



## CONTENTS

### 소비트렌드 CONSUMPTION TRENDS

- 03 수산물 시장동향
- 04 수산물 소비동향
- 05 수산물 수입동향
- 06 온라인 물 제품 분석
- 10 소비자 김 선호도 조사
- 12 수입유통업체 인터뷰

### 제품트렌드 PRODUCT TRENDS

- 13 해초류 주요기업 분석
- 15 해초류 주요제품 분석
- 19 김 주요기업 분석
- 21 김 주요제품 분석
- 25 수입유통업체 인터뷰

### 유통트렌드 DISTRIBUTION TRENDS

- 27 수산물 유통구조
- 29 수산물 주요 유통채널

### 진입장벽 TRADE BARRIERS

- 31 수산물 통관검역 절차
- 32 수산물 주요 비관세장벽 이슈



# Consumption Trends 태국 수산물 소비트렌드

## 태국 수산물 시장 동향

### 태국 수산물 시장규모

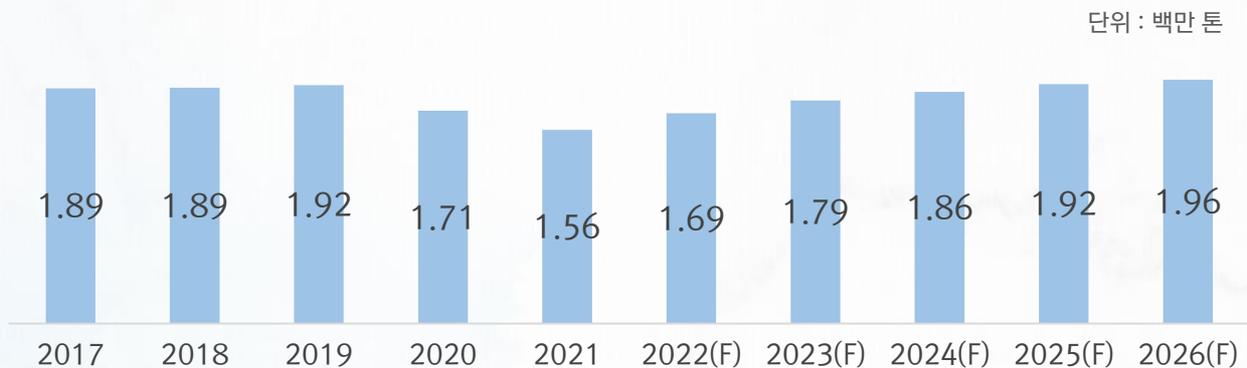
2020년 기준 태국의 수산물 총 생산규모는 약 262만 톤으로, 주로 틸라피아, 참치, 가재, 새우, 오징어, 어패류 등의 수산물이 생산됨. 태국의 주요 수산물 수출 품목 또한 참치캔, 새우 및 오징어 가공품 등임. FishStatJ에 따르면, 태국 내 해조류 및 톳 생산규모는 집계되지 않으며, 해당 품목의 소비는 주로 수입에 의존하는 것으로 예상됨

태국의 생선 및 수산물(Fish and Seafood) 시장은 2021년 기준 약 155만 7천 톤 규모로, 이 가운데 생선(Fish) 품목이 약 121만 4천 톤을 차지함. 태국

수산물 시장은 코로나19 등의 영향으로 둔화된 성장세를 보였으나, 다시 반등하여 2026년 기준 약 196만 톤 규모까지 성장할 것으로 기대됨

태국 수산가공식품(Processed Seafood)의 2021년 시장규모는 약 124억 바트로, 코로나 기간에도 꾸준히 성장하며 신선 수산물 시장과 대비되는 모습을 보임. 반조리 및 가공 수산물 품목은 코로나 19 이전에도 에너지와 시간, 돈을 아낄 수 있다는 장점으로 현지에서 수요가 높았으며, 이는 코로나로 인한 락다운 기간에도 지속된 것으로 보임<sup>1)</sup>

### 태국 생선 및 수산물 시장규모



출처 : 유로모니터(Euromonitor)

1) 유로모니터(Euromonitor), Staple Foods in Thailand, 2021

## 태국 수산물 소비 동향

### 태국 수산물 소비규모

2021년 기준 태국의 신선 수산물 소비규모는 약 4만 7,300톤으로, 지난 5년(2017-21년)간 유사한 수준을 보였으나, 점차 성장하여 2026년 기준 약 5만 2,900톤 규모까지 성장할 것으로 예상됨. 태국 수산가공식품 소비규모는 약 22만 8,800톤으로, 간편식을 선호하는 현지 식품 소비 트렌드에 힘입어 향후에도 꾸준한 성장세를 보일 것으로 기대됨

현지 수산물 가격은 높아진 시장 수요와 더불어 최근 5년간 지속적으로 상승하였으며, 이후에도 유사한 동향을 보일 것으로 예상됨. 2021년 신선 수산물 가격은 약 19.6달러, 수산가공식품 가격은 약 7.4달러로 확인됨

태국에서 수산물은 건강한 단백질 공급원이라고 간주되어 향후 수산물 소비량이 꾸준히 증가할 것으로 기대됨. 또한, 현지 소비자들의 소득이 점차 높아짐에 따라 고품질 제품에 대한 인기 또한 상승하는 추세임<sup>2)</sup>

단위: 천 톤



출처 : 스탯티스타(Statista)

2) 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS), 2021

## 태국 수산물 수입 동향

### 태국 해초류 수입규모

식용 해초류 및 조류 수출 시 적용되는 HS CODE 1212.21 기준 2021년 태국 對글로벌 수입액은 약 4,494만 달러로 최근 5년(2017-21년) 동안 꾸준히 하락하는 추세임. 이 중 對한국 수입액이 전체의 85%인 약 3,840만 달러로 전체 1위를 차지함. 뒤이어, 글로벌 수입액 점유율 2위는 중국(약 574만 달러, 13%), 3위는 일본(64만 달러, 1%) 순으로 확인됨

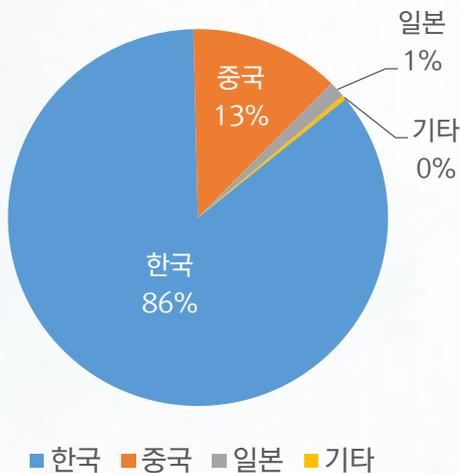
### 태국 김 및 건조 톳 수입액 점유율

HS CODE 2008.99는 조미김 및 건조 톳 수출 시 적용되며, 20호의 기타 품목에 해당하지 않는

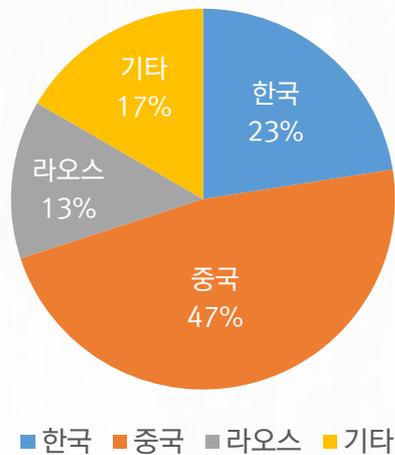
보존처리한 해조류 품목이 이 HS CODE 품목에 해당할 수 있음. 2021년 기준 해당 품목의 태국 對한국 수입액은 약 493만 달러로, 태국 對글로벌 전체 수입규모 약 2,192만 달러의 23%로 점유율 2위를 차지함

마른김, 조미김, 전장김과 같은 김 품목 이외에 스낵류로 분류되는 김스낵 품목에는 HS CODE 1905.90이 적용됨. 해당 품목의 2021년 태국 對글로벌 수입규모는 약 9,513만 달러로, 최근 5년 동안 연평균 약 30%의 성장세를 보임. 태국 對한국 수입액은 약 258만 달러로, 글로벌 수입액 점유율 6위를 차지함. 해당 품목의 수입액 기준 점유율 1위 국가는 말레이시아(약 5,275만 달러, 55%), 2위는 중국(약 1,201만 달러, 13%)으로 확인됨

HS CODE 1212.21



HS CODE 2008.99



## 태국 온라인 몰 제품 분석 ① 해조류

### 제품 분석 프로세스

※ 태국 온라인 몰 입점 해조류 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 주요제품 ② 제형 ③ 패키지 ④ 성분

※ 태국 온라인 몰 입점 해조류 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 톳(ธัญฑ์), 해조류(สาหร่าย)

- 데이터 수집원 : 태국 온라인 쇼핑몰

항목	키워드 (국문/태국어)		빈도	키워드 (국문/태국어)		빈도
주요제품	해조류	สาหร่าย	643	김스낵	ขนมสาหร่าย	34
	해조류 스낵	สาหร่ายทอด	64	다시마	คอมบุ	22
	김	โนรี / ขนมโนรี	78	톳	ธัญฑ์	6
	미역	วากาเมะ	55	다시마	เคลป์	5
	건조 해조류	สาหร่ายแห้ง	39	건조 톳	ธัญฑ์แห้ง	3
제형	바삭한	กรอบ	308	파우더	ผง	58
	구운	ย่าง	212	샐러드	สลัด	57
	건조	แห้ง	196	가루	แป้ง	34
	조각	ชิ้น	92	구운	ปิ้ง	17
	원물	ดิบ	60	조각	ชิ้นส่วน	3
패키지	캔	สามารถ	178	플라스틱	พลาสติก	7
	100g	100g	34	플라스틱 팩	ซองพลาสติก	6
	50g	50g	18	1kg	1kg	4
	20g	20g	8	35g	35g	1
홍보문구	단백질	โปรตีน	62	섬유질	ไฟเบอร์	12
	미네랄	แร่	49	비건	มังสวิรัต	9
	비타민	วิตามิน	48	글루텐프리	ปราศจากกลูเตน	6
	요오드	ไอโอดีน	36	유기농	อินทรีย์	5
	보존재	สารกันบูด	13	(-)	(-)	(-)

자료 : Lazada, Shopee

## 태국 온라인 몰 제품 분석 ① 해조류

### 판매 제품 특징

(\*) 순위는 온라인 몰 판매 제품 분석 결과, 카테고리 내 해당 키워드의 순위를 의미함

(\*\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

주요제품 2위 해조류 스낵		제형 1위 바삭한	
			
브랜드	싱하(Singha)	브랜드	마쿠(Maku)
분류	해조류 스낵	분류	김스낵
용량	3.6g	용량	7개입
가격	48바트	가격	12바트
패키지 2위 100g		성분 1위 단백질	
			
브랜드	코키리(Kokiri)	브랜드	치바(Chiva)
분류	다시마	분류	건조 해조류
용량	100g	용량	25g
가격	89바트	가격	40바트

자료 : Lazada, Shopee

## 태국 온라인 몰 제품 분석 ② 김

### 제품 분석 프로세스

※ 태국 온라인 몰 입점 김 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 주요제품 ② 홍보문구 ③ 맛 ④ 패키지

※ 태국 온라인 몰 입점 김 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 김스낵(ขนมสาหร่าย), 김(โนริ / ขนมนโนริ)

- 데이터 수집원 : 태국 온라인 쇼핑몰

항목	키워드 (국문/태국어)		빈도	키워드 (국문/태국어)		빈도
주요제품	해조류	สาหร่าย	643	건조 해조류	สาหร่ายแห้ง	39
	김	โนริ / ขนมนโนริ	78	김스낵	ขนมสาหร่าย	34
	해조류 스낵	สาหร่ายทอด	64	다시마	คอมบุ / เคลป์	27
	튀긴 해조류	สาหร่ายทอด	64	톳	ธัญจิก	6
	미역	วากาเมะ	55	건조 톳	ธัญจิกแห้ง	3
홍보문구	바삭한	กรอบ	308	할랄	ฮาลาล	31
	신선한	สด	215	변비	ท้องผูก	18
	단백질	โปรตีน	62	섬유질	ไฟเบอร์	12
	미네랄	แร่	49	건강한	สุขภาพดี	5
	칼슘	แคลเซียม	33	유기농	อินทรีย์	5
맛	참깨	งา	201	마라	หมาล่า	32
	오리지널	ดั้งเดิม / คลาสสิก	145	오징어	ปลาหมึก	32
	매운	เผ็ด	93	호박씨	เมล็ดฟักทอง	11
	치즈	ชีส	48	아몬드	อัลมอนต์	8
	뽕양공	ต้มยำ	42	불닭	ไก่เผ็ดเกาหลี	8
	새우	กุ้ง	36	땅콩	ถั่วลิสง	6
	바베큐	บาร์บีคิว	34	해산물	ซีฟู้ด	5
패키지	70g	70 กรัม	17	캔	กระป๋อง	6
	15g	15 กรัม	17	125g	125 กรัม	5
	12g	12 กรัม	12	18g	18 กรัม	4
	플라스틱	พลาสติก	13	25g	25 กรัม	4
	40g	40 กรัม	7	3.5g	3.5 กรัม	3

자료 : Lazada, Shopee

## 태국 온라인 몰 제품 분석 ② 김

### 판매 제품 특징

(\*) 순위는 온라인 몰 판매 제품 분석 결과, 카테고리 내 해당 키워드의 순위를 의미함

(\*\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

주요제품 4위 김		홍보문구 1위 바삭한	
			
브랜드	동원 양반김	브랜드	타완당(ตะวันแดง)
분류	김	분류	김스낵
용량	45g(15g*3개입)	용량	75g(25g*3박스)
가격	42바트	가격	240바트
맛 3위 매운		패키지 4위 플라스틱 백	
			
브랜드	타오카에노이(Taokaenoi)	브랜드	중화(Zhung hua)
분류	김스낵	분류	김
용량	36g	용량	33g
가격	61.38바트	가격	129바트

자료 : Lazada, Shopee

## 태국 소비자 김 선호도 조사

### 태국 소비자 김 인지도

태국 소비자들의 김 인식에 대한 설문을 진행한 결과, '김은 건강에 좋은 식품이다'의 동의율이 74.2%로 나타나, 현지 소비자들의 김에 대한 인식이 좋은 편임을 알 수 있음. 그러나 '김은 가격이 비싸 구매하기 꺼려진다'의 동의율이 62.9%인 것을 보아 가격이 구매를 저해하는 요인으로 작용한다고 예상할 수 있음

한국산 김과 관련하여, '한국산 김은 품질이 좋을 것이다'의 동의율은 61.3%이나, 중립으로 답변한 응답자가 타 문항 대비 높은 편으로 한국산 김에 대해 알지 못하는 태국 소비자가 적지 않다는 것을 알 수 있음. 다만, 생김과 조미김의 선호도에 대한 설문에서 조미김을 더 선호한다는 답변이 과반 이상으로, 조미김 제품이 태국 시장에 진출할 경우 수요가 있을 것으로 유추할 수 있음

### 김에 대한 태국 소비자 인식

김은 건강에 좋은 식품이다	74.2
김은 가격이 비싸 구매하기 꺼려진다	62.9
한국산 김은 품질이 좋을 것이다	61.3
나는 김을 좋아한다	82.3
나는 생김보다 조미된 김을 더 선호하는 편이다	74.2

N = 62, 단위: 동의율 %

### 태국 소비자 김 섭취 방식

김과 함께 먹는 음식에 대해 설문에서 김만 단독으로 섭취한다는 응답률이 61.3%로 가장 높았으며, 뒤이어 '밥류'가 46.8%, '수프류'가 43.5%로 나타남

### 태국 소비자 김 선호도

조미김을 선호한다고 답한 응답자들을 상대로 조미김 선호 이유에 관해 설문한 결과, '더 건강에 좋아서'의 응답률이 82.6%로 타 문항에 비해 월등히 높은 수치를 기록함. 선호하는 김 원산지에 대한 설문에서는 '일본'의 응답률이 79.0%로 가장 높았고, '한국'의 응답률은 48.4%로 나타남. 김 구매 빈도가 주 1-2회 이상인 응답자들이 빈도가 낮은 응답자보다 한국산 김의 선호도가 높은 것으로 보아 김을 자주 섭취하는 소비자일수록 한국산 김을 섭취해보고 그 선호도가 높아진 것으로 유추할 수 있음

### 태국 소비자 선호 김 원산지

	Total	구매빈도	
		주 1-2회 이상	주 1-2회 미만
일본	79.0	79.4	78.6
한국	48.4	58.8	35.7
중국	9.7	8.8	10.7

N = 62, 단위: 중복 %

### 태국 소비자 한국산 김 구매 경험

한국산 김을 구매한 적 있는지에 대해 설문한 결과, 태국 소비자의 61.3%가 구매한 적이 있다고 응답함. 응답자 성별에 따라서는 여성보다 남성의 김 구매 경험률이 더 높은 것으로 나타남

한국산 김을 구매해 본 응답자들을 상대로 구매 계기를 조사한 결과, '특정 제품이 유행해서'가 57.9%로 가장 높은 응답률을 기록했으며, 뒤이어 '한국 제품에 평소 관심이 있어서'가 52.6%를 기록함

### 태국 소비자 김 구매 고려요인

태국 소비자들에게 김을 구매 시 고려 요소에 대한 설문 진행 결과, '맛'의 응답률이 75.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 '가격'이 64.5%, '성분'이 61.3%로 과반을 차지하는 것으로 나타남

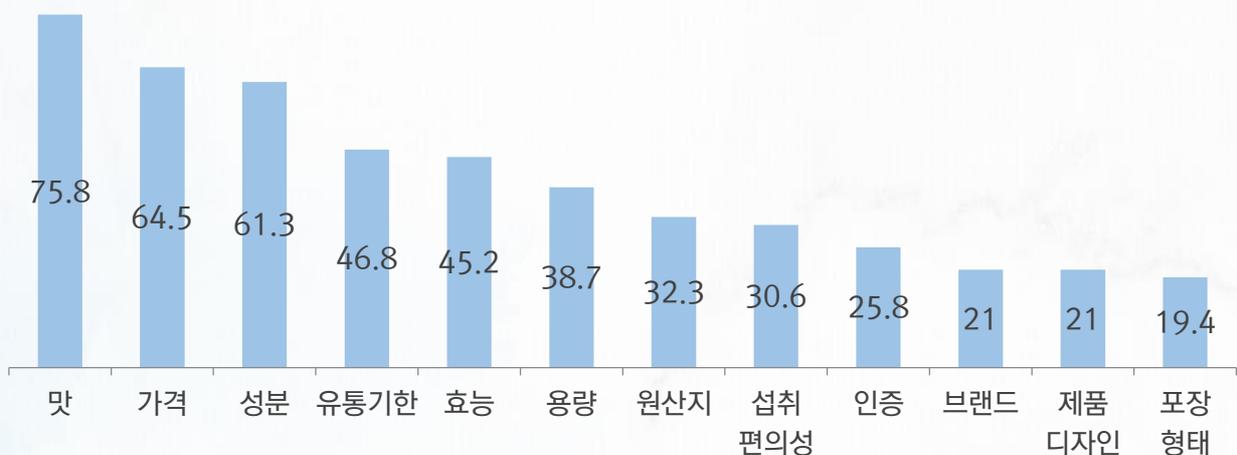
모든 응답자 그룹에서 '맛'의 응답률이 가장 높은 것으로 조사됨. 다만, 남성의 경우만 '맛'과 '가격'이 동일하게 73.3%를 기록함. 여성과 20대 및 40대 응답자 그룹에서 '맛' 다음으로 '성분'을 중요한 구매 고려 요소로 선정했으며, '가격'이 3순위를 차지함

### 태국 소비자 김 구매 경로

태국 소비자를 대상으로 김 구매 시 이용할 경로에 대해 설문을 진행한 결과, '편의점'이 71.0%, '대형마트'가 59.7%, '온라인 쇼핑몰'이 43.5%를 차지했으며, 응답자 그룹과 관계없이 구매 경로의 순위는 동일한 것으로 확인됨

선택 경로의 선호 이유를 조사한 결과, 남성보다 여성이 다양한 제품군을 이유로 선택 경로를 선호하는 경향이 있었으며, 20대보다 40대가 가까운 거리를 선호 이유로 선택한 경우가 많은 것으로 조사됨

김에 대한 태국 소비자 인식



N = 62, 단위: 중복 %

# 태국 툷 수입유통업체 인터뷰

## 태국 해조류 수입유통업체 담당자

- Owner (Chef Mumme 소속)
- Sales Manager (Lek Hijiki 소속)
- Admin Manager (Makotoya 소속)

### Q. 최근 태국의 해조류 수요는 어떠한가?

A. 태국에서 해조류의 수요는 보통 수준이며, 해조류 중에서도 툷 시장은 미역과 같은 다른 해조류 대비 크지 않은 편이다. 툷은 건강이나 다이어트에 관심이 많거나 일본 음식을 좋아하는 일부 소비자들에게만 잘 알려져 있으며, 일반적인 태국 소비자들에게 잘 알려진 품목은 아니다.

태국에서 한국산 툷 제품을 판매 중인 것을 본 적은 있지만, 일본산 툷만큼 널리 유통되고 있지는 않다. 현지에서 유통되는 가장 흔한 툷 제품 제형은 건조 형태이다. 건조 툷이 가공 및 수입에 용이하여 많이 판매되는 형태이며, 현지에서 툷은 삶거나 양념해서 국이나 반찬, 샐러드 조리에 사용된다.

출처: Chef Mumme



김



말린 미역



건조 툷



건조 툷



다시마

### Q. 태국 수입유통업체가 해조류 수입 시 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가?

A. 태국 바이어들이 해조류 수입 시 가장 고려하는 요소는 제품의 품질과 맛이다. 부가적으로, 제품 패키징 디자인과 합리적인 가격 또한 중요한 고려 요소가 될 수 있다. 현지 소비자들은 제품의 맛과 가격이 적당한 수준이라고 판단할 때 구매를 결정하기 때문이다.

출처: Lek Hijiki



툷 샐러드

### Q. 태국 소비자들은 주로 어느 채널을 통해 해조류를 구매하는가?

A. 태국 소비자들은 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등의 온라인 몰이나 파라곤(Paragon)과 같은 대형 슈퍼마켓, 백화점에서 해조류를 구매한다.

해조류 제품을 수출하여 태국에서 판매하고자 한다면, 식품 인증 등과 같은 수입 규정에 대해 잘 숙지할 필요가 있으며, 가격 측면에서도 현재 태국시장에서 판매되고 있는 유사 제품의 가격을 고려할 것을 추천한다.

출처: Makotoya

# Product Trends

## 태국 수산물 제품트렌드

### 태국 해초류 주요기업 분석

주요기업	센트럴푸드리테일 (Central Food Retail)		케이제이씨인터푸드 (KJC Interfood)		청정원	
규모	직원 수	(-)	직원 수	(-)	직원 수	5,000명 이상
	해초류 품목 수	2개	해초류 품목 수	3개	해초류 품목 수	2개
	설립연도	1996년	설립연도	2002년	설립연도	1996년
	매출	약 60억 달러	매출	(-)	매출	약 39억 원
진출 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 탑스</li> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다, 쇼피</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 탑스</li> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 지두방 지마켓</li> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다, 쇼피</li> </ul>	
홍보채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(태국)</li> <li>SNS 플랫폼(태국)</li> <li>- 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼(글로벌)</li> <li>- 페이스북</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌, 한국)</li> <li>SNS 플랫폼(글로벌, 한국)</li> <li>- 페이스북, 유튜브, 인스타그램</li> </ul>	
제품 홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>미역 밀작업 방법</li> <li>미소국 제조방법</li> <li>100% 미역</li> <li>고품질 제품</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>콜레스테롤 없음</li> <li>저칼로리</li> <li>100% 미역</li> <li>단백질, 비타민, 철분, 칼슘 함유</li> <li>혈당 조절, 갑상선암 예방, 변비 해소, 대장암 예방</li> <li>피부 미용</li> <li>다양한 요리 가능</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>깨끗한 남해의 부드러운 원초</li> <li>먹기 좋은 크기로 잘라</li> <li>싱싱하고 깨끗함</li> <li>미역국 만드는 법</li> </ul>	

## 주요기업 현황

해초류 품목 주요기업 센트럴푸드리테일(Central Food Retail)은 태국 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나로, 자체 식품 브랜드를 보유하여 PB 상품을 개발 및 유통하고 있음. 해당 기업의 말린 미역 등의 해초류 제품은 오프라인 매장 탑스와 온라인 몰 라자다, 쇼피에 입점하여 판매되고 있으며, 자사 현지 홈페이지 및 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 센트럴푸드리테일은 건조 미역 제품 홍보 시 손질 방법, 활용 레시피 등을 소개하며 제품의 품질을 강조하는 것으로 확인됨

케이제이씨인터푸드(KJC Interfood)는 해초류를 재배하여 태국 수입 후 현지에서 가공 및 유통하는 업체로, 기타 가공 해조류 제품도 생산 및 유통하고 있음. 해당 기업의 해초류 제품은 현지 슈퍼마켓

탑스와 온라인 채널 라자다 및 쇼피에 입점하여 있으며, 글로벌 및 현지 홈페이지, 페이스북을 통해 홍보를 진행 중임. 케이제이씨인터푸드는 '콜레스테롤 無', '저칼로리', '풍부한 비타민' 등 건강에 유익한 점을 강조한 홍보 키워드를 주로 사용하고 있음

청정원은 한국 종합 식품 전문 브랜드로, 여러 대형 브랜드를 보유한 대상그룹의 자회사이며, 해초류 제품 뿐만 아니라 각종 레토르트 식품, 요리 재료 등을 생산 및 유통하고 있음. 청정원은 탑스, 빅씨, 지두방 지마켓 등의 오프라인 매장과 라자다, 쇼피 등의 온라인 채널에 제품을 입점 및 판매 중임. 기타 주요기업과 유사하게, 청정원도 글로벌 및 한국 홈페이지, 페이스북과 유튜브, 인스타그램 등의 SNS 계정을 통하여 제품을 홍보하고 있음. 청정원은 '깨끗한 남해의 원초', '싱싱하고 깨끗함' 등 깨끗한 원재료를 강조하는 키워드를 중심으로 제품을 홍보하고 있음

케이제이씨인터푸드의  
타베루 와카메  
드라이드 씨워드  
79바트/50g



센트럴푸드리테일의  
마이 초이스 브랜드  
와카메드라이드 씨워드  
(My Choice Wakame  
Dried Seaweed)  
129바트/50g

청정원의  
남해안산 청정자른미역  
83바트/50g



(\* 조사시점 : 2022년 8월 24일

## 태국 해초류 주요제품 분석

### 태국 해초류 온라인 인기제품 Top 3

(\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

라자다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(평가/후기수 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		정도미역	사나이	한국	89바트/100g
2		남해안산 청정미역	청정원	한국	129바트/100g
3		조미당채 (调味棠采)	비장 (Bi Jiang)	중국	15바트/50g
쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		건조/압축 다시마 (烘干压缩海带)	조지애 (藻芝恋)	중국	25바트/22g
2		슈레디드 켈프 (Shredded Kelp)	옥양 (玉洋)	중국	26바트/22g
3		남해안산 청정미역	청정미역	한국	129바트/100g

### 태국 해초류 온라인 인기제품 Top 3

탑스 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		와카메 드라이드 씨워드 (Wakame Dried Seaweed)	마이초이스 (MyChoice e)	태국	75바트/50g
2		가스토와카메 (カットわかめ)	다이슈 (DAICHU)	중국	85바트/22g
3		드라이드 씨워드 (Dried Seaweed)	골드피쉬 (GoldFish)	태국	45바트/25g

### 태국 해초류 오프라인 주요제품

(\* 조사시점 : 2022년 8월 24일

탑스(Tops) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		마이초이스 씨워드 샐러드 (MyChoice Sesaweed Salad)	센트럴 푸드리테일 (Central Food Retail)	태국	69바트/170g
2		마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (MyChoice Wakame Dried Seaweed)	센트럴 푸드리테일 (Central Food Retail)	태국	75바트/50g
3		타베루 와카메 드라이드 씨워드 (Taberu Wakame Dried Seaweed)	케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)	태국	79바트/50g
빅 씨(Big C) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		킹 셰프 재패니즈 스타일 씨워드 샐러드 (King Chef Japanese Style Seaweed Salad)	킹위시컴퍼니 (บริษัท คิงส์ วิช จำกัด)	태국	49바트/100g

태국 해초류 오프라인 주요제품

탑스(Tops) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		가스토와카에 (カットわかめ)	다이슈 (DAICHU)	중국	63바트/22g
2		골드피쉬 드라이드 씨워드 (GoldFish Dried Seaweed)	헤리티지 스낵앤푸드 (Heritage Snacks&Food)	태국	38바트/25g
빅 씨(Big C) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		남해안산 청정자른미역	청정원	한국	83바트/50g

## 태국 김 주요기업 분석

### 주요기업 요약

주요기업	동원에프앤비		싱하 (Singha)		타오카에노이 (Taokaenoi)	
	규모	직원 수	3,000명 이상	직원 수	3,500명 이상	직원 수
	김 품목 수	10개	김 품목 수	6개	김 품목 수	28개
	설립연도	1969년	설립연도	1933년	설립연도	2004년
	매출	약 27억 달러	매출	약 40억 달러	매출	약 2,683만 달러
진출 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로스터, 빅 씨, 지두방 지마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라자다, 쇼피, 탑스</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로스터, 빅 씨</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라자다, 쇼피, 탑스</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로스터, 빅 씨</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라자다, 쇼피, 탑스</li> </ul> </li> </ul>	
홍보채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼(한국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북, 유튜브</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌, 태국)</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북(태국), 유튜브(글로벌)</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌, 태국)</li> <li>SNS 플랫폼(태국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터</li> </ul> </li> </ul>	
제품 홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 두 번 구워 바삭함</li> <li>- 튀기지 않은 스낵</li> <li>- 원초 3중 관리 시스템</li> <li>- 엄격한 품질 관리</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 맛있다</li> <li>- MSG 무첨가</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국에서 수입한 해초</li> <li>- 코리안 스타일</li> <li>- 고품질의 제조 공정</li> <li>- 양질의 제품</li> </ul>	
홍보문구 이미지	<p>Seasoned Laver with Olive Oil</p> <p>This product is roasted twice with olive oil to ensure the soft and savory flavor. Raw frozen seaweed is used to ensure the unique taste and flavor of laver. Strict quality management is applied to secure food safety.</p>				<p>Tao Kae Noi roasted seaweed, delicious taste with low calories. Seaweed imported from Korea blended with spicy seasoning powder before being carefully roasted and chopped into pieces and packed utilizing high quality manufacturing processes.</p>	

## 주요기업 현황

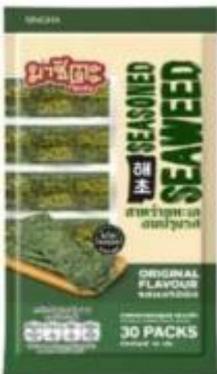
김 품목의 주요기업 동원에프앤비, 싱하(Singha), 타오카에노이(Taokaenoi)의 제품 모두 현지조사 오프라인 매장에 입점하여 있는 것으로 확인됨. 특히, 동원에프앤비는 로터스, 빅 씨, 지두방 지마켓 3 곳 모두에 입점해있으며, 조사 대상인 3개 주요업체 제품 모두 온라인 채널 라자다, 쇼피, 탑스에 입점하여 판매 중인 것으로 확인됨

태국에 진출한 3개의 주요기업의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보와 자사 제품의 정보를 제공하고 있음. 동원에프앤비는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 타오카에노이와 싱하는 글로벌 홈페이지 뿐만 아니라 태국 현지 홈페이지도 운영하고 있음. 또한, 3개사 모두 SNS 플랫폼 제품 홍보 활동을

활발하게 진행하고 있음. 동원에프앤비는 한국 계정의 페이스북과 유튜브를 통해 홍보 활동을 진행하고 있으며, 싱하는 현지 계정 페이스북과 유튜브를 운영 중에 있음. 타오카에노이는 태국 계정의 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터를 개설하여 홍보를 진행하고 있는 것으로 확인됨

태국 시장에 진출한 김 주요기업들은 제품 홍보 시, ‘엄격한 품질 관리’, ‘한국에서 수입한 해초’, ‘코리안 스타일’ 등의 제품의 높은 품질과 한국산 제품임을 강조하는 문구를 활용 중인 것으로 조사됨. 이외에도 제품에 대한 홍보에 ‘두 번 구워 바삭’, ‘튀기지 않은 스낵’, ‘고품질의 제조 공정’ 등의 조리법과 가공법에 관련된 수식어와 ‘MSG 무첨가’ 등의 건강에 관련된 키워드를 사용하여 제품의 우수한 품질을 강조하고 있음

싱하의  
맛있다 시즌드 씨워드  
오리지널 플레이버  
(Masita Seasoned  
Seaweed Original Flavour)  
49바트/12g



동원에프앤비의  
양반 올리브유로 구운김  
55바트/15g



타오카에노이의  
시즌드 레이버  
오리지널 플레이버  
(Seasoned Laver  
Original Flavor)  
49바트/12g



(\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

## 태국 김 주요제품 분석

### 태국 김 온라인 인기제품 Top 3

(\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

라자다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(평가/후기수 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		판다 시즌드 씨ويد 오리지널 (Panda Seasoned Seaweed Original)	중화 (Zhung Hua)	태국	48.35바트/33g (100봉)
2		와우롤 씨ويد (Wow-Roll Seaweed)	코키리 (Kokiri)	한국	9바트/14g
3		올리브유로 구운 김	동원에프앤비 양반	한국	44바트/15g (5g*3봉)
쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		판다 시즌드 씨ويد 오리지널 (Panda Seasoned Seaweed Original)	중화 (Zhung Hua)	태국	38바트/33g (100봉)
2		올리브유로 구운 김	동원에프앤비 양반	한국	37바트/15g (5g*3봉)
3		햇살바른 올리브김	동원에프앤비 양반	한국	37바트/15g (5g*3봉)

### 태국 김 온라인 인기제품 Top 3

탑스 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)					
순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		시즌드 레이버 오리지널 플레이버 (Seaweed Laver Original Flavor)	타오카에노이 (Taokaenoi)	태국	21바트/12g
2		올리브유로 구운 김	동원에프앤비 양반	한국	59바트/15g (5g*3봉)
3		시즌드 레이버 스파이스 플레이버 (Seaweed Laver Spicy Flavor)	타오카에노이 (Taokaenoi)	태국	21바트/12g

### 태국 김 오프라인 주요제품

(\*) 조사시점 : 2022년 8월 24일

로터스(Lotus's) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		시즌드 레이버 오리지널 플레이버 (Seasoned Laver Original Flavor)	타오카에노이 (Taokaenoi)	태국	49바트/12g (4g*3봉)
2		시즌드 레이버 스파이시 플레이버 (Seasoned Laver Spicy Flavor)	타오카에노이 (Taokaenoi)	태국	49바트/12g (4g*3봉)
3		시즌드 씨워드 토픽 칠리 플레이버 (Seasoned Seaweed Topping Chili Flavor)	타오카에노이 (Taokaenoi)	태국	79바트/35g
빅 씨(Big C) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		맛있다 로스티드 씨워드 스파이시 플레이버 (Masita Roasted Seaweed Spicy Flavour)	싱하 (Singha)	태국	42바트/15g (5g*3봉)
2		양반 들기름 향이 그윽한 김	동원에프앤비	한국	59바트/15g (5g*3봉)
3		양반 올리브유로 구운김	동원에프앤비	한국	55바트/15g (5g*3봉)

### 태국 김 오프라인 주요제품

지두방 지마켓(Jiduban G-Market) 입점 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		양반 올리브유로 구운김 라지	동원에프앤비	한국	59바트 /20g
2		양반 파래돌김볶음	동원에프앤비	한국	115바트 /65g
3		카카오프렌즈 광천김 튜브 김자반	광천김	한국	92바트 /40g

# 태국 해초류 수입유통업체 인터뷰

## 태국 해초류 수입유통업체 담당자

- Marketing Executive (KJC Interfood Company Limited 소속)
- Admin Sales (Giingaanlamlam 소속)

### Q. 태국에서 해초모듬과 같은 해초류 가공품의 수요와 소매가격은 어느 정도인가?

A. 태국 현지 시장에서 판매 중인 해초모듬과 같은 해초류 가공품의 소매 가격은 김이나 미역 등 다른 해조류 제품의 가격과 비교하여 꽤 높은 편이다. 다만, 여러가지 해초류를 모아 한 제품으로 판매하는 해초모듬 등의 해조류 가공품은 현지 수요가 아주 큰 품목은 아니므로, 대용량 제품의 현지 판매는 추천하지 않는다. 해초류 가공품은 건강에 관심이 많은 현지 25-35세 소비층에서 수요가 가장 많으며, 이들을 주요 타깃으로 삼는 것을 추천한다.

출처: KJC Interfood Company Limited



미역



해초샐러드

### Q. 태국 소비자가 해초류 제품 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가?

A. 태국 소비자들은 해초류 구매 시 제품의 품질과 가격, 맛을 중요하게 생각한다. 현지 시장에서 판매 중인 해초류 가공품 사이에 큰 가격 차이가 없어, 소비자의 가격 민감도가 매우 큰 품목은 아니다. 따라서 맛과 품질 특면의 차별화가 필요할 것으로 보인다. 특히, 소비자 입장에서 가격이 높은 제품에 대해서는 그에 부응하는 맛이나 품질을 기대하는 것으로 보인다.

출처: Giingaanlamlam



미역



다시마

### Q. 해초류 제품에 추천하는 현지 홍보 방식과 유통채널은 무엇인가?

A. 최근에는 틱톡이나 유튜브와 같은 SNS 플랫폼을 통한 인플루언서 마케팅이 각광받고 있다. 유명한 인플루언서가 먼저 먹어보고 리뷰한 제품이 많이 판매되는 경향이 있다. 또한, 쇼피와 같은 온라인 채널을 통해 오프라인 할인 쿠폰을 지급하여 매장 방문을 유도하는 방식의 프로모션도 진행한다.

태국 내 해초류의 주요 소매 유통경로는 쇼피나 페이스북과 같은 온라인 채널, 또는 대형 슈퍼마켓, 편의점 등이다. 최근 현지 소비자들은 온라인 물을 특히 많이 이용하므로, 해당 채널 진입을 추천한다.

# 태국 김 수입유통업체 인터뷰

## 태국 김 수입유통업체 담당자

- Sales Assistant (GlobalSun 소속)
- Sales Manager (Nanda trade 소속)
- Operations Manager (Food promart 소속)

### Q. 태국에서 김 제품의 적절한 가격, 중량, 포장은 어느 정도인가?

A. 태국에서 판매 중인 한국 브랜드 A사의 제품을 예시로 들면, 36g(4g\*9개입) 중량의 제품 가격은 150-170바트 정도이다. 이와 유사하거나 이보다 낮은 가격이라면, 현지에서 충분히 가격 경쟁력을 갖출 수 있을 것이다.

태국에서 조미김 제품의 가장 일반적인 패키지는 플라스틱 트레이의 내부 포장과 플라스틱 팩의 외부 포장을 활용한 방식입니다. 김 주요업체들도 대부분 이러한 방식을 사용하며, 현지 소비자에게 가장 친숙하고 적합한 포장 방식입니다.



출처: GlobalSun

### Q. 태국 수입유통업체와 소비자가 김 제품 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가?

A. 현지 수입유통업체가 김을 수입할 때 가장 크게 고려하는 요소는 수입 및 유통 비용과 제품의 품질이다. 제품의 맛이나 브랜드의 인지도, 배송의 안정성 또한 거래 시 고려요인이 될 수 있다.

소비자들이 김 구매 시 가장 우선시하는 요소는 제품의 가격과 원산지이다. 태국 소비자 대다수는 한국산 제품에 대한 강한 선호도와 신뢰를 보이고 있다. 이외에도 태국 소비자들은 제품의 맛과 품질, 중량에 대해서도 고려한다.

출처: Nanda trade



### Q. 김 제품에 추천하는 현지 홍보 방식과 유통채널은 무엇인가?

A. 김 제품 홍보 시 물리적인 제약이 비교적 적으며 다수의 소비자에게 파격적인 혜택을 제공할 수 있는 온라인 채널을 통한 프로모션이 가장 효과적이다. 그중에서도 소비자들의 관심을 가장 많이 사로잡을 수 있는 홍보 방식은 가격 관련 프로모션이다. 무료 배송이나 대량구매 시 가격을 인하해주는 방법도 고려해볼 수 있다.

최근 소비자들이 가장 많이 사용하는 유통채널은 쇼피나 라자다와 같은 온라인 플랫폼이다. 오프라인 채널에서도 김 제품이 판매되고 있다. 특히, 태국 내 인기있는 김 제품 중에는 한국 브랜드 제품이 많아 한인마트에서도 김을 많이 판매하고 있다.

# Distribution Trends

## 태국 수산물 유통트렌드

### 태국 수산물 유통구조

#### 태국 신선 수산물 유통구조

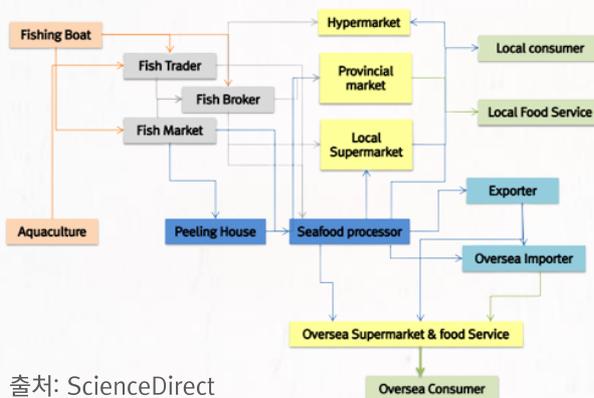
태국 신선 수산물 및 수산 가공품은 재래시장 또는 현대식 고급 소매업체로 양분되어 진행되고 있으며, 특히 고급 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 냉동 수산물 중 약 15%가 수입 수산물인 것으로 파악됨

현대적 유통채널의 확장에도 불구하고, 태국에서 여전히 중요한 역할을 하고 있는 수산물 전통시장은 현지산 생선 및 수산식품 위주의 제품을 취급함. 주로 대도시에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서는 현지 및 수입 수산물을 모두 취급하고 있음. 현대적 유통채널에서 판매하는 수입 제품으로는 연어, 대구,

랍스터 등이 있으며, 이들은 주로 소득 중상위층 소비자들을 타겟으로 하고 있음<sup>3)</sup>

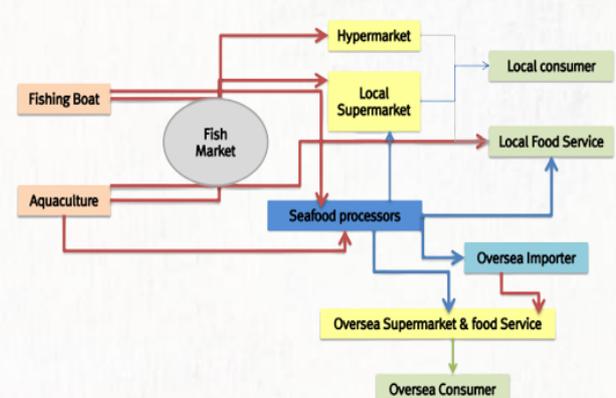
과거 태국의 수산물 유통에서 생산자와 소매 유통채널 사이의 연결고리를 담당하던 'Fish Broker'와 가공 전처리를 담당하던 'Peeling House' 등의 중간 구조는 불필요한 거래 비용과 단계 등의 이유로 수산물 유통구조가 단순화됨에 따라 소멸되었으며, 소규모의 지역 재래시장과 수출 전문업체 등의 역할도 사라짐. 태국 수산물 유통구조가 향후 더욱 현대화되며 해외 수입업자 및 현지 가공업체의 직거래가 활발해지며, 대형 도매시장의 역할이 더욱 강화될 것으로 예상됨

#### 태국 수산물 전통적 유통채널



출처: ScienceDirect

#### 태국 수산물 현대적 유통채널



3) 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), Thailand: Seafood Report, 2018

## 태국 수산가공식품 유통구조

2021년 기준 '가공육, 수산가공품 및 육류대체품' 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 태국에서 69.3%, 한국에서 57.0%를 점유하며 두 국가 모두에서 가장 높은 비중을 차지함. 점유율 2위 유통채널은 태국에서는 '개인 및 기타 식료품점'이 19.4%를 점유했고, 한국에서는 '온라인' 채널이 18.8%를 점유함

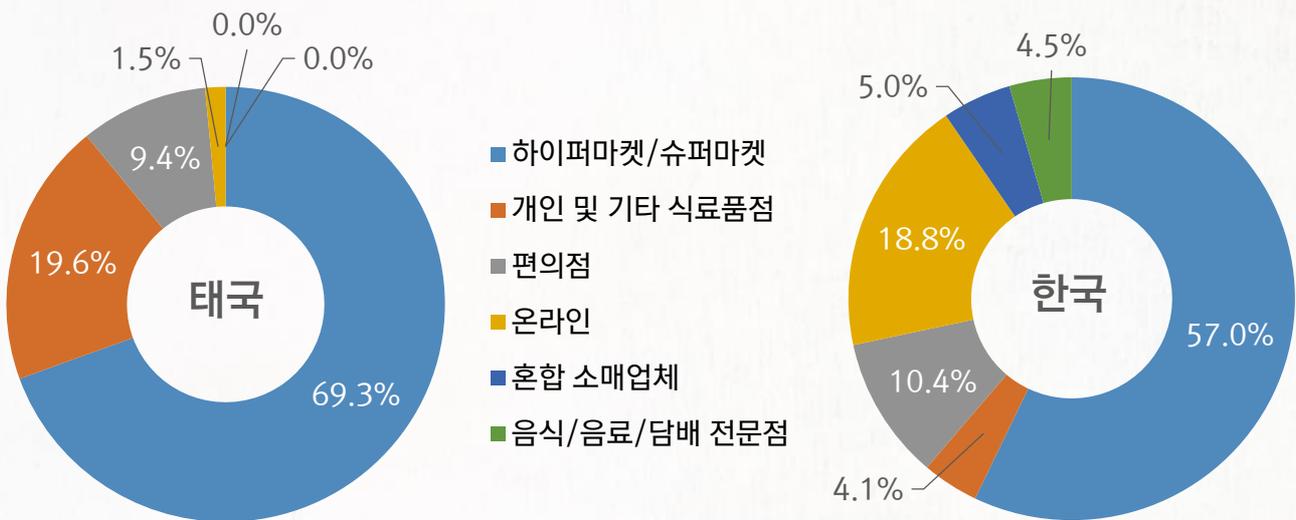
최근 태국에서는 현대적 유통채널이 빠르게 확장됨에 따라 수입 수산식품에 대한 수요가 크게 증가하는 추세임. 특히, 소득 중상위층 소비자들이 제품 품질과 서비스 등의 이유로 재래시장과 같은 전통적 유통채널보다 슈퍼마켓과 같은 현대적

채널을 선호하는 경향을 보이며, 수입산 수산물 및 육류, 채소, 유기농 제품 등이 슈퍼마켓에서 많이 판매되는 품목으로 확인됨<sup>4)</sup>

태국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체들은 코로나 19 감염 우려 및 락다운의 영향으로 오프라인 매장 방문율이 낮아지자, 온라인 몰 운영 개시 및 강화, 픽업 서비스 운영 등 다양한 방식으로 O2O 운영 전략을 펼치고 있으나, 온라인 채널의 위협이 심화되며 업계 전반적인 규모가 축소됨

대한민국 해양수산부에서는 국내 수산식품 수출기업의 해외 진출을 돕기 위해 해외 주력 온라인몰에 'K-씨푸드관'을 설치하고 있으며, 태국 쇼피(Shopee)에서도 2021년 7월부터 운영 중임

2021년 태국 및 한국 '가공육, 수산가공품 및 육류대체품소매유통채널' 점유율



출처: 유로모니터(Euromonitor)

4) 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), Thailand: Retail Foods, 2022

## 태국 수산물 주요 유통채널

### 주요 유통채널 정보

기업명	기업구분	위치	기업 요약	입점가능품목	매장수
딸랏딸레타이 (Talat Talay Thai)	도매시장	쌌뭇쌌껌 (Samut Sakhon)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다른 도매시장 대비 좀 더 다양한 물품 판매,</li> <li>• 농수산물 도매시장</li> <li>• 수산물 품목이 일반 도매시장보다 더 다양함</li> <li>• 일반 소비자들을 대상으로도 판매 진행</li> </ul>	-	-
마하차이마켓 (Mahachai Market)	도매시장	쌌뭇쌌껌 (Samut Sakhon)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태국 내 최대 규모 수산물 도매시장 중 하나</li> <li>• 수도권 지역의 수산물 공급에 가장 중요한 역할</li> </ul>	-	-
빅씨(Big C)	하이퍼마켓 /슈퍼마켓	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년 방콕에서 설립된 현지 유통업체</li> <li>• 베트남, 라오스 등에서 영업 중</li> <li>• 편의점 채널도 운영</li> <li>• 엑스트라(Extra), 푸드플레이스(Food Place)와 같은 다양한 브랜드 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품</li> <li>• 즉석식품</li> <li>• 냉동식품</li> <li>• 가공식품</li> <li>• 음료류</li> <li>• 주류</li> <li>• 건강보조식품</li> </ul>	약 153개

기업명	기업구분	위치	기업 요약	입점가능품목	매장수
탑스(Tops)	하이퍼마켓 /슈퍼마켓	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1996년 설립</li> <li>• 센트럴리테일(Central Retail)의 자회사</li> <li>• 푸드홀(Food Hall), 슈퍼스토어(Superstore) 등 다양한 형태로 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품</li> <li>• 유제품</li> <li>• 냉동식품</li> <li>• 주류</li> <li>• 음료류</li> <li>• 향신료</li> <li>• 건강보조식품</li> </ul>	약 230개
지두방 지마켓 (Jiduban G-Market)	아시안마트 /한인마트	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방콕 최대 규모의 한인 마트였던 케이마켓 폐점 후 같은 자리에 개장</li> <li>• 즉석식품이나 스낵류 제품 중 한국산 제품 입점</li> <li>• 매장 내에 한국형 분식 집 운영 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품</li> <li>• 냉동식품</li> <li>• 즉석식품</li> <li>• 스낵류</li> <li>• 면류</li> <li>• 소스류</li> </ul>	5개
돈돈돈키 (Don Don Donki)	아시안마트 /한인마트	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 돈키호테의 모기업인 PPIH 그룹에서 운영</li> <li>• 일본인이 많이 거주하는 통로 (Thonglor) 지역에 위치</li> <li>• 바코드 인식을 통해 제품 상세정보 번역 서비스 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품</li> <li>• 냉동식품</li> <li>• 즉석식품</li> <li>• 스낵류</li> <li>• 음료류</li> </ul>	5개
푸드프로마트 (Food Promart)	수산물 전문점	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고급 신선 수산물을 중심으로 육류, 향신료 등 고급 음식을 전문적으로 판매</li> <li>• 수입 수산물 다수 취급</li> <li>• 온라인 기반 식료품점으로 시작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수산물</li> <li>• 육류</li> <li>• 유제품</li> <li>• 향신료</li> <li>• 소스류</li> <li>• 즉석식품</li> <li>• 베이커리류</li> </ul>	4개
쇼피(Shopee)	수산물 전문점 (온라인)	방콕 (Bangkok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 싱가포르 기반의 동남아 지역 최대의 전자 상거래 플랫폼</li> <li>• 전복이나 굴과 같은 신선 수산물은 물론 젓갈류, 김, 미역 등 다양한 수산가공품 또한 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수산물</li> <li>• 수산물 기반 가공식품</li> </ul>	-

# Trade Barriers

## 태국 수산물 진입장벽

### 태국 수산물 통관검역 절차

#### 수출 전 사전준비

- 국립수산물품질원 생산·가공시설 등록 가능
- 식품 생산관련 인증서 및 서류 요구 확인 필요
- 태국 식약청 필수 등록은 아니나 일반 요건 준수 필요
- 태국 수산가공식품 관련 병원성 미생물 표준 준수 필요
- 태국 수산가공식품 관련 병원성 미생물 표준 준수 필요
- 태국 수산가공식품 관련 병원성 미생물 표준 준수 필요
- 원산지 증명서 발급(FTA 관세 적용)
- 라벨링 주의사항: 태국어로 표기, 알레르기 및 인공 조미료 함유 표시

#### 국내 수산물 수출신고 및 통관

- 전자적 수출신고 및 수출신고필증 수령
- 서류심사 또는 물품검사 실시
- 신고 수리일로부터 30일 이내 적재
- 필요 서류 : 수출신고서, 선하증권, 상업송장, 포장명세서

#### 국내 수산물 수출검역 및 검사

- 국립수산물품질관리원에서 지정한 수산물이나 상대국의 요청에 따라 검사가 필요한 경우 실시
- 수출검역 : 서류/임상/정밀
- 수출검사 : 서류/관능/정밀

#### 태국 수산물 수입신고 및 통관

- 태국 식약청 식품 등록 여부 확인
- 전자세관시스템 통해 수입신고 및 서류 전송
- 관세 납부 : 통관 전 전자지불 시스템으로 납부 가능
- 식품 관련 판매 전 규제, 판매 후 규제 주의

#### 태국 수산물 수입검역 및 검사

- 물품검사 : 전자세관시스템에 제출된 서류를 바탕으로 화물검사 방식 결정, 녹색/적색/황색라인으로 분류되어 진행
- 태국 수산부에서 샘플 추출하여 전염병 및 잔류물질 검사 가능

#### 수산식품 반출 및 현지 유통

## 태국 수산물 비관세장벽 주요 이슈

### Issue ① 태국 식약청 등록 및 통보

태국으로 식품을 수출하려면 수입허가가 있는 수입업자가 해당 식품을 태국 식약청(FDA)에 등록 또는 통보 절차를 밟아야 함. 수입식품은 위험도에 따라 특별통제식품, 표준식품, 표준라벨부착식품, 일반식품 등의 4개 유형으로 구분되는데, 그 중 특별통제식품은 식약청 등록 필수 대상에 해당함. 일반식품에 속하는 제품이라면, 식약청 의무등록 대상은 아니지만, 식약청 및 유관 기관에서 식품 수입 시 요구하는 위생, 안전, 라벨링, 광고 등 일반 요건을 준수할 필요가 있음

### Issue ② 수입 식품 생산 인증 관련 지침

2021년 10월 태국 공중보건부(MOPH)가 발표한 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영지침에 따르면, 모든 수입 식품은 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해야 하며, 규정에 의거하여 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서 사본을 제출해야 함. 식품 종류에 따라 세부적인 가이드라인이 상이하므로 품목별 규정에 따라 서류를 준비해야 함. 수산물은 보통 일반식품으로 분류되지만 수산가공품은 그 종류와 가공 정도에 따라 일반식품 이외로 분류되어 제조국의 GMP 인증서가 요구될 수 있음

### Issue ③ 수입허가증 갱신 절차

태국 식약청은 2022년 4월 18일, 현지 수입업체의 식품 수입허가증 갱신 절차에 관한 고시를 공표함. 일반적으로 식품 수입업체는 태국 식약청에 수입시설의 소재지, 제품, 식품 관리 환경, 대표자 등에 관한 정보를 제출하여 수입허가증을 발급받아야 하며, 수입허가는 통상 3년간 유효함. 해당 고시에 따르면, 2022년 12월 31일 기준 유효기간 만료를 앞둔 식품 수입허가 취득자가 2023년부터 2025년까지 계속해서 식품 수입을 희망하는 경우 유효기간 만료 전까지 갱신 신청을 완료해야 함. 수입허가증의 유효기간이 만료된 경우에는 갱신 신청이 불가하며 식품등록번호를 취득한 제품도 등록사항을 상실하므로 기간에 각별히 주의할 필요가 있음

## 태국 수산물 비관세장벽 주요 이슈

### Issue ④ 미생물 표준

태국으로 수입되는 신선 수산물 및 수산가공식품은 태국 공중보건부 고시에 규정된 병원성 미생물 표준을 준수할 필요가 있음. 이와 관련된 미생물은 살모넬라균, 황색포도상구균, 바실러스 세레우스, 클로스트리디움 퍼프린젠스 등이 있으며, 신선 수산물 및 수산가공식품 등 품목 종류에 따라 기준치가 상이하므로 태국 수출 전 제품 품목의 미생물 기준치에 대한 확인이 반드시 필요함. 최근 태국 식약청이 한국에서 수출된 조미김을 대상으로 실시한 샘플링 검사 결과, ‘바실러스 세레우스’ 기준치를 초과한 제품이 있는 것으로 나타나 김 수출업체는 특히 유의할 필요가 있음

### Issue ⑤ 라벨링 규정

태국으로 수입되는 식품은 제품 라벨에 식품명, 식품 일련번호, 제조·포장·수입업체의 이름 및 주소, 순 중량, 주요 성분 함유량, 알레르기 정보, 인공 조미료, 유통기한 등을 필수로 표기해야 함

표기 언어의 경우, 라벨은 태국어로 표기하는 것이 원칙이며, 표기 사항은 영어로 할 수 있으나 세부 내용은 태국어를 사용해야 함. 단, 수입된 식품은 모든 언어로 표시할 수 있으나, 식품명, 성분, 식품 일련번호, 순중량, 원산지를 소비자가 알아볼 수 있도록 기재해야 함

알레르겐 정보는 글루텐, 계·새우·랍스터 등의 갑각류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 유당, 10mg/kg 이상의 아황산염 및 해당 항원을 함유한 제품에 대하여 알레르기 항원 정보를 표기해야 함. 주요 성분이 알레르겐 물질에 해당하나, 우유나 땅콩과 같이 명확하게 선언된 식품에 대해서는 알레르기 표기 의무가 면제됨

사전포장된 수산식품의 경우, 상기 정보를 제품 포장에 인쇄하거나 스티커, 라벨지 등에 기재하여 제품에 부착해야 함. 포장되지 않은 수산식품의 경우에는 꼬리표를 부착하거나 스티커나 풋말, 판매 용기 등에 표기해야 하며, 살아있는 수산물의 경우 수족관 등 보관시설에 풋말이나 표지판으로 표시해야 함