



# 태국 스낵류 시장 동향

- 태국인들에게 간식은 일상의 중요한 부분을 차지한다고 할 수 있다. 과자나 비스킷 등의 스낵류는 일상생활에서 더 손쉽게 구할 수 있는 간식 중 하나로 앞으로 태국 스낵류 시장은 꾸준히 확대될 것으로 전망된다.



자료 Kasikorn Reserch

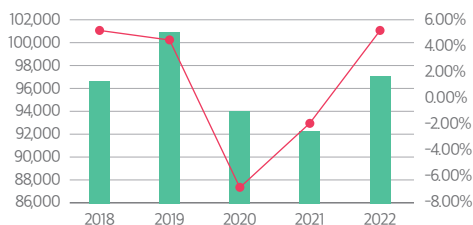
- 2021년은 태국 정부의 강력한 코로나19 방역지침으로 소비심리가 많이 위축된 시기였다. 이로 인해 스낵류 시장규모 역시 감소하였다. 그러나 올해 태국 정부는 방역지침을 완화하면서 관광객들에게 국경을 적극적으로 개방하고 있다. 태국 경제의 가장 큰 축인 관광업이 살아나고 태국 소비자들이 점차 일상을 되찾으면서 2022년 태국 스낵류 시장은 점진적으로 회복될 것으로 보인다.

## 태국 스낵류 시장 규모

- 팬데믹으로 인해 지난 2021년 태국 스낵류 시장규모는 약 1.9% 감소한 922억 7,000만 바트(한화 약 3조 4,998억 110만 원)<sup>1)</sup>였다. 2022년에는 5.3% 증가한 974억 1,600만 바트(한화 약 3조 6,949억 8,888만 원)로 예상되고 있다. 2027년까지는 6% 상승한 1,330억 9,400만 바트(한화 약 5조 482억 5,542만 원)대의 시장이 될 것으로 전망되고 있다.
- 태국 내 스낵 종류별 판매 비중은 과자류가 약 45%로 가장 높으며 그 뒤를 이어 제과류 약 26%, 비스킷, 바 형태의 과자류 및 과일 과자류가 약 16%, 아이스크림 13% 순이다.
- 2021년의 태국 스낵류 시장 브랜드 점유율은 레이즈(Lay's)가 약 10%로 가장 높았다. 이어서 홀스(Halls) 3.4%, 잭앤 질(Jack 'n' Jill) 3%, 나머지 브랜드가 57.2%를 차지하고 있다.

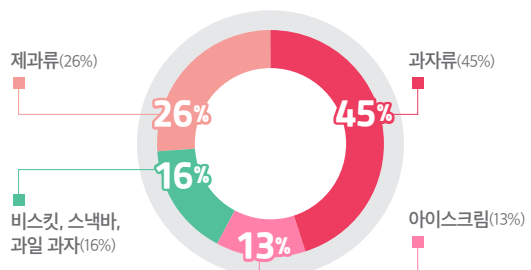
## 태국 스낵류 시장 규모

(백만바트)



자료 Euromonitor

## 태국 스낵 시장 종류별 비중



1) 2022.09.13 17:14 하나은행 환율 1바트=37.93원

### 태국 소비자 스낵류 소비 현황

- 완화된 태국 정부의 코로나19 방역지침과 함께 태국인들은 야외활동을 다시 시작하고 있다. 또한, 재택근무가 줄어들고 직장으로 출퇴근을 시작하면서 집에서 보내는 시간이 줄어들었다. 이러한 추세로 인해 외부에서 편안하게 섭취가 가능한 견, 사탕, 설탕과자, 아이스크림과 같은 스낵류가 2022년 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 예상되고 있다.
- 민텔 글로벌 소비자 조사에 따르면 태국 소비자의 70%가 팬데믹 상황에 스트레스를 해소하기 위하여 스낵류를 소비한 것으로 밝혀졌다. 태국은 인도에 이어서 두 번째로 스낵류 제품을 많이 소비하고 있다. 설문조사 결과에

따르면 54%의 태국인들은 다른 사람들과 함께하는 특별한 시간을 보내는 '위 타임(We-Time)'에 스낵류 섭취를 선택했다. 또한, 45%의 소비자는 지루하거나 스트레스를 받는 '미타임(Me-Time)'에는 달콤한 스낵을 선택했다는 점 역시 흥미롭다.

- 동시에 팬데믹 이후 건강에 대한 인식이 높아지면서 일부 소비자들은 설탕이 많이 함유된 제품이나 고나트륨 제품을 피하려고 노력하는 추세다. 이러한 추세에 따라 제조업체들 역시 무설탕 견과 저당 초콜릿의 생산을 늘리고 있다. 아이스크림 역시 저당 아이스크림이나 식물성 아이스크림이 속속 출시되고 있는 모습이다.



저당 아이스크림



식물성 아이스크림



무설탕 초콜릿

### 태국 소비자의 한국 스낵류 소비 현황

- 한국 드라마 열풍과 경기 회복 등으로 인해 태국 내 한국 식품 시장은 30% 이상 증가할 것으로 예측되고 있다. 특히, 스낵류의 성장률이 가장 높을 것으로 보인다.
- 한국 스낵들이 태국에서 큰 인기를 얻고 있는 이유는 다양한 유통 판매 채널들로 인해 접근성이 높아졌으며 온라인에 한국 제품을 리뷰하는 게시물들이 많아졌기 때문이

다. 이러한 이유로 태국에서는 이전보다 한국 스낵류 제품을 먹어보고 싶어 하는 분위기이다. 태국 스낵류 가격을 비교하면 한국 스낵류 가격이 월등히 높은 것이 사실이나 구매 의향이 있는 소비자들에게는 큰 문제가 아닌 것으로 보인다.



태국 소비자 한국 스낵 리뷰



태국에 진출한 한국 베이커리



태국 소비자 한국 스낵류 리뷰

- 한국 스낵류는 태국인들에게는 프리미엄 제품군으로 가격대가 높은 편이지만 가격이 크게 구애받지 않고 높은 구매 의사를 나타내고 있다. 한국 스낵류는 태국 스낵류보다

종류가 다양하고 포장 역시 소비자의 관심을 끌고 있어 젊은층의 태국 소비자들에게는 더 매력적인 요소로 작용하고 있다.

**태국 스낵류 유통 현황**

- 엔데믹으로 레스토랑, 카페, 술집 등과 같은 요식업체들의 영업이 정상화되면서 스낵류 소비는 2022년에도 꾸준히 증가할 것으로 보인다.
- 팬데믹 기간 동안 온라인 채널을 통한 스낵류 판매가 증가했는데 팬데믹 상황이 안정되면서 전자상거래를 통한 판매는 다소 떨어지고 있다. 하지만 편의점, 슈퍼마켓, 그리

고 하이퍼마켓과 같은 주요 오프라인 유통매장의 스낵류 판매량은 확대될 것으로 보인다.

- 한인 마트의 경우 가격 전략, 구매 프로모션, 판촉 등의 마케팅 활동을 활발히 이어가고 있다. 한인 마트는 대형 슈퍼마켓보다 제품이 다양하고 가격이 저렴해 태국인들 역시 한인 마트에서 한국 스낵류 구매를 선호하고 있다.



한인 마트 내 한국 스낵 진열대



슈퍼마켓에 진열된 한국 스낵



슈퍼마켓에서 진행 중인 한국 스낵 프로모션

**태국 스낵류 전망**

- 태국 스낵류 시장은 일상 회복, 경제 활동 활성화 및 관광 재개에 힘입어 2022년 강한 회복세를 보이고 있으며 이는 2027년까지 이어질 것으로 예상된다. 관광 재개로 요식업체들이 안정을 되찾으며 이를 통해서도 수요가 늘어날 것으로 전망된다.

- 코로나19 이후 저당, 저지방 및 저염 제품과 같은 건강한 제품에 대한 구매 옵션이 늘어나면서 소비자 니즈 역시 높아지고 있다.

작성자 방콕지사 Suladda Kiadsungnoen(수랏다 키앗송넌)

**Key Point**

- 태국의 관광 재개 등 경제 활동이 활발해지면서 스낵류 시장이 다시금 회복세를 보이고 있다. 방역지침으로 인한 이동 제한 조치가 완화되면서 소형 슈퍼마켓 등 다양한 오프라인 유통채널들을 통한 스낵류의 판매가 늘어나는 추세다. 또한, 태국의 젊은 세대들은 식품에 대한 개방적인 소비성향이 있어 새로운 제품이나 비교적 높은 가격대이지만 맛과 패키징에 차별화를 둔 한국 스낵류를 구매하려는 경향이 두드러지고 있다. 간식을 즐기는 태국시장에서 한국 스낵류는 성장 잠재력이 높은 시장으로 볼 수 있다.
- 태국 스낵류 시장 진출을 원한다면 기성 제품과 다른 차별화 전략이 필요하다. 예를 들어 건강에 좋은 저염 제품, 세련된 디자인의 포장은 소비자의 관심을 끄는 것과 동시에 변화된 태국 현지인들의 라이프 스타일에 부합하는 차별화 포인트가 될 것으로 보인다. 반면, 가격 경쟁이 치열한 태국 스낵시장에서 적절한 가격 책정은 비교적 높은 가격의 한국 스낵류 제품들에 대한 현지인들의 진입장벽을 한층 낮출 수 있는 전략이 될 것으로 예상된다.