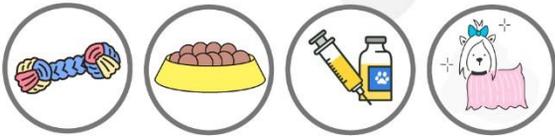




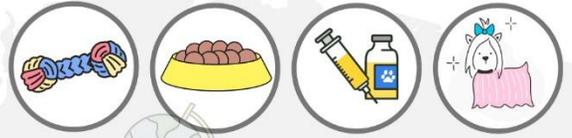
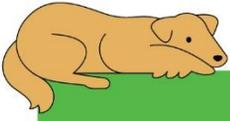
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-11
품목 : 펫푸드(반려묘 습식사료)
HS CODE : 2309.10
국가 : 멕시코(Mexico)





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약 04

II. 시장규모

1. 멕시코 반려동물 식품 시장규모 06

2. 멕시코 반려묘 습식사료 시장규모 07

3. 멕시코 HS CODE 2309.10 제품 수입규모 08

4. 멕시코 반려가구 유형 09

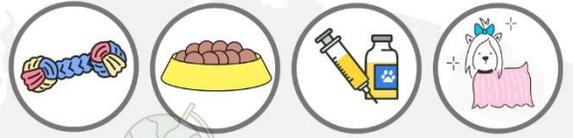
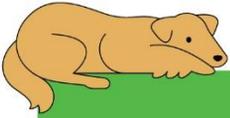
III. 시장트렌드

※ 멕시코 반려묘 사료 소비 제품 특징 분석 프로세스 11

1. 멕시코 반려묘 습식사료 브랜드 1위 : 'Fancy Feast' 12

2. 멕시코 반려묘 습식사료 맛 키워드 1위 : '닭고기' 13

3. 멕시코 반려묘 습식사료 효능 키워드 1위 : '치아 건강' 14



CONTENTS



IV. 유통채널

※ 멕시코 반려동물 식품 유통채널 점유율	16
1. 온라인 쇼핑몰	17
2. 반려동물 전문 용품점	21
3. 하이퍼마켓/슈퍼마켓	23



V. 진입장벽

※ 멕시코 반려동물 사료 법제도 및 규제현황	26
1. 멕시코 반려동물 사료 등록 제도	28
2. 멕시코 반려동물 사료 제품 규격	29
3. 멕시코 반려동물 사료 제품 라벨링	30
4. 멕시코 반려동물 사료 공장 등록	31
5. 멕시코 반려동물 사료 품질 인증	32



VI. 전문가 인터뷰

1. 카사 레이(Casa Ley)	35
2. 소리아나(Soriana)	38
3. 체드라위(Chedraui)	41



(*) 참고문헌

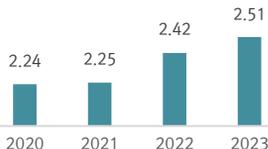


SUMMARY (멕시코 반려묘 습식사료 시장분석)

시장 현황

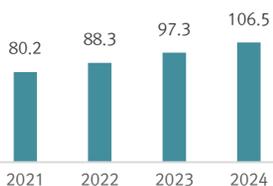
반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



반려묘 습식사료시장규모

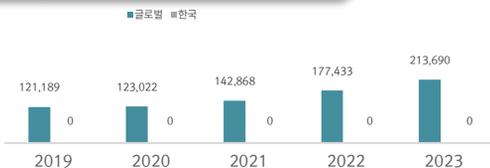
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모

단위 : 천 달러



시장 트렌드

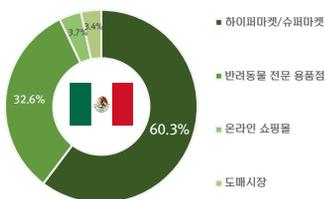
빅데이터 분석



* 멕시코 아마존 반려묘 습식사료 100건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본관세율 10%

사전 준비
농식품위생품질청(SENASICA) 제품 등록,
생산 공장 등록을 통한
동물 사료 생산 자격 증명서 취득

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
원산지, 제품명, 제품 등록 번호,
제조업체 및 수입업체 이름,
영양성분의 권장 섭취 용량,
제품의 취급 및 보관 방법,
급여방법 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상



Point

- (고품질 습식사료) 점차 품질 좋은 습식사료의 수요가 높아지는 추세
- (유통채널) 멕시코 소비자들은 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 반려동물 전문 용품점 선호
- (홍보 방법) 매장내 광고와 디지털 마케팅의 조합으로 멕시코 현지 시장 내 성공적으로 진입 가능





시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

II. 시장규모

1. 멕시코 반려동물 식품 시장규모
2. 멕시코 반려묘 습식사료 시장규모
3. 멕시코 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 멕시코 반려가구 유형



시장규모

1. 멕시코 반려동물 식품 시장규모

반려동물 식품
1인당 소비규모 (2023)

멕시코	19.51 달러
한국	21.65 달러

출처 : Statista

■ 멕시코 반려동물 식품 시장규모, 2023년 기준 25억 1천만 달러¹⁾²⁾

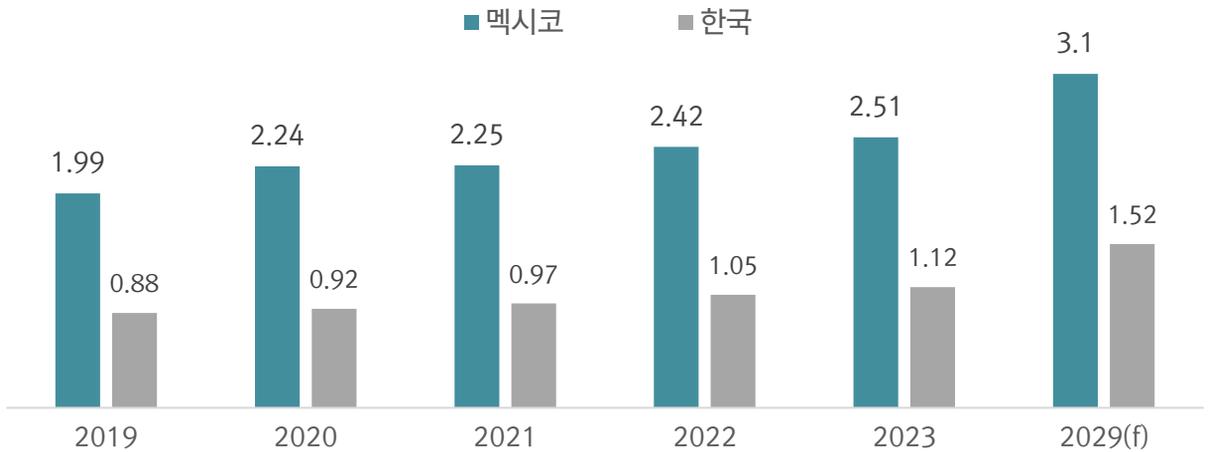
2023년 기준 멕시코 시장 규모는 25억 1천만 달러를 기록하였으며, 이는 한국 시장 규모인 11억 2천만 달러보다 두 배 이상 큰 수치임. 멕시코 시장은 2023년부터 2029년까지 연평균 3.58% 성장할 것으로 예상됨

■ 멕시코 반려동물 식품 시장, 안정적 성장과 견고한 소비 기반으로 지속 성장 전망

멕시코는 안정적인 경제 성장과 도시화로 인해 시장의 견고한 소비 기반을 유지하고 있음. 특히 중산층의 증가와 반려동물 관련 제품에 대한 수요가 꾸준히 확대되고 있는 것이 주요 요인임. 현지 시장에서는 품질 대비 가성비가 높은 제품에 대한 선호도가 강하며, 이에 따라 글로벌 및 현지 기업들이 경쟁적으로 다양한 제품군을 선보이고 있음. 이러한 환경은 멕시코 시장이 지속적인 성장을 이어가는 데 중요한 역할을 할 것으로 보임

멕시코 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	2029(f)	CAGR ³⁾ (23-29)
멕시코	1.99	2.24	2.25	2.42	2.51	3.1	3.58%
한국	0.88	0.92	0.97	1.05	1.12	1.52	5.22%

출처 : Statista

1) 스탯ISTA에 따르면 반려동물 식품 시장은 반려견, 반려묘를 포함한 가축의 영양 요구 사항을 충족하기 위해 특별히 만들어진 사료와 설치류 및 파충류와 같은 덜 흔한 가정용 반려동물을 위한 사료 제품을 포함함. 또한, 동물의 건강과 웰빙에 필수적인 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소가 종종 반려동물 사료에 포함됨
 2) 조사제품 '반려동물 습식사료'는 반려견, 반려묘에게 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소 중 하나임. 고객사 제품 유형을 기준으로 '반려동물 습식사료'의 상위 항목인 '반려동물 식품'의 시장규모를 조사함
 3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 멕시코 반려묘 습식사료 시장규모

- 멕시코 반려묘 습식사료 시장규모, 2023년 기준 9,730만 달러

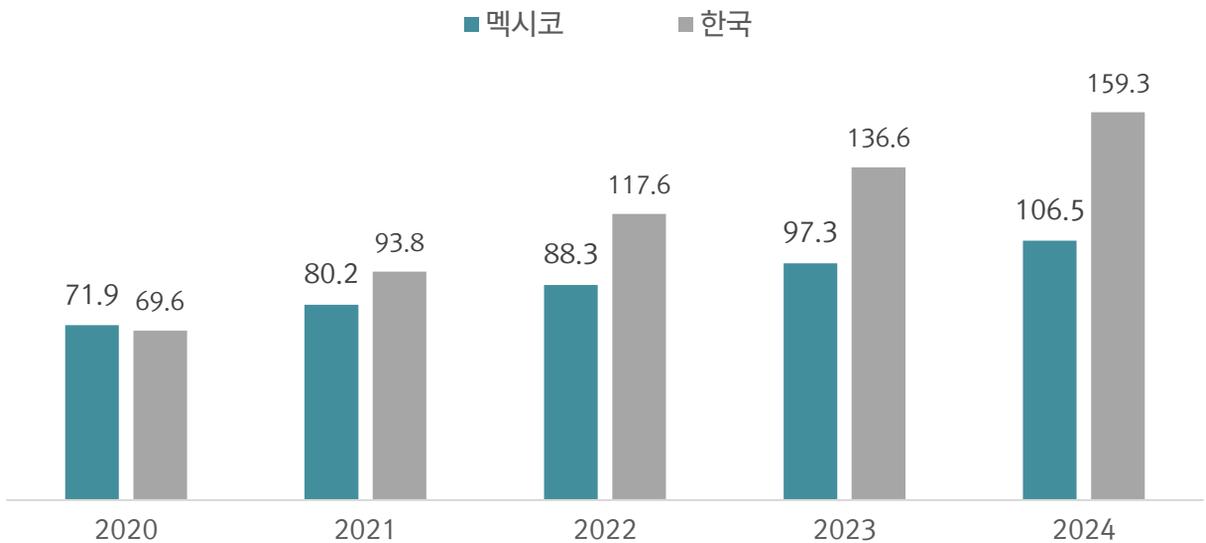
2023년 멕시코 반려묘 습식사료 시장규모는 9,730만 달러로, 2024년까지 연평균 성장률(CAGR) 9.46%를 기록하며 1억 650만 달러에 이를 것으로 예상됨

- 멕시코 반려묘 습식사료 시장, 2024년까지 지속 성장 예상

멕시코 반려묘 습식사료 시장은 반려동물 양육 가구의 증가, 소비자들의 프리미엄 제품 선호, 그리고 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 습식사료에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 특히, 다양한 맛과 성분을 갖춘 신제품의 출시가 소비자 선택의 폭을 넓히며 시장 성장을 촉진하고 있음. 이러한 트렌드는 앞으로도 지속될 것으로 예상되며, 프리미엄 및 기능성 사료 제품이 시장을 주도할 가능성이 높음

멕시코 반려묘 습식사료 시장규모

단위 : 백만 달러



국가	2020	2021	2022	2023	2024	CAGR ⁴⁾ (20-24)
멕시코	71.9	80.2	88.3	97.3	106.5	9.46%
한국	69.6	93.8	117.6	136.6	159.3	16.62%

출처 : Euromonitor International

4) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

3. 멕시코 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

반려동물습식사료 HS-CODE⁵⁾

2309.10

반려견이나 반려묘용 식품
(소매용으로 한정한다)

단위 : 천 달러

멕시코 HS CODE 2309.10
국가별 수입규모(2023년)

① 미국	209,048
② 프랑스	4,538
③ 스페인	104
(-) 한국	0

■ 멕시코 對글로벌 HS CODE 2309.10 수입규모

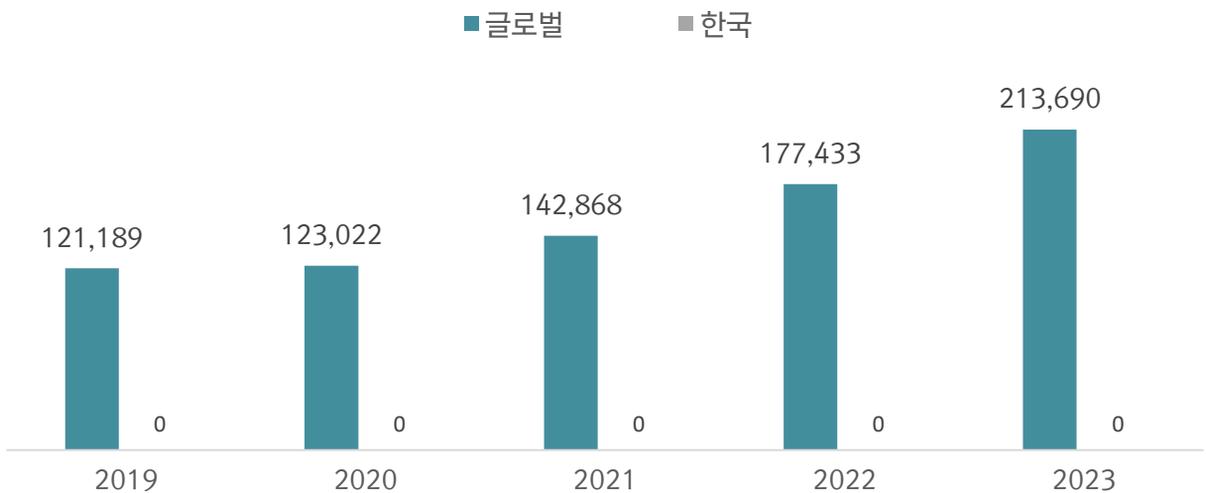
2023년 기준 멕시코의 반려동물 식품 글로벌 수입규모는 2억 1,369만 달러로, 최근 5년간 꾸준한 증가세를 보임. 주요 수입국은 미국으로 2023년에는 미국에서 수입한 반려동물 식품의 총액이 2억 904만 8천 달러에 달하고, 전체 수입의 97%를 차지함. 그 외 수입을 진행한 국가는 프랑스, 스페인으로 수입 점유율이 5% 미만으로 매우 낮음

■ 멕시코의 對한국 HS CODE 2309.10 수입은 2023년에도 0달러

멕시코는 2019년부터 2023년까지 한국으로부터 HS CODE 2309.10 제품을 수입하지 않았으며, 대부분 미국에서 수입함. 이는 미국과의 지리적 근접성, USMCA⁶⁾ 무역 협정으로 인한 관세 혜택, 그리고 미국산 제품의 높은 품질과 신뢰성 때문임. 미국은 글로벌 반려동물 식품 시장의 선두주자로, 대규모 생산 인프라와 품질 인증을 통해 멕시코 시장의 요구를 충족하고 있음

멕시코 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

단위 : 천 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁷⁾ (19-23)
對글로벌 수입액	121,189	123,022	142,868	177,433	213,690	15.23%
對한국 수입액	0	0	0	0	0	0%

출처 : ITC(International Trade Centre)

5) '반려동물 습식사료'는 사료의 한 종류로 취급되는 물품이며 소매포장되어 있으므로 HS CODE 2309.10으로 분류함
 6) USMCA(United States-Mexico-Canada Agreement): 미국-멕시코-캐나다 협정으로, 북미 지역의 무역을 규제하는 자유무역협정(FTA)임. 이 협정은 2020년 7월 1일에 발효되었으며, 이전의 북미자유무역협정(NAFTA)을 대체함
 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

4. 멕시코 반려가구 유형

■ 멕시코 전체 가구 중 반려가구 비율은 79%

2023년 기준 멕시코의 반려동물 양육 가구 비율은 79%로, 글로벌 평균인 58%를 크게 상회함. 이는 소득 증가, 가구원 수 감소, 인구 고령화 등 사회적 변화와 함께 반려동물 수요가 급증한 결과임. 특히 멕시코에서는 반려견(Perro)과 자식(Hijo)을 결합한 ‘페리호(Perrijo)’, 반려묘(Gato)와 자식(Hijo)을 결합한 ‘가띠호(Gathijo)’와 같은 신조어가 등장할 정도로 반려동물이 가족의 일원으로 여겨지는 문화가 자리 잡고 있음

■ 소형 반려동물 선호 증가, 멕시코 반려동물 양육 트렌드 변화

멕시코의 반려견 가구 비율은 글로벌 평균인 59%보다 21% 높게 나타나, 반려견이 멕시코에서 가장 인기 있는 반려동물임을 시사함. 최근에는 소형주택이나 아파트에서 반려견을 키우는 가구가 늘어나면서 대형견(23kg 이상)의 수요는 감소한 반면, 소형견(10kg 미만)의 수요는 전년 대비 4% 증가함. 또한, 손이 덜 가는 반려동물을 선호하는 경향이 강해지며 반려묘를 키우는 가정도 크게 늘어나고 있음

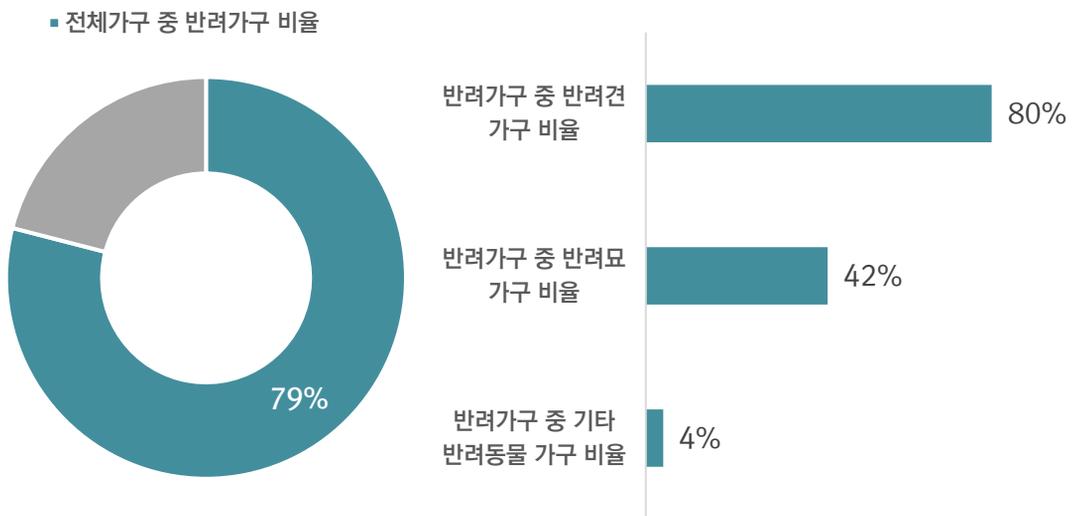
글로벌 평균(2023)

반려가구	58%
반려견	59%
반려묘	53%
기타	21%

출처 : TGM Research

멕시코 반려가구 유형 (2023년)⁸⁾

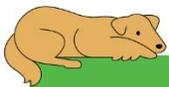
단위 : %



국가	전체가구 중 반려가구 비율	반려가구 중 반려견 가구 비율	반려가구 중 반려묘 가구 비율	반려가구 중 기타 반려동물 가구 비율
멕시코	79%	80%	42%	4%

출처 : TGM Research

8) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨



III. 시장트렌드

※ 멕시코 반려묘 사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 멕시코 반려묘 습식사료 브랜드 1위 : 'Fancy Feast'
2. 멕시코 반려묘 습식사료 맛 키워드 1위 : '닭고기'
3. 멕시코 반려묘 습식사료 효능 키워드 1위 : '치아 건강'



※ 멕시코 반려묘 사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

▪ 멕시코 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

- 정보 수집원 : 아마존 멕시코
- 수집 카테고리 : 반려묘 습식사료
- 수집 기간 : 2024년 9월
- 수집 정보 : 베스트셀러 제품 100개

▪ 멕시코 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

항목	발생 연관어												
브랜드	fancy feast	45											
	whiskas	11											
	felix	9											
	pro plan	7											
	instinct	6											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">동시 발생건</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>fancy feast</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>whiskas</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>felix</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>pro plan</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>instinct</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>		동시 발생건		fancy feast	45	whiskas	11	felix	9	pro plan	7	instinct
동시 발생건													
fancy feast	45												
whiskas	11												
felix	9												
pro plan	7												
instinct	6												
맛	pollo(닭고기)	31											
	res(소고기)	17											
	salmón(연어)	13											
	atún(참치)	12											
	pavo(칠면조)	11											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">동시 발생건</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>pollo(닭고기)</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>res(소고기)</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>salmón(연어)</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>atún(참치)</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>pavo(칠면조)</td> <td>11</td> </tr> </tbody> </table>		동시 발생건		pollo(닭고기)	31	res(소고기)	17	salmón(연어)	13	atún(참치)	12	pavo(칠면조)
동시 발생건													
pollo(닭고기)	31												
res(소고기)	17												
salmón(연어)	13												
atún(참치)	12												
pavo(칠면조)	11												
효능	dientes(치아 건강)	30											
	inmunológico(면역력)	15											
	peso(체중 관리)	10											
	huesos(뼈 건강)	7											
	renales(신장 건강)	7											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">동시 발생건</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>dientes(치아 건강)</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>inmunológico(면역력)</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>peso(체중 관리)</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>huesos(뼈 건강)</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>renales(신장 건강)</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>		동시 발생건		dientes(치아 건강)	30	inmunológico(면역력)	15	peso(체중 관리)	10	huesos(뼈 건강)	7	renales(신장 건강)
동시 발생건													
dientes(치아 건강)	30												
inmunológico(면역력)	15												
peso(체중 관리)	10												
huesos(뼈 건강)	7												
renales(신장 건강)	7												

출처 : amazon.com.mx

시장 트렌드

1. 멕시코 반려묘 습식사료 브랜드 1위 : ‘Fancy Feast’

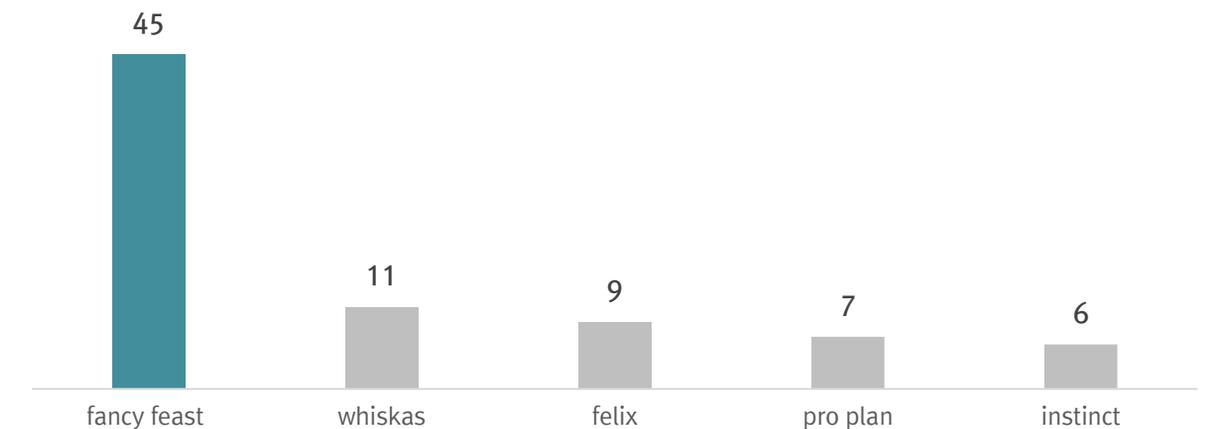
▪ 멕시코 반려동물 습식사료 시장, 미국 브랜드 강세

멕시코 반려묘 습식사료 시장에서는 미국 브랜드의 강세가 두드러짐. 미국 네슬레 퓨리나 펫케어(Nestlé Purina PetCare)의 브랜드인 ‘팬시 피스트(Fancy Feast)’는 45건의 판매량으로 압도적인 선두를 달리고 있음. 그 뒤를 이어 미국 마스 펫케어(Mars Petcare)의 브랜드인 ‘위스카스(Whiskas)’, 미국 네슬레 퓨리나 펫케어(Nestlé Purina PetCare)의 브랜드인 ‘펠릭스(Felix)’가 상위권에 이름을 올리고 있음. ‘팬시 피스트(Fancy Feast)’는 다양한 제품 라인업과 프리미엄 이미지로 소비자 신뢰를 얻고 있으며, ‘위스카스(Whiskas)’와 ‘펠릭스(Felix)’는 접근성과 대중적인 가격대를 통해 꾸준한 수요를 확보하고 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
			맛	참치, 연어
 <p>(판매 링크)</p>	팬시 피스트 (Fancy Feast)	팬시 피스트 참치와 연어 캐서롤, 파우치형 습식 사료 (Fancy Feast Tuna and Salmon Casserole wet food in sachets)	맛	참치, 연어
			제형	Liquid
			중량	12 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 280 (약 1만 8,832원) ⁹⁾
 <p>(판매 링크)</p>	위스카스 (Whiskas)	위스카스 연어 수플레 맛 습식 사료, 아기 고양이용 (Whiskas Salmon Souffle Flavor Wet Food for Kittens)	맛	연어
			제형	Liquid
			중량	24 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 259 (약 1만 7,420원)
 <p>(판매 링크)</p>	펠릭스 (Felix)	펠릭스 파우치 습식 사료, 흰살 생선 맛 (Felix Pouches Wet Food White Fish Flavor)	맛	생선
			제형	Liquid
			중량	24 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 310 (약 2만 850원)

멕시코 반려묘 습식사료 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



9) 1MXN = 67.26원(2024.09.01 KEB하나은행 매매기준율 적용)

출처 : amazon.com.mx

2. 멕시코 반려묘 습식사료 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’

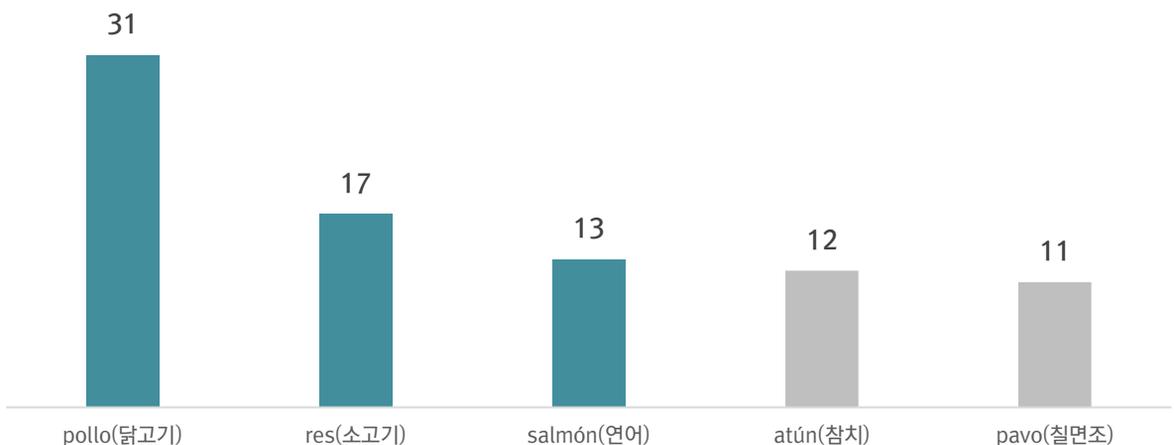
▪ 멕시코 반려묘 습식사료 시장 닭고기맛 압도적

멕시코 반려묘 습식사료 시장에서는 ‘닭고기’ 맛이 가장 큰 인기를 얻고 있으며, 그 뒤를 ‘소고기’, ‘연어’, ‘참치’, ‘칠면조’ 맛이 잇고 있음. ‘닭고기’ 맛의 높은 선호도는 부드러운 질감과 기호성 때문이며, ‘연어’와 ‘참치’ 맛은 해산물 특유의 풍미와 오메가-3 지방산 등 풍부한 영양소로 인해 반려묘의 피부와 모질 건강을 중시하는 소비자들에게 특히 선택받고 있음. 이러한 트렌드는 반려묘의 건강과 기호성을 동시에 충족시키고자 하는 소비자들의 요구를 잘 반영하고 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
			맛	
 (판매 링크)	팬시 피스트 (Fancy Feast)	팬시 피스트 파우치 습식 사료, 닭고기 필레 (Fancy Feast wet food in sachets Petit Fillet Chicken)	맛	닭고기
			제형	Liquid
			중량	12 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 280 (약 1만 8,832원)
 (판매 링크)	위스카스 (Whiskas)	위스카스 고양이용 습식 사료, 연어 맛 (Whiskas Wet Cat Food Salmon Flavor)	맛	연어
			제형	Pate
			중량	24 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 259 (약 1만 7,420원)
 (판매 링크)	펠릭스 (Felix)	펠릭스 파우치 습식 사료, 참치 맛 (Felix Pouches Tuna Flavored Wet Food)	맛	참치
			제형	Liquid
			중량	24 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 310 (약 2만 850원)

멕시코 반려동물 습식사료 맛 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : amazon.com.mx

3. 멕시코 반려묘 습식사료 효능 키워드 1위 : ‘치아 건강’

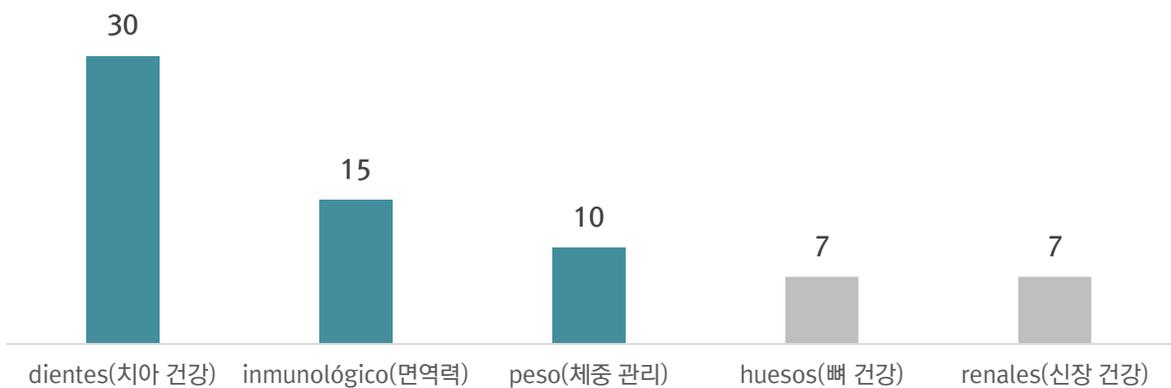
▪ 멕시코 반려묘 습식사료 시장 구강 건강 중심 트렌드 부상

멕시코 반려묘 습식사료 시장에서는 ‘치아 건강’을 강조한 제품이 30건으로 가장 높은 선호도를 보이며, 반려묘의 구강 건강 관리에 대한 소비자들의 높은 관심을 반영하고 있음. ‘면역력’ 강화 기능은 15건으로 두 번째로 높은 수요를 기록하며, 전반적인 건강 유지와 질병 예방에 대한 소비자들의 요구를 나타냄. ‘체중 관리’를 지원하는 제품은 10건으로, 비만 예방과 적정 체중 유지를 중시하는 트렌드를 반영함

이미지	브랜드	제품명	특성	
			맛	참치, 닭고기
 (판매 링크)	인스팅트 (INSTINCT)	인스팅트 헬시 크레이빙스 고양이용 (INSTINCT Healthy Cravings para Gato)	맛	참치, 닭고기
			제형	Pate
			종량	12 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 540 (약 3만 6,320원)
 (판매 링크)	퓨리나 프로 플랜 (Purina Pro Plan)	퓨리나 프로 플랜 파우치 고양이용 (Purina Pro Plan Pouches Pouch Gato)	맛	연어
			제형	Liquid
			종량	24 Pieces of 85 Grams
			가격	Mex\$ 888 (약 5만 9,726원)
 (판매 링크)	써니트리 (Sunytree)	써니트리 누펙 고양이 실내용 팩 (Sunytree Nupec Felino Indoor Pack)	맛	생선
			제형	Liquid
			종량	4 Pieces of 100 Grams
			가격	Mex\$ 616 (약 4만 1,432원)

멕시코 반려동물 습식사료 효능 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : amazon.com.mx



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

IV. 유통채널

※ 멕시코 반려동물 식품 유통채널 점유율

1. 온라인 쇼핑몰
2. 반려동물 전문 용품점
3. 하이퍼마켓/슈퍼마켓



유통채널

신청기업 조사희망 유통채널

- ① 온라인 쇼핑몰
- ② 반려동물 전문 용품점
- ③ 하이퍼마켓/슈퍼마켓

※ 멕시코 반려동물 식품 유통채널 점유율

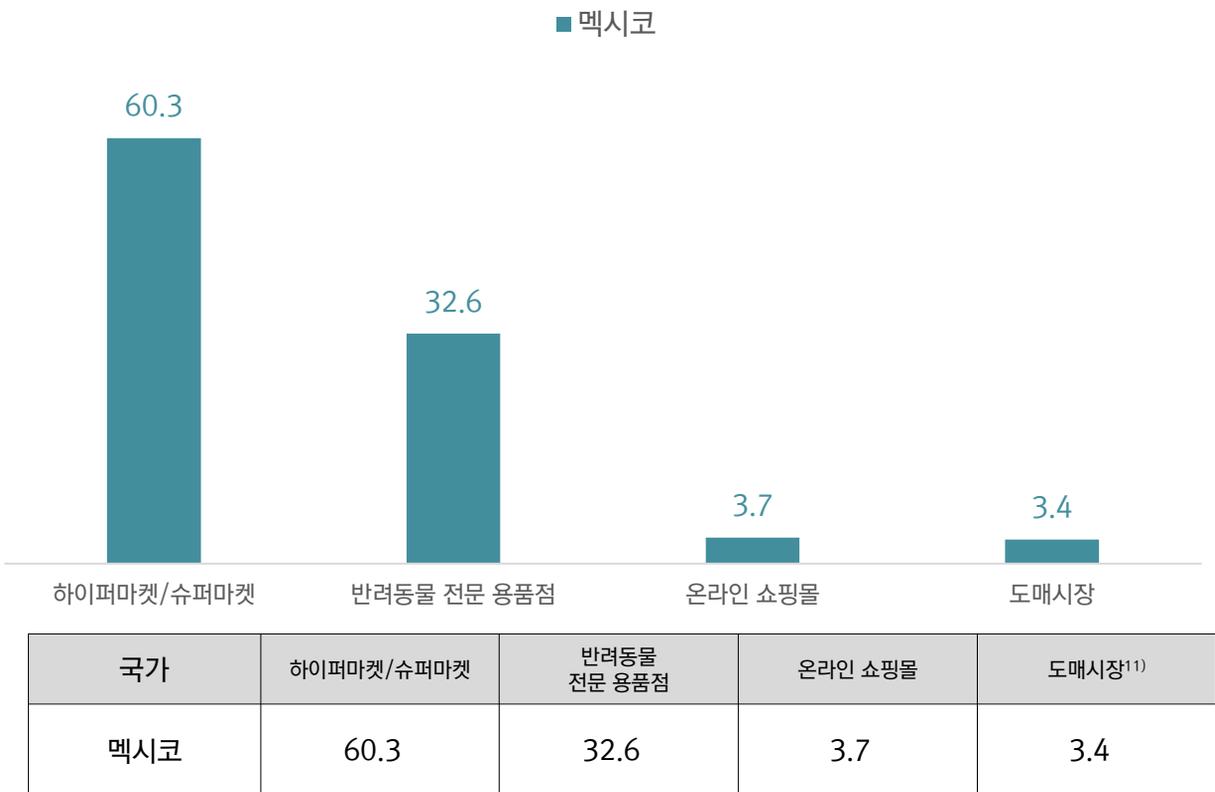
- 멕시코 반려동물 식품 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(60.3%)

멕시코 반려동물 식품 주요 유통 채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(60.3%)과 반려동물 전문 용품점(32.6%)으로 나타남. 두 채널은 공통적으로 다양한 품목을 갖추고 있다는 장점이 있음. 하이퍼마켓은 대중적인 쇼핑 장소로 소비자들이 쉽게 접근할 수 있으며, 반려동물 전문 용품점은 소비자에게 전문적인 조언을 제공할 수 있음
- 온라인(3.7%) 선호도 낮은 유통채널

멕시코는 오프라인 쇼핑 문화가 강하게 자리잡고 있으며, 소비자들은 제품을 직접 확인하고 비교 구매하는 것을 선호하는 경향이 있음. 그러나 최근 코로나19 팬데믹 이후 온라인 쇼핑 비율이 점차적으로 증가하는 추세임

멕시코 반려동물 식품 유통채널 점유율 (2020년)¹⁰⁾

단위 : %



출처 : Statista

10) 해당 장에서 '반려묘 습식사료' 품목에 대한 유통채널 점유율 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 '반려동물 식품' 유통채널 점유율 정보를 확인함
 11) 도매시장: 다양한 상품을 대량으로 판매하는 시장. 예시로 세트랄 데이바스토(Central de Abasto), 라메르세드 시장(La Merced Market) 등이 있음

1. 온라인 쇼핑몰

① 메르카도 리브르(Mercado Libre)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	메르카도 리브르 (Mercado Libre)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	mercadolibre.com		
규모	(23년 기준) 매출액 1,479억 페소		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 반려견, 반려묘, 새, 물고기 등 다양한 반려동물을 위한 제품을 제공 - 다양한 판매자들이 상품을 등록할 수 있는 오픈 마켓 형식으로, 가격 비교와 다양한 선택이 가능함 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 액세서리 및 의류, 장난감, 하우스 등
선호 제품	다양한 종의 반려동물 제품, 가격 경쟁력 있는 제품
주요 프로모션 정보	 <p>특정기간 할인 이벤트, 할인 코드, 깜짝 할인 이벤트 등 상시 다양한 프로모션 진행</p>

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 메르카도 리브르 상단 메뉴의 Vendor 클릭 - Crear cuenta 클릭 - 양식 작성하여 제출 <p>(*) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - [E-mail] soporte@mercadolibre.com.mx - [Tel] +52-554-973-7300

온라인몰 UI

①

온라인몰 UI

1. 첫화면 상품 게재

추천제품과 신제품, 할인제품, 검색 연관 제품을 홈페이지에 게시함

2. 편리함 플랫폼기능

무료 배송 제품, 최근 본 제품, \$500 미만 제품, 베스트 셀러 제품 한번에 확인 가능

3. 프로모션 정보

시즌별 할인 행사, 신규 고객 프로모션, 일정 금액 이상 구매 시 무료 배송 등의 혜택을 통해 구매유도를 강화함

4. 구독 서비스

월 \$49.90 구독료를 통해 배송, 구매, 결제 비용 절약 가능

5. 고객 지원 서비스

24시간 상담 서비스, 반품 및 교환 정책, 전문 반려동물 상담사를 통해 고객 만족도를 높임

추천 제품 섹션으로 개인화된 쇼핑 경험 제공
빠른 검색 및 필터 기능으로 원하는 제품 신속히 탐색

온라인몰 UI

②

메르카도 리브르(Mercado Libre) - 제품구매 페이지

‘반려묘 습식사료’ 제품 검색 결과

‘반려묘 습식사료’ 검색결과 노출

연관 카테고리, 브랜드 분류 기능 제공

‘반려묘 습식사료’ 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

관련성순, 가격순으로 정렬 가능

② 아마존 멕시코(Amazon Mexico)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	아마존 멕시코 (Amazon Mexico)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	amazon.com.mx		
규모	(23년 기준) 매출액 35억 4,400만 달러		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 - 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어를 지원함 - 아마존 프레쉬(Amazon Fresh), 아마존 고(Amazon Go), 아마존 스타일(Amazon Style) 등 다양한 형태의 오프라인 매장도 운영함 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 하우스, 침대 및 매트, 목줄 및 하네스, 장난감 등
선호 제품	공급이 원활한 제품, 아마존 멕시코 자격에 맞는 제품
주요 프로모션 정보	 <p>대규모 연례 정기 할인, 일일 특가 등 비정기 할인, 앱을 통한 첫 구매시 할인 쿠폰 제공 등</p>

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 <p>① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC¹²/EAN¹³) 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량</p> <p>(*) 자격 평가 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 <p>(*) 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-888-280-4331</p>

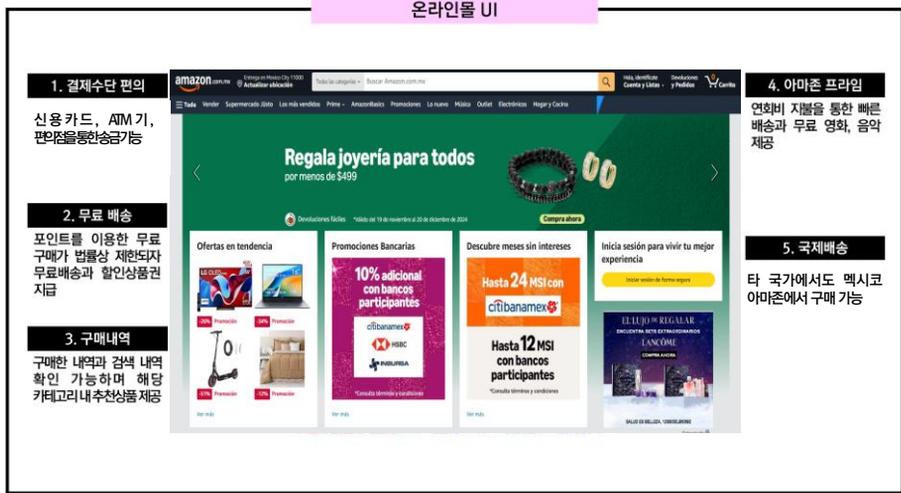
출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

12) UPC (Universal Product Code): 범용 상품 코드. 북미에서 주로 사용되는 바코드 시스템

13) EAN (European Article Number): 유럽 상품 번호. 유럽을 중심으로 한 국제 표준 바코드 시스템

온라인몰 UI

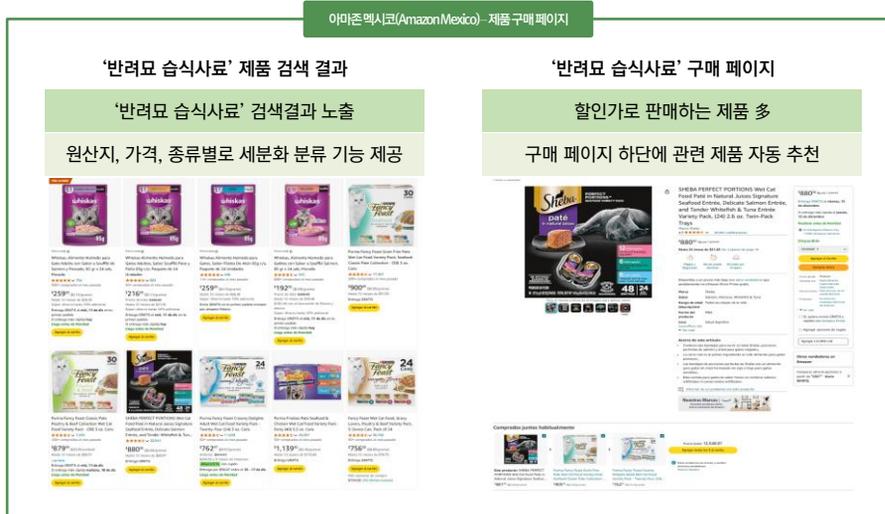
①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI

②



브랜드별, 가격별, 할인 제공 여부별로 검색 가능
평점, 구매율별로 제품 정렬 가능

2. 반려동물 전문 용품점

③ 미스코타(miscota)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	미스코타(miscota)	유형	반려동물 전문 용품점
홈페이지	mx.miscota.com	진출지역	전역
규모	(22년 기준) 매장수 81개		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코에서 인기 있는 반려동물 전문 용품점 - 반려동물 먹이, 장난감, 액세서리 등 다양한 품목을 보유 - 온라인 판매에도 강점을 가지고 있음 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 액세서리 및 의류, 미용용품 등
선호 제품	품질 좋은 제품, 브랜드 인지도가 있는 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 (https://www.grupoiberica.com/contacta)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정보 기입 후 제출 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 이메일 주소, 전화번호, 이름, 문의 내용 등 <p>(*) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - [E-mail] contact@miscota.com

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

④ 펫코 멕시코(Petco Mexico)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	펫코 멕시코 (Petco Mexico)	유형	반려동물 전문 용품점
홈페이지	petco.com	진출지역	전역
규모	(24년 기준) 매출액 약 60억 페소 / (24년 기준) 매장수 1,500개		
요약정보	- 미국, 멕시코, 푸에르토리코 전역에 있는 반려동물 전문 용품점 - 반려견, 반려묘, 새, 물고기 등 다양한 반려동물을 아우르며, 반려동물 종류별로 매대를 나누어 판매함		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 건강 용품, 하우스, 침대 및 매트 등
선호 제품	환경 친화적인 제품, 다양한 종의 반려동물 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 - PETCO 신규 벤더 등록 사이트 RangeMe 활용 (www.rangeme.com/petco) - 기존 등록 벤더의 경우 Traversesystems 활용 (https://petc.traversesystems.com.)

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

3. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

⑤ 소리아나(Soriana)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	소리아나(Soriana)	유형	하이퍼마켓/슈퍼마켓
홈페이지	soriana.com	진출지역	전역
규모	(23년 기준) 매출액 1,761억 2,000만 페소 / (23년 기준) 매장수 24년 기준 824개		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1968년 설립된 멕시코의 토종 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 - 멕시코 내에서 월마트에 이은 2위 기업이며, 15%가량의 점유율을 보유함 - 하이퍼마켓(Hiper), 슈퍼마켓(Super), 신선식품 매장(Mercado), 편의점(Express) 등 다양한 플랫폼을 보유했으며, 현지화된 제품 구성을 장점으로 삼음 - 2000년대 이후 지속적인 인수합병을 통해 시장 점유율을 늘려 왔음 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 미용용품, 장난감 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 공급이 원활한 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 (https://www.organizacionsoriana.com/proveedores_en.html)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정보 기입 후 제출 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 이메일 주소, 전화번호, 이름, 문의 내용 등 <p>(*) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - [E-mail] casc@soriana.com - [Tel] +52-81-8329-9000

⑥ 체드라위(Chedraui)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	체드라위(Chedraui)	유형	하이퍼마켓/슈퍼마켓
홈페이지	chedraui.com.mx	진출지역	전역
규모	(23년 기준) 매출액 2,630억 6,000만 페소 / (23년 기준) 매장수 483개		
요약정보	- 멕시코의 하이퍼마켓 체인으로, 다양한 제품군을 갖추고 있음 - 반려동물 용품 섹션에서 반려동물 식품과 액세서리를 판매		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 목줄 및 하네스, 장난감 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 유명 브랜드 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 (https://www.grupochedraui.com.mx/proveedores/como-ser-proveedor/formulario-registro.html) - 해당 페이지 정보 기입 후 제출 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 신청 후 체드라위의 요청에 따라 추가 정보 제공 ② 제품 카탈로그(제품 설명, 상품, 제품 샘플 및 이미지, 원산지 등) ③ 품목 가격표(제안된 비용 및 판매 가격, 할인, 특정 조건, 세금 요건 등) (*) 문의사항 연락처 - [E-mail] toayuda@chedraui.com.mx



V. 진입장벽

※ 멕시코 반려동물 사료 법제도 및 규제현황

1. 멕시코 반려동물 사료 등록 제도
2. 멕시코 반려동물 사료 제품 규격
3. 멕시코 반려동물 사료 제품 라벨링
4. 멕시코 반려동물 사료 공장 등록
5. 멕시코 반려동물 사료 품질 인증



진입장벽

※ 멕시코 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

▪ 멕시코, 반려동물 사료를 정의하고 관리하는 별도 법령 부재

멕시코는 반려가구 수가 많음에도 불구하고, 농업 및 축산업에 사용되는 일반 사료(소, 돼지, 닭, 양 등)¹⁴⁾와 반려동물 사료(반려견, 반려묘 등)를 명확히 구분하지 않음. 따라서 반려동물 사료는 멕시코 농식품위생품질청(SENASICA)에서 제정한 일반 사료 규제를 따르고 있음. 이 규제는 모든 동물용 사료의 생산, 유통, 품질 기준을 관리하는 포괄적인 규제로, 멕시코 동물위생법 시행령에 포함되어 있음

연관 법령 및 제도 현황¹⁵⁾

구분	일반 사료	반려동물 사료
품목 법령	○ (멕시코 동물위생법)	X
제품 등록	○ (멕시코 동물위생법)	X
제품 규격 - 공통 규격	○ (멕시코 동물위생법, NOM-012-ZOO-1993)	X
제품 규격 - 특수 규격	X	X
제품 라벨링 - 사료 일반	○ (멕시코 동물위생법, NOM-012-SAG/ZOO-2020)	X
공장 등록	○ (멕시코 동물위생법)	X

출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

14) 일반 사료는 가금류(Poultry), 유우 및 육우(Dairy and beef cattle), 돼지(Swine) 등의 사료이며 반려동물 사료는 반려견, 반려묘의 사료임

15) 반려동물 사료 법제도 및 규제가 있는 경우 해당 규제를 따르며, 없는 경우 일반 사료 법제도 및 규제를 따름

■ 반려동물 사료 수출 단계별 주요 준비사항

- ① 제품 등록 : 멕시코에서는 동물 사료 제품 등록이 필수이며, 농식품위생품질청 (SENASICA)의 가이드라인에 따라 제품이 평가되며 평가 후 농식품위생품질청 (SENASICA) 승인을 받아야 제품을 등록할 수 있음. 또한, 공장 등록을 통해 동물 사료 생산 자격 증명서를 취득해야 함
- ② 품질 인증 : 반려동물 사료에 대해 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없지만, HACCP 인증이나 NOM 인증을 취득할 경우 현지 시장 진출 및 경쟁력 강화에 도움이 될 수 있음
- ③ 수입 신고 : 멕시코 세관국에서 서류와 제품 검사를 실시함. 관세 납부 후 최종 통관 승인이 이루어지며, 수출이 완료됨

반려동물 습식사료 HS-CODE

2309.10

반려견이나 반려묘용 식품
(소매용으로 한정한다)

통관 및 검역 절차



1. 멕시코 반려동물 사료 등록 제도

▪ 멕시코 동물 위생법

멕시코 동물위생법(Ley Federal de Sanidad Animal)은 규정에 명시된 기준에 따라 제조공장과 동물 사료 제품의 품질을 평가하도록 요구하며, 이는 멕시코 시장에서 제품을 유통하기 전에 반드시 충족해야 하는 필수 인증 요건임. 해당 법령은 제품의 안전성, 위생, 품질 보장을 목적으로 하며, 농식품위생품질청(SENASICA)을 통해 인증 절차가 진행됨. 이를 통해 제품의 제조와 유통 과정에서 국제적 위생 및 품질 기준을 준수하도록 관리함

반려동물 사료 수입 신고 및 등록

항목	내용		
명칭	멕시코 동물 위생법		
구분	동물 사료 적합성 인증		
제도 목적	멕시코 내 동물사료 유통 거래 허용(반려동물 사료 포함)		
대상 품목	동물 사료(반려동물 사료 포함)		
신청 URL	sistemasssl.senasica.gob.mx		
취득 대상	멕시코 내 생산 사료 및 수입 사료	제도 성격	필수
준비 서류	① 제품 등록 신청서 ② 성분 및 영양 분석 결과 ③ 제조 과정 설명서 ④ 위생 관리 및 품질 보증 계획 ⑤ 스페인어로 작성된 라벨링 정보 ⑥ 원산지 증명서 및 위생 증명서(수입 시)		
수수료(기간)	수수료 : \$2,500 (멕시코 페소) 소요기간 : 평균 6개월 유효기간 : 5년		
담당 기관	농식품위생품질청(SENASICA)		



출처 : 멕시코 농식품위생품질청(sistemasssl.senasica.gob.mx)

2. 멕시코 반려동물 사료 제품 규격

■ 멕시코 반려동물 사료 성분 요구사항

멕시코 동물용 제품 표준(NOM-012-ZOO-1993)은 동물 사료에 절대적으로 사용이 금지된 원료를 아래 표와 같이 명시하고 있음. 이러한 성분은 인간 건강에 유해한 영향을 미칠 가능성이 있거나, 발암 물질로 규정된 성분에 해당함. 해당 표준은 동물 사료의 안전성과 품질을 보장하고, 동물의 건강을 보호하기 위한 중요한 규제 지침을 제공함

멕시코 동물 위생법에 따른 동물 사료 금지 성분

원료	설명
겐티아나 바이올렛 (Gentian Violet)	원료 및 완제품의 살균제
쿠마린 (Coumarin)	인공 향료
수단 색소 (Sudan)	합성 색소
클렌부테롤 (Clenbuterol)	동물 성장 촉진제
살부타몰 (Salbutamol)	동물 성장 촉진제
멜라민 (Melamine)	독성으로 인한 식품 오염 문제
푸라졸리돈 (Furazolidone)	기생충 예방제
록사손 (Roxarsone)	동물 성장 촉진제
니트로푸란 (Nitrofurantoin)	항생제
기타	공중 보건 및 동물 건강에 해로울 수 있는 모든 성분 또는 최대 허용 잔류치나 급여 중단 기간을 입증할 수 없는 성분

출처 : 멕시코 농식품위생품질청(sistemassl.senasica.gob.mx)

3. 멕시코 반려동물 사료 제품 라벨링

▪ 동물 사료에 대한 라벨 규정 보유

멕시코의 동물 사료 라벨링 규정에 따르면, 모든 제품에는 사용된 원료의 명칭과 영양 성분 정보가 명확히 표기되어야 함. 또한, 제조업체 및 수입업체의 이름, 주소, 연락처를 포함한 식별 정보를 제공해야 하며, 제품 사용에 대한 지침, 급여 방법 및 권장 급여량을 상세히 명시해야 함. 이와 함께, 제품의 안전성과 관련된 경고 사항도 라벨에 반드시 포함되어야 하며, 이는 반려동물의 건강 및 안전을 보호하기 위한 필수 요건임

동물 사료 제품 라벨링 규정

항목	내용
명칭	동물 사료 제품 라벨링 규정(반려동물 사료 포함)
관련 법령	동물 식품 위생법
요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ▪ NOM-012-SAG/ZOO-2020에 따라 동물 사료 라벨링 요건이 강화됨 ▪ 모든 라벨은 스페인어로 작성해야 하고, 명확하고 간결한 정보를 제공해야 함 ▪ 약물이 첨가된 사료는 특별 조치가 필요하며, 약물이 첨가되었음을 명확히 라벨에 표시해야 함 ▪ 라벨은 내구성이 있어야 함 ▪ 정상적인 보관 및 취급 조건에서 읽을 수 있도록 설계되어야 함
라벨 필수 표기사항	<ol style="list-style-type: none"> ① 제품명, 제품 등록 번호 ② ‘동물용(uso veterinario)’ 문구 (사료의 경우 ‘[축종]용 사료’로 대체 가능) ③ 제조업체와 수입업체 이름 및 주소 ④ 화학물질의 경우 활성성분 이름과 용량 표시 ⑤ 사료의 경우 영양성분의 권장 섭취 최소값과 최대값 표시 ⑥ 약용 성분이 포함된 경우 활성성분의 농도 표시 ⑦ 로트 번호, 제품 유효일자 ⑧ 제품의 취급 및 보관, 급여 방법 ⑨ 사료의 경우 사용 빈도 및 권장 급여 용량 ⑩ 약용 사료 프리믹스의 경우 정확한 질량/부피 단위로 복용량 표시

출처 : 멕시코 농식품위생품질청(sistemassl.senasica.gob.mx)

4. 멕시코 반려동물 사료 공장 등록

■ 멕시코 반려동물 식품 안전법에 따른 사료 공장 등록

멕시코 동물위생법(Ley Federal de Sanidad Animal)에 따르면, 제조 공장은 필수적으로 공장 등록 절차를 진행해야 함. 이 과정은 제조 공장의 위생 및 품질 기준을 철저히 평가하는 절차로, 동물 사료 제품이 멕시코 시장에 유통되기 전에 반드시 인증을 취득해야 함. 해당 절차는 제품의 안전성과 품질을 보장하기 위한 중요한 규제 요건임

동물 사료 생산 자격 증명서

항목	내용		
명칭	멕시코 동물 위생법		
구분	동물 사료 생산 자격 증명서		
제도 목적	멕시코 내 동물사료 유통 거래 허용(반려동물 사료 포함)		
대상 품목	동물 사료(반려동물 사료 포함)		
신청 URL	sistemasssl.senasica.gob.mx		
취득 대상	제조업자	제도 성격	필수
준비 서류	① 공장 등록 신청서 ② 공장 운영 및 제조 과정 설명서 ③ 위생 관리 및 안전 관리 계획 ④ 품질 보증 절차 문서 ⑤ 시설의 도면 및 설계 계획 (필요 시) - 등록된 공장은 정기적으로 농식품위생품질청(SENASICA)에 의해 검토 및 검사가 이루어질 수 있으며, 위생 기준을 준수하지 않을 경우 등록 취소 또는 벌금 부과 등의 조치를 받을 수 있음.		
수수료(기간)	수수료 : \$2,500 (멕시코 페소) 소요기간 : 평균 6개월 유효기간 : 5년		
담당 기관	농식품위생품질청(SENASICA)		



출처 : 멕시코 농식품위생품질청(sistemasssl.senasica.gob.mx)

5. 멕시코 반려동물 사료 품질 인증

▪ HACCP 인증

반려동물 사료 등록 시 추가적으로 품질 관련한 증빙을 위해서는 HACCP을 획득하는 것을 권장함. 해당인증은 식품의약품안전처의 위임을 받은 한국식품안전관리인증원에서 획득할 수 있음. 보통 일반 HACCP 인증의 경우 6개월~1년 정도 소요가 되며, 소규모 HACCP은 3~5개월 소요됨

HACCP 인증

항목	내용		
명칭	HACCP		
구분	식품안전관리 인증기준		
제도 목적	식품의 원재료부터 제조, 가공, 유통, 조리단계까지의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 과학적으로 분석하고 관리		
대상 품목	식품 및 축산물		
신청 URL	fresh.haccp.or.kr		
취득 대상	축산물 및 가공식품 제조업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 신청서 ② 식품안전관리인증 계획서 ③ 영업등록증 사본 ④ 사업자등록증		
수수료(기간)	(수수료) 식품영업자의 경우 인증·연장 신청수수료 유형(품목)별 : 20만원 축산물영업자는 인증·연장 심사수수료 업종별·규모별 : 34만~90만원 (기간) 일반 HACCP인증 : 6개월~1년 소규모 HACCP인증 : 3개월~5개월		
담당 기관	한국식품안전관리인증원		

▪ NOM 인증

Norma Oficial Mexicana(이하 NOM)은 멕시코 국가 품질 인프라 시스템에 따라 제정된 공식 표준으로, 제품의 품질, 안전성, 위생 등을 보장하기 위해 마련된 규제임. NOM 인증은 특정 제품군이나 산업군에 따라 적용 여부가 달라지며, 모든 제품에 대해 필수적인 인증은 아님. 반려동물 사료의 경우, NOM 인증은 필수 요건이 아니지만, 취득할 경우 멕시코 시장에서 신뢰도를 높이고 경쟁력을 강화하는 데 도움이 될 수 있음. 특히, 제품의 품질과 안전성을 강조하고 현지 소비자에게 어필하려는 기업에게 NOM 인증은 중요한 마케팅 도구로 작용할 수 있음. 이를 통해 멕시코 시장에서의 입지를 강화하고 소비자와의 신뢰를 구축하는 데 유리함

NOM 인증

항목	내용		
명칭	NOM		
구분	전자, 자동차, 식품 및 음료, 환경 보호를 포함한 다양한 산업을 포괄하는 표준		
제도 목적	멕시코의 소비자와 환경에 대한 품질과 안전 제품을 보장		
대상 품목	전자, 자동차, 식품 및 음료 등		
신청 URL	www.economia.gob.mx/?P=85		
취득 대상	제조업체, 수입업체, 유통업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 제품 성분 분석: 동물 사료의 모든 성분에 대한 상세한 분석 보고서 필요 ② 제조 과정 문서화: 제조 공정, 품질 관리 등을 문서화한 매뉴얼 필요 ③ 라벨링 기준 준수: NOM에서 요구하는 라벨링 기준을 준수해야 함 ④ 시험 성적서: 품질 및 안전성을 입증하기 위한 시험 성적서 필요 ⑤ 기술 파일: 제품의 기술적 사양서 및 제조업체 정보 포함. 제품의 기능 및 특성에 대한 설명 필요 ⑥ 인증 신청서: NOM 인증 신청서 작성 후 제출해야 함. 필요한 경우 수수료도 포함 ⑦ 품질관리시스템: ISO 9001과 같은 품질관리시스템 인증이 있을 경우 추가적으로 도움이 될 수 있음 ⑧ 그 외 추가 문서: 이전의 인증 기록, 고객 피드백, 제품 샘플 등의 자료도 준비할 수 있음		
수수료(기간)	<ul style="list-style-type: none"> • 신청 수수료: 지정된 인증 기관에 따라 다름 • 시험 및 검사 비용: 샘플 테스트에 따라 별도의 비용 발생 • 연간 유지비: 인증 후 매년 갱신 시 소정의 유지비가 필요할 수 있음 • 신청 및 서류 준비: 2주에서 1개월 정도 소요 • 검사 및 테스트: 2주에서 3개월 이상 소요 • 인증 승인: 모든 과정 완료 후, 최종 승인까지 추가로 1개월에서 3개월 정도 소요 		
담당 기관	표준총국(Dirección General de Normas:DGN)		





시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

VI. 전문가 인터뷰

1. 카사 레이(Casa Ley)
2. 소리아나(Soriana)
3. 체드라위(Chedraui)



Interview ①



카사 레이(Casa Ley)

카사 레이(Casa Ley)

유형 : 하이퍼마켓

업체 특징 :

1954년에 설립된 하이퍼마켓으로 베이커리, 유제품, 델리, 세탁, 냉동식품, 식료품, 육류, 약국, 농산물, 해산물, 스낵, 주류, 송금 서비스를 취급하고 있음

담당자 정보 :

Sales Manager

Q1. 멕시코 소비자들이 선호하는 반려묘 습식사료는 무엇인가요?

멕시코 소비자들은 반려묘의 건강을 지원하는 기능성 습식 사료를 선호합니다. 비타민과 미네랄이 강화된 제품이 특히 인기가 있으며, 닭고기와 생선을 기반으로 한 습식 사료는 단백질 함량이 높아 근육 건강에 도움이 되기 때문에 선호됩니다. 신선함을 강조하는 브랜드, 예를 들어 밀봉 포장을 사용하는 제품들은 좋은 평가를 받습니다. 위스카스(Whiskas)와 펠릭스(Felix) 등의 브랜드가 이에 해당합니다. 특히 실내에서 반려동물을 기르는 멕시코 소비자들은 낭비를 줄이기 위해 적절한 분량으로 포장된 캔 제품을 선호합니다.

Q2. 멕시코 소비자들은 주로 어디서 반려묘 습식사료를 구매하나요?

멕시코 소비자들은 주로 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 반려묘 습식사료를 구매합니다. 하지만, 점점 더 많은 소비자들이 프리미엄 또는 품질 좋은 제품을 찾을 수 있는 반려동물 전문 용품점을 선호하는 추세입니다. 반려동물 전문 용품점은 소비자들에게 맞춰 적절한 반려동물 식품을 추천해주며, 또한 소비자들은 반려동물 전문 용품점에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서는 자주 구할 수 없는 고객사 제품과 같은 고품질의 반려동물 사료를 구매할 수 있습니다. 이에 따라 소비자들은 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 반려동물 전문 용품점을 병행하여 구매하는 경향이 있습니다.

고객사 제품 정보

소비자 가격 2,400원 (약 36 MEX\$)

중량 85g

포장 형태 캔

마케팅 슬로건 거부할 수 없는 유혹!

Q3. 고객사의 제품 가격이 멕시코 시장에 적합한가요?

카사 레이(Casa Ley)와 같은 매장에서 고객사 제품의 가격은 상대적으로 높게 느껴질 수 있습니다. 특히 현지 브랜드는 주로 캔당 11~20 MXN(약 739~1,345원)으로 판매되고 있습니다. 따라서 소비자들의 구매를 끌어내기 위해선 여러 개의 캔을 할인된 가격으로 제공하는 프로모션을 제공하면 좋을 것 같습니다. 고객사 제품의 고급 원료는 가격보다 영양을 중시하는 반려동물 주인들에게 매력적일 것입니다.

Q4. 고객사의 제품 성분이 멕시코 시장에 적합한가요?

고객사 제품의 높은 단백질 함량과 비타민E와 같은 성분들은 멕시코 소비자들이 선호할만한 요소입니다. 하지만 멕시코 시장에 진입하기 위해선 멕시코의 지역 기준인 NOM-012-ZOO-1993와 같은 반려동물 사료의 안전 및 위생 규정을 준수해야 합니다. 또한, 포장에 농식품위생품질청(SENASICA) 규정을 준수한다는 표기가 명확히 표시된다면 소비자들이 제품의 안전성과 품질에 대한 신뢰를 할 수 있을 것입니다.

Q5. 멕시코 시장에서 효과적인 포장 방법 및 홍보 문구는 무엇인가요?

저희 매장을 방문하는 소비자들은 매대에서 눈에 띄고 예쁜 포장을 선호하는 경향이 있습니다. 고급 재료 이미지를 사용하고 'Ingredientes selectos para consentir a tu gato(고양이를 위한 엄선된 재료)'와 같은 문구를 강조하면 고품질의 신뢰할 수 있는 제품을 찾는 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것입니다. 'Comida premium para gatos exigentes(까다로운 고양이를 위한 프리미엄 음식)'과 같은 홍보 문구와 'Producto global de Mars(Mars의 글로벌 제품)'이라는 국제적 출처를 강조하면 브랜드와 글로벌 품질 기준에 대한 신뢰감을 줄 수 있습니다.

Q6. 멕시코에 수출할 때 적절한 유통채널은 어디인가요?

저희 카사 레이(Casa Ley)는 북부 멕시코 지역에서 강력한 망을 가지고 있어 시장에 진출하기 위한 전략적 파트너가 될 수 있습니다. 많은 카사 레이 소비자들은 제품을 직접 비교할 수 있는 실제 매장에서 쇼핑하는 것을 선호합니다. 따라서 눈에 띄는 디스플레이나 ‘많이 사면 할인’과 같은 프로모션 제공과 같은 매장 내 마케팅을 적극 활용한다면 매출을 늘리는 데 중요한 역할을 할 것입니다. 카사 레이는 멕시코 시장에서 고객사 제품을 출범시키는 플랫폼으로 활용될 수 있으며, 기존 제품들과 차별화되는 고품질 반려동물 사료를 찾는 소비자들을 주 타겟으로 삼을 수 있습니다.

Q7. 멕시코에서 제품을 홍보할 때, 효과적인 마케팅은 무엇인가요?

현지 광고와 커뮤니티 참여를 통해 인지도를 높일 수 있습니다. ‘Alimento premium para consentir a tu gato(고양이를 위한 프리미엄 음식)’과 같은 슬로건을 사용하여 제품의 국제적인 브랜드 우수성을 강조하면 신뢰를 구축하는데 도움이 됩니다. 카사 레이를 통해 멕시코에서 영향력 있는 신문 광고나 전단지 광고를 이용할 수 있으며, 매장 내 시식 행사나 프로모션 이벤트를 통해 좋은 반응을 얻을 수 있습니다. 지역 반려동물 인플루언서와 협력하거나 인스타그램과 같은 플랫폼에서 경품 행사를 진행하는 것도 추천합니다.

Interview ②



소리아나(Soriana)

소리아나(Soriana)

유형 : 하이퍼마켓

업체 특징 :

1968년에 설립된 하이퍼마켓으로 식료품, 신선식품, 와인, 가정용 세제, 뷰티 제품 및 전자제품 등을 취급하고있음

담당자 정보 :

Store Operator

Q1. 멕시코 소비자들이 선호하는 반려묘 습식사료는 무엇인가요?

멕시코 소비자들은 영양가가 높으면서도 저렴한 가격의 습식 고양이 사료를 선호합니다. 위스카스(Whiskas)와 펠릭스(Felix)와 같은 브랜드는 여러 유통채널에서 구할 수 있고 가격이 저렴하여 인기가 많습니다. 닭과 참치 맛과 같은 맛은 반려묘의 입맛에 맞고 소화하기 쉬워 특히 인기가 있습니다. 소리아나(Soriana)에서는 다양한 맛이 포함된 다양한 팩을 경쟁력 있는 가격에 제공하여 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있습니다.

Q2. 멕시코 소비자들은 주로 어디서 반려묘 습식사료를 구매하나요?

대부분의 멕시코 소비자들은 편리함과 다양한 선택 옵션, 경쟁력 있는 가격 때문에 저희 소리아나(Soriana)같은 하이퍼마켓에서 반려묘 습식사료를 구매하는 것을 선호합니다. 하이퍼마켓에서는 다양한 브랜드의 반려묘 사료를 쉽게 비교할 수 있고, 할인이나 프로모션을 자주 진행하기 때문에 소비자들에게 인기가 많습니다.

고객사 제품 정보

소비자 가격 2,400원
(약 36 MEX\$)

중량 85g

포장 형태 캔

마케팅 슬로건 거부할 수 없는 유혹!

Q3.고객사의 제품 가격이 멕시코 시장에 적합한가요?

소리아나(Soriana)에서 취급하는 브랜드들에 비해 가격이 높은 편입니다. 우리 제품들의 가격대는 주로 8~13 MXN(약 538원~874원) 사이로 책정되어 있습니다. 그러나 사료의 품질을 중시하는 소비자를 타겟으로 한다면, 이 가격도 적절할 것입니다.

Q4.고객사의 제품 성분이 멕시코 시장에 적합한가요?

닭고기와 비타민 E와 같은 주요 성분은 멕시코 시장에 적합합니다. 멕시코 소비자들은 일반적으로 고단백, 곡물 무첨가 반려묘 습식 사료를 선호하여 고객사의 양질의 단백질과 소화하기 쉬운 성분에 중점을 둔 제품은 현재 멕시코 트렌드에 부합합니다. 성분이 명확하게 표시되고 멕시코 식품 안전 기준을 충족하는 것이 중요합니다. 비록 멕시코는 반려동물 사료에 대한 특정 인증은 없지만, 수출입 시 농식품 안전 및 품질 관리 서비스를 담당하는 농식품위생품질청(SENASICA)의 동물 건강 기준을 준수해야 합니다.

Q5.멕시코 시장에서 효과적인 포장 방법 및 홍보 문구는 무엇인가요?

멕시코 소비자들은 실용적이고 명확한 포장을 중요하게 생각합니다. 포장에 작은 조각과 씹기 쉬운 특징을 강조하면, 노령의 반려묘나 소형 반려묘 주인들에게 어필할 수 있습니다. ‘씹기 쉬움(Fácil de masticar)’과 ‘고품질 성분(Ingredientes de alta calidad)’을 홍보 문구로 사용하면 좋습니다. 또한 ‘비타민 E 함유로 건강 증진(Con Vitamina E para su bienestar)’과 ‘최대 신선도 유지(Sellado para máxima frescura)’라는 문구를 강조하면 제품의 좋은 품질을 부각하며 반려묘의 건강을 중시하는 소비자들에게 어필할 수 있습니다.

Q6. 멕시코에 수출할 때 적절한 유통채널은 어디인가요?

소리아나(Soriana)와 같은 하이퍼마켓과의 제휴가 이상적입니다. 소리아나(Soriana)는 멕시코 전역에 넓은 네트워크를 가지고 있으며, 예산을 고려하는 소비자부터 프리미엄 제품을 선호하는 소비자들까지 다양한 고객층이 방문합니다. 고객사 제품은 프리미엄 제품이므로, 위스카스(Whiskas)와 퓨리나(Purina)와 같은 브랜드가 있는 반려동물 사료 코너에 제품을 배치하고 함께 프로모션을 진행하면 가시성을 최대화할 수 있으리라 생각합니다. 소리아나의 로열티 프로그램 및 대량 할인과 같은 다양한 프로모션을 통해 고객사 제품의 판매를 촉진하는 데 도움이 될 것입니다.

Q7. 멕시코에서 제품을 홍보할 때, 효과적인 마케팅은 무엇인가요?

가장 효과적인 마케팅 경로는 매 장 내 프로모션과 디지털 마케팅의 조합입니다. 매장 내 프로모션으로 반려동물 사료 코너 근처에 추가로 매대를 진열하여 ‘2개 구매 시 1개 무료’와 같은 프로모션을 통해 소비자들의 주목을 끌 수 있습니다. ‘프리미엄 품질(Calidad Premium)’이라는 홍보 문구를 홍보 자료에 강조하는 것도 좋습니다. 또한, 소리아나(Soriana)의 온라인 쇼핑몰과 소셜 미디어 채널을 통해 고객사 제품을 홍보할 수 있습니다. 멕시코 소비자들이 자주 제품 추천을 받는 인스타그램(Instagram)에서 인플루언서 마케팅을 펼치는 것도 성공적인 사례가 많은 효과적인 방법입니다.

Interview ③



체드라위(Chedraui)

체드라위(Chedraui)

유형 : 하이퍼마켓

업체 특징 :

1927년에 설립된 하이퍼마켓으로 식료품, 신선식품 등을 취급하고 있음

담당자 정보 :

Sales Representative

Q1. 멕시코 소비자들이 선호하는 반려묘 습식사료는 무엇인가요?

체드라위(Chedraui)에서 많은 소비자가 반려묘 건사료를 보완할 수 있는 습식사료를 찾습니다. 이들은 신선도와 품질, 그리고 가성비를 보장하는 캣쇼(Cat Chow), 위스카스(Whiskas), 펠릭스(Felix)와 같이 잘 알려진 브랜드를 선호합니다. 또한, 곡물이 없거나 천연 성분이 포함된 제품을 선택하는 경향도 있습니다. 일부 소비자들은 예산을 신경 쓰지만 점차 반려동물을 가족으로 여기는 트렌드가 확산함에 따라 고품질 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 고객사 제품의 쉽게 씹을 수 있는 작은 조각과 좋은 품질의 재료는 멕시코 소비자들의 선호와 잘 맞을 것이라고 생각합니다.

고객사 제품 정보

소비자 가격 2,400원 (약 36 MEX\$)

중량 85g

포장 형태 캔

마케팅 슬로건 거부할 수 없는 유혹!

Q2. 멕시코 소비자들은 주로 어디서 반려묘 습식사료를 구매하나요?

오프라인과 온라인 쇼핑 모두 멕시코 소비자들이 반려묘 습식사료를 구매할 때 자주 이용하는 곳입니다. 편리함을 중시하는 많은 소비자들이 점점 더 온라인 쇼핑을 이용하고 있으며, 특히 대량 구매나 오프라인 매장에서 항상 구할 수 없는 특정 브랜드의 제품을 찾을 때 선호됩니다. 온라인 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 소비자들은 다양한 제품을 탐색하고 리뷰를 읽으며 배달 서비스를 이용할 수 있습니다. 체드라위(Chedraui)의 확장되고 있는 온라인 쇼핑몰은 이러한 변화에 대응하며, 반려동물 사료 구매에 있어 경쟁력 있는 가격과 배송 서비스를 제공합니다.

Q3. 고객사의 제품 가격이 멕시코 시장에 적합한가요?

체드라위(Chedraui)에서 고객사 제품의 가격은 다른 브랜드에 비해 비싼 편입니다. 체드라위(Chedraui)에서 판매되고 있는 반려묘 습식사료의 평균 가격이 한 캔당 11 MXN~30 MXN(약 739원~2,017원)으로 형성되어 있는 상황에서, 고객사 제품의 가격은 프리미엄 포지셔닝이 이루어질 때만 설득력을 가질 수 있습니다. 고품질의 재료와 신선도 보장을 강조하여 소비자들에게 이 가격대를 납득시키는 것이 중요합니다.

Q4. 고객사의 제품 성분이 멕시코 시장에 적합한가요?

멕시코 소비자들은 반려동물 사료의 영양 성분에 대해 점점 더 많은 관심을 기울이고 있으며, 따라서 고객사 제품의 닭고기와 같은 천연 성분의 포함은 큰 장점입니다. 제품의 쉽게 씹을 수 있는 작은 조각과 고품질 단백질은 프리미엄 식단을 제공하고자 하는 소비자들에게 매력적으로 다가옵니다. 그러나 제품은 멕시코 수입 규정 및 건강과 안전과 관련된 인증인 NOM-051과 같은 식품 라벨링을 준수해야 합니다. 또한, 유럽 반려동물 식품 산업 연맹(FEDIAF)과 같은 권위 있는 국제 기구의 품질 인증을 획득하면 멕시코 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있습니다.

Q5. 멕시코 시장에서 효과적인 포장 방법 및 홍보 문구는 무엇인가요?

‘맛있어서 고양이가 좋아할 달콤한 닭고기 맛(Exquisito sabor a pollo que les encantará)’과 같은 문구를 사용하면 고객사 제품의 특징을 강조하는 데 도움이 됩니다. 또한, ‘많이 사면 더 절약(Compra más y ahorra)’과 같은 문구를 소비자들이 대량으로 구매하도록 유도할 수 있습니다.

Q6. 멕시코에 수출할 때 적절한 유통채널은 어디인가요?

체드라위(Chedraui)는 도심 및 반도심 지역에 광범위하게 분포되어 있으며 고객사 제품을 구매할 만한 소비력을 가진 다양한 소비자층도 보유하고 있는 좋은 유통채널입니다. 또한 체드라위(Chedraui)는 온라인 플랫폼을 보유하고 있어 고객사 제품을 온라인 및 오프라인 채널 모두에서 소개하는 데 도움이 됩니다. 매장 내 프로모션, 눈에 잘 띄는 선반 배치, 다른 반려동물 관리 제품과의 협력 프로모션을 통해 고객사 제품을 신뢰받는 브랜드로 체드라위(Chedraui) 매장에서 포지셔닝할 수 있습니다.

Q7. 멕시코에서 제품을 홍보할 때, 효과적인 마케팅은 무엇인가요?

멀티 채널 마케팅을 활용하여 고객사 제품을 효과적으로 홍보할 수 있습니다. 체드라위(Chedraui)의 매장 내 광고 게시판과 소셜 미디어 플랫폼을 모두 사용하여 일관된 브랜드 이미지를 구축할 것입니다. ‘까다로운 고양이를 위한 프리미엄 영양(Nutrición Premium para Gatos Exigentes)’ 또는 ‘고양이들이 좋아할 신선함과 맛(Frescura y sabor que les encantará)’과 같은 홍보 문구는 영양을 중시하는 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 것입니다. 특히 틱톡(TikTok)이나 유튜브(YouTube)에서 반려동물 인플루언서들과 협력하면 제품 신뢰도를 구축하는 데 효과적일 것입니다. 또한, 페이스북(Facebook)에서 타겟 광고를 진행할 수도 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 티지엠 리서치(TGM Research) (tgmresearch.com)
4. 유로모니터(Euromonitor)
5. 아마존 멕시코(Amazon Mexico) (amazon.com.mx)
6. 멕시코 농식품위생품질청(sistemasssl.senasica.gob.mx)
7. 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)
8. 카사 레이(Casa Ley) (casaley.ccm.mx)
9. 소리아나(Soriana) (soriana.com)
10. 체드라위(Chedraui) (chedruai.com.mx)
11. 마스코타(Mascota) (mx.mascot.com)
12. 메르카도 리브르(Mercado Lebre) (mercadolebre.com)
13. 펫코(Petco) (petco.com)

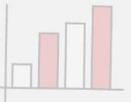


발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2024.09.27



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



Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

