

인도 음료 시장조사



Product : Drink

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 시장트렌드	9
-----------	---

III. 경쟁제품 현황	14
--------------	----

IV. 유통구조	21
----------	----

V. 통관검역	24
---------	----

VI. 인증 및 허가등록	31
---------------	----

VII. 라벨링 및 식품첨가물	35
------------------	----

I

시장통계

1. 글로벌 기타 음료 수입추이
2. 인도 기타 음료 수입추이
3. 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장규모
4. 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장전망
5. 인도 기능성 음료 및 과일 음료 소비연령층
6. 인도 기능성 음료 및 과일 음료 기업별 점유율

1. STATISTICS ANALYSIS - 글로벌 기타 음료 수입추이

“인도, 2014년 기타 음료 수입 글로벌 16위 규모”

- 알로에 음료와 가장 근접한 인도의 HS CODE는 「2202.90.90」으로 파악되었음

< 기타 음료 HS CODE 정보 >

한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.90	기타
	2202.90.9000	기타
인도	2202	제 2009 호의 설탕 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 <광수와 탄산수를 포함한다> 및 기타 무알코올 음료 <과실주스와 채소주스를 제외한다>
	2202.90	기타
	2202.90.90	기타

출처 : 한국 국세청(www.nts.go.kr), 인도 관세청(www.cbec.gov.in)

KEY INFO

글로벌 음료 수입시장

- 글로벌 음료 수입 상위국은 대부분 유럽 및 미주국가로, 영국, 미국, 캐나다, 독일 순이었음
- 인도의 경우, 2014년 글로벌 음료 수입 순위 16위 규모

- 2014년 글로벌 기타 음료의 수입 총 수입액은 78억 1,006만 3,078 달러로 전년 대비 5.95% 증가하였으며, 주요 수입국에는 영국, 미국, 캐나다, 독일, 프랑스 등이 있음

- 최대 수입국은 영국으로, 6억 8,756만 9,775 달러의 음료를 수입하였으며 이는 전년 대비 5.39% 증가한 수치임

< HS CODE 2202.90 글로벌 수입 규모 >

(단위 : 달러, %)

수출상대국	2012	2013	2014	2014/2013 성장률
글로벌	6,637,450,677	7,371,360,988	7,810,063,078	5.95
1 영국	535,910,142	652,397,783	687,569,775	5.39
2 미국	452,472,973	499,729,625	550,934,062	10.25
3 캐나다	396,897,200	449,273,454	525,375,957	16.94
4 독일	352,956,492	357,609,964	346,805,262	-3.02
5 프랑스	365,249,479	372,466,239	321,891,609	-13.58
16 인도	58,406,434	87,207,961	124,079,345	42.28

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

2. STATISTICS ANALYSIS - 인도 기타 음료 수입추이

“인도 기타 음료 수입시장, 오스트리아 1위, 한국 19위”

□ 2014년 인도의 기타 음료 총 수입액은 2,121만 3,324 달러로 전년 대비 53.87% 증가하였으며, 주요 수입국에는 오스트리아, 미국, 아랍에미리트, 태국, 독일 등이 있음

－ 인도의 최대 수입상대국은 오스트리아로, 2014년 1,723만 6,783 달러의 음료를 수입하였으며 이는 전년 대비 52.46% 증가한 수치임

－ 한국은 19위로, 2014년 인도는 한국에서 전년 대비 86.37% 감소한 7,133 달러의 음료를 수입하였음

KEY INFO

인도 음료 수입시장 주요 수입국 동향

오스트리아

: 수입 1위, 저렴한 가격으로 독보적인 점유율을 차지하고 있음

한국

: 수입 19위, 최근 하락세를 기록하고 있음

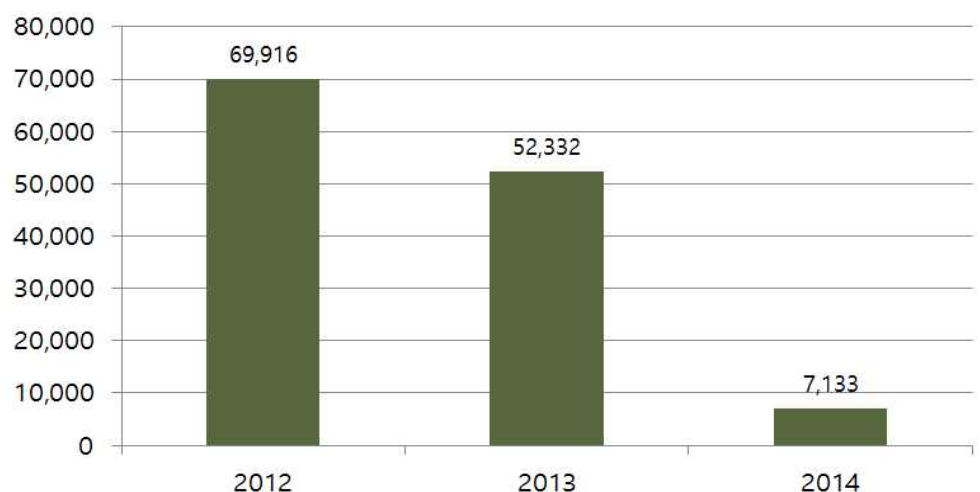
< 인도 HS CODE 2202.90.90 수입 추이 >

(단위 : 달러, %)

수출상대국	2012	2013	2014	2014/2013 성장률
글로벌	12,655,677	13,786,731	21,213,324	53.87
1 오스트리아	8,771,546	11,306,010	17,236,783	52.46
2 미국	139,326	735,293	2,073,744	182.03
3 아랍에미리트	411,716	321,576	534,345	66.16
4 태국	95,031	89,371	209,948	134.92
5 독일	204,989	208,289	206,227	-0.99
19 한국	69,916	52,332	7,133	-86.37

< 인도 HS CODE 2202.90.90 한국산 수입 추이 >

(단위 : 달러)



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

3. STATISTICS ANALYSIS - 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장규모

KEY INFO

2014년 아시아 10개국 기능성 음료 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	일본	10,624.18
2	중국	7,229.96
3	호주	1,615.5
4	태국	906.82
5	한국	611.84
6	대만	595.26
7	뉴질랜드	499.37
8	말레이시아	323.73
9	인도	267.93
10	홍콩	123.98

출처 : Data Monitor

KEY INFO

2014년 아시아 10개국 과일 음료 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	중국	18,222.18
2	일본	6,441.26
3	호주	2,073.27
4	한국	1,131.47
5	대만	684.16
6	인도	606.38
7	말레이시아	507.15
8	뉴질랜드	309.31
9	태국	286.46
10	홍콩	247.87

출처 : Data Monitor

“인도, 기능성/과일 음료 시장규모 증가세”

□ 글로벌 리서치기관 데이터모니터 통계자료에 따르면 2014년 인도의 기능성 음료와 과일 음료 시장규모는 최근 5년 동안 증가세를 보이고 있음

- 인도 기능성 음료의 총 성장률은 106.12%이며 연평균 성장률은 19.82%로 기록되어 과일 음료보다 약 2배 높은 성장률을 보이고 있음
- 인도 과일 음료의 총 성장률은 44.86%이며 연평균 성장률은 9.71%로 2014년 총 6억 638만 달러의 시장규모를 보임

□ 인도는 아시아 국가 중 6번째로 큰 과일음료 시장규모를 나타내고 있으며 11억 3,147만 달러로 4위를 차지한 한국과 비교했을 때, 약 2배의 규모 차이를 보임

- 인도 기능성 음료의 경우 2억 6,793만 달러의 시장규모를 나타내며 아시아 국가 중 9위를 차지함

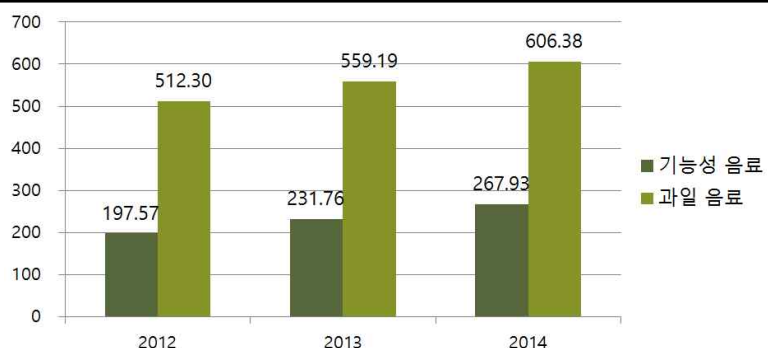
< 인도 기능성 / 과일 음료 시장규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

국가	2010	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
기능성 음료	129.99	162.06	197.57	231.76	267.93	106.12	19.82
과일 음료	418.61	462.43	512.30	559.19	606.38	44.86	9.71

< 인도 기능성 / 과일 음료 시장규모 및 성장률 추이 >

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS - 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장전망

“인도, 향후 기능성 음료와 과일 음료 수요 상승세 예상”

□ 데이터모니터 통계자료에 따르면 향후 인도의 기능성 음료와 과일 음료의 시장규모는 지속적으로 성장할 것으로 전망됨

KEY INFO

2015년~2018년 아시아
기능성 음료 시장규모 상위 5개국 연평균 성장률
전망

(단위 : %)

	국가	성장률
1	일본	3.60
2	중국	12.13
3	호주	5.03
4	태국	1.41
5	뉴질랜드	8.97

출처 : Data Monitor

– 인도의 기능성 음료 시장규모는 2015년 3억 376만 달러, 2018년 4억 1,374만 달러로 전망되며 동 기간의 연평균 성장률은 10.85%로 나타남

– 인도의 과일 음료 시장규모는 2015년 6억 5,969만 달러, 2018년 8억 4,331만 달러로 전망되며 동 기간의 연평균 성장률은 8.53%로 나타남

– 기능성 음료의 시장 규모는 과일 음료보다는 작지만 성장률은 더 높은 것으로 나타남

< 인도 기능성 음료 및 과일 음료의 시장전망 >

(단위 : 백만 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	전체 성장률	연평균 성장률
기능성 음료	303.76	340.51	376.52	413.74	36.21	10.85
과일 음료	659.69	716.80	777.91	843.31	27.83	8.53

KEY INFO

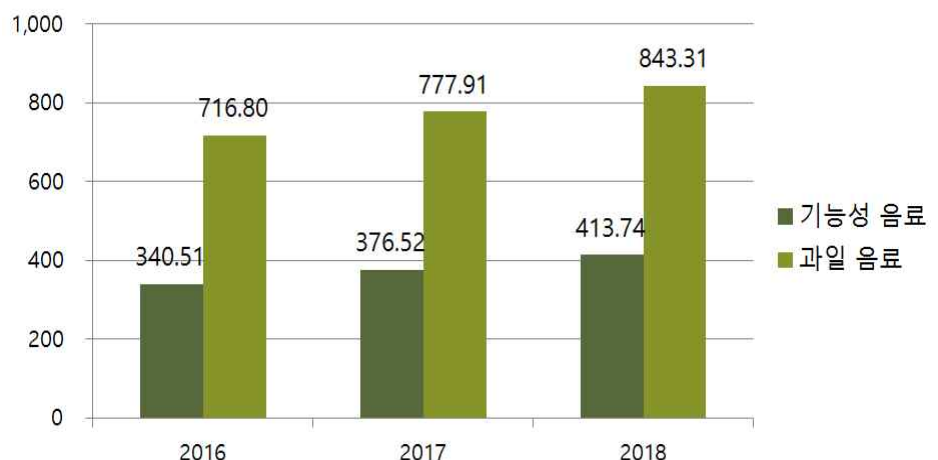
2015년~2018년 아시아
과일 음료 시장규모 상위 5
개국 연평균 성장률 전망

(단위 : %)

	국가	성장률
1	중국	14.97
2	일본	-0.92
3	호주	1.20
4	한국	4.18
5	인도	8.53

출처 : Data Monitor

(단위 : 백만 달러)



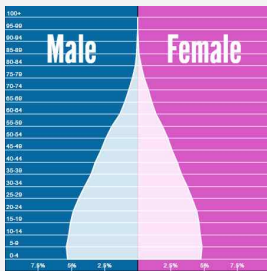
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS - 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장 소비연령대

“기능성 음료는 청소년층이, 과일 음료는 14세 이하가 주로 소비”

KEY INFO

인도 인구 피라미드



출처 : Population Pyramid

2015년 기준 인도 인구는 약 12억 명이며 30세 이상의 연령층이 약 50%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

□ 데이터모니터 통계자료에 따르면, 2012년 기능성 음료와 과일 음료를 인도 내에서 가장 많이 소비하는 연령층은 15세 ~ 24세, 14세 이하인 것으로 집계됨

– 기능성 음료에서 15세 ~ 24세의 연령층이 32.24%, 과일 음료에서 14세 이하의 연령층이 25.89%로 가장 높은 비율을 차지함

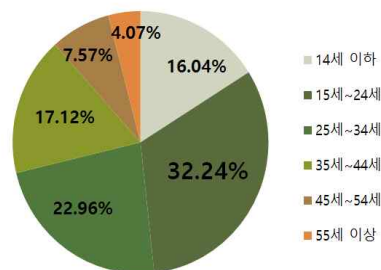
□ 기능성 음료 및 과일 음료 소비 점유율에서 55세 이상 연령층이 다른 연령층보다 현저히 낮은 비율을 차지함

< 2012년 인도 기능성 음료 및 과일 음료 시장 연령별 소비 점유율 >

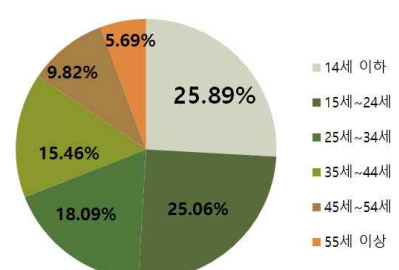
(단위 : %)

소비 연령대	기능성 음료	과일 음료
14세 이하	16.04	25.89
15세 ~ 24세	32.24	25.06
25세 ~ 34세	22.96	18.09
35세 ~ 44세	17.12	15.46
45세 ~ 54세	7.57	9.82
55세 이상	4.07	5.69

기능성 음료 연령별 소비율



과일 음료 연령별 소비율



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

6. STATISTICS ANALYSIS - 인도 기능성 음료 및 과일 음료 기업별 점유율

“인도 기능성/과일 음료시장, 글로벌 기업 강세”

- 데이터모니터 통계자료에 따르면, 2014년 인도 기능성 음료와 과일 음료 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 기업은 각각 Red Bull社, 코카콜라社로 파악됨
- 인도 기능성 음료 시장 점유율 2위는 19.14%를 차지하고 있는 Pepsico社, 3위 기업은 6.43%를 차지하는 Goldwin Healthcare Pvt社로 파악됨
 - 인도 과일 음료 시장 주요 기업 중 Dabur India社는 2014년 15.36%의 점유율을 기록하며 최근 3년간 꾸준한 성장세를 기록하고 있음

KEY INFO

인도 기능성 음료 시장에 진출한 기업 중 Red Bull社는 2014년 64.38%의 점유율을 나타내며 압도적인 1위를 차지함

< 인도 기능성 음료 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2012	2013	2014
총계	100	100	100
Red Bull	61.35	62.90	64.38
Pepsico	20.40	19.77	19.14
Goldwin Healthcare Pvt	7.11	6.76	6.43
JMJ Group	5.57	5.67	5.81
Power Horse Energy Drinks	4.81	4.28	3.76
기타	0.75	0.63	0.48

< 인도 과일 음료 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2012	2013	2014
총계	100	100	100
The Coca-Cola	26.39	26.76	27.12
Pepsico	22.45	23.48	24.51
기타	21.32	19.78	18.25
Dabur India	14.54	14.95	15.36
Parle Agro Pvt	15.30	15.03	14.76

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 인도 음료 시장트렌드
2. 인도 음료 시장이슈

1. MARKET TREND - 한눈에 보는 인도 음료 시장트렌드

KEY NEWS 1

- ✓ 글로벌 시장조사기관 닐슨社에 따르면, 인도 음료 시장은 꾸준히 성장할 것으로 내다봄
- ✓ 앞으로의 인도 음료 시장 전망이 밝은 이유는 주 소비층이 젊으며, 인도 전체 인구 중 절반 이상을 차지하고 있기 때문임

KEY NEWS 2

- ✓ 특히 건강식, 체중 감량, 활동성이 강조되는 식생활이 보편화되며 이와 관련된 음료 제품이 높은 성장률을 보이고 있음

KEY NEWS 3

- ✓ 인도 내 건강에 관심을 가지는 사람들이 많아짐에 따라 전체 음료 시장 중 과일 음료 부문이 현재 전망이 가장 밝은 시장으로 부각되고 있음

KEY NEWS 4

- ✓ 글로벌 음료 기업인 코카콜라社가 인도 내 탄산 및 과일 음료 시장에 진출함에 따라 인도 음료 시장 경쟁이 치열해질 것으로 전망됨

Marketing point 1

- ✓ 인도는 평균 나이가 2010년 기준 25.7세로 하루가 다르게 급변하는 인도 소비시장에서 성공하기 위해 젊은 층을 타겟으로 한 마케팅 전략 개발이 요구됨

Marketing point 2

- ✓ 인도 내 과일 주스의 효율적인 운송 및 마케팅을 위한 인프라 시설이 크게 부족하기 때문에 효율적인 콜드 체인 시스템을 확립해 유지하는 것이 선결과제임

2. MARKET TREND - 인도 음료 시장 이슈

“인도 음료 시장, 주 수요층인 젊은 층으로 인해 긍정적인 전망”

KEY INFO

영국 시사경제주간지에 따르면, 인도 소비자는 소득의 많은 부분을 식품 및 음료에 소비하고 있으며 이는 앞으로도 꾸준히 증가할 것으로 전망함

- 글로벌 시장조사기관 닐슨社에 따르면, 인도 음료의 주 수요층인 젊은 층이 인도 인구의 절반 이상을 차지하고 있어 앞으로도 시장이 꾸준히 성장할 것으로 내다봄
- 시장 전망이 밝은 이유 중 하나는 20~35세 소비자가 인도 전체 인구의 25%를 차지하고 있으며, 이들이 다른 세대보다 건강과 외모에 대한 관심이 높다는 것임
- 인도의 젊은 층 나이는 평균 25세이며 이는 타 국가들보다 낮은 수치로 젊은 인구의 증가, 특히 도시에 거주하는 젊은 인구의 증가는 다양한 음료 소비로 이어지고 있음
- 또한 소비자들은 어린이, 청소년의 신체 발달과 건강관리에 관심이 높은 상태이며 이러한 사항들이 과일 음료에 대한 선호, 매출 증대로 이어짐

“인도 음료, 사람과의 교류 도구로서의 역할”

- 인도는 과일 음료를 오래전부터 가족과 친지 모임에서 함께 마시는 문화가 자리 잡고 있어 인도인들은 음료를 건강식품 및 선물용품의 한 종류로 여기고 있음
- 또한 인도인들은 과일 음료를 생일이나 결혼과 같은 기념일용으로 많이 사용하고 있으며, 대부분의 행사들이 종교단체 모임에서 개최되기 때문에 알코올음료보다는 비 알코올음료 중 하나인 과일 음료에 대한 수요가 높음

“인도 과일 음료, 건강기능식품으로 인식”

KEY INFO

인도 내 음료 제품 소비자는 테트라 팩 포장을 더 선호하는 편임

- 인도 음료 시장은 특히 과일 음료 제품이 다른 음료에 비해 몸에 좋은 영양성분이 많고 칼로리가 낮다는 인식으로 인하여 상대적으로 높은 성장률을 보이고 있음
 - 과일 음료는 지난 5년간 연간 성장률이 가장 빠르게 확대되었던 분야 중 하나로 특히 신선한 과일, 채소에 비타민이나 각종 미네랄이 첨가된 과일 음료의 수요가 늘어나고 있음
 - 건강에 관심을 가지는 사람들이 많아짐에 따라 전체 음료 시장 중 과일 음료 부문이 현재 가장 빠른 속도로 성장하는 산업으로 등장하고 있음
 - 포장 기술의 발달 또한 과일 음료 판매량 증가의 한 원인인 것으로 파악됨
- 과일 주스는 언제라도 마실 수 있는 음료로 인식되어 오전, 오후 및 저녁 시간에 관계없이 골고루 소비되고 있음
 - 신세대는 과일 음료를 물처럼 마시는 경향을 보이며, 20대는 주로 신상품을 맛보길 좋아함
 - 특히 건강식, 체중 감량, 활동성이 강조되는 식생활이 보편화되며 이와 관련된 음료 제품이 높은 성장률을 보이고 있음

< 인도의 온라인 사이트에서 판매되고 있는 과일 음료 >



출처 : 인도 알리바바(india.alibaba.com)

“코카콜라, 인도 과일 음료시장에 대한 적극적인 진출로 경쟁 심화 예상”

- 2011년, 코카콜라는 인도 내 탄산 및 과일 음료부문 담당 독립부서를 신설하고 본격적으로 과일 음료에 대한 투자를 확대함
 - 코카콜라는 라임 맛 탄산음료인 림카社를 인수해 탄산음료 시장을 장악
 - 또한 인도 내 과일 음료 산업에 영향력이 있는 Mazza社를 인수함으로써 과일 음료 시장에 본격적인 투자를 시작함
- 그러나 현재 인도 내 과일 음료 시장은 Dabur社의 Real, Pepsi社의 Tropicana가 장악하고 있는데다 최근 코카콜라가 오렌지, 사과, 포도 맛 미닛메이드 제품을 출시해 치열한 경쟁이 예상됨

KEY INFO

인도 과일 음료 시장의 주
업체로는 Tropicana 브랜드
의 Pepsi社와 Real 브랜드
의 Dabur Foods社임

< 코카콜라에서 판매하고 있는 과일 음료 Maaza >



출처 : 코카콜라(www.coca-colacompany.com)

시장트렌드 출처

- 더바이어(www.withbuyer.com)
- 영국 시사경제주간지(www.eiu.com)
- 닐슨코리아(www.nielsen.com)
- 코카콜라(www.coca-colacompany.com)
- 인도 알리바바(india.alibaba.com)
- 한국보건산업진흥원(www.khidi.or.kr)

III

경쟁제품 현황

1. 인도 방문매장 정보
2. 인도 음료 경쟁제품 가격현황
3. 인도 음료 매장 담당자 인터뷰
4. 인도 경쟁제품 현황 조사결과

1. PRODUCT INFORMATION - 인도 방문매장 정보

SHOP #1. Big Bazaar

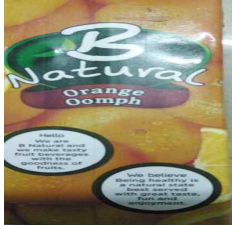
이미지	
	< 매장 전경 >
	
< 매장 내 음료 판매대 전경 >	
Contact point	Tel : +91 422 300 1213
	Add : Unitea center, Savithri-3, Sri shanmugam road, race course, Coimbatore
규모	- 연간 매출액 8억 1,500만 달러 (2012년 기준) - 인도 현지 내 매장 직원 약 3만 6,000명 (2012년 기준) - Big Bazar는 인도 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나임. Big Bazar의 모기업인 퓨처 그룹은 인도 61여개 도시에 1,000여 개의 매장을 갖고 있음
업체 개요	- 본 유통업체의 영업시간은 평균 11:00 ~ 21:30임 - 수시로 할인 행사와 가격 번들링을 실시하고 있음 - 본 매장 음료 제품 중 알로에 음료는 판매되고 있지 않으며, 기타 과일 음료 및 에너지 음료만 판매됨 - 본 매장 내 판매되고 있는 음료 제품 중 가장 인기 있는 브랜드는 Red Bull의 에너지 드링크임
인터뷰 내역	"인도의 가파른 도시화와 소득 수준의 상승 때문에 음료의 소비는 계속 증가할 것으로 예상된다." CNF (Big Bazar 매니저)

SHOP 2. Reliance Fresh

이미지	
	< 매장 전경 >
	
	< 매장 내 음료 판매대 전경 >
Contact point	Tel : +91 422 266 8786
	Add : Reliance Fresh, NH-209, sathy main road, saravanampatti, Coimbatore
규모	- 연간 매출액 3억 7,000만 달러 (2012년 기준) - 2006년 설립된, Reliance Fresh는 식품, 채소, 과일 등 일상가정용품을 판매하는 체인점으로 인도 14개 주 85개 도시에서 운영 중에 있음
업체 개요	- 전국적인 상품 조달 센터 네트워크 구축, 냉장 보관 센터 건설에 대한 투자를 통해 경쟁력을 확보함 - 본 유통업체의 고객층은 점포별로 다소 차이는 보이긴 하지만, 다양한 고객층이 이용하고 있음 - 본 매장 에너지 드링크 음료 제품 판매의 95%를 차지하는 제품은 Red Bull임 - 본 매장 기타음료 제품 점유율은 오렌지주스 15%, 탄산음료 50%, 나머지 음료가 35% 차지하고 있음
인터뷰 내역	"본 매장 내 과일 및 에너지 음료는 소비자들이 많이 찾는 편이며, 앞으로도 꾸준히 판매가 늘어날 것으로 예상된다." CNF (Reliance Fresh 매니저)

2. PRODUCT INFORMATION - 인도 음료 경쟁제품 가격현황

인도 Big bazaar 가격 현황 (2015년 8월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Drink					
Red Bull Energy Drinks	Red Bull	오스트리아	250ml	95루피 (ml당 0.38루피)	
Orange Oomph	B-Natural	인도	200ml	20루피 (ml당 0.10루피)	
Frooti mango drink	Parle-agro		250ml	20루피 (ml당 0.08루피)	
Litchi	Real	네팔	200ml	20루피 (ml당 0.10루피)	
Mirinda	Pepsico	미국	250ml	25루피 (ml당 0.10루피)	
MIXED FRUIT	Sunkist		200ml	20루피 (ml당 0.10루피)	

2015년 8월 10일 기준 인도 1루피 = 18.26원

인도 Reliance Fresh 가격 현황 (2015년 8월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Drink					
Red Bull Energy Drinks	Red Bull	오스트리아	250ml	95루피 (ml당 0.38루피)	
Carbonated Beverage	Parle Agro	쿠바	250ml	20루피 (ml당 0.08루피)	
Appy Fizz	Parle Agro	인도	250ml	20루피 (ml당 0.08루피)	
Apple Juice	DelMonte- Field Fresh foods		240ml	40루피 (ml당 0.16루피)	
kokum	paper boat-BB beverages		250ml	30루피 (ml당 0.12루피)	
Litchi	Real	네팔	200ml	20루피 (ml당 0.10루피)	

3. PRODUCT INFORMATION - 인도 음료 매장 담당자 인터뷰

※ 인도 Big Bazaar 음료 판매 담당자 인터뷰

☐ 음료 제품 판매 추이가 어떠한지

- 꾸준히 판매가 잘 되고 있으며 주로 10대 청소년들과 40대 장년층이 많이 찾고 있다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 오스트리아의 에너지 드링크인 Red Bull이 인기가 많다. 브랜드 인지도가 제품 수요에 가장 큰 영향을 끼치는 것으로 판단된다. 과일 음료 중 알로에 음료는 판매하지 않으며 주로 사과, 오렌지, 망고 음료가 수요가 있다.

☐ 한국산 음료 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서는 한국산 음료 제품을 판매하고 있지 않다.

※ 인도 Reliance Fresh 음료 판매 담당자 인터뷰

☐ 음료 제품 판매 추이가 어떠한지

- 꾸준히 안정적이며, 주로 20~40대 연령층이 많이 구매하고 있다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 에너지 드링크 중에서는 오스트리아의 Red Bull 음료가 인기가 많다. 과일 음료로는 오렌지, 포도, 망고, 사과 등 다양한 음료가 판매되고 있으나 알로에 음료는 판매하고 있지 않다.

☐ 한국산 음료 제품이 판매되고 있는지

- 판매하고 있지 않다.

4. PRODUCT INFORMATION - 인도 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 인도 주요 대형마트 Big Bazaar, Reliance Fresh 등 2곳을 방문 조사한 결과, 판매 음료는 인도산 제품이 많으며, 다른 국가의 음료 판매 제품으로는 오스트리아, 네팔, 쿠바 등의 음료 제품이 있음
- 인도에서 판매되고 있는 과일 음료로는 사과, 오렌지, 망고, 포도 등 다양한 음료가 판매되고 있었지만 알로에 음료는 판매되고 있지 않음
- 에너지 음료 중 가장 판매 수요가 높은 브랜드는 오스트리아의 Red Bull로 확인됨
- 인도 현지 음료 제품의 포장 형태는 캔으로 다수 판매되고 있음. 또한 ml 당 20~40루피로 다양한 가격대로 판매되고 있음

IV

유통구조

1. 인도 식품 유통구조

2. 인도 소프트드링크 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 인도 식품 유통구조

< 인도 식품 유통 구조 >



KEY INFO

인도 유통구조의 단점

- 복잡한 유통구조로 인해 인도 특유의 과세 시스템과 함께 물류비용을 상승시켜 결국 상품 가격을 상승시키는 요인으로 작용
- 이에 따라 갈수록 경쟁이 치열해지는 인도 유통시장에서 글로벌 유통기업들이 마켓 리더십을 확보하기 위해서는 효율적인 공급 체인 구축이 시급함

출처 : 대한상공회의소 '사례로 보는 인도 소비시장 진출전략'

□ 인도 식품 유통 구조는 선진국에 비해 여러 단계로 나누어져 있음

- 인도에서는 대형 창고의 건설비용이 매우 높기 때문에 도매상이 발달하지 못했으며, 중간위탁상이 유통에서 매우 중요한 역할을 차지함
- 중간위탁상은 공장 또는 도매상의 물품을 특정 물품만 구매하는 중간도매상에게 전달하며 중간위탁상은 물품에 대한 소유권은 없지만 제조업체를 대신하여 판매대금을 받고 판매대금의 0.5~2%의 마진을 취함
- 이런 중간도매상은 지역적으로 배타적인 판매권한을 가지고 있으며, 도시지역의 도매점뿐만 아니라 대형소매점을 움직일 수 있는 힘을 가지고 있음
- 일반도매상은 농촌지역 또는 도시지역에서 중간도매상으로부터 직접 물품을 구매하기 어려운 소규모 소매점에 물품을 공급하는 역할을 하며, 일반도매상은 소매상과 현금거래를 원칙으로 보통 2~3%의 마진을 취함

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 인도 기능성/과일 음료 유통채널별 점유율

“인도 기능성/과일 음료 유통매장, 개인소매점 강세”

- 데이터모니터 통계자료에 따르면, 2014년 인도 기능성 음료와 과일 음료의 주요 유통채널은 개인소매점이며 각각 71.53%, 56.94%를 차지하는 것으로 나타남
- 인도의 기능성 음료를 유통하는 채널은 다양하게 나타났으나 개인소매점의 점유율이 71.53%으로 가장 높게 나타남
- 인도의 과일 음료를 유통하는 채널 또한 다양하게 나타났으나 개인소매점과 On-Trade의 점유율이 각각 56.94%, 23.34%로 높게 나타남
- On-trade³⁾ 채널은 2014년 각각 5.38%, 23.34%로 4, 2위를 차지함

KEY INFO

인도 기능성/과일 음료 유통업체별 점유율은 개인소매점 채널이 2014년 가장 높은 비중을 차지

< 인도 기능성 음료 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널	2011	2012	2013	2014
개인소매점	72.13	71.94	71.74	71.53
슈퍼마켓/하이퍼마켓	7.81	7.97	8.13	8.29
편의점	6.09	6.11	6.13	6.15
On-trade	5.34	5.35	5.37	5.38
전문소매점	3.44	3.43	3.43	3.42
기타	5.19	5.20	5.20	5.23

< 인도 과일 음료 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널	2011	2012	2013	2014
개인소매점	57.44	57.27	57.10	56.94
On-trade	23.39	23.37	23.35	23.34
편의점	8.59	8.64	8.70	8.75
슈퍼마켓/하이퍼마켓	4.97	5.11	5.24	5.37
전문소매점	3.26	3.25	3.24	3.23
기타	2.35	2.36	2.37	2.37

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

3) On-trade : 업소용 제품 판매처로 레스토랑, 바, 호텔 등이 포함됨



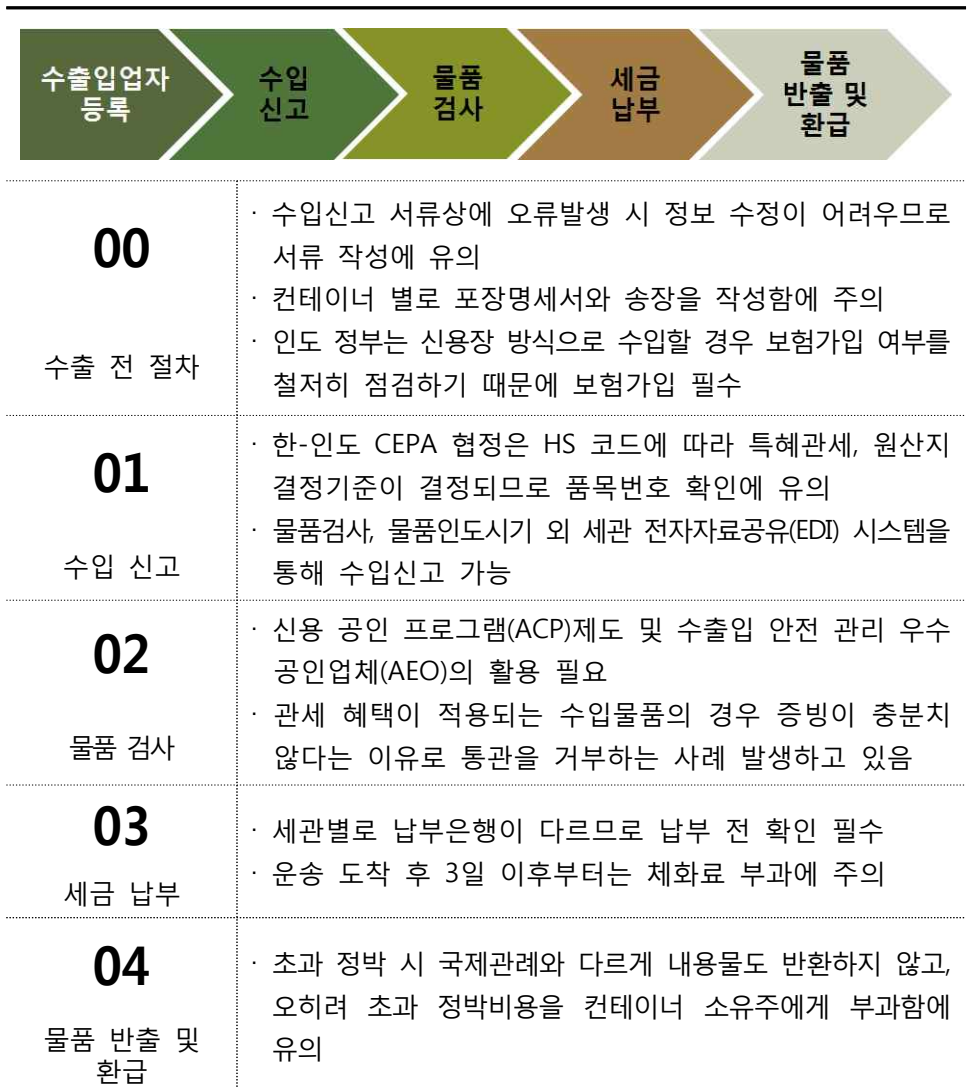
통관검역

1. 인도 수입통관 절차
2. 인도 식품 통관검역 참고사항
3. 인도 수입통관 제출서류

※ 인도의 경우, 통관거부사례를 공개하고 있지 않아 해당 정보 제공이 불가능함

1. TRADING INFORMATION - 인도 수입통관 절차

< 인도 수입통관 절차 >



출처 : 인도 세관 및 소비세 중앙위원회(www.cbec.gov.in)

□ 수입신고는 전자자료공유 EDI시스템을 이용해 온라인으로 가능하며 제출 서류는 아래와 같음

< 인도 통관 서류 >

- 반입서(Invoice)
- 패킹리스트(포장리스트)
- 수입품의 제품 카탈로그
- 해당 수입품의 매매 계약
- 원산지 증명서
- 식품 안전증명서

출처 : 인도 세관 및 소비세 중앙위원회(www.cbec.gov.in)

KEY INFO

CEPA(한-인도간 FTA)

포괄적 경제동반자 협정 (Comprehensive Economic Partnership Agreement)으로 한-인도간 FTA협정의 정식 명칭임

서류준비

소요기간	8일
소요금액	400달러

통관수속

소요기간	4일
소요금액	200달러

항만, 터미널 처리

소요기간	5일
소요금액	250달러

내륙운송

소요기간	3일
소요금액	400달러

출처 : Doing Business

2. TRADING INFORMATION - 인도 식품 통관검역 주의사항

KEY INFO

검역 시 확인사항

- 제품 운송 보관의 상태: 제품 특성에 따른 보관 요건 충족 여부, 부패와 오염방지 여부 확인
- 제품의 시각적, 물리적 상태: 팽창, 돌출 등 식품 변질여부를 가시적으로 판단. 해충, 먼지 등에 의한 식품 손상 확인

□ 인도 식품 검역 정보

- 음료를 포함한 모든 식품 화물은 통관 전에 항만보건소(PHO)의 검사를 받아야 하며, 검사 결과 전까지 화물 창고에 보관될 수 있으며 검사 통과에 실패하면 화물은 반송되거나 폐기 처분됨
- 대부분의 식품 검역은 시간이 많이 소요되고, 샘플링 테스트를 위한 실험 시설이 부족해 검사대기 중인 제품은 유료 보관 창고에 장시간 방치되는 경우도 있으며, 일부 창고는 식품 보관에 적합하지 않은 상태임
- 농산물 및 육류 제품의 경우에는 항구, 공항, 국경 검역소 등에서 중금속 함량, 방부제 및 살충제 잔여량 등의 검사가 의무화되어 있으나 음료는 샘플링 테스트를 제외한 기타 검역에 있어 그 절차가 복잡하지는 않은 편임

□ 샘플검사 절차

- 색소성분 및 첨가물은 샘플 검사를 반드시 진행해야 함
- 항만보건소(PHO) 검사를 받지 못하는 항만은 해당 항만에서 가까운 중앙식품실험실(Central Food Laboratory) 또는 보건당국(Directorate General of Health Service)에서 인가한 실험실에 샘플을 보내 검사를 받아야 함
- 샘플 테스트 결과가 나오기까지 1일에서 1개월까지 소요돼 식품 유효기간이 짧아질 뿐 아니라 샘플 테스트 비용이 발생, 수입자에게 이중 부담으로 작용함

< 샘플 검사 절차 >



출처 : 인도 항만보건소(www.porthealthcochin.org)

3. TRADING INFORMATION - 인도 수입통관 제출서류

□ 반입서

: 무역거래 시, 계약이행에 대한 사실을 증명하는 문서로 수출업자에게는 대금 청구서로서의 역할을 하기도 함

COMMERCIAL INVOICE

1. Shipper/Exporter		8. No. & Date of Invoice		
		9. No. & Date of L/C		
		10. L/c Issuing Bank		
2. For Account & Risk of Messrs.		11. Remarks		
3. Notify Party				
4. Port of Loading	5. Final Destination			
6. Vessel & Voy. no.	7. Bill of lading on about			
12. Marks & numbers of PKGS	13. Description of Goods	14. Quantity	15. Unit Price	16. Amount

17) Signed by _____

PACKING LIST.			
Exporter 		Invoice No. & Date 	
Consignee 		Buyer's Order No. & Date 	
		Other Reference(s) 	
		Buyer (if other than consignee) 	
		Country of Origin of Goods INDIA Country of Final Destination 	
		Terms of Delivery and payment 	
		Pre-carriage by CONCOR Place of Receipt by Pre-carrier	
Vessel / Flight No. 		Port of Loading 	
Port of Discharge 		Final Destination 	
Marks & Nos.	No. & kind of Pkgs.	Description of Goods	Quantity
			Remarks
			Signature & Date

□ 원산지증명서

: 수출상품의 원산지를 증명하는 서류로 일반용 원산지 증명서와 특혜관세용 원산지 증명서가 있음

인도와의 협정에 따른 원산지증명서의 서식

Certificate of Origin

Korea-India Comprehensive Economic Partnership Agreement

Original (Duplicate/Triplicate/Quadruplicate)

1. Exporter (name, address, country, e-mail address, telephone number, fax number)		Reference No.:		
2. Producer (name, address, country) (optional)		KOREA-INDIA COMPREHENSIVE ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT PREFERENTIAL CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined Declaration and Certificate) Issued in _____ (Country) _____		
3. Importer (name, address, country) (optional)		5. For Official Use		
4. Means of transport and route (optional) Departure date: Vessel's name/Aircraft etc.: Port of Discharge		6. Remarks		
7. HS Code (6 digit)	8. Description of goods, including quantity	9. Gross weight and value (FOB)	10. Origin criterion	11. Number and date of Invoices
12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct; that all goods were produced in (Country)..... and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the KOREA-INDIA Comprehensive Economic Partnership Agreement for the goods exported to (Importing Country)..... Place and date, signature of authorised signatory		13. Certification It is hereby certified, on the basis of control out, that the declaration by the exporter is correct. Place and date, signature and stamp of issuing authority		
14. Third country invoicing(name, address, country)				

: 식품 안정성 확보를 위한 관리체계 인증으로 식품 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리 단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기까지의 전 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고 관리하는 체계

- 30 -

VI

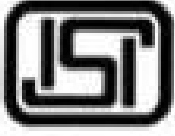
인증 및 허가등록

1. 인도 인증

※ 음료는 인도 내 별도의 허가등록이 필요 없으나 수입 당시 유효기간이 제품 수명의 60% 이상 남아있어야 한다는 규제가 있음

1. CERTIFICATION INFORMATION - 인도 식품 관련 인증 정보

주요 식품인증정보 1

	인증 명	ISI 마크	내용	· 최종 소비자가 사용할 제품의 품질, 안정성, 신뢰성 보장이 목적임
	발행기관	인도 표준국 BIS (Bureau of India Standards)		
건강식품인증	성격	선택		

- ☐ 제품에 인도의 표준마크인 ISI 마크를 부착하면, 해당 제품이 각 제품의 사양에 적합하다는 보증의 역할을 함
- 품목에 따라 강제인증과 비 강제 인증으로 나뉘며 국가 규격에 해당함
- 대상품목은 섬유, 화학물질, 건축재료, 펌프, 금속, 전기전자, 자동차 부품, 농업, 식음료, 가죽, 목재, 종이 등이 있음
- 강제 인증 대상 품목은 식품을 제외한 다른 품목의 경우 완성품에 대한 규격을 제시하고 있지만, 식품의 경우는 성분에 대한 규제를 두고 있어 각각의 성분별로 강제 및 비 강제 여부가 달라짐
- ☐ 인증기관인 인도 표준국 (BIS, Bureau of India Standards)은 인도의 소비, 식품, 유통부 산하기구로서 1987년 4월 1일 ISI(India Standard Institute)의 대체기관으로 조직됨
- 제품 인증은 초기 테스트 및 공장 품질 경영 시스템의 심사 및 승인을 통하여 제품의 규격에 따른 적합성을 결정함
- 인증마크의 비용은 약 1,000루피이며, 미국 달러로도 납부가 가능함. 이는 BIS에 지불하여야 함

< ISI 인증 획득 절차 >



출처 : 인도 표준국 (BIS, Bureau of India Standards)

- 마크 부착 허가를 받은 후에는, 전자 시스템을 통해 이를 신청할 수 있음
- 인증기간 만료 시 미리 갱신을 신청하고 수수료를 지불하여야 하며 이행하지 않을 시 허가가 취소됨

< ISI 인증 필요서류 >

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Application Form (마크사용 신청서) ■ 공장 지도 및 공장 배치도 ■ 공장부지의 입증 서류 ■ 제조설비 및 시험장비 목록 ■ 시험 및 검사절차, BIS의 허가증 교부 이후 승인절차의 준수서약서 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 인증서 교부일로부터 표시 수수료 납부서약서 ■ 인증서 승인 조건의 준수 및 인증서 정지 및 취소 시 즉시 이행 서약서 ■ 생산 공정 및 검사단계를 설명하는 흐름도 ■ 기술 인력에 대한 세부사항 ■ 제조과정에 필요한 법정허가증 |
|---|---|

출처 : 인도 표준국 (BIS, Bureau of India Standards)

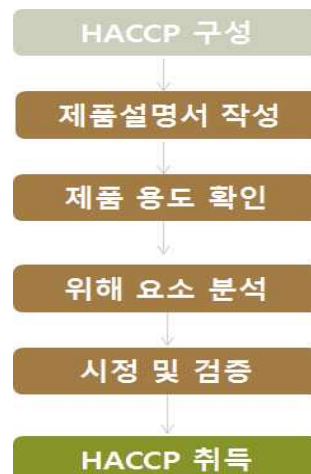
주요 식품인증정보 2

	인증명	HACCP	내용	- HACCP 인증은 위해요소중점관리기준을 통과하면 발행되는 인증으로 식품이 안전하게 제조되었음을 입증함 - 식품의 안전성을 보장하기 위해 식품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통을 거쳐 소비자가 최종적으로 식품을 섭취하기 직전까지 각각의 단계에서 발생할 수 있는 모든 위해한 요소에 대하여 체계적으로 관리하는 위생관리체계임
	발행기관	인도 국립인증센터 (NCHC)		
식품 인증	성격	선택		

□ 인도로 수입되는 대다수의 식품들은 수입라이센스를 요구하고 있지 않음

- HACCP는 위해요해요소중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points)을 통과하면 발행되는 인증으로 식품이 안전하게 제조되었음을 입증하며 식품 기준청을 통해 발급받을 수 있음
- 인증 수수료는 식품마다 차이가 있지만 일반적으로 높은 수수료일수록 다양한 서비스가 제공되며, 또한 인증 수수료는 매번 검사를 실시할 때마다 비용이 추가되므로 이에 대한 고려도 필요함
- HACCP 인증 절차는 다음과 같음

< HACCP 인증 취득절차 >



출처 : 인도 HACCP국립인증센터(www.haccpindia.org)

VII

라벨링 및 식품첨가물

1. 인도 음료 라벨링 정보
2. 인도 음료 식품첨가물 정보

1. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 인도 음료 라벨링 정보

□ 인도 라벨링 규정

- 인도 정부는 2011년 8월부터 국제 표준에 맞는 위생안전 조항들로 구성된 식품안전표준법(FSSA)을 시행하고 식품 분석을 위한 과학적 기준과 식품 제조, 보관, 유통, 판매, 수입에 관한 규제를 식품안전표준국(FSSAI)이 관리토록 하고 있음

- 추가 조건이 필요한 식품은 입국 시 관련 부서가 발행한 지침에 따라 정식 권한을 가진 관리자에 의해 면밀히 검사되고 있음

□ 소매를 목적으로 수입되는 식품은 인도 내 중량 및 측정 기준 규정을 준수해야 함

- 라벨 내 최고 소매가(Maximum Retail Price, MRP)를 루피화로 명시해야 하며, 해당 가격에 따라 세금이 산출됨

- 한 번 MRP를 결정한 후에는 수정 불가하며 가격 인상은 새로 통관하는 물품부터 가능함

- 더 자세한 사항은 음료 라벨 정보는 하기 사항 참조

[www.fssai.gov.in/Portals/0/Pdf/Food%20safety%20and%20standards%20\(Food%20product%20standards%20and%20Food%20Additives\)%20regulation,%202011.pdf](http://www.fssai.gov.in/Portals/0/Pdf/Food%20safety%20and%20standards%20(Food%20product%20standards%20and%20Food%20Additives)%20regulation,%202011.pdf)

< 인도 음료 라벨링 내 기본 표시사항 >

- 수입자 명과 주소
- 포장된 제품의 일반적인 명칭
- 표준 단위로 표기된 총수량
- 포장연월
- 최고 소매가
- 제품의 원산지
- 유효기간

출처 : 인도 식품안전표준국(www.fssai.gov.in)

KEY INFO

라벨링 참고사항

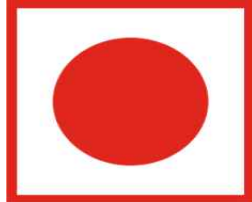
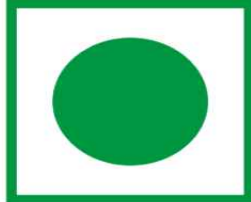
인도 정부는 국내외 식품에 대해 국제 표준에 맞는 위생안전 조항들로 구성된 식품안전표준법을 시행하고 있으며 식품안전표준국에게 관리를 맡기고 있음

KEY INFO

라벨 규정 강화

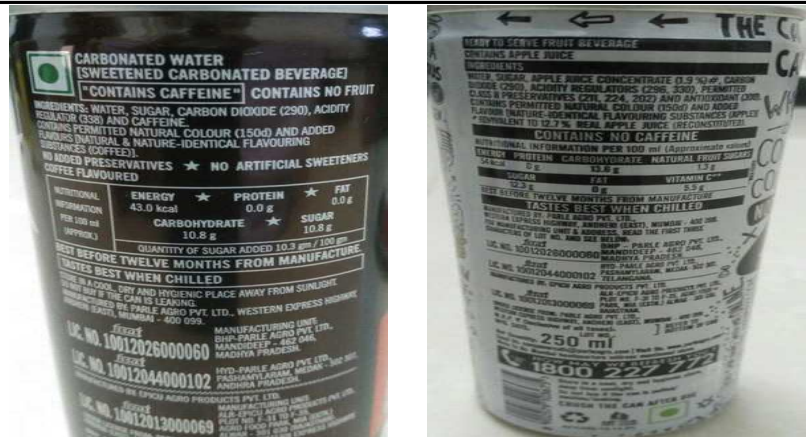
2011년 이후, 수입식품 라벨 규정이 강화됨에 따라 통관되지 못한 물품이 폐기 처분되는 사례가 다수 발생하고 있으므로 주의하여 제작하여야 함

< 인도 라벨링 표시사항 상세 >

	항목	설명
1	표기 언어	힌두어, 영어
2	글자 크기	글자 크기 12폰트 또는 브랜드명 크기의 1/4 가운데 작은 크기로 하되 최소 6포인트 이상은 되어야 함
3	제품명 또는 설명	채식주의자용 제품을 구분하기 위하여 아래 마크를 사용함  비채식주의자용  채식주의자용
4	구성 성분	100g 또는 100ml 단위나 1회 공급량 단위로 표시하여야 하며, 열량, 단백질, 탄수화물, 지방, 비타민 및 미네랄 등 구성성분 모두 국제단위에 따라 표시되어야 함. 원료성 식품이나 최종 소비자에게 판매되지 않는 벌크 포장 제품의 경우 표시 제외. 비타민, 미네랄의 경우 첨가량 표시 필수
5	순 중량	ml 단위, 굵은 글씨로 표시하여야 함
6	제조사, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	제조자의 이름, 주소, 포장업체, 수입자의 이름과 주소, 공급자가 반드시 기재되어야 함
7	원산지	컨테이너로 운반되는 식품의 경우 원산지 및 주소 기재가 필요함
8	포장일자, 유통기한	제조 및 포장의 월 · 년도, 유통기한의 월 · 년도가 표시되어야 함
9	표시 위치	제품과 포장재의 눈에 잘 띄는 위치
10	시장가격	세금을 포함한 최고 소매가가 라벨에 루피화로 기재되어야 함

출처 : 인도 식품안전표준국 식품 안전 표준법(FSSA)

< 인도 음료 라벨 이미지 >



출처: 인도 현지 촬영, 2015년 8월 10일

2. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 인도 음료 식품첨가물 정보

□ 인도 식품첨가물 규제

- 식품첨가물은 제품의 라벨에 적정사용법을 영문으로 정확히 표기하고 있어야 함
- 음료 식품첨가물에 관해서는 인도 식품안전표준국(FSSAI)의 규정을 따르며 이는 소비자들의 권익과 건강 보호를 위하고자 함임

< 음료 제품의 구성 성분 종류에 따른 최대허용치 제한 >

항목	허용 수치
Saccharin Sodium	100ppm
Aspartame (methylester)	700ppm
Acesulfame Potassium	300ppm
Sucralose	300ppm
Neotame	33ppm

출처 : 인도 식품안전표준국(www.fssai.gov.in)

- 음료에 식품첨가물 최대허용치 제한에 대한 자세한 정보는 하기에서 확인 가능함

[www.fssai.gov.in/Portals/0/Pdf/Food%20safety%20and%20standards%20\(Food%20product%20standards%20and%20Food%20Additives\)%20regulation,%202011.pdf](http://www.fssai.gov.in/Portals/0/Pdf/Food%20safety%20and%20standards%20(Food%20product%20standards%20and%20Food%20Additives)%20regulation,%202011.pdf)

