

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-15
- 품목 : 유자차(Citron Tea)
- 국가 : 태국(THAILAND)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 태국 유자, 레스토랑에서 소스, 디저트로 활용돼	17
2. 태국 커뮤니티, '유자'와 관련해 일본 언급 多	18
3. 유자를 활용한 제품은 화장품이 대표적, 식품은 상대적으로 빈약	19
4. 글로벌 브랜드의 농축과즙을 중심으로 시장 형성	20

III. Distribution Channel (유통채널)

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

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 태국 유자차 인증 취득	48
2. 태국 유자차 업체·제품 등록	50
3. 태국 유자차 라벨 심의	51
4. 태국 유자차 서류 준비	55
5. 태국 유자차 세금 납부	56
6. 태국 유자차 검역 심사	57

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 고메마켓(Gourmet Market)	62
Interview ② 김치 앤 푸드마트(Kimchi & Foodmart)	64
Interview ③ 서울지드(Seoul Zeed)	66
Interview ④ 상기슈퍼마켓(Sangki Supermarket)	67
Interview ⑤ 푸드코아(Food Koa)	68

* 참고문헌	69
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 태국 유자차 시장규모
2. 태국 유자차 수출입 시장규모
3. 태국 유자차 소비자 규모



Market Size

(시장규모)

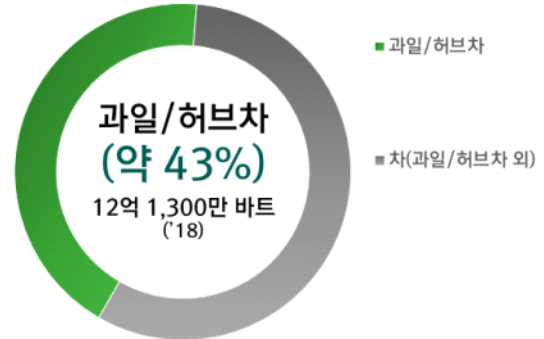
태국 (THAILAND)

유자차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 섭취방법(차), 주재료(유자)

- 태국 차¹⁾ 시장규모 28억 400만 바트('18)
- 태국 과일/허브차²⁾ 시장규모 **12억 1,300만 바트('18)**

(*) Euromonitor International

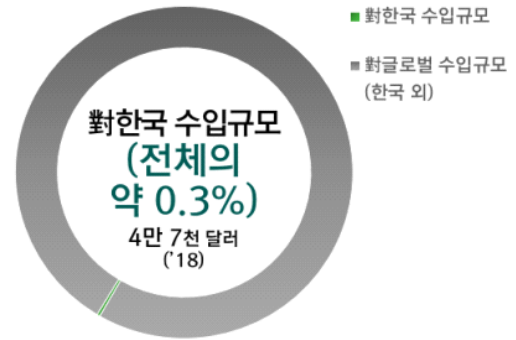


유자차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(과일청), 분류(감귤류 과실)

- HS 2008.30³⁾ 태국 對글로벌 '조제·보존처리한 감귤류 과실' 수입규모 1,733만 3,000달러('18)
- HS 2008.30 태국 對한국 '조제·보존처리한 감귤류 과실' 수입규모 **4만 7,000달러('18)**

(*) International Trade Centre



유자차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 잠재 소비자의 구매력을 파악하기 위해 '태국 지역별 식음료 품목 지출 규모' 및 '태국 지출액 구간별 인구 분포'를 확인하고, 소비 시장규모를 파악하기 위해 '태국 커피 및 차 1인당 소비량'을 확인함

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>① 태국 지역별 식음료 품목 월평균 가구 지출 ('19)</p> <p>전국 6,933바트</p> <p>방콕 외 3개 도시 8,721바트</p> <p>중부 6,854바트</p> <p>북부 5,744바트</p> <p>북동부 6,400바트</p> <p>남부 6,864바트</p> | <p>② 태국 월평균 지출액 구간별 인구 분포 ('18)</p> <p>15,001-30,000바트 33.5%</p> <p>30,001-50,000바트 13.6%</p> <p>50,000바트 이상 6.3%</p> <p>※지출액 상위 3개 구간의 인구 분포를 제시함</p> |
| <p>③ 태국 1인당 커피 및 차 소비량 ('18)</p> <p>1인당 커피 소비량 1.99킬로그램(kg)/명</p> <p>1인당 차 소비량 0.054킬로그램(kg)/명</p> | |

(*) NSO, Euromonitor

1) 차(Tea): 홍차, 과일/허브차, 녹차, 인스턴트 차, 그 외의 차를 지칭하며 잎차와 티백차를 포괄함. 조사 제품의 섭취 방법(차)을 고려하여 지표로 선정함

2) 과일/허브차(Fruit/Herbal Tea): 차 하위 품목으로, 과일 또는 허브로 조제한 차를 지칭함. 조사제품의 주재료(유자)를 고려하여 지표로 선정함

3) HS CODE 2008.30: 조사 제품(액상 유자청)은 '조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물 부분' 품목으로 분류됨. 조사 제품의 주재료(유자)를 고려하여, 해당 품목에서 감귤류 과실을 지칭하는 HS CODE 2008.30를 지표로 선정함

1. 태국 유자차 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '유자차'는 과일 유자를 사용하여 조제한 액상 과일청으로, 차로 우려 섭취할 수 있음. 제품의 섭취방법(차)과 주재료(유자)를 고려하여, 태국 '차' 시장과 '과일/허브차' 시장규모를 조사함

태국 국가 일반 정보⁷⁾

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

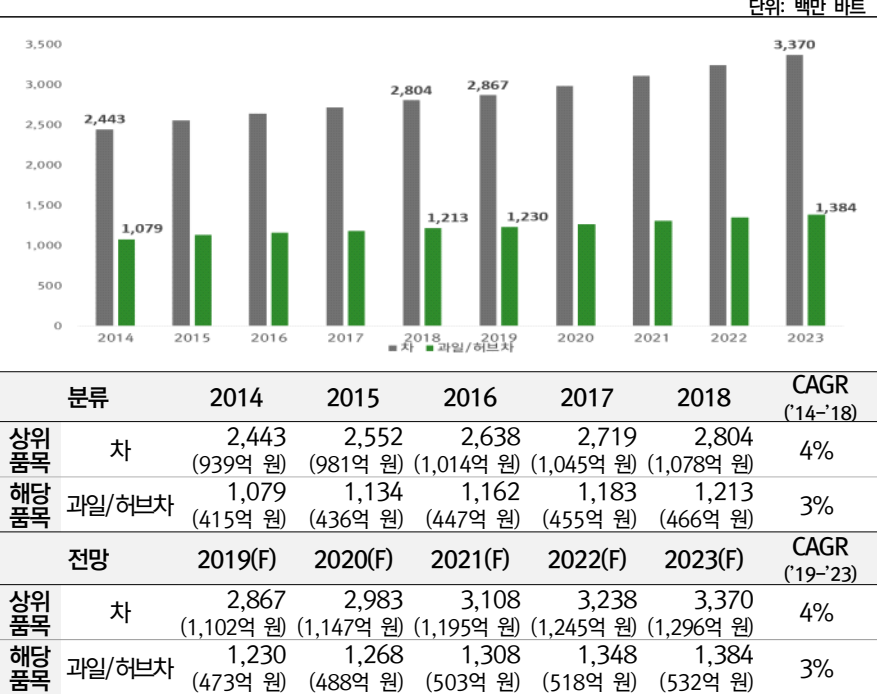
▶ 2014-2018년, 태국 '차' 시장, 연평균성장률 4%

2018년 기준, 태국의 '차' 시장규모는 28억 400만 바트로 2014-2018년 동안 매해 평균 4% 증가함. '과일/허브차' 시장규모는 12억 1,300만 바트로 연평균 3% 증가한 것으로 확인됨

▶ 2019-2023년, 태국 '과일/허브차' 시장, 연평균성장률 3% 예상

2019년 기준, 태국의 '차' 시장은 28억 6,700만 바트, '과일/허브차' 시장은 12억 3,000만 바트에 달할 것으로 나타나며 2019-2023년 동안 각각 4%, 3% 증가할 것으로 전망됨. 유로모니터에 따르면, 태국 소비자들의 건강에 대한 인식 확산이 태국 '차' 시장 성장의 주요 요인임. 또한, 평균 가처분소득의 증가와 함께 높은 품질의 프리미엄 차를 찾는 경향이 확산될 것으로 전망됨⁴⁾

[표 1.1] '차', '과일/허브차' 시장규모⁵⁾⁶⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

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

5) 1바트=38.45원(2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 태국 유자차 수출입 시장규모

HS CODE 2008.30: 조사 제품(액상 유자청)은 ‘조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물 부분’ 품목으로 분류됨. 조사 제품의 주재료(유자)를 고려하여, 해당 품목에서 감귤류 과실을 지칭하는 HS CODE 2008.30를 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 0.7%

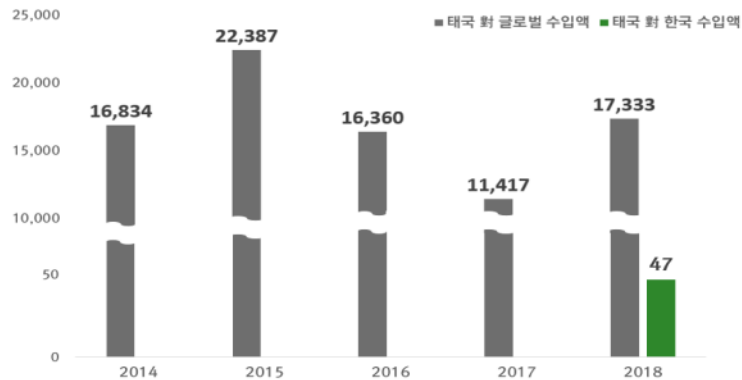
태국 HS CODE 2008.30 품목의 對글로벌 수입액은 2014-2018년간 연평균 0.7% 증가하였으며, 2018년 기준 1,733만 3,000달러로 확인됨. 對글로벌 수입액은 2015년 전년대비 33% 증가한 후, 2016년과 2017년 감소세를 기록하였으나 2018년 전년대비 52% 증가함. 이는 2014년 수입액 대비 2% 증가한 수치임

▶ 2018년 태국 對한국 수입액 4만 7,000달러

2018년 태국 HS CODE 2008.30 품목의 對한국 수입액은 4만 7,000달러로 집계되며, 이는 對글로벌 수입액의 0.3%를 차지함. 2014-2017년 태국 HS CODE 2008.30 품목의 對한국 수입액은 0원으로 집계됨. 2018년 한국은 수입규모 기준 4위 국가며, 1위는 1,572만 6,000달러(183억 원)를 기록한 중국으로 확인됨

[표 1.2] HS CODE 2008.30 수입규모⁸⁾⁹⁾

단위: 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14~'18)
태국 對글로벌 수입액	16,834 (196억 원)	22,387 (261억 원)	16,360 (191억 원)	11,417 (133억 원)	17,333 (202억 원)	0.7%
태국 對한국 수입액	-	-	-	-	47 (0.5억 원)	-

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.30 기준

8) 1달러=1,165.30원 (2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 반올림됨

3. 태국 유사차 소비 시장규모

1) 태국 지역별 식음료 품목 지출 규모

잠재 소비자의 구매력을 파악하기 위해 '태국 지역별 식음료 품목 지출 규모' 및 '태국 지출액 구간별 인구 분포'를 확인하고, 소비 시장규모를 파악하기 위해 '태국 커피 및 차 1인당 소비량'을 확인함

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

태국 통계청에 따르면¹⁰⁾ 2019년 태국 '주류를 제외한 식음료' 품목의 월평균 가구 지출은 6,933바트임. 지역 기준 '방콕 외 3개 도시'의 식음료 품목 가구 지출이 8,721바트로 가장 높은 것으로 확인됨. 2위는 남부(6,864바트), 3위는 중부(6,854바트)로 나타남. 일반적으로 태국은 월 가구 지출의 32.6%를 '주류를 제외한 식음료' 품목에 지출하는 것으로 확인됨. 전체 지출 대비 '주류를 제외한 식음료' 품목 지출 비중이 가장 높은 지역은 북동부(37.7%)로 확인됨

[표 1.3] 2019년 지역별 식음료 품목 월평균 가구 지출¹¹⁾

단위: 바트

분류	전국	방콕 외 3개 도시 ¹²⁾	중부	북부	북동부	남부
전체	21,236 (816,524원)	31,209 (1,199,986원)	21,223 (816,024원)	16,346 (628,504원)	16,980 (652,881원)	20,314 (781,073원)
식음료 및 담배	7,163 (275,417원)	8,972 (344,973원)	7,170 (275,687 원)	5,904 (227,009원)	6,619 (254,501원)	7,027 (270,188원)
식음료 (주류 제외)	6,933 (266,574원)	8,721 (335,322원)	6,854 (263,536원)	5,744 (220,857원)	6,400 (246,080원)	6,864 (263,921원)
	32.6%	28.0%	32.3%	35.2%	37.7%	33.8%

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

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

11) 1바트=38.45원(2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

12) 논부리, 삐툼타니, 사뭇쁘리칸

2) 태국 지출액 구간별 인구 분포

▶ 2018년 ‘방콕 외 3개 도시’ 인구의 17.3%, 월평균 5만 바트 이상 지출

태국 통계청에 따르면,¹³⁾ 2018년 태국 월평균 지출액은 2만 1,346바트(82만 754원)¹⁴⁾로 확인됨. 태국 총 인구의 33.5%인 2,225만 명이 월평균 지출액 1만 5,001-3만 바트 구간에 해당하는 것으로 나타남. 또한, 태국 총 인구의 13.6%가 월평균 3만 1바트-5만 바트를 지출하며, 6.3%가 5만 바트 이상을 지출하는 것으로 나타남. 지역 기준으로, ‘방콕 외 3개 도시’ 지역에 고액 지출 인구가 집중되어 있으며, 특히 ‘방콕 외 3개 도시’ 지역 인구의 17.3%가 월평균 5만 바트 이상을 지출함. 이는 ‘북부’ 지역과 비교했을 때 15.3%p 높은 수치임

[표 1.4] 2018년 1인당 월평균 지출액 구간 및 지역별 인구 분포¹⁵⁾¹⁶⁾

단위: 만 명, 백분율(%)

분류	전체	방콕 외 3개 도시	중부	북부	북동부	남부
전체	6,641 (100%)	940 (100%)	1,343 (100%)	1,212 (100%)	2,202 (100%)	945 (100%)
1,500바트 미만 (57,675원 미만)	-	-	-	-	-	-
1,501-3,000바트 (57,713-115,350원)	33 (0.5%)	1 (0.1%)	4 (0.3%)	15 (1.2%)	18 (0.8%)	4 (0.4%)
3,001-5,000바트 (115,388-192,250원)	226 (3.4%)	3 (0.3%)	34 (2.5%)	86 (7.1%)	108 (4.9%)	21 (2.2%)
5,001-10,000바트 (192,288-384,500원)	1,348 (20.3%)	53 (5.6%)	223 (16.6%)	390 (32.2%)	614 (27.9%)	178 (18.8%)
10,001-15,000바트 (384,538-576,750원)	1,488 (22.4%)	126 (13.4%)	296 (22%)	292 (24.1%)	608 (27.6%)	232 (24.5%)
15,001-30,000바트 (576,788-1,153,500원)	2,225 (33.5%)	359 (38.2%)	529 (39.4%)	317 (26.2%)	638 (29%)	331 (35%)
30,001-50,000바트 (1,153,538-1,922,500원)	903 (13.6%)	238 (25.3%)	195 (14.5%)	87 (7.2%)	161 (7.3%)	136 (14.4%)
50,000바트 이상 (1,922,500원 이상)	418 (6.3%)	163 (17.3%)	63 (4.7%)	24 (2%)	55 (2.5%)	43 (4.6%)

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

13) 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand), 「The 2018 Household Socio-Economic Survey」, 2018

14) 1바트=38.45원(2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

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

16) 인구수와 비율(%)은 반올림하여 작성한 수치로, 합산 시 전체수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과할 수 있음

3) 태국 1인당 커피 및 차 소비량

▶ 2014-2018년, 태국 1인당 커피 소비량 연평균성장률 3%

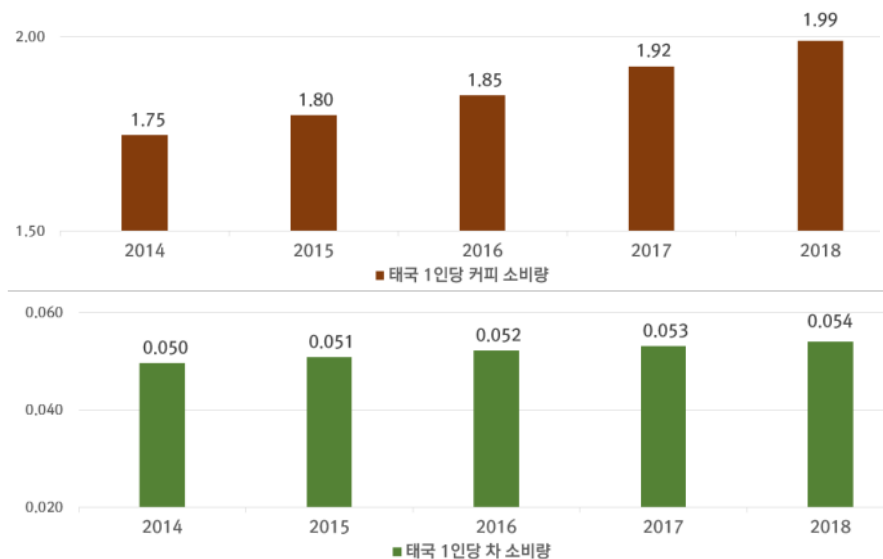
태국 1인당 커피 소비량은 2014-2018년간 연평균 3%씩 꾸준히 증가하여, 2018년 1.99킬로그램(kg)을 기록함. 유로모니터에 따르면,17) 기존 태국 커피시장의 약 90%를 지배하던 인스턴트 커피 시장이 성숙기로 들어서며 둔화된 성장을 보임. 반면, 커피 시장의 프리미엄화 현상과 함께 캡슐 커피의 가파른 성장이 전망됨

▶ 2014-2018년, 태국 1인당 차 소비량 연평균성장률 2%

태국 1인당 차 소비량은 2014-2018년간 연평균 2%씩 꾸준히 증가하여, 2018년 0.054킬로그램(kg)을 기록함. 유로모니터에 따르면, 태국 소비자들은 주로 건강상의 이점을 위해 차를 소비하며, 녹차와 과일/허브차가 높은 점유율을 보유함18)

[표 1.5] 2014-2018년 태국 1인당 커피 및 차 소비량¹⁹⁾

단위: 킬로그램(kg)



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

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

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

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

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

II. Market Trend

SUMMARY

1. 태국 유자, 레스토랑에서 소스, 디저트로 활용돼
2. 태국 커뮤니티, '유자'와 관련해 일본 언급 多
3. 유자를 활용한 제품은 화장품이 대표적, 식품은 상대적으로 빈약
4. 글로벌 브랜드의 농축과즙을 중심으로 시장 형성



Market Trend

(시장트렌드)

태국 (THAILAND)

유자차²⁰⁾ 시장트렌드



고급 레스토랑의 소스로 활용
'소스 또는 디저트로 언급 多'



일본 여행, 일식 음식점 등 '일본' 키워드 다수 빈출
'일본 원산지에 대한 선호 높아'

■ THAILAND Issue ①

태국 유자,
레스토랑에서 소스, 디저트로 활용

'메인 요리, 디저트, 음료 등 활용도 高'

■ THAILAND Issue ②

태국 커뮤니티,
'유자'와 관련해 일본 언급 多

'일식 메뉴나 디저트에 집중'



글로벌 브랜드의 유자향 화장품 위주
'유자향의 산뜻함 강조한 헤어, 바디, 클렌징 제품'



활용도 다양한 농축시럽
'차에 타서 마시거나 디저트로 만들 수 있어'

■ THAILAND Issue ③

유자를 활용한 제품은 화장품이 대표적,
식품은 상대적으로 빈약

'유자 식품 시장이 아직 형성되지 않은 것으로 보여'

■ THAILAND Issue ④

글로벌 브랜드의
농축시럽을 중심으로 시장 형성

'딸기, 오렌지, 사과, 복숭아 맛 등이 인기'

20) 음료 제조 원료 유사제품(물에 희석시켜 음료를 제조하는 제품) 중 태국에서 가장 많이 사용하는 '농축시럽, 농축과즙 제품 및 유자 관련 제품'을 분석함

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● **데이터 수집**
소스원



(태국 매체 3개, 쇼핑몰 4개 커뮤니티1개)

● **데이터 분류**
키워드집

(유자 연관 키워드집)



● **데이터 분석**
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	6,206

데이터 정제

정제 키워드	유자, 농축과즙 (향미, 맛기향제)
정제 데이터	1,044

○ 데이터 수집

- 태국 유자 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 태국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Bangkok Post	www.bangkokpost.com	언론매체
02	Iurban	www.iurban.in.th	언론매체
03	The Nation Thailand	www.nationthailand.com	언론매체
04	JD	www.jd.co.th	온라인 쇼핑몰
05	Tops	www.tops.co.th	온라인 쇼핑몰
06	Shopee	shopee.co.th	온라인 쇼핑몰
07	Big C	bigc.co.th	온라인 쇼핑몰
08	Pantip	pantip.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 유자 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 태국 유자 관련 매체 리스트



현지 언론 매체,
유자 관련 이슈

현지 커뮤니티,
유자 관련 이슈

현지 온라인 쇼핑몰,
유자 인기 제품 특성

키워드 ①	달콤한	키워드 ①	후기	키워드 ①	엘리자베스 아덴
키워드 ②	레스토랑	키워드 ②	먹어보다	키워드 ②	차
키워드 ③	소스	키워드 ③	서비스	키워드 ③	헤어
키워드 ④	디저트	키워드 ④	일본	키워드 ④	섞다

2) 데이터 분류

● 키워드 수립 근거

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

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 유자 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 태국 유자 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(태국어)	참여기업	경쟁기업	기타
제품 유형	소스	ซอส		0	0
	디저트	ขนม			0
	차	ชา	0	0	
	화장품(헤어)	ขน			0
맛	달콤한	หวาน	0	0	
	딸기	สตรอเบอร์รี่		0	
	오렌지	ส้ม		0	
원산지	일본	ญี่ปุ่น		0	
	한국	เกาหลี	0	0	
이용 경험	레스토랑	ร้านอาหาร			0
	후기	รีวิว			0
	먹어보다(시도)	ลอง			0
	서비스	บริการ			0

3.1) 데이터 분석

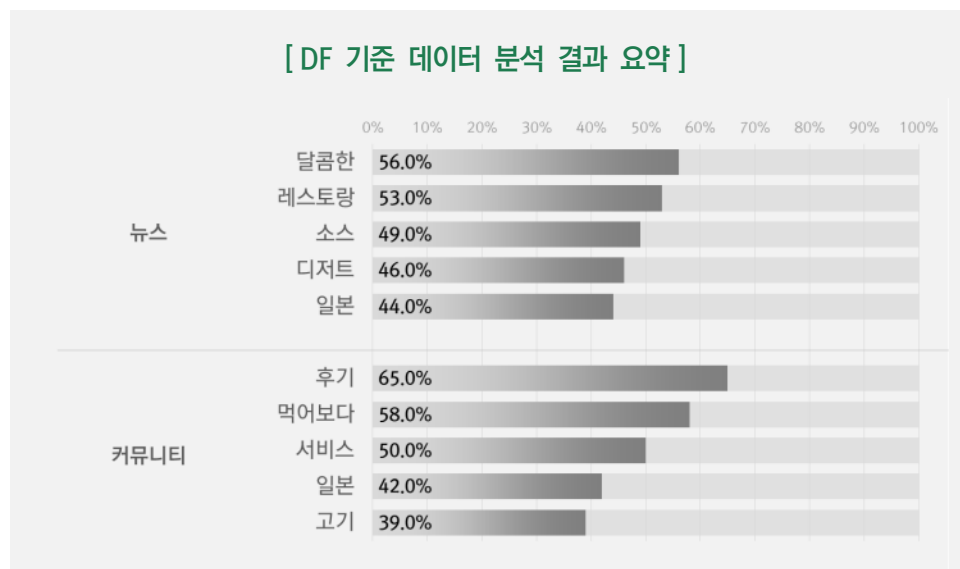
○ 데이터 분석 과정

1. 태국 언론매체와 커뮤니티에서 유자를 키워드로 내용 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF²¹⁾와 TF_IDF²²⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국무청은 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)



21) '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값

22) 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값

3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '유자'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

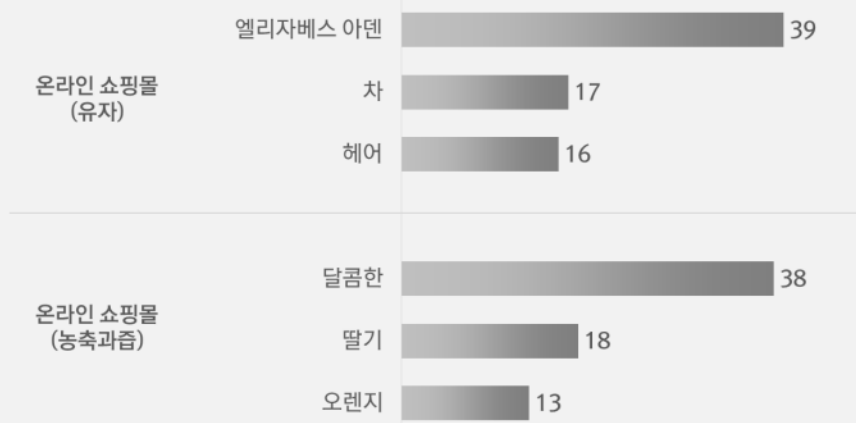
※ TF, Term Frequency 개념

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

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

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



1. 태국 유자, 레스토랑에서 소스, 디저트로 활용

태국 레스토랑 유자 소스



▶ 태국 유자, 고급 레스토랑에서 차별화된 소스, 디저트로 소개돼

태국에서 유자가 어떻게 소개되는지 살펴보기 위해, 유자 관련 기사 80건을 대상으로 키워드를 분석함. 태국 언론매체에서 유자 관련 키워드로 ‘레스토랑’, ‘소스’, ‘디저트’가 다수 빈출하여 레스토랑에서 소스, 디저트로 많이 활용된다는 점을 알 수 있음. 메인요리로는 생선, 해물요리에 풍미를 더하는 주요 소스로 활용되고 있음. 이 중에서도 일식 레스토랑의 요리와 함께 소개되기도 함. 디저트로는 유자를 활용하여 티라미수, 타르트 등의 달콤한 디저트나 차갑게 즐기는 주스나 셔벗 등이 주로 소개됨

태국 스타벅스 유자 음료



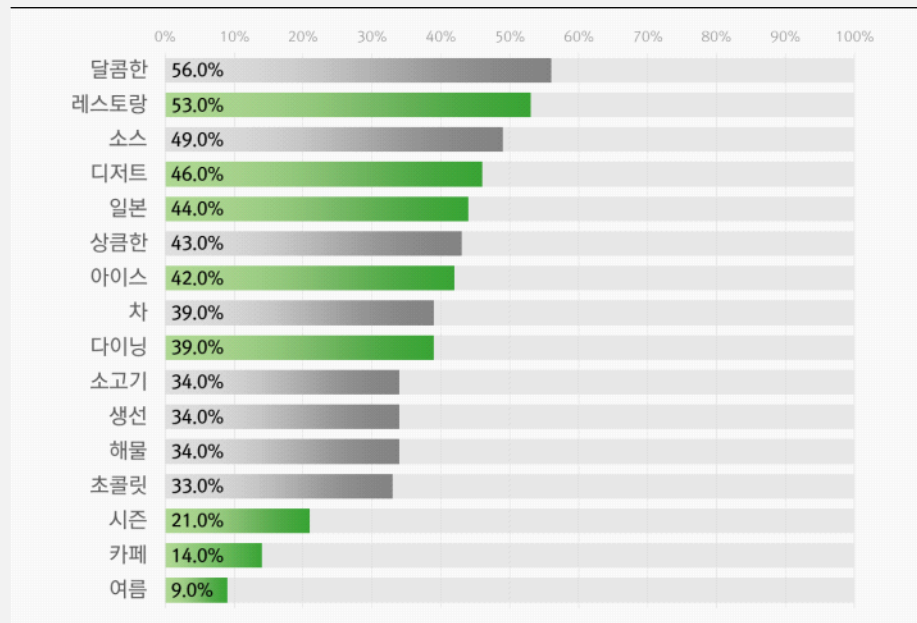
▶ 글로벌 음료 브랜드에서 유자 음료 출시

스타벅스, 네스카페 등 글로벌 브랜드에서 유자를 활용한 음료를 선보임. 스타벅스는 시즌 한정메뉴로 유자 허니 젤리 요거트 프라프치노, 네스카페는 유자가 들어간 그린티 라떼를 출시함. 이를 뒷받침하는 키워드로 시즌, 카페, 여름 키워드가 도출됨

▶ 태국 언론매체 내 유자 관련 이슈

- ① 레스토랑, 다이닝 ② 디저트, 아이스 ③ 일본

[표 2.4] 태국 언론매체 내 ‘유자’ 주요 키워드



자료 : 태국 언론매체 내 ‘유자’ 관련 기사 80건 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

2. 태국 커뮤니티, '유자'와 관련해 일본 언급 多

유자 활용 디저트



단맛이 강한 초콜릿과의 조합으로 유자의 상큼함을 살리고자 하였으나, 단맛에 익숙한 태국 소비자들에게는 단맛을 베이스로 유자의 향을 살짝 가미한 맛이 선호됨

출처: 팟팁(Pnatip.com)

유자 아이스크림



세븐 일레븐에서 판매하는 유자맛 아이스크림으로 유자 향과 함께 풀과 유자의 단맛이 나며 씹으면 안에 얼음이 들어 있어 청량감을 극대화

출처: 팟팁(Pnatip.com)

▶ 태국 소비자, 유자와 관련해 일본 언급 多

태국 커뮤니티에서 '유자'가 일상적으로 소비되는 식재료가 아닌, 일본 여행이나, 고급 일식당, 레스토랑, 디저트 맛집에서 접하는 소재임. 전반적으로 단맛과 유자 고유의 상큼한 향 때문에 선호함. 해산물 요리 시, 생선의 비린 맛을 중화하거나 느끼함을 잡아주는 소스로 활용하며, 마카롱, 아이스크림, 셔벗 등 디저트 메뉴로도 활용되고 있음

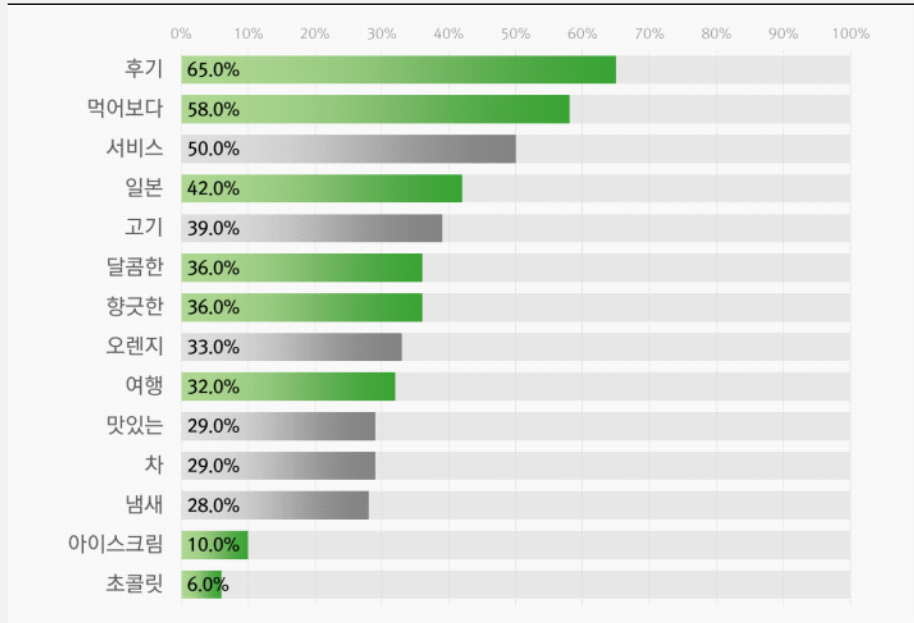
▶ 유자맛 초콜릿, 빙과류 등 시판 제품도 일부 보여

다스(DARS) 브랜드의 한정판 유자맛 초콜릿과 세븐일레븐 유자맛 아이스크림이 시판 제품으로 소개됨. 공통적으로 일본산 유자, 일본 스타일 유자를 강조함. 유자를 활용한 가공제품은 아이스크림과 초콜릿 정도만 언급되어 태국에서는 유자제품의 소비자 접근성이 다소 떨어지는 것으로 보임

▶ 태국 커뮤니티 내 유자 관련 주요 이슈

① 먹어본 후기 ② 일본, 여행 ③ 달콤한, 향긋한

[표 2.5] 태국 커뮤니티 내 '유자'가 언급된 게시물 주요 키워드



자료 : 태국 커뮤니티 내 '유자'가 언급된 게시물 155건 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

3. 유자를 활용한 제품은 화장품이 대표적, 식품은 상대적으로 빈약

태국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 유자 음료



가격	20 바트 (한화 약 762.4원) ²³⁾
용량	380ml
특징	일본 스타일 녹차를 표방하며 유자 향을 가미하였으며 코코넛 젤리가 들어있음



가격	240 바트 (한화 약 9,132원)
용량	560g
특징	한국산 유자로 따뜻하게 마시거나 차게 마실 수 있어 상큼하고 시원하게 즐길 수 있는 제품



가격	225 바트 (한화 약 8,606원)
용량	750g
특징	1회 분량 30g씩 파우치에 개별 포장되어 사용 편의성을 높인 제품

출처: 태국 쇼핑몰(shopee.co.th)

▶ ‘유자’를 활용한 제품은 주로 화장품이며 식품은 상대적으로 약세

태국에서 판매되는 ‘유자’를 활용한 제품의 특징을 살펴보기 위해 태국 온라인 쇼핑몰 총 4 곳에서 유자를 검색해 나온 상품명을 수집함. 데이터 분석 결과, ‘엘리자베스 아덴’이라는 화장품 브랜드가 최다 빈출함. 해당 브랜드 제품으로 유자 향이 나는 향수 제품이 가장 많았고, 향수를 비롯해 유자향이 가미된 ‘헤어케어’, ‘아이케어’, ‘페이스/바디 클렌징’, ‘구강 세정제’, ‘립밤’ 등이 빈출됨

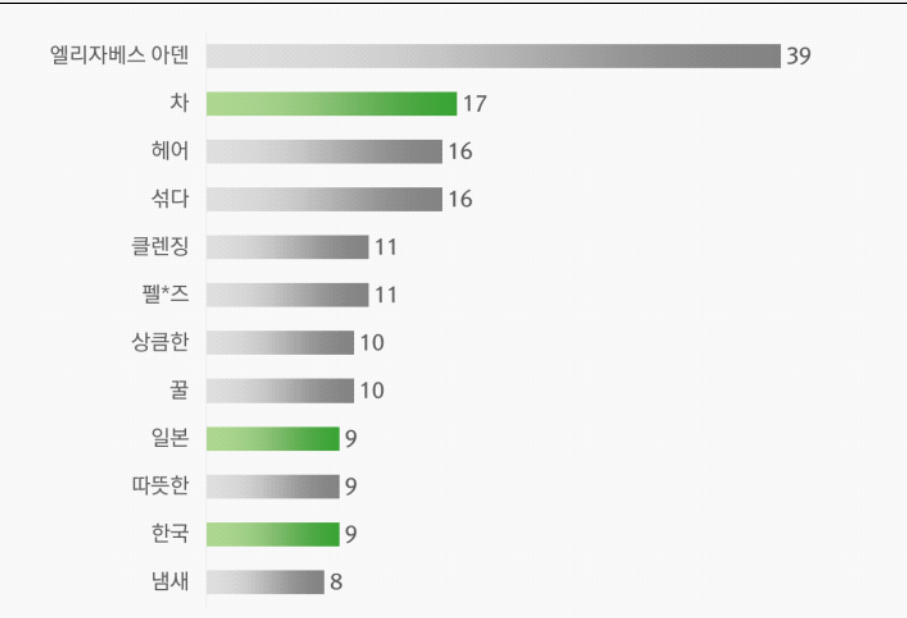
▶ 원산지로는 일본이 대표적, 한국 브랜드도 눈에 띄어

유자와 관련해 음료, 꿀, 시럽 등의 제품을 판매 중이며, ‘유자’를 일본산이거나 일본 스타일의 맛으로 강조하여 고급화 전략을 추구함. 한국 브랜드로는 펠*즈와 녹*원, 꽃* 브랜드가 진출해 있음. 현지에서 ‘Yuzu’라는 일본식 표현이 유자를 통칭하는 용어로 사용되고 있고, 한국 브랜드조차 동일 키워드를 사용하여 제품을 마케팅하고 있는 점을 볼 때, 태국 소비자들이 유자와 일본을 밀접하게 연관짓는 경향이 강한 것으로 유추됨

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 유자 상품 주요 키워드

① 차 ② 일본 ③ 한국

[표 2.6] 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘유자’ 상품 주요 키워드



자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘유자’ 제품 255건 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 글로벌 브랜드의 농축시럽을 중심으로 시장 형성

● 태국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 농축시럽



가격 325 바트
(한화 약 12,437원)

용량 700ml

특징 원액 그대로 음용하거나, 주스, 디저트, 잼, 와인, 시럽을 만드는데 활용

출처: 태국 쇼핑몰(shopee.co.th)



가격 259 바트
(한화 약 9,873원)

용량 600ml

특징 물에 타서 마시거나, 음료에 섞어서 음용

출처: 태국 빅마켓(www.bigc.co.th)

▶ 태국 온라인 쇼핑몰, 글로벌 브랜드 중심으로 농축시럽 시장 형성

유자 맛이 음료 제조 원료로 시장성이 있는지를 파악하기 위해 ‘농축시럽’ 관련 제품 584건을 대상으로 키워드를 분석함. 데이터 분석 결과 ‘모닌’, ‘다빈치’, ‘마리 브리자드’ 등의 수입 브랜드가 상위 랭킹을 차지함. 물에 희석해서 마시는 유자청과 달리 농축시럽은 원액을 그대로 음용하거나 다양한 음료, 디저트에 넣어 다방면으로 활용함

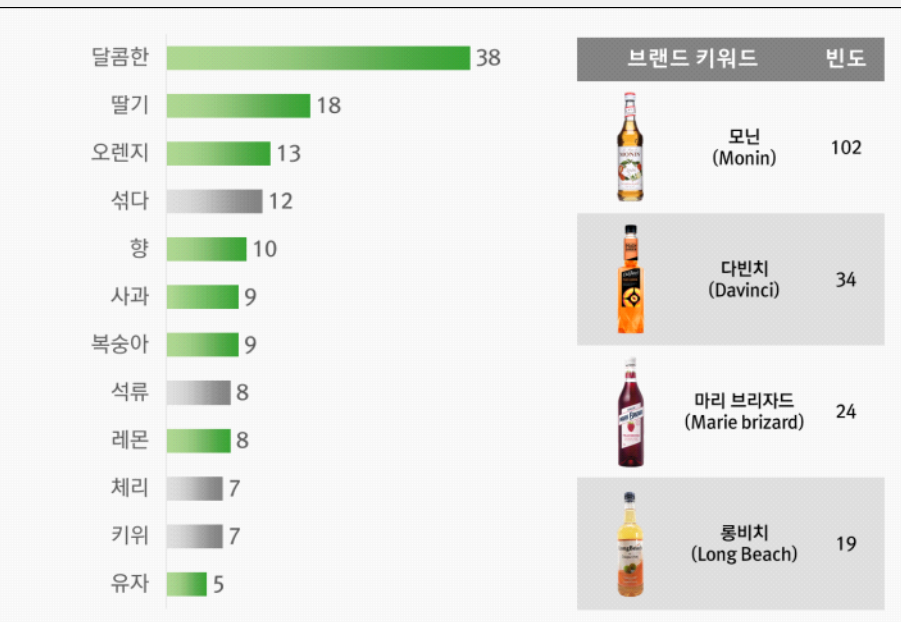
▶ 딸기, 오렌지, 사과, 복숭아 맛 등을 즐겨 음용

가장 많이 빈출된 맛으로는 딸기, 오렌지, 사과, 복숭아 등이 있으며, 반면 유자 키워드는 상대적으로 적게 도출되어 태국 내 유자 제품 시장은 크게 형성되지 않은 것으로 보임

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 내 농축시럽 상품 주요 키워드

① 달콤한 ② 향 ③ 과일 (딸기, 오렌지 등)

[표 2.7] 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘농축시럽’ 상품 주요 키워드



자료 : 태국 온라인 쇼핑몰 내 ‘농축시럽’ 제품 584건 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

23) 1바트=38.12원 (2020.1.14, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

III. Distribution Channel

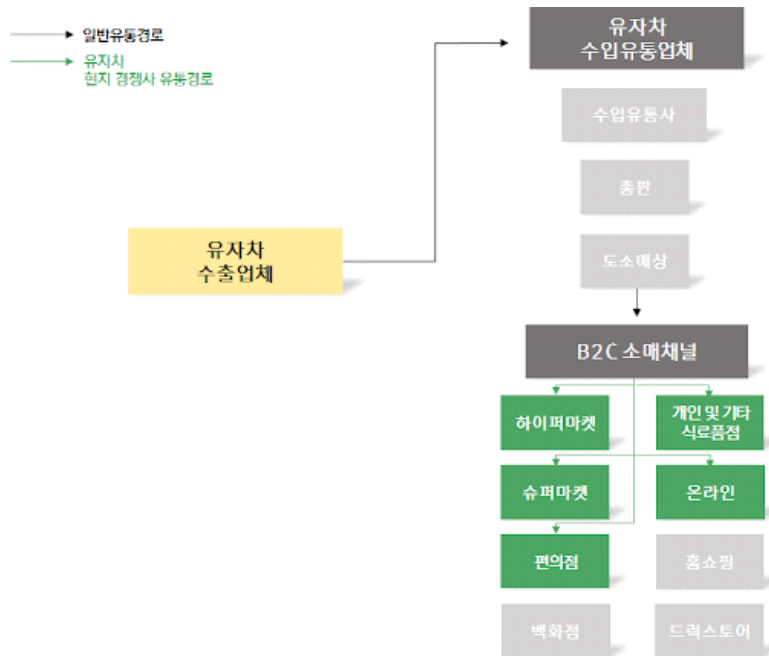
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



태국 (THAILAND)

유자차²⁴⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁵⁾	주요 채널 ²⁶⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ²⁷⁾²⁸⁾	40.4%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-Market), Don Don Donki(돈돈돈키), 란제렝(Ranjaeleng)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	29.3%	테스코로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland), 고메마켓(Gourmet Market), 빌라마켓(Villa Market), 센트럴푸드홀(Central Food Hall), 막스밸류(MaxValu)
	편의점	29.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)
	온라인	1.2%	쇼피몰(Shopee Mall), 라자다(Lazada), 테스코엑스트라(Tesco Extra)

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

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

25) 2019년 기준, 태국 내 '차(Tea)'의 유통채널 점유율임

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

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

28) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 아시안마트를 조사함

1. 태국 유자차 유통구조

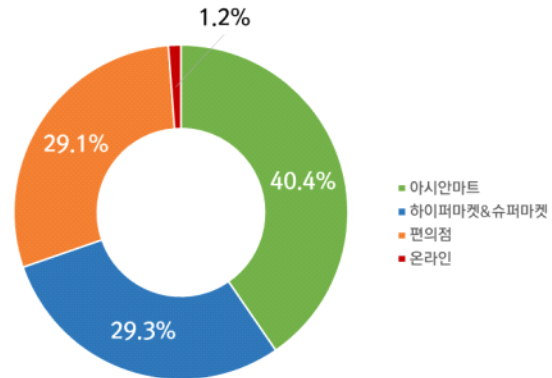
품목 구분 및 분류

품목	유자차
구분	유자차
범주	차(Tea)

▶ 태국 유자차 주요 채널

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

[표 3.1] 태국 유자차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 태국 유자차 유통채널 현황

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

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

2. 태국 유자차 주요 유통업체

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

[표 3.3] 태국 유자차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	코리아가야샵 (Korean Gaya Shop)	아시안마트	매장 수('19): 1개	A사, B사	0
2	지두방마켓 (JidubanG- Market)	아시안마트	매장 수('19): 1개	C사	0
3	Don Don Donki (돈돈돈키)	아시안마트	매장 수('19): 1개	이토엔(Itoen), 에이지에프(AGF)	0
4	란제렝 (Ranjaeleng)	아시안마트	매장 수('19): 1개	에이지에프(AGF), 립톤(Lipton), 이토엔(Itoen), 헬라디브(Heladiv)	0
5	테스코로터스 (Tesco Lotus)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 54억 3,314만 달러 (약 6조 3,312억 원)	트와이닝스 (Twinings), 네슬레(Nestle), 립톤(Lipton), 호타(Hotta), 딜마(Dilmah)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1,165.30원(2020.01.08. KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 46억 1,941만 달러 (약 5조 3,830억 원)	호타(Hotta), 네슬레(Nestle), 립톤(Lipton), 이토엔(Itoen), 트와이닝스 (Twinings), 헬라디브(Heladiv)	0
7	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	14억 1,925만 달러 (약 1조 6,538억 원)	라밍(Raming), 립톤(Lipton), 트와이닝스 (Twinings), 딜마(Dilmah)	0
8	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 110억 7,114만 달러 (약 12조 9,012억 원)	네슬레(Nestle), 호타(Hotta), 모코나(Moccona), 립톤(Lipton)	0
9	테스코 로터스 익스프레스 (Tesco Lotus Express)	편의점	약 54억 3,314만 달러 (약 6조 3,312억 원)	립톤(Lipton), 호타(Hotta), 네슬레(Nestle)	0
10	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	매장 수('18): 약 1,138개	피트네(Fitne), 네슬레(Nestle), 세븐셀렉트(7-Select)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 태국 유자차 B2C 소매채널

1) 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('19): 1개 - 페이스북 팔로워('19): 약 8,025명
기업 요약	- 2016년 5월 오픈 - 태국 최초의 한국 식품 취급 한인마트로 전자 상거래 업체로 등록 - 페이스북, 트위터, 인스타그램, 라인 등과 같은 SNS 매체를 통해 프로모션 전개 - 한류를 이용한 홍보가 대다수이며, 소비자들이 이용 후기를 남기면 혜택을 제공하는 마케팅 전략 채택		
기업 최근 이슈	- 2019년 기준 홈페이지 베스트셀러에 한국 브랜드의 화장품 다수 차지 - 2019년 식료품 외에 한국 스테인리스 젓가락과 한복 판매 - 2019년 자사 페이스북 홈페이지에서 팩소주 제품 홍보 - 2018년 신제품으로 불닭소스가 입고되었으며, 전문점용 중화면 판매 개시		
유사제품 정보		제품명	코리아 진생 티 (Korean Ginseng Tea)
		종류	인삼차
		용량	3g, 50포
		원산지	한국

자료: 코리아가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 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"> - 한국 트렌드 실시간 반영 - 연예인 협찬 마케팅 SNS 글 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(Contact Us) 클릭하여 입점 문의 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: 코리아가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 지두방마켓(JidubanG-Market)

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(JidubanG-Market)	
	홈페이지	facebook.com/jidubanG-market-2108594952713972	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 8월 개장 - 방콕 단댕(Dindaeng)에 위치 - 방콕 최대 규모의 한인마트였던 케이마켓(K-Market) 폐점 후 개장 - 자사 페이스북 페이지를 통한 신제품 홍보 - 매장 내 분식점 및 식사 가능 장소 비치 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월 수산물 국가통합브랜드 K-FISH와 협업해 한국산 해산물 축제 개최 - 2018년 10월 마스크팩, 핸드크림 등 한국산 화장품 수입 및 판매 홍보 시작 		
유사제품 정보		제품명	꿀유자차 (GGOKSEM UJA CHA)
		종류	유자차
		용량	580g
		원산지	한국

자료: 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 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: 신선식품, 냉동식품, 소스류, 스낵류, 즉석식품, 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, 소비자 가격 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 Don Don Donki(돈돈돈키)

	기업명	Don Don Donki(돈돈돈키)	
	홈페이지	dondondonki.com/th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 1개
기업 기본 정보	- 2019년 2월 설립 - 3자간(싱가포르, 태국, 일본기업의 태국 지점 자회사) 합작회사로 구성 ³⁰⁾ - 일본 유명 드럭스토어 돈키호테의 태국 지점 - 일본인이 많이 거주하는 통로(Thonglor) 지역에 위치 - 바코드 인식을 통해 제품 상세정보 번역 서비스 제공 - 1층은 식품, 2층은 생활용품 및 화장품으로 매대 구성 - 24시간 운영		
기업 요약			
기업 최근 이슈	- 2019년 태국 매장 내 상품 진열방식 리뉴얼 진행 - 2019년 10월부터 적용되는 일본 소비세율 인상에 대비해, 9월에 8% 가격할인 행사 진행 - 2019년 5월 싱가포르에 4호점 오픈		
유사제품 정보		제품명	오이오차 사라사라 파우더티 (おいお茶 さらさら パウダーティー)
		종류	녹차 분말
		용량	40g, 약 50잔
		원산지	일본

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

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

입점 및 협력 정보

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

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



④ 란제렝(Ranjaeleng)

기업 기본 정보	기업명	란제렝(Ranjaeleng)	
	홈페이지	ranjaeleng.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('19): 1개 - 페이스북 팔로워('19): 약 413,307명
기업 요약	- 태국 대형 마트형 도소매 유통업체 에이&제이뷰티프로덕트 (A&) Beauty Product Co,Ltd)의 자회사 - 주로 한국, 일본, 중국산 식료품을 취급 - 한국 분식점도 함께 운영하고 있으며, 한류스타 부가 상품도 판매		
기업 최근 이슈	- 2020년 소셜미디어(라인) 채널 홍보를 위해 할인 행사 진행 - 2017년과 2018년 9월 회사 설립 날짜에 맞춰 프로모션 및 할인 행사 진행 - 2018년 식료품 외 뷰티 및 패션제품 새롭게 런칭		
유사제품 정보		제품명	블렌디 스틱 모모노코우차오레 (Blendy Stick 桃の紅茶オレ)
종류		과일차 분말	
용량		7봉	
원산지		일본	

자료: 란제렝(Ranjaeleng) 홈페이지, 프라카챗(Prachachat), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 란제렝(Ranjaeleng) 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, 소스류, 즉석식품, 냉동식품 등 - 일반: 화장품, 의류, 주방용품, 청소용품, 유아용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매되는 제품이 각국의 트렌드를 반영 - 수입화장품 제품이 인기 	
	<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>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 직접 방문 - 로컬 에이전트를 통한 등록 <p>① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등)</p> <p>② 제품 정보 (제품 샘플, 제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, GMP³¹⁾, FD A³²⁾ 허가 여부 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p> <p>*제품 정보는 태국 FDA 인증서 등록을 위해 영어로 기재되어야 함</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 담당자: Mrs. Jaeleng (대표) Ms. Preaw (수입식품 구매담당자) 연락처: +66-8181-90000, +66-8508-72727, +66-2521-8811 이메일: purchasing@ranjaeleng.com

자료: 란제렝(Ranjaeleng) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

31) 제조·품질관리기준(GMP, Good Manufacturing Practices)

32) 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)

2) 하이퍼마켓&슈퍼마켓



① 테스코로터스(Tesco Lotus)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스(Tesco Lotus)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('19)	약 54억 3,314만 달러 ³³⁾ (약 6조 3,312억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 2,000개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립 - 세계 최대 소매 업체 중 하나인 테스코(Tesco)의 계열사 - 테스코그룹의 계열사는 엑스트라(Extra), 탈라드(Talad), 하이퍼마켓(Hypermarket), 익스프레스(Express), 백화점(Department Store)으로 구성 - 2003년 자선재단 테스코포타일랜드(Tesco for Thailand) 설립 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 매장 750개 개설 계획 등 태국 사업 확장을 위한 투자 증대 - 2020년 1월부터 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 2019년 3년 연속 킨센트릭(Kincentric) 주최 올해 최고의 고용주상 수상 - 2018년 6개의 하이퍼마켓(Hypermarket) 매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	골든 판 레몬 스쿼시 컨센트레이티드 레몬 플레이버드 드링크 (Golden Pan Lemon Squash Concentrated Lemon Flavoured Drink)
		종류	농축과즙
		중량	750ml
		원산지	영국

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

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 소스류, 건강보조식품, 스낵류, 주류 등 - 일반: 전자제품, 의류, 가정용품, 유아용품, 주방용품, 애완용품, 야외용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 혁신적인 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 대부분 태국산 제품을 판매 	
	<p>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>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(tescoplc.com) - 기업 사이트에서 해당 양식 작성 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자명, 연락처, 이메일, 회사 주소, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 원산지, 제품군, 현재 유통채널, 포장 방법 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 기술 인증 등급 등)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 테스코 Ethical Trading 정책 준수
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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)

	기업명	빅씨(Big C)								
	홈페이지	bigc.co.th								
	위치	방콕(Bangkok)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액(*18)</td> <td>약 46억 1,941만 달러³⁴⁾ (약 5조 3,830억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수(*19): 약 104개</td> </tr> </table>	매출액(*18)	약 46억 1,941만 달러 ³⁴⁾ (약 5조 3,830억 원)	기타 규모	매장 수(*19): 약 104개				
매출액(*18)	약 46억 1,941만 달러 ³⁴⁾ (약 5조 3,830억 원)									
기타 규모	매장 수(*19): 약 104개									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립 - 식료품 및 일반 소매 업체 - 태국, 베트남, 라오스, 캄보디아 등에서 사업 운영 - 빅씨슈퍼센터(Big C Supercenter), 빅씨엑스트라(Big C Extra), 빅씨플라자(Big C Plaza), 빅씨푸드플레이스(Big C Foodplace), 빅씨마켓(Big C Market), 미니빅씨(Mini Big C), 퓨어바이빅씨(Pure by Big C) 등 다양한 형태의 매장 운영 									
기업 요약	 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 정부 지침에 따라 매장 내 일회용 비닐봉투 사용 금지 - 2019년 10월, 캄보디아 시장 진출 - 2019년 QR 코드를 통한 결제 서비스 ‘마이프롬프오일(MyPromptQR)’ 시작 - 2019년 Shopee Brand Conference에서 ‘최고의 운영 성과상(Best Operational Performance Award)’ 수상 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>콘센트레이티드 진저 파우더 (Hotta Concentrated Ginger Powder)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>생강차 분말</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>210g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>태국</td> </tr> </table>	제품명	콘센트레이티드 진저 파우더 (Hotta Concentrated Ginger Powder)	종류	생강차 분말	중량	210g	원산지	태국
제품명	콘센트레이티드 진저 파우더 (Hotta Concentrated Ginger Powder)									
종류	생강차 분말									
중량	210g									
원산지	태국									

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

34) 태국, 베트남, 라오스 등 전 세계 매출 합산 금액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 캔디류, 건강보조식품, 냉동식품, 유제품, 곡물류, 즉석식품, 음료류, 스낵류, 주류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 잡화류, 문구류, 가구류, 전자제품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰에서 약 22개 브랜드의 차(茶) 분말 제품 취급 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(corporate.bigc.co.th) - 홈페이지 상단 ติดต่อเรา의 Supplier Guide 클릭 - 제품 카테고리 coffee-tea 선택 후 양식 작성하여 제출 (corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier/68/) - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ③ 참고자료 (제품 카탈로그 등) 	
	<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	쁘ัก 꼬렛(Pak Kret)	
	규모	매출액('18)	14억 1,925만 달러 (약 1조 6,538억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 205개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 태국에 설립 - 센트럴푸드리테일(CFR, Central Food Retail)의 자회사 - 센트럴푸드리테일은 Central Food Hall, Tops Market, Tops Superstore, Superkoom, Tops Daily, Tops Online 등 6가지 형태로 운영 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 배달 서비스 플랫폼 그랩익스프레스(GrabExpress)와 제휴하여 탑스온라인(Tops Online)에서 구매한 상품 배달 서비스 시작 - 2018년 그린피스에서 'Tops 참치 통조림'을 지속가능한 제품으로 선정 	
유사제품 정보		제품명	허니 시트론 티 (Honey Citron Tea)
		종류	유자차
		중량	560g
		원산지	한국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 냉동식품, 유제품, 소스류, 캔디류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 애완동물, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 할인상품 및 유기농 제품 카테고리를 별도로 제공 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 로컬 에이전트를 통한 등록
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: cusserv@tops.co.th 전화: +66-2831-7300 팩스: +66-2835-3713

자료: 탑스(Tops) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 110억 7,114만 달러 (약 12조 9,012억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 10,988개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CP All)에서 독점 운영 - 1989년 팟퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 - 방콕 도심 부근에 전체 매장 수의 44%가 밀집해 있으며, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치 - 일평균 1,200만 명 매장 방문 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 판매하는 제품의 70%가 식료품으로 구성 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 태국 전역의 매장 수 13,000개 달성 목표 - 2020년 매장 내 무상 비닐봉지 제공 중단 - 2018년 태국 내 720개의 매장 오픈 - 2018년 험통(Hom Thong)과 계약 체결하여 매장에서 유기농 바나나 판매 		
유사제품 정보		제품명	밀크 티 (Milk Tea)
		종류	밀크티 분말
		용량	33g x 13
		원산지	스위스

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

사진자료: 타일랜드비즈니스뉴스(Thailand Business News), 코코넛츠방콕(Coconuts Bangkok)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 건조식품, 즉석식품, 캔디류, 면류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 세제류, 문구류, 위생용품, 애완용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(www.cpall.co.th/sme/merchandise) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 씨피올(CPALL) 홈페이지를 통해 등록 - 문의사항 연락처 전화: +66-2826-7744 이메일: FAQ@7eleven.co.th 	

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



② 테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액(*19)	약 54억 3,314만 달러 ³⁵⁾ (약 6조 3,312억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*19): 약 1,600개	
	- 세계 최대 소매 업체 중 하나인 테스코(Tesco)의 계열사 - 테스코 브랜드의 자사 제품 판매		
기업 최근 이슈		- 2019년 약 50개의 매장 오픈 - 2019년 134개의 테스코로터스 익스프레스 매장에서 개점 시간을 늦추고, 폐점 시간을 앞당겨 상점의 영업시간 단축 - 2019년 Tesco 기업은 영국에서 4,500명의 인원에 대한 해고 발표	
유사제품 정보		제품명	선퀵 컨센트레이티드 오렌지 플레이버드 드링크 (Sunquick Concentrated Orange Favoured Drink)
		종류	농축과즙
		용량	840ml
		원산지	태국

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

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

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"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매주 프로모션 진행 - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품으로 구성 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록(tescoplc.com) - 기업 사이트에서 해당 양식 작성 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 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)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 테스코 Ethical Trading 정책 준수
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점절차 Tesco Lotus와 동일하게 진행 - Tesco International Sourcing 공급 업체가 서명해야 하는 표준 이용 약관에 서면으로 합의 필요 - Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급 업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함 - 문의사항 연락처 전화: +66-2797-9000 팩스: +66-2797-9811 이메일: prtescolotus@gmail.com

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

③ 패밀리마트(Family Mart)



	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	familymart.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('18): 약 1,138개 - 직원 수('17): 약 16,601명 ³⁶⁾
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 태국 진출 - 2018년 기준 전 세계 약 6,375개의 매장 보유 - 태국 내 약 1,138개의 매장 운영 중 - 2018년 태국 내 시장점유율 8%, 프랜차이즈 비율 15% 기록 		
	기업 요약	 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 업계 선도 기업인 세븐일레븐(7-Eleven)과의 격차를 좁히기 위해 편의점 수를 2,000개 이상으로 늘릴 예정 - 2020년 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 - 2018년 물류회사 케리익스프레스(Kerry Express)와 협업하여 방콕 내 배달 서비스 확장 도모 		
유사제품 정보		제품명	허벌인퓨전 (Herbal Infusion)
		종류	국화차 티백
		용량	2.5g x 15
		원산지	태국

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

36) 태국, 일본, 중국, 필리핀 등 전 세계 직원 수를 합산한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 소스류, 신선식품 등 - 일반: 뷰티용품, 위생용품, 주방용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 소포장의 간편식 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 라면 제품 중 한국산 제품이 높은 비중 차지 	
	등록 유형	<input type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트를 통한 등록 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 공급업체로부터 직접 수입하지 않으므로, 로컬 에이전트를 통해 등록해야 함 - 등록 절차는 현지 에이전트의 사정에 따라 결정됨
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 담당자: Ms. Noree (구매 담당자) 연락처: +66-2836-5999 ext. 803 Email: cgcommunications@central.co.th

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

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 태국 유자차 인증 취득
2. 태국 유자차 업체·제품 등록
3. 태국 유자차 라벨 심의
4. 태국 유자차 서류 준비
5. 태국 유자차 세금 납부
6. 태국 유자차 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"> 품목별 사전 수입허가 필요 유자차의 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 30% 협정세율 0% 부가가치세 7% 소비세 최대 20% 	(*) 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 유자차 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

유자차 제품 태국 수출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없음. 일반가공 식품의 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 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 태국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 태국 유자차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

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

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

태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자세관시스템으로 이루어져 있음. 전자세관시스템을 이용하기 위해 수입업체는 태국세관을 통해 수입업체 등록을 마쳐야 하며, 수입업체 등록 과정에서 ‘디지털 인증서³⁷⁾’를 소지하고 있어야 함. 수입업체 등록은 기업에서 직접 진행하거나 대행사를 통하여 진행할 수 있음

[표 4.3] 태국 수입식품 신고 절차

제도명	License Per Invoice, LPI
발행 기관	태국 식품의약품안전처(Thai FDA)
시행일	2014년 9월
취득 절차	<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)

37) 디지털 인증서는 전자 문서 발신자의 신원과 인증을 확인하는 데 사용되는 전자 서명 파일이며, 수입 및 수출 등록을 포함한 모든 온라인 운영에 사용되고 있어 태국의 모든 회사에서 필수적임

3. 태국 유자차 라벨 심의

▶ 태국 라벨 규정

[표 4.4] 태국 라벨 관리 규정

●
라벨 심의
태국으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공
●
유자차
유자차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

적용 규제	포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985
세부 규정	(-)
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)
	라벨 표기사항 (가이드)
	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 종량 · 영양성분 · 원료명 · 업체정보 · 원산지 · 로트 번호 · 경고문 · 보관방법 · 섭취방법 · 알레르기 정보
	<p style="text-align: center;">라벨 내용은 태국어로 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">표기 언어</p> <p>태국어로 표기한 정보가 불충분할 경우, 외국어를 함께 표기할 것</p> <hr/> <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 style="text-align: center;">제품명</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>미터법(Metric system)과 같은 국제적 단위로 기재할 것</p> <p style="text-align: center;">중량</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

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

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

▶ 태국 유자차 라벨 샘플



[전면 라벨링]

[옆면 라벨링]

앞면(영어/태국어)

- ① 브랜드명 : Best Foods
- ② 제품명 : ส่วนประกอบ

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 베스트 푸즈
- ② 제품명 : 오렌지 마멀레이드

옆면(태국어)

- ① 원료 : น้ำตาล56%, น้ำส้ม21%, ผิวส้ม11%, น้ำเชื่อมกลูโคส11%, สารให้ความข้นเหนียว(INS440), สารควบคุมความเป็นกรด(INS330), วัตถุผสมสี(INS202,INS211), สีสังเคราะห์ (INS102,INS110),แต่งกลิ่นธรรมชาติ
- ② 주의사항 : ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร:อาจมีถั่วเหลือง
- ③ 고객센터(บริการผู้บริโภค) : สอบถามหรือแนะนำโทร.0-2739-4000
ต่างจังหวัดโทรฟรี 1800-232-600
ตู้ป.ณ.739 กทม.10501
- ④ 영양성분표 : หนึ่งหน่วยบริโภค:1ช้อนโต๊ะ (20กรัม), จำนวนหน่วยบริโภคต่อขวด:20, พลังงานทั้งหมด 50กิโลแคลอรี
*ร้อยละปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่6ปีขึ้นไป (Thai RDI)โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ2,000กิโลแคลอรี
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค
ร้อยละปริมาณที่แนะนำต่อวัน*

옆면(국문)

- ① 원료 : 설탕 56%, 오렌지 주스 21%, 오렌지 껍질 11%, 그로코스 절임 11% 시럽 농도 (INS440), 신맛 (INS330), 방부제 (INS202 INS 211), 인공색소 (INS102, INS110), 천연 향신료
- ② 주의사항 : 대두 성분에 알레르기가 있는 사람은 섭취하지 말 것
- ③ 고객센터 : 콜센터 02 739 4000
지방 무료 통화 1800 232 600
우편번호 739. 방콕 10501
- ④ 영양성분표 : 1회 섭취량 1스푼(20그램), 총 20 스푼
권장량(20g당) 50 칼로리
일반 성인 하루 식품 권장량 2,000칼로리 기준, 6세 이상 어린이에게 권장
1회 섭취량 20g에 해당하는 영양성분 비율

ไขมันทั้งหมด 0ก. 0%

โปรตีน 0ก.

คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 13ก. 4%

น้ำตาล 12ก.

โซเดียม 0มก. 0%

⑤ 중량(น้ำหนักสุทธิ) : 400กรัม

⑥ 제조업체(ผลิตโดย:บริษัท) : ชบาบางกอก จำกัด 470 หมู่1ถ. สุขุมวิท ต.บางปูใหม่ อ.เมือง จังหวัด สมุทรปราการ10280

⑦ 판매업체(จัดจำหน่ายโดย) : บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรดดิ้ง จำกัด

⑧ 유통기한(ควรบริโภคก่อน) : ดูที่ฝา

지방 0g 0%,

단백질 0g

탄수화물 13g 14%

설탕 12g

소듐 0g 0%

⑤ 중량 : 400g

⑥ 제조업체 : chaba bangkok 주식회사 407 moo 1, skumvit road, Bangpumai, Samutprakan 10218

⑦ 판매업체 : Unilever Thai Trading

⑧ 유통기한 : 병 상단에 표시

4. 태국 유자차 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

유자차

유자차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

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

[표 4.5] 태국 통관 서류

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

자료 : 태국 관세청

5. 태국 유자차 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

유자차

유자차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 유자차 HS CODE 2008.30.90 관세 면제
- ▶ 태국, 한-아세안 FTA 발효로 협정세율 적용

유자차 수출 시 태국에서는 HS CODE 2008.30(감귤류 과실)의 2008.30.90(기타) 세 번이 적용됨.³⁸⁾ 태국 수출 시 기본 세율은 30% 또는 25바트(961원)³⁹⁾/kg이나, 2007년 6월 1일자로 발효된 한-아세안 FTA 협정으로 관세가 면제됨. 수입물품은 관세 외에도 부가가치세 7%를 납부해야 하며, 유자차는 소비세(excise tax) 중 설탕세의 대상 품목에 해당하여 설탕 함유량에 따라 최대 20%의 소비세를 납부해야 함

- 수입 서류 심사비용에 43달러(약 5만 원)⁴⁰⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(약 27만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 50시간 소요

[표 4.6] 한국-태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정)	
	2008.30	감귤류 과실	
	2008.30.1000	유자	
태국	2008.30.90	기타	
관세	기본관세율		30% 또는 25바트/kg
	협정 세율		0%
부가가치세			7%
소비세			최대 20%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

38) 태국의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2008.30 중 유자차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 태국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 문의할 수 있음

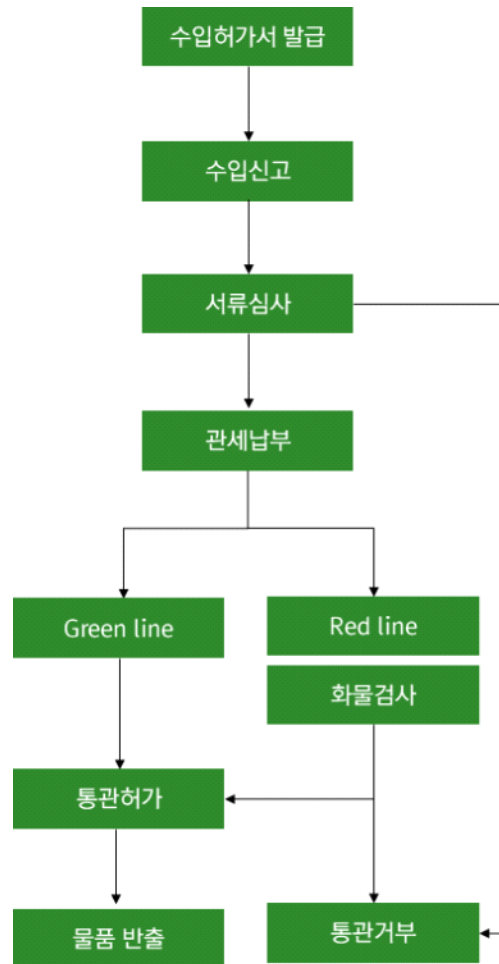
39) 1바트=38.45원 (2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

40) 1달러=1,165.30원 (2020.01.08., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

6. 태국 유자차 검역 심사

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

[표 4.7] 태국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Acid Treated Starch	GMP ⁴¹⁾
		Hydroxypropyl Starch	GMP
	유해물질	Copper (Cu)	20

자료 : KATI농식품수출정보

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

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

식품 첨가물 규정

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

유자차

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

[표 4.8] 태국 유자차 식품 첨가물 규정

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

자료 : KATI 농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 고메마켓(Gourmet Market)

Interview ② 김치 앤 푸드마트
(Kimchi & Foodmart)

Interview ③ 서울지드(Seoul Zeed)

Interview ④ 상기슈퍼마켓
(Sangki Supermarket)

Interview ⑤ 푸드코아(Food Koa)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 고메마켓
(Gourmet Market)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ajchariya
(Product manager)

태국 내 유자차의 수요는 낮은 편임

태국 내 유자차의 수요는 낮은 편이며, 시트러스 계열의 차 중에서는 레몬차의 인기가 가장 높습니다. 태국인들은 차갑게 마실 수 있는 차 제품을 선호하는데, 유자차는 대부분 따뜻하게 마시는 제품이어서 판매량이 낮습니다.

현지 소비자들은 따뜻한 차 제품을 선호하지 않음

태국은 덥고 습한 기후를 가지고 있어서, 현지 소비자들을 시원한 버블티나 차갑게 마실 수 있는 차 제품을 선호합니다. 따뜻한 차 제품은 날씨 때문이 아니라도 준비 과정이 번거로워 소비자들이 선호하지 않습니다.

Market Trend and Barrier

Kimchi & Foodmart

- 인터뷰 기업 : 김치 앤 푸드마트
(Kimchi & Foodmart)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jieun
(Manager)

태국 내 유자차의 인지도는 매우 낮음

태국 내 유자차의 인지도는 매우 낮은 편입니다. 태국에는 과일청이 흔치않아, 대부분의 소비자들은 유자차를 물에 타서 차로 마실 수 있는 제품이 아니라 잼이나 마멀레이드 같은 제품이라고 생각하는 경향이 있습니다.

유자차 수출 시, 제품 원료에 따라 품질테스트 필요함

수출하고자 하는 유자차 제품에 유자 껍질이 함유되어 있을 경우에는 수입 당국으로부터 몇 차례 품질 테스트 절차를 거쳐야 합니다. 또한, 제품의 설탕 함량이 높을 경우 설탕세가 부과될 수도 있습니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 서울지드
(Seoul Zeed)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ann
(Manager)

태국 내 유자차의 수요는 낮은 편임

저희는 레몬차, 유자차, 보리차 등 다양한 종류의 한국 차 제품을 판매하고 있는데, 그 중 유자차의 수요는 많지 않습니다. 유자차는 따뜻하게 마시는 제품이다 보니, 현지 소비자들이 선호하지 않는 것 같습니다.

태국 내 과일청의 인지도는 낮음

유자차는 대부분 과일청의 형태로 판매되고 있습니다. 하지만 현지 소비자들 중 과일청이 물에 타 마시는 제품임을 알지 못하는 사람들이 꽤 많기 때문에, 유자차를 잼이라고 생각해 빵에 발라먹는 용도로 구매하는 소비자들도 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 상기슈퍼마켓
(Sangki Supermarket)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Achara
(Manager)

과일청 중에서는 레몬청의 인기가 가장 높음

과일청 중에서는 레몬청의 인기가 가장 높으며, 유자 맛보다는 레몬 맛이 현지인들의 입맛에 더 맞아 선호도가 높습니다. 유자차는 매장에서 판매하는 다른 과일청 제품에 비해 수요가 낮습니다.

현지 소비자들은 플라스틱 병에 포장된 차 제품을 선호함

현지 소비자들은 따로 물에 타 마실 필요가 없는 플라스틱 병 형태의 차 제품을 선호합니다. 태국에는 완제품으로 출시되는 시원한 차 제품이 굉장히 많으며, 그 중 립톤(Lipton)과 오이시(Oishi) 제품의 인지도가 가장 높습니다.

Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 푸드코아
(Food Koa)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Dao
(Manager)

과일청은 현지 시장에서 매우 생소함

태국 내 과일청의 인지도는 매우 낮습니다. 태국의 현지 마트에서는 과일청을 판매하지 않으며, 과일청은 태국인들에게 매우 생소합니다. 현지 소비자들은 대부분 유자차를 보고 잼이나 마멀레이드라고 생각합니다.

과일차는 여성 소비자들이 선호함

과일차는 여성 소비자들 사이에서 수요가 많은 편입니다. 여성 소비자들은 과일차 외에도 과일주스 등 과일 맛이 나는 음료를 대체적으로 즐겨 마십니다. 그리고 부모들도 아이들의 건강을 고려하여 탄산음료 대신 과일 음료를 구매합니다.

Interview ① 고메마켓(Gourmet Market)

42)

고메마켓
(Gourmet Market)

전문가 소속

고메마켓
(Gourmet Market)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ajchariya
(Product manager)



고메마켓(Gourmet Market)

Product Manager, Ms. Ajchariya

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

고메마켓은 1981년에 설립된 슈퍼마켓 체인점으로, 태국 내 14개의 매장을 보유하고 있습니다. 신선과일, 채소, 해산물, 스낵류, 음료 등 다양한 종류의 식료품을 판매하고 있으며, 수입산 제품과 프리미엄 식료품을 주로 취급합니다. 오프라인 매장 외에도 홈페이지 및 모바일 앱을 통해 온라인 판매도 진행하고 있습니다.

Q. 태국 내 유자차의 수요는 어느 정도인가요?

태국 내 유자차의 수요는 낮은 편이며, 시트러스 계열의 차 중에서는 레몬차의 인기가 가장 높습니다. 매장에서 유자차를 판매하고 있지만, 구매하는 소비자들이 많지 않습니다. 태국인들은 따뜻한 물에 우려 마시는 티백이나 타 먹는 제형의 차를 선호하지 않는데, 태국 내 판매되는 유자차는 대부분 따뜻하게 마시는 티백 형태나 액상형태로 되어있어서 판매량이 낮습니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 차 제품은 무엇인가요?

태국은 덥고 습한 기후를 가지고 있어서, 현지 소비자들은 시원한 버블티나 차갑게 마실 수 있는 차 제품을 선호합니다. 따라서 태국 시장에서 인기 있는 차 제품은 대부분 캔이나 플라스틱 병에 담겨 바로 마실 수 있는 아이스티 형태로 되어 있습니다. 아이스티 중에서는 립톤(Lipton) 제품의 인지도가 가장 높으며, 티백 형태의 차 제품은 트와이닝(Twining) 제품의 인지도가 높습니다. A사 제품과 유사한 과일청 형태의 제품은 현지 시장에서 굉장히 생소합니다.

42) 사진자료: 고메마켓(Gourmet Market) 페이스북 홈페이지
(www.facebook.com/pages/Gourmet-Market-at-BI%3%BAport-Huahin/1061592250621396)

Q. 태국 시장에서 유자차를 판매한다면 수요가 있을까요?

유자차를 과일청 형태로 판매한다면, 태국에서의 수요는 많지 않을 것 같습니다. 우선, 과일청은 태국인들에게 생소한 제품입니다. 그리고 현지 소비자들은 더운 날씨로 인해 시원한 차를 즐겨 마시는데, 날씨 때문이 아니라도 따뜻한 차 제품은 준비 과정이 번거로워 더더욱 선호되지 않습니다. 만약 A사가 유자차를 바로 마실 수 있거나 쉽게 타먹을 수 있는 형태로 출시한다면 판매가능성이 더 높을 것입니다.

Q. 유자차는 어디에서 판매하면 좋을까요?

현재 차 종류를 포함한 음료 제품 대부분이 온라인보다 오프라인 매장에서 판매되고 있습니다. 그중에서도 소비자들이 언제든지 접근할 수 있는 슈퍼마켓 외부의 자판기나 편의점에서의 음료 판매율이 높은 편입니다. 하지만 유자차는 제품 특성상 자판기를 통해 판매하기가 어려울 것으로 판단되며, 바로 마실 수 있는 완제품으로 출시할 경우에는 자판기로 판매하는 것을 추천합니다.

Interview ② 김치 앤 푸드마트 (Kimchi & Foodmart)

43)

● 김치 앤 푸드마트
(Kimchi & Foodmart)

전문가 소속

김치 앤 푸드마트
(Kimchi & Foodmart)
소매업체

전문가 정보

Ms. Jieun
(Manager)

Kimchi & Foodmart



김치 앤 푸드마트(Kimchi & Foodmart) Manager, Ms. Jieun

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

김치 앤 푸드마트는 식료품 전문 소매업체로, 취급품목으로는 한국에서 수입한 음료류, 스낵류, 즉석식품, 소스류 등이 있습니다. 차 제품으로는 차갑게 마실 수 있는 립톤(Lipton) 브랜드의 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 유자차의 인지도가 어떻게 되나요?

태국 내 유자차의 인지도는 매우 낮습니다. 태국에는 과일청 형태의 차가 흔치않아, 대부분의 소비자들은 유자차가 물에 타서 차로 마실 수 있는 제품이 아니라 잼이나 마멀레이드 같은 제품이라고 생각합니다. 따라서 저희는 매장에 방문하는 현지 소비자들에게 유자차의 섭취 방법을 설명해주고 있습니다. A사 또한 태국에서 유자차를 판매하기 위해서는 제품의 특징이나 섭취방법을 소비자들에게 알리는 것이 중요합니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 차 제품은 무엇인가요?

태국인들은 차갑게 마실 수 있는 차를 선호합니다. 차의 맛으로는 레몬이나 복숭아와 같은 과일차의 인기가 높습니다. 태국 내 차 제품 브랜드로 립톤(Lipton)이 가장 유명합니다. 작년도 콤부차의 인기가 매우 높았으나 최근 콤부차가 복통, 설사 등의 부작용을 초래한 사례가 자주 발생하면서 콤부차의 수요가 많이 줄었습니다.

43) 사진자료: 김치 앤 푸드마트(Kimchi & Food mart) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/KimchiFoodmart/?tn-str=k*F)

Q. 태국 내 유자차의 수요는 어느 정도인가요?

태국 내 유자차의 수요는 낮은 편입니다. 많은 유자차 제품들이 '감기 예방'이라는 홍보 문구를 사용하는 경향이 있어서, 현지 소비자들은 유자차가 일반적인 차보다는 아프거나 추운 계절에 몸을 따뜻하게 만들어주기 위해 마시는 제품이라고 생각합니다. 일반적으로 태국인들은 차갑게 마실 수 있는 차 제품을 선호하는데, 소비자들은 유자차가 따뜻하게만 마실 수 있는 제품이라고 생각하기 때문에 선호도가 낮습니다. 유자차를 태국 소비자에게 판매하기 위해서는 유자차를 간편하게 차갑게 마실 수 있는 제품으로 소개하는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q. 차 제품의 수출 시 주의해야 할 사항이 있나요?

수출하고자 하는 유자차 제품에 유자 껍질이 함유되어 있을 경우에는 수입 당국으로부터 몇 차례 품질 테스트 절차를 거쳐야 합니다. 또한, 태국 정부는 태국인들의 설탕 소비량을 줄이려하고 있기 때문에, 제품의 설탕 함량이 높을 경우에는 설탕세가 부과된다는 점을 유의해야 합니다.

Interview ③ 서울지드(Seoul Zeed)

44)

서울지드
(Seoul Zeed)

전문가 소속

서울지드
(Seoul Zeed)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ann
(Manager)



서울지드(Seoul Zeed) Manager, Ms. Ann

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

서울지드는 2017년에 설립된 소매업체로, 다양한 종류의 한국 식품을 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 한국산 차, 과자, 음료수, 소스, 간편 식품 등이 있으며, 차 제품으로는 레몬차, 유자차, 보리차 등을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 유자차 수요는 어느 정도인가요?

저희는 레몬차, 유자차, 보리차 등 다양한 종류의 한국 차 제품을 판매하고 있는데, 그 중 유자차의 수요는 다른 차에 비해 많지 않습니다. 유자차는 일반적으로 따뜻하게 마시는 제품이다 보니, 현지 소비자들이 선호하지 않는 것 같습니다. 태국에서는 차 제품 중 홍차에 연유, 설탕, 우유 등을 넣어 만드는 타이 아이스티(Thai Ice Tea)의 인기가 압도적으로 높습니다. 현지 소비자들은 익숙한 맛과 향의 차를 선호하며, 차갑게 마시는 제품을 주로 구매합니다.

Q. 매장 내 유자차의 주 소비자층은 누구인가요?

유자차는 대부분 과일청의 형태로 판매되고 있으며, 과일청은 단 맛이 강하기 때문에 어린 아이들과 학생들이 주로 구매합니다. 하지만 현지 소비자들 중 과일청이 물에 타 마시는 제품임을 알지 못하는 사람들이 꽤 많기 때문에, 유자차를 쥬스라고 생각해 빵에 발라먹는 용도로 구매하는 소비자들도 있습니다.

Q. 차 제품은 주로 어디에서 판매되고 있나요?

차 제품은 대부분의 마트나 슈퍼마켓에서 판매하며, 자판기나 길거리 상인들을 통해 차를 구매하는 경우도 있습니다. 특히 태국에서 인기를 끌고 있는 타이 아이스티나 버블티의 경우, 태국 내 길거리 음식으로 자리 잡아 길가의 푸드트럭이나 상인들로부터 쉽게 구매할 수 있습니다.

44) 사진자료: 서울지드(Seoul Zeed) 홈페이지 (www.seoulzeed.com)

Interview ④ 상기슈퍼마켓(Sangki Supermarket)

45)

상기슈퍼마켓
(Sangki Supermarket)

전문가 소속

상기슈퍼마켓
(Sangki Supermarket)
소매업체

전문가 정보

Ms. Achara
(Manager)



상기슈퍼마켓(Sangki Supermarket)

Manager, Ms. Achara

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

상기슈퍼마켓은 방콕에 위치한 소매업체로, 한국식품을 전문으로 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 한국산 차, 라면, 김치, 과자, 주류 등이 있으며, 유자차, 생강차, 대추차, 보리차, 옥수수 차, 녹차 등 다양한 차 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 유자차 인지도 및 수요가 어느 정도인가요?

저희 매장은 한인마트이다 보니, 매장에 방문하는 소비자들은 유자차나 제품의 섭취방법에 대해 잘 알고 있는 편입니다. 하지만 유자차는 매장에서 판매하는 다른 과일청 제품에 비해 수요가 낮습니다. 과일청 중에서는 레몬청의 인기가 가장 높으며, 유자 맛보다는 레몬 맛이 현지인들의 입맛에 더 맞아 선호도가 높습니다.

Q. 태국 시장에서 수요가 많은 차 제품에는 어떤 것이 있나요?

현지 소비자들은 따로 물에 타 마실 필요가 없는 플라스틱 병, 캔 형태의 차 제품을 선호합니다. 태국에는 완제품으로 출시되는 시원한 차 제품이 굉장히 많으며, 그 중 립톤(Lipton)과 오이시(Oishi) 제품의 인지도가 가장 높습니다. 해당 제품들은 마트뿐만 아니라 음식점에서도 판매하기 때문에, 전반적으로 수요가 많은 편입니다.

Q. 현재 태국의 차 트렌드가 어떻게 되나요?

태국 차 제품 중에는 타이 아이스티의 인지도가 가장 높습니다. 대부분의 현지 소비자들은 타이 아이스티를 즐겨 마십니다. 그리고 최근 들어 태국을 포함한 동남아 지역에서 버블티의 인기가 급증했습니다. 이에 따라 태국 버블티 전문 매장이 많이 생겨났으며, 그만큼 버블티의 수요 또한 많아졌습니다.

45) 사진자료: 상기슈퍼마켓(Sangki Supermarket) 홈페이지 (www.sangkisupermart.com)

Interview ⑤ 푸드코아(Food Koa)

46)

푸드코아
(Food Koa)

전문가 소속

푸드코아
(Food Koa)
소매업체

전문가 정보

Mr. Dao
(Manager)



푸드코아(Food Koa) Manager, Mr. Dao

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

푸드코아는 한국 식료품 전문 소매업체로, 한국산 차, 라면, 소스, 냉동식품, 주류, 스낵 등을 취급하고 있습니다. 차 제품으로는 한국산 C사와 D사의 꿀 유자차, 블루베리 차 등이 있습니다.

Q. 태국 내 과일청의 인지도는 어느 정도인가요?

태국 내 과일청의 인지도는 매우 낮습니다. 태국의 현지 마트에서는 과일청을 판매하지 않으며, 과일청은 태국인들에게 매우 생소하여 구매하려는 소비자들이 많지 않습니다. 저희도 현재 유자차를 판매하고 있는데 판매량이 낮은 편이며, 현지 소비자들은 대부분 유자차를 보고 잼이나 마멀레이드라고 생각합니다.

Q. 태국 내 차 트렌드는 어떻게 되나요?

최근 태국에서는 밀크티와 버블티가 유행하고 있으며, 그 중에서도 아쌌 밀크티의 인기가 높습니다. 그리고 태국인들은 간편하게 마실 수 있는 RTD(Ready to Drink) 제품을 선호하기 때문에, 태국에서 판매하는 차 제품들은 대부분 플라스틱 병에 담겨있습니다. 태국인들은 물을 끓여 우려마시거나, 물에 타 마시는 차 제품을 선호하지 않습니다. 따라서 A사 제품도 바로 마실 수 있는 RTD 형태로 제작하여 판매하는 것이 현지 시장에 진출하기에 적합할 것 같습니다.

Q. 과일 맛 차 제품의 주 소비자층은 누구인가요?

과일차는 여성 소비자들 사이에서 수요가 많은 편입니다. 여성 소비자들은 과일차 외에도 과일주스 등 과일 맛이 나는 음료를 대체적으로 즐겨 마십니다. 이 외에도 아이를 기르는 부모들이 건강상의 목적으로 아이들이 좋아하는 탄산음료나 초콜릿 음료 대신 과일주스나 차를 구매합니다.

46) 사진자료: 푸드코아(Food Koa) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pages/Food-Koa/473737746163363)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Tea in Thailand, Country Report」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12.
2. 「The 2019 Household Socio-Economic Survey」, 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand), 2019.
3. 「Number of Population from Registration by Age Group Province and Region: 2009-2018」, 태국 통계청(National Statistical Office of Thailand), 2018.
4. 「Coffee in Thailand, Country Report」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12.
5. 「Tesco Annual Report 2019」, Tesco, 2019.
6. 「2017 Retail Foods Thailand」, USDA Gain Reports, 2017.12.28.
7. 「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. 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 홈페이지 (koreangayashop.com)
5. 지두방마켓(JidubanG-Market) 페이스북 페이지 (facebook.com/JidubanG-market-2108594952713972)
6. 네이션타일랜드(Nation Thailand) 홈페이지 (nationthailand.com)
7. 테스코로터스(Tesco Lotus) 홈페이지 (tescolotus.com)
8. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)
9. 카오소드잉글리시(Khaosodenglish) 홈페이지 (khaosodenglish.com)
10. 브랜드뉴데이아시아(Brandnewdayasia) 홈페이지 (brandnewday.asia)
11. 빅씨(Big C) 홈페이지 (bigc.co.th)
12. 아이지디아시아(IGDAsia) 홈페이지 (igd.com)
13. 탑스(Tops) 홈페이지 (tops.co.th)
14. 센트랄푸드리테일(Centra Food Retail) 홈페이지 (corporate.tops.co.th)
15. 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter) 홈페이지 (thaismecenter.com)
16. 빌라마켓(Villa Market) 홈페이지 (shoponline.villamarket.com)
17. 방콕포스트(Bangkok Post) 홈페이지 (bangkokpost.com)
18. 리테일가제트(Retailgazette) 홈페이지 (retailgazette.co.uk)
19. 비비씨뉴스(BBC) 홈페이지 (bbc.co.uk)
20. 더썬(Thesun) 홈페이지 (thesun.co.uk)
21. 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review) 홈페이지 (asia.nikkei.com)
22. 넥스트샤크(Nextshark) 홈페이지 (nextshark.com)
23. 브랜드인사이드(Brand inside) 홈페이지 (brandinside.asia)
24. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (7eleven.co.th)
25. 씨피올(CPAll) 홈페이지 (cpall.co.th)
26. 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지 (familymart.co.th)
27. 태국 식품의약청 (FDA) (www.fda.moph.go.th)
28. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
29. 태국 공중보건부 (www.moph.go.th)
30. 태국 농업협동조합부 (eng.moac.go.th)
31. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
32. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

33. 고메마켓(Gourmet Market) 페이스북 홈페이지
(www.facebook.com/pages/Gourmet-Market-at-B1%C3%BAport-Huahin/1061592250621396)
34. 김치 앤 푸드마트(Kimchi & Food mart) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/KimchiFoodmart/?tn-str=k*F)
35. 서울지드(Seoul Zeed) 홈페이지 (www.seoulzeed.com)
36. 상기슈퍼마켓(Sangki Supermarket) 홈페이지 (www.sangkisupermart.com)
37. 푸드코아(Food Koa) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pages/Food-Koa/473737746163363)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.02.07.

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

