

태국 펫푸드 시장현황 및 한국 펫푸드 진출방안

2021년 9월

 한국농수산물유통공사
아시아지역본부 방콕지사

||| 목 차 |||

요약	1
1. 태국 펫푸드 시장 개요	3
가. 국가 기본 정보	3
나. 경제 지표 및 무역 환경	4
다. 태국 주요 반려동물 개체 수 변화 추이	5
라. 태국 펫푸드 시장 규모 및 수출입 현황	7
2. 태국 펫푸드 시장 현황	10
가. 반려견 펫푸드 시장 동향	10
나. 반려묘 펫푸드 시장 동향	14
다. 주요 유통 채널	18
라. 주요 펫푸드 제조사 현황	27
마. 주요 펫푸드 제품 현황	39
바. 소비동향 및 주요 이슈	49
사. 펫푸드 마케팅 현황	51
3. 태국의 펫푸드 수입 절차	53
가. 통관 및 검역 개요	53
나. 펫푸드 수입 관련 법률, 규정 및 절차	54
4. 한국산 펫푸드 수출 확대방안	62
가. 한국산 펫푸드 수입 현황	62
나. SWOT 분석	64
다. 수출 확대방안	65
부록 : 주요 제품	68

1. 반려동물의 의인화

- 반려동물을 집을 지키거나 심심해서 곁에 두는 ‘동물’로 취급할 것인지, 아니면 가족과 같은 ‘구성원’으로 여길 것인가에 따라 반려동물에 대한 심리학적 태도가 많이 다름. 소득이 높은 선진국은 반려동물을 집안에서 같이 생활하는 ‘가족 구성원’으로 대하는 반면 소득이 낮은 후진국은 반려동물을 가족과 같은 ‘동물’로 생각함.
- 선진국과는 달리 아시아 국가에서 반려동물이 ‘동물’ 혹은 가족의 일원인 ‘구성원’으로 취급받는지는 국민 소득과 인구통계학적 특징에 따라 국가별로 차이가 큼. 국민 소득이 높아지고, 도시화가 진행되면서 핵가족화가 될 수록 반려동물을 ‘동물’에서 가족의 일원인 ‘구성원’으로 여기는 의인화가 진행됨. 태국은 반려동물이 ‘동물’에서 ‘구성원’으로 의인화가 진행 중인 국가 중 하나며, 이러한 의인화 진행과 더불어 반려동물 시장도 동반 성장하고 있음
- 반려동물의 ‘의인화’ 진행은 반려동물 시장에 있어서 ①비교적 높은 년 간 성장률 ②프리미엄 펫푸드의 부각 ③건강과 미용 등 비식품 분야의 확장 등 몇 가지 대표적인 특성을 동반함. 태국의 반려동물 시장은 이러한 ‘의인화’에 따라 프리미엄 펫푸드와 건강과 미용관련 용품시장의 성장 가능성을 눈여겨 볼 필요가 있음

2. 반려동물 시장규모

- 2020년 태국의 총인구는 6,619만 명으로 2019년 대비 37만 명이 줄어 0.6%의 인구감소를 보이고 있음. 이에 반해 1~2인 가구가 많아져 총 가구 수는 1,810만 가구에서 1,820만 가구로 전년 대비 0.6%인 10만 가구가 늘어났음. 가구당 인원수가 적어질수록 외로움을 극복하기 위해 반려동물을 찾는 경향이 크며 이를 반영하듯 태국 가구의 세 가구당 한가구가 반려동물을 키우고 있음
- 2020년 반려동물의 년 간 평균 증가율은 2.7%로 태국 총 가구 수 증가율인 0.6%보다 4.5배가 높아 반려동물 증가율이 가구 수 증가율을 크게 앞지르고 있음. 특히 대도시의 작은 생활공간에서 거주하는 태국인 중에는 크기도 작고 손이 덜 가 부담이 적은 반려묘를 키우는 가구 수가 늘어나고 있음. 2020년 반려견 수는 813만 마리로 전년대비 2.1%가 늘어난 반면 반려묘는 353만 마리로 4.1%가 증가한 수치가 이러한 트렌드를 잘 보여주고 있음. 기타 조류, 어류, 설치류, 파충류 등 이국적인 특수 반려동물도 있지만 아직 틈새시장에 머물러 있음
- 2020년 반려동물 시장규모는 11억 1,400만 달러로 전년 대비 3.8%가 증가함. 반려동물 시장증가율은 반려동물의 수적 증가인 2.7%보다 높아 펫푸드의 전문화와 고급화가 시작되고 있음을 알 수 있음. 반려동물 시장은 향후 코로나19 펜데믹이 종식되면 2020년 3.8%보다 높은 년 5% 이상의 성장이 예상됨

3. 펫푸드 시장의 활성화 및 다변화

- 반려동물 시장은 사료로 대표되는 펫푸드, 건강 및 미용에 관련된 케어분야, 옷이나 장난감이

주를 이루는 기타로 크게 세 분야로 나눌 수 있음. 시장 규모로 보면 펫푸드가 45%로 가장 크며 케어분야 32%, 기타 23%로 되어 있으며 본 보고서에서는 펫푸드를 주로 다루었음

- 펫푸드는 반려동물의 생물학적 종류, 크기, 가격, 영양성분 등에 따라 세분화 될 수 있음. 펫푸드를 단순히 배고픈 애완동물의 배를 채워주기 위해 집에서 이것저것 먹을 것을 적당히 주기보다 영양분의 밸런스가 잘 갖추어지고 건강에도 좋은 판매용 펫푸드가 적절하다는 인식이 확대되고 있음
- 프리미엄 펫푸드의 시장 점유율은 아직 상대적으로 낮은 편이지만 주인들의 반려견 건강에 대한 의식이 높아지면서 반려동물의 건강과 웰빙을 위해 고품질 식품을 기꺼이 구입하는 경향이 강해짐에 따라 프리미엄 펫푸드 시장이 성장하고 있음.
- 천연 및 유기농 원료, 고단백, 비건, 필수 영양소, 영양 보충성분, 기능성 식품 등과 같이 고품질 성분을 사용한 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가하고 있음
- 반려 동물의 연령, 품종, 체중 및 활동 스타일 등 여러가지 상황에 최적화된 제품에 대한 관심이 높아지고 있으며 반려동물의 건강에 도움이 되는 성분을 함유한 간식 제품의 인기도 높아지고 있음

4. 경쟁 상황

- 태국의 펫푸드 시장은 일반 식품 생산에서 펫푸드 산업으로 사업을 확장한 태국의 선두 식품 기업들과 태국에 생산 기지를 둔 글로벌 기업들로 양분됨. 치열한 시장 경쟁 속에서 살아남기 위해 펫푸드 기업들은 각 사의 경쟁력을 최대로 이용한 다양한 비즈니스 전략을 구사하고 있음
- 제품 종류가 다양해지면서 특정 품목에 집중하기도 하고 저가, 중가, 고가 등 각각 가격대별로 최적화된 전략적 접근을 보여주고 있음
- 유통에 있어서도 오프라인뿐만 아니라 온라인 시장으로 유통 채널을 다양화하고 소셜 미디어를 통해 직접 소비자와 소통하는 등 다양한 채널을 통해 여러 종류의 마케팅 활동을 펼치고 있음

5. 주요 시사점

- 태국에서 반려동물 소유는 점점 더 보편화되고 있으며 반려견용 펫푸드 시장뿐만 아니라 반려묘용 펫푸드 시장도 빠르게 성장하고 있음
- 기존에 주로 수입에 의존했던 프리미엄 제품군과 간식 제품군도 태국 내에서 생산하기 시작하면서 수입제품과 국내생산제품간의 경쟁이 심화되고 있음
- 펫푸드는 주로 식료품 소매점에 팔린 반려동물 매장과 동물병원을 통해 유통되어 왔으며 향후에는 반려동물 전문 용품점과 온라인 채널이 더욱 성장할 것으로 보임
- 프리미엄 시장에 있어 태국 국내 생산이 증가하고 경쟁력도 높아지면서 수입 제품에 대한 의존도 낮아질 수 있음
- 태국 소비자들은 브랜드에 민감한 편이어서 수입 제품을 선호하는 반려동물 주인층을 공략하면 브랜드 충성도를 지속적으로 유지시킬 수 있음

1. 태국 펫푸드 시장 개요

가. 국가 기본 정보

(1) 국가 개요

국가 개요

태국은 동남아시아 제 2의 경제 대국이며, 명목 국내총생산(GDP)은 약 5,000억 달러임.

자유 시장 경제를 통해 태국 왕국은 강력한 국내 시장과 성장하는 중산층을 보유하고 있으며 민간 부문이 성장을 이끌고 있음. 태국 경제는 세계 시장에 잘 통합되어 있으며 수출이 GDP의 70% 이상을 차지함. 태국의 경제는 강력한 산업 부문 (GDP의 40%)과, 관광 및 금융 서비스 산업을 중심으로 견고하고 성장하는 서비스 부문 (GDP의 50%)이 이끌고 있음. 또한 전통적인 농업 강국으로 농업부문이 국가 GDP의 약 9%를 차지하는, 세계에서 몇 안 되는 순수 식품 수출국 중 하나이기도 함.

태국은 아시아 이웃 국가를 시작으로 다른 나라와의 무역 자유화를 빠르게 추진한 동남아시아 지역의 리더를 자처함. 태국은 6억 6천만 명이 넘는 동남아시아 시장에 쉽게 접근할 수 있는 전략적 국가로 지역 연결 및 현지 생산의 기지가 되고 있음

주요 정보

- 국가명: 태국 왕국
- 수도: 방콕
- 총리: 프라윗 찬오차
- 인구: 6,619만 명
- 면적: 513,120km²
- 주요 도시: 방콕, 파타야, 치앙마이
- GDP: 5,035억 달러 (2021년 추정)
- 1인당: 19,169 달러 (2021년 추정, PPP)
- 경제성장율: -6.09%(2020) 전년대비
- 인터넷 보급률: 인구의 76% (2020)
- 기대수명: 76.93세



나. 경제 지표 및 무역 환경

☐ 국가 위험등급 및 전망

내용	세부 내용
개요	태국의 국가 위험도는 낮거나 보통임. OECD의 국가 신용 등급은 3으로 필리핀, 인도, 인도네시아와 비슷함. 태국이 국가 차원에서 대외 채무 의무를 이행하지 못하게 되거나 이행하지 않을 가능성이 비교적 낮거나 보통임
위험 등급	세계은행의 사업 용이성 척도에 따르면 태국은 190개 국가 중 21위임. 이는 아시아 신흥 및 개발도상국 평균인 95보다 훨씬 나은 편임. 그러나 태국은 부분적으로 낮은 교육 수준과 노동 기술 부족으로 인해 이웃 국가인 말레이시아 (12위) 및 싱가포르 (2위) 보다 경쟁력이 낮음
수용이나 몰수의 위험	미국 투자 환경 분석에 따르면 태국 법률은 차별 없는 무보상 수용/몰수에 대해 어느 정도의 투자자 보호를 보장함. 태국은 정부가 공익 증진을 목적으로 수용을 수행하는 것을 허용하고 수용된 민간 당사자에게 합리적인 보상을 제공함.
정치적 위험	정치적 위험은 보통 수준임. 2019년 선출된 행정부는 최근 내각 개편과 예산 확정 지연으로 혼란에 직면했던 적이 있음. 집권 연정에 다양한 정당들이 광범위하게 혼합되어 있고 정부와 야당들 간의 긴장이 오래 지속되고 있는 점을 감안할 때 일부 정치적 불확실성은 아직도 남아 있음. 2020년 학생 시위 이후로 새 헌법, 의회 해산, 정치적 반체제 인사에 대한 위협 중단, 군주제 개혁을 지속적으로 요구받고 있음. 국내 정치적 불협화음과 사회 불안은 정책 결정, 외국인 투자 및 경제 회복의 효율성을 저해할 수 있음. 태국의 반복된 군사 쿠데타 역사 때문에 정치적 리스크가 여전히 남아있음

☐ 주요 거시경제 전망 지표

- 동남아시아에서 두 번째로 큰 경제 규모로 인도차이나 반도의 경제를 주도하고 있으며, 총 구매력이 2,461억 1천만 달러가 넘는 강력한 소비자 기반을 보유하고 있음
- 개방 경제를 가진 중상위 소득 국가로 GDP는 5,035억 달러며 2020년 연간 성장률은 코로나19 팬데믹으로 인해 전년 대비 마이너스 6.1% 성장을 하였음
- ASEAN의 상위 3대 수출 기지 중 하나이지만 대부분의 국가와 마찬가지로 코로나19의 지속으로 인해 수입과 수출 모두에 어려움을 겪고 있음

- 태국 상무부에 따르면 2020년 기준 태국의 수출은 6.6% 감소한 2,267억 달러로 이전에 예상했던 7% 이상의 감소보다 양호한 수준이며, 2020년 수입은 13.5% 감소한 1,869억 달러를 기록했음
 - 2020년 태국의 수출 상위 5개 카테고리는 자동차 부품 및 액세서리, 자동 데이터 처리 기계, 원석 및 보석, 고무 제품, 에틸렌 폴리머, 프로필렌 등이었음
 - 2021년 1월 기준 태국의 상위 10대 주요 무역 상대국은 규모 기준으로 중국, 일본, 미국, 말레이시아, 베트남, 호주, 인도네시아, 싱가포르, 한국, 인도의 순이었음
- 2021년 6월 통화 정책 보고서 발표에 따르면 태국 경제는 코로나19의 3차 유행으로 인해 2021년 1.8%, 2022년 3.9%의 소폭 성장이 예상됨. 교역 상대국의 경제 회복에 따른 수출 증가를 비롯하여 새로운 비상령에 따른 추가 재정 부양, 백신 수급 및 조달에 대한 명확한 계획 등이 태국 경제성장률의 변수가 되고 있음

〈예상 성장률 및 인플레이션〉

구분	2020년	2021년	2022년
GDP 성장	-6.1	1.8	3.9
	-	(3.0)	(4.7)
소비자 물가 지수	-0.8	1.2	1.2
	-	(1.2)	(1.0)
코어 인플레이션	0.3	0.2	0.3
	-	(0.3)	(0.4)

참고: 2020년만 실제 수치이며, ()는 2021년 3월 통화정책 보고서상의 예측 수치임

다. 태국 주요 반려동물 개체 수 변화 추이

□ 태국의 반려동물 개체 수

- 2020년 기준 반려동물 개체 수는 총 1,440만 마리로, 반려견 813만 마리 (56%), 반려묘 353만 마리 (25%) 및 기타 (19%)로 이루어짐
- 도심의 아파트나 콘도같이 정원이 없는 거주공간에서 바쁘게 생활하는 인구가 늘면서 테리어, 시추, 푸들, 치와와, 포메라니안 같은 작은 반려견이 인기가 높음. 인기 중대형 품종으로는 비글, 프렌치 불독, 시베리안 허스키 및 골든 리트리버가 있음

〈2016~2021년 태국 반려견 보유 가구 비율〉

2016	2017	2018	2019	2020	2021
22.8%	22.9%	23.0%	23.4%	23.7%	24.3%

출처: Euromonitor International

<2016~2021년 태국 반려견 개체수>

(단위 : 만 마리)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
소형견 (9kg 미만)	357	368	380	391	402	413
중형견 (9~23 kg)	226	230	236	241	244	248
대형견 (23kg 이상)	155	159	162	164	167	169
반려견 전체 마리	738	758	778	796	813	829

출처: Euromonitor International

- 반려묘의 개체수는 반려견 개체수보다 훨씬 적은 수준이었지만 조용하고 관리가 상대적으로 편한 반려묘의 인기가 점점 더 높아지고 있음. 특히 도시의 좁은 거주공간에 사는 바쁜 젊은 층은 공간, 시간, 비용과 노력이 덜 드는 반려묘를 선호함
- 소셜 미디어가 태국인들의 일상에 중요한 부분을 차지하면서, 반려묘 관련 온라인 콘텐츠가 큰 인기를 끌고 있음. 이러한 콘텐츠는 더 많은 사람들이 반려묘를 갖고 싶은 동기부여가 되어 향후 반려묘 개체수 증가와 더불어 반려묘 펫푸드 시장에 긍정적인 영향을 주고 있음

<2016~2021년 태국 반려묘 보유 가구 비율>

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
보유 가구 비율	10.0%	10.4%	10.4%	10.7%	10.9%	11.1%

출처: Euromonitor International

<2016~2021년 태국 반려묘 개체수>

(단위 : 만 마리)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
반려묘 마리	304	314	326	339	353	368

출처: Euromonitor International

- 기타 반려동물로 조류, 토끼, 설치류, 관상어 등이 있음. 젊은 밀레니엄 세대가 파충류, 이구아나, 다람쥐, 피그미 고슴도치, 너구리, 회향여우, 수달 등과 같은 작고 이국적인 반려동물을 좋아함. 이국적인 반려동물들은 희소성이 있고 독특하며 키우기도 쉬우며 소셜 미디어 인플루언서와 유명인들이 이국적인 반려동물의 유행을 주도하고 있음
- 태국에서는 멸종 위기에 처한 야생 동식물 종의 국제 거래에 관한 협약에 따라 야생 동물 거래가 통제됨. 이국적인 반려동물들이 이러한 협약에 위반되면 불법이며 이국적 반려동물 시장의 확장은 제한적이어서 틈새시장을 이루고 있음

라. 태국 펫푸드 시장 규모 및 수출입 현황

□ 태국 펫푸드 시장 규모

- 전 세계적으로 펫푸드 시장이 가장 큰 국가는 미국으로 311억 달러 규모이며, 영국 52억 달러, 프랑스 44억 달러와 같이 인구가 비교적 많은 선진국이 펫푸드 시장이 큼. 태국의 펫푸드 시장 규모는 2020년 기준 11억 1,400만 달러로 세계 18위임. 태국의 펫푸드 시장규모는 한국의 11억 달러와 비슷한 수준임

〈국가별 펫푸드 시장 규모〉

(단위 : 백만 달러)

순위	국가	2019	2020
1	미국	29,876	31,143
2	영국	4,831	5,261
3	프랑스	4,437	4,412
4	브라질	4,374	4,534
5	러시아	3,645	3,490
6	독일	3,125	3,107
7	일본	2,708	2,665
18	태국	1,073	1,114

출처: Statista

□ 펫푸드 시장의 지속적 성장

- 2011~2019년 태국의 일반 식품산업 연평균 성장은 5%인 정도인 반면 펫푸드 시장은 10%로 일반 식품의 두 배 가까운 성장률을 보여 왔음. 2020년에는 코로나로 인해 성장률이 3.8%로 줄었지만 코로나가 종식되면 매년 5~10%의 성장이 예상됨. 주로 반려견 펫푸드와 반려묘 펫푸드가 성장을 견인하며 반려견은 연평균 6.2%, 반려묘는 7.7%의 성장이 예상됨. 기타 관상어나 조류 관련 펫푸드는 이보다 낮은 5% 미만이며 시장 규모도 작음
- 펫푸드 시장의 지속적인 성장 배경에는 ①반려동물 숫자의 증가 ②태국 국내기업이 생산하는 합리적인 가격대의 제품 확대 ③저칼로리, 유기농 등 맞춤형 펫푸드의 등장 ④온라인 유통채널의 다각화 ⑤인플루언서들의 적극적인 프로모션 등을 꼽을 수 있음

□ 태국의 펫푸드 수출 현황

- 태국산 펫푸드의 주요 수출국은 독일, 미국, 프랑스, 태국, 네덜란드로 등으로 태국은 전 세계 펫푸드 수출국 중 4위에 오를 만큼 많은 금액의 펫푸드를 수출 하고 있음. 태국은 펫푸드의 주요 원료 중 하나인 닭고기의 세계적인 생산국으로 풍부한 원료와 비교적 싼 노동력을 가지고 있어 펫푸드의 글로벌 생산기지 요건을 잘 갖춘 나라임

〈태국의 펫푸드 수출현황〉

(단위 : 천 달러)

항목	2019	2020
수출금액	1,222,000	1,493,000
수출량 (톤)	465,000	535,000
가격 (USD/Kg)	2.63	2.79

출처: ICT 센터 및 태국 관세청

- 태국은 2020년 14억 9,300만 달러치의 펫푸드를 수출하였음. 주요 수입국은 미국, 유럽, 일본이며 주변국으로는 필리핀, 인도네시아, 중국이 있음. 15억 달러에 달하는 수출액은 태국의 국내 펫푸드 시장 규모인 11억 달러 보다도 큰 금액임. 펫푸드 총 수출액 중 73%가 통조림 형태로 세계 굴지의 통조림 생산국가인 태국의 면모를 잘 보여주고 있음

□ 태국의 펫푸드 수입 현황

- 태국은 전 세계 4위에 이를 정도로 펫푸드를 많이 수출하는 나라다보니 상대적으로 수입액은 적음. 2020년 태국의 펫푸드 수입액은 5,400만 달러로 11억 달러 내수시장의 약 5% 정도에 불과함

〈태국 펫푸드 시장에서 수입산이 차지하는 비중〉

(단위 : 백만 달러)

연도	2019		2020	
	금액 (USD)	비중	금액 (USD)	비중
시장 규모	1,073	100%	1,114	100%
태국산	1,018	94.9%	1,060	95.1%
수입산	55	5.1%	54	4.9%

출처: ICT 센터 및 태국 관세청

- 태국시장에 펫푸드를 수출하는 주요 국가는 한국, 미국, 프랑스, 오스트리아, 호주임. 특히 한국은 2018년까지 대태국 펫푸드 수출이 미미했으나 2019년에 400만 달러 가까이 수출하기 시작해 2020년에는 전년대비 4배가 넘는 1,730만 달러 치를 수출하였음. 이 액수는 태국이 수입한 총 펫푸드 금액의 31.9%에 달해 한국이 미국을 제치고 금액 기준으로 세계 1위 대태국 펫푸드 수출국으로 올라섬

〈태국의 국가별 펫푸드 수입 현황〉

2018			2019			2020		
국가	수입 금액 (USD)	수입량 (톤)	국가	수입 금액 (USD)	수입량 (톤)	국가	수입 금액 (USD)	수입량 (톤)
프랑스	18,457,538	7,775	프랑스	17,529,580	7,173	미국	14,707,394	6,871
미국	11,830,833	5,531	미국	12,225,945	5,574	한국	17,308,489	5,853
호주	3,607,187	1,909	호주	3,905,612	2,001	프랑스	7,617,850	2,874
캄보디아	19,659,204	1,197	오스트리아	2,732,936	1,298	오스트리아	3,185,515	1,580
오스트리아	2,616,878	1,098	한국	3,905,612	955	호주	2,581,340	1,383

출처: ICT 센터 및 태국 관세청

- 이렇게 한국이 태국에 펫푸드를 수출하는 주요 국가로 급부상하게 된 이면에는 로얄캐닌이 있음. 프랑스의 글로벌 펫푸드 기업인 로얄캐닌은 2018년 960억 원을 투자해 전라북도 김제에 총 10만㎡(약 3만 평) 규모의 아시아 태평양 생산 기지인 김제공장을 설립했음
- 김제공장에서 생산된 펫푸드는 태국뿐만이 아니라 일본, 홍콩, 대만, 호주, 뉴질랜드를 포함해 6개국에 수출되고 있으며 지속적으로 수출 대상 국가를 늘리고 있음. 로얄캐닌코리아는 2022년까지 김제공장 생산량의 80% 이상을 수출하는 것을 목표로 삼고 있음. 로얄캐닌은 한국시장에서도 시장 점유율 1위를 차지하고 있으며 태국은 일본에 이어 2번째 규모의 큰 고객으로 향후 수출시장을 더욱 확대할 전망이다
- 태국의 펫푸드 시장에서 로얄캐닌과 각축을 벌이는 주요 경쟁 수입브랜드는 다음과 같음
 - 미국: Hill's, Eukanuba, IAMS, ProPlan, Pinnacle, Taste of the Wilde, AvoDerm
 - 유럽: Royal Canin, Versele-laga, Canagan, Happy Dog, Happy Cat
 - 기타: Orijen (캐나다), ANF (한국)

2. 태국 펫푸드 시장 현황

가. 반려견 펫푸드 시장 동향

□ 가격대별 브랜드

- 가격대별 다양한 펫푸드 제품들이 팔리고 있음. 반려견 펫푸드는 수분함량에 따라 건식과 습식이 있으며, 건식과 습식은 가격대별로 고가, 중가, 저가로 나뉨. 고가는 프리미엄이며 저가는 이코노미로 불림. 같은 용량이라 하더라도 습식 펫푸드가 건식에 비해 두 배 가까이 비쌌
- 고가 제품은 로얄캐닌처럼 수입산이 많으며 저가는 태국 제조업체와 유통업체 PB브랜드가 다수를 차지함. 2021년 펫푸드 가격은 전년대비 약 1%정도 상승에 그쳐 그리 큰 변화는 없음

〈가격대별 반려견 펫푸드 브랜드〉

제품군	가격대	가격 (THB/kg)	브랜드
반려견 건식 펫푸드	고가	> 120	Royal Canin, Hill' s Science Diet, AvoDerm, ANF, Orijen
	중가	65 ~ 120	Pedigree, SmartHeart, Purina Alpo, Dog ' n Joy, Dr LuvCare
	저가	< 65	A Pro, Bingo, Tesco, Rishy, Gusto, Better Diet, Khumkha, Big C, Dog Mate, Tops
반려견 습식 펫푸드	고가	> 240	Royal Canin, Cesar, Hill' s Science Diet
	중가	110 ~ 240	Pedigree, SmartHeart, Purina, Alpo, Marvo
	저가	< 110	Top Dog, Tesco

출처: Euromonitor International

□ 반려견 펫푸드 제품군별 매출액

- 제품군별 시장 점유율은 2020년 기준 건식이 가장 커 60.9%인 173억 7,500만 บาท을 차지하며 간식이 두 번째인 25.2% 시장 점유율에 71억 7,700만 บาท, 습식이 가장 낮은 13.9% 점유율에 39억 5,600만 บาท의 매출을 올렸음
- 건식과 습식은 다시 저가, 중가, 고가로 가격별로 구분됨. 가격대별 시장 점유율을 보면 건식은 중가가 50%대를 차지하며 저가와 고가가 각각 20%대의 비슷한 비율을 보임. 이에 반해 습식은 중가가 80%로 대부분을 차지하며 저가는 10% 미만 고가는 10%대로 중가 위주의 시장임

<2016~2020년 반려견 펫푸드 매출액>

(단위 : 백만 THB)

제품군	2016	2017	2018	2019	2020
반려견 간식	4,161	4,950	5,840	6,752	7,177
반려견 건식	12,603	13,995	15,295	16,528	17,375
- 저가	3,234	3,547	3,807	3,997	4,161
- 중가	6,617	7,533	8,356	9,087	9,590
- 고가	2,751	2,915	3,133	3,445	3,624
반려견 습식	2,811	3,149	3,456	3,752	3,956
- 저가	168	176	182	190	191
- 중가	2,295	2,588	2,848	3,091	3,269
- 고가	348	386	427	474	495
합계	19,575	22,094	24,592	27,033	28,508

출처: Euromonitor International

□ 판매용 펫푸드와 비 판매용 잡식품

- 태국은 반려동물 의인화가 진행 중이기는 하지만 여전히 반려견에게 판매용 펫푸드가 아닌 집에서 적당히 만들거나 남은 음식인 비 판매용 잡식품을 주는 사례가 더 많음. 유로모니터에 따르면 태국 견주들 70% 이상이 판매용 펫푸드가 아닌 비 판매용 잡식품을 먹이로 주고 있음.
- 2000년대가 되면서 견주들이 영양적으로 균형 잡힌 포장된 판매용 펫푸드가 반려견 건강에 좋을 것이라는 인식을 갖기 시작함. 이러한 인식변화는 2010년대 가시화 되면서 2020년대에 들어서 지속적으로 확산되고 있음. 견주들이 비 판매용 잡식품을 먹이로 주는 행동양식이 점차 줄어들고 있는 반면 판매용 펫푸드를 주는 비율이 늘어나고 있음

<2016~2021년 전체 반려견 먹이 중 판매용 펫푸드와 비 판매용 잡식품이 차지하는 비율>

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (예상)
판매용 펫푸드	21.8%	22.7%	23.0%	24.2%	26.0%	28.1%
비 판매용 잡식품	78.2%	77.3%	77.0%	75.8%	74.0%	71.9%

출처: Euromonitor International

□ 주요 시장 동향

- 독신자, 무자녀 부부, 노인 등 반려견이 필요한 소비자층이 증가하면서 펫푸드 시장도 더불어 늘어남. 반려견을 산책시키는 사람들도 많아지자 길이나 공원에서 자연스럽게 귀여운 반려견을 많이 보게 되어 반려견을 갖는 것이 일종의 유행처럼 번지기도 하였음

- 2020년은 코로나19로 태국의 경제성장률이 6.1%나 줄어든 초유의 사태에도 불구하고 펫푸드 시장의 성장은 멈추지 않았음. 코로나19로 인해 사람들이 집에 머물며 반려동물과 유대감이 강화되어 펫푸드 지출이 늘어난 결과임. 특히 2020년 3월 코로나19 발생 초기에는 소비자들이 생필품과 함께 펫푸드를 사재기 하면서 일시적으로 펫푸드 매출이 급격히 늘어나기도 함
- 2016~2020년 사이 반려견 간식이 연평균 14.6%로 가장 많이 성장하였음. 반려견에게 주는 기본 펫푸드 이외에 간식도 따로 챙겨 주기 시작한 결과임
- 저가, 저품질 제품의 성장률은 둔화되는데 비해 제품 라인업이 가장 많은 중가 펫푸드의 성장이 돋보임
- 프리미엄 제품인 고가의 경우 습식 펫푸드도 꾸준히 성장하여 왔음

〈2016~2020년 제품군별 반려견 펫푸드 매출 성장률〉

제품군	2019/2020 성장률	2016~2020 연평균 성장률	2016~2020 누적 성장률
반려견 간식	5.9%	14.6%	72.5%
반려견 건식	4.9%	8.4%	37.9%
- 저가	3.9%	6.5%	28.7%
- 중가	5.2%	9.7%	44.9%
- 고가	4.9%	7.1%	31.7%
반려견 습식	5.2%	8.9%	40.7%
- 저가	0.5%	3.3%	13.7%
- 중가	5.4%	9.2%	42.4%
- 고가	4.2%	9.2%	42.2%
합계	5.2%	9.9%	45.6%

출처: Euromonitor International

연령별 반려견 펫푸드

- 천연성분, 고단백, 기능성을 자랑하는 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가하자 펫푸드 회사들은 노견 및 강아지 전용 펫푸드와 같이 특화된 제품들도 개발하여 공급하기 시작함
- 그 결과 연령에 관련 없는 제품 비율이 줄어들고 연령에 따른 펫푸드의 구분도 보다 더 확대되고 있음. 2020년 기준 연령별 펫푸드의 시장 점유율은 성견용이 60~62%로 가장 크며 강아지용 펫푸드가 22~23%, 노견용이 0.6~1.6%를 차지하고 있음

〈2016~2021년 대상 연령대별 반려견 펫푸드 제품 비중〉

제품군	2016	2017	2018	2019	2020	2021(예상)
반려견 건식						
- 성견용	60.6%	60.7%	61.3%	61.9%	62.2%	62.8%
- 강아지용	22.0%	22.5%	23.3%	23.5%	23.8%	24.0%
- 노견용	0.3%	0.3%	0.4%	0.5%	0.6%	0.7%
- 기타	17.1%	16.5%	15.0%	14.1%	13.4%	12.6%
반려견 습식						
- 성견용	59.6%	59.7%	60.1%	60.3%	60.6%	60.6%
- 강아지용	21.2%	21.4%	21.8%	22.0%	22.3%	22.7%
- 노견용	1.0%	1.1%	1.3%	1.4%	1.6%	1.7%
- 기타	18.2%	17.8%	16.8%	16.2%	15.5%	15.0%

출처: Euromonitor International

■ 반려견 펫푸드의 시장전망

- 유로모니터에 따르면 2021년 전체 반려견 펫푸드 시장은 5.3%가 늘어날 것으로 예상되며 2022년 코로나19 팬데믹 사태가 종식되면 연간 평균 성장률은 조금 더 높은 6%대를 유지할 것으로 예상하고 있음
- 2021년 이후에는 고가 펫푸드 시장의 증가가 전체 평균 증가율보다 높아, 펫푸드의 프리미엄화가 진행될 것으로 보임

〈2021~2026년 반려견 펫푸드 예상 매출액〉

(단위 : 백만 THB)

제품군	2021	2022	2023	2024	2025	2026
반려견 간식	7,642	8,155	8,931	9,902	11,085	12,478
반려견 건식	18,210	19,079	19,918	20,772	21,653	22,559
- 저가	4,319	4,454	4,581	4,700	4,807	4,908
- 중가	10,049	10,510	10,916	11,310	11,694	12,066
- 고가	3,842	4,115	4,421	4,763	5,152	5,584
반려견 습식	4,175	4,412	4,668	4,943	5,239	5,561
- 저가	197	202	209	216	224	232.8
- 중가	3,459	3,663	3,879	4,112	4,360	4,628
- 고가	519	547	579	615	655	700
합계	30,027	31,646	33,516	35,616	37,976	40,598

출처: Euromonitor International

〈2021~2026년 반려견 펫푸드 매출 예상 성장률〉

제 품 군	2020/2021 예상 성장률	2021~2026 예상 연평균 성장률	2021~2026 예상 누적 성장률
반려견 간식	6.5%	10.3%	63.3%
반려견 건식	4.8%	4.4%	23.9%
- 저가	3.8%	2.6%	13.7%
- 중가	4.8%	3.7%	20.1%
- 고가	6.0%	7.8%	45.3%
반려견 습식	5.5%	5.9%	33.2%
- 저가	3.1%	3.4%	18.4%
- 중가	5.8%	6.0%	33.8%
- 고가	4.8%	6.1%	34.8%
합계	5.3%	6.2%	35.2%

출처: Euromonitor International

나. 반려묘 펫푸드 시장 동향

□ 가격대별 브랜드

- 반려묘도 반려견 펫푸드와 같이 건식과 습식이 있고 가격대별로 고가 중가 저가 브랜드가 있음.
고가는 주로 수입브랜드며 저가는 Tesco, Big C처럼 유통업체 PB브랜드가 있음. 2021년 펫푸드
가격은 전년대비 약 1% 정도로 상승에 그쳐 거의 변동이 없음

〈가격대별 반려묘 펫푸드 브랜드〉

제 품 군	가격대	가격 (THB/kg)	브랜드
반려묘 건식 펫푸드	고가	> 300	Royal Canin, Hill' s Science Diet, Orijen, Purina Pro Plan
	중가	85 ~ 300	Whiskas, Me-O, Purina Friskies, Cat 'n' Joy
	저가	< 85	A Pro IQ, Tesco, Khumkha, Big C, Tops
반려묘 습식 펫푸드	고가	> 176	Royal Canin, Hill' s Science Diet, Sheba
	중가	95 ~ 176	Whiskas, Me-O, Purina Friskies, Bellotta
	저가	< 95	Top Cat, Tesco, Khumkha, Big C, Tops

출처: Euromonitor International

❑ 반려묘 펫푸드 제품군별 매출액

- 제품군별 시장 점유율은 2020년 기준 건식이 가장 커 72.4%인 58억 6,400만 บาท을 차지하며 습식이 두 번째인 24.4% 시장 점유율에 19억 7,500만 บาท, 간식이 가장 낮은 3.3% 점유율에 2억 6,500만 บาท의 매출을 올렸음
- 가격대별 시장 점유율을 보면 건식은 중가가 60%대를 차지하며 고가도 30%대로 매우 높음. 이에 반해 저가는 5% 미만으로 미미함. 습식은 중가가 70%대 후반으로 대부분을 차지하며 저가와 고가가 10% 초반대로 비슷함

<2016~2020년 반려묘 펫푸드 매출액>

(단위 : 백만 THB)

제품군	2016	2017	2018	2019	2020
반려묘 간식	180	197	218	242	265
반려묘 건식	3,719	4,159	4,610	5,165	5,864
- 저가	180	202	221	244	260
- 중가	2,334	2,605	2,872	3,184	3,658
- 고가	1,206	1,351	1,518	1,737	1,946
반려묘 습식	1,360	1,517	1,667	1,839	1,975
- 저가	201	214	221	226	227
- 중가	1,010	1,138	1,258	1,396	1,516
- 고가	148	166	188	217	233
합계	5,259	5,873	6,495	7,245	8,104

출처: Euromonitor International

❑ 판매용 펫푸드와 비 판매용 잡식품

- 반려견과 마찬가지로 반려묘도 판매용 펫푸드가 아닌 여러가지 비 판매용 잡식품을 주는 사례가 더 많음. 65% 정도의 반려묘 주인들이 여전히 비 판매용 잡식품을 고양이들에게 먹이로 주고 있지만 점차적으로 판매용 펫푸드를 주는 태국인들이 늘어나고 있음

<2016~2021년 전체 반려묘 먹이 중 판매용 펫푸드와 비 판매용 잡식품이 차지하는 비율>

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (예상)
판매용 펫푸드	32.8%	33.1%	33.5%	34.0%	35.1%	36.0%
비 판매용 잡식품	67.2%	66.9%	66.5%	66.0%	64.9%	64.0%

출처: Euromonitor International

□ 주요 시장 동향

- 빠른 반려묘 개체수 증가와 더불어 반려묘 전용 펫푸드를 먹이는 가정이 증가함에 따라 반려묘 펫푸드 시장은 그동안 지속적인 성장을 해 왔음
- 코로나19로 인한 경기 침체에도 불구하고 묘주들이 반려묘를 위한 지출에는 지갑을 열어 반려묘 펫푸드 시장은 10%가 넘는 성장을 보였음. 특히 프리미엄 시장은 코로나19 팬데믹으로 집에서 반려묘와 많은 시간을 보내며 유대감을 강화한 소비자들로 인해 오히려 기회의 한해가 되었음
- 2016~2020년 반려묘 펫푸드의 평균 연간 성장률은 11.4%를 기록하여 같은 기간 9.9%의 반려견 펫푸드 시장 성장률을 앞지르고 있음. 반려묘 간식, 건식, 습식 모두 탄탄한 성장을 해 왔으며 특히 저가 시장은 규모나 증가율이 작아 증가와 고가시장이 반려묘 시장 성장을 견인하고 있음

〈2016~2020년 제품군별 반려묘 펫푸드 매출 성장률〉

제품군	2019/2020 성장률	2016~2020 연평균 성장률	2016~2020 누적 성장률
반려묘 간식	8.7%	10.2%	47.2%
반려묘 건식	11.9%	12.1%	57.7%
- 저가	6.2%	9.6%	44.4%
- 중가	13.0%	11.9%	56.7%
- 고가	10.7%	12.7%	61.4%
반려묘 습식	6.9%	9.8%	45.2%
- 저가	0.4%	3.1%	12.9%
- 중가	7.9%	10.7%	50.1%
- 고가	6.9%	12.0%	57.4%
합계	10.6%	11.4%	54.1%

출처: Euromonitor International

□ 연령별 반려묘 펫푸드

- 반려묘 펫푸드는 반려견에 비해 연령별 식품 분화가 덜 된 편임. 47%의 건식과 67%의 습식 펫푸드가 연령별로 구분이 되어 있지 않음.
- 그럼에도 불구하고 연령에 따른 펫푸드의 구분이 조금씩 늘고 있는 추세임. 2020년 기준 연령별 펫푸드의 시장 점유율은 성묘가 21~22%로 가장 크며 새끼고양이용 펫푸드가 11~15%며 노묘 관련 펫푸드는 0~3%로 아주 적음

<2016~2021년 대상 연령대별 반려묘 펫푸드 제품 비중>

제품군	2016	2017	2018	2019	2020	2021(예상)
반려묘 건식						
- 성묘	30.0%	30.2%	31.1%	31.8%	32.4%	32.9%
- 유아묘	15.1%	15.4%	15.9%	16.4%	16.9%	17.1%
- 노묘	2.7%	2.7%	2.8%	2.9%	3.0%	3.1%
- 기타	52.3%	51.7%	50.2%	48.9%	47.7%	46.9%
반려묘 습식						
- 성묘	18.5%	19.0%	19.8%	20.3%	20.8%	21.1%
- 새끼고양이	10.0%	10.1%	10.7%	11.0%	11.2%	11.5%
- 노묘	0%	0%	0%	0%	0%	0%
- 기타	71.5%	70.9%	69.5%	68.6%	67.9%	67.4%

출처: Euromonitor International

■ 반려묘 펫푸드의 시장전망

- 유로모니터에 따르면 2021년 전체 반려묘 펫푸드 시장은 7.0%가 늘어날 것으로 예상되며 2022년 이후에는 연평균 6%대를 유지할 것으로 예상하고 있음
- 2021년 이후에는 특히 고가 펫푸드 시장이 강세를 띄며 연평균 10% 이상의 증가로 프리미엄화 시장이 더 활성화 될 것으로 예상됨

<2021~2026년 반려묘 펫푸드 예상 매출액>

(단위 : 백만 THB)

제품군	2021	2022	2023	2024	2025	2026
반려묘 간식	295	325	357	391	426	462
반려묘 건식	6,395	6,926	7,440	7,991	8,616	9,288
- 저가	281	298	312	324	337	349
- 중가	3,993	4,292	4,546	4,795	5,046	5,285
- 고가	2,121	2,336	2,582	2,872	3,232	3,654
반려묘 습식	2,127	2,283	2,448	2,621	2,795	2,975
- 저가	234	240	247	255	264	275
- 중가	1,641	1,767	1,896	2,025	2,148	2,265
- 고가	252	275	305	341	383	434
합계	8,816	9,534	10,245	11,004	11,837	12,725

출처: Euromonitor International

<2021~2026년 제품군별 반려묘 펫푸드 매출 예상 성장률>

제품군	2020/2021 예상 성장률	2021~2026 예상 연평균 성장률	2021~2026 예상 누적 성장률
반려묘 간식	9.3%	8.5%	50.1%
반려묘 건식	7.4%	6.3%	35.8%
- 저가	2.5%	1.2%	6.0%
- 중가	6.7%	4.9%	27.1%
- 고가	12.2%	13.3%	87.0%
반려묘 습식	5.6%	5.1%	28.2%
- 저가	1.2%	1.4%	7.2%
- 중가	6.2%	5.4%	29.9%
- 고가	11.0%	12.9%	83.2%
합계	7.0%	6.0%	34.1%

출처: Euromonitor International

다. 주요 유통 채널

☐ 유통 채널 종류

- 펫푸드 유통은 크게 오프라인 채널(매장), 온라인 채널(온라인 몰 등) 그리고 동물병원 같은 비
소매 채널로 이루어져 있음. 오프라인 매장은 식품을 판매하는 곳과 판매하지 않는 곳으로 확
연하게 구분됨. 식품을 판매하는 매장은 다시 하이퍼마켓과 슈퍼마켓과 같은 현대식 매장, 전통
시장과 같은 재래식 매장으로 세분화 되며, 비식품 매장은 반려동물 용품점이 주를 이룸
- 반려견 펫푸드도 일종의 식품이어서 전체 매출의 50% 정도가 일반 식품을 판매하는 곳에서 일
어남. 하이퍼마켓이 대표적인 곳으로 전체 매출의 26.2%를 책임지고 있으며 슈퍼마켓과 전통시
장은 이보다 적은 10% 초반대의 시장 점유율을 가지고 있음
- 태국의 견주들은 다양한 제품이 구비되어 있고 직원들과 반려견에 대해 상담이 가능한 반려동
물 전문점을 방문하는 것을 좋아함. 그러다보니 자연스럽게 전문점에서 펫푸드 매출이 많이 일
어남. 펫푸드를 가장 많이 판매하는 채널은 비식품 매장인 반려동물 용품점으로 총 펫푸드 매
출의 35.1%가 반려동물 용품점에서 일어나며, 동물병원에서 판매하는 펫푸드도 10% 가까이 되
어 적지 않음
- 온라인 판매는 매장판매에 비해 작지만 가장 큰 성장 속도를 보이고 있음. 2016년 4%에 불과
하던 반려견 펫푸드 온라인 매출이 2021년 6.9%로 5년간 73%가 증가하였으며 향후에도 계속
늘어날 전망이다

□ 전문점과 일반매장

- 유통채널을 일반매장과 전문점으로도 구분할 수 있음. 일반매장은 식품을 판매하는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적인 곳이며 전문점은 반려동물 용품점과 동물병원임. 전문점에는 기초 등급부터 슈퍼 프리미엄 등급에 이르기까지 다양한 제품들이 구비된 반면 일반 매장에서는 펫푸드 판매 공간이 협소한 관계로 제한된 제품만 판매하며 고급 슈퍼마켓을 제외하고는 수입 및 프리미엄 제품은 찾아보기 어려움
- 전문가와 상담을 통해 다양한 제품 중 적합한 것을 선택하고 싶은 사람은 전문점을 선호하며 경제적인 제품을 원하는 반려동물 소유자들은 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓을 찾음. 반려동물 전문점으로 수입 제품과 현지 제품을 모두 판매하는 곳으로는 Manoon Petshop이 가장 유명함
- 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 같은 일반매장에서는 태국에서 생산된 다양한 OEM 및 저가 PB 브랜드 제품들이 판매되고 있음. Pedigree, Alpo, Friskies 및 Whiskas 같은 브랜드를 볼 수 있으며 중간 가격대 이하의 제품이 주를 이루고 있음

□ 반려견과 반려묘의 유통채널 차이

- 반려견과 반려묘의 유통채널은 대부분 비슷함. 반려견 펫푸드를 판매하는 곳은 반려묘 펫푸드도 함께 판매함. 다른 점이 있다면 반려견 펫푸드는 전문 용품점에서 가장 많이 팔리는 반면 반려묘 펫푸드는 하이퍼마켓에서 가장 많이 팔림. 아무래도 반려동물에 대한 상담은 반려견을 위주로 이루어지며 반려묘에 대한 상담은 적기 때문임. 전통시장에서 반려묘 펫푸드는 거의 판매하고 있지 않은 점도 반려견 펫푸드와의 차이점임
- 프리미엄 반려묘용 펫푸드 종류가 증가하고 있으며 주로 전자 상거래 및 반려동물 전문점을 통해 판매되고 있음. 프리미엄 반려묘 펫푸드를 수입브랜드보다 저렴한 가격으로 판매하는 태 국내 제조사들이 늘어나기 시작했으며 Lincoln과 BB Barf사 등이 여기에 속함

□ 코로나19와 전자 상거래

- 전자 상거래 채널은 제품의 선택 폭이 좁고 온라인 판매 제품에 대한 신뢰도가 낮았는데다가 슈퍼마켓과 대비하여 매력적인 할인행사가 많지 않아서 그다지 활성화 되지 않았었음. 그러나 코로나19가 심각해지면서 락다운 등 오프라인 쇼핑이 제한되자 온라인 유통에 상당한 변화가 일어남
- 온라인으로 주문을 하여 집에서 제품을 받아 보고자 하는 고객들이 늘면서 2020년도에 온라인 유통이 큰 성장을 함. 또한 반려견 펫푸드 중 대용량이어서 무게가 많이 나가는 제품들은 전자 상거래를 통해 편하게 집까지 배송을 받으려고 하는 고객들도 늘어남
- 코로나19 팬데믹 기간 동안 온라인으로 쇼핑 채널의 전환을 고려했던 사람들은 2020년에 이미 많이 전환했기 때문에 2021년 잠시 성장 속도는 느려지겠지만 그 이후에 전자 상거래의 성장은 계속될 것으로 예상됨

〈2016~2021년 반려견 펫푸드 유통채널별 매출 비율〉

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021(예상)
①매장 판매	86.3%	86.0%	86.0%	85.9%	84.2%	84.0%
식품 판매 매장	49.0%	48.4%	47.8%	47.1%	48.3%	48.1%
- 하이퍼마켓	27.0%	26.7%	26.3%	25.8%	26.8%	26.6%
- 슈퍼마켓	9.3%	9.3%	9.3%	9.2%	9.9%	10.0%
- 전통시장	12.7%	12.5%	12.3%	12.0%	11.5%	11.4%
비식품 매장	37.3%	37.6%	38.2%	38.8%	35.9%	35.9%
- 반려동물 슈퍼스토어	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.7%	0.8%
- 반려동물 용품점	36.6%	36.8%	37.4%	38.0%	35.1%	35.1%
②비매장 판매	4.0%	4.5%	5.1%	5.4%	6.8%	6.9%
- 온라인 판매	4.0%	4.5%	5.1%	5.4%	6.8%	6.9%
③비소매 채널	9.7%	9.5%	8.9%	8.7%	9.0%	9.1%
- 동물병원	9.7%	9.5%	8.9%	8.7%	9.0%	9.1%
전체 판매	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Euromonitor International

〈2016~2021년 반려묘 펫푸드 유통채널별 매출 비율〉

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021(예상)
①매장 판매	84.1%	83.3%	83.4%	83.0%	81.1%	81.0%
식품 판매 매장	52.3%	51.6%	51.7%	51.1%	52.6%	52.6%
- 하이퍼마켓	38.1%	37.5%	37.5%	37.1%	38.3%	38.2%
- 슈퍼마켓	13.1%	13.2%	13.3%	13.1%	13.5%	13.6%
- 전통시장	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%
비식품 매장	31.8%	31.7%	31.7%	32.0%	28.5%	28.4%
- 반려동물 슈퍼스토어	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%	0.3%	0.3%
- 반려동물 용품점	31.3%	31.2%	31.3%	31.5%	28.2%	28.1%
②비매장 판매	5.6%	6.1%	6.4%	6.5%	7.9%	7.9%
- 온라인 판매	5.6%	6.1%	6.4%	6.5%	7.9%	7.9%
③비소매 채널	10.3%	10.6%	10.2%	10.5%	11.1%	11.1%
- 동물병원	10.3%	10.6%	10.2%	10.5%	11.1%	11.1%
전체 판매	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Euromonitor International

□ 오프라인 유통 채널

○ 주요 오프라인 유통 채널

- 소매점: Tops, Gourmet Market, Lotus' s, Big C, Makro, Villa Market 등
- 도매점: Thonglor Pet Shop 등

<주요 오프라인 판매점>

소매점			
Tops		Lotus' s	
Gourmet Market		Big C	
Pet Club		Makro	
도매점			
Thonglor pet shop			

1. Tops

	• 태국의 식료품 체인점 • Central Retail Corporation의 계열사인 Central Food Retail (CFR)에 의해 운영됨			
사진				
회사정보	회사명	Central Food Retail Company Limited (CFR)	설립	1996년
	종류	비상장기업	회사규모	슈퍼마켓 246개
	웹사이트	https://corporate.tops.co.th/central-food-retail/		

2. Gourmet Market

	• 태국 최대의 쇼핑몰 운영업체 중 하나인 Mall Group에서 운영 • 브랜드는 The Mall, Emporium, Siam Paragon, Power Mall, Gourmet Market, The Mall SkyPORT, Emquartier, SportsMall, BeTrend, BLUPOINT 등이 있음 • 2009년부터 국제 백화점협회에 가입 • Mall Group은 1981년 400명의 직원과 함께 첫 번째 소매점을 창립하였으며 2018년 기준 직원 수 13,000명 규모임			
사진				
회사정보	회사명	The Mall Group	설립	2005년
	종류	비상장기업	회사규모	슈퍼마켓 12개
	웹사이트	https://gourmetmarketthailand.com/en		

3. Pet Club

	• 전자상거래 업체 • 반려동물을 사랑하는 이들을 위해 행복한 반려동물 병원 개원			
사진				
회사정보	회사명	Pet Club Company Limited	설립	2012년
	종류	비상장기업	회사규모	슈퍼마켓 9개
	국적	Thailand		
	웹사이트	https://www.petclub.co.th		

4. Lotus' s

	- Charoen Pokphand(CP) Group이 운영하는 태국의 소매점 체인 - 특성별로 Extra, Hypermarket, Department Store, Talad(마켓) 및 Express의 5가지 형태로 운영됨			
사진				
회사정보	회사명	Ek-Chai Distribution System Co., Ltd.	설립	1994년
	종류	비상장기업	회사규모	슈퍼마켓 2,000개
	웹사이트	https://www.tescolotus.com/en		

5. Big C

	- Central Group에서 설립 2016년 기준 Tesco Lotus 태국 법인에 이어 태국 2위 대형마트 사업체로 규모별로 Big C 하이퍼마켓, Big C 마켓, 미니 Big C 스토어로 나뉨			
사진				
회사정보	회사명	Big C Supercenter PLC	설립	1993년
	종류	비상장기업	회사규모	슈퍼마켓 63개
	웹사이트	https://www.biggc.co.th		

6. Makro

	- Charoen Pokphand Group의 도매 사업부문 - 소매상, 호텔, 레스토랑 및 요식업, 교육 기관을 비롯한 다양한 전국 240만 이상의 회원사에 도매로 소비재 유통 - Makro 산하 주요 사업: - Makro 물류센터 - 냉동제품 수입 및 유통 - Makro 온라인샵: www.makroclick.com			
사진				
회사정보	회사명	Siam Makro Public Company Limited	설립	1988년
	종류	비상장기업	회사규모	직원 5,403명
	웹사이트	https://www.siammakro.co.th/en/index.php		

7. Thonglor Pet Shop

	• 수입품 및 국내생산 고품질 반려동물 관련 제품 판매; • 전문 처방 펫푸드, 일반 펫푸드일체, 간식, 비타민 및 보충제, 미용용품, 장난감, 변기 및 청소용품, 상자, 가방 및 여행장비 등 일체 • 펫샵은 24시간 영업			
사진				
회사정보	회사명	Thonglor Pet Hospital	설립	1994년
	종류	비상장기업	회사규모	16 branches
	웹사이트	https://thonglorpet.com/en/home		

□ 온라인 유통 채널

<주요 온라인 유통 채널>

Taily Buddy		Lazada	
Manoon Pet Shop		Shopee	
PCG Shop Online		FeedMePlease	

1. Thonglor Pet Shop

	- 태국 전자상거래 소매업체 - TailyBuddy 는 꼬리를 흔드는 작은 친구들을 사랑한다는 반려동물 애호가 그룹에서 비롯됨			
회사정보	회사명	Taily Buddy Co., Ltd.	설립	2015년
	종류	비상장기업		
	웹사이트	https://tailybuddy.com		

2. Manoon Pet Shop

	- 태국 전자상거래 소매업체 - 태국 전역에서 도매 및 소매 제공			
회사정보	회사명	MANOONPERSH OP Company Limited	설립	1993년
	종류	비상장기업	오프라인 매장 수	13개
	웹사이트	https://www.manoonpetshop.co.th		

3. PCG Shop Online

회사정보	 Perfect Companion Group 온라인샵			
	회사명	Perfect Companion Group Co Ltd	설립	2012년
	종류	비상장기업		
	웹사이트	https://pcgshoponline.com		

4 Lazada

회사정보	 - 싱가포르에 본사를 둔 다국적 이커머스 기업 - LazMall은 해외 및 국내 브랜드 판매자 및 공식 유통업체의 제품을 제공하는 마켓플레이스임			
	회사명	Lazada Group	설립	2012년
	종류	비상장기업		
	웹사이트	https://www.lazada.co.th/shop/mall/?path=index.htm		

5. Shopee

회사정보	 - 싱가포르에 본사를 둔 다국적 이커머스 기업 - Shopee Mall 에서는 해외 및 국내 브랜드 판매자 및 공식 유통업체의 제품을 제공함			
	회사명	Shopee Pte Ltd	설립	2015년
	종류	비상장기업		
	웹사이트	https://shopee.co.th/mall/		

7. FeedMePlease

회사정보	 - 태국의 전자상거래 소매업체 - FeedMePlease.com은 다양한 고품질의 반려견 사료를 판매하는 온라인 쇼핑몰임 - FeedMePlease.com 웹사이트를 통한 주문 시스템은 실시간으로 재고가 관리되어, 제품이 최대한 빨리 고객의 손에 닿을 수 있도록 결제 접수 후 24시간 이내에 창고에서 출고될 수 있는 시스템을 갖추			
	회사명	Promchai Limited Partnership	설립	2005년
	종류	Private enterprise		
	웹사이트	https://www.feedmeplease.com		

라. 주요 펫푸드 제조사 현황

□ 주요 기업 소개

- 현재 태국 시장에는 100개가 넘는 펫푸드 기업들이 있지만 높은 시장 점유율을 기반으로 외국 기업과 태국기업으로 나눌 수 있음. 외국기업으로는 Mars PetCare (Thailand) Co Ltd, Nestlé Purina, Royal Canin (Thailand) Co Ltd, Colgate-Palmolive (Hill's Pet Nutrition) (Thailand) Co Ltd 등이 있고, 태국기업으로는 Perfect Companion Group Co Ltd, International Pet Food Co Ltd, Pet Focus Co Ltd가 높은 시장 점유율을 가지고 있음.
- 태국 펫푸드 시장은 대규모의 다국적 기업들이 시장을 과점하고 있으며 태국 기업은 중저가 제품을 주로 생산함. 시장에서의 경쟁력은 소비자 충성도가 중요하며 반려동물은 일정 성장단계 이후가 되면 그 전부터 먹던 제품을 쉽게 바꾸지 않기 때문에 기존업체의 시장 점유율을 빼앗는 것은 상당히 어려움. 제조업체들은 다양한 전략으로 시장 확대를 꾀하고 있음
 - Mars Inc 는 초기에 태국시장에 진입하여 오랜 시간을 거쳐 강력한 소비자 충성도를 얻고 있으며 이를 바탕으로 브랜드의 지속적인 성장을 이끌고 있음
 - 태국업체인 Betagro 는 제품 품질을 높이기 위해 원료를 냉장상태로 유지하면서 가공하는 기술로 경쟁력을 높이고 있음
 - Pedigree 및 Friskies 와 같은 대형 태국 현지 생산 브랜드는 광고와 프로모션에 적극적으로 투자함. TV와 라디오를 비롯한 대중매체 및 반려동물 대회 및 각종 이벤트 등 다방면으로 적극적인 판촉활동을 펼치고 있음
 - Pedigree 및 Friskies와는 타겟 소비자층이 다른 수입 브랜드는 반려동물 잡지나 반려동물 클리닉 등 제한되고 집중된 특정 채널에 홍보활동을 진행하고 있음

〈태국 펫푸드 시장의 주요 기업 및 브랜드〉

회사명	매출액 (2019) (백만THB)	주요 브랜드	국적/ 원산지
Perfect Companion Group Co Ltd	10,459	SmarHeart, LuvCare, A pro, PerfectKare, I Love SmartHeart, Me-O	태국
Mars PetCare (Thailand) Co Ltd	6,485	현지생산: Pedigree, Cesar, Whiskas, Shiba 수입: Eukanuba, IAMS	미국/ 태국 현지생산
Nestlé Purina	N/A	현지생산: Alpo, Friskies, Purina, Supercoat 수입: ProPlan	스위스/ 태국 현지생산
Royal Canin (Thailand) Co Ltd	1,638	Royal Canin	프랑스/수입
International Pet Food Co Ltd	990	JerHigh, K-Sy, Jenny	태국
Pet Focus Co Ltd	950	Dog' n Joy, Cat' n Joy	태국
Colgate-Palmolive (Thailand) Co Ltd	297	Hill' s	미국/수입

출처: 태국 경제개발부 (DBD)

❑ 반려견 펫푸드 주요 기업의 시장 점유율

- 태국 반려견 펫푸드 시장은 Mars Thailand Inc가 시장점유율 33.5%로 독주하고 있음. Mars Thailand Inc는 Pedigree 와 Cesar라는 강력한 브랜드를 가지고 있음. 2020년 습식 및 건식 반려견 펫푸드에서 광범위한 제품군으로 증가 제품을 독점하다시피 하며 프리미엄 습식 제품에서도 상당한 점유율을 차지하고 있음. 또한 가장 빠르게 성장하고 있는 간식시장에서도 강력한 입지를 확보하고 있음
- 태국 기업으로는 Charoen Pokphand Foods PCL사와 Perfect Companion Group Co Ltd 사가 있으며 외국계 기업으로는 Nestlé Purina PetCare Co Ltd사가 8~10%의 시장 점유율로 2위 그룹을 형성하고 있음

〈2016~2020년 주요 반려견 펫푸드 기업의 시장 점유율〉

회사	2016	2017	2018	2019	2020
Mars Thailand Inc	31.2%	32.3%	32.9%	33.0%	33.5%
Charoen Pokphand Foods PCL	7.7%	8.2%	8.9%	9.5%	10.0%
Perfect Companion Group Co Ltd	9.3%	9.3%	9.4%	9.4%	9.5%
Nestlé Purina PetCare Co Ltd	10.3%	10.0%	9.5%	9.4%	8.6%
Hunter Group Ltd	6.1%	6.4%	6.6%	6.4%	6.3%
Royal Canin (Thailand) Co Ltd	5.9%	5.8%	5.7%	5.8%	6.0%
Betagro Agro Group PCL	5.2%	4.9%	4.7%	4.6%	4.6%
Hill' s Pet Nutrition Inc	5.0%	4.7%	4.4%	4.3%	4.1%
Ek-Chai Distribution System Co Ltd	1.9%	1.8%	1.7%	1.6%	1.6%
Thai Union Frozen Products PCL	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%
Pet Supply Co Ltd	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
Breeder' s Choice Pet Food Inc	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%
Big C Supercenter PCL	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%
Central Food Retail Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Kodo Inc	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Schell & Kampeter Inc	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Other Private Label	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
기타	14.9%	14.3%	14.0%	13.9%	13.9%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Euromonitor International

❑ 반려묘 펫푸드 주요 기업의 시장 점유율

- 반려견 펫푸드 시장을 Mars Thailand Inc 독주하고 있는 것과는 달리 반려묘 펫푸드 시장은 3개 업체가 각축전을 벌이고 있음. Mars Thailand Inc를 선두로 태국의 Perfect Companion Group

Co Ltd사와 스위스의 Nestlé Purina PetCare Co Ltd 사가 20% 초반대의 시장점유율로 삼파전을 벌이고 있으며 여기에 더해 Royal Canin (Thailand) Co Ltd사가 14.5%로 4위권을 유지하고 있음

○ Mars Thailand Inc사는 확실한 선두를 유지하기 위해 다양한 마케팅 전략을 시행하고 있음

- 중가브랜드 Whiskas를 기반으로 건식 및 습식 제품라인을 확장하여 전체 반려묘 펫푸드 시장의 중가브랜드를 주도함
- TV와 인터넷에 광고를 하기도 하며 소매점에서 가격 프로모션 등을 통해 공격적인 마케팅을 전개함
- Mars Thailand Inc사는 중가 브랜드 Whiskas의 강력한 경쟁력으로 인해 2020년 전년대비 시장 점유율을 높이는데 성공하였으나 프리미엄 시장에서는 존재감이 낮아 이 부분이 해결해야 할 과제임

○ 프리미엄 시장은 Hill's, Canagan, Magu Magu, Tiffany 등과 같이 수입 브랜드가 대부분의 시장을 지배하고 있음. 이러한 수입브랜드에 맞서기 위해 로컬 제조업체들은 묘종별, 연령별, 보조제 및 맞춤형 제품과 같은 제품 개발에 힘쓰고 있음

〈2016~2020년 주요 반려묘 펫푸드 기업의 시장 점유율〉

회사	2016	2017	2018	2019	2020
Mars Thailand Inc	22.1%	22.3%	22.5%	22.8%	23.4%
Perfect Companion Group Co Ltd	19.0%	19.3%	19.7%	20.2%	21.2%
Nestlé Purina PetCare Co Ltd	20.4%	20.7%	20.7%	20.6%	20.3%
Royal Canin (Thailand) Co Ltd	13.4%	13.6%	14.1%	14.8%	14.5%
Thai Union Frozen Products PCL	3.2%	3.3%	3.3%	3.2%	3.2%
Hill' s Pet Nutrition Inc	2.5%	2.3%	2.2%	2.1%	1.9%
Ek-Chai Distribution System Co Ltd	1.8%	1.8%	1.7%	1.5%	1.4%
Kingfisher Holdings Ltd	1.9%	1.8%	1.7%	1.6%	1.4%
Hunter Group Ltd	1.3%	1.2%	1.2%	1.1%	1.0%
Charoen Pokphand Foods PCL	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%
Nutro products Inc	1.1%	1.0%	1.0%	0.9%	0.8%
Big C Supercenter PCL	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
Central Food Retail Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Mars Inc	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Iams Co, The	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
기타	11.8%	11.1%	10.5%	9.8%	9.5%
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Euromonitor International

□ 주요 제조사 분석

- 태국 펫푸드 시장은 대규모의 다국적 기업들이 시장의 큰 부분을 점유하고 있으며 그 전부터 먹던 제품을 선호하기 때문에 기존업체의 시장 점유율을 빼앗는 것은 상당히 어려운 일임
- 현지 생산업체들도 프리미엄 제품 라인업을 점점 더 확장하는 추세며, 기존에 수입에 의존하던 반려견 및 반려묘 프리미엄 간식 제품들도 태국 국내생산으로 바뀌고 있음
- 그러나 새롭게 주목받고 있는 유기농 펫푸드 시장이라든가 수입제품에 특별한 충성도를 가진 소비자층이 여전히 존재하기 때문에 태국 국내 생산업체의 점유율이 확대되고 있다고 해도 경쟁력을 갖춘 제품이라면 시장은 존재함
- Pedigree 및 Friskies 와 같은 태국 현지 생산 브랜드는 대량 생산과 매출액에 힘입어 광고와 프로모션에 적극적으로 투자할 여력이 있어 TV와 라디오를 비롯한 대중매체에 광고를 하며 반려동물 대회와 같은 이벤트를 통해 적극적으로 브랜드를 알리고 있음. 이에 반해 타겟 소비자층이 다른 수입 브랜드는 반려동물 잡지나 반려동물 클리닉 등 제한되고 집중된 특정 채널에 홍보활동을 집중함
- 참고로 태국 주요 브랜드 "Jerhigh"가 한국의 '동원산업'과 손잡고 한국시장 유통채널을 확대하기로 하였는데, Jerhigh는 아시아에서 반려견 펫푸드 제품의 유통을 확장하기 위해 한국의 선도적인 외식업체인 동원F&B Co. Ltd.와 협력 협약을 체결했으며, 동원F&B Co. Ltd.로부터 펫푸드 원료를 수입할 준비를 하고 있음

<주요 제조사>

태국	태국	태국	태국
			
Perfect Companion Group Co Ltd	International Pet Food Co Ltd	Hunter Group Ltd Part	Pet Focus Co Ltd
미국	스위스	프랑스	미국
			
Mars Inc	Nestlé Purina PetCare Co	Royal Canin	Hill's Pet Nutrition Inc

☐ 태국 국내 기업

1. Perfect Companion Group Co., Ltd

	• 태국 최대 기업인 CP Group의 자회사. • ISO 9002 인증을 획득한 태국 최초의 펫푸드 제조사. • SGS의 ISO9001: Version 2000 인증, GMP (우수제조관리기준), HACCP (위해요소중점관리기준시스템), 태국 농업협조부, 축산개발부 인증 등 태국 최초 국제 인증 취득 • 모든 반려동물 펫푸드는 미국 국립 연구 위원회(NRC)와 미국 사료 관리 협회(AAFCO)가 각 반려동물종에 대해 설정한 영양 수준을 충족하거나 능가하도록 제조됨 • 생산공장과 연구개발센터는 Samutprakarn 지방의 Bangsaothong에 있음			
회사 정보	회사명	Perfect Companion Group Company Limited	창립연도	2001
	회사성격	Private enterprise	회사 규모	Size L
	전화번호	66-2670-0848		
	국적	태국	주소	169, Mu 16 BANG SAO THONG SAMUT PRAKAN
	판매제품	반려동물 사료, 샴푸 및 액세서리 제조; 반려견, 반려묘, 물고기, 말, 새 및 기타 동물 사료	웹사이트	www.perfectcompanion.com https://pcgshoponline.com/en/
주요제품				
	A Pro IQ Formula	A Pro Plus	Briter Bunny	I Love SmartHeart
				
	LuvCare	Me-O	Me-O Gold	Optimum
				
	Rabbit Diet	Saiteki	SmartHeart	SmartHeart Gold

2. International Pet Food Co., Ltd

	• 태국에서 두 번째로 큰 육류 사육 및 가공업체인 Betagro Group의 자회사 • CPF Public Company Limited의 프리미엄 치킨 사용 • 국제 표준 인증: GMP, ISO9001, HACCP, ISO 14000: 2004 등 취득			
회사 정보	회사명	International Pet Food Company Limited	창립연도	2002
	회사성격	Private Enterprise	회사 규모	Size L
	전화번호	+66 2 036 4683		
	국적	Thailand	주소	127/4 Pajathani Tower, 4th floor, Nonsi Road, Chongnonsi, Yannawa, Bangkok 10120
	판매제품	반려견, 반려묘를 위한 펫푸드, 간식 제조 및 유통	웹사이트	http://www.jerhigh.com/
주요제품				
	Jerhigh Dog Snacks	Jerhigh DEN-T STICK	Jerhigh Dog food	Jerhigh Wet Food
				
	Jerhigh Healthy Snacks	Jinny Cat Snack	Jinny Cat Food	Jinny Liquid Snack
				
	K-SY Dog Snacks		K-SY Wet Food	

3. Hunter Group Ltd Part

	• Hunter Group Ltd는 1991년 반려동물 관련 제품의 제조 및 유통을 목적으로 설립 • 시장수요 증가에 충분히 부응할 수 있는 생산능력 증설 가능 • 일본, 대만, 홍콩, 중국, 스위스, 러시아, 네팔, 말레이시아 등 전 세계 20여 개국에 제품을 수출하고 있음			
회사 정보	회사명	Hunter Group LTD., PART.	창립연도	1991
	회사성격	Partnership Limited	회사 규모	Size M
	전화번호	+66 2 719 6780-5		
	국적	Thailand	주소	537 soi Soonvijai 4, Rama IV rd., Huay Kwang, Bangkok, Bangkok 10310
	판매제품	각종 반려동물 관련 제품 생산 및 유통	웹사이트	https://www.huntergroupthai.com
주요제품				
	SLEEKY Milk Treat	SLEEKY Milk Replacer	SLEEKY Chewy Snack	SLEEKY Crispy Snack
				
	COCOKAT Milk Replacer	COCOKAT Soft Stick	RABSTER Rabbit Feed	RABSTER Complete Hamster Food
				
	Buddy Hamster & Gerbil Food		Buddy Bird Food	

4. Pet Focus Co., Ltd

	- 태국의 대형 농업기업으로 사료사업, 가금류 가축사업, 동물 건강관리 사업, 가공식품 사업, 외식사업 등을 운영하는 Betagro 그룹의 자회사 펫포커스는 반려동물 사료 등 반려동물 관련 제품을 생산, 판매 - Perfecta, Dog' n joy, Cat'n joy, Bingo Star, Rotto, Richie and Primo, E-Z Way, Silky Care, Herbal Fresh, Kurin Kat 등의 산하브랜드를 거느림			
회사 정보	회사명	Pet Focus Company Limited	창립연도	2004
	회사성격	Private Enterprise	회사 규모	Size L
	전화번호	+66 2 833 8196		
	국적	Thailand	주소	323 Moo 6 Vibhavadi Rangsit Rd Road Soi Betagro Tower (North Park) Thung Song Hong Lak si Bangkok 10210
	판매제품	펫푸드 제품 제조 및 유통	웹사이트	www.betagro.com
주요제품				
	Bingo Star		Dog 'n' Joy	
				
			Perfecta	

☐ 다국적 기업

1. Mars Inc

	• 본사는 미국의 대규모 다국적 제과, 식품 제조업체이자 펫푸드, 반려동물 서비스 제공 기업 • 세계 최대 규모의 반려동물 펫푸드 기업			
회사 정보	회사명	Mars Petcare (Thailand) Co., Ltd.	창립연도	1911
	회사성격	Private Enterprise	회사 규모	130,000 employees
	전화번호	+1 703 821-4900		
	국적	미국/태국	주소	6885 Elm Street McLean Virginia 22101
	판매제품	펫푸드 제품	웹사이트	www.mars.com
주요제품				
	Pedigree			
		Cesar	Whiskas	IAMS

2. Nestle Purina Pet Care Co., Ltd

	• 스위스 대규모 식품회사 네슬레의 미국 자회사 • Mars Petcare Inc. 다음으로 세계에서 두 번째로 큰 펫푸드 회사			
회사 정보	회사명	Nestlé Purina PetCare	창립연도	2001
	회사성격		회사 규모	18000 employees 400 scientists including nutritionists
	전화번호	1-800-778-7462		
	국적	미국	주소	800 Chouteau Ave, St. Louis, Missouri
	판매제품	펫푸드, 간식 및 반려묘 모래	웹사이트	https://www.purina.com
주요제품				
	Friskies		Alpo	
				
	Pro Plan			

3. Royal Canin

	- 프랑스의 대규모 반려견, 반려묘 펫푸드 제조사 - 미국 Mars Inc 의 자회사 - 고급 반려동물 펫푸드로 유명함			
회사 정보	회사명	Royal Canin	창립연도	1968
	회사성격	Public Company	회사 규모	1161 employees
	전화번호	800 592 6687		
	국적	프랑스	주소	Aimargues, Gard
	판매제품	반려견, 반려묘 특화 펫푸드	웹사이트	www.royalcanin.com
주요제품				

4. Hill's Pet Nutrition Inc

	• 특허된 반려견, 반려묘 펫푸드를 생산하는 미국 프리미엄 펫푸드 회사. • 미국의 대규모 소비재 기업 Colgate-Palmolive의 자회사			
회사 정보	회사명	Hill's Pet Nutrition, Inc.	창립연도	1907
	회사성격	비상장기업	회사 규모	1001-5000 employees
	전화번호	+1 785-286-1451		
	국적	미국	주소	1035 NE 43rd St, Topeka, KS 66617
	판매제품	영양성분 펫푸드, 반려견, 반려묘 펫푸드, 수의사 처방식	웹사이트	https://www.hillspet.com
주요제품				

마. 주요 펫푸드 제품 현황

☐ 반려견 펫푸드 주요 제품

○ 가격에 따른 건식 반려견 펫푸드 제품

- 저가 건식 : A Pro
- 중가 건식 : Dog n Joy, SmartHeart
- 프리미엄 건식 : Supercoat, Taste of the Wild, Pinnacle, Orijen , Hill' s Science Dite

번호	형태	사진	제품명	제조사	원산지	가격 (THB)
1	건식		A Pro Adult Dog Food Grilled Beef Flavor	Perfect Companion	태국	980 - 1,090
2	건식		Dog n' Joy Adult	Pet Focus	태국	129 - 950
3	건식		SmartHeart Gold Fit & Firm Adult Small Breed	Perfect Companion	태국	810 - 910
4	건식		Purina Supercoat Adult Small Breed 1+years with Chicken	Nestlé SA	스위스	165 - 760
5	건식		Taste of the Wild Ancient Wetlands Canine Recipe with Roasted Fowl	Simmon Pet Foods	미국	429
6	건식		Pinnacle Salmon & Pumpkin	Breeder' s Choice Pet Food	미국	880
7	건식		Orijen SIXFISH Adult Dog	Champion Pet Food	미국	225
8	건식		Hill' s Adult Sensitive Stomach & Skin Chicken Recipe	Hill' s Pet Nutrition	미국	650/1,890

9	습식		Pedigree Chicken Chunks Flavoring gravy	Mars Petcare (Thailand)	미국	276/12pcs 419/24pcs
10	습식		Marvo Chicken & liver dog food	Thai Union Manufacturin g	태국	39 - 45 925/24can
11	습식		Caesar Beef & Liver	Mars Petcare Australia	미국	42 - 46
12	습식		Jerhigh Hot Dog Bar Fish	International Pet Food	태국	35 - 39
13	습식		Hill' s Science Diet Chicken & Barley Entrée Adult	Hill' s Pet Nutrition	미국	85
14	습식		Royal Canin Adult Beauty	Mars Austria OG	프랑스	75

☐ 반려묘 펫푸드 주요 제품

○ 가격대에 따른 건식 반려묘 펫푸드 제품

- 저가 건식 : A Pro
- 중가 건식 : Dog' n Joy, SmartHeart
- 프리미엄 건식 : Supercoat, Taste of the Wild, Pinnacle, Orijen, Hill' s Science Diet

○ 가격대에 따른 습식 반려묘 펫푸드 제품

- 중저가 습식 : Felix, Nekko, Bellota, Me-O
- 프리미엄 습식 : Sheba (오프라인), Royal Canin

번호	형태	사진	제품명	제조사	원산지	가격 (THB)
1	건식		A Pro I.Q. Formula Cat Food	Perfect Companion	태국	1135/ 20 packs
2	건식		Whiskas Kitten Ocean Fish flavor	Mars Petcare (Thailand)	미국	109
3	건식		Friskies Cat Food Indoor Delights	Nestlé (Thailand)	스위스	105
4	건식		Royal Canin FHN Home Life Indoor 27	Royal Canin Korea	스위스	998 /2pcs
5	건식		Purina ONE Tender Selects Blend with Real Salmon	Nestlé Purina PetCare Company	스위스	120
6	건식		Taste of the Wild Canyon River Feline Formula with Trout & Smoked Salmon	Simmon Pet Foods	미국	520
7	건식		Hill's Science Diet Adult 1-6 Chicken Recipe	Hill's Pet Nutrition	미국	620
8	습식		Felix Tuna in Jelly	NestléPurina PetCare Australia	스위스	21
9	습식		Nekko Tuna in Gravy	Unicord Public Co	태국	20

10	습식		Bellotta Cat Food Cans Mackerel in Jelly	Thai Union Manufacturing	태국	16 340 /24 pcs
11	습식		Me-O Delite Cat Food Tuna in Jelly	Perfect Companion Group	태국	240 /12pcs
12	습식		Sheba Deluxe Succulent Chicken Breast in Gravy	Pataya Food Industries	미국	36
13	습식		Royal Canin Sterilised in Gravy	Mars Austria	프랑스	299 /12 pcs

□ 기타 반려동물 펫푸드 주요 제품

○ 기타 반려동물 펫푸드 시장은 틈새시장으로 남아있음

- 소형 파충류나 조류 등이 소셜 미디어를 통해 확산되며 소수의 팔로워층을 형성하며 오프라인 모임을 갖기도 함. 그러나 태국에서는 반려견과 반려묘를 제외하면 규모가 매우 작아 틈새시장임

〈2017~2020년 주요 기타 반려동물용 펫푸드 기업의 시장 점유율〉

브랜드 (GBO)	회사 (NBO)	2017	2018	2019	2020
Sakura	See-All Aquariums Co Ltd	28.4%	30.4%	30.9%	31.7%
Optimum	Charoen Pokphand Group	20.0%	21.9%	22.1%	22.2%
SmartHeart	Charoen Pokphand Group	12.9%	13.4%	12.9%	12.2%
Prestise	Versele-Laga NV	3.5%	3.3%	3.0%	2.9%
Nature	Versele-Laga NV	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
Buddy	Hunter Group Ltd	5.4%	-	-	-
CP	Charoen Pokphand Group	-	-	-	-
Hunter	Hunter Group Ltd	-	-	-	-
Private label	Private Label	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
Others	Others	29.0%	30.4%	30.5%	30.5%
Total	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Euromonitor International

□ 기타 반려동물용 주요 제품의 선정 기준

- 오프라인 상점에서 실제 있는 제품을 확인함
- 온라인상에서 인기가 많거나 리뷰가 좋은 제품들을 선정함

번호	형태	사진	제품명	제조사	원산지	가격 (THB)
1	어류용		Sakura Gold 35%	Thai Spring Day Co	태국	69
2	어류용		Optimum Super premium formula 3 in 1	Perfect Companion Group	태국	51
3	토끼용		Rabbit Veggies & Cereals	Perfect Companion Group	태국	133
4	토끼용		Nature Cuni Adult Rabbit Food high-fibre mixture full of grasses, herbs and vegetables	Versele-Laga NV	벨기에	189
5	조류용		Buddy Canary & Finch Food	Hunter Group	태국	90
6	조류용		Versele-Laga Prestige Loco Parque African Parakeet Mix-expert	Versele-Laga NV	벨기에	215
7	햄스터용		Buddy Hamster & Gerbil Food	Hunter Group	태국	95
8	기니피그용		Oxbow Essentials - adult guinea pig food	Oxbow enterprise	미국	465

☐ 한국산 반려동물 펫푸드 현황

○ 오프라인 매장에서 선택함

○ 온라인에서 구입이 가능한 제품들을 선택함

번호	형태	사진	제품명	제조사	원산지	가격 (THB)
1	습식 반려견		Natural Core Dog Wet Food	Unicord Public Co	한국	45 395 /12 cans
2	습식 반려견		Lovey Chu Special Dog Treat	Unicord Public Co	한국	70 490 /8packs
3	습식 반려묘		Natural Core Cat Wet Food	Unicord Public Co	한국	45
4	습식 반려묘		Natural Core Cat Treat Merry Chu	Unicord Public Co	한국	65 700 /12 packs
5	건식 반려묘		Gourmet Golden Dry Cat Food	Dream Pet Foods Korea	한국	240
6	습식 반려묘		Bonito Super Premium Lunch	Dream Pet Foods Korea	한국	35 99 /3 packs

□ 소비자 인터뷰

○ 소비자 1 (여성, 30대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 성분과 브랜드입니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 사용된 원재료가 육류, 생선, 곡물인지 보며, 호르몬 포함 여부도 보는 편입니다. 또한 애완동물의 모발에 좋은 성분을 위주로 보며, 일부 애완동물들은 닭고기 알레르기가 있으므로 닭고기를 포함하지 않는 제품을 구매 하고 있습니다. 반려견의 습성과 나이에 좋은 영양소 비율을 찾는 것도 중요한데, 예를 들어 단백질과 탄수화물의 비율이나 반려견의 크기에 따라서 구매하는 제품도 달라집니다. 그리고 전문 리뷰나 제품에 대한 평가를 찾아보는 편입니다. 주로 ‘Dogfoodanalysis.com’ 사이트를 참고하고 있습니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 그렇습니다. 반려견이 수술을 받았거나 비뇨기과 처방을 받았던 경우에 해당합니다. 노령용 특화 제품도 시도 해 봤습니다. Royal Canin Renal, Royal Canin Recovery, Hill’s Prescription Diet Urgent Care 등은 작은 습식 통조림 브랜드 이지만 가격은 거의 1,000바트에 달합니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) Thonglor pet hospital both online and offline, Gourmet market, Pet shop at Trail and Tail 에서 주로 구매하고 있습니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 전혀 모르겠습니다.

○ 소비자 2 (남성, 30대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 단백질과 오메가 함량입니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 수입 브랜드 여부와 어느 정도 인지도가 있는 브랜드 및 의사 추천 제품인지를 고려하는 편입니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 그렇습니다. 반려묘가 가끔 장 문제가 있기 때문에 Hill’s I/d can 습식 제품을 구입합니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) 현재 100% 온라인으로 구매하고 있으며, Shopee 추천 매장 및 Shopee 몰에서 구입합니다.

병원 같은 경우 Thonglor petshop 또는 Grabmart express를 이용하고 있습니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 전혀 모르겠습니다. 제가 알고 있는 인지도가 좋은 브랜드는 주로 호주, 미국, 캐나다 제품입니다.

○ 소비자 3 (여성, 20대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 가격과 제 반려묘가 좋아하는 재료가 포함된 제품인지를 보는 편입니다. 가격 같은 경우 너무 비싸지 않은 중간 가격대 제품을 구매하는 편이며, 반려묘에게 제품을 시도 해 보고 좋아하지 않으면 다른 성분의 제품으로 바꿔주고 있습니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 전혀 구매하지 않습니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 없습니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) 반려묘 식품은 무겁기 때문에 100% 온라인으로 구매하고 있습니다. 게다가 온라인에서는 프로모션, 할인 코드 및 쿠폰 등을 제공해 주기 때문에 저렴하게 구입 할 수 있습니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 잘 모르지만 시도해 볼 의향은 있습니다.

○ 소비자 4 (여성, 30대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 성분입니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) Royal Canin과 같은 좋은 품질의 제품을 고려하는 편입니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 그렇습니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) 동네 반려동물 상점을 주로 이용하는 편인데, 코로나19 이후 가본 적이 없어서 제품 제조사 이름이 기억나지 않습니다. 또한 TOPS 등의 슈퍼마켓도 이용합니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 잘 모르겠습니다.

○ 소비자 5 (남성, 20대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 가격입니다. 다만 콘도에 거주하는 입장에서 너무 저가 제품은 고양이 배설물에서 안 좋은 냄새가 많이 나서 좋지 않기 때문에 어느 정도 가격이 있는 제품을 구매하고 있습니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 저렴한 제품을 사다가 Royal Canin과 같은 프리미엄 제품으로 바꿨는데 고양이 배설물에서 더 이상 심한 냄새가 나지 않아 좋았습니다. 또한 반려묘가 노령인지 성체인지를 비롯하여 중성화 여부 및 체중 등에 따라 다른 성분이 필요하므로 상황에 따라 구매하는 제품이 다릅니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 그렇습니다. 예전에 반려묘 한 마리가 집에서 만든 음식을 먹고 죽었는데, 그 이후로 다른 고양이들의 경우를 확인 해 보니 집에서 만든 음식으로 인해 고양이가 쉽게 살이 찌기 때문에 체중 조절 제품을 먹어야 한다는 점을 알게 되었습니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) 집에서 가장 가까운 K-pet 매장을 이용 합니다. 또한 온라인에서 K-pet 매장에서보다 저렴한 가격이나 프로모션을 진행한다면 온라인으로 구매합니다. 20kg 짜리 제품은 항상 품질이라 살 기회가 없어 보통 10kg 짜리 제품을 구매합니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 잘 모르겠습니다.

○ 소비자 6 (남성, 40대)

Q1. 펫푸드 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 영양가가 높은 제품을 구매합니다.

Q2. 프리미엄 펫푸드 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇입니까?

답변) 영양가가 높은 제품을 구매합니다.

Q3. 의사에게 처방 받은 처방 제품이나 특수 제품을 구매한 적이 있습니까?

답변) 그렇습니다.

Q4. 펫푸드의 주 구입처는 어느 곳입니까?

답변) 대부분 오프라인 매장에서 구매하며, 동네에 있는 Pet Kingdom 이나 Ngern Thong petshop 을 이용합니다.

Q5. 한국산 펫푸드 제품을 알고 계십니까?

답변) 잘 모르겠습니다.

□ 유통 매장 스태프 인터뷰

○ 스태프 1 (2021년 7월 11일, Gourmet market)

- 인기 있는 제품은 해외 제품/수입 제품으로 BlackHawk, Pinnacle, Royal Canin 등이 있음. 고객들은 반려동물의 건강을 중요하게 생각하므로, 차별화된 건강상의 가치가 있다고 생각되면 기꺼이 더 높은 가격을 지불함. Royal Canin 은 특히 반려견용 건식 식품의 인기가 높음; 반려동물의 특성에 따라 다양한 제품이 있음. 예를 들어, 실내 양육 반려동물용 성분을 사용하여 반려동물의 배설물 냄새가 너무 강하지 않도록 만들기 때문에 아파트나 콘도에 사는 소비자들에게 인기가 높음

○ 스태프 2 (2021년 7월 18일, Pet Club)

- 인기 있는 제품은 프리미엄 제품으로 Royal Canin, Hill's science diet, Black Hawk, Orijen, Taste of the wild and AvoDerm 등이 있음. 소비자들은 가장 인기 있는 제품인 로얄캐닌을 주로 구매함. 그러나 힐스가 반려동물에게 어떤 영양성분을 섭취시키는 것이 좋은지에 대해 깊이 있는 연구를 진행했다는 것을 알기 때문에 영양성분에서는 힐스가 로열캐닌보다 품질이 높다고 알고 있음. 로얄캐닌이 더 인기 있는 이유는 적극적인 광고나 프로모션 등 마케팅의 영향이 큼. 또 다른 이유로, 일부 동물 농장에서는 태아 때부터 로얄캐닌을 먹이기 때문에 소비자들이 로얄캐닌을 계속 먹이는 경향도 있음. 치석을 생성하지 않고 반려견의 치아 위생을 돕는 건조식품을 권장함. ProPlan 이나 Friskies 같은 브랜드는 프리미엄 제품처럼 영양가가 높은 실제 고기 대신 동물성 부산물을 사용하기 때문에 품질이 떨어짐. 반려동물이 알레르기가 있거나 탈모경향이 있을 경우, 소비자에게 Orijen과 같은 생선 기반 제품을 추천함

○ 스태프 3 (2021년 7월 22일) (Thonglor Pet Hospital)

- 반려견 사료로 인기 있는 제품은 Hill's, Royal Canin 및 Pedigree 등이며 반려묘 사료의 인기 제품은 Whiskas, Royal Canin 및 Hill's 등임. 소비자들은 동물병원에 오면 처방제품을 주로 권고 받게 됨. 수의사들은 대부분 반려견과 반려묘 모두에게 로얄캐닌과 힐스 사이언스 다이어트를 추천하는데, 두 브랜드가 모두 안전한 성분으로 영양의 균형을 만족시키고 품질이 좋기 때문임. 추가적으로, 로얄캐닌은 비뇨기 문제나 피부과민증에 대한 대응 등 다양한 종류의 처방제품을 가지고 있음. 수의사가 반려동물 소유자에게 제안하는 내용은 회의나 심포지엄에서 얻

은 정보와 실제 반려동물 소유자의 사용 후 피드백을 모아 이루어짐. 소비자는 구매하려는 제품/브랜드를 이미 염두에 두고 있다면 수의사의 추천에도 불구하고 해당 제품을 구매하는 경향이 강함

○ 스태프 4 (2021년 7월 22일, Tops Supermarket Central Pinklao지점)

- 대부분의 소비자는 구매를 원하는 특정 제품이 정해져 있으며, 매장에 해당제품이 없는 경우 직원이 유사한 제품을 추천함. 예를 들어, Royal Canin은 같은 실내용이라도 Home Life Indoor 27, Regular Fit 32와 같이 애완동물의 나이 등 각종 상태에 적합한 다양한 제품 라인업이 있음. 소비자의 대부분은 본인들이 원하는 브랜드/제품을 가지고 있음. 예를 들어 헤어볼이나 민감한 피부용과 같은 특정 제품이 꼭 필요하지 않는 한 다른 제품에 대해 문의하지 않음. 많은 경우 함유성분과 제품의 품질을 중시하기 때문에 현지 브랜드보다 수입/프리미엄 브랜드를 선호함

바. 소비 동향 및 주요 이슈

□ 소비자 프로파일 및 구매 기준

- 반려견이 가장 인기가 높음. 반려견 펫푸드 시장은 태국에서 가장 큰 단일 펫푸드 시장임. 과거에 태국에서 개는 폭력적이고 광견병 같은 질병과 연계되어 생각되었으나 최근에는 소비자의 이러한 인식은 일반적으로 사라짐
- 반려묘가 가장 빠르게 성장하고 있음. 반려묘 개체수는 반려견 개체수의 50%도 채 되지 않지만 반려묘가 상대적으로 유지 관리가 용이해 빠르게 성장하고 있음. 반려묘는 공간이 덜 필요하고 스스로 알아서 자신을 돌보기 때문에 도시 환경의 좁은 집에 거주하는 태국인들 사이에서 이러한 장점이 높이 평가되고 있음
- 태국의 반려동물 소유주는 일반적으로 반려동물의 건강관리, 웰빙 및 통상적인 유지 관리에 수입의 상당 부분을 지출함. 현지 생산업체는 시장의 니즈에 맞추어 제품을 생산할 수 있어 수입 제품보다 저렴한 가격에 판매가 가능함. 그러나 일부 태국인은 수입 제품이 국내 제품보다 품질이 우수하다고 생각하므로 수입 제품에 더 많은 비용을 지출하기도 함
- 반려동물 소유주는 반려동물의 건강을 유지시키기 위해 고품질 식품에 지출할 능력과 의향이 있음. 반려동물의 의인화는 천연/유기농, 고단백, 비건, 필수 영양소, 영양 보조제, 기능성 식품 등 고품질 원료를 중심으로 프리미엄 제품에 대한 수요 증가를 주도하고 있음. 반려동물 소유주들은 반려동물의 연령, 품종, 체중, 활동 특성에 맞는 펫푸드에도 관심이 많음

〈월별 반려동물 평균 펫푸드 및 관리비〉

종류	금액 (THB)
건식 펫푸드	350-500
습식 펫푸드	150-250
간식	100-150
비타민	100-150
기타	200

□ 사회적 배경 및 소비 성향

○ 일반적인 반려동물에 대한 태도

- 과거 태국에서는 애완동물을 소유하는 것이 흔치 않았으며, 많은 불교 신자들의 동물에 대한 종교적 견해에 따라 반려동물 소유를 거부하는 경우가 많았음. 그러나 최근에는 애완동물을 기르는 것을 사회가 자연스럽게 받아들여 더 이상 드문 일이 아님
- 반려동물 출입을 허용하는 상점이나 시설도 늘어나고 있어 태국 사회에서 반려동물 소유에 대한 폭넓은 수용을 보여주고 있으며 결과적으로 펫푸드 시장의 성장을 가져올 것임

○ 생활환경의 도시화

- 농촌과 도시 환경으로 분할되었던 태국의 인구가 점차 도시 인구로 집중됨에 따라 반려동물을 소유하는 가구나 관상어를 키우는 사무실이 늘고 있음
- 예를 들어 고양이나 기니피그는 주인의 관리가 별로 필요하지 않고 일반적으로 작은 공간을 차지함. 물고기는 작은 크기로 인해 도시 환경에 적합하다보니 사무실과 가정에서도 제법 많은 인기를 얻고 있음

○ 반려동물의 의인화

- 태국에서 애완동물 주인의 행동은 세월이 흐르면서 변해왔는데, 태국 반려동물 시장의 성장도 예외 없이 '반려동물의 의인화' 현상에 의해 주도되었음. 반려동물은 이제 가족이나 아기처럼 여겨지며, 반려동물 소유주는 반려동물을 인간처럼 취급하며 자신들을 반려동물 부모라고 표현함
- 반려동물의 의인화는 인구 통계학적 변화, 즉 출생률 감소, 독신, 무자녀 가족, 노인층 및 가처분 소득이 높은 중산층의 증가와 결합하여 반려동물을 키우려는 가구가 늘어나는 현상이 생김
- 구매력이 높은 중산층의 증가에 따른 도시화는 반려동물 먹이를 집에서 만들지 않고 상업적으로 포장된 펫푸드 제품을 구매할 수 있는 환경적 여건을 만들어 주었음. 태국의 도시화와 핵가족화는 반려동물 펫푸드 시장을 견인하는 중요한 인구통계학적 요소임
- 특히 독신가정이나 자녀가 없는 소규모 가정은 반려동물의 건강과 행복에 지대한 관심을 가져 프리미엄 제품에도 기꺼이 비용을 지출하려는 경향이 있음

○ 소셜 미디어의 힘

- 태국에서는 소셜 미디어가 반려동물 시장에 많은 영향을 미침. 특히 반려묘를 대상으로 하는 소셜 미디어가 많음. 요즘 태국에서는 반려묘와 관련된 콘텐츠를 소셜미디어 피드에 게시하는 것이 커다란 유행이며 이러한 추세는 펫푸드 시장 성장에 긍정적인 영향을 줌
- 기업들은 이러한 트렌드를 광고 전략에 사용하며 대형 펫푸드 기업들이 소셜 미디어에서 많은 팔로워를 확보한 인플루언서나 반려묘 주인과 계약을 통해 제품을 광고하는 것은 드문 일이 아님

○ 새롭게 성장하는 온라인 채널

- 편리한 배송, 간편함, 시간 및 비용 절약으로 많은 태국 소비자들이 오프라인에서 온라인 쇼핑으로 구매방식을 전환하고 있음. 구매자들은 생산업체, 공급업체, 소매상, 전문 펫푸드 온라인몰, 일반 온라인 상점 및 모바일 애플리케이션 등 다양한 채널을 통해 구매를 함

□ 코로나 19

- 2020년 태국의 경제는 6%이상 위축 되었지만 펫푸드는 4% 가까운 성장을 하였음. 반려동물 소유자가 펫푸드 공급 부족을 걱정하여 사재기를 한 부분도 있고 집에 머물며 반려동물을 돌보는 시간이 더 많아짐에 따라 다양한 펫푸드를 구매한 결과임
- 계속해서 심각하게 전 세계적으로 확산되고 있는 코로나19 팬데믹이 사람들의 라이프스타일을 재택근무 위주로 바꾸어놓음에 따라 반려견과 반려묘들이 가족의 일원이나 친구로써 외로움도 해결해 주는 대상이 되고 있음. 반려동물 관련 시장이 성장하고 있으며 반려동물에게 건강과 웰빙을 가져다주는 펫푸드 제품에 대한 관심이 높아지고 있음
- 코로나19로 인한 봉쇄 기간 동안 온라인 판매가 크게 증가함. 많은 소비자들이 온라인으로 상품과 서비스를 검색하고, 제품 리뷰를 검토한 후 펫푸드를 주문함. 팬데믹 이전에 이미 디지털 환경에 적응해왔던 태국 소비자들은 팬데믹이 종식 되더라도 온라인으로 계속해서 펫푸드를 구매할 가능성이 커져 향후 온라인 시장의 성장이 예상됨

사. 펫푸드 마케팅 현황

□ 주요 이벤트 및 성공 사례

- 태국 굴지의 펫푸드 기업들은 전통적인 미디어 광고, 오프라인 이벤트, 스마트폰 앱, 소셜 미디어 등 다양한 채널과 도구를 활용하여 홍보활동을 펼치고 있음
- 2021년 9월 20년 이상의 역사를 가지고 백 개 이상의 기업과 12만 명 이상의 관람객이 참가하는 전통 있는 반려동물 이벤트인 펫 엑스포 타일랜드가 방콕에서 열릴 예정이었으나 코로나19로 인해 연기됨 (www.petexpothailand.net)



- 레거시 미디어 광고에 있어서는 현재 태국의 가장 큰 펫푸드 기업인 Perfect Companion Group 이 TV 광고를 위주로 SmartHeart, Me-O 브랜드 제품의 공격적인 마케팅을 펼치고 있음
- 2021년 2월에는 코로나19 에도 불구하고 Perfect Companion Group 이 후원하고 SmartHeart 브랜드가 주최하는 SmartHeart Gold Toy Dog Show 2021이 방콕에서 성황리에 열려 우수 반려견을 선정하고 시상함
- Royal Canin은 반려견이나 반려묘를 양육하는 주인이 자신의 반려동물을 더 잘 돌볼 수 있도록 도움을 주는 “Royal Canin Club“이라는 앱을 운영하고 있음. 이 앱에서는 반려동물의 품종 및 나이 등에 따라 필요한 수의사 및 전문영양사가 제공하는 영양성분 등 반려동물 주인에게 유용한 정보를 많이 제공해줌 (www.royalcanin.com/my/royal-canin-club)
- Royal Canin 은 반려동물 소유자의 취향에 맞는 마케팅과 세일즈 활동을 통해 반려묘 소유주와 긍정적 관계 구축의 중요성을 지속적으로 강조해 왔으며, 태국 고양이 애호가 클럽 (CFCT Club) 과 협력하여 애묘쇼를 조직하였음. Royal Canin은 “반려동물을 수의사에게 데려가자“ 라는 주제의 박람회를 열기도 함. 박람회를 통해 반려동물이 질병에 걸리지 않도록 적절한 영양과 건강을 신경 써 줄 것을 소유주에게 교육하였으며, Royal Canin Club을 통한 반려묘 대회 참가 및 관람, Rakmaw for Stray Cats Foundation을 통한 길 잃은 고양이들의 집을 찾아주는 등의 활동도 함



- 중소기업이나 규모가 작은 회사의 경우 고객 기반층을 늘리기 위해 전람회 참가, 소규모 애완동물 행사 주최, 정보 제공용 웹사이트 개발, 로열티 보상 프로그램 등을 제공하고 소셜 미디어를 활용함

- 펫푸드와 건강 관리 및 용품 수입 선두 업체인 Pamornchai Supply LP는 2019년까지 9년 연속 연례 이벤트인 'We Love Pets' 를 개최하였는데, 이 행사는 새, 고양이, 토끼, 햄스터, 거북이 등 반려동물 애호가를 위한 플랫폼으로, 자신의 반려동물을 컨테스트에서 자랑하고 다양한 정보를 교환할 수 있는 행사임
- 동기업은 2020년 HRH Princess Chulabhorn College of Medical Science 및 Pattaya Tourism Business Association의 수의학 및 응용동물학 학부와 협력하여 반려조류 애호가들을 위한 'We Love Pets' 행사의 또 다른 형태로 'Thailand Grand Flight Championship' 을 개최하였는데, 1,000마리 이상의 다채로운 새들이 참가한 훈련된 반려조류들이 파타야 만 위를 자유롭게 날아다니는 장관을 연출하여 사람들의 관심을 끌었음

We Love Pet	Thailand Grand Flight Championship

3. 태국의 펫푸드 수입 절차

가. 통관 및 검역 개요

□ 시장 진입

- 기본적으로 태국의 통관이나 검역절차가 까다롭고 상황에 따라 변수가 많을 수 있으므로 태국 현지의 수입/유통업체를 지정하는 것이 좋음
- 태국의 펫푸드 전문 수입업자는 태국의 통관, 검역 절차에 대해 잘 알고 있으며 현지 시장에 맞는 적절한 마케팅 및 판매 전략에 대한 지식을 기반으로, 전문 소매점, 일반 소매점, 동물 병원/클리닉, 온라인 소매점 등과 같은 다양한 유통 채널을 공략할 수 있음
- 태국 축산국(Department of Livestock Development: DLD)의 요구에 따라 수입업자는 태국 현지 등록 회사여야 하며, 펫푸드를 수입하기 전에 수입업자가 제품을 미리 등록하고 수입 허가를 받은 후 수입을 진행해야 함
- 일반적으로 수입업체 목록에서 업체를 선정하여 간략한 회사 프로필 및 제품 정보와 함께 사업 제안서를 이메일로 발송하고 피드백을 확인한 후, 적절한 업체가 있으면 자세한 논의를 하는 단계로 이루어짐. 이후 현지 시장에 대한 더 많은 지식 습득과 파트너십 가능성 등을 타진

하기 위해 태국 출장을 고려할 수 있을 것임. 주요 펫 이벤트 (Pet Expo 등) 에 참석하면 현지 시장을 확인하고 현지 채널들과의 네트워크를 구축할 수 있는 기회가 생김

○ 육류원료 기반의 사료는 축산국의 엄격한 관리를 받으며, 동물성 단백질을 포함한 사료는 원칙적으로 축산국 담당관의 실사를 받은 시설에서 생산되는 제품만 수입이 허용됨

- 태국으로 펫푸드를 수출하기 위해서는 태국의 일반적인 수입 요건과 문서 제출 외에, 아래 표와 같이 제품군에 따라 다양한 규정에 따른 추가문서들을 제출해야 함

<태국으로 수출되는 식품관련 일반 요구 사항>

이름	설명	작성자	언어
항공운송장	- 항공 상품 운송의 세부사항을 포함하고 운송인 회사의 운송 계약을 증명하는 문서. - 하나의 항공화물운송장으로 여러 상품의 환적을 위해 사용될 수 있음	운송인 (또는 대리인)	영어
선하 증권	해상을 통한 제품의 국제 운송에 대한 세부 정보가 포함된 문서	운송업체 (또는 대리인)	영어
상업 송장, 전적 송장	- 거래 내역이 포함된 문서 - 공식 송장 발행 이전의 거래 세부 정보를 포함하는 문서가 필요할 수 있음	수출업자	영어
보험 증명서	보험계약을 증명하는 문서	수입/수출자의 보험 회사	영어
세관 수입 신고서	- 상품 통관을 위한 공식 양식 270바트의 수수료 있음	수입업자 (또는 대리인)	영어/태국어
적하 명세서	선박/항공기의 도착을 당국에 알리고 적재된 상품을 요약한 문서	화물 운송업자 (또는 대리인)	영어/태국어
포장 목록	발송물 세부 정보가 포함된 문서	수출업자	영어/태국어
비특혜 원산지 증명서	비우대 원산지를 인증하며, 수입업자나 세관이 요청할 경우에만 필요함	수출업자	영어

출처: 유럽연합 집행위원회 시장 접근 데이터베이스

나. 펫푸드 수입 관련 법률, 규정 및 절차

☐ 관리 기관/ 정책

○ 농업협동부 (The Ministry of Agriculture and Cooperative: MOAC)

- 농업협동부 산하 축산국은 동물 사료 사업을 통제하는 주요 기관임

- 기성품 반려견 및 반려묘 식품은 축산국에 의해 특별히 통제되며, 수입업자는 수입하기 전에

- 제품을 등록하고 해당부서에서 승인한 수입 허가를 받아야 함. 토끼용 기성품 사료도 마찬가지임
- 기타 조류, 설치류 및 반려물고기용 사료는 제품 등록 및 수입 허가가 필요 없고, 수입업체는 펫푸드가 태국에 도착하기 전 축산국에 수입 내역을 통지하면 됨
 - 축산국에 따르면 현재 모든 종류의 가금류, 반추동물 및 돼지 사료와 동물성 단백질을 태국으로 수입하려면 수출국의 생산자가 축산국 감독관이 시행하는 공장 감사를 받아야 함. 이를 시작하기 위해서는 수입 절차에 대한 축산국의 적절한 검토와 조언을 위해 수입 제품 샘플을 제출하는 것이 바람직함 (예를 들어, 해당 제품이 공장 심사의 대상인지 여부 확인)
 - 동물사료 및 수의과제품 관리처(The Division of Animal Feed And Veterinary Products Control: AFVC)는 축산국 산하 기관으로 동물 사료 면허 및 등록을 비롯한 여러 부서로 이루어져 있음
 - 농업청(The Department of Agriculture: DOA)는 식물 기반 사료, 특히 신선한 식물 또는 건조 식물과 HS 2308에 따라 분류된 제품의 수입을 통제함

〈주요 관할 기관 및 부서〉

기관/부서	애완 동물 사료/관세 관련
축산국 (DLD), 농업협동부 (MoAC)	동물 사료의 관리 및 통제를 위한 시스템을 구축하며 아래를 총괄함 • 동물사료 및 수의과 제품 관리처 (AFVC) • 가축 관련 제품 품질 관리부 수의 의약품 분석처 • 국립 동물 건강 연구소의 수의과 생물학 분석 부서, 태국 FDA와 협력
동물사료 및 수의과 제품 관리처 (AFVC); 축산국 (DLD) 소속	• 동물 사료 품질 관리법 및 유해 물질법에 규정된 가축 사육을 위해 사용되는 동물사료 및 유해 물질을 관리
보건부	• 의약품법 1967(BE 2510)에 따른 동물용 의약품에 대한 법적 통제 및 규정 • FDA 승인

〈식품/ 사료 수입 검사〉

제품 범주	책임 기관
동물용 사료	*축산국
수산물용 사료	*수산물국
동물성 사료 제품	*축산국

출처: 농업협동부 (MOAC)

○ 관할 정부 기관

- 축산국 동물 사료 및 수의학 제품 관리처 (AFVC)

91 Moo 4, Tiwanon Rd., Bangkadee, Patumthani 12000

Tel: +66 2 159 0406-7 ext. 102, 103

Email: afvc2@dld.go.th

Website: <http://afvc.dld.go.th/forum.php?mod=forumdisplay&fid=13>

- 농업청 (DOA)

Tel: +66 2 940 6670 ext. 125-9

Email: technical_ard@hotmail.co.th

Website: www.doa.go.th

□ 태국 HS 코드 및 관세

- 수입 반려견 및 반려묘 펫푸드 관련 HS 코드는 HS2309.1010 (고기 포함) 및 HS2309.1090 (기타)로, 다른 반려동물(조류, 토끼 등)을 위한 식물성 사료는 HS2308 (식물성 재료 및 식물성 폐기물, 식물성 잔류물 및 부산물(펠릿 형태 여부를 불문하고 동물 사료에 사용되는 종류)에 해당하여, 각각 9%, 7% 및 3%의 관세율이 적용되나, 한국산 제품은 ASEAN-Korea 자유무역협정(AKFTA)에 따라 관세가 면제되거나 할인됨. 일반적으로 태국으로 수입되는 제품은 CIF 가격에 대한 수입 관세와 제품가격과 수입 관세의 합계에 대해 7%의 VAT가 부과됨

HS CODE	내용	관세
23091010	개와 고양이용	MFN 9% ASEAN-Korea (AKFTA) 0%
23091090	기타	MFN 7% ASEAN-Korea (AKFTA) 0%
2308	식물성 재료와 식물성 폐기물, 식물성 잔류물과 부산물(펠릿의 형태인지 여부를 불문하고 동물 사료에 사용되는 것으로서 따로 지정되거나 포함되지 않은 것으로 한정한다)	MFN 3% ASEAN-Korea (AKFTA) 0%

출처: Thailand National Trade Repository

□ 동물 사료 수입 규정

○ 수입 전 절차

- 수입자는 최소 수입 15일 전에 검토 요청서를 수입업자의 신분증 사본과 함께 제출해야 하며, 서면으로 신청서를 제출할 대리인을 지정하고 자신과 대리인의 신분증 사본을 첨부할 수 있음
- 축산국은 적절한 동물 건강 요건이 포함된 수입 허가증을 발급하기 전에 반드시 원산지 국가의 동물 질병 상태를 조사해야 함
- 수입업자는 축산국에서 정한 동물 건강 요건에 따라 수입될 동물 제품을 준비, 검사, 테스트 및 인증받기 위해, 수입 허가 요청서를 원산지 국가의 동물 보건 당국에 보내야 함
- 수입업자는 모든 관련 시설을 준비하기 위해 최소 3일 전에 입국항의 AQS(Alternative State Quarantine) 수의사에게 정확한 도착 날짜를 확인해야 하며, AQS 동물 보건 공무원은 세관 절차를 위해 수입 시점에 예비 수입 허가증을 발급할 권한이 있음
- 수입된 동물 사료 제품에 대해 원산지 국가의 동물 보건 당국이 발행한 영어로 된 공식 건강 증명서도 AQS 수의 관리관에게 제출하여, 도착 시 수입 상품에 대한 일반 검사 전에 확인해야 함

○ 수입 후 절차

- AQS 수의사는 문서를 확인하고 최종 수입 허가증을 발급할 권한이 있음
- 수입자는 동물 전염병법 BE2499 (1956) 에 따라 공포된 시행령에 따라 수입 수수료를 지불해야 함
- 사무총장 또는 사무총장이 승인한 사람으로부터 허가를 받지 않고 동물이나 사체를 수입, 수출 또는 통관자는 동물 표피법 BE2499 및 수정안 BE2542의 섹션 31 조항을 위반한 것이며 2년 이하의 징역 또는 40,000바트 이하의 벌금 또는 둘 다의 책임을 짐

○ 수입절차

- 농업협동부 축산표준인증국은 현지 제조 허가, 수입 등록, 광고, 제품 등록 및 동물 사료 제품 판매를 담당함
- 일반적으로 수입 절차는 일반 수입 허가/ 제품 등록의 신청/ 수출국 시설 심사/ 수입항에서 제품 통관의 4단계 과정을 거침

○ 일반 수입 허가

- 동물 사료 또는 사료 성분을 수입하려는 수입자는 일반 수입 허가를 신청해야 하며, 단일 라이선스로 다양한 제품을 포괄할 수 있음. 등록된 회사만이 태국에서 동물 사료 및 사료 성분을 수입 및 판매할 수 있으며, 제품 등록에 필요한 대략적인 시간은 신청서 제출부터 약 1개월임. 수입 면허는 면허당 10,000바트(\$300)의 수수료가 부과되며 발급일로부터 1년 동안 유효함

○ 제품 등록

- 수입 제품이 동물 사료 제품/ 기성품 혼합 사료/ 유제품/ 사료 보충제/ 약용 사료 범주에 해당 하는 경우 일반 수입 허가를 얻는 것 외에 제품 등록도 필요함
- 사료군당 1,000 바트의 제품 등록비가 부과됨

〈제품군별 요구 문서〉

1. 동물 사료 이 범주에 속하는 제품: a. 대두박 b. 땅콩가루 c. 어분 1등급 d. 어분 2등급 e. 어분 3등급 f. 밀기울: 고운 쌀겨, 거친 쌀겨, 쌀겨 기름 g. 옥수수 종자 1등급 h. 옥수수 종자 2등급 i. 옥수수 가루 1등급 j. 옥수수 가루 2등급 k. 어류 및 생선 뼈분 l. 붉은 콩 m. 가금류 울분 n. 육류분 o. 육류분 지방 추출 p. 육류 및 뼈분 (단백질 50%) q. 고기 및 뼈분 (단백질 45%) r. 가금류 고기분 s. 식사부산물 가금류 t. 유채 또는 카놀라 밀 u. 해바라기 씨 밀 v. DDGS 밀 a. 옥수수 단백질 또는 옥수수 글루텐	〈제품 등록에 필요한 문서〉 1. 동물 사료류 (육분, 육분 지방 추출, 육골분 (단백질 50%), 육류 및 뼈분 (단백질 45%), 가금육분, 가금육 부산물분제외): a. 일반 수입 허가증 사본; b. 제품 라벨 샘플; c. 제품 샘플 (500g); d. 실험실 분석 및 방법론 증명서; e. 기존 브랜드 이름의 경우 상표 이름 및 제품 유형, 제조업체 이름 및 제조 사업장 주소를 포함한 제품 정보 f. 제품 사용 테스트 보고서 및 g. 제품 유형 및 적용 정보 2. 육분, 육분 지방 추출, 육골분 (단백질 50%), 육류 및 뼈분 (단백질 45%), 가금육분, 가금육 부산물분): a. 일반 수입 허가증 사본 b. 제품 라벨 샘플 c. 수출국의 책임 있는 정부 기관에서 발급하고 태국 대사관에서 검증한 판매 증명서. 인증서에는 상표명 및 제품 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 수출 국가에서 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함 d. 수출국의 공인 정부 기관에서 발행한 건강 진단서. 인증서에는 제조 시설에 대한 정보가 포함되어야 하며, 원료가 BSE(소 해면상 뇌병증)에 의해 오염되지 않았거나 BSE가 없는지 확인해야 함 또한 인증서에는 제품 제조 과정에서 온도, 기압 및 열처리가 사용된 시간에 대한 설명이 포함되어야 함 e. 수출국의 권한 있는 정부 기관에서 발행한 원산지 증명서; f. 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 g. 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효 기간, 순증량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 a. 지정 처리 차트
1. 동물 사료군 • 사료 농축액; 및 • 사료 제품 프리믹스는 사료 첨가제와 담체의 혼합물로, 성장촉진제로 사용되는 프리믹스는 농업협동부에서 정한 사용제한 대상임 담체는 사료첨가제를 희석하거나 혼합할 목적으로 사용되는 물질로 식물, 광물, 당밀, 발효부산물, 물, 동물사료용 기름, 점토, 이산화규소, 카올린, 전분 등에서 유래할 수 있으며, 현재 포도당과 유당의 두 가지 운반체가 허용됨	1. 사료 농축액 및 사료: 2. 일반 수입 허가증 사본; 3. 제품 라벨 샘플 4. 제품 샘플(500g); 5. 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 6. 제품 사용 테스트 보고서(있는 경우) 7. 사용 시 제품에 첨가할 수 있는 사료 첨가제의 유형 및 양에 대한 정보(있는 경우) 8. 동물 사료의 제품 유형 및 용도에 대한 정보 9. 수출국의 책임 있는 정부 기관에서 발행하고 수출국의 태국 대사관에서 검증한 무료 판매 증명서. 인증서에는 상표명 및 제품 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 수출 국가에서의 무료 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함

사료 첨가제에는 비타민, 미네랄, 아미노산, 성장 촉진 물질, 방부제, 해충 방제 물질, 도체 및 제품 품질 개선에 사용되는 물질, 프로바이오틱스, 소화율 향상에 사용되는 효소, 지질, 유도체, 호르몬 또는 반호르몬 물질이 포함됨	10. 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효 기간, 순중량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 11. 외국어 라벨(있는 경우) 12. 수출국의 공인 정부 기관에서 발행한 건강 진단서 13. 제조 공정/호름도; m) 사료 배합 증명서 14. 개, 고양이용 사료인 완전사료 : 15. 일반수입허가증 사본 16. 제품 라벨 샘플 17. 제품 샘플(500g); 18. 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 19. 제품 사용 테스트 보고서(사용 가능한 경우) 20. 사용 시 제품에 첨가할 수 있는 사료 첨가제의 유형 및 양에 대한 정보(있는 경우) 21. 원산지 증명서; 22. 건강/수출 증명서; 23. 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효 기간, 순중량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 24. 제조 공정/호름도; 25. 사료 배합 증명서; 및 26. 수출국의 책임 있는 정부 기관에서 발행하고 태국 왕실 대사관에서 검증한 무료 판매 증명서. 인증서에는 상표명 및 제품 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 수출 국가에서 무료 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함 27. 프리믹스의 경우: 28. 일반 수입 허가증 사본; 29. 제품 라벨 샘플; 30. 사료 배합 31. 증명서 수출국의 책임 있는 정부 기관에서 발행하고 태국 대사관에서 검증한 무료 판매 증명서. 인증서에는 상표, 제품 이름 및 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 수출 국가에서의 무료 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함 32. 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 33. 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효 기간, 순중량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 34. 제품 샘플(500g); 35. 제조 공정/호름도; 36. 외국어 라벨(있는 경우)
1. 유제품 • 전유 분말, 사료 등급; • 탈지 분유, 사료 등급; • 저지방 탈지 분유, 사료 등급; • 변성 탈지 분유, 사료 등급; • 유청 분말, 사료 등급; • 우유 대용품, 사료 등급; • 변성 유청 분말, 사료 등급; 및 • 가공 유청 분말, 사료 등급	• 일반 수입 허가증 사본; • 제품 라벨 샘플 • 포장 사진(모든 크기); • 제품 샘플(500g); • 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 • 수출국의 담당 정부 기관에서 발행하고 태국 왕실 대사관에서 검증한 무료 판매 증명서. 인증서에는 상표명 및 제품 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 수출 국가에서의 무료 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함 • 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효

	기간, 순중량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 • 제품이 소 해면상뇌증(BSE) 및 구제역(FMD)이 없음을 증명하는 수출국의 책임 있는 정부 기관에서 발행한 건강 증명서; 및 • 외국어 라벨(있는 경우).
1. 사료보충제 사료보충제는 동물의 영양적 가치를 향상시키기 위해 사용되는 혼합 물질 또는 사료 첨가제로 정의되며, 직접 섭취하거나 다른 사료와 희석 또는 혼합하여 동물에게 공급함 • 단백질 보충제 • 미네랄 보충제 • 비타민 보충제 • 지방 보충제	• 일반 수입 허가증 사본; • 제품 라벨 샘플 • 사료 배합 증명서; • 수출국의 담당 정부 기관에서 발행하고 태국 왕실 대사관에서 검증한 무료 판매 증명서. 인증서에는 상표명 및 제품 유형, 제조업체 이름, 제조 사업장 주소 및 제품의 안전을 보장하는 수출 국가에서의 무료 판매에 관한 설명을 포함한 제품 정보가 포함되어야 함 • 화학적 속성, 박테리아 수, 곰팡이 수 및 살모넬라 균을 지정하고 분석 방법을 자세히 설명하는 분석 인증서 • 이름, 유형 및 제품 특성, 목적, 적용할 동물의 유형, 사용 지침, 화학적 및 미생물학적 특성, 제품 유효 기간, 순중량, 포장 및 제조업체 주소를 지정하는 제품 정보. 문서는 제조업체가 보증할 수 있음 • 제품 샘플(500g); • 제조 공정/흐름도; 및 • 외국어 라벨(있는 경우).
1. 약용 사료 • 혼합 동물 사료(완전한 형태) 및 약과 혼합된 사료 농축액; 및 • 약과 혼합된 Premix 사료.	중요 참고 사항: 이 범주에 속하는 제품은 수입이 금지되며, 이러한 제품의 사용은 허가된 수의사의 감독 하에 있는 농장 및 농장 표준화 규정에 명시된 지정된 사람으로 제한됨

○ 수출국의 공장/ 시설 실사

- 축산국은 현재 심각한 질병 오염 가능성이 있는 것으로 간주되는 제품 (예, BSE 및 살모넬라)에 대해 수출국에 위치한 공장/시설 실사를 요구하며, 여기에 대한 명확한 기준이 없지만 현재 목록에는 모든 동물성 제품 (즉 육류, 골분 및 내장에서 파생된 제품), 계란 제품 및 유제품이 포함되며, 수입업자/수출업자는 심사 중 발생하는 모든 비용에 대한 책임이 있음

○ 수입 절차

- 일반 수입 허가 요건을 충족하고 제품 등록 (필요한 경우) 및 공장 실사 (필요한 경우)를 완료한 후 수입자는 동물 사료 제품을 수입할 수 있음

○ 제품 품질 기준

- 국내 생산 및 수입에 관계없이, 동물사료 제품을 활용할 수 있기 위해서는 축산국에서 규정 한 기본 품질 기준을 준수해야 함

☐ 태국 동물사료 수입 절차에 관한 새로운 규정

- 2019년 1월 25일 태국 축산국은 “동물 및 동물 제품에서 파생된 동물 사료 수입 절차” 라는 공식 규정을 승인했으며, 이 규정은 동물 및 동물 가공품으로 만들어진 사료의 수입에 적용됨
- 태국은 2018년 1월 18일에 세계 무역 기구(WTO)에 동물 및 동물 제품에서 파생된 동물 사료 수입 절차에 관한 규정 초안을 통보했던 바 있음 (G/SPS/N/THA/244)

- 2019년 1월 25일, 태국의 축산국은 수입 정책을 지시하는 공식 규정인 “동물 및 동물 제품에서 파생된 동물 사료 수입 절차”를 공식적으로 승인하고 즉시 적용이 시작되었으며, 업데이트된 절차의 요약은 아래와 같음

 - 1) 수출국의 관할 당국(국립 수의 담당기관)은 동물 및 동물 제품에서 파생된 동물 사료 수입을 위해 시장 진입을 요청하는 공식 서한을 축산국 사무총장에게 보내야 함
 - 2) 심의 요청은 동물 및 동물 제품의 시장 진입 위원회에서 심의됨
 - 3) 위원회의 심의 후 축산국은 동물 건강 및 공중 보건 관리, 사료 품질 관리 평가를 위한 질의서를 수출국의 관할 당국에 보냄
 - 4) 수출국의 관할 당국은 답변서를 작성하여 식품 안전 및 위해 평가 위원회의 추가 검토를 위해 축산국에 회신함
 - 5) 수출국 주무관청에서 사전 현장질의를 완료한 후, 축산국 실사팀이 현장점검을 실시함
 - 6) 현장 실사 임무가 끝나면 축산국 실사팀은 평가를 위해 식품 안전 및 축산물 위험 평가 위원회에 감사 보고서를 제출함
 - 7) 평가 결과가 규정을 만족하면 축산국은 동물 건강 요건을 수출국의 관할 당국에 송부함
 - 8) 수출국의 관할 당국은 태국의 수입 요건에 따라 축산국의 승인을 받기 위해 건강 증명서 초안을 보냄
 - 9) 태국의 축산국은 승인된 시설 및 수의학적 건강 증명서의 적격 모델 목록을 관련 동물 검역소, 수출국의 국립 수의국 및 일반 대중에게 공시하며, 수입자는 별도로 통제되는 범주에 해당하는 모든 제품을 등록하고 축산국에 수입 허가 요청을 제출해야 함

 - 위의 절차는 처음으로 태국 시장에 진입하는 모든 제품에 적용되며, 수출 국가가 생산 시스템 감사 방식을 요청하는 경우 시장에 이미 출시된 제품에도 적용됨
 - 축산국은 수출국이 개별 시설 감사 방식에 동의하는 경우, 이미 태국 시장에 진출한 제품에 대해서는 완화된 수입 절차를 적용함

표기 규정

○ 레이블에 표기해야 하는 일반 사항

- 상업적으로 사용하는 동물사료의 명칭
- 특별히 관리되는 동물사료의 등록번호
- 제조사, 제조국, 수입국, 수입업체 이름
- 순 중량 또는 순 부피
- 주요 원료

- 화학적 품질
- 제조일자
- 이용방법

○ 동물 사료 등의 화학적 품질 표기

- 동물 사료 등의 품질을 입증하기 위해 제조사는 제품 라벨에 다음과 같은 정보를 표기해야 함
 - 1) 등록되었거나 제품 표준에 부합하는 동물 사료의 화학적 품질 목록이 아래와 같이 있어야 함;
 - 최소 단백질 함유율
 - 최소 지방의 함유율
 - 최대 섬유 함유율
 - 최대 수분 함유율
 - 2) 재(ash)가 레이블에 기재된 경우, 포함된 재의 가장 높은 비율을 명시해야 함
 - 3) 다른 동물 사료의 화학적 품질이 자발적 표기로 지정된 경우, 에너지 밸류 표시 등 분석 결과도 함께 표시해야 함

□ 기타 수입 관련 주의사항 및 이슈

○ 원산지 규정에 관한 코로나19 대응 조치

- 예외적인 상황에서 태국 세관은 특혜 관세 대상 물품의 통관을 위해, 자유 무역 협정(FTA)에 따라 수입자가 원산지 증명서 원본을 제출하도록 요구하는 조치를 시행함
- 원산지 증명서 원본이 발급 기관에서 발급되었지만 태국으로 보낼 수 없는 상황에 대해 세관 신고서가 발급되었으며, 수입자는 원산지 증명서 원본을 물품 통관 후 30일 이내에 세관 직원에게 제출한다는 조건 하에 특혜 관세를 청구하기 위해 원산지 증명서의 스캔 사본을 제시할 수 있음. 다만, 요청에 따라 30일의 연장기간을 부여할 수 있으며, 이 특별 조치는 2021년 9월 30일까지 유효하고 여기에는 고시 대상이 되는 13개 FTA 목록이 포함됨

4. 한국산 펫푸드 태국 수출 확대방안

가. 한국산 펫푸드 수입 현황

□ 한국산 펫푸드 수입 현황

- 펫푸드는 HS 코드 대분류 2309 동물 사료용 조제품 하위의 2309.10 분류의 소매용으로 한정된 반려견, 반려묘 사료가 주를 이룸
- 그 하위 항목으로는 2309.10.10 육류 함유, 2309.10.90 기타 및 2309.10.10.001 밀봉된 생선류 등이 있으며, 세부 품목 분류 및 품명과 내역은 ICT 센터 및 태국 관세청의 것을 기준으로 함

〈펫푸드 관련 HS 코드 분류〉

HS 코드 구분	품명
2309	동물 사료용 조제품
- 2309.10	- 개나 고양이의 사료, 소매용 한정
-- 2309.10.10	-- 육류 함유
-- 2309.10.90	-- 기타
--- 2309.10.10.001	--- 밀봉된 생선류

출처: 태국 관세청

- 태국 펫푸드 수입물량은 완만히 증가하고 있으나 수입 금액 기준으로는 2018년 약 6천만 달러 규모에서 2020년에는 5400만 달러로 줄어들었음.

〈태국의 펫푸드 수입 현황〉

	2018		2019		2020	
구분	수입량 (톤)	금액 (USD)	수입량 (톤)	금액 (USD)	수입량 (톤)	금액 (USD)
수입 전체	18,495	59,592,785	18,951	55,050,467	20,372	54,235,641

출처: ICT 센터 및 태국 관세청

□ 한국산 소매용 반려견, 반려묘 가공품 제품 수입 현황

- HS 코드 2309.10 중분류에 속하는 소매용으로 한정된 반려견, 반려묘 사료 제품류 수입 중 한국산 펫푸드는 HS23091010 육류가 포함된 제품이 대부분을 차지하고 있으며, HS23091090 기타 제품과 HS23091010001 밀봉된 생선 제품은 거의 없음
- HS23091010 육류가 포함된 한국산 펫푸드 제품의 대태국 수출은 2018년 0%에서 2020년 총수입량의 28.7%, 총수입액의 31.9%를 차지하여 태국의 펫푸드 수입국 1위로 올라섬

〈태국의 한국산 펫푸드 수입 현황〉

			2018		2019		2020	
	구분		수입량 (톤)	금액 (USD)	수입량 (톤)	금액 (USD)	수입량 (톤)	금액 (USD)
230910	2309	총수입	17,197	38,795,103	18,089	42,788,101	20,064	51,001,991
	1010	한국산	0	591	955	3,562,677	5,853	17,308,377
	2309	총수입	927	14,471,946	465	7,042,778	257	2,858,373

	1090	한국산	0	0	0	0	0	110
	2309	총수입	62	147,737	115	446,822	11	94,136
	1010001	한국산	0	77	0	0	0	0
		총수입	18,495	59,592,785	18,951	55,050,467	20,372	54,235,641
		한국산	0.2	591	955	3,562,677	5,853	17,308,489
		한국산 비중%	0%	0%	5.04%	6.5%	28.7%	31.9%

출처: ICT 센터 및 태국 관세청

나. SWOT 분석

☐ 강점 (Strength)

- 태국은 ASEAN 지역에서 인도네시아 다음으로 큰 경제규모와 1인당 GDP 19,169달러로 반려동물 키울 수 있는 경제적 여력을 가진 중산층이 많음
- 태국과 한국은 ASEAN-KOREA 자유 무역 협정을 맺고 있어 통관이 용이하고 관세가 면제되거나 할인됨
- 반려동물을 키우고 싶어 하는 도시거주자들의 인구가 50%가 넘었으며 펫푸드 정보를 공유하는 소셜미디어 이용자가 늘고 있으며 스마트폰 보급률이 높음

☐ 약점 (Weakness)

- 펫푸드 제품을 등록하고 해당사항이 있는 경우, 펫푸드 제품의 수입 허가를 받기위해 태국 축산국의 한국 제조시설 실사까지 받아야 하는 등 법적 절차가 복잡하고 시간도 오래 걸림
- 펫푸드 규제기준이 복잡하며 관련규제 사항이 불투명하여 펫푸드 전문 대기업이 아닌 중소기업체로서는 태국시장 진출이 쉽지 않음
- 태국 자체가 세계 4위의 펫푸드 수출국일 만큼 국내 생산이 매우 활성화되어있어 중저가 시장 수요를 충족하고 있으며 이미 진입해 있는 글로벌 기업들이 프리미엄 시장도 선점하고 있음

☐ 기회 (Opportunity)

- 도시화, 고령화, 핵가족화가 진행 되면서 반려동물을 소유하는 가정이 늘고 있음
- 반려동물의 ‘의인화’에 따라 반려동물을 대하는 태도가 ‘소유’ 개념에서 ‘양육이나 가족’ 개념으로 바뀌면서 반려동물을 위해 기꺼이 비용을 지불하려고 함
- 생활환경의 도시화로 키우기 쉬운 반려묘 개체수가 빠르게 늘어나고 있어 반려묘 펫푸드 시장의 성장이 예상됨

- 소형 파충류와 같은 이국적 반려동물 소유가 증가하여 틈새시장의 기회가 생김
- 한국이 로얄캐닌코리아의 태국 수출로 태국의 펫푸드 수입국가 1위로 올라서면서 한국의 펫푸드에 대한 국가브랜드 인지도 상승이 예상됨

☐ 위협 (Threat)

- 대규모의 자본을 바탕으로 태국 현지에 생산기지와 유통 네트워크를 가진 다국적 기업의 경쟁이 치열함
- 태국은 펫푸드 제품의 세계 4위의 수출국으로 로컬 업체들도 국제 기준을 충족하는 프리미엄 제품 시장으로 제품라인업을 확장하고 있어 수입브랜드의 위상에 위협이 될 수 있음
- 수입 제품은 높은 가격으로 인해 특정 시장에만 제한적으로 판매됨. 코로나19 등으로 경제가 침체되면 경기에 영향을 받는 반려동물 소유자는 가격에 민감해지고 저렴한 브랜드로 전환할 수 있음

다. 수출 확대방안

☐ 제품 (Product)

- 펫푸드 제품은 크게 반려견과 반려묘로 나뉘고 다시 습식과 건식 그리고 반려동물의 연령, 영양성분, 가격대 별로 나뉨. 태국은 손꼽히는 펫푸드 생산국으로 다수의 글로벌 기업들이 이미 진출하여 생산시설을 가지고 있으며 태국에서 생산된 펫푸드는 내수시장을 넘어 많은 양이 해외로 수출되고 있음. 태국은 세계에서 4번째로 펫푸드 수출을 많이 하는 국가로 글로벌 기업뿐만 아니라 태국의 펫푸드 관련 로컬 대기업이 내수의 한정된 시장을 놓고 각축전을 벌이고 있음
- 태국은 세계 굴지의 펫푸드 수출국가 답게 수입하는 펫푸드 금액이 크지 않아 내수 시장의 5%에 불과함. 그러나 2020년 한국이 태국의 수입 펫푸드 시장의 32%를 점유하여 미국을 제치고 수입국가 1위로 올라서게 되어 태국이 중요한 수출 국가로 부상함. 한국의 로얄캐닌코리아에서 생산된 로얄캐닌 브랜드 제품들이 태국 수입 펫푸드 시장에 성공적으로 진출했다는 사실은 같은 동종업계 제조업체들에게는 고무적인 일임
- 저가에서 고가까지 모든 제품이 생산되는 태국에서 제품별 특징과 향후 전망을 모색해 보기 위해서는 현재 태국 펫푸드 시장의 발전 단계를 살펴볼 필요가 있음. 태국은 펫푸드 시장이 성숙하여 큰 변화가 없는 선진국과 달리 이제 펫소유 붐이 한창으로 5~10%씩 매년 시장규모가 늘고 있는 역동적인 시장임. 태국의 역동적인 펫푸드 시장의 키워드는 지속적 성장, 프리미엄 제품군의 안착, 전문점의 확대, 반려묘의 증가, 온라인 채널의 확장성임. 제조업체들은 신제품 개발을 통해 시장의 요구사항에 적극적으로 대응하고 있음
- 제품군에 있어서 가장 각광받는 화두는 고급화와 전문화임. 지난 몇 년간 제품군별 판매비율을

살펴보면 저가의 저품질 제품군 비율이 줄어드는 반면 증가와 고가 제품군의 시장 점유율이 늘어나는 추세를 보이고 있음. 반려동물 소유주들의 반려동물 ‘의인화’에 따라 ‘소유’에서 ‘양육’으로의 개념 변화는 펫푸드를 단순히 반려동물의 배를 채우는 차원을 넘어, 건강, 탈모, 영양, 변의 냄새까지 챙기는 시대가 되었음

- 유기농 및 천연 성분을 함유하여 건강과 웰빙을 모토로 저자극성, 그레이н 프리, 탈모 해결, 기력 강화 및 더 건강한 삶을 제공하는 프리미엄 제품으로 포지셔닝하는 브랜드가 많아지고 있음. 수입제품은 가격대에서 태국의 로컬 브랜드와 경쟁이 어렵기 때문에 프리미엄 제품군에 특화되는 경향이 있음. 많은 수입제품들이 프리미엄 제품을 표방하기 때문에 프리미엄 제품 군 중에서도 고객에게 어필할 수 있는 특징 있는 제품 개발이 필요함. 예를 들어 Vitalife는 오메가-3, 비타민 A 및 비타민 E를 추가하여 피부와 털 상태를 개선하고, 화학성분 무첨가, 그레이н 프리 및 고영양분 함유와 같은 몇 가지 주목할 만한 특징을 포함하는 천연 닭고기 제품 개발에 집중하고 있음
- 태국의 반려묘의 개체수 증가가 심상치 않음. 도심화가 이루어지고 작은 생활 공간에서 바쁘게 살아가는 현대인에게 손이 덜 가는 반려묘의 인기가 높아지고 있음. 반려견 펫푸드뿐만 아니라 반려묘를 위한 펫푸드 제품에 관심을 가질 필요가 있음. 특히 반려견에 비해 식사량이 적은 반려묘를 생각해 주인들은 양보다는 질에 더 많은 관심을 기울일 가능성이 높음
- 펫푸드의 프리미엄화 뿐만 아니라 전문화도 일어나고 있음. 새끼 고양이, 성묘, 노묘 등 연령에 따른 분류뿐만 아니라 임신여부, 털의 길이(단모종/장모종), 고양이의 생활환경(야외/실내), 중성화 수술 여부 등 반려동물의 상황에 맞춘 제품들이 나와 있음. 이밖에도 구강 관리, 과민성 소화, 저칼로리, 헤어볼조절 및 수의사가 권장하는 식단 등으로 특화된 제품들이 출시되고 있음. Royal Canin(태국), Hill's Pet Nutrition 등 펫푸드 선두기업들은 페르시안, 샴, 브리티시 쇼트헤어, 메인쿤 등 특정한 품종에 맞춘 제품들까지 선보이고 있음. 이렇게 전문화된 제품들도 저가에서 프리미엄에 이르기까지 다양한 가격대에 팔리고 있음
- 최근의 신제품 기획 동향을 보면 반려동물의 건강에 민감한 소유주들을 타겟으로 건강, 성분, 연령 모두를 만족시키는 제품도 출시되고 있음. 프리미엄 건식 반려견 펫푸드의 선두 주자인 Royal Canin은 반려견의 모든 유형과 연령에 따른 건강관리용 식품 라인을 확장한바 있음

유통경로 (Place)

- 펫푸드가 판매되는 유통경로는 ①하이퍼마켓 ②슈퍼마켓 ③전통시장 ④반려동물 용품점 ⑤동물병원 ⑥온라인 채널이 있으며 전체적으로 큰 변화가 없는 가운데 온라인 채널이 활성화되고 있음
- 온라인 채널을 통한 구매가 늘어나는 이유로는 ①인터넷과 모바일 환경의 고도화 ②온라인 종합 플랫폼의 확장 ③결제 및 배송 시스템 확대 ④제품 및 리뷰 검색 가능 ⑤코로나로 인한 오프라인 쇼핑물 접근 제한 등을 들 수 있음. 2020~2021년 코로나19로 인해 오프라인 쇼핑물을

이용한 구매에 제약이 생기자 온라인 채널의 편리함을 경험한 다수의 구매자들이 펜데믹이 끝나더라도 지속적으로 온라인 채널을 이용할 가능성이 커짐

- 오프라인에서 온라인으로의 소비자의 쇼핑 행동 변화는 소규모 프리미엄 제품을 판매하는 기업들에게 영향을 주고 있음. Avoderm, Wild Sea Catch, Earthborn 과 같은 소규모 프리미엄 특화 브랜드는 오프라인 매장 보다는 온라인에서 주로 유통됨. 온라인 채널을 통한 구매비율이 지속적으로 증가할 것으로 예상됨에 따라 소규모 프리미엄 특화 브랜드의 현재 시장 점유율이 낮더라도 향후 지속적으로 올라갈 가능성이 있음

□ 판매촉진 (Promotion)

- 반려동물과 인간과의 유대감이 높아짐에 따라 감성 마케팅이 점점 더 중요해 지고 있음. 제조업체들도 고객과 소통을 통해 친근한 브랜드 이미지를 구축해 경쟁사와 차별화된 세일즈 포인트를 찾아 나서고 있음. 예를 들어, 모 업체는 반려견을 돌보는 주인의 사진을 기업 온라인에 게시함으로써 자신의 브랜드가 주인과 반려견을 행복하게 해 주고 있음을 보여줌
- Charoen Pokphand Foods의 Jerhigh와 같은 업체는 많은 태국인들이 중요하게 생각하는 유기견 보호소와 유기동물 복지에 판매 금액의 일정부분을 기부하여 반려견을 케어하는 브랜드 이미지 구축에 힘쓰고 있음
- 소셜미디어와 인플루언서를 통한 마케팅이 좋은 효과를 보고 있음. 소셜미디어에 반려묘를 보여주거나 유튜브에 펫푸드 리뷰를 통해 특정 브랜드를 홍보하기도 함

□ 가격 (Price)

- 반려견과 반려묘 모두 저가, 중가, 고가 제품들이 있음. 반려묘에 있어서 저가 제품들은 시장 점유율과 확장성 모두 매우 낮음. 따라서 반려묘 펫푸드는 중가와 고가를 지향하는 것이 바람직함. 반려견은 반려묘에 비해서 저가제품 시장비율이 고가시장의 크기가 비슷할 정도로 저가 시장도 중요한 제품군의 하나임
- 한국에서 제조된 Royal Canin 제품을 비롯해 대부분의 수입제품은 고가를 지향하고 있음. 태국의 로컬 제조업체와 가격 경쟁을 하기 어렵기 때문에 태국으로 수출하는 펫푸드는 중가 이상 고가시장을 타겟으로 하는 것이 바람직 함

[부록] 주요 제품

반려견 펫푸드 주요 제품

○ 가격에 따른 건식 반려견 펫푸드 제품

- 저가 건식 : A Pro (온라인)
- 중가 건식 : Dog n Joy (온라인), SmartHeart (온라인)
- 프리미엄 건식 : Supercoat (온라인), Taste of the Wild, Pinnacle, Orijen (스텝 추천), Hill's Science Dite (온라인)

제품1		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	A Pro adult dog food grilled beef flavor
	제조사	Perfect Companion Group Co Ltd
	원산지	태국
	유통사	Perfect Companion Group Co Ltd
	수입사	-
	제품 특징	Popular product
	가격 (THB)	980-1090
	무게(kg)	20 Kg
	포장	플라스틱
	제품 특징	필수 영양소 함유 건강한 소화를 위한 균형있는 섬유질 포함 건강한 시력을 위한 비타민 A 포함 강한 뼈와 치아를 위한 비타민 D, 칼슘 및 인 포함
	웹사이트	https://pcgshoponline.com/en/

제품 2

사진	제품 사진			
제품 사양	제품명	Dog n' Joy Adult		
	제조사	Pet Focus Co Ltd		
	원산지	태국		
	유통사	Pet Focus Co Ltd		
	수입사	-		
	제품 특징	채식주의자용		
	가격 (THB)	129 229 950		
	무게(kg)	1.5 3 20		
	포장	플라스틱		
	원료	옥수수쌀, 전지방대두, 옥수수글루텐식, 대두육, 밀기울		
	스토어	Thonglor Pet Shop		

제품 3

사진	제품 사진			
제품 사양	제품명	SmartHeart Gold Fit & Firm adult small breed		
	제조사	Perfect Companion Co Ltd		
	원산지	태국		
	유통사	Perfect Companion Co Ltd		
	수입사	-		
	제품 특징	인기가 높음		
	가격 (THB)	810-910		
	무게(kg)	10		
	포장	Plastic		
	원료	쌀, 닭고기, 닭고기 지방		
	웹사이트	https://pcgshoponline.com/en/		

제품 4

사진	제품 사진			
제품 사양	제품명	Purina Supercoat Adult small breed 1+years with chicken		
	제조사	Nestlé SA		
	원산지	스위스		
	유통사	Nestlé (Thai) Ltd		
	수입사	Nestlé (Thai) Ltd		
	제품 특징	천연제품 - 인공 색소 및 향료 무첨가		
	가격 (THB)	55 165-179 285-319 699-760		
	무게(kg)	0.4 1.5 3 8		
	포장	플라스틱		
	원료	곡물 및 야채 (옥수수, 밀, 콩, 쌀); 닭고기 (탈수 닭고기, 닭고기지방, 가수분해 닭고기); 비타민과 미네랄		
	스토어	Thonglor pet shop		

제품 5 Taste of the Wild			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Ancient Wetlands Canine Recipe with Roasted Fowl	
	제조사	Simmon Pet Foods	
	원산지	미국	
	유통사	P.UNITHAI CO LTD	
	수입사	International Pet Food	
	제품 특징	프리미엄 제품, 스텝 추천	
	가격 (THB)	429 (BOGOF)	
	무게(kg)	0.68	
	포장	플라스틱	
	원료	오리, 오리분, 계육분, 수수, 기장	
	스토어	Gourmet Market	

제품 6 Pinnacle			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Pinnacle Salmon & Pumpkin Recipe	
	제조사	Breeder' s Choice Pet Food	
	원산지	미국	
	유통사	AIMS Enterprise Co Ltd	
	수입사	AIMS Enterprise Co Ltd	
	제품 특징	프리미엄 제품, 스텝 추천	
	가격 (THB)	880	
	무게(kg)	1.8	
	포장	Plastic	
	원료	연어, 연어분, 완두콩, 완두분, 호박	
	스토어	Gourmet Market	

제품 7 Orijen

사진	제품 사진	 
제품 사양	제품명	SIX FISH adult dog
	제조사	Champion Pet Food Inc
	원산지	미국
	유통사	Yiam Panich Petfood Co Ltd
	수입사	Yiam Panich Petfood Co Ltd
	제품 특징	가금류 알레르기가 있는 개에게 적합함 진짜 생선살을 사용한 프리미엄 품질 스텝 추천
	가격 (THB)	225 1050
	무게(kg)	0.34 2
	포장	plastic
	원료	태평양정어리, 태평양고등어, 태평양대구, 가자미, 볼락
	스토어	Gourmet Market

제품 8

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Hill' s Adult Sensitive Stomach & Skin Chicken Recipe dog food
	제조사	Hill' s Pet Nutrition Inc
	원산지	미국
	유통사	Vet. Recommended Co Ltd
	수입사	Hill' s Pet Nutrition (Thailand)
	제품 특징	베스트셀러 수의사 추천 프리미엄 제품
	가격 (THB)	650 1,890 2,290
	무게(kg)	1.8 7 13.6
	포장	Plastic
	원료	닭고기, 양조용 쌀, 계분, 황색완두콩, 보리, 통수수, 계란 제품, 닭고기지방, 콩기름, 현미, 말린 비트펄프
	웹사이트	https://manoonpetshop.com

○ 가격대에 다른 습식 반려견 펫푸드 제품

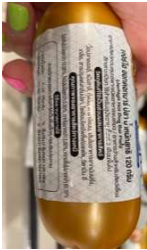
- 중가 습식 : Pedigree (오프라인), Marvo (온라인)
- 프리미엄 습식 : Cesar, Jerhigh, Hill' s Prescription (오프라인), Royal Canin (온라인)

제품 9 Pedigree			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Chicken chunks flavor in gravy	
	제조사	Mars Petcare (Thailand) Co Ltd	
	원산지	미국	
	유통사	Mars Thailand Inc.	
	수입사	-	
	제품 특징	베스트 셀러	
	가격 (THB)	23 276/12pcs 419/24pcs	
	무게(kg)	0.13	
	포장	Plastic pouch	
	원료	닭고기 부산물, 소간, 계육, 밀글루텐	
	스토어	Thonglor pet shop	

제품 10 Marvo		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Chicken & liver dog food
	제조사	Thai Union Manufacturing Co Ltd
	원산지	태국
	유통사	n.a
	수입사	-
	제품 특징	베스트 셀러
	가격 (THB)	39-45 925/24 can
	무게(kg)	0.4
	포장	캔
	원료	닭고기, 닭고기 내장
	웹사이트	https://www.feedmeplease.com/

제품 11 Cesar

사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Beef & Liver	
	제조사	Mars Petcare Australia	
	원산지	미국	
	유통사	Mars Thailand Inc	
	수입사	Mars Thailand Inc	
	제품 특징	인기제품	
	가격 (THB)	42-46	
	무게(kg)	0.1	
	포장	Tray	
	원료	육류 및 동물성 부산물 (55%, 그 중 92% 천연물, 4% 쇠고기, 4% 간 포함), 곡물, 미네랄, 식물성 부산물, 식물성 단백질 추출물	
	스토어	Pet Club	

제품 12 Jerhigh			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Jerhigh Hot Dog Bar Fish	
	제조사	International Pet Food Co Ltd	
	원산지	태국	
	유통사	International Pet Food Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	인기제품	
	가격 (THB)	35-39	
	무게(kg)	0.15	
	포장	플라스틱	
	원료	돌리피쉬, 새우, 밀가루	
	스토어	Gourmet Market	

제품 13 Hill' s Science Diet		
사진	제품 사진	 
제품 사양	제품명	Chicken & Barley Entrée adult 7+
	제조사	Hill' s Pet Nutrition Inc
	원산지	미국
	유통사	Vet. Recommended Co Ltd
	수입사	Hill' s Pet Nutrition (Thailand)
	제품 특징	스텝 추천
	가격 (THB)	85
	무게(kg)	0.37
	포장	Can
	원료	닭고기, 분쇄보리, 통옥수수분, 돼지 간, 말린 유청, 말린 비트펄프
	스토어	Thonglor Pet shop

제품 14 Royal Canin

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Royal Canin Adult Beauty
	제조사	Mars Austria OG
	원산지	프랑스
	유통사	Royal Canin (Thailand)
	수입사	Royal Canin (Thailand)
	제품 특징	타입 10 제품 (https://my-best.in.th/15259)
	가격 (THB)	75
	무게(kg)	0.195
	포장	Can
	원료	육류 및 동물성 부산물, 곡물, 식물성 부산물
	스토어	tailybuddy.com

❑ 반려묘 펫푸드 주요 제품

○ 가격대에 따른 건식 반려묘 펫푸드 제품

- 저가 건식 : A Pro (온라인)
- 중가 건식 : Dog' n Joy (오프라인), SmartHeart (온라인)
- 프리미엄 건식 : Supercoat (오프라인), Taste of the Wild, Pinnacle, Orijen (스텝 추천), Hill' s Science Diet (온라인)

제품 1 A Pro		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	A Pro I.Q. Formula Cat Food
	제조사	Perfect Companion Group Co Ltd
	원산지	태국
	유통사	Perfect Companion Group Co Ltd
	수입사	-
	제품 특징	베스트 스텝
	가격 (THB)	1135*20 packs
	무게(kg)	1
	포장	플라스틱
	원료	n.a
	웹사이트	pcgshoponline.com

제품 2 Whiskas			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Kitten ocean fish flavor	
	제조사	Mars Petcare (Thailand)	
	원산지	미국	
	유통사	Mars Thailand Inc	
	수입사	-	
	제품 특징	인기 제품	
	가격 (THB)	109	
	무게(kg)	1.1	
	포장	Plastic	
	원료	곡물(옥수수, 쌀), 가금류 및 가금류 부산물, 야자유, 대두분, 향료, 밀가루	
	스토어	Tops	

Product 3 Friskies		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Friskies cat food indoor delights
	제조사	Nestlé (Thailand) Ltd
	원산지	스위스
	유통사	Nestlé (Thailand) Ltd
	수입사	-
	제품 특징	Best seller
	가격 (THB)	105
	무게(kg)	1.1
	포장	Plastics
	원료	통곡물 (옥수수, 밀), 가금류 부산물, 옥수수 글루텐분, 대두분, 식물성유지 (대두, 야자, 해바라기씨), 어분
	웹사이트	manoonpetshop.com

제품 4 Royal Canin

사진	제품 사진	 
제품 사양	제품명	Royal Canin FHN Home Life Indoor 27
	제조사	Royal Canin Korea
	원산지	프랑스
	유통사	Royal Canin (Thailand)
	수입사	Royal Canin (Thailand)
	제품 특징	베스트셀러, 스태프 추천
	가격 (THB)	998/2pcs
	무게(kg)	2
	포장	Plastics
	원료	옥수수, 탈수 가금류 단백질, 쌀
	스토어	Pet Club

제품 5 ONE

사진	제품 사진	 
제품 사양	제품명	Purina ONE Tender Selects Blend with real salmon
	제조사	Nestlé Purina PetCare Company
	원산지	Swiss
	유통사	Nestlé (Thailand) Co Ltd
	수입사	Nestlé (Thailand) Co Ltd
	제품 특징	저가 고품질 제품 (https://meow-club.com/อาหารแมว/)
	가격 (THB)	120
	무게(kg)	0.38
	포장	Plastic
	원료	연어, 쌀가루, 옥수수 글루텐분, 연어 부산물, 혼합 토크페롤로 자연보존한 쇠고기 지방
	스토어	Thonglor pet shop

제품 6 Taste of the Wild

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Taste of the wild Canyon River Feline Formula with Trout & smoked salmon
		제조사
		원산지
		유통사
		수입사
		제품 특징
		가격 (THB)
		무게(kg)
		포장
		원료
		스토어



제품 7 Hill' s

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Science Diet Adult 1-6 chicken recipe
	제조사	Hill' s Pet Nutrition Inc
	원산지	미국
	유통사	Vet. Recommended Co Ltd
	수입사	Hill' s Pet Nutrition (Thailand)
	제품 특징	1위 제품 (https://my-best.in.th/48501) 스텝 추천
	가격 (THB)	620
	무게(kg)	2
	포장	Plastic
	원료	계육, 통밀, 옥수수 글루텐분, 닭고기 지방, 계분, 말린 비트 펄프, 현미, 닭 간 착향료
	웹사이트	feedmeplease.com

○ 가격대에 따른 습식 반려료 펫푸드 제품

- 중저가 습식 : Felix, Nekko (오프라인), Bellota, Me-O (온라인)
- 프리미엄 습식 : Sheba (오프라인), Royal Canin (온라인)

제품 8 Felix			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Tuna in jelly	
	제조사	Nestlé Purina PetCare, Australia	
	원산지	스위스	
	유통사	Nestlé (Thailand) Co Ltd	
	수입사	Nestlé (Thailand) Co Ltd	
	제품 특징	네슬레 쇼핑몰 베스트셀러 (https://shopee.co.th/nestle_official)	
	가격 (THB)	21	
	무게(kg)	0.07	
	포장	Plastic	
	원료	소내장, 닭내장, 참치, 정어리	
	스토어	Tops	

제품 9 Nekko			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Tuna in Gravy	
	제조사	Unicord Public Co Ltd	
	원산지	태국	
	유통사	Food Innova Trading and Services Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	수의사 추천 탑 10 제품 (https://my-best.in.th/48712), and other website (https://bestreview.asia/best-cat-wet-food/)	
	가격 (THB)	20	
	무게(kg)	0.07	
	포장	플라스틱 포장재	
	원료	참치, 참치 추출물	
	스토어	Thonglor pet shop	

제품 10 Bellota		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Bellotta cat food cans mackerel in jelly
	제조사	Thai Union Manufacturing Co Ltd
	원산지	태국
	유통사	Thai Union Manufacturing Co Ltd
	수입사	-
	제품 특징	베스트 셀러
	가격 (THB)	16 340/24 pcs
	무게(kg)	0.085
	포장	can
	원료	고등어, 밀글루텐
	웹사이트	manoonpetshop.com

제품 11 Me-O

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Me-O Delite cat food tuna in jelly
	제조사	Perfect Companion Group Co Ltd
	원산지	태국
	유통사	Perfect Companion Group Co Ltd
	수입사	-
	제품 특징	베스트 셀러
	가격 (THB)	240/12pcs
	무게(kg)	0.07
	포장	플라스틱 포장재
	원료	참치, 겔화제, 향미증진제, 타우린, 비타민, 미네랄
	웹사이트	pcgshoponline.com

제품 12 Sheba		
사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Sheba Deluxe Succulent Chicken Breast in Gravy
	제조사	Pataya Food Industries Limited
	원산지	미국
	유통사	Mars Thailand Inc
	수입사	-
	제품 특징	베스트 셀러 (manoonpetshop.com)
	가격 (THB)	36
	무게(kg)	0.085
	포장	can
	원료	닭가슴살, 증점제 (변성전분, 구아검)
	스토어	Gourmet Market

제품 13 Royal Canin

사진	제품 사진	
제품 사양	제품명	Sterilised in gravy
	제조사	Mars Austria
	원산지	프랑스
	유통사	Royal Canin (Thailand) Co Ltd
	수입사	Royal Canin (Thailand) Co Ltd
	제품 특징	로열캐닌 공식샵 베스트셀러
	가격 (THB)	299/1box (12 pcs)
	무게(kg)	0.085
	포장	파우치 박스 포장
	원료	육류 및 육류부산물, 곡물, 채소부산물
	웹사이트	https://shopee.co.th/royal_canin_official_shop

기타 반려동물 펫푸드 주요 제품

○ 기타 반려동물 펫푸드 시장은 틈새시장으로 남아있음

- 소형 파충류나 조류 등이 소셜 미디어를 통해 확산되며 소수의 팔로워층을 형성하고 있긴 하지만, 태국에서는 반려견과 반려묘를 제외하면 비주류에 머무르고 있음. 이런 독특한 반려동물 주인들 간의 모임이 이루어지기도 하지만 규모가 매우 작아 틈새시장에 불과한 것으로 보임

〈2017~2020년 기타 반려동물용 펫푸드 시장 점유 비중〉

(단위 : %)

브랜드 (GBO)	회사 (NBO)	2017	2018	2019	2020
Sakura	See-All Aquariums Co Ltd	28.4	30.4	30.9	31.7
Optimum	Charoen Pokphand Group	20.0	21.9	22.1	22.2
SmartHeart	Charoen Pokphand Group	12.9	13.4	12.9	12.2
Prestise	Versele-Laga NV	3.5	3.3	3.0	2.9
Nature	Versele-Laga NV	0.4	0.4	0.4	0.4
Buddy	Hunter Group Ltd	5.4	-	-	-
CP	Charoen Pokphand Group	-	-	-	-
Hunter	Hunter Group Ltd	-	-	-	-
Private label	Private Label	0.3	0.3	0.2	0.2
Others	Others	29.0	30.4	30.5	30.5
Total	Total	100.0	100.0	100.0	100.0

출처: Euromonitor International

☐ 기타 반려동물용 주요 제품의 선정

- 오프라인 상점에서 실제 있는 제품을 확인함
- 온라인에서 인기가 많거나 리뷰가 좋은 제품들을 선정함

		제품 1	제품 2
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Sakura Gold 35%	Optimum Super premium formula 3 in 1
	제조사	Thai Spring Day Co Ltd	Perfect Companion Group Co Ltd
	원산지	태국	태국
	유통사	U.LEK Trading	Perfect Companion Group Co Ltd
	수입사	-	-
	가격 (THB)	69	51
	무게(kg)	0.25	0.1
	포장	Plastic	Plastic
	원료	흰살생선분, 오징어분	어분, 밀가루, 대두분
	스토어	Tops	Tops

		제품 3	제품 4
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Rabbit Veggies & Cereals	Nature Cuni Adult Rabbit Food high-fibre mixture full of grasses, herbs and vegetables
	제조사	Perfect Companion Group Co Ltd	Versele-Laga NV
	원산지	태국	벨기에
	유통사	Perfect Companion Group Co Ltd	Pamornchai Supply Ltd Part
	수입사	-	Pamornchai Supply Ltd Part
	가격 (THB)	133	189 1,540
	무게(kg)	1	0.7 / 9
	포장	플라스틱	플라스틱
	원료	밀기울, 대두분, 옥수수, 쌀	식물성부산물 (티모시, 풀 및 허브 23%), 야채 (완두콩12.5%, 당근6.3%, 파스닙 2.6%)
	스토어/웹사이트	Tops	tailybuddy.com

		제품 5	제품 6
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Buddy Canary & Finch Food	Versele-Laga Prestige Loco Parque African Parakeet Mix-expert
	제조사	Hunter Group Ltd Part.	Versele-Laga NV
	원산지	태국	벨기에
	유통사	n.a.	Pamornchai Supply Ltd Part
	수입사	-	Pamornchai Supply Ltd Part
	제품 특징	동물병원에서 판매	베스트 셀러
	가격 (THB)	90	215
	무게(kg)	0.68	1
	포장	Hard paper	Plastic
	원료	흰기장, 붉은기장, 검은기장, 핀치기장, 카나리아열매	황기, 박피귀리, 흰기장, 카나리아 열매, 쌀
	스토어/웹사이트	Thonglor pet shop	manoonpetshop.com

		제품 7	제품 8
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Buddy Hamster & Gerbil Food	Oxbow Essentials - adult guinea pig food
	제조사	Hunter Group Ltd Part	Oxbow enterprise Inc
	원산지	태국	미국
	유통사	n.a.	n.a.
	수입사	-	n.a.
	제품 특징	동물병원에서 판매	베스트 셀러
	가격 (THB)	95	465
	무게(kg)	0.567	2.25
	포장	Plastic	Plastic
	원료	씨앗 및 곡물, 알갱이로 만든 햄스터 사료, 햄스터 분쇄 비스킷	티모시초분, 대두피, 대두분, 사탕수수 당밀
	스토어/웹사이트	Thonglor pet shop	tailybuddy.com

□ 한국산 반려동물 펫푸드 현황

- 오프라인 매장에서 선택함
- 온라인에서 구입이 가능한 제품들을 선택함

한국산 제품 1			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Natural Core Dog wet food Chicken in Jelly / Chicken with rice in jelly Chicken with imitated crab meat in jelly 7+ chicken with chicken liver 7+ chicken with beef in gravy	
	제조사	Unicord Public Co Ltd	
	원산지	한국	
	유통사	Ketawa Trading Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	슈퍼마켓에서 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	45, 395*12 cans, 740*24 cans	
	무게(kg)	0.95	
	포장	can	
	원료	닭고기, 젤리, 비타민 E / 닭고기, 쌀, 젤리, 비타민E 닭고기, 게살, 젤리, 비타민E 닭고기, 닭간, 비타민 B1, B2, E, 글루코사민	
	스토어/웹사이트	Pet Club https://ketawapet.com/collections/natural-core	

한국산 제품 2

사진	제품 사진	 	
제품 사양	제품명	Lovey Chu Special Dog Treat Lobster Chicken+Omega-3 Chicken+Prebiotics Chicken+Glucosamine Chicken+Chia Seed Pumpkin+Glycine	
	제조사	Unicord Public Co Ltd	
	원산지	한국	
	유통사	Ketawa Trading Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	슈퍼마켓과 온라인으로 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	70 (offline) 65 (online) 490*8 packs	
	무게(kg)	0.56	
	포장	Plastic pouch	
	원료	랍스터, 변성 타피오카 전분, 참치	
	웹사이트	Pet Club https://ketawapet.com/collections/natural-core	

한국산 제품 3			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Natural Core cat wet food Tuna in Jelly Tuna with imitated crab meat Chicken in jelly Tuna & Salmon in jelly 7+ Tuna & Beef	
	제조사	Unicord Public Co Ltd	
	원산지	한국	
	유통사	Ketawa Trading Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	슈퍼마켓 및 온라인에서 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	45	
	무게(kg)	0.95	
	포장	can	
	원료	참치, 젤리, 비타민 E 참치, 인조게살, 젤리, 비타민 E 치킨, 젤리 참치, 연어, 젤리, 비타민 E 참치, 쇠고기, 비타민 E	
	스토어	Gourmet Market	

한국산 제품 4

한국산 제품 4			
사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Natural Core Cat Treat Merry Chu	
	제조사	Unicord Public Co Ltd	
	원산지	한국	
	유통사	Ketawa Trading Co Ltd	
	수입사	-	
	제품 특징	온라인으로 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	65 700*12 packs	
	무게(kg)	0.56	
	포장	Plastic pouch	
	원료	n.a.	
	웹사이트	https://ketawapet.com/collections/natural-core	

한국산 제품 5

사진	제품 사진		
제품 사양	제품명	Gourmet Golden dry cat food	
	제조사	Dream Pet Foods Korea	
	원산지	한국	
	유통사	Little Bonito Co Ltd	
	수입사	n.a.	
	제품 특징	온라인으로 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	240 1,090	
	무게(kg)	1.5 8	
	포장	Plastic	
	원료	옥수수, 대두박, 옥수수 글루텐, 가금류 부산물, 쌀	
	웹사이트	Little Bonito Online shop https://www.lazada.co.th/shop/little-bonito/	

한국산 제품 6

사진	제품 사진	 	
제품 사양	제품명	Bonito super premium lunch Katsuobushi flavor Original Tuna flavor Chicken Sashimi flavor	
	제조사	Dream Pet Foods Korea	
	원산지	한국	
	유통사	Little Bonito Co Ltd	
	수입사	n.a.	
	제품 특징	온라인에서 판매하는 한국산 제품	
	가격 (THB)	35 99*3 packs 179*6packs 350*12 packs 650*24 packs	
	무게(kg)	0.02	
	포장	Plastic	
	원료	n.a.	
	웹사이트	Little Bonito Online shop https://www.lazada.co.th/shop/little-bonito/	