

2023 농식품 수출국가 정보조사 「태국」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對태국 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	69,794,997명, 전 세계 20위
민족구성 (2015년 추정치)	태국인 97.5%, 버마인 1.3%, 기타 1.1%, 불특정 <0.1%
언어	태국어 90.7%, 태국어 및 기타 언어 6.4%, 기타 2.9%
종교 (2021년 추정치)	불교 92.5%, 이슬람교 5.4%, 기독교 1.2%, 기타 0.9%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 16% (남성 5,720,842/여성 5,443,981) 15~64세: 69.53% (남성 23,797,302/여성 24,734,505) 65세 이상: 14.47% (남성 4,500,808/여성 5,597,559)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 39세, 전 세계 58위 남성: 37.8세 여성: 40.1세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.223조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 22위 \$1.204조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$1.284 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	1.53% (2021년 추정치), 전 세계 173위 -6.2% (2020년 추정치) 2.15% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$17,100 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 101위 \$16,800 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$18,000 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	8.2% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	31.8% (2017년 추정치)
주요 생산품	사탕수수, 카사바, 쌀, 기름야자 열매, 고무, 옥수수, 열대과일, 가금류, 파인애플, 망고, 구아바 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<태국의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-ASEAN FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

태국 식품 시장은 2018년 525억 달러에서 연평균 5.1% 성장하여 2022년 640억 달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 87억 달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 103억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 16.1% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 시장규모는 2018년 71억 달러에서 연평균 4.9% 성장하여, 2022년 86억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.4% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 규모는 2018년 67억 달러에서 연평균 4.3% 성장하여, 2022년 80억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 12.4% 비중을 차지하고 있다.

<태국 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	52.5	57.3	56.3	60.3	64.0	100.0	6.1	5.1
베이커리 및 곡물류	8.7	9.4	9.2	9.8	10.3	16.1	4.8	4.5
육류	7.1	7.7	7.5	8.0	8.6	13.4	6.7	4.9
수산물	6.7	7.3	7.2	7.6	8.0	12.4	4.1	4.3
스낵류	6.0	6.7	6.7	7.2	7.8	12.2	8.3	6.7
채소류	6.0	6.5	6.4	6.8	7.3	11.4	6.3	5.1
낙농품	4.5	5.0	4.9	5.2	5.6	8.8	7.6	5.6
과일 및 견과류	4.2	4.6	4.5	4.9	5.1	8.0	5.1	4.8
편의식품	3.2	3.5	3.4	3.6	3.8	6.0	6.1	4.7
스프레드 및 당류	1.9	2.0	2.0	2.1	2.2	3.4	5.3	4.1
소스 및 향신료	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8	2.8	7.7	5.0
펫푸드	0.9	1.0	1.1	1.2	1.3	2.1	9.9	10.3
영유아식품	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.7	3.8	4.0
유지류	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	1.7	5.0	4.5

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

태국의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 755달러에서 연평균 4.8% 성장하여 2022년 약 913달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 124달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2022년 약 147달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.1% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 101달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 약 122달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.4% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 소비액은 2018년 약 96달러에서 연평균 4.0% 성장하여 2022년 약 113달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.4% 비중을 차지하고 있다.

<태국 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	755.9	822.6	806.5	862.1	913.1	100.0	5.9	4.8
베이커리 및 곡물류	124.7	135.3	131.9	140.6	147.2	16.1	4.7	4.2
육류	101.9	110.6	107.8	114.9	122.5	13.4	6.6	4.7
수산물	96.8	105.1	102.5	109.2	113.4	12.4	3.8	4.0
스낵류	87.0	96.0	95.2	103.2	111.6	12.2	8.1	6.4
채소류	85.9	93.5	91.4	97.7	103.7	11.4	6.1	4.8
낙농품	65.3	71.2	69.9	74.8	80.4	8.8	7.4	5.3
과일 및 견과류	61.0	66.5	65.0	69.4	73.0	8.0	5.1	4.6
편의식품	45.8	49.6	48.3	51.4	54.5	6.0	5.9	4.5
스프레드 및 당류	27.0	29.1	28.2	29.9	31.5	3.4	5.4	3.9
소스 및 향신료	21.4	23.2	22.6	24.1	25.8	2.8	7.3	4.8
펫푸드	13.0	14.6	15.8	17.3	19.0	2.1	9.7	10.0
영유아식품	13.3	13.9	14.4	15.0	15.6	1.7	4.1	4.0
유지류	12.9	14.0	13.6	14.5	15.2	1.7	4.7	4.1

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

태국의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 280kg에서 연평균 2.1% 성장하여 2022년 약 304kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 81kg에서 연평균 1.8% 성장하여 2022년 약 87kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 28.7% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 52kg에서 연평균 0.8% 성장하여 2022년 약 54kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.9% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 30kg에서 연평균 3.8% 성장하여 2022년 35kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.5% 비중을 차지하고 있다.

<태국 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	280.9	291.9	290.5	297.0	304.9	100.0	2.7	2.1
베이커리 및 곡물류	81.4	84.6	84.4	86.2	87.5	28.7	1.6	1.8
채소류	52.9	54.0	52.9	53.5	54.7	17.9	2.1	0.8
낙농품	30.2	32.0	32.3	33.5	35.0	11.5	4.5	3.8
과일 및 견과류	22.8	23.3	23.0	23.3	23.8	7.8	2.3	1.1
육류	17.3	18.7	18.6	19.2	19.9	6.5	3.5	3.5
스낵류	16.8	17.7	17.9	18.6	19.4	6.4	4.5	3.6
스프레드 및 당류	14.8	14.9	14.5	14.4	14.6	4.8	1.7	-0.2
펫푸드	10.9	11.6	11.9	13.1	13.8	4.5	6.0	6.2
편의식품	12.2	12.6	12.5	12.6	12.9	4.2	2.3	1.4
소스 및 향신료	10.6	11.1	11.2	11.4	11.8	3.9	3.5	2.8
수산물	7.6	7.7	7.6	7.7	7.7	2.5	0.4	0.6
유지류	2.8	2.9	2.8	2.8	2.8	0.9	1.1	0.4
영유아식품	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	0.3	2.3	2.4

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

태국 식품 시장은 2022년 이후 연평균 5.6% 성장하여 2026년 796억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.4% 성장하여 2026년 127억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.1% 성장하여 2026년 109억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.9% 성장하여 2026년 102억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<태국 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	64.0	67.7	71.8	75.7	79.6	100.0	5.1	5.6
베이커리 및 곡물류	10.3	10.8	11.5	12.1	12.7	16.0	5.5	5.4
육류	8.6	9.1	9.8	10.3	10.9	13.7	5.4	6.1
스낵류	7.8	8.4	9.1	9.7	10.2	12.8	5.1	6.9
수산물	8.0	8.2	8.6	8.9	9.2	11.5	3.4	3.7
채소류	7.3	7.7	8.1	8.6	9.0	11.3	5.0	5.5
낙농품	5.6	6.0	6.4	6.8	7.2	9.1	6.8	6.5
과일 및 견과류	5.1	5.4	5.6	5.9	6.2	7.7	4.4	4.7
편의식품	3.8	4.0	4.3	4.5	4.7	5.9	4.9	5.2
스프레드 및 당류	2.2	2.4	2.5	2.6	2.7	3.4	4.2	5.4
소스 및 향신료	1.8	1.9	2.1	2.2	2.3	2.9	5.1	5.9
펫푸드	1.3	1.5	1.7	1.8	2.0	2.5	9.9	10.7
영유아식품	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	1.6	4.1	4.1
유지류	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	1.6	4.1	4.8

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 태국의 식품 수출액은 약 423억 922만 달러로 2021년 대비 12.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 341억 782만 달러에서 연평균 5.5% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 2.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 10억 8,052만 달러로 2021년 대비 45.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.8% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 23.5%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 99억 5,614만 달러로 2021년 대비 2.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.9% 증가하는 추세를 보인다.

일본으로의 식품 수출액은 10.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 43억 5,002만 달러로 2021년 대비 7.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 0.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(9.9%), 인도네시아(4.1%), 말레이시아(4.0%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<태국 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	34,107,822	34,435,156	33,848,842	37,555,238	42,309,224	100.0	12.7	5.5
1 중국	4,367,901	5,251,474	6,339,096	9,686,624	9,956,140	23.5	2.8	22.9
2 일본	4,216,307	4,270,947	4,062,924	4,060,410	4,350,024	10.3	7.1	0.8
3 미국	3,343,499	3,493,000	4,001,762	3,886,974	4,204,033	9.9	8.2	5.9
4 인도네시아	1,698,450	1,588,710	1,117,245	989,492	1,735,913	4.1	75.4	0.5
5 말레이시아	1,174,038	1,164,455	956,229	1,374,813	1,693,160	4.0	23.2	9.6
6 캄보디아	1,173,554	1,385,956	1,512,610	1,395,012	1,454,846	3.4	4.3	5.5
7 인도	330,950	360,420	311,580	885,343	1,387,159	3.3	56.7	43.1
8 미얀마	1,273,389	1,083,792	1,045,809	1,248,604	1,247,464	2.9	-0.1	-0.5
9 베트남	2,021,679	1,927,361	1,869,081	1,425,490	1,244,204	2.9	-12.7	-11.4
10 대한민국	717,090	854,185	657,259	745,294	1,080,524	2.6	45.0	10.8

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **쌀(정미), 두리안, 닭고기 조제품, 카사바 전분, 사탕수수 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

쌀(정미) 수출액은 8.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 35억 4,798만 달러로 2021년 대비 20.1% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 8.2% 감소하는 추세를 보인다.

두리안 수출액은 7.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 31억 4,843만 달러로 2021년 대비 7.9% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 35.5% 증가하는 추세를 보인다.

닭고기 조제품 수출액은 6.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 29억 1,302만 달러로 2021년 대비 26.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.8% 증가하는 추세를 보인다.

카사바 전분 수출액은 4.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 5,901만 달러로 2021년 대비 7.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.1% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수출액은 3.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 5,680만 달러로 2021년 대비 77.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **카사바(3.5%), 사탕수수당(3.5%), 조제식료품(3.5%)** 등을 수출하였다.

<태국 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	34,107,822	34,435,156	33,848,842	37,555,238	42,309,224	100.0	12.7	5.5
1 쌀(정미)	4,991,478	3,741,619	3,273,839	2,955,201	3,547,987	8.4	20.1	-8.2
2 두리안	934,350	1,465,534	2,098,666	3,420,041	3,148,437	7.4	-7.9	35.5
3 닭고기 조제품	2,414,475	2,587,794	2,415,938	2,308,499	2,913,028	6.9	26.2	4.8
4 카사바 전분	1,334,944	1,219,459	1,132,091	1,631,142	1,759,017	4.2	7.8	7.1
5 사탕수수 기타	1,355,234	1,310,676	866,317	875,749	1,556,804	3.7	77.8	3.5
6 카사바	881,165	527,896	683,354	1,267,735	1,487,020	3.5	17.3	14.0
7 사탕수수당	1,230,329	1,651,918	875,826	630,065	1,480,426	3.5	135.0	4.7
8 조제식료품	1,273,625	1,417,996	1,323,883	1,347,088	1,465,616	3.5	8.8	3.6
9 절단한 냉동 닭고기	654,587	772,010	872,112	879,760	1,124,702	2.7	27.8	14.5
10 팜유(조유)	152,999	105,765	113,955	632,993	1,121,221	2.2	13.1	5.9

*주: HS CODE(1006.30, 0810.60, 1602.32, 1108.14, 1701.99, 0714.10, 1701.14, 2106.90, 0207.14, 1511.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 태국의 식품 수입액은 약 171억 1,245만 달러로, 2021년 대비 6.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 128억 9,490만 달러에서 연평균 7.3% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 1.7% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 9,551만 달러로 2021년 대비 6.0% 감소하였다. 그러나 2018년 약 2억 8,851만 달러에서 연평균 0.6% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

브라질에서의 식품 수입액은 19.5%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 33억 3,650만 달러로 2021년 대비 10.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 15억 4,335만 달러에서 연평균 21.3% 증가하는 추세를 보인다.

중국에서의 식품 수입액은 14.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 24억 7,151만 달러로 2021년 대비 17.9% 증가하였다. 또한, 2018년 약 17억 5,106만 달러에서 연평균 9.0% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(9.1%), 호주(7.2%), 뉴질랜드(4.4%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<태국 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,894,908	13,466,997	13,762,881	16,055,142	17,112,454	100.0	6.6	7.3
1 브라질	1,543,358	1,553,854	2,003,625	3,012,540	3,336,508	19.5	10.8	21.3
2 중국	1,751,064	1,921,897	1,956,520	2,096,166	2,471,518	14.4	17.9	9.0
3 미국	2,257,960	2,036,639	1,731,532	1,788,086	1,558,560	9.1	-12.8	-8.9
4 호주	618,874	642,307	700,744	1,109,158	1,229,756	7.2	10.9	18.7
5 뉴질랜드	476,765	508,047	508,680	575,128	752,815	4.4	30.9	12.1
6 인도네시아	533,530	509,864	639,704	757,628	719,647	4.2	-5.0	7.8
7 베트남	487,274	481,674	579,433	573,631	713,279	4.2	24.3	10.0
8 미얀마	179,381	311,918	427,309	601,086	708,535	4.1	17.9	41.0
9 인도	390,711	392,321	364,845	495,139	640,144	3.7	29.3	13.1
10 말레이시아	430,717	440,133	470,666	477,156	560,318	3.3	17.4	6.8
:								
14 대한민국	288,513	270,708	288,628	314,258	295,510	1.7	-6.0	0.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **대두 기타, 대두유 추출 유박, 조제식료품, 밀 기타, 카사바** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

대두 기타 수입액은 11.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 20억 1,792만 달러로 2021년 대비 11.3% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 15.0% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 9.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 3,532만 달러로 2021년 대비 19.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.8% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 5.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 7,034만 달러로 2021년 대비 0.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.3% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수입액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 6억 2,291만 달러로 2021년 대비 18.5% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 3.0% 감소하는 추세를 보인다.

카사바 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 5억 6,508만 달러로 2021년 대비 34.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 20.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **옥수수 기타(2.6%), 무첨가 우유·크림(1.8%), 사과(1.5%)** 등을 수입하였다.

<태국 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,894,908	13,466,997	13,762,881	16,055,142	17,112,454	100.0	6.6	7.3
1 대두 기타	1,154,996	1,272,984	1,614,301	2,273,943	2,017,929	11.8	-11.3	15.0
2 대두유 추출 유박	1,255,095	1,251,811	1,013,225	1,368,352	1,635,320	9.6	19.5	6.8
3 조제식료품	610,901	679,381	807,195	869,293	870,342	5.1	0.1	9.3
4 밀 기타	702,352	767,865	758,259	764,605	622,913	3.6	-18.5	-3.0
5 카사바	269,724	267,314	419,096	420,315	565,089	3.3	34.4	20.3
6 옥수수 기타	32,050	158,313	282,261	403,527	436,932	2.6	8.3	92.2
7 무첨가 우유·크림	180,065	172,621	185,342	221,865	302,246	1.8	36.2	13.8
8 사과	190,403	211,691	258,648	266,610	253,821	1.5	-4.8	7.5
9 고체 우유	136,181	162,520	182,701	213,484	250,446	1.5	17.3	16.5
10 신선 포도	150,257	145,739	147,790	177,998	247,042	1.4	38.8	13.2

*주: HS CODE(1201.90, 2304.00, 2106.90, 1001.99, 0714.10, 1005.90, 0402.21, 0808.10, 0402.10, 0806.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對태국 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 4억 4,358만 달러로 2018년 약 4억 914만 달러에서 연평균 2.0% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 51.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2억 2,971만 달러로 2021년 대비 4.2% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 7.5%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 40.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 7,917만 달러로 2021년 대비 26.2% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 5.6%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 5.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,562만 달러로 2021년 대비 121.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 45.0%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 2.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 907만 달러로 2021년 대비 1.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.6%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對태국 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	409,142	398,218	391,742	402,370	443,584	100	10.2	2.0
농산물	172,252	187,123	208,876	239,814	229,715	51.8	-4.2	7.5
수산물	225,628	201,185	170,903	142,014	179,173	40.4	26.2	-5.6
축산물	5,804	4,089	4,555	11,571	25,623	5.8	121.4	45.0
임산물	5,458	5,822	7,407	8,971	9,074	2.0	1.1	13.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **건조 김, 라면, 조제식료품 기타, 소스 조제품 기타, 신선 딸기** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '기타 리큐르 및 코디얼'과 '소스 조제품 기타' 등이 있으며, 2022년 '기타 리큐르 및 코디얼'은 최근 5년간 연평균 성장률 284.4%를 기록했다. '소스 조제품 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 28.8%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

건조 김 수출액은 8.6%의 비중을 차지하며, 2022년에는 약 3,805만 달러로 2021년 대비 0.8% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 16.8% 감소하는 추세를 보인다.

라면 수출액은 7.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 3,086만 달러로 기록되었다. 이는 2021년 대비 4.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.5% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 2.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,278만 달러로 2021년 대비 13.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 27.2% 증가하는 추세를 보인다.

소스 조제품 기타 수출액은 2.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 918만 달러로 2021년 대비 17.0% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 2위를 차지하였다.

신선 딸기 수출액은 2.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 898만 달러로 2021년 대비 1.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.4% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對태국 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	409,142	398,218	391,742	402,370	443,584	100.0	10.2	2.0
1 건조 김	79,593	60,122	39,910	38,379	38,053	8.6	-0.8	-16.8
2 라면	19,265	19,017	26,823	29,613	30,869	7.0	4.2	12.5
3 조제식료품 기타	4,885	4,821	8,023	11,226	12,781	2.9	13.9	27.2
4 소스 조제품 기타	3,341	3,780	6,782	7,847	9,182	2.1	17.0	28.8
5 신선 딸기	5,824	6,727	7,727	8,887	8,982	2.0	1.1	11.4
6 조미 김	N/A	524	2,325	5,029	6,343	1.4	26.1	N/A
7 인스턴트 커피	4,003	5,253	4,677	5,612	5,782	1.3	3.0	9.6
8 밀가루	2,819	3,122	3,822	3,936	3,409	0.8	-13.4	4.9
9 비스킷류	1,706	1,769	1,895	2,288	3,103	0.7	35.6	16.1
10 기타 리큐르 및 코디얼	13	363	1,345	2,400	2,837	0.6	18.2	284.4

*주: HS CODE(1212.21-1010, 1902.30-1010, 2106.90-9099, 2103.90-9090, 0810.10-0000, 2008.99-5010, 2101.11-1000, 1101.00-1000, 1905.90-1040, 2208.70-9000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 태국 오프라인 유통채널 규모

개요

태국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1조 8,462억 8,000만 บาท에서 연평균 2.3% 감소하여 2022년 1조 6,790억 4,000만 บาท으로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 5,336억 9,100만 บาท에서 연평균 2.4% 감소하여 2022년 4,838억 2,600만 บาท으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 28.8% 비중을 차지하고 있다.

편의점

편의점의 규모는 2018년 3,677억 7,200만 บาท에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 4,059억 9,900만 บาท으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 24.2% 비중을 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 4,754억 2,200만 บาท에서 연평균 5.5% 감소하여 2022년 3,786억 2,200만 บาท으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 22.5% 비중을 차지하고 있다.

<태국 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 บาท, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,846,280	1,884,841	1,733,175	1,486,977	1,679,040	100.0	12.9	-2.3
전문 판매점	533,691	545,914	511,575	411,939	483,826	28.8	17.5	-2.4
편의점	367,772	383,860	351,018	343,522	405,999	24.2	18.2	2.5
소규모 식료품점	475,422	476,990	439,317	348,532	378,622	22.5	8.6	-5.5
슈퍼마켓	205,246	219,818	202,233	188,139	202,401	12.1	7.6	-0.3
하이퍼마켓	191,160	182,817	162,642	134,237	138,640	8.3	3.3	-7.7
포코트리테일러	72,990	75,443	66,390	60,609	69,552	4.1	14.8	-1.2

*주: 전문 판매점·식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러·주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

태국의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 84만 758개에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 83만 3,992개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 58만 2,490개에서 연평균 0.5% 감소하여 2022년 57만 1,092개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 68.5%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 24만 244개에서 연평균 0.1% 증가하여 2022년 24만 1,611개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 29.0%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 1만 3,608개에서 연평균 4.6% 증가하여 2022년 1만 6,288개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 2.0%를 차지하고 있다.

<태국 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	840,758	846,742	814,495	827,303	833,992	100.0	0.8	-0.2
소규모 식료품점	582,490	584,276	559,246	566,021	571,092	68.5	0.9	-0.5
전문 판매점	240,244	243,561	235,454	240,533	241,611	29.0	0.4	0.1
편의점	13,608	14,264	15,056	15,913	16,288	2.0	2.4	4.6
포코트리테일러	2,756	2,936	3,051	3,165	3,280	0.4	3.6	4.4
슈퍼마켓	1,304	1,337	1,306	1,280	1,336	0.2	4.4	0.6
하이퍼마켓	356	368	382	391	385	0.0	-1.5	2.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd 소속으로, 2022년 19.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.5% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 3.4% 증가하였다.

②Lotus's

Charoen Pokphand Group 소속으로, 2022년 9.1%의 점유율을 차지하였다.

③Big C Supercenter PCL

Big C Supercenter PCL 소속으로, 2022년 3.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 11.4% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 6.6% 감소하였다.

④Tops Market

Central Retail Corp 소속으로, 2022년 1.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 5.9% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 2.2% 증가하였다.

⑤CJ Supermarket

CJ More Co Ltd 소속으로, 2022년 1.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.1% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 35.7% 증가하였다.

<태국 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 7-Eleven	17.9	17.3	19.5	19.8	1.5	3.4
2 Lotus's	-	-	9.1	9.1	0.0	N/A
3 Big C	3.8	3.4	3.5	3.1	-11.4	-6.6
4 Tops Market	1.5	1.5	1.7	1.6	-5.9	2.2
5 CJ Supermarket	0.6	0.9	1.4	1.5	7.1	35.7
6 Mini Big C	0.8	0.9	1.0	1.3	30.0	17.6
7 Villa Market	0.3	0.4	0.5	0.4	-20.0	10.1
8 Family Mart	0.8	0.6	0.5	0.4	-20.0	-20.6
9 Foodland	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0	0.0
10 Big C Extra	0.5	0.4	0.3	0.3	0.0	-15.7

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1927년
	점유율	19.8%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.7eleven.co.th	매장 수	13,433개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Seven & I Holdings Co Ltd 산하 브랜드 - 7-Card 멤버십카드 제공하며 회원 대상 특별 프로모션 진행 - 2018년 험통(Hom Thong)과 계약 체결하여 매장에서 유기농 바나나를 판매 - 판매하는 제품의 70%가 식료품으로 구성 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 7-Eleven 홈페이지(www.7eleven.co.th), 7-Eleven 소셜미디어 계정

	브랜드명	Lotus's	창립연도	2021년
	점유율	9.1%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	www.lotuss.com/th	매장 수	222개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, Charoen Pokphand Group 산하 브랜드 - 온라인 판매 사이트 또한, 함께 운영 중인 옴니채널 방식으로, 택배 또는 매장 픽업의 형태로 온라인 주문 상품을 수령할 수 있음 - 로터스 멤버십 회원을 위한 추가 혜택 제공(포인트 적립 등) 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 Lotus's 홈페이지(www.lotuss.com/th), Lotus's 소셜미디어 계정

	브랜드명	Big C	창립연도	1994년
	점유율	3.1%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	www.bigc.co.th	매장 수	66개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Big C Supercenter PCL 산하 브랜드 - 온라인 구매 사이트 또한, 운영하는 옴니채널 방식 - 신선 및 가공 식품, 음료 및 주류, 건강보조식품, 유아용품 등 다양한 제품 판매 - Big C 타운센터를 운영하여 매장 내 실내외 공간 임대 사업 실시 - BIG C 슈퍼센터, 엑스트라, 플라자, 푸드 플레이스 등 다양한 형태의 매장 운영 - QR 코드를 통한 결제 서비스 '마이프롬프트오알(MyPromptQR)' 시행 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 Big C 홈페이지(www.bigc.co.th), Big C 소셜미디어 계정

	브랜드명	Tops Market	창립연도	1996년
	점유율	1.6%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	tops.co.th	매장 수	139개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Central Retail Corp 산하 브랜드 - 온라인 구매 사이트 또한, 함께 운영 중인 옴니채널 방식 - 주로 태국 음식이나 태국 제품들을 취급하는 곳이며 매우 신선하고 좋은 품질의 식료품들을 판매한다는 것이 강점임. - 배달 서비스 플랫폼 그랩익스프레스(GrabExpress)와 제휴하여 탑스온라인(Tops Online)에서 구매한 상품 배달 서비스 시행 - 온라인 홈페이지 내 뉴스레터 구독 시 할인 및 매달 할인 등의 여러 혜택 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 Tops Market 홈페이지(tops.co.th), Tops Market 소셜미디어 계정

	브랜드명	CJ Supermarket	창립연도	2005년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	www.cjexpress.co.th	매장 수	863개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, CJ More Co Ltd 산하 브랜드 - 식료품뿐만 아니라 다양한 가정용품 및 잡화 또한, 판매 - 회원 카드 발급을 통해 더 많은 혜택 제공 - 매장 내 커피숍 '바오 카페'(Bao Café) 입점 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 CJ Supermarket 홈페이지(www.cjexpress.co.th), CJ Supermarket 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 태국의 식품 온라인 시장 규모는 414억 2,800만 бат 규모로 전년 대비 27.2% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 42.5% 성장했다.

<태국 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 бат, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
10,050	11,215	26,644	32,560	41,428	27.2	42.5

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 27.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.9% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 12.0% 감소하였다.

② Shopee Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 13.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비

4.2% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 46.4% 증가하였다.

③ Lazada

Alibaba Group Holding에서 운영하는 사이트로, 2022년 2.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.7% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 8.0% 감소하였다.

④ Lotus's

Charoen Pokphand Group에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 66.7% 증가하였다.

⑤ Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 0.7%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 20.6% 감소하였다.

<태국 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Lazada Marketplace	40.2	34.0	28.8	27.4	-4.9	-12.0
2 Shopee Marketplace	4.4	10.3	14.4	13.8	-4.2	46.4
3 Lazada	3.6	4.0	2.6	2.8	7.7	-8.0
4 Lotus's	-	-	0.6	1.0	66.7	N/A
5 Amazon Marketplace	1.4	0.9	0.7	0.7	0.0	-20.6
6 Big C	0.7	0.5	0.6	0.6	0.0	-5.0
7 JD Central Marketplace	0.6	0.4	0.6	0.5	-16.7	-5.9
8 Amazon	0.9	0.7	0.4	0.4	0.0	-23.7
9 TV Direct	1.3	0.7	0.4	0.4	0.0	-32.5
10 Office Mate	-	-	0.4	0.4	0.0	N/A

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Lazada Marketplace	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	27.4%	웹사이트	www.lazada.co.th
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 및 가공식품, 음료, 건강보조식품, 의류, 화장품, 가전제품 등 다양한 제품 판매 - 각종 할인 행사 및 할인 쿠폰 지급 등 다양한 혜택 제공 - 라이브 커머스, LazBlog, Lazpick 등 고객 유치 목적의 다양한 콘텐츠 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 Lazada 홈페이지(www.lazada.co.th)

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	13.8%	웹사이트	shopee.co.th
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 식품군뿐만 아니라 패션 및 뷰티, 전자제품, 가구, 가전, 티켓류까지 판매 - 시간대-시즌-카테고리별 할인 이벤트, 바우처 제공, 무료배송 등의 각종 혜택 제공 - 쇼피 라이브, e-기프트 카드 등 다양한 콘텐츠 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in thailand」(유로모니터), 태국 Shopee 홈페이지(shopee.co.th)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

태국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1조 6,790억 4,000만 บาท에서 연평균 3.7% 성장하여 2026년 1조 9,435억 4,900만 บาท 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 4,838억 2,600만 бат에서 연평균 3.7% 성장하여 2026년 5,588억 1,100만 бат 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 4,059억 9,900만 бат에서 연평균 3.9% 성장하여 2026년 4,733억 8,700만 бат 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 3,786억 2,200만 бат에서 연평균 4.8% 성장하여 2026년 4,560억 1,000만 бат 규모에 이를 것으로 전망된다.

<태국 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 бат, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	1,679,040	1,754,157	1,814,578	1,874,221	1,943,549	100.0	3.7	3.7
전문 판매점	483,826	509,278	523,591	541,592	558,811	28.8	3.2	3.7
편의점	405,999	428,052	441,503	456,826	473,387	24.4	3.6	3.9
소규모 식료품점	378,622	396,516	418,125	432,770	456,010	23.5	5.4	4.8
슈퍼마켓	202,401	205,635	211,912	219,007	225,608	11.6	3.0	2.8
하이퍼마켓	138,640	140,997	143,535	146,693	149,993	7.7	2.3	2.0
포코트리테일러	69,552	73,679	75,913	77,334	79,741	4.1	3.1	3.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

태국의 온라인 식품 유통채널 규모는 2022년 이후 5년간 연평균 8.3%로 성장하여, 2026년 569억 2,900만 бат에 이를 것으로 전망된다.

<태국 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 бат, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
41,428	44,405	48,579	52,810	56,929	7.8	8.3

*출처: 「Retail in Thailand」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

태국 식품 유통구조 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 유통 현황 및 특징 · 태국 유통 현황 - 식품 기본 유통구조 · 태국 식품 유통구조 · 새로운 유통채널
태국 오프라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 · 대형 유통채널: ①백화점 ②편의점, 슈퍼마켓 ③하이퍼마켓 약술 · 한국 식품 유통매장: ①보라마트 ②지두방 지마켓
태국 온라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 유통채널 유형 · 전자상거래: ①시장트렌드 ②태국 식료품 구매 트렌드 ③진출방안 ④태국 전자상거래 전망 · 소셜커머스: ①시장 개요 ②라이브 쇼핑 ③태국 인플루언서 마케팅 ④홈쇼핑

2.4.2 품목보고서

태국 가공식품 유통정보 (2023.10)	<p>[비건 캔햄]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태국 유통채널 점유율 - 태국 가공식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①센트럴백화점 ②더몰 ③빅씨 ④탑스 ⑤푸드랜드 ⑥테스코 로터스익스프레스 ⑦세븐일레븐 ⑧씨피프레쉬마트 ⑨쇼피 ⑩라자다
태국 건강기능식품 유통정보 (2023.03)	<p>[바이오틱스]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태국 유통구조 및 현황 · 비타민 및 건강보고식품 유통구조 · 주요 유통채널 현황 - 태국 건강기능식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①하이퍼마켓(Lotus's, Big C) ②슈퍼마켓(Tops, Villa Market), 약국(Bangkok Drugstore) ③드럭스토어(Watsons) ④온라인쇼핑몰(Shopee)
태국 신선식품 유통정보 (2023.03)	<p>[복숭아]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태국 유통구조 및 현황 - 주요 유통채널 분석 · 하이퍼/슈퍼마켓: ①Big C ②Tops ③Villa Market ④Tesco Lotus ⑤Gourmet Market)

2.4.3 해외지사 발간 보고서

태국 유통업체 분석 및 한국 농식품 진출 방안 (2023.10)	<ul style="list-style-type: none"> - 태국 주요 농식품 유통 편의점 · 편의점 유통채널 및 업체 현황 · 주요 유통채널: ①7-Eleven ②Lawson 108 - 태국 주요 농식품 유통 하이퍼마켓 · 하이퍼마켓 유통채널 및 업체 현황 · 주요 유통채널: ①로터스 ②빅씨 - 태국 주요 농식품 유통 슈퍼마켓 · 슈퍼마켓 유통채널 및 업체 현황 · 주요 유통채널: ①탑스마켓 ②빌라마켓 ③푸드랜드 ④코메마켓
--	---

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 라면(수출상위 품목)

시장현황

2022년 태국 면류 시장은 △라면 △소면 △파스타 순으로 판매 비중이 높은 것으로 나타났다. 특히 라면의 판매 비중이 80.24%로 가장 높았다. 세계라면협회에 따르면, 태국은 2022년 라면 소비량이 36억 3,000만 인분으로 세계 9위를 기록하였다. 태국인이 1년간 소비하는 라면은 약 55개에 달하며, 이는 세계 3위를 차지할 정도로 큰 소비량이다.

태국 내 한국산 라면의 판매 가격은 높은 가격을 형성하고 있지만, 태국 소비자들 사이에서 한국 라면에 대한 선호도는 증가하는 추세이다. 한류 등의 영향으로 한국 라면뿐만 아니라 당면, 우동면, 소면 등의 한국 면류에 대한 수요도 증가하고 있다.

한류 열풍으로 K-FOOD의 인기가 증가하면서 태국 라면 업체들은 김치라면 등 한국 스타일 라면을 출시하고 있다. 포장에 '김치', '맛있다' 등 한글을 사용하여 한국 스타일을 강조하고 있다.

시사점

라면 소비량이 큰 만큼 한국산 외에도 일본산 등 다양한 수입산 라면이 경쟁하고 있다. 따라서 한국 라면만이 제공할 수 있는 특별한 경험과 고유의 가치를 연구하고, 태국 소비자들의 요구와 트렌드를 잘 활용하여 차별화된 마케팅 전략 수립이 필요한 상황이다.



*출처: <https://shopee.co.th>

▶ 출처

2023 지구촌 리포트 133호, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

② 가정간편식(해외지사 추천품목)

시장현황

2020년 전 세계적으로 확산된 코로나19로 인해 태국 내 가정간편식(HMR) 시장은 크게 성장하였다. 외출과 이동이 제한되면서 가정에서 요리하기 시작하였고, 이로 인해 빠르고 간편하게 요리할 수 있는 가정간편식 수요가 증가하였기 때문이다.

시사점

코로나19 확산 이후 소비자의 생활방식이 변화하였다. 특히 식생활의 변화에 따라, 가정에서 간편하게 요리할 수 있는 가정간편식이 주목받고 있다. 이로 인해 태국 식품업계는 간편 조리 제품과 즉석식품 등 다양한 상품을 출시하고 있다.

가정간편식 수요 증가와 함께 한국 콘텐츠 확산에 의한 한국 식품 인지도 및 관심이 증가하는 기회를 활용할 필요가 있다. 한국 음식에 기반한 간편한 가정간편식을 통해 소비자들의 변화하는 요구를 충족할 수 있을 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.co.th>

▶ 출처

2022 지구촌 리포트 120호 태국 식품 트렌드 “개인 맞춤형 식품이 뜬다”, 한국농수산물유통공사

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

③ 프리미엄 딸기(수출상위 품목)

시장현황

태국에서 수입 신선식품은 프리미엄 제품으로 인식되고 있다. 높은 가격으로 인해 고소득층 소비자 또는 연간 4천만 명에 달하는 관광객, 주재원 등이 주요 소비자층으로 파악된다. 태국의 프리미엄 딸기는 전량 수입산 제품으로, 수입액은 2017년 1,169만 6,000달러에서 2021년 1,926만 3,000달러로 증가하고 있다.

태국에서는 기온이 비교적 낮은 북부 일부 지역에 한해 딸기를 생산하고 있다. 특히 'Royal Project Foundation'은 딸기 생산량을 증대하기 위한 연구개발을 진행하는 한편, 지속가능한 딸기 재배를 촉진하고 농민들에게 공정한 가격을 보장하는 등 자국산 딸기 시장을 선도하고 있다.

태국 내 딸기 판매 성수기는 12월부터 2월 사이로, 신정, 구정, 발렌타인데이 등의 시즌에 선물용으로 인기가 높다. 한국산 딸기 수입액은 2017년 329만 달러에서 2021년 550만 달러로 증가하였으며, 연평균 14%로 수입액이 꾸준히 증가하고 있다.

시사점

한국산 딸기는 부드러운 과육과 풍미로 큰 인기를 끌고 있으며, 그 자체로 프리미엄 과일로 인식되고 있다. 한국산 수출을 더욱 확대하기 위해서는 품질 균등화와 고급 포장 도입을 통해 프리미엄 이미지를 더욱 공고히 할 필요가 있다.



*출처: <https://shopee.co.th>

▶ 출처

Thailand Fresh Strawberry Market Outlook | Trends, Value, Forecast, Industry, Revenue, Size, COVID-19 IMPACT, Growth, Share, Analysis & Companies, 6W Research

2022년 태국 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

④ 에너지 음료(해외지사 추천품목)

시장현황

코로나 사태로 인해 일시적으로 주춤했던 태국의 에너지 음료 시장이 최근 회복세를 보이고 있다. 2022년 상반기까지 지속된 팬데믹 상황에서도 에너지 음료 시장규모는 전년 대비 3% 성장하여 2022년에 약 205억 바트를 기록하였다. 에너지 음료 시장은 2025년까지 연평균 2% 이상의 성장률이 예상된다.

태국의 에너지 음료 시장은 Osotspa, Carabao Group, TC Pharmaceutical 등 3개의 현지 음료 기업이 주도하고 있다. 태국 에너지 음료 매출액의 90% 이상은 주요 브랜드 제품이 차지하는 것으로 집계되었다. 주요 브랜드는 △M-150(Osotspa) △Carabao Dang △Krathing Daeng 등으로 조사되었으며, 특히 M-150는 48.4%의 점유율로 시장을 주도하고 있다.

최근 태국 에너지 음료 시장은 건강에 초점을 맞추어 면역력 강화 성분을 첨가한 제품과 저당 또는 무가당 에너지 음료 등을 출시하고 있다. 이는 소비자들 선택의 폭을 넓혀, 젊은 소비자들의 관심을 끌기 위해 노력인 것으로 보인다.

시사점

코로나 팬데믹으로 일시적으로 위축되었던 태국의 에너지 음료 시장이 엔데믹 전환과 함께 외부 활동이 증가하면서 활기를 되찾고 있다. 최근 건강에 대한 인식이 향상되면서 이러한 트렌드에 부합하는 신제품 개발을 통해 틈새시장을 공략하는 전략이 필요하다.



*출처: <https://shopee.co.th>

▶ 출처

2023. 09. 29 해외시장 동향 태국 에너지 음료 시장동향

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

⑤ 김치(해외지사 추천품목)

시장현황

2021년 태국의 포장 채소류 수입액은 468만 2,000달러로 전년 대비 23.1% 증가한 수치이다. 2017년부터 2021년까지 연평균 8% 성장률을 보이고 있으며, 코로나19 바이러스의 확산과 면역력에 관한 관심 증가로 발효식품인 김치의 인기가 증가하였다. 태국에서의 김치는 샐러드에 추가하거나 팟타이와 같은 현지 음식에 넣어 새로운 맛과 향을 더하는 등 다양한 방식으로 현지화되어 소비되고 있다.

K-드라마, K-팝 등의 한류 영향으로 한국 식품과 식문화가 주목받으면서, 한국 음식에서 빠지지 않는 김치에 대한 인지도와 관심이 증가하였다.

시사점

태국에서 김치가 인기를 끌고 있는 것은 △K-콘텐츠 △건강에 대한 관심 증가 △태국 식문화의 변화 등의 요인으로 분석된다. 현지 소비자의 관심을 꾸준히 이어가기 위해서는 소비자 접점의 확대와 적극적인 홍보 및 프로모션이 필요할 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.co.th>

▶ 출처

Hallyu to the world: the incredible rise of Korean culture, The Drum

KIMCHI: THE KEY INFLUENCE OF KOREAN WAVE AND ITS IMPACT ON KOREAN FOOD TOWARDS THAI CONSUMPTION, Mahidol University

2022년 태국 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 새로운 소비군 “홀로족”

이슈배경

코로나19 확산 이후 대외 활동을 자제하면서, 홀로 식사하는 이른바 ‘혼밥’ 문화가 새로운 외식 트렌드로 부상하였다. 전염병 확산 이전까지는 여럿이서 식사하는 외식 문화가 지배적이었지만 사회적 거리 두기 정책 등으로 인하여 개인 식사 문화로 변화가 가속되었으며, 팬데믹 종식 후에도 혼밥 문화는 꾸준히 확산하고 있다.

이슈내용

태국 인구 중 약 2,675만 명이 자신을 ‘홀로족’으로 인식하는 것으로 조사되었다. 이들을 공략하기 위해 혼자서도 식사할 수 있도록 시설을 전환하는 외식업체가 증가하고 있다. 예를 들어, 샤브샤브와 BBQ 프랜차이즈 식당들은 1인 손님을 위한 서비스를 제공함으로써 이전의 단체 중심 이미지를 탈피하고 있다. 또한, 홀로족을 대상으로 하는 ‘론리 마케팅 (Lonely Marketing)’이라는 새로운 용어가 등장하였으며, 이들은 편리함과 개성을 중시하는 소비 행태를 보인다.

홀로족은 월평균 7,584바트를 지출하며, 자신의 라이프스타일에 맞는 소비에 적극적이다. 식품 배달업체와 편의점에서도 이러한 변화에 발맞추어 1인용 식품 제품과 서비스를 제공하고 있다.

태국에서 혼밥 문화와 홀로족의 부상은 한국 식품 수출기업에게 새로운 기회를 제공한다. 이 시장을 공략하기 위해서는 홀로족의 특성을 반영한 제품 개발과 마케팅 전략이 필요하다. 편의성, 개성, 그리고 SNS를 통한 2차 홍보 효과를 활용하는 것이 중요하다.

▶ 출처

2023. 3. 17. 해외시장 동향, 태국인이 식품을 선택하는 주요 요인으로 살펴본 트렌드와 한국 식품 수출 방안, 한국농수산물유통공사

② 소비자가 선택하는 한국 식품

이슈배경

최근 태국의 냉동식품 산업은 국내외 투자자들의 관심을 끌고 있다. 코로나19 확산에도 불구하고 해당 산업은 지속적인 성장세를 보이며, 지난 3년간의 평균 시장 가치는 3,000억 바트를 달성했다. 특히 투자기업 수는 전년 대비 84% 증가했다.

이슈내용

태국 내에서는 냉동식품의 접근성이 높고, 신선식품과 가격 차이가 크지 않다는 점이 내수시장에서의 소비를 촉진하고 있다. 또한, 도시화와 소비시장의 변화는 냉동식품을 완벽한 한 끼 식사 대체재로 만들었으며, 장기 보관이 용이하여 코로나19 확산 기간 동안 내수 소비를 크게 증가시켰다.

최근 SNS를 통한 이색 요리의 노출 증가는 태국 소비자들의 새로운 음식에 대한 욕구를 자극했으며, 다양한 국가 스타일의 냉동식품이 편의점과 마트에 진열되는 현상을 불러일으켰다.

한국 식품 수출기업은 태국 냉동식품 시장의 지속적인 성장과 소비자들의 다양한 요구를 충족시키는 트렌드를 주목해야 한다. 특히 태국 소비자들이 원하는 맛, 건강, 편리함을 고려한 냉동식품 개발과 마케팅 전략이 중요하다. 또한, 태국의 냉동식품 시장 진출을 고려하는 기업들은 현지 시장의 특성과 소비자 니즈를 깊이 이해하고, 이에 맞춘 제품 개발과 전략적 마케팅 접근이 필요하다. 이는 한국 기업들이 태국 시장에서 성공적으로 자리 잡는 데 필수적인 요소다.

▶ 출처

2023. 3. 17. 해외시장 동향, 태국인이 식품을 선택하는 주요 요인으로 살펴본 트렌드와 한국 식품 수출 방안, 한국농수산물유통공사

③ 고객을 사로잡기 위한 향기 마케팅

이슈배경

사람의 오감 중 가장 강력한 기억과 감정에 영향을 미치는 것으로 알려진 후각을 이용한 마케팅이 새롭게 주목받고 있다. 연구에 따르면 감정의 75%가 후각에 의해 좌우되며, 후각을 통해 각인된 기억은 장기 기억에 저장되어 시각이나 청각보다 오래 기억에 남을 수 있다. 따라서 식품기업은 향기를 이용해 소비자에게 강렬한 인상을 남기고자 한다.

이슈내용

"좋은 향기"는 마케팅 도구로서의 활용도가 높다. 향기에 노출된 고객은 구매 의향률이 증가하며, 긍정적인 구매 결정이 최대 70%까지 높아질 수 있다. 예를 들어, 스타벅스는 매장의 커피 향기를 유지하기 위해 강한 향수 사용을 제한하고 커피 향과 어울리는 베이커리 메뉴를 판매한다. 태국의 기업과 식당들도 향기 마케팅을 활용하여 소비자들의 기억에 남기 위한 다양한 시도를 하고 있다.

피자 컴퍼니(The Pizza Company)는 갓 구운 피자 냄새와 향신료, 따뜻한 조명을 통해 이탈리아 분위기를 연출하며, 야마자키(YAMAZAKI) 베이커리는 빵 굽는 냄새로 유동인구가 많은 장소에서 고객을 유혹한다. 태국의 길거리 음식점들도 각기 다른 음식의 향기로 소비자들을 매료시키고 있다.

태국의 기업들은 향기를 활용하여 자신만의 브랜드 이미지를 구축하고 고객의 기억에 깊은 인상을 남길 수 있으며, 팝업스토어와 같은 공간 마케팅에 향기를 접목하여 고객에게 더욱 오래 기억될 수 있는 홍보 효과를 기대할 수 있다. 이러한 접근은 태국에서의 향기 마케팅 전략 수립과 실행에 있어 중요한 시사점을 제공한다.

▶ 출처

2023. 3. 17. 해외시장 동향, 태국, 고객의 기억에 남는 또 하나의 마케팅, 태국의 "향기 마케팅" 사례와 활용 방안, 한국농수산물유통공사

④ 식품업계 '컴포트 푸드(Comfort Food)'를 주목하다

이슈배경

현대 태국 소비자 중 약 14%가 스트레스, 불면증, 불안, 고립감 등 정신건강 문제를 겪고 있다. 이에 따라 정신건강 개선에 도움을 주는 제품 수요가 증가하고 있다. Mintel의 연구에 따르면, 태국 소비자들은 선호하는 음식과 식품을 섭취함으로써 심리적 안정과 스트레스 해소를 추구하고 있다.

이슈내용

태국 소비자의 절반 이상이 스트레스 해소를 위한 다양한 방법을 찾고 있는 것으로 조사되었다. 그중 56%는 가족이나 친구와의 대화, 51%는 엔터테인먼트 활동, 46%는 식품과 음료 섭취를 통해 스트레스를 관리한다고 응답했다. 이러한 결과는 음식 섭취가 스트레스 해소와 정신적 안정에 중요한 역할을 하고 있음을 시사한다.

하지만 일각에서는 염분 또는 당분 함량이 높은 식품의 과도한 섭취를 우려하고 있다. 단기적으로 스트레스 해소 효과를 얻을 수 있으나 장기적으로는 콜레스테롤 상승 등 건강에 유해한 영향을 미칠 수 있기 때문에, 건강에 관심을 기울이는 소비자를 중심으로 건강한 식품 섭취를 통해 스트레스를 해소하려는 경향을 보인다. 예를 들어, 기름에 튀긴 감자칩 대신 기름 없이 구운 고구마칩이나 곡물 스낵이 대체재로 제공될 수 있다. '건강한 컴포트 푸드' 인식과 개발은 초기 단계이므로, 태국 소비자들의 선호도 연구를 바탕으로 한 제품 개발과 마케팅 전략은 시장 선점을 위한 새로운 기회가 될 것이라고 판단된다.

▶ 출처

2022. 11. 4. 해외시장 동향, 스트레스를 해소하고 마음의 위안을 주는 음식, '컴포트 푸드(Comfort Food)'를 주목하라', 한국농수산물유통공사

⑤ 글로벌 식품 트렌드 “Future Food”

이슈배경

전 세계적으로 인구 증가와 식량 부족 문제가 대두되면서 미래식품(Future Food)에 대한 관심이 증가하고 있다. 태국 역시 이러한 글로벌 추세에 발맞추어 미래식품에 많은 관심을 보이고 있다. 유엔의 연구에 따르면, 2030년까지 글로벌 인구는 85억 명, 2100년에는 112억 명까지 증가할 것으로 예측한다.

이슈내용

태국에서의 미래식품 시장은 곤충, 식물성 고기, 3D 프린팅 식품, 실험실 배양육, 해초 등 다양한 형태의 신개념 식품들을 포함하고 있다. 태국의 식문화는 전통적으로 다양한 식재료와 조리법을 포용하고 있어, 새로운 형태의 미래식품에 대한 수용성이 높은 편이다.

포브스지에 따르면, 2025년 글로벌 미래식품 산업의 규모는 약 3,100억 달러에 이를 것으로 예상되며, 태국 내에서도 미래식품 관련 소비자 반응 조사와 적극적인 시장 개척이 필요한 시점이다. 또한, 공공기관 및 민간 기업 간 협업을 통한 초기 투자금과 리스크 관리가 중요한 요소로 부각되고 있다.

태국 시장에서 미래식품의 성장 잠재성은 상당히 높으며, 식품 산업 및 소비자들의 개방적인 태도는 미래식품 시장에서 새로운 기회를 제공한다.

따라서, 태국 시장에 진출하고자 하는 기업들은 현지 소비자들의 반응과 더불어 태국 정부의 미래식품에 대한 정책 방향과 중장기 소비 트렌드를 면밀히 조사하고 이를 사업 전략에 반영할 필요가 있다. 이를 통해 글로벌 미래식품 산업 내에서 태국 시장이 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

▶ 출처

2022. 11. 4. 해외시장 동향, 태국 뜨거운 메가 트렌드 “Future Food”, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 태국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
식약청 제품 등록	· 수입 전 태국 식품의약청에 수입식품 등록 필수 · 태국 식약청 식품 분류에 따라 제출서류 및 처리기간이 상이 · 식품 분류 유형: ①일반 식품 ②표준식품 ③표준라벨 부착식품 ④특별 통제식품	태국 수입업체
수입허가 취득	· 태국 수입 전 수입허가서 취득 필요 · 취득방법: 태국 공중보건부의 SKY NET 시스템을 통해 제반서류 제출 · 제출서류: ①수입허가신청서 ②사업자ID여권 사본 ③사업자 거주지 등록증 사본 ④법인 등록증 및 회사통장 사본 ⑤수입처 등록증 사본 ⑥식품 참고등록증 사본 ⑦장소 허가증 ⑧참고 주소, 구조 및 시설 설명도	태국 수입업체
수입신고	· E-Customs 시스템을 통해 수입신고 완료 · 제출서류: ①수입허가증 ②수출계약서 또는 신용장 ③선하증권 ④상업송장 ⑤포장명세서 ⑥원산지증명서 ⑦식품안전증명서류 ⑧자유 판매증명서	태국 수입업체
수입검사	· 수입신고시 제출된 서류 검토 후 물품 위험도에 따라 ①녹색 ②적색 라인으로 통관채널을 구분 - 녹색라인: 저위험화물, 검사 없이 자동으로 반출허가 - 적색라인: 고위험화물, 물리적 검사 실시, 추가 서류 요구할 수 있음 · 신선 과채류 수입 시 위험도에 따라 샘플검사 진행 - 저위험군: COA 미제출 화물에 대해 무작위 샘플검사 실시 - 위험군: COA 미제출 화물에 대해 높은 빈도로 무작위 샘플검사 실시 - 고위험군: 샘플 채취 후 정부 지정 실험실에서 샘플검사 실시	태국 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	태국 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 태국의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 태국 수출 시 한-아세안 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 태국은 태국 당국과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 태국으로 △복숭아 △포도 △사과 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	<ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 · 또한, 태국으로 신선 과채류 수출 시 공중보건부 고시 「No.386, 387」에 따라 생산 국가의 담당 정부 관리기관 또는 ISO/IEC 17025 인증 받은 검사기관에서 잔류 농약성분 분석을 진행해야 함
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 태국 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 태국 수입통관·검역 절차

<p>수입허가 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 태국 수입업체는 태국 식약청에 수입허가 취득 필요 · 수입허가 취득 대상 식품을 수입하는 태국 수입업체는 태국 식약청 공중보건부의 온라인 제출 시스템(SKYNET)을 통해 제반서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><태국 수입허가 취득 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>①수입허가 신청서</td></tr> <tr><td>②사업자ID·여권 사본</td></tr> <tr><td>③사업자 거주지 등록증 사본</td></tr> <tr><td>④법인 등록증 및 회사통장 사본</td></tr> <tr><td>⑤수입처 등록증 사본</td></tr> <tr><td>⑥식품 참고등록증 사본</td></tr> <tr><td>⑦장소 허가증</td></tr> <tr><td>⑧참고 주소, 구조 및 시설 설명도</td></tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 발급된 수입허가는 3년간 유효함 	①수입허가 신청서	②사업자ID·여권 사본	③사업자 거주지 등록증 사본	④법인 등록증 및 회사통장 사본	⑤수입처 등록증 사본	⑥식품 참고등록증 사본	⑦장소 허가증	⑧참고 주소, 구조 및 시설 설명도
①수입허가 신청서									
②사업자ID·여권 사본									
③사업자 거주지 등록증 사본									
④법인 등록증 및 회사통장 사본									
⑤수입처 등록증 사본									
⑥식품 참고등록증 사본									
⑦장소 허가증									
⑧참고 주소, 구조 및 시설 설명도									
<p>식약청 제품 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 태국 수입업체는 사전에 태국 식약청에 수입식품 등록 필수 · 태국 식약청은 식품 유형을 ①특별통제식품 ②표준식품 ③표준라벨부착식품 ④일반 식품으로 분류하며, 유형에 따라 제출서류 및 처리기간이 상이함 <p style="text-align: center;"><태국 식약청의 식품 유형></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">특별 통제식품</td> <td>· 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 위험도가 가장 높음 · 식약청 등록 후 식품일련번호 발급 필요 · 영유아용 식품, 식이보충제 등 체중조절용 식품, 식품첨가물 등</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">표준식품</td> <td>· 특별통제식품보다는 위험도가 낮지만 식약청 규정 준수 여부 및 품질 표준 준수 여부를 자체적으로 평가 · 커피, 소금, 크림, 전해질 음료, 초콜릿, 차 등</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">표준라벨 부착식품</td> <td>· 특별통제식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품 · 품질 표준을 준수하고 표준화된 라벨링 부착 필요 · 빵, 현미가루, 소스류, 육류 제품, 향신료, 즉석식품 등</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">일반 식품</td> <td>· 위험도가 가장 낮으며 식약청 식품 등록 불필요 · 동물성 제품, 식물성 제품, 밀가루 및 밀가루 제품, 설탕 등</td> </tr> </table>	특별 통제식품	· 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 위험도가 가장 높음 · 식약청 등록 후 식품일련번호 발급 필요 · 영유아용 식품, 식이보충제 등 체중조절용 식품, 식품첨가물 등	표준식품	· 특별통제식품보다는 위험도가 낮지만 식약청 규정 준수 여부 및 품질 표준 준수 여부를 자체적으로 평가 · 커피, 소금, 크림, 전해질 음료, 초콜릿, 차 등	표준라벨 부착식품	· 특별통제식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품 · 품질 표준을 준수하고 표준화된 라벨링 부착 필요 · 빵, 현미가루, 소스류, 육류 제품, 향신료, 즉석식품 등	일반 식품	· 위험도가 가장 낮으며 식약청 식품 등록 불필요 · 동물성 제품, 식물성 제품, 밀가루 및 밀가루 제품, 설탕 등
특별 통제식품	· 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 위험도가 가장 높음 · 식약청 등록 후 식품일련번호 발급 필요 · 영유아용 식품, 식이보충제 등 체중조절용 식품, 식품첨가물 등								
표준식품	· 특별통제식품보다는 위험도가 낮지만 식약청 규정 준수 여부 및 품질 표준 준수 여부를 자체적으로 평가 · 커피, 소금, 크림, 전해질 음료, 초콜릿, 차 등								
표준라벨 부착식품	· 특별통제식품이나 표준식품에 해당하지 않는 식품 · 품질 표준을 준수하고 표준화된 라벨링 부착 필요 · 빵, 현미가루, 소스류, 육류 제품, 향신료, 즉석식품 등								
일반 식품	· 위험도가 가장 낮으며 식약청 식품 등록 불필요 · 동물성 제품, 식물성 제품, 밀가루 및 밀가루 제품, 설탕 등								

<식약청 등록 시 식품 유형별 제출서류·수수료·처리기간 >			
구분	특별통제식품	표준식품	표준라벨 부착식품
공통서류	· 식품 수입허가서 사본	· 제조시설 증명서	· 제조과정 설명서
필요서류	· 신청서(orr.17, sorbor3) 라벨 사전 승인 시: ①제품공식 100% ②제품 내·외부 패키징 ③라벨 및 판매용도 ④유통기한 ⑤실험실분석서 ⑥제품 샘플 제출	· 신청서(sorbor7) 일부 식품의 경우: ①신청서(sorbor5) ②제품공식100% ③제조과정 설명서 ④제품내·외부 패키징 ⑤라벨 및 판매용도 ⑥유통기한 제출	신청서(sorbor7)
수수료	3,000~5,000밧	200밧	200밧
처리기간	35~90영업일	2영업일	2영업일
예외	표준식품 중 로얄젤리 함유식품, 식품보충제, 특수목적식품	식품보조제, 유제품 통조림 식품 음료는 20~35일/2,000밧 소요	-

수입신고	<p>● 수입업체 또는 관세사가 E-Customs System을 통해 세관신고서를 전송</p> <p>· E-Customs System은 전송된 수입신고서에 대해 신고 내용을 검증하고 수입신고번호 및 세금 납부 번호를 생성하며, 이후 검사대상선별시스템>Selectivity Profile System)은 수입신고의 검증 결과에 따라 검사대상 여부(Red Line or Green Line)를 결정하여 신고인에게 해당 내용을 전송함</p> <p>· 세관신고서 전송 시 수입허가증, 원산지 증명서 등 각종 통관 관련 서류를 동봉함</p> <p style="text-align: center;"><태국 수입신고 제출서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>①수입허가증 ②세관 신고서 ③원산지 증명서 ④상업송장 ⑤선하증권 또는 항공운송장 ⑥제품 카탈로그, 성분표 등 기타 관련 문서 ⑦포장명세서</p> </div>			
	<p>● 전자세관 시스템에 제출된 서류의 위험도를 바탕으로 화물검사 방식 결정</p> <p>· 전자세관 시스템은 제출된 수입신고서 및 서류를 바탕으로 식품의 위험도를 결정하며, 위험도에 따라 수입검사 진행 여부가 결정됨</p> <p>· 화물검사 방식은 녹색 라인(검사 제외), 적색 라인(화물 개봉)으로 구분됨</p> <p style="text-align: center;"><태국 화물 검사 방식></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">녹색 라인</td> <td>· 화물에 대한 위험도가 낮은 상태로, 검사가 면제됨 · 수입신고서 및 관세 납부증명서 등을 제출하면 검역 없이 자동으로 반출허가</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">적색 라인</td> <td>· 위험도가 높은 화물로, 검사 대상임 · 화물에 대한 물리적 검사를 시행하며 추가 서류를 요구할 수 있음</td> </tr> </table>	녹색 라인	· 화물에 대한 위험도가 낮은 상태로, 검사가 면제됨 · 수입신고서 및 관세 납부증명서 등을 제출하면 검역 없이 자동으로 반출허가	적색 라인
녹색 라인	· 화물에 대한 위험도가 낮은 상태로, 검사가 면제됨 · 수입신고서 및 관세 납부증명서 등을 제출하면 검역 없이 자동으로 반출허가			
적색 라인	· 위험도가 높은 화물로, 검사 대상임 · 화물에 대한 물리적 검사를 시행하며 추가 서류를 요구할 수 있음			

수입검사	<p>● 태국으로 신선 과채류 수입 시, 위험도에 따라 샘플검사 진행</p>
-------------	---

	<p>· 위험도에 따라 △저위험군 △위험군 △고위험군 품목으로 구분되며, 검사 내용이 상이함</p> <p style="text-align: center;"><신선 과채류 위험도별 수입검사 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">저위험군 (Low Risk)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 위험군·고위험군 품목을 제외한 품목 - 수입 물량은 정상 통관되며, 수출국 발행 잔류농약성분분석표 (COA)를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 실시됨 - 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 시험실 정밀검사가 진행되며, 정밀검사 양성 판정 시 고위험군 품목으로 관리됨 </td> </tr> <tr> <td>위험군 (High Risk)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 채소류: 완두콩, 샐러리, 고수, 차이니즈 케일, 시금치 - 과일류: 체리, 감귤류(오렌지 등), 딸기, 포도, 용과 - COA를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 높은 빈도로 실시됨 - 샘플 수집 후 수입 물량은 정상 통관되며, 정부 지정 시험실에서 진행하는 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 고위험군 품목으로 관리 </td> </tr> <tr> <td>고 위험군 (Very High Risk)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 고위험군 리스트에 등재된 수출업체, 품목별 잔류농약 성분에 대해 검사 - 샘플 채취 후 정부 지정 시험실에서 샘플검사를 진행하며, 검사 비용은 수입업체가 부담 </td> </tr> </table>	저위험군 (Low Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 위험군·고위험군 품목을 제외한 품목 - 수입 물량은 정상 통관되며, 수출국 발행 잔류농약성분분석표 (COA)를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 실시됨 - 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 시험실 정밀검사가 진행되며, 정밀검사 양성 판정 시 고위험군 품목으로 관리됨 	위험군 (High Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 채소류: 완두콩, 샐러리, 고수, 차이니즈 케일, 시금치 - 과일류: 체리, 감귤류(오렌지 등), 딸기, 포도, 용과 - COA를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 높은 빈도로 실시됨 - 샘플 수집 후 수입 물량은 정상 통관되며, 정부 지정 시험실에서 진행하는 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 고위험군 품목으로 관리 	고 위험군 (Very High Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 고위험군 리스트에 등재된 수출업체, 품목별 잔류농약 성분에 대해 검사 - 샘플 채취 후 정부 지정 시험실에서 샘플검사를 진행하며, 검사 비용은 수입업체가 부담
저위험군 (Low Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 위험군·고위험군 품목을 제외한 품목 - 수입 물량은 정상 통관되며, 수출국 발행 잔류농약성분분석표 (COA)를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 실시됨 - 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 시험실 정밀검사가 진행되며, 정밀검사 양성 판정 시 고위험군 품목으로 관리됨 						
위험군 (High Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 채소류: 완두콩, 샐러리, 고수, 차이니즈 케일, 시금치 - 과일류: 체리, 감귤류(오렌지 등), 딸기, 포도, 용과 - COA를 제출하지 않을 경우 무작위 샘플검사가 높은 빈도로 실시됨 - 샘플 수집 후 수입 물량은 정상 통관되며, 정부 지정 시험실에서 진행하는 샘플검사 결과 이상이 발견될 경우 고위험군 품목으로 관리 						
고 위험군 (Very High Risk)	<ul style="list-style-type: none"> - 고위험군 리스트에 등재된 수출업체, 품목별 잔류농약 성분에 대해 검사 - 샘플 채취 후 정부 지정 시험실에서 샘플검사를 진행하며, 검사 비용은 수입업체가 부담 						
<p style="text-align: center;">관세 납부 및 물품 반출</p>	<p>● 수입검역 완료 후 관세를 납부한 뒤 물품 반출</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전자 세관 시스템을 통해 수입신고가 이루어지면 관세 등의 납부를 위한 일련번호가 발급됨 · 현금 또는 직불카드 등으로 직접 지불하거나 전자기불 시스템(e-Bill System)으로 납부할 수 있음 · 녹색 라인에 해당하는 화물은 수입신고서 및 관세 납부증명서 등을 제출하면 자동으로 반출허가가 이루어지며, 적색 라인의 경우 화물의 물리적 검사를 마친 후 이상이 없는 경우에 반출이 가능함 <p style="text-align: center;"><태국 사례별 관세 납부 방식></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">은행 보증이 필요한 수입신고인 경우</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 관세청 규정에 따라 보증금 납부를 완료한 때에 은행 보증번호를 발급하고 수입신고 상황을 '관세 납부 신고'로 자동 전환함 </td> </tr> <tr> <td>세금과 관세를 납부해야 하는 수입신고인 경우</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 해당 세금과 관세의 납부를 완료한 때에 세금 및 관세 납부번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세납부 신고'로 자동 전환함 </td> </tr> <tr> <td>수입 세금과 관세가 면제되는 수입신고인 경우</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> · 세금 및 관세 면세번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세 면세 신고'로 자동 전환함. · 각각의 수입신고 건에 대해 보증번호, 관세납부번호 또는 관세면제번호를 신청인에게 통지함 </td> </tr> </table>	은행 보증이 필요한 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 관세청 규정에 따라 보증금 납부를 완료한 때에 은행 보증번호를 발급하고 수입신고 상황을 '관세 납부 신고'로 자동 전환함 	세금과 관세를 납부해야 하는 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 해당 세금과 관세의 납부를 완료한 때에 세금 및 관세 납부번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세납부 신고'로 자동 전환함 	수입 세금과 관세가 면제되는 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 세금 및 관세 면세번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세 면세 신고'로 자동 전환함. · 각각의 수입신고 건에 대해 보증번호, 관세납부번호 또는 관세면제번호를 신청인에게 통지함
은행 보증이 필요한 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 관세청 규정에 따라 보증금 납부를 완료한 때에 은행 보증번호를 발급하고 수입신고 상황을 '관세 납부 신고'로 자동 전환함 						
세금과 관세를 납부해야 하는 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 수입자가 해당 세금과 관세의 납부를 완료한 때에 세금 및 관세 납부번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세납부 신고'로 자동 전환함 						
수입 세금과 관세가 면제되는 수입신고인 경우	<ul style="list-style-type: none"> · 세금 및 관세 면세번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세 면세 신고'로 자동 전환함. · 각각의 수입신고 건에 대해 보증번호, 관세납부번호 또는 관세면제번호를 신청인에게 통지함 						

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 쌀(백미, 현미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 강낭콩 - 과실류 : 복숭아, 포도, 사과, 배, 감(단감), 참외(멜론), 감귤, 밤, 블루베리 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 브로콜리, 딸기, 고구마, 수삼, 콜라비, 비트, 마늘쫑, 적양배추 - 종자류: 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 가지, 파, 양파, 상추 - 버섯류 : 송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥 - 절화류 : 장미, 카네이션, 심비디움, 팔레놉시스, 난초, 국화, 튜립, 백합, 글라디올러스 - 화훼류 기타 : 선인장
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 과실류 : 참다래, 자두, 살구, 망고 - 채소류 : 파프리카, 토마토, 오이, 호박, 수박, 가지, 감자
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 식품 일련번호 · 생산자·중개 판매자 정보 · 순중량	· 성분 · 식품첨가물 · 알레르기 정보 · 인공 조미료	· 유통기한 · 표시 기준 · 기타 표시사항
라벨 표기사항 (가이드)	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 모든 언어로 표시할 수 있으며, 적어도 식품명, 성분, 식품 일련번호, 순 중량, 원산지를 소비자가 알 수 있도록 표시해야 함 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 포장의 전면이나 눈에 띄는 곳에 표시해 소비자들이 쉽게 알 수 있도록 해야 함 식품의 구체적인 명칭이나 식품의 종류, 일반적으로 사용되는 이름으로 표기해야 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 	
	식품 일련번호	<ul style="list-style-type: none"> 태국 식약청 등록으로 발급받은 식품 일련번호, 식품 생산시설 번호를 표기해야 함 	
	생산자·중개 판매자 정보	<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 	
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> 고체의 경우 순중량을 미터법에 따라 표기해야 함 액체의 경우 순부피를 미터법에 따라 표기해야 함 기타 식품은 순중량으로 표기해야 함 	
	성분	<ul style="list-style-type: none"> 성분은 중량 백분율 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 	
	식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 성분으로 식품첨가물이 사용된 경우 국제 번호 INS를 사용하여 성분을 정의해야 함 	

		<ul style="list-style-type: none"> 식품첨가물의 특정 이름과 색소, 향미 증진제 등의 기능을 표시해야 함
	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
	인공 조미료	<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
	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
	표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> 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 태국 FDA는 특별통제 식품(Specifically-controlled food)에 대해서만 사전 승인된 라벨을 요구함
	기타	<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

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

가공식품류

라벨링 사진

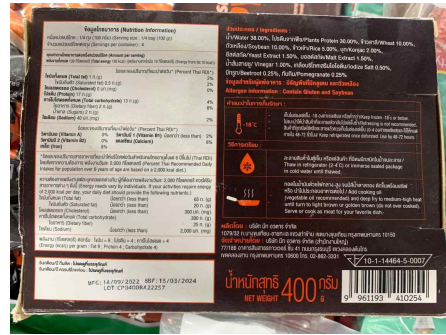


표기항목	표기내용	
제품명	Voiz 보이즈	
원재료명(원료원산지명)/첨가물	<p>ส่วนประกอบโดยประมาณ: แป้งสาลี 50.0% ไขมันพืช 23.0% น้ำตาล 21.0% ผงเวย์ 3.0% สารช่วยให้ฟู(IN5 500(ii),INS 450(i)), แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ, อิมัลซิไฟเออร์(IN5 322(i)), สารควบคุมความเป็นกรด(IN5 270, IN5 330), สีธรรมชาติ(IN5 120)</p>	<p>밀가루 50.0% 식물성 기름 23.0% 설탕 21.0% 유청분말 3.0% 발포제(IN5 500(ii), IN5 450(i)), 자연향료, 유화제(IN5 322(i)), 산도조절제(IN5 270, IN5 330), 천연색소(IN5 120)</p>
알레르겐 정보	<p>ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร: มีแป้งสาลี, นม, เลซิตินจากถั่วเหลืองและบาร์เลย์</p>	<p>알레르겐 정보: 밀가루, 우유, 대두, 레시틴 및 보리 함유</p>
순중량	น้ำหนักสุทธิ 24 กรัมX12 총중량: 24gX12	
유통기한 및 제조일	ควรบริโภคก่อน/วันที่ผลิต: โทที่บรรจุภัณฑ์ (วันเดือนปี) 유통기한/제조일: 포장에 표기되어 있습니다 (일/월/년)	
식품 일련번호	20-2-00348-2-0065	
제조사	<p>ผลิตโดย: บริษัท มอนเด นิสชิน (ประเทศไทย)จำกัด</p>	<p>제조사: 몬드 닛신 (태국) 주식회사</p>
주소	<p>นิคมอุตสาหกรรมอมตะ ซิตี้ ชลบุรี 700/350 หมู่ที่ 6, ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000</p>	<p>Amata City Chonburi Industrial Estate 700/350 Moo 6 Tambon Nongmaidaeng, Amphour Mueang, Chonburi 20000</p>
전화	0-3846-3600	

영양성분	ข้อมูลโภชนาการ (Nutrition Information)		영양 정보	
	หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ซอง(24ก.) (Serving size : 1 Pack (24g))			한 단위 섭취량: 1봉지(24g)
จำนวนหน่วยบริโภคต่อห่อ (Serving (s) per container) : 12			용기당 분량: 12	
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค (Amount per serving)			1봉지당 영양 정보	
พลังงานทั้งหมด (Total energy) 120 กิโลแคลอรี (kcal)			총에너지: 120 칼로리	
ร้อยละของปริมาณที่ควรบริโภคต่อวัน (Percent Daily Value)	6	n(g) 9%	태국 하루 섭취량의 백분율 하루 표준 섭취량	
ไขมันทั้งหมด (Total fat)	2	n(g)	6	n(g) 9%
โปรตีน (Protein)	15		총 지방	2 n(g)
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)	6		단백질	15
น้ำตาล (sugars)	125		총 탄수화물	6
โซเดียม (Sodium)			설탕	125
			나트륨	
*ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2000 กิโลแคลอรี(Percent Thai Recommended Daily Intakes for population over 6 years of age are based on a 2000 kcal diet.)			태국인들을 위한 일일 영양소 섭취량의 권장치 6세 이상을 위한 태국의 일일 권장 섭취량의 백분율은 2,000 칼로리 식단을 기반으로 합니다.	

가공육류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
제품명	หมูกรอบจำลอง(หมูกรอบจากพืช)(ตรา มีท อวตาร), 감놀랑 바삭한 참숯불구이	
원재료명(원료원산지명)/첨가물	น้ำ 38.00% โปรตีนจากพืช 30.00% ข้าวสาลี 10.00% ถั่วเหลือง 10.00% ข้าวเจ้า 5.00% นม 2.00% ยีสต์สกัด 1.50% มอลต์สกัด 1.50% น้ำมันสาลิช 1.00% เกลือบริโภคเสริมไอโอดีน 0.50% บีทรูท 0.25% ทัปทิม 0.25%	물 38.00% 식물성 단백질 30.00% 밀 10.00% 노란콩 10.00% 백미 5.00% 곤약 2.00% 이스트 추출물 1.50% 맥아 추출물 1.50% 오렌지 식초 1.00% 아이오딘 풍부소금 0.50% 비트루트 0.25% 석류 0.25%
알레르기 정보	ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีธัญพืชที่มีกลูเตนและถั่วเหลือง	식품 알레르기 정보 : 글루텐 및 대두 함유
유통기한 및 제조일자	วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต : โปรดดูที่บรรจุภัณฑ์ วัน/เดือน/ปี ควรบริโภคก่อน : โปรดดูที่บรรจุภัณฑ์	제조일/월/년 : 포장을 확인하세요 섭취 기한 : 포장을 확인하세요
보관방법	เก็บในช่องแช่แข็ง -18 องศาเซลเซียส หรือ "อ ต ำ ก ว ำ" ไม่แนะนำให้นำสินค้าที่ละลายแล้วกลับไปแช่แข็งซ้ำ สินค้าที่ถูกเปิดใช้หรือละลายแล้วควรเก็บในช่องแช่เย็น (2-4 องศาเซลเซียส) และใช้ให้หมดภายใน 48-72 ชั่วโมง	18°C 이하로 냉동보관하세요. 재냉동하는 것은 권장되지 않습니다. 제품을 개봉하거나 해동한 경우에는 냉장고(섭씨 0-4도)에 보관하고 권장 기간 내에 사용하십시오. 해동한 후에는 냉장 보관하세요. 48-72시간 내에 사용하십시오.
제조업체	บริษัท มีท อวตาร จำกัด 1079/32 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150	(주)미트아바타 1079/32 Bang Khun Thian-Chai Talay Road, Tha Kham Subdistrict, Bang Khun Thian 지구 방콕 10150
유통업체	บริษัท มีท อวตาร จำกัด (สำนักงานใหญ่) 77/186 อาคารสินสาทรทาวเวอร์ ชั้น 41 ถนนกรุงธนบุรี แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600 โทร. 02-862-3331	(주)미트아바타에 연락하세요. (본사) 77/186 Sinn Sathorn Tower, 41st Floor, Krungthongburi Road, Khlong Ton Sai Subdistrict, Khlong San 지구, 방콕 10600 전화번호. 02-862-3331

순중량	400g			
영양 정보	ข้อมูลโภชนาการ (nutrition information)		영양 정보	
	หนึ่งหน่วยบริโภค : 1/4 ถัง (100 กรัม) (Serving size : 1/4 bag (100 g))		한 팩당 섭취량: 1/4 봉지 (100g)	
	จำนวนหน่วยบริโภคต่อถัง(Servings per container): 4		봉지당 섭취 횟수: 4회	
	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค (Amount per serving)		1회 제공량당 영양가(Amount per serving)	
	พลังงานทั้งหมด 130 กิโลแคลอรี (Total energy 130 kcal) ((พลังงานจากไขมัน 10 กิโลแคลอรี) (Energy from fat 10 kcal))		총 열량: 130 kcal (지방으로부터의 열량: 10 kcal)	
	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน* (Percent Thai RDI*)		일일 권장량의 백분율* (태국 일일 권장량*)	
	ไขมันทั้งหมด (total fat) 1 g.(g)	2%	총 지방 2%	
	ไขมันอิ่มตัว (saturated fat) 0.5 g.(g)	2%	포화지방 0.5g 2%	
	โคเลสเตอรอล (cholesterol) 0 mg.(mg)	0%	콜레스테롤 0mg 0%	
	โปรตีน (Protien) 17 g.(g)		단백질 17g	
	คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate) 13 g.(g)	4%	총 탄수화물 13g 4%	
	ใยอาหาร (Dietary fiber) 2 g.(g)	8%	식이섬유 2g 8%	
	น้ำตาล (sugar) 2 g.(g)		당 2g	
	โซเดียม (Sodium) 40 mg.(mg)	2%	나트륨 40mg 2%	
	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน*(Percent Thai RDI*)		일일 권장량의 백분율* (태국 일일 권장량*)	
	วิตามินเอ (Vitamin A)	0%	วิตามินบี (Vitamin B1)	2%
	วิตามินบี (Vitamin B2)	0%	칼슘 (Calcium)	8%
	เหล็ก(Iron)	8%	6세 이상의 태국인을 위한 하루 권장 섭취량의 백분율(태국 일일 권장량): 6세 이상 인구의 섭취량은 2,000kcal 식이 기준으로 합니다.	
	*ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการ พลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี (Percent Thai Recommended DailyIntakes for population over 6 years of age are based on a 2,000 kcal diet,) ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับ สารอาหารต่างๆ ดังนี้ (Energy needs vary by individuals. If your actives require energy of 2,000 kcal per day, your daily diet should provide		각 개인의 에너지 요구량은 다를 수 있습니다. 만약 귀하의 활동량이 하루에 2,000kcal의 에너지가 필요한 경우, 일일 식단은 다음 영양소를 제공해야 합니다.	
			총 지방량 미만 65g	
		포화지방 미만 20g		
		콜레스테롤 미만 300 mg		
		총 탄수화물 미만 300g		
		식이섬유 미만 25 g.(g)		
		나트륨 미만 2000 mg.(mg)		
		에너지 (kcal) 당 그램: 지방 = 9;		


the following nutrients.		
ไขมันทั้งหมด(Total fat) น้อยกว่า(less than)	น้อยกว่า(less than)	65 g(g)
ไขมันอิ่มตัว(saturated fat) น้อยกว่า(less than)	น้อยกว่า(less than)	20 g(g)
โคเลสเตอรอล(cholesterol) น้อยกว่า(less than)	น้อยกว่า(less than)	300 มก.(mg)
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)	(Total)	300 g(g)
ใยอาหาร (Dietary fiber)		25 g(g)
โซเดียม(Sodium) น้อยกว่า(less than)	น้อยกว่า(less than)	2000 มก.(mg)
พลังงาน(กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 ; โปรตีน = 4 ; คาร์โบไฮเดรต = 4 (Energy(kcal) per gram : Fat = 9 ; protein = 4 ; Carbohydrates = 4)		

단백질 = 4; 탄수화물 = 4

■ 5.2 | 인증제도

① GMP


태국 공중보건부는 국내에서 생산되는 모든 식품에 대하여 생산 안전에 관한 인증인 GMP 인증을 획득하도록 하고 있음. 이는 수입식품에도 동일하게 적용되나 GMP에 상응하는 HACCP, ISO 등의 인증을 받아 대신 제출할 수 있음

인증명	GMP	인증로고	
발행·검사기관	지방식품의약품안전처	필수 여부	필수
목적	식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 심사 → 현장 확인 및 평가 → 판정 → 인증발급		
필요서류	식품 안전관리 계획서, 인증 신청서 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② HACCP


HACCP 인증은 농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증제도임. 태국으로 식품을 수출할 경우 GMP, HACCP, ISO 22000 인증 중 1개 이상 취득이 필수임

인증명	HACCP	인증로고	
발행·검사기관	한국식품안전관리인증원	필수 여부	필수
목적	농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	인증 신청서, 식품안전관리 인증계획서 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ ISO 22000

ISO 22000 인증은 식품의 가공업체, 유통업체 모두에 적용되는 최종 제품의 안전을 보장하기 위한 프로세스 표준임. 해당 표준은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음

인증명	ISO 22000	인증로고	
발행·검사기관	ISO 등록 시험 기관	필수 여부	필수
목적	최종 제품의 안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 인증계약 → 계획통보 → 서류심사 → 현장심사 → 시정조치 → 인증심의 → 인증취득 → 사후관리심사 → 갱신심사		
필요서류	인증심사 신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

사전 포장 식품의 라벨 표시 요건 개정 초안 공고에 관한 의견수렴

2023년 8월 8일, 태국 식품의약청은 사전 포장 식품에 대한 식품 라벨링 요건을 개정하는 초안을 공개하고 9월 30일까지 의견을 수렴한다고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=98387&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=1&srchGubun

[규정·제도]

'건강한 선택' 로고의 당도 기준을 5%로 낮추는 계획 발표(6%-5%)

태국 공중보건부(MOPH)는 태국 내 음료 제품의 당도를 '저당도 주문 가능' 제조 음료의 당도 기준(5%)에 맞춰 낮추기 위해, '건강한 선택(Healthier Choice)' 로고의 부착 기준을 기존 당도 6%에서 당도 5%로 낮출 계획이라고 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97663

[규정·제도]

2023년 4월부터 설탕세 3단계 부과 공고

태국 소비세국은 2023년 4월 1일부터 2025년 3월 31일까지 설탕세(sugar tax) 3단계가 시행될 예정이라고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97358

[규정·제도]

한국산 수입 라면에 유해물질 검출 검사 시행 고시

태국 식품의약청은 대만 식약서의 검출 사례를 인용하여 한국산 수입 라면을 대상으로 유해 물질인 에틸렌옥사이드 검출 검사를 시행한다고 밝혔다. 이에 따라 검사 대상이 되는 한국산 수입 라면은 전량 압수 후 샘플 검사를 시행할 예정이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

백시니움 속 신선 과일의 식물을 금지 품목으로 지정

태국 농업협동조합부는 식물검역법에 따라 백시니움 속(Vaccinium spp) 신선 과일(HS

Code 081040)의 식물을 금지 품목으로 지정하여 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97007&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

식품용 비닐봉지에 관한 규정 개정안 초안 공개

태국 산업부(MOI)는 식품용 비닐봉지에 대한 준수 규정으로 《태국 산업 표준(TIS 1027-25XX)》의 개정 초안을 장관령으로 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96957

[라벨링]

당류, 지방, 나트륨 기준 충족 시 '건강한 선택' 영양표시 사용 가능 공고

태국 식품의약품청은 「건강한 선택(Healthier Choice)」 영양표시(nutrition symbol)를 설명하는 정보를 게시했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96768&menu_dept2=35

[라벨링]

2022 식품의 건강 강조 표시에 대한 규정 초안 발표

태국 보건부는 《식품의 건강 강조 표시(Health claim)》에 대한 규정 초안을 발의했다. 규정 초안에는 건강 강조 표시에 사용되는 용어의 정의, 건강 강조 표시의 준수 기준 및 조건, 영양소 기능 강조 표시의 준수 기준, 기타 기능 강조 표시의 준수 기준, 제외 대상 식품에 대한 사항이 규정되어 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96360&menu_dept2=35

[라벨링]

사전 포장 식품의 라벨링 기준을 수정한 규정 초안 공지

태국 보건부는 제조 및 판매를 위해 수입되거나, 최종 소비자에게 판매하기 위한 사전 포장 식품에 적용되는 《사전 포장 식품의 라벨링》 규정의 수정 초안을 공지했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96359&menu_dept2=35

6 요약

6.1 | 보고서 소개

태국 식품시장은 2022년 약 640억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 6.1% 증가했다.

태국의 식품 수입액은 약 171억 달러로, 브라질·중국·미국 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 14위를 차지했다. 주요 수입품은 ①대두 기타 ②대두유 추출 유박 ③조제식료품으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 4억 달러로 전년 대비 10.2% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①건조 김 ②라면 ③조제식료품 기타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 98%, 온라인 유통채널은 2%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①7-Eleven ②Lotus's ③Big C Supercenter PCL, 온라인 유통채널의 경우 ①Lazada Marketplace ②Shopee Marketplace ③Lazada로 나타났다.

그래프로 보는 태국 식품시장

