

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1906-29
- 품목 : 울무차 (Job's tears Tea)
- 국가 : 태국(THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 태국 견과류/곡물 음료 시장, 가장 인기 제품은 땅콩(콩) 음료	16
2. 태국 울무 음료, 주로 파우더 형태로 시장 내 유통	17
3. 태국에서 울무차는 차 보다는 음료로 현지에서 통칭	18
4. 태국 소비자, 장 건강 및 여성 치료를 위한 건강식으로 울무 섭취	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 태국 울무차 유통구조	22
2. 태국 울무차 주요 유통업체	25
3. 태국 울무차 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 태국 울무차 인증 취득	47
2. 태국 울무차 사전심사	49
3. 태국 울무차 업체·제품 등록	50
4. 태국 울무차 라벨 심의	51
5. 태국 울무차 서류 준비	55
6. 태국 울무차 세금 납부	56
7. 태국 울무차 검역 심사	57

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 지두반 지 마켓(Jiduban G Market)	62
Interview ② 머스트 타이(Must Thai)	63
Interview ③ 타이 굿즈(Thai Goods)	64
Interview ④ 림핑 슈퍼마켓(Rimping Supermarket)	65
Interview ⑤ 태국 식품의약청(FDA Thailand)	66

* 참고문헌

67

I . Market Size

SUMMARY

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



Market Size

(시장규모)

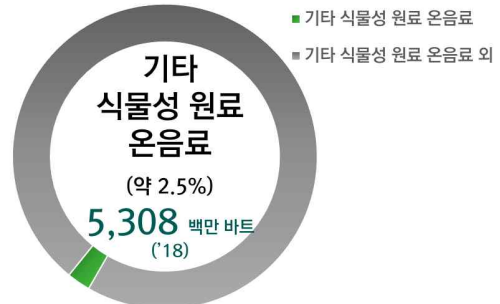
태국 (THILAND)

율무차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 섭취방법(기타 식물성 원료 온음료)

- 태국 기타 온음료¹⁾ 시장 규모
..... 5,308백만 바트('18)
- 태국 기타 식물성 원료 온음료²⁾ 시장 규모
..... **131백만 바트('18)**

(*) Euromonitor International



율무차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 형태(조제 식료품)

- HS 2106.90³⁾
태국 對 글로벌 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입 규모
..... 6억 1,070만 달러('18)
- HS 2106.90
태국 對 한국 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입 규모
..... **1,135만 달러('18)**

(*) International Trade Centre



율무차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '율무차'는 견과류와 혼합 곡물 가루를 따뜻한 물에 타먹는 온음료 분말차 제품으로, 간단한 식사 대용 또는 건강곡물차로 섭취할 수 있음. 이에 건강곡물차의 잠재 소비자로 예상되는 '태국의 30-50대 여성'과 율무차가 익숙한 한인을 잠재 소비자로 선정하여 그 규모를 조사함

① 태국 30-50대 여성 인구 수 ('18)	② 태국 내 한인 규모('17)
30-39세 4,813,205 명	남성 12,300 명
40-49세 5,839,063 명	여성 8,200 명
50-59세 5,455,701 명	전체 20,500 명

(*) 월드뱅크, 외교부

- 1) 기타 온음료: 향미가 가미된 가루형태 음료와 다른 식물성 원료 가루형태 음료를 모두 포함함. 제품의 온도는 상관없으며, 물, 우유 또는 다른 액체와도 섞일 수 있는 제품임. 단, 병음료나 RTD(Ready To Drink) 향료첨가우유는 포함되지 않음
- 2) 기타 식물성 원료 온음료: 식물성 원료 기반의 모든 따뜻한 음료를 포함하며, 인공적으로 맛을 낸 가루보다는 콩, 씨리얼, 오프, 참깨, 코코넛, 호두, 치커리와 마테 등 식물성 원료 가루를 사용하는 제품들이 이에 해당함
- 3) HS CODE 2106.90: 조사 제품 '율무차'는 원료 및 섭취 방식을 기준으로 조제 식료품으로 분류됨. 이에 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'으로 분류하여 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

1. 태국 율무차 시장규모

태국 국가 일반 정보⁷⁾

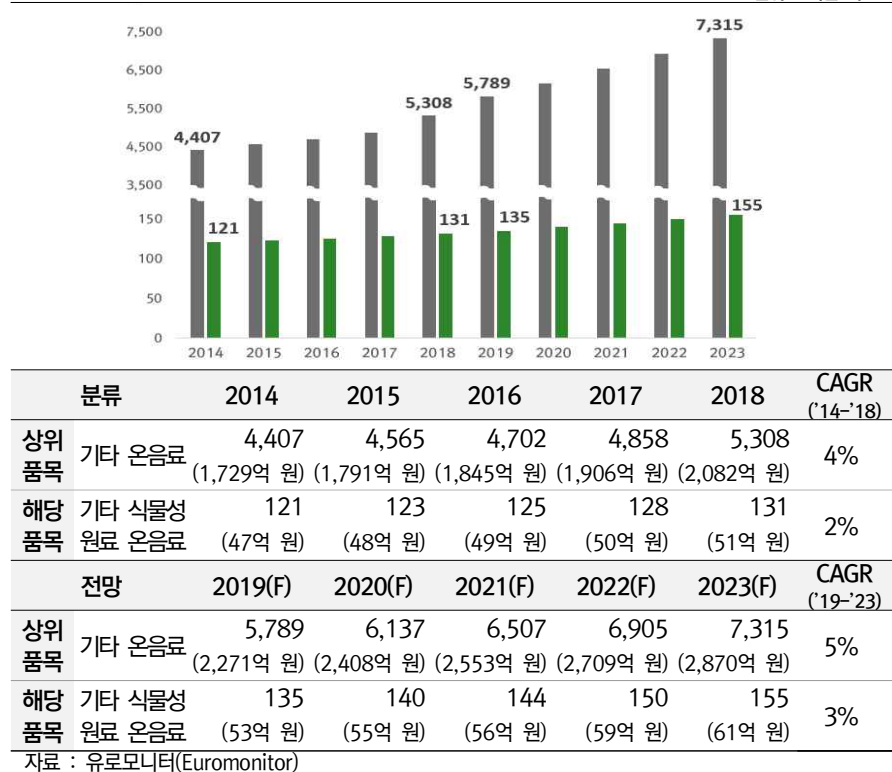
면적	51.3만 km ²
인구	6,918만 명
GDP	4,901억 달러
GDP (1인당)	7,084 달러

조사 시장: '율무차'는 호두, 아몬드, 호박씨와 땅콩, 볶은 율무를 따뜻한 물에 가루를 풀어 차(Tea)로 마시는 분말차(Tea)제품으로, 기타식물성 원료 온음료에 해당함. 이에 제품의 섭취 방법과 성분을 기준으로 '기타 온음료'와 '기타 식물성 원료 온음료'의 시장 규모를 조사함

- ▶ 2014~2018년, 태국 '기타 식물성 원료 온음료' 시장 연평균성장률(CAGR)⁴⁾ 2%
2014년부터 2018년까지 태국의 '기타 온음료'와 '기타 식물성 원료 온음료' 시장은 모두 꾸준히 성장함. 태국 '기타온음료' 시장은 연평균 4%의 성장률로 2014년 44억 7백만 바트에서 2018년 53억 8백만 바트의 시장으로 성장했으며, '기타 식물성 원료 온음료' 시장의 경우 연평균 2%의 성장률로 2018년 1억 3,100백만 바트의 시장으로 성장함
- ▶ 2019~2023년, 태국 '기타 식물성 원료 온음료' 시장, 연평균성장률(CAGR) 3%
태국의 '기타 온음료'시장과 '기타 식물성 원료 온음료'시장은 향후 5년간 (2019~2023년) 성장세를 이어갈 것으로 예측됨. 기타 온음료 시장은 연평균 5%의 성장률로 2023년 73억 1,500만 바트의 시장 성장이 예상되며, 기타 식물성 원료 온음료 시장은 3%의 연평균 성장률과 함께 2023년 1억 5,500만 바트 시장이 될 것으로 추정됨

[표 1.1] '기타 온음료', '기타 식물성 원료 온음료' 시장 규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 백만 바트



4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate

5) 1바트=39.23원(2019.08.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 율무차 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90 : ‘율무차’는 호두, 아몬드, 호박씨와 땅콩, 볶은 율무를 혼합한 곡물 가루를 물에 타서 차(Tea)로 먹기 때문에 식용 조제품에 해당함. 이에 ‘따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타’에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 4%

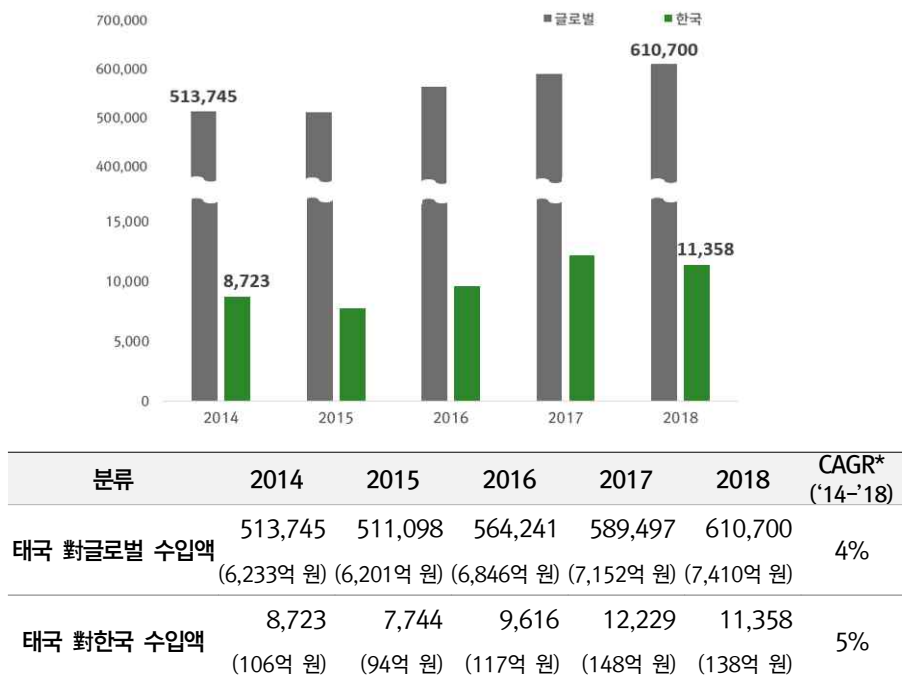
2018년, 태국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 6억 1,000만 달러를 기록함. 2015년, 태국 소비재의 전반적인 수입 감소와 함께 HS CODE 2106.90 품목의 수입규모도 전년 대비 264만 7,000달러가 하락했지만, 2016년 전년 대비 5억 6,424만 달러 증가하며 2014-2018년 수입액은 연평균 4%의 안정적인 성장률을 보임

▶ 2016-2018년 태국 對한국 수입액 연평균성장률 5%

HS CODE 2106.90 기준 태국의 對한국 수입액은 2014년 이후 지난 5년간 연평균 5% 성장률을 보이며 증가했고, 2018년 1,135만 8,000달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입 규모의 2% 정도임

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입 규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 천 달러



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

8) 1달러=1,213.3원 (2019.08.14, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 태국 율무차 소비 시장규모

1) 태국 30-50대 여성 인구 비율

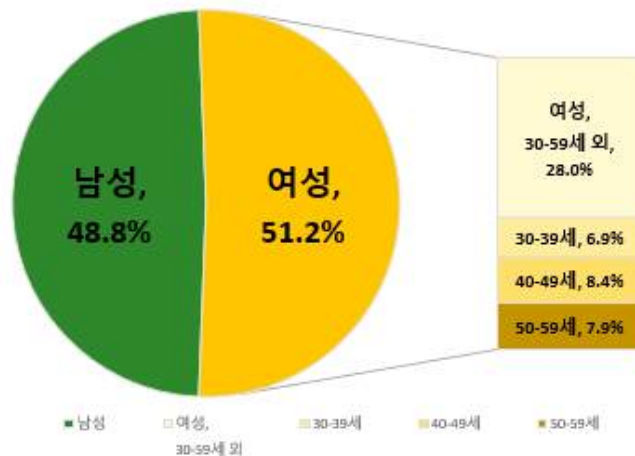
‘율무차’는 혼합 곡물 가루를 따뜻한 물에 타먹는 온음료 분말차 제품임. 이에 아침 식사 대용으로 섭취하는 율무차를 잠재 소비시장으로 선정하여, 예상 소비자로 태국 30-50대 여성 인구를 조사함. 또한, 태국 내 율무차 제품의 주 소비자로 예측되는 한인 규모를 확인하고자 태국의 재외동포 분포를 조사함

▶ 2018년, 태국 30-50대 여성 인구, 전체 여성 인구의 44% 차지

월드뱅크(World Bank) 자료에 따르면, 2014년부터 2018년까지 태국 전체 인구 중 여성 인구 비중은 51%로, 태국 내 남성인구 대비 조금 높게 나타남. 그 중 태국 30-50대 여성 인구는 2018년 기준 전체 여성 인구의 약 45%, 전체 인구의 약 23%규모임. 한편, 30대 여성 인구와 40대 여성 인구는 2015년 이후 지속적으로 감소했지만, 지난 5년간(2014-2018년) 태국 50대 여성 인구수는 매년 증가하고 있음

[표 1.3] 2014-2018 30-50대 여성 인구 규모

단위 : 명



	2014	2015	2016	2017	2018
전체 인구	68,438,730	68,714,511	68,971,331	69,209,858	69,428,524
여성 인구	34,996,364	35,161,273	35,315,977	35,460,918	35,595,361
30대 여성인구	5,305,099	5,051,444	4,986,969	4,925,522	4,813,205
40대 여성인구	5,934,333	5,939,091	5,921,783	5,888,995	5,839,063
50대 여성인구	5,000,980	5,125,810	5,245,835	5,355,662	5,363,893
30-50대 총 여성인구	16,240,413	16,116,345	16,154,587	16,170,179	15,836,905
전체 여성 인구 대비	46%	46%	46%	46%	45%
전체 인구 대비	24%	23%	23%	23%	23%

자료: 월드뱅크(World Bank)

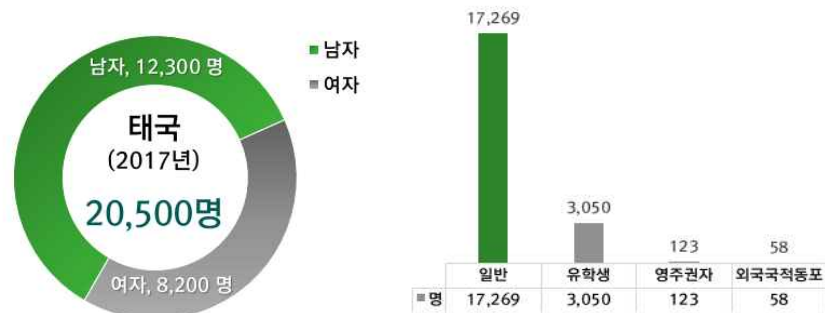
2) 태국 내 한인 비율

▶ 2017 기준, 태국 내 재외동포 수 20,500명

2017년, 태국 내 재외동포 인구수는 총 20,500명으로, 전체 인구 중 0.03%의 비중임. 그 중 남자는 12,300명, 여자는 8,200명이며, 거주자 유형은 일반 체류자가 17,269명으로 가장 많음. 한편, 2011년-2017년 재외동포 인구수의 변화를 분석해본 결과, 2013년에서 2015년 사이 재외동포수는 300명 감소했지만, 2017년 800명이 늘어나 2년 단위 기준 재외동포 수는 평균 4%의 증가율을 보임

[표 1.4] 2017 태국 재외동포 비율

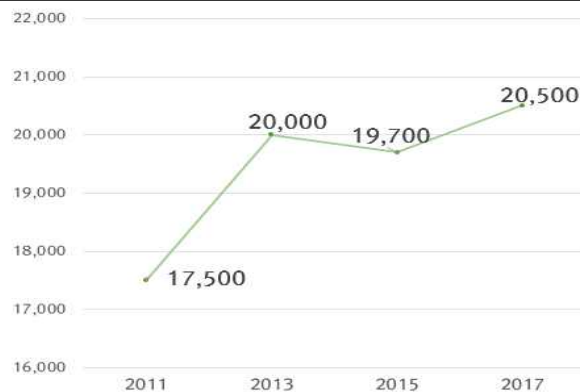
단위 : 명



자료: 외교부

[표 1.5] 2011-2017 태국 연도별 재외동포 수

단위 : 명



	2011	2013	2015	2017
재외동포 수	17,500	20,000	19,700	20,500

자료: 외교부

10) 일반 체류자: 90일 이상 일정한 장소에 주거를 정하고 체류 또는 거주하는 대한민국 국민으로서, 주재상사원, 외교관 등을 지칭함

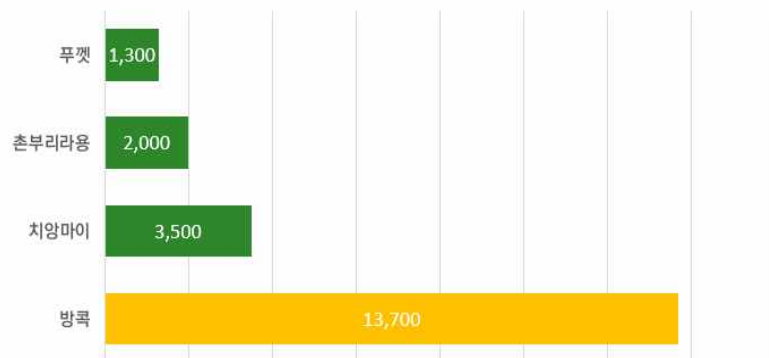
2) 태국 내 한인 비율

▶ 2017년 기준, 태국 내 재외동포 수가 가장 많은 지역은 방콕

태국 내 지역별 재외동포 수를 조사한 결과, 재외동포가 가장 많은 지역은 방콕으로 총 13,700명이 거주함. 다음으로 치앙마이에 3,500명, 촌부리라용에 2,000명, 푸껫에 1,300명의 재외동포가 거주하는 것으로 확인됨

[표 1.6] 2017 태국 지역별 재외동포 수

단위: 명



	방콕	치앙마이	촌부리라용	푸껫
재외동포 수	13,700	3,500	2,000	1,300

자료: 외교부

II. Market Trend

SUMMARY

1. 태국 건과류/곡물 음료 시장, 가장 인기 제품은 땅콩(콩) 음료
2. 태국 울무 음료, 주로 파우더 형태로 시장 내 유통
3. 태국에서 울무차는 차 보다는 음료로 현지에서 통칭
4. 태국 소비자, 장 건강 및 여성 치료를 위한 건강식으로 울무 섭취



Market Trend

(시장트렌드)

태국 (THAILAND)

율무차¹¹⁾ 소비 트렌드



음료 연관 견과류 키워드 중 땅콩(콩) 언급 빈도 가장 높아
'율무, 아몬드, 잣 등의 견과류/곡물 키워드 일부 도출'



견과류/곡물 음료로의 율무, 현지 인지도 高
'견과류/곡물 키워드 중 2번째로 언급 빈도 높게 도출'

Thailand Issue ①

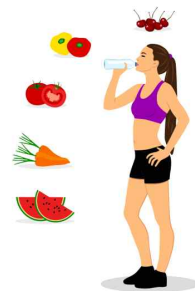
태국 견과류/곡물 음료 시장
'가장 인기 제품은 땅콩(콩) 음료'
태국 최근 음료 트렌드는 식물성 단백질 음료

Thailand Issue ②

태국 율무 음료,
파우더 형태로 시장 내 유통
고덴트(Godent), 현지 대표 율무 파우더 공급업체



율무 죽, 율무 우유 시리얼, 율무 물
'음료 외, 태국 소비자의 주요 율무 섭취 방식'



장 건강 및 대하증 관련 키워드 발생 빈도 높아
'농양, 비장, 가래, 신장 키워드 일부 도출'

Thailand Issue ③

태국에서 율무차는
차 보다는 음료로 현지에서 통칭
율무 연관 차(ชา) 키워드 언급 빈도 전무

Thailand Issue ④

태국 율무 소비자,
장 건강 및 여성 치료 기대
태국 건강 및 여성 매체는 율무를 만병통치약으로 소개

11) 조사제품 '율무차'는 호두, 아몬드, 호박씨와 땅콩, 볶은 율무를 따뜻한 물에 가루를 풀어 차(Tea)로 마시는 분말차 제품임

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●

**데이터 수집
소스원**



(태국 농식품 매체 18개)
(태국 온라인 마켓 4개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



빅데이터 수집
35,975건

① 태국 농식품 기사 및 포스팅 데이터 수집(*)

※ 수집원 : 현지 농식품 매체, 농식품 잡지, 농식품 블로그

② 태국 율무차(음료) 소비자 댓글 수집(*)

※ 견과류/곡물 음료, 율무차, 율무 음료

※ 수집원 : 판팁 (pontip.com)

쇼피 (www.shopee.co.th) 외 2건

율무 / 음료
(ลูกเดือย / เครื่องดื่ม)



●

**데이터 분류
키워드집**

(태국 율무차 연관 키워드집)



빅데이터 정제
1,490건

① 수집 데이터 정의

※ 수집 키워드 a) 율무 (ลูกเดือย)

※ 수집 키워드 b) 음료 (เครื่องดื่ม)

② 수집 데이터 정제

※ 정제 데이터 추출 : 율무차 연관 데이터 1,490건 추출

상관관계 분석

(견과류/곡물 음료 / 율무 가공식품 유형 / 율무 효능)



빅데이터 분석
율무차 선호도 및
소비 특징 분석

●

**데이터 분석
피어슨 상관관계 분석**

① 데이터 분석 배경 및 목적

※ 태국 시장 율무차 선호도를 조사하기 위함

※ 태국 시장 율무 인지도 및 섭취 방식을 조사하기 위함

② 데이터 분석 기법 선정

※ 피어슨 상관관계 분석 (Pearson Correlation Analysis)

※ 율무차 소비 트렌드 키워드집 구축**)

※ 키워드별 발생 빈도 분석***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

※ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석값 검증

1) 데이터 수집

○ 빅데이터 수집

- 태국 농식품 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	Spring news	www.springnews.co.th	뉴스/신문/잡지
04	Chiangmai news	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	Thai rath	www.thairath.co.th	뉴스/신문/잡지
08	Daily news	dailynews.co.th	뉴스/신문/잡지
09	Amarin tv	www.amarintv.com	뉴스/신문/잡지
10	Nation	www.nationthailand.com	뉴스/신문/잡지
11	Bangkok Post	www.bangkokpost.com	뉴스/신문/잡지
12	Sanook	www.sanook.com	뉴스/신문/잡지
13	Ryt9	www.ryt9.com	뉴스/신문/잡지
14	Siam rath	siamrath.co.th	뉴스/신문/잡지
15	Kapook	health.kapook.com/food	뉴스/신문/잡지
16	Naewna	www.naewna.com	뉴스/신문/잡지
17	Khaosod English	www.khaosodenglish.com	뉴스/신문/잡지
18	The Thaiger	www.thetaiger.com	뉴스/신문/잡지

- 율무차(음료) 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 태국 율무차(음료) 소비자 관련 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Pantip	pantip.com	커뮤니티 사이트
02	JD	www.jd.co.th	온라인 쇼핑몰
03	Lazada	www.lazada.co.th	온라인 쇼핑몰
04	Shopee	www.shopee.co.th	온라인 쇼핑몰

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 ~ 19.08
수집 데이터	35,975건

데이터 정제

정제 키워드	율무 / 음료 (ชาอู่ชาน / ชาอู่ชาน)
정제 데이터	1,490건

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 태국 율무차(음료) 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 태국 율무 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		한국어	태국어	참여기업	경쟁사	기타
경쟁사	태국 공급업체 사용 키워드	견과류/곡물 음료	율무	ลูกเดือย	○		
기타	1,490건 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드		참깨	งาดำ		○	
			땅콩(콩)	ถั่ว	○		
			호두	ต้นหม้อ	○		
			아몬드	อัลมอนต์	○		
			잣	ถั่วพี		○	
			쌀	ข้าว		○	
			밀	ข้าวสาลี		○	
			두유	นมถั่วเหลือง		○	
			귀리	ข้าวโอ๊ต		○	
			호박씨	เครื่องดื่ม	○		
		율무 가공식품	수프	น้ำแกง, น้ำซุป		○	
			음료	เครื่องดื่ม		○	
			차	ชา	○		
			죽	ข้าวต้มเครื่องดื่ม		○	
			우유	นมสด			○
			물	น้ำ			○
		율무 효능	장	ลำไส้			○
			대하증	ตกขาว			○
			농양	ฝี			○
			비장	ม้าม			○
			가래	เสมหะ			○
			신장	ไต			○
			폐	ปอด			○
			뼈	กระดูก			○
			시력	สายตา			○
			위	ท้อง			○

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 태국 내 율무차 선호도를 조사하기 위함
- 태국 내 율무 인지도 및 섭취 방식을 조사하기 위함

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 피어슨 상관관계분석 기법(Pearson Correlation Analysis)
- A키워드와 B키워드 변수간의 관계가 유의한지를 분석하기 위함
(A키워드 발생시 B키워드가 동시에 발생하는가에 따른 수치 부여)
- 태국 내 '음료(A키워드)와 율무(B키워드)간'의 관계 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값이 높을수록 강한 선형 관계 보유

피어슨 상관관계 분석
(Pearson Correlation Analysis)

[태국 율무차 분석 결과]

분류	키워드		상관관계 값	
			เครื่องดื่ม (음료)	ลูกเต๋อย (율무)
견과류/곡물 음료	율무	ลูกเต๋อย	0.27	(-)
	참깨	งาดำ	0.01	
	땅콩(콩)	ถั่ว	0.62	
	호두	ถั่ว胡桃	-	
	아몬드	อัลมอนด์	0.16	
	잣	ถั่วไพน์	-	
	쌀	ข้าว	0.15	
	밀	ข้าวสาลี	-	
	두유	นมถั่วเหลือง	-	
	귀리	ข้าวโอ๊ต	-	
호박씨	เครื่องดื่ม	-		
율무 가공식품	수프	น้ำแกง, น้ำซุป	(-)	-
	음료	เครื่องดื่ม		0.27
	차	ชา		-
	죽	ข้าวต้มเครื่องดื่ม		0.64
	우유	นมสด		0.64
	물	น้ำ		0.33
율무 효능	장	ลำไส้	(-)	0.76
	대하증	ตกขาว		0.73
	농양	ฝี		0.64
	비장	ม้าม		0.64
	가래	เสมหะ		0.64
	신장	ไต		0.62
	폐	ปอด		0.55
	뼈	กระดูก		0.47
	시력	สายตา		0.47
	위	ท้อง		0.38

1. 태국 견과류/곡물 음료 시장, 가장 인기 제품은 땅콩(콩) 음료

▶ 태국 땅콩(콩), 음료 연관 키워드 중 가장 높은 상관관계 값 0.62 기록

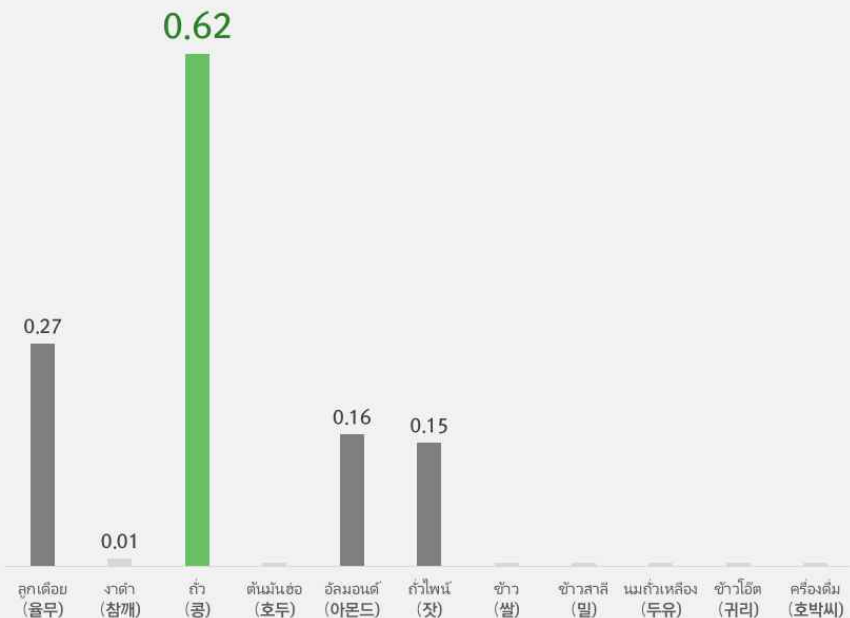
[표 2.4]에 의하면, 태국에서 음료(차)와 가장 관계가 밀접하게 나타난 키워드는 땅콩(콩)이며 상관관계 값은 0.62로 분석됨. 땅콩(콩) 이외 주요 도출 키워드로는 울무(0.27), 아몬드(0.16), 잣(0.15) 등이 파악되었으며 참깨, 호두, 쌀, 밀, 두유, 귀리, 호박씨 등의 키워드가 일부 도출됨

▶ 태국 음료 시장 트렌드, 식물성 단백질 음료 섭취

태국 음료 시장은 미국 시장의 영향을 주로 받고 있으며 대표적인 사례가 식물성 단백질 음료에 대한 섭취 증가임. 음료를 통한 식물성 단백질 섭취는 기존 유제품 섭취를 대체할 수 있는 건강식으로 주목 받고 있으며 완두콩 음료 등이 대표적인 수요 증가 제품으로 조사됨¹²⁾

이외 주목받고 있는 태국 음료 트렌드로는 코코넛 오일 등을 활용한 건강 기능성 커피 섭취, 설탕을 줄이고 단맛은 유지한 저당 음료 수요 증가 등이 있음¹³⁾

[표 2.4] 태국 음료 연관 키워드 상관관계 값



자료 : 태국 농식품 연관 기사글 35,975건 분석

12) 스마트에스엠이(Smartsme), 「สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก เผยข้อมูล 3 เทรนด์เครื่องดื่ม ที่กำลังมาแรงในสหรัฐฯ ดังนี้」, 2018.09.23

13) 굿라이프포유(goodlifeoryou), 「6 เครื่องดื่มสุขภาพ 2019 นิยามแรงแห่ง รู้ไว้ไม่ตกเทรนด์」, 2019.06.17

2. 태국 울무 음료, 주로 파우더 형태로 시장 내 유통

태국 온라인 판매,
울무 음료(파우더) 제품



브랜드	Godent
용량	300g (10팩)
가격	3,677원 ¹⁴⁾



브랜드	OTOP
용량	500g (16팩)
가격	4,412원

자료 : Godent,
Naifun garden

- ▶ 태국 울무 - 음료 연관 키워드 상관관계 값 0.27,
전체 견과(식사 대용) 음료 키워드 중 2번째로 높은 수치

태국에서 울무 음료는 견과류/곡물 음료 시장 내 인지도가 땅콩(콩) 다음으로 높게 파악되었으며 음료(차)와의 상관관계 값은 0.27로 분석됨

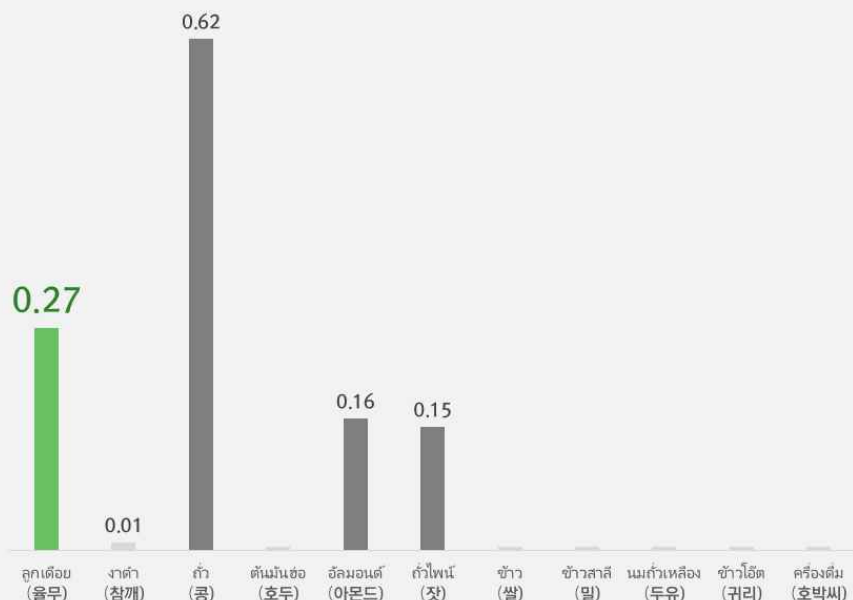
- ▶ 태국 울무 음료 시장, 파우더 형태의 다양한 현지 제품 유통중

실제 태국에서는 다양한 브랜드의 울무 음료가 파우더 형태도 시중에 유통되고 있으며 주요 브랜드로는 고덴트(Godent), 오티오퍼(OTOP) 등이 파악됨

- ▶ 고덴트, 울무를 활용한 다양한 형태의 음료 제품 출시

특히 고덴트의 경우, '순수 울무, 5가지 견과류 함유, 콜라겐 함유, 시리얼 믹스' 형태 등 4가지 유형의 울무 음료 제품을 태국 시장에 출시하였으며 일반 온라인 식료품점, 건강 식료품점, 오프라인 매장 등 다양한 판매 채널에 제품을 공급하고 있음

[표 2.5] 태국 음료 연관 키워드 상관관계 값



자료 : 태국 농식품 연관 기사글 35,975건 분석

14) 1THB = 36.77원(2019-08-21,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 태국에서 율무차는 차 보다는 음료로 현지에서 통칭

▶ 태국 율무 파우더, 차 보다는 음료로 현지에서 통칭

태국에서 유통중인 율무 음료는 파우더 제품을 포함하여 일반적으로 ‘차(ชา)’ 보다는 ‘음료(เครื่องดื่ม)’로 통칭되고 있으며, 뜨거운 물에 희석하여 섭취하는 방식은 한국과 동일함

▶ 태국 우유 및 죽, 율무 연관 식품 키워드 상관관계 값 0.64로 가장 높게 분석

태국에서 율무와 연관되어 가장 도출 빈도가 높은 식품 키워드는 우유 및 죽으로 분석됨. 태국에서 우유와 죽은 일반적으로 율무 맛에 익숙하지 않은 소비자들이 거부감 없이 율무를 섭취할 수 있는 방법으로 인지되고 있음¹⁵⁾

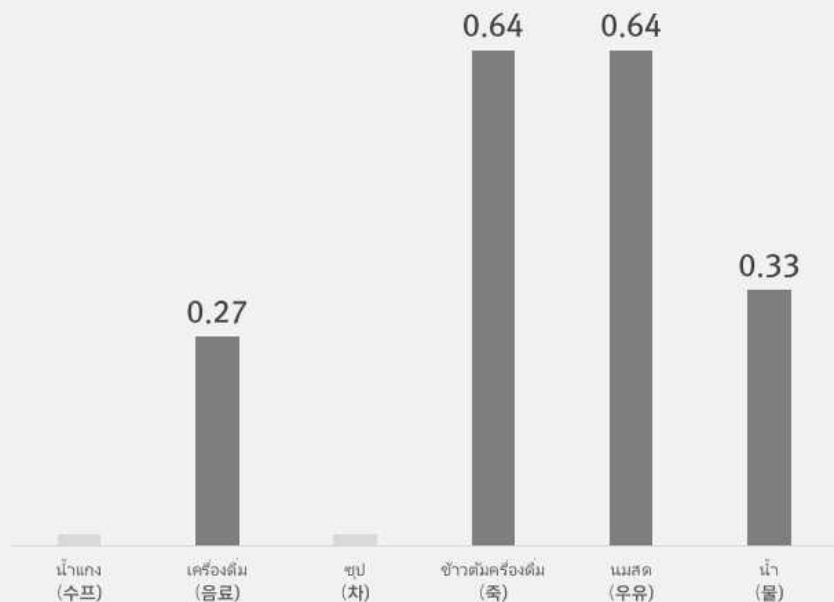
율무 물
(Millet/Job's tears water)



▶ 태국 여성 소비층 중심으로, 율무 물(Millet/Job's tears Water) 인기

태국에서는 여성 소비층을 중심으로 다이어트 식단으로의 율무 물이 주목받고 있음¹⁶⁾

[표 2.6] 태국 율무 연관 식품 키워드 상관관계 값



자료 : 태국 농식품 연관 기사글 35,975건 분석

15) 카푹(Kapook), 「ประโยชน์ของน้ำลูกเดือย ยาอายุวัฒนะชั้นเลิศที่ต้องลอง」

16) 슈카프하프(sukkaphap-d), 「ลูกเดือยลดความอ้วนได้! ชัวร์หรือมั่วเนี่ย?」. 2018.04.30

4. 태국 소비자, 장 건강 및 여성 치료를 위한 건강식으로 울무 섭취

▶ 태국 소비자, 울무 섭취를 통한 장 건강 및 대하증 치료 기대

장 및 대하증의 울무 연관 키워드 상관관계 값은 각각 0.76·0.73 기록

태국에서 울무와 연관되어 가장 많이 언급된 효능 키워드는 장과 대하증이며 각각 0.76과 0.73의 상관관계 값을 기록함. 이외 농양, 비장, 가래, 신장 등과 관련된 키워드가 주로 도출됨

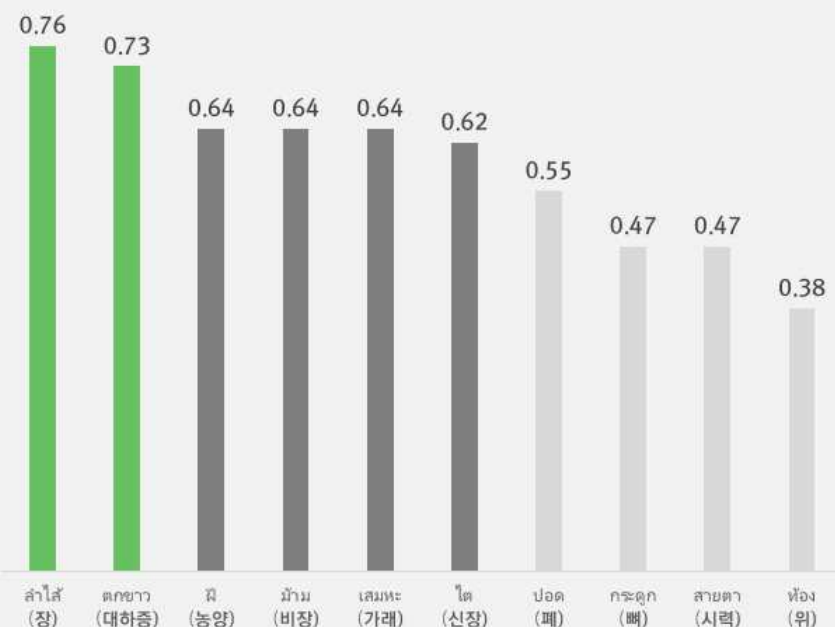
▶ 장 건강을 위한 대표 음식으로 인지되고 있는 울무

태국에서 울무는 만병통치약으로도 인지되고 있으며, 대표적인 효능인 변비 치료 등의 장 건강 관련 효능이 태국 주요 매체 및 온라인 판매 사이트에서 홍보되고 있음¹⁷⁾

▶ 여성을 위한 건강식품으로 인지도가 높은 울무

울무는 태국에서 여성 대표 건강식으로도 인지도가 높은데, 현지 여성 매체 등을 통하여 대하증 치료 및 예방 등에 효과가 높은 식품으로 소개되고 있음¹⁸⁾

[표 2.7] 태국 음료 연관 효능 키워드 상관관계 값



자료 : 태국 농식품 연관 기사글 35,975건 분석

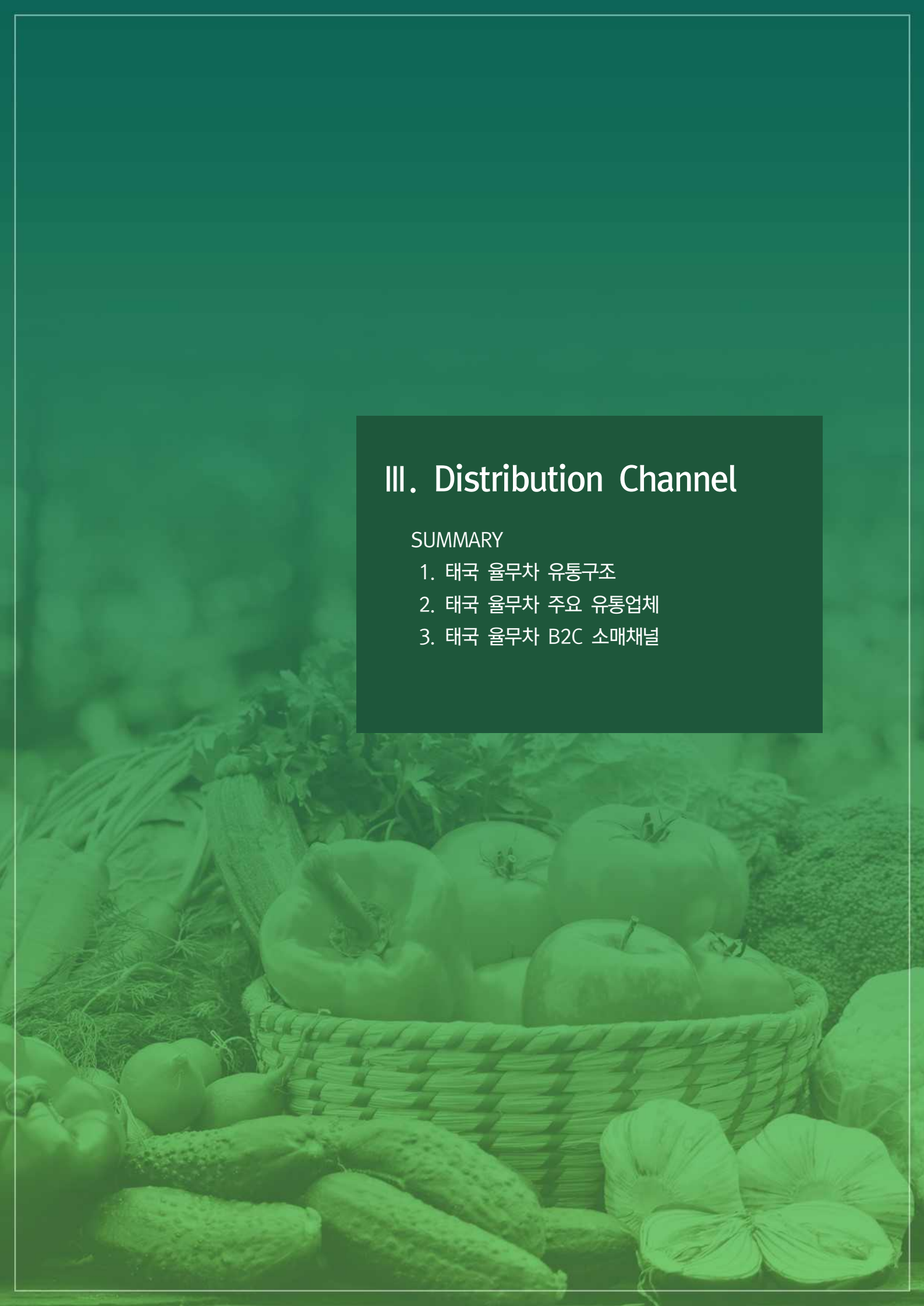
17) 투데이라인(Today line), 「ลูกเต๋อย ยาอายุวัฒนะ ประโยชน์และสารอาหารเพียบ บำรุงไต รักษาโรคปอดข้อ กระดูกเสื่อม!!」, 2019.05.07

18) 포스트사라(Postsara), 「ลูกเต๋อย กินลดน้ำหนัก ลดไขมันในร่างกาย แดงยังป้องกันโรคที่เป็น」, 2018.10.17

III. Distribution Channel

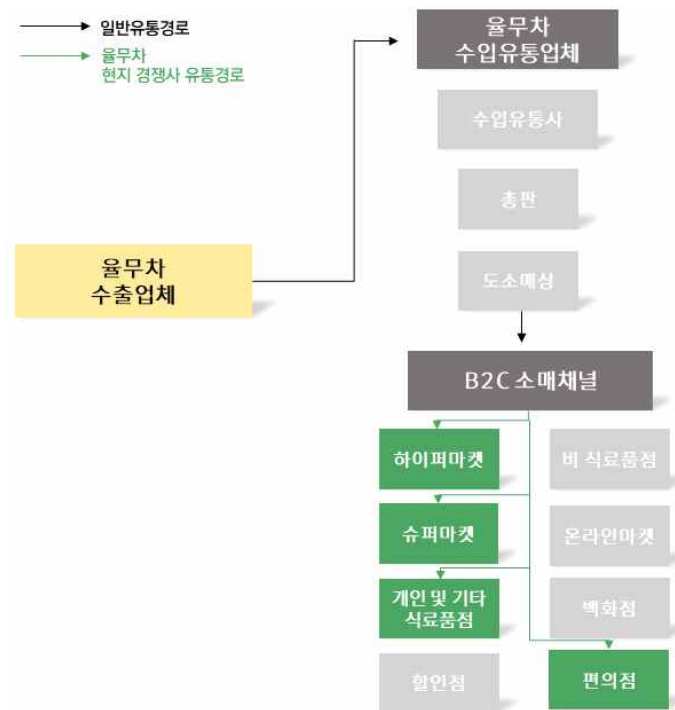
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (Thailand)

울무차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁹⁾²⁰⁾	주요 채널 ²¹⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	41.9%	테스코 로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 막스밸류(MaxValu)
	개인 및 기타 식료품점 ²²⁾²³⁾	39%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 란제랭(Ranjaeleng)
	편의점	16.6%	세븐일레븐(7-Eleven), 테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express), 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	2.5%	라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코(Tesco), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online)

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

19) 2018년 기준, 태국 내 '기타 온음료(Other Hot Drinks)'의 유통채널 점유율임

20) '울무차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '기타 온음료(Other Hot Drinks)'의 정보를 확인함

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

22) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

23) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 아시안마트로 한정함

1. 태국 율무차 유통구조

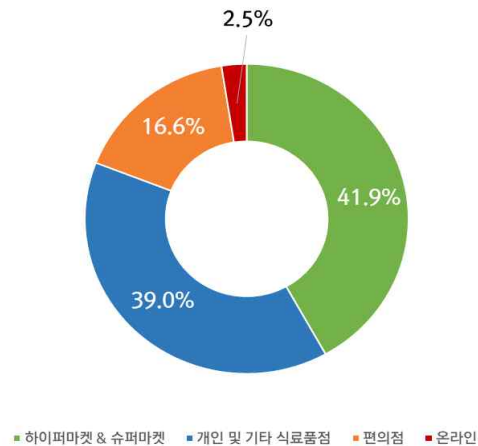
품목 구분 및 분류

품목	율무차
구분	차(Tea)
범주	기타 온음료 (Other Hot Drinks)

▶ 태국 율무차 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(41.9%), 개인 및 기타 식료품점(39%), 편의점(16.6%)’

[표 3.1] 태국 율무차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 율무차 유통채널 현황

채널 유형	율무차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	41.9%	테스코 로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드롯터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	개인 및 기타 식료품점	39%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 란제렝(Ranjaeleng)
	편의점	16.6%	세븐일레븐(7-Eleven), 테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express), 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	2.5%	라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코(Tesco), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online)

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

2. 태국 율무차 주요 유통업체

- ▶ 태국 기타 온음료(Other Hot Drinks) 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 편의점이 대표적

[표 3.3] 태국 율무차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁴ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	테스코 로터스 (Tesco Lotus)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,669억 원)	네슬레(Nestle) 진젠(Gingen) 호타(HOTTA) 립톤(Lipton) 라농티(Ranong Tea)	0
2	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 35억 3,091만 달러 (약 4조 2,840억 원)	네슬레(Nestle) 오발틴(OVALTINE) 골드로스트(Gold Roast) 인나(INNA) 고덴트(Godent)	0
3	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	매장 수('19): 약 205개	네슬레(Nestle) 아이토엔(Itoen) 분차(Buncha) 라농티(Ranong Tea) 립톤(Lipton) 젠차(Zencha) 마코토엔(Makotoen)	0
4	푸드랜드 (Foodland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 6,400만 달러 (1,989억 8,120만 원)	네슬레(Nestle) 카오송(Khao Shong) 라농티(Ranong Tea) 호타(HOTTA) 모코나(MOCCONA) 아이토엔(Itoen) 립톤(Lipton)	0
5	빌라마켓 (Villa Market)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 9,440만 달러 (약 2,353억 8,020만 원)	아이토엔(Itoen) 오발틴(OVALTINE) 라농티(Ranong Tea) 호타(HOTTA) 진젠(Gingen) 립톤(Lipton) 네슬레(Nestle)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

24) 1달러=1,213.3원 (2019.08.19. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수, 페이스북 팔로워 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	코리안가야샵 (Korean Gaya Shop)	아시안마트	페이스북 팔로워: 약 7,710명	B사, C사	O
7	란제렝 (Ranjaeleng)	아시안마트	페이스북 팔로워: 약 404,739명	네슬레(Nestle) B사 립톤(Lipton) 에이지에프(AGF) 아이토엔(Itoen)	O
8	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 108억 9,810만 달러 (약 13조 2,227억 원)	모코나(MOCCONA) 호타(HOTTA) 립톤(Lipton) 네슬레(Nestle)	O
9	테스코 로터스 익스프레스 (Tesco Lotus Express)	편의점	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,669억 원)	오발틴(OVALTINE) 네슬레(Nestle) 호타(HOTTA) 립톤(Lipton)	O
10	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	매장 수('18): 1,138 개	세븐셀렉트(7-Select) 벌디(Birdy) 모코나(MOCCONA) 네슬레(Nestle)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 태국 율무차 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코 로터스(Tesco Lotus)

기업 기본 정보	기업명	테스코 로터스(Tesco Lotus)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,669억 원)
		기타 규모	- 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 - 2019년부터 테스코 로터스 익스프레스와 테스코 로터스 탈 라드는 2개 이하의 품목을 구매하는 고객들에게 비닐봉지를 제공하지 않음		
유사제품 정보		제품명	고덴트 인스턴트 잡스티어 베버리지 (Godent Instant Job's Tear Beverage)
		종류	율무차
		중량	30g x 10
		원산지	태국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 가공식품, 차, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자 제품, 의류, 장난감, 문구류, 가정용품, 유아용품, 주방용품, 애완용품, 잡화류, 액세서리, 야외용품 등 • 선호제품 - 혁신적인 제품 • 특이사항 - 중개인을 거치지 않고 태국 농민들로부터 직접 농산물을 구입함으로써 태국 농부들을 지속적으로 지원	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 업체 사이트 통한 등록 (www.tescopl.com/contacts/supplier) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	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 등급) * Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면을 합의 필요 * Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행하면 공급 업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명 후 하드 카피 반송 필수
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-2797-9000 팩스: +66-2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com

자료: 테스코(Tesco) 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 3,091만 달러 (약 4조 2,840억 5,310만 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	오발틴 5그레인즈 (OVALTINE 5GRAINS)
		종류	분말차
		중량	364g
		원산지	태국

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 아이지디아시아(Asiaigd) 홈페이지
 사진 자료: 랜드타이프로(Landthaipro) 홈페이지 (landthaipro.com)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 건강보조식품, 냉동식품, 빵류, 유제품, 차, 곡물류, 소스류, 즉석 식품, 면류, 음료류, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 구강용품, 뷰티용품, 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, 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: +66-2985-7800-5 팩스: +66-2985-7808-9 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			
	- 센트럴그룹(Central Group)은 그랩 태일란드(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		
유사제품 정보		제품명	맛차 그린 티 (Matcha Green Tea)
		종류	분말차
		중량	30g
		원산지	일본

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: 신선 식품, 육류, 해산물, 빵류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 건강보조식품, 가공식품, 스낵류, 차, 주류, 빙과류 등 - 일반: 뷰티용품, 구강용품, 여성위생용품, 유아용품, 세탁용품, 애완용품 등	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	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: +66-2831-7300 팩스: +66-2835-3713 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 1,989억 8,120만 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 기록²⁵⁾ - 슈퍼마켓과 분리하기 위해, “cheap and good”을 슬로건으로 하여 아파트와 같은 주거 지역에 상점을 확장할 예정		
유사제품 정보		제품명	오발틴 소이 (Soy Core)
		종류	곡물음료
		중량	28g x 13
		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

25) 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, 차, 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 담당자: Mr. Jakrapong 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 2,358억 6,552만 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 앱²⁶⁾ 두 가지 전자 결제 플랫폼을 출시 - 태국 슈퍼마켓의 사회 공공 정책 평가 점수가 매우 낮으며, 빌라마켓(Villa Market)은 0점을 기록		
유사제품 정보		제품명	밀크 티 콜라겐 (Milk Tea Collagen)
		종류	분말음료
		중량	130g
		원산지	태국

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

26) 브이플러스월렛(VPlus Wallet)

입점 및 협력 정보

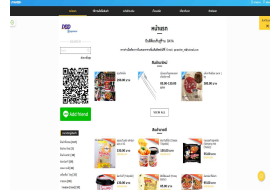
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 주류, 빵류, 스낵류, 유제품, 차, 육류, 신선식품, 냉동식품, 이유식, 해산물, 가공식품, 견과류, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 액세서리, 유아용품, 구강케어, 여성용품, 뷰티용품, 주방용품, 애완용품 등 • 특이사항 - 신선한 제품 - 유기농 제품, 비건 제품 다룸 - 특색 있는 수입 제품	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 홈페이지를 통한 등록 또는 방문 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 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: +66-2661-5053 / +66-(0)2661-5048 이메일: online@villamarket.com

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

2) 아시안마트



① 코리안가야샵(Korean Gaya Shop)

기업 기본 정보	기업명	코리안가야샵(Korean Gaya Shop)			
	홈페이지	koreangayashop.com			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	기타 규모	페이스북 팔로워: 약 7,710명		
	기업 요약	- 태국 최초의 한국 식품을 취급하는 한인마트로 전자상거래 업체로 등록되어 있음 - 페이스북, 트위터, 인스타그램, 라인 등과 같은 SNS 매체를 통한 프로모션 다수 - 한류를 이용한 홍보가 대다수이며, 소비자들이 이용 후기남기면 혜택을 제공하는 마케팅을 진행함			
기업 최근 이슈					
					
유사제품 정보	- 신제품으로 핵불닭볶음면이 입고되었으며, 전문점용 중화면 판매를 개시함 - 식료품 이외에 한국 스테인리스 젓가락과 한복을 판매함				
		제품명	유기농 옥수수차		
		종류	곡물차		
		용량	10g x 30		
		원산지	한국		

자료: 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 즉석식품, 차, 음료, 주류, 건강기능식품, 냉동식품 등 - 일반: 뷰티용품, 잡화, 식기류, 의류, 액세서리 등 • 특이사항 - 판매되는 제품이 한국의 트렌드를 반영 - 연예인 협찬 마케팅 SNS글 게시	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 직접 방문 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 샘플, 제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, GMP, FDA 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 담당자: Ms.Aom 연락처: +66-9141-46150 이메일: deguchi.gaya1@gmail.com paramiter_m@hotmail.com

자료: 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 란제랭(Ranjaeleng)

기업 기본 정보	기업명	란제랭(Ranjaeleng)		
	홈페이지	www.ranjaeleng.com		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	기타 규모	페이스북 팔로워: 약 404,739명	
	기업 요약	- 태국 대형 마트형 도매/소매 유통업체인 A&J BEAUTY PRODUCT CO.,LTD의 자회사임 - 주로 한국, 일본, 중국산 식료품을 취급함 - 한국 분식점도 함께 운영하고 있으며, 한류를 이용한 아이돌 관련 상품들도 판매함		
기업 최근 이슈				
				
유사제품 정보	- 식료품 외 뷰티 및 패션제품을 새롭게 런칭함 - 매출 증가를 위해 온라인 채널을 발전시킬 계획이라고 밝힘(일 매출 10만 바트(약 400만원 목표))			
		제품명	시리얼 오리지널 (Cereal Original)	
		종류	분말차	
		용량	600g	
		원산지	태국	

자료: 란제랭(Ranjaeleng) 홈페이지, 프라카챗(prachachat), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 란제랭(Ranjaeleng) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 가공식품, 차, 캔디류, 소스류, 즉석식품, 냉동식품, 반찬류 등 - 일반: 뷰티용품, 패션제품, 주방용품, 청소용품, 유아용품, 여성용품 등	
	• 특이사항 - 판매되는 제품이 각국의 트렌드를 반영 - 수입화장품 제품이 잘 팔림	
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 직접 방문 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 샘플, 제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, GMP, FDA 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) *제품 정보는 태국 FDA 인증서 등록을 위해 영어로 기재되어야 함
	특이사항	- 문의사항 연락처 담당자: Mrs. Jaeleng (대표) Ms. Preaw (수입식품 구매담당자) 연락처: +66-8181-90000, +66-8508-72727, +66-2521-8811 이메일: purchasing@ranjaeleng.com

자료: 란제렐(Ranjaeleng) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 108억 9,810만 달러 (약 13조 2,227억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 10,988개
기업 요약	- 씨파울(CP All)에서 독점적으로 운영 - 1989년 팻퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 - 방콕도심 부근에 매장 수의 44% 밀집해 있으며, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치해 있음 - 일평균 1,200만 명 매장 방문 - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 판매하는 제품 70%가 식료품으로 구성 - 스피드디(SPEED-D) 배달 서비스 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- Hom Thong 과 계약 체결하여 매장에서 유기농 바나나 판매 - 2018년 720개의 매장 오픈하였으며, 2021년까지 13,000개 매장 증설 목표		
유사제품 정보		제품명	네스티 밀크 티 (Nestea Milk Tea)
		종류	분말음료
		용량	33g x 13
		원산지	스위스

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨파울(CPAll) 2018 연간보고서
사진 자료: 타일랜드비즈니스뉴스(ThailandBusinessNews) 홈페이지 코코넛츠팅콕(CoconutsBangkok)
홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 음료, 냉동식품, 스낵류, 주류, 소스류, 신선식품, 차, 캔디류, 유제품 등 - 일반: 구강용품, 뷰티용품, 일회용품, 여성용품, 세탁용품 등 • 특이사항 - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 씨피올(CPAll) 홈페이지에서 직접등록 (www.cpall.co.th/en/sme/merchandise) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등) ② 공급 제품 정보 (제조업체, 제품 이름, 제품 사진, 제품 종류, 제품보증서, 판매 가격, 제품 용량, 보유 유통채널 등 자유기재) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등 첨부)
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-2826-7744 이메일: FAQ@7eleven.co.th

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)홈페이지, 씨피올(CPAll) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)



기업 기본 정보	기업명	테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,669억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 1,750개
기업 요약	- 테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)는 테스코 그룹에 의해 운영되는 편의점 체인 - 2018년, 테스코 로터스는 테스코 로터스 익스프레스 53개, 하이퍼마켓 13개, 로터스 탈라드 슈퍼마켓 1개 등 총 67개의 매장을 오픈		
	 		
기업 최근 이슈	- 2021년까지 750개의 편의점 매장을 개설할 계획 - 134개의 테스코 로터스 익스프레스 매장에서 개점 시간을 늦추고, 폐점시간을 앞당겨 상점의 영업시간을 단축 - Tesco는 2020년까지 15억 파운드의 비용 절감을 목표		
유사제품 정보		제품명	네스비타 오리지널 (Nesvita Original)
		종류	곡물차
		용량	50g x 14
		원산지	스위스

자료: 테스코(Tesco) 홈페이지, 방콕포스트(bangkokpost) 홈페이지, 리테일가제트(retailgazette), 비비씨뉴스(bbc) 홈페이지, 더선(thesun) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 테스코(Tesco) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 소스류, 냉장식품, 스낵류, 음료, 차, 캔디류, 유제품 - 일반: 문구류, 주방용품, 애완용품, 뷰티용품, 구강용품, 일회용품, 여성용품	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 직접 방문 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	입점 등록 절차	- 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 등급) - Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면을 합의 필요 - Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급업체는 발행일로부터 14 일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함
	특이사항	- 문의사항 연락처 연락처: +66-2279-4193

자료: 테스코(Tesco) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 패밀리마트(Family Mart)



기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	familymart.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 1,138개
	- 1993년부터 태국 사업 시작 - 전 세계 6,375개의 매장을 보유하고 있으며, 태국 내 1,138개의 매장을 운영중 - 태국 내 시장점유율 8%, 프랜차이즈 비율 15%을 기록함		
기업 요약		 	
기업 최근 이슈	- 업계 리더 세븐일레븐(7-Eleven)과의 격차를 좁히기 위해 편의점의 수를 2021년까지 2,000개 이상으로 늘릴 예정		
유사제품 정보		제품명	허벌티 크리스산티멈 (Herbal Tea Chrysanthemum)
		종류	차
		용량	2.5g x 15
		원산지	태국

자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지, 아시안리뷰(asian review), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지

입점 및 협력 정보

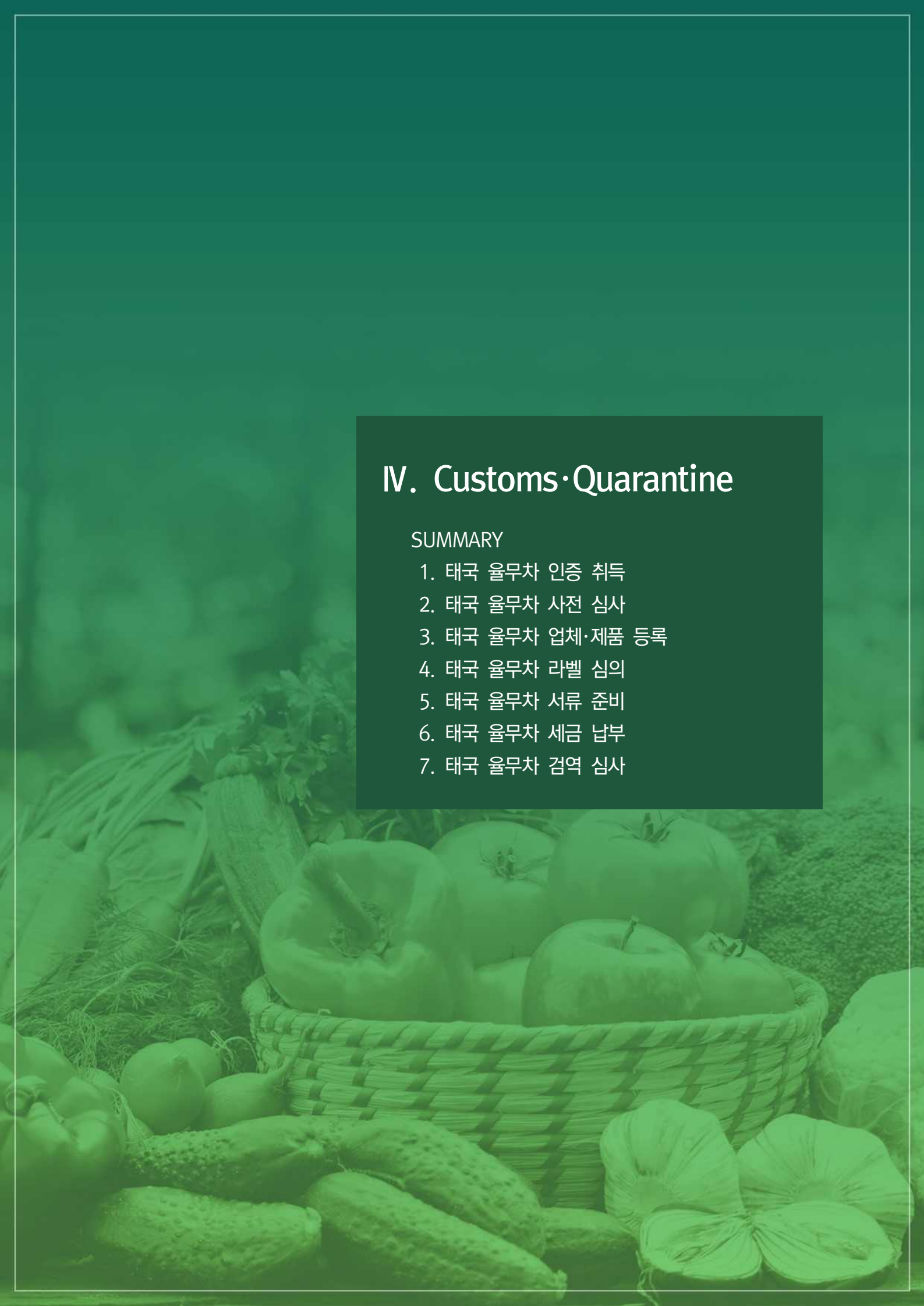
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 음료류, 스낵류, 유제품, 캔디류, 소스류, 차, 빵류, 신선식품 등 - 일반: 뷰티용품, 위생용품, 주방용품, 잡화류 등	
	등록 유형	☐ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	- 공급업체로부터 직접 수입하지 않으므로, 로컬 에이전트를 통해서만 등록하여야 함 - 등록 절차는 현지 에이전트의 사정에 따라 결정됨
	특이사항	- 문의사항 담당자: Ms. Noree (Purchasing) 연락처: +66-2836-5999 ext. 803 Email: cgcommunications@central.co.th

자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 태국 율무차 인증 취득
2. 태국 율무차 사전 심사
3. 태국 율무차 업체·제품 등록
4. 태국 율무차 라벨 심의
5. 태국 율무차 서류 준비
6. 태국 율무차 세금 납부
7. 태국 율무차 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 식품의약품 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 03. 업체·제품 등록	- 식품 등록 - 태국으로 유통되는 식품 대상 - 식품 안전, 라벨 등 평가	(*) 태국 식품의약품 - 사전 식품 등록 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 04. 라벨 심의	- 라벨 표기사항 - 태국 식품의약품 규정 준수	(*) 태국 식품의약품 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 05. 서류 준비	- 일반 서류 - 원산지 증명서 - 식품 등록 서류 등 요구 서류	(*) 태국 식품의약품 - 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 식품의약품 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th

1. 태국 율무차 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 율무차 ‘적용 받는 강제 인증 有’

태국으로 율무차 제품 수출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증이 있음. 태국 공중보건부(Ministry of Public Health)는 정해진 법률에 따라 태국 국내에서 판매되는 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	필수 (중 택1)	지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증		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	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 태국 율무차 사전 심사

사전 심사

태국으로 제품 수입 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
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 율무차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
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 식품류²⁷⁾에 대해서는 별도의 등록을 요구하지는 않으나, 위생, 라벨, 홍보 등에 대해서 동일하게 관리감독하고 있음. 해당 등록은 태국 식품의약청에서 담당하고 있음

율무차 제품의 경우 라벨을 부착해야하는 제품으로 등록 절차를 진행해야함

[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)

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

4. 태국 율무차 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)
율무차		· 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
율무차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	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 35cm²보다 작은 경우에도 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 100cm²보다 면적이 좁은 경우 글자 크기는 1mm로 하며, 100cm²보다 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
	세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)

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) h. 견과와 그 제품(아몬드, 호두, 피칸 등) i. 10mg/kg 또는 그 이상의 설파이트(Sulphite) 농축물
		식품첨가물의 기능 정보와 특정 이름 또는 INS에 기반한 번호를 같이 표기할 것
		식품첨가물 감미료, 보존료, 조미료, 착색료를 제외한 식품 첨가물에 대해서는 그 첨가물의 기능성 대신 'food additive'를 표기할 것
		유통기한이 90일 이하인 제품은 '일/월/년'으로 기재할 것
		유통기한 유통기한이 90일 이상인 제품의 경우 '월/년'으로 표기 가능 '월'의 표기는 숫자 또는 문자로 표기 가능
		위의 표기 방법을 따르지 않는 경우, 소비자가 명확히 이해할 수 있는 문자 또는 글자의 표현 방법을 사용할 것
		영양정보 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
		기타 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 울무차 라벨 샘플



① 브랜드명

② 제품명

③ 영양성분

④ 용량

[앞면 라벨링]



① 제품명

② 원료

③ 설명

④ 알레르기 정보

⑤ 영양정보

⑥ 패키징

⑦ 제조업체 정보

⑧ FDA 등록번호

⑨ 유통기한

[뒷면 라벨링]

앞면(태국어, 영어 병기)

- ① 브랜드명 : ตรา นวัตกรรม®
 ② 제품명 : เครื่องดื่มจากส่วนผสมพืช 5 ชนิด
 ปูร์สำเร็จชนิดผง
 ③ 영양성분 :
 คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 ถ้วย
 ควรแบ่งกิน 3 ครั้ง

พลังงาน 360 กิโลแคลอรี *18%
 น้ำตาล 15 กรัม *23%
 ไขมัน 15 กรัม *23%
 โซเดียม 260 มิลลิกรัม *11%
 *คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน
 ④ 용량 : น้ำหนักสุทธิ 75 กรัม

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : Nutri Mate
 ② 제품명 : 인스턴트 검은참깨 & 5가지
 곡물 파우더
 ③ 영양성분 :
 1개 섭취당 영양성분
 3회 분리 섭취

열량 360 kcal *18%
 당 156g *23%
 지방 15g *23%
 나트륨 260mg *11%
 *퍼센트 정보는 1일 권장섭취량 정보입니다.
 ④ 용량 : 순중량 75g

뒷면(태국어)

- ① 제품명 : เครื่องดื่มจากส่วนผสมพืช 5 ชนิด
 ปูร์สำเร็จชนิดผง
 ② 원료(ส่วนประกอบสำคัญ) : งาดำ 66%,
 ข้าวโพด 4%, ลูกเดือย 8%, จมูกข้าว 4%,
 ถั่วเหลือง 8%, ครีมเทียม 2%, ข้าวกล้อง 6%,
 น้ำตาลไม่ฟอสเฟต 2%, *ครีมเทียมชนิดไร้ไขมันหวานรส
 ③ 설명 : เพิ่มคุณค่าในนม/เครื่องดื่มร้อน
 - 1 ช้อน ต่อน้ำอุ่น/ร้อน 3/4 ถ้วย
 หรือปรับปริมาณน้ำตามชอบ
 - คนให้เข้ากัน หอมอร่อยได้ทันที

뒷면(국문)

- ① 제품명 : 인스턴트 검은참깨 & 5가지
 곡물 파우더
 ② 원료 : 검은참깨 66%, 옥수수 4%,
 보리쌀 8%, 쌀겨 4%, 대두 5%,
 비산농크리머 2%, 현미 6%, 천연갈색설탕
 2% *(트랜스지방 미함유)비산농크리머 함유
 ③ 설명 : 우유에 마시거나 당신의 기호에
 맞춰 따뜻하게 드세요
 - 3/4컵(약 200ml)의 따뜻하거나 뜨거운
 물 또는 기호의 음료에 제품을 넣습니다.
 - 잘 저어준 후 드십시오

④ 알레르기 정보(ข้อมูลสำหรับแพ้อาหาร) :
 มัน, ถั่วเหลือง, ข้าวสาลี

⑤ 영양정보(ข้อมูลโภชนาการ) :
 หนึ่งหน่วยบริโภค: 1 ถู (25 กรัม)
 จำนวนหน่วยบริโภคต่อถุง: 3

คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค
 พลังงานทั้งหมด 120 กิโลแคลอรี
 ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน*
 ไขมันทั้งหมด 5 ก. 8%
 โปรตีน 2 ก.
 คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 16 ก. 5%
 น้ำตาล 5 ก.
 โซเดียม 85 มก. 4%
 *ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI)
 โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000
 กิโลแคลอรี

⑥ 패키징 : ก๊าซที่ช่วยในการเก็บรักษาอาหาร
 (INS 941)

⑦ 제조업체 정보(ผลิตโดย) : บริษัท
 บ้านฉัญญาทิพย์ ออร์แกนิก แอนด์ เฮลตี้ ฟู้ด จำกัด
 9/10 หมู่ 4 ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว
 ปทุมธานี 12140
 โทร. 094-9191-442, 098-2424-292
 แฟกซ์ 02-976-1896
 E-mail: nutrimate.nutrimate@gmail.com

⑧ FDA 등록번호

⑨ 유통기한 :

MFG : 01/07/2019

BB : 01/07/2020

④ 알레르기 정보 : 참깨, 대두, 밀

⑤ 영양정보 :
 섭취기준 : 1포 (25g)
 전체 섭취기준 : 3

1회 제공량당
 총 열량 120kcal
 총 지방 5g 8%
 단백질 2g
 총탄수화물 16g 5%
 당 5g

나트륨 85mg 4%
 *태국 1일 권장섭취량은 6세 이상의
 2,000kcal 기준입니다.

⑥ 패키징 : MAP포장 가스 (INS941)

⑦ 제조업체 정보 : Bann Thanyathip
 Organic and Healthy Food Co., Ltd.
 9/10 Moo.4, Rahang Sub-district, Lat
 Lum Kao District, Pathum Thani
 12140

전화. 094-9191-442, 098-2424-292

팩스. 02-976-1896

E-mail: nutrimate.nutrimate@gmail.com

⑧ FDA 등록번호

⑨ 유통기한 :

제조일 : 2019년 7월 1일

유통기한 : 2020년 7월 1일

5. 태국 율무차 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
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 율무차 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 율무차 HS CODE 2106.90.99, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 발효로 협정세율 적용

율무차의 경우 태국에서는 HS CODE 2106.90(기타)의 2106.90.99(기타) 세번을 사용하여 수입됨.²⁸⁾ 태국으로 율무차 수입 시 기본 세율은 20%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)²⁹⁾ 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	
	2106.90.99	기타	
관세	기본관세율	20%	
	협정 세율	0%	
VAT		7%	

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

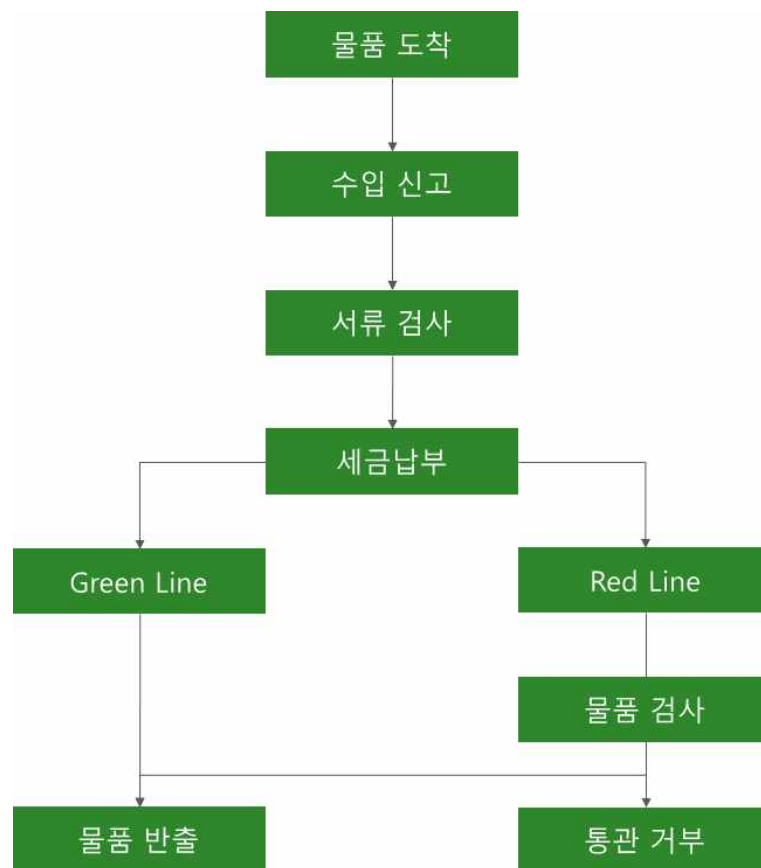
28) 태국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 율무차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS CODE에 관하여 확인하기 위해서는 태국 관세청의 관세 결정례 정보를 검색(tariffeservice.customs.go.th)하거나 관세청으로 세번 결정에 관하여 문의할 수 있음

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

7. 태국 율무차 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 ³⁰⁾
		Acetylated Distrach Phosphate	GMP
	유해물질	Aflatoxin	20mcg/kg

자료 : 태국 식품안전청(FDA)

30) 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

울무차

울무차 품목의
첨가물 규정은 태국 식품
카테고리 분류 중 HS
Code 2106.90.99와
유사한 '견과류 가공품
(분류 번호 04.2.2.6)'으로
분류하여 해당하는
정보를 제공함

[표 4.10] 태국 울무차 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
감미료, 조미료	아세설팜	Acesulfame	350	
산도조절제, 보존료	아세트산	Acetic acide	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	200	
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 지두반 지 마켓(Jiduban G Market)

Interview ② 머스트 타이(Must Thai)

Interview ③ 타이 굿즈(Thai Goods)

Interview ④ 림핑 슈퍼마켓(Rimping Supermarket)

Interview ⑤ 태국 식품의약청(FDA Thailand)



Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Consumer and Distribution



- 인터뷰 기업 : 지두반 지 마켓
(Jiduban G Market)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Lim
(Owner)

곡물차는 여성 소비자들에게 수요가 높음

태국 내 곡물이 들어간 식품의 수요는 전반적으로 높은 편입니다. 그 중에서도 곡물차는 주로 바쁜 직장인이나 운동에 관심이 많은 여성 소비자들이 선호합니다.

울무차는 주로 한인마트나 수입식료품점에서 판매

태국에 다양한 곡물 차 제품이 있지만, 호두나 아몬드가 들어간 울무차는 주로 한국인 소비자들이 구매합니다. 따라서 울무차는 태국 내의 한인마트나 수입식료품점에서 판매하는 경우가 많습니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 머스트 타이
(Must Thai)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ploy
(Co-owner)

태국 내 가장 인지도가 높은 곡물차는 네스비타(Nesvita) 제품

소비자들은 나이를 불문하고 모두 곡물차를 즐겨 마시는 편입니다. 따라서 태국 내 곡물차를 취급하는 태국 업체들이 굉장히 많은데, 그 중 네스비타 제품의 인지도가 가장 높습니다.

호두나 아몬드를 원료로 하는 울무차의 인지도는 낮은 편

대부분의 곡물차는 검은콩, 녹두, 맥아, 깨, 현미 등을 원료로 합니다. A사 제품처럼 호두나 아몬드를 원료로 하는 음료는 현지 소비자들에게 생소한 편입니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 타이 굿즈
(Thai Goods)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. June
(Manager)

최근 20-30대의 소비자들 사이에서 곡물차의 수요 증가

곡물차는 주로 끼니를 간편하게 해결하고자 하는 소비자들이 즐겨먹습니다. 대부분 가정주부, 대학생, 직장인들이 선호하는데, 최근 들어 젊은 층의 소비자들 사이에서 건강에 대한 관심이 늘어나면서 20-30대의 소비자들이 늘어났습니다.

태국 내 곡물차의 수요는 높지만 울무차의 수요는 낮은 편

태국인들은 곡물차를 즐겨 마시지만, 호두나 아몬드가 함유된 곡물차는 별로 없어서 인지도가 낮은 탓에 울무차를 찾는 소비자들이 거의 없습니다. 따라서 신제품을 출시한다면 제품과 브랜드를 알리는 것이 중요할 것 같습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 림핑 슈퍼마켓
(Rimping Supermarket)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nok
(Purchasing Manager)

태국 내 곡물차의 수요는 높은 편

태국 내 곡물차의 수요는 높은 편이며, 많은 종류의 곡물차가 판매되고 있습니다. 하지만 호두나 아몬드를 주원료로 하는 곡물차는 드물어서 A사의 제품은 경쟁력이 있을 것 같습니다.

곡물차는 마트나 슈퍼마켓에서 판매하는 것이 효과적

곡물차는 다양한 연령대의 소비자들이 선호하기 때문에, 모든 연령대의 소비자들이 방문하는 마트나 슈퍼마켓에서 판매하는 것이 좋습니다. 마트를 통해 할인 행사를 진행하여 신제품을 효과적으로 판매할 수 있을 것입니다.

Certifications and Label



Welcome to FDA Thailand
Ministry of Public Health

- 인터뷰 기업 : 태국 식품의약청
(FDA Thailand)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Patcharaporn
(Food Import Regulation
Division)

소비자들은 대체건강식품 로고가 부착된 제품을 선호

태국 내 인지도가 높은 유사제품들은 모두 포장지 겉면에 대체건강식품 로고가 부착되어 있습니다. 이는 필수로 부착해야하는 것은 아니지만, 소비자들이 해당 로고가 부착된 제품을 선호합니다.

제품 라벨에 성분 알레르기 경고문을 표기해야 함

태국 식품의약청에 제품을 등록하기 위해서는 제품 라벨이 올바르게 표기되었는지 확인해야 합니다. 태국에 사용이 금지된 원료는 없으나, 땅콩, 아몬드, 호두가 포함되어 있다면, 알레르기 경고문을 부착해야 합니다.

Interview ① 지두반 지 마켓(Jiduban G Market)

지두반 지 마켓
(Jiduban G Market)

전문가 소속

지두반 지 마켓
(Jiduban G Market)
소매업체

전문가 정보

Mr. Lim
(Owner)



지두반 지 마켓(Jiduban G Market)

Owner, Mr. Lim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

지두반 지 마켓은 태국 방콕에 위치한 한국 식료품점으로, 과자, 음료수, 고추장, 라면 등 다양한 종류의 가공식품을 판매 중에 있습니다. 모든 제품은 한국으로부터 직수입하고 있으며, 오프라인 매장을 통해서만 판매하고 있습니다. 저희 매장을 이용하는 주 소비자층은 방콕에 거주하는 한국인입니다.

Q. 태국 내 곡물차의 수요가 어떻게 되나요?

태국 소비자들은 곡물차뿐만 아니라, 곡물 우유 등 관련 제품을 즐겨 마십니다. 현재 태국에서 가장 인지도가 높은 곡물차 브랜드는 네스비타(Nesvita)와 오발틴 소이(Ovaltine Soy)입니다. 호두나 아몬드가 들어간 울무차는 현지에서 거주하는 한국인 소비자들 주로 구매하며, 현지 소비자들 사이에선 인지도와 수요가 낮은 편입니다.

Q. 곡물차는 주로 어디서 판매하나요?

곡물차, 특히 한국산 울무차는 주로 태국 내 한인마트나 수입식료품점에서 판매합니다. 태국 소비자들은 온라인 매장을 자주 이용하기 때문에, 신제품은 온라인 매장을 통해 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

곡물차는 주로 바쁜 직장인과 다이어트 및 운동에 관심이 많은 여성 소비자들에게 인기가 많습니다. 따라서 이러한 소비자들을 상대로 SNS를 활용해 제품을 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 머스트 타이(Must Thai)

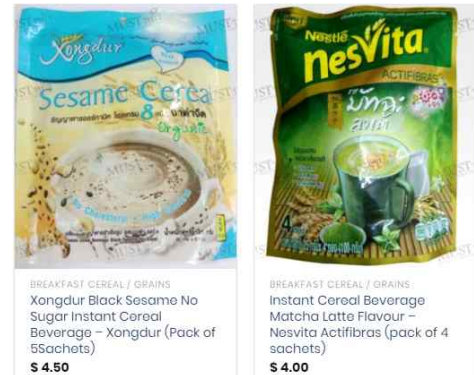
머스트 타이
(Must Thai)

전문가 소속

머스트 타이
(Must Thai)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Ploy
(Co-owner)



머스트 타이(Must Thai)

Co-owner. Ms. Ploy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

머스트 타이는 식품을 주로 판매하는 온라인 소매업체입니다. 취급품목은 인스턴트 죽, 라면, 향신료, 씨리얼, 커피, 차, 의약품, 약세서리, 조리도구 등이 있습니다. 태국 식품을 주로 판매하고 있으며, 태국 전 지역으로 배송서비스를 제공하고 있습니다.

Q. 판매 중인 곡물차의 종류와 수요는 어떻게 되나요?

곡물 차의 경우, 네스비타(Nesvita), 오발틴(Ovaltine), 쉐두(Xongdur), 슈퍼(Super) 제품을 취급 중에 있습니다. 그 중에서 네스비타 제품의 인지도가 가장 높으며, 대부분의 제품에는 검은콩, 녹두, 맥아, 깨, 현미 등이 함유되어 있습니다. 태국 내 호두나 아몬드를 원료로 하는 곡물차는 거의 없으며, 한국산 울무차의 인지도는 낮은 편입니다.

Q. 곡물차는 주 소비자층이 어떻게 되나요?

곡물차는 나이를 불문하고 모든 연령층의 소비자들이 구매합니다. 바쁜 학생이나 직장인들은 아침대용으로 마시며, 60대 이상의 소비자들도 즐겨 마십니다.

Q. 곡물차는 어떻게 판매하는 것이 효과적인가요?

곡물차는 주로 대형마트, 수입식품점, 슈퍼마켓에서 판매하며, 다양한 온라인 매장에서 판매합니다. 신제품의 인지도를 높이기 위해서는, SNS 및 TV 광고와 함께 온라인 판매를 진행해야 합니다. 대형마트의 시식코너를 통해 제품을 홍보하는 것도 좋을 것입니다.

Interview ③ 타이 굿즈(Thai Goods)

타이 굿즈
(Thai Goods)

전문가 소속

타이 굿즈
(Thai Goods)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. June
(Manager)



Cereal beverage - Xondur Instant Cereal with Black Sesame Low Sugar 25g, Pack 5
Cereal - drink-Instant Cereal with Black Sesame Low Sugar 25g, Pack 5 This product is called Xondur.
\$3.21



Cereal beverage - Xondur Instant Cereal with Black Sesame 25g, Pack 5
Cereal - drink-Instant Cereal with Black Sesame 25g, Pack 5 This product is called Xondur Instant.
\$3.21



Cereal beverage - Super Instant Cereal Brown Rice 30g, Pack 20
Cereal - drink-Instant Cereal Brown Rice 30g, Pack of 20 This product is called Super Instant Brown.
\$8.96

타이 굿즈(Thai Goods) Manager, Ms. June

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

타이 굿즈는 온라인 소매업체로, 스킨케어, 화장품, 가정용품, 태국 식품, 할랄 식품, 의약품 등 다양한 제품을 취급 중에 있습니다. 식품으로는 차, 커피, 과자, 향신료, 라면 등을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 판매 중인 곡물차의 종류와 수요는 어떻게 되나요?

저희는 네스비타(Nesvita), 퓨어그레인(Pure Grain), 굿타임(Good Time) 등 여러 태국 브랜드의 곡물차를 판매중이며, 모두 파우더 형태로 되어있습니다. 태국에서 출시된 지 가장 오래되고 인지도가 높은 제품은 네스비타(Nesvita)입니다. 태국 내 곡물차의 수요는 높은 편이지만, 호두, 아몬드 등의 견과류가 함유된 곡물차는 수요가 낮습니다. 소비자들이 선호하지 않는 것이 아니라, 출시된 제품이 없어서 해당 제품을 찾는 소비자들 거의 없는 것입니다.

Q. 곡물차는 주 소비자층이 어떻게 되나요?

곡물차의 주 소비자층은 가정주부, 대학생, 직장인입니다. 대부분의 곡물차는 아침을 간편하게 해결하고자 하는 소비자들에게 인기가 많습니다. 최근 들어 젊은 층의 소비자들 사이에서 건강식품에 대한 관심이 증가하면서 20-30대의 소비자들 늘어났습니다.

Q. 곡물차는 어떻게 판매하는 것이 효과적인가요?

곡물차는 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 가장 효과적입니다. 태국 소비자들은 곡물차를 즐겨 마시기 때문에, 신제품을 판매하는 것에 큰 문제는 없습니다. 현재 태국 내 인지도가 높은 한국산 곡물차 브랜드가 없기 때문에, SNS나 TV를 통해 홍보를 활발히 하여 소비자들에게 해당 브랜드를 알리는 것이 중요한 것 같습니다.

Interview ④ 림핑 슈퍼마켓 (Rimping Supermarket)

림핑 슈퍼마켓
(Rimping Supermarket)

전문가 소속

림핑 슈퍼마켓
(Rimping Supermarket)
소매업체

전문가 정보

Ms. Nok
(Purchasing Manager)



림핑 슈퍼마켓(Rimping Supermarket) Purchasing Manager, Ms. Nok

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

림핑 슈퍼마켓은 1932년에 설립된 소매업체로, 신선 야채, 과일, 유제품, 견과류, 차, 커피 등을 판매하고 있습니다. 국내산과 수입산 식품을 모두 판매하고 있으며 수입산 식품은 국내의 수입업체로부터 공급받고 있습니다.

Q. 판매 중인 곡물차의 종류와 수요는 어떻게 되나요?

저희는 네스비타(Nesvita), 오발틴(Ovaltine), 종두(Xongdur) 등 태국 내 곡물차로 유명한 브랜드의 제품을 취급 중에 있습니다. 태국 내 곡물차의 수요는 높은 편이며, 현재 태국 시장에는 많은 종류의 곡물차가 판매되고 있습니다. 하지만 곡물의 종류와 맛은 다양하기 때문에, 신제품이 출시되어도 충분히 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다. 특히, 호두와 아몬드를 주원료로 하는 곡물차는 거의 드물어서 다른 제품들과 차별화될 수 있을 것 같습니다.

Q. 곡물차는 주 소비자층이 어떻게 되나요?

전반적으로 곡물차는 모든 연령대의 소비자들이 선호하는 편입니다. 남성보다 여성 소비자들 사이에서 수요가 높으며, 주로 다이어트나 건강에 관심이 많은 소비자들이 구매합니다.

Q. 곡물차는 어떻게 판매하는 것이 효과적인가요?

곡물차는 마트나 슈퍼마켓에서 판매하는 것이 가장 효과적입니다. 일반적으로 마트에는 모든 연령의 소비자들이 방문하기 때문에, 다양한 연령대의 소비자들이 선호하는 곡물차를 판매하기에 가장 적합합니다. 또한, 신제품을 효과적으로 홍보하기 위해서는 마트를 통해 1+1 행사나 할인 이벤트를 진행하는 것이 좋습니다.

Interview ⑤ 태국 식품의약청(FDA Thailand)

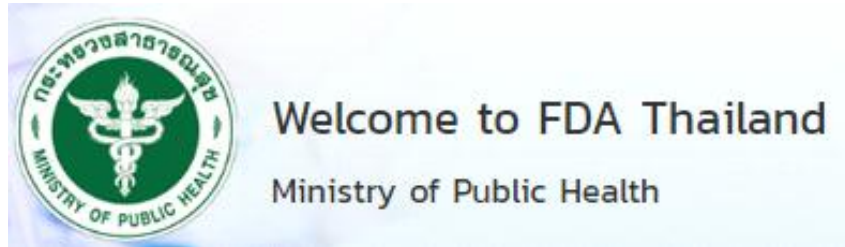
태국 식품의약청
(FDA Thailand)

전문가 소속

태국 식품의약청
(FDA Thailand)

전문가 정보

Ms. Patcharaporn
(Food Import
Regulation Division)



태국 식품의약청(FDA Thailand)

Food Import Regulation Division,

Ms. Patcharaporn

Q. 태국으로 곡물차 수출 시 필요한 서류와 인증이 있나요?

태국으로 식품을 수출할 경우, 통관 과정에서 수입신고서, 철도화물운송장, 인보이스, 포장명세서, 원산지증명서 등 여러 가지 서류가 필요합니다. 그 외에 필요한 서류나 인증은 수출하고자 하는 제품 별로 상이합니다. A사 제품의 경우 유기농 식혜이기 때문에, 별도의 유기농 인증이 필요합니다.

Q. 태국 내 곡물차 제품에 특별히 선호되는 인증이 있나요?

네스비타(Nesvita)와 오발틴(Ovaltine) 등의 유사제품에는 대체건강식품(Alternative Health Food)이라는 로고가 붙어있습니다. 이는 태국 식품의약청으로부터 허가를 받은 후에 부착할 수 있는 로고입니다. 필수로 부착해야하는 것은 아니지만, 많은 소비자들이 해당 로고가 부착된 제품을 선호합니다.

Q. 한국 제조업자들이 특별히 주의해야할 점이 있나요?

태국으로 곡물차 수출시, 태국 식품의약청에 제품을 등록해야하며 그러기 위해서는 제품 라벨이 올바르게 표기되어 있는지 우선적으로 확인해 보아야합니다. A사 제품 원료 중 특별히 사용이 제한되는 원료는 없으나 땅콩, 호두, 아몬드 등이 포함되어 있는 경우에는 포장지에 알레르기 경고문이 부착되어 있어야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 방콕포스트(bangkokpost), 「7-Eleven poised to top 11,000 stores in 2018」, 2018.01.31
2. 인사이드리테일(insideretail), 「Strong growth for CP All's 7-Eleven stores」, 2018.02.28
3. 방콕포스트(bangkokpost), 「Tesco Lotus to continue store expansions」, 2018.04.28
4. 비비씨뉴스(bbc) (bbc.com), 「Tesco to cut 4,500 jobs across 153 Metro stores」, 2019.08.05
5. 더선(thesun), 「TESCO CUTS Tesco cuts 4,500 jobs as it announces shorter opening hours for Express stores」, 2019.08.05
6. 아시안리뷰(asian review), 「FamilyMart to double stores in Thailand, take on 7-Eleven」, 2016.12.15
7. 카오소드잉글리시(Khaosodenglish), 「TESCO LOTUS EXPRESS DROPS PLASTIC BAGS FOR SMALL PURCHASES」, 2019.08.15
8. 테스코 연간 보고서 2018(Tesco Annual Report 2018) 2018
9. 아이지디아시아(Asiaigd), 「Big C Thailand sales up 5.7% for FY2018」, 2019.03.07
10. 방콕포스트(Bangkok Post), 「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), 「Thai supermarkets, low social scores, focus on CSR rather than adjusting policies」, 2019.08.05
14. 포지셔닝(positioningmag), 「Foodland ปรับแผนรับมือความท้าทายรอบด้าน! เปิดร้านใหม่เพียง 1-2 สาขา เตรียมหน้า “ถูกและดี” ออกไปปชทนอกซูเปอร์มาร์เก็ต」, 2019.06.06
15. 리테일가제트(retailgazette), 「Tesco to open 750 stores as part of Thai expansion」, 2019.07.08
16. 프라카챗(prachachat), 「ค้าขายออนไลน์สไตล์ “เจ้เลี้ยง” ต้องแปลก-หายาก-ไลฟ์สดกระตุ้น」, 2018.09.01
17. 태국 식품의약청, 「Notification of Minstry of Public Health (No.389) B.E. 2561 (2018)」, 2018
18. UDSA FAS, 「Thailand Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report」, 2019.04.18
19. 태국 식품의약청, 「The MOPH Notification No. 383 , B.E 2560 (2017)」, 2017

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. Smartsme (www.smartsme.co.th)
5. Goodlifeforyou (goodlifeforyou.com)
6. Godent (www.godent-organic.com)
7. Naifun garden (www.naifungarden.com)
8. Kapook (health.kapook.com)
9. Sukkaphap-d (sukkaphap-d.com)
10. Today line (today.line.me)
11. Postsara (www.postsara.com)
12. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지(Insideretail.asia)
13. 셔터스톡(Shutterstock) 홈페이지(shutterstock.com)
14. 화이트스페이스(Whitespace) 홈페이지(whitesp-ce.com)
15. 랜드타이프로(Landthaipro) 홈페이지(landthaipro.com)
16. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)(fas.usda.gov)
17. 태국 식품의약청(FDA)(www.fda.moph.go.th)
18. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
19. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
20. 관세법령정보포털(UNIPASS)(unipass.customs.go.kr)
21. 태국 관세정보시스템(DTN)(tax.dtn.go.th)
22. 태국 정보포털(www.info.go.th)
23. KATI농식품수출정보(www.kati.net)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.08.23.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단 전재 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

