



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202201-14
품목	티백 조미료(Broth Pack)
HS CODE	2103.90-9030
국가	태국(Thailand)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 태국 부용 시장규모	06
2. 태국 조리용 재료 시장점유율	07
3. 태국 부용 시장점유율	08
4. 태국 티백 조미료 수입규모	09
5. 한국 티백 조미료 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 티백 조미료 경쟁제품, ‘샤브용 육수팩’ 1위	13
2. 국물용 조미료 성분 1위, ‘야채’	14
3. ‘파우더’, ‘큐브’ 등 고체 형태 조미료 선호	15
4. ‘한국’이 포함된 키워드 다수 발견	16
5. 태국 티백 조미료 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 태국 티백 조미료 유통채널 비교	19
2. 태국 티백 조미료 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 태국 티백 조미료 주요 온라인 유통채널	24
2. 태국 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널	30

VI. 진입장벽

1. 태국 티백 조미료 통관 및 검역 절차	41
2. 태국 티백 조미료 품질 인증	43
3. 태국 티백 조미료 라벨링	46
4. 태국 티백 조미료 성분 및 유해물질	53

VII. 수입·유통업체 인터뷰

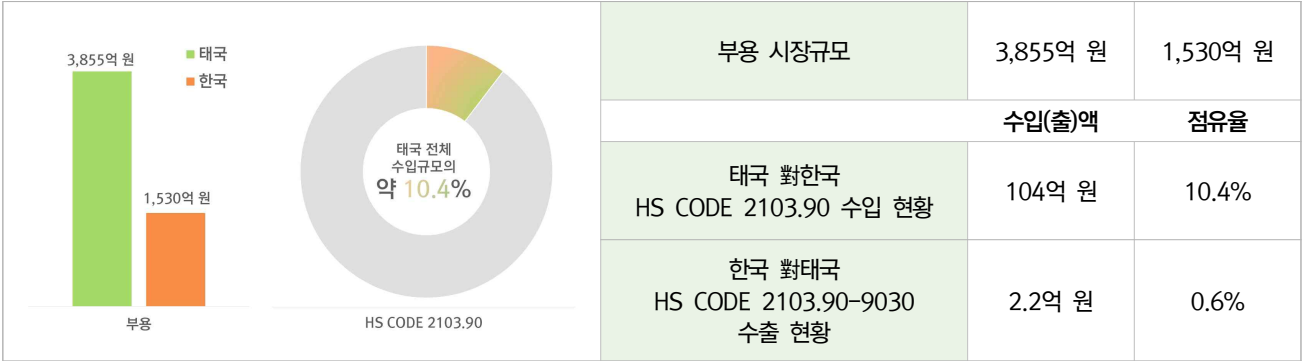
Interview ① 야오와랏샵(Yaowaraj Shop)	59
Interview ② 하두샵(Haadoo Shop)	61
Interview ③ 지두방마켓(JiduBanGmarket)	63

VIII. 시사점

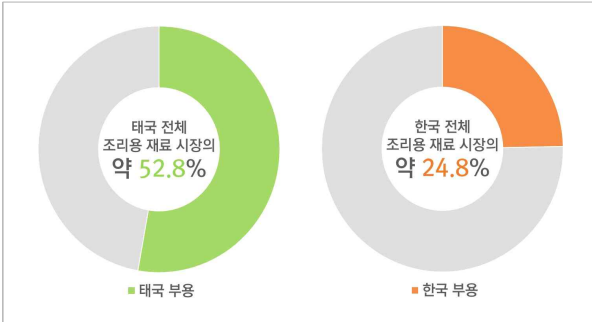
※ 참고문헌	68
--------	----

Summary

■ 수요 분석



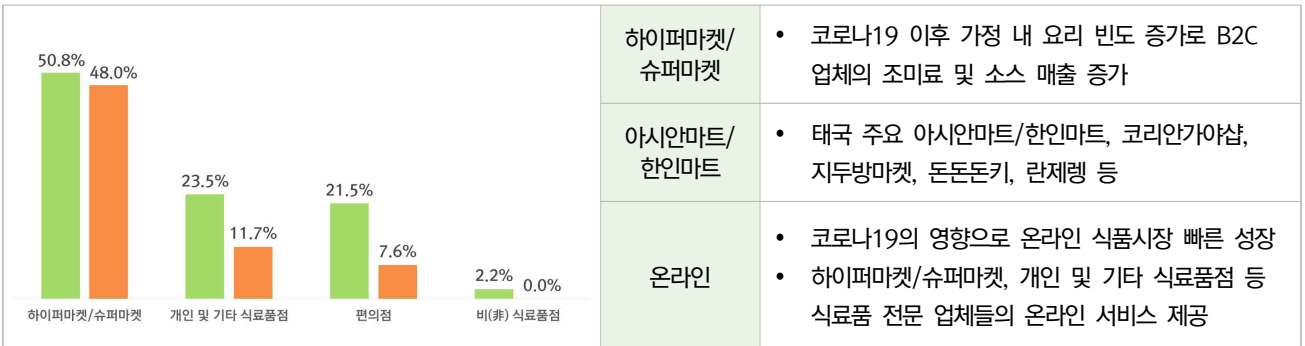
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증/사전등록	태국 식약청 등록 또는 통보 필수	조미료 및 시즈닝 수요	- 최근 태국 내 조미료 및 소스류 수요 증가 - 가격, 맛, 브랜드 등이 주요 구매요인
라벨링	태국어 표기 필수 외국어 병기 가능	고객사 제품 피드백	- 티백 형태에 대한 긍정적인 의견 - 고객사 제품 가격 다소 높은 편
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐	유통채널 및 홍보문구	- 조미료 유통에 대형마트 등 오프라인 채널 추천 100% 한국산 원재료로 만든 점 강조

■ 수입·유통업체 평가

■ 요약

Point 01.	- 태국 부용 시장 향후 5년(2021-2025)간 연평균 7% 성장 전망 - 코로나19의 영향으로 가정 내 조리 빈도가 늘어나 부용 시장 꾸준한 성장 예상되며, 건강한 식품 및 원재료에 대한 수요 존재
Point 02.	- 태국 내 한류의 인기로 한국 식품에 대한 수요와 인식 높은 편 - 고객사 제품 가격, 현지 경쟁제품 대비 다소 높은 편으로 시장 경쟁력 제고를 위해 가격 조정에 대한 고려 필요

II. 시장규모

1. 태국 부용 시장규모
2. 태국 조리용 재료 시장점유율
3. 태국 부용 시장점유율
4. 태국 티백 조미료 수입규모
5. 한국 티백 조미료 수출규모

1. 태국 부용 시장규모

태국 국가 일반 정보¹⁾

면적	51.3만km ²
인구	6,963만 명
GDP	5,436억 달러
GDP (1인당)	7,807달러

▶ 태국 부용 시장규모 약 3,855억원, '한국 시장 대비 2.5배 규모'

2020년 기준 태국 부용 시장규모는 약 3,855억 원으로, 약 1,530억 원을 기록한 한국 부용 시장의 약 2.5배 규모에 해당함. 태국 부용 시장은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 7%를 기록하며 꾸준한 성장세를 이어오고 있음

▶ 태국 부용 시장, 향후 5년간 연평균 7% 성장 예상

태국 부용 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 7% 성장하여 2025년 기준 약 5,213억 원 규모를 달성할 것으로 예상됨. 코로나19의 영향으로 가정 내 요리 빈도가 증가하였으나, 조미료는 요리에 소량씩 사용되어 구매빈도 및 비축 수요가 낮아 다른 품목 대비 성장률이 두드러지지 않은 것으로 조사됨. 다만, 가정식에 대한 수요가 높아지며 해당 시장이 꾸준히 성장할 것으로 기대됨²⁾³⁾

[표 2.1] 태국 '부용' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 바트



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '타백 조미료'는 공정과정을 통해 분말 형태의 원재료들을 타백에 담은 제품으로, 이에 따라 육류, 생선, 채소, 향신료 등을 넣고 맑게 우려낸 육수를 의미하며 스톡(stock)과 같은 의미인 '부용'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Thailand Country Report」, 2021.12

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 태국 조리용 재료 시장점유율

▶ 태국, ‘부용’ 시장점유율 52.8%, 한국 대비 비중 높아

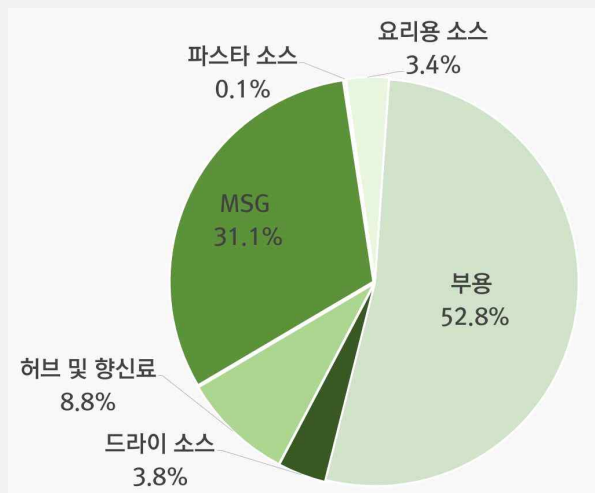
태국 부용 시장의 점유율을 확인하기 위하여 상위 시장인 조리용 재료의 세부 시장을 조사함. 태국 조리용 재료(7,297억 원) 세부 시장과 한국 조리용 재료(6,170억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘부용’의 점유율은 태국(52.8%)이 한국(24.8%)보다 높은 것으로 확인됨

태국에서는 부용 다음으로 MSG(31.1%), 허브 및 향신료(8.8%) 순으로 비중이 높았던 반면, 한국에서는 부용 다음으로 요리용 소스(23.0%), 드라이 소스(19.9%) 순으로 비중이 높았음. 태국에서는 단 맛, 신 맛, 매운 맛 등이 모두 들어가는 자극적인 음식에 대한 선호도가 높아 이에 따른 다양한 소스류가 판매되고 있음. 최근에는 중국식, 일본식 등 다양한 서양식 소스들이 수입 판매되면서 태국 내 부용 시장의 성장이 꾸준히 이어질 것으로 보임⁷⁾⁸⁾

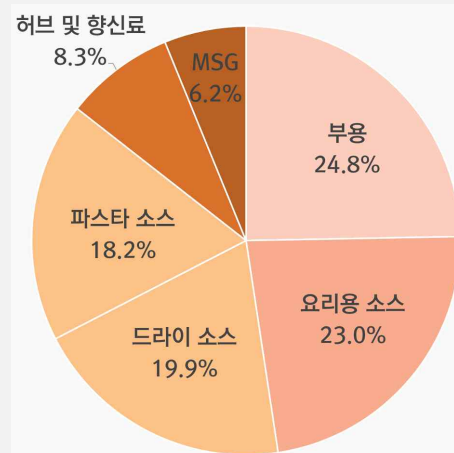
[표 2.2] 2020년 태국, 한국 ‘조리용 재료’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)

태국 조리용 재료 세부 시장



한국 조리용 재료 세부 시장



분류	조리용 재료					
	부용	드라이 소스	허브 및 향신료	MSG	파스타 소스	요리용 소스
태국	52.8	3.8	8.8	31.1	0.1	3.4
한국	24.8	19.9	8.3	6.2	18.2	23.0

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 유로모니터상 태국 조리용 재료 시장(7,297억 원)과 한국 조리용 재료 시장(6,170억 원)의 시장점유율을 나타냄

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Thailand Country Report」, 2021.12

9) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

3. 태국 부용 시장점유율

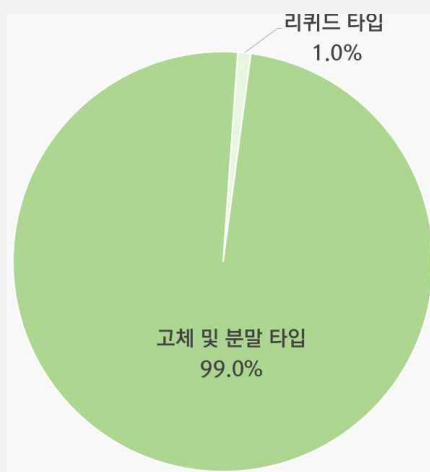
▶ 태국, ‘고체 및 분말 타입 부용’ 시장점유율 99.0%

태국 부용(약 3,855억 원) 세부 시장과 한국 부용(약 1,530억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘고체 및 분말 타입 부용’의 점유율은 태국에서 99.0%로, 72.9%인 한국에서보다 높은 수준인 것으로 확인됨. 태국에서 유통되는 부용 제품 중에서는 보관이 간편하고 유통기한이 비교적 긴 고체 및 분말 타입의 부용이 압도적으로 높아, 고객사 티백 조미료에 대한 선호도 또한 높을 것으로 기대됨¹⁰⁾

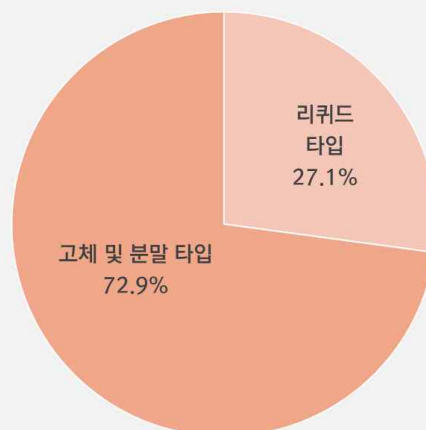
[표 2.3] 2020년 태국, 한국 ‘부용’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

태국 부용 세부 시장



한국 부용 세부 시장



분류	부용	
	고체 및 분말 타입	리퀴드 타입
태국	99.0	1.0
한국	72.9	27.1

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 태국 부용 시장(약 3,855억 원)과 한국 부용 시장(약 1,530억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 태국 티백 조미료 수입규모

HS CODE 2103.90

조사대상품 '타백 조미료'는 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자로 규정된 제 2103호에 속하며, 이에 '기타에 해당하는 HS CODE 2103.90 을 지표로 선정함

▶ 태국 HS CODE 2103.90 對글로벌 수입액, 약 1,000억 원

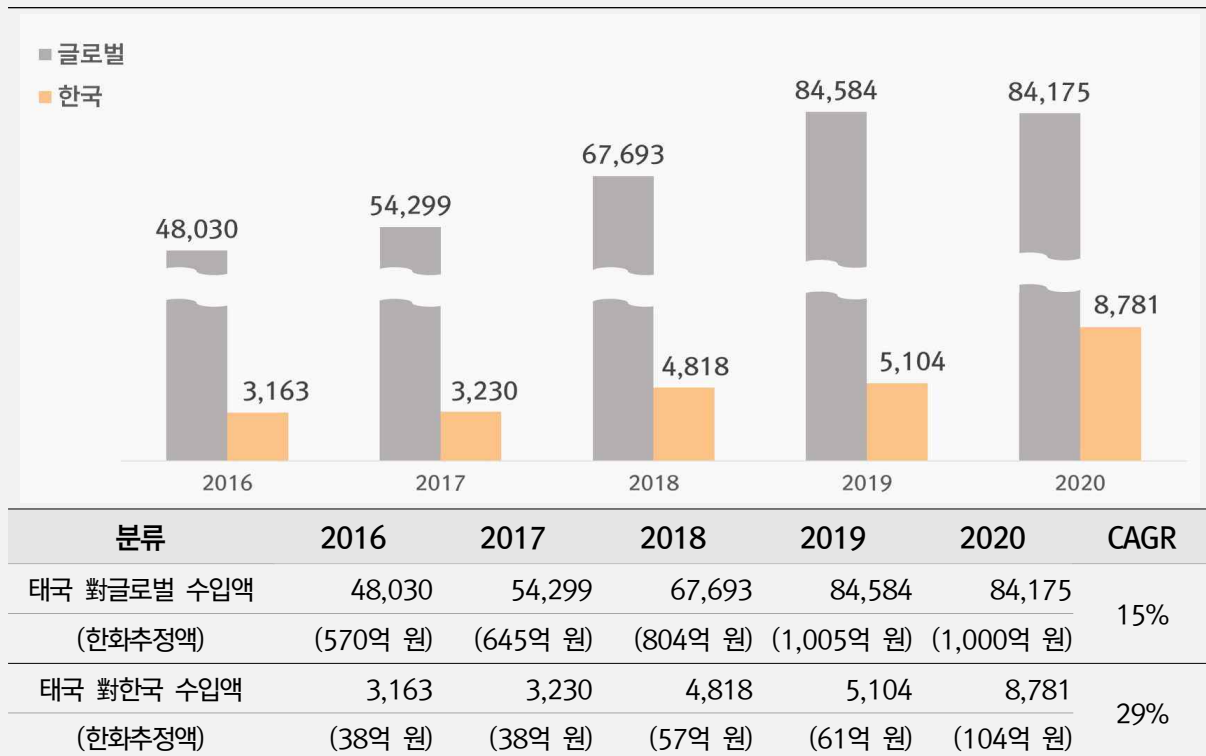
2020년 기준 태국 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 1,000억 원으로 확인됨. 앞선 4년(2016~19년)간 對글로벌 수입액은 매년 두 자릿수 성장률을 기록했으나, 2020년에는 전년도와 비슷한 규모를 유지함. 지난 5년(2016~20년)간 연평균성장률은 15%로 집계됨

▶ 태국 HS CODE 2103.90 수입액 중 한국산 점유율 3위

2020년 기준 태국 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 72% 증가한 약 104억 원으로, 점유율 10.4%를 기록하며 3위를 차지함. 對한국 수입액은 지난 5년(2016~20년)간 꾸준히 성장했으며, 2018년 기준 전년 대비 49% 성장함. 對글로벌 수입액 점유율 기준 1위 일본(약 205억 원, 20.5%), 2위 중국(약 191억 원, 19.1%), 3위 한국, 4위 말레이시아(약 100억 원, 10.1%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 태국 HS CODE 2103.90 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.90 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,187.70원(2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 티백 조미료 수출규모

HS CODE 2103.90-9030

조사제품 '티백 조미료'에 해당하는 HS CODE 2103.90-9030(혼합조미료)의 한국 수출 규모, 對태국 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 5년간 연평균 9% 성장

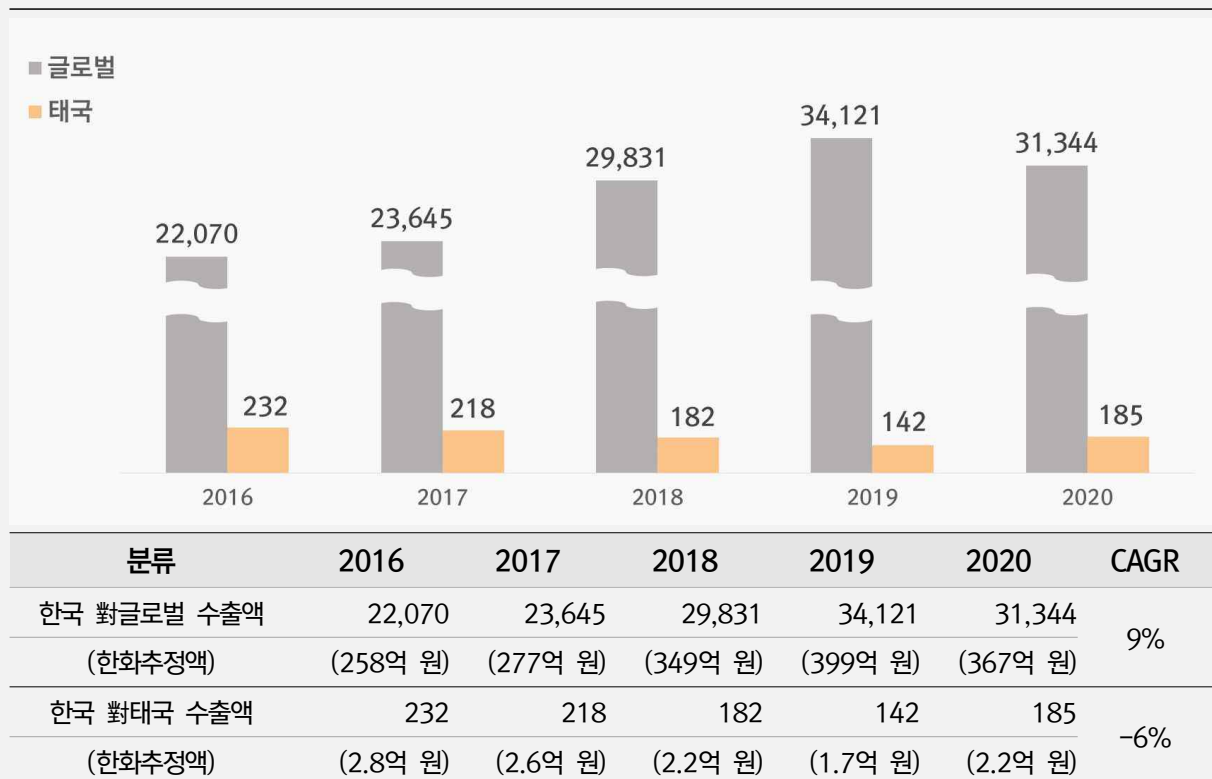
2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對글로벌 수출액은 약 367억 원으로 집계됨. 최근 4년(2016-19년)간 對글로벌 수출액은 전년 대비 증가세를 이어왔으나, 2020년 기준 전년 대비 8% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 9%로 집계됨

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 對태국 점유율 0.6%

2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對태국 수출액은 약 2.2억 원으로, 점유율 0.6%로 16위를 기록함. 최근 對태국 수출액은 감소세가 이어져 지난 5년(2016-20년)간 연평균 6% 감소하였으나, 2020년 기준 약 30% 큰 폭으로 증가하였음. 점유율 기준 1위 미국(약 75억 원, 20%), 2위 싱가포르(약 65억 원, 18%), 3위 일본(약 60억 원, 16%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2103.90-9030 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 티백 조미료 경쟁제품, '샤브용 육수팩' 1위
2. 국물용 조미료 성분 1위, '야채'
3. '파우더', '큐브' 등 고체 형태 조미료 선호
4. '한국'이 포함된 키워드 다수 발견
5. 태국 티백 조미료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 태국 온라인매장 입점 티백 조미료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 티백 조미료(แพ็คเกจน้ำซุป)
- 데이터 수집량 : 934건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인매장

▶ 태국 온라인매장 입점 티백 조미료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 성분 ③ 제형 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
경쟁 제품	샤브용 육수팩	ชาบู	177	맛다시	dashi	35
	미소 된장	มิโสะ	80	간편조리 육수팩	ซุปสำเร็จรูป	17
	조미 파우더	ผงปรุง	52	튀거용 육수팩	ซุปสุกี่หม่าล่า	12
	마라 소스	หม่าล่า	35	(-)	(-)	(-)
성분	야채	ผัก	163	돼지고기	หมู	44
	버섯	เห็ด	95	소 뼈	กระดูกวัว	43
	소고기	วัว	73	해산물	ซีฟู้ด	19
	닭고기	รสไก่	52	미역	รสสาหร่าย	11
제형	파우더	ผง	221	액상	ซุปน้ำ	49
	큐브	ซุปก้อน	101	농축액	น้ำข้น	10
홍보문구	경제적인	เก็บเงิน	504	한국 음식	อาหารเกาหลี	20
	한국식	korea style	40	유전자변형식품 미첨가	non gmo	19
	쉽게	อร่อยง่ายๆ	34	할랄	ฮาลาล	12
	합성착향료 미첨가	ไม่มีผงชูรส	34	간단하게	ง่ายเพียง	1

1. 티백 조미료 경쟁제품, ‘샤브용 육수팩’ 1위

▶ 태국 조미료 시장, 일본 기업 다수 진출

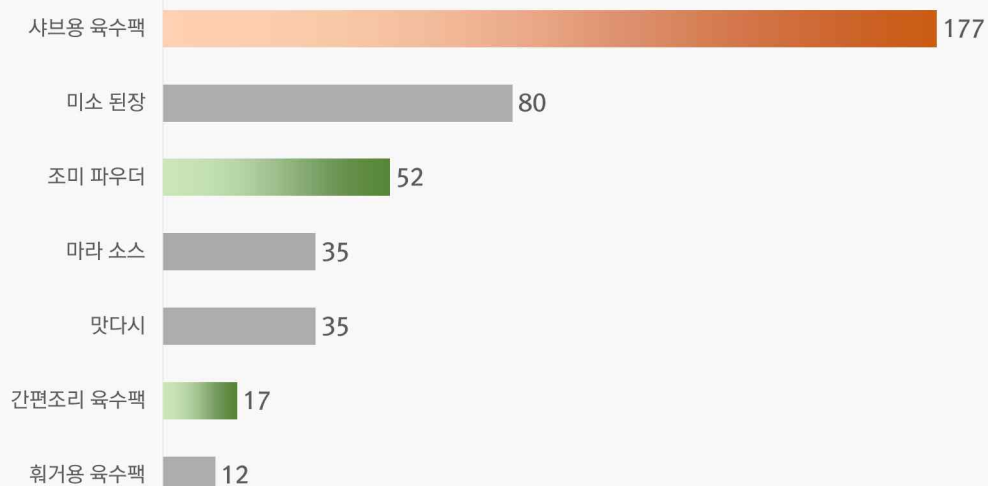
- ‘샤브용 육수팩’ 경쟁 제품 키워드 빈출량 177건으로 1위
- ‘미소 된장’, ‘맛다시’ 등 일본식 조미료 빈출
- 강한 향신료가 특징인 중국식 마라탕, 휘거용 국물 소스도 인기

▶ 한국산 경쟁 제품 ‘간편조리 육수팩’, 6위

- ‘간편조리 육수팩’ 경쟁 제품 관련 키워드 수 17건으로 6위
- 원문 추적 결과, 데우는 것으로 요리가 완성되는 간편 제품으로 소개

1위 샤브용 육수팩		3위 조미 파우더		6위 간편조리 육수팩	
					
제품명	블랙 샤브샤브 수프	제품명	국수용 시즈닝 파우더 돼지고기 맛	제품명	사골곰탕
브랜드	퓨어 푸드(Purefoods)	브랜드	로스디(RosDee)	브랜드	비비고(Bibigo)
용량 및 가격	100g / ₩38(1,338원) ¹⁷⁾	용량 및 가격	165g / ₩42(1,478원)	용량 및 가격	500g / ₩119(4,189원)

[표 3.1] 태국 티백 조미료 경쟁제품 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘티백 조미료’ 관련 게시물 934건 분석

17) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 국물용 조미료 성분 1위, ‘야채’

▶ 국물용 조미료 성분 관련 키워드 ‘야채’ 최다 빈출

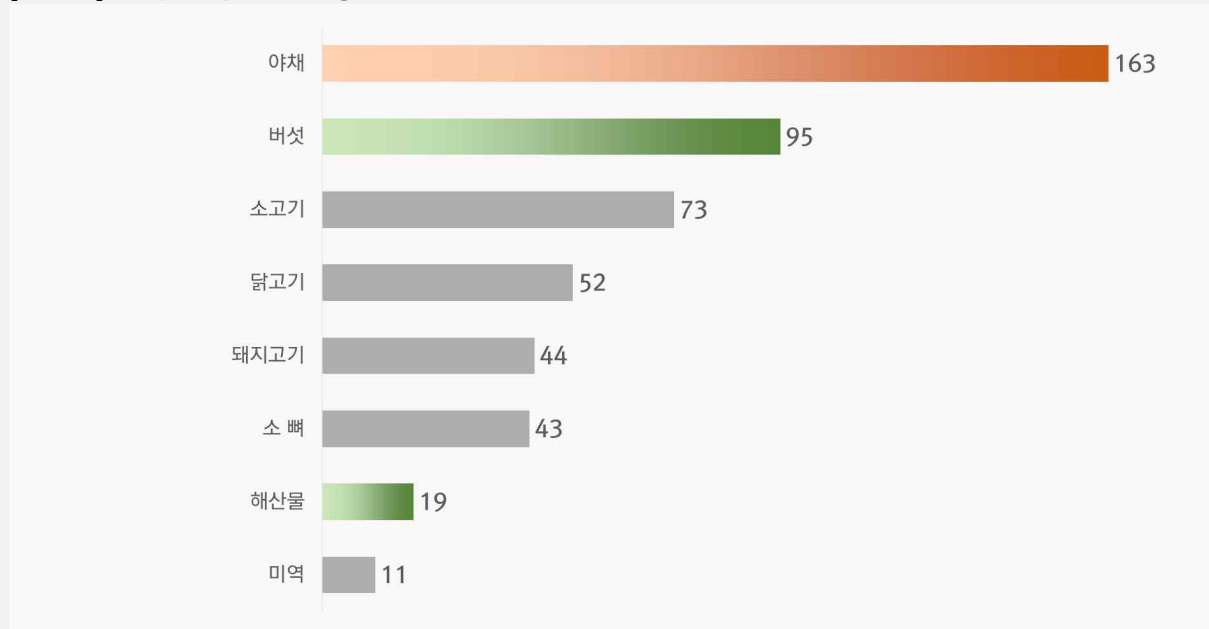
- ‘야채’ 키워드 빈출량 163건으로 압도적 1위
- 원문 추적 결과, 고기 잡내 제거용 약재를 비롯한 식물성 국물용 조미료 다수 빈출

▶ 티백 조미료 주성분 ‘버섯’, ‘해산물’도 인기

- ‘버섯’ 키워드 빈출량 95건, ‘해산물’ 빈출량 19건으로 각각 2, 7위
- 원문 추적 결과, 태국에 진출한 한국산 티백 조미료 제품 중 해산물 3건, 버섯 1건, 야채 1건 발견

1위 야채		2위 버섯		7위 해산물	
					
제품명	야채 다시팩	제품명	천연 버섯 육수팩	제품명	해물 국물내기 티백
브랜드	해표(Haepyo)	브랜드	한생원(Hansaengwon)	브랜드	청정원(Chungjungone)
용량 및 가격	15g*10 / ₩711(25,027원)	용량 및 가격	5g*20 / ₩868(30,554원)	용량 및 가격	9g*8 / ₩652(22,950원)

[표 3.2] 태국 티백 조미료 성분 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 '티백 조미료' 관련 게시글 934건 분석

3. ‘파우더’, ‘큐브’ 등 고체 형태 조미료 선호

▶ ‘파우더’ 제형의 조미료, 성분 관련 키워드 빈출 1위

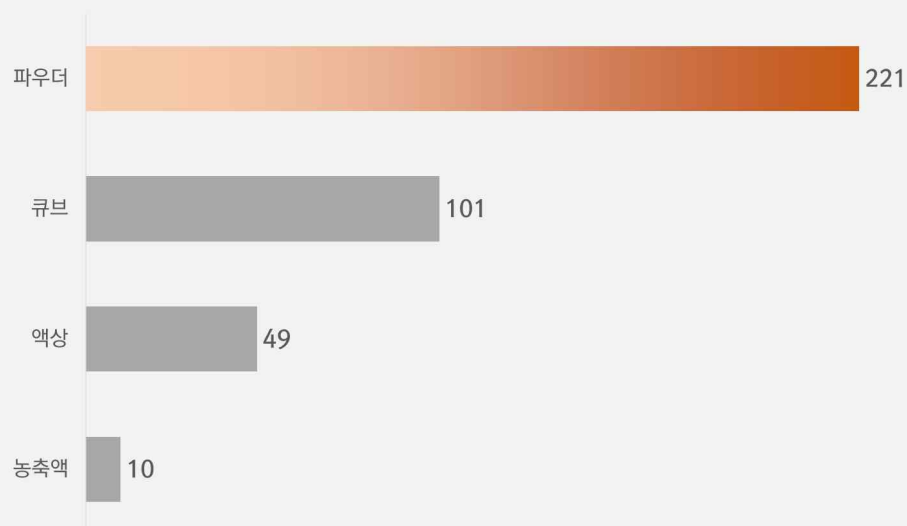
- ‘파우더’ 키워드 빈출 수 221건으로, 2위 키워드와 두 배 차이로 1위
- 액체 형태의 조미료 제형, ‘액상’ 49건과 ‘농축액’ 10건 빈출
- 원문 추적 결과, 태국 소비자 고체 형태의 국물용 조미료에 친숙

▶ 티백 조미료와 가장 비슷한 형태의 ‘국수 기계’

- ‘국수 기계’라는 의미의 키워드 ‘เครื่องต้มน้ำก๋วยเตี๋ยว’, 주로 국수용 국물을 낼 때 사용
- 1회 분량의 조미료가 소분되어 있으나, 티백 형태는 아닌 것으로 확인

1위 파우더		2위 큐브		3위 액상	
					
제품명	시즈닝 파우더 치킨 맛	제품명	치킨 스톡 큐브	제품명	오징어 액젓
브랜드	로스디(RosDee)	브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	스퀴드(Squid Brand)
용량 및 가격	75g / ₩13(458원)	용량 및 가격	80g*6 / ₩114(4,013원)	용량 및 가격	300ml / ₩49(1,725원)

[표 3.3] 태국 티백 조미료 제형 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘티백 조미료’ 관련 게시물 934건 분석

4. ‘한국’이 포함된 키워드 다수 발견

▶ 홍보문구 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘경제적인’

- ‘경제적인’ 키워드 빈출 수 504건으로 압도적 1위
- 원문 추적 결과, 합리적인 가격으로 맛을 내는 조미료에 긍정적 인식

▶ ‘이국적인 음식 쉽게 조리 가능한’ 홍보문구 주목

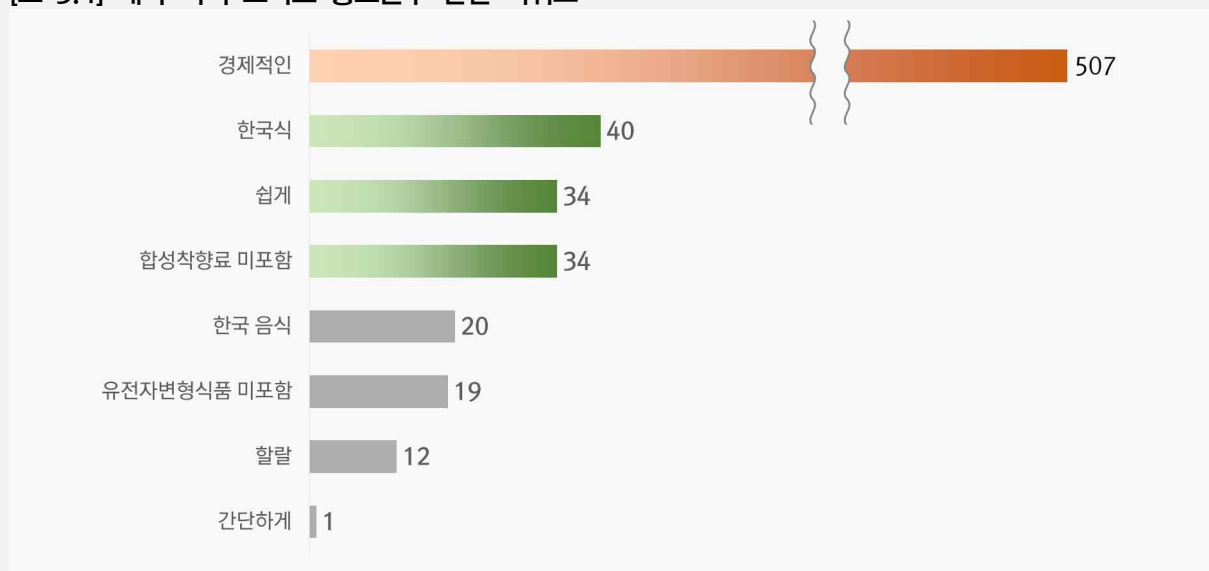
- ‘한국식’ 키워드 빈출 수 40건, ‘쉽게’ 빈출 수 34건 빈출
- 원문 추적 결과, 냉면 육수와 같이 구체적인 한국식 요리를 손쉽게 만들 수 있는 조미료 다수 빈출

▶ 건강에 관심 많은 태국 소비자

- ‘합성착향료 미첨가’ 키워드 빈출 수 34건으로 4위
- ‘유전자변형식품 미첨가’ 키워드 또한 19건 빈출로 6위

2위 한국식		3위 쉽게		4위 No MSG	
					
제품명	냉면 육수 동치미맛	제품명	즉석 마라탕 육수	제품명	클린푸드 시즈닝 파우더
브랜드	맛스레	브랜드	하이드라오(Haidilao)	브랜드	나이즈(NIZE)
용량 및 가격	335ml / ₩35(1,232원)	용량 및 가격	150g / ₩39(1,373원)	용량 및 가격	150g / ₩160(5,632원)

[표 3.4] 태국 티백 조미료 홍보문구 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘티백 조미료’ 관련 게시글 934건 분석

5. 태국 티백 조미료 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 손쉽게 육수가 우러나는 천연담아 명품다시팩

- 홍보문구 3위 '쉽게' 활용
- 해산물 육수를 활용한 요리를 만드는 소비자에게 어필 가능

▶ 컨셉 ② _ 고명으로 재사용 가능해 경제적인 천연담아 명품다시팩

- 홍보문구 1위 '경제적인'과 고명으로 재사용 가능한 제품 특징 결합
- 합리적인 소비 중요시하는 태국 소비자 맞춤 어필

▶ 컨셉 ③ _ 무첨가 제품으로 건강하게 즐기는 천연담아 명품 다시팩

- 홍보문구 4위 'No MSG'와 6위 'Non GMO' 활용
- 건강 생각하는 태국 소비자에게 천연 원료로 만든 고객사 제품 어필

제형	성분	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
파우더	해산물	경제적인	6건	→ [해산물] 후레이크를 고명으로 재사용 가능한 제품으로 [파우더]형 조미료보다 [경제적인] 천연담아 명품다시팩
농축액	해산물	쉽게	5건	→ [농축액]보다 [쉽게] 간을 맞출 수 있는 [해산물] 조미료 천연담아 명품다시팩
(-)	미역	Non-GMO	5건	→ [유전자 변형 식품이 아닌] 자연에서 얻은 [미역]이 들어간 천연담아 명품다시팩
(-)	해산물	쉽게	2건	→ 집에서 [손쉽게] [해산물] 육수를 낼 수 있는 천연담아 명품다시팩
(-)	해산물	경제적인	2건	→ [해산물] 육수 내기에 꼭 필요한 재료로만 구성해 더욱 [경제적인] 천연담아 명품다시팩

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 태국 티백 조미료 유통채널 비교
2. 태국 티백 조미료 유통채널 특징

1. 태국 티백 조미료 유통채널 비교

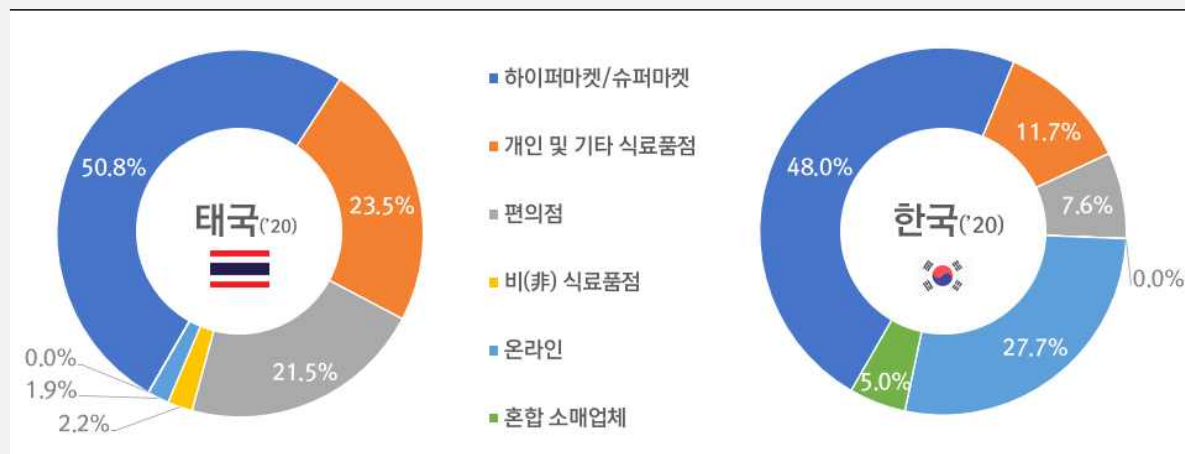
▶ 태국 티백 조미료 유통채널, 개인 및 기타 식료품점 및 편의점이 큰 비중 차지

2020년 태국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 유통은 현대적 유통채널인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘편의점’이 점유율 기준 상위 3개 채널 중 2개를 차지하며, 태국 식품 유통의 현대화가 어느 정도 이뤄진 것을 확인할 수 있음. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 태국에서 50.8%, 한국에서 48.0%로 유사한 비중을 차지했으나, 전통적 유통채널인 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 태국(23.5%)이 한국(11.7%) 대비 약 2배 높았던 것으로 확인됨. ‘편의점’을 통한 유통 또한 태국(21.5%)에서 한국(7.6%) 대비 활발하게 이루어진 것으로 조사됨

▶ 태국 티백 조미료 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 태국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.9%로, 한국의 27.7% 대비 크게 낮아 아직 티백 조미료의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 보임

[표 4.1] 태국 티백 조미료 소매유통채널 점유율



태국 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁸⁾¹⁹⁾ 비교²⁰⁾

태국	유형	한국
50.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%
23.5%	개인 및 기타 식료품점 ²¹⁾	11.7%
21.5%	편의점	7.6%
2.2%	비(非) 식료품점 ²²⁾	0.0%
1.9%	온라인	27.7%
0.0%	혼합 소매업체	5.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 태국 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임

19) ‘티백 조미료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

20) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

21) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

22) 본 보고서에서 비(非) 식료품점은 드럭스토어를 포괄함

2. 태국 티백 조미료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 엑-차이디스트리뷰션시스템

태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 엑-차이디스트리뷰션시스템(Ek-Chai Distribution System)은 2020년 기준 전체 매출액 4,079억 900만 바트(약 14조 3,584억 원²³⁾)의 35.2%를 점유했으며, 빅씨수퍼센터(Big C Supercenter)는 전체 매출액의 18.5%를 차지함

▶ 태국 슈퍼마켓, 코로나19 이후 태국 전통 조미료 매출 증가세²⁴⁾²⁵⁾

코로나19 이후 태국 소비자들의 소비패턴이 대량의 상품을 월 2-3회 구매하는 것에서 소량의 상품을 인근에서 자주 구매하는 것으로 변화하며, 태국의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업은 주거지역과 가까운 곳에 소규모의 매장을 추가하는 데 집중함. 슈퍼마켓의 주요 이용 고객은 중상류층으로 코로나19의 영향을 적게 받은 편임. 코로나19로 인해 외식 빈도가 크게 줄어들어 가정에서 직접 조리하는 소비자가 증가하여 B2C 업체의 조미료 및 소스 매출이 성장함. 다만, 집에서 직접 요리하는 경우, 대부분이 태국 음식에 국한되어 있어 파스타 소스, 와사비 등 이국적인 조미료의 매출은 크게 늘어나지 않은 것으로 확인됨

[표 4.2] 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	엑-차이디스트리뷰션시스템 (Ek-Chai Distribution System)	35.2%	테스코로터스(Tesco Lotus) ²⁷⁾ , 탈라드로터스(Talad Lotus)
2	빅씨수퍼센터 (Big C Supercenter)	18.5%	빅씨 (Big C)
3	센트럴리테일 (Central Retail)	8.3%	탑스(Tops), 센트럴푸드홀(Central Food Hall)
4	푸드랜드수퍼마켓 (Foodland Supermarket)	1.7%	푸드랜드 (Foodland)
5	더몰그룹 (The Mall Group)	1.4%	고메마켓(Gourmet Market), 홈프레시마트(Home Fresh Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03

26) 태국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

27) 엑-차이디스트리뷰션시스템이 운영하는 테스코로터스는 2021년 2월 이후 영국 테스코(Tesco)에서 경영권이 완전히 이전된 상태로, 현재

2) 아시안마트/한인마트

▶ 태국 주요 한인마트, 코리안가야샵, 지두방마켓

태국 주요 아시안마트/한인마트 업체에는 코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-Market), 돈돈돈키(Don Don Donki), 란제렝(Ranjaeleng) 등이 있음. 코리안가야샵은 2016년 5월 오픈한 한인마트로, 한인마트 최초로 태국 내에서 전자상거래 업체로 등록함. 지두방마켓은 방콕에 위치한 아시안마트로, 방콕에서 가장 큰 규모의 한인마트였던 케이마켓(K-Market)이 폐점한 뒤 같은 자리에 설립됨. 지두방마켓은 매장 내에 분식점, 카페를 운영하고 있으며 한국 식료품 외에도 한국 배우, 아이돌 관련 상품도 판매 중임. 돈돈돈키는 일본 유명 드럭스토어 돈키호테의 태국 지점으로, 식품과 생활용품, 화장품 등을 주로 취급함. 일본인이 많이 거주하는 톱로(Thinglor)에 위치하고 있으며 24시간 운영한다는 것이 주요 특징임. 란제렝은 태국 도소매 유통업체 에이&제이뷰티프로덕트의 자회사로, 한국, 일본, 중국산 식료품을 주로 취급하며 한국식 분식점을 함께 운영하고 있음

[표 4.3] 태국 주요 아시안마트/한인마트 업체

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)
1	코리안가야샵 (Korean Gaya Shop)	2016년	1개
2	지두방마켓 (JidubanG-Market)	2018년	1개
3	돈돈돈키 (Don Don Donki)	2019년	2개
4	란제렝 (Ranjaeleng)	(-)	1개

자료: 기업 홈페이지

3) 온라인

▶ 태국 주요 온라인 유통채널, 라자다 및 씨

태국 주요 온라인 유통채널 라자다(Lazada)는 2020년 기준 온라인 유통채널 매출액 2,655억 1,800만 바트(약 9조 3,462억 원)의 12.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 씨(Sea)는 2020년 전체 매출액의 6.0%를 점유했으며 산하에 쇼피(Shopee) 1개 브랜드를 보유함

▶ 온라인 쇼핑, 코로나19 이후 필수품으로 자리매김해²⁸⁾

최근 꾸준히 성장세를 보인 태국 온라인 식품시장은 코로나19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 약 32% 증가함. 이러한 성장의 주요 요인에는 변화한 소비자의 수요에 발맞추기 위한 식료품 전문 매장을 비롯한 각종 식품 제조업체들의 온라인 플랫폼 진출, 음식 전문점의 배달 서비스 제공 업체 증가 등 각종 온라인 채널의 증가 및 활성화 등이 있는 것으로 분석됨. 배달 서비스의 경우, 현지의 주요 SNS 채널인 라인(LINE)에서 출시한 음식 배달 서비스 플랫폼인 라인맨(LINE MAN)이 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전용 식료품 배달 서비스 플랫폼인 라인맨마트(LINE MAN Mart) 출시를 예고하는 등 이후로도 더욱 다양한 업체가 등장할 것으로 보임. 이에 라자다 등 기존의 선두 기업 및 신생 기업의 적극적인 확장이 지속될 것으로 보이며, 향후 전반적인 온라인 식품시장의 성장에 주목할만함

[표 4.4] 태국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	라자다 (Lazada)	12.5%	라자다 (Lazada)
2	씨 (Sea)	6.0%	쇼피 (Shopee)
3	아마존 (Amazon)	2.3%	아마존 (Amazon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 한국농수산식품유통공사(aT), 「포스트코로나 대비 태국 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

29) 태국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 태국 티백 조미료 주요 온라인 유통채널
2. 태국 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널

1. 태국 티백 조미료 주요 온라인 유통채널 ① 라자다

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)	 Lazada
	홈페이지	www.lazada.co.th	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	3,881만 회
		앱다운로드수('20)	480만 회
		매출('20)	7,172억 8,900만 위안 (약 131조 3,500억 원 ³⁰⁾) ³¹⁾
		운영방식	온라인마켓

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별/시즌별/카테고리별/결제수단 연계 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 상단 Sell On Lazada 클릭 후 LAZGLOBAL 선택하여 계정 생성 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 공급업체 지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) • 문의사항 연락처 - 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact)

자료: 라자다(Lazada) 태국, 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라자다(Lazada) 태국

30) 1위안=186.26원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

31) 모회사인 알리바바(Alibaba)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 라자다 라이브업
가입 시 쇼핑, 엔터, 교통, 음식 배달 등의 서비스를 하나의 서비스처럼 이용할 수 있으며 정기 배달권과 영화권 제공

2. 인기상품 게재
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

3. 수수료
판매자는 상품 판매 시 8~10% 가량의 판매 수수료를 제외한 금액을 정산받음



4. 간편한 셀러가입
한국 셀러 전용 물류 서비스(LGS) 운영 중이며, 1번 가입으로 동남아 6개국 플랫폼 동시 가입

5. 후불제 시스템
신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건내는 후불제 시스템(COD) 존재

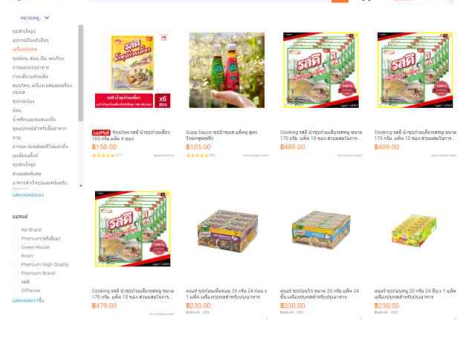
QR코드를 통해 어플 연동 검색 가능
영어 지원

온라인몰 UI ②

Lazada - 제품 구매 페이지

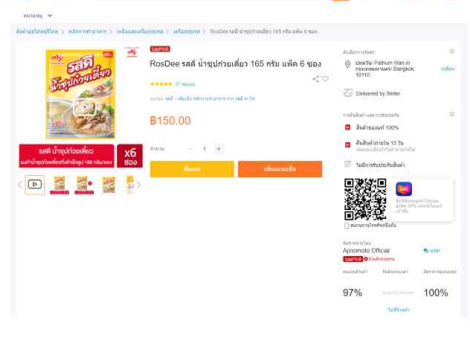
'티백조미료' 제품 검색 결과

'조미료'로 검색결과 노출
브랜드, 배송 및 결제 옵션, 가격별로 세분화 분류 기능 제공



'티백조미료' 구매 페이지

티백조미료 제품 無, 분말형 제품 다수
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 라자다(Lazada) 태국

사진 자료: 라자다(Lazada) 태국

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³³⁾	용량	이미지
1	조미분말	청정원 (Chungjungwon)	아한까울리습사브레룸잠뽕 (อาหารเกาหลี ซุปสำเร็จรูปจัมปอง)	한국	189바트 (약 6,652원)	96g	
2	조미육수	시피 (ซีพี)	쑤차부 (ซีพีซุปขาว)	태국	170바트 (약 5,984원)	200ml	
3	조미육수	이지스프 (Easy Soup)	꼬나쑤콤쿤 (ก๋วยเตี๋ยวเข้มข้น)	태국	170바트 (약 5,984원)	1.5L	
4	조미분말	다시다 (Dashida)	풍다치 (ผงดาชิ) *멸치, 소고기 등	한국	174바트 (약 6,124원)	100g	
5	조미큐브	크노르 (Knor)	슴칸뜨랍니예 (ซุปก้อน รสเนื้อ) *소고기 등	영국	186바트 (약 6,547원)	20g * 48개입	
6	티백조미료	-	크렘켓뽕남습 (เครื่องเทศต้มยำกุ้ง)	태국	85바트 (약 2,992원)	10개입	
7	티백조미료	-	크렘켓뽕남습코이티우느어 (เครื่องเทศต้มยำกุ้งถ้วยเดียวเนื้อ)	태국	17바트 (약 598원)	1개입	

자료: 태국 라자다(Lazada) 티백조미료 제품 조사

사진 자료: 태국 라자다(Lazada) 티백조미료 제품 조사

32) 조사일(2021.12.31.) 기준 태국 라자다(Lazada) 티백조미료 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

33) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.co.th		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	5,180만 회	
		앱다운로드수('20)	60만 회	
		매출('20)	43억 7,000만 달러(약 5조 1,112억 원 ³⁴⁾) ³⁵⁾	
		운영방식	온라인마켓	



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별/시즌별/카테고리별 할인 이벤트, 코인 리워드, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 (shopee.kr) - 쇼피 싱가포르 입점 후 상품등록 완료 기준 충족 시 태국, 말레이시아, 베트남 쇼피에 샵 자동 생성 - '입점 신청' 클릭 후 셀러 계정 생성 - 계정 생성 시 필요한 정보 ① 사업자 번호 ② 이메일 및 연락처 - 상품 상세설명명은 반드시 영어로 작성해야 함 - 페이오니아 계좌 연동 가능해야 함 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 전화번호 (쇼피 태국): +66-2017-8399 - 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/เราจะติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร) - 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 정보 확인 가능 (seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)

자료: 쇼피(Shopee) 태국, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 태국

34) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

35) 모회사인 씨(Sea)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 환불제시스템

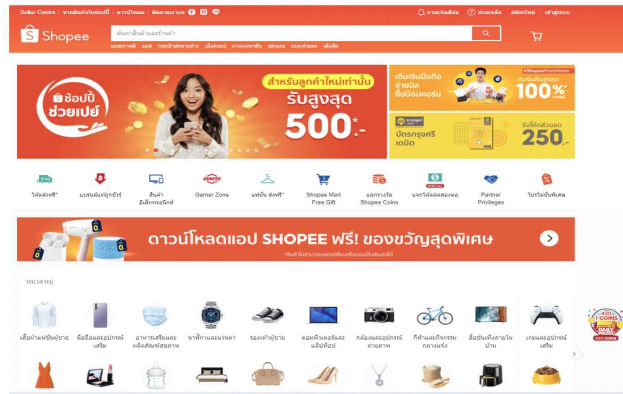
신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건네는 후불제 시스템(COD)존재

2. 모바일 중심 서비스

쇼핑 어플과 SNS를 통한 제품, 프로모션 공유 및 판매자 플로우 기능 제공

3. 인기상품제

방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시



4. 국제배송

태국 전역과 아세안 일부 국가로 배송 가능

5. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제

세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
영어 지원

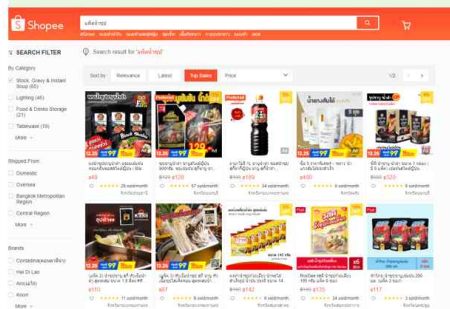
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'티백 조미료' 제품 검색 결과

'조미료'로 검색결과 노출

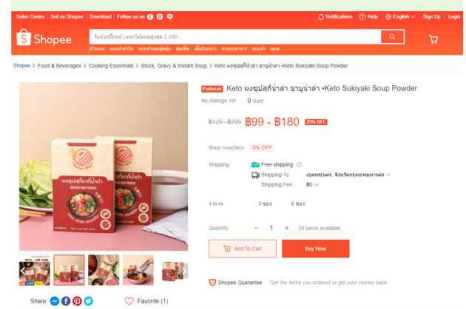
배송옵션, 브랜드, 원산지별로 세분화 분류 기능 제공



'티백 조미료' 구매 페이지

티백 조미료 제품 無, 분말, 액상형 제품 다수

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능
할인가로 판매되는 제품 다

자료: 쇼피(Shopee) 태국

사진 자료: 쇼피(Shopee) 태국

온라인 매장 입점 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	티백조미료	크로플로 (เครื่องพะโล้)	크렘테고롬뚝남숨괘이띠우 (เครื่องเทศ เครื่องต้มยำน้ำซุปถ้วยเดียว) *소고기, 계피, 표고버섯 등	태국	149바트 (약 5,244원)	10개입	
2	티백조미료	띠센혼 (ดีแสนหอม)	띠센혼생시슴 (ดีแสนหอม(ซองสี่เหลี่ยม))	태국	55바트 (약 1,936원)	26g * 3개입	
3	티백조미료	키노키와미 (KINNOKI WAMI)	다시팩 (Dashi Pack) *가쓰오부시, 다시마, 표고버섯 등	일본	273바트 (약 9,609원)	8.3g * 7개입	
4	티백조미료	해표 (Haepyo)	다시팩스프스톡백시리즈 (Dashi Pack Soup Stock Bag Series)	한국	1,974바트 (약 6만 9,484원)	15g * 10개입	
5	티백조미료	곰곰 (Gomgom)	다시팩앤초비&씨푸드 포코리안스튜 (Dashi Pack Anchovy & Seafood For Korean Stew)	한국	1,188바트 (약 4만 1,817원)	16g * 20개입	
6	티백조미료	에이원 (A1)	박컷테인그리디언트팩 (Bak Kut The Ingredient Pack)	말레이 시아	391바트 (약 1만 3,763원)	20g	
7	티백조미료	키레이 이마무라야마 (Kirei Imamurayama)	재팬플라이피쉬다시팩실버 (Japan Flying Fish Dashi Pack Silver)	일본	1,974바트 (약 6만 9,484원)	7.5g * 7개입	

자료: 태국 쇼피(Shopee) 티백조미료 제품 조사

사진 자료: 태국 쇼피(Shopee) 티백조미료 제품 조사

36) 조사일(2021.12.31.) 기준 태국 쇼피(Shopee) 티백조미료 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 태국 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널 ① 빌라마켓

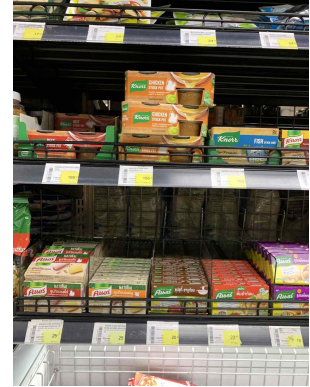
기업 기본 정보	기업명	빌라마켓(Villa Market)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	shop.villamarket.com			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 34개			
	기업 요약	• 1974년 설립됨 • 전세계에서 약 3,000여 가지의 식품을 직접 수입하여 판매함 • 온라인과 오프라인의 판매 시 가격이 별로 차이 나지 않고, 품목 또한 거의 일치함 • 신선한 제품, 유기농, 특색 있는 수입 식품 등을 선호함			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30대~50대	소득수준	중상류층
방문매장 정보	영업시간	24시간 영업			
	주소	591 1, 4-7 Sukhumvit Rd, Khlong Toei Nuea, Watthana, Bangkok 10110			
	상권	엠포리엄 백화점 및 엠콰이어 백화점, 그리고 지상철과 가까워 유동인구 많음			
	VMD	취급 브랜드	크노르(Knorr), 렉스(Rex), 치마야(ชิมาย่า), 카네치지(คะเนชิจิ)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 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) - 담당 부서 직원이 이메일 리뷰 후 회신 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-02-055-1000(Ext.003) - 이메일: commercial@villamarket.com			

자료: 빌라마켓(Villa Market), 미국농무부(USDA), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 빌라마켓(Villa Market) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



태국 빌라마켓 현지 매장에서는 조미료 제품을 제조사, 제품 형태, 맛 등으로 나누어 상온 매대에 진열하고 있음. 독일과 일본 브랜드가 다수 확인되었으며, 조사 시점 기준 한국산 조미료 제품은 판매하지 않고 있었음

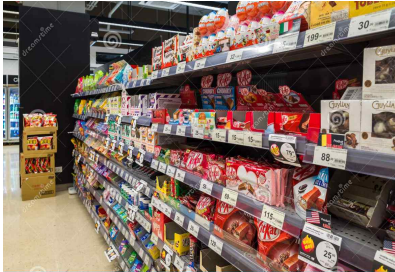
사진 자료: 빌라마켓(Villa Market) 현지 매장 방문

오프라인 매장 입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	큐브 조미료	크노르 (Knorr)	피쉬스톡큐브 (Fish Stock Cube) *대구, 양파	영국	165바트 (약 5,808원)	80g	
2	큐브 조미료	크노르 (Knorr)	썬건롯데무노엠에스지 (ซูปก้อนรสหมู NO MSG) *돼지고기	태국	25바트 (약 880원)	60g	
3	큐브 조미료	크노르 (Knorr)	썬건롯데카이노엠에스지 (ซูปก้อนรสไก่ NO MSG) *닭고기	태국	25바트 (약 880원)	60g	
4	티백 조미료	렉스 (Rex)	렉스싸문파이썬돈엔느 아래느아패 (เร็กซ์) สมุนไพรจีนต้นอ่อนเนื้อและเนื้อแพะ)	태국	69바트 (약 2,429원)	60g	
5	티백 조미료	렉스 (Rex)	렉스싸문파이썬돈카무파로 (เร็กซ์สมุนไพรจีนต้นข่าหมูพะโล้)	태국	72바트 (약 2,534원)	70g	
6	분말 조미료	치마야 (ชิมาย่า)	카씨오카치카류 (คตสึโอะ ดาชิ คาริว) *가쓰오부시	일본	95바트 (약 3,344원)	120g	
7	분말 조미료	카네치지 (คะเนจิ)	크라이보니또투나썬스톡 (คราว โบนิตะ ทูน่า ซุป สต็อก)	일본	109바트 (약 3,837원)	48g	

자료: 빌라마켓(Villa Market) 현지 매장 방문

사진 자료: 빌라마켓(Villa Market) 현지 매장 방문

② 탑스

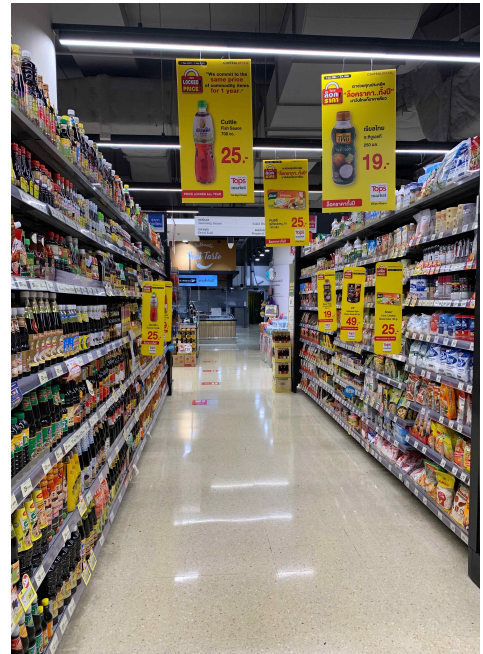
기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.tops.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('20)	1,943억 1,100만 바트(약 6조 8,397억 원) ³⁷⁾
		기타 규모	• 매장 수('20): 223개
기업 요약	기업 요약	1996년 설립됨 - 센트럴리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영	
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성
		연령대	30대~50대
		직업	직장인·주부
		소득수준	중상류층
방문매장 정보	영업시간	09:00~22:00	
	주소	1697 Thanon Phahon Yothin, Khwaeng Lat Yao, Khet Chatuchak, Krung Thep Maha Nakhon 10900	
	상권	근처에 짜뚜짜 시장 및 전통 시장이 있고 관광객및 현지인이 많이 방문함	
	VMD	취급 브랜드	마이초이스(まいチョイス)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행 (corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 후 문의사항 기입 - 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록절차 진행 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사 이름, 담당자 이름, 주소, 연락처, 국적, 주소 등) - 문의사항 연락처 - 이메일 : cusserv@tops.co.th - 전화번호 : +66-2831-7300 / 2660-1000 (본사) - 팩스 : +66-2835-3713	

자료: 탑스(Tops), 미국농무부(USDA), 유로모니터(Euromonitor), 센트럴리테일(Central Retail)

사진 자료: 탑스(Tops) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



탑스 현지 매장에서는 조미료 제품을 제조사, 제품 형태, 맛 등으로 나누어 상온 매대에 진열하고 있음. 대부분이 분말형, 큐브형, 액상형 제품이었으며, 조사 시점 기준 고객사 제품과 같은 티백형 조미료는 취급하지 않는 것으로 확인됨. 수입산 조미료로는 일본의 아지노모토(Ajinomoto), 영국의 칼로(Kallo) 제품을 판매 중이었음

오프라인 매장 입점 제품 리스트

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	큐브 조미료	아지노모토 (Ajinomoto)	롯데썸컨 (รสดีซุปก้อน) *돼지고기	태국	19바트 (약 669원)	80g	
2	큐브 조미료	아지노모토 (Ajinomoto)	롯데썸컨롯데카이 (รสดีซุปก้อน รสไก่) *닭고기	태국	19바트 (약 669원)	80g	

자료: 탑스(Tops) 현지 매장 방문

사진 자료: 탑스(Tops) 현지 매장 방문

③ 고메마켓

기업 기본 정보	기업명	고메마켓(Gourmet Market)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.gourmetmarketthailand.com			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 16개			
	기업 요약	- 태국 유통 대기업인 더몰그룹(The MALL Group)의 슈퍼마켓 브랜드로, 제품 생산지와 연계하여 제철 식료품 제공 및 해외 특산물 취급 2020년 11월 코리아윈터프루트페스트(Korea Winter Fruit Fest)를 개최 - 고품질 상품, 특색 있는 수입 상품, 유기농 및 비건 식품 등을 선호함 2021년 2개의 온라인 물 개설, 소셜 커머스 진출 등 자사 온라인 채널 강화를 위해 노력 중			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30대~50대	소득수준	상류층

방문매장 정보	영업시간	10:00~22:00		
	주소	2/88 ถนนสุขุมวิท 21 Sukhumvit Rd, Khlong Toei Nuea, Watthana, Bangkok 10110		
	상권	한인 상가와 가깝고 자상·하철 환승역인 아속역에 있어 외국인 및 현지인 등 이용객 다수		
	VMD	취급 브랜드	칼로(Kallo)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
	매장 전경	 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 연락처, 사업자등록증 및 라이선스, 기존 유통채널, 판매 규모 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: GourmetMarket_SellwithUs@themall.co.th - 전화: +66-2-530-0220
-------------	---------------------	--

자료: 고메마켓(Gourmet Market), 미국농무부(USDA), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 고메마켓(Gourmet Market) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



태국 고메마켓 현지 매장에서는 다양한 조미료 제품을 제조사, 원료, 원산지 등 카테고리별로 나누어 진열하고 있음. 대부분이 분말형, 큐브형, 페이스트형 조미료로 조사 시점 기준 고객사 제품과 같은 티백형 조미료는 확인되지 않았음

오프라인 매장 입점 제품 리스트

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	큐브 조미료	칼로 (Kallo)	썬차닌캠콘롯팩 (ซุปชนิดเข้มข้นรสผัก) *야채육수	스페인	193바트 (약 6,794원)	96g	
2	큐브 조미료	칼로 (Kallo)	썬차닌캠콘롯까이 (ซุปชนิดเข้มข้นรสไก่) *닭고기	스페인	193바트 (약 6,794원)	96g	
3	큐브 조미료	칼로 (Kallo)	베리로우솔트올가닉비프 (เวรี่ โล ซอร์ท ออร์แกนิก บีฟ) *소고기	스페인	129바트 (약 4,541원)	48g	

자료: 고메마켓(Gourmet Market) 현지 매장 방문

사진 자료: 고메마켓(Gourmet Market) 현지 매장 방문

④ 지두방마켓

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(Jidubang Market)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.facebook.com/JidubanG-market			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	• 매장 수('20): 1개			
	기업 요약	• 2018년 8월 개장한 태국의 한인 마트 • 방콕 최대 규모의 한인마트였던 케이마켓 폐점 후 같은 자리에 개장함 • 즉석식품이나 스낵류 제품 중 한국산 제품 입점 • 매장 내에 한국형 분식집 운영 중			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	10대~50대	소득수준	중상류층
방문매장 정보	영업시간	10:00~23:00			
	주소	99/26-28 Ratchadaphisek Rd. Dindaeng Dindaeng, Bangkok, Thailand 10400			
	상권	한인 상가와 가깝고 지상·하철 환승역인 아속역에 있어 외국인 및 현지인 등 이용객 다수			
	VMD	취급 브랜드	대상(Daesang)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 페이스북 페이지를 통한 입점 문의 - 지두방마켓 페이스북 페이지 접속 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +66 61-053-5000			

자료: 지두방마켓(Jidubang Market)

사진 자료: 지두방마켓(Jidubang Market) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



태국 지두방마켓 현지 매장에서는 한국산 조미료를 다수 판매하고 있었으며, 제품 제형별 (액상, 분말, 장 등)로 나누어 상온 매대에 진열되어 있었음.
 현지산 또는 한국산이 아닌 다른 수입 제품은 확인되지 않았으며, 고객사 제품과 같은 티백 조미료도 판매 중인 것으로 확인됨

오프라인 매장 입점 제품 리스트

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	티백 조미료	청정원	맛선생	한국	193바트 (약 6,794원)	96g	

자료: 지두방마켓(Jidubang Market) 현지 매장 방문

사진 자료: 지두방마켓(Jidubang Market) 현지 매장 방문

⑤ 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	dondondonki.com/th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 4개		
	기업 요약	• 2019년 2월 오픈 • 일본 유명 드럭스토어 돈키호테의 태국 지점 • 일본인이 많이 거주하는 통로(Thonglor) 지역에 위치함 • 바코드 인식을 통해 제품 상세정보 번역 서비스 제공 • 24시간 운영하며, 1층은 식품, 2층은 생활용품 및 화장품으로 매대 구성		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 화장품, 스낵류, 음료류, 문구류 등		
	선호제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 일본 인기 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 ‘ช่วยเหลือ(help)’ 클릭 - ‘ติดต่อ(Contact)’ 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-2301-0950		

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki), 구글맵(Google Maps)

VI. 진입장벽

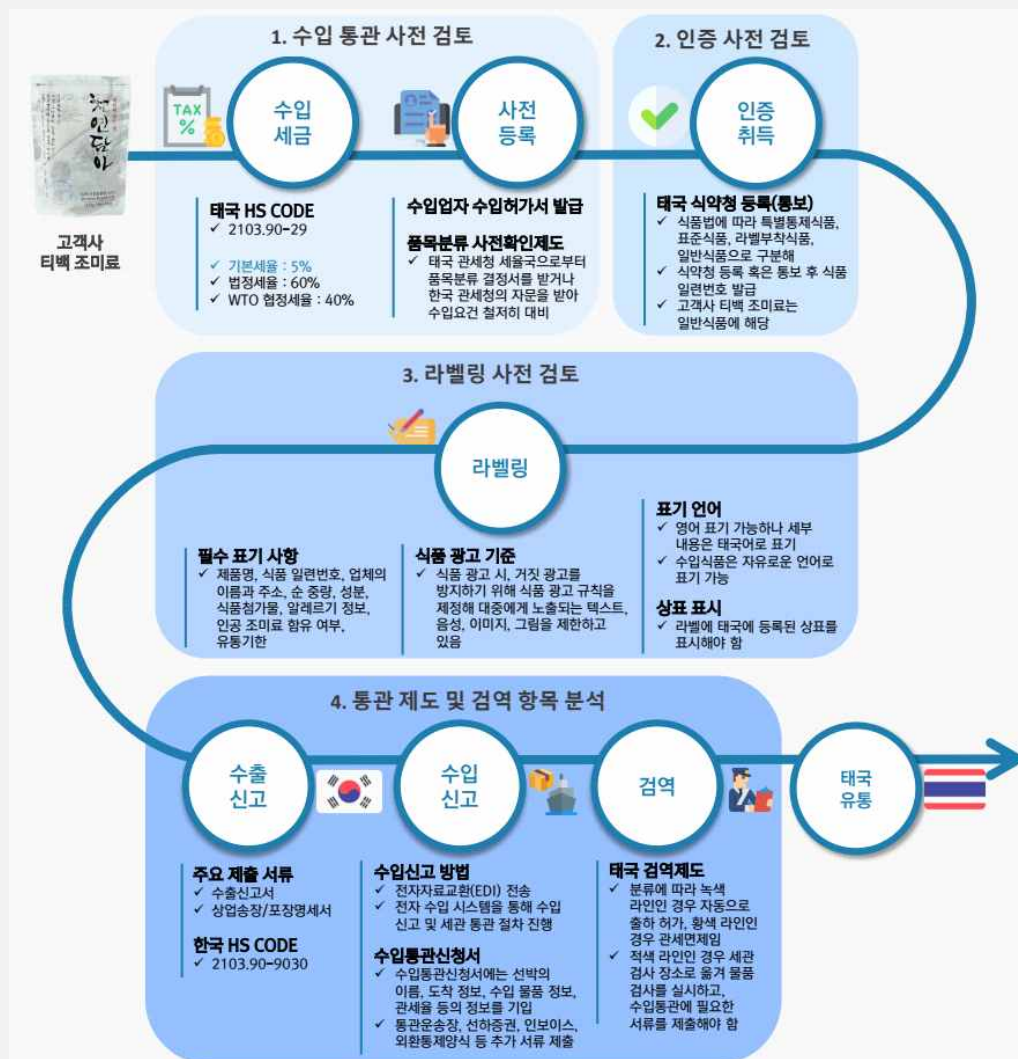
1. 태국 티백 조미료 통관 및 검역 절차
2. 태국 티백 조미료 품질 인증
3. 태국 티백 조미료 라벨링
4. 태국 티백 조미료 성분 및 유해물질

1. 태국 티백 조미료 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 태국 티백 조미료 수출 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국은 수입 면허가 있는 수입업체에 대해서만 식품 수입을 허가하고 있으며 사전 수입허가서 발급이 필요함. 수입요건을 갖추지 않은 경우에는 관세법상 제품을 몰수하거나 물품 가액에 상당하는 벌금을 부과하므로 통관 사전확인제도를 이용하는 것을 권장함. 정기 및 부정기 심사로 사후 관리를 진행하여 수입 이후에도 철저한 관리가 필요함. 또한, 식품법에 따라 식품을 네 종류로 구분해 관리하고 있어 수출 전에 식품 유형에 따라 사전 수입허가서 발급과 식약청 등록 또는 통보 절차를 진행해야 함

[표 6.1] 태국 티백 조미료 통관 검역 절차



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

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

[표 6.2] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

식품 분류	특별통제 식품	• 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 특히 주의해야 하는 소비자 계층이 존재하거나 제조공정이 엄격하게 통제되어야 하는 위험도가 가장 높은 식품으로 특히, 라벨 부착 전, 태국 식약청의 승인이 필요함 • 식약청 등록 후, 식품 일련번호 발급 필요함 • 우유, 식품 첨가제, 영유아식품(분유 등), 체중조절 식품, 유아용 보충 식품, 조제분유 등 14가지 종류의 식품이 이에 속함
	표준식품	• 특별통제식품보다 위험도가 낮아 등록을 필수로 하지 않지만, 보건부 고시 구체화된 표준 요구사항을 준수하고 식품 정보제공(Food Declaration) 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함 • 커피, 차, 크림, 두유, 초콜릿, 식초, 식용유, 광천수, 꿀, 치즈, 잼, 특정 소스, 반가공식품, 음료, 밀폐 용기에 담긴 식품 등 31가지 종류의 식품이 이에 속함
	라벨 부착 식품	• 특별통제식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품으로 표준식품과 마찬가지로 식약청 규정에 따라 식품 정보제공 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함 • 빵, 현미 가루, 육류제품, 밀폐 용기에 담긴 소스류, 착향료, 껌, 사탕, 젤라틴 함유 식품 및 젤리류, 즉석식품, 특수 목적 식품, 방사선 조사 식품 등 12가지 종류의 식품이 이에 속함
	일반 식품	• 식약청 식품 등록이 필요하지 않으나, 위생, 안전, 라벨링, 광고 등의 규정을 준수해야 함 • 수입업체의 수입허가만 있으면 유통할 수 있음 • 날것을 포함하여 조리의 유무, 절임의 유무, 가공처리의 유무에 상관없이 위 세 분류에 포함되지 않는다면 일반 식품으로 분류함
수입 식품 등록	소요기간	• 특별통제 식품의 경우 35~90영업일 소요 • 표준식품, 라벨 부착 식품의 경우 2~4영업일 소요
	특별통제 식품, 표준식품, 라벨 부착 식품 제출 서류	• 식품 수입허가서 사본 • 제조시설 증명서 : GMP, QMS, HACCP, ISO 9001, 9002, 22000중 한 가지 이상을 제출해야 하며 대사관 공증이 필요함 • 제조과정 증명서 : 제품 분석 자료와 제품 생산 공정 및 성분에 대한 상세 사항을 제출해야 함. 요구하는 제품 상세 내용을 제공하지 않으면 등록이 어려울 수 있음 • 제품 등록 신청서(Sor.bor.7) : 태국 FDA에 제출하며, 방콕 이외의 지방소재 수입업체는 지방 공중보건부 사무실(Provincial Office of Public Health)에 제출해야 함

자료: 태국 식약청(FDA), 태국 보건부(MOPH)

2. 태국 티백 조미료 품질 인증

▶ 일반 식품에 해당하는 식품 생산 안전 인증서 제출

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

[표 6.3] 태국 티백 조미료 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
Global GAP	농산물 우수관리 인증	글로벌 공통 인증	농산물 우수관리 인증기관	
IFOAM	유기농 제품 인증	글로벌 공통 인증	IFOAM 공식 인증기관 또는 태국 유기농 농업인증 홈페이지	
ACT	유기농 제품 인증	태국 선택 인증	태국 유기농 농업인증 홈페이지	

자료: 각 인증기관

[표 6.4] 태국 수입 식품 생산 기준 확인서 지침

인증서 기준	인증서 원본	- 기준에 부합하는 생산 기준 확인서나 관련 원본 문서를 제출하는 경우 다음과 같은 기관에서 발급한 확인서를 제출해야 함 - 생산국의 정부 책임 부서 (Competent Authorities) - 생산국 정부인증 기관 - 국제 인증기관(International Accreditation Forum: IAF)의 회원기관인 (Accreditation Body: AB)에서 승인한 인증기관(Certification Body: CB)
	인증서 사본	인증서가 사본인 경우, 확인서 발행기관 혹은 태국 내 생산 국가의 영사 혹은 대사관 인증 혹은 생산국 정부 기관 혹은 Notary Public/Chamber of Commerce/Commissioner of Oaths/Justice of Peace와 같은 생산 국가 내 인증된 법인으로부터 인증을 받아야 함
	전자 형식	인증서가 전자 자료 또는 전자 서명일 경우, 태국 전자상거래법(Electronic Transaction Act.)에 따라 진행 가능함
	언어	- 다른 언어로 된 인증서일 경우, 태국어 또는 영문 번역본을 첨부해야 하며, 번역본은 다음과 같은 기관이나 개인으로부터 인증을 받아야 함 - 생산 국가 내 태국 영사 혹은 대사관 인증 - 태국 내 생산 국가의 영사 혹은 대사관 인증 - 자격증 있는 법인이나 개인 번역사업자 - 해당 언어 전공한 학사 학위 이상의 태국인 - 해당 언어 가르치는 대학교 교수
	내용	- 생산 현장의 이름과 위치 - 보건부 공지 No. 420의 기준보다 낮지 않은 생산 시스템 표준 - 인증 범위는 수입 식품의 유형 포함 - Manufacturing, Processing 등 인증한 활동 명시 - 상기 언급한 증명서 발급 기관 - 시작 및 마감 등 인증 유효기간 명시 필요하며 없을 시 발급일 또는 인증 유효일로부터 1년 후 만료됨으로 간주 됨

자료: 태국 식약청(FDA), 태국 보건부(MOPH)

[표 6.4] 태국 수입 식품 생산 기준 확인서 지침

기본 요구 인증서 예시	소스류	• General Principle of Food Hygiene CXC 1-1969 • Codex Alimentarius International Food Standards • Hazard Analysis and Critical Control Point System • General Principle of Food Hygiene CXC 1-1969 • Codex Alimentarius International Food Standards • Food Safety Management Systems • Requirements for any Organization in the Food Chain, ISO 22000 : International Standard Organization • BRC Global Standard for Food Safety. British Retail Consortium • International Food Standard; IFS • 그 외 다른 나라의 식품의약품이 인증한 표준. 단, ISO 9001 제외
-----------------	-----	---

자료: 태국 식약청(FDA), 태국 보건부(MOPH)

3. 태국 티백 조미료 라벨링

[표 6.5] 태국 일반 식품으로 분류된 티백 조미료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 라벨은 태국어로 표기하는 것이 원칙이며, 표기 사항은 영어로 할 수 있으나 세부 내용은 태국어를 사용해 표시해야 함 - 수입된 식품은 모든 언어로 표시할 수 있으며, 적어도 식품명, 성분, 식품 일련번호, 순 중량, 원산지를 소비자가 알 수 있도록 표시해야 함
	2. 제품명	- 포장의 전면이나 눈에 띄는 곳에 표시해 소비자들이 쉽게 알 수 있도록 해야 함 - 식품의 구체적인 명칭이나 식품의 종류, 일반적으로 사용되는 이름으로 표기해야 함 - 식품명은 상표명과 같이 표기할 수 있으나 명확하게 읽을 수 있고 글씨의 크기를 다르게 표기해야 함 - 원산지를 포함한 식품의 특성을 오해를 불러일으킬 여지가 있는 식품의 이름을 사용하는 경우, 생산 공정이나 식품의 재료나 외양을 함께 표기해야 함
	3. 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소	- 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함 - 태국 내 식품은 생산업체의 경우, ‘생산업체’ 또는 ‘의해 생산됨’의 문구를 함께 표기해야 하고, 포장업체의 경우, ‘포장업체’ 또는 ‘의해 포장됨’을 표기해야 하며 생산업체나 포장업체는 ‘본사’로 지칭함 - 해외에서 수입된 식품은 수입자의 이름과 주소를 ‘수입자’ 또는 ‘의해 수입됨’ 문구를 사용하여 생산자의 이름과 국가를 표시해야 함
	4. 순 중량	- 고체의 경우 순 중량을 미터법에 따라 표기해야 함 - 액체의 경우 순 부피를 미터법에 따라 표기해야 함 - 기타 식품은 순 중량으로 표기해야 함
	5. 성분	- 성분은 중량 백분율 내림차순으로 표시해야 함 - 라벨의 전체 공간이 35cm² 미만인 경우, 제품을 희석해서 사용하는 경우, 식품첨가물이나 향료를 제외한 한 가지 성분만 있는 경우에는 주요 성분만을 표기할 수 있음
	6. 식품첨가물	- 식품의 성분으로 식품첨가물이 사용된 경우 국제 번호 INS를 사용하여 성분을 정의해야 함 - 식품첨가물의 특정 이름과 색소, 향미 증진제 등의 기능을 표시해야 함

출처: 태국 보건부 고시 BE 2522 포장식품의 표시, BE 2543 라벨링

[표 6.5] 태국 일반 식품으로 분류된 티백 조미료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 식품 일련번호	태국 식약청 등록으로 발급받은 식품 일련번호, 식품 생산시설 번호를 표기해야 함
	8. 알레르기 정보	- 알레르기를 유발할 수 있는 성분을 라벨에 표시해야 함 ‘식품 알레르기 정보 : 다음을 포함할 수 있음’을 선언하고 제조공정에서 포함될 수 있는 성분을 표시해야 함 - 알레르기 유형과 증상을 설명할 수 있음 - 주요 성분이 알레르겐 물질이지만, 우유나 땅콩과 같이 명확하게 선언된 식품에는 알레르기 표시가 면제됨
	9. 인공 조미료	인공 조미료가 포함된 경우 그를 알 수 있도록 ‘천연 인공 향 첨가’, ‘인공 향 첨가’, ‘천연 향료 추가됨’ 등의 문구를 사용해 표시해야 함
	10. 유통기한	- 유통기한이 90일 이하인 경우, 일, 월, 년 순으로 표시해야 함 - 추가로 ‘제조됨’ 이나 ‘만료됨’의 문자를 함께 표기할 수 있음 ‘월’은 숫자나 문자로 표시할 수 있음 - 유통기한을 포장의 하단이나 다른 부분에 표시하는 경우 위치를 표시해야 함
	11. 표시 기준	- 라벨은 포장의 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 표시, 부착해야 함 - 라벨에 텍스트, 그림, 인증 마크 등이 표시될 수 있으며, 등록된 상표는 반드시 표시해야 함 - 글씨의 크기는 2mm 이상으로 소비자가 읽을 수 있어야 함 - 라벨의 배경과 글씨의 색은 대비되는 색을 사용해야 함 - 수입되기 전 라벨이 반드시 부착되어 있어야 함 - 태국 FDA는 특별통제 식품(Specifically-controlled food)에 대해서만 사전 승인된 라벨을 요구함 - 태국은 식품 광고 시, 거짓 광고를 방지하기 위해 ‘식품 광고 규칙’을 제정해 모든 매체를 통해 대중에게 노출되는 텍스트, 음성, 이미지, 그림에 제한이 있음. 해당 규칙에는 식품 광고에 사용해서는 안 되는 광고 문구 유형, 사전 허가가 필요한 유형, 광고 형태에 따른 표시 규격, 식품 광고 시 표기해야 하는 세부 정보가 규정되어 있음
라벨 권장 표시 사항 및 기준	12. 기타 사항	- 소비자가 알아야 하는 경고나 보관방법, 조리 방법이 있는 경우 이에 대해 표기할 수 있음 - 영유아용 식품이나 특정한 소비자에게 필수적인 설명이 있는 경우 그를 표기할 수 있음

출처: 태국 보건부 고시 BE 2522 포장식품의 표시, BE 2543 라벨링

▶ 태국 티백 조미료 라벨 표본



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① SINCE 1838
- ② Knorr
- ③ Our Promise
- ④ Quality ingredients for rich flavour
- ⑤ Gluten Free
- ⑥ 8x
- ⑦ FISH STOCK CUBES
- ⑧ per 100ml :

Energy 30kJ 7kcal	<1%
Fat 0.5 g	<1%
Saturates 0.4g	<2%
Sugar <0.5g	<1%
Salt 1g	17%

- ⑨ Energy per 100ml : 30kJ/7kcal

[앞면 - 한국어]

- ① 1838년부터
- ② 크노르
- ③ 우리의 약속
- ④ 풍부한 맛을 위한 엄선된 재료
- ⑤ 글루텐 프리
- ⑥ 8개입
- ⑦ 생선 스톡 큐브
- ⑧ 100ml 당 :

열량 30kJ 7kcal	<1%
지방 0.5 g	<1%
포화지방 0.4g	<2%
설탕 <0.5g	<1%
소금 1g	17%

- ⑨ 100ml 당 열량 : 30kJ/7kcal

[뒷면 - 태국어 및 영어]	[뒷면 - 한국어]
① Creating a sustainable food future, for you and the palant.	① 당신과 지구를 위한 지속 가능한 식품의 미래를 만듭니다.
② MADE WITH SUSTAINABLY GROWN VEGETABLE & HERBS	② 지속 가능한 재배 방법으로 기른 채소와 허브로 만들었습니다.
③ NO ADDED MSG	③ 인공 조미료를 첨가하지 않았습니다.
④ NO ARTIFICIAL COLOURS AND PRESERVATIVES	④ 인공 향료나 보존제를 사용하지 않았습니다.
⑤ MADE WITH 100% SUSTAINABLY SOURCED CARTON	⑤ 100% 지속 가능한 공급망을 통해 공급하는 판지로 제작되었습니다.
⑥ ปลา สัตว์ค คูปส์ (ซูปปิ้งสำเร็จรูป รสปลาชนิดก้อน) (ตรา คนอร์)	⑥ 생선 스톡 큐브 (반 숙성 수프, 생선 맛) (크노르)
⑦ FISH STOCK CUBES (KNORR BRAND)	⑦ 생선 큐브 스톡 (크노르 브랜드)
⑧ ส่วนประกอบที่สำคัญ : - เกล็ด 37.9% - ไช้ผงพืช 20% (ปาลัม, เซียบตเตอร์, แซล) - แป้งมันฝรั่ง 16.6% - ปลาสดผง 5.6% - ยีสต์สด 5% - น้ำตาล 4.4% - หอมหอยผง 2.5% - กระเทียมผง 2.5% - สมุนไพร 1% (พาสลีย์, พาร์กอน) - เครื่องเทศ 1% (จากพาสลีย์, เมล็ดขึ้นฉ่าย) - ปลาแซลมอนสด 1% - น้ำมันปลา 1% - ปลาแฮ้วรุกรมครวน 1% - แต่งกลิ่นธรรมชาติ	⑧ 원재료 : - 소금 37.9% - 식물성유지 20% (야자 시어버터, 소금) - 감자 전분 16.6% - 대구 분말 5.6% - 효모 추출물 5% - 설탕 4.4% - 구운 양파 2.5% - 마늘 가루 2.5% - 허브 1% (파슬리, 타곤) - 향신료 1% (파슬리 뿌리, 셀러리 씨앗) - 연어 추출물 1% - 생선 기름 1% - 훈제 청어 1% - 천연 향료
⑨ ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีปลา ขึ้นฉ่าย อาจมีหอย กุ้ง กัง ปู	⑨ 식품 알레르기 정보 : 생선, 셀러리 함유, 조개류, 새우, 가재, 게 함유 가능
⑩ ผลิตโดย : บริษัท ยูนิลีเวอร์ ยูเค จำกัด-นอร์วิช ประเทศอังกฤษ	⑩ 제작사 : 유니레버, 영국
⑪ นำเข้าโดย: บริษัท สมาร์ท โปรดักท์ จำกัด	⑪ 수입사 : 스마트프로덕트 주식회사

⑫ ควรรบริโภคก่อน: ดูที่บรรจุภัณฑ์

⑬ อย. 10-3-03241-5-0008

⑭ น้ำหนักสุทธิ 80 กรัม

⑮ NUTRITION INFORMATION
(typical values)

	Per 100ml prepared = 1 portion**	%* Per portion **
Energy	30kj/ 7kcal	<1%
Fat	0.5g	<1%
Of which saturates	0.4g	2%
Carbohydrate	<0.5g	<1%
Of which sugar	<0.5g	<1%
fibre	<0.5g	-
Protein	<0.5g	<1%
Salt	1g	17%

* % of Reference intake of an average adult (8400kj/200kcal).

** 1 portion = 100ml (based on 4~5 portions per cube).

⑯ FISH STOCK CUBES

1 cube = 450ml stock

⑰ Discover a World of Rich Flavour
Visit www.knorr.com/uk

⑫ 유통기한 : 포장 참조

⑬ FDA 승인번호 10-3-03241-5-0008

⑭ 순 중량 80g

⑮ 영양 정보
(대표치)

	100ml 당 = 1큐브당**	%* 큐브당 **
열량	30kj/ 7kcal	<1%
지방	0.5g	<1%
포화지방	0.4g	2%
탄수화물	<0.5g	<1%
설탕	<0.5g	<1%
식이섬유	<0.5g	-
단백질	<0.5g	<1%
소금	1g	17%

* % 평균 성인 섭취 기준을 참조함 (8400kj/200kcal).

** 1회분 = 100ml (큐브 하나당 4~5인분)

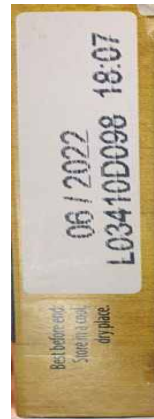
⑯ 생선 스톡 큐브

큐브 1개 = 육수 450ml

⑰ 풍부한 맛의 세계를 만나보세요
www.knorr.com/uk를 방문하세요



[옆면 1 라벨링]



[옆면 2 라벨링]



[옆면 3 라벨링]



[옆면 4 라벨링]

[옆면 1 - 영어]

- ① SINCE 1838
- ② Knorr
- ③ FSC C107495
- ④ MIX Packaging
- ⑤ BOX Recycle
WARP Don't Recycle

[옆면 1 - 한국어]

- ① 1838년부터
- ② 크노르
- ③ FSC 인증 C107495
- ④ 혼합 포장
- ⑤ 상자 재활용
비닐 재활용 불가

[옆면 2 - 영어]

- ① Best Before end : 06/2022
- ② L03410D098 18:07
- ③ FSC C107495
- ④ Store in a cool, dry place

[옆면 2 - 한국어]

- ① 유통기한 : 2022년 6월
- ② 생산번호 및 시간 : L03410D098 18:07
- ③ FSC 인증 C107495
- ④ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요

[옆면 3 - 영어]

- ① SINCE 1838
- ② Knorr
- ③ FISH STOCK CUBES

[옆면 3 - 한국어]

- ① 1838년부터
- ② 크노르
- ③ 생선 스탁 큐브

[옆면 4 - 영어]

- ① Ingredients :
- Salt
 - Vegetable fats (palm, Shea, salt)
 - Starch
 - Cod powder (FISH)(5.7%)
 - Yeast extract
 - Sugar
 - Toasted onion powder (2.5%)
 - Garlic powder
 - Flavourings (contain FISH)
 - Herbs (parsley, tarragon)
 - Smoke flavouring
 - Spices (parsley root powder, CELERY seeds)
 - May contain crustaceans and molluscs
- ② Sustainably grown
- ③ Unilever
- ④ Any comments or questions?
 (UK) Free phone 0800 731 1411
 (IE) Call save 1850 28 10 27
 (Mon-Fri 8a.m.-6p.m.)
www.knorr.com/uk
www.knorr.com/ie
- ⑤ Knorr, Unilever and the U device are registered trademarks
- ⑥ Unilever UK
 Freepost, ADM3940, London, SWA1A1YR.
www.knorr.com/uk
- ⑦ Unilever Ireland
 20 Riverwalk, Citywest, Dublin 24.
www.knorr.ie

[옆면 4 - 한국어]

- ① 원재료 :
- 소금
 - 식물성유지 (야자 시어버터, 소금)
 - 전분
 - 대구 분말 (생선) (5.7%)
 - 효모 추출물
 - 설탕
 - 구운 양파 분말 (2.5%)
 - 마늘 가루
 - 향료 (생선 함유)
 - 허브 (파슬리, 타곤)
 - 연기 향미료
 - 향신료 (파슬리 뿌리, 셀러리 씨앗)
 - 갑각류 및 연체동물을 포함할 수 있음
- ② 지속가능한 성장
- ③ 유니레버
- ④ 의견이나 질문이 있으십니까?
 (영국) 무료전화 0800 731 1411
 (아일랜드) 무료전화 1850 28 10 27
 (월-금 8a.m.-6p.m.)
www.knorr.com/uk
www.knorr.com/ie
- ⑤ 크노르, 유니레버와 유 디바이스는 등록된 상표입니다.
- ⑥ 유니레버 영국
 무료 우편, ADM3940, 런던, SWA1A1YR.
www.knorr.com/uk
- ⑦ 유니레버 아일랜드
 리버워크 20, 시티웨스트, 더블린 24.
www.knorr.ie

4. 태국 티백 조미료 성분 및 유해물질

▶ 태국 소비 금지 성분 목록

태국 보건부는 2020년 8월, 식품법에 따라 식품 성분으로 사용할 수 없는 식물 성분과 동물 성분을 목록화한 규정을 발표함. 이는 소비자가 해당 식물과 동물, 동물의 신체 부위를 소비하는 것을 막는 방안으로 해당 성분의 수입과 수출, 유통, 가공 또한 금지됨. 고객사 티백 조미료에는 해당하는 성분이 없는 것으로 확인되나 수출 전 해당 성분에 대한 확인이 필요함. 하기 표는 사용이 금지된 성분 목록 중 일부로, 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 고시 식품법 BE 2559 규정을 통해 확인할 수 있음

[표 6.6] 사용이 금지된 식물 성분 및 동물 성분

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

출처: 태국 보건부(MOPH) 규정 BE 2559

▶ 식품첨가물

태국 식약청은 국제 식품 규역 위원회 코덱스(CODEX)의 기준을 바탕으로 식품첨가물을 구분하고 목록과 최대 허용치를 규정하고 있으며, 태국 시장에서 유통되는 모든 식품을 해당 규정을 준수해야 함. 식품첨가물이 사용되었을 때는 ‘식품첨가물’ 단어와 함께 식품첨가물의 명칭을 라벨에 표시해야 함. 태국에서 사용을 허용한 식품첨가물이 아닌 물질을 사용하는 경우에는 식약청의 승인이 필요함. 하기 표는 고객사 티백 조미료에 적용되는 태국 식품첨가물의 목록과 최대 허용치 기준으로, 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인 가능함

[표 6.7] 티백 조미료에 적용되는 태국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	젤란검	Gellan Gum	GMP	소스류
2	레시틴	Lecithin		
3	수산화칼륨	Potassium hydroxide		
4	시트르산	Citric acid		
5	시클로테트라포도당	Cyclo tetra glucose		
6	인산칼륨 이염기성	Dipotassium hydrogen phosphate	2,200mg/kg	
7	베타 아포카로테날	β -apo-8'-carotenal	500mg/kg	
8	토코페놀 농축, 혼합	Tocopherol concentrate, mixed	50mg/kg	
9	수크랄로스	Sucralose	450mg/kg	
10	이산화황	Sulfur dioxide	150mg/kg	

출처: 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division)

▶ 유해물질

태국에서 유통되는 모든 식품은 태국 보건부에서 규정하고 있는 식품법의 오염물질 기준 규정에 따라 유해물질과 잔류농약, 병원성 미생물의 기준치를 준수해야 함. 하기 표는 '식품의 잔류농약 기준' B.E. 2560(2017) 규정에 따라 분석한 고객사 티백 조미료에 적용되는 잔류농약의 목록과 그 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 6.8] 티백 조미료에 적용되는 태국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	클로르피리포스	Aflatoxin total	20mcg/kg	소스류
2	카바릴	Bacillus cereus, B.cereus	500cfu/g	
3	웰치간균	Clostridium perfringens	1,000cfu/g	
4	살모넬라균	Salmonella spp.	불검출 또는 25g	
5	붕산	Boric Acid	불검출	모든 식품
6	쿠마린	Coumarin	불검출	
7	납	Lead (Pb)	불검출	
8	수은	Mercury (Hg)	0.02mg/kg ³⁹⁾	
9	플루아지남	Fluazinam	불검출	
10	락톤	Lactone	불검출	

출처: 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division)

39) 수산식품의 경우 0.5mg/kg이며, 그 외 기타 식품에 해당함

▶ 알레르겐

태국 보건부는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함. 하기 표는 고객사 티백 조미료에 해당하는 알레르겐 성분을 분석한 결과로 해당하는 성분은 제품 라벨에 해당 사실을 반드시 표시해야 함

[표 6.9] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 티백 조미료 해당 여부
1	의무	글루텐 함유 곡물	-
2	의무	갑각류와 갑각류 포함 식품	V (새우)
3	의무	계란 및 계란 포함 식품	-
4	의무	생선과 생선 포함 식품	V (멸치)
5	의무	땅콩, 대두 및 이를 포함한 식품	-
6	의무	유당 포함 유제품	-
7	의무	견과류 및 이를 이용한 식품	-
8	의무	1kg당 10mg 이상의 아황산염	-

출처: 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division)

VII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 야오와랏샵(Yaowaraj Shop)

Interview ② 하두샵(Haadoo Shop)

Interview ③ 지두방마켓(JiduBanGmarket)

태국(Thailand) 인터뷰 대상 선정	야오와랏샵 (Yaowaraj Shop)	하두샵 (Haadoo Shop)	지두방마켓 (JiduBanGmarket)
인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입유통업체 ○ · 유통업체 ○	업태 ▶ 수입유통업체	유통업체	수입유통업체
	취급 ▶ 		
	고메 파우더(채소 분말)	각종 조미료 분말	해산물 육수 팩
	사진 자료: 야오와랏샵 페이스북, 소피 판매 페이지		

태국(Thailand) 수입유통업체, 유통업체 인터뷰 요약			
고객사	소스 및 조미료 수요	고객사 제품 피드백	홍보 및 유통
야오와랏샵 (Yaowaraj Shop) 수입유통업체	- 소스 및 조미료 수요 높음 - 닭, 돼지고기 육수 선호 - 바비큐 소스, 굴 소스 인기 - 주요 구매 요인 : 가격, 맛	- 플라스틱 병, 유리병 추천 - 티백형 패키지 선호 예상 - 가격 높은 편 - 태국 식약청(TFDA) 허가 필요	- 조미료는 오프라인 매장으로 유통 추천 - 젊은 층 소비자 타깃
하두샵 (Haadoo Shop) 유통업체	- 소스 및 조미료 수요 높지 않음 - 간장과 피쉬소스 인기 - 주요 구매 요인 : 가격, 맛, 브랜드 - 한국산 제품 수요 높음	- 플라스틱 병 추천 - 티백 패키지 수요 있을 것 - 가격 높은 편	- 메이드 인 코리아, 한국산 재료 100%는 셀링포인트로 작용 30대 이상 소비자 타깃
지두방마켓 (JiduBanGmarket) 수입유통업체	- 소스 및 조미료 수요 증가 - 한국산 제품 인기 높음 - 굴소스, 시즈닝파우더 인기 - 주요 구매 요인 : 가격, 브랜드	- 플라스틱 병, 유리병 추천 - 티백 패키지 수요 있을 것 - 운송비 포함한 가격이라면 합리적이지만, 높은 편	- 한국산 재료 100% 강조 25세 이상 젊은 층 타깃 - 페이스북 라이브는 주로 신선식품 판매에 사용

(*) 현지 경쟁품 취급 수입유통업체 2개사, 유통업체 1개사 인터뷰

Interview ① 야오와랏샵(Yaowaraj Shop)

40)

야오와랏샵
(Yaowaraj Shop)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 중국, 홍콩 식품 전문 수입유통업체
 - 조미료, 향신료, 스낵류, 칠리 소스 등 취급
 - 태국 야오와랏에서 오프라인 매장 운영 중
 - 쇼피(Shopee)를 통한 온라인 판매 중

담당자 정보

Operation Manager

야오와랏샵(Yaowaraj Shop)
Operation Manager

Q. 태국 내 소스 및 조미료의 전반적인 수요는 어떤가요?

태국에서 소스 및 조미료의 수요는 매우 높은 편입니다. 코로나19의 여파로 관광 및 식품(소매) 업계가 타격을 입기는 했지만, 조미료 제품의 수요는 크게 변하지 않았습니다. 오히려 코로나19로 인해 수프 및 스투의 수요는 증가했으며 태국 소비자들은 닭 육수나 돼지고기 육수를 선호합니다.

Q. 태국에서 인기 있는 한국산 소스 및 조미료는 무엇인가요?

저희 업체는 중국 제품을 주로 취급하고 있어서 한국 식품 및 조미료에 대한 수요를 확실하게 말씀드리기는 어렵습니다. 다만, 태국에서 한류 문화가 상당히 유행하고 있으며, 이로 인해 한국 제품에 대한 태국 소비자들의 인식은 좋은 편입니다.

Q. 태국 소비자들이 선호하는 조미료와 주요 구매요인은 무엇인가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 제품 중에서는 중국산 바비큐 소스와 홍콩산 굴 소스 판매량이 가장 많습니다. 태국 소비자들은 소스 및 조미료 구매 시, 가격과 맛을 가장 중요시합니다. 또한, 패키지는 플라스틱병이나 유리병을 추천합니다.

Q. 고객사 제품의 티백 패키지 및 가격에 대한 피드백을 말씀해주세요.

고객사 제품과 같은 티백형 패키지는 가정에서 육수를 끓일 때 간편하게 넣기만 하면 되기 때문에 편리하다는 면에서 인기 있을 것으로 예상됩니다. 다만, 고객사 제품의 가격은 10개 입 한 세트에 FOB 3.05달러(한화 약 3,620원⁴¹⁾)로 태국에서 판매되기에 매우 높은 편입니다. 태국 소비자들의 중요한 구매요인 중 하나가 가격이기 때문에 시장성을 더 높이기 위해서는 가격을 낮추어야 합니다.

40) 사진자료: 야오와랏샵(Yaowaraj Shop)

41) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 태국에서 소스 및 조미료 판매 시, 필요한 인증은 무엇인가요?

고객사 제품은 FSSC 22000과 HACCP 인증을 취득했는데, 이러한 인증은 태국에서 판매되는 제품에 적합합니다. 다만, 태국에서 가공식품을 유통하기 위해서는 태국 식약청(TFDA, Thailand Food and Drug Administration)의 허가가 필요합니다.

Q. 코로나19 이후 태국 내 라이브 커머스를 통한 온라인 유통이 매우 활발하다고 하는데 사실인가요? 고객사 제품에 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

코로나19로 인해 태국 전자상거래 시장이 크게 성장하였고, SNS와 인플루언서를 통한 라이브 커머스가 인기를 끌었습니다. 그러나 저희 업체는 페이스북 스토어를 통한 판매를 진행하고 있지 않으며 오프라인 매장과 온라인 플랫폼 쇼피(Shopee)를 통한 판매에 집중하고 있습니다. 고객사 제품과 같은 조미료 제품은 온라인보다 소비자들이 일상적으로 방문하는 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 같은 오프라인 매장으로 유통하는 것이 더 효과적입니다.

Q. 고객사 제품에 추천하는 타겟 소비자층은 누구인가요? 고객사 제품을 취급할 의향이 있나요?

고객사 제품의 경우, 새로운 것을 시도해보고자 하는 경향이 강한 젊은 층 소비자를 타겟으로 하는 것이 좋습니다. 저희 업체는 중국 제품만 수입하고 있습니다. 또한, 고객사 제품의 타겟 소비자는 20대와 같은 젊은 층인 반면에 저희 업체는 40대 이상의 소비자를 타겟으로 하고 있어 현재로서 고객사 제품을 취급할 의향이 없습니다.

Interview ② 하두샵(Haadoo Shop)

42)

하두샵 (Haadoo Shop)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2017년에 설립된 식품 전문 유통업체
 - 일본, 중국 제품 취급
 - 소스 및 조미료, 라면, 인스턴트 식품, 냉동식품 등 다양한 제품 판매 중
 - 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)를 통한 온라인 판매 진행

담당자 정보

Operation Manager



하두샵(Haadoo Shop) Operation Manager

Q. 태국 내 소스 및 조미료의 수요와 태국에서 인기 있는 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서 소스 및 조미료의 수요는 다른 제품 카테고리에 비해 높지 않으며 코로나19로 인한 조미료 수요 변화는 크게 없었습니다. 태국에서 가장 많이 사용되고 있는 소스는 간장과 피쉬소스입니다.

Q. 태국 소비자들의 소스 및 조미료의 주요 구매요인은 무엇인가요?

태국 소비자들의 소스 및 조미료의 주요 구매요인은 가격, 맛, 브랜드입니다. 패키징의 경우, 플라스틱병 패키징이 가장 인기 있으며, 태국 소비자들은 매운 맛을 선호하기 때문에 태국 현지산 제품과 중국산 제품의 수요가 높은 편입니다.

Q. 고객사 제품의 티백 패키지 및 가격에 대한 피드백을 말씀해주세요.

고객사 제품의 티백 패키지는 사용하기에 매우 편리하기 때문에 태국에서도 수요가 있을 것으로 예상됩니다. 다만, 가격은 태국에서 판매되고 있는 경쟁 소스 및 조미료 제품에 비해 높은 편입니다.

Q. ‘한국산’ 제품이라는 점이 태국에서 판매되기에 효과적일까요?

현재 태국에서 한국산 제품의 수요는 상당히 높습니다. 고객사 제품이 한국산 재료를 100% 사용했다는 점은 태국에서 중요한 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 보입니다. 고객사 제품은 30대 이상의 소비자들을 타겟으로 하는 것이 적절하다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 키워드로 마케팅하는 것이 좋을까요?

‘메이드 인 코리아(Made in Korea)’와 100% 한국산 재료를 사용했다는 점을 강조하는 것이 효과적입니다. 또한, 제품 홍보 시 고객사 제품만의 특징을 살려 ‘사용하기에 편리함(Easy to Cook)’, ‘맛있는(Delicious)’ 등의 키워드를 넣는 것도 추천합니다.

Q. 코로나19 이후 태국 내 라이브 커머스를 통한 온라인 유통이 매우 활발하다고 하는데 사실인가요?

저희 업체에서는 페이스북 계정 및 라이브 커머스를 활용하고 있지 않습니다. 대신 태국에서 가장 인기 있고 사용자 수도 많은 온라인 플랫폼인 쇼피(Shopee)와 라자다(Lazada)를 통해 제품을 판매하고 있습니다. 고객사 제품의 경우, 위와 같은 온라인 스토어나 오프라인 슈퍼마켓으로 유통하는 것을 추천합니다.

**Q. 태국으로 식품 및 조미료 수출 시 유의해야 할 점은 무엇인가요?
고객사 제품을 취급할 의향이 있나요?**

현재 코로나19로 인해 수입 및 수출 시 운송료가 높아졌고 운송시간도 길어졌다는 점을 유의하여야 합니다. 또한, 아직 고객사 제품에 대한 자세한 정보가 없어 취급 여부에 관해서는 내부적인 검토가 필요합니다.

Interview ③ 지두방마켓(JiduBanGmarket)

43)

지두방마켓
(JiduBanGmarket)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2018년에 설립된 수입유통업체
 - 한국산 제품을 주로 취급하고 있는 한인마트
 - 태국 던탕 등에서 오프라인 매장 운영 중
 - 자사 홈페이지, 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등을 통한 온라인 판매 중

담당자 정보

Sales Manager

JIDUBANGMARKET

지두방마켓(JiduBanGmarket)
Sales Manager

Q. 태국 내 소스 및 조미료의 전반적인 수요는 어떤가요?

태국 내 소스 및 조미료의 수요는 매우 높으며 레스토랑과 가정에서 모두 수요가 있습니다. 코로나19로 인해 외출이 제한되고 집에 머무르는 시간이 길어지다 보니 요리에 관심이 생긴 소비자들이 많아졌으며, 조미료의 수요도 증가했습니다. 태국 소비자들은 스튜나 볶음요리를 선호합니다.

Q. 태국에서 인기 있는 한국산 소스 및 조미료는 무엇인가요?

최근 태국에서는 한류가 큰 트렌드로 떠올랐습니다. 특히 한국 드라마에서 나오는 한식을 직접 만들어보고자 하는 소비자들이 늘어나면서 한국산 제품의 인기도 증가하고 있습니다. 현재 태국에서 가장 유명한 한국 소스 브랜드는 CJ입니다.

Q. 태국 소비자들이 선호하는 조미료와 조미료의 주요 구매요인은 무엇인가요?

태국에서 가장 흔하게 사용되는 소스 및 조미료는 굴 소스와 시즈닝 파우더입니다. 태국 소비자들은 소스 구매 시 가격과 브랜드를 가장 중요하게 생각하며 유리병이나 플라스틱병 패키징을 선호합니다. 원산지의 경우 태국 현지산 제품이나 중국산 제품이 가장 많이 판매됩니다. 인증은 고객사 제품이 취득한 HACCP과 FSSC 22000이면 충분합니다. 태국 소비자들은 식품 구매 시 인증을 별로 중요하게 생각하지 않기 때문입니다.

Q. 고객사 제품의 티백 패키징 및 가격에 대한 피드백을 말씀해주세요.

소스 및 조미료는 소비자 개인의 취향을 많이 타는 제품이기 때문에 고객사 제품의 시장성을 확답할 수는 없지만, 티백 제품은 사용하기 편리하여 수요는 있을 것으로 보입니다. 만약 고객사 제품의 가격이 태국 수출 시 운송비를 포함한 가격이라면 합리적인 편입니다. 그러나 태국에서는 고객사 제품보다 더 가격이 저렴한 브랜드의 제품이 많이 판매되고 있다는 점을 참고할 필요가 있습니다.

Q. ‘한국산’ 제품이라는 점이 태국에서 판매되기에 효과적일까요?

태국에서 한국 문화 및 한국산 식품이 매우 인기 있으므로 100% 한국산 원재료를 만든 제품이라는 점을 강조하면 좋습니다. 여기에 더해 제품의 가격도 합리적이라면 태국에서 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. 또한, 태국의 젊은 소비자들이 한류에 더욱 관심이 많으므로 25세 이상의 젊은 소비자들을 타겟으로 하는 것이 좋습니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 키워드 및 플랫폼이 좋을까요?

‘메이드 인 코리아(Made in Korea)’를 홍보문구에 사용한다면 태국 소비자들에게 크게 어필할 수 있습니다. 트위터나 페이스북과 같은 SNS를 통해 프로모션도 많은 소비자를 대상으로 마케팅을 하는 데 도움이 될 것입니다.

Q 태국 내 라이브 커머스의 인기는 어떤가요?

코로나19로 인해 언택트 쇼핑이 트렌드로 떠올랐으며, 라이브 커머스를 이용하는 20-30대 소비자들이 증가했습니다. 다만, 페이스북 라이브 커머스는 주로 신선식품 판매에 많이 사용되고 있으며, 라이브 커머스를 통해 소스 및 조미료를 구매하는 소비자는 많지 않을 것으로 예상됩니다.

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

태국 부용 시장,
연평균 7% 성장 전망



2020년 태국 부용 시장규모는 약 3,855억 원으로, 약 1,530억 원 규모의 한국 시장 대비 약 2.5배 수준으로 확인됨. 태국 부용 시장은 향후 5년(2021~25)간 연평균 7% 성장하여 2025년 기준 약 5,213억 원 규모를 달성할 것으로 전망됨. 코로나19의 영향으로 태국 내 가정식에 대한 수요가 높아지며 부용 시장이 꾸준히 성장할 것으로 기대됨. 부용 제품 중에서도 액체 형태의 부용 대비 보관이 간편하며 유통기한이 비교적 긴 고체 및 분말 형태의 부용 점유율이 압도적으로 높은 것으로 확인됨. 또한 현지 소비자들은 매운 맛, 단 맛, 신 맛 등이 모두 들어가는 자극적인 음식을 선호하여 다양한 소스류에 대한 수요가 존재함

현지 수입유통업체는 태국 내 조미료 수요가 높으며, 태국에서 한류 문화가 상당히 유행하고 있어 한국 제품 및 식품에 대한 수요도 높고 인식도 좋은 편이라고 전함. 특히, 조미료 중에서는 굴 소스와 피쉬 소스의 수요가 높으며 현지 소비자들은 조미료 구매 시 가격과 맛, 브랜드를 중요하게 생각하는 것으로 확인됨

소비 특징



태국 온라인 티백 조미료 홍보문구 키워드

태국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 티백 조미료 제품의 홍보문구 분석 결과, '경제적인' 키워드가 빈도수 507건으로 압도적인 1위를 차지함. '한국식', '한국 음식' 등 한국 관련 키워드도 빈출하였으며, 이와 관련하여 태국 현지에서 한국식 요리를 간편하게 만들 수 있는 조미료 제품이 다수 유통되고 있는 것으로 확인됨. '합성착향료 미포함', '유전자변형식품 미포함'과 같이 건강한 성분과 관련된 키워드도 상위권에 등장하여 태국 내 웰빙 트렌드 및 건강한 조미료에 대한 수요를 확인함. 현지 수입유통업체는 태국에서 한국 문화 및 한국 식품은 매우 인기 있는 편이라고 언급함. 따라서 100% 한국산 원재료를 사용한 점과 티백 형태 조미료의 편리성을 강조하여 고객사 제품을 홍보할 수 있음

조미료의 제형과 관련하여서는 '파우더' 키워드가 221건으로 빈도수 1위를 차지하였으며, 파우더 및 큐브 형태의 조미료가 액체 형태의 조미료 대비 많은 것을 확인함. 경쟁제품 중에서는 '샤브용 육수팩', '간편조리 육수팩', '튀거용 육수팩' 등 데워서 빠르게 완성할 수 있는 제품이 다수 등장함. 국물 조미료 제품 중에서는 긴 조리 과정 없이 빠르고 간편하게 섭취할 수 있는 제품이 현지에서 다수 판매 중인 것으로 보임



Export Insights

유통채널



태국 티백 조미료 유통채널 점유율

2020년 태국 '소스, 드레싱 및 조미료' 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 50.8%로 점유율 1위를 차지함. 코로나19의 영향으로 외식 빈도가 줄어들고 가정 내 요리 빈도가 증가하여 B2C 업체들의 조미료 및 소스 매출이 증가함. 태국의 소스, 드레싱 및 조미료 온라인 시장은 한국 시장 대비 점유율이 낮으나, 2021년 기준 해당 온라인 시장은 전년 대비 약 32% 성장한 것으로 확인됨. 다양한 식료품 전문 매장이 온라인 플랫폼에 진출하고 배달 서비스를 제공하는 등 온라인 채널 활성화에 기여한 것으로 보임

태국 주요 온라인 물 소피에서는 다양한 티백 조미료 제품을 판매 중인 것으로 조사됨. 해당 온라인 물에는 한국의 해표, 곰곰 등의 열치 다시팩 제품이 유통되고 있으며 현지 브랜드의 티백 조미료 제품도 다수 판매 중으로, 태국 소비자들은 티백 형태의 국물 조미료에 친숙할 것으로 예상됨. 현지 수입유통업체는 고객사 제품 유통에 SNS 프로모션 및 온라인 채널을 추천함. 조미료 제품에는 소비자들이 일상적으로 방문하는 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 같은 오프라인 매장도 적합하다고 전함. 다만, 최근 활성화 되고 있는 라이브 커머스는 주로 신선식품 판매에 활용되는 것으로 확인됨

수출 확대 전략



100% 한국산 원재료를 사용한 티백형 조미료

태국 소비자들은 매운 맛, 단 맛, 신 맛 등 다양한 맛을 활용한 자극적인 음식을 선호하여 현지에서는 전반적인 조미료에 대한 수요가 높으며, 태국 내 한류의 인기가 식지 않고 있어 한국 식품에 대한 수요와 인식 모두 높은 편으로 보임. 특히, 20-30대의 젊은 소비자층이 한국 문화에 관심이 많고 새로운 제품을 시도하려는 경향이 있어 해당 소비자층을 고객사 제품의 타겟으로 선정할 수 있음

현지 수입유통업체에 따르면 고객사 제품의 가격은 태국에서 판매하기에 다소 높은 편으로 보임. 가격은 현지 소비자들이 조미료 구매 시 중요하게 생각하는 요인 중 하나로, 시장 내 경쟁력 제고를 위해서는 현지 유통 가격에 대해 고려해볼 필요가 있음. 최근 태국 내 건강 및 웰빙 식품에 대한 수요와 한류의 인기를 종합적으로 고려하면, 태국에서 고객사 제품 홍보 시 '100% 한국산 원재료' 및 '건강한 원재료'를 강조할 수 있음. 또한, 티백 형태의 조미료로 빠르고 간편하게 국물 요리에 활용할 수 있다는 점 또한 고객사 제품의 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 기대됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Thailand Country Report」, 2021.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03
4. 한국농수산식품유통공사(aT), 「포스트코로나 대비 태국 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 라자다(Lazada) (lazada.co.th)
5. 쇼피(Shopee) (shopee.co.th)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 알리바바(Alibaba) (www.alibabagroup.com)
9. 빌라마켓(Villa Market) (shop.villamarket.com)
10. 미국 농무부(USDA) (gain.fas.usda.gov)
11. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
12. 센트럴리테일(Central Retail) (www.centralretail.com)
13. 고메마켓(Gourmet Market) (www.gourmetmarketthailand.com)
14. 지두방마켓(Jidubang Market) (www.facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972)
15. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
16. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
17. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
18. 태국 관세청(The Customs Department) (igth.customs.go.th)
19. 태국 식약청(FDA Thailand) (www.fda.moph.go.th)
20. 태국 농무부(Department of Agriculture) (www.doa.go.th)
21. 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health) (www.fda.moph.go.th)
22. 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division) (food.fda.moph.go.th/law/index.php)
23. 태국 농무부 식물농업자재관리국(กรมวิชาการเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร) (www.doa.go.th/ard)
24. 국립농산물품질관리원 GAP 정보서비스 (www.gap.go.kr)
25. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
26. 태국 유기농 표준 인증(Organic Agriculture Certification Thailand) (actorganic-cert.or.th)
27. 야오와랏샵(Yaowaraj Shop) 페이스북 (www.facebook.com/Yaowarajshop888/)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.01.14

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea