

2017

신흥시장 클로즈업

인도

농식품 수출의 새로운 기회



2017

신흥시장 클로즈업

인도

농식품 수출의
새로운 기회



농식품 수출의 새로운 기회

CONTENTS

India





요약	6
-----------	---

Part I 국가 일반 현황

1. 국가 개황	22
2. 경제 및 무역	26
3. 농업	29
4. 물류	30

Part II 농식품 시장 동향

1. 생산 동향	36
2. 유통 동향	40
3. 소비 동향	57
4. 수출입 동향	64
5. 식품 정책 동향	67
6. 한국 식품 동향	69

Part III 수입통관 제도

1. 수입통관	76
2. 동식물 검역	84
3. 라벨링	87
4. 진입장벽	91

Part IV 식품 위생 제도

1. 식품 관련 인증제도	96
2. 식품첨가물 및 유해물질 규정	102

Part V 상표 출원 및 특허 규정

1. 상표권 및 특허권 개요	106
2. 상표권 및 특허권 출원 방법	109
3. 분쟁 사례	118

부록	122
-----------	-----

| 요약 |



□ 국가 일반현황

- (국가개황) 인도는 인구 약 13억 명으로 세계 2위, 2050년 세계 1위의 인구 대국으로 성장 전망, 민족은 아리안족(72%), 드라비다족(25%), 몽골족 및 기타(3%)로 구성
 - 종교는 힌두교 약 80%, 이슬람교 약 13%, 기독교 약 2%, 시크교 약 2%, 불교 약 1% 임
 - 국토 면적은 세계 7위로, 29개 주와 7개의 연방 직할지로 구성
- (경제 및 무역) GDP 2조 2,887억 달러로 세계 6위, 1인당 1,747 달러로 세계 143위임. 2014년부터 연평균 경제성장률 7%에 진입, 제조업 육성을 통한 경제 발전을 위해 Make in India 정책 적극 추진
 - Make in India 정책 중 조세통합정책(GST : Goods and Service Tax)은 주별로 상이한 간접세 통합 정책으로 2017년 7월 시행 예정, 관세율 또한 변경
 - 석유 및 광물 자원 등에 수입의존도가 높아 만성적인 무역수지 적자였으나 2015년 유가하락으로 인해 적자 완화
 - * (2012) △199,411백만 USD, (2014) △141,824, (2016) △96,377
- (농업) GDP의 17% 차지. 주로 향신료, 낙농, 차, 캐슈, 황마 등이며 이외에 밀, 쌀, 과일 및 채소, 사탕수수, 목화, 유지종자 등을 생산
- (물류) 전 세계 160개국 중 인프라 부족으로 인해 물류 경쟁력 35위로 열악. 특히 냉장체인인 경우 인도에서 생산되는 식품의 11%만 보관 가능하며, 냉장체인 전문 업체는 10% 미만. 정부는 냉장체인 개발을 위해 2012년 콜드체인개발센터를 설립하여 식품 가공 인프라 형성, 냉동 저장고 및 시설 증설 등의 프로젝트 진행
 - 육상은 인도내 총 물량의 63% 이상을 담당. 하지만 사업자가 영세하여 75%의 트럭 소유주가 5대 미만의 차량 운영. 다수의 중개자로 인한 중복 수수료 책정. 열악한 도로 상황, 화물 관리 시스템 부족 및 복잡한 행정절차로 인해 트럭 운송의 경우 시간당 13마일(약 20km), 하루 약 125마일(약 201km)정도 이동
 - 해상운송은 뭄바이 항과 첸나이 항이 수출입에 활발히 이용. 그 외의 항구들은 시설이 선진화되어 있지 않아 물량 적체 및 통관 지연 등의 문제 발생
 - 항공은 국제운송의 경우 뭄바이, 델리, 첸나이, 콜카타, 뱅갈루루, 하이데라바드 등을 통해 운송. 정부는 2050년까지 현재 약 122개의 공항을 250개로 증설하기 위해 적극적으로 외자 유치 중

□ 농식품 시장 동향

- (생산동향) 세계적인 육류 및 야채 생산 국가로 2015년 기준 물소 고기 생산 세계 2위, 육계 생산 세계 3위. 2015년 동안 86백만 톤의 과일과 167백만 톤의 야채를 생산¹⁾

» 농축산 부문 생산량과 세계 점유율 및 순위(2015)

단위: 백만 톤, %

구분	생산량	세계 점유율	세계 순위
우유(소&물소)	141.1	17.0	1
두류	17.2	21.0	1
물소 고기	1.4	42.8	1
바나나	28.1	27.8	1
망고 및 구아바	22.7	39.0	1
차	1.1	28.0	2
수도(水稻)	104.8	22.0	2
사탕수수	359.3	21.0	2
밀	88.9	15.1	1

출처: IBEF(www.ibef.org)

- 소득의 상승, 빠른 도시화와 젊은 인구 및 핵가족화 등에 힘입어 수요가 “건강”과 “편리함”으로 이동. 기업들의 생산전략이 탄수화물 함량이 낮고 콜레스테롤이 적은 웰빙 식품생산에 중점

» 가공식품 생산량

단위: 천 톤

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
제과 제빵	2,876	2,969	3,078	3,179	3,301	3,408
과자류	315	363	405	449	491	539
유제품	15,451	16,439	17,427	18,489	19,705	20,958
가공 과일 및 채소	54	61	69	78	89	100
가공 육류 및 수산물	8	9	11	13	16	19
쌀, 파스타 및 면류	1,944	2,158	2,395	2,672	2,838	3,296
소스류	353	390	430	477	530	586
합계	28,185	30,752	33,482	36,338	39,521	43,185

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: “Packaged Food In India”, Euromonitor International, 2017

- (유통동향) 식품 유통은 KIRANA와 같은 전통적 식품 소매업체가 약 90% 이상 차지. 현대적 유통채널의 경우 소득의 증가 및 도시화에 따라 점차 성장 중

- 온라인의 경우 2014년부터 매출액이 지속적으로 성장, 2016년은 전년대비 약 43% 가량 매출액이 증가

1) “Food Processing 2016”, IBEF, 2016

- 현대적 유통채널의 경우 글로벌 업체 보다 인도계 업체들의 기반이 탄탄하며, 대표적으로 인도계 Big Bazaar, Food hall, Reliance Fresh, Spencer's, More, D-mart, 글로벌 업체는 Spar 등이 있음
- 수입 신선농산물 및 가공식품, 글루텐 프리와 당뇨병 환자도 먹을 수 있는 제품 등의 웰빙 식품은 Food Hall 과 같은 고급 식료품점을 중심으로 판매되고 있음

» 식료품 유통채널별 매출 추이

단위: 십억 INR

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
현대적 식품 소매 업체	216	255	293	337	396	448
전통적 식품 소매 업체	12,935	14,347	15,884	17,559	19,280	21,164
온라인 식료품 업체	-	-	-	4	6	9
합계	13,151	14,602	16,177	17,900	19,682	21,621

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Grocery Retailers in India", "Internet Retailing India", Euromonitor International, 2017,

» 현지·수입 신선농산물 및 가공식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
신선농산물			
	판매처: Food Hall 제품명: Enoki Mushroom 원산지: Europe 가격: 200 INR		판매처: Big Bazaar 제품명: Mushroom Button 원산지: India 가격: 69 INR
	판매처: Food Hall 제품명: Royal Gala 원산지: New Zealand 가격: 275 INR/kg		판매처: SPAR 제품명: Royal Gala 원산지: India 가격: 219 INR
가공식품			
	판매처: Food Hall 제품명: Sriracha 원산지: USA 가 격: 475 INR		판매처: Food Hall 제품명: Teriyaki sauce 원산지: Japan 가 격: 200 INR
	판매처: Food Hall 제품명: Udon Noodles 원산지: Japan 가 격: 225 INR		판매처: SPAR 제품명: Breakfast Meal 원산지: India 가 격: 39 INR
	판매처: Food Hall 제품명: PEACOCK VERMICELLI 원산지: - 가 격: 125 INR		판매처: Food Hall 제품명: Diet-Foods Healthy Snacks 원산지: India 가 격: 55 INR

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR): 17.28원

- (소비동향) 인구의 약 80%는 힌두교 신자로, 육식을 하면 동물에 깃든 신을 죽이는 것과 같다고 여겨 채식을 권장. 전체 인구의 약 38%가 채식주의자로 세계에서 가장 많음
 - 육류 및 육류 성분이 포함된 제품과 계란 및 계란 성분이 포함된 음식을 먹지 않지만 우유는 먹음
- 소득의 증가 및 도시화로 인해 삶이 바빠지면서 소비자의 수요가 건강과 편리함에 중점을 두기 시작
 - 개인 가처분 소득 2015년 약 86조 루피에서 2020년 약 142조 루피까지 연평균 약 10%씩 성장 예상. 중산층 가정의 소득은 2015년 267,100 루피에서 2020년 380,300 루피까지 연평균 약 7%씩 증가 할 것으로 보고 있음
 - 신선농산물의 판매량은 과일 연평균 6%, 육류 약 8%, 채소 약 5%이며, 전체 신선농산물은 연평균 5%의 꾸준한 성장률을 보이고 있음
 - 가공식품 판매액은 아침식사 시리얼 약 21%, 식용 오일 약 18%, 가공 육류 및 해산물 약 20%, 즉석식품 약 16% 성장. 전체 가공식품 시장은 연평균 9%씩 증가

» 신선농산물 및 가공식품 시장규모

단위: 천톤, 십억 INR

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
신선농산물 판매량	246,715	259,855	268,932	278,313	287,019	299,230
가공식품 판매액	1,472	1,788	2,161	2,563	3,000	3,509

출처: Euromonitor International(www.euromonitor.com)

- (수출입동향) 한국의 對인도 수출 품목 중 양배추 종자를 2016년 기준 282만 달러로 가장 많이 수출하고 있으며 이외에 고추, 채소 등의 종자를 주로 수출하고 있음

» 한국의 對인도 수출 농식품

단위: USD

구분	명칭	2015년	2016년
1	양배추 종자	2,109,081	2,827,507
2	고추 · 단고추 및 착색단고추류의 종자	1,108,396	2,039,273
3	기타(채소종자)	1,760,939	1,659,043
4	필터담배	537,682	1,448,411
5	커피엑스, 에센스와 농축물	704,512	834,801
합계		10,225,675	13,627,072

출처: aT 한국농수산물유통공사, KATI(www.kati.net)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

◦ (식품정책 동향) Dry Day, 주류의 유통 및 판매 금지와 지방세(Fat Tax)

- 법적으로 술의 유통 및 판매를 금지하는 기간이며, 구자라트, 나갈랜드, 락샤드웁, 케랄라, 비하르 등의 주에서는 제조부터 판매까지 금지
- 인도 정부는 비만과 당뇨병에 대한 비율이 급증함에 따라 정크 푸드(Junk Food)에 지방세를 부과하기로 함. 향후 포장재에 포화지방, 설탕, 소금 함량을 명확히 표시하는 규정 초안을 발표할 예정

◦ (한국식품 동향) 교민과 주재원이 많이 거주하고 있는 지역의 한인마트를 중심으로 유통. 주로 한국, 일본, 중국 소비자에 국한

- 인도에서 유통되고 있는 한국식품의 경우 이삿짐 및 핸드캐리로 유통되는 경우가 많음. 이는 인도 내에서의 수요량이 적고, 정식 통관시 라벨링, 검역, 샘플 검사 등의 절차가 까다롭기 때문임

» 한국식품과 경쟁상품 가격 비교

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : I.N.A Market 제품명 : ○○ 볶음면 원산지 : Korea 가격 : 140 INR/1ea		판매처 : SPAR 제품명 : Maggi Hot Heads 원산지 : India 가격 : 10 INR/1ea
	판매처 : I.N.A Market 제품명 : ○라면 원산지 : Korea 가격 : 110 INR/1ea		판매처 : SPAR 제품명 : Nissin Top Ramen Atta 원산지 : India 가격 : 10 INR/1ea
	판매처 : Food Hall 제품명 : ○○ 태양초 고추장 원산지 : Korea 가격 : 450 INR/500g		판매처 : SPAR 제품명 : Sriracha 원산지 : Thailand 가격 : 175 INR

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

◦ (SWOT) SWOT분석을 통한 최적 전략

- (WT 전략) 방대한 국토(세계 7위)를 바탕으로 지역별 경제 및 문화, 유통 트렌드 등이 상이하기 때문에 주요 거점 도시 선정을 통한 심층 조사가 필요하며, 열악한 물류 인프라 및 세관 행정 절차 등으로 인해 유통기한이 긴 식품이어야 함

- (ST 전략) 한류를 활용한 “트렌디한 식품”으로 포지셔닝. 비채식 식품에 대한 검역 조건이 까다롭고 채식주의자 인구가 많으므로 채식주의자용 식품 개발 필요
 - (SO 전략) 매운 맛을 선호하므로 한국식 핫 소스 개발이 필요. 이외에 타문화에 거부감이 덜하고 경제 활동 중인 밀레니얼을 타겟으로 하여 공략
 - (WO 전략) 한국식품의 경우 가격이 높으므로 프리미엄 시장을 중점 공략. 한식에 대한 인식이 부족하므로 현지화를 통한 마케팅 활동 필요
- (판매확대 방안) 인도의 밀레니얼 세대를 대상 단계별 마케팅 전략은 초기에는 인지도 향상을 위한 현지화 마케팅, 중기에는 고급 식료품점을 중심으로 한 입점, 장기에는 주요 거점 도시 심층조사를 통한 판매망 확대로 구분 할 수 있음
- (초기단계) 한국식품에 대한 인지도가 낮으므로 전통적으로 먹는 방식이 아닌 현지 음식과 결합한 시식회 활동. 특히 소비특수 기간인 빛의 축제 디왈리(Diwali) 시즌 집중 홍보 강화 전략 필요
 - (중기단계) 수입 식품의 경우 대부분 프리미엄 마켓 위주로 유통. 한국 식품의 경우 가격대가 높으므로 고급 식료품점을 적극 공략. 중간 유통업체의 존재가 중요하므로 입점 경험이 있는 바이어 발굴이 가장 핵심
 - (장기단계) 물류 인프라가 열악하고 국도가 방대하여 주요 유통업체, 트렌드, 가격 및 문화 등 지역별 편차가 심함. 주요 거점 도시 선정을 통한 심층조사 필요

» 판매확대를 위한 제언



□ 수입통관 및 식품 위생 제도

- (수입통관) 수입식품에 대한 사항은 인도의 식품안전기준청(FSSAI : Food Safety Standards Authority of India)의 “Food Safety and Standards (Food Import) Regulation, 2017”에서 규정
 - 수입자는 대외무역청(DGFT : Director General of Foreign Trade)에 등록 및 중앙면허청(Central Licensing Authority)에서 수입 라이선스를 취득해야 함

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 인도로 수입되는 모든 식품은 항만보건소(PHO : Port Health Officer)에서 샘플 검사 후 FSSAI의 인증 받아야함
- 유통기한의 경우 제조일자로부터 인도 영토내로 들어온 순간을 기점(적하목록 제출 시점)으로 60%이상 남아있어야 함

◦ (동식물 검역)

- 신선농산물의 경우 사과, 배, 버섯 등이 2016년 검역협상이 타결되어 수출이 가능. 과실류의 경우 훈증 및 저온 처리를 해야 하며, 버섯은 포장 전 물로 세척 필요

» 식물 검역 필요 서류

수입허가증, 수출국에서 발급한 식물 위생 증명서, 세관 신고서, 해상/항공 운송장, 인보이스 및 포장 명세서, (필요 할 경우)소독증명서, 원산지 증명서, 선하증권

- 동물 검역의 경우 모든 살아 있는 동물 및 신선육, 냉장 및 냉동육, 가금류와 계란 분말, 유제품 등의 동물성 제품 및 부산물 등은 검역 절차를 필히 거쳐야 함. 모든 축산물은 동물 및 인증 센터가 있는 델리, 뭄바이, 콜카타, 첸나이, 벵갈루루 및 하이데라바드에 위치한 항구 또는 공항을 통해서 수입 가능

» 동물 검역 필요 서류

1. 유효한 인도 무역국(DGFT) 라이선스/위생 수입 허가서(SIP)
2. 수출국 발행의 검역 증명서
3. 세관신고서류(Bill Of Entry)
4. 원산지 증명서
5. 실험실 보고서(해당되는 경우)
6. 검사용 샘플(해당되는 경우)
7. 화물의 항공 화물 운송장, 화물 세부 리스트, 송장, 포장 명세서 등
8. 그 외 신청서 검토 및 실험 중 추가요청에 대한 서류

◦ (라벨링) 식품안전기준청, 법정 계량국 및 소비자 보호 위원회, 상무부에서 농식품에 관련 된 라벨링을 규정

- 위의 각 기관에서 규정하는 라벨링의 경우 큰 차이는 없으나 GM(Genetically Modified) 및 최고소매가 (MRP : Maximum Retail Price)를 표시해야 함
- 인도의 라벨링 규정에서 가장 특이한 점은 채식과 비채식에 대한 표시를 꼭 해야 함

» 라벨링 기본 요건

- 제품 정보는 1장의 스티커에 모두 표시되어야 하며, 포장에 단단히 부착되어 있거나 또는 포장 자체에 인쇄
- 라벨링은 필히 영어 또는 힌두어로 인쇄
- 사전 포장 된 음식에 과대광고 또는 오해를 불러일으키는 문구가 없어야 함
- 소비자가 명확하고 쉽게 읽을 수 있도록 해야 하며, 채식 및 비채식 로고 표기



» 라벨링 예시



FSSAI 요건	상공부 요건
<ol style="list-style-type: none"> 1. 식품의 이름 2. 성분 리스트 3. 영양 정보 4. 채식/비채식 로고 5. 식품첨가물 리스트 6. 제조사의 이름 및 주소 7. 순 중량 8. 로트/코드/배치 식별 9. 제조 및 포장 일자 10. 유통 기한 11. 원산지 12. 사용법 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 인도 수입자의 이름과 주소 2. 포장된 상품의 이름 3. 순 중량 4. 제조, 포장 또는 수입 한 월과 년도 5. 최고 소매가(MRP : Maximum Retail Price)

출처 : “Food and Agricultural Import Regulations and Standards – Narrative”, USDA, 2016

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- (진입장벽) 제도적으론 세관의 전산 시스템 부족, 잦은 제도 변경과 높은 물류비, 까다로운 식품 검사 등이 있으며, 관습적으론 세관 공무원의 도덕적 해이, 강한 문화적 특이성 및 낮은 한국 식품 수요 문제 등이 있음

» 제도상의 장벽

1) 세관 행정절차의 전산화 부족	사전 서류 신고만 전산화, 이후 작업은 공무원의 수작업으로 이루어지며, 근무 태만 등으로 인해 처리 속도가 느림
2) 급작스런 통보	충분한 사전 기간 없이 급작스럽게 제도상의 변경이 많으므로 수시로 세관 홈페이지를 확인 필요
3) 높은 물류 비용	인프라가 부족하고 트럭 운송의 경우 업체가 영세하여 정형화 된 가격테이블이 없어 운임 산정이 어려움
4) 대금결제	인도 기업들의 경우 대금 지급이 적시에 이루어지지 않는 경우가 많음. 결제 조건을 세부적으로 작성하고 미수금을 만들지 말아야 하며, 법원의 공증을 받는 것이 안전. 또한 보험 부부의 개념이 없어 문제가 생기면 화주의 책임
5) 까다로운 식품 검사	샘플검사 결과와 성분표가 일치해야 하며 FSSAI에서 항 후 알레르기 및 GMO에 대한 규정을 할 예정. 이외에 유통기한의 경우 제조일자로부터 인도 영토내에 들어온 순간을 기준으로 하여 60% 이상, 실무적으로는 17-18개월 정도

» 관습상의 장벽

1) 도덕적 해이	세관 공무원의 뇌물요구가 일반적이며, 어느 정도 금액을 원하는지 담당자의 성향에 따라 결정
2) 문화적 특이성	거대한 국토를 바탕으로 지역별 경제 및 문화적인 차이가 있으며 종교적인 성향이 강함
3) 수요의 문제	한국 식품의 경우 이삿짐이나 핸드 캐리로 유통, 이는 까다로운 정부 규정도 있지만 정식 수입을 할 만큼의 수요가 형성 되어 있지 않음이 주요 요인

- (식품관련 인증제도) 대표적인 식품 인증으로 인도 표준국(BIS : Breaу of Standards)의 ISI 인증과 인도 국립인증센터(NCHC : National Centre for Haccp Certification)의 HACCP 인증이 있음

» ISI마크(BIS 인증)

	인증명	ISI 마크
	발행기관	인도표준국 (BIS : Bureau of India Standards)
	비용	품목별로 ISI 마킹 및 테스트 비용 상이 ²⁾
	소요기간	약 6개월
	갱신기간	1년

주 : 테스트 비용의 경우 제품 및 연구소 별로 다르게 책정

2) 출처 : 품목별 비용(www.bis.org.in/fmcs/saarfee.pdf), 테스트 비용(www.bis.org.in/qazwsx/iswise_v2.html)

- ISI 인증은 강제 및 비강제 품목으로 구분되며, 강제 품목의 경우 주로 유제품 및 미네랄 워터 등에 적용됨

» BIS 인증 획득 강제 품목

번호	구분	품목
1	IS 1165	조제분유
2	IS 1166	연유, 일부 탈지유, 무지방 우유
3	IS 1656	시리얼 기반 우유
4	IS 11536	유아를 위한 가공 시리얼 기반 이유식
5	IS 12176	높은 온도에서 가당된 연유
6	IS 13334(Part 1)	무지방 우유 분말, 표준 등급
7	IS 13334(Part 2)	무지방 우유 분말, 추가 등급
8	IS 14542	부분 탈지유 분말
9	IS 14433 (Part 1)	유아 우유 대용제품, 단백질 기반 우유
10	IS 13428	포장된 미네랄 워터
11	IS 14543	포장된 식수(포장된 미네랄 워터 제외)
12	IS 15757	조제식(무료 음식)

» HACCP

	인증명	HACCP
	발행기관	인도 국립인증센터 (NCHC : National Centre for Haccp Certification)
	비용	1. 등록비 : 25,000 INR 2. 갱신비용 : 15,000 INR
	유효기간	인증 받은 날로부터 3년
	갱신기간	유효 기간 만료되기 2달 전

- HACCP 인증은 식품의 원재료, 생산, 제조, 가공, 보존, 유통에서 최종 소비자에 이르기 까지 제품이 안전하게 제조되었음을 입증하는 인증

- (식품첨가물 규정) 식품첨가물 규정은 “Food Safety and Standards(Food product standards and Food Additives) Regulation, 2011”, 식품의 유해물질 및 잔류 농약은 “Food Safety and Standards(contaminants, toxins and residues) Regulation, 이외에 “ Food Safety and Standards(Prohibition and Restriction on sales) Regulation, 2011”에서 판매 및 제한 첨가물에 대한 규정을 하고 있음

- 판매금지 혼합물의 경우 유제품과 식용 기름에 대해 세부적인 규정이 많으며, 이외에도 특정품목 예) 미네랄 오일로 코팅 된 식품, 꿀, 광택제 등에 대한 판매 제한 규정들이 있음

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 판매 금지 혼합물

- ① 물이 함유된 우유
- ② 유지방 25% 미만의 크림
- ③ 자연적으로 발생하지 아니한 첨가물이 포함 된 버터(Ghee)
- ④ 탈지우유
- ⑤ 2종류 이상의 식용 기름이 혼합 된 기름
- ⑥ 다른 물질이 첨가된 바나파티(Vanaspati)
- ⑦ 다른 외국의 물질이 함유 된 심향
- ⑧ 치커리를 제외한 커피 혼합물
- ⑨ 끓이거나 살균 되지 않은 우유의 다히(Dahi) 또는 응고체

□ 상표 출원 및 특허 규정

- (상표권 개요) 인도의 상표법은 성문법 및 관습법에 따라 보호를 받으며 ‘Trade Marks Act, 1999’에 의해 규정. 인도에서 상표를 등록하고자 하는 외국인인 경우 현지 에이전트를 지정
 - 파리협약 가입국은 호혜주의의 원칙에 따라 우선권을 보장받을 수 있음. 우선권 주장일로부터 6개월 이내에 신청서가 제출된 경우 허용
 - 인도에서 상표권 출원은 직접 인도 특허청에 신청하는 정규 출원과 국제 출원인 마드리드 의정서 두 가지 방법이 있음
- (상표권 출원 방법) 정규 출원
 - ① 상표 검색
 - 상표 등록소에 등재되어 있는 상표들 중 출원하고자하는 유사 상표가 존재하는지 확인
 - ② 상표등록출원서 접수
 - 상표등록출원서(TM-A)³⁾를 작성하여 상표 등록소에 제출하면 공식 영수증이 발급되며 평균 1~2일 정도 소요
 - ③ 심사
 - 등록 된 서류를 검토 후 심사 결과 보고서가 발송되며 수령까지 통상 12-18 개월 정도 소요. 상표 등록자는 상표에 대한 절대, 조건부 등으로 수락 할 수 있음

3) 출처 : www.ipindia.nic.in/form-and-fees-tm.htm

④ 공개

- 등록 된 서류에 문제가 없을 경우 인도 정부가 운영하는 “Trade Marks Journal” 공보에 게시되어 일반 공중 심사과정 거치게 됨

⑤ 이의신청

- 상표권 공개 단계에서 등록 할 상표권에 대한 이의가 발생 할 경우 3개월 이내에 이의신청 제기 해야 하며, 상표등록국 사무실에서 이에 대한 청문회가 열림. 상표 등록관은 양 당사자의 의견을 수렴하여 상표 등록의 허용 / 거부 여부를 결정. 만약 이의제기가 없을 경우 상표가 등록

⑥ 등록 증명서 발급 및 갱신

- 상표 등록 후 등록 인증서는 상표등록국 사무소의 인감 하에 발급. 상표권의 갱신은 10년마다 이루어져야 하며, 상표권 만료 6개월 전에 갱신 신청이 이루어져야 함

○ (상표권 출원 방법) 마드리드 의정서 출원

① 상표 출원 전 확인

- 출원하고자 하는 상표가 출원 대상에 충족하는지 확인

② 국제사무국 출원

- 국제출원은 반드시 한국 특허청(본국관청)을 통하여 국제 사무국에 제출되어야 하며, 접수일은 한국 특허청이 실제로 국제 출원서를 접수한 날이 됨

③ 국제 심사(방식심사) 및 등록

- WIPO 국제사무국은 국제출원이 의정서에서 정한 형식적인 상표권 요건을 충족하는지 심사하여, 하자가 없는 경우 해당 국제출원을 국제 등록부에 등록

④ 지정국 관청의 심사(국내 단계)

- 지정국 관청은 각 국의 국내법에 따라 국제출원의 보호여부에 대한 심사를 실시하고, 거절이유가 존재하는 경우 WIPO 국제 사무국이 국제등록 사실을 통지한 날로부터 12개월 혹은 18개월 이내에 국제사무국에 거절 이유를 통지함으로써 상표 보호를 거절 가능

○ (특허권 개요) “Patent Act, 1970”에 의해 규정. 실제 발명 시점과 상관없이 최초 출원일 기준, 서면주의, 심사주의 원칙을 따름

- 인도 특허청에 직접 출원하는 정규출원과 국제 출원인 PCT(Patent Cooperation Treaty) 출원 두 가지 방법이 있음

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

◦ (특허권 출원 방법) 정규 출원

① 특허 검색

- 발명에 대한 세부 정보가 완성되면 특허를 검색, 포괄적인 검색의 경우 5-8일 소요

② 특허출원서 초안 작성

- 발명에 대한 초안 작성의 경우 10-15일 소요

③ 특허출원서 최종안 작성

- 초안을 바탕으로 수정 및 추가 사항 반영한 최종안을 작성

④ 특허 출원

- 제반서류와 특허 출원서를 특허청에 제출

⑤ 특허 조기 공개 신청(옵션)

- 조기 공개를 원할 경우 Form9을 작성하여 조기 공개를 요청 가능

⑥ 특허 공개

- 특허 심사 유무와 관계없이 출원 후 18개월을 경과하면 출원 내용을 일반에 공개

⑦ 특허 심사 청구 / 우선 심사 청구(옵션)

- 특허 심사의 청구는 출원일로부터 48개월 이내에 이뤄져야 하며, 특허 심사 청구서(Form18)를 제출, 우선 심사를 원하는 경우, Form18(A)를 제출

⑧ 특허 심사

- 인도 특허청에 의해 특허가 심사

⑨ 등록 또는 거절

- 특허 번호를 받고 등록되며, 거절 시 특허청 심사보고서(FER: First Examination Report)를 통해 거절 사유를 안내, 심사보고서에 대해 6개월 이내 의견서 보정서 제출

◦ (특허권 출원 방법) PCT 출원

① 수리관청인 한국 특허청을 통해 국내특허 출원 후 우선권 주장 시 12개월 이내에 한국 특허청에 PCT 출원서를 제출

② 출원서 작성시

- 한국 특허청을 통한 출원 언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT 국제출원을 하는 경우 초기에 개별 국가 언어로 된 번역문은 필요 없음

③ 국제조사(필수)

- 국제조사기관 ISA는 출원된 발명의 선행기술의 존재여부와 특허성 유무를 판단하는 국제조사를 실행. 발간된 국제조사보고서와 견해서는 출원인 및 WIPO에 배부

④ 국제공개

- 국제조사 보고서와 함께 국제 출원서류가 팸플릿 형태로 국제사무국 공보에 공개

⑤ 국제 예비심사(옵션)

- 국제 예비심사 기관 IPEA는 출원된 발명의 실제 심사(신규성, 진보성, 산업상 이용가능성)를 실시하고 국제예비심사보고서를 발행하여 출원인과 WIPO에 송부
- 특허 유무에 대한 예비적 판단을 통해 지정국내에 진입여부를 결정하므로 특허 출원의 신중을 기할 수 있음

⑥ 번역문 제출

- 우선일로부터 30개월 이내에 출원을 위해 영어로 작성된 번역문을 인도 특허청에 제출하고 수수료를 납부

⑦ 지정국 등록

- 이후 인도를 지정국으로 등록하여 진행

○ (분쟁사례) 상표에 표기된 제품 이름과 발음상의 유사성으로 인한 사례가 있음

» ECLAIR 분쟁사례

〈Cadbury's의 Eclair〉



〈ITC의 Eclair〉



분쟁원인	2005년 영국계 글로벌 제과업체인 Cadbury's는 자사의 상표인 Eclairs를 인도의 제과업체인 ITC가 무단 사용함으로써 상표권을 침해하였다고 소송
법원 판결	<ul style="list-style-type: none"> · ITC 주장 : Eclair라는 단어는 제과업계에서 흔히 쓰는 용어이며, 1994년 이래 Cadbury가 상표를 사용하지 않았으므로 법적 효력을 주장하기에는 부족 · Cadbury의 주장 : 1972년 인도에 Cadbury's Chocolate Eclairs 제품 출시. Class 30에 등록
결과	<p>상표의 등록만으로 독점 사용 증명하기에 부족하며, 오랜 기간 상표를 사용하지 않았으므로 법적 효력이 없음</p> <p>- ITC의 승리</p>

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» LONDON DAIRY와 LONDONDERRY 분쟁사례

〈 IFCL의 London Dairy 〉	〈 Parle의 Londonderry 〉
	
분쟁원인	<p>International Food Stuff는 두바이 회사로 London Dairy라는 브랜드로 아이스크림 판매. 2007년 Class 30에 등록. 2012년 Parle의 Londonderry 제품이 자사의 제품 브랜드명과 발음이 유사함을 지적, 소송 제기</p>
법원 판결	<ul style="list-style-type: none"> · International Food Stuff의 주장: 이미 Class 30에 등록이 되어 있으며 Parle는 상표 등록하기 전 사전에 등록 여부 확인했어야 함 · Parle의 주장: International Food Stuff는 Class 30에 아이스크림에 대한 상표권만 획득. 인정 범위 제한적
결과	<p>2016년 봄베이 고등법원은 시각적인 유사성이 없으며 발음만으로 판단하기에는 어려움. 또한 International Food Stuff가 등록한 상표는 아이스크림에 한정. 제품의 가격대 차이가 심하기 때문에 시장에서 혼돈 가능성이 없음</p> <p>- Parle의 승리</p>

Part I

| 국가 일반 현황 |

01. 국가개황

02. 경제 및 무역

03. 농업

04. 물류



India

Part I

국가 일반 현황

01 | 국가 개황



국명	인도(India)
수도	뉴델리(New Delhi)
인구	12억 668만 명(2016)
면적	328만 7,260km ²
기후	열대 몬순, 온대 기후, 고산 기후 등
권역 구성	29개의 주, 7개의 연방직할지
주요 도시	New Delhi(1,675만 명), Mumbai(1,383만 명), Kolkata(514만 명), Chennai(462만 명), Bengaluru(544만 명), Hyderabad(407만 명)
민족 구성	아리안족(72%), 드라비다족(25%), 몽골족 및 기타(3%)
종교	힌두교(80.5%), 이슬람교(13.4%), 기독교(2.3%), 시크교(1.9%), 불교(0.8%), 자이나교(0.4%)
언어	힌디어, 영어
GDP	2조 2,887억 달러/1인당 1,747달러
화폐 단위	루피(Rupee)
환율	1 INR=17.28 KRW
회계 연도	4월 1일 ~ 3월 31일
정부 형태	내각책임제
국가 원수	대통령 : 프라납 무커지(Shri Pranab Mukerjee) (2012년 7월 25일 - 5년 임기) 총리 : 나렌드라 모디(Narendra Modi) (2014년 5월 26일 - 5년 임기)

* 주: 2016년 기준

가. 국토

◦ 인도의 국토 면적은 세계 7위로, 29개 주와 7개 연방 직할지(Union Territory)로 구성되어 있다.

» 29개의 주 및 주도

NO	주	주도	NO	주	주도
1	안드라프라데시 Andhra Pradesh	하이데라바드 Hyderabad	16	마니푸르 Manipur	임팔 Imphal
2	아루나찰프라데시 Arunachal Pradesh	이타나가르 Itanagar	17	메갈라야 Meghalaya	실롱 Shillong
3	아삼 Assam	디스푸르 Dispur	18	미조람 Mizoram	아이자울 Aizawl
4	비하르 Bihar	파트나 Patna	19	나갈랜드 Nagaland	코히마 Kohima
5	차티스가르 Chhattisgarh	라이푸르 Raipur	20	오디샤 Odisha	부바네스와르 Bhubaneswar
6	고아 Goa	파나지 Panaji	21	펀자브 Punjab	찬디가르 Chandigarh
7	구자라트 Gujarat	간디나가르 Gandhinagar	22	라자스탄 Rajasthan	자이푸르 Jaipur
8	하리아나 Haryana	찬디가르 Chandigarh	23	시킴 Sikkim	강토크 Gangtok
9	히마찰프라데시 Himachal Pradesh	심라 Shimla	24	타밀나두 Tamil Nadu	첸나이 Chennai
10	잠무 앤 카슈미르 Jammu and Kashmir	스리나가르(Srinagar)(여름), 잠무(Jammu)(겨울)	25	텔랑가나 Telangana	하이데라바드 Hyderabad
11	자르칸드 Jharkhand	란치 Ranchi	26	트리푸라 Tripura	아가르탈라 Agartala
12	카르나타카 Karnataka	벵갈루루 Bengaluru	27	우타르프라데시 Uttar Pradesh	럭크나우 Lucknow
13	케랄라 Kerala	티루반난타푸람 Trivandrum	28	우타라칸드 Uttarakhand	데라둔 Dehradun
14	마디아프라데시 Madhya Pradesh	보팔 Bhopal	29	서 벵골 West Bengal	콜카타 Kolkata
15	마하스트라 Maharashtra	뭄바이 Mumbai	-		

출처 : Map of India(www.mapsofindia.com)

» 연방직할지

NO	주	주도
1	안다만 니코바르 제도(Andaman and Nicobar Islands)	포트 블레어(Port Blair)
2	찬디가르(Chandigarh)	찬디가르(Chandigarh)
3	다드라 나가르하벨리(Dadar and Nagar Haveli)	실바사(Silvassa)
4	다만 디우(Daman and Diu)	다만(Daman)
5	델리(Delhi)	델리(Delhi)
6	락샤드위프(Lakshadweep)	카바라티(Kavaratti)
7	푸두체리(Puducherry)	퐁디체리(Pondicherry)

출처 : Map of India(www.mapsofindia.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 인구

1) 총인구 동향

□ 2016년 약 12억 명으로 세계 2위에서 2050년 약 17억 명으로 세계 1위 인구 대국으로 성장할 전망

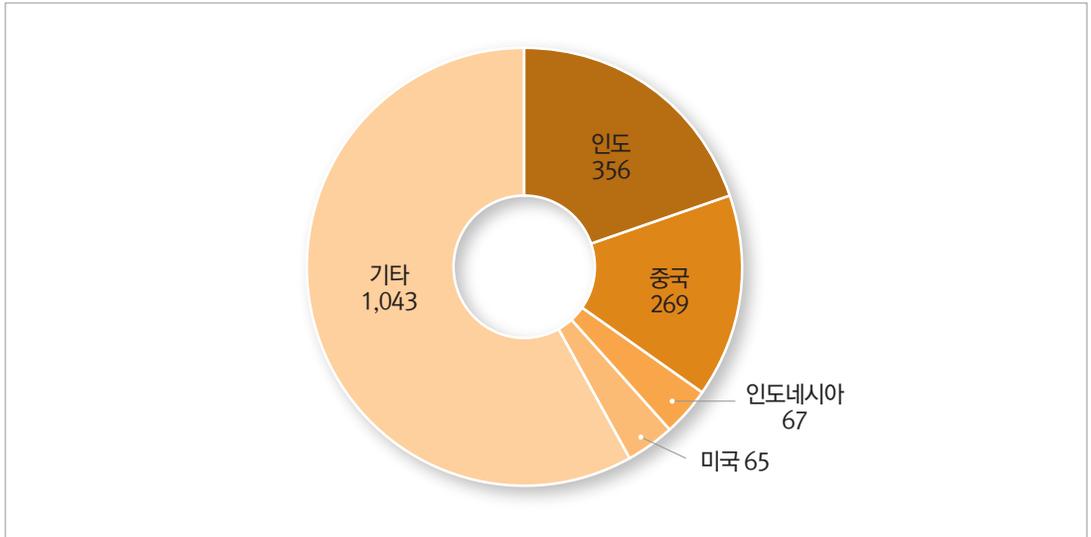
- 인도는 2016년 기준 인구 약 13억 명으로 세계 2위의 인구 대국이다. 유엔사무국 경제사회국(UN DESA : UN Department of Economic and Social Affairs)의 “World Population Prospects 2015”에 따르면, 인도는 2050년에 중국을 제치고 인구 약 17억 명을 가진 세계 제 1위의 인구 대국으로 성장 할 것으로 예상된다.

□ 젊은 나라 인도, 세계 10~24세 인구의 약 20% 차지

- 유엔사무국 경제사회국이 실시한 2015년 조사에서 전 세계 10~24세 인구는 총 18억 명이며, 인도가 3억 5,600만 명으로 가장 많은 젊은 인구 구성을 보여주고 있다. 또한 2050년까지 경제 활동이 가능한 15세에서 59세 인구 비율이 61.5%로 이는 전 세계 57.2%보다 높은 수치이다.

» 전 세계 10~24세 인구수

단위: 백만 명



출처: “World Population Prospective”, UN DESA, 2015

» 연령대별 인구 비율

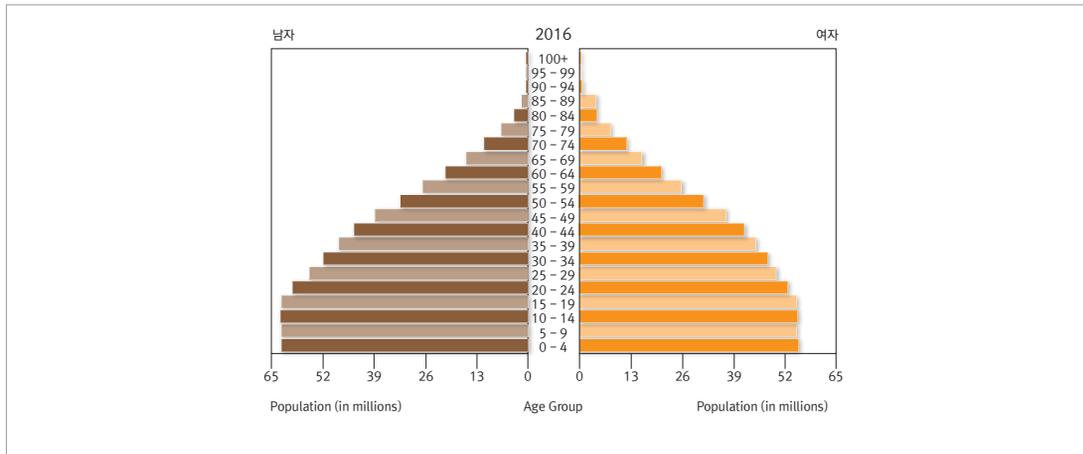
구분	2015		2050	
	전 세계	인도	전 세계	인도
0-14	26.1	28.8	21.3	19.1
15-59	61.7	62.3	57.2	61.5
60 이상	12.3	8.9	21.5	19.4
80 이상	1.7	0.9	4.5	2.8

단위: %

출처: "World Population Prospective", UN DESA, 2015

- 인도의 성비는 남성 약 6억 7천만 명, 여성 약 6억 3천만 명으로 남성이 여성보다 더 많다.

» 인도의 인구 피라미드



출처: "World Population Prospective", UN DESA, 2015, CIA World Fact Book(www.cia.gov) 종합

2) 재외동포 현황

- 외교부의 재외동포 현황에 따르면 2014년 말 기준, 인도에는 총 10,178명의 한국 교민이 있으며, 첸나이와 속해있는 타밀나두 주와 수도권 지역에 가장 많이 거주하고 있다. 그 외에 카르나타카 및 마하스트라 주에 교민이 거주하고 있다.

» 한국 교민수

단위: 명

NO	주	교민수
1	타밀나두	3,881
2	델리 NCR(수도권)	3,140
3	카르나타카	896
4	마하스트라(뽀네 지역)	884
5	마하스트라(뭄바이 지역)	359
6	콜카타 및 서벵갈	208
7	기타	810
합계		10,178

출처: "재외동포현황", 외교부, 2015

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

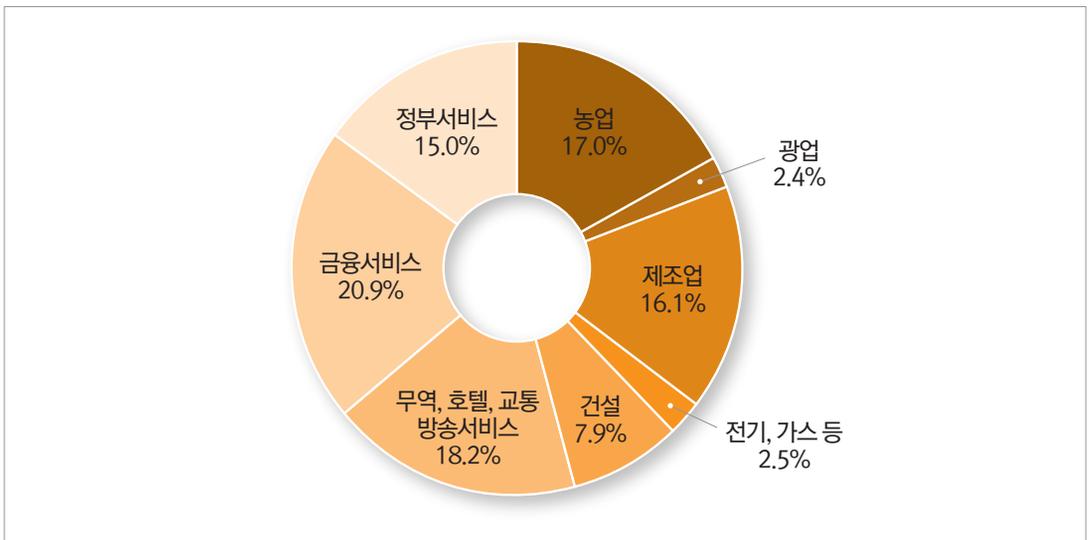
부록

가. 경제 전반

- 2016년 GDP기준 세계 7위에서 2050년 제 2위의 경제대국으로 성장 예상
 - 인도의 총 GDP는 2016년 2조 2,887억 달러로 세계 7위, 1인당 GDP는 1,747달러로 세계 143위를 차지하였다.
 - 시장조사 전문기관 PwC는 “The World In 2050”에서, 인도가 풍부한 젊은 인구를 바탕으로 2050년까지 연평균 GDP 성장률 4% 이상을 기록함으로써 세계 2위의 경제대국으로 성장할 것으로 예측하였다.

- 세계의 공장 인도, 제조업 육성을 위한 “Make In India” 정책
 - 인도는 2차 산업인 제조업보다 IT로 대표되는 3차 산업이 발달한 독특한 산업구조를 보이고 있다. 이는 열악한 인프라, 주별로 상이한 조세 정책 및 부정부패와 관료주의로 인한 복잡한 서류 절차 등에 기인하고 있다. 인도 정부는 제조업 육성을 통한 경제발전을 위해 “Make In India” 정책을 적극적으로 펼치고 있으며 주요 골자는 다음과 같다.

» 산업별 비율



출처: “Annual Report 2016-17”, Ministry of Statistics and Programme Implementation, 2016

- ① 조세통합정책(GST : Goods and Service Tax)¹⁾ : GST 법안은 주별로 상이한 간접세를 통합한 정책으로 2017년 7월 1일부터 새로운 간접세 정책을 시행 할 예정이다. 특히 물류 부분에서 관세율이 변경되기 때문에 예의 주시 할 필요가 있다.
- ② 행정 절차의 온라인화(Digital India) : Digital India는 열악한 IT 인프라를 개선하고, 디지털 교육 및 의료 그리고 행정 절차의 온라인화를 추진하기 위한 정책이다.
 - e-Governance는 전자정부 캠페인으로 비효율적인 행정 절차를 온라인화 하여 투명성과 효율성을 높이는 정책이다. 2006년부터 지속적으로 추진 중에 있다.
- ③ 인프라 개발을 위한 외국인 투자 유치 : 인도는 인프라 개발을 위해 총 454십억 달러가 필요하며 이 중 70%는 에너지, 도로, 농촌 개발 등에 필요하다. 이에 정부는 외국인 투자를 적극적으로 유치하기 위해 각종 규제들을 점차 완화시키고 있다.²⁾

나. 주요 경제지표

구분	2013	2014	2015*	2016*
경제성장률(%)	6.6	7.2	7.5	7.6
GDP(USD)	1조 8,632억	2조 426억	2조 907억	2조 2,887억
1인당 GDP(USD)	1,479	1,600	1,617	1,747
물가상승률(%)	9.4	5.9	4.9	5.3
실업률(%)	3.5	3.6	3.6	-

* 주 : * 자료는 추정치

출처 : 국제통화기금(IMF, www.imf.org), 세계은행(World Bank, www.worldbank.org) 자료 종합

- 모디 총리의 부정부패 척결, 인프라 개발, 적극적인 해외 투자 유치 등에 힘입어 2014년부터 경제성장률이 7%의 성장대에 진입했으며, 2016년에도 고성장을 기록할 것으로 전망되고 있다.

1) GST는 음용 가능한 주류, 석유원유, 고속 디젤연료, 천연가스, 휘발유, 항공유를 제외하고 인도 내에서 유통되는 모든 상품과 서비스에 부과된다. 단 인도에서 생산되어 해외로 수출되는 상품에는 부과되지 않는다. 제안 된 세율은 5~28% 사이이며, 12~18%가 표준 세율이다. "인도 상품서비스세(GST) 법안의 주요 내용과 시사점", 대외경제정책연구원, 2016, "India finalises bills to launch GST in July", REUTERS, 2017

2) 출처 : www.ibef.org/industry/infrastructure-sector-india.aspx

다. 무역

□ 한-인도 CEPA

- 한-인도 포괄적경제동반자 협정(CEPA : Comprehensive Economic Partnership Agreement)은 2010년 1월 1일 체결한 경제 협력으로 신흥거대시장과 타결한 FTA라는 점에서 의의가 있다.
 - 2017년 2월 한-인도 CEPA 개선협상이 진행되었으며, 작년 10월에는 상품, 원산지, 서비스 분야 관련하여 1차 협상을 실시하였다. 향후 양국의 이익을 극대화 할 수 있는 방안으로 협상이 더욱 추진될 전망이다.

» 무역 수출입 규모

단위: 백만 USD

구분	2012	2013	2014	2015	2016
수출	289,564	336,611	317,544	264,381	260,326
수입	488,976	466,045	459,369	390,744	356,704
무역수지	△199,411	△129,434	△141,824	△126,363	△96,377

* 주: HS 2단위 기준

** 주: 소수점 이하는 절사

출처: 국제무역센터(ITC : International Trade Centre)(www.intracen.org)

- 인도는 석유 및 광물 자원 등에 대한 수입 의존도가 높아 만성적인 무역 수지 적자에 시달리고 있었으나 2015년부터 유가하락으로 인해 적자가 완화되었다.

03 | 농업

□ 광대한 국토 바탕으로 농업 발달

- 인도의 농지 면적은 세계 2위로, 농업이 국가 경제에서 차지하는 비중은 제조업보다 크다.
 - 주요 생산물은 향신료, 낙농, 차, 캐슈, 황마 등이며 이외에 밀, 쌀, 과일 및 채소, 사탕수수, 목화, 유지종자 등을 생산하고 있다.
 - Kharif(4월부터 9월)와 Rabi(10월부터 3월)가 중요 시점으로 Kharif 시즌 일 때는 주로 쌀을 생산하고, Rabi 시즌일 때는 밀이 주요 생산 작물이다.

» 주별 생산 농산물



출처 : IBEF(India Brand Equity Foundation)(www.ibef.org)

□ 몬순(Monsoon), 인도 경제의 척도

- “인도 경제는 몬순(Monsoon)에 달려있다.”라는 말이 있을 만큼 농업이 큰 부분을 차지하며 몬순 기간 동안의 강우량이 매우 중요하다. 몬순이란 6월부터 9월까지의 긴 우기 기간으로 연간 강우량의 90%를 차지한다. 인도의 ICICI 은행에서는 예년 대비 비가 10%이상 적게 내리면 경제 성장률이 0.5%정도 하락한다고 한다.³⁾

3) “Dependency Of India Agriculture On Monsoon”, skymet, 2015

가. 물류 개요

□ 글로벌 물류 경쟁력 열악

- 열악한 인프라로 인해 BRICS(Brazil, Russia, India, China, South Africa) 국가내 물류 경쟁력 순위는 35위로 남아공(20)과 중국(27) 보다 낮으며 브라질(55), 러시아(99) 보다는 높은 수준이다.

» 국가별 물류 지수

구분	미국	중국	인도
물류 성과 지수 (LPI : Logistic Performance Index)	3.99 순위(10/160)	3.66 순위(27/160)	3.45 순위(35/160)
물류 GDP(%)	8.5	18.0	14.0
창고 GDP(%)	2.8	8.1	4.1
총 컨테이너 물량 처리량 (백만 TEU)	43.0	180.0	12.0
도로 네트워크(백만 km)	6.5	4.0	4.8
철도 네트워크(km)	2,40,000	1,00,000	65,000
해안(km)	19,924	14,500	7,500

출처 : "India Logistics getting ready for the long haul", PhillipCapital, 2016

□ 국가 차원에서의 인프라 확장 정책 활발

- 열악한 물류 인프라를 개선하기 위해 인도 도로교통부에서는 항구와 도로 부문에 막대한 투자를 시행할 예정이다. 특히 항구 근대화 프로젝트의 일환으로 10개의 해안 경제지역을 개발, 항구에서 내륙으로 물품을 운송하기 위한 수로 및 도로와 철도 개발에 대한 민간투자를 적극 유치 중이다.

나. 물류 경로

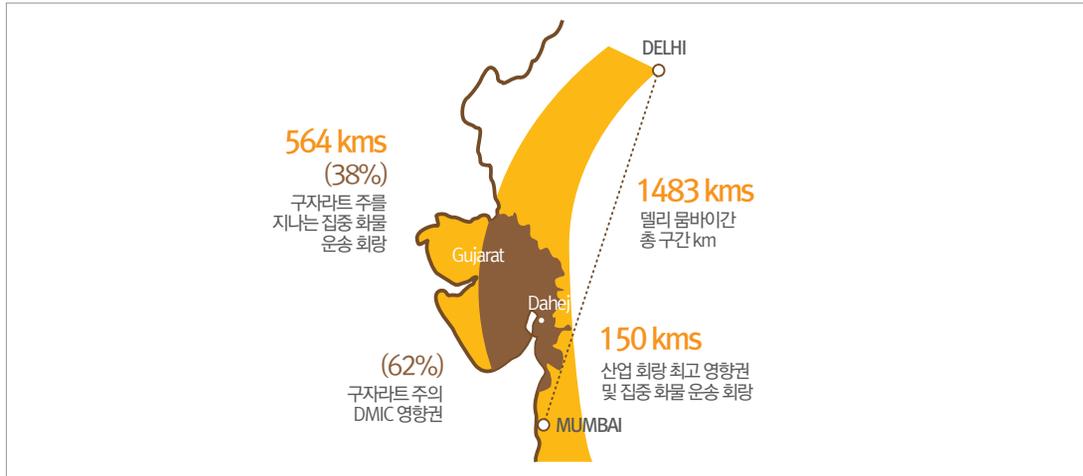
1) 육상⁴⁾

- 인도의 육상 네트워크 규모는 세계 2위로서, 인도 내 총 물동량의 63% 이상을 담당한다. 하지만 육상 인프라의 경우 사업자가 영세하여 75%의 트럭 소유주가 5대 미만의 차량을 운영하고 있다. 또한 다수의 중개자로 인해 중복된 수수료가 책정되고 있다.
 - 화물 추적 및 관리 시스템이 미흡하고, 국경 간 문제 및 비효율적인 행정 절차와 혼잡한 교통 상황 등으로 인해 트럭 운송의 경우 시간당 평균 13마일(약 20km), 하루 약 125마일(약 201km) 정도 이동이 가능하다.

4) 출처 : www.export.gov/apex/article2?id=India-Supply-Chain-Logistics

- 정부는 적극적으로 육상 네트워크 개발 계획을 수립하고 있다. 예를 들어 뭄바이 인근 항구에서 뉴델리는 매우 중요한 화물 운송 루트 중 하나로 평균 운송시간이 17일이 걸렸으나 17시간으로 줄이는 프로젝트를 시행 중에 있다.

» DMIC 프로젝트



출처 : DMIC(www.delhimumbaiindustrialcorridor.com), HKTDC(economists-pick-research.hktdc.com), Dholera Smart City(www.dholera-smart-city-phase2.com) 자료 종합

- o DMIC(Delhi Mumbai Industrial Corridor)는 인도 정부의 가장 야심적인 프로젝트로, 일본 정부의 제안으로 시작되었다.
- o 뉴델리와 뭄바이 간 1,504km 구간에 고속화물철도를 신설하고 인근 지역에 산업단지를 조성하여 글로벌 제조 및 무역 허브로 만드는 것을 목표로 하고 있다.⁵⁾

□ 냉장 체인(Cold Chain)⁶⁾

- o 인도의 냉장 체인은 국내 총 생산되는 냉장 식품의 11%만 보관이 가능하다. 또한 75%의 시설이 감자 보관에 적합하며, 냉장 체인의 부족은 덥고 습한 남부 지방이 심각하다. 매년 약 104백만톤의 냉장 식품들이 운송되거나 오직 4백만톤만 냉장 보관 가능한 트럭으로 운송되며 대부분 유제품이다.
 - 약 3,500개 이상의 콜드 체인 물류 업체가 있으나 전문화 된 업체는 10% 정도이며, 전력 에너지 인프라가 충분하지 않기 때문에 운송비가 높다.
 - 정부는 2012년 콜드 체인 개발 센터(NCCD : National Centre for Cold-chain Development)를 설립, 2017년 3월 101개의 새로운 프로젝트를 발표하였다.

5) DMIC 이외에도 CBIC(Chennai-Bengaluru Industrial Corridor), ECIC(East Coast Industrial Corridor), AKIC(Amritsar-Kolkata Industrial Corridor) 등의 프로젝트 또한 진행 중이다.

6) "The impact of reducing food loss in the global cold chain", The University Of Nottingham, 2015

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

- 현대화된 식품 가공 인프라 형성에 3,100천만 루피를 투자 할 예정이며, 약 3십만 톤의 냉동 저장고 및 급속 냉동 시설 증설 등이 주요 골자다.⁷⁾

2) 해상

- 7,500km의 해안선을 따라 총 13개의 주요 항구와 200개의 소규모 항구들이 있다. 이 중 뭄바이와 첸나이 항이 수출입에 활발히 이용되고 있다. 하지만 그 외의 항구들의 경우 물량 적체 및 항만 시설 등이 선진화 되어 있지 않아 하역시간이 길어 납기 지연 등의 문제가 자주 발생되고 있다.⁸⁾
 - 우리나라의 경우 뭄바이와 첸나이 항구로 직항 또는 말레이시아, 태국, 싱가포르 등의 항구를 경유하여 인도 각지의 항구에 해상 운송을 하고 있다.

» 한국발 인도항 해상 운임

단위: USD

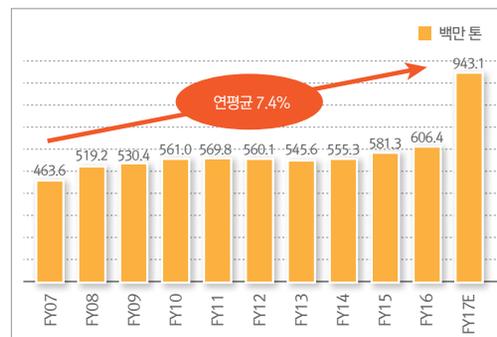
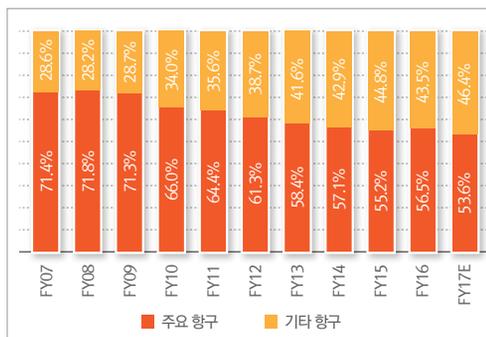
출발	도착	20 Feet	40 Feet	운송 기간
부산	뭄바이	900	1,000	24
인천	뭄바이	1,000	1,200	24
부산	첸나이	400	700	20~23
인천	첸나이	500	900	20~23
부산	첸나이	400	650	20~23
인천	첸나이	450	700	20~23

출처: 월드베스트

- 2016년 주요 항구⁹⁾의 물량 처리 비율은 약 56%로 절반 이상을 차지하고 있다.
- 2016년 물동량은 약 606백만 톤이며 2017년 약 943백만 톤까지 늘어날 것으로 예상되고 있다.

» 물량 처리 비율

» 주요 항구의 물동량 동향



출처: IBEF(www.ibef.org)

7) "Sanction of 101 New Integrated Cold chain Projects", IBEF, 2017

8) "인도의 운송 루트", 한국무역협회, 2016, Maps of India(www.mapsofindia.com)

9) 칸들라, 뭄바이, 자와할랄 네루, 무오가오, 뉴 망갈로르, 코친, 투티코린, 첸나이, 엔노레, 비자크하팻남, 파라딤, 콜카타 등

» 주요 항구별 특징

항구 이름	특징
मुंबई(Mumbai)	인도에서 가장 큰 항구로 대외무역의 5분의 1은 광물과 미네랄 오일 및 건화물선 등
칸들라(Kandla)	석유, 화학제품, 철강, 소금, 섬유 및 곡물 등을 처리
첸나이(Chennai)	인도에서 두 번째로 큰 항구로 주로 비료, 일반화물, 철광석 및 석유 제품을 처리
자와할랄 네루 (Jawaharlal Nehru)	대량의 국내화물 운송 및 국제 컨테이너 운송 처리
할디아(Haldia)	항마산업의 중심 항구로 “동인도의 관문”이라 알려짐
엔노레(Ennore) (또는 카마라자르, Kamarajar)	일본의 낫산 자동차 수출 및 프로필렌 산화물 대량 수입
코친(Kochi)	차와 커피의 수출 및 화학비료와 미네랄 오일 수입
파라딤(Paradip)	석탄, 철광석, 건화물선 등을 처리
투티코린(Tuticorin)	인도 최대의 컨테이너 터미널 보유, 석탄, 곡물, 소금, 설탕, 석유 제품 및 식용유 등을 처리하고 스리랑카와 같은 인근 국가와의 주요 무역항
뉴 망갈로르(New Mangalore)	수출품인 화강석, 캐슈, 망간, 커피 등의 상품과 수입품인 LPG, 목재, 화물 컨테이너 등을 처리
기타	무오가오(Mormugao), 파나지(Panaji), 비자크하пат남(Visakhapatnam) 등

출처 : Maps of India(www.mapsofindai.com)

» 주요 항구



출처 : Maps of India(www.mapsofindai.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

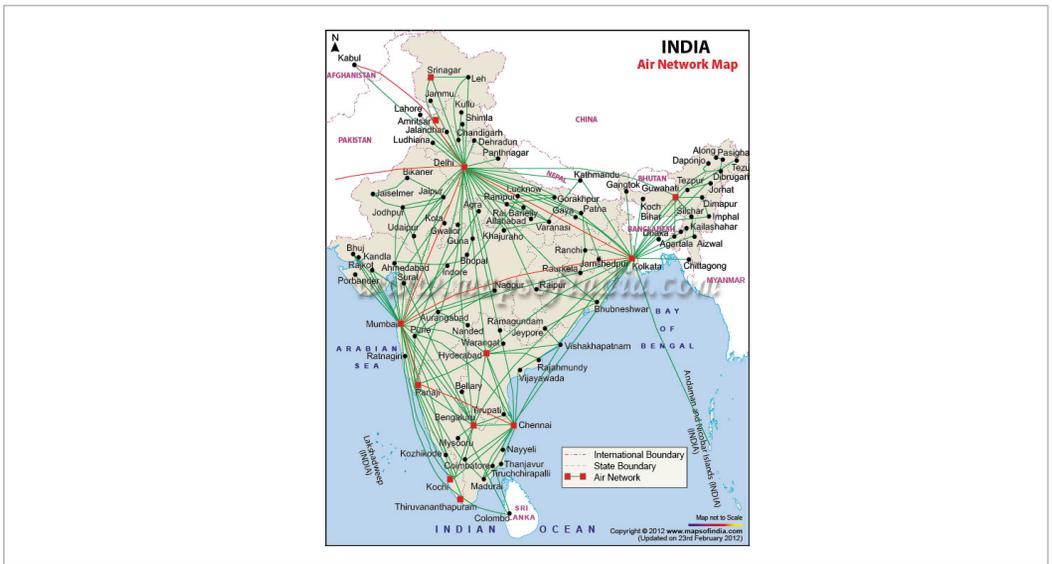
Part V
상품 출원
및 특허
규정

부록

3) 항공

- 정부에서 운영하는 공항은 약 122개이며 국제공항은 약 20여개 이상이다. 주로 Mumbai, Delhi, Chennai, Kolkata, Bengaluru, Hyderabad 등의 국제공항을 통해 화물이 운송되고 있으며, 내륙에 위치한 제조업체들의 중량 화물 운송 수요가 증가하면서 이를 위한 서비스도 많이 이루어지고 있다.
 - 공항 인프라 개발을 위해 114억 달러 정도 예상하고 있으며, 민간 참여를 위한 공항 개발 부문을 개방하였다. 또한 인도 공항 당국(AAI : Airports Authority of India)은 2020년까지 250개의 공항 운영을 목표로 하고 있다.

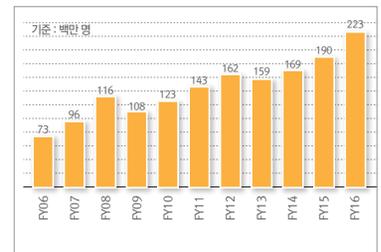
» 항공 네트워크



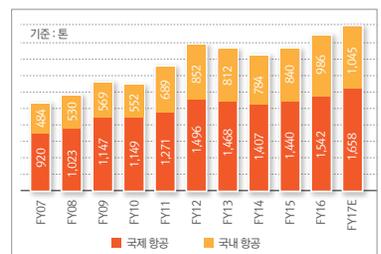
출처 : Maps of India(www.mapsofindia.com)

- 2016년 여객 수송량은 총 223백만 명으로 2015년 190백만 명 대비 약 17% 증가하였다.
- 2006년에서 2016년 내륙 운송은 연평균 8% 증가, 국제 화물은 연평균 6.1% 증가하였다.

» 여객객 수



» 항공 물량 동향



출처 : IBEF(www.ibef.org)

Part II

| 농식품 시장 동향 |

01. 생산동향

02. 유통동향

03. 소비동향

04. 수출입 동향

05. 식품정책 동향

06. 한국식품 동향





India

Part II

농식품 시장 동향

01 | 생산동향

가. 신선농산물

□ 세계적인 가축 사육 국가로 유제품 및 육류 생산 활발

- 인도는 2015년 기준 가축 사육 규모는 젖소 119백만 마리, 염소 80백만 마리, 양 44백만 마리를 포함하여 총 512백만 마리로서 세계 최대 가축 사육 국가이다. 물소의 경우 2015년 기준 1백만 톤, 염소 고기 약 1백만 톤, 계란 78십만 톤으로 세계 2위이며, 육계의 경우 3백만 톤으로 세계 3위의 생산량을 자랑한다.
 - 우유 생산량은 세계 최대로서, 2015년 기준 약 146백만 톤을 생산했다.

□ 세계 2위의 과일 및 야채 생산국

- 2014년에서 2015년 동안 86백만 톤의 과일과 167백만 톤의 야채를 생산했다. 2025년까지 과일 및 야채 부문의 총 생산량이 25% 증가 할 것으로 추정된다.¹⁰⁾

≫ 2015년 농축산 부문 생산량과 세계 점유율 및 순위

단위: 백만 톤, %

구분	생산량	세계 점유율	세계 순위
우유(소&물소)	141.1	17.0	1
두류	17.2	21.0	1
물소 고기	1.4	42.8	1
바나나	28.1	27.8	1
망고 및 구아바	22.7	39.0	1
차	1.1	28.0	2
수도(水稻)	104.8	22.0	2
사탕수수	359.3	21.0	2
밀	88.9	15.1	1

출처: IBEF(www.ibef.org)

10) "Food Processing 2016", IBEF, 2016

나. 가공식품

□ 소비자 수요 변화에 따른 생산 전략 변경

- 소득의 상승, 빠른 도시화와 젊은 인구층 증가 및 핵가족화 등에 힘입어 소비자의 수요가 “건강”과 “편리함”에 중점을 두기 시작하면서 인도의 식품가공산업에도 많은 변화를 가져오고 있다.
 - 건강을 추구하는 트렌드에 따라 과일과 채소에 대한 수요가 급증하고 있으므로 인도의 농부들은 원예 작물을 집중적으로 생산하려 하고 있다.
 - 주요 식품기업들은 탄수화물 함량이 낮고 콜레스테롤이 적은 웰빙 식품을 개발하기 시작했다. 대표적으로 글로벌 업체인 Pepsico는 건강 간식 시장에 중점을 두고 있고, ITC는 건강식품 스낵 시장 점유율을 높이기 위해 슬림 밀크, 통밀 제품, 멀티 그레인 빙고와 같은 제품들을 출시했다.
 - 소비자 수준의 증가와 비싼 생활로 인해 “편리함”을 추구하면서 즉석식품의 수요가 증가함에 따라 생산량도 지속적으로 증가하고 있다. 식품 부분에서는 냉동 야채 및 닭고기, 생선 및 기타 비 채식주의 식품들이 점차 개발되고 있으며, 이는 전체 식품 시장의 약 32%를 차지한다.

» 가공식품 생산량

단위: 천톤

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
제과 제빵	2,876	2,969	3,078	3,179	3,301	3,408
과자류	315	363	405	449	491	539
유제품	15,451	16,439	17,427	18,489	19,705	20,958
가공 과일 및 채소	54	61	69	78	89	100
가공 육류 및 수산물	8	9	11	13	16	19
쌀, 파스타 및 면류	1,944	2,158	2,395	2,672	2,838	3,296
소스류	353	390	430	477	530	586
합계	28,185	30,752	33,482	36,338	39,521	43,185

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: “Packaged Food In India”, Euromonitor International, 2017

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ 주요 식품 생산업체

구분	생산업체	업체 정보
가공	<p>Dabur</p> 	<p>설립연도 : 1884년 매출액 : 8,436천만 루피(2016) 특징 : 인도의 전통의학인 아유르베다(Ayurveda)에 착안한 제품 등을 주로 생산 브랜드 : Real Juices, Dabur Honey, Home made 등</p>
	<p>PARLE</p> 	<p>설립연도 : 1929년 매출액 : - 특징 : 인도의 대표적인 스낵 및 초콜릿 생산 업체 브랜드 : Happy Happy, Parle Rusk, Mecitos 등</p>
	<p>MTR</p> 	<p>설립연도 : 1975년 매출액 : - 특징 : 인도의 대표적인 즉석 및 가공식품 생산 업체 브랜드 : MTR Snackup, Masala Powders, 3 Minutes Breakfast 등</p>
	<p>ITC</p> 	<p>설립연도 : 1910년 매출액 : 51,582천만 루피(2015-2016) 특징 : 인도의 대표적인 즉석 및 가공식품 생산 업체로 현대식 유통 채널, 호텔 등에 공급 브랜드 : Kitchens of India, Yippee, B natural 등</p>
	<p>BRITANNIA</p> 	<p>설립연도 : 1892년 매출액 : 7,868천만 루피(2015-2016) 특징 : 인도의 대표적인 스낵, 제빵 및 유제품 생산 업체 브랜드 : Good Day, Nutri Choice, Prenum Rusk 등</p>
	<p>Pepsico</p> 	<p>설립연도 : 1989년 매출액 : - 특징 : 미국계 식품 제조업체의 현지법인으로 음료, 스낵 등을 생산하여 판매 브랜드 : Pepsi, Lay's, Frito Lay, Tropicana 등</p>
	<p>Hindustan Unilever</p> 	<p>설립연도 : 1933년 매출액 : 31,425천만 루피(2015-2016) 특징 : 35개의 브랜드를 보유, 커피, 가공식품, 아이스크림, 물 및 생활 용품 등을 판매 브랜드 : Lipton, Magnum, Kissan, Kwality Wall's 등</p>
	<p>Nestle</p> 	<p>설립연도 : 1959년 매출액 : 91,592백만 루피(2016) 특징 : 스위스계 식품 제조업체로 유제품, 라면, 즉석식품, 커피 및 스낵과 초콜릿 등을 판매 브랜드 : Maggi, Nescafe, Kit Kat 등</p>
	<p>Mc Cain</p> 	<p>설립연도 : 1998년 매출액 : - 특징 : 캐나다계의 냉동 감자 가공식품 전문 업체 브랜드 : French Fries, Smiles, Aloo Tikki 등</p>

출처 : IBEF(www.ibef.org), 각 업체별 대표 사이트 및 Annual Report

구분	생산업체	업체 정보
유제품		설립연도 : 1946년 매출액 : 23,000천만 루피(2015-2016) 특징 : 인도의 대표적인 유제품 생산 업체 브랜드 : 약 20여개의 카테고리의 제품 판매
		설립연도 : 1974년 매출액 : 7,000천만 루피(2016) 특징 : 유제품 이외에도 Safal이라는 가공식품 브랜드 소유 브랜드 : Dhara, Mother Dairy, Safal 등
		설립연도 : 1919년 매출액 : - 특징 : 프랑스계의 다국적 식음료 기업 브랜드 : Activia, Oikos, Danonino 등

출처 : IBEF(www.ibef.org), 각 업체별 대표 사이트 및 Annual Report

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

가. 유통시장 개요

□ 유통시장 초기 성숙 단계

- 도시화와 중산층의 확대, 그리고 여성들의 노동인구 진입 등으로 인해 조직화된 유통채널이 증가하고 있다. 또한 인도 정부의 유통 부문에 대한 외국인 투자 규제 완화를 통해 글로벌 브랜드들의 진입 및 경쟁력 등이 증가 할 것으로 예상된다.
- 정부는 인도에서 식품을 공급하고 생산하는 조건으로 멀티 브랜드 가공식품 유통 업체에 대한 51%의 FDI를 허용했으며, 현재 Walamrt(Cash & Carry) 및 Tesco(Tata와 합작 투자를 통해 멀티 브랜드 유통 채널 운영)들에게 기회로 작용 할 것으로 보고 있다.
- 레스토랑의 경우 Wendy’s, Jamie’s Italian, Jamie’s Pizzeria, Barcelos 등이 편의점은 UAE 기반 Fmart 등 이 2015년 진출했다. 이외에 Cash & Carry 형태의 모델이 수익성이 좋아 Walmart와 METRO는 2020년 까지 각각 70개 및 50개의 매장 기반 확대를 모색 하고 있다.

» 유통시장 진입 단계별 특징

구분	초기	절정	성숙	쇠퇴
정의	중산층의 증가, 소비자들이 조직화된 유통 채널 찾기 시작, 정보의 규제가 점점 완화	소비자들이 조직화 된 유통 채널을 적극 찾기 시작, 글로벌 브랜드에 노출, 쇼핑 지역이 개발	소비자들의 지출이 크게 늘어나고, 현지에서의 경쟁이 점점 정교해지기 시작	소비자들이 현대식 유통 채널에 익숙, 현지 및 외국 유통 채널들의 경쟁 심화
진입 방법	현지 유통 채널에 대한 소수의 투자로 시작	매장에서 직접 운영하는 유기농 식품으로 진출	보통 유기농, 주요 도시에 중점을 둠	인수

출처: “The 2016 Global Retail Development Index”, AT Kearney, 2016

□ 복잡한 유통 구조로 인한 상품 가격상승

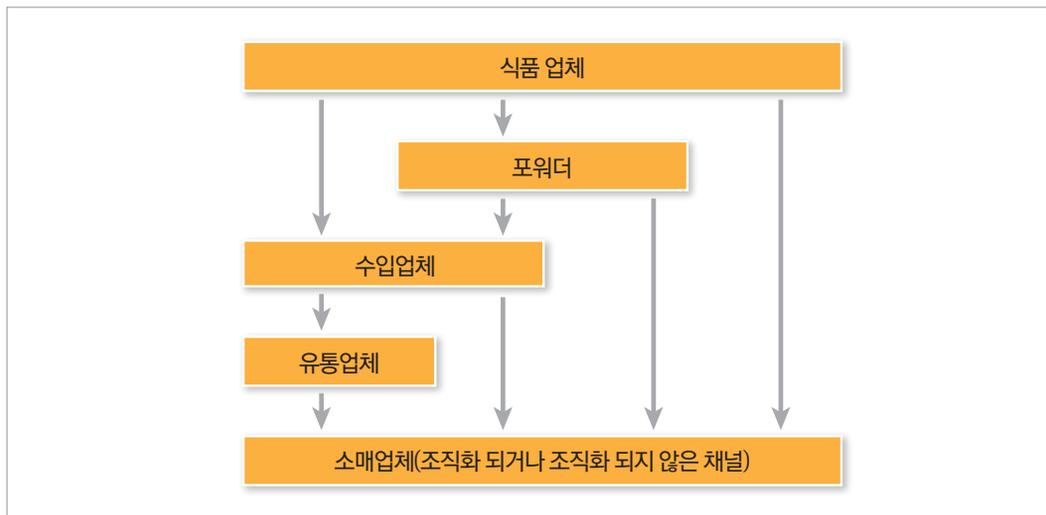
- 인도의 식품 유통 구조는 여러 단계에 걸쳐 나누어져 있으며, 중간 유통업체의 존재가 매우 중요하다. 중간 유통업체는 제조업체를 대신하여 판매 대금을 받고 마진을 취하며 지역적으로 배타적인 판매권한을 가지고 있다.
 - 아래 표와 같은 포워딩, 중간 위탁상, 유통 마진 이외에도 수입 식품의 경우 식품 소매가격은 관세, 소비세, 마진 및 운송비용이 추가 되어, FOB 기준, 수출 가격보다 2~3배 가량 높아지며 이외에 냉장, 또는 특수 취급이 필요한 경우 제품의 추가 비용은 훨씬 더 높아진다.

» 유통 마진율

유통 채널	마진율	단위: %
통관사 및 포워더		3-5
도매업체		4-6
창고 도매업체		5-7
유통업체		8-12
수입업체		5-25
소매업체		10-40

출처: "India Retail Foods", USDA, 2016

» 유통 구조



출처: "India Retail Foods", USDA, 2016

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 주요 유통 채널

1) 오프라인 시장

- 인도의 오프라인 유통채널은 전통 채널인 KIRANA와 같은 독립 소형 소매점이 주도, 현대적 채널의 경우 도시 인구의 유입 증가로 인해 향후 꾸준히 발전할 전망
 - 현대적 유통채널의 경우 도시를 중심으로 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 백화점 등의 형태로 성장하고 있으며 전통식의 경우 KIRANA, 길거리 행상 등이 있다.
 - KIRANA는 전국적으로 형성되어 있는 작은 규모의 소형 식료품점으로 소비자들이 가장 많이 이용하는 유통채널이다. 저렴한 가격과 이웃과 같은 친근한 이미지로 인도 소비자들에게 신뢰 받고 있으며, 소비자가 원할 경우 배달 뿐만 아니라 필요한 물건을 직접 구해다 주기도 한다.
 - 현대적 유통채널의 경우 2015년 396십억 루피에서 2016년 448십억 루피로 약 13% 성장하였고, 전통적 유통채널의 경우 2015년 19,280십억 루피에서 2016년 21,164십억 루피로 약 10% 성장하였다.
 - 현대적 유통채널은 도시를 중심으로 형성되어 있기 때문에 전체 식료품 매출에서 차지하는 비율은 전통식보다 작으나, 도시화와 디지털화, 그리고 중산층의 증가 등에 힘입어 지속적으로 성장할 것으로 예상된다.

» 오프라인 식료품 채널 매출 추이

단위: 십억 INR

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
현대적 식품 소매 업체	216	255	293	337	396	448
편의점	14	16	19	20	21	22
주유소 상점	1	1	1	1	1	1
하이퍼마켓	111	134	154	181	219	252
슈퍼마켓	88	102	118	135	154	172
전통적 식품 소매 업체	12,935	14,347	15,884	17,559	19,280	21,164
식품/음료/담배 전문점	1,999	2,289	2,660	3,093	3,532	3,999
독립 소매점	10,478	11,526	12,610	13,770	14,982	16,330
기타	457	532	614	695	765	834
합계	13,151	14,602	16,178	17,896	19,677	21,613

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Grocery Retailers in India", Euromonitor International, 2017

» 유통 채널별 예상 매출액 동향

단위: 십억 INR

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
현대	448	483	518	551	581	611
전통	21,164	21,766	22,257	22,685	23,089	23,491
합계	21,613	22,250	22,775	23,237	23,670	24,102

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Grocery Retailers in India", Euromonitor International, 2017

□ 현대적 유통채널의 경우 글로벌 유통 업체 보다 인도계 회사들의 기반이 탄탄하며, 온라인 채널 보유 및 디지털 지불과 같은 서비스 적극 도입 중

- 인도의 유통은 글로벌 업체보다 인도계 업체들의 점유율이 높으며 오프라인과 온라인 모두 운영하고, 디지털 부문을 강화하여 차별화 된 서비스를 제공하려고 하고 있다.
 - 글로벌 유통채널인 미국계 Walmart와 Metro는 도매 형식인 Cash & Carry¹¹⁾ 형태로 운영하고 있다.

» 2016 주요 유통그룹 현황

기업명	채널	점유율(%)	순위
Future Value Retail	유통	0.4	3
	식품품 유통	0.7	1
	현대식 식품품 유통	34.2	1
	하이퍼마켓	56.5	1
	슈퍼마켓	6.2	2
Reliance Retail	유통	0.4	4
	식품품 유통	0.2	3
	현대식 식품품 유통	10.6	3
	슈퍼마켓	27.5	1
RPG Group	식품품 유통	0.1	5
	현대식 식품품 유통	3.2	5
	하이퍼마켓	4.7	4
	슈퍼마켓	2.0	7
Aditya Birla Retail	식품품 유통	0.1	5
	하이퍼마켓	4.3	4
	슈퍼마켓	5.9	3
Avenue Supermarts	식품품 유통	0.3	2

출처: Euromonitor International(www.euromonitor.com)

11) Cash & Carry: 최종 소비자가 아닌 소매 및 유통업체들에게 물건을 판매하는 B2B 대상 도매 형태이다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 주요 유통업체 현황

기업명	브랜드명	개요
Future Value Retail		설립연도: 2001년 매장수: 약 200개 특징: - 인도의 Walmart라 불리는 유통업체로 “가격” 할인을 매우 중요시 여김. 주요 타깃층은 도시의 중상위층으로 저렴한 가격, 배송 등의 서비스 제공 - 특정 기간 및 요일을 지정하여 대대적인 할인 행사를 주로 하고 있음 - 2016년 6월부터 매월 8일간 2,500루피 상당의 상품을 구매하는 고객에게 2,000루피 상당의 보너스 및 바우처 등을 제공하는 할인 행사를 하고 있음
		설립연도: 2008년 매장수: 약 320개 특징: - 편의점, 슈퍼 및 하이퍼마켓 등의 여러 형태를 가진 유통채널로 2015년 Future Group과 Bharti Retail간에 전략적 제휴를 통해 Future Group의 일부가 됨
		설립연도: 2011년 매장수: 약 7개 특징: - 고급 식료품점으로 주요 도시를 중심으로 매장이 있으며 다양한 수입제품을 취급, 최근 건강과 편리함에 대한 인식이 증가함에 따라 즉석 조리 제품, 글루텐 프리, 무설탕, 유지방 미포함, 코셔 제품 등에 중점 - 주요 타깃층은 중상류층 이상의 고소득자, 매월 매장에서 음식 축제 행사를 마련하여 시식 및 조리법 등을 제공
Reliance Retail		설립연도: 2006년 매장수: 약 500개 특징: - Reliance Fresh 이외에도 Smart, Market 등의 다양한 형태로 약 2,000개 이상의 매장 운영 - 최근 수익이 감소함에 따라 점차 매장 수를 줄여가고 있으며 hypermarket, Supermarket 형태를 Reliance Smart로 재브랜드 하고 있음 - Reliance Smart의 형태는 Reliance Fresh에 의류 및 완구 등의 섹션을 추가
RPG Group		설립연도: 2000년 매장수: 약 157개 특징: - 향후 4-5년 이내에 하이퍼마켓 형태로 70개의 매장을 북부, 동부, 남부 지역에 추가 설립 할 예정 - 도심을 중심으로 형성되어 있으며 주요 타깃은 중상류층 소비자 - Airtel 은행과 협약하여 전국 매장에 디지털 지불 서비스 시행 - 2015년 MeraGrocer를 인수하여 온라인 서비스 시작 - 이커머스 사업인 meragrocer.com 운영
Aditya Birla Retail		설립연도: 2007년 매장수: 약 518개 특징: - 중상위 층을 대상으로 고품질, 합리적인 가격의 제품을 판매 - 온라인 e-grocery 업체인 Big Basket과 협력하여 온라인 서비스 강화

기업명	브랜드명	개요
Avenue Supermarts	D-Mart 	설립연도 : 2002년 매장수 : 약 94개 특징 : - 주요 타깃층은 가족 단위 소비자로 “최대한 저렴한 가격”에 중점을 두고 있음 - 중상위층과 중위층 인구 지역으로 이원화 하여 매장 확장을 모색하고 있음 - 배달 및 매장 픽업 서비스 제공을 위해 온라인과 모바일 서비스 시작

출처 : 각 채널별 대표 사이트, Euromonitor International, Business Standard(www.businessstandard.com), India Retailing(www.indiaretailing.com)

» 주요 글로벌 유통업체 현황

기업명	유통 형태	개요
Walmart 	B2B 도매 (Cash & Carry)	설립연도 : 2009년 매장수 : 약 21개 특징 : - 9개주에서 B2B 도매 형태로 운영하고 있으며 5,000개 이상의 품목을 취급, 품목의 약 97%를 인도에서 직접 소싱하고 있음 - 2014년 B2B E-commerce 서비스 런칭, 전통 채널인 키라나, 호텔, 레스토랑 또는 사업자를 대상
METRO 	B2B 도매 (Cash & Carry)	설립연도 : 2003년 매장수 : 약 15개 특징 : - 소매점, 키라나, 호텔, 레스토랑, 기업 등의 비즈니스 그룹을 대상, 7,000개 이상의 품목 취급 - 신선채소 및 과일류 유통을 위해 카르나타카주, 안드라프라데시주, 마하스트라주, 서벵골주에 물류센터 운영 - 매년 5~6개의 매장 확장을 모색하고 있음
SPAR 	하이퍼마켓	설립연도 : 2010년 매장수 : 약 17개 특징 : - 네덜란드계 글로벌 대형 유통 채널로 4,000개가 넘는 현지 벤더들이 있으며 자사의 벤더 교육 프로그램 보유, 2017년까지 25개로 매장 확장을 목표 - 주요 고객층은 25세 이상의 가족 단위, 건강에 대한 인식 증가로 최근 웰빙 카테고리에 집중 - 농산물, 베이커리, 시리얼, 유기농 등의 자사 브랜드 제품 카테고리 확장을 통한 가격 할인 및 품질 향상 정책에 중점 - SNS를 통한 디지털 마케팅에 최근 중점을 두고 있으며 벵갈루루를 중심으로 웹 ¹²⁾ 을 통한 신선, 웰빙 식품 구매 및 배달 서비스 제공

출처 : 각 채널별 대표 사이트, India Retailing(www.indiaretailing.com)

12) www.sparindia.com

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 독립 채널

기업명	유통 형태	개요
Le Marche  The complete food store	고급 식료품점	설립연도: 1989 매장수: 약 7개 특징: - 1989년 고급 제과점으로 시작, 2005년 Le Marche 런칭, 인도에서 2번째로 큰 고급 식료품점으로 델리 NCR을 중심으로 운영

출처: The Economic Times(economicictimes.indiatimes.com)

2) 온라인 시장

□ 전체 유통 채널에서 2.5% 정도 차지, 도시를 중심으로 성장 되고 있으며 후불결제 방식 선호

- 온라인 유통시장 규모는 2016년 23십억 달러로 전체 유통의 2.5%를 차지했으며, 2020년에는 79십억 달러로 성장 할 것으로 보고 있다.
 - 정부의 인프라 확장 정책과 지속적으로 증가하는 스마트폰 사용량 또한 온라인 채널 발달의 주요 요소이지만 아직까지 농촌 지역과 도시 지역의 인프라 차이가 심하기 때문에 도심을 중심으로 성장하고 있다.
 - 글로벌 전자상거래 업체인 아마존과 이베이는 인도 시장 초기 진출시 낮은 신용카드 사용률로 인해 결제부분에서 고전을 했다. 하지만 인도 기업인 플립카트가 대금교환제도(Cash on Delivery)를 도입하면서 전자상거래 시장이 활성화 되었다.
 - 시장조사 전문기관 BI Intelligence에 의하면 전자 상거래 이용시 현금결제가 83%로 신용카드보다 약 40% 높다.

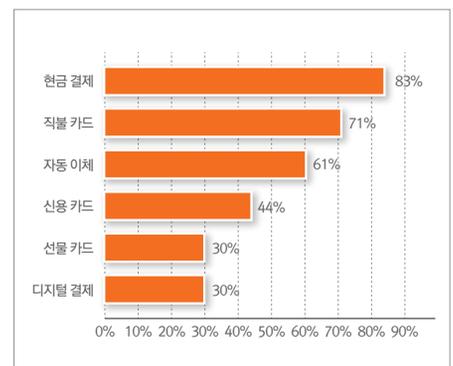
» 전자상거래 규모

Total Retail and Retail Ecommerce* Sales in India, 2015-2020						
billions, % change and % of total retail sales						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
총 유통 매출액	18.33	\$941.08	\$1,082.24	\$1,244.58	\$1,418.82	\$1,599.01
—% change	14.0%	15.0%	15.0%	15.0%	14.0%	12.7%
총 전자상거래 매출액	13.31	\$23.39	\$37.50	\$52.54	\$65.09	\$79.41
—% change	129.5%	75.8%	60.3%	40.1%	23.9%	22.0%
—% of total retail sales	1.6%	2.5%	3.5%	4.2%	4.6%	5.0%

Note: converted at the exchange rate of US\$1=INR64.12; excludes travel and event tickets; *includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment
Source: eMarketer, Aug 2016
213210 www.eMarketer.com

출처: eMarketer(www.emarketer.com)

» 온라인 결제수단별 이용률



출처: BI Intelligence(intelligence.businessinsider.co)

□ 온라인 플랫폼 업체들의 KIRANA 공략¹³⁾

- 유통에서 전통 채널인 Kirana가 차지하는 높은 비중과 최종 소비자와 가장 가깝다는 이점 등을 이용하여 새로운 서비스를 시작하는 온라인 업체들이 생겨나고 있다.
 - 2015년 아마존은 Kirana Now 서비스를 런칭했다. Kirana Now는 Kirana 판매자가 온라인에 판매자로 등록을 할 수 있으며 소비자는 온라인을 통해 가까운 Kirana의 제품을 2~4시간 이내에 구입하여 배송 받을 수 있다.
 - 인도의 대표적인 온라인 플랫폼 업체인 Flipkart는 빠르고 정확한 배송을 위해 Kirana를 하나의 최종 물류센터로 이용하는 서비스를 2016년에 런칭 했다.

» KIRANA NOW



출처 : Amazon(www.amazon.in)

□ 온라인 식품 및 주류 시장 2015년 대비 2016년 약 43% 증가

- 식품 및 음료의 경우 온라인 유통 채널의 증가에 힘입어 빠른 성장을 할 것으로 예상되고 있다.
 - 주요 업체로는 BigBasket, Nature's Basket, Grofers, ZopNow 등이 있으며 Nature's Basket의 경우 오프라인 매장을 기반으로 성장한 온라인 유통 채널이다.

» 온라인을 통한 식품 및 음료 매출액 동향

단위 : 십억 INR

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	6.3	9.0	16.6	21.3	26.0	31.0

출처 : "Internet Retailing In India", Euromonitor International, 2016

13) Euromonitor International(www.euromonitor.com), GADGETS NOW(www.gadgetsnow.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 주요 온라인 업체

기업명	특징
<p>Big Basket</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 인도 최고의 온라인 식료품 채널 - 약 14,000개의 제품과 1,000개의 브랜드 소유 - Bengaluru, Mysore, Hyderabad, Mumbai, Pune, Chennai, Delhi의 7개 도시에서 배달
<p>Nature's Basket</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 뭄바이에 약 32개의 오프라인 매장도 보유 - 소비자가 원하는 배달 시간 선택 가능 - Delhi, Mumbai, Pune, Bengaluru, Hyderabad, 등에 위치
<p>Grofer's</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 소프트뱅크로부터 120백만 달러 투자 받음 - 17개의 주요 도시에 서비스를 하고 있으며 일일 30,000건의 배달 수행
<p>ZopNow</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 매장을 보유한 Aditya Birla Retail 및 Hypercity Retail과 협력 - Mumbai, Pune, Bengaluru, Thane, Hyderabad, Gurugaon 등에 서비스 중 - 물품의 사이즈 및 물량에 상관없이 3시간 이내 배송

출처: 각 업체별 대표 사이트, ampercent(www.ampercent.com)

3) 홈쇼핑 시장

- SHOP CJ Network가 홈쇼핑 시장 점유율 30% 이상 차지, 식품과 음료의 경우 의류 및 신발과 가전제품을 제외하고 가장 빠른 성장을 보이고 있음
 - 식품 및 음료의 경우 홈쇼핑을 통한 매출액이 2015년 대비 2016년 70.9% 성장 했으며, 2021년 까지 연평균 16.4%로 지속적으로 성장 할 것으로 보고 있다.

» 홈쇼핑 매출액 추이

단위: 백만 INR

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
의류 및 신발	238.1	460.9	523.9	532.4	618.1	710.7
가전제품	1,527.7	1,624.3	1,738.6	1,939.4	2,159.1	2,470.3
전자제품	-	-	0.5	0.9	2.0	3.7
건강	13.2	21.2	30.2	36.8	42.5	57.3
식품 및 음료	0.1	0.2	6.9	14.9	22.0	37.6
액세서리	302.9	368.5	450.3	541.5	559.7	595.0
장난감 및 게임	302.9	368.5	450.3	541.5	559.7	595.0
기타	8,316.8	12,142.7	14,023.4	15,164.3	16,253.9	20,076.2
합계	10,412.6	14,632.4	16,788.5	18,245.1	19,672.1	23,965.5

출처: "Homeshopping in India", Euromonitor International, 2016

» 업체별 점유율

단위: %

구분	2013	2014	2015	2016
Shop CJ	27.9	30.2	32.3	30.6
HomeShop18	24.1	22.5	21.1	19.4
TVC Skyshop	9.9	9.7	9.6	8.3
Telebrands	8.2	15.0	7.0	5.2
Asian Sky Shop	7.3	6.6	6.0	4.8
Shop24Seven	0.8	0.8	0.7	0.6
기타	21.8	15.2	23.2	31.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

출처: "Homeshopping in India", Euromonitor International, 2016

» 홈쇼핑을 통한 식품 및 음료 매출 예상 동향

단위: 백만 INR

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
식품 및 음료	37	65	94	131	169	218
합계	23,965	24,974	35,444	35,666	25,417	24,740

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Homeshopping in India", Euromonitor International, 2016

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

다. 농식품 판매현황

1) 신선농산물

- 중소형 마트의 경우 신선농산물은 주로 인도산이며, 종류가 적고 보관상태 문제로 신선도가 떨어지는 경향이 있다.
- 인도 현지 소비자의 경우 신선농산물은 주로 키라나에서 구입, 수입 신선 농산물의 경우 Food Hall과 같은 고급 식료품점을 중심으로 유통되고 있다.

» Food Hall에서 판매 중인 수입 신선농산물

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Food Hall 제품명 : Apple Royal Gala 원산지 : New Zealand 가격 : 275 INR/kg		판매처 : Food Hall 제품명 : Fuji Apple 원산지 : China 가격 : 395 INR/kg
	판매처 : Food Hall 제품명 : Imported Green Pear 원산지 : USA 가격 : 250 INR/kg		판매처 : Food Hall 제품명 : Pear golden 원산지 : China 가격 : 250 INR/kg
	판매처 : Food Hall 제품명 : Enoki Mushroom 원산지 : Europe 가격 : 200 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : Shitake Mushroom 원산지 : Thailand 가격 : 250 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Grapefruit 원산지 : Thailand 가격 : 180 INR/200g		판매처 : Food Hall 제품명 : Mini Orange 원산지 : Thailand 가격 : 140 INR/200g
	판매처 : Food Hall 제품명 : Dried water Chestnut 원산지 : Italy 가격 : 180 INR/100g		판매처 : Food Hall 제품명 : Japanese cucumber 원산지 : Japan 가격 : 375 INR/250g

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

- 사과의 경우 대부분 6개입으로 포장하여 판매하고 있으며, 품종 및 품질에 따라 차이가 있으나 수입산의 가격이 약 50루피 정도 높게 형성되어 있다. 중국산 후지사과의 경우 kg당 395루피로 6개입이 약 1만원에 판매되고 있다.
- 배는 중소형 마트에서는 거의 유통되지 않으며, 고급 식료품 매장을 중심으로 미국, 중국산이 판매되고 있으나 당도와 신선도가 낮다.
- 버섯의 경우 인도산 양송이가 보편적으로 유통되고 있으며, 팽이, 느타리, 표고 버섯 등의 경우 대부분 수입산으로 고급 식료품점 외에서 찾아보기 어렵다.

» 현지 생산 신선농산물

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : SPAR 제품명 : Apple Royalgala 원산지 : India 가격 : 219 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : Kinnaur Apple 원산지 : India 가격 : 230 INR
	판매처 : Big Bazaar 제품명 : Chinese Cabbage 원산지 : India 가격 : 299 INR		판매처 : Big Bazaar 제품명 : Mushroom Button 원산지 : India 가격 : 69 INR
	판매처 : Big Bazaar 제품명 : Chinese Cabbage 원산지 : India 가 격 : 345 INR		판매처 : I.N.A Market 제품명 : Chinese Cabbage 원산지 : India 가격 : 100 INR
	판매처 : Big Bazaar 제품명 : Capsicum Mix 원산지 : India 가격 : 199 INR/kg		판매처 : Reliance Fresh 제품명 : Sugar Baby Melon 원산지 : India 가격 : 19 INR/kg

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

2) 가공식품

- 신선식품과 비교해 소스류, 스낵류, 음료류 등 다양한 수입 가공식품이 유통 중이다.

» 다양한 소스 제품



- 소스류의 경우 미국, 태국, 일본 등의 국가로부터 스리라차, 타바스코와 같은 핫소스를 비롯해 데리야끼 소스 등의 다양한 종류의 상품이 수입, 유통되고 있다.
- 면류 상품의 경우 세계적인 식품기업 N사의 상품이 현지화된 맛과 가격으로 시장을 점유하고 있었으며, 수입 제품의 경우 태국산이 많이 유통되고 있다.
 - 태국 M사에서는 김치맛 라면을 제조 수출하여 인도에서 유통 중으로 추후 한국 기업의 라면시장 진출시 한국 상품과 경쟁이 될 것으로 예상된다.
 - 태국의 경우 가격 경쟁력, 지리적 인접성을 바탕으로 라면을 비롯한 인도 식품 시장에 진출하여 자리 잡고 있다.

» 수입산 가공식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Food Hall 제품명 : Sriracha 원산지 : USA 가격 : 475 INR		판매처 : SPAR 제품명 : Sriracha 원산지 : Thailand 가격 : 175 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Yamamoto Teriyaki sauce 원산지 : Japan 가격 : 200 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : Soy Sauce 원산지 : Japan 가격 : 360 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Alo Exposed 원산지 : Taiwan 가격 : 180 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : oooAloe King 원산지 : USA 가격 : 85 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Udon Noodles 원산지 : Japan 가격 : 225 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : Mama Kimchi Noodles 원산지 : Thailand 가격 : 85 INR/1ea

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

- 과자류의 경우 한국 회사에서 현지 생산하여 판매 중인 초코파이가 대형 유통채널을 통해 보편적으로 판매중이며, 인도기업이 생산한 유사제품도 유통 중이다.
 - 수출국에서 생산하여 인도로 수출할 경우, 가격 경쟁력이 저하되기 때문에 대기업의 경우 현지 공장을 설립하여 유통하는 경우가 많다.
 - 인기 있는 수입제품의 유사제품 출시 등에 대비해 특허권, 상표권 관련 검토가 필요 할 것으로 판단된다.

» 수입산 가공식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	업체명 : SPAR 제품명 : ○○Choco Pie 원산지 : India 가격 : 11 INR/1ea		업체명 : SPAR 제품명 : ITC YumFills 원산지 : India 가격 : 6.5 INR/1ea

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

3) 유통 트렌드

□ 가격할인, 추가 증정 프로모션 활발

- 가격과 가성비를 중시하는 인도 소비자 특성을 반영하여 Spar, Big Bazaar와 같은 하이퍼마켓을 중심으로 1+1 형태의 프로모션이 활발히 진행되고 있다.

» 프로모션 상품



요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ 수입식품 시식행사

- 인도 소비자에게 다소 생소한 수입식품의 경우 시식행사를 실시하여 상품과 브랜드의 인지도를 높이고, 구매를 유도하는 마케팅이 주로 사용된다.

» 싱가포르 제품 마케팅 행사



출처 : Foodhall(www.foodhall.co.id), IE Singapore(www.iesingapore.gov.sg)

□ 다양한 즉석식품 판매

- 조리가 편리한 즉석식품에 대한 수요가 증가하면서 간편 조리 쌀, 파스타, 글로벌 브랜드인 Kellogg의 Oat meal 및 아침대용 시리얼 종류가 많다.

» 주요 즉석식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : SPAR 제품명 : Oat Meal 원산지 : India 가격 : 14.5 INR/1ea		판매처 : SPAR 제품명 : Breakfast Meal 원산지 : India 가격 : 39 INR
	판매처 : SPAR 제품명 : Mini Samosa 원산지 : India 가격 : -		판매처 : Food Hall 제품명 : Ready to eat Vegetable Pulao 원산지 : India 가격 : 90 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Special K 원산지 : India 가격 : 649 INR		판매처 : Big Bazaar 제품명 : Nestle Ceregrow 원산지 : India 가격 : 250 INR

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

□ 고급 식료품점을 중심으로 웰빙식품 판매

- 인도 고소득층 및 외국인을 주요 고객으로 하는 고급 식료품점에서는 글루텐프리 식품, 생과일주스, 당뇨병 환자도 섭취 할 수 있는 스낵류, 건과류바 등을 판매하고 있다.
 - 글루텐 프리와 당뇨병 환자도 먹을 수 있는 제품의 경우 가격 태그와 함께 Gluten Free, Diabetes Friendly 라는 태그를 붙여 판매한다.

» 글루텐 프리(Gluten Free) 및 당뇨병 환자섭취 가능(Diabetes Friendly) 표시



» 주요 웰빙식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Food Hall 제품명 : PEACOCK VERMICELLI 원산지 : - 가격 : 125 INR		판매처 : Big Bazaar 제품명 : Raw Guava 원산지 : India 가격 : 80 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Diet-Foods Healthy Snacks 원산지 : India 가격 : 55 INR		판매처 : Food Hall 제품명 : Nacho Chips 원산지 : - 가격 : 90 INR
	판매처 : Food Hall 제품명 : Yoga Bar 원산지 : India 가격 : 199 INR		판매처 : SPAR 제품명 : Nature Valley Crunchy 원산지 : India 가격 : 297 INR

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR) : 17.28원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

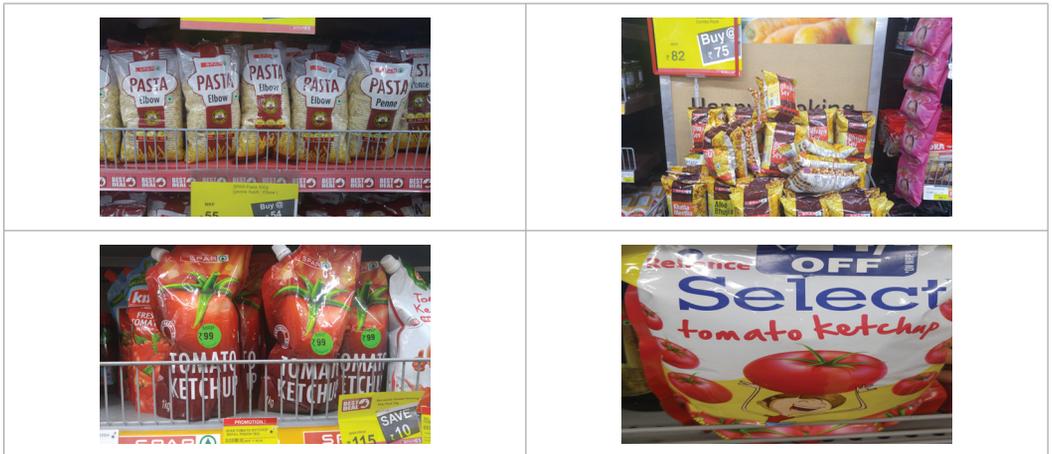
Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ PB(Private Brand) 상품개발

- 인도의 대표적인 유통채널인 SPAR, Reliance에서 소스, 과자, 면과 같은 대중적인 식품들을 중심으로 PB 상품이 출시되었으며, 경쟁 상품 대비 가격 경쟁력이 높다.

» PB상품



03 | 소비동향

가. 소비시장 개요

1) 신선농산물

□ 신선식품에 대한 수요 지속적으로 증가

- 도시에 거주하는 소비자들을 중심으로 건강에 대한 인식이 증가함에 따라 신선식품에 대한 수요가 증가했다.
 - 과일의 경우 연평균 약 6%, 육류는 약 8%, 채소는 약 5%씩 판매량이 증가하였으며 전체 신선식품의 경우 약 5%의 꾸준한 성장률을 보이고 있다.

» 신선식품 판매량

단위: 천톤

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
계란	2,571	2,711	2,845	2,876	3,020	3,156
어류 및 해산물	5,752	6,181	6,750	7,218	7,576	7,853
과일	54,247	56,438	60,155	61,633	65,144	68,736
육류	5,217	5,726	6,172	6,787	7,197	7,700
건과류	10,566	11,872	11,931	11,199	10,610	10,993
콩류	22,626	24,122	25,847	27,504	28,649	29,768
근채류	31,212	30,501	30,302	30,311	31,101	32,025
설탕과 당분	11,932	12,651	12,712	12,367	12,490	12,678
채소류	102,589	109,649	112,215	118,415	121,227	126,319
신선식품 합계	246,715	259,855	268,932	278,313	287,019	299,230

* 주: *는 예상치

** 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Fresh Food India", Euromonitor International, 2016

2) 가공식품

□ 인도의 가공식품 시장 연평균 약 9%씩 성장

- 소비자들의 건강 및 편리함에 대한 인식이 높아짐에 따라 프리미엄 식품 수요가 증가, 기업들의 웰빙 식품에 대한 마케팅이 활발해졌다. 특히 연평균 아침 식사 시리얼 약 21%, 식용 오일 약 18%, 가공 육류 및 해산물 약 20%, 즉석식품 약 16%로 가장 높은 성장률을 보이고 있다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 가공식품 판매액

단위: 십억 INR

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
유아용 제품	20	23	27	31	35	40
베이커리 제품	79	89	98	108	119	129
식사용 시리얼	5	7	9	11	14	17
과자류	98	124	150	175	201	231
유제품	480	557	653	757	876	990
오일 및 지방	324	427	550	690	857	1,050
아이스크림	43	53	63	73	85	102
가공 과일/ 채소	4	5	6	8	9	10
가공 육류/ 어류	1	1	2	2	3	4
즉석식품	3	4	5	6	7	8
곡류, 파스타, 면류	131	159	190	226	240	295
소스, 드레싱, 조미료	58	68	80	95	114	132
스낵	87	109	136	168	206	247
수프	1	2	2	3	3	4
잼 및 스프레드 제품	5	6	7	9	11	13
비스킷	124	147	175	193	212	230
가공식품 합계	1,472	1,788	2,161	2,563	3,000	3,509

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: "Packaged Food in India", Euromonitor International, 2016

나. 소비 트렌드

□ 세계에서 가장 채식주의자가 많은 나라

- 힌두교에서는 모든 사물에 신이 있다고 믿고 있으며 특히 육식을 하면 동물에 깃든 신을 죽이는 것과 같다고 생각하기 때문에 대체적으로 육식을 금하고 있다. 이외에도 불교와 자이나교의 경우 살생을 금하고 있다.
 - 전체 인구의 38%가 채식주의자이며, 북부 지역에 가장 많이 분포되어 있다. 힌두교 채식주의자들의 경우 육류 및 육류 성분이 포함된 제품과 계란 및 계란 성분이 포함된 음식을 먹지 않지만 우유는 먹는다.

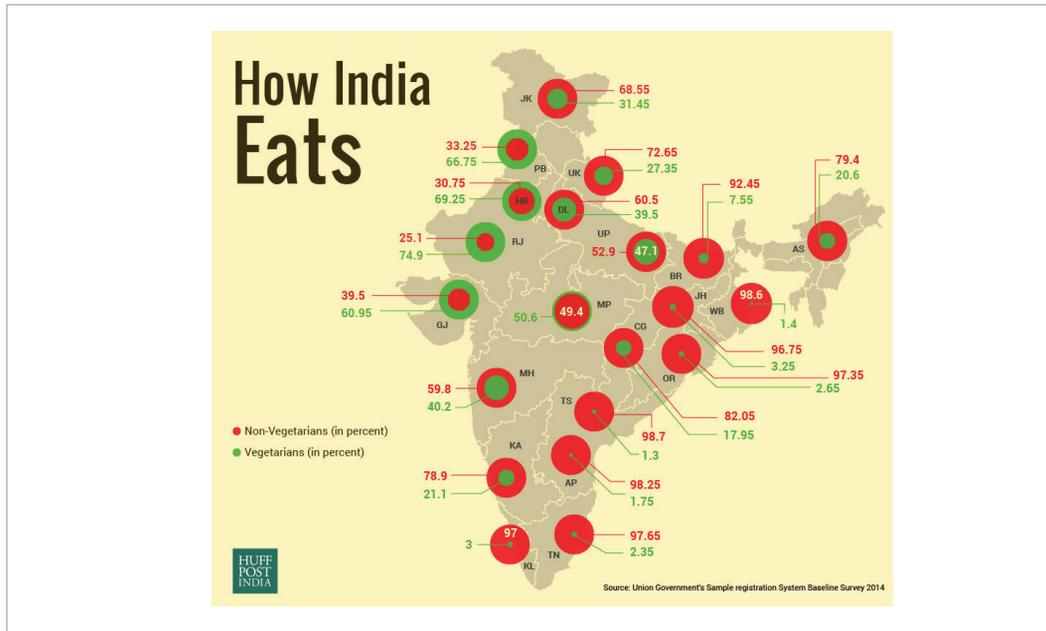
» 전 세계 상위 채식주의자 인구 비율

순위	국가	비율
1	인도	38
2	이스라엘	13
3	대만	12
4	이탈리아	10
5	오스트리아	9
6	독일	9
7	영국	9
8	브라질	8
9	아일랜드	6
10	호주	5

단위 : %

출처 : Worldatlas(www.worldatlas.com)

» 지역별 채식주의자 인구 비율



출처 : HUFF(www.huffingtonpost.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ 인도의 소비특수 기간, 빛의 축제 “디왈리(Diwali)”

- 디왈리(Diwali or Dipawali)는 보통 9월에서 10월에 열리는 축제로 “빛의 축제”라 불리우며, 인도의 수많은 축제 중 최대 규모를 자랑한다. 부의 신인 락슈미(Lakshmi)와 가네샤(Ganesha)가 디왈리 동안 자신의 집에 방문해 올해도 무사히 한해를 보내게 되었음을 감사하고 새해에는 더 큰 행운이 오기를 기원하는 명절이다.
 - 디왈리 기간 동안 인도인들은 집안과 밖에 화려한 조명으로 장식을 하고 밤낮으로 폭죽을 터뜨리면서 축제를 보낸다.
 - 디왈리 시작 전 그리고 5일간의 축제기간 동안 소비가 급증하며, 주요 유통채널들은 소비 특수를 누리기 위해 대대적인 할인 행사를 실시하고 기업들의 광고 투자가 크게 증가한다.
 - 디왈리 기간에는 식품 중 당류 및 스낵 제품들의 소비가 증가하며 7월부터 10월까지 중요 기간으로 수입 업체의 경우 5월부터 수입 계획을 세운다.
 - 글로벌 식품 업체인 펩시코(PepsiCo)의 경우 전국 단위로 마케팅을 진행하며, 제품포장의 경우 랑골리(Rangoli)¹⁴⁾ 라는 인도 전통 장식을 활용하여 큰 호응을 얻고 있다.

» PepSiCo의 디왈리 행사 상품



출처 : PepSiCo India(www.pepsicoindia.co.in)

» 디왈리 기간의 인도



출처 : Earth Sky(earthsky.org)

» 랑골리(Rangoli)



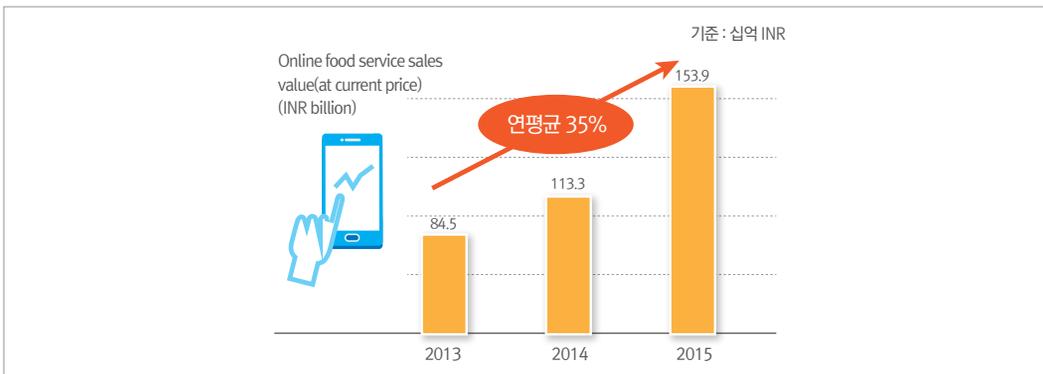
출처 : The Indian Express(indianexpress.com)

14) 랑골리(Rangoli)란 여러색을 입힌 쌀가루를 이용하여 땅에 그리는 전통 문양이다. 다양한 빛깔의 디자인이 있으며 젊은 여성만이 그릴 수 있다. 집안의 번영과 안녕을 기원, 부의 신인 락슈미가 집안에 오심을 환영한다는 의미가 있다.

□ 풍부한 젊은층의 높은 IT 활용률로 인한 온라인 서비스 이용 증가

- 인구의 약 45% 이상이 25세 이하인 인도는 2015년의 중위연령이 27.6세, 2030년에는 29.6세로 전망되는 세계에서 가장 젊은 국가 중 하나이다. 젊은층의 IT 활용률이 높으므로 온라인 식품 서비스 시장은 점점 성장하고 있다.
 - 2013년부터 2015년 까지 온라인 식품 배달, 레스토랑 예약, 디지털 메뉴 등과 같은 온라인 식품 서비스 이용액은 연평균 35%이상씩 증가했다.
 - 시장조사전문기관 eMarketer가 2016년 인도의 온라인 마케팅 전문가를 대상으로 한 주요 디지털 마케팅 채널 설문조사¹⁵⁾에서 SNS 마케팅이 66%로 가장 높은 비율을 차지했다. 이는 최근 인터넷 사용자들의 댓글 그리고 의견 등이 구매에 상당한 영향을 미치고 있음을 보여준다.

» 온라인 식품 서비스 매출액



출처: "India's food service industry", KPMG, 2016

» 주요 디지털 마케팅 채널



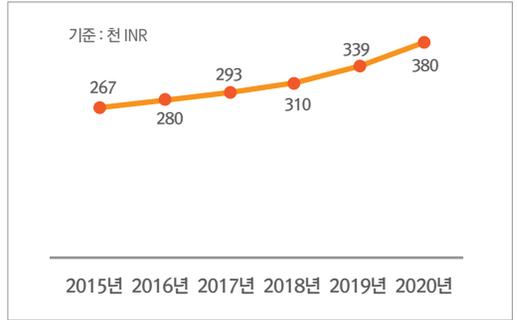
출처: eMarketer(www.emarketer.com)

15) 출처: "Digital by Default-Digital India 2017: Marketing Trends Forecast", eMarketer, 2016.

» 개인 가처분 소득



» 중산층 소득



출처: "India's food service industry", KPMG, 2016

□ 소득 상승에 따른 라이프 스타일 변화

- 높은 경제 성장률은 소비자의 실질 소득의 증가로 이어졌다. 인도의 개인 가처분 소득은 2015년 약 86조 루피에서 2020년 약 142조 루피까지 연평균 약 10%씩 성장 할 것으로 보고 있다.
 - 중산층 가정의 소득 또한 2015년 267,100루피에서 2020년 380,300루피까지 연평균 약 7%이상씩 증가 할 것으로 예상하고 있다.
 - 소득 증가 및 바쁜 생활로 인해 건강에 대한 관심과 더불어 편리함을 추구하는 경향이 확산되기 시작함에 따라 식품 소비도 좀 더 건강하고 조리가 간편한 포장식품 수요가 증가하고 있다.

» 지역별 포장식품 소비동향

동쪽 및 동북 지역	북쪽 지역
<ul style="list-style-type: none"> - 포장 식품이 다른 지역보다 덜 발달, 아직까지 포장되지 않은 식품을 구입하거나, 조직되지 않은 유통 채널 이용이 높음. 하지만 위생에 대한 인식 증가로 포장 된 식용유, 쌀, 국수 및 파스타, 유제품 수요 증가. - 포장 식품 시장은 2016-2021 연평균 9%씩 성장 할 것으로 예상, 단, 가격 민감도가 높기 때문에 "저렴한 가격"이 중요 구매 포인트. 	<ul style="list-style-type: none"> - 현대식 유통 채널의 확장으로 인해 동쪽 및 동북 지역보다 포장 식품 시장이 높음. 특히 포장 식품의 30%는 유제품임. - 포장 식품 시장은 2016-2021 연평균 9%씩 성장 할 것으로 예상, 쌀과 국수 및 파스타 제조업체들의 건강 및 안전성에 중점을 둔 마케팅이 활발함에 따라 이들 품목에 대한 수요가 증가 할 것으로 예상.
남쪽 지역	서쪽 지역
<ul style="list-style-type: none"> - 인도에서 부유한 지역으로 포장 식품 시장이 발달, 소비자들의 건강에 대한 인식이 증가함에 따라 건강한 신제품 개발 및 마케팅 활동이 활발. - 현대식 유통채널이 잘 형성되어 있기 때문에 포장 빵, 꿀, 요리용 기름, 비스킷, 잼 및 우유 제품 등 광범위한 자사 브랜드(Private Brand) 제품 증가. - 부가가치 제품에 대한 수요가 지속적으로 증가, 2016-2021 연평균 9%가량 성장 예상. 	<ul style="list-style-type: none"> - 인도에서 가장 포장 식품 시장이 발달한 지역. 뭄바이와 같은 구매력이 높은 부유한 도시들이 밀집되어 있음. - 2016년 쌀, 국수 및 파스타, 시리얼, 냉동 디저트, 등이 20% 이상 성장. 소비자들의 위생 개념이 높아짐에 따라 포장 식품에 대한 수요가 높음. - 바쁜 생활로 인해 편리함을 추구함에 따라 MTR Foods와 같은 식품 제조업체들은 즉석 아침 식사 제품 등을 출시. - 부가가치 제품에 대한 수요가 지속적으로 증가, 2016-2021 기간 동안 연평균 21%의 성장을 할 것으로 보고 있음.

출처: "Packaged Food in India", Euromonitor International, 2016

□ 온라인 식당 평가앱 인기

- 조마토(Zomato)는 2008년 인도에서 탄생한 식당을 평가하는 웹사이트로, 식당을 찾는 기능은 물론 고객 맞춤형 서비스를 제공한다. 2015년 “Urbanspoon”을 인수하여 식품 배달까지 영역을 확장했다. 후발주자로는 음식 주문 스타트업인 Dazo, 온라인 레스토랑인 Spoonjoy 등이 있다.¹⁶⁾

요약

Part I
국가 일반
현황Part II
농식품시장
동향Part III
수입통관
제도Part IV
식품 위생
제도Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

¹⁶⁾ 출처 : The Indian Express(indianexpress.com), Huffingtonpost(www.huffingtonpost.in)

04 | 수출입 동향

가. 농식품 수출입 현황

□ 세계적인 소고기 및 쌀 수출국이자 두류 수입국

- 인도는 주로 물소를 도축하여 수출하고 있으며 소고기의 세계적인 수출국이다. 이외에 바스마티 쌀을 많이 수출하고 있다.
- 수입품목 중 두류의 비중이 2015-2016년 기준 전체 7,163 백만 달러에서 3,902백만 달러로 약 54%의 높은 비율을 보이고 있다.

» 주요 수출 농식품

단위: 백만 USD

HS Code	품목	수출액		
		2013-2014	2014-2015	2015-2016
02023000	뼈 없는 냉동 소고기	4,138	4,575	3,906
10063020	바스마티 라이스	4866	4,518	3,477
10063010	찐쌀	1,713	1,761	1,255
10063090	기타 반 가공 또는 완전 가공 된 쌀	829	1,185	686
12024210	껍질을 벗긴 땅콩	500	718	574
07031010	신선/냉장 양파	524	376	419
13023230	처리되고 부서진 구아굼	1,683	1,308	400
10064000	쇄미	280	302	308
07132000	이집트 콩	278	167	203
08061000	신선 포도	241	157	199
전 세계		22,706	21,487	16,195

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: APEDA(agriexchange.apeda.gov.in), 관세법령정보포털3.0(unipass.customs.go.kr)

» 주요 수입 농식품

단위: 백만 USD

품목	수입액		
	2013-2014	2014-2015	2015-2016
두류	3,656	2,786	3,902
신선 과일	2,546	1,561	1,694
알코올 음료	682	407	447
기타 가공식품	488	286	277
코코아 제품	352	253	212
밀	8	9	135
과일 및 채소 씨앗	148	100	107
곡물 조제품	138	92	87
가공 과일 및 주스	136	81	80
신선 채소	13	1	59
전 세계	8,411	5,705	7,163

* 주: 소수점 이하는 절사

** 주: APEDA에서 주요 수입 품목에 대한 HS CODE를 명기하지 않음

출처: APEDA(agriexchange.apeda.gov.in), 관세법령정보포털3.0(unipass.customs.go.kr)

» 농식품 주요 수입국

단위: 백만 USD

구분	품목	수입액		
		2013-2014	2014-2015	2015-2016
1	캐나다	1,522	1,078	1,419
2	미국	1,406	859	1,057
3	호주	658	330	935
4	미얀마	938	817	834
5	러시아	186	107	218
6	영국	395	227	216
7	아프가니스탄	288	184	208
8	중국	447	200	177
9	탄자니아	82	146	145
10	프랑스	120	51	110
-				
62	한국	7	7	5
전 세계		8,411	5,705	7,163

* 주: 소수점 이하는 절사

출처: APEDA(agriexchange.apeda.gov.in), 관세법령정보포털3.0(unipass.customs.go.kr)

나. 한국의 對인도 수출 농식품

□ 종자류를 주로 수출

- 신선품목 중에서는 양배추 종자를 2016년 기준 2,827,507달러로 가장 많이 수출하고 있으며 이외에 고추, 채소 등의 종자를 주로 수출하고 있다.
 - 종자를 제외한 가공식품 중 파스타, 과자류 및 라면 등이 있으며 이외에 소스류 등이 수출되고 있다.

» 한국의 對인도 수출 농식품

단위: USD

구분	명칭	2015년	2016년
1	양배추 종자	2,109,081	2,827,507
2	고추 · 단고추 및 착색단고추류의 종자	1,108,396	2,039,273
3	기타(채소종자)	1,760,939	1,659,043
4	필터담배	537,682	1,448,411
5	커피엑스, 에센스와 농축물	704,512	834,801
6	무종자	302,744	625,759
7	조제하지 않은 파스타(조란을 넣은 것 이외 기타/국수, 당면 이외 기타)	436,648	343,664
8	당류(유당, 단풍당, 포도당, 과당, 인조꿀, 캐러멜당, 맥아당 이외 기타)	414,983	341,662
9	비스킷, 쿠키 및 크레커	77,815	333,384
10	식물성 점질물(한천, 로우커스트 점질물 이외 기타)	266,632	323,411
11	식물성액즙과엑스(기타)	179,620	310,347

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

구분	명칭	2015년	2016년
12	라면	435,048	290,963
13	글리세롤(조상의 것)	0	270,473
14	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)	257,142	260,806
15	한약재(기타/향료, 의약품 등)	256,222	232,187
16	추잉검(당으로 도포하였는지의 여부 불문)	167,413	205,727
17	소주	108,719	98,782
18	판상엽	49,760	95,904
19	혼합조미료	133,633	93,306
20	인스탄트면 면류(라면 이외 기타)	48,392	90,021
21	과실주스 음료	213,674	89,645
22	포유류(기타)	0	85,300
23	홍삼타브렛, 캡슐	100,000	84,000
24	육두구(파쇄 또는 분쇄한 것)	117,406	59,000
25	음료(설탕, 감미료 첨가한 물, 인삼음료, 과즙음료 이외 기타)	40,159	50,125
26	향미용 조제품	35,908	49,529
27	기타 변성전분(기타)	2,283	40,670
28	베이커리 제품(식빵, 건빵, 파이와 케이크, 비스킷, 쿠키, 크레커, 미과 이외 기타)	36,041	34,243
29	된장	25,215	33,315
30	베이커리제품 제조용 혼합물 및 가루반죽(쌀가루, 보리가루의 것 이외 기타)	23,732	31,450
31	개사료	13,779	24,790
32	곡류 조제품(뽕창, 볶은 것/콘 플레이크, 콘, 칩, 퍼프드 라이스 이외 기타)	2,130	24,470
33	선인장류(산식물)	16,255	23,618
34	탁주	9,060	23,599
35	식물성 산물(식용)	0	22,727
36	고추장	59,009	21,378
37	참깨	0	20,592
38	밀크대용물함유조제품	0	19,884
39	인삼엑스	0	17,647
40	잼, 과실제리와 마멀레이드(marmalade)(감귤류 이외 기타)	0	17,320
41	당면(조제하지 않은 파스타/조란을 넣은 것 이외 기타)	3,527	15,429
42	물(설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것 이외 기타)	960	15,180
43	간장(soya sauce)	9,820	14,249
44	포도당(과당 함유량 20% 미만)	64,250	13,983
45	식초 및 초산으로 만든 식초 대용물(양조식초 미외 기타)	0	13,309
46	광수와 탄산수(설탕, 감미료, 향미 첨가 않은 것)	9,685	13,109
47	고추류(파쇄 또는 분쇄한 것)	5,772	12,664
48	홍차와 부분발효차(기타)	0	11,300
49	물(설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것)	81,629	10,110
50	채소류 조제품(감자, 완두, 콩, 김치 등 이외 기타/식초, 초산 조제 이외 기타/냉동하지 않은 것)	0	9,006
	합계	10,225,675	13,627,072

출처 : aT 한국농수산물유통공사, KATI(www.kati.net)

05 | 식품정책 동향

가. 정부의 적극적인 식품 제조 개발 정책¹⁷⁾

- 정부는 Vision 2015 Action Plan, Mega Food Parks, AEZs(Agri-Export Zones) 등의 세 가지 중점 식품 제조 개발 정책을 수립하여 적극적으로 투자하고 있다.
 - 식품 가공 산업부(MoFPI : Ministry of Food Processing Industries)는 Vision 2015 Action Plan을 통해 부패되기 쉬운 식품의 가공률을 6%에서 20%로 높이고 세계 식량 무역 점유율 1.5%에서 3%로 높이는 정책을 수립하여 추진하고 있다.
 - Mega Food Park는 식품 가공 산업부에서 추진하는 사업 중 하나이다. 인도 전역에 30개의 식품 제조 허브를 조성하기 위한 계획으로 외국인 투자를 적극 유치하고 있다.
 - AEZs(Agri-Export Zones)은 농산물 및 가공식품 수출을 촉진하기 위해 Mega Food Park이외에 60개의 수출존을 형성하였다.

» 농식품 수출존(Agri-Export Zones)



출처 : IBEF(www.ibef.org)

17) 출처 : 인도 투자청(Invest India)(www.investindia.gov.in)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. Dry Day, 주류의 유통 및 판매 금지 기간

- Dry Day란 법적으로 술의 유통 및 판매를 금지하는 기간을 말한다. 공화국창건일, 독립기념일, 간디 탄신일과 같은 연방 공휴일의 경우 전국적으로 주류 판매가 금지되며 그 외엔 주마다 각기 다른 기간이 있다.
 - 인도는 세계 3위의 주류 시장임에도 불구하고 종교적인 특색으로 인해 주류가 제한되는 경우가 많으며 몇몇 주에서는 제조부터 판매까지 법적으로 금지하고 있다.

» 연방 공휴일

공휴일	날짜
공화국창건일(Republic Day)	1월 26일
독립기념일(Independence Day)	8월 15일
간디 탄신일(Gandhi Birth Day)	10월 2일

출처 : Office Holidays(www.officeholidays.com)

» 주류 판매 및 유통 금지 지역

주	내용
구자라트(Gujarat)	주류의 제조, 판매, 소비 및 보관까지 금지
나갈랜드(Nagaland)	주류의 제조, 판매, 소비, 유통 및 광고와 수입까지 금지
락샤드웍(Lakshwadeep)	주류의 유통 및 판매 금지
케랄라(Kerala)	주류의 유통 및 판매를 점진적으로 제한 중
비하르(Bihar)	주류의 판매 및 소비 금지

출처 : The Indian Express(www.indianexpress.com)

다. 지방세(Fat Tax)¹⁸⁾

- 인도 정부는 비만과 당뇨병에 대한 비율이 급증함에 따라 정크 푸드(Junk Food)에 지방세를 부과하기로 했다. 포화지방과 당분이 함유된 식품에 높은 세금과 엄격한 라벨링 규정을 적용하기로 했다.
 - 케랄라(Kerala)주는 인도 최초로 식당에서 제공되는 버거, 피자, 도너츠 및 타코에 14.5%의 지방세를 부과했다. 향후 인도 정부는 포장재에 포화지방, 설탕, 소금 함량을 명확히 표시하는 규정 초안을 발표할 예정이다.

¹⁸⁾ 출처 : www.huffingtonpost.in, www.investopedia.com

06 | 한국식품 동향

가. 한국식품 판매동향

- 주재원 및 일본, 중국인들 위주로 소비
 - 인도 소비자들은 아직 한국식품에 대한 인식이 부족하여 한국식품점은 주로 한국, 일본, 중국 소비자에 국한되어 있다.
- 도매시장과 한인 식료품점을 통해 유통
 - 한국농식품의 경우 주로 교민과 주재원이 많이 거주하고 있는 지역의 한인마트를 중심으로 유통되고 있다.
 - 인도내 한국식품 수요량이 적고, 정식통관시 라벨링, 검역·검사 등의 절차가 까다롭기 때문에 한인마트 등에서 유통되고 있는 한국식품의 경우 대부분 정식통관을 거치지 않은 상품인 경우가 많다.
 - 한국 N사의 라면의 경우 정식통관 후 Nature's Basket이라는 고급 식료품 온라인 마켓에 입점 후 판매되고 있다.

» 한국식품과 경쟁 상품 가격 비교

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처: I.N.A Market 제품명: ○○ 볶음면 원산지: Korea 가격: 140 INR/1ea		판매처: SPAR 제품명: Maggi Hot Heads 원산지: India 가격: 10 INR/1ea
	판매처: I.N.A Market 제품명: ○라면 원산지: Korea 가격: 110 INR/1ea		판매처: SPAR 제품명: Nissin Top Ramen Atta 원산지: India 가격: 10 INR/1ea
	판매처: Nature's Basket 제품명: ○라면 원산지: Korea 가격: 99 INR/1ea		판매처: Nature's Basket 제품명: Shrimp Creamy Tom Yum Flavour 원산지: Thailand 가 격: 35 INR/50g
	판매처: Food Hall 제품명: ○○ 태양초 고추장 원산지: Korea 가격: 450 INR/500g		판매처: SPAR 제품명: Sriracha 원산지: Thailand 가격: 175 INR

* 환율 정보(2016) 1 루피(INR): 17.28원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 한국 라면의 영양 표기 및 할랄 인증 표시¹⁹⁾

NUTRITIONAL VALUE ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ ПРОДУКТА ӨНЙИЙН ТАМАК КҮЙДЛҮЛҮГҮЙ MAKSILUOTING OZUQAVU QYMATI	100 g / 100 g
Energy / Энергетическая ценность / Энергетикалық құндылығы / Energetik qiymati	430 kcal / 430 ккал
Fat / Жир / Май / Yog'	14 g / 14 g
Carbohydrate / Углеводы / Көмірсулар / Uglevod	67 g / 67 g
Sugars / Сахар / Қант / Shakar	3 g / 3 g
Protein / Белок / Ақуыз / Oqsil	8.9 g / 8.9 g
Salt / Натрий / Натрий / Tuz	3.7 g / 3.7 g



출처 : Nature's Basket(www.naturesbasket.co.in)

* 우측의 사진에 주황색 별표 표시 부분에 인도용이라고 기입되어 있음

» I.N.A Market에 판매되고 있는 한국식품들



나. 판매확대 방안²⁰⁾

1) SWOT 분석을 통한 최적 전략

□ SWOT

기회(Opportunity)	강점(Strength)
<ul style="list-style-type: none"> · 약 13억 명에 이르는 인구 · 중위연령 27.6세로 타문화에 거부감이 덜한 풍부한 젊은층 인구 · 빠른 경제 성장에 따른 소득 상승 · 기능성 및 즉석식품에 대한 관심도 증가 · 활발한 인프라 확장 프로젝트 	<ul style="list-style-type: none"> · 고품질 · 매운 맛 선호 · 새롭고 신선한 “트렌디한 식품”으로 포지셔닝 가능
위협(Threat)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> · 강한 문화적 특징 (종교적 특색, 거대한 국토를 바탕으로 한 지역별 편차) · 열악한 물류 인프라 · 세관 공무원의 도덕적 해이 · 잦은 제도 변경과 식품에 대한 까다로운 규정 	<ul style="list-style-type: none"> · 한국식품을 경험해 본 인구 부족 · 현지 생산 제품에 비해 한국식품의 높은 가격 · 작은 교민 시장

19) 출처 : m.naturesbasket.co.in/ProductDetails.aspx?ProductVariantID=9288&OfferID=0&OfferType=0&DealID=0)

20) 상기 제시된 판매확대 방안은 현지 수입업체 인터뷰 등을 통해 도출된 방안으로 국가의 지역적 특성을 모두 대변하는 것은 아님

□ 최적 전략

WT전략 (약점-위협)	· 주요 거점 도시 선정을 통한 심층 조사 · 유통기한이 긴 식품
ST전략 (강점-위협)	· 한류를 활용한 “트렌디한 식품”으로 포지셔닝 · 채식주의자용 식품 개발
SO전략 (강점-기회)	· 매운 맛 선호, 한국식 핫소스 개발 · 경제 활동 중이며, 타국 문화에 관심이 많은 젊은층을 타깃
WO전략 (약점-기회)	· 프리미엄 시장을 중점으로 공략 · 현지화를 통한 마케팅 활동



» 판매확대를 위한 제언

타깃팅	마케팅		
	초기	중기	장기
밀레니얼 세대	현지화를 기반으로 한 마케팅 활동	고급 식료품을 중심으로 한 입점 전략	주요 거점 도시 심층조사를 통한 판매망 확대
	- 현지 식문화와 결합한 시식회 개최 - 전통 문양을 활용한 포장 디자인 활용 - 소비 특수 기간 홍보 활동 강화	- 고급 이미지 전략을 통한 프리미엄 마켓 입점	- 지역별 편차 및 한국식품의 판매망 확대를 위해 주요 거점 도시를 선정 후 심층 조사 필요

2) Targeting

□ 주요 타깃 : 밀레니얼 세대 ²¹⁾

- 인도의 밀레니얼(1980-2000년에 태어난 인구)은 총 443백만 명으로 인구의 약 35%를 차지한다. 2016년 Morgan Stanley의 “Online shopping in India”에 의하면 2015년 밀레니얼 세대의 소득은 2,400달러로 45세 이상 인구의 2,150달러 보다 약 250달러 높다.
- 이들은 경우 타문화에 대한 거부감이 덜하고, 디지털에 매우 익숙한 세대로 SNS를 많이 활용한다. 또한 온라인 쇼핑을 이끄는 핵심 소비자로서 향후 인도의 소비 시장을 이끌 주역이다.

21) 출처: “India Consumer Close-Up”, Goldman Sachs, 2016

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

3) Marketing 제언



1] 초기 : 현지화를 기반으로 한 마케팅 활동

- 한국식품의 경우 인식이 부족하기 때문에 전통적으로 먹는 방식을 고수하기 보다는 현지 음식과 결합하여 시식회를 개최하는 것이 필요하다.
 - 빛의 축제 디왈리(Diwali) 기간인 7월부터 10월은 인도 최대의 소비 특수 기간으로 이 시즌을 이용하여 한국식품의 홍보 활동을 강화하는 전략이 필요 할 것으로 보인다.
 - 세계에서 가장 채식주의자가 많은 나라이며 비채식 식품에 대한 검역 절차가 까다롭기 때문에 채식주의자용 식품을 적극 개발하여 진출해야 한다.
 - 식문화 특성상 빵이나 난 등을 찢어 찢어먹으며 핫소스를 선호한다. 특히 Table Sauce 시장은 2011년부터 2016년까지 연평균 15.6%의 성장을 기록, 소비 성향에 맞춘 한국식 소스 개발이 필요하다.

2] 중기 : 고급 식료품점을 중심으로 한 입점 전략

- 수입 식품의 경우 대부분 프리미엄 마켓 위주로 유통되고 있으며 특히 한국식품의 경우 가격대가 높은 편으로 고급스러운 이미지를 강조하여 진출해야 한다.
 - 인도는 중간 유통업체의 존재가 중요한 시장으로 프리미엄 마켓에 진출하기 위해서는 관련 유통채널 입점 경험이 있는 바이어 발굴이 가장 핵심일 것으로 보인다.
 - 소비자들의 건강에 대한 인식이 증가, 인도 상공부에 따르면 건강 기능성 식품시장은 2020년까지 61억 달러 규모로 성장 할 것으로 예측된다. 우리나라의 대표적인 건강기능성 식품인 홍삼을 인도 소비자들의 기호에 맞게 가공하여 진출하면 유망할 것으로 보인다.

3] 장기 : 주요 거점 도시 심층조사를 통한 판매망 확대

- 인도는 물류 인프라가 열악하고 국도가 방대하여 주요 유통업체, 트렌드, 가격 및 식문화 등 지역별 편차가 심하기 때문에 주요 거점 도시를 선정하여 심층 조사를 진행 할 필요가 있다.
 - 주요 회랑 건설은 제조 부문의 GDP 15%에서 2025년까지 25%로 끌어올리는 것이 목적으로 특히 물류 인프라 확장에 대해 적극적인 외자를 유치하고 있으므로, 완성 된다면 물류 부분의 획기적인 발전이 기대된다.

» 주요 거점 도시 선정(안)

구분		주요도시인구수 (만명)	GDP (십억 USD)	교민수 (명)	주요 인프라 확장 정책
주	주요 도시				
델리 NCR	델리	1,675	160	3,140	DMIC (Delhi-Mumbai Industrial Corridor)
마하스트라	मुंबई	1,383	200	359	
서벵갈	콜카타	514	150	208	AKIC (Amritsar Kolkata Industrial Corridor)
타밀나두	첸나이	462	60	3,881	VCIC (Vizag Chennai Industrial Corridor)
					CBIC (Chennai Bengaluru Industrial Corridor)
카르나타카	벵갈루루	544	80	896	BMEC (Bengaluru Mumbai Economic Corridor)

* 주 : 다이아몬드 모델 이론에 한국 교민수와 주요 인프라 정책을 추가 하여 상위 5개 도시를 선정

출처 : Business World(businessworld.in), 인도 산업통상부(Ministry of Commerce & Industry)(dipp.nic.in), 외교부(www.mofa.go.kr)자료 종합

» 5대 산업회랑 프로젝트 개요

구분	개요
델리-मुंबई 산업회랑 (DMIC : Delhi-Mumbai Industrial Corridor)	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년부터 추진된 최대 규모의 산업회랑 사업으로 스마트 시티, 발전소, 항구 등 세계적인 산업 및 물류 단지 조성이 목적 - 전체적인 계획은 완성 되었으며 마스터 플랜 설립 중, 1 단계인 구자라트주, 마하스트라주, 마디아 프라데시주, 우타르 프라데시주에 대한 예비 공사가 착수 되었음
암릿차르-콜카타 산업회랑 (AKIC : Amritsar Kolkata Industrial)	<ul style="list-style-type: none"> - 동부와 북부의 7개주를 포함한 화물 운송 인프라 건설 프로젝트로 전체적인 계획 수립 중에 있음
비사카파트남-첸나이 산업회랑 (VCIC : Vizag Chennai Industrial Corridor)	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 아시아개발은행이 개발 계획에 대한 컨셉을 제출, 안드라 프라데시주의 비사카파트남, 카키나다, 칸키패두, 스리카라하스티를 개발지로 선정 - 2016년 아시아개발은행이 지역 개발 계획 최종안을 정부에 제출했으며 마스터 플랜을 수립 중에 있음
첸나이-벵갈루루 산업회랑 (CBIC : Chennai Bengaluru Industrial Corridor)	<ul style="list-style-type: none"> - 카르나타카의 투마쿠루, 안드라프라데시의 크리슈나파트남, 타밀나두 주의 포네리를 산업개발지로 선정 - 세부 마스터 플랜에 대한 컨설턴트를 모집 중
벵갈루루-मुंबई 경제회랑 (BMEC : Bengaluru Mumbai Economic Corridor)	<ul style="list-style-type: none"> - BMEC 지역에 대한 전체적인 계획이 나왔으며 카르나타카 주정부는 다르와다 지역을 첫 번째 산업지로 선정, 마하스트라 주는 상글리와 솔라푸르 지역을 잠재적인 산업지로 선정

출처 : 인도 산업통상부(Ministry of Commerce & Industry)(dipp.nic.in)

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

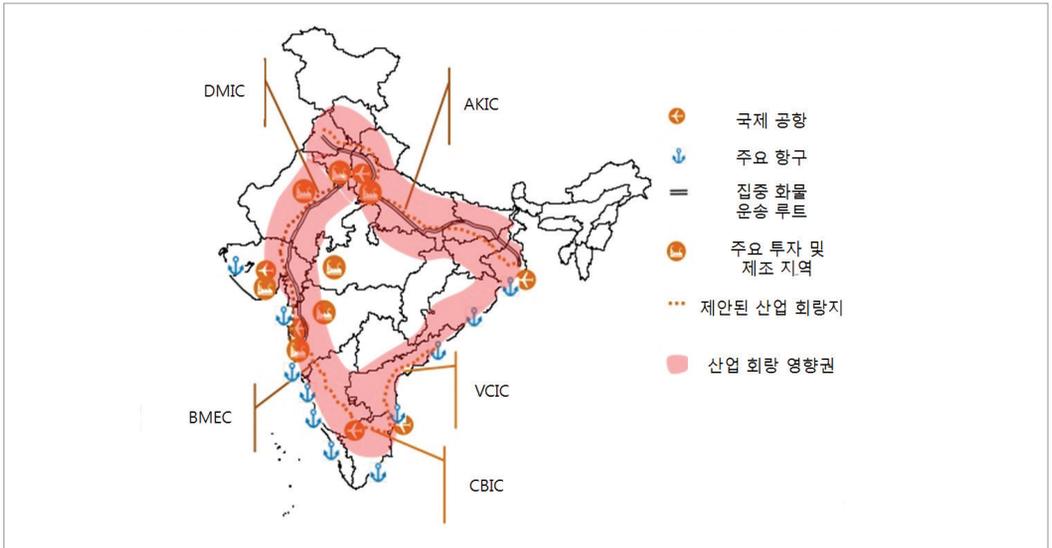
Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

» 5개 산업 회랑 지역



출처: 인도 산업통상부(Ministry of Commerce & Industry)(dipp.nic.in)

Part III

| 수입통관 제도 |

01. 수입통관

02. 동식물 검역

03. 라벨링

04. 진입장벽





Part III

수입통관 제도

01 | 수입통관

가. 수입통관 개요²²⁾



²²⁾ 출처 : FSSAI(www.fssai.gov.in), “인도 감귤 해외시장보고서”, aT 한국농수산물식품유통공사, 2016, IndiaFillings(www.indiafillings.com)

□ 수입 규정

- 인도 식품 안전 의약처는 식품 안전 기준 (수입 식품) 규정 2017(Food Safety and Standards (Food Import) Regulation 2017)을 통해 다음과 같은 주요 사항들을 규정하고 있다.
 - 식품 수입자는 인도 대외무역청(DGFT : Director General of Foreign Trade)에 식품 수입자 등록과 더불어 중앙면허청(Central Licensing Authority)에서 식품 수입 라이선스를 취득해야 한다.
 - 인도로 수입되는 모든 식품은 항만보건소(PHO : Port Health Officer)에서 샘플 검사를 받은 후 FSSAI의 인증을 받아야 한다. 만약 한 컨테이너에 여러 종류의 물품이 적재되어 있을 경우 샘플 검사가 용이하도록 포장해야 한다.
 - 인도로 수입되는 식품의 경우 유통기한이 인도 영토내로 들어온 순간을 기점으로(적하목록 제출 시점) 최소 60% 이상 남아 있어야 하며, 수입식품 규정에 부적합 할 시 수입 라이선스 및 수출입 코드 정지, 또는 취소가 될 수 있다.

나. 수입통관 절차

1) 물품 신고 전

□ 수출입자 코드 발급 및 적하목록 제출

- 수입 신고 전 인도 대외무역청(DGFT : Director General of Foreign Trade)에서 수출입자 코드(IEC : Importer-Exporter code)를 발급받아야 하며, 온라인을 통한 신청이 가능하다.²³⁾
- 적하목록(IGM : Import General Manifest)을 해상과 항공의 경우 수입지에 도착하기 전, 육상의 경우 도착지에 도착 후 12시간 이내에 제출하여야 하며, 서류 제출이 지연 시 50,000루피 이하의 벌금이 부과될 수 있다.

2) 수입 신고

□ 세관신고서(BoE : Bill of Entry) 제출 및 가격 신고

- 세관신고서 제출은 ICEGATE²⁴⁾를 통한 전자 제출, 또는 서면 제출이 가능하며, 신속한 통관을 위해 물품 도착 전에 미리 제출을 할 수 있다. 단, 서류 제출일 기준 30일 이내에 선박이나 항공이 수입지에 도착해야 한다.
 - 서면 신고의 경우 세관신고서를 4부 준비하여 2부는 세관에 제출, 1부는 은행, 1부는 수입자가 보관한다.
 - 세관에서 서류 검토 후 물품 검사가 확정되면 수입자는 인도 식품안전의약처(FSSAI : Food Safety And Standards Authority of India)의 수입 식품 통관 시스템(FICS : Food Import Clearance System)에 NOC(No Objection Certificate)를 교부 받기 위한 서류를 제출한다.

23) 수출입자 코드 가이드라인 및 신청서 양식과 관련하여 URL(www.dgft.org/iec_code.html)을 통해 자세한 사항을 확인 할 수 있다.

24) 출처 : www.icegate.gov.in

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 세관신고서 서류

- 서명된 송장(Signed Invoice)
- 포장명세서(Packing List)
- 선하증권 또는 화물인도지시서(Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill)
- (필요 할 경우) 물품 관련 수입 라이선스
- (필요 할 경우) 신용장/환어음
- 보험 서류
- 화학물질의 경우 검사보고서
- (특혜 세율 적용시) 원산지 증명서 등

» 수입 식품 통관 시스템(FICS) 신고 서류

- 인도 대외무역청에서 발급받은 수출입자 코드
- FSS Act 2006의 지침에 따라 발급 된 라이선스
- (필요할 시) 식품 당국의 물품 허가증
- 세관신고 서류(Bill of Entry)
- 세관 EDI로부터 발급된 검사 지시서

◦ 경우에 따라 다음과 같은 서류들을 추가적으로 제출 할 수 있다.

» 추가 서류

- 인도 농림부에서 발급한 수입 허가증, (주로 농산물 및 원예)
- 인도 축산부에서 발급한 수입 허가증, (주로 축산식품)
- 수출 당국에서 발급한 식물 위생 검역 증명서
- 성분 분석 증명서(주로 와인 및 위스키)
- 다른 나라에서 환적 되었을 경우 환적 국가 리스트
- 냉동 창고로 환적 되었을 경우 온도 차트/보고서/ 그래프 등
- 그 외

◦ 수입 신고를 할 때 납세자는 물품에 대한 품목 분류, 적용 관세율, 과세 표준, 관세 감면 여부 등을 결정하여 관세를 납부한다. 이외에 무관세가 적용되는 물품 또는 관세 정책, 제도에 의하여 납부 할 관세가 면제 되는 물품에 대하여 은행의 보증서나 기타 담보 제공을 요청 할 수 있다.

※ 2017년 4월 1일 세관에서 신고서류 제출 시간 및 항공 화물의 무상 핸들링 시간에 대한 새로운 규정을 발표했다.

» 4월 1일 세관 공지에 대한 내용

Rule 1	수입자는 도착 날짜로부터 24시간 이내에 세관신고서류를 제출, 이를 어길시 5,000루피(하루 75 USD, 3일 이상 150 USD)이상 벌금 부과
Rule 2	항공화물의 무상 핸들링 시간이 72시간에서 48시간으로 단축

출처 : 간접세주관청(CBEC : Central Board of Excise and Customs)(www.cbec.gov.in)

3) 물품 검사

□ 서류 심사 후 물품 검사를 진행, 식품의 경우 무작위 샘플 채취를 통한 검사 시행

- 서류 심사의 경우 세관신고서와의 일치 여부를 확인하며, 이후 외관 검사를 통한 물품 검사를 시행한다. 물품 검사에서는 다음과 같은 사항을 중점적으로 확인한다.

» 외관검사 확인 사항

- 화물 외관상의 상태 및 곰팡이 검사
- 물품의 유효기간이 60% 이상인지 여부
- FSS (Packing & Labelling) 2011 규제에 적합한 라벨링인지 여부
 - 수입자의 이름 및 주소
 - FSSAI 로고 및 라이선스 넘버
 - 채식(Veg)/비채식(Non-Veg) 로고

- 외관 검사 후 무작위 샘플 검사를 시행, 검사자는 2개의 샘플을 1개는 실험실로 나머지 하나는 재검사가 필요할 경우를 위해 따로 보관한다. 샘플은 Sampling Analysis Regulation 2011에 따라 분석한다.
 - 샘플 검사 후 당국의 수입 식품 규제에 적합 할 경우 NOC(No Objection Certificate)를 발급하고 부적합 할 시 NCC(No Conformance Certificate)를 발급한다.
 - 유지 및 식용유, 콩류, 곡류, 분유, 식품첨가물의 경우 필수적으로 샘플 검사를 받아야한다.

4) 관세 납부

□ 세관신고서 반송 후 5일 이내 세관이 지정한 은행에 관세 납부

- 수입자는 세관으로부터 세관신고서 반송 후 휴일을 제외 한 5일 이내에 TR-Challan 서식을 이용하여 지정된 은행에 관세를 납부하여야 한다. 인도의 경우 EDI를 통한 e-payment system를 통해 전자 납부 시스템을 구축하고 있으며 주요 세관에서 이용 가능하다.
 - 각 세관마다 지정한 은행의 이름과 지점명이 상이하므로 사전에 확인 후 납부하여야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 한-인 포괄적 경제동반자 협정(CEPA: Comprehensive Economic Partnership Agreement)에 따른 특혜 관세 적용
 - 2010년 1월 1일 발효한 한-인도의 포괄적 경제동반자 협정 발효에 따라 원산지 상품으로 인정받으면 특혜 관세를 적용 받을 수 있다.

» 한-인도 원산지 증명 개요

구분	한-인도 CEPA
발효 일자	2010년 1월 1일
발급 주체	한국 : 세관, 상공회의소 인도 : 인도수출검사위원회
서식	양국 간 통일증명서식(KIN-CEPA 양식)
유효기간	발급일로부터 12개월
제출면제기준	미화 1,000달러 이하

출처 : FTA 강국, Korea(www.ftahub.go.kr)

» 인도의 협정에 따른 원산지증명서의 서식 ²⁵⁾

Certificate of Origin Korea-India Comprehensive Economic Partnership Agreement Original (Duplicate/ Triplicate/Quadruplicate)

1. Exporter (name, address, country, e-mail address, telephone number, fax number)		Reference No.: KOREA-INDIA COMPREHENSIVE ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT PREFERENTIAL CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined Declaration and Certificate) Issued in _____ (Country) _____			
2. Producer (name, address, country) (optional)					
3. Importer (name, address, country) (optional)		5. For Official Use			
4. Means of transport and route (optional) Departure date: Vessel's name/Aircraft etc.: Port of Discharge		6. Remarks			
7. HS Code (6 digit)	8. Description of goods, including quantity	9. Gross weight and value (FOB)	10. Origin criterion	11. Number and date of Invoices	
12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct; that all goods were produced in (Country), and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the KOREA-INDIA Comprehensive Economic Partnership Agreement for the goods exported to (Importing Country)..... Place and date, signature of authorised signatory		13. Certification It is hereby certified, on the basis of control out, that the declaration by the exporter is correct. Place and date, signature and stamp of issuing authority			
14. <input type="checkbox"/> Third country invoicing(name, address, country)					

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

25) 출처 : FTA 강국, Korea(www.ftahub.go.kr)

작성 방법

※ 이 서식은 영문으로 작성합니다.

1. 모든 물품은 각 해당 물품별로 인도와의 협정에 따른 협정관세를 적용받기 위해서 다음 각 호의 요건을 충족하여야 합니다.

가. 협정관세 적용 대상 물품의 품명과 일치하여야 합니다.

나. 인도와의 협정 제3.15조에 따른 직접운송요건을 충족하여야 합니다.

다. 인도와의 협정 제3장의 원산지규정을 준수하여야 합니다.

2. 제1란에는 수출자의 성명, 주소, 수출국, 전화번호를 적습니다.

3. 제2란에는 생산자의 성명, 주소, 수출국을 적습니다.

4. 제3란에는 수입자의 성명, 주소, 수입국을 적습니다.

5. 제4란에는 물품을 운송하는 선박(항공기)의 출항일, 선박명(편명), 양륙항 등 운송수단 및 운송 경로를 알고 있는 범위에서 적습니다.

6. 제5란에는 수입당사국의 세관공무원이 해당 물품의 협정관세 적용여부를 “√” 표시한 후 서명합니다.

7. 제6란에는 원산지증명서 발급담당자가 원산지증명서를 소급발급한 경우에는 “소급발급”, 재발급한 경우에는 “진정등본” 표시를 합니다.

8. 제7란에는 품목번호는 수입당사국의 「통일상품명 및 부호체계에 관한 국제협약」에 따른 품목번호를 적습니다.

9. 제8란의 품명은 그 해당 물품을 검사하는 세관공무원이 확인할 수 있도록 상세하게 적습니다.

10. 제9란에는 해당 물품의 총중량 및 본선인도가격을 적습니다.

11. 제10란에는 수출자(제조사 및 생산자 포함)가 해당 물품에 대한 원산지결정기준을 아래 표에 정한 방법으로 적습니다.

가. 수출당사국의 영역에서 완전생산된 물품	WO
나. 인도와의 협정 제3.4제1 항제나호를 충족하는 물품	CTSH + RVC 35%
다. 품목별 원산지결정기준을 충족하는 물품	
(1) 세번변경기준을 충족하는 물품	CC, CTH, CTSH
(2) 역내가치포함비율을 충족하는 물품	RVC %
(3) 세번변경기준 또는 역내가치포함비율을 충족하는 물품	CC, CTH, CTSH 또는 RVC %
(4) 세번변경기준과 역내부가가치비율을 동시에 충족하는 물품	CC, CTH, CTSH + RVC %
(5) 특정 공정을 수행한 물품	SP
(6) 기타	Others
라. 인도와의 협정 3.14조를 충족하는 물품(개성공업지구에서 생산된 물품)	OP

12. 제11란에는 송장의 일련번호 및 발급일자를 적습니다.

13. 제12란에는 수출자가 원산지증명서 수출국, 수입국, 신청일자, 장소를 적은 후 서명합니다.

14. 제13란에는 원산지증명서 발급담당자가 원산지증명서의 발급일자 및 발급장소를 적고, 서명한 후 발급기관의 인장을 날인합니다.

15. 제14란에는 수출당사국이 아닌 제3국에서 송품장이 발급된 경우 “제3국 송품장(Third country invoicing)”란에 “√” 표시를 합니다. 이 경우 송장을 발행한 회사의 상호, 주소 및 국가명을 적습니다.

5) 반출 및 환급

□ 환급신청서는 중앙위원회를 통하여 가능

- 운송 서류 수출 면장 등을 제출하면 물품과 관련 된 원재료 수입 시 지불한 관세와 소비세를 환급 받을 수 있다. 환급신청서는 관세소비세 중앙위원회(Central Board of Excise & Customs)의 홈페이지(www.cbec.gov.in)를 통해 받을 수 있으며 환급 받기 까지 통상 6개월 정도 소요 된다.

-수출후 관세 환급 신청은 시스템을 통해 자동적으로 이루어지며, EDI 환급 담당 직원에 의하여 선착순으로 처리된다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

02 | 동식물 검역

가. 식물 검역

1) 식물 검역 절차

가) 신청서 등록

- 수입자 또는 대리인은 화물이 도착하기 전 또는 도착하는 즉시 PQ Form-15를 작성하고 다음의 서류를 검역 담당자에게 보내야 한다.

» 필요 서류

수입허가증, 수출국에서 발급한 식물 위생 증명서, 세관 신고서, 해상/항공 운송장, 인보이스 및 포장 명세서, (필요 할 경우) 소독 증명서, 원산지 증명서, 선하증권

- 서류 검토 후 이상이 없을 경우 수입자 또는 대리인은 검역 수수료를 지불한다. 이후 검역관은 검역 화물의 검사 장소 및 시간을 명시한 검역 명령서를 발급한다.

나) 검사/샘플링/실험실 테스트

- 화물이 검역 장소에 도착하면 검역관은 인도의 규정과 적합한지 확인하기 위한 테스트를 진행한다.

다) 훈증 처리

- 해충이 발견 된 경우 수입업자 또는 대리인은 자부담으로 검역관의 감독아래 훈증 준비를 해야 한다.
 - 수입 된 종자, 식물 및 식물 제품 또는 기타 규제 품목의 검역 검사 신청서 및 관련 서류와 요금을 관할기관에 제출한다.
 - 식물 보호 고문 또는 검역 담당자의 지시에 따라 화물을 검역 또는 훈증 장소에 가져 온다. 검사 후 훈증실을 열고, 화물을 재포장한 후 적재 또는 반출한다.

라) 화물의 반출 및 억류

- 화물에 해충이 발견 되지 않았을 경우 PQ Form-16이 발급된다. 해충이 발견된 경우 훈증 및 재검사 후에 허가를 받을 수 있으며 병해충에 감염이 확인되거나 검역 규정에 위배된 화물의 경우 PQ Form-17이 발급되면 수입자의 비용으로 처리 된다.

2) 사과, 배, 버섯 검역 조건

- 사과, 배, 버섯 등 2016년 검역협상이 타결되어 수출이 가능하게 되었다. 과실류의 경우 훈증 처리 및 저온처리를 해야 하며, 버섯의 경우 포장 전에 물로 세척을 해야 한다.

» 사과, 배, 버섯의 검역 조건

<p>사과, 배, 모과</p>	<p>1. 인도 축 우려병해충 8종 무감염증명</p> <ul style="list-style-type: none"> · <i>Aculus schlechtendali</i> (혹응애 일종) · <i>Adoxophyes orana</i> (애모무늬잎말이나방) · <i>Botryosphaeria berengeriana</i> f.sp. <i>pyricola</i> (겉무늬병) · <i>Carposina sasakii</i> (복숭아심식나방) · <i>Grapholita molesta</i> (복숭아순나방) · <i>Harmonia axyridis</i> (두당벌레) · <i>Metcalfa pruinosa</i> (미국선녀벌레) · <i>Peridroma saucia</i> (뿔날개밤나방) <p>2. 다음 중의 한 가지 방법으로 소독 처리 후 소독 사항 수출식품검역증명서 부기</p> <p>1) MB훈증(상압);</p> <table border="1" data-bbox="462 952 1189 1028"> <thead> <tr> <th>약량</th> <th>시간</th> <th>과육온도</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>32g/m³</td> <td>2시간</td> <td>21°C이상</td> </tr> </tbody> </table> <p>2) 저온처리 - 선적 전/ 수송 중 0°C미만에서 40일 동안 저온처리</p>		약량	시간	과육온도	32g/m ³	2시간	21°C이상
약량	시간	과육온도						
32g/m ³	2시간	21°C이상						
<p>버섯(12종) (팽이, 새송이, 느타리, 양송이, 아가리쿠스, 목이, 포르치니, 상황, 빨나팔, 표고, 곰보, 선녀낙엽버섯)</p>	<p>신선버섯</p>	<p>1. 인도 축 우려병해충 8종 무감염증명</p> <ul style="list-style-type: none"> · <i>Camptomyia corticalis</i> (표고버섯혹파리) · <i>Camptomyia heterobia</i> (혹파리 일종) · <i>Cladobotryum mycophilum</i> (버섯흰곰팡이병) · <i>Cladobotryum varicum</i> (버섯흰곰팡이병 일종) · <i>Coboldia fuscipes</i> (털파리붙이) · <i>Lycoriella mali</i> (긴수염버섯파리) · <i>Megaselia tamiladuensis</i> (버섯벼룩파리) · <i>Mycophila speyeri</i> (버섯혹파리) <p>2. 수출식품검역증명서 부기 - 흙, 잡초종자와 기타 식물 잔재물 미부착</p> <p>3. 포장 전 물 세척</p>						
	<p>버섯종균</p>	<p>○ 흙, 병해충, 잡초종자 및 기타 식물류 무감염증명</p>						

출처 : 농림축산식품부(www.mafra.go.kr)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 동물 검역²⁶⁾

- 가축 및 축산물 수입은 가축 및 축산과(Department of Animal Husbandry)에 의해 규제되며, “Livestock Importation Act, 1898”에서 규정하고 있다. 모든 살아있는 동물 및 신선육, 냉장 및 냉동육, 가공류와 계란 분말, 유제품 등의 동물성 제품 및 부산물 등은 검역 절차를 필히 거쳐야 한다.

» 검역 필요 서류

1. 유효한 인도 무역국(DGFT) 라이선스/위생 수입 허가서(SIP)
2. 수출국 발행의 검역 증명서
3. 세관신고서류(Bill Of Entry)
4. 원산지 증명서
5. 실험실 보고서(해당되는 경우)
6. 검사용 샘플(해당되는 경우)
7. 화물의 항공 화물 운송장, 화물 세부 리스트, 송장, 포장 명세서 등
8. 그 외 신청서 검토 및 실험 중 추가 요청에 대한 서류

- ① 인도 정부에서 발행한 위생 수입 허가가 없이는 수입이 금지된다.
- ② 육상, 항공 또는 해상 등으로 수입되는 화물의 수입 허가 신청서 양식 A, 양식 B 중 하나의 서식을 무역국장, 낙농업부, 농림부 등으로 보내져야 한다.
- ③ 수입 제품에 대한 상세한 위험 분석 후 문제가 없을 경우 위생 수입허가증이 발급된다.
 - 수입제품에 대한 분석은 과학적 원칙을 토대로 해당국의 관계자가 수행해야 하며, 수출국의 질병 상황 등을 참조하여 수행된다.
 - 위생 수입 허가증은 열처리 된 우유 및 유제품, 수산물, 가공류 제품, 애완동물의 사료 등과 같은 동물성 제품 등에 1년간 유효하다.
 - 가공되지 않은 축산물 수입에 대한 허가증은 6개월간 유효하나 수입자의 요청에 한해 인도 중앙정부에서 승인하면 6개월 더 연장 할 수 있다.
- ④ 모든 축산물은 동물 검역 및 인증 센터가 있는 델리, 뭄바이, 콜카타, 첸나이 벵갈루루 및 하이데라바드에 위치한 항공 또는 공항을 통해 인도로 수입되어야 한다.
- ⑤ 수입국에 도착하면 축산물 제품들은 동물 검역 및 인증 서비스 관계자 또는 축산과, 낙농 및 수산부가 승인한 수의사가 담당하는 곳에서 검역을 받아야 한다.
 - 만약 소독 또는 추가 취급이 필요 할 경우 수입자는 축산부, 낙농 및 수산부가 승인한 대행기관을 통해 처리해야 하며, 당국으로부터 정식으로 승인 받은 검역관 또는 수의사의 감독 하에 수행되어야 한다.

²⁶⁾ 출처 : AQCS(Animal Quarantine and Certification Services)(dahd.nic.in/Trade/Animal-quarantine-and-certification-services)

03 | 라벨링

가. 라벨링 개요

- 인도에서는 식품안전기준청, 법정 계량국 및 소비자 보호 위원회, 상무부에서 농식품에 관련 된 라벨링을 규정하고 있다.
 - 위의 각 기관에서 규정하는 라벨링의 경우 큰 차이는 없으나 세부적으로는 GM(Genetically Modified) 및 최고소매가(MRP : Maxium Retail Price)를 표시하는 등의 세부사항 등이 있다.
 - 인도의 라벨링 규정에서 가장 특이한 점은 채식과 비채식에 대한 표시를 꼭 해야 하며 한다는 점이며, 이에 대한 세부 규격을 두고 있다.

» 라벨링 기본 요건

- 제품 정보는 1장의 스티커에 모두 표시되어야 하며, 포장에 단단히 부착되어 있거나 또는 포장 자체에 인쇄되어있어야 한다.
- 라벨링은 필히 영어 또는 힌두어로 인쇄되어야 한다.
- 사전 포장 된 음식에 과대광고 또는 오해를 불러일으키는 문구가 없어야 한다.
- 소비자가 명확하고 쉽게 읽을 수 있도록 해야 한다.

나. 라벨링 규정

1) 사전 포장된 식품의 라벨링 규정

- FSSAI의 포장 및 라벨링 규정 2011(FSSAI Packaging and Labeling Regulation 2011)에 따르면 “사전 포장” 또는 “사전 포장 된 식품”이란 포장재 및 내용물을 변경 할 필요없이 바로 소비자에게 판매가 될 수 있는 제품을 의미한다.
 - 사전 포장된 식품 및 다중 포장 제품의 경우 라벨에 아래와 같은 필수 정보들이 표기되어 있어야 한다.
 - ① 식품의 이름
 - 포장에 포함 된 식품의 상품명 또는 제품명을 표기해야 한다.
 - ② 단일 성분의 제품을 제외한 제품의 성분 목록
 - 라벨에 성분의 무게 또는 부피 기준으로 내림차순으로 정렬해야 한다.
 - ③ 영양정보
 - 모든 영양정보가 100gram, 100ml 또는 1인당 제공량을 기준으로 다음의 정보를 포함하여 표기되어 있어야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 칼로리
- 단백질 및 탄수화물의 양(설탕량 명시), 지방(gram 또는 ml 기준)
- 영양상의 또는 건강상의 강조가 들어간 성분에 대한 정보
- *알코올 음료의 영양 정보는 필요하지 않음
- 채식주의자와 비채식주의자에 대한 정보

④ 마크 표시

- 포장의 주요면 또는 식품의 이름 및 브랜드명과 가까운 곳에 녹색 네모 윤곽선 안에 녹색 동그라미 표시가 된 마크가 있어야 한다.
- 비채식사용 또한 포장의 주요면 또는 식품의 이름 및 브랜드명과 가까운 곳에 갈색 네모 윤곽선 안에 갈색 동그라미 표시가 되어 있는 마크가 있어야 한다. (조류, 해산물, 동물성 성분(우유 및 유제품 제외) 포함되어 있는 경우 필히 표시)
- 알코올 음료에는 표시할 필요가 없다.



출처 : FSSAI(www.fssai.gov.in)

» 채식 및 비채식 로고 사이즈

구분	표기 가능 범위	최소 사이즈(mm)
1	100cm ²	3
2	100 ~ 500cm ²	4
3	500 ~ 2,500cm ²	6
4	2,500cm ² 이상	8

출처 : FSSAI(www.fssai.gov.in)

⑤ 제조업체의 이름과 주소

- 제조, 포장, 병 단위의 제조사 이름과 주소가 표기되어 있어야 한다.
- 수입 식품의 경우 수입자의 이름과 주소가 표기되어 있어야 한다.
- 해외에서 제조되어 인도에서 포장되는 식품의 경우 식품의 원산지 명, 수입자의 이름과 주소가 표기되어 있어야 한다.

⑥ 순 중량

- 무게, 부피 또는 수 기준으로 순 중량을 표시해야 한다.

⑦ 식별 마크 표시

- 라벨에 식품의 제조 및 유통을 추적 할 수 있는 마크가 표시되어 있어야 한다.

⑧ 제조일 및 포장일자

- 라벨에 제품의 제조, 포장, 사전 포장 된 일자, 월, 년을 표시해야 한다.

⑨ 유통기한

- 제품 유통기한의 월, 년을 대문자로 표기해야 한다.

- 와인 및 주류, 알코올이 10%이상 함유 된 음료에는 표시를 하지 않는다.

⑩ 수입식품의 원산지

- 식품이 수출국이 아닌 다른 국가에서 가공 되어 성분 및 성질이 변경 되었을 경우 가공 된 국가의 원산지 제품으로 간주한다.

⑪ 사용법

- 필요 할 경우 제품의 사용법에 대한 내용을 라벨에 표시해야 한다.

2) 도매용 식품 라벨링 규정

◦ FSSAI의 포장 및 라벨링 규정 2011(Packaging and Labeling Regulation 2011)에 따르면 “도매용 식품”이란 포장에 판매 및 도매용이라는 표시가 되어 있으며, 최종 소비자에게 바로 판매 된다는 표시가 없는 제품을 의미한다.

- 대량으로 중간인에게 판매 되는 상품이거나 도매 식품(최종 제품 제조를 위해 추가로 가공되는 사전 포장 된 반제품) 등은 다음의 내용을 라벨에 표기해야 한다.

- ① 식품의 이름
- ② 성분 목록(단일 성분 제품 제외)
- ③ 제조 및 포장업체의 이름과 주소
- ④ 유통기한 및 순중량
- ⑤ 제조 및 포장 일자
- ⑥ 수입자의 이름 및 주소
- ⑦ 원산지
- ⑧ FSSAI 로고 및 라이선스

3) 수정 가능 및 불가 라벨링 규정

◦ 채식 및 비채식 로고, 수입자의 이름 및 주소, FSSAI 로고 및 라이선스가 누락되었을 경우 세관 창고에서 수정 할 수 있지만 제조사의 이름 및 주소, 성분 목록, 제조 및 포장 일자, 유통기한, 순 중량, 식별 코드, 영양 정보 등이 누락되었을 경우 수정이 불가능하다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

3) 법정 계량국 및 소비자 보호 위원회의 라벨링 규정(The Legal Metrology (Packaged Commodities) Rules, 2011)

- 포장에 모든 세금을 포함한 제품 최고 소매가(MRP : Maximum Retail Price)를 표시해야 하며, 유전자 조작 (GM : Genetically Modified) 성분이 들어간 식품은 라벨링 상단에 “GM”이라고 표시해야 한다.

» 라벨링 예시



FSSAI 요건	상공부 요건
1. 식품의 이름	1. 인도 수입자의 이름과 주소
2. 성분 리스트	2. 포장된 상품의 이름
3. 영양 정보	3. 순 중량
4. 채식/비채식 로고	4. 제조, 포장 또는 수입 한월과 년도
5. 식품첨가물 리스트	5. 최고 소매가(MRP : Maximum Retail Price)
6. 제조사의 이름 및 주소	
7. 순 중량	
8. 롯/코드/배치 식별	
9. 제조 및 포장일자	
10. 유통 기한	
11. 원산지	
12. 사용법	

출처 : “Food and Agricultural Import Regulations and Standards – Narrative”, USDA, 2016

05 | 진입장벽

가. 제도상의 장벽

1) 행정절차

□ 세관 행정절차의 전산화 부족

- 사전에 세관에 제출하는 서류들의 경우 전산화가 되어있으나 이후에 이루어지는 서류 작업은 세관 공무원의 수작업으로 이루어지므로 매우 느리며, 담당자를 만나기 쉽지 않다.
 - 사전 제출의 경우도 전산화가 되어 있다고는 하나 시스템 오류가 빈번하고, 서류 검사가 전산화 되어 있지 않아 세관 공무원의 성향에 따라 일의 진행이 달라지는 경우가 많다.
 - 선진국과 다르게 통관 거부 사례를 홈페이지에 공개를 하지 않기 때문에 이를 데이터화 하여 사전에 대비하는 것이 힘들며 사례 중심으로 갈 수 밖에 없다.

□ 충분한 사전 기간이 없는 세관의 급작스런 통보

- 세관 공지의 경우 한국처럼 제도상의 변화가 있을 경우 사전에 공지를 하여 적응기간을 두지만 인도의 경우 사전 공지나 적응기간이 없이 제도가 자주 변경되기도 하므로 수시로 세관 홈페이지를 확인해야 한다.
 - 일례로 2017년 4월 1일 시행예정인 수입신고 및 항공의 THC(Terminal Handling Charge) 공지를 시행 전날인 3월 31일에 공개하여 많은 업체들이 통관에 어려움을 겪은 적이 있다.

2) 높은 물류 비용

□ 물류 인프라 부족 및 정형화된 가격 테이블 부재

- 트럭운송의 경우 트럭의 노후가 심하고 물류비가 높으며, 조직화된 냉장체인은 5% 미만으로 인프라가 열악하다. 또한 업체들이 영세하다보니 정형화된 물류 운임을 산정하기 힘들다.
 - 운송에 이용되는 트럭 자체가 많이 낡았고, 날씨가 더울 경우 예정 시간 내에 배송하기 어려운 경우가 많다.
 - 뭍바이와 델리는 철도 운송이 주를 이루지만 트럭 운송의 경우 추가 바뀔 때 마다 운송업자가 바뀌는 경우가 많으며, 판매를 목적으로 이동하는 경우 주별로 Road Permit을 발급받아야 하는 경우가 있다. 또한 주마다 세금이 상이하며 시즌(2,3,4월)에는 물류비가 상승한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

3) 대금결제

□ 인도 기업과 일 할 때 대금결제 부분은 매우 구체적이고 확실하게 진행해야 함

- 인도 기업과 일할 때 대기업이라고 해도 대금 결제가 제대로 이루어지지 않는 경우가 있기도 하므로 충분한 시간을 두고 계약서를 구체적으로 작성한다. 또한 법원의 공증을 받는 것이 안전하다.
 - 미수금을 만들지 않는 것이 좋으며, 보증금을 걸어 향후 지불해야 하는 금액을 가감하는 식으로 진행해야 한다.
 - 인도는 보험 부보의 개념이 없기 때문에 문제가 생기면 화주가 책임을 져야 하므로, 수출 보험과 같은 제도를 활용하는 것이 필요하다.

4) 까다로운 식품 검사

□ 샘플 검사 결과와 성분표가 일치해야 함

- 샘플 검사 결과와 성분표가 다를 경우 재검사를 하거나 이를 입증 할 만한 자료를 요청 할 시 기본 2주 이상의 시간이 소요된다.
 - 식품을 보관 및 검사하는 창고와 연구실이 부족하고 시설이 열악하기 때문에 재검사가 이루어질 경우 통관이 늦어져 식품이 상할 가능성이 많다.

□ FSSAI에서도 알레르기 및 GMO 규정을 마련할 예정

- FSSAI와 인터뷰에서 GMO 식품은 인도 대외무역청에서 수입 금지 규정을 두고 있으나 향후 FSSAI에서도 이에 대한 규정을 할 예정이며, 특히 아직까지 알레르기에 대한 규정이 없었으나 외국 기관과 협력하여 데이터베이스 작업 중에 있다고 한다.
 - 위와 같은 규정이 생길 시 수입식품에 대한 규정은 더욱 까다로워질 것으로 예상된다.

□ 유통기한문제

- 식품의 경우 제조일자에서 인도 영토 내에 들어온 시점에 유통기한이 60% 이상 남아 있어야 하므로 유통기한이 비교적 짧은 식품의 경우 수입하기가 매우 힘들다.
 - 식품 수입업체와 인터뷰를 했을 시 정부에서 정한 규정은 60%지만 실무적으로는 17-18개월 정도는 남아 있어야 한다.

나. 관습상의 장벽

1) 도덕적 해이

□ 세관 공무원의 뇌물 요구가 일상화

- 세관 공무원의 뇌물 요구가 일반적이며 어느 정도의 금액을 원하는지는 담당자의 성향에 따라 다르기 때문에 산정하기 힘들다.
 - 포워딩과 CHA가 세관과 좋은 관계를 맺고 있느냐가 중요하며, 능력 있는 통관사들은 분기별로 세관 공무원에게 일정 금액이나 선물 등을 제공한다.
 - 한 수입 업체의 경우 세관 공무원의 뇌물 요구를 거절하여 결국 물건을 통관시키지 못한 사례도 있다.

2) 문화적 특이성

□ 다양성에 대한 깊은 통찰력이 필요한 곳

- 국토가 거대한 인도는 지역별로 경제수준이나 문화적인 차이가 있으며, 종교적인 성향이 강한 나라이다. 힌두교도가 전체 인구의 약 80% 이상이지만, 같은 힌두교라도 종파나 지역별로 숭상하는 신과 특징이 다르다. 또한 힌두교 이외에도 이슬람교, 불교, 자이나교 등 다양한 종교와 문화가 어우러진 곳이다.
 - 힌두교 신자들이 소고기를 먹지 않듯 종교와 식문화는 함께하는 부분이기 때문에 인도에 대한 충분한 조사와 다양성에 대한 깊은 이해를 바탕으로 접근해야 하는 곳이다.

3) 수요의 문제

- 한국식품의 경우 대부분 이삿짐이나 핸드 캐리를 통해 유통되고 있다. 이는 까다로운 정부의 규제 탓도 있지만 정식 수입을 할 만큼의 수요가 형성되어 있지 않은 것이 주요 요인이다.
 - 교민수가 많지 않기 때문에 인도 소비자들을 타겟으로 해야 하지만, 한식의 인지도가 낮기 때문에 단기간에 수요를 창출하기는 힘들 것으로 보인다.

요약

Part I
국가 일반
현황Part II
농식품시장
동향Part III
수입통관
제도Part IV
식품 위생
제도Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

Part IV

| 식품 위생 제도 |

01. 식품관련 인증제도

02. 식품첨가물 및 유해물질 규정



India

Part IV

식품 위생 제도

01 | 식품관련 인증제도

1) ISI 마크(BIS 인증)

	인증명	ISI 마크
	발행기관	인도표준국 (BIS : Bureau of India Standards)
	비용	품목별로 ISI 마킹 및 테스트 비용 상이 ²⁷⁾
	소요기간	약 6개월
	갱신기간	1년

* 주 : 테스트 비용의 경우 제품 및 연구소 별로 다르게 책정

- 인도표준국(BIS : Bureau of Standards)은 소비, 식품, 유통부산하기구로, 1955년 인증업무를 시작하였고, 1986년 인도표준법을 발효시켰다. ISI 마크는 1995년도부터 사용해온 인증마크이고, 인도표준국에서 발급하고 있다.
 - ISI 마크는 최종 소비자가 사용할 제품의 안정성, 품질, 신뢰성을 입증하며, 이 마크가 부착되어 있으면 제품의 사양에 적합하다는 보증서 역할을 한다.
 - 인증 대상은 섬유, 화학물질, 건축 재료, 펌프, 금속, 자동차 부품, 농식품, 가죽, 목재 등 총 약 105개 이상의 품목이다.
 - BIS 인증은 외국인과 내국인용을 따로 운영하며, 품목에 대하여는 강제 인증과 비강제 인증으로 구분하고 있다.

²⁷⁾ 출처 : 비용표 : www.bis.org.in/fmcs/saarfee.pdf
테스트 비용 : www.bis.org.in/qazwsx/iswise_v2.html

□ 인증요건

- 인도의 현지 사업자, 수입자 또는 에이전트만 등록이 가능하며 수출업체와의 관계가 계약서 및 법적으로 증명되었을 경우에만 인증을 받을 수 있다.

» BIS 인증 절차²⁸⁾



» BIS 인증 획득 강제 품목

번호	구분	품목
1	IS 1165	조제분유
2	IS 1166	연유, 일부 탈지유, 무지방 우유
3	IS 1656	시리얼 기반 우유
4	IS 11536	유아를 위한 가공 시리얼 기반 이유식
5	IS 12176	높은 온도에서 가당된 연유
6	IS 13334(Part 1)	무지방 우유 분말, 표준 등급
7	IS 13334(Part 2)	무지방 우유 분말, 추가 등급
8	IS 14542	부분 탈지유 분말
9	IS 14433(Part 1)	유아 우유 대용제품, 단백질 기반 우유
10	IS 13428	포장된 미네랄 워터
11	IS 14543	포장된 식수(포장된 미네랄 워터 제외)
12	IS 15757	조제식(무료 음식)

출처: BIS(www.bis.org.in)

28) 출처: www.bis.org.in/cert/fm.htm

요약
Part I 국가 일반 현황
Part II 농식품시장 동향
Part III 수입통관 제도
Part IV 식품 위생 제도
Part V 상표 출원 및 특허 규정
부록

» BIS 신청 서류 29)

<ul style="list-style-type: none"> - 신청서 - 공장지도 및 공장배치도 - 제조설비 및 시험장비 목록 - 시험 및 검사절차, BIS 허가증 교부 이후 승인절차 준수계약서 - 인증서 교부일로부터 표시 수수료 납부서약서 - 인증서 승인 조건의 준수 및 인증서 정지 및 취소 시 즉시 이행 서약서 - 생산 공정 및 검사단계를 설명하는 흐름도 - 기술 인력에 대한 세부사항 - 제조과정에 필요한 법정허가증 	
---	---

출처: “아시아 2개국 조달시장현황 조사 연구”, 한국조달연구원, 2015

» BIS 인증 신청서 양식

<p>(नियमन 3 द्वारा) [See Regulation 3] भारतीय मानक ब्यूरो BUREAU OF INDIAN STANDARDS उत्पाद प्रमाणन योजना Product Certification Scheme मानक चिह्न के उपयोग के लिए आवेदन APPLICATION FOR LICENCE TO USE THE STANDARD MARK</p> <p>व्यक्ति अथवा फर्म का पूरा नाम Full name of individual or firm</p> <p>पता Address</p> <p>कार्यालय Office</p> <p>शहर City जिला District राज्य State देश Country पिन Pin ई-मेल E-mail</p> <p>दूरभाष Tel कैबल Fax</p> <p>फैक्टरी FACTORY</p> <p>शहर City जिला District राज्य State देश Country पिन Pin ई-मेल E-mail</p> <p>शीर्ष प्रबंध Top Management तकनीकी प्रबंध Technical Management</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>नाम Name</th> <th>पदनाम Designation</th> <th>नाम Name</th> <th>पदनाम Designation</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td>1.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td></td> <td>2.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td></td> <td>3.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td></td> <td>4.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>संबंधित व्यक्ति का पूरा नाम व दूरभाष सं. CONTACT PERSON & Tel No.</p>	नाम Name	पदनाम Designation	नाम Name	पदनाम Designation	1.		1.		2.		2.		3.		3.		4.		4.		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>पत्राचार का पता CORRESPONDENCE ADDRESS</td> <td>कार्यालय Office Factory</td> <td>स्तर SCALE</td> <td>बड़ा Large छोटा Small</td> <td>क्षेत्र SECTOR</td> <td>सार्वजनिक Public निजी Private</td> </tr> </table> <p>यह आवेदन.....पर मानकचिह्न का उपयोग के लिए किया जा रहा है। This application is being made to use the BIS Standard Mark on.....</p> <p>उत्पाद PRODUCT</p> <p>भारतीय मानक INDIAN STANDARD</p> <p>मा मा IS: मानक भाग: GRAD/TYPE/CLASS</p> <p>श्रेणी Sec:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>वर्तमान स्थापित क्षमता PRESENT INSTALLED CAPACITY (प्रतिवर्ष प्रतिवर्ष) (Production per annum)</td> <td>उत्पाद की इकाइयाँ Units of Production</td> <td>प्रमाण Quantity</td> <td>मूल्य (₹.) Value (Rs.)</td> </tr> </table> <p>प्राथमिक प्रतिनिधित्व के अंतर्गत पिछले निरस्त/कथित कथित/कथित, यदि कोई है, के विवरण DETAILS OF PREVIOUS CANCELLATION/CONVICTION IF ANY UNDER BIS ACT</p> <p>फर्म की सील SEAL OF FIRM</p> <p>हस्ताक्षर Signature नाम Name पदनाम Designation आवेदन की तिथि Date of application</p> <p>महत्व - 1. आवेदन पर फर्म के शीर्ष अधिकारी द्वारा अथवा प्रतिनिधि द्वारा प्रमाणित किया जाना चाहिए। 2. निरस्त/कथित के अंतर्गत पिछले निरस्त/कथित के विवरण प्रमाणित करने वाले द्वारा प्रमाणित किया जाना चाहिए। 3. कृपया सूचित करें कि आपका क्या उत्पाद किसी उत्पाद(ए) के लिए मानकचिह्न स्वामित्व में है। Important: 1. Application should be signed by CEO of the firm, or in his absence by authorized representative. 2. Application from Foreign Manufacturers should be countersigned by authorized Indian representative. 3. Please inform whether you are holding BIS licence(s) for any product(s).</p>	पत्राचार का पता CORRESPONDENCE ADDRESS	कार्यालय Office Factory	स्तर SCALE	बड़ा Large छोटा Small	क्षेत्र SECTOR	सार्वजनिक Public निजी Private	वर्तमान स्थापित क्षमता PRESENT INSTALLED CAPACITY (प्रतिवर्ष प्रतिवर्ष) (Production per annum)	उत्पाद की इकाइयाँ Units of Production	प्रमाण Quantity	मूल्य (₹.) Value (Rs.)
नाम Name	पदनाम Designation	नाम Name	पदनाम Designation																												
1.		1.																													
2.		2.																													
3.		3.																													
4.		4.																													
पत्राचार का पता CORRESPONDENCE ADDRESS	कार्यालय Office Factory	स्तर SCALE	बड़ा Large छोटा Small	क्षेत्र SECTOR	सार्वजनिक Public निजी Private																										
वर्तमान स्थापित क्षमता PRESENT INSTALLED CAPACITY (प्रतिवर्ष प्रतिवर्ष) (Production per annum)	उत्पाद की इकाइयाँ Units of Production	प्रमाण Quantity	मूल्य (₹.) Value (Rs.)																												

출처: BIS(www.bis.org.in)

① 신청서 작성

- o BIS 인증 취득을 원하는 사람들은 BIS 신청서와 함께 신청비를 납부해야 한다. 하기의 조건들이 만족 될 경우 신속한 처리가 가능하다.

29) 출처: 신청서: www.bis.org.in/forms/pcfrm.pdf
 제반 서류: bis.org.in/fmcs/FM_CHECKLIST.pdf

- a) 신청서에 명시된 주소의 공장 제조시설
- b) 신청서에 기재된 주소의 제품 시험 시설이 인도의 규정과 부합여부
- c) 시험 요원은 인도의 표준 요구 사항을 이해하고 규정에 따라 제품 시험을 수행
- d) 인도 표준에 맞게 시험된 제품 보고서가 신청서와 함께 첨부(해당 인도 표준에 따른 신청자의 실험실 또는 공인된 타 실험실에서 제품 샘플을 테스트 한 후 평가된 보고서)
- e) 테스트 및 검사 계획에 대한 동의
- f) 수수료 지불 동의

- 외국 제조업자는 인도 준비은행(Reserve Bank of India)의 승인을 받아 인도내에 연락 사무소 또는 지사 등을 설치해야 한다.

② 예비 검사

- 제출된 신청서를 면밀히 검토한 후 완벽하면 예비 검사가 시작되며, 만약 신청서가 부적합하면 신청자에게 알린다. 예비 검사는 BIS 검사관이나 대리인에 의해 제조 및 시험소에서 수행되어야 하며, BIS에 의한 일체 예비 검사 비용은 신청자가 부담해야 한다. 예비 검사 동안 아래와 같은 사항들에 대해 확인한다.

- a) 제조 시설과 시험 시설이 인도 규정에 적합하게 이용 가능한지 여부
- b) 상근 시험 요원의 역량
- c) 제품 시험 견본이 인도의 규정과 적합한지 여부

③ 라이선스 부여

- BIS 인증은 BIS(Certification) Regulations, 1988의 제 4규칙에 따르며 다음과 같은 경우 부여 된다.

- a) 예비 검사의 결과가 만족스러울 경우
- b) 신청자는 연간 BIS 인증 표시 수수료 및 라이선스 비용 지불에 동의
- c) BIS (Certification) Regulation 1988의 제 5조약에 명시된 조건을 준수함에 동의

- BIS 인증 취득 후 연간 라이선스 수수료를 지불해야 한다. 부여된 BIS 인증은 1년간 유효하다.

④ 사후 관리 및 인증 갱신

- 인증을 받은 이후 BIS에 의해 시장 및 공장의 불시검사, 샘플 검사 등을 통해 정기적인 관리가 이루어지며, 제조업자는 이에 대한 시험 설비를 갖추고 있어야 한다.
 - BIS 유효 기간은 1년이며 위와 같은 사후 관리가 제대로 되어 있거나, 정기적인 샘플 검사가 만족스러울 경우 갱신이 가능하다. 단 인증을 갱신 할 때에는 수수료를 지불해야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

2) HACCP³⁰⁾

	인증명	HACCP
	발행기관	인도 국립인증센터 (NCHC : National Centre for Haccp Certification)
	비용	1. 등록비 : 25,000 INR 2. 갱신비용 : 15,000 INR
	유효기간	인증 받은 날로부터 3년
	갱신기간	유효 기간 만료되기 2달 전

- HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points)는 위해요소중점관리기준을 의미하며 식품의 원재료, 생산, 제조, 가공, 보존, 유통에서 최종 소비자에게 이르기까지 식품이 안전하게 제조되었음을 입증하는 인증이다.

□ HACCP 인증 절차

① HACCP 팀 구성

- 식품 전문가로 구성 된 팀을 만들어 식품의 제조에서 유통까지 전반적인 과정에서의 위해요소를 분석 할 HACCP 계획을 수립해야 한다.

② 제품 설명

- 구성, 물리적/화학적 구조, 포장, 내구성과 저장 조건 및 유통 방법 등의 안전 정보를 포함하여 제품에 대한 전반적인 설명이 작성되어야 한다.

③ 사용목적 식별

- 고객 또는 최종 소비자가 이용할 목적을 바탕으로 제품 사용목적을 식별해야 한다. 특히 취약 계층에 대한 제품 적합성을 고려해야 한다.

④ 흐름도 작성 및 확인

- HACCP 팀은 모든 절차를 다루는 흐름도를 작성해야 하며 이를 수행 할 시 HACCP가 적용 되는 부분에 대한 세부적인 전후 단계를 고려해야 한다. 또한 현장 확인을 통해 흐름도에 대한 작업을 확인하고 수정해야 한다.

³⁰⁾ 출처 : www.haccpindia.org/
www.apeda.gov.in/apedawebsite/haccp/revise dhaccp criteria.pdf

⑤ 각 단계별 위해 요소 리스트 작성

- HACCP팀은 일차생산, 가공, 제조 및 유통에서부터 소비 시점까지 각 단계에서 발생 할 수 있는 위험 요소에 대하여 리스트를 작성해야 한다.

⑥ 유해 식품 분석 실시

- HACCP팀은 유해 식품 분석을 통해 위험 요소가 식품의 생산에 허용 또는 제거 수준 인지 확인해야 하며, 세부적으로 아래와 같은 사항이 포함되어야 한다.

- 위해 요소에 대한 정성 및 정량적 평가
- 미생물의 생존 또는 증식
- 각 위해 요소에 대해 적용 할 수 있는 통제 조치에 대한 고려

⑦ 중점 관리 기준 결정 및 임계치 설정

- 위해 요소를 통제 할 중점 관리 기준을 결정한 후 이에 대한 유효성 검사를 실시한다. 결정 된 기준에는 온도, 시간, 수분 수준, 사용 가능한 염소 및 시각적 모양 및 질감과 같은 감각 매개 변수가 포함되어야 한다.

⑧ 중점 관리 기준 모니터링 시스템 구축

- 모니터링을 통해 중점 관리 기준을 측정 하고 관찰 후 위해요소에 대한 적절한 통제가 이루어지지 않을 경우 이를 제어 할 수 있는 시스템을 구축해야 한다.

⑨ 시정 조치 설정 및 검증 절차 수립

- 중점 관리 기준에 대한 구체적인 시정 조치를 설정하고 HACCP 시스템이 효과적으로 작동하기 위한 무작위 샘플 분석 등과 같은 방법을 통해 검증 절차를 수립해야 한다.

⑩ 기록 및 보관

- HACCP 절차에 대해 정확히 기록하고 이를 문서화하여 보관해야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

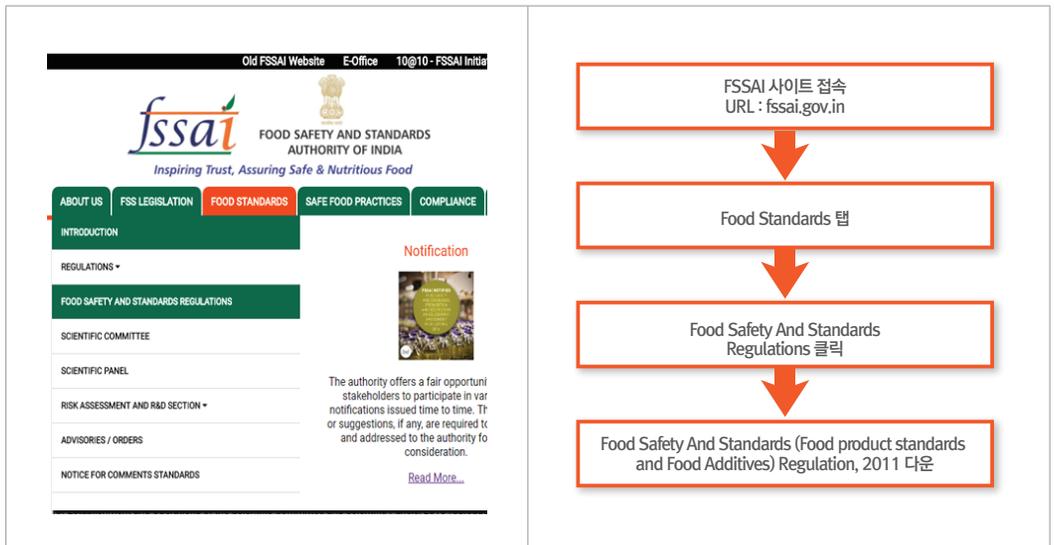
부록

02 | 식품첨가물 및 유해물질 규정

가. 식품첨가물 규정

- 인도의 식품첨가물 규정은 “Food Safety and Standards (Food product standards and Food Additives) Regulation, 2011”, 식품의 유해물질 및 잔류 농약은 “Food Safety and Standards(contaminants, toxins and residues) Regulation, 2011”에서 규정하고 있다.

» 식품첨가물 규정 다운로드 방법



나. 유해물질 규정

- “Food Safety and Standards(Prohibition and Restriction on sales) Regulation, 2011”에서 판매 및 제한 첨가물에 대한 규정을 하고 있으며 주요 내용은 아래와 같다.

1) 판매금지 혼합물

- 판매금지 혼합물의 경우 유제품에 대한 규정이 많으며 이외에 식용 기름에 대한 규정이 있다.
 - 식물성 기름에는 건강에 유해한 색소, 향료 또는 다른 물질이 첨가되지 않아야 한다. 또한 동물성 기름과 식물성 기름 또는 지방은 제품의 제조에 사용되거나 따로 보관되어야 하며 식품청에서 허가하지 않은 한 어떠한 색깔도 첨가되지 않아야 한다.

» 판매금지 혼합물

- ① 물이 함유된 우유
- ② 유지방 25% 미만의 크림
- ③ 자연적으로 발생하지 아니한 첨가물이 포함 된 버터(Ghee)
- ④ 탈지우유
- ⑤ 2종류 이상의 식용 기름이 혼합 된 기름
- ⑥ 다른 물질이 첨가된 바나파티(Vanaspati)
- ⑦ 다른 외국의 물질이 함유 된 심황
- ⑧ 치커리를 제외한 커피 혼합물
- ⑨ 끓이거나 살균 되지 않은 우유의 다히(Dahi) 또는 응고체

2) 판매가 금지 되는 특정 품목

- ① 미네랄 오일로 코팅 된 식품: “Food Safety and Standards (Food Products Standards and Food Additives) regulation, 2011”에서 규정한 미네랄 오일 허가 규정을 제외하고는 미네랄 오일로 코팅 된 식품은 판매가 금지된다.
- ② Honey Dew: AG MARK가 표시되어 있는 용기에만 판매가 가능하다.
- ③ 꿀: 순수한 꿀이 아닌 경우 포장 용기에 꿀이라는 오해를 주는 표기나 그림, 표시 등을 하여 판매하지 말아야한다.
- ④ 건강을 해치는 성분 금지: 예를 들어 담배의 니코틴과 같이 건강에 해를 끼치는 성분이 포함되어 있을 경우 판매가 금지된다.
- ⑤ 카바이드 가스(Carbide Gas): 과일 중 카바이드 가스를 사용하여 인위적으로 숙성 시킨 제품은 판매가 금지된다.
- ⑥ 광택제: 신선 채소와 과일 중 비즈 왁스(Bees Wax), 광택제(Carnauba Wax) 및 셸락 납(Shellac Wax) 등으로 코팅 된 경우 GMP(Good Manufacturing Practices) 규정을 초과하지 않아야 하며, “Food Safety and Standards (Packaging and Labelling) regulation, 2011”의 라벨링 규정을 준수해야 한다.
- ⑦ 육류 제품: 도축이 아닌 자연사 한 육류 및 가금류는 식용이나 식품 성분으로서의 사용이 금지된다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

Part V

| 상표 출원 및 특허 규정 |

01. 상표권 및 특허권 개요

02. 상표권 및 특허권 출원 방법

03. 분쟁사례





01 | 상표권 및 특허권 개요³¹⁾

가. 상표권

1) 상표법 기준

- 인도의 상표법은 성문법 및 관습법에 따라 보호받으며 “Trade Marks Act, 1999”에 의해 규정되고 있다. 상품 및 서비스에 대하여 NICE 분류법을 따른다. 인도에 상표를 등록하고자 하는 외국인의 경우 현지 에이전트를 지정해야 한다.
 - 인도는 상표법에 따라 인증마크(Certification Mark)와 단체표장(Collective Marks)을 등록 할 수 있다. 인증마크는 관련 제품이 특정한 표준을 충족하면 발급되는 마크로 대표적으로 “ISO 9000”이 있다. 단체표장은 협회 및 단체 등이 자신의 상품 및 서비스의 식별을 위한 것이다.
 - 파리 협약 가입국은 호혜주의의 원칙에 따라 인도에서 상표법의 우선권에 대하여 보호 받을 수 있으며, 우선권 주장일로부터 6개월 이내에 신청서가 제출 된 경우 허용 된다.
 - 인도에서의 상표 출원 방법은 인도 특허청에 직접 출원하는 정규 출원 이외에도 마드리드 의정서를 통한 국제출원이 가능하다.

2) 상표법 보호 조치

- 인도의 상표권 침해에 대한 보호조치는 민사소송, 형사소송, 행정 구제법 및 국경조치 등이 있다.
 - 민사 소송 : 관할 법원은 상표권 침해 및 상품 출처를 혼동시키는 행위로 인한 사용 금지 명령에 반대하여 구제 신청을 제출 할 수 있다.

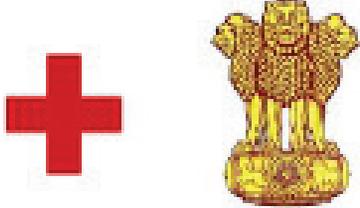
31) 출처 : “Intellectual Property Law in India”, Nishith Desai Associated, 2015, “Patents Rules”, IP India, 2016, “Trademarks Rules”, IP India, 2017, S.S RANA&CO(ssrana.in)

- 형사 소송 : 형사 소송은 민사 소송에 더하여 상표권을 침해한 사람에게 형사 고발을 제기 할 수 있다.
- 행정 구제법 : Trade Marks Journal에 게시 된 상표 신청에 대해 항의 할 수 있으며, Trade Marks에 등록되기 전의 상표에 대해 개정, 취소에 대한 법적 절차를 개시 할 수 있다.
- 국경 조치 : The Indian Customs Act 1962는 특정 물품에 대한 수출 및 수입을 금지하는 법으로 중앙정부에 권한이 부여되어 있으며, 허위 상표 또는 허위 상업 설명서 등이 적용 된 상품의 수입을 금지 할 수 있다. The Trade Marks Act 1999 상표법은 상표권 및 면허 소유자가 상기 법률에 따라 상표권의 침해가 발생 할 수 있는 물품에 대한 정보를 세관에 서면으로 알릴 수 있다.

3) 등록 금지상표

- 상표의 특이성이 부족하거나 공공이나 소비에서의 혼란을 야기 하거나 아래와 같은 상표는 등록이 불가능하다.

» 등록 불가상표 예시

	<ul style="list-style-type: none"> - 종교 사상을 침해하는 상표 - 불미스럽거나 외설적인 상표 - Emblem and Names Act, 1950에 규정되어 있는 사용 금지상표 예) 적십자, 국가상징
--	---

출처 : S.S.RANA&CO(ssrana.in)

나. 특허권

1) 특허권 기준

- 인도의 특허법은 “Patent Act, 1970”에 의해 규정되고 있으며 실제 발명의 시점과 상관없이 최초 출원일 기준과 서면주의, 심사주의의 원칙을 따른다. 출원 방법은 정규 출원, 특허협력 조약 출원(PCT : Patent Cooperation Treaty) 등의 2가지가 있다.
 - 정규 출원 : 인도 특허청에 직접 출원하는 방법으로 출원 신청서 및 수수료와 관련 서류들을 특허청에 제출하여 인도 특허청의 심사를 통과해야 한다.
 - 특허협력출원(PCT : Patent Cooperation Treaty)³²⁾ : 국내특허출원 후 12개월 이내에 파리협약에 의한 우선권을 인정받고자하는 출원자는 국적국 또는 거주국의 특허청에 PCT 출원서를 제출 한다. 이후 20~30개월 후에 인도를 특허출원국으로 지정하여 지정관청의 심사 후 특허를 출원 할 수 있다.

32) 출처 : 특허청(www.kipo.go.kr)

-
- 인도는 PCT 가입국으로 2007년 12월 세계지적재산권기구(WIPO)로 부터 국제조사기관(ISA) 및 국제예비심사기관(IPEA)로 인정받았다.

2) 특허권 보호 조치

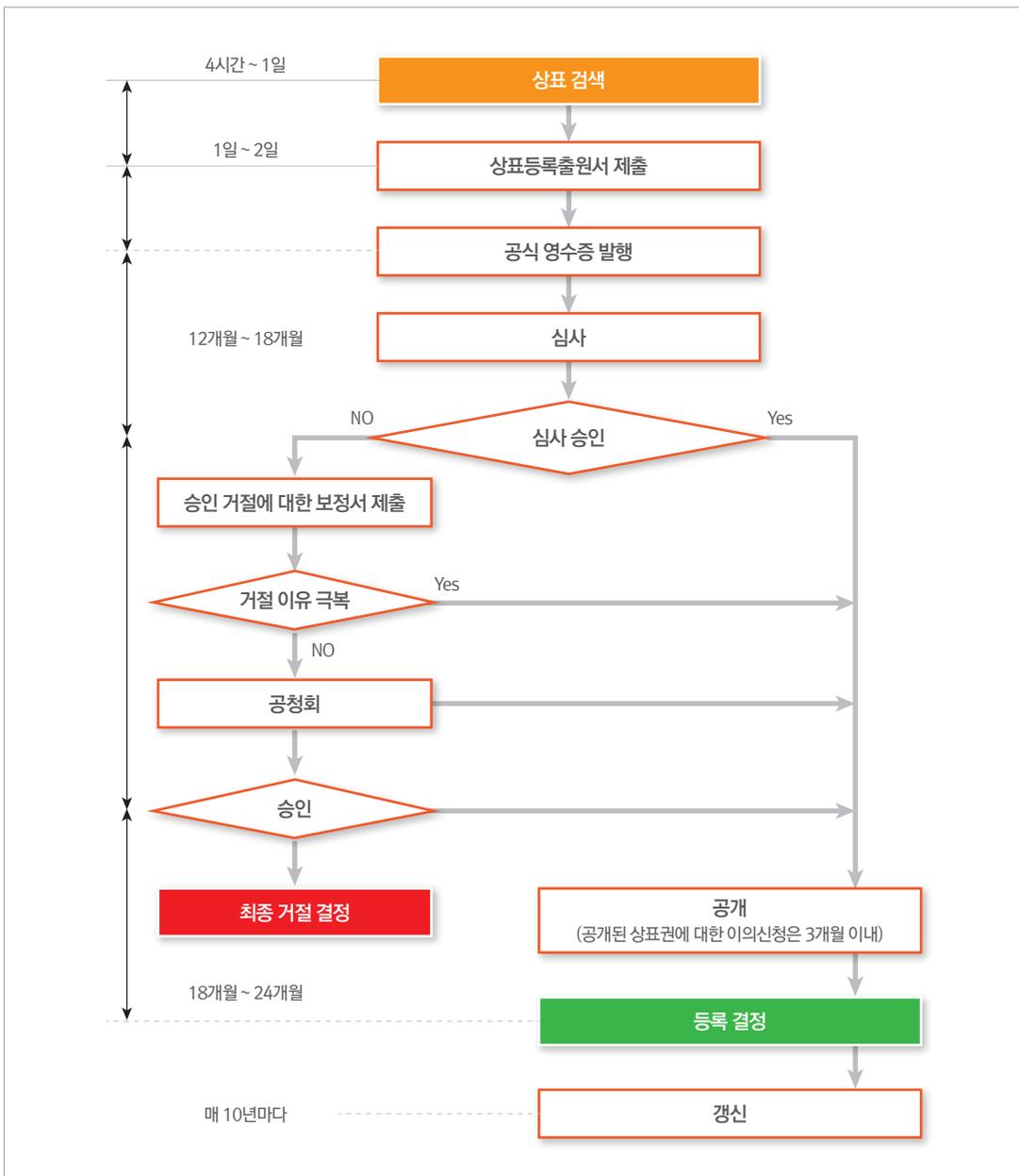
- 특허 침해의 경우 특허권자는 지방 법원 또는 고등 법원에 소송을 제기 할 수 있다. 지방 법원에서 특허 소송이 신청되고 이에 대한 맞고소가 피고인에 의해 이루어졌을 경우 고등법원으로 이관된다.

02 | 상표권 및 특허권 출원 방법

가. 상표권

1) 정규 출원

» 상표권 취득 절차



출처 : Intepat(www.intepat.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

① 상표 검색

- 상표 등록소에 등재되어 있는 상표들 중 출원하고자하는 유사 상표가 존재하는지 확인해야 한다.

② 상표등록출원서 접수

- 상표등록출원서(TM-A)³³⁾를 작성하여 상표 등록소에 제출하면 공식 영수증이 발급되며 평균 1~2일 정도 소요된다.

③ 심사

- 등록 된 서류를 검토 후 심사 결과 보고서가 발송되며 수령까지 통상 12-18 개월 정도 소요된다. 상표 등록자는 상표에 대한 절대, 조건부 등으로 수락 할 수 있다.

④ 공개

- 등록 된 서류에 문제가 없을 경우 인도 정부가 운영하는 “Trade Marks Journal”공보에 게시되어 일반 공중 심사과정을 거치게 된다.

⑤ 이의신청

- 상표권 공개 단계에서 등록 할 상표권에 대한 이의가 발생 할 경우 3개월 이내에 이의신청을 제기 해야 하며, 상표등록국 사무실에서 이에 대한 청문회가 열린다. 상표 등록관은 양당사자의 의견을 수렴하여 상표 등록의 허용 / 거부 여부를 결정한다. 만약 이의제기가 없을 경우 상표가 등록 된다.

⑥ 등록 증명서 발급 및 갱신

- 상표 등록 후 등록 인증서는 상표등록국 사무소의 인감 하에 발급된다. 상표권의 갱신은 10년마다 이루어져야 하며, 상표권 만료 6개월 전에 갱신 신청이 이루어져야 한다.

» 신청 및 갱신 비용

단위 : INR

구분	설명	개인/스타트업/소기업	그 외
1	신청 비용 (1개의 Class, 1개의 상표)	4,500	9,000
2	갱신 신청 비용	9,000	9,000

출처 : 인도 특허청(www.ipindia.nic.in)

³³⁾ 출처 : www.ipindia.nic.in/form-and-fees-tm.htm

2) 마드리드 의정서 출원

- 마드리드 시스템은 두 조약, 마드리드 협정과 마드리드 의정서에 의해 운영되고 있으며, 행정적 업무는 WIPO(세계 지적 재산기구)³⁴⁾의 국제사무국에서 담당, 국제상표등록제도를 창설한 목적으로 만들어졌다.
 - 마드리드 협정의 공식명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)로 산업재산권 보호를 위한 파리협약이 성립된 지 8년 후 파리협약 제19조에 근거한 특별협정으로 1891년 마드리드에서 채택되었다.
 - 마드리드 의정서는 마드리드 협정의 문제점을 개선하며 만든 것으로 공식 명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 의정서(Protocol to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)이며, 1989년 6월에 채택, 1995년 12월에 발효되었다.

» 마드리드 협정과 의정서 비교

구분	마드리드 협정	마드리드 의정서
성격	국제 상표 조약	
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 불어로 출원, 방식 심사(무심사주의)만 하고 등록 - 상표등록만을 기초로 상표출원 가능 - 무심사주의 국가의 경우 우선권 주장기간(6개월)을 충분히 활용 할 수 있으나, 심사주의 국가에는 불리 - 거절통지기간: 1년 - 국제등록일로부터 5년 이내 본국 관청의 기초등록이 무효, 취소, 포기, 존속기간경과 등으로 실효되면 국제등록도 실효, 그 결과 본국에서 기초등록이 실효되면 지정국 전체에서 상실 - 개별 수수료 없음 	<ul style="list-style-type: none"> - 영어 또는 불어로 출원, 실체심사(심사주의) 후 등록 - 마드리드 협정의 문제점을 보완하여 상표의 해외출원절차를 간소화하기 위하여 설립된 조약 - 거절통지기간: 1년 6개월 - 국내의 상표등록 뿐만 아니라 상표등록출원을 기초로 하여서도 국제출원 가능 - 제출원이 소멸한 경우에도 각국에서 출원인이 국내출원으로 전환 가능 - 개별 수수료 있음

출처 : 특허청 (www.kipo.go.kr)

① 상표 출원 전 확인

- 출원하고자 하는 상표가 출원 대상에 충족하는지 확인해야 한다.
 - 출원하고자 하는 상표가 출원 대상에 충족하는지 확인해야 한다.
 - 국제 출원의 대상이 되는 표장은 기초출원(등록)의 표장과 엄격하게 동일하여야 한다.
 - 또한 국제 출원에서 지정 가능한 상품과 서비스업은 기초 출원(등록)의 지정 상품과 서비스의 동일 또는 그 범위 이내여야 한다.

³⁴⁾ 산업재산권 문제를 위한 파리협약(1883), 저작권 문제를 위한 베른조약(1886), 특허협력조약 및 특허법조약 등을 관리하고 지식재산권 분야의 국제협력을 위한 세계 지식기구설립조약에 따라 설립되어 1974년 국제연합의 전문기구가 되었다. 특허청 (www.kipo.go.kr)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 예상 수수료는 WIPO 국제사무국에서 확인이 가능하다. ³⁵⁾

- 국제 출원의 공식 언어는 영어, 불어, 스페인어 중 하나이며, 한국 특허청을 통해 출원하는 경우에는 영어를 사용해야 한다.

② 국제사무국 출원

- 국제출원은 반드시 한국 특허청(본국관청)을 통하여 국제 사무국에 제출되어야 하며, 접수일은 한국 특허청이 실제로 국제 출원서를 접수한 날이 된다.
 - 또한, 국제 사무국이 국제 출원을 한국 특허청이 접수한 날로부터 2개월 이내에 접수한 경우에는 한국 특허청이 접수한 날이 국제 등록일로서 인정된다.

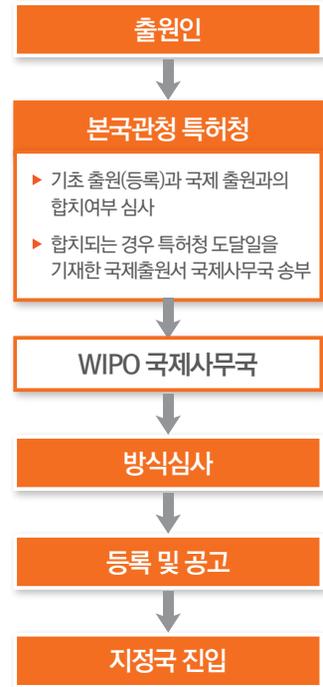
③ 국제 심사(방식심사) 및 등록

- WIPO 국제사무국은 국제출원이 의정서에서 정한 형식적인 상표권 요건을 충족하는지 심사하여, 하자가 없는 경우 해당 국제출원을 국제 등록부에 등록한다.
 - WIPO 국제사무국은 국제 등록과 동시에 당해 국제 등록의 사실을 지정국 관청에 통지함과 동시에 한국 특허청(본국관청)에 통지하고 출원인에게는 국제 등록 증명서를 송부한다.
- 국제 등록은 국제 등록일로부터 10년간 유효하고, 추가 10년의 갱신이 가능하며, 국제사무국에 한 번의 갱신 신청으로 복수의 지정국에 대하여 모두 갱신이 가능하다.

④ 지정국 관청의 심사(국내 단계)

- 지정국 관청은 각 국의 국내법에 따라 국제출원의 보호여부에 대한 심사를 실시하고, 거절이유가 존재하는 경우 WIPO 국제 사무국이 국제등록 사실을 통지한 날로부터 12개월 혹은 18개월 이내에 국제사무국에 거절 이유를 통지함으로써 상표 보호를 거절할 수 있다.
 - 이 때 지정국 관청으로부터 송부 받는 거절 통지서에는 영어, 불어, 스페인어 중 각 체약국 관청이 선택한 언어가 사용된다.(한국 특허청의 경우는 영어)

» 마드리드 의정서 출원절차

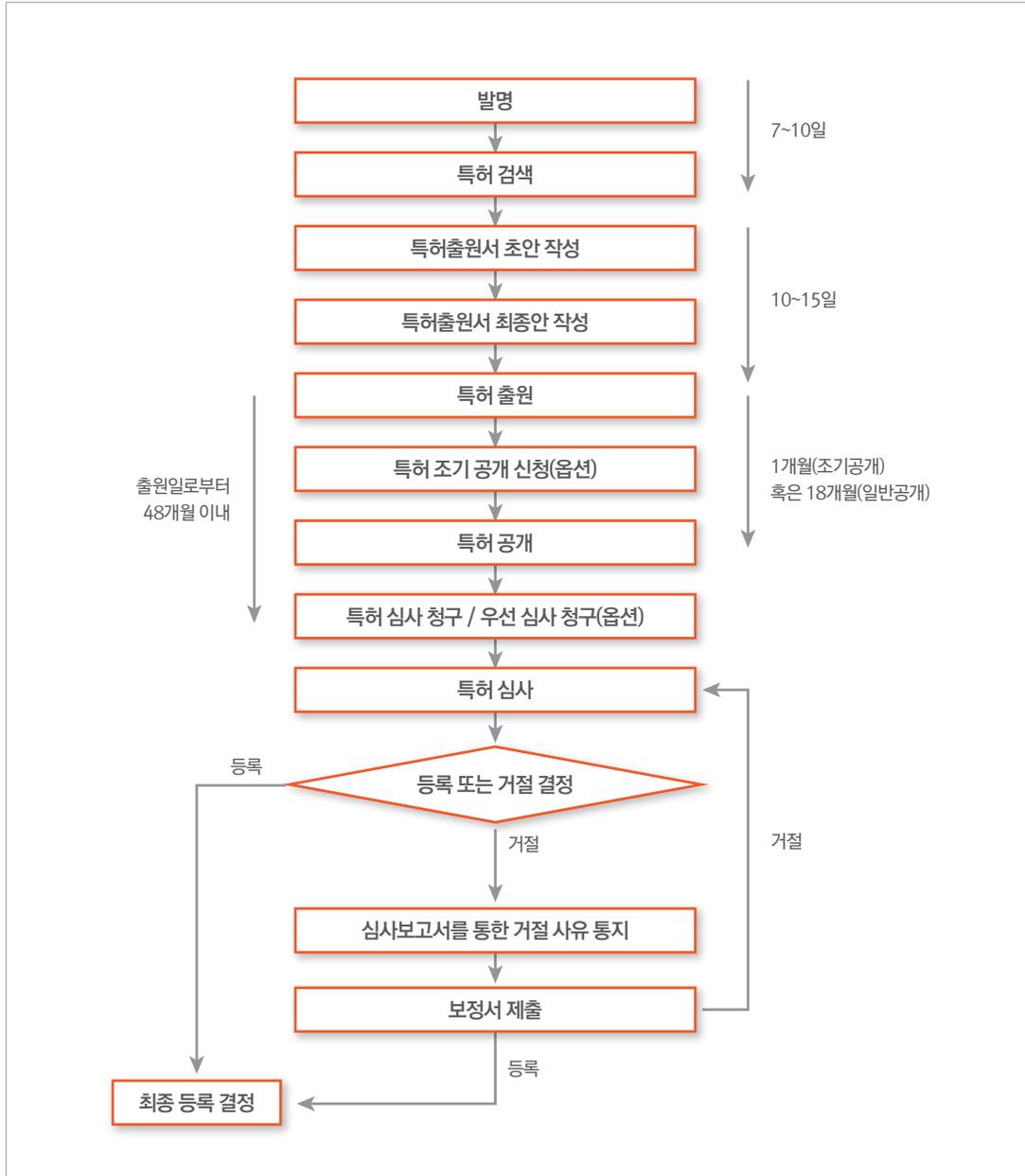


³⁵⁾ 출처 : www.ipindia.nic.in/form-and-fees-tm.htm

나. 특허권

1) 정규 출원 절차

» 특허권 취득 절차



출처 : Intepat(www.intepat.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

① 특허 검색

- 발명에 대한 세부 정보가 완성되면 특허 검색을 수행, 포괄적인 검색의 경우 5-8일 정도 소요 된다.

② 특허출원서 초안 작성

- 발명에 대한 초안 작성의 경우 10-15일 정도 소요된다.

③ 특허출원서 최종안 작성

- 초안을 바탕으로 수정 및 추가 사항들을 반영한 최종안을 작성한다.

④ 특허 출원

- 제반서류와 함께 특허 출원서를 특허청에 제출한다.

⑤ 특허 조기 공개 신청(옵션)

- 조기 공개를 원할 경우 Fom9을 작성하여 조기 공개를 요청할 수 있다.

⑥ 특허 공개

- 특허심사 유무와 관계없이 출원 후 18개월을 경과하면 출원 내용을 일반에 공개한다.

⑦ 특허심사 청구 / 우선 심사 청구(옵션)

- 특허 심사의 청구는 출원일로부터 48개월 이내에 이뤄져야 하며, 특허 심사 청구서(Fom18)를 제출해야 한다. 우선 심사를 원하는 경우, Fom18(A)를 제출해야 한다.

⑧ 특허심사

- 인도 특허청에 의해 특허가 심사된다.

⑨ 등록 또는 거절

- 등록 시, 특허 번호를 받고 등록되며, 거절 시 특허청 심사보고서(FER : First Examination Report)를 통해 거절 사유를 안내한다. 심사보고서에 대해 6개월 이내에 의견서 보정서를 제출해야 한다.

» 특허 신청 비용 온라인 기준

단위 : INR

구분	설명	소기업	소기업을 제외한 단체	개인
1	출원 접수 비용 (공개 까지 18개월 소요)	4,000	8,000	1,600
2	조기 공개 비용 (1개월 단축 가능)	6,250	12,500	2,500
3	일반 심사 요청 비용	10,000	20,000	4,000
4	우선 심사 요청 비용	25,000	60,000	8,000
5	지원 서류가 30장 이상일시 장당 추가 비용	400/sheet	800/sheet	160/sheet
6	추가 클레임 10개 이상, 클레임 당 추가 비용	800/claim	1,600/claim	320/claim

출처 : 인도 특허청(www.ipindia.nic.in)

» 필수 서류 ³⁶⁾

구분	영문명	한글명
FORM 1	FILE PATENT APPLICATION	기본 접수 양식
FORM 2	COMPLETE SPECIFICATION INCLUDES ABSTRACT, DRAWINGS, CLAIMS AND DESCRIPTION	특허에 대한 설명
FORM 3	STATEMENT AND UNDERTAKING REGARDING FOREIGN FILING DETAILS IN RESPECT OF THE SAME INVENTION	특허에 대해 국외(인도 외)에서도 등록했는지에 대한 여부를 선언하는 서류
FORM 5	DECLARATION AS TO INVENTOR-SHIP	발명에 대한 선언
FORM 26	FOR THE AUTHORIZATION OF PATENT AGENT/OR ANY PERSON IN A MATTER OR PROCEEDING UNDER ACT	에이전트 임명
FORM 18	REQUEST FOR EXAMINATION	특허심사 요청서
선택 사항		
FORM 28	TO BE SUBMITTED BY A SMALL ENTITY	상술한 소기업에 해당될 경우, 소기업임을 증명하기 위한 서류
FORM 9	REQUEST FOR EARLY PUBLICATION (OPTIONAL)	상술한 조기 공개를 원한다면 작성하는 서류

출처 : 인도 특허청(www.ipindia.nic.in)

2) PCT 출원

- PCT 특허 출원 절차를 따라 지정국 출원을 하는 절차는 우리나라 특허청을 통해 국내 특허를 출원한 다음 PCT 국제 특허 절차를 따라 지정국 내 특허 절차를 밟는다.
- ① 수리관청인 한국 특허청을 통해 국내특허 출원 후 우선권 주장 시 12개월 이내에 한국 특허청에 PCT 출원서를 제출한다.

36) 출처 : www.ipindia.nic.in/form-and-fees.htm

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

② 출원서 작성시

- 한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT 국제출원을 하는 경우 초기에 개별 국가 언어로 된 번역문은 필요 없다.

③ 국제조사(필수)

- 국제조사기관 ISA는 출원된 발명의 선행기술의 존재여부와 특허성 유무를 판단하는 국제조사를 실행한다. 발간된 국제조사보고서와 견해서는 출원인 및 WIPO에 배부된다.

④ 국제공개

- 국제조사 보고서와 함께 국제 출원서류가 팸플릿 형태로 국제사무국 공보에 공개된다.

⑤ 국제 예비심사(선택)

- 국제 예비심사 기관 IPEA는 출원된 발명의 실체 심사(신규성, 진보성, 산업상 이용가능성)를 실시하고 국제예비심사보고서를 발행하여 출원인과 WIPO에 송부한다.
- 특허유무에 대한 예비적 판단을 통해 지정국내에 진입여부를 결정하므로 특허출원의 신중을 기할 수 있다.

⑥ 번역문 제출

- 우선일로부터 30개월 이내에 출원을 위해 영어로 작성된 번역문을 인도 특허청에 제출하고 수수료를 납부한다.

⑦ 지정국 등록

- 이후 인도를 지정국으로 등록하여 진행한다.

» PCT 특허출원 절차



» PCT의 장단점

구분	PCT(Patent Cooperation Treaty)
성격	국제 특허 조약
특징	<p><장점></p> <ol style="list-style-type: none"> 출원일 인정 요건이 간편 <ul style="list-style-type: none"> - 한번의 PCT 국제출원으로 다수의 가입국에 직접 출원한 효과를 얻을 수 있음 특허획득 가능 <ul style="list-style-type: none"> - 특허를 받고자하는 나라의 특허청(지정관청)의 심사에 앞서 국제조사기관의 선행기술조사(필수조사) 및 특허성에 대한 견해와 국제예비심사기관의 특허성 유무에 대한 예비심사(선택절차)를 거침으로써 특허획득 가능성을 미리 알 수 있음 출원서 작성 용이 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT 국제출원을 하는 경우 초기에 개별 국가언어로 된 번역문 준비 필요 없음 무모한 해외출원 방지 <ul style="list-style-type: none"> - 발명 또는 고안을 PCT 국제출원을 통하여 각 지정국 특허청에 직접 출원한 것과 같은 효력을 확보한 다음 그 지정국의 국내단계 진입기한(우선일로부터 30개월 이내)까지 국제조사 및 예비심사보고서를 토대로 특허획득 가능성을 면밀히 검토함과 동시에 각 지정국의 시장성을 조사함 다음 국내절차 이행여부를 결정 <p><단점></p> <ol style="list-style-type: none"> PCT 국제출원 비용 별도 부담 <ul style="list-style-type: none"> - PCT 국제출원 비용이 별도로 소요되고 지정국의 국내단계 진입하는 경우에는 개별국 출원시와 동일한 비용이 추가, 비용부담 가중 심사절차의 이중적 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 국제예비심사를 받았음에도 불구하고 국내단계 진입시 각국마다 새로운 심사를 받아야함, 심사절차가 이중적으로 진행될 가능성 있음. 이와 달리 개별국가 출원을 하였을 경우에는 각국마다 심사관이 제시하는 선행기술을 고려하여 권리범위를 보정함으로써 국가에 따라서는 더 큰 권리를 얻을 수 있음

출처 : 특허청(www.kipo.go.kr)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

1) ECLAIR 분쟁사례

가) 분쟁 원인

- 2005년 Cadbury's는 영국계 글로벌 제과업체로 자사의 브랜드인 “éclair” 상표를 인도계 식품제조업체인 ITC사가 무단사용 함으로써 상표권을 침해했다고 주장, 사용 금지 소송을 제기하였다.
 - ITC는 인도에서 유명한 식품 가공 업체로 2002년 “Mint-O” & “Candyman”이라는 브랜드를 런칭 하여 제과 사업을 시작했으며, 2003년 8월부터 éclair(생크림 위에 초콜릿으로 코팅한 디저트류) 제품을 제조하여 마케팅을 하였다.
 - Cadbury's는 “éclair”의 상표를 주로 캐러멜 및 밀크 초콜릿 등에 사용해왔으나 ITC는 자사의 브랜드인 “Candyman”과 다양한 품목에 “éclair”를 광범위하게 이용하였다.
 - Cadbury's는 “éclair” 또는 유사 상표를 사용하지 못하도록 소송을 하여 2003년 아마다바드 민법 재판에서 통과되었다. 이에 ITC는 구자라트의 고등법원에 상표 사용 금지 명령에 청문회를 요청하여 10 여년에 걸친 긴 공방을 벌였다.

» Cadbury's의 Eclair



» ITC의 Eclair



출처 : Live Mint(www.livemint.com), ITC(itcportal.mobi)

나) 법원 판결

□ ITC 주장

- ITC는 1987년부터 Eclairs 단어를 사용하는 다양한 과자 제조사들이 있으며, 1994년 이래 Cadbury가 상표를 사용하지 않았기 때문에 법적 효력을 주장하기에는 부족하다. 또한 사업에서 Cadbury의 éclair 와 생크림을 넣고 초콜릿으로 코팅한 디저트를 뜻하는 Eclair는 제과 비즈니스에서 흔히 쓰이는 단어라고 주장하였다.

37) 출처 : S.S.RANA & Co.(ssrana.in)

□ Cadbury's 주장

- Cadbury's는 1972년 인도에 Cadbury's Chocolate Eclairs, Eclairs 제품을 출시했으며 상표를 Class 30의 No.298102로 1974년 1월 1일에 등록하여 밀크 초콜릿과 초콜릿 사탕 등에 독점 사용 권리를 취득했다. 또한 전 세계에 등록되어 있으며 상표로서 채택 된 이후 지속적으로 자사의 상표로 사용해왔다고 주장하였다.

□ 결과

- 인도의 지식재산향소위원회(IPAB : Intellectual Property Appellate Board)는 상표 등록만으로 상표의 독점 사용을 증명하기에는 부족하며 무엇보다 Cadbury's는 오랜 기간 동안 등록 된 상표를 사용하지 않았다. 그렇기 때문에 논란이 된 Cadbury's의 상표들은 법적 효력이 없다고 결론, ITC의 승리로 끝났다.

2) LONDON DAIRY와 LONDONDERRY 분쟁사례

가) 분쟁 원인

- International Foodstuff는 두바이 회사로 “LONDON DAIRY”라는 상표로 아이스크림을 판매, 2001년부터 “LONDON DAIRY”를 등록하고 2007년에 Class 30에 등록하여 상표권을 획득하였다. 한편 Parle는 인도의 식품 생산업체로 2011년부터 “LONDONDERRY”라는 브랜드로 캔디류 판매를 시작했으며 이후 상표 출원을 신청 중이었다.
 - International Foodstuff는 두 상표의 발음이 유사함으로 인해 상표의 차이가 명확하지 않으므로 상표권 침해에 해당한다고 판단, 2012년 Parle를 상대로 소송을 제기하였다.

» IFCL의 London Dairy



» Parle의 Londonderry



출처 : LONDON DAIRY(mylondon dairy.com/), Parle(www.parleproducts.com)

나) 법원 판결

□ International Foodstuff의 주장

- “LONDON DAIRY”와 “LONDONDERRY”의 발음상의 차이가 없으며 “LONDON DAIRY”의 경우 Class 30에 이미 등록이 되어 있다. 또한 Parle는 상표를 등록하기 전에 사전에 등록 여부를 확인했어야 했다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

-이외에자사는사탕류의경우“Tiffany”라는또다른상표로제조하고있으므로Parle가“LONDONDERRY”를사탕류에사용하는것은추궁받아야한다고주장하였다.

□ Parle products의 주장

- 상표 등록만으로 수많은 제품의 상표권을 취득했다고 볼 수 없고, 특히 International Foodstuff는 Class 30에서 아이스크림에 대한 상표권만을 등록했기 때문에 인정 범위가 매우 제한적이다. 또한 “London”과 “Dairy”는 흔히 쓰이는 단어로 모두가 사용 할 권리를 가지고 있다.
 - International Foodstuff는 인도에서 상표권을 취득한 이후 현지에서의 뚜렷한 영업 성과와 명성을 보여주지 못했으며 상품의 가격, 특정 단어 및 양식 등은 다양한 상황 등에 의해 고려되어야 하며 때론 무시될 수 있음을 인지해야 한다고 주장하였다.

□ 결과

- 2016년 봄베이(Bombay) 고등법원은 하기의 이유 등을 바탕으로 International Foodstuff의 상표권 소송 신청을 거절하였다.
 - 시각적인 유사성이 없으며 발음만으로 판단하기에는 어렵다. 또한 International Foodstuff가 등록된 상표는 냉장이 필요한 특정 제품에 한하여 권리를 취득한 것이다. 이외에도 아이스크림 가격은 대략 80 루피인 반면, Parle의 사탕류 제품은 0.5루피로 가격 차이가 심하기 때문에 시장에서 상표로 인한 혼동 가능성이 낮다.

| 부록 |

01. 관련 기관 및 협회

02. 박람회 정보

03. 현지 전문가 인터뷰 리스트

04. 참고문헌 및 사이트



01 | 관련 기관 및 협회

가. 국내기관

기관명	홈페이지	비고
농림축산식품부	www.mafra.go.kr	농업관련 정책 업무
외교부	www.mofa.go.kr	외교관련 정책 업무
산업통상자원부	www.motie.go.kr	산업, 무역 관련 정책 업무
통계청	www.kostat.go.kr	국가 통계 업무
관세청	www.customs.go.kr	관세, 세율 정보 표시 및 업무
한국농수산물유통공사	www.at.or.kr	농식품 유통 및 수출 지원
식품의약품안전처	www.mfds.go.kr	식품, 의약품의 안전성 업무
농림축산검역본부	www.qia.go.kr	동식물의 검역 업무
국립농산물품질관리원	www.naqs.go.kr	농산물의 품질 관리 및 개량
한국무역협회	www.kita.net	무역 관련 업무 및 정보 제공
한국농촌경제연구원	www.krei.re.kr	농업 관련 각종 연구

나. 인도 기관

기관명	홈페이지	비고
인도 정부	https://india.gov.in/	정부 홈페이지, 인도 각종 정보 제공
외국 무역 집행위원회 총국	http://dgft.gov.in/	대외 무역 관련 정책 및 절차 등의 정보 제공
무역진흥기구	www.indiatradefair.com	전시회 지원 및 정보 제공
금융부	http://mof.gov.in/index.asp	주요 경제 정보 제공
중앙은행	www.rbi.org.in	경제 및 투자 등의 정보 제공
관세청	www.cbec.gov.in	통관 및 관세 정보 제공
통계청	www.mospi.gov.in/	통계 관련 정보 제공
식품 안전 및 표준 기관	www.fssai.gov.in	식품첨가물 규정 및 기준 정보 제공
농가공식품수출청	http://apeda.gov.in	인도 농식품의 수출 확대를 위한 각종 정보 제공
농림부	http://agriculture.gov.in/	농민 복지 및 농업 관련 정보 제공
상공회의소	www.ficci.com	기업 간 네트워크 및 정보 제공

다. 범국가기관

기관명	홈페이지	비고
UN 무역통계자료 UN Comtrade Database	www.comtrade.un.org	UN(국제연합)이 제공하는 무역통계 정보 사이트
국제무역센터 ITC (International Trade Centre)	www.intracen.org	무역 진흥을 통한 빈곤 퇴치를 목적으로 개발도상국의 중소기업들이 수출에 성공할 수 있는 무역개발솔루션 제공
국제연합식량농업기구 FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)	www.fao.org	식량과 농산물의 생산 및 분배능률 증진, 농민의 생활수준 향상을 목표로 설립된 국제기구
국제통화기금 IMF (International Monetary Fund)	www.imf.org	세계무역의 안정된 확대를 통하여 고용증대, 소득증가, 생산자원개발에 기여
경제협력개발기구 OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)	www.oecd.org	상호 정책조정 및 협력을 통해 회원각국의 경제사회발전과 개발도상국의 경제 성장 및 세계무역 확대 촉진
세계무역기구 WTO (World Trade Organization)	www.wto.org	국제무역확대, 회원국 간의 통상 분쟁 해결 및 교역/통상에 관한 연구 실시
국제부흥개발은행(세계은행) IBRD (International Bank for Reconstruction and Development)	www.worldbank.org	국제 무역 확대와 개발도상국의 빈곤 퇴치 및 기술 원조 실시
세계유기농업운동연맹 IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)	www.ifoam.bio	유기농업 운동을 선도·통합·지원하기 위해 설립된 단체로 국제적 공신력을 갖춘 유기농산물 인증 제도를 운용 중
세계지적재산권기구 WIPO (World Intellectual Property Organization)	www.wipo.int	지적재산권에 관한 국제 조약의 제정을 추진하는 기구

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

02 | 박람회 정보

□ 인도 국제 낙농 박람회(IIDE; India International Dairy Expo 2017)

	개최기간	2017.02(3일간)
	개최주기	격년
	개최도시	मुंबай
	산업분야	농업, 임업, 축산
	홈페이지	www.iideindia.com

□ 인도 제과 · 제빵 엑스포-2017(India Bakery Expo 2017)

	개최기간	2017.02(3일간)
	개최주기	매년
	개최도시	첸나이
	산업분야	식품, 음료, 소비재
	홈페이지	www.indiabakeryexpo.com

□ 인도 식품 호텔 박람회 2017(FHW; Food Hospitality World 2017)

	개최기간	2017.01(मुंबай)/2017.06(고아)/2017.08(బెంగళూరు)
	개최주기	매년
	개최도시	मुंबай
	산업분야	식품, 음료, 유흥, 요식
	홈페이지	www.fhwexpo.com/index.php

□ 2018 파나세아 엑스포(Panacea Expo 2018)

	개최기간	2018.02(3일간)
	개최주기	기타
	개최도시	मुंबай
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.naturalproductsexpoindia.com

03 | 현지 전문가 인터뷰 리스트

□ 조사 목적

- 인도 식품시장 현황 파악과 주요 수출품목, 현지 식품 수출입 제도, 상표권 제도 등의 현지 정보 수집과 의견 수렴을 통하여 향후 수출 및 판매 전략을 세우는데 기초 자료로 사용할 목적으로 실시

□ 조사 내용

- 농식품 시장 현황, 식품 트렌드, 유통 및 소비동향
- 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 파악
- 식품 수입 절차, 통관 · 검역 · 수입 식품 위생제도, 수출입 동향
- 식품과 관련된 상표권, 지적 재산권, 특허

□ 조사 대상

» 현지 전문가 인터뷰 리스트

NO	구분	회사명/직위	소개
1	정부기관	FSSAI/수입이사	중앙정부의 건강가족복지부 산하 기관으로 식품의 제조, 저장, 유통, 판매 및 수입 등 식품과 관련 된 업무를 전담하는 기관
2	상표권 컨설팅	T사/파트너	법인 설립, 상표권 및 특허 컨설팅 업체
3	물류/통관	T사/계장	전 세계 50여, 인도 내 19개 지사 운영. 한국 물품 수출입 전문 물류 업체
4		D사/법인장	홍콩, 중국, 한국, 인도 등에 지사 운영, 종합물류 서비스 제공
5		H사/상무이사	인도 내 한인 물류 업체 중 최대 규모, 종합물류 서비스 제공
6	수입	A사/부장	동유럽, 북미, 동남아, 동북아시아, 아프리카 등으로부터 식품 수입 및 수출업체
7		P사/과장	아시아 식품 중 일본식품을 주로 수입하는 업체
8		R사/상무이사	미국 및 아시아로부터 가공식품을 주로 수입하고 있으며 인도 전역에 납품. 한국의 N사와 O사의 제품을 수입
9		R사/CEO	육가공식품 전문 수입 및 유통업체
10		S사/이사	한국식품 수입업체

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

가. 참고문헌

- 해외지식재산권 보호가이드북-인도편, 특허청, 2007
- 인도 감귤 해외시장보고서, 한국농수산물유통공사, 2016
- 아시아 2개국 조달시장현황 조사 연구, 한국조달연구원, 2015
- World Population Prospective, UN DESA, 2015
- Annual Report 2016-17, Ministry of Statistics and Programme Implementation, 2016
- Food Safety and Standards (Food Import) Regulation 2017, FSSAI
- Food Safety and Standards (Food product standards and Food Additives) Regulation 2011, FSSAI
- Food Safety and Standards(contaminants, toxins and residues) Regulation, 2011, FSSAI
- Food Safety and Standards(Prohibition and Restriction on sales) Regulation, 2011, FSSAI
- The impact of reducing food loss in the global cold chain, The University Of Nottingham, 2015
- India Logistics getting ready for the long haul, PhillipCapital, 2016
- Food Processing 2016, IBEF, 2016
- Packaged Food In India, Euromonitor International, 2017
- Fresh Food India, Euromonitor International, 2016
- The 2016 Global Retail Development Index, AT Kearney, 2016
- India Retail Foods, USDA, 2016
- Grocery Retailers in India, Euromonitor International, 2017
- Internet Retailing In India, Euromonitor International, 2016
- Homeshopping in India, Euromonitor International, 2016
- Digital by Default-Digital India 2017 : Marketing Trends Forecast, eMarketer, 2016.
- India's food service industry, KPMG, 2016
- India Consumer Close-Up, Goldman Sachs, 2016
- Food and Agricultural Import Regulations and Standards – Narrative, USDA, 2016
- Intellectual Property Law in India, Nishith Desai Associated, 2015
- Patents Rules, IP India, 2016
- Trademarks Rules, IP India, 2017

나. 참고사이트

- aT한국농수산물유통공사(www.at.or.kr)
- aTkati 농수산물수출지원정보(www.kati.net)
- 우리은행 외환센터(www.spib.wooribank.com)
- 관세법령정보포털3.0(unipass.customs.go.kr)
- FTA 강국, Korea(www.ftahub.go.kr)
- 인도 투자청(Invest India)(www.investindia.gov.in)
- 간접세주무관청(CBEC : Central Board of Excise and Customs)(www.cbec.gov.in)
- Euromonitor International(www.portal.euromonitor.com)
- Map of India(www.mapsofindia.com)
- IBEF(India Brand Equity Foundation)(www.ibef.org)
- DMIC(www.delhimumbaiindustrialcorridor.com)
- ITA(International Trade Administration)(www.export.gov)
- HKTDC(economists-pick-research.hktdc.com)
- Dholera Smart City(www.dholera-smart-city-phase2.com)
- SPAR(www.sparindia.com)
- eMarketer(www.emarketer.com)
- BI Intelligence(intelligence.businessinsider.co)
- GADGETS NOW(www.gadgetsnow.com)
- Amazon(www.amazon.in)
- Ampercent(www.ampercent.com)
- Worldatlas(www.worldatlas.com)
- HuffingTonPost(www.huffingtonpost.com)
- PepSiCo India(www.pepsicoindia.co.in)
- Earth Sky(earthsky.org)
- The Indian Express(indianexpress.com)
- Business World(businessworld.in)
- IndiaFillings(www.indiafillings.com)
- IceGate(www.icegate.gov.in)
- AQCS(Animal Quarantine and Certification Services)
(dahd.nic.in/Trade/Animal-quarantine-and-certification-services)
- BIS(Bureau of India Standards)(www.bis.org.in)
- NCHC(National Centre For Haccp Certification)(www.haccpindia.org)
- S.S RANA&CO(ssrana.in)
- Intepat(www.intepat.com)
- WIPO(World Intellectual Property Organization)(www.wipo.int)
- Live Mint(www.livemint.com)
- LONDON DAIRY(mylondondairy.com/)
- Parle(www.parleproducts.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

India

2017 신흥시장 클로즈업 인도

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사 수출정보부
- (사)한국농식품미래연구원

발행일 2017.05

발행처 aT한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
061-931-1114 <http://www.at.or.kr>

자료문의 aT 농수산물식품기업지원센터 수출정보부
02-6300-1678

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 보고서에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아니며, 국가의 특성을 모두 대변한 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.

인도

농식품 수출의 새로운 기회

국가 일반 현황

농식품 시장 동향

수입 통관 제도

식품 위생 제도

상표 출원 및 특허 규정

