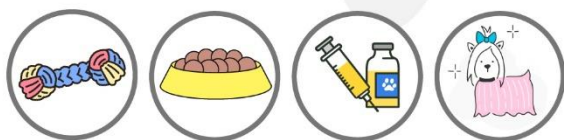
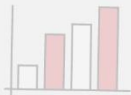




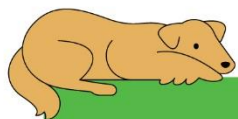
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-01
품목 : 펫푸드(반려동물 건사료)
HS CODE : 2309.10 
국가 : 미국(U.S.A.) 





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

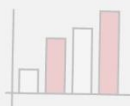


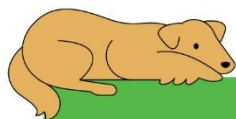
1. 미국 반려동물 식품 시장규모	06
2. 미국 반려동물 건사료 시장규모	07
3. 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모	08
4. 미국 반려가구 유형	09
5. 미국 반려가구 지역별 소비 트렌드	10
6. 미국 반려동물 식품 온/오프라인 채널 규모	11



III. 시장트렌드

※ 미국 반려묘 건사료 소비 제품 특징 분석 프로세스	14
1. 미국 반려묘 건사료 브랜드 1위 : '퓨리나원'	15
2. 미국 반려묘 건사료 맛 키워드 1위 : '닭고기'	16
3. 미국 반려묘 건사료 효능 키워드 1위 : '피부'	17





CONTENTS

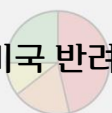
IV. 유통채널

※ 미국 반려동물 식품 유통채널 점유율	19
1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓	20
2. 온라인 쇼핑몰	22
3. 반려동물 전문 용품점	26



V. 진입장벽

※ 미국 반려동물 사료 법제도 및 규제현황	29
1. 미국 반려동물 사료 등록 제도	31
2. 미국 반려동물 사료 제품 규격	34
3. 미국 반려동물 사료 제품 라벨링	36
4. 미국 반려동물 사료 공장 등록	37
5. 미국 반려동물 사료 품질 인증	38



VI. 전문가 인터뷰

1. 츠이 (Chewy)	40
2. 펫푸드익스프레스 (Pet Food Express)	43
3. 에이치이비 (H-E-B)	46



(*) 참고문헌

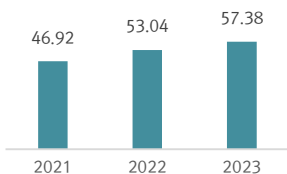


SUMMARY (미국 반려동물 건사료 시장분석)

시장 현황

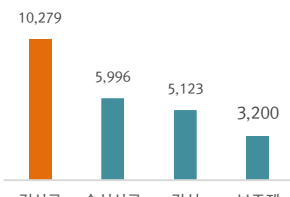
반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



반려동물 건사료 시장규모

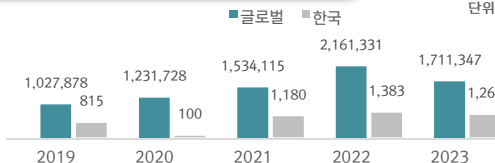
단위 : 백만 달러



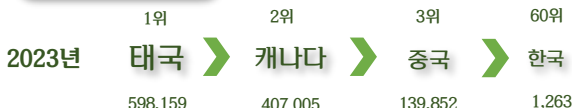
수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

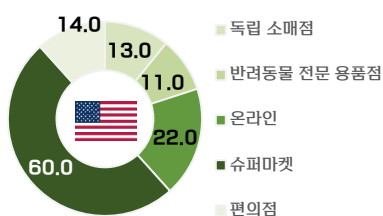
빅데이터 분석



* 미국 아마존 반려묘 건사료 제품 100건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 0%
사전 준비
식품생산가공시설(FFR) 등록必
주별 판매 등록必

권장 인증



USDA Organic

유의사항

라벨 필수 표기사항
브랜드 및 제품명,
반려동물 사료의 용도에 맞는
반려동물 종류 이름, 수량,
보장 분석, 성분, 영양 적정성
설명, 급여지침, 제조업체 또는
유통업체 업체명 및 주소

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상



Point

(건사료 수요 高) 반려묘 사료 중 건사료에 대한 수요가 높으며, 단백질 위주 성분으로 구성된 제품 인기
(신선도 유지하는 패키지 선호) 미국 소비자들은 사료의 신선도를 유지하는 재 밀봉 가능한 패키지 선호
(온라인 채널 활용 인기) 최근 미국 소비자들은 사료 구매 시 다양한 정보와 편리함을 주는 온라인 채널 선호





시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

II. 시장규모

1. 미국 반려동물 식품 시장규모
2. 미국 반려동물 건사료 시장규모
3. 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 미국 반려가구 유형
5. 미국 반려가구 지역별 소비 트렌드
6. 미국 반려동물 사료 온/오프라인 채널 규모



시장규모

1. 미국 반려동물 식품 시장규모

반려동물 식품 1인당 소비규모 (2023)	
미국	168.80달러
한국	21.65달러

출처 : Statista

■ 미국 반려동물 식품 시장규모, 2023년 기준 573억 400만 달러¹⁾²⁾

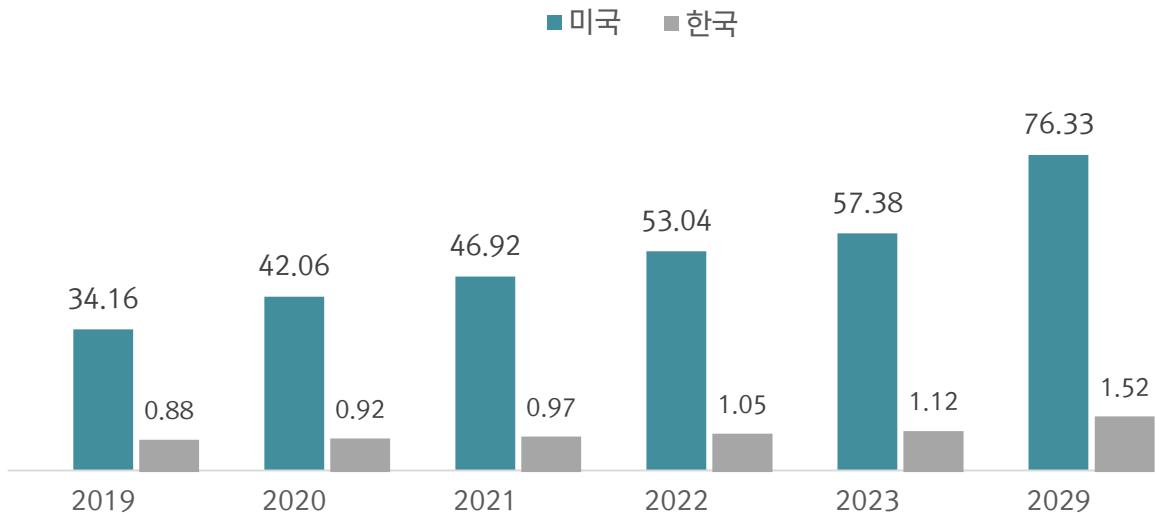
2023년 기준 미국 반려동물 식품 시장규모는 573억 400만 달러를 기록하였으며, 한국 시장과 비교 하여 51.23배 높은 시장규모를 보유하고 있음

■ 미국 반려동물 식품 시장, 2023-2029년 연평균 4.9% 성장

코로나19 팬데믹 기간 내 기존 반려견 인구 중에서는 25%가, 기존 반려묘 인구 중에서는 21%가 1마리 이상의 새로운 반려동물을 맞이했음. 코로나19로 인한 각종 스트레스와 우울감을 반려동물과 함께 극복하고자 하는 심리가 작용한 것으로 보임. 따라서 미국 반려동물 식품 시장은 2023년부터 2029년까지 연평균 4.9% 성장할 것으로 전망되며, 2029년 기준 시장규모는 763억 3,000만 달러를 기록할 것으로 예상됨

미국 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	2029(f)	CAGR ³⁾ (23-29)
미국	34.16	42.06	46.92	53.04	57.38	76.33	4.9%
한국	0.88	0.92	0.97	1.05	1.12	1.52	5.2%

출처 : Statista

- 1) 스테티스타에 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 건사료'는 반려견, 반려묘에게 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소 중 하나임. 고객사 제품 유형을 기준으로 '반려동물 건사료'의 상위 항목인 '반려동물 식품'의 시장규모를 조사함
- 3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

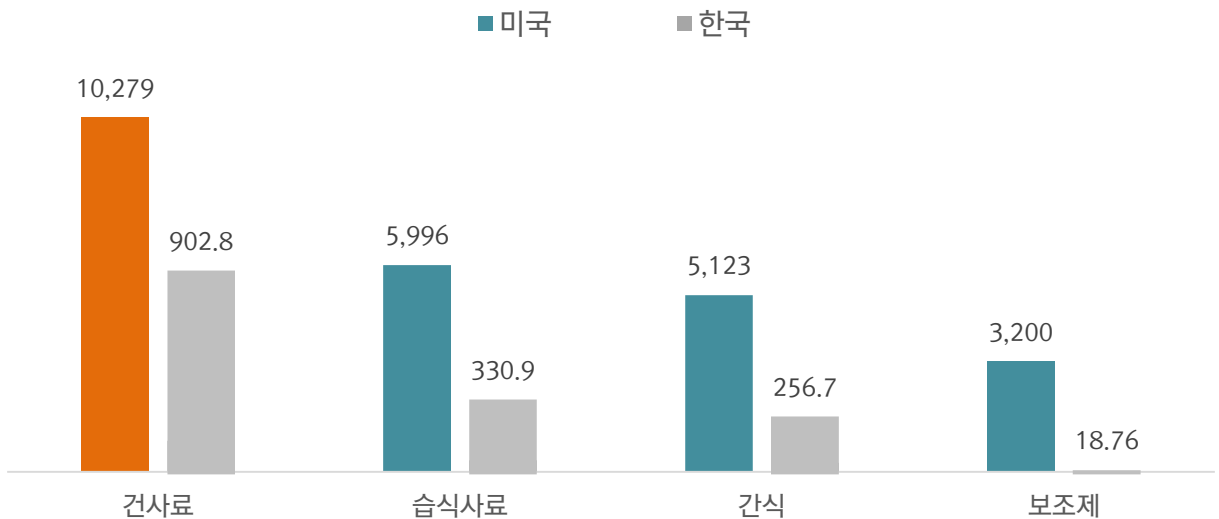
2. 미국 반려동물 건사료 시장규모

■ 미국 반려동물 건사료 시장 점유율

2023년 기준 미국 반려동물 식품의 유형별(건사료, 습식사료, 간식, 보조제) 소비량은 건사료가 약 41.7%로 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 건사료는 영양소가 균형 잡혀 있으며 기호성도 높게 개발되고 있어 반려동물의 일상적인 주식으로 자리 잡음. 또한, 건사료는 가격이 상대적으로 합리적이고 보관이 용이하며 유통기한이 길어 소비자 선호도가 높음. 특히 다견·다묘 가정에서는 대량 구매가 가능해 일관된 수요를 유지하는 경향이 있음. 기능성 건사료에 대한 관심도 증가하고 있으며, 관절 건강, 체중 조절, 피부 개선 등 특정 효능을 제공하는 제품들이 인기를 끌고 있음

미국 반려동물 식품 유형별 시장 점유율 (2023)⁴⁾

단위 : 백만 달러



국가	건사료	습식사료	간식	보조제
미국	10,279	5,996	5,123	3,200
한국	902.8	330.9	256.7	18.76

출처 : Statista

4) 해당 장에서 '미국 반려동물 건사료'에 대한 시장규모 추이 정보 확인이 불가하여, '미국 반려동물 건사료' 2023년 시장규모 정보를 확인함

3. 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

■ 미국 對글로벌 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

2023년 기준 미국 HS CODE 2309.10 제품 글로벌 수입규모는 17억 1,134만 달러를 기록하였으며, 최근 5년간 연평균 13.6% 성장하고 있음

HS CODE⁵⁾

2309.10

개나 고양이용 사료
(소매용으로 한정한다)

■ 미국 對한국 HS CODE 2309.10 제품 시장 점유율은 2023년 기준 0.064%

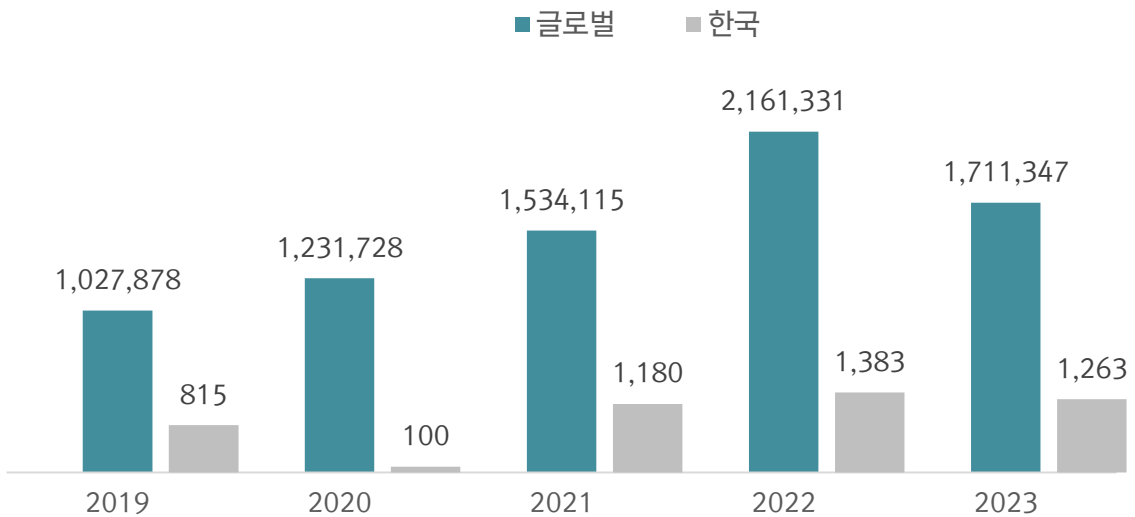
2023년 기준 미국 HS CODE 2309.10 제품 글로벌 수입 시장에서, 한국 반려동물 사료의 시장 점유율은 0.064%로 나타났으며, 수입액은 126만 3,000달러를 기록함

■ 한국은 미국 HS CODE 2309.10 제품 시장의 0.1% 점유로 매우 낮은 수준

2023년 기준 한국은 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입 60위 국가이며 미국 전체 수입 시장의 0.1%를 차지하고 있음

미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

단위 : 천 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁶⁾ (19-23)
對글로벌 수입액	1,027,878	1,231,728	1,534,115	2,161,331	1,711,347	13.6%
對한국 수입액	815	100	1,180	1,383	1,263	11.6%

출처 : ITC(International Trade Centre)

5) '반려동물 건사료'는 사료의 한 종류로 취급되는 물품이며 소매포장되어 있으므로 HS CODE 2309.10으로 분류함

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

4. 미국 반려가구 유형

■ 미국 전체 가구 중 반려가구 비율은 63%

2023년 기준 미국 반려가구 비율은 63%로 나타났으며, 이는 전세계 글로벌 반려가구 평균 비율인 58% 대비 높은 수치에 해당함

글로벌 평균	
반려가구	58%
반려견	59%
반려묘	53%
기타	21%

출처 : TGM Research

■ 반려가구 유형은 반려견(71%), 반려묘(51%), 기타(4%) 순

미국 반려가구 유형별 비율은 반려견(71%), 반려묘(51%), 기타 반려동물(4%) 순으로 나타나고 있으며, 기타 반려동물에는 어류, 조류, 토끼 등이 포함됨

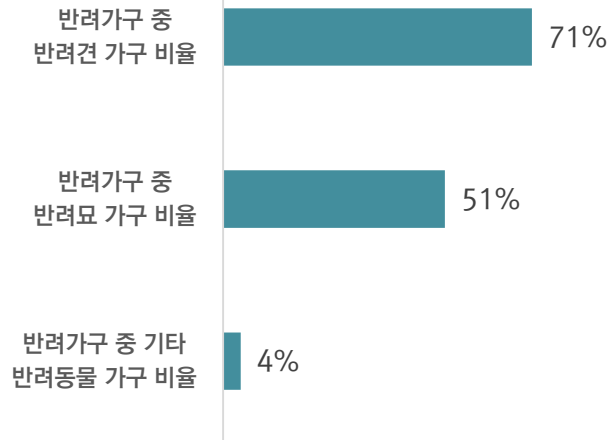
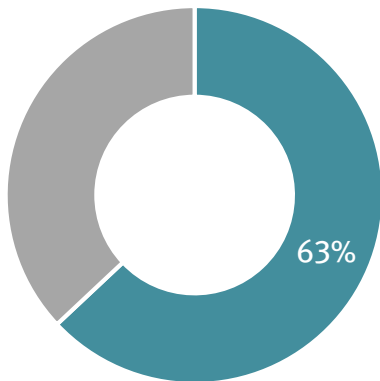
■ 글로벌 평균 대비 비교적 높은 반려가구 비율

미국의 반려가구 비율은 글로벌 대비 상대적으로 높은 수치를 기록하고 있으며, 특히 반려견 가구 비율은 71%로 글로벌 대비 12% 높게 나타난 수치에 해당함

미국 반려가구 유형 (2023년)

단위 : %

■ 전체가구 중 반려가구 비중



국가	전체가구 중 반려가구 비중	반려가구 중 반려견 가구 비율	반려가구 중 반려묘 가구 비율	반려가구 중 기타 반려동물 가구 비율
미국	63%	71%	51%	4%

출처 : TGM Research

5. 미국 반려가구 지역별 소비 트렌드

■ 미국에서 반려동물에 가장 많은 돈을 쓰는 주는 뉴욕

2023년 기준 뉴욕(연간 2,913달러), 미시간(연간 2,743달러), 텍사스(연간 2,560달러)가 평균적으로 반려동물에 가장 많은 비용을 지출하는 주로 나타났음. 1위 주인 뉴욕은 반려동물 사료(연간 1,150달러), 반려동물 장난감(연간 630달러 이상), 반려동물 미용(연간 약 525달러)에 상당한 투자를 하는 것으로 조사됨

■ 미국에서 반려동물에 가장 돈을 적게 쓰는 주는 캔자스

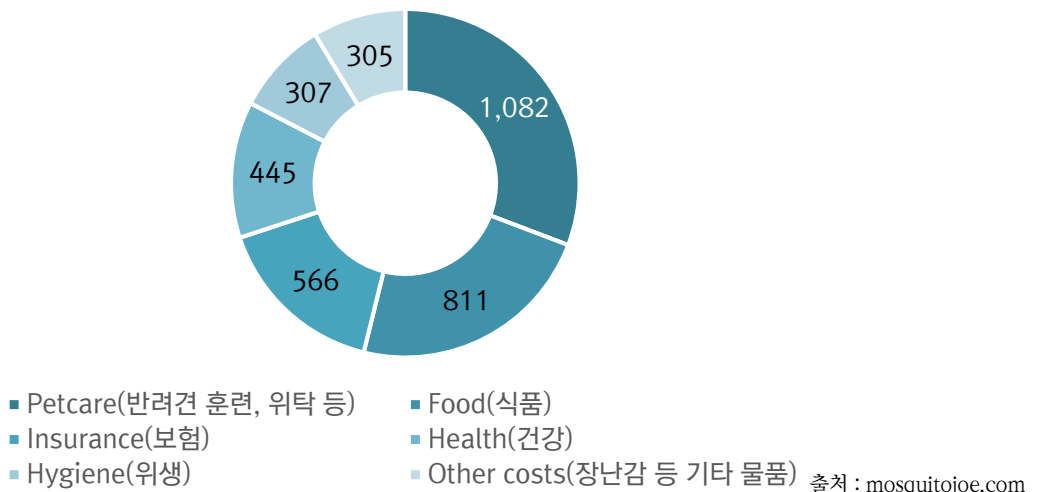
2023년 기준 캔자스(연간 1,247달러), 메인(연간 1,346달러), 오하이오(연간 1,353달러)는 반려동물을 위해 가장 적은 돈을 쓰는 주로 나타남. 그 중 캔자스는 반려동물의 건강에 매년 평균 200달러를 쓰고, 장난감과 간식에는 그보다 적은 금액 평균 199달러를 쓰는 것으로 조사됨

■ 반려동물을 위한, 평균적으로 가장 많은 지출이 있는 분야는 펫케어

반려동물 지출 항목 중 가장 많은 비용이 드는 분야는 Petcare(반려견 훈련, 위탁 등)임. 그 다음으로는 Food(식품), Insurance(보험), Health(건강), Hygiene(위생) 순으로 조사됨. 특히 Petcare(반려견 훈련, 위탁 등)에 가장 많은 비용이 드는 이유는 반려동물의 행동 교정이나 훈련, 위탁 관리 등이 전문성을 요하며, 이에 따라 높은 비용이 발생하기 때문임. 이러한 서비스는 반려동물의 사회화와 안전한 행동을 돕기 위해 필요한 경우가 많아 수요가 증가하고 있으며, 이로 인해 지출이 다른 항목보다 높은 것으로 분석됨

미국 반려동물을 위한 연평균 지출⁷⁾ (2023년)

단위 : 달러



7) 미국 7개주(AK, HI, MT, ND, SD, VT, WY) 1,250명을 대상으로 설문 진행

6. 미국 반려동물 식품 온/오프라인 채널 규모

■ 미국 반려동물 식품, 오프라인 채널 시장 점유율 67.6%

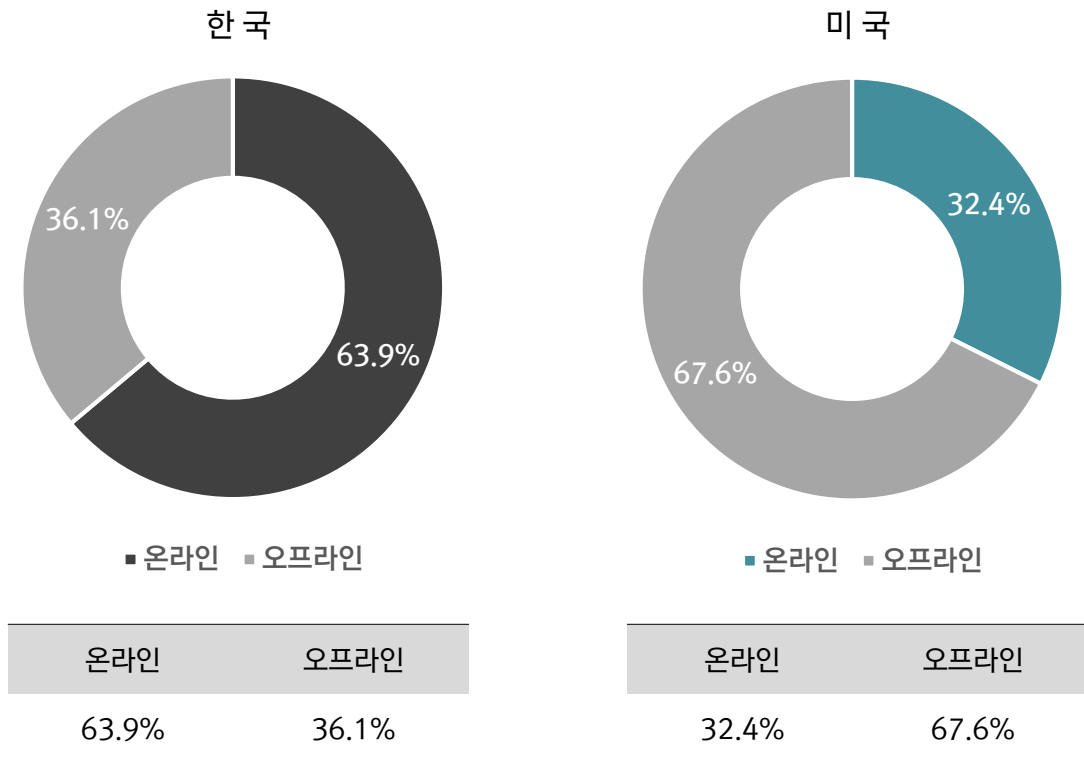
2023년 기준 미국 반려동물 식품 오프라인 채널 시장 점유율은 67.6%로 온라인 32.4% 대비 높은 수치를 기록하고 있음. 미국 반려동물 식품은 전통적인 소비 습관에 따라 오프라인 쇼핑이 강세를 나타내고 있으며, 대형마트(예 : Walmart, Target)나 반려동물 전문 용품점(PetSmart, Petco)의 소비가 일반적으로 이루어지고 있음

■ 미국 오프라인 채널 선호 이유는 ‘배송 및 서비스’ 요인

미국 반려동물 식품 소비에 있어 오프라인 채널이 선호되는 이유는 넓은 지리적 특성으로 인한 ‘물류 및 배송의 불편함’, 오프라인 매장에서 제공하는 ‘구매 상담과 회원 프로그램’ 등의 통합 서비스 이용이 주요 요인으로 작용함

미국 반려동물 식품 채널 유형별 시장 점유율 (2023)

단위 : %



출처 : Statista

■ 미국 주요 오프라인 유통채널⁸⁾의 배송 및 회원 제도

유통채널	배송 및 회원 제도
	[배송제도] - 미국 대부분 지역에서 무료 배송(단, Treats Rewards 회원으로 49달러 이상 주문 시) - 커브사이드(도로변) 픽업 및 매장 픽업 서비스 제공 - DoorDash와 같은 제 3자 서비스를 통해 배송 서비스 제공 [회원제도] - Treats Rewards 회원 대상 상품이나 서비스를 구매할 때 1달러당 10포인트를 적립, 1,000포인트는 2달러 보상 전환 - 연간 지출별 회원 등급제도로 높은 등급 회원에게 추가 포인트 및 이벤트 등 제공 (499달러 이하 일반 회원, 500~999달러 베스트 회원, 1,000달러 이상 VVIP 회원)
	[배송제도] - 35달러 이상 구매 시 무료 배송을 제공(알래스카, 하와이 등 일부지역 제외) - 커브사이드(도로변) 픽업 및 매장 픽업 서비스 제공(50달러 이상 구매시 10%할인) - 제 3자 서비스를 통해 배송 서비스 제공 [회원제도] - Vital care core(무료), Vital care premier(유료) 등급으로 나뉘어 혜택 제공, 유효 회원의 경우 영양제, 그루밍 서비스, 수의사 검진 서비스 등의 추가 혜택을 제공함
	[배송제도] - 49달러 이상 구매 시 무료 배송을 제공(알래스카, 하와이 제외/49달러 미만 5.99달러) - Fedex를 통해 배송 서비스 제공 - 매장 픽업 및 당일 배송 서비스 제공(당일 배송은 지역에 따라 가능함) [회원제도] - VIP Rewards Loyalty 회원 대상 1달러당 1포인트를 적립, 50포인트에 도달할 때마다 다음날 계정에 추가되는 5달러를 보상 - AutoShip & Save 정기 배송 서비스는 첫 주문시 35%할인, 최대 20%까지 할인. 이후 5% 할인 제공

8) 미국 오프라인 반려동물 용품 전문점 Top5 채널 중 3개 채널



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

Ⅲ. 시장트렌드

※ 미국 반려묘 건사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 미국 반려묘 건사료 브랜드 1위 : ‘퓨리나원’
2. 미국 반려묘 건사료 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’
3. 미국 반려묘 건사료 효능 키워드 1위 : ‘피부’



※ 미국 반려묘 건사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

■ 미국 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

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

■ 미국 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

키워드	발생 연관어			
브랜드	purina one	18	동시 발생건	
	blue buffalo	12	purina one	18
	iams	12	blue buffalo	12
	purina pro plan	8	iams	12
	wellness	8	purina pro plan	8
			wellness	8
맛	chicken(닭고기)	76	동시 발생건	
	salmon(연어)	21	chicken(닭고기)	76
	rice(쌀)	17	salmon(연어)	21
	turkey(칠면조)	16	rice(쌀)	17
	potato(감자)	7	turkey(칠면조)	16
			potato(감자)	7
효능	skin(피부)	43	동시 발생건	
	coat(모발)	42	skin(피부)	43
	muscles(근육)	32	coat(모발)	42
	heart(심장)	28	muscles(근육)	32
	digestion(소화)	26	heart(심장)	28
			digestion(소화)	26

출처 : amazon.com

시장 트렌드

1. 미국 반려묘 건사료 브랜드 1위 : ‘퓨리나원’

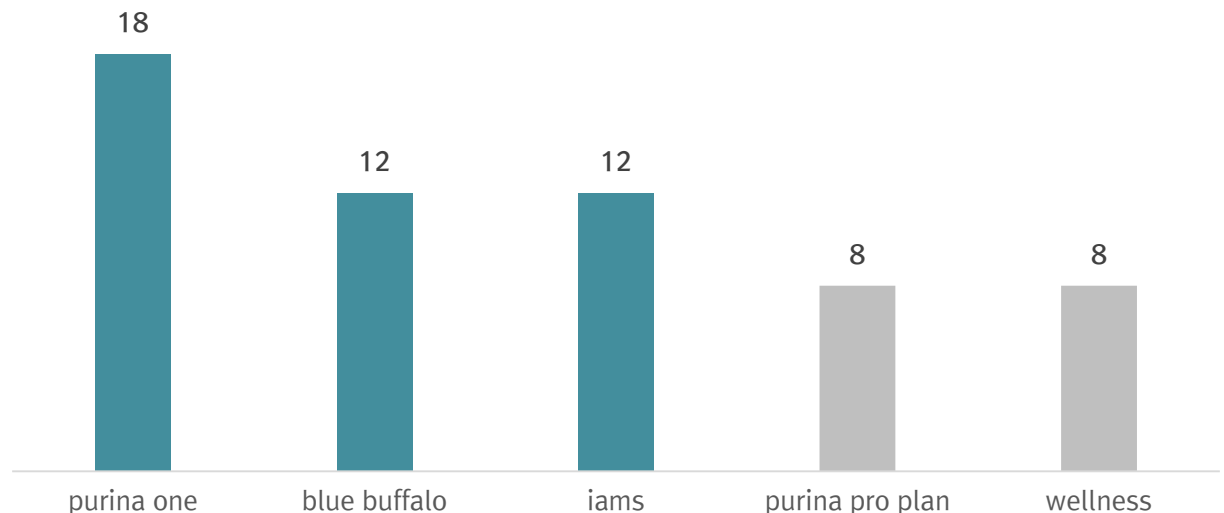
■ 미국 반려묘 건사료 현지 브랜드 강세

전체 베스트셀러 중 총 18개 제품은 미국 브랜드인 ‘퓨리나원’ 제품으로 나타남. 그 뒤를 이어 ‘블루버팔로’, ‘아이엠즈’ 등 현지 브랜드가 나타남. 이러한 결과는 미국 시장에서 자국 브랜드에 대한 높은 신뢰와 인지도가 주요한 경쟁력으로 작용하고 있음을 시사함. 해외 브랜드는 차별화된 품질과 현지화된 마케팅 전략으로 대응할 필요가 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Purina One	+Plus Indoor Advantage	맛	Turkey
			제형	Pellet
			중량	7.25kg
			가격	\$30.68(약 40,967원) ⁹⁾
 (판매 링크)	Blue Buffalo	Tastefuls Natural Dry Food	맛	Chicken & Brown Rice
			제형	Pellet
			중량	3.18kg
			가격	\$27.45(약 36,653원)
 (판매 링크)	Iams	Proactive Health Indoor Weight & Hairball Care	맛	Chicken & Turkey
			제형	Kibble
			중량	3.18kg
			가격	\$16.14(21,551원)

미국 반려묘 건사료 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



9) 1달러=1,335.30원(2024.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

출처 : amazon.com

2. 미국 반려묘 건사료 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’

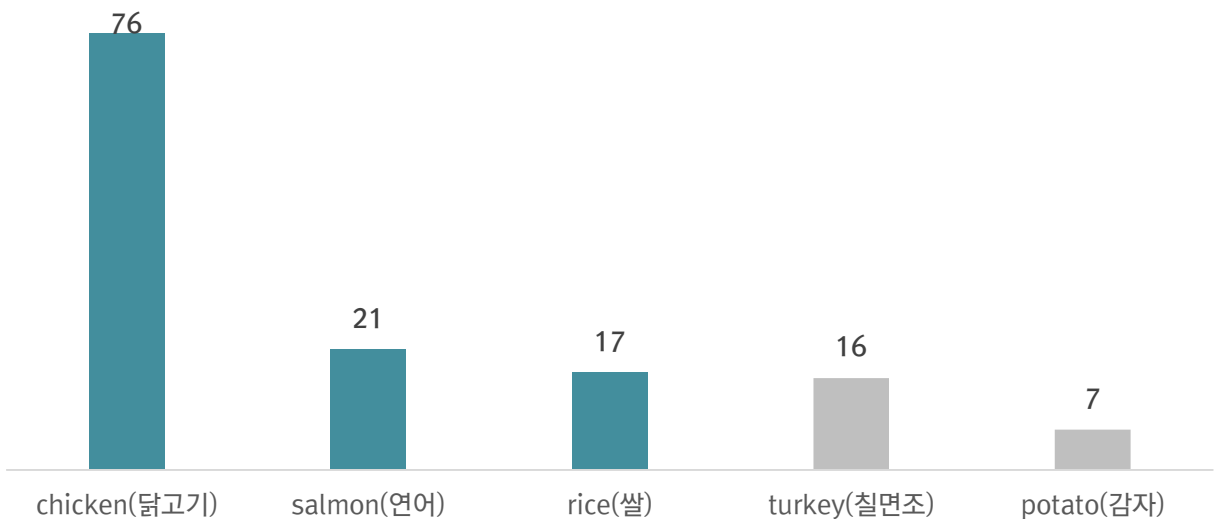
■ 반려묘 건사료 중 닭고기맛의 인기 압도적

‘닭고기’ 맛은 미국 반려묘 건사료 시장에서 압도적으로 인기 있는 선택지로, 조사된 제품 중 76개가 해당 맛을 포함함. 닭고기는 반려동물에게 소화가 잘 되고 알레르기 반응이 상대적으로 적게 발생하는 단백질 원료로 인식됨. 또한, 사료 제조사들이 닭고기를 활용해 풍미를 높이고 기호성을 강화함으로써 반려묘의 식욕을 자극하는 효과를 기대하고 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Friskies	Purina Friskies Dry Cat Food	맛	Chicken, Salmon
			제형	Pellet
			중량	3.15 Pounds
			가격	\$4.99(약 6,663원)
 (판매 링크)	Blue Buffalo	Blue Buffalo Wilderness	맛	Chicken
			제형	Pellet
			중량	12 Pounds
			가격	\$44.37 (약 59,247원)
 (판매 링크)	Hill's Science Diet	Hill's Science Diet Adult 1-6, Adult 1-6 Premium Nutrition	맛	Chicken
			제형	Pellet
			중량	7 Pounds
			가격	\$31.33 (약 41,834원)

미국 반려묘 건사료 맛 관련 키워드

단위 : 발생건수



3. 미국 반려묘 건사료 효능 키워드 1위 : ‘피부’

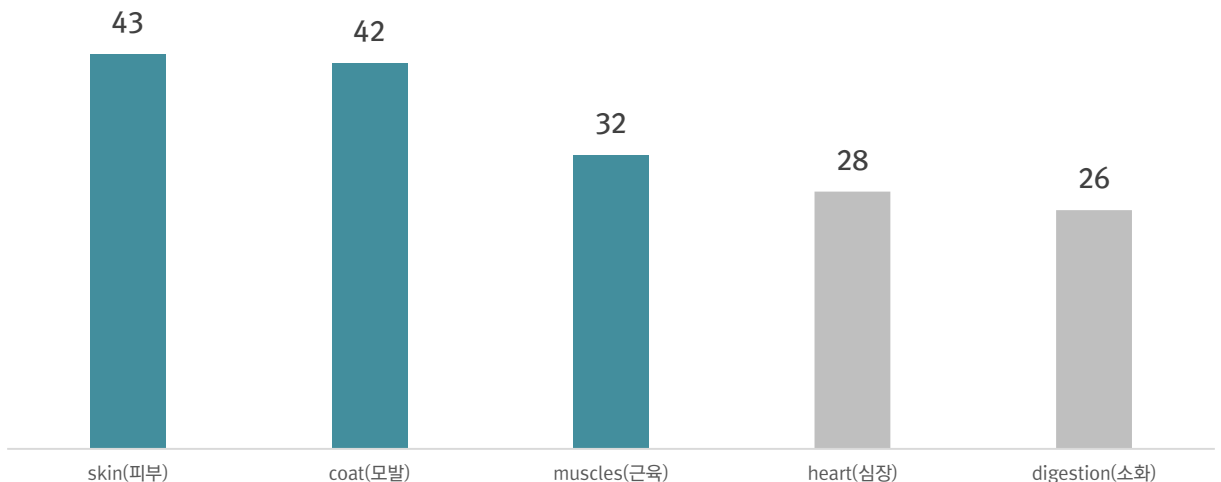
■ 미국 반려묘 건사료 시장 반려묘 피부에 관심 다

‘피부’ 건강은 미국 반려묘 건사료 시장에서 큰 관심을 받는 영역으로, 조사된 제품 중 43개가 피부 관련 기능을 강조하고 있음. 반려묘의 피부 건강에 대한 관심이 높은 이유는 알레르기과 피부 질환이 흔한 문제로 떠오르면서 사전 예방과 관리의 중요성이 부각되고 있기 때문임. 피부와 모발은 밀접한 연관이 있어, 모발 건강을 강조하는 제품도 자연스럽게 피부 개선 효과를 내세우는 경우가 많음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Purina Pro Plan	Purina Pro Plan Allergen Reducing, High Protein Cat Food	맛	Chicken & rice
			제형	Crunchy, kibble
			중량	7 Pounds
			가격	\$37.60 (약 50,207원)
 (판매 링크)	Blue Buffalo	Blue Buffalo Tastefuls Natural Dry Food for Adult Indoor Cats	맛	Chicken & Brown Rice
			제형	Pellet
			중량	7 Pounds
			가격	\$27.45 (약 36,653원)
 (판매 링크)	Purina Cat Chow	Purina Cat Chow Naturals With Added Vitamins	맛	Chicken & Salmon
			제형	Pellet
			중량	13 Pounds
			가격	\$18.04 (약 24,088원)

미국 반려묘 건사료 효능 관련 키워드

단위 : 발생건수





시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

Ⅳ. 유통채널

※ 미국 반려동물 식품 유통채널 점유율

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



유통채널

신청기업 조사희망 유통채널

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

※ 미국 반려동물 식품 유통채널 점유율

■ 미국 반려동물 식품 주요 유통채널은 슈퍼마켓(60%)

미국 반려동물 식품 주요 유통 채널은 슈퍼마켓으로, 60%의 점유율을 기록함. 슈퍼마켓은 우수한 접근성과 반려동물 사료의 대량 프리미엄화로 인해 미국에서 가장 높은 유통 점유율을 기록함

■ 온라인(22%), 미국 내 두번째로 높은 채널 선호도

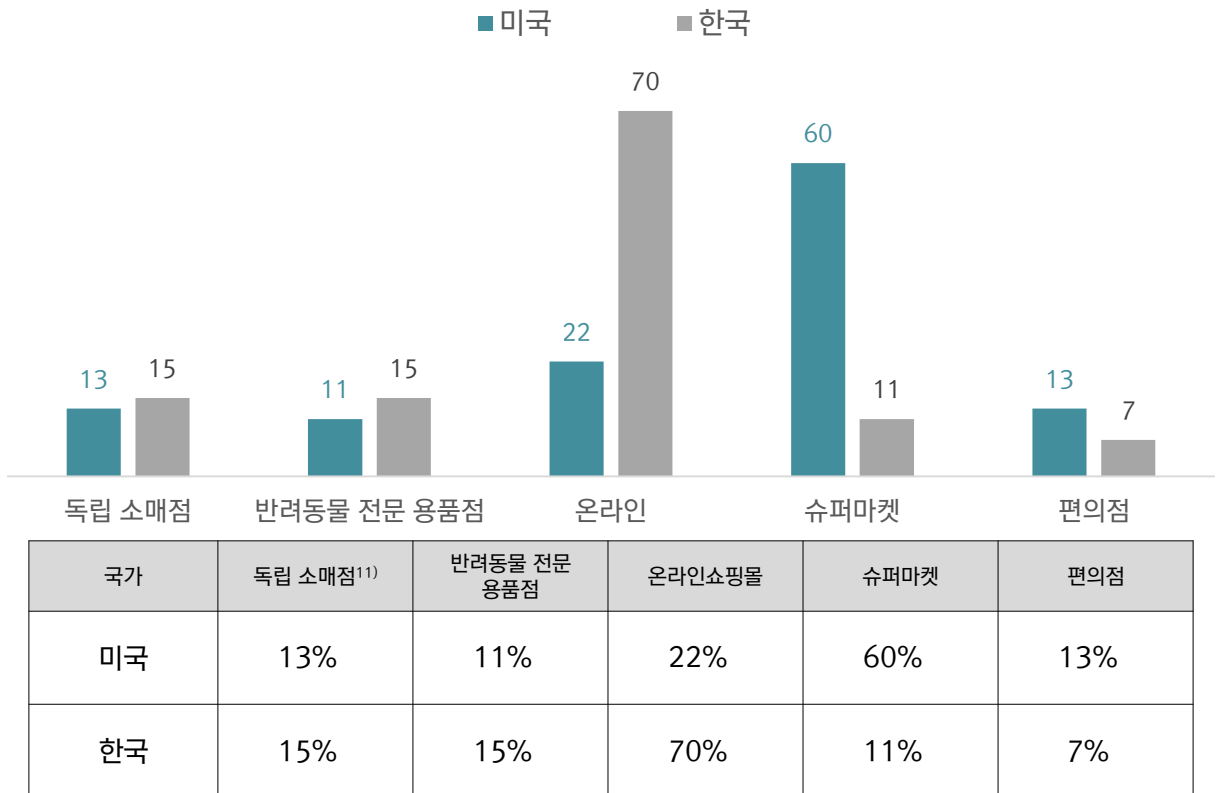
미국의 반려동물 식품 온라인 유통 점유율은 22%로, 미국에서 두번째로 높은 유통 점유율을 기록함. 이는 COVID-19로 인한 오프라인 채널의 온라인 채널 확장 및 구독 서비스 증가로 인해 가속화된 것임

■ 반려동물 전문 용품점(11%), 한국 대비 낮은 선호도

미국의 반려동물 전문 용품점의 점유율은 11%로, 한국 대비 낮은 점유율을 보유하고 있으며, 주로 대량 제품을 판매하는 브랜드가 아닌 자체 개인 브랜드의 특색있는 제품들을 유통 중에 있음

미국 반려동물 식품 유통채널별 점유율 (2023년)¹⁰⁾

단위 : %



출처 : TGM Research

10) 해당 장에서 '반려동물 건사료' 품목에 대한 유통채널 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '반려동물 식품' 유통채널의 정보를 확인함

11) 독립 소매점 : 개인이나 소규모 사업자가 운영하는 상점

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 월마트

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Walmart	유형	하이퍼마켓, 슈퍼마켓
홈페이지	www.walmart.com	진출지역	전역
규모	(연간 매출액) 6,300억 달러/ (미국 매장수) 4,700개		
요약정보	- 미국 대표 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로 온·오프라인 매장운영 - 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 - 2020년 편의점 브랜드 '스피드웨이(Speedway)' 점포 3,900여 개 인수		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 반려동물 패드, 하우스, 목줄 및 하네스, 훈련용품, 미용용품 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 브랜드 신뢰성과 인증으로 대중성있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : 홈페이지를 통한 입점 신청 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (파트너 등록) 연락처 및 주요 정보 - 월마트 파트너 등록 부서 - [E-mail] service@walmartcontacts.com - [Tel] +1-800-925-6278

② 코스트코

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Costco	유형	하이퍼마켓, 슈퍼마켓
홈페이지	www.costco.com	진출지역	전역
규모	(연간 매출액) 2,450억 달러/ (미국 매장수) 618개		
요약정보	- 1989년 시애틀에 첫 매장을 개설하여, 북미, 유럽, 아시아 등 포함하여 전세계 진출 - 미국에 본사를 둔 대형 멤버십 창고형 매장 - 주로 가전제품, 식품, 의류 등 광범위한 카테고리의 소비재를 대량으로 판매하고 저렴한 가격 제공 - 자체 브랜드인 커클랜드 시그니처(Kirkland Signature)를 보유하고 있음		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 반려료 스크래치, 반려동물 보조제, 의류 및 악세서리, 장난감, 미용용품
선호 제품	대용량 포장과 번들 제품, 지속 가능한 생산과 친환경 제품, 공급 안정성 있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : 홈페이지를 통한 입점 신청 - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역 부서에 직접 문의(costco.com/vendor-inquiries.html) (파트너 등록) 자격평가 기준 - 코스트코 공급업체 행동 강령 준수 - 공인검사기관에서 TPI 실시 (파트너 등록) 연락처 및 주요 정보 - 본사 직접 거래 방식이 일반적이거나, 내부 중개인(In-House Broker) 거래도 존재함 - [Tel] +1-425-313-8100(Northwest Region)

2. 온라인 쇼핑몰

③ 아마존

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Amazon	유형	온라인쇼핑몰
홈페이지	www.amazon.com		
규모	(연간 매출액) 4,690억 달러		
요약정보	- 세계 최대 종합온라인 쇼핑몰로, 아마존 프라임(Amazon Prime)을 통한 구독형배송 서비스제공 - 190만 개 기업의 상품을 보유하고 분당 7,400개의 제품 판매가 이뤄짐 - '아마존 프레스(Amazon Fresh)', '아마존고(Amazon Go)', '아마존스타일(Amazon Style)' 등 다양한 형태의 오프라인 매장도 운영함		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	의류 및 액세서리, 침대 및 가구, 목줄 및 하네스, 반려동물 식품 등
선호 제품	다양한 제품군을 갖고 있는 제품, 높은 고객 리뷰 및 평점을 보유한 제품
주요 프로모션 정보	 50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

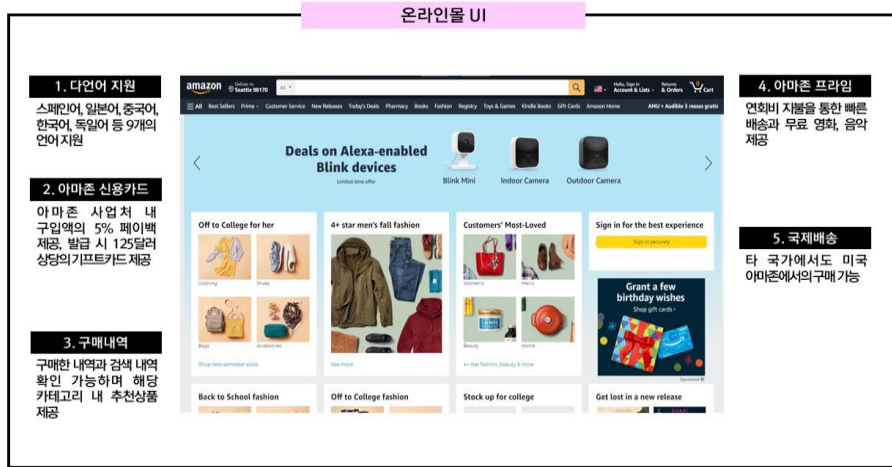
■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : 홈페이지를 통한 입점 신청 - (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) (파트너 등록) 자격평가 기준 - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 (파트너 등록) 연락처 및 주요 정보 - 아마존 파트너 등록 부서 - [Tel] +1-888-280-4331)

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

온라인몰 UI

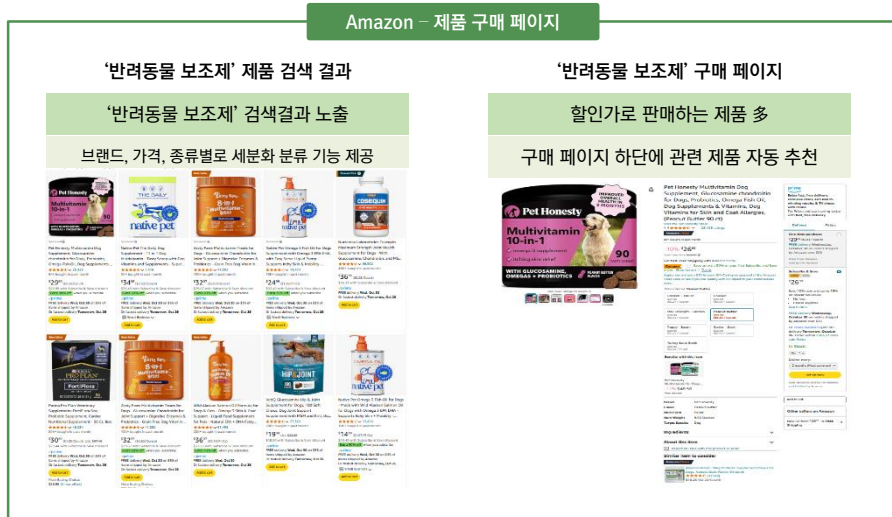
①



어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI

②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

④ 츠이

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Chewy	유형	온라인쇼핑몰
홈페이지	www.chewy.com		
규모	(연간 매출액) 95억 달러		
요약정보	- 반려동물 용품 전문 온라인 리테일러 - 반려견, 반려묘, 새, 물고기, 기타 반려동물을 위한 사료 및 용품 제공 - 고객 서비스와 빠른 배송으로 유명		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	의류 및 액세서리, 목줄 및 하네스, 반려동물 식품, 건강 용품, 장난감 등
선호 제품	인기 브랜드의 제품, 재구매 가능성이 높은 제품
주요 프로모션 정보	 Free \$10 eGift card With \$25 order of Purina treats & more. Code: PURINAHOLIDAY Shop now Exclusions apply. 브랜드와 협업하여 할인 진행, 첫구매시 20% 할인 진행 등 다양한 프로모션 상시 진행

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : 홈페이지를 통한 입점 신청 - (https://join.partnerize.com/chewy/en_us) - 홈페이지 하단 Affiliates 클릭 - Apply to Partnerize 클릭 - Partnerize 양식 작성 (파트너 등록) 연락처 및 주요 정보 - 츠이 파트너 등록 부서 - [E-mail] affiliates@chewy.com - [Tel] +1-800-672-4399

온라인몰 UI

①



세부 검색 중 원하는 반려견, 반려묘, 말 등 동물 카테고리 선택 가능

온라인몰 UI

②



브랜드, 품목, 제품, 맛별로 세부 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

3. 반려동물 전문 용품점

⑤ 펫스마트

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	PETSMART	유형	반려동물 용품 전문점
홈페이지	www.petsmart.com	진출지역	전역
규모	(연간 매출액) 약 80억 달러 / (미국 매장수) 약 1,700개 이상		
요약정보	- 미국과 캐나다 내 대형 반려동물 용품 및 사료 소매 체인 - 다양한 반려동물을 위한 식품, 용품, 액세서리 및 서비스 제공 - 주요 쇼핑몰이나 상업 지역에 위치하여 고객에게 편리한 쇼핑 환경 제공		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 이동 보조 용품, 목줄 및 하네스, 기능성 보조제 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 친환경 및 지속 가능성이 있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : Ariba Commerce Cloud 이용한 간접 등록 https://service.ariba.com/ProfileManagement.aw/109591058/aw?awh=r&awssk=jop1nXT6&dard=1 - Ariba Commerce Cloud 사이트 가입 - Ariba Commerce Cloud 로그인 - 양식 작성 후 등록 (*) 연락처 및 주요 정보 - 펫마트 파트너 등록 부서 - [Tel] +1-888-839-9638 (현지 벤더) Mr.Checkout (https://mrcheckout.net/how-to-get-into-petsmart/) - petsmart 입점 경험 有 - [Tel] +1-800-367-0076

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

⑥ 펫코

■ 기본 정보

항목	내용			
매장명	Petco	유형	반려동물 용품 전문점	
홈페이지	www.petco.com	진출지역	전역	
규모	(연간 매출액) 약 60억 달러 / 미국, 멕시코, 푸에르토리코 전역에 약 1,500개 이상의 매장			
요약정보	- 미국대표 반려동물용품 전문점체인으로, 반려동물 사료, 용품, 액세서리 등을 판매 - 다양한 반려동물 종을 아우르며, 반려동물 종류별로 매대를 나누어 판매함 - 미주 전역에 1,500여 개 매장 운영, 100여 개 반려동물 병원에도 입점			

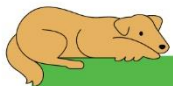
■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 하우스, 기능성 보조제, 의류 및 액세서리 등
선호 제품	품질 및 안정성이 있는 제품, 특화된 건강 솔루션을 가진 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(파트너 등록) 등록 방법 : 홈페이지를 통한 입점 신청 - 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



V. 진입장벽

※ 미국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

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



진입장벽

※ 미국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

■ 미국, 일반 사료와 반려동물 사료 구분되며 반려동물 사료 법령 有

미국은 반려동물 사료¹²⁾와 직접 연관되는 법제도가 체계적으로 수립되어 있어 관련된 법령과 제도에 대한 주의가 필요한 국가 중 하나로 평가됨

■ FDA의 규제를 따르는 동시에 AAFCO(사료관리협회) 규제도 따름

미국에서 반려동물 사료는 FDA와 AAFCO(미국 사료관리협회)의 규정을 따르고 있음. AAFCO는 사료의 영양 균형과 안전성을 보장하기 위한 표준을 설정하며, 주 정부가 각 주의 법률과 규정으로 채택할 수 있기 위한 가이드를 구성하고 있음

연관 법령 및 제도 현황¹³⁾

구분	일반 사료	반려동물 사료
품목 법령	○ (FSMA Food Safety Modernization Act and Animal Food / 식품안전현대화법)	X
제품 등록	○ (BTA The Bioterrorism Act / 수입식품 사전 통지 및 시설 등록)	○ (Registration of Pet Food / 반려동물 사료 등록)
제품 규격 - 공통 규격	○ (21 CFR 582/584)	○ (AAFCO Dog/Cat Food Nutrient Profiles)
제품 규격 - 특수 규격	X	○ (CPG Sec. 690.300 반려동물 저산도 통조림, CPG Sec. 690.500 반려동물 사료용 생고기)
제품 라벨링 - 사료 일반	○ (CFR Code of Federal Regulations Title 21 501 / 동물 사료 라벨링 요구사항)	○ (AAFCO / 일반 반려동물 사료 라벨링 규정)
공장 등록	○ (FFR Food Facility Registration / 식품 시설 등록)	X
기타사항	X	X

출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

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

13) 반려동물 사료 법제도 및 규제가 있는 경우 해당 규제를 따르며, 없는 경우 일반 사료 법제도 및 규제를 따름. 미국에서는 반려동물 사료에 관한 법제도와 규제가 연방 및 주 차원에서 모두 적용됨. 대부분의 주가 AAFCO의 모델 규정을 채택해 사료 등록과 라벨 검토를 실시함. 그러나 각 주가 요구하는 라벨링 형식과 성분 승인 절차가 미세하게 다를 수 있어, 진출하고자 하는 주의 법제도와 규제를 명확히 파악하는 것이 필요함

■ 반려동물 사료 수출 단계별 주요 준비사항

- ① 제품등록 : 미국은 각 주별로 사료 제품 등록이 필요하며, AAFCO의 가이드라인에 따라 제품이 평가되고 승인됨. 등록 절차는 주마다 상이하며, 일반적으로 성분 분석서와 라벨링 요구 사항을 포함한 문서 제출이 요구됨
- ② 공장등록 : 미국 사료 수출을 위해 제조시설은 FDA 시설등록(Food Facility Registration, FFR)이 필수적으로 요구됨
- ③ 세관 검역 : 미국에 도착한 제품은 관세국경보호청(CBP)에 신고되고, USDA 또는 FDA가 해당 제품이 안전하게 제조·포장·보관되었는지, 그리고 오염 없이 시장에 유통될 수 있는지를 확인함

통관 및 검역 절차



1. 미국 반려동물 사료 등록 제도

■ Registration of Pet Food (사료 등록제도)

미국 반려동물 사료 판매를 위해서는 각 주별 등록이 요구되며 주마다 요구되는 수수료와 갱신 주기는 상이함. AAFCO(미국사료협회)는 국가 공통의 반려동물 사료 영양 표준 기준과 라벨링 지침을 제공하고 있으며 각 주별로 이를 준수할 수 있도록 지원하고 있음

Registration and Licensing of Pet Food (반려동물 사료 등록제도)

항목	내용			
명칭	Registration/Licensing of Pet Food		(-)	
구분	제품 유통 등록			
제도 목적	미국 물품 수출을 위한 수입 허가증			
대상 품목	반려동물 사료			
신청 URL	www.aafco.org			
취득 대상	수입업체	제도 성격	필수	
주요 요약 (주별 상이)				
	구분 ¹⁴⁾	등록 수수료	갱신주기	검사비
	캘리포니아주	2년 기준 \$220	연간	톤당 최대 \$0.15
	플로리다주	시설 규모에 따라 \$40~\$3,500	연간	없음
	텍사스주	시설당 \$75, 제품당 \$50	시설(영구), 제품(연간)	톤당 \$0.19
	뉴욕주	시설당 \$100, 브랜드당 \$100	시설(격년), 브랜드(연간)	톤당 \$0.10
준비 서류	① 제품 라벨 정보, ② 성분 및 원료 사용 증명서, ③ 제품 등록 신청서(각 주별) ④ GMP 인증, ⑤ FDA 시설 등록 인증, ⑥ 품질 안전성 테스트 증명서			
담당 기관	· AAFCO(미국사료협회) : aafco@aafco.org / +1-217-356-4221 · 캘리포니아주(각 주별 관리) : +1-916-900-5022			

출처 : 미국 사료 관리 관리 협회(www.aafco.org)

출처 : 미국 사료 관리 관리 협회(www.aafco.org)

14) 반려동물수가 가장 많은 상위 4개주

■ Commercial Feed (캘리포니아주 상업용 사료 등록 법령)

미국은 각 주별 사료 등록을 요구하고 있으며 캘리포니아주¹⁵⁾ 기준 상업용 사료 등록 규제는 아래와 같음. 상업용 사료 제조, 유통, 판매, 저장을 위해서는 각 시설마다 라이선스 취득이 요구되며, 영구적인 사업장이 없는 경우에도 라이선스를 요구함. 사료 라벨에 보증인 이름과 주소가 표시된 경우에도 취득 대상에 해당함

Food and Agricultural Code – CHAPTER 6. Commercial Feed – ARTICLE 10. Licenses

조항 번호	주요 내용
15051(a)	· 상업용 사료를 제조, 유통, 판매, 저장 관련 라이선스를 취득해야 함 · 영구적인 사업장이 없는 경우에도 라이선스가 필요함
15051(b)	· 사료 라벨에 보증인(guarantor)으로 이름/주소 표시된 사업자도 취득이 필요함
15051(c)	· 다음과 같은 자는 라이선스 요구 사항에서 면제됨 - 라이선스 보유 상업용 사료를 승인된 표시와 함께 소매로만 판매하는 자 - 자기 소유의 동물에게만 급여할 목적으로 상업용 사료를 제조하는 자
15053(a)	· 2007년 1월 1일부터 위치당 최소 라이선스 수수료는 \$100~\$600을 넘지 않음 · 2025년 1월 1일부터 라이선스 수수료는 위치당 \$100으로 설정됨
15054	· 모든 라이선스는 매년 7월 1일에 갱신되며, 다음 해 6월 30일까지 유효 · 갱신 신청 시에는 각 위치마다 연간 수수료를 함께 제출해야 함

신청 양식지
(링크)

STATE OF CALIFORNIA
DEPARTMENT OF FOOD AND AGRICULTURE
Meat, Poultry and Egg Safety Branch
1200 N Street
Sacramento, CA 95814
(916) 900-5004
70-0045, Rev. 07/20

Date: _____

Establishment Number: _____

Fee: \$100.00

In accordance with Article 2, Chapter 5, Part 3, Division 9, of the California Food and Agricultural Code, application is hereby made for a license to operate as a:

☐ PET FOOD SLAUGHTERER
☐ PET FOOD IMPORTER
☐ PET FOOD PROCESSOR

Please Print or Type:

Name of Business: _____ Phone Number: _____
Mailing Address: _____ FAX Number: _____
Location, if different, and County: _____
Name and Address of Owners or Corporate Officers and Managers: _____
Name of Contact Person: _____ Contact Person E-mail Address: _____
Experience in the business under which license application is made: _____
List interest or control you have in any Dead Animal Handler, Rendering Plant or Collection Center: _____

Any changes in the information given must be reported to the Meat, Poultry and Egg Safety Branch within 15 days.
Obtaining all information requested is mandatory and required before a license can be issued according to requirements in Division 9 of the California Food and Agricultural Code.

Mail application and One Hundred dollar (\$100.00) fee to:
Department of Food and Agriculture, AHFSS
P.O. Box 942881, Sacramento, CA 94271
Please make check payable to: CDFAS - 420

Printed Name of Applicant: _____
Signature of Applicant: _____

[주요 작성 항목]

- Establishment Number (시설 번호)
- License Type (종류)
 - 반려동물 사료 도축업자
 - 반려동물 사료 수입업자
 - 반려동물 사료 가공업자
- Experience (관련 사업 경험)

출처 : leginfo.legislature.ca.gov

15) 미국에서 인구 및 반려동물(반려견, 반려묘) 수가 가장 많은 주

■ 미국 육류제품 검역제도 및 수입 규정

미국으로 육류제품을 수출하려면 위생 검사와 검역 절차를 거쳐야 함. 미국 식품안전검사국(FSIS)은 육류, 가금류 또는 계란 제품을 미국으로 수출하기를 원할 경우 미국과 동등한 식품안전 기준을 충족하기를 요구하고 있음. 한국은 현재 미국으로 멸균가공가금육을 제외, 육류 및 가금류를 수출할 수 없음. 수출을 위해서는 정부 차원에서 FSIS에 동등위생자격(equivalent country)을 획득 필요

FSIS 육류제품 검역 정책

제품 유형	관할 기관	처리 방식	한국의 수출 가능 여부
Raw meat/poultry 3% 이상	USDA	육류 제품으로 분류	불가
Cooked meat/poultry 2% 이상	USDA	육류 제품으로 분류	불가
Raw meat/poultry 3% 미만	FDA	일반 식품으로 처리	가능
Cooked meat/poultry 2% 미만	FDA	일반 식품으로 처리	가능

USDA와 FDA의 업무관할권 협약에 따라, 가공식품 중 생육(Raw meat/poultry)이 3% 미만이고 조리된 육류(Cooked meat/poultry)가 2% 미만인 경우 FSIS에서 관여하지 않고 FDA에서 일반식품으로 처리함. 그러나 수입의 경우, 소량의 육류, 가금육 및 가공난성분을 함유한 식품이라도 첫째, USDA/FSIS의 검역하에서 생산되었거나 둘째, FSIS에 의해 인정된 외국의 검역체계하에서 생산된 것이어야 함. 즉, 육류 함유량이 2%(가공제품만 해당, 생육은 불가) 규정을 초과하는 제품의 경우 USDA 소관의 육류제품으로 분류되어 한국은 원천적으로 수출이 불가능함. 육류 함유량이 2% 미만인 경우 FDA 소관의 소량육류함유제품으로 분류되어 수출이 가능하지만, 이 경우에도 한국 가공식품의 경우 인정된 국가로부터 가공된 원료(예: Beef(chicken) extract, Beef(chicken) powder)만 수입할 수 있으며(고기를 수입하여 한국에서 가공할 수 없음), 이러한 원료의 비중이 최종제품 중량의 2% 미만이어야 함

2. 미국 반려동물 사료 제품 규격

■ AAFCO 반려견/반려묘 사료 영양소 요구사항

AAFCO는 반려동물 건강을 유지하고 성장 및 번식을 지원하기 위한 필수 영양소 기준을 설정하고 있음. 제시된 표는 건조 물질(Dry Matter) 반려묘 기준 사료에 포함되어야 하는 최소 영양소와 최대 영양소 농도를 나타냄. 성장 및 번식 단계에서는 단백질 30%, 성묘 유지 단계에서는 26% 이상의 조단백 등이 요구되고 있음

반려묘 건사료 영양소 요구사항 (AAFCO CAT FOOD NUTRIENT PROFILES BASED ON DRY MATTER)

단위 : %

종류	단위 (DM 기준)	성장 및 번식 최소량	성묘 유지 최소량	최대량
Crude Protein (조단백)	%	30	26	-
Arginine (아르기닌)	%	1.24	1.04	-
Histidine (히스티딘)	%	0.33	0.31	-
Isoleucine (아이소류신)	%	0.56	0.52	-
Leucine (류신)	%	1.28	1.24	-
Lysine (라이신)	%	1.2	0.83	-
Methionine (메티오닌)	%	0.62	0.2	1.5
Methionine-cystine (메티오닌-시스틴)	%	1.1	0.4	-
Phenylalanine (페닐알라닌)	%	0.52	0.42	-
Phenylalanine-tyrosine (페닐알라닌-티로신)	%	1.92	1.53	-
Threonine (트레오닌)	%	0.73	0.73	-
Tryptophan (트립토판)	%	0.25	0.16	1.7
Valine (발린)	%	0.64	0.62	-
Crude Fat (조지방)	%	9	9	-
Linoleic acid (리놀레산)	%	0.6	0.6	-
alpha-Linolenic acid (알파-리놀렌산)	%	0.02	ND	-
Arachidonic acid (아라키돈산)	%	0.02	0.02	-
Calcium (칼슘)	%	1	0.6	-
Phosphorus (인)	%	0.8	0.5	-
Sodium (나트륨)	%	0.2	0.2	-
Magnesium (마그네슘)	%	0.08	0.04	-
Iron (철)	mg/kg	80	80	-
Copper (구리, 압출식)	mg/kg	15	5	-
Selenium (셀레늄)	mg/kg	0.3	0.3	-
Vitamin A (비타민 A)	IU/kg	6668	3332	333,300
Vitamin D (비타민 D)	IU/kg	280	280	30,080

출처 : 미국 사료 관리 관리 협회(www.aafco.org)

■ 21 CFR Part 589 일반사료 및 반려동물 사료 포함 금지된 물질

미국 연방 규정집 Title 21, Part 589는 일반 사료 또는 반려동물 사료에 사용이 금지된 물질에 대한 규정을 담고 있음. 이 규정은 공중 보건에 잠재적 위험을 초래하거나 안전성이 충분히 입증되지 않은 물질의 사용을 제한함. 금지된 물질을 사용하는 경우 해당 사료는 불량품(adulterated)으로 간주되어 법률 위반으로 간주됨

반려동물 사료 포함 금지 물질

사료 종류	물질명 (조항)	금지 이유	요구 사항	예외 사항
모든 동물 사료	젠티안 바이올렛 (§ 589.1000)	동물 사료에서의 안전성이 충분히 입증되지 않음	(-)	- 식품 첨가물로서의 안전한 사용을 위한 규정 없음 - 연구 목적의 사용은 특정 조건 하에서만 가능
	소 관련 물질 (§ 589.2001)	광우병(BSE) 등의 전파 방지를 위해 특정 소 관련 물질은 모든 동물 사료에 사용 금지 ① BSE 확진 소의 전체 사체 ② 30개월 이상 소의 뇌와 척수 ③ 특정 조건의 검사받지 않은 소의 사체 ④ 금지된 소 물질에서 유래한 기계적 분리 쇠고기 ⑤ 특정 우지(tallow)	① 제조업체는 금지된 소 물질이 사료에 포함되지 않도록 해야 함 ② 적절한 라벨링: "동물에게 급여하지 마십시오" ③ 시각적으로 식별 가능한 표시 부착 ④ 기록 유지 및 FDA의 검사에 협조	- 특정 조건을 충족하는 우지 및 우지 유도체 - FDA에서 지정한 국가에서 유래한 물질
반려묘 사료	프로필렌 글리콜 (§ 589.1001)	반려묘 사료에서의 안전성이 충분히 입증되지 않음	(-)	- 식품 첨가물로서의 안전한 사용을 위한 규정 없음 - 연구 목적의 사용은 특정 조건 하에서만 가능

출처 : 미국 농무부(USDA)

3. 미국 반려동물 사료 제품 라벨링

■ 반려동물 사료에 대한 라벨 규정 보유

미국에서는 반려동물 사료에 대해 사람이 먹는 식품과 마찬가지로 안전하고 위생조건에 맞는 제조와 라벨 표기에 대해 중요하게 생각하고 있음. 반려동물 사료에 대한 라벨 규정은 미국 사료 관리 관리 협회(AAFCO, Association of American Feed Control Officials)에서 수립한 별도의 규정을 보유하고 있으며, 이는 연방규정집(CFR) 제 21편(Code of Federal Regulations, Title 21)에 게시되어 있음

반려동물 사료 제품 라벨링 규정

항목	내용
명칭	반려동물 사료 라벨 최소 포함 사항
관련 법령	미국 사료 관리 관리 협회(AAFCO)
요구사항	■ 반려동물 사료 라벨에는 8가지 필수 항목 포함 - 라벨을 앞면 패키지에만 부착하는 경우 : 8개 필수항목이 모두 표시되어야함 - 라벨을 앞면과 뒷면에 사용하는 경우: 패키지앞면에 브랜드 및 제품명, 사료 용도, 수량에 대해 필수 표시하고 나머지 항목은 뒷면에 표시가능 ■ ‘라이트’ 또는 ‘저칼로리’를 표기한 제품은 지정된 방법과 형식에 따른 칼로리 함량 표기가 필요 ■ 반려동물 사료에 맛, 향, 영양가 이외에 제품의 의도된 기능 및 효능에 대한 표현 (ex.염증 감소, 관절 기능 개선 등)은 표기를 할 수 없음 ■ 휴먼 등급 표기는 제품의 모든 성분이 사람이 먹을 수 있어야하며, 연방규정에 따라 제조, 포장, 보관되는 제품만 표기 가능
라벨 표기사항	① 브랜드 및 제품명: 제품명에 성분 이름을 작성하는 부분을 나타냄 (ex. 닭고기 반려묘 사료, 닭고기 맛 반려묘 사료 등) ② 반려동물 사료의 용도에 맞는 반려동물 종류 이름: 제품이 사용될 반려동물 종류를 작성해야함 (ex. 연어로 만든 반려묘 간식, 반려견 사료 등) ③ 수량: 순중량(파운드), 순부피(온스)를 표기하고 제품 하단 1/3에 배치되어야함 ④ 보장 분석: 식품 각 영양소의 백분율을 나타냄(조단백질, 조지방 등) ⑤ 성분: 성분의 제형 기준에 따라 중량순으로 나열해야됨(총 중량이 가장 높은 백분율을 차지하는 성분이 먼저 나열됨) ⑥ 영양 적정성 설명: 사료가 모든 생활단계에서 완전하다는 것을 나타냄 ⑦ 급여지침: 반려견/반려묘의 무게 당 제품량이 명시된 급여지침이 표시되어야 함 ⑧ 제조업체 또는 유통업체 업체명 및 주소: 제품의 보증인으로 업체명과 주소를 명시 해야함 (단, 제조업체와 유통업체가 나눠져 있을 경우 제조업체 또는 ‘유통업체’라는 단어를 사용하여 관계를 표기해야함)

출처 : 미국 사료 관리 관리 협회(www.aafco.org)

4. 미국 반려동물 사료 공장 등록

■ FDA FFR(Food Facility Registration)

미국에서 소비되는 식품이나 사료를 제조/가공, 포장, 혹은 보관하는 국내 및 해외 시설은 반드시 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)에 등록해야 함. 특히 미국 시장에 신규 진입하는 업체는 반드시 사전에 시설 등록을 완료해야 하며, 이 절차는 온라인으로 진행 가능함. 이를 통해 해당 시설이 FDA의 규정과 안전 기준을 준수하도록 관리함

FDA FFR(Food Facility Registration)

항목	내용		
명칭	Food Facility Registration		
구분	제조시설 및 수출자의 시설등록		
제도 목적	2001년 미국테러발생이후 미국에서 소비되는 식품(사료, 간식, 보조제등)을 제조하는 시설들을 FDA에 등록하고 관리		
대상 품목	약제, 식품, 의료기기, 방사선 방출 제품, 담배, 인간 세포, 세포 및 조직 기반 제품(ex. 백신)		
신청 URL	www.access.fda.gov/oaa		
취득 대상	미국으로 수출하려는 식품 또는 동물 사료를 취급하는 업체	제도 성격	필수
준비 자료	1. FFR 신청서 2. 사업자등록증 (국문, 영문) 3. Duns ¹⁶⁾ No.		
소요 기간	2주 소요		
담당 기관	미국 식품의약국(FDA, U.S. Food and Drug Administration) 출처 : 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)		

16) Duns : 국제 사업자 등록번호

5. 미국 반려동물 사료 품질 인증

■ USDA ORGANIC 인증

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 인정받을 수 있음

USDA 인증

항목	내용		
명칭	USDA ORGANIC		
구분	유기농 인증		
제도 목적	유기농식품이 일관된 국가 유기농 표준에 따라 생산, 가공, 인증되었음을 확인시켜 주기 위함		
대상 품목	유기농산물 가공식품 (유기 화장품, 양식 해조류, 유기 반려사료 등 포함)		
신청 URL	USDA로 부터 지정받은 공공 및 민간단체에 신청		
취득 대상	미국에서유기농 제품을 유통하고 싶은제조업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 유기농 인증 기관 확인 및 선택 - USDA에서 지정한 인증기관 DB (https://organic.ams.usda.gov/integrity/Certifiers/CertifiersLocationsSearchPage) ② 신청서 작성 ③ 유기농 시스템 계획 수립 - 유기농 제품을 수확 및/또는 판매하고자하는 경우 3~6개월 전에 신청서제출 계획 수립 ④ 현장 점검 준비 - 유기농 시스템 계획에 대한 이행 여부 확인		
수수료(기간)	인증신청비 : \$275(6~10주 소요) - 신속인증 프로그램 이용시 추가 비용 : \$1,475 - 추가시설인증비 : \$1,200 - 추가 농장인증비, 추가심사비 : 에이커 당 \$750		
담당 기관	미국 농무부(USDA, United States Department of Agriculture)		



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

VI. 전문가 인터뷰

1. 츠이 (Chewy)
2. 펫푸드익스프레스 (Pet Food Express)
3. 에이치이비 (H-E-B)



Interview ①



츄이 (Chewy)

츄이 (Chewy)

유형 : 소매유통업체

업체 특징 :

2011년에 설립된 소매업체로 반려동물 사료, 반려동물 약국 및 반려동물 서비스를 취급하고 있으며, 미국 내 온라인 채널을 통해 반려동물 관련 제품을 유통하고 있음

담당자 정보 :

Sales Manager

Q1. 미국 시장에서 반려묘 사료에 대한 소비자 선호도는 무엇입니까?

미국의 많은 반려묘 양육자들은 경제적이고 저장성이 편리하다는 이유로 건식 사료를 선호하고 있으며, 대체로 닭고기, 생선, 소고기 원료로 만든 사료를 선호하는 경향이 있습니다. 다만, 일부 반려묘 양육자들은 수분 함량이 높다는 이유로 습식 사료를 더 선호하기도 하며, 반려묘의 생애 주기에 맞춘 단계별 사료를 선호하는 소비자들도 있습니다.

Q2. 미국 소비자들은 주로 어디에서 반려묘 사료를 구매합니까?

미국의 반려묘 양육자들은 주로 온라인이나 반려동물 전문점에서 사료를 구매하고 있습니다. 여전히 많은 소비자들이 대형 슈퍼마켓이나 다양한 선택지를 제공하는 반려동물 전문점에서 쇼핑을 하지만, 최근 몇 년간 온라인 쇼핑의 인기가 크게 증가했습니다.

Q3. 고객사 제품 가격이 미국 시장에 적합합니까? 미국 내 반려묘 사료의 평균 가격대는 얼마입니까?

미국 시장에서 4~5 파운드(약 2kg) 패키지의 가격은 일반적으로 유명 브랜드의 경우 \$10~15 사이이며, 일부 프리미엄 제품은 \$16~20에 달할 수 있습니다. 따라서 고객사의 제품 가격인 2kg에 \$18.86은 프리미엄 가격으로 간주될 수 있습니다.

고객사 제품 정보

소비자
가격 18.86 USD /
41.50 USD
(25,000원
/ 55,000원)

중량 2kg / 5kg

포장
형태 비닐 파우치/
폴리에틸렌

마케팅
슬로건 반려동물 기대수명
연장 솔루션,
오래오래
함께 할게요.

Q4.고객사 제품의 성분과 인증이 미국 시장에 적합합니까?

미국 내 반려묘 사료 제품은 주로 어떤 인증을 받습니까?

고객사 제품인 Pure Nature Cat Salmon Dry Food의 주요 성분과 인증은 미국 시장에 적합한 것으로 보입니다. 현재 고객사에서 보유한 HACCP인증에 대해서는 식품에 대한 안전 인증으로 인식되고 있으며, 성분에 있어서도 미국 소비자들의 선호에 부합되는 것으로 판단됩니다. 다만, 미국 농무부에서 인증하는 USDA 유기농 인증과 같은 추가 인증을 획득하면 소비자 신뢰를 높게 받을 수 있고 현재 미국 시장에서 인기를 얻고 있는 다른 경쟁제품과 동등한 경쟁력을 확보할 수 있습니다.

Q5.미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 형태와 홍보 문구는 무엇입니까?

미국 시장에서 건식 반려묘 사료를 구매하는 소비자들의 관심을 높이기 위해서는 재밀봉이 가능하도록 패키지를 구성해야 합니다. 이러한 패키지는 개봉 후 신선도를 유지시켜 줄 수 있고 사료를 급여 및 관리하는데 편리하게 만들어 주어 소비자들이 선호하는 경향이 있습니다. 또한, 제품의 성분과 영양 정보를 쉽게 볼 수 있도록 표시하는 것이 유용합니다. 추가적으로, 행복한 반려묘의 이미지나 주요 건강상의 이점을 강조하는 창의적인 그래픽 디자인을 포함하여 소비자의 관심을 즉시 끌어들이는 것이 중요합니다. 홍보 문구는 프리미엄 품질의 성분, 기존 제품과 차별화된 이점, 반려묘의 전반적인 건강 관리에 대한 강조를 포함되게 구성해야 됩니다.

Q6.미국으로 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위해 어떤 유통 채널로 진출하는 것이 좋으며, 그 이유는 무엇입니까?

반려묘 사료가 미국의 오프라인 유통채널로 제품을 판매하기 위해서는 고려해야 할 사항들이 많이 있습니다. 반려묘 사료 제품에 대한 오프라인 채널은 여전히 중요하지만, 오프라인 매장에는 많은 제한이 있으며, 추가 비용이 발생할 수 있기 때문입니다. 이에, 고객사 제품이 미국시장에 진출하기 위해서는 오프라인 채널 보다 온라인 채널로 진출하는 것을 추천

합니다. 최근 몇 년간 온라인 채널을 통한 쇼핑의 인기가 증가하고 온라인 채널이 크게 확장하면서 사료를 구매하려는 반려동물 양육자들의 온라인을 통한 사료 구매를 많이 하고 물류 인프라의 발달로 인해 물류 비용도 줄일 수 있기 때문입니다.

Q7. 미국에서 고객사 제품을 홍보하기 위한 효과적인 채널과 방법은 무엇입니까?

고객사의 제품을 미국에서 홍보하기 위해 온라인 광고를 활용해야 하며, 특히 소셜 미디어와 YouTube와 같은 비디오 플랫폼에 중점을 두어야 합니다. 대부분의 반려동물 양육자는 온라인에서 광범위한 조사를 수행하고 YouTube 및 기타 소셜 미디어 플랫폼을 방문하여 반려묘 사료에 대한 영양 정보, 원재료 정보 등 반려묘에 필요한 사료 브랜드 및 제품을 선택하기 때문입니다. 따라서, 미국시장에 대한 제품 홍보를 위해서는 제품에 대한 콘텐츠를 제작하고 소셜 미디어 광고 및 Google 광고를 통해 온라인으로 홍보하는 것이 효과적일 것으로 판단됩니다. 또한, SEO와 같은 tool을 활용하여 제품 및 브랜드를 노출시키는 것도 효과적일 것입니다.

Interview ②



펫푸드익스프레스 (Pet Food Express)

펫 푸드 익스프레스
(Pet Food Express)

유형 : 소매유통업체

업체 특징 :

1986년에 설립된 소매업체로 반려견, 반려묘, 소 등 동물 및 조류 사료를 취급하고 있으며, 다양한 반려동물 식품을 제공하며, 고객 맞춤형 서비스를 제공하고 있음

담당자 정보 :

Sales Associate

고객사 제품 정보

소비자
가격 18.86 USD /
41.50 USD
(25,000원
/ 55,000원)

중량 2kg / 5kg

포장
형태 비닐 파우치/
폴리에틸렌

마케팅
슬로건 반려동물 기대수명
연장 솔루션,
오래오래
함께 할게요.

Q1. 미국 시장에서 반려묘 사료에 대한 소비자 선호도는 무엇입니까?

미국에서 반려묘를 키우는 양육자들은 곡물이 없는 식단과 제한된 성분의 반려묘 사료를 선호하는 경향이 있습니다. 이에, 당사는 Nulo, Fromm, Taste of the Wild와 같은 곡물 없는 사료를 전문으로 취급하는 브랜드의 제품들을 보유하고 있으며, 특히, 곡물 없는 단백질 건식 반려묘 사료 제품을 다양하게 보유하고 있습니다. 추가적으로 미국 소비자들은 비타민, 미네랄, 프로바이오틱스 등 기능적 요소를 고려한 반려묘 사료에 대해서도 관심이 많으며, 단백질 위주의 성분으로 구성된 제품이 인기가 많습니다. 특히, 닭고기, 연어, 양고기 등의 원재료로 제조된 사료들이 주목을 받고 있습니다.

Q2. 미국 소비자들은 주로 어디에서 반려묘 사료를 구매합니까?

미국 내 반려묘 사료를 구매하는 소비자들은 하이퍼마켓, 온라인 소매업체, 그리고 반려동물 전문 매장 등 다양한 유통채널을 통해 반려묘 사료를 구매하고 있으나, 최근에는 온라인 소매업체와 반려동물 전문 매장을 통한 제품 구매가 늘어나고 있는 추세입니다. 이는 주로 온라인 소매업체 및 반려동물 전문 매장에서 제공하는 다양한 정보와 편리함 때문입니다. 온라인 소매업체와 반려동물 전문 매장에서는 하이퍼마켓과 다르게 사료 제품에 대한 상세 정보 뿐 만 아니라, 전문가의 영양 조언도 제공하고 있어 사료를 구매하는 소비자들에 구매 결정에 도움을 주고 있습니다.

Q3.고객사 제품 가격이 미국 시장에 적합합니까?

미국 내 반려묘 사료의 평균 가격대는 얼마입니까?

미국 시장에서 반려묘 사료의 평균 가격대는 브랜드와 포장 옵션에 따라 10달러에서 80달러 사이에 형성됩니다. 대중적인 브랜드는 보통 10달러에서 15달러 사이에 가격을 책정하고 있으며, Blue Buffalo, Taste of the Wild NutriSource와 같은 프리미엄 브랜드는 보통 20달러에서 30달러 사이에 유통되고 있습니다. 반면, 고도로 전문화된 브랜드의 특수 곡물 없는 및 생식 코팅 사료는 25달러에서 80달러까지 높은 가격대를 형성하고 있습니다. 이러한 가격대를 고려할 때, 고객사의 제품 가격은 미국 시장에 적합하다고 사료됩니다.

Q4.고객사 제품의 성분과 인증이 미국 시장에 적합합니까? 미국 내 반려묘 사료 제품은 주로 어떤 인증을 받습니까?

고객사의 반려묘 사료의 성분을 확인해본 결과 미국 시장에 적합해 보입니다. 고객의 제품은 가수분해된 연어 단백질을 주성분으로 하고, 감자 전분과 타피오카와 같은 곡물의 제한적 포함으로 곡물 없는 고단백 옵션을 제공하여 미국의 반려묘 사료를 구매하는 많은 소비자들의 선호에 부합합니다. 인증과 관련해서는 USDA 유기농 인증을 받는 것을 추천드립니다. 이는 반려묘 사료가 USDA의 국가 유기농 프로그램에 의해 정의된 최소 95%의 유기농 성분을 포함하고 있음을 보장하는 것으로 제품에 대한 신뢰도를 증가시킬 수 있습니다.

Q5.미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 형태와 홍보 문구는 무엇입니까?

포장과 관련해서 재 밀봉 가능한 파우치 형태의 패키지가 개별 포장단위된 형태의 패키지가 매우 인기가 있습니다. 재 밀봉 가능한 패키지는 남은 사료에 대해 다시 밀봉하여 신선도를 유지할 수 있게 해주며, 개별 식사 크기의 파우치는 하루 섭취량을 제공하여 하루단위마다 반려동물의 영양을 조절하는 데 편리함을 제공합니다. 홍보 문구와 관련해서는, 좋은 성분 기준과 영양 균형을 강조하면서 반려동물의 건강상의 이점을 홍보하는 것이

좋으며, 특히, 품질, 가치, 배려와 같은 미덕을 강조하는 것이 좋습니다. 이는, 반려묘 사료를 구매하는 소비자들의 구매심리를 자극하여, 구매를 이끌어 낼 수 있기 때문입니다.

Q6. 미국으로 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위해 어떤 유통 채널로 진출하는 것이 좋으며, 그 이유는 무엇입니까?

미국 시장에 진출을 위한 추천 오프라인 채널은 반려동물 전문 용품 및 식품 판매 대형 체인 및 지역 내 독립적으로 운영하는 반려동물 용품 및 식품 전문 채널입니다. 이런 채널을 통해 제품을 진출하게 되면, 초기 시장 진입 시 다양한 고객들에게 제품을 많이 노출 시킬 수 있고, 제품을 구매하고 싶은 잠재 고객층들에게 접근성도 제공할 수 있기 때문입니다.

Q7. 미국에서 고객사 제품을 홍보하기 위한 효과적인 채널과 방법은 무엇입니까?

미국 진출시 오프라인 판매를 추구하려는 경우, 소매 파트너와 협력하여 초기 할인이나 시범 샘플 제공을 통해 제품을 유통하는 것이 가장 좋은 마케팅 방법이 될 것입니다. 추가적으로 제품의 안전성과 반려묘에게 주는 이점을 강조하는 것도 중요합니다. 반려묘 사료를 구매하는 소비자들은 일반적으로 본인이 키우고 있는 반려묘에 대해 매우 애착을 가지고 있으며, 제품 품질에 대해 타협하지 않으려는 경향이 있기 때문입니다. 따라서 소매 파트너를 통해 제품을 홍보하고, 품질, 가치, 배려와 같은 미덕을 강조하는 홍보 언어를 사용하는 것도 중요합니다.

Interview ③



에이치이비 (H-E-B)

H-E-B (에이치 이 비)

유형 : 소매유통업체

업체 특징 :

1905년에 설립된 소매업체로 식료품, 과일, 채소, 냉동식품, 생활 필수품, 건강 및 뷰티 제품, 반려동물 용품 등을 취급하고 있음

담당자 정보 :

Procurement Manager

Q1. 미국 시장에서 반려묘 사료에 대한 소비자 선호도는 무엇입니까?

미국의 반려묘 양육자들은 균형 잡힌 영양과 고품질의 식품을 제공하는 것의 중요성을 더 잘 인식하고 있습니다. 이로 인해 영양가가 높은 프리미엄 및 천연 반려묘 사료에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 소비자들은 식물성 또는 곡물 없는 제품보다는 육류와 같은 동물 유래 성분을 주된 단백질 원료로 사용하는 반려묘 사료를 선호합니다. 또한, 습식 반려묘 사료는 건식 사료보다 더 맛있고 위생적이라고 인식되어 일부 소비자들에게 선호됩니다. 그러나 이러한 선호도는 개인의 이해와 취향에 따라 크게 달라질 수 있습니다

Q2. 미국 소비자들은 주로 어디에서 반려묘 사료를 구매합니까?

온라인 쇼핑몰은 이제 반려묘 용품 및 식품을 쇼핑하는 데 선호되는 장소로 자리 잡고 있습니다. 이는 반려묘 양육자들에게 다양한 선택지를 제공하고, 온라인 리뷰를 통해 제품을 이해하는 데 도움을 주기 때문입니다. 이를 통해 그들은 자신의 필요에 맞는 적절한 제품을 선택할 수 있습니다. 또한, 온라인 쇼핑몰은 제품을 집으로 직접 배송해 주기 때문에 편리함을 제공합니다.

고객사 제품 정보

소비자 가격 18.86 USD / 41.50 USD (25,000원 / 55,000원)

중량 2kg / 5kg

포장 형태 비닐 파우치/ 폴리에틸렌

마케팅 슬로건 반려동물 기대수명 연장 솔루션, 오래오래 함께 할게요.

Q3. 고객사 제품 가격이 미국 시장에 적합합니까?

미국 내 반려묘 사료의 평균 가격대는 얼마입니까?

미국 시장에서 4-5 파운드(약 2kg) 패키지의 가격은 일반적으로 유명 브랜드의 경우 \$10-15 사이이며, 일부 프리미엄 제품은 \$16-20에 달할 수 있습니다. 따라서 고객사의 제품 가격인 2kg에 \$18.86은 프리미엄 가격으로 간주될 수 있습니다. 가치를 제공하며 \$15-25 범위에 가격이 책정됩니다. 그러나 일부 프리미엄 또는 특수 건식 사료 제품은 3.5kg 이상의 옵션에 대해 \$25를 초과하기도 합니다.

Q4. 고객사 제품의 성분과 인증이 미국 시장에 적합합니까? 미국 내 반려묘 사료 제품은 주로 어떤 인증을 받습니까?

고객사 제품의 일부 성분은 미국 시장에 적합하지 않을 수 있습니다. 고객사의 반려묘 사료에서 포함된 감자 전분과 타피오카는 저가 브랜드에서 더 자주 발견되는 충전제/탄수화물로, 중간 가격대 제품에서는 덜 일반적입니다. "가수분해 품미 증진제"와 "자몽 씨 추출물" 같은 첨가물은 미국에서 흔히 발견되지 않은 성분임으로 현지 소비자들에게 생소할 수 있습니다. 인증 측면에서 HACCP 외에도 AAFCO의 영양 적합성 진술은 핵심 인증으로 간주되며, AAFCO는 반려묘 사료가 영양 프로파일을 충족하는지 확인하기 위해 급식 시험을 감독합니다. 또한, USDA 유기농 인증은 유기농 성분을 인증하며, 이 부문에서 점점 더 보편화되고 있습니다. 일부 브랜드는 지속 가능한 해산물 소싱을 보여주기 위해 해양관리협회의 (MSC)와의 파트너십을 표시하기도 합니다.

Q5. 미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 형태와 홍보 문구는 무엇입니까?

가장 효과적인 포장은 행복한 반려묘의 사진과 함께 화려한 그래픽을 사용하고 주요 성분을 강조해야 합니다. 포장에는 가능하다면 인증 및 소싱을 언급하여 소비자에게 제품의 품질과 안전성을 보장해야 합니다.

또한, 고객들은 편리함을 제공하는 슬림한 파우치나 재 밀봉 가능한 패키지를 선호합니다. 홍보 문구에 대해서는 고객사의 제품을 명확히 요약하면서 영양 균형, 소화 용이성, 또는 반려묘를 위한 특화된 혜택과 같은 주요 이점을 포함하도록 구성하는 것이 좋습니다.

Q6. 미국으로 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위해 어떤 유통 채널로 진출하는 것이 좋으며, 그 이유는 무엇입니까?

미국 시장에 오프라인으로 진출하려면 대형 반려동물 체인점과 독립 반려동물 상점을 통해 진출하는 것이 가장 좋습니다. 대형 반려동물 체인점은 외국 브랜드를 수용하는 데 더 개방적이며, 독립 반려동물 상점은 독특하고 고품질의 옵션을 유지하며 보다 틈새 시장을 타겟으로 하는 제품을 제공하기 때문입니다.

Q7. 미국에서 고객사 제품을 홍보하기 위한 효과적인 채널과 방법은 무엇입니까?

고객사의 반려묘 사료 제품을 미국에서 홍보하기 위한 최선의 마케팅 방안은 인기 있는 반려동물 블로거들과 함께 협력하여 홍보 및 광고를 통한 바이럴 마케팅을 진행하는 것입니다. 대부분의 반려묘가 양육자들은 사료 제품에 대해 추천을 받으려고 하는 경향이 있습니다. 특히, 인플루언서를 온라인에서 팔로우하며, 그들의 추천을 구매 결정에서 중요하게 여깁니다. 따라서 이러한 마케팅 전략을 통해 미국 시장에서 제품을 홍보하고 인지도를 구축하는 것이 가장 적합한 방법일 것으로 판단됩니다.

[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 International) (euromonitor.com)
5. 코트라(KOTRA) (kotra.com)
6. 캘리포니아 입법 정보(leginfo.legislature.ca.gov)
7. 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)
8. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
9. 아마존 미국(amazon.com)
10. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
11. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
12. 츠이(Chewy) (www.chewy.com)
13. 펫스마트(Pet Smart) (www.petsmart.com)
14. 펫코(Petco) (www.petco.com)
15. 펫푸드익스프레스(PetFoodExpress)
16. 에이치이비(HEB)



발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2024.09.06



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

