

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1907-08
- 품목 : 과일큐브치즈(Cube Cheese)
- 국가 : 태국(THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

| | |
|-----------------------|---|
| SUMMARY | 4 |
| 1. 태국 과일큐브치즈 시장규모 | 5 |
| 2. 태국 과일큐브치즈 수출입 시장규모 | 6 |
| 3. 태국 과일큐브치즈 소비 시장규모 | 7 |

II. Market Trend (시장트렌드)

| | |
|---------------------------------------|----|
| SUMMARY | 12 |
| 1. 태국 슬라이스 치즈, 보편적 인지도 보유 | 17 |
| 2. 태국 치즈, 간식보다는 주식 관점에서 섭취 | 18 |
| 3. 태국 10-20대, 치즈 스낵·케이크 등 소비 후 SNS 공유 | 19 |
| 4. 태국 30-40대, 요리 차원에서 치즈 언급 | 20 |

III. Distribution Channel (유통채널)

| | |
|-----------------------|----|
| SUMMARY | 22 |
| 1. 태국 과일큐브치즈 유통구조 | 23 |
| 2. 태국 과일큐브치즈 주요 유통업체 | 24 |
| 3. 태국 과일큐브치즈 B2C 소매채널 | 25 |

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

| | |
|-----------------------|----|
| SUMMARY | 36 |
| 1. 태국 과일큐브치즈 인증 취득 | 37 |
| 2. 태국 과일큐브치즈 업체·제품 등록 | 40 |
| 3. 태국 과일큐브치즈 라벨 심의 | 41 |
| 4. 태국 과일큐브치즈 서류 준비 | 45 |
| 5. 태국 과일큐브치즈 세금 납부 | 46 |
| 6. 태국 과일큐브치즈 검역 심사 | 47 |

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

| | |
|---|----|
| SUMMARY | 48 |
| Interview ① 센트럴 푸드 홀(Central Food Hall) | 49 |
| Interview ② 유라시아 푸드(Eurasia Foods) | 51 |

| | |
|--------|----|
| * 참고문헌 | 53 |
|--------|----|

I . Market Size

SUMMARY

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



Market Size

(시장규모)

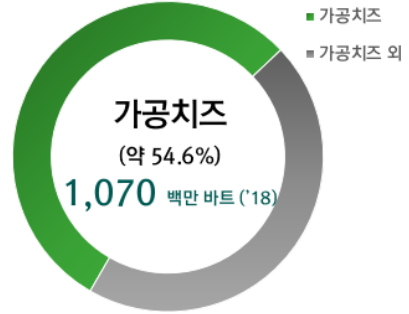
태국 (THILAND)

과일큐브치즈 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가공치즈)

- 태국 치즈¹⁾ 시장 규모
..... 1,958백만 바트 ('18)
- 태국 가공치즈²⁾ 시장 규모
..... **1,070백만 바트 ('18)**

(*) Euromonitor International

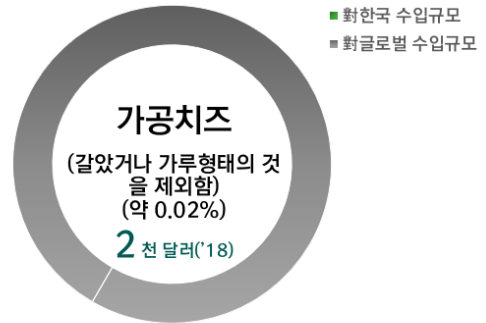


과일큐브치즈 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가공치즈)

- HS 0406.30³⁾
태국 **對** 글로벌 '가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함) 수입 규모
..... 1,240만 9천 달러 ('18)
- HS 0406.30
태국 **對** 한국 '가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함) 수입 규모
..... **2천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



과일큐브치즈 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '과일큐브치즈'는 크림 치즈에 과일맛과 아몬드맛을 첨가하여 큐브 형태로 만든 가공 치즈 제품으로, 간단한 디저트 또는 영양 간식으로 섭취할 수 있음. 이에 잠재 소비자로 예측되는 '태국의 20~40대 여성' 규모와 '태국의 아동(0~14세) 규모를 조사하였으며, 태국 치즈 소비량과 연관된 지표로 태국 서구식 레스토랑 시장 규모를 조사함

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 태국 20~40대 여성 인구 수 ('18) 20~29세 4,746,641 명 30~39세 4,813,205 명 40~49세 5,839,063 명 ② 태국 아동 인구 수 ('18) 0~12세 1,179만 9,126 명 | <ul style="list-style-type: none"> ② 태국 서구식 레스토랑 수익 규모('18) 카페 366백만 달러 레스토랑 832백만 달러 패스트푸드 966백만 달러 아이스크림&베이커리 196백만 달러 전체 2,360백만 달러 |
|---|--|

(*) World Bank

(*) Ministry of Commerce and Industry Estimates

1) 치즈(Cheese): 가공된 또는 가공되지 않은 치즈 제품을 포함함
 2) 가공치즈(Processed Cheese): 스프레더블 치즈(Spreadable Cheese, 발라먹을 수 있는 치즈)와 언스프레더블 치즈(Unspreadable Cheese, 발라먹을 수 없는) 형태의 모든 가공치즈를 포함함. 유제품이 아닌 치즈 대체품의 스프레더블 및 언스프레더블 형태도 포함
 3) HS CODE 0406.30: 조사 제품 '과일큐브치즈'는 치즈 함량을 기준으로 가공 치즈로 분류됨. 이에 '가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함)'으로 분류하여 HS CODE 0406.30을 지표로 선정함

1. 태국 과일큐브치즈 시장규모

조사 시장: ‘과일큐브치즈’는 크림치즈에 과일맛과 야채맛을 첨가하여 가공한 치즈 제품으로 가공치즈에 해당함. 제품의 제조 과정을 고려하여 ‘치즈’와 ‘가공치즈’ 시장 규모를 조사함

태국 국가 일반 정보⁷⁾

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

▶ 2014-2018년, 태국 ‘가공치즈’ 시장 연평균성장률(CAGR)⁴⁾ 6%

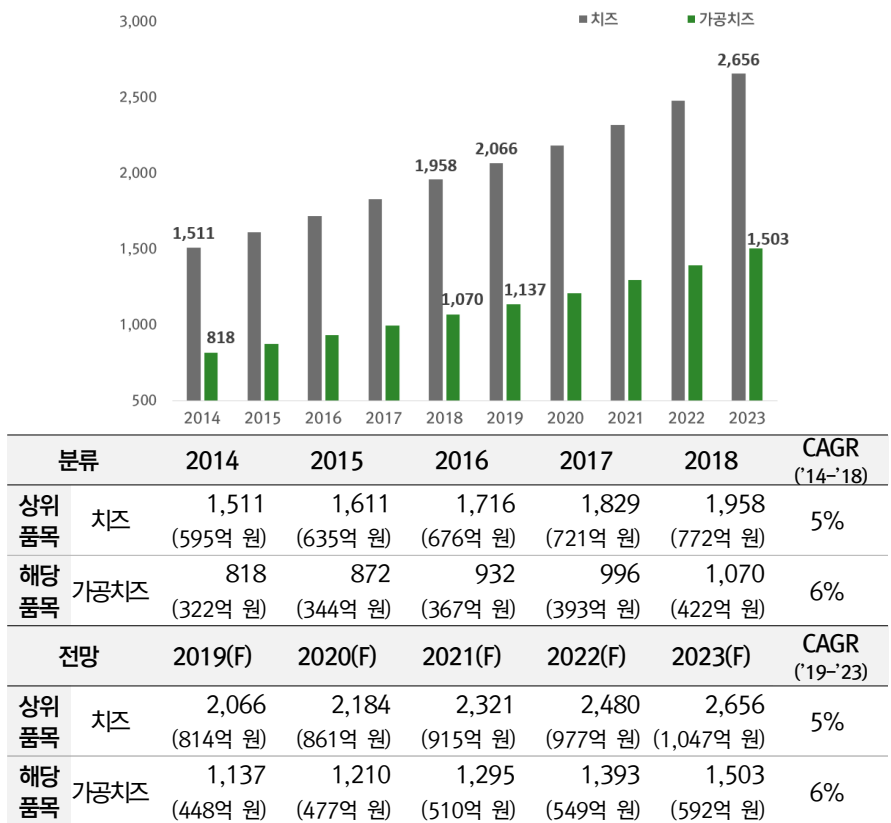
지난 5년 간 (2014-2018년), 태국의 ‘치즈’와 ‘가공치즈’ 시장은 모두 꾸준한 성장세를 보임. 태국 ‘가공치즈’ 시장은 2014년 이후 연평균 6%의 성장률을 기록하여, 2018년 1,070백만 바트의 시장으로 성장함. ‘치즈’ 시장의 연평균 성장률은 5%로 ‘가공치즈’와 비슷하며, 시장규모는 1,958백만 바트로 확인됨

▶ 2019-2023년, 태국 ‘가공치즈’ 시장 연평균성장률(CAGR) 6%

2019년 기준, ‘가공치즈’의 시장 규모는 1,137백만 바트로 추정되며, 지난 5년 간의 성장 추세에 이어 2023년까지 6%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예측됨. 태국의 ‘치즈’ 시장도 지난 5년 간의 연평균 성장률과 동일하게 연평균 5%의 성장률을 유지하며 2023년 19억 5,800만 바트 규모로 성장할 것으로 예상됨

[표 1.1] ‘치즈’, ‘가공치즈’ 시장 규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 백만 바트



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate
 5) 1바트=39.41원(2019.08.13., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
 6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 과일큐브치즈 수출입 시장규모

HS CODE 0406.30 : '과일큐브치즈'는 제품에 크림치즈를 함유하여 큐브 형태로 가공한 치즈 제품으로 가공치즈 식품 분류에 해당함. 이에 '가공치즈(갈았거나 가루 형태의 것을 제외함)'의 HS CODE 0406.30을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 5%

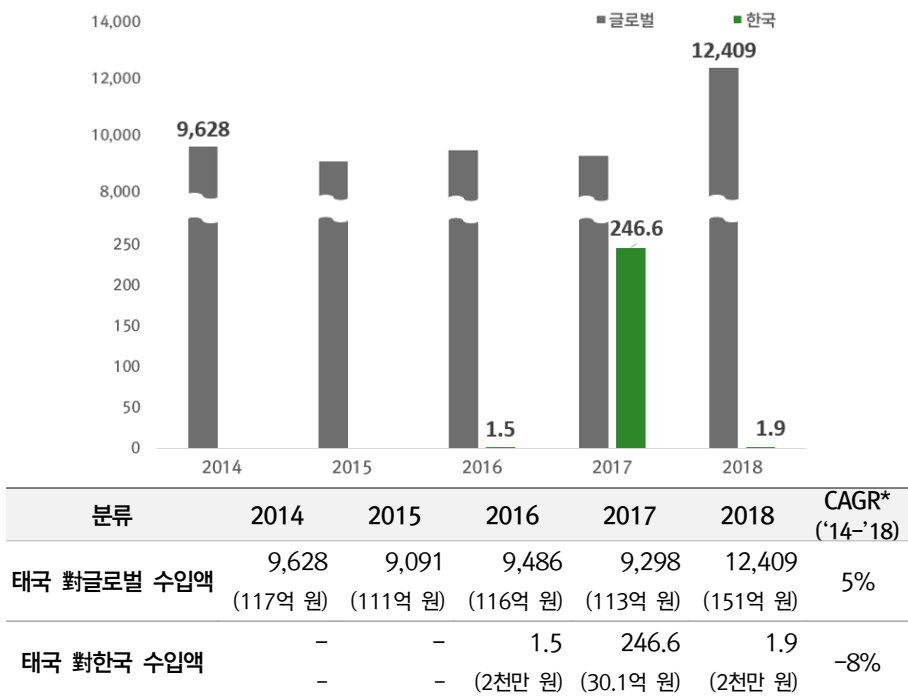
2018년, 태국 HS CODE 0406.30 품목의 對글로벌 수입액은 1,240만 9천 달러를 기록함. 2014년 962만 8천 달러의 수입액을 기록한 후 수입규모는 증가와 하락을 반복했지만, 2014년부터 2018년까지 연평균 5%의 성장률을 보임

▶ 2016-2018년 태국 對한국 수입액 연평균성장률 -8%

태국의 對한국 수입액은 연평균 8%의 감소세를 기록함. 한국은 2016년 처음으로 태국에 HS CODE 0406.30 품목을 수출하였고, 이후 2017년 약 24만 7천 달러(30.1억 원)의 수출액을 기록하였지만 2018년 수입액은 2016년과 비슷한 규모(약 2천 달러)로 감소함. 이는 태국의 HS CODE 0406.30 품목 수입국가 중 15위 수준의 수입 규모이며, 1위인 對뉴질랜드 수입액(503만 2천 달러)과는 큰 차이를 보임

[표 1.2] HS CODE 0406.30 수입 규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) & Kati(한국 농식품 수출정보) HS CODE 0406.30기준

8) 1달러=1,218.90원 (2019.08.14, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 태국 과일큐브치즈 소비 시장규모

1) 태국 잠재 소비자 규모

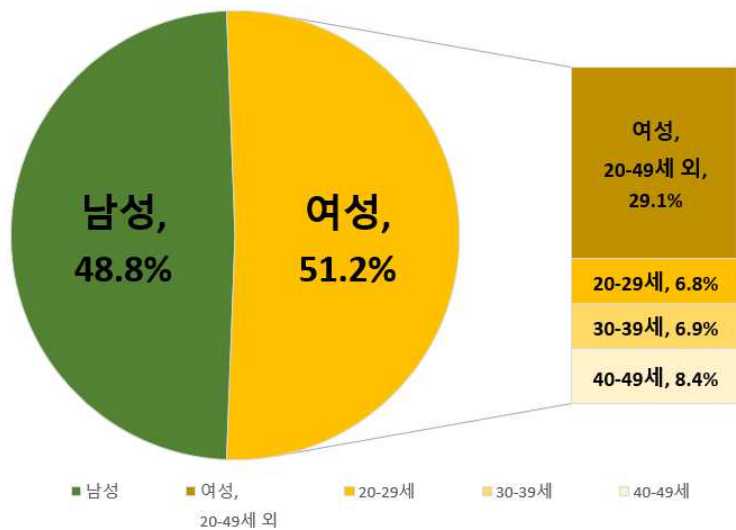
‘과일큐브치즈’는 크림치즈에 과일 맛과 야채 맛을 첨가하여 큐브형태로 성형한 가공 치즈제품임. 이에 주요 잠재 소비자로 예측되는 ‘태국 20-40대 여성 수’와 ‘아동 수’를 조사하였고, 태국 내 치즈 소비의 증가 원인으로 확인되는 서구식 레스토랑 시장 규모를 확인함

▶ 2018년, 태국 20-40대 여성 인구 전체 인구의 22% 차지

월드뱅크(World Bank) 자료에 따르면, 2014년부터 2018년까지 태국 전체 인구 중 여성 인구 비중은 51%로, 태국 내 남성과 여성 인구는 비슷한 규모를 보여줌. 태국 20-40대 여성 인구는 전체 여성 인구 중 약 44%, 전체 인구 중 약 23% 규모로 확인됨. 태국의 전체 인구수와 여성 인구수는 지난 5년간(2014-2018년) 연평균 0.3%의 성장률로 증가하고 있지만, 20-40대 여성 인구수는 동기간 연평균 0.6%의 감소 성장률을 보임. 한편, 20대 여성 인구수는 연평균 0.5%의 성장률로 증가하여, 2018년 4,746만 641명을 기록함

[표 1.3] 2014-2018 20-40대 여성 인구 규모

단위 : 명



| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 전체 인구 | 68,438,730 | 68,714,511 | 68,971,331 | 69,209,858 | 69,428,524 |
| 여성 인구 | 34,996,364 | 35,161,273 | 35,315,977 | 35,460,918 | 35,595,361 |
| 20대 여성인구 | 4,634,219 | 4,630,036 | 4,663,828 | 4,724,813 | 4,746,641 |
| 30대 여성인구 | 5,305,099 | 5,051,444 | 4,986,969 | 4,925,522 | 4,813,205 |
| 40대 여성인구 | 5,934,333 | 5,939,091 | 5,921,783 | 5,888,995 | 5,839,063 |

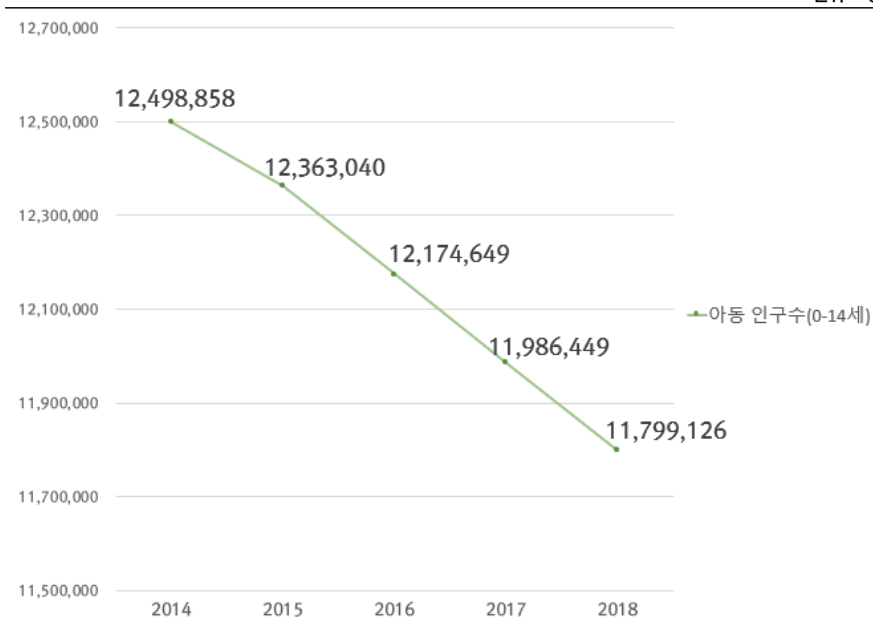
자료: 월드뱅크(World Bank)

▶ 2014~2018. 태국 아동 인구 수 연평균성장률 -1.1%로 감소 추세

태국의 2018년 아동(0-14세) 인구수는 1,179만 9,126명으로, 전체 인구의 17%를 차지함. 이는 2014년 1,249만 8,858명에 비해 약 69만 9,732명이 줄어든 규모로, 태국 아동 인구수는 연평균 1.1%의 감소 동향을 보임. 태국의 출생률은 지속적으로 감소하고 있으며, 2014년 태국의 출생률은 인구 천명당 약 11명에서 2017년 약 10명으로 확인됨

[표 1.4] 2014~2018 태국 아동 인구수

단위 : 명



자료: 월드뱅크(World Bank)

▶ 동남아시아 4개국 중, 태국 아동의 유제품 섭취 비율 가장 높음

동남아시아 4개국(태국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남) 아동의 유제품 섭취량을 조사한 보고서¹⁰⁾에 따르면, 각 국 1-12세 어린이 약 12,376명을 조사한 결과, 유제품 일일 섭취 인정 기준량(가루 우유 15g¹¹⁾, UHT우유¹²⁾/향료첨가우유/발효우유/음용요거트 100g, 요거트 50g, 연유 또는 아이스크림 10g, 치즈 5g)을 섭취한 아동 수는 태국이 가장 높게 나타남. 태국 아동이 가장 많이 소비한 유제품은 약 84%로 UHT우유 또는 향료첨가우유로 확인되었으며, 요거트와 치즈는 아동들에게 적게 소비되는 유제품 형태로 데이터는 표시되지 않음¹³⁾

[표 1.5] 동남아시아 4개국 유제품 (일일 섭취량 기준) 소비 비율

단위 : %

| | 인도네시아 | 말레이시아 | 태국 | 베트남 | 총 계 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 조사 인원(명) | 3,163 | 3,472 | 2,943 | 2,798 | 12,376 |
| UHT우유/ 향료첨가우유 (>100g) | 5 | 3 | 84 | 34 | 32 |
| 우유 가루 (>15g) | 19 | 41 | 14 | 11 | 22 |
| 연유 (>10g) | 27 | 15 | 0 | 4 | 12 |
| 유제품 섭취 아동 비율 | 52 | 69 | 98 | 47 | 68 |

자료: 뉴트리언트(nutrients)

10) 자료: 뉴트리언트(nutrients), The Consumption of Dairy and Its Association with Nutritional Status in the South East Asian Nutrition Surveys (SEANUTS), 2018.06.13.

11) 물에 탔을 때 약 100ml 우유와 동일한 양을 의미함

12) UHT(Ultra-high Temperature process)우유: 살균 처리 된 용기에서 초고온처리한 우유

13) Yoghurt and cheese were dairy formats less consumed by the children (data not shown)

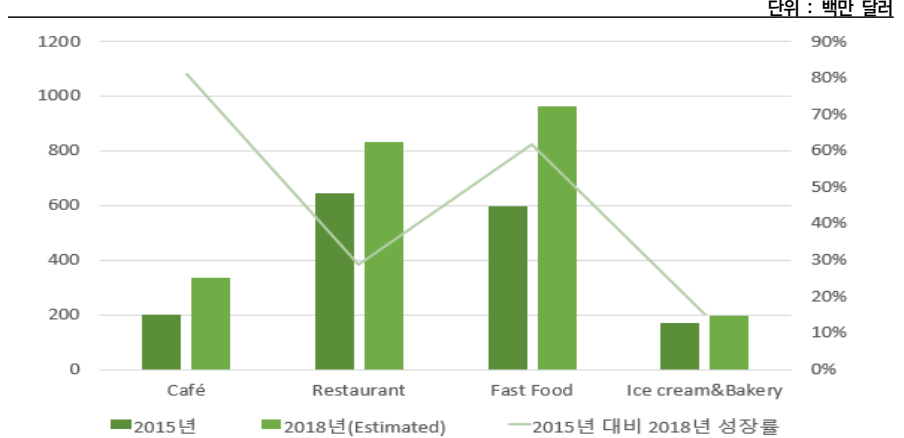
2) 태국 치즈 소비 시장
주요 지표

▶ 2018년 태국 내 서구식 레스토랑 수익 규모, 2015년 대비 1.4배 증가

유로모니터¹⁴⁾에 따르면, 서구 및 해외 요리의 수용도가 높아지면서 태국의 치즈 소비량이 증가함. 다양한 해외 레스토랑과 디저트 브랜드가 태국에 지점을 개점하면서, 파스타, 피자, 샐러드 등 치즈를 사용하는 식사 및 치즈 케이크, 아이스크림 등 치즈가 사용되는 디저트가 태국 전역으로 확대됨

인도 상공부(Ministry of Commerce and Industry Estimates)의 조사 자료¹⁵⁾에 따르면, 2015년 16억 1,500만 달러를 기록한 태국 내 서구식 레스토랑 수익 규모는 2018년 23억 6,000만 달러로 46.1% 성장함. 특히, 카페의 경우 2018년 수익 규모는 2015년 대비 81% 증가할 것으로 예측됨

[표 1.6] 2015-2018 서구식 캐주얼 다이닝 레스토랑 수익 규모



| 16) | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|--------------|-------------|-----|-------------|-----|-------------|------|-------------|------|
| | 매출액 | (%) | 매출액 | (%) | 매출액 | (%) | 매출액 | (%) |
| 카페 | 202 | 12 | 236 | 14 | 310 | 14.2 | 366 | 15.5 |
| | 2,462억 원 | | 2,877억 원 | | 3,779억 원 | | 4,461억 원 | |
| 레스토랑 | 647 | 40 | 685 | 40 | 816 | 37.4 | 832 | 35.3 |
| | 7,886억 원 | | 8,349억 원 | | 9,946억 원 | | 1조 146억 원 | |
| 패스트푸드 | 597 | 37 | 645 | 37 | 869 | 39.8 | 966 | 40.9 |
| | 7,277억 원 | | 7,862억 원 | | 1조 592억 원 | | 1조 1,775억 원 | |
| 아이스크림 & 베이커리 | 170 | 11 | 161 | 9 | 189 | 8.6 | 196 | 8.3 |
| | 2,072억 원 | | 1,962억 원 | | 2,304억 원 | | 2,389억 원 | |
| 총 계 | 1,615 | 100 | 1,726 | 100 | 2,184 | 100 | 2,360 | 100 |
| | 1조 9,685억 원 | | 2조 1,038억 원 | | 2조 6,621억 원 | | 2조 8,767억 원 | |

자료: Ministry of Commerce and Industry Estimates

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor), Cheese in Thailand COUNTRY REPORT, 2018.08

15) 자료: USDA Foreign Agricultural Service, Food Service - Hotel Restaurant Institutional_Bangkok_Thailand_, 2018.08.10. Minor International Public Company Limited, Annual Registration Statements, 2019.04.29

16) 1달러=1218.90원(2019.08.14., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

II. Market Trend

SUMMARY

1. 태국 슬라이스 치즈, 보편적 인지도 보유
2. 태국 치즈, 간식보다는 주식 관점에서 섭취
3. 태국 10-20대, 간식 수요가 높고 까다로운 구매 경향
4. 태국 30-40대, 요리 차원에서 치즈 언급



Market Trend

(시장 트렌드)

태국 (THAILAND) 큐브치즈 소비 트렌드



큐브치즈 인지도 아직 낮은 것으로 집계
'작고 간편한 형태에 대한 수요는 있어'



가정에서 DIY 치즈 간식 개발
'일본 또는 홋카이도산 치즈 간식 인기'

■ Thailand Issue ①

태국 슬라이스 치즈,
보편적 인지도 보유

'전체 치즈 종류 언급량 중 72.8% 차지'

■ Thailand Issue ②

태국 치즈,
간식보다는 주식 위주의 섭취

'빵·튀김·피자·샐러드 등 다양한 요리에 접목'



간식 목적의 구매가 많아
'스낵, 케이크, 나초 등 다양한 종류에 관심'



조리 차원의 구매 많아
'10~20대보다 건강·신선에 높은 관심 보여'

■ Thailand Issue ③

태국 10-20대,
치즈 스낵, 케이크 등 소비 후 SNS 공유

'간식 수요 높고 까다로운 구매 경향 보여'

■ Thailand Issue ④

태국 30-40대,
요리 차원에서 치즈 언급

'튀김·쌀·돼지고기·치킨 등 다양한 요리에 접목'

1. 빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

● **데이터 수집**
소스원


(태국 농식품 매체 18개)
(태국 온라인 마켓 4개)

● **데이터 분류**
키워드집


(태국 큐브치즈 식품
연관 키워드집)

● **데이터 분석**
연관어 분석



1) 데이터 수집

○ 빅데이터 수집

- 태국 농식품 매체, 잡지, 포스트

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

| | |
|--------|---------------|
| 수집 기간 | 18.01 ~ 19.07 |
| 수집 데이터 | 35,975건 |

데이터 정제

| | |
|--------|--------|
| 정제 키워드 | 치즈 |
| 정제 데이터 | 8,131건 |

[표 2.1] 태국 매체 리스트

| 번호 | 매체명 | 홈페이지 | 비고 |
|----|-----------------|-------------------------|----------|
| 01 | Praew | praew.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 02 | Mthai | mthai.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 03 | Spring news | www.springnews.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 04 | Chiangmai news | www.chiangmainews.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 05 | Mybest | my-best.in.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 06 | Shopback | www.shopback.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 07 | Thai rath | www.thairath.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 08 | Daily news | dailynews.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 09 | Amarin tv | www.amarintv.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 10 | Nation | www.nationthailand.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 11 | Bangkok Post | www.bangkokpost.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 12 | Sanook | www.sanook.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 13 | Ryt9 | www.ryt9.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 14 | Siam rath | siamrath.co.th | 뉴스/신문/잡지 |
| 15 | Kapook | health.kapook.com/food | 뉴스/신문/잡지 |
| 16 | Naewna | www.naewna.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 17 | Khaosod English | www.khaosodenglish.com | 뉴스/신문/잡지 |
| 18 | The Thaiger | www.thetaiger.com | 뉴스/신문/잡지 |

- 치즈 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 태국 (큐브) 치즈 소비자 관련 매체 리스트

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

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 태국 큐브치즈 사전 경쟁 제품 조사

키워드 수립 근거

| | |
|-------|------------------------------|
| 참여 기업 | 한국 개발사 사용 키워드 |
| 경쟁사 | 태국 공급업체 사용 키워드 |
| 기타 | 큐브치즈 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드 |

| | | | | | |
|---|--|---|-------------|------|--------|
|  |  |  | | | |
| 브랜드 | OHGIYA | 브랜드 | Arla | 브랜드 | - |
| 제품명 | 미니 치즈 스틱 | 제품명 | 키즈 치즈스틱 | 제품명 | 치즈 볼 |
| 소비자 | - | 소비자 | 어린이 | 소비자 | - |
| 홍보문구 | 무방부제 스낵 | 홍보문구 | 1세 이상 유아 스낵 | 홍보문구 | 고소한 간식 |

- 태국 큐브치즈 빅데이터 분석 키워드집

| 분류 | 항목 | 키워드 | | 수립 근거 ^(*) | | |
|-----|--------|------------|----------|----------------------|-----|----|
| | | 한국어 | 태국어 | 참여기업 | 경쟁사 | 기타 |
| 제품 | 치즈 | 치즈 | ชีส | ○ | | |
| | | 슬라이스 치즈 | ชีสบาง ๆ | | ○ | |
| | | 큐브치즈 | ชีสก้อน | ○ | | |
| | | 치즈 스틱 | แท่งชีส | | ○ | |
| | | 치즈 볼 | ชีสบอล | | ○ | |
| 소비자 | 10~20대 | 아이 | เด็ก ๆ | | ○ | ○ |
| | | 어린이 | เด็ก ๆ | | ○ | ○ |
| | | 학생 | นักเรียน | ○ | | ○ |
| | | 청년 | หนุ่ม | ○ | | ○ |
| | 30~40대 | 아줌마 | คุณแม่ | ○ | | ○ |
| | | 아저씨 | ลุง | | | ○ |
| | | 성인 | ผู้ใหญ่ | ○ | | ○ |
| | 중년 | วัยกลางคน | | | ○ | |
| 인식 | 간식 | 스낵 | ขนม | | ○ | |
| | | 치즈 볼 | ชีสบอล | | ○ | |
| | | 칩 | ชิป | | ○ | |
| | | 치즈 스틱 | แท่งชีส | | ○ | |
| | 주식 | 안주 | พวงหรีด | ○ | | |
| | | 소스 | ซอส | | ○ | |
| | | 샐러드 | สลัด | ○ | | |
| | 떡볶이 | Tteokbokki | | ○ | | |

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 태국 소비자의 치즈 및 큐브치즈의 인식·소비 형태를 분석하기 위함
- 태국 소비자의 치즈의 디저트 소비비율
- 태국 소비자(10-40대)의 치즈 소비 인식 및 문화

○ 빅데이터 분석 기법 선정

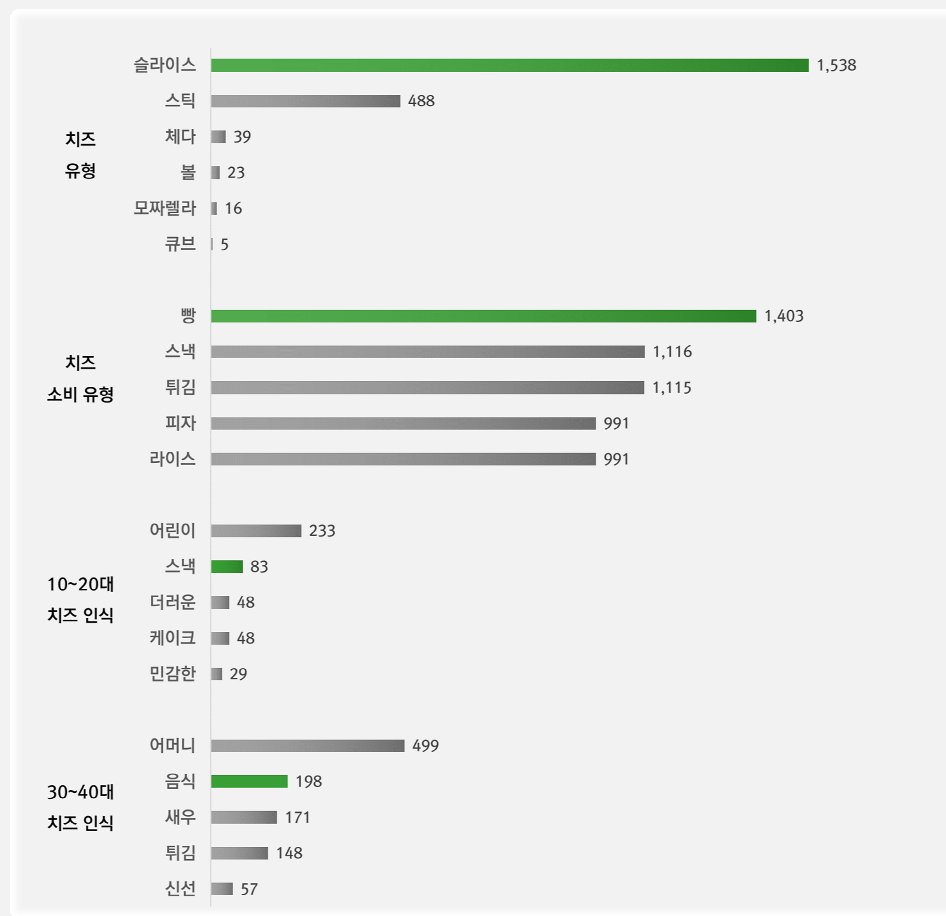
- 치즈 및 큐브치즈 연관어 분석
- 치즈 : 큐브치즈 인지도, 치즈의 디저트 비율
- 10-20대 치즈 인식 vs 30-40대 치즈 인식 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 치즈 연관 해당 키워드 발생 건 수

● 연관어 분석 (Keyword Analytics)

[태국 치즈 빅데이터 분석 결과]



1. 태국 슬라이스 치즈, 보편적 인지도 보유

- ▶ 태국 치즈, 슬라이스 형태의 인지도가 높아
- ▶ 큐브 형태의 치즈 인지도 아직 낮은 것으로 드러나

태국에서 치즈 종류와 관련된 연관어 분석을 실시한 결과 슬라이스 치즈 종류가 전체 키워드의 약 72.8%인 1,538건으로 드러나 인지도가 높은 형태의 치즈인 것으로 확인됨. 태국에서 슬라이스 치즈는 샌드위치, 햄버거, 케이크 등 각종 요리를 조리하는 데에 있어 널리 활용되고 있음. 슬라이스 이외로 많이 언급된 치즈 종류로는 스틱이었으며 체다, 볼, 모짜렐라, 리코타 등의 언급량은 대체로 낮은 것으로 집계됨



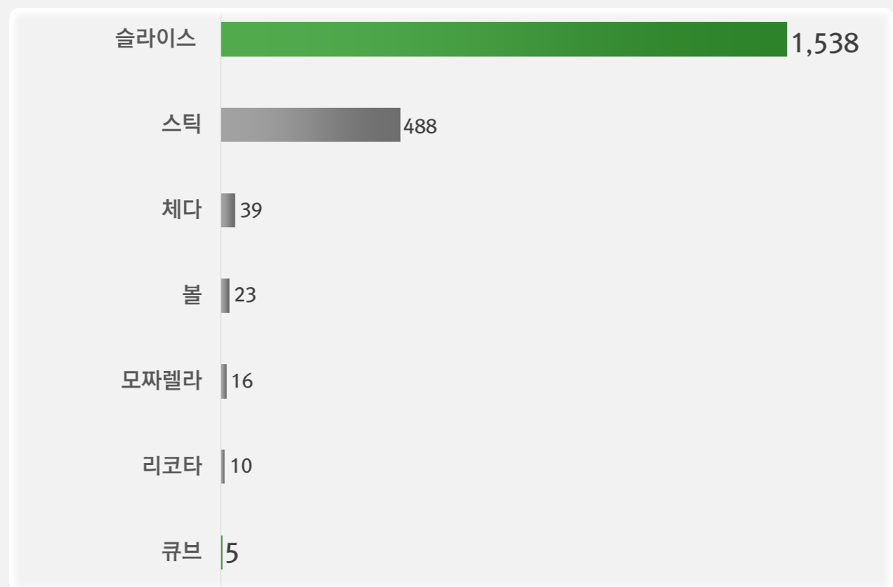
“작고 귀여워서 아기가 먹고 만족해합니다.”

- Shopee, 치즈 스틱 소비자 제품 구매 평가¹⁷⁾

큐브의 경우 연관어 분석 결과 5건으로 확인되어 아직 태국에서 인지도가 높지 않은 편인 것으로 드러남. 하지만 작고 간편한 형태의 치즈 종류를 선호한다는 의견은 다수 확인되었기 때문에 잠재적인 수요는 있을 것으로 전망됨

- ▶ 치즈 종류 키워드 ‘슬라이스(แผ่นชีส)’ 1,538건으로 최다 빈출
- ▶ 치즈 종류 ‘큐브(ลูกชีส)’ 5건으로 아직 인지도 낮은 것으로 집계

[표 2.3] 태국 치즈 연관어 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 태국 치즈 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 8,131건 분석 (18. 01 ~ 19. 07)

17) 사진자료 : 쇼피(Shopee.co.th), ‘나토리 치즈 타라 스페셜(Natori Cheese Tara Special)’

2. 태국 치즈, 간식보다는 주식 관점에서 섭취



“치즈 컵케이크 집에서 만들기를 시도해보았습니다.”

- Pantip, 소비자 댓글¹⁸⁾



“치즈로 유명한 홋카이도에서 간식들을 구매했다.”

- Pantip, 소비자 댓글¹⁹⁾

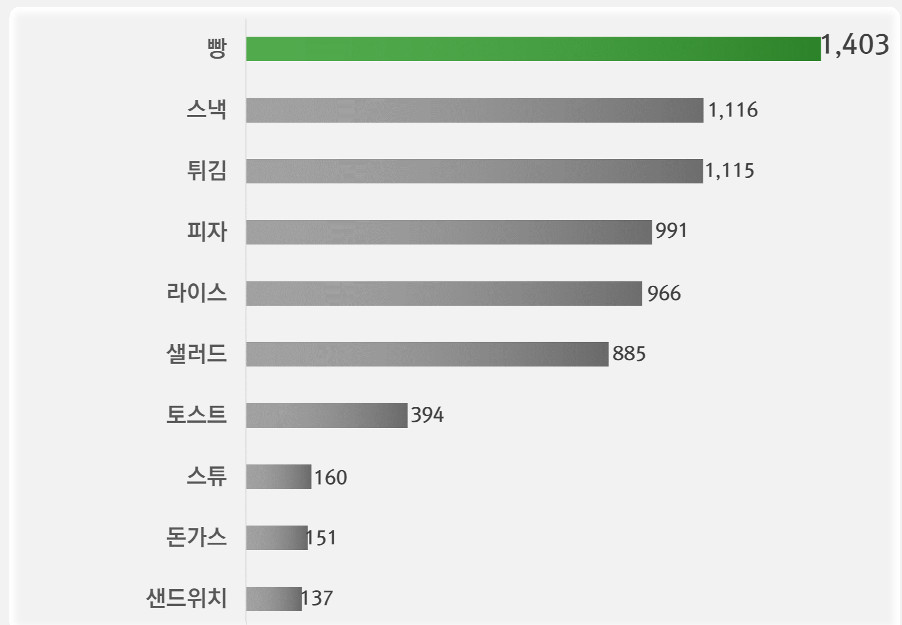
- ▶ 치즈 인식 관련 최다 빈출 키워드, ‘빵’
- ▶ 간식의 경우 DIY, 일본산 브랜드 유명

치즈 인식에 대한 연관어를 분석한 결과, 태국에서는 치즈를 간식이라기보다는 주식 관점에서 섭취하는 경우가 더 많은 것으로 집계됨. 치즈 관련 상위 10개 요리 키워드 중 스낵을 제외한 9개의 키워드들이 간식이 아닌 주식에 해당되었으며 빵, 튀김, 피자 등의 키워드들이 빈출됨. 태국에서 치즈는 널리 보급되어 있는 식재료 중에 하나로 향과 특유의 맛으로 소비자들에게 사랑받고 있음²⁰⁾

반면 간식 형태로 치즈를 섭취한 경우로는 집에서 ‘치즈 파이’, ‘치즈 컵케이크’ 등을 조리하는 방법을 공유한 사례들이 많이 확인됨. 또한 치즈 디저트로는 일본 브랜드들이 특히 유명했으며 홋카이도산 치즈를 선호하거나 치즈케이크 전문점에 대한 소비자들의 관심이 높았음

- ▶ 치즈 인식 키워드 ‘빵(ขนมปัง)’, 1,403건으로 최다 빈출
- ▶ 치즈 인식 키워드 상위 10개 중 9개가 주식과 관련된 키워드

[표 2.4] 태국 치즈 인식 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 태국 치즈 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 8,131건 분석 (18. 01 ~ 19. 07)

18) 사진자료 : 판팁(Pantip), ‘ครีมชีส ขนมปัง Video + สูตร แจกฟรีจ้า’

19) 사진자료 : 판팁(Pantip), ‘รีวิวขนมของฝากจาก Hokkaido เมืองขึ้นชื่อเรื่องนมและชีส’

3. 태국 10~20대, 치즈 스낵·케이크 등 소비 후 SNS 공유

'10~20대 vs 30~40대' 키워드 비교

| | |
|-------------------|-------------------|
| 10~20대 (41.9%) | 30~40대 (58.1%) |
|-------------------|-------------------|

10~20대 키워드 - 어린이 등 7개
30~40대 키워드 - 어머니 등 6개

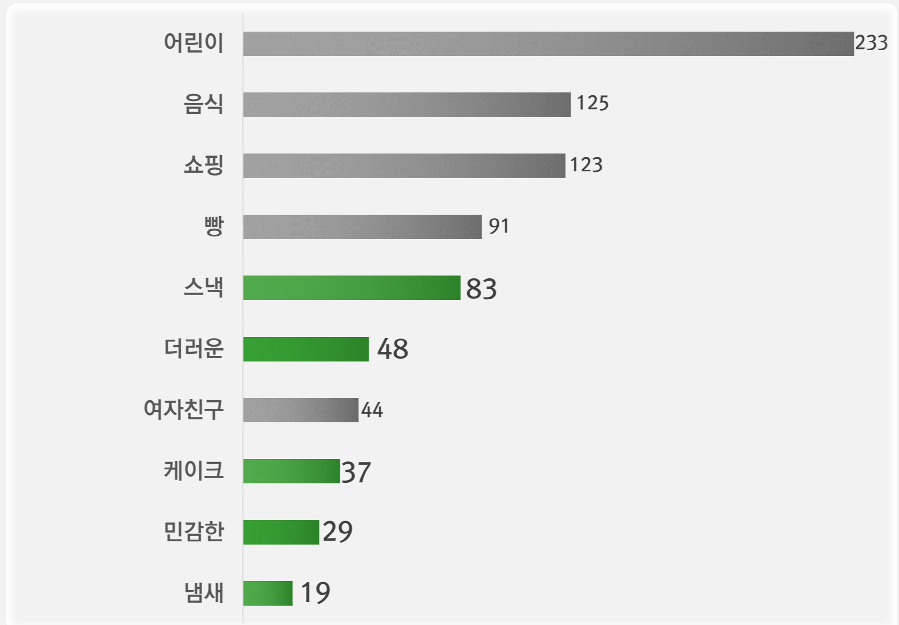
- ▶ 치즈 간식 수요 10~20대가 30~40대보다 더 높아
- ▶ 향, 맛 등에 있어 30~40대보다 더 민감하여 주의 필요

태국 10~20대 소비층이 30~40대보다 치즈를 섭취하는 데에 있어 간식의 수요가 높은 것으로 드러남. 이들은 단순 스낵뿐만이 아니라 케이크, 생과자, 월병, 나초 등 다양한 종류의 간식들을 섭취하고 있으며 판팁(Pantip) 등 SNS 상에서 치즈 간식에 대한 자신들만의 노하우들을 공유하는 등 적극적인 소비활동에 임하고 있음

또한 30~40대와 비교하여 태국의 10~20대 소비자들은 '민감한(ไว)', '더러운(สกปรก)', '냄새(กลิ่น)' 등 치즈의 품질 또는 향에 대해 불만을 표출하는 비교적 까다로운 소비 행태를 보이고 있음. 방콕포스트(Bangkok Post)에 따르면 이들은 기성세대와는 달리 자신의 의사를 적극적으로 표현하는 것을 중요시하고 있으며²¹⁾ 자신이 원하는 제품에 대해서는 금전적인 지출을 아끼지 않는 특징을 지니고 있음

- ▶ 10~20대 인식 키워드, '스낵(ขนม)', 83건으로 빈출
- ▶ 10~20대 인식 키워드, '더러운(สกปรก)', '민감한(ไว)', '냄새(กลิ่น)' 빈출

[표 2.5] 태국 10~20대 치즈 인식 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 태국 치즈 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 8,131건 분석 (18. 01 ~ 19. 07)

20) Kapook, '20 เมมูรี่ฮิต หอมอายวอนรอยฟงกระเซียม', 2018.01.31

21) 방콕포스트(Bangkok Post), 'Millennial priorities highlighted', 2018.10.20

4. 태국 30-40대, 요리 차원에서 치즈 언급

'10~20대 vs 30~40대' 키워드 비교

| | |
|-------------------|-------------------|
| 10~20대 (41.9%) | 30~40대 (58.1%) |
|-------------------|-------------------|

10~20대 키워드 - 어린이 등 7개
30~40대 키워드 - 어머니 등 6개

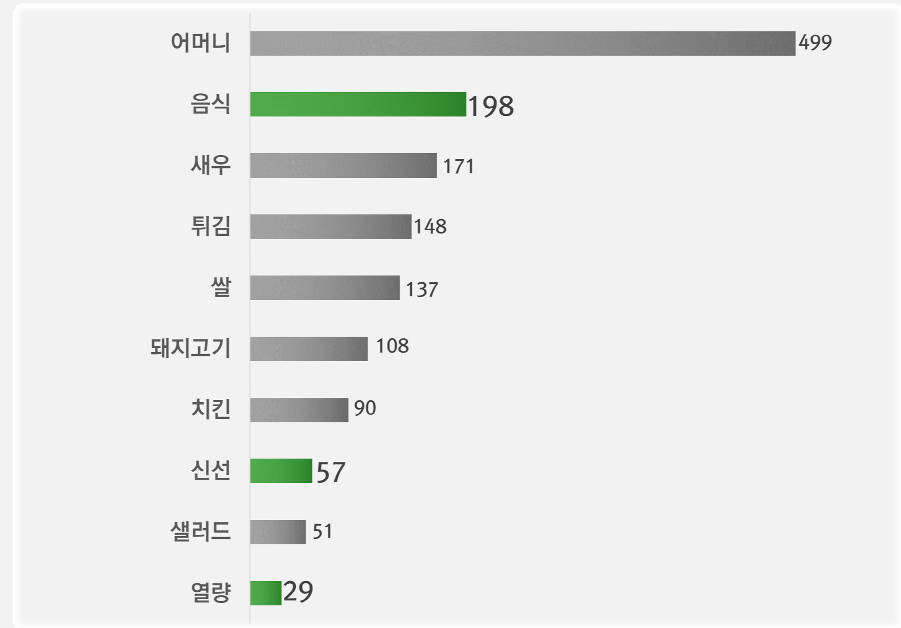
- ▶ 간식보다는 요리 차원에서 치즈 언급이 많아
- ▶ 10-20대보다 신선·영양에 대해 높은 관심 보여

태국의 30-40대들은 10-20대들과 비교했을 때 주로 간식보다는 요리 차원에서 언급한 경우가 많았음. 튀김, 쌀, 돼지고기, 치킨, 피자, 샐러드 등 양식과 현지 식단을 가리지 않고 다양한 요리에 치즈를 접목하고 있음

태국 30-40대 소비자들은 10-20대 소비자와 비교했을 때 치즈의 신선도 여부에 관심이 높은 것으로 드러남. 이들은 전반적으로 10-20대들 보다 건강에 관심이 높으며 치즈의 열량이나 영양소를 비롯하여 일부는 무방부제 여부에도 높은 관심을 드러내고 있음

- ▶ 30-40대 인식 키워드, '음식(อาหาร)', 198건으로 빈출
- ▶ 30-40대 인식 키워드, '신선(สด)', '열량(แคลอรี)' 빈출

[표 2.6] 태국 30~40대 치즈 인식 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 태국 치즈 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 8,131건 분석 (18. 01 ~ 19. 07)

III. Distribution Channel

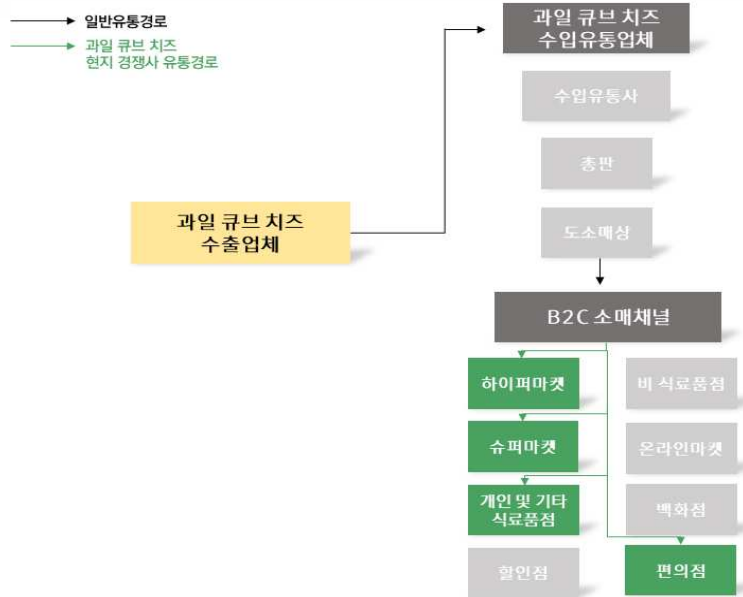
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (Thailand)

과일큐브치즈 유통채널 현황

| 채널 유형 | 채널 분류 | 점유율 ²²⁾²³⁾ | 주요 채널 ²⁴⁾ |
|-----------|--------------------------------|-----------------------|--|
| B2C 소매 채널 | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 69.1% | 테스코(Tesco), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 막스밸류(MaxValu) |
| | 개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾²⁶⁾ | 14.3% | 코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 란제랭(Ranjaeleng) |
| | 편의점 | 13.3% | 세븐일레븐(7-Eleven), 테스코(Tesco), 패밀리마트(Family Mart) |
| | 온라인 | 1.4% | 라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코(Tesco), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online) |
| | 비 식료품점 | 0.9% | (-) |

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

22) 2018년 기준, 태국 내 과일큐브치즈의 유통채널 점유율임

23) '과일큐브치즈'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '기타 유제품(Other Dairy)'의 정보를 확인함

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

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

26) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하고 있지 않은 아시안마트로 한정함

1. 태국 과일큐브치즈 유통구조

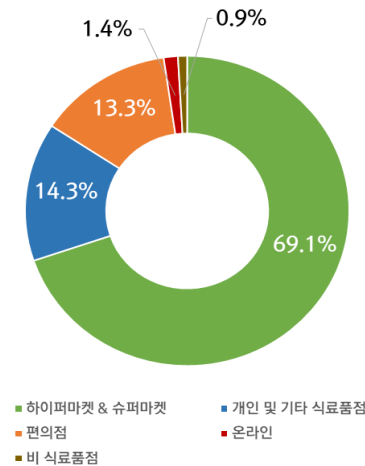
품목 구분 및 분류

| | |
|----|-------------------------|
| 품목 | 과일큐브치즈 |
| 구분 | 치즈 |
| 범주 | 기타 유제품 (Other Dairy) |

▶ 태국 과일큐브치즈 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(69.1%), 개인 및 기타 식료품점(14.3%), 편의점(13.3%)’

[표 3.1] 태국 과일큐브치즈 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 과일큐브치즈 유통채널 현황

| 채널 유형 | 과일큐브치즈 채널 분류 | | |
|-----------|--------------|-------|--|
| | 채널 유형 | 점유율 | 채널명 |
| B2C 소매 채널 | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 69.1% | 테스코(Tesco), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드롯터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 골렛마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 막스밸류(MaxValu) |
| | 개인 및 기타 식료품점 | 14.3% | 코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 란제렝(Ranjaeleng) |
| | 편의점 | 13.3% | 세븐일레븐(7-Eleven), 테스코(Tesco), 패밀리마트(Family Mart) |
| | 온라인 | 1.4% | 라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee Mall), 테스코(Tesco), 아마존(Amazon), 빅씨(Big C), 탑스온라인(Tops Online) |
| | 비 식료품점 | 0.9% | (-) |

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

2. 태국 과일큐브치즈 주요 유통업체

- ▶ 태국 기타 유제품(Other Dairy) 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 편의점이 대표적

[표 3.3] 태국 과일큐브치즈 취급 주요 유통업체

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액 ²⁷⁾) | 입점브랜드 | 유사제품 취급경험 |
|----|---------------------|--------------------|---------------------------------------|--|--------------|
| 1 | 테스코 (Tesco) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,944억 원) | 얼라우리(Allowrie) 베가(Bega) 벨큐브(Belcube) 캐롤라인(Caroline) 엠보르그(Emborg) 임페리얼(Imperial) | 0 |
| 2 | 빅씨 (Big C) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 35억 3,091만 달러 (약 4조 3,038억 원) | 베이비벨(Babybel) 벨큐브(Belcube) 얼라우리(Allowrie) 알라(Arla) 베가(Bega) | 0 |
| 3 | 탑스 (Tops) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매장 수(19): 약 205개 | 알펜하인(Alpenhain) 필라델피아(Philadelphia) 알라(Arla) 베가(Bega) 메인랜드(Mainland) | 0 |
| 4 | 푸드랜드 (Foodland) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 1억 6,400만 달러 (약 1,998억 9,960만 원) | 와남불(Warrnambool) 벨큐브(Belcube) 웨스턴스타(Western Star) 메인랜드(Mainland) 필라델피아(Philadelphia) | 0 |
| 5 | 세븐일레븐 (7-Eleven) | 편의점 | 약 108억 9,810만 달러 (약 13조 2,837억 원) | 베가(Bega) 베이비벨(Babybel) 얼라우리(Allowrie) | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

27) 1달러=1218.9원 (2019.08.14. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 태국 과일큐브치즈 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코(Tesco)

| | | | |
|----------|--|--|-------------------------------------|
| | 기업명 | 테스코(Tesco) | |
| | 홈페이지 | tescolotus.com | |
| | 위치 | 방콕(Bangkok) | |
| | 규모 | 총매출('18) 약 49억 1,788만 달러 (약 5조 9,944억 원) 기타 규모 - 매장 수('18): 약 7,000개 - 직원 수('18): 약 450,000명 | |
| 기업 기본 정보 | - 1994년 설립 - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 영국 기반 Tesco의 계열사 - Extra, Hypermarket, Department Store, Talad 및 Express의 5가지 형태로 운영 - 2003년부터 Tesco for Thailand 재단을 설립하여 자선 사업에 기부 | | |
| 기업 요약 |  | | |
| 기업 최근 이슈 | - 2107, 2018 올해 최고의 고용주 수상 - 노동부에서 10년 연속 최우수 기업으로 선정 - 2019년부터 테스코 로터스 익스프레스와 테스코 로터스 탈 라드는 2개 이하의 품목을 구매하는 고객들에게 비닐봉지를 제공하지 않음 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스모크 치즈 플레이버 (Smoked Cheese Flavour) |
| | | 종류 | 치즈 |
| | | 중량 | 78g |
| | | 원산지 | 프랑스 |

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


입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 가공식품, 차, 유제품, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자 제품, 의류, 장난감, 문구류, 가정용품, 유아용품, 주방용품, 애완용품, 잡화류, 액세서리, 야외용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 혁신적인 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중개인을 거치지 않고 태국 농민들로부터 직접 농산물을 구입함으로써 태국 농부들을 지속적으로 지원 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 업체 사이트 통한 등록 (www.tescopl.com/contacts/supplier) - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 회사 주소, 웹사이트 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 원산지, 카테고리, 포장 방법) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 기술 인증 등급) <p>* Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면을 합의 필요</p> <p>* Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행하면 공급 업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명 후 하드 카피 반송 필수</p> |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 연락처: +66-2797-9000 팩스: +66-2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com |

자료: 테스코(Tesco) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빅씨(Big C)

| | | | | |
|-------------|---|-------------|------------------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 빅씨(Big C) | | |
| | 홈페이지 | bigc.co.th | | |
| | 위치 | 방콕(Bangkok) | | |
| | 규모 | 총매출('18) | 약 35억 3,091만 달러 (약 4조 3,038억 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('19): 약 104개 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립 - 식료품 및 일반 소매 업체 - 태국, 베트남, 라오스 등 3개국에서 사업 운영 - Big C Supercenter, Big C Extra, Big C Plaza, Big C Foodplace, Big C Market, Mini Big C, Pure by Big C 등 다양한 형태의 매장 운영 | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - QR 코드를 통한 결제 서비스인 'MyPromptQR' 서비스를 시작 - Shopee Brand Conference 2019에서 'Best Operational Performance Award' 수상 | | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 치즈 스프레드 (Cheese Spread) | |
| | | 종류 | 치즈 | |
| | | 중량 | 125g | |
| | | 원산지 | 프랑스 | |

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

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|--|
| 입점 제품 특징 | <p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 건강보조식품, 냉동식품, 빵류, 유제품, 차, 곡물류, 소스류, 즉석 식품, 면류, 음료류, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 구강용품, 뷰티용품, 여성용품, 유아용품, 응급 처치용품, 가정용품, 잡화, 문구류, 가구, 전자제품, 애완용품 등 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier)에서 제품 카테고리 선택(Drug&Health Food) 후 양식 작성하여 제출 - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명) ② 연락 담당자 정보 (담당자, 연락처, 이메일) ③ 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ④ 제품 사진 |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2985-7800-5 팩스: +66-(0)2985-7808-9 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th |

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 탑스(Tops)

| | | | |
|----------|--|--|----------------------|
| | 기업명 | 탑스(Tops) | |
| | 홈페이지 | tops.co.th | |
| | 위치 | 쁘ัก 꼬렛(Pak Kret) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('19): 약 205개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1996년 태국에 설립 - 센트럴푸드리테일(Central Food Retail(CFR))의 자회사 - 센트럴푸드리테일은 Central Food Hall, Tops market, Tops superstore, superkoom, tops daily, tops online의 6가지 형태로 운영 | |
| | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 센트럴그룹(Central Group)은 그랩 태일란드(Grab Thailand)와 제휴하여 그랩익스프레스(GrabExpress) 배달 서비스를 통해 탑스온라인(Tops Online)에서 구매한 상품을 2시간 내에 고객에게 배송 - Tops 참치 통조림, 그린피스에서 태국의 지속 가능한 제품 순위 1위 차지 | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 키즈 스틱스 (Kids Sticks) |
| | | 종류 | 치즈 |
| | | 중량 | 18g |
| | | 원산지 | 덴마크 |

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

입점 및 협력 정보

| | | | |
|-------------|---|--|---|
| 입점 제품 특징 | <p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선 식품, 육류, 해산물, 빵류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 건강보조식품, 가공식품, 스낵류, 차, 주류, 빙과류 등 - 일반: 뷰티용품, 구강용품, 여성위생용품, 유아용품, 세탁용품, 애완용품 등 | | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 | <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 업체 사이트 통한 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록 | |
| | 등록 정보 | <p>① 공급자 정보 (공급자이름, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등)</p> <p>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가, 보유 유통채널 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p> | |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2831-7300 팩스: +66-(0)2835-3713 이메일: cusserv@tops.co.th | |

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 푸드랜드(Foodland)

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| | 기업명 | 푸드랜드(Foodland) | |
| | 홈페이지 | facebook.com/FoodlandSupermarketThailand | |
| | 위치 | 방콕(Bangkok) | |
| | 규모 | 매출액('16) | 약 1억 6,400만 달러 (약 1,998억 9,960만 원) |
| 기타 규모 | | 매장 수('18): 약 22개 | |
| 기업 기본 정보 | <ul style="list-style-type: none"> - 1972년 설립 - 고급 식료품을 판매하는 대형 슈퍼마켓으로 잘 알려져 있으며, 365일 24시간 운영되고 있음 - 슈퍼마켓 내 레스토랑인 '톡래디(Took Lae Dee)는 현지인과 방콕에 거주하는 외국인들에게 특히 인기임 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 매장 내 24시간 약국과 서점 보유 | | |
| |  | |  |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 태국 슈퍼마켓의 사회 공공 정책 평가 점수가 매우 낮으며, 푸드랜드(Foodland)는 0점을 기록²⁸⁾ - 슈퍼마켓과 분리하기 위해, “cheap and good”을 슬로건으로 하여 아파트와 같은 주거 지역에 상점을 확장할 예정 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 테이스티 치즈 블록 (Tasty Chese Block) |
| | | 종류 | 치즈 |
| | | 중량 | 1kg |
| | | 원산지 | 뉴질랜드 |

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

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

입점 및 협력 정보



| | | |
|-------------|--|--|
| 입점 제품 특징 | <p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 가공식품, 스낵류, 유제품, 음료, 차, 냉동식품, 빵류, 신선식품, 주방용품, 소스류, 생선류, 육류, 빙과류 등 - 일반: 애완용품, 뷰티용품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고품질 제품 - 신선한 제품 | |
| | 등록 유형 | <input type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | - 로컬 에이전트 소싱 → 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | ① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) *로컬 공급업체는 직접 등록이 가능한 반면, 해외 공급업체의 경우에는 태국 기업 또는 에이전시를 통하여 등록해야 함 |
| | 특이사항 | - 문의사항 연락처 담당자: Mr.Jakrapong 연락처: +66-2530-0220 이메일: edi_foodland@hotmail.com |

자료: 푸드랜드(Foodland) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

| | | | |
|----------|---|--------------------|--------------------------------------|
| | 기업명 | 세븐일레븐(7-Eleven) | |
| | 홈페이지 | www.7eleven.co.th | |
| | 위치 | 방콕(Bangkok) | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 108억 9,810만 달러 (약 13조 2,837억 원) |
| 기타 규모 | | 매장 수('18): 10,988개 | |
| 기업 기본 정보 | <ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CP All)에서 독점적으로 운영 - 1989년 팟퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 - 방콕도심 부근에 매장 수의 44% 밀집해 있으며, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치해 있음 - 일평균 1,200만명 매장 방문 - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 판매하는 제품 70%가 식료품으로 구성 - 스피드디(SPEED-D) 배달 서비스 운영 | | |
| 기업 요약 |  | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - Hom Thong 과 계약 체결하여 매장에서 유기농 바나나 판매 - 2018년 720개의 매장 오픈하였으며, 2021년까지 13,000개 매장 증설 목표 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 슈퍼 슬라이스 (Super Slices) |
| | | 종류 | 치즈 |
| | | 용량 | 100g |
| | | 원산지 | 호주 |

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

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료, 냉동식품, 스낵류, 주류, 소스류, 신선식품, 차, 캔디류, 유제품 등 - 일반: 구강용품, 뷰티용품, 일회용품, 여성용품, 세탁용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CPAll) 홈페이지에서 직접등록 (www.cpall.co.th/en/sme/merchandise) - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등) ② 공급 제품 정보 (제조업체, 제품 이름, 제품 사진, 제품 종류, 제품보증서, 판매 가격, 제품 용량, 보유 유통채널 등 자유기재) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등 첨부) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 연락처: +66-(0)2826-7744 이메일: FAQ@7eleven.co.th |

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

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 태국 과일큐브치즈 인증 취득
2. 태국 과일큐브치즈 업체·제품 등록
3. 태국 과일큐브치즈 라벨 심의
4. 태국 과일큐브치즈 서류 준비
5. 태국 과일큐브치즈 세금 납부
6. 태국 과일큐브치즈 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 有 식품 생산 안전 인증 필수 | (-) |
| Step 02. 사전 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 사전 광고 심사 식품에 대한 홍보 및 기능성 홍보에 관한 심사 | (*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th |
| Step 03. 업체·제품 등록 | <ul style="list-style-type: none"> 식품 등록 태국으로 유통되는 식품 대상 식품 안전 등 평가 | (*) 태국 식품의약청 - 사전 식품 등록 - 문의처 : www.fda.moph.go.th |
| Step 04. 라벨 심의 | <ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 태국 식품의약청 규정 준수 | (*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th |
| Step 05. 서류 준비 | <ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 식품 등록 서류 등 요구 서류 | (*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th |
| Step 06. 선적 및 운송 | <ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 | (-) |
| Step 07. 통관 신고 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 수입신고서, 상업송장 등 | (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th |
| Step 08. 세금 납부 | <ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 수입 신고 후, 검사 전 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 0% VAT 7% | (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th |
| Step 09. 검역 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 서류 심사 결과에 따라 Red Line, Green Line으로 분류하여 물품 검사 진행 | (*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th |

1. 태국 과일큐브치즈 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 과일큐브치즈 ‘적용 받는 강제 인증 有’

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

[표 4.1] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

3. 태국 과일큐브치즈 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

특별통제식품

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

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

태국 공중보건부는 태국에서 판매되는 모든 식품(식품첨가물, 기능성식품, 유제품, 음료, 아이스크림과 같이 특별히 정하고 있는 제품과 규격화된 식품과 그 외의 일반 가공 식품)의 생산 또는 수입 시 이에 대하여 등록을 하도록 규정하고 있음. 식품첨가물, 기능성식품, 유아용 식품 등 7개 특별통제식품(Specifically Controlled Food)에 대해서는 특별히 등록을 위한 세부 규정을 두고 있으며, ‘규격화된 제품(Standardized Product)’과 ‘라벨을 부착해야 하는 제품(Foods required to bear standardized labels)’은 공통된 규정에 따라 등록을 진행함. 그 외의 일반 식품류²⁹⁾에 대해서는 별도의 등록을 요구하지는 않으나, 위생, 라벨, 홍보 등에 대해서 동일하게 관리감독하고 있음. 해당 등록은 태국 식품의약청에서 담당하고 있음. 과일큐브치즈 제품의 경우 규격화된 제품으로 등록 절차를 진행해야함

[표 4.3] 태국 사전 식품 등록 절차

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

자료 : 태국 식품의약청(FDA)

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

4. 태국 과일큐브치즈 라벨 심의

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.4] 태국 라벨 관리 규정

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--------------|-----------------------|-------------|---|-----------|---|-----------|---|----------------|---|
| ● 라벨 심의 | 적용 규제 | Food Act B.E. 2522 | | | | | | | | | | |
| ● 과일큐브치즈 | 세부 규정 | No. 367 B.E. 2557(2000) | | | | | | | | | | |
| 태국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공 | 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 식품 시리얼 번호 · 제조업체 또는 포장업체 또는 수입업체 이름과 주소 · 용량 · 원료 · 알레르기 정보 · 식품첨가물 정보 · ‘천연조미료’, ‘인공조미료’ 표기(필요한 경우) · 유통기한 · 영양정보 · 경고 문구(필요한 경우) · 보관방법(필요한 경우) · 섭취방법(필요한 경우) · 유아 및 어린이 또는 특정 그룹에 대한 안내 · 그 밖의 규정이 정하고 있는 지시 사항 | | | | | | | | | | |
| 과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함 | 세부 내용 | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">표기 언어</td> <td>태국어로 표기 할 것, 영어 병기 가능</td> </tr> <tr> <td>제조업체</td> <td>본사 정보를 기재하는 경우 ‘Head Office’ 문구로 표시할 것 수입업체 정보를 표기하는 경우, 제조업체 이름과 국적을 같이 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>미터법(Metric) 단위로 표기할 것 순중량 또는 순용량으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>원료</td> <td>원료의 중량 비율에 따라 내림차순으로 작성할 것 표시면적이 35cm²보다 작은경우에도 주요 원료는 표기할 것 식품첨가물 또는 향미료를 제외하고 1개의 원료로만 이루어진 식품인 경우 미 표기 가능</td> </tr> <tr> <td>알레르기 정보</td> <td>알레르기 성분을 ‘포함함(Contain)’ 또는 ‘포함할 수 있음(May contain)’으로 표기 할 것 100cm²보다 면적이 좁은 경우 글자 크기는 1mm로 하며, 100cm²보다 면적이 넓은 경우 글자 크기를 1.5mm 보다 작지 않도록 할 것 a. 글루텐을 포함하는 시리얼 b. 갑각류 및 그 제품 c. 조란과 그 제품 d. 어류와 그 제품(비타민 또는 카로틴 조제 물질의 운반을 위해 사용된 어류 젤라틴 제외) e. 땅콩과 그 제품</td> </tr> </table> | 표기 언어 | 태국어로 표기 할 것, 영어 병기 가능 | 제조업체 | 본사 정보를 기재하는 경우 ‘Head Office’ 문구로 표시할 것 수입업체 정보를 표기하는 경우, 제조업체 이름과 국적을 같이 표기할 것 | 용량 | 미터법(Metric) 단위로 표기할 것 순중량 또는 순용량으로 표기할 것 | 원료 | 원료의 중량 비율에 따라 내림차순으로 작성할 것 표시면적이 35cm ² 보다 작은경우에도 주요 원료는 표기할 것 식품첨가물 또는 향미료를 제외하고 1개의 원료로만 이루어진 식품인 경우 미 표기 가능 | 알레르기 정보 | 알레르기 성분을 ‘포함함(Contain)’ 또는 ‘포함할 수 있음(May contain)’으로 표기 할 것 100cm ² 보다 면적이 좁은 경우 글자 크기는 1mm로 하며, 100cm ² 보다 면적이 넓은 경우 글자 크기를 1.5mm 보다 작지 않도록 할 것 a. 글루텐을 포함하는 시리얼 b. 갑각류 및 그 제품 c. 조란과 그 제품 d. 어류와 그 제품(비타민 또는 카로틴 조제 물질의 운반을 위해 사용된 어류 젤라틴 제외) e. 땅콩과 그 제품 |
| 표기 언어 | 태국어로 표기 할 것, 영어 병기 가능 | | | | | | | | | | | |
| 제조업체 | 본사 정보를 기재하는 경우 ‘Head Office’ 문구로 표시할 것 수입업체 정보를 표기하는 경우, 제조업체 이름과 국적을 같이 표기할 것 | | | | | | | | | | | |
| 용량 | 미터법(Metric) 단위로 표기할 것 순중량 또는 순용량으로 표기할 것 | | | | | | | | | | | |
| 원료 | 원료의 중량 비율에 따라 내림차순으로 작성할 것 표시면적이 35cm ² 보다 작은경우에도 주요 원료는 표기할 것 식품첨가물 또는 향미료를 제외하고 1개의 원료로만 이루어진 식품인 경우 미 표기 가능 | | | | | | | | | | | |
| 알레르기 정보 | 알레르기 성분을 ‘포함함(Contain)’ 또는 ‘포함할 수 있음(May contain)’으로 표기 할 것 100cm ² 보다 면적이 좁은 경우 글자 크기는 1mm로 하며, 100cm ² 보다 면적이 넓은 경우 글자 크기를 1.5mm 보다 작지 않도록 할 것 a. 글루텐을 포함하는 시리얼 b. 갑각류 및 그 제품 c. 조란과 그 제품 d. 어류와 그 제품(비타민 또는 카로틴 조제 물질의 운반을 위해 사용된 어류 젤라틴 제외) e. 땅콩과 그 제품 | | | | | | | | | | | |

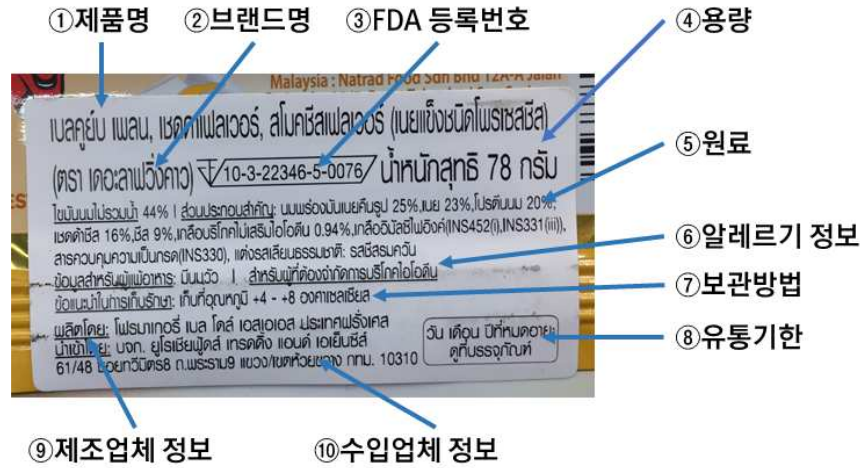
자료 : The MOPH Notification No. 383, B.E. 2560(2017), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

[표 4.5] 태국 라벨 관리 규정

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

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

▶ 태국 건강기능식품 라벨 샘플



[스티커 라벨링]

스티커 라벨(태국어)

- ① 제품명 : เบลคูบ เฟลน, เชดด้าเฟลเวอร์, สโมคชีสเฟลเวอร์ (เนยแข็งชนิดไพเรซชีส)
- ② 브랜드명 : ตรา เดอะลาฟวิงคาว
- ③ FDA등록번호
- ④ 용량 : หน้าหนักสุทธิ 78 กรัม
- ⑤ 원료(ส่วนประกอบสำคัญ) : ไขมันนมไม่รวมน้ำ 44% | นมพร่องมันเนยคั้นรูป 25%, เนย 23%, โปรตีนนม 20%, เชดด้าชีส 16%, 치즈 9%, เกลือบริโภคไม่เสริมไอโอดีน 0.94%, กลิ่นวานิลลาอินทรีย์(INS452(i), INS331(iii)), สารควบคุมความเป็นกรด(INS330), แต่งรสเลียนธรรมชาติ: รสชีสรวมครน
- ⑥ 알레르기 정보(ข้อมูลสำหรับผู้ป่วยอาหาร) : มีนมวัว | สำหรับผู้ที่ต้องจำกัดการบริโภคไอโอดีน
- ⑦ 보관방법(ขอแนะนำในการเก็บรักษา) : เก็บที่อุณหภูมิ +4- +8 องศาเซลเซียส
- ⑧ 유통기한(จน เดือน ปีที่หมดอายุ) : ดูที่บรรจุภัณฑ์
- ⑨ 제조업체 정보(ผลิตโดย) : โพรมาเกอร์ เบลโดล เอสเอส ประเทศฝรั่งเศส
- ⑩ 수입업체 정보(นำเข้าโดย) : บจก. ยูโรเซียฟู้ดส์ เทรคคิง แอนค เอเย็นซี่ 61/48 ซอยทวีมิตร 8 ถ.พระราม 9 แขวง/เขตห้วยขวาง กทม. 10310

스티커 라벨(국문)

- ① 제품명 : 블루쿠브 플레인, 체다치즈 맛, 훈제치즈 맛(치즈 가공품)
- ② 브랜드명 : Belcube
- ③ FDA등록번호
- ④ 용량 : 순중량 78g
- ⑤ 원료 : 고품분 중의 지방함량 44% | 탈수 탈지분유 25%, 버터 20%, 우유 단백질 20%, 체다치즈 16%, 치즈 9%, 소금 0.94%, 유화제 염류(INS452(i), INS331(iii)), 산도조절제(INS330), 천연향미료: 훈제 치즈향
- ⑥ 알레르기 정보 : 우유 | 요오드의 섭취에 제한이 있는 사람을 위해
- ⑦ 보관방법 : 4~8°C의 온도에 보관하십시오.
- ⑧ 유통기한 : 포장면을 참조하십시오.
- ⑨ 제조업체 정보 : Fromagerie Bel De SAS, France
- ⑩ 수입업체 정보 : Euroasia Foods Trading & Agencies Co., Ltd. 61/48 soi Taveemit8, Rama9 Rd., HuayKwang, Bangkok 10310

5. 태국 과일큐브치즈 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

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

[표 4.6] 태국 통관 서류

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

자료 : 태국 관세청

6. 태국 과일큐브치즈 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 과일큐브치즈 HS CODE 0406.10.10, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 발효로 협정세율 적용

과일큐브치즈의 경우 태국에서는 HS CODE 0406.10 (신선한(숙성되지 않은 것
이나 처리하지 않은 것) 치즈(유장치즈를 포함한다)와 커드(curd))의 0406.10. 10
(유청 치즈를 포함하는 신선한(숙성하지 아니하거나 비경화된) 치즈) 세번을 사용
하여 수입됨.³⁰⁾ 태국으로 과일큐브치즈 수입 시 기본 세율은 20.0%를 적용받으
나, 한국산 제품의 경우 2007년 6월 01일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로
0%의 협정세율을 적용받음. 관세 외에도 7%의 VAT가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 43달러(한화 약 5만 원)³¹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(한화 약 28만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 50시간 소요

[표 4.7] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율

| 구분 | HS CODE | 품목 분류 | 비고 |
|-----|--------------|--|-------|
| 한국 | 0406 | 치즈와 커드(curd) | |
| | 0406.10 | 신선한(숙성되지 않은 것)이나 처리하지 않은 것) 치즈(유장치즈를 포함한다)와 커드(curd) | |
| | 0406.10.10 | 신선한 치즈 | |
| | 0406.10.1090 | 기타 | |
| 태국 | 0406.10.10 | 유청 치즈를 포함하는 신선한(숙성하지 아니하거나 비경화된) 치즈 | |
| 관세 | 기본관세율 | | 30.0% |
| | 협정 세율 | | 0% |
| VAT | | | 7% |

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

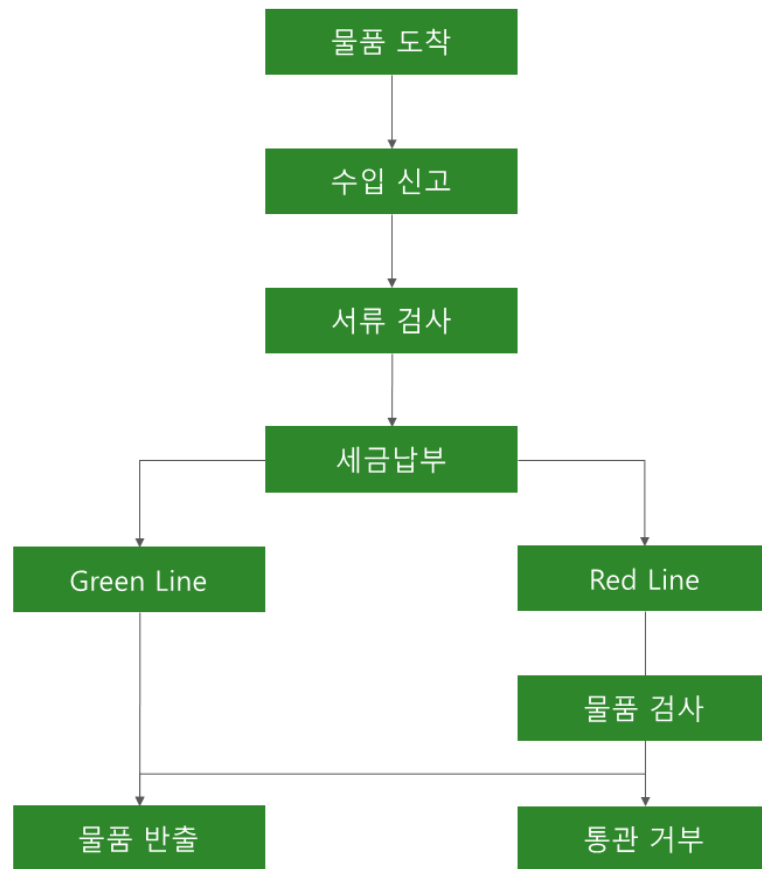
30) 태국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0406.10 중 과일큐브치즈에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 태국 관세청의 관세 결정 정보를 검색(tariffeservice.customs.go.th)하거나 관세청으로 세번 결정에 관하여 문의할 수 있음

31) 1달러=1,218.90달러 (2019.08.14., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 태국 과일큐브치즈 검역 심사 절차

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

[표 4.8] 태국 통관 프로세스



| | 유형 | 명칭 | 최대 허용량 (mg/kg) |
|-----------------------------|-------|-------------------------------|--------------------|
| 일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질 | 식품첨가물 | Acetylated Distrach Adipate | GMP ³²⁾ |
| | | Acetylated Distrach Phosphate | GMP |
| | 유해물질 | Aflatoxin | 20mcg/kg |

자료 : 태국 식품안전청(FDA)

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

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

식품 첨가물 규정

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

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목의 첨가물 규정은 태국 식품 카테고리 분류 중 HS Code 0406.10.1090와 유사한 '첨가 가공된 치즈 (분류 번호 01.6.4.2)'으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.9] 태국 과일큐브치즈 식품 첨가물 규정

| 기능 | 이름 | 영문이름 | 최대사용량(mg/kg) | 비고 |
|-----------------|------------|-----------------------------|--------------|----|
| 유화제 등 | 인산골 | Bone phosphate | 9,000 | |
| 산도조절제, 보존료 | 아세트산 | Acetic acide | GMP | |
| 안정제, 증점제 | 알파사이클로덱스트린 | Alpha-cyclodextrin | GMP | |
| 안정제, 증점제, 유화제 등 | 한천 | Agar | GMP | |
| 유화제, 안정제 등 | 알긴산 | Alginic acid | GMP | |
| 착색료 | E129 | Allura red ac | 100 | |
| 소맥분개량제 | α-아밀레이스 | Alpha amylase | GMP | |
| 유화제, 안정제 등 | 알긴산암모늄 | Ammonium alginate | GMP | |
| 산도조절제 | 탄산암모늄 | Ammonium carbonate | GMP | |
| 산도조절제 | 탄산수소암모늄 | Ammonium hydrogen carbonate | GMP | |

자료 : 태국 식품안전청(FDA)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 센트럴 푸드 홀(Central Food Hall)

Interview ② 유라시아 푸드(Eurasia Foods)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand & Distribution



Truly World Class

- 인터뷰 기업 : 센트럴 푸드 홀
(Central Food Hall)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Dear
(Manager)

최근 들어 간식용 치즈의 수요 증가

치즈는 주로 샌드위치와 같이 빵과 함께 섭취하는 사람들이 많습니다. 하지만 최근 들어 치즈를 간식처럼 그 자체로 섭취하는 사람들의 수가 증가했습니다. 주로 여성 보다는 남성 수요가 많은 편입니다.

소비자들은 플레인 맛의 치즈를 선호

현재 여러 맛의 치즈 제품을 취급 중에 있으나, 소비자들은 기본적인 맛의 플레인 치즈를 가장 선호합니다. 치즈 본연의 맛을 유지하면서 새로운 맛을 첨가하는 것이 중요합니다.

Market Distribution and Consumers



- 인터뷰 기업 : 유라시아 푸드
(Eurasia Foods)
수입 유통 업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Chaiwat
(Manager)

큐브치즈는 주로 마트와 슈퍼마켓에서 판매

큐브치즈를 포함한 유제품은 주로 마트와 슈퍼마켓에서 판매합니다. 개별 소비자들 보다는 식당, 카페, 호텔 등의 업체에서 대량으로 구매하는 경우가 더 많습니다. 많은 호텔과 식당에서는 치즈를 크래커와 함께 판매하거나 요리에 올려서 제공합니다.

과일 맛 치즈의 인지도는 낮은 편

태국 내 과일 맛 치즈의 인지도는 낮은 편이며, 판매하는 오프라인 매장이 많지 않습니다. 몇몇 온라인 매장을 통해서만 구매할 수 있습니다.

Interview ① 센트럴 푸드 홀(Central Food Hall)

●
센트럴 푸드 홀
(Central Food Hall)

전문가 소속

Central Food Hall
소매업체

전문가 정보

Ms. Dear
(Dairy Product Manager)



센트럴 푸드 홀(Central Food Hall)

Dairy Product Manager, Ms. Dear

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

센트럴 푸드 홀은 태국에서 가장 큰 슈퍼마켓 브랜드 중 하나로, 센트럴 푸드 홀, 탑 마켓, 탑 슈퍼스토어 등 6가지 형태와 이름으로 태국 내 총 250개의 매장을 운영 중에 있습니다. 뿐만 아니라, 슈퍼마켓 내부에 와인 판매점과 커피숍을 운영 중에 있으며, 일본의 화장품 가게와도 협력하여 태국 내 매장을 보유하고 있습니다. 슈퍼마켓에서는 치즈 및 유제품을 포함한 다양한 종류의 가공 식품과 신선 식품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 가공 치즈의 수요가 어떻게 되나요?

치즈 제품의 주 소비자층은 성별과 연령을 불문하고 다양합니다. 하지만 연령대가 어릴수록 치즈 섭취량이 높은 편입니다. 슬라이스 치즈는 주로 샌드위치를 만들 때 사용하거나 빵과 함께 섭취하는 경우가 많으며, 큐브치즈는 그 자체로 섭취하거나 조리 시에 사용하는 경우가 많습니다. 최근 들어 치즈를 식재료가 아닌 간식으로 섭취하는 사람들이 늘어나면서 래핑카우(Laughing Cow)³³⁾ 제품의 수요가 증가했습니다. 치즈는 칼로리가 어느 정도 있는 식품이기 때문에, 여성보다는 남성에게 수요가 더 높은 편입니다.

33) 프랑스 치즈 제조사인 벨(Bell)사에서 1921년 처음 출시된 가공치즈임. 알루미늄 호일로 소포장하여 벗겨먹는 치즈로 개발함

Interview ① 센트럴 푸드 홀(Central Food Hall)

●
센트럴 푸드 홀
(Central Food Hall)

전문가 소속
센트럴 푸드 홀
(Central Food Hall)
소매업체
전문가 정보

Ms. Dear
(Dairy Product Manager)

센트럴 푸드 홀(Central Food Hall)

Dairy Product Manager, Ms. Dear

Q. 취급 중인 큐브치즈의 맛에는 무엇이 있나요?

래핑카우 제품은 체다, 햄, 양파 등 다양한 맛이 있습니다. 하지만 소비자들은 다른 맛이 첨가된 제품보다 일반적인 플레인 맛을 가장 선호합니다. 다른 맛을 첨가할 경우, 치즈 본연의 맛이 묻히지 않도록 하는 것이 중요하며, 치즈의 맛과 잘 어우러지는 맛을 선택해야 합니다. 치즈의 맛을 덮어버릴 정도로 강한 맛과 향이 첨가된 제품은 소비자들이 선호하지 않습니다.

Q. 큐브치즈의 가격은 어느 정도인가요?

래핑카우 제품의 경우 15개의 치즈 조각이 한 묶음으로 포장되어있으며, 가격은 ³⁴⁾150바트(5,915원)입니다. 저희가 판매하는 제품의 가격은 태국의 평균적인 치즈 소매가이며, 래핑카우는 출시된 지 오래되어 태국 내 가장 인지도가 높은 치즈 브랜드 중 하나입니다. 따라서 A사 제품을 태국 시장에서 판매할 경우, 래핑카우 제품의 가격인 150바트(5,915원)를 넘기지 않는 것이 좋을 것 같습니다.

34) 1바트=39.43원(2019.08.12., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 유라시아 푸드(Eurasia Foods)

유라시아 푸드
(Eurasia Foods)

전문가 소속
유라시아 푸드
(Eurasia Foods)
수입유통업체
전문가 정보

Ms. Chaiwat
(Purchasing Manager)



유라시아 푸드(Eurasia Foods)

Purchasing Manager, Ms. Chaiwat

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

유라시아 푸드는 수입산 치즈를 포함해 유제품을 중점적으로 취급하는 수입유통업체입니다. 저희는 래핑카우 치즈 제품을 태국, 덴마크, 이탈리아, 스위스에서 독점적으로 유통할 수 있는 권한을 가지고 있습니다. 저희는 주로 테스코(Tesco)와 같은 대형마트와 호텔로 제품을 납품하고 있습니다.

Q. 큐브치즈의 섭취방법에는 무엇이 있나요?

젊은 층의 20대 소비자들은 치즈를 간식으로 즐겨먹는 편입니다. 벗겨먹는 래핑카우 치즈 제품은 태국 내 수요가 높은 편이며, 소비자들은 제품을 그 자체로 섭취하는 경우가 많습니다. 현재 온라인상에는 래핑카우 제품에 대한 글이 많이 올라오고 있으며, 그만큼 인지도가 높습니다. 몇몇 사람들은 치즈를 비스킷이나 크래커와 함께 먹기도 하며, 이 경우에는 플레인 맛의 치즈를 선호합니다. 많은 태국 내 호텔과 카페에서는 크래커와 치즈를 메뉴로 구성하여 판매하고 있으며, 일부 식당에서는 라면이나 면 요리에 치즈를 올려 제공하기도 합니다.

Interview ② 유라시아 푸드(Eurasia Foods)

유라시아 푸드
(Eurasia Foods)

전문가 소속

유라시아 푸드
(Eurasia Foods)

수입 유통 업체

전문가 정보

Ms. Chaiwat
(Purchasing Manager)

유라시아 푸드(Eurasia Foods)

Purchasing Manager, Ms. Chaiwat

Q. 태국 내 큐브치즈를 판매하는 곳과 가격 수준은 어떠한가요?

큐브치즈를 포함한 여러 치즈 제품과 유제품은 슈퍼마켓이나 마트에서 주로 판매합니다. 개별소비자들의 구매도는 높은 편이지만, 식당, 카페, 호텔 등의 업체에서 구매하는 제품의 양이 훨씬 많습니다. 대부분의 큐브치즈는 한 통에 대략 15개의 치즈가 들어있지만, 치즈의 원산지에 따라 가격은 상이합니다.

Q. 태국 내의 과일 맛 치즈의 인지도와 수요는 어떠한가요?

태국 내 과일 맛이 나는 치즈는 소비자들에게 생소한 제품입니다. 과일 맛 큐브치즈는 몇몇 온라인 매장에서만 구할 수 있으며 판매하는 오프라인 매장은 많지 않습니다. 아직까지는 플레인 맛의 기본 치즈를 선호하는 사람이 더 많으며 과일 맛 치즈는 인지도와 수요가 모두 낮은 편입니다.

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 씨피올 연간 보고서 2018(CPAll Annual Report 2018)
2. 아이지디아시아(Asiaigd) (asia.igd.com), 「Big C Thailand sales up 5.7% for FY2018」, 2019.03.07
3. USDA GAIN Report, 「Thailand Retail Foods 2017」, 2017.12.28

■ 참고 사이트

1. 쇼피(Shopee) 홈페이지(shopee.co.th)
2. 판팁(Pantip) 홈페이지(pantip.com)
3. 카푹(Kapook) 홈페이지(www.kapook.com)
4. 방콕포스트(Bangkok Post) 홈페이지(www.bangkokpost.com)
5. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
6. 테스코(Tesco) 홈페이지 (tescolotus.com)
7. 빅씨(Big C) 홈페이지 (bigc.co.th)
8. 탑스(Tops) 홈페이지 (tops.co.th)
9. 푸드랜드(Foodland) 홈페이지 (facebook.com/FoodlandSupermarketThailand)
10. 세븐일레븐(7-Eleven)홈페이지 (www.7eleven.co.th)
11. 워크포인트뉴스(workpointnews) (workpointnews.com)
12. 포지셔닝매거진(positioningmagazine) (positioningmag.com)
13. 테이스티타일랜드(Tasty Thailand) (tasty thailand.com)
14. 센트랄푸드리테일(Centra Food Retail) 홈페이지 (corporate.tops.co.th)
15. 아이지디아시아(Asiaigd) (asia.igd.com)
16. 카오소드잉글리시(Khaosodenglish) 홈페이지 (Khaosodenglish.com)
17. 브랜드뉴데이아시아(brandnewdayasia) 홈페이지 (brandnewday.asia)
18. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.08.23

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

