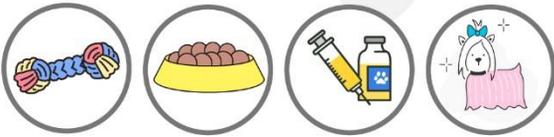




2024 **산업조사**

# 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



**글로벌 반려동물 산업과  
주요 수출국 시장 동향**





# CONTENTS

## ※ SUMMARY

### I. 개요

1. 글로벌 반려동물 산업 시장 현황	04
2. 한국 반려동물 산업 수출 시장 현황	06

### II. 미국

1. 미국 반려동물 소비 시장 현황	09
2. 미국 반려동물 품목별 소비 트렌드	12

### III. 중국

1. 중국 반려동물 소비 시장 현황	17
2. 중국 반려동물 품목별 소비 트렌드	20

### IV. 일본

1. 일본 반려동물 소비 시장 현황	25
2. 일본 반려동물 품목별 소비 트렌드	28

### V. 독일

1. 독일 반려동물 소비 시장 현황	33
2. 독일 반려동물 품목별 소비 트렌드	35

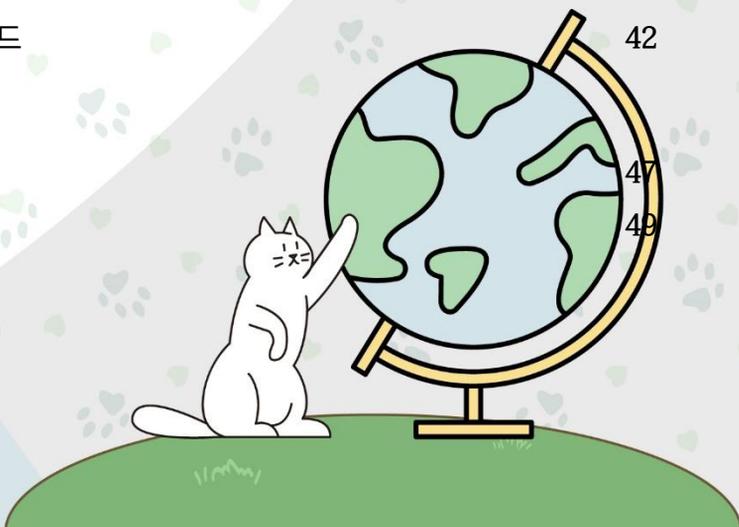
### VI. 태국

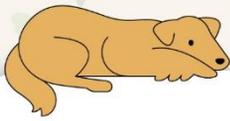
1. 태국 반려동물 소비 시장 현황	40
2. 태국 반려동물 품목별 소비 트렌드	42

### VII. 시사점

1. 글로벌 시장 전망	47
2. 시장 요약	49

### (\*) 참고문헌





## SUMMARY (글로벌 반려동물 시장 동향)

### ▶ 글로벌 시장 현황

- 글로벌 반려동물 소비 시장 2033년까지 연평균 7% 성장 전망
  - 지역별 시장 분류 (1위 북미, 2위 유럽, 3위 아시아)
  - 산업별 시장 분류 (1위 사료, 2위 용품, 3위 서비스)
- 한국 반려동물 사료 수출국은 상위 5개국 편중 (86% 비중)
- 한국 반려동물 용품 수출은 아직 미성숙 단계

글로벌 반려동물 소비 시장규모 (십억 달러)



### ▶ 국가별 산업 특징

국가	시장규모	전년 대비 성장률	시장 특징
	약 202.7조 원	7.4%	▪ 온라인 상품 및 서비스 시장 성장 (이커머스, 원격 의료, 모바일 연동 상품 인기 증가)
	약 54조 원	3.2%	▪ 시장 성장 둔화 속, 반려묘 소비 꾸준히 증가 (소비주기가 길고 한 번 구매시 대량 소비 특징 / ex. 광군절)
	약 16.9조 원	4.5%	▪ 높은 반려동물 헬스케어 소비 비중 (치료비, 검진 및 접종비, 보험료 등 관련 시장 활성화)
	약 10.6조 원	9.5%	▪ 다가구 세대 중심의 반려동물 시장 형성 (다인가구에서 높은 양육 비율 / 다양한 종류 반려동물 양육)
	약 3.8조 원	26.4%	▪ 연평균 20% 이상의 높은 시장 성장률 기록 (반려동물 인플루언서 기반 미용, 의류 상품 수요 증가)

### ▶ 글로벌 시장 전망

- ① 지속성장 가능한 프리미엄 시장 활성화 (고급 사료, 친환경 용품 등 고기능/고품질 상품 증가)
- ② 온라인 시장의 성장 (반려동물 산업 이커머스 시장 비중 증가)
- ③ 반려묘 산업의 반등과 성장 (반려묘 양육 가구 비율 증가 및 관련 산업 소비 성장)
- ④ MZ 세대 중심 펫산업 시장 형성 (미주/아시아 지역 중심으로 MZ 세대 반려인 시장 주도)
- ⑤ 사료 중심에서 다양한 펫휴머니제이션 상품으로 확대 (보험, 스마트케어, 서비스샵 등)





# I. 개요

1. 글로벌 반려동물 산업 시장 현황
2. 한국 반려동물 산업 수출 시장 현황



개요

## 1. 글로벌 반려동물 산업 시장 현황

- 2023년 글로벌 반려동물 산업 시장규모 3,028억 9천만 달러

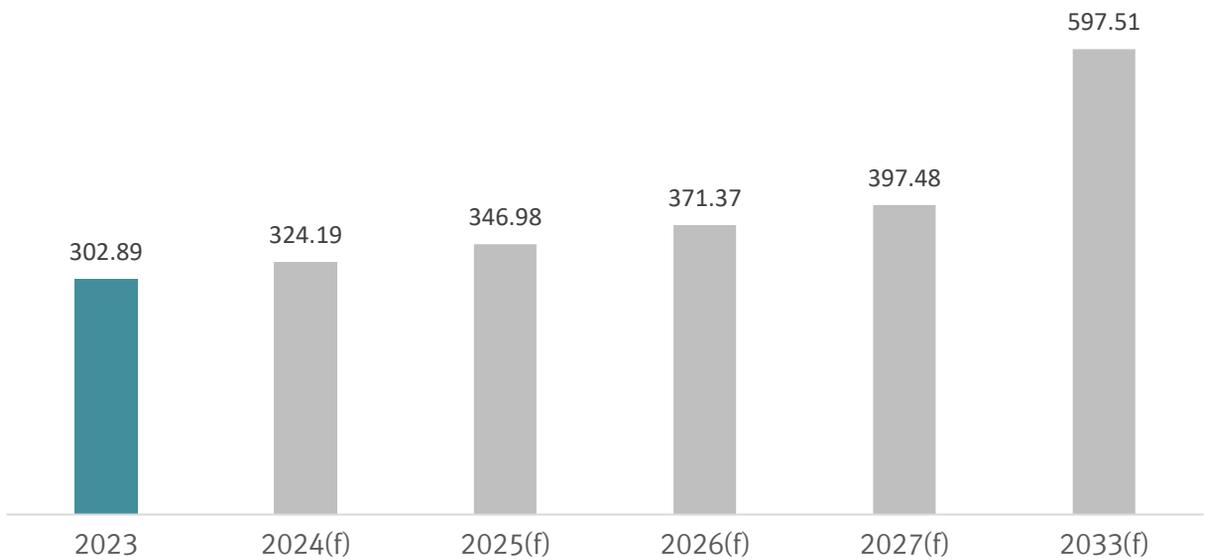
2024년 글로벌 반려동물 시장 규모는 약 3,241억 9천만 달러로 추산되며, 2033년까지 약 5,975억 1천만 달러에 이를 것으로 전망됨. 2023년부터 2033년까지 7.03%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 이러한 성장세는 반려동물 복지 인식 증가와 반려동물 입양률 상승이 주요 요인으로 작용하고 있음

- 지속 가능한 제품과 고급 서비스 개발이 향후 시장 성장 견인 전망

반려동물 시장은 지속 가능 제품과 고급 서비스 중심으로 급성장할 것으로 전망됨. 특히, 자연 친화적이고 지속 가능 소재를 활용한 제품과 고급화된 맞춤형 반려동물 서비스가 소비자들의 요구를 충족시키며 시장 성장을 가속화할 전망이다

글로벌 반려동물 소비 시장규모

단위 : 십억 달러



연도	2023	2024(f)	2025(f)	2026(f)	2027(f)	2033(f)	CAGR <sup>1)</sup> (23-33)
소비규모	302.89	324.19	346.98	371.37	397.48	597.51	7.03%

출처 : Presedence Research

1) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

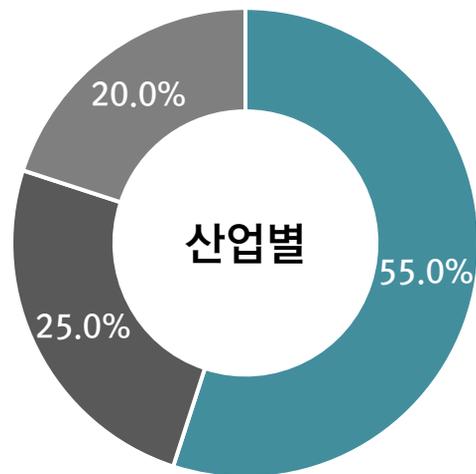
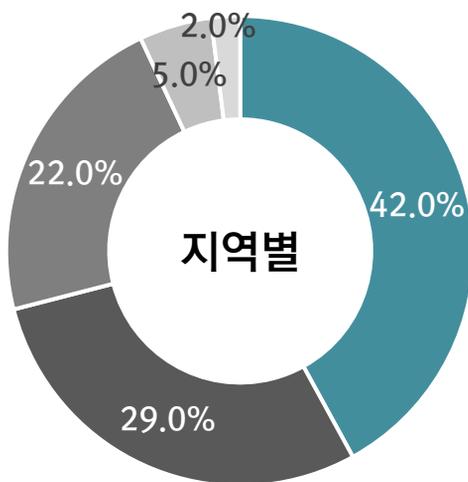
- **지역별 분류** : 1위 북미(42.0%), 2위 유럽(29.0%), 3위 아시아(22.0%)

글로벌 반려동물 소비 시장의 지역별 점유율은 북미가 42.0%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 유럽 29.0%, 아시아 22.0%가 그 뒤를 잇고 있음. 북미 지역의 높은 점유율은 성숙한 반려동물 문화와 높은 소득 수준, 프리미엄 제품에 대한 수요 증가가 주요 동인으로 작용하고 있으며, 유럽은 반려동물 복지에 대한 높은 관심도와 함께 친환경 제품 선호도가 증가하는 추세임. 아시아 지역은 신흥 시장으로서 빠른 성장세를 보이고 있음
- **산업별 분류** : 1위 사료(55.0%), 2위 용품(25.0%), 3위 서비스(20.0%)

산업별로는 사료 부문이 55.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 용품 25.0%, 서비스 20.0%로 구성됨. 특히 사료 시장은 필수 소비재적 특성과 함께 프리미엄화 트렌드가 강화되고 있으며, 서비스 부문은 동물병원, 미용, 호텔 등 다양한 서비스의 성장세가 두드러지며 높은 성장 잠재력을 보유하고 있음

글로벌 반려동물 소비 시장규모

단위 : %



- 북미
- 유럽
- 사료
- 용품
- 서비스
- 아시아
- 라틴
- 중동/아프리카

## 2. 한국 반려동물 산업 수출 현황

반려동물 사료 HS CODE

2309.10

개나 고양이용 사료  
(소매용으로 한정한다)

### ■ 한국 반려동물 사료 수출액 지난 5년간 연평균 40% 이상 성장

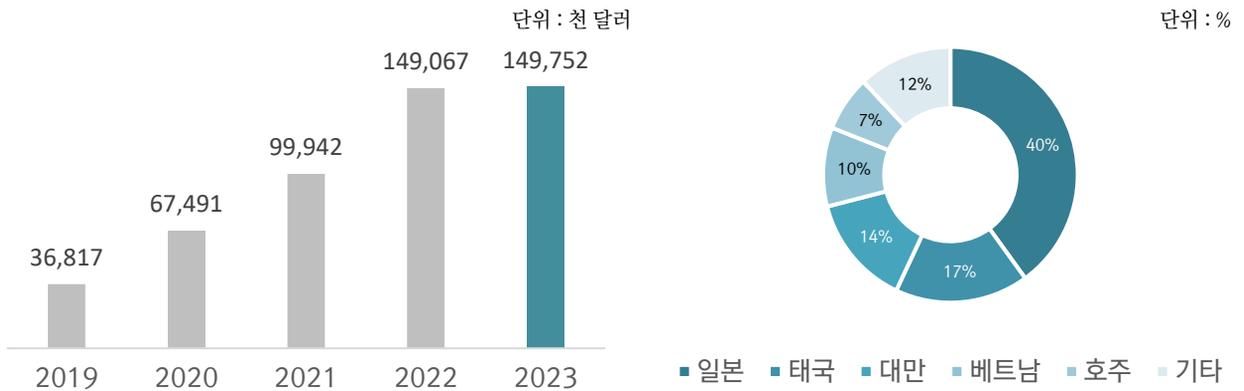
한류 열풍과 프리미엄 반려동물 사료 수요 증가로 인해 한국 반려동물 사료 수출이 지난 5년간 연평균 40% 이상의 높은 성장률을 기록하고 있음. 특히, 고령견·고령묘를 위한 맞춤형 프리미엄 제품이 글로벌 시장에서 주목받고 있음

### ■ 특정국 수출 편중 높아, 수출국 다변화 필요

현재 일본이 전체 수출의 40%를 차지하며, 상위 5개국 비중이 88%에 달해 수출 시장의 특정국 의존도가 높음. 수출국 다변화를 통한 글로벌 시장 확대 전략이 시급히 요구되고 있음

한국 반려동물 사료 수출 규모 (HS-CODE 2309.10)

2023년 상위 5개국 수출 점유율 (HS-CODE 2309.10)



구분	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR <sup>3)</sup>
Total	36,817	67,491	99,942	149,067	149,752	42.0%
일본	23,132	24,548	31,104	59,930	59,894	26.9%
태국	4,394	17,795	18,835	23,494	25,684	55.5%
대만	1,231	1,723	9,897	17,563	21,273	103.9%
베트남	2,371	5,683	10,289	11,567	15,277	59.3%
호주	0	7,170	14,701	18,841	10,018	1679.1%
기타	5,689	10,572	15,116	17,672	17,606	32.6%
수출 국가수 <sup>2)</sup>	11	13	14	14	15	8.1%

출처 : ITC (International Trade Centre)

2) 수출 국가수 : 연간 십만 달러 이상 수출액을 기록한 국가

3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

반려동물 용품 HS CODE<sup>4)</sup>

4201.00
모든 동물을 위한 안장 및 하네스 (트레일, 끈, 무릎 보호대, 주둥이 덮개, 안장 천, 안장 가방, 개 코트 등 포함), 모든 소재

■ 한국 반려동물 용품 수출액 지난 5년간 연평균 4.4% 성장

한국 반려동물 사료 및 용품 수출액은 지난 5년간 연평균 4.4% 성장하며 꾸준히 증가하고 있음. 하지만 일본으로의 수출은 연평균 31.6%의 높은 성장률을 기록하며 전체 성장세를 견인하고 있는 반면, 미국, 캐나다, 호주 시장에서는 감소 추세를 보이고 있음. 일본과 같은 성장 시장을 중심으로 전략을 강화하는 한편, 한국산 제품의 품질과 차별성을 적극적으로 홍보하여 다른 국가들의 시장에서도 점유율 회복을 도모해야 할 필요가 있음

■ 펫테크 및 서비스 등으로 수출 시장 확대 필요

글로벌 반려동물 시장의 변화 속에서 펫테크와 맞춤형 서비스는 수출의 새로운 성장 동력으로 주목받고 있음. 특히 한국 기업의 강점이 될 수 있는 웨어러블 기기, 자동화된 반려동물 관리 시스템 등 첨단 기술과 IT 기술이 적용된 제품이 글로벌 소비자들로부터 큰 호응을 받고 있음

한국 반려동물 용품 수출 규모 (HS-CODE 4201.00)

2023년 상위 5개국 점유율 (HS-CODE 4201.00)



구분	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR <sup>6)</sup>
Total	5,187	8,080	10,727	9,219	6,155	4.4%
일본	821	2,660	3,377	3,002	2,459	31.6%
미국	1,701	2,590	3,259	3,294	1,324	-6.1%
캐나다	522	432	552	640	439	-4.2%
호주	222	420	162	332	204	-2.1%
중국	167	70	392	53	181	2.0%
기타	1,754	1,908	2,985	1,898	1,548	-3.1%
수출 국가수 <sup>5)</sup>	9	10	14	10	11	5.1%

출처 : ITC (International Trade Centre)

4) '반려동물 용품'은 반려동물을 위한 안장 및 하네스 등의 모든 용품을 포함하는 품목으로 HS CODE 4201.00으로 분류함

5) 수출 국가수 : 연간 십만 달러 이상 수출액을 기록한 국가

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것



산업 조사

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

## II. 미국

1. 미국 반려동물 소비 시장 현황
2. 미국 반려동물 품목별 소비 트렌드



미국

1. 미국 반려동물 소비 시장 현황

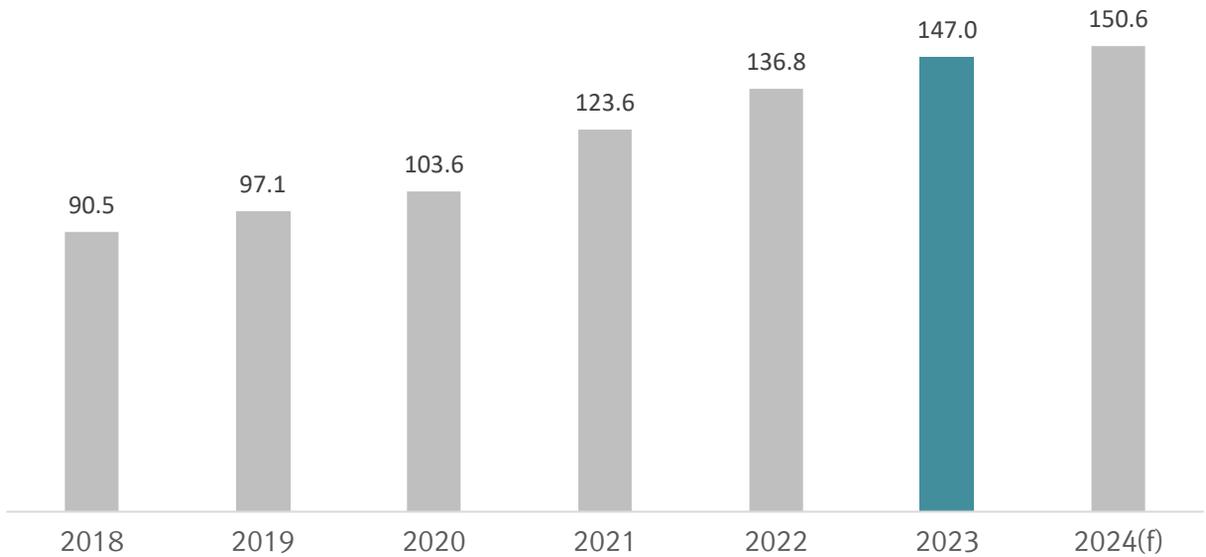
- 미국 반려동물 소비 시장 규모 23년 기준 1,470억 달러 (약 202.7조 원)<sup>7)</sup>

미국의 반려동물 산업은 COVID-19 이후 꾸준한 성장세를 보이며, 2018년부터 2024년까지 연평균 8.9%의 높은 성장률을 기록함. 특히 밀레니얼 세대와 Z세대를 중심으로 반려동물에 대한 지출이 늘어나는 추세이며, 2024년에는 1,506억 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 펫 휴머니제이션 영향 속 상품 소비 다양화

반려동물을 가족의 일원으로 여기는 '펫 휴머니제이션(Pet Humanization)' 트렌드가 강화되면서 프리미엄 제품과 서비스에 대한 수요가 증가하고 있음. 특히 유기농 사료, 건강 기능식품, 웨어러블 디바이스 등 고부가가치 제품의 성장이 두드러짐

미국 반려동물 소비 시장규모

단위 : 십억 달러



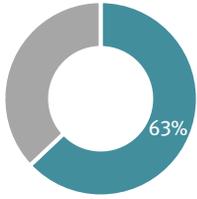
연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	CAGR <sup>8)</sup> (18-24)
소비규모	90.5	97.1	103.6	123.6	136.8	147.0	150.6	8.9%

출처 : APPA (americanpetproducts.org)

7) 1달러 = 1,379.00원 (2024년 11월 1일, KEB하나은행 매매기준율 적용)

8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

■ 미국 전체가구 중 반려가구 비중



2023 미국 전체가구 및 반려가구

전체가구	약 1억 3,000만
반려가구	약 8,200만

출처 : APPA

■ 세대별 반려동물의 소비 트렌드<sup>9)</sup>

반려동물 보유 가구의 48%는 GenZ(16.0%)와 밀레니얼(32.0%)의 젊은 세대로 구성되어 있으며, 기성세대는 GenX(27.0%)와 Baby Boomer(24.0%)로 구성되어 있음. 젊은 세대는 반려동물에 대한 높은 관심과 함께 프리미엄 제품과 서비스에 대한 지출 성향이 높은 것으로 분석되며, 기성세대는 안정적인 경제력을 바탕으로 기능성 프리미엄 제품과 실용적이고 신뢰할 수 있는 제품을 선호하는 것으로 분석됨

■ 파충류/반려어 등 이색 반려동물에 대한 관심 증가

전통적인 반려견(5,800만 가구)과 반려묘(4,200만 가구) 외에도 반려어, 반려파충류 등 기타 반려동물 양육이 증가하는 추세를 보임. 이는 주거 환경과 라이프스타일 변화에 따른 새로운 반려동물 문화가 형성되고 있음을 시사함. 특히 이색 반려동물의 경우 상대적으로 적은 공간과 관리 비용으로 도시 거주자들에게 인기를 얻고 있음

미국 반려동물 소비 시장 요약

분류	항목	연도	기준	수치
시장규모	소비 시장규모(USD)	2023	십억USD	147.0
	소비 시장규모(KRW)	2023	백만KRW	202,713,000
소비규모 (1마리당)	반려견	2023	USD	1,529
	반려묘	2023	USD	950
반려동물 유형	반려견	2023	가구수	58,000,000
	반려묘	2023	가구수	42,000,000
	기타 <sup>10)</sup>	2023	가구수	3,200,000
반려인 유형	GenZ	2023	점유율	16.0
	밀레니얼	2023	점유율	32.0
	GenX	2023	점유율	27.0
	Baby Boomer	2023	점유율	24.0
	Builder	2023	점유율	1.0

출처 : APPA (americanpetproducts.org)

9) GenZ : 1997년~2012년 출생, 밀레니얼 : 1981년~1996년 출생, GenX : 1965년~1980년 출생, Baby Boomer : 1946년~1964년 출생  
10) 기타 반려동물에는 어류, 조류, 소형 동물 등이 포함됨

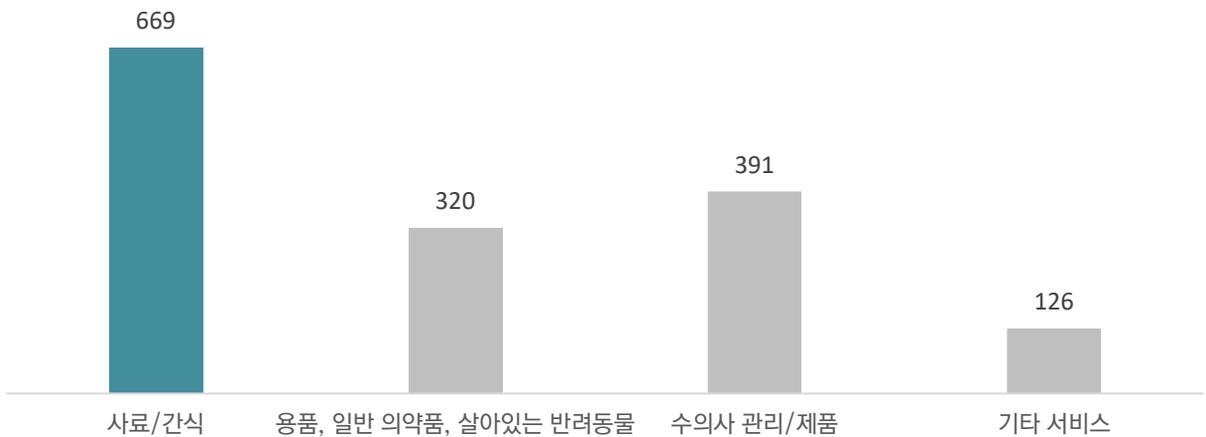
▪ 반려동물 사료 및 간식의 높은 시장 점유율 차지

2024년 미국 반려동물 산업에서 사료 및 간식 부문이 669억 달러로 전체의 44.5%를 차지하며 가장 큰 비중을 보임. 특히 프리미엄 사료와 기능성 간식에 대한 수요가 증가하면서 시장 성장을 주도하고 있음

▪ 수의사 관리/제품 부문 시장 비중 증가중

수의사 관리 및 제품 부문은 391억 달러로 전체 시장의 26%를 차지하며, 진료, 수술, 처방 의약품 등의 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 반려동물 의료 서비스에 대한 인식이 높아지면서 관련 시장은 지속적인 성장세가 예상됨

미국 반려동물 품목별 소비규모 (2024)



항목	정의	규모(억 달러)
사료/간식	반려동물 사료 및 간식 등을 포함	669
용품, 일반 의약품, 살아있는 반려동물	용품, OTC 의약품 및 살아있는 반려동물 등을 포함 (* 살아있는 반려동물 : 물고기, 새, 소형 파충류)	320
수의사 관리/제품	진료, 수술, 수의사 처방 의약품 등을 포함	391
기타 서비스	미용, 훈련, 위탁 관리, 보험, 돌봄, 산책 등의 서비스	126

출처 : APPA (americanpetproducts.org)

## 1) 펫푸드

## 2. 미국 반려동물 품목별 소비 트렌드

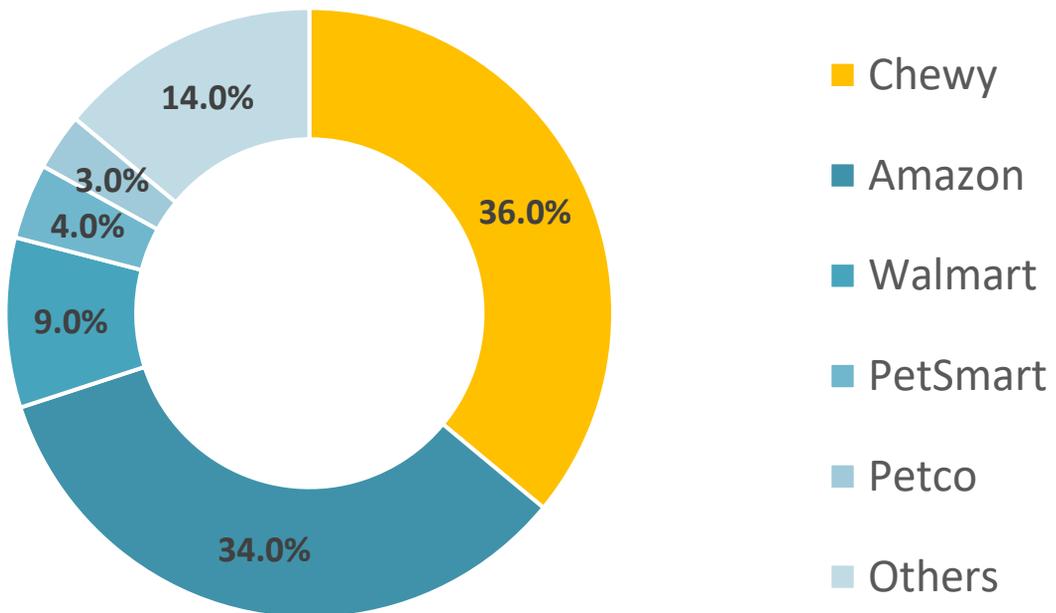
- 인플레이션 영향에도 불구하고, 사료 소비 꾸준한 성장세

프리미엄 사료 시장이 전체 반려동물 사료 시장의 성장을 주도하고 있음. 특히 사람이 먹을 수 있는 등급의 곡물 무첨가 강아지 건사료(Human Grade Dehydrated Dog Food Grain Free) 등 천연 원료 기반의 제품군이 높은 성장세를 보이며, 반려동물 건강을 고려한 기능성 제품 수요도 꾸준히 증가하는 추세임

- 온라인 판매 채널의 급속한 성장

이커머스 판매 비중이 전체 시장의 29.5%까지 확대되며 유통 채널의 디지털화가 가속화됨. Chewy(36.0%)와 Amazon(34.0%)이 온라인 시장을 주도하는 가운데, 맞춤형 구독 서비스와 정기 배송 프로그램이 소비자들의 높은 호응을 얻고 있음. 특히 모바일 앱을 통한 간편 구매와 AI 기반 맞춤 상품 추천 서비스가 젊은 소비자층을 중심으로 빠르게 확산되고 있음

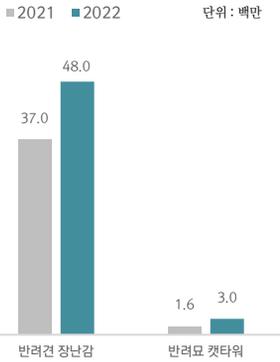
미국 펫 산업 이커머스 마켓 시장 점유율 (2023)



출처 : Bloomberg Intelligence

## 2) 펫테크/용품

〈반려동물 장난감 및 캣타워 매출액〉



출처 : JungleScout

### ■ 반려견은 장난감, 반려묘는 캣타워 분야 매출액 급성장

미국 대표 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)에서 반려견용 제품은 씹기 장난감과 상호작용형 장난감(Interactive Toy)이 48백만 달러 매출을 기록하며 전년 대비 30% 성장세를 보임. 반려묘 용품은 캣타워가 86% 성장한 3백만 달러 매출을 달성하며 실내 활동 용품 중심으로 급성장함. 세계 최대 전자제품 박람회인 CES 2024에서는 AI 돌봄로봇 Oro와 반려동물 움직임 추적기 Invoxia 등 혁신 제품들이 주목을 받음

### ■ 반려동물 가전 용품, 혁신 기반 기술 제품으로 다양화

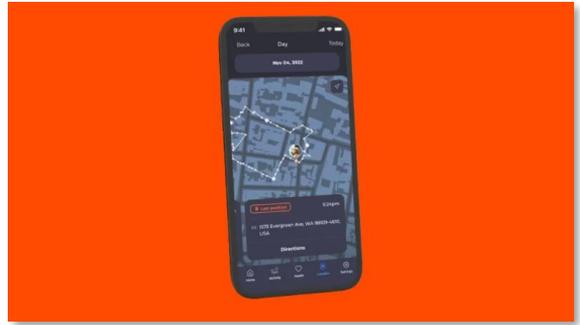
IoT와 AI 기술이 접목된 스마트 반려동물 용품이 급부상하고 있음. 특히 AI 카메라로 실시간 모니터링이 가능한 반려새 모이통 Birdfy와 스마트 출입문 시스템 Pawprt 등 특화된 기능성 제품들이 새로운 시장을 형성하며, 반려동물 라이프스타일의 디지털화를 주도함. 반려동물 케어의 자동화와 모니터링 수요가 증가하면서 관련 기술 투자도 확대되는 추세임

### 미국 CES 2024에서 주목 받은 펫테크 품목

#### Oro – AI 기반 반려동물 돌봄 로봇



#### Invoxia – 반려견 움직임/심박수 측정



#### Birdfy – 반려새 모이통



#### Pawprt – 반려동물 스마트 문



출처 : Cnet (CES 2024: The Best Pet Tech We've Seen So Far)

### 3) 펫헬스케어

펫하모니(Pet Harmony) 웹사이트  
(petharmonytraining.com)



과학에 기반한 맞춤형 행동 수정 솔루션을 통해 반려동물과 반려인 모두를 위한 조화로운 삶을 지원하는 행동 상담 전문 커뮤니티

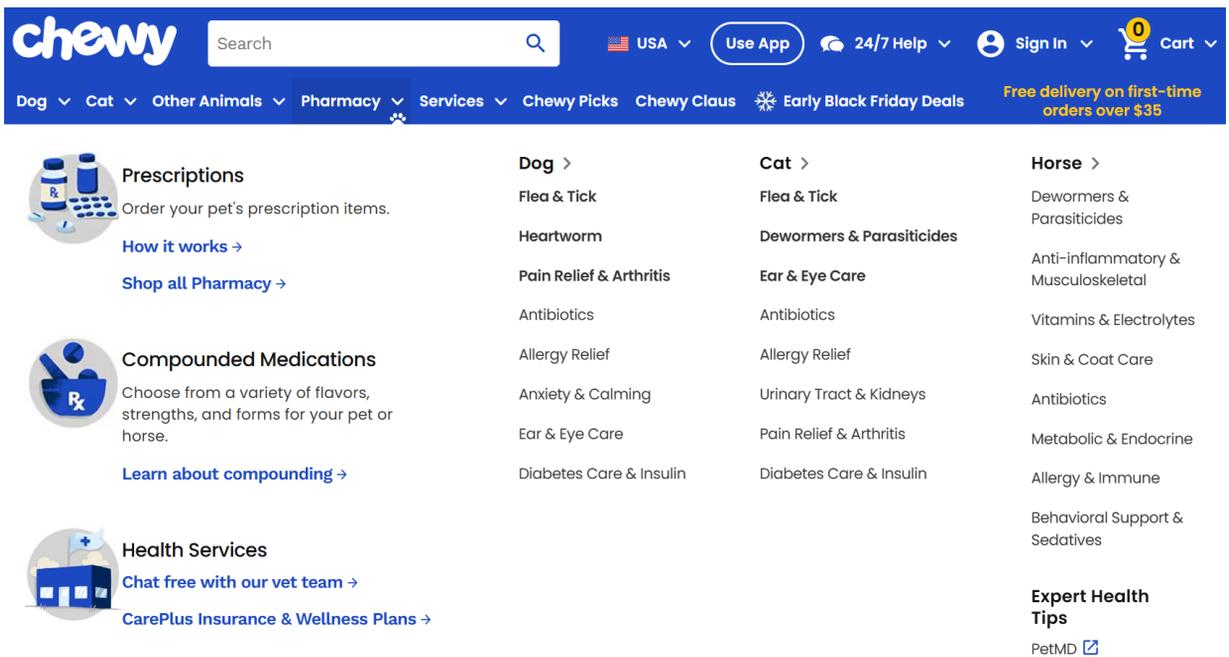
#### ■ 반려동물 원격 의료 기술 혁신과 서비스 확산

펫하모니(Pet Harmony)는 수의사 MIT 졸업생이 공동 개발한 원격 의료 플랫폼으로 시장의 주목을 받고 있음. 반려동물의 건강 상태를 실시간으로 모니터링하고 전문 수의사와의 비대면 상담이 가능한 서비스를 제공하여 디지털 헬스케어 시장을 선도함. 모바일 앱을 통해 24시간 건강 모니터링이 가능하며, AI 기반 예방 진단 시스템으로 조기 질병 발견이 가능함. 특히 코로나19 이후 비대면 진료 수요가 증가하며 서비스 이용자가 급증하는 추세임

#### ■ 반려동물 전용 온라인 약국 등장

미국 최대 반려동물 전문 온라인 플랫폼 츠이(Chewy)는 처방약, 일반약품, 건강기능식품 등을 제공하며 시장을 선도하고 있음. 전체 반려동물 온라인 시장의 36%를 점유하며 연간 매출 1,470억 달러를 기록한 기업으로, 맞춤형 처방과 의료 상담 서비스를 결합한 원스톱 헬스케어 솔루션을 제공함. 온라인을 통한 처방약 자동 리필 서비스와 24시간 약사 상담이 가능한 시스템을 구축하여 편의성을 높임. 또한 반려동물 보험과 연계한 결제 시스템으로 의료비 부담을 경감시키는 서비스도 제공함

### 미국 펫 전문 온라인 약국 Chewy 홈페이지



출처 : Chewy Pet Pharmacy

#### 4) 펫서비스

##### ▪ 반려동물 전용 구독 서비스 인기

반려동물용품을 정기적으로 배송하는 구독 서비스가 큰 인기를 얻고 있음. 미국 대표 반려동물 구독 서비스인 'BarkBox'는 매월 다양한 테마의 장난감, 간식 등을 포함한 박스를 제공하며, 반려동물의 크기와 특성에 맞춘 맞춤형 구성으로 차별화를 시도함. 2023년 기준 전년 대비 구독자 수가 45% 증가하며 반려동물용품 시장의 새로운 소비 트렌드를 주도하고 있음. 특히 밀레니얼 세대를 중심으로 정기 구독 서비스에 대한 선호도가 높아지면서 시장 규모는 지속적으로 확대될 전망이다

##### ▪ 반려동물 맞춤형 서비스 시장 성장

반려동물 맞춤형 유기농 식단, 맞춤형 훈련 계획 등 개인화된 서비스 수요가 증가하고 있음. 개별 반려동물의 특성과 필요를 고려한 세분화된 서비스들이 시장을 선도하며, 구독 경제 트렌드를 반영한 새로운 비즈니스 모델이 확산됨. 특히 AI 기술을 활용한 맞춤형 식단 추천과 건강 관리 서비스가 주목받고 있으며, 기본 생활용품부터 프리미엄 케어 서비스까지 상품 구성이 다각화되고 있음. 반려동물 맞춤형 서비스는 고객 편의성과 전문성을 결합한 새로운 시장을 창출하며 성장세를 보임



미국 'Bark Box'반려동물 구독 서비스

상품명	상품 설명
Bark Box	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 매월 테마에 맞춘 장난감 2개와 간식 2봉지 제공</li> <li>▪ 반려견의 크기와 알레르기에 따라 맞춤 구성</li> </ul>
Super Chewer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 강한 내구성의 장난감과 천연 재료의 간식 제공</li> <li>▪ 강한 씹기 습관을 가진 반려견을 위한 서비스</li> </ul>
Bark Bright	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 반려견의 구강 건강을 위한 치약과 덴탈 츄 제공</li> <li>▪ 치아 관리에 중점을 둔 서비스</li> </ul>
Bark Eats	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 반려견의 나이, 체중, 활동 수준에 맞춘 맞춤형 사료 제공</li> <li>▪ 정기적인 사료 배송 서비스</li> </ul>
Bark Essentials	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 반려견의 일상용품(침대, 목줄, 그릇 등) 제공</li> <li>▪ 기본적인 반려견 용품을 위한 서비스</li> </ul>

출처 : barkbox (www.barkbox.com)



## III. 중국

1. 중국 반려동물 소비 시장 현황
2. 중국 반려동물 품목별 소비 트렌드



중국

1. 중국 반려동물 소비 시장 현황

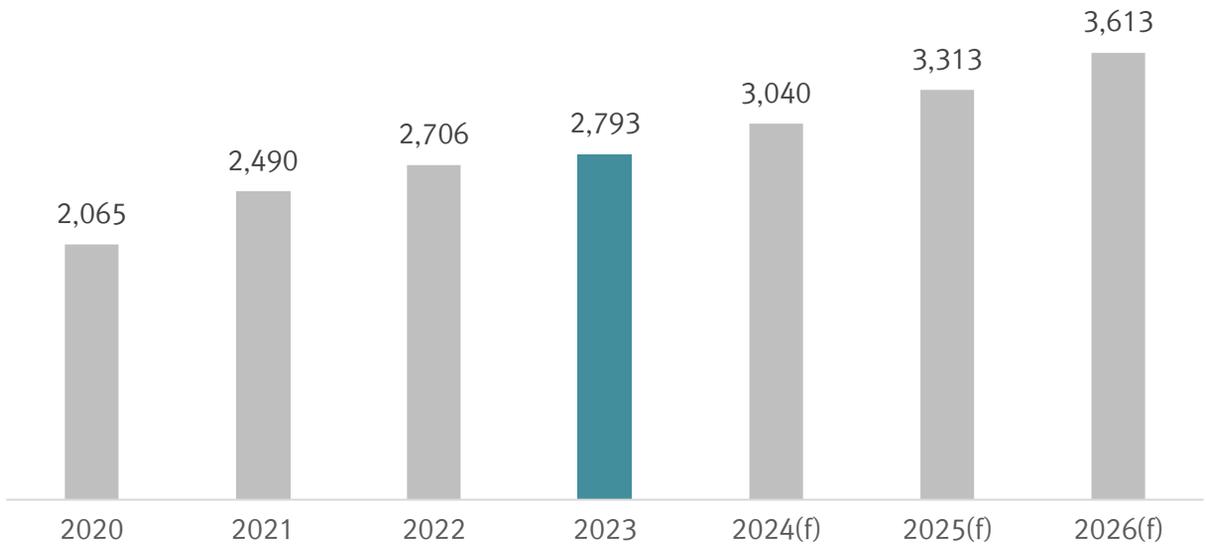
- 중국 반려동물 소비 시장 규모 23년 기준 2,793억 위안 (약 54조 원)<sup>11)</sup>

2023년 중국 반려동물 시장은 전년 대비 3.2% 성장한 2,793억 위안을 기록함. 이는 반려동물 시장이 성숙기에 접어들며 성장 속도가 다소 둔화되었으나, 2026년까지 3,613억 위안 규모로 성장이 전망되는 등 안정적인 성장세가 예상됨. 특히 프리미엄 제품과 서비스 시장이 전체 시장의 질적 성장을 주도하며, 소비 고도화가 진행되고 있음
- 포스트코로나 이후 반려동물 시장 급성장, 반려묘 시장 성장세 뚜렷

반려묘 시장이 전년 대비 6% 성장하며 전체 시장의 성장을 견인하고 있음. 반려묘 마리수는 6,980만 마리로 반려견 마리수(5,175만 마리)를 크게 앞서며, 도시화와 1인 가구 증가에 따른 반려묘 선호 현상이 뚜렷하게 나타남

중국 반려동물 소비 시장규모

단위 : 억 위안



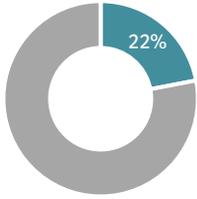
연도	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR <sup>12)</sup> (20-26)
소비규모	2,065	2,490	2,706	2,793	3,040	3,313	3,613	9.8%

출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)

11) 1위안 = 193.44원(2024.11.01, KEB 하나은행매매기준율적용)

12) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

■ 중국 전체가구 중 반려가구 비중



2023 중국 전체가구 및 반려가구

전체가구	약 4억 9,680만
반려가구	약 1억,930만

출처 : Statista

■ 중국 반려동물 1인당 소비액은 정체중

2023년 기준 반려견 연간 소비액은 2,875위안으로 전년 대비 0.2% 감소하였으며, 반려묘는 1,870위안으로 0.7% 감소함. 전반적인 경기 침체와 소비 심리 위축이 반려동물 시장에도 영향을 미치고 있음. 다만 프리미엄 제품에 대한 수요는 지속적으로 증가하는 추세임. 특히 건강 기능성 제품과 프리미엄 사료 시장은 성장세를 유지하며 소비 양극화 현상이 뚜렷해지고 있음

■ 중국 반려인 주축은 1980~1990년대생

1990년대생이 전체 반려인 중 46.6%로 가장 높은 비중을 차지하며, 1980년대생이 31.1%로 그 뒤를 잇고 있음. 이는 젊은 세대를 중심으로 반려동물을 가족으로 여기는 문화가 확산되고 있음을 시사함. 2000년대생의 반려인 비중도 10.1%로 꾸준히 증가하는 추세를 보임. 반면 1970년대생 이하의 비중은 12.2%로 전년 대비 감소세를 보이며 세대 간 반려문화의 차이가 두드러짐

중국 반려동물 소비 시장 요약

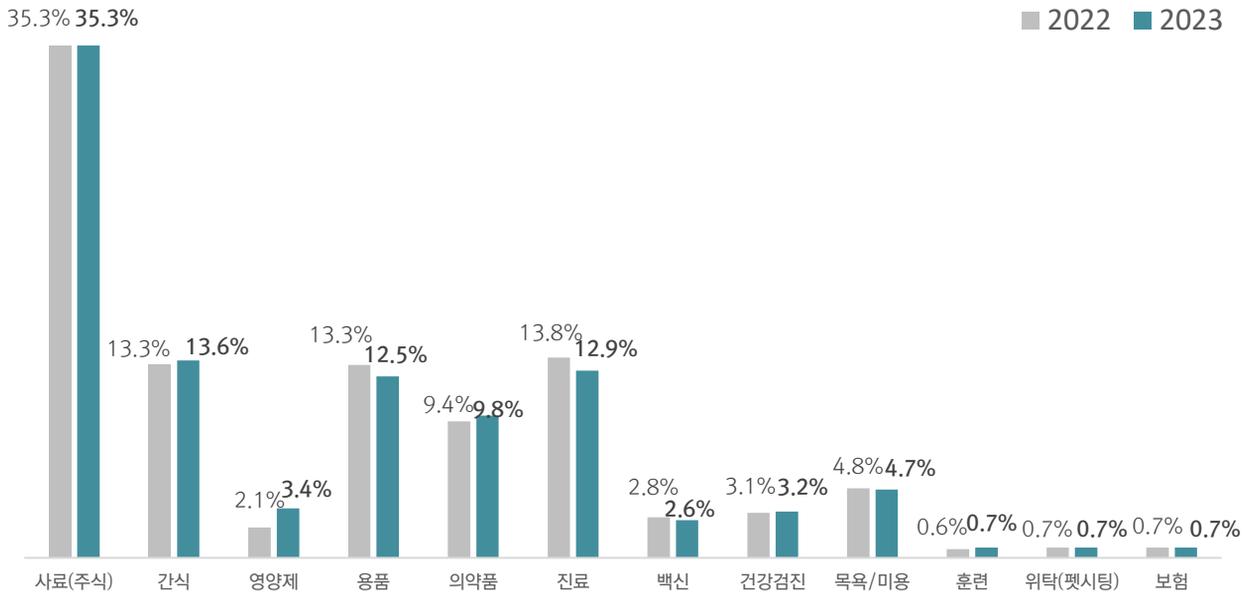
분류	항목	연도	기준	수치
시장규모	소비 시장규모(USD)	2023	억CNY	2793.0
	소비 시장규모(KRW)	2023	백만KRW	54,027,792.0
소비규모 (1마리당)	반려견	2023	CNY	2,875
	반려묘	2023	CNY	1,870
반려동물 유형	반려견	2023	마리수	51,750,000
	반려묘	2023	마리수	69,800,000
반려인 유형	2000년대생	2023	점유율	10.1
	1990년대생	2023	점유율	46.6
	1980년대생	2023	점유율	31.1
	1970년대생	2023	점유율	8.1
	이전	2023	점유율	4.1

출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)

▪ 반려동물 건강 고려하는 영양제/의약품 소비 증가

반려동물 시장에서 영양제는 2022년 대비 1.3% 증가한 3.4%, 의약품은 0.4% 증가한 9.8%로 상승세를 보임. 사료(35.3%), 진료(12.9%), 간식(13.6%) 등이 상위 지출 항목을 차지하는 가운데, 건강 관련 제품의 성장이 두드러짐. 특히 건강검진과 예방 의료 서비스에 대한 수요도 꾸준히 증가하는 추세임

중국 반려동물 품목별 소비 점유율



항목	점유율(%)	
	2022	2023
사료(주식)	35.3	35.3
간식	13.3	13.6
영양제	2.1	3.4
용품	13.3	12.5
의약품	9.4	9.8
진료	13.8	12.9

항목	점유율(%)	
	2022	2023
백신	2.8	2.6
건강검진	3.1	3.2
목욕/미용	4.8	4.7
훈련	0.6	0.7
위탁(펫시팅)	0.7	0.7
보험	0.7	0.7

출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)

## 1) 펫푸드

## 2. 중국 반려동물 품목별 소비 트렌드

### ■ 오프라인 소비, 라이브커머스 소비 증가

온라인 쇼핑몰(80.6%) 채널이 여전히 높은 비중을 차지하나 전년 대비 감소세를 보임. 반면 반려동물 전문 용품점(31.8%)과 오프라인 매장(17.3%), 특히 SNS 라이브스트리밍(16.1%) 채널의 성장이 두드러짐. 소비자들의 오프라인 경험 선호와 실시간 상호작용이 가능한 채널로의 전환이 가속화됨

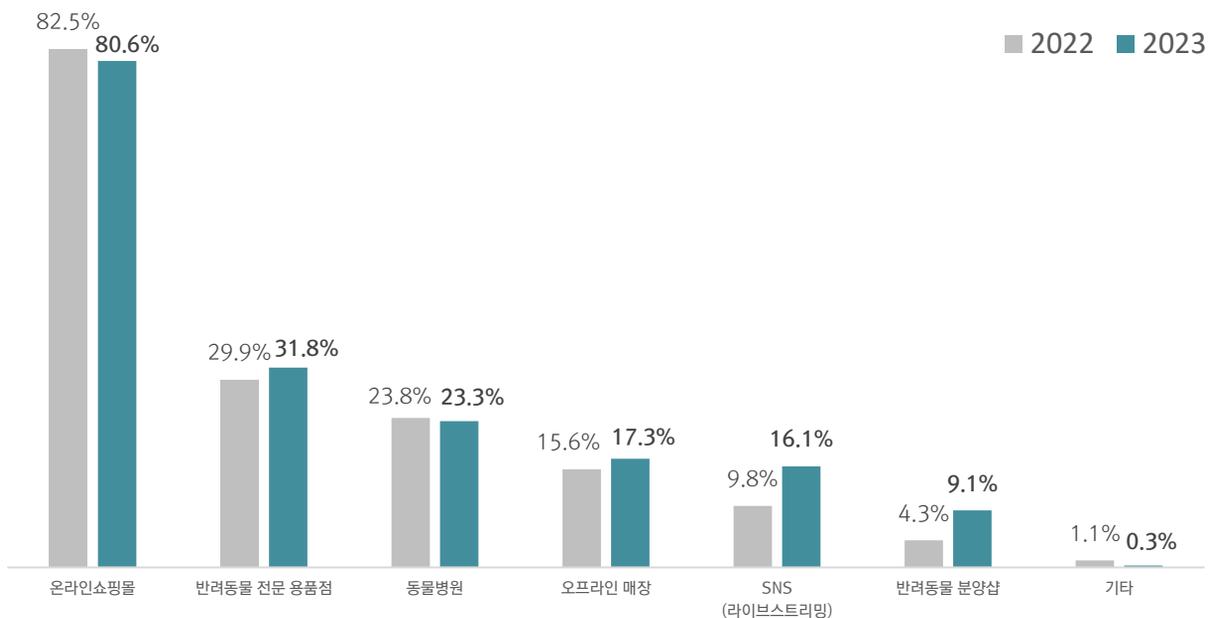
### ■ 소비주기가 길고 한 번 살 때, 많이 구매하는 소비 특징

1-3개월 단위의 대량 구매가 주를 이루며, 반려견 주인의 76.6%, 반려묘 주인의 77.4%가 이 구매 패턴을 보임. 특히 광군제 등 대형 할인 시즌에 소비가 집중되는 경향을 보이며, 품질과 가격을 모두 고려한 합리적 소비 트렌드가 강화됨

### ■ 영양소 보존을 높고 소화 용이성 높은 '저온 베이킹 사료' 수요 증가

건강을 고려한 프리미엄 사료에 대한 수요가 증가하며, 특히 저온 베이킹 공법으로 제조된 사료의 인기가 상승세를 보임. 중국 소비자들의 건강 의식 제고와 함께 프리미엄 제품에 대한 지불 의향도 높아지는 추세임

중국 펫푸드 구매 채널별 시장 점유율<sup>13)</sup>



출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)

13) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨

## 2) 펫테크/용품

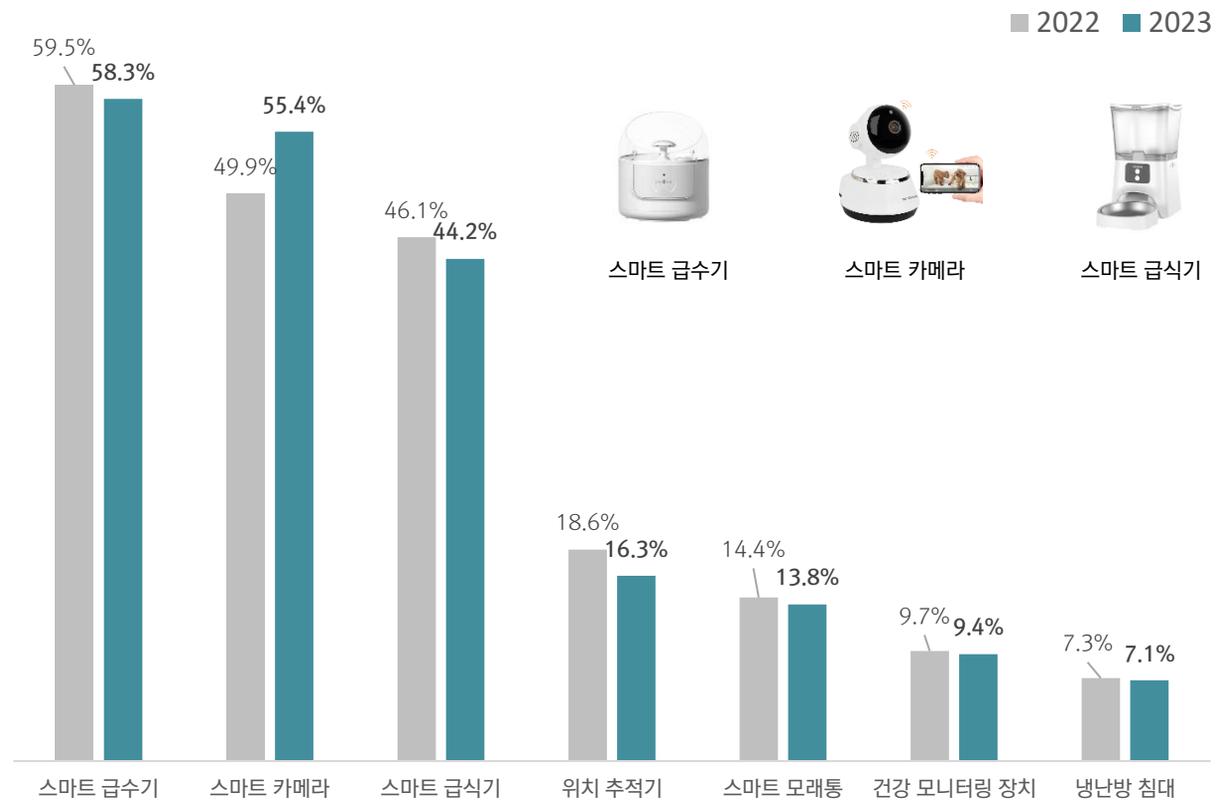
### ■ 전체 시장 정체 속.. 디지털 상품 분야 시장 증가세

전반적인 용품 시장 침체에도 불구하고 스마트 급수기(58.3%), 스마트 카메라(55.4%) 등 디지털 기기의 성장세가 뚜렷함. 반려동물 케어의 자동화와 디지털화에 대한 수요가 증가하며, 특히 1인 가구와 맞벌이 가구를 중심으로 스마트 기기 도입이 확대되고 있음

### ■ 주소비 디지털 상품으로는 '정수기, 카메라, 급식기' 등이 인기

스마트 급수기와 카메라, 급식기가 각각 58.3%, 55.4%, 44.2%의 높은 시장 점유율을 기록하며 디지털 펫케어 시장을 주도함. 이는 반려동물의 건강관리와 모니터링에 대한 관심이 증가하면서 나타난 현상으로, 향후 위치 추적기(16.3%)와 스마트 모래통(13.8%) 등으로 시장이 확대될 전망이다

중국 펫테크(디지털 펫 용품)별 시장 점유율<sup>14)</sup>



출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)

14) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨

### 3) 펫헬스케어

〈중국 반려동물 예방접종 수요〉



#### ■ 반려동물 예방접종 수요 증가

반려견 백신 접종률은 전년 대비 2.8% 상승한 33.3%, 반려묘는 4.4% 상승한 39.8%를 기록하며 예방의료에 대한 관심이 증가함. 특히 젊은 반려인을 중심으로 정기적인 건강관리와 예방접종의 중요성에 대한 인식이 높아지는 추세임. 반려동물 면역력 강화에 대한 관심이 높아지면서 정기적인 건강검진과 예방접종을 병행하는 사례가 증가하고 있음. 코로나19 이후 반려동물 헬스케어에 대한 인식이 제고되며, 예방의학 시장의 지속적인 성장이 전망됨

#### ■ 반려동물 백신 대부분 수입 제품 의존

중국 동물용 백신 시장은 조에티스(Zoetis), 인터벳(Intervet), 베링거(Boehringer) 등 글로벌 기업이 주도하고 있으며, 커첸 바이오(Keqian), 루이푸(Ruipu) 바이오 등 중국 기업들의 시장 진입이 시작됨. 자국 기업들의 기술력 향상과 정부의 산업 육성 정책으로 국산 백신 개발이 가속화될 전망이다. 특히 중국 정부는 수입 의존도 감소를 위해 자국 기업의 R&D 투자를 적극 지원하고 있음. 중국 기업들은 저가 백신 시장을 중심으로 점유율을 확대하며 경쟁력을 강화하고 있음

#### 중국 동물용 백신 주요 브랜드 현황

중국 브랜드	수입 브랜드
科前生物 (Keqian Biotechnology, 커첸 바이오)	조에티스(Zoetis, 미국)
瑞普生物等 (Ruipu Biotechnology, 루이푸 바이오 등)	인터벳(Intervet, 미국)
(-)	베링거(Boehringer, 독일)

출처 : bg.qianzhan.com

#### 4) 펫서비스

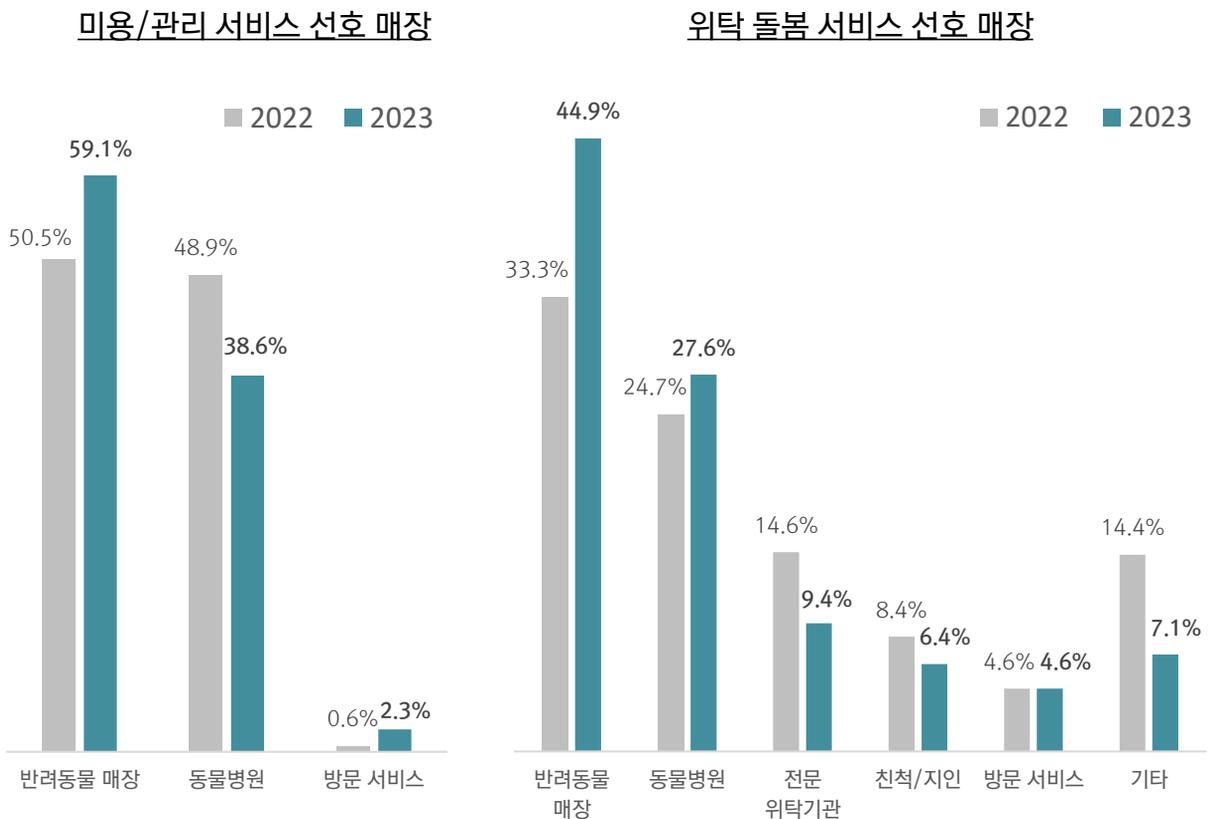
##### ▪ 반려동물 서비스 샵 수요 크게 증가

반려동물을 가족처럼 여기는 펫휴머니제이션 트렌드의 영향으로 반려동물 서비스에 대한 관심과 수요가 크게 증가하고 있음. 특히 바쁜 현대인들의 라이프스타일 변화로 인해 반려동물 돌봄, 미용, 훈련 등의 전문 서비스에 대한 니즈가 두드러지게 나타나고 있음. 이에 따라 반려동물 전문 호텔, 유치원, 샵 등 다양한 서비스 업체들이 속속 등장하며 시장 확대가 이루어지고 있는 추세임.

##### ▪ 온라인을 통한 서비스 이용 연계가 주요 포인트

한편, 펫서비스 부문에서도 온라인 채널을 통한 정보 검색과 예약, 결제 등이 활발해지면서 오프라인 매장과 연계가 중요한 과제로 떠오르고 있음. 반려인들은 온라인상에서 다양한 서비스 업체들의 정보를 손쉽게 비교하고 리뷰를 참고하여 선택하는 경향을 보이고 있음

#### 중국 펫서비스 유형별 선호 매장 변화



출처 : Pet data (2023-2024年中国宠物行业白皮书)



## IV. 일본

1. 일본 반려동물 소비 시장 현황
2. 일본 반려동물 품목별 소비 트렌드



일본

# 1. 일본 반려동물 소비 시장 현황

- 일본 반려동물 소비 시장 규모 23년 기준 1조 8,629억 엔 (약 16.9조 원)<sup>15)</sup>

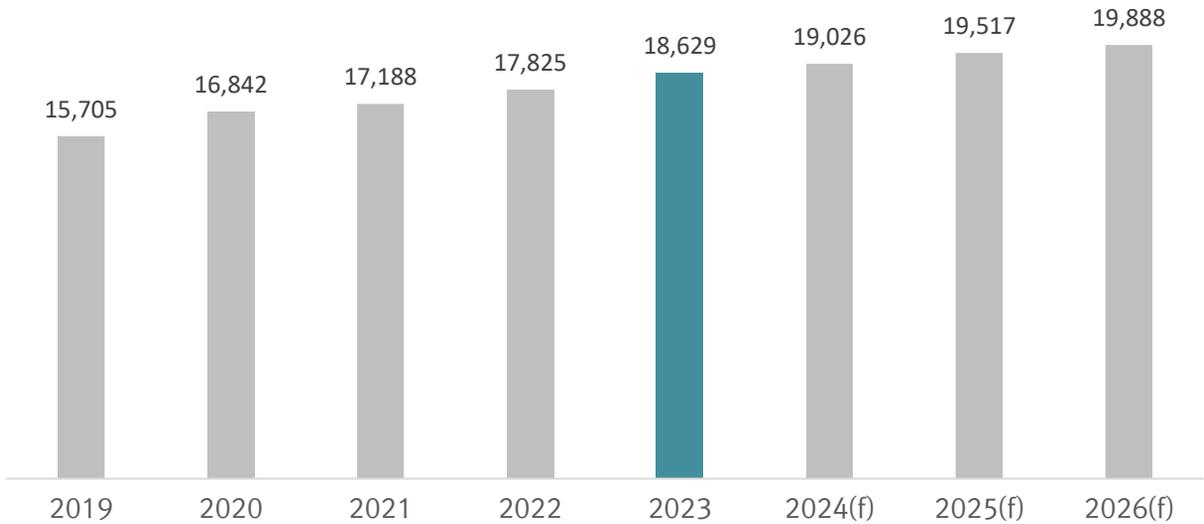
일본의 반려동물 소비 시장 규모는 2023년 기준 1조 8,629억 엔(한화 약 16조 9천억 원)에 달함. 일본 내 반려동물을 위한 소비가 2019년 이후로 꾸준히 증가하고 있음

반려동물 사육 두수 자체는 정체되어 있으나, 고부가가치 프리미엄 제품과 반려묘 관련 상품 소비 증가로 전체 시장 규모는 꾸준한 성장세를 유지할 전망이다. 2023년부터 2026년까지 연평균 성장률은 3.7%로 예측되며, 반려동물 건강에 대한 관심 고조와 함께 관련 소비가 지속적으로 확대될 것으로 보임

특히 고령화로 인해 반려동물을 가족 구성원으로 여기는 인식이 확산되면서, 질병 예방과 건강 관리를 위한 상품 및 서비스 수요가 크게 증가하는 추세임

일본 반려동물 소비 시장규모

단위 : 억 엔



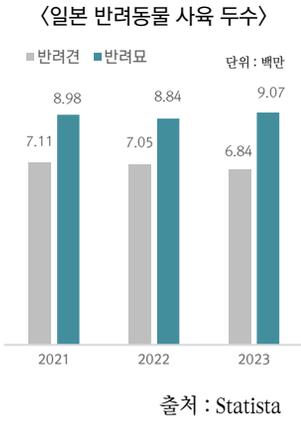
연도	2019	2020	2021	2022	2023	2024(f)	2025(f)	2026(f)	CAGR <sup>16)</sup> (18-23)
소비규모	15,705	16,842	17,188	17,825	18,629	19,026	19,517	19,888	3.7%

출처 : Yano (ペットビジネスに関する調査を実施 (2024年))

15) 100엔=908.24원(2024.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

■ 반려동물 두수는 정체.. 고부가가치 상품 · 반려묘 상품이 성장 견인



일본의 반려동물 시장이 반려동물의 행복 증진 뿐만 아니라 반려인의 라이프스타일과 삶의 질까지 고려한 서비스 분야로 확대되고 있음. 반려묘의 경우 AI 기술을 활용한 건강관리 앱, 반려묘에 특화된 고급 임대 주택, 남녀 집사 간 매칭 서비스 등이 등장하며 시장이 다각화되고 있음. 일본펫푸드협회에 따르면, 지난 10년간 반려묘 숫자는 큰 변동이 없었으나, 반려묘 양육비는 10%가량 증가했으며, 프리미엄 사료와 간식 선택 비중이 늘어나고 있음. 또한, 반려묘의 평균 수명 증가에 따라 수의사 진료비도 크게 늘어났음. 인공지능 기술을 활용한 반려묘 건강 확인 앱 서비스는 반려묘의 건강 상태를 실시간으로 확인할 수 있게 해주며, 반려묘 특화 고급 임대 주택은 반려묘와 사람이 쾌적하게 살 수 있는 환경을 제공함. 고양이 애호가끼리의 매칭 서비스도 시작되어 화제가 되고 있음

■ 높은 수준의 반려동물을 위한 1인당 평균 소비액

일본의 반려동물 1마리당 연간 평균 소비액은 매우 높은 수준임. 2023년 기준 반려견은 345,572엔, 반려묘는 169,247엔에 달함. 이는 반려견과 반려묘 부문 모두에서 프리미엄 시장이 지속적으로 확대되고 있기 때문임. 1인당 국민소득이 높고 고령화 사회로 접어든 일본의 특성상, 삶의 질을 중시하는 소비 트렌드가 반려동물 영역에도 그대로 투영되는 모습임. 건강하고 즐거운 반려동물의 생활을 위해 양질의 제품과 서비스를 선택하려는 니즈가 어느때보다 강해진 상황이며, 이에 따른 프리미엄화 시장의 확대는 당분간 지속될 것으로 전망됨

일본 반려동물 소비 시장 요약

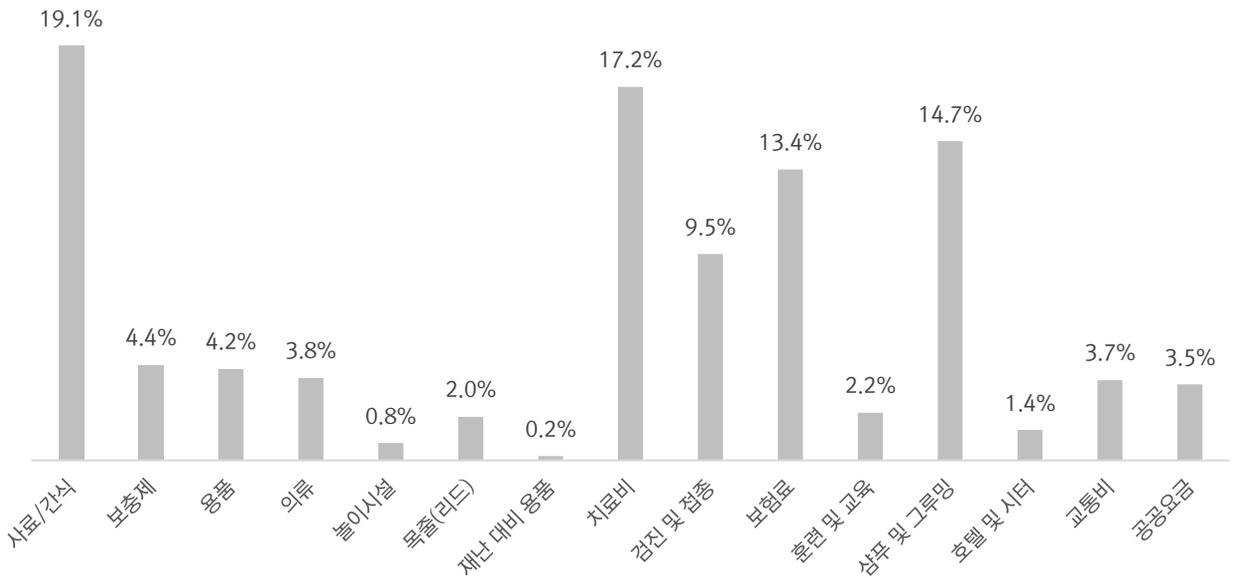
분류	항목	연도	기준	수치
시장규모	소비 시장규모(JPY)	2023	억JPY	18,629.0
	소비 시장규모(KRW)	2023	백만KRW	16,919,602.9
소비규모 (1마리당)	반려견	2023	JPY	345,572
	반려묘	2023	JPY	169,247
반려동물 유형	반려견	2023	마리수	7,053,000
	반려묘	2023	마리수	8,837,000

출처 : Yano (ペットビジネスに関する調査を実施 (2024年))

▪ 반려견은 사료/간식, 치료비, 샴푸 및 그루밍, 보험료의 비중 높아

일본 반려동물 품목별 소비 점유율을 살펴보면, 반려견의 경우 사료/간식이 19.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 치료비 17.2%, 샴푸 및 그루밍 14.7%, 보험료 13.4% 순으로 나타남. 반려견 관련해서는 식품, 미용 및 건강 관리에 대한 지출 비중이 높은 편임

일본 반려견 품목별 소비 점유율 (2021)<sup>17)</sup>



항목		점유율 (%)
사료	사료/간식	19.1
	보충제	4.4
테크/용품	용품	4.2
	의류	3.8
	놀이시설	0.8
	목줄(리드)	2.0
	재난 대비 용품	0.2

항목		점유율 (%)
헬스케어	치료비	17.2
	검진 및 접종	9.5
	보험료	13.4
서비스	훈련 및 교육	2.2
	샴푸 및 그루밍	14.7
	호텔 및 시터	1.4
기타	교통비	3.7
	공공요금	3.5

출처 : Yano (ペットビジネスに関する調査を実施 (2024年))

17) 라운딩 에러(Rounding Error): 반올림 오차이며, 실제 전체 합은 100%이나 소수점 반올림 과정에서 합이 101% 또는 99%로 나타나는 현상

## 1) 펫푸드

## 2. 일본 반려동물 품목별 소비 트렌드

### ■ 반려인 건강 의식 증가로 프리미엄 사료 소비 증가

일본 반려인들의 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 프리미엄 사료 시장이 꾸준히 성장하고 있음. 특히 자연 원료를 사용하고 인공 첨가물을 배제한 제품, 그리고 육류 함량이 높은 제품 등이 인기를 끌고 있음. 또한 사람이 먹는 식재료 수준의 휴먼그레이드 사료와 수의사가 추천하는 제품 역시 주목받고 있음. 2023년 474억 엔 규모였던 의료 목적 사료 시장은 2025년 510억 엔까지 지속적으로 확대될 전망이다

### ■ 반려묘 사료 시장 성장

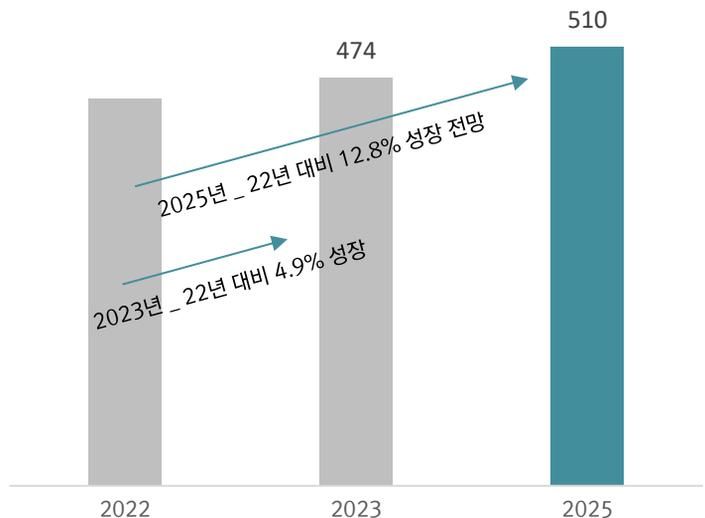
일본에서는 반려묘 사료 시장도 꾸준한 성장세를 나타내고 있음. 반려묘의 하부 요로질환 예방과 신장 건강 유지를 강조하는 기능성 사료 제품이 점차 보편화되는 추세임. 또한 반려견에 비해 반려묘 사육 두수가 안정적으로 증가하고 있어, 향후에도 지속적인 수요 증대가 예상됨. 이에 따라 반려동물 전문 용품점 등에서도 반려묘 관련 제품의 진열 면적을 점진적으로 늘려가는 모습을 보이고 있음

### 의료 목적 사료 소비 증가 전망

단위 : 억 엔



〈미국 힐스(Hill's) 브랜드의 반려묘 처방식 사료〉



출처 : Fuji ペット関連商品の国内市場を調査

## 2) 펫테크/용품

### ▪ 반려동물 가족화 추세 증가로 실내 생활 환경 지속 개선

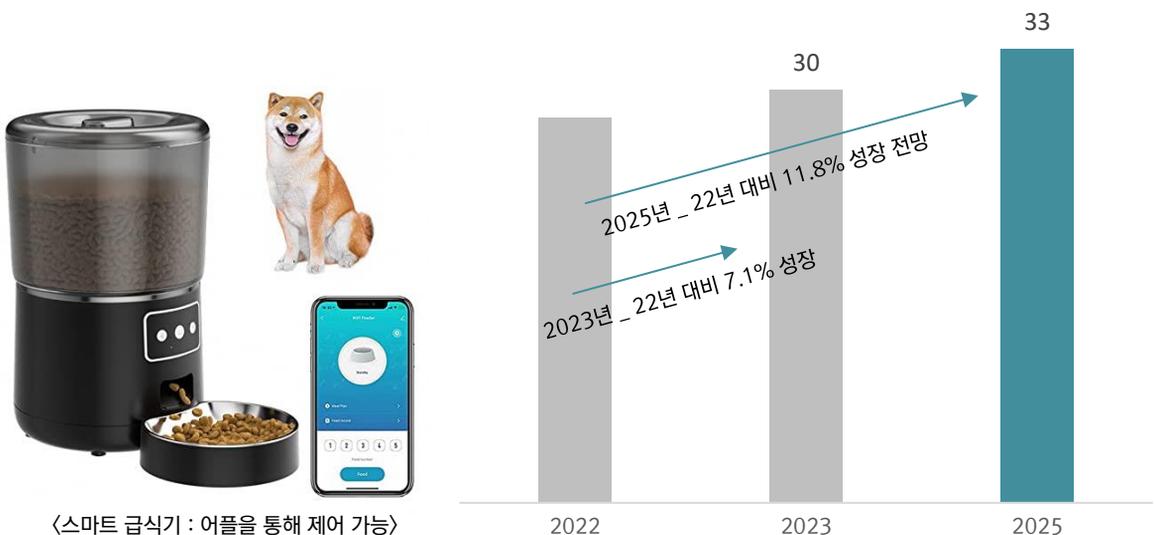
반려동물을 가족의 일원으로 여기는 펫팸족이 늘어나면서 반려동물의 실내 생활 환경을 개선하려는 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 이에 따라 반려동물의 편의성과 쾌적함을 높여줄 수 있는 하이엔드 펫 용품 시장이 지속적으로 성장할 것으로 전망됨. 주인과 반려동물이 함께 사용할 수 있는 인테리어 가구부터 반려동물 전용 가전제품, 그리고 건강과 위생 관리를 위한 각종 미용 및 케어 용품에 이르기까지 다양한 프리미엄 제품군이 출시되고 있음. 특히 IoT와 같은 첨단 기술을 접목한 스마트 제품들도 점차 확대되는 추세로, 반려인의 편의성 제고와 동시에 반려동물의 건강하고 행복한 실내 생활 지원을 위한 혁신적 아이템 개발이 활발히 이루어지고 있음

### ▪ 스마트 급식기/급수기 수요 증가

또한 IoT 기술의 발달로 인해 스마트 급식기와 급수기 수요 역시 증가하고 있음. 반려인이 부재중일때도 반려동물의 식사와 음수를 자동으로 관리해주고, 모바일 앱을 통해 원격 제어와 모니터링까지 가능한 제품들이 인기를 끌고 있음. 실제로 스마트 급식기 및 급수기 시장 규모는 2023년 30억 엔에서 2025년 33억 엔 수준까지 성장할 것으로 전망되고 있음. 맞벌이 가구 증가와 고령화 등 사회적 변화에 따른 니즈 확대로, 향후에도 지속적인 수요 증가가 예상됨

급식기/급수기 소비 증가 전망

단위 : 억 엔



출처 : Fuji ペット関連商品の国内市場を調査

### 3) 펫헬스케어

#### ■ 반려동물 위생관리를 위한 구강케어 제품 수요 증가 전망

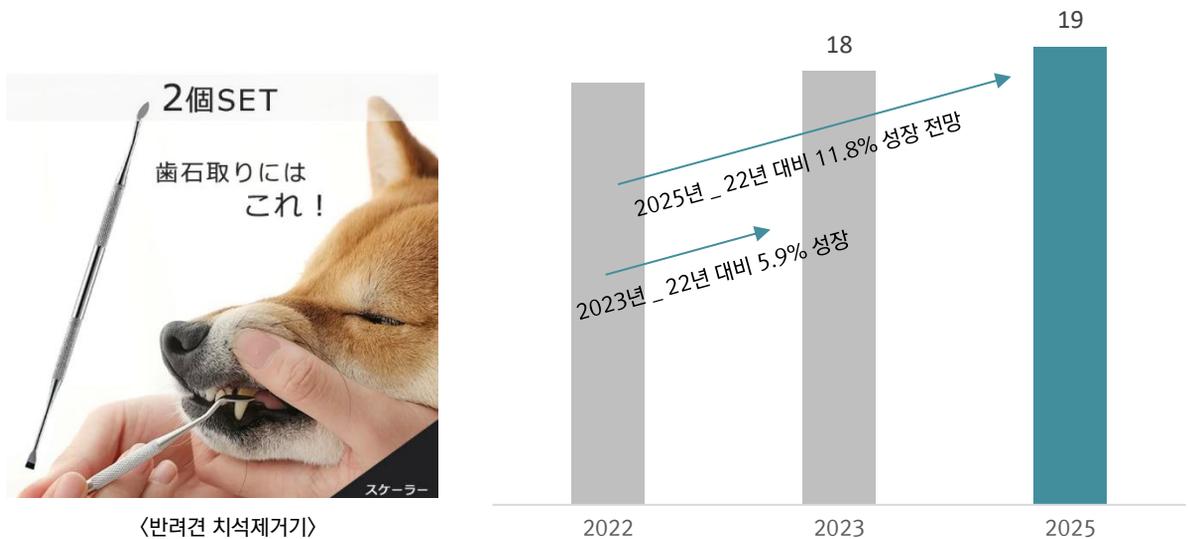
반려동물의 구강 건강과 위생 관리에 대한 관심이 높아지면서, 관련 케어 제품의 수요가 꾸준히 증가할 것으로 전망됨. 단순히 치석 제거 뿐만 아니라 구취 예방, 잇몸 건강 유지 등 구강 케어의 범위가 점차 확대되고 있는 추세임. 다양한 구강 케어 제품군이 출시되고 있으며, 사용자의 숙련도와 선호도에 따라 선택의 폭이 넓어지고 있음. 초보자도 쉽게 사용할 수 있는 간편한 덴탈 스틱부터 숙련된 반려인을 위한 전문가용 스케일링 도구에 이르기까지 다양한 제품이 개발되고 있음. 향후에도 구강 건강의 중요성에 대한 인식이 지속적으로 확산되고, 효과와 편의성을 갖춘 혁신 제품에 대한 니즈가 꾸준히 증가할 것으로 예상됨. 실제로 반려동물 덴탈케어 제품 시장 규모는 2023년 18억 엔에서 2025년 19억 엔 수준까지 지속 성장할 것으로 전망됨

#### ■ 반려동물 건강상태 실시간 진단 스마트 헬스케어 기기 수요 증가

한편, 첨단 기술의 발달에 힘입어 반려동물의 건강 상태를 실시간으로 확인하고 관리할 수 있는 스마트 헬스케어 기기에 대한 관심도 높아지고 있음. 반려동물의 몸에 직접 착용하는 웨어러블 디바이스나 원격으로 움직임과 건강 지표를 모니터링 할 수 있는 IoT 기반 추적기 등 혁신적인 아이템이 등장하고 있음. 특히 고령 반려동물이 증가하는 추세에서 질병 예방과 건강 수명 연장에 대한 니즈가 커지고 있어, 관련 시장의 성장세가 두드러질 것으로 기대됨

덴탈케어 제품 소비 증가 전망

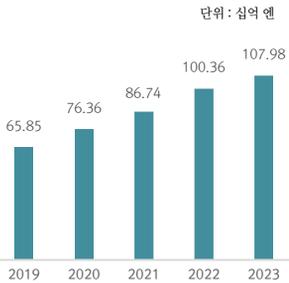
단위 : 억 엔



출처 : Fuji ペット関連商品の国内市場を調査

## 4) 펫서비스

〈반려동물 보험 회사들이 고객에게서 받은 보험료 수입〉



출처 : Statista

### ■ 반려동물 보험 가입률 증가

일본에서는 반려동물 보험 가입률이 점차 높아지고 있음. 사고나 질병으로 인해 발생하는 막대한 의료비 부담을 완화하기 위해 보험 상품을 선택하는 반려인이 증가하는 추세임. 특히 고령 반려동물 비중이 높아지면서 노령펫 전용 보험 상품의 인기가 높아지고 있음. 대표적인 반려동물 보험사로는 애니컴(Anicom), 아이펫(Ipet), SBI 펫 메디컬(SBI Pet Medical) 등이 있으며, 다양한 연령대의 반려동물을 대상으로 보장 범위와 금액을 세분화한 맞춤형 상품을 제공하고 있음

### ■ 미용 서비스 수요 증가

반려동물 미용 서비스 시장 또한 꾸준히 성장하고 있음. 단순히 외모 가꾸기를 넘어 피부와 피모의 건강, 위생 상태 유지에도 도움이 되는 전문 케어 서비스에 대한 수요가 높아지고 있음

## 일본 반려동물 보험 제도

항목	내용
종류	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 의료비 보장형 : 반려동물의 질병, 부상 치료비를 보장</li> <li>· 사고/책임 보장형: 반려동물이 타인에게 피해를 입혔을 경우 책임 비용 보장</li> </ul>
보장 범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 진료비, 수술비, 입원비, 약값 등</li> <li>· 일부 보험은 정기 건강검진, 예방접종, 치과 치료 포함</li> </ul>
주요 보험사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 애니컴(Anicom): 일본 최대의 펫 보험사로, 의료비 보장에 특화</li> <li>· 아이펫(Ipet): 간단한 청구 절차와 다양한 보장 상품 제공</li> <li>· SBI 펫 메디컬(SBI Pet Medical): 고령 반려동물에 특화된 상품 제공</li> </ul>
가입 연령	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주로 생후 2개월부터 가입 가능</li> <li>· 특정 보험은 고령 반려동물(10세 이상)에 대한 가입 제한</li> </ul>
보험료	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 월 평균 2,000엔~6,000엔 수준(보장 범위 및 반려동물 종류에 따라 다름)</li> </ul>
보상 비율	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 50%, 70%, 100% 중 선택 가능</li> <li>· 대부분의 보험은 진료비 청구 시 보상 비율에 따라 환급</li> </ul>

출처 : 애니컴(Anicom), 아이펫(Ipet), SBI 펫 메디컬(SBI Pet Medical)



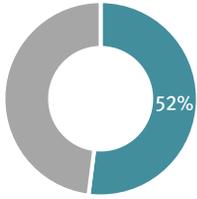
## V. 독일

1. 독일 반려동물 소비 시장 현황
2. 독일 반려동물 품목별 소비 트렌드



## 독일

독일 전체가구 중 반려가구 비중



2023 독일 전체가구 및 반려가구

전체가구	약 4,133만
반려가구	약 2,149만

출처 : TGM Research

### 1. 독일 반려동물 소비 시장 현황

독일 반려동물 소비 시장 규모 23년 기준 70.9억 유로 (약 10.6조 원)<sup>18)</sup>

2023년 독일 반려동물 소비 시장 규모는 70.9억 유로로, 이는 약 10.6조 원에 해당함. 고품질 제품과 서비스에 대한 수요 증가가 이러한 시장 성장을 견인한 것으로 판단됨. 특히 프리미엄 시장의 확대가 주요 동인으로 작용하고 있음

다인 가구에서 높은 반려동물 양육 비율 기록

독일은 타국과 달리 다인 가구의 반려동물 양육 비율이 높게 나타나고 있음. 이러한 가구 구조는 반려동물을 가족 구성원으로 여기는 문화 확산에 의한 결과로 판단됨. 또한, 반려견과 반려묘 외에도 토끼, 기니피그, 앵무새 등 다양한 반려동물이 양육되고 있음. 독일 소비자들은 개성과 취향을 반영한 새로운 반려동물 문화에 관심을 가지는 경향을 보여줌

#### 독일 반려동물 소비 시장 요약

분류	항목	연도	기준	수치
시장규모	소비 시장규모(EUR)	2023	백만EUR	7,093.0
	소비 시장규모(KRW)	2023	백만KRW	10,649,713.9
반려동물 유형	반려견	2023	마리수	10,500,000
	반려묘	2023	마리수	15,700,000
	기타 소형 반려동물	2023	마리수	4,600,000
	조류	2023	마리수	3,500,000
	어류	2023	마리수	3,500,000
	파충류	2023	마리수	1,200,000
반려인 유형	16~29세	2023	점유율	16.0
	30~39세	2023	점유율	19.0
	40~49세	2023	점유율	18.0
	50~59세	2023	점유율	22.0
	60세 이상	2023	점유율	25.0

출처 : ZZf (Der deutsche Heimtiermarkt in Zahlen)

18) 1유로=1,501.44원(2024.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

■ 반려동물 사료/간식 소비 시장 크게 성장 중

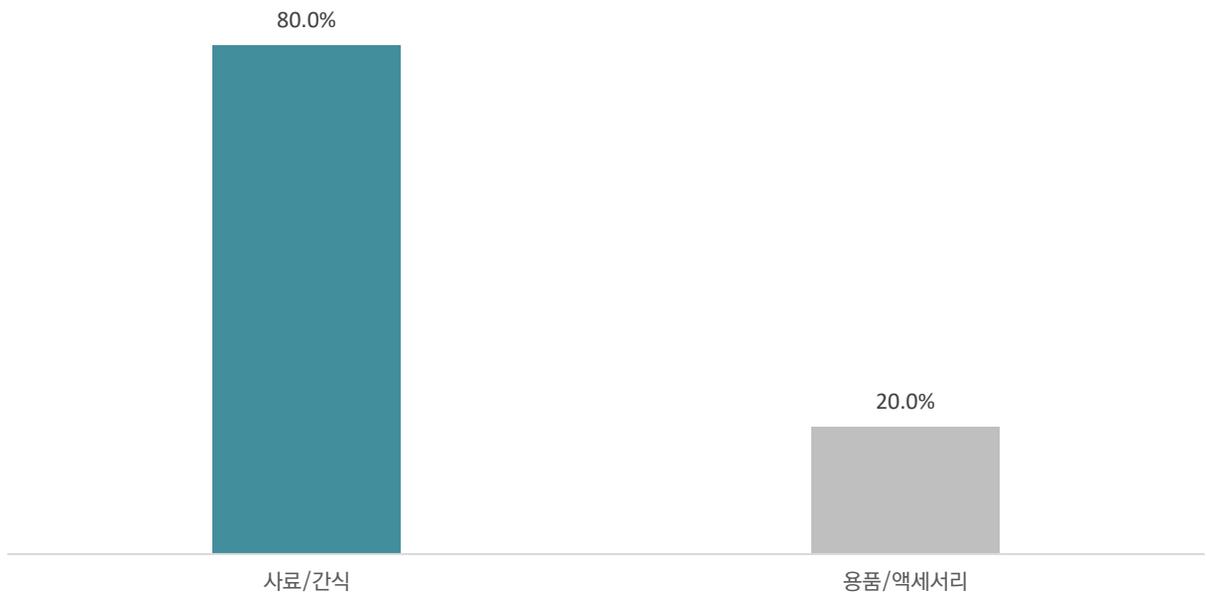
2023년 독일 반려동물 시장에서 사료 및 간식 부문은 전년 대비 11.4%의 높은 성장률을 기록하며, 시장의 주도적 역할을 담당하고 있음. 이 부문은 전체 시장의 약 80%를 차지하며, 필수 소비재로서 안정적인 수요를 보임. 특히 고급화된 프리미엄 사료와 기능성 간식이 시장 성장을 견인한 것으로 분석됨

독일 소비자들은 반려동물의 건강과 웰빙을 중요시하며, 유기농 원료 및 건강 기능성을 강조한 제품에 대한 선호도가 높음. 이러한 트렌드는 특히 반려견과 반려묘를 양육하는 가정에서 두드러짐. 시장에서는 다양한 영양 보조제와 맞춤형 사료가 출시되며 소비자의 선택 폭을 확대하고 있음

한편, 용품 및 액세서리 부문은 전년 대비 2.7%의 성장률을 보이며, 시장의 20%를 차지함. 반려동물의 편안함과 실용성을 강조하는 제품들이 인기를 끌고 있으며, 친환경 소재를 사용한 혁신 디자인의 제품들도 소비자의 관심을 받고 있음

독일 반려동물 시장의 지속적인 성장은 소비자의 라이프스타일 변화와 반려동물을 가족의 일원으로 여기는 문화의 확산에 기인함. 앞으로도 프리미엄 제품과 맞춤형 서비스의 확대를 통해 시장이 꾸준히 성장할 것으로 전망됨

독일 반려동물 품목별 소비 점유율 (2023)<sup>19)</sup>



출처 : ZZf (Der deutsche Heimtiermarkt in Zahlen)

19) 해당 점유율의 용품/액세서리는 반려동물의 액세서리, 위생 및 관리 제품, 사육 및 편의 용품, 훈련 및 건강 보조 제품을 포함함

## 1) 펫푸드

## 2. 독일 반려동물 품목별 소비 트렌드

### ▪ 온라인 소매 시장 활성화

독일 반려동물 시장에서 온라인 소매 채널은 빠르게 성장하며 중요한 유통 경로로 자리 잡고 있음. 2023년 독일의 반려동물 관련 온라인 매출은 약 13억 1,600만 유로를 기록하며, 전년 대비 9.4% 증가함. 이는 소비자들이 디지털 환경에서의 쇼핑 편리함을 인식하고, 다양한 선택지를 제공받을 수 있는 온라인 채널로 점차 이동하고 있음을 보여줌

### ▪ 독일 Interzoo, 사료 분야에서 지속 가능한 제품 개발과 혁신 강조

Interzoo는 독일에서 개최되는 세계 최대의 반려동물 관련 전시회로, 반려동물 사료 개발의 최신 R&D 트렌드를 반영하는 중요한 플랫폼으로 자리 잡고 있음. 특히 이번 2024 전시회에서 사료 분야에서는 지속 가능한 제품 개발과 혁신적인 기술 적용이 주요 주제로 부각됨

Interzoo 2024에서 주목 받은 사료

기업명	항목	설명	특징
Anifit (독일)	신선육	· 신선한 고기를 기반으로 한 고품질의 반려견과 반려묘용 습식 사료.	지역 재료 사용 및 인공 첨가물 배제
Bellfor (독일)	곤충 단백질	· 곤충 단백질을 대체 단백질원으로 사용하는 반려견 건식 사료	곤충을 지속 가능한 단백질원으로 활용
Green Petfood (독일)	채식 사료	· 동물성 성분이 없는 식물성 반려견용 사료	동물 보호 촉진 및 식물성 식단을 통한 환경 부담 감소
Hermann's Manufaktur (독일)	유기농 채식	· 유기농 재료로 만든 반려견용 채식 건식 사료	유기농 농업과 채식 식단의 결합

출처 : Interzoo

## 2) 펫테크/용품

### 트랙티브 (Tractive)

#### 업체 특징 :

반려동물의 위치 추적과 건강 관리를 위한 GPS 기반 추적 장치 (GPS & Health Tracker)를 제공하는 오스트리아에 본사를 둔 기업

#### 제품 특징 :

- 실시간 위치 추적
- 활동 및 수면 모니터링
- 가상 울타리 설정
- 방수 기능

### ■ 반려동물 안전과 건강을 위한 스마트 기술 활용 증가

독일 반려동물 시장에서는 반려동물의 안전과 건강을 모니터링하기 위한 스마트 기술의 활용이 증가하고 있음. 대표적으로 GPS 기반 추적 장치가 주목받고 있으며, 트랙티브(Tractive)와 같은 기업이 위치 추적과 활동량 모니터링 기능을 통합한 제품을 개발하여 소비자들에게 큰 관심을 받고 있음. 이러한 기술은 반려동물 실종 방지 뿐만 아니라, 건강 관리 및 활동량 추적과 같은 부가적인 가치를 제공하여 시장 내에서 빠르게 성장하고 있음

### ■ 친환경 소재로 제작된 펫용품에 대한 수요가 증가

지속 가능한 소비 트렌드에 따라 독일에서는 친환경 소재를 사용한 펫용품의 수요가 증가하고 있음. 독일 최대의 반려동물 유통 전문 소매점인 프레스나프(Fressnapf)는 이를 반영하여 친환경 제품 라인을 적극적으로 확대하고 있음. 소비자들은 플라스틱 사용을 최소화하거나 재활용 가능한 소재를 활용한 용품을 선호하고 있으며, 이는 환경 보호에 대한 의식을 가진 소비자층의 니즈를 충족시키고 있음

### 독일 최대 반려동물 유통 전문 소매점 프레스나프(Fressnapf)



- 1990년에 설립된 독일 최대의 반려동물 용품 유통 전문 소매점 체인
- 현재 유럽 전역에 약 1,700개 이상의 매장을 운영하며, 반려동물 관련 제품과 서비스를 종합적으로 제공

출처 : Fressnapf

### 3) 펫헬스케어

#### 메드펫츠(Medpets)

**업체 특징 :**

2007년 네덜란드에서 설립된 반려동물용 용품 온라인 플랫폼

**규모 :**

2003년 기준 약 200명의 직원과 연매출 3,500만 달러로 추정됨

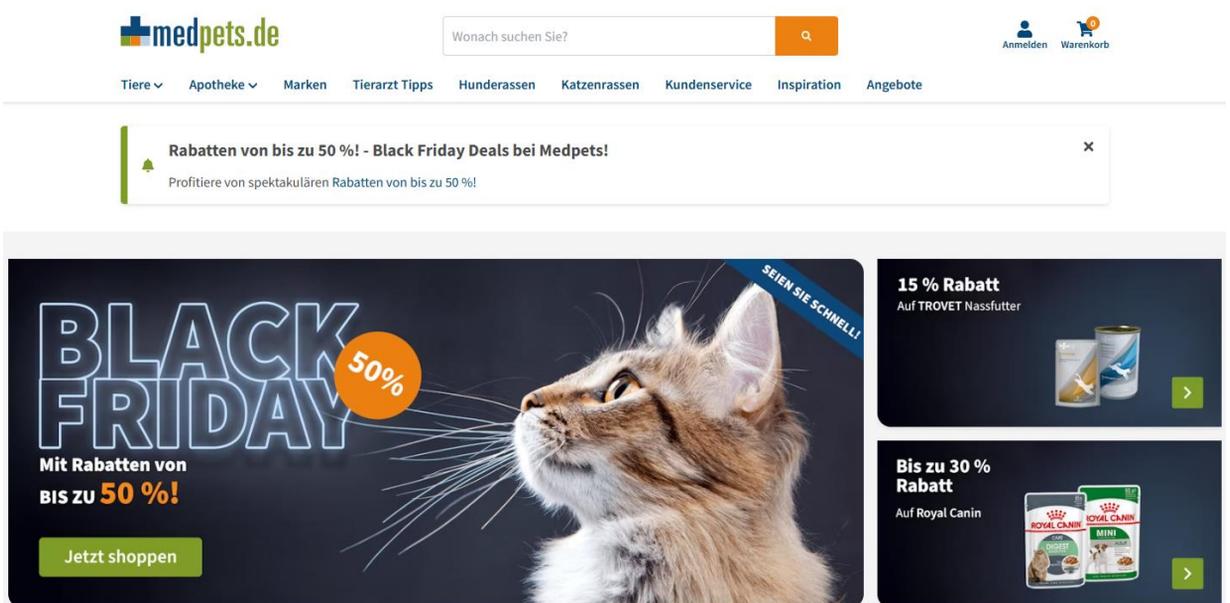
■ 유럽 최대 온라인 동물 약국 메드펫츠(Medpets)

메드펫츠(Medpets)는 유럽 전역에서 반려동물용 의약품, 보충제 및 다양한 용품을 온라인으로 제공하는 대표적인 온라인 동물 약국으로, 독일에서도 높은 인기를 얻고 있음. 이 플랫폼은 소비자들에게 반려동물의 건강 관리를 위한 다양한 제품을 간편하게 구매할 수 있는 환경을 제공하며, 의약품부터 영양 보조제에 이르는 폭넓은 제품군을 갖추고 있음. 특히, 메드펫츠(Medpets)는 사용자의 편의성을 높이기 위해 상세한 제품 정보와 상담 서비스를 제공하며, 반려동물의 특정 건강 상태에 맞는 맞춤형 제품 추천 기능도 지원하고 있음. 이를 통해 반려동물의 건강 관리를 더욱 체계적으로 할 수 있는 점에서 소비자들에게 신뢰를 받고 있음

■ 반려동물 개별적인 필요와 유전적 특성에 맞춘 치료 중요성 부각

반려동물 헬스케어 시장에서는 개별 반려동물의 유전적 특성과 건강 상태에 맞춘 맞춤형 치료의 중요성이 점차 강조되고 있음. 최근 반려동물의 건강 관리에서 자연 친화적이고 안전한 제품에 대한 선호가 증가하고 있으며, 이는 반려동물의 개별적 특성에 따라 최적화된 치료와 관리 솔루션을 제공하는 방향으로 이어지고 있음. 이러한 맞춤형 접근은 반려동물의 건강과 웰빙을 강화하는 동시에 소비자들에게 신뢰를 제공하며, 반려동물 헬스케어 산업의 중요한 트렌드로 자리 잡고 있음

#### 유럽 대표 온라인 동물 약국 Medpets



#### 4) 펫서비스

##### ■ 각광받는 반려동물 미용/목욕 서비스

반려견의 청결과 건강을 유지하기 위한 미용 및 목욕 서비스가 독일에서 점차 대중화되고 있음. 특히, 소비자들은 프로 도그 워시(Pro Dog Wash)와 같은 편리한 목욕 설비를 통해 전문적인 관리 서비스를 이용할 수 있는 환경을 선호하고 있음. 이러한 설비는 동물 병원, 미용실, 호텔 및 캠핑장 등 다양한 장소에 설치되어 소비자 접근성을 높이고 있음. 프로 도그 워시(Pro Dog Wash)는 자동 세척 및 소독 시스템을 갖추고 있어 위생적인 목욕 환경을 제공하며, 필터 없는 효율적인 설계로 오염물 배출을 최소화함. 또한, 사용자 친화적인 인터페이스와 다양한 결제 시스템을 지원하여 편의성을 높이고 있음. 이러한 혁신적인 설비는 반려동물의 안전을 고려한 인체공학적인 디자인으로 설계되어 독일 소비자들에게 긍정적인 반응을 얻고 있음

##### ■ 반려동물 장례 서비스의 전문화와 확산

반려동물의 생애 주기에 대한 존중과 애정을 반영하여, 독일에서는 반려동물 장례 서비스가 전문화되고 있음. 현재 약 120개의 동물 묘지가 운영 중이며, 이와 함께 180명의 동물 장의사가 활동하며 장례 절차를 전문적으로 지원하고 있음. 이러한 서비스는 단순한 장례를 넘어 반려동물과의 작별을 보다 의미 있고 존중 받는 경험으로 만들어줌

반려동물 목욕 설비(부스) 개발 프로 도그 워시(Pro Dog Wash)



항목	설명
제조사명	프로 도그 워시(Pro Dog Wash, 독일)
납품처	애견 미용실, 동물 병원, 애견 호텔, 캠핑장 등
주요 기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자동 세척 및 소독 시스템</li> <li>· 필터 없는 설계로 효율적인 오염물 배출</li> <li>· 실내 및 실외 설치 가능</li> <li>· 사용자 친화적인 인터페이스</li> <li>· 다양한 결제 시스템 지원</li> <li>· 반려견의 안전을 고려한 인체공학적인 디자인</li> </ul>



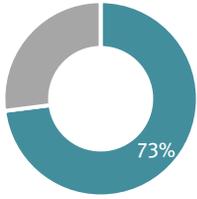
## VI. 태국

1. 태국 반려동물 소비 시장 현황
2. 태국 반려동물 품목별 소비 트렌드



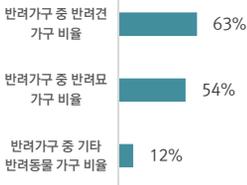
## 태국

태국 전체가구 중 반려가구 비중



2021 태국 전체가구 및 반려가구

전체가구	약 1,547만
반려가구	약 1,129만



주요 반려동물 전문 인플루언서

jiffpom	908.9만
nala_cat	452.8만

### 1. 태국 반려동물 소비 시장 현황

태국 반려동물 소비 시장 규모 23년 기준 936억 7,000만 바트(약 3.8조 원)<sup>20)</sup>  
태국의 반려동물 소비 시장은 2023년 기준 약 936억 7,000만 바트(약 3.8조 원)에 달하며, 2020년대 연평균 성장률 20% 이상의 높은 성장세를 유지하고 있음

■ 이색 반려동물 인기 상승

태국 반려동물 시장에서는 기존 반려동물 외에도 이색 반려동물에 대한 선호도가 빠르게 증가하고 있음. 파충류, 뱀, 이구아나, 거북이, 원숭이(부시베이비), 친칠라, 앵무새와 같은 이색 동물들이 대표적으로, 공간 제약이 있는 도시 거주자들 사이에서 인기를 끌고 있음. 이러한 트렌드는 반려동물의 다양성과 개성을 중시하는 태국 소비자들의 특성을 반영하고 있음

■ 반려동물 전문 인플루언서(Petfluencer) 증가 전망

태국 내 반려동물 관련 콘텐츠의 인기가 소셜 미디어에서 급증하면서, 반려동물 전문 인플루언서인 ‘Petfluencer’가 새로운 트렌드로 자리 잡고 있음. 반려동물과 함께한 일상이나 제품 사용 후기 등을 게시하는 콘텐츠는 브랜드와 소비자 간의 연결을 강화하며, 반려동물 시장의 성장을 촉진하고 있음

#### 태국 반려동물 소비 시장 요약

분류	항목	연도	기준	수치
시장규모	소비 시장규모(USD)	2023	백만THB	93,670.0
	소비 시장규모(KRW)	2023	백만KRW	3,822,672.7
분야별 총사 기업수	반려동물 사육 시설	2023	기업수	1,233
	사료/용품 제조	2023	기업수	2,138
	서비스 및 케어	2023	기업수	1,638
규모별 총사 기업수	소기업	2023	기업수	4,498
	중기업	2023	기업수	382
	대기업	2023	기업수	129

출처 : 태국 상무부 사업개발국 (แหล่งข้อมูล: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

20) 1바트= 40.81원(2024.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

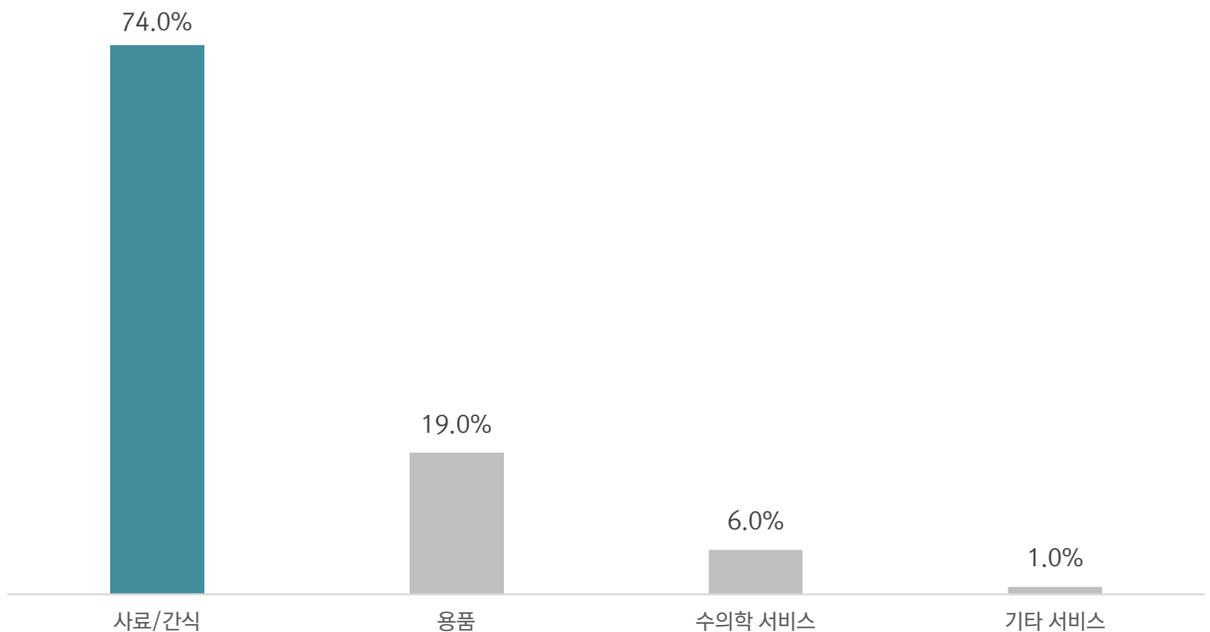
▪ 반려동물 사료 시장, 전체 소비 시장 중 74% 차지

태국 반려동물 시장에서 사료 및 간식 부문은 전체 시장의 74%를 차지하며 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 이는 반려동물의 건강과 영양을 중시하는 소비자들의 선호도가 반영된 결과로, 프리미엄 사료와 기능성 간식이 주요 성장 동력으로 작용하고 있음. 특히, 고품질 원료와 맞춤형 영양 제공이 가능한 제품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음

▪ 반려동물 서비스 시장은 아직 미성숙 상태

반면, 반려동물 서비스 시장은 전체 소비 시장에서 6%로 비교적 작은 비중을 차지하며 아직 미성숙한 상태로 평가됨. 그러나 태국 내 반려동물 서비스는 지속적으로 성장 가능성을 보이고 있음. 특히, 수의학 서비스와 기타 서비스에 포함되는 미용 및 케어 서비스, 펫 호텔과 같은 다양한 서비스가 점차 확대되고 있으며, 이를 통해 시장 점유율이 높아질 가능성이 큼. 이러한 서비스는 반려동물을 가족의 일원으로 여기는 문화적 변화와 함께 성장할 것으로 전망됨

태국 반려동물 품목별 소비 점유율 (2023)



출처 : 태국 상무부 사업개발국 (แหล่งข้อมูล: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

## 1) 펫푸드

## 2. 태국 반려동물 품목별 소비 트렌드

### ■ 프리미엄 및 맞춤형 펫푸드 시장의 성장

태국 반려동물 시장에서 프리미엄과 맞춤형 펫푸드에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음. 건강과 영양을 중시하는 트렌드에 따라, 저자극성 펫푸드와 같은 특수 펫푸드가 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있음. 특히 관절 건강, 소화기 케어 등 특정 건강 문제를 해결하기 위한 펫푸드가 시장에서 주목받고 있음

### ■ 국내 생산 및 수출 중심의 펫푸드 산업 성장

태국은 동남아시아의 주요 펫푸드 생산국으로 자리 잡고 있으며, 글로벌 시장에서도 높은 경쟁력을 확보하고 있음. 태국 기업인 퍼펙트컴패니언(Perfect Companion Group)은 전 세계 20개국에 제품을 수출하며, 국제적으로 브랜드 인지도를 강화하고 있음

### 태국 Perfect Companion Group

항목	세부 정보	
기업명	퍼펙트 컴패니언 그룹(PERFECT COMPANION GROUP Co., Ltd.)	
수출현황	전세계 20개 국가 수출	
제품 라인업	반려견 사료, 반려묘 사료, 어류 사료, 말 사료, 조류 사료, 토끼 사료	
주요 브랜드		대표 브랜드
		고양이 전문 사료 브랜드
		건강과 웰빙을 중시한 브랜드
		다양한 연령대와 생활 단계에 맞춘 광범위한 제품 라인업
		저가형 브랜드
		고품질 단백질 사료 브랜드

출처 : Perfect Companion Group

## 2) 펫테크/용품

### ■ 펫휴머니제이션(Pet Humanization), 프리미엄 제품 수요 증가

태국 반려동물 시장에서는 펫휴머니제이션 트렌드가 확산되며 프리미엄 제품에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음. 소비자들은 천연 원료를 사용한 고품질의 제품을 선호하며, 미국 기업 파이어니어펫츠(Pioneer Pets)의 'Smart Cat'과 같은 화학물질을 첨가하지 않은 100% 천연 풀 모래로 만든 제품이 태국 시장에서 큰 인기를 끌고 있음

### ■ 반려동물 액세서리 및 의류 시장의 성장

반려동물을 꾸미고 그와 함께한 순간을 SNS에 공유하는 문화가 젊은 세대를 중심으로 빠르게 확산되고 있음. 반려동물 전용 의류와 액세서리 시장이 성장하고 있으며, 트렌디하고 독창적인 디자인의 제품이 소비자들의 관심을 받고 있음. 태국 시장에서는 화려한 색상과 기능적인 디자인을 접목한 반려동물 의류와 액세서리가 높은 인기를 얻고 있으며, 특히 SNS를 활용한 소비자 경험 공유는 해당 시장의 성장을 가속화시키는 주요 요인으로 작용하고 있음. 특히 반려동물 전문 인플루언서인 'Petfluencer'가 새로운 트렌드로 자리잡은 만큼 펫플루언서의 영향력으로 인해 반려동물 미용과 의류 상품에 대한 관심이 더욱 커지고 있음

### 태국 반려동물 의류/액세서리



### 3) 펫헬스케어

Apollo Animal Hospital

설립년도	2021년
매장수	태국 내 1개

#### ▪ 반려동물 헬스케어 서비스의 다양화 및 전문화

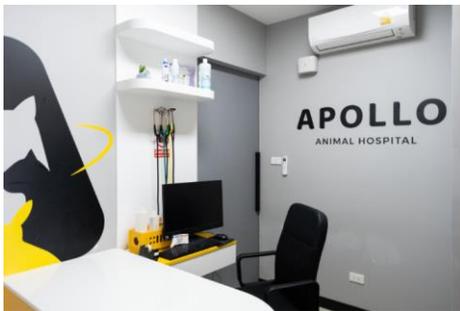
태국의 반려동물 헬스케어 시장은 전문화된 서비스의 확대와 함께 빠르게 성장하고 있음. 대표적으로 아폴로 동물병원(Apollo Animal Hospital)은 반려동물 전용 병원과 클리닉을 통해 다양한 건강 관리 서비스를 제공하며, 건강 검진, 질병 치료, 예방 접종 등 필수적인 의료 서비스를 포함하고 있음. 특히, 전문적인 시설과 함께 반려동물의 정신적, 신체적 건강을 통합적으로 관리하는 서비스를 제공하며, 이는 반려동물을 가족의 일원으로 여기는 문화적 변화에 부합하고 있음

#### ▪ 반려동물 헬스케어 제품의 프리미엄화 및 기능성 강화

반려동물 헬스케어 제품 시장에서도 프리미엄화가 가속화되고 있음. 반려동물의 영양 균형, 면역력 강화, 피부 및 모발 건강 개선을 목표로 한 다양한 기능성 제품과 서비스가 인기를 얻고 있음. 이러한 제품과 서비스는 반려동물의 개별적인 건강 상태와 요구에 맞춘 솔루션을 통해 높은 신뢰를 얻고 있음

태국 아폴로 동물병원(Apollo Animal Hospital)의 다양화된 제공 서비스

의료 검진 서비스



그루밍 서비스



룸 서비스

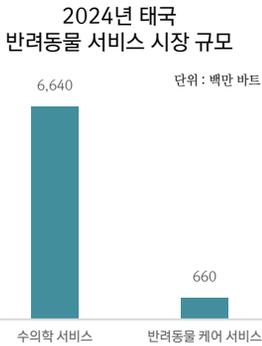


아픈 반려동물 돌봄 서비스



출처 : apolloanimalwellness.com

## 4) 펫서비스



태국 반려동물 서비스 시장 평균 성장률 (2019~2024)

수의학 서비스	21.7%
반려동물 케어 서비스	16.7%

출처: Marketeer

### ■ 반려동물 카페 시장 성장

태국에서 반려동물 카페는 반려묘와 반려견을 주제로 한 독특한 콘셉트로 높은 인기를 얻고 있음. 이러한 카페는 단순히 음료를 제공하는 공간을 넘어, 반려동물과 교감할 수 있는 독특한 체험을 제공하며, 반려동물을 가족처럼 여기는 태국 소비자들 사이에서 특별한 문화 공간으로 자리 잡고 있음. 특히, 도심 지역에 위치한 카페들은 젊은 세대와 관광객들에게 큰 호응을 얻으며, 새로운 소셜 미디어 콘텐츠 제작 장소로도 각광받고 있음

### ■ 반려동물 호텔 및 훈련 서비스 시장 증가

동물병원과 같은 시설의 부족으로 인해 대체제로 반려동물 호텔과 훈련같은 반려동물 케어 서비스가 점차 태국 내에서 성장하고 있음. 수의학 서비스 성장률보다는 낮지만, 여전히 두 자릿수의 높은 성장률(16.7%)을 기록하며, 반려동물 케어 서비스는 지속적으로 시장 내 입지를 확대하고 있음. 반려동물 호텔은 주인이 부재 중일 때 반려동물이 안전하고 편안하게 머물 수 있는 환경을 제공하며, 전문적인 케어를 통해 신뢰를 얻고 있음. 더불어, 반려동물 훈련 서비스는 반려동물의 행동 교정과 사회화 교육을 통해 소비자들의 만족도를 높이고 있음. 이러한 서비스는 반려동물을 가족 구성원으로 여기는 태국 소비자들의 니즈를 충족시키며, 지속적인 성장을 이어가고 있음

### 태국 반려견 전문 카페



출처: nekopg.co



산업 조사

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

## VIII. 시사점

1. 글로벌 시장 전망
2. 시장 요약(2023년)

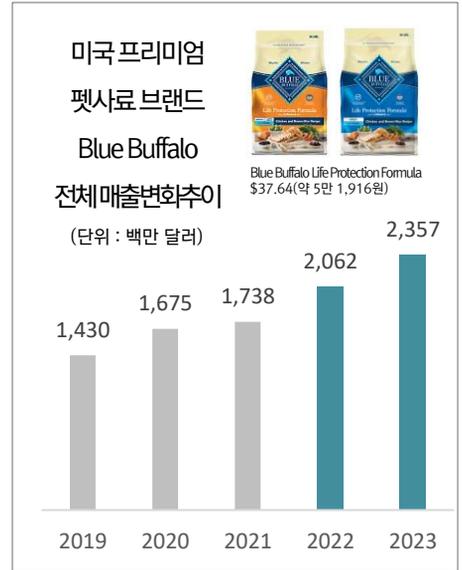


# 1. 글로벌 시장 전망

## ① 지속성장 가능한 프리미엄 시장의 활성화

글로벌 반려동물 시장에서 프리미엄 제품과 서비스에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음. 미국의 경우 천연 원료 기반의 'Human Grade' 사료 시장이 높은 성장세를 보이고 있으며, 일본에서는 고령 반려동물을 위한 맞춤형 프리미엄 사료와 건강기능식품이 각광받고 있음

이러한 추세는 단순히 반려동물 사료 시장에 국한되지 않음. 각 국가별 반려동물 보험 시장 가입률이 매년 두자릿수 성장세를 기록하는 등 헬스케어 시장도 고성장을 보이고 있음. 향후에도 반려동물을 가족으로 여기는 펫 휴머니제이션 트렌드가 전 세계적으로 확산됨에 따라 고품질, 고기능성 제품 및 서비스를 중심으로 한 프리미엄 시장의 성장세는 지속될 전망이다



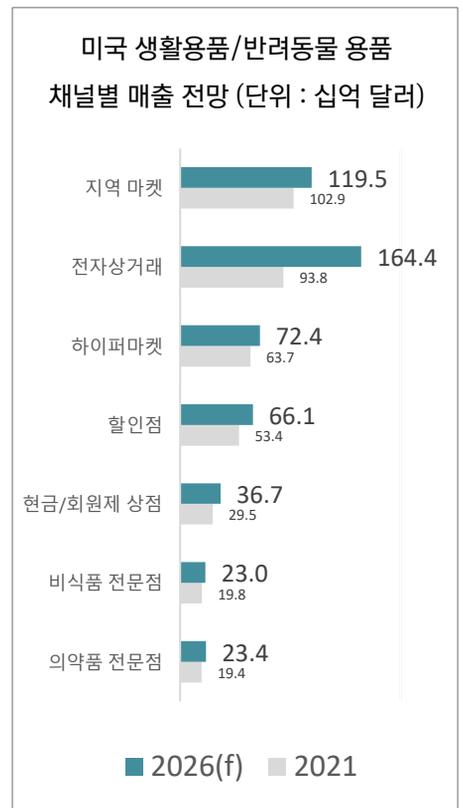
출처 : Blue Buffalo

## ② 온/오프라인 통합 옴니채널 시장의 성장

코로나19 팬데믹 이후 비대면 소비 문화가 전 세계적으로 확산되면서, 온라인 채널을 통한 반려동물 관련 제품 구매가 크게 증가하고 있음

미국의 경우 2023년 이커머스 판매 비중이 29.5%까지 성장했으며, Chewy와 아마존(Amazon)이 시장을 주도하고 있음. 특히 AI 기반 맞춤 상품 추천, 정기 배송 서비스 등 편의성을 강화한 온라인 플랫폼들이 MZ세대 소비자들에게 높은 인기를 얻고 있음. 중국 역시 온라인 쇼핑물 판매 비중이 80.6%로 압도적이며, 라이브 커머스 등 SNS 기반의 판매 채널 성장이 두드러짐. 독일의 반려동물 관련 온라인 매출은 전년 대비 9.4% 증가한 13억 1,600만 유로를 기록하는 등 유럽에서도 디지털 시장이 빠르게 성장하고 있음

향후 빅데이터와 AI 기술을 접목한 개인화 마케팅 고도화, 온라인 수의사 상담 및 원격 의료 서비스 확대 등을 통해 온라인 시장은 지속적으로 규모를 키워나갈 것으로 전망됨



출처 : Statista

### ③ 반려묘 산업의 반등과 성장

전통적으로 반려견 중심이었던 펫 산업에서 반려묘 시장의 약진이 두드러지게 나타나고 있음. 1인 가구 증가와 실내 거주 형태 변화에 따라 아파트 등 실내 환경에 적합한 반려묘에 대한 선호도가 높아지고 있음. 2023년 기준 중국의 반려묘 수는 6,980만으로 반려견(5,175만 마리)보다 많은 수가 집계됨. 일본 역시 반려묘 수가 883만 마리로 반려견(705만 마리) 보다 많았으며, 독일의 경우에도 반려묘는 1,570만 마리로 반려견 1,050만 마리보다 더 많은 수가 집계됨. 특히 젊은 층일수록 활동성이 낮고 적은 실내 공간에서 키우기 적합한 반려묘를 선호하는 경향을 보임. 특히 젊은 층일수록 실내 환경에 적합한 반려묘를 선호하는 추세임. 반려묘 특성에 맞춘 전용 사료와 용품 시장이 고성장세를 보이며, 관련 제품 및 서비스 개발이 활발히 이뤄지고 있음. 1인 가구 확산에 따른 반려묘 양육 가구 증가세는 지속될 전망이다

### ④ MZ 세대 중심의 펫산업 시장 형성

글로벌 펫 산업을 이끌어가는 소비 주체로 MZ세대(밀레니얼+Z세대)의 영향력이 점차 확대되고 있음. 2023년 기준 미국 전체 반려인의 48%가 MZ세대로 구성되었으며, 중국의 경우 1990년대 및 2000년대생이 전체의 56.7%를 차지함. 특히 이들 젊은 세대는 반려동물을 단순한 애완동물이 아닌 '가족'으로 여기는 인식이 강해, 이에 기반한 소비 특성을 보이고 있음. 실제로 미국 밀레니얼 세대의 76%는 반려동물을 위해 필요하다면 지출을 아끼지 않겠다고 응답함. 특히 건강과 웰빙, 윤리적 소비를 중시하는 MZ세대 특성상 유기농 원료나 친환경 소재를 활용한 프리미엄 제품에 대한 선호도가 높은 편임. 또한 MZ세대는 모바일 기기 및 소셜미디어 사용에 능숙한 디지털 네이티브 세대인 만큼, 펫 관련 정보 습득 및 제품 구매 시 온라인 채널 활용도가 높음. 이에 발맞춰 각국의 펫 브랜드들은 MZ세대와의 소통을 강화하기 위한 디지털 마케팅에 주력하는 한편, 이들의 라이프스타일과 감성을 반영한 특화 제품과 서비스를 지속 출시하고 있음. 기업들은 이들 젊은 소비자층의 특성과 니즈에 부합하는 맞춤형 제품 및 서비스 개발이 요구되고 있음

### ⑤ 사료 중심에서 다양한 펫휴머니제이션 상품으로

펫휴머니제이션 트렌드 심화로 사료 외 다양한 제품군으로 펫 산업 외연 확대 중. 미국은 의사 관리/제품, 일본은 의료비 및 보험료 비중이 높게 나타남. IoT, AI 기술 접목한 스마트 펫케어 시장이 새로운 블루오션으로 급부상 중. 웨어러블 디바이스, AI 돌봄 로봇, 스마트 급식기 등 다양한 펫테크 기기가 주목받고 있음. 프리미엄 미용, 호텔링, 장례 등 반려동물 전용 서비스 시장도 가파른 성장세를 보임. 건강, 돌봄, 교감 등 반려동물 삶의 질 전반을 아우르는 다각화된 상품/서비스가 펫 산업 성장을 견인할 전망이다

## 2. 시장 요약(2023년)

	미국	중국	일본
소비규모	202,173,000 백만원	54,027,792 백만원	16,919,603 백만원
소비규모 (반려동물 1마리당)	1,310,050 ~2,108,491 원	361,733 ~556,140 원	1,537,169 ~3,138,623 원
전년 대비 성장률	7.4%	3.2%	4.5%
반려동물 유형	① 반려견 (71%) ② 반려묘 (51%) ③ 기타 (4%)	① 반려묘 (57.5%) ② 반려견 (42.5%)	① 반려묘 (55.4%) ② 반려견 (44.6%)
반려인 유형	① 밀레니얼 (32.0%) <sup>21)</sup> ② GenX (27.0%) <sup>22)</sup> ③ Baby Boomer (24.0%) <sup>23)</sup>	① 1990년대생 (46.6%) ② 1980년대생 (31.1%) ③ 2000년대생 (10.1%)	(-)
품목별/서비스별 소비 점유율	① 사료/간식 (44.4%) ② 수의사 관리/제품 (26.0%) ③ 용품, 의약품 (21.2%)	① 사료/간식 (48.9%) ② 진료 (12.9%) ③ 용품 (12.5%)	① 사료/간식 (19.1%) ② 치료비 (17.2%) ③ 샴푸/그루밍 서비스 (14.7%)

	독일	태국
소비규모	10,649,714 백만원	3,822,673 백만원
소비규모 (반려동물 1마리당)	(-)	(-)
전년 대비 성장률	9.5%	26.4%
반려동물 유형	① 반려묘 (40.3%) ② 반려견 (26.9%) ③ 물고기/조류 (각각 9.0%)	(-)
반려인 유형	① 60세 이상 (25.0%) ② 50~59세 (22.0%) ③ 30~39세 (19.0%)	(-)
품목별/서비스별 소비 점유율	① 사료/간식 (80.0%) ② 액세서리/용품 (20.0%) (* 기타 품목 미발행)	① 사료/간식 (74.0%) ② 용품 (19.0%) ③ 수의학 서비스 (6.0%)

21) 밀레니얼: 1981년-1996년 출생한 세대

22) Gen X: 1965년-1980년 출생한 세대

23) Baby Boomer: 1946년-1964년 출생한 세대

## [참고 문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre)(www.intracen.org)
3. APPA (americanpetproducts.org)
4. Cnet (www.cnet.com)
5. Chewy Pet Pharmacy(www.chewy.com)
6. Barkbox (www.barkbox.com)
7. 퍼펙트 컴패니언 (www.perfectcompanion.com)
8. 펫데이터 (petdata.cn)
9. Qianzhan (bg.qianzhan.com)
10. Yano(www.yano.co.jp)
11. Fuji-Keizai(www.fji-Keizai.co.jp)
12. ZZf-Der Deutsche Heimtiermarkt (www.zzf.de)
13. Interzoo (www.interzoo.com)
14. Fressnapf(www.fressnapf.de)
15. Medpets(www.mepets.de)
16. 태국 상무부 (www.tisi.go.th)
17. Perfect Companion Group (www.perfectcompanion.com)

### ■ 참고 자료

1. APPA – U.S. Pet Industry Expenditures
2. Pet data - 2023-2024年中国宠物行业白皮书
5. Yano - ペットビジネスに関する調査を実施 (2024年)
6. ZZf - Der deutsche Heimtiermarkt in Zahlen
7. 태국 상무부 사업개발국 'ตลาดสัตว์เลี้ยง' ไม่มีเหงา ฟันรายได้แตะ

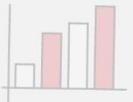


발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2024.11.28



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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea

