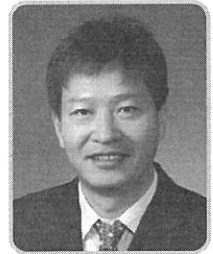


반려견 사료시장의 현황과 향후 전망



이 함 의
 (주)카길애그리퓨리나 뉴트리나&
 특수사업부 본부장(이사)

1. 반려견 사료시장의 현황

반려견 사료시장은 '88서울올림픽 직후 꾸준한 성장세를 보였으며, 2002년 한·일 월드컵을 기점으로 2배에 가깝게 폭발적으로 성장했다. 그 주요 원인은 모 방송국의 반려견 관련 TV 프로그램이 큰 인기를 끌면서, 많은 사람들이 충동적으로 강아지를 키웠기 때문으로 추정되는데, 이러한 열풍은 그리 오래 지속되지 못했다.

그 후 몇 년간은 유기견의 증가와 급격한 사료시장의 침체 등의 부작용을 겪어야만 했다. 하지만, 그러한 진통을 겪으며, 한국의 반려동물 문화는 보다 성숙해 졌고, 소비자들 역시 반려동물에 대한 이해도가 높아지며, 고가제품 위주의 제품판매가 늘어나고, 매년 3~4%의 질적 양적 성장을 지속하고 있다.

시장은 많이 성숙해가고 있으나, 유기견 문제는 여전히 심각한 사회 문제이다. 농림수산검역검사본부가 밝힌 '유기동물 발생 및 처리현황(2011년)'에 따르면, 지난해에 만 9만6268마리의 유기동물이 발생했다.

최근에는 이러한 유기견을 지원하기 위해, 민간단체를 중심으로 유기견을 입양하는 캠페인이 불고 있으며, 기업에서의 유기견 사료지원활동이나 의료봉사활동도 이어지고 있다. 카길애그리퓨리나도 유기견 협회에 사료를 지원하여 기업의 사회적 책임을 다하고 있다.

최근에는 개 뿐만 아니라 고양이를 기르는 "애묘족"이 크게 늘었다. 온라인 쇼핑몰 G마켓에 따르면 2011년 고양이 전용 사료는 2008년 같은 기간에 비해 244% 늘어났으며, 고양이 전용 간식은 393% 증가한 것으로 조사됐다. 이는 고양이가 혼자서도 잘

<표1> 개와 고양이의 두수현황

(단위: 천두)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
개	2,042	2,506	2,948	2,921	2,604	2,311	2,124	1,918	1,745	1,797	1,851	1,907
고양이	30	35	40	50	57	66	78	101	116	133	154	177

늘고 깨끗하며 기르기도 수월해 혼자 사는 직장 여성들 사이에서 인기가 많은 것으로 생각된다.

개와 고양이 사료의 시장규모 약 4200억 원으로 추정된다. 그 중 익스트루전으로 생산한 건사료가 2500억 원(60%), 습식사료가 200억 원(5%), 껌, 비스킷, 저키 등의 간식류가 1500억 원(35%)을 차지한다.

반려동물 사료의 유통채널은 크게 동물병원, 펫샵 등의 전문가 채널과 대형마트, 슈퍼로 대표되는 그로서리 채널과 온라인 채널로 나뉜다. 5년 전만해도, 온라인 채널의 비중은 크지 않았으나 최근에는 약 30%에 이를 정도로 시장에 자리잡고 있다. 5년 사이 대형 마트의 점포수가 늘면서 그로서리 채널의 비중이 늘었으나, 전문가 채널은 여전히 그 규모와 영향력에 있어 무시할 수 없을 정도로 큰 비중을 차지한다.

국내 반려동물 사료시장에서 수입산이 차지하는 비율은 60%가 넘을 것으로 판단된다. 2011년 애견사료의 국내 생산량은 189,239톤이며, 수입량은 습식사료와 간식포함 36,310톤으로 국내 생산량이 수입량 대비 5배가 많지만, 수입사료의 kg당 단가가 국내 사료의 3~5배로 월등히 높기 때문에, 여전히 국내 생산제품 보다는 수입제품이 차지하는 비중이 높다.

이는 제품의 단순 원가 차이보다는 해외 사료 회사들의 꾸준한 마케팅을 통한 브랜드 인지도 차이, 소비자 커뮤니케이션을 통해 제품의 차별화된 가치를 인식시키는데 성공한 데에서 기인한 것이라 하겠다.

국내 반려동물 사료시장은 선진국과 비교해 보더라도 뒤쳐지지 않을 정도로 이미 상당 수준에 올라와 있다. 반려동물 사료의 소비 트렌드는 전체 사회적인 소비 트렌드

<표2> 개와 고양이 사료의 수입현황

(단위: 금액 천불, 중량 톤)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
-\$000-	14,103	19,749	35,560	50,919	52,218	45,019	51,040	58,146	65,173	68,316	84,666	101,124
톤	12,433	17,189	27,807	39,133	34,528	25,679	27,924	29,880	29,805	29,715	32,664	36,310

<표3> 2011년 개용 배합사료 생산실적

(단위: 톤)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
개	20,372	17,167	17,861	13,902	15,089	14,377	12,067	14,333	15,186	15,800	15,954	17,131	189,239

와도 그 맥락을 함께 하는데, 크게는 다음과 같이 볼 수 있다.

○ 양극화(Polarization): 불황과 함께 소비 패턴이 가치 중심으로 변화되면서, 고가의 고급 제품을 찾는 소비자와 저가 제품을 찾는 소비자가 나뉘고 있으며, 중간층이 점점 사라지고 있다. 실제로 최근 5년 사이에 수입 사료의 kg당 단가는 52%나 증가했다.

○ 인간화(Humanization): 개와 고양이를 마치 친자식이나 가족처럼 기르기 시작하면서 웰빙 트렌드가 고스란히 반려동물에게도 전해지고 있다. 반려동물에게도 사람과 마찬가지로 유기농이나 식품 수준의 원료를 먹이고자 하는 소비자가 급속도로 늘어나고 있다.

○ 천연원료(Natural ingredient): 앞서 언급한 유기농 원료, 식품 수준의 원료 등 사료등급의 원료가 아닌 사람도 먹을 수 있는 건강한 원료를 사용한 사료를 찾는 소비자가 많다.

○ 기능성 추구(Functional food): 반려동물을 오래 동안 건강하게 키우기 위해 반려동물의 질병을 예방하는 피부 전문 사료, 장 전문 사료, 관절 전문 사료 등 여러 가지 기능성을 가진 제품들의 판매량이 높다. 또한, 동물병원에서는 질병에 따라 수의사의 처방에 의해 판매하는 처방식이 사료매출의 상당부분을 차지한다.



<그림 1> (주)카길애그리퓨리나의 기능성 허브사료 - 리얼허브

2. 향후 전망

Euro-monitor의 전망에 따르면 2008년 대비 2015년의 한국 반려동물 시장은 6.2% 증가할 것으로 전망하고 있다. 좀 더 장기적인 관점에서의 향후 반려동물시장은 1인 가구의 증가, 저출산, 고령화의 영향으로 매우 밝을 것으로 생각된다.

주거형태의 제약에 따라 여전히 소형견을 키우는 트렌드가 지속될 것이며, 고양이를 키우는 가구는 더욱 증가할 것으로 예상된다.

수입이 우세했던 반려동물 사료시장 속에서 점차 국내 생산업체들의 입지가 단단해 질 것으로 전망된다. 일본의 사례를 보면, 일본의 회사인 유니참(Unicharm)이 자국 소비자의 니즈에 더욱 민감하게 대응하고 세분화된 제품을 출시하며, 자국 내에서 3위 안에 드는 회사가 되었다. 우리나라도 충분히 국내 회사로서 성공할 가능성이 있다고 본다.

반려동물 관련 이색업종도 뜨고 있는데, 혼자 있는 반려동물을 돌봐주는 펫시터나 반려동물 호텔, 반려동물의 장례를 대신 치뤄 주는 반려동물 장례업, 반려동물 전문 마사지사, 반려동물을 위한 수제간식 등 더욱 다양화, 세분화 될 전망이다.

소비자는 점점 더 사람이 먹는 수준의 제품을 원할 것이다. 생고기를 그대로 사용하고, 가공은 최소화한 제품이나, 원료의 출처를 신뢰할 수 있고 제품의 위생이나 안전을

믿을 수 있는 회사를 선호하는 현상은 갈수록 심화될 것이다. 이에 따른 품질관리와 고객불만 처리비용은 더욱 증가할 것으로 생각된다.

이제 국내 반려동물 사료 생산업체들도 자국 소비자의 니즈에 좀 더 적극적으로 대처한다면, 반려동물 시장에서도 입지를 굳힐 수 있을 것이라 생각된다. 또한 한류 열풍을 타고, 사료 수출도 더욱 활기를 띠리라 기대한다. ☞

