

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202411-09

품목 | 고추장(Gochujang)

HS CODE | 2103.90-1030

국가 | 인도(India)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 인도 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 인도 기타 소스 시장규모	07
3. 인도 고추장 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인도 농식품 유통 현황	10
2. 인도 지역별 호텔 산업 현황	11
3. 인도 내 한식당 운영 현황	12
4. 인도 내 일식당 운영 현황	13
5. 인도 내 중식당 운영 현황	14

IV. 유통채널

1. 인도 고추장 유통채널 점유율	16
2. 인도 고추장 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 인도 고추장 통관 및 검역 절차	28
2. 인도 고추장 품질 인증	31
3. 인도 고추장 라벨링	32
4. 인도 고추장 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 빅바스켓(Big Basket)	43
2. 베단트푸드솔루션즈(Vedant Food Solutions)	45
3. 네이처스바스켓(Natures Basket)	47

※ 참고문헌	49
--------	----

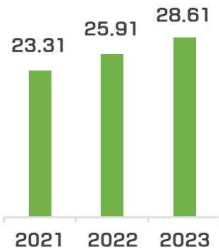


인도 고추장 시장

시장 현황

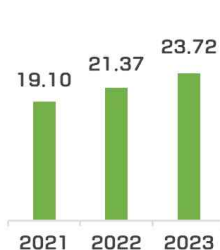
소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

농식품 유통 현황

전통 소매점 '키라나'가 아직 대다수
온라인은 제한적이나 최근 성장 중

호텔 현황

북부와 서부의 중·대규모 도시를 중심으로 빠르게 증가하는 추세

한식당 현황

일식당, 중식당에 비해 소수
델리, 뭄바이, 벵갈루루 등 한국 기업과 교민 많은 대도시에서 집중

일식당 현황

인도 전역 528개
전년 대비 5.0% 증가
개인 82.5%
프랜차이즈 17.5%

중식당 현황

인도 전역 2만 5,281개
전년 대비 4.3% 증가
개인 91.8%
프랜차이즈 8.2%

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-인도 협정 세율 5%
사전 준비
식품안전기준청 사전 등록 必
수출업체 AEO 등록 시
통관 절차 간소화 등 혜택 多

관장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 영양성분, 영양정보, 채식주의 관련 표기, 식품첨가물 목록, 원산지, 제조업체명 및 주소, 순수량, 제조 및 포장일자, 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

수요 높은 지역 델리, 뭄바이, 벵갈루루 등 비교적 소득이 높고 한국 문화 노출이 많은 1티어 도시, 매운 음식문화 가진 북인도 지역
현지화 방안 매운맛 줄이고 향신료 첨가, 인도 소비자 특성 감안해 가루 형태 개발, 인도 음식에 녹아들도록 마케팅 등
인기 제품 O'Food, Sempio 등 한국 대기업 제품과 Voila, Urban Platter, Moi Soi 등 한국 및 현지 중소 브랜드 제품 경쟁 중

Point 02.

호텔·한식당 직접 유통 고품질 식재료 취급하는 레스토랑에서 수요가 있을 것이나, 개별 접촉과 네트워크 구축, 업체별 수요 차이 등이 난제
유통 파트너 전국구 슈퍼마켓 체인을 가진 대형 유통업체와의 협력이 최선, 지역별 한국 및 일본 식품 유통 업체와의 파트너십 형성 또한 중요
유통 수수료 수입업자 6-8%, 유통업자 7-12%, 도매업자 8-12%, 소매업자 10-25%, 온라인 20-35%(비주류 쇼핑물은 15-20%)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 인도 소스 및 향신료 시장규모
2. 인도 기타 소스 시장규모
3. 인도 고추장 수입규모

1. 인도 소스 및 향신료 시장규모

인도 국가 일반 정보¹⁾

면적	328만 7,782km ²
인구	14억 2,500만 명
GDP	4조 1,100억 달러
GDP (1인당)	2,850달러

▶ 2023년 인도 소스 및 향신료 시장규모, 39.5조 원²⁾³⁾⁴⁾

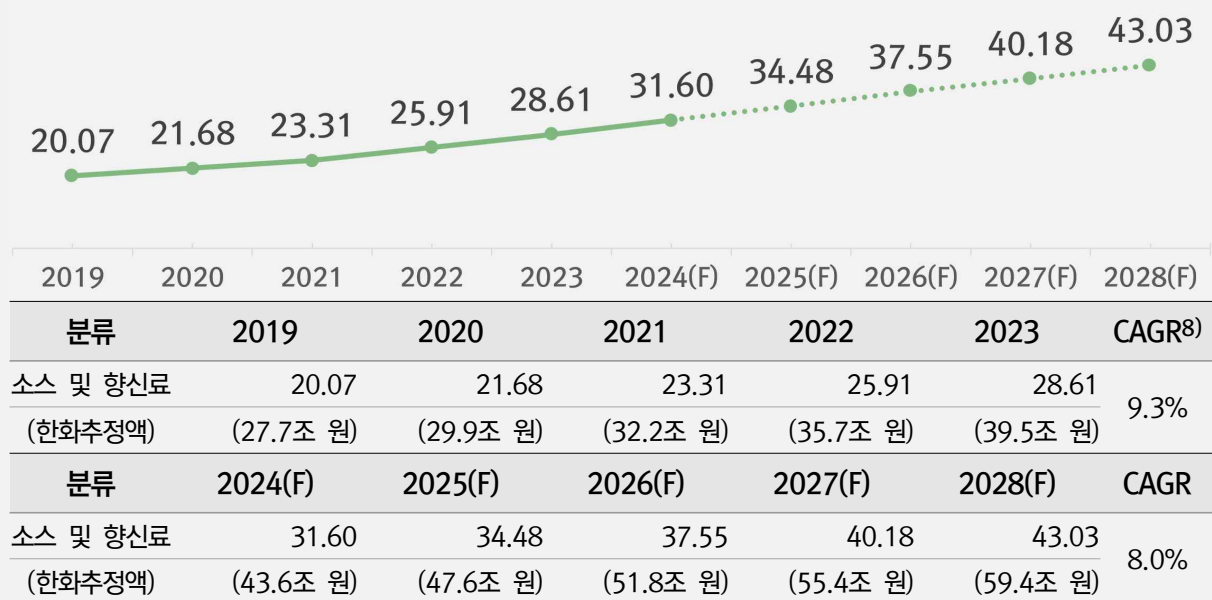
인도의 소스 및 향신료 시장규모는 2023년 기준 39.5조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 9.3%씩 성장한 수치임. 인도의 소스 및 향신료 시장은 같은 해 7.5조 원 규모로 집계된 한국 소스 및 향신료 시장의 약 5.3배 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 인도 소스 및 향신료 시장, 향후 연평균 8.0% 성장 전망

인도의 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 8.0%씩 성장하여 2028년에는 59.4조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 인도는 전통적으로 향신료와 밀접한 식문화를 보유하고 있으며, 가정에서의 소비뿐만 아니라 식품 서비스 산업이 가파르게 성장하면서 시장이 확대되고 있음.⁵⁾ 인도는 현재 중국과 미국에 이은 세계 3위 규모의 소스 및 향신료 시장이며, 가까운 시일 내에 미국을 제치고 세계 2위 시장으로 도약할 것으로 전망됨

[표 2.1] 인도 소스 및 향신료 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Sauces & Spices - India', 2024.11

3) 스탯ISTA에 따르면, '소스 및 향신료(Sauces & Spices)'는 음식 준비 과정에 투입되는 모든 종류의 첨가물을 포함함

4) 조사제품 '고추장'의 제품 유형을 고려해 '기타 소스(Other Sauces)'와 상위항목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함

5) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '인도 소스류 시장동향', 2024.07

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도 기타 소스 시장규모

▶ 2023년 인도 기타 소스 시장규모, 32.7조 원⁹⁾10)

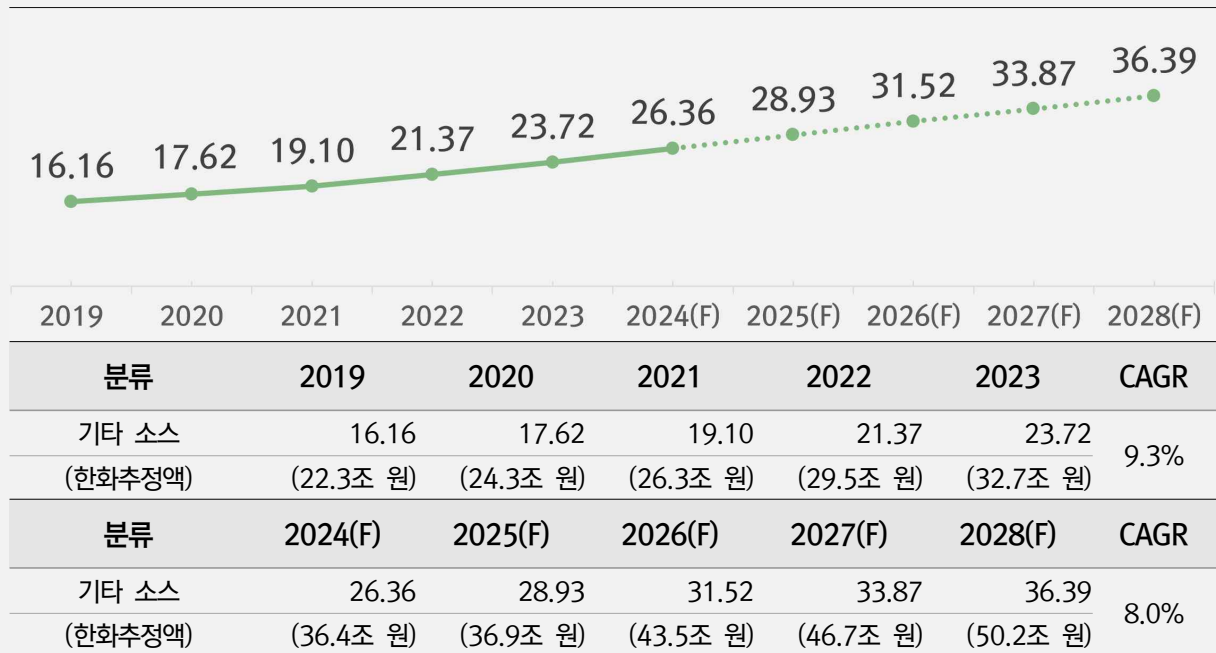
2023년 기준 인도의 기타 소스 시장규모는 32.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 9.3%씩 증가한 수치임. 인도의 기타 소스 시장은 같은 해 6.1조 원 규모로 집계된 한국의 기타 소스 시장의 약 5.3배 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 인도 기타 소스 시장, 향후 연평균 8.0% 성장 전망

인도의 기타 소스 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 8.0%씩 성장하여 2028년에는 50.2조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 인도는 과거 강황, 고수, 생강 등 전통적인 조미료에 의존했으나, 최근 세계 각지의 소스류가 수입되며 조미료 수요가 점차 다양해지고 있음.¹¹⁾ 이미 다수의 글로벌 거대 식품기업들이 인도의 소스 시장에 진출해 있으며, 새로운 수입 식품을 시도하고 받아들이는 소비자층 또한 늘고 있어 시장은 앞으로도 높은 성장세를 유지할 것으로 전망됨

[표 2.2] 인도 기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Other Sauces - India', 2024.11

10) 스태티스타에 따르면, '기타 소스(Other Sauces)'는 맛과 질감, 형태를 개선하기 위해 투입하는 케첩을 제외한 모든 소스를 포함함

11) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '인도 소스류 시장동향', 2024.07

3. 인도 고추장 수입규모

HS CODE 2103.90

해당 장에서 조사제품 고추장은 HS CODE 2103.90으로 분류됨. HS CODE 제2103호의 품명은 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·가친 가루와 조제한 겨자'이며, HS CODE 2103.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2103.90 인도의 對글로벌 수입액, 339억 원

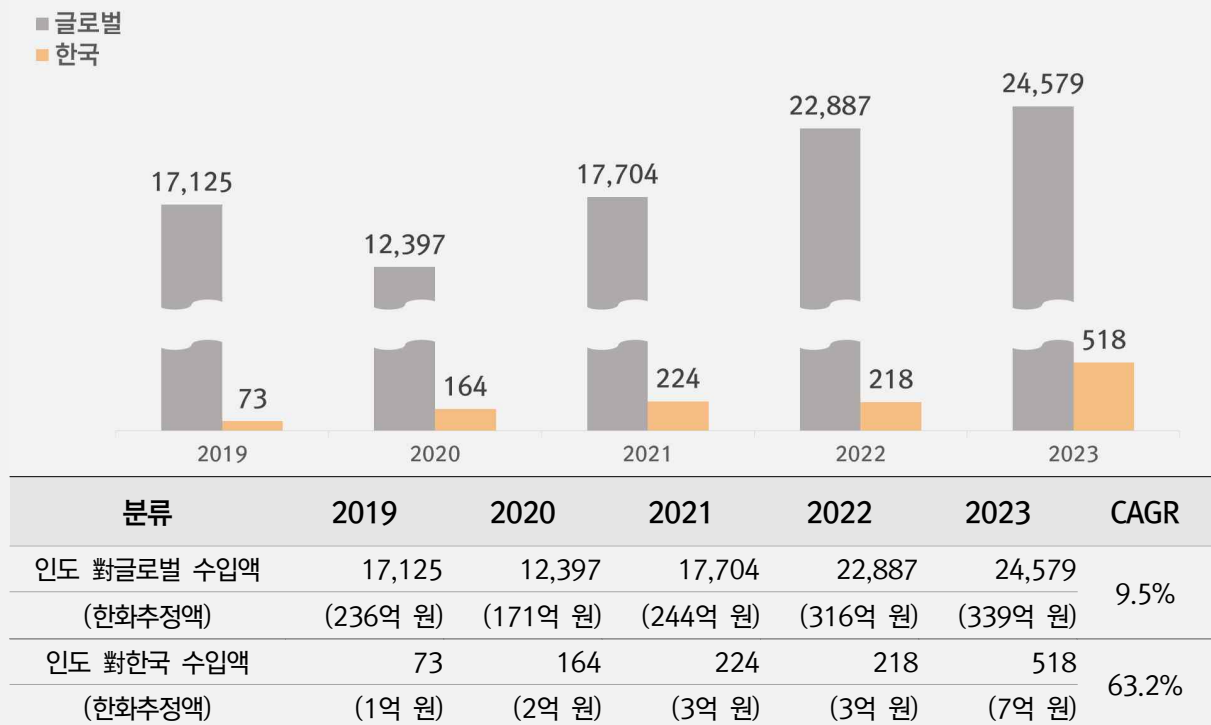
2023년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 인도의 對글로벌 수입액은 339억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 인도의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 9.5%씩 증가함. 2020년 팬데믹으로 인해 수입액이 전년 대비 28%가량 감소하기도 했으나, 공장 반등한 뒤 꾸준한 증가세를 형성한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2103.90 인도의 對한국 수입액, 글로벌 7위

2023년 기준 해당 품목에 대한 인도의 對한국 수입액은 7억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 7위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 인도의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 연평균 63.2%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 인도의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 태국(111억 원), 2위 미국(64억 원), 3위 말레이시아(57억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 인도 HS CODE 2103.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인도 농식품 유통 현황
2. 인도 지역별 호텔 산업 현황
3. 인도 내 한식당 운영 현황
4. 인도 내 일식당 운영 현황
5. 인도 내 중식당 운영 현황

1. 인도 농식품 유통 현황

▶ 오프라인 유통 특징

인도의 농식품 오프라인 유통의 경우, 농식품 생산업체나 수입업체에서 오프라인 유통업체를 거쳐 중개인에게 전달되며, 이 과정에서 경매나 판매 대행이 이루어짐. 이때 중개인은 물품을 직접 취하지 않고, 구매자와 판매자 사이의 거래를 중개하여 수수료를 받음. 이후 아그로 프로덕츠(Agro Products) 등의 도매업자가 도매 시장을 통해 판매하며, 타인이 소유한 재화를 입수하여 재판매하고 수수료를 취하는 방식으로 운영됨. 사다르바자르(Sadar Bazaar), 찬드니촉(Chandni Chowk) 등의 도매 시장이 특히 발달하였으며, 제품군 분류에 따라 구역이 획정되어 제품을 비교하기에 용이하며, 소매업자뿐만 아니라 개인 고객들도 많이 찾고 있는 상황임. 최근에는 메트로(Metro)와 릴라이언스마켓(Reliance Market) 등의 창고형 매장 체인이 도매업에 진출하고 있음. 소매업체는 현대식 소매점과 전통 소매점으로 구분되는데, 현대식 소매점은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 등 복수의 지점과 체계적인 유통 시스템을 갖춘 현대적 유통채널을 의미하며, 주로 대도시에서 집중되어 있고 중소도시에는 그 수가 비교적 적은 상황임. 전통 소매점은 작은 상점이라는 뜻의 이름을 가진 ‘키라나(Kirana)’가 대부분이며, 인도 내에서 식료품과 청과류 구매는 대부분 인근의 키라나와 일부 슈퍼마켓 등지에서 이루어짐

▶ 온라인 유통 특징

온라인 유통은 주로 온라인 종합 쇼핑몰을 통해 이루어지며, 최근 스마트폰 보급과 인터넷 기술의 발전으로 수요가 지속적으로 증가하고 있음. 실제로 아마존팬트리(Amazon Pantry)와 빅바스켓(Big Basket), 플립카트(Flipkart) 등 여러 업체가 모바일을 포함한 온라인 플랫폼을 통해 농식품을 판매하고 있음. 온라인 B2C 업체들은 대형 유통채널과의 파트너십을 체결하거나 지역 시장에서 재화를 조달하여 소비자에게 전달하는 유통 구조를 구축함. 하지만 온라인 유통은 서비스 지역이 상당히 제한적인 상황이며, 델리(Delhi), 뭄바이(Mumbai), 하이데라바드(Hyderabad), 벵갈루루(Bengaluru) 등 주요 대도시에서만 서비스되고 있음. 그러나 최근에는 지방 중소도시로까지 서비스가 확대되고 있는 추세인 것으로 파악됨¹²⁾

12) 한국농수산물유통공사, ‘인도 전문 식품수입 벤더현황’, 2020.02

2. 인도 지역별 호텔 산업 현황

▶ 지역별 호텔 현황

인도는 호텔에 대한 수요 증가, 인프라 개발 및 확대, 가파른 경제 성장 등 요인으로 호텔의 공급이 빠르게 증가하고 있음. 2013년부터 2023년까지 호텔 수는 연평균 5.6%씩 증가해 왔으며, 2023년부터 2024년에는 총 113개 도시에서 190개의 호텔이 새롭게 문을 열었음. 이 기간 새로 개업한 호텔의 37%가 인도의 북부 지역에 위치한 것으로 나타났으며, 33%가 서부에 위치한 것으로 파악됨. 남부와 동부 지역은 각각 20%와 10%를 차지해 북부와 서부에 비해 비교적 낮은 증가세가 관측되었음

▶ 도시별 호텔 현황

인도의 2등급, 3등급 도시가 호텔 업계의 성장을 주도했으며, 이곳에서 각각 약 4,500개와 4,200개의 객실이 문을 열었음. 특히, 3등급 도시가 호텔 산업 성장을 주도하여 총 1만 4,000개 이상의 객실 계약 건수를 기록한 것으로 확인됨. 1등급 도시에서는 약 3,300개의 객실이 문을 열었으며, 비교적 부족한 토지 면적과 높은 토지 가격으로 인해 객실 계약 건수는 약 6,000건에 그쳤음.

도시별 호텔 오픈 건수에서 뭄바이가 1위를 기록하였고, 벵갈루루, 자이푸르(Jaipur), 고아(Goa), 암리차르(Amritsar)가 그 뒤를 이었음. 계약 건수 순위에서는 벵갈루루가 1위를 차지하였고, 다음으로 자이푸르, 고아, 나비뭄바이(Navi Mumbai), 뭄바이 순으로 나타났음. 주별 호텔 오픈 건수에서는 마하라슈트라(Maharashtra), 라자스탄(Rajasthan), 카르나타카(Karnataka), 우타르 프라데시(Uttar Pradesh), 구자라트(Gujarat)가 오픈 객실 수에서 상위 5개 주에 이름을 올렸음. 계약 건수 상위 5개 주는 마하라슈트라, 카르나타카, 우타르 프라데시, 구자라트, 히마찰 프라데시(Himachal Pradesh) 순으로 확인됨¹³⁾

[표 3.1] 인도 지역별 신규 개업 호텔 분포

북부	서부	남부	동부
37%	33%	20%	10%

자료: 호텔리베이트(Hotelivate)

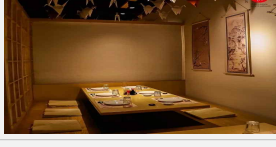
13) 호텔리베이트(Hotelivate), 'The Supply Narrative in 2023-24', 2024.04

3. 인도 내 한식당 운영 현황

▶ 한국 문화 영향으로 인도 내 한식당 인기 증가

인도 내에서 한국 문화의 인기가 상승함에 따라 한국 식당에 대한 수요도 급증하고 있음. 한국 식당은 델리, 뭄바이, 벵갈루루 등 주요 대도시에 집중되어 있으며, 한국인이 직접 운영하는 한식당들이 특히 높은 인기를 끌고 있음. 김치찌개, 된장찌개, 감자탕, 비빔밥, 라면, 불고기 등 다양한 한식 메뉴가 판매되며, 특히 돼지고기나 소고기 등을 직접 구워 먹는 한국식 바베큐가 큰 인기를 끌고 있음¹⁴⁾

[표 3.2] 인도 내 주요 한식당 목록

사진	이름	지역	특징
	궁 (Gung)	델리 (Delhi)	- 한국인이 직접 운영하며, 4개 지점을 보유한 한식당 - 현지 상류층을 겨냥해 정통 프리미엄 한식을 취급하며, 비교적 높은 가격대가 형성됨
	서울 (Seoul)	델리 (Delhi)	- 델리 대형 스포츠몰에 위치 - 수도 권역에서 가장 오래된 한식당으로 알려짐
	코리 (Kori)	델리 (Delhi)	- 비교적 저렴한 가격대의 한식당 - 김밥과 김치볶음밥 등의 메뉴 판매
	행복식당 (Hengbok)	뭄바이 (Mumbai)	- 한국식 바베큐 메뉴 판매 - 된장찌개와 떡볶이 등의 메뉴가 인기
	오리가미 (Origami)	뭄바이 (Mumbai)	- 한국식 바베큐 메뉴 판매 - 김치찌개와 한국 라면 등의 메뉴가 인기
	아리랑 (Arirang)	벵갈루루 (Bengaluru)	- 전통적 한식당의 인테리어가 특징 - 된장찌개와 비빔밥 등의 메뉴 인기
	수라상 (Soo Ra Sang)	벵갈루루 (Bengaluru)	- 한국인이 직접 운영하는 한식당 - 두부김치, 불고기, 김밥 등의 메뉴 판매

자료: 콩드네스트래블러(Conde Nest Traveller)

14) 콩드네스트래블러(Conde Nest Traveller), 'The best Korean food in Mumbai, Delhi and Bengaluru, as picked by Korean expats', 2023.06

4. 인도 내 일식당 운영 현황

▶ 인도 내 일식당 총 528개, 전년 대비 5.02% 증가

2024년 11월 기준, 인도 내 일본 레스토랑 수는 총 528곳으로, 이는 전년 대비 5.02% 증가한 수치임. 이 중 82.5%는 개인에 의해 운영되는 음식점이며, 나머지 17.5%는 프랜차이즈에 속해 있음. 일본 음식점이 가장 많은 상위 3개 지역은 마하라슈트라주, 델리, 하리아나(Haryana)주이며, 인도 내 일본 음식점의 평균 운영 기간은 3년 3개월 정도인 것으로 파악됨¹⁵⁾

[표 3.3] 인도 지역별 일식당 분포

지역	식당 수	지역	식당 수
마하라슈트라	90	차티스가르	4
델리	88	히마찰 프라데시	4
하리아나	70	찬디가르	3
카르나타카	59	마니푸르	3
우타르 프라데시	38	미조람	3
타밀 나두	36	오디샤	3
서벵골	21	편자브	3
구자라트	20	아쌘	2
텔랑가나	17	자르칸드	2
라자스탄	13	트리푸라	2
고아	12	우타라칸드	2
안드라 프라데시	8	잡무 카슈미르	1
케랄라	8	메갈라야	1
마디아 프라데시	7	나갈랜드	1
비하르	6	시킴	1

자료: 스마트스크래퍼(Smartscrapers)

15) 스마트스크래퍼(Smartscrapers), 'List of Japanese restaurants in India', 2024.11

5. 인도 내 중식당 운영 현황

▶ 인도 내 중식당 총 2만 5,281개, 전년 대비 4.29% 증가

2024년 11월 기준 인도 내 중국 식당 수는 2만 5,281곳으로, 이는 전년 대비 4.29% 증가한 수치임. 현재 인도에서 운영 중인 중국 식당의 대부분은 개인 음식점으로, 프랜차이즈로 운영되는 식당의 비율은 8.21%로 파악됨. 중국 음식점이 가장 많은 상위 3개 지역은 마하라슈트라주, 우타르 프라데시주, 서벵골(West Bengal)주임. 또한, 중식당들은 다양한 현지 디지털 플랫폼을 활용하여 홍보와 마케팅을 적극적으로 진행하는 편으로 알려짐¹⁶⁾

[표 3.4] 인도 지역별 중식당 분포

지역	식당 수	지역	식당 수
마하라슈트라	7,020	케랄라	423
우타르 프라데시	2,434	아쌈	280
서벵골	1,946	고아	269
델리	1,831	차티스가르	197
구자라트	1,548	히마찰 프라데시	166
카르나타카	1,437	메갈라야	100
타밀 나두	1,280	찬디가르	98
텔랑가나	1,016	잡무 카슈미르	90
하리아나	925	푸두체리	46
마디아 프라데시	688	트리푸라	30
비하르	530	아루나찰 프라데시	23
자르칸드	521	나갈랜드	20
라자스탄	491	마니푸르	17
오디샤	456	시킴	16
안드라 프라데시	455	미조람	13
우타라칸드	452	라다크	4
편자브	443	락샤드위프	4

자료: 스마트스크래퍼(Smartscrapers)

16) 스마트스크래퍼(Smartscrapers), 'List of Chinese restaurants in India', 2024.11

IV 유통채널



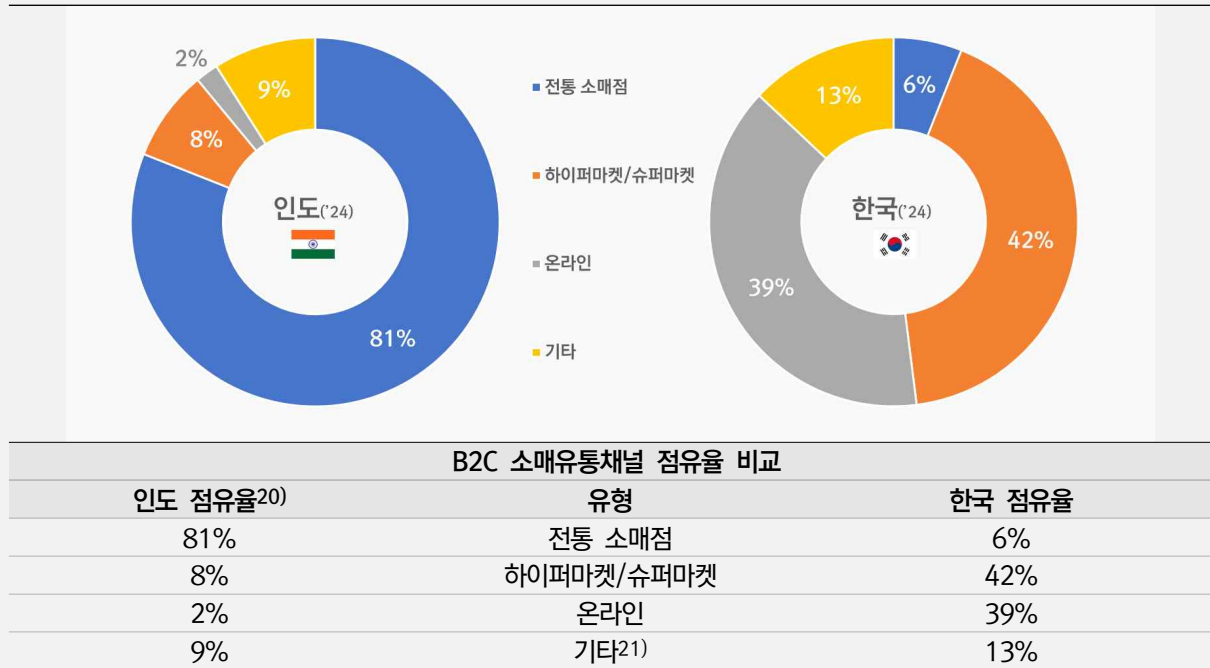
1. 인도 고추장 유통채널 점유율
2. 인도 고추장 주요 유통채널

1. 인도 고추장 유통채널 점유율

▶ 인도 소비자 유통채널, '전통 소매점'이 1위

2024년 1분기 기준 인도 내 고추장을 비롯한 소비자 유통채널 중 '전통 소매점'이 81%의 점유율로 소비자 유통의 대부분을 담당하는 것으로 확인됨. 9%의 기타와 8%의 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 나머지를 담당했으며, '온라인' 채널의 점유율은 2%로 확인됨. 한국의 경우, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 42%로 1위, '온라인' 채널이 39%로 2위, '기타'가 13%로 3위를 차지함. 인도 소비자 유통의 대부분을 차지하는 '전통 소매점'의 한국 내 점유율은 6%로 비교적 크지 않은 것으로 확인됨. 인도는 '키라나(Kirana)'라는 이름으로 통칭되는 재래 방식의 소형 슈퍼마켓이 소매 유통의 대부분을 담당하고 있는 상황으로, 거대한 시장규모에 비해 유통의 현대화 수준은 비교적 낮은 상황임. 그러나 해외 유통 대기업들의 진출과 경쟁 심화와 팬데믹으로 인한 온라인 채널의 급성장 등 요인으로 유통의 현대화가 빠르게 진행되고 있음¹⁷⁾

[표 4.1] 인도 및 한국 소비자 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁸⁾¹⁹⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

17) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '인도 전자상거래 시장의 성장', 2022.09

18) 해당 장에서 '고추장' 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소비재(FMCG: Fast-Moving Consumer Goods)' 유통채널의 정보를 확인함

19) 자료: 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse: Asia's FMCG Market at a Glance - Q1 2024', 2024.06

20) 해당 통계는 인도의 농촌(Rural) 지역을 제외한 도시(Urban) 지역 통계이며, 인도의 도시화율은 2020년 기준 약 35%임

21) '기타'는 편의점, 드럭스토어 등 기타 현대 유통채널(Modern Trade)을 포함함

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ① 릴라이언스스마트

기업 기본 정보	기업명	릴라이언스스마트(Reliance Smart)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	reliancesmartbazaar.com
	위치	인도 전역
	규모	매출액('23) ²²⁾ • 2조 6,039억 루피(42조 7,300억 원 ²³⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 954개
	기업 요약	- 인도 최대 소매기업인 릴라이언스리테일(Reliance Retail)의 슈퍼마켓 브랜드 - 하이퍼마켓 형태의 'Smart Bazaar'와 슈퍼마켓인 'Smart Superstore'로 분화됨 - 남서부 지역에 많은 수의 매장이 있으나 비교적 인도 전역에 고르게 분포함 - 모기업에서 최근 런칭한 온라인 쇼핑 플랫폼인 지오마트(JioMart)와 연계해 온라인 주문 및 결제 후 매장에서 오프라인 픽업이 가능함
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 가전제품, 의류 등
	선호 제품	• 소비자 수요가 높은 제품, 가격 경쟁력을 갖춘 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 및 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) - 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +91-1800-891-0001, +91-1800-102-7382 - 이메일: customerservice@ril.com

자료: 릴라이언스스마트(Reliance Smart)

사진 자료: 릴라이언스스마트(Reliance Smart), 릴라이언스리테일(Reliance Retail)

22) 모기업 릴라이언스인더스트리(Reliance Industries Ltd.)의 소매 부문 매출액

23) 1루피=16.41원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ② 아마존 인도

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon) 인도	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.in	
	규모	매출액('23)	• 2,220억 루피(3조 6,102억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ²⁴⁾): 4억 8,940만 회
	기업 요약	190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 - 영어, 스페인어, 힌디어, 한국어 등 전 세계 언어를 지원함 2013년 인도에 진출했으며, 현재 인도 내 전자상거래 시장점유율에서 월마트(Walmart) 소유의 플립카트(Flipkart)에 이은 2위 기업임	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	청정원오푸드(Chung Jung One O'Food), 어반플래터(Urban Platter) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	• 품목 카테고리별 할인, 기간 한정 할인, 구매 금액당 포인트 적립 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) - 자격 평가 기준 ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-888-280-4331	

자료: 아마존(Amazon) 인도, 스탯리스타(Statista), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon) 인도

24) 2024년 10월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차 UI ①

기본 담당자 정보

이름 이름	중간 이름 중간 이름	성 성
여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 전체 이름을 입력하십시오.		
시영류 보유 국가 국가 선택		
출생 국가 국가 선택	생년월일(DD/MM/YYYY) 월 년	
거주지 주소 자정된 표준 주소 보기	우편번호	
다행민국	야마토/건물/호/가라	
주소란 1	시/도/지역	
시/도		
연락처 전화번호 +82		
+ 새 휴대전화 번호 추가		

주 연락 담당자가 있는지 확인
☐ 회사의 실물 소유자
☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실물 소유자입니다.
☐ Yes ☐ No

☐ 본인은 본인을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실물 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

이전 다음

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차 UI ②

amazon seller central

회사 정보

판매자 정보

3 장구

4 스트 어

5 인증

판매대금 인출 정보

신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee

You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see [this page](#).

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer [here](#) for details.

Card number

Expires on

1 2024

Card holder's name

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)

- 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(5만 5,158원²⁵⁾) 부과

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

25) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

▶ 아마존 인도 고추장 베스트셀러

- 검색 키워드 : 고추장(Gochujang)

- 등록 제품 수 : 8,000건 이상

아마존 인도 고추장 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	어반플래터 (Urban Platter)	고추장 (Gochujang Korean Hot Pepper Chilli Paste)	한국	170g	290루피 (4,759원)	900건 이상	247건	
2	오후5:15 (5:15PM)	고추장 (Gochujang Korean Chilli Paste)	인도	200g	345루피 (5,661원)	300건 이상	456건	
3	어반플래터 (Urban Platter)	고추장 (Gochujang Korean Hot Pepper Chilli Paste)	한국	500g	475루피 (7,795원)	200건 이상	1015건	
4	청정원오푸드 (Chung Jung One O'food)	100% 현미 태양초 쌀 고추장(Gochujang Korean Red Chilli Pepper paste)	한국	500g	899루피 (14,753원)	100건 이상	18474건	
5	우마이 (Umai)	태양초 찰고추장 (Korean Gochujang Chilli Paste)	한국	500g	399루피 (6,548원)	100건 이상	25건	
6	플라보마 (Flavoma)	고추장 (Gochujang Korean Hot Pepper Chilli Paste)	중국	200g	249루피 (4,086원)	100건 이상	27건	
7	신사쿠라 (Shin Sakura)	고추장 (Gochujang Korean Hot Pepper Chilli Paste)	중국	500g	499루피 (8,189원)	50건 이상	140건	
8	모이소이 (Moi Soi)	고추장 (Korean Gochujang)	한국	170g	270루피 (4,431원)	50건 이상	9건	
9	너서리 (Nourcery)	고추장 (Gochujang Korean Chilli Paste)	태국	250g	209루피 (3,430원)	50건 이상	268건	
10	사조 (Sajo)	해표 발효숙성 태양초 골드 고추장 (Gochujang Hot Pepper Paste)	한국	1kg	955루피 (15,672원)	50건 미만	378건	

자료: 아마존(Amazon) 인도

사진 자료: 아마존(Amazon) 인도

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ③ 플립카트

기업 기본 정보	기업명	플립카트(Flipkart)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.flipkart.com	
	규모	매출액('23)	• 5,601억 루피(9조 1,912억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ²⁶⁾): 2억 4,160만 회
	기업 요약	• 2007년 인도에서 설립된 인도 최대 온라인 종합 쇼핑몰 • 그간 지속적 투자 유치 성공과 적극적 인수합병으로 꾸준히 성장했으며, 미국의 세계 최대 유통기업 월마트(Walmart)가 2018년 인수함 • 2022년 기준 인도 전자상거래 시장의 약 48%를 점유해 26%를 점유한 2위 아마존(Amazon)과 경쟁 중임²⁷⁾ • 최근 기존 대도시 위주에서 지역 중소도시로까지 서비스와 고객층을 확장하고자 노력 중임	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	너서리(Nourcery), 우마이(Umai) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 • 품목 카테고리별 할인, 기간 한정 할인, 후불결제 이벤트 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.flipkart.com) - 홈페이지 우측 상단 'Become a Seller(판매자 등록)' 클릭 - 판매자 계정 생성(인도 내 사업자 등록인 GSTIN 필요) - 물품 카테고리 선택 이후 제품 정보 등록 - 위탁 판매와 직접 판매 중 판매 방식 선택 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +91-44-4561-4700 +91-44-6741-5800	

자료: 플립카트(Flipkart), 스탯이스타(Statista), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 플립카트(Flipkart)

26) 2024년 10월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

27) 자료: 미래에셋증권, '인도 전자상거래 분야 1등! 플립카트의 전략', 2024.01

입점 등록 절차 UI ①

Create Account

Creating your Flipkart seller account is a quick process, taking less than 10 minutes, and requires only 3 documents. Follow the checklist to ensure a seamless account creation experience. By having these documents ready, you can streamline the account creation process and get started on Flipkart as an online seller in no time.

* for selling in all categories except for book

** for selling under books category



Don't have a GSTIN?

Follow the steps below to generate for your online business.



Register / Login to
www.gst.gov.in



Fill in the GST Enrolment
Application Form



Submit Enrolment
Application

① 계정 생성

- 휴대폰 번호, 이메일 주소, GSTIN(납세자 고유번호), 비밀번호 입력

입점 등록 절차 UI ②

List Products

What is a listing? A listing refers to the process of registering your product on the Flipkart platform, making it visible to customers, and enabling them to view and purchase your product. It involves creating a detailed product page that includes essential information such as product title, description, images, pricing, and other relevant details. A well-crafted listing helps attract potential customers and facilitates the sale of your product on Flipkart.



Did you know that providing precise and comprehensive information about your product, along with clear and captivating images, can increase its visibility on our platform by up to 15%.

Listing on Flipkart can be done in 2 different ways:

1. Match with existing products

2. New product

② 판매 물품 등록(품명, 선명한 제품 이미지, 가격, 세부 사항 등)

자료: 플립카트(Flipkart)

사진 자료: 플립카트(Flipkart)

입점 등록 절차
UI ③

	Fulfilment by Flipkart (FBF)	Non Fulfilment by Flipkart (NFBF)
Packaging	Flipkart will pack your products	Seller will pack their products before pick-up
Storage	Flipkart will store your products at the nearest Flipkart warehouse	Seller will store products at their premise or community warehouse
Shipping	Flipkart will pick and deliver your products to the customer	Seller will schedule a pick-up & a Flipkart agent will pick your order
Fees	Relevant FBF fees will be applicable	Normal shipping cost will be applicable to help deliver your product to your customer, based on local, zonal or national delivery.
Returns	Managed by Flipkart	Managed by Flipkart
Customer Service	Managed by Flipkart	Managed by Flipkart
FAssured Badge	Yes	FAssured badge to be provided basis reliability score

③ 물품 입고 및 배송
- 위탁 판매(FBF)와 자체 판매(NFBF) 방식 중 선택

입점 등록 절차
UI ④



Receive Payments

With a customer base of over 45 crore+ on Flipkart, you can expect orders from customers across India. To ensure your convenience, Flipkart ensures timely payments directly into your registered bank account, which you provided during the Flipkart account creation process. You can receive your payments as fast as 7 days* from the date of dispatch, enabling you to manage your cash flow efficiently and focus on growing your business.

[Know more](#) about Fees & Commission.

④ 판매대금 수령할 계좌 정보 등록
- 계정 생성 시 등록

자료: 플립카트(Flipkart)

사진 자료: 플립카트(Flipkart)

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ④ 오베로이

기업 기본 정보	기업명	오베로이(Oberoi)	
	기업구분	호텔	
	홈페이지	www.oberoihotels.com	
	위치	인도 전역	
	규모	매출액('23) ²⁸⁾	• 209억 6,000만 루피(3,440억 원)
기타 규모		• 매장 수('24): 32개	
기업 요약	• 1934년 창립자 모한 싱 오베로이(Mohan Singh Oberoi)에 의해 설립되어 현재 그의 가문이 경영 중인 인도의 고급 호텔 브랜드 • 현재 인도 전역에 걸쳐 32개의 호텔을 운영 중이며, 나일(Nile) 강을 따라 운행하는 고급 크루즈 또한 운영 중임 • 호텔의 식음료 부문은 양식, 일식 등 세계 요리와 동시에 인도 내 호텔 입지 지역의 특산물과 식문화를 적극적으로 활용함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 베이커리 및 디저트류, 소스 및 향신료, 해외 특산물 등	
	선호 제품	• 고급 수입 식자재	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 모기업 홈페이지 접속(www.eihltd.com) - 홈페이지 상단 메뉴 'About'-'Partner with Us'(협력 문의)' 접속 - 담당자 이름, 연락처 작성해 'Request a call back(회신 요청)' 제출 • 문의사항 연락처 - 전화번호: 001-800-1234-0101 - 이메일: reservation@oberoigroup.com	

자료: 오베로이(Oberoi), EIH(East India Hotels)

사진 자료: 오베로이(Oberoi)

28) 호텔의 운영체 EIH(East India Hotels)의 연결 매출액

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ⑤ 궁

기업 기본 정보	기업명	궁(Gung)	
	기업구분	한식당	
	홈페이지	gungthepalace.com	
	위치	뉴델리(New Delhi), 구르가온(Gurgaon) 노이다(Noida), 푸네(Pune)	
	규모	기타 규모 • 매장 수(*24): 4개	
	기업 요약	• 2007년 뉴델리(New Delhi)에 개점해 현재 4개 지점을 보유한 인도의 한식당 • 유학생 출신 교민 사업가가 운영 중이며, 정통 한정식을 바탕으로 현지 상류층 고객들을 대상으로 삼은 고급화 전략으로 성공을 거둠²⁹⁾ • 여타 해외 소규모 한식당에 비해 더 많은 메뉴와 비교적 높은 가격대가 특징임 • 자체 홈페이지를 통한 지점별 예약이 가능함	

매장정보	입점 가능 품목	• 육류 및 해산물, 한식 식재료, 소스 및 향신료, 음료 및 주류 등	
	선호 제품	• 품질이 검증된 한국산 식재료	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +91-98712-95093(뉴델리 본점) - 이메일: yagipooh@gmail.com
-------------	---------------------	---

자료: 궁(Gung), 매일경제

사진 자료: 궁(Gung)

29) 자료: 매일경제, “제대로 만든 한식에 인도 상류층도 반했죠”, 2011.11

2. 인도 고추장 주요 유통채널 ⑥ 서울

기업 기본 정보	기업명	서울(Seoul Restaurant)	
	기업구분	한식당	
	홈페이지	(-)	
	위치	뉴델리(New Delhi)	
	기업 요약	• 인도의 수도 권역에서 가장 오래된 한식당으로 알려짐 • 한식 백반부터 삼겹살 등 구이 음식, 김밥과 떡볶이같은 분식 등을 취급함 • 2012년 내부 리모델링이 단행되었으며, 현재는 현지인이 운영 중인 것으로 파악됨 • 페이스북(Facebook)과 인스타그램(Instagram) 등 SNS 채널을 통해 한식 관련 마케팅을 활발히 진행 중이며, 최근 2호점 개점 예정 소식을 공유함	
매장정보	입점 가능 품목	• 육류 및 해산물, 한식 식재료, 소스 및 향신료, 음료 및 주류 등	
	선호 제품	• 품질이 검증된 한국산 식재료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +91-81302-53966 - 이메일: seoul651121@gmail.com	

자료: 페이스북(Facebook), 구글맵(Google Maps)

사진 자료: 페이스북(Facebook), 조마토(Zomato)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 인도 고추장 통관 및 검역 절차
2. 인도 고추장 품질 인증
3. 인도 고추장 라벨링
4. 인도 고추장 성분 및 유해물질

1. 인도 고추장 통관 및 검역 절차³⁰⁾

▶ 인도 고추장 수출 통관 단계별 주요사항

인도로 가공식품 수출 시, 수출입 통관과 관련된 기관은 대표적으로 인도 관세간접세위원회(CBIC: Central Board of Indirect Taxes and Customs), 식품안전기준청(FSSAI: Food Safety and Standards Authority of India) 등이 있음. 인도에서 식품을 유통 및 판매하려는 수출업체는 사전에 인도 식품안전기준청(FSSAI)에 필수적으로 식품을 등록해야 하며, 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 등록을 통해 신속통관 혜택을 받을 수 있음

[표 5.1] 인도 고추장 통관 검역 절차



자료: 관세청, KATI농식품수출정보, 인도 관세간접세위원회(CBIC)

30) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 인도 고추장, 식품안전기준청(FSSAI) 사전 등록

인도로 고추장 수출 시, 인도 식품안전기준청(FSSAI)에 제품을 사전에 등록해야 함. 인도 식품안전기준청(FSSAI)의 등록 제도는 식품 제조와 식품 수입을 위한 라이선스로 나누어지며, 식품 수입 라이선스를 보유한 수입업자만이 수입 통관을 진행할 수 있음. 등록은 중앙정부 허가, 주 허가, 일반 등록 3가지로 나뉘며, 현지에서 직접 수입을 진행하고자 하는 국내 업체의 경우에는 중앙정부 허가를 받아야 함. 등록 신청은 인도 식품안전기준청 온라인 홈페이지(FLRS: Food Licensing Registration System)를 통해 진행할 수 있음

[표 5.2] 인도 식품안전기준청(FSSAI) 사전 등록

인도 식품안전기준청 (FSSAI) 사전 등록	등록 기관	인도 식품안전기준청(FSSAI)	
	적용 품목	농산물 및 가공식품, 건강기능식품, 기타 식품 및 첨가물 등 인도로 수입되는 모든 식품	
	유효기간	사업자가 선택한 기간에 따라 1년에서 5년으로 제한	
	등록 대상	인도로 식품을 수출하고자 하는 업체	
	취득 방법	- 인도 내 담당 기관을 통해 제품 사전 등록 가능 - 인증 신청서와 필요 서류를 작성하여 인도 식품안전기준청(FSSAI)에 제출 가능	
	등록 소요 시기	- FSSAI 기본 등록: 약 7일에서 30일 - 중앙 정부 라이선스: 약 30일에서 60일 - 신청 내용과 절차에 따라 실제 소요 시간 상이	
	도입 취지	- 인도로 식품을 수출, 유통, 판매하려는 업체들이 식품 안전 기준을 준수하도록 하여 인도 소비자의 건강을 보호하기 위해 도입됨 - 해당 인증을 통해 식품의 원료, 제조 공정, 위생 관리 등이 정부 기준에 부합되도록 관리됨	

자료: 인도 식품안전기준청(FSSAI), KATI농식품수출정보

▶ 인도 고추장, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 인도의 경우 2015년 한국과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하였으므로, AEO 등록 시, 상대국 수입 검사 생략, 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.3] 인도 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청

2. 인도 고추장 품질 인증

▶ 인도 고추장, 취득 권장 인증

인도로 고추장 수출 시, 취득하여 활용할 수 있는 인증은 식품 생산 안전 인증인 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 등이 있음. 또한, 인도는 전체의 약 30%가 채식 인구³¹⁾로, 비건 식품에 대한 수요가 많은 국가임. 따라서, 고객사 제품의 비건 인증 취득이 가능할 경우, 관련 인증인 FSSAI VEGAN 등을 사전에 취득하는 것이 권장됨

[표 5.4] 인도 고추장 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSAI VEGAN	인도 비건 식품 인증	인도 정부 인증	인도 식품안전준수 플랫폼 (FoSCoS)	

자료: 각 인증기관

31) 푸드아이콘(FOODICON), '30년 채식주의 인구 6억명..잠재력 큰 인도 비건식품 시장 규제 조치', 2023

3. 인도 고추장 라벨링

[표 5.5] 인도 고추장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 라벨은 영어 또는 힌디어로 표기되어야 함 - 힌디어의 경우 데바나가리 문자(Devanagari Script)로 작성되어야 함
	2. 제품명	제품명에는 포장에 포함된 상품명 또는 식품에 대한 설명이 포함되어야 함
	3. 영양성분	- 단일 성분의 식품을 제외한 모든 사전포장 식품은 성분표를 표기해야 함 - 성분표에는 ‘성분(Ingredients)’이라는 용어와 같이 적절한 명칭이 포함되어야 함 - 제품에 사용된 성분의 성분명은 제조 당시 각 구성요소의 무게 또는 부피를 기준으로 내림차순하여 기재함 - 성분목록에 명시된 성분은 특정 명칭으로 기재되어야 함
	4. 영양정보	100g, 100ml 혹은 1인당 제공량을 기준으로 칼로리, 단백질 및 탄수화물의 양, 지방, 영양상 혹은 건강상의 강조 성분에 대한 정보를 표기해야 함 - 총 설탕, 소금 및 포화지방의 영양정보는 굵은 글씨와 큰 글씨로 작성해야 함
	5. 채식주의 관련 표기	- 포장의 주요면 또는 식품의 이름 및 브랜드명과 가까운 곳에 채식/비채식 마크가 표시되어야 함 - 채식 식품의 경우 녹색의 채식 마크를, 비채식 식품의 경우 갈색의 비채식 마크를 제품명 옆에 표시해야 함 - 육류(가금육 포함), 수산물, 계란 및 이에 기반한 성분으로 제조된 식품에는 비채식 마크가 표시되어야 하며, 우유 성분을 포함한 제품은 비채식 마크 표기 대상에서 제외됨 - 채식/비채식 마크의 크기(지름)는 상품의 주 표시면(Principal Display Panel)의 크기에 따라 상이하게 규정됨
		 

자료: 인도 식품안전기준청(FSSAI)

[표 5.5] 인도 고추장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 식품첨가물 목록 • 제조 시 사용된 식품첨가물의 목록이 제시되어야 함 - 일반적으로 식품에 사용이 허용된 식품첨가물 목록에 포함된 경우, 고유의 명칭 및 식별번호(INS 국제분류번호)를 함께 표기해야 함 • 착색제가 첨가된 경우, 다음의 문구 중 하나를 대문자로 표시해야 함 - 허용된 천연 착색제를 포함(CONTAINS PERMITTED NATURAL COLOUR(S)), 허용된 인공 식품 착색제를 포함(CONTAINS PERMITTED SYNTHETIC FOOD COLOUR(S)), 허용된 천연 및 인공 식품 착색제를 포함(CONTAINS PERMITTED NATURAL AND SYNTHETIC FOOD COLOUR(S)) - 해당 문구가 식품 착색제의 고유번호나 명칭으로 표시된 경우, 제품에 사용된 착색제의 성분목록을 기재할 필요는 없음 • 관련 없는 추가 향미증진제가 첨가된 경우, 해당 내용은 포장에 부착된 라벨의 성분표 바로 아래에 다음과 같이 대문자로 표시해야 함 - 추가된 향미증진제를 포함(CONTAINS ADDED FLAVOUR) • 제품에 착색제와 향료(향미증진제)가 모두 사용된 경우, 포장에 부착된 라벨의 성분표 아래에 다음의 문구 중 하나를 대문자로 표시해야 함 - 허용된 천연 착색제 및 추가 향료를 포함(CONTAINS PERMITTED NATURAL COLOUR(S) AND ADDED FLAVOUR(S)), 허용된 인공 식품 착색제 및 추가 향료를 포함(CONTAINS PERMITTED SYNTHETIC FOOD COLOUR(S)), 허용된 천연 및 인공 식품 착색제 및 추가 향료를 포함(CONTAINS PERMITTED NATURAL AND SYNTHETIC FOOD COLOUR(S) AND ADDED FLAVOUR(S)) • 라벨에 위와 같은 추가 문구가 표기될 경우 성분표에서 해당 식품첨가물을 기재할 필요 없음
	7. 원산지 • 수입식품의 경우 원산지를 표기하며, 수출국이 아닌 다른 국가에서 가공되어 성분 및 성질이 변경된 경우, 가공국가를 원산지국으로 간주하여 기재해야 함

자료: 인도 식품안전기준청(FSSAI)

[표 5.5] 인도 고추장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 제조업체명 및 주소	- 제조업체 및 포장업체의 이름과 주소, 수입식품의 경우 수입자명과 주소를 표기함 - 제조업체와 생산시설이 다른 장소에 위치할 경우 업체명과 주소가 라벨에 표시되어야 함 - OEM 생산 및 포장 제품의 라벨에는 제조 및 포장업체의 이름과 주소가 표시되어야 함 - 수입된 제품의 경우에는 수입업체의 이름과 주소가 포함되어야 함 - 타 국가에서 제조된 후 인도에서 포장된 식품은 라벨에 해당 제품의 원산지, 수입업체명과 주소, 포장된 장소를 표기해야 함
	9. 순수량	- 제품의 순수량은 무게, 부피 또는 수량을 순수량(Net Quantity)으로 표시해야 함 - 액체에 포함된 식품(Liquid Medium)의 경우, 식품의 수분을 제외한 중량이 기재되어야 함 - 순수량은 포장지 및 포장재의 무게는 제외하고 기재함 - 기타 종류의 포장재로 개별 포장된 경우에는 포장재의 무게는 총 중량의 6%를 초과할 수 없음
	10. 제조 및 포장 일자	- 제품의 제조, 포장, 사전포장된 일자를 ‘일/월/년’ 순으로 표기해야 함 - 제품의 유통기한(Best Before Date)이 3개월 이상인 경우, 제조, 포장 및 사전포장 일자를 ‘월/년’으로 표기함 - 유통기한이 3개월 미만인 상품은 제조, 준비, 사전포장 일자를 ‘일/월/년’으로 표기함
	11. 유통기한 및 사용기한	- 유통기한(Best Before Date)의 경우, 소비에 가장 적합한 기간을 ‘월/년’의 순으로 대문자로 기재해야 함 - 아스파탐이 함유된 식품의 경우 유통기한 대신 사용기한(Use by Date), 최대 소비 권고기한(Recommended Last Consumption Date/Expiry Date)이 표시되어야 하며, 이는 포장일로부터 최대 3년을 넘길 수 없음

자료: 인도 식품안전기준청(FSSAI)

▶ 인도 고추장³²⁾ 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① SPRIG
- ② HARISSA
- ③ Classic North African Chilli Paste
- ④ COOK
- ⑤ Marinate
- ⑥ Stir Fry

[앞면 - 국문]

- ① 스프리그
- ② 하리사
- ③ 북아프리카 전통 칠리소스
- ④ 조리
- ⑤ 양념
- ⑥ 볶음

32) 조사가 진행된 현지 마트에서 고추장 제품이 확인되지 않아, 유사 제품으로 라벨 조사 진행함

[뒷면 - 영어]

- ① Stir this versatile paste into soups, sauces and stews, use it to season or marinate vegetables and meat. Get inspired by the taste of North Africa.
- ② Ingredients: Chilli (28%), Spices & Condiments, Garlic Powder, Onion Powder, Edible Vegetable Oil (Refined Sunflower Oil), Tomato Puree, Tamarind Paste, Sugar, Iodized Salt, Acidity Regulator (INS 260), Herb Extract & Preservative (INS 211).
- ③ Allergen advice: May Contain Soy & Nuts.
- ④ Manufactured & Marketed by: Synthite Industries Private Limited., Gourmet Division, Building No: XII/241A, Synthite Taste Park, Pancode, Vadavucode., Ernakulam, Kerala, India - 682310.
- ⑤ fssai
- ⑥ Lic.No.11323999000390

[뒷면 - 국문]

- ① 이 페이스트를 스프, 소스, 스튜에 넣고 섞어, 야채와 고기의 양념으로 사용하세요. 북아프리카의 맛을 느껴세요.
- ② 주재료: 고추(28%), 향신료 및 조미료, 마늘가루, 양파가루, 식용 식물성 기름(정제 해바라기유), 토마토 퓨레, 타미린 페이스트, 설탕, 요오드 처리된 소금, 산도조절제(INS 260), 허브 추출물 및 방부제(INS 211)
- ③ 알레르기 정보: 콩과 견과류가 포함되어 있을 수 있습니다.
- ④ 제조 및 판매: Synthite Industries 비공개 유한회사, 고메 부서, 건물 번호 12/241 A, 신타이트 테이스트 파크, 판코드, 바다부코드, 에르나쿨람, 케랄라, 인도 - 682310.
- ⑤ fssai
- ⑥ 라이선스 번호: 11323999000390

⑦ Copyrights & Brands owned by Synthite Industries Pvt. Ltd. Imitation of label graphics / colour / pack design is a punishable offence.

⑧ For feedback / complaints regarding the product, write to the Customer Care Manager at Marketer's address or call 1800-425-5077(Toll Free) (Mon to Fri 10 am to 6 pm or Email: order@spring.co.in)

⑨

NUTRITIONAL FACTS			
Serving Size : 1 Tbsp (15g) Serving Per Bottle : 8	Per 100g	Per serving 1Tbsp (15g)	*%RDA based on per serving
Energy	305.70 kcal	45.86 kcal	2.29%
Protein	2.64g	0.40g	
Fat	22.10g	3.32g	4.95%
Saturated Fat	1.65g	0.25g	1.13%
Trans Fat	0.00g	0.00g	0.00%
Cholesterol	0.00mg	0.00mg	
Total Carbohydrate	24.10g	3.62g	
Total Sugar	13.10g	1.97g	
Added Sugar	7.43g	1.11g	2.22%
Sodium	1760mg	264mg	13.2%

⑩ *Recommended Dietary allowance of an average adult (2000kcal)

⑦ 저작권과 브랜드는 Synthite Industries 가 소유합니다. 라벨 그래픽 / 색상 / 포장 디자인을 모방하는 것은 처벌 대상입니다.

⑧ 제품에 대한 피드백/불만 사항은 마케팅 담당자의 주소로 서면으로 보내시거나, 1800-425-5077(무료전화)로 연락하시기 바랍니다.(월요일부터 금요일 오전 10시부터 오후 6시까지 또는 이메일 : order@spring.co.in)

⑨

영양 성분			
1회 제공량 : 1 Tbsp (15g) 한 병 당 : 8	100g 당	1회 제공량 1큰술 (15g)	*1회 제공량 기준 %권장 섭취량
열량	305.70 kcal	45.86 kcal	2.29%
단백질	2.64g	0.40g	
지방	22.10g	3.32g	4.95%
포화 지방	1.65g	0.25g	1.13%
트랜스 지방	0.00g	0.00g	0.00%
콜레스테롤	0.00mg	0.00mg	
총 탄수화물	24.10g	3.62g	
총 당	13.10g	1.97g	
첨가 당	7.43g	1.11g	2.22%
나트륨	1760mg	264mg	13.2%

⑩ *성인 평균 1인당 권장 섭취량 (2000kcal)

⑪ Total Saturated fat content is not more than 1.65% by weight.

⑫ Total Trans fat content is not more than 0.00 % by weight.

⑬ STORAGE: Store in a cool, dry place. Refrigerate after opening.

⑭ Batch NO: C240277

⑮ MFD On: 12-MAR-2024

⑯ Expiry: 11-MAR-2025

⑰ MRP: 249(Inclusive of all taxes)

⑱ USP: 1.99

⑲ NET Weight: 125g

⑪ 총 포화지방 함량은 총중량 기준 1.65%를 넘지 않습니다.

⑫ 총 트랜스지방 함량은 총중량 기준 0.00%를 넘지 않습니다.

⑬ 보관 방법: 서늘하고 건조한 곳에 보관하시고, 개봉 후 냉장 보관하세요.

⑭ 제품 번호: C240277

⑮ 제조년월: 2024년 3월 12일

⑯ 유효기간: 2025년 3월 11일

⑰ 소비자가: 249루피(모든 세금포함)

⑱ 단위 판매 가격: 1.99루피

⑲ 순중량: 125g

4. 인도 고추장 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

인도 식품안전기준청(FSSAI)은 「식품 안전 및 표준 규정 2011」에서 인도에서 유통되는 식품에 대한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 정하고 있음. 인도로 식품 수출 시 인도 식품안전기준청(FSSAI)이 승인한 첨가물의 사용만 허용됨. 하기 표는 인도로 고추장 수출 시 적용될 수 있는 식품첨가물 목록과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 인도 식품첨가물 규정 및 사용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 인도 식품안전기준청(FSSAI) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 인도 고추장 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	에틸 알콜	Ethyl Alcohol	GMP ³³⁾ (수송 용액, 향료 목적으로 사용 가능)	모든 식품
2	퍼셀러렌	Furcelleran	GMP (증점제, 젤형성제, 안정제, 유화제 목적으로 사용 가능)	
3	글리세린(글리세롤)	Glycerine(Glycerol)	GMP	
4	이소프로필 알코올	Isopropyl Alcohol	GMP (광택제 목적으로 사용 가능)	
5	수산화 마그네슘	Magnesium Aydroxide	GMP (산도 조절제 목적으로 사용 가능)	
6	올레산	Oleic Acid	GMP	
7	인지질	Phospholipid	GMP (유화제, 향산화제 목적으로 사용 가능)	
8	열에 의해 산화된 대두유	Thermally Oxidised Soya-bean Oil	320 mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

33) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 유해물질

인도에서 식품을 유통하기 위해서는 인도 식품안전기준청(FSSAI)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고추장에 적용될 수 있는 인도 유해물질 일부 목록과 그 잔류허용기준임. 더욱 자세한 인도 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 인도 식품안전기준청(FSSAI) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 인도 고추장 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	멜라민	Melamine	2.5 mg/kg	기타 식품
2	메틸 수은	Methyl Mercury	0.25 ppm (원소로 측정)	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

인도 식품안전기준청(FSSAI)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 인도 식품안전기준청(FSSAI)에서 발표한 「식품 안전 및 표준 규정 (포장 및 라벨링), 2011」에 따르면 인도에서 유통되는 식품이 하기 표의 7종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시해야 함

[표 5.8] 인도 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	땅콩
2	의무	견과류
3	의무	우유
4	의무	밀과 글루텐 함유 곡물
5	의무	계란
6	의무	생선
7	의무	갑각류

자료: 인도 식품안전기준청(FSSAI), KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 빅바스켓(Big Basket)
2. 베단트푸드솔루션즈(Vedant Food Solutions)
3. 네이처스바스켓(Natures Basket)

Interview ①

34)

빅바스켓(Big Basket)
Purchasing Manager빅바스켓
(Big Basket)

- 유형: 온라인 식료품 플랫폼
- 업체 특징:
 - 2011년에 설립된 온라인 식료품 플랫폼으로 다양한 품목을 취급하고 있음
 - 전자제품, 패션, 의류, 과일 및 채소 등 신선식품, 베이커리, 유제품, 음료, 스낵 및 브랜드 식품, 고급 수입 식품 등 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Purchasing Manager

Q. 고추장에 대한 관심이 높은 지역은 어디입니까? 그 지역에서 한국 요리가 인기를 끄는 소비자 인구 통계는 어떻게 되나요?

벵갈루루(Bengaluru), 델리(Delhi), 뭄바이(Mumbai)와 같은 대도시에서 고추장에 대한 높은 관심을 보이고 있습니다. 이러한 도시들에는 세계 요리, 특히 여타 아시아 국가의 맛에 대한 관심이 많은 젊은 도시인구가 많이 거주하고 있습니다. 이들은 주로 K-드라마, K-팝, 소셜 미디어를 통해 한국 문화를 접하고 있으며, 이러한 매체들이 현지 소비자들에게 한국 문화와 음식에 대한 호기심을 자극하고 있습니다.

Q. 인도 시장에서 고추장을 효과적으로 현지화하기 위해 개선해야 할 점은 무엇인가요?

전통적인 한국의 고추장 맛은 독특하고 매력적이지만, 인도 소비자들의 입맛에 맞게 맛에 약간의 변화를 주는 것을 고려할 수 있습니다. 예를 들어, 기존 고추장의 매운맛을 조금 줄이거나 인도의 향신료인 쿠민(Cumin)이나 고수 등을 첨가하면 현지 소비자들에게 더 큰 매력을 줄 수 있을 것입니다.

Q. 델리, 뭄바이, 벵갈루루와 같은 1티어 도시에서 고추장 같은 제품에 가장 효과적인 유통채널(예: 대형 소매점, 온라인 플랫폼, 고급 식품점)은 무엇인가요?

1티어 도시에서 한국 요리의 인기가 높아짐에 따라, 온라인 플랫폼이 고추장을 유통하는 데 가장 효과적인 채널일 것입니다. 이는 전통적인 식료품점에 비해 확연히 높은 소비자 접근성을 가지고 있습니다. 또한, 아마존(Amazon)이나 빅바스켓(Big Basket)과 같은 플랫폼은 다양한 고추장 브랜드와 상세한 제품 정보를 상세히 제공하고 있어, 현지 오프라인 유통채널에 널리 보급되어 있지 않은 고추장같은 제품의 경우 온라인 플랫폼의 활용을 적극 추천합니다.

Q. 한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔에 고추장을 직접 공급하는 전략을 채택하는 것이 가능할까요?

한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔에 직접 고추장을 공급하는 것은 실현 가능한 전략으로 보입니다. 이러한 업소들은 종종 고품질 식재료에 대한 수요를 가지고 있으며, 고객사 제품과 같이 한국 고추장의 고유한 맛을 지닌 제품들은 이러한 수요를 흡수할 수 있습니다. 그러나 이러한 업체들과 협력관계를 구축하고, 그들의 특정 요구와 선호를 이해하고 반영하는 것이 가장 큰 과제일 것입니다.

Q. 인도에서 수입 식품을 유통하기 위한 주요 파트너(수입업자, 주요 유통 네트워크)는 무엇이며, 그들과 협력하기 위한 필수 조건은 무엇인가요?

인도에서 일반 식품 제품을 수입하고 유통할 때 메트로 캐시 앤 캐리(Metro Cash & Carry)와 릴라이언스 리테일(Reliance Retail)과 같은 주요 기업들이 잠재적 핵심 파트너가 되어야 합니다. 이들과 협력하기 위해서는 강력한 브랜드 인지도와 확실한 공급망이 있어야 하고, 엄격한 식품 안전 규정을 준수해야 합니다. 또한, 인도에서 가장 평판이 좋은 식품 수입업체들과 파트너십을 형성하기 위해서는 정시 납품과 고객 서비스같은 분야에서의 우수한 실적이 필수적입니다.

Q. 주요 유통 채널에서 소스 제품의 대략적인 수수료율은 얼마인가요?

소스 제품의 수수료율은 특정 유통채널, 브랜드 평판, 제품 마진, 지역 시장의 동향에 따라 크게 달라질 수 있습니다. 온라인 플랫폼과 전자상거래 채널은 전통적인 소매 채널과는 다른 수수료 구조를 가지고 있으며, 고정 수수료와 비율 기반 수수료의 조합을 포함하는 경우가 많습니다.

Q. 인도에서 인기 있는 고추장 제품은 무엇이며, 그것들이 고객사의 제품과는 어떻게 다른가요?(예: 재료, 인증, 마케팅 메시지 등)

Urban Platter, O'Food, Bechef, Voila, Moi Soi, Dabur, Tabasco, Sempio와 같은 브랜드들이 인도 시장에서 인기가 있습니다. 또한, 이 모든 브랜드 제품은 저희 빅바스켓을 통해 유통되고 있습니다. 또한, 이 브랜드들의 대부분은 한국 브랜드이고, 주로 인도의 한인 마트 등지에서 구할 수 있습니다. 고객사 브랜드인 O'Food는 인도에 이미 존재하는 일부 고추장 브랜드와 크게 다르지 않습니다. 각 브랜드가 각기 다른 재료로 고추장을 제조한다는 것이 주요 차이점일 것입니다. 또한, 인증 측면에서 대부분의 브랜드가 HACCP 및 기타 관련 인증을 보유하고 있는 상황입니다.

Interview ②

베단트푸드솔루션즈
(Vedant Food Solutions)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 하이퍼마켓으로 일본, 지중해, 인도 등의 식품과 음료, 기타 식료품을 취급하고 있음

담당자 정보

Owner

35)

베단트푸드솔루션즈(Vedant Food Solutions)
Owner

Q. 고추장에 대한 관심이 높은 지역은 어디입니까? 그 지역에서 한국 요리가 인기를 끄는 소비자 인구 통계는 어떻게 되나요?

특히 북인도 지역에서 고추장에 대한 관심이 급증하고 있습니다. 매운 음식을 사랑하는 이 지역의 식문화가 고추장의 강렬한 맛과 잘 어울리기 때문입니다. 젊은 인도인들 사이에서 고추장의 수요가 증가하고 있지만, 그렇다고 해서 이들이 고추장을 자주 구매하고 있지는 않습니다. 아직은 델리, 벵갈루루, 푸네(Pune), 첸나이(Chennai)와 같은 대도시의 한국 기업에서 일하는 사람들이 고추장의 가장 큰 소비자이지만, 시간이 지남에 따라 한국 음식의 맛과 풍미에 대한 선호도가 높아지고 있습니다. 고추장은 특히 20대에서 40대 사이의 연령층에서 더 인기를 끌고 있는데, 이는 이들이 한국 문화에 더 많이 노출되고 호감을 느끼기 때문일 것입니다.

Q. 인도 시장에서 고추장을 효과적으로 현지화하기 위해 개선해야 할 점은 무엇인가요?

인도의 요리 문화를 고려할 때, 보다 다용도로 사용할 수 있는 제품 형태가 유리할 수 있습니다. 예를 들어, 고추장을 가루 형태로 제공한다면, 고추장의 페이스트 형태에 익숙하지 않은 인도 소비자들에게 더 나은 선택지가 될 수 있을 것입니다. 일반적으로 인도인들은 매운 음식을 좋아하며, 전통적으로 가루 형태의 붉은 고추를 많이 소비합니다. 이러한 이유로 인도의 유명 브랜드인 다부르(Dabur)조차도 고추장과 유사한 페이스트 기반의 붉은 고추 가공 제품으로 큰 성공을 거두지 못했습니다. 그러나 전통 방식의 고추장 또한 성장 가능성을 가지고 있는 것으로 보이며, 소비자들이 페이스트 방식의 소스에 대한 긍정적 경험이 축적된다면 더 많은 선택을 받을 수 있을 것입니다.

Q. 델리, 뭄바이, 벵갈루루와 같은 1티어 도시에서 고추장 같은 제품에 가장 효과적인 유통채널(예: 대형 소매점, 온라인 플랫폼, 고급 식품점)은 무엇인가요?

인도에서 고추장을 공급하는 데 있어 온라인과 오프라인 유통을 동시에 활용하는 것이 가장 효과적인 전략일 것입니다. 릴라이언스프레시(Reliance Fresh)나 빅바자르(Big Bazaar)와 같은 대형 소매점은 더 넓은 고객층에 도달하게 하며, 수입 제품을 전문으로 하는 고급 식품매장은 식품 고유의 맛을 찾는 이들에게 이상적입니다. 이를 위해 저희 베단트푸드솔루션즈(Vedant Food Solutions)가 적합한 파트너가 될 수 있을 것이며, 아마존이나 플립카드(Flipkart)와 같은 온라인 플랫폼은 특히 젊은 층에게 편리함과 높은 접근성을 제공할 수 있을 것입니다.

Q. 한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔에 고추장을 직접 공급하는 전략을 채택하는 것이 가능할까요?

인도의 한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔 체인에 직접 제품을 공급하는 것은 좋은 접근 방식이지만, 실제로는 상당히 도전적이고 까다로울 것입니다. 그러나 만약 고객사가 레스토랑 및 호텔 업계에 잘 구축된 네트워크를 가진 유통 파트너나 우수한 컨설턴트를 확보한다면, 이는 가능할 수 있을 것으로 보입니다. 그렇지 않다면, 고객사 자체적으로 모든 잠재 고객에게 접근하여 귀사의 고추장이 기존 브랜드와 어떻게 다른지와 가격 요인을 강조하며 설득하는 방법이 있습니다. 이러한 잠재 고객에 제품을 직접 공급하는 방법은 중간 유통업자에게 지불될 수수료를 절감함으로써 가격을 낮추는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 인도에서 수입 식품을 유통하기 위한 주요 파트너(수입업자, 주요 유통 네트워크)는 무엇이며, 그들과 협력하기 위한 필수 조건은 무엇인가요?

한국 식품 제품의 지역 유통업체, 예를 들어 김스마트(Kim's Mart)와 같은 업체와의 파트너십 형성이 중요할 것입니다. 이들은 지역 내 소비자의 선호나 시장 동향에 대한 깊은 이해를 가지고 있습니다. 이들과의 성공적인 협력을 위해서는 강력한 관계 구축, 경쟁력 있는 유통마진 제시, 그리고 일관된 제품 공급이 핵심적입니다.

Q. 주요 유통 채널에서 소스 제품의 대략적인 수수료율은 얼마인가요?

인도 내에서 고추장과 같은 소스 제품의 수수료율은 유통 경로에 따라 다릅니다. 대략적으로 수입업자의 수수료율은 6-8%, 유통업자는 7-12%, 도매업자는 8-12%, 소매업자는 10-25%입니다. 또한, 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 경우 수수료율이 일반적으로 20-30%의 범위에 있으며, 이 수수료에는 진열 공간에 대한 비용, 자체 판촉 비용 등이 포함됩니다. 온라인의 경우 유명 전자상거래 플랫폼은 20-35%의 수수료를, 새롭게 확장 중인 전자상거래 플랫폼은 일반적으로 15-20%의 수수료를 부과합니다.

Q. 인도에서 인기 있는 고추장 제품은 무엇이며, 그것들이 고객사의 제품과는 어떻게 다른가요?(예: 재료, 인증, 마케팅 메시지 등)

태양초, 오뚜기, 비비고와 같은 브랜드가 널리 알려져 있습니다. 인도 소비자들은 고추장의 달콤하고 매콤한 맛에 이끌리지만, 전통적인 한국 고추장보다는 덜 매운 맛을 선호하는 경향이 있습니다. 인기 있는 브랜드들은 이러한 소비자들을 위해 “라이트 고추장” 옵션을 제공할 수 있습니다. “순창 전통 발효 고추장”이라는 제품의 특징은 정통 한국 음식의 경험을 원하는 소비자들에게 매력적인 판매 포인트가 될 수 있을 것입니다. 또한, 비건 및 글루텐프리 인증을 강조하면 건강을 중시하는 소비자들이 매력을 느낄 수 있습니다.

Interview ③

36)



네이처스바스켓
(Natures Basket)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2005년에 설립된 하이퍼마켓으로 과일과 채소, 육류, 세계 요리, 초콜릿, 제과, 디저트 및 간식류 등을 취급하고 있음

담당자 정보

Customer Service
Executive

네이처스바스켓(Natures Basket) Customer Service Executive

Q. 고추장에 대한 관심이 높은 지역은 어디입니까? 그 지역에서 한국 요리가 인기를 끄는 소비자 인구 통계는 어떻게 되나요?

대도시가 트렌드를 주도합니다. 푸네, 벵갈루루, 첸나이, 하이데라바드(Hyderabad)와 같은 1-2티어 도시들이 고추장 시장에서 중요한 시장으로 부상하고 있는 것 같습니다. 이러한 도시들에서 가처분소득이 어느정도 확보된 중산층 인구가 증가하고 있고, 주로 이러한 사람들이 독특한 요리 경험을 추구하는 경향이 있습니다. 이들은 음식 트렌드를 빠르게 수용하며, 새로운 맛을 시도하는 것을 비교적 꺼리지 않습니다.

Q. 인도 시장에서 고추장을 효과적으로 현지화하기 위해 개선해야 할 점은 무엇인가요?

인도 현지에서의 성공적인 제품 출시를 위해서는 효과적인 마케팅과 브랜딩이 필수입니다. 마케팅 캠페인을 통해서 고추장의 다양한 쓰임과 한국 요리뿐만 아니라 인도 요리의 수준을 한층 더 높일 수 있다는 잠재력을 강조해야 합니다. 또한, 브랜딩에는 인도의 소비자들과 공감대를 형성할 수 있도록 인도의 문화나 인도 고유의 미학적 요소를 녹여내는 것이 중요할 것입니다.

Q. 델리, 뭄바이, 벵갈루루와 같은 1티어 도시에서 고추장 같은 제품에 가장 효과적인 유통채널(예: 대형 소매점, 온라인 플랫폼, 고급 식품점)은 무엇인가요?

1티어 도시에서 고추장을 유통하기에 가장 적합한 채널은 고급 식품 매장입니다. 이러한 매장은 고품질과 독특한 식료품을 선호하는 특정 고객층을 대상으로 하고 있습니다. 고추장은 특수한 식재료로서 이러한 매장들에 잘 어울리며, 제품 배치와 매장 직원의 추천을 통해 고객에게 더 효과적으로 소개될 수 있습니다. 또한, 전자상거래 사이트에서의 제품 노출도 중요할 것으로 보입니다.

Q. 한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔에 고추장을 직접 공급하는 전략을 채택하는 것이 가능할까요?

한식 레스토랑, 고급 식당, 호텔에 직접 공급하는 것이 유효한 전략이 될 수 있습니다. 그러나 이를 위해서는 마케팅과 유통채널 개척에 상당한 투자가 필요할 것입니다. 효과를 극대화하기 위해, 해당 업체들에 전문적으로 제품을 공급하는 식품 유통업체나 에이전트와의 협력을 고려할 수 있습니다. 이를 통해 비용을 절감하고 더 넓은 고객층으로의 확장을 도모할 수 있을 것입니다.

36) 사진 자료: 네이처스바스켓(Natures Basket)

Q. 인도에서 수입 식품을 유통하기 위한 주요 파트너(수입업자, 주요 유통 네트워크)는 무엇이며, 그들과 협력하기 위한 필수 조건은 무엇인가요?

인도에서 식품 제품을 수입하고 유통하기 위해서는 네이처스바스켓과 같은 한국 및 일본 식품 수입업체, 그리고 다양한 지역 유통업체와 같은 기존의 수입업체들과의 파트너십을 모색하는 것이 좋습니다. 이러한 기업들은 강력한 네트워크를 보유하고 있으며, 인도 시장의 특성을 잘 이해하고 있습니다. 이들과 협력하기 위해서는 FSSAI 인증, 강력한 제품 브랜딩, 경쟁력 있는 가격 전략이 필요합니다. 또한, 이들의 유통 결정 과정에서 중요한 역할을 하는 가장 큰 요소는 마진율과 제품의 유통기한입니다.

Q. 주요 유통 채널에서 소스 제품의 대략적인 수수료율은 얼마인가요?

이 주제에 대한 전문 지식은 없습니다. 이 질문에 대한 답변을 얻기 위해서 구매 부서에 이메일을 보내보시기 바랍니다.

Q. 인도에서 인기 있는 고추장 제품은 무엇이며, 그것들이 고객사의 제품과는 어떻게 다른가요?(예: 재료, 인증, 마케팅 메시지 등)

인도 고추장 시장에서는 Voila, O'food, Urban Platter와 같은 브랜드가 인기를 끌고 있습니다. 그리고 시장이 온라인 플랫폼과 한국 음식 애호가들에게 의존하고 있으며, 이들은 레시피를 공유하고 브랜드를 홍보합니다. 퓨전 요리 기반에 집중하는 것이 강력한 마케팅 메시지가 될 수 있으며, 인도 소비자들은 다양한 맛을 경험하는 것을 좋아한다는 것을 참고하면 좋습니다. 또한, 유명 음식 블로거나 유명 셰프와의 협업같은 마케팅은 고추장의 창의적인 활용에 대한 관심을 불러일으킬 수 있을 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Sauces & Spices - India', 2024.11
2. 스태티스타(Statista), 'Other Sauces - India', 2024.11
3. KOTRA해외시장뉴스, '인도 소스류 시장동향', 2024.07
4. 한국농수산물유통공사, '인도 전문 식품수입 벤더현황', 2020.02
5. 호텔리베이트(Hotelivate), 'The Supply Narrative in 2023-24', 2024.04
6. 콩드네스트트래블러(Conde Nest Traveller), 'The best Korean food in Mumbai, Delhi and Bengaluru, as picked by Korean expats', 2023.06
7. 스마트스크래퍼(Smartscrapers), 'List of Japanese restaurants in India', 2024.11
8. 스마트스크래퍼(Smartscrapers), 'List of Chinese restaurants in India', 2024.11
9. KOTRA해외시장뉴스, '인도 전자상거래 시장의 성장', 2022.09
10. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06
11. 미래에셋증권 매거진, '인도 전자상거래 분야 1등! 플립카트의 전략', 2024.01
12. 매일경제, "'제대로 만든 한식에 인도 상류층도 반했죠'", 2011.11
13. aT한국농수산물유통공사 '2023 농식품 수출국가 정보조사 「인도」', 2023
14. 수산물수출정보포털, '2021 인도 라벨링 제도', 2021
15. 인도 식품안전기준청(FSSAI) 'Food Safety and Standards Regulations', 2011
16. 푸드아이콘(FOODICON), '30년 채식주의 인구 6억명..잠재력 큰 인도 비건식품 시장 규제 조치', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 호텔리베이트(Hotelivate) (hotelivate.com)
7. 콩드네스트트래블러(Conde Nest Traveller) (www.cntraveler.com)
8. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel) (www.kantarworldpanel.com)
9. 릴라이언스스마트(Reliance Smart) (reliancesmartbazaar.com)
10. 릴라이언스리테일(Reliance Retail) (relianceretail.com)
11. 저스트다이얼(Just Dial) (www.justdial.com)
12. 아마존(Amazon) 인도 (www.amazon.in)
13. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
14. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
15. 플립카트(Flipkart) (www.flipkart.com)
16. 미래에셋증권 매거진 (magazine.securities.miraeasset.com)
17. 오베로이(Oberoi) (www.oberoihotels.com)
18. EIH(East India Hotels) (www.eihltd.com)
19. 궁(Gung) (gungtheplace.com)
20. 매일경제 (www.mk.co.kr)
21. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
22. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
23. 조마토(Zomato) (www.zomato.com)
24. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
26. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
27. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
28. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
29. 관세청 (www.customs.go.kr)
30. 인도 관세간접세위원회(CBIC) (www.cbic.gov.in)
31. 인도 식품안전기준청(FSSAI) (fssai.gov.in)
32. 인도 식품안전준수플랫폼(FoSCoS) (foscos.fssai.gov.in)
33. 빅바스켓(Big Basket) (www.bigbasket.com)
34. 베단트 푸드 솔루션즈(Vedant Food Solutions) (www.vedantfoodsolutions.com)
35. 네이처스바스켓(Natures Basket) (www.naturesbasket.co.in)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.12.06

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea