



2021

해외시장 맞춤형조사

No.		202201-28
품목		프로바이오틱스(Probiotics)
HS CODE		2106.90-9099
국가		태국(Thailand)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	06
2. 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모	07
3. 태국 건강보조식품 시장점유율	08
4. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	09
5. 태국 프로바이오틱스 수입규모	10
6. 한국 프로바이오틱스 수출규모	11
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 태국 프로바이오틱스 경쟁 브랜드 ‘인터파마’	14
2. 태국 프로바이오틱스, 아시도필러스 성분이 인기	15
3. 태국 프로바이오틱스, 다양한 제형의 제품 판매	16
4. 태국 프로바이오틱스, ‘소화 개선’, ‘면역’ 강조해야	17
5. 태국 프로바이오틱스 진출 컨셉	18
IV. 유통채널 특징	
1. 태국 프로바이오틱스 유통채널 비교	20
2. 태국 프로바이오틱스 유통채널 특징	21

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 태국 프로바이오틱스 주요 온라인 유통채널 | 25 |
| 2. 태국 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 태국 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차 | 40 |
| 2. 태국 프로바이오틱스 품질 인증 | 43 |
| 3. 태국 프로바이오틱스 라벨링 | 47 |
| 4. 태국 프로바이오틱스 성분 및 유해물질 | 52 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

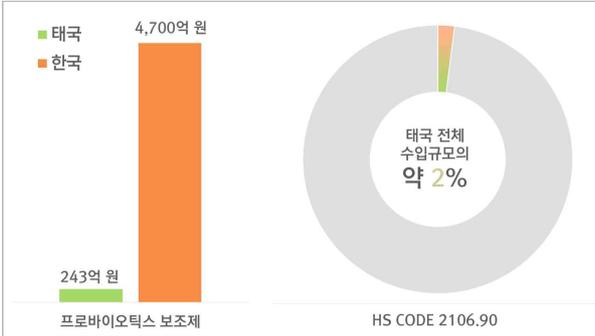
- | | |
|-----------------------------|----|
| Interview ① 뷰티쿨(Beauticool) | 59 |
| Interview ② 콘비(Konvy) | 61 |
| Interview ③ 파시노(Fascino) | 63 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 68 |
|--------|----|

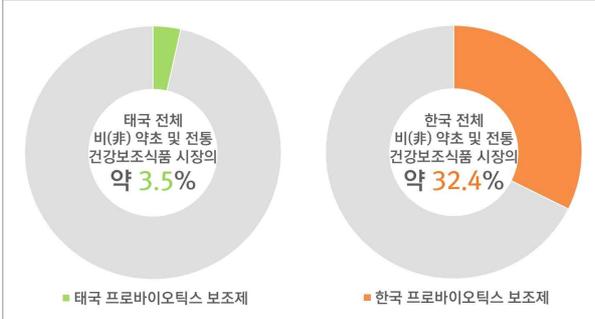
Summary

■ 주요 분석



	태국	한국
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	6,909억 원	1조 4,500억 원
프로바이오틱스 보조제 시장규모	243억 원	4,700억 원
	수입액	점유율
태국 對한국 HS CODE 2106.90 수입 현황	168억 원	2%

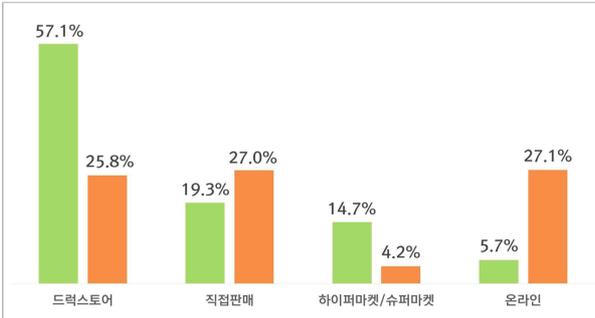
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 액-차이디스트리뷰션시스템 및 빅씨슈퍼센터
드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19의 영향으로 건강에 대한 관심 증가로 비타민 및 건강보조식품 매출 상승하기도 함
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19 기간 동안 태국 온라인 식품시장 성장 소셜미디어를 통한 배달 서비스 플랫폼 출시

■ 진입장벽

인증/사전등록	태국 식약청 등록 必
라벨링	태국어 표기 必. 표기 항목은 영어로 기재할 수 있으나 세부 내용은 태국어로 표기해야 함
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

프로바이오틱스 수요	<ul style="list-style-type: none"> 태국 내 프로바이오틱스 수요 높지 않은 편 가격과 품질, 원료가 주요 구매 요인
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 가격 비싼 편이라는 의견 다 스틱 형태의 패키징 및 원료 표기 사항 적절
추천 유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 쇼피, 라자다 등의 온라인 플랫폼 추천 건강보조제품은 H&B에서 구매하는 소비자도 有

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 태국 프로바이오틱스 보조제 시장 향후 5년(2021-2025)간 연평균 11% 성장 전망 코로나19의 영향으로 건강 및 면역력 강화의 필요성을 느끼는 소비자가 많아져, 최근 프로바이오틱스 보조제, 아연 등의 건강보조식품 인기
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 태국 온라인 몰에서 판매 중인 프로바이오틱스 제품은 주로 소화에 도움이 된다는 점을 강조 태국 내 무슬림 인구는 불교 신자 다음으로 많아, 더 많은 소비자를 대상으로 고객사 제품을 판매하기 위해서는 할랄 인증 취득 필요

II. 시장규모

1. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모
2. 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모
3. 태국 건강보조식품 시장점유율
4. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
5. 태국 프로바이오틱스 수입규모
6. 한국 프로바이오틱스 수출규모

1. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모

태국 국가 일반 정보¹⁾

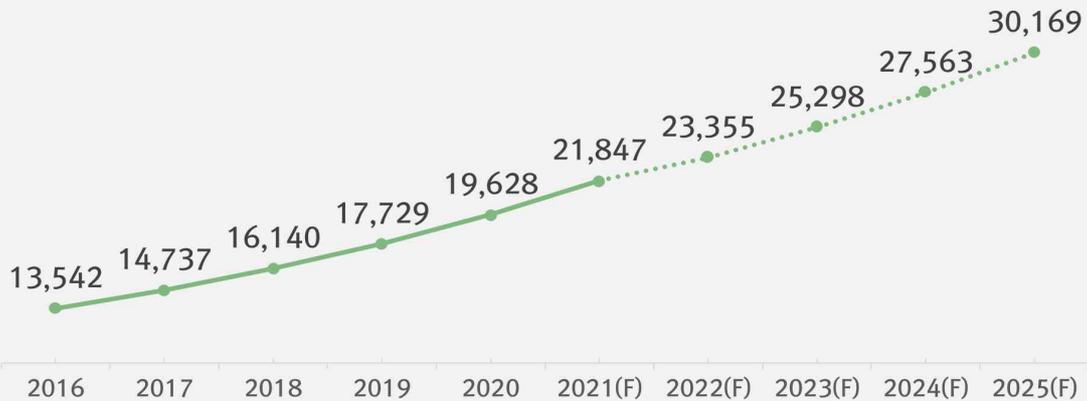
면적	51.3만km ²
인구	6,963만 명
GDP	5,436억 달러
1인당 GDP	7,807달러

▶ 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모 6,909억 원
2020년 기준 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 전년 대비 11% 증가한 약 6,909억 원을 기록하였으며, 약 1조 4,500억 원 규모인 한국 시장의 약 48% 수준임. 최근 5년(2016-20년)간 태국의 해당 시장은 연평균 10% 성장하였음

▶ 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장, 향후 성장 전망
향후 5년(2021-25년)간 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장은 연평균 8% 성장하여 2025년 기준 약 1조 619억 원을 기록할 것으로 전망됨²⁾

[표 2.1] 태국 '비(非) 약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모³⁾⁴⁾

단위 : 백만 바트



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁵⁾
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품	13,542	14,737	16,140	17,729	19,628	10%
(한화추정액)	(4,767억 원)	(5,187억 원)	(5,681억 원)	(6,241억 원)	(6,909억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품	21,847	23,355	25,298	27,563	30,169	8%
(한화추정액)	(7,690억 원)	(8,221억 원)	(8,905억 원)	(9,702억 원)	(1조 619억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사시장: 조사제품 '프로바이오틱스'는 유기농 인증 재료를 사용하여 프로바이오틱스 특허공법을 이용해 50억 개 이상의 유산균을 함유한 건강기능 제품임. 이에 제품의 효능을 기준으로 '프로바이오틱스 보조제 시장 및 '비(非) 약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모를 조사함
- 3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 4) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 5) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모

▶ 태국 프로바이오틱스 보조제 시장, 꾸준한 성장세 보여

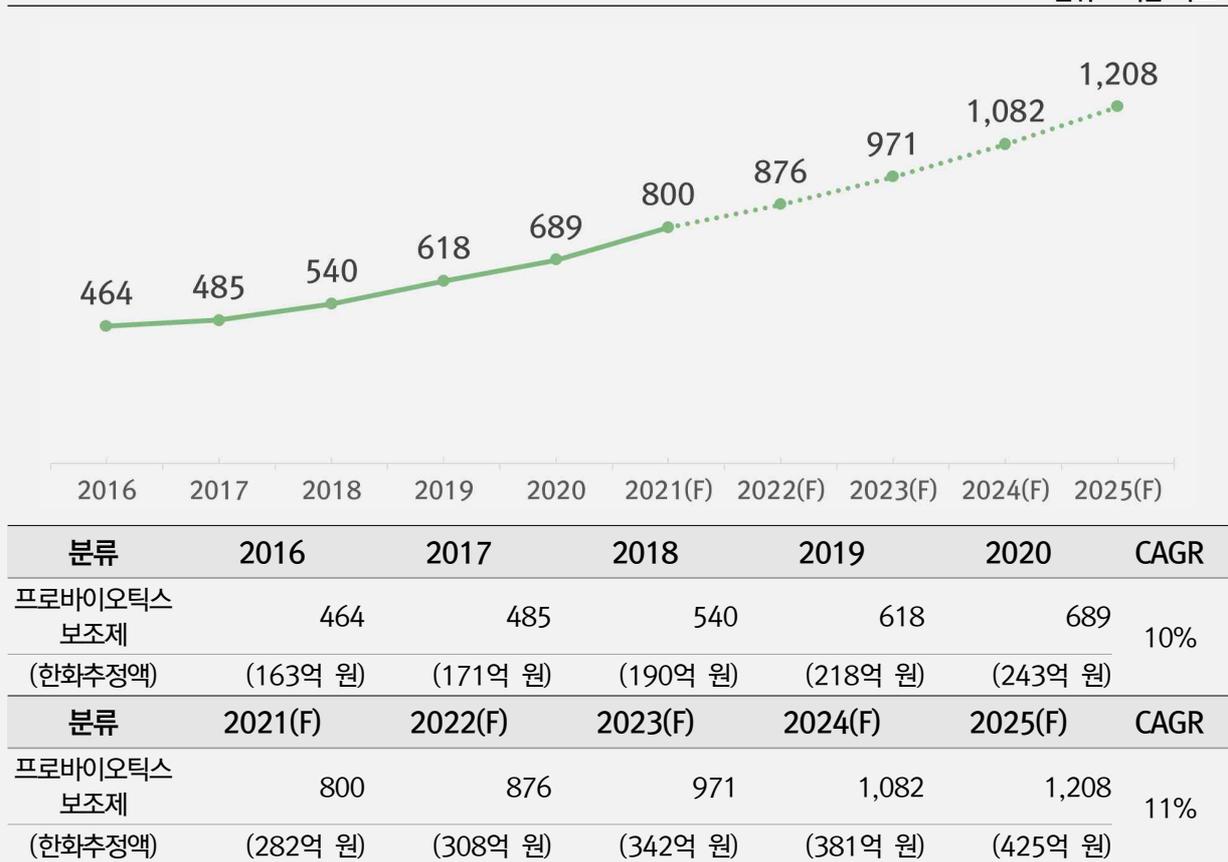
2020년 기준 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모는 전년 대비 11% 성장한 약 243억 원을 기록하였으며, 약 4,700억 원 규모인 한국의 프로바이오틱스 보조제 시장 대비 그 규모가 작은 것으로 확인됨

▶ 태국 프로바이오틱스 보조제 시장, 향후 발전 가능성 지속

향후 5년(2021-25년)간 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모는 연평균 11% 성장하여, 2025년 기준 약 425억 원을 기록할 것으로 전망됨. 이는 코로나19로 면역력 강화 필요성을 느끼는 소비자가 늘어남에 따라 면역강화 식이 보조제 수요가 증가한 것에 기인함. 특히, 프로바이오틱스 보조제, 마늘, 인삼, 영지버섯 추출물, 아연 및 복합 제품이 인기 있으며, 향후 해당 시장의 발전 가능성이 유지될 것으로 예측됨⁶⁾

[표 2.2] 태국 ‘프로바이오틱스 보조제’ 시장규모⁷⁾

단위 : 백만 바트



자료: 유로모니터(Euromonitor)

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Thailand Country Report」, 2021.09

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 태국 건강보조식품 시장점유율

▶ 태국 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’, 점유율 76% 기록

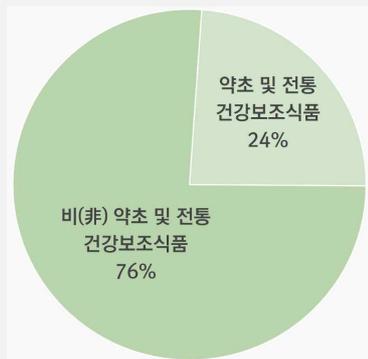
‘프로바이오틱스 보조제’가 속하는 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’의 양국 시장점유율을 확인하기 위해 상위 시장인 건강보조식품 시장을 조사함. 태국 건강보조식품(약 9,082억 원) 세부 시장과 한국 건강보조식품(약 3.7조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 세부 시장은 상반된 구성을 보임. 태국 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’은 점유율 76%로, ‘약초 및 전통 건강보조식품’에 우위를 점한 것으로 나타남. 향후 5년(2021-25년)간 태국의 해당 시장은 현재와 유사한 구성 및 비율을 유지하여, 2025년 기준 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’의 점유율은 77%까지 늘어날 것으로 전망됨⁸⁾

한편, 한국의 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장점유율은 61%로 우위를 차지하였으며, ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’ 점유율은 39%에 그침. 다만, 2016년에 67%를 기록한 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 점유율은 2020년에 61%까지 감소하였으며, 2025년 기준 59%로 위축될 것으로 전망됨

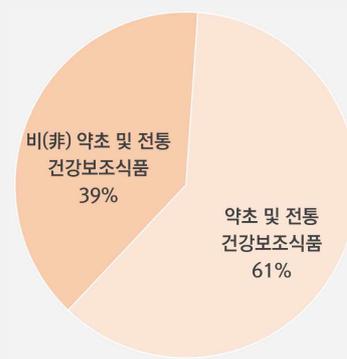
[표 2.3] 2020년 태국, 한국 ‘건강보조식품’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)

태국 건강보조식품 세부 시장



한국 건강보조식품 세부 시장



분류	건강보조식품	
	약초 및 전통 건강보조식품	비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
태국	24	76
한국	61	39

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 태국 건강보조식품 시장(약 9,082억 원)과 한국 건강보조식품 시장(약 3.7조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

▶ 태국 ‘프로바이오틱스 보조제’, 점유율 3.5% 불과

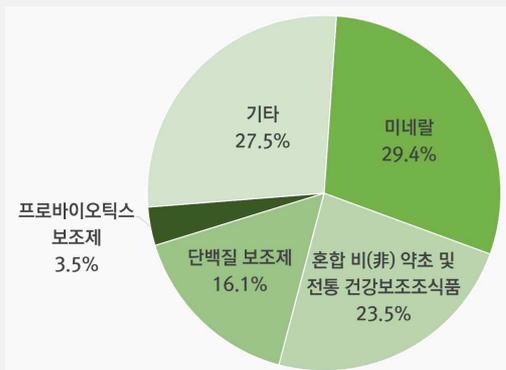
태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(약 6,909억 원)과 한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(약 1.5조 원)의 세부 시장을 비교하였을 때, 태국의 ‘프로바이오틱스 보조제’는 점유율 3.5%로 상위 시장 내 비중이 낮은 것으로 나타남. 반면, 한국에서는 ‘프로바이오틱스 보조제’가 32.4%로 점유율 1위를 차지하여, 태국에서는 한국 대비 프로바이오틱스 보조제에 대한 인식이 아직 낮은 편인 것으로 판단됨¹⁰⁾

한편, 코로나19의 영향으로 전반적인 건강관리 및 면역력 강화에 대한 태국 소비자들의 관심이 증대되고 있음. 이에 따라 2016년 기준 3.4%인 ‘프로바이오틱스 보조제’ 점유율은 2025년에 4.0%까지 증가할 것으로 전망됨¹¹⁾

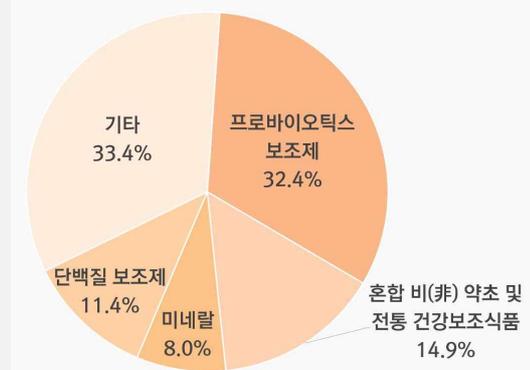
[표 2.4] 2020년 태국, 한국 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)

태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
세부 시장



한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
세부 시장



비(非) 약초 및 전통 건강보조식품

분류	미네랄	혼합 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품	단백질 보조제	프로바이오틱스 보조제	기타 ¹³⁾
태국	29.4	23.5	16.1	3.5	27.5
한국	8.0	14.9	11.4	32.4	33.4

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 6,909억 원)과 한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 1.5조 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Thailand Country Report」, 2021.09

12) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

13) 코엔자임Q10, 안구 건강 보조제, 어유 및 오메가 지방산, 글루코시민 및 기타 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품이 이에 해당함

5. 태국 프로바이오틱스 수입규모

HS CODE 2106.90

조사제품 '프로바이오틱스'는 ' 따로 분류되지 않은 조제 식품'으로 규정된 제2106호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 태국 HS CODE 2106.90 수입액, 연평균성장률 9%

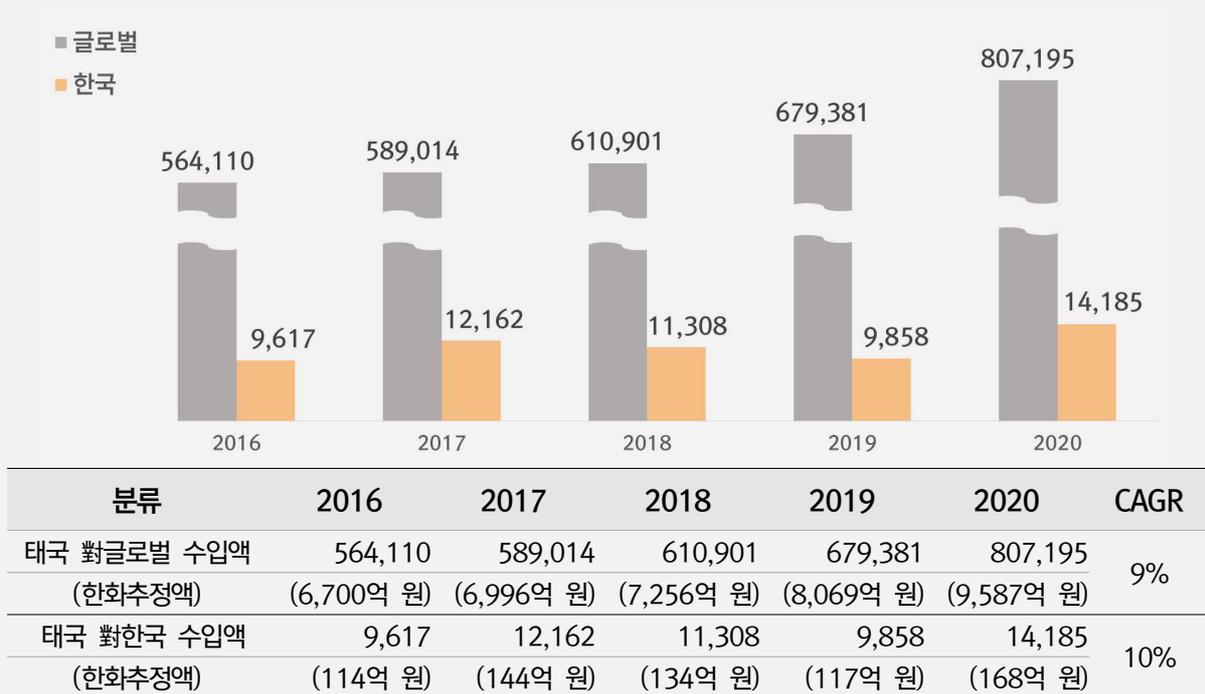
2020년 기준 태국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 19% 증가한 약 9,587억 원을 기록함. 태국의 해당 품목 수입액은 2016년부터 2017년까지 전년 대비 4% 증가하였으며, 2019년부터 두 자릿수 성장률을 기록함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 9%로 꾸준한 성장세를 보임

▶ 태국 HS CODE 2106.90 對한국 수입액, 전체 10위

2020년 기준 태국 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 44% 증가한 약 168억 원을 기록함. 이는 글로벌 수입액의 2%에 해당하는 수치로, 전체 10위에 해당함. 한편, 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 싱가포르로, 2020년 한 해 약 2,590억 원의 수입액을 기록하며 전체의 27%를 점유함. 이어서 미국(약 2,210억 원, 23%), 베트남(약 1,018억 원, 11%) 순인 것으로 조사됨

[표 2.5] 태국 HS CODE 2106.90 수입규모¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

15) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6. 한국 프로바이오틱스 수출규모

● HS CODE 2106.90-9099

조사제품 '프로바이오틱스'에 해당
하는 HS CODE 2106.90-9099
(기타)의 한국 對글로벌, 對태국
수출규모를 통해 수출 수요를 확
인함

▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출액, 연평균성장률 9%

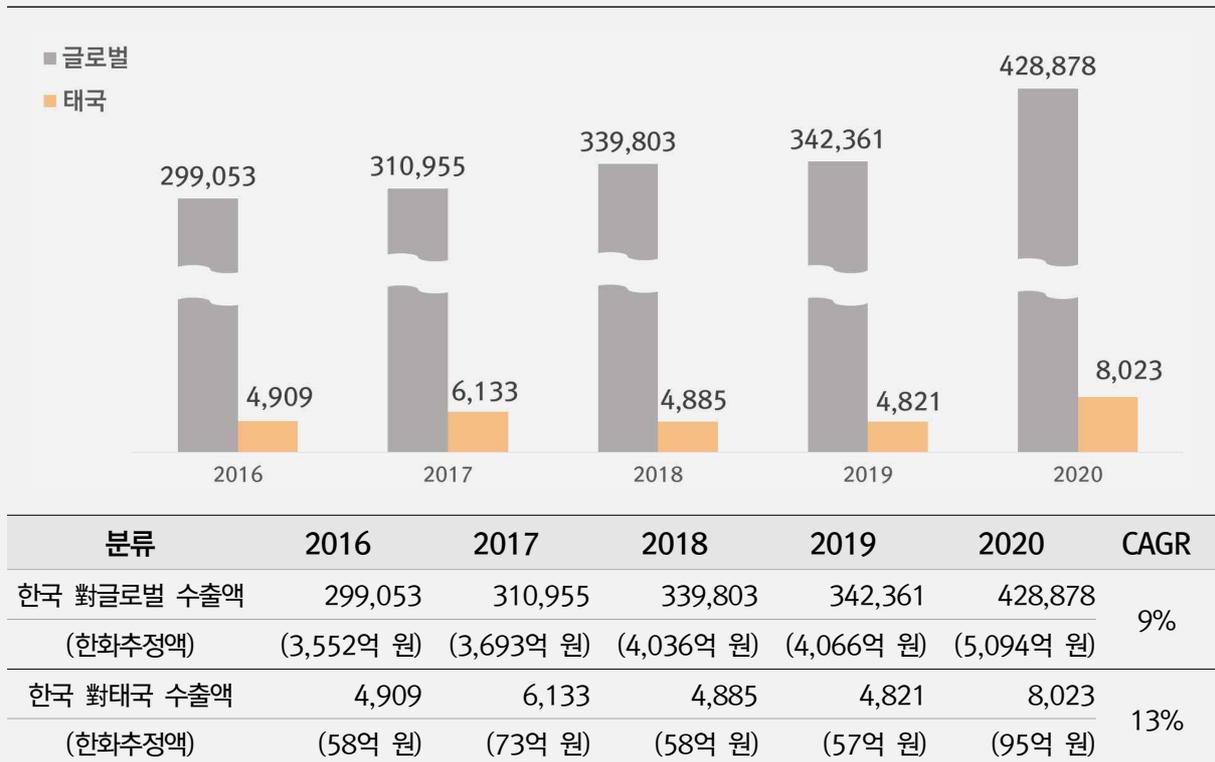
2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 25% 상승한 약 5,094억 원을 기록함. 해당 품목의 對글로벌 수출액은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 9%를 기록하며 꾸준한 상승세를 이어온 것으로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 對태국 수출액, 점유율 2%

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對태국 수출액은 전년 대비 66% 상승한 약 95억 원을 기록함. 이는 對글로벌 수출액의 2%에 해당하는 수치로, 전체 13위에 해당함. 한편, 글로벌 수출액 기준 1위 국가는 일본으로, 2020년 기준 약 1,145억 원의 수출액을 기록하며 전체의 23%를 점유함. 이어서 2위는 중국(약 963억 원, 19%), 3위는 베트남(약 410억 원, 8%)인 것으로 나타남

[표 2.6] 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출규모¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-9099 기준

17) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 경쟁브랜드 1위 ‘인터파마’
2. 아시도필러스 성분이 인기
3. 다양한 제형의 프로바이오틱스 판매 중
4. ‘소화 개선’ 및 ‘면역’ 강조 제품 다수
5. 태국 프로바이오틱스 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 태국 온라인매장 입점 프로바이오틱스 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 프로바이오틱스(โพรไบโอติก)
- 데이터 수집량 : 2,876건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인매장

▶ 태국 온라인매장 입점 프로바이오틱스 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁브랜드 ② 성분 ③ 패키징/제형 ④ 효능/홍보문구

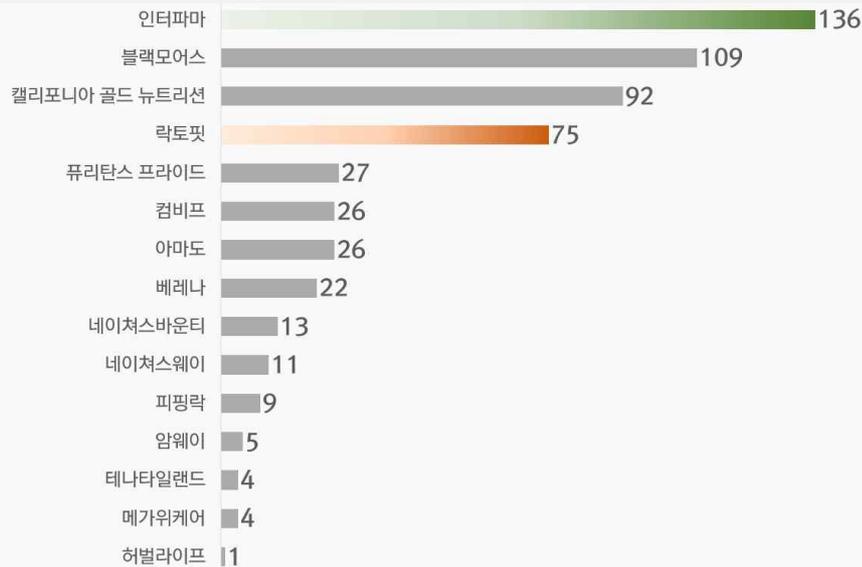
항목	키워드(국문/태국어 및 영어)		빈도	키워드(국문/태국어 및 영어)		빈도
경쟁브랜드	인터파마	อินเตอร์ฟาร์ม่า	136	퓨리탄스 프라이드	พูรีแทนไพร์ด์	27
	블랙모어스	Blackmores	109	컴비프	คอมบิฟ เออาร์	26
	캘리포니아 골드 뉴트리션	แคลิฟอร์เนียโกลด์นูทริชัน	92	아마도	อมาโต้	26
	락토픽	แลคโตพิค	75	베레나	เวอรี่น่า	22
성분	딸기	สตร	621	비피도박테리움 락티스	bifidobacterium lactis	70
	아시도필러스	acidophilus	157	무설탕	ไม่มีน้ำตาล	52
	비타민 C	วิตามินซี	134	항산화제	สารต้านอนุมูลอิสระ	48
	락토바실러스 아시도필러스	lactobacillus acidophilus	114	락토바실러스 파라카제이	lactobacillus paracasei	38
	비피도박테리움	บิฟิโดแบคทีเรียม	81	아미노산	กรดอะมิโน	37
	락토바실러스	แลคโตบาซิลลัส	76	무첨가제	ไม่มีสารหนุุด	35
패키징/제형	포	ซอง	485	타블렛	เม็ด	449
	액체/음료	ดื่ม	481	캡슐	แคปซูล	408
	분말	ผง	468	젤리	เจลลี่	138
효능/홍보문구	소화	การย่อย	307	소화 균형	ปรับสมดุลลำไส้	165
	CFU	cfu	287	한국	เกาหลี	158
	면역	ระบบภูมิคุ้มกัน	256	햇배부름	ท้องอืด	147
	위장	กระเพาะ	181	GMP	gmp	91

1. 경쟁브랜드 1위 ‘인터파마’

- ▶ ‘인터파마’, 프로바이오틱스 브랜드 빈출량 1위
 - ‘인터파마’ 키워드 빈출량 136건으로 1위를 기록
 - 태국 현지 1위 제약기업 브랜드로 대표 제품은 분말 제형의 ‘TS6 프로바이오틱스’ 제품
- ▶ ‘블랙모어스’, ‘캘리포니아 골드 뉴트리션’ 등 미국 브랜드 인기
 - 블랙모어스 및 캘리포니아 골드 뉴트리션은 각각 2, 3위를 차지
 - 두 제품의 패키징 형태는 다르나 모두 알약 형태의 제품으로 파악
- ▶ 한국 종근당 ‘락토픽’ 인기 제품
 - 한국 브랜드 ‘락토픽’ 키워드는 75건 빈출
 - 태국 주요 온라인 몰 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)의 인기 제품

1위 인터파마		2위 블랙모어스		4위 락토픽	
					
제품명	TS6	제품명	프로바이오틱스+ 데일리헬스	제품명	락토픽 생유산균 골드
용량	45포	용량	30정	용량	50포
가격	1,100바트(38,720원 ¹⁹⁾)	가격	890바트(31,328원)	가격	389바트(13,693원)

[표 3.1] 태국 프로바이오틱스 경쟁브랜드 관련 키워드

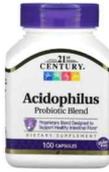


자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,876건 분석

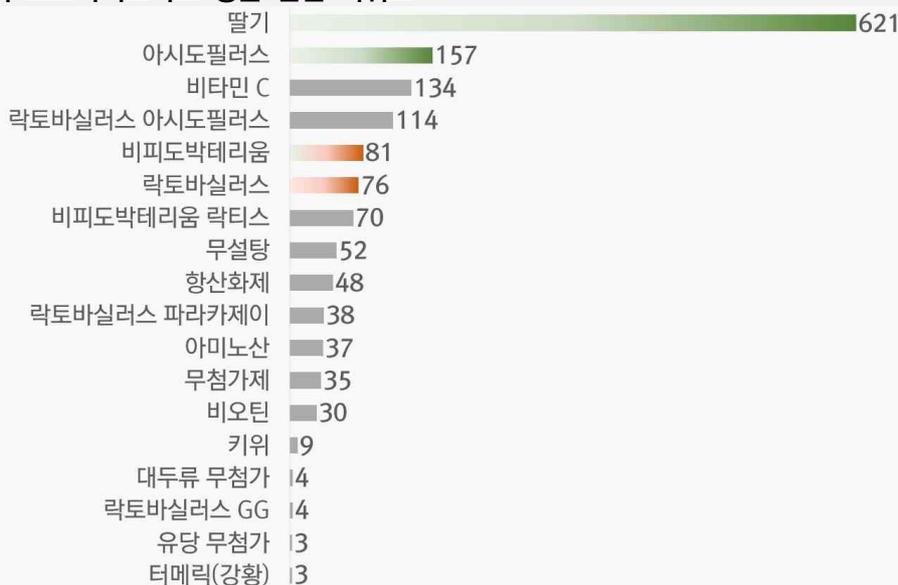
19) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 아시도필러스 성분이 인기

- ▶ **균주 종류로는 ‘아시도필러스’, ‘비피도박테리움’ 성분 빈출**
 - ‘아시도필러스’ 키워드는 빈출량 157건으로 균주 키워드 중 1위
 - ‘비피도박테리움’은 81건으로 전체 키워드 순위 중 5위 차지
- ▶ **‘딸기’ 맛 가미된 제품 인기**
 - ‘딸기’ 키워드는 빈출 621건으로 전체 순위 중 압도적인 1위를 차지
 - 다른 과일로는 ‘키위’ 키워드 9건 발견
- ▶ **‘무설탕’, ‘무첨가제’로 천연 성분 강조**
 - ‘무설탕’ 키워드는 빈출량 52건으로 전체 순위 중 8위 차지
 - ‘무첨가제’ 키워드는 35건으로 천연 성분에 대한 선호도를 반영

1위 딸기		2위 아시도필러스		5위 비피도박테리움	
					
제품명	프로바이오틱스 아시도필러스	제품명	아시도필러스 프로바이오틱스 블렌드	제품명	피비에잇(PB 8)
브랜드	퓨리탄스 프라이드 (Puritan's Pride)	브랜드	투엔티퍼스트센츄리 (21st Century)	브랜드	프로케어 뉴트리션 (Procare Nutrition)
용량 및 가격	100정/410바트(14,432원)	용량 및 가격	100정/329바트(11,581원)	용량 및 가격	120정/1,018바트(35,834원)

[표 3.2] 태국 프로바이오틱스 성분 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,876건 분석

3. 다양한 제형의 프로바이오틱스 판매 중

▶ 제형이 다양한 프로바이오틱스

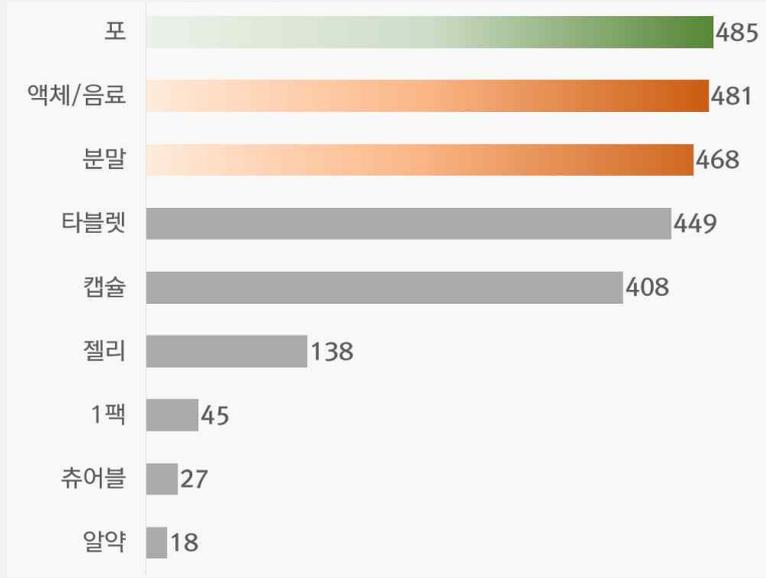
- ‘액체/음료’, ‘분말’, ‘캡슐’ 키워드가 각각 485건, 468건, 408건 등장하여, 액체/음료 제형이 가장 대중적인 것으로 예상
- 다만, 세 키워드 빈출량 차이가 크지 않은 것으로 보아 제품 제형 간 선호도 차이가 크지 않을 것으로 예상

▶ ‘포’가 가장 대중적인 패키징

- ‘포’ 키워드, 485건으로 패키징 중 최다 빈출
- ‘포’ 패키징을 사용한 제품은 분말 제형이 대다수, 젤리 제형도 발견
- ‘타블렛’ 패키징도 449건으로 ‘포’와 유사한 빈도수 기록

1위 포		2위 액체/음료		3위 분말	
					
제품명	프로밸런스	제품명	퍼멘티드 슈퍼푸드 프로보탄	제품명	아이엠 프로바이오틱스
브랜드	테나타일랜드 (The Na Thailand)	브랜드	프로보탄 (Probotan)	브랜드	베베솔루션 (Bebe Solution)
용량 및 가격	20포/890바트(31,328원)	용량 및 가격	750ml*2/ 3,820바트(134,464원)	용량 및 가격	30팩/690바트(24,288원)

[표 3.3] 태국 프로바이오틱스 제형/패키징 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,876건 분석

4. '소화 개선' 및 '면역' 강조 제품 다수

▶ '소화' 관련 키워드 상위권에 포진

- '소화', '소화 균형', '헛배부름' 등 소화 관련 키워드가 상위권에 포진
- '소화' 키워드, 빈출량 307건으로 제품 효능 관련 키워드 1위 차지

▶ 보장 균수 나타내는 'CFU' 키워드, 제품 홍보에 자주 활용

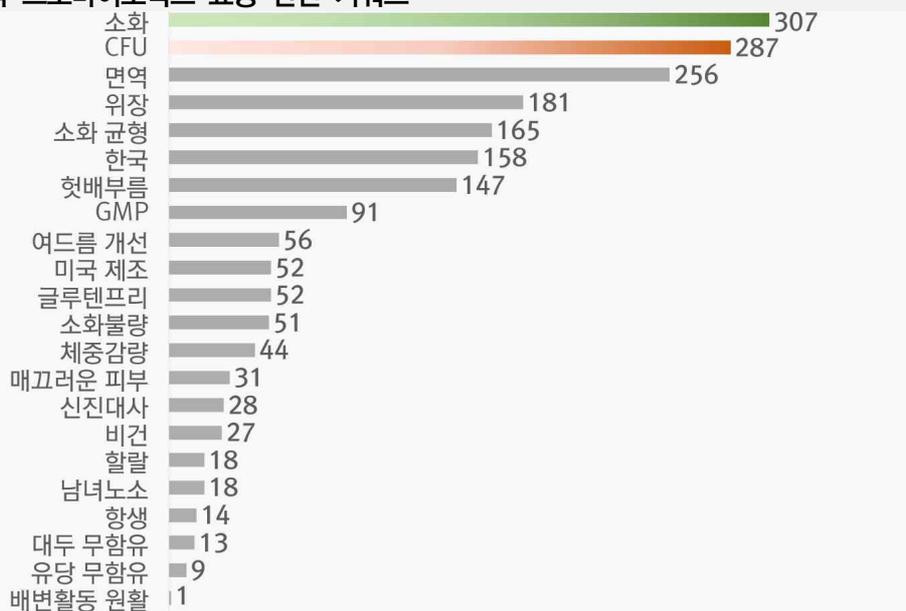
- 50억, 100억 CFU 등 보장균 함유량을 제품 설명 및 홍보문구로 활용
- 태국 온라인 몰에 프로바이오틱스 검색 결과, 제품명에 1회 섭취량 당 CFU를 함께 표기한 제품이 다수

▶ '한국' 원산지 강조한 제품 다수

- 원산지와 관련된 '한국' 키워드가 158건 빈출된 것으로 보아, 한국산 프로바이오틱스에 대한 소비자 선호도 및 신뢰도가 높을 것으로 예상

1위 소화		2위 CFU		6위 한국	
					
제품명	비피나 이엑스	제품명	프로바이오틱스 1,200억 CFU	제품명	프로바이오틱스19 플러스
브랜드	아마도(Amado)	브랜드	바이탈리타운(Vitalitown)	브랜드	한미약품(Hanmi)
용량 및 가격	15포/430바트(15,136원)	용량 및 가격	30정/1,109바트(39,037원)	용량 및 가격	30포/209바트(7,357원)

[표 3.4] 태국 프로바이오틱스 효능 관련 키워드



자료: 태국 온라인매장 판매 제품 내 '프로바이오틱스' 관련 게시물 2,876건 분석

5. 태국 프로바이오틱스 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 하루 1포로 장내 균형 지키는 건강한 하루 습관**
 - 제형/패키징 키워드 1위인 ‘포’를 활용, 고객사 제품을 하루 한 포 섭취하여 건강 유지에 도움이 된다는 장점 강조
 - 장내 미생물 균형 조절에 탁월한 프로바이오틱스 기능 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 멀티비타민, 프로바이오틱스를 함유한 프로바이오틱스**
 - 다양한 프로바이오틱스, 멀티 비타민을 함유한 멀티 기능성 제품
 - 생 유산균 30억 CFU를 포함하여 효능이 탁월한 프로바이오틱스

- ▶ **컨셉 ③ _ 믿고 먹을 수 있는 한국산 프로바이오틱스**
 - 한국 원산지 제품에 대한 소비자 신뢰도가 높다는 점을 활용
 - 남녀노소 즐길 수 있는 고소한 곡물 맛

성분	포장/제형	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	포	장내 균형	51건	하루 1 [포]로 [장내 균형] 지키는 건강한 하루 습관 프로바이오틱스
비타민	캡슐	CFU	33건	생 유산균 30억 [CFU] 와 멀티비타민이 함유된 [캡슐형] 프로바이오틱스
(-)	분말	면역	22건	장 건강과 정상적인 [면역] 기능을 위한 [분말형] 프로바이오틱스
(-)	포	한국	21건	고소한 곡물 맛의 하루 1[포] [한국산] 프로바이오틱스
(-)	분말	첫배부름	18건	[분말형] 제형으로 간편하게 섭취하여 [첫배부름]을 예방

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/포장·제형/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 태국 프로바이오틱스 유통채널 비교
2. 태국 프로바이오틱스 유통채널 특징

1. 태국 프로바이오틱스 유통채널 비교

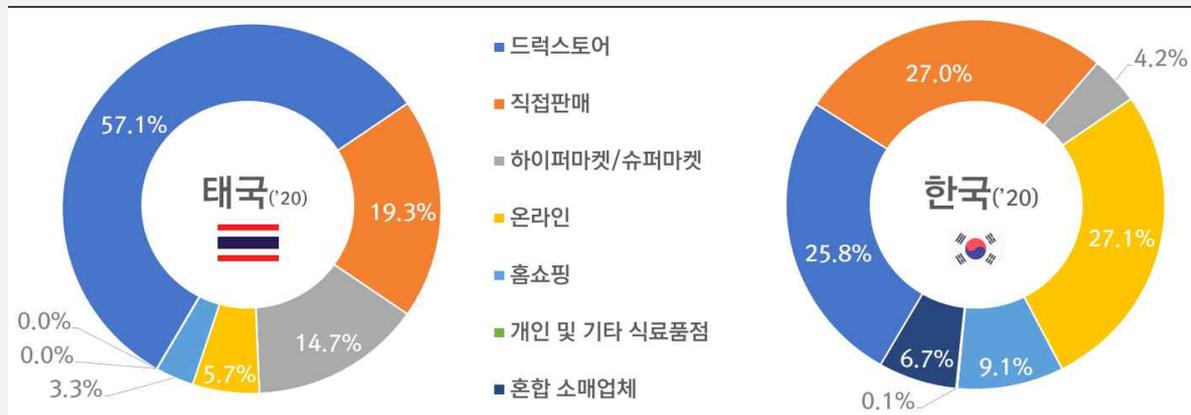
▶ 태국 ‘드럭스토어’ 및 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 태국 ‘비타민 및 건강 보조 식품’ 유통채널 중 가장 높은 점유율을 차지한 것은 ‘드럭스토어’로, 전체의 57.1%를 점유하여 한국의 25.8% 대비 높은 것으로 나타남. 뒤이어 ‘직접판매’가 19.3%, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 14.7%를 차지하는 것으로 조사됨. 한국에서는 ‘온라인’이 27.1%로 가장 높은 비중을 차지했으며, ‘직접판매’가 27.0%, ‘드럭스토어’가 25.8%로, 상위 3개 채널이 전체의 약 80%를 점유한 것으로 확인됨

▶ 태국 프로바이오틱스 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 태국 ‘비타민 및 건강 보조 식품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 5.7%로 한국의 27.1% 대비 크게 낮아 아직 식품의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 태국 프로바이오틱스 소매유통채널 점유율



태국 및 한국 소매유통채널 점유율(20)21) 비교22)

태국	유형	한국
57.1%	드럭스토어	25.8%
19.3%	직접판매	27.0%
14.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
5.7%	온라인	27.1%
3.3%	홈쇼핑	9.1%
0.0%	개인 및 기타 식료품점	0.1%
0.0%	혼합 소매업체	6.7%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 2020년 기준, 태국 및 한국 ‘비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

21) ‘프로바이오틱스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

22) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

2. 태국 프로바이오틱스 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 엑-차이디스트리뷰션시스템

태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 엑-차이디스트리뷰션시스템(Ek-Chai Distribution System)은 2020년 태국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 4,079억 900만 바트(약 14조 3,584억 원²³⁾)의 35.2%를 점유했으며, 빅씨슈퍼센터(Big C Supercenter)는 전체의 18.5%를 차지함

▶ 태국 슈퍼마켓, 코로나19로 비(非) 식료품 판매 둔화²⁴⁾²⁵⁾

빅씨, 테스코로터스 등의 태국 대형 마켓들은 퍼스널 케어, 코스메틱 등 비식료품 판매 둔화로 인해 2020년 매출이 소폭 감소한 것으로 확인됨. 코로나19의 영향으로 경제 활동이 줄어들어, 소득이 불확실한 상황에서 현지 소비 성향이 필수품만 구매하는 방향으로 변화했기 때문으로 분석됨. 또한, 사람이 북적이는 대형 마트 방문을 자제하는 소비자가 많았던 것도 매출 하락의 이유로 볼 수 있음. 이에 엑-차이디스트리뷰션시스템은 오프라인 매장 규모를 점차 줄이고, 자체 온라인 몰에 적극적인 투자를 시행한다는 계획을 발표한 바 있음

[표 4.2] 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	엑-차이디스트리뷰션시스템 (Ek-Chai Distribution System)	35.2%	테스코로터스(Tesco Lotus) ²⁷⁾ , 탈라드로터스(Talad Lotus)
2	빅씨슈퍼센터 (Big C Supercenter)	18.5%	빅씨 (Big C)
3	센트럴리테일 (Central Retail)	8.3%	탑스(Tops), 센트럴푸드홀(Central Food Hall)
4	푸드랜드슈퍼마켓 (Foodland Supermarket)	1.7%	푸드랜드 (Foodland)
5	더몰그룹 (The Mall Group)	1.4%	고메마켓(Gourmet Market), 홈프레시마트(Home Fresh Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03

26) 태국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

27) 엑-차이디스트리뷰션시스템이 운영하는 테스코로터스는 2021년 2월 이후 영국 테스코(Tesco)에서 경영권이 완전히 이전된 상태로, 현재 상호는 로터스(Lotus's)임

2) 드럭스토어

●
태국 주요 드럭스토어
왓슨스



사진자료: 에이에스왓슨그룹

▶ 태국 주요 드럭스토어 업체,
에이에스왓슨그룹 및 월그린스부츠 얼라이언스

태국의 주요 드럭스토어 업체 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)은 2020년 기준 태국 드럭스토어 전체 매출액 667억 600만 바트(약 2조 3,481억 원)의 23.5%를 차지함. 월그린스부츠 얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)는 태국 드럭스토어 전체 매출액의 8.8%를 점유함

▶ 코로나19의 영향으로 드럭스토어 매출 감소 큰 것으로 보여²⁸⁾

코로나19로 인한 락다운 기간 동안에도 태국에서 약국은 필수 매장으로 분류되어 영업을 지속할 수 있었음. 또한, 현지 소비자들이 면역력 및 건강에 많은 관심을 가져 비타민과 건강보조식품의 매출은 오히려 상승한 기간도 있던 것으로 확인됨. 다만, 락다운과 재택근무로 인하여 외출하는 시간과 빈도가 줄어들어 화장품, 향수 등 뷰티 및 코스메틱 품목 매출이 크게 줄어들어 전체 매출에도 타격을 입은 것으로 나타남

[표 4.3] 태국 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	에이에스왓슨그룹 (AS Watson Group)	23.5%	왓슨스 (Watsons)
2	월그린스부츠얼라이언스 (Walgreens Boots Alliance)	8.8%	부츠 (Boots)
3	빅씨슈퍼센터 (Big C Supercenter)	2.1%	퓨어바이빅씨 (Pure by Big C)
4	삼드러그앤마이크로마트 (Siam Drug & Micro Mart)	0.1%	삼드러그 (Siam Drug)

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Thailand Country Report」, 2021.03

29) 태국 드럭스토어 점유율 부문 상위 4개 기업

3) 온라인

▶ 태국 주요 온라인 유통채널, 라자다 및 씨

태국 주요 온라인 유통채널 라자다(Lazada)는 2020년 기준 태국 온라인 유통채널 전체 매출액 2,655억 1,800만 바트(약 9조 3,223억 원)의 12.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음. 씨(Sea)는 전체의 6%를 점유했으며, 산하에 쇼피(Shopee) 1개 브랜드를 보유함

▶ 온라인 쇼핑, 코로나19 이후 필수품으로 자리매김해³⁰⁾³¹⁾

최근 꾸준한 성장세를 보인 태국 온라인 식품시장은 코로나19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 약 32% 성장함. 온라인 성장의 주요 요인에는 변화한 소비자의 수요에 발맞추기 위한 식료품 전문 매장을 비롯한 각종 식품 제조업체들의 온라인 플랫폼 진출, 음식 전문점의 배달 서비스 제공 업체 증가 등 각종 온라인 채널의 증가 및 활성화 등이 있는 것으로 분석됨. 배달 서비스의 경우, 현지의 주요 SNS 채널인 라인(LINE)에서 출시한 음식 배달 서비스 플랫폼인 라인맨(LINE MAN)이 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전용 식료품 배달 서비스 플랫폼인 라인맨마트(LINE MAN Mart) 출시를 예고하는 등 이후로도 더욱 다양한 업체가 등장할 것으로 보임. 이에 라자다 등 기존의 선두 기업 및 신생 기업의 적극적인 확장이 지속될 것으로 보이며, 향후 전반적인 온라인 식품시장의 성장에 주목할만함

[표 4.4] 태국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³²⁾	산하 주요 브랜드
1	라자다 (Lazada)	12.5%	라자다 (Lazada)
2	씨 (Sea)	6.0%	쇼피 (Shopee)
3	아마존 (Amazon)	2.3%	아마존 (Amazon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Thailand Country Report」, 2021.03

31) 한국농수산식품유통공사(aT), 「포스트코로나 대비 태국 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

32) 태국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 태국 프로바이오틱스 주요 온라인 유통채널
2. 태국 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널

1. 태국 프로바이오틱스 주요 온라인 유통채널 ① 라자다

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)		
	홈페이지	www.lazada.co.th		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	3,881만 회	
		앱다운로드수('20)	480만 회	
매출('20)		7,172억 8,900만 위안 (약 131조 3,500억 원 ³³⁾) ³⁴⁾		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	<p>시간대/시즌/카테고리별 할인 이벤트, 신년 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행</p>

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후, 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 공급업체 지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) 등록 시 필요한정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact)
-------------	---------------------	--

자료: 라자다(Lazada) 태국, 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 라자다(Lazada) 태국

33) 1위안=186.26원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

34) 모회사인 알리바바(Alibaba)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 라자다 라이브업

가입 시 쇼핑, 엔터, 교통, 음식 배달 등의 서비스를 하나의 서비스처럼 이용할 수 있으며 정기 배달권과 영화권 제공

2. 인기상품 게재

방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

3. 수수료

판매자는 상품 판매 시 8~10% 가량의 판매 수수료를 제외한 금액을 정상 받음

4. 간편한 셀러가입

한국 셀러 전용 물류 서비스(LGS) 운영 중이며, 1번 가입으로 동남아 6개국 플랫폼 동시 가입

5. 환불제 시스템

신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건내는 환불제 시스템(COD) 존재

태국어, 중국어, 영어 지원
카테고리별 세분된 검색 가능

온라인몰 UI ②

Lazada - 제품 구매 페이지

'프로바이오틱스' 제품 검색 결과

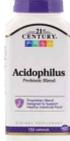
'프로바이오틱스' 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 배송 및 결제 옵션, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

'프로바이오틱스' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 원산지별 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 라자다(Lazada) 태국
사진 자료: 라자다(Lazada) 태국

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁶⁾	용량	이미지
1	프로바이오틱스	더나 (The NA)	프로바이오틱수린씨프로발런스 (Probiotic จุลินทรีย์ Probalance)	일본	890바트 (약 3만 1,328원)	10g * 20개입	
2	프로바이오틱스	푸리탄프라이드 (퓨รีแทนไฟรอด)	프로비오틱10 (Probiotic 10)	미국	465바트 (약 1만 6,368원)	60개입	
3	프로바이오틱스	21세추리 (21st Century)	프로바이오틱아시도필러스 (โพรไบโอติกของ Acidophilus)	미국	490바트 (약 1만 7,248원)	150개입	
4	프로바이오틱스	캘리포니아골드 뉴트리션 (California Gold Nutrition)	프로바이오틱스 (โพรไบโอติก)	미국	669바트 (약 2만 3,548원)	60개입	
5	프로바이오틱스	한미 (HANMI)	슈퍼프로바이오틱스디톡스 (Super Probiotics Detox)	한국	209바트 (약 7,356원)	30개입	
6	프로바이오틱스	블랙모어스 (Blackmores)	프로바이오틱 (โพรไบโอติก)	호주	650바트 (약 2만 2,880원)	30개입	
7	프로바이오틱스	비오플 (Bioflor)	프로바이오틱 (โพรไบโอติก)	한국	310바트 (약 1만 912원)	10개입	

자료: 태국 라자다(Lazada) 프로바이오틱스 제품 조사
사진 자료: 태국 라자다(Lazada) 프로바이오틱스 제품 조사

35) 조사일(2022.01.06) 기준 태국 라자다(Lazada) 프로바이오틱스 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

36) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.co.th		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	5,180만 회	
		앱다운로드수('20)	60만 회	
매출('20)		43억 7,000만 달러(약 5조 1,112억 원 ³⁷⁾) ³⁸⁾		
	운영방식	온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보		
	시간대/시즌/카테고리별 할인 이벤트, 신년 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록(shopee.kr) <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 싱가포르 입점 후 상품등록 완료 기준 충족 시 태국, 말레이시아, 베트남 쇼피에 '샵' 자동 생성 - '입점 신청' 클릭 후 셀러 계정 생성 - 계정 생성 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 사업자 번호 ② 이메일 및 연락처 - 상품 상세설명은 반드시 영어로 작성해야 함 - 페이오니아 계좌 연동 가능해야 함 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 (쇼피 태국): +66-2017-8399 - 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/ฉันจะติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร) - 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 정보 확인 가능 (seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)
-------------	---------------------	--

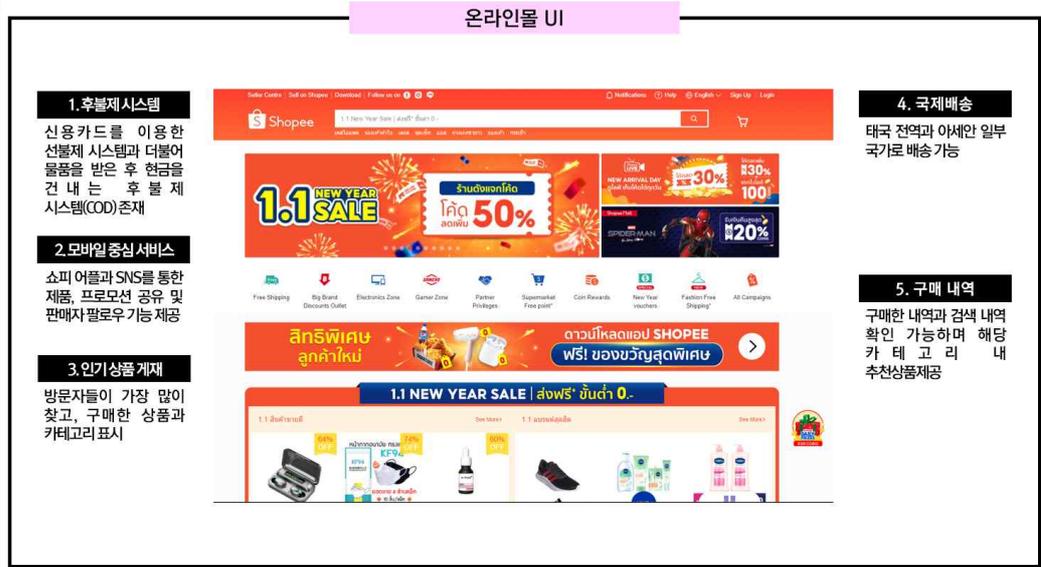
자료: 쇼피(Shopee) 태국, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 태국

37) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

38) 모회사인 씨(Sea)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 배송국가나 옵션을 특정하여 검색 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 태국
사진 자료: 쇼피(Shopee) 태국

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	프로바이오틱스	더나 (The NA)	프로밸런스프로바이오틱스 다이어터리서플리먼트프로덕트 (Probalance Probiotics Dietary Supplement Product)	일본	890바트 (약 3만 1,328원)	10g * 20개입	
2	프로바이오틱스	홀리스타 플러스 (Holista Plus)	프로바이오틱스프리미엄디톡스 (Probiotics Premium Detox)	미국	990바트 (약 3만 4,848원)	18g * 7개입	
3	프로바이오틱스	홀썸웰니스 (Wholesome Wellness)	우먼스로우프로바이오틱 (Women's Raw Probiotic)	미국	1,240바트 (약 4만 3,648원)	60개입	
4	프로바이오틱스	나우푸드 (นาวฟู้ดส์)	프로바이오틱 (โปรไบโอติก)	미국	1,240바트 (약 4만 3,648원)	60개입	
5	프로바이오틱스	데어리홈 (แดรี่โฮม)	늄아드멜파숨프로바이오틱스 병칸판꾸 (นมอดเม็ตผสมโปรไบโอติกส์ บึงกานพัน꾸) *우유 등	태국	130바트 (약 4,576원)	120개입	
6	프로바이오틱스	푸리탄 프라이드 (퓨รีแทนไพร์ด)	아한슴프로바이오틱수 린씨미쁘라 (อาหารเสริมโปรไบโอติกจุลินทรีย์มีประโยชน์)	미국	150바트 (약 5,280원)	30개입	
7	프로바이오틱스	블랙모어스 (Blackmores)	프로바이오틱 (โปรไบโอติก)	호주	150바트 (약 5,280원)	30개입	

자료: 태국 쇼피(Shopee) 프로바이오틱스 제품 조사
사진 자료: 태국 쇼피(Shopee) 프로바이오틱스 제품 조사

39) 조사일(2022.01.06) 기준 태국 쇼피(Shopee) 프로바이오틱스 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 태국 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널 ① 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.watsons.co.th			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 500개 (글로벌 기준 14,300개)			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1841년 홍콩에서 설립된 글로벌 드럭스토어 체인으로 1996년 태국 진출 • 홍콩, 중국, 말레이시아, 태국 포함 25개국에서 약 1만 5,200개 매장 운영 • 자사 온라인몰 운영 중이며, 배송 서비스 제공 중 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·학생
		연령대	10대~40대	소득수준	중상류층



방문매장 정보	영업시간	09:00~21:30		
	주소	Room No. 2CR218, 2nd Floor, 114 Soi Sukhumvit, 77 On Nut 1, Phra Khanong Nuea Sub-district, Watthana District, Bangkok 10110		
	상권	전철역 근처 쇼핑몰에 위치하여 유동인구가 많음		
	VMD	취급 브랜드	인터파마(Interphama), 메리드라이프(Meridlife)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. Watson Group 홈페이지에서 Suppliers & Partners 의 Becoming A.S. Watson Suppliers 클릭하여 입점 절차 확인 - www.aswmarket.com/ngp48/loginprocess로 접속하여 회원가입 후 등록 진행 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 주소, 연락처, 사업자등록증, 생산증명서 등) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +66-02-017-8899 (태국), +852-2606-8833 (본사) - 이메일: grouppr@aswatson.com (본사)
----------	---------------	---

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



왓슨스 현지 매장을 방문 조사한 결과, 태국 현지산 프로바이오틱스를 포함하여 대만산, 일본산 등의 수입산 프로바이오틱스도 취급하는 것을 확인함. 제품을 원산지 또는 브랜드 별이 아닌, 상품 카테고리별로 분류하여 상온 매대에 진열하여 판매 중인 것으로 조사됨

자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문
사진 자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	프로바이오틱스	베레나 (Verena)	키리스 프로바이오틱스 (คาลิส โปรไบโอติก)	태국	399바트 (약 1만 4,045원)	
2	프로바이오틱스	메리드라이프 (Meridlife)	토탈프러라 (ไททอล พลอร่า)	대만	885바트 (약 3만 1,152원)	
3	프로바이오틱스	인터파마 (Interphama)	파이보핏 (Fibo Fit)	태국	810바트 (약 2만 8,512원)	
4	프로바이오틱스	인터파마 (Interphama)	프로박세븐 (Probac 7)	태국	555바트 (약 1만 9,536원)	
5	프로바이오틱스	아마도엑스진탄 (Amado X Jintan)	진딴비피나이엑스 (จินตนา บีพินา อีเอ็กซ์)	일본	1,590바트 (약 5만 5,968원)	

자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문
사진 자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문

② 부츠

기업 기본 정보	기업명	부츠(Boots)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	store.boots.co.th			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 285개 (글로벌 13,200개)			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1849년 영국에서 설립된 글로벌 드럭스토어 체인으로 1997년 태국 진출 • 영국, 태국 포함 11개국에서 약 13,200개 매장 운영 중 • No.7, Soltan 등 자체 브랜드 보유 중 • 세계 최초의 약국 주도형 건강/웰빙 기업으로 20개국 23만개 약국, 병원, 보건소 등에 의약품 제공 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	직장인, 학생
		연령대	10~40대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	10:00~22:00			
	주소	Project 101 The Third Place, Sukhumvit Rd, Bang Chak Subdist, Phra Khanong Dist, Bangkok			
	상권	대형 쇼핑몰 내에 입점해있으며, 인근에 국제학교, 종합병원, 주거지역이 있음			
	VMD	취급 브랜드 아마도엑스진탄(Amado X Jintan), 네이처스웨이(Nature's Way) 등 진열 방식 카테고리별 진열			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 • 로컬 에이전트를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자명, 직함, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 도매가격, 소매가격, 할인가, 보유 유통채널 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 연락처: +66-(0)2796-5999 - 팩스: +66-(0)2796-5900 - 이메일: contact.us@bootsrt.com 			

자료: 부츠(Boots)

사진 자료: 부츠(Boots) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

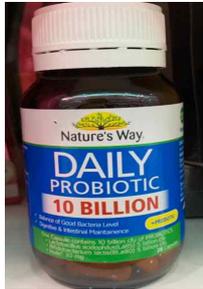
주력 입점 제품



부츠 현지 매장을 방문 조사한 결과, 태국 현지산 프로바이오틱스 제품은 발견하지 못했으며, 일본산, 호주산, 캐나다산, 영국산 등의 수입산 프로바이오틱스를 취급하는 것을 확인함. 프로바이오틱스 제품은 원산지 또는 브랜드별이 아닌, 상품 카테고리별로 분류되어 상온 매대에서 판매 중인 것으로 조사됨

자료: 부츠(Boots) 현지 매장 방문

사진 자료: 부츠(Boots) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	프로바이오틱스	아마도엑스진탄 (Amado X Jintan)	진뎨비피나이엑스 (จินตณ บิพิน่า อีเอ็กซ์)	일본	1,590바트 (약 5만 5,968원)	
2	프로바이오틱스	네이처스웨이 (Nature's Way)	데일리프로바이오틱 (Daily Probiotic)	호주	699바트 (약 2만 4,605원)	
3	프로바이오틱스	스위스얼티바이오틱 (Swisse Ultibiotic)	데일리밸런스 프로바이오틱스 (เดลี บาลานซ์ โพรไบโอติก)	캐나다	1,760바트 (약 6만 1,952원)	
4	프로바이오틱스	컬텍 (Cultech)	블랙모스프로바이오틱스 데일리밸런스 (แบลคมอร์ส โพรไบโอติกส์ เดลี บาลานซ์)	영국	1,290바트 (약 4만 5,408원)	

자료: 부츠(Boots) 현지 매장 방문

사진 자료: 부츠(Boots) 현지 매장 방문

③ 빅씨

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 151개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 방콕에서 설립된 현지 유통업체로, 베트남, 라오스 등에서 영업 중 • 빅씨는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점으로 기본, 엑스트라(Extra), 푸드플레이스(Food Place), 마켓(Market), 미니(Mini) 등 다양한 형태의 매장을 운영 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 음료, 주류, 건강보조식품, 화장품, 유아용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'ติดต่อเรา(Contact Us)'의 'มาเป็นคู่ค้ากับเรา(Become a Partner with us)' 클릭 - 제품 카테고리 선택 후 양식 작성 후 제출 (corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier/68/) - 홈페이지 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 유형, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매가, 견적서) ③ 참고자료 (제품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +66-2985-7800-5/2655-0666(본사) - 팩스: +66-2985-7808-9 - 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th 	

자료: 빅씨(Big C)

사진 자료: 빅씨(Big C)

④ 탑스

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.tops.co.th			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	매출액('20)	1,943억 1,100만 바트(약 6조 8,223억 원) ⁴⁰⁾		
		기타 규모	• 매장 수('20): 223개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립된 슈퍼마켓 업체 • 센트럴리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영 				

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 위생용품, 주류, 조미료, 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품 	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행 (corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 후 문의사항 기입 - 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록절차 진행 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 이름, 담당자 이름, 주소, 연락처, 국적, 주소 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : cusserv@tops.co.th - 전화번호 : +66-2831-7300, 2660-1000 (본사) - 팩스 : +66-2835-3713
-------------	---------------------	--

자료: 탑스(Tops)

사진 자료: 탑스(Tops)

40) 모기업인 센트럴리테일(Central Retail)의 2020년 통합 매출액임

VI. 진입장벽

1. 태국 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차
2. 태국 프로바이오틱스 품질 인증
3. 태국 프로바이오틱스 라벨링
4. 태국 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

1. 태국 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차⁴¹⁾

▶ 태국 프로바이오틱스 수출 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국으로 프로바이오틱스 수입 시, 수입 면허를 소지하고 있는 수입업체만 수입 절차를 진행할 수 있으며, 사전 수입허가서 발급이 필요함. 수입에 필요한 요건을 갖추지 않았을 때는 관세법상 몰수하거나 물품 가액에 상당하는 벌금을 부과하므로 통관 사전확인제도를 이용하는 것을 권장함. 태국은 식품법에 따라 식품을 4종류로 구분해 관리하고 있어 수출 전, 식품 유형에 따라 사전 수입허가서 발급과 식약청(FDA Thailand) 등록 또는 통보 절차를 진행해야 함. 또한, 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health)는 식품 수입 이후에도 정기 및 부정기 심사로 사후심사를 진행하고 있으므로 수입 이후에도 철저한 관리가 필요함

[표 6.1] 태국 프로바이오틱스 통관 검역 절차



자료: 관세청, 태국 관세청(กรมศุลกากร), 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health), KATI농식품수출정보 홈페이지

41) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 6.2] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

식품 분류	특별통제 식품	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 특히 주의해야 하는 소비자 계층이 존재하거나 제조공정이 엄격하게 통제되어야 하는 위험도가 가장 높은 식품으로 특히, 라벨 부착 전, 태국 식약청의 승인이 필요함 • 식약청 등록 후, 식품 일련번호 발급 필요함 • 우유, 식품 첨가제, 영유아식품(분유 등), 체중조절 식품, 유아용 보충 식품, 조제분유 등 14가지 종류의 식품이 이에 속함
	표준식품	<ul style="list-style-type: none"> • 특별통제 식품보다 위험도가 낮아 등록을 필수로 하지 않지만, 보건부 고시 구체적인 표준 요구사항을 준수하고 식품 정보제공(Food Declaration) 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함 • 커피, 차, 크림, 두유, 초콜릿, 식초, 식용유, 광천수, 꿀, 치즈, 잼, 특정 소스, 반가공식품, 음료, 밀폐 용기에 담긴 식품 등 31가지 종류의 식품이 이에 속함
	라벨 부착 식품	<ul style="list-style-type: none"> • 특별통제 식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품으로 표준식품과 마찬가지로 식약청 규정에 따라 식품 정보제공 및 라벨링 부착 후 제품 통보가 필요함 • 빵, 현미 가루, 육류제품, 밀폐 용기에 담긴 소스류, 착향료, 껌, 사탕, 젤라틴 함유 식품 및 젤리류, 즉석식품, 특수 목적 식품, 방사선 조사 식품 등 12가지 종류의 식품이 이에 속함
	일반 식품	<ul style="list-style-type: none"> • 식약청 식품 등록이 필요하지 않으나, 위생, 안전, 라벨링, 광고 등의 규정을 준수해야 함 • 수입업체의 수입허가만 있으면 유통할 수 있음 • 날것을 포함하여 조리의 유무, 절임의 유무, 가공처리의 여부에 상관없이 위 세 분류에 포함되지 않는다면 일반 식품으로 분류함
수입 식품 등록	소요기간	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체 등록(식품 라이선스 발급)에는 7~14일(근무일 기준)이 소요되며, 수수료 1만 5,000บาท 발생 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함된 건강 보조제의 경우, 7~28일(근무일 기준)이 소요됨 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함되지 않은 경우, 14~60일(근무일 기준) 소요됨 • 표준식품, 라벨 부착 식품의 경우 2~4영업일 소요됨 • 일부 표준식품(로열젤리 함유, 식품 보충제) 및 라벨 부착 식품(임산부용, 노약자용, 질병 치료기능 함유 식품 등)의 라벨링 사전 승인은 35일(근무일 기준)이 소요됨

자료: 태국 식약청(FDA Thailand), 태국 보건부(MOPH), 「Food Act B.E. 2522」, 「Food Act B.E. 2555 No. 346」

[표 6.2] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

수입 식품 등록	특별통제 식품, 표준식품, 라벨 부착 식품 제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수입허가서 사본 • 제조시설 증명서 : GMP, QMS, HACCP, ISO 9001, 9002, 22000중한 가지 이상을 제출해야 하며 대사관 공증이 필요함 • 제조과정 증명서 : 제품 분석 자료와 제품 생산 공정 및 성분에 대한 상세 사항을 제출해야 함. 요구하는 제품 상세 내용을 제공하지 않으면 등록이 어려울 수 있음 • 제품 등록 신청서 : 태국 FDA에 제출하며, 방콕 이외의 지방소재 수입업체는 지방 공중보건부 사무실(Provincial Office of Public Health)에 제출해야 함. 활성원료가 포함된 경우에는 서버5(Sor.Bor.5) 양식을 제출해야 하며, 활성원료가 포함되지 않은 경우, 서버3(Sor.Bor.3) 양식을 제출해야 함 • 원산지 증명서(AK Form)
	신청 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수입 이력이 없는 수입업체는 사전에 태국 식약청에 원스톱 서비스 센터를 방문하거나 온라인 시스템을 통해 수입업체 등록을 해야 함
	프로바이오틱스 등록 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 프로바이오틱스를 등록하기 위해서 태국 FDA에서 승인한 프로바이오틱스 목록의 원료만 사용 가능하며, 살아있는 프로바이오틱스 함량이 10⁶ CFU/g 이상인 경우에만 허가됨 • 상기 사항에 대한 인증, 분석 및 평가를 시행할 수 있으며, 태국 FDA가 시험 기관으로 인정하는 곳은 국내외 정부 부서, 현지 정부의 인증이나 위임을 받은 부서나 기관, 국제 시험소 인정 기구에서 인증한 부서나 기관임 • 제품의 패키지, 라벨링, 홍보 또는 광고에서 프로바이오틱스 포함 여부나 이와 관련된 건강 기능성을 언급하기 위해서는 다음과 같은 시험 인증이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 프로바이오틱스 미생물 식별 - 프로바이오틱스 미생물 특성에 관한 시험 - 프로바이오틱스 안정성과 신체의 반응 • 태국 FDA에서 승인하고 있는 프로바이오틱스 원료 23가지는 '태국 프로바이오틱스 성분 및 유해물질'에서 다룸
	유의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 태국 FDA에서 허가된 물질을 사용해야 하며, 등록되지 않은 물질을 사용하기 위해서는 신규 물질 등록 절차를 거쳐야 함. 상기, 허가된 목록에 없는 프로바이오틱스를 사용하기 위해서는 안정성 평가가 필요함

자료: 태국 식약청(FDA Thailand), 태국 보건부(MOPH), 「Food Act B.E. 2522」, 「Food Act B.E. 2555 No. 346」

2. 태국 프로바이오틱스 품질 인증

▶ 특별 통제 식품으로 분류되는 식품 생산 안전 인증서 제출

태국 보건부는 2021년 10월, ‘No. 420에 따른 수입 식품 생산 기준 확인서 검사 지침’을 통해 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영지침을 발표함. 수입 시, 모든 식품은 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해 수입되어야 하며, 규정에 의거 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서의 사본 제출이 필요함. 식품 종류에 따른 지침이 존재해, 각 규정에 따라 서류를 준비하는 것이 필요함. 이외에 추가로 받아야 하는 필수 인증은 없으며, 태국 내 보편적인 인증인 HACCP와 GAP이나 태국 내 할랄 인증, 유기농 인증, 글로벌 유기농 인증 등을 받아 활용할 수 있음

[표 6.3] 태국 프로바이오틱스 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
Global GAP	농산물 우수관리 인증	글로벌 공통 인증	농산물 우수관리 인증기관	
IFOAM	유기농 제품 인증	글로벌 공통 인증	IFOAM 공식 인증기관 또는 태국 유기농 농업인증 홈페이지	
ACT	유기농 제품 인증	태국 내 국내 인증	태국 유기농 농업인증 홈페이지	

자료: 각 인증기관

[표 6.4] 태국 수입 식품 생산 기준 확인서 지침

인증서 기준	인증서 원본	<ul style="list-style-type: none"> • 기준에 부합하는 생산 기준 확인서나 관련 원본 문서를 제출하는 경우 다음과 같은 기관에서 발급한 확인서를 제출해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 생산국의 정부 책임 부서 (Competent Authorities) - 생산국 정부인증 기관 - 국제 인증기관(International Accreditation Forum: IAF)의 회원기관(Accreditation Body: AB)에서 승인한 인증기관(Certification Body: CB)
	인증서 사본	<ul style="list-style-type: none"> • 인증서가 사본인 경우, 확인서 발행기관 혹은 태국 내 생산 국가의 영사 혹은 대사관 인증 혹은 생산국 정부 기관 혹은 Notary Public/Chamber of Commerce/Commissioner of Oaths/Justice of Peace와 같은 생산국 내 인증된 법인으로부터 인증을 받아야 함
	전자 형식	<ul style="list-style-type: none"> • 인증서가 전자 자료 또는 전자 서명일 경우, 태국 전자상거래법(Electronic Transaction Act.)에 따라 진행 가능함
	언어	<ul style="list-style-type: none"> • 다른 언어로 된 인증서일 경우, 태국어 또는 영문 번역본을 첨부해야 하며, 번역본은 다음과 같은 기관이나 개인으로부터 인증을 받아야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 국가 내 태국 영사 혹은 대사관 인증 - 태국 내 생산 국가의 영사 혹은 대사관 인증 - 자격증 있는 법인이나 개인 번역사업자 - 해당 언어 전공한 학사 학위 이상의 태국인 - 해당 언어 가르치는 대학교 교수
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • 생산 현장의 이름과 위치 • 보건부 공지 No. 420의 기준보다 낮지 않은 생산 시스템 표준 • 인증 범위는 수입 식품의 유형 포함 • Manufacturing, Processing 등 인증한 활동 명시 • 상기 언급한 증명서 발급 기관 • 시작 및 마감 등 인증 유효기간 명시 필요하며 없을 시 발급일 또는 인증 유효일로부터 1년 후 만료됨으로 간주 됨

자료: 태국 식약청(FDA Thailand), 태국 보건부(MOPH)

[표 6.4] 태국 수입 식품 생산 기준 확인서 지침

<p>기본 요구 인증서 예시</p>	<p>소스류</p>	<ul style="list-style-type: none"> • General Principle of Food Hygiene CXC 1-1969 • Codex Alimentarius International Food Standards • Hazard Analysis and Critical Control Point System • General Principle of Food Hygiene CXC 1-1969 • Codex Alimentarius International Food Standards • Food Safety Management Systems • Requirements for any Organization in the Food Chain, ISO 22000 : International Standard Organization • BRC Global Standard for Food Safety. British Retail Consortium • International Food Standard; IFS • 그 외 다른 나라의 식품의약품이 인증한 표준. 단, ISO 9001 제외
-------------------------	------------	---

자료: 태국 식약청(FDA Thailand), 태국 보건부(MOPH)

[표 6.5] 태국 프로바이오틱스 할랄 인증 취득

인증명	시코트 할랄 (CICOT HALAL)	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	KMF 한국할랄인증원 또는 태국 이슬람 협회(CICOT, The Central Islamic Council of Thailand)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 신청 • 신규 사업자의 경우, 할랄 교육 • 서류 승인 • 현장 실사 및 원재료 검사 • 적합 판정 시, 인증 발급 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄인증신청서, 할랄 매뉴얼 및 할랄 정책 준수 서약서 • 사업자 등록증, 회사소개서, 조직도 • 생산 허가증 또는 영업 허가서 • 생산 공정 또는 품목 제조 보고서 • 생산 흐름도에 따른 제품 설명 • 할랄 관리 기준점 / HCP 설정, 할랄 검증 계획 • 시험성적서 • 샘플(생산되는 최소 단위) • HACCP, CMP, ISO 등 기타 인증서가 있는 경우, 인증서 사본 		
인증 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 한국 이슬람교중앙회(KMF), 한국 할랄인증원(KHA) 할랄인증이 태국 시코트 인증과 교차 인정되어, 한국에서 할랄인증을 받아 활용할 수 있음 • 할랄인증서의 유효기간은 기본적으로 1년이며, 이후 2년 인정 신청서를 제출할 시에 2년의 유효기간의 인증을 받을 수 있음 • 할랄인증 내용의 변경이 있는 경우나 만료가 도래한 경우, 60일 이내에 갱신 신청서를 제출해야 함. 갱신에 대한 재심사 수수료는 지정된 비율에 따라 내야 함. 인증 만료 후, 30일 이내에 갱신을 연장할 경우 규정에 따라 추가 비용이 발생함 • 인증 갱신이 아닌 재신청을 하는 경우, 1년 기간의 인증으로 다시 신청해야 하며, 비용 또한 갱신 비용이 아닌 일반 신청 비용으로 내야 함 		

자료: 태국 이슬람 중앙 협회(CICOT) 「B.E. 2558(2015)」 및 「HL.Cicot OC 01-08」, 한국할랄인증원(KMF)

3. 태국 프로바이오틱스 라벨링

[표 6.6] 태국 특별 통제 식품으로 분류된 프로바이오틱스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨은 태국어로 표기하는 것이 원칙이며, 표기 사항은 영어로 할 수 있으나 세부 내용은 태국어를 사용해 표시해야 함 • 수입된 식품은 영문으로 표시할 수 있으며, 최소한 식품명, 성분, 식품 일련번호, 순 중량, 생산업체나 수입업체, 원산지는 소비자가 알 수 있도록 태국어로 표시해야 함
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 포장의 전면이나 눈에 띄는 곳에 표시해 소비자들이 쉽게 알 수 있도록 해야 함 • 식품명에 '식품 보조제'를 포함해야 함 • 식품명은 상표명과 같이 표기할 수 있으나 명확하게 읽을 수 있고 글씨의 크기를 다르게 표기해야 함 • 원산지를 포함한 식품의 특성을 오해를 불러일으킬 여지가 있는 식품의 이름을 사용하는 경우, 생산 공정이나 식품의 재료나 외양을 함께 표기해야 함
	3. 식품 일련번호	<ul style="list-style-type: none"> • 태국 식약청 등록으로 발급받은 식품 일련번호, 식품 생산시설 번호를 표기해야 함
	4. 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함 • 태국 내 식품은 생산업체의 경우, '생산업체' 또는 '의해 생산됨'의 문구를 함께 표기해야 하고, 포장업체의 경우, '포장업체' 또는 '의해 포장됨'을 표기해야 하며 생산업체나 포장업체는 '본사'로 지칭함 • 해외에서 수입된 식품은 수입자의 이름과 주소를 '수입자' 또는 '의해 수입됨' 문구를 사용하여 생산자의 이름과 국가를 표시해야 함
	5. 순 중량	<ul style="list-style-type: none"> • 고체의 경우 순 중량을 미터법에 따라 표기해야 함 • 액체의 경우 순 부피를 미터법에 따라 표기해야 함 • 기타 식품은 순 중량으로 표기해야 함 • 미터법을 사용해 표시하는 내용물이 캡슐이나 타블렛으로 되어 있는 건강 보조제의 경우, 1팩 당 수량으로 대신할 수 있음

출처: 태국 보건부(MOPH) 고시 B.E. 2522, B.E. 2548(2005)

[표 6.6] 태국 특별 통제 식품으로 분류된 프로바이오틱스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품에 원료로 사용된 성분의 이름과 함량을 중량 내림차순으로 표시해야 함 • 라벨의 전체 공간이 35cm² 미만인 경우, 제품을 희석해서 사용하는 경우, 식품첨가물이나 향료를 제외한 한 가지 성분만 있는 경우에는 주요 성분만을 표기할 수 있음
	7. 유용성	<ul style="list-style-type: none"> • 건강 보조제의 라벨에 근거가 충분히 입증된 그 제품의 유용성(기능 및 효능)을 표시할 수 있음
	8. 알레르기 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 알레르기를 유발할 수 있는 성분을 라벨에 표시해야 함 • ‘식품 알레르기 정보 : 다음을 포함할 수 있음’을 선언하고 제조공정에서 포함될 수 있는 성분을 표시해야 함 • 알레르기 유형과 증상을 설명할 수 있음 • 주요 성분이 알레르겐 물질이지만, 우유나 땅콩과 같이 명확하게 선언된 식품에는 알레르기 표시가 면제됨
	9. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의 성분으로 식품첨가물이 사용된 경우 국제 번호 INS를 사용하여 성분을 정의해야 함 • 식품첨가물의 특정 이름과 색소, 향미 증진제 등의 기능을 표시해야 함
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한이 90일 이하인 경우, 일, 월, 년 순으로 표시해야 함 • 추가로 ‘제조됨’ 이나 ‘만료됨’의 문자를 함께 표기할 수 있음 • ‘월’은 숫자나 문자로 표시할 수 있음 • 유통기한을 포장의 하단이나 다른 부분에 표시하는 경우 위치를 표시해야 함
	11. 영양 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 영양 강조 표시가 있는 식품, 식품의 기능을 홍보에 활용하는 식품, 제품 홍보에 있어서 특정 소비자 그룹을 대상으로 하는 식품, 기타 태국 식약청에서 정한 식품은 라벨에 영양 표시를 해야 함 • 영양 표시는 최소한 태국어로 제공되어야 하지만, 다른 언어도 명시적으로 허용됨

출처: 태국 보건부(MOPH) 고시 B.E. 2522, B.E. 2548(2005)

[표 6.6] 태국 특별 통제 식품으로 분류된 프로바이오틱스 라벨링

	<p>12. 인공 조미료</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인공 조미료가 포함된 경우 그를 알 수 있도록 ‘천연 인공 향 첨가’, ‘인공 향 첨가’, ‘천연 향료 추가됨’ 등의 문구를 사용해 표시해야 함
	<p>13. 모든 건강기능 식품의 경고</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ‘경고’라는 단어를 사각형 글 상자 안에 표기해야 함. 1.5mm 이상의 글자 크기로, 글자색은 글 상자 배경색과 대조를 이뤄야 하며 글 상자 틀의 색깔은 라벨의 색과 대조를 이뤄야 함 • 영양에 관한 일일 섭취 권장량이나 섭취 비율, ‘5대 영양소가 고루 들어있는 음식을 올바른 비율로 섭취하는 것을 권장합니다’라는 내용을 표시해야 함 • ‘질병의 예방과 치료를 위한 의약품이 아닙니다.’를 표시해야 함 • ‘아기나 임산부는 섭취하지 마십시오.’라는 문구를 표시해야 함
	<p>14. 표시 기준</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 특별통제 식품(Specifically-controlled food)의 라벨은 태국 FDA로부터 사전 승인 받아야 함 • 라벨은 포장의 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 표시, 부착해야 함 • 라벨에 텍스트, 그림, 인증 마크 등이 표시될 수 있으며, 등록된 상표는 반드시 표시해야 함 • 글씨의 크기는 2mm 이상으로 소비자가 읽을 수 있어야 함 • 라벨의 배경과 글씨의 색은 대비되는 색을 사용해야 함 • 수입되기 전 라벨이 반드시 부착되어 있어야 함 • 태국은 식품 광고 시, 거짓 광고를 방지하기 위해 ‘식품 광고 규칙’을 제정해 모든 매체를 통해 대중에게 노출되는 텍스트, 음성, 이미지, 그림에 제한이 있음. 해당 규칙에는 식품 광고에 사용해서는 안 되는 광고 문구 유형, 사전 허가가 필요한 유형, 광고 형태에 따른 표시 규격, 식품 광고 시 표기해야 하는 세부 정보가 규정되어 있음 • 제품이 질병의 예방이나 치료에 대한 효과가 없음을 확실하게 나타내야 함
<p>라벨 권장 표시 사항 및 기준</p>	<p>15. 기타 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자가 알아야 하는 경고나 보관방법, 조리 방법이 있는 경우 이에 대해 표기할 수 있음 • 영유아용 식품이나 특정한 소비자에게 필수적인 설명이 있는 경우 그를 표기할 수 있음 • 제품에 방부제를 사용한 경우, ‘방부제 사용’을 표기해야 함

출처: 태국 보건부(MOPH) 고시 B.E. 2522, B.E. 2548(2005)

▶ 태국 프로바이오틱스 라벨 표본



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]	[앞면 - 한국어]
<p>[뒷면 - 태국어 및 영어]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① แล็กโต-ฟิต (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร) ② Lacto-FIT (DIETARY SUPPLEMENT PRODUCT) ③ น้ำหนักสุทธิ 20 กรัม(10ซอง) ④ ส่วนประกอบสำคัญ : <ul style="list-style-type: none"> - ผงผงน้ำตาล 0.47กรัม - นมผงปราศจากเนยปราศผ่านกรรมวิธี 0.176 กรัม - กาแลคโต-โอลิโกแซคคาไรด์ 0.04 กรัม, - บาซิลลัสโค แอ็กคูเลน 0.0332 กรัม, - ฟรุคโตโอลิโกแซคคาไรด์ 0.03 กรัม, - แล็คโตบาซิลลัส เพลนท์ทาร์ม สายพันธุ์ 299วี 0.0166 กรัม, - นมโปรตีนชนิดเข้มข้น 0.0148 กรัม, 	<p>[뒷면 - 한국어]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 락토-핏 (건강기능식품) ② 락토-핏 (식이 보충제) ③ 순 중량 20g(10포) ④ 원재료명 : <ul style="list-style-type: none"> - 적포도 분말 0.47g - 팜유 0.176g - 갈락토올리고사카라이드 0.04g - 바실러스 코그란 0.0332g - 프락토올리고사카라이드 0.03g - 락토바실러스 플랜타럼 균주 299V 0.0166g - 농축 우유 단백질 0.0148g

- แล็กโทบาซิลลัส แอซิดโตฟิลลัส 0.01442 กรัม
- บีฟีโดแบคทีเรียม บิฟิเดม 0.00252 กรัม
- ผงลัม 0.001 กรัม
- ผงเกรปฟรุ้ต 0.00002 กรัม
- สารให้ความหวานแทนน้ำตาล (INS 966) (INS967)

⑤ วิธีรับประทาน : รับประทานวันละ 1 ซอง

⑥ วิธีเก็บรักษา : เก็บไว้ให้พ้นจากมือเด็ก

⑦ คำเตือน

1. เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน
2. ควรกินอาหารหลากหลายครบ 5 หมู่ ในสัดส่วนที่เหมาะสมเป็นประจำ
3. “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้” :
มีนม, เดกซ์โทรสที่ได้จากข้าวสาลี

⑧ ไม่มีผลในการป้องกัน หรือรักษาโรค

⑨ ผลิตโดย : บริษัท ซองกุง ดอง เฮลท์ แคร์ คอร์ป จำกัด, ประเทศเกาหลีใต้

⑩ นำเข้าและจัดจำหน่ายโดย :
บริษัท เจเนนิส บีน จำกัด
อยู่เลขที่ 20/8 หมู่ที่ 1 ซงนาเยะ ถ.ไสยวง
ต.ราไวย์ อ.เมืองภูเก็ต จ.ภูเก็ต 83130

⑪ ครั้งที่ผลิต : ดูที่ผลิตภัณฑ์

⑫ วันเดือนปีที่ผลิต : ดูที่ผลิตภัณฑ์

⑬ วันเดือนปีที่หมดอายุ : ดูที่ผลิตภัณฑ์

⑭ ฉย. 83-4-00659-5-0011

⑮ 21A21006091

⑯ 2023.01.12

- 락토바실러스 아시도필러스 0.01442g

- 비피도박테리움 비피덤 0.00252g

- 오렌지 분말 0.001g

- 자몽 분말 0.00002g

- 설탕 대체 감미료 (INS 966) (INS967)

⑤ 섭취방법 : 1일 1포 하세요

⑥ 보관방법 : 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하세요

⑦ 경고

1. 어린이, 임산부의 섭취를 권장하지 않습니다.
2. 5가지 영양소가 고루 들어있는 음식을 규칙적으로 올바른 비율로 섭취해야 합니다.
3. 알레르겐 정보 : 우유, 밀에서 추출한 포도당이 포함되어 있습니다.

⑧ 질병의 예방이나 치료에 효과가 없습니다.

⑨ 제조업체 : 종근당 건강(주), 대한민국

⑩ 수입 유통업체 :
제니스빈(주)
주소 20/8 무 1 송나야, 사이유안
로드, 라와이 SD, 무양 푸켓, 푸켓
83130

⑪ 생산 시간 : 제품 참조

⑫ 제조 일자 : 제품 참조

⑬ 만료일 : 제품 참조

⑭ FDA 83-4-00659-5-0011

⑮ 제조번호 : 21A21006091

⑯ 유통기한 : 2023년 1월 12일

4. 태국 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

▶ 사용 가능한 유산균 원료

태국 식약청(FDA Thailand)은 프로바이오틱스 원료 사용 가능한 23가지 성분을 고시하고 있으며, 승인되지 않은 성분을 사용하기 위해서는 안전성 검사가 필요함. 제품을 등록할 때 유통기한까지 살아있는 프로바이오틱스 함량이 10⁶CFU/g 이상임을 입증할 수 있는 증빙자료를 제출해야 함. 하기 표는 태국으로 고객사 프로바이오틱스 수출 시, 사용할 수 있는 원료와 고객사 프로바이오틱스 성분을 분석한 결과임. 다만, 사용 가능한 세부 성분의 확인이 추가로 필요할 수 있음

[표 6.7] 승인된 유산균 원료 목록⁴²⁾

순번	승인된 유산균 목록		고객사 제품 해당 유산균
1	Bacillus	Coagulans	-
2	Bifidobacterium	Adolescentis	-
		Animalis	비피도박테리움 아니말리스
		Bifidum	비피도박테리움 비피덤 Bb-06
		Breve	-
		Infantis	-
		Lactis	비피도박테리움 락티스 BI-04
		Longum	비피도박테리움 롱검 인판티스 Bi-26
		Pseudolongum	-

출처: 태국 보건부(MOPH) 고시 B.E. 2555 식품에서 미생물 사용에 관한 기준

42) 고객사 유기농 장대원 프로바이오틱스 제품 기준, 락토바실러스 계열의 플랜타럼 LP_115, 헬베티커스 R0052, 비피도박테리움 계열의 비피덤 R0071, 락토코코스 계열의 락티스 LI-23은 승인되지 않은 것으로 확인됨

[표 6.7] 승인된 유산균 원료 목록

순번	승인된 유산균 목록		고객사 제품 해당 유산균
3	Enterococcus	Durans	-
		Faecium	-
4	Lactobacillus	Acidophilus	락토바실러스 아시도필러스 La-14
		Crispatus	-
		Gasseri	-
		Johnsonii	-
		Paracasei	-
		Reuteri	-
		Rhamnosus	락토바실러스 람노서스 GG
		Salivarius	락토바실러스 살리바리우스 LS-33
	Aeae	-	
5	Propionibacterium	Arabinosum	-
6	Staphylococcus	Sciuri	-
7	Saccharomyces cerevisiae subsp.	Boulardii	-

출처: 태국 보건부(MOPH) 고시 B.E. 2555 식품에서 미생물 사용에 관한 기준

▶ **식품첨가물**

태국 식약청(FDA Thailand)은 국제 식품 규격 위원회 코덱스(CODEX)의 기준을 바탕으로 식품첨가물을 구분하고 목록과 최대 허용치를 규정하고 있으며, 태국에서 유통되는 모든 식품을 이를 준수해야 함. 식품첨가물이 사용된 경우에는 ‘식품첨가물’이라는 단어와 함께 식품첨가물의 명칭을 라벨에 표시해야 함. 태국에서 사용이 허가되지 않은 물질을 첨가물로 사용하는 경우에는 식약청의 승인이 추가적으로 필요함. 하기 표는 고객사 프로바이오틱스에 해당하는 식품첨가물의 목록 및 최대허용량 기준으로, 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 6.8] 프로바이오틱스에 적용되는 태국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	솔비톨	Sorbitol	GMP	건강보조식품
2	풀루란	Pullulan		
3	프로피온 산	Propionic acid		
4	질소	Nitrogen		
5	말토덱스트린	Maltodextrin		
6	인디고카민	Indigotine	300mg/kg	
7	이나트륨 에틸렌디아민테트라아세트산	Disodium edta ⁴³⁾	150mg/kg	
8	베타카로틴	Beta-carotenes	300mg/kg	
9	네오탐	Neotame	90mg/kg	
10	폴리디메틸실록산	Polydimethylsiloxane	50mg/kg	

출처: 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division)

43) EthyleneDiamineTetraAcetic acid의 약어

▶ **유해물질**

태국 보건부(MOPH)는 식품법의 오염물질 기준 규정에 따라 유해물질과 잔류농약, 병원성 미생물의 기준치를 규정하여 관리하고 있으며, 태국에서 유통되는 모든 식품은 이를 준수해야 함. 하기 표는 프로바이오틱스에 적용될 것으로 예상하는 유해물질 목록과 그 기준치임. 건강 보조제 또는 프로바이오틱스에 해당하는 유해물질 기준은 없는 것으로 확인되나, 제품 수출 전 이에 대한 확인이 필요할 것으로 보임. 자세한 규정 및 기준은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 6.9] 프로바이오틱스에 적용되는 태국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아플라톡신	Aflatoxin B1, B2, G1, G2	20mcg/kg	모든 식품
2	비소	Total Arsenic	2.00mg/kg	
3	붕사	Borax	불검출	
4	아연	Zinc (Zn)	100.00mg/kg	
5	붕산	Boric Acid	불검출	
6	쿠마린	Coumarin	불검출	
7	납	Lead (Pb)	불검출	
8	수은	Mercury (Hg)	0.02mg/kg ⁴⁴⁾	
9	플루아지남	Fluazinam	불검출	
10	락톤	Lactone	불검출	

출처: 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division)

44) 수산식품의 경우 0.5mg/kg이며, 그 외 기타 식품에 해당함

▶ 알레르겐

태국 보건부(MOPH)는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우, 라벨에 해당 사실을 반드시 표기해야 함. 하기 표는 고객사 프로바이오틱스에 해당하는 알레르겐 성분을 분석한 결과로, 고객사 제품 원재료 중에서는 우유와 대두가 해당하는 것으로 확인됨

[표 6.10] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 프로바이오틱스 해당 여부
1	의무	글루텐 함유 곡물	-
2	의무	갑각류와 갑각류 포함 식품	-
3	의무	계란 및 계란 포함 식품	-
4	의무	생선과 생선 포함 식품	-
5	의무	땅콩, 대두 및 이를 포함한 식품	V (대두)
6	의무	유당 포함 유제품	V (우유)
7	의무	견과류 및 이를 이용한 식품	-
8	의무	1kg당 10mg 이상의 아황산염	-

출처: 태국 보건부(MOH)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 뷰티쿨(Beauticool)

Interview ② 콘비(Konvy)

Interview ③ 파시노(Fascino)

태국(Thailand) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○	뷰티쿨 (Beauticool)	콘비 (Konvy)	파시노 (Fascino)	
	업체 ▶ 유통업체	유통업체	유통업체(약국)	
	건강보조 제품 ▶ 취급			
	프로바이오틱스 제품	프로바이오틱스 제품	건강보조제품	
사진 자료: 해당 업체 판매 페이지				

태국(Thailand) 유통업체 인터뷰 요약			
고객사	프로바이오틱스 수요	고객사 제품 피드백	추천 유통채널
뷰티쿨 (Beauticool) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 프로바이오틱스 수요 많지 않은 편 • 가격과 품질이 중요 요소 • 인플루언서들의 후기로 한국산 프로바이오틱스 판매량 높은 편 	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 비싼 편 • 스틱형 포장, 원료 표기, 인증 적절 • 현지 소비자들 고소한 맛 선호하지 않는 편 	<ul style="list-style-type: none"> • H&B 및 쇼피, 페이스북(라이브) 등의 온라인 채널 추천 • 가격 조정 시 제품 수입 희망
콘비 (Konvy) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 프로바이오틱스 수요 많지 않은 편 • 주요 소비층은 30대 전후 직장인 • 종근당 제품이 인기 	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 비싼 편 • 스틱형 포장 및 원료 표기 적절 • 맛 불확실함 	<ul style="list-style-type: none"> • H&B보다 쇼피, 라자다 등의 온라인 쇼핑몰 추천 • 가격은 다소 높은 편이나 수입 희망
파시노 (Fascino) 유통업체(약국)	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 내 프로바이오틱스 수요 낮은 편 • 주요 구매 요인은 가격과 원료 	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 비싸지 않은 편 • 스틱형 패키징 및 원료 표기 적절 • 고소한 맛보다 다른 맛이 인기가 많은 편 	<ul style="list-style-type: none"> • H&B보다는 온라인 유통채널 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 뷰티쿨(Beauticool)

45)

뷰티쿨(Beauticool)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 전 세계에서 물품 수입하여 판매 중인 유통업체
 - 자사 온라인 물품 통해 화장품, 보조식품 등을 취급

담당자 정보

Operation Manager



뷰티쿨(Beauticool) Operation Manager

**Q. 태국 내 프로바이오틱스에 대한 수요는 어떠한가요?
코로나19가 태국 내 프로바이오틱스 수요에 영향을 미쳤나요?**

태국 내 프로바이오틱스 수요는 그다지 높지 않습니다. 코로나19 이후 프로바이오틱스 수요에 큰 변화는 없으며, 주요 소비자층인 25-30세 소비자들이 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 요소는 가격과 품질입니다. 한국산 프로바이오틱스 종근당 제품의 경우 소셜 미디어 인플루언서들의 여러 후기로 판매량이 많은 편입니다.

Q. 고객사 제품의 주요 타겟층은 누구인가요?

태국에서 프로바이오틱스의 주요 타겟층은 25-30세 직장인과 대학생입니다. 따라서 페이스북(Facebook)과 같은 소셜 미디어를 활용한 홍보 전략을 수립해야 합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품은 90g 용량에 994.33바트(약 3만 5,000원⁴⁶⁾)인데, 이는 태국에서 판매되고 있는 대부분의 프로바이오틱스 제품보다 비싼 편에 속합니다. 다만, 이보다 더 비싼 제품들도 간혹 존재합니다. 스틱형 패키징은 태국 시장에서 판매하기에 적절하다고 생각하며, 패키징에 원료를 표기하는 것 또한 태국 소비자들이 매우 중요시하는 부분으로 고객사 제품의 장점 중 하나라고 생각합니다. 인증의 경우에는 한국의 유기농 인증과 GMP 인증이면 충분하며, 태국 소비자들이 고소한 맛을 크게 선호하지 않다는 점을 고려해야 합니다.

45) 사진자료: 뷰티쿨(Beauticool) 홈페이지

46) 1바트=35.20원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 유기농 인증 건강기능식품, 프리미엄 및 특허공법 균주, 박테리아 수, 5無 첨가물, 유당 무첨가 등의 고객사 제품 특징이 태국 소비자들에게 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각하시나요?

고객사 제품의 이러한 특징들은 모두 태국 소비자들에게 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각합니다. 다만, 프로바이오틱스의 제품은 브랜드마다 강조하는 특징이나 기능이 크게 다르지 않은 경우가 많으므로, 비교적 저렴한 제품을 찾는 소비자들도 있을 것입니다.

Q. 태국에서 건강보조식품은 주로 H&B를 통해 유통되는 것으로 확인되는데 실제로 그러한가요? 이외에도 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?

H&B 매장을 통해 유통되는 건강보조식품이 많기는 하지만, H&B 매장을 통해서만 유통되는 것은 아닙니다. 많은 소비자가 온라인 유통채널을 통해 프로바이오틱스를 구매하며, 대표적인 예시로는 쇼피(Shopee)와 페이스북 라이브가 있습니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 필수로 취득해야 하는 인증이 있나요?

태국에는 무슬림 인구가 많습니다. 이들에게 제품을 판매하기 위해서는 할랄 인증을 취득하는 것이 좋습니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 고려해야 하는 사항들로 무엇이 있나요? 고객사 제품을 취급할 의사가 있나요?

해산물류 비용과 세금, 그리고 건강기능식품 판매 허가에 대한 확인이 필요합니다. 가격이 너무 높지만 않다면 고객사 제품을 수입할 생각이 있습니다.

Interview ② 콘비(Konvy)

47)

콘비(Konvy)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 유통업체로 전세계에서 제품을 수입하여 판매 중
 - 자사 온라인 마켓을 통해 화장품 및 보조식품 등을 취급

담당자 정보

Sales Manager



콘비(Konvy) Sales Manager

Q. 태국 내 프로바이오틱스에 대한 수요는 어떠한가요?

태국 내 프로바이오틱스 수요는 높지 않습니다. 태국에서는 프로바이오틱스에 대한 정보 자체가 많이 알려지지 않았기 때문입니다. 현지 소비자들은 제품 구매 시 가격과 맛을 중요하게 생각합니다. 따라서 상대적으로 높은 가격대를 형성하고 있는 프로바이오틱스 품목은 실제 구매까지 이어지기가 쉽지 않습니다. 프로바이오틱스 제품 중에서는 종근당 제품이 태국 시장에서 선전하고 있으나, 다른 한국 브랜드도 인기가 많을 것이라고 확신하기는 어렵습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 타겟층은 누구인가요?

고객사 제품은 태국에서 판매하기에 상당히 비싼 편으로, 30세 이상의 직장인이 주요 타겟층이라고 생각합니다. 또한, 인스타그램과 같은 소셜 미디어를 통한 제품 홍보가 효과 있을 것으로 예상합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품은 90g에 994.33바트(약 3만 5,000원)로, 태국에서 판매 중인 경쟁 한국 브랜드의 제품 대비 비싼 편입니다. 프로바이오틱스 제품에는 스틱형 패키징이 가장 알맞은 형태라고 생각합니다. 다만, 현지 소비자들은 프로바이오틱스를 구매할 때 맛에 대해서는 크게 고려하지 않는 편입니다.

Q. 유기농 인증 건강기능식품, 프리미엄 및 특허공법 균주, 박테리아 수, 5無 첨가물, 유당 무첨가 등의 고객사 제품 특징이 태국 소비자들에게 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각하시나요?

고객사 제품의 이러한 특징들은 모두 태국 소비자들에게 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각합니다. 또한, 최근 현지에서는 한국 제품에 대한 수요가 많아, 모든 소비자 그룹을 사로잡을 수 있는 적절한 마케팅 전략을 수립한다면 판매에 어려움이 없을 것이라고 생각합니다.

Q. 태국에서 건강보조식품은 주로 H&B를 통해 유통되는 것으로 확인되는데 실제로 그러한가요? 이외에도 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?

H&B 매장을 통해 유통되는 건강보조식품도 있지만, 주요 유통채널은 온라인이라고 생각합니다. 쇼피(Shopee)와 라자다(Lazada) 등의 온라인 몰에서 건강보조식품을 구매하는 소비자들이 굉장히 많습니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 필수로 취득해야 하는 인증이 있나요?

태국 일반 소비자들에게 할랄 인증은 중요한 구매요인이 아니지만, 태국에는 무슬림 인구가 많아 이들에게 고객사 제품을 판매하기 위해서는 할랄 인증이 필수입니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 고려해야 하는 사항들로는 무엇이 있나요? 고객사 제품을 취급할 의사가 있나요?

세금과 수출 시기에 대한 주의가 필요합니다. 고객사 제품을 취급할 의사는 있지만, 가격이 높다는 점이 마음에 걸립니다.

Interview ③ 파시노(Fascino)

48)

파시노(Fascino)

- 유형: 유통업체(약국)
- 업체 특징:
 - 1983년에 설립된 약국으로 태국 내 111개의 매장 운영 중
 - 의약품, 의료기기, 건강 및 미용 관련 제품 등을 취급

담당자 정보

Operation Manager



파시노(Fascino)

Operation Manager

Q. 태국 내 프로바이오틱스에 대한 수요는 어떠한가요?

저희 매장에 방문하는 고객 중에 프로바이오틱스를 찾는 소비자는 많지 않습니다. 프로바이오틱스 제품은 상당히 비싼 편이며, 저희 매장이 방콕에 있지 않기 때문에 소비자들의 소득 수준의 영향도 있을 것입니다. 현지 소비자들이 프로바이오틱스를 구매할 때 주로 가격과 원료를 고려합니다. 고객사 제품의 주요 타겟은 직장인이나 대학생이 될 것이라고 생각합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품은 태국 시장에서 판매하기에 크게 비싼 편은 아니라고 생각합니다. 스틱형 패키징과 원료 및 성분 표기 또한 하나의 셀링포인트가 될 수 있을 것입니다. 다만, 태국 소비자들은 제품의 맛을 중요하게 생각하는데, 고소한 맛은 다른 맛에 비해 크게 인기 있는 편은 아닙니다.

Q. 유기농 인증 건강기능식품, 프리미엄 및 특허공법 균주, 박테리아 수, 5無 첨가물, 유당 무첨가 등의 고객사 제품 특징이 태국 소비자들에게 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각하시나요?

고객사 제품의 이러한 특징들은 모두 태국 시장에서 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각합니다. 또한, 고객사 제품 두 가지 중에서 '면역 장대원' 제품이 더 저렴해 잘 판매될 것이라고 생각합니다.

Q. 태국에서 건강보조식품은 주로 H&B를 통해 유통되는 것으로 확인되는데 실제로 그러한가요? 이외에도 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?

H&B 매장을 통해 유통되는 건강보조식품이 있지만, 주요 유통채널은 온라인이라고 생각합니다. 건강보조식품, 미용 관련 제품을 구매하기 위해 저희 매장을 방문하는 소비자는 많지 않습니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 필수로 취득해야 하는 인증이 있나요?

무슬림 소비자들에게 할랄 인증은 매우 중요한 요소이며, 태국에는 무슬림 인구가 많아 할랄 인증 취득을 추천합니다.

Q. 태국으로 프로바이오틱스 수출 시 고려해야 하는 사항들로는 무엇이 있나요?

태국으로 수출하려는 제품의 양이 많다면 건강 관련 제품 판매 허가가 필요합니다. 또한, 신뢰도 높은 운송사를 선택하는 것이 중요합니다.

VIII. 시사점

시장수요

태국 프로바이오틱스
보조제 시장,
연평균 11% 성장 전망



2020년 태국 프로바이오틱스 보조제 시장규모는 약 243억 원으로, 약 4,700억 원 규모의 한국 시장 대비 그 규모가 작은 것으로 확인됨. 태국 프로바이오틱스 보조제 시장은 향후 5년(2021-25)간 연평균 11% 성장하여 2025년 기준 약 425억 원 규모를 달성할 것으로 전망됨. 코로나19의 영향으로 건강과 면역력 강화의 필요성을 느끼는 현지 소비자가 증가하여, 프로바이오틱스 보조제나 아연과 같이 면역력 향상에 도움이 되는 건강보조제의 수요가 증가한 것으로 보임. 따라서 현지 외부 상황은 장 건강과 면역 기능 측면에서 강점을 가진 고객사 제품에 긍정적으로 작용할 수 있을 것으로 기대됨

현지 유통업체에 따르면, 태국에서 프로바이오틱스는 다른 건강보조제 대비 수요가 매우 높은 제품은 아닌 것으로 확인됨. 태국에서는 프로바이오틱스에 자체에 대한 정보가 잘 알려져 있지 않으며, 가격대 또한 높아 가격에 민감한 현지 소비자 특성상 구매까지 이어지기 쉽지 않은 것으로 보임. 프로바이오틱스의 주요 구매 소비층은 젊은 직장인과 대학생이며, 한국산 프로바이오틱스 중에서는 중근단 제품이 소셜 미디어 인플루언서 후기로 인기 있는 것으로 파악됨

소비 특징



태국 온라인 프로바이오틱스 효능 키워드

태국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 프로바이오틱스 제품의 효능 분석 결과, '소화' 키워드가 빈도수 307건으로 1위를 차지함. 이외에도 '소화 균형', '위장', '헛배부름', '소화불량' 등 소화 관련 키워드가 많았음. 'CFU' 키워드는 2위를 차지하였는데, 보장 균수를 강조하여 홍보문구로 활용하거나 제품명에 'CFU'를 함께 표기한 제품이 다수인 것을 확인함. '한국' 키워드 또한 상위권에 등장한 점과 최근 현지에서 한국 제품에 대한 수요가 많은 점을 종합해서 고려하면, 한국산 프로바이오틱스에 대한 현지 소비자 반응이 긍정적일 것으로 기대할 수 있음

프로바이오틱스의 패키징과 관련해서는 '포'가 485건, 제형 키워드 중에서는 '액체/음료'가 481건으로 각각 1위를 차지함. 성분 키워드 중에서는 '딸기'가 빈도수 621건으로 압도적인 1위를 차지하여, 현지에서 딸기 맛이 첨가된 프로바이오틱스 제품이 인기인 것으로 보임. 고객사 제품의 원료에 포함된 '락토바실러스 아시도필러스', '비피도박테리움 락티', '락토바실러스 파라카제이' 등의 성분도 상위권에서 찾아볼 수 있음. 다만, 고객사 제품의 '고소한 곡물 맛'은 태국 소비자들이 선호하는 맛은 아닌 것으로 파악됨. 따라서 고객사 제품의 맛보다는 보장 균수 및 균주명, 그리고 면역력 강화 등의 효능을 중점적으로 홍보할 수 있음



Export Insights

유통채널



태국 프로바이오틱스 유통채널 점유율

2020년 태국 '건강보조식품' 유통채널 확인 결과, 드럭스토어가 57.1%로 점유율 1위를 차지함. 코로나19로 인한 락다운 기간에도 현지에서 약국은 필수 매장으로 분류되었으며, 건강과 면역력에 대한 소비자들의 관심 증가로 건강보조식품의 매출은 상승한 기간도 있던 것으로 확인됨. 온라인 채널 점유율은 5.7%로 오프라인 채널 대비 낮은 편이나, 코로나19 이후 온라인 주문 또는 배송 서비스를 이용하는 소비자들이 많아져 드럭스토어와 약국을 포함한 소매업체들도 온라인 판매에 더욱 집중함. 현지 유통업체도 드럭스토어를 통해 유통되는 건강보조식품도 많으나, 프로바이오틱스 제품의 주요 유통채널로는 소피, 라자다, 페이스북 라이브 등의 온라인 플랫폼을 추천함

태국 주요 온라인 몰 라자다 및 소피에서는 다양한 프로바이오틱스 제품을 판매 중이며, 그 중에서 한국산 제품도 다수 발견함. 여러 정제가 담긴 큰 통의 형태, 개별 포장 형태 등 제품의 형태 또한 다양한 것으로 확인됨. 현지에서 인기 있는 한국산 프로바이오틱스 제품인 종근당의 '락토픽'은 수입유통업체가 아니라 개인 셀러를 통해 주로 유통되는 것으로 확인됨. 태국 주요 드럭스토어 부츠 및 왓슨스 방문 조사 결과, 현지산 및 수입산 프로바이오틱스 제품을 다수 취급 중이었으며, 한국산 제품은 발견하지 못했음

수출 확대 전략



면역력 향상에 도움이 되는 한국산 프로바이오틱스

현지 유통업체를 통해 태국 내 프로바이오틱스 시장 상황 및 고객사 제품에 대한 피드백을 수취함. 먼저, 현지에서 프로바이오틱스를 구매하는 주요 소비자층은 20-30대의 직장인과 대학생인 것으로 확인됨. 이들이 제품 구매 시 주로 고려하는 요인으로는 가격, 원료 등이 있음. 현지에서 인기 있는 한국산 종근당 제품은 주로 온라인 몰을 통해 유통되는 것으로 보임

외교부 국가개황 자료에 따르면, 태국 내 이슬람 인구는 4%로, 불교 다음으로 큰 비중을 차지하고 있음. 따라서 무슬림 소비자들까지 사로잡기 위해서는 할랄 인증 취득이 필요할 것으로 보임. 고객사 제품의 가격은 현지에서 판매하기에 비싼 편이라는 의견이 다수였으며, 스틱 형태의 패키징은 프로바이오틱스 제품에 가장 적절한 형태로 보임. 또한, 유기농 인증, 프리미엄 및 특허 공법 균주, 보장 균수, 원산지 등은 고객사 제품의 셀링포인트로 작용할 수 있을 것으로 보임. 다만, 대다수 소비자들은 프로바이오틱스 구매 시 맛을 크게 고려하지 않으나, 고소한 맛은 현지에서 인기 있는 맛은 아닌 것으로 확인됨. 따라서 고객사 제품의 맛보다는 한국산 제품이라는 점과 면역력 및 건강 향상에 도움이 된다는 점을 강조할 수 있을 것으로 보임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Thailand Country Report」, 2021.09
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Thailand Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Thailand Country Report」, 2021.03
5. 한국농수산식품유통공사(aT), 「포스트코로나 대비 태국 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Thailand Country Report」, 2021.03
7. 셀러런트(Selerant), 「Thailand Food & Drug Administration Announces New Guidelines for Use of Probiotic Microorganisms in Food」, 2018
8. 태국 FDA, 「guidelines for use of probiotic microorganisms in food」, 2018

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 쇼피 태국(Shopee Thailand) (www.shopee.co.th)
5. 라자다(Lazada) (www.lazada.co.th)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.co.th)
9. 부츠(Boots) (store.boots.co.th)
10. 빅씨(Big C) (www.bigc.co.th)
11. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
12. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
13. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
14. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
15. 태국 관세청(The Customs Department) (igth.customs.go.th)
16. 태국 식약청(FDA Thailand) (www.fda.moph.go.th)
17. 태국 농무부(Department of Agriculture) (www.doa.go.th)
18. 태국 보건부(MOPH, Ministry of Public Health) (www.fda.moph.go.th)
19. 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division) (food.fda.moph.go.th/law/index.php)
20. 태국 농무부 식물농업자재관리국(กรมวิชาการเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร) (www.doa.go.th/ard)
21. 국립농산물품질관리원 GAP 정보서비스 (www.gap.go.kr)
22. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
23. 태국 유기농 표준 인증(Organic Agriculture Certification Thailand) (actorganic-cert.or.th)
24. 푸드 컴플라이언스(Food Compliance) (foodcomplianceinternational.com)
25. 태국 이슬람 중앙 협회(CICOT, The Central Islamic Council of Thailand) (cicot.or.th/th)
26. 뷰티쿨(Beauticool) (www.beauticool.com)
27. 콘비(Konvy) (www.konvy.com)
28. 파시노(Fascino) (www.fascino.co.th)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.01.28

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea