

인도 식품시장 개요

작성처 : aT 방콕사무소

□ 일반개요

○ 국가개요

- 면적 세계 7위(3,287,263km²), 인구 세계 2위(약 12억)의 대국
- 주요도시 : New Delhi(1675만 명), Mumbai(1383만 명), Kolkata(514만 명), Chennai(462만 명), Bangalore(544만 명), Hyderabad(407만) 등
- 힌디어와 영어를 사용하며 힌두교(80.5%)가 가장 많음
- 정부는 내각책임제로서 프라납 무커지를 대통령으로 두고 있으나, 실질적인 정치권한은 나렌드라 모디 총리에게 있음

○ 소비자개요

- 구매력 높은 15-54세 경제활동 인구 7억명으로, 향후 식품 시장규모 확대 예상
- 전반적으로 낮은 소득수준으로 인해 국민 대다수는 수입식품 구매력이 떨어지므로 소득 상위 10% (월 7만5천 루피 이상) 프리미엄층 공략이 관건

[인도 소득수준]

구분	월평균 가구 소득		인구 비중		
	(단위: 루피)	(단위: 달러)*			
상 (High)	A1	75,001 루피 이상	1,191 달러 이상	10%	23%
	A2	65,001~75,000 루피	1,031 -1,190 달러	13%	
중 (Mid)	B1	50,001~65,000 루피	801 -1,030 달러	15%	32%
	B2	35,001~50,000 루피	561 -800 달러	17%	
하 (Low)	C D	20,001~35,000 루피	321 -560 달러	22%	45%
	E1/E2	20,000 루피 이하	320 달러 미만	23%	

(출처: India Govt statistics, Press and media report, Industry reports and MR association reports, Nielsen India Census 참고)

(* : 1루피=0.0159달러, 2013, 12월 환율)

- 아리아인(약 70%)와 드라비다인(25%) 및 그 외 소수인종으로 이뤄져 있으나, 인종에 의한 식문화 차이보다는 거주하는 지역의 문화와

종교, 소득수준에 따른 차이가 큼

- 주로 북인도에 거주하는 이슬람교도들은 돼지고기를, 남인도에 거주하는 힌두교도들은 쇠고기를 섭취하지 않음. 이러한 지역 및 종교에 따른 식문화 차이는 인도 수입식품 시장 진출을 위한 품목 선정시 주요하게 고려해야 할 사항 중 하나임

□ 시장개요

○ 농식품 수출입 동향

- 인도는 주요 농업생산국이지만 농식품의 수출이나 수입이 활성화되어 있지 않음. 인도에서 생산되는 대부분의 농산물은 주로 내수시장에서 유통되고 있음
- 인도에 농식품을 가장 많이 수출하고 있는 국가는 인도네시아(전체 농식품 수입액의 31.1%)와 말레이시아(14.5%)로 이 2개 국가가 약 절반을 차지하고 있음
- 한국은 미미한 수준이나 매년 농식품 수출액이 꾸준히 증가하고 있음

* 2014년 한국농식품 주요 수출품 (USD천)

: 참깨 818 채소종자 3,843 소스류 518 커피류 998 인삼류 100 주류 107 기타당 734 과자류 446 면류 356

[대인도 한국농식품 수출액]

	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
백만USD	17	25	23	34	43

○ 유통 동향

- 대체로 크게 중간 위탁상(CFAs:clearing and forwarding agents), 중간도매상(stockist)을 거쳐서 유통이 이루어지는데 중간도매상들은 인도 내 각 지역적으로 독점 판매권한을 가지고 있음
- 특히, 델리 지역은 항구와 거리가 먼 대도시이기 때문에 중간도매상들의 역할이 매우 중요하며 때때로 이권 분쟁이 일어나기도 함

- 여전히 인도인들은 Kirana라고 불리는 소매점을 이용하여 식품구매를 하고 있으나 대도시를 중심으로 점차 현대식 유통매장의 비중이 높아지고 있음

구 분	매 장 명	비 고
High End	Spencer's, Le Marche	취급품목 품질이 매우 높으며, 소득수준 최상위 계층이 주로 이용
수입식품 전문 유통매장	Nature's Basket	소득수준 상위계층
Mass 유통매장	Big Bazarr, Easy Day	대형 할인마트. 프리미엄 제품은 취급되지 않고 중국산 등 낮은 가격대의 수입식품이 거래됨. 소득수준 중산층 및 그 이하

□ 식품 소비 트렌드

- 곡물 이외의 기타 품목 소비규모 증가
 - 인도경제가 발전하고 생활환경이 점차 나아짐에 따라 과일, 채소, 견과 등 주식(곡물) 외의 기타 식품 소비가 증가하고 있음
- 사회변화에 따른 수입식품에 대한 인식 변화
 - 전통적으로 인도 소비자는 해외 농식품에 대해 기본적으로 신뢰감이 낮고 거부감이 있었음
 - 그러나 최근 핵가족화, 구매력 증가, 현대식 유통매장 성장 등 사회변화에 따라 수입 가공식품에 대한 선호도가 높아지고 있음
- 즉석식품(레토르트, 인스턴트)의 수요증가
 - 사회적 변화에 따라 라면, 파스타, 디저트, 카레 페이스트 양념, 즉석 전통요리 등의 즉석 식품 시장의 규모가 커지고 있음
 - 가공, 제조, 멸균 및 포장 등의 기술이 선진국에 비해 상대적으로 부족하여 전체적인 품질이 떨어져 소비자들의 신뢰가 낮음. 따라서 현재는 즉석식품 시장 내 인도 현지기업들의 시장 점유율이 높은 편이나, 소비자들의 수입품에 대한 의존도가 높아지고 있으며 시장성 역시 풍부하다고 볼 수 있음

- 하지만 2015년 대표적인 수입라면인 Maggie(네슬레社)가 판매금지 조치를 당하는 등 수요가 늘어날수록 정부의 안전성 기준이 더욱 강화될 전망이므로 우리 기업의 각별한 주의가 요구됨

지난 6월 MSG 및 납성분 기준치 이상 검출로 인도 전역에서 Maggie 라면이 전량 리콜되는 사태가 일어났으나, 5개월이 지난 11월 다시 재판매가 이뤄졌으며 ‘안전한 식품’을 강조하며 다시 성장세를 나타내고 있음



인도 국내산 라면 Ching's Secret



수입라면 Maggie