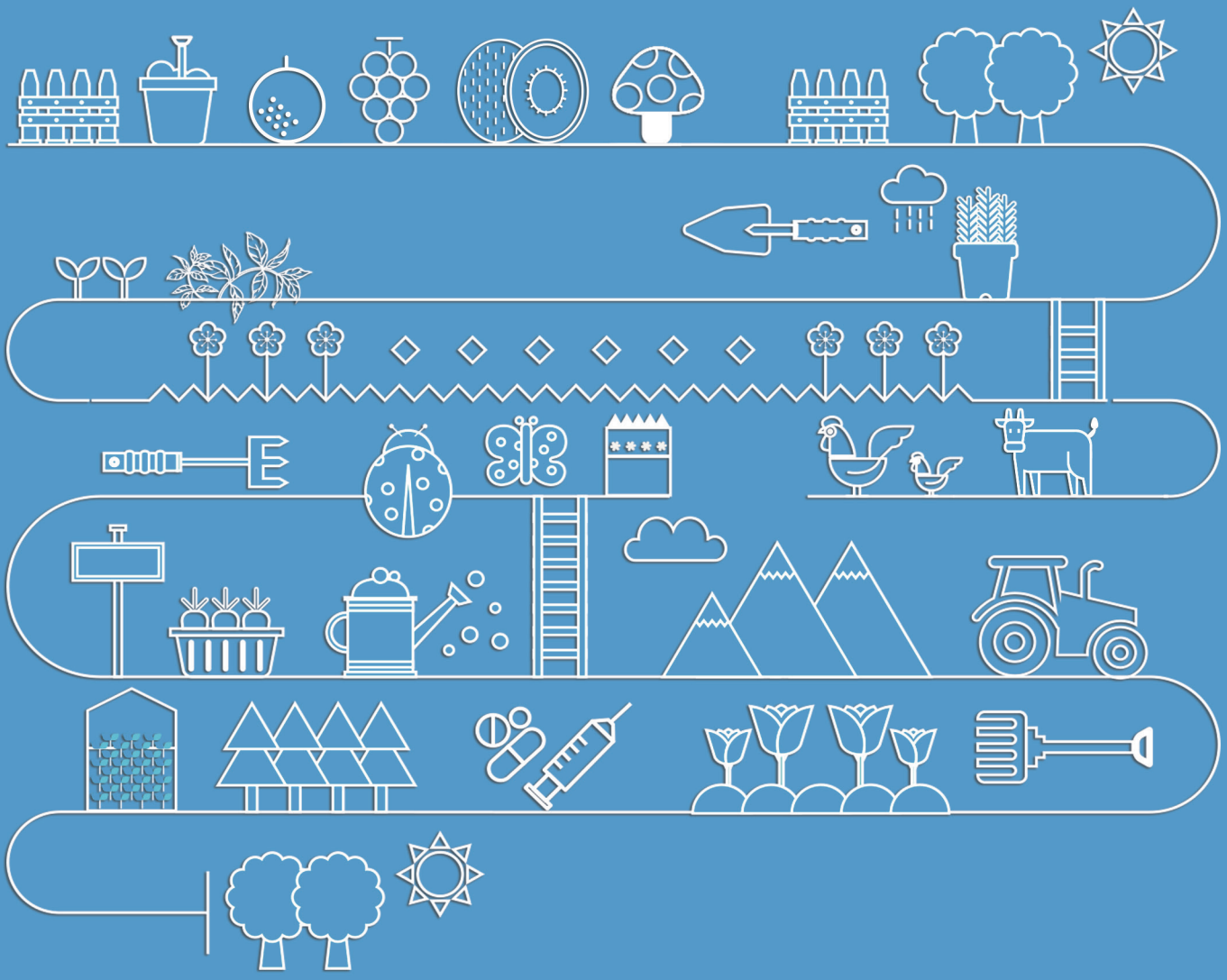
국제표준도서번호
ISBN 979-11-956606-7-4

제2차년도
수출전략기술개발사업

식용곤충 기반 반려동물 간식 수출연구사업단

(반려동물 간식 아시아 마켓 동향보고서)



반려동물 간식 수출연구사업단

✔ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No. 617077-5)

✔ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries(IPET) through (Export Promotion Technology Development Program), funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA)(617077-5)

✔내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용 시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 식용곤충을 활용한 프리미엄(휴먼그레이드)
반려동물 간식 수출연구사업단
작성기관명 : 전남대학교 조용훈, 한연수, 박기범, 이진실
㈜케일 김용욱, 류정표

아시아 반려동물 간식 마켓 동향 보고서

- 목 차 -

1. 개요 ····· 1
1.1. 식용곤충 산업의 배경 ····· 1
1.2. 반려동물 간식 마켓 조사 배경 ····· 2
1.3. 목적 및 기대효과 ····· 3

2. 반려동물 간식 국내 마켓 동향 ····· 4
2.1. 국내 마켓 동향 ····· 4
2.1.1. 국내 반려동물 산업 동향 ····· 4
2.1.2. 국내 반려동물 간식 마켓 동향 ····· 5

3. 반려동물 간식 해외 마켓 동향 ····· 9
3.1. 일본 마켓 동향 ····· 9
3.1.1. 일본 반려동물 산업 동향 ····· 9
3.1.2. 일본 반려동물 간식 마켓 동향 ····· 12
3.1.3. 일본 반려동물 간식 마켓 현장 조사 ····· 14

3.2. 중국 마켓 동향 ····· 28
3.2.1. 중국 반려동물 산업 동향 ····· 28
3.2.2. 중국 반려동물 간식 마켓 동향 ····· 31
3.2.3. 중국 반려동물 간식 마켓 현황 조사 ····· 33

3.3. 대만 마켓 동향 ····· 37
3.3.1. 대만 반려동물 산업 동향 ····· 37
3.3.2. 대만 반려동물 간식 마켓 동향 ····· 40
3.3.3. 대만 반려동물 간식 마켓 현황 조사 ····· 42

3.4. 태국 마켓 동향 ····· 50
3.4.1. 태국 반려동물 산업 동향 ····· 50
3.4.2. 태국 반려동물 간식 마켓 동향 ····· 51
3.4.3. 태국 반려동물 간식 마켓 현황 조사 ····· 53

4. 결론 ····· 57

5. 참고문헌 ····· 61

반려동물 간식 아시아 마켓 동향 보고서

1. 개요

1.1. 식용곤충 산업의 배경

UN 식량농업기구(FAO) 보고에 따르면, 전 세계 인구는 매년 7,000만 명씩 늘어나 2050년에는 세계 인구가 90억이 달할 것으로 예측하고 있다. 90억 명의 인구를 부양하기 위해서는 현재보다 약 2배의 식량이 필요할 것으로 예측하고 있다. 현재 전 세계 토지의 30%가 주요 동물성 단백질원인 가축을 기르는데 사용되고 있으며, 농지의 70%가 가축의 사료를 재배하기 위하여 사용되고 있다. 또한 가축들이 생산하는 이산화탄소, 메탄가스와 같은 온실가스는 지구온난화를 부추기는 주요 요인 중 하나로 작용하고 있다. 현재 동물성 단백질을 얻기 위한 인류의 다양한 노력이 진행되고 있지만, 국내에서는 구제역, 조류독감과 같은 다양한 질병요인으로 인하여 이미 축산생산량의 한계에 도달해 있다고 볼 수 있다. 2013년 UN 식량농업기구(FAO)에서 곤충이 미래의 동물성 단백질원으로 가능성을 보고하였고 이로 인하여 곤충 산업에 대한 국제적 관심이 집중되고 있다.

국내에서는 고전적으로 메뚜기와 누에번데기를 식용으로 사용하였으며, 2016년 3월 갈색거저리 유충(고소애)와 쌍별귀뚜라미(쌍별이)를 식품공전에 등록한 이후, 장수풍뎅이 유충(장수애, 2016.12), 흰점박이꽃무지 유충(꽃벵이, 2016.12) 등이 추가로 식품공전에 등록되어 식품원료로 활용이 가능해졌다. 농림축산식품부 및 농촌진흥청을 중심으로 식용곤충의 유용성 및 활용성에 대해 다양한 연구를 수행하고 있으며, 식용곤충을 소비자에게 친숙하게 하기 위한 홍보활동이 진행되고 있지만, 식용곤충의 높은 가격, 대량생산시스템의 부재, 소비자의 혐오성 등 복잡한 요인에 의해 식용곤충산업의 진입장벽이 높은 상황이다. 따라서 식용곤충의 높은 가격과 낮은 생산성을 극복하며 혐오성 또는 이질감을 낮추어 사람이 친숙하게 이용하기 용이한 고부가가치 반려동물 간식으로 접근함으로써 식용곤충의 식품으로서의 거부감을 줄이고 기반을 구축하는 등의 다양한 노력이 수행되고 있다.

1.2. 반려동물 간식 마켓 조사 배경

전 세계적으로 반려동물 관련 시장이 급격히 성장하고 있다. 국내 반려동물 보유 가구는 2017년 기준 28%를 넘어서며 전체 가구 중 3분의 1 수준에 달했다. 최근 이어지는 저출산, 고령화, 1인 가구 확대로 아이 대신 반려동물을 키우며 반려견, 반려묘에 시간을 들이고 비용을 투자하는 소비자는 점차 늘어날 전망이며 펫 시장 성장세도 이어질 것으로 예상된다. 펫 비즈니스는 반려동물의 태생부터 관리, 사후과정까지 한 생명체의 라이프사이클 전체에 관여하는 산업으로, 기업들이 진출할 수 있는 분야가 무궁무진하다. 국내에서도 업종을 불문하고 다양한 기업이 펫 비즈니스에 나서고 있는 가운데, 심화되는 펫 시장의 경쟁환경 속에서 사업 경쟁력을 제고해야 할 시점이다.

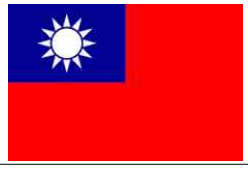
농협경제연구소 보고에 따르면 2015년 기준 국내 반려동물 마켓규모는 약 1.8조원에 달하며, 2020년에는 관련 마켓규모가 약 6조원에 달할 것으로 추산하고 있다. 이 중 펫푸드 마켓 규모는 전체 마켓규모의 약 30%에 달할 정도로 마켓 규모가 크다. 1인 가구들 사이에서 반려동물은 또 다른 가족으로 인식되고 있으며, 이러한 사회적 변화는 반려동물 시장의 성장을 촉진하고 있다. 반려동물에게 양질의 음식(사료 및 간식)을 먹이고자 하는 분위기가 형성되어 펫푸드 시장은 급격한 성장세를 나타내고 있다.

최근 반려동물에 대한 웰빙 먹거리 수요가 크게 늘어나면서 프리미엄급 펫푸드 마켓의 국산화를 위한 다양한 움직임이 나타나고 있다. 대표적으로 CJ 제일제당에서는 무곡물 사료인 오네이처와 오프레쉬제품을, KGC 인삼공사에서는 홍삼성분이 함유된 지니펫을, 하림에서는 하림펫푸드를 설립하여 마켓에 진출하였으며, 풀무원에서는 비만, 피부질환 및 면역력 개선을 위한 기능성 제품을 출시하여 마켓에 진출함에 따라 국내 반려동물 펫푸드 마켓이 재편되고 있다. 하지만, 프리미엄급 펫푸드는 Mars Petcare Inc., Nestle Purina Petcare 등 유럽계 대기업이 선점하고 있어 국산화가 큰 숙제로 남아있는 상황이다. 이러한 문제는 국내 뿐 아니라 아시아 국가가 전반적으로 직면해 있다.

1.3. 목적 및 기대효과

반려동물 간식 시장의 세분화 전문화는 소비자들로 하여금 간식의 원재료 및 소재에 대한 인식을 크게 증가시켰으며, 원재료의 형태 및 가공 방식에 따라 등급을 분화시키고 있다. 이에 고품질 반려동물 간식 판단 기준이 단백질 함량으로 두드러지면서 육류 대비 높은 단백질을 함유하고 있고, 사람이 먹을 수 있는 식품 소재인 식용곤충이 첨가된 간식이 시장에서 큰 호응을 얻고 있다.

본 식용곤충 기반 프리미엄 반려동물 간식 수출연구사업단(이하 수출연구사업단)은 펫푸드 산업과 식용곤충산업의 융합산업을 통하여 기존에 존재하지 않은 식용곤충을 기반으로 한 프리미엄급 반려동물간식 마켓의 구축 및 선점을 목적으로 하고 있다. 본 사업단의 수출 목표 국가로 선정한 중국, 일본, 대만, 태국 등의 아시아 국가 방문을 통하여 제품의 현황을 파악하기 위하여 종류 및 특징, 판매가, 용량, 규격, 소비자의 인식 등의 실사를 진행하였다.

조사국가	일본	중국	대만 	태국
조사품목수	351	77	217	110

본 조사는 반려동물 간식 수출 타당성 및 시장 점유 가능성에 대한 기초 자료로 활용될 것이다. 추후 미국, 유럽 등의 글로벌 펫푸드 마켓 동향을 파악함으로써 식용곤충기반 반려동물 간식 제품의 글로벌마켓 진입 가능성과 국내 식용곤충 산업 성장을 주도하기 위한 수출중심의 신성장 동력원으로서의 가능성을 검토하고자 한다.

2. 반려동물 간식 국내 마켓 동향

2.1. 국내 마켓 동향

2.1.1. 국내 반려동물 산업 동향

한국농촌경제연구원(2017)에 따르면 국내 반려동물 관련 산업의 시장규모는 2015년 1조 8,000억 원, 2016년 2조 2,900억원의 규모로 급성장하였다. 국내 반려동물 관련 시장은 최근 3년 동안 연평균 14.1%씩 성장하여 2017년 약 2조 3,300억원을 상회하는 것으로 추정되고 있다. 향후 국내 반려동물 등 관련 시장은 연평균 10%의 성장세가 유지되어 2023년 4조 6천억원, 2027년 6조원 규모의 시장을 기대하고 있다.

반려동물을 키우는 가구 수의 비중은 2012년 이후 지속적으로 증가하고 있으며, 고양이를 키우는 가구 비중의 지난 5년간 연평균 성장률이 21.1%에 달하는 등 높은 성장률을 보이고 있다. 2015년의 가구당 반려동물 관련 물품 구입 월 평균 지출액은 약 36,000원으로 조사되었으며, 이는 2010년에 약 20,000원이었던 것에 비해 약 1.8배 증가하였다. 국내 1인 가구, 부부 가구의 비중이 각각 2015년에 27.2%, 15.5%에서 2025년 31.9%, 20.7%로 절반을 넘어서면서 반려동물에 관한 관심이 계속 증가할 것으로 보인다.

Euromonitor(2017)에 따르면, 우리나라의 반려동물은 개, 고양이, 그 밖의 반려동물로 구분되며, 그 밖의 반려동물은 새, 물고기, 작은 포유류, 파충류로 구분되고 있으며, 반려동물을 키우는 가구 수의 비율은 2017년 기준, 개를 키우는 가구가 14.5%, 고양이를 키우는 가구가 4.3%로 조사되었다.

[표] 반려동물 가구의 2012-2017년 연도별 비율 (단위: %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR
개	12.5	13.5	13.7	14.0	14.3	14.5	1.8%
고양이	1.5	2.0	2.8	3.5	4.0	4.3	21.1%

출처: Euromonitor(2017). Pet food in South Korea: Dog, Cat, Others

2.1.2. 국내 반려동물 간식 마켓 동향

한국농촌경제연구원(2016)에 따르면 국내 반려동물 관련 산업시장의 전체 규모 중에서 사료 및 간식으로 구성된 식품시장이 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 2012년을 기준으로 식품의 경우 전체 관련 산업시장 규모 중 약 33%를 차지하는 것으로 조사되었다.

2016년의 반려동물 식품시장의 성장률은 개의 경우 전년 대비 8%의 성장률을 보였고 총 4,266억원의 규모로 조사되었으며, 고양이의 경우 전년대비 29% 성장하여 1,256억원의 규모로 조사되었으며, 2016년 개와 고양이 식품시장의 총 규모는 5,522억원으로 조사되었다.

반려동물 식품은 주식과 간식으로 그 카테고리를 나누어 볼 수 있는데, 주식은 사료에 속하는 것으로 반려동물의 연령별 및 특징별(크기, 체질 및 보유 질병 등)에 따라 그 종류가 다양하다. 간식은 사료 식품을 제외한 반려동물의 식품을 칭하며, 원재료의 종류와 가공특성에 따라 제품 및 종류가 다양하게 나눠진다.

[표] 반려동물 식품의 간식

구분	내용
사시미/육포	주로 닭고기, 소고기, 양고기 등의 고기를 말린 형태의 제품. 비타민E, 미네랄, 칼슘을 함유해 고단백, 저지방으로 육질이 부드럽고 소화효소가 풍부한 반건식 슬라이스 타입의 간식
저키류	비교적 부드러운 형태의 재질의 간식으로, 다양한 식품을 원료로 하여 제조
껌	반려동물의 치아 발달에 도움이 되는 매우 뚝딱하고 질긴 형태의 간식. 치아에 낀 플러그나 치석을 제거해주며, 재료는 소가죽의 부드러운 저부를 이용하여 저지방 고단백질임
습식간식/소시지	소시지와 같은 형태의 촉촉한 형태의 간식
캔/파우치	통조림 형태로 가공된 간식. 100% 순살코기로 만든 고단백 영양간식으로 건식사료를 먹일 때보다 기호성이 뛰어나며, 반려동물의 피부 및 모질 개선에도 큰 효과적임
비스켓/쿠키	반려동물용으로 가공된 제품. 적당한 단단함으로 반려동물의 씹는 욕구를 충족시켜주며, 차아와 턱 근육 발달에 좋고, 고구마 등을 함유하여 기호성을 높임
건조식품	고기의 부산물 및 어류, 과채류를 건조한 제품
기타	반려동물 전용 유제품, 이온음료 등

출처: 농협중앙회(2016) 반려동물 관련 산업 시장동향과 전망 보고서 간식 카테고리 참조

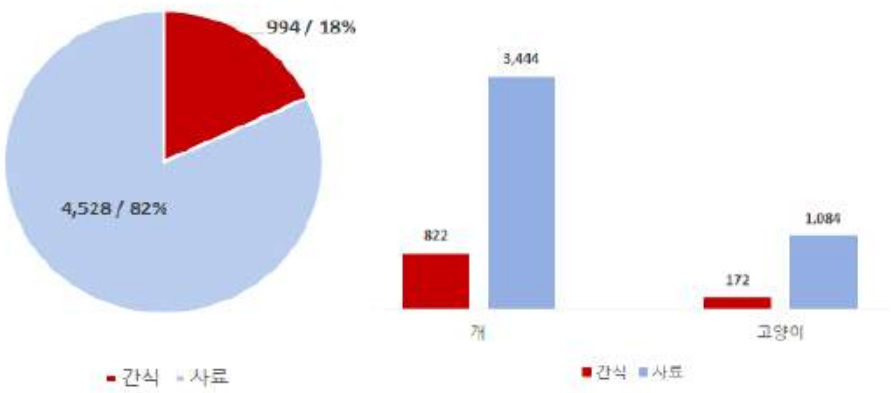
[표] 반려동물 식품의 주식(사료)

구분	내용
전연령견 사료	전연령견 사료는 퍼피(생후 6개월 ~ 1년), 어덜트(생후 1년 이상) 구분 않고 모두 먹일 수 있는 사료를 말함
자견용 사료	생후 12월까지 어린 반려동물에게 먹이는 사료로서 성장기 강아지들이 먹는 사료이기 때문에 영양가가 풍부함
성견용 사료	생후 1년 이상의 반려동물에게 먹이는 사료로서 하루에 필요한 에너지만 부충하면 되는 사료
노령견 사료	최상의 신체 조건을 위한 조절된 에너지와 보통 수준의 단백질을 갖춘 사료, 지방과 칼로리가 낮음
비만견 사료	운동부족의 반려동물이나 불임수술 후 체중이 증가하는 반려 동물의 체중 감량을 위한 저칼로리, 저지방 다이어트 사료
소형 및 대형 반려동물 사료	소형반려동물용 사료는 고품질 단백질, 지방, 탄수화물이 함유되어 있으며, 대형반려동물용 사료는 칼슘, 인과 같은 미네랄 등이 보강된 사료
민간체질 사료	야채와 유기농 재료 등을 써서 재료선택에서부터 온순하고 좋은 재료로 만든 사료
피부개선 사료	피부건강을 위하여 독특한 단백질과 오메가-3 같은 피부에 도움이 되는 영양분으로 만든 사료
국내 알뜰사료	외국 수입산 사료에 비하면 무척 저렴하고 소용량 보다 대용량 위주로 많이 판매되는 사료
분유 및 이유식	분유 및 이유식은 생후 40일까지 적용가능하나, 분유의 경우 수의사의 상담하에 진행하는 것이 안전하며, 이유식은 분유와 부드러운 사료가 반반씩 섞여 있음

출처: 정승영(2011). 애견식품 구입 시 포장디자인이 소비자 구매심리에 미치는 영향 연구. 경희대학교

2016년 반려동물 간식 시장은 개의 경우 822억원, 고양이의 경우 172억원으로 조사되어 2016년 개와 고양이 간식 시장의 총 규모는 994억원으로 조사되었으며, 이는 전체 반려동물 식품시장의 약 18%를 차지하는 규모이다.

[그림] 2016년 개와 고양이 간식 시장 규모 (단위: 억원)



Euromonitor(2017)에 따르면, 국내 반려동물의 간식 시장 판매 금액의 지난 5년간 연평균 성장률은 개의 경우 6.6%로 나타났고, 고양이의 경우 40.6%이다. 또한 판매량도 꾸준히 증가하여 반려동물 간식 시장이 지속적으로 성장하고 있음을 알 수 있다.

[표] 반려동물 간식의 2012-2017년의 연도별 판매량 (단위: 톤)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	12-17 CAGR	17-22 GAGR
개	2,851.0	3,079.1	3,248.4	3,475.8	3,701.7	3,916.4	6.6	2.8
고양이	75.4	102.1	110.5	183.7	339.8	414.6	40.6	13.1

출처: Euromonitor(2017). Pet food in South Korea: Dog, Cat, Others

[표] 반려동물 간식의 2012-2017년의 연도별 판매rmador (단위: 십억원)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	12-17 CAGR	17-22 GAGR
개	61.4	66.1	70.0	73.5	77.9	82.2	6.0	3.0
고양이	2.5	3.6	4.2	7.2	14.3	17.2	46.9	11.1

출처: Euromonitor(2017). Pet food in South Korea: Dog, Cat, Others

Euromonitor(2017)에 따르면, 국내 반려동물 식품 유통경로는 크게 유통전문점과 종합유통점으로 구분되며, 유통 전문점에는 펫샵, 동물병원, 전문 인터넷 쇼핑몰이 있으며, 종합 유통점은 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등이 있다. 현재 일반적으로 반려동물 식품 판매소는 유통 전문점(펫샵, 동물병원, 인터넷 쇼핑몰)이 강세이며, 종합유통점 중에서는 대형마트가 강세로 확인되고 있다. 소비자들은 사료의 경우 낮은 가격 및 무게 때문에 인터넷 쇼핑몰에서 주로 구매하지만, 간식의 경우 주로 펫샵 및 대형마트 등의 오프라인 유통점에서 제품과 포장, 가격을 보고 충동적으로 구매하는 편이다.

한국농촌경제연구원(2016)에 따르면 반려동물 식품의 경우, 동물의 건강을 고려한 고급제품의 소비가 급증하고 있으며, 대기업들이 잇달아 고급 제품 시장에 진출하면서 고급브랜드 제품의 판매가 활성화되고 있다. 이러한 고급화 트렌드에 따라, 애견 식품의 경우 단위 가격이 상승하였으며, 프리미엄 식품 판매액의 성장률은 지난 6년간 개의 경우 7%, 고양이의 경우 22.5% 상승한 바 있다. 펫푸드 시장 역시 펫 휴머나이제이션(Humanaizaion, 인간화)이 심화 되고 있어 사람의 제품처럼 세분화되고, 사람이 먹는 제품과 같은 원료로 제조된 사료가 등장한 것이다.

한국농수수산식품유통공사는 2017년에 국내에서 판매 중인 반려동물 간식 현황을 파악하기 위하여 온오프라인 매장의 총 11개의 유통점에서 659개의 제품을 조사하였다. 사시미/육포가 109개, 저키류가 96개, 습식간식/소시지가 91개, 캔 및 파우치가 102개, 비스킷/ 쿠키류가 79개, 건조식품이 55개 그리고 기타제품이 25개였다.

조사된 659개의 간식 중 국내산 및 국내제조 간식 제품은 291개로 약 44.16%를 차지하는 것으로 드러나, 현재 판매 중인 제품 중 가장 많은 비중을 차지하였다. 그 다음은 중국산이 172개로 약 26.10%, 태국산이 51개로 7.74%, 미국산이 34개로 5.16%, 일본산이 32개로 4.86%를 차지하였다. 따라서 국내에서 판매 중인 간식의 대부분이 한국산과 중국산임을 알 수 있다. 그러나 반려동물 간식 제품의 경우, 원산지 표시가 의무 사항이 아니기 때문에 해석에 주의해야 한다.

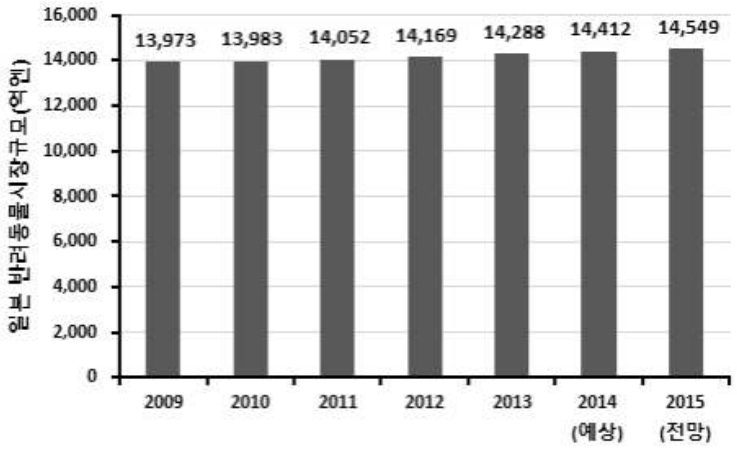
3. 반려동물 간식 해외 마켓 동향

3.1. 일본 마켓 동향

3.1.1. 일본 반려동물 산업 동향

일본의 인구 및 경제 규모 조사 결과 일본의 인구는 2016년 기준으로 약 126,045,000명(11위)이며, 총 국토 면적은 377,944km²로 이는 노르웨이(스발바르 제도와 얀마엔을 포함한 경우)보다 작으며 독일보다 큰 것으로 나타났으며, 2017년 기준 일본의 국내총생산은 5조 1100억 달러로 추산하고 있다.

일본에서는 반려동물 보험, 장례 등과 같은 문화가 정착되어 있으며, 반려동물에 대한 비용 지출이 크기 때문에 충분한 경제력을 갖추게 되는 중·장년기 이후 반려동물을 키우는 것이 일반적이다. 이러한 배경으로 인해 일본은 국내 애견 마켓의 7배에 달하는 14조 규모의 마켓을 2009년 이후 지속적으로 유지하고 있으며 평균적으로 1인 기준 연간 400만원을 애견에게 소비하는 매머드 마켓이다. 일본 가정의 26%가 애완동물을 키우고 있으며, 15세 미만 아동 및 유아의 인구는 1,660만 명인 데 반해, 반려동물의 개체 수는 이를 훌쩍 뛰어넘는 2,200만에 육박하는 것으로 조사되었다. 이는 독신과 저출산에 따른 고령화 사회로 접어들며 반려동물 보유 가구 수는 증가하는데 기인한 것으로 보인다.



일본의 경우 반려동물 사료 마켓 규모가 4,428억 엔(약 40.37억 달러)으로 가장 크고, 대형견보다 소형견이 정착되면서 대량 사료 마켓은 성장세가 둔화되었으나 프리미엄 사료 및 간식의 마켓은 오히려 활성화 되는 추세이다. 일본의 펫푸드

마켓은 연령별, 종 별, 비만 및 알레르기용 등 세분화된 상품들이 고가의 프리미엄 제품군과 일반제품군으로 구분되어 판매되고 있어 소비자의 선택할 수 있는 제품군이 풍부하다.

『일본 내 반려동물(자견) 사료 마켓 규모』 (단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Total Dog Food	2026.1	2033.2	2361.2	2599.8	2647.9	2683.9	2649.6	2641.1	2651.3
Wed Dog Food	291.9	291.1	334.7	369.3	372.3	373.4	365.1	356.9	353.9
Economy	33.7	33.2	37.7	41.7	42.3	42.7	42.0	41.7	42.0
Mid-Priced	185.5	184.5	211.4	231.3	231.5	230.2	223.2	214.7	210.0
Premium	72.8	73.5	85.7	96.3	98.6	100.5	99.9	100.5	101.9
Dry Dog Food	1329.0	1333.9	1551.4	1700.2	1723.6	1742.3	1719.6	1722.6	1743.5
Economy	198.1	198.0	228.0	255.3	253.0	249.5	241.7	236.6	236.0
Mid-Priced	588.5	587.0	680.6	722.4	704.3	690.2	661.5	628.2	606.3
Premium	542.4	548.9	642.8	722.5	766.2	802.6	816.5	857.8	901.2
Dog Treats and mixers	405.2	408.1	475.1	530.4	552.1	568.2	564.9	561.6	553.9

자료: Euromonitor international

『일본 내 반려동물(자묘) 사료 마켓 규모』 (단위: 백만 달러)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2014	2016
Total Cat Food	1272.6	1285.0	1498.1	1700.4	1747.9	1997.3	1756.3	1727.4	1694.0
Wed Cat Food	542.8	541.4	623.2	696.8	699.4	701.9	682.8	651.4	618.1
Economy	97.9	96.1	108.6	118.9	117.9	116.7	112.01	103.7	95.2
Mid-Priced	310.1	309.1	355.5	398.9	391.1	385.7	368.5	338.3	308.1
Premium	134.8	136.3	159.1	179.0	190.4	199.5	202.4	209.4	214.8
Dry Cat Food	719.7	733.3	862.9	989.8	1033.4	1060.9	1055.9	1055.5	1051.8
Economy	104.5	104.8	121.2	136.1	141.4	144.2	142.3	139.5	135.6
Mid-Priced	430.2	439.4	518.5	588.0	619.1	628.2	617.4	600.0	578.5
Premium	184.9	189.1	223.3	254.8	272.8	288.5	296.1	316.1	337.7
Cat Treats and mixers	10.2	10.3	12.0	13.7	15.1	16.5	17.6	20.5	24.1

자료: Euromonitor international

일본의 반려동물 사료 마켓 규모는 2012년 기준 약 47억 달러 규모로 이 중 개와 고양이 사료 마켓 규모가 각각 26.5억 달러(56.35%)와 17.6억 달러(37.35%)를 차지하고 있으며, 이는 전체 반려동물 사료 마켓의 약 94%에 달한다. 흥미롭게도 프리미엄 반려견 사료 마켓은 약 9.15억 달러 규모로 전체 반려견 사료 마켓의 34.5%를, 프리미엄 반려묘 사료 마켓은 약 5억 달러 규모로 전

체 반려묘 사료 마켓의 28.4%를 차지하고 있어 프리미엄 마켓이 크게 활성화 되어 있음을 확인할 수 있었다. 따라서 일본을 대상으로 마케팅을 통해 식용곤충을 기존제품과의 차별성과 기능성을 홍보하게 된다면 기반으로 한 프리미엄 반려동물 간식을 수출가능성이 높을 것으로 추정된다.

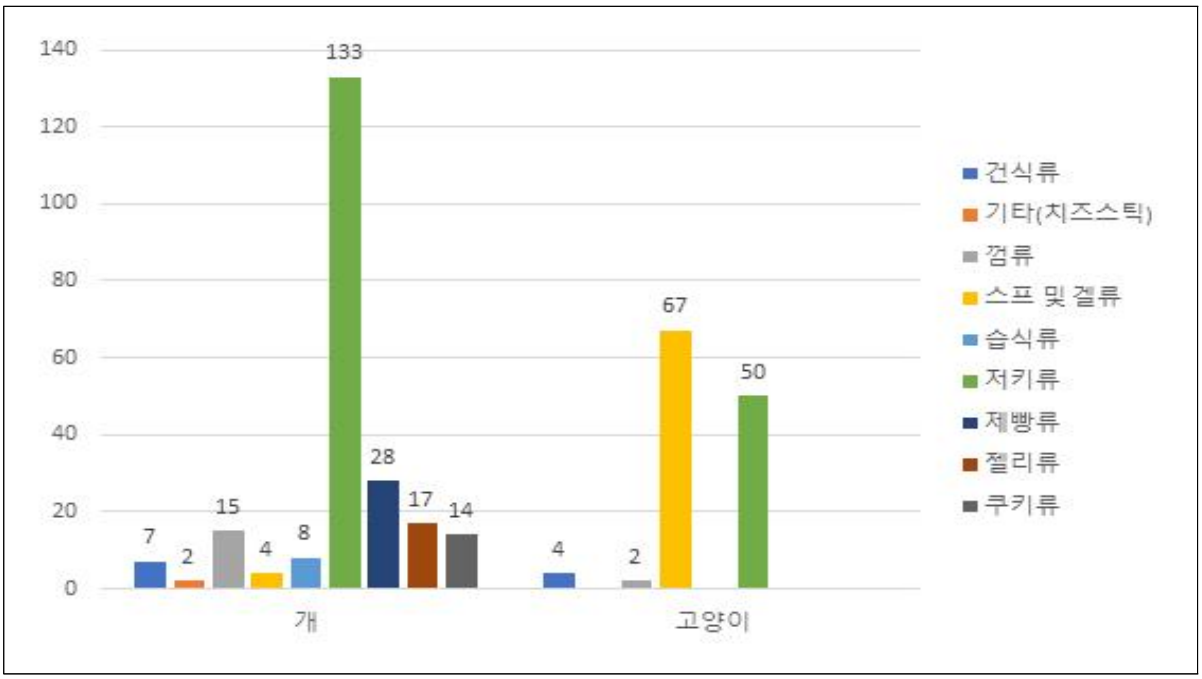
『일본 내 반려동물 사료 마켓 성장잠재력』 (단위: 백만 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016
Pet Food	4701.8	4677.3	4667.9	4656.8	4647.1
Dog and Cat food	4405.9	4379.8	4368.5	4356.1	4345.3
Dog Food	2649.6	2639.4	2641.1	2645.3	2651.3
Cat Food	1756.3	1740.3	1727.4	1710.9	1694.0
Other Pet Food	295.9	297.5	299.4	300.7	301.8
Bird Food	40.5	38.0	35.9	34.1	32.8
Fish Food	101.5	101.2	100.4	99.1	97.3
Small Mammal/Reptile Food	153.8	158.4	163.2	167.5	171.7

자료: Euromonitor international

3.1.2. 일본 반려동물 간식 마켓 동향

일본 반려동물 간식 마켓동향은 일본에 직접 방문하여 현지 마켓에서 관련 정보를 조사하였다. 일본 치바현에서 개최된 일본식품박람회(FOODEX JAPAN 2018, 2018년 3월 6일 ~ 9일)에 참석하여 주변 마켓 동향을 조사하였으며, 후쿠오카에 방문(2018년 9월 5일~8일)하여 관련 동향을 조사하였다. 일본 치바현에 위치한 AEON몰은 쇼핑몰의 15% 정도를 반려동물 식품, 간식 및 용품을 전시 판매하는데 할애하고 있었다. 반면에 일본 후쿠오카에 위치한 루미에르 하코자키점은 대형 쇼핑몰 매대 2라인이 통째로 반려동물 간식으로 구성되어 일본에서 반려동물 마켓 규모를 예측할 수 있었다.



일본 반려동물 간식 품목별 판매 동향

조사한 일본 2곳의 반려동물 간식 전체 상품의 개수는 351개로 그 중 반려견 상품이 228개로 전체의 64.95%, 반려묘 상품이 123개로 전체의 35.04%를 차지하고 있었다. 반려견 상품은 저키류의 제품이 133개로 전체 상품의 58.33%로 압도적인 비율을 차지하고 있었으며, 제빵류(28개, 12.28%), 젤리류(17개, 7.46%), 껌류, 쿠키류, 습식류, 건식류, 스프 및 겔류, 기타 순이었다. 반려묘 상품은 스프 및 갤류 제품과 저키류 제품이 각각 67개, 50개로 전체의 54.47%와 40.64%를 차지하였다.

일본 반려 동물 간식 상품의 가격은 최소 599원부터 최대 37,592원까지 다양하게 구성되어 있었다. 품목당 가격 분석 결과, 개별 상품 평균 가격은 3,175원으로 치즈스틱과 쿠키류가 각각 10,000원, 5,093원으로 가장 높은 가격대를 형성하고 있었으며, 습식류 간식이 1,016원으로 가장 저렴한 가격대를 형성하고 있었다.

개별 상품의 용량은 평균 87.40g으로 젤리류가 평균 129g으로 가장 높은 용량으로 상품이 구성되었으며, 쿠키류가 평균 53g으로 가장 낮은 용량으로 상품이 구성되어 있었다.

중국, 대만, 태국에 비해 가장 많은 품목을 진열하고 있었으며 다소 높은 가격대를 형성하고 있었다. 일본 상품의 특이한 제품군은 케익 종류이다. 반려동물에 대한 복지제도가 가장 잘 발달되어있는 일본에서는 반려동물의 생일, 가족이 된 입양 기념일 등에 사람이 먹어도 될 정도의 높은 퀄리티로 반려동물용 케익 등이 판매되고 있었다. 반려동물에 대한 주인의 먹이 지출 비용이 큰 일본의 특성에 부합하는 상품으로 해석된다.

3.1.3. 일본 반려동물 간식 마켓 현장 조사

○ 루미에르 하코자키점(ルミエール 箱崎店) (총 239종)

일본 루미에르 하코자키점은 총 239종으로 조사 대상 지역 중 가장 많은 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 2,298원, 최소 가격은 599원, 최대 가격은 6,593원이었다. 상품의 평균 용량은 69.7g, 최소 용량은 14.0g, 최대 용량은 400.0g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 29.4원, g당 최소 가격은 1.6원, g당 최대 가격은 93.7원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 일본 1엔 한화 10.69원)

- 습식류 조사 품목 (8종)

일본 루미에르 하코자키점의 습식류 조사 품목은 총 8종으로 Sesal가 대표적으

로 총 두 브랜드가 판매 중이었다. 상품의 평균 가격은 1,016원, 최소 가격은 934원, 최대 가격은 1,097원이었다. 습식류 상품의 용량은 100g으로 동일하였다. 상품의 g당 평균 가격은 10.2원, g당 최소 가격 9.3원, g당 최대 가격은 11.0원이었다.

- **쿠키류 조사 품목 (3종)**

일본 루미에르 하코자키점의 쿠키류 조사 품목은 총 3종으로 볼 형태의 쿠키 2종과, 뼈 모양의 쿠키 1종을 판매하고 있었다. 상품의 평균 가격은 1,412원, 최소 가격은 802원, 최대 가격은 2,021원이었다. 상품의 평균 용량은 85g, 최소 용량은 85g, 최대 용량은 100g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 15.8원, g당 최소 가격 11.5원, g당 최대 가격은 20.2원이었다.

- **젤리류 조사 품목 (17종)**

일본 루미에르 하코자키점의 젤리류 조사 품목은 총 17종으로 상품의 평균 가격은 2,367원, 최소 가격은 802원, 최대 가격은 4,053원이었다. 상품의 평균 용

량은 129.1g, 최소용량은 50g, 최대 용량은 330g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 19.0원, g당 최소 가격 9.5원, g당 최대 가격은 35.5원이었다.

- **건식류 조사 품목 (7종)**

일본 루미에르 하코자키점의 건식류 조사 품목은 총 7종으로 반려묘용의 어류 건식 상품이 주류를 차지하였다. 상품의 평균 가격은 2,021원, 최소 가격은 904원, 최대 가격은 2,834원이었다. 상품의 평균 용량은 87.1g, 최소용량은 40g, 최대 용량은 200g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 25.3원, g당 최소 가격 14.2원, g당 최대 가격은 34.2원이었다.

- **껌류 조사 품목 (17종)**

일본 루미에르 하코자키점의 껌류 조사 품목은 총 17종으로 상품의 평균 가격

은 3,371.9원, 최소 가격은 1,310원, 최대 가격은 5,069원이었다. 최소 가격과 최대 가격의 차이가 가장 많이 나는 상품군이다 상품의 평균 용량은 95.3g, 최소 용량은 50g, 최대 용량은 150g이었다. 껌류 상품의 g당 평균 가격은 35.6원, g당 최소 가격 13.1원, g당 최대 가격은 54.6원이었다.

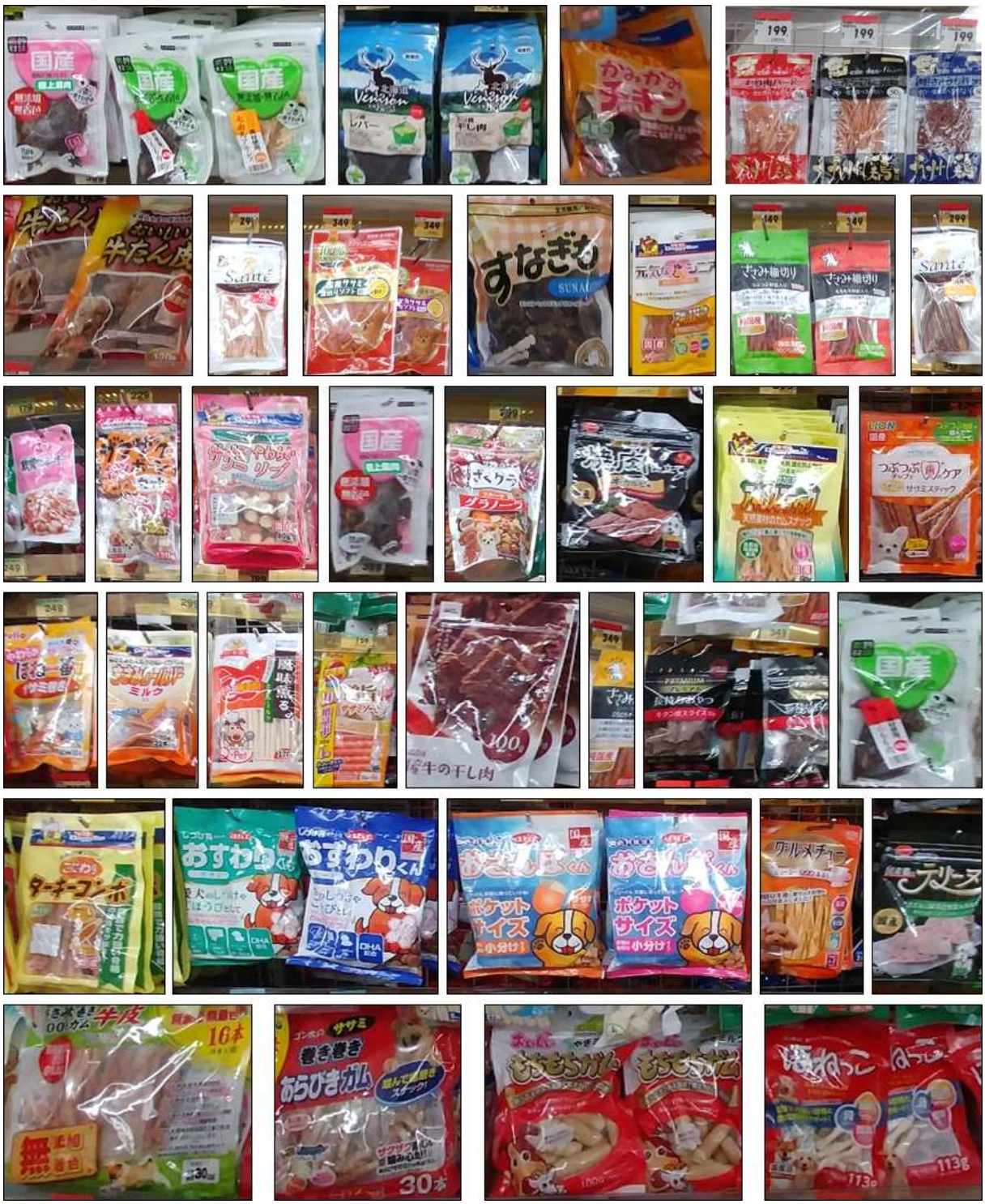
- **스프 및 겔류 조사 품목 (28종)**

일본 루미에르 하코자키점의 스프 및 겔류 조사 품목은 총 28종으로 CIAO사의 상품이 대표적이었다. 상품의 평균 가격은 2,061.8원, 최소 가격은 599.4원, 최대 가격은 6,593.8원이었다. 상품의 평균 용량은 110.6g, 최소용량은 40g, 최대 용량은 375g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 27.1원, g당 최소 가격 1.6원, g당 최대 가격은 40.4원이었다.

- **저키류(반려묘) 조사 품목 (31종)**

일본 루미에르 하코자키점의 반료묘 저키류 조사 품목은 총 31종으로 상품의 평균 가격은 1,256.9원, 최소 가격은 863.6원, 최대 가격은 1,717.0원이었다. 상품의 평균 용량은 49.5g, 최소 용량은 14g, 최대 용량은 100g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 32.8원, g당 최소 가격 10.1원, g당 최대 가격은 68.9원이었다.

- **저키류(반려견) 조사 품목1 (총 129종)**



ササミ・タラ
スナックボーイ
おすわり
国産
巻き巻き
やわらか
10本
Petio
DoggyMan
こだわり
ササミドック
おいしい豚耳カット
しなやか
ササミ 細切り
ササミ まるごと
大満足
178
329
299

国産
399
299
ささみ細切り
199
低脂肪
低カロリー
179
ささみスライス
ササミ
279
Petio
ササミとささみ
298
紗

일본 루미에르 하코자키점의 반료견 저키류 조사 품목은 총 129종으로 상품의 평균 가격은 2,557.2원, 최소 가격은 802.6원, 최대 가격은 5,069.8원이었다. 상품의 평균 용량은 101.4g, 최소 용량은 22.5g, 최대 용량은 400g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 31.3원, g당 최소 가격 5.1원, g당 최대 가격은 93.7원이었다.

○ AEON 마쿠하리 신토신점(イオンモール幕張新都心) (총 112종)

일본 AEON몰은 총 112종의 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 5,047원, 최소 가격은 약 1,097원, 최대 가격은 37,592원이었다. 상품의 평균용량은 67.6g, 최소 용량은 16.0g, 최대 용량은 300.0g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 74.1원, g당 최소 가격은 18원, g당 최대 가격은 447원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 일본 1엔 한화 10.69원)

- **건식류 및 기타 제품 조사 품목 (4종)**

건식류

기타(치즈스틱)

일본 AEON몰의 건식류 및 기타 제품류 조사 품목은 총 4종으로 상품의 평균 가격은 4,165.6원, 최소 가격은 3,048원, 최대 가격은 5,283원이었다. 건식류 및 기타 제품류 상품의 전체 용량은 40g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 104.1원, g당 최소 가격 76.2원, g당 최대 가격은 132.1원이었다.

- **스프 및 겔류(반려묘) 조사 품목 (43종)**

일본 AEON몰의 반려묘 스프 및 겔류 조사 품목은 총 43종으로 상품의 평균 가격은 1,769.3원, 최소 가격은 1,097.3원, 최대 가격은 5,059.7원이었다. 반려묘 스프 및 겔류 상품의 평균 용량은 62.7g, 최소 용량은 40g, 최대 용량은 204g이

었다. 상품의 g당 평균 가격은 29.1원, g당 최소 가격 19.6원, g당 최대 가격은 47.8원이었다.

- 저키류 조사 품목 (23종)

일본 AEON몰의 저키류 조사 품목은 총 23종으로 상품의 평균 가격은 5,029.6원, 최소 가격은 1,808.5, 최대 가격은 22,352.0원이었다. 상품의 평균 용량은 52.8g, 최소 용량은 40g, 최대 용량은 100g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 101.3원, g당 최소 가격 18.1원, g당 최대 가격은 447.0원이었다.

• 제빵류 조사 품목 (28종)

일본 AEON몰의 제빵류 조사 품목은 총 28종으로 상품의 평균 가격은 9,582.3원, 최소 가격은 1,676.4, 최대 가격은 37,592.0원이었다. 상품의 평균 용량은 98.1g, 최소용량은 16g, 최대 용량은 300g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 94.0원, g당 최소 가격 26.2원, g당 최대 가격은 228.6원이었다.

• 쿠키류 조사 품목 (12종)

일본 AEON몰의 쿠키류 조사 품목은 총 12종으로 상품의 평균 가격은5,706.5원, 최소 가격은 4,876.8원, 최대 가격은6,299.2원이었다. 상품의 평균 용량은 48.3g, 최소용량은 40g, 최대 용량은 60g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 120.3원, g당 최소 가격 97.5원, g당 최대 가격은 154.9원이었다.

3.2. 중국 마켓 동향

3.2.1. 중국 반려동물 산업 동향

중국은 국토 면적(17년 기준 9,596,961km²)이 세계에서 네 번째로 넓은 국가이며, 인구 수(2017년 약 1,379,302,771명)가 가장 많은 국가이다. 중국의 경제는 2017년 IMF 기준 국내 총생산이 11조 7,953억 달러로, 세계 2위 최대 경제 규모를 가지고 있다.

중국의 애완동물 마켓 규모는 2015년 기준으로 606억 달러로 규모로 추산되며, 이는 세계 최대 마켓 미국과 비슷한 규모를 가지고 있다. 중국 국가통계국에 따르면, 중국의 애완견은 총 2,740만 마리로 미국 5,530만 마리, 브라질3,570만 마리에 이어 세계 3위이며, 중국의 애완묘는 5,810만 마리로 미국 8,060만 마리에 이어 세계 2위를 차지하고 있다. 1~2인 가구의 급증 및 인구 고령화로 홀로 사는 외로움을 해소하기 위해 애완동물을 키우는 인구가 증가하면서 관련 제품 마켓이 지속적으로 확장되고 있는 추세이다. 영국의 마켓 조사기관 민텔에 따르면, 중국은 아시아태평양지역 최대 애완동물 사료 마켓임을 확인하였다.

거우민왕(狗民网)의 통계에 따르면, 2014년 중국 반려동물 산업의 소비규모는 719억 위안에 달했고, 2016년 최초로 1,000억 위안을 돌파해 2020년에는 1,885억 위안에 도달할 것으로 예상하고 있다. '2015년 중국 반려동물 주인 소비행위 보고'에 따르면, 현재 중국 내 99.8%의 반려동물 주인이 자신의 반려동물을 위해 비용을 지출하며, 대략 절반의 사람들이 평균 월 소득(약 6,000위안)의 약 8-10%에 달하는 월평균 100~500위안 정도를 반려동물에게 지출하고 있는 것으로 나타났다.

중국의 소득 수준 증가 및 반려동물을 키우는 인구비율이 늘어남에 따라 반려동물 관련 용품 및 서비스에 대한 수요가 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 중국 애완동물 산업백서(2016)에 따르면 주요 산업별 점유율은 식품(약 37%), 서비스(약 24%), 용품(약 16%), 약품(약 12%), 완구(약 10%)로 나타났다. 또한 중국의 산업 전문매체 중국 산업연구망(中国产业研究网)에 따르면, 고가형 반려동물 식품에 대한 수요가 증대되고 있으며, 이에 기인한 중국 반려동물 식품 마켓은 꾸준히 성장하는 추세이다. 2010년 약 100억 위안(세계 3위 마켓으로 예상) 규모를 보인 중국 반려동물 식품 총 생산액은 2015년 약 297억 위안 규모에 이르러 연평균 24.38%의 복합 성장률을 보이고 있는 것으로 나타났다. KOTRA 광저우

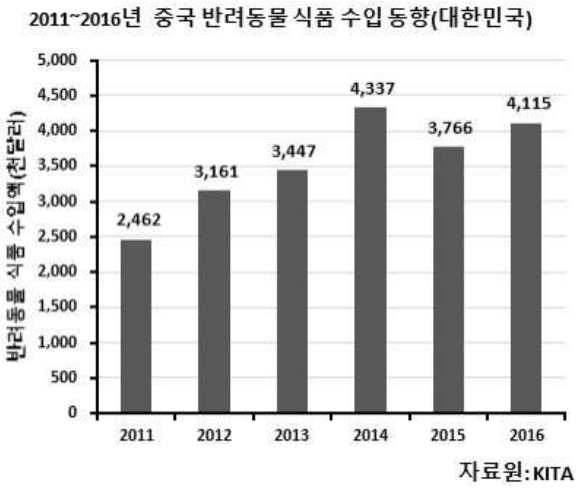
무역관 측은 “몇 년 안에 중국 반려동물 식품 마켓 규모가 30% 가량의 성장률을 기록할 것이고, 2020년까지 1200억 위안(약 23조 원)으로 세계 3위 마켓이 될 것으로 예상된다”고 밝혔다.

<중국 애완동물 마켓 주요 산업별 점유율(좌, 2016년도 중국 애완동물 산업백서), 중국 반려동물 마켓 및 사료 마켓 규모(우, 거우민왕(狗民网)의 통계, 중국 산업연구망>

2016년 중국의 반려동물 식품 수입액은 2억9226만 달러 규모로 전년 대비 21.3% 성장하였다. 중국의 우리나라 반려동물 식품 수입 규모는 2011년 246.2만 달러 규모에서 2014년 433.7만 달러 규모에 이르는 고속 성장을 보였으나(2013년 대비 25% 성장), 2015년 마이너스 성장률을 기록(2016년 이후 다시 411.5만 달러 규모로 돌아와 회복세로 바뀜)하였다.

『2014~2016년 중국 반려동물 식품 (HS Code 2309) 수입 규모』

2014	수입액(백만 달러)	238
	증가율(%)	5.0
2015	수입액(백만 달러)	241
	증가율(%)	1.2
2016	수입액(백만 달러)	292
	증가율(%)	21.3



중국에서 반려동물을 키우는 사람들은 사료를 선택할 때 가격보다는 영양성분, 품질 및 안정성 등을 기준으로 하는 천연사료, 저지방, 천연 유기성분 첨가, 색소 및 방부제 무첨가 식품 등을 소비하는 형태를 보이고 있어 중국 반려동물용품 마켓은 웰빙화와 고급화를 추구하고 있음을 반증하고 있다. 대다수의 소비자들은 자

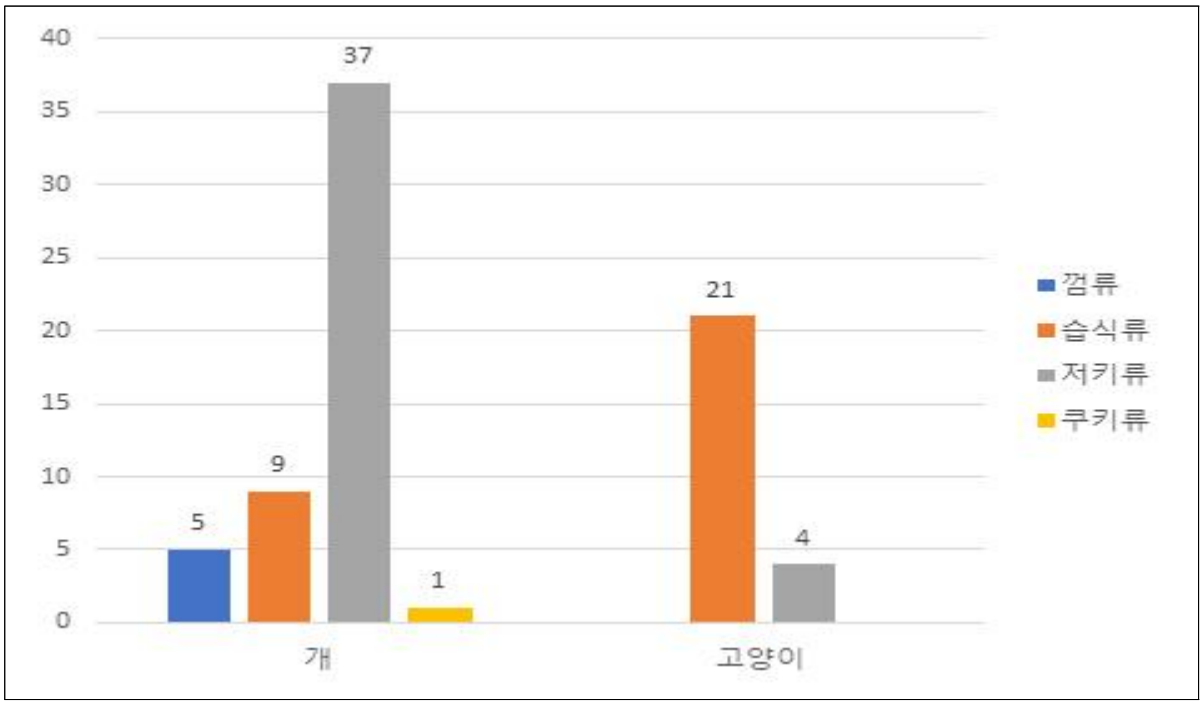
국 내 브랜드 보다 외산 브랜드 상품을 더 선호하고 있어 자국 내 제품의 질에 대한 제품신뢰도가 낮음을 보여주고 있었다. 이는 중국 내 1인 가구가 반려동물 마켓의 주 소비층을 형성하고 있으며, 60% 이상의 중국 반려동물 양육인은 국내 1선 도시 거주인으로 경제적인 여유가 있는 상류층에 해당되기 때문인 것으로 추측된다.

중국 반려동물용품 전문사이트인 보치망(波奇網)에 따르면 2018년 기준 중국 펫코노미(펫과 이코노미의 합성어로, 반려동물 관련 마켓을 의미) 규모는 32조 7천억 원(약 2,000억 위안)이 될 전망이다. 이는 전년(1,800억 위안) 대비 11%가 증가한 것으로, 약 2조 7천억 원으로 추산되는 국내마켓의 12배가 넘는다. 소득 증가와 고령화뿐만 아니라 바링허우(80년대 출생), 주링허우(90년대 출생) 등 젊은 층에서 반려동물을 찾기 시작함에 따라 관련 용품의 소비 및 수입이 많이 늘어날 전망이다. 가장 대표적인 반려동물 용품인 사료의 경우, 중국의 2017년 수입액은 8,920만 달러로 전년 대비 182% 증가했다.

黃金巴頓寵支貿易(GPAS) 업체에 따르면, 한국기업의 반려동물 식품을 수입할 때 제품의 질이 중국 제품에 비하여 우위에 있지만, 가격이 미국, 캐나다 등의 제품과 비슷한 수준이기 때문에 한국 제품을 선택할만한 차별화된 전략을 수립하여 한국 기업 제품을 써야하는 당위성을 확보해야할 것으로 보인다.

3.2.2. 중국 반려동물 간식 마켓 동향

중국의 반려동물 간식 마켓동향은 박람회 참가를 위하여 중국 상해(2018년 8월 21일 ~ 27일)와 북경(2018년 09월 12일 ~ 13일)에 방문하였을 때 조사하였다. 중국 상해에서는 동물병원 2지점, 펫샵 2지점을 방문하였으며, 북경에서는 월마트를 대상으로 조사하였다.



중국 반려동물 간식 품목별 판매 동향

중국의 반려동물 간식 마켓에서는 총 77 종류의 상품을 전시·판매하고 있었다. 그 중 반려견 상품이 52개로 전체의 67.53%, 반려묘 상품이 25개로 전체의 32.46%를 차지하였다. 반려견 상품은 저키류의 제품이 37개로 전체의 71.15%로 압도적인 비율을 차지하였고, 습식류, 껌류, 쿠키류 순이었다. 반려묘 상품은 습식류 제품이 21개로 전체의 84%를 차지하였으며, 저키류는 4종으로 16%를 차지하였다. 반려 동물 간식 상품의 가격은 최소 3위안(한화 약 488원)부터 최대 320위안(한화 약 53,856원)까지 다양하게 구성되어 있었다. 품목당 가격 분석 결과, 저키류의 가격대가 가장 높았으며 껌류가 가장 저렴하였다.

중국 반려 동물 간식 상품의 품목당 가격 분석 결과, 개별 상품 평균 가격은 3,257원으로 저키류가 평균 4,686원으로 가장 높은 가격대를 형성하고 있었으며,

습식류가 1,607원으로 가장 저렴한 가격대를 형성하고 있었다. 개별 상품의 용량은 평균 213.3g으로 쿠키류가 평균 454g으로 가장 높은 용량으로 상품이 구성되었으며, 저키류가 평균 98g으로 가장 낮은 용량으로 상품이 구성되어 있었다.

중국 상해에서 방문한 펫샵과 동물병원의 경우 로얄캐닌 제품만 2-3종 판매하고 있었고, 그 외 판매하는 제품의 종류는 한정적으로 나타나, 중국의 오프라인 반려동물 펫푸드 마켓이 로얄캐닌에 의해 잠식되어 있음을 확인할 수 있었다.

중국 현지인을 대상으로 한 인터뷰 결과, 중국 펫마켓의 경우 오프라인 마켓보다 온라인 마켓이 더 활성화되어 있어 온라인 구매가 일반적임을 확인할 수 있었다. 중국 마켓의 경우 사회주의 국가이다 보니 수입 물품에 대해 관세가 높다. 뿐만 아니라 샵에서 개별적으로 계약해서 수입하여 판매하는 시스템이라 오프라인에서 구입할 경우 온라인보다 수익률을 높게 책정하여 판매하는 경우가 대부분이다. 그렇기 때문에 제한된 제품을 판매하고 있는 오프라인 마켓보다는 다양한 제품들을 저렴하게 판매하고 있는 온라인 마켓에 대한 선호도가 더 높은 것으로 나타났다. 중국의 대표적인 온라인 마켓 3곳을 이용한 구매가 74%로 가장 높은 이용률을 나타낸다.

	타오바오	징동닷컴	티몰닷컴
온라인 마켓	淘宝网 Taobao.com	JD.京东 .COM 多·快·好·省	天猫 TMALL.COM

3.2.3. 중국 반려동물 간식 마켓 현황 조사

○ 중국-월마트 (총 43종)

중국 월마트는 총 43종의 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 1,849원, 최소가격은 약 488원, 최대 가격은 4,863원이었다. 상품의 평균용량은 241.0g, 최소용량은 80g, 최대용량은 1,020.g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 13.9원, g당 최소 가격은 0.6원, g당 최대 가격은 33.5.0원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 중국 1위안 한화 168.3원)

- 저키류(반려견) 품목 조사 (20종)

중국 월마트의 반려견 저키류 조사 품목은 총 20종으로 상품의 평균 가격은 2,253.5원, 최소 가격은 488.1원, 최대 가격은 4,173.8원이었다. 상품의 평균 용량은 113.3g, 최소용량은 80g, 최대 용량은 200g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 20.6원, g당 최소 가격 4.9원, g당 최대 가격은 33.5원이었다.

- **저키류(반려묘) 품목 조사 (4종)**

중국 월마트의 반려묘 저키류 조사 품목은 총 4종으로 상품의 평균 가격은 563.8원, 최소 가격은488.1원, 최대 가격은 639.5원이었다. 상품의 평균 용량은 90g, 최소용량은 90g, 최대 용량은 100g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 6.2원, g당 최소 가격 6.1원, g당 최대 가격은 6.4원이었다.

- **껌(반려견) 품목 조사 (5종)**

중국 월마트의 반려견 껌류 조사 품목은 총 5종으로 상품의 평균 가격은 2,349.5원, 최소 가격은 1,649.3원, 최대 가격은 4,863.9원이었다. 상품의 평균 용량은 284.6g, 최소용량은 158g, 최대 용량은 7800g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 9.8원, g당 최소 가격 6.2원, g당 최대 가격은 11.5원이었다.

- **습식류 (반려묘) 품목 조사 (13종)**

중국 월마트의 반려묘 습식류 조사 품목은 총 13종으로 상품의 평균 가격은 1,345.1원, 최소 가격은 656.4원, 최대 가격은 3,164.0원이었다. 상품의 평균 용량은 453.7g, 최소용량은 85g, 최대 용량은 1,020g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 8.2원, g당 최소 가격 0.6원, g당 최대 가격은 18.8원이었다.

- **쿠키류(반려견) 품목 조사 (3종)**

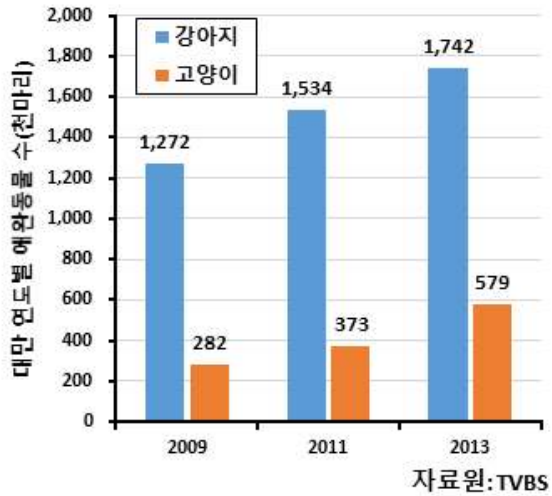
중국 월마트의 반려견 습식류 조사 품목은 총 3종으로 상품의 평균 가격은 2,945.3원, 평균 용량은 450g, g당 평균 가격은 6.5원이었다.

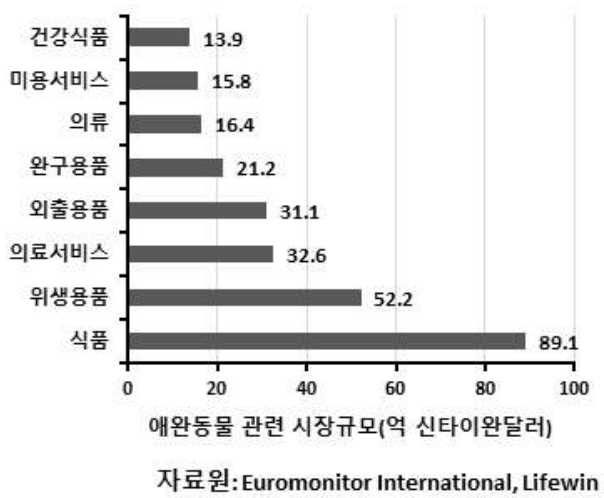
3.3. 대만 마켓 동향

3.3.1. 대만 반려동물 산업 동향

대만은 국토 면적(17년 기준 35,980km²)으로만 세계 여러 나라 중에 139번째이고 55번째(2017년 약 23,508,428명)의 인구수를 가진 국가로서 2017년 기준 국내 총생산이 5,668억 달러로 세계 22위 국가이다. 대만 행정원 통계에 따르면, 대만 평균 가족 구성원 수는 10년 전부터 3명으로, 평균 자녀수는 1.3명이다. 저출산, 고령화의 영향으로 반려동물 수요 또한 꾸준히 증가하고 있으며, 3명당 1명이 애완동물을 키우고 있어 애완동물 마켓은 매년 13%대의 성장률을 기록하고 있는 실정이다.

대만 애완동물 마켓 규모는 약 464억 타이완 달러로 추정되며 개와 고양이 외 토끼, 조류 등의 애완동물까지 포함한다면 마켓 규모는 500억 타이완 달러를 넘어설 것으로 예측하고 있다. 행정원 농업위원회(行政院農業委員)에 따르면, 강아지(25%)와 고양이(4%)를 키우는 반려인구 수가 전체인구수의 약 29%에 달하며, 2013년 기준 강아지와 고양이 개체 수는 각각 174만 마리와 58만 마리로 2011년 대비 강아지 11.9%, 고양이 35.6%가 증가한 것으로 나타났다.





특히 고정적인 소비분야(Fix Expenditure)인 반려동물 식품분야는 생활용품이나 완구분야에 비해 전망이 밝은 것으로 나타났다. 대만에서도 반려동물 사료는 질 좋은 제품을 선호하는 경향을 보였으며, 그 원인으로는 반려동물이 질병에 노출되면, 동거인에게 영향을 미치기 때문으로 나타났다. 위와 같은 원인으로 대만

유기농열풍이 반려동물 사료 마켓에도 불고 있어 사료 외에 건강기능성 보조 식품류 수요가 늘어나는 추세이다. 건강식품(약 13.9억 신타이완 달러)을 포함한 대만의 식품 마켓 규모는 약 103억 신타이완 달러로 대만 전체 반려동물 마켓의 37.8%를 차지하고 있었다.

『대만 동물별 사료 마켓 규모』 (단위: 백만 신타이완 달러)

구분	2013	2015	2017	2019(예상)	2021(예상)
개	10,374	11,687	13,395	14,626	15,829
고양이	1,584	2,034	2,734	3,452	4,210
물고기	1,157	1,246	1,341	1,383	1,432
소형 포유류, 파충류	16	17	17	17	18
새	11	12	13	13	13
총계	13,142	14,996	17,500	19,491	21,502

자료: 유로모니터

유로모니터 자료에 따르면 대만의 반려동물 사료 마켓은 연 평균 5-8%대의 성장률을 보이고 있으며, 반려동물별 사료 마켓 규모를 조사한 결과 2017년 기준으로 반려견 마켓이 전체 마켓의 76.5%, 반려묘 마켓이 15.6%를 차지하는 것으로 나타났으며, 2021년까지 총 사료 마켓은 215억 신타이완 달러로 신장될 것으로 기대하고 있다. 또한 반려동물 사료를 구입하는 소비자는 비만을 억제하기 위한 저칼로리나 채식사료, 질병예방 기능성 사료 또는 단백질 등과 같은 풍부한 영양소가 함유된 기능성 사료가 선호되는 것으로 조사되었으며, 구매 동기는 합리적인 가격(25.7%), 성분(24.3%), 맛(21.9%), 점원 추천(15.5%) 등의 순으로 결정된다고 리서치기관 Pollster는 보고하였다.

페이넝(倍能)의 신장질환을 예방하는 사료와 채식사료

바오궈푸(寶多福)의 식품

자료원 : 야후 인터넷쇼핑 및 KOTRA 타이베이 무역관 자체자료

<대만에서 판매되는 기능성 사료>

대만 재정부 관무서 자료에 따르면, 반려동물 사료 수입규모는 2016년 기준 약 1.4억 달러 규모이며, 사료첨가제의 경우 약 4,5천만 달러 규모로 나타났다. 이를 기초로 한 수입액은 매년 약 10% 안팎으로 증가하는 추세이며, 미국 브랜드인 마즈(Mars)와 힐스펫(Hill's Pet) 제품이 약 40%의 마켓을 점유하고 있는 것으로 조사되었다. 반려동물 사료 및 건강기능식품의 주요 수입국으로는 미국(10.1%), 태국(15%) 독일(4.6%)인 것으로 나타났다.

『반려동물식품 수입현황』 (단위: 만 달러)

품목명(HS Code)	2015	2016	2017 (1-8월)	증감율	주요 수입국(비중)
사료·건강기능식품 (2309.10.00002)	14,055	14,091	10,805	15.7	미국(10.1), 태국(15.0), 독일(4.6)
사료첨가제 (2309.90.90907)	3,989	4,547	3,368	12.0	미국(27.2), 네덜란드(14.4), 독일(9.9)
총계	18,044	18,638	14,173	12.9	

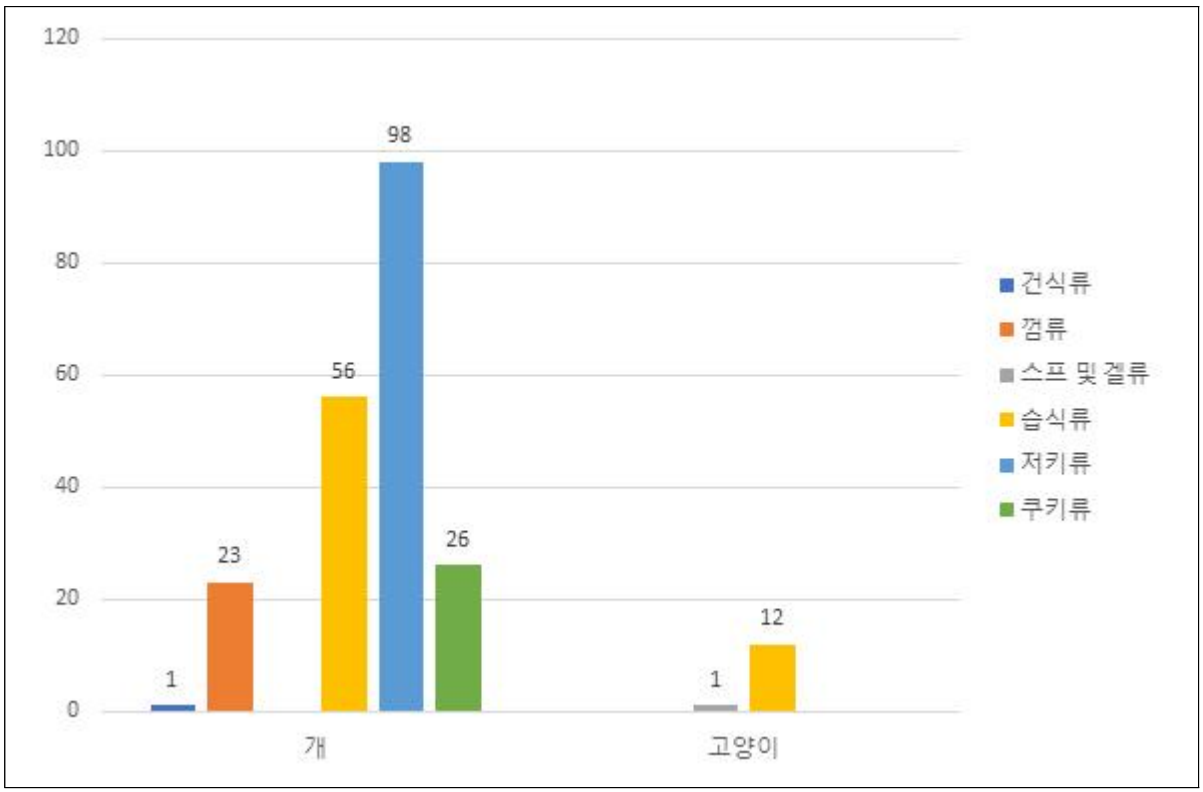
자료: 대만 재정부 관무서

애완동물 식품 마켓에서 한국산 수입비율은 1%에 그치나 수입액 면에서 지속적으로 성장하고 있으며, 한국 제품의 경우 애완용 간식 위주로 수출되고 있었다. 현재 대만 마켓에 진출한 한국업체에 따르면 식물성 원료나 가죽 원료의 경우 즉시 수입할 수 있으나 동물성 원료(육류)를 포함한 사료의 경우 검역과 수입절차가 까다롭고 시간이 오래 걸리는 편이며 제조사 등록이 필요하므로 수출이 어려운 것으로 나타났다. 대만 마켓 내 진출한 반려동물 식품관련 한국 업체는 주로 스틱 위주의 간식을 판매하고 있었으며, 포켄스사는 과일위주 덴탈스틱, 네츄럴펫사는 유기농위주 그리고 바우와우사는 치즈맛을 위주로 판매하고 있었다.

대만에 애완동물 식품을 수출할 시(특히, 육류와 동물성 단백질이 함유된 식품) 수출절차와 검열이 비교적 까다로우므로 수출 전 필요한 서류와 요구되는 절차 등에 대한 숙지가 필요한 것으로 나타났다. 사료 및 사료 첨가물은 행정원 농업위원회의 비준을 통과해 수입 등기를 발급받아야 하며, 수입 시 농업위원회의 동식물 검역을 받아야 한다.

3.3.2. 대만 반려동물 간식 마켓 동향

대만 가오슝에서 개최된 2018 Kaoshiung Food Show (2018년 10월 25 ~ 28일)에 참석하여 주변 반려동물 간식 마켓동향을 펫샵과 대형마켓(Carrefour)에서 조사하였다.



대만 반려동물 간식 품목별 판매 동향

2곳의 반려동물 마켓에서 반려동물 간식 총 217종류의 상품을 조사하였으며, 그 중 반려견 상품이 204개로 전체의 94%, 반려묘 상품이 13개로 전체의 5.9%를 차지하였다. 반려견 상품은 저키류의 제품이 98개, 전체의 48.04%로 압도적인 비율을 차지하였고 습식류, 쿠키류, 껌류, 건식류 순이었다. 반려묘 상품은 습식류 제품이 12개로 전체의 92.31%를 차지하였고 나머지 제품은 스프 및 갤류 1종이었다.

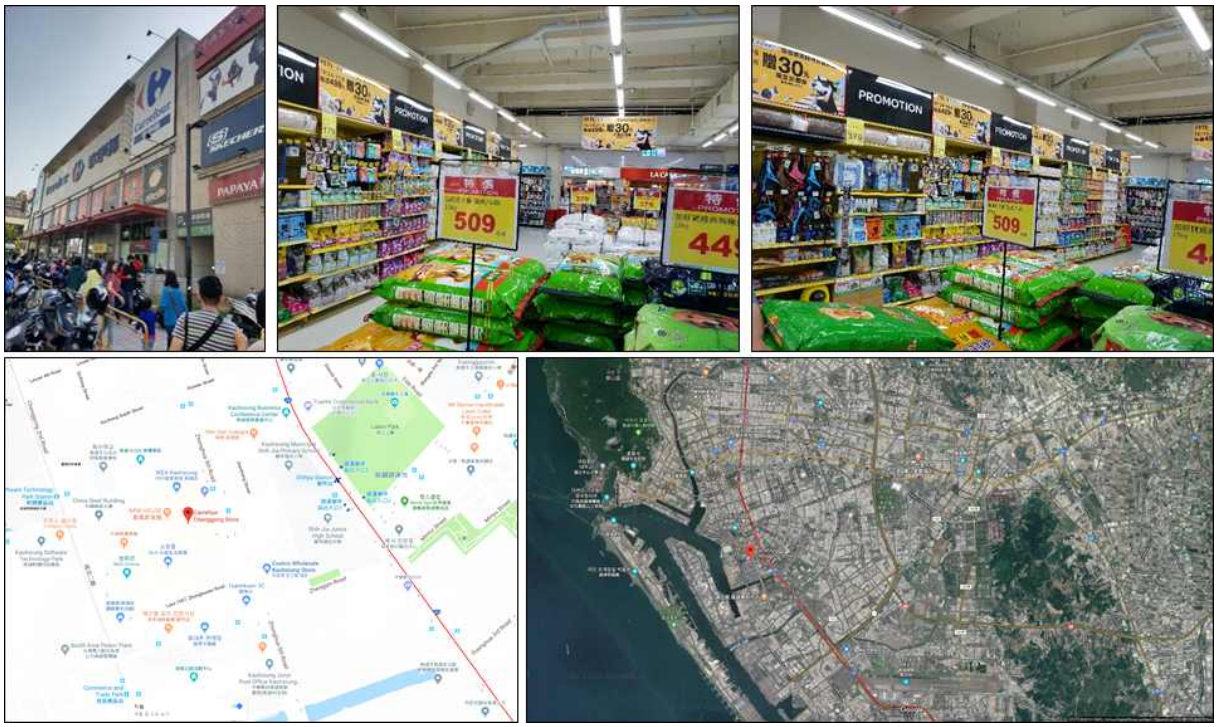
대만 반려 동물 간식 상품의 가격은 최소 13달러(한화 약 475원)부터 최대 1400엔(한화 약 51.156원)까지 다양하게 구성되어 있었다. 품목당 가격 분석 결과, 개별 상품 평균 가격은 4,842원으로, 건식류가 9,135원으로 가장 높은 가격

대를 형성하고 있었으며, 스프 및 겔류가 548원으로 가장 저렴한 가격대를 형성하고 있었다. 개별 상품의 용량은 평균 167.3g으로 쿠키류가 평균 268.1으로 가장 높은 용량으로 상품이 구성되었으며, 스프 및 겔류가 평균 15g으로 가장 낮은 용량으로 상품이 구성되어 있었다.

대만 펫샵의 규모는 일본에 버금갈 정도로 큰 규모를 형성하고 있었으며, 대형 쇼핑몰 내 반려동물 식품코너 역시 상당한 규모를 가지고 있었다. 흥미롭게도 대만에서는 반려견 사료 종류 중 습식사료의 비중이 다른 나라에 비해서 월등히 높았다. 이는 일반적으로 반려견은 건식 사료가 주로 유통되고 있으며, 습식사료는 고양이 사료로 많이 쓰이는 것에 대비하여 특이적이라고 할 수 있다. 이를 통하여 대만에서 반려동물, 특히 반려견에 대한 지출이 다른 선진국에 비하여 크게 차이가 나지 않음을 알 수 있다.

3.3.3. 대만 반려동물 간식 마켓 현황 조사

○ 대만 가오슝 - 까르푸 (총 44종)



대만 가오슝 까르푸는 총 44종의 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 4,473원, 최소 가격은 약 475원, 최대 가격은 21,375원이었다. 상품의 평균용량은 191.8g, 최소용량은 15g, 최대용량은 1,100g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 31.9원, g당 최소 가격은 2.8원, g당 최대 가격은 89.5원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 중국 1위안 한화 168.3원)

- 저키류(반려견) 품목 조사 (25종)

대만 가오슝 까르푸의 반려견 저키류 조사 품목은 총 25종으로 상품의 평균 가격은 5,510.2원, 최소 가격은 2,119.3원, 최대 가격은 6,833.0원이었다. 상품의 평균 용량은 146.3g, 최소용량은 69g, 최대 용량은 500g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 47.3원, g당 최소 가격 10.1원, g당 최대 가격은 89.5원이었다.

- **쿠키류(반려견) 품목 조사 (1종)**

대만 가오슝 까르푸의 반려견 쿠키류 조사 품목은 총 1종으로 상품의 가격은 2,009.7원, 용량은 300g, g당 가격은 6.7원이었다.

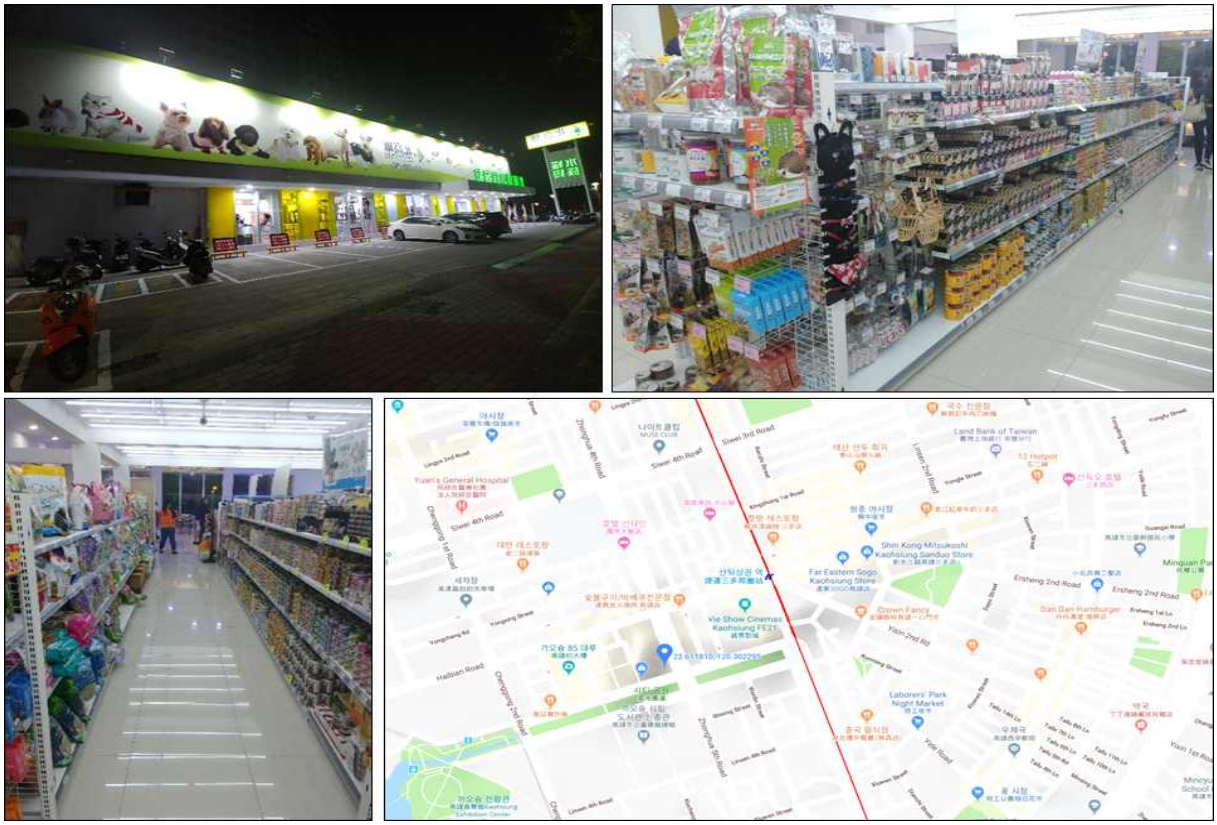
- **껌류(반려견) 품목 조사 (2종)**

대만 가오슝 까르푸의 반려견 껌류 조사 품목은 총 2종으로 상품의 평균 가격은 21,101.9원, 최소 가격은 20,827.8원, 최대 가격은 21,375.9원이었다. 상품의 용량은 1,100g으로 동일하였다. 상품의 g당 평균 가격은 19.2원, g당 최소 가격 18.9원, g당 최대 가격은 19.4원이었다.

• 습식사료(반려묘) 품목 조사 (13종)

대만 가오슝 까르푸의 반려묘 습식류 조사 품목은 총 12종으로 상품의 평균 가격은 810.0원, 최소 가격은 475.0원, 최대 가격은 913.5원이었다. 상품의 평균 용량은 88.8g, 최소 용량은 60g, 최대 용량은 170g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 10.8원, g당 최소 가격 2.8원, g당 최대 가격은 14.0원이었다.

○ 대만 가오슝 - 펫샵 (총 204종)



대만 가오슝 펫샵에서는 총 204종의 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 4,978원, 최소 가격은 약 656원, 최대 가격은 51,156원이었다. 상품의 평균 용량은 162.9g, 최소용량은 20g, 최대용량은 1,000g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 40.5원, g당 최소 가격은 0.8원, g당 최대 가격은 529.8원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 대만 1달러 한화 36.54원)

- 저키류(반려견) 품목 조사 1 (87종)

대만 가오슝 펫샵의 반려견 저키류 조사 품목은 총 87종으로 상품의 평균 가격은 7,588.5원, 최소 가격은 730.8원, 최대 가격은 51,156.0원이었다. 상품의 평균 용량은 150.9g, 최소 용량은 20g, 최대 용량은 1,000g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 65.6원, g당 최소 가격 24.1원, g당 최대 가격은 529.8원이었다.

- **쿠키류(반려견) 품목 조사 (25종)**

대만 가오슝 펫샵의 반려견 쿠키류 조사 품목은 총 25종으로 상품의 평균 가격은 5,479.5원, 최소 가격은 2,557.8원, 최대 가격은 9,098.5원이었다. 상품의 평균 용량은 266.8g, 최소 용량은 50g, 최대 용량은 580g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 25.8원, g당 최소 가격 15.7원, g당 최대 가격은 108.9원이었다.

• 습식류(반려견) 품목 조사 (70종)

대만 가오슝 펫샵의 반려견 습식류 조사 품목은 총 70종으로 상품의 평균 가격은 1,881.3원, 최소 가격은 913.5원, 최대 가격은 5,006.0원이었다. 상품의 평균 용량은 117.7g, 최소 용량은 35g, 최대 용량은 374g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 18.5원, g당 최소 가격 5.3원, g당 최대 가격은 36.5원이었다.

- **건식간식(반려견) 품목조사 (1종)**

대만 가오슝 펫샵의 반려견 건식 간식 조사 품목은 총 1종으로 상품의 가격은 9,135원, 용량은 180g, g당 평균가격은 50.8원이었다.

- **껌류(반려견) 품목 조사 (21종)**

대만 가오슝 펫샵의 반려견 껌류 조사 품목은 총 21종으로 상품의 평균 가격은 4,123.8원, 최소 가격은 2,557.8원, 최대 가격은 10,925.5원이었다. 상품의 평균 용량은 144.8g, 최소 용량은 100g, 최대 용량은 580g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 31.3원, g당 최소 가격 18.8원, g당 최대 가격은 47.5원이었다.

3.4. 태국 마켓 동향

3.4.1. 태국 반려동물 산업 동향

태국은 국토 면적(17년 기준 513,120km²) 기준으로 세계에서 51 번째로 넓은 국가고 세 번째(2017년 어림 68,200,824명)로 인구가 21번째로 많은 국가이다. 태국은 2017년 기준 국내 총생산이 4,329억 달러에 달한다. 태국 반려동물 마켓은 정치상황, 자연재해, 경제위기 등 여러 문제에도 매해 성장하고 있으며 지난 5년간 11% 이상의 연 성장률을 기록하고 있다. 반려동물을 기르는 인구가 점점 늘어남에 따라 2013년 반려동물 마켓 성장률은 11.7% 달하며, 마켓 가치는 약 183.6억 바트(6억1202만 달러)에 이를 것으로 예상하고 있다.

태국 애완용품산업협회와 세계적인 리서치 전문업체 Euromonitor International 조사에 따르면 2012년 태국 반려동물 마켓은 전년에 비해 15.1% 증가한 약 164억3000만 바트(5억4781만 달러)로 사료 마켓(152억8000만 바트, 5억928만 달러)과 애완용품 마켓(11억2000만 바트, 3,853만 달러)으로 구분된다. 태국 반려동물 사료 마켓은 전체 마켓의 93%를 차지하는 기형적 구조를 가지고 있는 것으로 나타났다.

태국의 반려동물 사료 전체 마켓은 2012년 기준으로 약 5억900만 달러 규모를 가지고 있으며, 그 중 개 사료 마켓은 약 3억8000만 달러, 고양이 사료 마켓이 8,762만 달러 규모를 차지하고 있었다. 이는 전체 사료 마켓 대비 약 80%에 달하며, 기타 물고기 사료 마켓이 2,408만 달러를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 반려동물 사료 마켓의 80%는 보관이 용이하며 경제적인 건식사료가 차지하고 있었으며, 프리미엄 사료로 인식되고 있는 습식사료(20%)는 고급화 이미지를 통해 중상류층에게 판매되고 있었다.

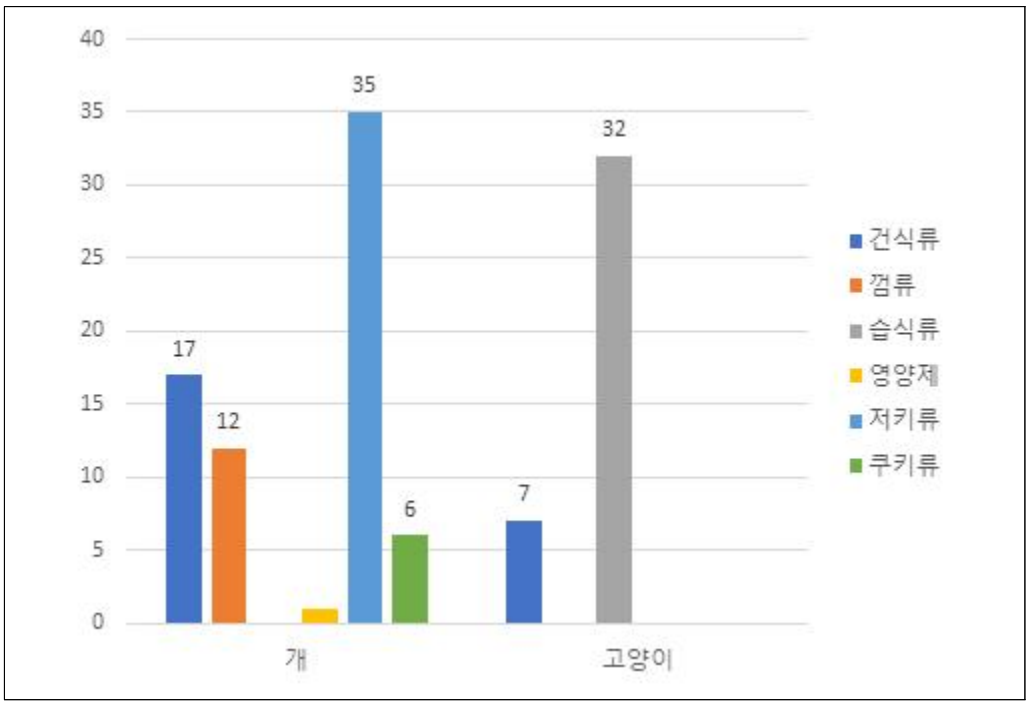
『반려동물 식품 판매액(2007~2012)』 (단위 : 천 달러)

종류	2007	2008	2009	2010	2011	2012
개	202,683	228,643	258,040	295,403	329,730	381,077
고양이	44,953	49,640	57,873	64,047	73,987	87,620
합계	204,690	230,651	260,049	359,450	403,717	468,697

자료원 : Euromonitor

3.4.2. 태국 반려동물 간식 마켓 동향

2018년 5월 29일 ~ 6월 2일 사이에 태국 식품박람회(THAIFEX 2018)에 참석하였으며, 이 기간 동안 태국 방콕에 위치한 대형마트(Siam Paragon)에 위치한 펫코너에서 반려동물 간식 마켓동향을 조사하였다.



태국 반려동물 간식 품목별 판매 동향

태국에서는 총 110종의 반려동물 간식을 대상으로 분석하였다. 그 결과 반려견 상품이 71개로 전체의 64.54%, 반려묘 상품이 39개로 전체의 35.45%를 차지하였다. 반려견 상품은 저키류의 제품이 35개, 전체의 49.3%로 가장 높은 비율을 차지하였고 건식류, 껌류, 쿠키류, 영양제 순이었다. 반려묘 상품은 총 39개로 습식류 제품이 각각 32개로 전체의 82.05%를 차지하였고, 건식류 상품이 7개로 17.95%를 차지하였다.

태국 반려 동물 간식 상품의 가격은 최소 475원부터 최대 51,156원까지 다양하게 구성되어 있었다. 품목당 가격 분석 결과, 저키류와 쿠키류가 각각 평균 2,690원, 1,577원으로 가장 높은 가격대를 형성하고 있었으며, 습식류가 870원으로 가장 저렴한 가격대를 형성하고 있었다. 개별 상품의 용량은 평균 151.1g으로 건식류가 평균 238.8g으로 가장 높은 용량으로 상품이 구성되었으며, 껌류가 평

균 47.9g으로 가장 낮은 용량으로 상품이 구성되어 있었다.

흥미롭게도 자국(태국)에서 생산되는 반려동물 간식 제품의 경우 저급 원료를 기반으로 만들어져 그 질이 해외에서 수입되어 들어오는 제품에 비하여 다소 낮은 것으로 보였다.

3.4.3. 태국 반려동물 간식 마켓 현황 조사

태국 대형마트 Siam Paragon에서는 총 100여종의 상품을 판매하고 있었으며, 상품 평균 가격은 1,701원, 최소 가격은 약 462원, 최대 가격은 9,576원이었다. 상품의 평균용량은 151.1g, 최소용량은 20g, 최대용량은 1,200g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 15.9원, g당 최소 가격은 4.0원, g당 최대 가격은 70.5원이었다. (2019년 3월 22일 환율 변환 기준, 태국 1바트 한화 35.6원)

- **저키류(반려견) 품목 조사 (31종)**

태국 대형마트 Siam Paragon의 반려견 저키류 조사 품목은 총 31종으로 상품의 평균 가격은 2,690.7원, 최소 가격은 890.0원, 최대 가격은 9,576.4원이었다.

상품의 평균 용량은 163.7g, 최소 용량은 50g, 최대 용량은 800g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 24.8원, g당 최소 가격 8.9원, g당 최대 가격은 70.5원이었다.

- **쿠키류(반려견) 품목 조사 (10종)**

태국 대형마트 Siam Paragon의 반려견 쿠키류 조사 품목은 총 10종으로 상품의 평균 가격은 1,577.1원, 최소 가격은 783.2원, 최대 가격은 3,382.0원이었다. 상품의 평균 용량은 143.0g, 최소 용량은 70g, 최대 용량은 340g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 11.9원, g당 최소 가격 7.8원, g당 최대 가격은 24.6원이었다.

- **영양제 (1종)**

태국 대형마트 Siam Paragon의 영양제 조사 품목은 총 1종으로 상품의 가격은 3,809원, 용량은 250g, g당 가격은 15.2원이었다.

• 습식류(반려묘) 품목 조사 (32종)

태국 대형마트 Siam Paragon의 반려묘 습식류 조사 품목은 총 32종으로 상품의 평균 가격은 870.0원, 최소 가격은 462.8원, 최대 가격은 1,602.0원이었다. 상품의 평균 용량은 111.3g, 최소 용량은 70g, 최대 용량은 400g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 9.2원, g당 최소 가격 4.0원, g당 최대 가격은 13.8원이었다.

• 건식류(반려견) 품목 조사 (17종)

태국 대형마트 Siam Paragon의 반려견 건식류 조사 품목은 총 17종으로 상품의 평균 가격은 2,108.8원, 최소 가격은 818.8원, 최대 가격은 8,010.0원이었다. 상품의 평균 용량은 304.1g, 최소 용량은 80g, 최대 용량은 1,200g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 7.8원, g당 최소 가격 6.3원, g당 최대 가격은 11.1원이었다.

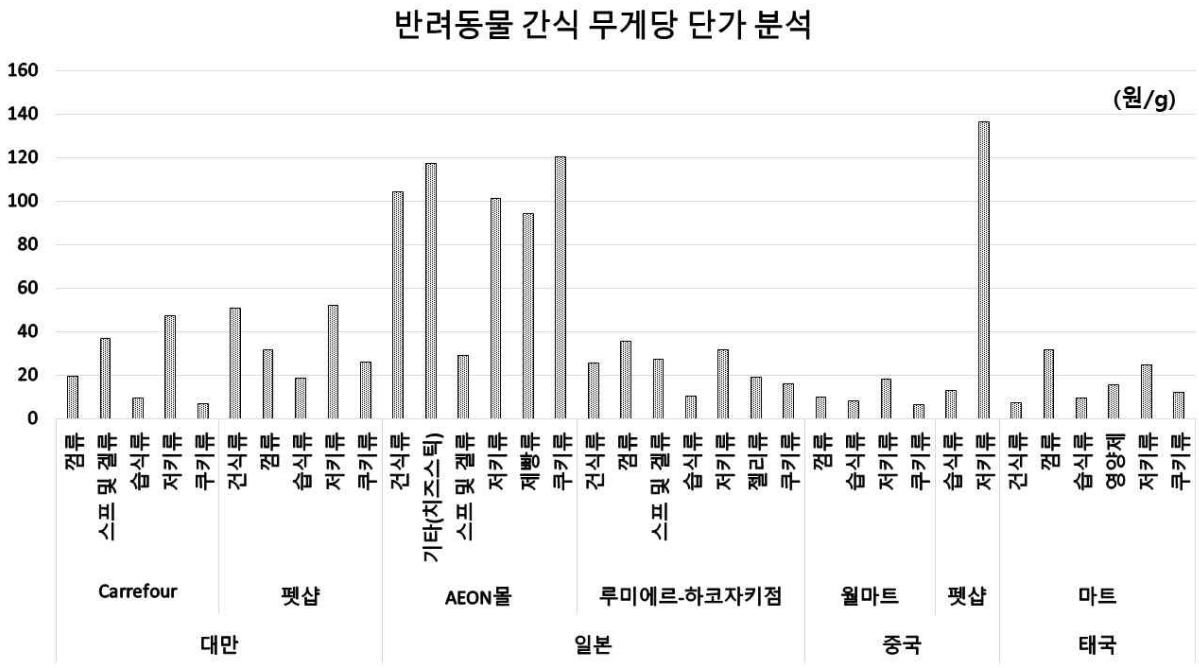
• 껌류 (반려견) 품목조사 (12종)

태국 대형마트 Siam Paragon의 반려견 껌류 조사 품목은 총 12종으로 상품의 평균 가격은 1,421.0원, 최소 가격은 498.4원, 최대 가격은 1,744.4원이었다. 상품의 평균 용량은 47.9g, 최소 용량은 20g, 최대 용량은 70g이었다. 상품의 g당 평균 가격은 31.4원, g당 최소 가격 22.9원, g당 최대 가격은 39.7원이었다.

4. 결론

본 수출연구사업단에서는 대상 품목인 식용곤충기반 반려동물 간식 제품의 국가별 포지셔닝과 가격대를 설정하는 등 수출경쟁력 강화 방안을 모색하고 있다. 제품에 대한 인지도를 높이기 위하여 국내 식품박람회 또는 펫 박람회에 참여하여 소비자에게 홍보를 하였으며, 일본(FOODEX JAPAN 2018), 태국(THAIFEX 2018), 미국(Natural Products Expo West 2018), 중국(CIPS 2017, Pet Fair Asia 2018, 북경 K-Food Fair), 대만(2018 Kaoshiung Food Show) 등 국제 식품 및 펫 박람회에 참여하여 제품 홍보 및 바이어미팅 그리고 현지 마켓 조사를 수행하였다.

박람회에서의 반려동물 마켓의 가장 대표적인 흐름은 상품의 고급화, 원료의 차별화등의 강점이 크게 작용하는 것으로 나타난 반면에, 현지 마켓에서 유통되는 고급 제품의 비율은 크게 높지 않은 것으로 확인되었다. 이는 박람회에서는 신생업체들이 차별화된 고급 원료를 사용하여 마케팅을 시작하는 단계이나 아직 현지 마켓에 입점하지 못한 것으로 판단된다. 또한 대부분의 고급 간식이 유통기한이 짧은 수제 간식임을 감안했을 때 마켓의 요구와 흐름에 맞는 차별화된 고급 제품의 표준화가 시급해 보인다.



국가/판매점/품목	원 / 무게 (g)
대만	
Carrefour	
껌류	₩ 19
스프 및 겔류	₩ 37
습식류	₩ 9
저키류	₩ 47
쿠키류	₩ 7
펫샵	
건식류	₩ 51
껌류	₩ 31
습식류	₩ 19
저키류	₩ 52
쿠키류	₩ 26
일본	
AEON몰	
건식류	₩ 104
기타(치즈스틱)	₩ 117
스프 및 겔류	₩ 29
저키류	₩ 101
제빵류	₩ 94
쿠키류	₩ 120
루미에르-하코자키점	
건식류	₩ 25
껌류	₩ 36
스프 및 겔류	₩ 27
습식류	₩ 10
저키류	₩ 32
젤리류	₩ 19
쿠키류	₩ 16
중국	
월마트	
껌류	₩ 10
습식류	₩ 8
저키류	₩ 18
쿠키류	₩ 6
펫샵	
습식류	₩ 13
저키류	₩ 136
태국	
마트	
건식류	₩ 7
껌류	₩ 31
습식류	₩ 9
영양제	₩ 15
저키류	₩ 25
쿠키류	₩ 12

현지 시장조사결과 반려동물 간식의 단가는 품목별로 보았을 때 저키류, 껌류와 같이 기호성 식품이 중량별 단가가 가장 높았다. 또한 유사한 품목이더라도 판매점의 등급에 따라서, 국가에 따라서 달랐는데 국가별로는 일본이 가장 단가가 높았으며 태국이 단가가 가장 낮았다. 이러한 경향은 일반적으로 사람이 소비하는 식품시장과 유사한 경향을 보여주고 있는데 실제로 사람을 타겟으로한 식품도 주식으로 삼는 것은 무게당 단가가 낮으며 커피, 케이크와 같은 기호성 식품의 경우 중량별 단가가 높은 것으로 잘 알려져 있다. 중량별 단가는 생산단가, 유통단가 등에 영향을 끼치므로 낮은 중량임에도 불구하고 높은 가격대를 형성하는 제품이 생산/유통단가는 낮으면서 보다 큰 수익을 창출할 수 있다는 점에서 저키류 간식을 우선적으로 출시하는 것이 동일한 노력으로 보다 높은 가치를 창출할 수 있을 것으로 판단된다.

일본 반려동물 간식 마켓의 경우 상품의 다양성이 매우 높아 반려 동물의 기호성을 매우 중시하고, 케익류 등에서 시사하는 고급화 등이 이미 이루어졌다고 파악되며 이미 Aeon몰 같은 프리미엄 마켓에 빠르게 입점하는 것이 휴먼그레이드 프리미엄 등급 반려동물 간식이 일본시장에서 점유율을 높이는데 효과적일 것으로 판단된다.

중국 반려동물 간식 마켓의 경우 오프라인 마켓에 비하여 온라인 마켓의 매출 비율이 70% 이상을 차지한다. 그러나 이 온라인 마켓이 전문 펫 유통몰이 아닌 종합 유통 몰임을 감안하여 식용곤충식의 우수성을 홍보하는 일반 상품과 이를 적용시킨 프리미엄 반려견 간식을 동시에 온라인을 통해 판매한다면 마켓 정착 가능성이 높을 것으로 기대 된다. 그러나 아직 온라인 시장이 익숙치 않은 고객 규모 또한 매우 크므로 오프라인 기반을 먼저 탄탄히 구축 후 제품의 홍보와 함께 온라인 시장으로 진입하는 것이 가장 신뢰할 만한 사업개발모델로 판단된다.

태국 반려동물 마켓의 경우 초기 성장기이기 때문에 고급화보다는 보편 대중화된 상품이 주를 이루고 있다. 특히 로얄캐닌 등의 프랑스 등의 유럽 제품에 대한 선호도가 높기 때문에 가격 대비 성능이 높은 국내 제품이 초기 마켓에 브랜드 경쟁력을 가져야 할 것으로 판단된다. 동남아 시장의 경우 한국 우호도가 높은 국가는 최근 베트남 등이 떠오르고 있으므로 향후 태국 시장 뿐만 아니라 베트남 시장도 조사하여 동남아 전체 시장을 하나의 그룹으로 보고 진입하는 것이 보다 효율적일 것으로 판단된다.

반면에 대만 반려동물 마켓의 경우 이미 그 규모가 선진국 수준에 도달한 것으로 판단되며, 반려동물에 지출하는 비용이 비교적 높아 수출 대상국으로 좋은 선택지가 될 수 있을 것으로 기대된다.

이러한 상황에 비추어보아 본 수출연구사업단이 추진하는 식용곤충기반 반려동물 간식 제품의 경우 유통 기간이 길다는 점, 기준치 이상의 단백질 함량에 다양한 기호성이 첨가 가능하도록 표준화 되어 있다는 점, 육류와의 가격 대비 원료의 단백질 함량이 매우 높다는 점이 홍보를 통해 알려진다면 아시아 국가의 현지 마켓에서의 정착 가능성이 높을 것으로 기대 된다. 실제 국제박람회를 통해 제품을 소개한 결과 다수의 바이어가 흥미를 보이고 있으나, 수출로 연결하는 마케팅이 매우 중요하다고 할 수 있다.

또 한 가지 반려동물 가구의 대표적인 흐름은 반려묘 사육 가구가 반려견 사육 가구 수를 빠른 속도로 추격하고 있다는 것이다. 이에 반해 펫푸드 마켓에서는 여전히 반려견을 타겟한 상품이 많고 반려묘를 위한 상품은 비교적 적은 것으로 조사 되어져 있어 반려묘에 대한 제품 개발 및 시장 선점이 매우 중요한 시점이라고 할 수 있다. 이러한 국제적 동향에 기인하면, 식용곤충기반 반려동물 간식 제품이 반려묘의 기호성이 매우 높다는 점도 반려묘 마켓의 프리미엄화에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

이후 본 수출연구사업단에서는 아시아 국가의 마켓 특수성을 기반으로 보다 세부적으로 마켓 조사를 진행할 계획이다. 현재는 국내 수출관련 기관인 한국농수산식품유통공사(aT)와 대한무역투자진흥공사(Kotra) 등을 통하여 수출활성화 지원사업을 수주하여 본 수출연구사업단에 적용하고 있다. 또한 국제적 홍보망을 가지고 있거나 해외유통망을 구축하고 있는 회사들을 적극적으로 물색하고 있으며, 이러한 기업들을 사업단 참여기업으로 선정하여 수출 활성화에 적극 활용하고자 한다.

따라서 해외대기업의 제품들과 차별화를 둘 수 있으며, 국내의 높은 기술력을 기반으로 국제적 경쟁력을 가지고 있는 프리미엄급 반려동물 사료 및 간식제품을 개발하여 유통한다면, 관련 마켓을 점유할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

5. 참고문헌

1. 김민아 (2017) 식용곤충시장과 소비자보호방안 연구. 정책연구 17-02
2. 류정표 (2017) 세계 식용곤충 시장 및 가공기술 동향. 세계농업 제 207호
3. 박지혜 (2017) 국내 펫코노미(Pet+Economy) 시장의 현황과 시사점
4. 이나영 (2018) 농업분야 신성장 이끄는 곤충산업 급속 팽창. 영농자재신문
5. 이영대 (2016) 반려동물 연관산업 분석 및 발전방향 연구
6. 최영철 (2013) 곤충산업 현황과 전망. 세계농업 제 159호
7. 토러스투자증권 (2017) 반려동물, 구조적 성장이 기대되는 시장
8. 황명철, 김태성 (2013) 애완동물 관련시장 동향과 전망. NHERI 리포트 제215호
9. 황지나 (2015) 반려동물 사료: 펫팸족의 등장과 반려동물 사료의 고급화 진행. MarketReport 3월호 5(3)
10. ㈜케일 (2015) 2015 식용곤충식 해외시장 보고서. 빠삐용의 사람들.
11. UN 식량농업기구(FAO) (2013) Edible insects, Future prosepcts for food and feed security
12. 코트라 (www.kotra.or.kr)
    12.1. 美, 진화하는 반려동물 제품과 서비스: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=149300
    12.2. 美 반려동물산업, 펫 테크로 통한다: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=154080
    12.3. 불황 모르는 중국 애완동물시장, 서비스산업으로 확대: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=149951
    12.4. 중국 반려동물용품 시장 트렌드 ①: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=151567
    12.5. 중국 반려동물용품 시장 트렌드 ②: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=151768
    12.6. 1000억 위안, 중국 애완동물시장을 잡아라: https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=123024

12.7. 대만 애완동물시장, 먹는 게 남는 장사:
https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=122773
12.8. 대만, 애완동물시장에 부는 '고급화 바람':
https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=147070
12.9. [유망] 대만 반려동물용품 시장동향:
https://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=162887&searchNationCd=101085
12.10. 태국, 애완동물시장 연 11% 이상 성장 중:
https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=120538
13. 제1차년도 수출전략기술개발사업 식용곤충 기반 반려동물 간식 수출연구사업단 동향보고서. 2018.
14. 한국농촌경제연구원 (2016)
15. Euromonitor(2017) Pet food in South Korea;Dog, Cat, Others
16. 황원경 (2017) 2017 반려동물 양육 실태 조사, KB 금융지주 경영연구소
17. 황원경, 정귀수, 김도연 (2018) 2018 반려동물 보고서 반려동물 연관산업 현황과 양육실태, KB 금융지주 경영연구소
18. 김수경, 차윤지, 이효정 (2018) 펫코노미 시대, 펫 비즈니스 트렌드, 삼정KPMG 경제연구원 ISSUE MONITOR 제 93호
19. (사)한국펫사료협회 (2017) 2017 반려동물 보유 현황 및 국민 인식 조사 보고서
20. 한국농수산식품유통공사 (2017) 국내 반려동물 간식 시장 조사 보고서

발행처 빠삐용의 사람들
발행일 2019년 5월
발행인 빠삐용의 사람들
전 화 070-4645-3700
주 소 서울시 중구 동호로 191
저 자 조용훈, 한연수, 박기범, 이진실,
김용욱, 류정표
ISBN 979-11-956606-7-4
정 가 비매품

제2차년도
수출전략기술개발사업

식용곤충 기반 반려동물 간식 수출연구사업단