

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. : 1910-06
- 품목 : 맥주 (Beer)
- 국가 : 태국 (THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 태국 맥주 시장규모	5
2. 태국 맥주 수출입 시장규모	6
3. 태국 맥주 소비 시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	11
1. 태국, 맥주 관련 파티 및 축제 다수	17
2. 태국 수제맥주, 고급화 트렌드와 함께 증가 추이	18
3. 태국 소비자, 친구 및 이성친구와 맥주 함께 즐기는 경우 많아	19
4. 태국 온라인 쇼핑몰에서 캔 맥주, 태국 맥주, 무알코올 맥주 인기	20
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	22
1. 태국 맥주 유통구조	23
2. 태국 맥주 주요 유통업체	24
3. 태국 맥주 B2C 소매채널	26
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	47
1. 태국 맥주 인증 취득	48
2. 태국 맥주 업체·제품 등록	50
3. 태국 맥주 라벨 심의	51
4. 태국 맥주 서류 준비	54
5. 태국 맥주 세금 납부	55
6. 태국 맥주 검역 심사	56
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	59
Interview ① 방콕 비어 앤 베브릿지(Bangkok Beer and Beverages)	61
Interview ② 드링크 와이즈(Drink Wise)	62
Interview ③ 빅씨(Big C)	63
Interview ④ 아이더블유에스(IWS)	64
Interview ⑤ 호프세션(Hope Session)	65
* 참고문헌	66

I. Market Size

SUMMARY

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

Market Size

(시장규모)

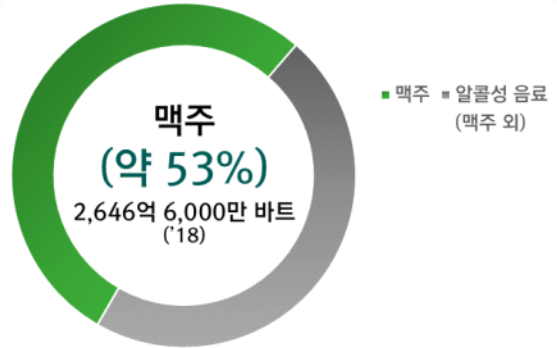
태국 (THAILAND)

맥주 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(맥주)

- 태국 알콜성 음료¹⁾ 시장 규모
..... 4,968억 5,300만 바트('18)
- 태국 맥주²⁾ 시장 규모
..... **2,646억 6,000만 바트('18)**

(*) Euromonitor International

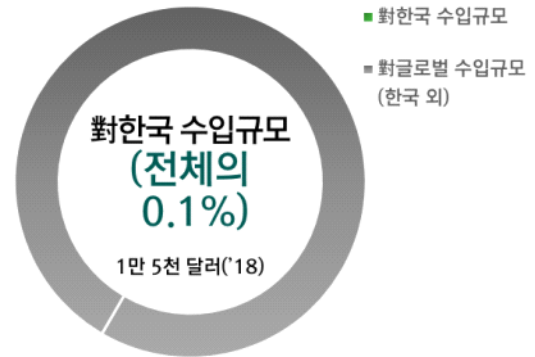


맥주 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(맥주)

- HS 2203.00³⁾ '발아한 보리나 밀, 물과 흡으로 조제한 리큐어를 발효하여 얻는 알콜성 음료' 태국 對글로벌 수입 규모
..... 1,739만 1천 달러('18)
- HS 2203.00 '발아한 보리나 밀, 물과 흡으로 조제한 리큐어를 발효하여 얻는 알콜성 음료' 태국 對 한국 수입규모
..... **1만 5천 달러('18)**

(*) International Trade Centre



맥주 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '맥주'는 홉, 몰트, 효모, 물 등을 원료로 하는 도수 4.5~6.3%의 알콜성 음료임. 따라서 맥주의 주 소비자층으로 예상되는 '태국 20~40대 인구수' 및 '연령별 인구 규모'를 조사하였으며, 태국 내 구매력 있는 소비자층 확인을 위해 '태국 연간 소득 별 인구분포' 및 '고소득층 인구수'를 조사함. 또한 '태국 맥주 및 수제 맥주 소비규모'를 통해 세부 시장 규모를 확인함

- | | |
|---|---|
| <p>① 태국 20~40대 인구 ('18)</p> <p>20~29세(13.8%) 958만 386명</p> <p>30~39세(13.2%) 945만 35명</p> <p>40~49세(16.2%) 1,125만 8,459명</p> | <p>② 태국 월 소득구간별 인구규모 ('17)</p> <p>15,001~30,000바트 9,206,821명(13.9%)</p> <p>30,001~50,000바트 2,177,602명(3.3%)</p> <p>50,001~100,000바트 814,119명(1.2%)</p> <p>100,000바트 초과 138,996명(0.2%)</p> |
|---|---|

- ③ 태국 맥주 및 수제맥주 소비규모
- 맥주 소비량 ('18) 21억 100만 리터
- 태국 내 수제맥주 양조장 개수 ('19) 117개
- ※상위 4개 소득구간의 인구규모를 제시함

(*) World Bank, Euromonitor

(*) National Statistical Office of Thailand

1) 알콜성 음료(Alcoholic Drinks): 맥주, 와인, 증류주, 사이다(사과를 발효시켜 만든 사과주), 페리(배즙으로 만든 사이다를 발효시켜서 만든 알콜성 음료), RTD(Ready To Drink, 알코올 음료수)를 포함함

2) 맥주(Beer): 맥아, 설탕, 홉 및 물에서 추출되며 효모로 발효하는 알콜성 음료로, 라거, 흑맥주, 스타우트 및 비알콜, 저알콜 맥주를 포함함

3) HS CODE 2203.00: 조사 제품 '맥주'는 홉, 몰트, 효모, 물 등을 원료로 하는 도수 4.5~6.3%의 알콜 음료임. 이에 '발아한 보리나 밀, 물과 흡으로 조제한 리큐어를 발효하여 얻는 알콜성 음료'에 해당하는 HS CODE 2203.00을 지표로 선정함

1. 태국 맥주 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘맥주’는 홉, 몰트, 효모, 물 등을 원료로 하는 도수 4.5-6.3%의 알콜 음료임. 이에 제품의 종류를 기준으로 ‘알콜성 음료’와 ‘맥주’의 시장 규모를 조사함

태국 국가 일반 정보⁷⁾

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

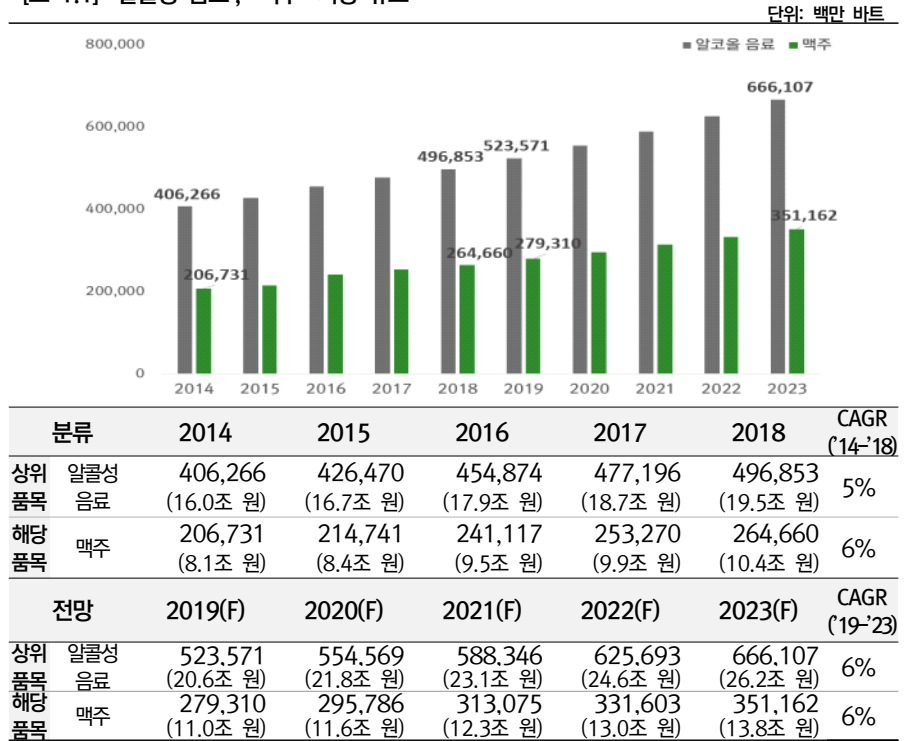
▶ 2014-2018년, 태국 ‘알콜성 음료’ 시장 규모 연평균 성장률 5%

지난 5년(2014-2018년)간 태국의 ‘알콜성 음료’ 시장은 연평균 5%의 성장률로 꾸준히 증가하여 2018년 4,968억 5,300만 바트의 시장 규모를 기록함. 유로모니터에 따르면, 2018년 ‘수제맥주’, ‘수제 증류주’ 시장의 성장이 ‘알콜성 음료’ 시장의 성장을 이끌었음. 한편, ‘맥주’ 시장은 맥주의 프리미엄화 현상과 함께 동기간 연평균 6%로 성장하여 2018년 2,646억 6천만 바트의 시장규모를 기록함. 특히, 프리미엄 라거 맥주가 최근 2년간 가장 큰 성장을 보임

▶ 2019-2023년, 태국 ‘맥주’ 시장 연평균성장률 6% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 태국 ‘알콜성 음료’ 시장과 ‘맥주’ 시장의 연평균성장률은 6%로 예측됨. 또한, 2018년부터 두드러진 ‘무알콜 맥주’ 시장의 성장이 향후 5년간 계속될 것으로 전망됨⁴⁾

[표 1.1] ‘알콜성 음료’, ‘맥주’ 시장 규모⁵⁾⁶⁾



4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in Thailand」, 「Beer in Thailand」, 2019.07

5) 1바트=39.26원(2019.12.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 맥주 수출입 시장규모

HS CODE 2203.00: 조사 제품 ‘맥주’는 홉, 몰트, 효모, 물 등을 원료로 하는 도수 4.5-6.3%의 알콜성 음료임. 이에 ‘발아한 보리나 밀, 물과 홉으로 조제한 리큐어를 발효하여 얻는 알콜성 음료’에 해당하는 HS CODE 2203.00을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 -2%

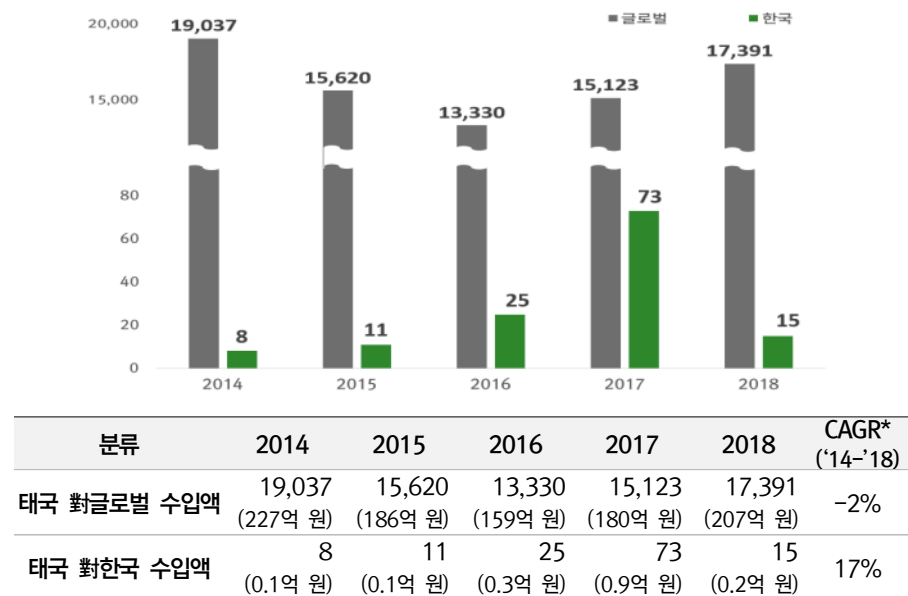
태국 HS CODE 2203.00 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년간(2014-2018년) 연평균 2%의 감소세를 기록함. 2015년, 2016년 각각 전년대비 두 자릿수의 감소세를 기록하였으나, 이후 2017년, 2018년 전년대비 10% 이상의 성장률을 보임. 2018년 태국의 對글로벌 수입액은 1,739만 1천 달러로 집계되며, 이는 2014년 수입액 대비 9% 감소한 규모임

▶ 2014-2018년 태국 對한국 수입액 연평균성장률 17%

태국 HS CODE 2203.00의 수입 국가 중 한국은 2018년 수입액 규모 기준 28위 국가임. 對한국 수입액은 2015년-2017년 꾸준한 상승세를 보임. 특히, 2016년, 2017년에는 각각 전년대비 127%, 192%의 높은 성장률을 기록함. 그러나 2018년 전년대비 79% 감소하여 1만 5천 달러의 수입규모를 기록함. 이는 태국 對글로벌 수입액의 0.1%를 차지하는 규모임

[표 1.2] HS CODE 2203.00 수입 규모⁸⁾⁹⁾

단위: 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2203.00 기준

8) 1달러=1,191.00원 (2019.12.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 태국 맥주 소비 시장규모

조사 제품 '맥주'는 홉, 몰트, 효모, 물 등을 원료로 하는 도수 4.5~6.3%의 알콜성 음료임. 따라서 맥주의 주 소비자층으로 예상되는 '태국 20-40대 인구' 및 '연령별 인구수'를 조사함

1) 태국 인구 분포

▶ 2014-2018년, 태국 인구수는 증가하지만 증가율은 감소

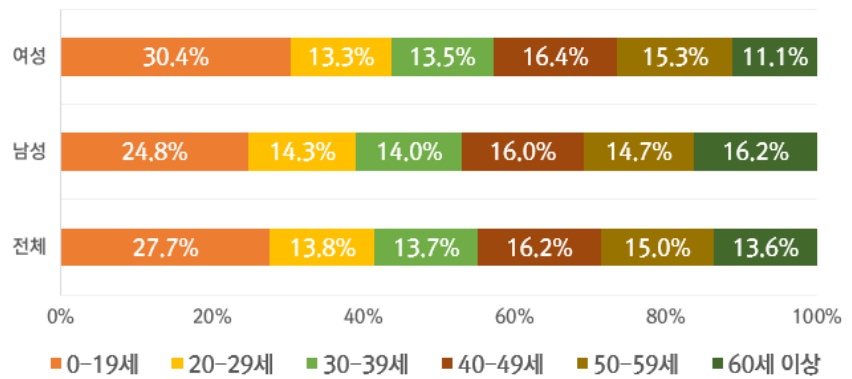
월드뱅크(World Bank) 자료에 따르면, 태국의 인구 규모는 지난 5년(2014-2018년)간 꾸준히 증가하고 있음. 2014년 6,843만 9천 명이었던 태국 인구는 2018년 6,942만 9천 명을 기록함. 한편, 2014년부터 2016년까지 매년 0.4%였던 증가율은 2017년과 2018년 0.3%를 기록함

▶ 2018년, 태국 40대 인구 비중 가장 높음

2018년 기준, 태국 내 남녀 성비는 49 : 51로, 남성 인구가 총 3,383만 3천 명, 여성 인구가 총 3,559만 5천 명임. 태국 20-40대의 총 인구수는 3,037만 9천 명으로, 전체 인구의 43.7%를 차지함. 20-40대 인구 중 40대가 1,125만 8천 명(16.2%)으로 가장 많음. 타이랜드은행(BOT, Bank of Thailand)에 따르면, 태국은 개발도상국 중 가장 빠르게 고령사회로 접어들고 있음¹⁰⁾

[표 1.3] 2018년 태국 연령별 인구 분포

단위: 명



	총 인구	0-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	6,942만	1,920만	958만	954만	1,125만	1,041만	942만
인구	8,524	7,156	386	35	8,459	9,364	3,123
여성	3,559만	1,079만	474만	481만	583만	545만	394만
인구	5,361	9,277	6,642	3,204	9,063	5,701	1,474
남성	3,383만	840만	483만	472만	541만	496만	548만
인구	3,163	7,879	3,744	6,831	9,396	3,663	1,649

자료: 월드뱅크(World Bank)

10) 자료: 태국은행(BOT:Bank of Thailand), 「Aging Population: Global Perspectives」, 2017

2) 태국 고소득층 인구규모

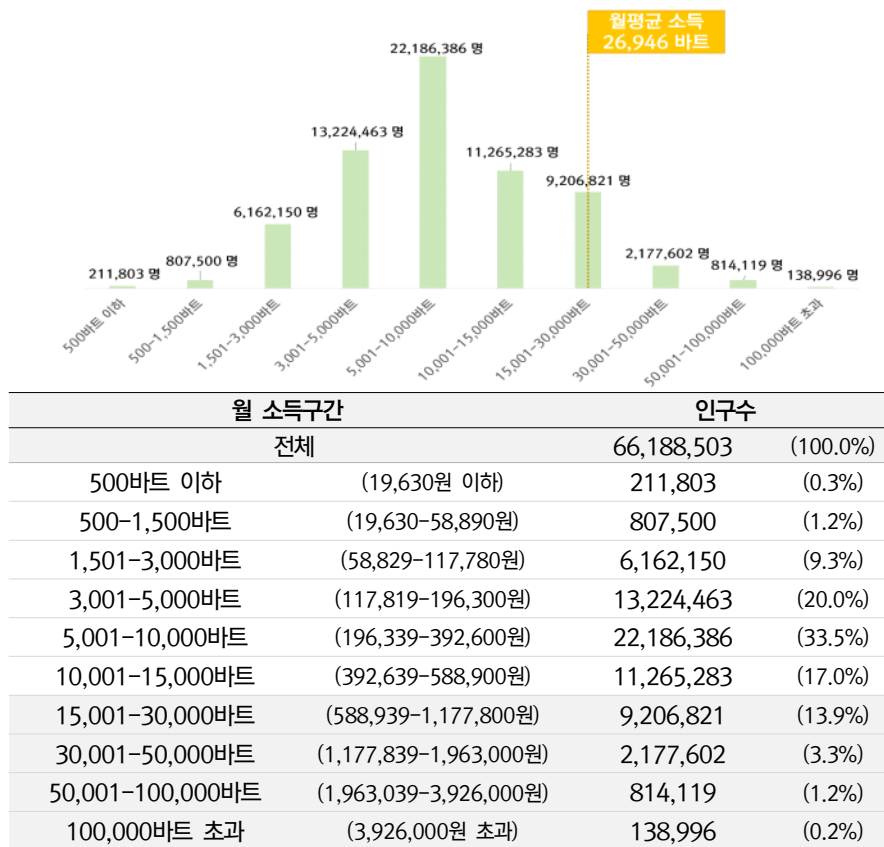
태국 내 구매력 있는 소비자층 확인을 위해 ‘태국 소득별 인구분포’ 및 ‘고소득층 인구규모’를 조사함. 또한 ‘태국 맥주 및 수제맥주 소비규모’를 통해 세부 시장 규모를 확인함

▶ 2017년, 태국 월 소득 1만 5,001바트 이상 인구 비율 18.6%

태국 통계청에 따르면¹¹⁾, 2017년 태국 전체 인구의 월평균 소득은 2만 6,946바트 (1,057,900원)임. 해당 평균 소득이 속해있는 월평균 소득 1만 5,001바트-3만 바트 구간의 인구수는 920만 6,821명으로 전체 인구의 13.9%를 차지함. 3만 1바트-5만 바트 구간의 인구수는 217만 7,602명(3.3%), 5만 1바트-10만 바트 구간은 81만 4,119명(1.2%), 10만 바트 초과 구간은 13만 8,996명 (0.2%)로, 네 구간은 총 인구의 18.6%를 차지함

[표 1.4] 2017년 태국 1인당 월 소득 구간별 인구수¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위: 명



자료: 태국통계청(National Statistical Office of Thailand)

11) 자료: 태국통계청(National statistics office thailand), 「Average Monthly Income per Household by Region and Province: 2002 - 2017」, 2018

12) 검색일(2019.12.06.)기준, 태국 통계청에서 조사한 자료 중 가장 최신 통계자료로 조사함

13) 인구수는 태국 통계청에서 발표한 월 소득구간별 인구 비중과 2017년 태국 전체 인구수를 곱하여 계산한 수치로, 합산 시 전체 수가 미달, 초과될 수 있음

14) 1바트=39.26원(2019.12.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) 태국 맥주 및 수제맥주 소비규모

▶ 2014~2018년 태국 맥주 소비량 연평균성장률 2%

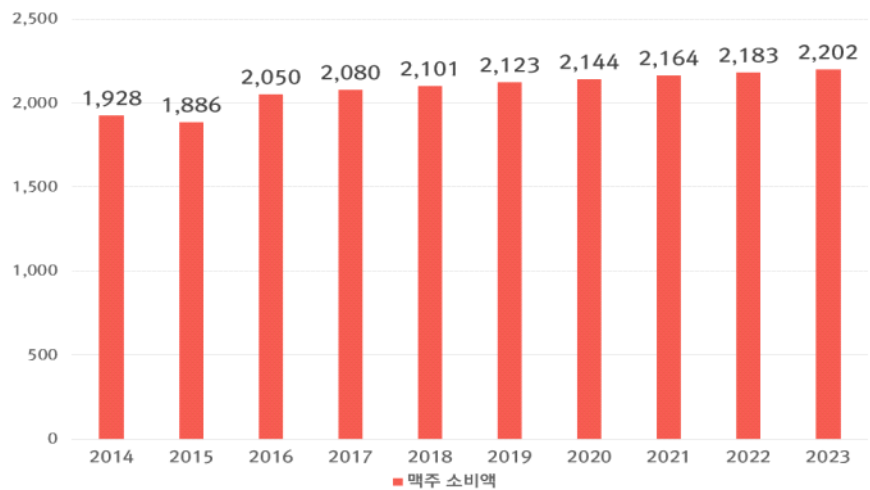
지난 5년(2014-2018년)간 태국 맥주 소비량은 연평균 2%로 성장하여, 2018년 21억 100만 리터를 기록함. 이는 2014년 소비량 대비 9% 성장한 수치임. 유로모니터에 따르면¹⁵⁾, 태국의 맥주시장은 높은 프리미엄화 경향을 보이는 중이며, 소비자들 또한 맥주의 양보다 품질에 더 많은 관심을 보임. 또한, 최근 2년간 국내산, 수입산 프리미엄 라거 제품이 가장 큰 성장을 보임. 향후 5년(2019-2023년)간 맥주 소비량은 연평균 1%로 성장하여 2023년 22억 200만 리터를 기록할 것으로 예상됨

▶ 2019년 태국 내 수제맥주 양조장 117개

맥주 평가 웹사이트 RateBeer에 따르면, 태국 내 수제맥주 양조장은 117개로 확인됨. 이 중 전체 수제맥주 양조장의 78%인 92개가 방콕에 위치함. 또한, CAS(Center for Alcohol Studies)에 따르면¹⁶⁾, 방콕 인근 수제 맥주 판매점은 245개, 치앙마이 인근 수제 맥주 판매점은 90개로 확인됨

[표 1.5] 2014~2018 태국 맥주 소비량

단위: 백만 리터(백만 L)



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
맥주 소비량	1,928	1,886	2,050	2,080	2,101	2%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
맥주 소비량	2,123	2,144	2,164	2,183	2,202	1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Beer in Thailand」, 2019.07

16) 자료: CAS(Center for Alcohol Studies), 「การพบ "เบียร์" ในผับ-บาร์ไทย」, 2019.07.25

II. Market Trend

SUMMARY

1. 태국, 맥주 관련 파티 및 축제 다수
2. 태국 수제맥주, 고급화 트렌드와 함께 증가 추이
3. 태국 소비자, 친구 및 이성친구와 맥주 함께 즐기는 경우 많아
4. 태국 온라인 쇼핑몰에서 캔 맥주, 태국 맥주, 무알코올 맥주 인기



Market Trend

(시장트렌드)

태국 (THAILAND)

맥주 시장 트렌드



맥주 관련 기사 중 18.4%가 수제맥주 언급
‘태국 내 맥주 생산에 대한 규제 심해’



‘수제맥주’ 키워드 언급량 증가 추세
‘태국 내 맥주 시장 고급화 추세와 관련 있어 보여’

■ THAILAND Issue ①

태국, 맥주 관련
파티 및 축제 다수

‘파티, 축제 등과 주로 언급되는 맥주 키워드’

■ THAILAND Issue ②

태국 수제맥주,
고급화 트렌드와 함께 증가 추이

‘맥주의 양보다 질을 고려’



무알코올 맥주에 대한 관심도 높아져
‘태국 소비자, 건강에 대한 관심이 높아져’



태국 국내산 맥주를 즐기는 소비자 많아
‘싱하, 레오, 창, 페더브라우 키워드 다수 빈출’

■ THAILAND Issue ③

태국 소비자, 친구 및 이성친구와
맥주 함께 즐기는 경우 많아

‘함께 마시고 즐기며 사교 수단으로서의 기능’

■ THAILAND Issue ④

태국 온라인 쇼핑몰에서
캔 맥주, 태국 맥주, 무알코올 인기


‘캔, 하이네켄, 창, 무알코올 키워드 빈출’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(태국 매체 12개)

●
데이터 분류
키워드집

(맥주 연관 키워드집)

●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.11
수집 데이터	11,019건

데이터 정제

정제 키워드	맥주 및 수제맥주 (เบียร์, เบียร์สด)
정제 데이터	2,879건

○ 데이터 수집

- 태국 맥주 및 수제맥주 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 태국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Brandbuffet	www.brandbuffet.in.th	언론매체
02	Food Panda	magazine.foodpanda.co.th	언론매체
03	Bangkok Post	www.bangkokpost.com	언론매체
04	Iurban	www.iurban.in.th	언론매체
05	Spiceee	spiceee.net	언론매체
06	Tasty Thailand	tastythailand.com	언론매체
07	Twitter	twitter.com	커뮤니티
08	Pantip	pantip.com	커뮤니티
09	Big C	bigc.co.th	온라인 쇼핑몰
10	Tops	www.tops.co.th	온라인 쇼핑몰
11	Shopee	shopee.co.th	온라인 쇼핑몰
12	JD	www.jd.co.th	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 맥주 및 수제맥주 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 태국 홍삼 관련 매체 리스트

BRAND BUFFET		Pantip Learn, Share & Fun		Big C SHOPPING ONLINE bigc.co.th	
현지 언론 매체, 맥주 관련 이슈		현지 커뮤니티, 맥주 관련 소비자 의견		현지 온라인 쇼핑몰, 인기 홍삼 제품 유형	
키워드 ①	하이네켄	키워드 ①	밤(Night)	키워드 ①	레오
키워드 ②	양조장	키워드 ②	희석	키워드 ②	싱하
키워드 ③	수제맥주	키워드 ③	이성친구	키워드 ③	하이네켄
키워드 ④	무알코올	키워드 ④	데이트	키워드 ④	타이거

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 맥주 및 수제맥주 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 태국 맥주 및 수제맥주 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
			의미	해당국가 언어(태국어,(영어))	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	언론매체 맥주 키워드	식당	ร้าน			0
			길거리	สิงของ			0
밤(Night)	ไนท์				0		
호텔	โรงแรม				0		
음악	ดนตรี				0		
파티	งานสโมสร				0		
수제	ศิลปะหัตถกรรม		0	0			
축제	เทศกาล				0		
커뮤니티 수제맥주 키워드	이성친구		แฟน			0	
	친구		เพื่อน			0	
	무알코올	เครื่องดื่ม	0	0			
	추천	แนะนำ			0		
온라인 쇼핑몰 맥주 브랜드	하이네켄	Heineken			0		
	창	Chang			0		
	레오	Leo			0		
	싱하	Singha			0		
	타이거	Tiger			0		
	바바리아	Bavaria			0		
	페더브라우	Federbrau			0		
	파울라너	Paulaner			0		
아사히	Asahi			0			

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 태국 언론매체 내 맥주 관련 게시물 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출

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

4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

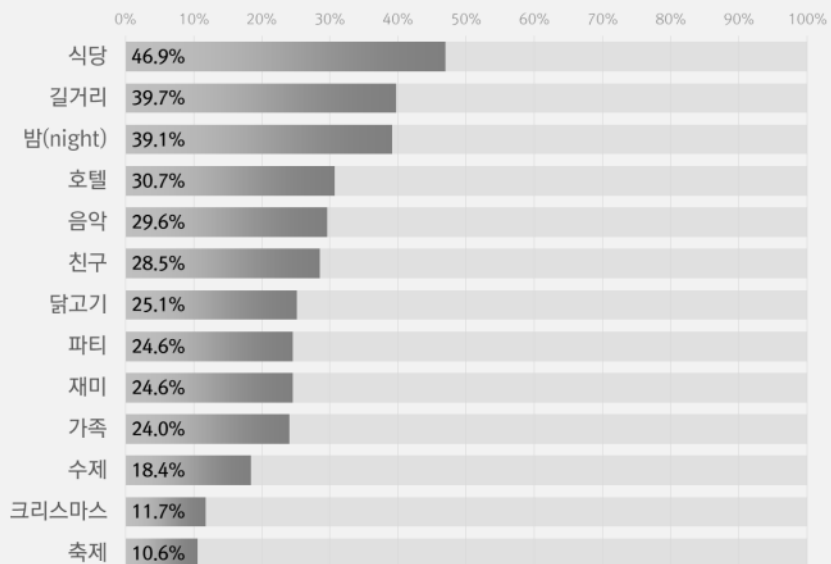
※ DF, Document Frequency 개념

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

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

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[태국 맥주 관련 데이터 분석 결과]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 태국 커뮤니티 내 맥주 관련 게시글 추출 및 온라인 쇼핑몰 내 '맥주'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10page까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

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

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회

DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건
---	----	----	-----	----

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[태국 맥주 제품 데이터 분석 결과]



1. 태국, 맥주 관련 파티 및 축제 다수

2019 태국 맥주 축제



11월 1-3일 3일간, 다양한 공연과 함께 맥주를 판매하는 축제

- 출처: Ticketmelon

호텔 루프탑에서 열린 MLive Food Market



3일간의 음식 축제로, 방콕 길거리 음식에서 영감을 받은 100여개의 요리, 디저트 및 맥주를 비롯한 주류를 판매함

- 출처: Bangkokpost

▶ 태국 언론 내 맥주 키워드, 파티, 축제, 이벤트 등과 주로 언급

태국 언론매체 내 맥주 관련 게시글을 분석한 결과, ‘레스토랑’, ‘호텔’, ‘음악’, ‘파티’, ‘축제’ 키워드가 빈출됨. 실제로, 호텔 루프탑 행사, 음악 축제, 파티 등에서 마시는 것을 찾아볼 수 있음.¹⁷⁾ 다양한 종류의 음식과 함께 맥주를 포함한 주류를 제공하는 이벤트가 다수 열림

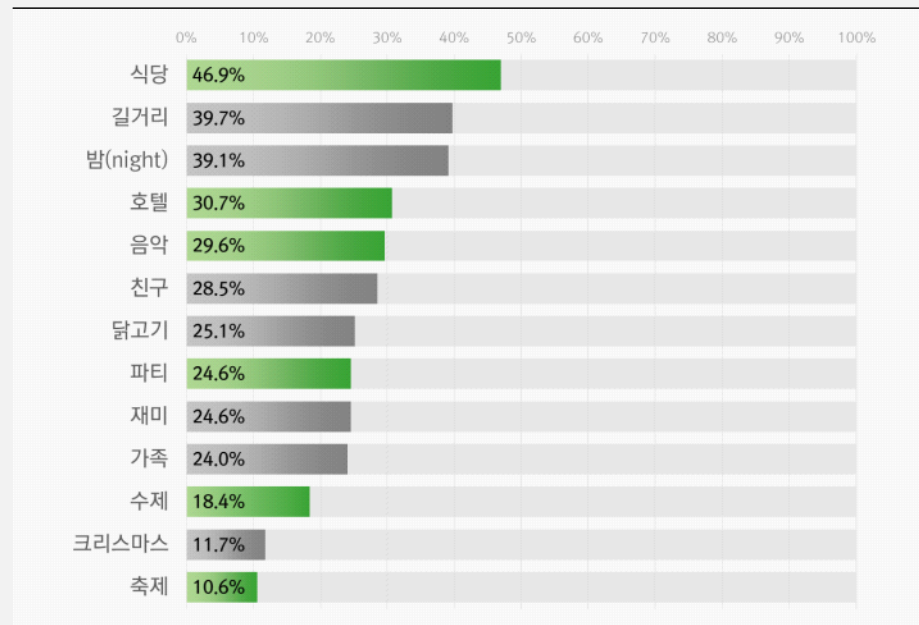
▶ 맥주 관련 기사 중 18.4%가 수제맥주 언급

수제맥주 키워드도 순위권에 빈출함. 최근 태국에서는 소규모 양조장에서 자체 생산하는 수제맥주의 인기가 점점 늘어나고 있음. 태국 대기업 맥주 회사들도 수제맥주 생산을 시작함. 하지만 태국 내 맥주 생산에 대한 규제가 엄격하여 소규모 양조장에서는 합법적 생산이 어려움. 연간 최소 10만 리터 생산 및 1,000만 바트 자본 지출 회사만이 양조 면허 취득이 가능함¹⁸⁾

▶ 태국 언론매체 내 맥주 관련 키워드

① 식당 ② 호텔 ③ 파티

[표 2.4] 태국 언론매체 내 ‘맥주’ 주요 키워드



자료 : 태국 커뮤니티 내 ‘맥주’ 관련 기사 179건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

17) 「Top kitchens bring street spirit to Surawong.」, Bangkok Post, 2019.07.19.

18) 「Thai Craft Beer' defeated by the rules themselves.」, TDRI, 2019.04.25.

2. 태국 수제맥주, 고급화 트렌드와 함께 증가 추이

● 페더브라우 맥주



브랜드	Federbrau
유형	프리미엄 맥주
가격	1,019바트 ¹⁹⁾ (약 40,006원)
용량	620ml X 12

- 출처: Wishbeer

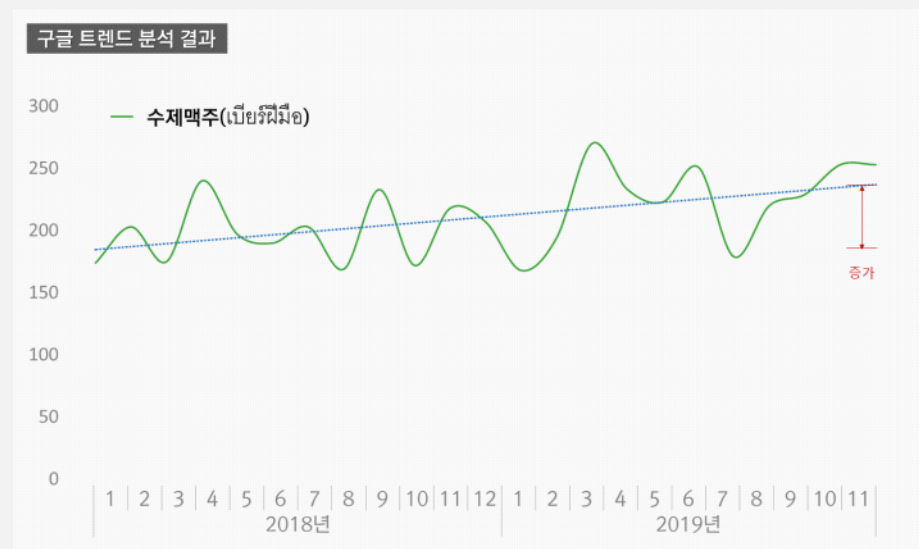
▶ 태국 소비자, 맥주의 양보다 질을 고려하면서 고급 맥주 시장 성장

구글 트렌드 분석 결과, '수제맥주' 키워드 언급량이 작년부터 증가 추세를 보임. 앞서 언급했듯이 태국 내 수제맥주 생산 규제가 엄격함에도 불구하고 수제맥주 수요는 늘고 있음. 이에 따라 태국 대형 맥주 회사들이 베트남, 캄보디아 같은 인접국가에 양조장을 지어 생산 후 역수입을 하고 있는 상황임. 이러한 현상은 태국 내 맥주 시장의 고급화 추세와도 관련 있어 보임. 유로모니터에 따르면, 2018년 태국 내 맥주의 양적 성장은 1퍼센트(%)에 그쳤지만 리터(ℓ)당 가치 성장 폭은 큰 것으로 나타남.²⁰⁾ 정부의 강한 규제에도 불구하고 수제맥주를 즐기는 소비자가 증가하고 있기 때문에, 수입 수제맥주에 대한 수요도 늘어날 것으로 전망됨

▶ 태국 내 수제맥주 관련 키워드

- ① 고급화 ② 타이버리지 ③ 페더브라우

[표 2.5] 태국 '수제맥주' 구글 검색량 추이선



자료 : 구글 트렌드(Google Trend)를 이용한 '수제맥주' 연관어 및 검색량 추이선 (18. 01 - 19. 11)

19) 1바트=39.26원 (2019.12.05., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

20) 「Beer in Thailand」, Euromonitor, 2019.07.

3. 태국 소비자, 친구 및 이성친구와 맥주 함께 즐기는 경우 많아

● **태국 내 주점 추천 글**

“퇴근 후 즐길 수 있는
10곳의 바가 있습니다”

- 맥주와 즐길 수 있는 수제 버거,
멕시코 음식점, 한국식 카페, 일본식
이자카야 등을 소개함



- 출처: TrueID

▶ **태국 맥주, 친구 및 이성친구를 만날 때 주로 마시는 사교 수단**

태국 커뮤니티 내 맥주와 관련하여 가장 많이 하는 질문을 조사하기 위해 게시글 제목을 분석함. 그 결과 ‘이성친구’, ‘친구’, ‘투어’ 키워드가 빈출되어, 여러 사람이 함께 맥주를 즐기는 경향을 확인 할 수 있음. 일반 술집 혹은 태국 특유의 극장식 술집과 같은 주점에서 맥주를 마시는 경우가 많은 것으로 보임

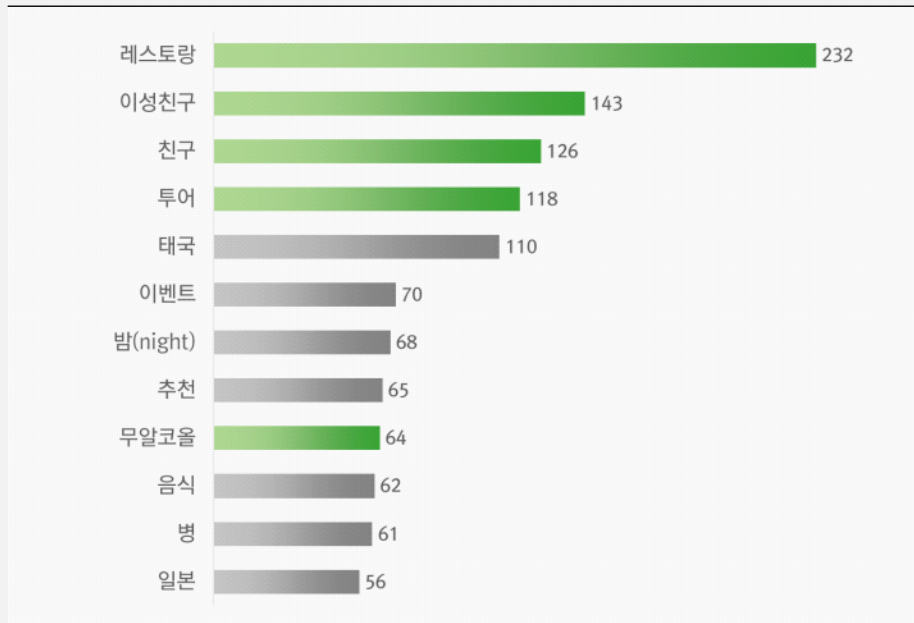
▶ **웰빙 트렌트와 함께 무알코올 맥주에 대한 관심도 높아져**

주목할만한 점은 무알코올 키워드가 빈출한 것임. 현재 태국 내 무알코올 맥주 시장은 크지 않지만 태국 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지면서, 무알코올 맥주 시장이 성장할 것으로 전망됨. 태국 대표 맥주 브랜드 바버리아, 하이네켄에서 0.0% 맥주를 비롯하여, ‘건강과 웰빙’ 트렌트에 맞춰 여러 맥주 브랜드가 무알코올 맥주를 출시함²¹⁾

▶ **태국 커뮤니티 내 맥주 관련 키워드**

① 레스토랑 ② 친구 ③ 무알코올

[표 2.6] 태국 커뮤니티 내 ‘맥주’ 주요 키워드



자료 : 태국 커뮤니티 내 ‘맥주’ 관련 게시글 2571건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

21) 「Beer in Thailand」, Euromonitor, 2019.07.

4. 태국 온라인 쇼핑몰에서 캔 맥주, 태국 맥주, 무알코올 인기

● 바바리아 맥주



브랜드	Bavaria
유형	무알코올 맥주
가격	70바트 (약 2,748원)
용량	330ml

- 출처: Wishbeer

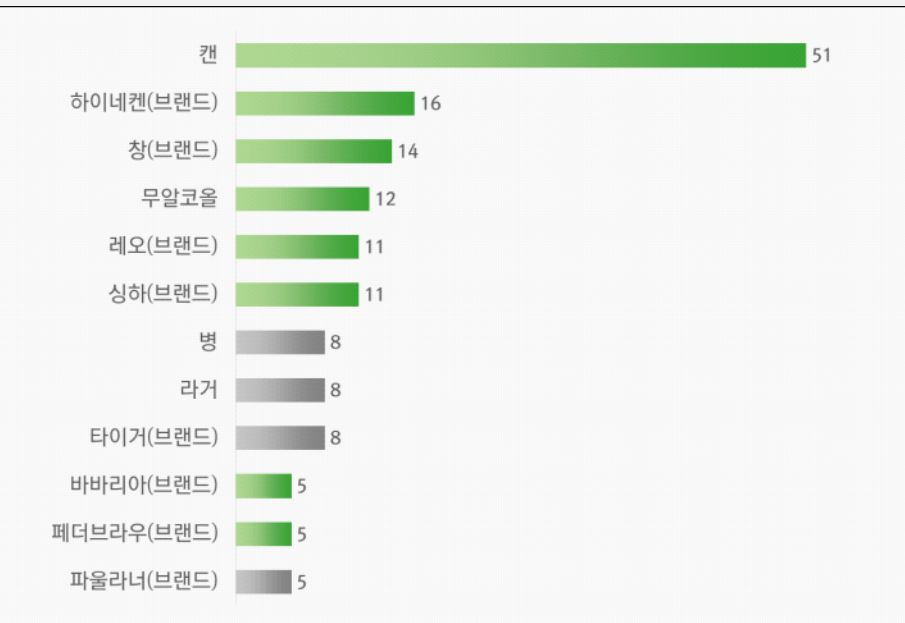
▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 키워드로 캔, 하이네켄, 무알코올 빈출

태국 온라인 쇼핑몰에서 인기 있는 맥주를 분석한 결과, ‘캔’, ‘하이네켄’, ‘창’, ‘무알코올’ 키워드가 빈출됨. 병보다 캔 맥주의 빈출량이 높아 캔 유형 맥주를 선호하는 것을 알 수 있음. 또한 맥주 브랜드로는 하이네켄, 창, 레오, 상하, 타이거 등이 빈출됨. 상하(Singha), 레오(Leo), 창(Chang), 페더브라우(Federbrau) 등 태국 국내산 맥주 브랜드 키워드가 다수 있어, 태국산 맥주를 즐기는 소비자가 많은 것으로 보임. 또한 앞서 언급한 무알코올 맥주 키워드도 온라인 쇼핑몰 내 상위권에 빈출되어 그 인기를 확인할 수 있음

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 맥주 제품 상품명 분석

① 캔 ② 하이네켄 ③ 무알코올

[표 2.7] 태국 온라인 쇼핑몰 내 인기 맥주 제품 상품명 주요 키워드

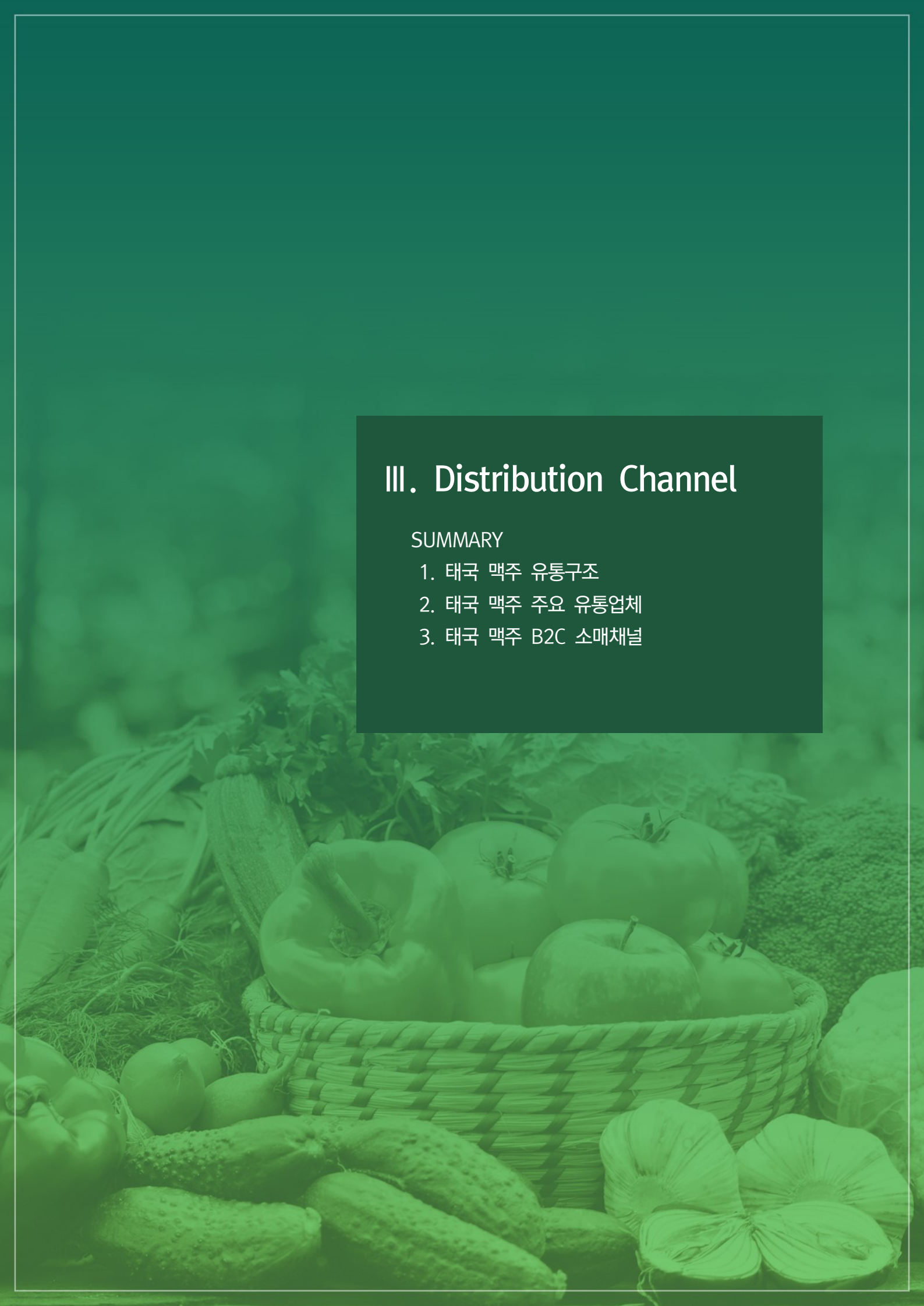


자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 '맥주' 제품 129건 분석 (18.01 - 19.11)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

III. Distribution Channel

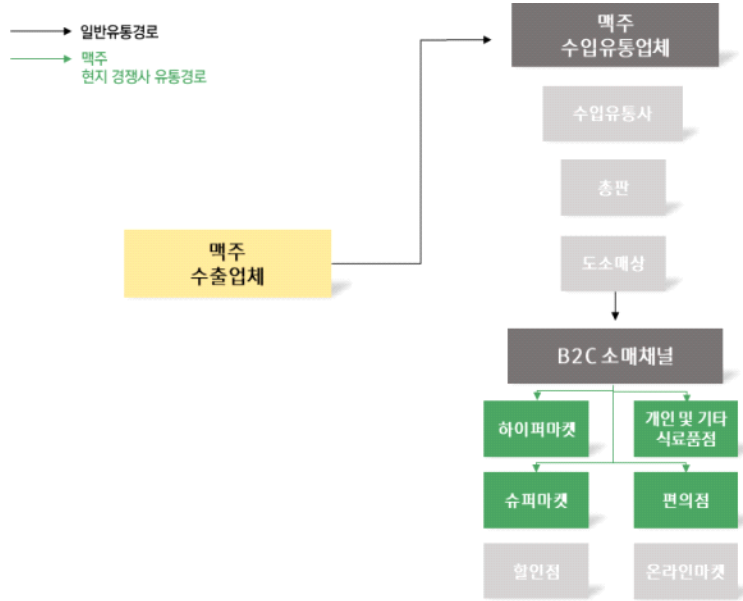
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (THAILAND)

맥주 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	51.9%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 고메마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾²⁵⁾	26.5%	코리아간야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 위시비어(Wishbeer)
	편의점	21.6%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)

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

22) 2018년 기준, 태국 내 '맥주(Beer)'의 유통채널 점유율임

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

24) 개인 및 기타 식료품점은 가족단위나 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 개인 소매점, 음식/음료/담배 전문점 등을 포함함

25) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 아시안마트와 주류 전문점을 조사함

1. 태국 맥주 유통구조

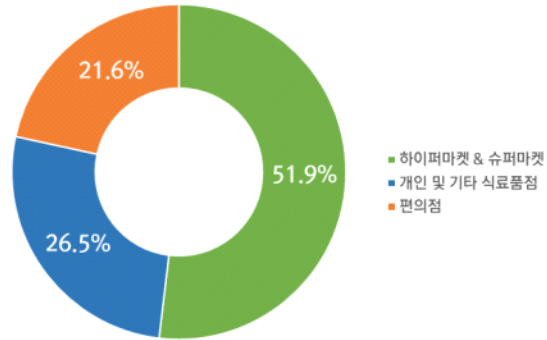
품목 구분 및 분류

품목	맥주
구분	맥주
범주	맥주(Beer)

▶ 태국 맥주 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(51.9%), 개인 및 기타 식료품점(26.5%), 편의점(21.6%)’

[표 3.1] 태국 맥주 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 맥주 유통채널 현황

채널 유형	맥주 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	51.9%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 고메마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 맥스밸류(MaxValu)
	개인 및 기타 식료품점	26.5%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 위시비어(Wishbeer)
	편의점	21.6%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)

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

2. 태국 맥주 주요 유통업체

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

[표 3.3] 태국 맥주 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	테스코로터스 (Tesco Lotus)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 8,572억 원)	싱하(Singha), 아사히(Asahi), 타이거(Tiger), 창(Chang), 하이네켄(Heineken)	0
2	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 35억 3,091만 달러 (약 4조 2,053억 원)	레오(Leo), 아사히(Asahi), 창(Chang), 싱하(Singha), 산미구엘 (San Miguel)	0
3	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	14억 1,925만 달러 (약 1조 6,903억 원)	싱하(Singha), 창(Chang), 레오(Leo), 하이네켄(Heineken), 버드와이저 (Budweiser), 산미구엘 (San Miguel)	0
4	빌라마켓 (Villa Market)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 9,440만 달러 (약 2,315억 3,040만 원)	A사, 창(Chang), 치어스(Cheers), 아사히(Asahi), 웨팅어(Oettinger), 칭따오(Tsingtao)	0
5	푸드랜드 (Foodland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1억 6,400만 달러 (약 1,953억 2,400만 원)	A사, 파울라너(Paulaner), 웨팅어(Oettinger), 에딩거(Erdinger)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

26) 1달러=1,191.00원(2019.12.05. KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 태국 맥주 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	코리아안가야샵 (Korean Gaya Shop)	아시아마트	매장 수('18): 1개	B사, C사, D사, E사	0
7	지두방마켓 (JidubanG -Market)	아시아마트	매장 수('18): 1개	B사, D사, F사	0
8	위시비어 (Wishbeer)	주류 전문점	약 200만 달러 이상 (약 23억 8,200만 원)	비어라오(Beerlao), 파울라너(Paulaner), 에딩거(Erdinger), 밸러스트포인트 (Ballast Point), 프루리(Fruli), B사	0
9	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 110억 6,044만 달러 (약 13조 1,730억 원)	싱하(Singha), 호가든(Hoegaarden), 비어라오(Beerlao), 아사히(Asahi), 타이거(Tiger), 코로나(Corona), D사	0
10	테스코 로터스 익스프레스 (Tesco Lotus Express)	편의점	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 8,572억 원)	아차(Archa), 아사히(Asahi), 창(Chang), 치어스(Cheers), 하이네켄(Heineken), 레오(Leo)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 태국 맥주 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코로터스(Tesco Lotus)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스(Tesco Lotus)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 8,572억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 2,000개 - 직원 수('18): 약 450,000명 ²⁷⁾	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립 - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 Tesco의 계열사 - Extra, Hypermarket, Department Store, Talad 및 Express의 5가지 형태로 운영 - 2003년부터 Tesco for Thailand 재단을 설립하여 자선 사업에 기부 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 노동부에서 10년 연속 최우수 기업으로 선정 - 2021년까지 매장 750개 개설 계획 등 태국 사업 확장을 위한 투자 증대 - 싱가포르 클린테크솔라(Cleantech Solar)와 파트너십 체결하여 약 19개의 매장에 태양열 설비 설치 - 앞줄기채소 모든 공급업체 2022년까지 태국 현지 농가, 업체로 변경 계획 		
	유사제품 정보		제품명
종류	맥주		
중량	320ml		
원산지	네덜란드		

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

27) Tesco 글로벌 기준




입점 및 협력 정보

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

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



② 빅씨(Big C)

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)		
	홈페이지	bigc.co.th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('18)	약 35억 3,091만 달러 (약 4조 2,053억 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"> - 2019년 10월, 캄보디아에 첫 매장 개장 - QR 코드를 통한 결제 서비스인 'MyPromptQR' 서비스를 시작 - Shopee Brand Conference 2019에서 '최고의 운영 성과상(Best Operational Performance Award)' 수상 			
유사제품 정보		제품명	슈퍼드라이 아사히 (Super Dry Asahi)	
		종류	맥주	
		중량	330ml	
		원산지	일본	

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 아이지디아시아(IGDAsia), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 랜드타이프로(Landthaipro)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 캔디류, 건강보조식품, 냉동식품, 유제품, 곡물류, 소스류, 즉석식품, 면류, 음료류, 스낵류, 주류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 응급 처치용품, 잡화류, 문구류, 가구류, 전자제품, 애완용품 등 <p>• 선호 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰에서 19개 브랜드 맥주 제품 제공 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>Big C 기업 홈페이지(corporate.bigc.co.th)에서 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 ติดต่อเรา의 Supplier Guide 클릭 - 제품 카테고리 Liquor 선택 후 양식 작성하여 제출 (corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ③ 참고자료 (제품 카탈로그 등) <hr/> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th 전화: +66-2985-7800-5 팩스: +66-2985-7808-9

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 탑스(Tops)

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)	
	홈페이지	tops.co.th	
	위치	쁘ัค 끄렛(Pak Kret)	
	규모	매출액(*18)	14억 1,925만 달러 (약 1조 6,903억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*19): 약 205개	
	- 1996년 태국에 설립 - 센트럴푸드리테일(Central Food Retail(CFR))의 자회사 - 센트럴푸드리테일은 Central Food Hall, Tops Market, Tops Superstore, Superkoom, Tops Daily, Tops Online의 6가지 형태로 운영		
기업 최근 이슈		- 센트럴그룹(Central Group)은 그랩타일랜드(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 - 2020년부터 매장 내 비닐 봉지 제공 및 판매 중단	
유사제품 정보		제품명	레오 스무스앤그레이트 테이스트 (LEO Smooth & Great Taste)
		종류	맥주
		중량	330ml
		원산지	태국

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 센트럴푸드리테일(Central Food Retail), 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 푸켓(Phuket)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 빵류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 캔디류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 세탁용품, 애완용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 할인상품 카테고리 제공 			
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tops 기업 홈페이지(corporate.tops.co.th)에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 		
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: cusserv@tops.co.th 전화: +66-2831-7300 팩스: +66-2835-3713 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • S.E.A Beverage (주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seabeverage.com - 전화번호 : +66-(0)20-599-299 / 이메일: info@seabeverage.com - 기업소개 : Tops 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 			

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 빌라마켓(Villa Market)

기업 기본 정보	기업명	빌라마켓(Villa Market)	
	홈페이지	shoponline.villamarket.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액(*17)	약 1억 9,440만 달러 (약 2,315억 3,040만 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*18): 약 34개	
	- 1974년 설립 - 비교적 저렴한 가격으로 다양한 음식을 제공 - 전 세계에서 2,500개 이상의 제품을 직접 수입 - 온라인으로 판매되는 제품의 약 95%가 오프라인 매장에서 판매하는 제품과 동일 제품이며 가격 또한 일반 오프라인 매장과 동일		
기업 최근 이슈		- 시암 상업은행(Siam Commercial Bank)과 제휴를 맺고 빌라마켓 온라인 스토어(shoponline.villamarket.com)와 앱 ²⁸⁾ 두 가지 전자 결제 플랫폼을 출시 - 태국 슈퍼마켓의 사회 공공 정책 평가 점수가 매우 낮으며, 빌라마켓(Villa Market)은 0점을 기록 ²⁹⁾ - 9월 방콕 빠똌완(Pathum wan)에 매장 개점	
유사제품 정보		제품명	시암바이젠 (Siam Weizen)
		종류	맥주
		중량	490ml
		원산지	태국

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

28) 브이플러스월렛(VPlus Wallet)

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

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 빵류, 스낵류, 유제품, 육류, 신선식품, 냉동식품, 유아식, 해산물, 견과류, 소스류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 액세서리, 유아용품, 위생용품, 화장품, 주방용품, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품 - 유기농 식품, 비건 식품 - 특색 있는 수입 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 특색 있는 수입 식품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 CONTACT 클릭하여 문의사항 작성 - 홈페이지 가입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 직접 방문 시, 샘플과 제품 정보 제공 필요 - 문의사항 연락처 이메일: online@villamarket.com 전화: +66-2055-1000 (구매부 내선번호: 003) 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • S.E.A Beverage (주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seabeverage.com - 전화번호 : +66-(0)20-599-299 / 이메일: info@seabeverage.com - 기업소개 : Villa Market 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 		

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



⑤ 푸드랜드(Foodland)

	기업명	푸드랜드(Foodland)	
	홈페이지	facebook.com/FoodlandSupermarketThailand	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액(*16)	약 1억 6,400만 달러 (약 1,953억 2,400만 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 22개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1972년 설립 - 고급 식료품을 판매하는 대형 슈퍼마켓으로 잘 알려져 있으며, 365일 24시간 운영 - 슈퍼마켓 내 레스토랑인 '톡래디(Took Lae Dee)는 현지인과 방콕에 거주하는 외국인들에게 특히 인기 - 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 기록³⁰⁾ - 슈퍼마켓과 분리하기 위해, “cheap and good”을 슬로건으로 하여 아파트와 같은 주거 지역에 상점을 확장할 예정 - 2019년 3월부터, 366 Reward Campaign³¹⁾ 멤버십 서비스 개시 		
유사제품 정보		제품명	오리지널그래비티 (Original Gravity)
		종류	맥주
		중량	500ml
		원산지	한국

자료: 푸드랜드(Foodland) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 태국리테일푸드스 2017(Thailand Retail Foods 2017), 워크포인트뉴스(Workpointnews), 포지셔닝(Positioningmag), 테이스티타일랜드(Tasty Thailand), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 푸드랜드(Foodland), 코코넛츠(Coconuts)

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

31) 포인트를 모을 수 있는 모바일 앱 회원 카드

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 유제품, 음료류 냉동식품, 빵류, 신선식품, 주방용품, 소스류, 생선류, 육류, 병과류 등 - 일반: 애완용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 신선한 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>로컬 에이전트를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태국 현지 공급업체는 직접 등록이 가능하나, 해외 공급업체의 경우에는 태국 기업 또는 에이전시를 통하여 등록해야 함 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이름: Mr.Jakrapong 이메일: edi_foodland@hotmail.com 전화: +66-2530-0220 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · S.E.A Beverage (주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seabeverage.com - 전화번호 : +66-(0)20-599-299 / 이메일: info@seabeverage.com - 기업소개 : Foodland 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 푸드랜드(Foodland) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 아시안마트



① 코리아가야샵(Korean Gaya Shop)

기업 기본 정보	기업명	코리아가야샵(Korean Gaya Shop)	
	홈페이지	koreangayashop.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 1개 페이스북 팔로워: 약 7,710명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2016년 5월 오픈 - 태국 최초의 한국 식품을 취급하는 한인마트로 전자상거래 업체로 등록 - 페이스북, 트위터, 인스타그램, 라인 등과 같은 SNS 매체를 통한 프로모션 다수 - 한류를 이용한 홍보가 대다수이며, 소비자들이 이용 후기 남기면 혜택을 제공하는 마케팅 진행 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 신제품으로 불닭소스가 입고되었으며, 전문점용 중화면 판매를 개시 - 식료품 이외에 한국 스테인리스 젓가락과 한복을 판매 - 자사 페이스북 홈페이지에서 팍소주 제품 홍보 		
유사제품 정보		제품명	참이슬 클래식 (Chamisul Classic)
		종류	소주
		용량	360ml
		원산지	한국

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

사진 자료: 코리아가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 즉석식품, 주류, 음료류, 건강기능식품, 냉동식품 등 - 일반: 화장품, 잡화류, 식기류, 의류, 액세서리 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매되는 제품이 한국의 트렌드를 반영 - 연예인 협찬 마케팅 SNS글 게시 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 홈페이지 문의 시 상단 메뉴 ติดต่อเรา 클릭하여 진행 - 홈페이지 가입 정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이름: Ms.Aom 이메일: deguchi.gaya1@gmail.com paramiter_m@hotmail.com 전화: +66-091-414-6150

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

② 지두방마켓(JidubanG-Market)

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(JidubanG-Market)	
	홈페이지	www.facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수(*18): 1개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 8월 개장 - 방콕 단맹(Dindaeng)에서 매장 운영 - 방콕 최대 규모의 한인마트였던 케이마켓(K Market) 폐점 후 개장 - 자사 페이스북 페이지 통해서 신제품 홍보 - 매장 내 분식점 위치해 있으며, 식사 장소 마련 - 현금 결제만 가능 		
 			
기업 최근 이슈	- 즉석식품 카레 신제품 입고 홍보		
유사제품 정보		제품명	엑스트라콜드 (Extra Cold)
종류		맥주	
용량		500ml	
원산지		한국	

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

입점 및 협력 정보

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

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

3) 주류 전문점



① 위시비어(Wishbeer)

기업 기본 정보	기업명	위시비어(Wishbeer)	
	홈페이지	www.wishbeer.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 200만 달러 이상 (약 23억 8,200만 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 3개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 비어 스타트업으로 2012년 설립 - 오프라인 매장은 따로 운영하지 않으나 방콕에서 3개의 주류 바(Bar) 운영 - 태국 전역으로 배송 서비스 제공하나, 방콕을 제외한 지역은 배송 3-8일 소요 - 약 8,000여 종의 주류 판매 - 4,000 바트 이상 맥주, 사과주 구매 시 무료배송 - 제품 도매 판매도 진행 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 베트남 시장 진출 계획 - 2019년 손익분기점 달성 		
유사제품 정보		제품명	라거 비어 (Lager Beer)
		종류	맥주
		용량	330ml
		원산지	라오스

자료: 위시비어(Wishbeer) 홈페이지, 브랜드인사이드(Brand inside), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 위시비어(Wishbeer) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 맥주, 과일주, 와인, 증류주, 탄산음료 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 소주는 취급하나 한국 맥주는 판매하지 않음 - 선물세트 형태로 다양한 종류의 주류 묶음 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일 통한 문의 - 홈페이지 통해 문의 시 하단 Help 버튼 클릭하여 제출 - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 이메일, 첨부파일 등
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: order@wishbeer.com 전화: +66-2038-5789

자료: 위시비어(Wishbeer) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 110억 6,044만 달러 (약 13조 1,730억 원)
기타 규모		매장 수('18): 10,988개	
기업 기본 정보	- 씨피올(CP All)에서 독점적으로 운영 - 1989년 팻퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 - 방콕 도심 부근에 매장 수의 44% 밀집해 있으며, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치해 있음 - 일평균 1,200만 명 매장 방문 - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 판매하는 제품 70%가 식료품으로 구성 - 스피드디(SPEED-D) 배달 서비스 운영		
기업 최근 이슈	- Hom Thong과 계약을 체결하여 매장에서 유기농 바나나 판매 - 2018년 720개의 매장 오픈, 2021년까지 매장 수 13,000개 달성 목표		
유사제품 정보		제품명	망고링고 (Mango Lingo)
		종류	맥주
		용량	335ml
		원산지	한국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨피올 2018 연간보고서(CPAll Annual Report 2018)

사진 자료: 타일랜드비즈니스뉴스(ThailandBusinessNews), 코코넛츠방콕(CoconutsBangkok)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 건조식품, 즉석식품, 캔디류, 면류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 세제류, 문구류, 위생용품, 애완용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	씨피알(CPAll) 홈페이지를 통한 등록 (www.cpall.co.th/en/sme/merchandise) - 홈페이지 가입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 회사주소 등) ② 공급 제품 정보 (제조사, 제품이름, 제품군, 취득 인증, 현재 유통채널, 제품 사진 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 전화: +66-2826-7744 이메일: FAQ@7eleven.co.th

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

② 테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)



기업 기본 정보	기업명	테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 49억 1,788만 달러 (약 5조 8,572억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 1,750개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)는 테스코 그룹에 의해 운영되는 편의점 체인 - 2018년, 테스코 로터스는 테스코로터스 익스프레스 53개, 하이퍼마켓 13개, 로터스 탈라드 슈퍼마켓 1개 등 총 67개의 매장을 오픈 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021까지 750개의 편의점 매장을 개설할 계획 - 134개의 테스코로터스 익스프레스 매장에서 개점 시간을 늦추고, 폐점 시간을 앞당겨 상점의 영업시간을 단축 - Tesco 기업은 2020년까지 15억 파운드의 비용 절감이 목표 		
유사제품 정보		제품명	비어 캔 (Beer Can)
		종류	맥주
		용량	320ml
		원산지	태국

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

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

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 품목 별 사전 수입허가 필요 맥주의 경우, 사전 심사 無 	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수출업체 등록 <ul style="list-style-type: none"> 태국 세관에 기업정보 등록 디지털 인증서 획득 수입식품 등록 <ul style="list-style-type: none"> 수입식품 신청서 제출 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th (*) 태국 식약청 - 문의처 : www.bir.gov.ph
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 식품 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 제품명, 원산지, 영양성분 정보 등 통관 시 라벨 심의 	(*) 태국 공중보건부 - 문의처 : www.moph.go.th *) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 온라인 전자세관시스템 통해 진행 선하증권 포장 명세서, 상업송장 등 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.gov.ph (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 후 관세 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 기본관세율 60% 협정세율 0% 부가가치세 7% 소비세 30% 	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> 세금 납부 후 품목 별 물품 검사 진행 	(*) 태국 식약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 농업협동조합부 - 문의처 : eng.moac.go.th

1. 태국 맥주 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

맥주

맥주 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

태국으로 수출하고자 하는 맥주 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 태국 식품의약청(FDA)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 태국 맥주 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

맥주

맥주 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

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

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

태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자세관시스템으로 이루어져 있음. 전자세관시스템을 이용하기 위해 수입업자는 태국세관에 수입업자 등록을 마쳐야 하며, ‘디지털 인증서’를 소지하고 있어야 함. 디지털 인증서가 발급되면 수입자는 회사는 직접 전자세관시스템에 등록하거나 대행사를 통해 등록할 수 있음

[표 4.3] 태국 수입식품 신고 절차

제도명	License Per Invoice, LPI
발행 기관	태국 식품의약품안전처(Thai FDA)
시행일	2014년 9월
취득 절차	<ul style="list-style-type: none"> a. 태국 식약청에 수입식품 신청서 서류 제출 b. 식약청 승인 후 수입 유통 식품 식별번호 발급 c. 선적 진행 및 선적서류정보 확인 d. 식품 제조회사의 보증서 신고 e. 선적정보를 수입식품 신고(LPI) 적자시스템에 입력 f. 선적서류 통관업체 제출 g. 수입 진행
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> a. 회사로고 b. 법인등록증 c. 법인등기부등본 d. 신청인증빙서류

자료 : 태국 식약청(Thai FDA)

3. 태국 맥주 라벨 심의

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.4] 태국 라벨 관리 규정

<p>●</p> <p>라벨 심의</p> <hr/> <p>태국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</p>	<p>●</p> <p>맥주</p> <hr/> <p>맥주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함</p>	<p>적용 규제</p>	<p>포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985</p>
		<p>라벨 표기사항 (항목)</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 종량 · 영양성분 · 원료명 · 업체정보 · 원산지 · 로트 번호 · 경고문 · 보관방법 · 섭취방법 · 알레르기 정보
		<p>세부 내용</p>	<p>표기 언어</p> <p>라벨링은 태국어로 표기할 것</p> <p>태국어로 표기한 정보가 불충분할 경우, 외국어를 함께 표기할 것</p> <hr/> <p>제품명</p> <p>제품명은 구체적이고 식품의 본질을 나타내는 이름을 사용할 것</p> <p>식품 기준상 특정 식품을 지칭하는 제품명 또는 이름이 존재하는 경우, 그 중 하나를 사용할 것</p> <p>식품의 성격과 상태에 대한 소비자의 이해를 돕기 위한 추가적인 단어나 문구를 표시할 것 (예: 건조, 농축, 훈제 등)</p> <p>눈에 잘 띄는 곳에 굵은 글씨로 선명하게 표시할 것</p> <hr/> <p>중량</p> <p>미터법과 같은 국제적 단위로 기재할 것</p> <p>액상 식품의 경우, 부피기준으로 표기할 것</p> <p>고체 식품의 경우, 무게로 표시할 것</p> <p>반고체 또는 점성 식품의 경우, 무게 또는 부피 중 하나를 선택할 것</p>

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

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.5] 태국 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	유통기한	‘Best before..’ 혹은 ‘Best before end..’와 함께 유통기한을 표시할 것 날짜와 연도는 숫자로, 월은 문자로 표기할 것
		영양성분	영양 성분표시는 식품이 가진 특정한 영양분을 의미하는 것으로 단백질, 지방, 탄수화물, 미네랄 함유량 등을 포함할 것 식품이 본연의 성질을 잃거나 영양소가 전혀 없는 식품이 ‘free’ 또는 ‘low’라는 용어를 식품명에 포함하지 말 것
		원료명	제품에 사용된 원료는 함량이 높은 순서대로 표기할 것
		업체 정보	제조업체, 포장업체, 수입업체 또는 유통업체의 상호와 주소를 표기할 것
		원산지	제 2국에서 가공되어 식품의 본질이 변경된 경우, 제 2국을 라벨링 상의 원산지국으로 간주할 것
		로트 번호	제품 포장용기에 양각으로 새기거나 영구적으로 표기할 것
		알콜 음료 표기사항	알콜 음료는, 하기의 경고 문구를 표시할 것 - 20세 미만에게 판매금지 - 음주는 운전 능력을 저하시킬 수 있음 - 20세 미만은 음주 자제
		경고문	경고 문구는 5mm 이상의 어둡고 굵은 글씨체를 사용하고, 배경색과 반대되는 색상을 사용하여 눈에 쉽게 띄게 표시할 것
		보관조건	실온보관 이외 조건이 필요한 제품은 보관조건을 분명하고 눈에 띄게 표기할 것
		사용(섭취)방법	식품의 적절한 활용 또는 섭취방법에 대하여 설명할 것
식품 알레르기 정보	알레르기를 유발할 수 있는 성분이 함유된 식품은 성분 정보를 표기할 것		

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

▶ 태국 맥주 라벨 샘플



[전면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)	앞면(국문)
<p>① 원산지 : Product of Thailand ② 종류 : Lager Beer ③ 제품명: Chang</p>	<p>① 원산지 : 태국산 ② 종류 : 라거 맥주 ③ 제품명: 창(Chang)</p>
뒷면(태국어)	뒷면(국문)
<p>① 용량(ปริมาณสุทธิ) : 320ml ② 알코올 도수 : 5.0% vol ③ 고객센터 : ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 02 617 6500 ④ 주의사항(คำเตือน) : ห้ามจำหน่ายสุราแก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง งด:บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ไม่ควรดื่ม" ⑤ 제조일자 : วันที่ผลิตโปรดดูใต้กระป๋อง ⑥ 제조업체 : Brewed and Canned by Cosmos Brewery (Thailand) Co., Ltd</p>	<p>① 용량 : 320ml ② 알코올 도수 : 5.0% vol ③ 고객센터 : 전화번호 02 617 6500 ④ 주의사항 : 20세 이하 고객에게 판매하는 것을 금지함. 위험을 초래 할 수 있으므로 음주 운전을 금지함: 20세 이하 고객에게 음주를 권장하지 않음. ⑤ 제조일자 : 제조일자는 캔 따개 부분에 표시 ⑥ 제조업체 : 코스모스 브루어리 (태국)</p>

4. 태국 맥주 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

맥주

맥주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

태국 수입통관 시 세관에서는 FTA 특혜신청을 위한 원산지증명서가 FTA 협정 기준에 맞게 발급되었는지를 확인함. 우리나라에서는 원산지증명서 오류 시 수입자가 보완하여 제출하는 것이 가능하나, 태국 세관은 오류에 대해 수입업자의 보완 제출을 허용하지 않음. 따라서 원산지증명서에 오류가 있는 경우 특혜 적용을 받지 못하거나 오류내용이 정정될 때까지 통관이 보류될 수 있음을 유의해야 함

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

[표 4.6] 태국 통관 서류

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

자료 : 태국 관세청

5. 태국 맥주 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

맥주

맥주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 맥주 HS CODE 2203.00.99, 관세 면제
- ▶ 태국, 한-아세안 FTA 발효로 협정세율 적용

맥주의 경우 태국에서는 HS CODE 2203.00 (맥주)의 2203.00.99 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.³²⁾ 태국 수입 시 기본 세율은 60%이나 2007년 6월 1일자로 발효된 한-아세안 FTA 협정으로 관세가 면제됨. 수입물품에는 관세 외에도 부가가치세 7%와 소비세(excise tax) 30%를 납부해야하며, 소비세의 경우 주류와 담배 등이 해당됨

- 수입 서류 심사비용에 43달러(한화 약 5만 원)³³⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(한화 약 28만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 50시간 소요

[표 4.7] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2203	맥주	
	2203.30.0000	맥주	
태국	2203.00.99	기타	
관세	기본관세율		60%
	협정 세율		0%
부가가치세			7%
소비세			30%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

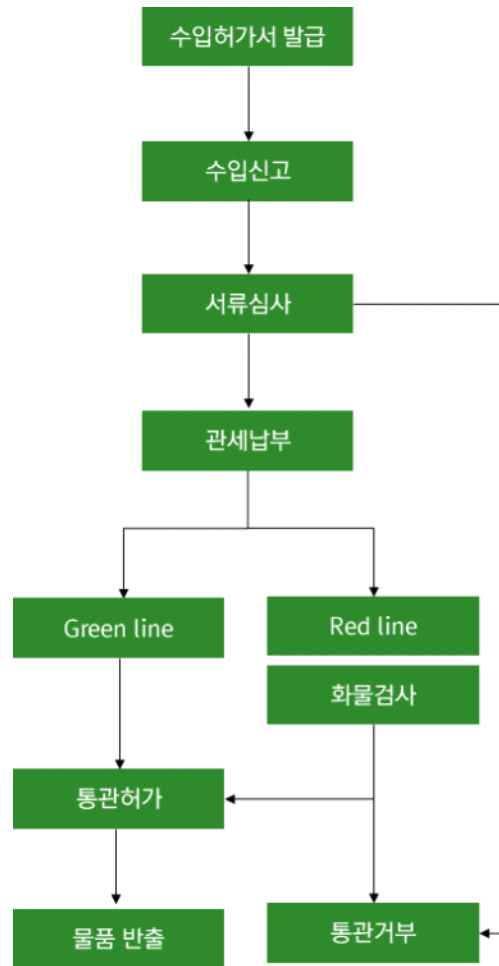
32) 태국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2203.00 중 맥주에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 문의할 수 있음

33) 1달러=1,191.00원 (2019.12.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 태국 맥주 검역 심사

- ▶ 태국, 서류심사 후 정해진 식품 위험도에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 검역은 품목별로 농업협동조합부와 식품의약청에서 진행

[표 4.9] 태국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Acacia (gum arabic)	GMP ³⁴⁾
		Acetylated Distarch Adipate	GMP
	유해물질	Tin (Sn)	250

자료 : KATI농식품수출정보

34) 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 효과를내는 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

맥주

맥주 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품첨가물 카테고리 분류
중 주류의 맥주로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 태국 맥주 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
안정제, 겔형성제 등	한천	Agar	GMP	
산도조절제	수산화암모늄	Ammonium Hydroxide	GMP	
안정제, 증점제	브로멜린	Bromelain	GMP	
안정제, 희석제 등	아세트산칼슘	Calcium Acetate	GMP	
증점제	알긴산칼슘	Calcium Alginate	GMP	
산화방지제	아스코르브산칼슘	Calcium Ascorbate	GMP	
감미료, 안정제 등	에리스테롤	Erythritol	GMP	
산도조절제	푸마르산	Fumaric Acid	GMP	
산도조절제	염산	Hydrochloric Acid	GMP	
산도조절제	이노신산	Inosinic Acid	GMP	

자료 : KATI 농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 방콕 비어 앤 베브릿지
(Bangkok Beer and Beverages)

Interview ② 드링크 와이즈(Drink Wise)

Interview ③ 빅씨(Big C)

Interview ④ 아이더블유에스(IWS)

Interview ⑤ 호프세션(Hope Session)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 방콕 비어 앤 베브릿지
(Bangkok Beer and Beverages)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nutsjda
(Purchasing Manager)

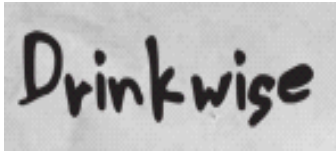
맥주 중 라거 맥주의 선호도가 높음

저희는 라거 맥주와 여러 종류의 페일 에일을 판매하고 있으나, 현지 소비자들은 에일보다 라거를 더 선호합니다.

소비자들은 주로 오프라인 매장을 통해 맥주를 구매

태국 내 온라인 시장의 규모가 커지고 있으며 온라인 매장에서 제품을 구매하는 것이 더 저렴하지만, 아직 많은 소비자들은 오프라인 매장을 통해 주류를 구매합니다.

Market Distribution and Customers



- 인터뷰 기업 : 드링크 와이즈
(Drink Wise)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Po
(Marketing Department)

태국 내 수입산 수제 맥주의 인기가 급증하고 있음

최근 들어 태국 내 수입산 수제 맥주의 인기가 급증하고 있으며, 가장 인기가 높은 수제맥주는 일본산 히타치노와 캐나다산 포스트마크입니다.

태국 내 수입산 주류의 점유율 증가

현재 태국에서는 일본의 사케처럼 특정 국가를 대표하는 주류의 인기가 높아지고 있으며, 태국으로 수입되는 주류의 종류가 증가하고 있습니다.

Market Distribution and Customers



- 인터뷰 기업 : 빅씨
(Big C)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Paphra
(Sales Manager)

태국 내 주류의 전반적인 수요 증가

태국 내 전반적인 주류의 수요는 이전에 비해 크게 증가했습니다. 맥주의 경우, 라거 맥주 외에 수입산 수제 맥주의 수요도 많아졌습니다.

소비자들은 주로 대형마트를 통해 주류 구매

태국 내 소매업체들은 주류를 판매할 수 있는 시간이 정해져 있어 주의해야 합니다. 하지만 규모가 큰 대형마트에는 시간 규제가 적용되지 않아, 많은 소비자들은 대형마트를 통해 주류를 구매하는 것을 선호합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 아이더블유에스 (IWS) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Anae (Product Manager)

태국 내 주류 중, 맥주의 인기가 가장 많음

태국에서는 주류 중 맥주의 인기가 가장 많습니다. 맥주 중에서도 라거 맥주의 인기가 높으며, 태국에서 가장 유명한 맥주로는 레오 맥주와 아사히가 있습니다.

수제 맥주보다 일반 맥주의 수요가 더 많음

수제 맥주는 일반 소비자들보다 맥주 마니아층에게 수요가 많습니다. 일반 맥주에 비하면 수제 맥주의 품질은 매우 뛰어나지만, 가격대가 높아 일반 맥주보다는 수요가 낮은 편입니다.

Market Distribution and Customers



- 인터뷰 기업 : 호프세션 (Hop Session) 온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Beer (Sales Manager)

주류는 오프라인 판매가 더 적절함

태국에서 주류를 판매하는 데에는 오프라인 판매가 더 적절합니다. 온라인으로 맥주를 판매할 경우, 구매 절차가 다소 까다로워 소비자들도 오프라인 구매를 더 선호합니다.

주류 수출 시, 높은 관세 주의

태국으로 주류를 수출하는 경우, 높은 관세가 부가될 수 있기 때문에 사전에 관세율을 확인한 뒤에 제품 가격을 책정하는 것이 좋습니다.

Interview ① 방콕 비어 앤 베브릿지 (Bangkok Beer and Beverages)

35)

방콕 비어 앤 베브릿지
(Bangkok Beer and
Beverages)

전문가 소속

방콕 비어 앤 베브릿지
(Bangkok Beer and
Beverages)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Nutsjda
(Purchasing Manager)



Wit Bier

Brand: Chao Siam

Type: Beer

Country: Australian

Alcohol Level: 4.7%

7%



Pale Ale

Brand: Chao Siam

Type: Beer

Country: Australian

Alcohol Level: 4.7%

7%

방콕 비어 앤 베브릿지(Bangkok Beer and Beverages) Purchasing Manager, Mr. Nutsjda

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

방콕 비어 앤 베브릿지는 2002년에 설립된 수입유통업체로, 방콕, 푸켓, 치앙마이, 코사무이에 총 4개의 지사를 운영 중에 있습니다. 취급 품목으로는 와인, 맥주, 탄산음료, 사케, 보드카, 럼 등이 있으며, 한국, 아르헨티나, 칠레, 호주, 뉴질랜드, 프랑스, 스페인 등의 국가로부터 수입하고 있습니다.

Q. 태국 내 가장 인기가 높은 맥주는 무엇인가요?

태국 내 가장 인기가 높은 맥주는 태국 현지산 레오(Leo), 네덜란드산 하이네켄(Heineken), 호주산 차오시암(Chao Siam)입니다. 차오시암의 경우, 제품이 현지인들의 입맛에 맞고, 가격도 합리적이며, 제품의 브랜드 인지도 또한 높아 많은 소비자들이 선호합니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 맥주의 종류는 무엇인가요?

맥주 중에서는 라거 맥주의 선호도가 가장 높습니다. 저희는 라거 맥주 중 페일 라거에 속하는 필스너(Pilsner)만 판매하고 있습니다. 라거 맥주 외에도 여러 종류의 페일 에일을 판매하고 있으나, 현지 소비자들은 에일보다 라거를 더 선호합니다.

Q. 맥주는 어떻게 유통하는 것이 좋을까요?

저희는 제조업체로부터 맥주를 직접 공급받고 있습니다. 태국 내 대부분의 소매업체는 중간에 공급업체를 끼지 않고 거래하는 것을 선호합니다. 그리고 제품 판매는 오프라인 매장을 통해 하는 것이 더 좋습니다. 태국 내 온라인 시장의 규모가 커지고 있음에도 아직 많은 소비자들은 오프라인 매장을 통해 주류를 구매하기 때문입니다.

35) 사진자료: 방콕 비어 앤 베브릿지(Bangkok Beer and Beverages) 홈페이지 (www.bbb.co.th)

Interview ② 드링크 와이즈(Drink Wise)

36)

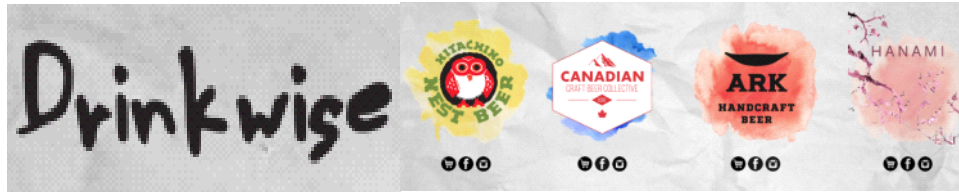
드링크 와이즈
(Drinkwise)

전문가 소속

드링크 와이즈
(Drinkwise)
소매업체

전문가 정보

Ms. Po
(Marketing Department)



드링크 와이즈(Drink Wise)

Marketing Department, Ms. Po

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

드링크와이즈는 2012년에 설립된 소매업체로, 주류를 전문적으로 취급하고 있습니다. 한국산 주류로는 수제맥주를 취급하고 있으며, 그 외에도 일본, 캐나다, 네덜란드, 아일랜드로부터 각종 주류를 수입하고 있습니다.

Q. 태국 내 주류시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

태국 내 주류시장의 규모는 점점 커지고 있습니다. 현재 현지 소비자들 사이에서 생맥주의 수요가 굉장히 많으며, 일본의 사케처럼 특정 국가를 대표하는 주류의 인기가 높아지고 있습니다. 이에 따라 태국으로 수입되는 주류의 종류가 많아지고 있으며, 특히 아시아 국가로부터 수입한 프리미엄 수제 맥주의 인기가 높아지고 있는 추세입니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 맥주는 무엇인가요?

저희 업체에서 가장 판매량이 높은 맥주는 히타시노(Hitashino)라는 일본산 맥주입니다. 매장 내 라거와 에일 맥주 모두 판매량이 높지만, 태국인들은 대체적으로 라거 맥주를 선호하는 경향이 있습니다. 그리고 최근 들어 수입산 수제 맥주의 인기가 급증하고 있으며, 가장 인기가 높은 수제맥주는 앞서 언급한 히타치노와 캐나다산 포스트마크(Post Mark)입니다.

Q. 맥주는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

저희는 오프라인 매장을 통해서만 판매하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 제품 정보만 제공하고 있습니다. 하지만 주류의 온라인 판매가 정부의 규제 대상이 아니라면, 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 좋을 것 같습니다.

36) 사진자료: 드링크 와이즈(Drink Wise) 홈페이지 (www.drinkwisecompany.com)

Interview ③ 빅씨(Big C)

37)

빅씨
(Big C)

전문가 소속

빅씨
(Big C)
소매업체

전문가 정보

Ms. Paphra
(Sales Manager)



빅씨(Big C)

Sales Manager, Ms. Paphra

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

빅씨는 태국의 슈퍼마켓 브랜드로, 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 함께 진행 중입니다. 온라인 매장에는 31,000가지의 제품을 판매하고 있으며, 태국 전역에 150여 개의 오프라인 매장을 보유하고 있습니다.

Q. 매장 내 판매량이 가장 높은 맥주는 무엇인가요?

저희 매장에서는 레오 맥주의 판매량이 가장 높으며, 용량은 330ml와 620ml가 있습니다. 소비자들은 라거 맥주의 가볍고 청량한 맛을 선호하며, 목 넘김 또한 부드러워 수요가 많습니다.

Q. 태국 내 맥주의 전반적인 수요가 어떻게 되나요?

태국 내 전반적인 주류의 수요는 이전에 비해 크게 증가했습니다. 맥주의 경우, 라거 맥주 외에 수입산 수제 맥주의 수요도 증가하고 있습니다. 하지만 태국에서는 주류 유통 시 규제가 심하고 주류 판매 시간이 정해져 있어, 주류 판매량에 어느 정도의 제한이 있습니다.

Q. 맥주는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

개별 소비자들은 마트, 호텔, 식당에서 맥주를 주로 구매하며, 유통업체들은 소매업체로 대량 유통하는 것을 선호합니다. 하지만, 앞서 언급했듯이 소매업체들은 주류를 판매할 수 있는 시간이 정해져 있어 주의해야 합니다. 만약 이를 어길 경우에는 벌금이 부과되며, 영업정지 처분이 내려질 수도 있습니다. 하지만 규모가 큰 대형업체는 시간 규제가 적용되지 않아, 많은 소비자들은 대형마트를 통해 주류를 구매하는 것을 선호합니다.

37) 사진자료: 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.co.th)

Interview ④ 아이더블유에스(IWS)

38)

아이더블유에스
(IWS)

전문가 소속

아이더블유에스
(IWS)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Anae
(Product Manager)



RUM



RTD



SAKE



SCOTCH



TEQUILA



VODKA

아이더블유에스(IWS)

Product Manager, Ms. Anae

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아이더블유에스는 1999년에 설립된 수입유통업체로, 다양한 종류의 와인, 증류주, 탄산음료를 판매하고 있습니다. 제품은 주로 프랑스, 이탈리아, 미국, 호주. 일본 등 세계의 여러 유명 브랜드로부터 수입하고 있으며, 태국 내 호텔, 식당, 편의점, 바(Bar), 소매업체로 유통하고 있습니다.

Q. 태국 내 주류시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

저희는 맥주가 아닌 와인과 증류주를 전문으로 취급하고 있지만, 태국에서는 주류 중 맥주의 수요가 가장 많습니다. 맥주 중에서도 라거 맥주의 인기가 높으며, 태국에서 가장 유명한 맥주로는 레오 맥주와 아사히(Asahi)가 있습니다.

Q. 태국 내 수제 맥주의 인기가 어느 정도인가요?

수제 맥주는 일반 소비자들보다 맥주 마니아층에게 수요가 많습니다. 일반 맥주에 비하면 수제 맥주의 품질은 매우 뛰어나지만, 가격대가 높아 일반 맥주보다는 수요가 낮은 편입니다. 태국에서 판매하는 대부분의 수제 맥주는 수입산이며, 현지 업체 중 수제 맥주를 판매하는 곳은 들어본 적이 없습니다. 그리고 태국의 젊은 소비자들은 태국 현지산 맥주보다 수입산 맥주를 선호하기 때문에, 대부분의 바(Bar)나 수제 맥주집에서는 수입산 맥주를 취급합니다.

Q. 현지 소비자들은 주로 어떠한 유통채널을 통해 맥주를 구매하나요?

현지 소비자들은 맥주 구매 시, 규모가 작은 소매업체보다 큰 소매업체를 통해 구매하는 것을 선호합니다. 대형 마트에는 주류를 구매할 수 있는 시간이 제한되어 있지 않으며, 가격도 저렴한 경우가 더 많기 때문입니다.

38) 사진자료: 아이더블유에스(IWS) 홈페이지 (www.iwsthailand.com)

Interview ⑤ 호프세션(Hope Session)

39)

호프세션 (Hope Session)

전문가 소속

호프세션
(Hope Session)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Beer
(Sales Manager)



호프세션(Hope Session)

Sales Manager, Mr. Beer

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

호프세션은 2017년에 설립된 온라인 소매업체로, 수입산 주류를 전문적으로 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 맥주, 증류주 등이 있습니다. 한국산 제품을 취급하고 있지 않으며, 방콕에 한 개의 지사를 운영 중입니다.

Q. 매장 내 판매량이 가장 높은 맥주는 무엇인가요?

매장에서 판매량이 높은 맥주 중 하나는 밀러(Miller)입니다. 밀러는 다양한 맛으로 출시되어 선택의 폭이 넓고, 향긋하고 가벼운 맛을 지니고 있어 여성 소비자들이 주로 선호합니다. 그리고 피터 페일 앤 메리(Peter, Pale and Mary)라는 열대 과일 향의 페일에일이 있으며, 해당 제품은 평이한 맛으로 태국 내 많은 식당으로 유통되고 있습니다.

Q. 맥주는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

저희는 온라인 매장이어서 별도의 오프라인 매장을 보유하고 있지 않지만, 주류를 판매하는 데에는 오프라인 판매가 더 적절한 것 같습니다. 온라인으로 맥주를 판매할 경우, 모든 소비자들이 회원가입을 해야 하며 여러 서류를 제출해야 하여 구매 절차가 다소 까다롭습니다. 따라서 현지 소비자들도 오프라인 매장을 통해 맥주를 구매하는 경우가 더 많습니다.

Q. 태국으로 맥주 수출 시 주의해야 할 사항이 있나요?

태국 시장에 진출하는 것이 처음이라면, 태국 식약청에 제품 등록을 해야 합니다. 그리고 태국으로 주류를 수출하는 경우, 높은 관세가 부가될 수 있기 때문에 사전에 관세율을 확인한 뒤에 제품 가격을 책정하는 것이 좋습니다.

39) 사진자료: 호프세션(Hope Session) 홈페이지 (www.hopsession.biz)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Aging Population: Global Perspectives」, 타일랜드은행(BOT:Bank of Thailand), 2017.
2. 「2017 Retail Foods Thailand」, USDA Gain Reports, 2017.12.28.
3. 「'Thai Craft Beer' defeated by the rules themselves」, TDRI, 2019.04.25.
4. 「Alcoholic Drinks in Thailand」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.07
5. 「Beer in Thailand」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.07
6. 「Average Monthly Income per Household by Region and Province: 2002 - 2017」, 태국통계청(National statistics office Thailand), 2018
7. 「Beer in Thailand」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.07.
8. 「Top kitchens bring street spirit to Surawong」, Bangkok Post, 2019.07.19.
9. 「Tesco Annual Report 2018」, Tesco, 2019.
10. 「2017 Retail Foods Thailand」, USDA Gain Reports, 2017.12.28.
11. Annual Report 2018, 「CPAll」, 2019.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부 (www.mofa.go.kr)
4. 월드뱅크 (www.worldbank.org)
5. 태국은행 (www.bot.or.th)
6. 태국통계청 (web.nso.go.th)
7. RateBeer (www.ratebeer.com)
8. CAS (cas.or.th)
9. 베버리지데일리(Beverage Daily), beveragedaily.com
10. 포브스(Forbes), forbes.com
11. 티켓멜론(Ticketmelon), Ticketmelon.com
12. 위시비어(Wishbeer), wishbeer.com
13. 트루아이디(TrueID, home.trueid.net)
14. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
15. 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지 (tescolotus.com)
16. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)
17. 카오소드영어(Khaosodenglish) 홈페이지 (khaosodenglish.com)
18. 브랜드뉴데이아시아(Brandnewdayasia) 홈페이지 (brandnewday.asia)
19. 빅씨(Big C) 홈페이지 (bigc.co.th)
20. 탑스(Tops) 홈페이지 (tops.co.th)
21. 센트랄푸드리테일(Centra Food Retail) 홈페이지 (corporate.tops.co.th)
22. 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter) 홈페이지 (thaismecenter.com)
23. 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지 (shoponline.villamarket.com)
24. 방콕포스트(Bangkok Post) 홈페이지 (bangkokpost.com)
25. 방콕언마스크드(Bangkokunmasked) 홈페이지 (bangkokunmasked.com)
26. 푸드랜드(Foodland) 홈페이지 (foodland.com)
27. 워크포인트뉴스(Workpointnews) 홈페이지 (workpointnews.com)
28. 포지셔닝(Positioningmag) 홈페이지 (positioningmag.com)
29. 테이스티타일랜드(Tasty Thailand) 홈페이지 (tastythailand.com)

[참고문헌]

30. 코리아안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지 (koreangayashop.com)
31. 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지 (facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972)
32. 위시비어(Wishbeer) 홈페이지 (wishbeer.com)
33. 브랜드인사이드(Brand inside) 홈페이지 (brandinside.asia)
34. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (7eleven.co.th)
35. 리테일가제트(Retailgazette) 홈페이지 (retailgazette.co.uk)
36. 비비씨뉴스(BBC) 홈페이지 (bbc.co.uk)
37. 더선(TheSun) 홈페이지 (thesun.co.uk)
38. 태국 식품의약청 (FDA) (www.fda.moph.go.th)
39. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
40. 태국 공중보건부 (www.moph.go.th)
41. 태국 농업협동조합부 (eng.moac.go.th)
42. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
43. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.27.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

