



MINI Market Report

국가	태국
제품	소스

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 태국 마케팅 방안	1
1. 태국 시장 특징	1
2. 태국 시장 진출 TIP	2
II. 태국 시장 정보	3
1. 태국 소스 수입 추이	3
2. 태국 식품 소비 트렌드	4
III. 태국 가격 정보	6
1. 주요 온라인 매장 판매가격	6
IV. 태국 유통 정보	15
V. 태국 통관 정보	23
1. 관세율	23
2. 통관 절차	24
VI. 태국 검역 정보	27
VII. 태국 바이어 정보	30

※ 참고자료

I 태국 마케팅 방안

1. 태국 시장 특징

1) 태국 소스 시장 특징

□ 태국의 소스류 수입액 정체 추이

- 태국이 소스 수입은 최근 2년간 주춤한 모습으로, 최대 수입국인 일본과 싱가포르 수입액은 감소한 것으로 집계되었음

□ 한국산 소스류 수입 증가 추세

- 태국의 2013년 한국 소스류 수입액은 전년 대비 20% 증가한 것으로 조사되었음

□ 다양한 국가의 다양한 소스 제품 판매

- 태국 주요 매장에서는 태국 현지산 소스를 비롯해 한국, 일본 등의 소스 제품이 다양하게 판매되고 있음,

□ 소스류 무관세

- 한/아세안 협정으로 인해 관세가 부과되지 않음

2) 태국 식문화 특징

□ 자극적인 음식 선호

- 태국 사람들은 향신료를 사용한 자극적인 음식을 좋아하여 음식 대부분 짜고 매울 뿐 아니라 마늘·고추·고수·젓갈 등을 사용해 맛이 강함

2. 태국 시장 진출 TIP

- 태국 수출을 위해서는 경쟁상품 · 소비자 기호도 · 유통망 등에 대한 철저한 조사를 통해 수출 전략 수립 필요
 - 특히, 가공식품의 경우 한류를 최대한 활용할 수 있도록 포장 디자인에 한글을 포함시키는 등 타 수입식품과 구별될 수 있도록 유통하는 것도 필요할 것으로 판단됨
- 가격 정책을 탄력적으로 가져가는 것도 중요한데, 프리미엄 슈퍼마켓에서 유통되는 한국식품의 경우 고품질 고가격을 추진하고, 일반 슈퍼마켓에서는 기타 수입식품과 비슷한 수준으로 가격을 책정해 가격경쟁력을 확보해야 함
 - 하이퍼마켓 등에는 현지제품과 경쟁할 수 있도록 저가상품 위주로 유통시키는 방안도 모색해야 할 것임
- 방콕 등 도심지역은 고소득층의 왕래가 많은 프리미엄 슈퍼마켓을 유통 채널로 확장하고, 일본인 고객이 많은 일본계 슈퍼마켓에도 입점을 확대하는 전략이 유용할 것으로 분석됨
- 태국 현지 소비자들은 맵고 짠 자극적인 맛을 선호함에 따라 현지 입맛을 반영한 소스 제품을 개발할 필요도 있을 것임

II 태국 시장 정보

1. 태국 소스 수입 추이

□ HS 코드 및 수출입 현황

- 소스는 전체 식품 카테고리에서 「식품첨가물」으로 분류되며 가장근접한 HS CODE는 「2103」로 파악되었음

2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
------	---

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ HS CODE 「2103」에 대한 태국의 수입 추이

- 태국은 2013년 6,373만 7,509 달러 규모의 소스를 수입하였고, 주요 수입국으로는 일본, 싱가포르, 미국, 말레이시아, 인도네시아 등이 있음
- 태국의 최대 수입국은 일본으로, 2013년 2,073만 1275 달러 규모의 소스를 수입하였고, 이는 전년대비 11.72% 감소한 수치임
- 일본에 이어 싱가포르로부터, 2013년 1,014만 3,332 달러 규모의 소스를 수입하였고, 이는 전년대비 1.41% 감소한 수치임
- 태국은 한국으로부터, 2013년 2,379만 9,149 달러 규모의 소스를 수입하였고, 이는 전년대비 19.78% 증가한 수치임

Thailand Import Statistics					
Commodity: 2103, Sauces And Preparations Therefor; Mixed Condiments And Mixed Seasonings; Mustard Flour And Meal And Prepared Mustard					
Calendar Year: 2012 - 2013					
Partner Country	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012

	World	64,516,471	63,737,509	100.00	100.00	- 1.21
1	Japan	23,483,724	20,731,275	36.40	32.53	- 11.72
2	Singapore	10,288,086	10,143,332	15.95	15.91	- 1.41
3	United States	6,549,019	7,536,064	10.15	11.82	15.07
4	Malaysia	5,311,980	6,072,804	8.23	9.53	14.32
5	Indonesia	4,774,364	4,506,480	7.40	7.07	- 5.61
6	China	3,240,864	4,219,244	5.02	6.62	30.19
7	Korea South	1,986,193	2,379,149	3.08	3.73	19.78
8	Australia	1,640,118	1,624,250	2.54	2.55	- 0.97
9	Germany	1,487,358	1,286,187	2.31	2.02	- 13.53
10	Vietnam	336,602	807,394	0.52	1.27	139.87

출처 : GTA (<http://www.gtis.com/>)

2. 태국 식품 소비 트렌드

□ 자극적인 음식 선호

- 태국 사람들은 향신료를 사용한 자극적인 음식을 좋아함에 따라 음식 대부분이 짜고 매울 뿐 아니라 마늘·고추·고수·젓갈 등을 사용해 맛이 강한 것이 특징

□ 고가 식품과 저가 식품 공존

- 태국은 소득수준 격차가 심화되면서 고가품과 저가품 시장이 공존하고 있는 것이 특징
- 방콕 및 주변도시 거주자의 경우 소득이 1인당 국민소득(5,382달러)의 3배에 달해 고급 식품매장에서 식품을 주로 구입하지만, 저소득층은 재래 시장이나 대형할인매장에서 가격이 저렴한 제품을 구입하고 있음

□ 즉석 식품 시장 확대

- 태국은 즉석 식품에 대한 수요가 증가하고 있는 가운데, 지난 2012년 2억 5,000만 달러 규모였던 시장규모가 오는 2017년에는 3억 3,000만 달

러 수준까지 성장할 것으로 예측

- 식품기업들의 기술 투자와 메뉴 개발에 따라 즉석식품의 맛과 영양측면에서 소비자의 신뢰가 상승하고 있으며, 제품가격 인하로 중산층까지 소비가 확대됐기 때문

□ 영양, 건강, 친환경에 대한 관심 증대

- 최근 들어 태국 소비자들은 영양 및 건강, 친환경에 대한 관심이 높아지고 있는데, 웰빙 산업의 부각과 외국인 관광객 증가로 고품질 식품, 안전한 식품, 유기농 식품에 대한 관심과 소비 증가

□ 프리미엄 과소비 활성화

- 소득증가, 외국경험 증가, 신제품개발에 대한 투자 등의 영향으로 유기농 식품 전문점, 백화점 슈퍼마켓을 통한 프리미엄 과자소비가 활성화 되고 있음
- 음료의 경우도 기존의 탄산음료 대신 미네랄워터, 에너지 드링크, 과일과 채소를 갈아 만든 주스 등 건강음료 상품이 인기를 모으고 있음
- 과자는 Green, Natural, Macro, Biotiz 등 영어와 태국어를 조합한 브랜드가 등장했으며, 과일 칩과 채소칩, 무염, 무설탕, 무지방 제품이 인기

□ 편의점 수 급증

- 골목상권을 지켜오던 구멍가게들의 수요가 감소하고, ‘7-Eleven’, ‘Family Mart’ 등이 그 수요를 대체하면서 편의점 수가 급속도로 증가
- 유통업체들도 24시간 운영이 가능한 소형 슈퍼마켓(미니 마트)의 수를 늘리면서 편의점과 경쟁에 나서고 있음

III 태국 가격 정보

1. 주요 온라인 매장 판매가격

1) BIC C 온라인 매장 소스 판매 현황

업체명	Andaman (태국)	Arov-D (태국)	kikoman (일본)
제품 이미지			
제품명	Andaman fish sauce (750cc)	Chilli Paste In Oil Original Formula (125 g)	Asian sesame sauce Coman (150 ml)
가격 (baht)	4.00	27.00	115.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Heinz (미국)	BIG C (태국)	BIG C (태국)
제품 이미지			
제품명	Barbecue Sauce	Chicken Sauce (Sweet Chilli Sauce 330g)	Genuine Fish Sauce 750 ml
가격 (baht)	110.00	20	19.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	BIG C (태국)	BIG C (태국)	BIG C (태국)
제품 이미지			
제품명	Oyster Sauce (1000g)	Seasoning Sauce (300 ml)	sesame oil (150 ml)
가격 (baht)	32.00	16.50	68.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	BIG C (태국)	-	-
제품 이미지			
제품명	Seasoning Sauce (600 g)	Black soy formula 1 NGUANCHIAN (300CC)	Suki Sauce Puntainorasingh (215 g)
가격 (baht)	27.00	27.50	38.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Cha-Lark-Ngurn (태국)	Cha-Lark-Ngurn (태국)	Cha-Lark-Ngurn (태국)
제품 이미지			
제품명	Oyster Sauce (720 g. Twin Pack)	Oyster Sauce (1000 g)	Oyster Sauce (1000 g)
가격 (baht)	49.00	36.00	30.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Cha-Lark-Ngurn (태국)	Cha-Lark-Ngurn (태국)	Cha-Lark-Ngurn (태국)
제품 이미지			
제품명	Oyster Sauce (720 g. Twin Pack)	Oyster Sauce (1000 g)	Oyster Sauce (1000 g)
가격 (baht)	49.00	36.00	30.00

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Chang Thong (태국)	Pegasus (태국)	-
제품 이미지			
제품명	fish sauce (200 ml)	Chicken Sauce (720 g)	Chiang sauce (200CC)
가격 (baht)	18.00	39.50	27

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Chang Thong (태국)	-	Flying Horse
제품 이미지			
제품명	Fish Sauce Size (750 ml).	Chili sauce (330 g)	chili sauce (650 g)
가격 (baht)	36	16.00	25

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	-	-	Dek Ouan Brand (태국)
제품 이미지			
제품명	Cook & Lobster Fish Sauce (285 cc)	Cook & Lobster Fish Sauce (700 cc)	soy sauce formula1 (700 cc)
가격 (baht)	15	27	33

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Dek Som Boon (태국)	Dek Som Boon (태국)	Dek Som Boon (태국)
제품 이미지			
제품명	salted soya beans (350G)	mushroom sauce (800G)	soy sauce mushrooms 300cc.)
가격 (baht)	22	46	27.5

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	Dek Som Boon (태국)	Dek Som Boon (태국)	Dek Som Boon (태국)
제품 이미지			
제품명	Canton Suki Sauce (800g)	Seasoning Sauce (700g)	Seafoods Dipping Sauce (335 g)
가격 (baht)	51	33.5	47

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	FAT BOY (태국)	FAT BOY (태국)	FAT BOY (태국)
제품 이미지			
제품명	Sweet Black Soy Sauce	Salted Soya Beans (850g)	soy mushroom sauce (700CC)
가격 (baht)	23.50	30.50	39

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

업체명	CJ (한국)	Kikkoman (일본)	PPN Food (태국)
제품 이미지			
제품명	불고기양념(290g)	데리야키 소스(250g)	Rungcharoen(20g)
가격 (baht)	179	155	6

출처 : BIC C (<http://shoppingonline.bigc.co.th/>)

2) Tesco Lotus 온라인 매장 소스 판매 현황

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	3 Penguins Hot & Spicy Sriracha Chilli Sauce 830g	Ajinomoto Takumi Aryi Japanese Shoyu Sauce 100ml	Andaman Fish Sauce 750ml
가격 (baht)	23	17.5	20.5

출처 : Tesco Lotus (<http://shoponline.tescolotus.com>)

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Andaman Sour Sauce 300ml	Andamantong Fish Sauce 200ml	Boy Carry Vase Seasoning Sauce 630ml
가격 (baht)	23	30	23

출처 : Tesco Lotus (<http://shoponline.tescolotus.com>)

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Ebara Sukiyaki No Tare Sauce 300ml	Ebara Ohgon No Aji'M Hot Sauce 210g	Bull-Dog Worcester Sauce 300ml
가격 (baht)	89	179	82

출처 : Tesco Lotus (<http://shoponline.tescolotus.com>)

업체명	French's	Fountain	HEINZ
제품 이미지			
제품명	French's Worcestershire Sauce 148ml	Fountain Barbecue Sauce 500ml	Heinz Steak Sauce 284g
가격 (baht)	51	119	104

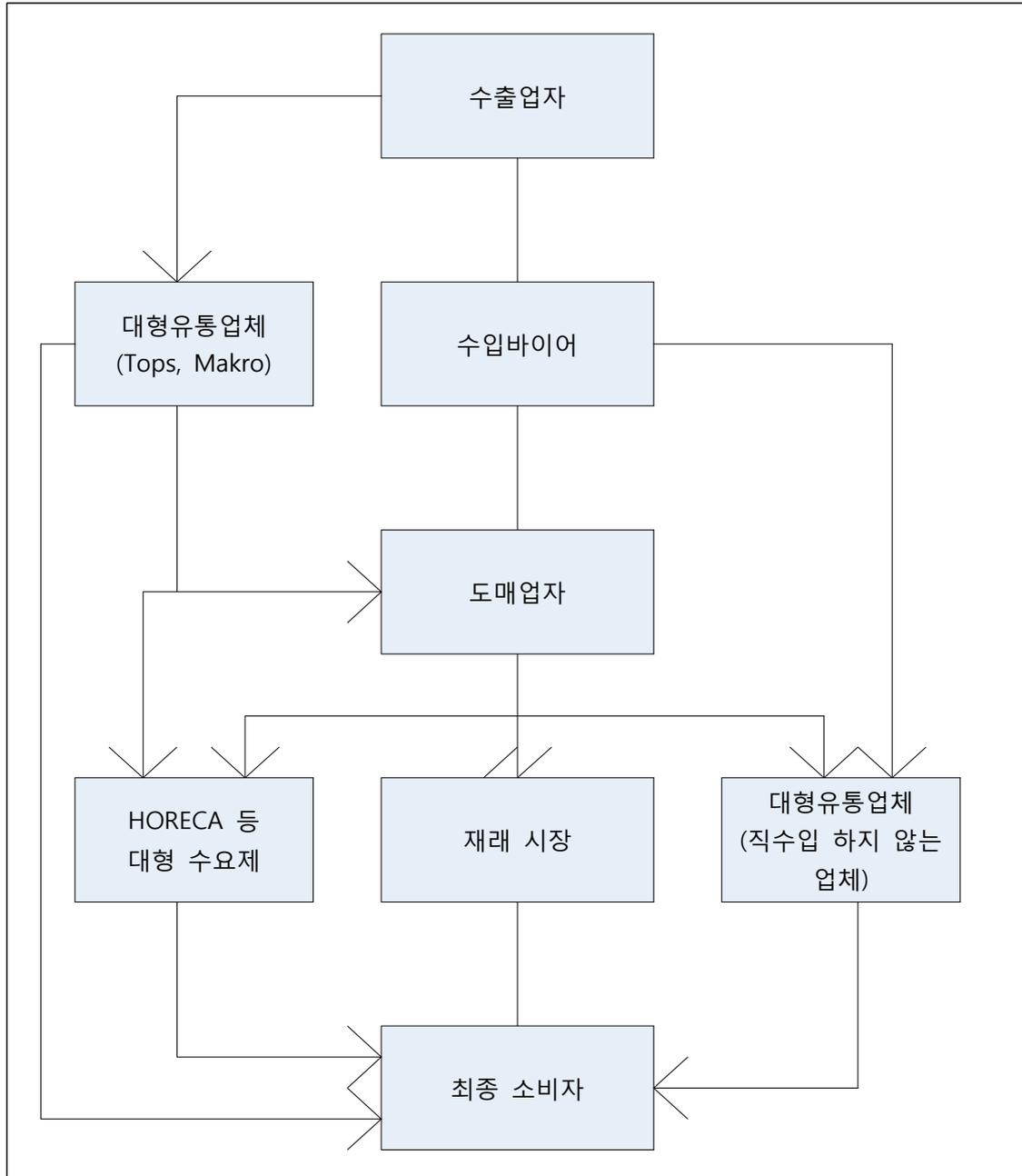
출처 : Tesco Lotus (<http://shoponline.tescolotus.com>)

업체명	청정원	백설	백설
제품 이미지			
제품명	Dae Sung Sand Lance Fish Sauce 500ml	Beksul Kalbi Hot & Spicy B.B.Q Sauce 500g	Beksul Bulgogi B.B.Q Sauce 500g
가격 (baht)	89	179	89

출처 :Tesco Lotus (<http://shoponline.tescolotus.com>)

IV 태국 유통 정보

□ 유통 구조



□ 유통 채널

- 태국 소매 유통채널은 전통적 상점과 현대적 상점으로 구분. 전통적 상

점은 관리시스템이 갖추어지지 않은 상점으로서 체인이 없이 독립적으로 존재. 판매하는 제품은 주로 지역 주민들이 매일 사용하는 제품이며 가격 흥정도 가능

- 태국의 현대적 상점은 소비자 수요를 충족시키기 위하여 아래와 같은 7가지 형태로 존재

- 하이퍼마켓: Big C, Tesco Lotus
- 슈퍼마켓: Tops Supermarket, Home Fresh Mart
- 편의점: 7-eleven, Family Mart
- 회원제현금판매(cash and carry): Makro
- 카테고리 킬러(category killer): Powerbuy, Supersport, HomePro, Index Living Mall
- 전문점(specialty): Boots, Watson 's
- 백화점: Central, The Ma

□ 하이퍼마켓

- 도시 소비자들 가운데 90%가 일주일에 한 번 이상 하이퍼마켓을 이용
Tesco-Lotus와 Big C는 태국 전역으로 영업망을 늘리는 중
신선부터 가공식품까지 다양한 품목을 구비하고, 넓은 주차시설과 쇼핑공간을 제공해 소비자 만족도 높임



-
- 판매제품 : 다양한 신선 및 가공식품으로 중급 품질
 - 고객층 : 중류층 및 그 이하
 - 재고관리 : 30~45일
 - 판매가격 : 최대한 저렴한 가격으로 판매
 - 판매전략 : 회원카드 및 신용카드와 연계한 마일리지 적립, 공격적인 매장확대, 정기적인 할인행사
 - 매장크기 : 4,000~12,000Sqm(1,210~3,630평)
-

□ 프리미엄 슈퍼마켓

- 주로 고급 백화점 내에 위치해 소득이 높은 고객을 대상으로 프리미엄 제품만을 엄선하여 판매태국의 상류층을 공략하기 위해 수입되는 다양한 신선 및 가공식품들이 판매되고 있으며 한국식품의 주요 유통채널이 기도함



-
- 판매제품 : 다양한 신선 및 가공식품으로 프리미엄 고품질
 - 고객 층 : 상류층 및 중상류층
 - 재고관리 : 10~15일
 - 판매가격 : 최고품질에 맞게 고가격 판매(일반 하이퍼마켓의 1.5배 수준)
 - 판매전략 : 회원카드 및 신용카드와 연계한 마일리지 적립, 지속적인 고객관리, 정기적인 할인행사
 - 매장크기 : 3,000~4,000Sqm(908~1,210평)

□ 슈퍼마켓

- 주요 유통업체는 Central Food Retail, The Mall Group, Foodland, Villa Market, Max Valu, UFM Fuji로 방콕에 집중되어 있으며 가장 경쟁이 치열한 유통채널중류층과 중상류층을 목표로 현지 제품과 수입산 등 다양한 고품질 제품 판매



□ 미니 슈퍼마켓

- 일반 슈퍼마켓보다 규모가 작지만 24시간 운영을 하면서 편의점보다 다양한 제품을 고객에게 제공하고 있으며, 가격도 편의점보다는 저렴하게 판매



-
- 판매제품 : 다양한 신선 및 가공식품으로 고품질
 - 고객층 : 모든 소비자
 - 재고관리 : 10~15일
 - 판매가격 : 일반 하이퍼마켓의 1.2배 수준
 - 판매전략 : 회원카드 및 신용카드와 연계한 마일리지 적립, 정기적인 할인행사
 - 매장크기 : 2,000~3,000Sqm (605~908평)

□ 편의점

- 태국 전역에 약 11,000개의 편의점이 운영되고 있으며, 전체 편의점 매출의 53%를 7-Eleven이 차지



-
- 판매제품 다양한 가공식품
 - 고객층 모든 소비자
 - 재고관리 10~15일
 - 판매가격 슈퍼마켓 판매가격보다 높게 설정
 - 판매전략 공격적인 매장확대
 - 매장크기 16~100Sqm(5~30평)

□ 전통 시장

- 전통적 유통채널인 재래시장, 소규모 소매상점이 소매매출의 30% 차지
현대식 유통채널의 공격적인 매장 확대 등으로 인해 재래시장이나 소규모 소매상점을 찾는 소비자들이 점점 줄어들고 있지만 지금도 전체 소매매출의 약 30%를 차지방콕 등 대도시를 제외한 지역에서는 아직도 많은 태국인이 재래시장을 이용하고 있음



□ 직접 판매망

- 태국 직접 판매회사 협회(Thai Direct Sales Association)에는 23개의 직접 판매 회사가 등록 되어 있음. 등록된 직접 판매망을 통한 매출액은 20억 바트(4,900만 달러) 이며 이외에도 등록되지 않은 많은 직접 판매망을 합할 경우에는 훨씬 더 큰 액수가 직접 판매망을 통해 유통되고 있음
- 현재 추세로 볼 때 매년 10~20% 성장이 가능할 것으로 보임. 약 50만 명의 프리랜서가 직접 판매 회사에 종사하고 있음. 태국의 1997년 경제 위기 이후 일자리를 잃은 많은 사람들이 생계를 위해 직접 판매에 참여하고 있는 실정
- 이들은 주로 다단계 판매 기법을 활용하고 있으며, 직접 판매를 통해 판매되는 제품은 주로 사용 주기가 짧은 생필품 류로서 화장품이 전체 직접 판매 매출의 60%를 차지하고 있음
- 직접 판매 회사 중 대표적인 회사로는 Amway, Nu Skin등을 꼽을 수 있음. 이외에도 태국의 대기업인 Saha Group도 직접 판매 사업에 참여

Saha Direction International Co., Ltd를 설립 하였으며, 다국적 기업인 Unilever Thai Holding도 직접 판매 사업에 참여하였음

- 태국의 직접 판매 회사

- Amway (Thailand) Ltd.
- Avon Cosmetics (Thailand) Ltd.
- Base Five Intertrade Co., Ltd.
- Eastern Herb Co., Ltd.
- Essencially Yours Industry (Asia) Co., Ltd.
- Far East Publications Co., Ltd.
- Herbalife International (Thailand) Ltd.
- Household System Co.,Ltd.
- Kangzen-Kenko International Co., Ltd.
- Lux Royal (Thailand) Co.,Ltd.
- Marketing Media Associates Co., Ltd.
- Mary Kay (Thailand) Ltd.
- Matol Botanical (Thailand) Ltd.
- Nu Life International (Thailand) Ltd.
- Nu Skin Personal Care (Thailand) Ltd.
- Nutrimetics International (Thailand) Co., Ltd.
- Skyline Unity Co., Ltd.
- Sunrider Thailand Inc.
- Suprederm International Co., Ltd.
- Thai Pola Co.,Ltd.
- Tupperware (Thailand) Ltd.
- Unilife International Co., Ltd.
- Women's World Co., Ltd.

□ 홈쇼핑

- TV를 통한 홈쇼핑이 새로운 판매 수단으로 부상. 여러 TV 제작사들이 홈쇼핑 프로그램을 수입을 올리는 수단으로 활용. TV를 통한 판매는 물건을 정확하게 보여줄 수 있으며 소비자의 쇼핑할 시간을 줄여 주고

있음

- 특히 방콕과 같이 교통이 혼잡한 지역에선 시간을 절약하려는 소비자들에게 인기를 끌고 있음. 태국의 홈쇼핑 프로그램이 본격적으로 시작된 건 최근이지만 빠른 속도로 성장하고 있는 중임
- 홈쇼핑 프로그램은 두 가지 방법이 이용되고 있음 첫째는 TV방송국과 판매 회사가 협조를 하는 것으로 TV 방송국은 홈쇼핑 프로그램을 제작하고 판매 회사는 물건을 구매하여 공급하는 방법. 둘째는 판매 회사가 TV 방송국으로부터 방송 시간을 얻어 판매 회사가 직접 판매하는 방법. 일반적으로 두 번째의 방법이 더 많이 활용되고 있고, 현재 태국에는 10개의 TV 홈쇼핑 프로그램이 있으며, 우리나라와 같이 홈쇼핑 채널이 따로 있지는 않으나, CP등 일부 대기업에서는 우리나라와 같은 홈쇼핑 채널 투자를 추진 중인 것으로 알려져 있음. 홈쇼핑 시장은 연간 약 2.1억 달러 규모이며 매년 30%의 높은 성장률을 보이고 있음
- 한편 한국의 GS홈쇼핑은 태국 TRUE VISIONS와 계약을 맺어 2011년 태국 홈쇼핑 시장에 한국기업으로는 최초로 진출. TRUE VISION과 계약을 맺어 진출하는 GS 홈쇼핑의 등록자본금은 240백만 바트(8백만 달러)로서 지분율 구조는TRUE VISION 45%, GS 홈쇼핑 35%, The Mall Group 10%, CP All 10%임. GS 홈쇼핑은 2012년 매출액을 800백만 바트(26 백만 달러)로 예상하고 있으며 3년 후에는 업계 1위인 TV Direct의 시장점유율을 추월할 것을 목표로 삼고 있음.
- 홈쇼핑 프로그램을 통해 판매되는 제품은 운동기구, 가전용품, 기타 장신구 등이고, 주요 판매 대상 계층은 TV를 많이 시청하는 25~44세의 주부.

□ 태국 주요 홈쇼핑 업체 정보

- TV Direct Co., Ltd.
주소: 100/15-16 12A Floor, Vongvanij Bldg,9 Rd, Huaykwang, Bangkok
Tel: (662) 347-0099

Fax: N/A

URL: www.tvdirect2u.com

- Netch Marketing Co., Ltd.

주소: 1 Glas Haus Bldg., 9th Fl., Room No. 901/3, Soi
Sukhumvit 25,

Sukhumvit Road, Klongtoey Nua, Wattana, Bangkok 10110

Tel: (662) 661-7900

Fax: (662) 661-7887

URL: www.shoppingathome.net

- Mitr Pattana Home Shopping Co., Ltd.

주소: 747/140-1 Soi Wat Chan Nai, Sathu Pradit Road, Bang
Pong Pang, Yan Nawa, Bangkok 10120

Tel: (662) 296-9933

Fax: (662) 683-5924

URL: www.sahashop.com

V 태국 통관 정보

1. 관세율

코드명	품명		기본세율
	한글	원문	
2103	양념과 그를 위한 조제품 ; 혼합 조미료 ; 겨자의 분과 조분과 조제된 겨자.	Sauces and preparations therefor; mixed condiments and mixed seasoning; mustard flour and meal and prepared mustard.	-
2103.10.00	간장	Soya sauce	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.20.00	토마토 케찹과 기타 토마토의 소스	Tomato ketchup and other tomato sauces	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.30.00	겨자의 분·조분과 조제한 겨자	Mustard flour and meal and prepared mustard	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.90	기타	Other:	-
2103.90.10	칠리 소스	Chili sauce	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.90.30	생선 소스	Fish sauce	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.90.40	belachan (blachan)를 포함하는 기타 혼합 조미료	Other mixed condiments and mixed seasonings, including belachan (blachan)	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)
2103.90.90	기타	Other	한·아세안 협정세율으로 면제(Exempted)

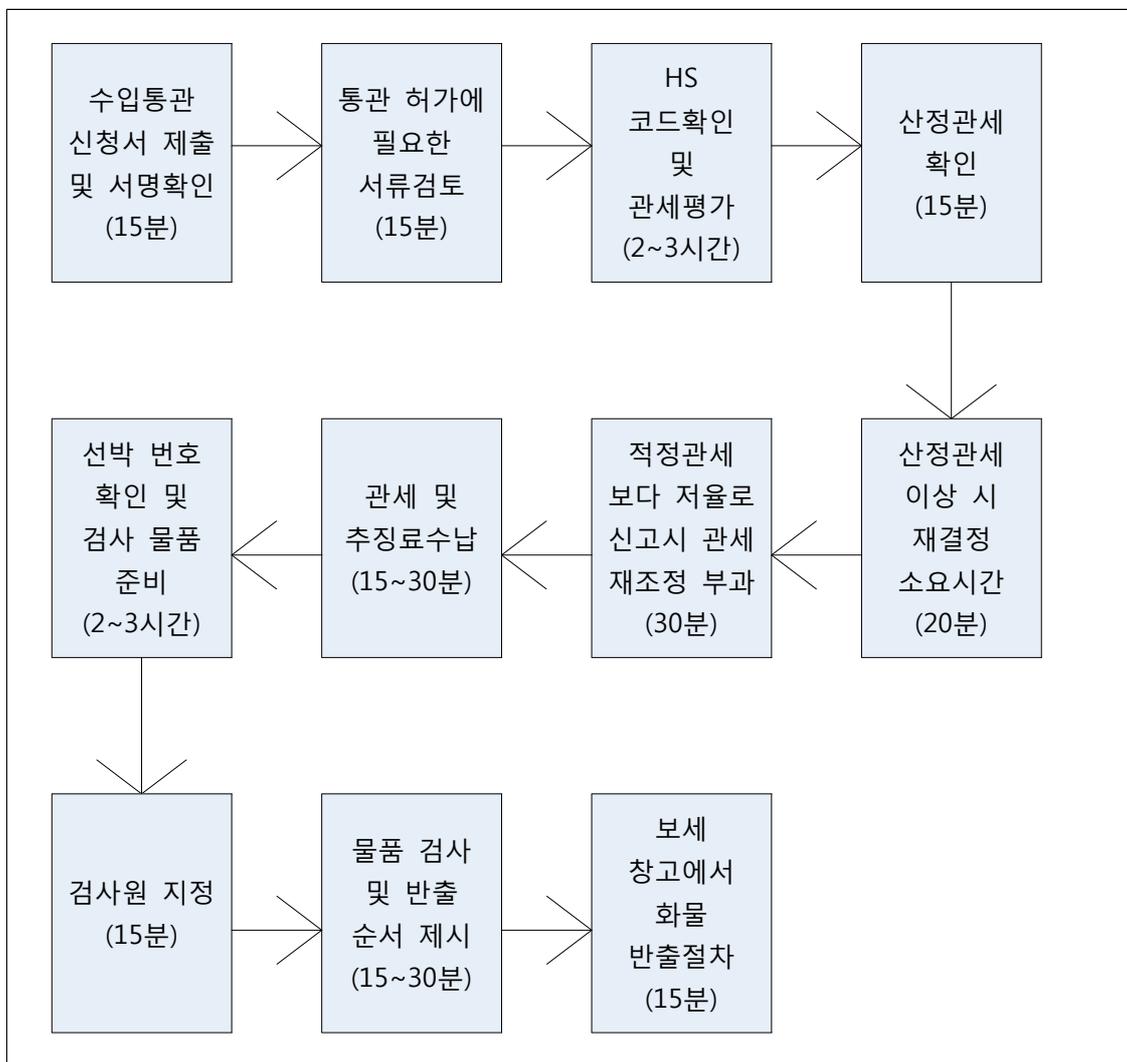
출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

2. 통관 절차

□ 통관

- 통관 절차는 수입 통관 신청서 제출에서 시작하여 보세 창고로부터의 화물 반출로 종료되며, 통관 절차 별 소요시간은 다음과 같음. (아래 시간은 기술적인 소요 시간으로서 실제 통관 과정에서 소요되는 시간은 1~2일 가량임)

< 통관절차 및 소요시간 >



- 수입업자는 수입 물품 통관을 위해 수입통관신청서(DECLARATION OF IMPORT ENTRY)를 4부 작성해 수입 관련 서류와 함께 관할 세관에 제출해야 함. 수입 통관 신청서는 카본 용지를 사용하여 작성해야

하는데 기재될 사항은 다음과 같음

- 선박의 이름, 도착일자, 도착 예정 항구
- 수입자의 상호 및 주소
- 수입 물품의 종류, 수량, 가격, 포장 상태 및 원산지 등
- 관세율, 관세 및 사업세, 도시세 등의 금액
- 외환통제사항(필요 시)
- 기타 관련 서류
- CUSTOMS DELIVERY ORDER NO.35
- BILL OF LADING
- INVOICE AND PACKING LIST
- EXCHANGE CONTROL FORM 21
- PERMISSION OR CERTIFICATE OF SPECIFIC IMPORTATION (필요 시)
- CERTIFICATE OF ORIGIN(필요 시)
- CATALOG OR OTHER DOCUMENTS (필요 시)

- 수입 물품에 대해 관세 및 관련 제세가 통보되면 수입업자는 검사 물품을 준비하고 지정된 검사 원이 샘플 검사를 함. 검사는 수입 신고서 등 서류와 실제 물품의 일치 여부 검사와 수입 금지 품목의 수입 여부 등을 검사하는 것으로 구분. 신고 제품의 적하 목록과 수입품의 불일치 등 하자가 발생하였을 경우에는 벌금 등의 제재 조치

- 수입 물품 샘플링 검사 수
- 수량이 10개 이하인 경우: 1개
- 수량이 50개 이하인 경우: 2개
- 수량이 100개 이하인 경우: 3개
- 수량이 500개 이하인 경우: 4개
- 수량이 1,000개 이하인 경우: 5개
- 수량이 1,000개 이상인 경우: 5개

□ 수입품 통관시 애로사항

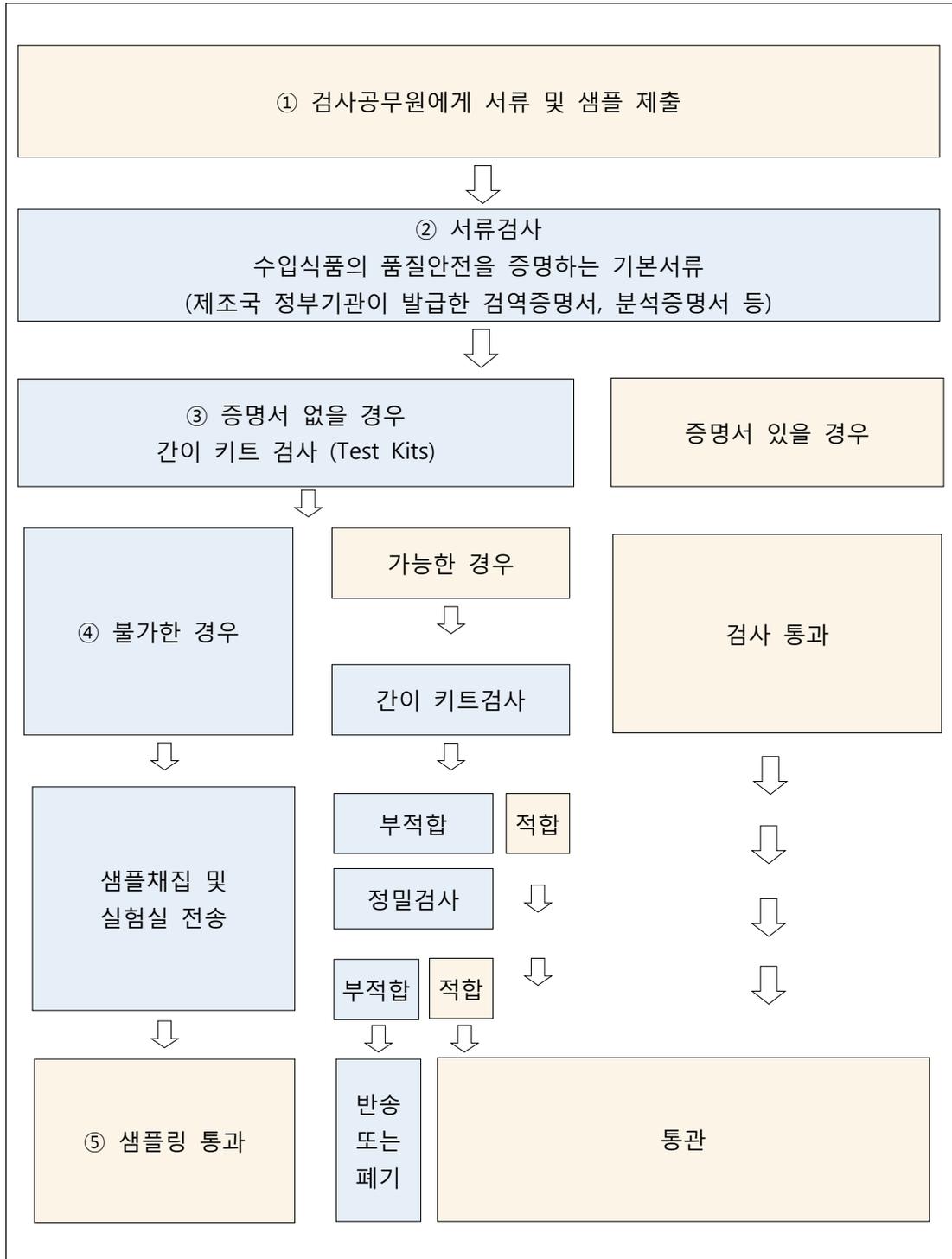
- 국내업체가 해외로부터 제품을 태국으로 수입시 제품의 HS CODE를 정확히 파악하기 곤란한 경우가 있음

-
- 이는 동일한 제품이라도 그 용도에 따라서 HS CODE 분류가 달라지기 때문. 이러한 경우 수입업체에서는 당연히 관세가 적은 HS CODE로 제품을 분류하여 통관을 시키려고 하지만 태국 관세청에서는 추후에 임의로 HS CODE를 판정한 후 수입업체가 탈세의 목적으로 HS CODE를 잘못 분류하였다는 명목으로 벌금을 부과하는 경우가 자주 발생하므로 불필요하게 벌금을 무는 사태를 방지하기 위하여 사전에 태국 관세청 담당자에게 HS CODE 확인서를 받아두는 것이 필요

VI 태국 검역 정보

□ 수입식품 검사절차

< 수입식품 검사절차 >



□ 제출서류

- 검사공무원은 세관공무원으로부터 수입관련서류, 샘플, 라벨 등의 자료를 전달 받아 서류를 재검토 함
 - 수입신고서, 수입허가증(FDA)
 - 식품분류에 따라 식품등록(Food Registration)허가서(라벨허가포함) 또는 식품기록 증명서(Food Record Declaration), 제조시설 인증서, 식품성분 증명서를 제출함
 - 식품샘플과 라벨
 - 보건부 관보 제193호의 목록에 있는 식품(50개의 특별관리, 품질기준, 라벨부착식품)은 GMP와 ISO인증 서류 필요
 - 기타 성분 확인서

□ 라벨링

- 식품표시(labeling)와 관련된 규정은 보건부 관보에 게시되며, 특별관리식품의 라벨은 미리 태국식약청(FDA)의 승인을 받아야 하고, 그 외 식품은 관보 제194호에 따른 라벨을 수입자 혹은 제조자가 준비해야 함
- 식품등록허가를 받을 때 라벨승인 신청을 태국식약청(FDA)에 제출하고, 적정하면 식품등록허가와 함께 라벨승인이 결정되므로, 각 식품규정에 따라 표준라벨을 준비해서 승인신청을 해야 함

□ 표준라벨

- 특별관리식품, 표준식품, 라벨부착지정상품이 해당
- 표시언어 : 태국어를 사용해야 함
- 의무표시사항 : 식품명, 식품일련번호(Food Serial Number), 수입자명과 주소, 제조국가, 식품의 함량 (밀폐용기의 경우 고품량-Drained Weight), 주요성분목록, 보존료, 색소, 조미료, 감미료, 향신료, 제조일자, 유통기한
- 추가표시사항 : 보관, 조리방법, 특수집단을 위한 섭취방법, 식약청 규

정내용

□ 표준라벨 부착이 필요 없는 식품

- 표시언어 : 태국어를 사용해야 하며, 영어로 병행표시 할 수 있음
- 의무표시사항 : 식품명과 식품의 종류, 식품일련번호, 식품의 함량, 수입업체명과 주소, 제조국가

VII 태국 바이어 정보

※ 최종 바이어 리스트 및 컨택 내역은 별도 엑셀 파일(바이어 상담내역)로 첨부하였습니다.

중간보고서에 기재된 바이어 리스트와 동일하지 않은 이유는 유효성 검증 작업 등을 진행하면서 축소/변경/추가되었기 때문입니다.

※ 참고자료

- 농업청 : <http://www.moac.go.th/>
- 식품 의약청 : <http://www.fda.moph.go.th/>
- 상무부(Ministry of Commerce) : <http://www.moc.go.th/>
- 외무부(Ministry of Foreign Affairs) : <http://www.mfa.go.th/>
- 투자청(Board of Investment) : <http://www.boi.go.th/>
- 재무부(Ministry of Finance) : <http://www.mof.go.th/>
- 관세청(Customs Department) : <http://www.customs.go.th/>
- BIC C : <http://shoppingonline.bigc.co.th/>
- Tesco Lotus : <http://shoponline.tescolotus.com>