



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No.		202112-10
품목		반려동물용 프로바이오틱스(Probiotics For Pet)
HS CODE		2309.90-2099
국가		일본(Japan)
구분		시장분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	04
<b>II. 시장규모</b>	
1. 일본 펫 푸드 시장규모	06
2. 일본 펫 푸드 시장점유율	07
3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 수입규모	08
4. 한국 반려동물용 프로바이오틱스 수출규모	09
<b>III. 소비 제품 특징 및 이슈</b>	
1. 일본 반려동물용 보조제, 첨유질과 단백질 성분이 인기	12
2. ‘소화기능’, ‘피부건강’ 관련 반려동물용 보조제 다수	13
3. 주요 경쟁 브랜드 ‘애니마 스트라스’, 100% 천연 성분 강조	14
4. 영양 효능과 더불어 ‘국산’, ‘유기농’ 등 제품의 안전성 홍보	15
5. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 진출 컨셉	16
<b>IV. 유통채널 특징</b>	
1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 비교	18
2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 특징	19

# Contents

## V. 오프라인 유통채널

1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 오프라인 유통채널 종합분석 23

## VI. 진입장벽

1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차 32
2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 품질 인증 34
3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨링 35
4. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 성분 및 유해물질 41

## VII. 수입·유통업체 인터뷰

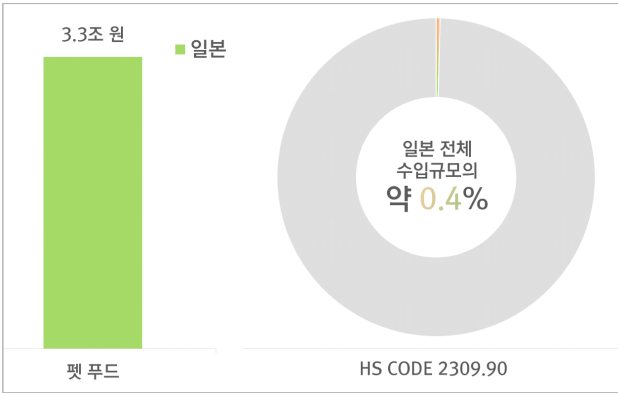
- Interview ① 조인어스(Joinus) 45
- Interview ② 테즈카야마 하운드 컴(帝塚山ハウンドカム) 47
- Interview ③ 마이 스타일 - 펫(My Style - Pet) 48

## VIII. 시사점 50

- ※ 참고문헌 52

# Summary

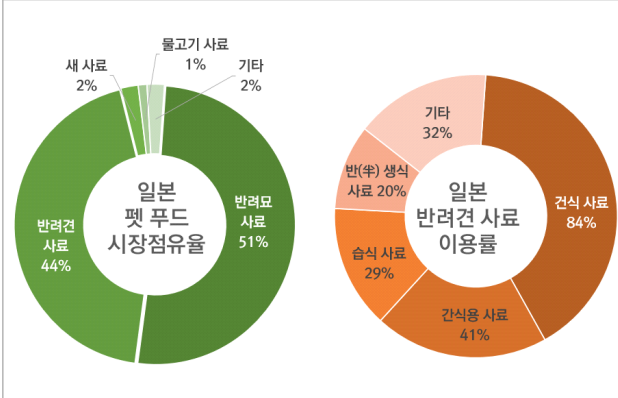
## ■ 수요 분석



## 일본

펫 푸드 시장규모	3.3조 원	
	수입(출)액	점유율
일본 對한국 HS CODE 2309.90 수입 현황	22억 원	0.4%
한국 對일본 HS CODE 2309.90-2099 수출 현황	2억 원	1%

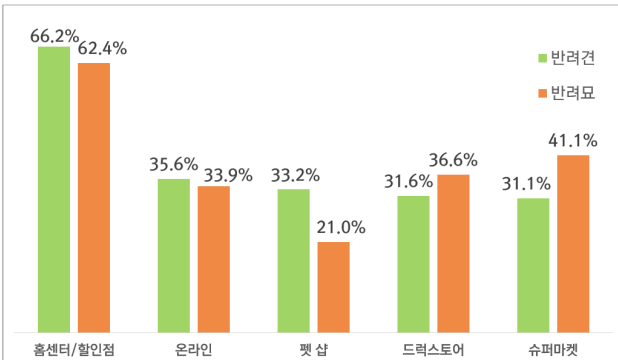
## ■ 시장점유율



## ■ 소비 특징



## ■ 유통채널



홈센터/할인점	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 소비자 설문조사 결과 반려견, 반려묘 사료 구매 시 모두 가장 선호하는 채널</li> <li>주요 홈센터 DCM재팬홀딩스, 카인즈, 엔초 등</li> </ul>
펫 샵	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 주요 펫 샵, 그린독, 이온펫, 고지마 등</li> <li>건강, 각종 특성에 부응한 상품 제안이 가능하여 선호도 높음</li> </ul>
드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 드럭스토어 웰시아, 츠루하</li> <li>현지조사 결과 고객사 제품과 같은 다기능 프로바이오틱스 제품은 확인되지 않음</li> </ul>

## ■ 진입장벽

인증/사전등록	수입 전 사전신고 필수, 필수인증 없음
라벨링	일본어 표기 필수
성분/유해물질	알레르겐/식품첨가물/유해물질

## ■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국산 반려동물 보조제 인지도 매우 낮음</li> </ul>
추천 유통 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입산 제품의 경우 온라인 채널 최적화</li> </ul>
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> <li>아직까지 다기능 제품 보편적이지 않아 셀링 포인트로 활용 가능</li> <li>다만 너무 많은 기능 홍보는 지양 필요함</li> </ul>

## ■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 펫 푸드 시장은 향후 2%의 다소 정체된 시장 성장을 보일 것으로 예상되며 고양이 사육두수 증가 추세임</li> <li>HS CODE 기반 일본 對한국 수입액과 수입유통업체 인터뷰 확인 결과 한국산 반려동물용 영양제에 대한 선호도 및 인지도는 매우 낮은 것으로 확인됨</li> </ul>
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨의 인쇄 또는 스티커 여부는 판매에 큰 영향 끼치지 않는다는 답변 확인</li> <li>서구권(독일, 미국 등) 펫 푸드에 대한 충성도 크게 형성되어 있어 주의 필요함</li> </ul>

## II. 시장규모

1. 일본 펫 푸드 시장규모
2. 일본 펫 푸드 시장점유율
3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 수입규모
4. 한국 반려동물용 프로바이오틱스 수출규모

## 1. 일본 펫 푸드 시장규모

일본 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	37.8만km <sup>2</sup>
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
1인당 GDP	40,247달러

### ▶ 일본 펫 푸드 시장규모, 최근 5년 연평균성장률 1%

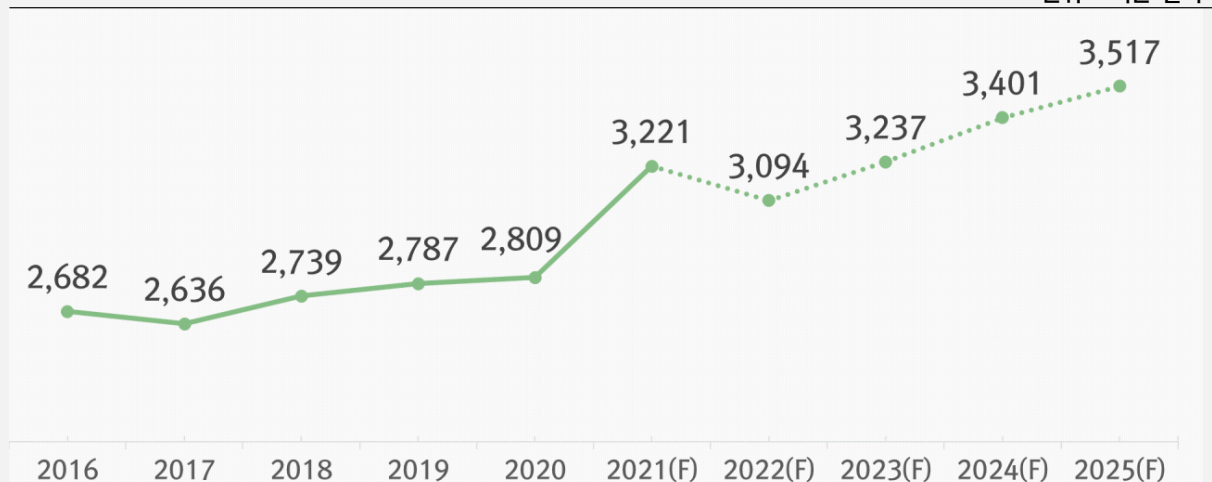
2020년 기준 일본 펫 푸드 시장규모는 전년 대비 1% 상승한 약 3.3조 원으로, 동기간 약 5,649억 원을 기록한 한국 펫 푸드 시장규모의 약 5.8배 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 1%를 기록한 것으로 나타남

### ▶ 일본 펫 푸드 시장규모, 향후 연평균성장률 2% 전망

일본 펫 푸드 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 2%의 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 2025년 기준 약 4.1조 원을 달성할 것으로 전망됨<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 일본 펫 푸드 시장규모<sup>4)5)</sup>

단위 : 백만 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR <sup>6)</sup>
펫 푸드 (한화추정액)	2,682 (3.1조 원)	2,636 (3.1조 원)	2,739 (3.2조 원)	2,787 (3.3조 원)	2,809 (3.3조 원)	1%
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
펫 푸드 (한화추정액)	3,221 (3.8조 원)	3,094 (3.6조 원)	3,237 (3.8조 원)	3,401 (4.0조 원)	3,517 (4.1조 원)	2%

자료: 스탯스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사시장: 조사제품 '반려동물용 프로바이오틱스'는 장과 구강 건강 개선 효능이 있는 프로바이오틱스 제품으로 사람이 먹어도 문제없는 수준의 공정을 통해 제조된 반려동물용 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '펫 푸드'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스탯스타(Statista), 「Pet Food」, 2021.10
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 일본 펫 푸드 시장점유율

반려묘 사료 이용률

건식 사료	91.5%
습식 사료	49.7%
간식용 사료	43.7%
반(半) 생식 사료	17.2%
기타	20.5%

### ▶ 일본 펫 푸드 시장, 반려묘, 반려견 사료 95%로 압도적

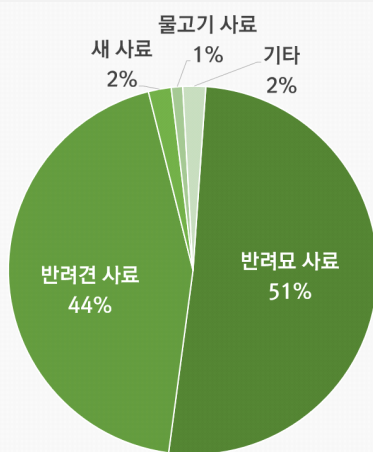
2019년 일본 펫 푸드 출하량 기준 점유율 1위 품목은 51%를 차지한 ‘반려묘 사료’인 것으로 나타남. 이어서 ‘반려견 사료’가 44%의 점유율로 2위를 차지한 것으로 나타남. 특히 2017년 고양이 사육두수가 개 사육두수를 추월하였으며, 그 격차는 점차 벌어지고 있는 것으로 나타남 7)8)

한편 2020년 기준 일본 소비자들이 이용하는 펫 푸드 유형을 조사한 결과(중복 대답 허용), ‘건식 사료’가 1위로 선정되었으며, 이어서 ‘간식용 사료’, ‘습식 사료’ 순으로 이용률이 높은 것으로 나타남. 반려묘 사료 역시 건식 사료가 점유율 1위를 기록하는 등, 반려견 사료와 유사한 선호도를 보임9)10)

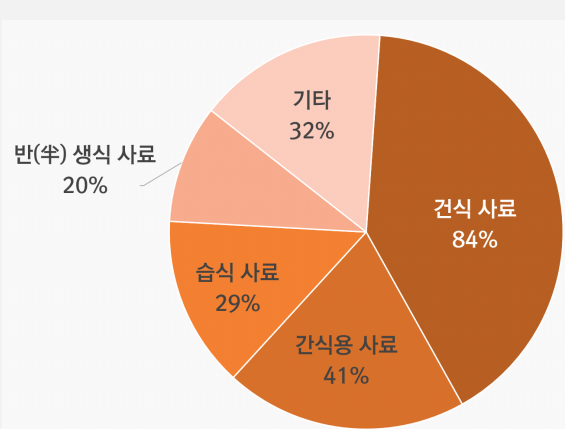
[표 2.2] 펫 푸드 시장점유율(2019년)<sup>11)</sup> 및 애완견 사료 이용률(2020년)

단위 : 백분율(%), 중복 백분율(%)

펫 푸드 시장점유율



반려견 사료 이용률



펫 푸드

분류	반려묘 사료	반려견 사료	애완용 새 사료	애완용 물고기 사료	기타
	51	44	2	1	2

반려견 사료 이용률					
분류	건식 사료	간식용 사료	습식 사료	반(半) 생식 사료	기타 <sup>12)</sup>
	84	41	29	20	32

자료: 스태티스타(Statista)

7) 자료: 스태티스타(Statista), 「Shipment volume of pet food in Japan in fiscal year 2019」, 2021.07

8) 자료: 펫지(Pedge), 「ペット産業の動向~市場規模, 競争環境, 主要プレイヤー」, 2020

9) 자료: 스태티스타(Statista), 「Leading types of dog food in Japan as of October 2020」, 2021.07

10) 자료: 스태티스타(Statista), 「Leading types of cat food in Japan as of October 2020」, 2021.07

11) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

12) 수제 사료, 애완동물용 다이어트 제품 등을 포함함

### 3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 수입규모

● HS CODE 2309.90

조사제품 '반려동물용 프로바이오틱스'는 '사료용 조제 품'으로 규정된 제 2309호에 속하며, '기타'에 해당하는 HS CODE 2309.90 을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2309.90 수입액, 최근 5년 연평균 5% 성장

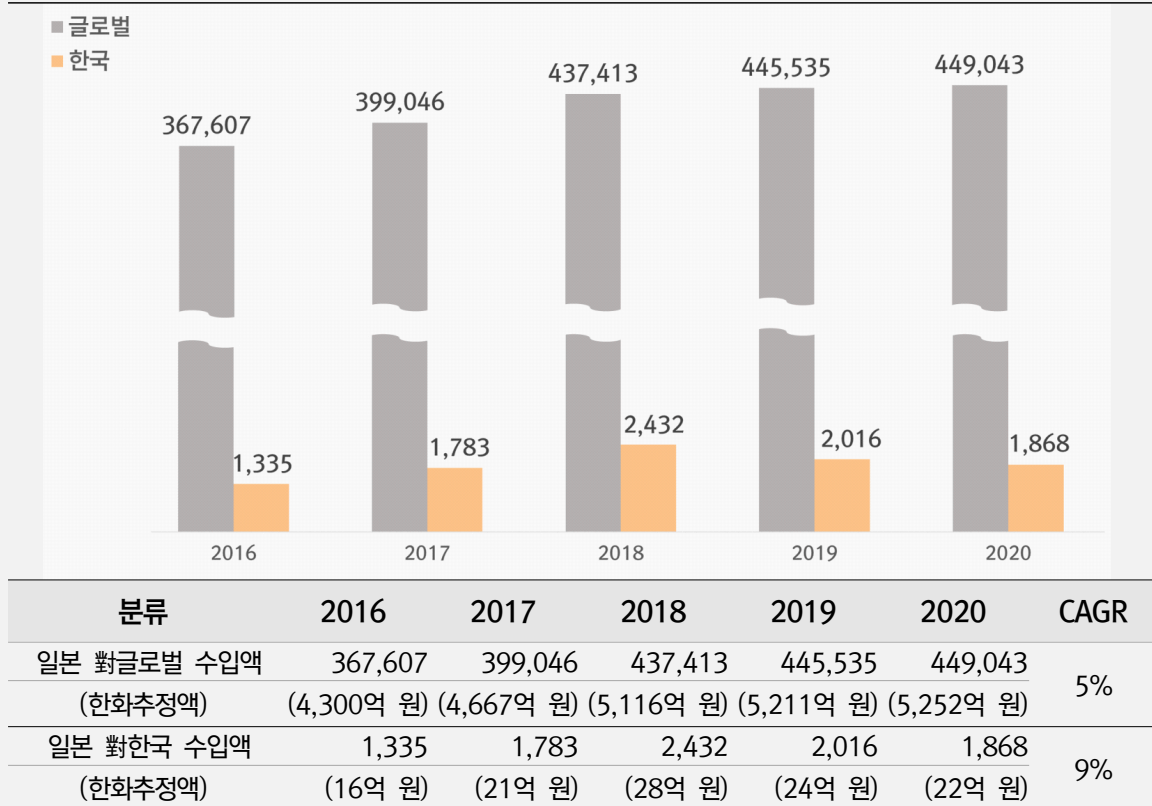
2020년 기준 일본 HS CODE 2309.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 1% 상승한 약 5,252억 원을 기록함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 5%를 기록하는 등 꾸준한 상승세를 이어온 것으로 나타남

▶ 일본 HS CODE 2309.90 對한국 수입액, 글로벌 22위 규모

2020년 기준 일본 HS CODE 2309.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 7% 하락한 약 22억 원을 기록함. 이는 일본 對글로벌 수입액 가운데 0.4%에 해당하는 규모로, 전체 22위에 해당함. 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 미국으로, 2020년 약 1,564억 원의 수입액을 기록하며 전체의 30%를 차지함. 이어서 프랑스(약 1,001억 원, 19%), 중국(약 374억 원, 7%) 순으로 이어짐

[표 2.3] 일본 HS CODE 2309.90 수입규모<sup>13)14)15)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2309.90 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



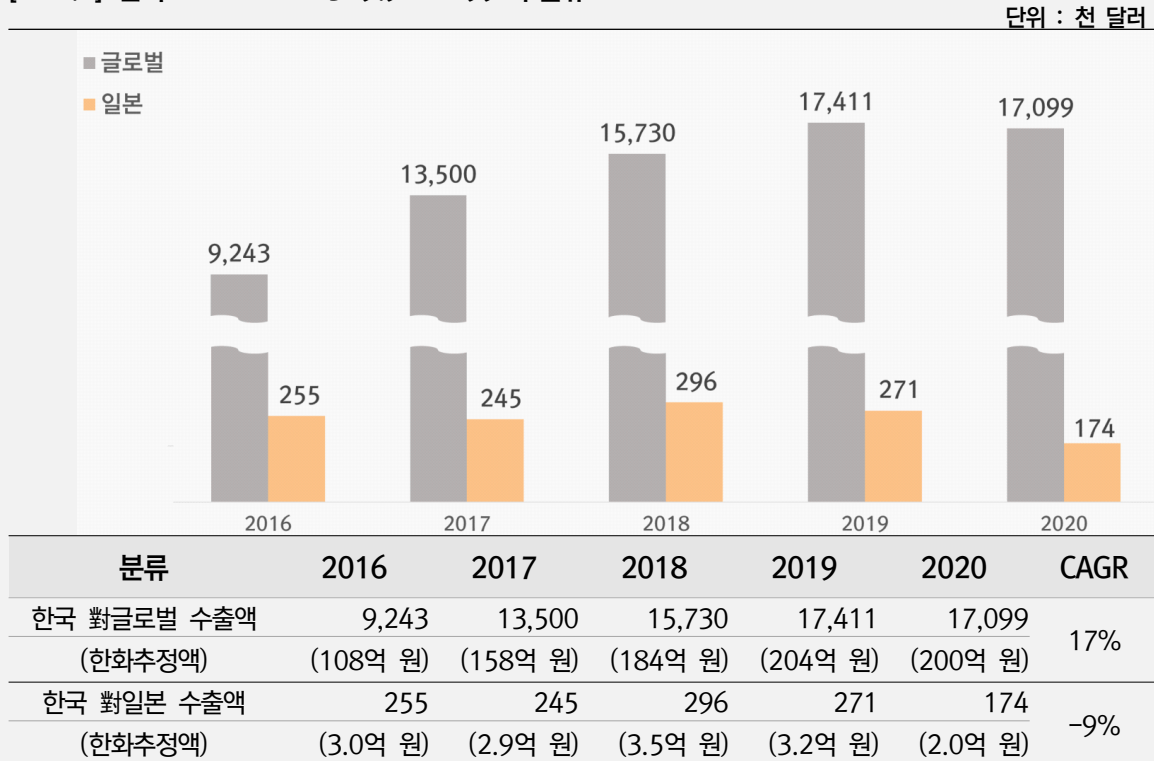
#### 4. 한국 반려동물용 프로바이오틱스 수출규모

● HS CODE 2309.90-2099

조사제품 '반려동물용 프로바이오틱스'에 해당하는 HS CODE 2309.90-2099(기타)의 한국 對글로벌, 對일본 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

- ▶ **한국 HS CODE 2309.90-2099 수출액, 최근 5년 연평균성장률 17%**  
2020년 기준 한국 HS CODE 2309.90-2099 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 소폭 하락한 약 200억 원을 기록함. 2020년 이전 4년 간 매년 10% 이상의 성장률을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 성장률은 17%를 기록하는 등 빠른 성장세를 보임
- ▶ **한국 HS CODE 2309.90-2099 對일본 수출액, 글로벌 14위 규모**  
2020년 기준 한국 HS CODE 2309.90-2099 품목의 對일본 수출액은 전년 대비 36% 하락한 약 2억 원을 기록함. 이는 對글로벌 수출액의 1%에 해당하는 규모로 전체 14위를 차지함. 글로벌 수출액 기준 1위 국가는 태국으로, 2020년 약 53억 원의 수출액을 기록하며 전체의 27%를 차지함. 이어서 인도네시아(약 29억 원, 14%), 베트남(약 24억 원, 12%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 한국 HS CODE 2309.90-2099 수출규모 16)17)



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2309.90-2099 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

## Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 반려동물용 보조제, 섬유질과 단백질 성분이 인기
2. '소화기능', '피부건강' 관련 반려동물용 보조제 다수
3. 주요 경쟁 브랜드 '애니마 스트라스', 100% 천연 성분 강조
4. 영양 효능과 더불어 '국산', '유기농' 등 제품의 안전성 홍보
5. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 진출 컨셉

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 일본 온라인매장 입점 반려동물용 보조제 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 반려동물용 보조제(ペット用サプリメント)
- 데이터 수집량 : 1,509건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인매장

### ▶ 일본 온라인매장 입점 반려동물용 보조제 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁브랜드 ② 성분 ③ 효능 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁 브랜드	애니마 스트라스	アニマストラス	52	코디	コルディ	33
	제노악	日本全業工業	47	폴리스	ポリス	33
	교리쓰제약	共立製薬	40	바이엘	バイエル	21
	로얄 가나안	ロイヤルカナン	37	DHC	dhc	19
성분	섬유질	繊維	518	미네랄	ミネラル	202
	단백질	たんぱく質 / タンパク質	415	나트륨	ナトリウム	195
	비타민	ビタミン	352	지방산	脂肪酸	167
	칼슘	カルシウム	254	아미노산	アミノ酸	164
	효모	酵母	248	글루코사민	グルコサミン	114
	유산균	乳酸菌	227	코엔자임	コエンザイム	94
효능	소화	消化	250	관절	関節	110
	피부	皮膚	203	연골	軟骨	99
	신진 대사	代謝	147	신장	腎臓	87
홍보문구	영양	栄養	527	안전	安全	161
	안심	安心	215	식욕	食欲	115
	국산	国産	192	발효	発酵	91
	균형	バランス	180	유기농	有機	48

## 1. 일본 반려동물용 보조제, 섬유질과 단백질 성분이 인기

### ▶ ‘섬유질’과 ‘단백질’이 키워드 빈출 순위 1,2위 차지

- 반려동물의 소화를 돕는 ‘섬유질’은 518건 빈출되며 1위 성분 차지
- 반려동물의 중요한 영양 공급원인 ‘단백질’은 415건 빈출됨

### ▶ ‘유산균’ 성분 또한 많이 선호되는 보조제 성분으로 꼽혀

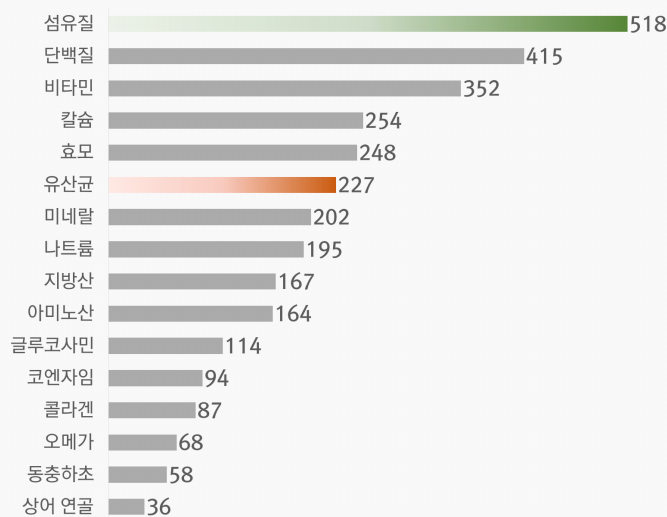
- ‘유산균’ 키워드는 빈출량 227건으로 전체 순위 중 6위 차지
- 효모와 더불어 면역력 증진에 도움이 되는 성분으로 여겨짐

### ▶ ‘칼슘’, ‘글루코사민’, ‘콜라겐’ 등 관절 건강 보조제 빈출

- ‘칼슘’은 빈도수 254건으로 빈출 순위 4위를 차지함. ‘글루코사민’과 ‘콜라겐’도 각각 114건, 87건으로 관절 관련 성분이 많이 등장함

1위 섬유질		2위 단백질		6위 유산균	
제품명	국화 이눌린	제품명	아미노파인	제품명	플래티넘 유산균 5000α
브랜드	닥터 마말(Dr.mammal)	브랜드	코디(コルディル)	브랜드	유산균 Labo(乳酸菌ラボ)
가격	250mgX30/1,100엔(11,273원) 18)	가격	100g/5,000엔(51,242원)	가격	1gX5/1,188엔(12,175원)

[표 3.1] 일본 반려동물용 보조제 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘반려동물용 보조제’ 관련 게시글 1,509건 분석

18) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. ‘소화기능’, ‘피부건강’ 관련 반려동물용 보조제 다수

▶ ‘소화’에 대한 효능을 가장 많이 피력하고 있음

- 성분 키워드에서 섬유질이 1순위에 꼽힌 것과 같이, 반려동물의 소화 기능을 도와주는 효능이 가장 많이 강조되고 있음

▶ ‘피부’는 관절이나 구강보다 인기있는 보조제 효능

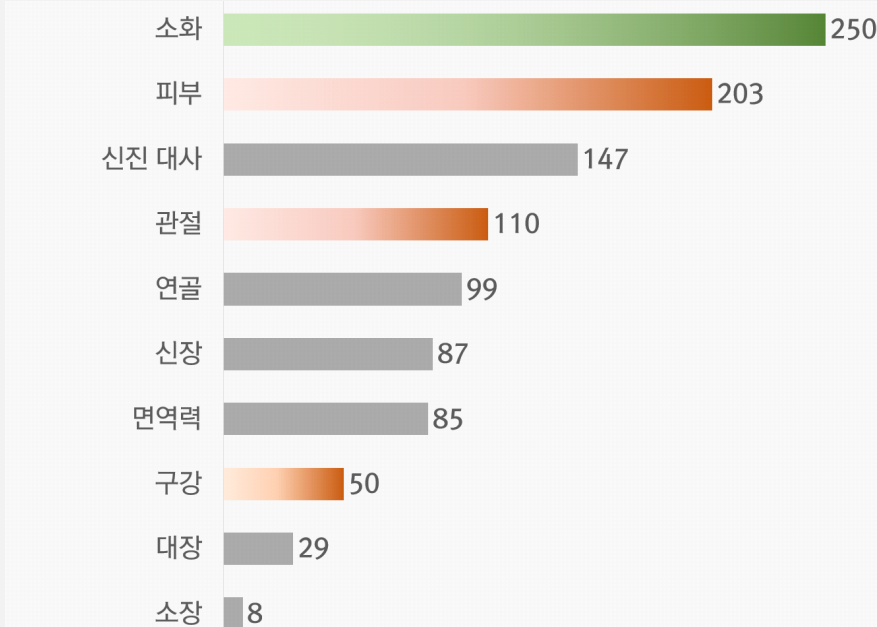
- ‘피부’ 키워드는 203건 빈출되며 2위 효능으로 꼽힘
- ‘관절’ 키워드는 110건, ‘구강’ 키워드는 50건으로 피부 건강보다 선호 순위에서 상대적으로 열세임

▶ ‘면역력’ 키워드는 피부나 관절 키워드 대비 빈도 낮음

- ‘면역력’ 키워드는 85건이 빈출되며 ‘구강’ 키워드보다는 활용도가 높지만 피부, 관절보다는 활용도가 낮은 것으로 분석됨

1위 소화		2위 피부		4위 관절	
					
제품명	HP-MAX	제품명	크릴 오일	제품명	키비키비 산책
브랜드	포치(POCHI)	브랜드	코디(コルディ)	브랜드	디에이치씨(DHC)
가격	100g/3,850엔(39,456원)	가격	410mgX180정/6,160엔(63,130원)	가격	250mgX60정/943엔(9,664원)

[표 3.2] 일본 반려동물용 보조제 효능 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘반려동물용 보조제’ 관련 게시글 1,509건 분석

### 3. 주요 경쟁 브랜드 ‘애니마 스트라스’, 100% 천연 성분 강조

일본 반려동물용 보조제 국가 관련 키워드 빈도

미국	101건
뉴질랜드	43건
프랑스	37건
이탈리아	25건
인도	19건
중국	13건

▶ ‘애니마 스트라스’, 반려동물용 보조제 브랜드 빈출 순위 1위

- ‘애니마 스트라스’는 스위스산 허브 효모 건강식품으로 합성 첨가물과 색소, 방부제가 없는 100% 천연 성분으로 만들어져 반려동물의 전반적인 건강 증진을 돕는 보조제 브랜드임

▶ 제노약, 교리쓰 등 일본 제약업체 브랜드들 다수 상위 랭킹

- ‘제노약’ 키워드 47건, ‘교리쓰 제약’ 키워드 40건으로 제약업체 브랜드들이 다수 상위권에 포함
- 제약분야의 전문성을 바탕으로 반려동물용 보조제 브랜드로 신뢰성 확보
- 한국 키워드는 주요 온라인 쇼핑몰 내 확인되지 않았음

1위 애니마 스트라스		2위 제노약		3위 교리쓰 제약	
					
제품명	애니마 스트라스	제품명	우로액트 플러스	제품명	덴탈바이오
용량	100g	용량	10알X10팩	용량	10알X10팩
가격	5,500엔(56,366원)	가격	6,097엔(62,484원)	가격	1,023엔(10,484원)

[표 3.3] 일본 반려동물용 보조제 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘반려동물용 보조제’ 관련 게시물 1,509건 분석

## 4. 영양 효능과 더불어 ‘국산’, ‘유기농’ 등 제품의 안전성 홍보

### ▶ ‘영양’ 키워드 빈도는 527건으로 압도적인 1위

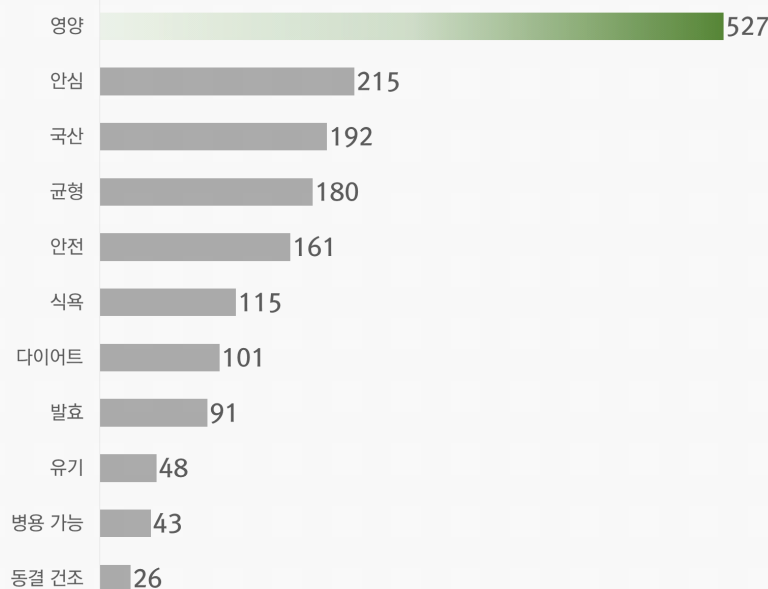
- 반려동물의 부족한 영양소를 채워주는 본질적인 효능을 강조한 문구
- ‘균형’ 키워드는 180건 빈출되어 체내의 영양 균형을 강조함

### ▶ ‘안심’, ‘안전’과 같은 심리적인 키워드 두드러져

- 제품의 품질이 반려동물의 건강 상태와 직결되기 때문에, 안심하고 구입할 수 있는 안전한 제품을 선호하는 경향이 반영됨
- 국산, 유기농 재료 등 원료의 품질을 강조해 신뢰감을 주기도 함

1위 영양		2위 안심		3위 국산	
					
제품명	허니비 파워 건강	제품명	후리카케 완	제품명	배 건강
브랜드	하운드컴(houndcom)	브랜드	펫 바이터블(PET VITABLE)	브랜드	디에이치씨(DHC)
가격	150g/5,434엔(55,689원)	가격	100gX6팩/3,520엔(36,074원)	가격	15g/643엔(6,589원)

[표 3.4] 일본 반려동물용 보조제 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘반려동물용 보조제’ 관련 게시물 1,509건 분석

## 5. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① \_ 반려동물의 체중조절과 피모건강에 도움을 주는 유산균**
  - 홍보문구 7위인 ‘다이어트’ 활용, 반려동물의 미용 건강을 강조함
  - 피부, 관절, 구강 순으로 키워드 빈도가 높은 점을 볼 때, 피부 건강이 가장 높은 관심을 끌 것으로 예상됨
  
- ▶ **컨셉 ② \_ 안심할 수 있는 원료로 소화 활동을 촉진하는 유산균**
  - 홍보문구 2위인 ‘안심’ 키워드를 활용, 제품의 안전성 강조함
  - 소화기능이 떨어지는 노령견/노령묘의 기본적인 신진대사 촉진을 돕는 보조제가 인기가 있을 것으로 예상됨
  
- ▶ **컨셉 ③ \_ 구강 특허 유산균으로 구강과 장 영양을 모두 케어하는 유산균**
  - 홍보문구 1위인 ‘영양’ 활용, 영양 공급에 충실한 제품으로 어필함
  - 구강에 특화된 유산균임을 강조하면 반려동물 보조제 브랜드로서 전문성과 신뢰성을 확보할 수 있을 것임

성분	효능	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
유산균	피부	다이어트	29건	반려동물의 [체중조절]과 [피모]건강에 도움을 주는 [유산균]
유산균	소화	안심	24건	임상적으로 입증된 [안심]할 수 있는 원료를 정밀하게 배합해 장건강과 [소화]활동을 향상시키는 [유산균]
글루코사민	관절	안심	7건	[관절]에 탁월한 [글루코사민] 성분이 최적의 함량으로 배합되어 [안심]하고 급여할 수 있는 유산균
유산균	구강	영양	5건	[구강]건강에 특허받은 유산균으로 구강과 장 [영양]상태를 한번에 케어하는 [유산균]
유산균	대장	균형	5건	반려동물 [장내의 미생물 [균형]과 몸의 [균형]을 맞춰주는 [유산균]

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁브랜드/효능/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함



## IV. 유통채널 특징

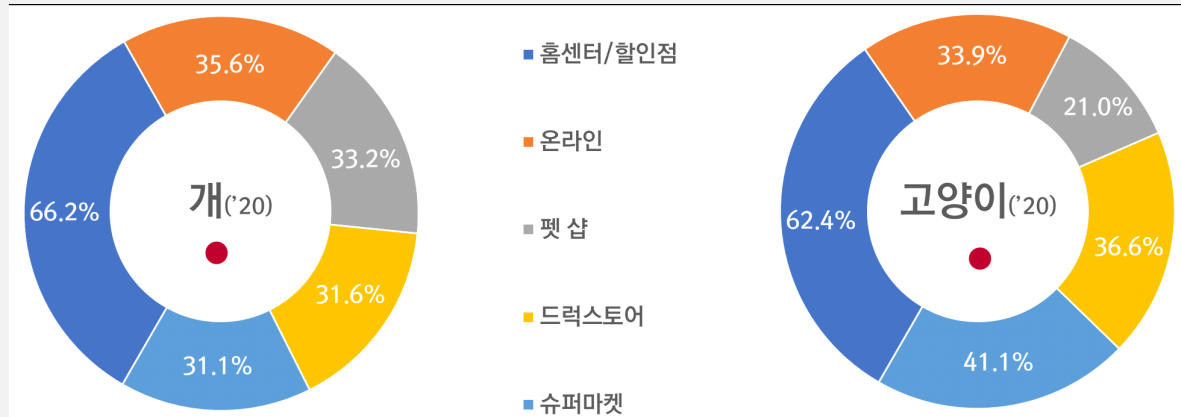
1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 비교
2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 특징

## 1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 비교

### ▶ 일본 펫 푸드 주요 유통채널, ‘홈센터/할인점’, ‘드럭스토어’ 및 ‘슈퍼마켓’

2020년 일본 ‘펫 푸드’ 유통채널 점유율은 반려동물 종류별로 차이가 나타남. 일본 내 반려동물 가구를 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 반려견(66.2%)과 반려묘(62.4%)의 펫 푸드 모두에서 가장 높은 선호도를 보인 유통채널은 ‘홈센터/할인점’이었으며, 유일하게 50% 이상의 응답률을 보임. 다음으로 반려견 펫 푸드 선호도는 온라인, 펫 샵, 드럭스토어, 슈퍼마켓 순으로 높았음. 반려묘의 경우 슈퍼마켓, 드럭스토어, 온라인, 펫 샵 순으로 높은 것으로 확인됨

[표 4.1] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 소매유통채널 선호도



반려동물별 펫 푸드 소매유통채널 선호도(19)20) 비교(21)

개	유통채널	고양이
66.2%	홈센터 <sup>22)</sup> /할인점	62.4%
35.6%	온라인	33.9%
33.2%	펫 샵	21.0%
31.6%	드럭스토어	36.6%
31.1%	슈퍼마켓	41.1%

자료: 스탯시타(Statista)

19) 2020년 기준, 일본 내 반려동물별 펫 푸드 소매유통채널에 대한 선호도임

20) ‘반려동물용 프로바이오틱스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘펫 푸드(Pet Foods)’의 정보를 확인함

21) 해당 자료는 2020년 10월 기준 일본 내 반려동물 가구를 대상으로 진행한 설문조사의 응답 자료이며, 중복 응답이 가능하여 총합이 100%를 초과함

22) 식료품을 전문으로 하는 슈퍼마켓과는 달리 DIY(Do It Yourself)를 주요 키워드로 하여 각종 공구 및 가구, 원예용품, 인테리어 용품, 펫 용품이나 펫 푸드 등 생활 용품을 판매함. 일례로 카인즈는 펫츠원(Pet's One)이라는 명칭으로 매장 내 펫 용품 전용 공간을 마련해두고 있으며, 엔초(Encho)는 펫츠고(Pet's Go)라는 이름으로 펫 샵을 운영 중임

## 2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 유통채널 특징

### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 홈센터 및 할인점

#### ▶ 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온 및 라이프

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온(AEON)은 2020년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 179조 6,545억 원<sup>23)</sup>)의 12.1%를 점유했으며, 라이프(Life)는 2020년 전체 매출액의 4.3%를 점유함

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(*20) <sup>24)</sup>	산하 주요 브랜드
1	이온 (AEON)	12.1%	맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi)
2	라이프 (Life)	4.3%	라이프 (Life)
3	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	3.3%	요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

#### ▶ 일본 주요 홈센터 및 할인점 업체, DCM재팬홀딩스 및 카인즈

일본 홈센터 업계 규모는 2020년 4조 2,680억 엔(약 43조 7,402억 원)을 달성했으며, 매장 수는 총 4,860여 개에 달함. 주요 홈센터 업체로는 DCM재팬홀딩스(DCM Japan Holdings)와 카인즈(CAINZ), 코난쇼지(KOHNAN SHOJI), 코메리(KOMERI), 케이요(KEIYO) 등이 있음

[표 4.3] 일본 주요 홈센터 및 할인점 업체

순번	기업 구분	기업명	매장 수(*20)
1	홈센터	DCM재팬홀딩스 (DCM Japan Holdings)	약 170개
2		카인즈 (CAINZ)	약 130개
3		엔초 (Encho)	(-)
4	할인점	돈키호테 (ドンキホー)	약 650개

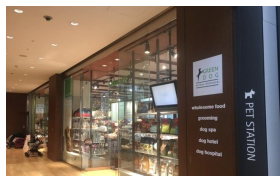
자료: 스태티스타(Statista)

23) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 3개 기업

2) 펫 샵

일본 도쿄에 위치한 펫 샵  
그린독



사진자료: 뉴스원

▶ 일본 주요 펫 샵, 고지마와 이온펫<sup>25)26)</sup>

일본 내 펫 용품 유통은 여전히 오프라인이 강세를 보이고 있으며, 그중에서도 펫 샵은 견종, 묘종이나 개체의 특성에 부응한 상품 제안이 가능한 전문성이 높은 채널로, 가격 경쟁에 상관없이 안정적인 판매실적을 유지하고 있음. 주요 업체로는 그린독(Green Dog), 이온펫(イオンペット), 고지마(コジマ), 아미고(アミーゴ), 히고펫(ひごペット) 등이 있으며, 이외에도 홈센터 엔초(Encho)가 운영하는 펫츠고(Pet's Go)라는 펫 샵 등 다양한 펫 용품 전문 매장이 존재함. 펫 샵의 경우 단독 건물 또는 백화점이나 슈퍼마켓과 같은 기타 소매점에 입점하는 형태가 다수임

[표 4.4] 일본 주요 펫 샵 업체

순번	기업명	매장 수('20)	홈페이지
1	그린독 (Green Dog)	9개	www.green-dog.com
2	이온펫 (イオンペット)	393개	www.aeonpet.com
3	고지마 (コジマ)	66개	pet-shop.jp/kojima
4	아미고 (アミーゴ)	64개	amigo-pet.co.jp
5	히고펫 (ひごペット)	38개	www.higopet.com

자료: 한국농수산물유통공사(aT), 기업 홈페이지

25) 한국농수산물유통공사(aT), 「일본 펫푸드 시장 현황 및 한국산 펫푸드 진출안 조사」, 2020.02

26) 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 「코로나19 이후 일본의 반려동물 시장동향」, 2020.02

3) 드럭스토어

일본 주요 드럭스토어 업체  
스기약국



사진자료: 스기약국

▶ 일본 주요 드럭스토어 업체, 웰시아 및 츠루하

일본 주요 드럭스토어 업체 웰시아홀딩스(Welcia Holdings)는 2020년 일본 드럭스토어 전체 매출액 15조 8,010억 엔(약 161조 9,350억 원)의 6.2%를 점유했으며 산하에 웰시아(Welcia) 1개 브랜드를 보유함. 츠루하(Tsuruha)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 드럭스토어 업체, 소매유통채널 중 유일하게 매장 확대<sup>27)</sup>

코로나19 이전부터 헬스케어 이외의 생필품, 식품, 화장품 등 판매 상품군을 확장하며 성장세를 보이던 일본의 드럭스토어 업체는 2021년에도 재택 근무 기조가 이어질 것으로 예상되자 디지털 기술을 적극적으로 활용하여 판매 채널을 다양화함. 특히 노령 인구가 증가한 상황을 반영하여 어플리케이션을 통한 주기적 건강 관리 및 배달 서비스를 제공함. 노령 인구의 증가는 드럭스토어 단독 매장 수 확대로도 이어졌는데, 이는 대형 상점보다는 활동 반경 내에 위치한 드럭스토어 매장에 더 많이 의존하는 노년층의 습성을 반영한 것임

[표 4.5] 일본 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) <sup>28)</sup>	산하 주요 브랜드
1	웰시아홀딩스 (Welcia Holdings)	6.2%	웰시아 (Welcia)
2	츠루하 (Tsuruha)	5.6%	츠루하 (Tsuruha)
3	코스모스약품 (Cosmos Pharmaceutical)	4.6%	코스모스 (Cosmos)
4	스기약국 (Sugi Pharmacy)	3.7%	스기약국 (Sugi Pharmacy)
5	마츠모토키요시홀딩스 (Matsumoto Kiyoshi Holdings)	2.9%	마츠모토키요시 (Matsumoto Kiyoshi)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02

28) 일본 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

# V. 오프라인 유통채널

## 1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널

## 1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널 ① 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp			
	위치	삿포로(Sapporo)			
	규모	매출액('20)	약 8,849억 엔(약 9조 688억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 2,000개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>진단서 처방 서비스 제공</li> <li>메일을 통한 주문 서비스 제공</li> <li>엠즈원('M's one), 라빌라비타(La VILLA ViTA) 등 자사 제품 브랜드 보유</li> </ul>				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	09:00~22:00		
	주소	〒144-0051 東京都大田区西蒲田7丁目6-1-1		
	상권	지하철 역 근처의 상점가에 위치해있어 유동인구가 많음		
	VMD	취급 브랜드	아이시아(アイシア), 아이무스(アイムス)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>우편을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 상단 'お店とチラシを検索'에서 입점 희망 매장 검색</li> <li>도쿄 신주쿠점:                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F)</li> </ul> </li> <li>주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부</li> <li>등록 시 필요한 일반적 정보   <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>이메일로는 입점 문의를 받지 않음</li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-5729-7681</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

매대29) 제품 배치 현황

주력 입점 제품



츠루하와 세이유 매장에서는 강아지와 고양이를 위한 사료 및 간식, 기타 식용 건강식품 제품들을 한 곳에 모아 배치해둬. 반려동물의 관절 건강을 위한 문구나 수분 섭취, 기타 미네랄 함양 등 특이 성능을 강조한 프리미엄 제품군이 여럿 구비되어 있었음

자료: 츠루하(Tsuruha), 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사  
사진 자료: 츠루하(Tsuruha), 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

29) 츠루하 현지 매장에 구비된 반려동물용 프로바이오틱스 유사 제품군이 많지 않아 세이유(Seiyu) 매장에 추가 방문하여 조사함



입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고양이 사료	아이시아 (アイシア)	켄코오칸초오나이칸쿄오케아 (健康缶 腸内環境ケア) * 장 건강	태국	98엔 (약 1,004원)	40g	
2	고양이 사료	아이시아 (アイシア)	켄코오칸카부뇨오로케아 (健康缶 下部尿路ケア) * 하부 요로 건강	태국	98엔 (약 1,004원)	40g	
3	개 사료	아이무스 (アイムス)	IAMS세에켄요켄코오이지요코코나 (IAMS 成犬用 健康維持用 小粉) * 성견용	태국	880엔 (약 9,019원)	1.2kg	
4	고양이 사료	차오 (CIAO)	스고이뉴우산킨쿠란키 (すごい乳酸菌 クランキー) * 유산균	일본	193엔 (약 1,978원)	22g * 5봉지	
5	개 사료	이나바 (いなば)	스고이뉴우산킨추루 (すごい乳酸菌 ちゅ~る) * 유산균	일본	228엔 (약 2,337원)	14g * 4봉지	
6	고양이 사료	차오 (CIAO)	추루마구로호타테아지 (ちゅ~る まぐろ ほたて味) * 참치	일본	415엔 (약 4,253원)	14g * 10개입	
7	고양이 사료	차오 (CIAO)	쇼카츠오추루카츠오밧쿠스미 (焼かつおちゅ~る かつおミックス味) * 가다랑어 맛	일본	415엔 (약 4,253원)	12g * 10개입	
8	개 사료	이나바 (いなば)	추루고한사사미비아사이 (ちゅ~るごはん ささみB野菜) * 쌀, 닭가슴살	일본	178엔 (약 1,824원)	14g * 4개입	
9	개 사료	이나바 (いなば)	추루고한토리사사미아지 (ちゅ~るごはん とりささみ味) * 쌀, 닭가슴살	일본	178엔 (약 1,824원)	14g * 4개입	
10	고양이 사료	아이시아 (AIXIA)	주우고토시카라노 파우치마구로토카츠오 (15歳からの黒缶パウチまぐろとかつお) * 참치, 가다랑어	일본	58엔 (약 594원)	70g	

자료: 츠루하(Tsuruha), 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사  
사진 자료: 츠루하(Tsuruha), 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

## ② 웰시아

기업 기본 정보	기업명	웰시아(Welcia)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.welcia.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 9,797억 엔(약 10조 400억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 1,745개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장의 70%가 약국과 병설</li> <li>• 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것을 목표</li> <li>• 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영</li> <li>• 홈케어지원 서비스인 '웰시아널싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공</li> </ul>				
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 유제품, 화장품, 애완용품, 생활용품 등</li> </ul>			
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품</li> </ul>			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우편을 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보와 문의사항을 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 담당 바이어 전달 및 회신</li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-119-358</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 웰시아(Welcia)

사진 자료: 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia), 아시아니케이(Asia Nikkei)

### ③ 이토요카도

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 5,785억 엔(약 5조 9,286억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 158개</li> <li>직원 수('19): 약 3만 4,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>세븐앤아이홀딩스(Seven &amp; I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지</li> <li>기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력</li> </ul>		





매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품</li> </ul>	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 ‘その他’ 카테고리 ‘お問い合わせ’ 클릭</li> <li>- ‘お問い合わせフォーム’ 문의양식 작성</li> </ul> </li> <li>등록 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> <li>유선 연락을 통한 문의</li> <li>문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-3-6238-3132</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(Ryutsuu), 피알타임즈(PR Times)  
사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)



#### ④ 돈키호테

기업 기본 정보	기업명	돈키호테(ドンキホー)		
	기업구분	할인점		
	홈페이지	www.donki-global.com		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('21): 약 640개</li> <li>• 직원 수('19): 약 1만 3,500명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 설립되었으며, 저가 전략을 필두로 하는 일본 최대 할인점임</li> <li>• 2016년까지 단 한차례도 매출 하락을 경험한 적이 없을 정도로 꾸준히 성장함</li> <li>• 돈키호테, 메가 돈키호테, 돈키호테UNY 등의 형태로 매장 운영</li> <li>• 자체 상표 브랜드 조네츠키카쿠(Jonetsu Kakaku) 보유</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스낵류, 소스류, 면류, 다이어트 식품, 건강보조식품, 가전제품, 잡화류 등</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락으로 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 &amp; 주류 MD에게 입점 문의 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>- 수량, 거리에 관계없이 물품 매입</li> <li>• 문의사항 연락처 (식품 &amp; 주류 MD)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: tabemono@donki.co.jp</li> <li>- 전화번호: +81-42-540-6731</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 돈키호테(ドンキホー)

사진 자료: 돈키호테(ドンキホー), 로이터(Reuters), 블룸버그(Bloomberg)

⑤ 이온펫

기업 기본 정보	기업명	이온펫(イオンペット)	
	기업구분	펫 샵	
	홈페이지	www.aeonpet.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	자본금('20)	3억 엔(약 31억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('21): 393개</li> <li>직원 수('20): 3,169명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1998년 설립되었으며, 2012년 합병 이후 이온펫으로 상호 변경함</li> <li>펫 식품을 비롯한 펫 관련 용품 판매, 미용, 병원, 호텔, 훈련 시설, 오래된 등 다양한 분야에 특화된 서비스를 제공하며, 각 매장별로 이용 가능한 서비스 리스트가 상이함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>펫 사료, 펫 건강식품, 간식, 위생용품, 생활용품, 산책 용구, 장난감, 의류 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>고품질, 노령층 개에게 맞는 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 홈페이지 등록을 통한 입점 문의 (aeonpet.com/support)                         <ul style="list-style-type: none"> <li>해당 페이지 맨 아래에 위치한 '문의사항 양식' 버튼 클릭</li> <li>정보 기입 후 제출                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>전화번호: +81-10-995-439</li> <li>각 지점별 정보: aeonpet.com/shop/</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 이온펫(イオンペット)

사진 자료: 이온펫(イオンペット)

## ⑥ 고지마

기업 기본 정보	기업명	고지마(コジマ)		
	기업구분	펫 샵		
	홈페이지	pet-shop.jp/kojima		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)	213억 엔(약 2,183억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 66개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1918년 설립됨</li> <li>• 반려동물 분양과 펫 용품을 판매 이외에도 병원을 함께 운영하고 있음</li> <li>• 2011년 동일본대지진 이후 반려동물 구호 팀을 꾸려 활동을 이어오고 있음</li> </ul>			



매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 펫 사료, 펫 건강식품, 간식, 위생용품, 생활용품, 산책 용구, 장난감, 의류 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질의 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 입점 문의 (pets-kojima.com/contact)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지에 문의 사항 및 이메일 주소를 함께 기입하면, 고지마에서 이메일로 답변을 보내는 구조</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 이메일 주소, 전화번호, 이름, 문의 내용 등</li> </ul> </li> <li>- 내용에 따라 이메일 외에 전화로 답변이 갈 수도 있음</li> <li>- 정보 기입 후 제출</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: orders_kmo@pets-kojima.com</li> <li>- 전화번호: +81-120-60-7911 / +81-120-41-7911</li> </ul> </li> </ul>	
-------------	---------------------	--	--

자료: 고지마(コジマ)

사진 자료: 고지마(コジマ)

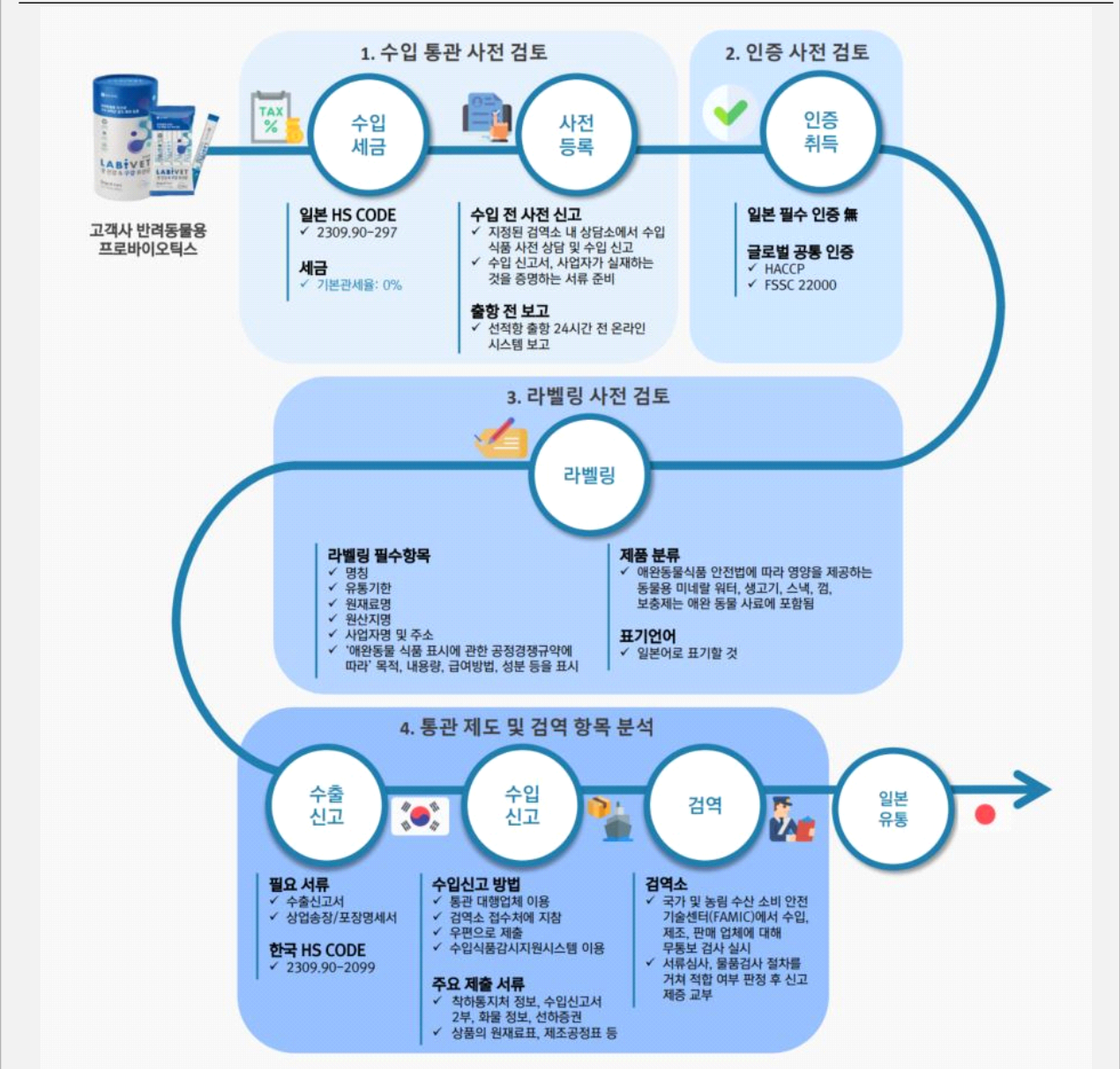
## VI. 진입장벽

1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차
2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 품질 인증
3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨링
4. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

## 1. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차<sup>30)</sup>

- ▶ **일본 반려동물용 프로바이오틱스 수출 시 통관 절차별 참고사항**  
일본으로 반려동물용 프로바이오틱스 수출 시, 일본 환경성과 농림수산성이 공동 관할하는 애완동물 식품 안전법에 따라 제조, 수입, 판매해야 함. 수업업자와 제조업자 모두 정해진 신고서 양식과 등기부 등본을 첨부하여 신고해야 하며, 사업자는 수입, 제조 및 판매한 식품의 명칭, 수량 등을 장부나 컴퓨터로 기록해 2년간 보존해야 함

[표 6.1] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산성(農林水産省)

30) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.



[표 6.2] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 수입신고 절차

단계	제출	항목
수입신고	지방 농정국 검역소	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 신고서 2부</li> <li>착하 통지처 정보</li> <li>원재료 및 제조공정에 관한 설명서</li> <li>위생 증명서(필요에 따라)</li> <li>시험 성적서(개별 규격 기준이 있는 것의 경우)</li> </ul>
사업 개시 전 사전 신고	지방 농정국	<ul style="list-style-type: none"> <li>성명 및 주소(법인은 그 명칭, 대표자의 성명 및 주된 사무소재지, 등기부 등본, 개인은 주민표의 사본 첨부 필요)</li> <li>일본 내 제조업자는 당해 애완동물용 사료를 제조하는 사업장의 명칭 및 소재지</li> <li>제조 또는 수입에 관련된 제품이 사용되는 애완동물의 종류</li> <li>해당 애완동물 식품의 제조 또는 수입의 개시 날짜</li> <li>수출용으로서 제조 또는 수입하는 제품의 취지</li> </ul> <p>- 애완동물 식품의 판매만을 하는 경우 신고는 불필요하나 사업자의 책임으로 장부의 비치, 표시 기준, 성분 규격, 제조 방법의 기준을 준수해야 함</p> <p>- 애완동물 식품을 재포장하는 경우 제조업자 신고가 필요함</p> <p>- 신고사항이 변경된 경우 30일 이내 변경 신고 필요함</p>
사업 중 장부 기재	(-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>애완동물 식품의 명칭 수량</li> <li>수입 날짜</li> <li>수출처의 국가명, 해당국의 수입제품의 명칭</li> <li>애완동물 식품의 포장 모습</li> <li>애완동물 식품의 제조국명, 제조사의 명칭, 원재료의 명칭</li> </ul> <p>- 애완동물 식품이 어떠한 경로로 소비자에게 도달하는지 파악하기 위해 장부를 갖추어야 함</p> <p>- 제조업자, 수입업자 또는 판매업자가 애완동물 사육자에게 직접 판매한 경우나 양도한 경우 장부의 기재 의무가 없음</p>

자료: 일본 농림수산업성(農林水産省)

## 2. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 품질 인증

### ▶ 일본 반려동물용 프로바이오틱스, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 반려동물용 프로바이오틱스를 애완동물 사료로 수출 시 의무적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품 품질에 관한 인증인 HACCP 인증이 일본 내 식품 제조업에서 의무화됨에 따라 해당 인증 취득을 권장함. 또한, 일본 내 JAS 인증이나 FSSC 22000 등의 글로벌 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 애완동물 식품이나 삼푸 등의 제품이라도 성분, 효능 및 효과에 관한 표시에 따라 동물용 의약품 등에 해당하는 것으로 간주되며, 그에 따른 인증이나 규제는 사업장이 존재하는 현에서 확인이 필요함

[표 6.3] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 인증취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
JAS	식품 생산 안전 인증	일본 유기농 인증	후생노동성 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	ISO 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

### 3. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨링

[표 6.4] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본어로 기재할 것</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품명이 개 또는 고양이용인 것을 알 수 있도록 기재할 것</li> <li>제품명에서 애견용인지 고양이용인지 알 수 없더라도 제품의 목적 표시란 등에서 알 수 있도록 표시할 것</li> </ul>
	3. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>정해진 방법에 따라 보존했을 경우 품질의 유지가 가능하다고 인정되는 기한으로 해야 함</li> <li>‘유통기한’ 선언 후 기재</li> <li>연월일 또는 연월로 표시</li> <li>연월로 표시하는 경우 해당 월의 말일까지 품질을 유지해야 함</li> <li>월은 숫자 또는 일본어로 표시</li> <li>유통기한을 영어로 표기할 경우 알기 쉬워야 함</li> </ul>
	4. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘원재료명’ 또는 ‘원재료’ 선언 후, 제품에 사용된 첨가물 포함한 모든 재료 기재</li> <li>분류명(예: 육류)만으로 표시되는 재료만 있는 경우 분류명 다음 괄호를 붙이고 해당 원재료의 개별명을 기재할 수 있음</li> <li>영양 성분의 조정 등에 의해 일시적으로 변경될 가능성이 있는 원재료에 대해서는 ‘기타’, ‘등’으로 표시할 수 있음</li> <li>첨가물에서는 가공조제를 제외하고, 원재료로서 사용한 것을 모두 기재하여야 함</li> <li>첨가물은 일괄명으로 기재 가능하며 용도명도 함께 병기해야 함</li> <li>영양제의 비타민, 미네랄류는 각 ‘비타민류(ビタミン類)’, ‘미네랄류(ミネラル類)’를 선언한 후 괄호를 붙여 해당 원재료의 구체적인 물질명을 표기해야 함</li> <li>내용량이 100g 이하인 통조림 또는 표시 가능 면적이 120cm<sup>2</sup> 이하인 것에 대해서는 영양제에 대해 비타민류, 미네랄류, 아미노산류로 표시하는 것도 가능함</li> <li>원재료명의 기재 순서는 규정하고 있지 않지만, 소비자에 대한 적절한 정보 관점에서 많은 순서로 기재하는 것이 바람직함</li> </ul>
	5. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>포장을 포함한 실질적인 내용이나 제품 변경이 있는 최종 가공 공정을 완료한 국가 기재</li> <li>‘원산국명’ 또는 ‘원산국’ 선언 후 기재해야 함</li> <li>원산국이 일본인 경우 ‘국산’으로만 표시 가능함</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 애완동물 식품 공정거래협회

[표 6.4] 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 사업자명 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>표시 내용에 책임이 있는 사업자의 종별과 함께 그 성명 또는 명칭을 기재해야 함</li> <li>사업자의 종별은 ‘제조업자’, ‘수입업자’, ‘판매업자’, ‘제조자’, ‘수입자’, ‘판매자’ 중 선택하여 기재</li> <li>주소 이외에 전화번호 등을 임의로 기재할 수 있음</li> </ul>
	7. 제품의 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품의 목적을 ‘종합 영양식’, ‘간식’, ‘요법식’, ‘영양 보완식’, ‘보충제’ 등을 선택하여 기재해야 함</li> </ul>
	8. 내용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>그램(g) 또는 킬로그램(kg), 밀리리터(ml) 또는 리터(l) 단위를 명시하고 순량(NET) 기재</li> <li>내용량의 허용오차의 한도는 전국 계량 행정 회의의 지침에 따름</li> </ul>
	9. 급여 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품의 목적에 따라 영양 균형에 지장을 주지 않는 급여 횟수, 급여량, 급여 방법을 기재해야 함</li> <li>치료식의 경우 급여 횟수, 급여량 및 수의사의 지도에 근거하여 급여해야 한다는 주의사항을 기재해야 함</li> </ul>
	10. 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>성분의 표시는 중량 백분율로 하고 단백질(%이상), 지질(%이상), 조섬유(%이하), 회분(%이하), 수분(%이하)을 기재해야 함</li> <li>성분의 분석 방법은 농림수산성 소비 안전국장이 정하는 사료 분석의 기준 또는 이것에 준하는 국제적 검사 기준에 의함. 단, 지질에 대해서는 산분해 처리가 필요한 애완동물 식품은 그 기준의 산분해 추출법에 따름</li> </ul>
	11. 라벨 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>각 표시사항이 오인될 수 있는 표시는 금지함</li> <li>객관적 근거에 기준하지 않은 ‘특선’, ‘특급’의 표시를 금함</li> <li>다른 사업자의 제품을 훼손하거나 다른 제품보다 현저히 우수하다고 오인될 우려가 있는 표시를 금함</li> <li>원산국이 오인될 우려가 있는 표시를 금함</li> <li>내용물의 보호나 제조 기술상 필요한 한도를 넘어 현저하게 과대한 용기 포장을 금함</li> <li>특정 영양 성분 함유의 여부 또는 양의 다과에 관한 용어(‘고’, ‘풍부’, ‘포함한다’, ‘강화’, ‘제로’ 등)는 제한되는 표시규약이 없음</li> <li>문자를 포장 외부에 선명하게 식별할 수 있어야 함</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 애완동물 식품 공정거래협회의

▶ 일본 반려동물용 프로바이오틱스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본]

[앞면 - 국문]

- ① AIXIA
- ② 11歳ころからシニア猫用
- ③ 린과 나트륨을 조정하여  
    腎臓の健康維持に配慮
- ④ 린 0.08%  
    나트륨 0.10%
- ⑤おいしくて食べやすい健康缶
- ⑥ 腸内環境ケア  
    2種類のオリゴ糖配合
- ⑦ 健康維持に
- ⑧ 코코넛오일配合  
    なめて食べられるまぐろ
- ⑨ オリゴ糖により善玉菌を増やし  
    健康な消化吸収を維持
- ⑩ 盛り付け例
- ⑪ やわらかさの目安  
    固い (当社比)5 やわらかい

- ① 아이시아
- ② 11세 무렵부터 성묘용
- ③ 인과 나트륨을 조정하여  
    신장의 건강유지를 배려
- ④ 인 0.08%  
    나트륨 0.10%
- ⑤ 맛있고 먹기 쉬운 건강 캔
- ⑥ 장내 환경 보살핌  
    2종류 올리고당 배합
- ⑦ 건강유지용
- ⑧ 코코넛 오일을 함유  
    핥아 먹을 수 있는 참치
- ⑨ 올리고당으로 좋은 박테리아를 늘리고  
    건강한 소화 흡수 기능을 유지
- ⑩ 담는 예시
- ⑪ 부드러움 기준  
    단단함 (당사대비) 5 부드러움

<p>⑫ 40g</p> <p>⑬ 39kcal</p>	<p>⑫ 40g</p> <p>⑬ 39kcal</p>
<p><b>[뒷면 - 일문]</b></p>	<p><b>[뒷면 - 국문]</b></p>
<p>① 腸内環境ケア</p> <p>② 開封時に中身が飛び散る場合がありますのでご注意ください</p> <p>③ 袋のフチや切り口で手を切らないようにご注意ください</p> <p>④ 開封後は早めにお与えください</p> <p>⑤ 腎臓の健康維持 リンとナトリウムを調整して腎臓の健康維持に配慮</p> <p>⑥ シニア猫の健康維持 中鎖脂肪酸を含むココナッツオイルを配合</p> <p>⑦ 腸内の健康維持 2種類のオリゴ糖(ラクトスクロース、フラクトオリゴ糖)と食物繊維配合により健康を維持し、お腹の調子を保ちます</p> <p>⑧ オリゴ糖配合 DHA配合 EPA配合</p> <p>⑨ 標準値 - リン 0.08% - ナトリウム 0.10% - マグネシウム 0.01% - カルシウム 0.01%</p> <p>⑩ 一般食キャットフード (配合栄養食と併用してお与えください)</p> <p>⑪ 与え方 1日1袋を目安に、アジアの総合栄養食ドライフードと併用してお与えください</p>	<p>① 장내 환경 관리</p> <p>② 개봉 시 내용물이 튈 수 있으니 주의 바랍니다.</p> <p>③ 봉투 가장자리에 손이 베이지 않도록 주의 바랍니다.</p> <p>④ 개봉 후에는 빨리 배급해주세요.</p> <p>⑤ 신장의 건강유지 인과 나트륨 조절로 신장 건강 유지 도움</p> <p>⑥ 노령의 고양이 건강유지 중쇄 지방산을 포함한 코코넛 오일 함유</p> <p>⑦ 장내 건강유지 2가지 올리고당(락토스크로스, 프락토 올리고당)과 식이섬유가 함유되어 장의 건강 상태를 유지시켜 줍니다.</p> <p>⑧ 올리고당 함유 오메가-3 지방산 DHA 함유 오메가-3 지방산 EPA 함유</p> <p>⑨ 표준치 - 인 0.08% - 나트륨 0.10% - 마그네슘 0.01% - 칼슘 0.01%</p> <p>⑩ 일반 고양이 사료 (배합 영양식과 병용하여 주십시오)</p> <p>⑪ 주는 방법 1일 1봉지를 기준으로 아시아의 종합 건조 영양식과 함께 주세요</p>

⑫ 原材料名

- マグロ
- 油脂類  
(動物性油脂、ひまわり油、DHA・EPA含有精製魚油、ココナッツオイル)
- たんぱく加水分解物
- オリゴ糖  
(フラクトオリゴ糖、ラクトスクロース)
- 増粘安定剤  
(加工でん粉、増粘多糖類)
- ビタミン類  
(A、D、E、K、B1、B2、B6、B12、ナイアシン、パントテン酸、葉酸、コリン)
- 原材料に食物繊維を含む

⑬ 成分

たんぱく質	6.8% 以上
脂質	4.3% 以上
粗繊維	0.4% 以下
灰分	0.8% 以下
水分	83.0% 以下

⑭ 賞味期限

こちらの面に記載

⑮ 内容量: 40g

⑯ 原材料名: タイ

⑰ 製品の中身の色、粘度、形状などに多少バラつきがありますが、品質に問題ありません。

⑱ この製品の年齢表示は目安です。猫の健康状態に合わせてお与えください。何らかの異常に気づかれた場合は早めに獣医師に相談することをおすすめします。

⑲ 運輸者

アイシア株式会社  
〒105-0014 東京都港区芝2-3-3

⑳ 製品に関するお問い合わせはアイシアお客様センター 0120-712-122

⑫ 원재료명

- 참치
- 유지류  
(동물성 유지, 해바라기 기름, DHA·EPA 함유 정제어유, 코코넛 오일)
- 단백질 가수분해물
- 올리고당  
(프락토올리고당, 락토스크로스)
- 증점 안정제  
(가공 전분, 증점 다당류)
- 비타민류  
(A, D, E, K, B1, B2, B6, B12, 나이아신, 판토텐산, 엽산, 콜린)
- 원재료에 식이섬유 포함

⑬ 성분

단백질	6.8% 이하
지방	4.3% 이상
조섬유	0.4% 이하
회분	0.8% 이하
수분	83.0% 이하

⑭ 유통기한

이쪽 면에 기재

⑮ 내용량“ 40g

⑯ 원산지명: 태국

⑰ 제품 내용의 색상, 점도, 모양 등에 다소 차이는 있으나, 품질에는 문제가 없습니다.

⑱ 이 제품은 나이 표시 기준을 따릅니다. 고양이의 건강 상태에 맞게 급여하세요. 이상이 발견되었을 때는 수의사와 빠르게 상담하는 것을 권장합니다.

⑲ 수입자

아이시아 주식회사  
105-0014 도쿄 미나토구 시바 2-3-3

⑳ 제품에 관한 문의는 아이사이 고객센터 0120-712-122로 해주시길 바랍니다.

- ㉠ プラ  
ゴミに出すときは、お住いの自治体の定める区分に従ってください。
- ㉡ KCP-9
- ㉢ MARUHA NICHIRO
- ㉣ A31 KCP-9N/14  
2022.11.1. /C-03

- ㉠ 플라스틱  
쓰레기 배출 시에는 거주 지자체가 정한 구분에 따라 주시기 바랍니다.
- ㉡ KCP-9
- ㉢ 마루하 니치로
- ㉣ A31 KCP-9N/14  
2022.11.1. /C-03



#### 4. 일본 반려동물용 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

##### ▶ 알레르겐

일본으로 반려동물용 프로바이오틱스 수출 시 일반 식품과 달리 애완동물 식품 안전법에서 알레르겐 성분에 관하여 정의하고 있는 규정은 없는 것으로 확인됨. 다만, 제조과정에서 가열 또는 충분한 건조를 통해 유해한 미생물을 제거해야 하며, 잠재적으로 유해한 성분을 포함하는 성분이나 병원성 미생물에 오염된 성분을 사용해서는 안됨. 또한, 고양이 사료에 프로필렌 글리콜 물질을 사용할 수 없음

##### ▶ 식품첨가물

일본으로 반려동물용 프로바이오틱스 수출 시, 첨가물은 애완동물 사료의 성분 규격 등에 관한 법률 제5조 1항에 따라 판매용 애완동물 사료의 성분 기준을 따름. 첨가물은 제조과정에 있어서 또는 판매용 애완동물용 사료의 가공 혹은 보존의 목적으로 사용되는 첨가물을 의미하며, 자세한 정보는 일본 농림수산업성 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 반려동물용 프로바이오틱스에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(일어)	최대허용량	식품 유형
1	아질산나트륨	Sodium nitrite	100g/t	애완동물사료
2	에톡시퀸, 디부틸히드록시톨루엔 및 부틸히드록시아니솔	Ethoxyquin, dibutylhydroxytoluene and butylhydroxyanisole	150g/t <sup>31)</sup>	

자료: 일본 농림수산업성(農林水産省)

31) 에톡시퀸 최대 75g/t을 포함한 합계로서 기준임

▶ **유해물질**

일본으로 반려동물용 프로바이오틱스 수출 시, 유해물질은 애완동물 사료의 성분 규격 등에 관한 법률 제5조 1항에 따라 판매용 애완동물 사료의 성분 기준을 따름. 판매용 애완동물 사료 제품의 잔류농약 및 유해물질 성분 목록 중 일부는 하기 표와 같음. 잔류농약 및 유해물질의 전체 목록은 일본 농림수산성 홈페이지 애완동물 식품 안전 관계 페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 고객사 반려동물용 프로바이오틱스에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	글리포세이트	Glyphosate	15.00µg/g	
2	피리미포스메틸	Pyrimiphosmethyl	2.00µg/g	
3	말라시온	Malathion	10.00µg/g	
4	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	0.02µg/g	애완동물사료
5	보미톡신	Vomitoxin	2.00µg/g (개용) 1.00µg/g (고양이용)	
6	카드뮴	Cadmium	1.00µg/g	
7	엔드린	Endrin	0.01µg/g	

자료: 일본 농림수산성(農林水産省)

# Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 조인어스(Joinus)

Interview ② 테즈카야마 하운드 컴(帝塚山ハウンドカム)

Interview ③ 마이 스타일 - 펫(My Style - Pet)

<b>일본(Japan)</b> 인터뷰 대상 선정  인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·제조유통업체 ○ · 수입·유통업체 ○	<b>조인어스(Joinus)</b>	<b>테즈카야마 하운드 컴 (帝塚山ハウンドカム)</b>	<b>마이 스타일 - 펫 (My Style - Pet)</b>
	업체 ▶ 수입·유통업체	수입·제조유통업체	수입·유통업체
	취급 ▶	 프로바이오틱스	 프로바이오틱스
사진 자료: 각 제품 판매 페이지			

<b>일본(Japan)</b> 수입·유통업체 및 수입·제조유통업체 인터뷰 요약			
고객사	프로바이오틱스 제품 수요	추천 유통 채널	고객사 제품 피드백
<b>조인어스(Joinus)</b> 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>보충제보다 기능성 사료가 인기가 많음</li> <li>한국산 반려동물 보조제 들어본 바 없어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>반려동물 식품은 온라인이 최적화된 채널</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다기능 제품에 긍정적</li> <li>나이 어린 반려동물에게는 무리가 갈 수 있어 주의 문구 필요</li> </ul>
<b>테즈카야마 하운드 컴 (帝塚山ハウンドカム)</b> 수입·제조유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국산 반려동물 보조제 들어본 바 없어</li> <li>나토 파우더와 유산균 물질이 함유된 이스트 슬림(Yeast Slim)제품 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인과 오프라인 모두 추천</li> <li>오프라인에서 반려동물 보조제 카테고리 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한 제품에 여러 효능이 있는 점은 긍정적</li> </ul>
<b>마이 스타일 - 펫 (My Style - Pet)</b> 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국산 반려동물 보조제 들어본 바 없어</li> <li>미국 아크 내추럴스(Ark Naturals)사의 젠틀 다이제스트(Gentle Digest) 프로바이오틱스 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 채널 판매실적이 좋아 온라인이 추천됨</li> <li>오프라인을 통한 신제품 소개도 종종 있는 편임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한 제품에 여러 효능이 있는 점은 긍정적</li> <li>너무 많은 기능은 지양</li> </ul>
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 및 수입·제조유통업체 인터뷰 3개사			

## Interview ① 조인어스(Joinus)

32)



## 조인어스(Joinus)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 효고현에 설립된 수입유통업체
  - 반려동물 사료와 간식 판매
  - 매장 내 제품 판매 뿐만 아니라 미용과 숙박 서비스도 제공
  - 온라인에서는 라쿠텐(Rakuten) 통해 판매 진행
  - 미국 등 해외 수입 제품과 현지 제품 취급

## 담당자 정보

Customer support

## 조인어스(Joinus) Customer support

### Q. 일본 내 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

저희 업체에서는 요로계, 치아 건강 등을 케어하는 기능성 사료가 인기가 많습니다. 또 건강 간식에 대한 수요도 높습니다. 반려동물 보조제로는 파우더 타입을 주로 취급하고 있는데 사료에 섞어 먹이기가 편리하기 때문입니다. 최근에는 반려동물용 오일도 취급하고 있습니다.

### Q. 일본에서 인기있는 반려동물 보조제는 무엇인가요?

최근에는 ‘콜로이드 실버(Colloidal silver)’라는 액체 타입의 제품이 인기가 있습니다. 이 제품은 박테리아나 바이러스에 감염될 위험을 낮춰주고 건강을 유지하는데 도움을 주며, 음식 및 물과 쉽게 희석하여 섭취가 가능합니다. 미국 천연 액체 보충제 선도기업인 이노베이티브네추럴프로덕트(Innovative Natural Products)사의 제품입니다.

### Q. 일본에서 한국산 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

한국산 반려동물 보조제에 대해서는 들어본 적이 없습니다. 저희 업체에서 취급하는 브랜드들은 미국이나 서구권에서 수입된 대형 브랜드들인데 가격 대비 품질이 우수한 제품들이 많습니다.

### Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

농축액 같은 특정 제품을 제외하고는, 일본에서 판매되고 있는 반려동물 보조제는 대부분 한가지 기능 제품입니다. 여러 기능이 있는 제품이 있다면 좋을 것 같습니다만, 나이가 어린 반려동물에게는 다기능 제품이 몸에 무리가 갈 수 있어 주의해야 할 것 같습니다. 이런 경우에 보통 주의 문구를 붙입니다.

### Q. 소비자들이 관심있게 보는 인 증은 어떤 것들이 있나요?

특별히 소비자들이 따져서 보는 인증기준은 없지만, 저희 업체는 천연, 유기농 제품들로 첨가물이 들어가지 않은 제품만 취급하고 있습니다.

### Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

반려동물 보조제는 기능적인 측면에 충실한 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 예를 들어 반려동물에게 일어날 수 있는 건강 문제와 고객사 제품이 건강 문제를 해결하는데 어떻게 도움이 되는지를 홍보하는 것입니다.

### Q. 고객사 제품과 같이 다양한 기능을 보유한 반려동물 프로바이오틱스의 유통 채널은 어디가 적절할까요?

수입산 반려동물 식품은 온라인이 가장 최적화된 채널이라고 생각합니다. 자사 제품의 다양한 효능을 상세페이지에 잘 녹일 수 있기 때문입니다.

### Q. 고객사 제품 진출 시 일본어 라벨링 인쇄와 스티커 부착 중 어떠한 방식을 추천하시나요?

영어 라벨 위에 일본어 라벨을 붙여서 고객들이 제품 상세 정보를 확인할 수 있도록 하고 있습니다. 일본어로 전체 라벨이 되어 있는 제품들도 간혹 있습니다만 제 생각에 라벨은 소비자 구매 행태에 큰 영향을 끼치지 않는 것 같습니다.

## Interview ② 테즈카야마 하운드 컴(帝塚山ハウンドカム)

33)



테즈카야마 하운드 컴  
(帝塚山ハウンドカム)

- 유형: 수입·제조유통업체
- 업체 특징:
  - 일본 오사카에 설립된 B2C 수입·제조유통업체
  - 반려동물 사료와 보조제, 장난감 등 취급
  - 오프라인 매장 운영, 라쿠텐(Rakuten), 자사 홈페이지, 아마존(Amazon)을 통해 온라인으로 제품 판매
  - 자사 브랜드인 아슈(Ashu)와 캐나다, 미국산 수입 제품 취급

## 담당자 정보

Shop Manager

## 테즈카야마 하운드 컴(帝塚山ハウンドカム) Shop Manager

### Q. 일본 내 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

저희는 온라인과 오프라인 매장을 모두 운영하고 있는데, 온라인에서는 반려동물 사료와 배변패드와 같은 일용품이 대부분 판매됩니다. 하지만 오프라인에서는 반려동물 보조제와 장난감이 인기가 많은데, 이런 제품들은 소비자들이 눈으로 직접 보고 구매하는 것을 선호하는 것 같습니다. 나토 파우더는 반려견들에게 인기 있는 프로바이오틱스입니다.

### Q. 일본에서 인기있는 반려동물 보조제는 무엇인가요?

저희 매장에서 인기있는 제품은 유산균 물질이 함유된 이스트 슬림(Yeast Slim)이라는 제품입니다. 사료와 섞어서 먹이면 반려동물이 건강한 변을 본다는 소비자들 후기가 많습니다.

### Q. 일본에서 한국산 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

한국산이라면 반려동물 액세서리와 캐리어, 침대와 같은 펫 용품들이 잘 알려져 있는데 한국산 프로바이오틱스는 생소합니다.

### Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

고객사 제품은 한 제품에 여러 효능이 있어서 더 좋은 것 같습니다. 나토 파우더는 소화기에 도움이 될 뿐만 아니라 피부와 뼈에 좋은 아미노산과 비타민K2와 같은 필수 영양소 또한 풍부합니다.

### Q. 소비자들이 관심있게 보는 인 증은 어떤 것들이 있나요?

캐나다에 CFIA(식품검사청) 인증이 있듯이, 저희 제품은 모두 COO(원산지인증)을 받은 제품입니다. 이 외에도 IFS, HACCP, BRC 인증을 받은 제품들을 판매하고 있습니다.

### Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

제품 유형에 따라 일반적으로 건강상의 이점을 강조합니다. 보충제의 경우 반려동물의 식사에 함께 급여하기가 쉬운지에 중점을 둡니다.

33) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

## Interview ③ 마이 스타일 - 펫(My Style - Pet)

34)

마이 스타일 - 펫  
(My Style - Pet)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 도쿄 설립 수입유통업체
  - 반려동물 사료와 보조제, 장난감 등 판매
  - 온라인은 주로 라쿠텐을 통해 판매
  - 프랑스, 미국, 독일, 이탈리아 등 해외 수입 제품 취급

## 담당자 정보

Store owner

마이 스타일 - 펫(My Style - Pet)  
Store owner

## Q. 일본 내 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

현재 가장 인기 있는 프로바이오틱스 보충제 제품은 아크 내추럴스(Ark Naturals)사의 젠틀 다이제스트(Gentle Digest)입니다. 이 제품은 캡슐형 제품으로, 포자형성유산균이라 불리는 포자로 둘러싸인 유산균을 사용하여, 장까지 안정적으로 도달하는 것이 특징입니다. 가장 인기 있는 애완동물 사료는 포르자10 더모 액티브(FORZA10 Dermo Active)입니다. 피부 트러블이 있는 반려동물을 위한 제품입니다. 다른 인기있는 제품으로는 아미노 복합 보충제와 효모 기반 보충제가 있습니다.

## Q. 일본에서 한국산 반려동물 보조제에 대한 수요는 어떠한가요?

저희가 취급하는 제품에는 독일 및 기타 서구권 수입 제품만 있습니다. 일본 제품도 있지만 한국 제품은 없습니다.

## Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

한 제품에 여러 효능이 있는 점은 소비자들에게 어필할 수 있다고 생각하지만 너무 많은 것은 반려동물에게 좋지 않을 수도 있다고 생각합니다. 저는 고객들에게 꼭 필요한 것을 구매하라고 조언하고 있습니다.

## Q. 소비자들이 관심있게 보는 인종은 어떤 것들이 있나요?

인종에 대해서 물어보는 고객들이 거의 없습니다. 인종에 대한 뚜렷한 소비자 선호가 있는 것 같지는 않습니다.

## Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

독일산 제품이 반려동물 사료 쪽에서는 최고로 인정받습니다. 저희 제품의 대부분은 독일산이라 원산지를 홍보하는 데 중점을 둡니다. 독일 제품들은 퀄리티가 매우 높습니다. 그 외에 제품의 영양, 성분 및 건강상의 이점을 강조합니다.



# VIII. 시사점

## 시장수요

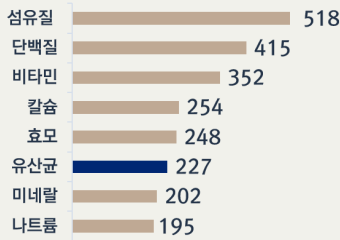
애완동물 고령화, 건강의식 고조에 따라 영양제 수요 확대



일본 펫 푸드 시장은 2016~2020년 1%의 낮은 연평균성장률을 지속해왔으며, 향후 2021~2025년 마찬가지로 2%의 유사한 성장률을 유지할 것으로 전망됨. 건강 유지 및 향상으로 이어지는 고부가가치 제품과 이코노미형 제품으로 수요가 양극화되고 있음. 또한, 반려견 사육 두수가 감소하며 반려견 사료 시장은 감소하고 있으나 반려묘 사육 두수는 증가하는 추세를 보임

반려견, 반려묘를 키우는 일본 소비자를 대상으로 주로 이용하는 사료 유형을 조사한 결과(중복 대답 허용), 고객사 제품인 보조 영양제에 해당하는 '기타' 카테고리 이용률은 각각 32%, 20.5%인 것으로 확인됨. 'KATI 일본 펫 푸드 시장 현황 및 한국산 펫 푸드 진출안 조사' 보고서에 따르면, 애완동물이 고령화하고 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 일본 반려동물용 영양제·우유·처방식 카테고리는 2016년 대비 2019년 115%의 높은 성장률을 기록함. 특히 수의사의 추천이 수반되는 처방식이 높은 판매 실적을 보이고 있음

## 소비 특징



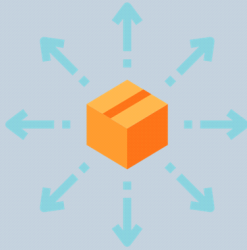
일본 온라인 쇼핑몰 반려동물용 보조제 성분 키워드

일본 온라인 쇼핑몰 내 반려동물 보조제 성분 조사 결과, 소화를 돕는 '섬유질'이 최대 빈출하였으며, 다음으로 중요 영양 공급원인 단백질이 빈출함. 고객사 키워드에 해당하는 유산균 또한 상위 빈출함. 주요 효능 관련 마찬가지로 '소화' 기능에 대한 관심이 가장 높은 것으로 확인되며, 고객사 키워드는 피부, 관절, 구강 순으로 도출됨. 이 외에도 신진대사, 신장, 면역력에 대한 관심이 높음

주요 경쟁 브랜드는 스위스산 천연 성분 반려동물 건강식품 기업인 '애니마 스트라스'가 1위를 차지했으며, 일본 현지 제약업체 브랜드들이 다수 상위 랭킹함. 미국, 뉴질랜드, 프랑스 등 서구권 브랜드에 대한 선호도가 높은 반면 '한국' 키워드는 확인되지 않아, 아직 한국산 반려동물용 사료에 대한 인지도 및 수요가 매우 낮음을 알 수 있음. 실제로, HS CODE 2309.90의 일본 對한국 수입액은 글로벌 수입액의 0.4%에 불과하며, 수입유통업체 인터뷰 결과 마찬가지로 한국산 반려동물용 보조제 및 사료 수요가 거의 없는 것으로 확인됨



## 유통채널



일본 주요 펫 푸드 유통채널로는 홈센터, 할인점, 온라인, 펫 샵, 드럭스토어가 있음. 홈센터란 전체 상품 판매금액의 70% 이상을 생활용품 관련 상품이 차지하는 매장으로, 상품 구색이 풍부하고 케어용품도 구매 가능해 높은 판매비율을 차지함. 다음으로 이온펫(イオンペット), 고지마(コジマ) 등의 펫 샵은 반려견, 반려묘의 특성에 따른 상품 제안이 가능한 전문성이 높은 채널로 안정적인 판매실적을 유지하고 있음. 드럭스토어는 신규 출점 증가, 온라인 판매는 저렴한 가격을 이유로 매출 성장세임

수입유통업체 인터뷰 결과, 수입산 반려동물 식품의 최적화 채널로 온라인 쇼핑몰을 추천하였으나, 전문가 의존도가 높은 영양보조제 특성 상 전문가의 추천을 받을 수 있는 오프라인 매장과의 유통을 병행할 것을 추천함

## 진입전략



**일본 현지 인기  
반려동물용  
프로바이오틱스 제품**

수입유통업체와의 인터뷰 결과 고객사 제품의 기회 요인은 '다기능 제품에 대한 수요 증가와 선점 효과 가능', 방해 요인으로는 '한국산 제품에 대한 낮은 인지도'를 꼽을 수 있음. 현재 고객사 제품과 같이 장 건강과 더불어 두 가지 이상의 기능을 전면에 내세운 제품은 시중에 많이 없는 것으로 확인되어, 시장 진입에 성공할 경우 선점 효과를 누릴 수 있음. 또한 1회씩 나누어 먹을 수 있는 소용량 패키지에 대한 수요가 증가하는 것으로 확인됨

반면, 미국, 스위스, 프랑스 등 서구권 브랜드에 대한 신뢰성이 높고 한국산 제품에 대한 인지도가 거의 없어 대안이 필요함. 일본 제약회사 제조 제품이 신뢰성을 기반으로 높은 점유율을 보이는 만큼, 고객사 또한 한국 선도 제약회사인 점을 활용하여 신뢰성을 확보할 필요가 있음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스타티스타(Statista), 「Pet Food」, 2021.10
2. 스타티스타(Statista), 「Shipment volume of pet food in Japan in fiscal year 2019, by type」, 2021.07
3. 스타티스타(Statista), 「Leading types of dog food in Japan as of October 2020」, 2021.07
4. 펫지(Pedge), 「ペット産業の動向～市場規模、競争環境、主要プレイヤー」, 2020
5. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
6. 일본 애완동물 식품 공정거래협의회, 「애완동물 식품 표시에 관한 공정 경쟁 규약」, 1970
7. 일본 농림수산성(農林水産省), 「애완동물 식품 안전성 확보에 관한 법률」, 2008
8. 농식품 수출정보, 「일본 반려동물용 프로바이오틱스 시장 현황 및 한국산 반려동물용 프로바이오틱스 진출안 조사」, 2020
9. 식품의약품 안전처, 「식품 수출 안내서 일본 편」, 2021
10. 한국농수산식품유통공사(aT), 「일본 펫푸드 시장 현황 및 한국산 펫푸드 진출안 조사」, 2020.02
11. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
12. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 스타티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. KATI농식품수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))
5. 펫지(Pedge) ([pedge.jp](http://pedge.jp))
6. 아마존 재팬(Amazon Japan) ([amazon.co.jp](http://amazon.co.jp))
7. 라쿠텐(Rakuten) ([rakuten.com](http://rakuten.com))
8. 관세법령정보 포털 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
9. 통합 무역 정보 서비스 ([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))
10. 일본 후생노동성(MHLW) ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
11. 일본 농림수산성(農林水産省) ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
12. 일본 소비자청(消費者庁) ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
13. 일본 애완동물 식품 공정거래협의회 ([pffta.org/kiyaku.html](http://pffta.org/kiyaku.html))
14. 일본 환경성 ([www.env.go.jp](http://www.env.go.jp))
15. 센서타워(Sensortower) ([www.sensortower.com](http://www.sensortower.com))
16. 시밀러웹(Similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
17. 웰시아(Welcia) ([www.welcia.co.jp](http://www.welcia.co.jp))
18. 츠루하(Tsuruha) ([www.tsuruha.co.jp](http://www.tsuruha.co.jp))
19. 스기약국(Sugi Pharmacy) ([www.sugi-net.jp](http://www.sugi-net.jp))
20. 돈키호테(ドンキホー) ([www.donki-global.com](http://www.donki-global.com))
21. 이토요카도(Ito-Yokado) ([www.itoyokado.co.jp](http://www.itoyokado.co.jp))
22. 이온펫(イオンペット) ([www.aeonpet.com](http://www.aeonpet.com))
23. 고지마(コジマ) ([pet-shop.jp/kojima](http://pet-shop.jp/kojima))
24. 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia) ([www.nutraingredients-asia.com](http://www.nutraingredients-asia.com))
25. 아시아니케이(Asia Nikkei) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))
26. 뉴스원(News 1) ([news1.kr](http://news1.kr))
27. 도쿄스토어(東急ストア) ([www.tokyu-store.co.jp](http://www.tokyu-store.co.jp))
28. 이토요카도(Ito-Yokado) ([www.itoyokado.co.jp](http://www.itoyokado.co.jp))
29. 류츠뉴스(Ryutsuu) ([www.ryutsuu.biz](http://www.ryutsuu.biz))
30. 피알타임즈(PR Times) ([prtimes.jp](http://prtimes.jp))
31. 세븐일레븐(7-Eleven) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))
32. 로손(Lawson) ([www.lawson.co.jp](http://www.lawson.co.jp))
33. 웰시아(Welcia) ([www.welcia.co.jp](http://www.welcia.co.jp))
34. 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia) ([www.nutraingredients-asia.com](http://www.nutraingredients-asia.com))
35. 아시아니케이(Asia Nikkei) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.03

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea