

우리나라

애완동물(사료) 시장 규모, 얼마나 될까?

2006년도 희망찬 새해를 맞이하여 피드저널 애독자 여러분의 가정에 건강과 행운이 충만 하시기를 기원하오며, 우리나라 애완동물과 애완동물사료시장의 규모와 전망에 대한 글로 인사를 드리게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 본인은 동물을 사랑하는 사람으로서 丙戌年을 맞이하는 감회가 새롭고 애완동물 산업분야가 더욱 활성화되길 기대하는 마음으로 글을 쓰고자 합니다.

Planning special [1] 기획특집



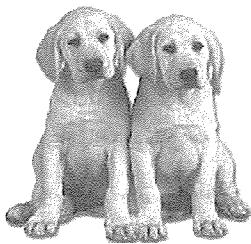
김 병 수 교수
공주대학교 특수동물학과

순기능 가지는 반려동물(companion animal)

애완동물이란 주로 개나 고양이를 지칭하며, 과거에는 가까이에서 귀엽게 기르는 동물로서 심한 표현으로는 놀리게 감이라는 인식도 있었지만 오늘날은 특히 개와 고양이의 경우는 반려동물(companion animal) 혹은 가정동물(household animals)이라는 용어를 널리 사용하고 있는 추세이다. 애완동물은 항상 사람 곁에서 함께함으로 심리적인 안정감과 외로움의 해소, 즐거움을 제공하며, 의학적으로 심장질환과 정신건강에 유익한 것으로 보고된 바 있다. 또 아동에게는 책임감과 사회성의 향상은 물론 동물사랑과 생명존중 사상을 키우는데 효과가 있다.

사람에 따라서 애완동물의 범위를 포유류(개, 고양이, 토끼, 햄스터, 팬더마우스, 저빌, 페럿, 다행쥐, 기니아픽, 원숭이, 고슴도치 등), 파충류(거북이, 이구아나, 도룡뇽, 카멜레온, 뱀, 도마뱀, 악어), 관상조류, 관상어류, 곤충류에 이르기까지 그 종류만도 수백 가지에 이른다. 심지어 사자나 표범 등의 맹수류나 악어, 말 등을 애완동물로 사육하는 사람도 간혹 있다.

국내에서 보편적으로 잘 알려진 애완동물분야의 사업을 살펴보면 동물진료(동물병원), 애견미용(grooming), 애견훈련(training), 번식(breeding), 사료 및 용품 판매 그리고 애견분양업 등이 있다. 선진 외국의 경우의 사례를 접해보면 오래



전부터 이들 분야가 세분화 및 전문화가 되어있어 애견산업 전반이 안정적으로 동반 성장하고 있다. 반면 국내의 현실은 이들 분야가 전문화 되지 못하고 동반 영역의 구분조차 사라지고 있다. 그 대표적인 사례는 동물병원이 아닌 곳에서 불법적으로 수의 의료행위 (항생제 오남용과 백신접종 등)가 난무하고 있는 현실과 동물병원에서의 사료 및 용품판매 및 애견미용업 등을 병행하고 있는 현실을 예로 들 수 있다.

한편 국내 애견문화 수준을 단적으로 보여준 대표적인 사례가 바로 지난해는 '개똥녀 사건' 지하철에서 한 여성이 애견배설물을 치우지 않은 사진이 퍼져 네티즌들의 원성을 샀던 사건이다. 이 사건은 외국에 까지 알려지게 되어 우리나라 애견문화가 어떤 수준인지를 단적으로 보여줬던 부끄러운 사례였다. 우리나라에 애완동물 산업이 전반적으로 동반성장발전하기 위해 가장 절실한 필요조건은 애완동물에 대한 올바른 문화가 정착되는 것이다.

우리나라 애완동물 시장규모와 전망

우리나라에서 애견산업이 본격화된 건 88년 서울올림픽 때 서구의 애완견에 대한 관심과 국내 개고기 문화가 이슈화 되면서 일반인에게 널리 알려지게 되었고, 90년대 후반에 이르러 성장속도가 급속하게 진행되었다. 2000년대 들어서는 2002 월드컵열기와 함께 애견인구도 폭발적인 증가와 급속한 성장을 하게 되어 애견 인구는 무려 500만 여명에 이르는 것으로 추정하고 있으며, 애견의 수는 300만 마리에 달하는 것으로 알려져 있다(아래 표).

구분	애견인구(만명)	애견수(마리)	애견 시장 규모(조원)	애견 보급률(%)
한국	480	300만	1	6.9
미국	16,000	6,000만	26.4	61
일본	4,200	1,000만	12	40

그러나 최근 3년간 지속적인 경기침체로 경제적 부담 때문에 애견 메니아 층을 제외하고는 상당수의 일반 애견가들의 경우 개를 좋아하지만 함께 지내는 것을 포기하게 되었고, 심지어는 내다버리는 일들이 다발되고 있어 유기견이 사회문제로 까지 대두하게 되었다. 전국적으로 유기동물 숫자는 2001년 2500여 마리에서 2004년 1만3000 여 마리로 5배 이상 늘었지만 정작 제대로 된 애견문화 홍보나 방지를 지원대책이 여전히 미흡한 실정이다. 그러나 새해는 개띠 해를 맞아 애견에 대한 관심이 고조되고 사회 각층에서 애견을 대상으로 하는 다양한 이벤트가 예상되고 있어 애견 산업분야가 침체의 높을 벗어나게 되길 희망하고 있지만, 회복

은 대단히 서서히 진행 될 것으로 판단된다. 따라서 지속적으로 애견문화의 선진화와 대중화를 위해 애완동물의 올바른 사양관리법과 사육자를 위한 기본 소양교육 등이 필요하고, 애완동물관련 학계, 기관, 단체 및 산업체의 경우도 눈앞의 목적을 추구하지 말고 향후 우리나라 애완동물분야의 진정한 발전을 위해 함께 공동 노력해야 될 것이다.

애견 자체의 경제적인 가치는 1년에 약 20만 마리의 신규분양을 예상하고 평균 가격을 10~30만원으로 봤을 때 액수만 평균 400억원에 달하며, 평균 개의 수명을 10년으로 잡았을 때 신규분양 애견마다 기존 애견까지 합하게 되면 관련 산업을 포함한 경제적 가치는 약 1조원 이상의 가치를 내포한다. 현재 애견시장은 하락세가 3년 연속 장기화를 추세를 걷고 있지만 올해를 기점으로 반전될 가능성이 높다. 그 중 가장 큰 시장이 사료·간식 시장으로 2006년 예상치만 대략 5000억원 정도로 절반가량을 차지한다. 기타 의료나 애견분양 및 각종 용품 시장들도 각각 1000억원 규모를 예상한다.

애완동물 선진국인 미국은 2004년 매출규모가 260억달러(약 26조원) 수준이고, 일본도 매년 10% 이상 성장세를 보여 애견산업 규모만 12조원으로 추정된다. 최근 중국에서도 애완견 수만 1억5000만 마리에 달하며, 이웃나라인 중국과 일본은 애완동물 산업분야가 지속적으로 발전하고 있는 추세이면서 그 규모만도 국내 시장의 10배 이상규모인 점을 감안하면, 이들 국가에 애완동물을 포함한 사료용품 등의 수출이 크게 증가하게 될 것이 분명하다.

한때 애완견 붐이 일었던 때를 보면 2002년부터 개, 고양이 수입은 전년도 대비 매년 2~3배씩 증가, 2003년에는 5만 마리 정도가 수입된 바 있다. 또한 토키와 햄스터, 파충류와 곤충까지 각광을 받고 있는 가운데 애완동물 산업 규모는 곧 1조원 이상을 돌파할 것으로 예상하였고, 기업 주도형의 초대형 애완동물 백화점의 개점은 앞두고 분양에 나섰던 적이 있다. 그러나 모든 계획이 현실성과 부합되지 않자 원점으로 돌아가 이제는 안정을 찾아가는 중에 있다. 최근 경상남도농업기술원은 관상조류 산업의 안정적 생산기반 확충과 사육농가의 사육기술 및 시장정보 공유를 통한 고품질 수출규격조류 생산을 위하여 경남 수출관상조류 페스티벌을 개최한바 있으며, 창녕, 합천, 거제 등 시군에서 3만 2천여 쌍의 관상조류와 햄스터를 사육하여 매월 일본으로 수출하고 수출규격조류 생산을 위한 기술지원과 농가의 적극적인 참여가 이루어 질 경우 관상조류 사육농가의 조수익은 24억원에 이를 것으로 판단된다고 밝히고 있다.





현재 국내에서 대중에 널리 알려진 애완동물관련 웹상의 등록 사이트만도 100여개에 달하며, 이들 중 대부분은 애완견관련 사이트(80%)이고 애완동물 관련 종합쇼핑몰, 관상조류, 퍼충류 및 관상어 순으로 되어있다. 국내 애견 산업이 급증되면서 기존 업체 간 경쟁 심화와 관련 분야 내의 업종 다각화 및 다양화 현상이 일어나고 있으며, 고수익·선진형 사업에 대한 기대심리로 개인사업 참여가 확대되고 있다. 이러한 국내 애견산업은 앞으로 선진 문화

의 점차적인 유입에 따라 시장규모의 지속적 성장 예상되고 있다.

소비자들 또한 제품에 대한 차별화와 다양화를 요구하고 있으며, 애견에 대한 인식 또한 한 가족으로 생각하기 때문에 애견관리에 드는 고정적인 비용지출로 인하여 사업적인 측면에서 볼 때 계절 등의 영향으로 인한 비수기가 없는 전망이 밝은 사업으로 손꼽히고 있다. 한편, 애견선진국은 애견관련 산업이 국가 전체 GDP의 3~5%를 차지하고 있는 점을 볼 때 향후 우리나라 국민소득이 향상됨에 따라 펫 산업은 선진국 수준으로 지속적인 활성화가 될 것으로 전망하고 있다. 향후 5년 후에는 애완동물이 개와 고양이의 수준을 넘어 말을 이용한 레포츠, 즉 승마에도 관심이 확대될 것으로 조심스럽게 내다볼 수 있다.

우리나라 애완동물용 사료 시장규모와 전망

유럽에서 시작한 오늘날 애완동물 사료 시장은 수십조 달러 규모에 달한다. 그리고 여전히 성장하고 있다. 대부분의 상업용 애완동물 사료가 고양이와 개의 건강에 좋은지의 여부는 차치하고라도 사료 산업은 계속해서 성장하고 있다. 미국, 캐나다는 물론 이웃 일본에까지 광우병이 발생되어 최근 이들 국가로부터 광우병 관련품목의 수입제한조치가 취해짐에 따라 그간 애완동물의 사료분야에서도 많은 변화가 있었다. 즉, 국내 광우병 발생예방을 위한 조치들로 광우병 발생 국으로부터 광우병이 유입되는 것을 방지하기 위하여 가축전염병 예방법 및 사료관리법 등에 의한 관련규정 정비 등을 통해 축산물 수입제한·동향파악 등 국경검역에 철저를 기하여 왔다. 특히, 애견사료의 경우에도 가금 설육분(chicken by-product meal)이나 양고기를 원료로 하기 때문에 원료수집·처리과정·공정라인 등 그 생산과정에서 반추동물 유래물질의 혼입을 완전히 배제하기는

»» 우리나라 애완동물(사료) 시장 규모, 얼마나 될까?

어려운 상황으로 안전성을 위해 이에 대한 수입제한조치를 유지하고 있는 실정이다.

애견사료는 이유식, 자견용, 성견용, 노견용 및 기능성사료(피부병, 치아, 다이어트 등)로 구분되어 있으며, 대표적 브랜드가 소비자에게 이미 널리 알려져 있다. 국내에서 인지도가 가장 높은 쳐방식 사료를 판매하고 있는 브랜드는 사이언스와 로열캐넌이 대표적이며, 국내에서도 최근 광동한방사료가 출시되어 판매되고 있다. 국내에 소개된 외국 브랜드와 국내의 브랜드를 살펴보면 아래 표와 같다.

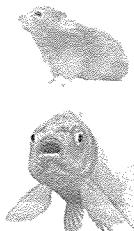
국내	국외
제로니(제일제당) / 미니스타(대상) / 프로베스트(대한사료) / 광동한방 / 바이오맥스 / 썬샤인 / 더독 / 보디가드 녹차, (주)동물사랑 / 유포리아 프리미엄 퍼피, 농협 / 토마루스 비타, 농협 / 나이스골드, 피플펫	유카누바, 미국 / ANF, 미국 / 뉴트로초이스, 미국 / 프로플랜, 미국(퓨리나 프로플랜) / 사이언스 다이어트, 미국 / 아보, 미국 / 제로니, 호주(CJ 펫푸드) / 더독, 브라질 / 캐니데, 미국 / 알포·퓨리나, 미국 / 이볼브, 미국 / 마루다이 겐(효소사료), 일본 / 로열캐년, 프랑스 / 프롬, 미국 / 아카나, 캐나다 / 이내이쳐, 호주 / 프로퍼먼스, 미국 / 아르테미스, 미국 / NPF, 일본 / 아르테미스, 미국 / 아리아스 CARAT, 호주 / 페디그리, 오스트리아 / Castor & Pollux, 미국 / Schell & Kempeter, 미국 / 다이아몬드, 미국 / Nature, 미국 / 이내이쳐, 호주

브랜드 별로 국내 소비자에 널리 알려진 것은 ANF, 유카누바, 프로플랜, 사이언스, 로열캐년, 뉴트로, 뉴트라, 제로니, 캐니데, 페디그리, 겐(효소사료), 아보, 이볼브, 아카나, 펫월드, 프로퍼먼스, 프리셉트, 프롬 등이 있다. 이들 사료는 각기 소화력 강화 및 변냄새를 저하 시켜 주는 것을 특징으로 하며, 지방산 함유로 피부병에 효과가 있고 윤기있는 털을 유지 하며, 영양이 균형 있게 배합된 애견 사료를 표방하고 있는 것이 특징이다.

외국의 현황

일본 사료를 포함한 애완동물 관련 용품 시장은 약 8조원 이상의 규모로 추정된다. 전체 펫 용품 시장에서 펫 푸드 시장이 차지하는 비중은 1/2 정도로 4조원에 육박하고 있다. 일본 펫 용품 시장은 1990년대 초반에 전례 없이 일어난 '펫 봄'으로 인해서 전체 판매량이 10년 동안 계속 증가해 왔다.

중국인들의 개와 고양이를 보유는 1999년에 각각 5%와 14%에서 2004년도에는 7%와 15%로 증가되었



음을 보여준다. 따라서 유로모니터 인터내셔널은 개와 고양이 식품 판매가 거의 16억 RMB(155백만유로)에 이를 것이라 전망했다. 이는 작년대비 13%의 현재가치 성장을 나타낸다. 새와 물고기의 애완 음식의 판매는 2004년에 3백 9십만 RMB(380,000유로)였고 2003년 기간보다 11% 증가한 것이다.

독일에는 현재 약 2천만 마리의 애완용 동물이 있는 것으로 집계되고 있고 애완동물을 기르는 가구 수는 1,100만 인 것으로 나타났다. 독일 사람들이 가장 많이 키우는 애완동물은 고양이고 다음은 개다. 고양이는 현재 약 720만 마리, 개는 약 500만 마리에 이른다. 애완동물과 관련해 가장 큰 부분을 차지하는 것은 사료시장으로 전체의 77%에 이르고 나머지는 각종 애완동물용 용품이다. 지난해 독일 사료시장은 22억 2천만 유로의 매출을 기록해 전년에 비해 1.6% 신장했다. 반면 용품시장은 7억 6천만 유로로 큰 변화를 보이고 않은 것으로 나타났다(자료원: IVH-독일 애완용 동물협회).

애완동물 용품은 관련 전문가게에서 대부분(86%) 판매되고 있다. 사료는 68%가 식료품 가게 (슈퍼마켓, 드러그스토아 포함)에서 판매되며, 애완용 동물에 대한 고조된 관심은 국제 박람회 Interzoo (www.interzoo.com)에 잘 나타나고 있다. 일반적으로 세계 40 여개의 나라에서 1100 개 전시업체가 참가하여 각종 애완동물 사료와 용품들을 선보인다.

캐나다에서는 애완동물도 웰빙 시대를 맞아 고품질 사료가 인기가 높아 각종 비타민, 미네랄 등 영양소나 허브가 첨가된 고품질 애완동물 사료와 장난감, 샴푸 등 애완동물용품에 대한 캐나다인들의 관심도 매우 높아지고 있어 국내기업의 관심이 요구되고 있다. 캐나다 애완동물 사료 시장 규모는 약 5억3000만달러로 추정되고 있는데 현재 소수 미국계 다국적 기업의 유명 브랜드가 시장을 장악하고 있으며, 캐나다의 20여개 애완동물 사료 제조업체들은 유명 브랜드 사료와 자체 생산사료를 혼합하여 판매하는 실정이다. 캐나다통계청에 따르면 캐나다에는 현재 약 800만 마리의 개(350만)와 고양이(450만)가 있는 것으로 알려지고 있는데 알버타, 마니토바 및 사스카ച완주 주민의 애완동물 보유율이 특히 높은 것으로 나타나고 있다.



향후 애완동물 사료시장의 전망은 선진국의 경우 향후 5년 동안 판매량과 금액 양 측면에서 지속적인 성장을 이끌 것으로 전망한다. 전문 제조업체에 의해 가공된 식품의 유익성에 관한 연구가 활성화 될 수록 자가 제조 식품은 거부될 것이다. 애견 소유자들은 모든 종류의 부담을 안고서라도 가공된 식품을 선택하려고 하고 건 식품 형태를 가장 좋아하게 될 것이다. 유로모니터는 애견식품시장이 2009년까지 미화로 250억 달러이상에 달할 것으로 전망하고 있다. 애견 건식품은 소매시장에서 약 3/4를 점유할 것이며, 정보체계와 다양한 신제품의 개발은 시장의 성장을 견인할 열쇠가 될 것으로 기대된다. Ⓜ

