 키산 맨디(Haryana Kisan Mandi)를 방문해 경쟁제품 9개에 대하여 조사를 실시함

[표 1.5] 방문 매장 및 지역 특징



자료:Google Map

6) 자료: 맵소브인디아닷컴(mapsofindia.com) 홈페이지 (www.mapsofindia.com)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)

8) 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.)

9) 2001년~2011년 성장률 기준

Shop ① 빅바자르(Big Bazaar)

매장 정보

- 유형 : 하이퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 중산층
- 판매 제품 특징 :
 - ① 'Every Day Low Price'

브랜드
기본 정보

Future Group이 2001년 설립한 하이퍼마켓. 2017년 8월 기준 인도 전역에 256개 점포를 운영하고 있으며 전자제품, 음악, 신발, 의류, 스포츠, 식품 등에 대한 다양한 제품을 판매함

매장 신선배 조사제품 수 : 3건

매장 정보



위치

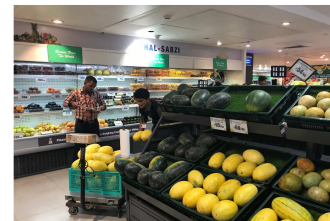
도시(지역)

Gurgaon

상세주소

Basement, Ambience Mall, NH8, Gurgaon, Haryana

신선배 판매 매대 전경

신선배
매대 모습

신선배 판매 제품 정보

신선배
판매 정보

페어 골든 임포티드 (Pear Golden Imported) 페어 그린 임포티드 루즈 (Pear Green Imported Loose) 페어 그린 인디안 (Pears Green Indian)

사진자료: 현지조사원



제품명	페어 골든 임포티드 (Pear Golden Imported)	배 품종	동양배
제조사	B사	배 모양	구형(좌우대칭)
원산지	한국	배 색상	황금색
가격(1kg당)	450루피(7,718원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	362g	판매 형태	날개 판매



제품명	페어 그린 임포티드 루즈 (Pear Green Imported Loose)	배 품종	서양배
제조사	양주(Anjou)	배 모양	조롱박 모양
원산지	미국	배 색상	연두색
가격(1kg당)	320루피(5,488원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	168g	판매 형태	날개 판매



제품명	페어 그린 인디안 (Pears Green Indian)	배 품종	서양배
제조사	비공개	배 모양	조롱박 모양
원산지	인도	배 색상	연두색
가격(1kg당)	159루피(2,727원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	78g	판매 형태	날개 판매

Shop ② 스펜서(Spencer's)

매장 정보

- 유형 : 하이퍼마켓
- 주요 소비자층 :
 - ① 중산층
 - ② 외국인
- 판매 제품 특징 :
 - ① 합리적인 제품 판매

브랜드
기본 정보

1863년에 설립된 식품 하이퍼마켓으로 120개 도시에 5,000명 이상의 직원을 보유하고 있음. 의류, 잡화, 식품, 청과물, 냉동식품 일체를 취급함

매장 신선배 조사제품 수 : 3건

매장 정보



도시(지역)

Gurgaon

위치

상세주소

Mehrauli-Gurgaon Rd, near Metro Station, Sikanderpur, DLF Phase1, Sector 28, Gurugram, Haryana

신선배 판매 매대 전경

신선배
매대 모습

신선배 판매 제품 정보

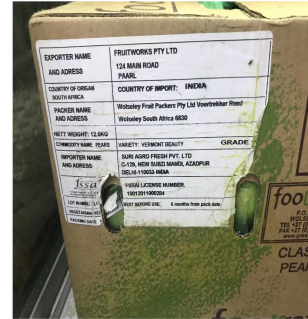
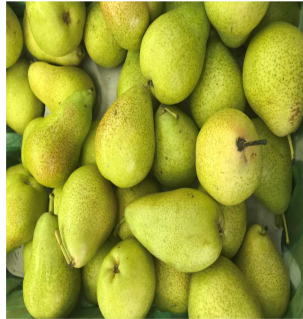
신선배
판매 정보

버몬트 뷰티 페어
(Vermont Beauty Pear)

페어 나스파티
(Pear Naspatti)

페어 나크파
(Pear NakhPar)

사진자료: 현지조사원



제품명	버몬트 뷰티 페어 (Vermont Beauty Pear)	배 품종	서양배
제조사	프루트워크 (Fruitworks)	배 모양	조롱박 모양
원산지	남아공	배 색상	연두색
가격(1kg당)	169루피(2,898원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	158g	판매 형태	날개 판매



제품명	페어 나스파티 (Pear Naspatti)	배 품종	서양배
제조사	비공개	배 모양	조롱박 모양
원산지	인도	배 색상	연두색
가격(1kg당)	69루피(1,183원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	100g	판매 형태	날개 판매



제품명	페어 나크파 (Pear NakhPar)	배 품종	서양배
제조사	비공개	배 모양	조롱박 모양
원산지	인도	배 색상	연두색
가격(1kg당)	189루피(3,241원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	96g	판매 형태	날개 판매

Shop ③ 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블 (Muskan Fruit Shop and Vegetables)

매장 정보

- 유형 : 재래시장
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 품질이 좋은 상품

브랜드 기본 정보



고층아파트 단지 근처에 모여있는 청과물 가게 중 하나로, 주로 인도인들이 애용하고 있음. 정부 마켓보다 작지만 품질은 좋은 상품을 취급하고 있음

매장 신선배 조사제품 수 : 1건

매장 정보



도시(지역)	Gurgaon
상세주소	Hamilton Court road, DLF Phase 5, Gurgaon, Haryana

신선배 매대 모습



신선배 판매 제품 정보

신선배 판매 정보



워싱턴 페어
(Washington Pears)

사진자료: 현지조사원



제품명	워싱턴 페어 (Washington Pears)	배 품종	서양배
제조사	스미스앤넬슨 (Smith & Nelson)	배 모양	조롱박 모양
원산지	미국	배 색상	노란색
가격(1kg당)	200루피(3,430원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	218g	판매 형태	날개 판매

Shop ④ 하리아나 키산 맨디 (Haryana Kisan Mandi)

매장 정보

- 유형 : 재래시장
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 정부에서 운영
 - ② 직거래 제품

브랜드
기본 정보

하리아나주 정부에서 운영하는 청과물 전문매장으로 농산물 직거래 매장임. 주로 인도인들이 이용하며 이곳은 주위에 고층아파트들이 많은 지역에 위치함

매장 신선배 조사제품 수 : 2건

매장 정보



도시(지역)

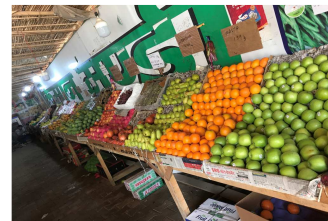
Gurgaon

위치

상세주소

Hamilton Court road, Dlf Phase 5,
Sec 27, Gurgaon, Haryana

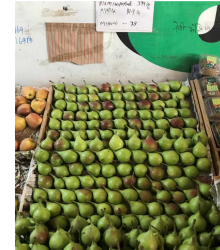
신선배 판매 매대 전경

신선배
매대 모습

신선배 판매 제품 정보

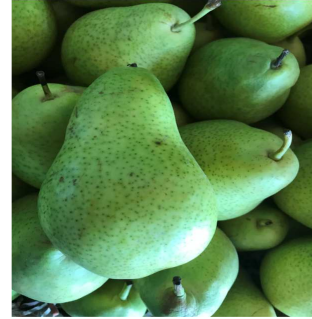
신선배
판매 정보

바부고스
(Babbugos)



나악 페어
(Naak Pear)

사진자료: 현지조사원



제품명	바부고스 (Babbugos)	배 품종	서양배
제조사	더 프루트 루트 (The Fruit Route)	배 모양	조롱박 모양
원산지	남아공	배 색상	연두색
가격(1kg당)	249루피(4,270원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	220g	판매 형태	날개 판매



제품명	나악 페어 (Naak Pear)	배 품종	서양배
제조사	비공개	배 모양	조롱박 모양
원산지	인도	배 색상	연두색
가격(1kg당)	149루피(2,555원)	진열 형태	벌크 진열
배 중량(평균)	75g	판매 형태	날개 판매

II. Competitor

SUMMARY

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



Competitor

(경쟁기업)

인도 (INDIA)

신선배 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁기업 선정 기준

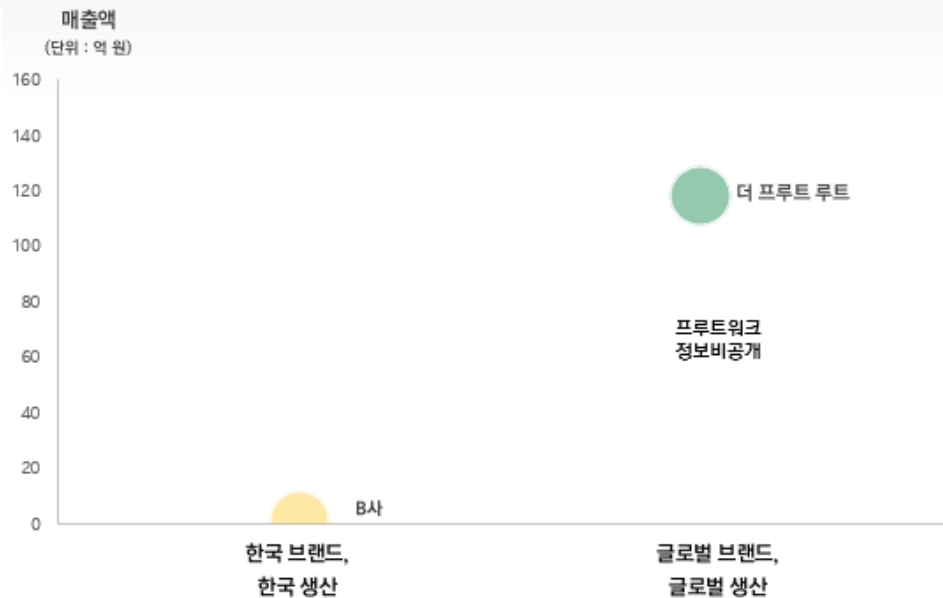
- 경쟁제품 판매 기업체

경쟁기업 분류 기준

- 브랜드 국적
- 원산지

경쟁기업 포지셔닝 기준

- X축 : 브랜드 국적 및 원산지
- Y축 : 매출액(2018년 기준)



인도 (INDIA)

신선배 경쟁기업 분석

■ 한국 경쟁기업
■ 글로벌 경쟁기업

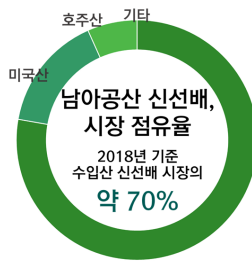
구분	생산업체	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
한국 브랜드, 한국 생산	B사	① 오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 채널 · 배 행사 개최 · 일간지 광고 · 소비자 테스트 · 전시회 참석	· 최고의 계절 과일 (Best Seasonal Fresh Fruits) · 한국산 배 (Pear Produce of Korea) · 달콤하고 과즙이 풍부한 (Sweet and Juicy)	약 1억 원
글로벌 브랜드, 글로벌 생산	더 프루트 루트	① 오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 채널	· 남아공 최고 등급의 과일 (Best Quality Fruits from South Africa)	1,000만 달러 ¹⁰⁾ (약 118억 원)
	프루트워크	① 오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 채널	· 제품 및 포장의 HACCP과 BRC 인증 획득 (All product, and pack houses, meet international standards of good agricultural practices and are accredited with HACCP and BRC certification) · 우수한 서비스와 제품 제공 (quality products and excellent service delivery) · 14년 이상의 풍부한 경험 (has been trading with various key growers over the past fourteen years) · 효율적인 물류 서비스 (provide a reliable and efficient logistical service)	(-)

(*) 현지 판매 신선배 생산업체 3개사 분석

10) 1달러=1,175원 (2019.07.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 인도 신선배 경쟁기업 포지셔닝

수입산 신선배 시장 점유율¹²⁾



(*) 2016년 시장 점유율의 70%를 차지하던 중국산 신선배는 2017년 6월부터 유해성 상의 문제로 수입금지조치가 내려짐. 현재, 인도는 중국산 신선배 수입을 위한 검토 중인 것으로 나타남¹³⁾

▶ 신선배 경쟁기업 중 한국산 신선배 수출 기업, 경쟁기업으로 선정

인도 신선배 경쟁기업 분석을 위해, 오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 9개 중 기업 정보를 공개하지 않는 현지 업체 4개를 경쟁기업 선정에서 제외함. 잔여 5개사 중, 고객사의 신선배와 유사한 제품을 인도에 수출 중인 한국 기업 B사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 수입 신선배 시장 점유율 반영, 남아공 기업 2개사 경쟁기업으로 선정

현지 시장성을 반영한 경쟁기업 선정을 위하여, 인도의 수입산 신선배 시장 점유율을 확인함. 2018년 기준, 수입산 신선배의 시장 점유율은 남아공산 신선배가 70%, 미국산 신선배가 14%로¹¹⁾, 잔여 4개사 중 남아공에서 인도로 신선배를 수출하는 더 프루트 루트(The Fruit Route)와 프루트워크(Fruitworks)를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 매출액 조사

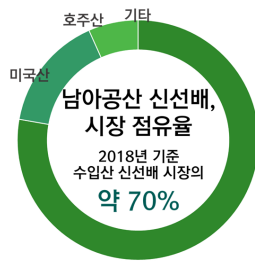
인도 신선배 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 기업규모를 비교하기 위해 2018년 기준 매출액을 대표 비교지표로 선정, 매출액을 조사하여 비교함. 프루트워크(Fruitworks)의 경우, 매출액의 규모가 공시되어 있지 않아 매출액 비교에서 제외함. 2018년 기준 매출액은 B사가 약 1억 원, 더 프루트 루트(The Fruit Route) 약 118억 원을 기록함

11) 자료: 비즈니스라인(BusinessLine), 「India agrees to review ban on import of china apples」, 2019.05.21.

12) 자료: USDA Foreign Agricultural Service, 「Gain Report; India Fresh Deciduous Fruit Annual 2018」, 2018.11.14.

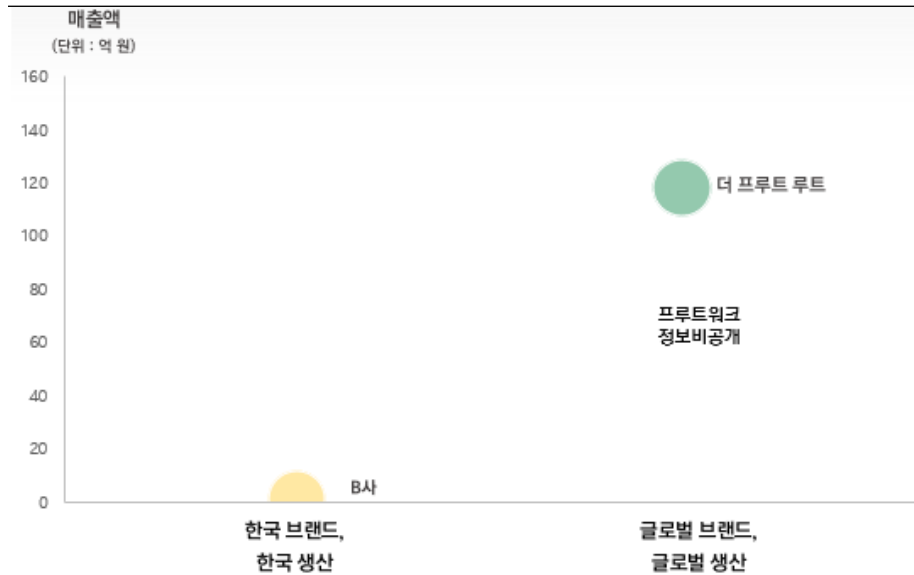
13) 자료: 비즈니스라인(BusinessLine), 「India agrees to review ban on import of china apples」, 2019.05.21.

수입산 신선배 시장 점유율¹⁴⁾



(*) 2016년 시장 점유율의 70%를 차지하던 중국산 신선배는 2017년 6월부터 유해성 상의 문제로 수입금지조치가 내려짐. 현재, 인도는 중국산 신선배 수입을 위한 검토 중인 것으로 나타남¹⁵⁾

[표 2.1] 인도 신선배 경쟁기업 시장 포지셔닝



경쟁사	브랜드 국적			원산지 위치			매출액(2018년 기준)
	인도	한국	글로벌	인도	한국	글로벌	
B사		○			○		약 1억 원
더 프루트 루트			○			○	1,000만 달러(약 118억 원)
프루트워크			○			○	-

자료: 현지 판매 신선배 생산업체 3개사 분석 결과

14) 자료: USDA Foreign Agricultural Service, 「Gain Report; India Fresh Deciduous Fruit Annual 2018」, 2018.11.14.

15) 자료: 비즈니스라인(BusinessLine), 「India agrees to review ban on import of china apples」, 2019.05.21.

2. 인도 신선배 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 3개사, 오프라인 매장 진출

경쟁기업 3개사 모두 온라인 매장에는 진출하지 않고, 오프라인 매장을 통해 판매를 진행하고 있는 것으로 확인됨. 경쟁기업들은 주로 빅바자르(Big Bazaar)등 하이퍼마켓과 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블(Muscan Fruit and Vegetable Shop)과 같은 현지인의 방문이 많은 재래시장에 진출해 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사 중 2개사, 홍보 채널로 SNS 플랫폼 활용

경쟁기업 3개사 중 2개사는 홍보 채널로 SNS 플랫폼을 활용하고 있음. 페이스북, 링크드인 등 SNS 채널을 통해 제품과 기업 이미지를 알리고 있으며, 특히 한국의 B사는 오프라인 소비자 행사, AAHAR FAIR 전시회 참석 등을 통해 인도 판로개척에 힘을 쏟고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 제품의 품질 등 상품성 홍보

경쟁기업은 신선배의 품질에 대한 점을 가장 강조하고 있음. B사의 경우 풍부하고 달콤한 과즙, 더 프루트 루트(The Fruit Route)와 프루트워크(Fruitworks)는 최고 등급의 과일, 우수한 제품임을 강조하고 있음. 특히, 프루트워크는 오래된 업력과 함께 획득한 인증을 통한 신선배의 안전성을 강조하고 있음

[표 2.2] 인도 신선배 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액 (2018년 기준)
B사	① 오프라인	- 자사 홈페이지 - SNS 채널 - 배 행사 개최 - 일간지 광고 - 소비자 테스트 - 전시회 참석	- 최고의 계절 과일 - 한국산 배 - 달콤하고 과즙이 풍부한	약 1억 원
더 프루트 루트	① 오프라인	- 자사 홈페이지 - SNS 채널	남아공 최고 등급의 과일	1,000만 달러 (약 118억 원)
프루트워크	① 오프라인	- 자사 홈페이지 - SNS 채널	- HACCP 및 BRC 인증 - 우수한 서비스와 제품 제공 14년 이상의 경험 - 효율적인 물류 서비스	(-)

자료:현지 판매 신선배 생산업체 3개사 분석 결과

3. 인도 신선배 경쟁기업 분석

① B사

기업명		B사		
위치		충청남도 아산시		
기업 기본 정보		매출액('18)	약 1억	
	규모	당기순이익('17)	153만 4,000원	
	설립년도		2010년	
기업 진출 채널	〈오프라인〉 빅바자르		제품명	수입산 골든페어
			품종	남방형 동향배
			가격 (1kg당)	450루피(7,718원)
			원산지	한국
기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지 • SNS 채널(페이스북) • 배 행사 개최 (Enjoy K-Pear, Explore the Taste of Korea) • 주요 일간지 광고 • 소비자 테스트마케팅 • 인도 식품박람회 참가 (AAHAR FAIR)		
홍보 문구		• 최고의 계절 과일 (Best Seasonal Fresh Fruits) • 한국산 배 (Pear Produce of Korea) • 달콤하고 과즙이 풍부한 (Sweet and Juicy)		

자료: B사 홈페이지

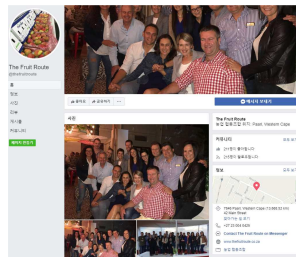
사진자료: B사 홈페이지



② 더 프루트 루트(The Fruit Route)

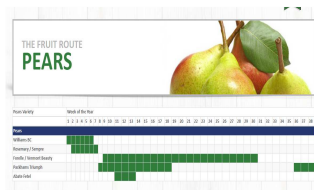
기업 기본 정보	기업명	더 프루트 루트(The Fruit Route)	
	홈페이지	www.thefruitroute.co.za	
	위치	Omnipark, Second Floor, Corner of Main Street & Zion Street, Paarl, 7646, South Africa	
	매출액('18)	1,000만 달러 ¹⁶⁾	(118억 4,000만원)
	규모	직원수	1~10 명
	설립년도	2012년	

기업 진출 채널	〈오프라인〉 하리아나 키산 맨디		제품명	바부고스(Babbugos)
			품종	서양배
			가격 (1kg당)	249루피(4,270원)
			원산지	남아공

기업
홍보 채널

- 자사 홈페이지
- SNS 채널(페이스북)

홍보 문구



- 남아공 최고 등급의 과일
(Best Quality Fruits from South Africa)

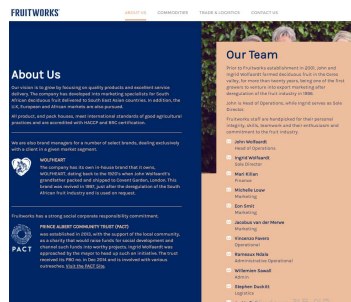
자료: 더 프루트 루트(The Fruit Route) 홈페이지
 사진자료: 더 프루트 루트(The Fruit Route) 홈페이지

16) 자료: 푸드1(Food1) (www.food1.com) 더 프루트 루트 기업정보 참조



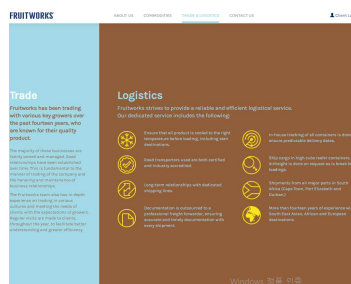
③ 프루트워크(Fruitworks)

기업 기본 정보	기업명	프루트워크(Fruitworks)	
	홈페이지	www.fruitworks.co.za	
	위치	124 Main Road, Paarl 7646, South Africa	
	규모	직원수	11~50명
기업 진출	〈오프라인〉 스펜서	설립년도	2001년
		제품명	버몬트 뷰티 페어 (Vermont Beauty Pear)
		품종	서양배
		가격 (1kg당)	169루피(2,898원)
		원산지	남아공

기업
홍보 채널

- 자사 홈페이지
- SNS 채널(링크인)

홍보 문구



- HACCP 및 BRC 인증 획득
- 우수한 서비스 제공 및 제품 제공
- 14년 동안 다양한 고객들과 거래
- 동남아시아, 아프리카 및 유럽 시장에서 14년 이상의 경험
- 효율적인 물류 서비스 제공

자료: 프루트워크(Fruitworks) 홈페이지
 사진자료: 프루트워크(Fruitworks) 홈페이지

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health)

Interview ② 엠지알 프루트(MGR Fruits)

Interview ③ 엔지케이 트레이딩(NGK Trading)



Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

인도 (INDIA)

신선배 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 신선배 취급 경험 ○

	프레쉬 포 헬스 (Fresh for Health)	엠지알 프루트 (MGR Fruits)	엔지케이 트레이딩 (NGK Trading)
업체 ▶	(수입유통업체)	(과일 도매업체)	(수입유통업체)
신선배 취급 ▶			
	신선배	신선배	신선배

사진자료: 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health), 엠지알 프루트(MGR Fruits),
엔지케이 트레이딩(NGK Trading) 홈페이지

인도(INDIA)

신선배 바이어 인터뷰

	프레쉬 포 헬스(Fresh for Health) (수입유통업체)	엠지알 프루트(MGR Fruits) (과일 도매업체)	엔지케이 트레이딩(NGK Trading) (수입유통업체)
제품 가격 ¹⁷⁾	1kg당 1달러 이하 (1,175원 이하)	1kg당 1~1.5달러 (1,175~1,763원)	12.5kg에 20~21달러 (23,500~24,675원)
제품 종류	남아프리카, 미국, 칠레, 이탈리아, 이집트산	미국산, 남아프리카산	남아프리카, 미국, 아르헨티나산
제품 포장	종이상자 에 담아 포장	종이상자 에 담아 포장	대량 판매는 종이상자 이용, 소량 판매는 플라스틱 봉투 이용

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 3개사

17) 1달러=1,175원 (2019.07.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health)



18)

프레쉬 포 헬스
(Fresh for Health)

전문가 소속

프레쉬 포 헬스
(Fresh for Health)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Ojha
(Director)



Fresh for Health Director, Mr. Ojha

프레쉬 포 헬스는 2015년에 설립된 청과물 유통업체로, 사과, 바나나, 오렌지, 배, 키위, 양파 등 다양한 청과물을 취급 중에 있음. 본사는 Mumbai에 위치하고 있으며, 인도 전역의 도매 업체로 청과물을 유통함. 개별 소비자를 상대로 상품을 판매하지 않고, 오직 도매 업체를 상대로 대량 납품만 진행하고 있음. 배의 경우, 수입산만 취급하며 남아프리카, 미국, 칠레, 이탈리아, 이집트로부터 수입하고 있음. 인도 내 월마트(Walmart)의 주요 신선배 공급업체임. 자사 홈페이지를 통해 취급하는 상품의 목록과 원산지 등 상세정보를 제공하고 있으며, 페이스북과 트위터 등의 SNS 채널을 통해 자사 정보와 제품을 홍보하고 있음

18) 사진자료: 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health) 홈페이지 (www.freshforhealth.in)

Q1. 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

여러 종류의 수입산 신선배를 판매하고 있습니다. 원산지에 따라 신선배의 가격은 상이하지만, 대부분 1kg에 소매가 1달러(1,175원)로 판매하고 있습니다. 거의 모든 가게의 신선배 가격은 비슷한 수준으로 형성되어 있습니다. 인도 내 다른 업체와 가격 경쟁에서 밀리지 않기 위해서는 신선배 1kg당 1달러(1,175원) 이하로 매매해야 합니다.

Q2. 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

판매되는 제품은 종이상자에 포장되어 있습니다. 저희가 따로 재포장하는 것이 아니라, 생산업체에서 각 과일에 라벨을 부착 및 10~12 g씩 종이 상자에 담아 납품합니다. 저희는 공급받은 상태 그대로 판매하고 있습니다. 과일에 라벨이 부착되어 있다고 해서 소비자들이 더 선호하는 것은 아닙니다. 인도 내 소비자들은 신선배의 라벨에 크게 신경 쓰지 않습니다. A사 신선배 상품에도 별도의 라벨이 없지만, 따로 제작하여 부착할 필요는 없습니다.

Q3. 제품의 수요가 어떻게 되나요?

인도 내 소비자들은 남아프리카산과 미국산 신선배를 가장 선호하며, 중국산 배의 수요가 가장 낮습니다. 중국산 배는 다른 수입산 배와 비교했을 때 품질이 가장 떨어집니다. 그리고 고객들은 신선배를 고를 때 상품의 모양과 색을 중시하며, 최근 들어 신선배의 향도 고려하는 소비자가 늘어났습니다. 신선배는 둥글고 당도가 높을수록 인기가 많습니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 남아프리카, 미국, 칠레, 이탈리아, 이집트로부터 신선배를 수입하고 있습니다. 수입산 신선배의 가격은 적당한 편이지만, 배송 소요시간이 문제가 됩니다. 인도와 거리가 먼 국가들과 거래하다보니, 신선배가 업체에 도달하기 까지 꽤나 오랜 시간이 걸립니다. 저희도 문제를 해결하고자 많은 업체들과 거래를 해보았으나, 아직까지 만족스러운 업체를 발견하지 못했습니다.

Interview ② 엠지알 프루트(MGR Fruits)



19)

엠지알 프루트(MGR Fruits)

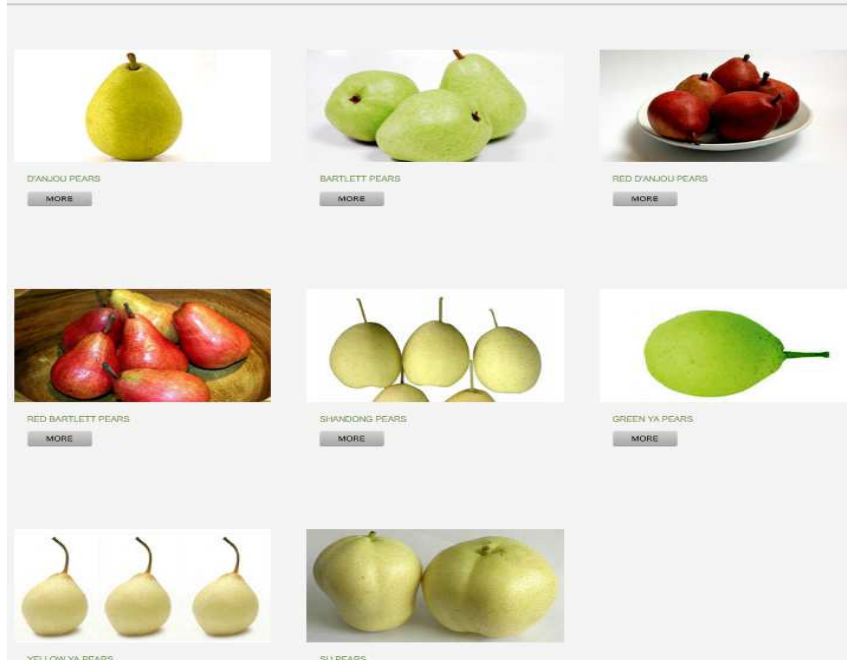
전문가 소속

엠지알 프루트
(MGR Fruits)
과일 도매업체

전문가 정보

Mr. Chadha
(Chairman)

Pears



MGR Fruits

Chairman, Mr. Chadha

엠지알 프루트는 1985년 설립된 과일 도매업체로, 사과, 배, 포도, 복숭아, 바나나, 딸기 등의 다양한 과일을 취급 중에 있음. 여러 수입산 과일 중에서도 태국산 과일을 중점적으로 판매하고 있으며, 신선배의 경우 미국과 남아프리카로부터 수입하여 판매함. 인도 내 빅바자르(Big Bazaar), 빅 애플(Big Apple), 마더 데어리(Mother Dairy) 등 여러 업체의 주요 과일 공급처임. 자사 홈페이지를 통해 취급하는 모든 과일의 영양 성분, 원산지 등의 상세정보를 제공하고 있으며, 페이스북, 트위터 등의 SNS 채널을 통해 자사를 홍보하고 있음

19) 사진자료: 엠지알 프루트(MGR Fruits) 홈페이지 (www.mgrfruits.com)

Q1. 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

일반적으로 신선배의 가격은 1kg에 1~1.5달러(1,175~1,763원)입니다. 하지만 신선배도 다양한 종류가 있기 때문에, 종류에 따라 가격은 조금씩 달라집니다. 중국산 배는 다른 수입산 신선배에 비해 가격이 저렴한 편이지만, 현재 인도에서는 중국산 신선배를 취급하고 있지 않아서 미국산과 남아프리카산 신선배만 판매하고 있습니다.

Q2. 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

공급받는 신선배는 14kg씩 종이상자에 담겨져 있으며, 한 상자에 대략 25~35개의 신선배가 있습니다. 상자의 겉면에는 상자의 무게와, 원산지, 브랜드명, 업체명 등이 표기되어 있습니다. 하지만 인도 내 소비자들은 포장 형태를 크게 신경 쓰지 않기 때문에, 되도록 저렴한 포장지를 사용하는 것이 좋습니다. 비싼 포장지는 오히려 상품의 가격을 높여 수요를 떨어뜨릴 수 있습니다. 취급하는 신선배의 품질과 맛이 좋다면 포장 형태와 상관없이 소비자들이 선호할 것입니다.

Q3. 제품의 수요가 어떻게 되나요?

소비자들은 가격이 저렴한 신선배를 선호합니다. 저희 업체에서도 저렴한 신선배의 수요가 가장 높습니다. 소비자들은 배의 모양과 색, 맛 등을 고려하여 상품을 구매하며, 최근 들어 어떠한 화학 약품을 사용했는지, 어디서 어떻게 보관되고 있는지도 꼼꼼히 따지는 편입니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 미국과 남아프리카로부터 신선배를 수입하여 판매하고 있습니다. 이전에는 중국에서도 수입하여 판매했는데, 중국산 신선배는 가격이 저렴하지만 인도에 도착하기까지 시간이 오래 걸려 불편했던 기억이 있습니다. 수입산 상품은 빠르게 납품될 수 있어야 인도 내 많은 업체들이 선호할 것입니다. 저희는 수입한 신선배를 주로 마트나 호텔로 대량 납품하고 있습니다.

Interview ③ 엔지케이 트레이딩(NGK Trading)



20)

엔지케이 트레이딩
(NGK Trading)

전문가 소속

엔지케이 트레이딩
(NGK Trading)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Renna
(Marketing Manager)NGK Trading
Marketing Manager, Mr. Renna

엔지케이 트레이딩은 1999년 설립된 수입유통업체로, 사과, 포도, 배, 체리, 오렌지 등 다양한 종류의 과일을 취급 중에 있음. 신선배는 미국과 남아프리카에서 수입하고 있으며, 그 외 품종은 칠레, 페루, 뉴질랜드, 이탈리아, 호주 등에서 수입하고 있음. 콜카타, 델리, 뭄바이, 하이데라바드, 방갈로르에 창고를 보유하여, 아메다바드, 푸네, 코임바토레, 파트나 등 인도의 주요도시로 과일을 납품하고 있음. 현재 유통 외에도 구르가온에서 개별소비자들을 상대로 과일을 판매할 매장을 준비 중에 있음. 자사 홈페이지에 취급하는 제품의 원산지, 업체가 제공하는 서비스 등의 정보를 제공하고 있으며, 페이스북, 인스타그램, 유튜브등 다양한 SNS 채널을 통해 자사를 홍보하고 있음

20) 사진자료: 엔지케이 트레이딩(NGK Trading) 홈페이지 (www.ngktrading.com)

Q1. 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

현재 저희는 미국산과 남아프리카산 신선배를 취급 중에 있으며, 가격은 평균적으로 12.5kg에 20~21달러(23,500~24,675원) 입니다. 원래 중국산 신선배의 가격이 가장 저렴해 수요가 높았었는데, 현재 인도 내 중국산 배의 수입이 금지되어 있어서 일시적으로 판매를 중단한 상태입니다. 수입 제한 조치가 사라지면 다시 중국산 신선배를 판매할 계획입니다.

Q2. 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

신선배를 대량 판매할 경우 종이상자를 이용해 포장하고 있으며, 소량 판매할 경우 플라스틱 봉투에 담아 판매하고 있습니다. 대부분 마트에서는 플라스틱 봉투를 이용해 포장하는 경우가 대부분입니다. 종이상자에는 신선배의 브랜드 명과 업체명이 적혀있습니다. 모든 미국산 상품에는 개별 과일마다 스티커가 부착되어 있으며, 남아프리카산 몇 개의 상품에도 스티커가 붙어있습니다. 인도 내 사람들은 저렴한 신선배를 선호하지만, 스티커가 부착된 신선배는 고품질이라는 인식이 있어서 스티커가 있는 상품도 선호하는 편입니다.

Q3. 제품의 수요가 어떻게 되나요?

인도 내 중국산 신선배의 판매가 중단되면서 남아프리카산 신선배의 수요가 급증했습니다. 소비자들은 신선배를 구매할 때 크기와 색을 고려하여 상품의 품질을 확인합니다.

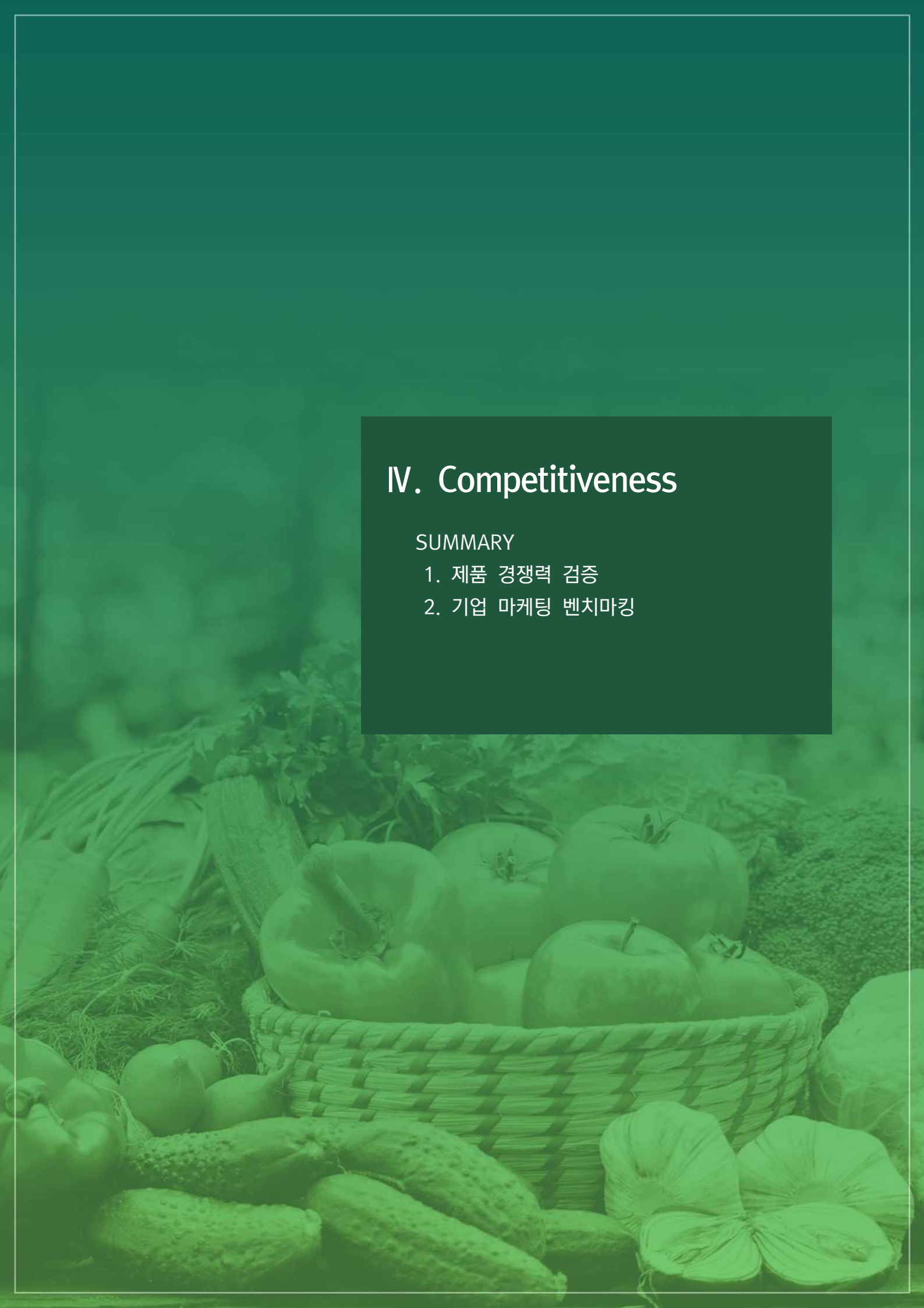
Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 국가별 신선배 생산시기에 따라 신선배를 수입하고 있습니다. 10월~2월까지는 미국산 신선배를 판매하고 있으며, 2~8월까지는 남아프리카산 신선배를 판매합니다. 원래는 8~12월에 중국산 신선배를 판매했었는데 이제는 판매하고 있지 않으며 대신 아르헨티나에서 신선배를 수입하고 있습니다. 아직 한국산 배는 취급해본 경험이 없습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹



Competitiveness

(경쟁력 파악)

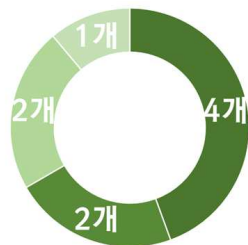
인도 (INDIA) - 제품 경쟁력 검증

인도산 신선배 수입산 신선배 한국산 신선배 | 경쟁제품 평균

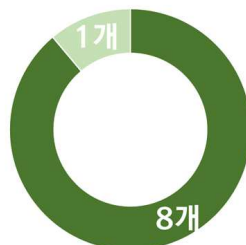
경쟁력 평가 의견²¹⁾



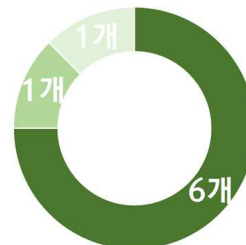
제품
경쟁력



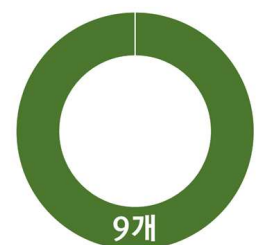
경쟁제품 9개 중
 4개 인도 현지산,
 2개 미국산,
 2개 남아공산,
 1개 한국산



경쟁제품 9개 중
 8개 동양배,
 1개 서양배



경쟁제품 9개 중
 6개 연두색,
 1개 황금색,
 1개 노란색



경쟁제품 9개,
 모두 날개 판매,
 벌크 진열

인도 (INDIA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 3개사 모두 오프라인 채널 진출. 고객의 접근성 고려, 하이퍼마켓, 재래시장 에 진출	경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 활용	‘풍부한 과즙’, ‘최고의 등급’ 등 문구 활용하여 제품의 상품성 강조

21) 1루피=17.15원 (2019.07.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

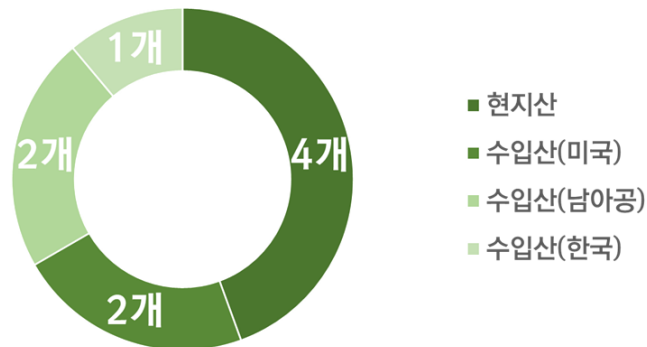
1. 제품 경쟁력 검증

1) 신선배 원산지

▶ 경쟁제품 9개 중 4개 현지산, 5개 수입산

인도에 판매되고 있는 경쟁제품 9개의 원산지는 인도 4개, 수입산 5개(한국산 1개 포함)로 나타남. 한국산을 제외한 수입산 4개 제품은 미국산과 남아공산이 각각 2개씩인 것으로 나타남. 미국 농무부 유에스디에이(USDA)에 따르면, 현지 히마찰프라데시(Himachal Pradesh) 등 현지에서 신선배를 재배하고 있지만 신선배 소비자들의 수요를 따라가지 못하여 수입 비중이 증가하고 있음. 또한, 2017년 저렴한 가격으로 시장의 70%를 차지했던 중국산 신선배의 수입이 금지되면서, 남아공 신선배의 수입 비중은 점차 증가하는 추세에 있음

[표 3.1] 인도 신선배 원산지 분석



2) 소비자 판매 가격

▶ 경쟁제품 9개 1kg당 평균 가격, 217루피(3,722원)

인도 신선배 경쟁제품 9개를 대상으로 확인한 인도에서의 1kg당 신선배 평균 가격은 217루피(3,722원)로 나타났으며, 해당 가격은 신선배의 원산지에 따라 차이가 나는 것으로 나타남. 현지산의 1kg당 평균 가격은 142루피(2,435원), 수입산 235루피(4,030원)로 판매되고 있으며, 한국산 신선배 가격은 450루피(7,718원)로 조사됨

경쟁제품(원산지)

- ① 페어 나스파티(인도)
- ② 나약 페어(인도)
- ③ 페어 그린 인디안(인도)
- ④ 페어 나크파(인도)
- ⑤ 버몬트 뷰티 페어(남아공)
- ⑥ 워싱턴 페어(미국)
- ⑦ 페어 그린 임포르드 루즈(미국)
- ⑧ 바부고스(남아공)
- ⑨ B사(한국)

[표 3.2] 인도 신선배 소비자 판매 가격 분석

단위 : 루피/1kg

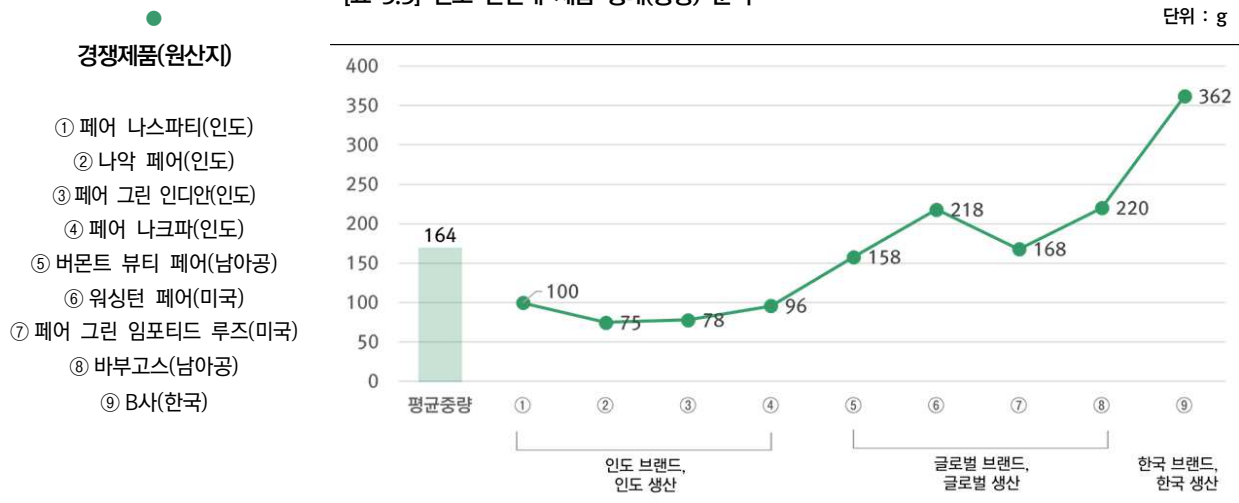


3) 제품 형태(중량)

▶ 경쟁제품 9개 중 3개, 플라스틱 상자에 판매

경쟁제품 9개의 신선배 1개당 평균 중량은 164g으로 나타났으며, 신선배 중량도 원산지에 따라 차이가 있는 것으로 나타남. 현지산 4개 경쟁제품의 평균 1개당 중량은 87g으로 가장 가벼운 것으로 나타났으며, 수입산(미국·남아공)의 평균 중량이 191g, 한국산은 362g으로 가장 무게가 나가는 것으로 조사됨

[표 3.3] 인도 신선배 제품 형태(중량) 분석

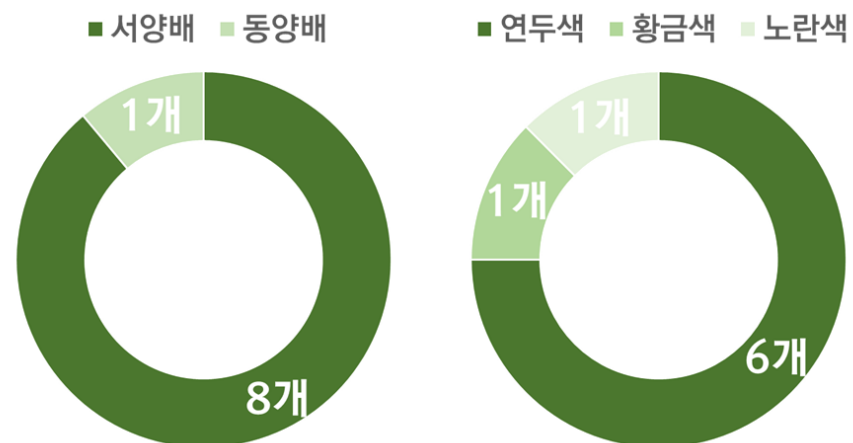


4) 제품 형태(품종, 색상)

▶ 경쟁제품, 약 89% 서양배 품종 / 약 78% 연두색 색상

현지에서 판매되고 있는 경쟁제품 9개 중 한국산을 제외한 8개의 제품은 모두 서양배 품종으로, 모두 조롱박 모양을 보유하고 있음. 또한, 경쟁제품 9개 제품 중 7개 제품은 연두색을 띄고 있으며, 한국산 제품 1개는 황금색, 미국산 제품 1개는 노란색을 띄고 있는 것으로 확인됨

[표 3.4] 인도 신선배 제품 형태(품종, 색상) 분석



5) 판매 형태 (진열 및 포장)

▶ 경쟁제품, 모두 날개포장 및 벌크 진열되어 판매 중

판매되고 있는 신선배 경쟁제품 9개의 판매 형태를 조사한 결과 모두 날개로 포장 및 벌크 진열되어 판매되고 있음. 무스칸 프루트 샵 앤 베지터블(Muskan Fruit Shop and Vegetables) 등 재래시장 뿐만이 아니라 빅바자르(Big Bazaar) 등 대규모 하이퍼마켓에서도 신선배는 날개로 포장, 벌크 진열되어 판매 중임

[표 3.5] 인도 신선배 판매 형태(진열 및 포장) 분석

경쟁제품(생산업체)	판매 형태	진열 형태
페어 나스파티	날개 판매	벌크 진열
나악 페어	날개 판매	벌크 진열
페어 그린 인디안	날개 판매	벌크 진열
페어 나크파	날개 판매	벌크 진열
버몬트 뷰티 페어 (프루트워크)	날개 판매	벌크 진열
워싱턴 페어 (스미스 앤 벨슨)	날개 판매	벌크 진열
페어 그린 임포티드 루즈 (양주)	날개 판매	벌크 진열
바부고스 (더 프루트 루트)	날개 판매	벌크 진열
페어 골든 임포티드 (B사)	날개 판매	벌크 진열

2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 3개사, 소비자들에게 접근성 좋은 오프라인 매장에서 판매 중

신선배 경쟁기업 3개사는 모두 오프라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. B사와 프루트워크(Fruitwork)는 하이퍼마켓인 빅바자르(Big Bazaar)와 스펜서(Spencer's)에 각각 입점해 있음. 더 프루트 루트(The Fruit Route)는 재래시장인 하리아나 키산 맨디에서 판매 중에 있음. 미국수출조연구구 익스포트(Export.gov)에 따르면, 인도에 수입된 신선과일 대부분은 현지 소매 채널을 통하여 소비자들에게 접근성이 좋은 길거리, 재래시장 등에서 판매되고 있음²²⁾

[표 3.6] 인도 신선배 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		
	빅바자르	스펜서	하리아나 키산 맨디
B사	0		
프루트워크		0	
더 프루트 루트			0

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 3개사 모두 SNS 플랫폼의 적극적 홍보

인도에 진출한 경쟁기업 3개사는 모두 자사 홈페이지와 SNS를 통해 제품과 기업을 홍보하고 있음. SNS 계정은 페이스북, 링크드인 등을 운영하고 있음. 더 프루트 루트(The Fruit Route)의 경우, 지역사회공헌활동을 통해 기업 이미지 제고에 노력하고 있는 것으로 나타남

[표 3.7] 인도 신선배 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼		오프라인		
		페이스북 인스타그램	기타 SNS	활동 (사회공헌활동 등)	전시회	기타
B사	0	0		0	0	0
프루트워크	0	0				
더 프루트 루트	0		0 (링크드인)	0		

22) 자료: 익스포트(Export.gov) 홈페이지 (www.export.gov)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. USDA Foreign Agricultural Service, 「Gain Report; India Fresh Deciduous Fruit Annual 2018」, 2018.11.14.

■ 참고 사이트

1. 더 프루트 루트 홈페이지 (www.thefruitroute.co.za)
2. 맵소브인디아닷컴 홈페이지 (www.mapsofindia.com)
3. 비즈니스라인 홈페이지 (www.thehindubusinessline.com)
4. 스펜서 홈페이지 (www.spencersonline.com)
5. 엔지케이 트레이딩 홈페이지 (www.ngktrading.com)
6. 엠지알 프루트 홈페이지 (www.mgrfruits.com)
7. 유로모니터 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
8. 익스포트 홈페이지 (www.export.gov)
9. Census (www.census2011.co.in)
10. 빅바자르 홈페이지 (www.bigbazaar.com)
11. 중소기업 현황정보 시스템 (www.sminfo.mss.go.kr)
12. 프레쉬 포 헬스(Fresh for Health) 홈페이지 (www.freshforhealth.in)
13. 프루트워크(Fruitworks) 홈페이지 (www.fruitworks.co.za)
14. 한국무역협회 (www.kita.net)
15. 푸드1 (www.food1.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

