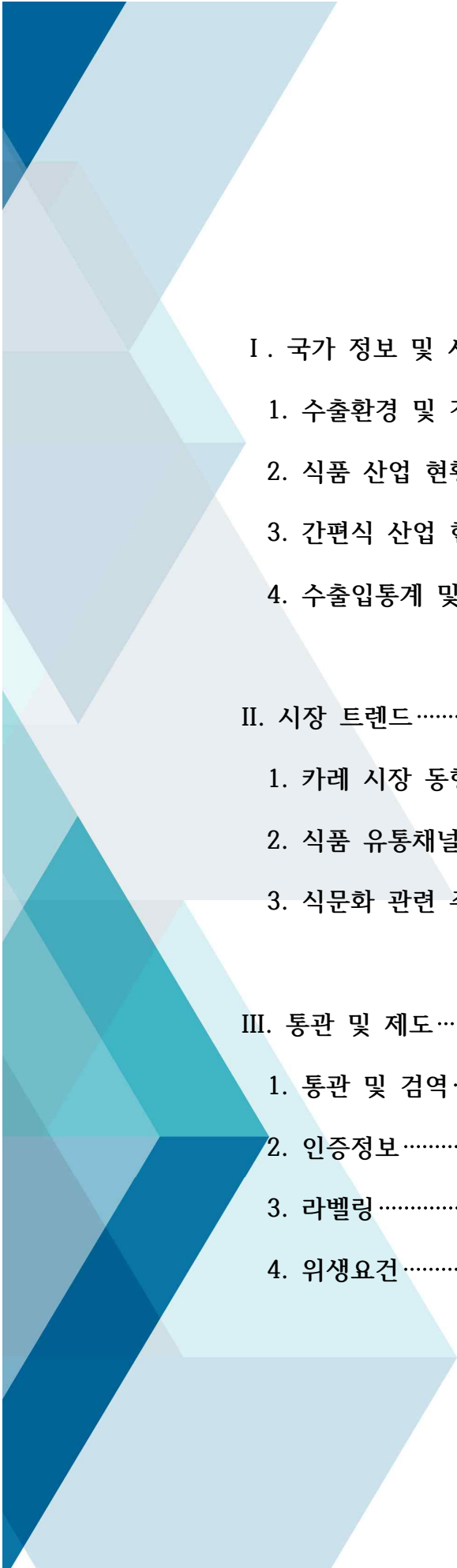


2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

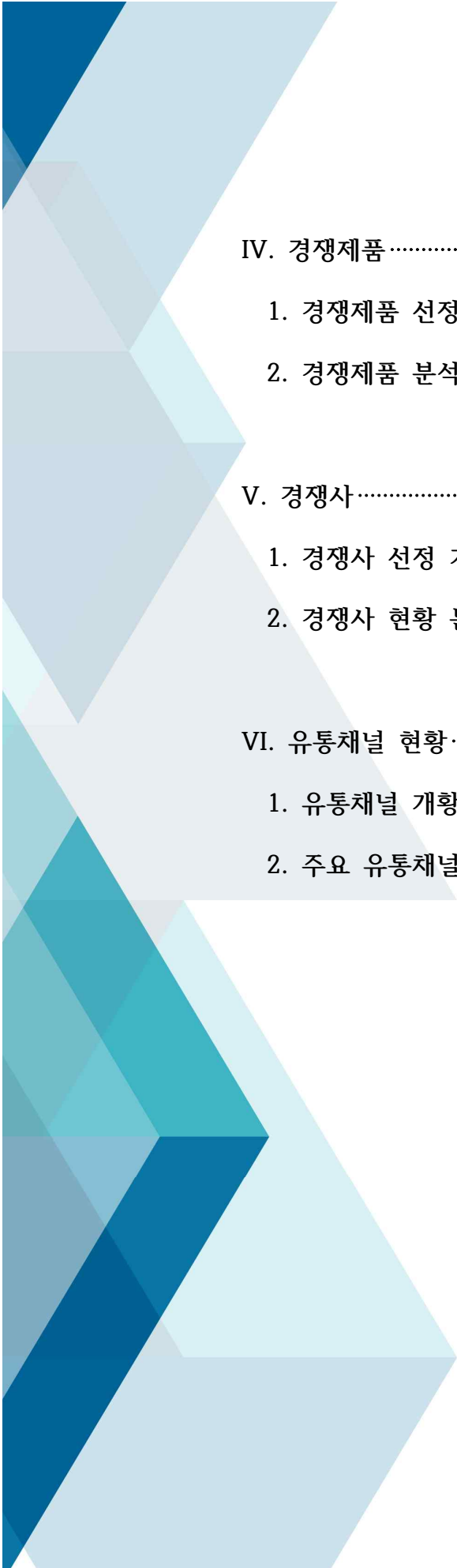
No: 1809-04

품목: 인스턴트 카레 (Instant Curry)

국가: 인도 (India)



I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품 산업 현황	10
3. 간편식 산업 현황	12
4. 수출입통계 및 생산통계	16
II. 시장 트렌드	22
1. 카레 시장 동향	24
2. 식품 유통채널별 동향	26
3. 식문화 관련 주요 이슈	27
III. 통관 및 제도	30
1. 통관 및 검역	33
2. 인증정보	40
3. 라벨링	44
4. 위생요건	45



IV. 경쟁제품	47
1. 경쟁제품 선정 기준	48
2. 경쟁제품 분석	50
V. 경쟁사	60
1. 경쟁사 선정 기준	61
2. 경쟁사 현황 분석	62
VI. 유통채널 현황	66
1. 유통채널 개황	68
2. 주요 유통채널별 세부 현황	73



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업 현황
3. 간편식 산업 현황
4. 수출입통계 및 생산통계

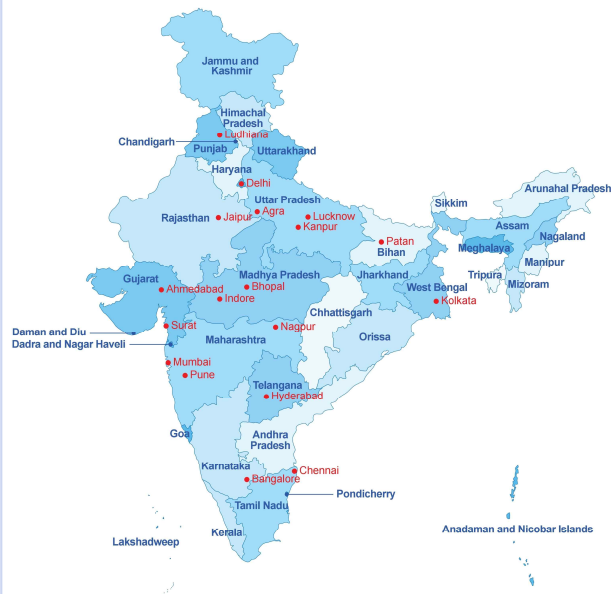
국가 개요

인도는 인구 약 13억 5,400만 명을 보유한 국가로 중국에 이어 두 번째로 인구가 많으나, 출산율은 중국보다 높아 가까운 미래에 인구수로 글로벌 1위를 차지할 것으로 예상. 1947년 주권 공화국이 되었고, 1950년 연방제와 민주주의를 골자로 하는 헌법이 발효됨으로써 영 연방 자치령의 지위에서 탈피. 북서쪽으로는 파키스탄, 동북쪽으로는 중국, 부탄, 네팔, 동쪽으로는 방글라데시, 미얀마와 국경을 접하고 있음. 인도의 주요 경제 구조는 마을 단위 농업, 현대 농업, 수공업, 현대 산업 및 서비스로 구성(GDP의 60%를 차지).

경제는 1990년까지 국가에 의해 엄격하게 통제되었으나, 1990년대에 시장경제 기반을 다진 후, 2000년대에는 연평균 7%대의 경제성장률을 기록. 향후 성장잠재력을 실현하기 위해서는 취약한 인프라, 토지 용도 변경의 제약, 고질적인 빈곤, 비효율적인 관료 제도, 부패 등 주요 도전과제를 해결해야 함. 그 외 극복해야 할 과제들은 만성적인 세금 회피, 비효율적인 국가 세금 제도, 동북부 내란, 파키스탄과의 분쟁, 번덕스러운 몬순 기후, 종파 간 긴장 관계 등이 존재. IMF는 2019년 인도가 영국을 제치고 세계 5위의 경제 대국으로 부상할 것이라고 예측. 또한, 인도는 중국의 대체시장으로서 역할하며 아시아 경제를 주도할 것으로 전망.

주요 정보

- ▶ 국명: 인도(Republic of India)
- ▶ 수도: 뉴델리(New Delhi)
- ▶ 정치체제: 공화제, 연방제, 의원내각제
- ▶ 대통령: 람 나트 코빈드(Ram Nath Kovind)
인도 14대 대통령(2017.7.25. 취임)
- ▶ 총리: 나렌드라 모디(Narendra Modi)
인도 15대 총리(2014.5.26. 취임)
- ▶ 인구: 13억 5,400만 명(2018)(세계 2위)
(25세 이하 54%)
- ▶ 면적: 3,287,260 km²(세계 7위)
- ▶ 공식어: 힌디어, 영어
- ▶ 주요 도시: 뉴델리, 뭄바이, 바라나시,
아그라, 자이푸르, 첸나이 등
- ▶ GDP: 2조 6,020억 달러(2017년)
- ▶ 1인당 GDP: 1,977 달러¹⁾(2017년)
- ▶ 경제성장률: 6.7%(2017)
- ▶ 화폐단위: 루피(INR, Rs, 또는 ₹)
- ▶ 인터넷 보급률: 29.5%(2017년)
- ▶ 문맹률: 27.8%(2017년)
- ▶ 기대수명: 68.1세(2017년)



자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.,
방성훈, '亞경제 주도권 지각변동 오나...중국 '주춤' 인도 '질주', 이데일리, 2018.12.24. 오전 12:30:00 수정,
(www.edaily.co.kr)

1) 동 보고서에서 달라는 US 달러를 기준으로 함

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

<p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p>저위험 ← → 고위험</p>	등급	등급전망
	DB4	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot India December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 향후 몇 년 간 디지털 거래, 세제 개혁에 따른 긍정적 영향이 예상됨 - 15-24세에 속한 2억 6,400만 명의 인구는 향후 10년 간 충분한 일자리가 제공된다는 전제 하에 강력한 인구배당 효과를 가져올 것으로 전망됨
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 높은 비즈니스 비용으로 인해 초기 단계 시장이 주는 이득보다 더 큰 비용을 발생시킬 가능성 존재 - 인프라 확충 계획이 지속적으로 추진되고 있는 반면, 유가상승과 달러화 강세에 민감한 거시경제의 불안정성으로 말미암아 프로젝트 파이낸싱 등 재원 마련에 부정적인 영향을 미칠 가능성 존재 - 인구의 2/3가 농가 소득에 의존하고 있으며, 엘니뇨 현상 등과 같은 기후 변화에 매우 취약 - 노동집약적 산업 부문의 신규 근로자 육성 및 흡수가 미흡한 편

자료: 「Country Insight Snapshot India December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30.

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 2018년 인도 경제는 미국 금리 인상, 무역 전쟁, 유가 상승과 같은 글로벌 리스크에 노출되며 다소 흔들리는 모습을 보였으나, 탄탄한 외환보유고, 낮은 대외 단기채무 비율, 연말 유가 폭락 등으로 7%대의 견고한 성장세를 기록
 - 2016년 말 화폐개혁과 2017년 7월 통합간접세의 도입 이후, 2017년 경제성장률은 6.7%로 둔화되었으나, 2017년 4/4분기부터 빠르게 회복하여 2018년 2/4분기까지 7-8%대의 성장률을 기록
 - 2018년 9월에 발생한 비 은행 금융기관의 채무 불이행 사태로 2018년 4/4분기에는 성장이 다소 주춤
- 인도의 물가상승률은 2018년 상반기 유가 상승 등으로 인해 4%대 후반까지 상승하였으나, 하반기의 유가 하락, 집권여당인 인도국민당(BJP)의 인도 중앙은행(RBI)에 대한 금리인상 중단 압박으로 인해 2018년 평균 3.9%를 기록한 것으로 추정
- 2018년 하반기 유가 급락으로 인한 효과는 무역수지 개선, 환율 및 물가 안정, 금리 안정, 경상수지 및 재정수지 개선으로 이어짐

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	-0.7	-1.9	-2.6	-2.2	-1.9	-1.2	-1.7	-1.6
재정수지/GDP	-3.7	-3.5	-3.6	-3.6	-3.3	-3.3	-4.0	-4.0
채무상환비율	8.3	7.5	9.3	10.0	10.0	9.5	9.5	9.0
물가상승률	4.5	3.6	3.9	4.8	5.0	5.0	4.5	4.5
경제성장률	7.1	6.7	7.5	7.8	8.0	8.1	7.3	7.0

자료: 「Country Insight Snapshot India December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30.

□ 무역통상 환경

- 몬순 강수량 부족으로 카리프(여름 농사) 농작물 수확량 감소 및 농가 수입 감소
 - 정부가 주요 곡물에 대하여 최소 1.5배의 가격으로 구매하겠다고 약속하였으나 비효율적인 운영으로 인해 많은 곡물이 여전히 구매되지 않은 채로 남음
- 인도 제조업 부문은 노동 집약적이며 수출 지향적인 성격을 띠고 있으며, 정부의 'Make in India' 추진으로 외국인 투자가 증가하고, 생산량 또한 빠른 성장을 보이고 있는 반면, 지역별 격차, 비숙련공의 높은 비율, 노동분쟁 급증 등의 장애물이 상존
- 청년 인구의 일자리 부족이 경제 성장을 지연³⁾
 - 화폐 개혁으로 인한 고용 시장 침체, 저임금에 의존한 인도 제조업 구조 등으로 인해 고학력 젊은 층이 고용 한파를 겪고 있는 상황으로, 전문가들은 인도 청년의 고용 문제 해결을 위해서는 8%대의 경제성장률 유지 및 질 좋은 일자리 창출이 필요하다고 주장
- 3,000개 이상의 비 금융 공기업의 순이익은 2018년 2분기와 3분기에 각각 전년 동기 대비 40.9%와 19.1% 증가
- 비 은행 금융 부문인 IL&FS의 채무 불이행 사태 발생으로 신용 위기에 대한 공포가 확산됨에 따라 인도 거래선에 대한 무역 조건 관리가 긴급히 요구되는 상황

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	<ul style="list-style-type: none"> - 실질 GDP의 성장이 농촌 경제 및 비 은행 금융기관에 의해 지탱되는 비중이 큰 바, 그림자 금융기관의 불안정성에 따른 신용 위기 야기 가능성 상존 - 인도 은행의 약 70%를 차지하고 있는 국영은행이 악성 채무 문제에 시달리고 있어, 대출 규제 완화와 중앙은행의 준비금 활용이 요구되는 상황 - 인도 인구의 2/3가 농가 소득에 의존하고 있는 상황에서 2018년 몬순 강수량 부족으로 인해 농촌 경제 악화 - 과도한 입찰경쟁과 저가수주 경쟁에 따라 전국적으로 인프라 프로젝트가 지연되고 있으며, 이로 인한 민관협력투자사업(PPP)의 매력 감소 - 2018년 12월 주 의회 선거에서, 농촌 유권자를 고려하지 않은 정책으로 인한 농민 민심 이탈로 인도국민당 참패하였으며, 이 부문은 향후 2019년 5월 총선에도 영향을 미칠 것으로 예상 - 2019년 5월 총선을 앞두고, 정부의 개혁 정책과 포퓰리즘 정책 간의 불균형 가능성 예상

3) 조민아, '석사 출신이 환경미화원...인도, 높은 경제성장률 속 일자리 한파, 국민일보, 2019.1.7. 17:20 (www.kmib.co.kr)

기회	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 5월 외국 항공사에 카보타지(국내 운송)를 허용함에 따라, 인도 내 환적 물량이 서서히 증가할 것으로 예상 - 통합간접세(Goods and Services Tax, GST) 시행에 따른 물류 이동 거리 단축 및 물류 비용 감소의 효과로 물류산업의 선진화 기대 - 2018년 6월 제품의 국가 간 및 국내 이동 모두에 대하여 e-way bill(전자 청구서)⁴⁾이 의무화 되면서 통일된 국가 물류 시스템을 보유 - 정부의 외국인직접투자(Foreign Direct Investment, FDI) 규제 완화에 따른, FDI 유입 증가 현상이 지속될 전망 - 사모펀드 거래 실적이 2017년과 2018년 3/4분기에 호조를 보인 가운데, 벤처 캐피탈 부문의 성장이 가속화되는 추세
-----------	---

자료: 「Country Insight Report India October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15.

4) e-way bill이란 운송되는 재화의 가치가 5만 루피를 초과할 경우 반드시 발행해야 하는 전자청구서를 의미. 기존에 있었던 복잡한 문서 및 결제 방식에 따른 소요 시간을 줄일 수 있는 장점이 있는 반면, 운송 방식이 변경될 때마다 새로운 전자청구서를 생성해야 하는 단점 보유.

2. 식품 산업 현황

1) 식품 소매 시장 및 수입식품 시장 현황

□ 인도의 식품 소매 시장 규모는 약 2억 9400만 달러로, 현대식 식품 소매 매장은 전체 식품 소매 시장의 약 3% 미만에 불과

- 현대식 식품 소매 유통채널로는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 고메마켓(고급 식품 마켓), 온라인 쇼핑몰 등이 있으며, 최근 연평균 20-25% 성장 중
- 인도 식품 시장의 대표적인 두 가지 트렌드는 △ 수입 식품 카테고리 및 제품 확대, △ 고메(고급 식료품) 시장의 인기 상승

□ 수입식품 시장

- 인도의 수입 식품 시장은 △ 도시화 확대, △ 생활 양식 변화, △ 해외 여행 증가, △ 건강에 대한 인식 향상, △ 소매업 호황, △ 수입 규제 완화, △ 수입 관세 축소 등으로 인해 수입 식품에 대한 수요가 점차 증가함에 따라, 최근 5년간(2013-2017년) 연 3-40%의 성장률을 기록하며 크게 성장
- 수입 식품은 현대식 소매 유통채널 매출의 15-20%를 차지하며, 야채, 과일, 너트류 등이 전체 수입 식품의 약 80%를 차지
- 최근, 초콜릿, 치즈, 크림과 같은 유제품, 와인, 가공식품 부문의 수입이 크게 증가

□ 고메 식품 시장

- 고메 식품 시장은 2017년 기준 약 13억 달러 규모로, 최근 연평균 성장률 20%를 기록하였으며 2020년에는 3배까지 성장할 것으로 전망
- 대표업체로는 Godrej's Nature's Basket, Le Marche, Foodhall, Nuts & Spices, Brown Tree 등이 있음
- 주요 소비자는 도시에 거주하는 16-40세의 젊은 층으로, 이들은 자신의 수입 중 40% 이상을 식품에 소비하며, 보다 나은 품질, 다양한 맛을 경험하고자 하며 가격 민감도도 낮은 편
- 초콜릿, 쿠키, 쥬스, 꿀, 소스, 과일, 트러플, 아스파라거스, 호주산 양고기, 노르웨이 연어 등이 이 부문의 주요 카테고리임⁵⁾

5) Prof. Sandeep Puri and Mrij Mohan Taneja, 'Food Retailing in india - The Way Forward', 2018.2.13. (www.indiaretailing.com)

2) 가공식품 시장 현황

□ 가공식품 시장 규모 및 전망

- 인도의 가공식품 시장은 이미 성숙기에 들어서 있기는 하나, △ 13억 인구, △ 높은 젊은층 비중⁶⁾, △ 경제 급성장, △ 소비 증가, △ 도시 인구 증가, △ 중산층 급증 등으로 중국의 대체 시장으로 주목을 받고 있음
- 2017년 인도 가공식품 소매 매출액은 전년 대비 18.8% 증가한 4조 3,290억 루피(약 68조 7,000억원)이며 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 성장률은 18.3%로, 시장 규모가 2013년 대비 약 2배 확대됨
- 인도 가공식품 소매 매출액의 향후 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 11.4%로 2022년에는 7조 8,450억 루피(약 124조 5,000억원)까지 확대될 것으로 예상

표 1.2 인도의 가공식품 소매 매출액 추이 및 전망(2013-2022년)

(단위: 10억 루피)



자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

□ 다양한 정부의 가공식품 산업 육성 정책, 물류 선진화 정책, 외국계 기업 및 식품에 대한 강한 선호도 등이 인도 가공식품 산업의 발전과 시장규모 확대에 기여할 전망

- 통합간접세(GST) 시행, e-way bill(전자청구서) 제도 실시 등 물류 선진화 정책과 대규모 식품 단지(Mega Food Park) 계획, 아쌈, 텔랑가나, 하리아나, 오디샤 주의 식품가공 진흥정책, 외국계 식품에 대한 강한 선호도 등이 가공식품 시장규모 확대에 기여할 전망

6) 2018년 기준 25세 이상 인구가 총인구의 54%에 해당

3. 간편식 산업 현황

1) 간편식 산업 동향

□ 바쁜 생활 습관으로 인해 편의성을 추구하는 소비자의 니즈를 충족시키며 간편식의 인기 상승세

- 인도 전체 가공식품 시장에서 간편식 시장의 비중은 중국이나 동남아 국가들에 비해서는 여전히 작은 편에 속하는데, 이는 소비자들의 신선 식품에 대한 선호도가 크고, 간편식에 대한 소비자들의 인식이 상대적으로 낮기 때문인 것으로 분석
- 그럼에도 불구하고, 생활 방식이 점점 바쁘게 변화되고 있음에 따라, 최근 몇 년간 간편식에 대한 천천히 증가하고 있는 추세
- 또한, 패스트푸드 체인점 및 외식 식품의 품질에 대한 우려로 인해 정기적으로 간편식을 구매하는 경향이 나타남
- 1인용 및 패밀리 사이즈의 팩 제품이 학생, 근로자 등의 소비자들에게 요리와 식사 시간을 절약할 수 있다는 점에서 인기 상승 중

□ 다양한 종류의 제품 개발 및 유통 시스템의 개선으로 간편식에 대한 수요 유도

- 인도 간편식 제조기업은 포하(Poha)⁷⁾, 유태(Upma)⁸⁾, 달 차왈(Dal Chawal)⁹⁾, 치킨, 양고기 비리야니(Biryani)¹⁰⁾와 같은 인도 전통 요리를 비롯한 다양한 제품을 생산하여 판매 중
- 현대식 대형 식품 유통업체의 증가, 온라인 쇼핑몰의 인기 상승으로 인해 간편식의 유통이 더욱 확대되고 있는 추세
- 도시 및 지방의 소형 소매점에서도 많은 종류의 간편식을 판매 중
- 이러한 트렌드는 소비자들에게 간편식에 대한 인식 향상에 도움

7) 포하(Poha)란, 인도식 아침 식사로 강황과 각종 야채와 불린 쌀을 볶아 만드는 요리

8) 유태(Upma)란, 남인도 아침 식사로 밀가루(보통 '라바'라고 부르는 알갱이가 단단한 종류의 밀가루를 사용) 또는 쌀가루와 채소, 조미료 등을 끓는 소금물에 익혀 만드는 요리

9) 달(Dal)은 콩으로 만든 죽 같은 스투이고, 차왈(Chawal)은 쌀밥으로, 달 차왈(Dal Chawal)은 쌀밥과 콩 스프를 곁들여 먹는 음식

10) 양고기 비리야니(Biryani)는 생쌀에 양고기, 계란, 채소, 향신료 등을 함께 찌서 만드는 인도 요리

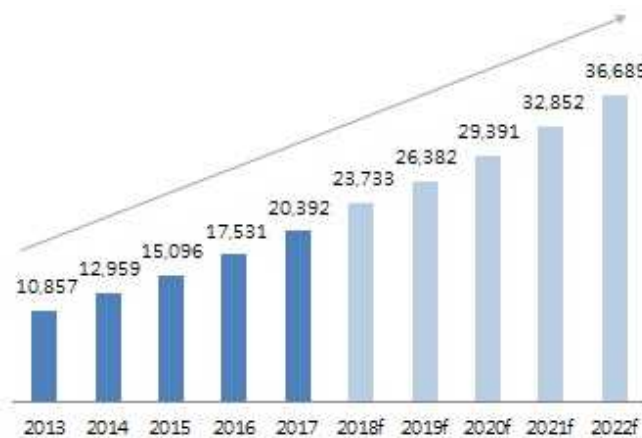
2) 간편식 시장 규모

□ 간편식 시장 규모 및 전망

- 2017년 인도 간편식 소매 매출액은 전년 대비 16.3% 증가한 약 204억 루피(약 3,240억 원)이며, 지난 5년간(2013-2017년) 연평균 성장률은 17.1%로, 시장 규모가 2013년 대비 약 2배 확대됨
- 인도 간편식 소매 매출액의 향후 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 11.5%, 2022년에는 약 367억 루피(약 5,828억 원)까지 확대될 것으로 예상

표 1.3 인도의 간편식 소매 매출액 추이 및 전망(2013-22년)

(단위: 백만 루피)



자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

- 간편식 중 가장 비중이 높은 카테고리는 냉동 간편식으로, 2017년 기준 냉동 간편식의 소매 매출액은 전년 대비 16.3% 성장한 약 110억 루피(약 1,750억 원)이며, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 성장률은 17%를 기록
 - 대표적인 냉동식품 제조기업으로는 McCain Foods, Capital Foods Ltd, MTR Foods Ltd가 있으며, 이들은 다양한 제품 포트폴리오를 바탕으로 신제품을 출시하여 양호한 실적을 거둠
 - 또한, 냉동 과정 중 영양소 보존에 대한 소비자의 인식이 높아짐에 따라, 냉동 간편식을 선택하는 소비자가 증가함
 - 한편, 여러 기업이 경쟁하고 있는 반면 제품 차별화 수준이 낮아 브랜드 정체성이나 리콜은 여전히 냉동 간편식 산업의 도전과제로 남아 있음

표 1.4 인도의 카테고리별 간편식 소매 매출액 추이(2013-2017년)

(단위: 백만 루피)



자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

3) 간편식 경쟁 현황

□ 2017년 기준 McCain Foods India Pvt Ltd가 간편식 시장점유율 26.7%로 1위를 기록하였고, 향후에도 선두를 유지할 것으로 전망

- McCain Foods India는 모든 연령대의 소비자들의 입맛에 맞는 광범위한 제품 포트폴리오를 보유하고 있으며, 최근 3년간(2015-2017년) 점유율이 소폭 상승함
- McCain Foods India의 대표적인 제품으로는 미니 사모사스(Samosas)¹¹⁾, 야채 너겟과 같은 냉동 간편식으로 자녀를 둔 젊은 여성과 아이들에게 인기를 끌고 있음

□ 2017년 기준 Capital Foods Ltd와 MTR Foods Ltd가 각각 시장점유율 14.1%와 11.4%로 2, 3위를 유지

- Capital Foods는 최근 냉동 간편식 부문의 제품 포트폴리오를 크게 확장시켜 왔으며, 최근 3년간(2015-2017년) 시장점유율도 상승하고 있는 추세
- Capital Foods는 브랜드 ‘Ching’s’을 앞세워 샌드위치, 스프링롤 등 다양한 제품을 출시하였으며, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 대형 마켓을 주 무료 시식, 1+1 행사와 같은 판촉 활동을 전개해 왔음
- MTR Foods는 율마(Upma), 포하(Poha) 등과 같은 인도 남부의 조식 요리 제품을 다양

11) 사모사스(Samosas)란 야채나 고기 등을 넣어 만든 튀김 만두

- 하계 개발 및 출시하였고, TV 광고를 통해 MTR 브랜드를 적극적으로 홍보함
- o MTR Foods는 2018년 9월, 쌀을 주재료로 하는 간편식 제품 개발 및 ‘3분 조식 제품군’ 확대 계획을 발표하기도 함
 - o 최근 3년간(2015-2017년) 주요 상위 10대 간편식 제조업체 중 Kohinoor Specialty Foods India의 부진을 제외하고, 나머지 브랜드는 거의 순위 변동 없는 것으로 파악됨

표 1.5 매출액 기준 간편식 NBO(National Brand Owner) 기업 점유율(2015-2017년)

(단위: %)

기업명	2015	2016	2017
McCain Foods India Pvt Ltd	26.3	26.6	26.7
Capital Foods Ltd	12.1	12.7	14.1
MTR Foods Pvt Ltd	11.2	11.2	11.4
ITC Ltd	8.8	8.8	8.8
Gits Food Products Pvt Ltd	5.7	5.8	5.8
Kohinoor Speciality Foods India Pvt Ltd	12.1	5.6	2.5
Bambino Agro Industries Ltd	2.1	2.0	2.0
Al Kabeer Exports Pvt Ltd	1.8	1.5	1.2
Venky's India Ltd	1.7	1.2	1.0
Innovative Foods Ltd	0.9	0.9	0.9
Others	17.3	23.7	25.6
합계	100.0	100.0	100.0

자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

표 1.6 매출액 기준 간편식 LBN(Local Brand Name) 브랜드 점유율(2015-2017년)

(단위: %)

브랜드명 (GBO)	기업명 (NBO)	2015	2016	2017
McCain(McCain Foods Ltd)	McCain Foods India Pvt Ltd	26.3	26.6	26.7
Ching's	Capital Foods Ltd	12.1	12.7	14.1
MTR(Orkla Group)	MTR Foods Pvt Ltd	11.2	11.2	11.4
Gits Ready To Eat	Gits Food Products Pvt Ltd	5.7	5.8	5.8
Aashirvaad(ITC Group)	ITC Ltd	4.8	4.9	4.9
Sunfeast(ITC Group)	ITC Ltd	2.8	2.8	2.8
Bambino	Bambino Agro Industries Ltd	2.1	2.0	2.0
Kohinoor(McCormick & Co Inc)	Kohinoor Speciality Foods India Pvt Ltd	12.1	5.6	2.5
Kitchens of India(ITC Group)	ITC Ltd	1.2	1.1	1.1
Al Kabeer	Al Kabeer Exports Pvt Ltd	1.8	1.5	1.2
Others	Others	19.9	25.8	27.5
합계	합계	100.0	100.0	100.0

자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

4. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ 인스턴트 카레 관련 주요 수치

- HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모는 약 90억 달러(2017년)
- HS Code 2103.90의 인도 수입 규모는 약 1,300만 달러(글로벌 비중 0.1%), 세계 91위(2017년)
- HS Code 2103.90의 인도 수입 시장점유율 1위 태국(30.8%), 2위 미국(21.0%), 3위 말레이시아(15.3%), 4위 중국(7.7%), 5위 UAE 순(7.0%)(2017년)
- 한국산 인스턴트 카레의 글로벌 수출액 및 수출량은 약 372만 달러, 약 90톤이며, 對인도 수출액 및 수출량은 약 372만 달러, 약 90톤(2017년)

❖ 인스턴트 카레 관련 국가별 HS CODE 분류

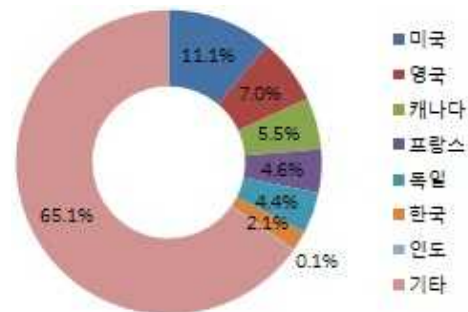
국가	HS CODE	품명
한국	2103.90.9020	인스턴트 카레
인도	2103.90.10	카레 페이스트

❖ HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모(2017년)

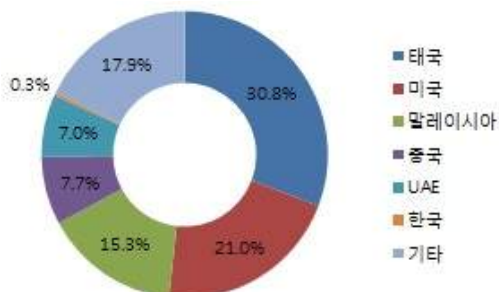
(단위: 천 달러)

수입국	2017
글로벌	8,969,097
1 미국	998,044
2 영국	629,020
3 캐나다	490,780
4 프랑스	414,140
5 독일	391,604
11 한국	190,659
91 인도	12,758

❖ HS Code 2103.90의 글로벌 수입 비중(2017년)



❖ 인도에서의 HS Code 2103.90의 국가별 수입 비중(2017년)



❖ 한국산 인스턴트 카레의 수출 통계 (2017년)

(단위: 달러, kg)

구분	2017	
	수출액	수출량
글로벌	3,722,000	901,000
對인도	1,934	546

1) 통계분석 기준 설정

□ 인스턴트 카레 관련 통계 기준 설정

- 인스턴트 카레가 속한 분류의 글로벌 및 인도 수입 통계 및 한국산 인스턴트 카레의 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정¹²⁾

□ 글로벌 및 인도의 수입 통계는 HS Code¹³⁾2103.90, 한국산 수출 통계는 2103.90.9020으로 설정

- 동 통계자료는 글로벌 및 인도 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2103.90을, 한국산 인스턴트 카레의 글로벌 및 對인도 수출 규모 파악을 위해서는 HS CODE 2103.90.9020을 활용
- 인도에서 인스턴트 카레의 HS Code는 2103.90.10으로 품명은 카레 페이스트이며, 한국 인스턴트 카레의 HS Code는 2103.90.9020으로 품명은 인스턴트 카레임

표 1.7 인스턴트 카레 관련 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2103.90	품명	기타 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 中 (간장, 토마토 케첩, 기타 토마토 소스, 겨자, 겨자 가루 제외)
인도 수입 통계		2103.90		기타 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 中 (간장, 토마토 케첩, 기타 토마토 소스, 겨자, 겨자 가루 제외)
한국산 수출 통계		2103.90.9020	인스턴트 카레	

12) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

13) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성

표 1.8 인스턴트 카레 관련 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.9020	인스턴트 카레
인도	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.10	카레 페이스트

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.9 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	인도 Trade Portal	http://www.indiantradeportal.in

2) HS Code 2103.90의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.90)

- 2017년 기준 HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모 1위는 미국(11.1%)이며, 인도는 91위(0.1%)
 - 2017년 기준 HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모는 약 90억 달러로 최근 5년간(2013-2017년) 1.7%의 연평균 성장률을 기록
 - 2017년 기준 HS Code 2103.90의 최대 수입국은 미국으로 약 10억 달러를 수입하였으며, 최근 5년간(2013-2017년)의 연평균 성장률은 6.7%를 기록
 - 2017년 기준 인도의 HS Code 2103.90의 수입 규모는 약 1,300만 달러로 91위를 기록 하였으며, 최근 5년간(2013-2017년)의 연평균 성장률은 10.3%를 기록
 - 2017년 기준 한국의 HS Code 2103.90의 수입 규모는 약 2억 달러로 11위를 기록

표 1.10 HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모(2013-2017년)

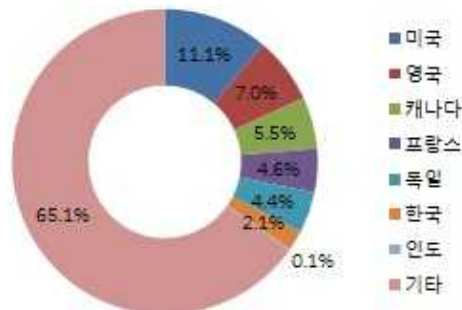
(단위: 천 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률 ¹⁴⁾ (2013-2017년)
글로벌	8,399,243	8,582,814	8,036,152	8,344,345	8,969,097	1.7
1 미국	769,902	823,645	868,983	945,220	998,044	6.7
2 영국	582,609	636,676	581,065	584,214	629,020	1.9
3 캐나다	384,828	435,446	457,989	464,676	490,780	6.3
4 프랑스	401,393	425,403	378,670	397,391	414,140	0.8
5 독일	395,751	399,579	359,166	372,967	391,604	-0.3
11 한국	162,441	171,435	176,356	178,044	190,659	4.1
91 인도	8,612	8,894	10,648	11,796	12,758	10.3

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.11 HS Code 2103.90의 글로벌 수입액 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

14) 연평균 성장률=(최신/최초연도)^{1/n-1}개년-1

2) HS Code 2103.90의 인도 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.90)

□ 2017년 HS Code 2103.90의 인도 수입 시장점유율 1위는 대만

- 2017년 기준, HS Code 2103.90의 인도 수입 시장점유율 1위는 태국으로, 수입액은 약 390만 달러이며 최근 5년간(2013-2017년)의 연평균 성장률은 38.7%를 기록하며 큰 폭의 상승세를 나타냄
 - 그 뒤를 이어 미국과 말레이시아가 각각 약 270만 달러와 약 200만 달러로 2, 3위를 차지하였으며, 최근 5년간(2013-2017년)의 연평균 성장률은 각각 13.6%와 42.8%를 기록하며 큰 폭으로 상승 중
- 2017년 기준, 한국으로부터의 수입액은 약 4만 3,000달러로 16위를 차지하였으며, 연평균 성장률은 -14.4%를 기록

표 1.12 HS Code 2103.90의 인도 수입액 규모(2015-17년)

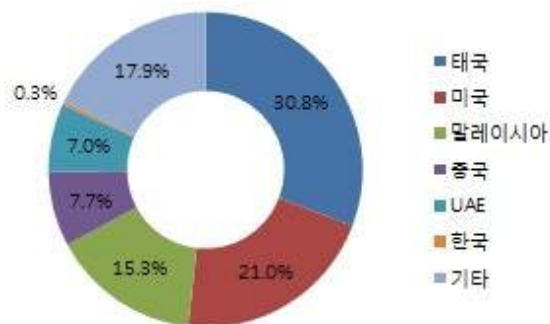
(단위: 천 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률 ¹⁵⁾ (2013-2017년)
글로벌	8,612	8,894	10,648	11,796	12,758	10.3
1 태국	1,062	1,707	2,495	3,040	3,930	38.7
2 미국	1,603	1,949	1,843	2,036	2,674	13.6
3 말레이시아	470	613	1,574	1,791	1,957	42.8
4 중국	384	1,260	1,066	1,100	979	26.4
5 UAE	851	601	940	685	896	1.3
16 한국	80	65	43	39	43	-14.4

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.13 HS Code 2103.90의 국가별 인도 수입액 시장점유율(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

15) 연평균 성장률=(최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

4) 한국산 인스턴트 카레의 수출 통계(통계기준 HS CODE 2103.90.9020)

- 2017년 한국산 인스턴트 카레의 글로벌 수출액 및 수출량은 각각 약 372만 달러, 약 90톤으로 전년 대비 각각 35.2%, 32.1% 감소
- 2017년 한국산 인스턴트 카레의 對인도 수출액 및 수출량은 각각 약 1,934달러, 약 546kg으로 전년 대비 크게 증가(수출액 1,873.5% 증가, 수출량1,375.1% 증가)하였으나, 수출 규모는 여전히 미비한 수준

표 1.14 한국산 인스턴트 카레의 글로벌 수출 통계

(단위: kg, 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	3,905,000 (△20.6)	4,259,000 (9.1)	4,955,000 (16.4)	5,740,000 (15.8)	3,722,000 (△35.2%)
수출량 (연 증감률)	808,000 (△15.1)	828,000 (2.5)	1,127,000 (36.1)	1,328,000 (17.8)	901,000 (△32.1%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.15 한국산 인스턴트 카레의 對인도 수출 통계

(단위: kg, 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	0 (N/A)	200.0 (N/A)	5,217 (7.2)	98 (△85.0)	1,934 (1,873.5)
수출량 (연 증감률)	0 (N/A)	610.0 (N/A)	654 (△12.4)	37 (△78.9)	546 (1,375.1)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 카레 시장 동향
2. 식품 유통채널별 동향
3. 식문화 관련 주요 이슈

시장 트렌드 개요

1. 카레 시장 동향

- ❖ 카레 믹스 제품, 대표적인 즉석조리(Ready-to-Cook, RTC) 식품으로 대두
- ❖ 일본 Otsuka Foods, 카레의 본고장 인도 시장에 레토르트 카레 브랜드 'Bon Curry' 출시 예정

2. 식품 유통채널별 동향

- ❖ 주요 소비자 계층에 따라 고메마트, 현대적 유통채널, 전통적 유통채널로 구분 가능하며, 가격 민감도, 타겟 제품, 비즈니스 모델 등이 각기 다름

3. 식문화 관련 주요 이슈

- ❖ 미국과 인도의 학자들이 인도의 실제 베지테리언은 약 20% 정도인 것으로 주장

1. 카레 시장 동향

□ 카페 믹스 제품, 대표적인 즉석조리(Ready-to-Cook, RTC) 식품으로 대두

- △ 도시 인구 증가, △ 직장인 여성의 업무 증가, △ 1인 소득 증가, △ 미디어 노출 확대 등으로, 카레 믹스 제품이 가정식이나 외식을 대신할 RTC 식품으로 부상
- 카레 믹스 제품 시장은 향후 5년간(2016-2021년) 연평균 성장률 16%로 크게 성장할 것으로 전망¹⁶⁾
- 북부 인도 카레 종류인 알루 마타르(Aloo Mutter), 찬나 마살라(Chana Masala), 달 프라이(Dal Fry), 달 마카니(Dal Makhani), 나브라탄 코르마(Navratan Korma), 파니르 마타르 마살라(Paneer Butter Masala) 등의 카레 믹스 제품들이 많고, 비채식 카레 믹스 제품으로는 치킨 커리(Chicken Curry), 마타르 치킨(Butter Chicken), 프라운 커리(Prawns Curry), 치킨 아차리(Chicken Achari) 등이 있음¹⁷⁾

표 2.1 대표적인 인도 카레 요리 종류¹⁸⁾

카레 명	설명
알루(Aloo)	힌두어로 ‘감자’를 뜻하며, 인도 북부지방에서 주로 먹는 노란색의 커리로, 콜리 플라워가 들어가면 알루 고비(Aloo Gobi), 양고기가 들어가면 알루 고쉬트(Aloo Gosht), 완두가 들어가면 알루 마타르(Aloo Mutter)라고 부름
도피아자(Dopiaza)	페르시아어로 ‘두 개의 양파’를 뜻하며, 서아시아에서 시작된 커리로, 주로 새우, 닭고기, 양고기 등의 고기를 사용하며 크림과 양파가 들어가 부드러운 맛이 남
마카니(Makhani)	‘버터’를 뜻하며, 버터 외에 크림, 생강, 마늘, 양파, 토마토, 향신료 등이 들어가서 진한 주황색을 띠는 것이 특징이고, 콩이 들어가면 달 마카니(Dal Makhani), 치킨이 들어가면 치킨 마카니(Chicken Makhani)라고 부름
팔락 파니르 (Palak Paneer)	주로 인도 북부 지방의 요리로, 시금치와 치즈로 만들어 초록색을 띠는 커리
빈달루(Vindaloo)	고아 지방이 포르투갈의 지배를 받을 때 유입된 고추를 넣어 만든 커리로 매우 매운 것이 특징이며, 마늘과 식초가 많이 들어감
코르마(Korma)	육류나 채소에 다히(발효유)나 크림 등을 넣어 조리하며, 부드러운 맛이 특징
마드라스는(Madras)	칠리 가루나 파프리카 가루가 많이 들어가 진한 붉은색을 띄며 매운 특성이 있음

16) 『India RTC, Curry Mix Market Forecast 2022』, RNCOS, 2017.2.

17) ‘Ready-to-Cook - India Industry Size, Share, Trends, Analysis and Forecast 2017 - 2021’, DIGITAL JOURNAL, 2017.8.15. (www.digitaljournal.com)

18) 대표적인 인도 카레 요리로는 알루(Aloo), 도피아자(Dopiaza), 마카니(Makhani), 팔락 파니르(Palak Paneer), 빈달루(Vindaloo), 코르마(Korma), 마드라스(Madras) 등이 있으며, 인도에서는 카레를 밥이나 주로 난 (빵)과 함께 먹는 것이 특징

□ 일본 Otsuka Foods, 카페의 본고장 인도 시장에 레토르트 카레 제품 'Bon Curry' 출시 예정

- 일본의 Otsuka Foods는 자본금 약 250만 달러를 투입하여 인도 남부에 위치한 벵가롤루(Bengaluru)에 카레 제조 공장을 설립하였으며, 인도 시장을 비롯한 세계 시장으로의 진출을 위한 발판으로 삼을 예정
- 'Bon Curry' 제품은 레토르트 파우치 안에 커리 페이스트를 담은 제품으로 간단히 데우기만 하면 먹을 수 있는 제품임
- Otsuka Foods는 1968년에 설립되었으며, 세계에서 최초로 레토르트 파우치 제품을 제조하였고, 5년 전에는 중국 시장에서도 카레 제품을 판매한 바 있음¹⁹⁾

표 2.2 인도의 식문화²¹⁾

<p>■ 다민족 국가로 다양한 지형·민족·종교 등으로 인해 인도의 식문화는 지역별, 종교별, 계급별로 다양</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 북인도에서는 밀이 많이 생산되어 차파티(Chapati)(발효시키지 않은 빵)를, 남인도에서는 쌀이 많이 생산되어 밥을 주식으로 함 ● 종교적인 성향이 강한 식생활을 가지고 있으며, 인구의 대다수를 차지하는 힌두교도의 식문화에 따라 채식주의를 표방함 <ul style="list-style-type: none"> - 인도인의 약 80%가 힌두교도이며, 힌두교는 정신과 영혼을 순결함을 강조하며 거의 채식주의자로 술과 고기는 오염된 음식으로 간주하여 육식에 대한 허용범위가 힌두교인들 간에 차이가 있음 - 노동자, 군인은 체력을 위해 육식을 허용하나, 일부 브리만들은 그 지역에서 생산되는 육식을 제한적으로 허용하고, 어떤 힌두 집단은 일체 육식이 금기시 되어 있음 - 힌두교 '베다' 경전에서 시바신은 소를 타고 다니면 세계를 다스렸고, 크리슈나 신은 소를 보호 하였으므로, 인도인들은 소는 신성한 동물로 여겨 살해하거나 먹는 것을 암묵적으로 금지해 왔음 - 자이나교도 역시 모든 생명체는 영혼을 가지고 있다고 믿어 동물을 살해하는 것을 배척하고 벌레도 잡지 않으며, 철저한 채식주의자들로 단식을 자주 실행하며 단식으로 인한 죽음을 매우 높이 평가함 ● 카스트 제도²⁰⁾가 식문화 전반에 적용됨 <ul style="list-style-type: none"> - 부정한 음식을 먹으면 후생에 하위 카스트로 태어난다고 믿으며, 미리 조리되어 파는 음식, 부정한 사람이 만든 음식을 철저히 제한하며, 식사 시에도 같은 카스트 계급만 동석함 ● 인도는 수식문화권으로 손으로 식사하고 식사규칙이 엄격하며, 전통 레스토랑에서는 숟가락을 주지 않는 경우가 많음 <ul style="list-style-type: none"> - 식사 전·후에 손, 발, 입을 깨끗이 하며, 오른손으로 식사하며, 왼손은 식탁 위에 올리지 않음 - 자신의 접시에 다른 사람의 음식이 이동할 수 없고, 음식을 남기는 일도 거의 없으며, 식사 중 이야기하는 것은 매우 무례한 일이므로 조용히 식사한 후 손을 씻고 양치 후 이야기함 ● 그 외, 콩으로 만든 음식이 다양하며, 콩으로 만든 요리를 달(Dhal)이라 함 ● 향신료가 잘 발달되어 있으며, 각 가정마다 독특한 마살라(향신료)를 보유
--

19) Tingmin Koe, 'Selling curry to India: Japan's Otsuka Foods opens Bengaluru factory as part of expansion drive', 2018.7.12. 03:04 Last updated, FOOD-navigator-asia.com (www.foodnavigator-asia.com)

20) 카스트 제도는 기원적 약 1300년에 인도-유럽 계통인 아리아족이 인도를 침입하여 원주민인 드라비다족을 정복하고 지배층으로 등장하면서 자신들의 지배를 합리화 하는 과정에서 성립함. 이 때 아리아인은 백인종이었고, 원주민(유색인종)에 대한 통치를 확고히 하기 위해 '바루나'라는 신분제도를 만들. '바루나'라는 말은 산스크리트어로 '색'을 의미하며, 이 바루나 제도가 인도 카스트 제도의 기본을 이루고 있음. 카스트에 따른 인도인의 신분은 브리만 계급(승려: 제사 담당), 크샤트리아(왕이나 귀족: 정치 담당), 바이사(상인: 농사, 목축, 상업에 종사), 수드라(일반백성 및 천민: 최하층민) 총 4계급으로 나뉘어 있으며, 수드라에도 속하지 않은 불가촉천민(이들과 닿기만 해도 부정해진다고 여김)이 있음. 카스트라는 말은 혈통이라는 뜻의 포르투갈어 '카스타(Casta)'에서 유래된 것으로, 16세기 포르투갈인이 인도의 신분제도를 보고 붙인 이름임. 1947년 카스트 제도는 법적으로 금지되었으나, 여전히 카스트에

2. 식품 유통채널별 동향

□ 주요 소비자 계층에 따라 고메마트, 현대적 유통채널, 전통적 유통채널로 구분 가능하며, 가격 민감도, 타깃 제품, 비즈니스 모델 등이 각기 다름

- 고메 마트의 2018년 기준 시장 규모는 22억 달러로, 부유층과 중상위 계층이 주로 이용하며, 따라서 가격 민감도는 낮음
 - 타깃 제품으로는 프리미엄 식품/특산물/수입 식품 등이며, 비즈니스 모델은 소량의 높은 수익성을 추구함
 - 장애 요인은 높은 입점 비용을 들 수 있으며, 몰(Mall) 내 또는 부유한 지역에 위치
- 현대적 유통채널은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등으로, 2018년 기준 시장 규모는 272억 달러이며, 중소득 계층이 주로 이용하고, 가격 민감도는 높은 편
 - 타깃 제품으로는 전 브랜드 식품, 소수의 프리미엄 식품, 수입 식품 등이며, 비즈니스 모델은 보통의 유통량으로 높은 수익성을 추구함
 - 장애 요인은 높은 입점 비용과 불리한 지불 조건을 들 수 있으며, 몰(Mall) 내 또는 도심 및 도시 외곽에 위치
- 전통적 유통채널으로는 키라나(Kirana), 독립 소형 식료품점 등이 있으며, 2018년 기준 시장 규모는 2,640억 달러로, 저소득 계층이 주로 이용하며, 가격 민감도는 높은 편
 - 타깃 제품으로는 최저 중량 제품, 지역 브랜드 가공 식품 등이며, 비즈니스 모델은 대량의 낮은 수익성이 특징임
 - 장애 요인으로는 상점 당 유통량이 적고, 상점주의 부채 수준이 높은 점이며, 도시

표 2.3 인도의 식품 유통채널별 특성(2018년 기준)

	고메마트	현대적 유통채널	전통적 유통채널
시장 규모	22억 달러	272억 달러	2,640억 달러
주요 소비자	부유층 및 중상위 계층	중소득 계층	저소득 계층
가격 민감도	낮음	높음	높음
타깃 제품	프리미엄 식품/특산물/수입 식품	전 브랜드 식품/소수 프리미엄 식품/수입 식품	최저 중량 제품/지역 브랜드 가공 식품
비즈니스 모델	소량 & 높은 수익성	보통 량 & 높은 수익성	대량 & 낮은 수익성
장애 요인	높은 입점 비용	높은 입점 비용 불리한 지불 조건	상점 당 소량 유통 높은 부채 수준

자료: 「Opportunities in Indian Food Retail - An Overview」, Krysalis Consultancy Services, 2018.

다른 차별이 존재하며, 힌두교의 업과 윤회 사상을 근거로 정당화되고 숙명으로 여기기도 함. 자료: 시사상식사전
21) 자료: 「인도의 음식문화」

3. 식문화 관련 주요 이슈

□ 미국과 인도의 학자들이 인도의 실제 채식주의자는 약 20% 정도인 것으로 주장²²⁾

- 인도 정부 조사에 따르면, 인도인의 23-27%가 채식주의자로 추정되나, 미국 인류학자 Balmurli Natrajan과 인도 경제학자 Suraj Jacob는 문화적·정치적 압력으로 수치가 과장되었으며 실제로 인도인의 20%만이 채식주의자라고 주장
 - 두 학자는 인도 인구의 80%를 차지하는 힌두교도가 주로 육식을 하며, 특권층의 상위 계급 중 1/3만이 채식주의자라고 주장
- 동 정부 조사에 따르면, 인도인의 7%만이 소고기를 먹는다고 보고되었으나, 두 학자에 따르면, 인도인의 약 15%인 1억 8,000만 명이 소고기를 먹는 것으로 조사됨
 - 두 학자에 따르면, 실제로 달리츠(Falits)²³⁾, 무슬림, 기독교인을 포함한 수백 만 명이 소고기를 소비하며, 인도 남부의 케랄라(Kerala) 주(州)의 70개 지역 사회는 비싼 염소 고기보다 소고기를 선호함
 - 또한, 채식주의 가구는 소득과 소비가 높으며, 고기를 먹는 가구보다 부유한 편
- 주민의 1/3이 채식주의자로 조사된 델리는 인도의 버터 치킨의 수도로 명성을 얻고 있으며, 인도 남부 채식주의자의 중심지인 첸나이는 실제로는 6%만이 채식주의자로 인도에는 고정 관념이 존재
 - 한편, 인도 북부의 편자브는 닭고기를 사랑하는 지역으로 알려져 있으나 75%가 채식주의자임

표 2.4 인도 정부가 조사한 도시별 베지테리언 비율 현황

도시명	인도르 (Indore)	메루트 (Meerut)	델리 (Delhi)	나그푸르 (Nagpur)	뭄바이 (Mumbai)	하이데라바드 (Hyderabad)	첸나이 (Chennai)	캘커타 (Kolkata)
베지테리언 비율	49%	36%	30%	22%	18%	11%	6%	4%

자료: 인도 국민가족건강조사(National Family Health Survey)

- 남녀 성비로 보면, 고기를 먹는 부부는 65%, 채식주의 부부는 20%로 조사됨
 - 나머지 중 12%는 남편은 고기를 먹으나, 아내는 채식주의자이고, 그 반대는 3%에 불과하여, 두 학자는 채식주의 전통에 대한 부담이 여성에게 더욱 부가되는 경향이 있다고 언급
- 두 학자의 결론은, 인도인의 대다수가 채식주의자라는 고정관념을 만든 것은 첫째, 국가를 지배하는 계층이 채식주의자이기 때문이며, 둘째, 이주를 하며 사회의 정체성을 몇몇 일부 특징을 가지고 일반화하는 경향이 있기 때문이고, 셋째, 가부장제와 정치를 이유로 들음

22) Soutik Biswas, 'The myth of the Indian vegetarian nation', BBC, 2018.4.4. (www.bbc.com)

23) 힌두 카스트의 최하층민으로 인구는 약 2억 명

[현지 인터뷰]

① 소비자 인터뷰

구분	소비자 1	소비자 2
소비자 정보	국적: 인도인 나이: 36세 성별: 여성 직업: 교사 인터뷰 장소: 학교	국적: 인도인 나이: 58세 성별: 여성 직업: 주부 인터뷰 장소: 전화
1. 카레를 얼마나 자주 먹는지?	주 1회	주 2-3회
2. 카레 구입 시 고려사항은?	브랜드, 성분	브랜드
3. 카레 제품 중 선호하는 것은?	브랜드, 현지산	현지산
4. 한국산 식품에 대한 인식은? 한국산 카레를 맛보고 싶은지?	한국산 식품을 마트에서 구입한 적은 없고, 한국 카레를 맛보고 싶음	한국 음식을 먹어본 적은 없으나, 비싼 것 같음
5. 한국산 카레 제조회사에 원하는 바가 있는지?	가격이 너무 비싸지 않았으면 함	없음
구분	소비자 3	소비자 4
소비자 정보	국적: 인도인 나이: 28세 성별: 여성 직업: 인도 전통 음악 연주자 인터뷰 장소: 커피숍	국적: 인도인 나이: 22세 성별: 여성 직업: 학생 인터뷰 장소: 커피숍
1. 카레를 얼마나 자주 먹는지?	월 1-2회	월 1-2회
2. 카레 구입 시 고려사항은?	맛	브랜드, 맛
3. 카레 제품 중 선호하는 것은?	매운 맛	브랜드, 성분
4. 한국산 식품에 대한 인식은? 한국산 카레를 맛보고 싶은지?	한국 식당에 자주 가서 즐겨 먹으며, 한국산 카레는 먹어본 적은 없으나 구입 의사 있음	한국 식당에 가본 적은 있으나, 마트에서 식료품 구매 경험은 없으며, 한국산 카레가 있다면 구매 의사 있음
5. 한국산 카레 제조회사에 원하는 바가 있는지?	특별히 없음	특별히 없음

구분	소비자 5
소비자 정보	국적: 인도인 나이: 41세 성별: 남성 직업: 직장인 인터뷰 장소: 회사
1. 카레를 얼마나 자주 먹는지?	주 2-3회
2. 카레 구입 시 고려사항은?	브랜드, 성분, 가격
3. 카레 제품 중 선호하는 것은?	맛, 브랜드
4. 한국산 식품에 대한 인식은? 한국산 카레를 맛보고 싶은지?	한국 회사에서 근무하면서, 한인 식당, 한국 식품에 관심 많음 한국 카레는 먹어본 적이 없어서 구매 의사 있음
5. 한국산 카레 제조회사에 원하는 바가 있는지?	한국 식품은 인도 제품보다 질이 좋다고 생각하지만, 비싼 가격 때문에 자주 구매하기가 어려우므로, 가격이 잘 책정되면 좋겠음

② 담당자 인터뷰

구분	소비자 5
담당자 정보	국적: 인도인 나이: 40세 성별: 남성 직업: 판매 어시스턴트 인터뷰 장소: 대형마트 매장
1. 카레 제품 판매량은?	정확한 수치는 잘 모르겠으나, 다른 제품에 비해서 꾸준히 판매됨. 주로 파우더 카레를 구입해서 집에서 요리하는 것이 특징, 3분 카레와 같은 레토르트 제품의 판매량은 많지 않음
2. 주로 판매되는 인기 제품은?	파우더 카레
3. 주요 고객층은?	여성, 30-50대
4. 한국산 식품에 대한 인식은?	한국, 일본 고객들이 많이 오기 때문에 한국 제품에 관심이 많음. 제품의 질이 좋지만, 가격이 비싸다는 인식이 있음.
5. 카레 판매 시에 본 고객들의 구매 성향은?	인도인의 경우 가격이 가장 중요하고, 외국인들은 품질이나 브랜드를 선호하는 것 같음. 인도인의 경우, 가격과 용량, 성분에 대해 꼼꼼히 살피는 경향이 있음.
6. 기타 담당자 의견	카레의 종류가 매우 다양한 인도이기 때문에, 파우더 가루를 주로 사서 집에서 다양한 형태로 조리하는 것이 일반적이며, 레토르트와 같은 상품이 나온다면, 인도인들의 다양한 카레의 취향에 맞추는 것이 어려울 것 같음.



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 인도 가공식품 수입통관 절차

- 인도에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수입신고 준비	- 수출입자 코드(Importer-Exporter Code, IEC) 발급	- 대외무역총국
2	수입신고	- 수입 신고서 및 서류 제출	- 관할 세관
3	물품 검역 검사	- 서류 심사 - 물품 검사	- 관할 세관
4	세금 납부	- 세금 납부	- 지정 은행 - 관할 세관
5	물품 반출	- 물품 반출	- 관할 세관

자료: 인도 관세청(cbic.gov.in)

❖ 가공식품 통관 절차



자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

관세 및 세금 개요

❖ 인도 HS-CODE 2103.90.10(2018년 기준)

HS CODE	품명	구분	관세율	원산지 기준
2103.90.10.	카레 페이스트	최혜국 (Most favored nation, MFN)	30%	-
		CEPA 협정세율	5%	다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 40% 이상의 역내 부가가치가 발생한 것에 한정한다.

❖ 인도 카레 페이스트(HS Code 2013.9010)에 관한 세금 정보

사회보장가산세율: 10%
통합간접세(Goods and Services Tax, GST)율 : 12%

❖ 인도 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 EU를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS Code에 대한 관세율을 직접 확인하려면 인도 소비세관세중앙위원회(Central Board of Excise and Customs) 웹사이트(www.customs.gov.vn)에서 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	인도 Trade Portal	www.indiantradeportal.in

❖ 인증정보

인증명	발행/검사기관	성격	제출서류
AEO	관세청	권장	신청서, 사업자등록증 등
BIS인증	Bureau of India Standards	권장	신청서 등
HACCP	한국식품과학연구원 등	권장	영업허가증 등

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차²⁴⁾

□ 수입신고 준비

① 수출입자 코드(Importer-Exporter Code, IEC) 발급: 대외무역총국

- 인도에서 수출입을 하기 위해서는 먼저 한국 통관고유부호에 해당하는 수출입자 코드를 발급받아야 하며, 수출입자 코드는 온라인 및 오프라인으로 신청 가능
- 온라인으로 신청하는 경우
 - 대외무역총국(Directorate General of Foreign Trade, DGFT) 사이트(dgft.gov.in)의 Online IEC Application을 이용
 - 납세번호(Permanent Account Number, PAN) 증서와 은행예금증서(Bank Certificate of Deposit)을 스캔하여 신청서와 함께 제출
 - 신청서(Form-ANF 2A)에 은행 송금증 부분, 여권 사이즈 사진 2매, 납세번호(PAN) 증서 사본을 첨부하여 DGFT에 제출

② 식품 수입 라이선스 취득

- 2016년 개정된 Food Safety and Standards (Food Import) Regulations, 2016에 따르면 인도에 식품을 수입하기 위해서는 식품 수입 라이선스 취득이 의무사항이 된 바, 수입 라이선스를 취득하지 않으면 인도에서 식품을 수입할 수 없음
- 라이선스는 인도 식품안전기준청(Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI)의 웹사이트(foodlicensing.fssai.gov.in)에 접속하여 전자적 방법으로 신청서 작성이 가능 (단, 작성된 신청서는 온라인으로 접수된 날부터 15일 이내에 오프라인으로 FSSAI 관할지에 직접 제출해야 함)

□ 수입신고

- 수입신고를 하기 위해서는 수입신고서를 작성하고 해당 내용을 증빙하는 서류를 함께 세관에 제출해야 하는데, 인도는 전자통관제도를 운영하고 있어 수입신고서 및 관련

24) 자료: 「신홍교역국의 통관환경 연구-인도」, 한국조세제정연구원, 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

서류는 ICES(India Customs Electronic Data Interchange(EDI) System, ICES)를 통해 전산으로 제출하거나, 오프라인으로 제출 가능

- EDI로 제출하는 경우, www.icegate.gov.in/index.html에 접속하여 신고서 작성 후 전송
- 오프라인으로 제출하는 경우, 수입자는 Bill of Entry 4부를 준비하여 세관에 제출하고, 1부는 거래은행에 제출하며, 1부는 수입자가 보관
- 수입신고는 HS Code를 기초로 진행되며, HS Code에 따라 세율이 정해지는데, 해당 부분에 오류가 있는 경우, 장기간 통관이 지연될 수 있으므로 사전에 관세사, 통관 대리인 등의 컨설팅을 받아 진행하는 것을 권장
- 수입신고 시 제출해야 할 첨부서류는 표 3.1과 같음

표 3.1 수입신고 시 제출 서류

<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고서 - 서명된 상업송장 - 포장명세서 - 선하증권 또는 항공화물운송장 - GATT 관세평가 신고서 양식 - 필요 시, 신용장, 보험증권 - 필요 시, 수입허가자격증서 - 필요 시, 검사증명서 - 가능한 경우, 카탈로그, 기계류, 예비품 또는 화학물질에 대한 목록, 기술문서 작성서류 - 특혜세율을 신청하는 경우, 원산지 증명서

□ 서류 검사 및 식품 검사

- 수입신고가 이루어지면 세관에서는 서류를 심사하고 물품을 검사함
- 서류심사의 내용은 하기와 같음
 - 신고된 물품이 수입 금지품 또는 제한 품목에 해당하는지 여부
 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입 신고인이 제출한 Bill of Entry 상의 상세 품목 내역이 정확히 일치하는지 여부
 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부
- 세관 당국은 심사 후 이상이 없다고 인정되는 경우, 제출받은 Bill of Entry 2부 중 1부를 수입 신고인에게 반송(오프라인 제출의 경우)
- 식품 검사는 서류 검사, 육안 검사, 샘플 검사 중 선별된 방법으로 진행되며, 샘플

검사의 경우 검사 수수료가 발생할 수도 있음

- 인도의 식품 검사 절차는 1주에서 1개월이 소요되는 편이며, 샘플 테스트를 위한 시설이 부족해 검사 대기 제품들은 유로 보관창고에 장시간 방치되는 경우가 빈번하므로, 일부 창고의 경우 보관에 적합하지 않은 상태이므로 사전에 확인이 필요
- 또한, 물품 검사 시 특혜관세를 적용받은 물품의 경우 증빙이 충분치 않다는 이유로 통관을 거부하는 사례가 있으니 사전에 증빙을 갖추어 통관을 진행하는 것이 좋음
- 신용공인프로그램(ACP) 제도 및 수출입 안전관리 우수공인업체(AEO) 제도를 활용할 경우, 통관을 위한 별도의 지정 창고에서 검사가 이루어지고 검사 생략 등 신속한 통관이 가능

□ 세금 납부

- 납세자는 TR-6 challan 서식(하기 서식참고)을 이용하여 지정된 은행에 관세를 납부해야 하며, 세관에서 전달받은 Bill of Entry 1부를 은행에 제시하고, 은행은 배서하여 관세를 납부하였음을 증명함
- 인도는 관할 세관마다 지정한 은행의 이름과 지점명이 다르므로 납부 시 유의하여야 함
- 인도의 전자세금납부제도인 e-payment system은 구축 진행 중으로, 현재는 주요 세관에서만 이용 가능
- 인도 세관에서는 관세 확정 이후 8일을 초과하면 관세 납부 연체료를 연간 20% 복리로 부과하기 때문에, 기한 내 납부하여 연체료를 납부하지 않도록 주의가 필요

2) 통관 및 식품 검사 시 주의사항

- 식품의 경우, 통관 시 유통기한의 최소 60% 이상이 남아있어야 함
- 만일 수입자가 식품 수입 기준에 미치지 못하는 식품 수입을 시도할 경우 식품 수입 라이선스와 수출입자 코드 정지 및 취소 처분을 받을 수 있음
- 모든 식품 수입자는 반드시 자신의 Customs House Agent(CHA)를 지정하여야 하며 CHA는 식품 수입 제반 절차 및 관련 서류 업무를 담당하고 식품 수입 시 발생하는 문제에 대해 수입자와 함께 책임을 짐
- 컨테이너 하나에 여러 종류의 식품이 적재될 경우, 식품 검사관의 검사 및 샘플 채취 작업이 용이하도록 포장해야 함

3) 인도 관세율 정보

□ HS Code 2103.90.10 관세율 적용

- 인스턴트 카레의 경우, 제2103호 ‘소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자’에 따라 제2103호로 분류함
- 또한, ‘소스와 소스용 조제품, 혼합조미료’에서 ‘이 호에는 채소 또는 과실을 기제로 한 조제품이 분류되며 그 조제품은 주로 액체·에멀전 또는 현탁액으로서 때로는 채소나 과일 조각을 함유한다. 이들 조제품은 그 자체로는 식용하지 않지만 소스 등과 같이 특정 요리의 조제 또는 요리에 곁들여 사용되는 것으로서 제20류의 조제 또는 저장처리한 채소 및 과실과는 구별된다.’라고 설명하고 있음
- 따라서, 우리나라의 경우 관세율표 상 인스턴트 카레를 특개하여 제2103.90.9020호로 분류하고 있으며, 인도의 경우에도 인스턴트 카레를 특개하여 제2103.90.10호로 분류함
- 인도의 2103.90.10호 물품의 기본 관세율은 30%이고, 한-인도 포괄적 경제동반자 협정(CEPA)에 따른 협정세율은 5%이기 때문에 원산지 결정기준과 직접운송원칙 기준을 충족하는 조건 하에 특혜원산지증명서를 발급하여 협정세율을 적용받는 것이 유리함
- 또한, 인도는 관세율 이외에 사회보장가산세율 10%와 부가세율 12%가 함께 부과됨

표 3.2 인도 인스턴트 카레 HS Code 및 관세율(2017년)

HS CODE	품명	기본세율	CEPA 협정세율	사회보장 가산세율	통합 간접세율	원산지 기준
2103.90.10.	카레 페이스트	30%	5%	10%	12%	다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 40% 이상의 역내 부가가치가 발생한 것에 한정한다.

자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

□ 인도 현지 수입 관세율 조회 방법

- 인도 현지 수입 관세율은 인도 Trade Portal이나 소비세관세 중앙위원회(Central board of Excise and Customs) 홈페이지, 재무부 (www.indiabudget.nic.in) 에서 검색 가능
- 인도 Trade Portal 홈페이지에서는 HS Code 입력 후 세부 코드와 수입/수출 여부 입력 시 관세율과 GST 세율 확인이 가능

4) FTA 정보²⁵⁾

□ 한-인도 포괄적 경제동반자 협정(CEPA)²⁶⁾

- 한-인도 포괄적 경제동반자 협정(CEPA)는 신흥거대경제권과의 교역, 투자 및 인적 교류 등을 활성화하기 위하여 체결된 경제 협정으로서, 상품, 서비스, 무역, 투자, 경제 협력 등 전반적인 경제관계 교류를 포괄하는 내용의 포괄적 경제 협정임
- 인도는 한국의 5번째 FTA 체결국으로서 2010년 1월 1일 발효되었음

□ FTA 협정세율 적용 요건 및 방법

① FTA 원산지 기준²⁷⁾ 충족

- HS Code 2013.90.10의 경우, 한-인도 CEPA 원산지 기준은 ‘다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 40% 이상의 역내 부가가치가 발생한 것에 한정한다.’임

② 직접운송 원칙의 충족

㉠ 개념

- FTA에 따른 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 1) 원산지 결정 기준의 충족, 2) 협정 당사자(국)간의 직접운송 원칙을 모두 충족하여야 함
- 원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

㉡ 주의사항

- 제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우, 직접운송의 예외를 인정받기 위한

25) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

26) CEPA(Comprehensive Economic Partnership Agreement: 포괄적 경제동반자 협정)는 상품 및 서비스의 교역, 투자, 경제협력 등 경제관계 전반을 포괄하는 내용을 강조하기 위해 사용하는 용어로서 실질적으로는 FTA와 동일한 성격

27) 교역제품의 국적을 판단하는 기준으로서, 실질적으로 상이한 제품으로 만들어 세번(稅番)이 변경되면 원산지 물품으로 인정하는 세번변경기준(CTH : change of tariff heading), 생산국 내에서 일정 수준 이상의 부가가치가 발생해야 인정하는 부가가치기준(RVC : regional value contents), 특정한 생산공정이 수행돼야 인정하는 가공공정기준 등이 있음. 해당 국적이 한국으로 판단되어야 한국산의 원산지증명서 발급이 가능함.

입증 책임은 특혜세율을 적용 받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송 상의 이유이며, 제3국에서 추가가공이 없었음 등을 입증해야 함

- 입증 서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권(Through B/L), 원산지 증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관당국에서 발행한 입증서류 등이 있으나, 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 당시 입증 서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함

③ FTA 원산지 증명서

- FTA 원산지 증명서란 수출물품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서 수입국에서 FTA특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출하는 서류로, 발급방식에 따라 기관 발급 또는 자율 발급으로 구분

표 3.3 FTA 원산지 증명서 개요

구분	증명방식	증명 주체	증명서 유효기간	증명 서식	언어	사용횟수
FTA	기관증명	인도 - 수출검사위원회 한국 - 세관/상공회의소	1년	양국 간 통일증명 서식	영어	1회 사용원칙 (분할 가능)

표 3.4 FTA 원산지 증명서 발급 신청 방법

구분	내용
발급기관	대한민국 세관, 대한상공회의소
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> - 수출신고필증 사본(전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출을 생략 가능.) 또는 이에 갈음하는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 서류 - 송품장 또는 거래계약서 - 원산지확인서(최종물품에 대한 원산지확인서로서 생산자와 수출자가 다른 경우로 한정) - 원산지 소명서
처리 기간	<ul style="list-style-type: none"> - 현지 확인이 필요한 경우, 10일(공휴일·토요일 및 근로자의 날은 제외한다) 이내 - 3일(공휴일·토요일 및 근로자의 날은 제외한다) 이내
신청 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 전자적인 방법으로 신청이 가능하며, 필요 서류를 구비한 후, 아래의 주소에 접속하여 신청 가능 <ul style="list-style-type: none"> ● 세관: 유니패스(unipass.customs.go.kr) ● 대한상공회의소 무역인증서비스센터(cert.korcham.net)

④ FTA 협정세율 적용방법

- 수입신고 시 원산지 증명서 및 증빙서류를 베트남 세관에 제출함으로써 협정세율 적용이 가능
- 한-인도 FTA 협정세율을 적용받기 위한 구비서류는 표 3.4를 참조

표 3.5 한-인도 FTA 협정세율을 적용받기 위한 구비서류


- 송품장 또는 거래계약서
- B/L(선하증권) 또는 AWB(항공화물운송장)
- Packing list
- 유효한 원산지증명서
- (필요 시)해당 원산지임을 증빙할 수 있는 서류(원산지 확인서 등)

2. 인증정보

1) BIS 인증(ISI 마크)

- 인도 표준청(Bureau of India Standards, BIS)은 인도의 소비, 식품, 유통부(Ministry of Consumer Affairs, Food, and Public Distribution)의 산하기구로서, BIS의 제품인증 제도는 최종 소비자가 사용할 제품의 품질, 안전성, 신뢰성을 보장하기 위해 운용되는 제도임
- ISI 마크는 부착한 제품이 BIS의 인증을 받은 적합한 제품임을 의미함
- 가공식품에 대한 BIS의 ISI 인증은 대부분 자발적 인증이나 유제품, 생수, 영아용 조제식 등에 대해서는 의무 인증을 요구하고 있음

표 3.6 BIS 인증 방법




인증/검사명	BIS 인증	
정의	인도 표준청(Bureau of India Standards, BIS) ISI mark	
성격	권장	
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - BIS의 제품인증제도는 최종 소비자가 사용할 제품의 품질, 안전성, 신뢰성을 보장할 것을 목적으로 하고 있음 - 제품에 부착되는 표준마크(Standard Mark)로서 ISI 인증마크를 제품에 부착하면, 해당 제품이 제품의 사양에 적합하다는 보증서 역할을 함 - 인증서의 준수 여부는 수시검사뿐만 아니라 시장 및 공장에서 추출한 샘플의 시험을 통해 정기적으로 사후관리를 실시 	
발행/검사기관	인도 표준청(Bureau of India Standards, BIS)(www.bis.org.in)	
대상 품목	<ul style="list-style-type: none"> - 섬유, 화학물질, 건축재료, 펌프, 금속, 전기전자, 자동차 부품, 농업, 식음료, 가죽, 목재, 종이 등 85개 품목 - 2007년 68개에서 2007년 11월 17개 철강 제품이 추가되어 현재는 85개 품목이 대상임 	

2) 채식주의자 마크

□ 약 2억 명의 인구가 채식주의자인 인도로 식품을 수출하기 위해서는 베지테리안 마크에 대한 이해가 필수적

- 인도 식품안전기준관리국(Food Safety and Standard Authority of India: FSSAI)은 식품 안전 및 기준법(Food Safety and Standards Regulations 2011:FSS)에 따라 식품 가공, 제조, 수출, 수입에 종사하는 사업자를 대상으로 마크 부착을 의무화하고 있음
- FSS의 베지테리안 마크 표시 제도에 대한 규제는 포장 및 라벨 표시 규정에 포함되며, 베지테리안 식품은 제품명 옆에 녹색 심볼마크를 표시하고, 비베지테리안 식품에는 적색 심볼마크를 표시
- 식별마크 표시는 2011년 8월 5일 부로 시행된 식품안전 및 기준법으로부터 의무로 규정되었고, 해당 규정 위반 시 최대 약 1만5000달러의 벌금이 부과되므로 주의 필요
 - 2014년 인도 모디 정부 출범 이후 베지테리안 마크뿐만 아니라 수출입자 코드, 생산 로트번호, 제조일자 및 유통기한 전반에 대해서 관리 감독이 철저해짐²⁸⁾
- 인터넷 쇼핑 사이트에서도 모든 제품에 베지테리안 마크를 표시함

표 3.7 베지테리안 및 비베지테리안 마크

베지테리안 마크 	비베지테리안 마크 	예) 
---	--	--

- 인도의 식품안전 및 기준법에서 정한 베지테리안 음식은 우유 또는 유제품이 원료로 포함되는 경우를 말하며, 계란이 포함되면 비베지테리안으로 분류


표 3.8 베지테리안 종류 및 섭취 가능 식품 현황

구분	고기	계란	우유
비건(Vegan)	불가	불가	불가
락토(Lacto)	불가	불가	○
오보(Ovo)	불가	○	불가
락토 오보(Lacto Ovo)	불가	○	○

28) '인도 식품 수출 '베지테리안 마크' 주의를', 식품음료신문, 2016.8.23. 1:20 (www.thinkfood.co.kr)

3) 식품안전경영시스템(ISO22000)²⁹⁾


표 3.9 ISO 22000 인증 방법

인증명	ISO 22000		
인증설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템으로, 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증		
발행기관	한국국제규격인증원(KIC), 한국품질보증원(KQA), AFAQ EAQA Korea		
성격	선택 인증		
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자 등록증		
비용	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이		
소요기간	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이		
유효기간	3년		
발급절차	1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000를 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시		
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> - 의도된 용도에 따라 안전한 제품 및 서비스를 제공하는 FSMS를 계획, 이행, 운영, 유지, 업데이트 - 적용 가능한 법적 및 규제적 식품 안전 요구사항 준수 입증 - 상호 합의된 고객의 식품 안전 요구사항을 평가하고 사정하며 그들과의 적합성을 입증 - 식품 안전 문제를 식품 사슬 내의 이해당사자들에게 효과적으로 전달 - 조직이 명시된 식품안전정책을 준수하는지 확인 - 관련 이해당사자와의 적합성을 입증 - 외부 조직에 의해 FSMS의 인증 또는 등록을 구하거나 이 문서에 대한 자체 평가 또는 자체 신고 		
유의사항	매년 사후 심사를 받는 조건으로 유효기간 3년		

29) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

4) 식품안전관리인증기준(HACCP)³⁰⁾

표 3.10 식품안전관리기준 인증 개요

인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치 	

30) Hazard Analysis and Critical Control Point

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법 근거



- 수입식품은 식품안전기준청(FSSAI)에서 고시한 'Food Safety and Standards(Packing and Labelling) Regulations 2011'에 의거하여 라벨링 요건을 갖추어야 함
 - 제품 정보는 포장 자체에 인쇄되어 있거나 1장의 스티커 형식으로 부착되어 있어야 함
 - 라벨링은 반드시 영어 또는 힌두어로 표시되거나 병기

표 3.11 인도 식품 라벨링 의무 표기사항

항목	설명
제품명	- 제품에 포장된 식품의 상품명 또는 제품명을 표기
성분 목록	- 성분의 무게 또는 부피 기준으로 내림차순 정렬(단일 성분 제품 제외)
영양 정보	- 100g, 100ml 또는 1인당 제공량을 기준 칼로리, 단백질 및 탄수화물의 양, 지방, 영양상 또는 건강상 강조성분에 대한 정보
식품첨가물 리스트	- 제조 시 사용된 식품첨가물 리스트 표기
채식/비채식 마크 표시	- 포장의 주요면 또는 식품의 이름 및 브랜드명과 가까운 곳에 표시 * 비채식자용 제품은 조류, 해산물, 동물성 성분(우유 및 유제품 제외)이 포함되어 있는 경우 반드시 표시
제조사 및 수입사 정보	- 제조업체 및 포장업체 이름 및 주소, 수입식품의 경우 수입자명, 주소, 원산지 표기
원산지	- 수출국이 아닌 다른 국가에서 가공되어 성분 및 성질이 변경되었을 경우, 가공국의 원산지 제품으로 간주
순 중량	- 무게, 부피 또는 수 기준으로 순 중량 표시
LOT 번호	- 식품의 제조 및 유통을 추적할 수 있는 고유 마크
제조 및 포장 일자	- 제품의 제조, 포장, 사전포장된 일자 '일/월/년' 표기(와인 및 주류, 알코올이 10% 이상 함유된 음료는 제외)
유통 기한	- 제품의 유통기한을 대문자로 '월/년' 표기
사용법	- 필요한 경우, 제품의 사용법을 라벨에 표시
기타	- MRP(Maximum Retail Price): 세금을 포함한 최고 소매가 표시 - GM 식품: 유전자조작(GM, Genetically Modified) 성분이 들어간 식품은 라벨링 상단에 'GM'이라고 표시

자료: 한국농수산물유통공사

표 3.12 라벨링 샘플 정보

❖ 라벨링 샘플 사진(인기 제품)	
 <p>(앞면)</p>	 <p>(뒷면)</p>
<p>< 앞면 > 제품명, 제조사 브랜드명, 순 중량, 채식/비채식 마크 표시</p> <p>< 뒷면 > 영양 정보, 제조사 및 수입사 정보 성분 목록, LOT 번호, 유통 기한, 사용법</p>	

자료: 현지조사원

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규제

- 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) Regulations, 2011’을 따름
- 동 규정에 따르면, 카레 가루(Curry Powder)란 검은 후추, 계피, 정향, 고수, 카다멈, 칠리, 커민씨, 호로파, 마늘, 생강, 겨자, 양귀비씨, 강황, 철퇴, 육두구, 카레잎, 흰 후추, 샤프란, 아니스씨와 같은 아로마 허브 및 종자류에 속하는 깨끗하게 건조된 향신료를 분쇄하여 얻은 분말을 뜻함
 - 카레 분말의 제조에 사용되는 향신료의 비율은 중량별 85.0%이상이어야 하며, 분말은 먼지나 곰팡이가 끼어선 안 되며, 곤충이 침입되어서는 안됨. 식용 일반염 외 색소 물질과 방부제가 첨가되어선 안됨

표 3.13 카레 가루(Curry Powder)의 식품 첨가물 기준

식품 첨가물	기준
수분	중량의 14.0% 이하
휘발성 오일	건조 기준 0.25%(v/w) 이상
비휘발성 에테르 추출물	건조 기준 중량의 7.5% 이상
식용 일반염	건조 기준 중량의 5.0% 이하
희석된 HCl 내 불용성 재	건조 기준 중량의 2.0% 이하
조 섬유	건조 기준 중량의 15.0% 이하
납	건조 기준 10.0 ppm 이하

자료: Food Safety and Standards (Food Product Standards and Food Additives) Regulation, 2011

□ 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 같음
- 판매금지 혼합물
 - 유제품에 대한 규정이 많으며 이외에 식용 기름에 대한 규정이 있음
 - 식물성 기름에는 건강에 유해한 색소, 향료 또는 다른 물질이 첨가되지 않아야 하며, 동물성 기름과 식물성 기름 또는 지방은 제품의 제조에 사용되거나 따로 보관되어야 하고, 식품청에서 허가하지 않은 한 어떠한 색깔도 첨가해서는 안됨

표 3.14 판매금지 혼합물

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 물이 함유된 우유 ② 유지방 25% 미만의 크림 ③ 자연적으로 발생하지 아니한 첨가물이 포함된 버터(Ghee) ④ 탈지분유 ⑤ 2종류 이상의 식용 기름이 혼합된 기름 ⑥ 다른 물질이 첨가된 바나파티(Vanaspati) ⑦ 다른 외국의 물질이 함유된 심황 ⑧ 치커리를 제외한 커피혼합물 ⑨ 끓이거나 살균되지 않은 우유의 다히(Dahi) 또는 응고체 |
|---|

○ 판매가 금지되는 특정 품목

표 3.15 판매가 금지되는 특정 품목

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 미네랄 오일로 코팅된 식품: “Food Safety and Standards (Food Products Standards and Food Additives) regulation, 2011”에서 규정한 미네랄 오일 허가 규정을 제외하고는 미네랄 오일로 코팅된 식품은 판매가 금지됨 ② Honey Dew: AG MARK가 표시되어 있는 용기에만 판매가 가능 ③ 꿀: 순수한 꿀이 아닌 경우 포장 용기에 꿀이라는 오해를 주는 표기나 그림, 표시 등을 하여 판매해서는 안 됨 ④ 건강을 해치는 성분 금지: 예를 들어 담배의 니코틴과 같이 건강에 해를 끼치는 성분이 포함되어 있을 경우 판매가 금지됨 ⑤ 카바이드 가스(Carbide Gas): 과일 중 카바이드 가스를 사용하여 인위적으로 숙성 시킨 제품은 판매가 금지됨 ⑥ 광택제: 신선 채소와 과일 중 비즈 왁스(Bees Wax), 광택제(Carnauba Wax) 및 셸락 납(Shellac Wax) 등으로 코팅된 경우 GMP(Good Manufacturing Practices) 규정을 초과하지 않아야 하며, “Food Safety and Standards (Packaging and Labelling) regulation, 2011”의 라벨링 규정을 준수해야 함 ⑦ 육류 제품: 도축이 아닌 자연사 한 육류 및 가금류는 식용이나 식품 성분으로서의 사용이 금지됨 |
|---|



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

제품분석 결과(평균)

	카레 평균가격	오프라인: 수입품: 400g 275루피(약 4,400원) 인도산: 100g 당 약 38루피(약 600원) 온라인: 수입품: 50g 60루피(약 1,000원) 인도산: 100g 당 약 54루피(약 900원) 셰프 제품: 75g 55루피(약 900원)
	원료(성분)	다양한 카레 종류 만큼 원료도 제품별로 다양하며, 다양한 향신료가 첨가됨
	포장형태	(겉)종이 (안)파우치 형태 또는 파우치로만 포장한 형태

대표 분석제품 상세

		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: Palak Paneer - 제조사: MTR Foods Ltd - 원산국: 인도 - 특성: <ul style="list-style-type: none"> ● 합리적 가격 ● 뒷면에 조리법 기재 ● 베지테리안 - 용량: 300g - 오프라인 매장: Le Marche - 가격: 86루피(약 1,400원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: Fish Curry - 제조사: DESAI BROTHERS LTD - 원산국: 인도 - 특성: <ul style="list-style-type: none"> ● 합리적 가격 ● 뒷면에 조리법 기재 ● 베지테리안 - 용량: 100g - 오프라인 매장: Reliance Retail - 가격: 38루피(약 600원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: GREEN CURRY PASTE - 제조사: PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD. - 원산국: 태국 - 특성: <ul style="list-style-type: none"> ● 태국산 수입품으로 가격대 높은 편 ● 베지테리안 - 용량: 50g - 온라인 매장: www.bigbasket.com - 가격: 60루피(약 1,000원)

- 현지 조사원에 따르면, 고소득 계층 소비자의 특징은 품질인 반면, 인도 중저 소득계층 소비자의 가장 큰 특징은 가격 대비 품질로, 다른 요인보다 가격에 가장 민감
- 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서 판매하는 인도산 제품의 가격대는 비교적 합리적인 편인 반면, Foodhall과 같은 고메마켓에서 판매하는 태국산 수입품, 온라인 쇼핑몰에서 판매하는 유명 셰프를 브랜드화한 제품의 가격은 상대적으로 높은 편
- 모든 제품에 베지테리안 또는 비베지테리안 마크를 표시하며, 인터넷 쇼핑몰에서도 표시

1. 경쟁제품 선정 기준

□ 분석기준 및 지표설정

- 현지조사원이 직접 말레이시아 내 대형 마트 및 고메마켓 등을 방문하여 현지 시장 조사 실시
- 인도의 대표적인 온라인 쇼핑몰인 Big Basket 사이트를 활용

□ 방법론 1. 오프라인 매장 조사

- 오프라인:
 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 고메마켓: Big Bazaar, Reliance Retail, Le Marche, Foodhall
 - 한인 마트: Kim's Mart

□ 방법론 2. 온라인 쇼핑몰 조사





- 키워드: 인스턴트 카레, 카레 믹스(Instant Curry, Curry Mix)
- 온라인:
 - 인도 온라인 쇼핑몰: www.bigbasket.com

2. 경쟁제품 분석

① 오프라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD.	PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD.
	제품명	Green curry paste	Red curry paste
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 태국산 수입품으로 고메 마켓에서 판매하며 가격대가 높은 편 - 뒷면에 조리법 기재 	<ul style="list-style-type: none"> - 태국산 수입품으로 고메 마켓에서 판매하며 가격대가 높은 편 - 뒷면에 조리법 기재
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	레몬그라스, 그린 칠리, 마늘, 소금, 양강근, 샬롯	샬롯, 마늘, 말린 레드 칠리, 향신료, 양념
	조사 매장	Foodhall	Foodhall
	용량	400g	400g
	제품가격	275루피(약 4,400원)	275루피(약 4,400원)
	인증	베지테리안	베지테리안

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	DESAI BROTHERS LTD	DESAI BROTHERS LTD
	제품명	Mother's Recipe Fish curry	Mother's Recipe Mutton curry
	제품특성	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재
	포장용기	파우치	파우치
	성분	마늘, 면실유, 양파, 코코넛 밀크 파우더, 식염, 칠리	양파, 면실유, 마늘, 생강, 식염, 칠리
	조사 매장	Reliance Retail	Reliance Retail
	용량	100g	100g
	제품가격	38루피(약 600원)	50루피(약 800원)
	인증	베지테리안	베지테리안

자료: 현지조사원

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	MTR Foods Ltd	MTR Foods Ltd
	제품명	Palak Paneer	Paneer Makhani
	제품특성	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	시금치, 물, 코티지 치즈, 토마토, 양파, 해바라기 정제유	물, 코티지 치즈, 밀크 크림, 토마토 페이스트, 마늘
	조사 매장	Le Marche	Le Marche
	용량	300g	300g
	제품가격	86루피(약 1400원)	95루피(약 1,500원)
	인증	베지테리안	베지테리안

자료: 현지조사원

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Kitchens of India	Kitchens of India
	제품명	Yellow Dal Tadka	Paneer Darbari
	제품특성	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	물, 아르하르 달, 토마토, 양파, 마수르 달, 해바라기 정제유	토마토, 파니르, 물, 밀크 크림, 해바라기 정제유, 향신료, 양념
	조사 매장	Le Marche	Big Bazaar
	용량	285g	285g
	제품가격	90루피(약 1,400원)	150루피(약 2,400원)
	인증	베지테리안	베지테리안

자료: 현지조사원



구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Chokhi Dhani	Haldiram's
	제품명	Dal Makhani	Aloo mutter
	제품특성	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재	- 합리적 가격 - 뒷면에 조리법 기재
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	물, 버터, 토마토 퓨레, 버터 크림 등	토마토, 물, 감자, 완두콩, 양파, 해바라기 정제수, 요구르트
	조사 매장	Big Bazaar	Big Bazaar
	용량	150g	300g
	제품가격	95루피(약 1,500원)	80루피(약 1,300원)
	인증	베지테리안	베지테리안

자료: 현지조사원

② 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 스펙	제품 이미지 (앞)		
	제조사	PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD.	PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD.
	제품명	RED CURRY PASTE	GREEN CURRY PASTE
	원산국	태국	태국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 태국산 수입품으로 가격대 높은 편 - 유통업체: Mapleleaf Distribution Pvt. Ltd., 	<ul style="list-style-type: none"> - 태국산 수입품으로 가격대 높은 편 - 유통업체: Mapleleaf Distribution Pvt. Ltd.,
	포장용기	파우치	파우치
	성분	샐롯, 마늘, 말린 레드 칠리, 향신료, 양념	레몬그라스, 그린 칠리, 마늘, 소금, 양강근, 샐롯
	조사 온라인 매장	www.bigbasket.com	www.bigbasket.com
	용량	50g	50g
	제품가격	60루피(약 1,000원)	60루피(약 1,000원)
인증	베지테리안	베지테리안	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	FAZLANI FOODS	FAZLANI FOODS
제품 스펙	제품명	Kashmiri Prawns	Malabar Prawns
	원산국	인도	인도
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 새우를 활용한 북인도식 요리 - 1-2인분 - 매운 정도: 2단계 	<ul style="list-style-type: none"> - 새우를 활용한 고전적인 인도 해안 요리 - 1-2인분 - 매운 정도: 2단계
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	양파, 물, 머스터드 오일, 생강, 소금, 크림, 레드 칠리, 버터, 오일, 후추, 카다몬, 강황, 계피, 정향, 월계수 잎	물, 코코넛, 해바라기 정제유, 생강, 소금, 고수 잎, 심황, 겨자 등
	조사 온라인 매장	www.bigbasket.com	www.bigbasket.com
	용량	285g	285g
	제품가격	234루피(약 3,700원)	234루피(약 3,700원)
	인증	비베지테리안	비베지테리안

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	DESAI BROTHERS LTD	DESAI BROTHERS LTD
제품 스펙	제품명	Mother's Recipe Chicken Curry	Mother's Recipe Fish Curry
	원산국	인도	인도
	제품특성	- 치킨 카레 믹스 제품 - 매운 정도: 2단계	- 생선 카레 믹스 제품 - 매운 정도: 2단계
	포장용기	파우치	파우치
	성분	양파, 식용 식물성 기름, 식염, 설탕, 토마토, 향신료, 양념	양파, 식용유, 고추, 후추, 고수, 커민, 겨자, 호로파, 강황, 카레 잎
	조사 온라인 매장	www.bigbasket.com	www.bigbasket.com
	용량	80g	80g
	제품가격	40루피(약 600원)	40루피(약 600원)
	인증	베지테리안	베지테리안

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	MTR Foods Ltd	MTR Foods Ltd
제품 스펙	제품명	MTR Mixed Vegetable Curry	MTR Palak Paneer
	원산국	인도	인도
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 인도의 대표적인 간편식 브랜드 제품으로 합리적 가격대 - 100% 천연 재료 - 無방부제 - 매운 정도: 2단계 	<ul style="list-style-type: none"> - 인도의 대표적인 간편식 브랜드 제품으로 합리적 가격대 - 100% 천연 재료 - 無방부제 - 매운 정도: 1단계
	포장용기	(겉)종이 (안)파우치	(겉)종이 (안)파우치
	성분	물, 콩, 토마토 퓨레, 쿨플라워, 우유, 당근, 식용 식물성 기름, 캐슈너트, 소금, 설탕, 버터, 생강 페이스트, 향신료 등	시금치 잎, 물, 코티지 치즈, 토마토, 양파, 우유, 식용 식물성 기름, 레몬즙, 향신료, 고수 등
	조사 온라인 매장	www.bigbasket.com	www.bigbasket.com
	용량	300g	300g
	제품가격	80루피(약 1,300원)	95루피(약 1,300원)
	인증	베지테리안	베지테리안

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	Fudkor India Pvt. Ltd.	Fudkor India Pvt. Ltd.
제품 스펙	제품명	SANJEEV KAPOORS KHAZANA CHICKEN CURRY SPICE MIX	SANJEEV KAPOORS KHAZANA KORMA CURRY SPICE MIX
	제품특성	- 유명 셰프를 브랜드화한 제품 - 중량 대비 가격대 높은 편	- 유명 셰프를 브랜드화한 제품 - 중량 대비 가격대 높은 편
	포장용기	파우치	파우치
	성분	양파, 향신료, 소금, 설탕, 정제 밀가루, 식용 야채 지방, 토마토 페이스트, 마늘 분말, 과일 분말, 호모 추출 분말, 우유, 견과류 등	양파, 생강, 마늘, 감자, 당근, 캐슈너트, 토마토 페이스트, 피망, 크림
	조사 온라인 매장	www.bigbasket.com	www.bigbasket.com
	용량	75g	75g
	제품가격	55루피(약 900원)	55루피(약 900원)
	인증	베지테리안	베지테리안



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 1. 오프라인 매장 조사

○ 오프라인:

- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 고메마켓: Big Bazaar, Reliance Retail, Le Marche, Foodhall
- 한인 마트: Kim's Mart

□ 방법론 2. 온라인 쇼핑몰 조사

○ 키워드: 인스턴트 카레, 카레 믹스(Instant Curry, Curry Mix)

○ 온라인:

- 인도 온라인 쇼핑몰: www.bigbasket.com

□ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

인도			태국
MTR Foods Ltd	DESAI BROTHERS LTD	FAZLANI EXPORTS Pvt Ltd	PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD
			
온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	오프라인 판매	온·오프라인 판매

2. 경쟁사 현황 분석

□ MTR Foods Ltd

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 1924년 방갈로르(Bangalore)에 마이야(Maiya) 가족이 인도 정통 요리 전문 MTR 레스토랑을 설립하며 시작 - 1975년 간편식 및 인스턴트 믹스 사업으로 사업을 확대함에 따라 최첨단 시설을 갖추고 현대화됨 - 2007년 노르웨이 기업인 M/s Orkla의 자회사가 됨 - MTR의 다양한 제품으로는 즉석 카레, 쌀, 냉동식품, 아이스크림, 인스턴트 믹스, 향신료, 피클, 우유 음료 등이 포함됨 - 모기업: Orkla ASA - 자회사: Rasoi Magic Foods (India) Pvt Ltd. 			
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	www.mtrfoods.com
	취급품목	RTC, RTE, 음료 등의 식음료 제품	D-U-N-S® Number	65-048-3464
	매출액	1억 2,000만 달러 (2017년 12월 기준)	직원 수	1,000명(2017년 12월 기준)
	소재지	인도, 카르나타카(Karnataka) 주 벵갈루루(Bangalore)	설립연도	1924년
대표 제품				

자료: MTR Foods Ltd(www.mtrfoods.com)

□ DESAI BROTHERS LTD

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - Desai Group은 1901년 담배 사업을 시작으로 설립되어, 식품 가공, 특수 화학제품, 건강 제품, 숙박 사업 등으로 사업을 다각화함 - Desai Brothers Limited는 2001년 인도 에스닉 푸드 사업으로 확장하였으며, 'Mother's Recipe' 브랜드를 소유하고 있고, 중동, 극동, 아프리카, 호주, 영국, 캐나다, 미국 등 전 세계 40여 개국에 수출 중 - 'Mother's Recipe'는 피클, 각종 향신료, 커리 페이스트, 커리 파우더, 통조림 제품 등을 판매 중 - 인도 전역의 500개 이상의 유통업체를 통해 15만 이상의 소매점에 유통 중 			
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	mothersrecipe.com
	취급품목	RTC, RTE, 음료 등의 식음료 제품	D-U-N-S® Number	86-003-2964
	매출액	1억 6,700만 달러 (2016년 회계연도 기준) ³¹⁾	직원 수	12만 8,000명 (2016년 회계연도 기준)
소재지	인도, 마하라슈트라(Maharashtra) 주, 푸네(Pune)	설립연도	1901년	
대표 제품				

자료: Desai Brothers Ltd(mothersrecipe.com)

31) 인도의 회계연도는 4월 1일부터 이듬해 3월 31일까지임

□ FAZLANI EXPORTS Pvt Ltd

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 제품군으로는 참깨, 향신료, 쌀, 곡으로, 푸딩, 수물, 콩류, RTE 등이 있으며, RTE로는 카레, 피클, 파스타, 비리야니 등이 있고, 퓨전 음식으로 푸딩, 수프 믹스 등이 있음 - Fazlani 제품은 미국, 캐나다, 유럽, 인도 주요 도시의 주요 식품 소매점에서 판매 - HACCP, ISO 22000:2005, 코셔(Kosher), 할랄(Halal) 인증 보유 - 모기업: Fazlani Group of Companies <ul style="list-style-type: none"> • 식품, 교육, 담배, 부동산 등 사업 다각화 		
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지
취급품목	RTC, RTE, 음료 등의 식음료 제품	D-U-N-S® Number	67-760-1638
매출액	3,000만 달러 (2017년 회계연도 기준)	직원 수	56명 (2017년 회계연도 기준)
소재지	인도 마하라슈트라(Maharashtra) 주 मुंबई(Mumbai)	설립연도	1927년
대표 제품			

자료: Fazlani Exports Pvt. Ltd.(www.fazlani.com)

□ PANTAI NORASINGH MANUFACTURER CO., LTD

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 태국산 카레 제품이 카레의 본거지 인도 내 소매점에 입점하여 성공한 대표적인 사례 - 'Pantai Norasingh' 브랜드를 보유하고 있으며, 태국 소스, 향신료, 칠리 페이스트, 절임 제품, 믹스 차류 등을 제조하여 미국, 캐나다, 유럽, 중동, 호주, 아시아 등 40여 개국에 수출 - 2005년 국무총리 수출기업 상 수상, 할랄(Halal), GMP, HACCP, ISO 9001:2000 BRC 인증 보유 		
기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	www.pantainorasingh.com
취급품목	RTC, RTE, 음료 등의 식음료 제품	D-U-N-S® Number	-
매출액	3,000만 달러 (2017년 회계연도 기준)	직원 수	56명 (2017년 회계연도 기준)
소재지	태국, 사뭇사콘(Samut Sakhon)	설립연도	1962년
대표 제품			

자료: Pantai Norasingh Manufacturer Co., Ltd.(www.pantainorasingh.com)



Ⅵ. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

유통채널 현황 개요

❖ 인도 가공식품 유통구조 및 점유율(2018년)



❖ 인도 오프라인 식료품 유통채널

구분	유통채널 종류	대표 기업
현대적 식료품 소매점	하이퍼마켓	- Reliance Mart - Aditya Birla Retail - HyperCITY - Trent Spencer's - Big Bazaar
	슈퍼마켓	- Reliance Super - Aditya Birla Retail - Spencer's Daily
	고메마켓	- Godfrey's Natures Basket - Le Marche - Foodhall - Nuts & Spices - Brown Tree
	편의점	- 24 SEVEN
전통적 식료품 소매점	키라나(Kirana)	-
	독립 소형 식료품점	- Rakhangji
	기타 식료품 소매점	- Neelam Foodland

❖ 인도의 주요 식음료 박람회

전시회명	장소	웹사이트	2019년 개최 예정일
AAHAR ³²⁾	뉴델리	indiatrdefair.com/ aahardelhi	2019.3.12.-16.
Annapoorna ANUFOOD India	뭄바이	www.worldoffoodindiacom	2019.8.29.-31.
UpperCrust Food & Wine Show	뭄바이, 푸네, 방갈로르	www.theuppercrustshow.com	2019.2.1.-3.
Express Food & Hospitality (EF&H) India	뭄바이, 방갈로르, 하이데라바드	mumbaiexpo. foodhospitality.in	201.1.17.-19. 2019.6.13.-15. 2019.9.24.-26.
India Food Forum	뭄바이	www.indiafoodforum.com	2019.2.5.-6.
SIAL India	뉴델리	www.sial-network.com	2019.9.19.-21.

1. 유통채널 개황

1) 인도 식료품 유통채널 현황

□ 식료품 유통채널 일반 현황

- 인도의 식료품 유통채널은 크게 현대적 유통채널과 전통적 유통채널로 구분하며, 매장 수와 매출 면에서 전통적 유통채널의 점유율이 압도적
 - 2016년 기준, 인도 전역 전통적 유통채널의 수는 약 1,263만개로 전체 매장 수의 95% 이상, 매출액의 약 90%를 차지하고 있으며, 현대적 유통채널의 수는 약 6,300개임
- 전통적 유통채널의 형태는 구멍가게 형태의 키라나(kirana)가 가장 대표적이며, 그 외에 독립 소형 식료품점, 길거리 상점 등이 있음
- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓과 같은 현대적 유통채널의 매장 수가 최근 5년간(2012-2016년) 연평균 3.5% 증가
- 2016년 11월 인도 나렌드라 모디 총리가 단행한 고액권 화폐 사용중지 결정(화폐개혁)으로 인해 현금 결제 방식의 키라나(Kirana)를 이용하던 소비자가 디지털페이 방식의 현대적 유통채널을 이용하는 빈도수가 늘어남³³⁾
- 온라인 유통채널의 인기가 높아지고 있으나, 아직까지 대중적으로 활성화되지는 않은 상황

표 6.1 인도 유통채널별 식료품 매장 수 추이(2012-2016년)

(단위: 개)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증가율 (2012-2016년)
현대적 식료품 소매점	5,500	5,900	5,900	6,200	6,300	3.5%
전통적 식료품 소매점	12,360,300	12,426,500	12,488,700	12,555,200	12,626,600	0.5%
합계	12,365,800	12,432,400	12,494,600	12,561,400	12,632,900	0.5%

자료: 「India: Retail Foods—Organized Sector Consolidating While Mom and Pop Format Dominates」, USDA, 2018.6.29.

32) AAHAR의 정식 명칭은 AAHAR The International Food & Hospitality Fair임

33) 자료: 「India: Retail Foods—Organized Sector Consolidating While Mom and Pop Format Dominates」, USDA, 2018.6.29.

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 고메마켓, 편의점 등 현대적 유통채널

- 현대적 유통채널의 주요 기업들이 매장을 확장하고 있는 추세이나, 높은 부동산 비용, 높은 대출 이자율, 높은 부채율, 직원의 업무 교육 수준, 높은 공급 비용 등의 장애 요인이 상존
- 하이퍼마켓은 one-stop shop의 형태를 갖추고 있고 주변 지역에 위치하며, 대표 기업으로는 Reliance Mart, Aditya Birla Retail, HyperCITY, Trent Spencer's 등이 있음
- 슈퍼마켓에서는 식료품과 가정용품을 판매하고 주로 도심지에 위치하며, 대표 기업으로는 Reliance Supe, Aditya Birla Retail, Spencer's Daily, Big bazarr 등이 있음
- 고메마켓에서는 품질을 중시한 식료품을 판매하며, 대표 기업으로는 Godrej's Natures Basket, Foodhall 등이 있음³⁴⁾
- 인도의 편의점 시장 규모는 2017년 기준 2,890억 루피(약 4조 6,400억)로 몇 년 전까지만 해도 인도에서 편의점을 찾기가 쉽지 않았으나, 최근 24 SEVEN이 매장 수를 급속도로 늘리고 있음
 - 24 SEVEN의 운영자는 인도의 유명 담배 제조업체인 Godfrey Phillips India로 2004년에 첫 매장을 오픈한 이후, 2017년 말 기준 뉴델리와 북부의 주요 도시에 61개의 매장을 보유
 - 향후, 뭄바이, 방갈로르, 콜카타, 푸네와 같은 대도시로 진출하여 2018년 말까지 170개, 2019년 말까지 370개로 확장할 예정이며, 5년 내로 인도 전역에 10,000개의 매장을 오픈할 계획
 - 현재까지는 Godfrey Phillips India가 직접 관리하고 있으며 1,000개 지점까지는 직접 관리할 계획이나, 그 이후에는 프랜차이즈 매장도 개설할 계획
 - 취급 품목의 종류 또한 쿠키와 초콜릿 등 수입품을 늘려 현재의 90개에서 350개 이상으로 확대할 계획³⁵⁾

□ 키라나(Kirana), 독립 소형 식료품점, 길거리 상점 등 전통적 유통채널

- 키라나(Kirana), 독립 소형 식료품점, 길거리 상점 등 전통적 유통채널은 인도 전역의 도시와 농촌에 고루 분포되어 있음
- 전통적 유통채널은 편의성, 접근성, 신용 구매(외상 거래) 면에서 유리하나, 인프라 수준은 낙후되어 있음

34) 자료: 「India: Retail Foods—Organized Sector Consolidating While Mom and Pop Format Dominates」, USDA, 2018.6.29.

35) 자료: Yuji, Kyronuma, 'India's 24Seven convenience store chain to triple outlets this year', NIKKEI ASIAN REVIEW, 2018.6.12. 04:21 (asia.nikkei.com)

표 6.2 인도 오프라인 식료품 유통채널 종류 및 대표 기업

구분	유통채널 종류	대표 기업
현대적 식료품 소매점	하이퍼마켓	- Reliance Mart - Aditya Birla Retail - HyperCITY - Trent Spencer's - Big Bazaar
	슈퍼마켓	- Reliance Super - Aditya Birla Retail - Spencer's Daily
	고메마켓	- Godfrey's Natures Basket - Le Marche - Foodhall - Nuts & Spices - Brown Tree
	편의점	- 24 SEVEN
전통적 식료품 소매점	키라나(Kirana)	-
	독립 소형 식료품점	- Rakhangji
	기타 식료품 소매점	- Neelam Foodland

자료: 「Growing Opportunities in the Indian Food Market」, Flanders Investment & Trade, 2018.6를 바탕으로 재구성

□ 온라인 식료품 소매점

- 2016년 기준, 전체 식료품 구매 중 2.5% 만이 온라인 상에서 발생하였으나, 인도 브랜드 자산 재단(Indian Brand Equity Foundation, IBEF)은 2020년까지 두 배로 증가할 것으로 예측
 - 35세 미만의 인구의 인터넷 보급률이 매우 높으며(2016년 기준 74%)³⁶⁾, 인터넷 이용자 수가 점차 증가됨에 따라, 향후 온라인 식료품 매출도 증가할 것으로 전망
- 오프라인 식료품 유통업체 또한 온라인 플랫폼을 오픈하여 판로의 다각화를 도모

표 6.3 인도의 인터넷 이용자 수 추이 (2015-2021년)



표 6.4 인도 온라인 식료품 유통채널

기업명	B2C	B2B	PB제품	취급품목
Grofers	○	×	○(예정)	신선식품 가공식품
Amazon	○	×	○(예정)	신선식품 가공식품
Big Basket	○	○ (예정)	○	신선식품 가공식품

자료: 「Growing Opportunities in the Indian Food Market」, Flanders Investment & Trade, 2018.6.

36) 'Distribution of internet users in India in 2016 and 2020, by age group', Statistica (www.statistica.com)

2) 인도 가공식품 산업의 유통구조

□ 2017년 가공식품 매출액 기준, 전통적 식료품 소매점의 점유율이 압도적인 가운데 현대적 식료품 소매점과 인터넷 판매의 성장

- 2017년 가공식품 매출액 기준, 전통적 식료품 소매점은 89.5%로 점유율 면에서 압도적인 반면, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등의 현대적 식료품 소매점의 비중은 9.4%, 인터넷 판매는 0.2%로 점유율은 낮으나, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 인터넷 판매의 인기는 상승세를 보임
 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 인터넷 판매의 인기가 상승하는 이유는 △ 바쁜 라이프 스타일, 시간 제약, △ 다양한 제품을 대규모 물량으로 공급함으로써 쇼핑 경험 증대, △ 보상 포인트, 무료 제공, 할인 행사와 같은 판촉 활동 때문인 것으로 분석
 - 현대적 식료품 소매점은 델리, 방갈로르, 뭄바이 등과 같은 대도시에서 인기
- 전통적 식료품 소매점 중에서는 독립 소형 식품점이 62.9%, 기타 식료품 소매점이 21.6%이 점유율의 대부분을 차지하고 있으며, 이 중 독립 소형 식품점의 매출이 증가세를 보임
 - 이는 소비자들이 신선한 우유 등과 같이 유통기한이 짧은 제품의 경우 독립 소형 식품점에서의 구매를 선호하기 때문인 것으로 분석
 - 또한, 대도시 내 독립 소형 식료품점들은 현대적 식료품 소매점과 경쟁하기 위해 매장 규모를 확장하는 추세

표 6.5 인도 가공식품의 유통구조 및 매출액 기준 점유율(2017년)



자료: 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.

3) 인도 식음료 전시회 박람회

□ 식음료 박람회를 통해 관련 시장에 대한 중요 정보 파악 가능

- 인도에서 개최되는 대표적인 식음료 박람회로는 Aahar, Annapoorna World of Food India, UpperCrust Food Show, Food Hospitality World, India Food Forum, SIAL India가 있으며, 식음료 관련 시장의 중요한 정보 수집 채널로 활용 가능
- 이 전시회에서는 인도 및 전 세계 식음료 업계 관계자들이 모여, 이를 통해 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션 등에 관한 정보 공유

표 6.6 인도의 주요 식음료 박람회 주요 내용

전시회명	장소	웹사이트	2019년 개최 예정일	설명
AAHAR ³⁷⁾	뉴델리	indiatradefair.com/ aahardelhi	2019.3.12.-16.	AAHAR 국제 음식박람회로 알려져 있으며, India Trade Promotion이 주최
Annapoorna ANUFOOD India	뭄바이	www.worldoffoodindia.com	2019.8.29.-31.	인도 식음료 시장의 B2B 플랫폼으로, Koelnmesse YA tradefair Pvt. Ltd.와 인도 상공회의소가 주최
UpperCrust Food & Wine Show	뭄바이, 푸네, 방갈로르	www.theuppercrustshow.com	2019.2.1.-3.	B2B 및 최종 소비자를 타겟으로 한 식품 및 와인에 관한 전시회
Express Food & Hospitality (EF&H) India	뭄바이, 방갈로르, 하이데라바드	mumbaiexpo. foodhospitality.in	201.1.17.-19. 2019.6.13.-15. 2019.9.24.-26.	B2B 플랫폼으로, 식품 및 호텔 산업에 관한 전시회
India Food Forum	뭄바이	www.indiafoodforum.com	2019.2.5.-6.	전문가 및 일반인을 대상으로 하며 식품 비즈니스에 관한 다양한 주제를 다룸
SIAL India	뉴델리	www.sial-network.com	2019.9.19.-21.	SIAL은 국제 식품 박람회로 알려져 있으며, 매년 전 세계 7개 도시에서 개최

자료: 「Growing Opportunities in the Indian Food Market」, Flanders Investment & Trade, 2018.6.

37) AAHAR의 정식 명칭은 AAHAR The International Food & Hospitality Fair임

2. 주요 유통채널별 세부 현황

1) 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 고메마켓

① BIG BAZAAR

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도의 대표적인 대형마트로 식료품 코너 운영 - 우리나라의 이마트와 비슷한 형태의 유통업체로 인도 전역에 체인점을 보유하고 있으며, 인도인들이 일상적으로 자주 이용 - 매장에서 지불하고 집으로 배달해주는 서비스 운영 - 소셜 미디어를 활용한 판촉 활동 진행 중 - 브랜드 아시아 2017, 2017 가장 존경받는 식료품 소매점 등 각종 상을 수상하기도 함 - 모기업: Future Retail Limited(FRL) <ul style="list-style-type: none"> • 대형마트로 Big Bazaar, Hypercity, FBB, Foodhall, 소형마트로 Easyday, Heritage Fresh, Ezone, 총 1,035개의 매장 보유 		
	D-U-N-S® Number	FRL: 67-738-5977	설립연도
본사 소재지	인도, 마하라슈트라(Maharashtra) 주 뭄바이(Mumbai)	점포 수	Big Bazaar: 135개 도시에 267개 매장 (2018년 회계연도 기준)
매출액	FRL: 1,848억 루피 (약 2조 9,000억원) (2018년 회계연도 기준)	직원 수	FRL: 총 38,626명 (2018년 회계연도 기준)
홈페이지	www.bigbazaar.com, www.futureretail.co.in		
상세사항	- Kitchens of India社 제품의 종류가 가장 많이 진열되어 있었고, Chokhi Dhani社, Haldirams社, MTR社의 카레 제품을 판매 중		
매장 전경			
	매장 입구		카레 제품 진열대

자료: 「Future Retail Annual Report 2017-18」, 2018.5.21., 현지조사원, D&B Hoovers

② Reliance Retail

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 상위 200개 소매업체에 속하며, 전 세계에서 가장 빠르게 성장하는 상위 5개 업체에 포함됨 - 식료품, 전자용품, 패션용품 등을 취급하는 대형마트 - 매출 면에서 전년 기준 104.9% 성장 - Reliance Retail에서 Reliance Fresh, Reliance Smart, Reliance Market, Reliance Digital 등의 자회사 운영 - 모기업: Reliance Industries Limited(RIL) 		
	D-U-N-S® Number	86-327-7973	설립연도
본사 소재지	인도, 마하라슈트라(Maharashtra) 주 뭄바이(Mumbai)	점포 수	4,400개 도시에 7,573개 매장 (2018년 회계연도 기준)
매출액	Reliance Retail 약 6,920억 루피(약 11조원) (2018년 회계연도 기준)	직원 수	RIL: 약 2만 9,500명
홈페이지	relianceretail.com		
상세사항	- Pantai 社, Real Thai 社, Mother's Recipe 社의 카레 제품을 판매 중으로, 종류가 많지 않음		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: 「Integrated Annual Report 2017-18」, Reliance Industries Limited, 2018.5.21., 현지조사원, D&B Hoovers

③ Le Marche

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도의 대표적인 고메마켓으로, 수입제품이 많아 인도 내 외국인이 선호 - 매장에서부터 반경 10km 지역에 배달 서비스 제공 - 2017년 DS 그룹이 인수하였으며, 2010 가장 존경받는 식료품 소매점을 수상한 바 있고, 2010-2011년에 최고 고메 식품 소매점(Best Gourmet food retailer)으로 인정 받아 2년 연속 Golden Spoon Award를 수상 - 모기업: Dharampal Satyapal Group(DS Group) <ul style="list-style-type: none"> • 주요 사업부문으로는 담배, 식음료 제조, 숙박업, 소매, 소매업체 등이 있음 		
	D-U-N-S® Number	86-288-3818	설립연도
본사 소재지	인도 마하라슈트라(Maharashtra) 주 뭄바이(Mumbai)	점포 수	뉴델리와 구르그람에 6개 매장
매출액	1억 6,700만 달러 (2016년 회계연도 기준)	직원 수	12만 8,000명 (2016년 회계연도 기준)
홈페이지	www.marcheretail.com		
상세사항	- MTR 社, Real Thai 社, Kitchens of India 社의 카레 제품을 판매 중		
매장 전경			
	매장 입구		카레 제품 진열대

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

④ Foodhall

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 고메마켓 체인으로, 주로 인도 내 고급 아파트, 고급 건물 내에 위치 <ul style="list-style-type: none"> • 뉴델리 차나카푸리(Chanakyapuri) 지역, 뭄바이의 센트럴 몰 등에 위치 - 델리 삼성, 기아, 페이스북, 본사 건물에도 입점 - 자체 지역 식품 도매상이 제공하는 독립 소매업체 네트워크를 운영 - 모기업: Future Retail Limited <ul style="list-style-type: none"> • 대형마트로 Big Bazaar, Hypercity, FBB, Foodhall, 소형마트로 Easyday, Heritage Fresh, Ezone, 총 1,035개의 매장 보유 		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	2011년
본사 소재지	인도, 마하라슈트라(Maharashtra) 주 뭄바이(Mumbai)	점포 수	Foodhall: 5개 도시에 10개 매장 (2018년 회계연도 기준)
매출액	FRL: 1,848억 루피 (약 2조 9,000억원) (2018년 회계연도 기준)	직원 수	FRL: 총 38,626명 (2018년 회계연도 기준)
홈페이지	foodhallonline.com www.futureretail.co.in		
상세사항	- Pantai 회사와 Real Thai 회사의 다양한 카레 제품을 판매 중		
매장 전경			
	매장 입구		카레 제품 진열대

자료: 「Future Retail Annual Report 2017-18」, 2018.5.21., 현지조사원, D&B Hoovers

3) 한인 마트

① Kim's Mart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 인도 델리 내 가장 유명한 한인 마트 - 한국, 일본인들을 대상으로 주로 식료품, 의약품까지도 취급 		
본사 소재지	인도, 하리아나(Haryana) 주, 구르가온(Gurgaon)	점포 수	1개
홈페이지	www.kimshinfinefood.com		
상세사항	- 일본산 S&B社 Golden Curry 브랜드 제품만을 판매 중		
매장 전경			
	매장 입구	카레 제품 진열대	

자료: Kim's Mart(www.kimshinfinefood.com), 현지조사원, D&B Hoovers

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot India December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.11.30.
2. 「Packaged Food in India」, Euromonitor International, 2018.11.
3. 「India RTC, Curry Mix Market Forecast 2022」, RNCOS, 2017.2.
4. 「신흥교역국의 통관환경 연구-인도」, 한국조세재정연구원
5. 「India: Retail Foods-Organized Sector Consolidating While Mom and Pop Format Dominates」, USDA, 2018.6.29.
6. 「Growing Opportunities in the Indian Food Market」, Flanders Investment & Trade, 2018.6.
7. 「Future Retail Annual Report 2017-18」
8. 「Integrated Annual Report 2017-18」, Reliance Industries Limited, 2018.5.21.

■ 참고 사이트

1. 방성훈, '亞경제 주도권 지각변동 오나...중국 '주춤' 인도 '질주', 이데일리, 2018.12.24 오전 12:30:00 수정, (www.edaily.co.kr)
2. 조민아, '식사 출신이 환경미화원...인도, 높은 경제성장률 속 일자리 한파', 국민일보, 2019.1.7. 17:20 (www.kmib.co.kr)
3. Prof. Sandeep Puri and Mrij Mohan Taneja, 'Food Retailing in india - The Way Forward', 2018.2.13. (www.indiaretailing.com)
4. 'Ready-to-Cook - India Industry Size, Share, Trends, Analysis and Forecast 2017-2021', DIGITAL JOURNAL, 2017.8.15. (www.digitaljournal.com)
5. Tingmin Koe, 'Selling curry to India: Japan's Otsuka Foods opens Bengaluru factory as part of expansion drive', 2018.7.12. 03:04 Last updated, FOOD-navigator-asia.com (www.foodnavigator-asia.com)
6. Soutik Biswas, 'The myth of the Indian vegetarian nation', BBC, 2018.4.4. (www.bbc.com)
7. 최민지, '모디 총리 집권 5년차...쪼그라든 인도 소 산업', 경향신문, 2018.7.17. 22:01:53 수정 (www.khan.co.kr)
8. 'Food Safety and Standards (Food Product Standards and Food Additives) Regulation', 2011
9. '인도 식품 수출 '베지테리언 마크' 주의를', 식품음료신문, 2016.8.23. 1:20 (www.thinkfood.co.kr)
10. Yuji, Kyronuma, 'India's 24Seven convenience store chain to triple outlets this year', NIKKEI ASIAN REVIEW, 2018.6.12. 04:21 (asia.nikkei.com)
11. 'Distribution of internet users in India in 2016 and 2020, by age group', Statistica (www.statistica.com)
12. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
13. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
14. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
15. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
16. NQA(www.nqa.com)
17. Biz Care(biz-care.kr)
18. 인도 Trade Portal(www.indiantradeportal.in)
19. Big Basket(www.bigbasket.com)
20. MTR Foods Ltd(www.mtrfoods.com)
21. Desai Brothers Ltd(mothersrecipeco.com)
22. Fazlani Exports Pvt. Ltd.(www.fazlani.com)
23. Pantai Norasingh Manufacturer Co., Ltd.(www.pantainorasingh.com)
24. Big Bazaar(www.bigbazaar.com)
25. Future Retail(www.futureretail.co.in)
26. reliance Retail(reliance-retail.com)
27. Le Marche(www.marcheretail.com)
28. Kim's Mart(www.kimshinfinefood.com)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1809-04

품목: 인스턴트 카레 (Instant Curry)

국가: 인도 (India)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보실
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.