Growing Indian Packaging Food Market

성장하는 인도 포장식품시장

- KOTRA 글로벌윈도우(http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do) 자료 제공 -

Ⅰ. 서론

2017년 인도 포장식품시장은 전년 대비 10.3% 성장한 677억 65만 달러(4조 3,370억 루피) 규모를 형성했다.

시장조사기관인 Euromonitor는 2022년까지 인도 포장식품시장은 1,004억 달러(6조 4,277억 루피)까지 성장할 것으로 예측했다.

투자은행인 크레딧 스위스도 인도 포장식품시장의 전망을 긍정적으로 평가하며 향후 10년 내

〔표 1〕 인도 포장식품시장 품목별 매출동향 (단위 : 10억 루피)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
유제품	567.5	668.7	773.2	894.3	1,030.3	1,200.6
식용유	427.3	550.6	690.1	857.9	1,069.7	1,343.6
제과류	89.4	98.8	109.1	120.4	132.5	146.8
쌀, 국수류	159.6	190.0	226.6	240.9	305.3	377.6
기타	588.0	702.2	817.4	953.1	1,106.8	1,268.4
총계	1,831.8	2,210.3	2,616.4	3,066.6	3,644.6	4,337.0

[자료원 : Euromonitor]

〔표 2〕 인도 포장식품시장 품목별 성장 동향 (단위 : %)

구분	2016/2017	CAGR(2012~2017)
유제품	7.3	6.8
식용유	17.9	18.1
제과류	3.3	2.9
쌀, 국수류	18.2	12.8
총계	10.3	9.4

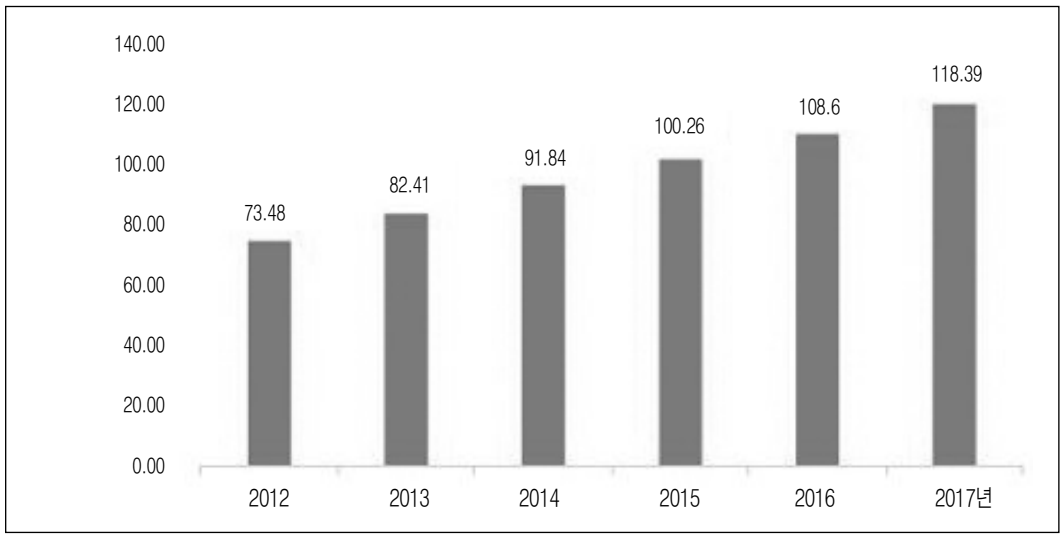
[자료원 : Euromonitor]

〔표 3〕 인도 포장식품시장 품목별 매출 전망 (단위 : 10억 루피)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
유제품	1,323.7	1,444.6	1,563.2	1,676.8	1,782.0
식용유	1,538.6	1,722.8	1,881.3	1,996.0	2,068.9
제과류	153.6	159.7	164.7	168.9	172.3
쌀, 국수류	440.3	502.2	562.0	616.8	66.27
기타	1,364.6	1,460.3	1,555.9	1,650.6	1,741.8
총계	4,820.8	5,289.6	5,727.1	6,109.1	6,427.7

[자료원 : Euromonitor]

〔그림 1〕 인도 1인당 가처분소득 규모 (100만 루피)



[자료원 : Euromonitor, 한국무역협회]

지금의 5배 규모인 2,000억 달러까지 늘어날 것으로 예측했다. 이는 경제 발전에 따른 중산층 확대, 1인당 가처분소득 규모 증가로 건강하고 편리하게 식재료를 구하고자 하는 인도 소비자의 소비 기준이 변화하고 있음을 의미한다.

또한 냉동유통기술 발달, 식품원료 가격 안정, 투자 확대 등의 요인에 따라 더 큰 폭의 성장세 기록할 것으로 전망된다.

II. 인도인의 달라진 생활 트렌드

1. 도시인구 증가와 가정구조의 변화

전통적 대가족 제도가 붕괴되고 여성의 사회 참여가 늘어나면서 4인 가족과 1~2인 가족형태

〔표 4〕 인도 포장식품 유통채널 비중 (단위 : %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년
개인소매점	90.6	90.5	90.3	90.1
하이퍼마켓	4.4	4.5	4.7	4.8
슈퍼마켓	3.8	3.8	3.9	3.9
편의점	0.4	0.4	0.4	0.4
온라인유통망	0.0	0.0	0.0	0.3
기타	0.8	0.8	0.7	0.5

[자료원 : Euromonitor]

의 가정구조가 보편화되기 시작하고 있다. 건강하고 편리하게 식재료를 찾는 인도인이 점차 늘어나면서 포장식품에 대한 관심과 소비가 자연스레 성장하고 있는 것이다.

2. 현대적 소매체인점과 물류인프라 확대

Tier 1(대도시군)을 중심으로 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 현대적 소매체인점이 꾸준히 증가하고 있다.

Tier 2~3(중소도시군)의 경우, 개인소매점 강세 속에서도 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 점포 개설과 판매 비중이 점차 확대되고 있다. 또한 플립카트, 아마존인디아, 빅바스켓 등 식료품 전문 온라인 유통망의 등장으로 물류채널이 온라인-오프라인으로 확대돼 인도 전역에서 포장식품 소비가 가능해졌다.

3. 입맛과 건강 찾는 소비자 증가

바쁜 시간 속에서도 건강을 찾으려는 웰빙 트렌드의 확산으로 건강한 식재료를 이용한 포장식품에 대한 관심이 커지고 있다. 간단하지만 건강한 아침식사가 가능한 스낵바, 과일스낵, 시리얼 등의 판매수요가 증가 추세를 보이고 있는 것이다.

더불어 인도 각 지역별 요리와 다른 나라 요리를 상품화, 판매하는 글로벌기업의 현지 시장 진출이 늘어나면서 다양한 입맛을 추구하는 젊은 층의 소비가 확대되고 있다.

4. 인도 정부의 적극적 지원

2016년 6월 인도 정부는 인도 내 식료품 제조 및 유통에 대해 정부 승인을 조건으로 최대 100%의 외국인 직접투자를 허용하고 있다.

또한 인도 식품안전기준청(FSSAI)에서 주관하는 식품위생검사기관의 환경 개선과 인프라 확장을 위해 약 7,400만 달러(약 48억 루피)를 들여 59개 검사기관 시설을 개선하고 62개의 이동검사기관의 설치를 추진했다.

Ⅲ. 현지진출 성공사례 : 네슬레 인디아

인도 식품시장에서 강력한 입지를 구축한 네슬레 인디아는 포장식품시장의 성장을 염두에 두고 양적 성장을 도모하는 것에 집중하고 있다.
네슬레 인디아는 동사 제품 보급률을 높이기 위해 '지역별 클러스터 기반 접근 전략'을 활용, 지역별로 차별화된 마케팅 전략을 추진하고 있다. 또한 맞춤형 브랜드, 마케팅, 유통전략 등 특정지역 소비자들의 요구 및 수요를 충족할 수 있는 세분화된 전략을 수행하고 있다.
네슬레 인디아의 Suresh Narayanan 대표는 "인도 안에 수많은 인도가 있다"며 "우리는 인도를 10~15개의 지역 클러스터로 세분화하고 나누기 위한 조직구조 개편을 진행하고 있다"고 말했다.

Ⅳ. 현지 시장진출 시 유의사항

인도로 식품을 수출하기 위해서는 FSSAI 등록 및 수출입 허가가 필수이다.
식품인증등록시스템(Food Licensing and Registration System)을 활용해 온라인을 통해 수입허가 제출, 결제 등이 가능하다.
관세 납부 → 수입 신고 및 세관 신고 → 포장 및 라벨링 검사 → 샘플링 검사 → 통관 · 반송 · 폐기 등 5단계 순서로 진행된다.
Sapthafiri Tax & Financial Consultancy의 Ajay Singh 매니저는 "한국 기업이 인도시장에 진출하고자 할 경우 가장 먼저 확인해야 할 사항이 바로 FSSAI 라벨링 규제"라며 "최근 포장식

〔사진 1〕 네슬레 인디아의 제품들

〔표 5〕 FSSAI 등록 필요 서류

번호	서류명	번호	서류명
1	Import-Export Code from DGFT	8	Declaration that BoE has not been refereed on S/W
2	Country of Origin Certificate	9	Examination Order
3	Complete Certificate of Analysis including safety parameters from Country of Origin	10	Transit countries list if Food Articles have been transshipped
4	High Sea Sales Agreement	11	Invoice/Proforma Invoice
5	Bill of Landing mentioned in the Entry	12	Packing List
6	Ingredients List	13	End use declaration by the importer, Sanitary
7	Specimen copy of label	14	Undertaking from importer for issue of provisional NOC

[자료원 : FSSAI, 한국무역협회]

품에 대한 유전자변형식품(GMO) 표시제와 영양성분 표시제가 새로 추진될 예정인 만큼 이에 대한 준비가 필요하다"고 당부했다.

Ⅴ. 결론

인도 현지에서 제품을 생산하지 않는 이상 한국 포장식품은 대부분 인도까지 운송해 판매가 이뤄지는 것이 일반적이다. 이 때문에 유제품, 스낵류, 쌀 · 국수류 등 유통기한이 짧은 제품보다는 가공식품 위주로 현지 수출을 진행하는 것이 유리하다.

또한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 소매점뿐만 아니라 주요 온라인 유통플랫폼에서도 식재료 판매가 이뤄지는 만큼 온-오프라인 유통망을 확보하는 것이 필요하다.

현지 네트워크 부족으로 오프라인 유통벤더 선정이 어려울 경우, 온라인 유통플랫폼을 이용한 판매망 확보와 브랜드 프로모션 추진도 필히 고려해야만 할 것이다.

최효식 인도 방갈로르무역관은 "현지 직접투자를 통한 제품 생산에도 기회가 많다"고 강조했다.

그는 "아침식사용 시리얼, 제과류, 쌀 · 국수류, 유아용 포장식품 등은 인도에서 새롭게 성장하고 있는 주요 식품군으로, 현지 제조를 통한 시장개척 유리하다"며 "인도 정부에서도 제조업 확장과 국민소득 향상을 위해 식품가공업의 현지 투자를 지원하고 있어 대규모 투자 기회를 모색할 수 있다"고 설명했다. PW