



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-16

품목 | 가정용 간편식(Home Meal Replacement)

국가 | 태국(Thailand)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 태국 가정용 간편식 시장규모	13
2. 태국 가정용 간편식 수출입 시장규모	15
3. 태국 가정용 간편식 소비 시장규모	18

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 태국, 가정용 간편식보다 일반 간편식 인지도 높은 편	25
2. 태국 한식, 라면 또는 김치 많이 판매	26
3. 태국 가정용 간편식, 직장인 주로 섭취	27
4. 태국 한식 소비자, 한류 문화 유입 많아	28

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 태국 가정용 간편식 진출 가능 유통구조	30
2. 태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 유통업체	31
3. 태국 가정용 간편식 진출 가능 B2C 소매채널	33

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 태국 가정용 간편식 인증 취득	54
2. 태국 가정용 간편식 사전 절차	56
3. 태국 가정용 간편식 라벨 심의	57
4. 태국 가정용 간편식 서류 준비	59
5. 태국 가정용 간편식 세금 납부	60
6. 태국 가정용 간편식 검역 심사 절차	62
7. 수출 대상국가(태국) 관련 규제 정보	64

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 테스코로터스(Tesco Lotus)	67
Interview ② 패밀리마트(Family Mart)	69
Interview ③ 프레쉬마트(Fresh Mart)	71
Interview ④ 지피타일랜드(Jiffy Thailand)	72
Interview ⑤ 로손108(Lawson 108)	74

VII. 시장진출제언(Export Insight)

※ 참고 문헌	78
---------	----

I . 요약(Summary)

Summary

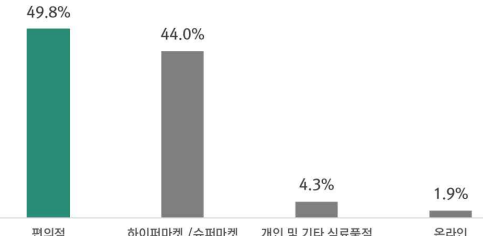
▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰
 간편조리식품/ 냉동 간편조리식품 (간편조리식품 시장의 약 59%)	시장규모	간편조리식품 7,403억 원	편의점 체인이 늘면서 간편식을 접할 기회가 많아짐
		냉동 간편조리식품 4,332억 원	
 돼지목살 조제품 대한민국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 약 98%)	수입규모 (돼지목살 조제품)	글로벌 318만 원	
		한국 310만 원	
소비 시장규모	태국 10~30대 인구	2,759만 7,000명	
	태국 가구당 평균소득	99만 원	

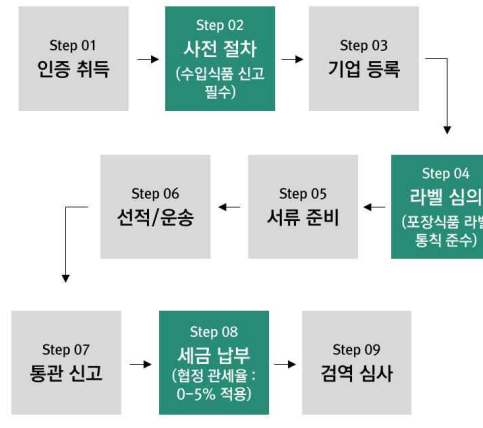
▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
 가정용 간편식 인지도	가정용 간편식 인지도	쌀국수 2nd / 117건	태국 가정용 간편식 주 소비자는 시간이 부족한 직장인과 학생층임 - 태국 소비자, 저렴한 가격과 높은 품질을 가정용 간편식의 주요 구매요인으로 여김
		한국 6th / 50건	
 가정용 간편식 소비 특징	한식 인지도	라면 1st / 936건	
		김치 2nd / 839건	
가정용 간편식 소비 특징	가정용 간편식 소비 특징	빠른 1st / 67건	
		가격 2nd / 47건	

▶ 유통 채널

	시장 점유율	전문가 인터뷰
	편의점 49.8%	세븐일레븐(7 Eleven)에서 가정용 간편식의 유통이 가장 활발히 이뤄짐
	하이퍼마켓/슈퍼마켓 44.0%	
	개인 및 기타 식료품점 4.3%	
	온라인 1.9%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
	인증취득	필수 필수인증 없음	(-)
	사전절차	선택 HACCP, ISO 22000등	
	사전절차	필수 수입식품 신고 필수	
	사전절차	담당 기관 태국 식품의약청	
	라벨 표기사항	포장식품 라벨 통칙 CODEX STAN 1-1985 준수	
	서류 준비사항	수입신고서 등 7건	
	세금납부	기본 관세율 30%	
	세금납부	FTA 협정 관세율 소고기 간편식 0% 돼지고기 간편식 5%	
	세금납부	부가가치세 0~10%	

- ▶Point 01. 태국 가정용 간편식 주 소비층은 시간이 부족한 직장인 소비자 및 학생 소비자임
- ▶Point 02. 태국 소비자들은 가정용 간편식 구매 시 저렴한 가격을 중요시하며, 높은 품질 및 건강한 간편식에 대한 인기가 많음
- ▶Point 03. 태국 식품 수출 시 태국 식품의약청에 수입식품을 신고해야 하며, 육류식품첨가물에 대한 별도의 관련 규정을 준수해야 함

Market Size

(시장규모)

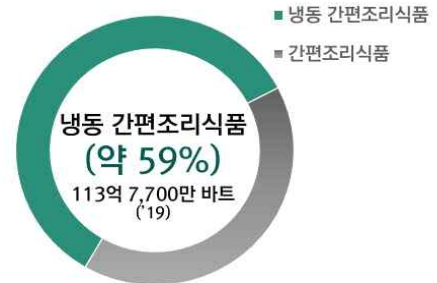
태국(Thailand)

가정용 간편식 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(냉동 간편조리식품)

- 태국 간편조리식품(Ready Meals)¹⁾ 시장규모
..... 194억 4,100만 바트('19)
- 태국 냉동 간편조리식품(Frozen Ready Meals)²⁾ 시장규모
..... **113억 7,700만 바트('19)**

(*) Euromonitor International



가정용 간편식 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(돼지육)

- HS 1602.42³⁾ '육(肉) · 설육(肩肉)이나 피(blood)를 전 중량의 20%를 초과 함유한 조제식품 중 돼지 어깨살과 그 절단육'
태국 對 글로벌 수입규모
..... 2,684달러('19)
- HS 1602.42 '육(肉) · 설육(肩肉)이나 피(blood)를 전 중량의 20%를 초과 함유한 조제식품 중 돼지 어깨살과 그 절단육'
태국 對 한국 수입규모
..... **2,622달러('19)**

(*) UN Comtrade



가정용 간편식 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '가정용 간편식'은 바쁜 현대인들이 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 간편식임. 이에 태국의 인구 동향이나 타겟소비자 층인 20~40대 규모 파악을 위해 '태국 연령대별 인구'를 조사함. 또한, 향후 태국 시장 진출 시, 잠재고객이 있는 지역의 선정과 가정용 간편식에 추가적인 비용 지출이 가능한 소비자 규모를 파악하기 위해 '태국 소득분위별 및 지역별 월평균 소득'을 조사함.

① 태국 연령대별 인구('19)

단위: 천 명

전체	남 : 33,905 / 여 : 35,720
10~19세	남 : 4,430 / 여 : 4,199
20~29세	남 : 4,864 / 여 : 4,753
30~39세	남 : 4,647 / 여 : 4,704

② 태국 지역별 가구당 평균소득('19)

단위: 바트

전체 평균	2만 6,018바트
방콕 대도시	3만 7,751바트
중앙 지역	2만 5,782바트
남부 지역	2만 5,647바트
북동 지역	2만 600바트
북부 지역	2만 270바트

(*) 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 태국통계국(National Statistical Office Thailand)

1) 간편조리식품(Ready Meals): 상온, 냉동, 건조, 냉장보관 형태의 모든 간편조리식품을 지칭함

2) 냉동 간편조리식품(Frozen Ready Meals): 간편조리식품의 하위 품목으로 육류, 가공육, 어류 등을 포함한 냉동 된 간편조리식품을 지칭함

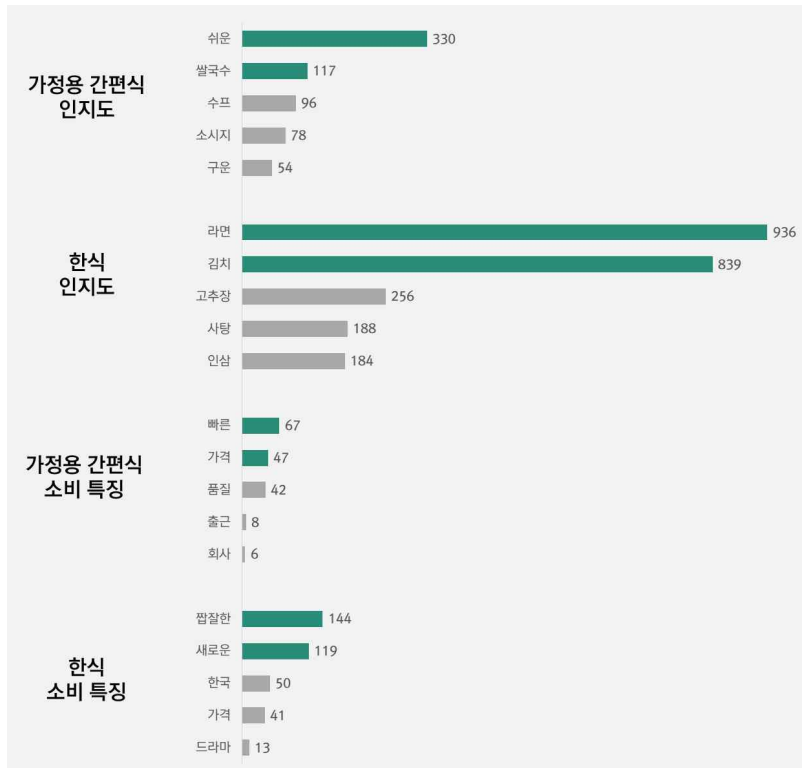
3) HS CODE 1602.42: 조사제품 '가정용 간편식'은 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 돼지육을 포함한 간편식으로, '육(肉) · 설육(肩肉)이나 피(blood)를 전 중량의 20% 초과 함유한 조제식품'에 분류됨. 이에 '어깨살과 그 절단육'인 HS CODE 1602.42를 지표로 설정함

Market Trend

(시장 트렌드)

태국(Thailand)

가정용 간편식 소비 실태 분석 결과



■ 태국 가정용 간편식 특징

가정용 간편식 인지도 아직 낮은편
쌀국수·수프·소시지 빈출
한국 라면·김치 진출



■ 태국 가정용 간편식 특징

■ Trend ①

한식, 라면·김치

‘한국 라면 판매량 매우 높아’
‘한국 김치, 현지인들에게도 인기’

■ Trend ②

가정용 간편식 - 직장인

‘시간 단축 필요한 소비자 구매’
‘가격 역시 중요한 요소’

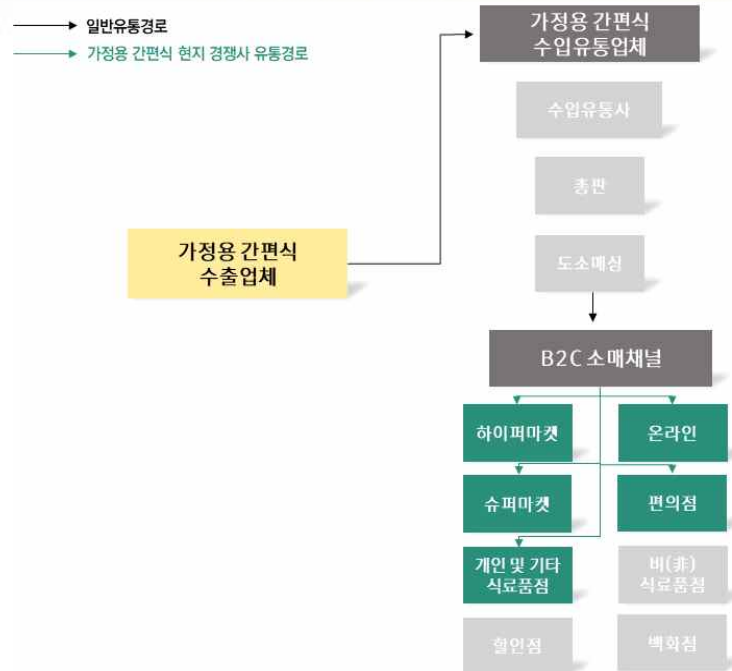
■ Trend ③

한식 - 한류 수요

‘한류 문화를 통한 유입 다수’
‘한식 맵고 짜다고 평가’

Distribution Channel

(유통채널)



태국(Thailand)

가정용 간편식 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	편의점 ⁷⁾	49.8%	세븐일레븐(7 Eleven), 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express), 패밀리마트(Family Mart)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	44.0%	테스코 로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland)
	개인 및 기타 식료품점 ⁸⁾⁹⁾	4.3%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 돈돈돈키(Don Don Donki)
	온라인	1.9%	라자다(Lazada), 쇼피몰(Shopee), 아마존(Amazon)

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

4) 2019년 기준, 태국 내 '간편조리식품(Ready Meals)'의 유통채널 점유율임

5) '가정용 간편식'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '간편조리식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 태국 유통채널로 외국계 기업도 포함됨

7) 편의점은 주유소 매점을 포함함

8) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크 등을 포함함

9) 본 보고서에서는 개인 식료품점을 아시안마트와 한인마트로 조사함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th
Step 02. 사전 심사	• 수출업체 등록 - 태국 세관에 기업정보 등록 - 디지털 인증서 획득 • 수입식품 등록 - 수입식품 신청서 제출	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.bir.gov.ph (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 03. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 태국 라벨 규정 준수 의무	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 공중보건부 - 문의처 : www.moph.go.th
Step 04. 서류 준비	- 일반 서류 - 원산지증명서	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 05. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 06. 통관 신고	• 수입신고 - 온라인 전자세관시스템 통해 진행 - 선하증권 포장 명세서, 상업송장 등	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.gov.ph (*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 07. 세금 납부	• HS-CODE 1602.50-00, 1602.42-10, 1602.49-91 • 협정 관세율 0% • 부가가치세 0 - 10%	(*) 태국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.th
Step 08. 검역 심사	• 서류 심사 • 제품 검사 - 세금 납부 후 품목 별 물품 검사 진행	(*) 태국 식품의약청 - 문의처 : www.fda.moph.go.th (*) 태국 농업협동조합부 - 문의처 : eng.moac.go.th

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 패밀리마트
(Family Mart)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kriang Krai
(Assistant department
manager)

태국 내 간편식의 선호도 높음

가정용 간편식은 경제력이 어느 정도 있는 학생, 직장인, 도시 중심부에 거주하는 소비자들이 주로 구매합니다. 간편식보다 더 저렴한 다른 식사메뉴가 있지만, 간편식은 꾸준히 소비자들에게 선호되고 있는 제품입니다.

태국의 한인타운 수쿰빗프라자에서 한식을 주로 판매

한국산 간편식은 태국의 한인타운인 수쿰빗프라자(Sukhumvit Plaza)에서 주로 판매되고 있으며 대부분의 한식당과 한국 편의점이 수쿰빗프라자에 많이 위치하고 있습니다.

Market Trend and Customer



- 인터뷰 기업 : 부츠
(Boots)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Helen Normoyle
(Marketing Director)

간편식은 주로 가정용이 아닌 1인용으로 판매

가정에서 식사하는 경우에는 편의점 간편식을 잘 구매하지 않는 편입니다. 특히 아이가 있는 부모님들은 아무리 일이 바빠도 주변 식당에서 음식을 포장해오는 편이며 아이에게 전자레인지에 돌린 간편식을 먹이지는 않습니다.

간편식의 주요 소비자는 바쁜 직장인

태국 소비자들은 간편식 제품보다 조리한 음식을 더욱 선호하는 편입니다. 그러나 바쁜 라이프스타일로 인해 직장인들은 어쩔 수 없이 간편식을 구매하여 간단히 식사를 해결하기도 합니다.

Market Price and Demand



- 인터뷰 기업 : 프레쉬마트
(Fresh Mart)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Chatchai
(Chilled Foods Manager)

400g 제품에 45바트가 가장 평균적

간편식 제품의 경우 400g에 45바트(한화 약 1,710원) 정도가 가장 평균적인 용량과 가격입니다. 만약 음식의 양이 늘어난다면 그 비율만큼 가격을 높이는 것이 합리적입니다.

돼지고기 간편식의 수요가 높을 것으로 예상

돼지고기 제품의 수요가 높을 것으로 예상합니다. 왜냐하면, 태국에서는 돼지고기의 선호도가 매우 높고 가장 인기 있는 즉석조리식품 중 하나가 돼지고기 볶음 쌀국수 제품이기 때문입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 지피타일랜드
(Jiffy Thailand)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nattapong
(Store Manager)

태국 학생들 사이에서 간편식이 트렌드

태국 학생들 사이에서는 편의점에서 판매하는 간편식이 재료 하나하나를 구매하여 요리하는 것보다 저렴하다는 인식이 있고 특히 수입산 브랜드 간편식을 구매하여 먹는 것이 트렌드하다고 생각하는 경향이 있습니다.

한국산 소스 및 조미료가 인기

한식 자체의 메뉴보다는 간장 같은 한국산 소스나 조미료의 인기가 더욱 높은 편이며 태국 현지 음식 조리 시 다양한 방식으로 사용되고 있습니다. 태국에서 한식의 주요 소비자는 태국에 거주하는 한국인과 K팝 팬이며 태국 내 한식당도 점점 늘어나고 있습니다.

Market Customer and Preference



- 인터뷰 기업 : 로슨108
(Lawson 108)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chalerm
(Inventory Control
Manager)

학생은 가격을, 직장인은 간편성을 중요시

주요 소비자들은 학생과 직장인인데, 학생들은 구매력이 부족하기 때문에 가격과 양을 더욱 중요시하는 반면, 어느 정도 구매력이 있는 직장인들은 터무니없이 높은 가격이 아니라면 얼마나 간편하게 먹을 수 있느냐를 더 중요시합니다.

태국 전통 음식이나 태국식으로 현지화된 간편식 제품이 인기

태국에서 가장 인기 있는 간편식은 태국 전통 음식이거나 태국식으로 현지화된 제품입니다. 현지 브랜드의 매운다진돼지고기, 닭고기 덮밥, 돼지고기쌀국수, 파냉커리(Panaeng Curry)¹⁰⁾ 등이 인기 있습니다.

10) 땅콩을 넣어 달콤하게 만든 태국식 커리

II. 시장규모(Market Size)

1. 태국 가정용 간편식 시장규모
2. 태국 가정용 간편식 수출입 시장규모
3. 태국 가정용 간편식 소비 시장규모

1. 태국 가정용 간편식 시장규모¹¹⁾

태국 국가 일반 정보¹²⁾

면적	51.3만km ²
인구	6,918만 명
GDP	4,872억 달러
GDP (1인당)	7,187달러

조사 사항: 조사제품인 '가정용 간편식'은 육류, 가금류 등으로 만들어진 냉동 가정용 간편식임. 이에 제품의 유형(냉동 간편조리식품)을 기준으로 가금류, 육류, 생선, 야채 등으로 조리된 냉동 간편식인 '냉동 간편조리식품'과 상위 품목인 '간편조리식품'의 시장규모를 조사함

▶ 2015-2019년, 태국 '간편조리식품' 시장규모, 연평균성장률 10%

지난 5년(2015-2019년)간 태국의 '간편조리식품' 시장규모는 연평균 10% 증가하여 2019년 194억 4,100만 바트를 기록함. 동기간 '냉동 간편조리식품' 시장규모는 연평균 12%의 성장률을 보이며 2019년 113억 7,700만 바트를 기록함

▶ 2020-2024년, 태국 '냉동 간편조리식품' 시장규모, 연평균성장률 12%

향후 5년(2020-2024년)간 태국의 '간편조리식품' 시장규모는 연평균 10% 증가하여 2024년에는 318억 4,800만 바트를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '냉동 간편조리식품' 시장규모는 연평균 12%의 증가율 수준으로 2024년 190억 900만 바트를 기록할 것으로 예측됨

▶ 태국 간편조리식품 시장, 노인 소비층 위한 간편식이 향후 성장 가능성 높음

유로모니터에 따르면, 태국 간편조리식품 시장에서 향후 성장 가능성이 높은 품목은 노인 소비층을 위한 간편식임. 현재 태국 시장 내에는 씹고 삼키기 어려운 노인 소비층을 위한 제품이 부족하며, 시중에 유통되는 일부 제품은 수입산이기 때문에 가격이 비싼 편임. 따라서 합리적인 가격에 노인 소비층이 먹기 쉬운 간편조리식품이 향후 태국 시장에서 수요가 높을 것으로 예상됨

▶ 태국 소비자, 건강한 재료로 구성된 MSG가 적은 간편조리식품 선호

태국 소비자들은 바쁜 라이프스타일로 인해 간편조리식품에 대한 수요가 높음과 동시에 건강에 민감한 편임. 따라서 태국 간편조리식품 시장에서는 닭가슴살이나 생선, 야채 등 건강한 재료를 사용하고 MSG를 줄인 간편조리식품이 증가하고 있음. 이와 더불어 비건이나 할랄 간편조리식품 역시 시장에서 흔히 유통되기 시작함

▶ 편의점 유통, 태국 간편조리식품 시장규모 성장의 주요 원동력

태국 편의점 유통 시장규모의 성장은 간편조리식품 시장규모 성장의 원동력으로 작용하고 있음. 이는 소비자들이 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓보다 편의점에서 간편조리식품을 구매하는 경향이 커지기 때문임. 또한 편의점이 다른 유통채널보다 유통 회전율이 빠르다는 점 역시 편의점에서의 간편조리식품 유통을 증가시키고 있음

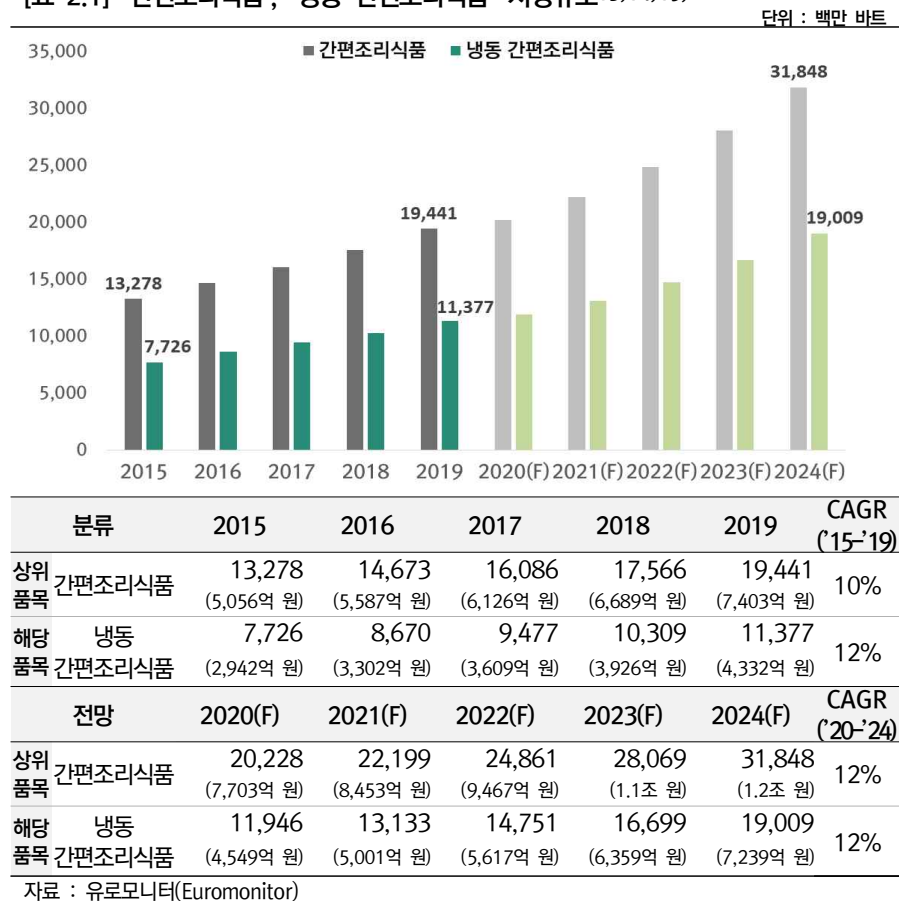
11) 자료 : 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Thailand」, 2019

12) 자료 : 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

▶ 짜른포카판푸드(Charoen Pokphand Food), 태국 간편조리식품 시장 선두 기업

짜른포카판푸드(Charoen Pokphand Food)는 태국 간편조리식품 시장의 선두주자로, 이지고(Ezy Go), 세븐프레쉬(7Fresh) 등 다양한 간편조리식품 브랜드를 출시해 냉장 및 냉동 간편조리식품 시장 성장을 이끌었음. 태국 전통 음식 뿐 아니라, 한식, 일식, 양식 등 다양한 종류의 간편조리식품을 개발해 시중으로 유통하고 있으며, 자사 보유 유통 채널인 세븐일레븐(7 Eleven)을 통한 대대적인 유통으로 시장 선두 자리를 계속 유지할 것으로 예측됨

[표 2.1] '간편조리식품', '냉동 간편조리식품' 시장규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾



13) 1바트 = 38.08원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 바트)는 십만 단위에서 모두 반올림됨

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 천만 단위에서 모두 반올림됨

2. 태국 가정용 간편식 수출입 시장규모

HS CODE 1602.50 : A사의 가정용 간편식 제품은 소고기, 돼지고기 등을 재료로 사용해 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 제품임. 이에 '육(肉)·설육(脰肉)이나 피(blood)가 전 중량의 20%를 초과 함유된 조제식품 중 소로 만든 것'인 HS CODE 1602.50을 첫 번째 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 15%

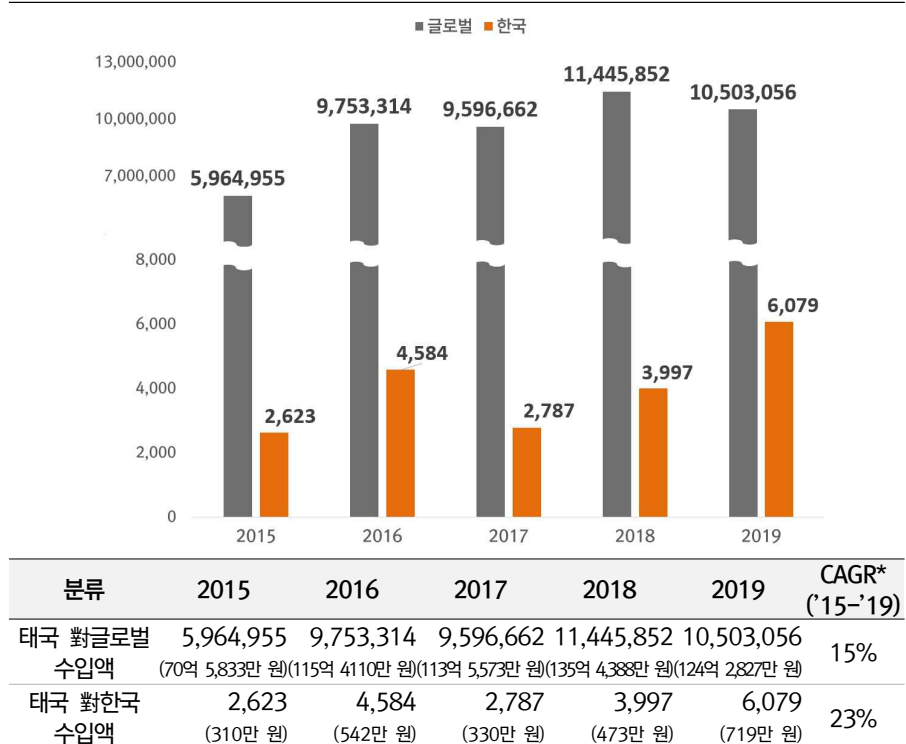
태국 HS CODE 1602.50 품목(소고기 조제품)의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 15%의 성장세를 보이며 2019년 1,050만 3,056달러를 기록함. 특히 2016년에 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음. 태국 HS CODE 1602.50 품목의 수입상대국 1위는 호주이며, 2019년을 기준으로 993만 8,759달러(약 117억 6,053만 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 95%를 차지함

▶ 2015-2019년, 태국 對한국 수입액 연평균성장률 23%

태국 HS CODE 1602.50 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 23%의 성장세를 보이며 2019년 6,079달러를 기록함. 이는 태국 對글로벌 수입액의 0.06%에 해당함. 특히, 2019년에 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음

[표 2.2] 태국 HS CODE 1602.50 수입 규모¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 달러



자료 : UN Comtrade HS CODE 1602.50 기준

16) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 천 단위에서 모두 반올림됨

HS CODE 1602.42 : A사의 가정용 간편식 제품은 소고기, 돼지고기 등을 재료로 사용해 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 제품임. 이에 ‘육(肉)·설육(肩肉)이나 피(blood)가 전 중량의 20%를 초과 함유한 조제식품 중 돼지 어깨살과 그 절단육’인 HS CODE 1602.42를 두 번째 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 32% 하락

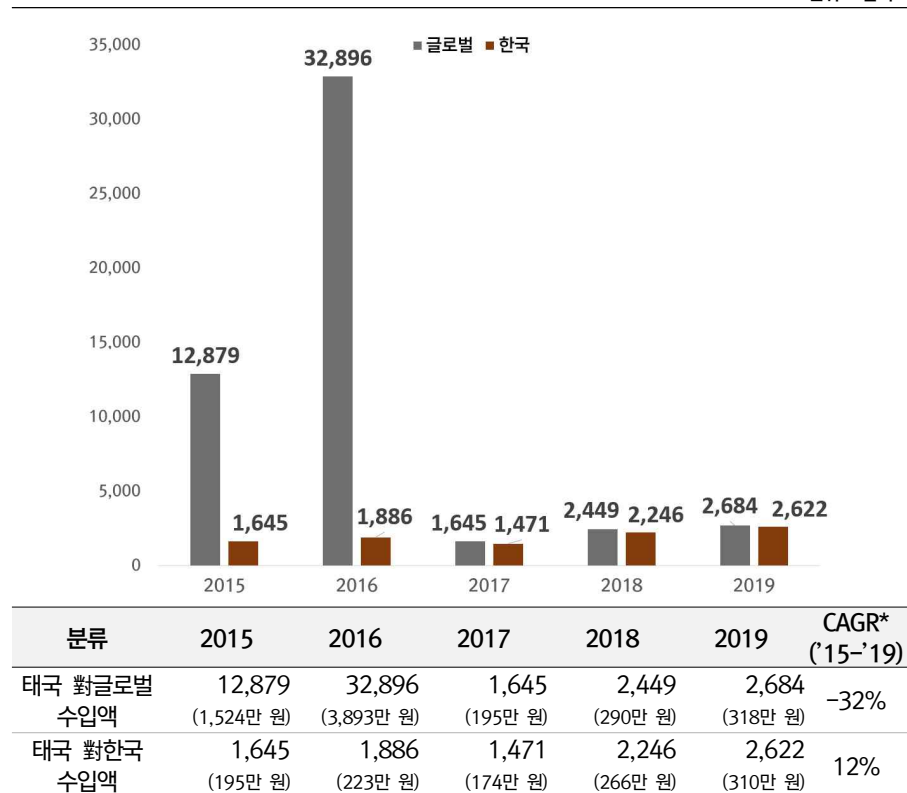
태국 HS CODE 1602.42 품목(돼지목살 조제품)의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 32%의 하락세를 보이며 2019년 2,684달러를 기록함. 특히 2017년에 전년 대비 가장 가파른 하락세를 보였음. 태국 HS CODE 1602.42 품목의 수입상대국 1위는 한국임

▶ 2015-2019년, 태국 對한국 수입액 연평균성장률 12%

태국 HS CODE 1602.42 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 12%의 상승세를 보이며 2019년 2,622달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 98%에 해당함

[표 2.3] 태국 HS CODE 1602.42 수입 규모¹⁸⁾

단위 : 달러



자료 : UN Comtrade HS CODE 1602.42 기준

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 천 단위에서 모두 반올림됨

HS CODE 1602.49 : A사의 가정용 간편식 제품은 소고기, 돼지고기 등을 재료로 사용해 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 제품임. 이에 ‘육(肉)·설육(屑肉)이나 피(blood)가 전 중량의 20%를 초과 함유한 조제식료품 중 돼지 기타 혼합물을 포함하는 기타 식료품인 HS CODE 1602.49를 세 번째 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 태국 對글로벌 수입액 연평균성장률 34% 하락

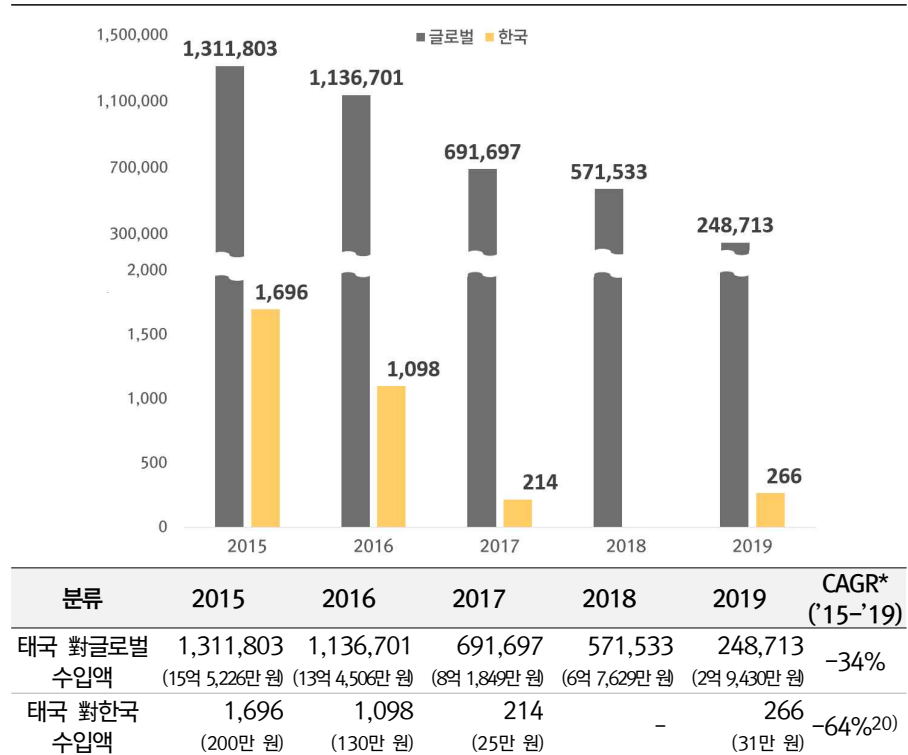
태국 HS CODE 1602.49 품목(돼지 기타 부위 조제품)의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 34%의 하락세를 보이며 2019년 24만 8,713달러를 기록함. 특히 2017년에 전년 대비 가장 가파른 하락세를 보였음. 태국 HS CODE 1602.49 품목의 수입상대국 1위는 싱가포르이며, 2019년 기준 15만 7,905달러(약 1억 8,684만 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 64%를 차지함

▶ 2019년, 태국 對한국 수입액 266달러

태국 HS CODE 1602.49 품목 對한국 수입은 지난 3년(2015-2017년)간 연평균 64%의 하락세를 보였으며, 2019년에 266달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 0.1%에 해당함. 특히, 2017년에 전년 대비 가장 가파른 하락세를 보였음

[표 2.4] 태국 HS CODE 1602.49 수입 규모¹⁹⁾

단위 : 달러



자료 : UN Comtrade HS CODE 1602.49 기준

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 천 단위에서 반올림됨

20) 수입액이 확인된 2015-2017년지의 연평균성장률임

3. 태국 가정용 간편식 소비 시장규모

조사제품 ‘가정용 간편식’은 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 간편식이며, 10-30대가 주요 소비층임. 이에 태국 내 잠재적 소비자인 10-30대의 인구규모 파악을 위해 ‘태국 성별 및 연령대별 인구규모’를 조사함

1) 태국 성별 및 연령대별 인구규모

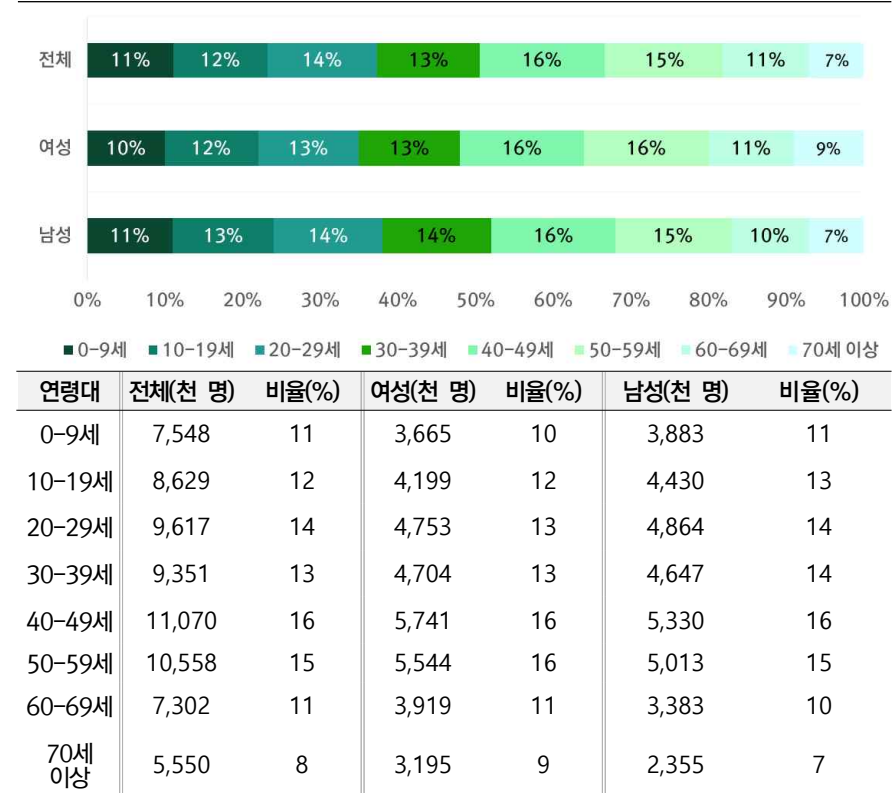
▶ 2019년, 태국 10-30대 인구 2,759만 7,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 태국의 총 인구는 6,962만 5,000명임. 그 중 10-30대 인구는 전체 인구의 37%인 2,759만 7,000명으로 확인됨. 태국 여성 인구는 3,572만 명으로 남성보다 적으며, 10-30대 여성은 전체 여성 인구의 38%에 해당하는 1,365만 6,000명임

방콕포스트(Bangkok Post)²¹⁾에 따르면, 태국의 경우 고령화가 서서히 진행 중이며 태국의 젊은 세대인 Y세대(만 19-38세)가 자녀를 갖지 않는 이유로 사회적 환경과 경제적 부담을 꼽음

[표 2.5] 2019년 태국 성별 및 연령대별 인구규모²²⁾

단위 : %, 천 명



자료 : UN경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

21) 방콕포스트(Bangkok Post), 「Elderly face increasing burden」, 2019

22) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

2) 태국 지역별 가구당 평균 소득

2018년 1-2인 가구
월평균 지출 비용

단위 : 바트, %

지출(바트)	1-2인 가구 (%) ²⁴⁾
500-1500	0.5
1,500-3,000	10.8
3,000-5,000	24.8
5,000-10,000	35.7
10,000-15,000	15.4
15,000-30,000	10.6
30,000-50,000	1.8
50,000 이상	0.4

자료 : 태국통계국(NSO)

조사 제품 ‘가정용 간편식’은 짧은 시간에 간편히 조리해 먹을 수 있는 간편식임. 이에 가정용 간편식에 추가적인 비용 지출이 가능한 소비자 규모를 파악하기 위해 ‘태국 소득분위별 및 지역별 월평균 소득’을 조사함

▶ 2019년, 태국 전체 가구당 평균소득 2만 5,647바트

태국통계국(National Statistical Office Thailand)에 따르면, 2019년 태국 전체 가구당 평균소득은 2만 5,647바트(약 99만 원)로 확인됨. 가장 높은 평균소득을 기록한 지역은 방콕 대도시 지역으로, 3만 7,751바트를 기록함. 방콕 대도시 지역에서 가장 높은 평균소득을 가진 지역은 빠툼 타니(Pathum Thani)로, 4만 6,978바트(약 179만 원)를 기록함. 반면 북부 지역은 가구당 2만 270바트로 가장 낮은 평균소득을 기록함

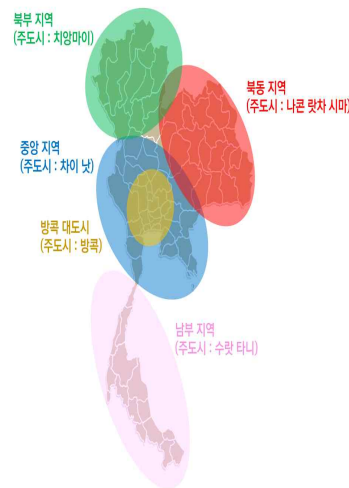
2018년 태국 내 1-2인 가구 월평균 지출 비용의 경우, 5,000-1만 바트(약 19-38만 원)가 전체 1-2인 가구 중에 35.7%로 가장 많았음. 그다음으로 24.8%의 1-2인 가구가 3,000-5,000바트(약 11-19만 원)를 달마다 지출하는 것으로 확인됨

[표 2.6] 2019년 태국 지역별 가구당 평균소득²³⁾

단위 : 바트

지역명	주요도시	평균소득
방콕 대도시	방콕 (Bangkok)	37,751
		(144만 원)
중앙 지역	차이낫 (Chai Nat)	25,782
		(98만 원)
북부 지역	치앙마이 (Chiang Mai)	20,270
		(77만 원)
북동 지역	나콘라차시마 (Nakhon Ratchasima)	20,600
		(78만 원)
남부 지역	수랏타니 (Surat Thani)	25,647
		(98만 원)

자료 : 태국통계국(NSO)



23) 태국통계국(NSO), 「The Household Socio-Economic Survey」, 2019

24) 총 1-2인 가구 수 기준으로 비율을 설정함

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 태국, 가정용 간편식보다 일반 간편식 인지도 높은 편
2. 태국 한식, 라면 또는 김치 많이 판매
3. 태국 가정용 간편식, 직장인 주로 섭취
4. 태국 한식 소비자, 한류 문화 유입 많아

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



① 태국 가정용 간편식 관련 기사 데이터 수집(*)

수집원 : 태국 언론 매체 및 라이프스타일 매거진

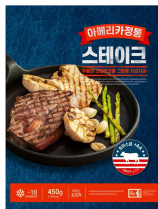
② 태국 가정용 간편식 관련 소비자 데이터 수집(*)

수집원 : Lazada(www.lazada.co.th)

Shopee(shopee.th)

Mybest(my-best.in.th)

데이터 분류 키워드집



가정용 간편식, 한식
(검색어)



① 수집 데이터 정의

수집 키워드 : 가정용 간편식(อาหารจานด่วนที่บ้าน), 한식(อาหารเกาหลี)

② 수집 데이터 정제

정제 데이터 추출 : 가정용 간편식, 한식 관련 데이터 3045건 추출

데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



① 데이터 분석 배경 및 목적

태국 가정용 간편식 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

키워드 분석

가정용 간편식 관련 키워드집 구축(**)

키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	28,312건

데이터 정제

정제 키워드	가정용 간편식 (อาหารจานด่วนที่บ้าน) 한식 (อาหารเกาหลี)
정제 데이터	6,641건

○ 데이터 수집

- 태국 가정용 간편식 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 태국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.co.th	온라인쇼핑몰
02	Shopee	shopee.th	온라인쇼핑몰
03	mybest	my-best.in.th	언론매체
04	springnews	www.springnews.co.th	언론매체
05	amarintv	www.amarintv.com	언론매체
06	dailynews	www.dailynews.co.th	언론매체
07	thairath	www.thairath.co.th	언론매체
08	chiangmainews	www.chiangmainews.co.th	언론매체
09	praeuw	praeuw.com	언론매체
10	Sentangsettee	www.sentangsettee.com	언론매체
11	Checonguray	cheechongruay.smartsme.co.th	언론매체
12	Good Life	goodlifeupdate.com	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 가정용 간편식 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 태국 가정용 간편식 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
인기 가정용 간편식 특징

현지 온라인 쇼핑몰
인기 한식 특징

현지 언론매체
간편식·한식 관련 이슈

키워드 ①	쌀국수	키워드 ①	김치	키워드 ①	코로나19 수요
키워드 ②	수프	키워드 ②	라면	키워드 ②	1인가구 증가
키워드 ③	소시지	키워드 ③	떡볶이	키워드 ③	한국 드라마 소개
키워드 ④	샤브샤브	키워드 ④	김	키워드 ④	편의성 고려

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 태국 가정용 간편식 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 태국 가정용 간편식 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	태국어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	가정용 간편식 키워드	가정용 간편식	อาหารจานด่วนที่บ้าน	○	○
			HMR	HMR	○	○
			가정	บ้าน	○	○
			가정용	ครัวเรือน	○	○
			간편	เรียบง่าย	○	○
			간편식	อาหารสะดวกซื้อ	○	○
			볶음밥	ข้าวผัด=		○
			전골	หม้อไฟ		○
			치킨	ไก่		○
			새우	กุ้ง		○
			샐러드	สลัด		○
			국수	บะหมี่		○
		한국 음식	한국	เกาหลี	○	○
			한국 음식	อาหารเกาหลี	○	○
			꼬막	หอยแครง	○	
			떡볶이	ต๋อบกบกี้		○
			라면	ราเมน		○
			김	คิม		○
			인삼	โสม		○
			고추장	โคชูจัง		○
			김치	กิมจิ		○
			차	รถยนต์		○
			김밥	คิม밥		○
			비스킷	บิสกิต		○

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 태국 소비자의 가정용 간편식 소비 실태 분석

① 태국 소비자들이 선호하는 가정식 간편식 특징

② 태국 소비자들이 선호하는 한식 특징

③ 태국 소비자들이 선호하는 가정식 간편식 주요 소비층

④ 태국 소비자들이 선호하는 한식 주요 소비층

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

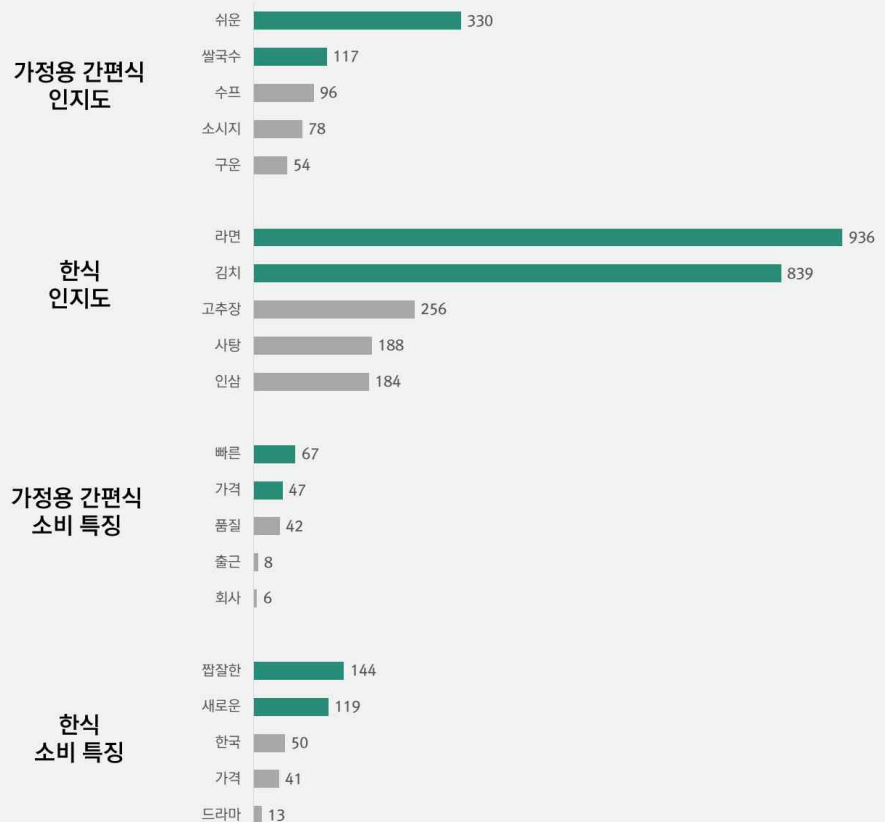
① 온라인 쇼핑몰 ‘가정용 간편식’ 연관어 분석

② 온라인 쇼핑몰 ‘한식’ 연관어 분석

③ 온라인 구매후기 ‘가정용 간편식’ 소비자 키워드 분석

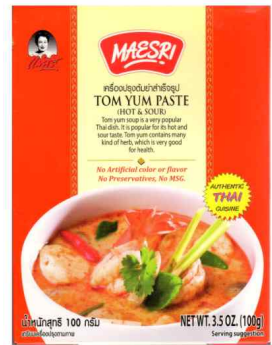
④ 온라인 구매후기 ‘한식’ 소비자 키워드 분석

[태국 가정용 간편식·한식 분석 결과]



1. 태국, 가정용 간편식보다 일반 간편식 인지도 높은 편

● 태국 내 판매되고 있는 인기 가정용 간편식



제품명 톰얌콩 수프

판매가 40바트
(1,523.2원²⁵⁾)

용량 100g

전자레인지 조리로
특징 간편하게 섭취 가능
FDA·할랄 인증

자료 : 쇼피
(Shopee.co.th)

▶ 태국 온라인쇼핑몰 내 가정용 간편식보다 일반 간편식 인지도 높음

태국 주요 온라인쇼핑몰 내 가정용 간편식(HMR·อาหารจานด่วนที่บ้าน)으로 검색 시 도출되는 결과가 없어, 일반 간편식 중 집에서 먹을 수 있는 용도의 제품을 위주로 데이터 분석을 진행함

분석 결과, 가장 빈출된 제품은 쌀국수였으며, 수프·소시지·샤브샤브·라면 등이 많이 거래되고 있는 것으로 확인됨

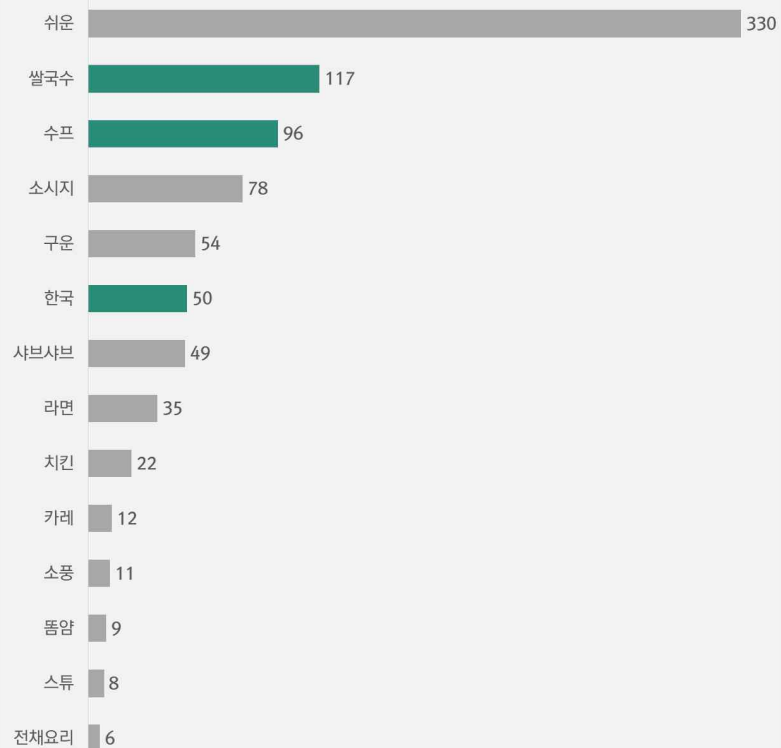
▶ 태국 내 한국 간편식, 김치·라면 등 진출

태국에 진출한 한국 간편식으로는 절임 김치·라면 등의 제품들이 진출해 있음. 특히 김치의 경우, 완제품으로 담긴 절임 김치가 통조림 형태의 제품이 판매되고 있음

▶ 태국 ‘가정용 간편식’ 인지도

① 가정용 간편식 인지도보다 일반 간편식 인지도 높음 ② 한국 김치·라면 진출

[표 3.4] 태국 ‘가정용 간편식’ 인지도 키워드



자료 : 태국 온라인쇼핑몰 ‘가정·집이 포함된 간편식품’ 포함 제품 860건 분석 (18.01 - 20.08)

25) 1바트 = 38.08원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 태국 한식, 라면 또는 김치 많이 판매

● 태국 내 인기 한국 라면



제품명	한국 불닭볶음면
	6종
판매가	99바트 (3769.9원)
용량	130g x 5팩
특징	인기 한국 라면 누적 판매량 : 26,300건

자료 : 쇼피
(Shopee.co,th)

▶ 태국, 한국 라면 인기리에 판매

태국 온라인쇼핑몰에서 한국이 포함된 음식으로 가장 빈출된 제품은 라면으로 매운 라면, 자장 라면, 우동, 볶음면 등 다양한 라면 제품들이 진출해 있음. 쇼피(Shopee)에서 한국의 라면 묶음 제품들이 많이 거래되고 있으며 해당 제품들은 약 2만 건 이상 누적 판매량을 기록하고 있음. 한국의 ‘매운 라면 챌린지’는 태국 인플루언서들을 대상으로 인기를 얻고 있으며 시장에도 널리 퍼지고 있음²⁶⁾

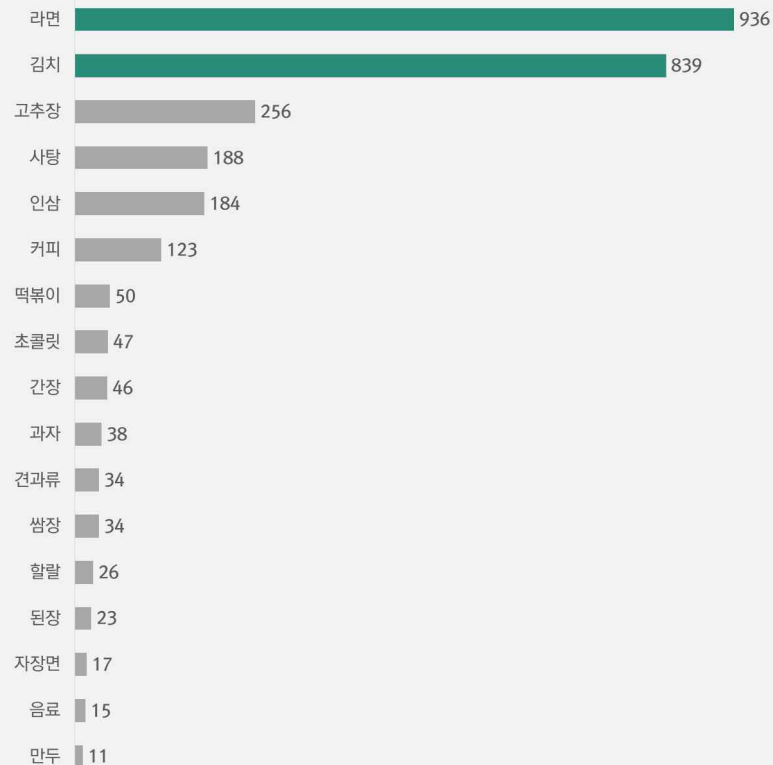
▶ 태국 한식, 김치 역시 많이 판매

태국 온라인쇼핑몰에서 라면 다음으로 빈출된 제품은 김치가 있음. 태국에서 김치는 한인들이 먹는 게 아니라 태국인들에게도 친숙한 음식으로 소포장 형태의 김치 제품들이 많이 판매되고 있음

▶ 태국 ‘한식’ 인지도

① 라면 제품 인기 ② 김치 현지인들에게도 인기

[표 3.5] 태국 ‘한식’ 인지도 키워드



자료 : 태국 온라인쇼핑몰 ‘한국’ 포함 식품 4,513건 분석 (18.01 - 20.08)

26) 웅나이(Woong Nai), “รีวิวมาเก๊าไฮไลท์ 7 รายการ ที่คนรักเกาหลีกำลังมองหา! อ่านได้ที่”, 2020.01.20

3. 태국 가정용 간편식, 직장인 주로 섭취

● 태국 '가정용 간편식' 구매후기

- 회사 퇴근 후 조리할 기운이 없어서 수프를 전자레인지에 간편하게 돌려먹고는 합니다.
- 묶음 판매여서 마음에 듭니다, 가격이 저렴합니다.

자료 : 쇼피
(Shopee.co.th)

▶ 태국 가정용 간편식, 시간이 부족한 직장인 섭취

태국에서 가정용 간편식을 구매한 소비자들의 후기를 분석한 결과, '출근·직장' 등의 키워드들이 도출되어 직장인들이 주로 구매하는 것을 확인할 수 있었음. 실제 직장인들은 바쁜 출퇴근 시간으로 조리 시간을 단축할 수 있는 가정용 간편식을 구매하려는 경향을 보임. 실제 현지 언론매체들도 대도시 생활을 하는 1인 가구가 늘어남에 따라 간편식 수요가 상승하고 있으며²⁷⁾ 코로나19로 수요가 증가하고 있음

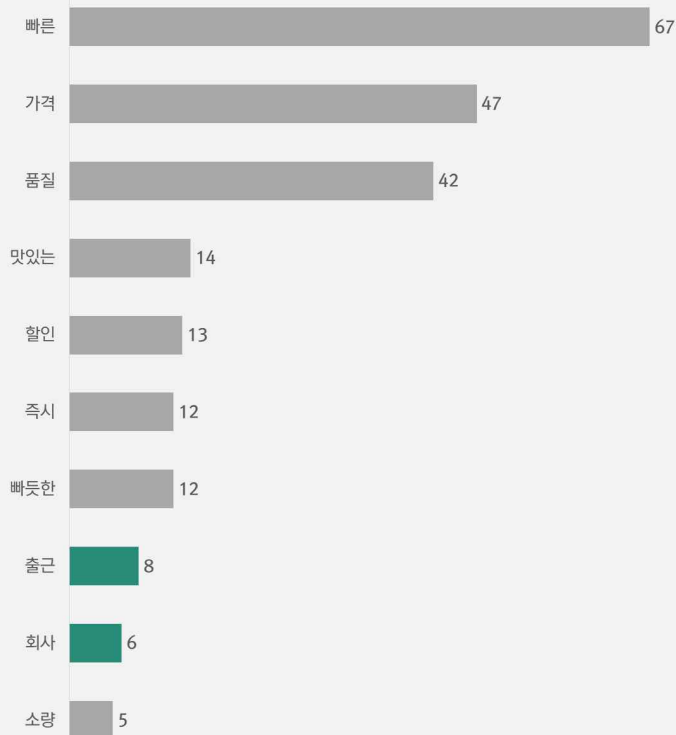
▶ 태국 가정용 간편식 소비 중요요소 : 가격 및 품질

태국 가정용 간편식을 구매한 소비자들은 가격 및 품질에 관해서도 민감하게 반응했음. 특히 할인을 통해 더욱 저렴하게 상품을 구매하거나 묶음 상품으로 구매할 시 만족도가 높았으며 긍정적인 후기로 이어짐

▶ 태국 '가정용 간편식' 소비 특징

① 직장인 ② 가격 중시

[표 3.6] 태국 '가정용 간편식' 소비 특징 연관 키워드



자료 : 태국 온라인쇼핑몰 '가정용 간편식' 구매후기 227건 분석 (18.01 - 20.08)

27) 마켓티어(Market Teer), 'ปีทองของอาหารพร้อมรับประทาน', 2019.12.13

4. 태국 한식 소비자, 한류 문화 유입 많아

● 태국 '한식' 구매후기

- '파스타' '식객' 등 한국에서 나온 음식 관련 드라마에 관심이 많았고 이로 인해 여러 한식 재료들을 구매하게 되었다.
- 이 라면은 내가 먹었던 라면 중에 가장 매운 맛이다.

자료 : 판팁
(pantip.com)

▶ 태국 한식 소비자, 한류 문화 유입이 많아

태국에서 한국 식품을 구매한 소비자들의 후기를 분석한 결과, 특정 소비자 키워드들은 도출되지 않았지만 '한국·한류' 등의 키워드들이 도출되었음. 실제 한국 영화·드라마를 보고 식품을 구매하거나 한국을 방문한 여행들을 토대로 제품을 구매하는 경우가 많았음

현지 언론매체에서도 '식사를 합시다.' '식객' 등 한국 드라마에서 섭취하는 한국 요리를 소개하는 경우가 많으며 이를 토대로 한식을 접하는 소비자들이 많은 것으로 드러남²⁸⁾

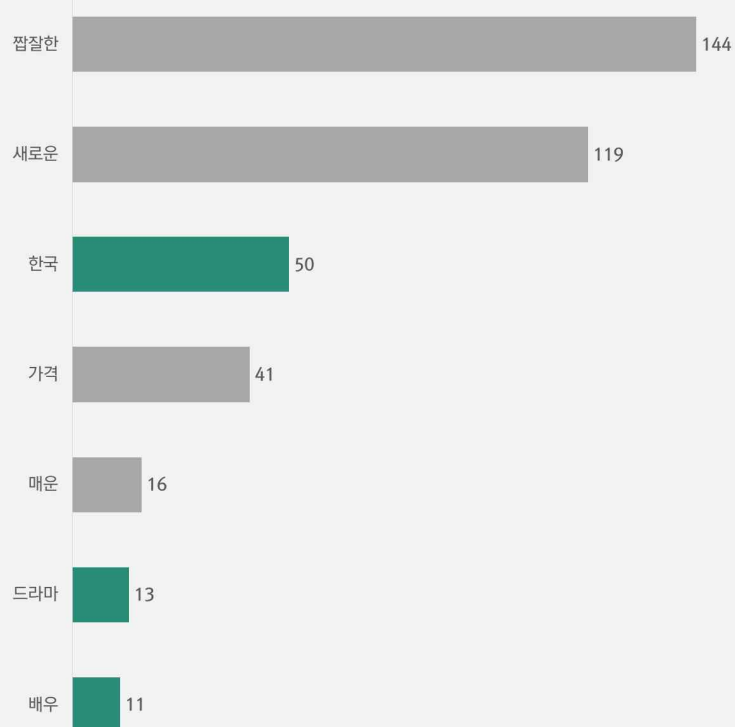
▶ 태국 소비자, 한국 음식 '짭짤하고 맵다'고 평가

한국 음식 구매 후기를 분석한 결과 태국 요리대비 상대적으로 짜거나 맵다라고 응답하는 경우가 많았음. 김·김치를 구매한 소비자들은 짜다고 평가했으며 라면·떡볶이·김치를 구매한 소비자들은 맵다고 응답함

▶ 태국 '한식' 소비 특징

① 한류 문화를 통한 유입 ② 짭짤하고 매운 맛

[표 3.7] 태국 '한식' 소비 특징 연관 키워드



자료 : 태국 온라인쇼핑몰 '한식' 구매후기 1,041건 분석 (18.01 - 20.08)

28) 텔모스트타일랜드(thermosthailand), '6 ลักษณะหลัก เพื่อคนที่ชื่นชอบอาหาร', 2019.06.24

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 태국 가정용 간편식 진출 가능 유통구조
2. 태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 유통업체
3. 태국 가정용 간편식 진출 가능 B2C 소매채널

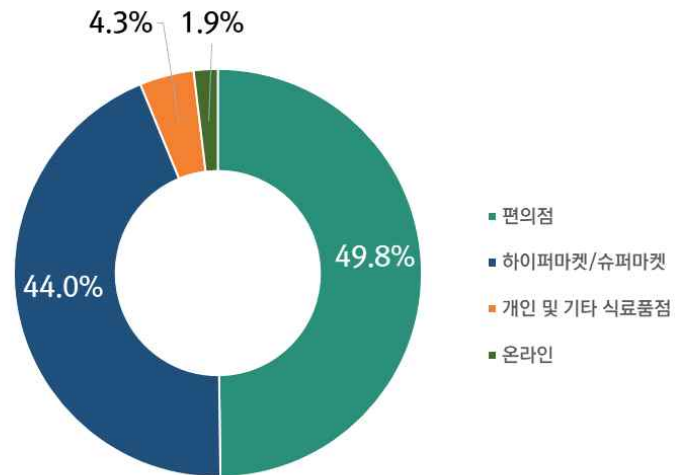
1. 태국 가정용 간편식 진출 가능 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	가정용 간편식
구분	냉동 간편조리식품
범주	간편조리식품 (Ready Meals)

- ▶ 태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 채널
 ‘편의점(49.8%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(44.0%)’

[표 4.1] 태국 가정용 간편식 진출 가능 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 태국 가정용 간편식 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	홍삼 캔디 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	편의점	49.8%	세븐일레븐(7 Eleven), 테스코 로터스 익스프레스(Tesco Lotus Express), 패밀리마트(Family Mart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	44.0%	테스코 로터스(Tesco Lotus), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 탈라드로터스(Talad Lotus), 푸드랜드(Foodland)
	개인 및 기타 식료품점	4.3%	코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 지두방마켓(JidubanG-market), 돈돈돈키(Don Don Donki)
	온라인	1.9%	라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 아마존(Amazon)

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

2. 태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 유통업체

▶ 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

[표 4.3] 태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹⁾ 30)31), 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	세븐일레븐 (7 Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	이지고(Ezy Go), 아이언셰프(Iron chef)	○
2	테스코로터스 익스프레스 (Tesco Lotus Express)	편의점	약 54억 3,314만 달러 (약 6조 9,251억 원)	테스코(Tesco), 잇츠(itsu)	○
3	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 47억 5,000만 달러 (약 5조 6,591억 원)	베타그로(Betagro), 큐피(Kewpie)	○
4	탑스 (Tops)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	90억 6,000만 바트 (약 3,433억 2,928만 원)	로자(Roza), 씨피(CP), 베타그로(Betagro)	○
5	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 46억 1,941만 달러 (약 5조 8,879억 원)	에스앤피(S&P), 씨피(CP), 베타그로(Betagro)	○

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 1바트=38.08원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

31) 100엔=1,117.32원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	빌라마켓 (Villa Market)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 33억 1,833만바트 (약 1,263억 6,196만원)	씨피(CP), B사, 퀵밀(Quick Meal)	0
7	돈돈돈키 (Don Don Donki)	개인 및 기타 식료품점 (아시안마트)	매장 수('20): 2개	뽕까사뽕로 (Pokka Sapporo)	0
8	코리안가야샵 (Korean Gaya Shop)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장수('20): 1개	D사, Y사	0
9	라자다 (Lazada)	온라인	약 29억 1,400만 달러 (약 3조 4,924억 원)	B사, 로자(Roza)	0
10	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,859억 4,602만 원)	폴라폴라 (Pola Pola), B사	0

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 태국 가정용 간편식 진출 가능 B2C 소매채널

1) 편의점



① 세븐일레븐(7 Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7 Eleven)	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 ³²⁾ (약 133조 1,651억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 1만 988개
기업 요약	• 씨피올(CP All) 그룹에서 태국 내 독점 운영 • 1989년 팻퐁로드(Patpong Road)에 첫 매장 오픈 • 방콕 도심 부근에 전체 매장 수의 44%가 밀집, 약 1,500개의 매장은 주유소에 위치 • 일평균 1,200만 명 매장 방문 • 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 • 판매하는 제품의 70%가 식료품으로 구성		
	 		
기업 최근 이슈	• 2021년까지 태국 전역의 매장 수 1만 3,000개 달성 목표 • 2020년 매장 내 무상 비닐봉지 제공 중단		
유사제품 정보		제품명	이제그와이지오카오팟 카프라오키마무오 (Ezy GO ข้าวผัดกะเพราซีมาหมู)
		종류	가정용 간편식
		용량	255g
		원산지	태국

자료 : 세븐일레븐(7 Eleven), 세븐아이홀딩스(7&i Holdings), 유로모니터(Euromonitor),
세븐일레븐(7 Eleven) 페이스북 페이지

사진 자료 : 타일랜드비즈니스뉴스(Thailand Business News), 코코넛츠방콕(Coconuts Bangkok)

32) 세븐아이홀딩스(Seven&i Holdings) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 향신료, 건조식품, 즉석식품, 캔디류, 면류, 주류, 스낵류, 커피류 등 - 일반 : 세제류, 문구류, 위생용품, 애완용품 등 • 선호 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 - 여러 제품군을 묶어 판매하는 프로모션 제공 - 다양한 즉석 조리식품 판매		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 씨피올(CP All) 홈페이지 접속 (www.cpall.co.th) - 메뉴 상단 오른쪽 언어를 영어로 변경 - 'SME' 메뉴의 'Merchandise' 클릭 - 정보 제공 동의 후 필요한 정보 기입 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 회사주소, 사업유형, 자본금, 매출액, 직원 수 등) ② 공급 제품 정보 (제조사, 제품 이름, 제품군, 취득 인증, 현재 유통채널, 제품 사진 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 씨피올(CPALL) 홈페이지를 통해 등록 • 문의사항 연락처 전화번호 : +66-2826-7744 이메일 : FAQ@7eleven.co.th	

자료 : 세븐일레븐(7 Eleven), 씨피올(CP All), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)	
	홈페이지	tescolotus.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('19)	약 54억 3,314만 달러 ³³⁾ (약 6조 9,251억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 1,600개
기업 요약	• 세계 최대 소매 업체 중 하나인 테스코(Tesco)의 계열사 • 테스코 브랜드의 자사 제품 판매		
	 		
기업 최근 이슈	• 2020년 9월 태국 동물보호협회 주최 “닭장 없는 양계장” 프로젝트 참여 • 2020년 2월 태국 대기업들이 테스코(Tesco)의 경영권을 두고 입찰 경쟁 중		
유사제품 정보		제품명	테스코타이그린치킨커리 (Tesco Thai Green Chicken Curry)
		종류	가정용 간편식
		용량	450g
		원산지	영국

자료 : 테스코로터스(Tesco Lotus), 센트럴리테일(Central Retail) 방콕포스트(Bangkokpost), 리테일가제트(Retailgazette), 비비씨뉴스(BBC), 더썬(Thesun), 유로모니터(Euromonitor), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)
사진 자료 : 테스코(Tesco)

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 소스류, 냉동식품, 간편식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 음료류, 캔디류, 커피류, 유제품 등 - 일반 : 문구류, 주방용품, 애완용품, 유아용품, 뷰티용품, 헤어용품, 일회용품, 청소용품, 위생용품 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 매주 프로모션 진행 - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품으로 구성		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 통해 등록(tescoplc.com) - 기업 사이트에서 해당 양식 작성 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 등록 정보 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)	
	등록 조건	• 평가 기준 : 테스코 Ethical Trading 정책 준수	
	특이사항	• 입점절차 Tesco Lotus와 동일하게 진행 • Tesco가 이메일을 통해 소프트 카피로 T&C를 발행. 공급 업체는 발행일로부터 14일 이내에 서명하여 하드 카피를 반송해야 함 • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +66-2797-9000 - 팩스 : +66-2797-9811 - 이메일 : prtscolotus@gmail.com	

자료 : 테스코로터스(Tesco Lotus), 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 패밀리마트(Family Mart)



기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	familymart.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('20)	약 47억 5,000만 달러 ³⁴⁾ (약 5조 6,591억 원)
	기업 요약	• 1993년 태국 진출 • 2018년 기준 전 세계 약 6,375개의 매장 보유 • 2017년 태국 내 편의점 시장점유율 5%로 2위 기록	
기업 최근 이슈			
			
유사제품 정보	제품명		베타그로스텍까양 (Betagro สแต็กไก่ย่าง)
	종류		가정용 간편식
	용량		200g
	원산지		태국

자료 : 패밀리마트(Family Mart), 아시안리뷰(Asian Review), 방콕포스트(Bangkok Post),
 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw)
 사진 자료 : 패밀리마트(Family Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 음료류, 스낵류, 소스류, 신선식품, 커피류, 음료류 등 - 일반 : 뷰티용품, 위생용품, 주방용품, 잡화류 등 • 선호 제품 - 포장이 잘 된 간편식 제품 • 특이사항 - 라면 제품 중 한국산 제품이 높은 비중 차지		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 절차	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 상단의 'Contact Us' 클릭 - 'Contact' 종류를 'Product Offer'로 설정 - 홈페이지 가입 정보 : - 이름, 이메일, 주소, 연락처, 입점하고 싶은 매장 선택, 문의사항 - 이메일을 통해 문의내용에 회신	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 담당자 : Ms. Noree (구매 담당자) - 전화번호 : +66-2660-1000(본사) - 이메일 : cgcommunications@central.co.th	

자료 : 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 탑스(Tops)



기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)	
	홈페이지	ma.tops.co.th	
	위치	쁘끄렛(Pak Kret)	
	규모	매출액('19)	90억 6,000만 바트 (약 3,433억 2,928만 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 205개
기업 요약	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	2020년 매장 내 일회용 비닐봉투 제공 금지 2020년 새로운 형태의 프리미엄 라이프스타일 매장 론칭 계획 발표		
유사제품 정보		제품명	로자카이팟카프라오 (โรซ่าไก่ผัดกะเพรา)
		종류	가정용 간편식
		중량	85g
		원산지	태국

자료 : 탑스(Tops), 센트럴푸드리테일(Central Food Retail), 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter), 유로모니터(Euromonitor), 더마리타임이그제큐티브(TheMaritimeExecutive), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)

사진 자료 : 탑스(Tops)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 간편식품, 즉석식품, 육류, 해산물, 냉동식품, 유제품, 소스류, 캔디류, 스낵류, 음료류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 유아용품, 애완용품, 청소용품, 잡화류, 악세서리류, 주방용품 등 • 선호제품 - 유기농제품 • 특이사항 - 온라인 몰 내 할인상품 및 유기농 제품 카테고리별 별도로 제공		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 통해 등록(corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - 양식에 맞춰 필요한 정보 기입하여 문의 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 - 문의에 대한 즉시 응답을 원하면 주소, 국적, 연락처 추가 기입	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : cusserv@tops.co.th - 전화번호 : +66-2831-7300, +66-2660-1000(본사) - 팩스 : +66-2835-3713 - 이메일 : cusserv@tops.co.th	

자료 : 탑스(Tops), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빌라마켓(Villa Market)

기업 기본 정보	기업명	빌라마켓(Villa Market)	
	홈페이지	shoponline.villamarket.com	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('19)	약 33억 1,833만 바트 (약 1,263억 6,196만 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 34개
기업 요약	• 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	• 2020년 8월 부활절 기념으로 방콕 7개 지점에서 “십자가 번” 판매 • 2020년 6월 코로나19 피해 복구를 위해 바코드 스캔 형식의 기부 프로젝트 진행		
유사제품 정보		제품명	씨피발런스 카오헬꺼까이 (CP Balance ข้าวหมกไก่)
		종류	가정용 간편식
		중량	190g
		원산지	태국

자료 : 빌라마켓(Villa Market), 시암퓨처그룹(Siam Future Group), 방콕포스트(Bangkok Post), 방콕언마스크드(bangkokunmasked), 유로모니터(Euromonitor), 더푸켓뉴스(The Phuket News)

사진 자료 : 빌라마켓(Villa Market), 셔터스톡(Shutterstock)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 간편식품, 즉석식품, 주류, 빵류, 스낵류, 유제품, 차, 육류, 신선식품, 냉동식품, 이유식, 해산물, 가공식품, 견과류, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반 : 액세서리, 유아용품, 구강청결용품, 여성용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 애완용품, 위생용품, 청소용품 등 • 특이사항 - 신선한 제품 - 유기농 제품, 비건 제품 다름 - 특색 있는 수입 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	• 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서 직원이 이메일 리뷰 후 회신 • 직접 방문을 통한 입점 문의 • 로컬 에이전트를 통한 등록	
	특이사항	• 직접 방문 시, 샘플과 제품 정보 제공 필요 • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +66-02-055-1000 (Ext.003) - 이메일 : commercial@villamarket.com - 본사 주소: 595 Sukhumvit Rd., North Khlong Ton, Vadhana Bangkok , 10110	

자료 : 빌라마켓(Villa Market), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 빅씨(Big C)

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	홈페이지	bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('18)	약 46억 1,941만 달러 ³⁵⁾ (약 5조 8,879억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 104개
기업 요약	• 1994년 설립 • 방콕에 본사를 둔 현지 소매업체 • 태국, 베트남, 라오스, 캄보디아 등에서 사업 운영 • 빅씨마켓(Big C Market), 빅씨슈퍼센터(Big C Supercenter), 빅씨푸드플레이스(Big C Foodplace), 미니빅씨(Mini Big C), 퓨어바이빅씨(Pure by Big C), 빅씨익스트라(Big C Extra) 등 다양한 형태의 매장 운영		
	 		
기업 최근 이슈	• 2020년 정부 지침에 따라 매장 내 일회용 비닐봉투 사용 금지 • 2020년 테스코(Tesco) 아시아 지역 사업권 인수 의향 발표		
유사제품 정보		제품명	에스애피카오프라키 카이찌오차이캥 (เอส애피) ข้าวกะเพราไก่ไข่เจียว แซ่แซ่
		종류	가정용 간편식
		중량	230g
		원산지	태국

자료 : 빅씨(Big C), 아이지디아시아(IGDAsia), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia),
 유로모니터(Euromonitor), 방콕포스트(Bangkokpost), 넥스트샤크(Nextshark)
 사진 자료 : 빅씨(Big C), 랜드타이프로(Landthaipro)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 육류, 캔디류, 건강보조식품, 냉동식품, 유제품, 곡물류, 즉석식품, 음료류, 스낵류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 유아용품, 잡화류, 문구류, 가구류, 전자제품 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 온라인 물에서 약 22개 브랜드의 차(茶) 분말 제품 취급		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 언어 설정 영어로 변경 후 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - Inquiry, Comments, and Suggestions 항목 선택 후 홈페이지 양식대로 정보 기입 (corporate.bigc.co.th/en/contact) - 홈페이지 등록 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 매장 정보 (입점 매장 형태, 지역, 지점) ③ 문의 내용	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : sgm.tiwanon@bigc.co.th - 전화번호 : +66-2655-0666(본사) - 팩스 : +66-2985-7808-9	

자료 : 빅씨(Big C), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 개인 및 기타 식료품점

(아시안마트)



① 돈돈돈키(Don Don Donki)

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	홈페이지	dondondonki.com/th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 2개
	기업 요약	• 2019년 2월 설립 • 3자간(싱가포르, 태국, 일본기업의 태국 지점 자회사) 합작회사로 구성³⁶⁾ • 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 최근 이슈	 		
	• 2020년 방콕포스트(Bangkok Post)에서 “방콕에서의 세계여행” 기사에 가볼만한 명소로 소개 • 2020년 3월 방콕에 돈돈돈키(Don Don Donki) 태국 2호 지점 오픈		
유사제품 정보		제품명	뽕까사뽕로지쿠리코토도 에비노비스크 (ポッカサッポロ じっくりコトコト 海老の贅沢ビスク)
		종류	가정용 간편식
		용량	374g
		원산지	일본

자료 : 돈돈돈키(Don Don Donki), 유로모니터(Euromonitor), 네이션타일랜드(Nation Thailand), 돈돈돈키(Don Don Donki) 페이스북 페이지, 방콕포스트(Bangkok Post), 타임아웃(Timeout)
 사진 자료 : 돈돈돈키(Don Don Donki), 타임아웃(Timeout)

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목	
	- 식품 : 간편식품, 신선식품, 유제품, 육류, 어류, 음료류, 소스류, 스낵류, 즉석식품, 주류, 차(茶)류, 건강보조식품 등	
	- 일반 : 화장품, 의류, 잡화류, 문구류, 완구류, 주방용품, 욕실용품 등	
	• 선호제품	
	- 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	• 특이사항	
	- 대부분 일본 수입 제품으로 구성되어 있음	
	- 일본 티백 위주로 티백 제품 판매	
	- 제품 홍보가 소셜미디어(인스타그램, 페이스북)를 통해 이루어짐	
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 ‘ช่วยเหลือ(help)’ 클릭 - ‘ติดต่อ(Contact)’ 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 전화번호 : +66-2301-0950 (회사명, 연락처, 판매 제품 등의 세부 사항)

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

4) 개인 및 기타 식료품점 (한인마트)



① 코리안가야샵(Korean Gaya Shop)

기업 기본 정보	기업명	코리안가야샵(Korean Gaya Shop)		
	홈페이지	koreangayashop.com		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 1개	
	기업 요약	• 2016년 5월 오픈 • 태국 최초의 한국 식품 취급 한인마트 • 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				
				
유사제품 정보		제품명	대림선농부 무교동낙지볶음	
		종류	가정용 간편식	
		용량	400g	
		원산지	한국	

자료 : 코리안가야샵(Korean Gaya Shop), 코리안가야샵(Korean Gaya Shop)페이스북페이지,
 유로모니터(Euromonitor), 오프라인 매장 조사
 사진 자료 : 코리안가야샵(Korean Gaya Shop)

입점 및 협력 정보

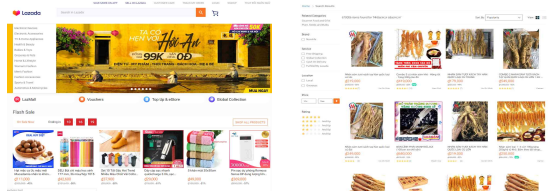
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 스낵류, 즉석식품, 주류, 음료류, 건강기능식품, 냉동식품, 차(茶)류 등 - 일반 : 화장품, 구강청결용품, 잡화류, 주방용품, 식기류, 의류, 액세서리류 등 • 선호제품 - 건강기능식품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 한국 트렌드 실시간 반영 - 연예인 협찬 마케팅 SNS 글 게시		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 문의 시 상단 메뉴 ‘ติดต่อเรา(Contact Us)’ 클릭하여 입점 문의 진행 - 홈페이지 가입 정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 • 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이름 : Ms. Aom - 이메일 : deguchi.gaya1@gmail.com paramiter_m@hotmail.com - 전화번호 : +66-9-1414-6150	

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

5) 온라인



① 라자다(Lazada)

	기업명	라자다(Lazada)	
	홈페이지	www.lazada.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	총매출('19)	약 29억 1,400만 달러 ³⁷⁾ (약 3조 4,924억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	2012년 설립되어 2016년 알리바바(Alibaba)에 인수됨 - 동남아시아 최대 규모의 이커머스 기업, 6개국에서 온라인 스토어 운영 - 월평균 사이트 방문자 수 1억 명 이상이며, 3억 개 이상의 제품이 등록되어 있음	
			
기업 최근 이슈		2020년 9월 태국 배달대행업체 그랩(Grab)과 파트너십 계약 계획 2020년 8월 5일부터 8월 10일까지 최대 90% 할인율을 제공하는 내셔널데이세일(National Day Sale) 진행	
유사제품 정보		제품명	비비고육개장
		종류	가정용 간편식
		용량	500g
		원산지	한국

자료 : 라자다(Lazada), 라자다그룹(Lazada Group), 알리바바그룹(Alibaba Group),
 더블유세븐뉴스(W7 News), 씨엔에이라이프스타일(CNA Lifestyle), 방콕포스트(Bangkok Post)
 사진 자료 : 라자다(Lazada)

37) 알리바바인터네셔널커머스리테일(Alibaba International Commerce Retail) 사업 부문 통합 매출액

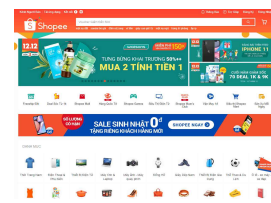
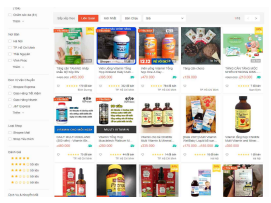
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류 등 - 일반 : 의류, 가전제품, 약세서리류, 생활용품, 완구류, 스포츠용품, 악기류, 애완용품 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 브랜드 공식스토어 혹은 100% 정품 인증, 15일 내 환불 가능, 신속 배송 제품이 보장되는 공급업체 제품은 ‘LazMall’ 카테고리 따로 제공		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 상단 Sell On Lazada 클릭 후 LAZGLOBAL 선택하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 공급업체지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등)	
	특이사항	• 모든 제품 공급업체는 포탈 Seller Center 이용 • 셋업 비용 및 고정 수수료는 없으며, 판매 건당 판매 수수료 2%, 관부가세 수수료 4%(베트남 지역은 8%) 지불 • 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (https://sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact/)	

자료 : 라자다(Lazada), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)
	홈페이지	www.shopee.vn
	위치	방콕(Bangkok)
	규모	매출액('19) 약 8억 2,265만 달러 ³⁸⁾ (약 9,859억 4,602만 원)
	기업 요약	- Sea Group의 자회사로 2015년 싱가포르에서 처음으로 개시되었으며, 현재 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 홈페이지 운영 - 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위이며, 7개국 홈페이지 일평균 방문자 수 약 2억 명 2018년 11월 블랙핑크를 첫 홍보대사로 위촉
기업 최근 이슈	2020년 9월 코로나19 극복 이벤트 오티오피넥스트노말2020(OTOP Next Normal 2020) 개최 2020년 5월 제주 식품·화장품 15개사 62개 상품 입점	
유사제품 정보	 	
	제품명	플라플라수카이사이카이 프람라프라탄 (โพล่า โพล่า ซุปไข่ไก่ พร้อมขนมปังทาน)
	종류	가정용 간편식
	용량	170g
	원산지	태국

자료 : 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor), 뉴시스(Newsis), 방콕포스트(Bangkok Post)
 사진 자료 : 쇼피(Shopee)

38) Sea Group 이커머스 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 건강보조식품, 간편식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품, 소스류, 음료류, 견과류, 곡물류 등 - 일반: 의류, 잡화류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품, 스포츠용품 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 언어를 영어로 설정 후 상단 Sign up 클릭하여 계정 생성 - 판매자(Seller) 등록 후 마이샵(My Shop) 페이지에서 제품 등록 가능 - 제품 사진 및 제품 상세 정보 기재 후 등록 • 식품의 경우 FDA번호/FDA 등록 코드 필요 • 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 다양한 정보 확인 가능 (seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)	
	특이사항	• 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/การติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร) • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +66-2017-8399	

자료 : 쇼피(Shopee)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 태국 가정용 간편식 인증 취득
2. 태국 가정용 간편식 사전 절차
3. 태국 가정용 간편식 라벨 심의
4. 태국 가정용 간편식 서류 준비
5. 태국 가정용 간편식 세금 납부
6. 태국 가정용 간편식 검역 심사 절차
7. 수출 대상국가(태국) 관련 규제 정보

1. 태국 가정용 간편식 인증 취득

인증 취득

태국으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

가정용 간편식

가정용 간편식은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 태국 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

태국으로 수출하고자 하는 가정용 간편식 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 태국 식품의약품청(FDA, Thai Food and Drug Administration)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 5.1] 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	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처	

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 태국 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120~130만 원
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만 원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
GMP	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14~20일
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5~20만 원

자료 : 각 인증기관

2. 태국 가정용 간편식 사전 절차

사전 절차

태국으로 제품 수출 시,
품목에 대한 사전 규제 및
심사제도 정보 제공

가정용 간편식

가정용 간편식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

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

태국은 2014년 말부터 수입식품신고제도(LPI, License Per Invoice)를 시행함. 이는 수입업체가 태국으로 수입하는 식품을 태국 식품의약품청(FDA)에 신고하는 제도임. 해당 제도는 수입식품 정보의 체계적인 관리와 전자세관시스템(E-Customs)을 활용한 물품 세관등록의 전산화 및 합법적 세관 절차 진행을 목적으로 함

태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자세관시스템으로 이루어져 있음. 전자세관시스템을 이용하기 위해 수입업체는 태국 세관을 통해 수입업체 등록을 마쳐야 하며, 수입업체 등록 과정에서 ‘디지털 인증서³⁹⁾’를 소지하고 있어야 함. 수입업체 등록은 기업에서 직접 진행하거나 대행사를 통하여 진행할 수 있음

[표 5.3] 태국 수입식품 신고 절차

제도명	수입식품신고제도(LPI, License Per Invoice)
발행 기관	태국 식품의약품청(FDA)
시행일	2014년 9월
취득 절차	• 태국 식약청에 수입식품 신청서 서류 제출 • 식약청 승인 후 수입 유통 식품 식별번호 발급 • 선적 진행 및 선적서류정보 확인 • 식품 제조회사의 보증서 신고 • 선적정보를 수입식품신고(LPI) 시스템에 입력 • 선적서류 통관업체 제출 • 수입 진행
필요 서류	• 회사로고 • 법인등록증 • 법인등기부등본 • 신청인증빙서류

자료 : 태국 식약청(Thai FDA)

39) 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 가정용 간편식 라벨 심의

▶ 태국 가정용 간편식 라벨 규정

[표 5.4] 태국 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	포장식품 라벨 통치 CODEX STAN 1-1985
태국으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공		• 제품명 • 종량 • 유통기한 • 영양성분 • 원료 • 인공조미료 • 업체정보 • 원산지 • 로트 번호 • 경고문 • 보관방법 • 사용(섭취)방법 • 알레르기 정보
가정용 간편식	라벨 표기사항 (항목)	
가정용 간편식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함		
세부 내용		라벨 내용은 태국어로 표기할 것
		태국어로 표기한 정보가 불충분할 경우, 외국어를 함께 표기할 것
		제품명은 구체적이고 식품의 본질을 나타내는 이름을 사용할 것
		식품 기준상 특정 식품을 지칭하는 제품명 또는 이름이 존재하는 경우, 그중 하나를 사용할 것
	라벨 표기사항 (가이드)	식품의 성격과 상태에 대한 소비자의 이해를 돕기 위한 추가적인 단어나 문구를 표시할 것 (예: 건조, 농축, 훈제 등)
		눈에 잘 띄는 곳에 굵은 글씨로 선명하게 표시할 것
		미터법(Metric system)과 같은 국제적 단위로 기재할 것
		액상 식품의 경우, 부피 기준으로 표기할 것
		고체 식품의 경우, 무게로 표시할 것
		반고체 또는 점성 식품의 경우, 무게 또는 부피 중 하나를 선택할 것

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

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 본래 영양소가 없는 식품의 경우, ‘free’ 또는 ‘low’라는 용어를 사용하지 말 것
		원료	제품에 사용된 원료는 함량이 높은 순서대로 표기할 것
		업체정보	제조업체, 포장업체, 수입업체 또는 유통업체의 상호와 주소를 표기할 것
		원산지	제2국에서 가공되어 식품의 본질이 변경된 경우, 제2국을 라벨 상의 원산지국으로 간주할 것
		로트 번호	제품 포장 용기에 양각으로 새기거나 영구적으로 표기할 것
		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

4. 태국 가정용 간편식 서류 준비

서류 준비

태국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

가정용 간편식

가정용 간편식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
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. 그러므로 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 선박 또는 항공기 도착 보고서를 전송하고 전자세관시스템에 정보를 명시해야 함. 그리고 화물이 입항 장소에 도착하면 수입업자 또는 세관 중개인은 수입 신고서를 전자세관시스템에 제출해야 함

[표 5.5] 태국 통관 서류

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

자료 : 태국 관세청(Thailand Customs Department)

5. 태국 가정용 간편식 세금 납부

세금 납부

태국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

가정용 간편식

가정용 간편식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 태국 가정용 간편식 HS-CODE, 주재료에 따라 다른 세번으로 수입
- ▶ 한국-태국 FTA 발효로 협정 관세율 0-5% '적용'

가정용 간편식의 경우, 제품의 주재료에 따라 HS-CODE가 분류됨⁴⁰⁾

- 소고기 간편식의 경우 HS-CODE 1602.50의 1602.50-00 세번을 사용
 - 돼지목살 간편식의 경우 1602.42의 1602.42-10 세번을 사용
 - 돼지 기타 부위 간편식의 경우 1602.49의 1602.49-91 세번을 사용
- 상기 분류된 세번을 사용하여 태국으로 수입됨

가정용 간편식 품목 중 소고기, 돼지목살, 돼지 기타 부위 간편식은 태국 수입 시 기본 세율 30%를 적용받음. 그러나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-태국 FTA 협정으로 협정세율을 적용받아 소고기 간편식은 0%, 돼지목살과 돼지 기타 부위 간편식은 5%의 관세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세가 제품에 포함되며, 제품의 품목에 따라 0%, 5%, 10%로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 43달러(한화 약 5만 원)⁴¹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 233달러(한화 약 28만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 50시간 소요

[표 5.6] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율 - 소고기 간편식

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(肩肉)이나 피	
	1602.50	소로 만든 것	
	1602.50-1000	밀폐 용기에 넣은 것	
태국	1602.50-00	소의 것	
관세	기본 관세율	30%	
	협정 관세율	0%	
VAT		0 - 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 태국 관세청(Thailand Customs Department)

40) 해당 항목 판단은 태국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 반드시 태국 관세청을 통한 확인이 필요함

41) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 5.7] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율 - 돼지목살 간편식

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(肩肉)이나 피	
	1602.42	어깨살과 그 절단육	
	1602.42-1000	밀폐 용기에 넣은 것	
태국	1602.42-10	소매 판매를 위한 밀폐된 컨테이너<용기> 제품	
관세	기본 관세율	30%	
	협정 관세율	5%	
VAT		0 - 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 태국 관세청(Thailand Customs Department)

[표 5.8] 한국·태국 HS CODE 비교 및 태국 수입 세율 - 돼지 기타 부위 간편식

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	1602.49	기타(혼합물을 포함한다)	
	1602.49-1000	밀폐용기에 넣은 것	
태국	1602.49-91	소매 판매를 위한 밀폐된 컨테이너<용기> 제품	
관세	기본 관세율	30%	
	협정 관세율	5%	
VAT		0 - 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 태국 관세청(Thailand Customs Department)

6. 태국 가정용 간편식 검역 심사 절차

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

태국의 수입 식품은 특별통제식품, 표준식품, 라벨링 표시 식품, 일반식품 등 4가지로 분류되며 품목마다 수입 및 관리절차가 달라짐. 또한, 식품별로 담당기관이 태국 농업협동조합부(MOAC, the Ministry of Agriculture and Cooperatives)와 태국 식품의약청(FDA)으로 나누어짐

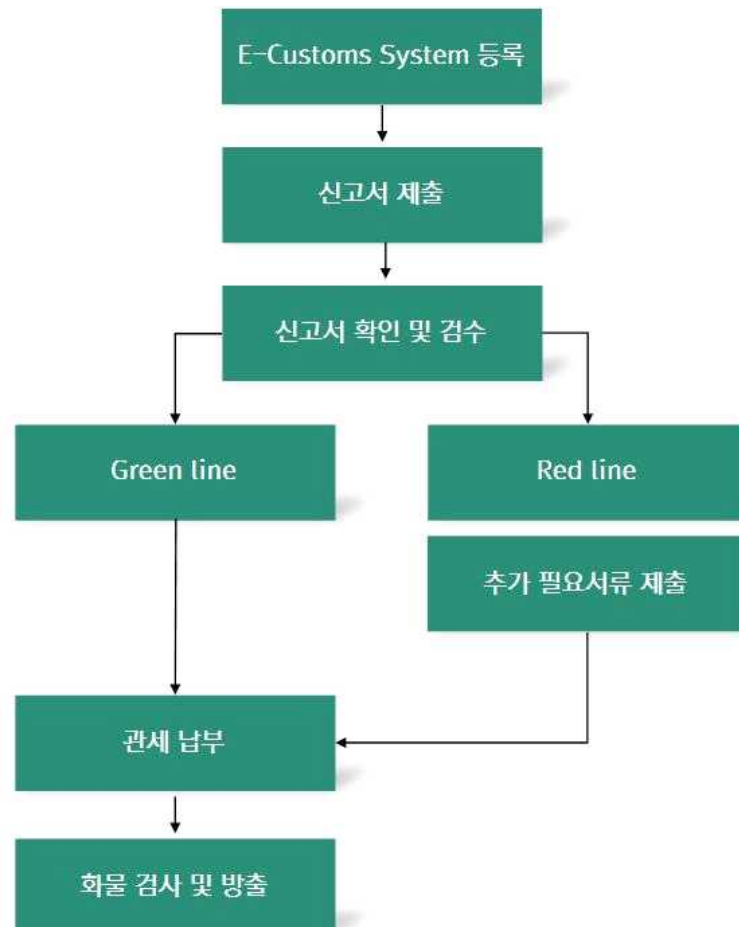
- 특별통제식품 : 제품등록이 필요하며 태국 식품의약청(FDA)의 기준을 충족해야 하고 사전에 라벨링에 대한 승인이 필요함(14개의 낙농 제품)
- 표준식품 : 품질과 관련된 특별한 표준을 만족해야 하지만 등록은 불필요함
- 라벨링 표시 식품 : 라벨링이 필요함(빵, 소스, 일부 고기 제품, 즉석조리식품 및 즉석식품 등 11가지)
- 일반식품 : 육류 및 생선(날 것), 채소, 설탕 등

[표 5.9] 태국 소고기, 돼지목살, 돼지 기타 부위 식품 분류정보

제품	식품 분류	담당기관
소고기	라벨링 표시 식품	태국 농업협동조합부 축산국
돼지목살	라벨링 표시 식품	태국 농업협동조합부 축산국
돼지 기타 부위	라벨링 표시 식품	태국 농업협동조합부 축산국

자료 : 태국 보건부(Thailand Ministry of Public Health)
태국 식품의약청(FDA)

[표 5.10] 태국 통관 프로세스



7. 수출 대상국가(태국) 관련 규제 정보

▶ 태국 가정용 간편식 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 태국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
국가	태국
식품유형	육류 : 식육가공품 및 포장육 > 양념육류&식육함유가공품 그 외 분류 : 레토르트식품

▶ 태국, 식품첨가물 관련 규정

태국 공중보건부(MOPH, Ministry of Public Health)는 2018년 식품첨가물 개정안⁴²⁾을 발표하였으며 국제식품규격위원회(CODEX)의 식품첨가물에 관한 일반사용기준(GSFA, General Standard for Food Additives)의 내용을 포함함. 태국 공중보건부(MOPH)의 사용인가를 받은 식품첨가물 리스트는 해당 규제의 '부록 I'에서, 첨가물의 최대 사용허용량(ML, Maximum Level)은 '부록 II'를 통해 확인 가능함

간편용 가정식 품목 중 육류에 해당하는 소, 돼지목살, 돼지 기타 품목은 식육가공품 및 포장육의 양념육류 및 식육함유가공품으로 분류됨. 전체 식품첨가물 규제는 태국 공중보건부(MOPH)의 식품첨가물 리스트나 KATI 식품첨가물 규정을 통해 확인할 수 있음

42) 태국 보건부(MOPH), 「(No.389) B.E. 2561 (2018) Re: Food Additives (No.5)」, 2018

▶ 태국, 육류 식품첨가물 관련 규정

[표 5.12] 육류 식품첨가물 규정

허용된 식품첨가물	최대허용합량 (mg/kg)	허용된 식품첨가물	최대허용합량 (mg/kg)
acacia (gum arabic)	GMP ⁴³⁾	alpha-amylase from aspergillus oryzae var.	GMP
acetic acid, glacial	GMP	alpha-amylase from bacillus stearothermophilus	GMP
acetylated distarch adipate	GMP	beta-carotenes (vegetable)	5,000
acetylated distarch phosphate	GMP	bleached starch	GMP
acetylated mono and diglyceride (acetic and fatty acid esters of glycerol)	GMP	butylated hydroxy anisole (bha)	200
acetylated oxidized starch	GMP	butylated hydroxy toluene (bht)	100
acid treated starch	GMP	calcium 5'-guanylate	GMP
agar	GMP	calcium 5'-ribonucleotide	GMP
alginic acid	2,200	calcium gluconate	GMP
alkaline treated starch	GMP	calcium hydroxide	GMP

43) 식품첨가물 목록에 등재되어있어 해당 품목을 사용할 수 있으나 기준이 정해져 있지 않아 Good Manufacturing Practice(GMP) 기준에 따라 사용 가능

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 테스코로터스(Tesco Lotus)

Interview ② 패밀리마트(Family Mart)

Interview ③ 프레쉬마트(Fresh Mart)

Interview ④ 지피타일랜드(Jiffy Thailand)

Interview ⑤ 로손108(Lawson 108)

Interview ① 테스코로터스(Tesco Lotus)

44)

테스코로터스
(Tesco Lotus)

전문가 소속

테스코로터스
(Tesco Lotus)
유통업체

연락처
+66-7630-6500

전문가 정보

Ms. Chaiya
(Store Manager)



테스코로터스(Tesco Lotus)

Store Manager, Ms. Chaiya

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

테스코로터스는 1994년에 설립된 태국의 대형 슈퍼마켓 체인으로 태국에 2,000여 개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 신선식품, 즉석조리식품, 냉동식품, 스낵류, 음료, 주류, 가전용품 등 다양한 식·제품을 취급하고 있습니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 주요 소비자는 누구인가요?

가정용 간편식은 경제력이 어느 정도 있는 학생, 직장인, 도시 중심부에 거주하는 소비자들이 주로 구매합니다. 간편식보다 더 저렴한 다른 식사메뉴가 있지만, 간편식은 꾸준히 소비자들에게 선호되고 있는 제품입니다. 특히 직장인들은 간편식과 길거리 음식을 매우 자주 먹습니다. 왜냐하면, 비교적 가격이 저렴하고 집에서 조리하여 먹는 것보다 편리하며 태국 내 편의점 체인이 늘어남으로써 간편식을 접할 기회가 많아졌기 때문입니다. 현재 태국에서는 대부분의 사무실 건물 안에 편의점이 입점해있으며 저렴하고 맛있는 간편식을 다양하게 판매하고 있습니다.

Q. 태국 내 한식의 주요 소비자는 누구인가요?

저희 업체에서는 한국 제품은 취급하고 있지 않으며 태국 현지와 일본산 간편식을 판매하고 있습니다. 한국산 간편식은 태국의 한인타운인 수쿰뵈트프라자(Sukhumvit Plaza)에서 주로 판매되고 있으며 대부분의 한식당과 한국 편의점이 수쿰뵈트프라자에 많이 위치하고 있습니다. 한식의 주요 소비자는 태국에 거주하는 한국인입니다.

Q. 업체에서 취급 중인 가정용 간편식은 무엇이 있나요?

저희 업체에서는 태국에서 가장 인기 있는 냉동식품 브랜드 중 하나인 이지고(Ezygo) 제품을 취급하고 있습니다. 예를 들어 팟크라파오(Phd Krapow)⁴⁵⁾, 자완무시(Chawanmushi)⁴⁶⁾, 돼지고기 쌀국수 볶음, 계살 볶음밥 제품 등이 있습니다. 태국에서는 편의점 중 세븐일레븐(7 Eleven)이 가장 대중화되어 있으며 다양한 간편식을 판매하고 있습니다.

Q. 취급 중인 가정용 간편식의 공통적인 특징은 무엇인가요?

저희 업체에서는 주로 현지화된 태국 음식 간편식을 판매하고 있습니다. 대부분 태국 소비자들이 길거리 상점에서 가장 흔하게 포장해가는 메뉴들이며 가격도 저렴합니다.

45) 닭고기와 바질을 넣어 볶아 밥에 올려 먹는 태국식 전통 덮밥

46) 표고버섯, 은행, 닭고기, 새우, 달걀, 육수 등의 재료들을 넣어 만드는 일본식 계란찜

Interview ② 패밀리마트(Family Mart)

47)

●
패밀리마트
(Family Mart)

전문가 소속

패밀리마트
(Family Mart)
유통업체

연락처
+66-2660-1000

전문가 정보

Ms. Kriang Krai
(Assistant department
manager)



패밀리마트(Family Mart)

Assistant department manager,
Ms. Kriang Krai

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

패밀리마트는 1973년 설립된 일본의 편의점 체인입니다. 현재 태국으로 진출하여 태국 내에 1,200여 개의 매장을 운영하고 있으며 전국 편의점 중 약 5%의 점유율을 차지하고 있습니다. 즉식조리식품과 생활용품을 주로 취급하고 있으며 편의점 내 카페와 베이커리를 갖춘 종합식품매장으로도 사업을 확장하고 있습니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 인식은 어떤가요?

태국 내에서 간편식을 판매하는 편의점 중 가장 대중적인 곳은 세븐일레븐(7 Eleven)입니다. 태국 상업지구 곳곳에는 세븐일레븐이 입점해있으며 주로 1인용 간편식을 판매하고 있고, 앉아서 식사할 수 있는 자리도 마련되어 있습니다. 그러나 가정에서 식사하는 경우에는 편의점 간편식을 잘 구매하지 않는 편입니다. 특히 아이가 있는 부모님들은 아무리 일이 바빠도 주변 식당에서 음식을 포장해오는 편이며 아이에게 전자레인지에 돌린 간편식을 먹이지는 않습니다.

Q. 태국에서 인기 있는 가정용 간편식과 그 특징은 무엇인가요?

태국에서 가장 인기 있는 간편식 제품은 간장 소스로 만든 제품이거나 태국 전통 음식입니다. 예를 들어, 팟크라파오(Phad Krapow), 만두(Dumpling), 새우/계살 볶음밥, 돼지고기 국수입니다. 해당 메뉴는 태국 소비자들이 일상적으로 흔히 먹는 친숙한 음식이고 다른 메뉴와 비교했을 때 가격이 저렴하기 때문입니다. 또한, 가장 핵심적인 인기요인은 식당에서 조리한 음식과 간편식의 맛이 비슷하다는 것입니다. 최근에는 세븐일레븐(7 Eleven)이나 패밀리마트(Family Mart) 등의 편의점에서 삼각김밥이 인기를 얻고 있습니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 주요 구매요인은 무엇인가요?

태국 소비자들은 간편식 제품보다 조리한 음식을 더욱 선호하는 편입니다. 그러나 바쁜 라이프스타일로 인해 직장인들은 어쩔 수 없이 간편식을 구매하여 간단히 식사를 해결하기도 합니다. 예를 들어, 푸드코트, 카페테리아, 식당 등이 붐빌 때, 식사하기에 시간이 부족할 때, 식당이 모두 닫은 늦은 시간 등에는 편의점에서 간편식을 구매하여 먹습니다.

Q. 태국에서 판매되고 있는 가정용 간편식의 가격과 용량은 어떤가요?

편의점에서 구매할 수 있는 간편식의 평균적인 가격은 20-50바트(약 760-1,900원⁴⁸⁾) 정도이며 200-400g 용량으로 전자레인지용 플라스틱 용기에 판매되고 있습니다. 그러나 소비자들은 조리된 음식에 비해 편의점에서 판매하는 간편식에 대한 신뢰도 및 선호도가 낮기 때문에 수요는 한정적일 것으로 예상됩니다.

48) 1바트 = 38.08원(2020.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 프레쉬마트(Fresh Mart)

49)

●
프레쉬마트
(Fresh Mart)

전문가 소속

프레쉬마트
(Fresh Mart)
유통업체

연락처
+66-2948-7261

전문가 정보

Ms. Chatchai
(Chilled Foods Manager)



프레쉬마트(Fresh Mart)

Chilled Foods Manager, Ms. Chatchai

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프레쉬마트는 2000년에 설립된 태국의 편의점 체인으로 태국에 700여 개의 매장을 보유하고 있습니다. 주요 취급 품목은 즉석조리식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 생활용품 등의 다양한 식·제품입니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 인식 어떤가요?

태국에서 가정용 간편식의 선호도는 매우 높습니다. 간편식의 인기로 인해 편의점과 길거리 상점 사이에 갈등이 생기기도 했는데, 길거리 상점 측에서는 최근 간편식의 수요가 늘어남에 따라 소비자들이 편의점을 더 많이 찾게 되어 길거리 상점을 찾는 손님이 줄었다고 항의하는 사건도 있었습니다.

Q. 태국으로 가정용 간편식 수출 시, 적정 용량 및 가격은 무엇인가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 간편식 제품의 경우 400g에 45바트(약 1,710원) 정도가 가장 평균적인 용량과 가격입니다. 예를 들어, 이지고(Ezygo) 브랜드의 계살 볶음밥 제품은 45바트에 판매되고 있으며, 해당 제품이 가장 평균적입니다. 만약 음식의 양이 늘어난다면 그 비율만큼 가격을 높이는 것이 합리적입니다.

Q. 태국으로 A사의 가정용 간편식 수출 시 수요가 높을 것으로 예상하는 제품은 무엇인가요?

돼지고기 제품의 수요가 높을 것으로 예상합니다. 왜냐하면, 태국에서는 돼지고기의 선호도가 매우 높고 가장 인기 있는 즉석조리식품 중 하나가 돼지고기 볶음 쌀국수 제품이기 때문입니다. 그러나, 돼지고기와 비교했을 때 계살 볶음밥 같은 해산물 제품이 더 시장성이 있지만, A사의 꼬막 제품이 계살 볶음밥 제품만큼 인기를 얻을 수 있을지는 확실하지 않습니다. 왜냐하면, 태국 소비자들은 식당에서 조개 음식을 잘 주문하지 않으며 새우, 랍스터, 게, 연어 제품이 더 수요가 많기 때문입니다.

Interview ④ 지피타일랜드(Jiffy Thailand)

50)

지피타일랜드
(Jiffy Thailand)

전문가 소속

지피타일랜드
(Jiffy Thailand)
유통업체연락처
+66-2030-0444

전문가 정보

Mr. Nattapong
(Store Manager)

지피타일랜드(Jiffy Thailand)

Store Manager, Mr. Nattapong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

지피타일랜드는 2007년에 설립된 태국 편의점 체인으로 태국 내 150여 개의 매장을 운영하고 있으며 인도네시아, 라오스, 캄보디아에도 진출해 있습니다. 주요 취급 품목은 즉석조리식품, 스낵류, 음료류, 생활용품 등입니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 주요 소비자와 주요 구매요인은 무엇인가요?

태국 내 간편식의 주요 소비자는 식사를 준비할 시간이 없는 바쁜 직장인입니다. 학생들도 간편식을 구매하지만, 직장인보다는 구매 빈도가 낮은 편입니다. 학생들은 구매력이 부족하기 때문에 간편식 구매 시 가격을 매우 중시합니다. 태국 학생들 사이에서는 편의점에서 판매하는 간편식이 재료 하나하나를 구매하여 요리하는 것보다 저렴하다는 인식이 있고 특히 수입산 브랜드 간편식을 구매하여 먹는 것이 트렌드하다고 생각하는 경향이 있습니다.

Q. 태국 내 한식의 주요 소비자는 누구인가요?

한식의 인지도는 아직 태국에 거주하는 한국인들로 한정되어 있습니다. 그러나 한국 식재료의 경우, 태국 내에서 인기를 얻고 있으며 현지 식자재를 대체하여 사용되기도 합니다. 예를 들어, 태국 텍숨분(Deksomboon) 브랜드의 간장보다는 한국산 간장을 더욱 많이 사용하는 추세입니다. 즉, 한식 자체의 메뉴보다는 간장 같은 한국산 소스나 조미료의 인기가 더욱 높은 편이며 태국 현지 음식 조리 시 다양한 방식으로 사용되고 있습니다. 태국에서 한식의 주요 소비자는 태국에 거주하는 한국인과 K팝 팬이며 태국 내 한식당도 점점 늘어나고 있습니다.

50) 사진 자료 : 지피타일랜드(Jiffy Thailand)

Q. 현재 취급하고 있는 가정용 간편식 제품과 공통적인 특징은 무엇인가요?

당연하게도, 태국 소비자의 입맛에는 태국 음식이 가장 잘 맞기 때문에 저희 업체에서는 주로 품푸이(Pum Pui), 아마라(Amara), 마이초이스밀투고(My Choice Meal To Go) 등의 현지 브랜드 제품을 취급하고 있습니다. 수입 제품 중에서는 일본 베지하우(Veggie Haus) 브랜드의 참깨간장샐러드를 판매하고 있는데, 해당 브랜드를 취급하고 있는 이유 중 하나는 건강한 간편식이 태국에서 큰 인기를 얻고 있기 때문입니다. 베지하우는 태국에서 오랜 기간 판매되었으며 소비자들도 일본 제품의 품질을 신뢰하여 시장 내 수요가 높은 편입니다.

Interview ⑤ 로손108(Lawson108)

51)

●
로손108
(Lawson 108)

전문가 소속

로손108
(Lawson 108)
유통업체

연락처
+66-2308-0700

전문가 정보

Mr. Chalerm
(Inventory Control
Manager)

LAWSON 108

로손108(Lawson 108)

Inventory Control Manager, Mr. Chalerm

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

로손108은 2013년에 설립된 편의점 체인으로, 기존의 태국 편의점 108 Shop과 일본 편의점 브랜드 로손(Lawson)을 결합한 형태입니다. 태국 내 100여 개의 매장을 운영하고 있으며, 주요 취급 품목은 즉석조리식품, 스낵류, 음료류입니다.

Q. 태국 내 가정용 간편식의 주요 소비자와 구매요인은 무엇인가요?

현재 태국에는 수많은 간편식 브랜드와 종류가 있으며 제품의 품질은 거의 비슷한 편입니다. 그러므로 태국 소비자들은 기본적으로 간편식 구매 시 가격을 중요시합니다. 주요 소비자들은 학생과 직장인인데, 학생들은 구매력이 부족하기 때문에 가격과 양을 더욱 중요시하는 반면, 어느 정도 구매력이 있는 직장인들은 터무니없이 높은 가격이 아니라면 얼마나 간편하게 먹을 수 있는지를 더 중요시합니다. 제품의 맛은 소비계층과 관계없이 모두가 중요시하는 구매요인이며 태국 소비자들은 새로운 맛의 수용도가 매우 높은 편입니다.

Q. 태국 내 판매되고 있는 간편식의 적정 가격과 용량은 무엇인가요?

제품마다 다르긴 하지만 평균적으로 15-60바트(약 570-2280원)의 가격에 150-500g 까지 다양한 용량으로 판매되고 있습니다. 대부분의 간편식은 가정용이 아닌 1인용으로 출시되는 편입니다.

Q. 태국 내 인기 있는 간편식은 무엇인가요?

태국에서 가장 인기 있는 간편식은 태국 전통 음식이거나 태국식으로 현지화된 제품입니다. 저희 업체도 다양한 현지 브랜드를 취급하고 있는데, 주로 매운다진돼지고기, 닭고기 덮밥, 돼지고기쌀국수, 파냉커리(Panaeng Curry)⁵²⁾ 등을 판매하고 있습니다. 태국 편의점에서 판매하고 있는 대부분의 간편식 메뉴들이 거의 길거리 상점에서도 판매하고 있는 메뉴이고 심지어 소비자들은 간편식을 더 선호하여 길거리 상점과의 갈등이 생기기도 했습니다.

51) 사진 자료 : 로손108(Lawson 108)

52) 땅콩을 넣어 달콤하게 만든 태국식 커리

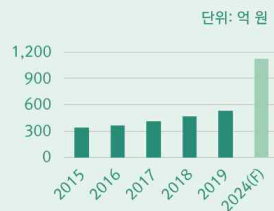
Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)



태국냉동 간편조리식품
시장규모('19)

'4,332억 원'

전체 간편조리식품 시장규모
7,403억원의 약 59% 차지



현재 태국 냉동 간편조리식품 시장은 전체 간편조리식품 시장의 약 59% 점유율을 보이고 있으며, 2015-2019년 5년간 연평균 12%의 높은 성장률을 보였음. 향후 지속적인 성장으로 2024년 냉동 간편조리식품 시장규모는 7,239억 원에 달할 것으로 예상됨

한편 현재 태국 간편조리식품 시장은 이지고(Ezy Go), 세븐프레쉬(7Fresh) 등 다양한 브랜드를 보유하고 있으며 태국 세븐일레븐(7 Eleven) 유통 채널을 보유중인 짜른포카판푸드(Charoen Pokphand Food)가 시장 선두에 있음

가정용 간편식 소비특징

'가정용 간편식보다 일반 간편식에 대한 인지도가 더 높음'

한국 간편식으로는 김치, 라면에 대한 인지도가 높음



태국 온라인쇼핑몰 및 언론매체의 가정용 간편식 연관어 분석 결과, 가정용 간편식에 대한 소비자들의 인지도보다 일반 간편식에 대한 소비자들의 인지도가 높은 것으로 나타남

한편 연관어 분석 결과, 현지 소비자들에게 인지도가 높은 한국 간편식은 라면과 김치로 나타남. 특히 라면의 경우 '매운 라면 챌린지'가 인플루언서를 대상으로 인기를 끌었으며, 김치의 경우 태국 소비자들에게도 친숙한 음식으로 보통 통조림 제품 형태로 판매되고 있었음

가정용 간편식 구매요인

'저렴한 가격과 높은 품질'

주 소비층은 시간이 부족한 직장인
건강한 간편식이 현지 소비자들에게 큰 인기



태국 온라인쇼핑몰 및 언론매체의 가정용 간편식 연관어 분석 결과, 현지 가정용 간편식의 주 소비층은 시간이 부족한 직장인들인 것으로 나타남. 실제 직장인들이 바쁜 출퇴근 시간으로 인해 조리 시간을 단축할 수 있는 가정용 간편식을 구매하려고 하는 경향을 보임. 이와 관련해 전문가 3명 역시 가정용 간편식의 주 소비층으로 직장인을 언급했으며, 이중 2명은 학생 역시 주 소비층이라고 언급함

한편, 연관어 분석 결과 현지 소비자들의 가정용 간편식 주요 구매요인은 저렴한 가격 및 높은 품질로 나타남. 특히 저렴한 상품이나 묶음 상품 구입에서 소비자의 만족도가 높았음. 이와 관련해 전문가 2명 역시 저렴한 가격이 주요 구매요인이라고 언급했으나, 이중 1명은 직장인의 경우 터무니없이 비싸지 않으면서 얼마나 간편한지의 여부가 구매요인이 된다고 언급함. 또한 다른 1명의 전문가는 높은 품질과 건강한 간편식이 현지 소비자들에게 큰 인기라고 언급함



가정용 간편식 유통채널

진출 가능 주요 유통채널
'편의점',
'하이퍼마켓/슈퍼마켓'

편의점 49.8% 점유
하이퍼마켓/슈퍼마켓 44.0% 점유



태국 가정용 간편식 진출 가능 주요 유통채널로는 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등이 있음. 이 중에서 편의점이 49.8%의 비율을 차지하고 있었으며, 뒤이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 44.0%의 비율을 차지했음

한편, 전문가들은 편의점을 통한 가정용 간편식 유통이 가장 활발하다고 답변했으며, 이중 전문가 2명은 특히 편의점 체인 중 하나인 세븐일레븐(7-Eleven)에서 가정용 간편식의 유통이 활발하다고 언급함

비관세장벽

태국 식품 수출 위해 수입식품 신고 필수

태국 전자세관시스템 이영 전 수입업체 등록 필수
육류식품첨가물 관련 규정 有



태국에 식품을 수출하기 위해서는 태국 식품의약품청에 태국으로 수입되는 식품을 신고해야 함. 해당 제도는 수입식품 정보의 관리 및 전자세관시스템 활용한 세관 절차 진행을 목적으로 시행됨. 이와 더불어 전자세관시스템을 이용하기 위해서는 태국 세관을 통해 수입업체 등록을 실시해야 함. 수입업체 등록은 기업이 직접 진행하거나 대행사를 통해 진행할 수 있음

한편, 태국은 육류식품첨가물에 대한 별도의 규정이 존재함. 이에 따라 가공식품 생산 시 태국 공중보건부의 사용인가를 식품첨가물을 사용해야 하며, 식품첨가물 별 최대 사용허용량을 준수해야 함

전문가피드백

돼지고기 제품이 태국 가정용
간편식 제품으로 시장성 있음

전문가 5명 중 3명, 태국 가정용 간편식은
대부분 태국 전통 음식 제품



전문가 5명 중 3명이 태국에서 유통되는 가정용 간편식 제품은 대부분 태국 전통 음식 제품이라고 언급함. 3명 모두 언급한 음식은 돼지고기 쌀국수 볶음이었으며, 다른 2명의 전문가도 인기 가정용 간편식 제품으로 돼지고기 쌀국수 볶음을 언급함. 이에 대해 전문가 1명은 태국에서 돼지고기에 대한 선호가 매우 높고 가장 인기있는 고기이기 때문이라고 설명했으며, 이에 따라 A사 가정용 간편식 중에도 돼지고기가 함유된 제품이 시장성이 있을 거라고 언급함

진출제언



Point 01. 태국 가정용 간편식 주 소비층은 시간이 부족한 직장인 소비자이며, 전문가들은 직장인과 더불어 학생 소비자도 주 소비층이라고 언급함

Point 02. 태국 소비자들은 가정용 간편식 구매 시 저렴한 가격을 중요시하며, 높은 품질 및 건강한 간편식에 대한 인기 역시 많은 것으로 나타남

Point 03. 태국 식품 수출 시, 태국 식품의약품청에 수입식품을 신고해야 하며, 육류식품첨가물에 대한 별도의 관련 규정을 준수해야 함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Thailand」, 2019
2. 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
3. 방콕포스트(Bangkok Post), 「Elderly face increasing burden」, 2019
4. 태국통계국(NSO), 「The Household Socio-Economic Survey」, 2019
5. 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health), 「(No.389) B.E. 2561 (2018) Re: Food Additives (No.5)」, 2018
6. 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health), 「Food Act B.E. 2522」, 1979
7. 태국 국제식품규격위원회(CODEX), 「CXS 1-1985」, 1985
8. 한국 식약처(Ministry of Food and Drug Administration, MFDS), 「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」, 2015
9. 태국 국제식품규격위원회(CODEX), 「CXS 192-1995」, 1995

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs) (www.population.un.org)
5. 태국통계국(NSO) (www.nso.go.th)
6. 쇼피(Shopee), (Shopee.co.th)
7. 웅나이(Woong Nai) (www.wongnai.com)
8. 마켓티어(Market Teer) (marketeeronline.com)
9. 판팁(pantip.com) (pantip.com)
10. 텔모스트타일랜드(thermosthailand) (www.thermosthailand.com)
11. 세븐일레븐(7 Eleven) (www.seveneleven.co.th)
12. 세븐아이홀딩스(7&i Holdings) (www.7andi.com)
13. 세븐일레븐(7 Eleven) 페이스북 (www.facebook.com/7Eleven)
14. 타일랜드비즈니스뉴스(Thailand Business News) (www.thailand-business-news.com)
15. 코코넛츠방콕(Coconuts Bangkok) (www.coconuts.co)
16. 테스코로터스(Tesco Lotus) (www.tescolotus.com)
17. 센트럴리테일(Central Retail) (www.centralretail.com)
18. 방콕포스트(Bangkokpost) (www.bangkokpost.com)
19. 리테일가제트(Retailgazette) (www.retailgazette.co.uk)
20. 비비씨뉴스(BBC) (www.bbc.com)
21. 더선(TheSun) (www.thesun.co.uk)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

22. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
23. 패밀리마트(Family Mart) (www.familymart.co.th)
24. 아시안리뷰(Asian Review) (www.asia.nikkei.com)
25. 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw) (www.dnb.com)
26. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
27. 센트럴푸드리테일(Central Food Retail) (www.corporate.tops.co.th)
28. 타이에스엠이센터(ThaiSMECenter) (www.thaismecenter.com)
29. 더마리타임이그제큐티브(TheMaritimeExecutive) (www.maritime-executive.com)
30. 빌라마켓(Villa Market) (www.shopponlie.villamarket.com)
31. 시암퓨처그룹(Siam Future Group) (www.siamfuture.com)
32. 방콕언마스크드(bangkokunmasked) (www.bangkokunmasked.com)
33. 타임아웃(Timeout) (www.timeout.com)
34. 더푸켓뉴스(The Phuket News) (www.thephuketnews.com)
35. 셔터스톡(Shutterstock) (www.shutterstock.com)
36. 빅씨(Big C) (www.bigc.co.th)
37. 아이지디아시아(IGDAsia) (www.idgasia.com)
38. 인사이드리테일아시아(Insideretail Asia) (www.insideretail.asia)
39. 넥스트샤크(Nextshark) (www.nextshark.com)
40. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.com/th)
41. 네이션타일랜드(Nation Thailand) (www.nationthailand.com)
42. 돈돈돈키(Don Don Donki) 페이스북(www.facebook.com/DonDonDonkiTH)
43. 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) (www.koreangayashop.com)
44. 코리안가야샵(Korean Gaya Shop) 페이스북 (www.facebook.com/korean.gaya.shop)
45. 라자다(Lazada) (www.lazada.co.th)
46. 라자다그룹(LazadaGroup) (www.lazada.com)
47. 알리바바그룹(Alibaba Group) (www.alibabagroup.com)
48. 더블유세븐뉴스(W7 News) (www.w7news.com)
49. 씨엔에이라이프스타일(CNA Lifestyle) (www.cnalifestyle.channelnewsasia.com)
50. 뉴시스(Newsis) (www.newsis.com)
51. 태국 식약청(Thailand Food and Drug Administration)(www.fda.moph.go.th)
52. 태국 관세청(Thailand Customs Department)(www.customs.go.th)
53. 태국 보건부(Thailand Ministry of Public Health)(www.moph.go.th)
54. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) 홈페이지(www.fas.usda.gov)
55. 농식품수출정보(Kati) 홈페이지(www.kati.net)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

56. 관세정보법령포털 홈페이지(unipass.customs.go.kr)
57. 두잉비즈니스(Doing Business) 홈페이지(doingbusiness.org)
58. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) 홈페이지(world.moleg.go.kr)
59. 한국무역협회(KITA) 홈페이지(www.kita.net)
60. 테스코로터스(Tesco Lotus) (tescolotus.com)
61. 패밀리마트(Family Mart) (familymart.co.th)
62. 프레쉬마트(Fresh Mart) (freshmart.co.th)
63. 지피타일랜드(Jiffy Thailand) (pttrm.com)
64. 로손108(Lawson 108) (lawson108.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2020.10.23

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea