

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-04  
품목 | 효소가공품(Enzyme Processed Product)  
HS CODE | 3507.90-9000  
국가 | 태국(Thailand)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 태국 소화 및 장 치료제 시장규모	06
2. 태국 소화 및 장 치료제 온·오프라인 시장 점유율	07
3. 태국 효소가공품 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. '코엔자임Q10' 및 '캡슐' 제형 제품 다수	11
2. 현지 브랜드와 글로벌 브랜드 모두 인기	12
3. '곡물' 및 '과일' 맛 제품 다수 확인	13
4. 효능과 인증을 강조하는 홍보문구	14

#### IV. 유통채널

---

1. 태국 효소가공품 유통채널 점유율	16
2. 태국 효소가공품 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 태국 효소가공품 통관 및 검역 절차	30
2. 태국 효소가공품 품질 인증	35
3. 태국 효소가공품 라벨링	43
4. 태국 효소가공품 성분 및 유해물질	49

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 드래곤플라이샵(Dragonfly Shop)	54
2. 미야스파크림(Miya Spa Cream)	56
3. 헬스허브2009(Health Herb 2009)	58

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	61
※ 참고문헌	63

# 태국 효소가공품 시장

## 시장 현황

### 소화 및 장 치료제 시장규모

단위: 백만 달러



### 소화 및 장 치료제 온라인 점유율

단위: %



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 3507.90 기준)

단위: 천 달러



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석

#### 코엔자임Q10

캡슐, 가루, 경쟁제품, 락타아제 효소, 정제, 아밀라아제 효소

#### 제누푸드

피지피, 오나튜헬, 경쟁브랜드, 비스트라, 지엠, 피에이에이

#### 곡물

파파야, 포도, 파인애플, 사과, 맛, 크랜베리

#### 소화 개선

체질 개선, 장 건강, 홍보문구, 비타민 흡수, 영양분 흡수, 건강 회복

\* 라자다 태국 효소가공품 422건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정 관세율 0%  
원산지증명서 必

**사전 준비**  
사전 수입허가서 발급 必  
태국 보건부에 식품 생산 안전 인증서 제출 必

### 권장 인증



### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
태국어 표기 必  
제품명, 식품 일련번호, 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소, 순중량, 성분, 식품첨가물 알레르기 정보, 인공 조미료, 유통기한 표기 필요

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

고객사 제품 수요 태국에서 소화 기능 향상을 위한 건강기능식품으로는 프로바이오틱스가 주로 소비되며, 효소가공품은 다이어트 및 미용 목적으로 소비됨  
고객사 제품 타겟층 디톡스 효능에 관심을 보일 수 있는 여성 직장인 소비층 및 소화 기능 향상을 위해 건강기능식품을 소비하는 중장년층을 추천함  
고객사 제품 적정 유통채널 오프라인 유통채널로는 백화점 및 드럭스토어가 추천되며, 최근 오프라인 채널 판매 저하로 온라인 채널 우선 진출을 추천함

### Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 소비자가격은 태국 시장에서 일반적인 가격대이며, 수입산 제품임을 고려했을 때는 저렴한 가격대임  
고객사 제품 포장 피드백 플라스틱 스틱 포장의 경우 태국에서 일반적인 건강기능식품 포장 형태이며, 소비자 편의성이 고려된 좋은 포장 방식임  
고객사 제품 홍보문구 피드백 태국어로 된 라벨 및 제품 보증 관련 홍보문구를 추가해 제품 신뢰도를 높이는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 태국 소화 및 장 치료제 시장규모
2. 태국 소화 및 장 치료제 온·오프라인 시장 점유율
3. 태국 효소가공품 수입규모

## 1. 태국 소화 및 장 치료제 시장규모

### 태국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	51만 3,000km <sup>2</sup>
인구	7,008만 명
GDP	5,361억 달러
GDP (1인당)	7,651달러

### ▶ 태국 소화 및 장 치료제 시장규모 1,574.4억 원, 연평균 1.1% 성장

2022년 기준 태국 소화 및 장 치료제 시장규모는 1,574.4억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균 성장률은 1.1%로 나타남. 한편 2022년 기준 한국의 소화 및 장 치료제 시장규모는 5,046.8억 원으로, 태국 시장의 3.2배 규모이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균 성장률은 1.6%로 태국보다 성장세가 높은 것이 확인되었음

### ▶ 태국 소화 및 장 치료제 시장규모, 향후 5년간 1.4%씩 성장 예상

태국 소화 및 장 치료제 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.4%씩 성장하여 2027년 1,694.2억 원을 기록할 것으로 예상됨. 한편 태국 의약품 시장은 동남아시아 국가 중 인도네시아에 이어 두 번째로 규모가 큰 시장이며 수출 대비 수입 의존도가 높은 것으로 조사됨<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 태국 소화 및 장 치료제 시장규모<sup>4)5)6)</sup>



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 ‘효소가공품’은 발효 효소 분말이 첨가되어 음식물의 소화를 돕는 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 ‘소화 및 장 치료제’의 시장규모를 조사함

3) 자료: 약업신문, ‘일동제약 ‘동남아 2대 제약시장 태국 진출’ 성공사례 주목’, 2021.11

4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Digestives & Intestinal Remedies Thailand」, 2022.07

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 태국 소화 및 장 치료제 온·오프라인 시장 점유율

### ▶ 태국 소화 및 장 치료제 온라인 시장, 최근 5년간 86.1% 성장

2022년 기준 태국 효소가공품을 포함한 소화 및 장 치료제의 온라인 시장 점유율은 35.9%이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 86.1%를 보이며 비약적인 성장세를 기록함. 오프라인 시장의 경우 2018년 97.0%의 높은 점유율을 보였으나, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 9.8%씩 감소함. 한편 2022년 기준 한국 소화 및 장 치료제의 온라인 시장 점유율은 39.4%로 태국과 유사한 편이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 10.2% 성장한 것으로 나타남

### ▶ 태국 소화 및 장 치료제 온라인 시장, 향후 5년간 5.0%씩 성장 예상

태국 소화 및 장 치료제 온라인 시장 점유율은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.0%씩 성장하여 2027년 전체 판매 시장의 42.2%를 점유할 것으로 예상됨. 같은 기간 한국 소화 및 장 치료제 온라인 시장 점유율은 연평균 0.9%씩 감소하여 2027년 35.7%의 점유율을 기록할 것으로 전망됨

[표 2.2] 태국 소화 및 장 치료제 온·오프라인 시장 점유율<sup>8)</sup>

단위 : %



자료: 스탯시타(Statista)

8) 자료: 스탯시타(Statista), 「Digestives & Intestinal Remedies Thailand」, 2022.07

### 3. 태국 효소가공품 수입규모

#### 효소가공품 HS CODE

해당 장에서 효소가공품은 HS CODE 3507.90으로 분류. HS CODE 제3507호의 품명은 효소와 따로 분류되지 않은 조제 효소, HS CODE 3507.90-9000의 품명은 기타로 확인

#### ▶ 2018-22년 태국 對글로벌 품목 연평균 성장률 2.2%

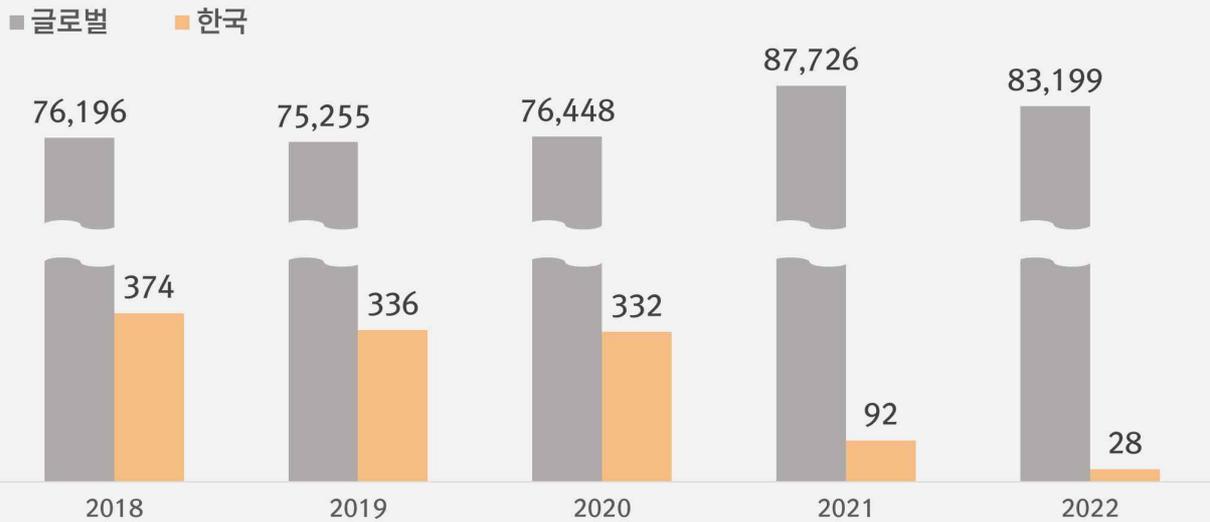
태국 HS CODE 2101.20 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 2.2%를 보였으며, 2022년에는 1,059.8억 원의 수입액을 기록함. 태국 對글로벌 수입액은 2018년부터 2022년까지 성장과 감소를 반복하고 있으며, 2022년에는 전년 대비 5.2% 감소한 것으로 나타남

#### ▶ 태국 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 0.03%로 18위 기록

최근 5년(2018-22년)간 태국 對한국 평균 수입액은 3.0억 원이며 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 -47.7%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 0.4억 원, 수입액 점유율 0.03%로 태국 對글로벌 수입액 점유율 18위를 기록함. 한편, 2022년 기준 태국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 덴마크(316.7억 원, 29.9%), 2위는 중국(183.4억 원, 17.3%), 3위는 핀란드(125.1억 원, 11.8%)으로 나타남

[표 2.3] 태국 HS CODE 3507.90 수입규모<sup>9)</sup>

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
태국 對글로벌 수입액	76,196	75,255	76,448	87,726	83,199	2.2%
(한화추정액)	(970.6억 원)	(958.6억 원)	(973.8억 원)	(1,117.5억 원)	(1,059.8억 원)	
태국 對한국 수입액	374	336	332	92	28	-47.7%
(한화추정액)	(4.8억 원)	(4.3억 원)	(4.2억 원)	(1.2억 원)	(0.4억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## III 시장트렌드



1. '코엔자임Q10' 및 '캡슐' 제형 제품 다수
2. 현지 브랜드와 글로벌 브랜드 모두 인기
3. '곡물' 및 '과일' 맛 제품 다수 확인
4. 효능과 인증을 강조하는 홍보문구

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 태국 온라인매장 입점 효소가공품

- 데이터 수집 키워드 : 효소가공품(อาหารเสริม)
- 데이터 수집량 : 422건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인쇼핑몰 라자다 태국(Lazada Thailand)

### ▶ 태국 온라인매장 입점 효소가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/태국어 · 영어)		빈도	키워드 (국문/태국어 · 영어)		빈도
경쟁제품	코엔자임Q10	Coenzyme Q10	105	프로바이오틱스	Probiotics	11
	캡슐	แคปซูล	80	가루	Powder	8
	아밀라아제 효소	Amylase	32	젤리	Jelly	7
	락타아제 효소	Lactase	30	프리바이오틱스	Prebiotics	3
	정제	แท็บเล็ต	21	단백질 분해 효소	Proteolytic	2
	단백질 보충제	Protein	15	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	제누푸드	Genufood	120	지엠	Zyem	18
	피지피	PGP	66	오나투헬	Au Naturel	15
	비스트라	Vistra	38	블랙모어스	Blackmores	10
	피에이에이	PAA	20	더네이처	The Nature	9
맛	곡물	ธัญพืช	78	민트	Mint	2
	파인애플	สับปะรด	15	페퍼민트	Peppermint	2
	파파야	Papaya	12	코코넛	Coconut	2
	사과	Apple	7	오트밀	โอ๊ต	2
	크랜베리	Cranberry	7	체리	Cherry	1
	토마토	มะเขือเทศ	4	생강	Ginger	1
	초콜릿	Chocolate	3	녹두	Mumg Bean	1
	포도	Grape	2	팥	Red Bean	1
홍보문구	소화 개선	ย่อย, ไม่ย่อย	128	장 건강	ลำไส้	35
	체질 개선	ร่างกาย	91	숙면 유도	นอน	35
	비타민 흡수	วิตามิน	61	혈액 순환	โลหิต	32
	건강 회복	สุขภาพ	58	글루텐프리	Gluten Free	19
	영양분 흡수	สารอาหาร	50	아미노산	กรดอะมิโน	19
	알레르기 해결	ภูมิแพ้	49	비건	Vegan	17
	세포 강화	เซลล์	44	Non-GMO	Non-GMO	17
	염증 감소	อักเสบ	36	(-)	(-)	(-)

## 1. '코엔자임Q10' 및 '캡슐' 제형 제품 다수

### ▶ '코엔자임Q10' 태국서 인기 많은 영양제

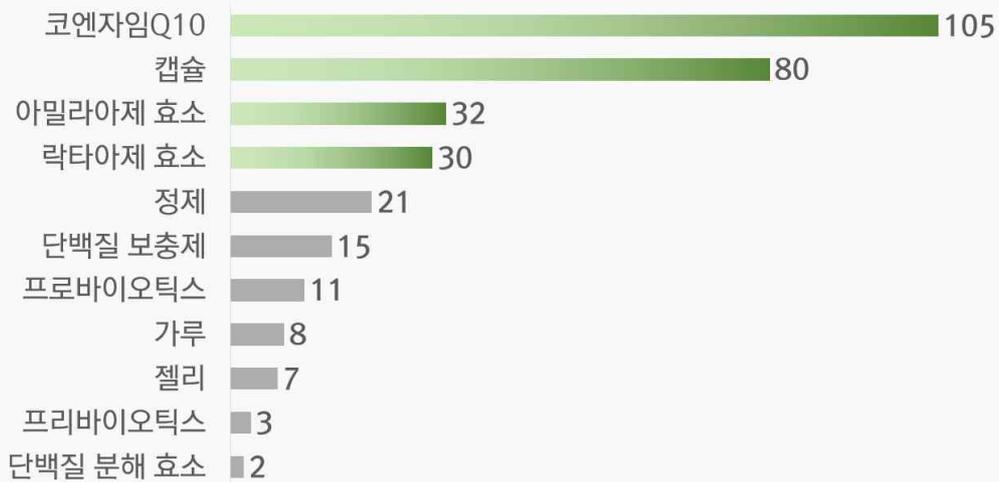
- 태국 효소가공품 관련 경쟁제품 분석 결과 '코엔자임Q10' 키워드가 105건으로 가장 많이 도출
- 소화에 도움이 되는 '아밀라아제 효소' 및 '락타아제 효소' 키워드 빈출

### ▶ '캡슐' 제형의 경쟁제품 다수 도출

- 태국 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 효소가공품의 경우 '캡슐' 제형이 대부분인 것으로 확인되었으며 관련 키워드 80건 도출
- 캡슐 제형에 이어 '정제' 제형 관련 키워드가 21건으로 빈출
- 그 밖에 물에 타 먹는 '가루' 제형 관련 키워드 8건, '젤리' 제형 관련 키워드 7건 도출

코엔자임Q10		락타아제효소		캡슐	
					
제품명	코엔자임Q10 (Q10 โคเอ็นเอ็ม1000)	제품명	센심츄이익신음 (เอ็นเอ็ม1000 ซันซิมชูเอียคชินยม)	제품명	ดีเจสทีบะอีไซ엔셜เอ็นเอ็มโฟมูล러 (Digest Basic Essential Enzyme Formula)
브랜드	파마트론 (Pharmatron)	브랜드	네이처웨이 (Nature's Way)	브랜드	엔자ิเม디카 (Enzymedica)
용량	30캡슐*2통	용량	100캡슐*1통	용량	90캡슐*1통
가격	199바트(7,399원 <sup>10)</sup> )	가격	789바트(29,335원)	가격	1,245바트(46,289원)

[표 3.1] 태국 판매 효소가공품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '효소가공품' 관련 게시물 422건 분석

10) 1바트=37.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 현지 브랜드와 글로벌 브랜드 모두 인기

### ▶ 경쟁브랜드로 미국 브랜드인 ‘제누푸드’ 관련 키워드 최빈출

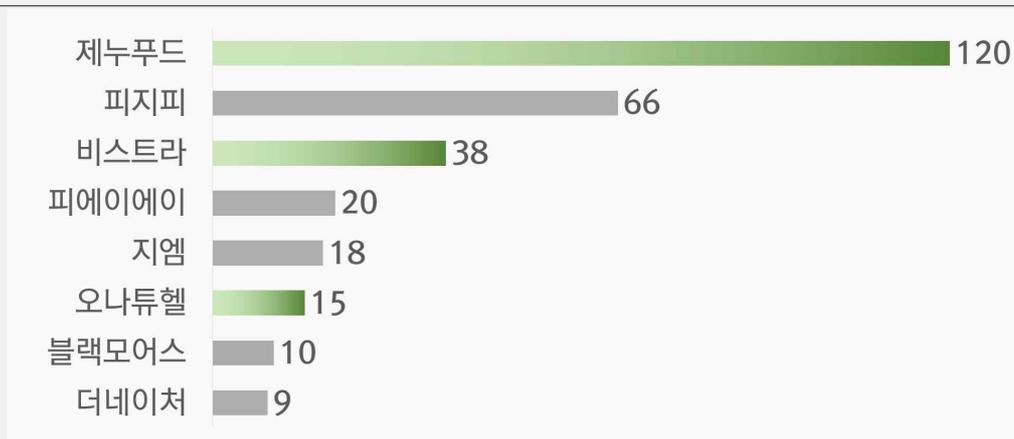
- 효소가공품 경쟁브랜드로 가루형 제품 브랜드인 ‘제누푸드’ 관련 키워드가 120건으로 최빈출
- 뒤이어 기능성 식품 제조 브랜드인 ‘피지피’가 관련 키워드가 66건 도출되었으며, 가루형 제품을 판매 중인 것으로 확인
- ‘제누푸드’ 및 ‘피지피’ 모두 미국 브랜드인 것으로 조사
- 그 밖에 ‘오나튜헬’과 ‘블랙모어스’ 등 글로벌 브랜드 관련 키워드 빈출

### ▶ 태국 현지 경쟁브랜드 ‘비스트라’ 관련 키워드도 빈출

- 태국 현지 경쟁브랜드인 ‘비스트라’ 관련 키워드 38건으로 빈출
- ‘비스트라’는 코엔자임Q10 제품을 주력으로 판매하고 있는 것으로 확인

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	엔자임테라피 (เอ็นไอเอ็มที) (เอ็นไอเอ็มที)	제품명	Q10코엔자임 (Q10 Coenzyme)	제품명	코엔자임Q10 30mg (Coenzyme Q10 30mg)
브랜드	제누푸드 (Genufood)	브랜드	오나튜헬 (Au Naturel)	브랜드	비스트라 (Vistra)
용량	60포	용량	30장*1통	용량	30장*1통
가격	2,489바트(92,541원)	가격	199바트(7,399원)	가격	177바트(6,581원)

[표 3.2] 태국 판매 효소가공품 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '효소가공품' 관련 게시물 422건 분석

### 3. '곡물' 및 '과일' 맛 제품 다수 확인

▶ 맛 분석 결과 '곡물' 관련 키워드 빈출

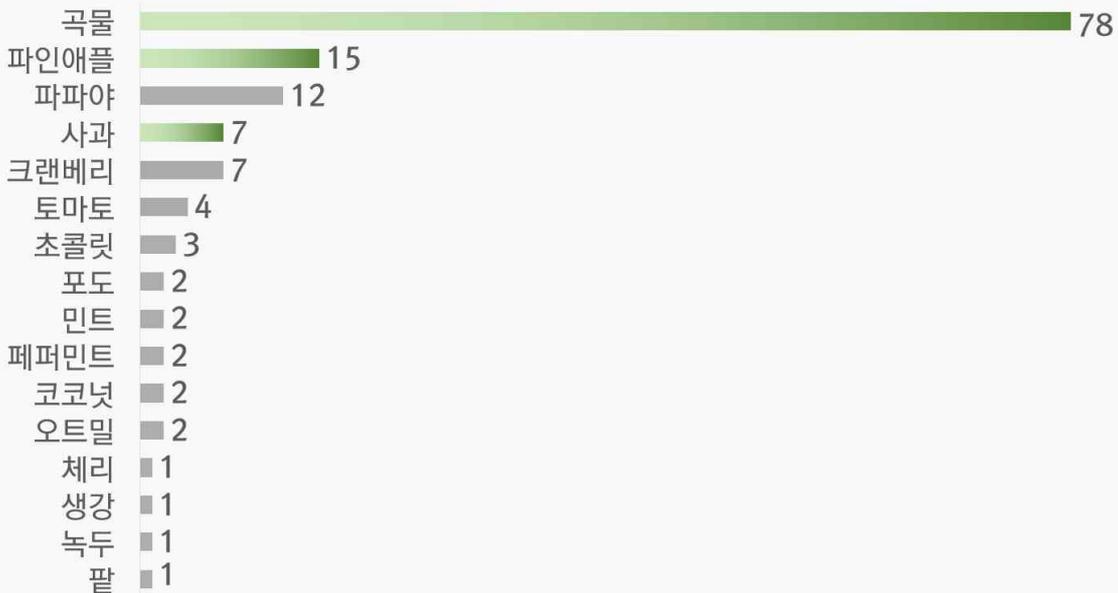
- 맛 관련 키워드 분석 결과 '곡물' 관련 키워드가 78건으로 빈출됨
- 실제 데이터 확인 결과, 곡물에는 쌀과オート밀, 녹두, 팥 등이 포함되는 것으로 확인되었음

▶ '파인애플'과 '사과' 등 과일 관련 키워드도 확인

- 현지에서 판매 중인 효소가공품 맛 관련 키워드에는 '파인애플'과 '사과' 등 과일과 관련된 키워드가 각각 15, 7건 도출됨
- 그 외에도 '포도'와 '토마토' 등의 키워드도 확인됨
- 과일 성분으로 만들어진 효소 제품도 확인됨

곡물		파인애플		사과	
					
제품명	피지파골드앤센심타이푸치 (PGP Gold N เอนไซม์ ชนิดผง)	제품명	다이제스터웨이 (Digestaway)	제품명	데일리다이제스티브엔자임 (Daily Digestive Enzymes)
브랜드	피지피 (PGP)	브랜드	솔라레이 (Solaray)	브랜드	젠와이즈 (Zenwise)
용량	250g*2통	용량	90장*1통	용량	100장*1통
가격	880바트(32,718원)	가격	690바트(25,654원)	가격	1,798바트(66,850원)

[표 3.3] 태국 판매 효소가공품 맛 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '효소가공품' 관련 게시물 422건 분석

## 4. 효능과 인증을 강조하는 홍보문구

### ▶ ‘소화 개선’, ‘체질 개선’ 등 효능 강조

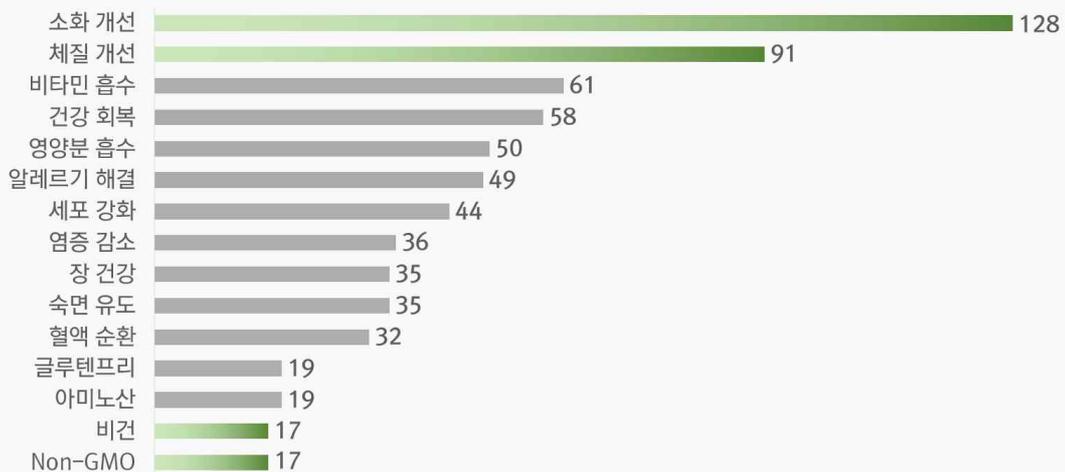
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘소화 개선’ 관련 키워드 128건, ‘체질 개선’ 키워드 91건으로 빈출
- 그 외 ‘건강회복’과 ‘영양분 흡수’, ‘알레르기 해결’ 등 건강 측면의 효능을 강조하는 키워드 다수 확인
- 특히, 소화, 장 기능 등 위장계통 효능에 대한 키워드가 빈출

### ▶ ‘비건’과 ‘Non-GMO’ 등의 인증을 강조하기도

- 태국은 국민의 95%가 불교 신자로, 이런 종교의 영향으로 채식주의자 수가 많아 비건 식품 판매량이 높은 편<sup>11)</sup>
- 이에 따라 영양제에도 ‘비건’ 인증 관련된 홍보문구가 다수 확인
- 그 외 ‘Non-GMO’ 인증 관련 키워드도 17건 도출

소화 개선		체질 개선		비건, Non-GMO	
					
제품명	자임 (Zyem)	제품명	큐소르브코큐텐 (Q-SORB Co Q-10)	제품명	프로테올리틱엔자임 (Proteolytic Enzymes)
브랜드	자임 (Zyem)	브랜드	퓨리탄스프라이드 (Puritan's Pride)	브랜드	닥터스베스트 (Doctor's BEST)
용량	30포*1팩	용량	30장*1통	용량	90장*1통
가격	900바트(33,462원)	가격	319바트(11,860원)	가격	1,490바트(55,398원)

[표 3.4] 태국 판매 효소가공품 홍보문구 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘효소가공품’ 관련 게시물 422건 분석

11) 자료: 식품음료신문, 태국, 비건 식품 연 10% 고성장...기업 참여 열기 뜨거워, 2022.03.11

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



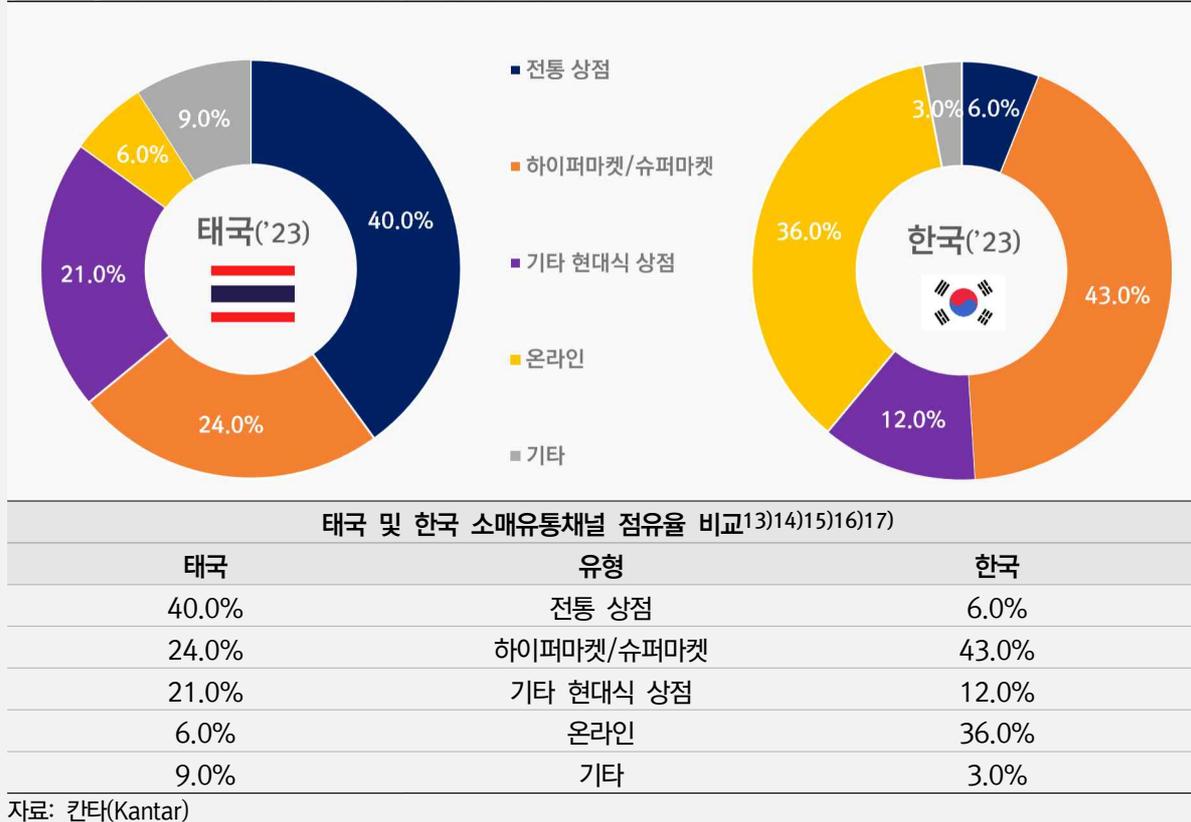
1. 태국 효소가공품 유통채널 점유율
2. 태국 효소가공품 주요 유통채널

## 1. 태국 효소가공품 유통채널 점유율

### ▶ 태국 효소가공품 유통채널, '전통 상점'이 1위 기록

2023년 1분기 기준, 태국 효소가공품을 포함한 일용소비재(FMCG)<sup>12)</sup> 유통채널 중 '전통 상점'은 40.0%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국의 경우 6.0%로 점유율이 낮은 것을 확인하였음. 태국 2위 유통채널은 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'으로 24.0%의 점유율을 차지한 반면, 한국의 경우 43.0% 점유율로 가장 높은 점유율을 보였음. 한편 태국의 '온라인' 유통채널 점유율은 6.0%로 다른 유통채널보다 낮은 점유율을 기록하였으며, 한국의 경우 36.0%로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'에 이어 2번째로 높은 점유율을 보였음. 태국이 한국보다 점유율이 높게 나타난 유통채널은 '편의점', '미니 마트', '드럭스토어' 등을 포함한 '기타 현대식 상점'으로, 태국은 21.0%, 한국은 12.0%의 점유율을 보임. 이를 통해 태국에서는 전반적으로 '전통 상점' 및 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 보편적인 것이 확인되었으며, '온라인' 채널은 한국과 비교했을 때 영향력이 미미한 것으로 나타남

[표 4.1] 태국 효소가공품 소매유통채널 점유율



12) 일용소비재(FMCG)는 소비의 속도가 빠른 비내구성 소비재를 의미하며 음식, 음료수, 담배, 의약품 등을 포함함

13) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

14) '효소가공품'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 두 국가 모두 '일용소비재'의 유통채널 정보를 확인함

15) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

16) '현대식 상점'에는 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

17) '전통 상점'에는 전통 시장, 개인 및 기타 식료품점을 포함함

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ① 빅씨

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('22): 153개</li> <li>직원 수('22): 1,370명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1994년 방콕에서 설립된 현지 유통 업체로, 베트남, 라오스 등에서도 운영</li> <li>빅씨는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점으로 기본, 엑스트라(Extra), 푸드플레이스(Food Place), 마켓(Market), 미니(Mini) 등 다양한 형태의 매장을 운영 중</li> <li>빅씨 타운센터를 운영하여 매장 내 실내외 공간 임대 사업을 실시함</li> <li>인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통해 매달 빅씨 프로모션 공지 및 할인 상품 정보 제공</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 가공식품, 음료, 주류, 건강기능식품, 화장품, 유아용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락을 통한 직접 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적인 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명, 크기 및 용량, 소매가, 견적서)</li> <li>③ 참고 자료 (제품 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-146-5959 (본사), +66-2-655-0666</li> <li>- 팩스: +66-2-650-0666</li> <li>- 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 빅씨(BigC)

사진자료: 빅씨(BigC), 구글맵(Google Maps)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ② 탑스

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.tops.co.th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('22)		• 2,362억 4,500만 바트(8조 7,836억 원 <sup>18)</sup> ) <sup>19)</sup>
		기타 규모		• 매장 수('22): 약 120개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1996년 설립된 슈퍼마켓 업체</li> <li>• 센트럴 리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 슈퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>• 오프라인과 온라인 모두 운영 중</li> <li>• 온라인몰 홈페이지 내 뉴스레터 구독 시, 할인 제공</li> <li>• 매달 할인 프로모션 진행</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 위생용품, 주류, 조미료 등		
	선호 제품	• 유기농 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행 (www.tops.co.th/en/contact)</li> <li>- 홈페이지 내 문의사항 기입</li> <li>- 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록 절차 진행</li> </ul> </li> <li>- 등록 시 필요한 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사 이름, 담당자 이름, 주소, 연락처, 국적, 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-831-7300, +66-2-660-1000 (본사)</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 탑스(Tops)

사진자료: 탑스(Tops), 구글맵(Google Maps)

18) 1바트=37.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 모기업인 센트럴리테일(Central Retail)의 2022년 통합 매출액임

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ③ 푸드랜드

기업 기본 정보	기업명	푸드랜드(Foodland)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.foodland.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 23개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1972년 솜삭테라파타나쿨(Somsak Teraphatanakul)에 의해 설립된 슈퍼마켓 체인임</li> <li>• 일부 오프라인 매장은 24시간 운영함</li> <li>• 온라인 몰 17시 이전 주문 시 익일 배송 가능</li> <li>• '푸드랜드 365 리워드' 애플리케이션을 통해 회원가로 적립 가능</li> <li>• 매달 푸드랜드에서 추천하는 베스트 상품을 소개</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 육류, 과일류, 해물류, 스낵류, 베이커리류 등	
	선호 제품	• 신선식품, 육류, 해물류	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-530-0220(0222)</li> <li>- 이메일: CRM@foodland24hours.com</li> <li>- 팩스: +66-2-539-0837</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 푸드랜드(Foodland), 스태티스타(Statista)

사진자료: 푸드랜드(Foodland), 방콕포스트(Bangkok Post), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ④ 부츠

기업 기본 정보	기업명	부츠(Boots)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	store.boots.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 293개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1849년 영국에서 설립된 글로벌 드럭스토어 체인으로 1997년 태국 진출</li> <li>• 영국, 태국 포함 9개국에서 약 2,200개 매장 운영 중</li> <li>• No.7, Soltan 등 자체 브랜드 보유 중</li> <li>• 2019년 포춘(Fortune)에서 세계에서 가장 존공 받는 기업 중 식품 및 약국 부문 1위를 차지</li> <li>• 세계 최초의 약국 주도형 건강/웰빙 기업으로 20개국 23만 개 약국, 병원, 보건소 등에 의약품 제공</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 간편식품, 스낵류, 의약품, 건강기능식품 등	
	선호 제품	• 건강기능식품, 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의</li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>- 등록 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자명, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 도매가격, 소매가격, 할인가, 보유 유통채널 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연락처: +66-2-269-9599</li> <li>- 팩스: +66-2-796-5900</li> <li>- 이메일: contact.us@bootsrt.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 부츠(Boots)

사진자료: 부츠(Boots), 구글맵(Google Maps)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑤ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업구분	H&B(드럭스토어)		
	홈페이지	www.watsons.co.th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('22): 약 670개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1841년 홍콩에서 설립된 글로벌 드럭스토어 체인으로 1996년 태국 진출</li> <li>• 홍콩, 중국, 말레이시아, 태국 포함 25개국에서 약 1만 5,200개 매장 운영</li> <li>• 자사 온라인몰 운영 중이며, 배송 서비스 제공 중</li> <li>• 매달 테마별로 각종 프로모션 및 할인 코드 제공</li> <li>• 꽃꽂이 등의 프로그램을 왓슨스 클럽 엘리트 회원들을 대상으로 진행</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 간편식품, 스낵류, 의약외품, 건강기능식품 등		
	선호 제품	• 건강기능식품, 유기농 제품, 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 직접 등록                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- A.S. Watson Group 홈페이지에서 'Suppliers &amp; Partners'의 'Becoming A.S. Watson Suppliers' 클릭하여 입점 절차 확인</li> <li>- 홈페이지로 접속하여 회원가입 후 등록 진행 (www.aswmarket.com/ngp48/loginprocess)</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 주소, 연락처, 사업자등록증, 생산 증명서 등)</li> <li>② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-017-8899 (태국), +852-2-606-8833 (본사)</li> <li>- 이메일: grouppr@aswatson.com (본사)</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 왓슨스(Watsons)

사진자료: 왓슨스(Watsons), 구글맵(Google Maps)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑥ 뷰트리움

기업 기본 정보	기업명	뷰트리움(Beautrium)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	thebeautrium.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 32개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012에 설립되어 운영 중인 태국 멀티 뷰티 브랜드 스토어</li> <li>• 뷰트리움 단독 브랜드 제품 및 다양한 제품의 카테고리 제공</li> <li>• 온라인 스토어에서 499바트 이상 구매 시, 무료 배달 서비스</li> <li>• 쇼피 및 라자다를 통한 뷰트리움 상품의 구매도 가능</li> <li>• SNS를 통한 각종 프로모션 및 반짝 세일 공지를 진행</li> <li>• 한국 제품에 대한 선호도가 높아, 한국 제품 코너를 별도로 운영 중</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 간편식품, 스낵류, 의약외품, 건강기능식품 등	
	선호 제품	• 한국 제품, 건강기능식품, 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 주소, 연락처, 사업자등록증, 생산 증명서 등)</li> <li>② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-252-3653</li> <li>- 이메일: hello@thebeautrium.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 뷰트리움(Beautrium)

사진자료: 뷰트리움(Beautrium), 구글맵(Google Maps)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑦ 보라마트

기업 기본 정보	기업명	보라마트(Bora Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.facebook.com/Borakoreanmartchiangmai	
	위치	치앙마이(Chiang Mai)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 치앙마이 주에 위치한 한인마트</li> <li>• 주 7일 휴무 없이 영업</li> <li>• 한국 식품 트렌드에 발맞춰 최신 상품을 업데이트하고 있음</li> <li>• 페이스북 라이브, 틱톡 라이브를 통해 신제품을 소개하고 있음</li> <li>• 드라이브스루(DriveThru)를 통한 구매가 가능함</li> <li>• 매장 야외에서 취식할 수 있는 야외석 구비</li> <li>• 미리 제품 주문하여 픽업하는 '매장 내 수령' 서비스 제공</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 한국 가공식품, 냉동식품, 건강식품, 스낵류, 음료류, 아이스크림, 라면, 소스 등	
	선호 제품	• 한국 식재료, 한국 식품 트렌드에 맞는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화 및 이메일을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-65-478-0688</li> <li>- 이메일: borakoreanmartchiangmai@gmail.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 보라마트(Bora Mart) 페이스북

사진자료: 구글맵(Google Maps)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑧ 지두방마켓

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(JidubanG-market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.facebook.com/people/JidubanG-market	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 규모 및 취급제품 면에서 방콕 최대의 한국 식품 전문 마트에 해당함</li> <li>• 주 7일 정기휴무일 없이 운영</li> <li>• 페이스북을 통해 신제품을 소개하고 있음</li> <li>• 한국 식품 트렌드에 맞게 최신 상품을 업데이트하고 있으며, 다양한 종류의 한국 식품과 돌솥, 젓가락 등의 한국 제품들도 취급</li> <li>• 매장 내 전라남도 우수 농수산물품 상설판매장이 개장되어 있음</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 김치, 한국 가공식품, 냉동식품, 건강식품, 스낵류, 음료류, 라면, 장류 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 식품 트렌드에 맞는 제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화를 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +66-61-053-5000</li> </ul>	

자료: 지두방마켓(JidubanG-market) 페이스북  
사진자료: 구글맵(Google Maps)

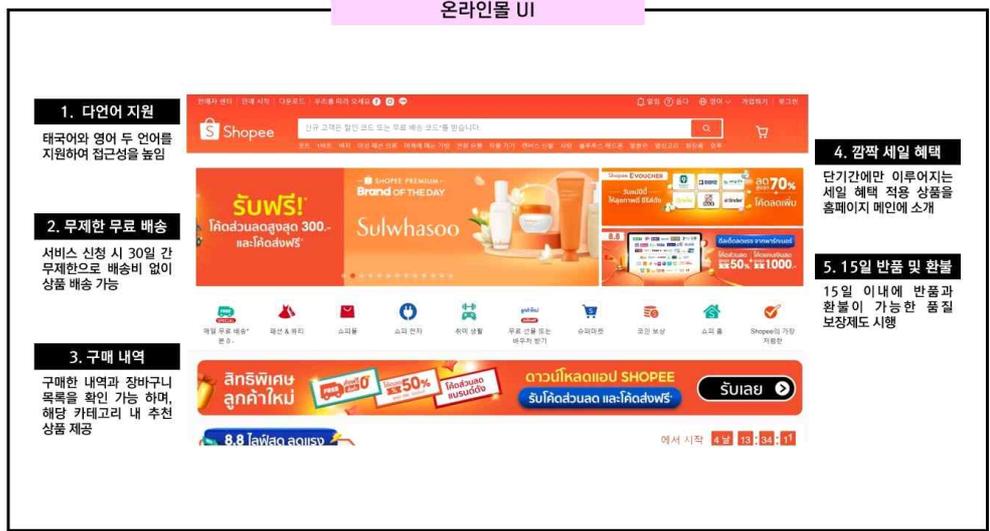
## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑨ 쇼피 태국

기업 기본 정보	기업명	쇼피 태국(Shopee Thailand)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.shopee.co.th		
	규모	매출액('22)	• 217억 바트(8,068억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 6,190만 회	
기업요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼</li> <li>• 낮은 판매 수수료와 무료배송 조건을 제공하는 등 판매자와 소비자를 모두 공략하여 동남아의 강력한 온라인 쇼핑몰로 등극함</li> <li>• 아마존에 비해 다양한 가공식품 브랜드가 입점되어 있음</li> </ul>			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	피지피(PGP), 토크요(TokuYO) 등	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대/시즌/카테고리별 할인 이벤트, 신년 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록(shopee.kr) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피 싱가포르 입점 후 상품 등록 완료 기준 충족 시 태국, 말레이시아, 베트남 쇼피에 '샵' 자동 생성</li> <li>- '입점 신청' 클릭 후 셀러 계정 생성</li> <li>- 계정 생성 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 사업자 번호</li> <li>② 이메일 및 연락처</li> </ol> </li> <li>- 상품 상세 설명은 반드시 영어로 작성해야 함</li> <li>- 페이오니아(Payoneer) 계좌 연동 가능해야 함</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +66-2-017-8399</li> <li>- 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/เราจะติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร)</li> <li>- 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 정보 확인 가능 (seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand), 시밀러웹(Similarweb)

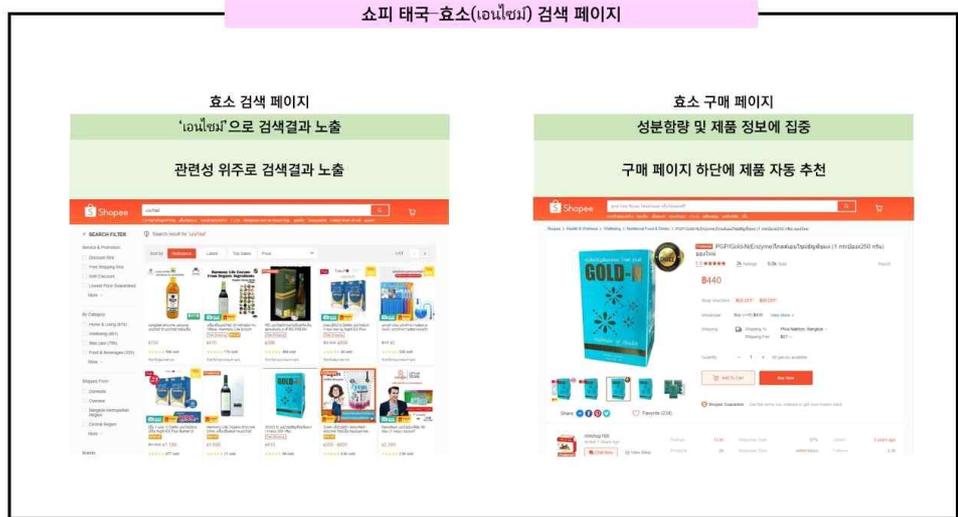
사진자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand)

온라인몰 UI ①



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



평점, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand)  
사진자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand)

## 2. 태국 효소가공품 주요 유통채널 ⑩ 라자다 태국

기업 기본 정보	기업명	라자다 태국(Lazada Thailand)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 		
	홈페이지	www.lazada.co.th		
	규모	매출액('22)	• 146억 바트(5,428억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4,110만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012년 설립되어 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 6개국에 진출한 동남아시아 최대 전자상거래 플랫폼</li> <li>• 2016년 Alibaba 그룹과 협력하여 최고의 기술 인프라 보유</li> <li>• 동남아시아 17개 도시에 자체 물류센터를 보유하여 빠른 공급망을 갖추</li> <li>• 2022년 플라스틱 폐기물 줄이기 위해 라즈어스(LazEarth) 캠페인 시작</li> <li>• 홈페이지 내에서 할인 바우처 제공</li> </ul>			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오나투헬(Au Naturel) 등	
		해외 판매	해외 판매 불가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	신규고객 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후, 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성</li> <li>- 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품 관리 포털 가입으로 진행됨</li> <li>- 공급업체 지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct)</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact)</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 라자다 태국(Lazada Thailand), 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb)  
 사진자료: 라자다 태국(Lazada Thailand)

온라인몰 UI ①

**온라인몰 UI**

**1. 다언어 지원**  
태국어와 영어 두 가지 언어를 지원하여 접근성을 높임

**2. 신규 고객 혜택**  
새로 가입한 고객에게 할인 바우처 등의 혜택 제공

**3. 구매 내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

**4. LazBlog 운영**  
블로그 웹진 형태의 'LazBlog' 카테고리 운영해 시기별 주제에 맞는 제품과 쇼핑 팁 소개

**5. 깜짝 세일 혜택**  
단기간에만 이루어지는 세일 혜택 적용 상품들 홈페이지 메인에 소개

'LazBlog', 'LazPick' 등의 카테고리를 통해 상황과 트렌드에 맞는 제품 소개

온라인몰 UI ②

**라자다 태국-효소(엔ไซม์) 검색 페이지**

**효소 검색 페이지**  
'อาหารเสริมสำหรับการนอนหลับ'으로 검색결과 노출  
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

**효소 구매 페이지**  
할인가로 판매하고 있는 제품 다수  
구매 페이지 하단에 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 브랜드 별로 검색 가능

자료: 라자다 태국(Lazada Thailand)  
사진자료: 라자다 태국(Lazada Thailand)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



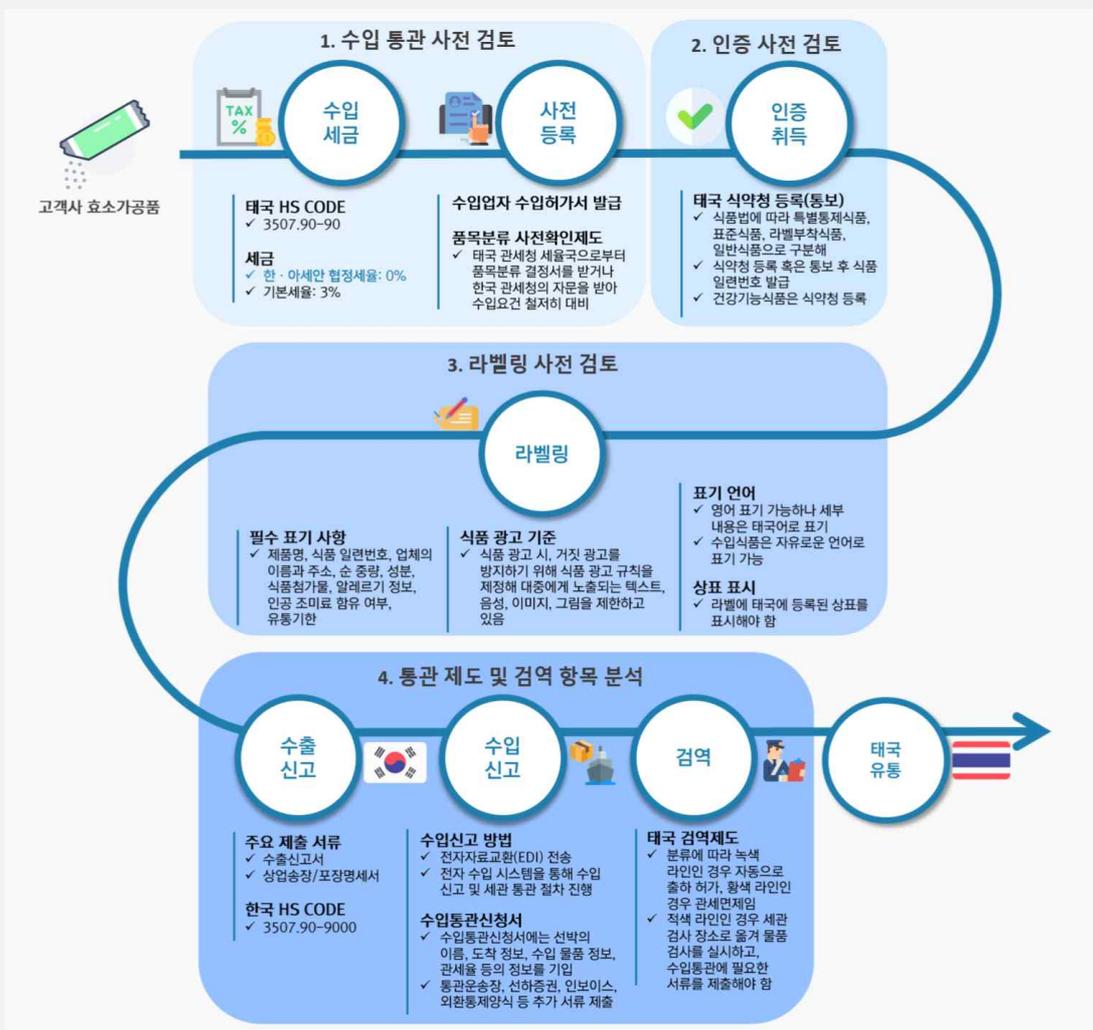
1. 태국 효소가공품 통관 및 검역 절차
2. 태국 효소가공품 품질 인증
3. 태국 효소가공품 라벨링
4. 태국 효소가공품 성분 및 유해물질

# 1. 태국 효소가공품 통관 및 검역 절차<sup>20)</sup>

## ▶ 태국 효소가공품 수출 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국은 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며 제품 수입 시 수입업체는 사전 수입허가서 발급이 필요함. 수입요건을 갖추지 않았을 때는 관세법상 몰수하거나 물품 가액에 상당하는 벌금을 부과하므로 통관 사전확인제도를 이용하는 것을 권장함. 수입 이후에도 정기 및 부정기 심사로 사후심사를 하고 있어 수입 이후에도 철저한 관리가 필요함. 또한, 식품법에 따라 식품을 4종류로 구분해 관리하고 있어 수출업체는 수출하고자 하는 식품의 분류를 확인하고, 각 식품별 규정을 준수해야 함

[표 5.1] 태국 효소가공품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 태국 관세청, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health), KATI농식품수출정보

20) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 태국의 식품 규제 방법

<p>판매 전 규제</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체의 수입 허가: 수입 허가가 있어야만 제품 수입 가능</li> <li>• 제품 등록: 특정 식품에 대해 태국 식약청에 식품 등록 요구</li> <li>• 제품 라벨링: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)가 제시하는 기준을 충족시켜야 하며, 수입제품은 특별통제 식품, 표준식품, 라벨 부착 식품 모두 표준화된 라벨 부착</li> <li>• 제조 허가(태국 내 생산품의 경우): 공장 배치도 제출, 3년마다 갱신</li> <li>• 우수제조관리기준: 54개의 특정 품목(예: 영유아용 식품, 통조림, 음용수, 음료, 아이스크림, 식품 첨가제, 식품 색소, 반조리식품, 냉동품, 커피 등)에 대해서는 의무(해외 업체에는 태국 법률에 따른 GMP 또는 CODEX에 따른 GMP나 ISO 9000, HACCP 중 하나를 요구하고, 태국 내 업체에는 태국 보건부 고시 기준과의 부합 요구)이지만 그 외에는 강제 사항은 아니며 업체에서 원할 경우, 자발적으로 제출</li> <li>• 특정 품목의 광고 사전 심의: 사전광고심의(Pre-advertising clearance)는 해당 위원회에서 관할</li> </ul>
<p>판매 후 규제</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정규(regular) 검사                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기적(routine) 검사: 허가받은 부지에 대한 검사</li> <li>- 후속 검사: 이전의 검사에서 지적된 사항에 대해 수정 조치가 취해졌는지 확인</li> <li>- 관문 검사: 태국 내로 유입되는 식품의 안전을 보장하기 위해 관문에 상주한 식품 검사관이 식품과 관련 규제와의 부합성 검사</li> </ul> </li> <li>• 의심(suspected) 또는 청원(petitioned) 검사                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 법적 조치를 취하기 위해 조사 실시 및 필요한 증거 수집</li> <li>- 수입국에서 특정 식품에 대해 불만을 표시하거나 수입을 거부할 경우에도 실시</li> <li>- 문가 생길 때마다 식약청 검사관들이 시장에서 식품 샘플을 채취해 유해물질, 농약잔류물, 중금속 등의 존재 여부 확인</li> </ul> </li> <li>• 식품 감시: 시장에서 유통되는 식품의 안전과 품질에 대한 감시</li> <li>• 공식적 광고매체를 통한 식품 광고에 대한 식약청 승인: 식품의 품질과 효용성에 대해 소비자를 호도하는 광고는 금지되며 광고 승인은 식약청 Division of Post-marketing에서 담당</li> </ul>

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.3] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

식품 분류 <sup>21)</sup>	특별통제 식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 특히 주의해야 하는 소비자 계층이 존재하거나 제조공정이 엄격하게 통제되어야 하는 위험도가 가장 높은 식품으로 특히, 라벨 부착 전, 태국 식약청의 승인이 필요함</li> <li>• 식약청 등록 후, 식품 일련번호 발급 필요함</li> <li>• 우유, 식품 첨가제, 영유아식품(분유 등), 체중조절 식품, 유아용 보충 식품, 조제분유 등 14가지 종류의 식품이 이에 속함</li> </ul>
	표준식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별통제 식품보다 위험도가 낮아 등록을 필수로 하지 않지만, 보건부 고시 구체적인 표준 요구사항을 준수하고 식품 정보제공(Food Declaration) 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함</li> <li>• 커피, 차, 크림, 두유, 초콜릿, 식초, 식용유, 광천수, 꿀, 치즈, 잼, 특정 소스, 반가공식품, 음료, 밀폐 용기에 담긴 식품 등 31가지 종류의 식품이 이에 속함</li> </ul>
	라벨 부착 식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별통제 식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품으로 표준식품과 마찬가지로 식약청 규정에 따라 식품 정보제공 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함</li> <li>• 빵, 현미 가루, 육류제품, 밀폐 용기에 담긴 소스류, 착향료, 껌, 사탕, 젤라틴 함유 식품 및 젤리류, 즉석식품, 특수 목적 식품, 방사선 조사 식품 등 12가지 종류의 식품이 이에 속함</li> </ul>
	일반 식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식약청 식품 등록이 필요하지 않으나, 위생, 안전, 라벨링, 광고 등의 규정을 준수해야 함</li> <li>• 수입업체의 수입허가만 있으면 유통할 수 있음</li> <li>• 날것을 포함하여 조리의 유무, 절임의 유무, 가공처리의 여부에 상관없이 위 세 분류에 포함되지 않는다면 일반 식품으로 분류함</li> </ul>
수입 식품 등록	소요기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체 등록(식품 라이선스 발급)에는 7-14일(근무일 기준)이 소요되며, 수수료 1만 5,000바트 발생</li> <li>• 특별통제 식품에 활성원료가 포함된 건강 보조제의 경우, 7-28일(근무일 기준)이 소요됨</li> <li>• 특별통제 식품에 활성원료가 포함되지 않은 경우, 14-60일(근무일 기준) 소요됨</li> <li>• 표준식품, 라벨 부착 식품의 경우 2-4영업일 소요됨</li> <li>• 일부 표준식품(로열젤리 함유, 식품 보충제) 및 라벨 부착 식품(임산부용, 노약자용, 질병 치료기능 함유 식품 등)의 라벨링 사전 승인은 35일(근무일 기준)이 소요됨</li> </ul>

자료: 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration), 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

21) 태국 식품 분류에 관한 더욱 자세한 내용은 식품의약품안전처의 「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」를 참고하시기 바랍니다.

▶ 태국 보건부, 효소에 대한 보건부 고시(제443호) 공포

2023년 8월 15일, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 관보를 통해 「2019년 식품법」에 따라 제정된 식품 제조에 사용되는 효소에 대한 「보건부 고시 제409호」를 폐지하고 새로운 고시 「제443호」를 공포함

[표 5.4] 태국 보건부 고시(제443호) 주요 내용

항	주요 내용
1항	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019년 7월 9일자 「보건부 고시 제409호」 ‘식품 제조에 사용되는 효소’를 폐지함</li> </ul>
2항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품첨가물인 식품 제조에 사용되는 효소를 특별관리식품으로 지정함</li> </ul>
5항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 제조에 사용되는 효소는 다음과 같은 품질 또는 기준을 갖추어야 함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고지한 효소의 활성도(Activity) 값의 85% 이상</li> <li>- 1mg/kg 이하의 납(Pb) 검출</li> <li>- 효소 25g에서 살모넬라 불검출</li> <li>- MPN 방식으로 1g당 대장균군(coliform) 30 이하로 검출</li> <li>- 효소 25g에서 대장균(E.coli) 불검출</li> <li>- 미생물에서 얻은 효소의 경우 항생물질의 활성(antibiotic activity)이 측정되지 않아야 함</li> <li>- 곰팡이에서 얻은 효소의 경우 곰팡이독소(mycotoxin) 불검출</li> <li>- 유전자 변형 미생물에서 얻은 효소의 경우 1g에서 유전자 변형 미생물 불검출</li> <li>- 식약청으로부터 인정받은 안전성 부분의 기타 품질 또는 기준(있을 경우): 안전성 평가 기관의 안전성 평가 결과 보고서가 반드시 있어야 함</li> </ul> </li> <li>첫 단락 이외의 효소의 경우 판매용도로 효소를 제조 또는 수입하는 자는 식약청이 정한 안전성 평가 결과 보고서와 본 고시 별첨2에 따른 세부 자료를 식약청장 또는 식약청장이 허가 검토를 위임한 이에게 제출해야 함</li> </ul>
6항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 제조 시 효소의 사용은 다음의 조건 중 어느 하나를 반드시 따라야 함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본 고시의 별첨1에 규정된 조건</li> <li>- JECFA Combined Compendium of Food Additive Specifications에 규정된 사용 조건</li> <li>- 식품첨가물에 대한 보건부 고시</li> </ul> </li> <li>첫 단락 이외의 효소 사용 시 제조업자 및 수입업자는 별첨3에 따라 제조기술 및 효과 부분의 필수 자료를 식약청장 또는 식약청장이 허가 검토를 위임한 이에게 제출해야 함</li> </ul>
7항	<ul style="list-style-type: none"> <li>효소제(enzyme preparation)에 식품첨가물을 사용하는 것은 본 고시의 별첨4에 규정된 원칙에 따르도록 함</li> </ul>

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health), 식품안전정보원

[표 5.4] 태국 보건부 고시(제443호) 주요 내용

항	주요 내용
8항	<ul style="list-style-type: none"> <li>고정화 효소(immobilized enzyme) 제조 시 지지대의 사용은 본 고시 별첨5에 규정된 것을 따르도록 함</li> <li>첫 단락 이외의 지지대는 식약청으로부터 인정받은 국제적인 안전성 평가 체계가 있는 국가의 규정을 따라 식품 제조 시 사용하기에 적합한 품질 또는 기준을 갖춰야 함</li> </ul>
9항	<ul style="list-style-type: none"> <li>검사 분석법은 본 고시의 별첨6에 규정된 것을 따르도록 함</li> </ul>
10항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 제조에 사용되는 효소를 판매용으로 제조 또는 수입하는 자는 식품의 생산, 제조도구·기구 및 보관에 대한 보건부 고시에 따르도록 함</li> </ul>
11항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 제조에 사용되는 효소의 용기 사용은 식품 용기에 따른 보건부 고시에 따르도록 함</li> </ul>
12항	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 제조에 사용되는 효소의 라벨 표시는 식품첨가물에 대한 보건부 고시에 따르도록 함</li> <li>효소를 사용한 식품의 라벨 표시는 용기포장 식품의 라벨 표시에 대한 보건부 고시에 따르도록 함</li> </ul>
13항	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 고시는 다음 대상에는 적용되지 않음                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기타 영양 또는 건강 부문의 효과를 목적으로 하는 식품의 구성 성분으로 사용되는 효소</li> <li>- 식품첨가물 또는 식품제조용재(Processing aid) 제조에 사용되는 효소</li> <li>- 식품 발효에 미생물을 사용하여 생성된 효소</li> </ul> </li> </ul>
14항	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 고시는 정부관보 게재일의 익일부터 시행됨</li> </ul>
별첨22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>별첨1: 식품 제조에 사용하도록 허용된 효소 목록</li> <li>별첨2: 안전성 평가 구성 자료 또는 근거목록</li> <li>별첨3: 필수 검토 구성 자료</li> <li>별첨4: 효소에 사용이 허용된 식품첨가물 목록</li> <li>별첨5: 고정화 효소((immobilized enzyme) 제조에 사용이 허용된 재료 목록</li> <li>별첨6: 효소의 학술적 검사 분석법</li> </ul>

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health), 식품안전정보원

22) 각 별첨은 「태국 보건부 고시 제443호(ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 443) พ.ศ. 2566)」를 참고하시기 바랍니다.

## 2. 태국 효소가공품 품질 인증

### ▶ 태국 건강기능식품, 식약청 승인 필요

건강기능식품을 태국에 수출하기 위해 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)에 제품을 등록해야 함. 원활한 제품 등록을 위해서는 함유 성분들이 태국 식약청의 허용물질 목록에 이미 등록되어 있는지를 체크해야 하며, 만약 태국에 등록되어 있지 않은 성분이 존재하는 경우 신규물질 등록절차를 먼저 거친 후 제품 등록을 진행할 수 있음. 또한, 건강기능식품 관련 태국 식약청 승인 상의 중요한 특징은 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI: Thai Recommended Daily Intake)의 기준이 낮다는 것이고, 이를 초과하는 경우 특수목적식품 혹은 의약품 등으로 분류되어 등록 절차에 상당한 시간과 비용이 소요됨. 주요 성분별 일일 권장 섭취량은 하기 표와 같음

[표 5.5] 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI) 기준

순번	성분명	일일 권장 섭취량	섭취량 단위
1	총 지방 (Total Fat)	65	g
2	포화 지방 (Saturated Fat)	20	g
3	콜레스테롤 (Cholesterol)	300	mg
4	단백질 (Protein)	50	g
5	총 탄수화물 (Total Carbohydrate)	300	g
6	식이섬유 (Dietary Fiber)	25	g
7	비타민 A (Vitamin A)	800	μg RE
8	티아민 (Thiamin)	1.5	mg
9	리보플라빈 (Riboflavin)	1.7	mg
10	나이아신 (Niacin)	20	mg NE
11	비타민 B6 (Vitamin B6)	2	mg
12	엽산 (Folate)	200	μg
13	바이오틴 (Biotin)	150	μg

자료: 한국식품산업협회, 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)

[표 5.5] 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI) 기준

순번	성분명	일일 권장 섭취량	섭취량 단위
14	판토텐산 (Pantothenic Acid)	6	mg
15	비타민 B12 (Vitamin B12)	2	μg
16	비타민 C (Vitamin C)	60	mg
17	비타민 D (Vitamin D)	5	μg
18	비타민 E (Vitamin E)	10	mgα-TE
19	비타민 K (Vitamin K)	80	μg
20	칼슘 (Calcium)	800	mg
21	인 (Phosphorus)	800	mg
22	철 (Iron)	15	mg
23	아이오딘 (Iodine)	150	μg
24	마그네슘 (Magnesium)	350	mg
25	아연 (Zinc)	15	mg
26	구리 (Copper)	2	mg
27	칼륨 (Potassium)	3,500	mg
28	나트륨 (Sodium)	2,400	mg
29	망간 (Manganese)	3.5	mg
30	셀레늄 (Selenium)	70	μg
31	불소화물 (Fluoride)	2	mg
32	몰리브데넘 (Molybdenum)	160	μg
33	크로뮴 (Chromium)	130	μg
34	염화물 (Chloride)	3,400	mg

자료: 한국식품산업협회, 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)

▶ 태국 식품 보조제(Food Supplement) 제도

태국에서는 건강기능식품과 가장 유사한 품목으로 ‘식품 보조제(Food Supplement)’가 해당되는데, 이는 일반 식품의 형태로 정상적인 식이의 일부로 섭취되며 만성질환의 발병 위험을 감소시키는 등 생리학적 이점을 갖는 식품으로 정의됨

[표 5.6] 태국 식품 보조제 제도

<p>식품보조제 정의</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)에 따르면 식품보조제는 영양소 또는 기타 물질을 성분으로 함유한 전통식품 이외의 소비를 목적으로 섭취되는 정제, 캡슐, 분말, 편상, 액체 또는 기타 제형의 식품임</li> </ul>
<p>영양소 또는 기타 물질</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 비타민, 아미노산, 지방산, 미네랄 또는 동식물로부터 얻은 생산물</li> <li>② ①항 물질의 농축물, 대사물질 구성물 또는 추출물</li> <li>③ ①항 또는 ②항 물질을 모방한 인공 물질</li> <li>④ ①, ② 또는 ③항의 한 가지 이상 물질의 혼합물</li> <li>⑤ 식품위원회의 승인에 따라 식품의약품청(FDA)에서 규정한 물질 또는 대상</li> </ul>
<p>일반 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>태국에서 식품 보조제를 규제·관리하는 기관은 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)으로, 식품 보조제는 품질 기준 및 규격이 정해져 있으며 관련 규정에 따라 태국 식약청에 제품을 등록해야 하고, 라벨 또한 사용 전 식약청 승인을 받아야 함</li> <li>태국은 식품안전관리 유관 법령 제정을 위하여 식품 보조제 규정은 유럽식품안전청(EFSA: European Food. Safety Authority)의 허용물질목록 관리제도/포지티브리스트(PLS: Positive List System)를 따르고 있음</li> <li>식품 보조제에 대한 강조표시란 제품의 표시, 제품이 주는 효능과 관련된 제품에 관한 메시지나 표현을 의미하는데, 태국 식품 보조제에는 영양소 함량 강조표시, 비교 강조표시 및 기능성 강조표시가 가능함</li> </ul>

자료: 한국건강기능식품협회

[표 5.7] 태국 식품 보조제 강조표시

<p><b>영양소 함량 강조표시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태국 식약처는 일반적으로 미국 표시기준을 따르고 있어 “Low In cholesterol”, “reduced” 등의 용어를 사용하지만 “good source of”, “rich in” 등의 추가적인 표현도 함께 사용함</li> <li>• 영양소 함량에 따른 강조표시는 칼슘, 섬유소 및 지방의 공급원(source)과 같은 식품의 영양소와 에너지 수준을 포함하고 있으며, 식품이나 천연 내용물이 어떤 조건을 가진 경우 “없음(Free)” 또는 “낮음(Low)”은 허용되지 않음(식수 “에너지 없음” 또는 “저지방”이라는 강조표시는 금지됨)</li> </ul>
<p><b>비교 강조표시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 두 가지 제품에 포함된 영양소 또는 에너지량을 비교하여 강조한 표시로, “-보다 적은(less than)”, “감소된(reduced)”, “가벼운(lite/light)” 및 “많은(more than)” 등의 표시가 있음</li> <li>• 언급한 식품이 낮은 수준의 영양 조건인 경우 비교 주장이 금지되며, “최고(the most)”, “최초(the first)” 등과 같은 비교 주장은 식약청 입증에 어렵다고 간주되어 허용되지 않음</li> </ul>
<p><b>기능성 강조표시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당 제품에 포함된 성분(영양소)이 인체에 미치는 기능(효과)을 강조한 표시로 사전에 태국 식약청 승인이 필요하며, 다음 요구사항을 준수해야 함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 일일섭취 권장량에 명시된 필수 영양소의 기능</li> <li>- 해당 식품의 주원료가 되는 영양소는 그 기능을 표시해야 함</li> <li>- 특별한 식품 성분이 아니더라도 어떤 역할을 하는지 언급되어야 함</li> <li>- 영양소의 기능 표시는 반드시 과학적 근거가 있어야 함</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>관련 규정</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품법 B.E.2522(1979)(Food Act of B.E.2522(1979))</li> <li>• 식품법에 따른 보건부령</li> <li>• 의약품법 B.E.2510(1967)(Drug Act of B.E.2510(1967))</li> </ul>

자료: 한국건강기능식품협회

▶ 태국 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영 지침

태국 보건부는 2021년 10월, ‘No. 420에 따른 수입 식품 생산 기준 확인서 검사 지침’을 통해 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영지침을 발표함. 수입 시, 모든 식품은 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해 수입해야 하며, 규정에 의거 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서의 사본 제출이 필요함. 식품 종류에 따라 가이드 라인이 존재해 규정에 따라 서류를 준비하는 것이 필요함. 이외에 추가로 받아야 하는 필수 인증은 없으며, 태국 내 보편적인 인증인 HACCP와 태국 내 할랄 인증 등을 받아 활용할 수 있음

[표 5.8] 태국 효소가공품 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방식품의약품안전처	
IFOAM	유기농 제품 인증	글로벌 공통 인증	IFOAM 공식 인증기관 또는 태국 유기농 농업인증 홈페이지	
ACT	유기농 제품 인증	태국 내 국내 인증	태국 유기농 농업인증 홈페이지	

자료: 각 인증기관

[표 5.9] 태국 효소가공품 CICOT 할랄 인증 취득

인증명	시코트 할랄 (CICOT HALAL)	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	태국 이슬람중앙회(CICOT: The Central Islamic Council of Thailand)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 신청</li> <li>• 신규 사업자의 경우, 할랄 교육</li> <li>• 서류 승인</li> <li>• 현장 실사 및 원재료 검사</li> <li>• 적합 판정 시, 인증 발급</li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 할랄 인증 신청서, 할랄 매뉴얼 및 할랄 정책 준수 서약서</li> <li>• 사업자 등록증, 회사소개서, 조직도</li> <li>• 생산 허가증 또는 영업 허가서</li> <li>• 생산 공정 또는 품목 제조 보고서</li> <li>• 생산 흐름도에 따른 제품 설명</li> <li>• 할랄 관리 기준점 / HCP 설정, 할랄 검증 계획</li> <li>• 시험성적서</li> <li>• 샘플(생산되는 최소 단위)</li> <li>• HACCP, CMP, ISO 등 기타 인증서가 있는 경우, 인증서 사본</li> </ul>		
인증 범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 한국이슬람교중앙회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee), 한국할랄인증원(KHA: Korea Halal Authority Corporation)의 할랄 인증이 태국 시코트 인증과 교차 인정되어, 한국에서 할랄 인증을 받아 활용할 수 있음</li> <li>• 할랄인증서의 유효기간은 기본적으로 1년이며, 이후 2년 인정 신청서를 제출할 시에 2년의 유효기간의 인증을 받을 수 있음</li> <li>• 할랄인증 내용의 변경이 있는 경우나 만료가 도래한 경우, 60일 이내에 갱신 신청서를 제출해야 함. 갱신에 대한 재심사 수수료는 지정된 비율에 따라 내야 함. 인증 만료 후, 30일 이내에 갱신을 연장할 경우 규정에 따라 추가 비용이 발생함</li> <li>• 인증 갱신이 아닌 재신청을 하는 경우, 1년 기간의 인증으로 다시 신청해야 하며, 비용 또한 갱신 비용이 아닌 일반 신청 비용으로 내야 함</li> </ul>		

자료: 태국 이슬람중앙회(CICOT: The Central Islamic Council of Thailand), 한국할랄인증원

[표 5.10] 태국 효소가공품 KMF 할랄 인증 취득

인증명	KMF 할랄	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	한국이슬람교중앙회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증 신청서 및 구비서류 제출</li> <li>• 심사비 납부</li> <li>• 서류 심사</li> <li>• 현장 심사</li> <li>• 심사 결과 보고서를 기반으로 샤리아 평가 진행</li> <li>• 인증료 납부 후 KMF 할랄 인증서 발행</li> <li>• 인증서 갱신</li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품목에 따라 구비 서류가 다르며, 다음은 식음료 중 ‘농산물 및 가공식품’의 구비 서류임                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- KMF 할랄 인증 계약서</li> <li>- 사업자등록증</li> <li>- 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증)</li> <li>- 공장등록증</li> <li>- 품목제조보고서</li> <li>- 제조공정도</li> <li>- 제품사진 및 표시사항</li> <li>- 시험성적서</li> <li>- 포장재 시험성적서, 수질검사성적서</li> <li>- KMF 할랄 실무자 교육 수료증</li> <li>- HACCP, ISO, GMP, FSSC 등 기타 인증서 사본</li> <li>- 경영검토 보고서 또는 회계감사보고서(작년 기준)</li> <li>- 할랄관리기준서(HAS Manual) &amp; 할랄 방침</li> <li>- 방충방서 보고서 및 사용된 약품 MSDS 자료</li> <li>- 세척관리기준서 및 생산라인(공정)에 사용된 세제, 세정제 등 세척 관련 제품들의 MSDS 자료</li> <li>- 사용재료 목록</li> <li>- 원재료 관련서류</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 한국이슬람교중앙회

[표 5.11] 태국 효소가공품 KHA 할랄 인증 취득

인증명	KHA 할랄	인증 성격	글로벌 인증
마크	 korea halal	인증기관	한국할랄인증원(KHA: Korea Halal Authority Corporation)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 할랄 문의 및 접수</li> <li>• 할랄 신청서 제출</li> <li>• 서류검토 및 검사</li> <li>• 현장 및 외부 심사</li> <li>• 최종 심사 보고</li> <li>• 이슬람 이사회 검토</li> <li>• 인증서 발행</li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 할랄 인증 신청서</li> <li>• 사업자등록증</li> <li>• 공장등록증</li> <li>• 생산허가증 또는 영업허가서(영업신고증)</li> <li>• 품목제조보고서</li> <li>• 제품 제조공정도</li> <li>• 시험성적서</li> <li>• 샘플(생산되는 최소단위 - 분석과 보관에 필요한 양)</li> <li>• 원재료 표기(실제 사용하는 원료 모두 누락없이 표기)</li> <li>• 납품회사 원료의 제조공정도 및 동물성 원료를 사용하지 않았다는 확인서</li> <li>• 주정을 제조 공정에 사용한 경우 (0.5% 이내) - 원료 생산품의 잔류 에탄올 분석 확인서</li> <li>• 제조 공정 중 효소를 사용한 경우 - 사용된 효소의 유래를 알 수 있는 서류, 효소의 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도 및 균주 기탁서</li> <li>• HACCP, GMP, ISO 또는 기타 인증서가 있는 경우 인증서 사본</li> <li>• 수입원료(수입신고필증), 국산농축산물(원산지확인증명서), 수입 할랄 원료(외국 공인된 할랄 인증기관의 할랄 인증서)</li> <li>• 할랄 실무자 교육 수료증</li> </ul>		

자료: 한국할랄인증원

### 3. 태국 효소가공품 라벨링

[표 5.12] 태국 효소가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨은 태국어로 표기하는 것이 원칙이며, 표기 사항은 영어로 할 수 있으나 세부 내용은 태국어를 사용해 표시해야 함</li> <li>• 수입된 식품은 모든 언어로 표시할 수 있으며, 적어도 식품명, 성분, 식품 일련번호, 순 중량, 원산지를 소비자가 알 수 있도록 표시해야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포장의 전면이나 눈에 띄는 곳에 표시해 소비자들이 쉽게 알 수 있도록 해야 함</li> <li>• 식품의 구체적인 명칭이나 식품의 종류, 일반적으로 사용되는 이름으로 표기해야 함</li> <li>• 식품명은 상표명과 같이 표기할 수 있으나 명확하게 읽을 수 있고 글씨의 크기를 다르게 표기해야 함</li> <li>• 원산지를 포함한 식품의 특성을 오해를 불러일으킬 여지가 있는 식품의 이름을 사용하는 경우, 생산 공정이나 식품의 재료나 외양을 함께 표기해야 함</li> </ul>
	3. 식품 일련번호	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태국 식약청 등록으로 발급받은 식품 일련번호, 식품 생산시설 번호를 표기해야 함</li> </ul>
	4. 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함</li> <li>• 태국 내 식품은 생산업체의 경우, ‘생산업체’ 또는 ‘의해 생산됨’의 문구를 함께 표기해야 하고, 포장업체의 경우, ‘포장업체’ 또는 ‘의해 포장됨’을 표기해야 하며 생산업체나 포장업체는 ‘본사’로 지칭함</li> <li>• 해외에서 수입된 식품은 수입자의 이름과 주소를 ‘수입자’ 또는 ‘의해 수입됨’ 문구를 사용하여 생산자의 이름과 국가를 표시해야 함</li> </ul>
	5. 순 중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고체의 경우 순 중량을 미터법에 따라 표기해야 함</li> <li>• 액체의 경우 순 부피를 미터법에 따라 표기해야 함</li> <li>• 기타 식품은 순 중량으로 표기해야 함</li> </ul>
	6. 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성분은 중량 백분율 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>• 라벨의 전체 공간이 35cm<sup>2</sup> 미만인 경우, 제품을 희석해서 사용하는 경우, 식품첨가물이나 향료를 제외한 한 가지 성분만 있는 경우에는 주요 성분만을 표기할 수 있음</li> </ul>
	7. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의 성분으로 식품첨가물이 사용된 경우 국제 번호 INS를 사용하여 성분을 정의해야 함</li> <li>• 식품첨가물의 특정 이름과 색소, 향미 증진제 등의 기능을 표시해야 함</li> </ul>

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

[표 5.12] 태국 효소가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 알레르기 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>알레르기를 유발할 수 있는 성분을 라벨에 표시해야 함</li> <li>'식품 알레르기 정보: 다음을 포함할 수 있음'을 선언하고 제조공정에서 포함될 수 있는 성분을 표시해야 함</li> <li>알레르기 유형과 증상을 설명할 수 있음</li> <li>주요 성분이 알레르겐 물질이지만, 우유나 땅콩과 같이 명확하게 선언된 식품에는 알레르기 표시가 면제됨</li> </ul>
	9. 인공 조미료	<ul style="list-style-type: none"> <li>인공 조미료가 포함된 경우 그를 알 수 있도록 '천연 인공 향 첨가', '인공 향 첨가', '천연 향료 추가됨' 등의 문구를 사용해 표시해야 함</li> </ul>
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>유통기한이 90일 이하인 경우, 일, 월, 년 순으로 표시해야 함</li> <li>추가로 '제조됨' 이나 '만료됨'의 문자를 함께 표기할 수 있음</li> <li>'월'은 숫자나 문자로 표시할 수 있음</li> <li>유통기한을 포장의 하단이나 다른 부분에 표시하는 경우 위치를 표시해야 함</li> </ul>
	11. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨은 포장의 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 표시, 부착해야 함</li> <li>라벨에 텍스트, 그림, 인증 마크 등이 표시될 수 있으며, 등록된 상표는 반드시 표시해야 함</li> <li>글씨의 크기는 2mm 이상으로 소비자가 읽을 수 있어야 함</li> <li>라벨의 배경과 글씨의 색은 대비되는 색을 사용해야 함</li> <li>수입되기 전 라벨이 반드시 부착되어 있어야 함</li> <li>태국 FDA는 특별통제 식품(Specifically-controlled food)에 대해서만 사전 승인된 라벨을 요구함</li> <li>태국은 식품 광고 시, 거짓 광고를 방지하기 위해 '식품 광고 규칙'을 제정해 모든 매체를 통해 대중에게 노출되는 텍스트, 음성, 이미지, 그림에 제한이 있음. 해당 규칙에는 식품 광고에 사용해서는 안 되는 광고 문구 유형, 사전 허가가 필요한 유형, 광고 형태에 따른 표시 규격, 식품 광고 시 표기해야 하는 세부 정보가 규정되어 있음</li> </ul>
라벨 권장 표시 사항 및 기준	12. 기타 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자가 알아야 하는 경고나 보관방법, 조리 방법이 있는 경우 이에 대해 표기할 수 있음</li> <li>영유아용 식품이나 특정한 소비자에게 필수적인 설명이 있는 경우 이에 대해 표기할 수 있음</li> </ul>

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ 태국, 식품 라벨의 건강 강조표시 규정 초안 발표

2022년 10월, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 ‘식품의 건강 강조표시(Health claim)’에 대한 규정 초안을 발의함. 규정 초안에는 건강 강조표시에 사용되는 용어의 정의, 건강 강조 표시의 준수 기준 및 조건, 영양소 기능 강조표시의 준수 기준 등에 대한 사항이 규정되어 있음. 해당 규정은 관보에 고시된 날로부터 180일 이후 시행될 예정이며, 2022년 10월 기준 시행일은 결정된 바 없음

[표 5.13] 태국 ‘식품의 건강 강조 표시’ 초안 주요 내용

<p>건강 강조표시 정의 및 분류</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 또는 식품 구성 요소와 건강상의 이점 사이에 직간접적인 관계와 관련된 구문, 이미지, 마크, 상징, 상표에 대한 공표를 의미함</li> <li>• 건강 강조표시는 ①영양 기능에 관한 주장, ②기타 기능에 관한 주장, ③질병 위험 감소에 관한 주장으로 분류됨</li> </ul>
<p>식품 건강 강조표시 준수 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품은 안전해야 하며, 품질 또는 표준은 특성 고시를 준수해야 함. 신규 식품의 경우에는 건강 강조표시 이전에 안전성 평가를 거쳐야 함</li> <li>• 일반적으로 인정된 과학적 증거에 의해 확립된 대로 영양학적 또는 생리학적 효과가 있는 것으로 입증된 상당한 양을 제공하는 식품 구성 성분 또는 기타 물질을 포함해야 함</li> <li>• 일반 소비자가 강조표시에 명시된 유익한 효과를 이해할 수 있도록 작성되어야 하며, 라벨에 명시된 사용법 또는 소비 지침에 따라 바로 먹을 수 있어야 하고 적정 소비량이 포함되어야 함</li> <li>• 건강 강조표시는 최신 과학적 입증에 기초하고 일반적으로 인정되는 데이터의 과학적 검토에 의해 승인되어야 함. 또한, 주장된 효과와 건강과의 관계를 충분히 입증시켜야 하고, 대상 그룹을 통해 잘 설계된 인간 개입 연구에 의해 제공된 증거를 기반으로 해야 함</li> <li>• 건강 강조표시에 명시되는 식품 또는 구성 요소의 양은 적절하고 입증된 방법으로 측정되어야 함</li> </ul>
<p>영양소 기능 강조표시 준수 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양소는 영양소 라벨링에 관한 보건부 고시의 부록 3에 포함된 것이어야 함</li> <li>• 영양소 기능 강조 문구는 이 규정의 부록 1을 준수해야 함</li> <li>• 영양소 기능 강조표시가 있는 식품 중 하기 나열된 영양소별 기준량을 초과하는 영양소가 하나 이상 포함된 경우, 해당 영양소 기능 강조 표시면에서 가장 크게 표시된 문구 근처에 해당 문구의 절반 정도의 크기로 ‘밝힘 표시’를 표시해야 함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 지방 13g, 포화지방 4g, 콜레스테롤 60mg, 나트륨 300mg, 총 당 13g</li> </ul> </li> </ul>

자료: KATI농식품수출정보

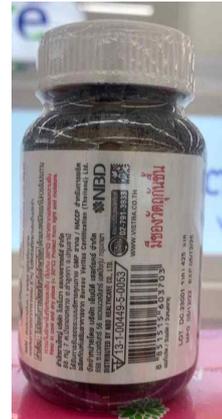
▶ 태국 효소가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 영어]

- ① VISTRA
- ② Coenzyme Q10
- ③ DIETARY SUPPLEMENT PRODUCT
- ④ Natural Source
- ⑤ 60 CAPSULES

[앞면 - 국문]

- ① 브랜드명: VISTA
- ② 제품명: 코엔자임 Q10
- ③ 식이보충제
- ④ 자연 유래
- ⑤ 60 캡슐

[앞면 - 태국어]

- ① วิสตรา โคเอนม์ไซม์ คิวเท็น 30 มก.
- ② ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

[옆면 - 국문]

- ① 비스트라 코엔자임 Q10 30mg
- ② 식이보충제

[옆면1 - 영어]

- ① KANEKA Q10
- ② KENEKA Q10™ is a registered trademark of KANEKA Corporation
- ③ Ingredient imported from Japan
- ④ Keep in cool and dry place((30 °C) Protect from light and moisture

[옆면1 - 국문]

- ① 카네카 Q10
- ② 카네카 Q10™은 카네카 회사에 등록된 상표입니다
- ③ 일본으로부터 수입된 성분
- ④ 빛과 습기가 없는 서늘하고 건조한 장소(30 °C 이하)에서 보관하세요

[옆면1 - 태국어]	[옆면1 - 국문]				
① วิสทรา โคเอนไซม์ คิวเท็น 30 มก. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร  ② น้ำหนักสุทธิ 42 กรัม (60 แคปซูล)	① 비스트라 코엔자임 Q10 30mg 식이보충제  ② 순 중량 42g(60캡슐)				
<table border="1"> <tr> <td>ส่วนประกอบที่สำคัญใน 1 แคปซูล ประกอบด้วย</td> </tr> <tr> <td>โคเอนไซม์ คิวเท็น Coenzyme Q10 30 มก.</td> </tr> </table>	ส่วนประกอบที่สำคัญใน 1 แคปซูล ประกอบด้วย	โคเอนไซม์ คิวเท็น Coenzyme Q10 30 มก.	<table border="1"> <tr> <td>캡슐 1개의 주요 성분은</td> </tr> <tr> <td>코엔자임 Q10    코엔자임 Q10    30mg</td> </tr> </table>	캡슐 1개의 주요 성분은	코엔자임 Q10    코엔자임 Q10    30mg
ส่วนประกอบที่สำคัญใน 1 แคปซูล ประกอบด้วย					
โคเอนไซม์ คิวเท็น Coenzyme Q10 30 มก.					
캡슐 1개의 주요 성분은					
코엔자임 Q10    코엔자임 Q10    30mg					
③ สารทำให้เกิดความชุ่มชื้น(INs 420(i), INs 422), สีธรรมชาติ(INs 120, INs171), สีสังเคราะห์(INs 110)  ④ วิธีใช้: รับประทานวันละ 1 แคปซูล พร้อมมื้ออาหาร.  ⑤ ควรกินอาหารหลากหลายครบ 5 หมู่ ในสัดส่วนที่เหมาะสมเป็นประจำ  ⑥ คำเตือน: ไม่มีผลในการป้องกันหรือรักษาโรค  ⑦ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน  ⑧ ควรเก็บรักษาในที่แห้งและเย็น(ไม่เกิน 30 °C) ปราศจากแสงและความชื้น  ⑨ สำนักงานใหญ่ บริษัท โปรโนวา แลบบอราทอรีส์ จำกัด  ⑩ 88 หมู่ที่ 7 ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จ.ปทุมธานี	③ 보습제(INs 420(i), INs 422), 천연색소(INs 120, INs171), 합성색소(INs 110)  ④ 사용방법 : 하루에 1캡슐씩 식사와 함께 섭취하세요  ⑤ 적절한 비율로 다양한 음식을 섭취하되, 5가지 음식 그룹 <sup>23)</sup> 모두를 꾸준히 섭취해야 합니다  ⑥ 주의: 질병을 예방하거나 치료하는 데 효과가 없습니다  ⑦ 어린이와 임산부는 섭취하지 마세요  ⑧ 빛과 습기가 없는 서늘하고 건조한 장소(30 °C 이하)에서 보관하세요  ⑨ 본사 프로노바 라바토리스 컴퍼니 리미티드  ⑩ 88 마을, 7번지, 붕 통랑 지구, 람 룩 카 구, 파툼 타니 주(88 Village No. 7, Bueng Thonglang Subdistrict, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province)				
[옆면2 - 태국어]	[옆면2 - 국문]				
① ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ GMPสากล/HACCP สำหรับการผลิต  ② ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจาก Bureau Veritas Certificate(Thailand) Ltd.	① 국제 GMP/HACCP 품질경영시스템 인증을 획득한 생산업체입니다.  ② Bureau Veritas Certificate (Thailand) Ltd.의 건강 보조 식품				

23) 태국에는 5가지 음식 그룹이라는 개념이 있으며, 각각 곡물, 육류, 채소, 과일, 유제품이 이에 속함

③ จัดจำหน่ายโดย บริษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกัด	③ NBD Healthcare Company Limited에서 배포합니다
④ 898 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	④ 898 Soi Nuanchan 56, Nuanchan Subdistrict, Bueng Kum District, Bangkok
⑤ อย 13-1-00449-5-0053	⑤ FDA(등록번호) 13-1-00449-5-0053
⑥ สอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์: 02-791-3933	⑥ 제품 정보 문의: 02-791-3933
⑦ มีซองวัตถุกันชื้น	⑦ 습기 차단팩 포함
⑧ LOT DC.23001 ราคา 425 บาท	⑧ 로트번호 DC.23001 가격 425바트
⑨ MFG: 05/12/22 EXP: 05/12/25	⑨ 제조일: 2022년 12월 5일 유통기한: 2025년 12월 5일

#### 4. 태국 효소가공품 성분 및 유해물질

##### ▶ 태국 소비 금지 성분 목록

태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 2020년 8월, 식품법에 따라 식품 성분으로 사용할 수 없는 식물 성분과 동물 성분을 목록화한 규정을 발표함. 이는 소비자가 해당 식물과 동물, 동물의 신체 부위를 소비하는 것을 막는 방안으로 해당 성분의 수입과 수출, 유통, 가공이 금지됨. 하기 표는 사용이 금지된 성분의 일부 목록으로, 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 고시 식품법 BE 2559 규정을 통해 확인할 수 있음

[표 5.14] 태국에서 사용이 금지된 식물 성분 및 동물 성분

순번	성분명(한글)	학술명(영문)	금지된 부분
1	호르몬이 포함된 동물 부위 금지	Animals parts containing hormones	동물의 갑상선 부갑상선 부신 췌장 난소 고환
2	브루시아 자바니카	Brucea javanica (L.) Merr.	라자닷(Rajaddat) 또는 다른 국가에서 수마트라(Sumatrana)로 알려진 말린 과일과 씨앗
3	벨라돈나풀	Atropa belladonna L.	벨라돈나풀 전체
4	멜라루카 앨터니폴리아	Melaleuca alternifolia [Maiden & Betchel] Cheel	티트리 잎과 오일
5	델피늄 스타피사그리아	Delphinium staphisagria L.	참제비고깔 씨앗
6	베르베린 불가리스	Berberine vulgaris L.	매자나무속과 록키 마운틴 포도의 뿌리, 줄기, 땅속줄기
7	일일초	Catharanthus roseus (L.) G.Don	물냉이 구아바 전체

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ **식품첨가물**

태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)은 국제 식품 규역 위원회 코덱스(CODEX)의 기준을 바탕으로 식품첨가물을 구분하고 목록과 최대 허용치를 규정하고 있으며, 모든 식품을 이를 준수해야 함. 식품첨가물이 사용되었을 때는 ‘식품첨가물’ 단어와 함께 식품첨가물의 명칭을 라벨에 표시해야 함. 태국에서 사용을 허용한 식품첨가물이 아닌 물질을 사용하려는 경우, 식약청의 승인이 필요함. 하기 표는 고객사 효소가공품을 ‘식이보충제’로 분류하여 검색했을 때 발견된 식이보충제의 식품첨가물 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 또는 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.15] 태국 식이보충제 관련 식품첨가물

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용 기준
1	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	식이보충제	GMP
2	아세트산	Acetic acid, glacial		
3	아세틸아디핀산이전분	Acetylated distarch adipate		
4	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate		
5	녹말	Acid-Treated Starch		
6	한천	Agar		
7	알긴산	Alginic acid		
8	알긴산암모늄	Ammonium alginate		
9	탄산암모늄	Ammonium carbonate		
10	수산화암모늄	Ammonium hydroxide		

자료: KATI농식품수출정보, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ **유해물질**

태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)에서 규정하고 있는 식품법의 오염물질 기준 규정에 따라 유해물질과 잔류농약, 병원성 미생물의 기준치를 정해 관리하고 있으며, 모든 식품은 이를 준수해야 함. 하기 표는 ‘식품의 잔류농약 기준 B.E. 2560(2017) 규정에 따라 ‘모든 식품 및 ‘식품보충제’에 적용되는 잔류농약의 목록과 그 기준임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.16] 태국 모든 식품 및 식품보충제 관련 유해물질

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
1	아크릴로나이트릴	Acrylonitrile	모든 식품	0.02mg/kg (아크릴로니트릴을 단량체로 한 플라스틱 용기에 포장된 식품)
2	비닐 클로라이드 모노머	Vinyl chloride monomer		0.01mg/kg (폴리염화비닐 플라스틱 용기에 포장된 식품)
3	총 비소	Total Arsenic	식품보충제	2mg/kg
4	납	Lead(Pb)		1mg/kg
5	수은	Mercury(Hg)		0.5mg/kg

자료: KATI농식품수출정보, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ 알레르겐

태국은 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함

[표 5.17] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐 함유 곡물
2	의무	갑각류와 갑각류 포함 식품
3	의무	계란 및 계란 포함 식품
4	의무	생선과 생선 포함 식품
5	의무	땅콩, 대두 및 이를 포함한 식품
6	의무	유당 포함 유제품
7	의무	견과류 및 이를 이용한 식품
8	의무	1kg당 10mg 이상의 아황산염

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 드래곤플라이샵(Dragonfly Shop)
2. 미야스파크림(Miya Spa Cream)
3. 헬스허브2009(Health Herb 2009)

## Interview ①

24)

드래곤플라이샵(Dragonfly Shop)  
Owner드래곤플라이샵  
(Dragonfly Shop)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2008년 설립
  - 푸켓에 위치한 소매 및 수입업체
  - 주요 수입국으로는 한국, 일본
  - 취급 품목으로는 식료품 및 건강기능식품
  - 오프라인 및 온라인 유통채널 존재

## 담당자 정보

Owner

## Q. 최근 태국에서 건강기능식품과 관련된 이슈나 트렌드가 있다면 무엇인지 알려주세요

코로나19 이후 태국에서는 건강에 대한 인식과 중요성이 증가함에 따라 건강기능식품의 판매량이 증가하였으며, 저희 매장에서도 건강기능식품 판매량이 연평균 10%씩 성장했습니다. 가장 성장률이 높은 제품들은 글로벌 건강기능식품 시장의 약 30%를 점유하고 있는 것으로 알려진 비타민, 단백질, 아미노산입니다. 이 외에도 각종 건강식품 산업의 성장과 건강과 관련된 제품에 소비자들의 관심이 많이 증가하였습니다.

## Q. 태국 소비자들은 소화 및 건강을 위해 어떤 건강기능식품을 섭취하나요?

소화 기능 향상을 위한 제품으로는 프로바이오틱스가 가장 많이 활용되고 있습니다. 효소가공품에 대해서는 해당 제품이 소화 시스템 내 독소 제거 및 면역 체계 향상에 도움이 된다는 것을 소비자들이 인지하고는 있으나 프로바이오틱스처럼 소화 기능 향상을 위한 제품이라고는 인식하고 있지 않은 편입니다.

## Q. 태국 소비자들은 효소로 만든 건강기능식품들에 친숙한 편인가요?

효소가공품은 주로 다이어트 제품으로 알려져 있으며 음용 분말 형태의 제품이 태국 소비자들에게 친숙한 편입니다. 그러나 소화계통 건강을 위해 섭취하는 식품 측면에서는 효소가공품보다 프로바이오틱스 관련 제품이 태국 소비자들에게 더욱 친숙한 편이며, 효소가공품 소비층은 주로 미용 목적으로 제품을 소비하고 있습니다.

## Q. 태국 소비자들이 효소가공품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 브랜딩 전략이 필요할까요?

효소가공품을 태국에서 브랜딩하기 위해서는, 우선 자연 친화 이미지를 가져가면서 고품질 제품 및 전문성 있는 제품임을 내세워야 합니다. 이를 통해 태국 소비자들에게 효소가공품이 안전하고 검증받은 제품임을 인지하게 할 수 있습니다. 추가적으로 고객사 제품에 대한 소비자 후기와 제품의 구체적인 효능을 추가로 홍보하면, 태국에서의 효소가공품 브랜딩은 어렵지 않을 것으로 생각합니다.

## Q. 현재 태국에서 인기 있는 효소가공품 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 판매 유통 채널, 판매 금액, 마케팅 방법 등을 자세히 알려주세요.

태국에서 인기 있는 효소가공품은 N사의 슈퍼엔자임(Super Enzyme)이 있습니다. 가격은 569-1,043바트(21,155-38,779원<sup>25)</sup>) 수준이며, 오프라인 약국과 드럭스토어, 그리고 온라인 매장을 통해 판매되고 있습니다. 해당 브랜드는 주로 실사용자의 상품 후기를 마케팅 방안으로 활용합니다.

24) 사진자료: 드래곤플라이샵(Dragonfly Shop)

25) 1바트=37.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 오프라인 유통채널이 있다면 무엇인가요?**

해당 제품의 오프라인 유통은 그다지 추천하지 않습니다. 이전과는 다르게 백화점과 같은 대형 매장이 아닐 경우 드럭스토어 등 소형 매장에서의 오프라인 판매가 그다지 많이 발생하지 않기 때문입니다. 반면, 온라인은 유통은 자체 온라인 매장 설립 등을 통해 신규 브랜드가 시장 개척을 하기에 좋습니다.

**Q. 고객사 제품이 타겟해야 하는 태국 소비자 그룹은 어디인가요?**

건강에 관심이 많은 중상위층 소득의 여성 직장인이 주요 타겟 대상입니다. 제품의 디톡스 효능은 다른 여성 소비층보다 미용에 특히 신경을 쓰고 있는 여성 직장인 소비층에게 크게 어필할 수 있는 효능이기 때문입니다. 이들을 시작으로 제품이 알려지게 되면, 소화 효능을 추가로 강조해 중장년층 소비층 등 더욱 많은 소비자에게 다가갈 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품이 태국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?**

태국 시장에서 건강기능식품의 핵심 마케팅 전략으로는 제품의 형태 및 맛이 있습니다. 식용 분말인지, 품질이 어떠한지, 태국 소비자들이 좋아하는 맛인지 등이 중요하며, 제품의 장점 및 소비자 후기 등을 통해 브랜드 인지도를 구축하는 것이 우선입니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 효소가공품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

저희와 같은 수입유통업체들은 수입 시 샘플 지원을 가장 희망합니다. 샘플을 활용하여 행사 등을 통해 고객사의 제품을 알릴 수 있고, 샘플링 행사로 고객들의 의견을 들을 수 있습니다. 이를 바탕으로 가격 책정 및 보완점을 확인하며 인지도를 높이고, 상품을 개선할 수 있습니다.

## Interview ②

26)



### 미야스파스림 (Miya Spa Cream)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2010년 설립
  - 논탄부리에 위치한 소매 및 수입업체
  - 주요 수입국으로는 미국, 한국, 호주, 일본
  - 취급 품목으로는 건강기능식품
  - 오프라인 및 온라인 유통채널 존재

#### 담당자 정보

Owner

## 미야스파스림(Miya Spa Cream) Owner

### Q. 최근 태국에서 건강기능식품과 관련된 이슈나 트렌드가 있다면 무엇인지 알려주세요

태국의 건강기능식품 시장은 현재 성장 중이라고 할 수 있습니다. 특히 코로나19 이후, 사람들이 건강에 관한 관심이 증가하면서 가파르게 성장 중입니다. 건강에 관심이 증가함에 따라 자연스럽게 건강 관련 식품의 시장도 많이 활성화되었습니다.

### Q. 태국 소비자들은 소화 및 건강을 위해 어떤 건강기능식품을 섭취하나요?

현재 소화 기능 건강을 위한 보조제는 주로 소화불량을 일상적으로 겪을 확률이 높은 노인 소비층을 위한 제품 카테고리 분류되고 있습니다. 이들은 효소가 함유되어 있는 제품인지 아닌지의 여부와 관계없이 제품의 소화 관련 효능이 얼마나 좋은지에 따라 보조제를 소비하고 있습니다. 반면 젊은 소비층은 소화불량을 일상적으로 겪지 않는 편이기 때문에 보조제 제품을 평소에 소비하기 보다는 소화불량 발생 시 약국에서 소화제 등의 의약품을 주로 소비하는 편입니다.

### Q. 태국 소비자들은 효소로 만든 건강기능식품들에 친숙한 편인가요?

태국 소비자들에게 가장 친숙한 제품은 프로바이오틱스 제품들이며, 현지 시장에도 많이 판매되고 있습니다. 프로바이오틱스는 식이 보조제 카테고리 분류됩니다. 효소가공품 역시 시중에 판매되고는 있지만 태국 소비자들은 해당 제품을 주로 단백질 보충제나 분말 음료로 인식하고 섭취하고 있습니다.

### Q. 태국 소비자들이 효소가공품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 브랜딩 전략이 필요할까요?

브랜드 인지도를 높이기 위해서는 타겟 소비층에 어필하기 위한 소비자 행동 연구를 비롯하여 제품의 강점 및 고품질을 강조한 광고 마케팅이 가장 효과적일 것으로 생각합니다. 소비자들의 수요를 파악한 상태로 높은 품질의 제품임을 강조한다면 효과적인 브랜딩이 될 것으로 생각합니다.

### Q. 현재 태국에서 인기 있는 효소가공품 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 판매 유통 채널, 판매 금액, 마케팅 방법 등을 자세히 알려주세요.

태국에서 인기 있는 관련 제품으로는 W사의 다이제스티브엔자임(Digestive Enzymes)가 있습니다. 프로바이오틱스를 함유한 제품이며, 가격은 180알에 1,490바트(55,398원) 수준입니다. 주로 온라인을 통해 판매하고 있으며, 광고 마케팅을 적극적으로 활용하는 브랜드입니다. 해당 제품은 노인들을 위한 소화 기능 개선 효과를 지니고 있으며, 천연 효소의 특성 및 이점을 강조하여 판매를 촉진하는 전략을 사용합니다.

**Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 오프라인 유통채널이 있다면 무엇인가요?**

만약 직장인들을 대상으로 판매하고 싶을 경우, 최근 많이 사용되는 유통채널인 왓슨(Watson)이나 부스트(Boost)와 같은 드럭스토어 매장에 입점하는 것을 권장합니다. 다만, 태국에 처음 진출하는 고객사와 같은 신규 브랜드는 온라인 유통채널을 우선 고려하는 것을 권장합니다.

**Q. 고객사 제품이 타겟해야 하는 태국 소비자 그룹은 어디인가요?**

고객사 제품의 경우, 노년층과 장년층을 대상으로 소비층으로 삼는 것을 권장합니다. 뿐만 아니라 건강 관리에 관심이 있거나 건강기능식품을 주기적으로 구매가 가능한 경제력을 보유한 직장인 그룹도 고려할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품이 태국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?**

저희가 사용하고 있는 마케팅 전략은 고품질의 제품 판매, 그리고 제품 분석을 통한 고객 맞춤형 건강기능식품의 제품 추천 등이 있습니다. 저희 고객들의 매장 재방문율은 매우 높은 편이며, 이에 매장 추천을 통한 제품 판매가 매우 활발합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 효소가공품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

아직 고객사 제품에 대한 현지에서의 인지도가 부족하다는 점을 고려하여, 고객사 측에서 홍보에 활용할 수 있는, 특별 할인 행사 및 광고와 같은 수단들을 지원해 주었으면 좋겠습니다. 제품 일부를 소비자들에게 샘플로 나눠주어 샘플링 행사를 진행하는 방법도 있습니다.

Interview ③

27)



헬스허브2009(Health Herb 2009)  
Sales Manager

헬스허브2009  
(Health Herb 2009)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2009년 설립
  - 싸이마이에 위치한 소매 및 수입업체
  - 주요 수입국으로는 한국
  - 취급 품목으로는 건강기능식품
  - 오프라인 및 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

Q. 최근 태국에서 건강기능식품과 관련된 이슈나 트렌드가 있다면 무엇인지 알려주세요

태국에서 건강기능식품 시장은 매우 빠르게 성장하고 있습니다. 코로나19 이후, 태국 소비자들의 건강에 관한 관심 및 주의가 매우 높아졌으며, 건강 관리에 신경을 쓰는 경우가 많아져 건강기능식품 시장 또한 이에 혜택을 받은 시장 중 하나입니다.

Q. 태국 소비자들은 소화 및 건강을 위해 어떤 건강기능식품을 섭취하나요?

일반적으로 프로바이오틱스와 같은 장 건강 향상에 효능이 있는 제품이 인기가 많습니다. 주로 음용이 가능한 분말 형태로 시장에서 판매되고 있습니다. 이 외에 피부 미용을 위한 항산화 및 해독 효능 제품이 인기가 있는 편입니다.

Q. 태국 소비자들은 효소로 만든 건강기능식품들에 친숙한 편인가요?

태국 소비자들에게 효소가공품에 대한 인지도는 다른 건강기능식품에 비해 낮은 편입니다. 일부 건강에 관심이 있는 소비자들에 한해 효소가공품이 신체 및 장 소화 시스템의 기능 향상, 세포 복원 등의 효능이 알려져 있는 상태입니다.

Q. 태국 소비자들이 효소가공품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 브랜딩 전략이 필요할까요?

고객사 제품을 태국에서 브랜딩할 수 있는 다양한 방법이 존재할 수 있겠으나, 무엇보다 중요한 것은 고객사 제품의 완성도 및 품질이라고 생각합니다. 태국 소비자들은 제품의 품질, 맛, 생산 프로세스, 보관방법 등을 모두 제품 완성도의 척도로 가능하고 있으며, 이 중 하나라도 본인의 기준에 충족하지 않는 건강기능식품에 대한 소비는 꺼리는 편입니다. 따라서 제품의 완성도 및 품질을 태국 소비자들 눈높이에 맞춘다면 제품 인지도 또한 저절로 따라올 것입니다.

Q. 현재 태국에서 인기 있는 효소가공품 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 판매 유통 채널, 판매 금액, 마케팅 방법 등을 자세히 알려주세요.

태국에서 인기 있는 효소가공품으로는 G사의 엔자임(Enzyme) 제품이 있습니다. 음용이 가능한 분말 형태의 제품으로, 가격은 750바트(27,885원) 수준입니다. 제품의 효능으로는 소화 기능 향상, 영양분 섭취, 에너지 연소 및 지방 분해, 면역 체계 향상, 염증과 감염 예방, 독소 제거 등이 있으며, 주로 온라인에서 판매하고 있습니다.

**Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 오프라인 유통채널이 있다면 무엇인가요?**

건강기능식품의 오프라인 유통채널로는 백화점을 추천합니다. 방콕을 비롯한 주요 도심 지역에 있는 부스트나 왓슨, 일반 약국을 고려할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품이 타겟해야 하는 태국 소비자 그룹은 어디인가요?**

타겟 소비층은 50-60대 소비자가 적절하며, 그 중에서도 건강에 관심이 많고 건강기능식품 섭취가 습관화되어있는 여성들을 주 타겟으로 잡는 것을 권장합니다. 평상시에 건강기능식품을 먹는 이들에게는 고객사의 제품이 더욱 편하게 느껴질 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품이 태국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?**

소비자들이 관련 제품 구매 시 가장 중요시하는 부분은 성분의 안정성 및 효능이기 때문에 이를 강조해야 합니다. 고객사 제품은 수입 제품임에도 불구하고 가격이 비싸지 않으며, 포장 또한 매력적이기 때문에 구매 가치가 충분한 제품입니다. 제품 관련 인증을 통해 신뢰도를 높일 수 있다면 더욱 효과적인 마케팅 전략이 될 것입니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 효소가공품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

한국 및 태국의 인플루언서와의 협업 및 온라인 내 제품 페이지가 필요합니다. 또한, 관련 행사에서 제품 소개를 위한 가격 프로모션 진행 등이 매우 도움이 될 것 같습니다. 따라서, 제품 협업 및 소개를 할 수 있는 온라인 페이지, 제품의 소개 및 인지도 향상을 위해 진행되는 행사에 필요한 제품 및 프로모션 과정에 대해 지원을 받길 희망합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점





## 소비 특징 ①

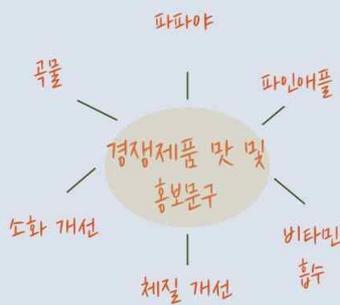


① 경쟁제품; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 효소가공품 경쟁제품을 조사한 결과, '코엔자임Q10' 관련 키워드가 105건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 '아밀라아제 효소' 관련 키워드가 32건, '락타아제 효소' 관련 키워드가 30건으로 빈출하였으며 '프로바이오틱스' 관련 키워드는 11건으로 다른 경쟁제품 키워드보다 상대적으로 적은 양이 도출되었음. 한편 효소가공품 경쟁제품 제형으로는 '캡슐' 관련 키워드가 80건으로 가장 많이 도출되었으며, 그 밖에 '정제' 키워드가 21건, '가루' 키워드가 8건으로 빈출하였음

② 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 효소가공품 경쟁브랜드를 조사한 결과, 미국 브랜드인 '제누푸드' 관련 키워드가 120건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 기능성 식품 제조 브랜드 '피지피' 관련 키워드가 66건으로 빈출하였으며, '오나튜헬', '블랙모어스' 등 글로벌 브랜드 관련 키워드가 많이 도출되었음. 한편 태국 현지 경쟁브랜드인 '비스트라' 관련 키워드는 38건 도출되었으며, 코엔자임Q10 제품을 주력으로 판매하고 있는 것이 확인되었음



## 소비 특징 ②



① 경쟁제품 맛; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 효소가공품 경쟁제품 맛을 조사한 결과, '곡물' 관련 키워드가 78건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 쌀, 오트밀, 팥 등 다양한 곡물 맛 제품이 판매되고 있는 것이 확인되었음. 뒤이어 '파인애플' 관련 키워드가 15건, '파파야' 관련 키워드가 12건, '사과' 관련 키워드가 7건 도출되는 등 과일맛 관련 키워드가 빈출하였음

② 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 효소가공품 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '소화 개선' 관련 키워드가 121건, '체질 개선' 관련 키워드가 91건, '비타민 흡수' 관련 키워드가 61건 도출되는 등 효능을 강조한 홍보문구 키워드가 빈출하였음. 특히 소화, 장 기능 등 위장계통 효능에 대한 키워드가 빈출하는 것이 확인되었음. 한편 취득 인증을 홍보문구로 활용한 제품도 발견되었으며, '비건' 인증 및 'Non-GMO' 인증 관련 키워드가 각각 17건씩 도출되었음

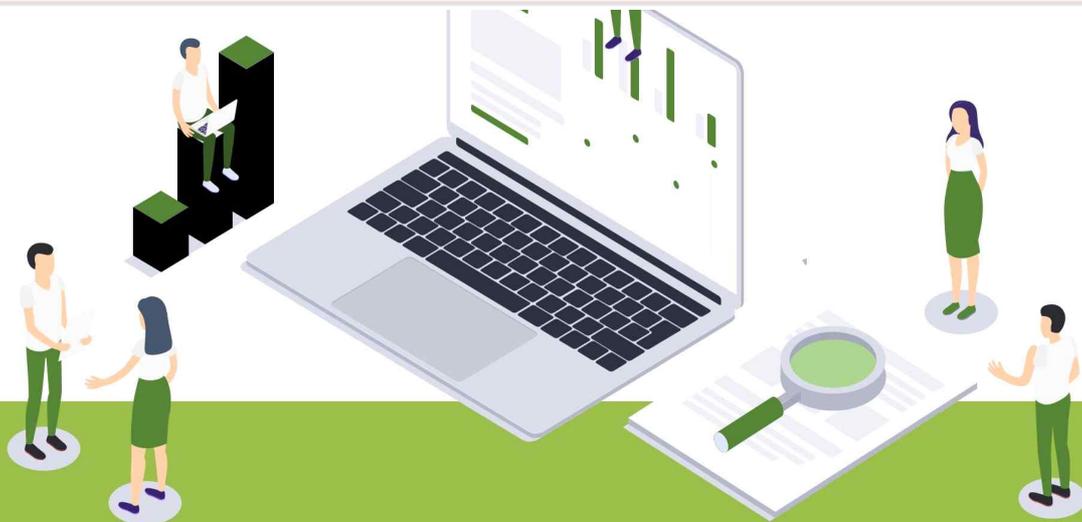
태국 소매유통채널 유통 비중



## 유통채널



태국 내 고객사 효소가공품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '전통 상점'의 점유율이 40.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 24.0%, '편의점', '미니 마트' 등을 포함한 '기타 현대식 상점'이 21.0%의 점유율을 차지하였음. '온라인' 유통채널 점유율은 6.0%로 다른 유통채널보다 낮은 비중을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 태국에서는 전반적으로 '전통 상점'과 '현대식 상점'을 통한 거래가 비슷한 비율로 이루어지는 것이 확인되었으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(36.0%)보다 비중이 현저히 낮은 것으로 조사되었음



- ▶ Point 1) 태국 사전 수입허가서 발급 必
- ▶ Point 2) 태국 보건부에  
식품 생산 안전 인증서 제출
- ▶ Point 3) 건강기능식품은  
태국 식약청 등록 必
- ▶ Point 4) 라벨 태국어 표기 必

## 진입장벽



태국으로 일반 식품 수출 시, 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며 사전 수입허가서 발급이 필요한 것으로 나타남. 또한 수입 이후에도 정기 및 부정기 심사로 사후심사를 하고 있어 수입 이후에도 철저한 관리가 필요한 것으로 조사되었음. 한편 수입산 식품은 태국 보건부의 지침에 따라 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해 수입해야 하며, 규정에 의거 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서의 사본 제출이 필요한 것으로 나타남. 한편, 태국 내 건강기능식품을 수출하기 위해서는 태국 식약청에 제품 등록을 필수적으로 진행해야 하는 것으로 나타남. 또한 태국 식약청에서 지정한 성분별 일일 권장 섭취량 기준을 준수해야 하는 것으로 조사되었음. 제품 라벨링의 경우 제품명, 식품 일련번호, 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소, 순중량, 성분, 식품첨가물, 알레르기 정보, 인공 조미료, 유통기한 등이 기재되어야 하며, 표기 시 태국어로 작성되어야 함

## 수출 확대 전략

제품 수요  
&  
제품 피드백



Point 01 제품 수요 태국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 코로나19 이후 태국 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 건강기능식품 판매량이 증가하고 있는 추세인 것으로 나타남. 소화 기능 향상을 위한 건강기능식품 소비로는 주로 프로바이오틱스 제품이 소비되고 있으며, 효소가공품의 소화계통 내 독소 제거 및 면역 체계 향상 효능에 대한 태국 소비자들의 인지도는 있으나 이를 프로바이오틱스와 같이 소화 기능 향상을 위한 건강기능식품으로 소비하고 있지는 않는 것으로 조사되었음. 효소가공품 소비자들은 주로 다이어트 및 미용 목적으로 제품을 소비하고 있으며, 일부 노년층 소비자들이 소화 기능 향상을 위해 제품을 소비하고 있는 것으로 나타남. 한편 고객사 효소가공품을 태국에서 브랜드하기 위해 자연 친화적인 이미지, 고품질 제품, 전문성 있는 제품임을 내세워 소비자들에게 안전하고 검증받은 제품임을 인지시켜야 하며, 이후 고객사 제품에 대한 소비자 후기 및 제품의 구체적인 효능을 강조하여 홍보하는 것이 인터뷰 응답자들 사이에 언급되었음. 고객사 효소가공품의 홍보 타겟팅 소비층과 관련해서는 소화 기능 향상을 위해 건강기능식품을 꾸준히 소비하고 있는 중장년층 소비층과 디톡스 효능에 관심을 보일 수 있는 여성 직장인 소비층에 집중하는 것이 인터뷰 응답자들 사이에 추천되었음. 고객사 효소가공품의 오프라인 유통채널 추천 진출 경로로는 백화점 및 드럭스토어가 언급되었으나, 최근 태국에서 오프라인 유통채널에서의 건강기능식품 판매 저하 등의 이유로 온라인 유통채널 진출을 먼저 진행하는 것이 효과적이라는 인터뷰 응답자들의 의견이 지배적이었음

Point 02 제품 피드백 태국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 효소가공품 제품 가격은 태국 시장에서 일반적인 가격대이며, 수입산 제품임을 고려했을 때는 저렴한 가격인 것으로 나타남. 그러나 태국 건강기능식품 시장이 과열되어 있기 때문에 제품 가격이 판매량에 영향을 미칠 수 있어 가격대 설정에 대한 고려가 필요한 것으로 보임. 고객사 제품의 플라스틱 스틱 포장의 경우 일반적인 포장이라는 피드백과 편의성이 고려된 좋은 포장이라는 피드백이 함께 나왔으며, 홍보문구의 경우 현재 고객사 제품의 홍보문구에 더해 태국어로 된 라벨 및 제품 보증 관련 홍보문구를 추가해 제품 신뢰도를 높이는 것이 추천되었음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 약업신문, '일동제약 '동남아 2대 제약시장 태국 진출' 성공사례 주목', 2021.11
3. 스태티스타(Statista), 「Digestives & Intestinal Remedies Thailand」, 2022.07
4. 식품음료신문 '태국, 비건 식품 연 10% 고성장...기업 참여 열기 뜨거워' 2022.03.11
5. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
6. 한국농수산물유통공사, 「2022년 태국 국가 심층조사」, 2022.07
7. 한국농수산물유통공사, 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」, 2022.09
8. 식품의약품안전처, 「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」, 2016.04
9. 식품의약품안전처, 「태국 식품의 기준 및 규격 번역집」, 2018.02
10. 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health), 「보건부 고시 제443호(ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 443) พ.ศ. 2566)」, 2023.08
11. 식품안전정보원, '태국 공중보건부, 식품 제조에 사용되는 효소에 대한 공중보건부 고시(제443호) 공포', 2023.08

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
4. 라자다 태국(Lazada Thailand) (lazada.co.th)
5. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
6. 빅씨(Big C) (www.bigc.co.th)
7. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
8. 푸드랜드(Foodland) (www.foodland.co.th)
9. 방콕포스트(Bangkok Post) (www.bangkokpost.com)
10. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
11. 부츠(Boots) (store.boots.co.th)
12. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.co.th)
13. 뷰트리움(Beautrium) (thebeautrium.com)
14. 보라마트(Bora Mart) 페이스북 (www.facebook.com/Borakoreanmartchiangmai)
15. 구글맵스(Google Maps) (www.google.com/maps)
16. 지두방마켓(JidubanG-market) 페이스북 (www.facebook.com/people/JidubanG-market)
17. 쇼피 태국(Shopee Thailand) (www.shopee.co.th)
18. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
19. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)
20. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
21. 구글맵(Google Maps) (www.google.co.kr/maps)
22. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
23. 태국 식품의약품국(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)
24. 태국 농업협동부(MOAC: The Ministry of Agriculture and Cooperative) (www.moac.go.th)
25. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
26. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
27. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
28. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
29. 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health) (ddc.moph.go.th)
30. 한국식품산업협회 (www.kfia.or.kr)
31. 한국건강기능식품협회 (www.khff.or.kr)
32. 식품안전정보원 (www.foodinfo.or.kr)
33. 드래곤플라이샵(Dragonfly Shop) (www.beauteimport.com)
34. 미야스파크림(Miya Spa Cream) (www.miyaspacream.com)
35. 헬스허브2009(Health Herb 2009) (www.health-herb2009.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.06

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea