

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1912-23
- 품목 : 삼계탕(Samgyetang)
- 국가 : 인도(INDIA)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 인도 삼계탕 시장규모	5
2. 인도 삼계탕 수출입 시장규모	6
3. 인도 삼계탕 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 인도 닭고기 요리, 다이어트 식단으로 선호되는 편	15
2. 인도 온라인 쇼핑물 내 치킨 비리야니, 치킨 커리 간편식 인기	16
3. 건강도 챙기고 간편하게 먹을 수 있는 아침 식사용 간편식 인기	17
4. 삼계탕, 건강한 이미지와 함께 간편성도 갖춰야	18

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 인도 삼계탕 유통구조	21
2. 인도 삼계탕 주요 유통업체	22
3. 인도 삼계탕 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (세관·검역)

SUMMARY	41
1. 인도 삼계탕 인증 취득	42
2. 인도 삼계탕 업체·제품 등록	44
3. 인도 삼계탕 라벨 심의	45
4. 인도 삼계탕 서류 준비	49
5. 인도 삼계탕 세금 납부	50
6. 인도 삼계탕 검역 심사 절차	51

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	54
Interview ① 네이처스바스켓(Nature's Basket)	56
Interview ② 스파(Spar)	58
Interview ③ 스펜서스(Spencer's)	60
Interview ④ 궁더팰리스(Gung The Palace)	61
Interview ⑤ 모던바자르(Modern Bazaar)	62

* 참고문헌	63
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 인도 삼계탕 시장규모
2. 인도 삼계탕 수출입 시장규모
3. 인도 삼계탕 소비 시장규모

Market Size

(시장규모)

인도 (INDIA)

삼계탕 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가금류), 보관형태(상온), 섭취방법(가열)

- 인도 간편조리식품¹⁾ 시장 규모
..... 237억 3,300만 루피('18)
- 인도 상온 간편조리식품²⁾ 시장 규모
..... **60억 1,800만 루피('18)**

(*) Euromonitor International



삼계탕 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가금류), 종류(가공식품)

- HS 1602³⁾ 인도 對글로벌 '조제·보존처리한 육·설육이나 피' 수입규모
..... 228만 4천 달러('18)
- HS 1602 인도 對한국 '조제·보존처리한 육·설육이나 피' 수입규모
..... **1,500달러('18)**

(*) International Trade Centre



삼계탕 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '삼계탕'의 주요 소비자는 인도에 거주하는 한국인으로 예상되며, 이에 '인도 재외동포 규모 및 지역별 분포도'를 확인함. 또한 전반적인 인도 소비자 구성을 확인하기 위해 '인도 연령별, 성별 인구 규모'를 확인함

- | | |
|---|--|
| <p>① 인도 내 재외동포 규모 및 지역별 분포도('19)</p> <p>전체 4,396명(100.0%)</p> <p>델리NCR 3,623명(82.4%)</p> <p>콜카타 및 웨스트벵갈 275명(6.3%)</p> <p>※상위 2개 지역의 재외동포 규모를 제시함</p> <p>② 인도 성별인구 규모 ('20)</p> <p>전체 13억 8,000만 4천 명(100%)</p> <p>남성 7억 1,710만 1천 명(52%)</p> <p>여성 6억 6,290만 3천 명(48%)</p> | <p>③ 인도 연령별 인구 규모 ('20)</p> <p>전체 13억 8,000만 4천 명(100.0%)</p> <p>0-9세 2억 3,486만 2천 명(17.0%)</p> <p>10-19세 2억 5,220만 2천 명(18.3%)</p> <p>20-29세 2억 3,990만 2천 명(17.4%)</p> <p>30-39세 2억 1,563만 6천 명(15.6%)</p> <p>40-49세 1억 6,966만 명(12.3%)</p> <p>50-59세 1억 2,813만 2천 명(9.3%)</p> <p>60-69세 8,715만 1천 명(6.3%)</p> <p>70세 이상 5,246만 명(3.8%)</p> |
|---|--|

(*) 외교부, UN

1) 간편조리식품(Ready Meals): 상온, 냉동, 건조, 냉장보관 형태의 모든 간편조리식품을 지칭함. 이 품목에 포함되는 식품은 대부분 재료를 추가할 필요가 없으며, 섭취 전 가열이 필요할 수 있음

2) 상온 간편조리식품(Shelf Stable Ready Meals): 간편조리식품의 하위 품목으로 육류, 가금류, 생선, 야채 등을 포함한 쌀, 국수류의 상온 보관 가능 식품을 지칭함

1. 인도 삼계탕 시장규모

인도 국가 일반 정보⁷⁾

면적	330만 km ²
인구	13억 5천만 명
GDP	2조 6,110억 달러
GDP (1인당)	1,983 달러

조사 시장: 조사 제품 '삼계탕'은 섭취 전 가열이 필요한 상온 간편조리식품임. 이에 제품의 품목(가금류), 보관형태(상온), 조리방법(가열)을 고려하여 '간편조리식품' 시장 및 '상온 간편조리식품' 시장규모를 조사함

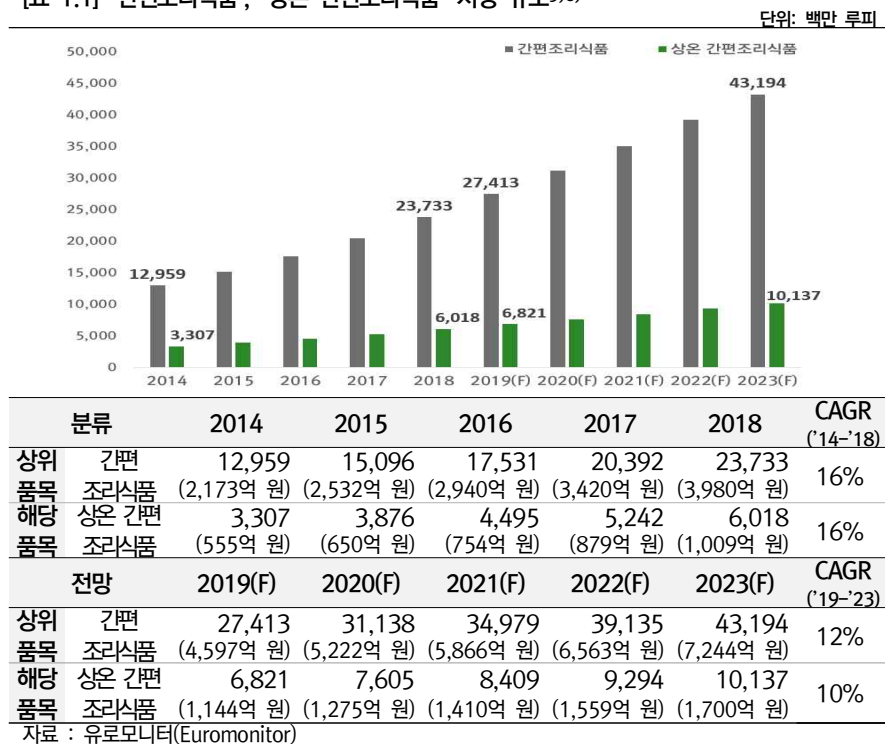
▶ 2014~2018년, 인도 '간편조리식품' 연평균성장률 16%

2018년 기준, 인도의 '간편조리식품', '상온 간편조리식품' 시장규모는 각각 237억 3,300만 루피, 60억 1,800만 루피로 과거 5년 동안 매해 평균 16% 증가함. 유로모니터에 따르면 대도시 거주 인도인들의 바쁜 생활방식과 핵가족 및 독신 인구 수 증가로 인해, 편리하고 빠르게 조리할 수 있으며 긴 유통기한을 보유한 간편조리식품의 인기가 증가하고 있음

▶ 2019~2023년, 인도 '상온 간편조리식품' 시장, 연평균성장률 10%

인도 '간편조리식품' 시장과 '상온 간편조리식품'은 2019~2023년 연평균 12%, 10%씩 성장하여, 2023년 각각 431억 9,400만 루피, 101억 3,700만 루피의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨. '간편조리식품' 중 '냉동보관제품'은 2019년 두 자릿수 성장률을 기록하였으며, 향후 냉동 시설 증가와 냉동 유통 산업의 발달로 더욱 성장할 것으로 전망됨⁴⁾

[표 1.1] '간편조리식품', '상온 간편조리식품' 시장 규모⁵⁾⁶⁾



3) HS CODE 1602.32: 조사 제품 '삼계탕'은 '닭고기 가공품'으로 분류되어 이에 해당하는 HS CODE 1602.32를 지표로 선정함

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in India, Country Report」, 2019.12

5) 1원=16.77루피(2020.02.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

2. 인도 삼계탕 수출입 시장규모

조사 제품 '삼계탕'은 닭고기를 가공한 간편조리식품임. 이에, 제품의 품목(가금류)과 종류(가공식품)를 고려하여 '그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(屑肉)이나 피'에 해당하는 HS CODE 1602를 지표로 선정함. 또한, '조제하거나 보존처리한 가금류'에 해당하는 HS CODE 1602.32 수출입규모를 추가로 조사함⁸⁾

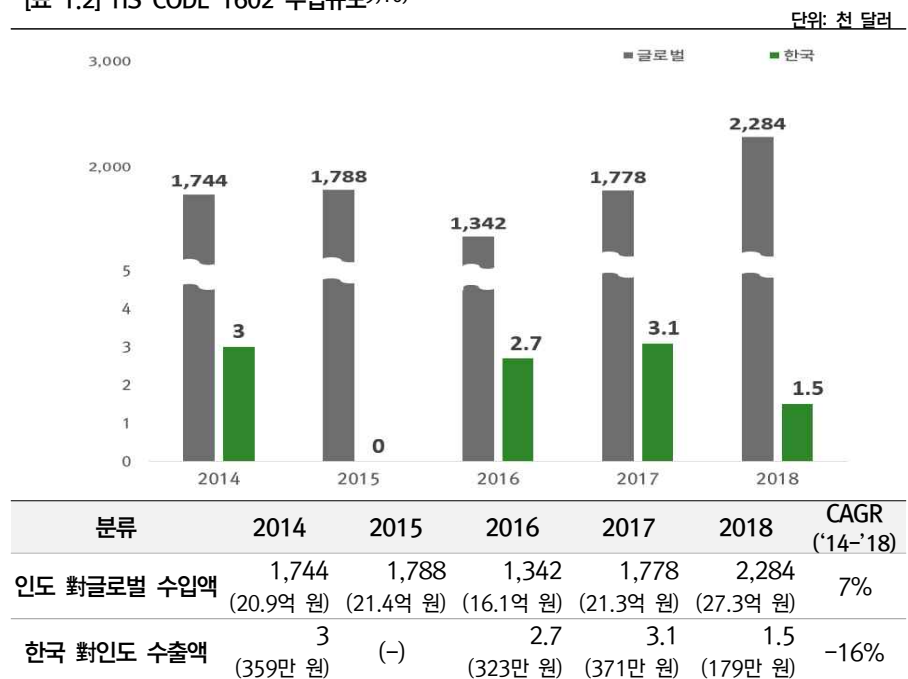
▶ 2014-2018년, 인도 對글로벌 수입액 연평균성장률 7%

2018년 인도 HS CODE 1602 품목의 對글로벌 수입액은 228만 4천 달러로 확인됨. 對글로벌 수입액은 2016년을 제외한 지난 5년(2014-2018년)간 꾸준히 성장하여 7%의 연평균성장률을 기록함. 2014-2017년 인도 HS CODE 1602.32(HS CODE 1602 중 '가금류'에 한정)의 對글로벌 수입은 이루어지지 않은 것으로 확인되나, 2018년 1천 달러(120만 원)의 수입액이 확인됨. 이는 인도 HS CODE 1602 품목 對글로벌 수입액의 0.04%에 해당하는 미미한 수치임

▶ 2018년 한국 對인도 수출액 1,500달러

2018년 한국 HS CODE 1602 품목의 對인도 수출액은 1,500달러로 매우 미미한 것으로 확인되며, 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 16%의 감소세를 보임. 2014-2018년 동안 HS CODE 1602.32의 한국 對인도 수출은 이루어지지 않은 것으로 확인됨

[표 1.2] HS CODE 1602 수입규모⁹⁾¹⁰⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), KATI HS CODE 1602 기준

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림되어 작성된 수치임

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

8) 통상적으로 조사 제품의 수출입규모는 HS CODE 6자리 기준으로 집계하나, 인도 HS CODE 1602.32의 수출입규모가 미미하여 상위 지표인 HS CODE 1602의 수출입규모를 제시함

3. 인도 삼계탕 소비 시장규모

1) 인도 내 재외동포 규모 및 지역별 분포도

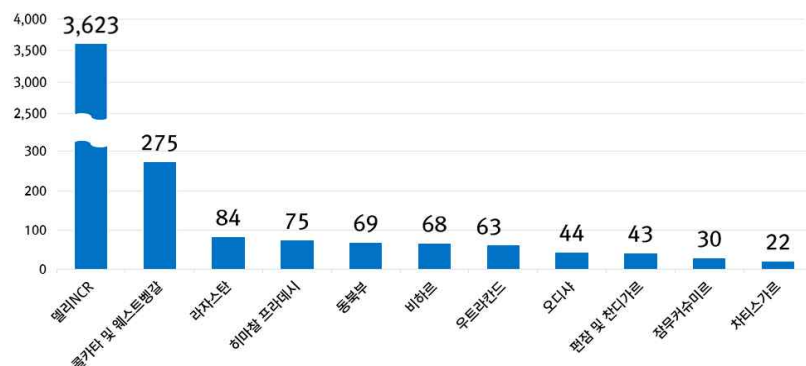
조사 제품 '삼계탕'의 주요 소비자는 인도에 거주하는 한국인¹¹⁾으로 예상되며, 이에 '인도 내 재외동포 규모 및 지역별 분포도'를 확인함. 또한 전반적인 인도 소비자 구성을 확인하기 위해 '인도 연령별, 성별 인구 규모'를 확인함

▶ 인도 재외동포 규모, 2017년 대비 8% 증가

2019년 기준, 인도 전체 재외동포는 4,396명으로, 2017년에 비해 약 8% 증가함. 인도 전체 재외동포 중 남성은 2,290명, 여성은 2,106명으로 나타남. 일반 체류자¹²⁾는 4,169명으로 전체 재외동포 중 94.8%의 비중을 차지하며 유학생은 210명으로 4.8%의 비중을 차지함. 수도권 지역인 델리 연방 직할지(델리NCR)에는 3,623명의 재외동포(총 재외동포의 약 82.4%)가 거주하며 재외동포가 가장 많이 밀집한 것으로 확인됨. 다음으로 콜카타 및 웨스트벵갈 지역에 인도 전체 재외동포의 약 6.3%인 275명의 재외동포가 거주하는 것으로 나타남¹³⁾

[표 1.3] 2019년 인도 재외동포 규모

단위: 명



지역	구분	재외동포 총수	영주권자	재외국민 체류자		계	외국국적 동포 (시민권자)
				일반	유학생		
인도	'17 대비 증감률(%)	+8%		(-)			
	전체	4,396	17	4,169	210	4,396	(-)
	남성	2,290	3	2,172	115	2,290	
	여성	2,106	14	1,997	95	2,106	
델리NCR	전체	3,623	8	3,537	78	3,623	
콜카타 및 웨스트벵갈	전체	275	3	268	4	275	

* 자료 : 외교부

9) 1달러=1,196.00원(2020.02.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

11) 농림축산식품부, 「삼계탕 수출연구사업단 기획지원」, 2017.09.12

12) 일반 체류자: 90일 이상 일정한 장소에 주거를 정하고 체류 또는 거주하는 대한민국 국민으로서, 주재상사원, 외교관 등을 지칭함

13) 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019

2) 인도 연령별, 성별 인구 규모

▶ 2020년, 인도 10대 인구 전체 인구의 18.3% 차지할 것으로 예상

2020년 기준, 인도 전체 인구는 13억 8,000만 4천 명으로 확인되며, 그 중 10대 인구가 2억 5,220만 2천 명(전체 인구의 18.3%)으로 가장 많음. 20대 인구는 2억 3,990만 2천 명(17.4%), 30대 인구는 2억 1,563만 6천 명(15.6%), 40대 인구는 1억 6,966만 명(12.3%)으로 조사됨

인도 총 인구 중 남성 인구는 7억 1,710만 1천 명으로 전체 인구의 52%를 차지하며, 여성 인구는 6억 6,290만 3천 명으로 전체 인구의 48%를 차지함. 남성, 여성 인구 모두 10대가 가장 많으며 다음으로 20대, 0-9세, 30대 순으로 나타나, 연령대가 높아질수록 인구수가 줄어드는 양상을 보임¹⁴⁾¹⁵⁾

[표 1.4] 2020년 인도 연령별, 성별 인구 규모

단위: 천 명



	전체		여성		남성	
0-9세	234,862	(17.0%)	111,756	(16.9%)	123,106	(17.2%)
10-19세	252,202	(18.3%)	119,228	(18.0%)	132,973	(18.5%)
20-29세	239,902	(17.4%)	112,997	(17.0%)	126,905	(17.7%)
30-39세	215,636	(15.6%)	102,767	(15.5%)	112,869	(15.7%)
40-49세	169,660	(12.3%)	82,272	(12.4%)	87,388	(12.2%)
50-59세	128,132	(9.3%)	62,779	(9.5%)	65,353	(9.1%)
60-69세	87,151	(6.3%)	43,288	(6.5%)	43,863	(6.1%)
70세 이상	52,460	(3.8%)	27,815	(4.0%)	24,644	(3.4%)
전체 인구	1,380,004	(100.0%)	662,903	(100.0%)	717,101	(100.0%)

자료: UN 인구조사국(UN Population Division)

14) UN 인구조사국(UN Population Division), 「World Population Prospects」, 2019

15) 해당 자료는 UN 인구조사국에서 2019년에 발표한 인도 인구 예상수치임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 인도 닭고기 요리, 다이어트 식단으로 선호되는 편
2. 인도 온라인 쇼핑몰 내 치킨 비리야니, 치킨 커리 간편식 인기
3. 건강도 챙기고 간편하게 먹을 수 있는 아침 식사용 간편식 인기
4. 삼계탕, 건강한 이미지와 함께 간편성도 갖춰야



Market Trend

(시장트렌드)

인도(INDIA)

삼계탕¹⁶⁾ 시장트렌드



가정 내 즐겨먹는 닭고기 요리는 커리, 수프, 비리야니
'매운 닭고기 요리 선호도 높은 편'



치킨 비리야니, 치킨 커리 간편식도 인기
'닭 가공 제품과 관련해 인스턴트 푸드, RTE 키워드 빈출'

■ INDIA Issue ①

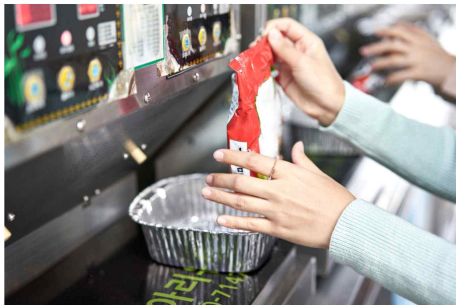
인도의 닭고기 요리,
다이어트 식단으로 선호되는 편

'닭고기 레시피에 단백질, 다이어트, 체중감소 키워드 빈출'

■ INDIA Issue ②

닭이 주 재료인
가정 간편식 제품 인기 多

'간편식 전문 브랜드 빈출'



쌀과 닭고기를 활용한 아침 식사용 간편식 多
'간편식과 관련해 쌀, 닭고기, 아침, 엄마 키워드 빈출'



삼계탕의 건강한 이미지 강조할 필요 有
'건강한 간편식에 대한 소비자 수요 높기 때문'

■ INDIA Issue ③

인도 인기 간편식 제품,
건강과 조리 간편성 강조

'無 방부제, 글루텐 프리, 無 msg, 쉬운 조리법 강조'

■ INDIA Issue ④

삼계탕, 간편식 시장 진출 시
조리 시간에 대한 고려 필요

'간편식 구매 시, 조리 간편성 고려도가 높기 때문'

16) '삼계탕(Samgyetang 또는 Ginseng chicken soup)' 검색 시 관련 제품이 적어 '닭(Chicken)'과 '가정용 간편식'으로 대체해 자료 수집함

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원


(인도 레시피 사이트 6개,
온라인 쇼핑몰 4개)

●
데이터 분류
키워드집

(삼계탕 연관 키워드집)

●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	4,225

데이터 정제

정제 키워드	닭, 가정 간편식 (Chicken, RTE, Instant food)
정제 데이터	2,079

○ 데이터 수집

- 인도 삼계탕 관련 레시피 사이트, 온라인 쇼핑몰

[표 2.1] 인도 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Sailusfood	www.sailusfood.com	레시피 사이트
02	Indian Food Fovever	www.indianfoodforever.com	레시피 사이트
03	Times Food	recipes.timesofindia.com	레시피 사이트
04	Food NDTV	food.ndtv.com	레시피 사이트
05	Best Indian Cooking	www.bestindiancooking.com	레시피 사이트
06	Femina	www.femina.in	레시피 사이트
07	Amazon	www.amazon.in	온라인 쇼핑몰
08	Flipkart	www.flipkart.com	온라인 쇼핑몰
09	Big basket	www.bigbasket.com	온라인 쇼핑몰
10	iShopIndian	www.ishopindian.com	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도 삼계탕 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 인도 삼계탕 관련 매체 리스트

 현지 레시피 사이트, 주요 닭고기 요리(음식)		 현지 온라인 쇼핑몰, 인기 닭 가공 제품(식품)		 현지 온라인 쇼핑몰, 인기 가정 간편식 특성	
키워드 ①	커리	키워드 ①	마살라	키워드 ①	無 방부제
키워드 ②	다이어트	키워드 ②	RTE	키워드 ②	업마(Urma)
키워드 ③	매운	키워드 ③	매운	키워드 ③	아침 식사
키워드 ④	단백질	키워드 ④	비리야니	키워드 ④	건강한

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도 삼계탕 관련 데이터 분석 키워드집¹⁷⁾

[표 2.3] 인도 삼계탕 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	검색 키워드	닭고기	Chicken	○		
			가정 간편식	RTE, Instant food	○		
		요리 종류(맛)	업마	Upma		○	
			커리	Curry		○	
			수프	Soup		○	
			비리야니(밥류)	Biryani		○	
			탄두리	Tandoori		○	
			마살라	Masala		○	
			매운	Spicy		○	
			매콤한	Chilli		○	
		건강 관련 키워드	건강	Health	○	○	○
			단백질	Protein	○	○	○
			다이어트	Diet			○
			체중 감소	Weight loss			○
			無 방부제	No preservatives			○
			無 msg	No msg			○
			글루텐 프리	Gluten free			○
		한국 음식 키워드	라면	Ramen			○
			인삼	Ginseng	○		○
			참기름	Sesame oil			○
			장류	Paste			○

17) 분석 용이성을 위해 인도 내 영어 기반 매체를 대상으로 키워드 분석함

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 레시피 사이트와 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '닭(Chicken)', '가정 간편식(RTE, Instant food)', '한국 음식(Korean food)'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함

(쇼핑몰마다 상이하나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)

3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]

레시피 사이트 (닭고기)	커리 다이어트 단백질 버터 매콤한	29 25 24 23 13
온라인 쇼핑몰 (닭 가공 제품)	마살라 비리야니 피클 인스턴트 RTE	293 85 37 36 31
온라인 쇼핑몰 (가정 간편식)	쌀 無 방부제 닭고기 아침 건강한	66 41 40 34 32
온라인 쇼핑몰 (한국 음식)	누들 닭고기 라면 쌀 인삼	66 44 39 38 35

1. 인도 닭고기 요리, 다이어트 식단으로 선호되는 편

‘치킨 수프’ 소개 글



‘인도에서는 추운 겨울을 보내는 방법으로 따뜻한 치킨 수프를 많이 먹는다. 잘 만든 치킨 수프는 잠깐이지만 힘이 나게 해준다.’

출처: 푸드 엔디티비(food.ndtv.com)

‘저지방 탄두리 치킨’ 소개 글



‘다이어트를 위해 물에 삶은 닭고기를 계속 먹는다면 언젠가는 물러가 마련이다. 저지방에 체중 감소에도 효과적인 맛있는 닭고기 요리가 많은데 왜 먹는 즐거움을 포기하는가? 쉽게 요리할 수 있는 저지방 탄두리 치킨을 시도해보자.’

출처: 푸드 엔디티비(food.ndtv.com)

▶ 인도, 닭고기로 커리, 수프, 비리야니 주로 요리해

인도에서 닭고기를 활용해 주로 어떤 요리를 하는지 살펴보고자 인도 레시피 사이트 내 ‘닭(Chicken)’을 검색해 나온 게시글을 수집함. 데이터 분석 결과, 닭고기를 활용해 ‘커리’, ‘수프’, ‘비리야니’ 등의 요리를 주로 하는 것으로 나타남. 삼계탕과 같은 ‘탕(국물)’ 요리는 빈출되지 않았으나 닭고기를 활용한 ‘수프’ 요리가 많은 점은 눈 여겨볼만 함

▶ 닭 요리, 다이어트 식단이란 인식 강해

▶ 매운 맛 닭 요리 즐겨하는 것으로 보여

닭고기 요리와 관련해 ‘다이어트’, ‘단백질’, ‘체중감소’ 키워드가 빈출됨. 주목할 만한 점은 일반식(커리, 후라이드 치킨 등) 레시피에도 다이어트, 체중감소란 키워드가 함께 빈출된다는 점임. 특히 닭 가슴살은 기름기가 적고 단백질이 높기 때문에 재료 자체가 체중감소에 효과적이란 인식이 강한 것으로 보임. 한편 맛과 관련해서는 ‘매콤한(Chilli)’, ‘매운(Spicy)’ 키워드가 순위권에 나타나 매운 맛을 즐기는 것으로 해석됨

▶ 인도 레시피 사이트 내 ‘닭고기’ 주 요리법

① 커리, 수프, 비리야니 ② 다이어트 ③ 매운

[표 2.4] 인도 레시피 사이트 내 ‘닭고기’ 요리법 주요 키워드



자료 : 인도 레시피 사이트 내 ‘닭고기’ 요리법 462건 분석 (18.01 - 20.01)

값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

2. 인도 온라인 쇼핑몰 내 치킨 비리야니, 치킨 커리 간편식 인기

인도 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 치킨 가공제품



브랜드	우스타드 바네 나와브 (Ustad Banne Nawab)
제품명	치킨 65 마살라
용량	36.3g
가격	160.00루피 ¹⁸⁾ (한화 약 2,683원)
특징	마늘, 생강, 고춧가루, 소금 등의 양념을 넣지 않아도 쉽고 빠르게 만들 수 있는 간편식

출처: 아마존(www.amazon.in)

▶ 인기 닭 가공 제품으로 ‘비리야니’, ‘피클’, ‘커리’ 출현

현지 온라인 쇼핑몰 총 4곳에서 닭(Chicken)을 검색해 나온 식품을 인기순으로 나열해 총 10페이지까지의 제품 정보를 수집함. 수집된 제품의 상품명을 분석한 결과, ‘마살라’¹⁹⁾가 최다 빈출했으며 그 뒤를 이어 ‘비리야니’, ‘피클’ 등의 제품 유형이 확인됨. 한편 ‘수프’ 키워드 빈도는 비교적 낮아 크게 선호되는 식품 유형은 아닌 것으로 판단됨

▶ 쉽고 빠르게 조리해서 먹을 수 있는 간편식 인기

주목할 만한 키워드는 ‘인스턴트’, ‘RTE(Ready To Eat)’로 간편식 제품이 다수 판매되고 있다는 점을 알 수 있음. 실제로 양념 및 간편식 전문 브랜드인 ‘우스타드 바네 나와브’, ‘수하나’ 등이 빈출 키워드로 나와 닭을 재료로 한 간편식 선호도가 높은 편임을 알 수 있음. 한편 매운 닭 볶음면으로 인지도가 높은 한국 브랜드도 인도 시장에 진출해 있음을 확인함

▶ 인도 온라인 쇼핑몰 내 인기 닭 가공 제품 주요 이슈

① 인스턴트, RTE ② 매운 맛 ③ 수프

[표 2.5] 인도 온라인 쇼핑몰 내 ‘닭 가공 제품’ 주요 키워드

키워드	빈도	브랜드 키워드	빈도
마살라	293	우스타드 바네 나와브 (Ustad Banne Nawab)	97
비리야니	85	수하나 (Suhana)	29
피클	37	안나푸르나 (Annapoorna)	16
인스턴트	36	이스턴 (Eastern)	12
커리	35	삼* (Samy*ng)	12
누들	33		
RTE(Ready To Eat)	31		
탄두리	25		
티카	23		
매콤한(chilli)	17		
매운(Hot)	15		
수프	12		

자료 : 인도 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘닭 가공제품’ 1,044개 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

18) 1루피=16.77원 (2020.02.04, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 마살라는 인도 음식에 보편적으로 사용되는 가루나 페이스트 형태의 혼합 향신료를 일컫는 말임

3. 건강도 챙기고 간편하게 먹을 수 있는 아침 식사용 간편식 인기

● 업마(Upma) 요리



인도 남부 지방의 전통적인 아침 식사 메뉴이며, 현재는 인도 전역에서 즐겨먹는 요리이다. 업마는 걸쭉한 죽(porridge) 형태의 요리이며, 주로 밀가루나 쌀가루, 향신료를 이용해서 만든다. 15분 만에 만들 수 있을 정도로 쉽고 간편하다.

출처: 위키피디아

● 인도 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 간편식 제품



브랜드	익스프레스 피스트 (Express Feast)
제품명	마살라 버미첼리
용량	481g * 6개
가격	246.00루피 (한화 약 4,125원)
특징	- 無 방부제 - 無 인공 색소 - 無 인공 감미료 - 15분 소요

출처: 아마존(www.amazon.in)

▶ 쌀과 닭고기를 활용한 아침 식사용 간편식이 다수

삼계탕이 간편식으로 판매될 때 우선적으로 고려해야 할 요소는 무엇인지 살펴보고자 인도 온라인 쇼핑몰 내 인기 간편식 제품 정보를 수집함. 데이터 분석 결과, ‘아침’ 식사용 간편식이 많으며 특히 ‘쌀’과 ‘닭고기’를 재료로 한 제품이 많은 것을 확인함. 그 중에서도 ‘업마(Upma)’라는 식사 메뉴가 가장 많이 출현했으며 ‘수프’ 키워드는 그 빈도가 낮은 편임

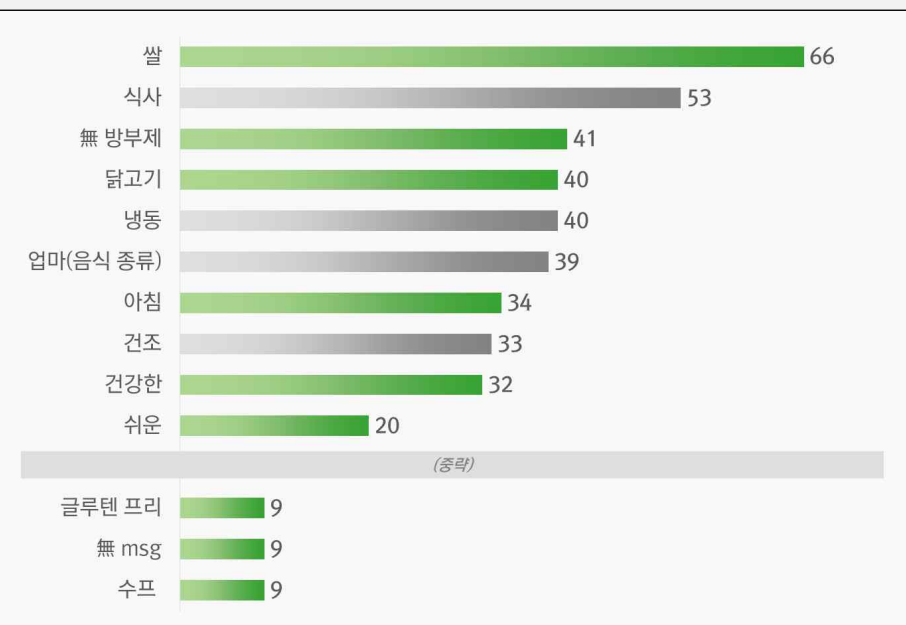
▶ 인도 인기 간편식 제품, 주로 건강과 조리 간편성 강조

인도에서 판매되는 인기 간편식은 건강과 조리 간편성을 고려한 제품이 많다는 점임. 앞서 살펴본 업마란 메뉴는 인도의 보편적인 건강식으로 잘 알려져 있으며²⁰⁾, 이 밖에도 ‘無 방부제’, ‘건강한’, ‘글루텐 프리’, ‘無 msg’ 등의 키워드가 빈출한 점에서 건강을 중요하게 고려하고 있음을 알 수 있음. 또한 ‘쉬운’ 키워드를 통해 조리 간편성 및 짧은 조리 시간이 강조되고 있음을 확인함

▶ 인도 온라인 쇼핑몰 내 인기 간편식 제품 주요 이슈

① 쌀, 닭고기 ② 아침 식사 ③ 건강, 조리 간편성

[표 2.6] 인도 온라인 쇼핑몰 내 ‘간편식’ 주요 키워드



자료 : 인도 온라인 쇼핑몰 내 ‘간편식’ 제품 314개 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

20) 「Healthy Breakfast Recipes: The Humble Upma, 3 Delicious Ways」, 푸드 엔디티비, 2019.09.19

4. 삼계탕, 건강한 이미지와 함께 간편성도 갖춰야

▶ 온라인 쇼핑몰 내 인기 한국 음식은 ‘라면’

인도 내에서 인지도가 높은 한국 음식을 분석하고자 온라인 쇼핑몰 내 ‘한국 음식(Korean food)’ 제품 정보를 수집함. 데이터 분석 결과, ‘누들’, ‘닭고기’, ‘삼*(브랜드)’, ‘라면’ 키워드가 다수 확인됨. 해당 키워드는 앞서 살펴본 매운 닭 볶음면 제품을 가리키는 경우가 대다수였으며, 일반 라면 제품도 많은 것으로 나타남. 이 밖에 ‘참기름’, ‘장류’ 등의 키워드도 확인되어 한국 소스나 양념장도 진출해있는 것을 확인함

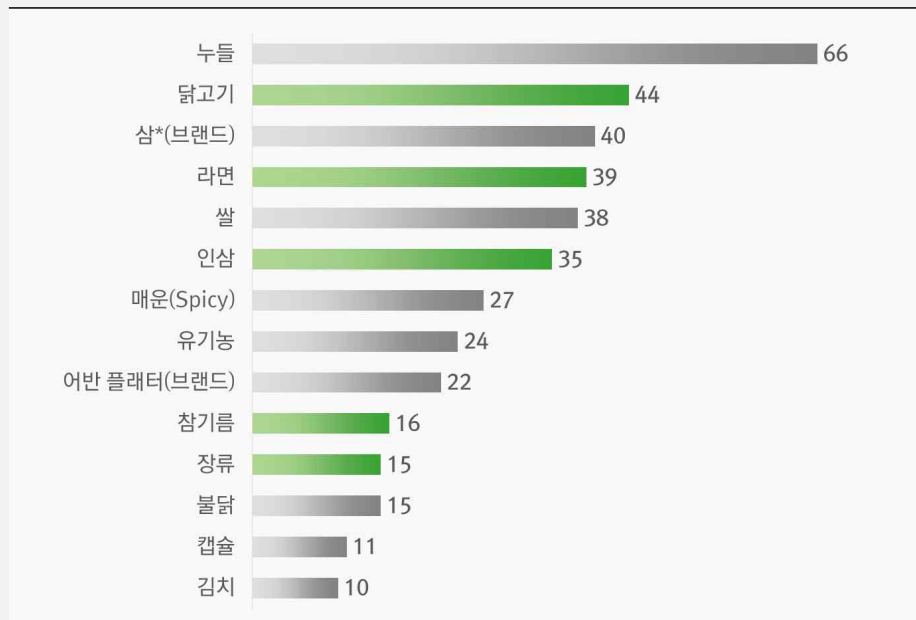
▶ 삼계탕의 ‘인삼’ 재료가 인도 소비자의 관심 유도할 수 있을 것으로 보여

한국 음식으로 ‘인삼’을 활용한 음료, 분말, 캡슐 등의 건강식품이 다수 나타남. 이를 통해 건강식품으로서 한국 인삼의 인지도가 일부 형성되어 있다는 점을 알 수 있음. 건강을 강조한 간편식의 인기가 높다는 점을 고려한다면, 삼계탕의 ‘인삼’ 재료가 인도 소비자들의 관심을 유도할 수 있을 것으로 보임. 더불어 인도 소비자들은 간편식 조리 시간을 중요하게 고려하기 때문에 삼계탕 간편식 제품 개발 시 적정 조리 시간에 대해서도 중요하게 생각해 볼 필요가 있음

▶ 인도 온라인 쇼핑몰 내 인기 한국 음식 제품 주요 이슈

① 닭고기, 라면 ② 인삼 ③ 참기름, 장류

[표 2.7] 인도 온라인 쇼핑몰 내 ‘한국 음식’ 주요 키워드



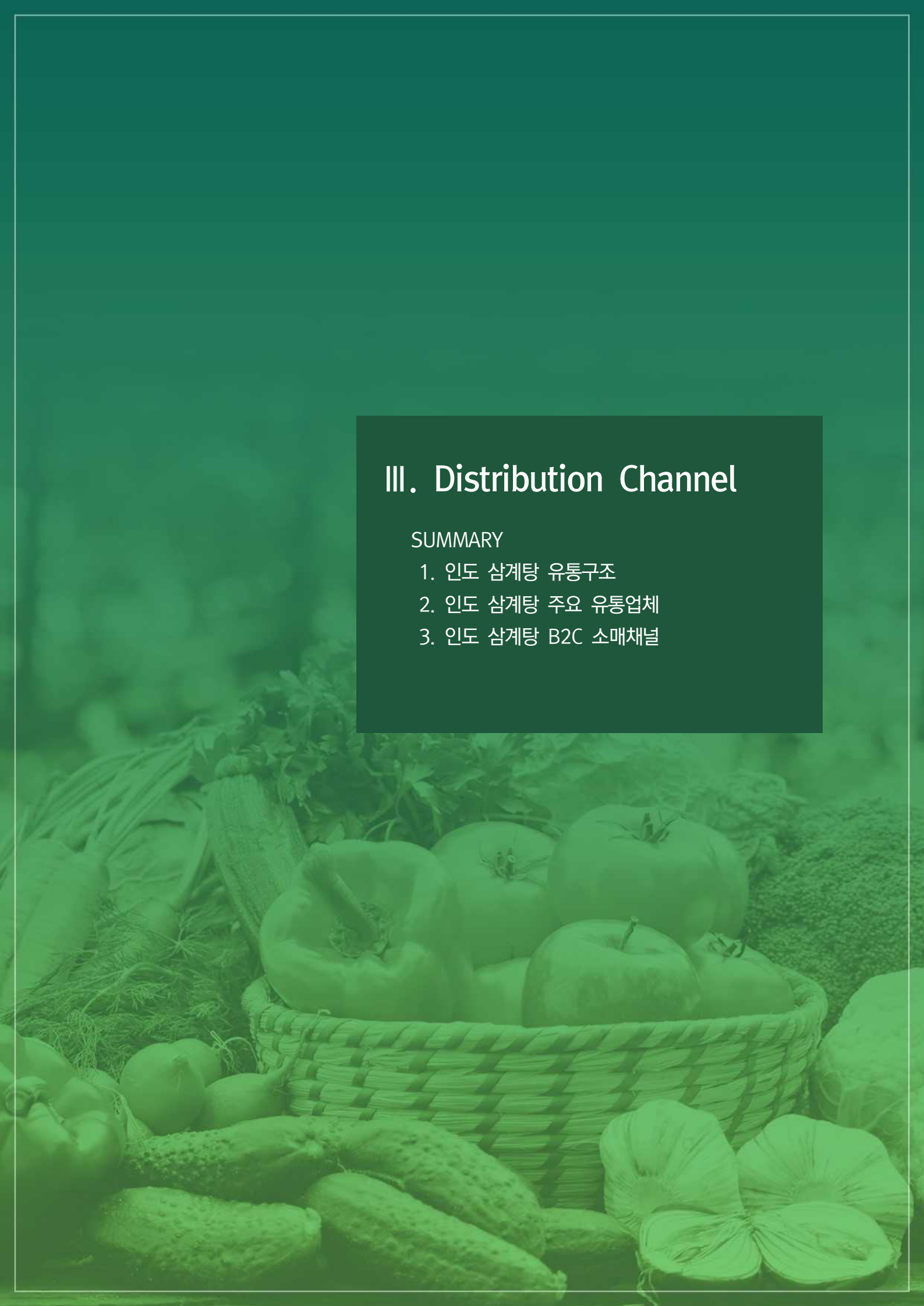
자료 : 인도 온라인 쇼핑몰 내 ‘한국 음식’ 제품 259개 분석 (18.01 - 20.01)

값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

III. Distribution Channel

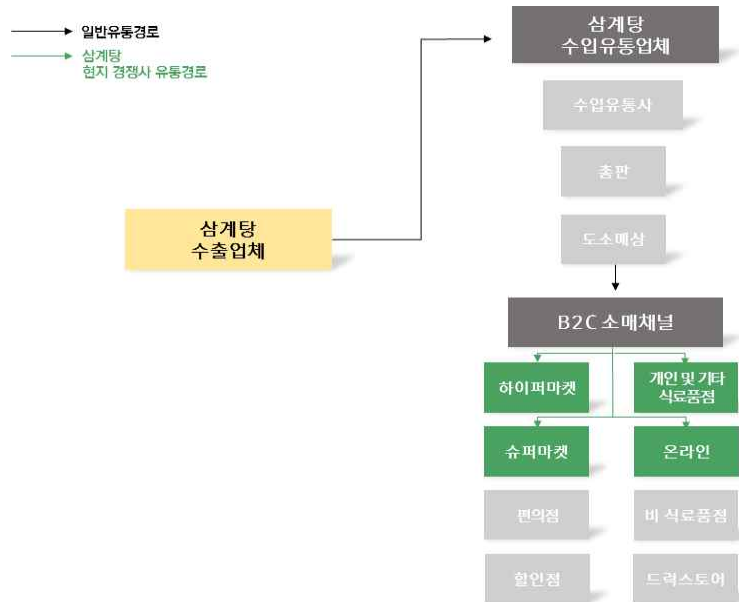
SUMMARY

1. 인도 삼계탕 유통구조
2. 인도 삼계탕 주요 유통업체
3. 인도 삼계탕 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



인도 (INDIA)

삼계탕²¹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	59.9%	빅바자르(Big Bazaar), 다-마트(D-Mart), 닐가리스(Nilgiri's), 스펜서스(Spencer's), 인터스파(Interspar), 하이퍼시티(Hypercity), 스타바자르(Star Bazaar), 모어(More), 릴라이언스(Reliance), 네이처스바스켓(Nature's Basket)
	온라인	20%	민트라(Myntra), 페이티엠몰(Paytm Mall), 델(Dell), 자봉닷컴(Jabong.com), 누카닷컴(Nykaa.com), 퍼플닷컴(Purple.com), 유바이(Ubuy), 아마존(Amazon), 샵클루스(Shopclues), 데저트카트(Desertcart)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾²⁵⁾	10.1%	코리안푸드(Korean Food), 김스마트(Kim's Mart)
	편의점	10%	켄드리야반다르(Kendriya Bhandar), 이지데이(Easy Day)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

21) '삼계탕'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '즉석식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함

22) 2019년 기준, 인도 내 '즉석식품(Ready Meals)'의 유통채널 점유율임

23) 채널 분류에 따른 인도 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

24) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

25) 개인 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

1. 인도 삼계탕 유통구조

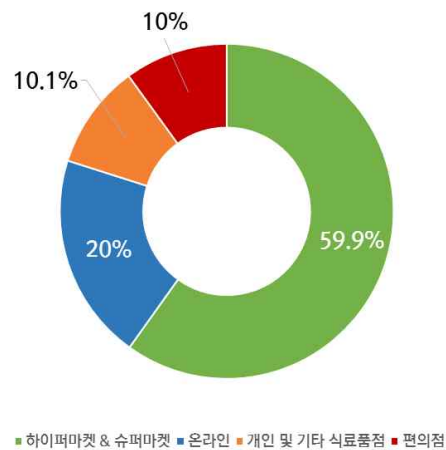
품목 구분 및 분류

품목	삼계탕
구분	간편식품
범주	즉석식품 (Ready Meals)

▶ 인도 삼계탕 주요 채널

‘하이퍼마켓&슈퍼마켓(59.9%), 온라인(20%), 개인 및 기타 식료품점(10.1%)’

[표 3.1] 인도 삼계탕 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 인도 삼계탕 유통채널 현황

채널 유형	삼계탕 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	59.9%	빅바자르(Big Bazaar), 다-마트(D-Mart), 닐가리스(Nilgiri's), 스펜서스(Spencer's), 인터스파(Interspar), 하이퍼시티(Hypercity), 스타바자르(Star Bazaar), 모어(More), 릴라이언스(Reliance), 네이처스바스켓(Nature's Basket)
	온라인	20%	민트라(Myntra), 페이티엠몰(Paytm Mall), 델(Dell), 데저트카트(Desertcart), 자봉닷컴(Jabong.com), 누카닷컴(Nykaa.com), 퍼플닷컴(Purple.com), 유바이(Ubuy), 아마존(Amazon), 샵클루스(Shopclues)
	개인 및 기타 식료품점	10.1%	코리안푸드(Korean Food), 김스마트(Kim's Mart)
	편의점	10%	켄드리아반다르(Kendriya Bhandar), 이지데이(Easy Day)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 인도 삼계탕 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 온라인, 개인 및 기타 식료품점이 대표적

[표 3.3] 인도 삼계탕 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶⁾ , 매장수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	네이처스바스켓 (Nature's Basket)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4,730만 달러 (약 558억 4,711만 원)	배첼러스(Batchelors), 사폴라 피티파이 고메(Saffola Fittify Gourmet), 노어(Knorr), 케야(Keya)	○
2	닐기리스 (Nilgiri's)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 908만 달러 (약 1,288억 2,348만 원)	노어(Knorr), 케야(Keya), 닛신(Nissin), 매기(Maggi)	○
3	스펜서스 (Spencer's)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 3억 585만 달러 (약 3,612억 885만 원)	케야(Keya), 닛신(Nissin), 노어(Knorr)	○
4	빅바자 (Big Bazaar)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	매장 수('19): 286개	매기(Maggi), 케야(Keya), 닛신(Nissin), 노어(Knorr)	○
5	모어 (More)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 6,293만 달러 (약 743억 2,033만 원)	케야(Keya), 닛신(Nissin), 노어(Knorr)	○

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

26) 1달러=1,181.00원 (2020.02.06., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁷⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	유바이 (Ubuy)	온라인	약 420만 달러 (약 49억 6,020만 원)	헬스밸리 (Health Valley), 퍼시픽푸드 (Pacific Foods), 립톤(Lipton), 캠벨(Campbell's)	0
7	아마존 (Amazon)	온라인	약 35만 1,250만 달러 (약 4억 1,472만 원)	하인즈(Heinz), 배첼러스(Batchelors), 노어(Knorr), 케아(Keya),	0
8	샵클루스 (Shopclues)	온라인	약 3,800만 달러 (약 448억 7,800만 원)	코카(Koka), 타이쉐프(Thai Chef)	0
9	이치바 푸드스토어 (Ichiba Food Store)	아시안마트	매장 수('19): 1개	타이쉐프(Thai Chef)	0
10	야마토야 (Yamato Ya)	아시안마트	매장 수('19) : 2개	닛신(Nissin)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

27) 1달러=1,178.7원 (2019.07.15., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 인도 삼계탕 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 네이처스바스켓(Nature's Basket)

기업 기본 정보	기업명	네이처스바스켓(Nature's Basket)	
	홈페이지	www.naturesbasket.co.in	
	위치	뭄바이(Mumbai)	
	규모	매출액('18)	약 4,730만 달러 (약 558억 4,711만 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 36개
기업 요약	- 2005년 설립 - 인도 내 뭄바이, 벵갈루루(Bengaluru), 푸네(Pune)에 36개의 매장 보유 - 고품질의 제품을 취급하며 프리미엄 이미지를 강조 - 홈페이지를 통하여 레시피를 제공하고 해당 요리에 필요한 식재료 판매		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 9월 캘커타(Kolkata) 내 매장 오픈 - 2019년 동부지역 확장 추진 정책을 발표 - 2019년 O2O²⁸⁾ 연계를 통한 옴니채널 구축 강화 발표 - 2019년 5월 스펜서스(Spencer's)가 네이처스바스켓(Nature's Basket)을 약 4,195만 달러(한화 약 492억 6,000만원)에 인수		
유사제품 정보		제품명	슬림 어 스프 - 치킨&리크 (Slim a Soup - Chicken & Leek)
		종류	치킨 스프
		용량	44g
		원산지	영국

자료: 네이처스바스켓(Nature's Basket) 홈페이지, 비즈니스라인(Businessline), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 네이처스바스켓(Nature's Basket) 홈페이지, 비즈니스 스탠다드(Business Standard)

28) Online to Offline: 온라인(online)과 오프라인(offline)을 연결한 마케팅

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 스낵류, 가공식품, 건강식품, 즉석식품, 음료류 등 - 일반: 화장품 등 • 특이사항 - 매일 아침 신선 및 제과 제품 입고 - 테마 별 선물용 제품 판매 - 블로그 운영을 통해 건강식, 레시피, 트렌드 정보를 함께 제공 - 제품 구매 시 금액에 따른 포인트 제공 (포인트로 다양한 서비스 이용가능)		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 직접 입점 문의 (www.godrej.com/contact-us.html) - 홈페이지 상단의 Contact us 클릭 - 양식 확인하여 입점 문의 제출 2. 이메일 혹은 유선을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 장) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 공개메일: cs@naturesbasket.co.in 담당자: Saurabh Maheshwari(식품 담당) 이메일: Saurabh.maheshwari@rp-sg.in 전화: 91-033-66257600	

자료: 네이처스바스켓(Nature's Basket) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 닐기리스(Nilgiris)

기업 기본 정보	기업명	닐기리스(Nilgiris)	
	홈페이지	www.nilgiris1905.com	
	위치	뭄바이(Mumbai)	
	규모	매출액('16)	약 1억 908만 달러 (약 1,288억 2,348만 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 181개
기업 요약	- 1905년 설립 - 퓨처 리테일(Future Retail)그룹의 자회사로 식품 유통을 담당 - 남인도 지역 대표 대형 슈퍼마켓 - 유제품, 제과류를 주력으로 400개 이상의 다양한 식료품 취급		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년까지 매장 1,000개 오픈을 통해 소매업계 확장 계획 발표 - 2017년 페이스북(Facebook) 개설 및 페이스북 페이지를 통한 자사 제품 홍보		
유사제품 정보		제품명	크리미 치킨 스프 (Creamy Chicken Soup)
		종류	치킨 스프
		용량	48g
		원산지	인도

자료: 닐기리스(Nilgiris) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 이코노믹타임스(Economic Times)
사진 자료: 닐기리스(Nilgiris) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 신선식품, 즉석식품, 음료류, 유제품류, 곡물류 등 • 특이사항 - 인스타그램(Instagram), 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter) 등 SNS 운영을 통해 대외적으로 제품을 홍보 - 퓨처(Future)그룹의 18개의 브랜드를 운영하며 식품을 포함하여 폭넓게 다른 제품군을 취급		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 이메일 혹은 유선을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 웹사이트 정보 (웹사이트 주소, 월별 방문자 수, 월별 페이지 조회 수, 설립일자) 2. 홈페이지를 통한 등록 - 홈페이지 접속 후 페이지 하단의 Feedback 통해 문의사항 작성 - Type of Feedback란에 Query 또는 Request로 설정 - 설명란에 자유 형식으로 기재	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: care@nilgiris1905.com 전화: 91-1800-210-0060	

자료: nilgiris(Nilgiris) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 스펜서스(Spencer's)

기업 기본 정보	기업명	스펜서스(Spencer's)	
	홈페이지	www.spencers.in	
	위치	하이데라바드(Hyderabad)	
	규모	매출액('18)	약 3억 585만 달러 (약 3,612억 885만 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 125개
기업 요약	- 1920년 설립 - RP 산지브 고엔카(RP Sanjiv Goenka) 그룹의 자회사 - 식품, 패션, 가전제품 등 폭넓은 제품을 취급하는 멀티포맷 (Multi-format) 소매업체 - 2001년 인도 하이데라바드(Hyderabad) 지역 내 첫 하이퍼마켓 매장 설립		
	 		
기업 최근 이슈	- 2020년 1월 주식투자가 라드하카산 다마니(Radhakishan Damani)가 스펜서스의 지분을 인수한 후 주가 27% 상승 - 2018년 구루가온(Gurugram) 지역에 매장 오픈		
유사제품 정보		제품명	상하이 핫 앤 사워 치킨 스프 (Shanghai Hot and Sour Chicken Soup)
		종류	치킨 스프
		용량	38g
		원산지	인도

자료: 스펜서스(Spencer's)홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 이코노믹타임스(Economic Times), 라이브민트(Livemint)

사진 자료: 스펜서스(Spencer's) 홈페이지, 현지 조사 결과물

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유기농 식품류, 제과류, 유제품, 차(茶)류, 육류 등 - 일반: 육아용품, 청소용품, 가전제품 등 • 특이사항 - 어플리케이션을 통해 모든 제품 구매 가능 - 트위터(Twitter), 페이스북(Facebook) 등 소셜미디어를 통해 제품 홍보 - 스펜서스 키친(Spencer's Kitchen) 콘텐츠 제작을 통해 요리 레시피 공유		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 등록 (www.spencers.in/partner-with-us) - 등록 정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 공급 관련) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개 외 자유기재) 2. 유선 또는 이메일을 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 웹사이트 정보 (웹사이트 주소, 월별 방문자 수, 월별 페이지 조회 수, 설립 일자)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: 91-1800-103-0134 전화: customercare@spencers.in - 담당자 연락처 식품 담당자: Saurabh Maheshwari(식품 담당) 이메일: Saurabh.maheshwari@rp-sg.in 전화: 91-0336-625-7600	

자료: 스펜서스(Spencer's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 빅바자(Big Bazaar)

기업 기본 정보	기업명	빅바자(Big Bazaar)	
	홈페이지	www.bigbazaar.com	
	위치	뭄바이(Mumbai)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 286개
	기업 요약 - 2001년 설립 - 퓨처 리테일(Future Retail) 그룹의 자회사 - 모어(More), 스펜서스(Spencer's), 푸드월드(Foodworld)와 함께 퓨처그룹의 대표 소매 업체		
기업 최근 이슈			
			
유사제품 정보		제품명	매기 치킨 누들 (Maggi Chicken Noodles)
		종류	치킨 누들
		용량	71g
		원산지	인도

자료: 빅바자(Big Bazaar) 홈페이지, 퓨처리테일(Future Retail) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 비즈니스투데이(Business today), 이코노믹타임스(Economic Times)

사진 자료: 빅바자(Big Bazaar) 홈페이지, 더힌두비즈니스라인(The Hindu Businessline) 홈페이지, 현지 조사 결과물

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 음료류, 유제품 등 - 일반: 욕실용품, 육아용품, 주방용품, 사무용품 등 • 특이사항 - 온라인 사이트에서 일일 단위로 할인 제품을 소개 - 프로핏클럽(Profit club) 회원으로 등록이 된 소비자들을 대상으로 각종 혜택 제공 - 퓨처페이(Future Pay) 어플리케이션을 통해 모바일 결제 서비스 제공 - 유튜브(Youtube), 트위터(Twitter), 페이스북(Facebook) 등 소셜미디어를 통해 제품 홍보 진행		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 입점 문의 (www.bigbazaar.com/enquiry/business) - 등록정보 ① 공급자 정보 (공급자이름, 휴대전화, 이메일, 직함, 업체명, 전문분야) ② 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: care@bigbazaar.com 전화: 91-1800-266-2255	
벤더 리스트	모기업 퓨처 리테일이 벤더 역할을 함		

자료: 빅바자(Big Bazaar) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 모어(More)

기업 기본 정보	기업명	모어(More)	
	홈페이지	www.morestore.com	
	위치	뭄바이(Mumbai)	
	규모	매출액('18)	약 6,293만 달러 (약 743억 2,033만 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 543개 - 직원 수('19): 약 11,000명
기업 요약	- 2007년 설립 - 아디티아비라(Aditya Birla Ltd.) 그룹의 소매업체 - 인도 내 4번째로 큰 슈퍼마켓 - 식품안전관리시스템(FSMS) 인증을 통해 품질 강화 주력 - 품질 조사 및 개발을 목표로 인도 타로하(Taloja) 지역 내 식품 및 비식품 과학기술 센터 운영 - 자체 브랜드 상품 보유		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년부터 향후 5년간 매장 확장을 위해 약 1억 3985만 달러(한화 약 1,642억 원) 규모의 투자 계획 발표 - 2019년 즉석식품, 음료류, 스낵류 분야 자체 브랜드 제품 발매 - 2018년 비낭나가르(Vignan Nagar), 두리로드(Dhuri Road), 푸툼팔리로드(Puthuppaly Road)에 매장 오픈 - 2015년부터 3년 연속 코카콜라 골든스푼 시상식(Coca Cola Golden Spoon Award)에서 가장 존경받는 식료품 및 식품 소매업체 상 수상		
유사제품 정보		제품명	클래식 치킨 델리트 스프 (Classic Chicken Delite Soup)
		종류	치킨 스프
		용량	44g
		원산지	인도

자료: 모어(More) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 포브스인디아(Forbes India)

사진 자료: 모어(More) 홈페이지, 인디안마트(Indianmart)

입점 및 협력 정보

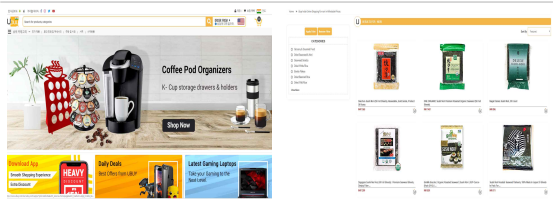
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 음료류, 소스류, 곡물류 등 - 일반: 의류, 액세서리류, 스포츠 용품, 장난감류 등 • 특이사항 - 제품 카테고리라 별도로 당사 브랜드 채널을 보유 - 신선식품의 경우 24시간 이내에 제품 조달 - 클럽 멤버 가입 시 다양한 혜택을 제공	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 입점 문의 (www.morestore.com/contactus) - 공급자 등록(Supplier Registration) 카테고리 확인 후 해당 지원서 작성 - 등록정보 ① 공급자 정보 (공급처 이름 - 도시 및 지역 포함, 이름, 직위, 전화번호, 팩스, 이메일 주소 등) ② Comments란에 자유 형식으로 기재
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: contactus@morestore.com 전화: +91-8108-138-000

자료: 모어(More) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 유바이(Ubuy)

기업 기본 정보	기업명	유바이(Ubuy)	
	홈페이지	www.ubuy.co.in	
	위치	자이푸르(Jaipur)	
	규모	매출액('19)	약 420만 달러 (약 49억 6,020만 원)
	기타 규모	- 진출 국가 수('19): 약 50개국 이상	
기업 요약	- 1982년 설립 - 쿠웨이트(Kuwait)에 본사 위치 - 약 50개국의 10,000개 이상의 도시에 서비스 제공 - 약 5,000만 여개의 제품 취급 - 유바이 내에서만 사용할 수 있는 가상화폐인 '유크레딧 (UCredit)' 서비스 제공		
			
기업 최근 이슈	- 2019년 유바이 나이지리아(Ubuy Nigeria) 웹사이트 및 모바일 앱 런칭		
유사제품 정보		제품명	오가닉 차킨 앤 라이스 스프 (Organic Chicken and Rice Soup)
		종류	닭죽
		용량	425.25g
		원산지	미국

자료: 유바이(Ubuy) 홈페이지, 유바이(Ubuy) 페이스북 페이지, 유로모니터(Euromonitor), 테크포인트(Techpoint)
 사진자료: 유바이(Ubuy) 홈페이지

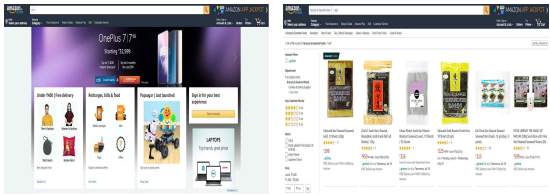
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 건강식품, 스낵류, 즉석식품, 가공식품, 음료류 등 - 일반: 가전제품, 애완용품 등 • 특이사항 - 고객이 제품을 홍보하면 수수료를 받을 수 있는 ‘어필리에이트 프로그램 (Affiliate Programs)’ 운영 - 인도 또는 쿠웨이트 내 사무실을 보유한 기업의 제품이 입점 가능		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 유선을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (담당자 이름, 이메일, 연락처) ② 인도/쿠웨이트 사무실 주소 (사무실 주소, 연락처) ③ 입점 신청서 작성(인도/쿠웨이트 내 주소 확인된 기업 대 상) (기업정보, 제품정보, 기존 거래처 정보 등)	
	특이사항	- 인도 또는 쿠웨이트 내 사무실 보유 필수 - 문의사항 연락처 전화: +91-141-276-2180 메일: info@ubuy.com)	

자료: 유바이(Ubuy) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.in	
	위치	벵갈루루(Bangalore)	
	규모	매출액('19)	약 35만 1,250만 달러 ²⁹⁾ (약 4억 1,472만 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 50,000명
기업 요약	- 2013년 아마존 인도 지사 설립 - 글로벌 아마존 지사 중 프랑스, 아랍에미리트와 공동으로 매출 규모 5위 기록 - 인도 내 신용카드 및 직불카드의 사용율이 낮은 점에 착안해 '캐시온딜리버리(Cash on Delivery, COD)' 결제 기능 실시		
			
기업 최근 이슈	- 2020년 차량 내에서 인공지능 스피커 알렉사(Alexa)를 실행할 수 있는 대시보드 기기인 '에코오토(Echo Auto)' 출시 - 2019년 아마존 페이(Amazon Pay)를 출시하며 인도 디지털 시장을 주도 - 2019년 2월 1일부터 인도 정부가 온라인 유통업체의 계열사 제품 및 독점 상품 판매를 금지하면서 매출에 타격		
유사제품 정보		제품명	크림 오브 치킨 스프 (Cream of Chicken Soup)
		종류	치킨 스프
		용량	400g
		원산지	영국

자료: 아마존 인도(Amazon India Limited) 홈페이지, 비즈니스투데이(Business Today), 유로모니터(Euromonitor), 비즈니스라인(Business Line)

사진 자료: 아마존 인도(Amazon India Limited) 홈페이지

29) 아마존 인도(Amazon India Limited)의 수권자본금(Authorised Capital)

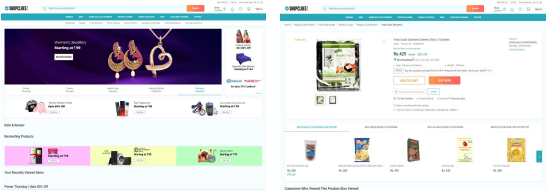
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 스낵류, 가공식품, 제과류, 건강식품, 즉석식품, 음료류 등 - 일반: 가전제품, 사무용품, 주방용품, 의류, 화장품, 애완용품 등 • 특이사항 - 아마존에서 판매자 등록을 완료하면 제품을 나열하는 데 필요한 후속 단계 가이드 진행 - ISBN/바코드를 사용하여 아마존에 제품 등록 - 일부 제품 카테고리에는 제품을 나열하는 데 추가 정보가 요구될 수 있음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 등록 (www.amazon.in → Make Money with Us) - 개인 판매자 계정 오픈 - 판매자 원스톱 포털인 Seller Central에서 판매 활동 관리 - 제품의 ISBN / 바코드를 사용하여 아마존에 등록 필요 - 제품 등록(제품 목록 및 카탈로그) - 배송 방법 선택(FBA 또는 Easy Ship) - 아마존 계정과 본인 은행 계좌 활성화 - 결제 대금 회수(Seller Central account) - 등록 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락처, 이메일주소) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가,정가) ③ 공급자 은행 계좌 정보 (계정 소유자 이름, 은행 IFSC 코드, 은행 계좌 번호, 계정유형) ④ 과세 등록 여부 (PAN 넘버 and GST(과세대상 물품을 리스팅할 경우 상품용역세 세부정보(GST) 필수)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: 91-1800-419-7355	

자료: 아마존 인도(Amazon India Limited) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 샵클루스(Shopclues)

기업 기본 정보	기업명	샵클루스(Shopclues)		
	홈페이지	www.shopclues.com		
	위치	구르가온(Gurgaon)		
	규모	매출액('18)	약 3,800만 달러 (약 448억 7,800만 원)	
		기타 규모	직원 수('19): 약 700명 서비스 제공 수('19): 약 800만 건	
기업 요약	- 2011년 설립 - 인도 인구의 95%를 구성하는 서민층을 위한 온라인 마켓 표방 - 하루 평균 배송 처리 6만 건 처리 - 70만 명의 등록 셀러 보유 - 샵클루스앱(ShopClues App)을 통한 모바일 쇼핑 지원			
				
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 큐텐싱가포르(Qoo10 Singapore)가 약 7,000만 달러(한화 약 821억)에 인수 - 2019년 7월 비용 절감을 위해 약 200명의 직원 해고 - 2018년 인도 전자 상거래 생태계의 발전에 기여하여 여성아동발전부장관 (Ministry of Women and Child Development) 상 수상			
유사제품 정보		제품명	코카 인스턴트 누들 치킨 플레이버 (Koka Instant Noodles Chicken Flavour)	
		종류	치킨 누들	
		용량	85g	
		원산지	인도	

자료: 샵클루스(Shopclues) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 이코노믹타임스(Economic Times), 포브스인디아(Forbesindia)

사진 자료: 샵클루스(Shopclues) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 견과류, 스낵류, 주류, 가공식품, 음료류, 유제품, 소스류 등 - 일반: 가정용품, 전기용품, 일상용품, 의류 등 • 특이사항 - 타 온라인스토어 대비 소도시를 중심으로 발달 - 소규모 도시에 위치한 중소 규모의 상인에 초점을 맞춘 온라인 서비스 제공 - 플랫폼 내 가정용 및 주방용품의 수요가 가장 많음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 등록 (www.shopclues.com/learn-to-sell.html) - Store Manager 클릭하여 계정 생성 후 진행 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (공급자 신상, 주소, 연락처, 이메일주소) ② 공급자 비즈니스 세부 정보 (사업자 등록, 연간 매출액, 비즈니스 유형, 회사 이름, 은행 계좌 정보 등) ③ 세금 및 판매 서비스 수수료 (부가가치세(VAT), 납세자인식번호(TIN) 등록 필요, 서비스 수수료는 비즈니스 유형에 따라 달라짐) ④ 은행계좌 (PAN 넘버, 은행 IFSC코드, 계좌번호) ⑤ 상표등록 (자체 브랜드 상품은 상표 등록 권장, 위조 상품, 경쟁 업체 대비)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: 1244-669-777	

자료: 샵클루스(Shopclues) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 인도 삼계탕 인증 취득
2. 인도 삼계탕 업체·제품 등록
3. 인도 삼계탕 라벨 심의
4. 인도 삼계탕 서류 준비
5. 인도 삼계탕 세금 납부
6. 인도 삼계탕 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 수입 허가 無	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	• 식품 수입업체 등록 - 제품을 직접 수입하고자 하는 경우 등록 필요	(*) 인도 식품안전기준청(FSSAI) - 식품 수입업체 등록 - 문의처 : www.foodlicensing.fssai.gov.in
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 통관 시 라벨 심사 진행 - 인도 식품 라벨링 규정 준수	(*) 인도 식품안전기준청(FSSAI) - 문의처 : www.archive.fssai.gov.in
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서 - 기관증명방식 원산지 증명 필요	(*) 인도 식품안전기준청(FSSAI) - 문의처 : www.archive.fssai.gov.in (*) 인도 세관(CBIC) - 문의처 : www.cbic.gov.in
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서, 상업송장 등 - 지역별 세관 통해 통관 진행	(*) 인도 세관(CBIC) - 문의처 : www.cbic.gov.in
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 - 서류 검사 후 육안 검사 전 세금 납부 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 100% • 통합간접세 12%, 사회보장세 10% 적용	(*) 인도 세관(CBIC) - 문의처 : www.cbic.gov.in (*) 인도 전자통관시스템 - ICE - GATE - 문의처 : www.icegate.gov.in
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 • 제품 검사 - 정해진 위험도에 따라 제품을 분류하여 물품 검사 차등 진행	(*) 인도 세관(CBIC) - 문의처 : www.cbic.gov.in

1. 인도 삼계탕 인증 취득

인증 취득

인도로 제품 수입 시
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

삼계탕

삼계탕 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 인도 삼계탕 수출 시 '적용 받는 강제 인증 無'

인도로 삼계탕 제품이 진출 시 반드시 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 인도 식품안전기준청(FSSAI)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 인도 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 인도 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원

자료 : 각 인증기관

2. 인도 삼계탕 업체·제품 등록

업체·제품 등록

인도로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

삼계탕

삼계탕 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도 식품 통관을 위한 사전 ‘식품 수입업자 등록 필요’
- ▶ 인도 식품안전기준청(FSSAI)에서 ‘온라인 포털’로 등록 가능

인도로 식품을 수입하고자 하는 모든 업체는 인도 식품안전기준청(FSSAI)이 발급하는 식품 수입업체 등록을 진행해야함. 현지에서 직접 수입을 진행하고자 하는 국내 업체는 수입업체 등록을 진행해야함. 해당 등록 업무는 식품안전기준청(FSSAI)이 제공하는 온라인 페이지(FLRS, Food Licensing Registration System)를 통해 진행할 수 있음

인도는 한국과 공인경제운영자(AEO) 제도에 대해 상호인정약정(MRA)을 체결한 국가로, 한국에서 인정받은 공인경제운영자(AEO)를 바탕으로 인도 통관 시 혜택을 적용받을 수 있음

[표 4.3] 인도 사전 식품 수입업체 등록 절차

적용 규제	The Food Safety and Standards Act, 2006 The Food Safety and Standards (Import) Regulations 2017
발행 기관	인도 식품안전기준청(FSSAI) - 온라인 : www.foodlicensing.fssai.gov.in
절차	a. FLRS 로그인 b. 라이선스 등록 항목 선택 c. 상세 정보 입력(회사 담당자, 라이선스 요건, 주소 등) d. 서류 업로드 e. 비용 결제(온라인으로 결제 진행) f. Form - B 업로드 g. 제출 완료 h. 심사 진행 및 등록 완료
갱신	만료일로부터 30일 내에 갱신 신청 필요
비용	7,500 루피 ³⁰⁾ (125,775원)

자료 : 인도 식품안전기준청(FSSAI)

[표 4.4] 한국 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	관세법 제255조의2, 관세법시행령 제259조의2, 제259조의3, 수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시	
발행 기관	한국AEO진흥협회	
기준	a. 법규준수도 b. 내부통제시스템	c. 재무건전성 d. 안전관리
상호인정약정	2015년 공인경제운영자(AEO)에 대한 상호인정약정(MRA) 체결	

자료 : 한국 관세청

30) 1루피=16.77원 (2020.02.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

3. 인도 삼계탕 라벨 심의

▶ 인도 라벨 규정

[표 4.5] 인도 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	FSS (Packaging and Labeling) Regulation 2011, Compendium of Food Safety and Standards (Packaging and Labeling) Regulation	
인도로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	ibid Chapter 2	
삼계탕		라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원료 정보(단일 원료 제품은 제외) · 성분 정보 · 채식주의자와 비 채식주의자에 관한 고지사항 · 식품 첨가물에 관한 고지사항 · 제조업체명 및 주소 · 순 중량 · Lot/Code/Batch 정보 · 제조일 또는 포장일 · 유통기한 또는 사용기한 · 원산지 · 사용 또는 섭취 방법(필요한 경우) · 가격
삼계탕 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어 언어는 영어 또는 힌두어로 표기할 것 힌두어는 데바나가리 문자(Devanagari script)로 작성할 것 필수 라벨은 패키지에 직접 인쇄하거나 훼손되지 않도록 잘 부착되어 있을 것 라벨의 내용은 명확하고 눈에 잘 띄며 지울 수 없어야 하고, 소비자가 쉽게 읽을 수 있을 것 제품명 제품명은 내용물을 포함하는 명칭일 것 원료 정보 단일 원료 제품을 제외하고, 원료 정보는 중량 또는 분량을 기준으로 내림차순으로 작성할 것 성분 정보 모든 성분정보는 100g 또는 100ml 또는 1회 제공량을 기준으로 작성할 것 에너지량은 킬로칼로리(kilocalorie) 단위 사용 단백질, 탄수화물(설탕 용량을 포함하여), 지방의 용량은 그램(grams), 밀리리터(milliliters) 단위를 사용할 것 영양 또는 건강과 관련하여 표기 되어 있는 기타 영양 성분에 대해 함량을 표기할 것 알콜 음료의 경우 성분 정보는 미 표기 순 중량 중량 또는 용량 또는 개수는 모든 개별 식품의 포장에도 표기 할 것 Lot/Code /Batch 정보 라벨에 작성된 정보를 통하여 생산 및 유통 정보를 추적 가능 하도록 정보를 제공할 것

자료 : 인도 식품안전기준청(FSSAI), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용		채식주의 식품은 오른쪽에 표기된 녹색 마크를 배경과 대비되도록 하여 브랜드명 또는 제품명과 가까운 곳에 표시할 것	
	채식주의 관련 표기	비 채식주의자용 제품(새, 수산 동물, 달걀 또는 동물유래 원료의 전체 또는 일부를 포함하는 식품, 우유와 우유 제품은 미포함)은 갈색으로 된 오른쪽의 표시를 배경과 대비되도록 하여 브랜드명 또는 제품명과 가까운 곳에 표시할 것	
		알콜 음료는 표기 의무 없음	
	제조업체명 및 주소	제품을 제조, 포장 또는 병입한 제조공장의 정확한 이름과 주소를 필수로 표기해야 하며, 제조사 또는 해당 제품의 제조, 포장, 병입에 책임이 있는 기업의 정확한 주소와 이름을 표기 할 것 제품이 수입된 경우, 정확한 수입자명과 주소를 표기 할 것	
	제조일	해외에서 식품이 제조된 후 인도에서 포장 또는 병입된 경우, 식품의 원산지, 제품의 수입자, 인도에서 포장 또는 병입을 진행한 기업의 이름 및 정확한 주소를 기재할 것	
	유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 제품이 제조, 포장 또는 사전 포장된 일자 작성 섭취 가능일자는 ‘월, 년’ 순으로 대문자로 작성할 것	
	원산지	와인, 리큐어(Liquor)와 기타 10% 또는 그 이상의 알코올을 함유한 알콜 음료는 미적용	
	가격	식품이 제 3의 국가에서 가공 되었고, 본질(종류)가 변경되었다면 해당 국가를 원산지로 표기 가능	
	기타	세금을 모두 포함하는 가격(MRP, Maximum Retail Price)으로 기재할 것 GMO 원료를 포함한 제품의 경우 라벨에 ‘GM’이라고 표기할 것 수입업체의 FSSL(Food Safety standards License) 등록 번호는 식품안전기준청(FSSAI) 로고와 함께 기재할 것	

자료 : 인도 식품안전기준청(FSSAI), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 인도 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : Knorr
- ② 제품명 : Classic Chicken Delite Soup
- ③ 특이사항 : With real chicken, No preservatives

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : Knorr
- ② 제품명 : 클래식 치킨 델리트 수프
- ③ 특이사항 : 닭 함유, 보존료 무첨가

뒷면(영어)

- ① 조리방법 : 1. Empty entire contents of pack in 4 cups normal water (600 ml).
2. Place on stove and bring to boil while stirring continuously to avoid lumps.
3. Simmer for 3 minutes & serve hot
- ② 중량 : 44g
- ③ 제조일 : 13 Nov 2019
- ④ 원료 : Refined Wheat flour, Sugar, Milk Solids, Hydrolysed Vegetable Protein (Hydrolysed vegetable protein, Maltodextrin, Salt), Edible Common Salt, Dehydrated Vegetables (Onion Powder (1.8%), Leeks (0.4%), Dehydrated Chicken (2.2%) (Stabilizer - 461 & 407, Anti Oxidant - 300), Edible Vegetable Fat, Thickener-4 Flavour Enhancer - 627 & 631, Spices & Condiments (Black Pepper (0.3%)). 15,

뒷면(국문)

- ① 조리방법 : 1. 물 4컵(600ml)에 내용물을 전부 넣으십시오.
2. 가스레인지에 올려 끓이십시오. 덩어리가 생기지 않도록 잘 저어주십시오.
3. 3분 정도 끓인 후에 뜨거운 상태로 제공하십시오.
- ② 중량 : 44g
- ③ 제조일 : 2019년 11월 13일
- ④ 원료 : 정제된 밀가루, 설탕, 고체 우유, 가수 분해 식물성 단백질(가수분 식물성 단백질, 말토덱스트린, 소금), 식용 일반 소금, 건조 야채, 양파 분말(1.8%), 릭스(0.4%), 건조 닭(2.2%), 안정제 - 461 & 407, 산화방지제 - 300, 식용 식물성 지방, 증점제-4 향미증진제 - 627 & 631, 양념 & 조미료(0.3%) - 627 & 631. (0.3%)

뒷면(영어)

May Contain Traces of Soya Mustard
Celery and Nuts

⑤ 영양성분표 :

Nutritional Information (Typical Values)	Per 100 g	Per serve (11 g Powder)	%GDA **/ Serve
Energy (Kcal)	329	36	2
Protein (g)	13.5	1.5	
Carbohydrate (g)	61	6.7	
Sugars (g)	21	2.6	3
Dietary Fiber (g)	0.8	0.1	
Fat (g)	3.4	0.4	<1
Saturated Fat (g)	1.5	0.2	<1
Trans Fat (g)	0.03	Traces	
Sodium (mg)	4405	485	20
**% of an adult Guideline Daily Amount(2000Kcal Diet)			

⑥ 제조업체 : Hindustan Unilever Limited

뒷면(국문)

소야 머스타드 셀러리 및 견과류 분해물이
들어있을 수 있음.

⑤ 영양성분표 :

영양정보	100 g 당	1회 제공 당 (분말 11 g)	%GDA **/ 제공
에너지 (Kcal)	329	36	2
단백질 (g)	13.5	1.5	
탄수화물(g)	61	6.7	
당 (g)	21	2.6	3
식이섬유 (g)	0.8	0.1	
지방 (g)	3.4	0.4	<1
포화지방 (g)	1.5	0.2	<1
트랜스지방 (g)	0.03	Traces	
나트륨 (mg)	4405	485	20
**% 성인 일일 권장 칼로리인 2000kcal을 기준으로 작성됨			

⑥ 제조업체 : Hindustan Unilever Limited

4. 인도 삼계탕 서류 준비

서류 준비

인도로 제품 수입 시, 통관
과정에서 요구되는 서류
정보 제공

삼계탕

삼계탕 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도 CEPA(포괄적 경제동반자협정) 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 인도 관세 업무, 식품 수입 등록 업체 통하여 진행 가능

인도의 수입신고는 수출입 당사자 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 다만, 수출입 당사자라고 하더라도 인도 해외무역총국(DGFT)과 식품안전기준청(FSSAI)으로 식품 수입을 위한 수출입 업체 등록을 해야 함. 수입신고는 전자통관시스템인 ICE-GATE(Indian Customs Electronic Commerce/Electronic Data Interchange)를 통해 진행 가능함

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통하여 발급받을 수 있음. 양국 간 통일된 원산지 증명 양식을 사용하기 때문에 해당 양식에 맞는 서류를 발급받아야함

[표 4.6] 인도 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (Bill of Entry)	(-)
	수출입 번호(IEC) 및 식품수입라이선스	인도 해외무역총국(DGFT), 인도 식품안전기준청(FSSAI)
	원료 리스트	(-)
	라벨 견본	(-)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	선적	포장 명세서
		보험서류
		선하증권
	원산지 증명서	한국 관세청 / 대한상공회의소
	기타 서류	(-)

자료 : 인도 식품안전기준청(FSSAI), 인도 세관(CBIC), 한국 관세청

5. 인도 삼계탕 세금 납부

세금 납부

인도로 제품 수입 시, 통관
과정에서 요구되는 세금
정보 제공

삼계탕

삼계탕 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도 삼계탕 HS CODE 1602.32.00, 관세율 100% 적용
- ▶ 한-인도 경제동반자협정(CEPA) 발효로 협정세율 적용

삼계탕 수입 시 인도에서는 HS CODE 1602(기타 조제 또는 저장처리한 육, 설육 또는 피)의 1602.32.00(닭갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종으로 한정하는 것) 세번을 사용하여 수입됨.³¹⁾ 인도 수입 시 기본 세율은 100%이며, 해당 세율은 2010년 1월 1일 발효된 한국-인도 포괄적 경제동반자협정(CEPA)에 해당하지 않아 협정세율을 적용받을 수 없음. 관세 외에도 사회보장세(Social Welfare Surcharge)와 통합간접세(GST)를 납부해야하며 해당 세율은 각각 10%, 12%임. 관세 납부 시 관할 세관마다 지정 은행이 달라 인도 세관(CBIC) 홈페이지를 통하여 확인해야함

- 수입 서류 심사비용에 100달러(약 12만 원)³²⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 35시간 소요
- 통관 비용은 340달러(약 40만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 102시간 소요

[표 4.7] 한국·인도 HS CODE 비교 및 인도 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(肩肉)이나 피	
	1602.32	닭갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus) 종의 것으로 한정으로 만든 것	
	1602.32.1010	삼계탕	
인도	1602.32.00	닭갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus) 종으로 한정하는 것	
관세	기본관세율	100%	
	협정 세율	미양허	
사회보장세		10%	
통합간접세(GST)		12%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 인도 세관(CBIC), 아이스게이트(ICE-GATE)

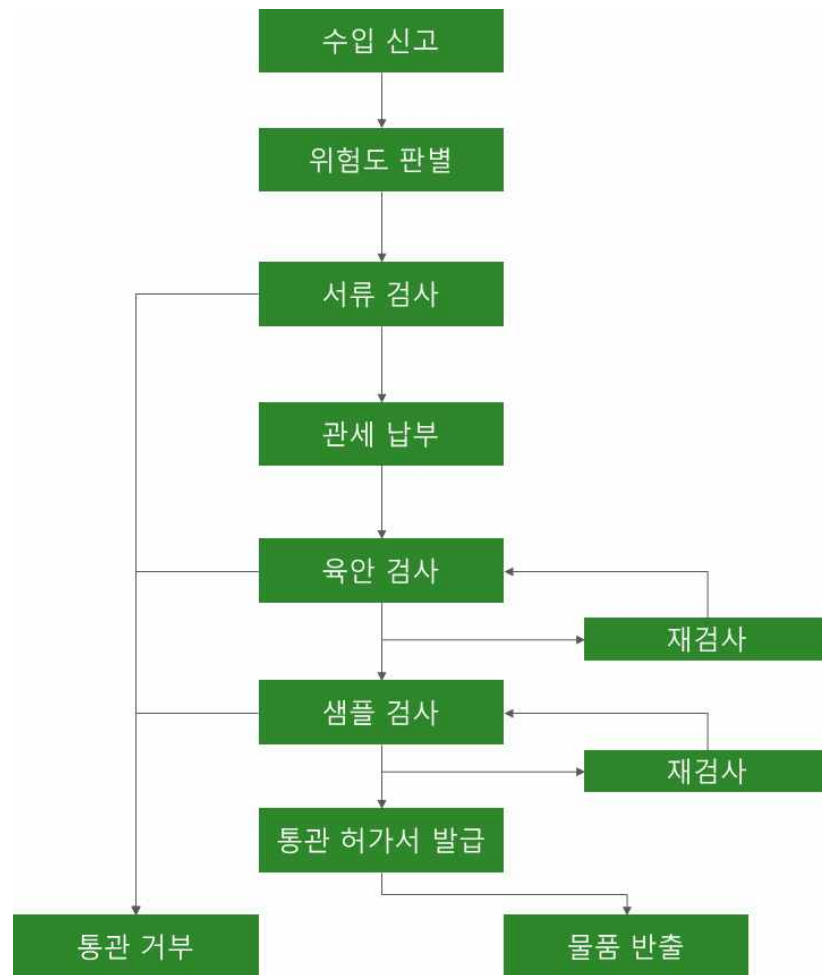
31) 인도의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1602.32 중 삼계탕에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 인도 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 인도 세관(CBIC)으로 문의할 수 있음

32) 1달러=1,196.00원 (2020.02.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 인도 삼계탕 검역 심사

- ▶ 인도 일반가공식품, 식품 위험도에 따라 샘플 검사 비율 결정
- ▶ 도착 전 사전 수입 식품 신고 가능

[표 4.8] 인도 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Ascorbyl esters	200
		Benzoates	500
	유해물질	Acetamiprid	0.05

자료 : 인도 세관(CBIC), 인도 식품안전기준청(FSSAI)

▶ 인도 식품안전기준치의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능

[표 4.9] 인도 일반가공식품 식품 첨가물 규정

식품 첨가물 규정	기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
인도로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정	착색료	적색 40호	Allura red AC	100	
	착색료	산화철	Iron oxides	100	
	착색료	카로티노이드	Carotenoid	200	
	산도조절제, 유화제 등	인산염	Phosphate	350	
	착색료	리보플라빈	Riboflavin	200	
	감미료	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	110	
	고결방지제	나트륨실리코알루민산	Sodium aluminosilicate	570	
	감미료	스테비올 배당체	Steviol glycoside	50	
	산도조절제, 산화방지제	타타르산	Tartaric acid	GMP ³³⁾	

자료 : 인도 식품안전기준치(FSSAI)

33) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 네이처스바스켓(Nature's Basket)

Interview ② 스파(Spar)

Interview ③ 스펜서스(Spencer's)

Interview ④ 궁더팰리스(Gung The Palace)

Interview ⑤ 모던바자르(Modern Bazaar)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Recommendation



- 인터뷰 기업 : 네이처스바스켓
(Nature's Basket)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sanketh Koka
(CEO)

인도 내 치킨 수프 수요는 적은 편

인도 내 치킨 수프의 수요는 적은 편입니다. 인도의 연중 날씨는 더운 편으로, 인도 사람들은 치킨 수프와 같이 뜨겁게 먹는 요리를 대체적으로 선호하지 않기 때문입니다.

삼계탕은 한인음식점, 아시아 마트에서 판매할 것을 추천

인도에서 삼계탕을 판매할 경우, 한식당 또는 외국 음식을 취급하는 음식점을 통해 판매하는 것이 좋습니다. 인도 소비자들 사이에서 삼계탕의 인지도는 낮으며, 유사 제품인 치킨 수프의 수요 또한 적기 때문입니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 스파
(Spar)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Qamruddin
(Fish & Meat Department Head)

인도 내 치킨 수프 수요는 증가하는 추세

인도 내 치킨 수프 인지도는 높은 편입니다. 최근 치킨 수프의 효능이 알려짐에 따라, 혈액 순환 장애를 겪고 있는 사람들과 관절이 좋지 않은 사람에게도 수요가 증가하는 추세입니다.

인도 소비자, 개인 취향에 따라 재료와 함께 삼계탕을 곁들여 먹어

소비자들은 치킨 수프에 각자 원하는 재료를 추가해 먹습니다. 기호에 따라 밀가루나 코코넛가루를 첨가하기도 하며, 매운맛을 원하는 사람들은 칠리소스를 첨가합니다.

Market Recognition and Preference



- 인터뷰 기업 : 스펜서스
(Spencer's)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Suraj
(Customer Care Representative)

인도 내 치킨 수프는 고소득층의 소비자들이 주로 구매

치킨 수프는 고소득층의 소비자들이 주로 구매하며, 제품 대부분이 액체 형태로 되어 있어 고소득층의 부모들 사이에서 특히 인기가 좋습니다.

현지인들은 기호에 따라 치킨 수프에 여러 재료를 첨가해 먹어

인도 사람들은 자신의 취향에 맞는 약초, 향신료, 조미료 등을 치킨 수프에 첨가해 먹는 것을 선호합니다. 마늘과 생강을 첨가하는 사람도 있으며, 건강을 위해 옥수수를 넣어 먹는 사람도 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Recognition

Gung The Palace

- 인터뷰 기업 : 궁더팰리스
(Gung The Palace)
음식점
- 인터뷰 담당자 : Mr. Lee
(Owner)

삼계탕의 주 고객은 인도 내 거주하는 한국인

삼계탕 판매의 70%가 한국인에 의해 이루어지고 있습니다. 삼계탕에 들어있는 약초와 인삼의 향은 현지인들 사이에서 호불호가 심하게 나뉘기 때문입니다.

인도 내 삼계탕의 수요는 여름에 더 많은 편

저희는 현재 닭 한 마리가 통째로 들어간 삼계탕을 판매하고 있으며, 생강, 마늘, 인삼 및 각종 향신료를 첨가해 조리하고 있습니다. 삼계탕은 여름철에 수요가 더 많은 편입니다.

Market Customers and Preference



- 인터뷰 기업 : 모던바자르
(Modern Bazaar)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Shivam
(Administrative In Charge)

치킨 수프는 고소득층에서 수요가 많은 편

치킨 수프는 고소득층에서 수요가 많은 편이며, 해당 계층의 현지인들은 치킨 수프가 소화 장애 개선, 면역력 강화, 관절 강화 등의 다양한 효능을 갖춘 제품으로 인식합니다.

현지 소비자들은 짭짤하고 부드러운 식감의 치킨 수프를 선호

현지인들은 짭짤하면서 식감이 부드러운 치킨 수프를 선호합니다. 또한 제조업체는 현지인들이 각자의 입맛에 맞춰 먹을 수 있게, 치킨 수프에 많은 간을 하지 않습니다.

Interview ① 네이처스바스켓(Nature's Basket)

34)

네이처스바스켓
(Nature's Basket)

전문가 소속

네이처스바스켓
(Nature's Basket)
소매업체

전문가 정보

Mr. Sanketh Koka
(National Head)



네이처스바스켓(Nature's Basket)

National Head, Mr. Sanketh Koka

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2005년에 설립된 식품 전문 소매업체로, 간편 식품, 과일류, 채소류, 육류, 스낵류 등을 취급하고 있습니다. 인도 내 뭄바이, 방갈로 등 지역에 약 53개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 온라인상으로 주문된 제품을 전 지역으로 배송하고 있습니다. 현지에서 생산된 제품 외에도 수입 제품을 취급하고 있으며, 수입 제품은 주로 현지 유통업체를 통해 공급받고 있습니다.

Q. 인도 내 치킨 수프의 판매 현황은 어떻게 되나요?

닭고기로 만든 제품은 종교적인 이유로 돼지고기와 소고기로 만든 것보다 수요가 많습니다. 하지만 인도 내 치킨 수프의 수요는 낮은 편입니다. 인도의 연중 날씨는 더운 편으로, 인도 사람들은 치킨 수프와 같이 뜨겁게 먹는 요리를 대체적으로 선호하지 않기 때문입니다.

Q. 인도 시장 내 취급 중인 치킨 수프의 특징은 무엇인가요?

인도의 치킨 수프는 서양식 수프와 비슷합니다. 치킨 수프는 짭짤하면서도 달콤한 맛으로, 주로 통조림 캔에 담겨 판매되고 있습니다. 또한 제품 대다수는 걸죽한 제형으로, 물에 희석된 묽은 형태의 치킨 수프는 흔하지 않은 편입니다.

34) 사진자료: 네이처스바스켓(Nature's Basket) 홈페이지 (www.naturesbasket.co.in)

Q. 인도 현지인들은 주로 언제 치킨 수프를 섭취하나요?

따뜻한 기후로 인해, 대부분의 인도 사람들은 치킨 수프를 즐겨 먹지 않습니다. 다만, 인도 북쪽 지역에 거주하는 사람들은 축제, 결혼식 등의 특별한 날에 치킨 수프를 섭취합니다.

Q. 인도 내 치킨 수프 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?

인도로 삼계탕을 수출할 때, 현지 음식점보다는 한식당 또는 외국 음식을 판매하는 음식점을 통해 제품을 판매하는 것이 좋습니다. 인도 소비자들 사이에서 삼계탕의 인지도는 낮으며, 유사 제품인 치킨 수프의 수요 또한 낮기 때문입니다. A사의 제품이 끓이기만 하면 되는 간편 식품이라면, 온라인과 한국 식료품을 취급하는 아시아 마트에서도 수요가 많을 것 같습니다.

Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증과 조건에는 무엇이 있나요?

인도로 제품을 수출할 때는, FSSAI 인증과 할랄 인증이 필요합니다. FSSAI 인증을 받은 제품은 소비자들로부터 품질을 인정받는 편입니다. 이 때문에 FSSAI 인증은 소비자와 업체 간의 신뢰를 높이는 방안이라고 생각합니다. 또한 인도 내 대부분의 소비자가 무슬림이기 때문에, 할랄 인증을 받는 것도 필요합니다. 실제 저희 매장에서 취급 중인 치킨 수프는 모두 할랄 인증을 보유하고 있습니다.

Interview ② 스파(Spar)

35)

스파
(Spar)

전문가 소속

스파
(Spar)
소매업체

전문가 정보

Mr. Qamruddin
(Fish & Meat
Department Head)

BACHELOR



KEYA

스파(Spar)

Fish & Meat Department Head, Mr. Qamruddin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1932년에 네덜란드에서 설립된 소매업체로 44개 국가에 진출해 약 12,500개 이상의 매장을 보유하고 있으며, 인도에는 25개의 매장을 운영하고 있습니다. 취급품목으로는 즉석식품, 육류, 어류, 과일류, 음료류 등이 있으며, 수입 식료품은 현지 유통업체를 통해 공급받고 있습니다.

Q. 인도 내 치킨 수프의 인지도 및 수요가 어떻게 되나요?

인도 내 치킨 수프의 인지도는 높은 편이지만, 한국식 삼계탕의 인지도는 낮습니다. 현재 저희는 3개 브랜드의 치킨 수프를 취급하고 있으나, 그중 삼계탕처럼 닭 한 마리가 온전히 들어간 제품은 없습니다. 최근 인도에서 치킨 수프가 혈액순환 장애와 관절염에 도움이 된다고 알려지면서, 현지 소비자들 사이에서 치킨 수프의 수요가 증가하는 추세입니다. 전반적으로 치킨 수프의 수요는 여름보다 겨울에 더 많습니다.

Q. 인도 소비자들이 선호하는 치킨 수프 맛은 무엇인가요?

일반적으로 인도인들은 짭짤한 맛과 달콤한 맛의 음식을 선호합니다. 따라서 현지에서 판매하는 수프 대부분이 짭짤한 맛과 달콤한 맛으로 되어 있으며, 소비자들은 치킨 수프에 각자 원하는 재료를 추가해 먹습니다. 기호에 따라 밀가루나 코코넛가루를 첨가하기도 하며, 매운맛을 원하는 사람들은 칠리소스를 첨가합니다. 이 외에도, 일부 소비자들은 건강상의 목적으로 인삼, 마늘, 약초, 향신료 등을 첨가합니다.

35) 사진자료: 스파(Spar) 홈페이지 (www.sparindia.com)

Q. 인도 사람들은 주로 언제 치킨 수프를 먹나요?

여름철에 수요가 많은 한국 삼계탕과 달리, 인도 사람들은 치킨 수프를 날이 추운 겨울에 즐겨 먹습니다. 이외에도 결혼식이나 파티 등 특정 기념일에 치킨 수프를 먹는 경우가 많습니다.

Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

삼계탕 수출 시, 인도 식품안전기준청으로부터 제품 인증을 받아야 합니다. 이외에도 필수는 아니나, HACCP, 유기농, 할랄, 글루텐프리, GMO프리 등의 인증을 받는 것이 좋습니다. 최근 인도 내 트렌드를 살펴보면, 이러한 인증들을 보유한 제품일수록 수요가 증가하는 추세입니다.

Q. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

저희는 케야(Keya)와 바첼로(Bachelors)의 치킨 수프를 취급하고 있습니다. 닭고기, 양파, 자체 양념이 들어간 케야(Keya)제품의 가격은 12g에 15루피(251원)³⁶⁾, 48g에 65루피(1,090원)이며, 닭고기와 부추가 첨가된 바첼로(Bachelors) 제품의 가격은 44g에 199루피(3,337원)입니다.

36) 1루피=16.77원(2020.02.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 스펜서스(Spencer's)

37)

스펜서스
(Spencer's)

전문가 소속

스펜서스
(Spencer's)
소매업체

전문가 정보

Mr. Suraj
(Customer Care Representative)



스펜서스(Spencer's)

Customer Care Representative, Mr. Suraj

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스펜서스는 1920년에 설립된 소매업체로, 즉석식품, 과일류, 채소류, 음료류, 육류, 어류 등의 식료품 외에도 의류, 가정용품, 전자제품 등을 취급하고 있습니다. 인도 내 35개의 도시에서 약 125개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 오프라인 판매와 온라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 인도 내 치킨 수프의 주 소비자층이 누구인가요?

치킨 수프는 고소득층의 소비자들이 주로 구매하며, 제품 대부분이 액체 형태로 되어 있어 고소득층의 부모들 사이에서 특히 인기가 좋습니다. 하지만 저소득층의 소비자들 사이에서는 수요가 적은 편이며, 해당 계층 사람들 대부분은 치킨 수프에 대해 알지 못합니다. 따라서 한국의 삼계탕이 인도 시장에 진출한다면, 치킨 수프와 유사하게 특정 소비자층에서만 수요가 있을 것으로 예상됩니다.

Q. 현지인들이 선호하는 치킨 수프 맛은 무엇인가요?

개인마다 취향은 상이하나, 현재 취급 중인 치킨 수프 대부분이 짭짤한 편입니다. 그리고 그 중에서는 매운맛 제품의 인기가 높은 편입니다. 인도 사람들은 자신의 취향에 맞는 약초, 향신료, 조미료 등을 치킨 수프에 첨가해 먹는 것을 선호합니다. 마늘과 생강을 첨가하는 사람도 있으며, 건강을 위해 옥수수를 넣어 먹는 사람도 있습니다.

Q. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

치킨 수프로는 크노르(Knorr)와 케야 제품을 취급하고 있습니다. 크노르(Knorr) 제품은 42g에 55루피(922원)이며, 케야 제품은 한 포당 11g으로, 6포에 60루피(1,006원)로 판매하고 있습니다. 취급 중인 제품은 모두 액체형태로 되어 있어, 소비자들 사이에서 먹기 편하다는 평이 있습니다.

37) 사진자료: 스펜서스(Spencer's) 홈페이지 (www.spencers.in)

Interview ④ 궁더팰리스(Gung The Palace)

38)

궁더팰리스
(Gung The Palace)

전문가 소속

궁더팰리스
(Gung The Palace)
음식점

전문가 정보

Mr. Lee
(Owner)

Gung The Palace



궁더팰리스(Gung The Palace) Owner, Mr. Lee

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 뉴델리에 위치한 한식당으로, 삼계탕, 닭갈비, 삼겹살, 국수, 떡볶이, 잡채 등 다양한 한식을 판매하고 있습니다. 주 소비자층은 인도 내 거주하는 한국인이며, 이외에도 현지인과 다양한 국적의 사람들이 저희 매장에 방문합니다.

Q. 인도 내 삼계탕의 주 고객은 어떻게 되나요?

삼계탕 판매의 70%가 한국인에 의해 이루어지고 있습니다. 현지인들 사이에서 삼계탕의 인지도는 낮으며, 호불호가 심하게 나뉘는 편입니다. 몇몇 현지인들은 삼계탕에 들어있는 약초와 인삼의 향을 선호하지만, 이러한 향에 익숙하지 않은 사람들도 많기 때문입니다.

Q. 취급 중인 삼계탕의 특징은 무엇인가요?

당사는 1인분에 닭 한 마리를 통째로 제공하고 있으며, 주로 600g-800g의 30일-40일 된 영계를 사용하고 있습니다. 이보다 큰 닭일 경우, 껍질이 너무 익거나 속이 익지 않기 때문입니다. 삼계탕은 여름철에 수요가 많은 편이며, 현지인들은 삼계탕을 영양가가 풍부하고 육질이 부드러운 음식으로 인식합니다.

Q. 취급 제품의 용량, 가격은 어떻게 되나요?

1인분의 삼계탕에는 닭 한 마리가 들어가며, 총 용량은 1kg입니다. 저희는 닭, 생강, 마늘, 인삼, 각종 향신료 및 약초를 넣고 끓여 1인분에 900루피(15,093원)로 판매하고 있습니다. 한국인들은 해당 가격이 적당하다고 생각하지만, 현지인들은 다소 비싸다고 생각합니다.

38) 사진자료: 궁더팰리스(Gung The Palace) 조마토 홈페이지 (www.zomato.com/ncr/gung-the-palace-green-park-new-delhi)

Interview ⑤ 모던바자르(Modern Bazaar)

39)

●
모던바자르
(Modern Bazaar)

전문가 소속

모던바자르
(Modern Bazaar)
소매업체

전문가 정보

Mr. Shivam
(Administrative In charge)



모던바자르(Moden Bazaar)

Administrative In charge, Mr. Shivam

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1971년에 설립된 식품 전문 소매업체입니다. 취급 품목으로는 간편 식품, 음료류, 스낵류, 냉동식품, 육류 등이 있으며, 현지에서 생산된 제품 외에도 직접 수입한 제품을 판매하고 있습니다. 인도 델리 지역 내 10개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 자사 홈페이지를 통한 온라인 판매도 진행하고 있습니다.

Q. 인도 내 치킨 수프의 수요 및 인식은 어떻게 되나요?

인도에는 삼계탕이 없으나, 유사제품으로 치킨 수프가 있습니다. 다양한 연령대의 사람들이 치킨 수프를 구매하며, 고소득층에게서 수요가 많은 편입니다. 해당 계층의 현지인들은 치킨 수프가 소화 장애 개선, 면역력 강화, 관절 강화 등의 다양한 효능을 갖춘 음식이라고 생각합니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 치킨 수프는 무엇인가요?

현지인들은 짭짤하면서도 식감이 부드러운 치킨 수프를 선호합니다. 이외에도 인도 사람들은 매운맛을 선호해, 치킨 수프에 칠리소스와 같은 양념과 향신료를 넣어 먹습니다. 따라서 제조업체에서는 소비자들이 각자의 취향에 맞게 치킨 수프를 제조해 먹을 수 있도록, 제품에 많은 간을 하지 않습니다.

Q. 인도 내 삼계탕 수출 시, 추천하는 판매처가 있나요?

첸나이 지역 내 마트에서 판매할 것을 추천합니다. 첸나이에는 많은 한국인들이 거주하고 있으며, 한국 식료품을 판매하는 현지 마트와 한인 마트가 많습니다. 삼계탕은 현지인들에게 다소 생소하지만, 한국인들 사이에서는 인지도가 높을 것으로 예상되기 때문에 첸나이 지역 내 마트를 통해서 판매한다면 제품의 수요가 많을 것 같습니다.

39) 사진자료: 모던바자르(Moder Bazaar) 홈페이지 (www.modernbazaar.co.in)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Manual for Food Imports」, 인도 식품안전기준청(FSSAI), 2019.06.
2. 「Future group to take Nilgiris supermarket store count to 1,000」, The Economic Times, 2016.08.21.
3. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 미국 농무부(USDA), 2019.03.05.
4. 「Food Safety and Standards (Food Products Standards and Food Additives) Regulations, 2011」, 인도 식품안전기준청(FSSAI), 2019.03.29.
5. 「City Competitiveness Report」, Institute for Competitiveness, India, 2018.01.05.
6. 「Global Vegetarian Index」, Tripzilla, 2017.11.13.
7. 「क्या भारतीय समाज वास्तव में शाकाहारी है?」, Thewirehindi, 2018.03.18.
8. 「The culinary tale of sushi」, Indiatimes, 2019.06.14.
9. 「Annual report 2018-2019」, Spencer's, 2019.06.25.
10. 「Future Retail Annual Report 2017-2018」, Future Retail, 2018.
11. 「Ready Meals in India, Country Report」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12.
12. 「삼계탕 수출연구사업단 기획지원」, 농림축산식품부, 2017.09.12.
13. 「재외동포현황 2019」, 외교부, 2019.
14. World Population Prospects, UN 인구조사국(UN Population Division), 2019.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
2. 인터네셔널 트레이드 센터(International Trade Center) 홈페이지 (trademap.org)
3. 포브스인디아(Forbesindia) 홈페이지 (forbesindia.com)
4. 인도 식품안전기준청(FSSAI) 홈페이지 (fssai.gov.in)
5. 네이처스바스켓(Nature's Basket) 홈페이지 (naturesbasket.co.in)
6. 비즈니스라인(Businessline) 홈페이지 (thehindubusinessline.com)
7. 더이코노미타임스(The Economic Times) 홈페이지 (economictimes.indiatimes.com)
8. 스펜서스(Spencer's) 홈페이지 (spencers.in)
9. 퓨처리테일(Future Retail) 홈페이지 (futereretail.in)
10. 빅바자(Big Bazaar) 홈페이지 (bigbazaar.com)
11. 비즈니스투데이(Businesstoday) 홈페이지 (businesstoday.in)
12. 테크포인트(Techpoint) 홈페이지 (techpoint.africa)
13. Inc42미디어(Inc42 Media) 홈페이지 (inc42.com)
14. 유바이(Ubuy) 홈페이지 (ubuy.co.in)
15. 아마존 인도(Amazon India Limited) 홈페이지 (amazon.in)
16. 샵클루스(Shopclues) 홈페이지 (shopclues.com)
17. 이치바(Ichiba) 페이스북 홈페이지 (facebook.com/ichibaindia/?ref=page_internal)
18. 외교부(www.mofa.go.kr)
19. KATI(www.kati.net)
20. UN(www.un.org)
21. 유로모니터 (portal.euromonitor.com)
22. 유럽연합 집행위원회(EC)(ec.europa.eu)
23. EU법령정보포털(EUR-LEX)(eur-lex.europa.eu)
24. 한국 관세청(www.customs.go.kr)
25. 프랑스 경제부(Economie Gouv)(www.economie.gouv.fr)
26. KATI농식품수출정보(KATI)(www.kati.net)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.02.14.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

