



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202008-17

품목 | 닭가슴살(Chicken Breast)

국가 | 인도(India)

구분 | 소비자분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 조사개요(Outline)	
1. 조사 설계 및 응답자 특성	8
III. 설문결과(Survey Result)	
1. 육류 구매 행태	10
2. 닭가슴살 구매 행태	14
3. 제품 평가	16
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
1. 호이퓨어(Hoipure)	21
2. 잼프레쉬(ZappFresh)	23
3. 미티고(Meatigo)	25
V. 진출제언(Export Insights)	28
※ 참고 문헌	29

I . 요약(Summary)

요약

(Summary)

▶ 설문 대상 소비자 정보

소비자 유형	성별	연령	결혼 여부	월평균 소득	육류 섭취 여부
인도에 거주하는 30~40대 소비자	남성/여성 (51.4%/48.6%)	30대/40대 (51.4%/48.6%)	미혼/기혼 (5.7%/94.3%)	550~750 INR (28.6%)	섭취한다 (100.0%)

▶ 육류 섭취 행태

전문가 인터뷰

구분	1st	2nd	3rd	4th	5th	
주식 선호도	채소 (77.1%)	육류 (68.6%)	과일 (58.6%)	밥류 (54.3%)	해산물 (42.9%)	
선호 육류	닭 (97.1%)	양 (50.0%)	돼지 (24.3%)	버팔로 (15.7%)	-	- 인도 내 닭가슴살 수요 비교적 높은 편
육류 섭취 빈도	주 1~2회 (50.0%)	주 3회 이상 (22.9%)	매일 (17.1%)	이주에 한 번 (5.7%)	한달에 한 번 (4.3%)	- 육류 구매 시, 위생과 품질을 최우선으로 고려
구매 경로	로컬 슈퍼마켓 (60.0%)	전통 시장 (60.0%)	정육점 (47.1%)	하이퍼마켓 (37.1%)	-	
구매 고려 요소	품질 등급 (77.1%)	가격 (55.7%)	부위 (54.3%)	브랜드 (48.6%)	포장형태 (42.9%)	

▶ 닭가슴살 섭취 행태

전문가 인터뷰

구분	1st	2nd	3rd	4th	5th	
닭 부위 선호도	닭다리 (84.3%)	닭가슴살 (71.4%)	닭날개 (42.9%)	닭 등, 목 (21.4%)	-	
닭가슴살 섭취 이유	풍부한 단백질 (78.0%)	맛 (74.0%)	식감 (40.0%)	다이어트 (30.0%)	합리적인 가격 (30.0%)	- 건강관리에 관한 관심이 높아지면서 지방이 적고 단백질이 많은 닭가슴살 선호도 증가
닭 형태 선호도	생닭 (67.1%)	가공닭 (51.4%)	냉동닭 (34.3%)	상온보관 닭 (32.9%)	-	
닭 섭취 빈도	주 1~2회 (52.9%)	주 3회 이상 (22.9%)	매일 (15.7%)	이주에 한번 (4.3%)	한달에 한번 (2.9%)	

▶ 제품 평가

전문가 인터뷰

구분	1st	2nd	3rd	4th	5th	
항목별 선호도	맛 (4.27점)	포장형태 (4.18점)	상온보관 (4.11점)	유통기한 (4.10점)	가격 (3.80점)	
소비자 인식	해동할 필요가 없어 섭취가 간편할 것 같다(81.4%)	개별 포장되어있어 섭취가 간편할 것 같다(80.0%)	냉동보관 닭가슴살 보다 맛있을 것 같다(72.9%)	상온보관 제품은 냉동제품보다 신선하지 않을 것 같다(55.7%)	인도에서 상온보관 닭가슴살은 생소하다(54.3%)	- 양념이 되어있거나 편맛이 강한 음식 선호해
소구점 선호도	매우 부드럽고 육즙이 풍부한 닭가슴살(52.9%)	상온에서 6개월 보관 가능(24.3%)	식품첨가제 무첨가(15.7%)	행동할 필요 없어 섭취가 용이(7.1%)	-	- 가격이 비싸고 상온보관이라는 생소한 특징을 고려한다면 프리미엄 제품군으로 포지셔닝하는 것 추천
제품 맛 선호도	카레맛 (38.6%)	길릭맛 (22.9%)	훈제맛 (22.9%)	저염맛 (1.4%)	-	
구매의향	구매할 의향 있다 (95.7%)	구매할 의향 없다 (4.3%)	-	-	-	

(*) 5위 이내 혹은 10% 이상 응답한 결과 값 표기

■ 50%~59%, ■ 60%~69%, ■ 70% 이상

설문결과

(Survey Result)

인도(India)

상온보관 닭가슴살 설문조사 분석 결과



일주일에 적어도 한 번씩 육류 먹는 응답자 '90.0%'
특히 여성과 40대의 매일 먹는다고 답한 응답 비율 높아



성별 및 연령과 관계없이 선호도 비교적 높아
풍부한 단백질, 본연의 맛 등을 선호 이유로 꼽아

① 채소와 육류 가장 즐겨 먹으며 가장 선호하는 육류는 '닭'

연령과 성별과 관계없이 닭의 선호도 가장 높아

② 닭가슴살 선호도 '71.4%'이며 선호 이유는 '풍부한 단백질'

닭고기 부위 중 닭 다리 다음으로 선호도 높아



제품 만족도 평가 중 '맛'이 4.27점으로 가장 높아
응답자의 90.0%가 양념이 안된 닭보다 양념이 강한 닭 선호해



선호하는 소구점은 '부드러운 식감과 풍부한 육즙'
반면, 상온보관이 가능하다는 점은 비교적 낮은 응답 비율에 그쳐

③ 짜고 양념이 강한 맛 선호하며
'카레맛', '갈릭맛'의 선호도 가장 높아
반면, 소금 함량이 낮은 저염맛의 선호도는 매우 낮아

③ 구매 의향 '95.7%'로 매우 높아
제품의 시장성 비교적 높을 것으로 예상
성별 및 연령과 관계없이 구매 의향 모두 높아

바이어인터뷰

(Buyer Interview)

Customer and Distribution

hoipure

- 인터뷰 기업 : 호이퓨어
(Hoipure)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Vishrut Kaushik
(Business Development
Manager)

인도 내 닭고기의 선호도 및 섭취 빈도 높은 편

닭고기는 인도에서 가장 자주 먹는 육류 중 하나로 수요가 매우 높습니다. 특히 최근 건강관리와 균형 잡힌 식단에 관한 관심이 높아지면서 다른 부위에 비해 단백질 함량이 높은 닭가슴살의 판매량이 증가하고 있습니다. 또한, 닭가슴살은 다양한 인도 요리에 활용하기 좋아 구매 빈도가 높은 편입니다.

상온 보관 닭가슴살 매우 생소해 수요 예상하는 데 어려움 있어

상온 보관 닭가슴살 제품은 인도에서 매우 생소합니다. 따라서 제품의 인지도가 높지 않아 수요를 예상하는 데 무리가 있습니다. 인도 소비자들은 음식을 따뜻하게 먹는 것을 선호하기 때문에 냉동 닭가슴살을 구매해 직접 조리해 먹거나 식당에서 닭가슴살 요리를 주문하는 것이 가장 보편적입니다.

Preference and Price

ZappfreshTM.com

- 인터뷰 기업 : 잭프레쉬
(ZappFresh)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Asim Kumar
(Operation Manager)

A사 제품, 인도 시장 내 가격 비교적 높은 편

A사 제품은 수입 제품이기 때문에 어쩔 수 없이 가격대가 평균보다 높게 책정될 수밖에 없는 점은 이해하지만, 높은 가격으로 인해 소비자층이 한정되는 것은 감안해야 합니다.

위생, 신선함, 육즙 등의 품질 신뢰도 제고가 우선

성공적인 진출을 위해서는 품질 신뢰도를 쌓는 것이 핵심이라고 생각합니다. 인도 소비자들은 위생, 신선함, 육즙 등 품질을 최우선으로 고려합니다. 다만 A사 제품의 특징은 인도 소비자들에게는 다소 생소할 수 있으므로 온라인몰이나 오프라인 매장에서 시식 행사를 진행하는 것을 추천합니다.

Demand and Marketing

EAT BETTER MEAT.
MEATIGO

- 인터뷰 기업 : 미티고
(Meatigo)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Saumya Mishra
(Customer Relationships
Manager)

양념이 강한 맛 선호해 카레맛과 갈릭맛의 수요 높을 것으로 예상

대부분의 인도 소비자들은 양념의 맛이 강한 맛을 선호합니다. 따라서 어느 정도 짭맛이 가미된 카레맛과 갈릭맛의 수요가 가장 높고 저염 맛의 수요가 가장 낮을 것으로 예상합니다.

오프라인 매장과 온라인 플랫폼을 모두 활용하여 유통하는 것 추천

오프라인 매장과 온라인 플랫폼을 모두 활용하여 유통하는 것을 추천합니다. 특히 온라인 플랫폼의 경우 취급하는 제품의 종류와 가격대가 넓다는 것이 특징입니다. 따라서 가격이 비싼 편인 A사 제품을 프리미엄 제품 카테고리화 포지셔닝하는 것이 판매량 제고에 효과적일 것으로 예상합니다.

Contents

II. 조사개요(Outline)

1. 조사 설계 및 응답자 특성

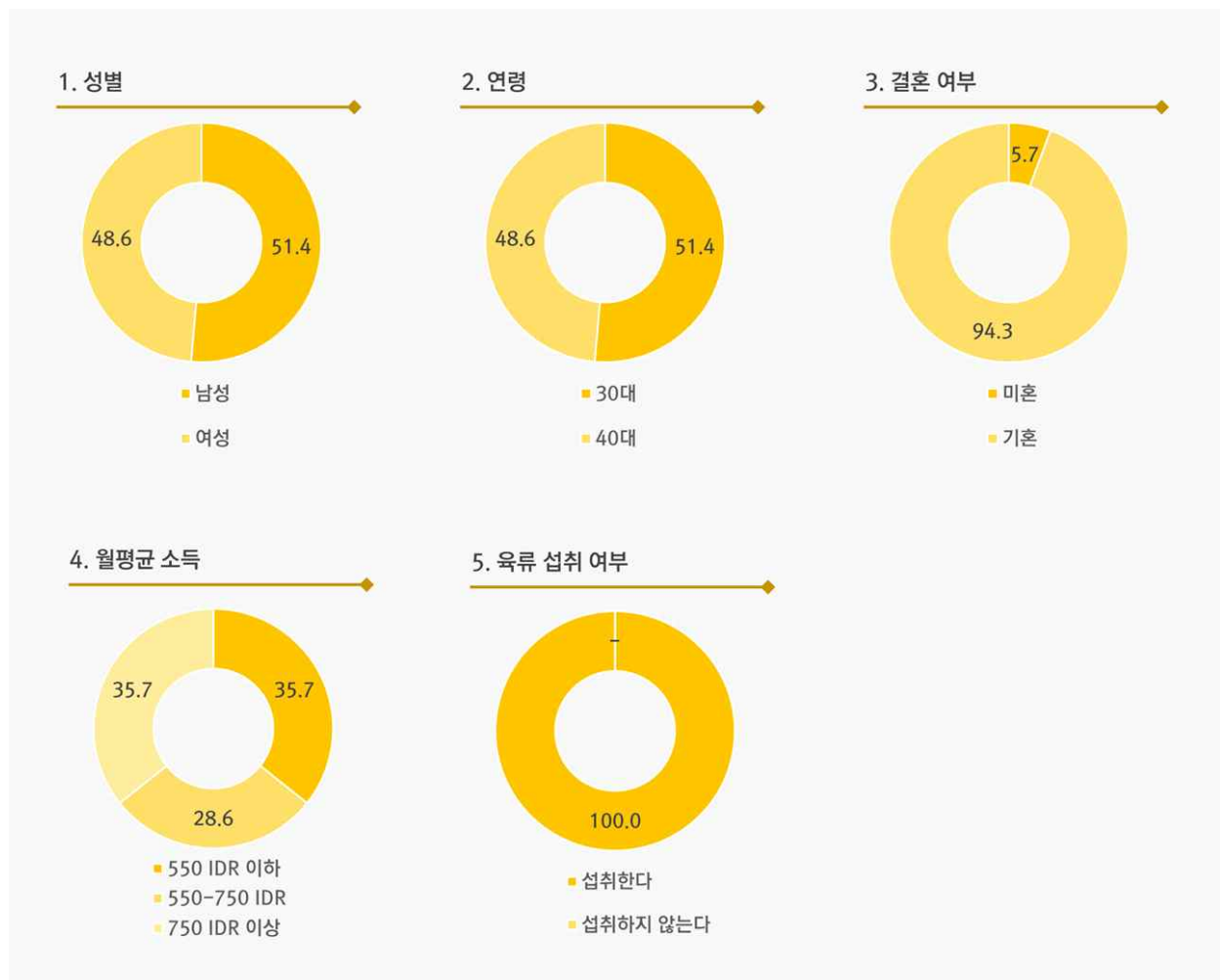
1. 조사 설계 및 응답자 특성

1) 조사 설계

조사 방법	온라인 조사(Online Survey)				
조사 지역	인도				
조사 대상	성별: 남성, 여성 연령: 30-49세				
표본 구성	총 70명 단위: 명				
		30-34세	35-39세	40-44세	40-49세
	남성	8	11	9	8
	여성	9	8	8	9
	계	17	19	17	17
조사 기간	2020.12.10.~2020.12.21				

2) 응답자 특성

단위: %

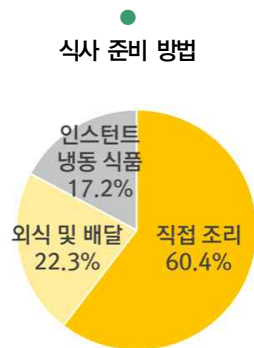


Contents

Ⅲ. 설문결과(Survey Result)

1. 육류 구매 행태
2. 닭가슴살 구매 행태
3. 제품 평가

1. 육류 구매 행태



[Base: 전체, N=70, 단위: %]

▶ 인도 소비자, '직접 조리'한다고 답한 비중 과반 차지

제품에 대한 설문에서 앞서 인도 소비자들의 식사 방법에 대해 파악하고자 함. 먼저, 식사 준비 방법을 설문한 결과 '직접 조리'한다고 답한 응답 비율이 60.4%로 과반을 차지한 것으로 보아 가정에서 요리하는 비중이 높은 것으로 판단됨

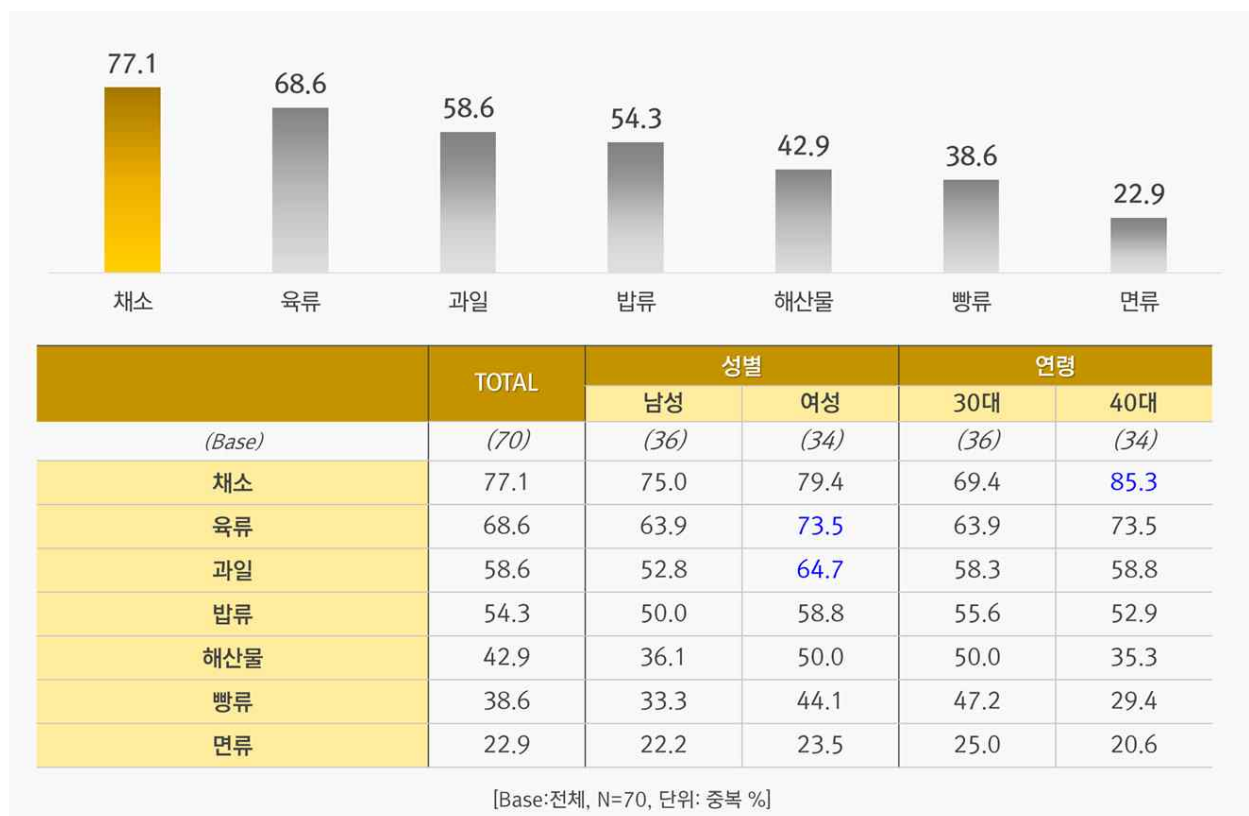
▶ 주로 섭취하는 식사 종류로 '채소'와 '육류'의 응답 비율 가장 높아

다음으로 선호하는 주식을 설문한 결과, '채소'의 응답 비율이 77.1%로 가장 높았으며 '육류'가 65.6%로 큰 차이 없이 뒤를 이음. 이를 통해 인도 소비자들은 육류와 채소류를 비교적 고르게 섭취하고 있는 것으로 판단됨

▶ '여성'과 '40대'의 육류 응답 비율 비교적 높은 편

성별에 따라 비교해본 결과, 모든 항목에 대하여 여성의 응답 비율이 남성보다 높음. 이를 통해 여성이 남성보다 다양한 종류의 식사를 하는 것으로 해석해볼 수 있음. 한편, 여성과 40대의 '육류' 응답 비율이 각각 남성과 30대의 응답 비율보다 높은 점은 주목할 만함

[표 1] 주로 섭취하는 식사 종류



1. 육류 구매 행태

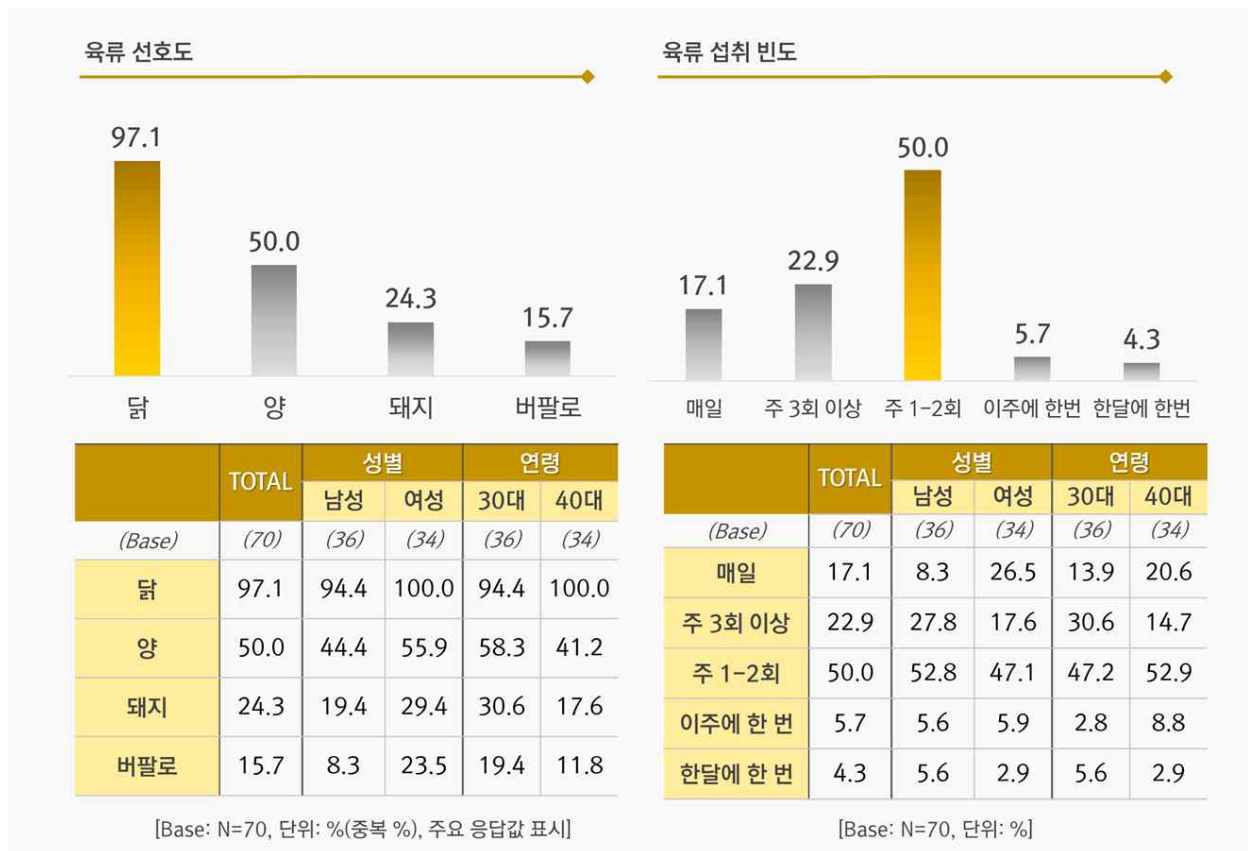
▶ 인도 내, 가장 선호하는 육류는 ‘닭고기’

선호하는 육류를 설문한 결과, 닭의 응답 비율이 97.1%로 가장 높음. 이를 통해 대부분의 소비자가 닭고기를 선호하고 있으며 관련 제품의 시장성 또한 비교적 긍정적일 것으로 예상됨. 닭고기 다음으로는 양, 돼지, 버팔로 순으로 선호도가 높음. 한편, 성별과 연령에 따른 차이는 비교적 크지 않음

▶ 인도 소비자, 육류 섭취 빈도 비교적 높은 편인 것으로 나타나

다음으로 육류 섭취 빈도를 설문한 결과, 적어도 일주일에 1번은 육류를 섭취하는 비율이 90.0%를 차지했으며 주 3회 이상 섭취하는 비율은 30.0%를 차지함. 이를 통해 인도 내 육류 섭취 빈도는 비교적 높은 편이라고 판단됨. 한편, 여성과 40대의 매일 먹는다고 답한 비율이 전체 응답 비율보다 높음. 이는 앞서 주로 섭취하는 식사 종류를 묻는 설문에서 여성과 40대의 육류 응답 비율이 비교적 높았던 점과 상통함

[표 2] 육류 선호도 및 섭취 빈도



1. 육류 구매 행태

▶ 주된 구매 경로는 ‘로컬 슈퍼마켓’과 ‘전통 시장’

육류를 주로 구매하는 경로를 설문한 결과, ‘로컬 슈퍼마켓’과 ‘전통 시장’의 응답 비율이 각각 60.0%로 가장 높음. 정육점과 하이퍼마켓이 47.1%와 37.1%를 기록하며 뒤를 이음. 한편, 온라인몰을 통해 구매한다고 답한 응답 비율은 0.0%인 것을 미루어보아 인도 소비자들의 대부분이 온라인몰보다는 오프라인 매장을 통해 육류를 구매한다고 유추해볼 수 있음

▶ 성별, 연령, 육류 구매 빈도에 따라 구매 경로에 차이 있어

성별과 연령에 따라 육류를 주로 구매하는 경로에 차이가 있는 것으로 나타남. 남성과 30대는 ‘전통 시장’의 응답 비율이 가장 높음. 반면, 여성과 40대는 ‘로컬 슈퍼마켓’의 응답 비율이 가장 높음. 한편, 육류 섭취 빈도가 높을수록 로컬 슈퍼마켓과 전통 시장의 응답 비율이 높아지는 경향을 보임. 앞서 여성과 40대의 닭 선호도와 육류 섭취 빈도가 높은 점을 고려한다면 로컬 슈퍼마켓을 통한 제품 유통이 매우 효과적일 것으로 판단됨

[표 3] 육류 구매 경로



1. 육류 구매 행태

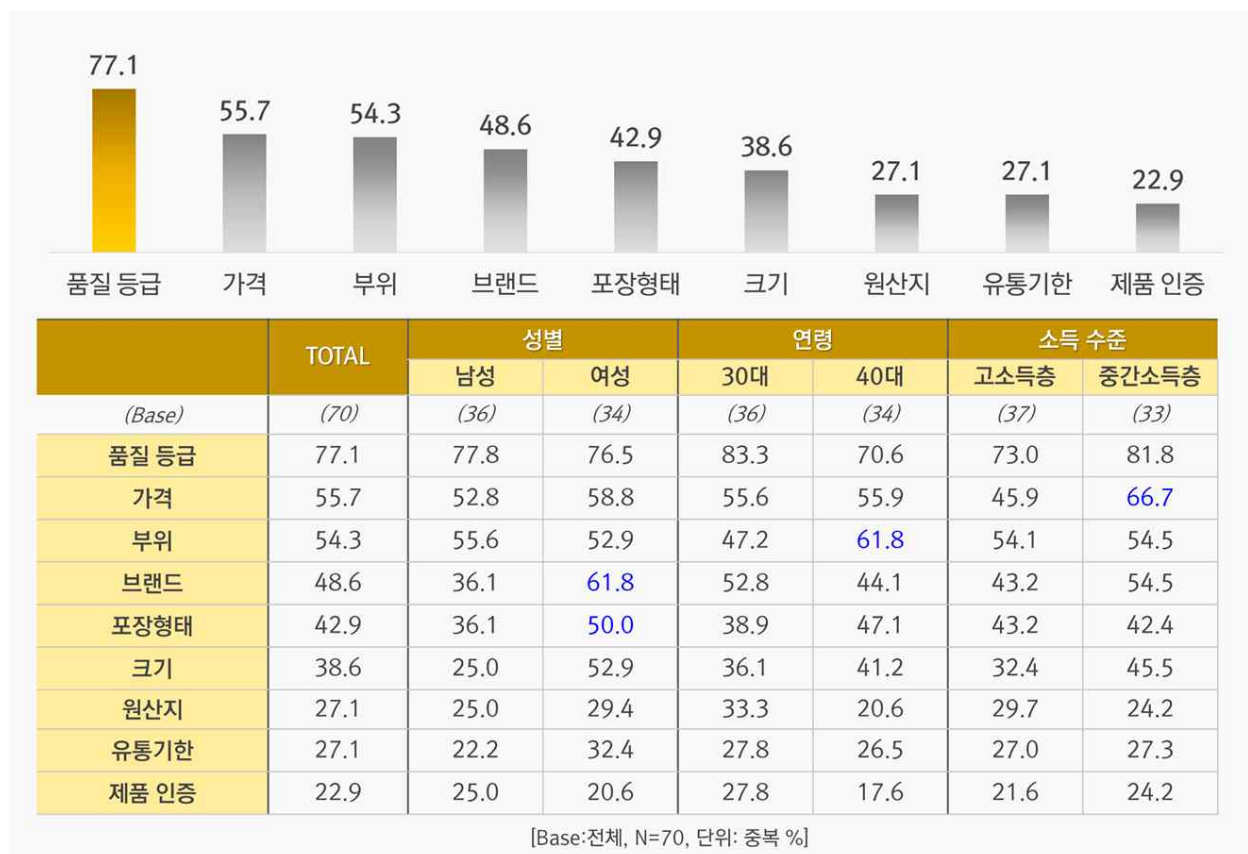
▶ 육류 구매 시 가장 고려하는 요소는 ‘품질 등급’

육류 구매 시, 고려하는 요소를 설문한 결과 ‘품질 등급’의 응답 비율이 77.1%로 월등히 높음. 성별, 연령, 소득 수준과 관계없이 모든 응답자 특성에서 ‘품질 등급’이 1위를 기록함. 다음으로 가격이 55.7%, 부위가 54.3%로 과반의 응답 비율을 차지함. 이를 통해 제품의 품질 신뢰도와 가격경쟁력을 확보하는 것이 판매량 증대에 가장 중요한 요소일 것으로 판단됨

▶응답자 특성에 따라 구매 결정요소에 차이 있어

응답자 특성에 따라 중요하게 생각하는 구매 결정요소에 차이가 있는 것으로 나타남. 성별에 따라 비교해본 결과, 응답 비율이 가장 높은 ‘품질 등급’을 제외하고 남성은 ‘부위’의 응답 비율이 가장 높은 반면 여성은 ‘브랜드’의 응답 비율이 가장 높음. 연령에 따라 살펴보면 두 번째로 응답 비율이 높은 항목이 남성은 ‘가격’인 반면 여성은 ‘부위’임

[표 4] 육류 구매 결정 요소



2. 닭가슴살 구매 행태

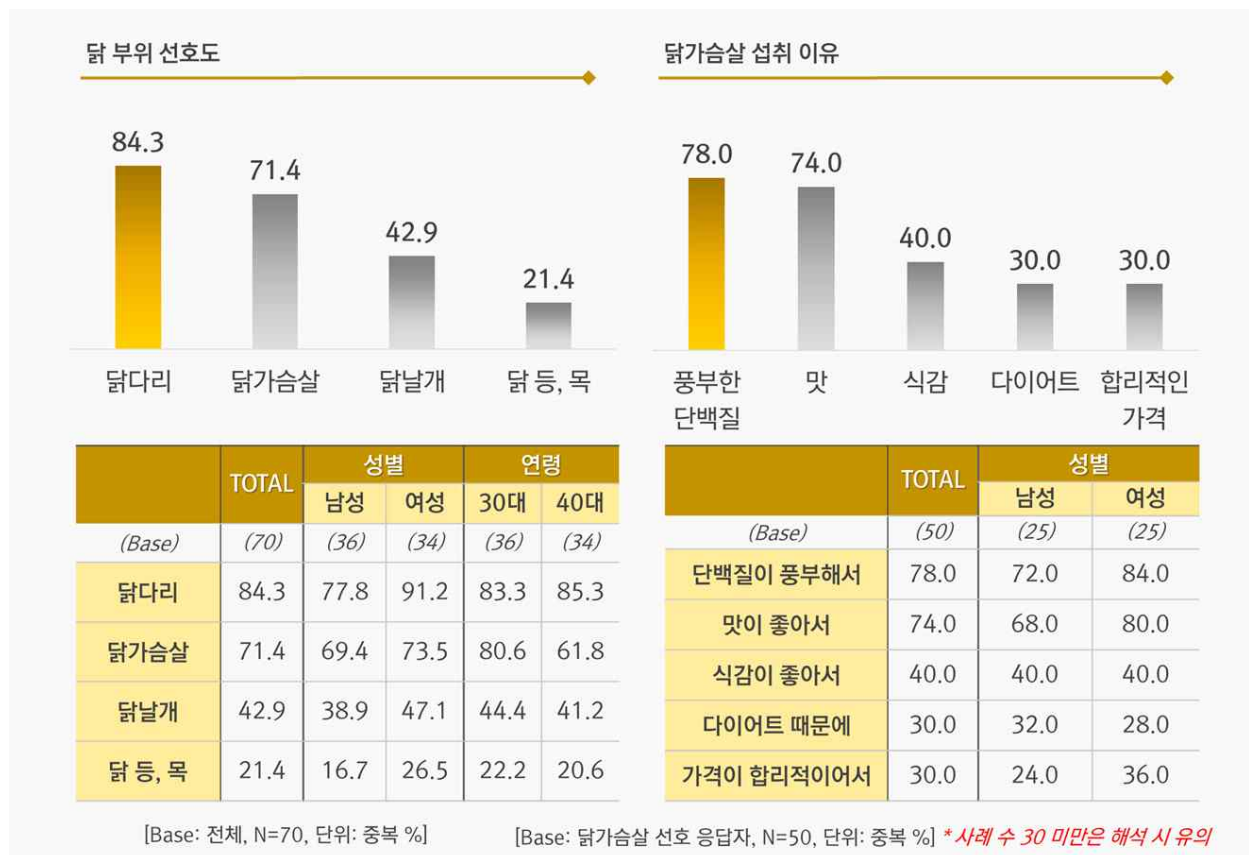
▶ 인도 내, 선호하는 닭 부위로 ‘닭가슴살’ 응답 비율 과반 차지

선호하는 닭의 부위를 설문한 결과, 닭 다리의 응답 비율이 84.3%로 가장 높음. 뒤이어 닭가슴살이 71.4%로 비교적 높은 응답 비율을 기록함. 인도 소비자들의 닭가슴살 선호도가 높은 것을 통해 A사 제품의 시장성 또한 비교적 긍정적일 것으로 판단됨. 응답자 특성에 따른 차이는 크지 않으나 30대의 닭가슴살 선호도가 80.6%로 전체 응답 비율보다 높은 점은 주목할 만함

▶ 닭가슴살 섭취 이유는 ‘풍부한 단백질’과 ‘맛’

앞선 문항에서 닭가슴살을 선호한다고 답한 응답자를 대상으로 닭가슴살 섭취 이유에 대해 설문함. 그 결과 ‘단백질이 풍부해서’가 78.0%로 가장 높았으며 ‘맛’이 74.0%로 뒤를 이음. 성별에 따라 살펴본 결과 ‘다이어트 때문에’를 제외한 모든 항목에 대해 여성의 응답 비율이 남성과 같거나 높음. 이를 통해 여성이 남성보다 다양한 목적으로 닭가슴살을 섭취하고 있다고 유추해 볼 수 있음

[표 5] 닭 부위 선호도 및 닭가슴살 섭취 이유



2. 닭가슴살 구매 행태



[Base: 전체, N=70, 단위: %]

▶ 인도 소비자, 가장 선호하는 닭의 형태는 ‘생닭’

어떤 형태의 닭을 선호하는지 설문한 결과 생닭을 선호한다고 답한 응답 비율이 67.1%로 가장 높음. 뒤이어 소시지, 패티 등의 형태인 ‘가공 닭’이 51.4%로 과반의 응답 비율을 차지함. 한편, A사 제품군인 상온 보관 닭은 32.9%로 비교적 낮은 응답 비율을 기록함

▶ 인도 소비자, 양념 된 닭고기 선호하는 것으로 나타나

다음으로 양념 여부의 선호도를 설문한 결과, 양념 된 닭을 선호한다고 답한 응답 비율이 90.0%로 매우 높음. A사 제품 또한 양념하여 가공했다는 점을 고려했을 때 제품 맛의 평가가 비교적 긍정적일 것으로 유추해볼 수 있음

▶ 인도 내, 닭의 섭취 비율 비교적 높은 편

닭을 얼마나 자주 먹는지 설문한 결과, 적어도 일주일에 1번 먹는 응답자의 비중이 92.8%로 나타남. 특히 여성의 ‘매일’ 먹는다고 답한 응답 비율이 26.5%로 두 번째로 높으며 전체 응답 비율보다도 높은 점은 주목할 만함

[표 6] 닭 형태 선호도 및 섭취 빈도



3. 제품 평가

닭가슴살 제품 이미지



▶ 제품의 항목별 만족도, 평균 4.01점으로 높아

제품의 이미지 및 특징을 설명한 후, 항목별 만족도를 설문함. 그 결과 5점 만점 중 4.01점의 평균 만족도를 획득함. 이를 통해 인도 소비자들의 제품 평가는 비교적 긍정적인 것으로 판단됨. 가장 높은 만족도를 차지한 항목은 맛으로 앞서 양념 된 닭을 선호한다고 답한 비율이 매우 높았던 점과 상통함. 따라서 A사 제품의 맛이 다양한 점을 셀링포인트로 설정하여 홍보하는 것이 브랜드 인지도 제고에 효과적일 것으로 판단됨

▶ 여성과 30대의 평균 만족도 4점 이상으로 높아

성별과 연령에 따라 비교해본 결과, 모든 항목에 대하여 여성과 30대의 만족도 점수가 각각 남성과 40대보다 높음. 여성의 경우 모든 항목의 점수가 4점 이상이며 다른 응답자 특성과 달리 포장 형태와 상온 보관의 점수가 가장 높음. 이를 통해 여성과 30대의 제품 만족도가 비교적 높은 편이며 따라서 제품의 구매 의향도 높을 것으로 유추해 볼 수 있음

[표 7] 제품 항목별 만족도



	TOTAL	성별		연령	
		남성	여성	30대	40대
(Base)	(70)	(36)	(34)	(36)	(34)
총점	4.09	3.93	4.25	4.12	4.06
맛	4.27	4.25	4.29	4.27	4.26
포장형태	4.18	4.02	4.35	4.22	4.14
상온보관	4.11	3.88	4.35	4.11	4.11
유통기한	4.10	3.94	4.26	4.19	4.0
가격	3.80	3.60	4.00	3.83	3.79

[Base: 전체, N=70, 단위: 점]

3. 제품 평가

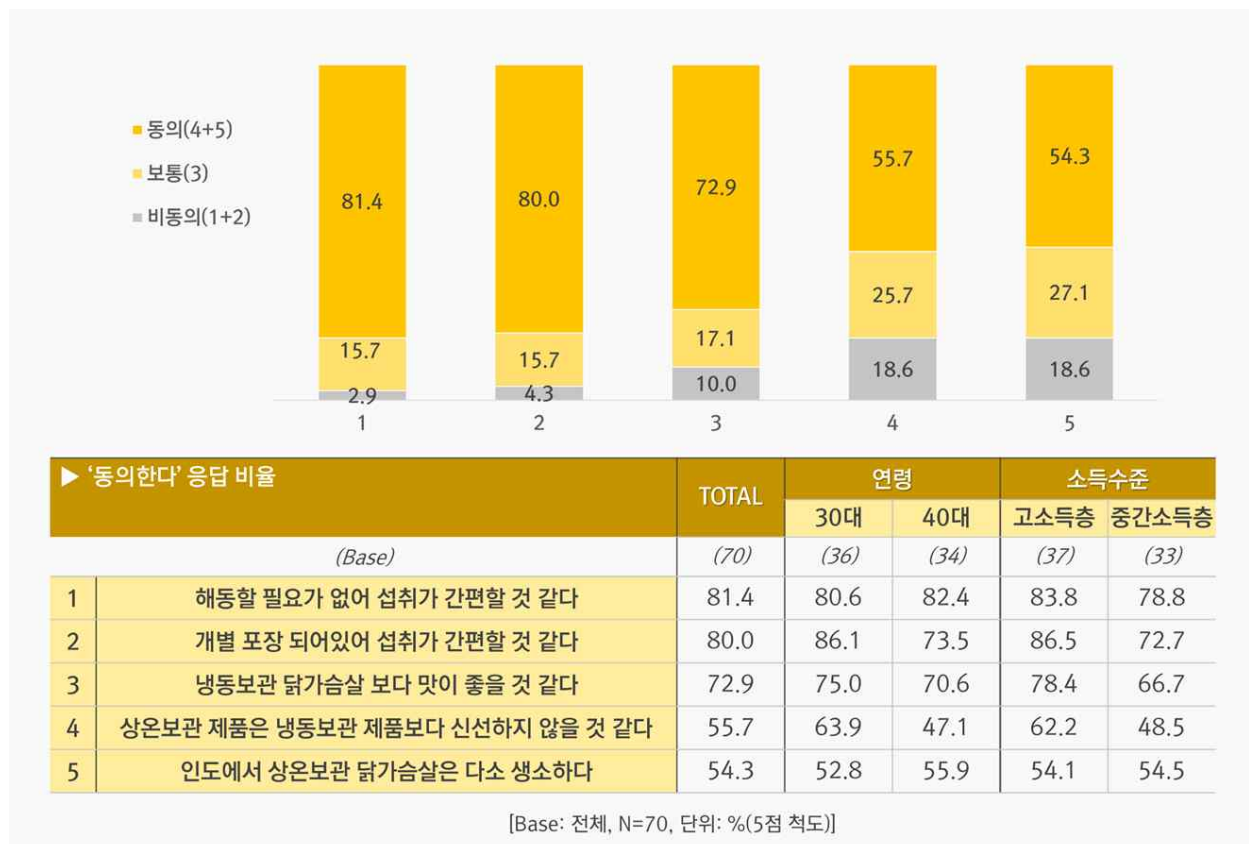
▶ 인도 내, 상온 보관 닭가슴살의 이미지 비교적 긍정적인 것으로 보여

제품의 구매 의향을 설문하기에 앞서 상온 보관 닭가슴살에 대한 전반적인 소비자 인식을 확인하고자 함. 그 결과, ‘해동할 필요가 없어 섭취가 간편할 것 같다’의 동의율이 81.4%로 가장 높았으며 ‘개별 포장되어있어 섭취가 간편할 것 같다’의 동의율이 80.0%로 그 뒤를 이음. 앞서 제품의 항목별 만족도에서 상온 보관과 포장 상태의 만족도가 각각 4점 이상의 점수를 받았던 점과 상통하는 결과임. 이를 통해 섭취의 간편성을 강조한 홍보가 효과적일 것으로 판단됨

▶ 응답자 특성에 따른 인식 차이는 비교적 크지 않은 것으로 나타나

응답자 특성별로 살펴본 결과 연령과 소득 수준에 따른 차이는 크지 않은 것으로 나타남. 다만, ‘상온 보관 제품은 냉동보관 제품보다 신선하지 않을 것 같다’의 동의율이 55.7%로 과반을 차지한 것으로 미루어보아 제품의 신선도 부분에서의 신뢰도를 높이기 위한 인식개선 및 홍보 방안이 필요할 것으로 판단됨

[표 8] 상온보관 닭가슴살 소비자 인식



3. 제품 평가

▶ ‘부드럽고 육즙이 풍부한 닭가슴살’, 소구점 중 선호도 가장 높아

제품의 소구점 중 가장 선호하는 것이 무엇인지 설문함. 그 결과, ‘매우 부드럽고 육즙이 풍부한 닭가슴살 제품이다’의 응답 비율이 52.9%로 과반을 차지함. 이를 통해 제품 홍보 시, 닭가슴살의 식감과 육즙을 강조하는 것이 효과적일 것으로 판단됨. 뒤이어 ‘상온에서 6개월 동안 보관이 가능하다’의 응답 비율이 24.3%로 2위를 차지함. 앞서 제품의 항목별 만족도 설문에서 ‘상온보관’과 ‘유통기한’이 각각 4점 이상의 만족도를 기록한 것을 고려한다면, 냉동하지 않아도 비교적 유통기한이 길다는 점이 소비자들에게 셀링포인트로 작용했음을 유추해 볼 수 있음

▶ 응답자 특성에 따른 차이는 비교적 크지 않아

응답자 특성에 따른 차이가 두드러지지는 않으나 성별에 따라 비교해보면, 여성은 ‘매우 부드럽고 육즙이 풍부한 닭가슴살 제품이다’의 응답 비율이 과반을 차지하며 선호 비중이 남성에 비해 높음을 확인할 수 있음. 연령에 따라 살펴보면 30대의 ‘상온에서 6개월 동안 보관이 가능하다’의 선호도가 40대보다 높음

[표 9] 소구점 선호도



3. 제품 평가

주관식 답변 키워드

키워드	빈도
맛	15
건강	12
가격	11
간편함	7
시도	7
상온보관	6
유통기한	5

▶ 가장 선호하는 제품의 맛은 ‘카레맛’과 ‘갈릭맛’

제품의 4가지 맛 중 가장 선호하는 맛이 무엇인지 설문함. 그 결과 ‘카레맛’과 ‘갈릭맛’이 각각 38.6%와 37.1%로 가장 높은 응답 비율을 차지한 반면 저염맛은 1.4%로 매우 낮음. 앞선 설문에서 양념된 닭의 선호도가 높았던 점과 제품의 항목 중 맛의 만족도가 가장 높았던 점을 고려한다면 인도 소비자들은 양념이 되어있고 짭맛이 비교적 강한 제품을 선호하는 것으로 유추해 볼 수 있음

▶ 응답자 특성에 따라 선호하는 소구점 상이

제품의 구매 의향을 설문한 결과, 95.7%가 제품을 구매할 의향이 있다고 답함. 이를 통해 인도 시장 내 제품의 시장성은 비교적 긍정적인 것으로 전망됨. 구매 의향이 있는 응답자를 대상으로 그 이유에 대한 주관식 설문을 진행함. 그 결과, 맛과 건강이 가장 높은 키워드 빈도를 기록함. 구체적인 답변을 설문한 결과, 양념된 닭가슴살 제품을 시도해보고 싶다는 의견이 많았으며 제품이 건강에 좋을 것 같다는 이미지가 있는 것으로 나타남

[표 10] 제품 맛 선호도 및 구매 의향



IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 호이퓨어(Hoipure)

Interview ② 잭프레쉬(ZappFresh)

Interview ③ 미티고(Meatigo)

Interview ① 호이퓨어(Hoipure)

호이퓨어
(Hoipure)

전문가 소속

호이퓨어
(Hoipure)
수입유통업체

연락처
+91 11-41198880

전문가 정보

Mr. Vishrut Kaushik
(Business
Development Manager)

hoipure

1)



호이퓨어(Hoipure)
Business Development Manager,
Mr. Vishrut Kaushik

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

호이퓨어는 인도 전역에 다양한 종류의 식품을 유통하는 업체로 델리, NCR, 방갈로에 평방 300피트 규모의 물류센터를 보유하고 있습니다. 주력으로 판매하고 있는 제품은 가정과 직장에 배송해주는 도시락 제품으로 주요 반찬은 커리, 버터치킨, 난 등 다양한 인도 음식으로 구성되어있습니다. 한편, 온라인몰과 페이스북 공식 계정을 통해 프로모션을 진행하고 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

Q. 인도 내 닭과 닭가슴살의 수요는 어떠한가요?

닭고기는 인도에서 가장 자주 먹는 육류 중 하나로 수요가 매우 높습니다. 특히 최근 건강관리와 균형 잡힌 식단에 관한 관심이 높아지면서 다른 부위에 비해 단백질 함량이 높은 닭가슴살의 판매량이 증가하고 있습니다. 또한, 닭가슴살은 다양한 인도 요리에 활용하기 좋아 구매 빈도가 높은 편입니다. 특히 운동을 하거나 단백질 섭취량에 신경을 쓰는 소비자들은 닭가슴살을 삶아 아침 식사 대용으로 먹기도 합니다.

Q. 상온 보관 닭가슴살이 출시된다면 인도 내 수요는 어느 정도일까요?

상온 보관 닭가슴살 제품은 인도에서 매우 생소합니다. 따라서 제품의 인지도가 높지 않아 수요를 예상하는데 무리가 있습니다. 인도 소비자들은 음식을 따뜻하게 먹는 것을 선호하기 때문에 냉동 닭가슴살을 구매해 직접 조리해 먹거나 식당에서 닭가슴살 요리를 주문하는 것이 가장 보편적입니다. 한편, 만약 A사 제품이 출시된다면 카레맛과 갈릭맛이 인도 소비자들의 입맛에 가장 잘 맞을 것이라 생각합니다.

1) 사진자료 : 호이퓨어(Hoipure) 홈페이지 (hoipure.co)

Q. 경쟁제품과 비교했을 때, A사 제품의 가격은 어떻게 평가하시나요?

당사가 현재 취급하고 있는 닭가슴살 제품은 500g에 210루피²⁾(3,120원)입니다. 이와 비교해본다면 A사 제품의 가격은 다소 비싼 편인 것으로 판단됩니다. 인도에서는 제품 간 가격 경쟁이 매우 심한 편입니다. 가격이 비싸고 품질이 우수한 프리미엄 제품으로 포지셔닝을 한다면 합리적인 가격을 가장 중요시하는 대부분의 소비자들을 잃을 수 있습니다. 따라서 어느 정도 제품의 가격을 낮추는 것을 추천합니다.

Q. A사 제품의 경우, 어떤 유통채널을 활용하는 것이 가장 효과적일까요?

A사 제품이 인도에 출시된다면, 온라인몰을 활용하는 것을 추천합니다. 최근 코로나 19로 오프라인 매장에 직접 방문하기보다는 다양한 온라인몰을 활용하여 제품을 배송받는 소비자들이 급증했기 때문입니다. 당사 또한 온라인 매장의 판매량이 최근 몇 달간 꾸준히 상승곡선을 그리고 있습니다. 또한, 온라인 플랫폼을 활용하면 제품을 자주 노출할 수 있으며 품질 신뢰도가 어느 정도 쌓인 후에는 정기적으로 주문 배송하는 단골 고객까지 확보할 수 있습니다.

2) 1루피=14.86원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 잭프레쉬(ZappFresh)

●
잭프레쉬
 (ZappFresh)

전문가 소속

잭프레쉬
 (ZappFresh)
 수입유통업체

연락처
 +91 9015622366

전문가 정보

Mr. Asim Kumar
 (Operation Manager)

3)

Zappfresh
 .com



잭프레쉬(ZappFresh) Operation Manager, Mr. Asim Kumar

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

잭프레쉬는 양고기, 닭고기, 생선 등 다양한 어육류 제품을 인도 전역에 유통하는 업체입니다. 항생제와 방부제를 사용하지 않고 고품질의 육류를 생산하는 농장에서 직접 상품을 공급받는 것이 특징입니다. 오프라인 매장은 운영하지 않으며 자체 온라인 플랫폼을 통해 배송 서비스를 제공합니다.

Q. 인도 내 닭가슴살의 판매량은 어떠한가요?

닭가슴살은 인도 소비자들에게 인기가 매우 많은 육류 중 하나입니다. 닭가슴살의 부드러운 식감, 높은 활용도 때문에 판매량은 꾸준히 증가하는 추세입니다. 특히 다른 육류나 부위에 비해 가격이 합리적이기 때문에 구매 빈도가 매우 높은 편입니다. 닭가슴살 요리 시에는 다양한 조리법이 사용되는데 보편적으로는 굽거나 볶아 먹습니다. 최근에는 기름기 없이 건강하게 먹기 위해 닭가슴살을 삶아 먹는 경우도 많아지고 있습니다.

Q. A사 제품의 주요 소비층은 누구일 것이라 예상하시나요?

현재 인도 시장에는 A사와 유사한 제품이 없기 때문에 소비자들에게 매우 신선한 제품으로 인식될 것 같습니다. 인도 내 가장 보편적인 제품은 생닭이나 냉동 닭고기 제품입니다. 인도 소비자들은 닭고기의 신선함을 위해 냉동이나 생닭고기를 구매하여 직접 요리하는 것을 선호합니다. 따라서 냉장 보관이 가능하다는 점이 인도 소비자에게 얼마나 매력적으로 다가갈지는 예상하기 어렵습니다. 한편, 인도 소비자들은 양념되어 있고 짭짤한 것을 선호하기 때문에 갈릭, 훈제, 커리맛이 입맛에 맞을 것이라 생각합니다.

3) 사진자료 : 잭프레쉬(ZappFresh) 홈페이지 (www.zappfresh.com)

Q. 경쟁제품과 비교했을 때, A사 제품의 가격은 적절하다고 생각하시나요?

A사 제품은 수입 제품이기 때문에 어쩔 수 없이 가격대가 평균보다 높게 책정될 수 밖에 없다는 점은 이해합니다. 다만, 가격이 비싸 소비자층이 한정될 수 밖에 없다는 점은 감안해야 합니다. 현재 당사가 취급하고 있는 뼈를 발라낸 닭가슴살 제품의 경우 가격이 219루피⁴⁾(3,254원)로 책정되어 있습니다. 하지만 A사 제품은 해동없이 바로 섭취할 수 있다는 점이 셀링포인트로 작용하여 300루피(4,458원) 정도까지는 소비자들이 수용할 수 있을 것으로 예상합니다.

Q. 성공적인 시장 진출을 위해 조언해주실 점이 있으신가요?

인도 시장으로의 성공적인 진출을 위해서는 품질 신뢰도를 쌓는 것이 핵심이라고 생각합니다. 인도 소비자들은 위생, 신선도, 육즙 등 품질을 최우선으로 고려합니다. 다만 A사 제품의 특징은 인도 소비자들에게는 다소 생소할 수 있으므로 온라인몰이나 오프라인 매장에서 시식 행사를 진행하는 것을 추천합니다. 인지도나 신뢰도는 단기간에 형성할 수 있는 것이 아니기 때문에 꾸준한 홍보 활동은 필수입니다.

4) 1루피=14.86원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 미티고(Meatigo)

●
미티고
(Meatigo)

전문가 소속

미티고
(Meatigo)
수입유통업체

연락처
+91 11-66765252

전문가 정보

Ms. Saumya Mishra
(Customer Relationships
Manager)



미티고(Meatigo)
Customer Relationships Manager,
Ms. Saumya Mishra

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

미티고는 육류 제품을 전문적으로 유통하는 업체로 생고기, 냉동육류, 가공 육류 등 다양한 종류의 제품을 취급하고 있습니다. 배송 시 신선도 유지를 위해 고기마다 개별적으로 진공포장을 하고 있으며 전문 포장 시스템을 보유하고 있습니다. 자체 온라인몰을 통해 다양한 프로모션을 진행하며 배송 서비스를 제공합니다.

Q. 인도 내 가장 인기 있는 닭고기의 부위는 무엇인가요?

우선 인도 소비자들은 대부분이 닭고기를 자주 즐겨 먹습니다. 닭고기 부위 중에서는 닭다리와 닭가슴살의 수요가 가장 높습니다. 닭가슴살은 다양한 인도 요리에 활용되며 소비층도 다양합니다. 특히 건강관리에 신경을 쓰는 소비자들이 늘어나면서 단백질 함량이 높은 닭가슴살을 구매하는 경우가 많아졌습니다.

Q. 어떤 소비자층에게 가장 수요가 높을 것으로 예상하시나요?

닭가슴살은 다른 부위에 비해 지방과 기름의 함량이 적어 건강하다는 인식이 있습니다. 따라서 앞서 말씀드렸듯 평소 식습관을 관리하거나 운동을 하는 소비자들에게 특히 인기가 많을 것으로 예상합니다. 또한, 생이나 냉동제품이 아닌 실온 보관 닭가슴살 제품은 한 번도 본 적이 없는 독특하고 생소한 제품입니다. 따라서 다양한 프로모션을 통해 새로운 식품을 시도하는데 거리낌이 없는 젊은 소비자들의 구매를 유인하는 것이 효과적일 것이라 생각합니다.

5) 사진자료: 미티고(Meatigo) 홈페이지 (meatigo.com)

Q. 네 가지 맛 중 가장 선호도가 높을 것으로 예상하는 맛은 무엇인가요?

저염 맛은 평소 건강관리를 착실히 하거나 근육운동을 하는 소비자에게는 인기가 있을 수 있으나 평균적인 선호도는 낮을 것으로 예상합니다. 대부분의 인도 소비자들은 양념이 강한 음식을 선호하기 때문입니다. 따라서 어느 정도 짭맛이 가미된 카레맛과 갈릭맛의 수요가 높을 것으로 예상합니다.

Q. 어떤 유통채널을 활용하는 것이 가장 효과적일까요?

오프라인 매장과 온라인 플랫폼을 모두 활용하여 유통하는 것을 추천합니다. 특히 온라인 플랫폼의 경우 취급하는 제품의 종류와 가격대가 넓다는 것이 특징입니다. 따라서 가격이 비싼 편인 A사 제품을 프리미엄 제품 카테고리로 포지셔닝하는 것이 판매량 제고에 효과적일 것으로 예상합니다.

V. 진출제언(Export Insights)

진출제언

(Export Insights)

육류 섭취 행태 (Consumer Behavior)

선호하는 주식	육류 (68.6%)
식사 준비 방식	인스턴트, 냉동 식품 (17.2%)

	육류 선호도	육류 섭취 빈도	구매 경로	구매 결정 요소
1	닭 (97.1%)	주 1-2회 (50.0%)	로컬 슈퍼마켓 (60.0%)	품질 등급 (77.1%)
2	양 (50.0%)	주 3회 이상 (22.9%)	전통 시장 (60.0%)	가격 (55.7%)
3	돼지 (24.3%)	매일 (17.1%)	정육점 (47.1%)	부위 (54.3%)
(소비자, 인도 내 닭고기의 선호도 매우 높은 편) 인도 내, 닭은 가장 보편적인 육류 중 하나로 섭취 빈도 또한 높은 편 슈퍼마켓이나 전통 시장을 통해 구매하며 가장 중요한 구매 결정 요소는 품질 등급 (전문가, 다양한 인도 요리에 활용되는 닭고기) 인도 내 다양한 요리에 닭고기 사용되며 구매 빈도 또한 높은 편 건강관리에 관한 관심이 높아지면서 단백질 함량이 높은 닭가슴살의 수요 증가하는 추세				

닭가슴살 섭취 행태 (Consumer Awareness)

닭가슴살 섭취 이유	
1	단백질이 풍부해서 (78.0%)
2	맛이 좋아서 (74.0%)
3	식감이 좋아서 (40.0%)

	닭 부위 선호도	조미 선호도	닭 형태 선호도	닭 섭취 빈도
1	닭다리 (84.3%)	양념한 닭 (90.0%)	생닭 (67.1%)	주 1-2회 (52.9%)
2	닭가슴살 (71.4%)	양념하지 않은 닭 (10.0%)	가공닭 (51.4%)	주 3회 이상 (22.9%)
3	닭날개 (42.9%)	-	냉동닭 (34.3%)	매일 (15.7%)
(소비자, 가장 선호하는 닭의 부위는 닭다리와 닭가슴살) 가장 선호하는 닭의 부위는 닭다리와 닭가슴살인 것으로 확인돼 적어도 일주일에 한 번 닭을 먹는 응답자의 비율 매우 높은 편 (전문가, 냉동이나 가공 닭고기보다는 생닭을 직접 조리하는 소비자 많아) 닭고기의 신선함을 중요시하기 때문에 생닭을 구매해 직접 조리하는 경우 많아 기름기를 최소화하기 위해 삶아 먹거나 양념을 하여 구워 먹는 등 다양한 조리법 사용				

제품 평가 (Product Assessment)

소비자 인식	
1	해동할 필요가 없어 섭취가 간편할 것 같다(81.4%)
2	개별 포장 되어있어 섭취가 간편할 것 같다(80.0%)
3	냉동보관 닭가슴살보다 맛이 좋을 것 같다(72.9%)

	항목별 만족도	맛 선호도	소구점 선호도	구매 의향
1	맛 (4.27점)	카레맛 (38.6%)	매우 부드럽고 육즙이 풍부한 제품이다(52.9%)	구매할 의향 있다 (95.7%)
2	포장형태 (4.18점)	갈릭맛 (37.1%)	상온에서 6개월 동안 보관이 가능하다(24.3%)	구매할 의향 없다 (4.3%)
3	상온보관 (4.11점)	훈제맛 (22.9%)	식품 첨가제를 전혀 첨가하지 않았다(15.7%)	-
(소비자, 구매 의향 92.1%로 매우 높아 제품의 시장성 비교적 긍정적인 것으로 예상) 제품의 구매 의향 매우 높으며, 가장 선호하는 맛은 카레맛과 갈릭맛 항목별 만족도 점수 비교적 높은 편이며 특히 맛의 만족도 높아 (전문가, 시장 진입 초기 시 가격경쟁력 확보하는 것 중요해) 인도 내 상온보관 닭가슴살 매우 생소해 제품 인지도 제고를 위한 투자 필요해보여 시식 행사나 가격 프로모션 등을 통해 구매 장벽 낮추는 것 추천				

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 호이퓨어(Hoipure) 홈페이지 (hoipure.co)
2. 잭프레쉬(ZappFresh) 홈페이지 (www.zappfresh.com)
3. 미티고(Meatigo) 홈페이지 (meatigo.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.01.29

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea