

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No. 1810-31

품 목 : 애완견 껌(Dog Chew)

국 가 : 태국(Thailand)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계 .....	04
1. 수출환경 및 경제지표 .....	06
2. 애완건 관련 산업 현황 .....	10
3. 수출입통계 .....	14
II. 시장 트렌드 .....	20
1. 소비 트렌드 .....	22
2. 제품 트렌드 .....	24
3. 유통 트렌드 .....	25
III. 통관 및 제도 .....	31
1. 통관 및 검역 .....	34
2. 인증정보 .....	42
3. 라벨링 .....	44
4. 위생규정 .....	46
IV. 경쟁제품 .....	50
1. 경쟁제품 선정 .....	52
2. 경쟁제품 분석 .....	53

V. 경쟁사	64
1. 경쟁사 선정	65
2. 경쟁사 분석	66
VI. 유통채널	70
1. 유통채널 개황	71
2. 주요 유통채널 분석	74

현지 소비자 인터뷰

현지 유통채널 담당자 인터뷰

현지 조사원 의견

참고문헌



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계



# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>2)</sup>

	등급	등급전망
	DB4	긍정적

자료: 「Country Insight Snapshot Thailand September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.14.

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 관광객 급증에 따라 관광산업의 대폭적인 성장이 전망됨</li> <li>- 중기적으로 현재 집권 중인 군부의 안정적 정권 유지가 가능할 전망</li> <li>- 외국인 투자 유치를 통한 경제 발전을 도모함에 따라 외국 기업들에 우호적인 정책을 추진하고 있음</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조업 부진 및 수출경쟁력 하락 가능성 상존</li> <li>- 정치적 분열을 해결할 근본적 해결책이 부재하여 언제든지 새로운 형태의 정치적 격동이 발생할 가능성이 있음</li> <li>- ASEAN 회원국 중 수출 규모 3위인 수출주도형 국가로, 대외 경기변동에 취약한 구조이며 글로벌 기업의 전략 변화 등에 큰 영향을 받음</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Thailand September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.14., 태국 국가신용도 평가리포트, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.5. 자료 종합

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정된 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

## □ 주요 거시경제 지표

- 2018년 경제성장률은 수출 및 관광산업 호조와 민간 소비의 성장세에 힘입어 전년 대비 0.2%p 증가한 4.4%를 기록할 것으로 전망됨
  - 2018년 1분기 관광객의 수는 전년 동기 대비 11% 증가하였으며, 2018년 연간으로는 전년 대비 2백만 명 증가한 3천 7백만 명을 상회할 것으로 예상됨
  - 한편, 민간 소비는 2013년 이후 가장 높은 성장세를 나타내는 부문으로, 가계 소득 증가에 따라 2018년 1, 2분기는 각각 3.7%와 4.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망됨
- 물가상승률은 내수 개선과 유가 상승의 영향으로 소폭 상승함
  - 디플레이션의 영향으로 2017년 물가상승률은 전년 대비 0.5%p 증가한 0.7%를 기록하였으며, 2018년 상반기 물가상승률은 1.1%
  - 2018년 5월 기준 소비자 물가 지수는 1.6%로 최근 19개월 내 최고치를 기록하였으나, 태국중앙은행의 목표치인 4.0%를 크게 하회하는 저조한 수준
- 경상수지는 지속적으로 대규모 흑자를 기록
  - 2017년 기준 GDP 대비 경상수지비율은 11.0%를 기록하며 전년 대비 감소
  - 이는 전년 대비 재화 수출 증가(9.7%), 서비스 수지 증가(50%, 174억 달러)에도 불구하고 제조업의 수입이 증가했기(14.4%) 때문으로 분석됨
  - 이러한 대규모 경상수지 흑자는 해외자본에 대한 의존도가 낮아졌음을 의미함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	7.8	11.4	11.0	10.3	8.1	6.4	5.6	4.4
대외부채/GDP	32.0	32.5	33.6	34.0	33.8	35.0	36.0	36.7
재정수지/GDP	-2.6	-3.5	-2.6	-2.4	-2.2	-2.3	-2.6	-2.7
물가상승률	-0.9	0.2	0.7	1.1	1.5	1.8	2.0	2.3
경제성장률	2.9	3.2	4.2	4.4	4.1	4.0	4.2	4.3

자료: 「Country Insight Report Thailand October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.30.

## □ 무역통상 환경

- 태국의 1순위 교역 상대국은 ASEAN 국가들이며, 개별 국가로는 중국과 미국이 상위를 차지
  - 2016년 기준 태국의 ASEAN에 대한 수출비중은 25.4%이며, 미국과 중국에 대한 수출비중은 각각 11.4%와 11.0%를 기록함
  - 최근 미·중 무역전쟁의 영향으로 對미국 수출이 증가했으며, 미국의 관세를 피하려는 중국의 투자가 증가하는 상황
- 해외 자본 투자를 유치하기 위한 개방적인 환경을 갖추고 있음
  - 세계경제포럼(WEF)이 발표한 '2017~2018년 WEF 국가경쟁력평가보고서'에 따르면, 태국의 종합 순위는 137개국 중 32위를 기록
  - 이는 주식 시장의 성장, GDP 대비 수출 비중의 상승, 해외 자본 투자에 대한 개방적인 태도 등이 원인인 것으로 분석됨
- 높은 수준의 무역의존도에도 불구하고 무역환경은 폐쇄적
  - 세계경제포럼(WEF)이 발표한 '2016년 세계무역가능보고서'에 따르면, 태국은 136개국 중 63위를 차지
  - 수입 면에서는 복잡한 수입 절차, 높은 수입 관세 및 비관세 장벽, 수출 면에서는 잠재적 구매자 발굴의 어려움, 부실한 지적 재산권 제도가 문제점으로 지적됨
- 시장 지향적인 사업 규제 환경이 형성되어 있음
  - 2018년 세계은행(World Bank)이 발표한 '2018년 기업환경평가보고서'에 따르면 태국은 190개국 중 23위를 기록하며 기업에 우호적인 환경을 갖추고 있는 것으로 평가됨
  - 반면 취약한 지적 재산권 보호 체계, 태국왕실자산국 후원 기업과 일반 기업 간의 불공정한 경쟁 환경, 높은 부패 수준 등이 시장 발전을 저해하는 요소로 분석됨

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험 요소	<p><b>정치적 위험 요소</b></p> <p>▶ <b>군부 정권의 장기적 집권으로 불안정한 정국</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2014년 쿠데타로 정권을 잡은 현 정권은 2018년 말 총선을 약속하였으나 최근 2019년 2월 24일로 연기하였고 이마저도 실행될 수 있을지 미지수인 상황임</li> <li>• 이러한 정치적 불안은 경제 발전을 저해하는 요소로, 국민들간 통합을 저해하고 있음</li> </ul> <p><b>사회적 위험 요소</b></p> <p>▶ <b>고령화로 노동 가능 인구 감소세</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년 6월 세계은행 발표에 따르면, 태국의 65세 이상 고령 인구는 11%를 기록하였으며, 이는 1995년보다 2배 이상 증가한 수준으로, 2040년까지 25%로 증가할 전망</li> <li>• 이러한 고령화 추세로 인해 노동 가능 인구가 점점 줄어들 전망</li> </ul>
기회 요소	<p><b>경제적 기회 요소</b></p> <p>▶ <b>동부경제회랑(EEC: East Economic Corridor) 개발 프로젝트</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 동부 해안 지역을 아세안의 첨단 산업단지로 육성하려는 국책 사업으로, 도로, 철도, 항구, 그리고 공항까지 통합된 기반시설에 대한 지속적인 개발이 진행 중</li> <li>• 아세안 지역 산업경제물류 중심지로서의 입지를 구축하려는 태국 정부의 계획에 따라 최근 중·일 연합은 'EEC 개발 추진위원회'를 발족하여 스마트시티 건설 사업에 투자하기로 합의</li> </ul> <p>▶ <b>전기자동차 생산의 허브 지역으로 발돋움하기 위한 노력 중</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 건설된 동부 해안 수출산업단지 이스터시보드(Eastern Seaboard) 사업으로 자동차 산업을 성공적으로 부흥시킨 이후 아세안 최대의 자동차 생산국가로 부상</li> <li>• 2019년부터 제2차 친 환경차 육성정책에 따라 전기 자동차 생산을 시작할 예정</li> </ul>

자료: 「Country Insight Report Thailand October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.30.

## 2. 애완견 관련 산업 현황

### □ 애완견 가구 수와 애완견 수 현황

- 애완견을 키우는 가구 수는 연평균 2.9% 증가하여 2017년 기준 약 544만 가구를 기록
  - 이는 전체 가구의 약 22%에 해당하는 규모로, 최근 5년간(2013~2017년) 꾸준한 증가 추이를 나타냈으나 증가폭은 미미(0.8%p)

표 1.2 애완견 가구 수와 비중 변화 추이(2013-2017년)

(단위: 천 가구, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
가구 수	4,8556	5,056	5,209	5,333	5,439	2.9%
(비중)	(22.1)	(22.5)	(22.7)	(22.8)	(22.9)	-

자료: Euromonitor International

- 태국의 애완견 수는 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 2.8% 증가하여 2017년 기준 약 7백6십만 마리로 추산되며 9kg 이하의 소형견 수의 증가가 빠른 편임
  - 2017년 기준, 태국의 애완견은 소형견 48.6%, 중형견 30.4%, 대형견 21%로 구성되어 있으며 소형견 수의 연평균 증가율이 3.7%로 가장 빠른 증가 추세를 보이는 바, 향후 비중이 더욱 확대될 전망

표 1.3 애완견 수 및 비중 변화 추이(2013-2017년)

(단위: 천 마리)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
애완견 수	6,774.2	6,977.4	7,179.8	7,380.8	7,580.1	2.8%
- 소형견(9kg 이하)	3,183.9	3,349.2	3,460.6	3,572.3	3,683.9	3.7%
- 중형견(9 초과 23kg 이하)	2,031.2	2,163.0	2,211.4	2,258.5	2,304.3	3.2%
- 대형견(23kg 초과)	1,559.1	1,465.3	1,507.7	1,550.0	1,591.8	0.5%

자료: Euromonitor International

## □ 시장 동향

- 애완견 사료 중 간식의 비중은 2013년 18.5%에서 2022년 26.8%까지 증가할 전망이며, 소매시장 규모 역시 2,515백만 바트(약 867억 원)에서 10,405백만 바트(약 3,588억 원)로 성장할 것으로 예상됨
  - 최근 5년간(2013~2017년), 애완견 사료와 애완견 간식 매출액의 연평균 증가율은 각각 12.4%와 18.4%를 기록함
  - 향후 5년간(2018~2022년) 애완견 사료는 유사한 증가율(12.4%)이 유지되는 반면, 애완견 간식의 경우 16.2%로 2.2%p 하락하면서 증가율이 소폭 둔화될 것으로 전망되나 여전히 사료 대비 높은 증가율을 나타내며 비중이 꾸준히 감소할 전망

그림 1.1 애완견 사료 및 간식 증감 동향과 전망

(단위: 백만 바트)



자료: Euromonitor International

## □ 경쟁 동향

- 상위 3개 브랜드로 편중된 시장의 과점 현상이 심화됨
  - 2017년 기준 매출액 상위 3개 브랜드의 시장 점유율은 93.9%임
  - 시장 점유율 1위와 2위 브랜드인 'Jerhigh'와 'Pedigree'의 시장 점유율은 2013년 63.4%에서 2017년 65.4%로 증가하여 애완견 간식 시장에서의 영향력이 확대된 반면 타 브랜드의 입지가 약화되고 신규 브랜드의 시장 진입이 제한됨

3) 1 THB 바트 = 34.48(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2018.12.20.)

표 1.4 애완견 간식 매출 비중 추이(2013-2017년)

(단위: %)

구분	브랜드	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
1	Jerhigh	35.3	35.5	35.8	35.8	36.1	0.6%
2	Pedigree	28.1	28.0	28.2	28.8	29.3	1.1%
3	Sleeky	28.6	28.9	28.8	28.7	28.5	-0.1%
4	Bok Dog	1.8	1.7	1.6	1.4	1.2	-9.6%
5	Bellotta	0.4	0.2	-	-	-	-
6	기타	5.8	5.7	5.6	5.3	4.9	-4.1%
Total		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0%

자료: Euromonitor International

#### □ 유통 동향

- 태국 내 유통채널별 애완견 간식 매출 비중은 점포소매점이 압도적으로 높음
  - 최근 5년간(2013~2017년) 점포소매점을 통한 애완견 사료 및 간식의 판매 비중이 88%를 상회함
- 현대적 식품소매점의 경우 최근 5년간 48% 내외의 유사한 비중을 나타내고 있으며, 하위채널 중에는 하이퍼마켓(약 38%)과 슈퍼마켓(약 10%)이 주를 이룸
  - 슈퍼마켓의 비중이 연평균 3.2%로 감소하는 추세지만 하이퍼마켓의 비중은 0.3%로 증가하는 추세
- 애완동물용품 전문점을 통한 매출액 비중은 하이퍼마켓과 비슷한 수준으로 약 38.8%이나, 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 0.5%로 비중 감소
- 무점포소매점을 통한 매출 비중은 최근 5년간 약 15.8% 증가하였으며 이는 온라인 판매를 통한 매출증가가 주된 요인으로 분석됨
- 애완동물병원을 통해 유통되는 애완견 간식 비중은 최근 5년간 약 7%를 상회하고 있으며 연평균 1.4%의 증가세에 있음

표 1.5 애완견 간식 매출 비중 추이(2013-2017년)

(단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
1. 점포소매점	90.5	90.0	89.3	88.7	88.1	-0.7%
1) 식품소매점	50.7	50.8	50.3	49.8	49.3	-0.7%
① 현대적 식품소매점	48.5	48.8	48.4	48.0	47.6	-0.5%
- 편의점	-	-	-	-	-	-
- 할인마트	-	-	-	-	-	-
- 하이퍼마켓	37.7	37.8	37.9	38.0	38.1	0.3%
- 슈퍼마켓	10.8	11.0	10.5	10.0	9.5	-3.2%
② 전통적 식품소매점	2.2	2.0	1.9	1.8	1.7	-6.2%
- 독립소형식품소매점	-	-	-	-	-	-
- 기타식품소매점	2.2	2.0	1.9	1.8	1.7	-6.2%
2) 비식품소매점	39.8	39.2	39.0	38.9	38.8	-0.6%
① 애완동물용품 전문점	39.8	39.2	39.0	38.9	38.8	-0.6%
② 건강 및 뷰티 특판점	-	-	-	-	-	-
③ 기타	-	-	-	-	-	-
2. 무점포소매점 <sup>4)</sup>	2.5	3.0	3.5	4.0	4.5	15.8%
1) 직접판매	-	-	-	-	-	-
2) 홈쇼핑	-	-	-	-	-	-
3) 온라인판매	2.5	3.0	3.5	4.0	4.5	15.8%
3. 애완동물병원	7.0	7.0	7.2	7.3	7.4	1.4%
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

자료: Euromonitor International

4) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널로 자판기, 홈쇼핑, 온라인 판매, 직접 판매가 이에 해당됨

### 3. 수출입통계

수출입통계																																											
<b>❖ 애완건 사료 관련 주요 수치</b>																																											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 애완건 사료 수입 규모 약 12,520백만 달러(2017년)</li> <li>• 태국 애완건 사료 수입 규모 약 50백만 달러, 세계 37위(2017년)</li> <li>• 한국산 애완건 사료의 對태국 수출액과 수출량은 각각 약 33천달러, 3톤(2017년)</li> <li>• 한국산 애완건 사료의 국가별 수출비중은 1위 말레이시아(29.5%), 2위 베트남, 3위 대만 순(2017년)</li> </ul>																																											
<b>❖ 국가별 애완건 사료 HS 코드 분류</b>																																											
국가	HS CODE	품명																																									
한국	2309.10.1000	개사료																																									
태국	2309.10.10	개사료(육류를 함유한 것)																																									
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;"><b>❖ 글로벌 애완건 사료 수입 규모(2017)</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2" rowspan="2">수입국</th> <th>2017</th> </tr> <tr> <th>금액(천 달러)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">글로벌</td> <td>12,520,352</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>독일</td> <td>1,195,281</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>영국</td> <td>843,325</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>미국</td> <td>842,723</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>프랑스</td> <td>678,041</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>캐나다</td> <td>668,294</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;"><b>❖ 태국의 국가별 애완건 사료 수입 비중(2017)</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center; font-size: small;"> <thead> <tr> <th>국가</th> <th>비중 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>프랑스</td><td>28.3%</td></tr> <tr><td>미국</td><td>17.8%</td></tr> <tr><td>말레이시아</td><td>19.2%</td></tr> <tr><td>오스트리아</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>호주</td><td>9.9%</td></tr> <tr><td>캐나다</td><td>8.0%</td></tr> <tr><td>한국</td><td>0.3%</td></tr> <tr><td>기타</td><td>0.3%</td></tr> </tbody> </table> </div> </div>			수입국		2017	금액(천 달러)	글로벌		12,520,352	1	독일	1,195,281	2	영국	843,325	3	미국	842,723	4	프랑스	678,041	5	캐나다	668,294	국가	비중 (%)	프랑스	28.3%	미국	17.8%	말레이시아	19.2%	오스트리아	16.5%	호주	9.9%	캐나다	8.0%	한국	0.3%	기타	0.3%	
수입국		2017																																									
		금액(천 달러)																																									
글로벌		12,520,352																																									
1	독일	1,195,281																																									
2	영국	843,325																																									
3	미국	842,723																																									
4	프랑스	678,041																																									
5	캐나다	668,294																																									
국가	비중 (%)																																										
프랑스	28.3%																																										
미국	17.8%																																										
말레이시아	19.2%																																										
오스트리아	16.5%																																										
호주	9.9%																																										
캐나다	8.0%																																										
한국	0.3%																																										
기타	0.3%																																										
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;"><b>❖ 한국산 애완건 사료 수출 규모(2017)</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2" rowspan="2">수출국</th> <th>2017</th> </tr> <tr> <th>금액(천 달러)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">글로벌</td> <td>4,450</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>말레이시아</td> <td>1,311</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>베트남</td> <td>677</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>대만</td> <td>609</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>홍콩</td> <td>598</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>일본</td> <td>517</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>태국</td> <td>33</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;"><b>❖ 한국산 애완건 사료의 국가별 수출 비중(2017)</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center; font-size: small;"> <thead> <tr> <th>국가</th> <th>비중 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>말레이시아</td><td>29.5%</td></tr> <tr><td>베트남</td><td>15.2%</td></tr> <tr><td>대만</td><td>13.7%</td></tr> <tr><td>홍콩</td><td>13.4%</td></tr> <tr><td>일본</td><td>11.6%</td></tr> <tr><td>태국</td><td>0.7%</td></tr> <tr><td>기타</td><td>0.7%</td></tr> </tbody> </table> </div> </div>			수출국		2017	금액(천 달러)	글로벌		4,450	1	말레이시아	1,311	2	베트남	677	3	대만	609	4	홍콩	598	5	일본	517	11	태국	33	국가	비중 (%)	말레이시아	29.5%	베트남	15.2%	대만	13.7%	홍콩	13.4%	일본	11.6%	태국	0.7%	기타	0.7%
수출국		2017																																									
		금액(천 달러)																																									
글로벌		4,450																																									
1	말레이시아	1,311																																									
2	베트남	677																																									
3	대만	609																																									
4	홍콩	598																																									
5	일본	517																																									
11	태국	33																																									
국가	비중 (%)																																										
말레이시아	29.5%																																										
베트남	15.2%																																										
대만	13.7%																																										
홍콩	13.4%																																										
일본	11.6%																																										
태국	0.7%																																										
기타	0.7%																																										

## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 애완견 간식 기준 설정

○ 애완견 간식의 글로벌 및 미국 수입 통계와 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS 코드를 통계 기준으로 설정함<sup>5)</sup>

- 애완견 간식만을 분류하는 HS 코드가 존재하지 않기 때문에 수출입 시 분류될 가능성이 높은 HS 코드를 통계 분석의 기준 코드로 설정

### □ 애완견 간식의 HS 코드<sup>6)</sup>는 글로벌 2309.10, 한국 2309.10.1000으로 설정

○ 글로벌과 태국의 수입 규모 파악을 위해 HS 코드를 각각 2309.10와 2309.10.10, 한국의 수출 규모를 파악하기 위해 HS 코드 2309.10.1000을 통계 기준으로 설정

표 1.6 애완견 사료의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS 코드	2309.10	품명	개나 고양이용 사료(소매용으로 한정한다)
태국 수입 통계		2309.10.10		육류를 함유하는 개와 고양이 사료
한국산 수출 통계		2309.10.1000		개 사료

표 1.7 애완견 사료의 국가별 HS 코드 분류

국가	HS 코드	품명
한국	2309	사료용 조제품
	2309.10	개나 고양이용 사료(소매용으로 한정한다)
	2309.10.1000	개 사료
태국	2309	사료용 조제품
	2309.10	개나 고양이용 사료(소매용으로 한정한다)
	2309.10.10	육류를 함유하는 개와 고양이 사료 <sup>7)</sup>

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.8 HS 코드 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS 코드	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	태국 관세청	www.customs.go.th

5) 의뢰 제품의 HS 코드를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS 품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

6) HS 코드는 6자리는 전 세계 공통, 7-10번째 숫자는 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 태국은 8자리를 사용하고 있음

7) 태국은 육류 함유 여부에 따라 애완견 사료의 HS코드를 분류하고 있음. 본 조사는 육류를 포함하는 태국 애완견 사료 시장을 조사 범위로 규정함. 육류를 포함하지 않는 사료의 HS코드는 2309.10.90

## 2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2309.10)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 독일(7.9%), 태국은 37위(0.5%)

- 2017년 HS 코드 2309.10 품목의 글로벌 수입 규모는 약 12,520백만 달러로 2013~2017년 연평균증가율 3.1%를 기록
  - 수입액 1위 국가 독일은 2017년 기준 약 1,195백만 달러를 수입하여 연평균 4.3% 증가
- 수입 규모 상위 5개국(독일: 17.3%, 영국: 7.2%, 미국: 6.8%, 프랑스: 6.7%, 캐나다: 5.8%)의 비중이 43.8%에 달함
- 태국의 수입 규모는 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 8.2% 증가하였으며, 2017년 기준 59백만 달러로 37위 기록

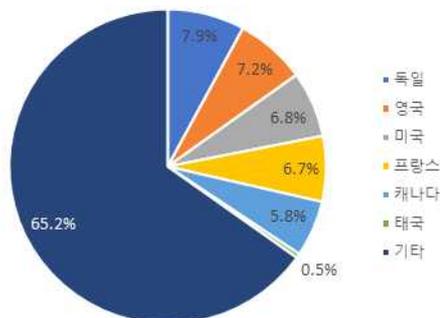
표 1.9 글로벌 HS 코드 2309.10 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	11,075,446	11,457,376	10,829,556	11,154,754	12,520,352	3.1%
1 독일	1,009,184	1,140,952	1,069,167	1,069,597	1,195,281	4.3%
2 영국	842,863	796,534	779,220	740,039	843,325	0.0%
3 미국	663,765	689,918	765,333	779,633	842,723	6.1%
4 프랑스	534,048	515,986	578,496	650,095	678,041	6.1%
5 캐나다	644,012	658,041	630,686	624,331	668,294	0.9%
37 태국	43,384	50,319	60,379	53,699	59,374	8.2%

자료: International Trade Centre

그림 1.2 국가별 HS 코드 2309.10 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

### 3) 태국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2309.10.10)

□ 2017년 태국 HS 코드 2309.10.10. 품목의 수입 시장 점유율 1위는 프랑스(39.1%)이며, 한국은 16위(0.3%)

○ 2017년 태국 HS 코드 2309.10.10. 품목의 글로벌 수입액은 약 34백만 달러로 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 약 78.8% 증가

- 2017년 기준 프랑스의 對태국 수출액은 약 17백만 달러를 기록하여 점유율 1위(28.3%)를 기록, 최근 3년간(2015~2017년) 급격한 증가 추이를 나타냄
- 한국의 對태국 수출액은 2017년 기준 13위를 차지했으나, 약 4만 달러로 미미한 규모이며 최근 5년간(2013~2017년) 파악된 수출액 규모 역시 매우 작음

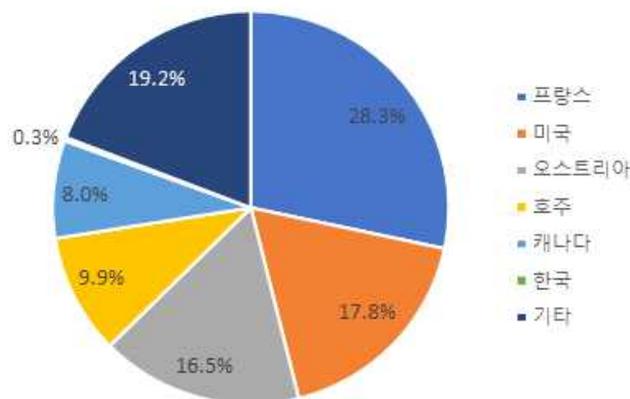
표 1.10 태국 HS 코드 2309.10.10 수입 규모 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	3,333	3,810	5,850	19,529	34,090	78.8%
1 프랑스	-	-	2	8,348	16,856	-
2 미국	1,550	1,930	2,999	6,130	10,311	60.6%
3 오스트리아	192	226	208	1,193	2,411	88.1%
4 호주	879	1,068	1,365	2,127	2,148	25.0%
5 캐나다	81	60	16	447	657	68.8%
13 한국	-	1	-	4	40	-

자료: 태국 관세청

그림 1.3 태국 HS 코드 2309.10.10 수입 비중(2017년)



자료: 태국 관세청

#### 4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2309.10.1000)

□ 2017년 한국의 HS 코드 2309.10.1000 품목의 수출액은 약 4,450천 달러이며 수출량은 약 1,439톤

○ 한국 HS 코드 2309.10.1000의 글로벌 수출액은 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 1.5% 증가

- 최근 5년간(2013~2017년) 수출액 및 수출량은 증감을 반복한 바, 뚜렷한 경향성을 나타내지 않았으며 수출량 증가분보다 수출액 증가분이 더 큼

표 1.11 한국 HS 코드 2309.10.1000 수출 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	3,633 (4.8%)	4,526 (24.6%)	4,198 (△7.2%)	3,860 (△8.1%)	4,450 (15.3%)
수출량 (연 증감률)	1,445 (35.8%)	1,745 (20.8%)	1,493 (△14.4%)	1,367 (△8.5%)	1,439 (5.3%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

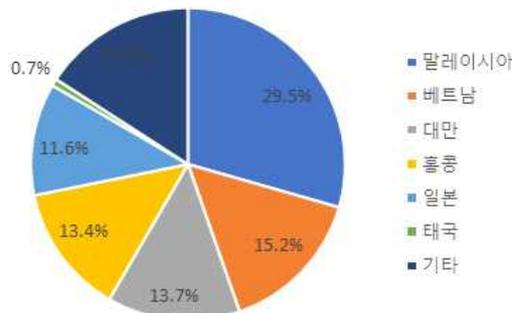
□ 한국 HS 코드 2309.10.1000 품목의 수출 규모 1위 국가는 말레이시아

○ 2017년 기준 한국 HS 코드 2309.10.1000 품목의 對말레이시아 수출액은 전체 수출액의 약 29.5%에 해당하는 약 131만 달러

- 2위인 베트남의 수출액 비중이 15.2%를 기록하여 1위와의 격차가 큰 편

- 태국은 수출액 규모 11위로 0.7%의 비중을 차지

그림 1.4 국가별 한국 HS 코드 2309.10.1000 수출 비중(2017년)



자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2017년 한국 HS 코드 2309.10.1000 품목의 對태국 수출액 및 수출량은 각각 약 33천 달러와 약 3톤

- 최근 5년간(2013~2017년) 한국 HS 코드 2309.10.1000 품목의 對태국 수출은 연도별로 증감 변화가 불안정하여 추이를 파악하기 어려움
  - 2014년 수출액과 수출량은 전년 대비 각각 96.8% 증가, 29.4% 감소하여 상반된 증감 추이를 나타냄
  - 연도별로 개별 기업의 계약 여부 및 규모에 영향을 받은 것으로 추정됨

표 1.12 한국 HS 코드 2309.10.1000의 對태국 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	65 -	128 (96.8%)	12 (△90.3%)	53 (324.2%)	33 (△36.7%)
수출량 (연 증감률)	15 -	11 (△29.4%)	2 (△85.2%)	5 (206.3%)	3 (△38.8%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## II. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드

2. 제품 트렌드

3. 마케팅 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 소비 트렌드

- ❖ 소형견 간식 시장 발달
- ❖ 가격 민감도가 낮은 소비자 특성이 애완견 간식 시장의 성장 견인
- ❖ 애완견 간식 시장은 애완견 사료보다 빠르게 성장 중
- ❖ 제품 세분화와 프리미엄화가 가속화되면서 다양한 제품이 등장할 전망

### 2. 제품 트렌드

- ❖ 예방 케어가 가능한 제품 소비 증가

### 3. 마케팅 트렌드

- ❖ 애완견 사료(간식) 시장을 중심으로 한 감성마케팅의 확산
- ❖ 애완견 케어 시장에서 BTL 채널 활용도 증가

# 1. 소비 트렌드

## □ 소형견 간식 시장 발달

- 소형견은 태국에서 가장 사랑받는 품종으로 1) 도시화의 진행에 따른 주거 공간의 소형화, 2) 적은 사료비와 미용비라는 장점을 바탕으로 개체 수가 빠르게 증가하고 있음(표 1.3 참조)
- 소형견 개체 수가 증가함에 따라 소형견을 타겟팅하는 제품(성분과 제형)의 소비량도 증가<sup>8)</sup>하는 추세
  - 소형견이 취약한 소화 기능과 피부 건강을 개선하는 성분이 함유된 제품과 소형견이 좋아하는 제형이 인기를 얻고 있음

## □ 가격 민감도가 낮은 소비자 특성이 애완견 간식 시장의 성장 견인

- 태국인들은 애완견을 위한 소비 시, 제품 속성 중 가격을 고려하는 경향이 낮은 편이며 이는 애완동물을 친구이자 가족, 즉 하나의 인격체처럼 대하고 보살피는 현상을 일컫는 펫휴머니제이션(Pet-humanization) 현상과 밀접한 관계가 있음
  - 인구의 노령화, 동성 결혼, 낮은 혼인율 등이 애완동물 시장의 성장을 이끌었으며, 애완견이 태국 전체 애완동물에서 차지하는 비중 62%로 압도적인 인기
- 애완동물의 클리닉, 음식, 여가활동, 의류, 미용, 베이커리, 슈퍼마켓, 치과 및 스파 시장이 활성화되고 있으며 사람을 대상으로 하는 동일한 서비스 산업 대비 높은 성장률을 기록함<sup>9)</sup>
  - 태국인들은 연평균 1,770바트(약 61,030원)를 애완동물을 위해 지출하며 이는 지난 5년 전보다 54% 증가한 수치

## □ 도시를 중심으로 고 가격대의 애완동물 관련 산업발달

- 방콕 및 기타 도시를 중심으로 애완동물 관련 서비스 산업이 발달함에 따라 2018년 기준 약 2,500개의 애완동물 병원과 호텔 시설이 등록됨

8) Euromonitor International(2018.05)

9) Bangkok Post(2018.11.19.)

- 방콕 소재의 동물병원인 Thonglor Pet Hospital에 따르면 병원에 방문하는 애완동물당 연평균 80,000바트(약 284만 원)를 지출하는 것으로 확인됨
- o 지역 간 소비 수준 차이가 큰 편으로 도시 소비자들의 소득수준에 따라 시장 여건 형성
  - "2018년, 일 평균 매장을 찾는 300여 명의 소비자는 연평균 2,000바트(약 68,960원)를 지출하는 등 애완동물을 위한 소비를 아끼지 않는다"(방콕 소재의 애완동물용품 전문점 'Ple Pet Mart'의 점주)

**□ 애완견 간식 시장은 애완견 사료보다 빠르게 성장 중**

- o 최근 태국에서는 사료보다 애완견 간식의 소비가 활발한 바, 이는 애완견의 기본 영양섭취 목적 외에 즐거움과 보상 목적의 수요가 증가했기 때문으로 분석됨
- 애완견 사료 대비 애완견 간식 시장의 연평균 매출 규모가 빠르게 증가하는 편으로 최근 5년간(2013~2017년) 애완용 사료와 간식은 각각 12.4%와 18.4%의 연평균 증가율을 기록

**표 2.1 애완견 사료 및 간식 매출액 증감 추이(2013-2017년)**

(단위: 백만 바트)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
애완견 사료 (연 증감률)	13,621 (14.0%)	15,376 (12.9%)	17,202 (11.9%)	19,260 (12.0%)	21,739 (12.9%)	12.4%
애완견 간식 (연 증감률)	2,515 (12.5%)	2,993 (19.0%)	3,532 (18.0%)	4,161 (17.8%)	4,950 (19.0%)	18.4%

자료: Euromonitor International

**□ 제품 세분화와 프리미엄화가 가속화되면서 다양한 제품이 등장할 전망**

- o 품종, 건강상태, 나이, 애완견의 취향 등에 따라 제품을 선택할 수 있는 여건이 조성되고 있음
  - 최근 5년간(2013~2017년) 다양한 소비자의 니즈를 충족하는 맞춤형 제품이 활발하게 등장하면서 단위당 제품 가격이 5% 상승함<sup>10)</sup>

- 시장 선두 기업인 Mars Thailand Inc 社の 'Pedigree'의 경우 제품라인을 애완견의 크기, 나이, 건강상태에 따라 구분
- o 소비자의 가격 민감도가 낮은 애완견 간식 시장의 특성상 프리미엄 시장이 빠르게 형성되고 있음
  - 애완견 사료(간식)의 제조방식은 가공식에서 즉석식으로 전환될 전망. 일례로, 최근 싱가포르의 경우 주문에 따라 직접 조리한 애완견 즉석식 시장이 발달하고 있으며, 인접국인 태국으로의 트렌드 확산 가능성이 높음
  - 애완견 간식은 사람의 식단 변화와 유사한 변화를 겪을 것으로 예상되는 바, 보존제와 인공 향료 등의 화학첨가물을 사용하지 않은 제품의 소비가 증가할 것으로 전망됨

## 2. 제품 트렌드

### □ 예방 케어가 가능한 제품 소비 증가

- o 견주들이 다양한 매체를 통해 애완견 케어 관련 지식과 정보를 습득하면서 예방성 케어 제품의 사용 또한 증가
  - 관절염 예방에 효과가 있는 오메가3 지방산 성분을 함유한 사료 및 간식은 노견을 타겟팅
  - 피부 건강에 좋은 오메가 6는 소형견과 노견 케어에 적합
- o 향후 더욱 세분화된 건강 케어 제품들이 등장하면서 예방성과 기능성 제품 개발이 가속화될 것으로 전망됨

---

10) Euromonitor International(2018.05)

### 3. 마케팅 트렌드

#### □ 애완동물 사료(간식) 시장을 중심으로 한 감성마케팅의 확산

- 애완동물 사료 시장에서 감성마케팅은 브랜드 가치 제고 및 소비자와의 소통을 위한 핵심전략으로 활용되고 있음
  - 태국의 애완동물 관련 제품 제조사 및 유통사들은 직관적인 메시지를 전달하기 쉬운 이미지를 적극적으로 활용하여 소비자와 애완동물과의 친밀한 관계를 강조하고 행복과 즐거움을 연결짓는 전략을 구사함
  - 특히 이미지 활용이 용이한 온라인 채널에서의 감성마케팅이 더욱 활발한 편
- 향후 프리미엄과 중-고가 브랜드들을 중심으로 감성마케팅이 더욱 활성화될 전망

#### □ 애완동물 케어 시장에서 BTL 채널 활용도 증가

- 페이스북이나 인스타그램을 포함한 소셜미디어의 부상으로 BTL(Below The Line)채널<sup>11)</sup>은 전통적 방식의 ATL(Above The Line) 채널보다 저렴한 비용으로 더 많은 소비자에게 메시지 전파가 가능
  - 선두 기업들은 할인이나 무료 체험 제품을 제공하는 등의 적극적 판촉 활동을 전개하는 한편 옴니채널<sup>12)</sup> 효율성이 증대되고 있는 등을 포함한 광고 채널의 다각화를 추진 중
  - 이에 따라 소셜미디어를 사용하는 소비자를 우선적으로 타게팅하는 판촉 활동을 통해 온·오프라인 구분없이 구매를 유도하는 O2O(Offline to Online) 마케팅이 확대될 전망. 예를 들면, 오프라인의 로드쇼로 온라인 샘플 쿠폰을 발급받도록 유도하고 오프라인 매장을 직접 방문하여 구매까지 연결하는 방식

11) ATL(Above the line)과 반대되는 개념으로 TV·인쇄·라디오·옥외 등과 같은 전통적 매체가 아닌 뉴미디어를 의미함

12) Omni-Channel: 소비자가 온라인, 오프라인, 모바일 등 다양한 경로를 넘나들며 상품을 검색하고 구매할 수 있도록 한 서비스

❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	소비자		
질문	 <20대>	 <20대>	 <30대>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	브랜드 - 평소에 구매하던 브랜드 Jerhigh를 반복해서 구매함. 오랫동안 구매해 온 브랜드임	브랜드와 가격 - 기존에 구매했던 브랜드 중 프로모션 제품을 선택함	성분, 브랜드, 원산지 - 여러 브랜드를 구매해 보는 편. 성분을 중요하게 생각하며 (종 특성에 맞는 기능성 성분), 브랜드 및 원산지도 고려함
Q2: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	Royal Canin	Pedigree	Pedigree - 대용량 제품이 있어 가격이 합리적이고 브랜드도 신뢰할 수 있음
Q3: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까?	한국산이라면 관심이 있지만, 어떤 제품인지 알아보고 구매할 것	한국에 호감이 있는 편이라 한번 시도해보고 싶음	한국산 제품에 긍정적이라 시도해보고 싶음
Q4: 기타 의견?	강아지가 새로운 사료나 간식을 잘 먹지 않기 때문에 샘플이 있다면 먼저 강아지의 반응을 보고 구매하고 싶음	없음	인지도 있는 브랜드를 구매하는 편이라 신규 제품이라면 인지도를 높이기 위한 홍보 활동이 필요하다고 생각함

구분	소비자		
질문	 <40대>	 <40대>	 <20대>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	브랜드와 성분	없음	브랜드, 가격, 유통기한
Q2: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	JerHigh - 종류가 다양하고 애 완건이 선호	없음	없음
Q3: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까?	한국산 제품 품질에 긍정적인 인식을 가지고 있지만 어떤 제품인지 알아보고 구매를 결정할 것	가격이 합리적이라면 구매 의사 있음	태국산 제품보다는 좋은 품질을 가지고 있을 것으로 기대하기 때문에 시도해보고 싶음
Q4: 기타 의견?	잘 모르겠음	사료 구매 시 간식을 무료로 제공하거나 구 매를 촉진 시킬 수 있 는 프로모션을 진행했 으면 좋겠음 (* 1+1 행사 등 판촉행 사 중인 Pedigree를 구 매한 고객의 응답)	소량으로 샘플을 주는 판촉 전략이 효과적일 것 같음

구분	소비자	
질문	 <20대>	 <40대>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	브랜드, 원산지 - 중국산이나 태국산은 품질을 신뢰하기 어려워 구매를 지양함	브랜드와 가격
Q2: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	Jerhigh	수입 브랜드
Q3: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까?	한국산 제품에 긍정적이기 때문에 품질이 좋고 가격이 합리적이라면 구매할 의향이 있음	가격이나 품질이 괜찮다면 구매할 의향 있음
Q4: 기타 의견?	강아지 건강에 유익한 성분을 제조한 제품들이 더욱 인기를 얻을 것으로 생각함	가격 프로모션이 신규 입점하는 브랜드에 도움이 될 것이라고 생각함

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

구분	유통채널 담당자	
질문	 <Pet Safari 매니저>	 <Foodland 슈퍼바이저>
Q1: 애완견 간식 시장 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pet Safari 매장을 찾는 소비자는 고소득층이 많은 편임. 이들은 애완견 간식을 구매 시, 첨가물 함유 및 유기농 제품 여부에 관심을 기울임</li> <li>- 최근 애완견의 비만을 우려하는 소비자가 많아 제품 추천 시, 칼로리 정보를 알려주고 있음</li> </ul>	사료와 달리 애완견 간식의 경우 신제품을 시도해보는 소비자가 많은 편임
Q2: 인기 많은 제품 및 브랜드?	Royal Canin <ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국에 수입된 지 10년이 넘는 브랜드로 프리미엄이라는 인식이 강함</li> </ul>	애완견 사료는 Royal Canin, 애완견 간식은 Pedigree의 브랜드 인지도가 높고 재고 회전율이 빠름
Q3: 한국산 제품에 대한 소비자 인식?	현재 매장에 입점한 브랜드는 대부분 유럽과 미국 브랜드이기 때문에 한국이나 일본 등 아시아 브랜드가 신규로 입점한다면 소비자들이 낯설게 생각할 가능성 있음	한국산에 대해서 긍정적일 것 같고 보통 원산지에 대해 구체적 관심은 크지 않은 편임. 수입품이라면 다 품질이 좋다고 생각하는 경향도 있음
Q4: 납품절차	본사 구매 담당팀에 공식적으로 논의하는 것으로 알고 있음	담당팀과 직접 연락해야 함
Q5: 기타 코멘트	-	소비자들은 제품군이 다양한 브랜드를 선택하는 경향이 있기 때문에 Pedigree는 진열비용이 높더라도 다양한 제품라인을 보유하며 진열 비중을 높이는 전략을 활용함. 따라서 신규 브랜드라면 제품라인을 세분화(품종·나이 등)하여 홍보하는 것이 도움이 될 것으로 생각함

## ❖ [현지 조사원 의견]

### 신규 브랜드 마케팅의 중요성

방콕에서 최근 오픈한 Pet-Friendly 백화점 Central Festival Eastvile은 구매력이 높은 고객이 많음. 이 백화점은 애완동물을 동반한 자유로운 쇼핑이 가능한데, 고급견들 많은 것으로 파악됨. 백화점 내에서 애완동물 전용 유모차 무료 대여, 브랜드가 노출된 다수의 진열대 배치 등의 대대적 마케팅 진행하고 있으며 특히 'Jerhigh'의 제품 비중이 높은 것으로 확인됨. 소비자들은 매장 담당자 인터뷰를 통해서 개사료 및 간식 구매 시 제품 속성을 꼼꼼히 고려하여 구매하는 패턴을 보임. 신규 브랜드 진출 시 고려해야 할 사항으로 보임

### 전략적 Segment 공략의 필요성

애완견 사료 및 간식 브랜드는 판매채널 별로 타겟팅하는 소비자가 확실하고, 제품라인도 명확한 포지셔닝을 기반으로 구비되어 있는 것을 확인할 수 있었음. Big C와 Tesco에서 조사한 소비자들은 가격에 민감하면서도 브랜드 네임을 중시함. 태국산/중국산 제품에는 관심이 없었고, 잘 알려진 브랜드 제품(중가)을 선택하면서 프로모션을 활용하거나 대용량 구매를 통해 지출을 최소화함. 다수의 채널을 조사한 결과 중가 및 프리미엄 수주는 충분한 것으로 파악되었으며, 신규 브랜드의 경우에는 제품의 포지셔닝이 중요할 것으로 생각됨

### 점진적으로 커지는 수요, 한국에 대한 긍정적 이미지

한국산 제품에 대한 이미지는 긍정적임. 자국산 및 중국산보다 품질이 좋다고 생각하는 것이 일반적임. Big C, Gourmet Market 등 채널과 관계없이 한국산 식품에는 제품 포장에 국기를 표기하여 한국산임을 강조. 현재 개사료 및 간식 시장에는 중국산과 필리핀산을 제외한 아시아산 제품이 없지만, 품질 측면의 한국산의 차별화 요소를 강조한다면 소비자에게 어필할 수 있을 것으로 보임. 또 현재 방콕에는 Central Eastvile을 포함하여 K-Village 등 Pet-Friendly 콘셉트의 쇼핑몰이 다수 생겨나고 있음. 동물 및 사진을 찍기 좋아하는 태국 소비자의 성향을 반영한 체험형 마케팅(애완동물과 사진을 찍는 공간 등)이 추진되고 있는 것으로 보임. 애완동물 사료 및 간식에 대한 수요가 증가하는 추세인 만큼 다양한 제품구성을 준비한다면 진출 가능한 시장으로 보임. 또한 일반 소매채널 뿐만 아니라 동물 애호가들이 주로 방문하는 Pet Hotel, Pet Café 등에 신규 한국 브랜드 제품을 공급하거나 노출시키는 것도 좋은 방법일 것으로 생각됨



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

## 통관 및 제도 개요

### ❖ 통관 검역 절차

태국으로 개 사료를 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 준비	- 세관에 적하목록, 컨테이너 목록 제출 및 물품 도착 보고	관할 세관
2	수입신고	- 수입 신고(e-Customs) - 필요서류 제출 및 서류 검사 - 선박번호확인	
3	관세 납부	- 관세 등 납부 - 품목에 따라 특별소비세 부과	관세청 또는 e-PaymentSystem
4	물품 검역 및 검사	- Red line의 경우 세관검사대상	
5	물품 반출		

### ❖ 태국 HS CODE 2309.10 관세율

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준
2309.10.10 육류를 함유하는 개 사료	기본세율	9%	-
	한-ASEAN 무역협정 (AKFTA)	0%	1. 수출당사국의 영역에서 완전생산된 것 2. 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것 또는 40%이상 역내부가가치가 발생한 것

### ❖ 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 7% 부과

수입자가 관세와 부가가치세를 함께 납부해야 통관이 완료됨

### ❖ 태국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 태국을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 태국 관세청에서 직접 확인하려면 태국 관세청 웹사이트에서 (<http://igt.customs.go.th>) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	<a href="http://unipass.customs.go.kr/clip/index.do">unipass.customs.go.kr/clip/index.do</a>
	통합무역정보서비스	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
	태국 관세청	<a href="http://www.igt.customs.go.th">www.igt.customs.go.th</a>

### ❖ 인증정보

인증명	발행기관	성격	제출 서류
FDA인증	태국 식품의약청	필수인증	- 태국 식품의약청의 검사를 통과 했을 때 발급으로 모든 식품, 약품, 화장품은 이 인증 마크를 취득해야 함
식품안전경영시스템(ISO 22000)	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	권장	- 식사 신청서 - 사업자 등록증
식품안전관리인증기준(HACCP)	한국식품과학연구원 등	권장	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 유용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소 중점관리기주 및 1개월 이상의 운용실적 1부

### ❖ 라벨링

태국의 축산개발국(Department of Livestock Development)에서 요구하는 라벨링 표기사항은 다음과 같음

- 제품명, 제조사, 수입사, 유통사, 섭취 동물명, 순중량, 영양성분, 원료 제조일자 및 유통기한, 섭취 방법

### ❖ 위생규정

태국의 축산개발국(DLD)에 따르면 애완동물 사료 관련 위생 규정이 현재까지 부재한 것으로 확인됨

# 1. 통관 및 검역

## 1) 수출입 통관 절차

### □ 사전 절차

#### (1) 수입 허가 제도

- 태국에서 동물 사료 제조품 및 그 원료를 수입해 유통하기 위해서는 수입허가 (License) 발급, 샘플 통관, 제품 등록, 수입 통관절차를 거쳐야 함
- 수입자의 수입허가서 발급을 위해 표 3.1의 서류를 축산개발국<sup>13)</sup>이나 수산물국<sup>14)</sup>에 제출해야 함

표 3.1 수입허가서 발급 서류

구분	내용
1	- 수입허가신청서
2	- 6개월 이내에 발급된 법인등록증 사본
3	- 회사 진술서 사본(company affidavit)
4	- 신청자의 주민등록증(태국인) 또는 여권(외국인)
5	- 거주증명서 사본
6	- 위임장
7	- 부가가치세(VAT) 신고서
8	- 노동허가증(외국인일 경우)
9	- 수입상의 참고 위치 등이 명시된 Tor Bor 7 서류
10	- 참고계약서(자사 소유 참고가 아닐 경우)
11	- 사료 원료 수입 요청 시 공중보건법에 따른 무역업 라이선스 사본 등

- 수입허가서 제출 후 허가 발급까지는 최소 3영업일이 소요되며, 발급 비용은 1만 바트(304달러), 유효기간은 발급일로부터 1년임
- 농산물 등 곡류 포함 사료의 수입허가 발급기관은 태국 축산개발국(Department of Livestock Development)이며, 수산물 포함 사료는 태국 수산물국(Department of Fisheries)에서 발급함

13) 홈페이지 주소: <http://en.dld.go.th>

14) 홈페이지 주소: <https://www4.fisheries.go.th>

- 외국 수출업체는 수입허가 신청을 할 수 없고, 태국 수입업체가 수입허가 신청을 하도록 되어 있으며, 모든 신청서류가 태국어로 진행되는 등 외국 업체가 진행하기 어려운 점이 많음

## (2) 샘플 통관

- o 수입허가증 취득 후 제품 수입 이전에 제품 샘플통관 절차를 거쳐야 함
  - 수입업자는 표 3.2의 서류를 축산개발국 또는 수산국에 제출해야 함
  - 샘플 통관 신청서 발급에는 3~7 영업일이 소요되며 수수료는 무료임

표 3.2 샘플 통관 관련 발급 서류

구분	내용
1	- 샘플 수입목적이 명기된 서신
2	- 원산지증명서
3	- 선하증권
4	- 패킹리스트
5	- 분석증명서
6	- 제품 정보(카탈로그)
7	- 사료공식(formula) 증명서
8	- 검역증명서
9	- 바이어 정보(수입물량 및 주소) 등

## (3) 제품 등록

- o 취급 제품이 동물 사료, 배합사료, 유제품, 사료 보충제, 의약용 사료에 해당할 경우 개별 제품의 '제품등록(Product Notification)'이 필요함
  - 제품등록은 동물 사료 및 가축물 관리사무소(Division of Animal Feed and Veterinary Products Control)에 방문 신청하거나 온라인으로 가능함
  - 제품등록비용은 품목당 1,000바트(30.4달러)이며, 처리에는 30~45일이 소요됨
  - 사료 제품 등록 관련 서류는 표 3.3과 같음

표 3.3 동물 사료 제품등록 관련 발급 서류

구분	
농축사료 및 완전 사료	배합사료
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입허가서 사본</li> <li>- 제품 라벨링 샘플</li> <li>- 제품 샘플(500g)</li> <li>- 제품분석서(화학성분, 박테리아, 곰팡이, 살모넬라균 정보 등 포함)</li> <li>- 제품사용검사결과서(선택)</li> <li>- 사료 첨가제 종류 및 함량정보(해당 시)</li> <li>- 원산국 정부발행 자유판매증명서</li> <li>- 제품정보</li> <li>- 외국어 표기 라벨링(선택)</li> <li>- 검역증명서(수출국 정부의 공인기관 발급)</li> <li>- 제조공정표</li> <li>- 사료 공식 증명서</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입허가서 사본</li> <li>- 제품 라벨링 샘플</li> <li>- 제품 샘플(500g)</li> <li>- 제조공정표</li> <li>- 자유판매증명서</li> <li>- 제품정보</li> <li>- 외국어 표기 라벨링(선택)</li> <li>- 사료 공식 증명서</li> </ul>

(4) 전자세관 시스템(E-Customs System) 등록

- o 태국으로 물품을 수입하는 절차는 온라인 전자세관 시스템으로 이루어져 있으며 전자시스템에 등록하려면 수입업자(개인 또는 사업체)가 '디지털 인증서'를 소지해야 함
  - 디지털 인증서가 발급되면 수입자는 전자세관시스템에 등록을 진행할 수 있으며, 회사는 시스템에 직접 등록(즉, 회사 사무소에서)하거나 대행사를 통해 등록할 수 있음

□ 수입신고

- o 태국으로 반입되는 물품에 대한 수입신고는 해당 수입신고서에 기재된 항만이나 지역 또는 공항 세관에서 전자식으로 이루어져야 함
  - 태국으로 수입되는 물품에 대한 작업, 보세창고에의 장치, 무역자유지역이나 수출가공지역으로의 반·출입 등 통관 절차를 처리하기 위한 전자통관 업무는 하역 또는 위탁이 이루어지는 세관(항만, 지역 또는 공항)에서 이루어져야 함
  - 세관 컴퓨터시스템은 이를 관련법과 적하목록 등 참조 파일과 대조하여 해당 자료

의 1차 정확성을 검증한 후, 승인/허가 여부를 결정함

**표 3.4 수입신고 관련 서류**

구분	내용
1	- 수입허가증
2	- 원산지 증명서(FTA 세율 적용 위한 필수 서류)
3	- 수출계약서
4	- 세관신고서
5	- 선하증권(Bill of Lading)
6	- 외환거래양식
7	- 상업송장(Commercial Invoice)
8	- 포장명세서(Packing List)
9	- 보험증권 그리고 기타 세관이 필요로 하는 서류 제출
10	- 사료수입통보서
11	- 제품분석서
12	- 제품 정보
13	- 사료 공식 증명서
14	- 검역증명서(농축사료 및 완전사료의 경우)
15	- 바이어 목록 및 주소 등

**□ 관세 납부**

o 수입자는 관세청의 규정에 따라 관세 등 제세를 납부해야 함

**표 3.5 관세 납부 방법**

구분	방법	내용
1	은행보증이 필요한 수입신고인 경우	세관 컴퓨터시스템은 수입자가 관세청규정에 따라 보증금 납부를 완료한 때에 은행보증번호를 발급하고 수입신고 상황을 “관세납부 신고”로 자동 전환함
2	세금과 관세를 납부해야 하는 수입신고인 경우	세관 컴퓨터시스템은 수입자가 해당 세금과 관세의 납부를 완료한 때에 세금 및 관세 납부번호를 발급하고 수입신고 상황을 “세금 및 관세납부 신고”로 자동 전환함
3	수입세금과 관세가 면제되는 수입신고인 경우	세관 컴퓨터시스템은 세금 및 관세 면세번호를 발급하고 수입신고 상황을 “세금 및 관세 면세 신고”로 자동 전환함. 이에 대해 세관 컴퓨터 시스템은 각각의 수입신고 건에 대해 보증번호, 관세납부 번호 또는 관세면제번호를 신청인에게 통지함

□ 검사 및 검역

- 세관 컴퓨터 시스템이 적하목록과 수입신고서와 대조를 통해 리스크 관리 원칙에 따라 위험도를 확인함. 이후 신청인이 세금과 관세를 납부한 사실이 확인되면 동 물품의 검사명령 또는 결과 등을 신청인에게 통보함
- 검사결과는 검사 면제(GREEN LINE)과 검사 대상(RED LINE)으로 분류됨

표 3.6 위험도에 따른 세관 분류와 통관 및 심사 절차

구분	절차
GREEN LINE	① 세관 컴퓨터 시스템 상 “GREEN LINE”입력 ② 수입신고현황”수입신고필 인도준비 완료“자동 전환 ③ 세관 컴퓨터 시스템상 세관 창고에 물품 양도 통보 ④ 수입신고 신청인에게 관할에서 해제됨을 통보
RED LINE	① 세관 컴퓨터 시스템상 “RED LINE”입력 ② 세관 컴퓨터 시스템은 세관창고에 해당 물품 자료 송부 ③ 수입신고 신청인에게 세관창고에서 물품 검사 통보

□ 물품반출

- 물품 반출 절차는 검사 면제의 경우와 검사 대상의 경우 두 가지로 구분됨
- 검사 면제(GREEN LINE): 수입자는 선하증권 번호를 창고 관리인에게 통보함으로써 창고에서 물품을 수령함<sup>15)</sup>
- 검사 대상(RED LINE): 검사 대상으로 결정되면 수출자는 내륙 컨테이너 항만에서 물품 검사 준비를 함. 물품에 대한 검사결과 이상이 없을 시, 세관 공무원은 세관 컴퓨터시스템에 검사 결과를 기록하고 검사 신청인에게 물품의 양도를 통지함. 이 경우 신청인은 세관창고에서 물품을 수령함

15) 수입자가 단일창구 통관 시스템상에서 통관 수속을 완료할 수 없는 경우, 수입자는 관련 서류(관련법에 따른 면제 대상 확인서류, 관련 면허/등록/허가를 입증하는 서류 등)를 세관 서비스부서에 제출한 후 통관절차 종료에 따라 창고에서 물품을 수령함. 세관 서비스부서는 해당 서류의 수령 사실을 기록하고 검사공무원이 세관 컴퓨터 시스템의 수입신고에 따라 1차 검사를 실시할 수 있게 함. 접수한 서류가 수입신고서 내용과 일치하지 않을 경우, 사안별로 적절한 조치를 취하게 됨

□ 태국으로 애완견 사료 수출 시 주의 사항

- 태국으로 사료 수출을 계획하는 수출업자들은 각종 서류를 잘 갖추어 충분한 시간을 가지고 제품 인증절차를 진행해야 하며, 사전에 수입업체와 연락을 통해 태국에서 금지 또는 엄격히 관리하는 사료 성분 등에 대한 이해를 확실히 할 필요가 있음
  - 태국에서는 동물 사료에 육류, 깃털, 동물 뼈, 동물 뼈에서 추출한 미네랄 보충 성분 등이 포함되어 있을 경우 '특수관리 사료'로 분류해 제조시설 실사 등 더욱 엄격한 인증절차가 시행되고 있음

2) 관세율

- 개와 고양이 사료(간식 포함)를 제 2309.10호로 특개하여 분류하며 세부적으로 육을 포함하는 경우에는 제 2309.10.10.호로, 기타의 경우에는 제 2309.10.90호로 분류함
- 기본세율은 9%이고 한-아세안 FTA 협정세율은 0%이므로 원산지 결정기준과 직접 운송원칙 기준을 충족하는 조건으로 특혜원산지 증명서를 발급받아 협정세율(0%)를 적용받는 것이 유리함

표 3.7 애완견 간식의 관세율

HS 코드	품명	관세율
2309	Preparations of a kind used in animal feeding.	- 기본 세율: 9% - 한-아세안 FTA 협정 세율: 0%
2309.10	Dog or cat food, put up for retail sale	
2309.10.10	Containing meat	
2309.10.90	Other	

3) 한-아세안 FTA 협정 개요 및 적용 요건

- 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨

□ 원산지증명서

- FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 1) 원산지 결정기준과 2) 직접운송기준 조건을 충족해야 하며, 3) FTA 특혜 원산지 증명서를 발급받아야 함

표 3.8 개 사료 HS 코드의 원산지 결정 기준

FTA 협정	HS 코드	물품명	원산지 결정 기준(PSR)
한- ASEAN FTA	2309.10	개 사료 및 간식	1. 수출 당사국의 영역에서 완전 생산된 것 2. 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것 또는 40% 이상 역내 부가가치가 발생한 것

- 직접운송기준에 따라 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

표 3.9 직접운송기준

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
유의사항	제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우: - 직접운송의 예외를 인정받기 위한 입증 책임은 특혜세율을 적용 받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이며, 제3국에서 추가가공이 없었음 등을 입증해야 함 - 입증서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권, 원산지 증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관당국에서 발행한 입증서류 등이 있음 - 다만 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 시 입증 서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함

□ 증명서 발급

- FTA 특혜 원산지증명서란, 수출 물품이 FTA 협정에서 정한 원산지 기준을 충족하였음을 확인하는 서류로써 수입국에서 FTA 특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출함

표 3.10 원산지 증명서 발급 방법

구분	내용
발급기관	대한민국 세관, 대한상공회의소, 관세청 온라인 발급
발급시기	수출신고 수리 이후라면 언제든 신청 가능하며 선적 전, 선적일 포함 영업일 3일 이내 발급받는 것이 원칙이며, 선적일로부터 3일 이후 발급받는 경우 '소급발급 (ISSUED RETROACTIVELY)' 문구를 기재해야 함

필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FTA 원산지 증명서 신청서(전산입력)</li> <li>- 수출신고필증 사본(전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출을 생략 가능.)</li> <li>- 송품장 또는 거래계약서, 패킹리스트</li> <li>- 원산지(포괄)확인서 (최종물품에 대한 원산지확인서로서 생산자와 수출자가 다른 경우로 한정)</li> <li>- 원산지소명서</li> <li>- 완제품 BOM(Bill Of Materials), 원재료 단가 입증서류(세금계산서, 거래명세서)</li> </ul>
처리기간	<p>a) 현지확인이 필요한 경우: 10일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내</p> <p>b) 위 제1호 외의 경우: 3일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내</p>
신청방법	<p>전자적인 방법으로 신청이 가능함. 위의 필요서류를 구비한 후, 아래의 주소에 접하여 신청 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 세관 유니패스 (<a href="http://unipass.customs.go.kr">http://unipass.customs.go.kr</a>)</li> <li>* 대한상공회의소 무역인증서비스센터(<a href="http://cert.korcham.net/">cert.korcham.net/</a>)</li> </ul>
유효기간	1년
사용횟수	1회 사용원칙(분할사용가능)
유의사항	<p>심사 승인 이후원산지 증명서 인쇄 시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-양면 인쇄해야 하며</li> <li>-최초 1부만 인쇄할 수 있으며</li> <li>-컬러로 인쇄해야 함</li> </ul>

## 2. 인증정보

□ 식품안전경영시스템(ISO 22000)<sup>16)</sup>

ISO 22000		
<b>인증명</b>	ISO 22000	
<b>인증 설명</b>	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
<b>발행/검사기관</b>	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	
<b>성격</b>	권장	
<b>제출서류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 심사 신청서</li> <li>- 사업자 등록증</li> </ul>	
<b>비용</b>	신청비 약 100만 원 (심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
<b>소요기간</b>	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이	
<b>유효기간</b>	3년	
<b>인증절차</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 등록 신청서 작성</li> <li>2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000를 준수하는지 확인</li> <li>- 수행상태 및 인증범위 확인</li> <li>- 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행</li> </ul> </li> <li>3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사</li> <li>- 시스템 규격의 준수 정도 문서화</li> <li>- HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트</li> </ul> </li> <li>4) 한글 및 영문 인증서 발행</li> <li>5) 사후 심사관리 정기적으로 실시</li> </ol>	

16) 인증 신청은 이메일, 우편 혹은 방문접수가 가능하며 서울, 부산, 경인, 대구, 광주, 대전의 6개 지원에서 접수

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)17)

HACCP		
<b>인증명</b>	HACCP	
<b>인증 설명</b>	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도임	
<b>발행/검사기관</b>	한국식품과학연구원 등	
<b>성격</b>	권장	
<b>제출서류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고증) 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
<b>비용</b>	수수료 20만 원	
<b>소요기간</b>	1년 전후	
<b>유효기관</b>	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
<b>인증절차</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA) 파악</li> <li>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치</li> </ol>	
<b>이점</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품안전성 향상</li> <li>- 식품 안전성 지속</li> <li>- 제품 경쟁력 확보</li> <li>- 국제 인증 규격</li> </ul>	

17) Hazard Analysis and Critical Control Point, 인증 신청은 이메일, 우편 혹은 방문접수가 가능하며 서울, 부산, 경인, 대구, 광주, 대전의 6개 지원에서 접수

### 3. 라벨링

#### □ 라벨링 관련 법적 근거

- 태국의 식품의약국(Food and Drug Administration)은 수입 식품에 대한 라벨링 규제를 관리 및 감독하고 기관이나, 육류가 함유된 애완견 사료에 대한 라벨링 규제는 축산개발국(Department of Livestock Development, 이하 DLD)에서 주관하고 있음
- 통관의 최초 절차인 수입허가 신청 시, 축산개발국으로부터 제공되는 수입허가 신청 양식은 라벨링 정보를 요구하고 있음

#### □ 애완견 사료의 라벨링 필수 표기사항

- 축산개발국(DLD)에서 애완견 간식 수입 시 요구하는 라벨링 필수 표기 목록은 표 3.11와 같음

표 3.11 애완견 라벨링 필수 표기 목록

구분	내용
제품명	패키지의 주요 면에 표기함
제조사	제조사명과 주소
수입사	수입사 명과 주소
유통사	유통사 명과 주소
섭식 동물명	섭식 대상 동물명을 영문과 태국어로 각각 표기
순 중량	kg 단위로 표기
영양성분	단백질, 지방, 식이섬유, 수분에 대한 정보를 비중 표기
원료	제조 시, 사용된 원료를 비중 내림차순으로 표기
제조일자 유통기한	- 제조 일자: 일(day), 월(month), 년(year) 형식으로 표기 - 유통기한: 일(day), 월(month), 년(year) 형식으로 표기하거나 제조 후 개월수로 표기
섭식 방법	섭취방법에 대한 정보 표기
의무사항	수입품일 경우 위 '표기사항'을 태국어로 명시할 것

자료: FDA(Food and Drug Administration)

o 현지 시장에서 유통되고 있는 애완견 껌의 라벨링은 하기 표 3.12에서 확인할 수 있음

표 3.12 라벨링 예시

항목	설명	
이미지		
	<전면>	<후면>
제품명	WHIMZEES Dental CARE	
제조사	Paragon Pet Products	
수입사	Shaw Ping Co., Ltd (TEL: 0-3449-6459)	
중량	7.5g * 21개	
섭식 동물명	개	
영양성분	단백질 1.1%, 지방 2.3%~4.0, 식이섬유 13.7%	
원료	감자분말, 글리세린, 셀룰로스 분말, 레시틴, 맥아추출물, 효모	
유통기한	28.09.2020	
섭식 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 9개월 이상 애완견</li> <li>- 하루 1~2개</li> </ul>	

자료: 현지조사원(사진촬영일:2018.11.24.)

## 4. 위생규정

□ 동물 사료 규제 관리 및 감독은 축산개발부에서 주관함

- 태국 농림협동부(Ministry of Agriculture and Cooperative)의 산하기관인 축산개발국(Department of Livestock Development, 이하 DLD)는 동물의 사료를 수입을 규제를 집행할 권리가 있으며 육류를 포함하는 사료의 경우 원료 규제를 주관함

표 3.13 축산개발부의 동물 사료 안전성 감독 내용

구분	내용
1	영양 및 성분 분석 리벨링 검열
2	제품 포장 안전성 검열
3	제품의 화학성분 위험 수준 검열
4	식품 자체 혹은 가공과정에서 발생하는 병원균 및 알러지 위험성 검열
5	제품 안전성을 위해 설계된 품질 관리 효과성 검정
6	공공 건강을 위한 기타 정보 공유

자료: 축산개발부

- 축산개발국(DLD)는 최근 오염물질 검역에 대한 필요성을 인식하기 시작했으나 2018년 01월 15일 기준 표준화된 오염물질 검역방법이 부재한 상황
  - 현재 유의성 높은 검열방식을 구축하는 단계로 의학부(Ministry of Department of Medical Sciences)와 협력하여 국제표준화기구(ISO)와 국제분석화학자협회(AOAC)의 분석 방법을 기초로 태국의 여건을 반영한 검열방식을 개발할 예정
- 2013년 처음 시행된 ‘Animal Feed Import Regulation’에 따라 동물 사료 제품은 축산개발국(DLD)이 제한하는 품질기준을 충족해야 함

표 3.14 동물 사료 품질 기준

(단위: %)

구분	단백질 (이상)	지방 (이상)	지방 (이하)	부산물 (이하)	수분 (이하)	섬유질 (이하)	염분 (이하)	펩신소 화율( 단백질 대비) (이하)
DDGS meal	24	-	-	12	12.5	-	-	-
Corn protein or corn gluten	55	-	-	4	12	-	-	-

Soybean meal	42	-	7	8	13	8	-	-
Groundnut meal	42	-	10	8	12	13	-	-
Fish meal grade 1	60	-	-	2	10	26	3	-
Fish meal grade 2	55	-	-	2	10	28	3	-
Fish meal grade 3	50	-	-	2	10	30	3	-
Fine rice bran	12	15	-	8	11	10	-	-
Coarse rice bran	15	2	-	28	11	18	-	-
Rice bran oil	14.5	-	3	15	13	14	-	-
Corn meal grade 1	8	2	-	3	13	2	-	-
Corn meal grade 2	7.5	2	-	3	13	2	-	-
Corn seed grade 1	8	2	-	3	14.5	2	-	-
Corn seed grade 2	7.5	2	-	3	14.5	2	-	-
Fish and fish bone meal	40	-	18	2	10	33	3	-
Roasted soybeans	36	15	-	7	11	6	-	-
Poultry wool meal	80	-	5	1.5	11	4	-	70***
Meat meal**	54	-	15	4	10	29	-	82
Meat meal fat extraction**	60	-	5	4	10	29	-	82
Meat and bone meal (protein 50%)*,**	50	-	15	4	10	32	-	82
Meat and bone meal (protein 45%)*,**	45	-	15	4	10	35	-	82
Poultry meat meal**	55	-	15	4	10	25	-	82
Poultry by-product meal**	40	-	18	4	10	30	-	82
Rapeseed or canola meal	32	-	-	13	13	-	-	-
Sunflower see meal	27	-	-	30	12.5	-	-	-

자료: USDA(2013.02.27.)

주: \* Calcium 7% 이상, Phosphate 3% 이상

\*\* Antioxidants가 순 중량의 0.05 이하

\*\*\*enzyme이 사용되었을 경우, Pepsin Digestibility가 단백질 함량의 60% 이상

o 2017년 축산개발국(DID)은 육류를 포함하는 동물 사료의 경우 일반 사료 대비 엄격한 규정을 적용할 방침을 밝히고 이에 따른 개정안(B.E 2560)을 공개했으며 여기에는 세 가지 보완점이 반영되었음

- 1) 수입제품의 판매 규제, 절차, 조건, 2) 조류인플루엔자 관련 수입 제품 규제 조건, 3) 광우병 위험 원료 수입 금지 규제 조건을 골자로 하며 이 외에도 세부 조항이 수정됨

\* 미국농무부(USDA)는 태국의 수입제도가 변경되었음에도 세계무역기구(WTO)와 무역 상대국에 정보 공유를 지연함으로써 발생될 문제에 대한 경고를 하고 있으며 태국에서 공식번역정보를 제공하지 않아 자체적으로 가 번역본을 수출자들에게 공개하고 있음

표 3.15 동물 사료 수입 개정안(2017년)

구분	제목	발효 시점	내용	해당 품목
1	수입 제 품의 판매 규제, 절차, 조건	2017년 8월 3일	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 업자는 태국 축산개발부(DLD)로부터 제조 자격을 인정받은 시설에서 가공된 제품만을 수입할 수 있음</li> <li>- 제조시설의 위생 인증 기간은 5년으로 제한</li> </ul>	1) meat meal; 2) degreasing meat meal; 3) meat and bone meal at specified protein levels; 4) poultry meal; 5) poultry by-product meal; 6) feather meal; and 7) mineral-supplements derived from bone
2	조류 인플루엔자 관련 수입 제품 규제	2017년 6월 10일	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동물이 섭취하는 목적으로 가공된 가금류의 경우, 세계동물보건기구 기록에 따라 수출국에서 최근 12개월 동안 HPAI 발병 건이 전무해야 함</li> <li>- 예외의 경우는 상세 가공 규정(B.E2560)을 철저히 준수해야 함</li> </ul>	1) poultry meal; 2) poultry by-product meal; 3) feather meal; 4) feed ingredients or animal feed containing poultry meal, poultry by-product meal and feather meal
		2017년 8월 3일	축산개발국(DID)가 지난 5년동안 관리 및 감독한 시설의 경우 수출이 허가됨	1) poultry meal; 2) poultry by-product meal; 3) feather meal; 4) poultry blood meal; 5) poultry plasma meal; 6) egg powder; 7) poultry fats/oils; and palatability enhancers or flavoring agent innards derived from poultry
3	광우병 관련 수입 금지 규제	2017년 6월 10일	세계동물보건기구(OIE)가 광우병으로부터 안전한 국가("controlled BSE risk")로 인정된 경우 수입 허가 "controlled BSE risk"와 "undetermined BSE risk" 평가를 받은 국가는 수입이 제한됨	

□ 애완동물 사료의 경우 관련 규제가 부재함

- 축산개발국(DID)에 따르면 애완견 간식을 포함한 사료의 경우 동물사료 규제의 법적 효력 범위에서 제외됨을 밝히고 있으나, 애완동물 수가 급증함에 따라 사료 및 간식의 소비가 활성화되고 있어 향후 관련 규정이 마련될 가능성이 높음



## IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

## 경쟁제품 개요

- 애완견 껌은 다양한 용량으로 판매되고 있기 때문에 가격 비교를 위해 가장 보편적으로 판매되는 70g을 기준으로 가격을 환산하여 분석함
- 경쟁제품으로 조사된 22개의 애완견 간식의 평균 가격은 101바트(약 3,475원)임
- 가장 고가 제품은 739바트(약 2,549원)인 'Croogy Dental Chew'이며, 가장 저가는 'Bankaduk Beef Stick'으로 12바트(약 413원)에 판매되고 있음
- 점포소매점(오프라인) 대비 무점포소매점(온라인)의 평균 가격이 높은 편
- 태국산 대비 수입산의 가격이 높은 편

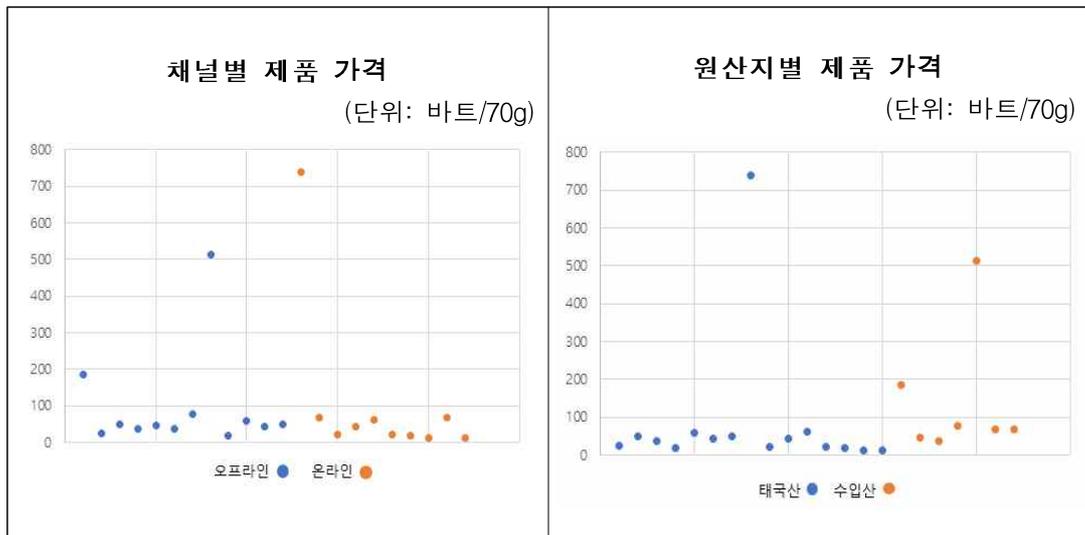
### ❖ 채널별 가격 비교

- 점포소매점(하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 애완동물용품 전문 소매점, 동물병원)과 무점포소매점(온라인)에서 조사된 각각 12개와 10개 제품의 평균 가격은 각각 95바트(약 3,269원)와 107바트(약 3,682원)임
- 점포소매점에서 조사된 12개 제품은 20바트~513바트(약 688원~약 17,652원)의 가격대가 형성되어 있음
- 무점포소매점에서 조사된 10개 제품은 12바트~739바트(약 413원~약 25,429원)의 가격대가 형성되어 있음

### ❖ 원산지별 가격 비교

- 태국산과 수입산으로 조사된 각각 15개와 7개 제품의 평균 가격은 81바트(약 2,787원)와 143바트(약 4,921원)로 수입산 제품의 평균 가격이 약 62바트(약 2,133원) 높음
- 태국산으로 조사된 15개 제품은 12바트~739바트(약 413원~약 25,429원)의 가격대가 형성되어 있음
- 수입산으로 조사된 7개 제품은 39바트~513바트(약 1,342원~약 17,652원)의 가격대가 형성되어 있음

## 가격 분포도



## 1. 경쟁제품 선정

### □ 점포소매점(오프라인 채널) 선정

- 애완견 간식의 매출 비중이 높은 점포소매점을 우선적으로 선정하고 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 시장조사 실시
  - 하이퍼마켓은 BigC와 Tesco Lotus, 슈퍼마켓은 Gourmet Market과 Foodland, 애완 동물용품 전문점은 Pet Safari를 선정함

### □ 무점포소매점(온라인 채널) 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 트래픽 수가 많은 전자상거래 플랫폼(Lazada, Shopee)<sup>18)</sup>의 제품 조사

### □ 비소매 채널인 동물병원 선정

- 동물 병원은 Thonglor International Pet Hospital을 선정함

### □ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 성분, 제조국 등의 항목으로 분석함

---

18) Forbes(2018.1.18.)

## 2. 경쟁제품 분석

### □ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
이미지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제품속성	제품명	Greenies Dental Treats	DENTASTIX
	제조사	Mars Incorporated	Mars Incorporated
	브랜드	Greenies	Pedigree
	제품특성	칫솔 모양	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 치석 제거 효과 강조</li> <li>- 다양한 용량(15~344g)으로 판매하며 진열대의 많은 부분을 차지하고 있음</li> </ul>
	성분	밀가루, 글리세린, 쌀가루, 완두콩 단백질	밀가루, 글리세린, 옥수수 단백질
	조사매장	Gourmet Market	Gourmet Market
	용량	170g	98g
	제품가격	450바트(약 15,476원)	34바트(약 1,169원)
	제조일	-	2018/09/19
	유통기한	2018/12/24	2019/08/19
	제조국	미국	태국

자료: 현지방문조사(Gourmet Market, 2018.11.17.)

구분		제품 #3	제품 #4
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	DEN-T STICK	I Pets
	제조사	International Pet Food Company Limited	Tesco Lotus
	브랜드	JerHigh	Pets
	제품특성	- 프리미엄 제품 - 베이컨/참치/우유맛	Tesco Lotus의 자사 브랜드 제품
	성분	타피오카 녹말, 건조 닭고기, 밀가루 글루텐, 완두콩 오일	밀가루, 글리세린 등
	조사매장	Gourmet Market	Tesco Lotus
	용량	70g	350g
	제품가격	49바트(약 1,685원)	180바트(약 6,190원)
	제조일	2018/10/13	-
	유통기한	2019/10/13	2020/11/15
제조국	태국	태국	

자료: 현지방문조사(Gourmet Market, 2018.11.17./ Tesco Lotus, 2018.11.17)

구분		제품 #5	제품 #6
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	Milky chew	DOG n'Joy Dentcare
	제조사	Pet Treats Ltd.	Xinji Pingdi Yanbu Nanhai Foshan China
	브랜드	DOGAHOLIC	DOG n'Joy
	제품특성	저가 제품	저가 제품
	성분	건조 닭고기, 밀가루 글루텐	밀가루 글루텐, 글리세린, 로즈마리
	조사매장	Big C	Big C
	용량	120g	70g
	제품가격	79바트(약 2,717원)	39바트(약 1,341원)
	제조일	-	2018/03/17
	유통기한	2020/04/21	2019/09/17
제조국	태국	중국	

자료: 현지방문조사(Big C, 2018.11.24.)

구분		제품 #7	제품 #8
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	Just Natural Dental Sticks	WHIMZEES Dental CARE
	제조사	Real Pet Food Company	Paragon Pet Products
	브랜드	Nature's Gift	WHIMZEES
	제품특성	캥거루 고기 함유	치솔모양
	성분	쌀가루, 밀가루 전분, 타피오카, 호주 캥거루 고기	감자분말, 글리세린, 셀룰로스 분말, 레시틴, 맥아추출물, 효모
	조사매장	Thonglor Pet Hospital	Thonglor Pet Hospital
	용량	85g	75g
	제품가격	95바트(약 3,267원)	550바트(약 18,915원)
	제조일	-	-
	유통기한	2019/08/04	2020/09/28
제조국	호주	네덜란드	

자료: 현지방문조사(Thonglor Pet Hospital, 2018.11.24.)

구분		제품 #9	제품 #10
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	DOG FRIEND	Spiral Chicken + Natural T/Stick Style 5" Big C
	제조사	TPS Thai Pet Snack Co.LTD	Pet Treats Ltd.
	브랜드	DOG FRIEND	Big C
	제품특성	저가 제품	Big C의 자사브랜드(PB) 제품
	성분	밀가루, 글리세린 등	밀가루, 글리세린 등
	조사매장	Big C	Big C
	용량	120g	50g
	제품가격	35바트(약 1,204원)	42바트(약 1,444원)
	제조일	-	2018/06/10
	유통기한	2021/11	2019/06/10
제조국	태국	태국	

자료: 현지방문조사(Big C, 2018.11.24.)

구분		제품 #11	제품 #12
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	DOG n'Joy Calcium Snack	DEN-T STICK
	제조사	AG-Science Co.,LTD	International Pet Food Company Limited
	브랜드	DOG FRIEND	JerHigh
	제품특성	저가 제품	1+1 프로모션 중
	성분	쌀가루, 타피오카 가루, 밀가루, 닭뼈, 글리세린, 방부제	타피오카 녹말, 건조 닭고기, 밀가루 글루텐, 완두콩 오일
	조사매장	Foodland	Foodland
	용량	70g	70g
	제품가격	45바트(약 1,548원)	49바트(약 1,685원)
	제조일	2018/06/21	2018/10/22
	유통기한	2019/06/21	2019/10/22
	제조국	태국	태국

자료: 현지방문조사(Foodland, 2018.11.24.)

□ 온라인 경쟁제품

구분		제 품 #1	제 품 #2
이 미 지	제 품 이미지 (전면)		
	제 품 이미지 (후면)	N/A	
제 품 속 성	제 품명	Crocgy Dental Chew	Orgo Dental snack breath freshen
	제 조사	Crocgy	Orgo
	브랜 드	MUNZNIE	Orgo
	제 품특성	Lazada 소비자 선호도 상위에 랭크 중	- 유통기한 임박상품으로 기 존 120바트에서 가격 할인 - 페퍼민트향
	성분	밀가루, 글리세린	소고기, 식용젤라틴
	조사매장	Lazada	Lazada
	용량	18g	90g
	제 품가격	190바트(약 6,534원)	89바트(약 3,061원)
	제 조일	-	2017/05/09
	유통기한	-	2018/11/09
제 조국	태국	필리핀	

자료: Lazada 홈페이지

구분		제 품 #3	제 품 #4
이 미 지	제 품 이 미 지 (전면)		
	제 품 이 미 지 (후면)		N/A
제 품 속 성	제 품 명	Dental Energy	Daily Dental Bone (Bacon Flavor)
	제 조 사	s.i.p. siam inter pacific	AZ Infinity Co
	브랜 드	Goodies	Pet2Go
	제 품 특 성	저렴한 가격으로 소비자 만족도 높음	막대사탕모양
	성 분	자스민쌀, 글리세린, 밀가루 글루텐	쌀가루, 계란, 밀가루 파우더
	조 사 매 장	Lazada	Lazada
	용 량	125g	264g
	제 품 가 격	42바트(약 1,444원)	170바트(약 5,846원)
	제 조 일	-	-
	유통기 한	-	-
제 조 국	태국	태국	

자료: Lazada 홈페이지

구분		제 품 #5	제 품 #6
이 미 지	제 품 이 미 지 (전면)		
	제 품 이 미 지 (후면)		
제 품 속 성	제 품 명	Denta Plus	Denta X Stick
	제 조 사	s.i.p. siam inter pacific	Medipet Co
	브랜 드	Goodies	Pet8
	제 품 특 성	칫솔모양	무설탕, 치석 제거
	성 분	감자전분, 타피오카	글리세린, 밀가루 글루텐
	조 사 매 장	Lazada	Lazada
	용 량	125g	450g
	제 품 가 격	110바트(약 3,783원)	139바트(약 4,780원)
	제 조 일	2018/05/05	-
	유통 기 한	2020/05/05	2019/05/15
제 조 국	태국	태국	

자료: Lazada 홈페이지

구분		제 품 #7	제 품 #8
이 미 지	제 품 이 미 지 (전면)		
	제 품 이 미 지 (후면)	N/A	N/A
제 품 속 성	제 품 명	Energy Treat	Bankaduk Beef stick
	제 조 사	Goodies	BANKADUK
	제 품 특 성	인기 제품	인기 제품
	성 분	-	소고기, 글리세린
	조 사 매 장	Lazada	Shopee
	용 량	500g	500g
	제 품 가 격	129바트(약 4,436원)	89바트(약 3,061원)
	제 조 일	-	-
	유통기한	-	-
	제 조 국	태국	태국

자료: Lazada 홈페이지, Shopee 홈페이지

구분		제 품 #9	제 품 #10
이 미 지	제 품 이 미 지 (전면)		
	제 품 이 미 지 (후면)		N/A
제 품 속 성	제 품 명	High Calcium Milk Flavor	Bok dok Chicken Stick
	제 조 사	Orgo	Pet Supply
	브랜 드	Orgo	Bokdok
	제 품 특 성	-	Omega 3, 6 함유(피부 및 털에 윤기 개선)
	성 분	우유, 식용 젤라틴	건조 닭고기, 글리세린
	조 사 매 장	Lazada	Shopee
	용 량	90g	1kg
	제 품 가 격	89바트(약 3,061원)	199바트(약 6,844원)
	제 조 일	2018/11/09	-
	유통 기 한	-	-
제 조 국	필리핀	태국	

자료: Lazada 홈페이지, Shopee 홈페이지



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 방법론 01. 점포소매점 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 점포소매점을 방문함
  - 하이퍼마켓: BigC, Lotus Tesco
  - 슈퍼마켓: Gourmet Market, Foodland
  - 애완동물전문소매점: Pet Safari
- 비소매채널(동물병원): Thonglor Pet Hospital
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

## □ 방법론 02. 무점포소매점 조사

- 애완동물 간식과 관련성 높은 키워드(Dog Treats, Dog Chew, Dog Dental stick 등)로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(Lazada, Shopee) 분석

## □ 경쟁사 4개 업체를 선정

- 시장 점유율 상위 2개 기업과 무점포소매점에서 2회 이상 조사된 기업 2개 선정
  - 현지 주류 시장의 애완동물 간식 브랜드 중 매출액 기준 상위 2개 브랜드가 약 65.4%의 점유율을 보유하고 있는 것으로 조사됨(2017년 기준)<sup>19)</sup>

표 5.1 주요 경쟁사

미국	태국	필리핀	태국
Mars Incorporated	International Pet Food Company Limited	Pet Plus Global Marketing Corp	Siam Inter Pacific Co., Ltd.
			

19) Euromonitor International

## 2. 경쟁사 분석

### □ Mars Incorporated

기업 개요				
MARS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mars는 초콜릿, 스낵을 제조하는 식품 제조기업이자 애완동물 사료 제조 기업</li> <li>- 애완동물 사료의 세계시장 점유율 1위</li> <li>- Royal Canin, Cesar, Pedigree, Whiskas와 같이 애완동물 사료 브랜드 라인을 분리하여 시장세분화 성공</li> </ul>			
	기업명	Mars, Incorporated	설립년도	1952년
기업정보	기업형태	식품 및 애완동물 사료 제조업	기업규모	약 100,000명
	대표번호	703-821-4900	매출액	110억 달러
	국가	미국	위치	6885 Elm St Mc Lean, Virginia, 22101-6031 United States
	취급품목	제과류와 애완동물 사료	홈페이지	www.mars.com
	제품			
	<Pedigree 껌>	<Pedigree 껌>	<Pedigree 껌>	
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 애완동물 간식의 경우 Mars가 보유한 브랜드 중 Pedigree를 중심으로 제조</li> <li>- 애완동물의 나이, 크기, 건강상태, 원료(소고기, 양고기, 닭고기 등) 등의 기준에 따라 제품을 분류하고 구매할 수 있도록 다양한 제품군을 보유함</li> </ul>			

자료: Mars Incorporated 홈페이지, D&B Hoover's

□ International Pet Food Company Limited

기업 개요				
기업정보	 <p>- International Pet Food Company Limited는 Charoen Pokphand Group의 자회사로 태국 애완견 간식의 대표 브랜드 Jerhigh를 중심으로 K-Sy와 Jinny의 브랜드 입지를 확장함</p>			
	기업명	International Pet Food Company Limited	설립년도	2002년
	기업형태	애완견 및 애완묘 간식 제조업	직원 수	약 374명
	대표번호	+66 (2)059-7121	매출액	약 83백만 달러
	국가	태국	위치	127/4 Panjathani Tower, 4th Floor, Nonsi Road, Chongnonsi, Yannawa, Bangkok 10120, Thailand
취급품목	애완견 및 애완묘 간식	홈페이지	<a href="http://www.jerhigh.com">http://www.jerhigh.com</a>	
제품				
	<Jerhigh 껌>		<K-SY 껌>	
				
				<Jinny 껌>
마케팅 전략	<p>- 애완견 간식 브랜드 Jerhigh, 육포 및 사료 브랜드 K-SY, 애완묘 간식 브랜드 Jinny를 보유함</p> <p>- 태국의 신뢰성 높은 식품 공급업체 CPF Public Company Limited로부터 제공된 프리미엄 품질의 닭고기를 원료로 제품 가공</p>			

자료: Wonderful Co LLC 홈페이지, D&B Hoover's, 현지조사원

□ Pet Plus Global Marketing Corp

기업 개요				
	- 애완동물 간식과 사료, 액세서리를 제조하는 필리핀 기업으로 2013년 태국 유통사인 Perfect Companion Group Co., Ltd.와 계약 체결로 태국 시장에 진입함 - 애완동물과 애완동물 외에 토끼, 물고기, 거북이, 조류와 같은 다양한 애완동물 관련 제품을 제조			
	기업명	Pet Plus Global Marketing Corp	설립년도	2005년
기업정보	기업형태	애완동물 관련 제품 제조업	직원 수	14명
	대표번호	+63 (2)245-4498	매출액	약 410만 페소 (약 7만 7천달러)
	국가	필리핀	위치	855 Alvarado Street Binondo, 1006 Philippines
	취급품목	애완동물 사료, 간식, 미용 도구 등	홈페이지	http://petplus.com.ph
	제품			
마케팅 전략	- 대표적으로 SmartHeart, Companion Pets, Cuties Catz, Me-O, Optimum, Apro IQ 등의 브랜드를 보유하고 있으며, 간식의 경우 Aqua Pro, Orgo, Munchies, Yaho, Chewtime 등을 보유함			

자료: Pet Plus Global Marketing Corp 홈페이지, D&B Hoovers, 현지조사원

□ Siam Inter Pacific Co., Ltd.

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방콕에 위치한 애완견과 애완묘 간식 제조기업으로 내수시장 공급 외에도 미국, 일본, 유럽, 대만, 한국, 싱가포르로 수출</li> </ul>			
	기업명	Siam Inter Pacific Co., Ltd.	설립년도	1968년
	기업형태	애완견 및 애완묘 간식 제조업	직원 수	약 130명
	대표번호	+66 (2)360-5080	매출액	약 390만 바트(2016년) (약 11만 9천 달러)
	국가	태국	위치	147 Chalongkrung Road, Ladkrabang, Bangkok 10520, Thailand
취급품목	애완견과 애완묘 간식	홈페이지	www.sipgoodies.com	
제품				
	<Denta Plus 껌>		<Goodies 껌>	
마케팅 전략				
	<Sardiner 껌>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간식에 집중하여 제조하고 있으며 애완견의 경우 Goodies, Pet Story, Denta Plus, Energy Treat와 같은 다양한 브랜드를 보유하고 있으며 애완묘는 Saber 브랜드만을 보유함</li> <li>- 애완묘 대비 애완견 제품 비중이 높은 편</li> </ul>				

자료: Siam Inter Pacific Co., Ltd. 홈페이지, D&B Hoovers, 현지조사원



## VI. 유통채널

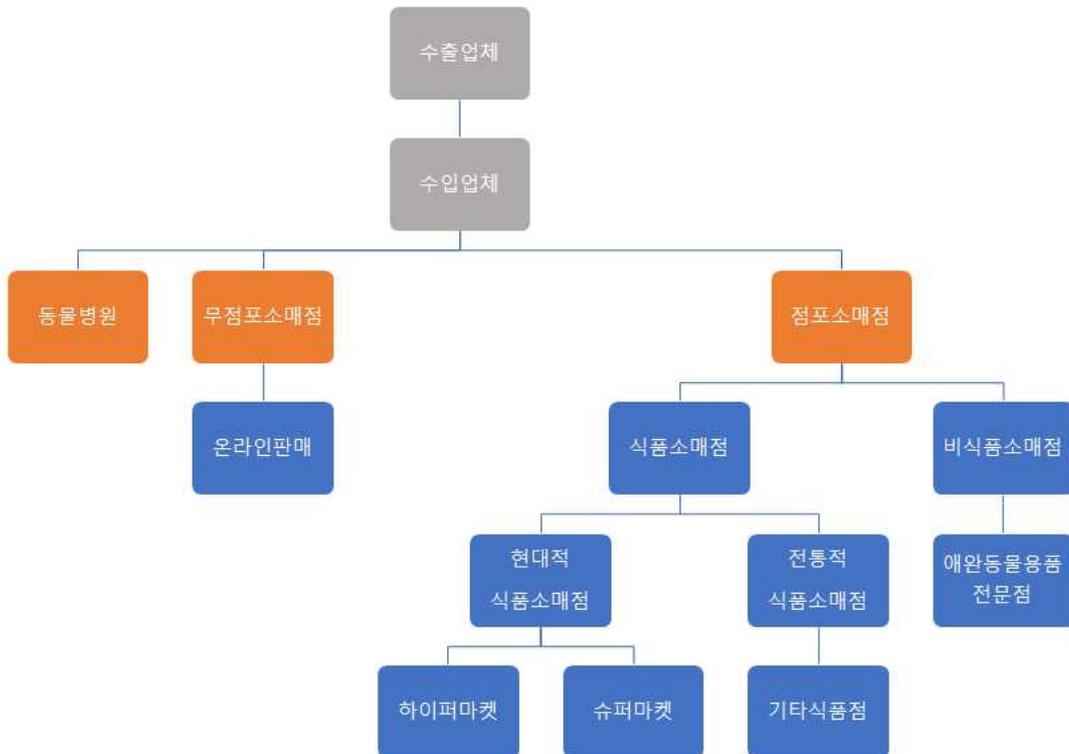
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

# 1. 유통채널 개황

## □ 애완견 간식 시장의 유통채널

- 개괄적인 태국의 애완견 사료와 간식의 유통구조는 그림 6.1과 같음
  - 주 유통채널은 점포소매점으로서, 약 88%의 매출 비중을 차지함(2017년 기준)
  - 무점포소매점인 온라인판매 비중이 연평균<sup>20)</sup> 15.8%로 빠르게 증가하는 추세이나 여전히 절대적 비중(약 4.5%, 2017년 기준)은 크지 않음
- 점포소매점 중 애완견 간식이 많이 유통되는 채널은 애완동물용품 전문점(38.8%), 하이퍼마켓(38.1%), 슈퍼마켓(9.5%) 순
- 한편, 동물병원을 통한 매출 비중도 7.4%로 상당한 규모를 나타냄

그림 6.1 애완견 간식 시장의 유통구조



20) 2013~2017년 기준

## 1) 오프라인 유통채널

□ 주요 점포소매점 채널은 애완동물용품 전문점과 하이퍼마켓

- 애완동물용품 전문점과 하이퍼마켓을 통한 애완동물 간식의 매출 비중이 연간 약 76.9%를 차지함

표 6.1 주요 오프라인 유통업체

점포소매점			
하이퍼마켓		슈퍼마켓	
Tesco Lotus		Gourmet Market	
BigC		Tops	
애완동물용품 전문점		동물병원	
The pet safari		Thonglor Pet Hospital	
		Pet Club	

자료: 현지조사원

## 2) 온라인 유통채널

### □ 무점포소매점인 온라인을 통한 애완견 사료 및 간식 유통 비중은 증가하는 추세

- 유로모니터에 따르면 온라인을 통해 애완견 간식을 구매하는 소비자 비중은 최근 5년간(2013~2017년) 약 2.5%에서 4.5%로 증가함
- 인터넷과 모바일 이용자 수가 급증하면서 온라인 채널을 통한 소비활동이 증가<sup>21)</sup>하는 가운데 2017년 기준 태국의 주요 전자상거래 플랫폼은 표 6.2과 같음

표 6.2 주요 전자상거래 플랫폼

구분	플랫폼 명	로고	트래픽 수(2017년 10월)
1	Lazada		70,600,000
2	11street		10,600,000
3	Shopee		9,300,000
4	Tarad		3,900,000
5	Jib		3,200,000

자료: similarweb

21) 태국의 인터넷 사용자는 인구대비 38.3%(2013년)에서 64%(2016년)로 급증함

## 2. 주요 유통채널 분석

### 1) 하이퍼마켓(Hypermarket)

#### □ Tesco Lotus

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국의 유통채널 브랜드로 1994년에 처음 태국에 입점한 이후 현재 가장 큰 하이퍼마켓으로 자리잡음</li> <li>- 태국 기업 haroen Pokphand에 의해 방콕에 첫 지점을 오픈했으며 현재 Ek-Chai Distribution System Company Limited에 의해 운영되고 있음</li> </ul>		
D-U-N-S Number	65-973-7381	설립년도	1994년
본사 위치	629/1 Nawamin Road, Nuanchan, Bueng Kum, Bangkok 10230	점포 수	302개
대표전화	(02) 797-9000	홈페이지	www.tescolotus.com
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사 구매팀과 직접 연락하여 입점 여부를 협의하거나 유통사 및 대행사를 통해 입점</li> </ul>		
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국산 및 중국산 제품 등 중저가 브랜드를 취급</li> <li>- 자사 브랜드 제품인 'i pets'를 180바트(약 6,201원)에 판매</li> </ul>		
매장전경			

자료: 현지조사원(Tesco Lotus, 2018.11.09.), Tesco Lotus 홈페이지, D&B Hoover's

□ BigC

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국에서 두 번째로 큰 하이퍼마켓으로 태국의 'Central Group'<sup>22)</sup>이 소유한 유통채널</li> <li>- 주로 일반 서민층이 주 고객이며 그중 90%가 월 평균 2회 이상 방문할 정도로 방문 빈도가 높은 편</li> </ul>		
D-U-N-S Number	-	설립년도	1994년
본사 위치	6th floor, 97/11 Rajdamri Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330	점포 수	720개
대표전화	02-655-0666	홈페이지	<a href="https://corporate.bigc.co.th">https://corporate.bigc.co.th</a>
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BigC 구매팀에 제품소개서를 전달하고 입점 논의 진행 후 결정</li> <li>- 공식 홈페이지 'supplier guide' 섹션을 별도로 운영하여 품목별로 납품신청을 유도하고 있음</li> </ul>		
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 브랜드인 JerHigh이 용량과 가격대별로 다양하게 진열되어 있으며 중국산과 태국산 저가 제품 비중이 높은 편</li> <li>- 프로모션은 유통기한이 임박한 중국산 및 태국산 제품</li> <li>- 'Milky Chew', 'DOG'n Joy Dentcare', Dog Friend', 'Spiral Chicken+Natural T/Stick Style 5' 등을 보유하고 있으며 35~79바트 (약 1,206원~2,721원)의 가격대</li> </ul>		
매장전경			

자료: 현지조사원(BigC, 2018.11.24.), BigC 홈페이지, D&B Hoover's

22) 태국의 재화 및 서비스 소매업 규모 1위의 대기업

## 2) 슈퍼마켓(Supermarket)

### □ Gourmet Market

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 유통소매업체 중 가장 큰 계열사인 'The Mall Group'의 슈퍼마켓 채널로 외국인 주재원(일본인 및 한국인)과 관광객의 방문이 많은 Siam Paragon, Emporium, Emquartier 등의 고급 백화점 내부에 입점한 소매점</li> </ul>		
D-U-N-S Number	67-190-2255	설립년도	2009년
본사 위치	622 Sukhumvit Road, Bangkok, Thailand 10110	점포 수	11개
대표전화	02-269-1000	홈페이지	www.gourmetmarketthailand.com
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사 구매팀과 직접 연락하여 입점 여부를 협의하거나 유통사 및 대행사를 통해 입점</li> </ul>		
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 중·고가의 수입 브랜드가 입점됨</li> <li>- 사료는 Royal Canin, 껌은 Pedigree와 Jerhigh의 진열 비중이 높은 편</li> <li>- 가격 할인도 동 브랜드 위주로 프로모션 진행 중</li> <li>- 'Greenies Dental Treats', 'Dentastix', 'Den-t Stick' 등을 보유, 34~450바트(약 1,171원~15,498원)의 폭넓은 가격대가 형성됨</li> </ul>		
매장전경			

자료: 현지조사원(Gourmet Market, 2018.11.17.), Gourmet Market 홈페이지, D&B Hoover's

□ Foodland

기업 개요			
	- 방콕을 중심으로 16개 지점을 운영하는 태국 24시간 슈퍼마켓 체인점으로 40년 이상의 전통있는 기업		
<b>D-U-N-S Number</b>	65-972-1146	<b>설립년도</b>	1972년
<b>본사 위치</b>	2675 Lardprao Road, Klong Chaokhunsing Wangthonglaung, Bangkok 10310 Thailand	<b>점포 수</b>	22개
<b>대표전화</b>	02-530-0220	<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.foodland.co.th">www.foodland.co.th</a>
<b>입점절차</b>	담당자 이메일(foodland@bkk2.loxinfo.co.th)로 관련 제품소개서를 송부한 후 입점 가능성 검토		
<b>세부사항</b>	- 'Dog n'Joy Calcium Snack'(45바트, 약 1,548원), 'Den-t Stick'(49바트, 약 1,685원) 등을 보유함		
<b>매장전경</b>			

자료: 현지조사원(Foodland, 2018.11.24.), Foodland 홈페이지, D&B Hoover's

### 3) 애완동물용품 전문점

□ Pet Safari

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 펫케어 유통채널인 Pet Safari는 태국에 2016년에 처음으로 Paradise Service 지점을 오픈했으며 현재 태국 내 가장 큰 애완동물용품매장으로 자리 잡음</li> <li>- 두 번째 지점은 Central Eastvile 지역에 신규 오픈한 백화점에 입점하였고 주로 중·고가 제품 위주로 입점되어 있음</li> </ul>		
<b>D-U-N-S Number</b>	62-844-7729	<b>설립년도</b>	2016년
<b>본사 위치</b>	VIVA Premium Pet Store (Srinakarin) 99/88 M. 16, Soi Pattanachumchon1 Srinakarin Road Bangkaew, Bangplee, Samut Prakan 10540	<b>점포 수</b>	2개 (태국)
<b>대표전화</b>	02-780-2280	<b>홈페이지</b>	www.thepetsafari.com
<b>세부사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 태국 부유층이 거주하는 무반지대(단독주택) 근처의 백화점 안에 입점하였으며 애완동물 및 애완동물용품 관련 전문지식을 가지고 있는 영업 담당 직원을 배치</li> <li>- ‘Just Natural Dental Sticks’와 ‘Whimzees Dental Care’ 등을 보유하고 있으며 95~550바트(약 3,358원~19,443원)의 가격대가 형성되어 있음</li> </ul>		
<b>매장전경</b>			

자료: 현지조사원(Pet Safari, 2018.11.09.), Pet Safari 홈페이지, D&B Hoover's

#### 4) 동물병원

##### □ Thonglor International Pet Hospital

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년에 신규 오픈하여 동물병원 및 애완동물 종합 센터 콘셉트로 지점 확장 예정</li> <li>- 홍보를 적극적으로 추진하는 동물병원이며, 향후 신규 지점 확장에 적극 투자 예정(2억 바트 투자, 2019년도 4개 지점 오픈 예정)</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	-	설립년도	1944년
본사 위치	80 PhetPraram Road (Petchaburi Road heading to Rama9), Bang Kapi, Huai Khwang Bangkok 10310	점포 수	2개
대표전화	02-079-9999	홈페이지	www.thonglorpet.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1층 Pet-friendly 콘셉트의 카페에서 애완견 간식을 판매</li> <li>- 방콕 중심가에 위치한 고급 동물병원이나, 판매 중인 애완견 간식과 애완용품의 가격이 높은 편은 아님</li> <li>- 'Just Natural Dental Sticks'(95바트, 약 3,267원), 'WHIMZEES Dental CARE'(550바트, 약 18,915원) 등을 보유</li> </ul>		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Thonglor International Pet Hospital 2018.11.09.), D&B Hoover's

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Thailand September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.14.
2. 「Dog Food in Thailand」 Euromonitor International, 2018.05.
3. 「Country Insight Report Thailand October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.30.
4. 「Pet lovers pay up for pampering, Bangkok Post」, 2018.11.19
5. 「dog food in Thailand」, Euromonitor International, 2018.05.
6. 「Animal Feed Import Regulation」, USDA, 2013.02.27.
7. 「태국 국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.5.

### ■ 참고 사이트

1. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
2. Internet World Stats([www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com))
3. International Trade Centre([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. Department of Livestock Development(<http://en.dld.go.th/index.php/en/>)
5. Department of Fisheries(<https://www4.fisheries.go.th/index.php/dof>)
6. Mars Incorporated([www.mars.com](http://www.mars.com))
7. International Pet Food Company Limited(<http://www.jerhigh.com>)
8. Pet Plus Global Marketing Corp(<http://petplus.com.ph>)
9. Siam Inter Pacific Co., Ltd.([www.sipgoodies.com](http://www.sipgoodies.com))
10. Similar Web([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
11. D&B Hoover's(<https://app.avenion.com/>)
12. Tesco Lotus([www.tescolotus.com](http://www.tescolotus.com))
13. BigC(<https://corporate.bigc.co.th>)
14. Gourmet Market([www.gourmetmarketthailand.com](http://www.gourmetmarketthailand.com))
15. Foodland([www.foodland.co.th](http://www.foodland.co.th))
16. Pet Safari([www.thepetsafari.com](http://www.thepetsafari.com))
17. Thonglor International Pet Hospital([www.thonglorpet.com](http://www.thonglorpet.com))
18. 관세법령정보포털 3.0(<https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>)
19. 세계 HS 정보시스템([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
20. 태국 관세청([www.customs.go.th](http://www.customs.go.th))
21. KATI농식품수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-31

품 목 : 애완견 껌(Dog Chew)

국 가 : 태국(Thailand)

-----  
보고서 기획 및 작성  
- 한국농수산물유통공사

-----  
발 행 일 2018  
발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>  
자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

- 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보 사이트 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.