

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-11
- 품목 : 녹차(Green Tea)
- 국가 : 태국(THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
· 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 태국 소비자, 밀크티 선호도 높으며 한국 차에 대한 관심도 엇보여	17
2. 녹차와 유기농 및 프리미엄 차(Tea)에 대한 선호도 높은 편	18
3. 태국 소비자, RTD 음료나 파우더 형태의 녹차 선호해	19
4. 태국 소비자, 유기농 차 품질에 대한 평가 기준 까다롭지 않아	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 태국 녹차 유통구조	23
2. 태국 녹차 주요 유통업체	24
3. 태국 녹차 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 태국 녹차 인증 취득	48
2. 태국 녹차 업체·제품 등록	50
3. 태국 녹차 라벨 심의	51
4. 태국 녹차 서류 준비	54
5. 태국 녹차 세금 납부	55
6. 태국 녹차 검역 심사	56

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	59
Interview ① 푸드갤러리리미티드(Food Gallery Limited)	61
Interview ② 엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드(NL Coffee Trading Company Limited)	63
Interview ③ 굿모닝티타임 (Good Morning Tea Time)	64
Interview ④ 티애프터눈(Tea Afternoon)	65
Interview ⑤ 차이와라(Chaiwala)	67

* 참고문헌

69

I . Market Size

SUMMARY

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



Market Size

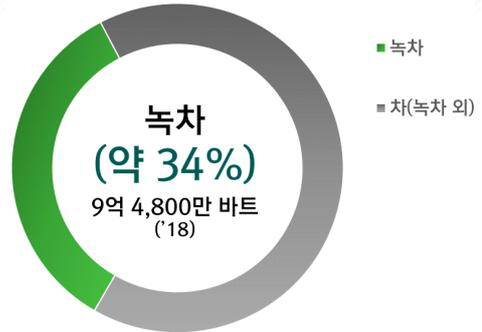
(시장규모)

태국(THAILAND)

녹차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(녹차), 유형(티백)

- 태국 차¹⁾ 시장규모 28억 400만 바트('18)
- 태국 녹차²⁾ 시장규모 **9억 4,800만 바트('18)**



(*) Euromonitor International

녹차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(녹차)

- HS 0902.10³⁾ 태국 對글로벌 '발효하지 않은 기타 녹차' 수입규모 277만 달러('19)
- HS 0902.10 한국 對태국 '발효하지 않은 기타 녹차' 수출규모 **3,000달러('19)**



(*) International Trade Centre, KATI

녹차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 지역별 잠재 소비규모를 파악하기 위해 '태국 지역별 식음료 품목 지출 규모'를 확인함. 또한, 조사 제품이 '유기농 녹차'인 것에 착안하여, '태국 1인당 커피/차 소비량'과 '태국 유기농 음료 시장규모'를 조사함

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>① 태국 지역별 식음료 품목 월평균 가구 지출 ('19)</p> <ul style="list-style-type: none"> 전국 6,933바트 방콕 외 3개 도시 8,721바트 중부 6,854바트 북부 5,744바트 북동부 6,400바트 남부 6,864바트 | <p>② 태국 1인당 커피 및 차 소비량 ('18)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1인당 커피 소비량 1.99kg/명 1인당 차 소비량 0.054kg/명 <p>③ 태국 유기농 음료 시장규모 ('19)</p> <ul style="list-style-type: none"> 유기농 음료 시장규모 510만 달러 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(*) NSO, Euromonitor, OTA

1) 차(Tea): 홍차, 과일/허브차, 녹차, 인스턴트 차, 그 외의 차를 지칭하며 잎차와 티백차를 포괄함
 2) 녹차(Green Tea): 동백나무 잎을 가공하여 만든 차로, 녹색이며 약간 쓴맛이 남. 일본식 녹차인 전차와 말차, 녹차로 만든 자스민차, 모로코 스타일 민트티(스피어민트가 들어간 녹차)를 포함함
 3) HS CODE 0902.10: 조사제품 '녹차'는 유기농 녹차 100%로 만들어진 티백 제품임. 이에 제품의 원료(녹차)를 기준으로 '발효화하지 않은 기타 녹차'에 해당하는 HS CODE 0902.10을 지표로 선정함

1. 태국 녹차 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '녹차'는 유기농 녹차 100%로 만들어진 티백 제품임. 이에 제품의 유형(티백)과 원료(녹차)를 고려하여, 태국 '차' 시장과 '녹차' 시장규모를 조사함

태국 국가 일반 정보⁷⁾

면적	51.3만 km ²
인구	6,918만 명
GDP	4,872억 달러
GDP (1인당)	7,187달러

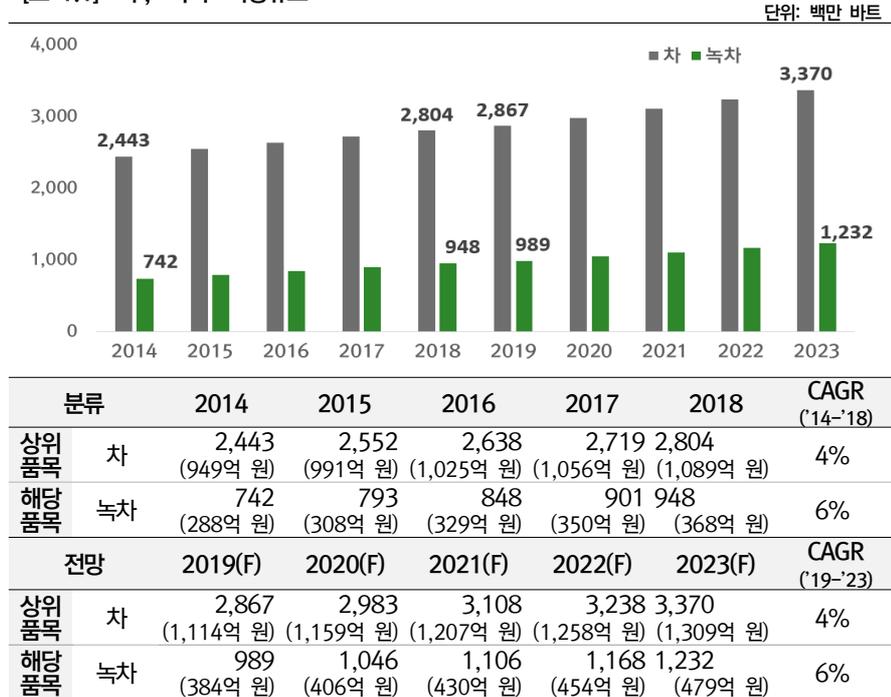
▶ 2014-2018년, 태국 '차' 시장, 연평균성장률 4%

2018년 태국의 '차' 시장규모는 28억 400만 바트이며 지난 5년(2014-2018)간 연평균 4% 증가함. 2018년 태국 '녹차' 시장규모는 9억 4,800만 바트이며 지난 5년간 연평균 6% 증가함. 유로모니터에 따르면, 태국 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지며 건강상의 효능을 위해 차를 찾는 소비자들이 증가함. 또한, 1인당 가처분소득의 증가와 함께 프리미엄 차에 대한 수요도 증가 중임

▶ 2019-2023년, 태국 '녹차' 시장, 연평균성장률 6% 예상

태국 '녹차' 시장규모는 향후 5년간 연평균 6% 증가하여 2023년 12억 3,200만 바트에 달할 것으로 전망됨. 유로모니터에 따르면, 2019년 태국 '차' 시장 중 '녹차' 시장은 '과일/허브차' 시장 다음으로 큰 점유율을 보였으며, '녹차'의 높은 항산화물질 함유량, 체중감량 효과, 혈압 수치 완화 효과 등이 시장성장의 주요 요인인 것으로 보임⁴⁾

[표 1.1] '차', '녹차' 시장규모⁵⁾⁶⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Thailand」, 2019.12
 5) 1바트=38.85원(2020.03.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
 6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 녹차 수출입 시장규모

HS CODE 0902.10: 조사제품 '녹차'는 유기농 녹차 100%로 만들어진 티백 제품임. 이에 제품의 원료(녹차)를 기준으로 '발효하지 않은 기타 녹차'에 해당하는 HS CODE 0902.10을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 9%

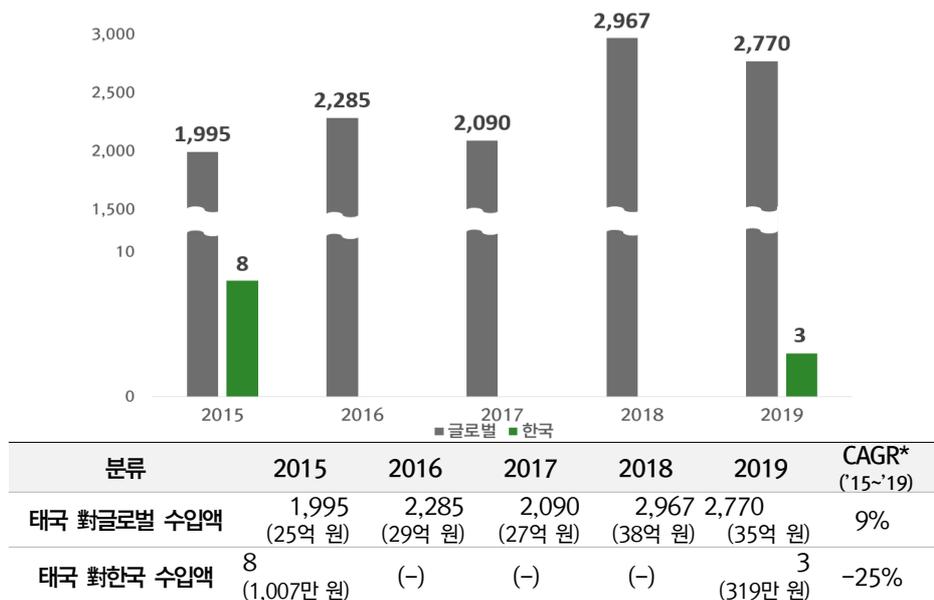
태국 HS CODE 0902.10 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019)간 증감을 반복하여 9%의 연평균성장률을 기록함. 2019년 태국 HS CODE 0902.10 품목의 對글로벌 수입액은 277만 달러로 확인됨. 2019년 수입액 기준 1위 국가는 일본이며 183만 7,000달러(약 23억 원)의 수입액을 기록함

▶ 2014-2018년, 한국 對태국 수출액 연평균성장률 -25%

한국 HS CODE 0902.10 품목의 對태국 수출액⁸⁾은 지난 5년(2015-2019)간 연평균 25%의 감소세를 기록함. 한국 HS CODE 0902.10 품목의 對태국 수출액은 2015년 8,000달러를 기록한 후 2016-2018년 0원으로 집계됨. 이후 2019년 3,000달러의 수입액을 보임

[표 1.2] HS CODE 0902.10 수입규모⁹⁾¹⁰⁾

단위: 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), KATI HS CODE 0902.10 기준

8) ITC(International Trade Centre) 내 2015-2019년 태국 HS CODE 0902.10 품목의 對한국 수입액이 집계되지 않아, KATI(농식품 수출정보 사이트)에서 한국 對태국 수출액을 조사함

9) 1달러=1,274.60원 (2020.03.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 반올림됨

3. 태국 녹차 소비 시장규모

1) 태국 지역별 식음료 품목 지출 규모

지역별 잠재 소비규모를 파악하기 위해 ‘태국 지역별 식음료 품목 지출 규모’를 확인함. 또한, 조사 제품이 ‘유기농 녹차’인 것에 착안하여, ‘태국 1인당 커피/차 소비량’과 ‘태국 유기농 음료 소비규모’를 조사함

▶ 2019년, 식음료 품목 가구 지출, ‘방콕 외 3개 도시’가 가장 높아

태국 통계청에 따르면¹¹⁾ 2019년 태국 ‘주류를 제외한 식음료’ 품목의 월평균 가구 지출은 6,933바트임. 지역 기준 ‘방콕 외 3개 도시’의 식음료 품목 가구 지출이 8,721바트로 가장 높은 것으로 확인됨. 2위는 태국 남부로 6,864바트, 3위는 태국 중부로 6,854바트로 나타남. 일반적으로 태국은 월 가구 지출의 32.6%를 ‘주류를 제외한 식음료’ 품목에 지출하는 것으로 확인됨. 전체 지출 대비 ‘주류를 제외한 식음료’ 품목 지출 비중이 가장 높은 지역은 북동부(37.7%)로 확인됨

[표 1.3] 2019년 지역별 식음료 품목 월평균 가구 지출¹²⁾

단위: 바트

분류	전국	방콕 외 3개 도시 ¹³⁾	중부	북부	북동부	남부
전체	21,236 (83만 원)	31,209 (121만 원)	21,223 (82만 원)	16,346 (64만 원)	16,980 (66만 원)	20,314 (79만 원)
식음료 및 담배	7,163 (28만 원)	8,972 (35만 원)	7,170 (28만 원)	5,904 (23만 원)	6,619 (26만 원)	7,027 (27만 원)
식음료 (주류 제외)	6,933 (27만 원) 32.6%	8,721 (34만 원) 28.0%	6,854 (27만 원) 32.3%	5,744 (22만 원) 35.2%	6,400 (25만 원) 37.7%	6,864 (27만 원) 33.8%

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

11) 태국 통계청(NSO: National Statistical Office of Thailand), 「The 2019 Household Socio-Economic Survey」, 2019

12) 1바트=38.85원(2020.03.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

13) 논부리, 삐툼타니, 사뭇쁘리칸

2) 태국 1인당 커피 및 차 소비량

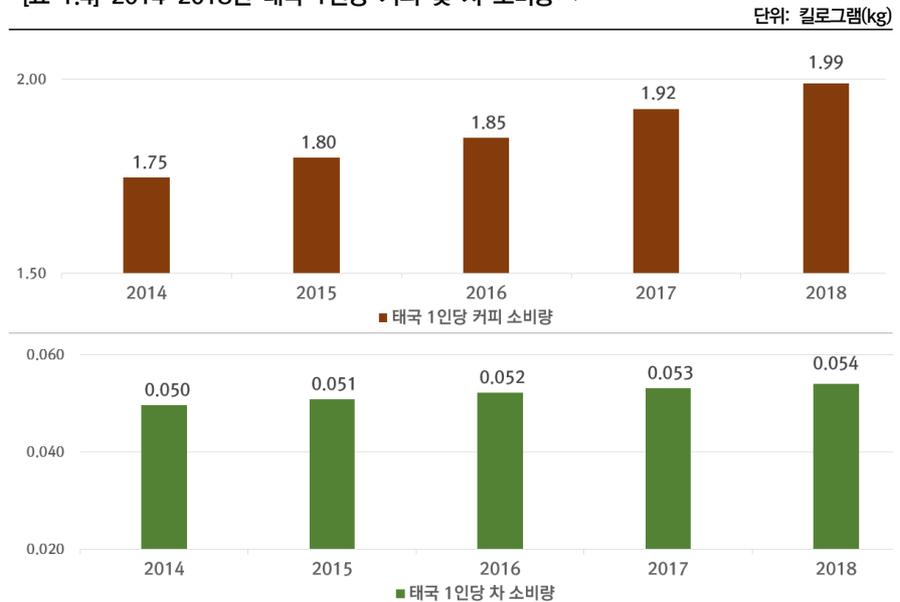
▶ 2014-2018년, 태국 1인당 커피 소비량 연평균성장률 3%

태국 1인당 커피 소비량은 2014-2018년 동안 연평균 3%씩 꾸준히 증가하여, 2018년 1.99kg을 기록함. 유로모니터에 따르면, 기존 태국 커피시장의 약 90%를 지배하던 인스턴트 커피 시장이 성숙기로 들어서며 둔화된 성장을 보임. 반면, 커피 시장의 프리미엄화 현상과 함께 캡슐 커피의 가파른 성장이 전망됨¹⁴⁾

▶ 2014-2018년, 태국 1인당 차 소비량 연평균성장률 2%

태국 1인당 차 소비량은 2014-2018년 동안 연평균 2%씩 꾸준히 증가하여, 2018년 0.054kg을 기록함. 유로모니터에 따르면, 태국 소비자들은 주로 건강상의 이점을 위해 차를 소비하며, 녹차와 과일·허브차가 높은 점유율을 보유함¹⁵⁾

[표 1.4] 2014-2018년 태국 1인당 커피 및 차 소비량¹⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
1인당 커피 소비량(kg/명)	1.75	1.80	1.85	1.92	1.99	3%
1인당 차 소비량(kg/명)	0.050	0.051	0.052	0.053	0.054	2%

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

14) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Thailand, Country Report」, 2019.12

15) 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Thailand, Country Report」, 2019.12

16) 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand) 「Number of Population from Registration by Age Group Province and Region: 2009 - 2018」, 2018

3) 태국 유기농 음료 소비액

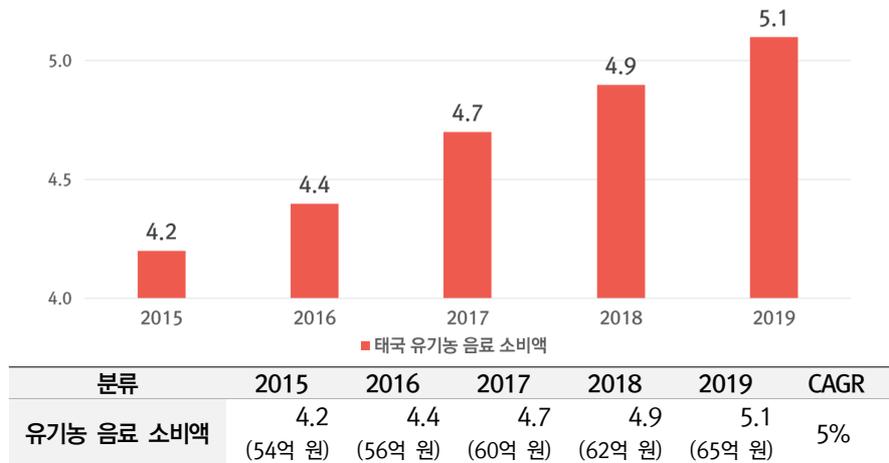
▶ 2015-2019년, 태국 유기농 음료 소비액 연평균성장률 5%

태국 유기농 음료 소비액은 2015년 420만 달러를 기록한 후 지난 5년(2015-2019)간 연평균 5%씩 꾸준히 성장하여, 2019년 510만 달러에 달한 것으로 나타남. 미국 유기농 무역협회(OTA, Organic Trade Association)에 따르면, 2017년 기준 태국 ‘유기농 가공식품 및 음료’ 시장의 규모는 1,560만 달러(약 199억 원)로, 시장규모 기준 전세계 국가 중 43위를 차지함

태국 ‘유기농 가공식품 및 음료’ 시장의 선도기업은 ‘캐피탈 라이스(Capital Rice Co Ltd)’사로, 2017년 45.1%의 점유율을 보였으며, 다음으로 ‘그린 넷 쿵(Green Net Coop)’사가 2위로 16.5%의 점유율을 차지함¹⁷⁾

[표 1.5] 2015-2019년 태국 유기농 음료 소비규모

단위: 백만 달러



* 자료 : 유기농 무역협회(Organic Trade Association)

17) 유기농 무역협회(Organic Trade Association), 「Organic Thailand」, 2017

II. Market Trend

SUMMARY

1. 태국 소비자, 밀크티 선호도 높으며 한국 차에 대한 관심도 엇보여
2. 녹차와 유기농 및 프리미엄 차(Tea)에 대한 선호도 높은 편
3. 태국 소비자, RTD 음료나 파우더 형태의 녹차 선호해
4. 태국 소비자, 유기농 차 품질에 대한 평가 기준 까다롭지 않아



Market Trend

(시장트렌드)

태국 (THAILAND)

녹차 시장트렌드



차와 관련해 구매처, 밀크, 리뷰 키워드 빈출
‘태국의 일부 소비자들은 한국 차에 대한 관심 보이기도 해’



유기농, 프리미엄 등 고급 차(Tea)에 대한 수요 有
‘건강에 대한 태국 소비자의 관심이 증가한 것과 관련 있어 보여’

■ Thailand Issue ①

태국 소비자,
밀크티 선호도 높은 편

‘밀크티 카페(Cafe)에 대한 추천 및 후기 글 공유해’

■ Thailand Issue ②

태국 온라인 쇼핑물,
녹차 인기 압도적

‘녹차 외에는 홍차, 허브차, 꽃차 순으로 빈출’



녹차의 경우 티백보다 RTD나 파우더가 인기 높아
‘이 밖에 다이어트, 디톡스, 유기농 등의 키워드 출현’



RTD 녹차는 가격적 혜택이 가장 큰 구매 고려 요소
‘말차는 가격보다 맛과 향을 더 고려하는 경향 높아’

■ Thailand Issue ③

RTD 녹차 음료나
파우더 형태의 녹차 제품 선호해

‘인기 녹차 제품 중 RTD 제품과 말차 제품 다수 출현’

■ Thailand Issue ④

유기농 차 품질에 대한
소비자 평가 기준 까다롭지 않아

‘제품 효능이나 성분보다 맛과 색상으로 품질 평가해’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● **데이터 수집**
소스원



(태국 매체 총 5개)
: 태국 온라인 쇼핑몰 4개
: 태국 커뮤니티 1개

● **데이터 분류**
키워드집

(녹차 연관 키워드집)



● **데이터 분석**
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.03
수집 데이터	3,161

데이터 정제

정제 키워드	차, 녹차 (ชา, ชาเขียว)
정제 데이터	2,482

○ 데이터 수집

- 태국 녹차 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 태국 녹차 관련 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	www.jd.co.th	온라인 쇼핑몰
02	Tops	www.tops.co.th	온라인 쇼핑몰
03	Shopee	www.shopee.co.th	온라인 쇼핑몰
04	Big C	www.bigc.co.th	온라인 쇼핑몰
05	Pantip	www.pantip.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 녹차 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 태국 녹차 관련 데이터 소스원 리스트

Pantip Learn, Share & Fun		JD CENTRAL จับมือจับใจ มาจับมือกัน		Shopee	
현지 커뮤니티, 차(Tea) 관련 소비자 의견		현지 온라인 쇼핑몰, 인기 녹차 특징		현지 온라인 쇼핑몰, 녹차 구매 후기	
키워드 ①	밀크티	키워드 ①	RTD	키워드 ①	가격
키워드 ②	구매처	키워드 ②	일본	키워드 ②	맛
키워드 ③	리뷰	키워드 ③	말차	키워드 ③	향
키워드 ④	추천	키워드 ④	파우더	키워드 ④	할인

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 녹차 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 태국 녹차 관련 분석 키워드

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

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(태국어)	참여기업	경쟁기업	기타
차(Tea) 종류	녹차	ชาเขียว	0		
	허브차	ชาสมุนไพร		0	
	화차	ชาดอก		0	
	홍차	ชาดำ		0	
	밀크티	ชานม		0	
	우롱차	อูหลง		0	
포장 유형 및 홍보 키워드	RTE	ปรุงสำเร็จ		0	0
	티백	ซอง	0		
	파우더	ผง		0	
	ml	มล		0	
	체중	น้ำหนัก		0	0
	디톡스	ที่ออกซ์		0	0
	프리미엄	พรีเมียม		0	
	자연의	ธรรมชาติ		0	
구매 고려요소	유기능	ออร์แกนิก	0	0	
	가격	ราคา			0
	품질	คุณภาพ			0
	할인	ส่วนลด			0
	향	หอม			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 태국 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰에서 ‘차(Tea)’ 및 ‘녹차’를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 및 레시피 제목의 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

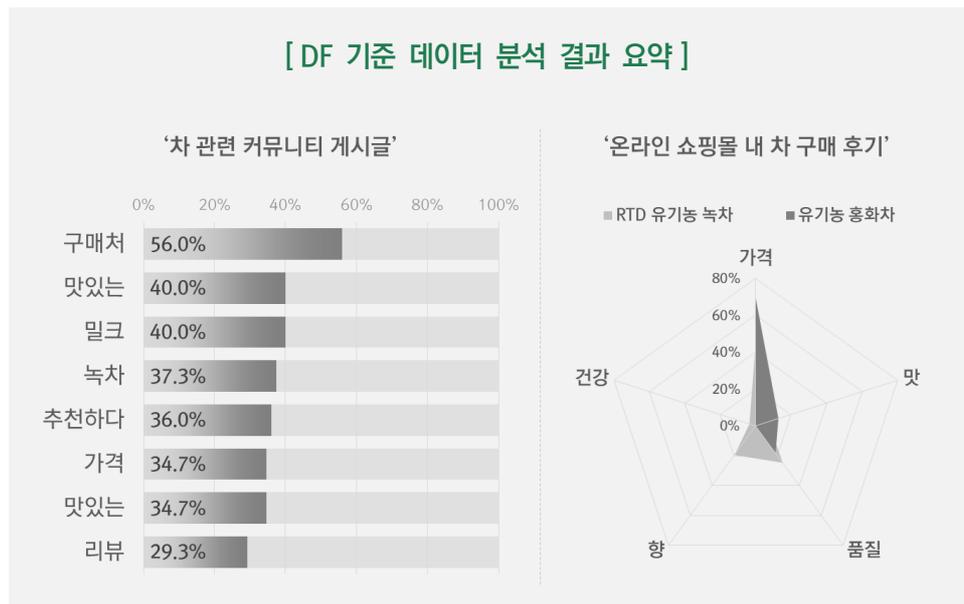
1. 태국 커뮤니티 내 차 관련 게시글과 온라인 쇼핑몰의 차 구매 후기를 분석함
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF¹⁸⁾와 TF-IDF¹⁹⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...		
키워드 빈도 산출 방식				
키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

연관어 분석
(Keyword Analytics)

[DF 기준 데이터 분석 결과 요약]



18) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

19) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임

1. 태국 소비자, 밀크티 선호도 높으며 한국 차에 대한 관심도 엇보여

● 차(Tea) 추천 관련 게시물 일부



Q) (필)밀크티 가게 좀 추천해주세요

A) 버블 리퍼블릭(Bubble Republic) 밀크티를 추천합니다. 프랜차이즈 제품인데 맛있어요.

출처: 팟팁(pantip.com)

● 한국 차(Tea) 관련 게시물 일부



Q) 한국 차인 것 같은데 차 이름이랑 브랜드 명을 알고 싶어요. 그리고 어디서 살 수 있나요?

A) 해당 제품은 헝게 열매 차(Thaebanin, Thaebanin Tea)라고 하며, G마켓에서 저 제품을 본 것 같아요.

출처: 팟팁(pantip.com)

- ▶ 태국 소비자, 차 카페(Cafe)에 대한 추천 요청 및 후기 글 공유해
- ▶ 밀크티에 대한 선호 높은 것으로 나타나

태국 커뮤니티 내 차(Tea)와 연관된 게시글을 제목(문의 내용)과 내용(답변 내용)으로 나누어 분석함. 먼저 제목 키워드를 살펴본 결과, 자신이 선호하는 차로 유명한 카페나 프랜차이즈 등 ‘구매처’를 ‘추천’ 받거나 ‘후기’를 공유하는 글이 많은 것으로 나타남. 특히 ‘밀크’, ‘필’ 등의 키워드를 통해 밀크티에 대한 태국 소비자들의 관심이 많은 특징을 보임. 답변 내용을 살펴보면, 주로 ‘달콤한 맛’, ‘가격’, ‘향’을 위주로 평가하며, ‘친구’를 동반하는 경우가 상대적으로 많은 것으로 나타남

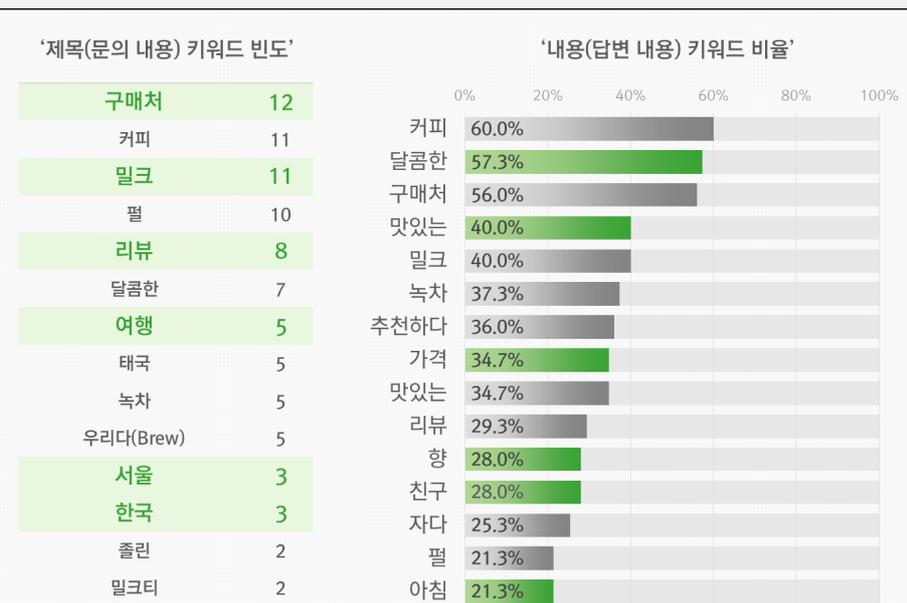
- ▶ 여행 시 시도할 만한 차(Tea) 종류 공유해
- ▶ 일부 태국 소비자는 한국 차에 대한 관심 보이기도 해

이 밖에 ‘여행’이란 키워드를 통해서 여행 시 음용해 본 차에 대한 후기를 공유하거나 해당 국가에서 마셔볼만 한 차를 추천하는 글이 공유되기도 함. 특히 ‘서울’, ‘한국’ 키워드가 눈에 띄어 한국 차에 대한 일부 태국 소비자들의 관심을 확인할 수 있음

- ▶ 태국 커뮤니티 내 차(Tea) 관련 주요 이슈

- ① 구매처, 추천 ② 음용 후기(리뷰), 가격, 향 ③ 여행, 서울, 한국

[표 2.4] 태국 커뮤니티 내 ‘차(Tea)’ 주요 키워드



자료 : 태국 커뮤니티 내 ‘차(Tea)’ 관련 게시물 75건 분석 (18.01 - 20.03)

좌측 표 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

우측 그래프 값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(DF)

2. 녹차와 유기농 및 프리미엄 차(Tea)에 대한 선호도 높은 편

녹차 파우더(말차)



제품명	녹차 파우더(말차)
원산지	태국
가격	99바트 (3,846원) ²⁰⁾
용량	50g * 4팩

출처: 쇼피(www.shopee.co.th)

▶ 태국 온라인 쇼핑몰, 녹차 인기 압도적

태국 온라인 쇼핑몰에서 인기 차(Tea)의 상품명을 분석한 결과, ‘녹차’가 압도적인 격차를 보이며 최다 빈출함. 녹차의 인기는 최근 건강에 대한 소비자들의 높은 관심뿐만 아니라 항산화, 다이어트, 혈당 조절 등 녹차의 다양한 효과에 대한 기업의 적극적인 마케팅으로 인해 그 인기가 더욱 높아지고 있는 추세임.²¹⁾ 녹차 외에는 ‘홍차’, ‘허브차’, ‘화차(花茶)’ 순으로 빈출함

▶ 유기농, 프리미엄 등 고급 차(Tea)에 대한 태국 소비자 수요 有

한편 ‘유기농’, ‘프리미엄’ 키워드를 통해 고급 차(Tea) 제품에 대한 태국 소비자들의 수요를 확인할 수 있음. 이 역시 건강에 대한 태국 소비자의 관심이 증가한 것과 관련이 있으며, 고급 차는 더 다양한 효능이 있을 것이라는 인식에 기반함.²²⁾ 한편 차 원산지로는 ‘태국’이 가장 많이 출현했으며, 근소한 차이로 ‘일본’과 ‘중국’이 뒤를 이음

허브차



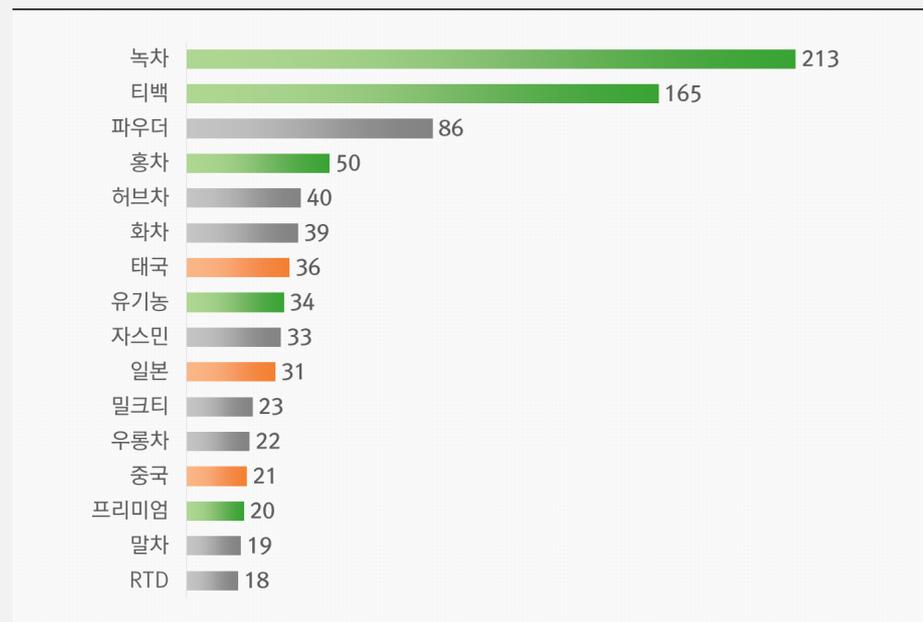
제품명	니타 허브차
원산지	태국
가격	70바트 (2,719원)
용량	정보 없음

출처: 쇼피(www.shopee.co.th)

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 차(Tea) 특징

- ① 녹차, 홍차 ② 티백 ③ 유기농, 프리미엄 ④ 태국, 일본, 중국

[표 2.5] 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘차(Tea)’ 주요 키워드



자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘차(Tea)’ 962개 분석 (18.01 - 20.03)
 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

20) 1바트=38.85원 (2020.03.10, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 「Tea in Thailand」, 유로모니터, 2019년 12월

22) 「Tea in Thailand」, 유로모니터, 2019년 12월

3. 태국 소비자, RTD 음료나 파우더 형태의 녹차 선호해

● 일본산 녹차 제품



제품명	포카 자스민 향 녹차
원산지	일본
가격	68바트 (2,641원)
용량	1.5L

출처: 정동(www.jd.co.th)

● 일본산 녹차 제품



제품명	차호 100% 말차
원산지	일본
가격	290바트 (11,266원)
용량	100g

출처: 쇼피(www.shopee.co.th)

- ▶ 녹차, 편리하게 음용할 수 있는 RTD 유형 제품이 인기
- ▶ 일본산 말차 제품에 대한 선호도도 높은 편

인기 녹차 제품의 특징을 분석한 결과, ‘밀리리터(ml)’가 최다 빈출해 RTD 녹차 음료가 인기임을 알 수 있음. 이와 함께 ‘리터(liters)’ 단위의 RTD 녹차 음료도 인기 순위에 나타나 대용량으로 구매하는 소비자가 적지 않은 것으로 보임. RTD 유형 외에는 파우더 형태의 녹차 제품이 인기인 것으로 보임. 특히 ‘일본’, ‘파우더’, ‘말차’ 키워드를 통해 일본산 말차 제품이 선호되는 것으로 해석됨. 앞서 인기 차(Tea) 제품의 대다수가 티백 형태인 점을 고려했을 때, 녹차는 티백보다 RTD 음료와 파우더 형태가 더 인기인 점은 눈 여겨볼 만함

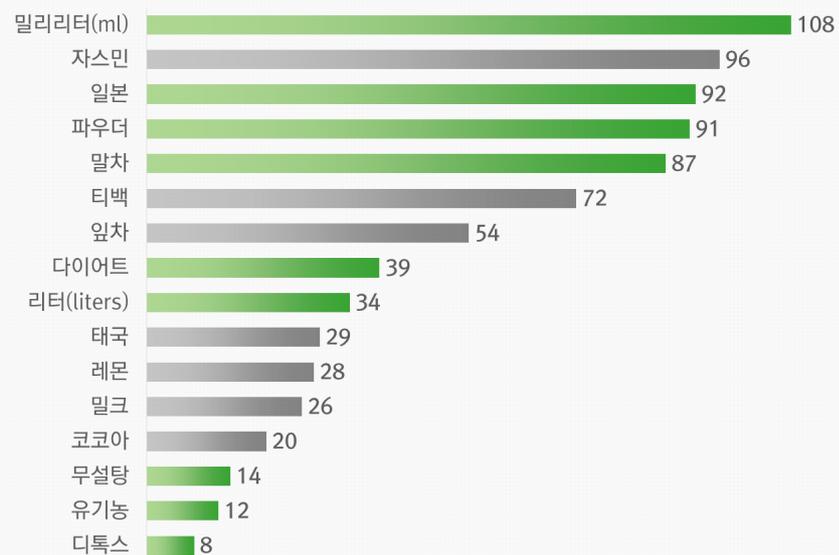
- ▶ 다이어트, 디톡스, 무설탕, 유기농 등 건강 상 이점을 강조한 제품 다수

한편 ‘다이어트’, ‘디톡스’ 등의 키워드를 통해 체중 감량 및 디톡스 효과를 강조하는 녹차 제품이 적지 않은 것으로 나타남. 이 밖에도 ‘무설탕’, ‘유기농’ 등 건강에 무해한 점을 강조한 녹차 제품이 판매됨. 이를 통해 특정 효능이 있거나 건강에 좋은 녹차에 대한 태국 소비자의 수요를 확인할 수 있음

- ▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 녹차 특징

- ① 일본, 파우더, 말차 ② 다이어트, 디톡스 ③ 무설탕, 유기농

[표 2.6] 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘녹차’ 관련 식품 주요 키워드



자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘녹차’ 743개 분석 (18.01 - 20.03)
 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 태국 소비자, 유기농 차 품질에 대한 평가 기준 까다롭지 않아

녹차 구매 후기 분석 대상



제품명	오ishi 녹차 음료
원산지	일본
가격	18바트(10% 할인) (699원)
용량	380ml



제품명	말차 크린티
원산지	일본
가격	140바트(6% 할인) (5,439원)
용량	정보 없음

유기농차 구매 후기 분석 대상



제품명	이치방 유기농 녹차
원산지	일본
가격	20바트 (777원)
용량	420ml



제품명	유기농 홍화차
원산지	태국
가격	108바트 (4,195원)
용량	100g

▶ RTD 녹차는 가격적 혜택이, 말차는 그 맛과 향이 주요 구매 고려 요소

패키지 유형이 서로 다른 두 녹차 제품의 구매 후기를 비교 분석함. 그 결과 RTD 녹차는 가격에 대한 언급이 많은 반면 말차 파우더 제품은 가격 대비 맛이나 향에 대한 평가 비중이 높은 특징을 보임. 구체적으로 말차의 경우 녹차 맛이나 향이 더 진하게 느껴지고 맛있다는 긍정적 의견이 다수임. RTD 녹차는 할인이나 무료 배송 등 가격적 혜택이 있어서 구매했다는 의견이 많고, 단순히 같증을 해소하기 위한 용도로 구매한 소비자도 일부 존재함

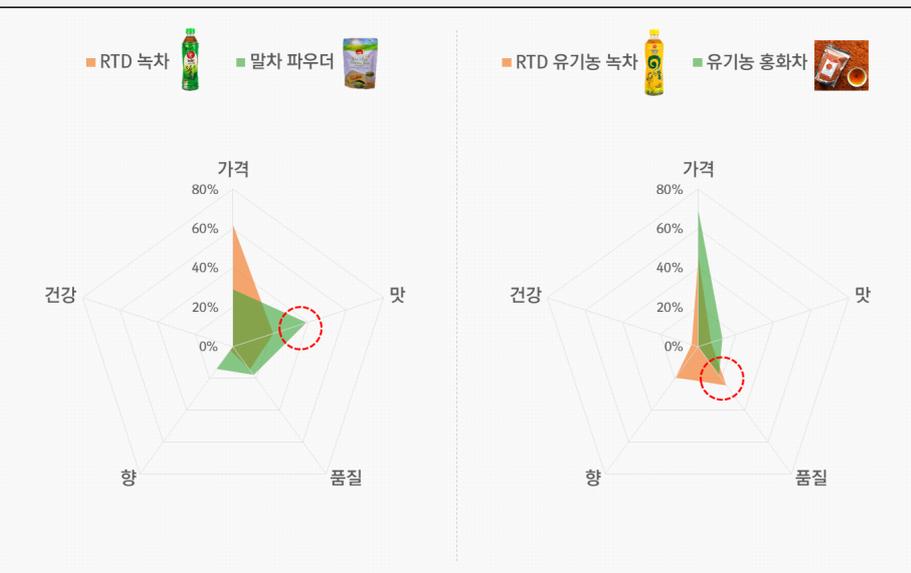
▶ 유기농 차, 품질에 대한 평가 비중 높은 편

▶ 제품 효능이나 성분보다는 맛과 색상을 기준으로 품질 평가해

유기농 차의 구매 후기를 분석한 결과, 앞서 분석한 일반 차 대비 ‘품질’에 대한 고려가 상대적으로 높은 특징을 보임. RTD 유기농 녹차의 경우 달지 않은 맛을 이유로 품질이 좋다고 평가하는 경우가 대다수이며, 유기농 홍화차는 제품 색상이 깨끗하고 신선해 보여서 품질이 좋다고 평가함. 이처럼 태국 소비자들은 제품의 효능이나 성분 보다는 맛이나 색상 등 쉽게 판단할 수 있는 요소로 그 품질을 평가하는 특징을 보임

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 녹차 VS 유기농차 구매 후기 비교

[표 2.7] 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘녹차’ VS ‘유기농차’ 구매 고려 요인



자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘RTD 녹차(50건)’, ‘말차 파우더(76건)’, ‘RTD 유기농 녹차(510)’, ‘유기농 홍화차(66건)’ 구매 후기 분석 (18.01 - 20.03)
 값 설명 : 해당 속성 연관 키워드의 총합/모든 속성 연관 키워드 총합(%)

III. Distribution Channel

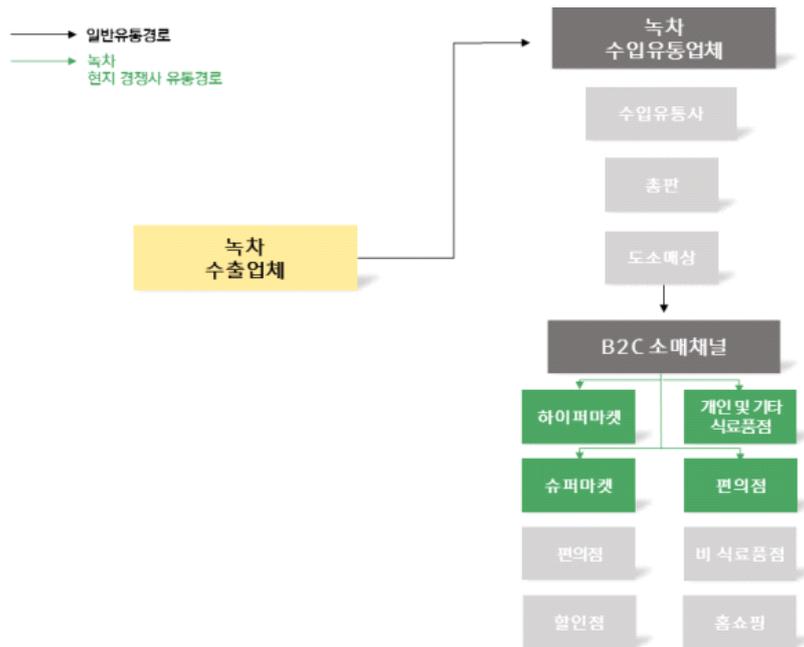
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (THAILAND)

녹차²³⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁴⁾	주요 채널 ²⁵⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ²⁶⁾²⁷⁾	40.4%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-Market), 돈돈돈키(Don Don Donki), 란제렝(Ranjaeleng)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	29.3%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 고메마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 막스밸류(MaxValu)
	편의점	29.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)
	온라인	1.2%	쇼피몰(Shopee Mall), 라자다(Lazada), 테스코엑스트라(Tesco Extra)

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

23) '녹차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함

24) 2019년 기준, 태국 내 '차(Tea)'의 유통채널 점유율임

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

26) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

27) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

1. 태국 녹차 유통구조

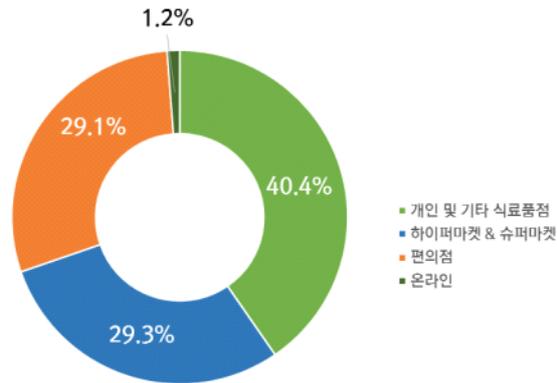
품목 구분 및 분류

품목	녹차
구분	녹차
범주	차(Tea)

▶ 태국 녹차 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(40.4%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(29.3%), 편의점(29.1%)’

[표 3.1] 태국 녹차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 녹차 유통채널 현황

채널 유형	녹차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	40.4%	코리아간가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-Market), 돈돈돈키(Don Don Donki), 란제랭(Ranjaeleng)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	29.3%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 고메마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	편의점	29.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)
	온라인	1.2%	쇼피몰(Shopee Mall), 라자다(Lazada), 테스코엑스트라(Tesco Extra)

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

2. 태국 녹차 주요 유통업체

▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 편의점이 대표적

[표 3.3] 태국 녹차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매장수, 매출액 ²⁸⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	코리아가야샵 (Korean Gaya Shop)	아시안마트	매장 수('19): 약 1개	A사	0
2	지두방마켓 (JidubanG- Market)	아시안마트	매장 수('19): 약 1개	B사	0
3	돈돈돈키 (Don Don Donki)	아시안마트	매장 수('19): 약 1개	블렌디스틱 (Blendy Stick), 밀튼티(Milton Tea), 이토엔(Ito En)	0
4	란제랭 (Ranjaeleng)	아시안마트	매장 수('19): 약 1개	우지낫수유 (Ujinotsuyu), 이에몬(Iyemon), 라농티 (Ranong Tea)	0
5	테스코로터스 (Tesco Lotus)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 54억 3,314만 달러 (약 6조 9,251억 원)	트와이닝(Twinings), 테스코(Tesco), 라농티 (Ranong Tea)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,274.60원 (2020.03.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매장수, 매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 46억 1,941만 달러 (약 5조 8,879억 원)	라밍(Raming), 딜마(Dilmah), 젠(Zen)	0
7	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	14억 1,925만 달러 (약 1조 8,090억 원)	이토엔(Ito En), 차프라므(Chatramue), 칸야(Kanya)	0
8	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 110억 7,114만 달러 (약 14조 1,113억 원)	모코나(Moccona), 네스티(Nestea), 네스카페(Nescafe)	0
9	테스코 로터스 익스프레스 (Tesco Lotus Express)	편의점	약 54억 3,314만 달러 (약 6조 9,251억 원)	네스카페(Nescafe), 모코나(Moccona), 버디(Birdy)	0
10	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	매장 수('18): 약 1,138개	네스티(Nestea), 네스카페(Nescafe), 네이처기프트 (Nature Gift)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 태국 녹차 B2C 소매채널

1) 아시안마트



① 코리안가야샵(Korean Gaya Shop)

	기업명	코리안가야샵(Korean Gaya Shop)	
	홈페이지	koreangayashop.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 1개 - 페이스북 팔로워(*19): 약 8,025명
기업 기본 정보	기업 요약	- 2016년 5월 오픈 - 태국 최초의 한국 식품 취급 한인마트로 전자 상거래 업체로 등록 - 페이스북, 트위터, 인스타그램, 라인 등과 같은 SNS 매체를 통해 프로모션 전개 - 한류를 이용한 홍보가 대다수이며, 소비자들이 이용 후기를 남기면 혜택을 제공하는 마케팅 전략 채택	
기업 최근 이슈		- 2019년 기준 홈페이지 베스트셀러에 한국 브랜드의 화장품 다수 차지 - 2019년 식료품 외에 한국 스테인리스 젓가락과 한복 판매 - 2019년 자사 페이스북 홈페이지에서 맥소주 제품 홍보 - 2018년 신제품으로 불닭소스가 입고되었으며, 전문점용 중화면 판매 개시	
유사제품 정보		제품명	유기농보리차
		종류	보리차티백
		용량	30개
		원산지	한국

자료: 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 오프라인 매장 조사
 사진자료: 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 즉석식품, 주류, 음료류, 건강기능식품, 냉동식품, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 잡화류, 식기류, 의류, 액세서리 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 트렌드 실시간 반영 - 연예인 협찬 마케팅 SNS 글 게시 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 문의 시 상단 메뉴 ‘ติดต่อเรา(Contact Us)’ 클릭하여 입점 문의 진행 - 홈페이지 가입 정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 <p>2. 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이름: Ms. Aom 이메일: deguchi.gaya1@gmail.com paramiter_m@hotmail.com 전화: +66-(0)91-414-6150 	

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



② 지두방마켓(JidubanG-Market)

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(JidubanG-Market)	
	홈페이지	facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 8월 개장 - 방콕 단댕(Dindaeng)에 위치 - 방콕 최대 규모의 한인마트였던 케이마켓(K-Market) 폐점 후 개장 - 자사 페이스북 페이지를 통한 신제품 홍보 - 매장 내 분식점 및 식사 가능 장소 비치 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월 수산물 국가통합브랜드 K-FISH와 협업해 한국산 해산물 축제 개최 - 2018년 10월 마스크팩, 핸드크림 등 한국산 화장품 수입 및 판매 홍보 시작 		
유사제품 정보		제품명	현미녹차
		종류	녹차티백
		용량	50개
		원산지	한국

자료: 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 소스류, 스낵류, 즉석식품, 캔디류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 주방용품, 욕실용품 등 <p>• 선호 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>유선 연락 또는 페이스북 페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +66-(0)61-053-5000 	

자료: 지두방마켓(jidubanG-Market) 페이스북 페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 돈돈돈키(Don Don Donki)

	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	홈페이지	dondondonki.com/th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 2월 설립 - 3자간(싱가포르, 태국, 일본기업의 태국 지점 회사) 합작회사로 구성²⁹⁾ - 일본 유명 드럭스토어 돈키호테의 태국 지점 - 일본인이 많이 거주하는 통로(Thonglor) 지역에 위치 - 바코드 인식을 통해 제품 상세정보 번역 서비스 제공 - 1층은 식품, 2층은 생활용품 및 화장품으로 매대 구성 - 24시간 운영 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 태국 매장 내 상품 진열방식 리뉴얼 진행 - 2019년 10월부터 적용되는 일본 소비세율 인상에 대비해, 9월에 8% 가격할인 행사 진행 - 2019년 5월 싱가포르에 4호점 오픈 	
유사제품 정보		제품명	블렌디스틱마차그린티 (Blendy Stick Matcha Green Tea)
		종류	말차티백
		용량	7개
		원산지	일본

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 네이션타일랜드(Nation Thailand), 돈돈돈키(Don Don Donki) 페이스북 페이지
 사진자료: 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지, 타임아웃(Timeout)

29) Pan Pacific Retail Management (Singapore) Pte. Ltd., TOA Venture Holding Co, Nippon Parking Development Co로 구성

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 간편식품, 신선식품, 유제품, 육류, 어류, 음료류, 소스류, 스낵류, 즉석식품, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 의류, 문구류, 주방용품, 육실용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 대부분 일본 수입 제품으로 구성되어 있음 - 일본티백위주로 티백 제품 판매 - 제품 홍보가 소셜미디어(인스타그램, 페이스북)를 통해 이루어짐 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 ‘ช่วยเหลือ(help)’ 클릭 - ‘ติดต่อ(Contact)’ 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +66-(0)02-301-0950 (회사명, 연락처, 판매 제품 등의 세부 사항)

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 란제렝(Ranjaeleng)

	기업명	란제렝(Ranjaeleng)	
	홈페이지	ranjaeleng.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('19): 약 1개 - 페이스북 팔로워('19): 약 41만 3,307명
기업 기본 정보	기업 요약	- 태국 대형 마트형 도소매 유통업체 에이&제이뷰티프로덕트 (A&) Beauty Product Co.,Ltd의 자회사 - 주로 한국, 일본, 중국산 식료품을 취급 - 한국 분식점도 함께 운영하고 있으며, 한류스타 부가 상품도 판매	
기업 최근 이슈		- 2020년 소셜미디어(라인) 채널 홍보를 위해 할인 행사 진행 - 2018년과 2017년 9월 회사 설립 날짜에 맞춰 프로모션 및 할인 행사 진행 - 2018년 식료품 외 뷰티 및 패션제품 새롭게 런칭	
유사제품 정보		제품명	전차재패니스그린티 (Sencha Japanese Green Tea)
		종류	녹차티백
		용량	20개
		원산지	일본

자료: 란제렝(Ranjaeleng) 홈페이지, 프라카챗(Prachachat), 유로모니터(Euromonitor), 란제렝Ranjaeleng) 페이스북 페이지
 사진자료: 란제렝(Ranjaeleng) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 소스류, 즉석식품, 냉동식품, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 의류, 주방용품, 청소용품, 유아용품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일본, 한국, 중국 각국에서 유행하는 제품을 판매 - 수입화장품 제품이 인기 - 티백류는 일본 제품 위주로 판매 - 한국 제품은 라면류가 주를 이룸 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>전화 또는 메일을 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 직접 방문 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <p>① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등)</p> <p>② 제품 정보 (제품 샘플, 제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, GMP³⁰⁾, FDA³¹⁾ 허가 여부 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p> <p>*제품 정보는 태국 FDA 인증서 등록을 위해 영어로 기재되어야 함</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 담당자: Mrs. Jaeleng (대표)/ Ms. Preaw (수입식품 구매담당자) 이메일: purchasing@ranjaeleng.com 연락처: +66-(0)8181-90000, +66-(0)8508-72727, +66-(0)2521-8811 본사 연락처: +66-(0)85-087-2727, +66-(0)2-521-8811

자료: 란제렐(Ranjaeleng) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

30) GMP(Good Manufacturing Practices): 제조·품질관리기준

31) FDA(Food and Drug Administration): 미국 식품의약국

2) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코로터스(Tesco Lotus)

	기업명	테스코로터스(Tesco Lotus)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('19)	약 54억 3,314만 달러 ³²⁾ (약 6조 9,251억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 2,000개	
기업 기본 정보	- 1994년 설립 - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 테스코(Tesco)의 계열사 - 테스코그룹의 계열사는 엑스트라(Extra), 탈라드(Talad), 하이퍼마켓(Hypermarket), 익스프레스(Express), 백화점(Department Store)으로 구성 기업 요약 - 2003년 자선재단 테스코포타일랜드(Tesco for Thailand) 설립		
기업 최근 이슈	- 2021년까지 매장 750개 개설 계획 등 태국 사업 확장을 위한 투자 증대 - 2020년 1월부터 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 2019년 3년 연속 킨센트릭(Kincentric) 주최 올해 최고의 고용주상 수상 - 2018년 6개의 하이퍼마켓(Hypermarket) 매장 오픈		
유사제품 정보		제품명	그린티자스민 (Green Tea Jasmine)
		종류	자스민녹차티백
		중량	25개
		원산지	영국

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

32) 태국, 말레이시아 지역을 포함한 테스코(Tesco) 그룹 총 매출

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 소스류, 건강보조식품, 스낵류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 전자제품, 의류, 가정용품, 유아용품, 주방용품, 애완용품, 야외용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 혁신적인 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 대부분 태국산 제품을 판매 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(tescoplc.com) - 기업 사이트에서 해당 양식 작성 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자명, 연락처, 이메일, 회사 주소, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 원산지, 제품군, 현재 유통채널, 포장 방법 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 기술 인증 등급 등) <hr/> <p>등록 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 테스코 Ethical Trading 정책 준수 <hr/> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면으로 합의 필요 - Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함 - 문의사항 연락처 전화: +66-(0)2797-9000 팩스: +66-(0)2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com

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



② 빅씨(Big C)

	기업명	빅씨(Big C)							
	홈페이지	bigc.co.th							
	위치	방콕(Bangkok)							
	규모	매출액('18) 약 46억 1,941만 달러 ³³⁾ (약 5조 8,879억 원)							
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모 매장 수('19): 약 104개							
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립 - 방콕에 본사를 둔 현지 소매업체 - 태국, 베트남, 라오스, 캄보디아 등에서 사업 운영 - 빅씨슈퍼센터(Big C Supercenter), 빅씨엑스트라(Big C Extra), 빅씨플라자(Big C Plaza), 빅씨푸드플레이스(Big C Foodplace), 빅씨마켓(Big C Market), 미니빅씨(Mini Big C), 퓨어바이빅씨(Pure by Big C) 등 다양한 형태의 매장 운영 							
기업 최근 이슈	기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 정부 지침에 따라 매장 내 일회용 비닐봉투 사용 금지 - 2019년 10월, 캄보디아 시장 진출 - 2019년 QR 코드를 통한 결제 서비스 '마이프롬프오알(MyPromptQR)' 시작 - 2019년 쇼피브랜더컨퍼런스(Shopee Brand Conference)에서 '최고의 운영 성과상 (Best Operational Performance Award)' 수상 							
	유사제품 정보	 <table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>라망올가닉그린티 (Raming Organic Green Tea)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>녹차티백</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>15개</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>태국</td> </tr> </table>	제품명	라망올가닉그린티 (Raming Organic Green Tea)	종류	녹차티백	중량	15개	원산지
제품명	라망올가닉그린티 (Raming Organic Green Tea)								
종류	녹차티백								
중량	15개								
원산지	태국								

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 아이지디아아시아(IGDAsia), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 유로모니터(Euromonitor), 방콕포스트(Bangkokpost), 넥스트샤크(Nextshark)
 사진자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 랜드타이프로(Landthaipro)

33) 태국, 베트남, 라오스 등 전 세계 총 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 캔디류, 건강보조식품, 냉동식품, 유제품, 곡물류, 즉석식품, 음료류, 스낵류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 잡화류, 문구류, 가구류, 전자제품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰에서 약 22개 브랜드의 차(茶) 분말 제품 취급 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ‘ติดต่อเรา(Contact Us)’의 ‘ Become a Partner with us’ 클릭 - 제품 카테고리 ‘กาแฟ - ชา(coffee-tea)’ 선택 후 양식 작성 후 제출 (corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier/68/) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ③ 참고자료 (제품 카탈로그 등) <hr/> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th 전화: +66-(0)2985-7800-5 +66-(0)2655-0666(본사) 팩스: +66-(0)2985-7808-9

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 탑스(Tops)

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)	
	홈페이지	ma.tops.co.th	
	위치	뻑 끄렛(Pak Kret)	
	규모	매출액('18)	14억 1,925만 달러 (약 1조 8,090억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 205개	
	- 1996년 태국에 설립 - 센트럴푸드리테일(CFR, Central Food Retail)의 자회사 - 센트럴푸드리테일은 Central Food Hall, Tops Market, Tops Superstore, Superkoom, Tops Daily, Tops Online 등 6가지 형태로 운영		
기업 최근 이슈		- 2020년 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 배달 서비스 플랫폼 그랩익스프레스(GrabExpress)와 제휴하여 탑스온라인(Tops Online)에서 구매한 상품 배달 서비스 시작 - 2018년 그린피스에서 'Tops 참치 통조림'을 지속가능한 제품으로 선정	
유사제품 정보		제품명	이토엔일본녹차
		종류	녹차티백
		중량	20개
		원산지	일본

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 센트럴푸드리테일(Central Food Retail), 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter), 유로모니터(Euromonitor), 더마리타임이그제큐티브(TheMaritimeExecutive)
 사진자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 푸켓(Phuket)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 냉동식품, 유제품, 소스류, 캔디류, 스낵류, 음료류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 애완동물, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 할인상품 및 유기농 제품 카테고리를 별도로 제공 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 - 문의에 대한 즉시 응답을 원하면 주소, 국적, 연락처 추가 기입
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: cusserv@tops.co.th 전화: +66-(0)2831-7300 <li style="padding-left: 40px;">+66-(0)2660-1000(본사) 팩스: +66-(0)2835-3713

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액(*18)	약 110억 7,114만 달러 (약 14조 1,113억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 1만 988개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CP All) 그룹에서 태국 내 독점 운영 - 1989년 팟퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 - 방콕 도심 부근에 전체 매장 수의 44%가 밀집해 있으며, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치 - 일평균 1,200만 명 매장 방문 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 판매하는 제품의 70%가 식품으로 구성 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 태국 전역의 매장 수 1만 3,000개 달성 목표 - 2020년 매장 내 무상 비닐봉지 제공 중단 - 2018년 태국 내 720개의 매장 오픈 - 2018년 험통(Hom Thong)과 계약 체결하여 매장에서 유기농 바나나 판매 		
유사제품 정보		제품명	트리오에스프레소 (Trio Espresso)
		종류	커피믹스
		용량	486g
		원산지	태국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨피올 2018 연간보고서(CPAll Annual Report 2018), 세븐일레븐(7-Eleven) 페이스북 페이지
 사진자료: 타일랜드비즈니스뉴스(Thailand Business News), 코코넛츠방콕(Coconuts Bangkok)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 건조식품, 즉석식품, 캔디류, 면류, 주류, 스낵류, 커피류 등 - 일반: 세제류, 문구류, 위생용품, 애완용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CP All) 홈페이지 접속 (www.cpall.co.th) - 메뉴 상단 오른쪽 언어를 영어로 변경 - 'SME' 메뉴의 'Merchandise' 클릭 - 정보 제공 동의 후 필요한 정보 기입 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 회사주소, 사업유형, 자본금, 매출액, 직원 수 등) ② 공급 제품 정보 (제조사, 제품이름, 제품군, 취득 인증, 현재 유통채널, 제품 사진 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CPALL) 홈페이지를 통해 등록 - 문의사항 연락처 전화: +66-(0)2826-7744 이메일: FAQ@7eleven.co.th 	

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



② 테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)		
	홈페이지	tescolotus.com		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('19)	약 54억 3,314만 달러 ³⁴⁾ (약 6조 9,251억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 1,600개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 테스코(Tesco)의 계열사 - 테스코 브랜드의 자사 제품 판매 			
기업 요약		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 약 50개의 매장 오픈 - 2019년 134개의 테스코로터스 익스프레스 매장에서 개점 시간을 늦추고, 폐점 시간을 앞당겨 상점의 영업시간 단축 - 2019년 Tesco 기업은 영국에서 4,500명의 인원에 대한 해고 발표 			
유사제품 정보		제품명	네스카페레드컵인스턴트커피 (Nescafe Red Cup Instant Coffee)	
		종류	380g	
		용량	커피믹스	
		원산지	태국	

자료: 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지, 방콕포스트(Bangkokpost), 리테일가제트(Retailgazette), 비비씨뉴스(BBC), 더선(Thesun), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 테스코(Tesco) 홈페이지

34) 태국, 말레이시아 지역을 포함한 테스코(Tesco) 그룹 총 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 소스류, 냉동식품, 스낵류, 주류, 음료류, 캔디류, 커피류, 유제품 등 - 일반: 문구류, 주방용품, 애완용품, 뷰티용품, 일회용품, 위생용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매주 프로모션 진행 - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품으로 구성 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(tescoplc.com) - 기업 사이트에서 해당 양식 작성 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자명, 연락처, 이메일, 회사 주소, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 원산지, 제품군, 현재 유통채널, 포장 방법 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 기술 인증 등급 등)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 테스코 Ethical Trading 정책 준수
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점절차 Tesco Lotus와 동일하게 진행 - Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면으로 합의 필요 - Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급 업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함 - 문의사항 연락처 전화: +66-2797-9000 팩스: +66-2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com

자료: 테스코로터스(Tesco Lotus) 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): 약 1,138개 - 직원 수('17): 약 1만 6,601명 ³⁵⁾
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 태국 진출 - 2018년 기준 전 세계 약 6,375개의 매장 보유 - 2017년 태국 내 편의점 시장점유율 5%로 2위 기록 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 업계 선도 기업인 세븐일레븐(7-Eleven)과의 격차를 좁히기 위해 편의점 수를 2,000개 이상으로 늘릴 예정 - 2020년 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 2018년 물류회사 케리익스프레스(Kerry Express)와 협업하여 방콕 내 배달 서비스 확장 도모 		
유사제품 정보		제품명	네스티태국밀크티 (Nestea Thai Milk Tea)
		종류	밀크티분말
		용량	4개
		원산지	스위스

자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지, 아시안리뷰(Asian Review), 방콕포스트(Bangkok Post), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지

35) 태국, 일본, 중국, 필리핀 등 전 세계 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 소스류, 신선식품, 커피류, 음료류 등 - 일반: 뷰티용품, 위생용품, 주방용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 소포장의 간편식 제품 - 즉석식품(Ready-to-eat) • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 라면 제품 중 한국산 제품이 높은 비중 차지 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 절차	홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 'Contact Us' 클릭 - 'Contact' 종류를 'Product Offer'로 설정 - 홈페이지 기입 정보: <ul style="list-style-type: none"> 이름, 이메일, 주소, 연락처, 입점하고 싶은 매장 선택, 문의내용 - 이메일을 통해 문의내용에 회신 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 담당자: Ms. Noree (구매 담당자) 연락처: +66-(0)2836-5999 ext. 803 +66-(0)2660-1000(본사) 이메일: cgcommunications@central.co.th 	

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

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 품목 별 사전 수입허가 필요 녹차의 경우, 사전 심사 無 	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수출업체 등록 <ul style="list-style-type: none"> 태국 세관에 기업정보 등록 디지털 인증서 획득 수입식품 등록 <ul style="list-style-type: none"> 수입식품 신청서 제출 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th (*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 식품 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 제품명, 원산지, 영양성분 정보 등 통관 시 라벨 심의 	(*) 태국 공중보건부 - 문의처 : www.moph.go.th *) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 온라인 전자세관시스템 통해 진행 선하증권 포장 명세서, 상업송장 등 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 후 관세 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 기본관세율 60% 부가가치세 7% 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> 세금 납부 후 품목 별 물품 검사 진행 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 농업협동조합부 - 문의처 : eng.moac.go.th

1. 태국 녹차 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

녹차

녹차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

태국으로 녹차 수출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 태국 식품의약품청(FDA)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증은 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 태국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	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

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 태국 녹차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

녹차

녹차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 식품 수출을 위한 ‘수입식품 신고 필수’
- ▶ 태국 전자세관시스템 이용 전, ‘수입업자 등록 필수’

태국은 2014년 말부터 수입식품신고제도(License Per Invoice, LPI)를 시행함. 이는 수입업체가 태국으로 수입하는 식품을 태국 식약청에 신고하는 제도임. 해당 제도는 수입식품 정보의 체계적인 관리와 전자세관시스템(e-customs)을 활용한 물품 세관등록의 전산화 및 합법적 세관절차 진행을 목적으로 함

태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자세관시스템으로 이루어져 있음. 전자세관시스템을 이용하기 위해 수입업체는 태국세관을 통해 수입업체 등록을 마쳐야 하며, 수입업체 등록 과정에서 ‘디지털 인증서³⁶⁾’를 소지하고 있어야 함. 수입업체 등록은 기업에서 직접 진행하거나 대행사를 통하여 진행할 수 있음

[표 4.3] 태국 수입식품 신고 절차

제도명	License Per Invoice, LPI
발행 기관	태국 식품의약품안전처(Thai FDA)
시행일	2014년 9월
취득 절차	a. 태국 식약청에 수입식품 신청서 서류 제출 b. 식약청 승인 후 수입 유통 식품 식별번호 발급 c. 선적 진행 및 선적서류정보 확인 d. 식품 제조회사의 보증서 신고 e. 선적정보를 수입식품 신고(LPI) 적자시스템에 입력 f. 선적서류 통관업체 제출 g. 수입 진행
필요 서류	a. 회사로고 b. 법인등록증 c. 법인등기부등본 d. 신청인증빙서류
비용	1만 5,000바트(약 5만 원) ³⁷⁾ , 분실 시 추가 비용 500바트(약 2만 원)
유효기간	3년

자료 : 태국 식약청(Thai FDA)

36) 디지털 인증서는 전자 문서 발신자의 신원과 인증을 확인하는 데 사용되는 전자 서명 파일이며, 수입 및 수출 등록을 포함한 모든 온라인 운영에 사용되고 있어 태국의 모든 회사에 필수적으로 요구됨

37) 1바트=38.85원 (2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 태국 녹차 라벨 심의

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.4] 태국 라벨 관리 규정

●	라벨 심의	적용 규제	포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985
	태국으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	(-)
●	녹차	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 종량 · 영양성분 · 원료명 · 업체정보 · 원산지 · 로트 번호 · 경고문 · 보관방법 · 섭취방법 · 알레르기 정보
	녹차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함		세부 내용

자료 : 태국 식약청(Thai FDA), 포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985

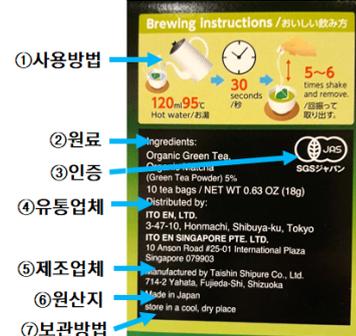
세부 내용 라벨 표기사항 (가이드)	유통기한	'Best before..' 혹은 'Best before end..'와 함께 유통기한을 표시할 것 날짜와 연도는 숫자로, 월은 문자로 표기할 것
	영양성분	영양 성분표시는 식품이 가진 특정한 영양분을 의미하는 것으로 단백질, 지방, 탄수화물, 미네랄 함유량 등을 포함할 것 본래 영양소가 없는 식품의 경우, 'free' 또는 'low'라는 용어를 사용하지 말 것
	원료명	제품에 사용된 원료는 함량이 높은 순서대로 표기할 것
	업체 정보	제조업체, 포장업체, 수입업체 또는 유통업체의 상호와 주소를 표기할 것
	원산지	제 2국에서 가공되어 식품의 본질이 변경된 경우, 제 2국을 라벨 상의 원산지국으로 간주할 것
	로트 번호	제품 포장용기에 양각으로 새기거나 영구적으로 표기할 것
	경고문	경고 문구는 5mm 이상의 어둡고 굵은 글씨체를 사용하고, 배경색과 반대되는 색상을 사용하여 눈에 쉽게 띄게 표기할 것
	보관조건	실온보관 이외 조건이 필요한 제품은 보관조건을 분명하고 눈에 띄게 표기할 것
	사용(섭취)방법	식품의 적절한 활용 또는 섭취방법에 대하여 설명할 것
	식품 알레르기 정보	알레르기를 유발할 수 있는 성분이 함유된 식품은 성분 정보를 표기할 것

자료 : 태국 식약청(Thai FDA), 포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985

▶ 태국 유기농 녹차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(태국어)

- ① 브랜드명 : ITO EN
- ② 제품명 : Organic Premium Matcha Green Tea
- ③ 원산지 : Made in Japan
- ④ 중량 : 10 individually Wrapped Tea Bags / Net WT 0.63oz(18g)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 이토 엔
- ② 제품명 : 유기농 프리미엄 말차 녹차
- ③ 원산지 : 일본산
- ④ 중량 : 개별 포장된 티백 10개 / 순중량 0.63oz(18g)

뒷면(태국어)

- ① 사용방법(Brewing instructions) : 120ml 95°C Hot water > 30seconds > 5-6times shake and remove.
- ② 원료(Ingredients) : Organic Green tea, Organic Matcha(Green Tea Powder) 5%
- ③ 인증 : JAS
- ④ 유통업체(Distributed by) : ITO EN, LTD. 3-47-10, Honmanchi, Shibuya-ku, Tokyo
ITO EN SINGAPORE PTE. LTD.
10 Anson Road #25-01 International Plaza Singapore 079903
- ⑤ 제조업체(Manufactured by) : Taishin Shipure Co., Ltd. 714-2 Yahata, Fujieda-Shi, Shizuoka
- ⑥ 원산지 : Made in Japan
- ⑦ 보관방법 : Store in a cool, dry place

뒷면(국문)

- ① 사용방법 : 95도의 뜨거운 물 120ml > 30초 > 5-6번 흔든 후 꺼내기
- ② 원료 : 유기농 녹차, 유기농 말차(녹차 분말) 5%
- ③ 인증 : JAS
- ④ 유통업체 : ITO EN.LTD. 3-47-10, 혼마치, 시부야 구, 도쿄
ITO EN 싱가포르 PTE LTD
10안손 로드#25-01 인터네셔널 플라자 싱가포르 079903
- ⑤ 제조업체 : 타이신 시무레 주식회사
714-2 야하타, 후지에다-시, 시즈오카
- ⑥ 원산지 : 일본산
- ⑦ 보관방법 : 건조하고 서늘한 곳에 보관하십시오

4. 태국 녹차 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

녹차

녹차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 수입서류 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 태국 수입 업무, 온라인 전자세관 시스템을 통해 진행

태국 수입통관 시 세관에서는 FTA 특혜신청을 위한 원산지증명서가 FTA 협정상의 기준에 맞게 발급되었는지를 확인함. 우리나라에서는 원산지증명서 오류 시 수입자가 보완하여 제출하는 것이 가능하나, 태국 세관은 오류에 대해 수입업자의 보완 제출을 허용하지 않고 있음. 때문에 태국 수출 시 원산지증명서 오류가 있는 경우 특혜 적용을 받지 못하는 경우가 자주 발생함. 따라서 수출업체는 최초 원산지증명서 준비 시 오류가 없도록 각별히 유의해야 함

태국 관세청은 2014년 8월부터 전자세관시스템(e-customs)을 통해 수입신고 및 세관통관절차를 진행하고 있음. 수입 신고서는 양식에 맞게 작성하여 전자세관시스템을 통해 제출해야 하며, 화물 도착 전 또는 화물 도착 시 운송업체는 전자식으로 선박 또는 항공기 도착 보고서를 전송하고 전자세관시스템에 정보를 명시해야 함. 그리고 화물이 입항 장소에 도착하면 수입업자 또는 세관 중개인은 수입신고서를 전자세관시스템에 제출해야 함

[표 4.5] 태국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	수입허가서	(-)	
	선적	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
		포장 명세서	(-)
		선하증권	(-)
	원산지 증명서	대한상공회의소 / 관세청	
	카탈로그 및 제품성분 등 관련 문서	(-)	

자료 : 태국 관세청

5. 태국 녹차 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

녹차

녹차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 녹차 HS CODE 0902.10.1029, 관세율 60% 적용
- ▶ 태국, 한-아세안 FTA 발효로 협정세율 적용

녹차 수출 시 태국에서는 HS CODE 0902.10(녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다))의 0902.10.1029(기타) 세 번이 적용됨.³⁸⁾ 태국 수출 시 기본 세율은 60%이며, 녹차 품목은 별도의 협정세율이 적용되지 않음. 수입물품은 관세 외에도 부가가치세 7%를 납부해야 함

- 수입 서류 심사비용에 43달러(약 5만 원)³⁹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(약 30만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 50시간 소요

[표 4.6] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)	
	0902.10.0000	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)	
태국	0902.10.10	잎	
	0902.10.1029	기타	
관세	기본관세율	60%	
부가가치세		7%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

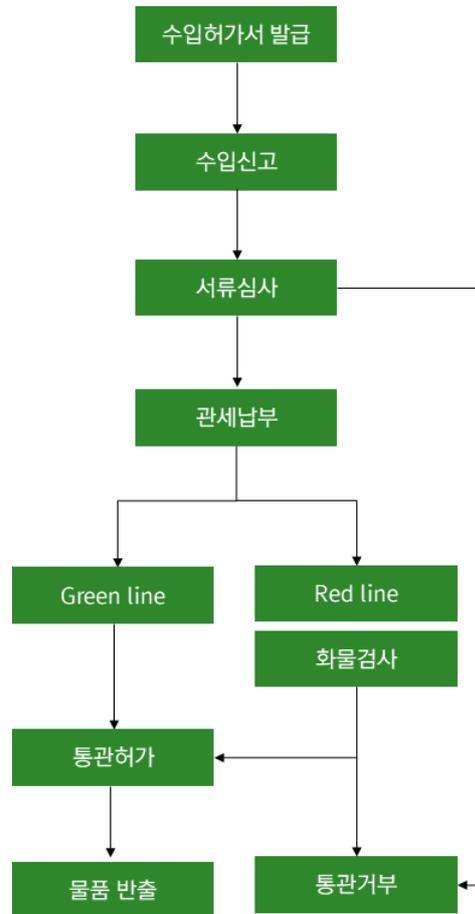
38) 태국의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0902.10 중 녹차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 문의할 수 있음

39) 1달러=1,274.60원 (2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 태국 녹차 검역 심사

- ▶ 태국, 서류심사 후 정해진 식품 위험도에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 검역은 품목별로 농업협동조합부와 식품의약청에서 진행
- ▶ 태국 품목별 잔류농약 기준, 농업협동조합 농약 규정을 통해 확인 가능

[표 4.7] 태국 통관 프로세스



	유형	명칭	CAS 등록 번호 ⁴⁰⁾	최대 허용량
녹차 연관 규제 첨가물 및 물질	잔류농약 (품목: Tea)	Diazinon	333-41-5	0.1mg/kg
		Fenitrothion	122-14-5	0.5mg/kg
		Ametryn	834-12-8	0.05mg/kg
	유해물질	Boric acid	10043-35-3	불검출

자료 : KATI농식품수출정보

40) CAS NO. 는 태국 산업부 유해물질 목록 규정 'List of Hazardous Substances Act B.E. 2556 (2013)'을 통해 확인 가능

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

식품 첨가물 규정

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

녹차

녹차 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품첨가물 카테고리 분류
중 음료류의 액상차로
분류하여 해당하는 정보를
제공함

[표 4.8] 태국 녹차 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
안정제, 겔형성제 등	한천	Agar	GMP ⁴¹⁾
감미료, 향미증진제	아세설팜칼륨	Acesulfame Potassium	600
감미료, 향미증진제	아스파탐	Aspartame	600
보존료	벤조산	Benzoic Acid	200
보존료	안식향산칼슘	Calcium Benzoate	200
고결방지제, 안정제 등	탄산칼슘	Calcium Carbonate	GMP
안정제, 증점제 등	카라기난	Carrageenan	GMP
산도조절제	푸마르산	Fumaric Acid	GMP
산도조절제	탄산마그네슘	Magnesium Carbonate	GMP
보존료	벤조산나트륨	Sodium Benzoate	200

자료 : KATI 농식품수출정보

41) 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

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 푸드갤러리리미티드
(Food Gallery Limited)

Interview ② 엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드
(NL Coffee Trading Company Limited)

Interview ③ 굿모닝티타임
(Good Morning Tea Time)

Interview ④ 티애프터눈(Tea Afternoon)

Interview ⑤ 차이와라(Chaiwala)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 푸드갤러리리미티드
(Food Gallery Limited)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Khun patra
(Purchasing Department)

40-60대 중노년층이 녹차 제품을 선호함

40-60대 중노년층이 녹차 제품을 선호하고, 30대 이하의 젊은 소비자들은 과일 차, 버블티를 선호합니다.

소매업체마다 취급하는 차 종류가 다름

온라인 쇼핑몰은 프리미엄 차를 취급하고, 슈퍼마켓과 편의점은 즉석 음료의 차 제품을 취급합니다. 이 밖에 드럭스토어는 다이어트 효능이 있는 차와 유기농 차 제품을 취급하고 있습니다.

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드
(NL Coffee Trading Company Limited)
생산유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Bom
(Purchasing Department)

태국 사람들은 녹차를 우유와 섞어 마심

녹차 제품은 노년층에서 수요가 있고, 태국 사람들은 녹차를 우유와 섞어 달콤하게 마십니다.

슈퍼마켓이나 온라인 쇼핑몰에 진출할 것을 추천

슈퍼마켓은 분말과 티백 제형의 차 제품을 취급하고 있고, 온라인 쇼핑몰은 다양한 국가에서 생산한 프리미엄 차 제품을 판매하고 있습니다. 한국산 티백 제형은 슈퍼마켓이나 온라인 쇼핑몰에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 굿모닝티타임
(Good Morning Tea Time)
도소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Khun T
(Director)

수도승에게 녹차 제품의 수요가 많음

태국에서의 녹차 제품은 수도승에게 수요가 많습니다. 이들은 녹차에 다양한 건강상 효능이 있다고 생각해, 금식 기간에 녹차를 마십니다.

유기농 차의 인지도는 매우 높음

태국 소비자들 사이에서 유기농 차의 인지도는 매우 높고, 태국 사람들은 건강 목적으로 유기농 차를 마십니다. 그중, 우롱차의 수요가 가장 많습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 티애프터눈
(Tea Afternoon)
도소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Khun Boy
(Owner)

태국 사람들은 우롱차를 가장 선호함

태국 사람들은 우롱차를 가장 선호합니다. 태국 소비자들은 우롱차에 비만 예방, 콜레스테롤 조절, 피부 개선 등의 효능이 있다고 생각합니다.

태국에서의 녹차 제품 수요는 적음

태국 소비자들은 녹차의 떫은맛을 선호하지 않아, 태국에서의 녹차 제품 수요는 많지 않습니다.

Market Packaging and Consideration



- 인터뷰 기업 : 차이와라
(Chaiwala)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Khun Nawin
(Owner)

연령대에 따라 선호하는 제품 포장방식이 다름

젊은 사람들은 캔과 병 형태의 녹차 제품을 선호하고, 중노년층은 티백과 찻잎 제형의 녹차를 선호합니다.

제품 구매 시, 맛과 포장 방식을 고려함

태국 사람들은 녹차 제품 구매 시, 맛과 포장 방식을 고려합니다. 태국에서는 달콤하면서도 부드러운 녹차 제품과 캔과 병 형태의 녹차 제품의 수요가 더 많습니다.

Interview ① 푸드갤러리리미티드 (Food Gallery Limited)

42)

푸드갤러리리미티드
(Food Gallery Limited)

전문가 소속

푸드갤러리리미티드
(Food Gallery Limited)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Khun patra
(Purchasing Department)



푸드갤러리리미티드(Food Gallery Limited)

Purchasing Department, Mr. Khun patra

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 식료품 전문 수입유통업체로, 약 50개 국가에서 수입한 차류, 음료류, 냉동식품, 스낵류, 유제품 등 약 1,000가지 제품을 취급하고 있습니다. 주로 프리미엄 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국에서의 차 제품의 수요는 어떠한가요?

녹차 제품은 40-60대 중노년층과 다이어트를 하는 젊은 여성에게 수요가 많습니다. 태국 사람들은 병과 캔 형태로 된 차 제품을 선호하고, 티백 제형의 차 제품은 호텔, 카페, 식당 등에서 수요가 있습니다.

Q. 태국 사람들이 선호하는 차는 무엇인가요?

30대 이하의 젊은 소비자는 딸기, 키위 맛의 과일 차와 우유와 설탕이 들어간 쓴맛이 적고 부드러운 버블티를 선호합니다. 태국에는 태국, 스리랑카, 중국, 대만 등에서 생산한 차 제품이 있습니다. 그중, 태국 사람들은 홍차에 아니스, 타마린드 씨, 감귤류 꽃이 들어간 태국 차를 가장 선호합니다. 인지도가 높은 태국차 브랜드로는 차트라뮤(Cha Tra Mue)가 있습니다. 녹차 제품으로는 스리랑카의 제품의 인지도가 높아지고 있습니다.

Q. 당사에서 취급 중인 차 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 스리랑카에서 생산한 베질루르(Basilur) 브랜드의 녹차, 홍차 제품을 취급하고 있습니다. 해당 브랜드에서 출시한 녹차 제품은 베리 종류의 과일과 꽃잎이 함유된 티백 제형의 프리미엄으로, 1.5g x 20개에 175바트(약 6,799원⁴³⁾입니다.

42) 사진자료: 푸드갤러리리미티드(Food Gallery Limited) 홈페이지 (www.foodgallery.co.th)

43) 1바트=38.85원(2020.03.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 태국에서의 차 제품 판매처는 어디인가요?

태국에서는 온라인 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 드럭스토어 등에서 차를 취급하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰은 해외에서 생산한 프리미엄 차 제품을 판매하고 있고, 슈퍼마켓과 편의점은 병이나 캔에 포장한 차 제품을 취급하고 있습니다. 이 밖에 드럭스토어나 건강기능식품점은 콤부차와 같이 다이어트 효능이 있는 차 제품과 유기농 차를 판매합니다.

Q. 제품 수출 시, 필수로 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

태국으로의 차 제품 수출 시, 필수로 요구되는 인증과 조건은 없습니다. 하지만 식량농업기구(FAO), 해썹(HACCP), 국제표준화기구(ISO), 세계보건기구(WHO) 등 국제기구에서 발급한 자유판매증명서(Free Sales Certificate)⁴⁴⁾와 우수식품, 의약품제조관리기준(GMP)의 인증을 취득할 것을 추천합니다.

44) 식품, 화장품, 의료기기 등을 시장에 합법적으로 판매할 수 있음을 인증하는 증명서

Interview ② 엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드 (NL Coffee Trading Company Limited)

45)

엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드
(NL Coffee Trading
Company Limited)

전문가 소속

엔엘커피트레이딩
컴퍼니리미티드
(NL Coffee Trading
Company Limited)
생산유통업체

전문가 정보

Mr. Bom
(Purchasing Department)

NLCOFFEE®



엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드

(NL Coffee Trading Company Limited)

Purchasing Department, Mr. Bom

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1956년에 설립된 커피 전문 소매업체인 엔엘커피(NL Coffee)의 생산유통업체로, 2002년에 설립됐습니다. 차, 커피, 음료 시럽, 카페 전용 장비 등을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 태국에서의 차 트렌드는 어떻게 되나요?

최근 태국 소비자들은 버블티나 허니 레몬, 복숭아, 사과 등 과일 차를 선호합니다. 녹차 제품은 노년층에서 수요가 있고, 태국 사람들은 녹차를 우유와 섞어 달콤하게 마십니다. 또한, 태국 사람들은 태국, 일본, 스리랑카에서 생산한 차를 선호합니다. 그중 녹차와 홍차는 각각 일본과 스리랑카에서 생산한 제품이 유명합니다.

Q. 당사에서 취급 중인 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 주문자 상표 부착 생산(OEM)을 통해 일본에서 생산한 마차우지차그린티(Matcha Ujicha Green Tea)와 태국산 브랜드인 코브라(Cobra)의 슈퍼그린티(Super Green Tea) 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품들은 모두 분말 제형으로 마차우지차그린티는 100g에 295바트(약 1만 1,461원)이고, 슈퍼그린티는 200g에 275바트(약 1만 684원)입니다.

Q. 티백 제형의 녹차 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

티백 제형의 한국산 녹차를 태국에서 판매한다면, 슈퍼마켓이나 온라인 쇼핑몰에 진출할 것을 추천합니다. 편의점은 캔과 병 형태의 차 제품만을 취급하고, 슈퍼마켓은 분말과 티백 제형의 차 제품을 취급하고 있기 때문입니다. 또한 온라인 쇼핑몰에서 다양한 국가에서 생산한 차 제품을 판매하고 있으므로, 해당 매장에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

45) 사진자료: 엔엘커피트레이딩컴퍼니리미티드(NL Coffee Trading Company Limited) 홈페이지 (www.nlcoffee.net)

Interview ③ 굿모닝티타임 (Good Morning Tea Time)

46)

● 굿모닝티타임
(Good Morning Tea Time)

전문가 소속

굿모닝티타임
(Good Morning Tea Time)
도소매업체

전문가 정보

Mr. Khun T
(Director)



굿모닝티타임(Good Morning Tea Time)
Director, Mr. Khun T

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2013년에 설립된 차 전문 도소매업체로, 녹차, 우롱차, 재스민 차, 꽃차와 다기 등을 취급하고 있습니다.

Q. 태국에서의 녹차 수요는 어떠한가요?

태국에서의 녹차 제품은 수도승에게 수요가 많습니다. 이들은 녹차에 신진대사 활성화, 콜레스테롤 조절, 혈당 조절의 효능이 있다고 생각해, 금식 기간에 녹차를 마십니다. 수도승 이외에 태국 소비자들은 버블티, 태국 전통차를 선호합니다. 따라서 일반 소비자들 사이에서 녹차 제품의 수요는 많지 않습니다. 그나마 일본산 녹차의 인지도가 높아, 당사는 일본에서 생산한 듀이니스그린티(Dewiness Green Tea)를 취급하고 있습니다.

Q. 어린잎 첫물차 판매 시, 수요가 있을까요?

이미 태국에는 다양한 브랜드에서 출시한 어린잎 첫물차 제품이 있습니다. 따라서 어린잎 첫물차의 특징만으로는 태국 사람들에게 좋은 반응을 얻기 어려울 것으로 생각합니다. 녹차에 우유 등의 다른 첨가물을 넣어 달콤하게 만들거나, 커피처럼 스틱형 녹차 제품을 출시하는 것이 수요가 더 많을 것 같습니다.

Q. 태국에서의 유기농 차에 대한 인식은 어떠한가요?

태국 소비자들 사이에서 유기농 차의 인지도는 매우 높고, 태국 사람들은 건강 목적으로 유기농 차를 마십니다. 그중 우롱차의 수요가 가장 많고, 태국 정부는 북부 지역 농가에 유기농 우롱차 제품을 생산하는 것을 지원하고 있습니다.

46) 사진자료: 굿모닝티타임(Good Morning Tea Time) 홈페이지 (www.goodmorningteatime.com)

Interview ④ 티애프터눈(Tea Afternoon)

47)

티애프터눈 (Tea Afternoon)

전문가 소속

티애프터눈
(Tea Afternoon)
도소매업체

전문가 정보

Mr. Khun Boy
(Owner)



티애프터눈(Tea Afternoon) Owner, Mr. Khun Boy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 차 전문 도소매업체로, 태국 북부 지역을 중심으로 사업을 운영하고 있습니다. 취급 품목으로 태국, 중국, 일본에서 생산한 녹차, 우롱차, 꽃차, 다기 등이 있습니다.

Q. 태국 사람들이 선호하는 차 종류는 무엇인가요?

태국 사람들은 우롱차를 가장 선호합니다. 태국 북부에는 우롱차 문화가 오랫동안 발달해 있어, 태국 사람들 사이에서 우롱차의 인지도는 매우 높습니다. 태국 소비자들은 우롱차에 비만 예방, 콜레스테롤 조절, 피부 개선 등의 효능이 있다고 생각합니다. 당사에서 취급 중인 티백 제형의 우롱차는 350g에 200바트(약 7,770원)입니다.

Q. 태국에서의 녹차 제품 수요는 어떠한가요?

태국 소비자들은 녹차의 짙은맛을 선호하지 않아, 태국에서의 녹차 제품 수요는 많지 않습니다. 태국 사람들은 그나마 달콤한 맛의 태국산 녹차를 선호하고, 이 밖에 일본산 호지차(Hojicha) 제품의 수요가 조금 있습니다. 호지차 제품은 티백 형태로, 녹차 향이 강하면서도 다른 제품과 달리 짙은맛이 없다는 특징이 있습니다. 호지차는 일반 녹차 제품과 비교했을 때, 다소 비싼 편에 속해 일반 가정보다 고급 카페와 호텔에서 수요가 있습니다.

47) 사진자료: 티애프터눈(Tea Afternoon) 홈페이지 (www.teaafternoon.com)

Q. 태국 소비자들이 선호하는 차 제품의 원산지는 어디인가요?

태국 소비자들은 태국과 일본에서 생산한 차 제품을 선호합니다. 태국에서 생산한 차 제품은 일반 제품들과 달리, 달콤하다는 특징이 있습니다. 또한 태국 소비자들은 일본에서 생산한 차 제품의 품질이 매우 우수하다고 생각합니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

티백 제형의 녹차 제품을 태국에서 효과적으로 판매하기 위해서는 온라인 쇼핑몰과 호텔, 식당으로 납품할 것을 추천합니다. 슈퍼마켓 등 오프라인 매장에서 차 제품을 판매하는 것은 막대한 광고비용과 투자비용이 들 것으로 예상돼, 온라인 쇼핑몰에 먼저 진출하는 것이 낫다고 생각합니다. 또한, 티백 제형의 차 제품은 일반 가정보다 호텔과 카페, 식당에서 수요가 많으므로 해당 업체로 납품하는 것이 좋다고 생각합니다.

Interview ⑤ 차이와라(Chaiwala)

48)

차이와라
(Chaiwala)

전문가 소속

차이와라
(Chaiwala)
유통업체

전문가 정보

Mr. Khun Nawin
(Owner)



차이와라(Chaiwala) Owner, Mr. Khun Nawin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1986년에 설립된 차 전문 수입유통업체로, 녹차, 홍차, 태국 차 등을 취급하고 있습니다. 녹차로는 재스민 녹차, 프리미엄 녹차, 우유에 타 먹을 수 있는 찻잎 등을 판매하고 있습니다. 음료 제조업체와 소매업체로 납품하고 있습니다.

Q. 태국에서의 녹차 수요는 어떻게 되나요?

태국에서의 녹차 제품은 15-40세 사이에서 수요가 많습니다. 젊은 사람들은 캔과 병에 포장한 즉석음료 형태의 녹차 제품을 선호합니다. 중노년층은 건강 목적으로 녹차를 마시므로, 가공되지 않은 티백과 찻잎 제형의 녹차를 선호합니다.

Q. 당사에서 취급 중인 녹차 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 대만과 스웨덴에서 수입한 녹차 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품들은 티백 제형으로, 대만에서 생산한 포스메이(Possmei)의 재스민녹차는 600g에 415바트(약 1만 6,123원)입니다. 스웨덴산 더블랜드오브사우스스톡홀름(The Blend of South Stockholm)은 100g에 925바트(약 3만 5,936원)입니다.

Q. 태국 소비자들은 차 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

태국 소비자들 차 제품 구매 시, 맛과 포장 방식을 고려합니다. 태국 소비자들은 달콤하면서도 부드러운 녹차를 선호합니다. 또한, 태국에서는 티백과 찻잎 제형보다 캔과 병 형태의 녹차 제품 수요가 더 많습니다. 당사는 현재 티백과 찻잎 제형의 녹차 제품을 취급하고 있으나, 앞으로 티백과 찻잎 제형을 취급하지 않을 예정입니다.

48) 사진자료: 차이와라(Chaiwala) 홈페이지 (www.thaichaiwala.com)

Q. 태국 소비자들이 선호하는 녹차 제품은 무엇인가요?

태국 소비자들은 일본에서 생산한 오이시(Oishi) 브랜드의 녹차 제품을 선호합니다. 해당 제품은 캔 형태로, 주로 편의점에서 판매되고 있습니다. 이 밖에, 태국산 차트라뮤 제품의 수요가 매우 많습니다. 차트라뮤의 제품은 소비자 기호에 맞게 차갑거나 뜨겁게 먹을 수 있고, 다양한 디저트에 활용할 수 있다는 특징이 있습니다.

Q. 태국에서 차 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

태국에서 차 제품을 판매할 경우, 오프라인 매장에 먼저 진출할 것을 추천합니다. 태국에서의 온라인 쇼핑몰은 성장하는 단계로, 아직 규모가 크지 않고 인지도가 낮습니다. 따라서 오프라인 매장에서 브랜드 인지도를 쌓고, 온라인 쇼핑몰에 진출하는 것이 좋다고 생각합니다.

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Tesco Annual Report 2018」, Tesco, 2018.
2. 「CP All Annual Report 2018」, CP All, 2018.
3. 「Tea in Thailand, Country Report」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12
4. 「The 2019 Household Socio-Economic Survey」, 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand), 2019
5. 「Number of Population from Registration by Age Group Province and Region: 2009-2018」, 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand), 2018
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Thailand, Country Report」, 2019.12
7. 유기농 무역협회(Organic Trade Association), 「Organic Thailand」, 2017
8. 「Tea in Thailand」, 유로모니터, 2019년 12월

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 태국 통계청(www.nso.go.th)
5. 유기농 무역협회(globalorganictrade.com)
6. 코리아가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지 (koreangayashop.com)
7. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
8. 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지 (facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972)
9. 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지 (dondondonki.com/th)
10. 돈돈돈키(Don Don Donki) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/DonDonDonkiTH)
11. 네이션타일랜드(Nation Thailand) 홈페이지 (www.nationthailand.com)
12. 란제랭(Ranjaeleng) 홈페이지 (www.ranjaeleng.com)
13. 프라카챗(Prachachat) 홈페이지 (www.prachachat.net)
14. 란제랭Ranjaeleng) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/PrachachatOnline)
15. 테스코로투스(Tesco Lotus) 홈페이지 (tescolotus.com)
16. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)
17. 카오소드앙글리시(Khaosodenglish) 홈페이지 (www.khaosodenglish.com)
18. 브랜드뉴데이아시아(Brandnewdayasia) 홈페이지 (brandnewday.asia)
19. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.co.th)
20. 아이지디아시아(IGDAsia) 홈페이지 (www.igd.com)
21. 방콕포스트(Bangkokpost) 홈페이지 (www.bangkokpost.com)
22. 넥스트샤크(Nextshark) 홈페이지 (nextshark.com)
23. 탑스(Tops) 홈페이지 (ma.tops.co.th)
24. 센트럴푸드리테일(Central Food Retail) 홈페이지 (corporate.tops.co.th)
25. 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter) 홈페이지 (www.thaismescenter.com)
26. 더마리타임이그제큐티브(TheMaritimeExecutive) 홈페이지 (www.maritime-executive.com)
27. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7eleven.co.th)
28. 세븐일레븐(7-Eleven) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/7ElevenThailand)
29. 씨피올(CPAll) 홈페이지 (www.cpall.co.th)
30. 리테일가제트(Retailgazette) 홈페이지 (www.retailgazette.co.uk)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 비비씨뉴스(BBC) 홈페이지 (www.bbc.co.uk)
32. 더선(TheSun) 홈페이지 (www.thesun.co.uk)
33. 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지 (familymart.co.th)
34. 아시안리뷰(Asian Review) 홈페이지 (asia.nikkei.com)
35. 태국 식품의약품청 (FDA) (www.fda.moph.go.th)
36. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
37. 태국 공중보건부 (www.moph.go.th)
38. 태국 농업협동조합부 (eng.moac.go.th)
39. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
40. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.10.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

