한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

시장 분석형

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-11

품목 | 홍삼 농축액(Red Ginseng Extract)

HS CODE | 1302.19-1210

국가 | 태국(Thailand)

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

Ⅰ. 요약

1. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 태국 즉석 차 음료 시장규모 06
2. 태국 비타민 및 미네랄 시장규모 07
3. 태국 홍삼 농축액 수입규모 08

Ⅲ. 시장트렌드

1. 건강기능식품으로 홍삼 제품 관심 증가 11
2. '정관장', 태국서 제품 판로 확대 12
3. '병'과 '봉지' 패키징 다수…제품에 따라 다양한 용량 13
4. '한국산'을 선호하는 태국 소비자…제품 효능 강조도 중요 14

Ⅳ. 유통채널

1. 태국 홍삼 농축액 유통채널 점유율 16
2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널 17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

Ⅴ. 진입장벽

1. 태국 홍삼 농축액 통관 및 검역 절차 29
2. 태국 홍삼 농축액 품질 인증 32
3. 태국 홍삼 농축액 라벨링 40
4. 태국 홍삼 농축액 품질 기준 45

Ⅵ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 수완파이산(Suwanpaisan) 50
2. 일화(ILHWA) 52
3. 네이처바이오텍(Nature Biotec) 54

Ⅶ. 시사점

1. 시사점 57

※ 참고문헌 59

HS CODE : 1302.19-1210

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

태국 홍삼 농축액 시장

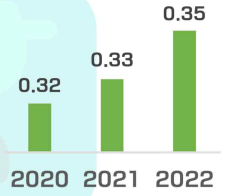
시장 현황

즉석 차 음료 시장규모

단위 : 십억 달러

비타민 및 미네랄 시장규모

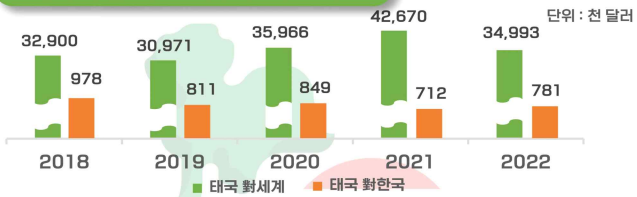
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1302.19 기준)

단위 : 천 달러

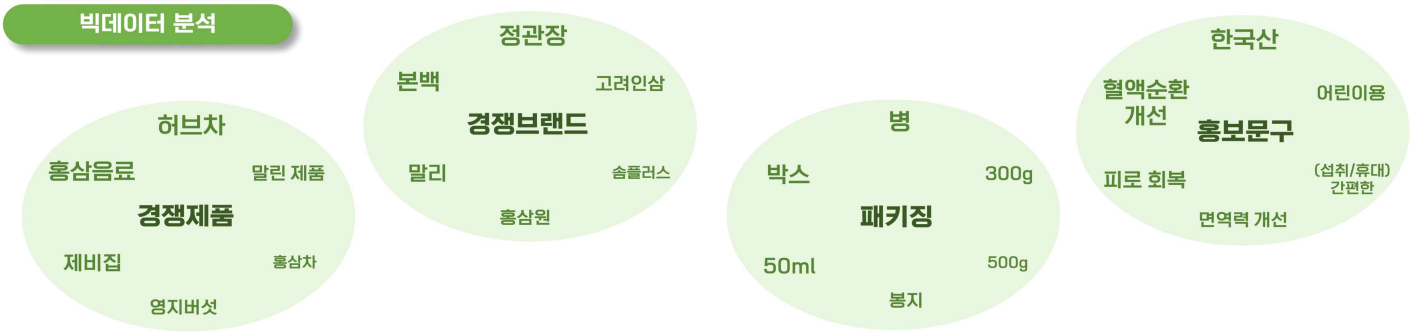


국가별 수입 규모

	1위	2위	3위	9위
2022년	중국	인도	프랑스	한국
	212.9억 원	63.3억 원	44.0억 원	10.5억 원

시장 트렌드

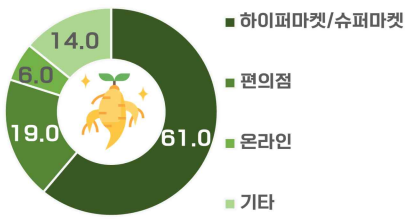
빅데이터 분석



* 태국 온라인 쇼핑몰 판매 홍삼 농축액 제품 549건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금

기본세율 5%

사전 준비

수입업자 수입허가서 발급

품목분류 사전확인제도 有

태국 식약청 등록

품질 인증

- HACCP
- ISO 22000
- IFOAM

라벨링 유의사항

필수 표기사항

태국어 표기 必, 제품명, 식품 일련번호, 순 중량, 생산업체 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소, 성분, 식품첨가물, 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : บจก. สุวรรณไพศาล เอ็นเตอร์ไพรส์ | ILHWA ไทยเกาหลีอิลฮวา | BRINGING HEALTH and VITALITY to MILLIONS Nature Biotec

Point 01.

홍삼 농축액 수요 태국 소비자들은 한국 홍삼 제품의 효능과 특성에 대해 잘 알고 있으며, 태국 내에서 수요가 증가하고 있음

주요 트렌드 다양한 종류의 건강기능식품으로 한국산 홍삼을 활용하고 있으며, 농축액이나 음료 형태의 제품을 선호하는 편임

주요 타깃층 노인층과 건강 관리에 관심이 많은 사람들, 면역력을 강화하고 싶은 젊은 직장인들이 주요 타깃층이 될 수 있음

Point 02.

고객사 제품 피드백 가격이 합리적인 편이며, 제품 포장이 안전한 배송을 보장할 것으로 보이나, 타 제품 대비 큰 특징은 없어 보임

추천 홍보방법 홍삼 농축액의 효능에 초점을 맞춘 제품 홍보, 태국 내 축제 기간 동안 프로모션 진행 등의 홍보방법을 추천함

추천 유통채널 온라인 마켓을 통한 유통을 진행한 후, 점진적으로 지역 건강상점, 백화점 등의 오프라인 플랫폼으로 확장하는 것을 추천함

II
시장규모

1. 태국 즉석 차 음료 시장규모
2. 태국 비타민 및 미네랄 시장규모
3. 태국 홍삼 농축액 수입규모

1. 태국 즉석 차 음료 시장규모

태국 국가 일반 정보[1]

면적	51만 3,000㎢
인구	7,008만 명
GDP	5,361억 달러
GDP (1인당)	7,651달러

▶ 태국 즉석 차 음료 시장규모 6,186억 원, 연평균 0.0% 성장

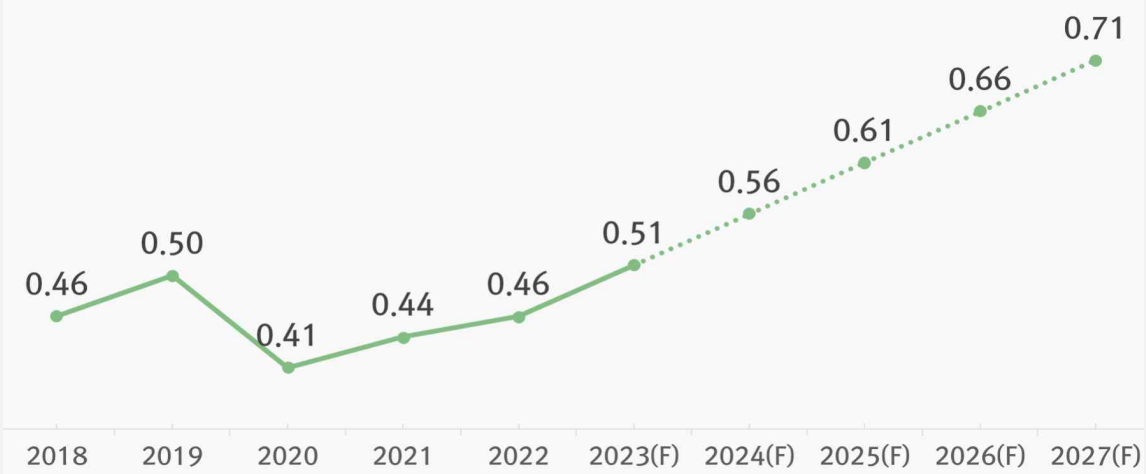
2022년 기준 태국 즉석 차 음료 시장규모는 6,186억 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 0.0%인데 비해, 2020년에는 전년 대비 18.0% 하락하면서 평균 대비 저조한 성장률을 기록함

▶ 태국 즉석 차 음료 시장규모, 향후 5년간 8.6%씩 성장 예상

태국 즉석 차 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 8.6%씩 성장하여 2027년 9,548억 원을 기록할 것으로 예상됨. 태국 내 무설탕 즉석 차의 경우 중산층 이상 소비자들만이 관심을 보여왔으나, 최근 건강을 중시하는 추세가 확산되면서 거의 모든 소비자층에서 무가당, 저가당 즉석 차를 선호하는 것으로 조사됨[2][3]

[표 2.1] 태국 즉석 차 음료 시장규모[4][5][6]

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR[7]
즉석 차 음료 (한화추정액)	0.46 (6,186억 원)	0.50 (6,724억 원)	0.41 (5,514억 원)	0.44 (5,917억 원)	0.46 (6,186억 원)	0.0%
분류	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**CAGR**
즉석 차 음료 (한화추정액)	0.51 (6,859억 원)	0.56 (7,531억 원)	0.61 (8,203억 원)	0.66 (8,876억 원)	0.71 (9,548억 원)	8.6%

자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
2) 자료: 한국식품산업협회, '태국, CV-19 팬데믹 이후 건강음료 판매 급증', 2022.06
3) 조사제품 '홍삼 농축액'은 홍삼을 농축해 만든 제품으로 물에 타서 액상차로 마실 수 있는 제품임. 이에 고객사 제품의 사용 방법을 기준으로 '즉석 차 음료'의 시장규모를 조사함
4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Drink (RTD) Tea_Thailand」, 2023.08
5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 태국 비타민 및 미네랄 시장규모

▶ 태국 비타민 및 미네랄 시장규모 4,707억 원, 연평균 4.8% 성장

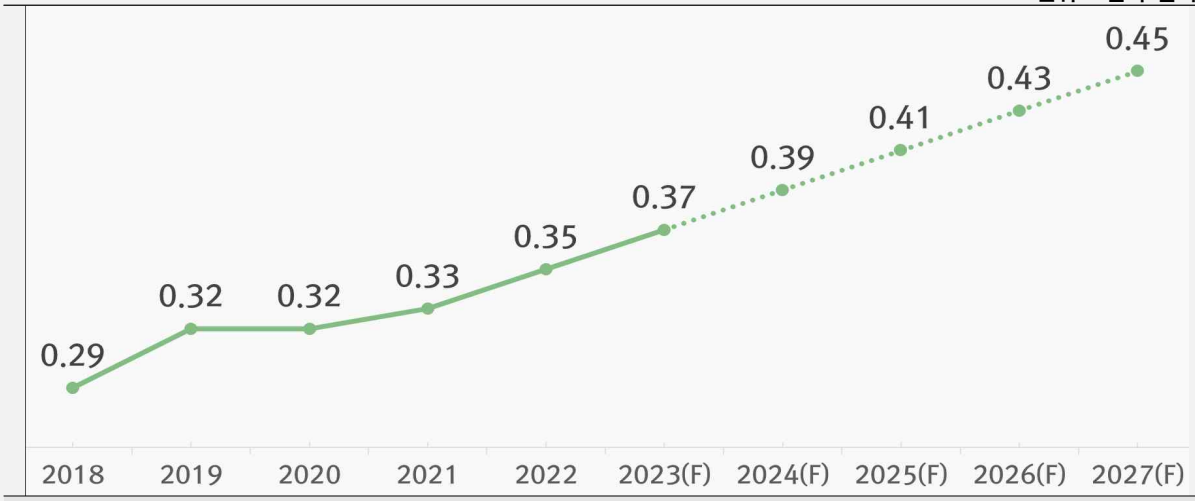
2022년 기준 태국 비타민 및 미네랄 시장규모는 4,707억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균 4.8% 성장한데 비해 2019년에는 전년 대비 10.3%로 2배 이상의 높은 성장률을 기록함

▶ 태국 비타민 및 미네랄 시장규모, 향후 5년간 5.0%씩 성장 예상

태국 비타민 및 미네랄 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.0%씩 성장하여 2027년 6,052억 원을 기록할 것으로 예상됨. 태국 등 아시아 유력 바이어 대상으로 진행한 수출상담회에서 홍삼 제품의 높은 품질과 고급스러운 패키지로 인기를 끌었으며, 비타민과 콜라겐 함유 기능성 음료의 경우 맛과 성분이 한국산 제품이 우위에 있다는 평가를 받음[8)9)]

[표 2.2] 태국 비타민 및 미네랄 시장규모[10)11)]

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
비타민 및 미네랄	0.29	0.32	0.32	0.33	0.35	4.8%
(한화추정액)	(3,900억 원)	(4,303억 원)	(4,303억 원)	(4,438억 원)	(4,707억 원)	
분류	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**CAGR**
비타민 및 미네랄	0.37	0.39	0.41	0.43	0.45	5.0%
(한화추정액)	(4,976억 원)	(5,245억 원)	(5,514억 원)	(5,783억 원)	(6,052억 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 라이브팜뉴스, '베트남·태국서 인삼·홍삼제품 '큰 인기'', 2021.05
9) 조사제품 '홍삼 농축액'은 홍삼을 농축해 만든 액상 제품으로 진세노사이드 성분 등 건강에 좋은 성분이 함유된 제품임. 이에 고객사 제품의 성분을 기준으로 '비타민 및 미네랄'의 시장규모를 조사함
10) 자료: 스태티스타(Statista), 「Vitamins & Minerals_Thailand」, 2023.09
11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 태국 홍삼 농축액 수입규모

홍삼 농축액 HS CODE

해당 장에서 홍삼 농축액은 HS CODE 1302.19로 분류. HS CODE 제1302호의 품명은 식물성 수액과 추출물, 펙틴질, 펙티닌산염과 펙틴산염, 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너, HS CODE 1302.19-1210의 품명은 홍삼 추출물로 확인

▶ 2018-22년 태국 HS CODE 1302.19 對글로벌 연평균성장률 1.6%

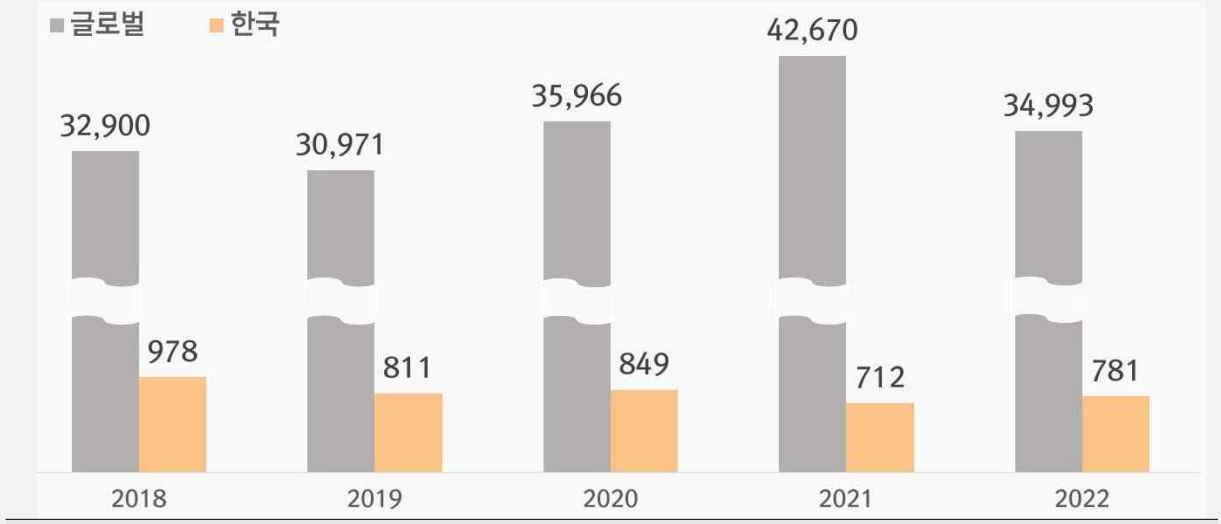
태국 HS CODE 1302.19 품목인 홍삼 농축액의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 1.6% 증가하면서 2022년도에는 470.6억 원을 기록함. 2020년과 2021년 수입규모는 전년 대비 각각 16.1%, 18.6% 증가했다가, 2022년에는 전년 대비 18.0% 감소하는 등 연도에 따른 수입규모 편차가 큰 편임

▶ 태국 내 HS CODE 1302.19 품목 수입, 한국산 상위 9위

최근 5년(2018-22년)간 태국 내 홍삼 농축액의 對한국 수입규모 평균은 11.1억 원이며, 연평균 5.5% 하락하면서 2022년 기준 수입국 상위 9위를 차지함. 2022년 기준 1위국 중국(212.9억 원, 45%)은 연평균 4.5% 증가했고, 2위국 인도(63.3억 원, 13%)는 연평균 24.2% 증가함. 3위국 프랑스(44.0억 원, 9%)는 연평균 5.5% 감소함

[표 2.3] 태국 HS CODE 1302.19 수입규모[12)13)]

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
태국 對글로벌 수입규모	32,900	30,971	35,966	42,670	34,993	1.6%
(한화추정액)	(442.4억 원)	(416.5억 원)	(483.7억 원)	(573.8억 원)	(470.6억 원)	
태국 對한국 수입규모	978	811	849	712	781	-5.5%
(한화추정액)	(13.2억 원)	(10.9억 원)	(11.4억 원)	(9.6억 원)	(10.5억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료: ITC(International Trade Centre)
13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ 시장트렌드

1. 건강기능식품으로 홍삼 제품 관심 증가
2. '정관장', 태국서 제품 판로 확대
3. '병'과 '봉지' 패키징 다수…제품에 따라 다양한 용량
4. '한국산'을 선호하는 태국 소비자…제품 효능 강조도 중요

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 태국 온라인매장 입점 홍삼 농축액

- 데이터 수집 키워드 : 인삼음료(เครื่องดื่มโสม), 홍삼음료(เครื่องดื่มโสมแดง)
- 데이터 수집량 : 549건
- 데이터 수집원 : 태국 온라인쇼핑몰 라자다 태국(Lazada.th)

▶ 태국 온라인매장 입점 홍삼 농축액 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/태국어)		빈도	키워드 (국문/태국어)		빈도
경쟁제품	허브차	ชา	84	인삼뿌리	รากโสม	28
	홍삼음료	ดื่ม	64	홍삼뿌리	รากโสมแดง	6
	제비집	รังนก	62	홍삼석류스틱	ทับทิม	4
	말린 제품	แห้ง	49	마카	Maca	4
	영지버섯	เห็ดหลินจือ	45	아쉬와간다 가루	ผงโสมอินเดีย	2
	홍삼차	Tea	35	홍삼젤리	Jelly	2
경쟁브랜드	정관장	Cheong Kwan Jang	48	솜플러스	Somplus	13
	본백	Bonback	45	M-150	M-150	9
	말리	Malee	18	이비채	Ebiche	8
	고려인삼	Korean One Ginseng	15	핸디허브	Handyherb	7
	홍삼원	Hong Sam Won	14	정원삼	Jungwonsam	5
패키징	병	ขวด	165	50ml	50ml	70
	박스	กล่อง	126	300g	300g	62
	봉지	ซอง	86	500g	500g	36
	팩	แพ็ค	34	42ml	42ml	25
	파우치	Pouch	11	100g	100g	22
	스틱	Stick	3	150g	150g	14
홍보문구	한국산	เกาหลี	268	면역력 개선	ภูมิคุ้มกน	24
	혈액순환 개선	เลือด	92	스트레스 해소	เครียด	22
	피로 회복	เมื่อย	54	달콤한 맛	หวาน	21
	어린이용	เด็ก	49	뇌 활동 촉진	สมอง	15
	(섭취/휴대) 간편한	ง่าย	44	GMP 인증	GMP	12

1. 건강기능식품으로 홍삼 제품 관심 증가

▶ 먹기 쉬운 '홍삼음료'와 '홍삼차' 등 키워드 빈출

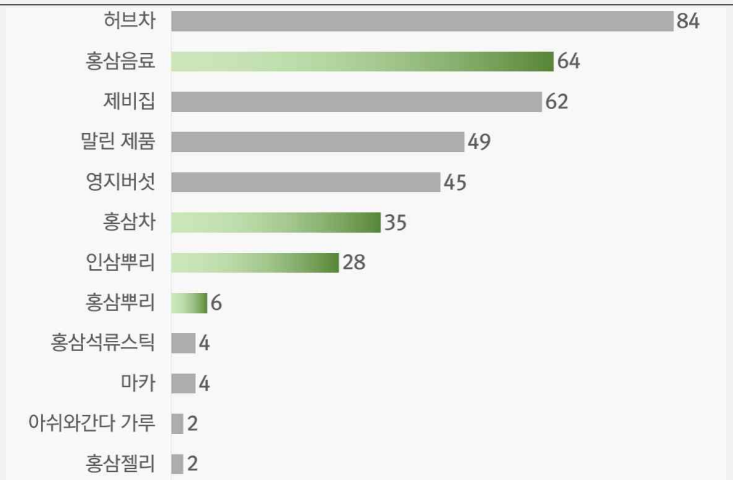
- 홍삼 농축액 관련 경쟁제품 키워드 분석 결과, 홍삼이 함유된 제품 중 '홍삼음료'가 64건으로 빈출되었으며, '홍삼차' 제품도 35건 도출됨
- 쉽게 먹을 수 있는 음료와 차 제품에 대한 선호도가 높은 것으로 보임
- '인삼뿌리'와 '홍삼뿌리' 키워드도 빈출되었으며, 데이터 확인 결과, 주로 먹기 쉽게 캡슐 등으로 가공된 제품인 것으로 확인됨

▶ 홍삼 제품에 대한 바이어들의 관심 높아

- 코로나19로 건강기능 및 발효, 유기농 식품들에 관한 관심이 높아지면서 태국에서도 홍삼 제품에 대한 관심이 증가함
- 한국의 홍삼 제품은 높은 품질과 고급스러운 패키지, 비타민과 콜라겐 등 다양한 성분을 함유한 것이 높은 평가를 받음[14]

홍삼음료		홍삼차		홍삼뿌리	
제품명	홍삼액에 인삼 뿌리채	**제품명**	고려원인삼차	**제품명**	코리아진생캡슐
브랜드	이비채	**브랜드**	고려원	**브랜드**	기파린
중량	120ml	**중량**	100포	**중량**	30캡슐
가격	179바트(6,614원[15])	**가격**	349바트(12,896원)	**가격**	789바트(29,154원)

[표 3.1] 태국 판매 홍삼 농축액 경쟁제품 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 농축액' 관련 게시글 549건 분석

14) 자료: 라이브팜뉴스, 「베트남·태국서 인삼·홍삼 제품 '큰 인기'」, 2021.05.02
15) 1바트=36.95원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '정관장', 태국서 제품 판로 확대

▶ 빈출된 경쟁브랜드 '정관장', 태국서 제품 판매 확대…그 외 한국브랜드도 다수 판매 중

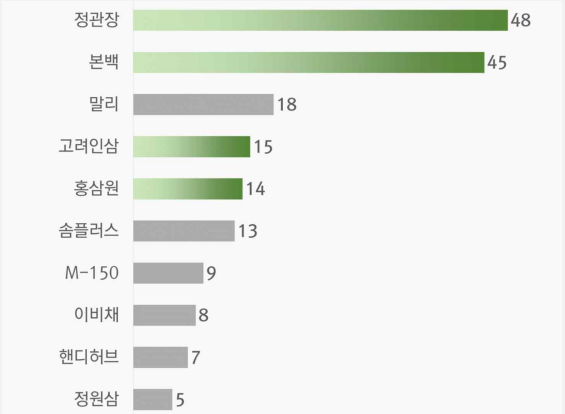
- 홍삼 농축액 경쟁브랜드로 '정관장'이 48건으로 가장 많이 도출되었으며, '홍삼원'과 '고려인삼', '이비채' 등 국내 브랜드도 다수 확인됨
- '정관장'은 태국의 헬스케어 전문업체 DKSH와 태국 내 정관장 브랜드 제품 독점 출시를 위한 파트너십을 체결하였으며, 송끄란 기간에는 방콕 내 쇼핑몰에서 체험 이벤트를 운영하는 등 활발하게 홍보 중임[16)]

▶ 현지 브랜드인 '본백'과 '말리' 등 확인

- 인삼을 원료로 한 건강기능식품을 판매하는 현지 브랜드 '본백'이 다수 확인됨
- 그 외 현지 브랜드인 '말리', '솜플러스', 'M-150' 등이 확인되었으며, 주로 허브 제품이나 에너지 드링크 등을 판매하고 있음

정관장		본백		홍삼원	
제품명	홍삼정환	**제품명**	인삼포뮬러	**제품명**	코리안레드진생드링크
브랜드	정관장	**브랜드**	본백	**브랜드**	홍삼원
중량	168g	**중량**	42ml	**중량**	50ml x 5개
가격	2,890바트(106,786원)	**가격**	239바트(8,831원)	**가격**	263.19바트(9,725원)

[표 3.2] 태국 판매 홍삼 농축액 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 농축액' 관련 게시글 549건 분석

16) 자료: 더구루, 인삼공사, 「태국 송크란 축제 정조준…허철호號 동남아 공략 '청신호'」, 2023.04.17

3. '병'과 '봉지' 패키징 다수…제품에 따라 다양한 용량

▶ '병'과 '봉지' 관련 키워드 빈출

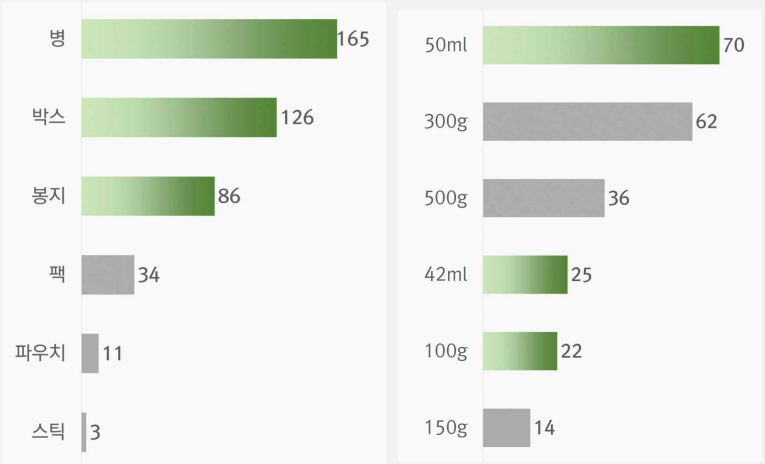
- 패키징 관련 키워드 조사 결과, '병' 관련 키워드가 165건으로 빈출됨
- 데이터 확인 결과, 주로 홍삼 음료 제품이나 홍삼정 제품이 '병'에 담겨 판매 중인 것으로 확인됨
- '봉지' 관련 키워드도 126건 도출되었으며, 일회용으로 먹기 좋게 소분된 제품들이 대다수로 확인되었음

▶ 제품 유형에 따라 다양한 용량…1회분 용량이 가장 많아

- 용량 관련하여 '50ml'가 70건으로 가장 많이 도출되었으며, '42ml' 등 1회분 소분 용량도 빈출됨
- 일부 대용량 제품의 경우 '300g'과 '500g'으로 판매 중이었으며, 홍삼정 제품의 경우 '100g' 용량으로 판매 중인 것으로 확인됨

병, 박스		봉지		100g	
제품명	고려인삼당귀잡	**제품명**	홍삼담은석류스틱	**제품명**	홍삼정마일드
브랜드	고려인삼당채잡	**브랜드**	굿베이스	**브랜드**	정관장
중량	500cc	**중량**	10ml x 10파우치	**중량**	100g
가격	715바트(26,419원)	**가격**	426.31바트(15,752원)	**가격**	1,955바트(72,237원)

[표 3.3] 태국 판매 홍삼 농축액 패키징 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 농축액' 관련 게시글 549건 분석

4. '한국산'을 선호하는 태국 소비자…제품 효능 강조도 중요

▶ '한국산' 관련 키워드 다수…간편한 특성 강조하기도

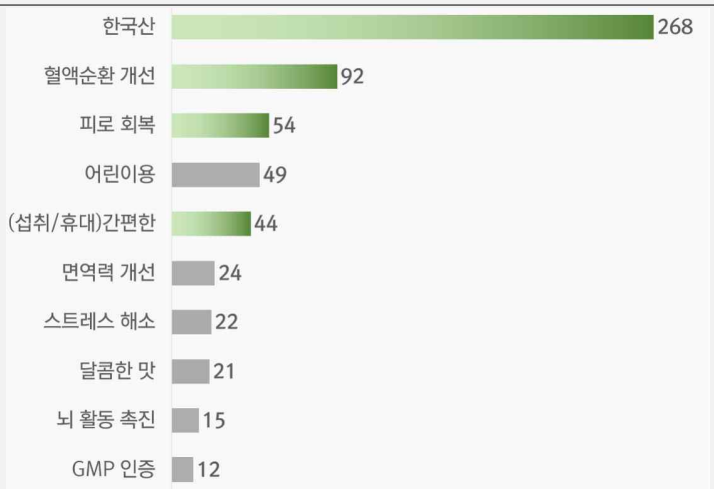
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, '한국산' 키워드가 268건 도출됨
- 일부 현지 제품에도 '한국산'이라는 키워드를 사용하는 것을 보아, 현지에서 한국산 홍삼에 대한 인지도가 높다는 것을 알 수 있음
- 1회분으로 소분된 제품들은 '섭취 및 휴대가 간편한' 특성을 강조하는 것으로 확인됨

▶ 효능을 홍보하는 문구도 다수 확인됨

- 다수의 홍삼 제품에서 제품의 효능을 홍보하는 문구 다수 확인됨
- '혈액순환 개선'과 피로 회복' 관련 키워드는 각각 92건, 54건 도출됨
- 그 외에도 '면역력 개선'과 '스트레스 해소', '뇌 활동 촉진' 등 건강상의 효능을 강조하는 문구가 다수 확인되었음

한국산		혈액순환 개선		(섭취/휴대)간편한	
제품명	고려홍삼 농축액	**제품명**	6년근고려홍삼정	**제품명**	홍삼정에브리타임밸런스
브랜드	일화	**브랜드**	비타하우스	**브랜드**	정관장
중량	50g	**중량**	2병	**중량**	30포
가격	4,085바트(150,941원)	**가격**	1,299바트(47,998원)	**가격**	2,490바트(92,006원)

[표 3.4] 태국 판매 홍삼 농축액 홍보문구 관련 키워드



자료: 태국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 농축액' 관련 게시글 549건 분석

Ⅳ 유통채널

1. 태국 홍삼 농축액 유통채널 점유율
2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널

1. 태국 홍삼 농축액 유통채널 점유율

▶ 2023년 태국 내 홍삼 농축액, 오프라인 채널 우세

2023년 태국 홍삼 농축액을 포함한 일용소비재(FMCG: Fast-Moving Consumer Goods)[17] 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'은 61.0%로 전체 유통채널 점유율 대비 압도적인 점유율을 보임. 한국도 태국과 마찬가지로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 43.0%로 가장 높은 점유율을 차지함. 태국에서 두 번째로 높은 점유율을 차지한 채널은 '편의점'으로 19.0%의 비중을 차지함. 한국에서는 해당 채널의 점유율이 집계되지 않음. '온라인' 채널의 경우 태국은 6.0%, 한국은 36.0%의 비중을 차지하여 한국에서는 '온라인' 채널을 통한 식품 유통이 비중 있게 발생함. 태국은 오프라인 유통채널이 우세한 것을 알 수 있으므로 이를 고려한 진출 전략이 필요함

[표 4.1] 태국 및 한국 홍삼 농축액 소매유통채널 점유율 비교[18]

태국 및 한국 홍삼 농축액 소매유통채널 점유율 비교[19]		
태국	유형	한국
61.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓[20]	43.0%
19.0%	편의점	(-)
6.0%	온라인	36.0%
14.0%	기타	21.0%

자료: 칸타(Kantar)

17) 식음료, 담배, 주류, 화장품, 생활용품 등 일상에서 흔히 사용되는 상품을 의미함
18) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
19) 해당 장에서 '홍삼 농축액'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '일용소비재(FMCG)' 카테고리의 정보를 확인함
20) 본 보고서에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 식료품점을 포함함

2. 태국 홍삼 농축액 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 7,293억 원[21])[22]
		기타 규모 • 매장 수('23): 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 어버이의날을 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 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 – 이메일: contact@central.co.th

자료: 센트럴백화점(Central)
사진 자료: 센트럴백화점(Central)

21) 1바트=36.95원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
22) 모기업인 센트럴리테일(Central Retail)의 2022년 통합 매출액임

2. 태국 홍삼 농축액 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(9,769억 원[23])
		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 4월 알레그로(Allegro) 그룹과 합병	
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 쥬얼리 및 악세서리, 핸드백 등	
	선호 제품	• 젊은 층에게 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)

23) 1달러=1,344.80원(2023.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 태국 홍삼 농축액 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 등에서도 운영 • 빅씨는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점으로 기본, 엑스트라(Extra), 푸드플레이스(Food Place), 마켓(Martket), 미니(Mini) 등 다양한 형태의 매장을 운영 중 • 빅씨 타운센터를 운영하여 매장 내 실내외 공간 임대 사업을 실시함 • 인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통해 매달 빅씨 프로모션 공지 및 할인 상품 정보 제공

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료, 주류, 건강보조식품, 화장품, 유아용품 등
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 직접 등록 – 등록 시 필요한 일반적인 정보 ① 공급자 정보(공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보(제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명, 크기 및 용량, 소매가, 견적서) ③ 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), 구글맵(Google Maps)

2. 태국 홍삼 농축액 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 7,293억 원)[24]
		기타 규모 • 매장 수('22): 120개
	기업 요약	• 1996년 설립된 슈퍼마켓 업체 • 센트럴 리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 슈퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영 • 오프라인과 온라인 모두 운영 중 • 온라인 몰 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) ② 공급 제품 정보(제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +66-2-831-7300, +66-2-660-1000 (본사)

자료: 탑스(Tops)
사진 자료: 탑스(Tops), 구글맵(Google Maps)

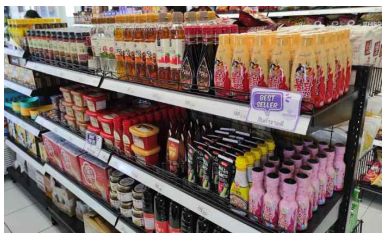
24) 모기업인 센트럴리테일(Central Retail)의 2022년 통합 매출액임

2. 태국 홍삼 농축액 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	• 1972년 솜삭테라파타나쿨(Somsak Teraphatanakul)에 의해 설립된 슈퍼마켓 체인임 • 일부 오프라인 매장은 24시간 운영함 • 온라인 몰 17시 이전 주문 시 익일 배송 가능 • '푸드랜드 365 리워드' 애플리케이션을 통해 회원가로 적립 가능 • 매달 푸드랜드에서 추천하는 베스트 상품을 소개
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(0222) - 이메일: CRM@foodland24hours.com - 팩스: +66-2-539-0837

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

2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널 ⑥ 보라마트

기업 기본 정보	기업명	보라마트(Bora Mart)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.facebook.com/Borakoreanmartchiangmai
	위치	치앙마이(Chiang Mai)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개
	기업 요약	• 치앙마이 주에 위치한 한인마트 • 주 7일 휴무 없이 영업 • 한국 식품 트렌드에 발맞춰 최신 상품을 업데이트하고 있음 • 페이스북 라이브, 틱톡 라이브를 통해 신제품을 소개하고 있음 • 드라이브스루(DriveThru)를 통한 구매가 가능함 • 매장 야외에서 취식할 수 있는 야외석 구비 • 미리 제품 주문하여 픽업하는 '매장 내 수령' 서비스 제공
매장정보	입점 가능 품목	• 한국 가공식품, 냉동식품, 건강식품, 스낵류, 음료류, 아이스크림, 라면, 소스 등
	선호 제품	• 한국 식재료, 한국 식품 트렌드에 맞는 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화 및 이메일을 통한 입점 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: +66-65-478-0688 - 이메일: borakoreanmartchiangmai@gmail.com

자료: 보라마트(Bora Mart) 페이스북
사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널 ⑦ 지두방마켓

기업 기본 정보	기업명	지두방마켓(JidubanG-market)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.facebook.com/people/JidubanG-market
	위치	방콕(Bangkok)
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 4개
	기업 요약	• 매장 규모 및 취급제품 면에서 방콕 최대의 한국 식품 전문 마트에 해당함 • 주 7일 정기휴무일 없이 운영 • 페이스북을 통해 신제품을 소개하고 있음 • 한국 식품 트렌드에 맞게 최신 상품을 업데이트하고 있으며, 다양한 종류의 한국 식품과 돌솥, 젓가락 등의 한국 제품들도 취급 • 매장 내 전라남도 우수 농수산식품 상설판매장이 개장되어 있음
매장정보	입점 가능 품목	• 김치, 한국 가공식품, 냉동식품, 건강식품, 스낵류, 음료류, 라면, 장류 등
	선호 제품	• 한국 식품 트렌드에 맞는 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화를 통한 입점 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: +66-61-053-5000

자료: 지두방마켓(JidubanG-market) 페이스북
사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널 ⑧ 쇼피 태국

기업 기본 정보	기업명	쇼피 태국(Shopee Thailand)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.co.th	
	규모	매출액('22)	• 217억 바트(8,018억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근1개월): 6,450만 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	정관장, 개성인삼농협 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(Payoneer) 계좌 연동 가능해야 함 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 – 전화번호: +66-2-017-8399 – 다음 웹주소를 통해서 이메일 컨택 가능 (help.shopee.co.th/th/s/article/ฉันจะติดต่อ-Shopee-ได้อย่างไร) – 다음 웹주소에서 판매 금지 상품, 셀러 행동 규제 등 신규 셀러를 위한 정보 확인 가능(seller.shopee.co.th/edu/category?sub_cat_id=212)

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

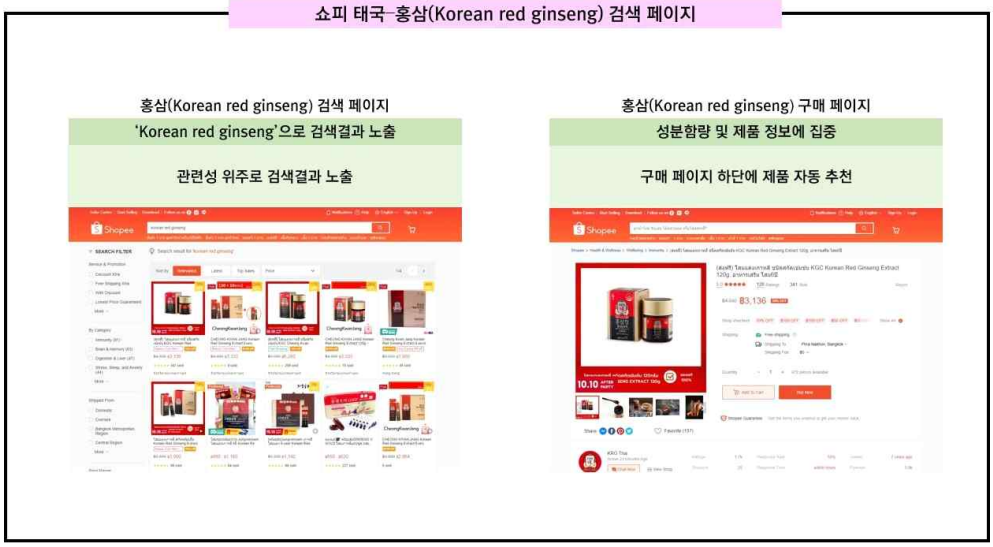
온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②

쇼피 태국-홍삼(Korean red ginseng) 검색 페이지



평점, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

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

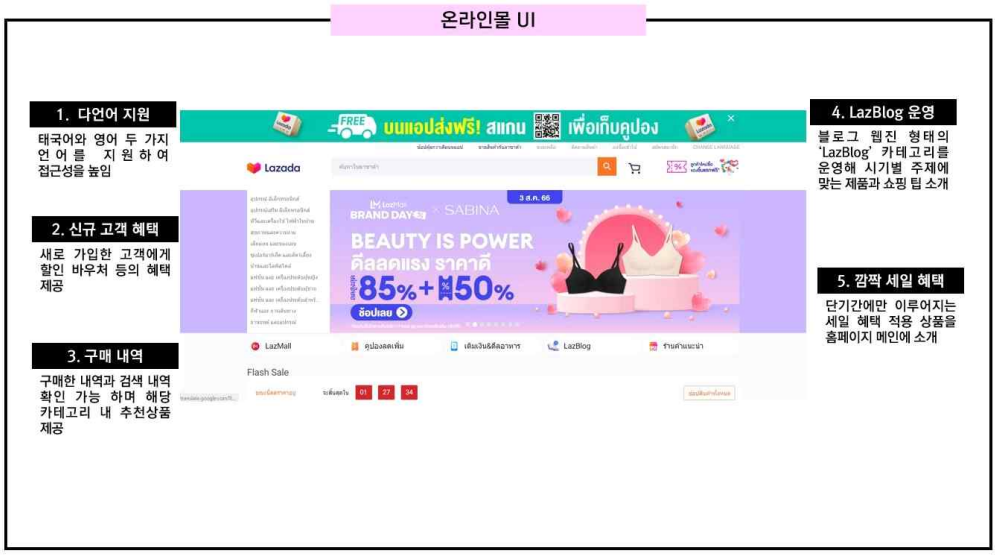
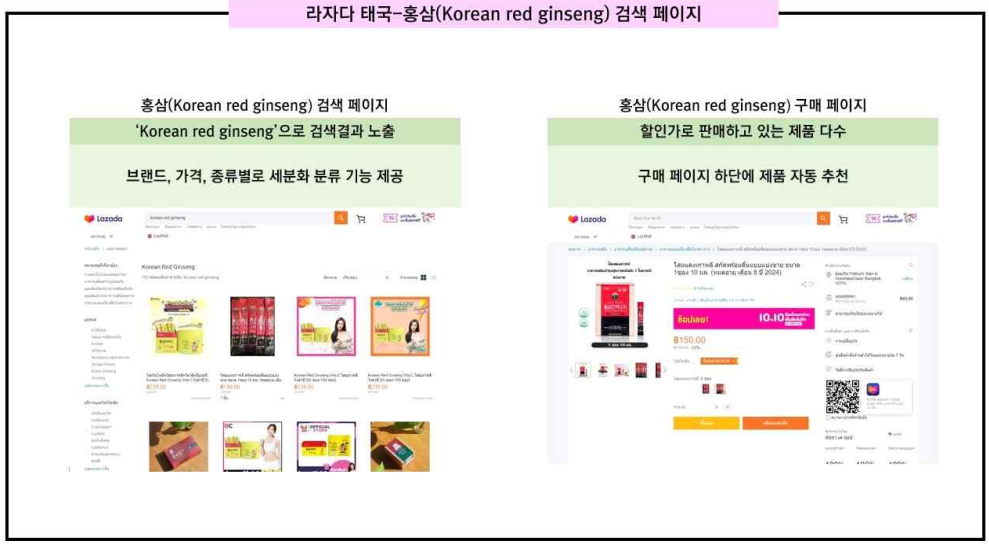
2. 태국 홍삼 농축액 주요 유통채널 ⑨ 라자다 태국

기업 기본 정보	기업명	라자다 태국(Lazada Thailand)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.lazada.co.th	
	규모	매출액('22)	• 146억 바트(5,395억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4,010만 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 갖춤 • 2022년 플라스틱 폐기물 줄이기 위해 라즈어스(LazEarth) 캠페인 시작	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	개성인삼농협, 천제명 등
		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 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 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)

V
진입장벽

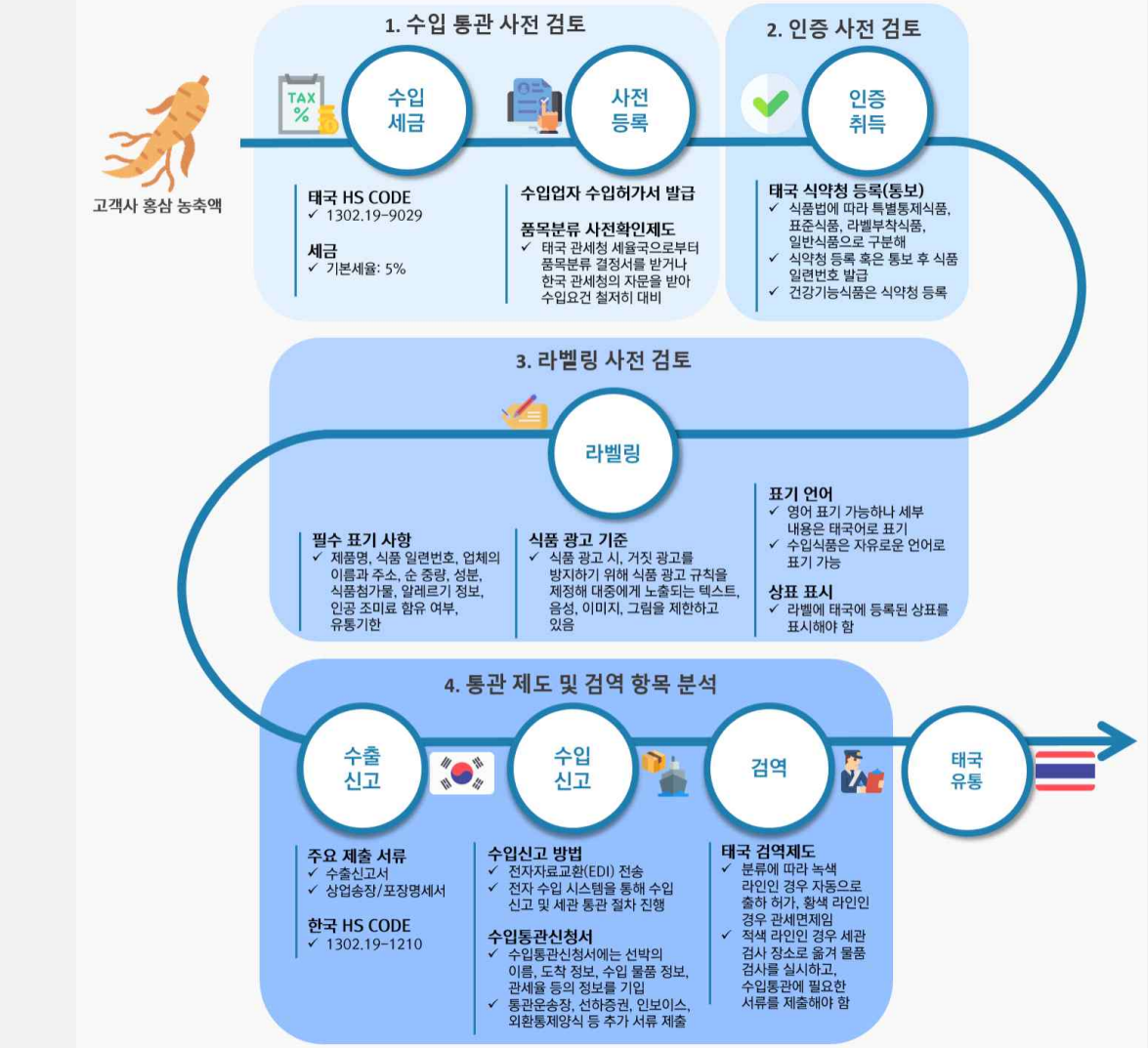
1. 태국 홍삼 농축액 통관 및 검역 절차
2. 태국 홍삼 농축액 품질 인증
3. 태국 홍삼 농축액 라벨링
4. 태국 홍삼 농축액 품질 기준

1. 태국 홍삼 농축액 통관 및 검역 절차[25)]

▶ 태국 홍삼 농축액 수입 시, 수입허가서 발급 및 식약청 등록

태국은 수입 시, 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며 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 홍삼 농축액 통관 검역 절차



자료: 관세청, 태국 관세청, 태국 보건부(MOPH), 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 – 문제가 생길 때마다 식약청 검사관들이 시장에서 식품 샘플을 채취해 유해물질, 농약잔류물, 중금속 등의 존재 여부 확인 • 식품 감시: 시장에서 유통되는 식품의 안전과 품질에 대한 감시 • 공식적 광고매체를 통한 식품 광고에 대한 식약청 승인: 식품의 품질과 효용성에 대해 소비자를 호도하는 광고는 금지되며 광고 승인은 식약청 DIvision of Post-marketing에서 담당

자료: 한국농수산식품유통공사

[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(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 2-4영업일이 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), 태국 보건부(MOPH)

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

2. 태국 홍삼 농축액 품질 인증

▶ 태국 건강기능식품, 식약청 승인 필요

건강기능식품을 태국에 수출하기 위해 태국 식약청(TFDA: Thailand Food and Drug Administration)에 제품을 등록해야 함. 원활한 제품 등록을 위해서는 함유 성분들이 태국 식약청의 허용물질 목록에 이미 등록되어 있는지를 체크해야 하며, 만약 태국에 등록되어 있지 않은 성분이 존재하는 경우 신규물질 등록절차를 먼저 거친 후 제품 등록을 진행할 수 있음. 또한, 건강기능식품 관련 태국 식약청 승인 상의 중요한 특징은 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI: Thai Recommended Daily Intake)의 기준이 낮다는 것이고, 이를 초과하는 경우 특수목적식품 혹은 의약품 등으로 분류되어 등록 절차에 상당한 시간과 비용이 소요됨. 주요 성분별 일일 권장 섭취량은 하기 표와 같음

[표 5.4] 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI) 기준

순번	성분명	일일 권장 섭취량	섭취량 단위
1	총 지방(Total Fat)	65	g
2	포화 지방(Saturated Fat)	20	g
3	콜레스테롤(Cholesterol)	300	mg
4	단백질(Protein)	50	g
5	총 탄수화물(Total Carbohydrate)	300	g
6	식이섬유(Dietary Fiber)	25	g
7	비타민 A(Vitamin A)	800	μg RE
8	티아민(Thiamin)	1.5	mg
9	리보플라민(Riboflavin)	1.7	mg
10	나이아신(Niacin)	20	mg NE
11	비타민 B6(Vitamin B6)	2	mg
12	엽산(Folate)	200	μg
13	바이오틴(Biotin)	150	μg

자료: 한국식품산업협회, 태국 식약청(TFDA)

[표 5.4] 태국 성분별 일일 권장 섭취량(Thai RDI) 기준

순번	성분명	일일 권장 섭취량	섭취량 단위
14	판토텐산(Pantothenic Acid)	6	mg
15	비타민 B12(Vitamin B12)	2	μg
16	비타민 C(Vitamin C)	60	mg
17	비타민 D(Vitamin D)	5	μg
18	비타민 E(Vitamin E)	10	mgα-TE
19	비타민 K(Vitamin K)	80	μg
20	칼슘(Calcium)	800	mg
21	인(Phosphorus)	800	mg
22	철(Iron)	15	mg
23	아이오딘(Iodine)	150	μg
24	마그네슘(Magnesium)	350	mg
25	아연(Zinc)	15	mg
26	구리(Copper)	2	mg
27	칼륨(Potassium)	3,500	mg
28	나트륨(Sodium)	2,400	mg
29	망간(Manganese)	3.5	mg
30	셀레늄(Selenium)	70	μg
31	불소화물(Fluoride)	2	mg
32	몰리브데넘(Molybdenum)	160	μg
33	크로뮴(Chromium)	130	μg
34	염화물(Chloride)	3,400	mg

자료: 한국식품산업협회, 태국 식약청(TFDA)

▶ 태국 식품 보조제(Food Supplement) 제도

태국에서는 건강기능식품과 가장 유사한 품목으로 '식품 보조제(Food Supplement)'가 해당되는데, 이는 일반 식품의 형태로 정상적인 식이의 일부로 섭취되며 만성질환의 발병 위험을 감소시키는 등 생리학적 이점을 갖는 식품으로 정의됨

[표 5.5] 태국 식품 보조제 제도

식품보조제 정의	• 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)에 따르면 식품보조제는 영양소 또는 기타 물질을 성분으로 함유한 전통식품 이외의 소비를 목적으로 섭취되는 정제, 캡슐, 분말, 편상, 액체 또는 기타 제형의 식품임
영양소 또는 기타 물질	• ① 비타민, 아미노산, 지방산, 미네랄 또는 동식물로부터 얻은 생산물 • ② ①항 물질의 농축물, 대사물질 구성물 또는 추출물 • ③ ①항 또는 ②항 물질을 모방한 인공 물질 • ④ ①, ② 또는 ③항의 한 가지 이상 물질의 혼합물 • ⑤ 식품위원회의 승인에 따라 식품의약품청(FDA)에서 규정한 물질 또는 대상
일반 사항	• 태국에서 식품 보조제를 규제·관리하는 기관은 태국 식약청(TFDA)으로, 식품 보조제는 품질 기준 및 규격이 정해져 있으며 관련 규정에 따라 태국 식약청에 제품을 등록해야 하고, 라벨 또한 사용 전 식약청 승인을 받아야 함 • 태국은 식품안전관리 유관 법령 제정을 위하여 식품 보조제 규정은 유럽식품안전청(EFSA: European Food. Safety Authority)의 허용물질목록 관리제도/포지티브리스트(PLS: Positive List System)를 따르고 있음 • 식품 보조제에 대한 강조표시란 제품의 표시, 제품이 주는 효능과 관련된 제품에 관한 메시지나 표현을 의미하는데, 태국 식품 보조제에는 영양소 함량 강조표시, 비교 강조표시 및 기능성 강조표시가 가능함

자료: 한국건강기능식품협회

[표 5.6] 태국 식품 보조제 강조표시

영양소 함량 강조표시	• 태국 식약청은 일반적으로 미국 표시기준을 따르고 있어 “Low In cholesterol”, “reduced” 등의 용어를 사용하지만 “good source of”, “rich in” 등의 추가적인 표현도 함께 사용함 • 영양소 함량에 따른 강조표시는 칼슘, 섬유소 및 지방의 공급원(source)과 같은 식품의 영양소와 에너지 수준을 포함하고 있으며, 식품이나 천연 내용물이 어떤 조건을 가진 경우 “없음(Free)” 또는 “낮음(Low)”은 허용되지 않음(식수 “에너지 없음” 또는 “저지방”이라는 강조표시는 금지됨)
비교 강조표시	• 두 가지 제품에 포함된 영양소 또는 에너지양을 비교하여 강조한 표시로, “~보다 적은(less than)”, “감소된(reduced)”, “가벼운(lite/light)” 및 “강화된(more than)” 등의 표시가 있음 • 언급한 식품이 낮은 수준의 영양 조건인 경우 비교 주장이 금지되며, “최고(the most)”, “최초(the first)” 등과 같은 비교 주장은 식약청 입증이 어렵다고 간주되어 허용되지 않음
기능성 강조표시	• 해당 제품에 포함된 성분(영양소)이 인체에 미치는 기능(효과)을 강조한 표시로 사전에 태국 식약청 승인이 필요하며, 다음 요구사항을 준수해야 함 - 태국 일일섭취 권장량에 명시된 필수 영양소의 기능 - 해당 식품의 주원료가 되는 영양소는 그 기능을 표시해야 함 - 특별한 식품 성분이 아니더라도 어떤 역할을 하는지 언급되어야 함 - 영양소의 기능 표시는 반드시 과학적 근거가 있어야 함
관련 규정	• 식품법 B.E.2522(1979)(Food Act of B.E.2522(1979)) • 식품법에 따른 보건부령 • 의약품법 B.E.2510(1967)(Drug Act of B.E.2510(1967))

자료: 한국건강기능식품협회

▶ 태국 수입 식품 생산 관련 인증에 대한 운영 지침

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. 이외에 추가로 받아야 하는 필수 인증은 없으며, 태국 내 보편적인 인증인 HACCP와 태국 내 할랄 인증 등을 받아 활용할 수 있음

[표 5.7] 태국 홍삼 농축액 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	
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 5.8] 태국 홍삼 농축액 CICOT 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 한국이슬람교중앙회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Commitee), 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), 한국할랄인증원

[표 5.9] 태국 홍삼 농축액 KMF 할랄 인증 취득

인증명	KMF 할랄	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	한국이슬람교중앙회 (KMF: Korea Muslim Federation Halal Commitee)
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 - KMH 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(작년 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 관련 서류		

자료: 한국이슬람교중앙회

[표 5.10] 태국 홍삼 농축액 KHA 할랄 인증 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 • 서류검토 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 홍삼 농축액 라벨링

[표 5.11] 태국 홍삼 농축액 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 35㎠ 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)

[표 5.11] 태국 홍삼 농축액 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)

▶ 태국, 식품 라벨의 건강 강조표시 규정 초안 발표

2022년 10월, 태국 보건부(MOPH: Ministry of Public Health)는 '식품의 건강 강조표시(Health claim)'에 대한 규정 초안을 발의함. 규정 초안에는 건강 강조표시에 사용되는 용어의 정의, 건강 강조 표시의 준수 기준 및 조건, 영양소 기능 강조표시의 준수 기준 등에 대한 사항이 규정되어 있음. 해당 규정은 관보에 고시된 날로부터 180일 이후 시행될 예정이며, 2022년 10월 기준 시행일은 결정된 바 없음

[표 5.12] 태국 '식품의 건강 강조 표시' 초안 주요 내용

건강 강조표시 정의 및 분류	• 식품 또는 식품 구성 요소와 건강상의 이점 사이에 직간접적인 관계와 관련된 구문, 이미지, 마크, 상징, 상표에 대한 공표를 의미함 • 건강 강조표시는 ① 영양 기능에 관한 주장, ② 기타 기능에 관한 주장, ③ 질병 위험 감소에 관한 주장으로 분류됨
식품 건강 강조표시 준수 사항	• 식품은 안전해야 하며, 품질 또는 표준은 특성 고시를 준수해야 함. 신규 식품의 경우에는 건강 강조표시 이전에 안전성 평가를 거쳐야 함 • 일반적으로 인정된 과학적 증거에 의해 확립된 대로 영양학적 또는 생리학적 효과가 있는 것으로 입증된 상당한 양을 제공하는 식품 구성 성분 또는 기타 물질을 포함해야 함 • 일반 소비자가 강조표시에 명시된 유익한 효과를 이해할 수 있도록 작성되어야 하며, 라벨에 명시된 사용법 또는 소비 지침에 따라 바로 먹을 수 있어야 하고 적정 소비량이 포함되어야 함 • 건강 강조표시는 최신 과학적 입증에 기초하고 일반적으로 인정되는 데이터의 과학적 검토에 의해 승인되어야 함. 또한, 주장된 효과와 건강과의 관계를 충분히 입증시켜야 하고, 대상 그룹을 통해 잘 설계된 인간 개입 연구에 의해 제공된 증거를 기반으로 해야 함 • 건강 강조표시에 명시되는 식품 또는 구성 요소의 양은 적절하고 인증된 방법으로 측정되어야 함
영양소 기능 강조표시 준수 사항	• 영양소는 영양소 라벨링에 관한 보건부 고시의 부록 3에 포함된 것이어야 함 • 영양소 기능 강조 문구는 이 규정의 부록 1을 준수해야 함 • 영양소 기능 강조표시가 있는 식품 중 하기 나열된 영양소별 기준량을 초과하는 영양소가 하나 이상 포함된 경우, 해당 영양소 기능 강조 표시면에서 가장 크게 표시된 문구 근처에 해당 문구의 절반 정도의 크기로 '밝힘 표시'를 표시해야 함 - 총 지방 13g, 포화지방 4g, 콜레스테롤 60mg, 나트륨 300mg, 총 당 13g

자료: KATI농식품수출정보

▶ 태국 홍삼 농축액 라벨 샘플

[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링 1]

[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 영어]	[앞면 - 국문]
① FLORDIS	① 브랜드명: FLORDIS
② Ginsana G115 Capsules	② 제품명: Ginsana G115 캡슐
③ Ginsenosides	③ 진세노사이드
④ Natural product from genuine Panax ginseng C.A. Meyer	④ 정품 파낙스 인삼 C.A. Meyer의 천연 제품
⑤ 100 CAPSULES	⑤ 100 캡슐

[앞면 - 태국어]	[앞면 - 국문]
① หินซาน่า ช115 แคปซูล	① Ginsana G115 캡슐
② ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากโสม	② 인삼에서 추출한 천연 제품

[옆면1 - 영어]	[옆면1 - 국문]
① SWISS QUALITY CLINICALLY PROVEN	① 임상적으로 검증된 스위스 품질
② Composition Each capsule contains: Standardised ginsenosides concentrate G115 100 mg	② 구성 각 캡슐에는 다음이 포함됨: 표준화된 진세노사이드 농축액 G115 100 mg

③ Imported by: DKSH(Thailand) Limited, BKK	③ 수입업자: DKSH(태국) Limited, BKK
④ Manufactured by: Soho Flordis International Switzerland SA Via Mulini, 6934 Bioggio/Switzerland.	④ 제조업자: Soho Flordis International Switzerland SA Via Mulini, 6934 Bioggio/Switzerland.
[옆면1 – 태국어]	**[옆면1 – 국문]**
① ทะเบียนยาเลขที 1C 347/51	① 의약품 등록번호 1C 347/51
[옆면2 – 영어]	**[옆면2 – 국문]**
① Dosage For adults 2 capsules daily, one each with breakfast and with lunch.	① 복용량 성인 기준 1일 2캡슐, 아침 및 점심식사와 함께 각각 1캡슐씩 복용하세요.
② Do not store above 25°C Keep cool, dry and tightly closed.	② 25°C가 넘는 온도에서 보관하지 마세요. 서늘하고 건조한 곳에서 뚜껑을 잘 닫아 보관하세요.
③ BATCH NO. N0550304 MFG DATE. 01 09 2021 EXP DATE. 31 08 2024	③ 배치 번호. N0550304 제조일자. 01 09 2021 유통기한. 31 08 2024
[옆면2 – 태국어]	**[옆면2 – 국문]**
① ใช้สำหรบ สภาวะอ่อนเพลีย หรือในระยะพกฟื้น อาการเหนือย หมดแรง เสริมสร้าง ระบบภูมิคุ้มกน	① 사용 피로 증상 또는 회복기간 동안 피로 증상, 탈진, 강화 면역 시스템

4. 태국 홍삼 농축액 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 5.13] 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 & Betche] 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)

▶ 식품첨가물

태국 식약청(TFDA)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 홍삼 농축액을 '식이보충제'로 분류하여 검색했을 때 발견된 식이보충제의 식품첨가물 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 또는 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.14] 태국 식이보충제 관련 식품첨가물

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용 기준
1	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	식이보충제	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)

▶ 유해물질

태국 보건부(MOPH)에서 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 '모든 식품' 및 '식품보충제'에 적용되는 잔류농약의 목록과 그 기준임. 더욱 자세한 규정은 태국 보건부 식품사업부 홈페이지의 법률 및 규정에서 확인할 수 있음

[표 5.15] 태국 모든 식품 및 식품보충제 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 비소	Total Arsenic	식품보충제	2mg/kg
4	납	Lead(Pb)		1mg/kg
5	수은	Mercury(Hg)		0.5mg/kg

자료: KATI농식품수출정보, 태국 보건부(MOPH)

▶ 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 5.16] 태국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
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)

VI
수입·유통업체 인터뷰

1. 수완파이산(Suwanpaisan)
2. 일화(ILHWA)
3. 네이처바이오텍(Nature Biotec)

Interview ①

27)

수완파이산(Suwanpaisan) Manager

수완파이산 (Suwanpaisan)

- **유형: 수입유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1992년 설립
  - 방콕에 위치한 드럭스토어
  - 주요 수입국: 중국, 한국
  - 취급 품목: 한약, 한약재, 고려 인삼, 어묵, 새우젓, 중국 술 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Manager

Q. 최근 태국 소비자들 사이에서 홍삼 농축액 등 건강기능식품에 대한 트렌드는 무엇인가요?

한국 홍삼 제품은 태국 내 건강기능식품 산업에서 성장하고 있습니다. 태국에서 한국 홍삼 제품이 인기를 얻고 있는 이유는 한국 홍삼의 효능과 특성을 인정받았기 때문입니다. 한국 홍삼은 수 세기 동안 인정받고 사용되어 온 약초입니다. 홍삼에는 인체 건강에 긍정적인 영향을 미치는 유익한 화합물이 다양하게 함유되어 있으며, 한국 홍삼의 효능은 다양한 의약 문헌과 과학 연구에 기록되어 있습니다. 오늘날 한국 홍삼은 다양한 건강상의 이점으로 인해 전 세계적으로 인기를 얻고 있으며 약초의 왕이라고 불립니다. 또한, 홍삼은 면역 체계를 강화하고 통증을 완화하며 심각한 질병의 관리 및 치료에 도움이 되는 것으로 알려져 있습니다.

Q. 홍삼 농축액을 포함한 홍삼 제품을 주로 소비하는 태국 소비자의 특성과 그들은 홍삼 제품을 주로 어떻게 섭취하는지 설명해 주세요.

홍삼 제품을 주로 소비하는 소비자들은 다양한 건강 관련 목적으로 홍삼이 함유된 제품을 소비하거나 복용합니다. 주요 소비자들은 건강과 웰빙을 우선시하는 모든 연령대의 사람들이 포함될 수 있습니다. 또한, 노년기 삶의 질을 개선하고자 하는 노년층과 체력 증진을 원하는 개인도 포함될 수 있습니다. 운동할 시간이 부족하고 건강에 문제가 생기기 쉬운 바쁜 현대인들에게 다양한 형태의 홍삼이 함유된 건강기능식품은 쉽고 편리하게 영양과 건강에 대한 니즈를 충족시킬 수 있는 제품입니다. 현재 태국 내 다양한 홍삼 제품이 판매되고 있기 때문에 이러한 소비자들은 건강에 도움이 되는 적절한 제품을 쉽게 찾을 수 있습니다.

Q. 홍삼 농축액 진액 스틱, 어린이 홍삼 제품, 홍삼 절편 및 정과, 고려 인삼, 홍삼 혼합 음료에 대한 태국 소비자들의 선호도 순위를 매기고, 그 이유와 예상되는 소비자 선호도에 대해 설명해 주세요.

태국 소비자들은 대부분 고려 인삼 성분이 함유된 제품을 좋아합니다. 따라서, 고려 인삼, 홍삼 농축액 진액 스틱, 홍삼 혼합 음료 순으로 태국 내에서 제품의 인기가 높습니다.

27) 사진 자료: 수완파이산(Suwanpaisan)

Q. 홍삼 농축액 제품을 수출할 경우, 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 그 이유는 무엇인가요?

한국 홍삼을 유통하는 채널은 여러 가지가 있습니다. 먼저 가까운 지역 건강식품점이나 약국에서 한국 홍삼 제품을 찾을 수 있습니다. 또한, 많은 웹사이트와 온라인 스토어에서 한국 홍삼 제품을 판매하고 있으며, 온라인에서 제품을 검색하고 주문하면 문 앞까지 제품을 배달해 줍니다. 이를 통해 대량 구매를 진행할 수도 있습니다. 때때로 특정 커뮤니티에서 건강 및 건강보조식품 단체 구매가 이루어지기도 합니다.

Q. 홍삼 농축액 제품 마케팅을 위해 타깃으로 삼으면 좋을 소비자층은 누구인가요?

원래 약초 시장의 타깃은 대부분 노인층에 국한되었지만, 지금은 상황이 바뀌고 있습니다. 건강을 챙기는 사람들이 점점 더 많아지면서 고려 인삼을 비롯한 다양한 약초가 건강 유지의 새로운 대안으로 떠오르고 있습니다. 젊은 직장인들도 면역력을 강화해 각종 질병에 대한 방어막을 형성하기 위해서 다양한 약초 관련 제품을 구매합니다.

Q. 태국에서 홍삼 농축액 제품을 홍보할 때, 가장 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

제품 홍보하기 위해서는 브랜드 인지도 구축부터 시작해야 합니다. 특히 경쟁이 치열한 건강 및 웰니스 시장에서 브랜드 인지도 구축은 제품 홍보의 필수 단계입니다. 강력한 브랜드 아이덴티티를 구축하면 제품을 차별화하고 고객에게 지속적인 인상을 남길 수 있습니다. 주로 브랜드의 모든 채널에서 홍보가 이루어집니다. 오프라인이든 온라인이든 상관없습니다. 또한, 제품에 합리적인 가격을 설정해야 합니다. 무엇보다도 고객의 혜택에 초점을 맞춰야 합니다. 마지막으로, 상품 유통업체를 통해 프로모션을 진행해야 합니다. 품질에 대한 고객의 신뢰를 쌓아 고객에게 감동을 주고 재구매를 유도할 수도 있습니다.

Q. 수입 및 유통업체 입장에서 홍삼 농축액 제품 수입 시 유의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건은 무엇인가요?

인삼 또는 인삼 관련 제품 수입 시 반드시 식약처와 정부에 알려야 하며, 의약품 및 의약품과 같은 특성을 가진 제품 수입에 대한 명확한 지침을 올바르게 알고 있어야 합니다. 또한, 법에 따라 수입 허가를 요청하고 등록을 받아야 하는데 이 부분은 식품의약품안전처인 식약처가 담당하고 있습니다.

Interview ②

28)

일화(ILHWA)
Manager

일화
(ILHWA)

- **유형: 수입유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1971년 설립
  - 방콕 위치한 소매 및 수입업체
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 고려 인삼 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Manager

Q. 최근 태국 소비자들 사이에서 홍삼 농축액 등 건강기능식품에 대한 트렌드는 무엇인가요?

태국 내 한국 홍삼과 관련한 건강기능식품 시장은 아직 그 규모가 그리 크지 않습니다. 그리고 소비자들은 홍삼을 건강기능식품이 아닌 의약품으로 인식하고 있습니다. 건강기능식품의 경우, 일반적으로 그 성분의 효능으로 인해 그 가치가 즉시 상승합니다. 특히, 홍삼은 추출하여 건강기능식품으로 사용하는 경우가 많습니다. 이러한 제품은 주로 고품질의 홍삼 추출물로 만들어지며, 많은 건강상의 이점이 있습니다. 또한, 섭취하기에 안전하며 일상생활에서 쉽게 섭취할 수 있습니다.

Q. 홍삼 농축액을 포함한 홍삼 제품을 주로 소비하는 태국 소비자의 특성과 그들은 홍삼 제품을 주로 어떻게 섭취하는지 설명해 주세요.

태국 내 홍삼 제품의 주요 소비자는 홍삼의 특성과 약효를 잘 알고 있는 사람들이 될 것입니다. 이는 주로 건강에 관심이 많은 소비자들입니다. 그들은 하루에 1-2번 홍삼 농축액을 티스푼으로 떠서 물 1컵에 섞어 섭취합니다. 잘 저은 다음 마시면 몸에 영양을 공급하는 데 도움이 됩니다.

Q. 홍삼 농축액 진액 스틱, 어린이 홍삼 제품, 홍삼 절편 및 정과, 고려 인삼, 홍삼 혼합 음료에 대한 태국 소비자들의 선호도 순위를 매기고, 그 이유와 예상되는 소비자 선호도에 대해 설명해 주세요.

홍삼 농축액 진액 스틱, 홍삼 혼합 음료 순으로 인기가 있습니다. 다만, 어린이 홍삼 제품, 홍삼 절편 등은 태국에서 인기가 없는 편입니다.

Q. 홍삼 농축액 제품을 수출할 경우, 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 그 이유는 무엇인가요?

기본적인 것부터 시작해야 합니다. 온라인 마켓을 통한 유통을 우선으로 다양한 마켓플레이스 채널을 통해 먼저 유통하고 점차적으로 지역 건강상점, 백화점 등의 유통채널로 이동할 수 있습니다. 다음으로는 지역 건강상점 같은 현지 매장에서 판매하면 현지 지식과 이해를 쌓아 탄탄한 고객 기반을 구축하는 데 도움이 될 수 있습니다. 또한, 주요 백화점에서 제품을 판매하면 고객들이 다양한 쇼핑센터에서 제품을 쉽게 볼 수 있어 매출과 수입을 늘리는 데 도움이 될 수 있습니다. 마지막으로 현지 파트너 네트워크 구축을 통해 지역 기업, 상점 또는 기타 건강 및 식이 보조제 파트너와 협력하면 해당 지역의 고객에게 더 쉽게 다가갈 수 있습니다.

28) 사진 자료: 일화(ILHWA)

Q. 홍삼 농축액 제품 마케팅을 위해 타깃으로 삼으면 좋을 소비자층은 누구인가요?

홍삼 농축액 제품의 주요 타깃층은 메인 그룹과 보조 그룹으로 나뉩니다. 메인 그룹은 구매력이 있는 중/고소득 고객층으로 주로 건강을 챙기는 그룹입니다. 또 다른 그룹은 중산층 고객층으로 건강에 관심이 많지만, 홍삼 농축액 제품을 구매할 예산은 없어 인삼 커피나 홍삼 추출물이 들어간 음료 등 홍삼 성분이 들어간 다양한 제품을 좋아합니다.

Q. 태국에서 홍삼 농축액 제품을 홍보할 때, 가장 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

홍삼 농축액 제품 홍보 시, 생산 공정 및 제품 품질 유지, 소비자 니즈에 맞는 다양한 제품 개발이 중요합니다. 다양한 홍보 매체를 준비하고 부스를 설치하여 이벤트를 통한 마케팅 활동을 추진하거나, 브랜드 입지에 따라 태국 내 다양한 축제 기간 동안 프로모션을 진행하면 좋습니다.

Q. 수입 및 유통업체 입장에서 홍삼 농축액 제품 수입 시 유의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건은 무엇인가요?

홍삼 또는 홍삼 관련 제품을 수입하기 전에 태국의 규제 요건을 이해하는 것이 필수적입니다. 홍삼 제품은 건강기능식품 또는 전통 약초로 간주하며 FDA 규정에 따라 특정 기준이 적용될 수 있습니다. FDA는 건강기능식품을 규제합니다. FDA에서 정한 특정 규정과 지침, 수입 허가 및 등록을 숙지하는 것이 중요합니다. 홍삼 제품을 합법적으로 수입하려면 수입 허가 및 등록을 신청해야 합니다.

Interview ③

29)

BRINGING HEALTH and VITALITY to MILLIONS Nature Biotec

네이처바이오텍(Nature Biotec) Administrator

네이처바이오텍 (Nature Biotec)

- **유형: 유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1994년 설립
  - 빠툼타니에 위치한 소매 및 공급업체
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 건강 보충제 등
  - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Administrator

Q. 최근 태국 소비자들 사이에서 홍삼 농축액 등 건강기능식품에 대한 트렌드는 무엇인가요?

태국에서는 건강을 위한 보충제로 홍삼에 대한 인식이 높아지고 있습니다. 태국 소비자들은 한국 홍삼의 높은 가치를 인정하고 있으며, 전 세계적으로 인기가 높은 한국 약초로 인식하고 있습니다. 태국 시장에서 한국산 홍삼은 다양한 건강기능식품 형태로 활용되고 있습니다.

Q. 홍삼 농축액을 포함한 홍삼 제품을 주로 소비하는 태국 소비자의 특성과 그들은 홍삼 제품을 주로 어떻게 섭취하는지 설명해 주세요.

태국에서 한국 홍삼 제품의 주요 소비자는 대부분 노인층이며, 주로 건강 관리에 관심이 많은 사람들입니다. 대부분의 제품은 소비자의 니즈와 건강 문제를 중심으로 개발됩니다. 제품은 섭취가 간편하고 건강에 유익한 영향을 미칠 수 있어야 합니다.

Q. 홍삼 농축액 진액 스틱, 어린이 홍삼 제품, 홍삼 절편 및 정과, 고려 인삼, 홍삼 혼합 음료에 대한 태국 소비자들의 선호도 순위를 매기고, 그 이유와 예상되는 소비자 선호도에 대해 설명해 주세요.

태국 내 소비자 선호도 순위는 다음과 같습니다. 고려 인삼, 홍삼 농축액 진액 스틱, 홍삼 절편 및 정과, 어린이 홍삼 제품 순입니다.

Q. 홍삼 농축액 제품을 수출할 경우, 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 그 이유는 무엇인가요?

태국 내 홍삼 농축액 제품 유통채널로 온라인 채널을 추천합니다. 온라인 웹사이트를 만들거나 신뢰할 수 있는 온라인 플랫폼을 사용하여 인터넷을 통해 제품을 판매하는 것이 좋습니다. 또한, 현지 기업과의 협업을 통한 합작 투자도 현지 시장에서 수출입품 유통 및 인지도 상승에 좋은 방법입니다.

29) 사진 자료: 네이처바이오텍(Nature Biotec)

Q. 홍삼 농축액 제품 마케팅을 위해 타깃으로 삼으면 좋을 소비자층은 누구인가요?

태국에서 홍삼 농축액 제품 마케팅을 위한 가장 이상적인 타깃층은 노인층, 건강에 관심이 많고 웰빙을 우선시하는 개인들입니다. 이러한 소비자층을 중심으로 마케팅 활동을 펼치는 것이 좋습니다.

Q. 태국에서 홍삼 농축액 제품을 홍보할 때, 가장 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

홍삼 농축액 제품을 홍보할 때 마케팅 전략에서 가장 중요한 것은 홍삼의 명확한 효능에 초점을 맞춰야 한다는 것입니다. 예를 들어, 태국의 한 홍삼 농축액 제품은 홍삼에 대한 정보와 효능을 제시하는 연구 중심의 접근 방식을 취하고 있습니다. 이는 특히 신체의 면역 체계를 강화하고 인플루엔자 발생률을 낮추는 홍삼의 특성과 관련된 다양한 연구 결과를 기반으로 합니다.

Ⅶ 시사점

Export Insights

시장수요

태국 對글로벌 홍삼 농축액 수입국 중, 한국 상위 9위 차지

태국 즉석 차 음료 시장규모는 향후 5년간 8.6%씩 증가할 것으로 전망되고, 비타민 및 미네랄 시장규모는 향후 5년간 5.0%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 1302.19의 태국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 1.6%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 5.5%씩 감소함. 한편, 2022년 기준 태국의 홍삼 농축액 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 중국의 연평균성장률은 4.5%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 태국 내 홍삼 농축액을 포함한 건강기능식품 시장은 성장 중이라고 답변함. 홍삼은 면역체계를 강화하고 통증을 완화하는 것으로 알려져 있으며, 태국 내에서도 한국산 홍삼의 효능과 특성에 대한 인지도가 높은 편임. 또한, 홍삼은 다양한 형태의 건강기능식품 형태로 활용되고 있음

태국 온라인 쇼핑몰 홍삼 농축액 경쟁제품

소비 특징 ①

태국 홍삼 농축액 시장 내 음료 또는 차 형태의 제품 인기 높음

태국 온라인 쇼핑몰 판매 경쟁제품 키워드 분석 결과, 홍삼이 함유된 제품 중 홍삼음료, 홍삼차 제품이 인기가 높은 것으로 확인됨. 이어서 인삼뿌리나 홍삼뿌리 키워드도 도출되었으며, 데이터 확인 결과 주로 먹기 쉽게 캡슐 등으로 가공된 제품인 것으로 확인됨

태국 온라인 쇼핑몰 판매 경쟁브랜드 키워드 분석 결과, 정관장이 가장 많이 도출되었으며, 홍삼원과 고려인삼, 이비채 등 국내 브랜드가 빈출됨. 또한, 인삼을 원료로 한 건강기능식품을 판매하는 현지 브랜드 본백이 다수 도출됨. 그 외 현지 브랜드인 말리, 솜플러스, M-150 등이 확인됨

태국 온라인 쇼핑몰 홍삼 농축액 홍보문구

소비 특징 ②

'한국산', '혈액순환 개선' 등의 제품 홍보문구 다수

태국 홍삼 농축액 시장 내 '한국산' 홍보문구를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 일부 현지 제품에도 '한국산'이라는 키워드를 사용하는 것으로 보아, 현지에서 한국산 홍삼에 대한 인지도가 높은 것으로 보임. 또한, '혈액순환 개선', '피로 회복', '면역력 개선' 등 효능을 강조하는 홍보문구도 다수 확인됨

태국 온라인 쇼핑몰 판매 홍삼 농축액 제품 패키징 키워드 분석 결과, '병' 관련 키워드가 165건으로 빈출됨. '봉지' 관련 키워드도 빈출되었으며, 주로 일회용을 먹기 좋게 소분된 제품들이 대다수로 확인됨. 또한, 용량과 관련하여 '50ml'가 가장 많이 도출되었으며, '300g', '500g' 등 상대적으로 대용량인 제품들도 확인됨

Export Insights

유통채널

태국 내 홍삼 농축액 유통채널 점유율 조사 결과, 식료품점을 포함하는 하이퍼마켓/슈퍼마켓(61.0%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 편의점(19.0%), 온라인(6.0%), 기타(14.0%) 채널이 태국 내 홍삼 농축액의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 태국 내 홍삼 농축액의 주요 유통채널로 온라인 채널을 추천함. 추후 점진적으로 지역 건강상점, 백화점 등의 오프라인 채널로 유통망을 확장할 것을 권장함

진입장벽

- Point 1) 수입업자 수입허가서 발급
- Point 2) 품목분류 사전확인제도
- Point 3) 태국 식약청 제품 등록

태국으로 홍삼 농축액 수출 시, 기본세율 5%가 적용됨. 또한, 태국은 수입 시, 수입 면허가 있는 수입업체만 수입할 수 있으며, 수입업체는 수입허가서 발급이 필요함. 또한, 건강기능식품을 태국에 수출하기 위해서는 태국 식약청에 제품을 등록해야 함

품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, GMP 등이 권장되며, 태국 내 보편적인 인증인 할랄 인증을 받아 활용할 수 있음. 라벨의 경우, 태국어를 사용해 표시해야 하며, 글씨의 크기는 2mm 이상으로 소비자가 읽을 수 있어야 함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백

Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 태국 소비자들 사이에서 한국산 홍삼에 대한 인지도가 매우 높은 것으로 확인됨. 특히 한국 홍삼의 효능과 특성에 대한 좋은 인식이 있음. 따라서, 고객사 제품의 건강한 성분 또는 효능 등의 셀링포인트를 강조하여 홍보하는 것이 태국 홍삼 농축액 시장을 타깃하기에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 가격은 합리적인 편이며, 포장도 제품에 적합하다고 답변함. 다만, 태국 내 유통되고 있는 다른 유사 제품들도 비슷한 특징을 갖고 있기 때문에, 추가 인증 취득, 성분 개선 등 차별성을 구축하려는 노력이 필요할 것으로 보임

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부,「국가개황」, 2022
2. 한국식품산업협회, '태국, CV-19 팬데믹 이후 건강음료 판매 급증', 2022.06
3. 스태티스타(Statista),「Ready-to-Drink (RTD) Tea_Thailand」, 2023.08
4. 라이브팜뉴스, '베트남·태국서 인삼·홍삼제품 '큰 인기'', 2021.05
5. 스태티스타(Statista),「Vitamins & Minerals_Thailand」, 2023.09
6. 칸타(Kantar),「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 한국농수산식품유통공사,「2022년 태국 국가 심층조사」, 2022.07
8. 한국농수산식품유통공사,「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」, 2022.09
9. 식품의약품안전처,「태국 수입식품관리 및 기준규격 체계」, 2016.04
10. 식품의약품안전처,「태국 식품의 기준 및 규격 번역집」, 2018.02
11. 더구루, 인삼공사,「태국 송크란 축제 정조준…허철호號 동남아 공략 '청신호'」, 2023.04.17

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 센트럴백화점(Central) (www.central.co.th)
4. 더몰(The Mall) (www.themallgroup.com)
5. 줌인포(Zoominfo) (www.zoominfo.com)
6. 애스매그(Asmag) (www.asmag.com)
7. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
8. 빅씨(Big C) (www.bigc.co.th)
9. 탑스(Tops) (www.tops.co.th)
10. 푸드랜드(Foodland) (www.foodland.co.th)
11. 방콕포스트(Bangkok Post) (www.bangkokpost.com)
12. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
13. 보라마트(Bora Mart) 페이스북 (www.facebook.com/Borakoreanmartchiangmai)
14. 구글맵스(Google Maps) (www.google.com/maps)
15. 지두방마켓(JidubanG-market) 페이스북 (www.facebook.com/people/JidubanG-market)
16. 쇼피 태국(Shopee Thailand) (www.shopee.co.th)
17. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
18. 라자다 태국(Lazada Thailand) (www.lazada.co.th)
19. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)
20. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
21. 태국 식품의약국(TFDA) (fda.moph.go.th)
22. 태국 농업협동부(MOAC) (www.moac.go.th)
23. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
24. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
25. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
26. 태국 관세청 (www.customs.go.th)
27. 태국 보건부(MOPH) (ddc.moph.go.th)
28. 한국식품산업협회 (www.kfia.or.kr)
29. 한국건강기능식품협회 (www.khff.or.kr)
30. 식품안전정보원 (www.foodinfo.or.kr)
31. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
32. 수완파이산(Suwanpaisan) (www.chinatownbkk.com)
33. 일화(ILHWA) (www.ilhwa.co.th)
34. 네이처바이오텍(Nature Biotec) (www.naturebiotec.com)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.11.10

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KATI
농 식 품 수 출 정 보