



MINI Market Report

국가	인도
제품	우유

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 인도 마케팅 방안	1
1. 현지 시장 특징	1
2. 현지 시장 진출 TIP	2
II. 인도 시장 정보	4
1. 우유 수입추이	4
2. 유제품 시장동향	7
3. 우유 생산동향	12
III. 인도 가격 정보	14
1. 주요 경쟁사 및 제품 동향	14
2. 우유 가격 동향	18
IV. 인도 유통 정보	20
V. 인도 통관 정보	23
1. 관세 현황	23
2. 수입통관 절차 및 유의사항	27
3. 원산지 규정	31
VI. 인도 검역 정보	35
VII. 인도 라벨링 정보	36
VIII. 인도 바이어 정보	40

※ 참고자료

I 인도 마케팅 방안

1. 현지 시장 특징

□ 인도의 우유 수입액 증가 추이

- 인도의 2013년 우유 수입액은 26만 달러로 전년 대비 5% 가량 증가한 것으로 집계되었음
- 수입국 1위는 프랑스로 2013년 기준 약 14만 달러를 기록, 전체 수입액의 54.81%를 점유한 것으로 조사

□ 인도의 우유 시장 성장세

- 데이터모니터에 따르면, 인도의 2013년 우유 시장 규모는 2,798억 달러로 관측되며 향후 2016년까지 연 평균 성장률이 8% 가량일 것으로 추정되고 있음

□ 인도는 세계 최대 유제품 생산국

- 미국 농림부가 발표한 'India Dairy and Products Annual 2013'에 따르면, 2013년 유제품 생산량은 1억 3,400만 톤으로 추정되며 2014년에는 전년 대비 4.5% 가량 증가한 1억 4,000만 톤에 달할 것으로 추정
- 인도는 현재 세계 총 유제품 생산량의 17% 이상을 차지하며 유제품산업의 최대 생산국으로 자리 잡음

□ 인도의 유제품 소비 증가 추세

- 인도인들의 하루 평균 유제품 소비량은 1인당 276g에 달하며 1인당 유제품 소비량은 지속적으로 증가할 것으로 예상됨
- 인도 표본조사국에 따르면, 현재 인도 농촌가정은 식료품비의 8%, 도시가정은 7%를 유제품에 각각 소비하고 있음

- 국가낙농업개발위원회(NDDDB)는 현재 1억2800만 톤에 달하는 인도 유제품 소비량이 2022년 1억 8,000만 톤까지 증가할 것으로 전망

2. 현지 시장 진출 TIP

□ 제품 현지화 전략 필요

- 인도에서는 글로벌 표준화 된 상품 보다는 인도인들의 입맛과 소비성향에 맞춤화 된 제품들이 성공하는 경우가 많음
- 현지진출에 성공한 다국적 식품 기업들의 사례를 보면 공통적으로 자사의 제품을 인도인들의 입맛에 맞도록 적응시켰음
- 네슬레 인디아는 인도인들의 입맛에 맞추어 치커리를 배합한 강하고 친근한 맛의 인스턴트커피를 출시하였으며, 맥도날드는 인도인들의 입맛에 맞춘 Aloo Tikki Burger라는 특별 메뉴를 내놓아 선풍적인 인기를 모음
- 반면 켈로그는 기존의 자사의 콘플레이크 제품을 그대로를 판매하였다가 판매 부진을 겪은 바 있음

□ 제품 가격 경쟁력 확보 필수

- 인도인들은 제품 소비에 있어서 가격에 매우 민감한 특성을 보이기 때문에 경쟁력 있는 가격의 책정은 성공의 필수조건
- 켈로그의 콘플레이크나 Heinz 토마토 케첩은 좋은 품질에도 불구하고 높은 가격을 고수함으로써 판매 부진을 겪었음
- 이에, 대부분의 다국적 기업들은 저렴한 가격을 책정하기 위해 다양한 노력들을 펼치고 있음
- Hindustan Lever는 대표적인 인도의 저가시장 성공 기업으로 꼽히고 있음. Hindustan Lever는 구매력을 갖춘 중산층뿐만 아니라 인도의 저소득층까지 내수 판매를 확대하기 위하여 제품의 소형화, 간소화 전략을 채택. 인도 저소득층은 구매욕구가 있더라도 충분한 구매력을 가지고 있지 못하지만 구매 가능한 저가의 제품이 존재한다면 이를 자주 구입할 의사는 가지고 있기 때문

-
- 여기에 주목하여 힌두스탄레버는 대용량 포장제품을 탈피하고 4센트짜리 1회용 삼푸비누세트를 출시하여 엄청난 돌풍을 일으켰음. Coca Cola도 힌두스탄레버의 전략을 벤치마킹하여 6루피(150원) 저용량 콜라를 내놓음으로써 매출이 급신장한 바 있음

□ 제품 홍보 및 출시 시기의 적절한 선택 필요

- 매년 인도 델리에서 AAHAR 국제식품박람회가 개최되고 있으며 현 박람회를 활용한다면 인도의 잠재 수입업체 및 유통업체와 접촉할 수 있음
- 인도인들의 경우, 매년 10월 ~11월에 개최되는 디왈리 축제 기간에 고가의 식품을 선물하는 전통을 가지고 있음
- 특히, 디왈리 축제기간에 수입식품을 포함해 고부가가치 식품에 대한 수요가 최고조에 달함에 따라 해당 시기에 제품을 홍보 및 런칭하는 것도 바람직할 것임

II 인도 시장 정보

1. 우유 수입추이

- 우유에 대한 HS CODE는 농축 되지 않은 것(0401)과 농축 된 것(0402)으로 구분되며 또다시 지방함량에 따라 구분됨

< HS CODE >

0401	밀크와 크림(농축하지 아니한 것으로서 설탕 기타 감미료를 첨가하지 아니한 것에 한한다)
0402	밀크와 크림(농축하였거나 설탕 기타 감미료를 첨가한 것에 한한다)

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- HS CODE 「0401」에 대한 인도의 2013년 수입액 추이

순위	수출국가	무역지표					
		수입액 (USD)	점유율 (%)	수입량 (KG)	점유율 (%)	수입 단가 (미달러)	수입량증감률 (2012년 대비, %)
	World	262,208		75,540		3.47	5.34
1	France	143,718	54.81	49,990	66.18	2.87	-17.66
2	Germany	58,467	22.30	10,756	14.24	5.44	7.29
3	Netherlands	58,331	22.25	14,688	19.44	3.97	
4	United Kingdom	1,692	0.65	106	0.14	15.97	3.92

출처 : Global Trade Atlas (www.gtis.com/gta)

- 인도는 2013년 HS CODE 0401 제품을 약 26만 달러 규모를 수입하였으며, 가장 많이 수입한 국가는 프랑스로 파악되었음
- 인도의 수입국에는 프랑스, 독일, 네덜란드, 영국 등 4개국이 전부이며 수입량이 많지 않은 편임
- 수입국 1위는 프랑스로 2013년 기준 약 14만 달러를 기록, 전체 수입액의 54.81%를 점유한 것으로 조사되었음
- 그 다음으로는 독일로 약 5만 달러를 기록했으며 네덜란드도 약 5만 달러의 수입

규모를 보이고 있음

- 수입량으로 살펴보면 프랑스가 2013년 기준으로 약 499톤의 양을 기록하며 전체 수입량에 66.18%의 점유율을 차지하고 있음
- 네덜란드는 2012년에는 수입량이 없었지만 2013년 약 146톤의 양을 기록하며 인도 시장에 안정적으로 정착하고 있음
- 수입단가를 살펴보면 프랑스가 가장 저렴한 KG당 2.87달러이며 영국이 가장 비싼 KG당 15.97달러를 기록하였음

□ HS CODE 「0402」에 대한 인도의 2013년 수입액 추이

순위	수출국가	무역지표					
		수입액 (USD)	점유율 (%)	수입량 (KG)	점유율 (%)	수입 단가 (미달러)	수입량증감률 (2012년 대비, %)
	World	3,848,417		832,296		4.62	-94.27
1	Netherlands	1,113,330	28.93	152,757	18.35	7.29	53.57
2	Spain	1,073,240	27.89	140,452	16.88	7.64	21.80
3	Denmark	757,025	19.67	362,253	43.52	2.09	-17.28
4	United Arab Emirates	321,441	8.35	45,951	5.52	7.00	1658.55
5	France	115,151	2.99	46,476	5.58	2.48	-99.37
6	Germany	114,111	2.97	22,403	2.69	5.09	-98.88
7	Saudi Arabia	110,240	2.86	17,199	2.07	6.41	-2.90
8	Netherlands Antilles	103,115	2.68	14,175	1.70	7.27	
9	Bahrain	79,950	2.08	20,580	2.47	3.88	
10	Switzerland	23,197	0.60	2,450	0.29	9.47	78.18
13	Korea, South	2,719	0.07	258	0.03	10.54	-81.77

출처 : Global Trade Atlas (www.gtis.com/gta)

- 인도의 HS CODE 0402에 대한 수입액을 살펴보면 2013년에 총 약 384만 달러 규모를 수입하였음
- 가장 많은 수입액을 기록한 국가는 네덜란드이며 2013년 기준으로 약 111만 달러

규모를 기록하였고 전체 수입액 중에 28.93%의 비중을 차지하고 있음

- 두 번째로는 스페인이 기록하였으며 2013년 기준으로 약 107만 달러 규모를 기록하였고 전체 수입액 중에 27.89%의 비중을 차지
- 그 다음으로는 덴마크, 아랍에미레이트, 프랑스 순으로 이어지며 한국은 13위에 해당하는 수치로 2013년 기준으로 2,719달러 규모를 기록하였음
- 수입량으로 살펴보면 2013년 기준 총 수입량은 약 8,322톤을 기록하였고 이는 전년도 대비 -94.27% 감소한 수치임
- 덴마크가 가장 많은 양을 보이며 약 3,622톤을 기록하고 있음. 이는 전체 수입량에 43.52%의 비중을 차지하고 있음
- 두 번째로는 네덜란드이며 약 1,527톤을 기록하고 있으며 전체 수입량에 18.35%를 차지하고 있음
- 그 다음으로는 스페인, 프랑스, 아랍에미레이트 순이며 한국은 2013년 기준 258KG의 수입량을 보이고 있으며 이는 전년도 대비 하여 -81.77% 감소한 수치임
- 평균 수입단가는 KG당 4.62 달러이며 덴마크가 가장 저렴한 KG당 2.09달러를 보이고 있음

2. 유제품 시장동향

□ 유제품 시장 현황

- USDA가 발표한 'India Dairy and Products Annual 2013'에 따르면, 2013년 유제품 생산량은 1억 3,400만 톤으로 추정되며 2014년에는 전년 대비 4.5%가량 증가한 1억 4,000만 톤에 달할 것으로 추정
- 인도는 현재 세계 총 유제품 생산량의 17% 이상을 차지하며 유제품산업의 최대 생산국으로 자리 잡음
- 인도인들의 하루 평균 유제품 소비량은 1인당 276g에 달하며 1인당 유제품 소비량은 지속적으로 증가할 것으로 예상됨
- 인도 표본조사국에 따르면, 현재 인도 농촌가정은 식료품비의 8%, 도시가정은 7%를 유제품에 각각 소비하고 있음
- 국가낙농개발위원회(NDDDB)는 현재 1억2800만 톤에 달하는 인도 유제품 소비량이 2022년 1억 8,000만 톤까지 증가할 것으로 전망
- Investor Relations Society of India에 따르면, 현재 700억 달러 규모인 유제품 산업은 연평균 15~17% 성장률을 보이며 2020년에는 1,400억 달러에 달할 것으로 전망

□ 유제품 시장 성장 요인

- RNCOS 2012에 따르면 젊은이들의 서구화된 입맛과 인도인들의 가처분소득 증가 등으로 인해 인도 유제품 소비는 당분간 연평균 약 4%씩 꾸준히 증가할 것으로 보임
- 젊은이들이 외국 문화에 개방적인 성향을 띠면서 외식문화가 발달하고 있는데, 유제품 사용량이 많은 피자·파스타와 같은 패스트푸드에 호황을 누리고 있음
- 16~25세의 56%가 패스트푸드를 즐긴다고 답했으며 13%는 아이스크림/쉐이크를 즐긴다고 응답(복수응답 가능)

- 딸기맛, 초코맛 우유 등의 가공유와 요구르트 등은 연령, 지역을 구분하지 않고 수요가 점점 높아지고 있음
- 2009년 이후 인도 가처분소득이 5000억 달러 이상 증가하면서 인도인의 생활수준이 향상됐으며, 유제품 등의 건강식에 대한 관심이 증대

□ 유제품 산업의 위험 요소

- 인도 유제품 유통구조는 아직 체계화돼 있지 않아 등록된 생산업체에서 유통되는 우유는 전체의 20%에 불과
- 현재 인도 젖소의 수는 1억 99,00만 마리로 1950년대 1억 5,500만 마리였던 것에 비해 큰 변화가 없는 상태
- 두당 우유 생산량 또한 연간 1,600kg으로 전 세계 평균 9,000kg에 한참 못 미치며 외국산 젖소 수입의 필요성이 증대되고 있으나 외국산 젖소 수입규제로 인해 수입이 늦어지고 있음

□ 유제품 소비 트렌드

- 유제품시장에서 우유의 점유율은 5년 전 70%에 달했지만 현재 66%까지 감소했으며 Ghee(8%), 가루우유(5%) 등 가공제품들의 점유율이 높아지는 추세
- Ghee, 파우더, 치즈, 버터, 요구르트 등 가공 제품들은 최근 5년 동안 매년 20~30%의 성장률을 기록하고 있으며 향후 지속적인 성장세를 보일 것으로 기대

□ 우유 시장 가치

<2012년~2016년까지의 인도 우유시장 가치>

	2012	2013	2014	2015(추정)	2016(추정)	연간 성장률
US Dollar (Millions)	258064.5	279887.7	303311.5	326323.3	348854.9	7.83%

출처 : Datamonitor

- 인도는 2012년 우유 시장 가치가 약 2,580억 달러 규모를 보였으며, 2013년엔

2,798억 달러, 2014년 3,033억 달러의 규모를 보이며, 2016년에는 3,488억 달러 규모의 가치를 보일 것이라고 추정

- 인도의 우유 시장은 연평균 7.83%의 성장률을 나타낼 것으로 예상되고 있음

□ 우유 시장 브랜드 점유율

- 2013년 브랜드 점유율

<2013년 인도 우유 브랜드 시장 점유율 TOP 10>

Brand	점유율
Amul	35.23%
Aavin	11.79%
Vijaya	11.06%
Milma	10.34%
Mother Dairy	8.81%
Vita milk	7.42%
Nandini	5.57%
Saras	4.49%
Mahanand	2.36%
Milkmaid	0.95%

출처 : Datamonitor

- 인도의 2013년 우유 브랜드 시장 점유율은 Amul이 가장 많은 35.23%의 시장 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타남
- 그 다음으로는 Aavin가 11.79%로 뒤를 이었고 Vijaya가 3위로 11.06%의 점유율을 보이고 있음

– 2013년 우유 회사 점유율

<2013년 인도 음료 회사 점유율 TOP 10>

Company	점유율
Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation Ltd.	35.23%
TNCMPF (Tamil Nadu Cooperative Milk Producers' Federation)	11.79%
APDDCF (Andhra Pradesh Dairy Development Co-operative Federation)	11.06%
KCMMF (Kerala Cooperative Milk Marketing Federation)	10.34%
Mother Dairy Fruit & Vegetable Pvt. Ltd.	8.81%
HDDCF (Haryana Dairy Development Cooperative Federation)	7.42%
KMF (Karnataka Cooperative Milk Producers' Federation)	5.57%
Rajasthan Co-operative Dairy Federation Limited	4.49%
Mahanand (Maharashtra Rajya Sahakari Dudh Mahasangh Maryadit)	2.36%
Nestle S.A.	0.95%

출처 : Datamonitor

- 회사 점유율을 살펴보면 Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation Ltd.가 35.23%의 시장 점유율을 차지하며 3분의 1정도를 점유하고 있는 것으로 나타남
- 다음으로는 TNCMPF이 11.79%의 점유율을 보이고 있으며, APDDCF가 11.06%로 세 번째로 높은 점유율을 보이고 있음
- 연령별 소비율

<2012년 연령별 음료 소비율>

연령	소비율
0~14세	29.01%
15~24세	21.53%
25~34세	17.53%
35~44세	15.07%
45~54세	10.46%
55세 이상	6.40%

출처 : Datamonitor

- 인도의 연령별 음료 소비를 살펴보면 영유아기와 청소년 시기에 가장 많은 소비를 하는 것으로 알 수 있으며 0~14세 사이의 소비율은 29.01%의 수치를 나타냄
- 15~24세가 두 번째로 많은 소비를 하며 21.53%에 해당하는 소비율을 보이고 있음
- 아무래도 10, 20대들 사이에서 우유를 많이 소비하며 우유를 선호하는 연령대인 만큼 40, 50대에 비해 소비율이 높음

3. 우유 생산동향

□ 인도 우유 연간 생산량

<인도의 연간 우유 생산량>

Year	생산량(백만톤)	1인당 하루 소비 가능량(gms/day)
2007-08	107.9	260
2008-09	112.2	266
2009-10	116.4	273
2010-11	121.8	281
2011-12	127.9	290
2012-13	132.4	

출처 : National Dairy Development Board

- 인도의 2012-13년도의 우유 생산량은 1억 3,240만톤으로 매년 꾸준히 증가하고 있는 것을 표에서 알 수 있음
- 인도의 우유 생산량은 저조하였으나 네슬레와 같은 해외 대기업들이 시장으로 진출하여 젖소 관리 기술 전수 및 자금 지원으로 인해 젖소 농가의 우유 생산성이 50배 향상되었음

□ 주 별 우유 생산량

<인도의 주요 주별 2012-12 우유 생산량>

주 이름	생산량(천톤)
Uttar Pradesh	23330
Rajasthan	13946
Andhra Pradesh	12762
Gujarat	10315
Punjab	9714
Madhya Pradesh	8838

출처 : National Dairy Development Board

-
- 인도의 Uttar Pradesh 주에서 가장 많은 우유 생산량을 보이고 있으며 연간 2,333만 톤의 생산량을 보여주고 있음
 - 그 다음으로 Rajasthan 주에서 1,394만 톤의 생산량을 기록하고 Andhra Pradesh 주에서는 1,276만 톤의 생산량을 기록하고 있음
 - 각 주들은 매년 생산량이 늘어나고 있으며 인도의 우유 생산에 중심이며 발전된 기술과 해외기업들의 투자로 인해 생산량이 증가하고 있음

III 인도 가격 정보

1. 주요 경쟁사 및 제품 동향

□ 주요 경쟁사

- 인도의 주요 유제품 및 우유 생산업체는 정부 조직과 주 정부 하에 통제되는 개인 기업 업체로 구분할 수 있음
- 이러한 기업들은 모두 National Dairy development Board(NDDB)와 긴밀하게 협조하고 있는데 이것은 어린 아이들의 영양결핍을 방지하기 위해서임
- 이들은 서로 협동하며 우유 시장을 이끌고 있고 개인 농장업자들에게서 구입하며 최소한의 가격을 지원함
- high nutritious 우유를 생산하며 대량 생산할 수 있는 기술을 보유하고 있음
- 최신의 R&D 센터를 보유하고 있으며, 영양이 풍부한 우유 생산 개발 연구에 힘쓰고 있음

1) Amul and Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation Ltd

- 1946년에 설립되었으며 현재 인도에서 가장 큰 우유 생산 및 마케팅 기관임
- 우유는 농장에서 생산한 뒤 세 단계에 걸쳐 소비자로 전해짐
- Amul이라는 우유 브랜드를 가지고 있으며 연간 3억 달러의 매출액을 기록하고 있고 하루에 대략 1,300만 리터의 우유를 조달하고 있음
- 마을을 우유 협동조합을 만들어 운영하며 31개 지역에 17개의 노조원이 있고 우유 생산자만 3백만명에 이름
- 일본, 뉴질랜드, 호주, 홍콩, 중국 등 여러 나라에 우유 수출을 하고 있으며 13년 동안 지속적으로 수출국을 늘리고 있음

– 주요 제품

제품 이미지	
제품 이름	Amul Gold
구성 성분	FAT(%) 6.0 min SNF (%)* 9.0 min
가격	인도 : 1리터 48 Rs 달러 : 0.78 \$

제품 이미지	
제품 이름	Amul Taaza
구성 성분	Fat (%) 3.0 min SNF (%) *8.5 min
가격	인도 : 1리터 36 Rs 달러 : 0.59 \$

2) The Orissa State Cooperative Milk Producer's Federation Limited (OMFED)

– 인도 Orissa 주의 우유 협동조합 업체

– 주요 제품

제품 이미지	
제품명	Toned Milk, 1 Ltr.
가격	루피 : 32.00 Rs 달러 : 0.52 \$

제품 이미지	
제품명	Sweetened Flavoured Milk, 200ml
가격	루피 : 17.00 Rs 달러 : 0.28 \$

3) Mother Dairy

- 1974년에 Operation Flood 프로그램으로 설립된 회사이며 NDDB의 회사 소속임
- 우유 및 유제품 생산을 하며 다양한 범위의 식품들을 판매 및 유통하고 있음
- 대략 320만 리터의 우유 시장을 점유하고 있으며 델리, 뭄바이, 사우라슈트라, 하이데라바드 등의 지역에서 활동
- 주요 제품

제품 이미지	
제품 명	Toned Milk, 1 Ltr
가격	루피 : 38.00 Rs 달러 : 0.62 \$

제품 이미지	
제품 명	Full Cream Milk, 1 Ltr
가격	루피 : 48.00 Rs 달러 : 0.78 \$

2. 우유 가격 동향

□ 인도 우유 소매 가격 현황

- 2014년 10월 기준으로 인도 마켓에서 판매되는 우유의 평균 가격은 1리터당 37.89Rs이며 32.00~44.00Rs까지의 범위를 보이고 있음
- 인도의 각 주 마다 소매가격이 다르기 때문에 지역별에 따라 가격에 대한 마케팅 설정을 고려해야함

□ 인도에서 온라인으로 우유 제품을 쉽게 구입할 수 있음

업체명	Atul Dairy	Danone	D Lecta
제품 이미지			
제품명	Milk - Pasteurized - 1Lt	Milk - Toned - 1L	Milk - Premium Cow - 1L
가격	Rs. 75	Rs. 75	Rs. 65
달러	1.23 \$	1.23 \$	1.06 \$

출처 : www.naturesbasket.co.in

업체명	Mother Dairy	Nestle	Amul
제품 이미지			
제품명	UHT Milk - 1L	a+ Milk - 1L	Amul Gold Milk - 1L
가격	Rs. 45	Rs. 65	Rs. 56
달러	0.74 \$	1.06 \$	0.92 \$

출처 : www.aaramshop.com

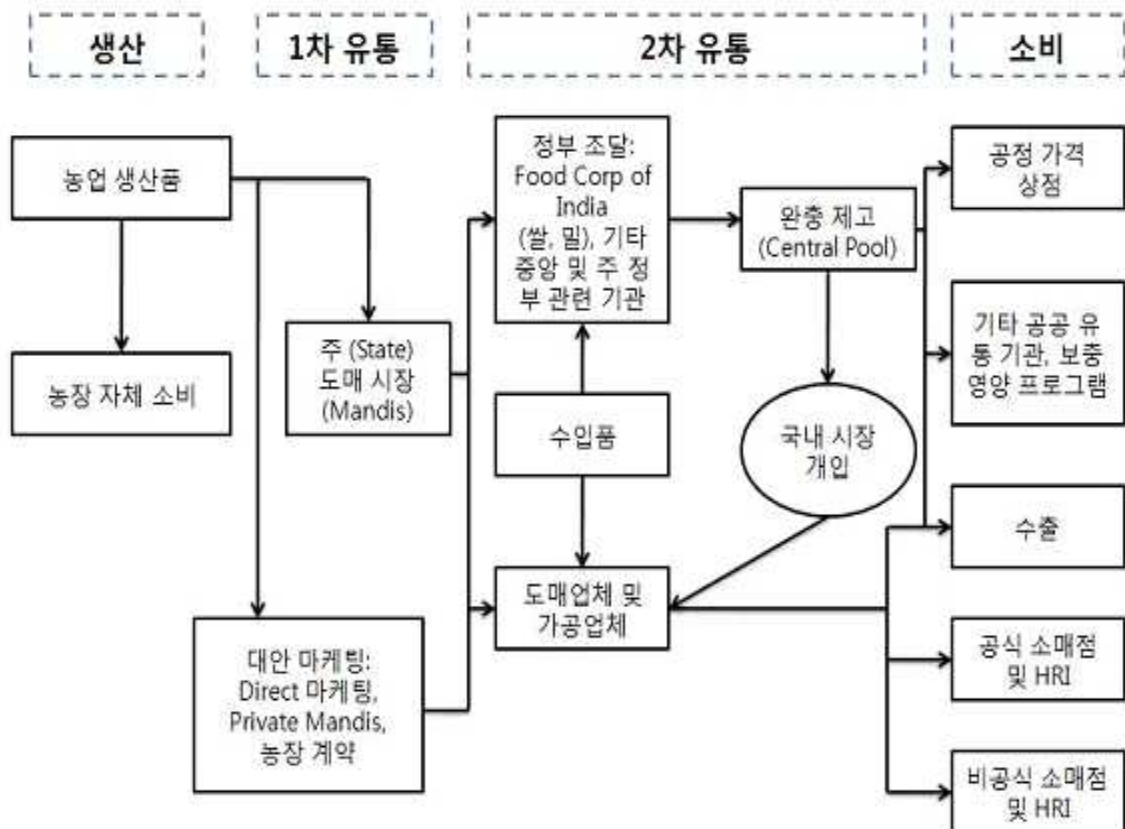
업체명	Sampoorna	NANDINI	GOWARDHAN
제품 이미지			
제품명	Standardised Milk 1 lt	Double Toned, 1 lt	Gowardhan Go Milk, 1 lt
가격	Rs. 52	Rs. 48	Rs. 58
달러	0.85 \$	0.78 \$	0.95 \$

출처 : <http://bigbasket.com>

IV 인도 유통 정보

□ 유통 구조

<인도 유통 구조>



- 효과적인 마케팅 및 유통 시스템이란 유통 비용을 최소화하여, 농부들에게 더 많은 마진이 남도록 해줄 수 있는 시스템을 일컫는 것이지만, 안타깝게도 인도 농업 마케팅 및 유통구조는 굉장히 비효율적인 시스템으로 많은 부분이 정부에 의해 운영 및 간섭 받고 있음
- 정부 간섭, 열악한 저장 시설, 운송 인프라, 유통 채널의 획일화, 중첩된 유통 단계, 유통 정보 부족, 부적절한 등급 및 표준, 관리 시스템 부족 등이 인도 유통 시스템을 비효율적으로 만드는 주요 원인이 되고 있음
- 주요 인도의 농작물은 소규모 가족 농장에 의해 이루어지는데, 생산된 대부분의 식품은 오직 제분과 분쇄 작업 같은 기초적인 처리만 된 후 소비됨

- 그 결과 많은 농작물은 형식적인 유통 시스템을 거쳐 판매되는 것이 아니라 농부 인건비, 물물교환, 자체 섭취 등과 같이 농장 내부에서 소비되는 형태를 나타냄
- 효과적인 유통시스템이 되기 위해서는 많은 수의 구/판매자와 신뢰성 있는 정보, 낮은 운송비용 등이 필요하지만 인도에서는 이 모든 것이 부족하고, 다수의 유통 절차를 보유하고 있기 때문에 결과적으로 운송비용이 증가해 최초 농부들이 판매하는 가격과 소비자가 구매하는 가격의 차이가 높게 나타남
- 인도에는 다수의 판매자와 소수의 구매자가 존재하는 Mandis 시스템이 일반적이기 때문에 중간상의 지위가 매우 강력함
- 신뢰성 높은 실시간 정보는 현대 농업에 중요한 영향을 미치는 요소이지만, 대부분의 인도 농장들은 농수산물의 가격, 품질, 시장 정보를 가지고 있지 않음
- 인도 정부는 정보 부족의 문제점을 해결하기 위하여 'e Choupal', 'Agriwatch' 등의 프로그램을 제공하고 있으나, 현실적으로 당장에 이 혜택들이 인도의 모든 농부들에게 돌아가는 것은 어려움

□ 유통 단계별 물류 인프라 구축 수준

- 인도 농업 유통 인프라 구축 수준은 매우 열악한데, 인도 대부분의 농작물이 기초적인 가공처리만 된 후 판매되는 것이 현실이지만 정작 농수산물은 여러 유통 단계를 거치기 때문에 최초 가격보다 매우 높은 가격에서 거래되고 있음
- 추가적인 유통/물류비용은 에이전시, 도매업체, 소매업체, 운송비용, 세금 등에서 발생됨
- 인도의 저장 시설의 환경도 매우 열악한 편으로, 부족한 저장 시설로 인해 인도에서는 농작물 수확 시기에 따라 매우 다른 가격대를 보임
- 인도 운송 환경은 느리고 비용도 비싼 편이며, 도달할 수 있는 범위도 매우 제한적임
- 인도 도로 교통부에 따르면 전체 화물 운송의 65%, 승객의 85%가 도로를 이용하여 이동하는 것으로 알려졌다
- 인도 운송 환경의 특징으로는 아래와 같은 것들이 존재함

-
- 자동차뿐만 아니라 오토바이, 자전거, 가축 등이 이동하기 때문에 매우 혼잡
 - 트럭의 제한 속도는 40km/h 임
 - 국도를 비롯한 대부분의 도로 시설이 좋지 않아 운송 시간이 지연됨
 - 소수의 고속도로만이 차량을 통제함
 - 주마다 법이 다르기 때문에 주를 이동할 때 마다 정차해 검사를 받아야함
 - 주를 변경할 때 마다 화물 가치의 5~10% 비용을 세금으로 지출해야함
 - 운전자 안전과 화물 운송에 관련된 교통 법규가 부족함
- 인도에 진출한 기업들이 효율적인 SCM을 위해 첨단 기술을 활용한 고 품질의 물류 서비스를 요구함에 따라 물류서비스 아웃소싱이 점차적으로 증가하고 있음

V 인도 통관 정보

1. 관세 현황

□ 관세율

HS CODE	국문품명	기본 관세율	상계 관세	특별 상계 관세	교육 특별세
0401	밀크와 크림(농축하지 아니한 것으로서 설탕 기타 감미료를 첨가하지 아니한 것에 한한다)	30%	12%	4%	3%
0402	밀크와 크림(농축하였거나 설탕 기타 감미료를 첨가한 것에 한한다)	30%	12%	4%	3%

□ 관세

- 인도의 관세 제도는 연방제 국가의 특성에 따른 복잡성을 가지고 있음
- 인도의 총 관세는 기본 관세(Basic Duty)와 상계 관세(Additional Duty), 특별 상계 관세(Special Additional Duty) 그리고 교육세(Educational Cess)를 합산하여 산정되며, 이 또한 단순 합산이 아니라 복리 계산하는 방식처럼 복잡한 산식에 의해 계산하도록 되어 있음
- 일반적인 품목의 경우 기본 관세는 10%, 상계 관세는 12%, 특별 상계 관세는 4% 또한 교육특별세는 3%임
- 관세 산정 방식
 1. CIF 가격 - 물품 가격, 보험, 운임 포함
 2. AV(Assessable Value) - CIF 가격에 1% 하역비 적용
 3. BCD(Basic Custom Duty), 기본관세 - AV에 기본관세 적용
 4. Additional Duty(ADC), 상계관세 - (AV+BCD)에 상계관세 적용
 5. Customs Education Cess(EC), 교육세 - 3% 적용
 6. Special Additional Duty(SAD), 특별 상계관세 - (AV+BCD+ADC)에 특별 상계 관세 적용

$$\text{※ 최종 관세율 합} = \text{BCD} + \text{ADC} \times (\text{AV} + \text{BCD}) + \text{EC} \times (\text{BCD} + \text{ADC}) + \text{SAD} \times \{\text{AV} + \text{BCD} + \text{ADC} + 3\% \times (\text{BCD} + \text{ADC})\}$$

<관세율 적용 예>

항목	세율	적용 관세율	비고
CIF	-	100	
AV	1%	101	CIF 가격에 1% 하역비 적용
BCD	10%	10.1 (A)	AV에 기본관세 10% 적용
ADC	12%	13.332 (B)	(AV+BCD)에 상계관세 12% 적용
EC	3%	0.70296 (C)	교육세 3% 적용
SAD	4%	4.97728	(AV+BCD+ADC)에 특별 상계관세 4% 적용
		5.0053984 (D)	$\text{SAD} \times \{\text{AV} + \text{BCD} + \text{ADC} + 3\% \times (\text{BCD} + \text{ADC})\}$
총계		29.1403584	(A) + (B) + (C) + (D)

□ 특혜 관세

- 인도는 각종 특혜 무역 협정 등에 대해서는 일반 정상 관세보다 낮은 특혜 관세를 부과하고 있음
- 주변국인 파키스탄, 스리랑카, 네팔, 방글라데시 등 서남아 국가 연합(SAARC) 국가들과 특혜관세 협정을 맺고 이들 국가에 대해서는 품목에 따라 관세 면제 또는 감면 혜택을 주고 있음
- 우리나라와 인도가 개별 특혜 무역 협정에 동시에 가입하여 상호 특혜 관세를 제공하고 있는 것은 GSTP 협정과 APTA 협정(舊 방콕협정)두 개임

1) GSTP(Global System of Trade Preferences)

- 협정 내용 : 77그룹 국가 내 48개국이 31개 품목에 대해 상호 10~ 50% 관세 특혜를 제공(1989.4.19일 발효), 우리나라와 인도는 회원국으로 상호 특혜 관세를 제공함
- 원산지 기준 : 50% 부가가치 기준 적용
- 비회원국산 투입물(원재료, 부품 등)의 가액이 해당 수출품 FOB 가액의 50%를 초과하지 않아야 함

- 회원국 간 누적 원산지(cumulative rules of origin)를 인정하되, 이 경우 회원국산 투입물의 합산 가액이 해당 수출품 FOB 가액의 60% 이상이어야 함
- 다만 저개발 회원국(방글라데시, 수단 등 7개국)에 대해서는 위 항의 원산지 기준에 대해 각각 10%의 favor를 부여
- 아직까지 GSTP의 의한 효과는 매우 제한적임

2) 아시아-태평양 무역협정(APTA, 구 방콕협정)

- 협정 내용 : 아시아-태평양 협정 회원국(한국, 인도, 방글라데시, 스리랑카, 파푸아뉴기니) 간 56개 특정 품목에 대해 관세 특혜 제공(1975년 7월 31일 협정 체결)
- 원산지 기준 : 50% 부가가치 기준 적용
- 해당 수출품의 생산 비용 및 노동 비용이 해당 제품 공장도 가격(ex-works)의 50% 이상일 것

□ 관세 면세 제도

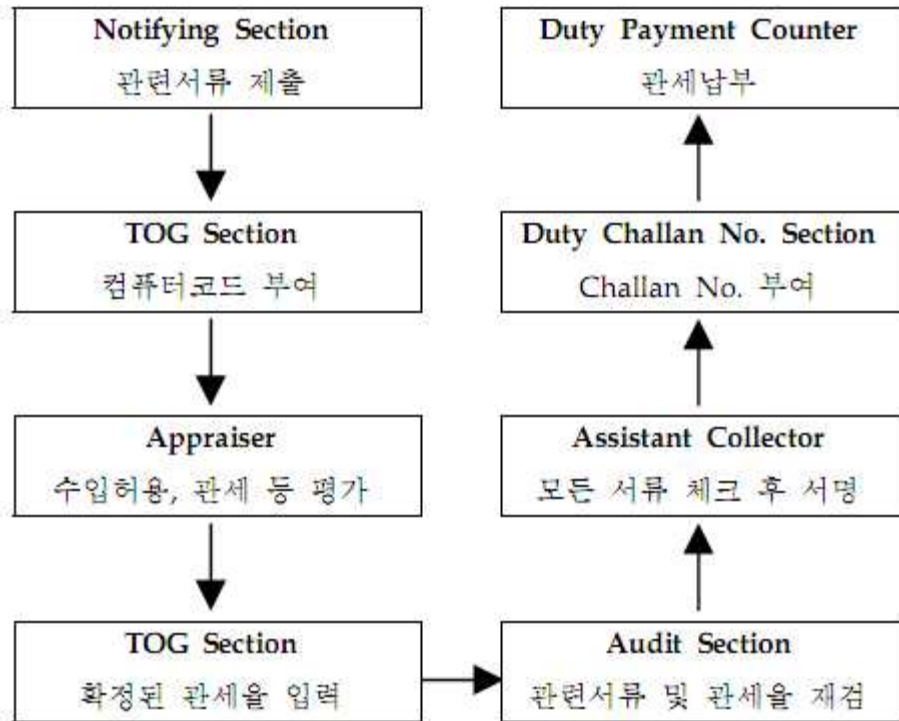
- 인도 관세율표는 여러 가지 관세양허 및 관세면제를 위한 세부고시 사항규정. 정부는 공이익, 최종소비 조항 등의 특정 조건하에서 전면적 혹은 부분적 관세부과를 면제할 수 있는 재량권을 가지고 있음
- 1999년 6월 공포된 정부 가이드라인에 의하여 수입물품을 '전략적'물품, '정책적 비밀' 프로젝트 품목, '인도주의' 품목 등으로 구분하여 상황에 따른 관세면제권한을 부여
- 관세면제제도(Duty Exemption Scheme, DES)는 수출진흥을 위해 원료, 중간재, 부품, 자가 소비재, 포장재, 컴퓨터 소프트웨어 등 수출품 제조에 필요한 기자재 등의 수입시 관세를 면제하여 주는 제도로서 승인조건에 따라 사전승인서 (Advance Licence), 중간사전승인서 (Advance Intermediate Licence), 특별선불승인서 (Special Imprest Licence), 관세기장서 (Pass Book Scheme) 등의 수입승인서가 발급
- 사전승인서 : 사전승인서(Advance Licence, AL)는 등록무역업체나 제조수출업체의 신청에 의해 교부.

- 승인서를 획득한 업체는 이들 물품의 수입시 기본관세가 면제되는 대신 대외수출의무와 최소 부가가치달성 의무(Standard Input-Output and Value Addition Norms 참조)를 이행하여야함
- 사전승인서에는 수입가능 금액을 기재한 금액기준 사전승인서 (Value Based Advance Licence, VBAD)와 수입가능 수량을 기재한 수량기준승인서(Quantity Based Advance Licence, QBAL)가 있음
- 금액기준 사전승인서를 획득한 업체는 민감품목 (Sensitive Items)을 제외하고 승인서에 명시된 모든 품목을 허용된 금액 내에서 수입할 수 있음
- 민감품목은 허용된 수량과 금액내로 수입이 제한되며 민감품목을 수입하지 않으면 나머지 허용된 금액만큼 승인서에 명시된 다른 품목을 수입 가능. 승인서에는 달성되어야 할 대응수출금액과 수량이 명시
- 중간사전승인서 : 중간사전승인서 (Advance Intermediate Licence, AIL)는 최종 수출자나 관세면제제도에 의해서 발급된 수입승인서를 획득한 내국수출업자(Deemed Exporter)에게 수출물품을 공급하기 위해 제조업자가 원자재 등을 수입할 경우 발급해주는 제도로서 이 경우에도 기본관세를 면제
- 특별선불승인서 (Special Imprest Licence) : 특별선불승인서는 수출업자와 물품공급계약을 맺은 국내 하청업자가 내국수출(Deemed Export)용 공급물품제조에 필요한 원자재를 수입시 관세를 면제하여주는 제도
- 특별선불승인서를 신청할 수 있는 내국수출은 수출가공지역(EPZ) 및 전자단지 (STP, EHTP) 입주기업, 수출위주기업 (EOU) 등에 대한 공급을 비롯하여 전력, 석유 및 가스 프로젝트 등 정부지정 공공 프로젝트에 대한 공급물품 등이 해당
- 관세기장제도 (Pass Book Scheme, PBS) : 관세기장제도는 우리나라의 소요량증명제도와 유사한 표준 투입 산출기준표 (Standard Input-Output Norm)에 따라 수출품 제조에 사용된 수입원자재의 비율을 계산하여 수입시 면제된 기본관세를 상계하는 제도
- 이 제도를 이용하려면 수출과 수입은 동일항구에서 이루어져야 하며, 수입되는 품목은 민감 품목 및 Negative List에 해당되지 않아야 함. 수입물품의 대응수출 이행기간은 수입일로부터 2년이며 연장될 수 있음

2. 수입통관 절차 및 유의사항

□ 인도의 통관 절차

<세관 신고 절차 흐름>



- 모든 서류를 세관 담당자에게 제출하여야 하며 세관 담당자는 Bill of Entry, 세관 창고 측의 Manifest copy 와 비교 확인
- 컴퓨터에 입력하고 computer code no. 부여
- 관세 평가 : 모든 서류는 관세평가 담당관에게 넘겨져 적정 관세 등 평가
- 관세율 등이 확정된 후 컴퓨터에 입력
- 검사 : 관련 서류 및 관세 등을 재점검
- 모든 서류를 부관세관((Assistant Collector)이 확인 후 추가 서명
- 관세 Challan 넘버 부여

- 관세 납부 카운터 : 관세를 납부하면 세관은 통관신고서(bill of entry) 사본을 1장 떼어 내고 물품 수령증을 발급
- 인도에서 일반적인 경우 통관에 소요되는 시간은 해상 운송 수입은 약 5 근무일, 항공운송은 약 2~3 근무일이 소요됨
- 일반 품목이 아닌 경우(SEZ, EPC 물품 등)는 1~2 일이 추가 소요되며 중고 기계류인 경우는 10 일 이상 소요
- 세관은 일반적으로 화물 도착 후 7 일 이후부터는 체화료(demurrage charge)를 부과하는데 컨테이너운송인 경우 5 일 이후부터 항공운송인 경우 3 일 이후부터 체화료를 부과함

□ 통관 구비 서류

- 인도 세관을 통해 통관하기 위해서는 신용장 개설시, 수입화물의 통관시 바이어, 화물의 통관 시에 따라 각각 다른 서류들이 필요
- 신용장 개설 시 은행 제출 서류
 - 수출입 허가 번호 : IEC No.(Importer-Exporter Code No.)
 - 구매 오더 : Purchase order
 - 송장 : Invoice
 - 공급 업체 이름 : Suppliers name
 - 공급자 거래 은행 명 : Name of Suppliers Banker
 - 인증서가 필요한 경우 : 해당 인증서
- 수입화물의 통관
 - 공급업자가 바이어에게 보낼 서류
 - 선하 증권(B/L 또는 Air-way Bill No.)
 - 송장 사본(Invoice copy)
 - 보험 증권(Insurance policy)
- 바이어가 통관 시 준비 서류

- 수입 코드 번호 : Importers code no.
- 수입 신고 : Import Declaration along with Bill of Entry
- GATT Declaration
- 인증서가 필요한 경우: 인증서

□ 통관 시 유의사항

- 통관시스템을 현대화하고 과거에 비해 많이 개선되었다고는 하나, 아직도 인도는 통관 절차가 매우 복잡하고, 통관 에이전트와 세관 공무원 간의 관계가 관세액 및 통관에 큰 영향을 미침
- 따라서 유능한 통관 에이전트를 이용하는 것이 시간과 비용을 절약하는 방법임
- 즉, 바이어에게 수출을 하는 경우이건, 현지 상사에 대한 수출이건 통관 업무는 현지 통관사(Customs Clearing Agent)를 통해서 이루어지는데 최근 들어 많이 개선되었다고는 하나 여전히 원활한 통관을 위해서 세관에 뇌물을 제공하는 경우가 흔하며 사소한 서류 기재 오류 등을 이유로 통관이 장기간 지연되는 일이 다반사이니 주의해야 함
- 인도 행정은 전반적으로 불투명하고 실무선의 재량권이 큰 편이며, 통관 역시 지나치게 융통성 없는 처리 관행으로 인해 기업들의 주요 애로사항 중 하나로 꼽히고 있음
- 송장(Invoice)상의 가격과소평가((Under Value)를 문제 삼아 직권으로 상품 가치를 정하고 높은 관세를 매긴다거나 관세 혜택이 주어지는 상품의 경우 증빙이 충분치 않다는 이유로 통관을 거부하는 사례 등이 발생하고 있음
- 그 밖에 투자기업의 국내 모기업제품 조달과 관련해서 이전가격의 조정을 이용한 법인세 과소 납부를 방지하기 위해이전가격과 관련된 각종 증빙을 수시 및 임의적으로 세관에서 요구하는 등 통관에 많은 애로가 있음

□ 식품 통관 시 주요 절차 및 규정 내용

- 세관에서의 상품 운송 상태 확인 : 기본적인 개별 상품당 요구된 적재량이 충족되는지 확인하기 위한 절차이며, 상품의 손상이나 오염을 유발하지는 않음
- 상품의 손상가능성 확인을 위한 외관 검사 : 외관상 상품이 부풀거나 불룩하게 튀어나왔는지 여부와 설치류나 벌레 또는 오물, 먼지 등에 의한 오염 여부를 확인

-
- 라벨 규정 준수여부 확인 : Prevention of Food Adulteration Rules and the Packaged Commodities Rules 에 따른 라벨 규정을 준수하여야 하며, 라벨이 영어로도 표기되어 있는지 확인하는 절차도 포함됨
 - 기타 필수 규정 : 내림차순으로 나열된 원재료명, 제조날짜, 배치번호, 유통기한 등과 모든 상품의 겉포장에는 유통기한과 관련된 세부사항이 적혀 있어야 하며 유통기한과 수입일자 사이의 기간이 제조일자로부터 유통기한까지 기간의 최소 60%가 남아있어야 함

3. 원산지 규정

□ 원산지 규정

- 3장 원산지 규정은 총 17조로 구성되어 있으며, 품목별 원산지 기준과 영역원칙의 예외 등 2개의 부속서와 영역원칙 예외 적용대상이 되는 상품을 정리해 놓은 품목표, 재료의 가치를 산정하는 방법에 관한 협의 수행에 대한 교환각서, 개성공업단지에 대한 교환각서, 각서에 첨부된 개성공업단지 지도를 부록으로 포함하고 있음
- 먼저 양국은 향후 협정이 발효될 시 발생할 수 있는 오해와 모호함을 제거하기 위해 이 장에서 사용된 용어를 정의하고 특혜관세대우를 받을 자격이 주어지는 원산지 상품에 대한 기준을 명확히 하였음(제 3.1~3.2조)
- 이와 관련, 원산지 상품으로의 인정받을 수 있는 조건인 당사국의 영역에서 완전하게 획득되거나 생산된 상품의 기준과 그렇지 않은 상품이 원산지 상품으로 인정받을 수 있는 예외 조건들을 기술하였음(제3.3~3.4조)
- 이와 함께 양국은 간접재료의 원산지는 고려하지 않는 것에 합의함. 간접재료는 상품의 생산, 시험 또는 검사에 사용되지만 그 상품에 물리적으로 결합되지 아니하는 상품 또는 상품의 생산과 관련된 건물의 유지나 설비의 운영에 사용되는 상품으로 연료, 에너지, 도구, 형판, 주형, 윤활제, 촉매제 등이 해당됨(제3.5조)
- 양국은 또한 상품의 운송기간 동안 양호한 상태 유지를 위한 보존 작업, 포장의 변경, 분류, 단순 조립 및 동물의 도축 등 특정 작업 또는 공정을 거치는 것만으로는 원산지 인정 조건을 충족하더라도 원산지 상품으로 인정받을 수 없다는 불인정 공정에 대해서도 합의함(제3.6조)
- 한·인도 양국은 또한 어느 한쪽 당사국의 원산지 재료가 상대국에서 상품생산을 위해 사용되었다면 그 재료의 원산지는 그 재료를 이용하여 상품을 생산한 상대국이 된다는 누적조항에 대해서 합의하였으며, 세 번 변경이 이뤄지지 않았음에도 비 원산지 재료의 가치가 상품의 FOB가격의 10%를 초과하지 않은 상품에 대해서는 원산지 상품으로 인정하는 소위 미소조항에도 합의하였음(제3.7~3.8조)
- 또한 상품의 수송을 위한 포장 시 쓰이는 포장 재료 및 용기는 그 상품의 세 번 변경 여부 및 역내가치포함비율 요건 충족 여부를 결정할 때 고려하지 아니하며, 상품의 소매판매를 위해 사용되는 포장재료 및 용기는 그 상품의 세 번 변경 여부

를 결정하는 경우에는 고려하지 않음. 다만, 상품의 소매판매를 위해 사용되는 포장재료 및 용기는 그 상품의 역내가치포함비율 산정 시에는 고려대상이 됨(제 3.10~3.11조)

- 이밖에 양국은 관세당국의 충분한 입증이 없는 재반입 상품에 대해 비원산지 상품으로 간주하는 영역 원칙, 이에 대한 예외사항을 부속서 3-나에 두기로 합의하였음.(제3.13~3.14조) 이에 따라 개성공단에서 생산되는 상품, HS코드 6단위 기준 108개 상품을 부록에 명시하고 있음
- 부속서 3-가는 품목별 원산지 기준에 대한 일반적 주해와 함께 각 품목별로 구분하여 품목별 원산지 기준을 표로 일목요연하게 정리하고 있음

<품목 별 원산지 기준>

품목	구분(HS 챕터)	품목 별 기준
신성 농수산물	Ch. 1-14	완전 생산기준
가공 농수산물	Ch. 15-24	세 번 변경 기준 및 부가가치기준
자동차	Ch. 87	승용차(8703)을 포함한 대부분의 차량에 대하여 4단위 세 번 변경 기준 및 역내부가가치 40% 기준
전자 기계류	Ch. 84 & 85	4단위 세 번 변경 기준 및 역내부가가치 40% 기준
화학제품 및 플라스틱류	Ch. 29 & 39	화학제품 : 4단위 세 번 변경기준 플라스틱류 : 4단위 세 번 변경기준 및 역내부가가치기준 40% 기준
섬유 및 의류	Ch. 50-63	의류 : 2단계 생산공정 기준 섬유 : 세 번 변경 기준 및 부가가치기준 40%

□ 원산지 절차

- 원산지 증명서의 신청부터 발급, 효과 등을 포함, 기타 관련내용들을 다루고 있음. 총 18조의 협정문과 원산지증명서 발급기관과 원산지증명서 양식에 대한 2개의 부속서를 포함하고 있음
- 한·인도 양국은 원산지증명서가 정부지정기관에서만 발급되며, 우리나라는 관세청, 대한상공회의소, 인도는 인도수출검사위원회가 원산지 증명서를 발급하도록 규정하였음(제4.1조, 부속서 4-가)

- 특별관세대우를 받는 수출자 또는 생산자는 원칙적으로 수출 전에 신청하여야 하며, 이러한 과정을 거쳐 발급받은 원산지증명서의 유효기간은 12개월로 수입자는 원칙적으로 이 기간 안에 수입 당사국의 관세당국에 특혜관세대우를 신청해야 한다는데 합의하였음(제4.2~4.5조)
- 이밖에도 양국은 원산지증명서의 내용과 수입절차에 필요한 제출 서류 사이에 사소한 차이가 있더라도 실제로 해당 상품과 일치한다면 원산지 증명서를 무효화 할 수 없고(제4.7조), 수출자 및 생산자는 원산지증명서의 신청서 및 원산지 관련 일체의 서류를 원산지 증명서의 발급일로부터 최소 5년간 보관해야 한다는데 합의하였음(제4.10조)
- 또한 수입국의 사후 검증요청 추가적인 검증이 필요한 경우 예외적으로 검증방문이 가능하다는 사항 등에 합의하였으며 제(4.6~4.16조) 협정 발효 5년 후에는 원산지증명서 기업 자율발급 방식을 검토하기로 하여 원산지 증명 관련 기업 부담을 완화할 수 있도록 하였음(제4.17조)

□ 원산지 증명

○ 원재료의 원산지 충족여부 확인

- FTA체결로 인한 관세혜택 등을 활용하고자 할 때 우리 수출기업들이 겪는 가장 큰 애로사항 중 하나가 자사 생산품의 원산지 기준 충족여부 확인임
- 우리나라에서 최종제품을 조립·생산을 하였다 하더라도 국내에서 공급되는 원재료의 원산지 확인이 불가능한 경우나 원재료를 외국에서 수입한 경우 한·인도 CEPA협정의 원산지기준을 충족시키지 못하면 특혜관세 혜택을 받을 수 없음
- 원산지충족 여부에 대한 내용은 관세청 홈페이지(<http://fta.customs.go.kr>)를 통해 쉽게 확인할 수 있음

○ 원산지증명서의 발급

- 수출제품의 원산지 기준요건 충족을 확인한 수출업자는 특혜관세 혜택을 받기 위해 원산지증명서 발급을 인터넷을 통해 신청을 할 수 있음
- 현재 인터넷 발급신청이 가능한 곳은 관세청과 대한상공회의소 두 곳으로, 아직은

인도 외의 기 체결 FTA에 대한 원산지 증명서 신청만 가능하지만 곧 한·인도
CEPA 원산지 증명서 신청 서비스가 개시될 예정임

VI 인도 검역 정보

□ 검역제도

- 인도 정부는 2001년 수입 라이선스 시스템의 일환인 위생 검역(SPS) 제한 규정을 통해 농수산물의 수입을 관리하고 있음
- 하지만 인도 SPS는 검역 절차를 불투명하게 진행하고 있으며 위생 검역 전문가의 부재, 국내/외 제품의 차별 등의 몇 가지 결점을 노출하고 있음
- 인도 정치가들이 수입 시장의 부족을 지적하자 검역 기준을 낮추는 등, 인도 정부는 뚜렷한 기준 없이 SPS를 진행하고 있음
- 따라서 인도 SPS의 결점은 미국을 비롯한 몇 국가들과의 장기적인 외교 및 수출관계에 악영향을 미치고 있음
- 인도의 수입 농수산물 위생 기준은 공인된 과학적 정당성 없이 국제 위생 기준을 초과해 규정되어 있고, 인도에서 제조되는 농수산물과 비교해서 공평하게 진행되고 있지 않음
- 특히 인도 정부는 정확한 과학적 근거 없이, 조류 독감(AI)의 위험성을 언급하며 미국, 캐나다 등 일부 국가들의 농수산물 수입을 금지하고 있음
- 게다가 인도 수입 유제품 위생 기준은 국내 유제품 위생 기준보다 매우 엄격하게 명시되어 있어 많은 국가들이 유제품을 수출하는데 어려움을 나타내고 있음
- 인도는 대두유를 제외한 다른 유전자 변형 농산물(GMO)이 포함된 농수산물의 경우 수입을 금지하고 있음
- 하지만 인도 규제당국의 승인을 받을 경우 수입을 허용하고 있는데 해당 승인은 반드시 유전 공학 승인 위원회(GEAC)으로부터 받아야함
- 그 외에 국제적으로 수출입이 제한되고 있는 일부 품목이나 마약류, 총기류 등 일부 품목에 제한을 두고 있음

Ⅶ 인도 라벨링 정보

□ 라벨링 규정

- 라벨 신고는 운반물 외부 포장에 첨부되거나 기재 사항이 인쇄된 카드나 테이프로 화물에 부착해야 함
- 라벨 내역은 제조자의 이름, 주소, 포장업체, 수입자, 공급자, 함유량 순으로 주요 성분 표시, 순중량, 제조·포장의 월·년, 유통기한의 월·년 표시, 원산지, 제품번호, 시장가격(세금 포함), 사용 설명과 영양성분 표시가 모두 포함되어야 함
- 합성 감미료는 반드시 라벨에 표시해야 함
- 소매를 목적으로 인도에 수입되는 모든 제품들은 Standard of Weights and Measures Rules의 조항들을 준수해야 하며, 다음 사항들을 명시해야 함
 - 수입자 명과 주소
 - 포장된 제품의 일반적인 명칭
 - 표준 단위로 표기된 총수량
 - 제품의 포장연월
 - 포장된 형태로 최종 소비자에게 판매되는 최고 소매가(세금, 운송비, 수수료, 광고비, 운송비 등 모두 포함)
 - 수입국(Source of Import)
 - (식품이나 화장품의 경우) 유효 기간
- 품목에 따라 아래의 정보를 포함하고 있어야 함
 - 방사선 조사의 의도와 라이선스 번호 (방사선 조사 식품의 경우)
 - 외부 색채 첨가 유무
- 비 채식 식품의 경우 가공식품 포장 외부 갈색 네모 박스 안에 갈색 원을 표시(포장 배경과 상반되게 표시되어 눈에 잘 띄어야하며 식품 브랜드 명과 가까운 곳에 위치해야함)
- 유아 식품, 가당연유, 분유 등의 특정 식품의 경우 차별적인 라벨링 규정이 존재함

([www.mohfw.nic.in/pfaacts and rules.pdf](http://www.mohfw.nic.in/pfaacts_and_rules.pdf)에서 상세한 내용을 확인 할 수 있음)

- 수입 포장 식품의 경우 반드시 1) 라벨이 포장면에 안전하게 부착되거나 2) 수입 포장에 추가적인 랩핑을 포함하고 있거나 3) 포장자체에서 라벨을 인쇄하거나 4) 관련 정보를 포함하는 카드 혹은 테이프가 부착되어야함
- 라벨은 반드시 영어 혹은 힌두어로 인쇄되어야 하며 라벨링에 관한 모든 책임은 수입 업체에 있으며 소비자에게 판매되기 전까지 반드시 완료되어야함
- 통관 전 루피화로 표시된 최고 소매가(Maximum Retail Price, MRP)를 라벨에 명시하는 것은 對인도 수출업자들에게 부담으로 작용 하는데 라벨에 명시된 제품 가격은 세금 산출 근거로 활용됨
- 대부분의 경우 판매업자들은 최고가를 실패판매가로 간주하기 때문에 정확한 최고가 예측이 중요함
- 한번 정해진 MRP 는 수정할 수 없으며, 가격을 인상하기 위해서는 새로운 통관 물량부터 인상이 가능함
- 2009년 3월 수정한 '식품 위조 방지 규칙(PFA) ' 규정에서는 몇 가지 수입 농수산물에 관해 새로운 규정이 추가되었지만, 미국을 비롯한 선진국들은 개정된 규정이 인도에 농수산물을 수출하는 기업 및 국가에 어떤 영향을 미칠지 불명확하다며 비판을 가하고 있음
- 인도 농수산물 라벨링 규정은 다른 나라와 마찬가지로 식품 성분 (구성 혹은 크기 별 내림차순 정렬), 제조 날짜(년, 월, 일), 유통 기간 등의 정보를 요구함
- 조제 방식, 무역 혹은 소유 정보 등은 이번에 개정된 라벨링 규정에 포함되지 않았음
- 라벨링의 발행과 시행은 중앙 정부의 책임 하에 있지만, 실질적으로 농수산물이 소비되는 각 지역에서는 영어나 힌디어가 아닌 각기 다른 지역 언어로 라벨링이 표시된다는 문제점이 있음
- 게다가 인도는 18개의 각기 다른 공식적인 언어를 사용하고 있고 식품 가공 기업들은 종종 제품들이 최종적으로 어느 지역으로 가는지 확신 할 수 없기 때문에 언어에 따른 문제점을 노출함

- 이와 마찬가지로 제품 포장에는 모든 세금을 포함한 가격을 명확히 기재해야 하지만, 주마다 세금 규정이 각기 다르기 때문에 이에 따른 문제가 발생하고 있음
- 유전자 조작 성분을 포함하는 식품의 경우 다른 품목에 비해 차별적인 규정이 적용되고 있음
- 유전자 조작 성분을 포함하는 식품에 자체 라벨링을 사용하자는 규정은 2006년에 법률화 되었으며, 유전자 조작 성분을 포함하는 수입 농수산물도 판매가 금지되어야 한다고 발표하였음
- 미국 식품 협회는 해당 법률이 유전자 조작 성분을 포함한 식품 처리에 대한 일절의 과학적 설명도 없이 발표된 점과 미국 자체의 검사를 믿지 못하는 조치라며 반발하고 있음

□ 더욱 까다로워진 인도 식품 라벨링

- 인도 정부는 2011년 8월부터 국제 표준에 맞는 위생안전 조항들로 구성된 식품안전 표준법(FSSA)을 시행하고, 식품 분석을 위한 과학적 기준과 식품 제조, 보관, 유통, 판매와 수입에 관련된 규제 조항을 인도 식품안전표준국(FSSAI)이 관리토록 함
- 2011년 11월부터 수입자의 이름과 주소가 라벨에 반드시 기재되어야 하며 컨테이너로 운반되는 식품의 경우 원산지과 이름, 주소가 모든 포장 단위에 추가적으로 기재되어야 함
- 식품 라벨 신고는 운반물 외부 포장에 첨부되거나 기재 사항이 인쇄된 카드나 테이프로 화물에 부착해야 함
- 식품 라벨 내역은 제조자의 이름, 주소, 포장업체, 수입자, 공급자, 함유량 순으로 주요성분 표시, 순중량, 제조 및 포장의 월·년도, 유통기한의 월·년도 표시, 원산지, 제품번호, 시장가격(세금 포함), 사용 설명과 합성 감미료를 포함한 영양성분 표시가 포함되어야 함
- 까다로운 유효기간 기준 : Prevention of Food & Adulteration Act 1954 에 따라서 수입 당시 식품의 유효기간은 본래 제품 수명의 60% 이상 남아있어야 함
- 규제 강화 이후 식품안전기준청(FSSAI)의 기준을 충족시키지 못해 수입을 거부당한

인도 항구와 공항에 억류된 수입식품만 75~100억 루피 규모로 추정됨

□ 수입 위생허가

- 육류 및 육류제품, 계란 및 그 분말, 우유 및 유제품의 수입은 축산 수입법의 섹션 3A 조례에 의거하여 축산·낙농업부에 의해 발행되는 수입 위생 허가증을 발급받아야 함
- 수입 허가 신청은 해당 부의 Joint Secretary Trade Divison에 제출해야 하며 허가증 또한 심사를 거쳐 발행됨
- 해당되는 제품은 입국 시 관련 부서가 발행한 지침에 의거하여 정식 권한을 가진 관리자에 의해서 면밀히 검사될 예정

VIII 인도 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

※ 참고자료

-
- 농림수산물검역검사본부 : www.qia.go.kr
- 농수산물식품 수출지원정보 : <http://www.kati.net/>
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : <http://www.tradestatistics.com/gta/>
- DataMonitor : www.datamonitor.com