

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1906-23
- 품목 : 콜라겐 (Collagen)
- 국가 : 태국 (THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

- 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
- 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 태국 콜라겐 시장규모	5
2. 태국 콜라겐 수출입 시장규모	6
3. 태국 콜라겐 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 한국 아이돌의 피부 관리법과 피부 문제 예방 팁(Tip) 공유	16
2. ‘화장품’, ‘건강기능식품’으로 피부관리, 하지만 ‘콜라겐’ 언급량 낮아	17
3. 비부 미용과 상처 치료에 이용되고 있는 콜라겐 제품	18
4. 콜라겐, 먹고 바르는 시대는 지나가고 시술 받는 소비자 증가	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 태국 콜라겐 유통구조	22
2. 태국 콜라겐 주요 유통업체	23
3. 태국 콜라겐 주요 유통업체	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 태국 콜라겐 인증 취득	47
2. 태국 콜라겐 사전심사	49
2. 태국 콜라겐 업체·제품 등록	50
3. 태국 콜라겐 라벨 심의	49
4. 태국 콜라겐 서류 준비	51
5. 태국 콜라겐 세금 납부	55
6. 태국 콜라겐 검역 심사	56

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)	62
Interview ② 뷰티쿨(Beauticool)	64
Interview ③ 웰니스 아시아 컴퍼니(Wellness Asia Company)	66
Interview ④ 시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy)	68
Interview ⑤ 에이비씨 파머시(ABC Pharmacy)	69

* 참고문헌	71
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 태국 콜라겐 시장규모
2. 태국 콜라겐 수출입 시장규모
3. 태국 콜라겐 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

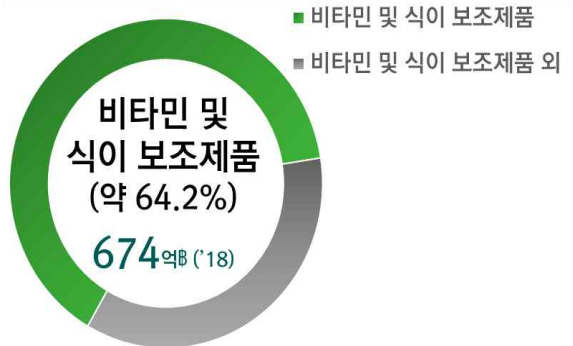
태국 (THAILAND)

콜라겐 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(식이 보조제)

- 태국 건강제품¹⁾ 시장 규모
..... 1,050억 바트('18)
- 태국 비타민 및 건강기능식품²⁾ 시장 규모
..... **674억 바트('18)**

(*) Euromonitor International



콜라겐 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(건강기능식품)

- HS 2106.90³⁾ 태국 對글로벌
'기타 따로 분류되지 않은 조제 식료품' 수입 규모
..... 61,070만 달러('18)
- HS 2106.90 태국 對한국
'기타 따로 분류되지 않은 조제 식료품' 수입 규모
..... **1,136만 달러('18)**

(*) International Trade Centre



콜라겐 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '콜라겐'의 잠재 소비자는 태국의 여성 소비자로 이에 '태국 지역별 여성인구 규모'를 확인함.
또한, 건강기능식품에 대한 구매력 파악을 위해 '식음료 및 보건 품목에 대한 지역별 월평균 가구 지출'을 조사함

① 태국 지역별 여성인구 규모 ('17)

전국	33,724천 명
방콕	2,999천 명
끄룽텡 도시권	2,700천 명
중부	6,044천 명
북부	6,159천 명
북동부	11,052천 명
남부	4,769천 명

② 태국 '식음료 및 보건'에 대한 지역별 월평균 가구 지출('15)

전국	7,196바트
방콕 포함한 도시권	8,984바트
중부	7,148바트
북부	5,650바트
북동부	6,650바트
남부	7,491바트

(*) National Statistical Office of Thailand, National Housing Information Center

1) 건강제품(Consumer Health): 해당 시장은 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제품(VDS), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품을 포함함. 조사 제품의 품목(건강기능식품)이 이에 해당하여 지표로 선정함
2) 비타민 및 식이 보조제품(Vitamins and Dietary Supplements): 조사 제품의 품목(식이 보조제품)이 이에 해당하여 지표로 선정함
3) HS CODE 2106.90: 조사 제품은 피부의 건강을 목적으로 제조된 뷰티 콜라겐 제품으로 건강기능식품에 포함됨. 이에 건강기능식품 또는 건강보조식품의 주요 HS CODE 2106.90 '기타 따로 분류되지 않은 조제 식료품'을 지표로 선정함

1. 태국 콜라겐 시장규모

태국 국가 일반 정보)

면적	51.3만 km ²
인구	6,918만 명
GDP	4,901억 달러
GDP (1인당)	7,084달러

조사 시장: 조사 제품은 피부 관리를 목적으로 섭취하는 콜라겐 제품으로 식이 보조제에 포함됨. 이에 '비타민 및 식이 보조제' 시장과 이를 포괄하는 상위 시장인 '건강제품' 시장을 조사함

- ▶ 2014~2018년, 태국 '비타민 및 식이 보조제' 시장, 연평균성장률 9.4%
2018년 기준, 태국의 '건강제품' 시장 규모는 1,050억 100만 바트로 과거 5년 동안 매해 평균 8.7% 증가하였으며, '비타민 및 식이 보조제' 시장 규모는 673억 7,800만 바트로 연평균 9.4% 증가함
- ▶ 2019~2023년, 태국 '비타민 및 식이 보조제' 시장, 연평균성장률(CAGR) 9%
2019년 기준, '건강제품' 시장은 1,139억 200만 바트, '비타민 및 식이 보조제' 시장은 733억 1,900만 바트에 달할 것으로 나타남. 태국 소비자가 건강한 삶·웰빙을 추구함에 따라 건강에 관련한 제품 판매가 지속적으로 증가하고 있으며, 건강강조표시(Health Claims)가 된 콜라겐과 같은 뷰티기능식품의 판매량도 호조를 보임⁴⁾

[표 1.1] '건강제품', '비타민 및 식이 보조제' 시장 규모⁵⁾⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 건강제품	75,162 (3조 원)	82,438 (3.2조 원)	90,259 (3.6조 원)	97,534 (3.8조 원)	105,001 (4조 원)	8.7%
해당 품목 비타민 및 식이 보조제품	46,954 (1.8조 원)	52,117 (2조 원)	57,101 (2.2조 원)	62,136 (2.4조 원)	67,378 (2.7조 원)	9.4%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 건강제품	113,902 (4.5조 원)	123,983 (4.9조 원)	135,272 (5.3조 원)	147,657 (5.8조 원)	161,100 (6.3조 원)	9.1%
해당 품목 비타민 및 식이 보조제품	73,319 (2.9조 원)	79,942 (3.1조 원)	87,238 (3.4조 원)	95,067 (3.7조 원)	103,425 (4.1조 원)	9%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Thailand, Country Report」, 2019.02

5) 1바트=39.4원(2019.08.09., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

6) 원 데이터(단위: 바트)와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 콜라겐 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조사 제품은 피부의 건강을 목적으로 제조된 뷰티 콜라겐 제품으로 건강기능식품에 포함됨. 이에 건강기능식품 또는 건강보조식품의 주요 HS CODE 2106.90 '기타 따로 분류되지 않은 조제 식료품'을 지표로 선정함

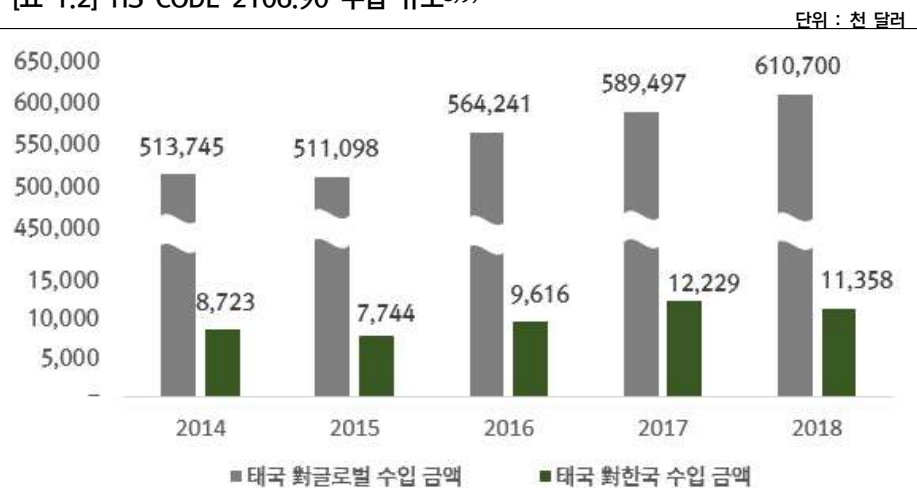
▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 4.4%

2018년, 태국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 6억 1,070만 달러로 연평균 4.4% 성장함. 對글로벌 수입액은 2015년도에 전년대비 264만 7,000달러 감소하였으나 이후 꾸준히 성장세를 보임

▶ 2014-2018년, 태국 對한국 수입액 연평균성장률 6.8%

2018년, 태국 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 1,135만 8,000달러로 2014-2018년간 연평균성장률 6.8%를 기록함. 태국의 對한국 수입액은 2015년도에 전년대비 97만 9,000달러 하락한 이후 지속적으로 회복세를 보이며 2017년 약 1,223만 달러를 기록하였으나, 2018년도에 전년대비 87만 1,000달러가량 하락함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입 규모⁸⁾⁹⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
태국 對글로벌 수입액	513,745 (6,223억 원)	511,098 (6,191억 원)	564,241 (6,835억 원)	589,497 (7,141억 원)	610,700 (7,397억 원)	4.4%
태국 對한국 수입액	8,723 (106억 원)	7,744 (94억 원)	9,616 (116억 원)	12,229 (149억 원)	11,358 (138억 원)	6.8%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

8) 1달러=1,211.3원 (2019.08.09., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

9) 해당 데이터는 반올림됨

3. 태국 콜라겐 소비 시장규모

1) 태국 지역별 여성 인구 규모

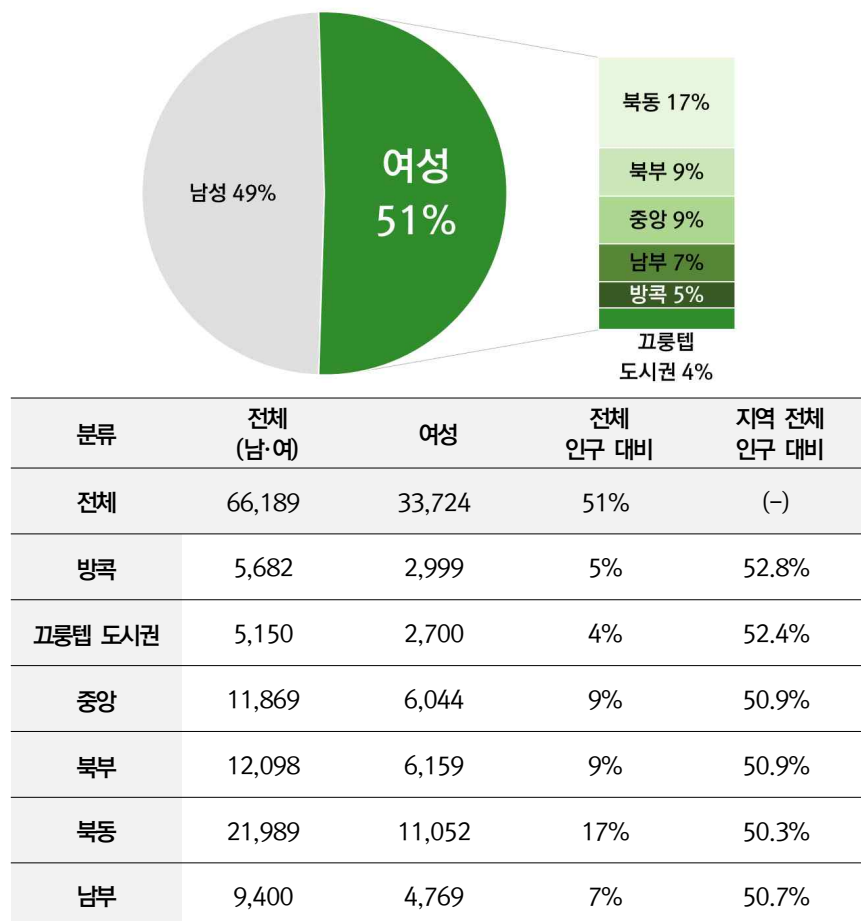
조사 제품 '콜라겐'의 잠재 소비자는 태국의 여성 소비자로 이에 '태국 지역별 여성인구 규모'를 확인함. 또한, 건강기능식품에 대한 구매력 파악을 위해 '식음료 및 보건 품목에 대한 지역별 월평균 가구 지출'을 조사함

▶ 2017년, 북동지역 내 여성인구 전체 인구의 17%로 가장 높아

2017년 기준, 태국의 국가주택정보센터에 따르면, 태국 전체 인구는 6,618만 9,000명이며 이 중 여성은 약 51%에 해당하는 3,372만 4,000명으로 확인됨. 지역별 여성 인구 규모 기준, 1위는 북동부로 전체 인구의 약 17%가 해당하는 여성(1,105만 2,000명)이 거주함. 이는 북동부 지역이 타 지역 대비 면적이 약 172,851km² 로 가장 넓기 때문인 것으로 추정됨(북동부 지역의 인구밀도는 6개의 지역 중 4번째로 밀집되어 있음). 지역 전체 성비는 평균 51.3%로 비교적 고르게 나타남

[표 1.4] 2017년 태국 지역별 여성 인구 규모¹⁰⁾

단위: 천 명



* 자료: 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand)

10) 해당 데이터는 천 단위로 반올림되어 전국 인구와 지역 인구의 합계가 다를 수 있음

2) 식음료 및 보건 품목에
대한 지역별 월간 가구
지출

▶ 2015년 식음료 및 보건¹¹⁾ 지출, '방콕 포함한 도시권'이 가장 높아

2015년 건강식품 또는 건강기능식품이 포함될 수 있는 식음료와 보건 품목의 월평균 가구 지출을 합산한 결과, '방콕을 포함한 도시권'이 가장 높은 것(8,984바트)으로 확인됨. 2위는 남부(7,491바트), 3위는 중부(7,148바트)로 나타났으며, 일반적으로 태국은 가구당 월 평균 7,196바트를 식음료와 보건물품을 구비하는 데 사용하는 것으로 보임

[표 1.5] 2015 식음료 및 보건 품목에 대한 지역별 월간 가구 지출¹²⁾

단위: 바트

분류	전국	방콕 포함한 도시권	중부	북부	북동부	남부
전체	21,157 (833,586원)	30,882 (1,216,751원)	21,055 (829,567원)	15,268 (601,559원)	17,032 (671,061원)	21,293 (838,944원)
식음료 및 보건	7,196 (283,522원)	8,984 (353,970원)	7,148 (281,631원)	5,650 (222,610원)	6,650 (262,010원)	7,491 (295,145원)
식음료	6,900 (271,860원)	8,477 (333,994원)	6,880 (271,072원)	5,445 (214,533원)	6,444 (253,894원)	7,199 (283,641원)
	37.4%	31.7%	37.8%	40.8%	42.5%	39.2%
보건	296 (11,662원)	507 (19,976원)	268 (10,559원)	205 (8,077원)	206 (8,116원)	292 (11,505원)
	1.6%	1.9%	1.5%	1.5%	1.4%	1.6%

* 자료: 국가 주택 정보 센터(National Housing Information Center)

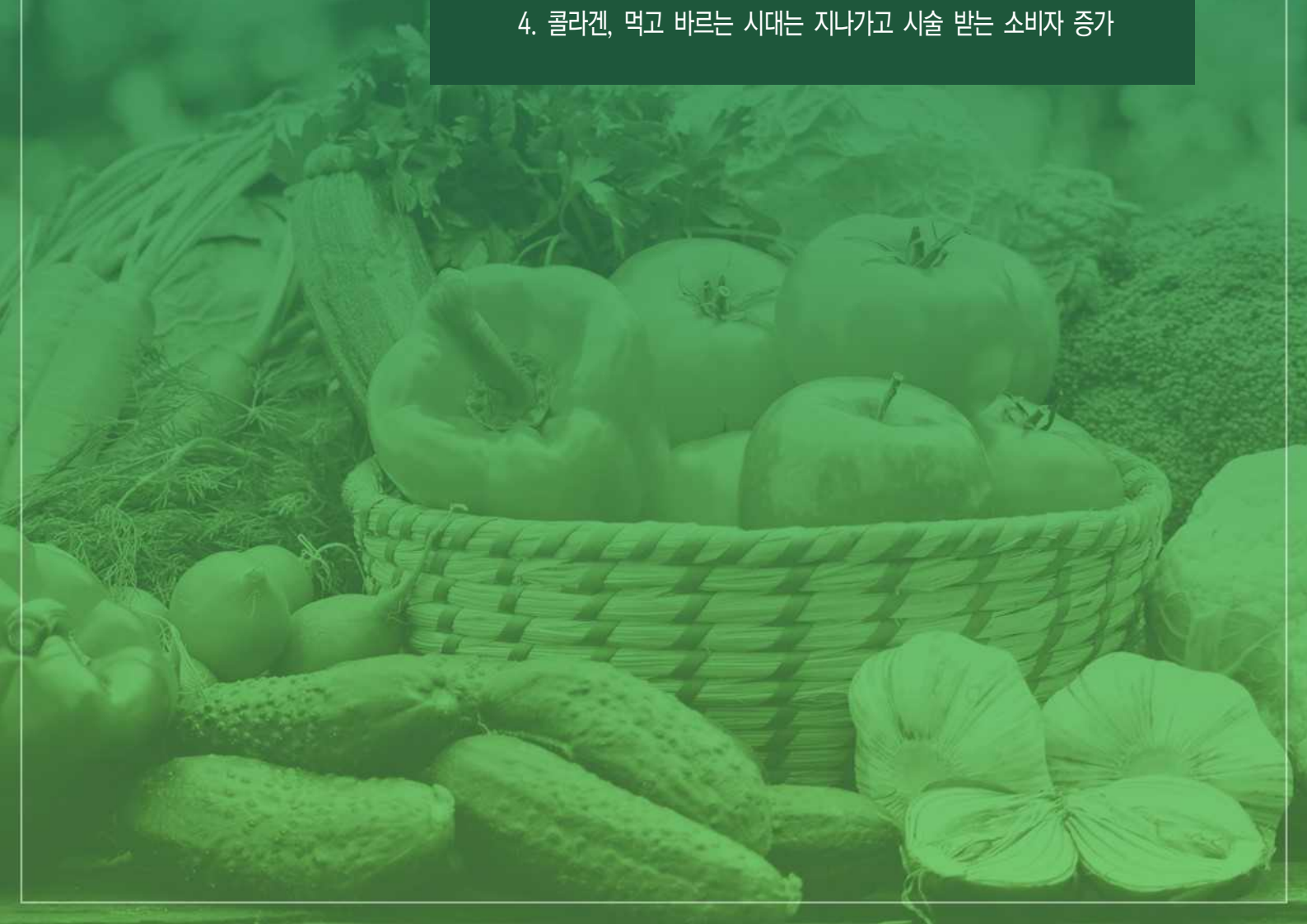
11) 해당 자료는 통계청에서 발간한 자료로, 현재 시점 기준 최신 자료임

12) 국가 주택 정보 센터(National Housing Information Center), 「รายงานจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศ ปี 2560」, 2018.10.03

II. Market Trend

SUMMARY

1. 한국 아이돌의 피부 관리법과 피부 문제 예방 팁(Tip) 공유
2. ‘화장품’, ‘건강기능식품’으로 피부관리, 하지만 ‘콜라겐’ 언급량 낮아
3. 피부 미용과 상처 치료에 이용되고 있는 콜라겐 제품
4. 콜라겐, 먹고 바르는 시대는 지나가고 시술 받는 소비자 증가



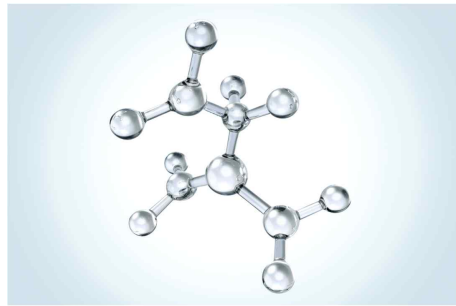
Market Trend

(시장트렌드)

태국 (THAILAND) 콜라겐 제품 트렌드 예측



피부 관련 키워드로 한국 아이돌 강하게 나타나
‘이 외에도 예방, 나이 키워드 증가세 보여’



주로 화장품과 건강기능식품을 통해 피부 관리
‘건강기능식품과 화장품 키워드 강하게 나타나,’

■ Thailand Issue ①

한국 아이돌의

피부 관리 팁(Tip) 확산

‘연예인 뿐만 아니라 한국인은 피부가 좋다는 인식 有’

■ Thailand Issue ②

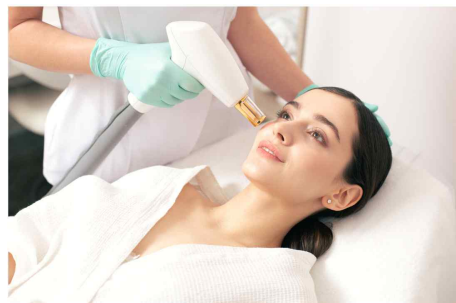
피부와 관련해

콜라겐 인기는 감소세

‘콜라겐 빈도 점유율 및 상승율 모두 낮아’



콜라겐과 관련해 ‘모공’, ‘보습’ 키워드 빈출
‘이 외에도 흉터, 염증 키워드 역시 강하게 나타나’



주사 및 레이저 시술 키워드 크게 증가
‘콜라겐 관련 제품: 주사 > 레이저 > 먹다 > 바르다’

■ Thailand Issue ③

피부 미용 뿐 아니라

상처 치료에도 콜라겐 이용

‘모험적 여가활동 즐기는 젊은층 증가로 부상 발생’

■ Thailand Issue ④

콜라겐,

시술받는 소비자 증가

‘식품 및 화장품 키워드 증가세 미미해’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

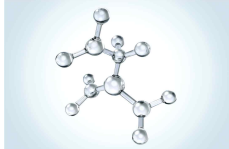
데이터 수집 소스원



(태국 언론 매체 10개)
온라인 쇼핑몰 2개
커뮤니티 1개)

데이터 분류 키워드집

(피부/콜라겐 연관 키워드집)



데이터 분석

- 미래신호탐지기법

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
24,148건

① 태국 피부/콜라겐 관련 기사 데이터 수집(*)

※ 수집원 : 태국 언론 매체 및 식품 관련 매체,

② 태국 피부/콜라겐 관련 소비자 댓글 수집(*)

※ 수집원 : 제이디(www.jd.co.th)

쇼피(www.shopee.co.th)

시스타카페(www.sistacafe.com)

피부, 콜라겐
(검색어)



데이터 정제
5,262건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 피부, 콜라겐(ผิว, คอลลาเจน)

② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 피부, 콜라겐 5,262건 추출

빈도 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
피부 및 콜라겐 제품
시장 트렌드 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

※ 태국 피부 관련 제품 및 콜라겐 시장에 대한
소비자의 선호와 그에 따른 제품 트렌드

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 미래신호탐지기법

◦ 피부 관리 방식 및 콜라겐 제품 유형 키워드집 구축(**)

◦ 키워드별 발생 빈도 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 ~ 19.06
수집 데이터	24,148건

데이터 정제

정제 키워드	피부, 콜라겐 (피부, 콜라겐)
정제 데이터	5,262건

○ 데이터 수집

- 태국 피부/콜라겐 관리 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 태국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Praew	praew.com	뉴스/신문/잡지
02	Mthai	mthai.com	뉴스/신문/잡지
03	Springnews	www.springnews.co.th	뉴스/신문/잡지
04	Chiangmainews	www.chiangmainews.co.th	뉴스/신문/잡지
05	Mybest	my-best.in.th	뉴스/신문/잡지
06	Shopback	www.shopback.co.th	뉴스/신문/잡지
07	Thairath	www.thairath.co.th	뉴스/신문/잡지
08	Dailynews	dailynews.co.th	뉴스/신문/잡지
09	Amarintv	www.amarintv.com	뉴스/신문/잡지
10	Pantip	pantip.com	뉴스/신문/잡지
11	JD	www.jd.co.th	온라인 쇼핑몰
12	Shopee	shopee.co.th	온라인 쇼핑몰
13	sistacafe	sistacafe.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 피부/콜라겐 관리 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 태국 피부/콜라겐 관리 관련 매체 리스트



현지 언론 매체,
태국 콜라겐 시장 동향



현지 온라인 쇼핑몰,
콜라겐 제품 트렌드

mybest

현지 뷰티 정보 공유 사이트
콜라겐 소비 행태

키워드 ①	피부	키워드 ①	파우더	키워드 ①	건강기능식품
키워드 ②	한국	키워드 ②	크림	키워드 ②	크림
키워드 ③	주사/주입	키워드 ③	알약	키워드 ③	에센스
키워드 ④	스킨케어	키워드 ④	믹스	키워드 ④	오일

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 피부/콜라겐 관련 데이터 분석 키워드집

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

[표 2.3] 태국 피부/콜라겐 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	한국어	영어 / 태국어	참여기업	경쟁기업	기타
피부/콜라겐	피부	Skin/ผิว	0		
	콜라겐	Collagen/คอลลาเจน	0		
피부관리 방식	음료	Beverage/เครื่องดื่ม	0		
	건강기능식품	Supplements/อาหารเสริมสุขภาพ	0		
	선블록	Sunblock/ครีมแดด		0	
	크림	Cream/ครีม		0	
	주사/주입	Injection/ฉีด		0	0
	레이저	Laser/เลเซอร์		0	0
	음식	Food/อาหาร		0	
	수면	Sleep/นอน			0
	먹다	Eat/ทาน		0	
	바르다	Apply/ทา		0	
	여드름	Acne/สิว		0	
피부문제 관심사	피부결	Skin texture/รอย	0		
	모공	Pore/รู	0		
	흉터	Scar/แผล		0	0
	염증	Inflammation/อักเสบ		0	0
	주근깨	Freckles/กระ		0	
	한국 아이돌	Korean Idol/ไอ			0

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 태국 시장 내 콜라겐 건강기능식품의 향후 수요를 예측하기 위한 목적임

○ 데이터 분석 기법 선정

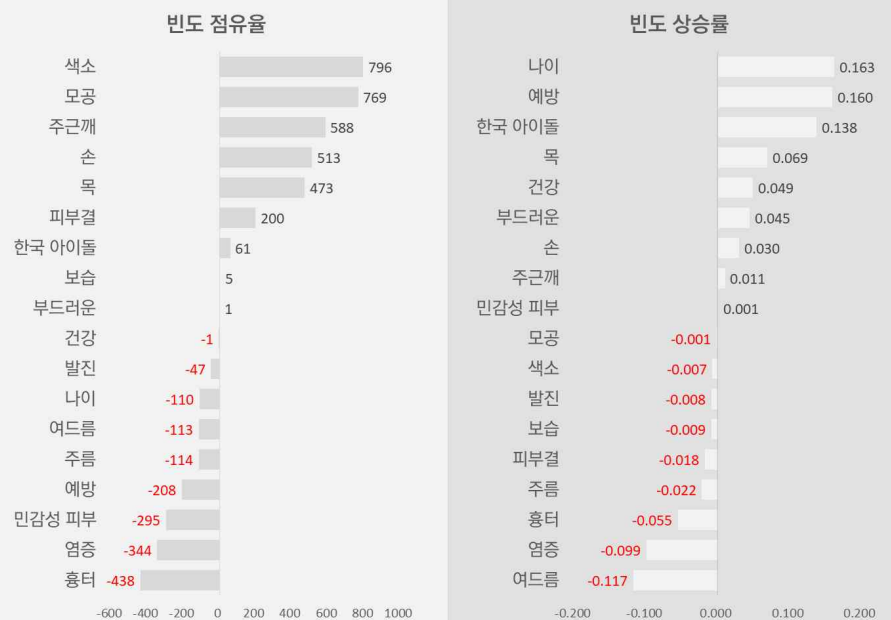
- 미래신호탐지기법(Future Signals)
- 특정 키워드의 빈도 점유율과 빈도 상승율을 분석
(특정 기간 내 연관 키워드의 누적 빈도와 시간에 따른 빈도 증감으로 향후 수요 예측)
- 태국 내 '피부 관리' 및 '콜라겐' 의 분기별 발생 빈도 및 상승율 분석

○ 데이터 분석 값 정의

- 빈도 점유율: 특정 기간 내 해당 키워드의 누적 빈도 비율
(빈도 점유율이 높을수록 특정 기간 동안 해당 키워드 언급량이 많았음을 의미함)
- 빈도 상승률: 특정 기간 내 해당 키워드의 빈도 증/감 정도
(빈도 상승률이 높을수록 해당 키워드가 과거 대비 언급량이 증가했음을 의미함)
- 빈도 점유율과 상승률이 모두 높은 키워드는 소비자의 인지도도 높고,
그 관심이 지속적으로 증가하고 있다고 해석할 수 있음

●
미래신호탐지기법
(Future Signals)

[태국 피부 연관 데이터 분석 결과]



1. 한국 아이들의 피부 관리 법과 피부 문제 예방 팁(Tip) 공유

빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드

키워드	점유율	상승률
한국 아이들	61	0.138
목	473	0.069
부드러운	1	0.045
손	513	0.030
주근깨	588	0.011

한국 아이들 피부 관리 팁 공유



BTS의 뷔(V)는 물을 수시로 마시고, 화장실에 토너를 묻혀 마스크 하듯 10분간 얼굴에 올려줍니다.

출처: 시스타카페 (Sistacafe, 태국 여성 전용 커뮤니티)

▶ 최근 피부 관리에 있어서 ‘한국 아이들’이 롤모델(Role-Model)

피부와 관련해 ‘한국 아이들’ 키워드의 빈도 점유율과 상승률이 모두 높게 나타남. 태국 소비자들은 한국인들의 피부가 선천적으로 좋은 편이라고 인식함.¹³⁾ Full HD로 접해도 ‘모공’이나 잡티 없이 ‘부드러운’ 피부결을 가진 한국 연예인을 부러워하며¹⁴⁾, 다수의 소비자가 이들의 피부 관리 조언을 공유하고 있음

▶ 피부 관리에 있어서 ‘예방’의 중요성 높아져

▶ ‘나이대’별로 적절한 피부관리 법과 제품 소개

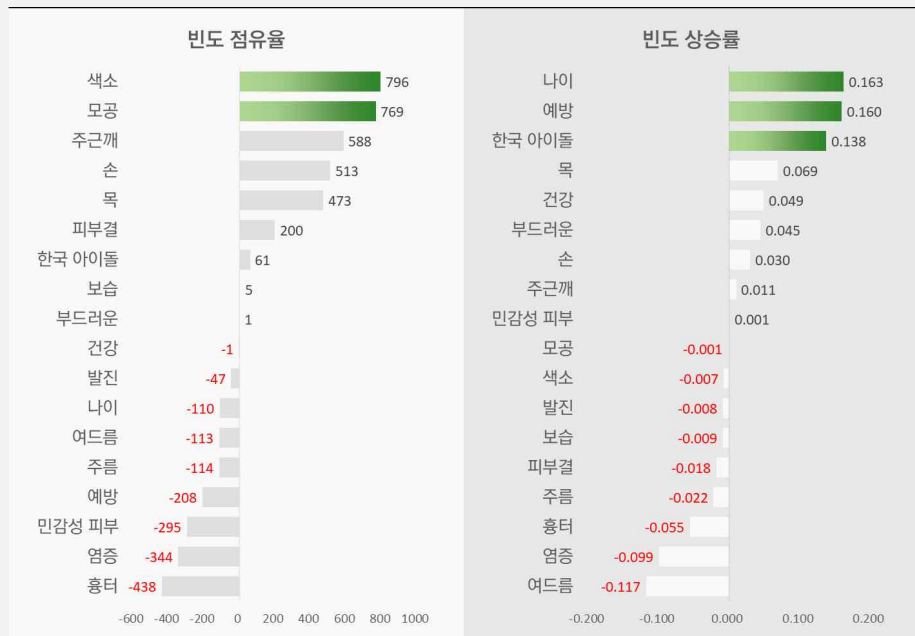
최근 들어 피부 개선보다 ‘예방’의 중요성을 더 높게 인식하고 있는 것으로 보임. 해당 키워드의 원문을 살펴본 결과, 자외선 차단제나 대기 오염으로부터 피부를 보호하는 제품, 추운 날 건조해지는 것을 예방하는 보습제 등이 소개됨.¹⁵⁾

한편, ‘나이’ 언급량이 증가한 점은 각 나이대별로 겪는 주요 피부 문제와 이에 따른 적정 제품을 소개하는 글이 다수를 차지하는 것으로 나타남.¹⁶⁾

▶ 태국 피부 관련 주요 관심사

① 색소 ② 모공 ③ 예방 ④ 한국 아이들

[표 2.4] 태국 피부 연관 키워드



자료 : 태국 피부 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 4,734건 분석 (18. 01 - 19. 06)

13) 시스타카페(Sistacafe), ‘ชาวโลอว่าผู้หญิงชนชั้นกลางเคลือบผิวแบบไฮโดรเจลเกาหลีที่ขึงไปถึงตัวขนาดนี้’, 2018.11.30

14) 인디글로우(Indiglow), ‘เคลือบผิวสวย ออราของ 5 ไฮโดรเจล ที่เลิฟจนอยากบอกต่อให้สายด้วยกัน’, 2019.04.03

15) 웡나이(Wongnai), ‘10 "สกินแคร์ด้านมลพิษ" ปกป้องผิว สดผิวนอกจาก PM 2.5!! อ่านต่อได้ที’, 2019.06.18

16) 라인투데이(Line Today), ‘ปัญหาผิวที่จะเจอในแต่ละช่วงวัยพร้อมวิธีดูแลผิวตามวัยจากผู้เชี่ยวชาญ’, 2019.07.05

2. ‘화장품’, ‘건강기능식품’으로 피부관리, 하지만 ‘콜라겐’ 언급량 낮아

● 빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드

키워드	점유율	상승률
선블록	5	0.467
크림	402	0.072
건강기능식품	1,014	0.025
바르다	958	0.023

▶ 주로 ‘화장품’과 ‘건강기능식품’을 통해 피부 관리

앞서 예방 목적의 피부 관리가 증가한 것과 유사한 맥락으로 ‘선블록’ 키워드 점유율과 상승률이 모두 높게 나타남. 선블록 외에도 ‘크림’, ‘바르다’란 키워드가 눈에 띄어 ‘화장품’으로 피부관리 하는 소비자가 많은 것으로 보임. 한편 ‘건강기능식품’의 성장률도 매우 높아, 이너뷰티(Inner Beauty)¹⁷⁾에 대한 태국 소비자의 관심이 증가했음을 알 수 있음

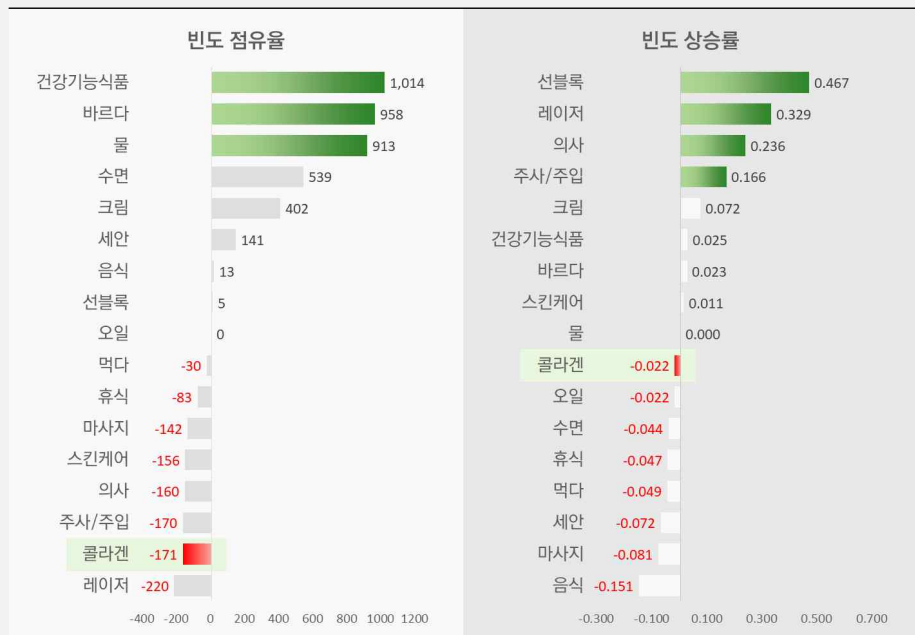
▶ 콜라겐 빈도 점유율 및 상승률 모두 낮게 나타나

주목할만한 점은 피부 관리로 ‘콜라겐’을 언급한 경우가 전체 키워드 대비 많지 않으며, 과거 대비 콜라겐에 대한 관심도 감소한 것으로 보임.

▶ 태국 피부 관리 방식 관련 주요 이슈

① 건강기능식품 ② 화장품 ③ 물 ④ 주사 및 레이저 시술

[표 2.5] 피부 관리 방식 연관 키워드



자료 : 태국 피부 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 4,734건 분석 (18. 01 - 19. 06)

17) 일명 먹는 화장품으로 불리는 이너뷰티 트렌드가 전세계적으로 확산되고 있음. 관련 제품으로 건강기능식품, 디톡스 제품 등이 있음(한국식품연구원)

3. 피부 미용과 상처 치료에 이용되고 있는 콜라겐 제품

●
빈도 점유율과 상승률
모두 높은 키워드

키워드	점유율	상승률
흉터	32	0.388
염증	50	0.130
보습	9	0.101
모공	69	0.015

●
퓨리카스 드래곤 블러드 스카 겔



브랜드	퓨리카스(Puricas)
가격	290 бат (한화 약 11,367 원) ¹⁸⁾
유형	연고
용량	8g

콜라겐 성분이 발진이나 잡티, 상처
치료를 도움 됩니다.

출처: 사눅(Sanook) 여성 카테고리
(sanook.com/women)

▶ 콜라겐 관련 키워드로 ‘모공’, ‘색소’, ‘피부결’, ‘보습’이 강하게 나타나

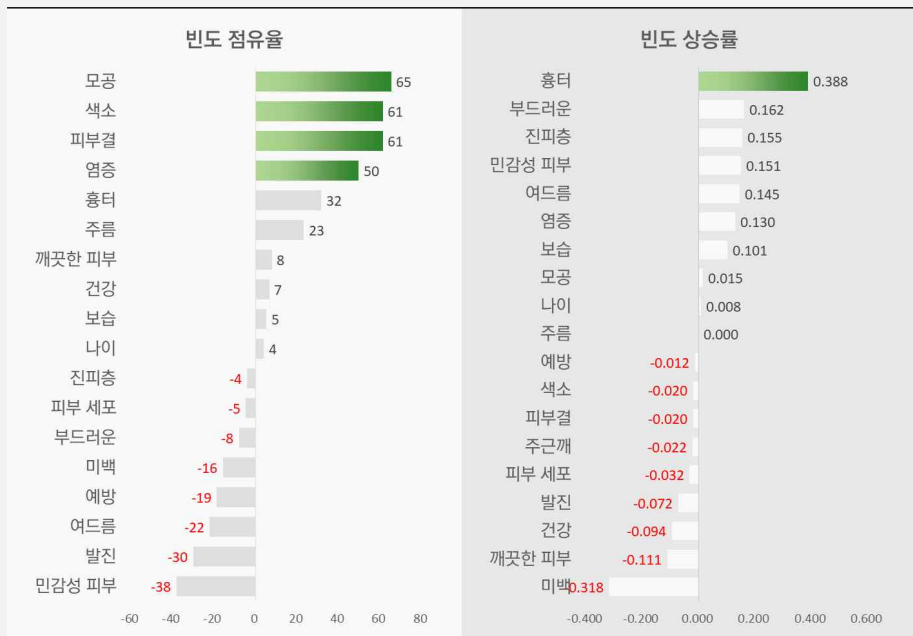
▶ 피부 미용 뿐만 아니라 상처 치료에도 콜라겐 제품 이용

콜라겐과 관련해 ‘모공’, ‘색소’, ‘피부결’, ‘보습’ 등의 피부 미용 키워드가 다수 빈출됨. 주목할만한 점은 ‘흉터’와 ‘염증’ 키워드의 빈도 점유율과 상승률이 모두 높다는 점임. 이는 최근 야외 활동이나 모험적 여가활동을 즐기는 젊은층이 증가하면서 부상을 당하거나 염증이 발생하는 경우가 많아진 것과 관련이 있음.¹⁹⁾ 실제로 한 매체의 여성 코너에서는 상처 치료에 좋은 제품으로 콜라겐 함유 크림을 소개함.²⁰⁾ 또한 여드름 및 흉터 치료에도 콜라겐 레이저 시술이 큰 인기를 끌고 있음²¹⁾

▶ 태국 소비자의 콜라겐 관련 기대 효능

① 피부 미용 ② 흉터 및 염증 관리

[표 2.6] 콜라겐 기대 효능 연관 키워드



자료 : 태국 콜라겐 관련 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 528건 분석 (18. 01 - 19. 06)

18) 1бат=39.20원 (2019.08.22, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Dermatologicals in Thailand」, 2019.02

20) 사눅(Sanook), ‘ไอหมช่วยลดรอยแผลเป็น ให้ผิวกลับมาเรียบเนียนอีกครั้ง’, 2018.11.29

21) 아니스트닥스(Honestdocs), ‘ลดรอยสิ่ว ยาลดสิ่ว vs เลเซอร์สิ่ว วิธีไหนตอบโจทย์เราที่สุด?’, 2019.06.24

4. 콜라겐, 먹고 바르는 시대는 지나가고 시술 받는 소비자 증가

●
빈도 점유율과 상승률
모두 높은 키워드

키워드	점유율	상승률
먹다	5	0.017
바르다	96	0.013

●
인기 콜라겐 건강기능식품



브랜드	메이지(Meiji)
가격	2,090 บาท (한화 약 81,923 원)
유형	콜라겐 파우더
용량	200g

출처: 마이베스트(My-best, 정보공유사이트)

▶ 아직까지는 건강기능식품과 화장품이 주력 제품

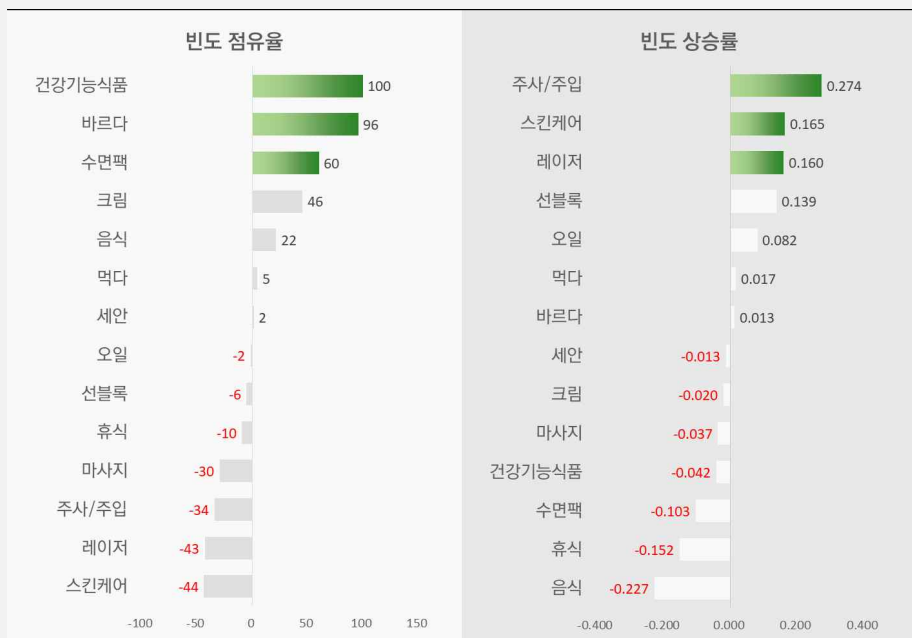
▶ 하지만 콜라겐 주사 및 레이저 시술 언급량 눈에 띄게 증가해

콜라겐과 관련해 ‘먹다’, ‘바르다’ 키워드가 강하게 나타남. 이는 콜라겐 ‘건강기능식품’과 ‘화장품’을 지칭하는 것으로 볼 수 있음. 하지만 주사 및 레이저 시술 대비 해당 키워드의 성장률은 미미한 것으로 나타남. 이는 주사 및 레이저 시술로 피부관리를 하는 소비자가 전반적으로 늘면서 콜라겐 역시 시술로 받는 소비자가 증가한 것과 관련이 있음.²²⁾ 레이저 시술은 화장품이나 건강기능식품보다 그 효과가 더 빠르고 정확하다는 측면에서 각광받고 있음.²³⁾ 또한 콜라겐을 함유한 기능성 음료나 유제품 등으로 시장이 포화되면서 콜라겐 식품 시장의 카니발라이제이션(Cannibalisation)²⁴⁾ 현상이 빚어지고 있음²⁵⁾. 이로 인해 콜라겐 드링크가 다양한 제품들 사이에서 크게 경쟁력을 갖추기는 어려울 것으로 보임

▶ 태국 콜라겐 이용 방식 관련 주요 이슈

① 건강기능식품 ② 화장품 ③ 주사 및 레이저 시술

[표 2.7] 콜라겐 이용 방식 연관 키워드



자료 : 태국 콜라겐 관련 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 528건 분석 (18. 01 - 19. 06)

22) 프라차첛(prachachat), ‘สถาบันโรคผิวหนังเผยใหม่ ผลคอลลีนาซิงตลาด3หมื่นล้าน’, 2019.02.23

23) 아나스트닥스(Honestdocs), ‘ลดรอยสิ่ว ยาลดสิ่ว vs เลเซอร์สิ่ว วิธีไหนตอบใจเราที่สุด?’, 2019.06.24

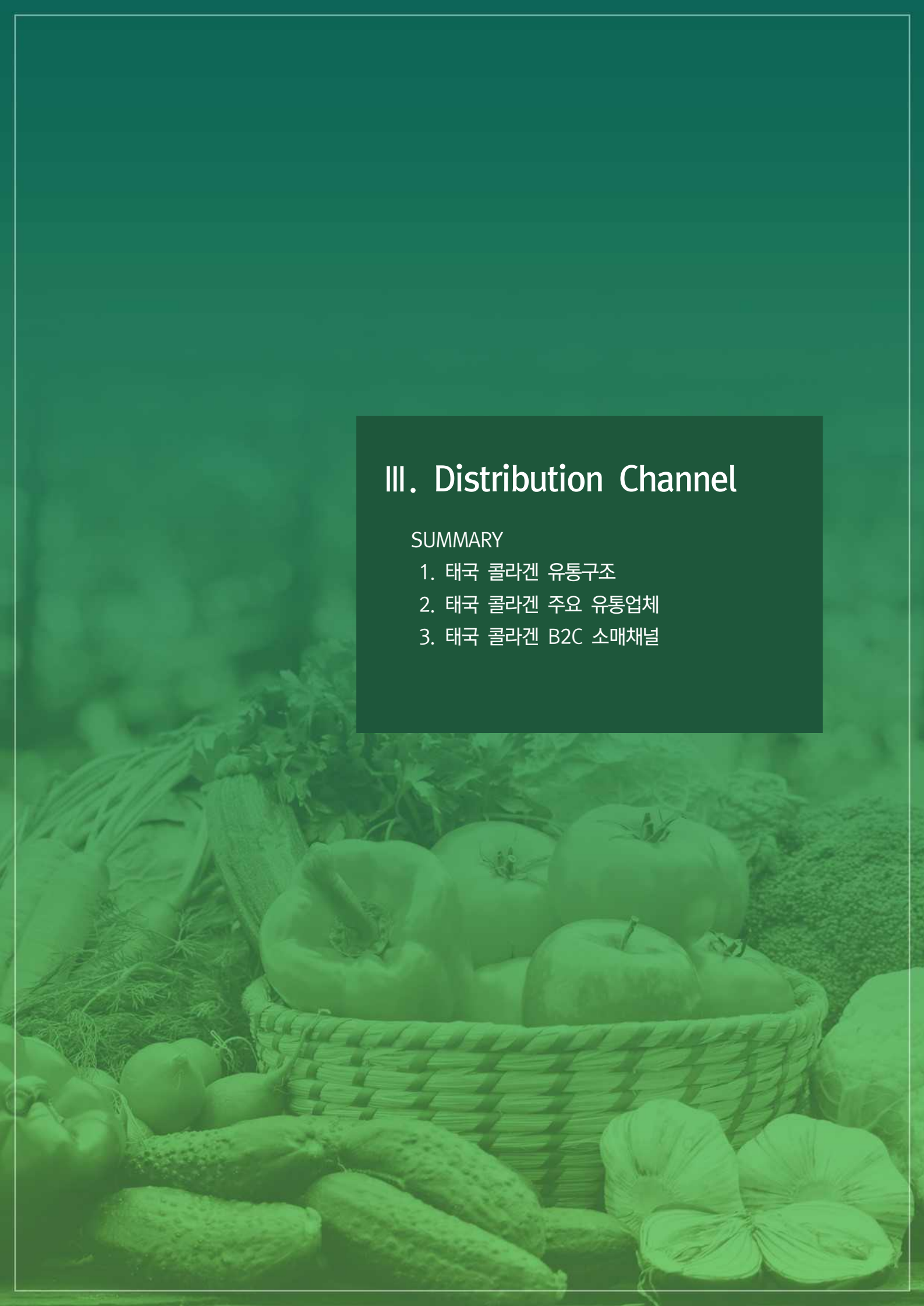
24) 한 기업에서 출시하는 상품으로 인해 그 기업에서 기존에 판매하던 다른 상품의 판매량이나 수익, 시장점유율이 감소하는 현상을 가리킴(두산백과)

25) 유로모니터(Euromonitor), Dietary Supplements in Thailand, 2019.02

III. Distribution Channel

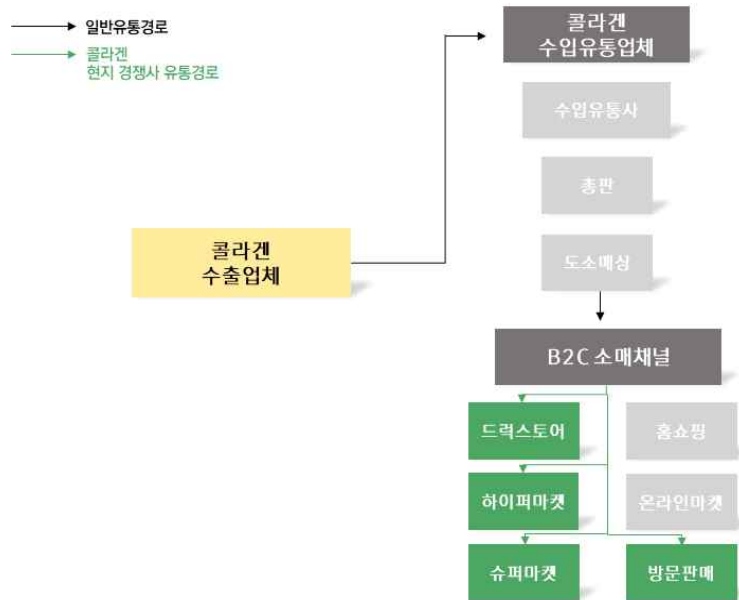
SUMMARY

1. 태국 콜라겐 유통구조
2. 태국 콜라겐 주요 유통업체
3. 태국 콜라겐 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (THAILAND)

콜라겐 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁶⁾²⁷⁾	주요 채널 ²⁸⁾
B2C 소매 채널	드럭스토어	59.2%	왓슨스(Watsons), 붓스(Boots), 페스치노(Fascino), 피앤에프(P&F), 세이브드럭(Save Drug), 퓨어바이빅씨(Pure by Big C), 시암드럭(Siam Drug)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	17.7%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드롯터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	방문판매	16%	암웨이(Amway), 미스틴(Mistine), 기파린(Giffarine), 줄리안(Zhulian), 유니시티(Unicity)
	온라인	3.9%	라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코로터스(Tesco Lotus), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online)
	홈쇼핑	3.2%	프라이데이(Friday), 티브이다이렉트(TV Direct), 오쇼핑(O Shopping), 트루셀렉(True Select)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

26) 2018년 기준, 태국 내 콜라겐의 유통채널 점유율임

27) '콜라겐'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '비타민 및 식이보조제(vitamins and dietary supplement)'의 정보를 확인함

28) 채널 분류에 따른 태국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

1. 태국 콜라겐 유통구조

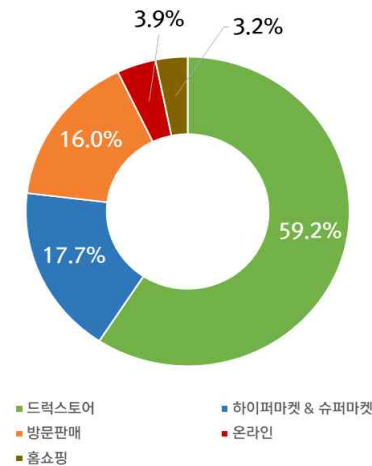
품목 구분 및 분류

품목	콜라겐
구분	비타민 및 식이보조제 (Vitamins and Dietary Supplements)
범주	건강보조식품

▶ 태국 콜라겐 주요 채널

‘드럭스토어(59.2%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(17.7%), 방문판매(16.0%)’

[표 3.1] 태국 콜라겐 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 콜라겐 유통채널 현황

채널 유형	콜라겐 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	드럭스토어	59.2%	왓슨스(Watsons), 붓스(Boots), 페스치노(Fascino), 피앤에프(P&F), 세이브드럭(Save Drug), 퓨어바이빅씨(Pure by Big C), 시암드럭(Siam Drug)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	17.7%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드롯터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	방문판매	16%	암웨이(Amway), 미스틴(Mistine), 기파린(Giffarine), 줄리안(Zhulian), 유니시티(Unicity)
	온라인	3.9%	라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코로터스(Tesco Lotus), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online)
	홈쇼핑	3.2%	프라이데이(Friday), 티브이다이렉트(TV Direct), 오쇼핑(O Shopping), 트루셀렉(True Select)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 태국 콜라겐 주요 유통업체

- ▶ 태국 비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements) 취급 유통 채널, 드럭스토어와 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 태국 콜라겐 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹⁾ , 매장 수)	임점브랜드	유사제품 취급경험
1	왓슨스 (Watsons)	드럭스토어	약 4억 7,693만 달러 (약 5,777억 530만 원)	비스트라(Vistra), 뉴트리마스터 (Bytru Master), 블랙모어스 (BLACKMORES), 도넛(Donutt), 포지티브(POSITIF)	0
2	붓스 (Boots)	드럭스토어	약 1,315억 3,700만 달러 (약 159조 3,308억 원)	붓스(Boots), 블랙모어스 (BLACKMORES), 미네르바 연구소(MINERVA Research Labs Ltd)	0
3	페스치노 (Fascino)	드럭스토어	매장 수('18): 약 111개	블랙모어스 (BLACKMORES), 호프(HOF)	0
4	피앤에프 (P&F)	드럭스토어	약 2,271만 6,653 달러 (약 275억 1,668만 원)	뉴트라칼 (NUTRAKAL)	0
5	세이브드럭 (Save Drug)	드럭스토어	약 2,562만 9,225 달러 (약 310억 4,468만 원)	비타메이트 (Vitamate), 비스트라(Vistra), 블랙모어스 (BLACKMORES), 메가(MEGA)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

29) 1달러=1,211.30원(2019.08.09. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 태국 콜라겐 주요 유통업체

[표 3.4] 태국 콜라겐 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	테스코 (Tesco)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,570억 원)	프로테인 드링크 (The Protein Drinks), 비타바이오틱스 (Vitabiotics), 이퀄(Equal)	0
7	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 35억 3,091만 달러 (약 4조 2,770억 원)	메이지(MEIJ), 스카치(SCOTCH), 도너트(DONUTT), 사프(SAPPE)	0
8	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	매장 수('19): 약 205개	블로스나투라 (Bloss Natura), 사프(SAPPE)	0
9	푸드랜드 (Foodland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 6,400만 달러 (1,986억 5,320만 원)	리얼일릭서 (Real Elixir)	0
10	빌라마켓 (Villa Market)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 9,440만 달러 (약 2,354억 7,642만 원)	이퀄(Equal)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 태국 콜라겐 B2C 소매채널

1) 드럭스토어

① 왓슨스(Watsons)



기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)	
	홈페이지	watsons.co.th	
	위치	본사: 홍콩(Hong Kong) 현지: 방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('17)	약 4억 7,693만 달러 (약 5,777억 530만 원)
		기타 규모('18)	매장 수('18): 약 14,300개 ³⁰⁾
기업 요약	- 1828년 설립, 1996년부터 태국 진출 - 아시아 최대 규모의 헬스&뷰티 스토어(H&B Store) - 중국, 인도네시아, 싱가포르 등 24개 시장에 14,300개 이상의 매장을 보유한 세계 최대의 국제 건강 및 미용 소매 업체 - 3년 연속 1,300개가 넘는 새로운 매장을 개설 할 계획 - 매장 내 영어 구사 가능 직원이 보유 - 최대 18개월의 품질 평가를 거친 후 제품 생산		
	 		
기업 최근 이슈	- 사업 확장을 위해 6억 6천만 바트를 투자하였으며, 올해 말까지 55개의 매장을 추가 개점 할 계획이라고 밝힘		
유사제품 정보		제품명	마린 콜라겐 트라이 펩타이드 (Marine Collagen TriPeptide)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		용량	50ml x 6
		원산지	태국

자료: 왓슨스(Watsons) 홈페이지, 상무부 자료(Commerce Ministry data), 방콕포스트(Bangkok Post), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 왓슨스(Watsons) 홈페이지, 인사이드리테일(InsideRetail)

30) Watsons 글로벌 기준

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 캔디류 등 - 일반: 스킨케어, 피트니스 장비, 화장품, 헤어 케어, 바디 케어, 유아용품, 잡화류, 여성용품 등 • 특이사항 - 콜라겐 성분 포함 스킨케어 제품 다수 - 화장품이 주력 상품 - 타 드럭스토어 대비 다수의 비타민 제품이 보유		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 유선 연락을 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 직함, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가, 보유 유통채널 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2330-0352-1	

자료: 왓슨스(Watsons) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 붓스(Boots)

기업 기본 정보	기업명	붓스(Boots)	
	홈페이지	th.boots.com	
	위치	본사: 노팅엄(Nottingham) 현지: 방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 1,315억 3,700만 달러 ³¹⁾ (약 159조 3,308억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 285개
기업 요약	- 1849년 설립한 영국의 약국 체인 - 세계 최초의 약국 주도형, 건강 및 웰빙 기업 - 1997년 태국에 첫 번째 매장 개설 - 11개 국가에 13,200개가 넘는 매장을 보유 - No7, Soltan과 같은 자체 브랜드를 제공 - 20개 국가에서 매년 23만개 이상의 약국, 의사, 보건소 및 병원에 유통 센터를 제공하는 세계 최대 제약 도매 및 유통 네트워크 중 하나		
	 		
기업 최근 이슈	- 영어를 사용하지 않는 약국 환자의 의료 접근성을 높이기 위해 245개 언어를 번역할 수 있는 다국어 통역 서비스 시범 도입³²⁾ - 약국 디지털화를 위한 무료 온라인 처방 서비스 공개 - 50개 지점에서 스킨 스캔 서비스 출시 발표		
유사제품 정보		제품명	골드 콜라겐 포르테 (Gold Collagen Forte)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		용량	50ml x 10
		원산지	일본

자료: 붓스(BOOTS) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 월그린스 부츠 얼라이언스 연간 보고서 2018(Walgreens Boots Alliance Annual Report 2018), 리테일가제트(Retailgazette) 홈페이지, 캐미스탠드드러그리스트(chemistanddruggist) 홈페이지
 사진 자료: 붓스(BOOTS) 홈페이지, 인사이더리테일아시아(Insideretailasia), 셔터스톡(Shutterstock) 홈페이지

31) Boots 글로벌 기준

32) 벨파스트, 버밍엄, 런던 중심부, 레스터 및 사우샘프턴에 있는 5개 매장에서 시범 운영 중

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 응급 처치약, 목욕 용품, 위생 용품, 헤어 케어, 남성 용품, 액세서리, 유아용품 등 • 특이사항 - 자체 브랜드 다수 보유 - 더모코스메틱, 비건용 코스메틱 등 화장품이 주류		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 직함, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 도매가격, 소매가격, 할인가, 보유 유통채널 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) *필요 문서는 제품에 따라 달라질 수 있음	
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2796-5999 팩스: +66-(0)2796-5900 이메일: contact.us@bootsrt.com	

자료: 붓스(BOOTS) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 페스치노(Fascino)

기업 기본 정보	기업명	페스치노(Fascino)		
	홈페이지	profascino.co.th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	기타 규모	매장 수('18): 약 111개	
	기업 요약	- 1983년 설립 - 건강 및 미용 제품을 포함한 제약, 의료 및 의료 소매 업체 - 1984년 병원 및 일반 약국에 의약품 및 의료 장비를 제공하는 도매 사업 시작 - 1997년부터 태국에서 사업 시작 - 2002년 약국 사업 확장을 위해 Pro Fascino Company Limited로 사명 변경		
기업 최근 이슈	 			
	- 2019년, 지점 확장 지원 시스템을 완성 후, 3년 동안 200개점 운영을 목표로 지속적으로 지점을 늘릴 계획			
유사제품 정보		제품명	마린 콜라겐 큐10 (MARINE COLLAGEN Q10)	
		종류	콜라겐 건강보조식품	
		용량	500g	
		원산지	호주	

자료: 페스치노(Fascino) 홈페이지, 프라차챗(Prachachat) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 페스치노(Fascino) 홈페이지, 샬롬헬스(Shalomhealth) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 분유, 유제품 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 의료 장비, 의료 용품, 바디 케어, 여성 위생 용품 등 • 특이사항 - 가격 경쟁력을 중시함 - 품질을 중시함		
	등록 유형	☐ 직접 등록 ☒ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법	- 로컬 에이전트 소싱 → 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) *공급업체의 경우에는 태국 기업 또는 에이전시를 통하여 등록해야 함	
	특이사항	- 문의사항 연락처 담당자: Ms.Lookfa(구매 담당자) 연락처: +66-2411-4455 팩스: +66-2411-4223 이메일: franchise@profascino.co.th	

자료: 페스치노(Fascino) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

④ 피앤에프(P&F)



기업 기본 정보	기업명	피앤에프(P&F)	
	홈페이지	pnfexpress.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 2,271만 6,653 달러 (약 275억 1,668만 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 75개
기업 요약	- 1984년 설립 - 고소득 및 40세 이상의 소비자와 여성을 주 고객으로 함 - SNS를 통해 건강 관련 조언과 이슈를 소개하여 소비자들과 소통함 - 한국과 일본의 잠재 파트너들과 합작 투자를 하여 공동으로 약국을 확장 설립해나가고 있음		
	 		
기업 최근 이슈	- 시암 헬스 그룹(Siam Health Group)³³⁾이 P&F Integrate Co의 지분 90% 인수 - 2년 내에 매장 수를 120개로 늘리고 향후 4년 내에 800개로 늘릴 계획 - P&F 약국에서 250억 바트의 판매를 목표로 하고 있음		
유사제품 정보		제품명	콜라겐 트렌디 (Collegene Trendy)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		용량	5g x 15개
		원산지	태국

자료: 피앤에프(P&F) 홈페이지, 방콕포스트(Bangkok Post), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 피앤에프(P&F) 홈페이지, 화이트스페이스(Whitespace) 홈페이지

33) 1991년 설립된 태국의 스킨케어 화장품 및 차약 제조업체

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품 등 - 일반: 의료 용품, 의약품, 건강관리 제품, 화장품 등 • 선호제품 - 의료용 관련 제품	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	- 해외 공급업체의 제품을 수입하지 않음 - 태국 유통 업체를 통해야 함 - 공급업체 등록 양식이 있으나, 웹 사이트로 제공되지 않고, Ms.Ann이 이메일을 통해 제공함
	특이사항	- 문의사항 연락처 이름: Ms.Ann 직함: 구매담당자/비서 연락처: +66-85-489-0543 / +66-2235-0850 이메일: purchasing.mgr@pnfsmoothlife.com

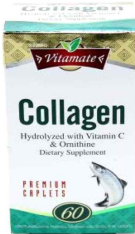
자료: 피앤에프(P&F) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 세이브드럭(Save Drug)

기업 기본 정보	기업명	세이브드럭(Save Drug)	
	홈페이지	savedrug.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 2,562만 9,225 달러 (약 310억 4,468만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 150개
	기업 요약	- 1969년 BDMS³⁴⁾ 그룹으로 시작 - BDMS 그룹의 약국 및 건강 제품 판매 업체 - 3000개 이상의 의료 제품, 장비 및 건강관리 제품, 스킨케어 제품 판매 - 의약품 전문 판매 매장에 가까운 형태	

기업 최근 이슈			
	- 2019년 안에 200개 매장으로 늘릴 예정 - 2019년 2분기 BDMS 수입이 예상보다 악화됨 - Save Drug Center 네트워크 확장으로 인하여 EBITDA가 2018년 20.8%에서 20.0%로 감소함		

유사제품 정보		제품명	콜라겐 (Collagen)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		용량	100g
		원산지	미국

자료: 세이브드러그(Savedrug) 홈페이지, BDMS 연간 보고서 2018((Bangkok Dusit Medical Services Annual Report 2018), 앤헬스(N Health) 홈페이지, 훈스마트(hoonsmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 세이브드러그(Savedrug) 홈페이지

34) Bangkok Dusit Medical Services는 태국 최대의 민간 의료 그룹

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 가공식품 등 - 일반: 의료 기기, 건강관리 제품, 의약품, 유아화장품, 잡화류, 스킨케어, 욕실용품, 구강 용품 제품 등 • 선호제품 - 의약품, 건강보조식품 • 특이사항 - 타 드럭스토어 대비 의약품 유통에 특화되어 있음	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2762-4000 이메일: sdc.marketing@savedrug.co.th

자료: 세이브드러그(Savedru) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코로터스(Tesco Lotus)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스(Tesco Lotus)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,570억 원)
		기타 규모 ³⁵⁾	- 매장 수('18): 약 7,000개 - 직원 수('18): 약 450,000명
기업 요약	- 1994년 설립 - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 영국 기반 Tesco의 계열사 - Extra, Hypermarket, Department Store, Talad 및 Express의 5가지 형태로 운영 - 2003년부터 Tesco for Thailand 재단을 설립하여 자선 사업에 기부		
	 		
기업 최근 이슈	- 2107, 2018 올해 최고의 고용주 수상 - 노동부에서 10년 연속 최우수 기업으로 선정 - 2019년 부터 테스코 로터스 익스프레스와 테스코 로터스 탈 라드는 2개 이하의 품목을 구매하는 고객들에게 비닐봉지를 제공하지 않음		
유사제품 정보		제품명	콜라겐+뷰티 밀크 (Collagen+ Beauty Milk)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		중량	200ml
		원산지	영국

자료: 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지, 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지, 카오소드잉글리시(Khaosodenglish.), 브랜뉴데이아시아(brandnewdayasia) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 테스코 연간 보고서 2018(Tesco Annual Report 2018)
사진 자료: 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지, 브랜뉴데이아시아(brandnewdayasia) 홈페이지

35) Tesco 글로벌 기준

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 가공 식품, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자 제품, 의류, 장난감, 문구류, 가정용품, 유아용품, 주방용품, 애완용품, 잡화류, 액세서리, 야외용품 등 • 선호제품 - 혁신적인 제품 • 특이사항 - 농산물의 경우, 중개인을 거치지 않고 태국 농민들로부터 직접 구매함으로써 태국 농부들을 지속적으로 지원		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 업체 사이트 통한 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	- 업체 사이트(www.tescopl.com/contacts/supplier)에서 해당 양식 작성 후 제출 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 회사 주소, 웹사이트 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 원산지, 카테고리, 포장 방법)) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 기술 인증 등) - Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면을 합의 필요 - Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급 업체는 발행일로부터 14 일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함	
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-2797-9000 팩스: +66-2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com	

자료: 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빅씨(Big C)

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	홈페이지	bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 35억 3091만 달러 (약 4조 2,769억 9,128만 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 104개
기업 요약	- 1994년 설립 - 식품 및 일반 소매 업체 - 태국, 베트남, 라오스 등 3개국에서 사업 운영 - Big C Supercenter, Big C Extra, Big C Plaza, Big C Foodplace, Big C Market, Mini Big C, Pure by Big C 등 다양한 형태의 매장 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- QR 코드를 통한 결제 서비스인 'MyPromptQR' 서비스를 시작 - Shopee Brand Conference 2019에서 'Best Operational Performance Award' 수상		
유사제품 정보		제품명	뷰티 드링크 콜라겐 (BEAUTI DRINK COLLAGEN)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		중량	365ml
		원산지	태국

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 아이지디아시아(Asiaigd) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 랜드타이프(Landthaipro)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 건강보조식품, 냉동 식품, 빵류, 유제품, 곡물류, 소스류, 즉석 식품, 면류, 음료류, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 화장품, 헤어 케어, 구강용품, 바디케어, 여성용품, 유아용품, 응급 처치용품, 가정용품, 잡화, 문구류, 가구, 전자제품, 애완용품 등		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 홈페이지(corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier)에서 제품 카테고리 선택(Drug&Health Food) 후 양식 작성하여 제출 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명) ② 연락 담당자 정보 (담당자 이름, 연락처, 이메일) ③ 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ④ 제품 사진	
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2985-7800-5 팩스: +66-(0)2985-7808-9 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th	

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 탑스(Tops)

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)		
	홈페이지	tops.co.th		
	위치	뻑 꼬렛(Pak Kret)		
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 205개	
	기업 요약	- 1996년 태국에 설립 - 센트럴푸드리테일(Central Food Retail(CFR))의 자회사 - 센트럴푸드리테일은 Central Food Hall, Tops market, Tops superstore, superkoom, tops daily, tops online의 6가지 형태로 운영		
기업 최근 이슈				
				
유사제품 정보	- 센트럴그룹(Central Group)은 그랩 태일랜드(Grab Thailand)와 제휴하여 그랩익스프레스(GrabExpress) 배달 서비스를 통해 탑스온라인(Tops Online)에서 구매한 상품을 2시간 내에 고객에게 배송 - Tops 참치 통조림, 그린피스에서 태국의 지속 가능한 제품 순위 1위 차지			
		제품명	젤리 식이보충제 (Jeli Dietary Supplement)	
		종류	다이어트 건강보조식품	
		중량	350g	
원산지		태국		

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 센트럴푸드리테일(Centra Food Retail) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 푸켓(phuket) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 빵류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 건강보조식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 빙과류 등 - 일반: 스킨케어, 헤어케어, 바디케어, 구강케어, 여성위생용품, 유아용품, 세탁용품, 애완용품 등		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 업체 사이트 통한 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가, 보유 유통채널 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2831-7300 팩스: +66-(0)2835-3713 이메일: cusserv@tops.co.th	

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

④ 푸드랜드(Foodland)



기업 기본 정보	기업명	푸드랜드(Foodland)	
	홈페이지	facebook.com/FoodlandSupermarketThailand	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('16)	약 1억 6,400만 달러 (약 1,986억 5,320만 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 22개
기업 요약	- 1972년 설립 - 고급 식료품을 판매하는 대형 슈퍼마켓으로 잘 알려져 있으며, 365일 24시간 운영되고 있음 - 슈퍼마켓 내 레스토랑인 '톡래디(Took Lae Dee)'는 현지인과 방콕에 거주하는 외국인들에게 특히 인기임 - 매장 내 24시간 약국과 서점 보유		
	 		
기업 최근 이슈	- 태국 슈퍼마켓의 사회 공공 정책 평가 점수가 매우 낮으며, 푸드랜드(Foodland)는 0점을 기록³⁶⁾ - 슈퍼마켓과 분리하기 위해, “cheap and good”을 슬로건으로 하여 아파트와 같은 주거 지역에 상점을 확장할 예정		
유사제품 정보		제품명	퓨어 콜라겐 (Pure collagen)
		종류	콜라겐 건강보조식품
		중량	200g
		원산지	태국

자료: 푸드랜드(Foodland) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 태국 리테일 푸드스 2017(Thailand Retail Foods 2017), 워크포인트뉴스(workpointnews) 홈페이지, 포지셔닝(positioningmag) 홈페이지, 테이스티타일랜드(Tasty Thailand), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 푸드랜드(Foodland), 코코너츠(coconuts) 홈페이지

36) 투명성, 공정성 노동자 권리, 여성 권리 보장 등에 대한 평가

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 가공식품, 스낵류, 음료, 냉동식품, 빵류, 신선식품, 주방용품, 소스류, 생선류, 육류, 빙과류, 유제품 등 - 일반: 애완용품, 뷰티용품 등 • 선호제품 - 고품질 제품 - 신선한 제품	
입점 등록 절차	등록 유형	☐ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 로컬 에이전트 소싱 → 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) *로컬 공급업체는 직접 등록이 가능한 반면, 해외 공급업체의 경우에는 태국 기업 또는 에이전시를 통하여 등록해야 함
	특이사항	- 문의사항 연락처 PIC: Mr.Jakrapong(Administrative department) 연락처: +66-2530-0220 이메일: edi_foodland@hotmail.com

자료: 푸드랜드(Foodland) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 빌라마켓(Villa Market)

기업 기본 정보	기업명	빌라마켓(Villa Market)	
	홈페이지	shoponline.villamarket.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('17)	약 1억 9,440만 달러 (약 2,354억 7,642만 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 34개
기업 요약	- 1974년 설립 - 비교적 저렴한 가격으로 다양한 음식을 제공 - 전 세계에서 2,500개 이상의 제품을 직접 수입 - 온라인으로 판매되는 제품의 약 95%가 오프라인 매장에서 판매하는 제품과 동일 제품이며 가격 또한 일반 오프라인 매장과 동일		
	 		
기업 최근 이슈	- 시암 상업은행(Siam Commercial Bank)과 제휴를 맺고 빌라마켓 온라인 스토어(shoponline.villamarket.com)와 앱³⁷⁾ 두 가지 전자 결제 플랫폼을 출시 - 태국 슈퍼마켓의 사회 공공 정책 평가 점수가 매우 낮으며, 빌라마켓(Villa Market)은 0점을 기록³⁸⁾		
유사제품 정보		제품명	밀크 티 콜라겐 (Milk Tea Collagen)
		종류	콜라겐 음료
		중량	130g
		원산지	태국

자료: 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지, 방콕포스트(Bangkok Post),
 방콕언마스크드(bangkounmasked) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지, 셔터스톡(Shutterstock) 홈페이지,

37) 브이플러스월렛(VPlus Wallet)

38) 투명성, 공정성 노동자 권리, 여성 권리 보장 등에 대한 평가

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 주류, 빵류, 스낵류, 유제품, 육류, 신선식품, 냉동식품, 유아식, 해산물, 가공식품, 견과류, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 액세서리, 유아용품, 구강케어, 여성용품, 헤어케어, 주방용품, 애완용품 등 • 선호제품 - 신선한 제품 - 유기농 식품, 비건 식품 - 특색 있는 수입 식품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 홈페이지를 통한 등록 또는 방문 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 직접 방문 시, 샘플과 제품 정보 제공 필요 - 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2661-5053 / +66-(0)2661-5048 이메일: online@villamarket.com	

자료: 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 태국 콜라겐 인증 취득
2. 태국 콜라겐 사전 심사
3. 태국 콜라겐 업체·제품 등록
4. 태국 콜라겐 라벨 심의
5. 태국 콜라겐 서류 준비
6. 태국 콜라겐 세금 납부
7. 태국 콜라겐 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	- 강제 인증 有 - 식품 생산 안전 인증 필수	(-)
Step 02. 사전 심사	- 사전 광고 심사 - 식품에 대한 홍보 및 기능성 홍보에 관한 심사	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 03. 업체·제품 등록	- 식품 등록 - 태국으로 유통되는 식품 대상 - 식품 안전, 라벨 등 평가	(*) 태국 식품의약청 - 사전 식품 등록 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 04. 라벨 심의	- 라벨 표기사항 - 태국 식품의약청 규정 준수 - 건강기능식품 사전 등록 시 평가	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 05. 서류 준비	- 일반 서류 - 원산지 증명서 - 식품 등록 서류 등 요구 서류	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 06. 선적 및 운송	포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	- 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서, 상업송장 등	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 08. 세금 납부	- 납세 신고 - 수입 신고 후, 검사 전 세금 납부 - 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 - 관세율 0% - VAT 7%	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 09. 검역 심사	- 서류 심사 - 제품 검사 - 서류 심사 결과에 따라 Red Line, Green Line으로 분류하여 물품 검사 진행	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th

1. 태국 콜라겐 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

콜라겐³⁹⁾

콜라겐 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 콜라겐 ‘적용 받는 강제 인증 有’

태국으로 콜라겐 제품 수출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 태국 공중보건부(Ministry of Public Health)는 정해진 법률에 따라 태국 국내에서 생산되는 모든 식품에 대하여 생산 안전에 관한 인증인 GMP 인증을 획득하도록 하고 있음. 이는 수입 식품에도 동일하게 적용되어 식품 수출업체는 생산 시설에 대하여 GMP 인증을 받아야 하나 GMP에 상응하는 HACCP, ISO 등의 인증을 받아 제출할 수 있음

[표 4.1] 태국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증		지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수 (중 택1)	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증		정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

39) 콜라겐 제품은 건강기능식품으로 등록하지 않고 일반가공식품으로도 판매가 가능하나, 본 보고서에서는 건강기능식품으로 분류하여 정보를 제공함. 일반가공식품으로 진행하는 경우 건강 기능 부분에 대한 홍보는 불가능함

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
GMP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 평가>판정>결제	14일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	5만원
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

2. 태국 콜라겐 사전 심사

사전 심사

태국으로 제품 수입 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

콜라겐

콜라겐 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 식품 홍보 위해 사전 심사 ‘필요’
- ▶ 태국 기능성식품 홍보 ‘별도 심사 진행’

태국 공중보건부는 태국에서 판매되는 모든 식품의 광고에 대하여 사전 심사를 받도록 하고 있음. 식품의 효용, 품질, 속성에 관하여 라디오, 텔레비전, 영화, 신문, 기타 인쇄물 또는 광고의 목적을 가지고 생산되는 모든 생산물에 대하여 사전 심사를 받아야 함. 심사는 태국 식품의약품청(FDA)에서 진행하며 일부 지역에 국한되어 홍보를 진행하고자 하는 경우 해당 지역의 공중보건부 사무소를 통하여 허가를 받도록 함. 기능성식품의 경우, 해당 식품의 기능성에 대한 홍보를 위하여 이를 뒷받침 할 수 있는 서류를 구비하여 사전 심사를 받아야 함

[표 4.3] 태국 수입 전 사전 심사

적용 규제	Food Act B.E. 2522
담당 기관	태국 식품의약품청(FDA) - 주소 : The Food and Drug Administration, Room 324, 3 rd Floor, Building 3 of FDA, 88/24 Ministry of Public Health Tiwanon Rd., Nonthabur, 11000. - 전화 : 66 02 5907178
필요 정보 및 서류	a. 신청서 - 신청자 본인의 서명이 들어 갈 것 - 대리인에 의한 신청인 경우, 대리인임을 입증 할 수 있는 위임장 또는 적법한 서류를 첨부할 것 b. 건강 기능에 관하여 증명 할 수 있는 서류(기능성 식품의 경우) - 제출하는 서류 중 기밀 서류가 포함된 경우, 해당 서류 리스트와 그 이유를 작성하여 제출할 것
절차	a. 신청서 작성 및 신청 - 사전에 약속한 시간에 제출 할 것 b. 서류 적합성 심사 c. 추가 요청 서류 제출 - 10일 이내에 제출 필요 d. 심사
기간	30일

자료 : 태국 식품의약품청(FDA)

3. 태국 콜라겐 업체·제품 등록

업체·제품 등록

태국으로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

콜라겐

콜라겐 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

특별통제식품

- 유아용 유제품
- 기능성식품과 꿀과 그 제품
- 유아 및 어린이용 기능성 식품
- 체중 조절용 식품
- 특정 기능성 식품
- 식품첨가물

- ▶ 태국 식품 수입을 위해 정해진 제품에 대해 사전 ‘식품 등록 필요’
- ▶ 태국 식품의약청(FDA)에 ‘서면’으로 등록 진행

태국 공중보건부는 태국에서 판매되는 모든 식품(식품첨가물, 기능성식품, 유제품, 음료, 아이스크림과 같이 특별히 정하고 있는 제품과 규격화된 식품과 그 외의 일반 가공 식품)의 생산 또는 수입 시 이에 대하여 등록을 하도록 규정하고 있음. 식품첨가물, 기능성식품, 유아용 식품 등 7개 특별통제식품(Specifically Controlled Food)에 대해서는 특별히 등록을 위한 세부 규정을 두고 있으며, ‘규격화된 제품(Standardized Product)’과 ‘라벨을 부착해야 하는 제품(Foods required to bear standardized labels)’은 공통된 규정에 따라 등록을 진행함. 그 외의 일반 식품류⁴⁰⁾에 대해서는 별도의 등록을 요구하지는 않으나, 위생, 라벨, 홍보 등에 대해서 동일하게 관리감독하고 있음. 해당 등록은 태국 식품의약청에서 담당하고 있음

기능성식품을 포함한 7개 품목의 경우 제품 등록 시 라벨에 대한 심사도 같이 진행하기 때문에 라벨 견본을 제출해야함

[표 4.4] 태국 사전 식품 등록 절차

적용 규제	Food Act B.E. 2522
담당 기관	태국 식품의약청(FDA) - 주소 : The Food and Drug Administration, Room 324, 3 rd Floor, Building 3 of FDA, 88/24 Ministry of Public Health Tiwanon Rd., Nonthabur, 11000. - 전화 : 66 02 5907178
필요 정보	a. 신청서(SorBor.5 Form) - 신청자는 사업자 또는 관련 정보를 제공하도록 위임 받은 대리인일 것 b. 제품에 관한 상세 정보 c. 인증서 d. 라벨 등 요구하는 서류
신청 절차	a. 전화 또는 온라인 포털을 통하여 등록 신청서 제출 스케줄 예약 b. 신청서 작성 및 제출 - 사전에 약속한 시간에 제출 할 것 c. 서류 적합성 심사(1~2일 소요) d. 추가 요청 서류 제출 e. 심사
소요 기간	15 ~ 45일

자료 : 태국 식품의약청(FDA)

40) 신선 육류, 신선 채소, 미 가공된 식자재, 기타 요리를 위한 식재료 등

4. 태국 콜라겐 라벨 심의

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.5] 태국 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	Food Act B.E. 2522	
태국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	No. 367 B.E. 2557(2000)	
● 콜라겐 콜라겐 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 식품 시리얼 번호 · 제조업체 또는 포장업체 또는 수입업체 이름과 주소 · 용량 · 원료 · 알레르기 정보 · 식품첨가물 정보 · ‘천연조미료’, ‘인공조미료’ 표기(필요한 경우) · 유통기한 · 영양정보 · 경고 문구(필요한 경우) · 보관방법(필요한 경우) · 섭취방법(필요한 경우) · 유아 및 어린이 또는 특정 그룹에 대한 안내 · 그 밖의 규정이 정하고 있는 지시 사항	
		라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어 태국어로 표기 할 것, 영어 병기 가능 제조업체 본사 정보를 기재하는 경우 ‘Head Office’ 문구로 표시할 것 수입업체 정보를 표기하는 경우, 제조업체 이름과 국적을 같이 표기할 것 용량 미터법(Metric) 단위로 표기할 것 순중량 또는 순용량으로 표기할 것 원료 원료의 중량 비율에 따라 내림차순으로 작성할 것 표시면적이 35㎢보다 작은경우에도 주요 원료는 표기할 것 식품첨가물 또는 향미료를 제외하고 1개의 원료로만 이루어진 식품인 경우 미 표기 가능 알레르기 정보 알레르기 성분을 ‘포함함(Contain)’ 또는 ‘포함할 수 있음(May contain)’으로 표기 할 것 100㎢보다 면적이 좁은 경우 글자 크기는 1mm로 하며, 100㎢보다 면적이 넓은 경우 글자 크기를 1.5mm 보다 작지 않도록 할 것 a. 글루텐을 포함하는 시리얼 b. 갑각류 및 그 제품 c. 조란과 그 제품 d. 어류와 그 제품(비타민 또는 카로틴 조제 물질의 운반을 위해 사용된 어류 젤라틴 제외) e. 땅콩과 그 제품

자료 : The MOPH Notification No. 383, B.E. 2560(2017), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

[표 4.6] 태국 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)		f. 대두와 그 제품(완전히 정제된 대두유와 그 지방, 대두 기반의 자연 합성 토크페롤 등, 대두와 식물유로부터 얻은 식물 스테롤과 식물 스테롤 이스터, 대두로부터 얻은 식물 스타놀에스터는 제외) g. 락토스를 포함하여 우유와 유제품(우유와 우유 제품으로부터 얻은 락티톨은 제외) f. 견과와 그 제품(아몬드, 호두, 피칸 등) h. 10mg/kg 또는 그 이상의 설파이트(Sulphite) 농축물
		식품첨가물	식품첨가물의 기능 정보와 특정 이름 또는 INS에 기반한 번호를 같이 표기할 것 감미료, 보존료, 조미료, 착색료를 제외한 식품 첨가물에 대해서는 그 첨가물의 기능성 대신 'food additive'를 표기할 것
		유통기한	유통기한이 90일 이하인 제품은 '일/월/년'으로 기재할 것
			유통기한이 90일 이상인 제품의 경우 '월/년'으로 표기 가능
			'월'의 표기는 숫자 또는 문자로 가능
		영양정보	위의 표기 방법을 따르지 않는 경우, 소비자가 명확히 이해할 수 있는 문자 또는 글자의 표현 방법을 사용할 것
		기타	특정 영양 제품, 특정 영양 성분을 홍보하는 제품, 특정 소비자(학생, 노인 등)를 대상으로 하는 제품, 태국 식품의약품이 정하는 종류의 기타 제품의 경우만 필수로 표기 할 것
			스낵, 초코렛과 그 제품, 베이커리 제품, 반 조리 제품, 냉장 및 냉동의 RTD 제품, 밀봉된 음료 제품의 경우 열량, 당분, 지방, 나트륨에 대한 하루 섭취량 정보를 제공 할 것 제품명, 식품 시리얼 번호, 제조업체 정보, 용량, 유통기한 정보는 태국어가 아닌 영어로만 기재 가능

자료 : The MOPH Notification No. 383, B.E. 2560(2017), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 태국 콜라겐 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 제품명 : Blink Collagen
② 설명 : Collagen peptide 2,000mg
High vitamin C

앞면(국문)

- ① 제품명 : 블링크 콜라겐
② 설명 : 콜라겐 펩타이드 2,000mg
비타민 C 다량 함유

뒷면(영어)

- ① 제품명 : เครื่องดื่ม บ링크® คอลลาเจน
② 설명 : น้ำองุ่นขาว 12% ผสมคอลลาเจน
อุดมด้วยวิตามินซี
มีส่วนช่วยในกระบวนการต่อต้านอนุมูลอิสระ
และมีส่วนช่วยในการสร้างเนื้อเยื่อคอลลาเจน
③ 원료 : ส่วนประกอบสำคัญ ใน 1 ขวด(50 มล.)
ประกอบด้วย: น้ำองุ่นขาว(White Grape Juice)
12.00% คอลลาเจน เปปไทด์ 2,000 มก.
(Collagen Peptide) 4.00%
ใยอาหารชนิดละลายน้ำ(Dietary Fiber) 0.25%
วิตามินซี(Vitamin C) 0.04%
วัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล (โมลทิтол,
ซูคราโลส)
ไม่เจือสี แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ ใช้วัตถุกันเสีย
ใช้วัตถุกันเสีย (INS 211)
สารควบคุมความเป็นกรด (INS 330) สารทำให้คงตัว
(INS 440)

뒷면(국문)

- ① 제품명 : 블링크 콜라겐 드링크
② 설명 : 콜라겐과 비타민C를 함유하는
백포도 주스가 12% 함유되어 항산화와
콜라겐 조직에 도움을 줌
③ 원료 : 1병(50ml) 당 함유 원료
백포도 주스 12.00%, 콜라겐 펩타이드
4.00%, 식이섬유 0.25%, 비타민 C 0.04%
인공감미료(몰티톨, 수크랄로스), 착색료
무첨가, 천연 향미료, 보존료 사용.
보존료(INS 211), 산도조절제(INS 330),
안정제(INS 440)

④ 알레르기 정보(*ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร) :
มีผลิตภัณฑ์จากปลา" (คอลลาเจน)
⑤ 주의사항 : - ไม่ควรดื่มในผู้ที่แพ้ส่วนประกอบใดๆ
ในผลิตภัณฑ์
- ควรหลีกเลี่ยงการดื่มในขณะที่ท้องว่าง
- สีของผลิตภัณฑ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามส่วนผสมจ
ากธรรมชาติ และอาจมีตะกอนของน้ำผลไม้
ซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย
⑥ 보관방법(วิธีเก็บรักษา) : เก็บที่อุณหภูมิห้อง
ห่างจากแสงแดด เมื่อเปิดแล้วควรดื่มให้หมดทันที
⑦ 유통업체 정보(ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์เฉพาะ
และจดจำหน่ายโดย) : บริษัท ที.ซี. แบลเชอร์ล จำกัด
(Blink) 77/93-4 ชั้น 23 อาคารสินสาร
ทาวเวอร์ ถนนกรุงธนบุรี แขวงคลองตันใต้
เขตคลองสาร กรุงเทพฯ 10600
⑧ 제조업체 정보(ผลิตโดย) : บริษัท
แพนสยามฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
85/2 หมู่ 3 ถนนริมทางรถไฟสายเก่า ตำบลสำโรง
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
www.blink.co.th
www.facebook.com/BlinkVite
Instagram: Blink_Vite
⑨ 유통기한 : ถ้าสินค้าอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์
ไม่ควรบริโภค ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)
ดูที่ฝาขวด

④ 알레르기 정보 : 어류 제품(콜라겐)
⑤ 주의사항 : 본 제품 성분에 알레르기를
가지고 있는 사람은 섭취하지 마십시오.
빈속에 섭취하는 것을 피하십시오.
제품의 색상은 천연 성분에 따라 달라지며,
주스의 침전물은 인체에 무해합니다.
⑥ 보관방법 : 직사광선은 피하시고 실온에
보관하십시오. 개봉 즉시 섭취하십시오.
⑦ 유통업체 정보 : T.C. Natural Company
Limited (Blink)
77 / 93-4, 23rd Floor, Sinn Sathorn
Tower, Krung Thon Buri Road
Khlom Ton Sai Subdistrict, Khlom
San District, Bangkok 10600
⑧ 제조업체 정보 : Pan Siam Food
Products Co., Ltd.
85/2 Moo 3, Rim Old Railway Road,
Samrong Sub-district,
Phra Pradaeng District, Samutprakan
Province 10130
www.blink.co.th
www.facebook.com/BlinkVite
Instagram: Blink_Vite
⑨ 유통기한 : 만약 제품의 상태가 좋지
않다면 섭취하지 마십시오.
유통기한(일, 월, 년)은 병뚜껑에서
확인하십시오.

5. 태국 콜라겐 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

콜라겐

콜라겐 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 태국 전자 통관을 통해 수입업무 진행

태국에서 수입 신고 시 절차는 온라인 전자세관 시스템을 통하여 이루어지며, 이를 위해서 수입통관을 진행하고자 하는 업체는 사전에 시스템에 등록을 해야 함. 전자 시스템에 사업자 등록을 진행하기 위해서는 사전에 미리 세관에 수입업체로 등록을 마쳐야 하며, 태국 내 온라인 정부 서비스의 이용을 위한 디지털 인증서가 필수적으로 요구됨

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지 증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하며, 다음 수출 시에도 동일하게 원산지 증명서를 발급받아 첨부하여야함. 다만 인증수출자 제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여 받을 수 있음

[표 4.7] 태국 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	수입 허가 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류	(-)

자료 : 태국 관세청

6. 태국 콜라겐 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

콜라겐

콜라겐 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 콜라겐 HS CODE 2106.90.72, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 발효로 협정세율 적용

콜라겐의 경우 태국에서는 HS CODE 2106.90 (기타)의 2106.90.72 (기타 식품 보충제) 세번을 사용하여 수입됨.⁴¹⁾ 태국으로 콜라겐 수입 시 기본 세율은 20.0%를 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2007년 6월 01일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로 0%의 협정세율을 적용받음. 관세 외에도 7%의 VAT가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 43달러(한화 약 5만 원)⁴²⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(한화 약 28만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 50시간 소요

[표 4.8] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.90	기타	
	2106.90.909	기타	
	2106.90.9099	기타	
태국		기타 식품 보조제; 강화된 조제품	
	2106.90.72	기타 식품 보충제	
관세	기본관세율	20.0%	
	협정 세율	0%	
VAT		7%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 태국 관세청, 태국 관세정보포털(DTN)

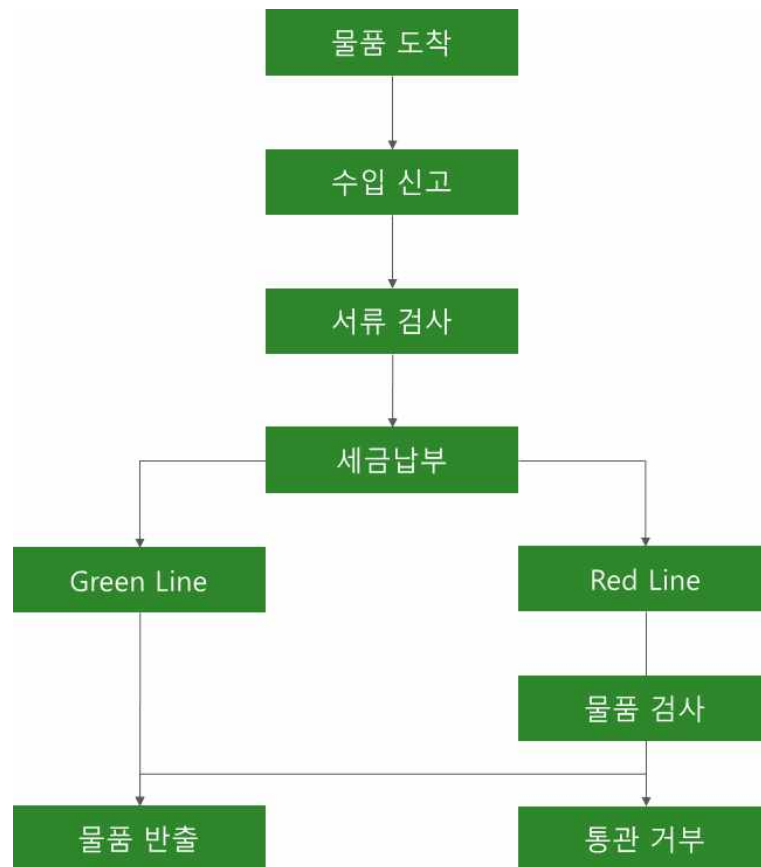
41) 태국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 콜라겐에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 태국 관세청의 관세 결정례 정보를 검색(tariffeservice.customs.go.th)하거나 관세청으로 세번 결정에 관하여 문의할 수 있음

42) 1달러=1,211.30달러 (2019.08.09., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 태국 콜라겐 검역 심사 절차

- ▶ 태국 식품, 서류 검사 결과 후 선별하여 물품 검사 실시
- ▶ 세금 납부 후, 물품 검사 실시

[표 4.9] 태국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Acetylated Distrach Adipate	GMP ⁴³⁾
		Acetylated Distrach Phosphate	GMP
	유해물질	Aflatoxin	20mcg/kg

자료 : 태국 식품안전청(FDA)

43) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 태국 식품의약품청의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

태국으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

콜라겐

콜라겐 품목의
첨가물 규정은 태국 식품
카테고리 분류 중 HS
Code 2106.90.72와
유사한 '기능성식품
(분류 번호 16.6)'으로
분류하여 해당하는
정보를 제공함

[표 4.10] 태국 콜라겐 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
감미료, 조미료	아세설팜	Acesulfame	2,000	
산도조절제, 보존료	아세트산	Acetic acid	GMP	
산도조절제	아세틸화 글리세라이드	Acetoglycerides	GMP	
안정제, 증점제, 유화제 등	한천	Agar	GMP	
유화제, 안정제 등	알긴산	Alginic acid	GMP	
착색료	E129	Allura red ac	300	
소맥분개량제	α -아밀레이스	Alpha amylase	GMP	
유화제, 안정제 등	알긴산암모늄	Ammonium alginate	GMP	
산도조절제	탄산암모늄	Ammonium carbonate	GMP	
산도조절제	탄산수소암모늄	Ammonium hydrogen carbonate	GMP	

자료 : 태국 식품안전청(FDA)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)

Interview ② 뷰티쿨(Beauticool)

Interview ③ 웰니스 아시아 컴퍼니

(Wellness Asia Company)

Interview ④ 시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy)

Interview ⑤ 에이비씨 파머시(ABC Pharmacy)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 란젤렝
(ร้านเจิ้ลิ่ง)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nan
(Manager)

태국 내 콜라겐 제품의 수요는 높은 편

태국 내 콜라겐 제품의 수요는 계속해서 증가하고 있습니다. 최근 들어 섭취하는 콜라겐 제품이 늘어났으며, 액상형보다는 파우더형 제품의 수요가 더 높습니다.

일본 메이지 제품의 인지도가 가장 높음

태국 내 판매되는 콜라겐 제품은 대부분 수입산이며, 그 중에서도 일본 메이지 제품의 인지도가 가장 높습니다. 태국 소비자들은 친숙한 브랜드 제품을 선호하기 때문에 신제품 판매 전에 활발한 홍보가 선행되어야 합니다.

Market Demand and Consumers



- 인터뷰 기업 : 뷰티쿨
(Beauticool)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Fah
(Sales Manager)

콜라겐 제품의 주 소비자층은 20-30대

콜라겐 제품은 주로 피부 미용에 관심이 많은 20-30대 학생과 직장인입니다. 대부분 흡수가 빠르고 흡수율이 높은 파우더형 제품을 선호합니다.

콜라겐 제품의 효과와 인지도가 수요를 결정

태국 내 소비자들은 사람들의 긍정적인 리뷰가 많거나 인터넷에서 인지도가 높은 제품을 구매하는 경향이 있으며, 제품 섭취 후 효과를 봤다면 계속해서 해당 제품을 구매하는 편입니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 웰니스 아시아 컴퍼니
(Wellness Asia Company)
온라인유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nampet
(Store Manager)

파우더형 콜라겐 제품의 수요가 가장 높음

소비자들은 섭취가 간편하고 음료에 섞어서 마실 수 있는 파우더형 콜라겐 제품을 가장 선호합니다. 파우더형 제품의 향을 싫어하는 소비자들은 알약으로 된 제품을 구매하는 편입니다.

콜라겐 함량이 높을수록 선호도가 높음

소비자들은 콜라겐이 희석된 제품보다는 순수 콜라겐으로 구성된 제품을 선호합니다. 그 외에 제품의 향이나 품질, 가격 등이 소비자들의 제품 구매에 영향을 미칩니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Consumers



인터뷰 기업 : 시리베즈 파머시
(Sirivej Pharmacy)
수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Aoi
(Store Manager)

다른 보조제와 혼합된 콜라겐의 인기가 높음

최근 들어 글루타티온과 같이 다른 보조제와 혼합된 콜라겐 제품의 인기가 많습니다. 소비자들은 이러한 제품을 섭취함으로써 여러 가지 효능을 한 번에 얻을 수 있어서 선호합니다.

콜라겐 제품의 주 소비자층은 20~30대 여성

콜라겐은 20~30대 여성에게 가장 수요가 높으며, 대부분 미용 목적으로 구매합니다. 40대 이상의 소비자들은 뼈와 관절 건강을 목적으로 콜라겐을 구매하는 편입니다.

Market Demand and Trend



· 인터뷰 기업 : 에이비씨 파머시
(ABC Pharmacy)
약국
· 인터뷰 담당자 : Ms. Kim
(Store Manager)

액상형 콜라겐의 선호도는 낮은 편

액상형 콜라겐은 용량대비 가격이 비싼 편이어서 선호되지 않으며, 상대적으로 가격이 저렴하고 섭취가 간편한 파우더형 콜라겐의 수요가 가장 높습니다.

남성용 콜라겐 제품도 늘어나고 있는 추세

이전에는 콜라겐을 여성이 주로 구매했다면, 최근 들어 남성 소비자들의 수가 증가하고 있습니다. 따라서 이러한 트렌드에 따라 많은 제조업체들이 남성용 콜라겐 제품을 출시하고 있습니다.

Interview ① 란젤렝(ร้านเจิ้ลิ่ง)

란젤렝(ร้านเจิ้ลิ่ง)

전문가 소속

란젤렝(ร้านเจิ้ลิ่ง)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Nan
(Manager)

44)

란젤렝(ร้านเจิ้ลิ่ง)

Manager, Ms. Nan



Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

란젤렝은 수입유통업체로, 한국산과 일본산 화장품 및 미용 관련 건강기능식품을 주로 판매하고 있습니다. 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있으며, 최근에는 간식 및 식품류로 취급 제품 범위를 확장했습니다. 현재 맥스 라이프라는 브랜드의 “펩타이드 콜라겐 100” 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 수요 및 선호도가 어떻게 되나요?

태국에는 콜라겐 제품이 굉장히 많으며, 수요도 계속해서 증가하고 있습니다. 태국 소비자들은 미용이나 관련 제품에 대한 관심이 높은 편입니다. 최근 들어 바르는 형태의 콜라겐보다 섭취하는 콜라겐 제품이 많아졌습니다. 그 중에서도 가장 수요가 높은 제품은 물에 섞어 먹을 필요 없이 바로 섭취 가능한 파우더 형태의 콜라겐입니다. 소비자들은 파우더 형태의 콜라겐이 흡수가 잘되고 효과가 좋다고 생각합니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

콜라겐은 아무래도 미용 제품이어서 남성보다는 여성 소비자가 압도적으로 많습니다. 주로 20-30대의 소비자들 많으며, 피부 탄력과 미백 등의 용도로 구매합니다. 40대 이상의 소비자들은 뼈와 관절 건강을 위해 구매합니다.

44) 사진자료: 란젤렝(ร้านเจิ้ลิ่ง) 홈페이지 (www.ranjaeleng.com)

Interview ① 란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)

란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)

전문가 소속

란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Nan
(Manager)

란젤렝(ร้านเจ๊เลี้ยง)

Manager, Ms. Nan

Q. 태국 내 인지도가 높은 콜라겐 제품 브랜드는 무엇인가요?

태국에는 많은 콜라겐 제품이 있으며, 대다수는 수입산입니다. 가장 인기가 많은 제품은 일본 메이지(Meiji)의 파우더 콜라겐입니다. 액상형 콜라겐 제품은 인지도가 낮은 편이며, 현재 태국에서 판매되고 있는 액상형 콜라겐은 거의 없습니다.

Q. 태국 소비자들의 콜라겐 제품 구매요인은 무엇인가요?

태국 시장에는 콜라겐 제품이 워낙 많기 때문에 소비자들은 친숙한 브랜드의 제품을 선호하는 편입니다. SNS에 유행하는 제품이거나 사람들의 입소문과 후기를 듣고 구매하는 경우도 많습니다. 따라서 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 활발한 홍보로 제품의 인지도를 높이고, SNS를 통해 제품을 알리는 것이 중요합니다.

Q. 콜라겐 제품 수출시 필요한 인증이 있나요?

모든 수입산 콜라겐 제품은 태국 식품의약품청의 허가를 받아야하며, 제조 국가에서 발급된 제조 증명서나 원산지 증명서가 필요합니다. 생선에서 추출한 콜라겐을 사용하는 경우, GMP 인증을 따로 받아야합니다.

Interview ② 뷰티쿨(Beauticool)

뷰티쿨
(Beauticool)

전문가 소속

뷰티쿨(Beauticool)

수입 유통 업체

전문가 정보

Ms. Fah
(Sales Manager)

BEAUTICOOL
— YOUR beauty BEST FRIEND —

45)



뷰티쿨(Beauticool)

Sales Manager, Ms. Fah

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

뷰티쿨은 화장품, 향수, 미백과 피부개선이 주목적인 건강기능식품을 판매하는 온라인 수입유통업체입니다. 저희는 주로 유럽, 미국, 일본, 한국의 유명 코스메틱 브랜드로부터 제품을 수입하여 판매합니다. 저희는 저가의 제품부터 고가의 제품까지 모두 취급 중에 있으며, 최대한 많은 소비자들을 끌어들일 수 있도록 다양한 가격대의 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 수요 및 선호도가 어떻게 되나요?

태국에는 콜라겐 제품의 수요가 높아서, 다양한 콜라겐 제품이 판매되고 있습니다. 소비자들은 그 중에서도 파우더 형태의 콜라겐을 가장 선호합니다. 파우더로 된 제품은 흡수가 빠르고 체내 흡수율 또한 높아서 인기가 많습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

콜라겐의 주 소비자층은 20-30대 학생과 직장인입니다. 콜라겐이 빠, 손톱, 모발 개선의 이점이 있음에도 불구하고 미용에 관심이 많은 소비자들이 주로 콜라겐 제품을 구매하는 편입니다. 이러한 소비자들은 주로 피부 탄력과 미백의 용도로 콜라겐을 섭취합니다.

45) 사진자료: 뷰티쿨(Beauticool) 홈페이지 (www.beauticool.com)

Interview ② 뷰티쿨(Beauticool)

●
뷰티쿨
(Beauticool)

전문가 소속

뷰티쿨(Beauticool)
수입 유통 업체

전문가 정보

Ms. Fah
(Sales Manager)

뷰티쿨(Beauticool)

Sales Manager, Ms. Fah

Q. 콜라겐 제품은 일반 제품으로 분류가 되나요 건강식품으로 분류가 되나요?

콜라겐은 건강보조식품으로 분류됩니다. 콜라겐은 음료수나 커피와 같은 일반 식품보다는 건강식품에 더 가깝습니다. 콜라겐은 대부분 파우더 형태로, 물에 타먹는 제품입니다. 하지만 소비자들은 주스, 차, 스프 등에 타 먹는 것을 선호합니다. 따라서 최근에 출시된 콜라겐 제품들은 향과 맛이 첨가된 경우가 많습니다.

Q. 태국 소비자들의 콜라겐 제품 구매요인은 무엇인가요?

콜라겐 제품의 수요를 높이기 위해서는 제품의 효과가 가장 중요합니다. 소비자들이 특점 제품 섭취 후, 몸에 긍정적인 변화를 느꼈다면 계속해서 해당 제품을 구매할 것입니다. 특히, 제품의 효과가 인증되어 SNS나 인플루언서들 사이에서 입소문을 타게 되면, 수요는 빠르게 증가할 것입니다. 물론 사람마다 나타나는 효과나 선호하는 제품이 다르겠지만, 전반적인 후기가 좋다면 수요는 자연스레 증가할 것입니다.

Interview ③ 웰니스 아시아 컴퍼니 (Wellness Asia Company)

●
웰니스 아시아 컴퍼니
(Wellness Asia Company)

전문가 소속

웰니스 아시아 컴퍼니
(Wellness Asia Company)
온라인유통업체

전문가 정보

Ms. Namphet
(Sales Manager)



46)



Collagen I Dara Pure Collagen 100%
essential ingredient
100% hydrolyzed collagen from fish

웰니스 아시아 컴퍼니(Wellness Asia Company) Sales Manager, Ms. Nampet

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

웰니스 아시아 컴퍼니는 건강보조식품을 주로 취급하는 온라인 유통업체입니다. 업체의 주력 상품은 코코넛, 쌀겨, 마늘, 페릴라, 울금, 후추, 깨, 생선이 함유된 벤자 오일입니다. 그 외에 콜라겐과 어간유 등의 건강보조식품도 취급 중에 있으며, 대부분 국내의 제조업체로부터 공급받아 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 수요 및 선호도가 어떻게 되나요?

콜라겐 제품 중 파우더로 된 제품의 수요가 압도적으로 높습니다. 그 중에서도 일본의 메이지 제품이 가장 인기가 많습니다. 파우더로 된 제품은 섭취가 간편하며, 어떠한 음료에서 쉽게 섞어 마실 수 가 있어서 선호됩니다. 파우더 콜라겐 특유의 향을 싫어하는 소비자들은 알약으로 된 콜라겐을 섭취합니다.

Q. 태국 내 인지도가 높은 콜라겐 제품 브랜드는 무엇인가요?

앞서 언급했듯이, 일본 메이지사의 콜라겐 제품이 태국 내에서는 가장 인지도가 높습니다. 그 외에 태국 브랜드인 아이다라와 제라의 콜라겐 제품도 인기가 많습니다. 보통 국내산 제품이 수입산 제품보다 저렴한 편입니다. 일반적으로 일본산 제품은 높은 품질로 잘 알려져 있으며, 중국산 제품은 품질이 나쁘다고 생각해 선호하지 않습니다.

46) 사진자료: 웰니스 아시아 컴퍼니(Wellness Asia Company) 홈페이지 (benjaoil.com)

Interview ③ 웰니스 아시아 컴퍼니 (Wellness Asia Company)

● 웰니스 아시아 컴퍼니
(Wellness Asia Company)

전문가 소속
웰니스 아시아 컴퍼니
(Wellness Asia
Company)
온라인유통업체
전문가 정보

Ms. Namphet
(Sales Manager)

웰니스 아시아 컴퍼니(Wellness Asia Company) Sales Manager, Ms. Namphet

Q. 태국 소비자들의 콜라겐 제품 구매요인은 무엇인가요?

콜라겐 제품을 구매하는 소비자들에게 가장 중요한 구매 요인은 콜라겐 농도 및 함유량입니다. 소비자들은 콜라겐이 희석된 제품보다는 순수 콜라겐만으로 구성된 제품을 더 선호합니다. 그 외에 제품의 향도 중요한 구매요인 중 하나입니다. 콜라겐 파우더는 특유의 향으로 인해 음료나 스프에 섞어서 섭취하는 경우가 많습니다. 콜라겐의 향에 취약한 소비자들은 알약으로 된 형태를 더 선호합니다. 콜라겐에 소비자의 호불호가 갈릴 어떠한 향이나 맛이 첨가된 제품보다는 무취, 무맛인 제품의 수요가 더 높습니다. 하지만 그 무엇보다도 가격이 제품의 구매량에 큰 영향을 미칩니다. 아무리 제품의 맛이나 품질이 좋아도 가격이 터무니없이 비싸다면 소비자들은 해당 제품을 구매하지 않을 것입니다.

Interview ④ 시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy)

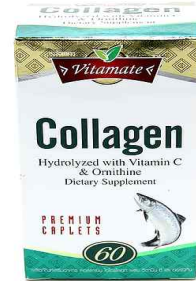
시리베즈 파머시
(Sirivej Pharmacy)

전문가 소속
시리베즈 파머시
(Sirivej Pharmacy)
수입유통업체
전문가 정보

Ms. Aoi
(Store Manager)



47)



시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy) Sales Manager, Ms. Aoi

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

시리베즈 파머시는 의약품의 수입·수출을 담당하고 있는 유통업체로 비타민, 미네랄, 건강보조식품, 의료 장비 등 다양한 의약품을 취급하고 있습니다. 현재 태국 내 18개의 매장을 보유하고 있으며, 온라인 매장도 함께 운영 중에 있습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 수요 및 선호도가 어떻게 되나요?

액상형 콜라겐은 흔치 않으며, 대부분 알약으로 된 콜라겐을 구매합니다. 알약 형태의 콜라겐 중에서는 글루타티온과 혼합된 제품의 수요가 가장 높습니다. 콜라겐에는 피부 탄력과 뼈 강화 효능이 있으며, 글루타티온에는 피부 미백 효과가 있어서 소비자들은 두 가지를 혼합시킨 제품을 가장 선호합니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

콜라겐은 남성과 여성 모두에게 효과가 좋지만, 주 소비자층은 20-30대 여성입니다. 대부분 미용을 목적으로 구매합니다. 40대 이상의 소비자들도 콜라겐 제품을 구매하지만 피부 관리보다는 뼈와 관절 건강을 위해 구매하는 편입니다.

Q. 태국 내 인지도가 높은 콜라겐 제품 브랜드는 무엇인가요?

일본의 메이지 제품이 가장 인지도가 높으며, 국내산 제품 중에서는 콜라겐과 글루타티온 제품을 주력으로 판매하는 태국의 비스트라(Vistra) 제품이 가장 인기가 많습니다. 액상형 콜라겐은 다른 콜라겐 제품과 비교했을 때 상대적으로 인지도가 낮은 편입니다.

Interview ⑤ 에이비씨 파머시(ABC Pharmacy)

에이비씨 파머시
(ABC Pharmacy)

전문가 소속

에이비씨 파머시
(ABC Pharmacy)

약국

전문가 정보

Ms. Kim

(Store Manager)



48)



Meiji Amino Collagen

B7B9.00

Collagen is a key protein found in skin, hair, nails, bones and cartilage. Often referred to as one of the base components of the human body, collagen accounts for around 30% of all proteins present in the body.

1 ADD TO CART

CATEGORIES: อาหารเสริม, ผลิตภัณฑ์สุขภาพเสริม

TAGS: คอลลาเจน, ปังสุขภาพ, ผลิตภัณฑ์เสริม

meiji

에이비씨 파머시(ABC Pharmacy) Store Manager, Ms.Kim

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에이비씨 파머시는 태국에서 운영 중인 약국이지만, 일반 의약품과 더불어 건강보조제, 의료장비, 피부 관리 용품 등을 판매하고 있습니다. 하나의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있습니다. 건강 보조제로서 콜라겐 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 수요 및 선호도가 어떻게 되나요?

액상형 콜라겐의 선호도는 낮은 편입니다. 대부분의 소비자들은 메이지의 파우더형 콜라겐을 주문합니다. 파우더형 콜라겐은 다양한 음료와 간편하게 섞어먹을 수 있어서 선호되는 반면, 액상형 콜라겐은 용량대비 가격이 비싼 편이어서 선호되지 않습니다.

Q. 태국 내 콜라겐 제품의 시장 트렌드가 어떻게 되나요?

이전에 콜라겐 제품은 여성들에게만 수요가 높았다면, 최근 들어서는 남성 소비자들의 수요가 높아지고 있습니다. 따라서 일부 브랜드들은 남성용 콜라겐 제품을 출시하고 있습니다. 그리고 콜라겐에 글루타티온, 비타민C, 비타민E와 같이 소비자들이 많이 찾는 성분과 결합된 제품도 인기가 많으며, 딸기나 오렌지 등의 맛이 첨가된 제품의 수도 늘어나고 있습니다.

47) 사진자료: 시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy 홈페이지 (www.sirivejpharma.com))

48) 사진자료: 시리베즈 파머시(Sirivej Pharmacy 홈페이지 (abcpharmacy.co.th))

Interview ⑤ 에이비씨 파머시(ABC Pharmacy)

●
에이비씨 파머시
(ABC Pharmacy)

전문가 소속

에이비씨 파머시
(ABC Pharmacy)

약국

전문가 정보

Ms. Kim
(Store Manager)

에이비씨 파머시(ABC Pharmacy) Store Manager, Ms.Kim

Q. 태국 소비자들의 콜라겐 제품 구매요인은 무엇인가요?

태국 내 콜라겐 제품의 수요가 높다보니, 관련 제품들이 많이 출시되어 시장은 포화상태입니다. 유명한 브랜드의 제품을 따라 만든 유사 제품들도 늘어나고 있는 추세입니다. 따라서 소비자들은 인지도 높은 브랜드나 기관의 인증을 받은 제품을 주로 구매하며, 제품의 품질을 중시합니다. 품질 외에 콜라겐 함유량과 가격도 중요한 요소 중 하나입니다. 따라서 소비자들은 콜라겐 함량이 높으면서 가격이 상대적으로 저렴한 파우더형 콜라겐을 선호합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 케미스탄드드리거트(chemistanddruggist)(chemistanddruggist.co.uk), 「Boots unveils online prescription service, 'express' lanes and lockers」, 2019.05.24
2. 리테일가제트(Retailgazette)(retailgazette.co.uk), 「Boots trials multi-lingual interpretation service」, 2019.08.07
3. 프라차챗(Prachachat)(prachachat.net), 「ร้านขายยา 3.5 หมื่นล้านเฟื่อง “ฟาสซิโน” บุกรุกขายยาสาขา-แฟรนไชส์」, 2018.11.12
4. 방콕포스트(Bangkok Post)(bangkokpost.com), 「Siam Health adds 90% of P&F」, 2019.05.25
5. 앤헬스(N Health)(nhealth-asia.com), 「"Health" expands HealthCare, Bumrungrad, and Lab - Disinfection Center in Thailand」, 2018.08.07
6. BDMS(Bangkok Dusit Medical Services) Annual Report 2018
7. 카오소드잉글리시(Khaosodenglish)(khaosodenglish.com), 「TESCO LOTUS EXPRESS DROPS PLASTIC BAGS FOR SMALL PURCHASES」, 2019.08.15
8. 테스코 연간 보고서 2018(Tesco Annual Report 2018)
9. 아이지디아시아(Asiaigd)(asia.igd.com) 「Big C Thailand sales up 5.7% for FY2018」, 2019.03.07
10. 방콕포스트(Bangkok Post)(bangkokpost.com), 「S'Flexible' Villa Market embraces e-shopping」, 2018.04.20
11. 방콕언마스크드(bangkokunmasked)(bangkokunmasked.com), 「Villa Market Bangkok: The best place to do all your imported food shopping in the city」, 2018.07.12.
12. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia)(Insideretail.asia), 「Tesco Asia sales fall as restructure takes effect」, 2019.04.11
13. 워크포인트뉴스(workpointnews)(workpointnews.com), 「Thai supermarkets, low social scores, focus on CSR rather than adjusting policies」, 2019.08.05
14. 포지셔닝(positioningmag)(positioningmag.com), 「Foodland ปรับแผนรับมือความท้าทายรอบด้าน! เปิดร้านใหม่เพียง 1-2 สาขา เตรียมหน้า “ถูกและดี” ออกไปบุกหมุดนอกซูเปอร์มาร์เก็ต」, 2019.06.06
15. 훈스마트(hoonsmart) (hoonsmart.com), 「Brochure show BDMS earnings Q2/62 worse than expected」, 2019.08.14

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 왓슨스(Watsons) 홈페이지(watsons.co.th)
5. 붓스(BOOTS) 홈페이지(th.boots.com)
6. 페스치노(Fascino) 홈페이지(profascino.co.th)
7. 피앤에프(P&F) 홈페이지(facebook.com/PandFSmoothLife)
8. 세이버드러그(Savedrug) 홈페이지(savedrug.co.th)
9. 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지(tescolotus.com)
10. 빅씨(Big C) 홈페이지(bigc.co.th)
11. 탑스(Tops) 홈페이지(tops.co.th)
12. 푸드랜드(Foodland) 홈페이지(facebook.com/FoodlandSupermarketThailand)
13. 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지(shoponline.villamarket.com)
14. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지(Insideretail.asia)
15. 셔터스톡(Shutterstock) 홈페이지(shutterstock.com)
16. 샬롬헬스(Shalomhealth) 홈페이지(shalomhealth.co.th)
17. 페스티노(Fascino) 홈페이지(fascino.bentoweb.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.08.23

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다. Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

