

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-28
품목 | 비건 캔햄(Vegan Canned Ham)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 태국(Thailand)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 태국 육류 시장규모	06
2. 태국 육류 대체품 시장규모	07
3. 태국 비건 캔햄 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 경쟁제품 키워드, '비건 돼지고기', '생선' 빈출	12
2. '채식' 및 '맛' 관련 홍보문구 키워드 다수	13
3. '상자' 및 '봉지' 형태의 패키징이 일반적	14
4. 대체육, 태국 식품업계에서 주목	15

IV. 유통채널

1. 태국 비건 캔햄 유통채널 점유율	17
2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 태국 비건 캔햄 통관 및 검역 절차	31
2. 태국 비건 캔햄 품질 인증	34
3. 태국 비건 캔햄 라벨링	38
4. 태국 비건 캔햄 성분 및 유해물질	44

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 제이푸드마켓(Jfoodmarket)	49
2. 위고비건(Wegovegan)	51
3. 앱솔루트플랜트(Absoluteplant)	53

VII. 시사점

1. 시사점	56
--------	----

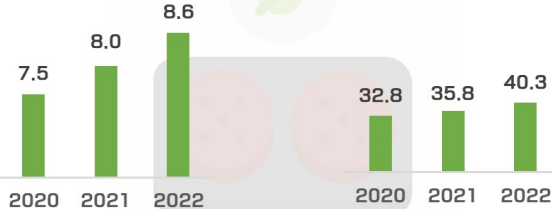
※ 참고문헌	58
--------	----

태국 비건 캔햄 시장

시장 현황

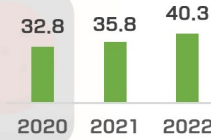
육류 시장규모

단위 : 십억 달러



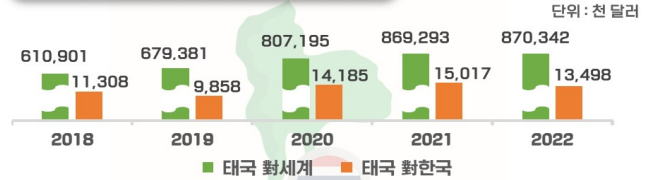
육류 대체품 시장규모

단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

품목 트렌드

비건 식품 수요

태국 소비자들은 건강 및 종교적 이유로 비건 식품을 구매
현지 기업 비건 시장 진출
엔알에프(NRF), 타이 유니온 (Thai Union) 등이 진출

빅데이터 분석

비건 돼지고기

비건 소시지
비건 미트볼
비건 생선
비건 닭고기
비건 버섯
비건 치즈
비건 빵

채식주의

맛있다
양념이 된
홍보문구
단백질 함유
신선한
식물 기반

상자

봉지
통조림
패키징
400g
450g
500g

* 소피 태국 비건 캔햄 경쟁제품 364건 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



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 :



Point 01.

고객사 제품 수요 코로나19 이후 건강 관리 트렌드에 따라 육류 미포함 음식에 대한 수요가 늘었으며, 대체육 제품 중에는 조리 완성 제품 수요가 높음
고객사 제품 타겟층 특정 연령대 구분 없이 모든 연령대의 채식주의자 및 건강한 음식을 선호하는 소비자를 타겟층으로 설정하는 것을 추천함
고객사 제품 적정 유통채널 제품 인지도가 높지 않은 제품은 일반 유통채널보다 비건 식품을 전문적으로 취급하는 유통채널로 진출하는 것을 추천함

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 태국 현지에서 적정 가격이란 의견이 지배적임
고객사 제품 포장 피드백 경쟁제품 포장은 대체적으로 플라스틱 파우치 포장이기 때문에, 고객사 제품 포장인 알루미늄 캔 포장은 현지에서 다소 생소함
고객사 제품 홍보문구 피드백 성분을 강조하는 홍보문구에 대해 제품의 맛과 소비자 친화적인 제품임을 강조하는 홍보문구로 보완하는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 태국 육류 시장규모
2. 태국 육류 대체품 시장규모
3. 태국 비건 캔햄 수입규모

1. 태국 육류 시장규모

태국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 태국 육류 시장규모 11.3조 원, 연평균 4.9% 성장

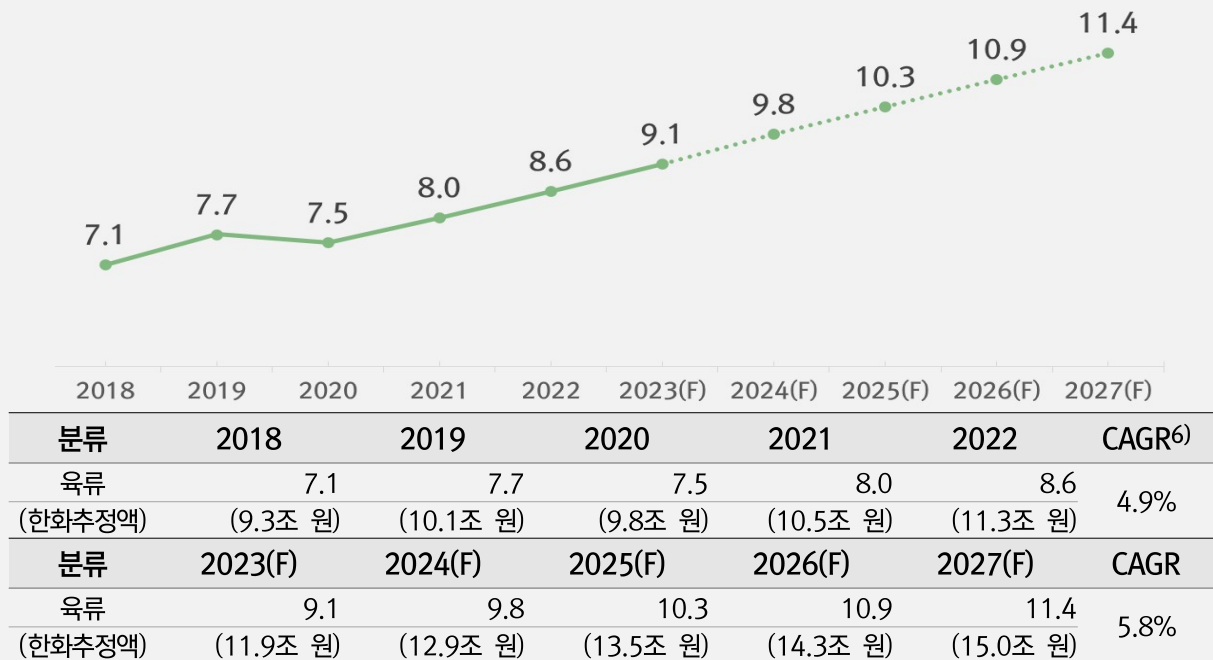
2022년 기준 태국의 육류 시장규모는 11.3조 원에 달했으며, 전년 대비 7.5% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 태국 육류 시장의 연평균 성장률은 4.9%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 10.2조 원을 기록함

▶ 태국 육류 시장규모, 향후 5년간 5.8%씩 성장 예상

태국 육류 시장은 최근 5년(2018-22년)간 성장과 감소가 반복되었으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.2배 증가한 것으로 나타남. 태국 육류 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.8%씩 성장하여 2027년 15.0조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 태국 육류 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '비건 캔햄'은 분리대두 단백질이 주요 성분인 캔햄 대체품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '육류 대체품'의 시장규모와 상위품목인 '육류'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Meat_Thailand」, 2023.05

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 태국 육류 대체품 시장규모

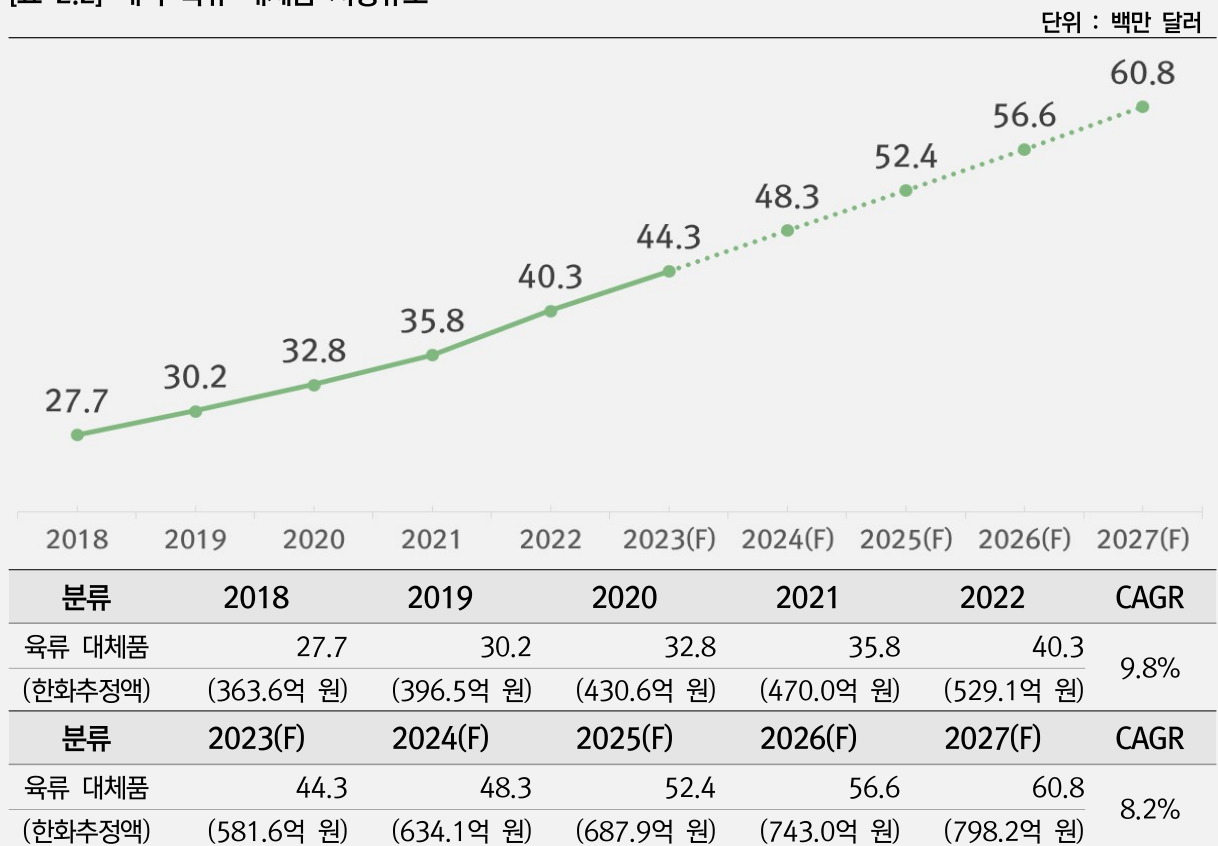
▶ 태국 육류 대체품 시장규모 529.1억 원, 연평균 9.8% 성장

2022년 기준 태국 육류 대체품 시장규모는 529.1억 원에 달했으며, 전년 대비 12.6% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 태국 육류 대체품 시장의 연평균 성장률은 9.8%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 438.0억 원을 기록함

▶ 태국 육류 대체품 시장규모, 향후 5년간 8.2%씩 성장 예상

태국 육류 대체품 시장은 최근 5년(2018-22년)간 감소세 없이 꾸준히 성장하였으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.5배 증가한 것으로 나타남. 태국 육류 대체품 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 8.2%씩 성장하여 2027년 798.2억 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 태국 육류 대체품 시장규모



자료: 스탯ISTA(Statista)

3. 태국 비건 캔햄 수입규모

비건 캔햄 HS CODE ①

해당 장에서 비건 캔햄은 HS CODE 2106.90 및 2106.10으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 태국 對글로벌 HS CODE 2106.90 수입액, 연평균 성장률 9.3%

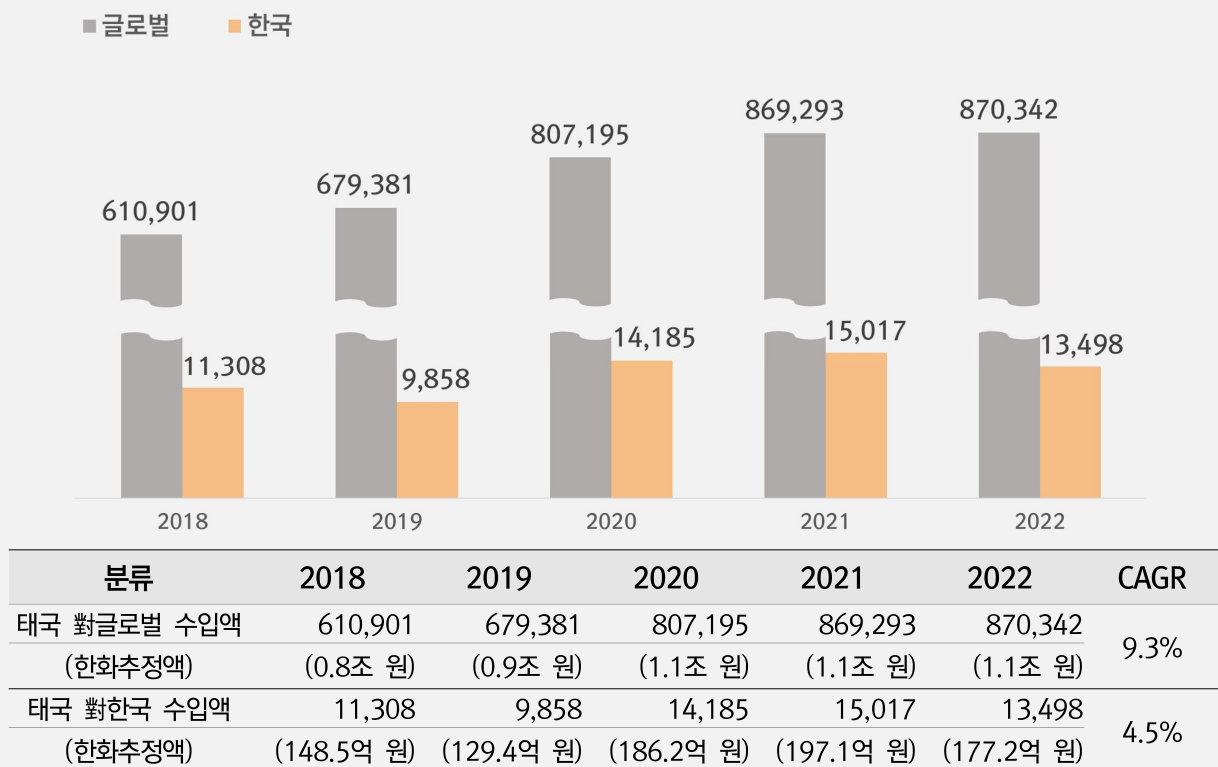
태국에서 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 9.3%를 보였으며, 2022년에는 1.1조 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 꾸준히 성장세를 보이고 있으며, 2022년에는 전년 대비 0.1% 성장한 것으로 나타남

▶ 태국 내 HS CODE 2106.90 수입액 중 한국산 점유율 11위

최근 5년(2018-22년)간 태국 對한국 HS CODE 2106.90 기준 평균 수입액은 167.7억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 4.5%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 177.2억 원, 수입액 점유율 1.6%로 태국 對글로벌 수입액 점유율 11위를 기록함. 한편, 2022년 기준 태국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 싱가포르(3,536.2억 원, 30.9%), 2위는 미국(2,135.4억 원, 18.7%), 3위는 중국(1,021.7억 원, 8.9%)으로 나타남

[표 2.3] 태국 HS CODE 2106.90 수입규모⁷⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

7) 자료: ITC(International Trade Centre)

비건 캔햄 HS CODE ②

해당 장에서 비건 캔햄은 HS CODE 2106.90 및 2106.10으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.10-9030의 품명은 텍스처화한 단백질계 물질로 확인

▶ 2018-22년 태국 對글로벌 HS CODE 2106.10 수입액, 연평균 성장률 29.3%

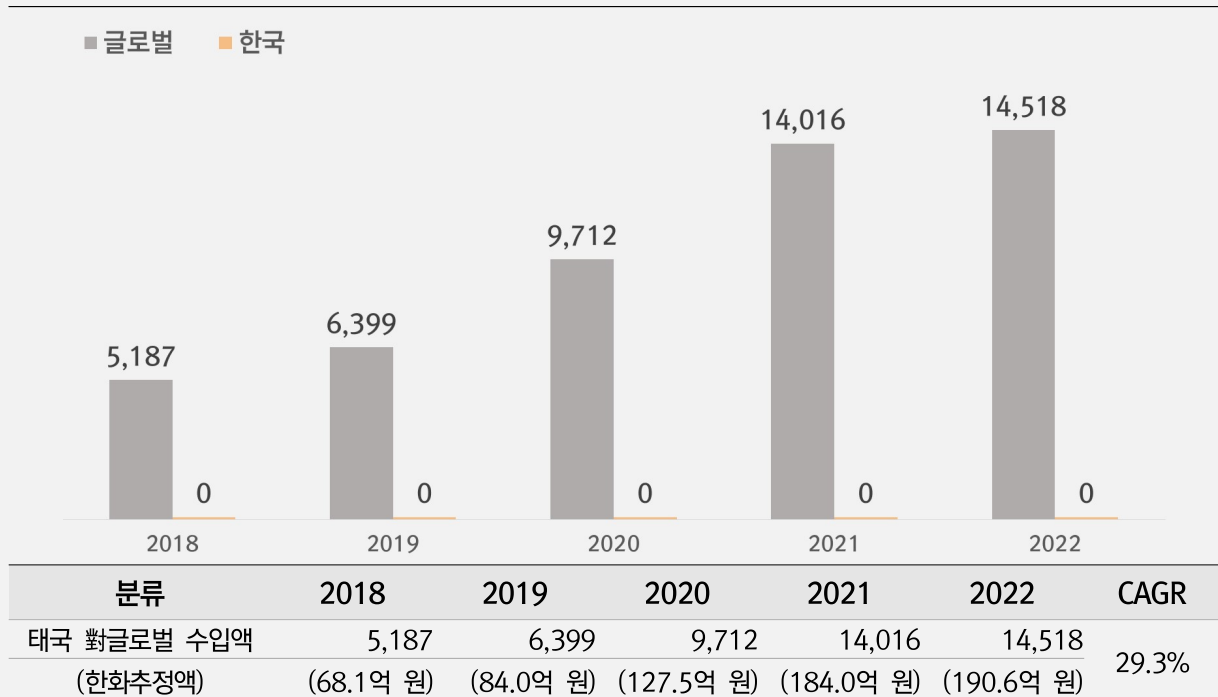
태국 내에서 HS CODE 2106.10 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 29.3%를 보였으며, 2022년에는 190.6억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 꾸준히 성장세를 보이고 있으며, 2022년에는 전년 대비 3.6% 성장한 것으로 나타남

▶ 태국 내 HS CODE 2106.90 수입액 중 중국산 점유율 1위

최근 5년(2018-22년)간 태국 對한국 HS CODE 2106.10 품목 수입액은 집계되지 않은 것으로 나타남. 2022년 기준 태국 내 품목 수입액 1위는 중국으로, 수입액 74.3억 원, 수입액 점유율 39.0%를 보였음. 한편, 2022년 기준 태국 對글로벌 품목 수입액 점유율 2위는 미국(46.6억 원, 24.4%), 3위는 스위스(16.5억 원, 8.6%), 4위는 네덜란드(9.0억 원, 4.7%)로 나타남

[표 2.4] 태국 HS CODE 2106.10 수입규모⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 경쟁제품 키워드, '비건 돼지고기', '생선 빈출
2. '채식' 및 '맛' 관련 홍보문구 키워드 다수
3. '상자' 및 '봉지' 형태의 패키징이 일반적
4. 대체육, 태국 식품업계에서 주목

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 태국 온라인매장 입점 비건 캔햄

- 데이터 수집 키워드 : 비건 고기(เนื้อสัตว์)
- 데이터 수집량 : 364건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인쇼핑몰 쇼피 태국(Shopee)

▶ 태국 온라인매장 입점 비건 캔햄 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 홍보문구 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/태국어)		빈도	키워드 (국문/태국어)		빈도
경쟁제품	비건 돼지고기	หมู	84	비건 미트볼	Meatball	19
	비건 생선	ปลา	34	비건 삼겹살	หมูสามชั้น	14
	비건 소시지	ไส้กรอก	52	비건 완자	ลูกชิ้นปลา	13
	비건 닭고기	ไก่	33	두부	เต้าหู้	11
	버섯	เห็ด	32	비건 새우	กุ้ง	7
홍보문구	채식주의	มังสวิรัติ	638	양념이 된	ปรุงรส	50
	맛있다	อร่อย	208	콩 사용	ถั่ว	43
	단백질 함유	โปรตีน	160	전국 배송 가능	ทั่วประเทศ	32
	식물 기반	Plant Based	114	다양한 메뉴로 사용 가능	เมนูต่างๆ	25
	신선한	สด	93	방부제 없음	วัตถุกันเสีย	12
패키징	상자	กล่อง	80	1kg	1kg	20
	500g	500g	62	120g	120g	9
	봉지	ถุง	53	600g	600g	7
	450g	450g	37	480g	480g	6
	400g	400g	27	통조림	กระป๋อง	3

1. 경쟁제품 키워드, ‘비건 돼지고기’, ‘생선’ 빈출

▶ 태국 비건캔햄 경쟁제품, ‘비건 돼지고기’ 가장 많아

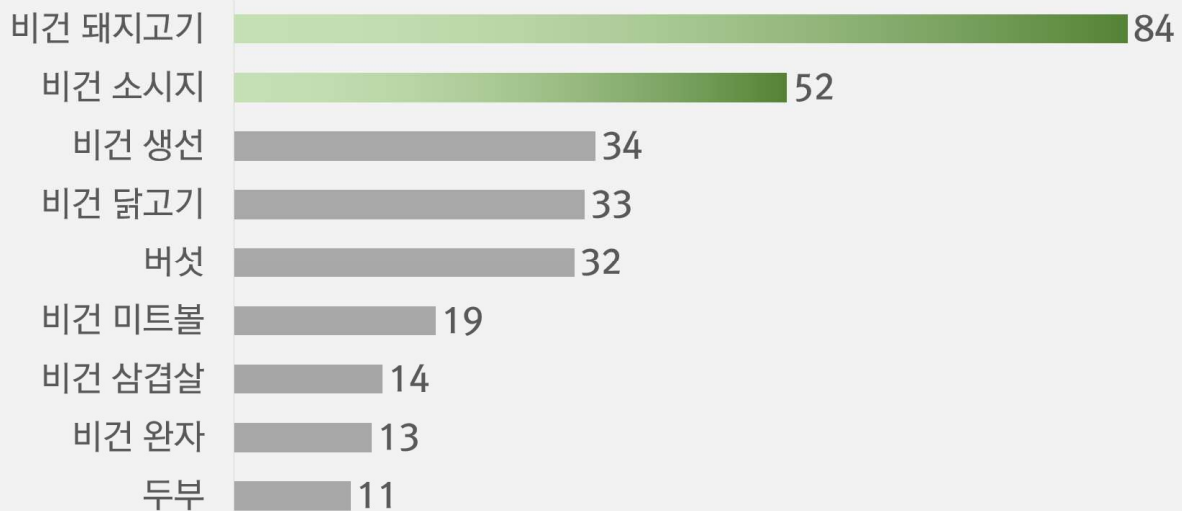
- 다른 대체육에 비해 ‘비건 돼지고기’가 84건으로 압도적 빈출
- 실제 ‘비건 돼지고기’ 제품 확인 결과, 조리가 간편한 다진고기 형태 다수

▶ 비건 생선, 비건 닭고기, 버섯 등 다양한 대체육 판매 중

- 비건 돼지고기를 비롯해, 생선, 닭고기, 미트볼 등 다양한 육류 형태의 대체육 판매 중
- 각 대체육 제품 확인 결과, 민물고기, 간편 포장 닭가슴살, 간장구이 치킨, 완자 형태 등 다양

비건 돼지고기		비건 생선		비건 닭고기	
					
제품명	비건 돼지고기 다짐육	제품명	비건 민물고기	제품명	비건 닭가슴살
브랜드	옴니미트(Omnimeat)	브랜드	제이팁(เจี๊ยะทีบ)	브랜드	크루아태(Krua Tae)
용량	1kg	용량	400g	용량	85g
가격	297바트(1만 941원 ⁹⁾)	가격	169바트(6,225원)	가격	59바트(2,173원)

[표 3.1] 태국 판매 비건 캔햄 경쟁제품 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건 캔햄’ 경쟁제품 관련 게시글 364건 분석

9) 1바트=36.84원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '채식' 및 '맛' 관련 홍보문구 키워드 다수

▶ 태국 비건 캔햄 경쟁제품, '채식주의' 키워드로 가장 많이 홍보

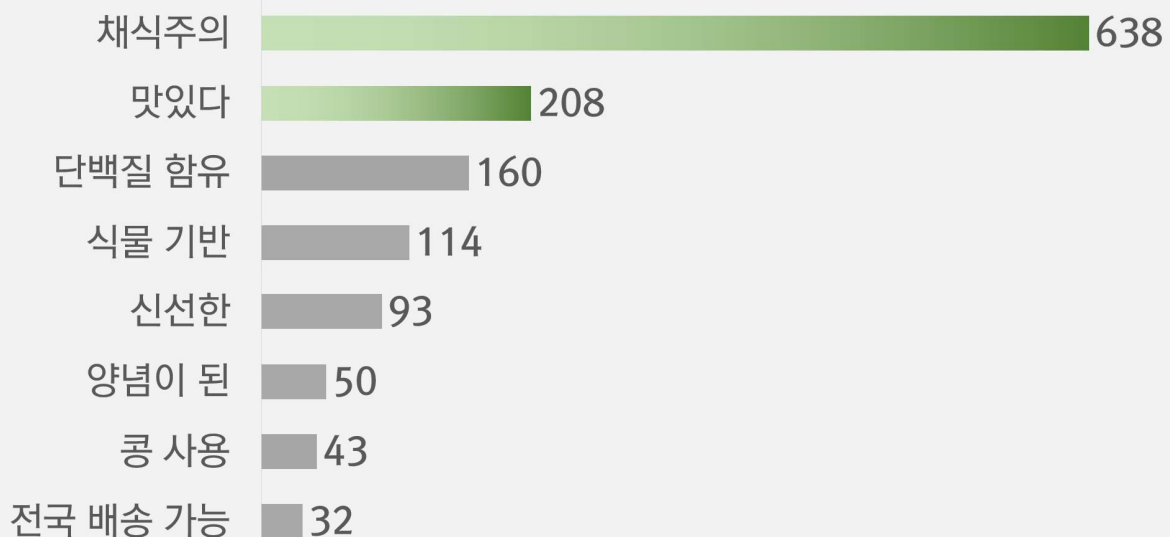
- 동물성 식품 미함유 강조하는 '채식주의' 키워드 638건 빈출
- '단백질 함유', '식물 기반', '콩 사용' 등 비건 소비자를 타깃으로 한 키워드 다수

▶ 그 외 '맛있다', '양념이 된' 등 맛을 강조한 제품도 다수

- 제품의 맛을 강조하는 '맛있다' 키워드 208건 빈출
- 관련 제품들 중에는 간장 양념 등 비건 대체육에 양념한 가공 제품이 대부분인 것으로 조사
- 이와 관련해 '양념이 된' 키워드가 50건 도출

채식주의		맛있다		단백질 함유	
					
제품명	100% 식물성 다진 고기	제품명	비건 돼지고기 구이	제품명	소시지 대체품
브랜드	씨피(CP)	브랜드	톤손(TONSON)	브랜드	비온드미트(Beyond Meat)
용량	220g	용량	300g	용량	200g * 2팩
가격	75바트(2,763원)	가격	150바트(5,526원)	가격	229바트(8,436원)

[표 3.2] 태국 판매 비건 캔햄 홍보문구 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '비건 캔햄' 경쟁제품 관련 게시글 364건 분석

3. ‘상자’ 및 ‘봉지’ 형태의 패키징이 일반적

▶ 태국 비건 캔햄 제품, ‘상자’, ‘봉지’ 패키징 제품 다수

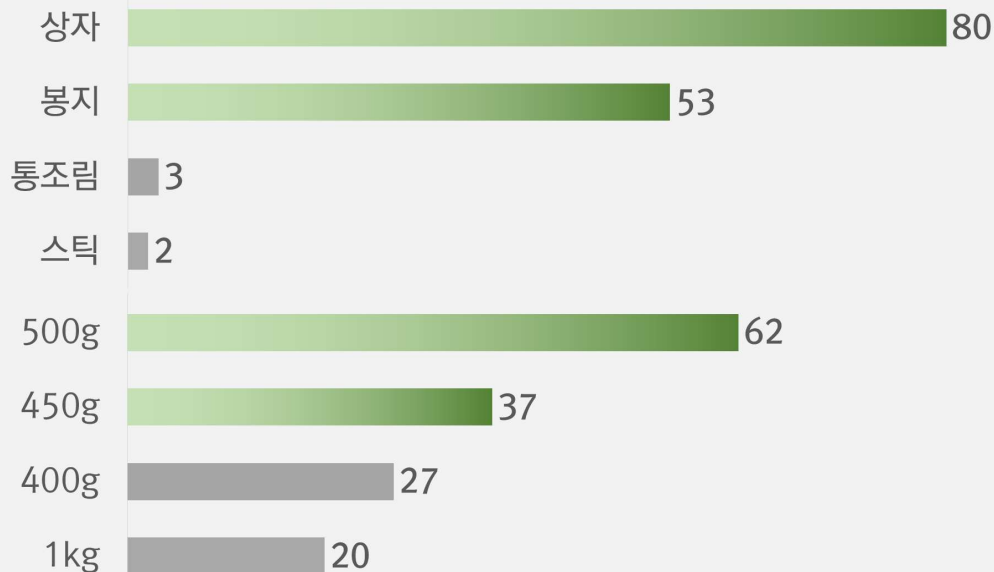
- ‘봉지’ 패키징보다 빈도수 높은 패키징은 ‘상자’
- ‘상자’ 패키징 형태는 주로 플라스틱 포장에 종이 겹봉을 사용한 형태가 대부분인 것으로 조사
- ‘봉지’ 패키징은 비건 소시지, 미트볼 등 제품 형태와 상관없이 골고루 도출

▶ 태국 비건 캔햄 제품 용량, 400~500g 가장 선호

- 태국 비건 캔햄 경쟁제품 용량 키워드, ‘500g’, ‘450g’, ‘400g’ 순으로 유사 용량 다수 빈출
- 냉동제품 중에서는 ‘1kg’ 대용량 제품도 등장

상자		봉지		500g	
					
제품명	비건 고기완자	제품명	비건 돼지힘줄 조림	제품명	비건 소시지
브랜드	앱솔루트플랜트 (absolute plant)	브랜드	요타(โยต้า)	브랜드	렛츠플랜미트 (Let's Plan Meat)
용량	180g	용량	450g	용량	500g
가격	87바트(3,205원)	가격	155바트(5,710원)	가격	210바트(8,114원)

[표 3.3] 태국 판매 비건 캔햄 패키징 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건 캔햄’ 경쟁제품 관련 게시글 364건 분석

4. 대체육, 태국 식품업계에서 주목

BCG(Bio-Circular-Green) 이코노미 모델¹⁰⁾

태국 정부가 2021년 1월 국가 의제로 채택한 '포스트 코로나 시대 지속가능한 신성장동력 경제 모델임. 재생 가능 생물학적 자원을 활용한 고부가가치 제품 생산(Bio), 청정 기술을 활용한 생산력 극대화 및 폐기물 최소화와 재활용 추구(Circular), 경제·사회·환경의 균형을 유지하며 지속가능한 발전 추구(Green) 등 3가지 경제 모델로 구성됨

▶ '건강'과 '종교적 이유'로 비건 식품을 택하는 태국인들

태국 소비자들 사이 식물성 대체육을 비롯한 비건 식품을 구매하는 가장 큰 이유는 '건강'(69.5%)과 '종교적 이유'(27.0%)인 것으로 나타남. 마켓버즈(MarketBuzz)의 설문조사에 따르면, 태국인의 68.0%가 육류를 섭취하지만 이 중 65.0%가 육류 섭취를 줄일 의향이 있다고 답함

▶ 태국 현지 식품 제조 기업들의 대체육 시장 진출 활발

최근 태국 현지 식품 제조 기업들의 대체육 시장 진출이 활발히 진행되고 있는 것으로 나타남. 태국 기업 엔알에프(NRF)는 대체육 전문 업체 최초로 2020년 태국 증시에 상장함. 또한 세계 최대 참치 통조림 회사인 타이 유니온(Thai Union)도 세포 배양육 시장에 발을 들임. 현재 태국에서 유통되고 있는 대체육 제품의 주재료는 대두, 완두, 쌀, 표고버섯, 치마버섯 등이 있음. 원재료를 단순 가공하는 형태의 제품이 대다수임. 미국산 대체육 제품도 태국에 진출한 바 있으나 비싼 가격과 현지화 부족으로 큰 인기를 끌지는 못함. 태국의 대체육 제품은 1kg당 300~500바트 수준으로, 비싼 가격 탓에 대형 슈퍼마켓이나 건강식품 유통점에서 주로 판매되고 있음. 한편, 2021년 1월 태국 정부는 'BCG(Bio-Circular-Green) 이코노미 모델'을 국가 의제로 채택함. 4대 핵심산업 중 하나인 '농업 및 식품' 분야는 대체육을 비롯한 태국의 식품산업에 새로운 성장 동력을 제공할 것으로 보임¹¹⁾¹²⁾

[표 3.4] 태국에서 활발하게 유통되고 있는 식물 기반 대체육 제품



자료: 브랜드인사이드(Brand Inside)

10) 자료: 팜뉴스(Pharmnews), '[시장정보] 포스트 코로나 시대 태국 BCG 이코노미 모델', 2021.07

11) 자료: 호텔앤레스토랑(Hotel&Restaurant), '태국 식품업계 대세가 된 대체육', 2022.07

12) 자료: 브랜드인사이드(Brand Inside), 'สองเทรนด์ ตลาดกินเจ กับพฤติกรรมการบริโภค กินอาหารเจ-มังสวิรัติ และ Plant-based มากแค่ไหน', 2022.09

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



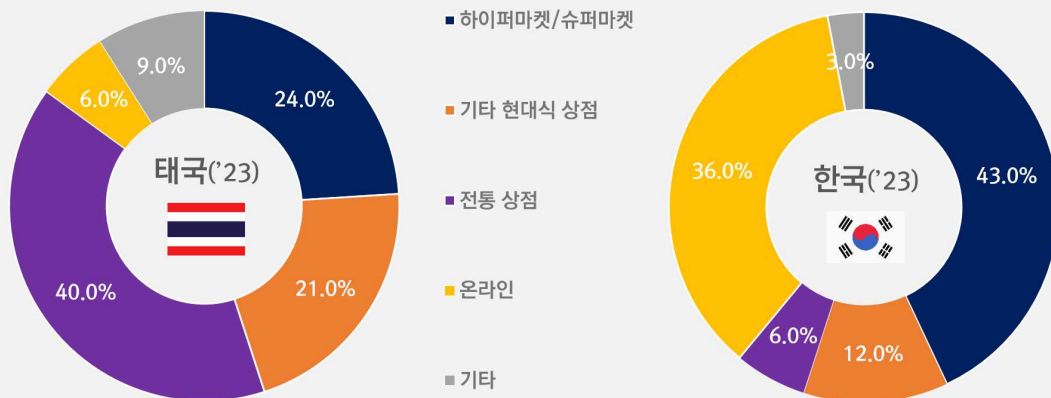
1. 태국 비건 캔햄 유통채널 점유율
2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널

1. 태국 비건 캔햄 유통채널 점유율

▶ 태국 비건 캔햄 유통채널, '전통 상점'이 1위 기록

2023년 1분기 기준, 태국 비건 캔햄을 포함한 일용소비재(FMCG)¹³⁾ 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 비건 캔햄 소매유통채널 점유율



태국 및 한국 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾

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)

13) 일용소비재(FMCG)는 소비의 속도가 빠른 비내구성 소비재를 의미하며 음식, 음료수, 담배, 의약품 등을 포함함

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

15) '비건 캔햄'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 두 국가 모두 '일용소비재'의 유통채널 정보를 확인함

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

17) '현대식 상점'에는 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

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

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ① 센트럴백화점

기업 기본 정보	기업명	센트럴백화점(Central)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.central.co.th/th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('22) • 2,362억 4,500만 바트(8조 7,033억 원 ¹⁹⁾) ²⁰⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 약 21개	
기업 요약	• 1927년 첫 매장 오픈 • 젊고 부유한 고객을 대상으로 한 고급화 전략과 필요한 것을 모두 구매할 수 있도록 하는 '원스톱 쇼핑' 전략을 활용 • 물건 구입 시, 무료 선물 포장 서비스 제공 • 태국 최초의 고정가격 운영전략으로 고객의 신뢰를 얻음 • 2023년 센트럴백화점 어플에서 디지털 쿠폰 발급 서비스 진행 중 • 2023년 8월 어버이날을 맞이하여 음식가 프로모션 제공 • 페이스북, 인스타그램 등의 SNS를 통하여 매달 진행되는 이벤트 공지		
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 침구, 가전제품, 가구, 식료품 등	
	선호 제품	• 실생활과 밀접한 고급 제품, 답례품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: contact@central.co.th	

자료: 센트럴백화점(Central)

사진 자료: 센트럴백화점(Central)

19) 1바트=36.84원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ② 더몰

기업 기본 정보	기업명	더몰(The Mall)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.themall.co.th		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('22) • 7억 2,640만 달러(9,536억 원 ²¹⁾) 기타 규모 • 매장 수('22): 6개 • 직원 수('22): 3,637명		
기업 요약	• 1981년 6월 25일 첫 개점 • 2009년 국제 백화점 협회 회원 등록 • 쇼핑, 엔터테인먼트, 식사, 서비스, 이벤트 등으로 재미있는 공간을 제공함 • 인근 중산층 가정과 대학생들을 대상으로 즐길 수 있는 커뮤니티 몰로 자리매김함 • 홈페이지 내에서 뉴스레터 구독 신청 가능 • 2022년 Asia Pacific Enterprise Awards Thailand 영감을 주는 브랜드 부문 수상 • 2022년 4월 Allegro그룹과 합병			
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 악세서리, 핸드백, 식료품 등		
	선호 제품	• 젊은층에게 선호도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-2-487-1000		

자료: 더몰(The mall), 줌인포(Zoominfo)

사진 자료: 더몰(The mall), 애스매그(Asmag.com)

21) 1달러=1,312.80원(2023.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ③ 빅씨

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bigc.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 - 매장 수('22): 153개 - 직원 수('22): 1,370명	
	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 - 빅씨 타운센터를 운영하여 매장 내 실내외 공간 임대 사업을 실시함 - 홈페이지 내에서 뉴스레터 구독 신청 가능 - 인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통해 매달 빅씨 프로모션 공지 및 할인 상품 정보 제공	
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	- 유선 연락을 통한 직접 등록 - 등록 시 필요한 일반적인 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: +66-2-146-5959(본사), +66-2-655-0666 - 팩스: +66-2-650-0666 - 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th	

자료: 빅씨(BigC)

사진 자료: 빅씨(BigC)

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ④ 탑스

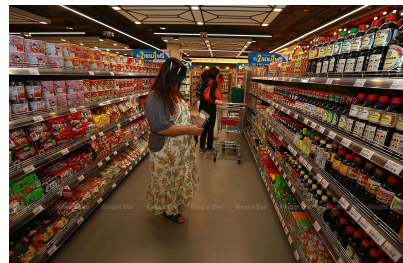
기업 기본 정보	기업명	탑스(Tops)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.tops.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	매출액('22)	• 2,362억 4,500만 바트(8조 7,033억 원) ²²⁾
		기타 규모	• 매장 수('22): 120개
	기업 요약	• 1996년 설립된 슈퍼마켓 업체 • 센트럴 리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영 • 오프라인과 온라인 모두 운영 중 • 온라인몰 홈페이지 내 뉴스레터 구독 시, 할인 제공 • 매달 할인 프로모션 진행	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 위생용품, 주류, 조미료 등	
	선호 제품	• 유기농 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행 (www.tops.co.th/en/contact) - 홈페이지 내 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 - 전화번호: +66-2-831-7300, +66-2-660-1000(본사)	

자료: 탑스(Tops)

사진 자료: 탑스(Tops)

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

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑤ 푸드랜드

기업 기본 정보	기업명	푸드랜드(Foodland)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.foodland.co.th	
	위치	방콕(Bangkok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 23개	
	기업 요약	- 오프라인과 온라인몰 모두 운영 중 - 오프라인 몰은 24시간 운영하는 매장도 있음 - 온라인 몰 17시 이전 주문 시 익일 배송 가능	
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 육류, 과일류, 해물류, 스낵류, 베이커리류 등	
	선호 제품	신선식품, 육류, 해물류	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +66-2-530-0220 - 이메일: CRM@foodland24hours.com - 팩스: +66-2-539-0837	

자료: 푸드랜드(Foodland), 스탯ISTA(Statista)

사진 자료: 푸드랜드(Foodland), 방콕포스트(Bangkok Post), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

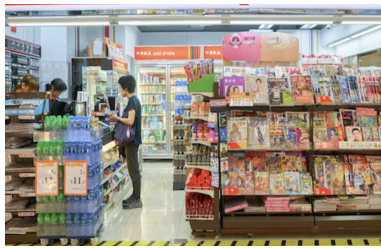
2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑥ 테스코로터스익스프레스

기업 기본 정보	기업명	테스코로터스익스프레스 (Tesco Lotus Express)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.lotuss.com/en		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('22)	• 27억 8,667만 바트(1,027억 원)	
기업 요약	기타 규모	• 매장 수('22): 2,100개		
	• 2021년 테스코의 아시아 경영권을 CP그룹이 인수하게 되면서 상호명을 로터스(Lotus's)로 변경 • 에어로빅 댄스와 운동 시설과 같은 오락 프로그램 제공 • 로터스 코인 제도를 시행해 100바트 당 1로터스 코인으로 사용 가능 • 로터스 자체 브랜드 제품 판매 • 현재 전국 31개의 기존 매장 외관 등 수정 작업 진행 중			
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동제품, 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 본사 직접 방문 - 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: +66-2-917-6135 - 주소: (본사)Ramkhamhaeng Road, 10510 Khet Min Buri, Thailand		

자료: 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express), 미국농무부(USDA), 테스코(Tesco)

사진 자료: 테스코로터스익스프레스(Tesco Lotus Express)

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑦ 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) ²³⁾ 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	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 베이커리류, 커피류 등	
	선호 제품	• 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: +66-2-826-7744 - 이메일: FAQ@7eleven.co.th	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 월스트리트저널(WSJ)

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

23) 모기업인 CPALL의 2022년 통합 매출액임

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑧ 씨피프레쉬마트

기업 기본 정보	기업명	씨피프레쉬마트(CP Freshmart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.cpfreshmartshop.com		
	위치	방콕(Bangkok)		
	규모	매출액('22)	• 8억 5,260만 바트(314억 원) ²⁴⁾	
		기타 규모	• 매장 수('22): 700개	
기업 요약	• 농업 및 식품 대기업 씨피올(CPAll) 그룹의 자회사로 빠르게 성장 중 • 냉동식품보다 냉장식품에 중점을 두고 있음 • 온라인 매장 배달서비스, 지역 커뮤니티 냉장고 서비스 시행 중			



매장정보	입점 가능 품목	• 유제품류, 육류, 해물류, 디저트, 식선식품, 즉석식품, 가정용품 등	
	선호 제품	• 육류, 해물류 등	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: cpfreshmartonline@gmail.com
-------------	---------------------	--

자료: 씨피프레쉬마트(CP Freshmart), 줌인포(Zoominfo)

사진 자료: 씨피프레쉬마트(CP Freshmart), 훈스마트(Hoonsmart), 방콕포스트(Bangkok Post)

24) 모기업인 CPALL의 2022년 통합 매출액임

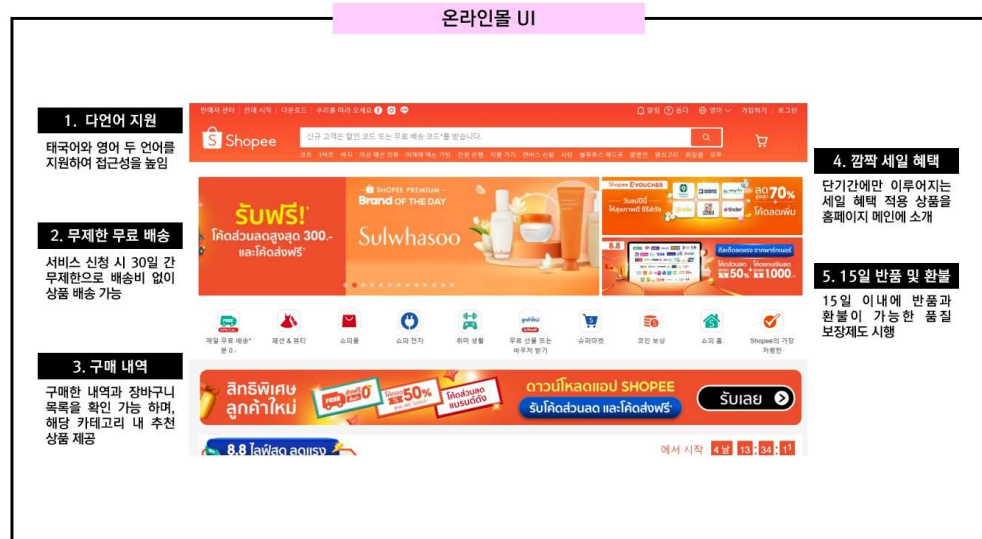
2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑨ 쇼피 태국

기업 기본 정보	기업명	쇼피 태국(Shopee Thailand)	
	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
	기업요약	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 낮은 판매 수수료와 무료배송 조건을 제공하는 등 판매자와 소비자를 모두 공략하여 동남아의 강력한 온라인 쇼핑몰로 등극함 • 아마존에 비해 다양한 가공식품 브랜드가 입점되어 있음	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Love J, NBT 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 - 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): +66-2-017-8399 - 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/เราจะติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร) - 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 정보 확인 가능 (seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)	

자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand), 시밀러웹(Similarweb)

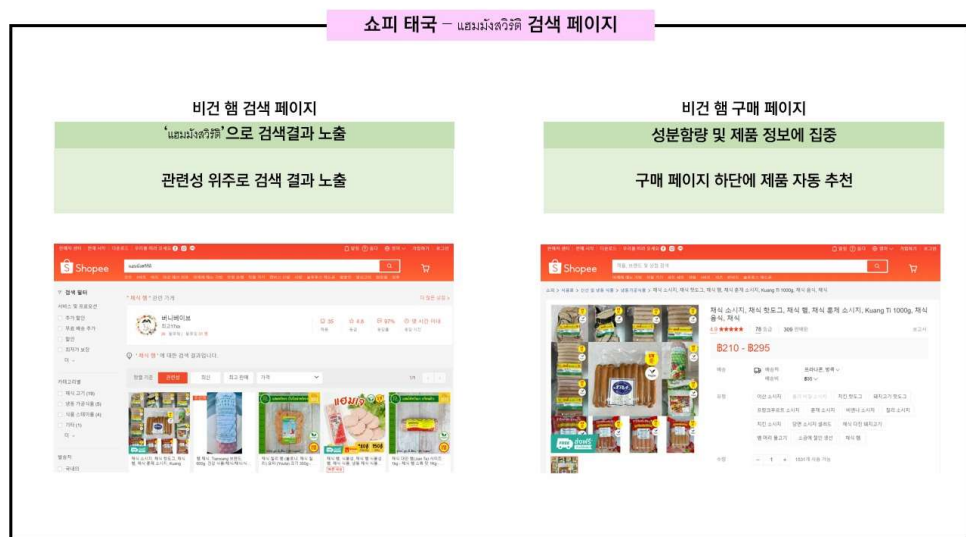
사진 자료: 쇼피 태국(Shopee Thailand)

온라인몰 UI ①



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



평점, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

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

2. 태국 비건 캔햄 주요 유통채널 ⑩ 라자다 태국

기업 기본 정보	기업명	라자다 태국(Lazada Thailand)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.lazada.co.th	
	규모	매출액('22)	• 146억 바트(5,379억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4,320만 회
	기업 요약	• 2012년 설립되어 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 6개국에 진출한 동남아시아 최대 전자상거래 플랫폼 • 2016년 Alibaba 그룹과 협력하여 최고의 기술 인프라 보유 • 동남아시아 17개 도시에 자체 물류센터를 보유하여 빠른 공급망을 갖춘 • 2022년 플라스틱 폐기물 줄이기 위해 LazEarth 캠페인 시작 • 신규 고객에서 무료 선물 제공 • 홈페이지 내에서 할인 바우처 제공	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Youta
		해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	신규고객 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 포털 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 Thailand), 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb)

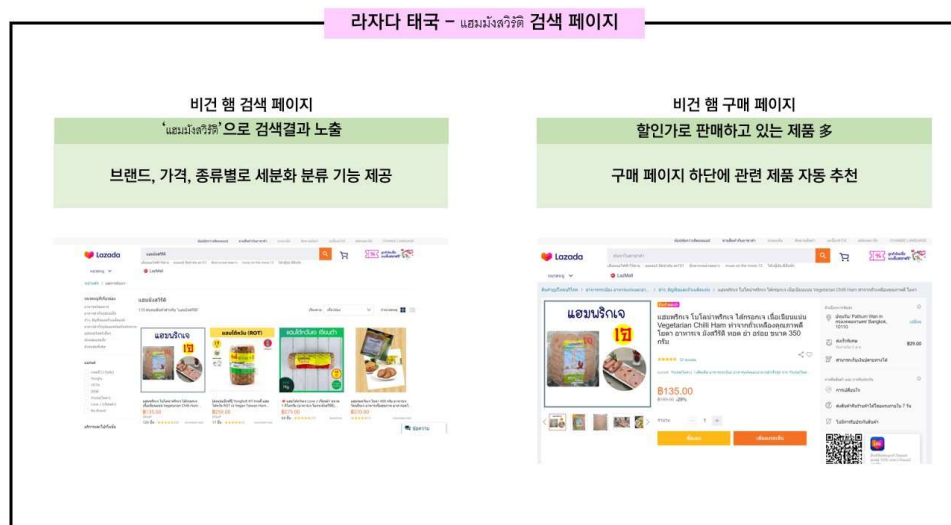
사진 자료: 라자다 태국(Lazada Thailand)

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 Thailand)

사진 자료: 라자다 태국(Lazada Thailand)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



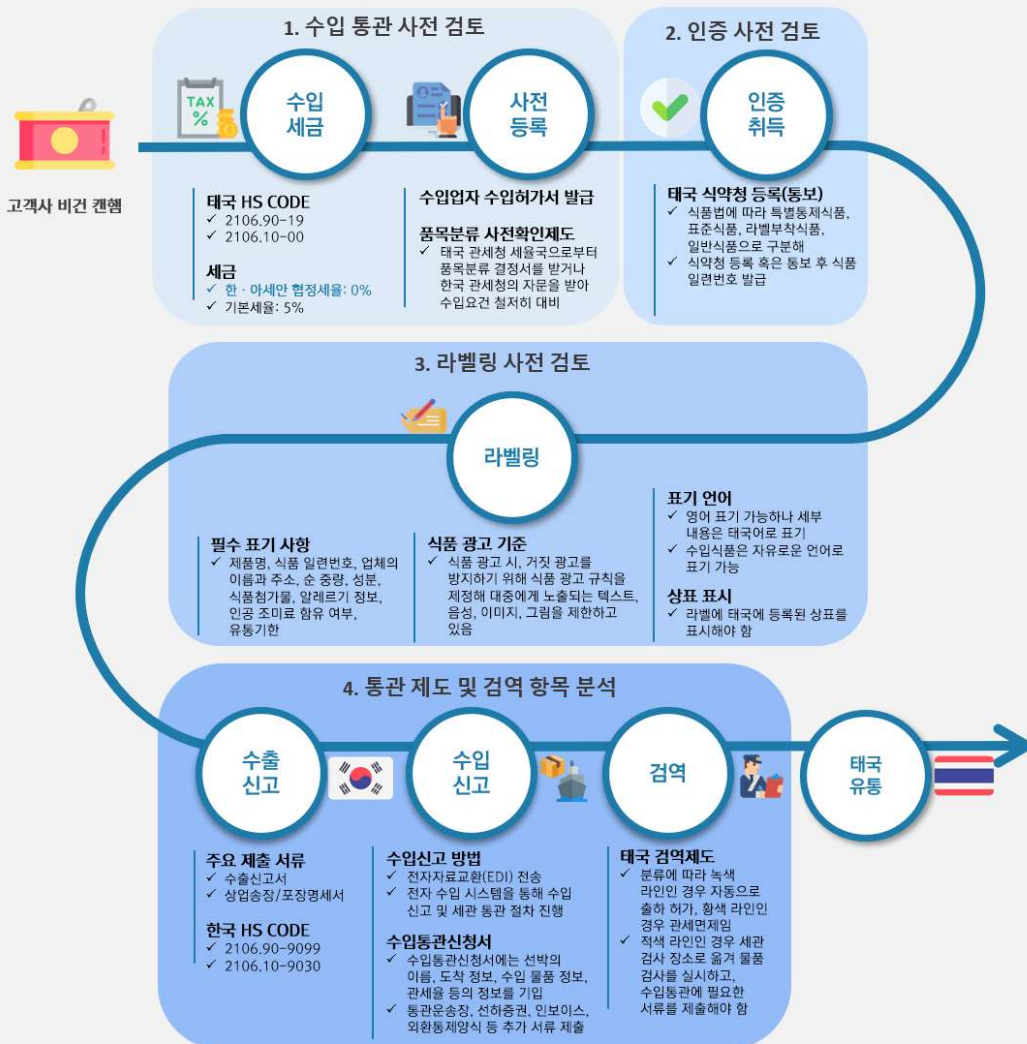
1. 태국 비건 캔햄 통관 및 검역 절차
2. 태국 비건 캔햄 품질 인증
3. 태국 비건 캔햄 라벨링
4. 태국 비건 캔햄 성분 및 유해물질

1. 태국 비건 캔햄 통관 및 검역 절차²⁵⁾

▶ 태국 비건 캔햄 수출 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국은 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며 제품 수입 시 수입업체는 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 수출업체는 수출하고자 하는 식품의 분류를 확인하고, 각 식품별 규정을 준수해야 함

[표 5.1] 태국 비건 캔햄 통관 검역 절차



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

25) 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 - 문가 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 Division of Post-marketing에서 담당

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.3] 태국 식품 구분 및 수입 식품 등록 절차

식품 분류 ²⁶⁾	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 전, 태국 식약청의 승인이 필요함 • 식약청 등록 후, 식품 일련번호 발급 필요함 • 우유, 식품 첨가제, 영유아식품(분유 등), 체중조절 식품, 유아용 보충 식품, 조제분유 등 14가지 종류의 식품이 이에 속함
	표준식품	• 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(영업일 기준)이 소요되며, 수수료 1만 5,000바트 발생 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함된 건강 보조제의 경우, 7-28일(영업일 기준)이 소요됨 • 특별통제 식품에 활성원료가 포함되지 않은 경우, 14-60일(영업일 기준) 소요됨 • 표준식품, 라벨 부착 식품의 경우 2-4영업일 소요됨 • 일부 표준식품(로열젤리 함유, 식품 보충제) 및 라벨 부착 식품(임산부용, 노약자용, 질병 치료기능 함유 식품 등)의 라벨링 사전 승인은 35일(영업일 기준)이 소요됨

자료: 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration), 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)

26) 태국 식품 분류에 관한 더욱 자세한 내용은 식품의약품안전처의 「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」를 참고하시기 바랍니다.

2. 태국 비건 캔햄 품질 인증

▶ 비건 캔햄, 우수관리제조기준에 따라 식품 생산 안전 인증 의무

태국 보건부는 2021년 10월, ‘No. 420에 따른 수입 식품 생산 기준 확인서 검사 지침’을 통해 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영지침을 발표함. 수입 시, 모든 식품은 제조방법, 생산시설 및 보관 요령을 준수해 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. 태국의 우수관리기준 54개 특정 품목 중 ‘통조림’이 속하며, 해외 업체에는 태국 법률에 따른 GMP 또는 CODEX에 ISO 9000, HACCP 중 한 개의 인증이 요구됨

[표 5.4] 태국 비건 캔햄 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 9000	품질 보증 체제 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방식품의약품안전처	
IFOAM	유기농 제품 인증	글로벌 공통 인증	IFOAM 공식 인증기관 또는 태국 유기농 농업인증 홈페이지	
ACT	유기농 제품 인증	태국 내 국내 인증	태국 유기농 농업인증 홈페이지	

자료: 각 인증기관

[표 5.5] 태국 비건 캔햄 할랄인증 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 한국이슬람교중앙회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee), 한국할랄인증원(KHA: Korea Halal Authority Corporation)의 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(CICOT: The Central Islamic Council of Thailand), 한국할랄인증원

[표 5.6] 태국 비건 캔햄 할랄인증 취득

인증명	KMF 할랄	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	한국이슬람교중앙회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee)
신청 절차	• 인증 신청서 및 구비서류 제출 • 심사비 납부 • 서류 심사 • 현장 심사 • 심사 결과 보고서를 기반으로 샤리아 평가 진행 • 인증료 납부 후 KMF할랄인증서 발행 • 인증서 갱신		
신청 서류	• 품목에 따라 구비 서류가 다르며, 다음은 식음료 중 ‘농산물 및 가공식품’의 구비 서류임 - KMF 할랄인증 계약서 - 사업자등록증 - 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증) - 공장등록증 - 품목제조보고서 - 제조공정도 - 제품사진 및 표시사항 - 시험성적서 - 포장재 시험성적서, 수질검사성적서 - KMF 할랄 실무자 교육 수료증 - HACCP, ISO, GMP, FSSC 등 기타 인증서 사본 - 경영검토 보고서 또는 회계감사보고서(전년 기준) - 할랄관리기준서(HAS Manual) & 할랄 방침 - 방충방서 보고서 및 사용된 약품 MSDS 자료 - 세척관리기준서 및 생산라인(공정)에 사용된 세제, 세정제 등 세척 관련 제품들의 MSDS 자료 - 사용재료 목록 - 원재료 관련서류		

자료: 한국이슬람교중앙회

[표 5.7] 태국 비건 캔햄 할랄인증 취득

인증명	KHA 할랄	인증 성격	글로벌 인증
마크	 korea halal	인증기관	한국할랄인증원(KHA: Korea Halal Authority Corporation)
신청 절차	• 할랄 문의 및 접수 • 할랄 신청서 제출 • 서류 검토 및 검사 • 현장 및 외부 심사 • 최종 심사 보고 • 이슬람 이사회 검토 • 인증서 발행		
신청 서류	• 할랄 인증 신청서 • 사업자등록증 • 공장등록증 • 생산허가증 또는 영업허가서(영업신고증) • 품목제조보고서 • 제품 제조공정도 • 시험성적서 • 샘플(생산되는 최소단위 - 분석과 보관에 필요한 양) • 원재료 표기(실제 사용하는 원료 모두 누락없이 표기) • 납품회사 원료의 제조공정도 및 동물성 원료를 사용하지 않았다는 확인서 • 주정을 제조 공정에 사용한 경우 (0.5% 이내) - 원료 생산품의 잔류 에탄올 분석 확인서 • 제조 공정 중 효소를 사용한 경우 - 사용된 효소의 유래를 알 수 있는 서류, 효소의 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도 및 군주 기탁서 • HACCP, CMP, GHP, ISO 또는 기타 인증서가 있는 경우 인증서 사본 • 수입원료(수입신고필증), 국산농축산물(원산지확인증명서), 수입 할랄 원료(외국 공인된 할랄 인증기관의 할랄 인증서) • 할랄 실무자 교육 수료증		

자료: 한국할랄인증원

3. 태국 비건 캔햄 라벨링

[표 5.8] 태국 비건 캔햄 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. 순 중량	- 고체의 경우 순 중량을 미터법에 따라 표기해야 함 - 액체의 경우 순 부피를 미터법에 따라 표기해야 함 - 기타 식품은 순 중량으로 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 5.8] 태국 비건 캔햄 라벨링

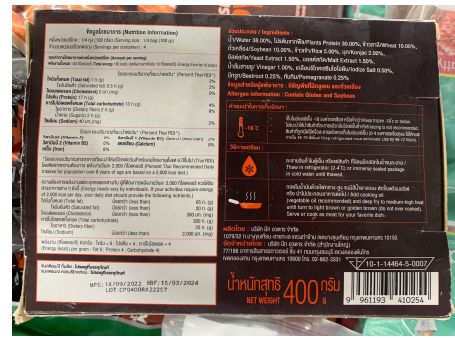
라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 알레르기 정보	- 알레르기를 유발할 수 있는 성분을 라벨에 표시해야 함 ‘식품 알레르기 정보 : 다음을 포함할 수 있음’을 선언하고 제조공정에서 포함될 수 있는 성분을 표시해야 함 - 알레르기 유형과 증상을 설명할 수 있음 - 주요 성분이 알레르겐 물질이지만, 우유나 땅콩과 같이 명확하게 선언된 식품에는 알레르기 표시가 면제됨
	9. 인공 조미료	인공 조미료가 포함된 경우 그를 알 수 있도록 ‘천연 인공 향 첨가’, ‘인공 향 첨가’, ‘천연 향료 추가됨’ 등의 문구를 사용해 표시해야 함
	10. 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 비건 캔햄 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 태국어]

- ① หมูกรอบจำแลง(หมูกรอบจากพืช)(ตรา มีห อวตาร)
- ② การตกแต่งภาพเพื่อโฆษณา

[앞면 - 국문]

- ① 감놀랑 바삭한 참숯불구이(식물성 참숯불구이)(메 토이 아우타라 브랜드)
- ② 광고용 이미지 장식

[앞면 - 영어]

- ① meat VATAR
- ② PLANT-BASED CRISPY PORK
- ③ PERISHABLE: KEEP FROZEN -18°C
- ④ NET WEIGHT 400G
- ⑤ PLANET / HEALTY / VEGAN
- ⑥ GOOD FOR YOU AND THE PLANET
- ⑦ READY TO COOK
- ⑧ Plant-Based Crispy Pork (Meat Avatar Brand)
- ⑨ plant based
- ⑩ 17G OF PLANT PROTEIN
- ⑪ PER SERVING

[앞면 - 국문]

- ① 브랜드명: meat AVATAR(미트 아바타)
- ② 제품명: 식물성 바삭한 돼지고기
- ③ 부패되기 쉬운 식품: -18°C의 냉동 상태 유지
- ④ 순 중량 400G
- ⑤ 지구 / 건강 / 비건
- ⑥ 당신과 지구 모두에게 좋습니다.
- ⑦ READY TO COOK
- ⑧ 식물성 바삭한 돼지고기(미트 아바타 브랜드)
- ⑨ 식물성
- ⑩ 17G 식물성 단백질
- ⑪ 한끼당 섭취량

[뒷면 - 태국어]

ข้อมูลโภชนาการ (nutrition information)			
หนึ่งหน่วยบริโภค : 1/4 ถุง (100 กรัม) (Serving size : 1/4 bag (100 g))			
จำนวนหน่วยบริโภคต่อถุง (Servings per container): 4			
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค (Amount per serving)			
พลังงานทั้งหมด 130 กิโลแคลอรี (Total energy 130 kcal) ((พลังงานจากไขมัน 10 กิโลแคลอรี) (Energy from fat 10 kcal))			
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภค* (Percent Thai RDI*)			
ไขมันทั้งหมด (total fat) 1 ก.(g)		2%	
ไขมันอิ่มตัว (saturated fat) 0.5 ก.(g)		2%	
คอเลสเตอรอล (cholesterol) 0 มก.(mg)		0%	
โปรตีน (Protein) 17 ก.(g)			
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate) 13 ก.(g)		4%	
ใยอาหาร (Dietary fiber) 2 ก.(g)		8%	
น้ำตาล (sugar) 2 ก.(g)			
โซเดียม (Sodium) 40 มก.(mg)		2%	
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภค* (Percent Thai RDI*)			
วิตามินเอ (Vitamin A)	0%	วิตามินบี1 (Vitamin B1) น้อยกว่า (less than)	2%
วิตามินบี2 (Vitamin B2)	0%	แคลเซียม (Calcium)	8%
เหล็ก (Iron)	8%		
ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานรวม: 2,000 กิโลแคลอรี (Percent Thai Recommended DailyIntakes for population over 6 years of age are based on a 2,000 kcal diet,)			
ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน การต้องการพลังงานรวม 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่างๆ ดังนี้ (Energy needs vary by individuals. If your actives require energy of 2,000 kcal per day, your daily diet should provide thr following nutrients.			
ไขมันทั้งหมด (Total fat) น้อยกว่า (less than)		65 ก.(g)	
ไขมันอิ่มตัว (saturated fat) น้อยกว่า (less than)		20 ก.(g)	
คอเลสเตอรอล (cholesterol) น้อยกว่า (less than)		300 มก.(mg)	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)		300 ก.(g)	
ใยอาหาร (Dietary fiber)		25 ก.(g)	
โซเดียม (Sodium) 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)			

[뒷면 - 국문]

영양 정보			
한 팩당 섭취량: 1/4 봉지 (100g)			
봉지당 섭취 횟수: 4회			
1회 제공량당 영양가(Amount per serving)			
총 열량: 130 kcal (지방으로부터의 열량: 10 kcal)			
일일 권장량의 백분율* (태국 일일 권장량*)			
총 지방			2%
포화지방 0.5g			2%
콜레스테롤 0mg			0%
단백질 17g			
총 탄수화물 13g			4%
식이섬유 2g			8%
당 2g			
나트륨 40mg			2%
일일 권장량의 백분율* (태국 일일 권장량*)			
비타민 A	0%	비타민 B1 미만	2%
비타민 B	0%	칼슘	8%
철분	8%		
6세 이상의 태국인을 위한 하루 권장 섭취량의 백분율(태국 일일 권장량): 6세 이상 인구의 섭취량은 2,000kcal 식이 기준으로 합니다.			
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; 단백질 = 4; 탄수화물 = 4			

[뒷면 - 태국어]

วันที่ผลิต : โปรดดูที่บรรจุภัณฑ์
วันที่ควรบริโภคก่อน : โปรดดูที่บรรจุภัณฑ์

- ① ส่วนประกอบ: น้ำ 38.00%, โปรตีนจากพืช 30.00%, แปวาลี 10.00%, ข้าวเหลือง 10.00%, แปวาลี 5.00%, บุค 2.00%, ยีสต์สด 1.50%, มอลต์สด 1.50%, น้ำมันพืช 1.00%, เกลือบริโภคเสริมไอโอดีน 0.50%, บีทรูท 0.25%, พืชมิม 0.25%
- ② ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค :
มีสัญลักษณ์ที่มือและเท้าเหลือง
- ③ คำแนะนำในการเก็บรักษา:
เก็บในช่องแช่แข็ง -18 องศาเซลเซียส หรือต่ำกว่า.
ไม่แนะนำให้ละลายแล้วกลับไปแช่แข็งซ้ำ
สินค้าที่ถูกเปิดหรือละลายแล้วควรเก็บในช่องแช่แข็ง (2-4 องศาเซลเซียส) และบริโภคให้หมดภายใน 48-72 ชั่วโมง
- ④ วิธีการเตรียม:
ละลายสินค้าในตู้เย็น หรือแช่สินค้า
ที่ปิดผนึกสนิทในน้ำจนละลาย
ทอดในน้ำมันด้วยไฟกลาง-สูง จนมีสีน้ำตาลทอง
ตักขึ้นพร้อมเสิร์ฟ หรือ นำไปประกอบอาหารต่อไป
- ⑤ ผลิตโดย : บริษัท มีท อวตาร จำกัด
1079/32 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล
แขวงทรายทอง เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
10150
- ⑥ จัดจำหน่ายโดย : บริษัท มีท อวตาร จำกัด
(สำนักงานใหญ่) 77/186
อาคารสินสาธิตทางด่วน ชั้น 41 ถนนกรุงธนบุรี
แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน
กรุงเทพมหานคร 10600
โทร. 02-862-3331
- ⑦ น้ำหนักสุทธิ 400 กรัม

[뒷면 - 국문]

제조일/월/년: 포장을 확인하세요.
섭취 기한: 포장을 확인하세요.

- ① 성분: 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 풍화소금 0.50%, 비트루트 0.25%, 석류 0.25%
- ② 식품 알레르기 정보: 글루텐 및 대두 함유
- ③ 보관 권장 사항:
-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.
- ④ 준비 방법:
냉장고에서 녹이거나 물에 담궈
녹여주세요.
중간-높은 온도에서 오래 튀겨주세요.
연한 갈색 또는 황금빛이 될 때까지
튀겨주세요.
- ⑤ 제조사: (주)미트아바타
(주소) 1079/32 Bang Khun
Thian-Chai Talay Road, Tha Kham
Subdistrict, Bang Khun Thian 지구
방콕 10150
- ⑥ 유통: (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
- ⑦ 순 중량 400g

[뒷면 - 영어]

- ① ingredients: Water 38.00%, Plants Protein 30.00%, Wheat 10.00%, Soybean 10.00%, Rice 5.00%, Konjac 2.00%, Yeast Extract 1.50%, Malt Extract 1.50%, Vinegar 1.00%, Iodize Salt 0.50%, Beetroot 0.25%, Pomegranate 0.25%
- ② Allergen information: Contain Gluten and Soybean
- ③ Keep frozen -18°C or below. Refreezing is not recommended. Keep refrigerated once defrosted. Use by 48-72 hours.
- ④ Thaw in refrigerator(2-4°C) or immerse sealed package in cold water until thawed.
- ⑤ Add cooking oil(vegetable oil recommended) and deep fry to medium-high heat until turn to light brown or golden brown (do not over cooked). Serve or cook as meat for your favorite dish.
- ⑥ NET WEIGHT 400G

[뒷면 - 국문]

- ① 성분: 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 풍화소금 0.50%, 비트루트 0.25%, 석류 0.25%
- ② 식품 알레르기 정보: 글루텐 및 대두 함유
- ③ -18°C 이하로 냉동보관하세요. 재냉동하는 것은 권장되지 않습니다. 해동한 후에는 냉장 보관하세요. 48-72시간 내에 사용하세요.
- ④ 냉장고에서 해동하거나(2-4°C) 밀봉된 포장재에 넣고 물에 담그세요.
- ⑤ 식용유를 넣고(식물성 기름 권장) 중간-높은 온도에서 깊게 튀겨주세요. 연한 갈색 또는 황금빛이 될 때까지 튀겨주세요.(과도하게 익히지 마세요.) 선호하는 음식을 위해 고기로 서빙하거나 조리하세요.
- ⑥ 순 중량 400g

4. 태국 비건 캔햄 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 BE 2559 규정을 통해 확인할 수 있음

[표 5.9] 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 앨터니폴리아	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 규역 위원회 코덱스(CODEX)의 기준을 바탕으로 식품첨가물을 구분하고 목록과 최대 허용치를 규정하고 있으며, 모든 식품을 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. 하기 표는 고객사 비건 캔햄을 ‘기타 농산가공품’으로 분류하여 검색했을 때 발견된 ‘대두식품’의 식품첨가물 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 또는 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 태국 대두식품 관련 식품첨가물

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용 기준
1	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	대두식품	GMP
2	아세트산	Acetic acid, glacial		
3	아세틸아디핀산이전분	Acetylated distarch adipate		
4	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate		
5	녹말	Acid-Treated Starch		
6	한천	Agar		
7	알긴산	Alginic acid		
8	알긴산암모늄	Ammonium alginate		
9	탄산암모늄	Ammonium carbonate		
10	수산화암모늄	Ammonium hydroxide		

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

▶ 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 '기타 농산가공품'에 적용되는 잔류농약의 목록과 그 기준임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.11] 태국 기타 농산가공품 관련 유해물질

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
1	아크릴로나이트릴	Acrylonitrile	모든 식품	0.02 mg/kg (아크릴로니트릴을 단량체로 한 플라스틱 용기에 포장된 식품)
2	비닐 클로라이드 모노머	vinyl chloride monomer		0.01 mg/kg (폴리염화비닐 플라스틱 용기에 포장된 식품)
3	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	위 항목 이외의 기타 식품	20mg/kg
4	총 비소	Total Arsenic		2mg/kg
5	주석	Tin (Sn)		250mg/kg

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

▶ 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 5.12] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	비건 캔햄 해당 여부
1	의무	글루텐 함유 곡물	-
2	의무	갑각류와 갑각류 포함 식품	-
3	의무	계란 및 계란 포함 식품	-
4	의무	생선과 생선 포함 식품	-
5	의무	땅콩, 대두 및 이를 포함한 식품	V
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. 제이푸드마켓(Jfoodmarket)
2. 위고비건(Wegovegan)
3. 앱솔루트플랜트(Absoluteplant)

Interview ①

27)



제이푸드마켓
(Jfoodmarket)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1993년 설립
 - 방콕에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 대만, 말레이시아
 - 취급 품목으로는 냉동 식품, 가공 식품
 - 온라인/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Manager

제이푸드마켓(Jfoodmarket) Manager

Q. 코로나19 전후 비교 시, 태국 내 비건 대체육 소비와 관련된 트렌드 변화나 이슈가 있나요? 만약 있다면, 무엇인가요?

코로나19 이후 태국에서는 건강한 식습관과 같은 건강 관리와 관련된 트렌드가 생겼습니다. 이들은 육류 소비를 줄이기 위해 육류를 포함하지 않는 음식을 선택하는 경향을 보이고 있습니다. 육류를 제한적으로 섭취하는 채식주의자들이 증가하면서 콩, 버섯 및 해조류와 같은 식재료가 태국의 건강 식품 시장에서 인기를 얻고 있으며, 이 트렌드는 앞으로 지속될 것으로 예상합니다

Q. 타 비건 대체육(패티, 소시지 등)과 비교했을 때, 고객사의 비건 캔햄 제품에 대한 현지 소비자들의 반응 및 수요는 어떨 것으로 예상되나요?

현지 소비자들의 비건 통조림 음식에 대한 수요는 비건 패티와 소시지에 비해 매우 적은 편입니다. 농산물용 단백질은 비용이 저렴하기 때문에 요리에 선호됩니다.

Q. 태국에서 비건 캔햄 제품을 유통할 때, 어떤 인증들이 소비자들에게 선호될 수 있을까요?

GMP 인증, 원료 인증과 할랄 인증이 비건 통조림 햄 제품을 유통할 때 필요합니다.

Q. 현재 태국에서 인기 있는 비건 대체육 브랜드가 있다면, 무엇인가요?

태국에서 인기 있는 대체육 브랜드로는 A사가 있습니다. 해당 브랜드는 식물 기반 다진 육류 제품을 통해 건강하고 맛있는 제품이라는 인식이 있습니다. 또한, B사 브랜드는 식물 기반 패티를 활용한 버거로 유명하며, 실제 육류와 유사한 맛을 보입니다.

Q. 이전에는 인기가 없었지만, 최근 2년간 급격한 인기를 얻은 비건 대체육 브랜드가 있다면 무엇인가요?

C사가 있습니다. 해당 브랜드는 소규모 브랜드로 시작했지만, 건강 관련 시장의 성장으로 인해 대중성을 확보하였습니다. 최근에는 세븐일레븐 편의점에서도 해당 브랜드를 찾아볼 수 있습니다. 맛있는 맛을 통해 시장에서 빠르게 인기를 얻은 브랜드입니다.

Q. 고객사 제품을 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사 제품의 강점은 채식 식재료의 맛과 질감을 잘 살렸기 때문에 소비자들에게 선호될 수 있다는 점입니다. 약점은 완성도가 아직 부족하며, 메뉴의 다양성이 적다는 점입니다.

Q. 경쟁사의 제품 판매를 위한 홍보 및 마케팅 전략은 어떻게 되나요?

경쟁사들은 월별로 온라인 판매 채널을 통한 특별 프로모션을 진행하며, 이벤트 기간에는 온라인 마케팅을 통해 더 많은 판매를 유도합니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

유통채널로는 온라인 및 오프라인을 병행하는 유통채널로 진출하는 것이 좋을 것 같습니다. 저희와 같이 비건 제품을 집중해서 취급하는 곳으로 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 태국 내 어떤 소비자 그룹을 대상으로 고객사 제품을 홍보해야 할까요?

특정 연령대를 대상으로 하는 것은 좋지 않습니다. 모든 연령대의 채식주의자, 및 깨끗하고 건강한 음식을 선호하는 소비자를 대상으로 홍보해야 합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 홍보 전략과 방법이 효과적인 것 같나요?

홍보 전략으로는 고품질 제품을 저렴한 가격에 판매하고, 맛있으며, 전국 배송 및 빠른 배송을 강조하는 것을 추천합니다.

Q. 태국으로 비건 캔햄 제품을 수출할 때 수출업자가 알아야 할 법적 규정이나 의무적인 인증이 있을까요?

태국 내에서 유통되는 수입 식품의 경우 GMP-LACF 규정(산성화된 식품의 GMP 인증서), 제조업체 인증서, 원료 인증서, HACCP 또는 ISO 22000 인증서가 요구됩니다.

Interview ②

28)


**위고비건
(Wegovegan)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2018년 설립
 - 무아레에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 대만, 말레이시아
 - 취급 품목으로는 냉동 식품, 가공 식품
 - 온라인/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Owner

**위고비건(Wegovegan)
Owner**
Q. 코로나19 전후 비교 시, 태국 내 비건 및 대체육 소비와 관련된 트렌드 변화나 이슈가 있나요? 만약 있다면, 무엇인가요?

태국은 현재 비건 식단과 건강 관리를 중시하는 트렌드가 인기가 많습니다. 특히, 건강에 유익한 음식을 선택하는 경향성이 있습니다. 코로나19 이후에는 식물 기반 육류 식품 시장 성장세에 따라 관련 제품을 생산하는 기업들이 성장하였으며, 현재도 지속적으로 관련 신제품이 출시되고 있습니다.

Q. 고객사의 비건 통조림 햄 제품의 조리법 및 재료 사용은 D사 통조림 햄 제품과 유사합니다. 태국의 현지 특성들을 고려했을 때, 관련 제품들을 어떻게 활용할 수 있나요?

저희 가게에서는 현재 D사 통조림 햄과 유사한 형태의 대체육 제품을 보유하고 있지 않습니다. 소비자들에게 더 선호되는 제품은 비건 커리 페이스트 소스 종류나 조리가 완성된 비건 제품입니다.

Q. 타 비건 대체육(패티, 소시지 등)과 비교했을 때, 고객사의 비건 캔햄 제품에 대한 현지 소비자들의 반응 및 수요는 어떨 것으로 예상되나요?

타 비건 대체육과 비교했을 때, 편리성에서 소비자의 요구를 충족시킬 수 있을 것으로 보입니다. 캔햄 형태는 조리하기 편리하기 때문에 좋은 선택지라고 생각하며, 최근에는 다진 고기가 맛이 좋아 인기가 많습니다.

Q. 현재 태국에서 인기 있는 비건 대체육 브랜드가 있다면, 무엇인가요?

태국에서 인기 있는 대체육 브랜드로는 E사와 A사가 있습니다. E사 브랜드는 건강한 사람들, 비건들을 위한 선택지로, 쉽게 조리할 수 있으며 맛도 좋아 실제 육류가 포함되는 메뉴에 활용될 수 있습니다. A사 브랜드는 혁신적인 플랜트테크(PLANT-TEC)로 생산되어 일반 육류와 매우 유사합니다. 제품 라인으로는 조리용 음식과 즉석 섭취가 가능한 제품이 있습니다.

Q. 이전에는 인기가 없었지만, 최근 2년간 급격한 인기를 얻은 비건 대체육 브랜드가 있다면 무엇인가요?

비건 제품 자체가 브랜드에 상관 없이 최근 급속도로 인기를 얻고 있습니다. 태국인들이 보다 건강한 제품을 소비하며 먹는 것에서부터 건강을 관리하는 것이 일상적인 트렌드가 되고 있기 때문입니다. 특히 채식주의자 및 비건 소비자에 한해 채식 축제 기간 동안 관련 제품의 인기가 더욱 증가합니다.

Q. 경쟁사의 제품 판매를 위한 홍보 및 마케팅 전략은 어떻게 되나요?

매월 쇼피(Shopee) 라자다(Lazada)와 같은 온라인 채널을 통해 월간 프로모션을 진행합니다. 또한, 축제 기간 동안 비건 메뉴를 추가합니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

유통채널로는 자사 유통채널을 통한 유통을 추천합니다. 저희는 비건 전문 유통채널이기 때문에, 고객사 제품의 타겟 소비층인 비건 소비자 위주로 고객이 형성되어 있기 때문에 제품 노출 및 홍보 측면에서 유리합니다.

Q. 태국 내 어떤 소비자 그룹을 대상으로 고객사 제품을 홍보해야 할까요?

특정 소비자 그룹 지칭이 아닌, 가능한 많은 사람들이 채식을 하게끔 격려하는 것이 필요합니다. 이를 통해 동물 및 자연의 훼손을 줄이고, 채식 제품을 찾는 분들을 위해 채식 생활을 즐길 수 있는 옵션들을 제공하며, 채식 인구를 대규모로 확산시키는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 홍보 전략과 방법이 효과적인 것 같나요?

홍보 전략으로 채식주의자들을 격려하고, 이들을 위해 식품을 추천하는 상담 제공이 필요합니다. 또한, 유튜브(Youtube)에서 채식 식품 조리법을 추천하는 동영상을 제작하여 다양한 채식 요리를 소개하며 소비자들의 관심을 끌어 채식으로의 전환을 촉진하고, 집에서 쉽게 조리할 수 있다는 인식을 심어주며, 궁극적으로는 비건 음식을 태국의 일반 소비자들에게 널리 소개하는 채널이 되어야 합니다.

Q. 태국으로 비건 캔햄 제품을 수출할 때 수출업자가 알아야 할 법적 규정이나 의무적인 인증이 있을까요?

태국 내에서 유통되는 수입 식품의 경우 GMP-LACF 규정(산성화된 식품의 GMP 인증서), 제조업체 인증서, 원료 인증서, HACCP 또는 ISO 22000 인증서가 요구됩니다.

Interview ③

29)



앱솔루트플랜트
(Absoluteplant)

- 유형: 수출유통업체
- 업체 특징:
 - 1977년 설립
 - 품프랩에 위치한 수출 및 유통업체
 - 주요 수입국으로는 미국, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 영국 등
 - 취급 품목으로는 냉동 식품, 가공 식품
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Purchasing Manager

앱솔루트플랜트(Absoluteplant) Purchasing Manager

Q. 코로나19 전후 비교 시, 태국 내 비건 및 대체육 소비와 관련된 트렌드 변화나 이슈가 있나요? 만약 있다면, 무엇인가요?

코로나 이후, 전 세계 사람들은 건강에 관한 관심이 증가하였습니다. 특히 음식에 대한 분야에서는 ‘식물 기반’ 또는 ‘식물 기반 단백질’이 주목받고 있습니다. 이는 현재 매우 강력한 건강식품 트렌드가 되었습니다. 완전히 식물로부터 만들어진 음식은 큰 인기를 끌고 있습니다.

Q. 타 비건 대체육(패티, 소시지 등)과 비교했을 때, 고객사의 비건 캔햄 제품에 대한 현지 소비자들의 반응 및 수요는 어떨 것으로 예상되나요?

저희는 완전 식물 기반 베이컨 등 다양한 제품을 보유하고 있습니다. 인기 판매 제품을 봤을 때 소비자들은 조리된 메뉴에 대한 구매를 집중하고 있습니다. 따라서 캔햄 제품보다는 더욱 쉽게 섭취할 수 있는 메뉴들에 대한 수요가 높을 것으로 보입니다.

Q. 태국에서 비건 캔햄 제품을 유통할 때, 어떤 인증들이 소비자들에게 선호될 수 있을까요?

반드시 GMP, 원료 및 할랄 인증서를 모두 갖추어야 합니다.

Q. 현재 태국에서 인기 있는 비건 대체육 브랜드가 있다면, 무엇인가요?

태국에서 인기 있는 비건 대체육 브랜드로는 F사가 있습니다. 해당 브랜드는 식물 기반 육류 제품의 선두주자입니다. 또 다른 브랜드로는 G사가 있습니다. 해당 브랜드의 제품은 조리 과정에서 끓이기, 볶기, 튀기기, 증기에 넣기 등 조리의 다채로움 및 맛있는 조화를 이룹니다.

Q. 이전에는 인기가 없었지만, 최근 2년간 급격한 인기를 얻은 비건 대체육 브랜드가 있다면 무엇인가요?

C사 브랜드가 있습니다. 해당 브랜드는 처음에는 특정 고객 그룹에 초점을 맞추었지만 현재는 동네 편의점에서 찾아볼 수 있을 정도로 대중 시장에 진입했습니다. 해당 브랜드가 성공한 비결로는 타 대체육 제품 대비 맛이 탁월하다는 점입니다.

Q. 고객사 제품을 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사 제품의 강점은 태국인의 입맛에 맞지 않는 식물 기반 음식의 맛에 대한 고민을 해결하고, 식물 기반의 맛있는 메뉴로 개발함으로써 태국인에게 매우 적합하게 만들었다는 점입니다. 또한, 식물 기반의 숯불 돼지고기, 채소로 만든 매운 소불고기 샐러드, 식물 기반의 바삭한 돼지고기 등과 같이 익숙한 메뉴를 사용하여 사람들이 식물 기반 음식을 더 많이 섭취하고자 하는 욕구를 자극합니다. 약점으로는 현재 메뉴의 완성도와 다양성 부족이 있습니다.

Q. 경쟁사의 제품 판매를 위한 홍보 및 마케팅 전략은 어떻게 되나요?

월별로 특별한 온라인 프로모션을 진행하거나 관련 행사에서 판매를 촉진하는 마케팅을 진행합니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 적정 유통채널로는 저희와 같이 비건 제품을 전문적으로 판매하고 있는 업체로의 유통이 적합할 것으로 보입니다. 단순히 온라인 유통채널을 통한 제품 진출은 비건 제품으로써의 제품 특징을 홍보하기 어렵고, 오프라인 유통채널로의 진출은 고객사 제품 인지도가 높지 않다면 초반에는 어려울 것입니다. 따라서 비건 제품만 모아서 판매하는 유통채널로 진출하시길 추천합니다.

Q. 태국 내 어떤 소비자 그룹을 대상으로 고객사 제품을 홍보해야 할까요?

건강을 신경쓰는 모든 소비자들을 대상으로 고객사 제품을 홍보하는 것이 좋을 것으로 보입니다. 태국 소비자들이 건강을 유지될 수 있도록 생산 표준과 국제적인 품질 원료를 사용한다는 점을 강조하는 방식으로 홍보하는 것이 좋습니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 홍보 전략과 방법이 효과적일 것 같나요?

마케팅 전략 중에는 소비자의 요구를 충족하는 새로운 메뉴 개발이 있습니다. 많은 사람들이 식물 기반 음식은 싱거워서 맛이 별로 없다는 이미지를 갖고 있어서 이를 바꾸어야 합니다.

Q. 태국으로 비건 캔햄 제품을 수출할 때 수출업자가 알아야 할 법적 규정이나 의무적인 인증이 있을까요?

태국으로 수출하는 데 필요한 인증서에는 GMP, 원료 인증, ISO, HACCP, 할랄이 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

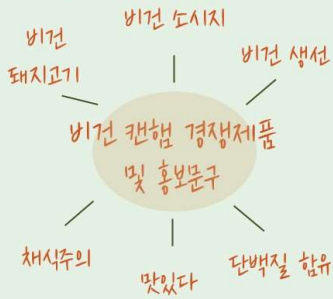
시장 분석형

VII 시사점





소비 특징 ①

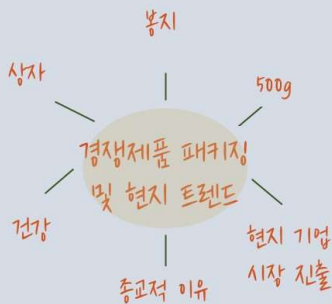


① 경쟁제품; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비건 캔헬 경쟁제품을 조사한 결과, '비건 돼지고기' 관련 키워드가 84건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '비건 소시지' 관련 키워드가 52건으로 빈출하였음. 실제 판매되는 비건 돼지고기 제품 조사 결과, 조리가 간편한 다진고기 형태의 제품이 대다수를 차지하고 있었음. 그 외 '비건 생선', '비건 닭고기', '비건 미트볼' 등 다양한 형태의 대체육 제품 관련 키워드가 다수 도출되었으며, 경쟁제품 재료와 관련된 키워드로 '버섯', '두부' 키워드가 도출되는 것으로 나타남

② 홍보문구; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비건 캔헬 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '채식주의' 관련 키워드가 638건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 '단백질 함유', '식물 기반', '콩 사용' 등 비건 소비자를 타겟으로 한 재료 관련 키워드가 빈출하였음. 또한 제품의 맛을 강조하는 '맛있다' 관련 키워드가 208건 도출되며 '채식주의' 관련 키워드 다음으로 많이 도출되었는데, 관련 제품들 중에는 간장 양념 등 비건 대체육에 양념한 가공 제품이 대부분인 것으로 조사되었음. 이와 관련한 키워드로 '양념이 된' 키워드가 50건 도출됨



소비 특징 ②



① 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 비건 캔헬 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '상자' 관련 키워드가 80건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 해당 제품들은 플라스틱 포장에 종이 겹봉을 사용한 형태가 대부분이었음. 뒤이어 '봉지' 관련 키워드가 53건 도출되었으며, 비건 소시지, 미트볼 등 제품 형태와 상관없이 골고루 도출된 패키징 유형인 것으로 나타남. 한편, 비건 캔헬 경쟁제품 포장 용량 관련 키워드로는 '500g' 관련 키워드가 62건으로 가장 많이 도출되었으며, 비슷한 용량인 '450g' 및 '400g' 관련 키워드도 다수 도출되어 주로 400~500g 용량이 일반적인 것으로 분석됨

② 현지 트렌드; 언론 매체를 통해 태국 현지 대체육 관련 트렌드를 조사한 결과, 태국 소비자들이 식물성 대체육을 비롯한 비건 식품을 구매하는 이유로 '건강' 및 '종교적 이유'가 가장 많이 꼽힌 것으로 나타남. 한편 최근 엔알에프(NRF), 타이 유니온(Thai Union) 등 태국 현지 식품 제조 기업들의 대체육 시장 진출이 활발히 진행되고 있으며, 대체육 제품들이 1kg당 300~500바트의 높은 가격대를 형성하고 있는 것으로 나타남. 특히 미국산 대체육 제품은 태국에 진출했으나 비싼 가격 및 현지화 부족으로 큰 인기를 끌지는 못하고 있는 것이 확인되었음

태국 일용소비재 소매유통채널 유통 비중



유통채널



태국 내 고객사 비건 캔헬 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 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 태국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 태국에서는 코로나19 이후 건강한 식품관 등 건강 관리와 관련된 트렌드가 생겨났으며, 소비자들이 육류 소비를 줄이기 위해 육류가 포함되지 않은 음식을 선택하는 경향이 나타나고 있는 것으로 조사되었음. 이에 따라 콩, 버섯 및 해조류와 같은 식재료가 태국 시장에서 인기를 얻고 있으며, 관련 제품을 생산하는 기업들이 성장하고 있는 것으로 나타남. 비건 캔햄처럼 통조림 형태의 대체육 제품에 대한 수요는 패티, 소시지 형태의 대체육 제품에 비해 수요가 적은 편인 것으로 나타났으며, 소비자들은 조리가 완성된 비건 제품에 대한 수요가 가장 높다는 인터뷰 응답자들의 의견이 지배적이었음. 태국에서 인기 있는 대체육 브랜드로는 A사, E사 브랜드가 공통적으로 꼽혔으며, 최근 C사 브랜드가 타 대체육 브랜드와 비교했을 때 더 맛있다는 이유로 태국에서 대중화되고 있는 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품의 적정 유통채널로는 인터뷰 응답자 모두 비건 식품을 전문으로 취급하고 있는 유통채널로의 진출을 추천했으며, 그 이유로 고객사 제품의 인지도가 높지 않은 상태에서 일반 유통채널로 진출하는 것보다 타겟 소비층인 비건 소비자가 주로 모이는 곳에서 판매하는 것이 제품 노출 및 홍보 측면에서 유리한 점이 언급되었음. 홍보 타겟층으로는 특정 연령대가 아닌 모든 연령대의 채식주의자 및 깨끗하고 건강한 음식을 선호하는 소비자가 꼽혔으며, 홍보 방법으로는 고객사 제품을 활용한 다양한 매뉴를 제공하는 것이 추천되었음. 이를 위해 다양한 매뉴 제품을 직접 개발해 판매하는 방법, 유튜브(Youtube) 채널에서 고객사 제품을 활용한 식품 조리법 동영상을 제작해 홍보하는 방법, 채식주의자들을 위한 식품 추천 상담 제공 등이 홍보 방법으로 꼽혔음

Point 02 제품 피드백 태국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품 가격에 대해 인터뷰 응답자 2명이 적정 가격이라는 평을, 인터뷰 응답자 1명이 살짝 비싸다는 평을 내렸음. 고객사 제품 포장 형태인 알루미늄 캔 포장의 경우, 경쟁사 제품들의 포장이 대부분 플라스틱 파우치 형태인 것과 비교되며 태국 소비자들에게 다소 생소할 수도 있다는 의견들이 있었음. 마지막으로 고객사 제품 홍보문구와 관련해서는 현재 홍보문구가 성분만을 강조하고 있는 홍보문구이기 때문에 맛을 직관적으로 표현하는 홍보문구나 '소비자 상담 지원' 등 소비자 친화적인 홍보문구를 추가 보완하는 것이 추천되었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Meat Thailand」, 2023.05
2. 팜뉴스(Pharmnews), 「[시장정보] 포스트 코로나 시대 태국 BCG 이코노미 모델」, 2021.07
3. 호텔앤레스토랑(Hotel&Restaurant), 「태국 식품업계 대세가 된 대체육」, 2022.07
4. 브랜드인사이드(Brand Inside), 「ส่งออกอาหาร-ประเทศไทย กับพฤติกรรมคนไทย กินอาหารเจ-มังสวิรัติ และ Plant-based มากแค่ไหน」, 2022.09
5. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
6. 한국농수산물유통공사, 「2022년 태국 국가 심층조사」, 2022.07
7. 한국농수산물유통공사, 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」, 2022.09
8. 식품의약품안전처, 「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」, 2016.04
9. 식품의약품안전처, 「태국 식품의 기준 및 규격 번역집」, 2018.02

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
4. 쇼피 태국(Shopee) (shopee.co.th)
5. 센트럴백화점(Central) (www.central.co.th)
6. 더몰(The Mall) (www.themallgroup.com)
7. 줌인포(Zoominfo) (www.zoominfo.com)
8. 애스매그(Asmag) (www.asmag.com)
9. 빅씨(Big C) (www.bigg.co.th)
10. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
11. 푸드랜드(Foodland) (www.foodland.co.th)
12. 방콕포스트(Bangkok Post) (www.bangkokpost.com)
13. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
14. 테스코로터익스프레스(Tesco Lotus Express) (corporate.lotuss.com)
15. 테스코(Tesco) (www.tesco.com)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7eleven.co.th)
17. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
18. 방콕헤럴드(Bangkok Herald) (bangkokherald.com)
19. 씨피프레쉬마트(CP Freshmart) (www.cpfreshmartshop.com)
20. 훈스마트(Hoonmart) (hoonmart.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. 라자다 태국(Lazada) (www.lazada.co.th)
23. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)
25. 태국 식품의약품(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)
26. 태국 농업협동부(MOAC: The Ministry of Agriculture and Cooperative) (www.moac.go.th)
27. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
28. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
29. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
30. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
31. 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health) (ddc.moph.go.th)
32. 제이푸드마켓(Jfoodmarket) (www.jfoodmarket.com)
33. 위고비건(Wegovegan) (wegovegan.co.th)
34. 애플루트플랜트(Absoluteplant) (www.absoluteplant.com/th)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.08.25

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