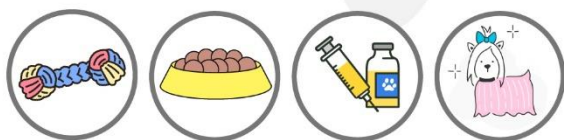




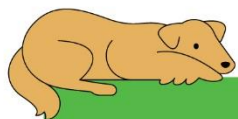
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-09
품목 : 펫푸드(반려동물 보조제)
HS CODE : 2309.10
국가 : 미국(U.S.A.)





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모



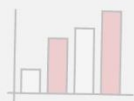
1. 미국 반려동물 식품 시장규모	06
2. 미국 반려동물 보조제 시장규모	07
3. 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모	08
4. 미국 반려가구 유형	09
5. 미국 반려가구 지역별 소비 트렌드	10

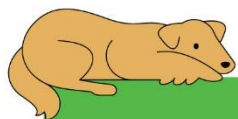


III. 시장트렌드



※ 미국 반려동물 보조제 소비 제품 특징 분석 프로세스	12
1. 미국 반려동물 보조제 브랜드 1위 : '네이처벳 '	13
2. 미국 반려동물 보조제 효능 키워드 1위 : '면역'	14
3. 미국 반려동물 보조제 성분 키워드 1위 : '비타민'	15





CONTENTS

IV. 유통채널

※ 미국 반려동물 식품 유통채널 점유율	17
1. 반려동물 병원	18
2. 온라인 쇼핑몰 	20
3. 반려동물 전문 용품점	24

V. 진입장벽

※ 미국 반려동물 사료 법제도 및 규제현황	27
1. 미국 반려동물 사료 등록 제도	29
2. 미국 반려동물 사료 제품 라벨링	31
3. 미국 반려동물 사료 공장 등록 	35
4. 미국 반려동물 사료 품질 인증	36
5. 미국 반려동물 보조제 품질 인증 	37

VI. 전문가 인터뷰

1. 펫코 (Petco)	39
2. 츠이 (Chewy)	42
3. 펫스마트 (PetSmart) 	45

(*) 참고문헌

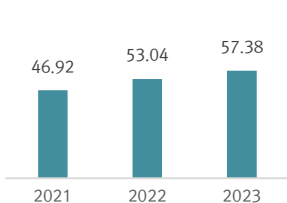


SUMMARY (미국 반려동물 보조제 시장분석)

시장 현황

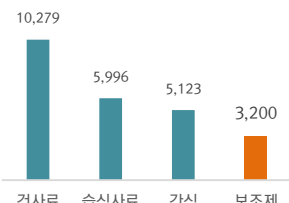
반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



반려동물 보조제 시장규모

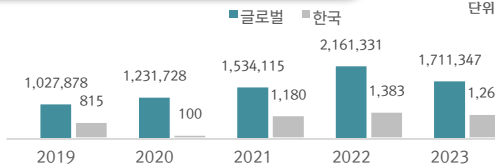
단위 : 백만 달러



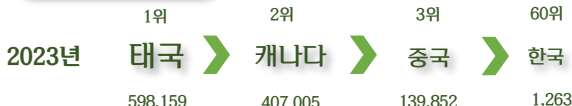
수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러

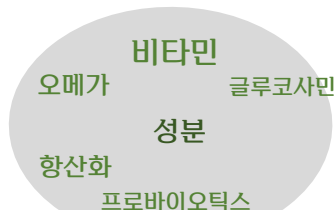


국가별 수입규모



시장 트렌드

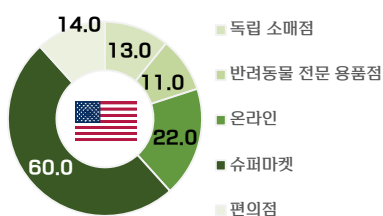
빅데이터 분석



* 미국 아마존 보조제 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



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

petco

chewy

PETSMART

Point

(보조제수요 高) 반려동물 보조제 수요 높으며 면역, 관절 효과있는 제품 인기

(인증된 보조제 선호) 미국 소비자들은 HACCP인증이나 GMP인증 등이 들어간 보조제를 더 선호

(반려동물 전문 용품점 인기) 반려동물 전문 용품점 선호, 반려동물 전문 용품점 없을 시 온라인 채널 이용





II. 시장규모

1. 미국 반려동물 식품 시장규모
2. 미국 반려동물 보조제 시장규모
3. 미국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 미국 반려가구 유형
5. 미국 반려가구 지역별 소비 트렌드



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⁾

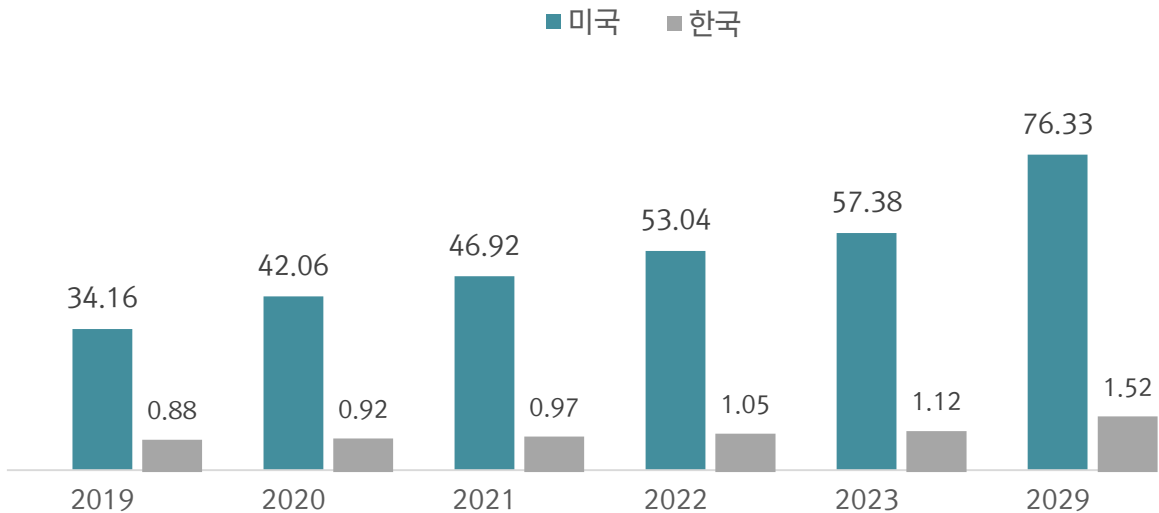
2023년 기준 미국 반려동물 식품 시장규모는 573억 400만 달러를 기록하였으며, 한국 시장과 비교하여 51.23배 높은 시장규모를 보유하고 있음

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

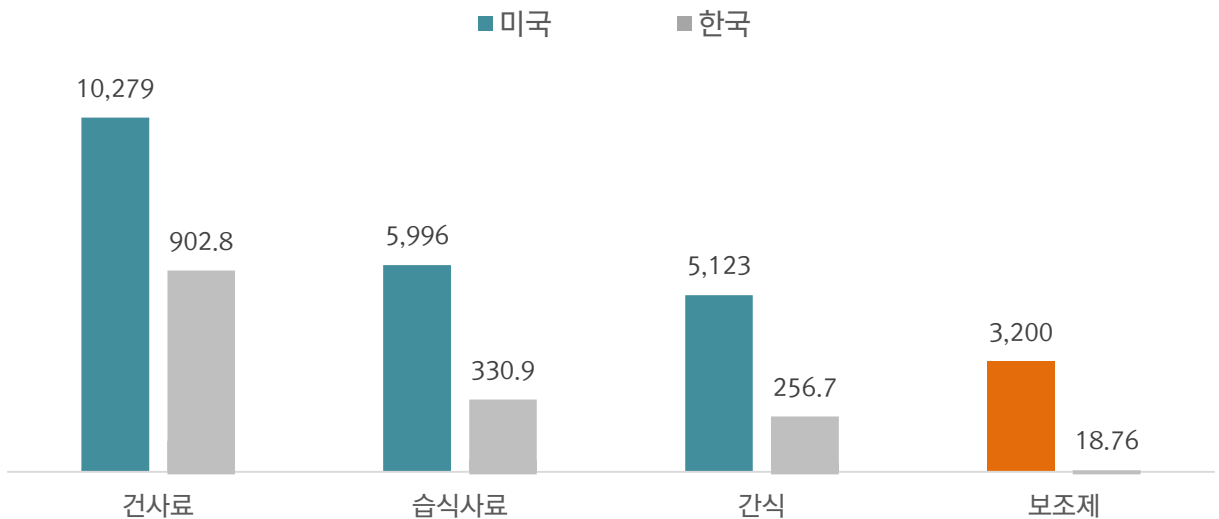
2. 미국 반려동물 보조제 시장규모

■ 미국 반려동물 보조제 시장 점유율

2023년 기준 미국 반려동물 식품의 유형별(건사료, 습식사료, 간식, 보조제) 소비량은 건사료가 약 41.7%로 큰 비중을 차지하고 있지만, 보조제의 경우 13%로 나타남. 그러나, 코로나19 팬데믹 기간 동안 반려동물 면역에 대한 관심이 증가하고 반려동물 시장의 핵심 트렌드 중 하나로 ‘인간화(Humanization)와 프리미엄화(Premiumization)’가 손꼽히고 있음. 특히, 반려동물 건강(Pet health) 관련 분야에서의 반려동물 인간화 트렌드가 두드러지는 것으로 분석되어 미국 반려동물 보조제 시장은 지속적으로 빠르게 성장할 것으로 보임

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 보조제’에 대한 시장규모 추이 정보 확인이 불가하여, ‘미국 반려동물 보조제’ 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%

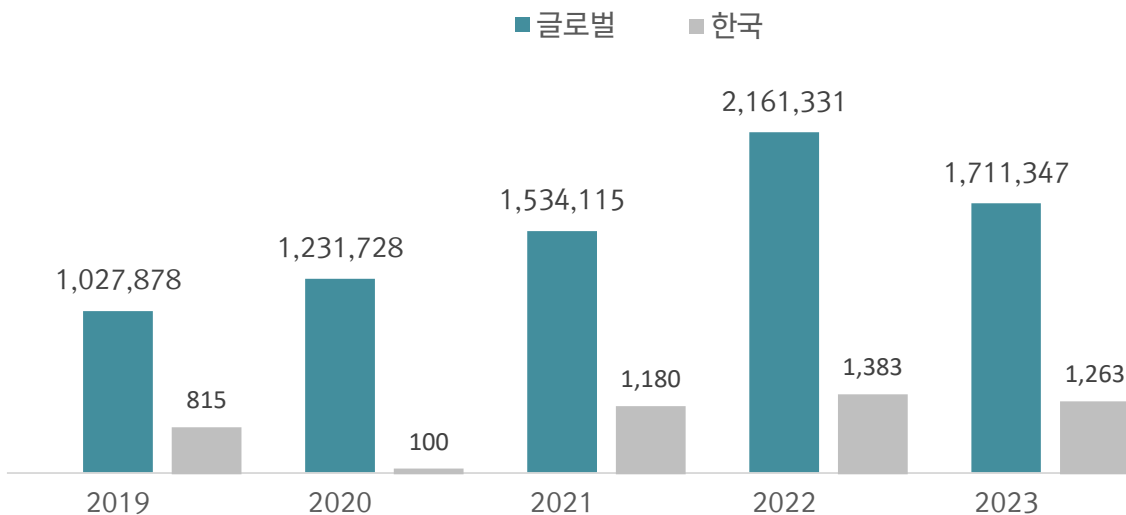
2023년 기준 미국 HS CODE 2309.10 제품 글로벌 수입 시장에서, 한국 반려동물 사료의 시장 점유율은 0.064%로 나타났으며, 수입액은 126만 3,000달러를 기록함

■ 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 보조제'는 보조사료(혼합제)로 사료의 한 종류로 취급되는 물품이며 소매포장되어 있으므로 HS CODE 2309.10으로 분류함
2309.90은 동물 및 가축용 사료가 해당되며 동물 및 가축의 종류로는 가금류(Poultry), 유우(Dairy cattle), 육우(Beef cattle), 기타
축우(Other cattle)가 있어 반려동물과의 연관성이 떨어짐

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

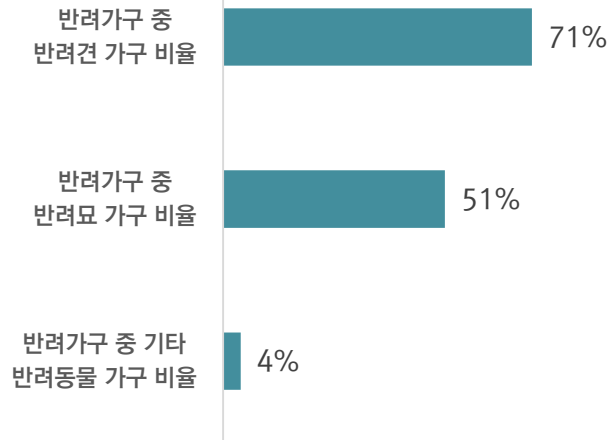
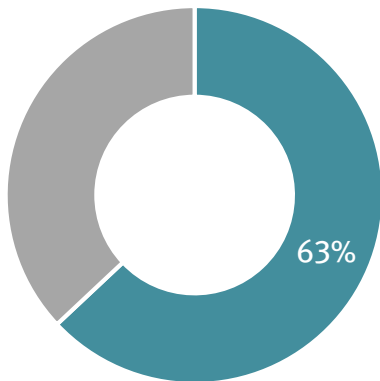
■ 글로벌 평균 대비 비교적 높은 반려가구 비율

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

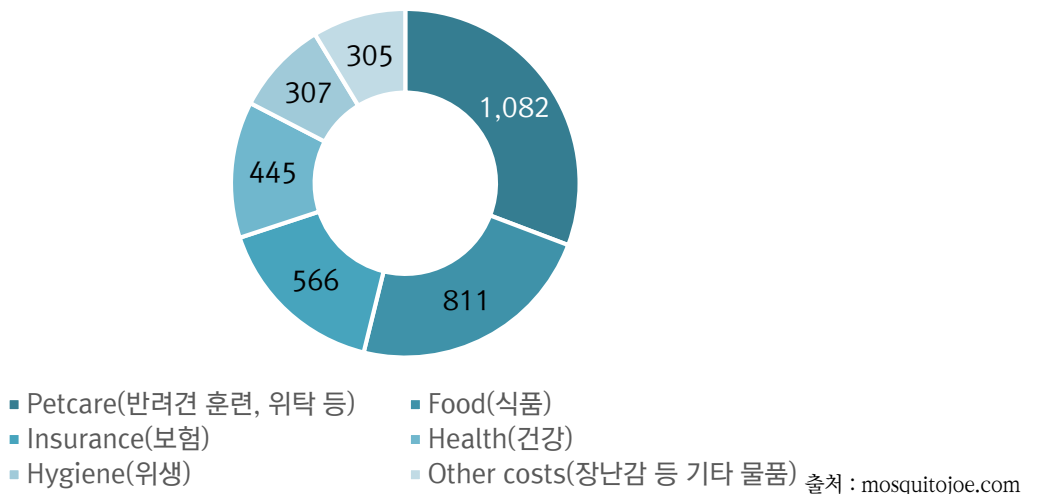
2023년 기준 캔자스(연간 1,247달러), 메인(연간 1,346달러), 오하이오(연간 1,353달러)는 반려동물을 위해 가장 적은 돈을 쓰는 주로 나타남. 그 중 캔자스는 반려동물의 건강에 매년 평균 200달러를 쓰고, 장난감과 간식에는 그보다 적은 금액 평균 199달러를 쓰는 것으로 조사됨

■ 반려동물을 위한, 평균적으로 가장 많은 지출이 있는 분야는 펫케어

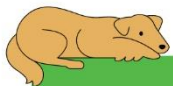
반려동물 지출 항목 중 가장 많은 비용이 드는 분야는 Petcare(반려견 훈련, 위탁 등)임. 그 다음으로는 Food(식품), Insurance(보험), Health(건강), Hygiene(위생) 순으로 조사됨. 특히 Petcare(반려견 훈련, 위탁 등)에 가장 많은 비용이 드는 이유는 반려동물의 행동 교정이나 훈련, 위탁 관리 등이 전문성을 요하며, 이에 따라 높은 비용이 발생하기 때문임. 이러한 서비스는 반려동물의 사회화와 안전한 행동을 돕기 위해 필요한 경우가 많아 수요가 증가하고 있으며, 이로 인해 지출이 다른 항목보다 높은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



Ⅲ. 시장트렌드

※ 미국 반려동물 보조제 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 미국 반려동물 보조제 브랜드 1위 : ‘네이처벳’
2. 미국 반려동물 보조제 효능 키워드 1위 : ‘면역’
3. 미국 반려동물 보조제 성분 키워드 1위 : ‘비타민’



※ 미국 반려동물 보조제 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

■ 미국 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

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

■ 미국 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

항목	키워드 및 빈도													
브랜드	naturvet 9	<table><tr><th>키워드</th><th>빈도</th></tr><tr><td>naturvet</td><td>9</td></tr><tr><td>nutramax</td><td>9</td></tr><tr><td>zesty paws</td><td>7</td></tr><tr><td>vetiq</td><td>4</td></tr><tr><td>Vetriscience</td><td>3</td></tr></table>	키워드	빈도	naturvet	9	nutramax	9	zesty paws	7	vetiq	4	Vetriscience	3
	키워드	빈도												
	naturvet	9												
	nutramax	9												
	zesty paws	7												
	vetiq	4												
Vetriscience	3													
효능	immune(면역) 61	<table><tr><th>키워드</th><th>빈도</th></tr><tr><td>immune(면역)</td><td>61</td></tr><tr><td>skin(피부)</td><td>61</td></tr><tr><td>joint(관절)</td><td>53</td></tr><tr><td>digestive(소화)</td><td>52</td></tr><tr><td>liver(간)</td><td>41</td></tr></table>	키워드	빈도	immune(면역)	61	skin(피부)	61	joint(관절)	53	digestive(소화)	52	liver(간)	41
	키워드	빈도												
	immune(면역)	61												
	skin(피부)	61												
	joint(관절)	53												
	digestive(소화)	52												
liver(간)	41													
성분	vitamins 62	<table><tr><th>키워드</th><th>빈도</th></tr><tr><td>vitamins(비타민)</td><td>62</td></tr><tr><td>omega(오메가)</td><td>40</td></tr><tr><td>antioxidant(항산화)</td><td>38</td></tr><tr><td>probiotics(프로바이오틱스)</td><td>36</td></tr><tr><td>glucosamine(글루코사민)</td><td>33</td></tr></table>	키워드	빈도	vitamins(비타민)	62	omega(오메가)	40	antioxidant(항산화)	38	probiotics(프로바이오틱스)	36	glucosamine(글루코사민)	33
	키워드	빈도												
	vitamins(비타민)	62												
	omega(오메가)	40												
	antioxidant(항산화)	38												
	probiotics(프로바이오틱스)	36												
glucosamine(글루코사민)	33													

출처 : amazon.com

시장 트렌드

1. 미국 반려동물 보조제 브랜드 1위 : ‘네이처벳’

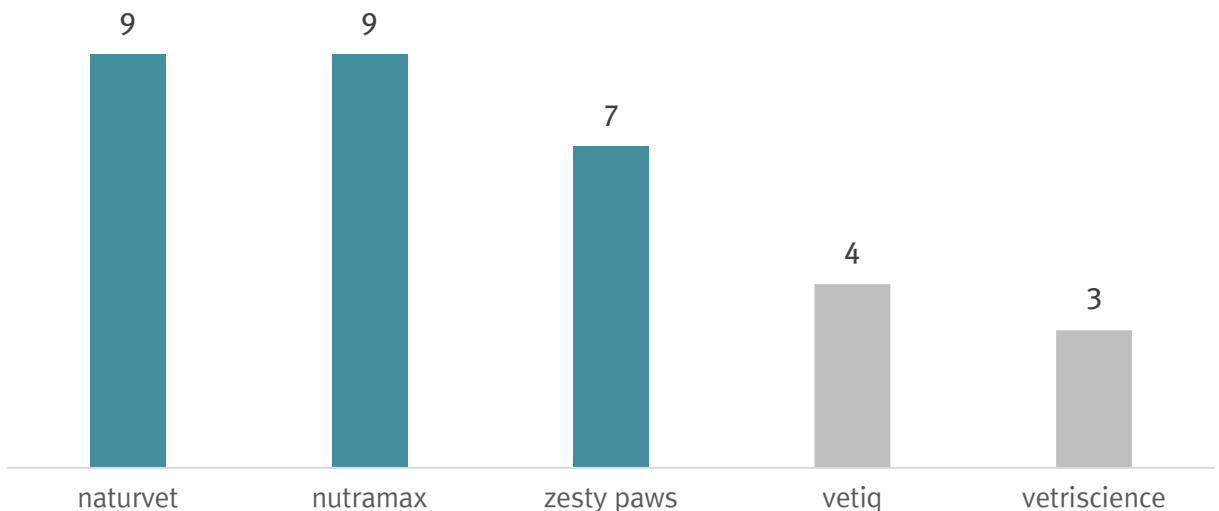
■ 미국 반려동물 보조제 현지 브랜드 강세

전체 베스트셀러 중 총 9개 제품은 미국 브랜드인 ‘네이처’ 제품으로 나타남. 그 뒤를 이어 ‘뉴트라맥스’, ‘제스트파우’ 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)	Naturvet	All-in-One Dog Supplement	맛	All-In-One
			제형	Pellet
			중량	480 Grams
			가격	\$26.99(약 35,616원) ⁸⁾
	Nutramax	Cranianidin Cranberry Extract Urinary Tract Health Supplement for Dogs	맛	Cranberry
			제형	Tablet
			중량	93 Milligrams
			가격	\$47.49(약 62,668원)
	Zesty Paws	Multivitamin Treats for Dogs	맛	Chicken
			제형	Soft Chews
			중량	0.69 Pounds
			가격	\$29.67(약 39,153원)

미국 반려동물 보조제 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



8) 1달러=1,319.60원(2024.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

출처 : amazon.com

2. 미국 반려동물 보조제 효능 키워드 1위 : ‘면역’

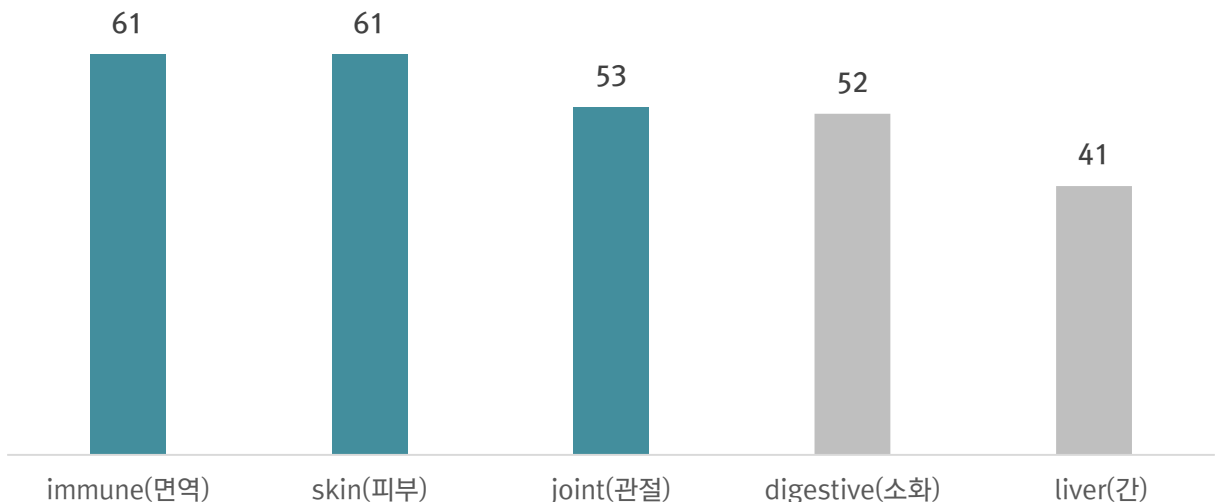
■ 코로나19 팬데믹 이후 미국 반려동물 보조제에서 면역력 강화 주목

‘면역’ 키워드는 베스트셀러 100개 제품 중 61개에서 나타났으며, 코로나19 팬데믹 이후 면역력 증진에 대한 관심이 급증하면서 관련 보조제 수요도 크게 증가함. 항산화제, 비타민 C·E, 프로바이오틱스 등 면역 강화 성분이 포함된 제품들이 반려동물이 환경 변화나 스트레스로 인한 질병에 잘 대처할 수 있도록 돕고 있음. 이 트렌드는 반려동물 건강 관리에서 예방적 접근의 중요성을 강조함

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Vet Promise	Dog Multivitamin Chewable with Glucosamine	맛	Chicken
			제형	Pellet
			중량	120 Pieces
			가격	\$16.52(약 21,800원)
 (판매 링크)	Nutramax	Liver Health Supplement for Dogs	맛	Liver
			제형	Tablet
			중량	30 chewable tablet
			가격	\$42.74(약 56,400원)
	Petsmont	Buddy Guard for Lumps and Bumps	맛	Mushroom
			제형	Powder
			중량	2.12 Ounces
			가격	\$44.95(약 59,316원)

미국 반려동물 보조제 효능 관련 키워드

단위 : 발생건수



3. 미국 반려동물 보조제 성분 키워드 1위 : ‘비타민’

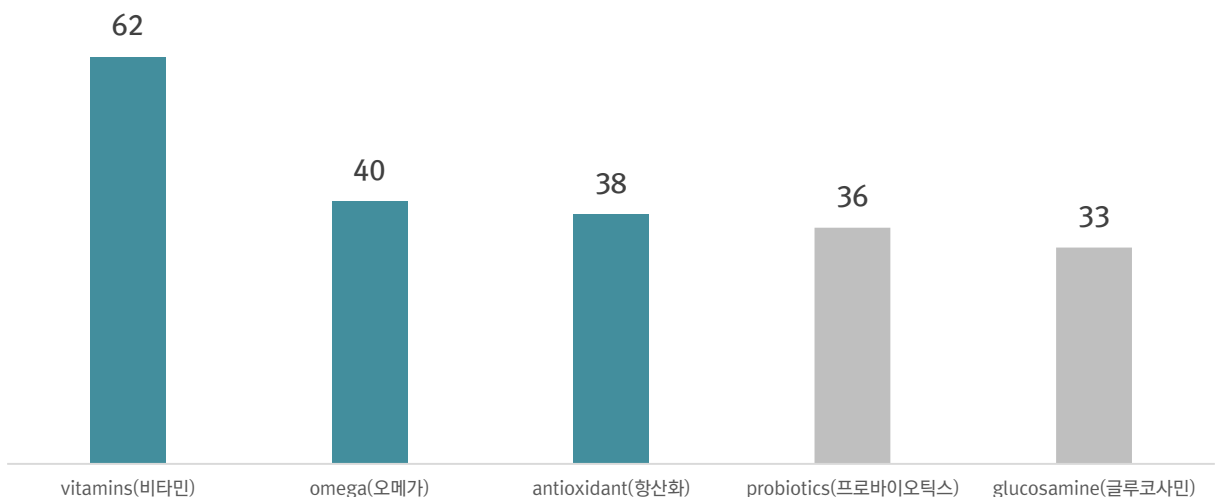
■ 미국 반려동물 보조제 시장, 비타민의 핵심적 역할 부각

‘비타민’ 키워드는 베스트셀러 100개 제품 중 62개에서 나타남. 비타민이 중요한 이유는 반려동물의 건강 유지와 면역력 강화에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있기 때문임. 특히, 비타민은 노화 방지, 관절 건강, 피부 및 피모 개선 등 다양한 기능의 핵심 성분임. 이러한 트렌드는 예방적 건강 관리가 반려동물 시장의 중요한 요소로 자리잡고 있음을 보여줌

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Lifetime	Pet Honesty Multivitamin Dog Supplement	맛	Peanut Butter
			제형	Pellet
			중량	9.52 Ounces
			가격	\$28.50(약 37,609원)
	Zesty Paws	Senior Dog Multivitamin Treats	맛	Chicken
			제형	Soft Chews
			중량	0.7 Pounds
			가격	\$38.67(약 51,029원)
	Native Pet	Native Pet The Daily Dog Supplement - 11 in 1 Dog Multivitamin	맛	Beef Bone Broth
			제형	Powder
			중량	60 scoops
			가격	\$34.99(약 46,173원)

미국 반려동물 보조제 성분 관련 키워드

단위 : 발생건수





Ⅳ. 유통채널

※ 미국 반려동물 식품 유통채널 점유율

1. 반려동물 병원
2. 온라인 쇼핑몰
3. 반려동물 전문 용품점



유통채널

신청기업 조사희망 유통채널

- ① 반려동물 병원
- 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

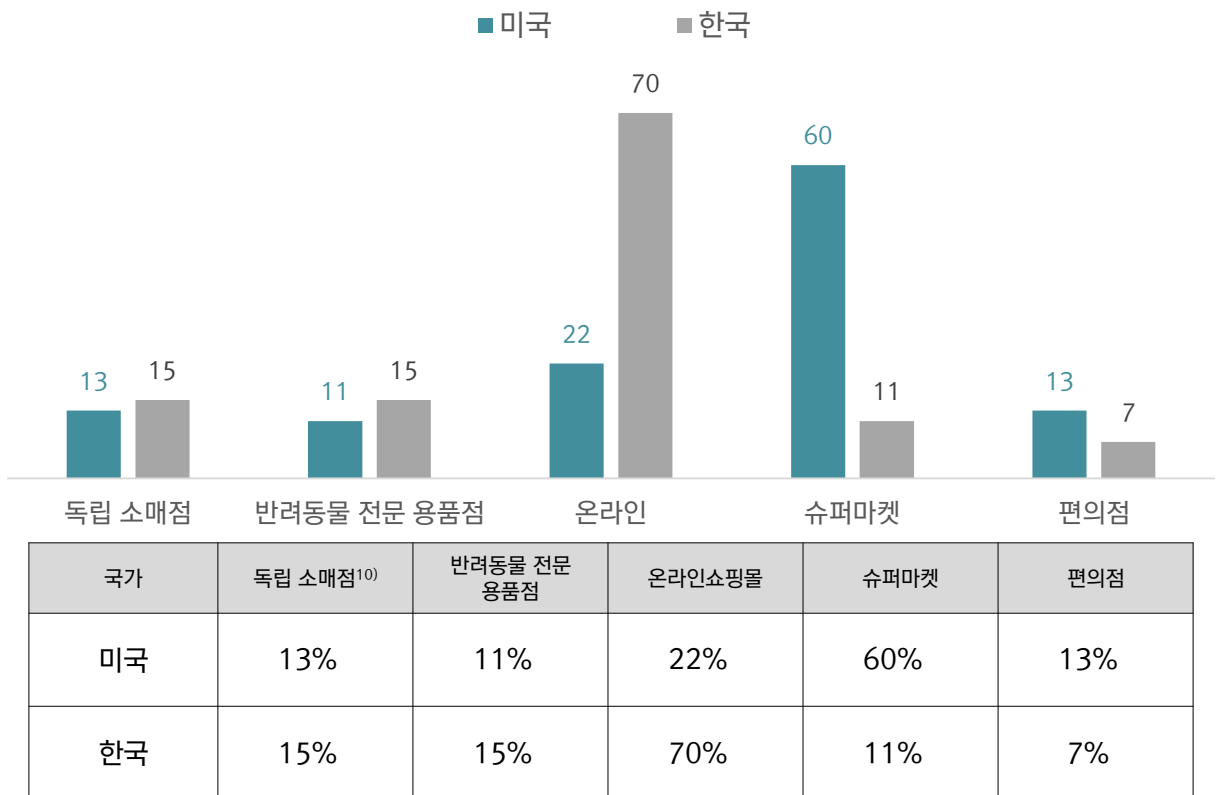
미국의 반려동물 식품 온라인 유통 점유율은 22%로, 미국에서 두번째로 높은 유통 점유율을 기록함. 이는 COVID-19로 인한 오프라인 채널의 온라인 채널 확장 및 구독 서비스 증가로 인해 가속화된 것임

■ 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 제품들이 유통 중에 있음

미국 반려동물 식품 유통채널별 점유율 (2023년)⁹⁾

단위 : %



출처 : TGM Research

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

10) 독립 소매점 : 개인이나 소규모 사업자가 운영하는 상점

1. 반려동물 병원

① 반필드 동물병원

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Banfield Pet Hospital	유형	동물병원
홈페이지	banfield.com	진출지역	전역
규모	(2023년 연간 매출액) 7억 7,440만 달러 / (미국, 멕시코, 캐나다 전역) 약 1,000개 이상의 매장		
요약정보	- 전국적인 체인을 가진 반려동물 병원 - 예방 진료, 일반 진료, 수술, 치과 치료 등 다양한 반려동물 의료 서비스 제공		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	목줄 및 하네스, 반려동물용 안약, 항경련제, 항염제, 그 외 기능성 용품 등
선호 제품	수의학적 전문성이 있는 용품, 성분이 명확히 표시된 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 문의 사항 연락처 및 참고 사항 - 직접 수입 진행하지 않음, 현지 벤더를 통한 제품 납품 필요 - [E-mail] info@banfieldfoundation.org - 홈페이지 하단 Contact us 문의 (*) 현지 벤더 Vetcove (https://shop.vetcove.com/) - 반려동물 식품 및 반려동물 용품 전문 수입유통사 - [Tel] +1-646-504-2696 [E-mail] support@vetcove.com - 홈페이지 하단 Contact us 문의

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

② 브이씨에이 동물병원

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	VCA Animal Hospital	유형	동물병원
홈페이지	vcahospitals.com	진출지역	미국 및 캐나다
규모	(2023년 연간 매출액) 약 19억 달러 / 미국, 캐나다 전역에 약 1,000개 이상의 병원		
요약정보	- 미국과 캐나다 전역에 걸쳐 많은 동물 병원 체인 운영 - 포괄적인 반려동물 건강 관리, 예방 진료, 수술 및 전문 치료 제공 - 종합적인 동물 건강 관리 서비스와 함께 24시간 응급 진료 제공		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	관절염 및 통증 관리, 영양 보조제, 치아 관리 제품, 질병 예방 제품, 치료식 등
선호 제품	수의학적 전문성이 있는 용품, 성분이 명확히 표시된 제품, 프리미엄 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 문의 사항 연락처 및 참고 사항 - 직접 수입 진행하지 않음, 현지 벤더를 통한 제품 납품 필요 - [Tel] +1-310-571-6500 - 홈페이지 하단 Contact us에서 양식작성 후 문의 (*) 현지 벤더 JC Sales(한국 이레본 - 네츄럴 랩 6-Zero organic 사료 유통 中) - 미국 도매업체 - [Tel] +1-877-500-9994 [E-mail] buying@jcsales.net

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 서비스 제공 - 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

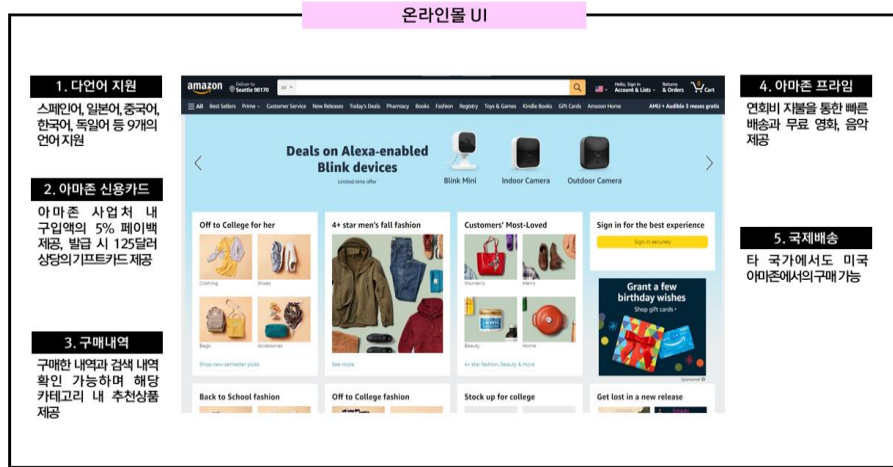
■ 입점 정보

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

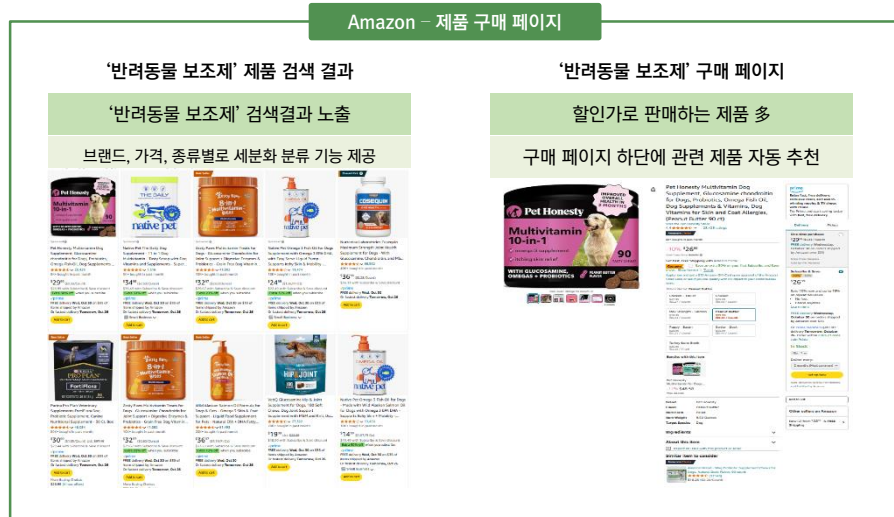
①



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

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

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 라벨링
3. 미국 반려동물 사료 공장 등록
4. 미국 반려동물 사료 품질 인증
5. 미국 반려동물 보조제 품질 인증



진입장벽

※ 미국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

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

미국은 반려동물 사료¹¹⁾와 직접 연관되는 법제도가 체계적으로 수립되어 있어 관련된 법령과 제도에 대한 주의가 필요한 국가 중 하나로 평가됨. 반려동물 보조제는 질병 예방이나 치료¹²⁾를 주장하지 않는 한 반려동물 사료 규제와 유사한 규제를 받음

■ FDA의 규제를 기반으로 AAFCO(사료관리협회) 규정 확인이 필요

대부분의 반려동물 보조제는 ‘규제 우선 순위가 낮은 약물’로 간주되며 제품이 비인간 식품이며 동물(반려견, 반려묘, 말)의 미네랄과 비타민 공급원으로 의도된 경우, 영양 보조제 또는 사료 보조제로 분류됨. AAFCO 모델 법안을 통해 FDA와 각 주 사료 관리 책임자가 규제하게 되며 대부분의 주는 AAFCO의 권장 사항을 따름

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

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

12) 질병 예방이나 치료를 주장할 경우 ‘신규 동물용 의약품’으로 간주하여 FDA의 더 엄격한 규제를 받게 되어 수출에 불리할 수 있음

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 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
78-0045, Rev. 07/20

Date: _____

APPLICATION TO OPERATE A PET FOOD ESTABLISHMENT

Fee: \$100.00

Establishment Number: _____

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

2. 미국 반려동물 사료 제품 라벨링

■ 반려동물 사료에 대한 라벨 규정 보유

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 보조제도 반려동물 사료와 유사한 라벨 표기사항이 적용됨. 그러나 라벨에서 질병 예방이나 치료를 주장하는 경우, 의약품으로 분류되어 FDA의 더욱 엄격한 규제를 받을 수 있으므로 주의가 필요함

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: 패키지 앞면에 브랜드 및 제품명, 사료 용도, 수량에 대해 필수 표시하고 나머지 항목은 뒷면에 표시 가능 ‘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 급여 지침이 표시되어야 함 ⑧ 제조업체 또는 유통업체 업체명 및 주소: 제품의 보증인으로 업체명과 주소를 명시 해야함 (단,제조업체와유통업체가 나누져있을 경우 제조업체 또는 유통업체 라는 단어를 사용하여 관계를 표기해야함)

■ 미국 반려동물 보조제 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 1 라벨링]

[뒷면 2 라벨링]

[앞면 - 영어]

Brand Name	COSEQUIN
Product Description	Joint Health Supplement
Strength/Type	MAXIMUM STRENGTH JOINT SUPPORT
Additional Ingredient	PLUS MSM
Quantity	60 Tasty Chewable Tablets
Intended Use	FOR DOGS OF ALL SIZES
Veterinary Recommendation	#1 Veterinarian Recommended Brand
Dosage Instructions	Up to 15 lbs: 1 Daily
	16-30 lbs: 2 Daily
	31-60 lbs: 3 Daily
Product Type	Tasty Chewable Tablets
Additional Information	Includes Manganese, Glucosamine Hydrochloride, Chondroitin Sulfate

[앞면 - 국문]

브랜드명	코세퀴 (COSEQUIN)
제품 설명	관절 건강 보조제
강도/유형	최대 강도 관절 지원
추가 성분	MSM 포함
수량	60개의 맛있는 씹어먹는 정제
사용 대상	모든 크기의 반려견을 위한 제품
수의사 추천	수의사 추천 1위 브랜드
복용 지침	최대 15 lbs: 하루 1정
	16-30 lbs: 하루 2정
	31-60 lbs: 하루 3정
제품 유형	맛있는 씹어먹는 정제
추가 정보	망간, 글루코사민 염산염, 콘드로이틴 황산염 포함

[뒷면 1 – 영어]

Product Facts (Each Tablet Contains)

Glucosamine Hydrochloride

Sodium Chondroitin Sulfate (Derived from bovine cartilage)

Methylsulfonylmethane (MSM)

Manganese (Manganese Ascorbate)

Other Ingredients (Other Ingredients):

Brewers dried yeast, Dextrose, Magnesium Stearate

Silica, Natural & Artificial Flavors

Microcrystalline Cellulose

Additional Information

Helps maintain your pet's joint health.

If your pet's condition worsens, consult your veterinarian.

Do not exceed the recommended dosage.

Keep out of reach of children.

Cosequin contains 100% pure Glucosamine and Chondroitin Sulfate.

This product meets Nutramax Laboratories' quality standards.

Storage: Store at room temperature.

Usage Instructions: Follow the directions of your veterinarian.

[뒷면 1 – 국문]

제품 성분 (Each Tablet Contains)

글루코사민 염산염

황산 콘드로이틴 (소 연골에서 추출)

메틸설폰닐메탄 (MSM)

망간 (망간 아스코르브산염)

기타 성분 (Other Ingredients):

브루어 효모, 덱스트로스, 마그네슘 스테아레이트

이산화 규소, 천연 및 인공 향료

미세결정 셀룰로스

추가 정보 (Additional Information)

반려동물의 관절 건강을 유지하는 데 도움을 줍니다

반려동물의 상태가 악화되면 수의사와 상담해야 합니다

권장 복용량을 초과하지 마세요.

어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하세요.

코세퀀은 100% 순 글루코사민 및 콘드로이틴 황산염을 포함합니다.

본 제품은 제조업체의 품질 기준을 충족합니다.

보관: 실온에서 보관

권장 사용: 수의사의 지시에 따라 사용하십시오.

[뒷면 2 - 영어]

Directions for Use

The recommended initial period is 4-6 weeks; however, some dogs may respond sooner. The number of chewable tablets may then be reduced to the maintenance level. The maintenance level can also be used long term on healthy dogs to help support their joints. COSEQUIN® chewable tablets can be given all at once or divided throughout the day.

Number of Tablets

weight	Maintenance Level	Initial 4-6 Weeks
15 lbs and under	½ every other day	½ daily
16-30 lbs	1 daily	2 daily
31-60 lbs	1 daily	3 daily
Over 60 lbs	1-2 daily	3 daily

[뒷면 2 - 국문]

사용 지침

권장 초기 복용 기간은 4-6주입니다. 하지만 일부 반려견은 더 빨리 반응할 수 있습니다. 그 후에는 씹어먹는 정제의 수를 유지 수준으로 줄일 수 있습니다. 유지 수준은 건강한 반려견의 관절을 지원하기 위해 장기간 사용할 수도 있습니다. COSEQUIN® 씹어먹는 정제는 한 번에 모두 주거나 하루에 나누어 줄 수 있습니다.

정제 수량

체중	유지 수준	초기 4-6주
15 lbs 이하	격일로 ½정	하루 ½정
16-30 lbs	하루 1정	하루 2정
31-60 lbs	하루 1정	하루 3정
60 lbs 이상	하루 1-2정	하루 3정

3. 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.		
수수료(기간)	2주 소요		
담당 기관	미국 식품의약품국(FDA, U.S. Food and Drug Administration)		

출처 : 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)

출처 : 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)

16) Duns : 국제 사업자 등록번호

4. 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	미국에서 유기농 제품을 유통하고 싶은 제조업체	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 판매하고자 하는 경우 3~6개월 전에 신청서 제출 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)		

5. 미국 반려동물 보조제 품질 인증

■ NASC 보조제 품질 인증

미국으로 보조제를 수출할 때 NASC(National Animal Supplement council) 국립 동물 보조제 협의회¹⁷⁾의 인증이 있으면 좋음. NASC의 회원이 되기 위해선 반려동물 보조제 홍보에 적극적으로 참여하고, 연례 회의에 참석하고, 월 회비를 내야함. 또한 NASC의 품질 기준을 준수하는 데 동의해야 하며, 여기에는 품질 시스템 요구 사항을 준수하는지 확인하기 위해 NASC에 제품을 제출, 검사받는 것이 포함됨

NASC 인증

항목	내용		
명칭	NASC 인증		
구분	반려동물 보조제 품질 인증		
제도 목적	소비자가 제품을 구매할 때 평판이 좋은 제조업체에서 구매한다는 것을 알 수 있게 하기 위함		
대상 품목	반려동물 보조제(주로 반려견, 반려묘, 말)		
신청 URL	www.nasc.cc		
취득 대상	미국에서 품질 좋은 보조제 제품으로 인정받고 싶은 제조기업	제도 성격	선택
준비 자료	1, NASC 회원 가입 (www.nasc.cc/membership-account/membership-levels) 2.멤버십 옵션 선택 후 신청서 작성 3. NASC 품질 기준 준수 동의 및 독립 감사용 자료 준비 4. 월회비 납부 및 연례회의 참석 필요		
수수료(기간)	회원 가입 신청 후 NASC에서 자세한 정보 제공		
담당 기관	NASC(National Animal Supplement council) 국립 동물 보조제 협의회 출처 :미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)		

17) NASC : 주로 반려견, 반려묘, 말을 위해 최고 품질의 보조제를 제공하려 노력하는 회사로 구성된 비영리 무역 기구



VI. 전문가 인터뷰

1. 펫코 (Petco)
2. 츠이 (Chewy)
3. 펫스마트 (PetSmart)



Interview ①



펫코 (Petco)

**펫코
(Petco)**

유형 : 반려동물
용품 전문점

업체 특징 :

1965년에 설립된 유통업체로
반려동물 사료, 액세서리,
보조제, 간식, 용품, 침구,
전자제품, 장난감을 취급하고 있음
미국과 유럽을 주요
수입국으로 하고 있음

담당자 정보 :

Sales Manager

고객사 제품 정보

**소비자
가격** 29,600 KRW
(22.19 USD)

중량 Stick
(1g / 30 sticks)

**포장
형태** Box
(9cm*5.5cm
*10cm/66g)

**마케팅
슬로건** 똑똑한 하나로
관리해주세요!.

Q1. 소비자들이 가장 많이 구매하는 반려동물 보조제는 무엇인가요?

저희 매장에서 소비자들이 가장 많이 구매하는 반려동물 보조제는 영양 보조제와 관절 보조제입니다. 특히 관절 보조제는 브랜드에 따라 성분이 다른 경우가 있긴 하지만, 거의 모든 제품이 반려동물의 관절염에 효과적인 글루코사민과 콘드로이틴을 포함하고 있습니다.

Q2. 소비자들은 반려동물 보조제를 주로 어디서 구매하나요?

소비자들은 대부분 반려동물 전문 용품점에서 반려동물 보조제를 구매합니다. 미국에서 가장 유명하고 규모가 큰 반려동물 전문 용품점은 펫스마트 (PetSmart)입니다. 펫스마트는 온라인을 통한 구매 서비스를 제공하기도 하며, 반려동물 용품 전문점이 근처에 없는 소비자들은 이러한 온라인 서비스를 통해 반려동물 보조제를 구매합니다. 일부 슈퍼마켓에서도 반려동물 용품을 판매하지만, 주로 사료나 간식 등 일반적인 물품에 한정되며, 반려동물 보조제의 같은 특정 제품은 판매하지 않는 경우가 많습니다.

Q3. 주요 반려동물 보조제 제품의 가격은 어떤가요?

주요 반려동물 보조제 제품의 가격은 브랜드와 용도에 따라 다르게 책정되어 있습니다. 예를 들어, 제스티 포우스(Zesty Paws)는 멀티비타민, 관절 보조제, 알레르기 예방제 등 다양한 제품을 제공하며, 보통 30달러에서 50달러(약 40,000원~67,000원) 사이의 가격대입니다. 베탈리티(Vitality)나 내추럴벳(NatureVet)과 같은 브랜드는 20달러에서 30달러(약 26,000원~40,000원) 사이로 조금 더 저렴한 옵션을 제공합니다. 고객사의 제품 가격은 미국 반려동물 보조제 시장에서 적절한 가격으로 보입니다.

Q4. 현지 수출시 주의가 필요한 규제나 법령이 무엇인가요?

미국 반려동물 보조제 시장에 진출하기 위해선 반려동물 보조제의 성분이 미국 시장에 적합하고 안전한지 확인해야 합니다. 필수적으로 FDA(Food and Drugs Administration)의 승인이 필요하며 이를 위해 수의사의 문서가 필요할 수도 있습니다. 또한, 제품이 미국 농무부(USDA)나 국가동물 보조제협회(NASC)의 인증을 받았다면, 품질과 안정성 면에서 소비자들이 더 신뢰할 수 있는 제품임을 홍보하는 데 유리합니다.

Q5. 반려동물 보조제의 포장은 어떻게 되어 있나요?

반려동물 보조제의 포장은 보조제의 형태에 따라 다릅니다. 예를 들어, 보조제가 알약(pills) 형태로 만들어졌다면 보통 플라스틱병에 담겨 판매됩니다. 스틱(sticks)이나 스트립(strips) 형태라면 주로 파우치(pouch) 형태로 포장됩니다. 파우치 포장일 경우 신선도와 품질을 유지하기 위해 지퍼형으로 제작됩니다. 대다수의 미국 소비자는 반려동물 보조제의 성분을 중시하며, 동물 및 식물에서 유래된 자연적인 재료를 사용하는 것을 선호합니다. 제스티 포우스(Zesty Paws)는 이러한 동물 및 식물 유래 성분을 많이 사용하는 브랜드 중 하나입니다.

Q6. 반려동물 보조제를 판매하기 적합한 유통 채널은 어디인가요?

반려동물 보조제를 판매하기에 가장 적합한 유통 채널은 반려동물 용품 전문점입니다. 반려동물 용품 전문점은 다양한 반려동물 용품을 제공하므로, 특정 제품을 찾고자 하는 소비자들이 더 많은 제품을 살펴볼 수 있고, 이에 따라 고객사의 제품이 소비자들의 눈에 들어올 가능성이 높아집니다. 또한, 반려동물 용품 전문점은 반려동물 용품 판매가 주요 목적이기 때문에, 하이퍼마켓 혹은 슈퍼마켓보다 판매 성과가 더 좋을 가능성이 높습니다.

Q7. 반려동물 보조제의 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

가장 효과적인 마케팅 전략은 디지털 마케팅입니다. 디지털 마케팅을 통해 많은 소비자들에게 제품을 노출할 수 있습니다. 요즘 반려동물이 가족구성원으로 여겨지기 때문에 소비자들은 반려동물 용품에 더 많은 돈을 지출하려는 경향이 있고, 디지털 마케팅은 반려동물을 키우는 사람들이 반려동물의 건강과 관련된 정보를 쉽고 빠르게 얻을 수 있게 해줍니다. 또한 반려동물 건강을 위한 전용 계정을 통해 특정 제품을 마케팅하면 많은 관심을 끌 수 있습니다.

다른 성공적인 마케팅 전략으로는 구독 방식이 있습니다. 매달 반려동물 용품을 소비자들에게 제공해 주는 것입니다. 예를 들어, 미국의 바크박스(BarkBox)는 구독자들에게 장난감, 간식, 보조제 등의 반려동물 용품을 매달 제공하는데, 현재 약 200만 명의 구독자를 보유하고 있으며, 날이 갈수록 더 많은 구독자를 확보하고 있습니다.

Interview ②



츄이 (Chewy)

츄이
(Chewy)

유형 : 반려동물
용품 전문점

업체 특징 :

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

담당자 정보 :

Product Expert

Q1. 소비자들이 가장 많이 구매하는 반려동물 보조제는 무엇인가요?

시장에는 다양한 종류의 반려동물용 보조제가 있습니다. 저희 매장에서
고객들이 가장 많이 찾는 두 가지 제품은 제스티 포우즈(Zesty Paws)의
보조제과 퓨리나 포티플로라(Purina Fortiflora)입니다. 제스티 포우즈의
종합비타민은 8 in 1 보조제과 노령견용 11 in 1 보조제로 구성되어
있으며, 반려동물의 관절, 면역, 간, 피부와 털 개선에 도움을 줍니다.
퓨리나 포티플로라는 소화에 도움을 주는 프로바이오틱스(probiotics)
제품입니다.

Q2. 소비자들은 반려동물 보조제를 주로 어디서 구매하나요?

요즘 소비자들은 반려동물용품을 슈퍼마켓에서 구매하는 것보다는 온라인으로
구매하는 것을 선호합니다. 집을 나설 필요 없이 주문할 수 있고, 항상
특별 할인이나 딜을 제공하기 때문입니다. 예를 들어, 츄이(Chewy)에서는
구매한 용품을 3일 내로 배송하며, 용품이 불만족스러울 경우 환불이나 다른
적합한 용품으로 교환할 수 있어 소비자들에게 높은 평가를 받고 있습니다.

고객사 제품 정보

소비자
가격 29,600 KRW
(22.19 USD)

중량 Stick
(1g / 30 sticks)

포장
형태 Box
(9cm*5.5cm
*10cm/66g)

마케팅
슬로건 똑똑한 하나로
관리해주세요!.

Q3. 주요 반려동물 보조제 제품의 가격은 어떤가요?

반려동물 보조제는 제품의 수량에 따라 가격이 다르게 책정됩니다. 예를 들어, 제스티 포우즈(Zesty Paws) 보조제는 약 32달러(약 42,368원)에 판매되며, 한 번 구매하면 3개월 동안 사용할 수 있습니다. 소비자들은 3개월에 약 32달러(약 42,368원)는 적정 가격이라고 생각합니다. 특정제품의 가격은 50~60달러(약 66,200~79,440원)에 이를 수 있습니다. 고객사의 제품은 한 달 분량에 22.19달러(약 29,408원)로, 미국 내 다른 반려동물용 보조제와 비교했을 때 경쟁력 있는 가격으로 보입니다.

Q4. 현지 수출시 주의가 필요한 규제나 법령이 무엇인가요?

많은 반려동물 주인은 천연 성분으로 만든 제품을 선호합니다. 녹색 채소에서 찾을 수 있는 천연 일산화질소(Natural Nitric Oxide)와 항산화제(Antioxidants)는 대부분의 반려동물 보조제 제품에서 찾을 수 있습니다. 이러한 성분 외에 오메가3(Omega3)와 기타 다양한 비타민이 포함된 제품도 인기를 끌고 있습니다. 반려동물 보조제가 미국으로 수입되려면 해썹(HACCP) 인증 또는 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증을 받는 것이 좋습니다.

Q5. 반려동물 보조제의 포장은 어떻게 되어 있나요?

포장에 제품의 성분과 기타 정보를 모두 명시하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 제품이 비건인지, 반려동물이 소화하지 못하는 성분(예: 옥수수, 견과류)이 포함되어있는지를 표시해야 합니다. 모든 소비자가 반려동물 건강에 대한 전문가가 아니므로, 반려동물의 건강에 필요한 성분들을 명시하여 소비자들이 어떤 제품을 선택해야 할지 쉽게 결정할 수 있도록 도와주는 것이 좋습니다.

Q6. 반려동물 보조제를 판매하기 적합한 유통 채널은 어디인가요?

현재는 오프라인 유통 채널보다 온라인을 이용하는 고객이 많습니다. 더 많은 선택지를 제공하고 편리하기 때문입니다. 그러나 지역에 반려동물 용품 전문점이 있다면 여전히 일부 고객들은 펫스마트(Petsmart)나 펫플래닛(Pet Planet)과 같은 반려동물 용품 전문점에 방문하곤 합니다. 따라서 반려동물 용품 전문점과 온라인에 반려동물 보조제를 유통하는 것을 추천합니다.

Q7. 반려동물 보조제의 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

반려동물 보조제를 광고할 때 가장 좋은 장소는 소셜 미디어입니다. 요즘 반려동물 주인들은 인스타그램(Instagram)이나 틱톡(TikTok)과 같은 소셜 미디어를 많이 이용합니다. 반려동물의 일상과 그들이 먹는 음식, 보조제 등을 소개하는 펫(Pet) 소셜 미디어 계정이 많습니다. 많은 인플루언서들도 반려동물 브랜드와 협력하여 제품의 효과와 이점을 소비자들에게 홍보합니다. 마케팅할 때는 재밌고, 명확하며 이해하기 쉬운 홍보 문구가 가장 효과적입니다. 예를 들어, 퓨리나(Purina)는 ‘순수함이 최고인 곳(Where purity is supreme)’이라는 홍보 문구를 사용하여 소비자들이 퓨리나를 기억하기 쉽게 만들었습니다.

Interview ③



펫스마트 (Petsmart)

**펫스마트
(Petsmart)**

유형 : 반려동물
용품 전문점

업체 특징 :

1986년에 설립. 반려동물
사료, 액세서리, 보조제, 간식,
용품, 침구, 전자제품,
장난감을 취급하고 있음
캐나다와 유럽으로도
수입하고 있음

담당자 정보 :

Product Agent

Q1. 소비자들이 가장 많이 구매하는 반려동물 보조제는 무엇인가요?

미국 소비자들은 주로 보조제, 반려동물의 윤기 나는 털과 건강한 피부 유지에 도움이 되는 생선 및 오메가3(Omega3) 기반의 오일, 사료에 추가적인 영양을 제공하는 푸드 토퍼(Food Toppers), 그리고 소화를 도와주는 프로바이오틱스(Probiotics) 제품을 선호합니다. 각 제품은 반려동물의 건강에 서로 다른 이점을 제공합니다. 소비자들 유형은 보통 이 모든 보조제를 구매하려 하는 소비자와 반려동물의 식단에 필요한 모든 요소를 적당히 제공하는 보조제를 고집하는 소비자로 나뉩니다.

Q2. 소비자들은 반려동물 보조제를 주로 어디서 구매하나요?

소비자들은 주로 반려동물 전문 용품점에서 반려동물 보조제와 기타 품목들을 구매합니다. 만약 가까운 지역에 반려동물 전문 용품점이 없는 경우, 소비자들은 온라인, 슈퍼마켓 또는 동물 병원을 이용합니다. 대다수의 반려동물 전문 용품점은 오프라인에서 판매하는 제품을 온라인에서도 동일하게 제공합니다.

고객사 제품 정보

**소비자
가격** 29,600 KRW
(22.19 USD)

중량 Stick
(1g / 30 sticks)

**포장
형태** Box
(9cm*5.5cm
*10cm/66g)

**마케팅
슬로건** 똑똑한 하나로
관리해주세요!.

Q3. 주요 반려동물 보조제 제품의 가격은 어떤가요?

반려동물 보조제의 가격은 브랜드, 패키지, 목적에 따라 크게 다릅니다. 비싼 보조제의 경우 약 30~40달러(약 39,000~52,000원) 정도이고, 약간 더 저렴한 20달러(26,000원) 정도의 보조제도 있습니다. 고객사의 제품 가격은 저렴한 보조제 가격대에 가까운 것으로 보입니다.

Q4. 현지 수출시 주의가 필요한 규제나 법령이 무엇인가요?

고객사의 제품 성분은 모두 자연 유래 성분으로 구성되어 있으며, 이는 미국 반려동물 주인들이 선호하는 ‘클린 성분’입니다. 반려동물 보조제는 의약품들과 유사한 인증을 받아야 합니다. 우선, 해당 제품은 미국 식품의약국(FDA)의 승인을 받아야 합니다. 또한, 인간 및 동물 소비 제품에 일반적으로 요구되는 해썹(HACCP) 인증을 받는 것이 좋습니다. 해썹 인증은 제품이 안전하고 상업적으로 판매될 수 있음을 소비자들에게 알려줍니다.

Q5. 반려동물 보조제의 포장은 어떻게 되어 있나요?

일반적으로 반려동물 보조제는 알약(pills) 형태가 사용이 편리한 플라스틱 병에 포장되어 판매됩니다. 또한 대부분의 반려동물 브랜드는 친환경적이고 재활용할 수 있는 포장을 사용합니다. 친환경적인 포장 형태와 클린 성분은 반려동물의 건강뿐만 아니라 환경 문제에도 관심을 가지는 소비자들에게 큰 매력을 제공합니다. 실제로 반려동물 주인들은 반려동물을 키우지 않는 소비자들보다 환경을 더 고려하는 경향이 있습니다.

Q6. 반려동물 보조제를 판매하기 적합한 유통 채널은 어디인가요?

반려동물 전문 용품점과 동물 병원이 반려동물 보조제를 판매하기에 가장 적절한 곳입니다. 이러한 장소에서는 직원들이 반려동물 제품에 대해 더 많은 지식을 갖추고 있으며, 소비자의 요구에 맞추어 조언하고 그에 맞는 보조제를 제공할 수 있습니다. 반면, 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서는 직원들이 다양한 제품에 대해 일반적인 지식만 갖고 있어서 이러한 세부적인 조언이나 제공이 어렵습니다.

Q7. 반려동물 보조제의 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

제품 웹사이트에서 구매 혜택을 제공하거나 행사를 여는 것도 효과적인 마케팅 전략 중 하나입니다. 펫스마트(Petsmart)는 첫 구매 고객에게 많은 혜택을 제공하고 주간 할인이나 할로윈 쿠폰 혹은 캐시백과 같은 특별 행사들이 있습니다. 또한 펫마트는 지역 동물 시설들과 협력하여, 해당 시설을 이용하는 소비자들에게 할인 혜택을 제공합니다.

디지털 마케팅도 좋은 선택지입니다. 펫스마트는 인스타그램(Instagram), 페이스북(Facebook)과 같은 소셜미디어를 통해 새로운 제품을 소개하고 실제 소비자의 후기와 해시태그를 활용하여 제품을 홍보합니다.

[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. 국립동물보조제협회(NASC) (nasc.cc)
10. 아마존 미국(amazon.com)
11. 반필드 동물병원(Banfield Pet Hospital) (banfield.com)
12. VCA 동물병원(VCA Animal Hospital) (vcahospitals.com)
13. 펫코(Petco) (www.petco.com)
14. 츠이(Chewy) (www.chewy.com)
15. 펫스마트(Pet Smart) (www.petsmart.com)

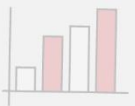


발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2024.09.20



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

