

최근 인도 국가정보 및 시장동향 분석내용

(작성부서 : 해외마케팅팀)

국가개황

[일반사항]	
□ 수도	뉴델리
□ 가장 큰 도시	뭄바이
□ 면적	3,287,590km ² (한반도의 15배, 남한 면적의 33배)
□ 인구	12억 1000만 명(2011년 3월 센서스 결과)
□ 기후	열대 몬순, 온대 기후, 고산 기후(북부) 등 다양
□ 언어	힌디어, 영어 외 21개의 공용어
□ 종교	힌두교(80.5%), 회교(13.4), 기독교(2.3), 시크교(1.9), 불교(0.8), 자이나교(0.4)
□ 민족구성	인도 아리안족(72%), 드라비다족(25), 몽골족 및 기타(3)
[경제사항]	
□ 실질 GDP 성장률	6.5% (2011-12회계연도)
□ 명목 GDP 총액	1조 8488억 달러 (2011-12회계연도)
□ 인당 GDP (명목)	1,538 달러 (2011-12회계연도)
□ 소비자 물가 상승률	7.6% (2012-13 예상) (2011-12 = 8.8%)
□ 외환 보유액	US\$ 2601억 (2012년 3월 기준)
□ 대외 채무	US\$ 3458억 (2012년 3월 기준)
□ 수출액	US\$ 3,046억(수출) (2011-12년 기준)
□ 수입액	US\$ 4,894억(수입) (2011-12년 기준)
[정치사항]	
□ 정부형태	연방 공화제
□ 국가원수	프라납 무커지(Shri Pranab Mukherjee)
□ 의회 제도	의원 내각제
[한국과의 관계]	
□ 수교년도	1973년 수교
□ 한국 교민 수	9,887명 (2011년 기준)
□ 대한국 수출액	45 억 2727 만 달러 (2012년 8월 기준)
□ 대한국 수입액	80 억 4687 만 달러 (2012년 8월 기준)

식품소비 트렌드

주요 품목별 수요 동향

품 목	동 향
유제품	우유는 인도에서 주요한 먹거리며, 특히 시골의 거의 모든 거주자들이 최소한 한 마리의 소를 사육하기 때문에 더욱 주요한 산업. 버팔로의 우유가 유지방 함유량이 높으며 인도의 축산환경에 적합한 이유로 다른 소들에 비해 선호되고 있으며, 정부기관에 따르면 인도 내의 수요량이 생산량의 두 배에 이르고 있다고 함
쌀	주식이며, 정부는 국가의 식량안보를 위해 쌀을 저렴하게 구매할 수 있도록 보조금이 지급된 가격으로 판매하고 있어 소비량은 매우 안정적
밀	밀 역시 인도의 안정적 생산과 소비를 나타내며, 식생활의 서구화에 따라서 소비량이 크게 증가할 것으로 예상
육류	최근 약 10년간 꾸준한 경제 성장으로 늘어난 개인소득이 1인당 육류 소비량을 높이고 있으며, 식생활의 서구화가 소비량을 증가시키는 데 크게 일조
커피	1981-1999년 커피 소비량은 8%밖에 성장하지 않았으나, 2010년 들어 소비량은 커피 180만 Bag에 다르면서 커피소비 성향이 바뀌었는데 이는 개인소득 증가와 도시화에 따른 것으로 보이며, 특히 젊은층이 고품질의 커피를 찾고, 서양 스타일의 커피점을 선호
팜오일	세계 수요의 약 15%를 차지할 정도로 세계에서 팜 오일을 가장 많이 소비하는 국가

- 인도 식품 소비량은 인구 수, 지리, 수입, 가격, 문화 등에 영향을 받으며, 상대적으로 다른 국가에 비해 수입 대비 식품 소비 비율이 높음
- 일반적으로 인도 소비자는 해외 농수산물과 서양 음식에 대한 거부감을 가지고 있지만, 일단 인도 시장에서 알려지게 되면 큰 인기를 끄는 경우도 종종 발생함
- 중·상류층 혹은 도시에 거주하는 사람들은 상대적으로 다른 계층(하류층 혹은 농촌 지역의 시민)의 소비자들보다 해외 식품에 대해 큰 거부감 없이 구매하는 경향을 보임
- 인도 농산업관계자가 인도 식품 선호는 50 km마다 다르다고 말할 정도로 인도의 식품 선호도는 지역, 종교, 수입액에 따라 매우 다양한데, 일반적으로 곡물, 감자, 콩, 야자수, 인도 향료와 같은 비가공 신선 식품을 선호하는 것으로 알려져 있음

- 최근 급변하고 있는 인도의 경제, 사회, 지리적 요소들은 식품 교역량뿐만 아니라 다양한 가공식품과 해외 식품의 유입량 증가와 같은 새로운 소비 트렌드를 창출하고 있음
- 인도의 중년층의 나이는 25세인데 이는 중국, 브라질 등 다른 나라들보다 낮은 수치로 젊은 나이층의 증가, 특히 도시에 거주하는 젊은 인구층의 증가는 서양 식품(서양 레스토랑, 가공식품 등)의 소비 증가로 이어지고 있음
- 종교는 인도 식품 소비 트렌드에 영향을 주는 주요 요소로 인도의 대표적인 종교인 힌두교와 이슬람교는 육류의 섭취를 엄격하게 통제하고 있음
 - 그러나 기독교를 믿는 사람들에게는 돼지고기는 인기 있는 육류 중 하나로, 특히 포르투갈 정착민이 많은 Goa(도시이름)의 경우 많은 레스토랑과 호텔에서 돼지고기가 판매되고 있음
- 인도의 저소득층은 매우 가난한 환경 속에서 살아가고 있기 때문에 식품 가격에 민감한 모습을 나타내고 있지만, 최근 급성장하고 있는 인도 경제 상황을 바탕으로 많은 사람들이 빈곤을 벗어나 기초적인 생활이 가능한 상태로 진입하고 있어 가격보다는 맛이나 질을 중요시 하는 식품 소비 경향이 조금씩 나타나고 있음
- 인도 소비자들은 아직까지도 현지 식품을 선호하고 있지만 몇몇의 글로벌 기업들은 성공적으로 인도 시장에 진출하여 사업을 운영하고 있음
 - * 맥도날드, 피자헛, 서브웨이 같은 글로벌 식품 기업들은 젊은 인구 층(20~ 34세)을 대상으로 인도 환경에 적합한 제품(쇠고기 제외)을 출시해 성공을 거두었음
- 인도 가공식품의 규모는 아직 미미한 편이지만 중산층, 일하는 여성, 도시화의 증가를 바탕으로 지속적으로 성장하고 있는 상태임
 - 특히 서양 문화가 빠른 속도로 인도에 침투하면서 인도 청소년들을 대상으로 패스트푸드의 규모가 날로 성장하고 있음
- 웰빙이 글로벌 트렌드로 자리 잡음에 따라 인도 상류층을 중심으로 는 건강에 좋은 식품을 먹는 비율이 증가하고 있지만, 아직도 대부분의 인도인들은 건강이나 영양물 섭취보다는 맛을 식품을 구매할 때 가장 우선시 하는 요소로 꼽고 있음

유통구조

- '08년 인도 식료품 소매시장은 미국, 중국, 일본, 프랑스에 이어 세계 5번째 규모
- 그러나 공식 소매업체가 차지하는 비중은 4% 수준으로, 대부분의 식료품 거래는 비공식 소매·유통업체를 통해 이루어지고 있음
 - * 공 식 : 기업에서 운영하는 슈퍼마켓, 식료품점, 하이퍼마켓 등
 - * 비공식 : 소규모 가게, 시장, 노점 등으로 보통 일반 개인 및 가족이 운영
- 특히 'Kirana'라고 알려진 지역 소규모 상점을 비롯하여 인도의 전통적인 소매업체만 약 1,200만개가 존재하고, 이 중 41%가 도시에 소재
 - 저렴한 가격, 우수한 서비스를 제공하는 현대식 소매업체 출현 속에서도 아직까지 전통 소매업체들이 강력한 지위를 나타내고 있음
- 일반적으로 Kirana는 소규모 상점이지만, Delhi와 같은 대도시는 슈퍼마켓보다 더 많은 품목을 취급하여 규모 있게 운영되기도 함
- 호텔, 레스토랑, 기관(HRI)에서는 인도에서 구입할 수 없는 제품이나, 인도 식품의 품질이 낮다는 이유로 수입식품 선호