



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-26
품목 | 커피믹스(Coffee Mix)
HS CODE | 2101.11-1000
국가 | 인도(India)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 인도 커피믹스 경쟁제품 선정	05
2. 인도 커피믹스 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 인도 커피믹스 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 인도 커피믹스 경쟁기업 선정	27
2. 인도 커피믹스 경쟁기업 현지화 분석 기준	28
3. 인도 커피믹스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	30
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 김스 마트(Kim's Mart)	39
Interview ② 서울 스토어(Seoul Store)	42
Interview ③ 루루(LuLu)	45
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 벤치마킹 제품 분석	54
3. 기업 마케팅 벤치마킹	56
VI. 시사점	57
※ 참고문헌	59

Summary

A사-D사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

		제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품		비알유 인스턴트 커피	힌두스탄 유니레버
		레이지 커피 다크 초콜릿 플레이버	레이지 커피
		레이지 커피 바닐라 버블검 플레이버	레이지 커피
		컨티넨탈 엑스트라 인스턴트 커피	씨씨엘 프로덕트

■ 오프라인 주요 경쟁제품

맥심 모카 골드 마일드 (A사)		네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)	
	가격 1,900.0루피		가격 900.0루피
	중량 1,200.0g		중량 475.0g
더 좋은 원두 품질 강조		더 크림미한 맛 강조	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	네슬레	인도 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사 중 스위스기업 1개사, 제품, 포장, 생산 방식 모두 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 2개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	스위스	
제품 현지화	○	○	●	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널에서만 판매	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	

제품 현지화

● 상 (현지인 선호 신제품 개발)

● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)

● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)

● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)

○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(18개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(18개)			
가격(100g당) (80.7루피)	●	스틱형 커피 (9개)	커피백 (9개)	인증(중복값 有) (HALAL)	○	FSSAI	HACCP	FDA	ISO
		796.8루피	346.0루피			18개	5개	4개	4개
개별 포장당 중량(g) (14.0g)	●	스틱형 커피 (9개)	커피백 (9개)	포장 형태(외부) (종이 박스)	●	종이 박스		플라스틱 봉지	
		11.7g	11.5g			14개	4개		
1박스당 제품 개수 (50개)	●	스틱형 커피 (9개)	커피백 (9개)	홍보문구(중복값 有) (진한 커피 맛)	○	원두	무설탕/ 저설탕	치커리 미함유	3in1
		40개	18개			8개	7개	4개	3개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 경쟁제품 100g당 가격은 경쟁제품보다 저렴한 것으로 나타났으며, 개별 포장당 중량은 경쟁제품보다 큰 것으로 조사됨. 1박스당 제품 개수 역시 고객사 제품이 경쟁제품보다 많은 편으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 원두, 무설탕/저설탕, 치커리 미함유를 강조하는 홍보문구로 활용하고 있는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 스위스기업 1개사는 제품, 포장, 생산 방식을 모두 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사가 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 인도 커피믹스 경쟁제품 선정
2. 인도 커피믹스 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도 커피믹스 경쟁제품 현지조사 결과

1. 인도 커피믹스 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	Top Peak
제품 종류	커피믹스
소비자 가격	커피스틱: 565.0루피(9,000원) 커피크리머: 252.0루피(4,000원)
중량	커피스틱: 700g(50스틱) 커피크리머: 500g
포장	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	더 많은 1회제공량으로 진한 커피 맛을 제공

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: Top Peak
 - 제품 종류: 커피믹스
 - 소비자가격: 커피스틱 9,000원, 커피크리머 4,000원
 - 중량: 커피스틱 700g(50스틱), 커피크리머 500g
 - 포장 형태: 종이 박스/플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon): 48.6%
 - 2. 플립카트(Flipkart): 34.6%
 - 3. 스냅딜(Snapdeal): 7.6%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 4개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

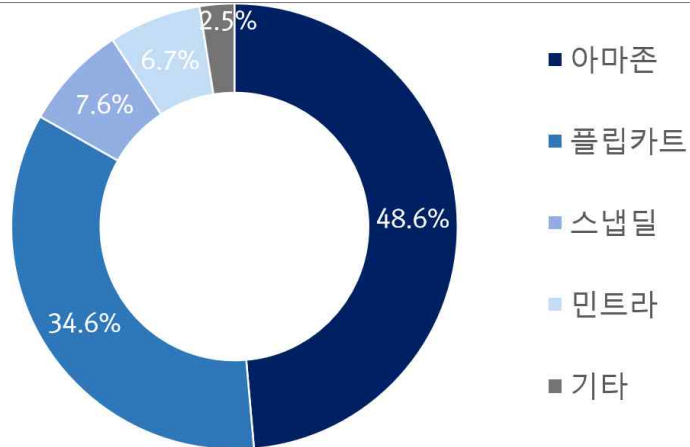
● 인도 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	의류, 가전제품, 생활용품, 식품
Flipkart 플립카트	식품, 전자제품, 생활용품 등
snapdeal 스냅딜	의류, 화장품, 생활용품, 식품 등

▶ 인도 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 플립카트, 스냅딜

스태티스타에 따르면, 2020년 기준 인도 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 스냅딜(Snapdeal)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 90.8%임

[표 2.1] 인도 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 4개

인도 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 인도 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	플립카트	스냅딜
1	맥심 모카 골드 마일드 (ASA)	네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)	그래놀스 엔 빈스 커피 라떼 (트루밸류 마케팅 서비스)
2	네스카페 클래식 인스턴트 커피 (네슬레)	네스카페 블렌드 앤 브루 오리지널 (네슬레)	레이지 커피 아이리쉬 헤이즐넛 플레이버 (레이지 커피)
3	나라서스 퓨어 인스턴트 커피 (나라서스 커피)	네스카페 2in1 슈거 프리 (네슬레)	레이지 커피 다크 초콜릿 플레이버 (레이지 커피)
4	레이지 커피 민트 모카 플레이버 (레이지 커피)	알라카페 외령 코피 2in1 트레디션얼 커피 (파워루트)	더 티 플래닛 스위스 초콜릿 2in1 인스턴트 커피 (가나딘니 파인 푸드 임팩스)
5	네스카페 골드 카푸치노 언스위트드 (네슬레)	클라스노 3in1 커피믹스 (푸드 엠파이어 홀딩스)	네스카페 크리미 3in1 (네슬레)
6	비알유 인스턴트 커피 (힌두스탄 유니레버)	네스카페 3in1 크리미 델라이트 (네슬레)	채리엇 뉴욕 초콜릿 모카 인스턴트 커피 (채리엇 뉴욕)
7	네스카페 선라이즈 치커리 믹스 (네슬레)	비알유 인스턴트 커피 (힌두스탄 유니레버)	레이지 커피 오리지널 블렌드 (레이지 커피)
8	레이지 커피 다크 초콜릿 플레이버 (레이지 커피)	컨티넨탈 엑스트라 인스턴트 커피 (씨씨엘 프로덕트)	채리엇 뉴욕 클래식 인스턴트 커피 (채리엇 뉴욕)
9	컨티넨탈 엑스트라 인스턴트 커피 (씨씨엘 프로덕트)	타타 그랜드 인스턴트 커피 (타타 그룹)	채리엇 뉴욕 에스프레소 인스턴트 커피 (채리엇 뉴욕)
10	레이지 커피 바닐라 버블검 플레이버 (레이지 커피)	옥타비우스 프리믹스 인스턴트 커피 (옥타비우스)	레이지 커피 바닐라 버블검 플레이버 (레이지 커피)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존 인디아(Amazon India) 홈페이지, 플립카트(Flipkart) 홈페이지, 스냅딜(Snapdeal) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 인도 하리아나 정보¹⁾

인구	2,823만 명
면적	44,212.3km ²

▶ 하리아나, 방문지역으로 선정

인도 하리아나(Haryana)를 방문지역으로 선정함. 하리아나주는 인도의 수도인 뉴델리 서쪽에 위치하고 있으며, 남한 면적의 40%에 해당하는 면적에 2,600만 명이 거주하고 있음. 주민의 88%는 힌두교 신자이며 7%의 무슬림, 5%의 시크교도로 이루어짐. 90% 이상이 사용하는 언어는 힌디어이며 편자브어, 우르두어 순으로 뒤를 이음. 인도에서 가장 부유한 지역 중에 하나이며 2020년 기준 하리아나의 가구별 평균 소득은 약 3,500달러로 인도 전체 평균인 1,900달러에 비해 약 84.2% 높은 수준임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

인도 커피믹스의 주요 유통채널을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인되었으며, 주요 소비층 중 하나인 현지 한국 교민들은 한인마트를 선호하는 것으로 확인됨. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 인도 커피믹스 주요 유통채널 현황²⁾³⁾

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	릴라이언스(Reliance), 애비뉴(Avenue), 에프알엘(FRL), 메트로(Metro), 월마트(Walmart)
한인마트	김스 마트(Kim's Mart), 코리안 마트(Korean Mart), 서울 스토어(Seoul Store)
온라인	아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 스냅딜(Snapdeal), 민트라(Myntra)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

1) 자료: 하리아나 주 정부 홈페이지

2) 스탯이스타(Statista), 2020 인도 식료품 매장 점유율(India Relative Market Share of Grocers) 자료

3) 스탯이스타(Statista), 2020 온라인 플랫폼 순위 (방문자수 기준)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 스냅딜(Snapdeal)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 신라 마트(Seela Mart), 네이처스 바스켓(Nature's Basket) 르 막셰(Le Marché), 모던 바자르(Modern Bazaar)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 스틱형 커피 제품: 스틱형 플라스틱 파우치로 유통·판매하는 커피 제품
- 커피백 제품: 커피백(드립백, 티백) 형태로 유통·판매 커피 제품

[표 2.4] 인도 커피믹스 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	스틱형 커피	커피백
① 맥심 오리지널 커피믹스 (A사)	○ (신라 마트)	(-)	○	
② 맥심 모카 골드 마일드 (A사)	○ (신라 마트, 네이처스 바스켓)	○ (아마존)	○	
③ 마이티케 모카마일드 커피 프리믹스 (B사)	○ (신라 마트)	(-)	○	
④ 맥심 카누 마일드 로스트 아메리카노 (A사)	○ (신라 마트)	(-)	○	
⑤ 비니즈 플레이어 커피 버라이어티 팩 (비니즈 더 플레이어)	○ (네이처스 바스켓)	○ (플립카트)	○	
⑥ 네스카페 골드 블렌드 (네슬레 재팬)	○ (네이처스 바스켓, 모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트, 스냅딜)	○	
⑦ 네스카페 오리지널 3in1 (네슬레 인도네시아)	○ (모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트)	○	
⑧ 네스카페 3in1 카라멜 테이스트 (네슬레러시아)	○ (모던 바자르)	○ (아마존)	○	
⑨ 네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)	○ (모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트)	○	
⑩ 더블 초코렛 모카 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	○ (네이처스 바스켓)	○ (아마존)		○
⑪ 와일드 바닐라 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	○ (네이처스 바스켓)	○ (아마존, 플립카트)		○
⑫ 어소티드 모카 커피 (콜롬비안 브루)	○ (네이처스 바스켓)	○ (아마존, 플립카트)		○
⑬ 어소티드 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	○ (네이처스 바스켓)	○ (아마존, 플립카트)		○
⑭ 네스카페 골드 카푸치노 (네슬레 인도아)	○ (르 막셰, 모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트, 스냅딜)		○
⑮ 네스카페 골드 초코 모카 (네슬레 인도아)	○ (르 막셰, 모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트)		○
⑯ 네스카페 골드 아이스드 카푸치노 오리지널 (네슬레 유케이)	○ (모던 바자르)	○ (아마존)		○
⑰ 네스카페 골드 카푸치노 언스워텐드 (네슬레 유케이)	○ (모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트)		○
⑱ 네스카페 골드 라떼 (네슬레 유케이)	○ (모던 바자르)	○ (아마존, 플립카트)		○

(*) 현지 판매 커피믹스 경쟁제품 18개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 인도 커피믹스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 인도 커피믹스 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 인도 커피믹스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	총 중량	제품의 포장 단위
	개별포장당 중량	개별 제품의 포장 단위
제품 종류	스틱형 커피	스틱 형태로 유통·판매하는 커피 제품
	커피백	커피백 형태로 유통·판매 커피 제품
제품 맛	일반 커피믹스 맛	일반 커피믹스 맛
	기타 맛	모카 맛, 카라멜 맛, 바닐라 맛, 민트 맛, 헤이즐넛 맛, 초코 맛 등
제품 개수	1박스당 제품 개수	1박스당 제품 개수
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	종이 박스	종이 소재의 박스로 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 봉지	플라스틱 소재의 봉지에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
인증		제품 보유 인증
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

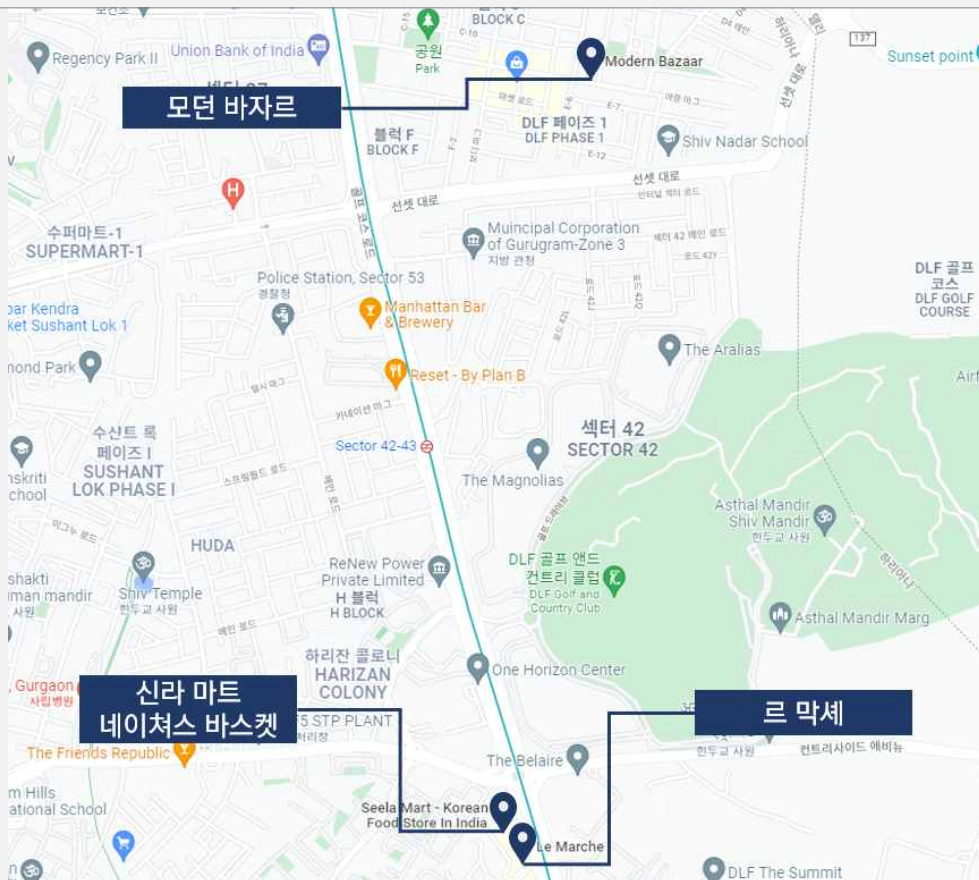
3. 인도 커피믹스 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도 하리아나에 위치한 한인마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도 하리아나에 위치한 한인마트 신라 마트(Seela Mart), 하이퍼마켓/슈퍼마켓 네이처스 바스켓(Nature's Basket), 르 막셰(Le Marché), 모던 바자르(Morden Bazaar)를 방문함. 이 중 네이처스 바스켓은 식료품 배달 전문 체인점이며, 르 막셰는 구매력 있는 상류층을 대상으로 고급 식자재와 수입 상품을 판매함. 모던 바자르는 14개 직영점을 운영하고 있으며, 인도 최초 수입품 전문 마켓임

[표 2.6] 인도 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
신라 마트 (Seela Mart)	한인마트	4	· 한국 제품을 취급하며 주요 고객층은 한국 교민임
네이처스 바스켓 (Nature's Basket)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	· 식료품 배달 전문 체인이며 오프라인/온라인 병행 중 · 인도 내 36개 이상의 지점 보유
르 막셰 (Le Marché)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	· 상류층을 타겟으로 하는 프리미엄 슈퍼마켓 · 델리와 하리아나에 각각 3개 지점 보유
모던 바자르 (Modern Bazaar)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	6	· 1971년 설립된 인도 최초의 수입품 전문 마켓 · 인도 내 14개 매장 보유 중이며 모두 직영 관리 중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 18개 중 4개 제품이 2개 매장에서 판매

신라 마트(Seela Mart), 네이처스 바스켓(Nature's Basket), 르 막셰 (Le Marché), 모던 바자르(Modern Bazaar) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 신라 마트는 경쟁제품 4개를 취급하고 있으며 네이처스 바스켓은 6개, 르 막셰는 3개, 모던 바자르는 9개 제품을 취급하는 것으로 나타나 모던 바자르가 조사 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	신라 마트 (Seela Mart)	네이처스 바스켓 (Nature's Basket)	르 막셰 (Le Marché)	모던 바자르 (Modern Bazaar)
① 맥심 오리지널 커피믹스 (A사)	○			
② 맥심 모카 골드 마일드 (A사)	○	○		
③ 마이티케 모카마일드 커피 프리믹스 (B사)	○			
④ 맥심 카누 마일드 로스트 아메리카노 (A사)	○			
⑤ 비니즈 플레이버 커피 버라이어티 팩 (비니즈 더 플레이버)		○		
⑥ 네스카페 골드 블렌드 (네슬레 재팬)			○	○
⑦ 네스카페 오리지널 3in1 (네슬레 인도네시아)				○
⑧ 네스카페 3in1 카라멜 테이스트 (네슬레러시아)				○
⑨ 네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)				○
⑩ 더블 초코렛 모카 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)		○		
⑪ 와일드 바닐라 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)		○		
⑫ 어소티드 모카 커피 (콜롬비안 브루)		○		
⑬ 어소티드 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)		○		
⑭ 네스카페 골드 카푸치노 (네슬레 인디아)			○	○
⑮ 네스카페 골드 초코 모카 (네슬레 인디아)			○	○
⑯ 네스카페 골드 아이스드 카푸치노 오리지널 (네슬레 유케이)				○
⑰ 네스카페 골드 카푸치노 언스위텐드 (네슬레 유케이)				○
⑱ 네스카페 골드 라떼 (네슬레 유케이)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 신라 마트(Seela Mart)

- **매장 정보**
- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국산 식료품, 현지산 신선 식품, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
한국인, 일본인 다수 거주
- 주요 고객층:
현지 한국 교민

브랜드 기본 정보4)		신라 마트는 하리아나 주 구르가온에 위치한 한인마트로 현지 한국인들을 위한 다양한 한국산 제품과, 한국 관광객을 타겟으로 한 기념품 샵을 운영 중임. 주요 취급 제품은 냉동식품, 조미료, 가공식품 등이 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 하리아나 상세주소 Lower Ground Floor, South point Mall, Golf Course Road, DLF Phase 5, Sector 53, Gurgaon, Haryana

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 커피믹스 경쟁제품 정보	
		
	맥심 오리지날 커피믹스 (A사)	맥심 모카 골드 마일드 (A사)
		
	마이티케 모카마일드 커피 프리믹스 (B사)	맥심 카누 마일드 로스트 아메리카노 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

4) 자료 : 신라 마트(Seela Mart) 페이스북 페이지

			
제품명 (한지어)	맥심 오리지널 커피믹스	제조사 (한지어)	A사
제품 종류	스틱형 커피	중량	1,180.0g
소비자가격	1,900.0루피 (30,267원)	개별포장당 중량	11.8g
1박스당 제품 개수	100개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	한국	맛	일반 커피믹스 맛
인증	FSSAI	수입자	Seela Infratech Pvt Ptd
홍보문구	더 좋은 원두, 더 좋은 커피	원료 및 첨가물	설탕, 식물성크림(올리고당, 식물성경화유지, 코코넛오일) 카제인, 제이인산칼륨, 커피

			
제품명 (한지어)	맥심 모카 골드 마일드	제조사 (한지어)	A사
제품 종류	스틱형 커피	중량	1,200.0g
소비자가격	1,900.0루피 (30,267원)	개별포장당 중량	12.0g
1박스당 제품 개수	100개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	한국	맛	모카 맛
인증	FSSAI	수입자	Seela Infratech Pvt Ptd
홍보문구	더 좋은 원두, 더 좋은 커피	원료 및 첨가물	설탕, 식물성크림(올리고당, 식물성경화유지, 코코넛오일) 카제인, 제이인산칼륨, 커피 모카골드 마일드

			
제품명 (현지어)	마이티케 모카마일드 커피 프리믹스	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	스틱형 커피	중량	600.0g
소비자가격	800.0루피 (12,744원)	개별포장당 중량	12.0g
1박스당 제품 개수	50개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	한국	맛	모카 맛
인증	HACCP, FSSAI	수입자	Seela Infratech Pvt Ptd
홍보문구	더 좋은 원두, 3in1	원료 및 첨가물	설탕, 옥수수시럽, 코코넛 오일, 카제인산나트륨, 산도조절제, 유화제, 고화방지제, 인스턴트 커피

			
제품명 (현지어)	맥심 카누 마일드 로스트 아메리카노	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	스틱형 커피	중량	9.0g
소비자가격	360.0루피 (5,735원)	개별포장당 중량	0.9g
1박스당 제품 개수	10개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	한국	맛	아메리카노 맛
인증	FSSAI	수입자	Seela Infratech Pvt Ptd
홍보문구	새로운 개념의 인스턴트 원두커피 카누	원료 및 첨가물	인스턴트 커피, 로스트커피

Shop ② 네이처스 바스켓(Nature's Basket)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
유기농 식품, 수입 식자재, 프리미엄 식자재
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
한국인, 일본인 다수 거주
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁵⁾		네이처스 바스켓은 2005년에 설립된 인도의 식료품 배달 전문 체인이며 오프라인 상점과 온라인 마켓 사이트 운영을 병행하고 있음. 고품질 제품을 취급하고 프리미엄 이미지를 강조함. 주요 취급 제품은 유기농 식품, 수입 식자재 등임. 인도 내 36개 이상의 지점을 보유 중임
		조사 제품 수: 5개



매장 정보		
	위치	도시(지역) 하리아나 상세주소 Lower Ground Floor, South point Mall, Golf Course Road, DLF Phase 5, Sector 53, Gurgaon, Haryana

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		


제품 판매 정보	판매 커피믹스 경쟁제품 정보		
			
	비즈니스 플레이버 커피 바라이어티 팩 (비즈니스 더 플레이어)	더블 초코렛 모카 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	
			
와일드 바닐라 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	어소티드 모카 커피 (콜롬비안 브루)	어소티드 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

5) 자료: 네이처스 바스켓(Nature's Basket) 홈페이지

			
제품명 (한지어)	비니즈 플레이버 커피 바라이어티 팩 (Beanies Flavour Coffee Variety Pack)	제조사 (한지어)	비니즈 더 플레이버 (Beanies The Flavour)
제품 종류	스틱형 커피	중량	24.0g
소비자가격	350.0루피 (5,576원)	개별포장당 중량	2.0g
1박스당 제품 개수	12개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	영국	맛	아몬드 맛, 초콜릿 맛, 크림 맛, 헤이즐넛 맛, 민트 초콜릿 맛, 바닐라 맛
인증	FSSAI	수입자	Tree of Life Pvt. Ltd
홍보문구	무설탕, 무건과류	원료 및 첨가물	프리미엄 냉동건조 인스턴트 커피, 향료

			
제품명 (한지어)	더블 초콜릿 모카 인스턴트 커피 (Double Chocolate Mocha Instant Coffee)	제조사 (한지어)	콜롬비안 브루 (Colombian Brew)
제품 종류	커피백	중량	50.0g
소비자가격	190.0루피 (3,027원)	개별포장당 중량	2.0g
1박스당 제품 개수	25개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	인도	맛	초콜릿 맛, 모카 맛
인증	FDA, HACCP, FSSAI, ISO9001-2015	홍보문구	당신을 깨우는, 반복하는
원료 및 첨가물	인스턴트 커피, 카카오 콩, 향료		

				
<p>제품명 (한지어)</p>	<p>와일드 바닐라 인스턴트 커피 (Wild Vanilla Instant Coffee)</p>	<p>제조사 (한지어)</p>	<p>콜롬비안 브루 (Colombian Brew)</p>	
<p>제품 종류</p>	<p>커피백</p>	<p>중량</p>	<p>50.0g</p>	
<p>소비자가격</p>	<p>190.0루피 (3,027원)</p>	<p>개별포장당 중량</p>	<p>2.0g</p>	
<p>1박스당 제품 개수</p>	<p>25개</p>	<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>종이 박스/ 플라스틱 파우치</p>	
<p>원산지</p>	<p>인도</p>	<p>맛</p>	<p>바닐라 맛</p>	
<p>인증</p>	<p>FDA, HACCP, FSSAI, ISO9001-2015</p>	<p>홍보문구</p>	<p>당신을 깨우는, 반복하는</p>	
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>인스턴트 커피, 카카오 콩, 향료</p>			

				
<p>제품명 (한지어)</p>	<p>어소티드 모카 커피 (Assorted Mocha Coffee)</p>	<p>제조사 (한지어)</p>	<p>콜롬비안 브루 (Colombian Brew)</p>	
<p>제품 종류</p>	<p>커피백</p>	<p>중량</p>	<p>80.0g</p>	
<p>소비자가격</p>	<p>299.0루피 (4,763원)</p>	<p>개별포장당 중량</p>	<p>2.0g</p>	
<p>1박스당 제품 개수</p>	<p>40개</p>	<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>종이 박스/ 플라스틱 파우치</p>	
<p>원산지</p>	<p>인도</p>	<p>맛</p>	<p>초콜릿 맛, 민트 맛, 블루베리 맛</p>	
<p>인증</p>	<p>FDA, HACCP, FSSAI, ISO9001-2015</p>	<p>홍보문구</p>	<p>치커리 미함유, 무설탕, 케토</p>	
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>인스턴트 커피, 향료</p>			




제품명 (한지어)	어소티드 인스턴트 커피 (Assorted instant Coffee)	제조사 (한지어)	콜롬비안 브루 (Colombian Brew)
제품 종류	커피백	중량	80.0g
소비자가격	299.0루피 (4,763원)	개별포장당 중량	2.0g
1박스당 제품 개수	40개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	인도	맛	바닐라 맛, 헤이즐넛 맛, 캐러멜 맛
인증	FDA, HACCP, FSSAI, ISO9001-2015	홍보문구	치커리 미함유, 무설탕, 케토
원료 및 첨가물	인스턴트 커피, 향료		

Shop ③ 르 막셰(Le Marché)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
고가의 인도 제품, 수입용품 및 수입 식자재
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
한국인, 일본인 다수 거주
- 주요 고객층:
현지 거주 중인 한국인, 일본인, 인도 상류층

브랜드 기본 정보(6)		르 막셰는 하리아나 구르가온시 사운트포인트 물에 입점한 프리미엄 슈퍼마켓임. 주요 타겟은 매장 인근 고층 아파트에 거주중인 인도 상류층, 한국인, 일본인이며 고급 인도 제품과 수입용품을 전문으로 취급함
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	도시(지역)	하리아나
위치	상세주소	Upper Ground Floor, South point Mall, Golf Course Road, DLF Phase 5, Sector 53, Gurgaon, Haryana

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 커피믹스 경쟁제품 정보		
			
	네스카페 골드 블렌드 (네슬레 재팬)	네스카페 골드 카푸치노 (네슬레 인디아)	네스카페 골드 초코 모카 (네슬레 인디아)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

6) 자료: 르 막셰(Le Marché) 홈페이지


			
제품명 (한지어)	네스카페 골드 블렌드 (Nescafe Gold Blend)	제조사 (한지어)	네슬레 재팬 (Nestle Japan)
제품 종류	스틱형 커피	중량	15.0g
소비자가격	125.0루피 (1,991원)	개별포장당 중량	1.5g
1박스당 제품 개수	10개	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지/ 플라스틱 파우치
원산지	일본	맛	일반 커피믹스 맛
인증	FSSAI	수입자	Nestle India Limited
홍보문구	진하고 부드러운 로버스타 콩 및 아라비카 콩	원료 및 첨가물	로버스타 콩, 아라비카 콩

			
제품명 (한지어)	네스카페 골드 카푸치노 (Nescafe Gold Cappuccino)	제조사 (한지어)	네슬레 인디아 (Nestle India)
제품 종류	커피백	중량	125.0g
소비자가격	150.0루피 (2,390원)	개별포장당 중량	25.0g
1박스당 제품 개수	5개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	인도	맛	카푸치노 맛
인증	FSSAI	홍보문구	카페에서의 경험을 집에서
원료 및 첨가물	설탕, 우유 기반 크림, 가용성 커피 파우더, 소금		

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>네스카페 골드 초코 모카 (Nescafe Gold Choco Mocha)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>네슬레 인디아 (Nestle India)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>커피백</p>	<p>중량</p>	<p>125.0g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>150.0루피 (2,390원)</p>	<p>개별포장당 중량</p>	<p>25.0g</p>
<p>1박스당 제품 개수</p>	<p>5개</p>	<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>종이 박스/ 플라스틱 파우치</p>
<p>원산지</p>	<p>인도</p>	<p>맛</p>	<p>초코 모카 맛</p>
<p>인증</p>	<p>FSSAI</p>	<p>홍보문구</p>	<p>카페에서의 경험을 집에서</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>설탕, 우유 기반 크리머, 가용성 커피 파우더, 코코아 고형물, 소금</p>		

Shop ④ 모던 바자르(Modern Bazaar)

- **매장 정보**
- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 건강식품, 사무용품, 생활용품, 수입용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주변에 종합병원과 관공서, 시민문화회관 등이 있어 유동인구가 많은 편임
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보)		모던 바자르는 1971년 설립된 인도 최초의 수입품 전문 마켓이며, 델리의 상징적인 상점 중 하나로 발전함. 발리우드 배우, 정치인 등 유명인의 자주 찾는 매장으로 유명세를 탐. 현재 인도 내 14개 매장 보유중이며 모두 직영 관리중
	조사 제품 수: 6개	

매장 정보		
	도시(지역)	하리아나
위치	상세주소	Shop no. 23,24,25, Arjun Marg Shopping Mall, DLF Phase 1, Gurgaon, Haryana, 122001

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		



제품 판매 정보	판매 커피믹스 경쟁제품 정보		
			
	네스카페 골드 아이스드 카푸치노 오리지널 (네슬레 유케이)	네스카페 골드 카푸치노 언스위텐드 테이스트 (네슬레 유케이)	네스카페 골드 라떼 (네슬레 유케이)
			
네스카페 오리지널 3in1 (네슬레 인도네시아)	네스카페 3in1 카라멜 테이스트 (네슬레 러시아)	네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트


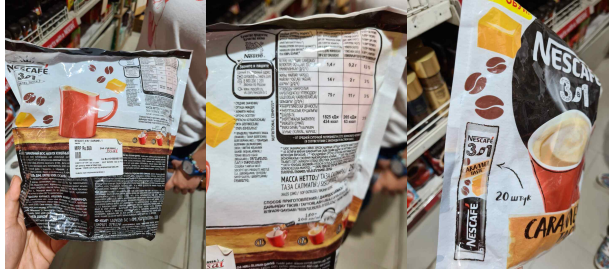
7) 자료: 모던 바자르(Modern Bazaar) 홈페이지

			
제품명 (한지어)	네스카페 골드 아이스드 카푸치노 오리지널 (Nescafe Gold Iced Cappuccino Original)	제조사 (한지어)	네슬레 유케이 (Nestle UK)
제품 종류	커피백	중량	108.5g
소비자가격	659.0루피 (10,498원)	개별포장당 중량	15.5g
1박스당 제품 개수	7개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	영국	맛	카푸치노 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	새로운, 차가운 물에 간단히 추가	원료 및 첨가물	설탕, 탈지 분유, 포도당 시럽, 인스턴트 커피, 유당, 트리글리세라이드(팜 오일), 유화제(잔탄 검), 소금, 안정제(포스파이트 칼륨), 천연 향료

			
제품명 (한지어)	네스카페 골드 카푸치노 언스위트드 테이스트 (Nescafe Gold Cappuccino Unsweetened Taste)	제조사 (한지어)	네슬레 유케이 (Nestle UK)
제품 종류	커피백	중량	113.6g
소비자가격	450.0루피 (7,169원)	개별포장당 중량	14.2g
1박스당 제품 개수	8개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	영국	맛	카푸치노 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	저설탕, 천연 원료로 만든 맛있는 블렌드	원료 및 첨가물	탈지분유, 포도당 시럽, 커피(인스턴트 커피, 로스트 및 분쇄 커피), 코코넛 오일, 유당, 산성 조절제(중탄산나트륨, 구연산), 소금, 천연 향료

			
제품명 (현지어)	네스카페 골드 라떼 (Nescafe Gold Latte)	제조사 (현지어)	네슬레 유케이 (Nestle UK)
제품 종류	커피백	중량	124.0g
소비자가격	450.0루피 (7,169원)	개별포장당 중량	15.5g
1박스당 제품 개수	8개	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
원산지	영국	맛	라떼 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	저설탕, 천연 원료로 만든 맛있는 블렌드	원료 및 첨가물	탈지분유, 포도당 시럽, 커피(인스턴트 커피, 로스트 및 분쇄 커피), 코코넛 오일, 유당, 산성 조절제(중탄산나트륨, 구연산), 소금, 천연 향료

			
제품명 (현지어)	네스카페 오리지널 3in1 (Nescafe Original 3in1)	제조사 (현지어)	네슬레 인도네시아 (Nestle Indonesia)
제품 종류	스틱형 커피	중량	525.0g
소비자가격	750.0루피 (11,948원)	개별포장당 중량	17.5g
1박스당 제품 개수	30개	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지/ 플라스틱 파우치
원산지	인도네시아	맛	일반 커피믹스 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	3in1	원료 및 첨가물	설탕, 포도당, 야자유, 코코넛오일, 탈지분유, 천연향, 고결방지제, 우유 단백질, 산도조절제, 안정제, 유화제, 색소, 인스턴트 커피, 캐러멜 설탕, 소금

			
제품명 (현지어)	네스카페 3in1 카라멜 테이스트 (Nescafe 3in1 Caramel taste)	제조사 (현지어)	네슬레 러시아 (Nestle Russia)
제품 종류	스틱형 커피	중량	580.0g
소비자가격	550.0루피 (8,762원)	개별포장당 중량	29.0g
1박스당 제품 개수	20개	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지/ 플라스틱 파우치
원산지	러시아	맛	캐러멜 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	3in1	원료 및 첨가물	설탕, 포도당, 아자유, 코코넛오일, 탈지분유, 천연향, 고결방지제, 우유 단백질, 산도조절제, 안정제, 유화제, 색소, 인스턴트 커피, 캐러멜 설탕, 소금

			
제품명 (현지어)	네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (Nescafe Blend & Brew Mild)	제조사 (현지어)	네슬레 말레이시아 (Nestle Malaysia)
제품 종류	스틱형 커피	중량	475.0g
소비자가격	900.0루피 (14,337원)	개별포장당 중량	19.0g
1박스당 제품 개수	25개	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지/ 플라스틱 파우치
원산지	말레이시아	맛	일반 커피믹스 맛
인증	FSSAI	수입자	Manik International
홍보문구	블렌드 및 브루	원료 및 첨가물	설탕, 크리머(포도당 시럽, 하이그로켄화 팜 커널 오일, 안정제) 우유 단백질, 고화 방지제, 유화제, 소금, 향료, 인스턴트 커피, 탈지분유, 향료, 소금

III. 경쟁기업

1. 인도 커피믹스 경쟁기업 선정
2. 인도 커피믹스 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 인도 커피믹스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 인도 커피믹스 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 커피믹스 판매 한국기업 2개사, 스위스기업 1개사 총 3개사 선정

인도 오프라인 유통채널에서 스틱형 커피믹스 제품을 판매하는 한국기업 2개사 및 스위스기업 1개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 87년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 87년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 네슬레는 1866년에 설립되어 155년째 사업을 이어오고 있으며, A사와 B사는 각각 53년과 52년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 커피믹스 동일품목 종류 조사

인도에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 커피믹스의 동일 품목 수를 조사한 결과 네슬레가 24개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 A사가 19개, B사가 5개의 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.1] 커피믹스 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	53년	19개
B사	한국	52년	5개
네슬레	스위스	155년	24개

자료: 인도 진출 커피믹스 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도 커피믹스 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	커피믹스

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	신라 마트, 네이처스 바스켓, 르 막세, 모던 바자르
온라인	아마존 인디아, 플립카트, 스냅딜

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 인도 커피믹스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 인도 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

인도에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 한인마트인 신라 마트에서는 A사와 B사의 제품이 확인되었으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 네이처스 바스켓에서는 A사가 확인됨. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 르 막세와 모던 바자르에서는 네슬레가 확인되었음. 온라인의 경우, A사가 아마존 인디아에 진출하였으며 네슬레는 아마존 인디아와 플립카트에 입점하였음. B사의 경우, 온라인 채널에는 진출하지 않은 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

인도 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. A사는 한국 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, B사와 네슬레는 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있음. A사와 네슬레는 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활발하게 활용하고 있으나 B사는 SNS 플랫폼을 운영하지 않고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 품질, 간편함, 맛 등을 강조

인도 시장에 진출한 경쟁기업은 홍보문구로 제품의 품질, 간편함, 맛을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 품질을 강조한 문구로는 ‘더 좋은 원두’, ‘더 좋은 커피’, ‘천연 원료로 만든 맛있는 블렌드’ 등이 있음. 제품의 간편함을 강조한 문구로는 ‘새로운 개념의 인스턴트 원두커피’, ‘카페에서의 경험을 집에서’, ‘차가운 물에 간단히 추가’, ‘3in1’ 등을 사용함. 맛을 강조하는 문구로 ‘진하고 부드러운 로부스타 콩 및 아라비카 콩’, ‘저설탕’ 등이 확인됨

[표 3.8] 인도 커피믹스 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 신라 마트 - 네이처스 바스켓 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 인디아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 더 좋은 원두 - 더 좋은 커피 - 새로운 개념의 인스턴트 원두커피 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 신라 마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - 안전한 식품 - 친구같은 기업 - 웰빙 라이프 - 소화행의 여유 	
네슬레	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 르 막세 - 모던 바자르 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 인디아 - 플립카트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 진하고 부드러운 로부스타 콩 및 아라비카 콩 - 카페에서의 경험을 집에서 - 차가운 물에 간단히 추가 - 저설탕 - 천연 원료로 만든 맛있는 블렌드 - 3in1 	

자료: 인도 진출 커피믹스 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 1968년 설립 이후 한국 최초로 캔커피 및 커피믹스 시장을 개척한 기업으로, 다양한 계열의 커피제품들과 커피크리머, 녹차, 곡물차, 시리얼, 벌꿀, 치즈, 비스킷 등의 제품들을 제조 및 유통하고 있음		
	위치	인천광역시 부평구 새별로55		
	규모	직원 수	1,147명	
		동일품목 수 ⁸⁾	19개	
설립연도		1968년		
매출		1조 5,533억 원		

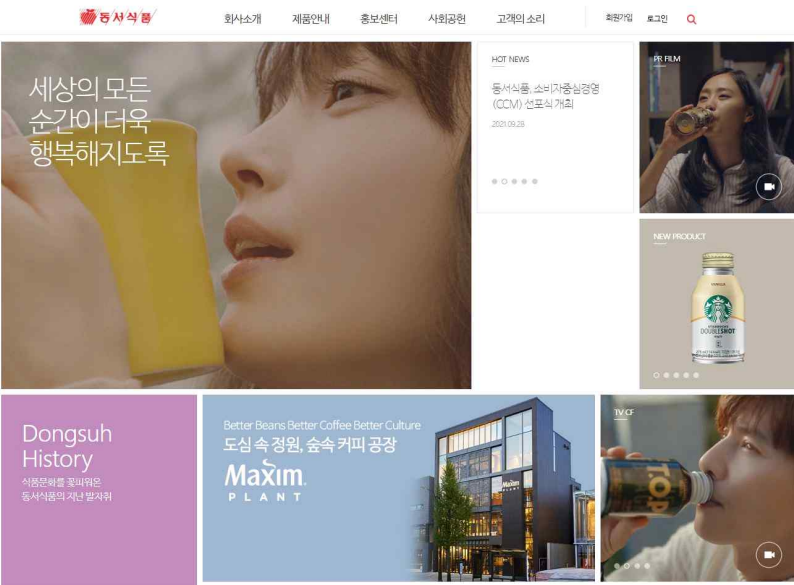
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 신라 마트 네이처스 바스켓		제품명	맥심 모카 골드 마일드
			중량	1,200g
			가격	1,900.0루피 ⁹⁾ (30,267원)
			제품 종류	스틱형 커피
	〈온라인 매장〉 아마존 인디아		제품명	맥심 모카 골드 마일드
			중량	1,200g
			가격	2,999.0루피 (47,774원)
			제품 종류	스틱형 커피

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 제조하여 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

8) 커피믹스 제품을 동일품목으로 분류함

9) 1루피=15.93원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)


<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (한국), 페이스북/인스타그램 (한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 1-2건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>판매 제품 소개, 레시피 공유, 프로모션 및 이벤트 정보</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 연혁 및 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품군 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 커피 관련 지식 공유 • A사 웹진 • 제품 활용 동영상 레시피

사진자료: A사 홈페이지

② B사

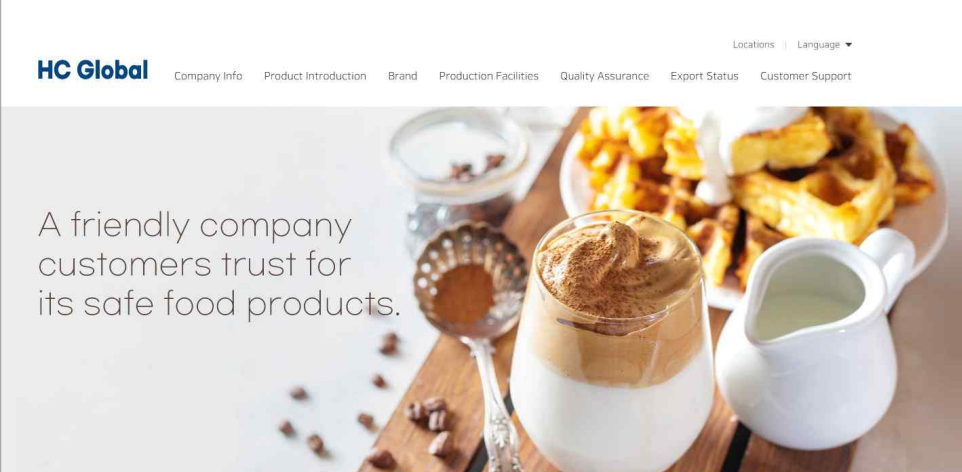
기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 커피, 커피크림, 울무차, 분유, 분말 주스, 국산차, 아이스크림 믹스, 음료 등을 생산하고 유통하며 자판기용 차류를 제조, 도소매함. HACCP, HALAL 인증 등을 받은 유가공제품을 제조하고 활발하게 수출하고 있음		
	위치	경상남도 양산시 신기로 114		
	규모	직원 수	117명	
		동일품목 수 ¹⁰⁾	5개	
설립연도		1969년		
매출		591억 8,501만 원		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 신라 마트		제품명	마이티케 모카마일드 커피 프리믹스
			중량	600g
			가격	800.0루피 (12,744원)
			제품 종류	스틱형 커피

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 제조하여 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

10) 커피믹스 제품을 동일품목으로 분류함



<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>게시일자 확인 불가</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 및 판매 제품 소개, 제조 공정 안내 등</p>

<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 기업 이념, 연혁 등 소개
	 <ul style="list-style-type: none"> • 기업 제품군 소개
	 <ul style="list-style-type: none"> • 제품 제조 공정 공개

사진자료: B사 홈페이지

③ 네슬레

기업 기본 정보	기업명	네슬레		
	기업 설명	네슬레는 스위스에 본사를 둔 다국적 기업으로, 이유식, 생수, 시리얼, 커피, 차, 제과, 유제품, 아이스크림, 냉동 식품, 반려동물 사료, 스낵 등의 제품을 판매하고 있음. 유명 브랜드로는 네스프레소, 네스카페, 킷캣, 네스퀵, 매기 등이 있음		
	위치	Av. Nestlé 55, 1800 Vevey, Switzerland		
	규모	직원 수	352,000명	
		동일품목 수 ¹¹⁾	24개	
설립연도		1866년		
매출		843억 4,000만 스위스 프랑		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 르 막세		제품명	네스카페 골드 초코 모카 (Nescafe Gold Choco Mocha)
			중량	125.0g
			가격	150.0루피 (2,390원)
			제품 종류	커피백
	〈온라인 매장〉 아마존 인디아 플립카트		제품명	네스카페 골드 초코 모카 (Nescafe Gold Choco Mocha)
			중량	125.0g
			가격	150.0루피 (2,390원)
			제품 종류	커피백

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	인도 제품으로 인도 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	인도 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	인도에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존 인디아/플립카트/스냅딜 웹사이트

11) 커피믹스 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식

홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/트위터 (글로벌)
게시 주기	일주일에 2-3건
게시물 유형	기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개, 프로모션 안내

게시물 유형

- 역사, 이념 등 기업 소개
- 브랜드 및 판매 제품 소개
- 브랜드 홈페이지 별도 운영 (Nescafé, Nespresso 등)
- 기업 활동 소식
- 사회 기여 활동 안내

사진자료: 네슬레(Nestlé) 홈페이지 (www.nestle.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 김스 마트(Kim's Mart)

Interview ② 서울 스토어(Seoul Store)

Interview ③ 루루(LuLu)

Interview ① 김스 마트(Kim's Mart)



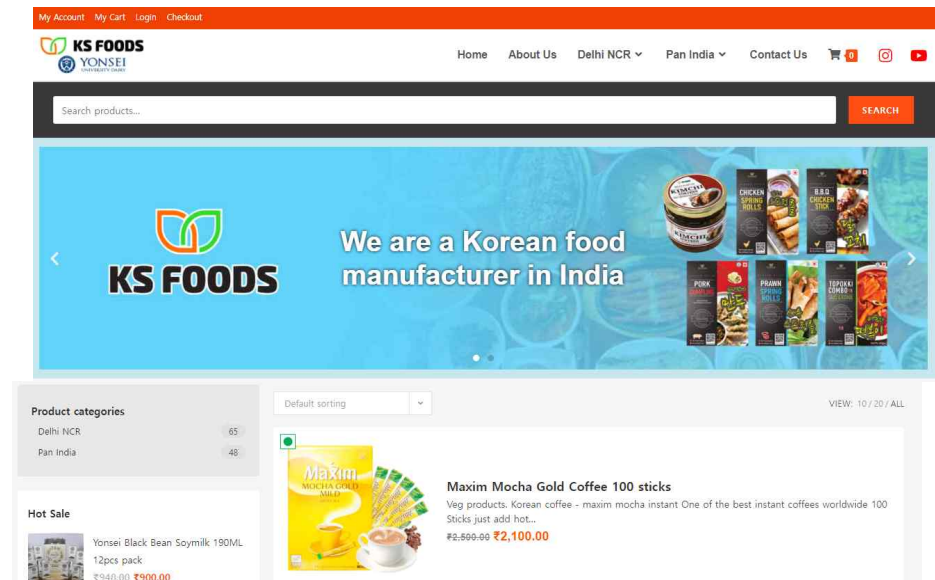
김스 마트(Kim's Mart)

수입·유통업체

담당자 정보

Sales Representative

12)



김스 마트(Kim's Mart) Sales Representative

김스 마트는 구르가온(Gurgaon)시 메기몰에 위치한 수입유통업체로 식품과 생활용품을 취급하고 있음. 자체 공장에서 생산된 식품도 판매되며 인도 교민 플랫폼에 한인마트로 소개되어있음. 주로 취급하는 품목은 한국산 음식 및 식재료, 화장품 등이 있는 것으로 확인됨



커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q1. 스틱형 커피믹스 및 커피크리머 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

인도의 소비자들은 커피보다는 차를 선호하는 편입니다. 그러나 대도시와 남부지역에서는 커피를 즐기는 소비자가 늘어나는 추세입니다. 현재 맥심 골드 커피믹스를 취급하고 있으며 한국산 제품의 인지도가 높아짐에 따라 해당 제품의 수요도 증가하고 있습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

현재 취급중인 제품은 맥심 골드 커피 스틱이며, 1상자 100개, 1개당 중량은 12g입니다. 1상자 가격은 2,100루피(약 33,400원)¹³⁾으로 경쟁사 제품보다 상당히 저렴합니다.

커피크리머는 취급하지 않아 가격 비교를 할 수 없습니다.

Q3. 고객사 제품의 포장 단위는 적당한가요?

회사에서 대량 구매하는 경우가 대부분이기 때문에 일반적으로 50-100개입 포장이 가장 많이 팔립니다.

Q4. 고객사 제품의 1회제공량은 적당한가요?

일반적인 소비자들은 제품의 중량보다는 총 칼로리를 더 중요하게 봅니다. 14g일 경우 양이 많아져 자연스럽게 경쟁사 제품 대비 고칼로리로 인식될 수 있으며 이는 부정적인 인식을 줄 수도 있습니다. 일반적인 스틱형 커피의 중량은 9-12g입니다.

13) 1루피=15.93원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)



커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q5. 현지 시장에서 커피믹스를 홍보할 때 적당한 키워드는 무엇인가요?

인도의 무슬림 인구는 2억 명(전체 인구의 약 14%)이 넘기 때문에 HALAL 인증은 무슬림 소비자들에게 효과적일 것입니다.

또한 인도 인구의 20-30%는 채식주의자이기 때문에 비건 인증서를 추가하면 도움이 될 수 있습니다.

Q6. 현지 시장에서 효과적인 커피믹스 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

가장 효과적인 방법은 TV광고입니다. TV광고 단가가 비싸다면 음식 전문 블로거 또는 유튜브들을 이용하는 방법도 있습니다. 현지의 차, 커피 등 음료 제조사들은 인쇄 매체를 통해 제품을 광고합니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

인지도가 높은 제품은 온라인 판매(Amazon, Flipkart 등)가 가장 효과적입니다. 인지도가 낮은 제품인 경우 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 편의점 등이 효과적입니다.

Interview ② 서울 스토어(Seoul Store)

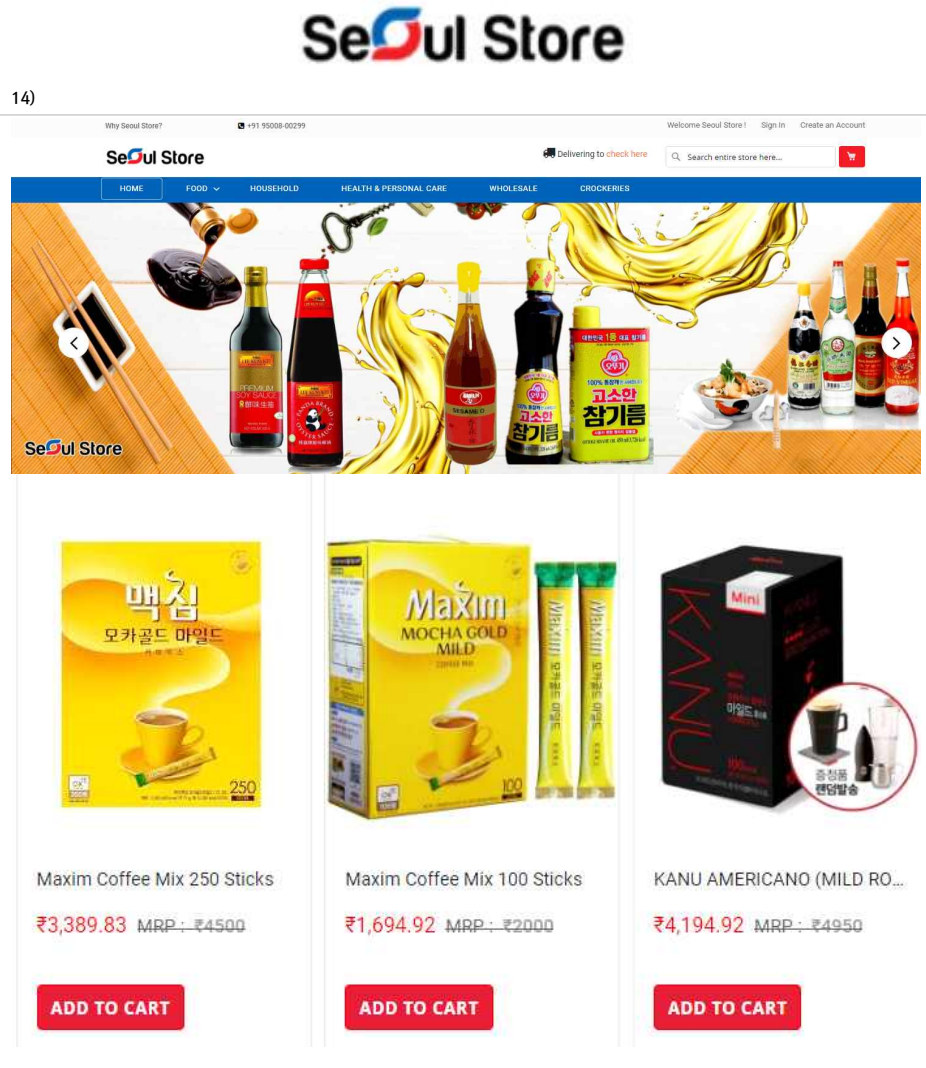
서울 스토어
(Seoul Store)

수입·유통업체

담당자 정보

Marketing Director

14)



서울 스토어(Seoul Store) Marketing Director

서울 스토어는 1997년에 설립된 인도의 수입유통업체임. 한국, 일본, 중국, 태국 등의 수입 상품을 판매하며 B2B 도매 서비스도 제공하고 있음. 온라인몰에서 다양한 할인 혜택을 제공하는 것으로 확인됨. 입점 가능 품목은 식품, 생활용품 등으로 확인됨

14) 사진자료: 서울 스토어(Seoul Store) 홈페이지



Q1. 스틱형 커피믹스 및 커피크리머 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

현지인 소비자들은 커피 구매를 거의 하지 않으며, 주요 고객은 인도에 거주중인 한국 교민입니다. 현재 맥심 브랜드만 취급하고 있으며 맥심 골드, 카누 마일드 로스트 2개 제품을 판매 중입니다.

커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q2. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

맥심 골드의 경우 1상자당 100개, 1개당 중량은 12g, 1상자당 가격은 2,200루피(약 35,000원)입니다. 카누의 경우 1상자당 100개, 1개당 중량은 0.9g, 1상자당 가격은 4,200루피(약 66,900원)입니다. 고객사 제품이 맥심 제품보다 상당히 저렴하지만, 입맛이 까다로운 고정 고객층이 있다는 점을 고려해야 합니다.

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q3. 고객사 제품의 포장 단위는 적당한가요?

일반적으로 100개입 제품을 판매하지만 50개입 제품도 합리적인 가격이라면 문제 없습니다. 한 번에 대량 구매하는 것이 더 저렴하게 구입할 수 있기 때문에 고객들은 대용량 제품을 선호합니다.

Q4. 고객사 제품의 1회제공량은 적당한가요?

커피믹스 소비자의 대부분이 한국인이기 때문에 확실한 답변이 어렵습니다. 경쟁사 제품보다는 조금 많습니다.



커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q5. 현지 시장에서 커피믹스를 홍보할 때 적당한 키워드는 무엇인가요?

인도는 인도네시아에 이어 두 번째로 많은 무슬림이 거주하는 국가이기 때문에 HALAL 인증은 중요한 포인트입니다.

맥심 골드 제품의 경우 베지테리언 제품임을 강조하는데, 이런 키워드를 강조하면 더 많은 고객층을 확보할 수 있습니다.

Q6. 현지 시장에서 효과적인 스틱형 커피믹스 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

인도 시장에서 인스턴트 커피믹스 광고는 거의 없다고 봐도 무방합니다. 일반적인 인도의 차, 커피 회사의 주된 광고 방법은 신문 또는 TV광고입니다. 인스타그램, 트위터, 페이스북 등의 인플루언서를 이용하면 효과적일 수 있습니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

커피 수요의 70% 이상은 대도시에 국한되기 때문에 대형 쇼핑몰 또는 슈퍼마켓이 가장 좋은 유통 경로입니다. 코로나19 이후로 전자상거래 비율이 급증하고 있기 때문에 온라인 쇼핑몰도 효과적일 것입니다.

Interview ③ 루루(LuLu)

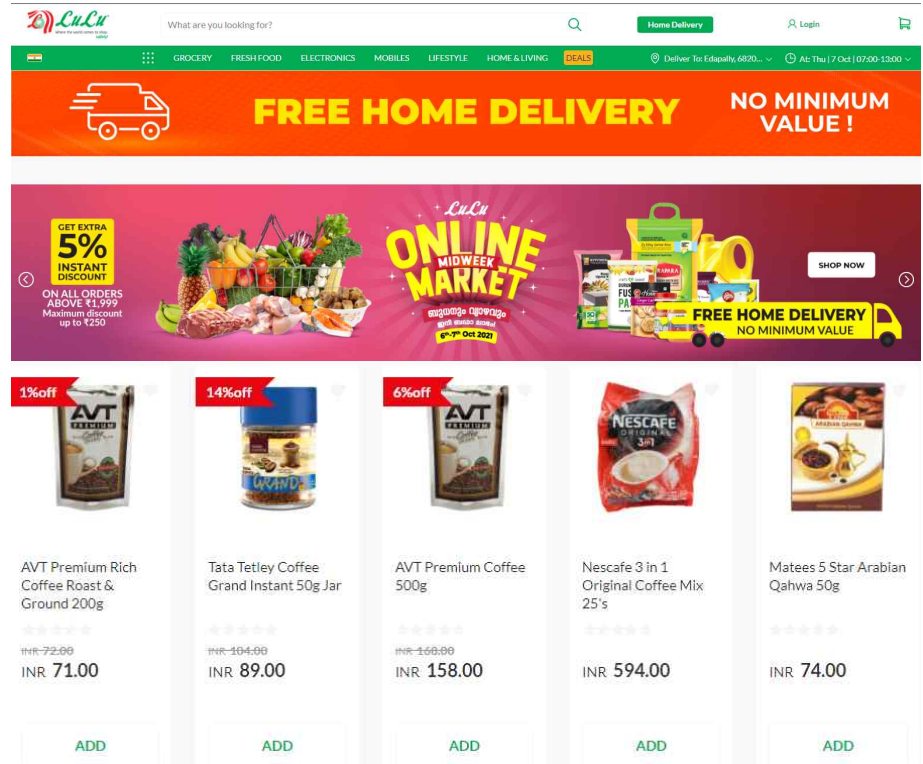
루루
(LuLu)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

15)



루루(LuLu) Sales Manager

루루 그룹(LuLu Group International)은 2000년에 설립된 다국적 기업으로 UAE에 본사를 두고 있음. 대형 슈퍼마켓과 소매 체인을 운영하며, 인도에서는 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket)을 6개 지점을 운영하고 있음

15) 사진자료: 루루(LuLu) 홈페이지



커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q1. 스틱형 커피믹스 및 커피크리머 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

인도인들은 즉석에서 끓인 커피를 선호하기 때문에 스틱형 커피믹스의 수요는 상당히 낮습니다. 또한 가정, 사무실 등에서 차와 커피를 쉽게 마실 수 있어 스틱형 커피믹스는 인기가 적습니다.

현재 비알유(BRU), 타타(Tata), 네스카페(Nescafe) 등의 인스턴트 커피가 주로 유통되고 있습니다.

커피크리머는 수요가 높으며 네슬레(Nestle)가 가장 인기 있는 상품입니다. 해당 브랜드의 인기 요인은 인도인의 취향을 잘 맞추고 합리적인 가격이기 때문입니다.

Q2. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

스티크형 커피믹스 제품은 취급하지 않아 가격 비교를 할 수 없습니다. 네슬레 커피크리머는 400g당 324루피(약 5,160원)으로 고객사의 제품이 훨씬 저렴합니다.

Q3. 고객사 제품의 포장 단위는 적당한가요?

고소득층은 제품 가격에 연연하지 않으며, 저소득층은 저렴한 제품을 소량구매하는 경향이 있습니다. 그러나 저소득층에게 커피는 사치품으로 인식되어있고 대부분의 경우 차를 소비하기 때문에 포장 단위는 문제가 없습니다.

Q4. 고객사 제품의 1회제공량은 적당한가요?

커피를 주로 소비하는 상위 계층은 건강한 식습관에 관심을 많이 가지기 때문에 양보다는 1회당 칼로리를 더 중요하게 볼 것입니다. 또한 제공량 보다는 맛과 가격이 구매 의사 결정에 가장 중요한 요소입니다.



커피스틱

소비자가격	565.0루피 (9,000원)
중량	700g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

커피크리머

소비자가격	252.0루피 (4,000원)
중량	500g
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q5. 현지 시장에서 커피믹스를 홍보할 때 적당한 키워드는 무엇인가요?

인도는 종교적 특색이 강한 국가이며 많은 소비자가 육류의 종류, HALAL 여부를 중요하게 생각합니다. 비건 인증을 받은 제품은 기본적으로 HALAL 인증이 되기 때문에 HALAL, 비건 인증을 추가하면 많은 고객층의 관심을 모을 수 있을 것입니다.

Q6. 현지 시장에서 효과적인 커피믹스 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

스포츠, 엔터테인먼트 업계의 인플루언서를 활용한 SNS 광고가 가장 이상적입니다. 스포츠 선수, 영화배우의 팬들은 스타가 이용한 제품을 따라서 구매하는 경향이 있습니다. 또는 식료품 리뷰를 하는 유튜버를 활용하면 1,000만 명 이상의 구독자에게 홍보가 가능하며 유통 경로를 찾을 수도 있습니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

온라인 및 슈퍼마켓, 소매 체인점이 적절한 유통 경로입니다.

스틱형 커피믹스 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입·유통업체
 - ② 인스턴트 커피 제품 취급 경험 있음

업체명	김스 마트(Kim's Mart)	서울 스토어(Seoul Store)	루루(LuLu)
업태	수입·유통업체	수입·유통업체	유통업체
취급 품목	 <p>스틱형 커피믹스</p>	 <p>스틱형 커피믹스</p>	 <p>인스턴트 커피</p>

인도 스틱형 커피믹스 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	김스 마트(Kim's Mart)	서울 스토어(Seoul Store)	루루(LuLu)
	수입·유통업체	수입·유통업체	유통업체
고객사 제품의 가격에 대한 의견	스틱형 커피믹스의 경우 경쟁사 제품에 비해 저렴함 커피크리머는 비교불가	가격은 저렴 하지만 경쟁사 제품은 고정 고객층 이 있음에 유의	스틱형 커피 비교 불가 커피크리머는 경쟁사 제품보다 훨씬 저렴함
고객사 제품의 포장 형태에 대한 의견	50-100개입으로 적당함	100개 제품이 일반적 50개입 제품도 합리적 가격 이라면 문제 없을 것 대량 포장일수록 저렴하기 때문에 고객들은 대용량 제품 선호	저소득층은 저렴한 제품을 소량 구매하지만, 이들은 커피보단 차 를 마시기 때문에 문제 없을 것
고객사 제품의 1회제공량에 대한 의견	총 칼로리 를 더 중요 하게 여김 양이 많아지면 칼로리는 당연히 높아지므로 부정적일 수 있음 일반적으로는 9-12g	경쟁사 제품보다는 많은 편	커피를 주로 소비하는 상위 계층은 건강한 식습관에 관심 많기 때문에 칼로리가 더 중요 양보단 맛과 가격 으로 결정
권장하는 홍보 및 마케팅 방법	현지 음료 업체 는 주로 TV 광고 또는 인쇄매체 활용 전문 블로거나 유튜버 활용도 효과적	일반적인 차, 커피 회사의 주된 광고 방법은 신문 또는 TV 광고 SNS 인플루언서 활용도 효과적일 것	스포츠 선수, 영화배우, 인플루언서 를 활용한 SNS 광고 , 유튜버 활용도 추천
커피믹스 판매 시 효과적인 광고 문구	HALAL 인증 과 비건 인증 이 효과적일 것	인도에 많은 무슬림 이 있기 때문에 HALAL 인증 중요 경쟁사는 비건 키워드 강조	HALAL 인증 과 비건 인증 을 추가하면 많은 고객층의 관심 모을 것
현지 시장 진출 시 적합한 유통 경로	인지도가 높다면 온라인 판매 인지도가 낮다면 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점 추천	커피 수요의 70% 이상 이 대도시 이기 때문에 대형 쇼핑몰 또는 슈퍼마켓 추천 코로나 이후엔 온라인 판매 급증	온라인, 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 소매 체인점
인기 있는 경쟁제품	맥심 골드 커피 스틱	맥심 골드, 카누 마일드 로스트	인스턴트 커피: 네스카페(Nescafe) 커피크리머: 네슬레(Nestle)

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

경쟁제품(제조사)

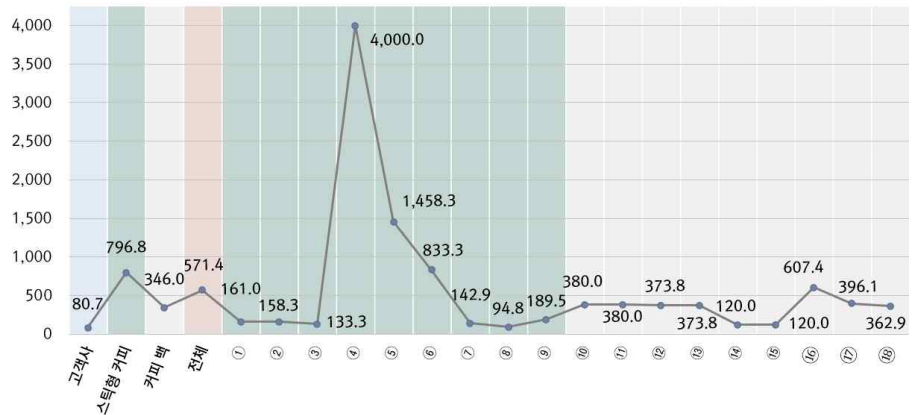
- ① 맥심 오리지널 커피믹스 (A사)
- ② 맥심 모카 골드 마일드 (A사)
- ③ 마이티케 모카마일드 커피 프리믹스 (B사)
- ④ 맥심 카누 마일드 로스트 아메리카노 (A사)
- ⑤ 비즈니스 플레이버 커피 배리어티 팩 (비즈니스 더 플레이버)
- ⑥ 네스카페 골드 블렌드 (네슬레 재팬)
- ⑦ 네스카페 오리지널 3in1 (네슬레 인도네시아)
- ⑧ 네스카페 3in1 카라멜 테이스트 (네슬레러시아)
- ⑨ 네스카페 블렌드 & 브루 마일드 (네슬레 말레이시아)
- ⑩ 더블 초코렛 모카 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)
- ⑪ 와일드 바닐라 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)
- ⑫ 어소티드 모카 커피 (콜롬비안 브루)
- ⑬ 어소티드 인스턴트 커피 (콜롬비안 브루)
- ⑭ 네스카페 골드 카푸치노 (네슬레 인도아)
- ⑮ 네스카페 골드 초코 모카 (네슬레 인도아)
- ⑯ 네스카페 골드 아이스드 카푸치노 오리지널 (네슬레 유케이)
- ⑰ 네스카페 골드 카푸치노 언스워트드 (네슬레 유케이)
- ⑱ 네스카페 골드 라떼 (네슬레 유케이)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 스틱형 커피 제품의 100g당 가격은 80.7루피(약 1,286원)¹⁶⁾로 경쟁제품 18개의 평균 100g당 가격 571.4루피(약 9,102원) 대비 약 7.1배 저렴한 편임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 스틱형 커피 제품의 평균이 796.8루피(약 12,693원)로 고객사 제품에 비해 716.1루피(약 11,407원) 비싼 것으로 확인됨. 커피백 제품의 평균 100g당 가격은 346.0루피(약 5,512원)으로 고객사 제품에 비해 265.3루피(약 4,226원) 비싼 것으로 조사됨

[표 5.1] 인도 커피믹스 100g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피)



16) 1루피=15.93원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

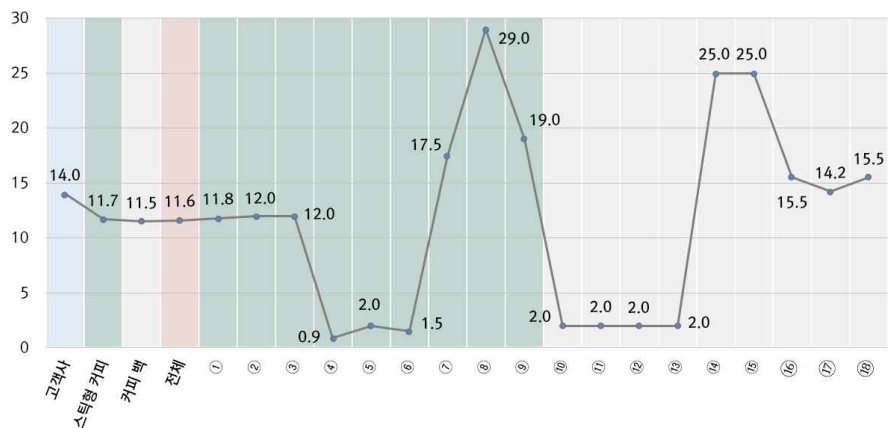
2) 제품 개별 포장당 중량

▶ 고객사 제품 개별 포장당 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 개별 포장당 중량은 14.0g으로 경쟁제품 18개의 평균 중량 11.6g에 비해 약 1.2배 큰 편임. 제품 종류별 평균 중량은 스틱형 커피와 커피백이 각각 11.7g, 11.5g으로 비슷한 수준으로 확인됨

[표 5.2] 인도 커피믹스 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



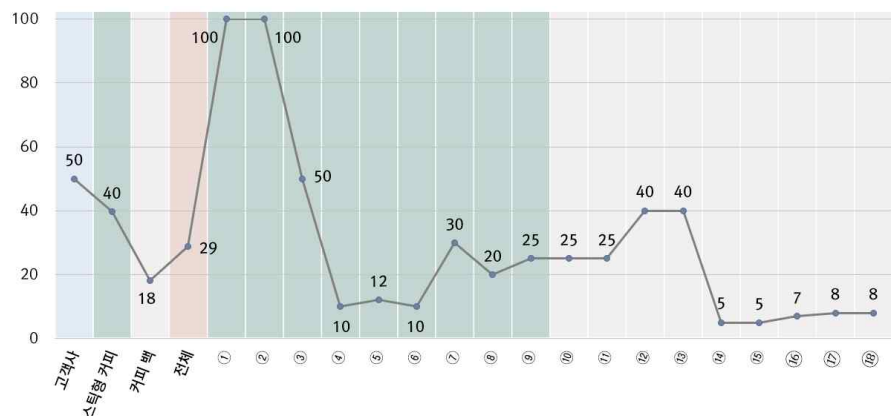
3) 1박스당 제품 개수

▶ 고객사 제품 1박스당 제품 개수, 경쟁제품 평균 대비 많은 편

고객사 제품의 1박스당 개수는 50개로 경쟁제품 18개의 평균 개수 29개에 비해 약 1.7배 많은 편임. 제품 종류별 평균 개수는 스틱형 커피가 40개, 커피백이 18개로 스틱형 커피 제품이 2배 가량 많은 것으로 확인됨

[표 5.3] 인도 커피믹스 1박스당 개수 경쟁력 분석

(단위: 개)

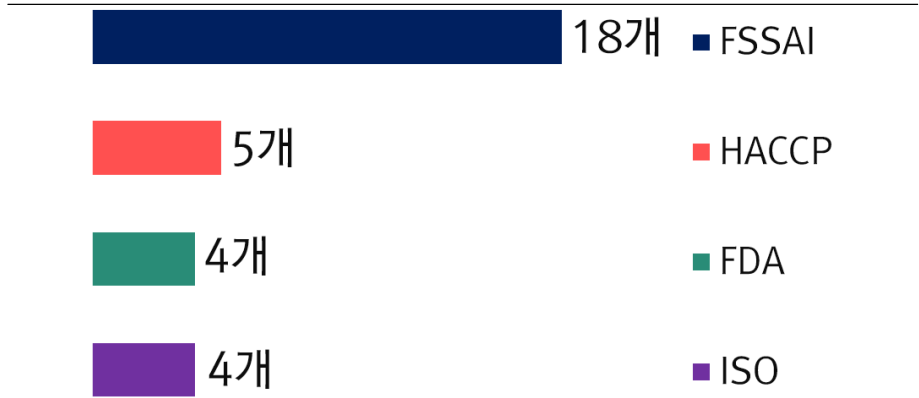


4) 인증

▶ **경쟁제품 모두 FSSAI(인도 식품안전기준) 인증 보유**

인도에서 판매되고 있는 커피믹스 경쟁제품 18개의 인증 보유 현황을 조사한 결과, 모든 제품이 FSSAI 인증을 보유한 것으로 확인됨. 인도에 수입 식품이 입항할 시 FSSAI 담당자에게 통합신고서를 제출하는 것이 필수사항임. 그 외에 HACCP 인증이 5개, FDA와 ISO 인증이 각각 4개로 뒤를 이었음

[표 5.4] 인도 커피믹스 보유 인증 경쟁력 분석

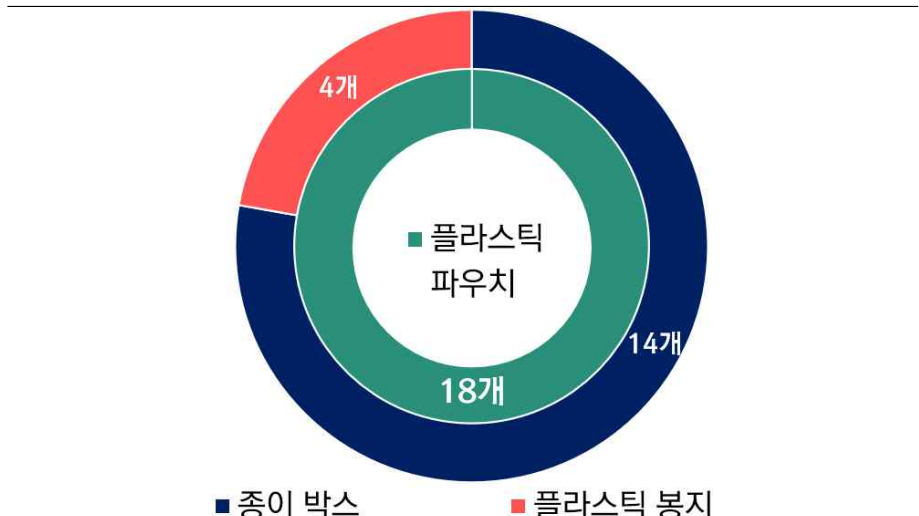


5) 포장 형태

▶ **경쟁제품 18개 중 14개, 외부 포장으로 종이 박스 사용**

인도에서 판매되고 있는 커피믹스 경쟁제품 18개의 포장 형태를 조사한 결과, 14개 제품이 외부 포장으로 종이 박스를 사용한 것으로 확인됨. 그 외 4개 제품은 플라스틱 봉지를 사용함. 내부 포장으로는 18개 제품 모두 플라스틱 파우치 형태를 사용한 것으로 확인됨

[표 5.5] 인도 커피믹스 포장 형태 경쟁력 분석

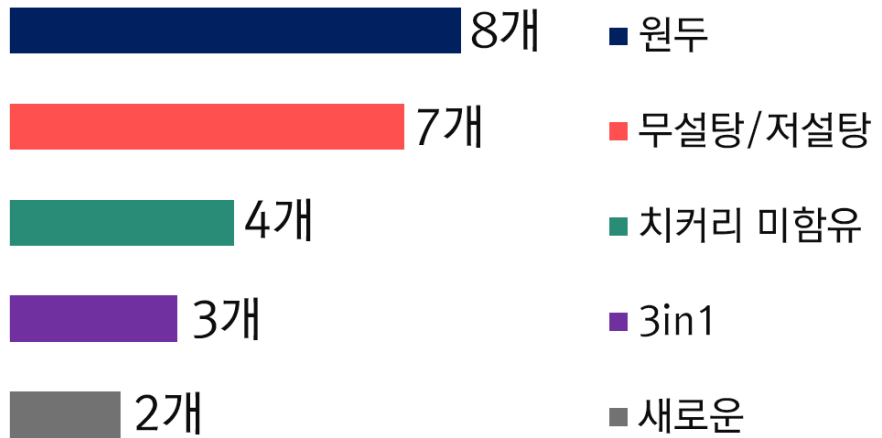


6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 18개 중 8개, 원두를 강조한 홍보문구 사용

인도에서 판매되고 있는 커피믹스 경쟁제품 18개의 홍보문구를 조사한 결과, 8개 제품이 ‘더 좋은 원두’, ‘진하고 부드러운 로부스타&아라비카’, ‘맛있는 블렌드’ 등 원두를 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 확인됨. 7개 제품은 ‘무설탕’, ‘저설탕’을 강조하는 홍보문구를 사용한 것으로 확인되었음. 그 외로 ‘치커리 미함유’ 4개 제품, ‘3in1’ 3개 제품, ‘새로운’ 2개 제품이 확인되었음

[표 5.6] 인도 커피믹스 홍보문구 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인 및 오프라인 매장 모두에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존 인디아(Amazon India), 플립카트(Flipkart), 스냅딜(Snapdeal)

(*) 오프라인 매장 : 신라 마트(Seela Mart), 네이처스 바스켓(Nature's Basket), 르 막셰(Le Marché), 모던 바자르(Modern Bazaar)

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 4개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
스틱형 커피

공통 특징 ②
대용량 포장

현지 벤치마킹 인기제품
(ASA _
맥심 모카 골드 마일드)
'더 좋은 원두'
품질 강조

◀ 벤치마킹
베지테리언
제품 홍보



공통 특징 ①
스틱형 커피

공통 특징 ②
평균 대비 높은 개별
포장당 중량

현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ Top Peak)
'진한 커피 맛'

벤치마킹 ·
적정 중량



현지 벤치마킹 인기제품
(네슬레 말레이시아 _
네스카페 블렌드 &
브루 마일드)
'더 크림미한' 맛 강조

2) 벤치마킹 제품 분석

- 베지테리언 강조

▶ 벤치마킹 제품, 베지테리언, 비건 등 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 18개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품 2개 모두 온라인 쇼핑몰 상품 설명란에 ‘베지테리언’ 원료임을 기재해두고 있음. 우유를 포함한 모든 동물성 원료를 함유하지 않는 비건 제품과는 다음을 유의

[표 5.7] 인도 커피믹스 인기제품 홍보문구 분석

(인터뷰 1) 인도 인구의 20~30%는 채식주의자이기 때문에 비건 인증서를 추가하면 도움이 될 수 있습니다.

- 김스 마트, Sales Representative -

(인터뷰 2) 인도는 인도네시아에 이어 두 번째로 많은 무슬림이 거주하는 국가이기 때문에 HALAL 인증은 중요한 포인트입니다.

- 서울 스토어, Marketing Director -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 적정 개별 중량

▶ 벤치마킹 제품, 적절한 개별 중량

현지에서 판매 중인 경쟁제품 18개의 개별 포장당 중량을 조사한 결과, 전체 평균은 11.6g, 스틱형 커피의 평균은 11.7g으로 고객사 제품의 중량이 더 큰 것으로 나타남. 벤치마킹 제품 중 ‘네스카페 블렌드 & 브루 마일드’의 경우 제품 1개당 중량이 19.0g으로 높은 편이지만, 음용법에 물 200ml를 이용하라고 기재되어 있어 종이컵 1개 분량(80~100ml)을 기준으로 하는 국산 브랜드와 차이가 있다는 점을 고려해야함

[표 5.8] 인도 커피믹스 인기제품 개별 포장당 중량 분석

(인터뷰 1) 일반적인 소비자들은 제품의 중량보다는 총 칼로리를 더 중요하게 봅니다. 1개당 중량이 14g일 경우 양이 많아져 자연스럽게 경쟁사 제품 대비 고칼로리로 인식될 수 있으며 이는 부정적인 인식을 줄 수도 있습니다.

- 김스 마트, Sales Representative -

(인터뷰 2) 커피를 주로 소비하는 상위 계층은 건강한 식습관에 관심을 많이 가지기 때문에 양보다는 1회당 칼로리를 더 중요하게 볼 것입니다. 또한 제공량보다는 맛과 가격이 구매 의사 결정에 가장 중요한 요소입니다.

- 김스 마트, Sales Representative -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 커피믹스 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	B사	네슬레
판매채널	오프라인 매장 (총 4개 매장 조사)	신라 마트 네이처스 바스켓	신라 마트	르 막세 모던 바자르
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존 인디아	(-)	아마존 인디아 플립카드
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	한국	글로벌	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(한국) 인스타그램(한국)	(-)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)
홍보문구	제품의 품질 제품의 간편함 제품의 맛	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인과 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음		
	홍보문구	제품의 품질, 간편함, 맛을 강조		

VI. 시사점

Coffee Mix Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 80.7루피로, 커피믹스 경쟁제품 18개 평균인 571.4루피 대비 약 7.1배 저렴한 가격을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 스틱형 커피 경쟁제품 9개의 100g당 가격 평균은 796.8루피로 고객사 제품보다 716.1루피 가량 비쌌으며, 커피팩 경쟁제품 9개의 평균은 346.0루피로 고객사 제품보다 265.3루피 가량 비쌌음

Point. 2



고객사 제품의 개별 포장당 중량은 14.0g으로, 커피믹스 경쟁제품 18개 평균인 11.6g에 비해 약 1.2배 큰 개별 포장당 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 스틱형 커피 경쟁제품 9개의 개별 포장당 중량 평균은 11.7g, 커피팩 경쟁제품 9개의 평균은 11.5g으로 서로 비슷한 수준을 보임. 한편, 고객사 제품의 1박스당 제품 개수는 50개로, 경쟁제품 18개 평균인 29개에 비해 약 1.7배 많았음

Coffee Mix Package&Text



Point. 1



인도 커피믹스 경쟁제품 18개의 보유 인증을 조사한 결과, 18개 제품 모두 인도 식품안전기준 인증인 FSSAI 인증을 보유하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 HACCP 인증 보유 제품이 5개, FDA 및 ISO 인증 보유 제품이 각각 4개씩 확인됨. 한편, 경쟁제품 18개의 외부 포장 형태를 조사한 결과, 14개 제품이 고객사 제품과 같은 종이 박스 포장 형태를 보였으며 나머지 4개 제품은 플라스틱 봉지 포장 형태인 것으로 조사됨

Point. 2



인도 커피믹스 경쟁제품 18개가 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 제품 제조에 사용된 원두를 강조한 제품이 8개로 가장 많이 발견되었음. 뒤이어 무설탕/저설탕을 강조한 홍보문구를 사용한 제품이 7개 조사되었으며, 치커리 미함유 여부를 강조한 홍보문구를 사용한 제품이 4개 조사되었음. 이 외로 3in1 강조 홍보문구 사용 제품이 3개, 신제품임을 강조한 홍보문구 사용 제품이 2개 발견됨

India Market Competitor



Point. 1



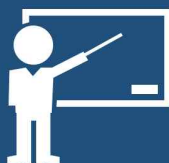
인도 시장 커피믹스 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 인도 현지 한인마트인 신라마트에 진출한 경쟁기업이 2개, 르 막세, 네이처스 바스켓 등 인도 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 진출한 경쟁기업이 2개인 것으로 나타남. 한편 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 중 2개가 아마존 인디아에 진출한 것으로 나타남

Point. 2



인도 시장 커피믹스 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 품질, 간편함, 맛 등을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 경쟁기업 3개사 중 2개사가 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용하는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



인도 현지에서 커피믹스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자 3명 중 모두 고객사 제품에 대해 가격이 경쟁제품에 비해 저렴하다는 피드백을 주었음. 이 중 1명의 담당자는 고객사 제품이 가격은 저렴하지만, 경쟁제품들이 인도 현지에서 고정 고객층이 있기 때문에 고객사 제품의 현지 시장 수요 예측 시 어느정도 유의해야 한다고 덧붙임

Point. 2



인도 현지 커피믹스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인도 커피 주요 소비자는 상위 계층으로 이들 소비자들은 제품의 1회 제공량보다 칼로리에 더 신경을 쓰는 것으로 나타남. 또한 제품 구매 시 제품의 양보다는 맛과 가격을 보고 제품 구매를 결정하는 편인 것으로 나타남. 한편, 담당자들은 커피믹스 판매 시 효과적인 홍보문구로 HALAL 및 비건 인증 취득 여부 표시를 언급했으며, 인지도가 상대적으로 낮은 제품의 적합 유통채널로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점 등 오프라인 채널을 언급하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「India Relative Market Share of Grocers」, 2020
2. 스태티스타(Statista), 「Visitors per month on Indian marketplace websites in February 2020」, 2020

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 아마존 인디아(Amazon India) 홈페이지 (www.amazon.in)
3. 플립카트(Flipkart) 홈페이지 (www.flipkart.com)
4. 스냅딜(Snapdeal) 홈페이지 (www.snapdeal.com)
5. 하리아나 주 정부 홈페이지 (haryana.gov.in)
6. 신라 마트(Seela Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/seelamartindia)
7. 네이처스 바스켓(Nature's Basket) 홈페이지 (www.naturesbasket.co.in)
8. 르 막셰(Le Marché) 홈페이지 (www.marcheretail.com)
9. 모던 바자르(Modern Bazaar) 홈페이지 (www.modernbazaar.online)
10. 네슬레(Nestle) 홈페이지 (www.nestle.com)
11. 김스 마트(Kim's Mart) 홈페이지 (ksfoods.co.in)
12. 서울 스토어(Seoul Store) 홈페이지 (www.seoulstore.in)
13. 루루(LuLu) 홈페이지 (www.luluhypermarket.in/en-in)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.22

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea