



India

방콕지사

인도인들의 부족한 단백질 섭취

인도 고단백질 제품 동향

글로벌 시장조사기관 민텔(Mintel)의 신제품 데이터베이스에 의하면 2016년부터 2018년 동안 인도에서 출시된 식음료 제품 중 5%만이 고단백질 제품인 것으로 나타났다. 그중 식품이 84%, 음료는 16%를 차지했다. 특히 고단백질 음료제품은 2017년 8%에서 2018년 15%로 3배 이상 성장했다.

이에 대해 인도의 민텔 식음료 분석가는 “현재 인도의 고단백질 제품은 시리얼바(Cereal bar)나 식사대용 음료와 같이 작은 틈새시장에 머물러 있다”라고 밝혔다. 인도 소비자 27%가 인도 식품시장에 고단백질 포장 식음료 제품이 매우 부족하다고 답했다며 향후 고단백질 제품은 우유, 요구르트, 비스킷, 스낵류 등 소비자 규모가 큰 제품으로 확대될 것으로 전망했다. 또한 “고단백질 제품 판매의 타격을 유행 다이어트(fad diets) 소비자들로 맞춰선 안될 것”이라고 밝혔다. 인도 소비자의 65%는 단지 유행에 따라 일시적으로 다이어트하는 것이라며 고단백질 식음료를 소비하는 일반 소비자들을 제품 판매 타격으로 할 것을 제한했다.

단백질에 대한 인도소비자들의 이해

인도처럼 전체 인구의 30~40%가 채식주의자인 나라에서 콩은 단백질을 섭취할 수 있는 좋은 식품 중 하나로 손꼽힌다. 콩은 영양이 풍부하여 채식주의자에게 부족한 단백질을 보충해준다. 그러나 소득수준이 높을수록 육류 단백질 수요는 증가한다. 곡물 가격이 하락해도 콩 단백질 소비자는 증가했는데, 이는 콩의 가격 상승으로 이어져 결국 육류 및 우유 등의 단백질 소비량이 증가하게 된다. 영국 국제개발부의 남아시아영양농업연구(LANSA: International Development’s Leveraging Agriculture for Nutrition in South Asia)의 2018년 보고서에서도 인도의 단백질 소비동향변화를 확인할 수 있다. LANSA는, 인도인들의 식

단에서 곡물(Cereal)은 주요 단백질 공급원이지만 최근 선택도가 떨어져 곡물생산량이 증가하고 있음에도 불구하고 곡물 소비량은 감소하고 있다고 밝혔다.

또한 인도 소비자들은 단백질에 대한 인식과 이해도 부족한 것으로 나타났다. 인도인 85%는 자신들이 섭취하고 있는 단백질의 주공급원이 무엇인지 정확하게 모르고 있었으며 35%는 단백질 섭취가 뼈 건강에 효과적이라고 답했다. 24%는 근육 강화 효과, 19%는 체중감량에 효과가 있다고 답했다.

인도의 민텔 식음료 분석가는 “단백질 공급원에 대한 인도 소비자들의 인식과 이해를 높일 필요가 있다”라며 “식음료 기업들은 단백질의 품질 강조뿐만 아니라 단백질의 일일 권장 섭취량에 대한 적극적인 홍보도 필요할 것”이라고 조언했다.

Key Point

일일 권장 단백질 양을 포장에 표기

인도인들이 건강에 관심을 가지기 시작하면서 고단백질 식음료를 매일 소비하는 인도인이 늘어나는 것에 주목할 필요가 있다. 대다수의 인도 소비자들은 자신이 일일 권장 단백질 양을 섭취하고 있는지 모르기에 이와 관련된 문구를 포장에 표기하는 것이 인도 소비자들에게 어필하는 방법 중 하나가 될 수 있다.

인도의 문화적 특성을 먼저 이해해야

인도인은 종교적인 이유로 소고기 또는 돼지고기를 섭취하지 않는다. 하지만 닭고기는 다른 육류에 비해 가격이 저렴하고 종교나 문화적인 금기로부터 자유로워 가장 많이 소비된다. 다양한 가공 육류식품을 인도시장에 진출하기 위해선 이러한 인도의 문화적 특성을 먼저 이해할 필요가 있다.

채식주의자 인구 비율 증가 추세

인도 인구의 30~40%가 채식주의자이며 이는 약 4.5억 명 정도이다. 육류는 물론 생선, 계란, 유제품 섭취도 제한하는 비건(Vegan) 인구 비율도 2014년 3.8%에서 2018년 6.6%로 증가했다. 채식주의자를 위한 대체육(肉) 시장 역시 성장할 것으로 전망된다.