

반려동물 사료의 프리미엄화

파리지사

스웨덴의 탄탄한 반려동물 시장

- 「유로모니터」에 따르면 스웨덴의 반려동물 인구는 최근 5년간 1%의 증가율을 보여, 2018년도 기준으로 약 2,686만 마리의 반려동물을 기르고 있는 것으로 나타났다. 사료식품 시장 역시 평균 4%의 성장세를 보이고 있다.
- 독일의 통계기관「Statsiat」에 따르면 스웨덴은 반려동물 인구가 높은 국가 중 하나로서 인구 한 명당 반려동물 보유율은 2017년도 기준 13%에 이른다. 이는 반려동물을 가족의 일부로 여겨 각별한 애정을 쏟고 품질 좋은 사료를 엄선하여 공급하는 문화가 형성되어 있기 때문이다.
- 반려동물에 대한 애정은 일반사료뿐 아니라 건강보조식품, 완구, 보험 등 관련 시장을 형성하고 성장시키는 동력으로 작용하고 있다.

유기농, 그레인 프리 등 건강식이 대세

- 2017년도 스웨덴 식품 트렌드는 단연 ‘건강식’이다. 해당

트렌드는 반려동물 사료시장에도 그대로 적용되어 다양한 테마의 건강사료가 트렌드를 주도하고 있는데 특히 화두가 되는 테마로는 ‘유기농’, ‘그레인 프리(Grain Free)’ 등이 있다.

프리미엄 사료시장의 꾸준한 성장세

- 2017년도 스웨덴 사료시장 동향을 살펴보면 기존의 중저가 상품의 비중이 감소한 반면, 품질을 내세운 프리미엄 상품의 출시가 눈에 띈다.
- 스웨덴 사료시장의 매출은 대기업이 차지하는 비중이 높은 편이며, 시장점유율 1위~3위(① Mars Sverige AB, ② Nestle Prina Petcare AB, ③ Doggy AB) 업체의 매출이 총 매출의 44.1% 비중을 차지한다.
- 2017년도는 시장점유율 2위, 3위를 기록한 Nestle, Doggy AB을 포함한 주요 업체들이 기존의 주력상품인 중저가 사료의 판매를 감소시키고 새로운 프리미엄 상품을 대거 출시한 해였다. 특히 2017년도 기준 시장점

1) 그레인 프리(Grain Free) 사료 : 곡물성 알레르기 유발물질을 제거 · 감소시킨 무곡물 사료
출처 : www.udn.com www.foodnext.net

유율 7위(4.3%)를 차지한 ICA Svergie AB는 해외제품의 수입이 활발한 업체로, 해당 트렌드에 발맞추어 해외 프리미엄 사료 브랜드를 수입하여 판매하고 있는데 해당 상품으로는 미국의 Acana社, Orijen社 제품 등이 있다.

- 한편 스웨덴인은 개, 고양이를 주로 사육함에 따라 기타 반려동물의 사료제조는 활발하지 않으며 애완동물, 애완동물 사료제작에 집중하고 있다.



스웨덴 사료시장의 매출 추이

- 「유로모니터」에 따르면, 반려동물 사료시장의 매출은 2018년도 가격기준 49.6억 크로나(SEK, Swedish Kronor, 약 6,230억 원)를 달성했다. 이는 전년도 동기 대비 4%가 성장한 수치이다.
- 한편, 유통채널별 매출 비중을 살펴보면, 반려동물 사료의 주요 판매처는 2018년도 기준 ① 반려동물 전문매장(39.3%), ② 슈퍼마켓(19.6%), ③ 하이퍼마켓(11.8%) 순으로 나타났다. 해당 유통채널의 총 매출은 70.7%의 높은 시장점유율에도 불구하고, 최근 6년간 매출 비중이 점차 감소하는 양상을 나타냈다. 반면에 온라인을 통한 구매비중은 꾸준히 증가하여, 2018년도 기준 10%의 구매가 해당 채널을 통해 이루어졌다.
- 스웨덴의 유통채널은 촘촘하게 발달하여, 다양한 경로를 통한 사료제품의 판매가 이루어지고 있다. 기타 판매

경로로는 가든(Garden)용품 전문점(3.4%), 약국(0.9%) 등이 있다.

스웨덴 반려동물 사료시장 매출현황

(단위 : 백만 크로나*)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
개, 고양이 사료	3,988	4,113	4,244	4,369	4,528	4,717
기타 반려동물 사료	240	239	239	240	241	245
계	4,228	4,352	4,483	4,609	4,749	4,962

출처 : 유로모니터, *1크로나(SEK, Swedish Kronor) = 124.41원, 2018.12.17기준

오프라인 매장의 경쟁력 제고 방안

- 최근 반려동물 사료의 매출경로를 살펴보면, 온라인을 통한 구매가 증가추세를 나타낸다. 온라인을 통한 사료 구매는 오프라인 시장에 비해 구매가격이 저렴하고 대량 구매할수록 차액이 증가하는 특징을 가진다. 이를 통해 볼때 스웨덴인은 반려식품 구입에 관대하지만 동시에 경제적 구매를 선호하는 것을 알 수 있다.
- 최근의 온라인 사료매출 증가에 대한 반격으로 오프라인 매장은 마진이 높고 충동구매 가능성이 큰 소규모 포장상품 판매 마케팅에 적극적이다. 「유로모니터」에 따르면, 일반적으로 스웨덴의 오프라인 매장에는 반려동물에 대한 해박한 지식을 보유한 스텝이 상주하여 상세한 설명과 함께 판매를 돕는 장점이 있어 해당 유형의 매출은 앞으로도 크게 감소하지 않을 것으로 전망된다.
- 한편, 최근의 오프라인형 매장은 대규모 복합시설로 운영되는 추세를 나타낸다. 예를 들어, 스웨덴에서 가장 큰 반려동물 매장 'Arken Zoo'는 동물병원과 반려동물 스파 시설을 함께 구비하여 운영 중에 있다.

출처 : 유로모니터 www.portal.euromonitor.com, Statista, Share of households owning at least one dog in the european Union in 2017, www.statista.com

스웨덴 반려동물 사료 유통채널별 매출 비중 변화

(단위: %)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
매장형 유통채널	90.4	89.1	87.8	86.3	85.3	84.5
식료품 유통채널	39.6	37.7	36.3	35.2	34.8	35.4
슈퍼마켓	22.5	21.4	20.7	20.1	19.6	19.6
하이퍼마켓	12.5	11.8	11.5	11.1	11.3	11.8
할인점	5.8	5.8	5.7	5.8	6.0	6.3
편의점	3.0	2.8	2.7	2.6	2.4	2.4
비식료품 매장	46.5	47.3	47.3	46.7	425.9	44.4
반려동물 전문매장	40.4	41.3	41.6	41.4	40.7	39.3
약국	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
가든(Garden)용품점	4.3	4.3	4.1	3.7	3.5	3.4
기타	5.3	5.2	5.0	4.6	4.4	4.3
기타 유통채널	4.1	5.5	6.8	8.1	9.2	10.0
홈쇼핑	0.6	0.5	0.4	-	-	-
인터넷소매	3.5	5.0	6.4	8.1	9.2	10.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

출처 : 유로모니터

대안적 시장진입 방법 모색할 필요성

- 유로모니터에 따르면 스웨덴 반려동물 사료시장의 전망은 밝으며, 성장세가 지속되어 2023년도에는 연매출 52.2억 크로나(약 6,592억 원) 규모의 시장으로 성장할 것으로 예상된다.
- 건강한 식품에 대한 사회적 관심이 사료시장에 그대로 반영되어 프리미엄 사료시장이 발달함에 따라, 해당 현지 소비트렌드를 고려한 웰빙 사료제품의 전략적 진입이 수출 확대에 도움이 될 것으로 판단된다. 스웨덴 유기농 식품라벨 'KRAV'는 국내 제품도 신청·발급이 가능하다.
- 매장형 유통채널의 사료제품 매출감소와 온라인 시장의 상승세에 주목하여, 온라인 유통경로를 통한 대안적 시장 진입이 장기적 매출 상승에 도움이 될 것으로 예상된다.

까다로운 규정에 맞는 품질경쟁력

- 유럽 내 전반적인 사료제품의 수요 증가에도 불구하고 국

내 상품 수출실적은 미미한 상황이다. 이는 특정 첨가제가 포함된 제품의 수출이 거절되는 등 동물 사료의 수출에 요구되는 규정이 다소 복잡하기 때문인 것으로 해석된다. 유럽연합은 사료수입에 관한 관리 및 허가의 권한을 식품안전청(EFSA, European Food Safety Authority)에 위임하고 있다. 동물 사료의 수출을 희망하는 업체는 원활한 수출을 위하여 다음 링크에서 사료 수입에 관련한 EU 수입 규정을 참고하면 좋을 것이다.

https://ec.europa.eu/food/safety/animal-feed_en



출처 : 조선일보 펫진(Pet zine) pet.chosun.com