

2024 농식품 국가정보조사 인도

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對인도 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	1,409,128,296명, 전 세계 2위
민족구성 (2000년 추정치)	인도아리아인 72%, 드라비다인 25%, 기타 3%
언어 (2011년 추정치)	힌디어 43.6%, 벵골어 8%, 마라티어 6.9%, 텔루구어 6.7%, 타밀어 5.7%, 구자라트어 4.6%, 우르두어 4.2%, 칸나다어 3.6%, 오디아어 3.1%, 말라얄람어 2.9%, 펀자브어 2.7%, 아삼어 1.3%, 마이틸리어 1.1%, 기타 5.6%; 영어는 보조 공용어
종교 (2011년 추정치)	힌두교 79.8%, 이슬람교 14.2%, 기독교 2.3%, 시크교 1.7%, 기타 및 불특정 2%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 24.5% (남성 181,115,052명/여성 163,647,028명) 15~64세: 68.7% (남성 500,568,593명/여성 467,593,781명) 65세 이상: 6.8% (2024년 추정) (남성 44,101,180명/여성 52,102,662)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 29.8세, 전 세계 142위 남성: 29.1세 여성: 20.5세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$13.104 조 (2023년 추정치), 전 세계 3위 \$12.18조 (2022년 추정치) \$11.38조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	7.58% (2023년 추정치), 전 세계 17위 6.99% (2022년 추정치) 9.69% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$9,200 (2023년 추정치), 전 세계 150위 \$8,600 (2022년 추정치) \$8,100 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	16.00%
주요 생산품 (2022년 추정치)	사탕수수, 쌀, 우유, 밀, 들소젖, 감자, 채소, 바나나, 옥수수, 양파

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
인도의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	싱가포르, 일본, ASEAN, 모리셔스, 호주, 말레이시아, 한국, UAE, 스리랑카, SAFTA(아프가니스탄)
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-인도 FTA
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	인도 CEPA 개선
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

인도 식품 시장은 2019년 5,746억 달러에서 연평균 9.1% 성장하여, 2023년 8,143억 달러로 증가했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 1,222억 달러에서 연평균 9.3% 성장하여, 2023년 1,743억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 21.4%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 1,121억 달러에서 연평균 9.1% 성장하여, 2023년 1,589억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 19.5%를 차지했다.

과일 및 견과류

과일 및 견과류 시장규모는 2019년 859억 달러에서 연평균 9.2% 성장하여, 2023년 1,223억 달러로 증가했다. 2023년 과일 및 견과류 시장규모는 전체 식품 시장의 15.0%를 차지했다.

<인도 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	574.6	621.4	668.2	740.0	814.3	100.0	10.0	9.1
베이커리 및 곡물류	122.2	132.2	142.2	157.3	174.3	21.4	10.8	9.3
낙농품	112.1	121.5	131.1	145.9	158.9	19.5	8.9	9.1
과일 및 견과류	85.9	93.0	100.2	111.1	122.3	15.0	10.1	9.2
채소류	66.8	72.5	78.3	87.8	97.7	12.0	11.2	10.0
편의식품	41.7	46.1	50.7	57.6	64.8	8.0	12.5	11.6
수산물	35.3	38.4	41.5	46.0	51.5	6.3	11.8	9.9
유지류	40.6	43.1	45.6	48.3	51.4	6.3	6.5	6.1
육류	24.1	26.0	27.2	29.5	31.6	3.9	7.2	7.0
소스 및 향신료	20.1	21.7	23.3	25.9	28.6	3.5	10.4	9.3
스낵류	15.1	15.8	16.8	18.4	20.0	2.4	8.5	7.3
스프레드 및 당류	9.7	9.8	10.0	10.8	11.7	1.4	8.3	4.6
영유아식품	0.8	0.9	0.9	1.0	1.1	0.1	6.1	6.4
펫푸드	0.3	0.4	0.4	0.5	0.6	0.1	7.7	14.1

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 인도의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 416달러에서 연평균 8.2% 증가한 570달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 88달러에서 연평균 8.4% 증가한 약 122달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.4%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 81달러에서 연평균 8.2% 증가한 약 111달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 19.5%를 차지했다.

과일 및 견과류

2023년 과일 및 견과류 소비액은 2019년 1인당 약 62달러에서 연평균 8.4% 증가한 약 86달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 15.0%를 차지했다.

<인도 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	415.5	445.0	474.7	522.2	570.0	100.0	9.2	8.2
베이커리 및 곡물류	88.3	94.7	101.0	111.0	122.0	21.4	9.9	8.4
낙농품	81.0	87.0	93.1	103.0	111.2	19.5	8.0	8.2
과일 및 견과류	62.1	66.6	71.2	78.4	85.6	15.0	9.2	8.4
채소류	48.3	51.9	55.6	62.0	68.4	12.0	10.3	9.1
편의식품	30.2	33.0	36.0	40.6	45.3	8.0	11.6	10.7
수산물	25.5	27.5	29.5	32.5	36.0	6.3	10.9	9.0
유지류	29.3	30.9	32.4	34.1	36.0	6.3	5.7	5.3
육류	17.4	18.6	19.3	20.8	22.1	3.9	6.4	6.2
소스 및 향신료	14.5	15.5	16.6	18.3	20.0	3.5	9.5	8.4
스낵류	10.9	11.3	11.9	13.0	14.0	2.4	7.6	6.4
스프레드 및 당류	7.0	7.0	7.1	7.6	8.2	1.4	7.4	3.8
영유아식품	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7	0.1	4.3	5.5
펫푸드	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4	0.1	8.3	12.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 인도의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 353kg에서 연평균 2.8% 증가한 약 394kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 133kg에서 연평균 2.8% 증가한 약 148kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 37.6%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 72kg에서 연평균 2.1% 증가한 약 78kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 19.8%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 64kg에서 연평균 3.8% 증가한 약 74kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.8%를 차지했다.

<인도 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	353.2	353.6	364.1	378.5	394.4	100.0	4.2	2.8
베이커리 및 곡물류	132.7	133.0	136.6	141.7	148.4	37.6	4.7	2.8
낙농품	71.7	71.6	73.4	76.2	77.9	19.8	2.2	2.1
채소류	63.9	64.1	66.8	70.3	74.1	18.8	5.4	3.8
과일 및 견과류	45.7	45.4	46.7	48.6	50.7	12.8	4.3	2.6
편의식품	9.7	9.9	10.4	11.1	11.8	3.0	6.5	5.0
소스 및 향신료	7.5	7.5	7.7	8.0	8.4	2.1	4.2	2.7
유지류	7.1	7.1	7.2	7.1	7.2	1.8	0.6	0.3
스프레드 및 당류	5.0	4.7	4.7	4.7	4.9	1.2	3.0	-0.5
육류	3.6	3.7	3.7	3.8	3.9	1.0	1.8	2.1
수산물	3.1	3.1	3.2	3.4	3.6	0.9	6.3	3.8
스낵류	3.2	3.1	3.1	3.2	3.3	0.8	2.8	0.8
펫푸드	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	3.2	7.5
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	4.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

인도 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.6% 성장하여, 2027년 1조 1,330억 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.9% 성장하여, 2027년 2,448억 달러에 달할 전망이다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.4% 성장하여, 2027년 2,195억 달러에 달할 전망이다.

과일 및 견과류

과일 및 견과류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.7% 성장하여, 2027년 1,709억 달러에 달할 전망이다.

<인도 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	814.3	895.7	975.4	1,057.0	1,133.0	100.0	7.2	8.6
베이커리 및 곡물류	174.3	192.5	210.1	228.7	244.8	21.6	7.0	8.9
낙농품	158.9	173.4	188.0	203.5	219.5	19.4	7.9	8.4
과일 및 견과류	122.3	134.9	147.0	159.9	170.9	15.1	6.9	8.7
채소류	97.7	108.6	119.2	130.4	140.3	12.4	7.6	9.5
편의식품	64.8	73.0	81.1	88.4	95.9	8.5	8.5	10.3
수산물	51.5	57.2	62.7	67.2	71.4	6.3	6.2	8.5
유지류	51.4	54.9	58.3	62.0	65.5	5.8	5.7	6.2
육류	31.6	33.7	35.9	38.2	40.6	3.6	6.2	6.4
소스 및 향신료	28.6	31.6	34.5	37.6	40.2	3.5	7.0	8.9
스낵류	20.0	21.8	23.7	25.6	27.3	2.4	6.6	8.1
스프레드 및 당류	11.7	12.3	13.0	13.8	14.5	1.3	5.3	5.6
영유아식품	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	0.1	6.5	5.9
펫푸드	0.6	0.6	0.7	0.8	0.9	0.1	12.2	13.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 인도의 식품 수출액은 약 448억 5,224만 달러로 전년 대비 5.9% 감소했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 310억 5,469만 달러에서 연평균 9.6% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 1.2%로, 수출 상위 24위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 17.8% 증가한 약 5억 3,053만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 9.3% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

미국으로의 식품 수출 비중은 7.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.1% 감소한 약 35억 433만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 5.3% 증가하는 추세를 보인다.

방글라데시로의 식품 수출 비중은 6.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 30.9% 감소한 약 29억 2,543만 달러로 집계되었다. 방글라데시로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 22.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 아랍에미리트(6.5%), 베트남(5.4%), 중국(4.9%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<인도 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	31,054,686	33,675,035	43,378,561	47,663,885	44,852,240	100.0	-5.9	9.6
1 미국	2,846,047	3,166,606	3,416,409	3,813,818	3,504,331	7.8	-8.1	5.3
2 방글라데시	1,296,465	2,047,054	5,058,498	4,231,992	2,925,428	6.5	-30.9	22.6
3 아랍에미리트	1,627,505	1,694,456	2,387,237	2,944,203	2,905,862	6.5	-1.3	15.6
4 베트남	1,932,543	1,089,001	2,008,364	1,727,897	2,429,140	5.4	40.6	5.9
5 중국	1,426,100	2,152,300	2,985,768	2,499,388	2,200,584	4.9	-12.0	11.5
6 사우디아라비아	1,686,989	1,644,238	1,550,891	2,005,759	2,151,670	4.8	7.3	6.3
7 말레이시아	833,827	1,097,457	1,409,877	1,655,951	1,612,585	3.6	-2.6	17.9
8 이라크	706,725	814,193	889,763	964,546	1,438,820	3.2	49.2	19.5
9 인도네시아	797,778	1,081,592	2,166,541	2,252,580	1,257,022	2.8	-44.2	12.0
10 이란	2,538,983	1,561,762	939,683	1,507,005	1,020,732	2.3	-32.3	-20.4
:								
24 한국	372,144	419,394	467,918	747,398	530,534	1.2	-29.0	9.3

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **쌀(정미)**, **냉동쇠고기**, **사탕수수(기타)**, **사탕수수당(기타)**, **대두유 추출유박** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

쌀(정미) 수출 비중은 22.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 5.5% 증가한 약 99억 2,163만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.7% 증가했다.

냉동쇠고기 수출 비중은 7.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.4% 증가한 약 31억 8,529만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.0% 증가했다.

사탕수수(기타) 수출 비중은 5.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 15.7% 감소한 약 23억 3,212만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.1% 증가했다.

사탕수수당(기타) 수출 비중은 2.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 56.2% 감소한 약 12억 4,964만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 35.6% 증가했다.

대두유 추출유박 수출 비중은 2.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 94.2% 증가한 약 11억 1,515만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.6% 증가했다.

이 밖에도, **건조고추류(2.4%)**, **파자마유 및 분획물(2.3%)**, **탈각땅콩(1.9%)** 등을 수출했다.

<인도 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	31,054,686	33,675,035	43,378,561	47,663,885	44,852,240	100.0	-5.9	9.6
1 쌀(정미)	6,616,849	7,484,136	8,361,333	9,400,160	9,921,633	22.1	5.5	10.7
2 냉동 쇠고기	3,062,579	2,762,444	2,936,398	2,859,514	3,185,294	7.1	11.4	1.0
3 사탕수수(기타)	1,238,285	1,816,969	2,341,936	2,767,335	2,332,116	5.2	-15.7	17.1
4 사탕수수당(기타)	370,078	532,951	1,340,793	2,855,710	1,249,640	2.8	-56.2	35.6
5 대두유 추출 유박	744,417	701,358	900,822	574,288	1,115,152	2.5	94.2	10.6
6 건조 고추류	694,055	900,520	974,913	844,308	1,061,161	2.4	25.7	11.2
7 파마자유 및 분획물	856,943	798,956	1,050,251	1,090,121	1,009,880	2.3	-7.4	4.2
8 탈각 땅콩	606,118	739,523	680,417	695,794	853,577	1.9	22.7	8.9
9 볶지 않은 커피	499,454	461,426	622,910	755,812	741,734	1.7	-1.9	10.4
10 조제식료품	358,210	415,972	535,211	580,653	659,666	1.5	13.6	16.5

*주: HS CODE(1006.30, 0202.30, 1701.99, 1701.14, 2304.00, 0904.21, 1515.30, 1202.42, 0901.11, 2106.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 인도의 식품 수입액은 약 336억 2,812만 달러로 2022년 대비 9.3% 감소했다. 최근 5년간 수입액은 2019년 약 220억 6,887만 달러에서 연평균 11.1% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 수입 상위 60위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 20.5% 증가한 약 3,995만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 27.7% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

인도네시아에서의 식품 수입 비중은 15.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 16.0% 감소한 약 52억 1,802만 달러로 집계되었다. 그러나, 2019년 이후 수입액은 연평균 14.1% 증가하는 추세를 보인다.

브라질에서의 식품 수입 비중은 9.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 17.8% 증가한 약 31억 8,972만 달러로 집계되었다. 또한, 2019년 이후 수입액은 연평균 48.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 말레이시아(7.8%), 아르헨티나(6.4%), 미국(5.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<인도 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	22,068,868	21,601,158	30,397,717	37,092,940	33,628,122	100.0	-9.3	11.1
1 인도네시아	3,081,289	3,718,867	4,528,284	6,211,411	5,218,023	15.5	-16.0	14.1
2 브라질	649,988	1,009,567	1,084,284	2,707,829	3,189,721	9.5	17.8	48.8
3 말레이시아	2,380,142	1,613,404	4,253,661	4,066,580	2,609,527	7.8	-35.8	2.3
4 아르헨티나	1,858,784	2,261,594	3,268,518	3,615,658	2,135,727	6.4	-40.9	3.5
5 미국	2,125,288	1,605,657	1,694,519	2,343,002	1,718,223	5.1	-26.7	-5.2
6 러시아	230,675	458,663	317,062	938,686	1,307,347	3.9	39.3	54.3
7 태국	282,096	293,055	853,133	1,567,183	1,160,572	3.5	-25.9	42.4
8 호주	325,849	259,317	464,972	778,110	1,012,744	3.0	30.2	32.8
9 미얀마	370,765	462,090	672,238	839,683	889,051	2.6	5.9	24.4
10 싱가포르	590,073	389,021	641,507	808,943	775,669	2.3	-4.1	7.1
:								
60 한국	15,024	22,305	27,327	33,156	39,949	0.1	20.5	27.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 팜유(조유), 대두유(기타), 해바라기씨유(조유), 팜유(기타), 캐슈너트(미탈각) 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

팜유(조유) 수입 비중은 19.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 21.2% 감소한 약 66억 8,514만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 17.1% 증가했다.

대두유(기타) 수입 비중은 12.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 32.3% 감소한 약 40억 2,067만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 16.1% 증가했다.

해바라기씨유(조유) 수입 비중은 10.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 12.3% 증가한 약 33억 8,475만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 17.2% 증가했다.

팜유(기타) 수입 비중은 6.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 35.2% 감소한 약 21억 118만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.3% 증가했다.

캐슈너트(미탈각) 수입 비중은 4.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 29.1% 감소한 약 13억 3,674만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.0% 증가했다.

이 밖에도, 사탕수수당 기타(3.9%), 렌즈콩(3.7%), 미탈각한 아몬드(2.8%) 등을 수입했다.

<인도 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	22,068,868	21,601,158	30,397,717	37,092,940	33,628,122	100.0	-9.3	11.1
1 팜유(조유)	3,561,007	4,936,263	8,317,254	8,485,642	6,685,136	19.9	-21.2	17.1
2 대두유(기타)	2,209,936	2,774,891	4,127,096	5,940,943	4,020,665	12.0	-32.3	16.1
3 해바라기씨유(조유)	1,794,797	2,072,756	2,396,173	3,014,098	3,384,745	10.1	12.3	17.2
4 팜유(기타)	1,847,884	183,000	1,251,201	3,243,098	2,101,176	6.2	-35.2	3.3
5 캐슈너트(미탈각)	1,097,656	1,086,928	1,126,253	1,885,751	1,336,744	4.0	-29.1	5.0
6 사탕수수당(기타)	299,937	631,807	165,983	245,065	1,320,058	3.9	438.7	44.8
7 렌즈콩	346,343	580,893	525,797	543,421	1,251,127	3.7	130.2	37.9
8 미탈각한 아몬드	802,881	874,854	864,001	967,648	936,956	2.8	-3.2	3.9
9 비둘기콩	310,125	303,548	514,131	633,834	833,145	2.5	31.4	28.0
10 녹두	251,070	323,699	675,728	548,369	603,356	1.8	10.0	24.5

*주: HS CODE(1511.10, 1507.10, 1512.11, 1511.90, 0801.31, 1701.14, 0713.40, 0802.11, 0713.60, 0713.31)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對인도 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對인도 수출액은 약 6,434만 달러로 2019년 약 5,423만 달러에서 연평균 4.4% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 90.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.9% 감소한 약 5,796만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.2%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 5.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 15.5% 감소한 약 352만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 2.4%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 2.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 67.2% 감소한 약 177만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.5%의 감소세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 1.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.7% 증가한 약 109만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.6%의 증가세를 보인다.

<한국산 對인도 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	54,232	70,657	106,893	75,447	64,337	100.0	-14.7	4.4
농산물	47,287	62,760	97,793	65,018	57,962	90.1	-10.9	5.2
임산물	3,886	2,458	3,671	4,164	3,521	5.5	-15.5	-2.4
축산물	2,217	4,575	4,743	5,378	1,767	2.7	-67.2	-5.5
수산물	842	864	686	886	1,087	1.7	22.7	6.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對인도 주요 수출 품목은 수출액 기준 **라면, 인스턴트 커피, 소스조제품(기타), 조제식료품(기타), 베이커리 제품** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '베이커리 제품 (106.8% ↑)'과 '인스턴트커피(56.0% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

라면 수출 비중은 17.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 39.0% 증가한 약 1,129만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 32.1% 증가했다.

인스턴트커피 수출 비중은 7.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 43.0% 증가한 약 511만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 56.0% 증가했다.

소스조제품(기타) 수출 비중은 2.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 7.9% 감소한 약 140만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 20.7% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 1.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 34.2% 감소한 약 111만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.7% 증가했다.

베이커리 제품 수출 비중은 1.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 325.1% 증가한 약 98만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 106.8% 증가했다.

<한국산 對인도 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	54,232	70,657	106,893	75,447	64,337	100.0	-14.7	4.4
1 라면	3,705	4,178	5,130	8,123	11,287	17.5	39.0	32.1
2 인스턴트 커피	863	2,832	2,401	3,571	5,106	7.9	43.0	56.0
3 소스 조제품(기타)	660	1,021	1,424	1,521	1,401	2.2	-7.9	20.7
4 조제식료품(기타)	716	326	782	1,692	1,113	1.7	-34.2	11.7
5 베이커리 제품	54	96	110	231	982	1.5	325.1	106.8
6 식물성액즙과엑스(기타)	171	134	233	281	864	1.3	207.8	50.0
7 기타 리큐르 및 코디얼	0	83	103	238	600	0.9	152.1	93.4
8 참깨	0	0	0	44	505	0.8	1,049.2	1,049.2
9 소주	123	113	193	277	443	0.7	59.7	37.6
10 조미김	40	155	329	336	431	0.7	28.3	0.8

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2101.11-1000, 2103.90-9090, 2106.90-9099, 1905.90-1090, 1302.19-9099, 2208.70-9000, 1207.40-0000, 2208.90-4000, 2008.99-5010)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 인도 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 인도의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 28조 7,177억 7,980만 루피에서 연평균 6.6% 성장한 37조 1,517억 1,950만 루피로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 22조 1,450억 9,650만 루피에서 연평균 6.0% 성장한 27조 9,998억 4,990만 루피로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 75.4%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 5조 3,210억 3,500만 루피에서 연평균 9.5% 성장한 7조 6,622억 4,230만 루피로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 20.6%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 7,050억 9,560만 루피에서 연평균 7.2% 성장한 9,321억 4,950만 루피로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 2.5%를 차지했다.

<인도 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 루피, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	28,717,779.8	28,000,903.8	30,136,355.4	33,688,312.2	37,151,719.5	100.0	10.3	6.6
소규모 식료품점	22,145,096.5	21,259,292.6	22,836,732.2	25,401,297.2	27,999,849.9	75.4	10.2	6.0
전문판매점	5,321,035.0	5,693,507.4	6,144,371.9	6,972,013.0	7,662,242.3	20.6	9.9	9.5
슈퍼마켓	705,095.6	658,770.8	726,163.1	826,373.6	932,149.5	2.5	12.8	7.2
하이퍼마켓	489,942.0	346,202.8	384,052.6	449,404.3	513,106.2	1.4	14.2	1.2
편의점	53,023.3	40,403.8	41,646.2	35,303.5	39,936.7	0.1	13.1	-6.8
포코트리테일러	3,587.4	2,726.4	3,389.5	3,920.6	4,435.0	0.0	13.1	5.4

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

**출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 인도의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 1,285만 3,083개에서 연평균 0.1% 성장한 1,292만 9,147개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 1,035만 5,458개에서 연평균 0.1% 성장한 1,038만 4,168개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 80.3%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 247만 8,063개에서 연평균 0.5% 성장한 252만 3,336개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 19.5%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓 매장 수는 2019년 1만 6,919개에서 연평균 3.8% 성장한 1만 9,628개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 0.2%를 차지했다.

<인도 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	12,853,083	12,660,566	12,812,817	12,868,098	12,929,147	100.0	0.5	0.1
소규모 식료품점	10,355,458	10,200,126	10,322,527	10,352,406	10,384,168	80.3	0.3	0.1
전문판매점	2,478,063	2,440,892	2,470,183	2,495,429	2,523,336	19.5	1.1	0.5
슈퍼마켓	16,919	16,915	17,421	18,436	19,628	0.2	6.5	3.8
편의점	1,676	1,659	1,670	943	1,014	0.0	7.5	-11.8
하이퍼마켓	634	645	678	490	571	0.0	16.5	-2.6
포코트리테일러	333	329	338	394	430	0.0	9.1	6.6

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① D-Mart

Avenue Supermarts Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.1%로 집계되었다.

② Smart Point

Reliance Retail Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.6%로 집계되었다.

③ Reliance Smart

Reliance Group의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.3%로 집계되었다.

④ More

More Retail Pvt Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.2%로 집계되었다.

⑤ Interspar

Internationale Spar의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.1%로 집계되었다.

<인도 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 D-Mart	0.8	0.9	1.1	1.1	0.0	11.2
2 Smart Point	-	0.3	0.6	0.6	0.0	N/A
3 Reliance Smart	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
4 More	0.2	0.2	0.1	0.2	100.0	0.0
5 Interspar	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	N/A
6 Big Bazaar	0.2	0.2	0.0	0.0	N/A	-100.0
7 Easy Day	0.0	0.0	0.0	0.0	N/A	N/A

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	D-Mart	창립연도	2002년
	점유율	1.1%	브랜드 국적	인도
	웹사이트	www.dmartindia.com	매장 수	294개
	- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Avenue Supermarts Ltd 산하 브랜드 - 식품, 생활용품, 의류, 주방용품, 가전제품 등 다양한 제품을 저렴한 가격에 판매 - 옴니채널 방식으로 운영하여 'Dmart ready' 어플을 통해 주문한 제품을 직접 수령 또는 배송받을 수 있는 서비스 제공 - Dmart, Dmart Minimax, DMart Premia, DHomes 등의 하위 브랜드 보유			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 D-Mart 홈페이지(www.dmartindia.com)

	브랜드명	Smart Point	창립연도	2006년
	점유율	0.6%	브랜드 국적	인도
	웹사이트	relianceretail.com	매장 수	1,865개
	- Reliance Retail Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드로, 소형 매장으로 접근성이 높음 - 식료품, 패션 및 전자제품, 의약품 등 다양한 제품군 판매 - 모기업 Reliance의 전자상거래 플랫폼인 'Jio Mart'의 주문 제품을 배송하는 지점의 역할도 수행			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Reliance Retail 홈페이지(relianceretail.com)

	브랜드명	Reliance SMART	창립연도	2006년
	점유율	0.3%	브랜드 국적	인도
	웹사이트	relianceretail.com	매장 수	1,865개
	- 슈퍼마켓 브랜드로, Reliance Group(Reliance Retail Ltd) 산하 브랜드 - 농산물, 베이커리, 유제품 등의 식료품뿐만 아니라 생활용품, 의류 및 가전제품 등을 판매 - GoodLife, Snactac, Yeah! 등의 자체브랜드(PB)를 출시하여 생필품, 가공식음료, 개인위생용품 등 다양한 카테고리 상품을 제공함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Reliance Retail 홈페이지(relianceretail.com)

	브랜드명	More	창립연도	1988년
	점유율	0.2%	브랜드 국적	인도
	웹사이트	moreretail.in	매장 수	913개
	- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Aditya Birla Group 산하 브랜드 - 두 가지 형태(More supermarket, More hypermarket)로 매장 운영 - 식료품, 가전, 의류, 생필품 등의 다양한 상품을 판매하는 종합 소매업체 - More fresh, More essentials 등 식품 및 비식품 카테고리의 자체브랜드(PB) 다수 출시			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 More Retail 홈페이지(moreretail.in)

	브랜드명	interSpar	창립연도	1932년
	점유율	0.1%	브랜드 국적	네덜란드
	웹사이트	www.sparindia.com	매장 수	24개
	- Internationale Spar Centrale BV 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 온라인 구매 사이트도 함께 운영하는 옴니채널형 방식으로, 온라인 사이트에서 주문한 상품을 매장 픽업 또는 배송 가능 - 각종 식료품 및 주방 및 생활용품 등을 판매함 - Grandma's Corner, Wonder Years 등 매장 내 다양한 콘셉트 코너 도입			
매장 사진				
	외부 전경		매장 내부 전경	
		매장 내부: Grandma's Corner		

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Spar 홈페이지(www.sparindia.com)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 인도의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 21.9% 증가한 7,205억 7,100만 루피로, 2019년 이후 연평균 50.7%의 증가세를 보인다.

<인도 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 루피, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
139,694.6	253,784.7	415,822.0	590,982.3	720,571.0	21.9	50.7

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Flipkart Marketplace

Walmart Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 32.8%로 집계되었다.

② Amazon Marketplace

Amazon.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 30.2%로 집계되었다.

③ Bigbasket

Tata Digital Pvt Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.0%로 집계되었다.

④ Firstcry.com

Mahindra Retail Pvt Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.6%로 집계되었다.

⑤ Pepperfry

Trendsutra Platform Services Pvt Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.1%로 집계되었다.

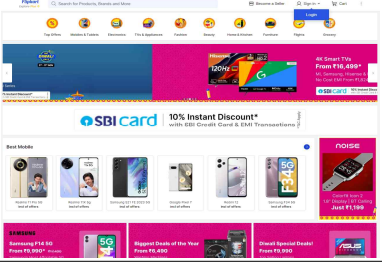
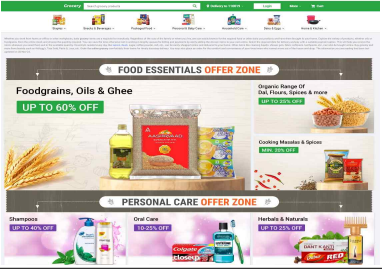
<인도 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

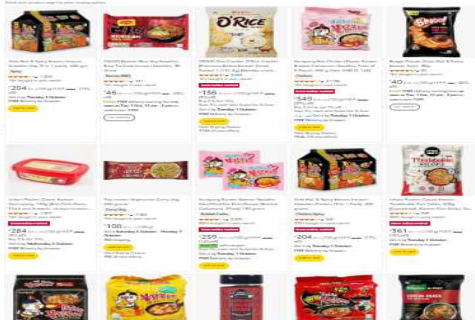
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Flipkart Marketplace	33.7	34.9	33.2	32.8	-1.2	-0.9
2 Amazon Marketplace	30.4	32.9	31.2	30.2	-3.2	-0.2
3 Bigbasket	2.4	2.2	2.1	2.0	-4.8	-5.9
4 Firstcry.com	1.6	1.5	1.6	1.6	0.0	0.0
5 Pepperfry	1.3	1.1	1.1	1.1	0.0	-5.4
6 Voylla	1.1	0.8	0.8	0.8	0.0	-10.1
7 1mg	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0	0.0
8 Snapdeal.com Marketplace	1.7	0.9	0.5	0.3	-40.0	-43.9
9 netmeds	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

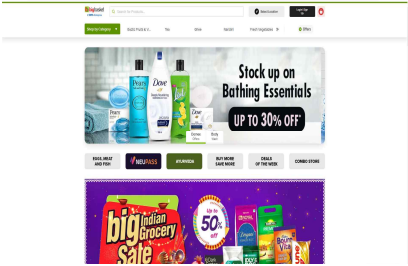
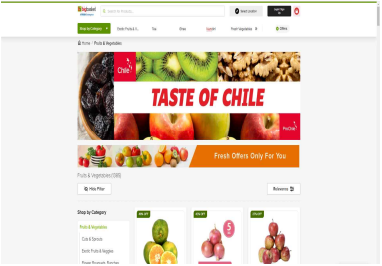
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Flipkart Marketplace	운영업체	Walmart Inc
	점유율	38.1%	웹사이트	www.flipkart.com
	- Walmart Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 전자제품, 패션, 생활용품, 가구, 항공권 예매 등의 제품 카테고리 존재 - 주소 입력 후, 주문한 상품을 배송받는 방식으로 물품을 수령함 - 일부 지역에 한해 당일 배송 옵션 선택이 가능하며 카드, 온라인 결제 등 다양한 방식으로 결제가 가능함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Flipkart 홈페이지(www.flipkart.com)

	사이트명	Amazon Marketplace	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	30.2%	웹사이트	www.amazon.in
	- Amazon.com Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 'Amazon Fresh' 서비스를 운영하여 신선 식품을 온라인에서 구매할 수 있으며, 이외에도 통조림, 스낵 등 다양한 가공식품을 판매함 - 한국 식품의 경우, 라면·쌀과자 등이 인기리에 판매되고 있음			
사진				
	사이트 화면		사이트에서 판매되는 한국식품	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Amazon 홈페이지(amazon.in)

	사이트명	Bigbasket	운영업체	Tata Digital Pvt Ltd
	점유율	2.0%	웹사이트	www.bigbasket.com
	- Tata Digital Pvt Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 고품질의 식료품뿐만 아니라 유아용품, 청소 및 위생용품 등의 제품 판매 - 일부 도시에 한해 15~30분 이내에 수령 가능한 배송 서비스 'bbnow' 도입 - Tasties, Royal 등 식품 및 비식품 관련 자사 브랜드(PB) 출시			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터), 인도 Bigbasket 홈페이지(www.bigbasket.com)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

인도의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 37조 1,517억 1,950만 루피에서 연평균 4.3% 성장하여 2027년 43조 9,593억 8,120만 루피에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 27조 9,998억 4,990만 루피에서 연평균 4.4% 성장하여 2027년 33조 2,930억 5,710만 루피에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 7조 6,622억 4,230만 루피에서 연평균 3.2% 성장하여 2027년 8조 6,830억 9,410만 루피에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 9,321억 4,950만 루피에서 연평균 7.9% 성장하여 2027년 1조 2,653억 660만 루피에 이를 것으로 전망된다.

<인도 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 루피, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	37,151,7195	38,774,8252	40,451,5805	42,185,0698	43,959,3812	100.0	4.2	4.3
소규모 식료품점	27,999,8499	29,257,9799	30,562,2617	31,912,8689	33,293,0571	75.7	4.3	4.4
전문판매점	7,662,2423	7,912,7762	8,165,4517	8,421,7120	8,683,0941	19.8	3.1	3.2
슈퍼마켓	932,149.5	1,004,207.0	1,085,761.4	1,173,239.8	1,265,306.6	2.9	7.8	7.9
하이퍼마켓	513,106.2	551,561.3	585,620.8	620,527.9	657,231.3	1.5	5.9	6.4
편의점	39,936.7	43,530.8	47,362.8	51,230.0	54,821.4	0.1	7.0	8.2
포코트리테일러	4,435.0	4,770.0	5,122.1	5,491.2	5,870.6	0.0	6.9	7.3

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

**출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

인도의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 11.9% 성장하여, 2027년 1조 1,293억 7,430만 루피에 이를 것으로 전망된다.

<인도 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 루피, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
720,571.0	814,605.2	910,167.2	1,017,284.3	1,129,374.3	11.0	11.9

*출처: 「Retail in India(2024.03.)」(유로모니터)

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 라면(수출상위 품목)

세계라면협회(World Instant Noodles Association, WINA)에 따르면 2023년 인도의 라면 소비량은 전년 대비 14.5% 증가한 약 87억 개로 나타났다. Mordor Intelligence의 자료에 따르면 인도의 인스턴트 누들 시장 규모는 2023년 18억 8,000만 달러로 집계되었으며, 2028년까지 연평균 15.3%의 성장세를 보이며 38억 3,000만 달러에 이를 것으로 예측된다.

자체 라면 생산설비가 부족한 인도는 대부분의 수요를 한국, 대만, 네팔 등에서 수입하고 있으며, 현지 생산 브랜드로는 글로벌 식품기업인 네슬레의 인도 라면 브랜드 매기(Maggi)의 비중이 높게 나타난다. 인도 소비자는 현지 향신료인 마살라(Masala)맛 라면을 가장 선호하는데, 글로벌 시장조사 기업 닐슨IQ(NielsenIQ)의 자료에 의하면 마살라 라면의 시장 점유율은 87%에 달하는 것으로 나타났다. 또한 힌두교, 이슬람교 등 종교적 요인으로 채식을 지향하는 소비자가 많은 만큼 채식 성분으로 만들어진 라면의 수요도 높게 나타난다.

그러나 최근 새로운 맛을 추구하는 소비자가 늘어나고 젊은 세대를 위주로 한국 문화의 인기가 상승하고 있어 한국산 라면의 수요가 증가하고 있다. 2023년 한국산 라면의 對인도 수출액은 전년 대비 39.0% 증가한 1,128만 7,400달러로 집계되어 2019년 이후 연평균 32.1%의 증가율을 기록했다. 한국 콘텐츠의 확산으로 한국 요리나 한국 식품에 대한 소비자 관심이 증가하였으며, SNS를 통해서도 한국 요리 콘텐츠가 인기를 끌며 한국산 라면 수요가 증가한 것으로 나타난다. 인도 현지 매체 Times of India는 2024년 4월 "인도 내 K-Pop 및 K-드라마의 인기가 증가하면서 한국 라면 소비량이 급격히 증가하고 있다"고 보도했다.

이에 현지 라면 브랜드에서는 한국식 라면을 표방한 제품을 출시하며 소비자의 관심을 유도하고 있다. 글로벌 식품기업 네슬레의 인도 라면 브랜드인 매기(Maggi)는 2023년 11월 한국식 바비큐 맛을 표방한 신제품을 출시했는데, 포장에는 한글로 '라면'이라고 표기하여 한국식 라면임을 강조하였다.

▶ 출처

2024.01.05. [인도] 2024년 인도의 식품산업 트렌드를 통해 살펴본 한국 식품 진출 방안, 한국농수산물유통공사

2024.08.28. '한해 87억 봉지 소비' 인도에... K라면이 도전한다, 조선일보

2023.06.30. 라면 年 55억개 소비 인도 입맛 잡았다...매대 점령한 '불닭', 파이낸셜뉴스

Noodle wars: The instant noodles' space is hotting up in India, Financial Express

India is largest market for Maggi noodles, 6 billion servings sold in FY24, Business Standard

② 커피(수출상위 품목)

인도는 전통적으로 차(茶) 소비가 많은 국가로, 커피 소비량은 많지 않은 것이 특징이었다. 인도는 2023년 기준 연간 커피 생산량이 35만 톤을 웃도는 전 세계 6위 수준의 커피 생산국이나, 1990년까지 인도는 자국 내 생산된 모든 커피를 독점 구매하여 수출하는 구조를 보였고, 1991년 수출 자유화 이후 인도 내 신생 커피 브랜드가 생겨나 커피 시장이 형성되었다. 이에 인도인의 커피 소비량은 연평균 약 30잔에 불과해 세계 평균인 1인당 연간 200잔에 크게 못 미치는 수준이다.

그러나 최근 인도의 경제성장으로 비교적 고급 소비재로 여겨졌던 커피의 소비가 증가하고 있으며, 특히 젊은 소비자를 중심으로 커피 문화가 성장하는 추세이다. 또한 코로나19로 해외 유학생이나 주재원의 귀국으로 인도 내 서구식 카페문화가 전파되며 커피 소비를 촉진하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 2022/23년 인도의 커피 소비 규모는 7만 4,100톤으로 2019/2020년 7만 200톤 대비 5.6% 성장한 것으로 나타나 큰 폭은 아니지만 매년 증가하는 추세를 보인다.

특히 최근 인도 커피 시장에서는 인스턴트 커피에 대한 관심이 높게 나타나고 있다. 인스턴트 커피는 향산화 성분이 풍부해 건강을 추구하는 소비자 사이에서 선호도가 높아지고 있으며, 빠르고 간편하게 마실 수 있다는 장점으로 시장이 확대되는 추세이다. 이에 한국산 인스턴트 커피의 對인도 수출액은 2023년 약 511만 달러로 전년 대비 43.0% 증가하였으며, 2019년 이후 연평균 56%의 큰 성장률을 보이고 있다. 인도에서 인스턴트 커피는 크게 ▲과립형 ▲농축액 ▲파우치형 ▲RTD의 형태로 유통되고 있으며, 소비자의 취향에 따라 모카, 민트, 바닐라, 헤이즐넛과 같이 다양한 맛을 접목한 인스턴트 커피도 출시되고 있다.

		
Sleepy Owl의 콜드브루 커피	한국산 인스턴트 커피	현지 프리미엄 인스턴트 커피

▶ 출처

India's Coffee Craze Fuels a \$30 Million Industry, Market Brew
 India Coffee Market 2024-2033, Custom Market Insights
 India Instant Coffee Market 2024-2033, Custom Market Insights
 Cold brew coffee market is growing in India, BW Hotelier
 All rise for India's fast-growing coffee industry, World Coffee Portal

③ 소스(수출상위 품목)

인도의 도시화 및 소비자의 소득 증가로 식품 편의성을 중시하는 소비자가 증가하고 있으며, 이에 빠르고 간편하게 가정에서 요리를 하고자 하는 소비자를 대상으로 소스류의 소비가 증가하는 추세이다. 이에 인도의 소스류 시장은 다양화 및 세분화되는 추세를 보이고 있으며, 커리소스와 같이 인도의 전통 요리에 사용되는 소스는 물론 다양한 음식을 만들 수 있는 소스류가 유통되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스타티스타(Statista)에 따르면 인도의 소스 및 향신료(Sauces & Spices) 시장 규모는 2024년 316억 달러에 이를 것으로 예측되며 이후 2029년까지 연평균 7.7%의 성장률을 보일 것으로 예상된다.

인도 내 한류 열풍으로 한식의 인기가 높아지며 한국식 양념치킨 소스, 바비큐 소스, 고추장 등 다양한 소스가 현지 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있다. 2023년 한국산 소스류의 對인도 수출액은 193만 4,400달러로 2019년 이후 연평균 17.6%의 성장률을 보였다. 특히 한국의 매운맛 소스는 자극적인 맛을 선호하는 인도인의 입맛에 적합한 것으로 나타난다. 또한 인도의 젊은 소비자들은 매우면서도 달콤한 맛이 조합된 한국식 매운맛을 이색적으로 여기고 선호하는 것으로 나타났다.

종교적 이유로 채식 소비가 보편적인 인도 소비자를 대상으로 현지에 진출한 한국 소스류 브랜드는 할랄인증을 취득하거나 비건 제품을 출시하며 경쟁력을 확보하고 있다. 또한 인도에서 한국식 소스류에 대한 수요가 증가함에 따라 현지 소스류 브랜드에서도 한국식 소스 제품을 출시하는 행태를 보이고 있다.

		
한국산 매운 소스	현지 브랜드 고추장	현지 브랜드 한국식 소스

*출처: Amazon India

▶ 출처

Sauces and condiments industry in India - Vision 2030, FnB News

Sauces & Spices – India, Statista

Indian sauces and condiments on a growth trajectory, India Businesses & Trade

[Hello India] Korean firms seek to indulge India's K-food craving, The Korea Herald

■ 3.2 | 소비트렌드

① 인도 소비자의 한식 선호도 증가

인도에서 젊은 여성 인구를 중심으로 한류의 인지도가 높아지고 있다. 이들은 SNS를 적극적으로 활용하고, 트렌드에 민감해 한국의 문화도 적극적으로 수용하고 있다. 이에 2020년대 들어서 한국 음식과 식재료에 대한 관심이 급증하고 있다. 현지 매체 Times of India에 따르면 인도 소비자 10명 중 8명이 한국 음식을 시도할 의향이 있는 것으로 나타났다.

매콤하고 자극적인 한국 음식은 향신료를 풍부히 사용하는 인도 식문화에 부합하고 있다. 또한 쌀, 두부, 채소, 김치 등 건강한 식재료를 사용하는 한국 음식이 건강하다고 인식되고 있다. 이에 현지 소비자는 비빔밥, 떡볶이, 찌개, 한국 치킨 등 다양한 한국 음식에 관심을 갖고 있다.

한식의 수요가 증가해 인도에서는 뭄바이, 첸나이, 뉴델리 등 도심 지역을 중심으로 한식당이 늘어나고 있다. 특히 현지인이 직접 한식당을 개업할 정도로 한식의 인기가 높다. 현지 매체 The Hindu에 따르면 인도 벵갈루루(Bengaluru)에 오픈한 한국식 핫도그 전문점 Corn Dawg는 학생들이 줄을 서서 사 먹을 정도로 높은 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다. 또한 현지 배달 애플리케이션에서 한국식 햄버거, 치킨, 빙수, 호떡, 김밥 등 다양한 한국 음식을 간편하게 배달해 먹을 수 있다.

단순히 한식을 먹는 것뿐만 아니라 직접 조리하는 소비자도 증가하고 있다. 인도 매체 Times of India는 유튜브에 한식 레시피 동영상을 게재하고 있으며 인도 개인 크리에이터 Foreign Tadka가 유튜브에 올린 한식 레시피 동영상 시리즈는 단일 동영상 기준 11만 회를 넘는 조회 수를 기록할 만큼 화제가 되고 있다.

▶ 출처

[하지수 한류이야기] 한류의 불모지에 뒤 늦게 불붙은 '인도 한류', 매일안전신문
K-dramas are spurring the popularity of Korean food in India, The News Minute
Korean Food Trend in India, Keya
Korean Cuisine: Trends, dining rules and popular dishes, Times of India
Bengaluru K-wave: How Korean food is taking over city restaurants, The Hindu

② 제로웨이스트 요리

국제연합환경계획(The United Nations Environment Programme)의 자료에 의하면 인도에서 매년 7,400톤의 식품이 낭비되는 것으로 추정된다. 이에 식품 폐기물 발생을 최소화하려는 노력의 일환으로 제로웨이스트(Zero Waste) 요리법이 주목받고 있다. 제로웨이스트 요리법은 뿌리, 줄기, 잎, 씨 등 식재료의 모든 부분을 활용하는 것을 의미하며 환경 보호는 물론 창의적인 요리법으로 인지도가 높아지고 있다.

인도의 전통 요리 방법은 제로웨이스트 요리법에 가까운 요리법으로 자투리 재료로 카레나 피클을 만들고 남은 식재료를 건조해 보관하는 등 버려지는 식재료를 최소화하는 조리법을 실천해 왔다. 간편한 식품, 패스트푸드 등 등장하고 소비자들이 점점 더 바빠지며 이러한 조리법을 실천하는 소비자가 줄어들었으나 최근 식재료를 최대한 활용하는 조리법이 다시 관심을 받고 있다.

인도의 셰프들도 지속가능성을 위해 제로웨이스트 요리법을 실천하고 있으며 현지에서 공수한 식재료를 사용하고, 발생하는 식품 폐기물은 재활용 또는 비료로 만들고 있으며 플라스틱 포장재 사용도 피한다. 수프나 소스를 만들 때 자투리 채소를 사용하거나 과일 껍질을 주스나 잼으로 만드는 등 식재료를 최대한으로 활용한다.

인도 뉴델리에 위치한 Fig&Maple 레스토랑은 제로웨이스트를 표명하는 가장 대표적인 레스토랑으로 채소의 껍질 튀김, 사과와 오이 껍질로 만든 샐러드 등 창의적인 요리를 선보이며 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

인도 소비자는 기후변화를 일으키는 식품 폐기물에 대해 점점 더 우려하고 있으며 가정과 외식업계에서도 식품이 버려지는 것을 방지하기 위해 식재료를 효율적으로 소비할 수 있도록 노력하고 있다.

▶ 출처

Embracing Zero Waste Cooking: A sustainable solution for modern food consumption, Times of India
Bengaluru pop-up champions zero-waste cooking, indigenous ingredients, The Hindu

Meet the chefs promoting zero-waste cooking in India, where people 'have been eating root-to-shoot for centuries' but modern lifestyles have intervened, South China Morning Post

Reducing Food Waste in Indian Households, Transitions Research

③ 인도 식품업계, 푸드테크 혁신 진행 중

인도 정부는 농업 현대화 정책으로 푸드테크(Food-tech) 기반 산업을 육성하고자 하며, 이에 사물 인터넷(Internet of Things, IoT), 블록체인, 데이터 분석을 활용해 식품업계의 발전을 도모하고자 한다.

델리 NCT 정부는 지역 식품산업의 고도화 및 경제 활성화를 위해 푸드테크 산업을 집중육성하고자 한다. 먼저 지역 내 푸드테크 활성화를 위해 지역 내 공유주방 클러스터를 구축하고 클러스터 내 인프라 조기 완공 및 운영 관련 라이선스 규제를 완화할 계획이다. 또한 지역 내 푸드트럭 허브를 설립하고 푸드트럭 도입과 관련된 규제를 완화하여 인도 최초로 푸드트럭과 관련한 정책적 지원 방안을 마련할 예정이다.

정부의 푸드테크 육성 기조에 따라 현지 식품 기업은 식품의 생산부터 유통까지 과정에 첨단 기술을 도입하는 추세이며, 이를 통해 효율성 개선, 비용 절감, 품질 향상 및 소비자 만족도 제고가 가능할 것으로 내다보고 있다. 인도 식품업계는 SNS상의 고객 피드백과 판매 데이터의 빅데이터 분석을 통해 제품 품질 및 서비스 개선을 도모하고 있으며, 사물 인터넷 기술을 제조공정에 도입해 제조 과정을 효율화하고 있다. 또한 블록체인 기술을 활용해 식품의 생산 과정부터 구매에 이르기까지 식품 이력을 추적할 수 있도록 해 소비자가 안심하고 식품을 소비할 수 있도록 하고 있다.

인도 아마다바드에 위치한 '로보틱 카페'에서는 고객이 주문한 음료를 서빙하는 로봇 웨이터를 도입했다. 현지 소비자는 SNS를 통해 해당 로봇 웨이터에 대한 높은 관심을 보였으며, 자국 내 식음료 서비스 혁신에 대해 높은 기대를 보였다.

현지 로봇 제조 스타트업 Alpharoid에서도 호텔과 파인다이닝 레스토랑에 로봇을 도입할 수 있도록 개발을 이어나가고 있으며, 인도 소비자는 화제성은 물론 새롭고 고급스러운 경험을 제공하는 푸드테크 기술의 혁신을 기대하는 것으로 나타났다.

▶ 출처

일자리 창출을 위해 지역 푸드테크 산업 활성화 (인도 델리 NCT), 서울연구원

India's food and beverage industry embraces technology to meet growing demands, Organiser

Small Wonder: Robots are taking over as waiters, servers in restaurants. Soon, they will prepare food too, Firstpost

Meet Aisha, the ice gola serving robot at Ahmedabad's robotic cafe: Watch, The Economic Times

④ 인도 소비자, 건강한 식품 선호도 증가

인도는 채식 위주의 식문화 영향으로 건강식이 주식으로 자리 잡고 있었으나, 도시화와 소득수준 향상으로 가공식품의 소비가 증가하고 있다. 이에 따라 건강한 식습관의 중요성이 대두되고 있으며 튀기지 않고 굽거나 건조한 건강한 가공식품의 선호도가 높아지고 있다.

스태티스타(Statista)의 자료에 의하면 인도 소비자의 68%는 적극적으로 건강한 식습관을 실천하려고 노력하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 소비트렌드를 반영해 현지 식품업계에서는 건강한 식품을 출시하고 있다. 인도 스낵 브랜드 SnackPure는 녹두, 비트, 콩, 귀리 등 건강한 재료를 사용해 '죄책감 없이 맛있게 먹을 수 있는' 웰빙 스낵 제품을 출시했다. 또 다른 스낵 브랜드 Tata Soufull에서는 정제 밀가루 대신 기장(Millet)을 사용한 스낵을 판매하고 있으며 기존 튀긴 스낵 제품 대비 최대 75%까지 칼로리를 낮춘 구운 스낵 제품이 비싼 가격에도 불구하고 인기를 얻고 있다.

2024년 7월 7일 인도 식품안전표준청(FSSAI)는 소비자가 직관적으로 식품의 영양성분을 확인할 수 있도록 당류, 포화지방, 나트륨 함량을 포장 전면에 강조표시하도록 식품 라벨링 규정을 개정했다. 인도 정부는 새로운 라벨링 규정을 통해 국민이 식품의 영양학적 가치를 더 명확히 이해하고 건강한 식품을 선택할 것으로 기대하고 있다.



Snack Pure의 건강한 스낵 제품

Tata Soufull의 초코맛 기장 스낵

▶ 출처

2024.07.22. 해외시장동향, [인도] 식품 라벨링 규정 개정 승인, 한국농수산물유통공사

2024.04.05. 해외시장동향, [인도] 2024년 인도의 식품산업 트렌드를 통해 살펴본 한국 식품 진출 방안

High protein, better calories: The smart snacking revolution is changing the way we eat, India Today

Attitudes towards food in India as of June 2024, Statista

Hungry Much? Snack Smarter with SnackPure, A New Name of Healthy, Flavour-Packed Snacking, Passionate in Marketing

Small bites, big returns: India's snacks market is packing a powerful punch

⑤ 인도, 건강한 영유아 식품 인기 성장

세계은행에 따르면 인도의 출산율은 2010년 여성 1인당 2.60명에서 2021년(최신자료) 2.03명으로 감소한 것으로 나타났다. 하지만 최근 인도 소비자의 소득수준 향상으로 안전하고 높은 품질의 영유아식품에 대한 관심이 증가하는 추세로, 향후 영유아식품 시장의 지속적인 성장이 전망된다. 스탯ISTA(Statista)에 따르면 인도의 영유아식품 시장규모는 2023년 기준 10억 4,800만 달러로 2019년 이후 연평균 7.83% 성장했으며, 2028년까지 14억 100만 달러에 달할 것으로 예상된다.

또한 고등 교육을 받은 부모들이 증가하고 젊은 부모의 비중이 높아지고 있어 유기농, 무첨가 등 고품질 영유아식품의 선호도가 높아지고 있다. 이에 소금·설탕을 과도하게 함유한 제품뿐만 아니라 과다하게 가공된 영유아 식품의 소비가 줄어드는 추세이다. 현지 영유아식품 기업에서는 건강한 천연 성분의 영유아식품을 출시하는 추세로 인도 영유아식품 브랜드 Slurpp Farm에서는 설탕, 소금을 사용하지 않고 튀기는 대신 구운 기장(Millet) 스낵을 출시했다.

인도 내 맛별이 가정의 증가로 RTE 영유아식품의 수요도 증가하는 추세이다. 영양성분을 유지하면서도 간편하게 준비할 수 있는 영유아 식품이 출시되며 바쁜 현대 소비자의 요구를 충족시키고 있다. 현지 영유아식품 브랜드 First Spoon에서는 부모가 효율적으로 아이에게 영양가 있는 식사를 제공할 수 있도록 곡물, 과일을 사용한 간편죽(Porridge)을 판매하고 있으며 Happa Foods에서는 간편하게 섭취하는 파우치형 푸레를 출시하였다.

		
Happa Foods의 파우치형 푸레	First Spoon의 영유아용 간편죽(Porridge)	Slurpp Farm의 영유아 스낵

▶ 출처

The booming billion-dollar business of India's childcare products, Mint
India Baby Food Market by Product Type, by Sales Channel, by Region, by Competition, Techsci Research

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 인도의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
수출입자 코드 발급	· 식품 수입 전 인도 상공부무역국(DGFT)의 수출입자 코드 취득 필요 · 제출서류: ①은행증명서 ②PAN 번호 ③회사주소증명서 등	인도 수입업체
수입신고	· ICEGATE 시스템을 통해 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③라벨링 샘플 ④포장명세서 ⑤ 선하증권 ⑥제품성분 목록 등	인도 수입업체
수입검역	· 세관은 ④육안검사 ②샘플검사 진행 - ①육안검사: 세관 공무원이 수화물 검수 후 샘플 추출 - ②샘플검사: 평가증명서(CoA)와 함께 시험기관으로 송부되며, '식품 안전표준법' 준수 여부 검사 · 축산 및 육류 제품과 식물성 제품의 경우 인도 농축수산업부에서 수입검역 진행	인도 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	인도 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 인도 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지 증명서 발급	● 인도 수출 시 한-인도 CEPA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 7영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 인도와의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 인도로 △배, △사과 △모과 생과실 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> </table>	식물검역	①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②인도 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 인도 수입통관·검역 절차

수출입자 코드 발급	● 수입신고 전 수출입자 코드 발급 필요 · 수입업체는 인도 상공부 대외무역총국(DGFT)에서 수출입자 코드를 취득해야 함 · 수출입자 코드를 발급받기 위해 은행증명서, PAN(Permanent Account Number), 회사주소증명서(판매증서, 임대계약서 등 인정서류) 등의 서류가 요구됨
수입신고	● 인도 수입업체는 적하목록 제출 후, ICEGATE를 통한 전자 방식으로 관할 세관에 수입 신고 · EDI 방식이 아닌 경우, 세관신고서를 4부 준비하여 2부는 세관에 제출, 1부는 거래 은행에 제출하며 1부는 수입자가 보관해야 함 · 수입신고 시의 제출 서류는 다음과 같음 <수입신고 시 제출 서류> ①수입신고서 ②상업 송장 ③라벨링 샘플 ④포장 명세서 ⑤선하증권 ⑥제품성분 목록
수입검역	● 담당 세관은 육안 검사와 샘플 검사를 통해 수입 물품을 검사 · 육안 검사는 담당 공무원이 수화물을 검수하고 샘플링을 추출함 · 샘플 검사는 평가증명서(CoA)와 함께 식품 수입통관 시스템에 의해 공인 시험기관에 송부되며 「식품안전표준법」의 규정에 적합한지 검사함 ● 특정 품목에 대한 축산검역, 식물검역 등의 절차가 요구 · 축산검역 대상 식품의 경우 검역 및 인증 사무실 또는 농축수산업부가 정식으로 허가한 수의사의 검사를 받아야 하며 위생 수입 허가서에 명시된 특정 조건 및 농축수산업부가 수시로 발행하는 일반 지침을 준수해야 함 ● 인도 농축수산업부의 축산 및 육류, 식물성 제품에 대한 수입 식품 검사 시행 · 축산 및 육류 제품의 경우 축산 위생요건을 준수함을 증명하는 위생수입허가(SIP)를 발급받아야 하며, 검역 검사 및 샘플 채취를 실시함

	· 식물 및 식물성 제품의 경우 식물 보호 검역 담당국에 의해 수입국 재배지 검사를 진행하며 PEQ(Post Entry Quarantine) 검역 시설 승인 인증서를 발급받아야 함
관세납부 및 물품 반출	●관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능 · 수입 물품에 대해 기본관세, 사회보장세, 통합간접세, 보상제가 부과됨 · 기본관세는 HS CODE에 따라 기본 관세율을 적용하고, 별도고시를 통해 개별 품목의 관세율을 조정함 · 사회보장세는 모든 품목의 기본 관세율에 10% 가산세를 적용함 · 기본관세가 10%라면 사회보장세가 가산되어 총 11%를 CIF 가격에 적용함 · 통합간접세는 품목별로 필수품, 사치품, 기타 용도에 따라 영세, 5%, 12%, 18%, 28%로 구분하여 적용됨 · 보상세는 산업 보호 및 국민의 안전 및 보건을 목적으로 담배 등 일부 품목에 가산세를 부과하고 있음 · 통관 절차 상 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가됨

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 종자류: 고추, 무, 배추, 당근 등 - 과실류 : 배, 사과, 모과 *이 외에 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출 불가능품목

정보원에서 제공하지 않음

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 생산자·중개 판매자 정보 · 원료 정보	· 용량 및 규격 · 날짜 표시 · 보관방법 · 영양성분	· 식품 생산허가증 일련번호 · 알레르기 정보
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	- 언어는 영어 또는 힌두어로 표기 - 힌두어의 경우 데바나가리 문자(Devanagari script)로 작성	
	제품명	· 제품명은 포함된 내용물이 반영된 명칭이어야 함	
	성분목록	- 성분의 무게 또는 부피를 기준으로 내림차순 정렬(단일 성분의 제품 제외) - 성분표에는 '성분(Ingredients)'라는 용어와 같이 적절한 명칭이 포함되어야 함	
	영양성분	100g, 100ml 혹은 1인당 제공량을 기준으로 칼로리, 단백질 및 탄수화물의 양, 지방, 영양상 혹은 건강상의 강조 성분에 대한 정보 표기	
	NON-VEG	- NON-VEG(Non-vegetarian) 심볼은 갈색의 원과 원의 직경의 두 배 크기인 갈색 윤곽이 있는 사각형으로 표시하며, NON-VEG 식품의 모든 포장에는 해당 심볼을 표시해야 함 - 식품 중 어느 하나라도 NON-VEG 성분으로 계란만을 함유하고 있는 경우, 제조자·포장업자·판매자는 해당 내용을 언급할 수 있음	
	VEG	VEG(Vegetarian) 심볼은 녹색의 원과 원의 직경의 두배 크기인 녹색 윤곽이 있는 사각형을 사용하며, VEG 식품의 모든 포장에는 이를 표기해야 함	
	식품첨가물 목록	· 제조 시에 사용된 식품 첨가물 리스트 표기	
	제조업체명 및 주소	· 제조업체 및 포장업체의 이름 그리고 주소, 수입식품의 경우 수입자명과 해당 회사의 주소 표기	
	순중량	· 무게, 부피 또는 수 기준으로 순중량 표시	
	로트(Lot)번호, 코드, 배치식별	· 식품의 제조 및 유통을 추적 가능하게 하는 고유 식별마크 표기	
	제조 및 포장일자	· 제품의 제조, 포장, 사전 포장 일자를 일/월/년 순으로 표기	
	유통(사용)기한	· 제품의 유통기한을 대문자로 월/년 표기	
	(수입식품의 경우) 원산지	· 수입식품의 경우 제품 원산지 표기	
	사용법	· 필요한 경우, 제품의 사용법을 라벨에 표기	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

과채주스류

라벨링 사진



표기항목	표기내용																																									
제품명	Real Fruit Power Tomato	리얼프루트파워 토마토맛																																								
성분	Water Tomato Paste(14.25%) Sugar Salt Acidity Regulator(INS 330) Antioxidant(INS 300)	물 토마토 페이스트(14.25%) 설탕 소금 산도 조절제 (INS 330) 항염제 (INS 300)																																								
유통기한	Best before eight months from manufacture	제조일로부터 8개월 이내에 소비하는 것이 가장 좋습니다																																								
제조업체	Dabur Nepal PVT. LTD., Jeelpursimara Sub-metropolitan City, Ward No.23, Bara Distt., Nepal. Regd No : 3506/045/046	Dabur Nepal PVT. LTD., Jeelpursimara Sub-metropolitan City, Ward No.23, Bara Distt., Nepal. 등록 번호 : 3506/045/046																																								
원산지	Nepal	네팔																																								
수입&판매원	Dabur lida LTD Registered Office: 8/3 Asaf Ali Road, New Delhi-110002	Dabur lida LTD 등록 사무실: 8/3 Asaf Ali Road, New Delhi-110002																																								
영양성분	Nutritional Facts Nutritional Facts Per 100ml (Approximate) <table><tr><td>Energy</td><td>28kcal</td></tr><tr><td>Protein</td><td>0.2g</td></tr><tr><td>Carbohydrate</td><td>7g</td></tr><tr><td>-Natural Fruit Sugars</td><td>4g</td></tr><tr><td>-Added Sugar</td><td>3g</td></tr><tr><td>Fat</td><td>0g</td></tr><tr><td>Vitamin C</td><td>12.5mg</td></tr><tr><td>Potassium</td><td>100mg</td></tr><tr><td>Calcium</td><td>8mg</td></tr><tr><td>Iron</td><td>0.4mg</td></tr></table>	Energy	28kcal	Protein	0.2g	Carbohydrate	7g	-Natural Fruit Sugars	4g	-Added Sugar	3g	Fat	0g	Vitamin C	12.5mg	Potassium	100mg	Calcium	8mg	Iron	0.4mg	영양 정보 100ml당 영양 성분 (근접치) <table><tr><td>열량</td><td>28kcal</td></tr><tr><td>단백질</td><td>0.2g</td></tr><tr><td>탄수화물</td><td>7g</td></tr><tr><td>-천연 과일당</td><td>4g</td></tr><tr><td>-첨가된 설탕</td><td>3g</td></tr><tr><td>지방</td><td>0g</td></tr><tr><td>비타민 C</td><td>12.5mg</td></tr><tr><td>칼륨</td><td>100mg</td></tr><tr><td>칼슘</td><td>8mg</td></tr><tr><td>철분</td><td>0.4mg</td></tr></table>	열량	28kcal	단백질	0.2g	탄수화물	7g	-천연 과일당	4g	-첨가된 설탕	3g	지방	0g	비타민 C	12.5mg	칼륨	100mg	칼슘	8mg	철분	0.4mg
Energy	28kcal																																									
Protein	0.2g																																									
Carbohydrate	7g																																									
-Natural Fruit Sugars	4g																																									
-Added Sugar	3g																																									
Fat	0g																																									
Vitamin C	12.5mg																																									
Potassium	100mg																																									
Calcium	8mg																																									
Iron	0.4mg																																									
열량	28kcal																																									
단백질	0.2g																																									
탄수화물	7g																																									
-천연 과일당	4g																																									
-첨가된 설탕	3g																																									
지방	0g																																									
비타민 C	12.5mg																																									
칼륨	100mg																																									
칼슘	8mg																																									
철분	0.4mg																																									

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

식품 라벨링 규정 개정 승인

2024년 7월 7일, 인도의 식품안전표준청(FSSAI)은 포장 식품의 라벨에 총 설탕, 소금 및 포화 지방의 영양 정보를 굵은 글씨와 큰 글씨로 표시하도록 하는 개정안을 승인하고 의견을 수렴했다. 해당 개정안은 소비자들이 제품의 영양적 가치를 더 잘 이해하고 식품 선택에서 건강한 식품을 선택할 수 있도록 돕기 위한 목적을 갖고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100652&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%9D%B8%EB%8F%84&page=1&srchGubun=427

[위생·안전]

식품 안전 및 표준 규정 개정안 발표

2024년 6월 5일, 인도 식품안전기준청(FSSAI)은 2011년 식품 안전 및 표준 규정을 개정하기 위한 초안 No. STD/41-FA/Notification/2023와 No. STD/41-FA/Notification/2023을 발표하고 60일간 의견을 수렴했다

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100475&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%9D%B8%EB%8F%84&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

알코올음료의 일부 제품 규정과 영양정보 표시 기준을 변경한 식품 안전 및 기준 개정안 발표(2024년 3월 1일 발효)

인도 식품안전기준청(FSSAI)은 「2018년 식품 안전 및 기준(알코올음료) 규정」의 내용을 일부 수정한 「2023년 식품 안전 및 기준(알코올음료) 1차 개정 규정」을 2023년 8월 21일 자로 관보에 고시했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98507

[규정·제도]

비건 인증 로고를 취득하기 위한 개정 지침 및 온라인 비건 인증 신청 설명서 공고

2023년 4월 인도 식품안전기준청은 비건 인증 로고를 신청하기 위한 기준 운영 절차(SOP, Standard Operating Procedure)의 개정 지침과 인도 식품 안전 준수 플랫폼(FoS CoS)을 활용한 사용자 설명서를 종합하여 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98396

[규정·제도]

콩류 등 식용 곡물 및 원유(식용등급) 수입 화물의 신속 통관 명령

인도 식품안전기준청은 콩류 등 식용곡물 및 원유(식용등급)이 특성상 시기 적절한 통관이 보장되어야 하므로 통관 절차를 신속히 할 것을 지시했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

과일 인공 숙성 시 성분 관련 지침의 준수 요구

인도 식품안전기준청은 과일의 저장 기간 연장, 최적의 숙성, 운송의 용이함을 위해 숙성 과정에서 사용하는 인공 숙성제 성분에 대해 지침을 엄격히 준수할 것을 요구했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97420

[규정·제도]

2023년 식품안전기준(식품 기준 및 식품첨가물) 2차 개정 규정 고시(시행일: 2023년 9월 1일)

인도는 식품 및 식품첨가물의 안전기준 개정안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97354&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

비건 로고 인증 신청 및 양식 제출에 대한 개정 지침 발표

인도 식품안전기준청은 《2022년 식품 안전 및 기준(비건 식품) 규정》 및 비건 로고 인증 신청 및 양식 제출에 대한 개정 지침을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97297&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

알코올을 함유하지 않은 무(無)탄산수 기반 음료의 준수 사항 관리 감독

인도 식품안전기준청은 2021년 7월 '알코올이 함유되지 않은 무(無)탄산수 기반 음료'의 준수 사항을 개정한 2011년 《식품 안전 및 기준(식품 기준 및 식품첨가물)

규정》을 공고하고, 이를 2022년 2월 1일까지 준수하도록 했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97059

[규정·제도]

날달걀 사용 마요네즈 제품에 생산, 보관 및 판매 금지 명령

인도 케랄라(Kerala)주 정부의 식품안전부는 날달걀을 재료로 사용한 마요네즈의 생산, 보관 및 판매를 금지했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96962

[규정·제도]

유제품과 육류, 계란 파우더와 영유아 식품 수출 시 해외 제조업체 등록 요구

인도 식품안전기준청은 《2021 식품 안전 및 표준 (수입)》의 수정안 시행에 따라 인도로 특정 제품을 수출하는 해외 제조업체에 등록을 요구했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96303&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun