

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-13
품목 | 비스킷(Biscuit)
HS CODE | 1905.31-0000
국가 | 태국(Thailand)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 태국 스낵 시장규모	06
2. 태국 쿠키 및 크래커 시장규모	07
3. 태국 비스킷 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 태국 비스킷 경쟁제품, '웨이퍼' 최다 빈출	12
2. 태국 비스킷 경쟁브랜드, '브이푸즈' 빈도수 1위	13
3. 태국 비스킷 제품, '맛있다' 키워드로 가장 많이 홍보	14
4. 태국 비스킷 제품 패키징, '팩' 가장 많아	15

IV. 유통채널

1. 태국 비스킷 유통채널 점유율	17
2. 태국 비스킷 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 태국 비스킷 통관 및 검역 절차	27
2. 태국 비스킷 품질 인증	30
3. 태국 비스킷 라벨링	33
4. 태국 비스킷 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 프로타이(Pro Thai)	43
2. 센트럴푸드리테일(Central Food Retail)	45
3. 오렌지게이트(Orange Gate)	47

VII. 시사점

1. 시사점	51
--------	----

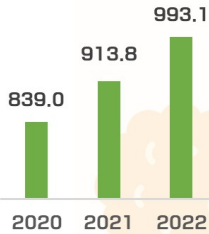
※ 참고문헌	53
--------	----

태국 비스킷 시장

시장 현황

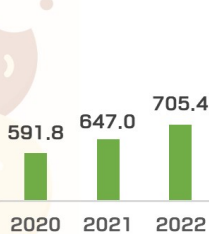
스낵 시장규모

단위: 백만 달러



쿠키 및 크래커 시장규모

단위: 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1905.31 기준)

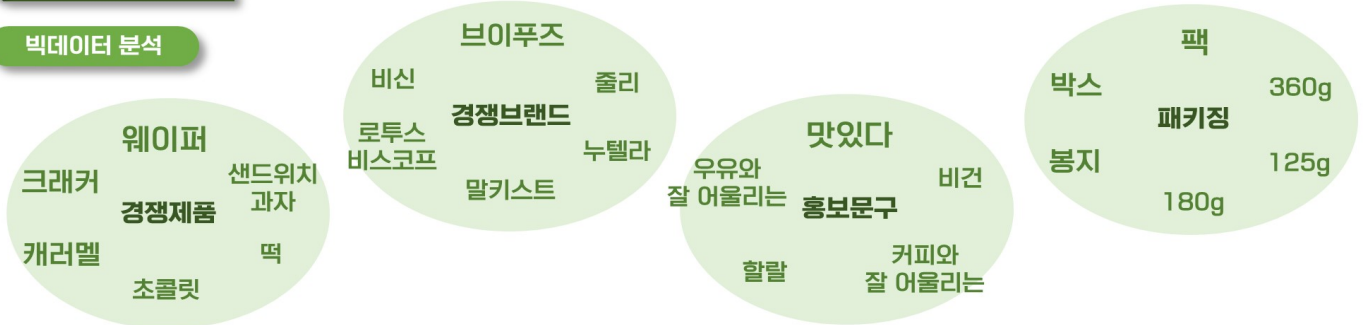


국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 라자다 태국 비스킷 제품 1,243건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 관세율 0%
원산지증명서 必

사전 준비
사전 수입허가서 발급 必
태국 보건부에 식품 생산 안전 인증서 제출 必

권장 인증

HACCP
ISO 22000
GLOBAL G.A.P.

라벨링 유의사항

필수 표기사항
태국어 표기 必
제품명, 식품 일련번호, 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소, 순중량, 성분, 식품첨가물 알레르기 정보, 인공 조미료, 유통기한 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



CENTRAL
Food Retail Group



Point 01.

비스킷 제품 수요 코로나19 이후 온라인 유통채널을 통한 제품 구매가 증가했으나, 경제 악화로 전체적인 소비가 감소하기도 함
현지 인기 수입산 비스킷 브랜드 필라핀 유알씨(URC), 일본 글리코(Glico)가 저렴한 가격으로, 미국 오레오(Oreo)가 독특한 홍보문구 태국 진출에 성공함
수입산 비스킷 실패 요인 비싼 가격으로 인해 인기가 오래가지 않은 브랜드, 단맛이 강해 소비자의 입맛을 사로잡지 못한 브랜드 등이 있음

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격(2,500~3,300원)은 태국 시장 판매 브랜드보다 비싸지만 태국 소비자가 수용 가능함
고객사 제품 맛 피드백 고객사 비스킷 5개 제품 모두 독특한 맛으로 태국 시장에서 가능성이 있으며 '보또 치즈 타르트'가 특히 수요가 높을 것으로 예상됨
고객사 제품 타겟 소비층 가격대가 있는 제품이기 때문에, 구매력이 있는 직장인 등 성인을 타겟팅할 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 태국 스낵 시장규모
2. 태국 쿠키 및 크래커 시장규모
3. 태국 비스킷 수입규모

1. 태국 스낵 시장규모

태국 국가 일반 정보¹⁾

면적	51만 3,000km ²
인구	7,008만 명
GDP	5,361억 달러
GDP (1인당)	7,651달러

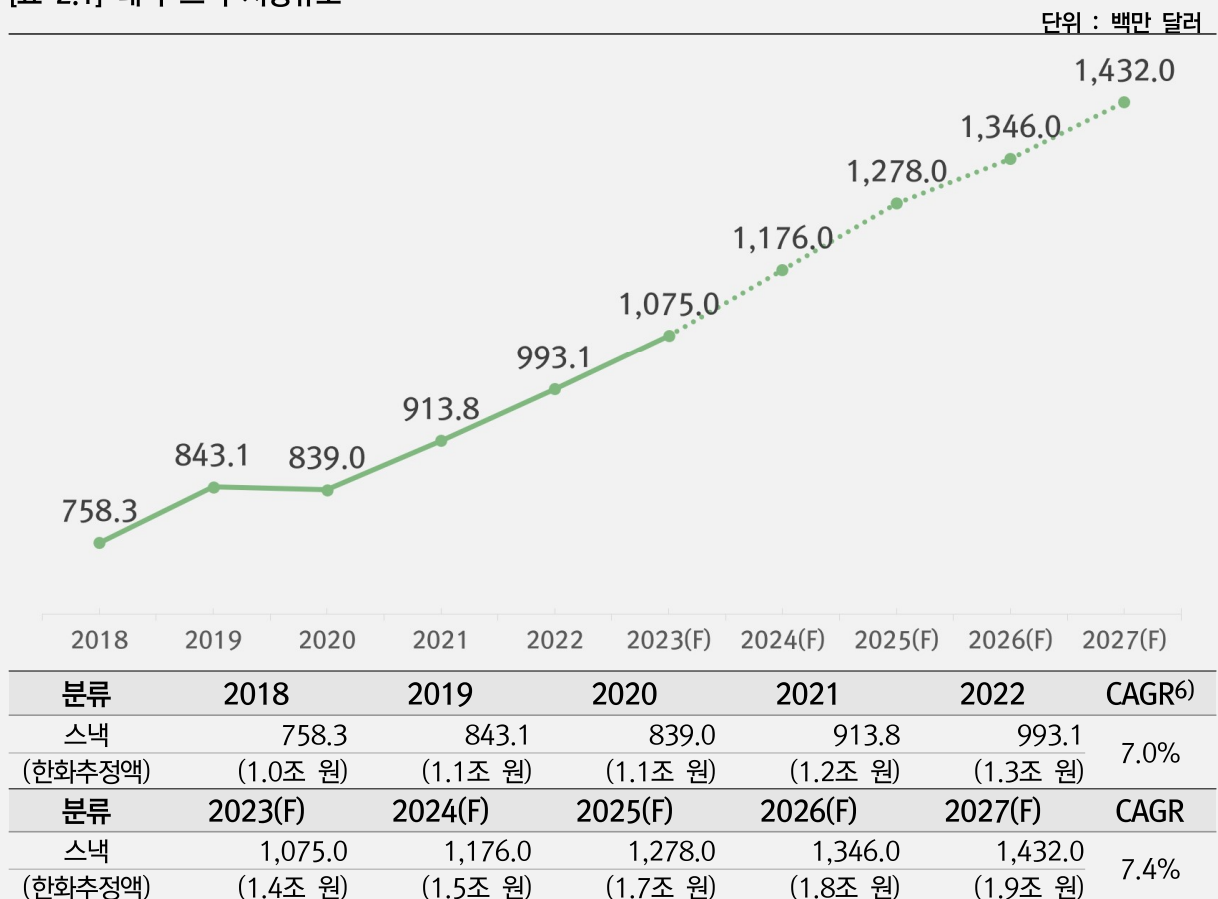
▶ 태국 스낵 시장규모 1.3조 원, 연평균 7.0% 성장

2022년 기준 태국 스낵 시장규모는 1.3조 원에 달했으며, 전년 대비 8.7% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 태국 스낵 시장의 연평균 성장률은 7.0%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 1.1조 원을 기록함

▶ 태국 스낵 시장규모, 향후 5년간 7.4%씩 성장 예상

태국 스낵 시장은 최근 5년(2018-22년)간 대체적으로 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.3배 증가한 것으로 나타남. 태국 스낵 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 7.4%씩 성장하여 2027년 1.9조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 태국 스낵 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사 제품 '비스킷'의 종류와 원재료를 기준으로 '스낵'과 하위품목인 '쿠키 및 크래커' 시장규모를 조사함

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Snack Food Thailand」, 2023.05

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 태국 쿠키 및 크래커 시장규모

▶ 태국 쿠키 및 크래커 시장규모 926.0억 원, 연평균 7.6% 성장

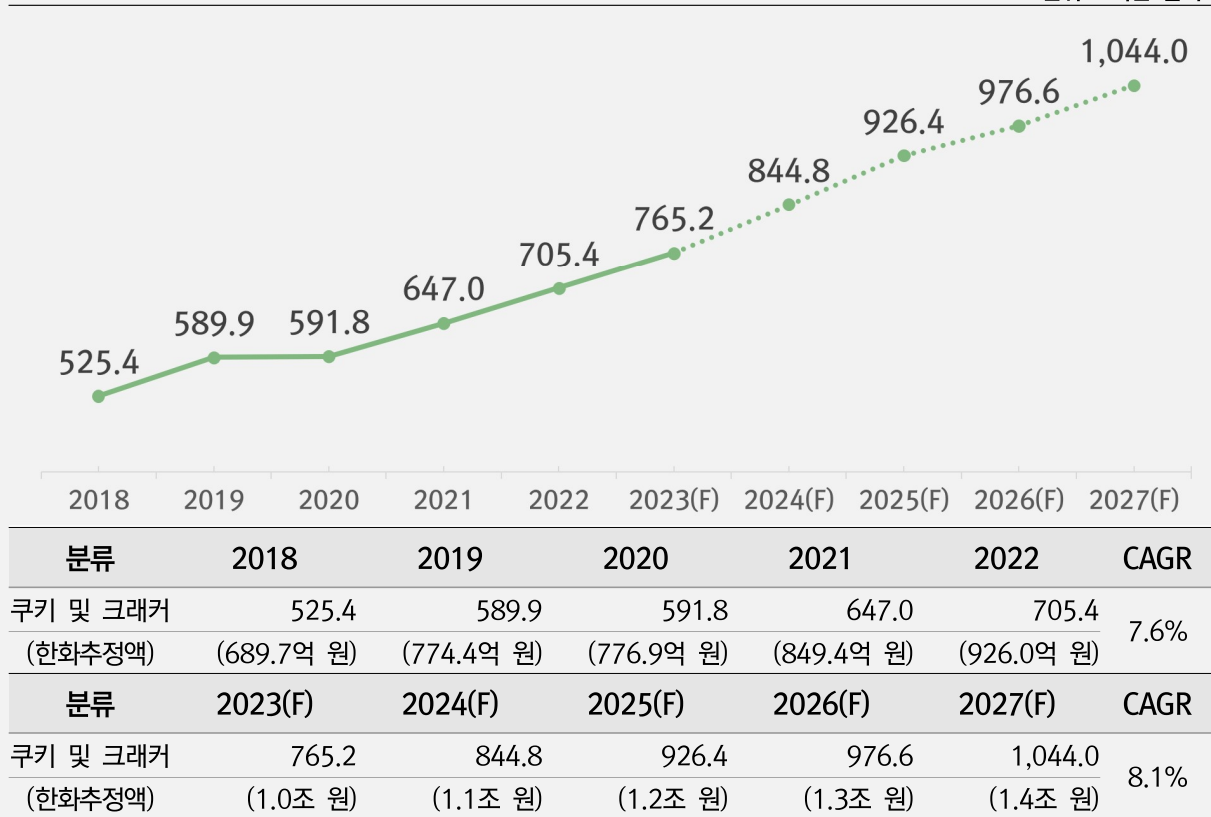
2022년 기준 태국 쿠키 및 크래커 시장규모는 926.0억 원에 달했으며, 전년 대비 9.0% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 태국 쿠키 및 크래커 시장의 연평균 성장률은 7.6%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 803.3억 원을 기록함

▶ 태국 쿠키 및 크래커 시장규모, 향후 5년간 8.1%씩 성장 예상

태국 쿠키 및 크래커 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.3배 증가한 것으로 나타남. 태국 쿠키 및 크래커 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 8.1%씩 성장하여 2027년 1.4조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 태국 쿠키 및 크래커 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

3. 태국 비스킷 수입규모

비스킷 HS CODE ①

해당 장에서 비스킷은 HS CODE 1905.31 및 1905.32로 분류. HS CODE 1905 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 상찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품, HS CODE 1905.31-0000 품명은 스위트 비스킷으로 확인

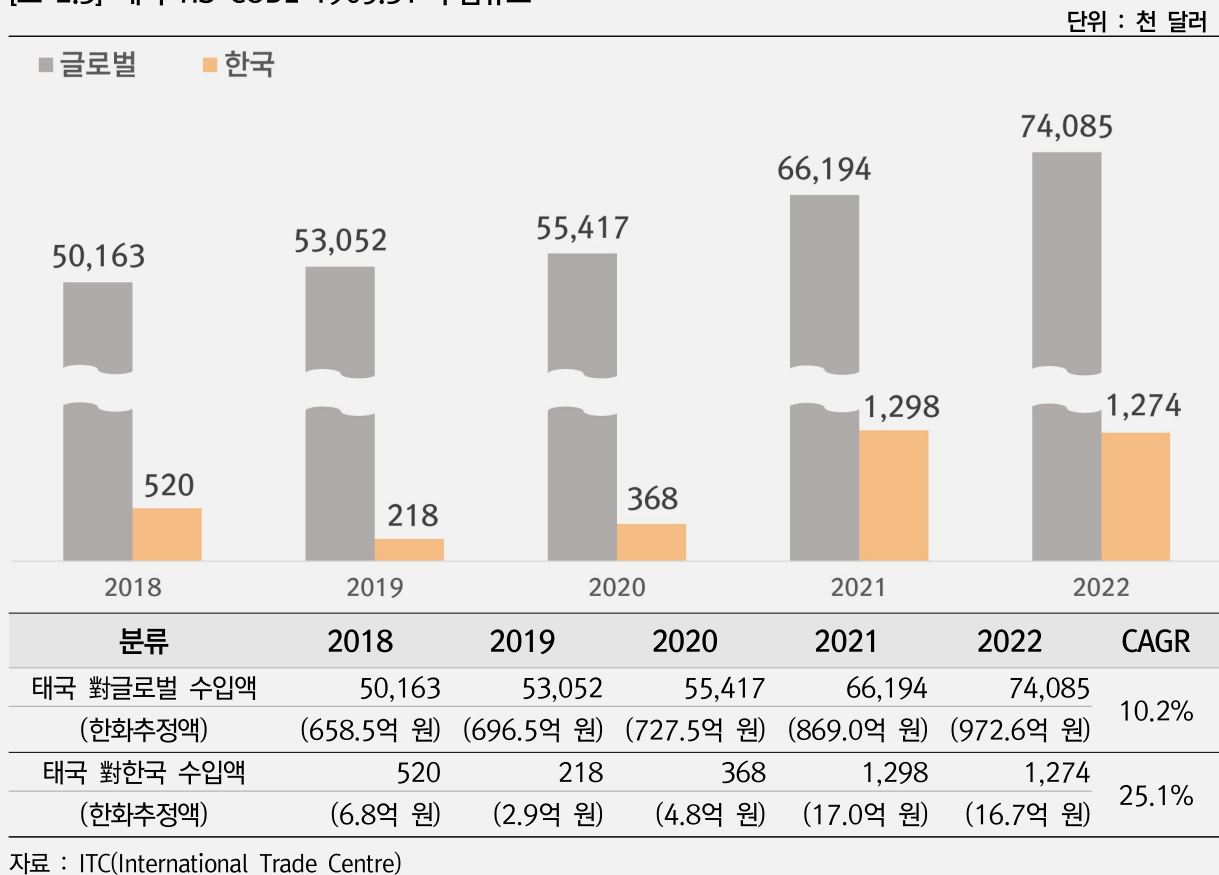
▶ 2018-22년 태국 對글로벌 HS CODE 1905.31 수입액, 연평균 성장률 10.2%

태국 HS CODE 1905.31 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 10.2%를 보였으며, 2022년에는 972.6억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 꾸준히 성장세를 보이고 있으며, 2022년에는 전년 대비 11.9% 성장한 것으로 나타남

▶ 태국 내 HS CODE 1905.31 수입액 중 한국산 점유율 7위

최근 5년(2018-22년)간 태국 對한국 HS CODE 1905.31 기준 평균 수입액은 9.7억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 25.1%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 16.7억 원, 수입액 점유율 1.7%로 태국 對글로벌 수입액 점유율 7위를 기록함. 한편, 2022년 기준 태국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 인도네시아(521.6억 원, 53.6%), 2위는 말레이시아(167.0억 원, 17.2%), 3위는 중국(108.6억 원, 11.2%)으로 나타남

[표 2.3] 태국 HS CODE 1905.31 수입규모⁷⁾



7) 자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 1905.31 기준

비스킷 HS CODE ②

해당 장에서 비스킷은 HS CODE 1905.31 및 1905.32로 분류. HS CODE 1905 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 상찬용 웨이퍼·저약용에 적합한 빈 캡슐·실링 웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품, HS CODE 1905.32-0000 품명은 '와플과 웨이퍼로 확인'

▶ 2018-22년 태국 對글로벌 HS CODE 1905.32 수입액, 연평균 성장률 6.5%

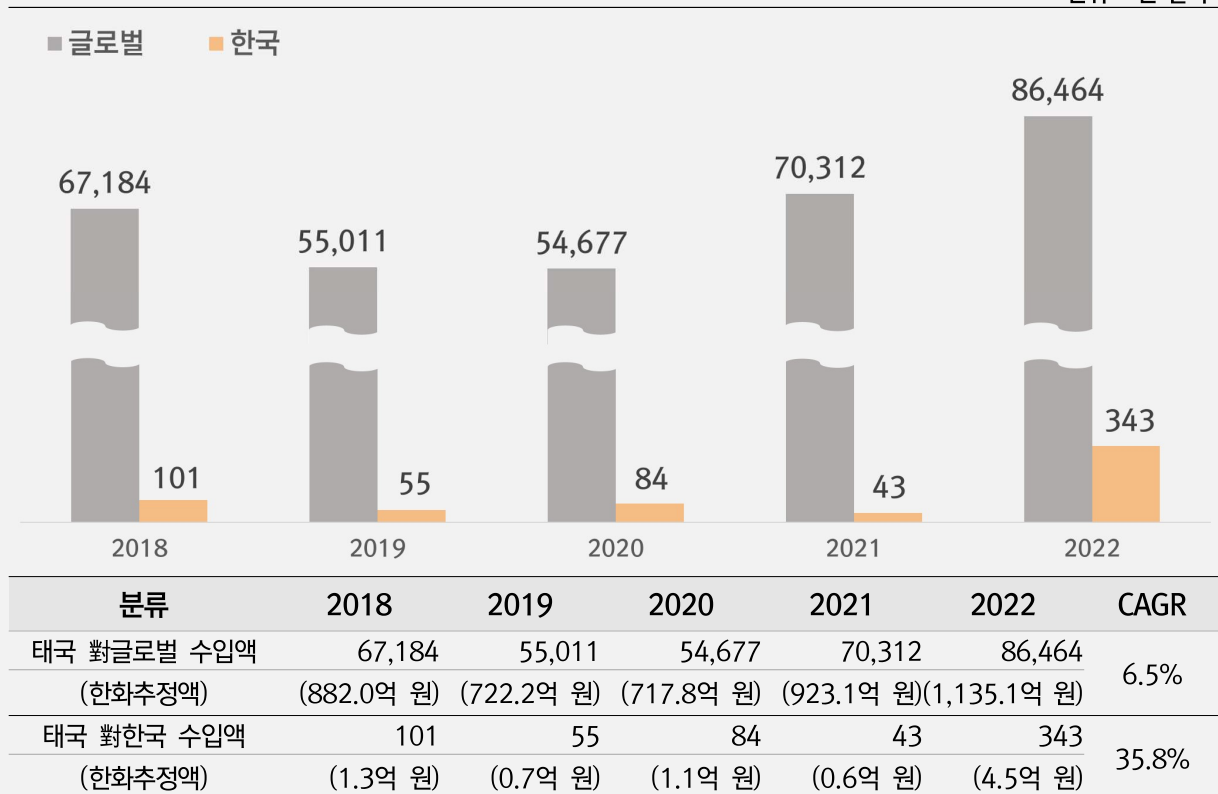
태국 HS CODE 1905.32 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 6.5%를 보였으며, 2022년에는 1,135.1억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 성장과 감소를 반복하고 있으며, 2022년에는 전년 대비 23.0% 성장한 것으로 나타남

▶ 태국 내 HS CODE 1905.31 수입액 중 한국산 점유율 14위

최근 5년(2018-22년)간 태국 對한국 HS CODE 1905.32 기준 평균 수입액은 1.6억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 35.8%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 4.5억 원, 수입액 점유율 0.4%로 태국 對글로벌 수입액 점유율 14위를 기록함. 한편, 2022년 기준 태국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 인도네시아(530.2억 원, 46.7%), 2위는 말레이시아(173.9억 원, 15.3%), 3위는 중국(146.1억 원, 12.9%)으로 나타남

[표 2.4] 태국 HS CODE 1905.32 수입규모⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 1905.32 기준

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 태국 비스킷 경쟁제품, '웨이퍼' 최다 빈출
2. 태국 비스킷 경쟁브랜드,
'브이푸즈' 빈도수 1위
3. 태국 비스킷 제품,
'맛있다' 키워드로 가장 많이 홍보
4. 태국 비스킷 제품 패키징, '팩' 가장 많아

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 태국 온라인매장 입점 비스킷

- 데이터 수집 키워드 : 비스킷(บิสกิต)
- 데이터 수집량 : 1,243건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인쇼핑몰 라자다 태국(Lazada)

▶ 태국 온라인매장 입점 비스킷 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 홍보문구 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/태국어)		빈도	키워드 (국문/태국어)		빈도
경쟁제품	웨이퍼	เวเฟอร์	126	떡	ขนมหวาน	32
	크래커	ขนมปังกรอบ	123	크림이 들어간 샌드위치 과자	Sandwich	31
	캐러멜	ขนมปังกรอบ	41	빵	ปัง	31
	초콜릿	Choco	38	쿠키	Cookies	4
경쟁브랜드	브이푸즈	VFoods	306	줄리	Julie's	62
	비신	บิสชิน	156	글리코	Glico	36
	로투스 비스코프	Lotus Biscoff	132	협생	สปส้าง	33
	말키스트	มอลคิสต์	73	롯데	Lotte	2
	누텔라	Nutella	70	독부아	ดอกขาว	1
홍보문구	맛있다	อร่อย	136	비건	Vegan	9
	우유와 잘 어울리는	นม	48	다양한 메뉴가 될 수 있음	หลากหลายเมนู	9
	할랄	Halal, ฮาลาล	34	바삭바삭한	กรุบ	5
	커피와 잘 어울리는	กาแฟ	25	신선한 버터	เนยสด	1
패키징	팩	แพ็ค	171	360g	360 กรัม	35
	180g	180 กรัม	154	300g	300 กรัม	33
	박스	กล่อง	99	170g	170 กรัม	33
	125g	125 กรัม	37	90g	90 กรัม	32

1. 태국 비스킷 경쟁제품, '웨이퍼' 최다 빈출

▶ 태국 비스킷 경쟁제품, '웨이퍼' 키워드 빈도수 1위

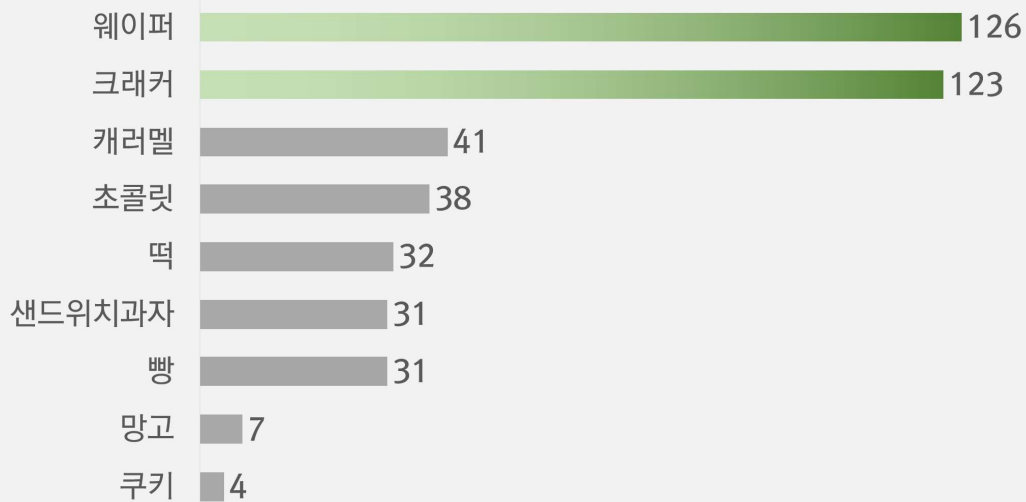
- 태국 비스킷 경쟁제품 중, '웨이퍼' 키워드 126건으로 최다 빈출, 뒤이어 '크래커' 123건으로 2위
- 그 밖에 키워드 '캐러멜' 41건, '초콜릿' 38건, '샌드위치과자' 31건 등 빈출

▶ 태국 온라인쇼핑몰, '크래커', '캐러멜' 등 경쟁제품 판매 중

- 태국 온라인쇼핑몰 라자다(Lazada), '크래커', '캐러멜', '초콜릿' 등 다양한 비스킷 경쟁제품 판매
- 특히 오렌지 맛 크림이 함유된 비신(Bissin) 웨이퍼 제품이 27바트(1,043원⁹⁾)에 판매 중인 것으로 확인

웨이퍼		크래커		샌드위치과자	
					
제품명	오렌지 웨이퍼	제품명	과일을 얹은 크래커	제품명	치즈샌드위치 비스킷
브랜드	비신(Bissin)	브랜드	골든후지(Golden Fuji)	브랜드	줄리(Julie's)
용량	100g	용량	320g	용량	112g
가격	27바트(약 1,043원)	가격	95바트(약 3,671원)	가격	45바트(약 1,739원)

[표 3.1] 태국 판매 비스킷 경쟁제품 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '비스킷' 관련 게시물 1,243건 분석

9) 1바트=38.64원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 태국 비스킷 경쟁브랜드, ‘브이푸즈’ 빈도수 1위

▶ 태국 제과 브랜드 ‘브이푸즈’, 태국 비스킷 경쟁브랜드 빈도수 1위

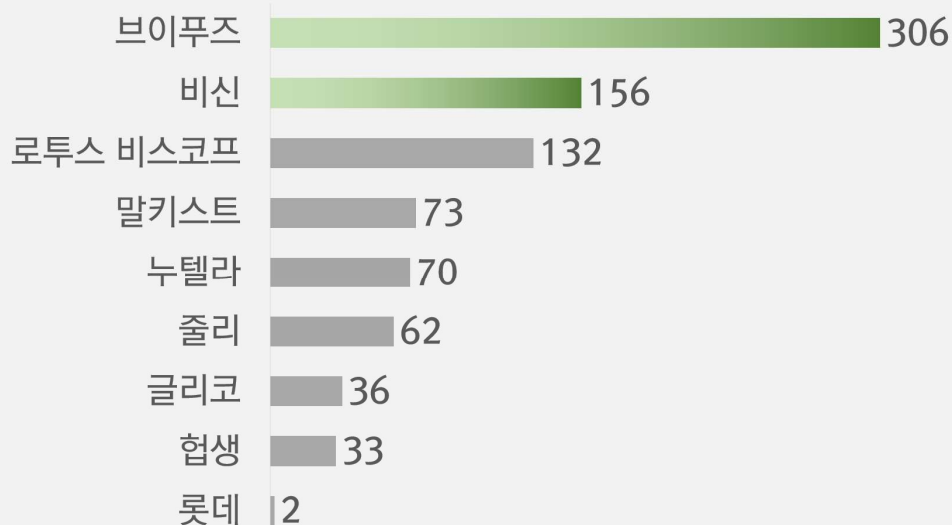
- 태국 비스킷 경쟁브랜드로는 ‘브이푸즈’ 키워드가 306건으로 1위, 마찬가지로 태국 브랜드 ‘비신’이 156건으로 2위
- 태국 현지 브랜드 키워드가 1, 2위 차지, 자국 브랜드 제품 강세

▶ 한국 브랜드 ‘롯데’ 초코비스킷 제품도 등장

- 수입 비스킷 브랜드로는 ‘로투스 비스코프’가 132건으로 최다 빈출, 그 외에도 ‘말키스트’, ‘누텔라’, ‘줄리’ 등 순으로 수입 브랜드 키워드 빈출
- 한국 브랜드 ‘롯데’도 초콜릿을 넣은 코알라 모양 비스킷 제품 5가지 맛을 태국 온라인쇼핑몰에 판매 중

브이푸즈		로투스 비스코프		롯데	
					
제품명	파인애플잼 미니비스킷	제품명	캐러멜 비스킷	제품명	코알라 초코비스킷
브랜드	브이푸즈 (VFoods)	브랜드	로투스 비스코프 (Lotus Biscoff)	브랜드	롯데 (Lotte)
용량	6.1kg	용량	125g	용량	19.5g
가격	588바트(약 22,720원)	가격	69바트(약 2,666원)	가격	20바트(약 773원)

[표 3.2] 태국 판매 비스킷 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비스킷’ 관련 게시글 1,243건 분석

3. 태국 비스킷 제품, ‘맛있다’ 키워드로 가장 많이 홍보

▶ 태국 비스킷 제품, 홍보문구 키워드 ‘맛있다’ 가장 많아

- 태국 비스킷 제품 홍보문구 중 ‘맛있다’ 키워드 136건으로 최다 빈출, 뒤이어 ‘우유와 잘 어울리는’ 키워드 48건, ‘할랄’ 34건 등 빈출

▶ 썸땀 등 다채롭고 풍부한 태국 할랄 길거리 음식

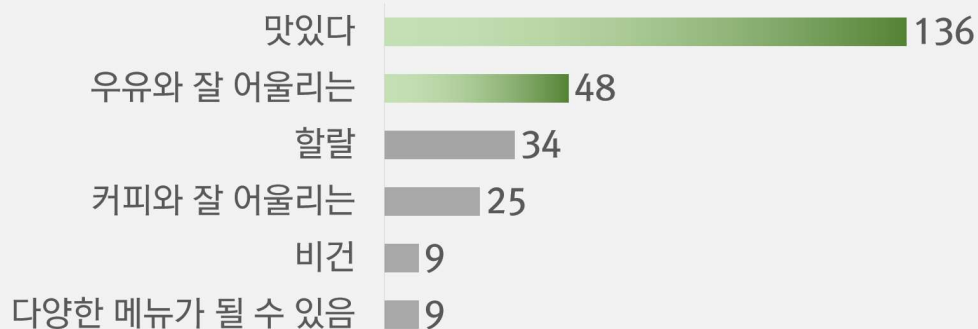
- 태국에서는 파파야로 만드는 태국식 샐러드 썸땀(Som Tam), 달걀노른자와 코코넛 등이 들어간 짭짤한 소로 안을 채워 넣는 태국식 크레페 카놈부앙(Kanom Buang), 쌀가루와 코코넛 밀크로 반죽한 태국식 풀빵 카놈크록(Kanom Krok) 등 다채로운 할랄 길거리 음식이 인기¹⁰⁾

▶ 할랄 인증 스낵, 태국 고유 브랜드 인기

- 태국 슈퍼마켓에서는 마노라(Manora) 새우칩, 타오케노이(TaoKaeNoi) 김스낵, 코캐(Koh-Kae) 캔 땅콩 등 태국 현지 브랜드가 선보이는 수많은 할랄 인증 스낵을 찾아볼 수 있는 것으로 확인¹¹⁾

맛있다		우유와 잘 어울리는		할랄	
					
제품명	초코스틱 비스킷	제품명	파인애플 웨이퍼 비스킷	제품명	크림 크래커
브랜드	글리코(Glico)	브랜드	PB 상품	브랜드	제이콥스(Jacob's)
용량	49g	용량	130g	용량	600g
가격	23바트(약 889원)	가격	20바트(약 773원)	가격	179바트(약 6,917원)

[표 3.3] 태국 판매 비스킷 홍보문구 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비스킷’ 관련 게시물 1,243건 분석

10) 자료: 에이치에이치와이티(HHWT), ‘14 Must-Try Muslim-Friendly Street Food In Bangkok’, 2023.06

11) 자료: 에이치에이치와이티(HHWT), ‘16 Halal Snacks You Must Buy At Bangkok’s Big C Supermarket’, 2022.11

4. 태국 비스킷 제품 패키징, ‘팩’ 가장 많아

▶ 태국 비스킷 제품 패키징, ‘팩’ 키워드 빈도수 1위

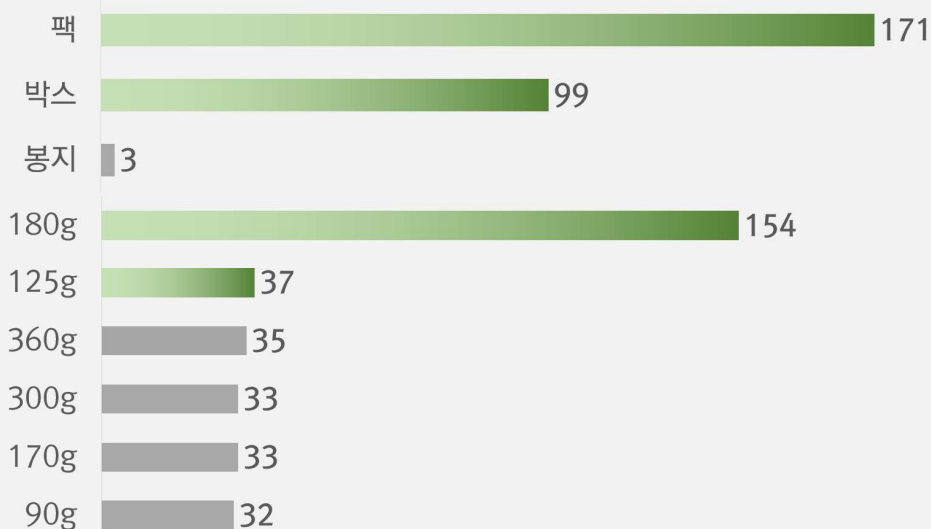
- ‘팩’ 키워드, 태국 현지 온라인 판매 비스킷 패키징 키워드 중 빈도수 171건으로 최다 빈출, 뒤이어 ‘박스’ 키워드가 99건으로 빈출
- 8g, 14g, 23g 등 용량으로 소포장된 제품들이 24봉, 12봉 등 팩으로 묶여서 판매되는 상품 다수

▶ 태국 비스킷 제품 중량 키워드 1위, ‘180g’

- 태국 비스킷 제품 중 ‘180g’ 중량 키워드가 154건으로 압도적 빈출, 다음으로 ‘125g’ 37건으로 빈출 2위
- ‘360g’, ‘300g’, ‘170g’ 등도 균일하게 등장, 주로 소포장보다 대용량 제품 선호

팩		박스		중량(180g)	
					
제품명	감자 크래커 24봉	제품명	초코커피 비스킷	제품명	아채 비스킷
브랜드	넬리(Nello)	브랜드	부르봉(Bourbon)	브랜드	픽미나인(PICK ME 9)
용량	8g	용량	103g	용량	180g
가격	49바트(약 1,893원)	가격	55바트(약 2,125원)	가격	57바트(약 2,202원)

[표 3.4] 태국 판매 비스킷 패키징 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비스킷’ 관련 게시물 1,243건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



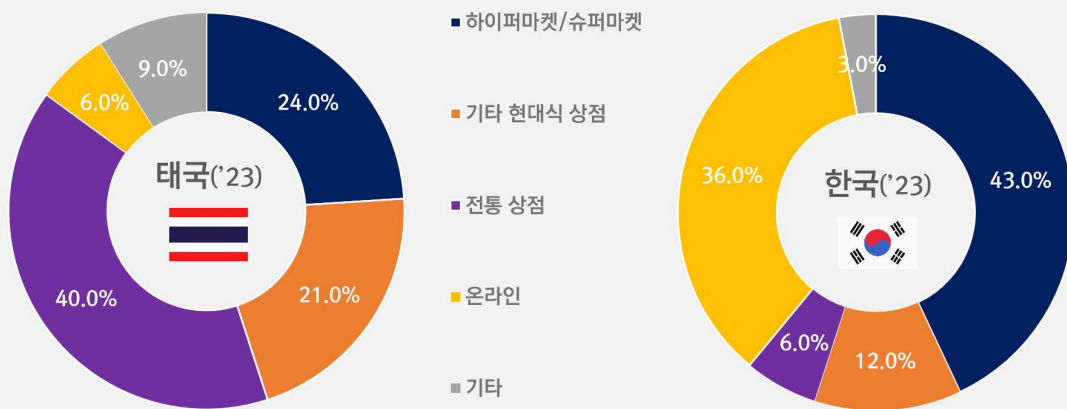
1. 태국 비스킷 유통채널 점유율
2. 태국 비스킷 주요 유통채널

1. 태국 비스킷 유통채널 점유율

▶ 태국 비스킷 유통채널, '전통 상점'이 1위 기록

2023년 1분기 기준, 태국 비스킷을 포함한 일용소비재(FMCG) 유통채널 중 '전통 상점'은 40.0%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국의 경우 6.0%로 점유율이 낮은 것을 확인하였음. 태국 2위 유통채널은 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'으로 24.0%의 점유율을 차지한 반면, 한국의 경우 43.0% 점유율로 가장 높은 점유율을 보였음. 한편 태국의 '온라인' 유통채널 점유율은 6.0%로 다른 유통채널보다 낮은 점유율을 기록하였으며, 한국의 경우 36.0%로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'에 이어 2번째로 높은 점유율을 보였음. 태국이 한국보다 점유율이 높게 나타난 유통채널은 '편의점', '미니 마트', '드럭스토어' 등을 포함한 '기타 현대식 상점'으로, 태국은 21.0%, 한국은 12.0%의 점유율을 보임. 이를 통해 태국에서는 전반적으로 '전통 상점' 및 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 보편적인 것이 확인되었으며, '온라인' 채널은 한국과 비교했을 때 영향력이 미미한 것으로 나타남

[표 4.1] 태국 비스킷 소매유통채널 점유율



태국 및 한국 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

태국	유형	한국
40.0%	전통 상점	6.0%
24.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
21.0%	기타 현대식 상점	12.0%
6.0%	온라인	36.0%
9.0%	기타	3.0%

자료: 칸타(Kantar)

12) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

13) '비스킷'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 두 국가 모두 '일용소비재'의 유통채널 정보를 확인함

14) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

15) '현대식 상점'에는 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

16) '전통 상점'에는 전통 시장, 개인 및 기타 식료품점을 포함함

2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ① 빅씨

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 153개	
	기업 요약	1994년 방콕에서 설립된 현지 유통 업체로, 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	입점가능품목	신선식품, 가공식품, 음료, 주류, 건강보조식품, 화장품, 유아용품 등	
	선호제품	기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 'ติดต่อเรา(Contact Us)'의 'มาเป็นพาร์ทเนอร์(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 - 공급자 정보 (공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) - 공급 제품 정보 (제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명, 크기 및 용량, 소매가, 견적서) - 참고 자료 (제품 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 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)

2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ② 탑스

기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.tops.co.th			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	매출액('22)	• 2,362억 4,500만 바트(8조 7,032억 원 ¹⁷⁾) ¹⁸⁾		
		기타 규모	• 매장 수('22): 120개		
기업 요약	• 1996년 설립된 슈퍼마켓 업체 • 센트럴 리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영				
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 위생용품, 주류, 조미료, 등			
	선호제품	• 유기농 제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행 (corporate.tops.co.th) - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 후 문의사항 기입 - 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록 절차 진행 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사 이름, 담당자 이름, 주소, 연락처, 국적, 주소 등) • 문의사항 연락처 - 이메일 : cusserv@tops.co.th - 전화번호 : +66-2831-7300, 2660-1000 (본사) - 팩스 : +66-2835-3713			

자료: 탑스(Tops)

사진 자료: 탑스(Tops)

17) 1바트=36.84원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 모기업인 센트럴리테일(Central Retail)의 2022년 통합 매출액임

2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ③ 테스코로터스익스프레스

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스익스프레스 (Tesco Lotus Express)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	corporate.lotuss.com			
	위치	방콕(Bangkok)			
	규모	매출액('23)	• 27억 8,667만 바트(1,027억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('21): 2,100개		
기업 요약	• 영국 테스코(Tesco)와 태국 CP그룹의 합작회사였던 테스코로터스(Tesco Lotus)가 2021년 2월 테스코의 아시아 경영권을 CP그룹이 인수하게 되면서 상호명을 로터스(Lotus's)로 변경하였으며, 현재 온라인 채널을 비롯하여 오프라인 매장 외관 등 수정 작업 진행 중				
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 제과류 등			
	선호제품	• 프로모션을 진행하는 신규 브랜드 제품, 브랜드 가치가 높은 제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 현재 각종 기업 정보 및 상호 등 기업 전반에 걸쳐 변경이 이뤄지고 있어 자세한 공급 관련 정보가 기재되어 있지 않으며, 홈페이지 리모델링 후 정확한 정보 확인 가능 - 아래의 이메일 또는 유선 전화로 연락하여 공급 문의 진행 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-2-797-9977 - 이메일: THsupplierhelpline@lotusretails.com			

자료: 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express), 미국 농무부(USDA), 테스코(Tesco)

사진 자료: 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express) 현지 매장 방문

2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ④ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7eleven.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('22) • 8억 5,260만 바트(314억 원) ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 1만 3,400개	
기업 요약		1989년 태국 내 첫 매장을 개점했으며, 현재 씨피올(CPAll) 그룹에서 태국 내 독점 운영 중 - 방콕 메트로폴리탄 지역에 전체 매장 중 약 44% 운영 중이며 일 평균 약 1만 2,000여 명이 방문함 - 즉석식품이나 스낵류 제품 중 한국산 제품 입점	
방문매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 베이커리류, 커피류 등	
	선호제품	• 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 씨피올(CP All) 홈페이지 접속 (www.cpall.co.th) - 메뉴 상단 오른쪽 언어를 영어로 변경 'SME' 메뉴의 'Merchandise' 클릭 - 정보 제공 동의 후 필요한 정보 기입 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 회사 주소, 사업유형, 자본금, 매출액, 직원 수 등) ② 공급 제품 정보 (제조사, 제품명, 제품군, 취득 인증, 기존 유통채널, 제품 사진 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-2826-7744 - 이메일: FAQ@7eleven.co.th	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 태국, 미국 농무부(USDA), 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 태국, 방콕헤럴드(Bangkok Herald), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

19) 모기업인 CPALL의 2022년 통합 매출액임

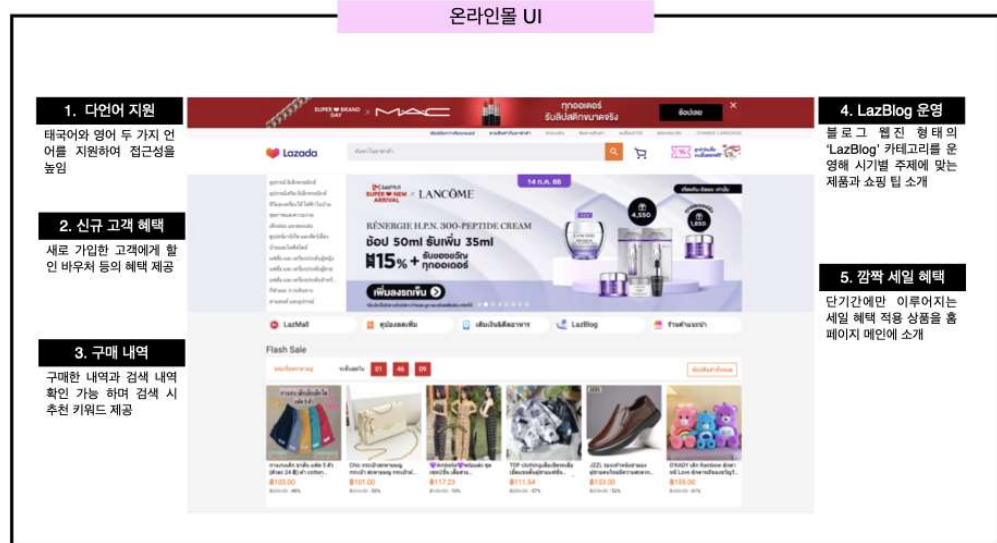
2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ⑤ 라자다

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.lazada.co.th	
	규모	매출액('22)	• 146억 바트(5,379억 원)
		기타규모	• 방문횟수(최근 1개월 ²⁰⁾): 4,320만 회
	기업 요약	• 웹사이트 내에 직접 상품 등록 가능 • 웹 사이트와 어플을 통한 상품 구입 가능 • 매일 할인 코드와 다양한 바우처를 제공 • 인도네시아, 말레이시아, 태국 등 6개의 동남아시아 국가에 진출함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Julie's, Hup Seng, VFOODS 등
		해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대/시즌/카테고리별 할인 이벤트, 신년 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후, 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품 관리 포탈 가입으로 진행됨 - 공급업체 지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) • 문의사항 연락처 - 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact)	

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

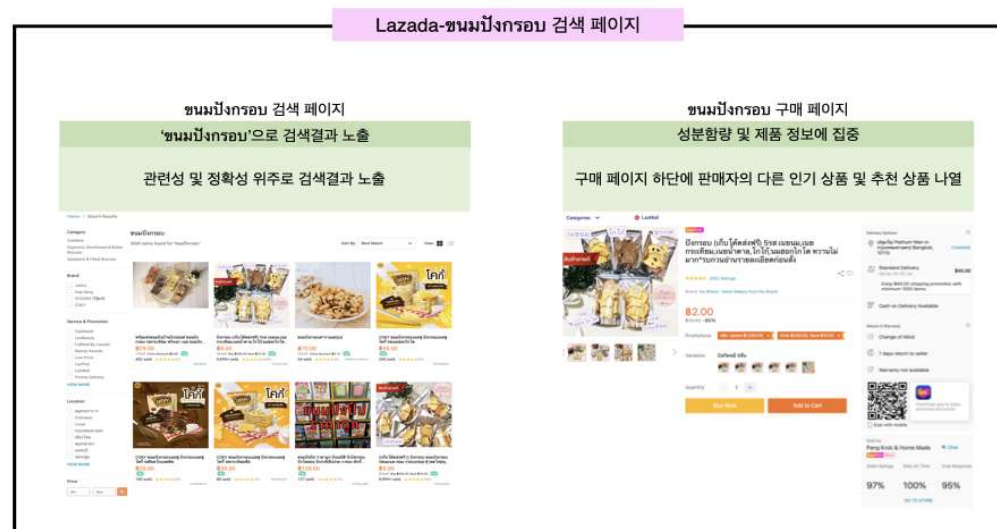
사진 자료: 라자다 태국(Lazada)

온라인몰 UI ①



‘LazBlog’, ‘LazPick’ 등의 카테고리를 통해 상황과 트렌드에 맞는 제품 소개

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 브랜드 별로 검색 가능

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

2. 태국 비스킷 주요 유통채널 ⑥ 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.co.th	
	규모	매출액('22)	• 217억 바트(7,994억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5,300만 회
	기업 요약	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인쇼핑몰임 • 무제한으로 무료 배송을 이용할 수 있음 • 홈페이지를 통해 판매 상품 직접 등록이 가능함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Hup Seng, Coky, Julie's 등
		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	• 홈페이지에서 직접 등록(shopee.kr) - 쇼피 싱가포르 입점 후 상품 등록 완료 기준 충족 시 태국, 말레이시아, 베트남 쇼피에 '샵' 자동 생성 - '입점 신청' 클릭 후 셀러 계정 생성 - 계정 생성 시 필요한 정보 ① 사업자 번호 ② 이메일 및 연락처 - 상품 상세 설명은 반드시 영어로 작성해야 함 - 페이오니아 계좌 연동 가능해야 함 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 전화번호 (쇼피 태국): +66-2017-8399 - 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/หน้าติดต่อ-Shopee-ไทยอย่างไร) - 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 태국(Shopee), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피 태국(Shopee)

온라인몰 UI ①



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



평점, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

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

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



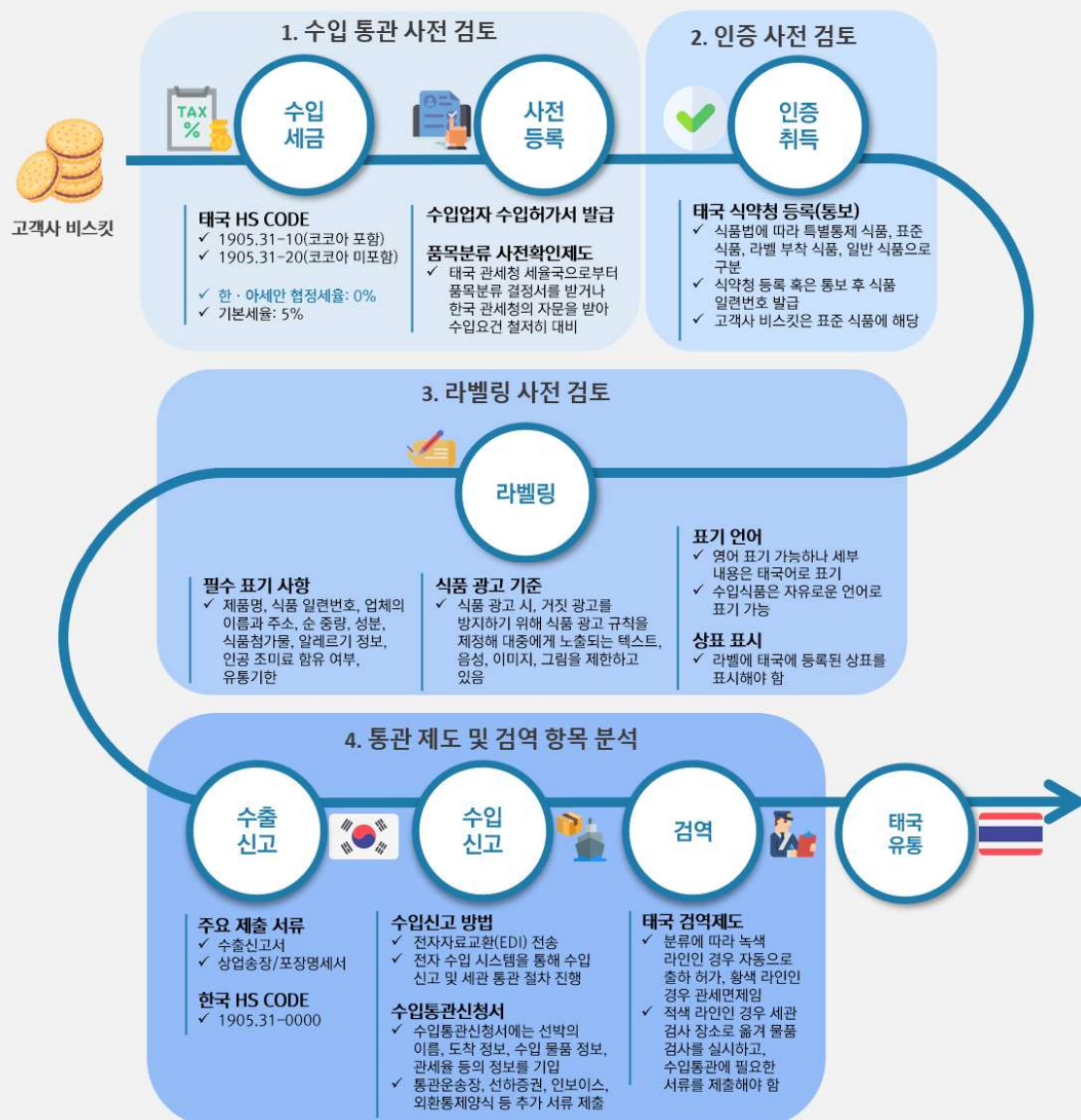
1. 태국 비스킷 통관 및 검역 절차
2. 태국 비스킷 품질 인증
3. 태국 비스킷 라벨링
4. 태국 비스킷 성분 및 유해물질

1. 태국 비스킷 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 태국 비스킷 수출 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국은 수입 시 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며, 사전 수입허가서 발급이 필요함. 수입요건을 갖추지 않았을 때는 관세법상 몰수하거나 물품 가액에 상당하는 벌금을 부과하므로 통관 사전확인제도를 이용하는 것을 권장함. 수입 이후에도 정기 및 부정기 심사로 사후심사를 하고 있어 수입 이후에도 철저한 관리가 필요함. 또한, 식품법에 따라 식품을 4종류로 구분해 관리하고 있어 수출 전, 식품 유형에 따라 사전 수입허가서 발급과 식약청 등록 또는 통보 절차를 진행해야 함

[표 5.1] 태국 비스킷 통관 검역 절차



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

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

[표 5.2] 태국의 식품 규제 방법

판매 전 규제	• 수입업체의 수입 허가: 수입 허가가 있어야만 제품 수입 가능 • 제품 등록: 특정 식품에 대해 태국 식약청에 식품 등록 요구 • 제품 라벨링: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)가 제시하는 기준을 충족시켜야 하며, 수입제품은 특별통제 식품, 표준식품, 라벨 부착 식품 모두 표준화된 라벨 부착 • 제조 허가(태국 내 생산품의 경우): 공장 배치도 제출, 3년마다 갱신 • 우수제조관리기준: 54개의 특정 품목(예: 영유아용 식품, 통조림, 음용수, 음료, 아이스크림, 식품 첨가제, 식품 색소, 반조리식품, 냉동품, 커피 등)에 대해서는 의무(해외 업체에는 태국 법률에 따른 GMP 또는 Codex에 따른 GMP나 ISO 9000, HACCP 중 하나를 요구하고, 태국 내 업체에는 태국 보건부 고시 기준과의 부합 요구)이지만 그 외에는 강제 사항은 아니며 업체에서 원할 경우, 자발적으로 제출 • 특정 품목의 광고 사전 심의: 사전광고심의(Pre-advertising clearance)는 해당 위원회에서 관할
판매 후 규제	• 정규(regular) 검사 - 정기적(routine) 검사: 허가받은 부지에 대한 검사 - 후속 검사: 이전의 검사에서 지적된 사항에 대해 수정 조치가 취해졌는지 확인 - 관문 검사: 태국 내로 유입되는 식품의 안전을 보장하기 위해 관문에 상주한 식품 검사관이 식품과 관련 규제와의 부합성 검사 • 의심(suspected) 또는 청원(petitioned) 검사 - 법적 조치를 취하기 위해 조사 실시 및 필요한 증거 수집 - 수입국에서 특정 식품에 대해 불만을 표시하거나 수입을 거부할 경우에도 실시 - 문제가 생길 때마다 식약청 검사관들이 시장에서 식품 샘플을 채취해 유해물질, 농약잔류물, 중금속 등의 존재여부 확인 • 식품 감시: 시장에서 유통되는 식품의 안전과 품질에 대한 감시 • 공식적 광고매체를 통한 식품광고에 대한 식약청 승인: 식품의 품질과 효용성에 대해 소비자를 호도하는 광고는 금지되며 광고 승인은 식약청 디비전오브포스트마케팅(Division of Post-marketing) 부서에서 담당

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.3] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

식품 분류	특별통제 식품	• 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있어 특히 주의해야 하는 소비자 계층이 존재하거나 제조공정이 엄격하게 통제되어야 하는 위험도가 가장 높은 식품으로, 특히 라벨 부착 전에 태국 식약청의 승인이 필요함 • 식약청 등록 후, 식품 일련번호를 발급받아야 함 • 우유, 식품 첨가제, 영유아식품(분유 등), 체중조절 식품, 유아용 보충 식품, 조제분유 등 14가지 종류의 식품이 이에 속함
	표준 식품	• 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	• 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	• 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	• 수입업체 등록(식품 라이선스 발급)에는 7-14일(근무일 기준)이 소요되며, 수수료 1만 5,000바트 발생 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함된 건강 보조제의 경우, 7-28일(근무일 기준)이 소요됨 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함되지 않은 경우, 14-60일(근무일 기준)이 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(TFDA: Thailand Food and Drug Administration), 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

2. 태국 비스킷 품질 인증

▶ 일반 식품에 해당하는 식품 생산 안전 인증서 제출

태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 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 수입해야 하며, 규정에 의거 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서의 사본 제출이 필요함. 식품 종류에 따라 가이드 라인이 존재해 규정에 따라 서류를 준비하는 것이 필요함. 이외에 추가로 받아야 하는 필수 인증은 없으며, 태국 내 보편적인 인증인 HACCP와 GAP이나 태국 내 할랄인증, 유기농 인증, 글로벌 유기농 인증 등을 받아 활용할 수 있음

[표 5.4] 태국 비스킷 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

●
'건강한 선택' 마크



▶ '건강한 선택(Healthier Choice)' 영양표시

태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)은 특정 영양소(당류, 지방, 나트륨)의 일일 섭취 적정량 기준이 충족된 식품에 '건강한 선택(Healthier Choice)' 마크를 표시할 수 있도록 함. 당류 적정량은 1일 24g, 지방 적정량은 1일 30g, 나트륨 적정량은 1일 2mg이며, 고객사 비스킷을 포함한 영양표시를 적용할 수 있는 상세 품목은 하기와 같음

[표 5.5] '건강한 선택' 영양표시 적용 대상 상세 품목

식품군	상세 품목
주 식사료	주 식사료
음료류	100% 야채 주스, 과일 주스, 청량음료 및 향미 음료, 시리얼 음료, 두유, 초콜릿, 맥아 추출물 및 음료, 우유 또는 단백질 함유 음료, 인스턴트 차, 인스턴트 커피
향신료류	생선 소스, 양념 소스 및 간장, 진한 간장, 달콤한 간장, 스위트 소스(닭 소스, 매실 소스 등), 조개 소스, 칠리 소스, 토마토 소스, 기타 찍어 먹는 소스(사위 소스, 해산물 소스, 매운 소스, 치킨 라이스 소스 등), 기타 서양식 소스(BBQ 소스 등), 스키야키 소스
유제품류	우유, 향료 첨가 우유, 식물성 우유, 유제품, 요구르트(반고체, 반액체형 및 즉시 마실 수 있는 유형), 분유 제품
인스턴트 음식	즉석 면류, 죽 등의 인스턴트 식품, 응축 수프 및 수프(덩어리, 분말 또는 건조 형태)
스낵류	감자칩 또는 구운 감자칩을 포함한 스낵류, 튀기거나 구운 팝콘, 튀기거나 구운 쌀 크래커, 튀기거나 구운 스낵류, 튀기거나 구운 김, 바삭하거나 양념된 생선 조각, 비스킷 또는 크래커, 건과류, 말린 씨앗으로 채워진 제빙
아이스크림류	아이스크림류
유지류	마요네즈, 샐러드 드레싱, 샌드위치 스프레드(잼) 등의 지방과 기름
아침 대용 시리얼류	아침 대용 시리얼류
베이커리류	베이커리 제품(쿠키와 케이크 포함)
가벼운 식사료	샌드위치, 햄버거, 속이 채워진 빵(고기 속을 포함하거나 달콤한 속, 크림 속, 커스터드, 잼, 과일이 들어간 빵), 찐빵 등 가벼운 식사료
어류 및 해산물류	미네랄 워터와 염수에 있는 어류, 기름에 절인 생선, 소스에 절인 생선살, 양념된 생선, 튀기거나 바삭한 생선류, 잘게 다진 생선 등

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.6] 태국 비스킷 할랄 인증 취득

인증명	시코트 할랄 (CICOT HALAL)	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	태국 이슬람중앙회(CICOT: The Central Islamic Council of Thailand)
신청 절차	- 온라인 신청 - 신규 사업자의 경우, 할랄 교육 - 서류 승인 - 현장 실사 및 원재료 검사 - 적합 판정 시, 인증 발급		
신청 서류	• 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		
인정 범위	- 현재 한국 이슬람교중앙회, 한국 할랄인증원 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 이슬람중앙회, 한국할랄인증원

3. 태국 비스킷 라벨링

[표 5.7] 태국 비스킷 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 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
	2. 제품명	- 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
	3. 식품 일련번호	태국 식약청 등록으로 발급받은 식품 일련번호, 식품 생산시설 번호를 표기해야 함
	4. 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소	- 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. 순중량	- 고체의 경우 순중량을 미터법에 따라 표기해야 함 - 액체의 경우 순부피를 미터법에 따라 표기해야 함 - 기타 식품은 순중량으로 표기해야 함
	6. 성분	- 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
	7. 식품첨가물	- 식품의 성분으로 식품첨가물이 사용된 경우 국제 번호 INS를 사용하여 성분을 정의해야 함 - 식품첨가물의 특정 이름과 색소, 향미 증진제 등의 기능을 표시해야 함

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

[표 5.7] 태국 비스킷 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 알레르기 정보	- 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. 인공 조미료	인공 조미료가 포함된 경우 그를 알 수 있도록 ‘천연 인공 향 첨가’, ‘인공 향 첨가’, ‘천연 향료 추가됨’ 등의 문구를 사용해 표시해야 함
	10. 유통기한	- 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. 표시 기준	- 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 - 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
라벨 권장 표시 사항 및 기준	12. 기타 사항	- 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

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ 태국 비스킷 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 태국어]

[앞면 - 국문]

- ① 12 ซอง
- ② Monde
- ③ Voiz
- ④ แครกเกอร์
- ⑤ Strawberry
- ⑥ สตรอเบอร์รี่
- ⑦ คุณภาพโภชนาการ 1 ห่อ
- ⑧ ควรแบ่งกิน 12 ห่อ

- ① 12개입
- ② 브랜드명: 몬드
- ③ 제품명: 보이즈
- ④ 크래커
- ⑤ 딸기
- ⑥ 딸기
- ⑦ 영양가 1팩
- ⑧ 하루에 12번 나눠 먹는 것이 좋습니다.

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
1440	72	72	1500
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
*72%	*111%	*111%	*75%

에너지	설탕	지방	나트륨
1440	72	72	1500
칼로리	그램	그램	밀리그램
*72%	*111%	*111%	*75%

⑨ *คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคต่อวัน

⑨ *일일 섭취량의 최대 퍼센트로 계산됩니다.

[뒷면 - 태국어]

[뒷면 - 국문]

- ① สตรอเบอร์รี่
- ② ตรา วอยซ์
- ③ น้ำหนักสุทธิ 24 กรัมX12

- ① 딸기
- ② 상표 보이즈
- ③ 총 중량 24gX12

- ④ รหัสผลิต/ควรบริโภคก่อน: ไร่ที่บรรจุภัณฑ์ (วันเดือนปี)
- ⑤ 20-2-00348-2-0065
- ⑥ ผลิตโดย: บริษัท มอนด นิสชิน (ประเทศไทย) จำกัด
- ⑦ นิคมอุตสาหกรรมอมตะ ซิตี้ ชลบุรี 700/350 หมู่ที่ 6, ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
- ⑧ โทร 0-3846-8600
- ⑨ ควรบริโภคแต่พอและออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

ข้อมูลโภชนาการ (Nutrition Information)		
หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ซอง(24ก.) (Serving size : 1 Pack (24g))		
จำนวนหน่วยบริโภคต่อห่อ (Serving (s) per container) : 12		
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค (Amount per serving)		
พลังงานทั้งหมด (Total energy) 120 กิโลแคลอรี (kcal)		
ร้อยละของปริมาณที่ควรบริโภคต่อวัน	(Percent Thai RDI)	
	6	n(g) 9%
ไขมันทั้งหมด (Total fat)	2	n(g)
โปรตีน (Protein)	15	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)	6	
น้ำตาล (sugars)	125	
โซเดียม (Sodium)		
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.)		

- ④ 제조일/유통기한: 포장에 표기되어 있습니다 (일/월/년)
- ⑤ 20-2-00348-2-0065
- ⑥ 제조사: 몬드 닛신 (태국) 주식회사
- ⑦ 주소: Amata City Chonburi Industrial Estate 700/350 Moo 6 Tambon Nongmaidaeng, Amphour Mueang, Chonburi 20000
- ⑧ 전화 0-3846-8600
- ⑨ 건강을 위해 적게 섭취하고 운동을 권장합니다.

영양 정보		
한 단위 섭취량: 1봉지(24g)		
용기당 분량: 12		
1봉지당 영양 정보		
총에너지: 120 칼로리		
하루 섭취량의 백분율		태국 하루기준섭취량
	6	n(g) 9%
총 지방	2	n(g)
단백질	15	
총 탄수화물	6	
설탕	125	
나트륨		
태국인들을 위한 일일 영양소 섭취량의 권장치 6세 이상을 위한 태국의 일일 권장 섭취량의 백분율은 2,000 칼로리 식단을 기반으로 합니다.		

④ ส่วนประกอบโดยประมาณ: แป้งสาลี 50.0%, ไขมันพืช 23.0%, น้ำตาล 21.0%, ผงเวย์ 3.0%, สารขบเคี้ยว(INNS 500(ii),INS 450(i)), แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ, อิมัลซิไฟเออร์(INNS 322(i)), สารควบคุมความเป็นกรด(INNS 270, INS 330), สีธรรมชาติ(INNS 120) ⑤ ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค: มีแป้งสาลี, นม, เลซิตินจากถั่วเหลืองและบารเลย์	④ 성분: 밀가루 50.0%, 식물성 기름 23.0%, 설탕 21.0%, 유청분말 3.0%, 발포제(INNS 500(ii), INS 450(i)), 자연향료, 유화제(INNS 322(i)), 산도조절제(INNS 270, INS 330), 천연색소(INNS 120) ⑤ 알레르겐 정보 : 밀가루, 우유, 대두 렉시틴 및 보리 함유
[뒷면 - 영어]	[뒷면 - 국문]
① Monde ② Strawberry ③ PRODUCT OF THAILAND ④ VFG. DATE/BEST BEFORE: PPINTED ON PACK(DDMMYY) ⑤ Halal ⑥ Voiz Cracker Strawberry Flavour ⑦ Maufactured by: Monde Nissin (Thailand) Co., Ltd ⑧ Amata City Chonburi Industrial Estate 700/350 Moo 6 Tambon Nongmaidaeng, Amphour Mueang, Chonburi 20000 ⑨ Ingredients: Wheat Flour, Vegetable Fat(May contain one or more of the following: coconut, palm, and palm kernel), Sugar, Whey Powder, Iodized Salt, Active Dry Yeast, Malt Extract, Raising Agent(INNS 500(ii),INS 450(i)), Corn Starch, Nature Identical Strawberry Flavour, Emulsifier(INNS322(i)), Acidity Regulato (INS 270, INS 330), Natural Colour(INNS 120), Vanillin ⑩ ALLERGEN INFOMATION: Contains Wheat, Milk, Soy Lecithin and Barley	① 브랜드명: Monde ② 딸기 ③ 태국산 제품 ④ 제조일/유통기한: 포장에 표기되어 있습니다.(일/월/년) ⑤ Halal ⑥ 보이즈 크래커 딸기 맛 ⑦ 제조사: 몬드 닛신 (태국) 주식회사 ⑧ 주소: Amata City Chonburi Industrial Estate 700/350 Moo 6 Tambon Nongmaidaeng, Amphour Mueang, Chonburi 20000 ⑨ 성분: 밀가루, 식물성 기름(아래 중 하나 이상을 포함할 수 있습니다: 코코넛, 팜, 팜 커널), 설탕, 유청 분말, 요오드화 소금, 활성 건조 효모, 맥아 추출물, 발효제(INNS 500(ii), INS 450(i)), 옥수수 전분, 천연 딸기 향, 유화제(INNS 322(i)), 산도조절제(INNS 270, INS 330), 천연색소(INNS 120), 바닐린 ⑩ 알레르겐 정보 : 밀가루, 우유, 대두 렉시틴 및 보리 함유

4. 태국 비스킷 성분 및 유해물질

▶ 태국 소비 금지 성분 목록

태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 2020년 8월, 식품법에 따라 식품 성분으로 사용할 수 없는 식물 성분과 동물 성분을 목록화한 규정을 발표함. 이는 소비자가 해당 식물과 동물, 동물의 신체 부위를 소비하는 것을 막는 방안으로 해당 성분의 수입과 수출, 유통, 가공이 금지됨. 하기 표는 사용이 금지된 성분의 일부 목록으로, 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 고시 식품법 B.E. 2559 규정을 통해 확인할 수 있음

[표 5.8] 사용이 금지된 식물 성분 및 동물 성분

순번	성분명(한글)	학술명(영문)	금지된 부분
1	호르몬이 포함된 동물 부위 금지	Animals parts containing hormones	동물의 갑상선 부갑상선 부신 췌장 난소 고환
2	브루시아 자바니카	Brucea javanica(L.) Merr.	라자닷(Rajaddat) 또는 다른 국가에서 수마트라(Sumatrana)로 알려진 말린 과일과 씨앗
3	벨라돈나풀	Atropa belladonna L.	벨라돈나풀 전체
4	멜라루카 엘터니폴리아	Melaleuca alternifolia [Maiden & Betcher] Cheel	티트리 잎과 오일
5	델피늄 스타피사그리아	Delphinium staphisagria L.	참제비고깔 씨앗
6	베르베린 불가리스	Berberine vulgaris L.	매자나무속과 록키 마운틴 포도의 뿌리, 줄기, 땅속줄기
7	일일초	Catharanthus roseus(L.) G.Don	물냉이 구아바 전체

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

▶ 식품첨가물

태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)은 국제 식품 규격 위원회 코덱스(CODEX)의 기준을 바탕으로 식품첨가물을 구분하고 목록과 최대 허용치를 규정하고 있으며, 모든 식품은 이를 준수해야 함. 식품첨가물이 사용되었을 때는 ‘식품첨가물’ 단어와 함께 식품첨가물의 명칭을 라벨에 표시해야 함. 태국에서 사용을 허용한 식품첨가물이 아닌 물질을 사용하려는 경우, 식약청의 승인이 필요함. 고객사 비스킷을 ‘과자’로 분류하여 식품첨가물 검색 시 총 323건의 식품첨가물이 검색되었으며, 하기 표는 과자에 대한 태국의 식품첨가물 중 일부임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부(Ministry of public Health Food Division) 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 태국 비스킷 식품첨가물

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용 기준
1	알리탐	Alitame	05.2 제과류(캔디 누가, 마지팬(marzipan) 포함)	300mg/kg (할라 테헤니아에 대한 코덱스 지역 표준(CODEX STAN 309R-211)을 준수하는 제품 제외)
2	알루라레드 AC	Allura red AC		
3	리보플라빈	Riboflavins		100mg/kg
4	카나우바 왁스	Carnauba wax		5000mg/kg
5	셀락	Shellac		GMP(표면 처리에만 사용)
6	식용색소 황색 4호	Food yellow no. 4 (tartrazine)		300mg/kg
7	카로티노이드	CAROTENOIDS	크래커(스위트크래커 제외)	1000mg/kg
8	카로틴	Natural Extracts (carotenes)		
9	스테아릴젖산 (나트륨, 칼슘)	Stearoyl lactylates (sodium, calcium)		3000mg/kg

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

▶ 유해물질

태국 보건부에서 규정하고 있는 식품법의 오염물질 기준 규정에 따라 유해물질과 잔류농약, 병원성 미생물의 기준치를 정해 관리하고 있으며, 모든 식품은 이를 준수해야 함. 하기 표는 ‘식품의 잔류농약 기준’ B.E. 2560(2017) 규정에 따라 과자에 적용되는 잔류농약의 목록과 그 기준임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 태국 비스킷 유해물질

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
1	바실루스 세레우스	Bacillus cereus, B.cereus	디저트 및 태국 디저트, 커스터드(카놈머깁: Khanom mo kaeng), 골든에그과자(팅윳: Thong Yot), 페이스트리, 바나나칩	1g 내 100 미만 (CFU/g)
2	웰치간균	Clostridium perfringens		
3	황색포도상구균	Staphylococcus aureus		
4	살모넬라	Salmonella spp.		25g 내 미검출
5	아크릴로나이트릴	Acrylonitrile	모든 식품	0.02 mg/kg (아크릴로나이트릴을 단량체로 한 플라스틱 용기에 포장된 식품)
6	비닐 클로라이드 모노머	Vinyl chloride monomer		0.01 mg/kg (폴리염화비닐 플라스틱 용기에 포장된 식품)
7	납	Lead (Pb)	위 조항 이외의 식품	1mg/kg
8	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	위 조항 이외의 기타 식품	20mg/kg
9	총 비소	Total Arsenic		2mg/kg
10	주석	Tin (Sn)		250mg/kg

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

▶ 알레르겐

태국은 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함

[표 5.11] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	비스킷 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	√
6	의무	유당 포함 유제품	√
7	의무	견과류 및 이를 이용한 식품	√
8	의무	1kg당 10mg 이상의 아황산염	-

자료: 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 프로타이(Pro Thai)
2. 센트럴푸드리테일(Central Food Retail)
3. 오렌지게이트(Orange Gate)

Interview ①

22)



프로타이 (Pro Thai)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1984년 설립
 - 방콕에 위치한 수입/유통업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 쇼피(shopee)를 통한 온라인 유통, 태국 전역의 백화점을 통한 오프라인 유통
 - 취급 품목으로는 라면, 과자, 김치 냉동식품

담당자 정보

Marketing Manager

프로타이(Pro Thai) Marketing Manager

Q. 코로나19 이전과 비교하여 태국의 비스킷 소비와 관련하여 변화된 트렌드나 이슈가 있나요?

사람들이 밖에 나가서 구매할 수 없기에 코로나19 기간에 오프라인 시장에서 비스킷 스낵에 대한 수요가 감소했습니다. 한편, 온라인 시장을 통한 판매의 경우 태국 대부분의 사람들이 해당 기간 실내에 머무르면서 수요가 증가했었습니다.

Q. 태국은 시피푸드(CP FOOD)²³⁾ 등 다양한 로컬 식품기업이 있는 것으로 알려져 있으며, 국산 비스킷 스낵의 소비가 높은 것으로 알고 있습니다. 태국 제품 대비 한국 비스킷 브랜드에 대한 현지 소비자들의 반응과 수요를 알려주세요.

태국에서 태국산 비스킷 제품에 대한 수요는 저렴한 가격과 입맛으로 인해 한국산 제품보다 높습니다. 그러나 많은 한국 비스킷은 뛰어난 맛으로 잘 알려져 있습니다. 한국 비스킷을 구매하는 고객들은 '특별한 맛'을 즐기려고 구매하는 소비자입니다.

Q. 태국에서 할랄 인증 식품의 수가 증가하고 있는 것으로 알고 있습니다. 태국에서 할랄 인증을 획득한 비스킷 브랜드가 있다면 소개 부탁드립니다.

현재 태국에서 제품을 판매하려면 할랄 인증을 받는 것이 제품 진출에 유리합니다. 최근 태국으로 진출하고 있는 스낵 제품 대부분이 태국 시장에서 할랄 인증을 받고 있는 것이 추세입니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드 중 태국에서 성공한 사례가 있다면 어떤 제품인지, 성공할 수 있었던 이유를 알려주세요.

비스킷 및 스낵바 시장의 선두주자인 A사는 필리핀에서 온 업체입니다. A사가 보유한 다양한 브랜드 제품이 태국에 진출해 있습니다. 저렴한 가격으로 구매력이 낮아 가격에 민감한 소비자를 끌어들이 수 있었기에 시장을 빠르게 장악할 수 있습니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드가 태국에서 실패한 사례가 있다면 어떤 제품이고, 실패한 원인을 알려주세요.

말레이시아 기업 B사의 1세대 웨이퍼 브랜드가 있습니다. 과거 태국에서 인기가 있던 제품이었으나 요즘은 옛날 스타일의 과자가 인기를 끌면서 시대가 바뀌었습니다. 유통채널 측면에서 마케팅의 실패로, 인기가 떨어지고, 시장에서도 구할 수 없게 되었습니다.

22) 사진 자료: 프로타이(Pro Thai)

23) CP푸드는 태국 최대 기업 CP그룹의 식품업 계열사로, 육류, 가공식품, 냉동식품 등 다양한 식품을 생산하고 있음

Q. 고객사 제품 5개의 제품에 대한 가격 피드백을 부탁드립니다. 태국 소비자들에게 수용 가능한 소비자가격일까요?

태국 시장에서 특별한 맛을 느끼고 가까이 구매할 의향이 있는 사람들에게는 고객사의 5개 제품 모두 충분히 수용 가능한 가격으로 보입니다. 그러나 이는 프리미엄 제품 기준에서이기 때문에 실제 태국 내 다른 스낵 제품들 가격보다는 소폭 비싼 감이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP, ISO9001, FSSC22000 인증을 취득한 제품입니다. 제품 인증에 대한 피드백을 부탁드립니다.

해당 인증 중에서 태국에서 효용이 있을 것으로 보이는 인증은 HACCP, ISO9001 인증입니다. 이 외 고객사가 태국으로 제품을 진출하기 위해서는 GMP 인증이 보완되면 좋을 것으로 보이며, 앞서 설명드렸듯 최근 태국 식품업계에서 할랄 인증 바람이 불기 때문에 할랄 인증을 취득해 보완해서 진출하면 좋겠습니다.

Q. 태국에서 고객사 비스킷 제품 라인을 어떤 소비자층을 타겟으로 마케팅하기 좋을지 의견을 공유해주세요.

고객사 제품 가격이 싼 편이 아니기 때문에, 한국 문화에 관심이 있는 성인, 특히 X세대(1965-1980년생) 소비자를 타겟으로 잡으면 좋을 것 같습니다.

Q. 태국에서 고객사 비스킷 제품 라인을 마케팅할 때 효과적인 방법과 채널이 있다면 말씀해주세요.

온라인쇼핑몰 채널을 이용한 마케팅을 진행하길 추천합니다. 제품의 품질을 신경쓰고 있다는 점을 강조해야 하며, 합리적인 가격과 더불어, 좋은 조건의 할인 프로모션 진행으로 제품을 알리는 것이 중요할 것 같습니다.

Interview ②

24)

CENTRAL
Food Retail Group센트럴푸드리테일
(Central food Retail)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 논타부리(Nonthaburi)에 위치한 수입유통업체
 - 1996년 설립
 - 웹사이트를 통한 온라인 유통, 태국 전역의 백화점을 통한 오프라인 유통
 - 주요 수입국으로는 한국, 일본, 중국
 - 취급 품목으로는 라면, 스낵류, 냉동식품

담당자 정보

Purchasing Department

센트럴푸드리테일(Central food Retail)
Purchasing DepartmentQ. 코로나19 이전과 비교하여 태국의 비스킷 소비와 관련하여 변화된
트렌드나 이슈가 있나요?

코로나 사태 이후 스낵류에 대한 수요가 전반적으로 감소하고 있으며, 해외로부터의 소비나 수입도 감소하고 있습니다. 경제 악화와 코로나 상황은 소비자들이 제품 가격에 신경을 쓰게 하였습니다. 최근 소비자들은 상품이 너무 비싸다고 생각되면 구매하지 않고 있습니다.

Q. 태국은 시피푸드(CP FOOD) 등 다양한 로컬 식품기업이 있는 것으로 알려져
있으며, 국산 비스킷 스낵의 소비가 높은 것으로 알고 있습니다. 태국 제품
대비 한국 비스킷 브랜드에 대한 현지 소비자들의 반응과 수요를 알려주세요.

보통 한국 스낵 제품은 매우 잘 팔립니다. 한국 드라마, 영화, 케이팝의 인기 덕분에이라고 봅니다. 한국 디저트는 태국 사람들에게 친숙한 또 다른 음식입니다. 실제로 다양한 후기를 통해서도 알 수 있습니다. 독특하고 뛰어난 맛으로 요즘 태국에서는 한국 디저트가 유행하고 있습니다

Q. 태국에서 할랄 인증 식품의 수가 증가하고 있는 것으로 알고 있습니다.
태국에서 할랄 인증을 획득한 비스킷 브랜드가 있다면 소개 부탁드립니다.

C사 제품 등이 할랄 인증을 받고 유통되고 있습니다. 하지만, 할랄 인증 제품은 틈새시장일 뿐이고, 특정 고객 그룹의 요구 사항입니다. 크게 수정할 의무는 없습니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드 중 태국에서 성공한 사례가 있다면 어떤 제품인지,
성공할 수 있었던 이유를 알려주세요.

C사 비스킷 브랜드는 정체성이 뚜렷하고 경쟁사와 차별화되는 명확한 판매 포인트가 있는 브랜드입니다. 예를 들어, '크림 필링이 들어간 검은 쿠키'라고 하면 많은 사람이 바로 오레오를 떠올릴 수 있습니다. '제품을 비틀어 크림을 우유에 찍어 먹는다'는 홍보문구는 모든 소비자층이 기억하고 있습니다. 정기적인 소통과 신제품 개발도 진행되어, 시대에 상관없이 소비자들이 선택하는 브랜드가 되었습니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드가 태국에서 실패한 사례가 있다면 어떤 제품이고,
실패한 원인을 알려주세요.

D사의 민트 초콜릿으로 코팅된 빵튀기 제품이 있습니다. 한때 인기 있는 수입 브랜드였지만, 높은 가격으로 인해 오늘날까지 살아남지 못했습니다.

Q. 고객사 제품 5개의 제품에 대한 가격 피드백을 부탁드립니다. 태국 소비자들에게 수용 가능한 소비자가격일까요?

고객사 5개 제품 가격대 모두, 태국 시중 판매 브랜드보다는 눈에 띄게 높습니다. 하지만, 일본산 수입과자와는 크게 다르지 않고, 일부 서양 수입 과자에 비해서는 저렴한 편입니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP, ISO9001, FSSC22000 인증을 취득한 제품입니다. 제품 인증에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 취득 인증들은 모두 태국 시장 진출 시 추천되는 인증이므로, 제품 취득 인증 측면에서는 충분하다고 여깁니다.

Q. 고객사의 비스킷 제품 라인을 수출할 때 어떤 유통채널을 추천하시나요?

태국 대형 유통 체인인 톱스(Tops)를 통한 유통을 추천합니다. 태국 대부분의 소비자들이 해당 유통채널에서 새로운 제품을 접하는 편이기 때문입니다. 오프라인의 경우 톱스데일리(Tops Daily), 톱스마켓(Tops Market)과 같은 슈퍼마켓 브랜드를 통한 유통을 추천합니다. 톱스마켓은 온라인쇼핑몰도 별도로 운영하고 있어, 온오프라인 모두 진출하기 용이합니다.

Q. 태국에서 고객사 비스킷 제품 라인을 어떤 소비자층을 타겟으로 마케팅하기 좋을지 의견을 공유해주세요.

15-25세의 청소년들 및 직장인을 겨냥하면 좋을 것 같습니다. 특히 제품 가격이 어느정도 나가기 때문에, 직장인을 특히 타겟하여 제품 홍보를 하면 효과적일 것으로 생각합니다.

Q. 태국에서 고객사 비스킷 제품 라인을 마케팅할 때 효과적인 방법과 채널이 있다면 말씀해주세요.

코로나19를 겪은 후 온라인 채널은 현재 가장 강력하고 성장하는 방식 중 하나입니다. 태국의 많은 사람이 온라인 쇼핑 시 주문의 편리함과 함께 많은 제품 할인 및 증정 프로모션이 있어 온라인 채널을 통해 구매하는 경우가 증가했습니다. 때문에, 온라인을 활용한 각종 프로모션을 진행하는 것을 추천합니다.

Interview ③

25)

오렌지게이트
(Orange Gate)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 논타부리(NONTHABURI)에 위치한 수입유통업체
 - 2020년 설립
 - Facebook을 통한 온라인 유통, 방콕 인근의 지점들을 통한 오프라인 유통
 - 주요 수입국으로 한국
 - 취급 품목으로는 라면, 스낵류, 김치, 냉동식품, 유제품, 화장품, 건강 관련 제품

담당자 정보

Importer

오렌지게이트(Orange Gate)
Importer

Q. 코로나19 이전과 비교하여 태국의 비스킷 소비와 관련하여 변화된 트렌드나 이슈가 있나요?

코로나19 기간 동안 태국 내 비스킷 스낵 소비는 전혀 변하지 않았습니다. 디저트 주문에 관해서는 여전히 평균적인 수요가 있으며 전혀 감소하지 않았습니다. 코로나 이후에도 스낵에 대한 전반적인 수요는 여전히 비슷합니다. 사람들은 보통 온라인 쇼핑을 하거나 직장에 머물거나 집에서 공부하고 활동하는 동안 스낵을 먹는 것을 좋아합니다.

Q. 태국은 CP FOOD 등 다양한 식품기업이 진출해 있는 것으로 알려져 있으며, 국산 비스킷 스낵의 소비가 높은 것으로 알고 있습니다. 태국 제품 대비 한국 비스킷 브랜드에 대한 현지 소비자들의 반응과 수요를 알려주세요.

한국 비스킷은 맛이 독특하면서도 맛있습니다. 제품의 품질이 뛰어나고 다양한 맛과 부드러운 식감이 그 이유인 것 같습니다. 이미 태국에서 유행하고 있는 한류 트렌드를 고려하더라도, 태국 소비자들은 현재 한국 비스킷에 관한 관심과 수요가 높은 편입니다.

Q. 태국에서 할랄 인증 식품의 수가 증가하고 있는 것으로 알고 있습니다. 태국에서 할랄 인증을 획득한 비스킷 브랜드가 있다면 소개 부탁드립니다.

고객사 제품과 유사한 E사의 샌드위치과자 제품 등 많은 비스킷 제품들이 할랄 인증을 획득했습니다. 인증을 받으면 할랄 식품을 찾는 고객의 호기심을 자극할 수 있습니다. 하지만 태국 시장에서 할랄 인증은 크게 필요하지 않습니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드 중 태국에서 성공한 사례가 있다면 어떤 제품인지, 성공할 수 있었던 이유를 알려주세요.

태국 비스킷 시장의 선두주자는 단연 일본의 F사입니다. 다양한 소비자에게 다가가기 위해 매스 브랜드로 포지셔닝하고 있고, 심지어는 태국에 공장을 설립하여 일반 소비자들도 쉽게 접근할 수 있는 비교적 저렴한 가격으로 제품을 판매하고 있습니다. 또한, 혁신적인 제품에 중점을 두어 딸기와 초콜릿이 코팅된 비스킷 시장을 개척한 최초의 브랜드이기도 합니다. 다양한 하위 브랜드를 통해 제품군의 다양성도 확보하였고, 모든 연령대에 아울러 접근할 수 있게 하였습니다.

Q. 수입산 비스킷 브랜드가 태국에서 실패한 사례가 있다면 어떤 제품이고, 실패한 원인을 알려주세요.

일본식 디저트 브랜드 제품을 보유한 G사가 있습니다. 매우 귀여운 모양의 디저트로 디저트의 겉면은 태국의 모찌 디저트와 비슷하면서도 빵과 섞인 케이크처럼 부드럽습니다. 부드러운 콩으로 속을 채워 단맛을 매우 좋아하는 사람에게는 최고입니다. 하지만 대부분의 태국인이 단맛을 별로 좋아하지 않는다는 점을 고려하면 태국에서는 그다지 인기가 없는 제품입니다. 쓴맛이 나는 차 와 함께 먹으면 궁합이 잘 맞을 과자입니다. 포장에 귀엽고 예쁘고 심플하며, 차를 즐겨 마시는 일본 시장에서는 성공할 수 있었지만, 태국 시장에서는 성공하지 못했습니다.

Q. 고객사 제품 5개의 제품에 대한 가격 피드백을 부탁드립니다. 태국 소비자들에게 수용 가능한 소비자가격일까요?

대부분의 한국 과자는 프리미엄 재료로 만들어졌습니다. 재료와 맛을 고려했을 때 결코 비싸지 않습니다. 5개 제품 모두 태국 소비자들이 간편히 사서 먹을 수 있는 가격대라고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP, ISO9001, FSSC22000 인증을 취득한 제품입니다. 제품 인증에 대한 피드백을 부탁드립니다.

제품 및 성분에 대한 상세한 설명과 더불어 GMP 인증이 추가로 필요합니다.

Q. 고객사의 비스킷 제품 라인을 수출할 때 어떤 유통채널을 추천하시나요?

저희와 같이 온오프라인 유통채널을 모두 가지고 있는 채널을 통해 진출하는 것을 추천드립니다. 저희는 방콕 및 인근 지역에 라차프룩(Ratchaphruek)점, 방나(Bangna)점, 라마(Rama)점 등에서 수입산 비스킷 제품이 잘 팔리고 있습니다. 온라인의 경우 facebook 홈페이지나 Line shop(@orangegate_th)도 함께 운영하고 있습니다.

Q. 태국에서 고객사 비스킷 제품 라인을 마케팅할 때 효과적인 방법과 채널이 있다면 말씀해주세요.

온라인쇼핑몰을 통한 홍보를 추천합니다. 수입산 비스킷의 경우 온라인을 통해 제품을 처음 접하는 소비자들도 많기 때문에, 온라인쇼핑몰에서 제품을 크게 홍보하고 각종 프로모션을 진행하는 것을 추천합니다.

Q. 수입 및 유통 회사로서 고객사의 비스킷 제품 라인을 구매할 경우 어떤 종류의 홍보 지원을 받고 싶는지 알려주세요.

다양한 종류의 광고 협찬과 고객사 제품의 과자 무료 샘플 제공 및 시식 기회 제공과 같은 활동을 지원받길 희망합니다.

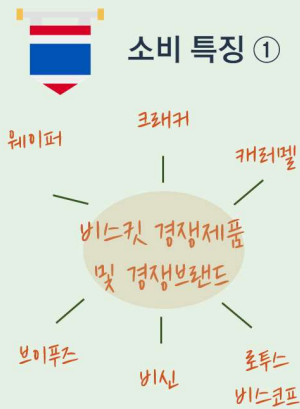
2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

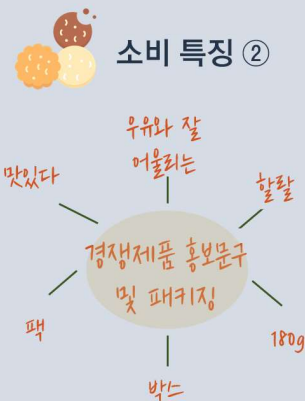
VII 시사점





① 경쟁제품: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비스킷 경쟁제품을 조사한 결과, '웨이퍼' 관련 키워드가 126건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '크래커' 관련 키워드가 123건으로 비슷하게 도출된 것이 확인되었음. 그 외 '캐러멜' 관련 키워드 41건, '초콜릿' 관련 키워드 38건 등 제과류 제품 관련 키워드 역시 높게 도출되었으며, 고객사 비스킷 일부 제품과 유사하게 크림이 들어간 '샌드위치과자' 관련 키워드도 31건 도출되었음. '샌드위치과자' 키워드가 도출된 온라인쇼핑몰 판매 제품을 확인해본 결과, 줄리(จุลิน)의 치즈샌드위치 비스킷 제품이 다수 판매되고 있는 것으로 확인되었음

② 경쟁브랜드: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비스킷 경쟁브랜드를 조사한 결과, 태국 현지 브랜드인 '바이푸즈' 관련 키워드가 306건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤를 이어 현지 브랜드 '비신' 관련 키워드가 156건 도출되었음. 이렇듯 태국 현지 브랜드 관련 키워드가 상위에 오르며, 태국에서 자국 브랜드 제품이 강세인 것으로 파악되었음. 한편, 수입산 비스킷 브랜드 관련 키워드로는 '로투스 비스코프' 관련 키워드가 132건으로 가장 많이 도출되었으며, 한국산 브랜드로는 '롯데' 브랜드가 2건 도출되었음. 롯데의 경우, 초콜릿을 넣은 코알라 모양 비스킷 제품 5가지 맛을 태국 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 것으로 나타남



① 경쟁제품 홍보문구: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비스킷 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '맛있다' 관련 키워드가 136건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 뒤이어 '우유와 잘 어울리는' 관련 키워드가 48건으로 빈출하였으며, 비슷한 키워드로 '커피와 잘 어울리는' 관련 키워드가 25건 도출되었음. 인증과 관련된 홍보문구로는 '할랄' 관련 키워드가 34건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 태국 유통채널에서 판매되고 있는 '할랄' 인증 취득 스낵 제품을 조사한 결과, 마노라(Manora) 새우칩, 타오케노이(TaoKaeNoi) 김스낵, 코개(Koh-Kae) 캔 땅콩 제품 등 태국 현지 브랜드 생산 제품이 할랄 인증을 취득해 제품을 유통하고 있는 것이 확인되었음

② 경쟁제품 패키징: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비스킷 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '팩' 관련 키워드가 171건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 이는 8g, 14g, 23g 등 용량 단위로 소포장된 제품들이 24봉, 12봉 등의 팩 단위로 묶여서 판매되는 상품 다수이기 때문인 것으로 분석됨. 뒤이어 '박스' 관련 키워드가 99건으로 빈출하였음. 한편 현지 비스킷 경쟁제품 패키징 단위 관련 키워드로는 '100g' 관련 키워드가 154건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '125g' 관련 키워드가 37건 도출된 것이 확인되었음

태국 일류소비재 소매유통채널 유통 비중



태국 내 고객사 비스킷 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '전통 상점'의 점유율이 40.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 24.0%, '편의점', '미니 마트' 등을 포함한 '기타 현대식 상점'이 21.0%의 점유율을 차지하였음. '온라인' 유통채널 점유율은 6.0%로 다른 유통채널보다 낮은 비중을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 태국에서는 전반적으로 '전통 상점'과 '현대식 상점'을 통한 거래가 비슷한 비율로 이루어지는 것이 확인되었으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(36.0%)보다 비중이 현저히 낮은 것으로 조사되었음



- ▶ Point 1) 태국 사전 수입허가서 발급 必
- ▶ Point 2) 태국 보건부에
식품 생산 안전 인증서 제출
- ▶ Point 3) 강제 인증 無
- ▶ Point 4) 라벨 태국어 표기 必

진입장벽



태국으로 일반 식품 수출 시, 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며 사전 수입허가서 발급이 필요한 것으로 나타남. 또한 수입 이후에도 정기 및 부정기 심사로 사후심사를 하고 있어 수입 이후에도 철저한 관리가 필요한 것으로 조사되었음. 한편 수입산 식품은 태국 보건부의 지침에 따라 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해 수입해야 하며, 규정에 의거 지정된 발행기관의 생산 기준 확인서 또는 인증서의 사본 제출이 필요한 것으로 나타남. 한편, 태국 내 일반 식품을 판매하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 제품 라벨링의 경우 제품명, 식품 일련번호, 생산업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소, 순중량, 성분, 식품첨가물 알레르기 정보, 인공 조미료, 유통기한 등이 기재되어야 하며, 표기 시 태국어로 작성되어야 함

수출 확대 전략

제품 트렌드
&
제품 피드백



Point 01 제품 트렌드 태국 현지 비스킷 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 코로나19 이후 태국 소비자들이 비스킷 소비 시 온라인 유통채널을 통한 제품 구매가 증가한 것으로 나타남. 비스킷을 포함한 스낵류의 수요 변화에 대한 질문에 인터뷰 응답자들은 변화가 없다는 의견과 경제 악화로 인한 소비 감소가 진행되고 있다는 의견이 혼재되었음. 태국에서 성공한 수입산 비스킷 브랜드로는 잭 앤 질(Jack 'n Jill), 펀오(Fun O) 등 저렴한 가격대의 다양한 비스킷 제품을 보유한 필리핀의 유알씨(URC), '제품을 비틀어 크림을 우유에 찍어 먹는다'는 홍보문구로 크게 히트한 오레오(Oreo), 태국에서 딸기 및 초콜릿 코팅 비스킷 시장을 처음으로 개척하고 태국 현지에 공장을 설립하여 제품 가격대를 저렴하게 제공하고 있는 글리코(Glico)가 꼽혔음. 반면, 태국에서 실패한 수입산 비스킷 브랜드로는 트렌드 파악 실패 및 마케팅 실패로 인기가 줄어든 말레이시아의 아폴로 웨이퍼(Apollo Wafer), 높은 가격으로 인기가 줄어든 델피초코미니(Delfi Choco Mini), 단맛이 강해 태국 소비자들의 입맛을 사로잡지 못한 일본 메이카 히요코(Meika Hiyoko) 브랜드가 꼽혔음. 한편 태국에서 할랄 인증을 취득해 유통되고 있는 수입산 비스킷 브랜드로 오레오(Oreo), 줄리(Julie's), 톨리(Tully), 로투스 비스코프(Lotus biscoff) 등이 꼽혔음. 고객사의 태국 시장 진출을 위한 할랄 인증 취득 여부와 관련해 인터뷰 응답자들의 의견은 틈새시장용으로 크게 필요하지 않다는 의견과 인증 취득 시 제품 진출에 유리하며 최신 추세라는 의견으로 엇갈렸음

Point 02 제품 피드백 태국 현지 비스킷 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 한국 스낵 제품들은 한류의 영향에 힘입어 활발히 소비되는 것으로 나타났으며, 한국 디저트 제품들이 독특하고 뛰어난 맛으로 태국 소비자들에게 유행하고 있는 것으로 조사되었음. 고객사 비스킷 제품 5개의 가격(2,500~3,300원)과 관련해 태국 시중 판매 브랜드보다는 눈에 띄게 높은 가격이나, 한국 제품이기 때문에 태국 소비자들에게 충분히 수용 가능한 가격인 것으로 나타남. 고객사 비스킷 5개 제품의 맛과 관련해서는 인터뷰 응답자 3명 모두 5개 제품의 맛에 대해 긍정적인 피드백을 주었으며, 특히 '쁘또 치즈 타르트' 제품이 강한 향과 달지 않은 맛 등의 이유로 태국 소비자들에게 가장 선호될 제품으로 꼽혔음. 고객사 제품 취득 인증과 관련해서는 GMP 인증을 보완하면 좋을 것 같다는 의견이 많았으며, 타겟 소비층으로는 가격대가 있는 고객사 제품을 구매할 수 있는 직장인 등 성인을 타겟하라는 의견이 지배적이었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Snack Food Thailand」, 2023.05
2. 에이치에이치와이티(HHWT), '14 Must-Try Muslim-Friendly Street Food In Bangkok', 2023.06
3. 에이치에이치와이티(HHWT), '16 Halal Snacks You Must Buy At Bangkok's Big C Supermarket', 2022.11
4. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
5. 스탓티스타(Statista), 「Market Insights: Thailand Online Revenue Share-Snack Food」, 2022
6. 한국농수산식품유통공사, 「2022년 태국 국가 심층조사」, 2022.07
7. 한국농수산식품유통공사, 「2022년 태국 국가 심층조사」, 2022.07

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 라자다 태국(Lazada) (www.lazada.co.th)
5. 빅씨(Big C) (www.bigg.co.th)
6. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
7. 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express) (www.lotuss.com)
8. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
9. 테스코(Tesco) (www.tesco.com)
10. 세븐일레븐(7-Eleven) 태국 (www.7eleven.co.th)
11. 월스트리트저널(Wsj) (www.wsj.com)
12. 방콕헤럴드(Bangkok Herald) (bangkokherald.com)
13. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
14. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)
15. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
16. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
17. 쇼피 태국(Shopee) (www.shopee.co.th)
18. 태국 식품의약품국(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)
19. 태국 농업협동부(MOAC: The Ministry of Agriculture and Cooperative) (www.moac.go.th)
20. 태국 식약청(FDA Thailand) (www.fda.moph.go.th)
21. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
22. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
23. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
24. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
25. 태국 이슬람중앙회(CICOT: The central Islamic Council of Thailand) (www.halal.co.th)
26. 프로타이(Pro Thai) (www.prothai.co.th)
27. 센트럴푸드리테일(Central food Retail) (www.corporate.tops.co.th)
28. 오렌지게이트(Orange Gate) (www.facebook.com/OrangeGateTH/about)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.08.18

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea