

글로벌·국내 펫 산업분석보고서

댕댕이, 냥냥이
인간과 함께 오래오래 행복하길



개팔자가 상팔자다?

반려동물을 인격화하기 시작했다.

반려동물 시장의 구조적 성장, 인간과 함께 오래 행복하길



Glossary

용어	설명
반려동물	<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물이란 반려(짝 반(伴) + 짹 여(侶), 짹이되는 동무) 목적으로 기르는 강아지, 고양이, 토끼, 페럿, 기니피그 및 햄스터 등을 의미 - 사람이 정서적으로 의지하고자 가까이 두고 기르는 동물
애완동물	<ul style="list-style-type: none"> - 인간이 주로 '즐거움'을 누리기 위한 대상으로 사육하는 동물 - 애완(사랑애(愛) + 희롱할 완(玩))동물은 인간이 사랑하고 '가지고 노는' 동물을 의미
펫 휴머니제이션	반려동물(Pet)과 인간화(Humanization)의 합성어 반려견을 인간처럼 여기는 현상
펫 테크	반려동물과 기술(Technology)을 합친 말로, 반려동물 양육에 도움을 주는 상품 및 서비스 기술에 사물인터넷(IoT)·인공지능(AI)·빅데이터 등 다양한 기술이 결합한 것
펫 텍스	펫과 텍스(Tax)의 합성어로 같은 제품이라도 반려동물용은 더 비싸게 가격을 책정하는 경향을 일컫는 말
펫팸족	반려동물을 뜻하는 펫과 가족을 의미하는 패밀리(family)가 합쳐진 단어로 반려동물을 가족으로 생각하는 사람
딩펫족	의도적으로 자녀를 두지 않는 맞벌이 부부를 일컫는 딩크족(DINK:Double Income, No Kids)과 반려동물을 뜻하는 펫의 합성어
혼펫족	결혼하지 않고 혼자 살아가면서 반려동물을 키우는 사람
반려견	한 가족처럼 사람과 더불어 살아가는 개를 가리킴
반려묘	한 가족처럼 사람과 더불어 살아가는 고양이를 가리킴

Glossary

용어	설명
애니멀 테라피	동물이나 반려동물과 함께 생활하는 등 동물을 매개로 치료 효과를 얻는 것을 의미
건식 펫 푸드 (Dry Pet Food)	<ul style="list-style-type: none"> - 수분함량이 10% 내외로 급여와 보관이 편리한 사료로 전 세계에서 가장 많이 이용됨 <ul style="list-style-type: none"> - 비교적 치아가 튼튼한 대형견에게 적합 - 기호성이 약간 떨어질 수 있는 단점 有
반습식 펫 푸드 (Semi-Moist Pet food)	<ul style="list-style-type: none"> - 수분함량이 15~35%이며 건식보다 기호성이 높은 장점 有 <ul style="list-style-type: none"> - 영양이 풍부하고 보관 또한 용이 - 노령견, 소형견에게 적합
습식 펫 푸드 (Moist Pet food)	<ul style="list-style-type: none"> - 수분 함량이 약 75%에 달하며 이로 인해 기호성이 높은 장점 有 <ul style="list-style-type: none"> - 습식 펫 푸드는 개봉이 되면 냉장 보관 필요 - 영양이 풍부하고 기호성이 좋으며 소화 및 흡수가 잘 되나 보관이 용이하지 못함 <ul style="list-style-type: none"> - 노령견, 소형견에게 적합

CONTENTS

I . Investment Summary & Key Chart

II . 글로벌 펫 시장 산업분석 11

1. 글로벌 펫 시장 현황 및 트렌드 분석
2. 펫 푸드
3. 펫 헬스케어 & 펫 테크

III . 국내 펫 시장 산업분석 48

1. 국내 펫 시장 현황 및 트렌드 분석
2. 펫 푸드
3. 펫 테크

IV . 지원제도 및 규제 현황 68

1. 글로벌 펫 관련 법률 및 보험 제도
2. 국내 펫 관련 법률 및 보험 제도

V . 기업분석 76

오에스피

I . Summary & Key Chart

i . Investment Summary & Key Chart

P,Q가 구조적 성장하는 펫 케어 산업

글로벌 펫 케어 산업은 P,Q가 동반 성장하는 구조적 성장 구간에 있다. 글로벌 펫 케어 산업은 2017년 약 210조원에서 약 두 배 성장해 2027년 430조원에 달할 전망이다. P(펫 가구당 지출액)와 Q(펫 수)가 동반 상승하고 있어 주목이 필요하다. P의 성장 동인은 ①소득증가로 인한 반려동물 문화 진화 ②인플레이션 ③프리미엄 시장 수요 증가 ④반려동물의 노령화 등이며 Q의 성장 동인으로는 세계 인구구조의 변화를 제시한다.

국내 펫 케어 산업 역시 P,Q가 동반 성장하고 있다. 국내 펫 케어 시장은 7년간 약 두 배 규모(2020년 3.4조원→2027년 6조원)로 시장이 확대될 전망이다. 국내 펫 케어 산업의 성장요인도 글로벌 시장과 유사하다. 소득 증가로 인한 반려동물 문화(펫 휴머니제이션 등) 발전과 인구구조의 변화가 국내 펫 케어 산업의 구조적 성장을 견인할 것으로 예상한다.

펫 푸드 시장

판가 인상이 사람 음식료 보다 자유로운 펫 푸드 시장에 주목을 당부한다. 펫 푸드 시장은 펫 케어 산업 내 가장 많은 부분(2020년 기준 71.8%)을 담당하고 있는 중요한 시장이다. 美 노동부가 발표한 12개월(지난해 4월~올해 4월)간 소비자물가 지수 조회 결과 펫 푸드 소비자물가지수는 +14.6%다. 이는 사람 음식료 +7.7% 대비 약 1.8배 높다. 펫 푸드 시장이 판가 인상에 자유로운 이유는 ‘락인효과’ 덕분이다.

국내 펫 푸드 시장은 2021년 1.5조원에서 2027년까지 약 2.2조원(CAGR +6.2%)까지 성장할 것으로 전망된다. 규모도 크고 매력적 시장으로 비춰지지만 국내 업체들이 침투하기 어려운 시장이다. 해외 브랜드의 브랜드 파워가 막강하기 때문이다. 국내 업체들은 시장 침투를 위해 ①프리미엄 펫 푸드 시장 ②반려묘 사료 시장 ③습식 사료 시장을 공략해야 한다고 판단한다.

펫 헬스케어 & 펫 테크

펫 헬스케어 시장과 펫 테크 시장은 반려인과 반려동물의 삶을 윤택하게 만들어 준다. 펫 헬스케어 시장 성장 동인은 펫의 고령화이며, 펫팸족은 증가하는 의료비용도 기꺼이 지불할 것이다. 비상장업체가 주도하는 펫 테크 시장은 2021년 한화 약 6.2조원 → 2028년 한화 약 21조원으로 연평균 +19% 성장이 전망된다. 펫 케어 산업 내 성장률이 가장 가파른 상황이다.

국내 펫 푸드업체 오에스피(368970, KQ) 제시

국내 프리미엄 펫 푸드 제조업체 오에스피를 Top-Pick 종목으로 제시한다. ①프리미엄 펫푸드 원천 경쟁력인 Formulation 기술력 확보 ②ODM 중심에서 자사 브랜드 매출비중이 증가하고 있는 점 ③바우와우코리아 인수 후 본격적인 시너지 효과가 기대되는 점 ④글로벌 주요국 진출이 가시화됨에 따라 사상 최대실적과 함께 시장에서의 재평가를 기대한다.

Analyst

서 지 혁

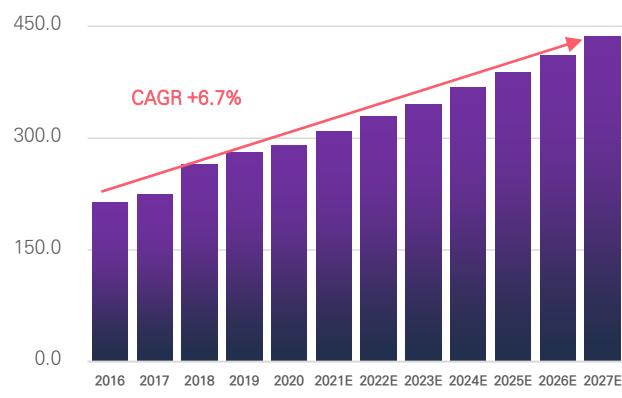
현 독립리서치법인 밸류파인더 책임연구원
금융투자분석사 자격보유(금융투자협회)



독립리서치법인 밸류파인더
공식 텔레그램 채널 QR코드

그림1 글로벌 펫 케어 산업 시장 추이 및 전망

(단위: 조원)

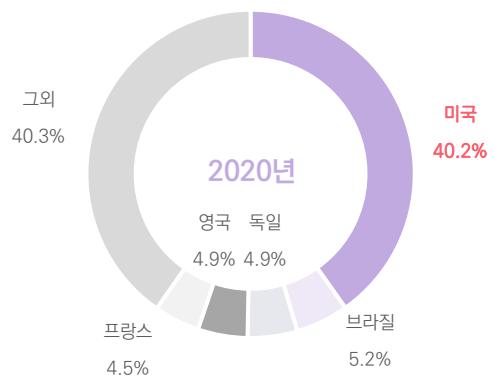


주) 고정환율 1,250원 적용

자료: 산업자료, 벨류파인더

그림2 2020년 기준 글로벌 펫 산업 시장점유율

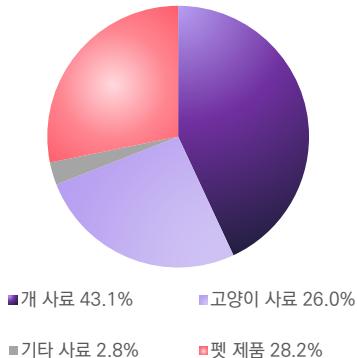
(단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림3 2020년 기준 글로벌 펫 케어 시장 항목별 비중

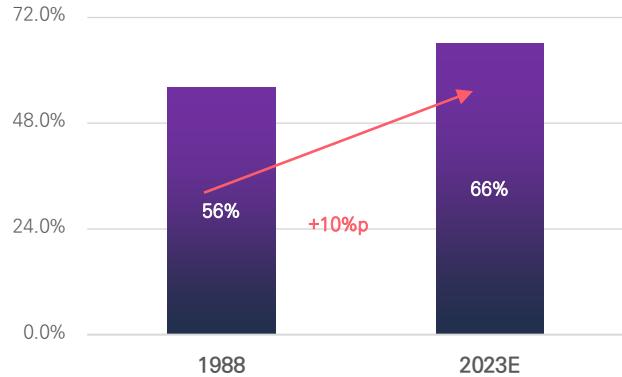
(단위: %)



자료: 한국무역협회, 벨류파인더

그림4 1988년 VS 2023년 미국 반려 동물 양육가구 비율

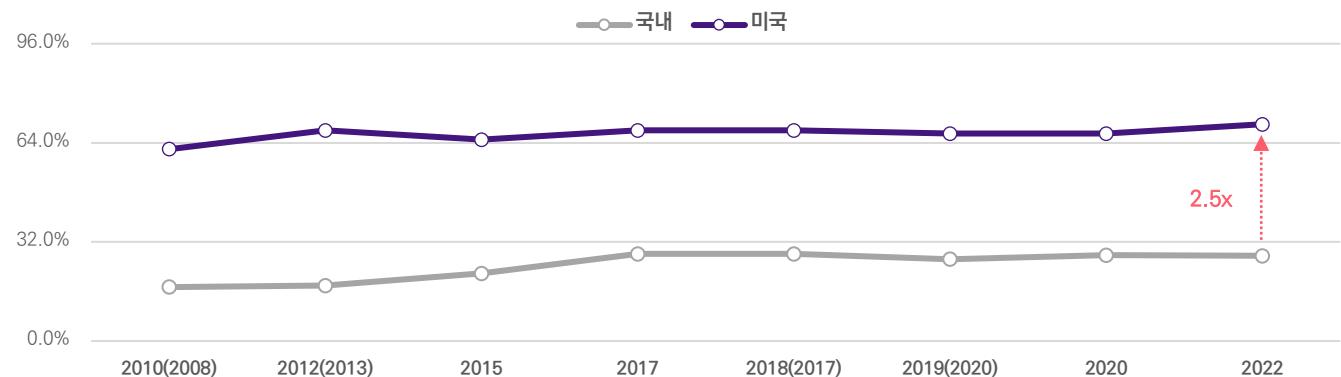
(단위: %)



자료: the 2023–2024 APPA National Pet Owners Survey, 벨류파인더

그림5 국내/미국 반려동물 양육 가구 비중 추이 비교

(단위: %)

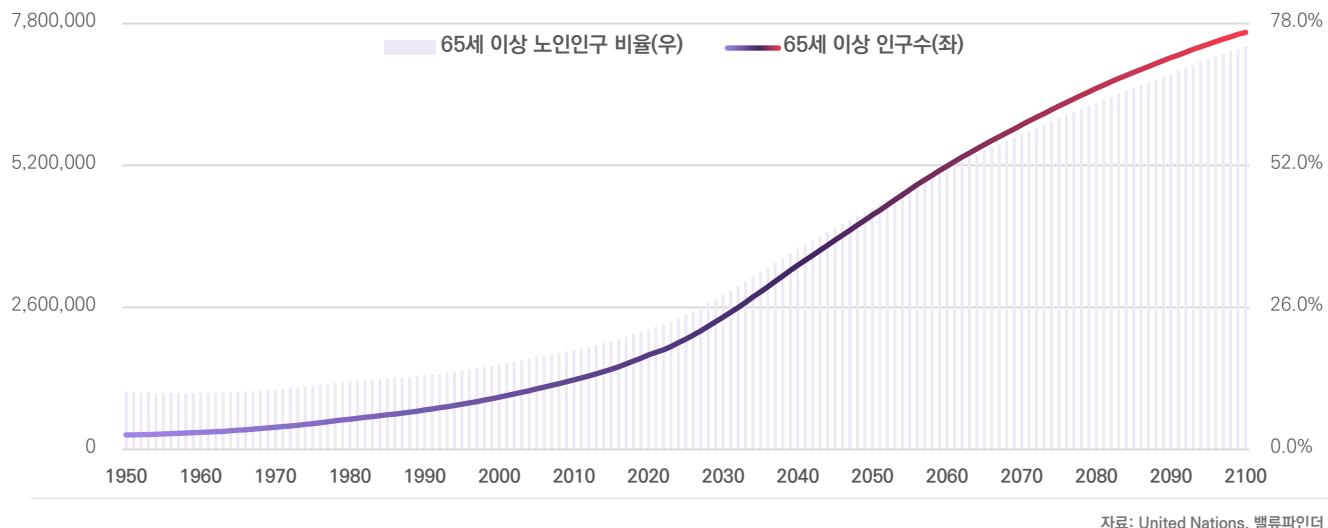


주) (수자)년도는 해당 년도의 미국 양육가구 비중을 의미함

자료: APPA, 농림축산식품부, 벨류파인더

그림6 글로벌 65세+ 이상 인구 추이 및 전망

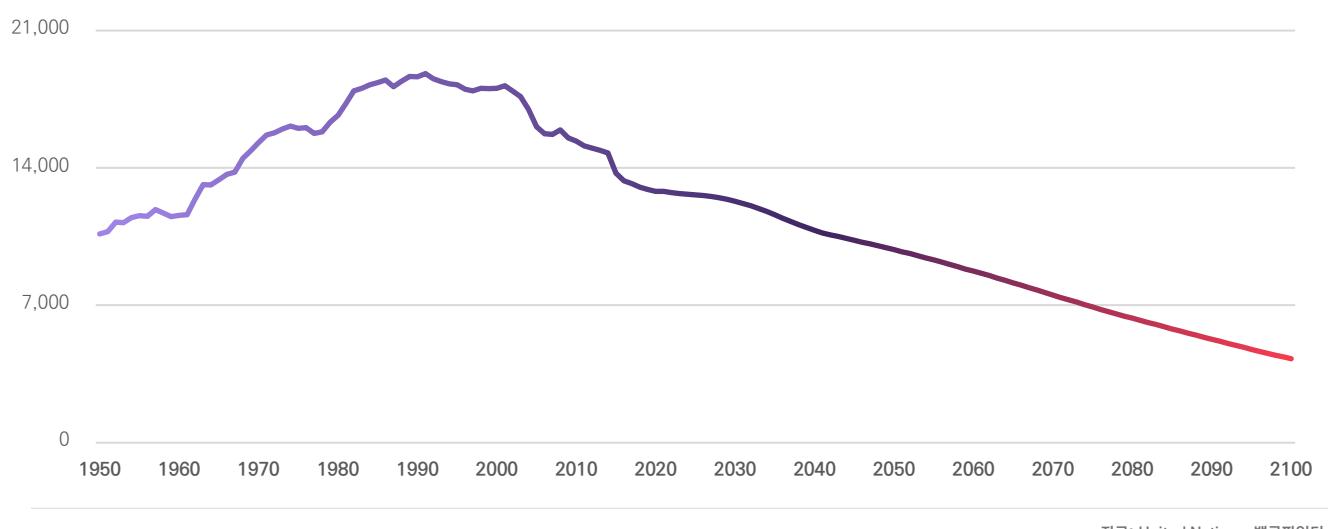
(단위: 천명, %)



자료: United Nations, 벨류파인더

그림7 글로벌 15세~19세 사이의 여성에 의한 출생 추이 및 전망

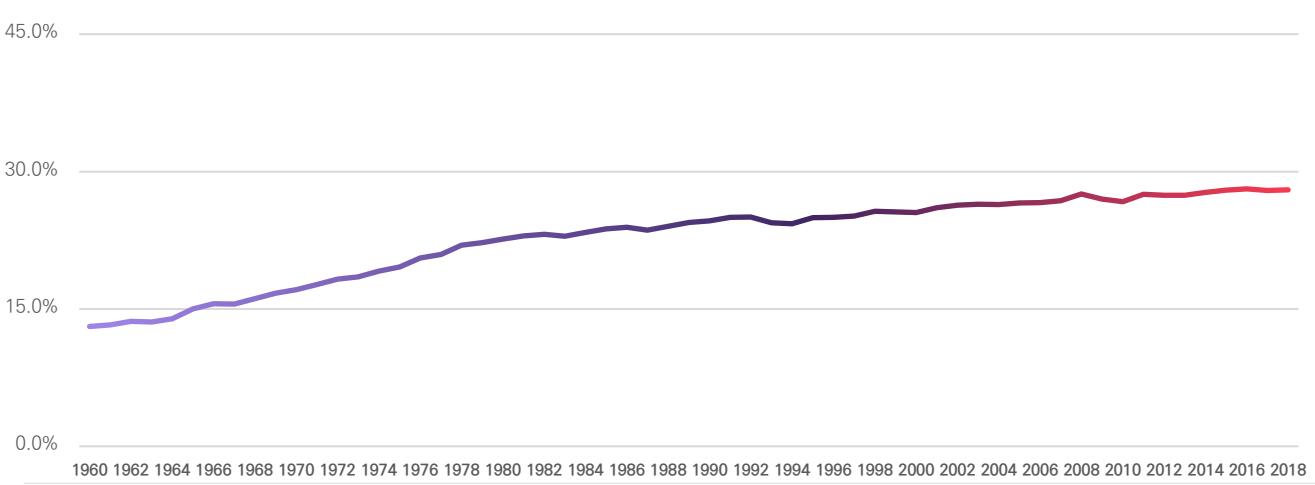
(단위: 천명)



자료: United Nations, 벨류파인더

그림8 미국 1960년~2018년 1인 가구 비중 추이

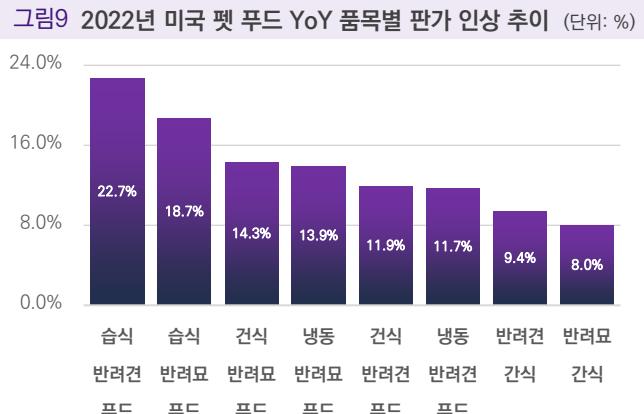
(단위: %)



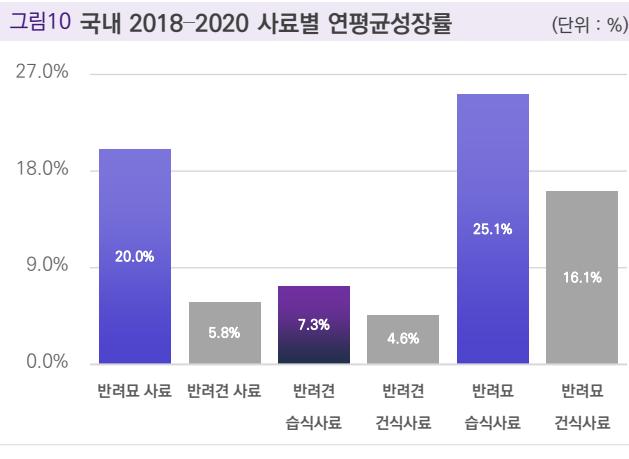
자료: WorldData, 벨류파인더

표1 올해 4월까지 12개월 기간 기준 美 소비자물가지수 (단위: %)	
구분	해당기간 CPI
펫 관련 총비용	10.4% (해당 기간 총 CPI 4.1%)
펫 푸드 및 용품	10.6%
	펫 푸드 14.6% (사람 음식료 7.7%)
펫 관련 용품	4.8%
펫 서비스 (의료포함)	10.4%
	펫 서비스 6.4%
	수의서비스 10.2%

자료: 미국 노동부, 벨류파인더



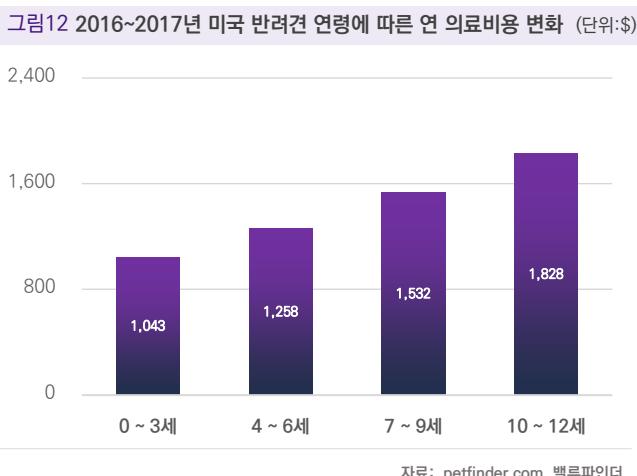
자료: 산업자료, 벨류파인더



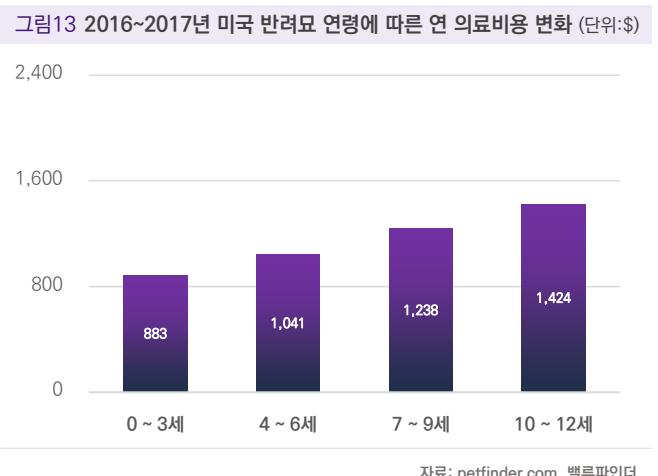
자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더



자료: 산업자료, 벨류파인더



자료: petfinder.com, 벨류파인더



자료: petfinder.com, 벨류파인더

II. 글로벌 펫 시장

i. 글로벌 펫 시장 현황 및 트렌드

ii. 펫 푸드

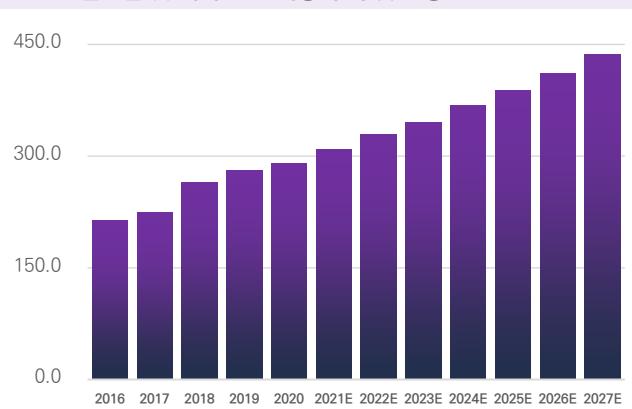
iii. 펫 헬스케어 & 펫 테크

i . 글로벌 펫 시장 현황 및 트렌드

산업자료에 따르면 펫 케어 산업은 2017년 약 210조원에서 약 두 배 성장해 2027년 약 430조원에 달할 것으로 전망됐다. 2020년 기준 글로벌 시장점유율 1위는 미국으로 가장 큰 시장을 형성하고 있다. 美 애완용품협회(APPA, American Pet Products Association)는 2023년 기준 미국 가정에서 펫을 양육하는 가구가 약 66%(약 8,690만 가구)에 달할 것으로 예측했다. 1988년 56%에서 약 35년 동안 꾸준히 증가(+10%p)한 수치다. 미국의 뒤를 잇는 국가는 브라질(타 산업자료는 중국을 2위로 제시)과 유럽국가다. 시장을 주도하는 미국과 유럽국가의 성장세 대비 중국 및 신흥국(브라질, 대만 등)이 고성장해 글로벌 펫 시장은 성장기 조를 유지할 것으로 전망된다.

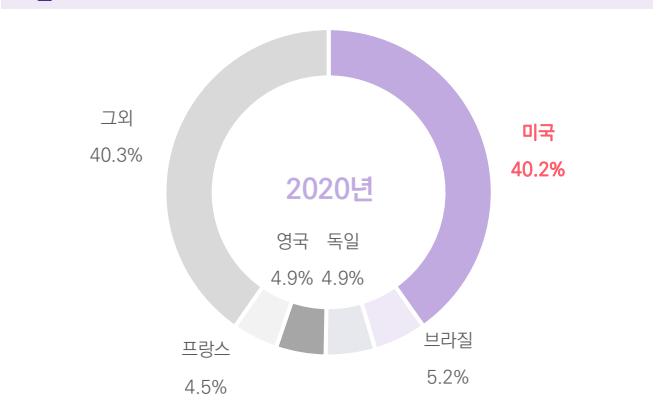
글로벌 펫 케어 시장을 항목별로 분류하면 시장은 펫 푸드, 펫 제품(헬스케어 용품, 장난감 등)으로 분류 가능하다. 펫 푸드 시장(\$1,021억), 펫 제품(\$400억)은 각각 71.8%, 28.2%를 차지하고 있다. 글로벌 점유율 상위 국가인 미국, 브라질 모두 펫 푸드 시장이 가장 높은 비중을 차지한다. ①펫 푸드 시장은 기준 일반 사료 대비 ASP(평균판매단가)가 높은 프리미엄 사료가 외형 성장을 주도하고 있다. 또한 가치분 소득 증가와 펫 나이 고령화 등으로 ②펫 의료(헬스케어)의 펫 케어 산업 내 비중이 급격히 확대되고 있다. 마지막으로 주로 비상장 업체가 주도하고 있는 ③펫 테크 시장은 가장 빠르게 성장하고 있는 시장이다.

그림1 글로벌 펫 케어 산업 시장 추이 및 전망



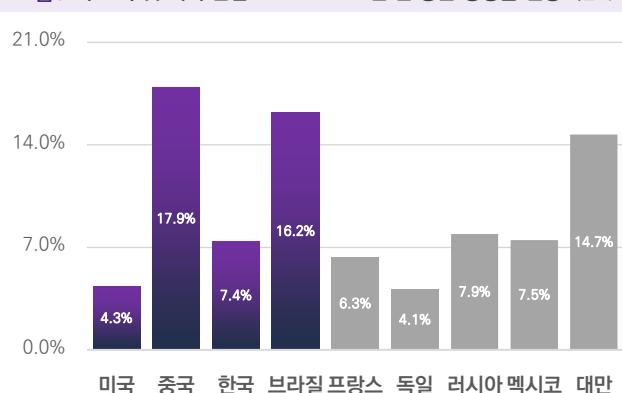
(단위: 조원)

그림2 2020년 기준 글로벌 펫 산업 시장 점유율



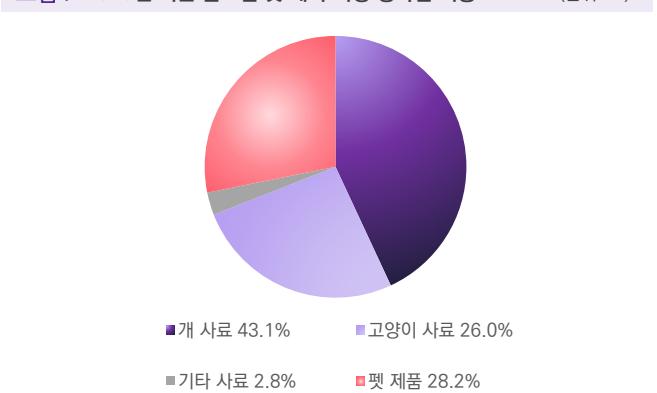
(단위: %)

그림3 주요국 펫 케어 산업 2021 ~2026년 연 평균 성장을 전망 (단위:%)



(단위: %)

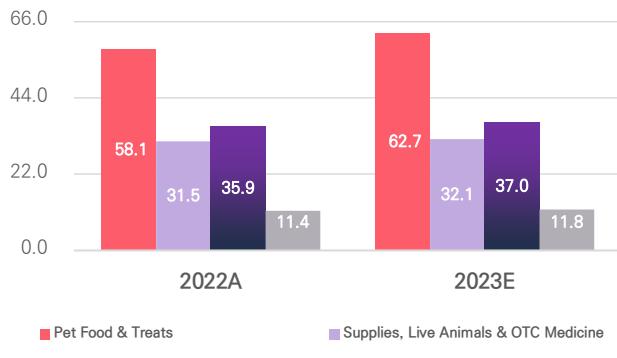
그림4 2020년 기준 글로벌 펫 케어 시장 항목별 비중



(단위: %)

그림5 미국 펫 산업 시장 추이 및 전망

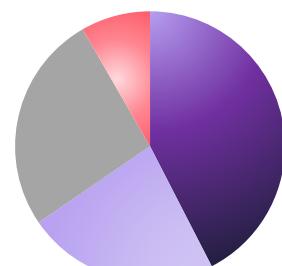
(단위: 십억 USD)



자료: APPA(American Pet Products Association), 벨류파인더

그림6 2022년 기준 미국 펫 산업 시장 비중

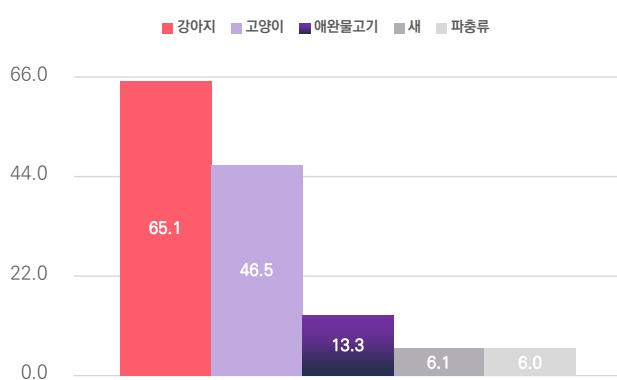
(단위: %)



자료: APPA(American Pet Products Association), 벨류파인더

그림7 2023년 기준 미국 반려 동물 양육 가구 추정치

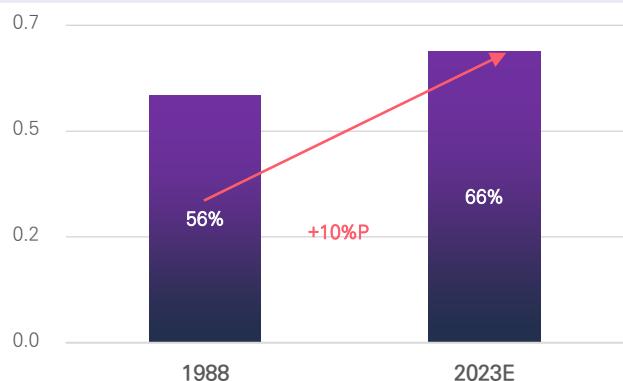
(단위:백만 가구)



자료: the 2023–2024 APPA National Pet Owners Survey, 벨류파인더

그림8 1988년 VS 2023년 미국 반려 동물 양육가구 비율

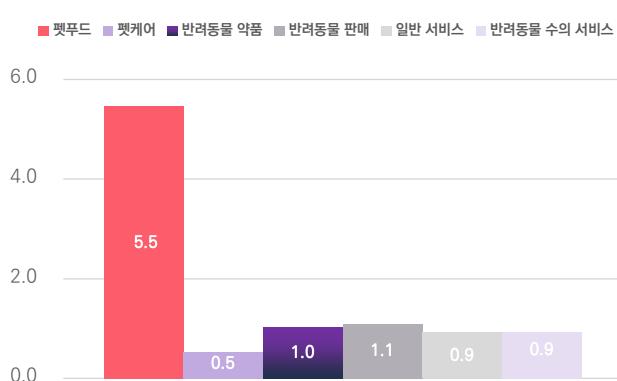
(단위: %)



자료: the 2023–2024 APPA National Pet Owners Survey, 벨류파인더

그림9 2021년 기준 브라질 향목별 펫 시장 규모

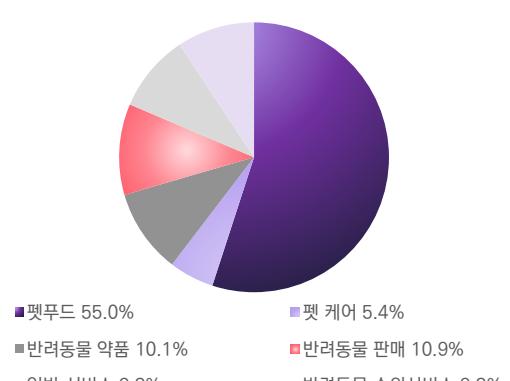
(단위:십억 USD)



자료: Instituto Pet Brasil, KOTRA, 벨류파인더

그림10 2021년 기준 브라질 펫 산업 시장 비중

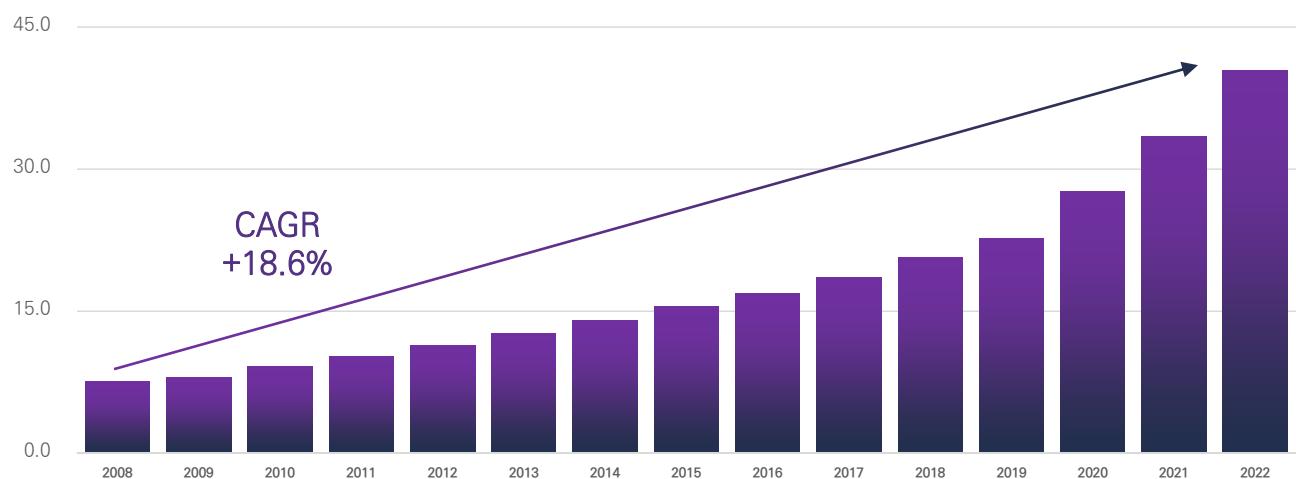
(단위: %)



자료: Instituto Pet Brasil, KOTRA, 벨류파인더

그림11 브라질 펫 케어 시장 추이

(단위: 십억 해알)



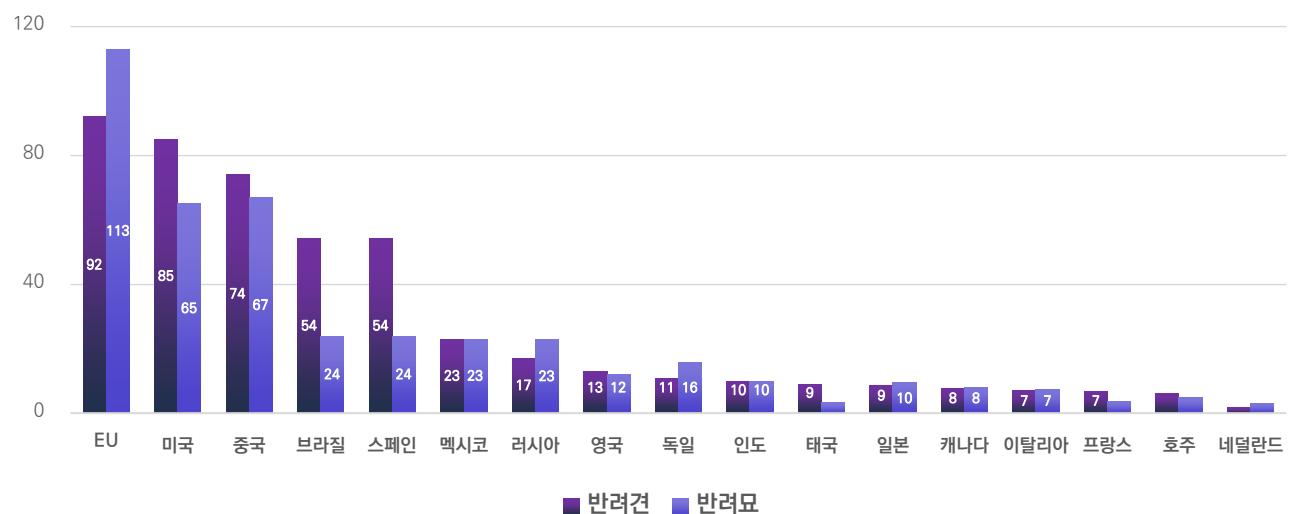
자료:한국무역협회, 벨류파인더

가장 많이 양육하는 반려동물: 강아지 & 고양이

Global animal health association에 따르면(2021년 기준) 인류는 전 세계적으로 약 10억 마리 이상의 반려동물을 키우고 있을 것이라 추정했다. 전 세계에서 가장 많이 키우는 반려동물은 강아지와 고양이로 파악된다. 산업자료에 따르면 전 세계적으로 약 4억 7,100만 마리의 반려견이 길러지고 있으며 반려묘는 약 3억 7,000만 마리로 추정된다. 글로벌 1위 시장인 미국은 2016년 반려견 약 7,700만 마리 → 2020년 약 8,400만 마리(CAGR +2.2%), 2016년 반려묘는 약 5,800만 마리 → 2020년 6,000만 마리(CAGR +0.9%)로 증가했다. 한편 영국, 중국은 반려묘 개체수가 반려견 대비 빠르게 증가(2010년 → 2020년)했다. 미국도 향후 10년간 반려견(CAGR +1.8%) 대비 반려묘(CAGR +3.2%) 개체수 성장이 더 빠를 것으로 전망되며 반려견, 반려묘 각각 1억 마리, 8,200만 마리에 육박할 것으로 예상된다. 한편 글로벌 M/S 2위 국가인 브라질의 경우 전세계에서 소형견을 가장 많이 키우는 것으로 조사됐다. 2018-2021년 반려묘 개체수 연평균 성장률은 4.3%(반려견 2.3%, 반려물고기 2.9%)로 타 반려동물 대비 입양되는 개체수가 가장 가파르다.

그림12 2021년 기준 글로벌 반려견 및 반려묘 개체 수

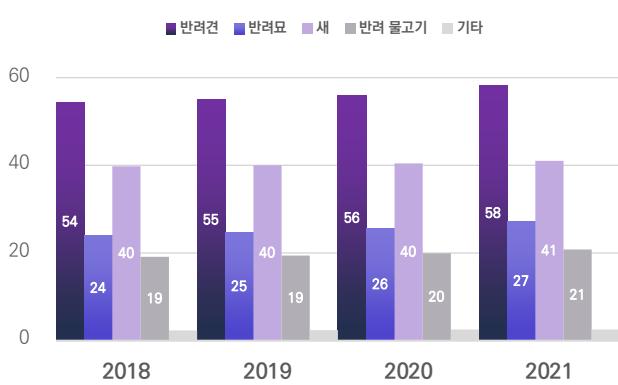
(단위:백만 마리)



자료:Global animal health association, 벨류파인더

그림13 브라질 반려동물별 개체수 추이

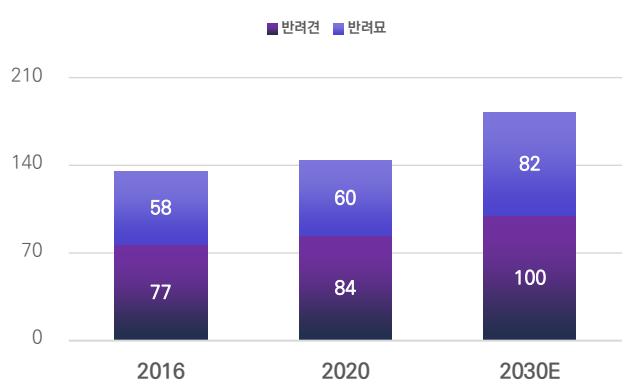
(단위:백만 마리)



자료: Instituto Pet Brasil, KOTRA, 벨류파인더

그림14 미국 반려견 및 반려묘 개체 수 추이 및 전망

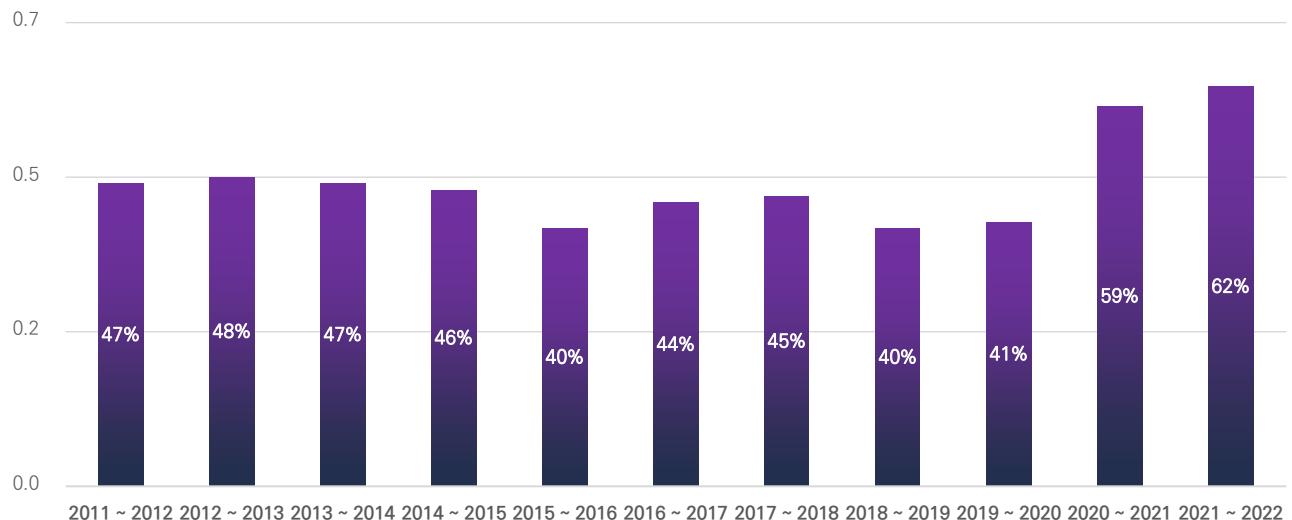
(단위:백만 마리)



자료:American Veterinary Medical Association, 벨류파인더

그림15 영국 펫 소유 가구수 추이

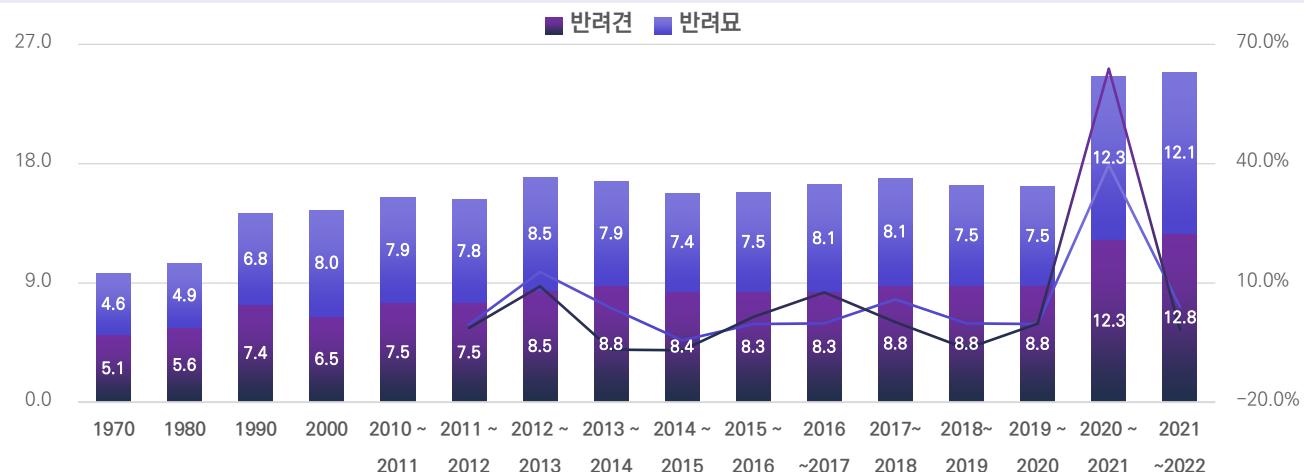
(단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림16 영국 반려견 및 반려묘 개체수 추이

(단위:백만 마리)

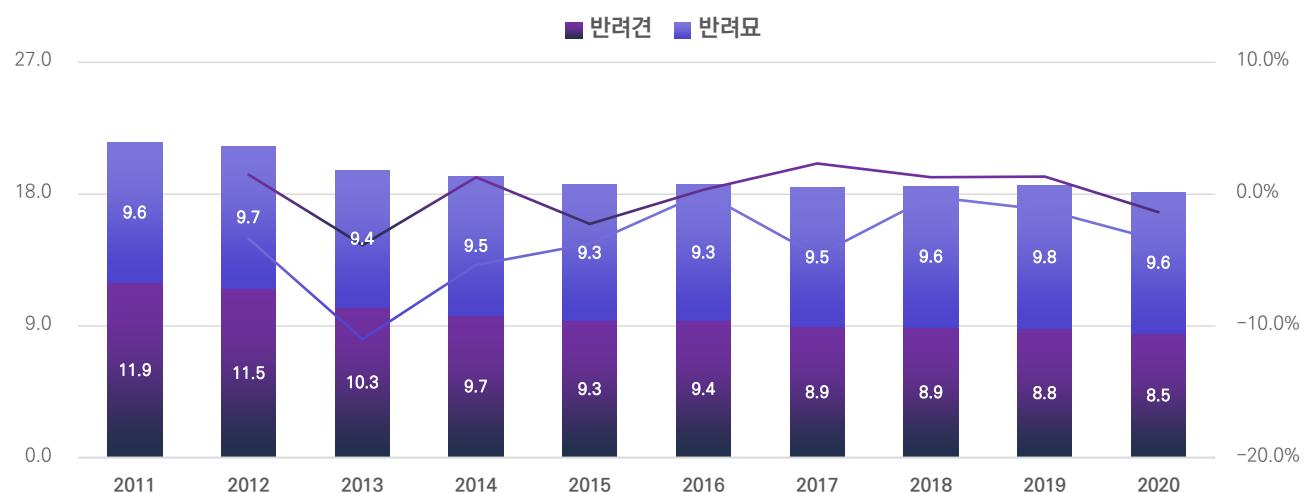


※) 실선 그래프는 YoY Growth(%)를 의미함

자료: Pet Food Manufacturers' Association, 산업자료, 벨류파인더

그림17 일본 반려견 및 반려묘 개체수 추이

(단위:백만 마리)



※) 실선 그래프는 YoY Growth(%)를 의미함

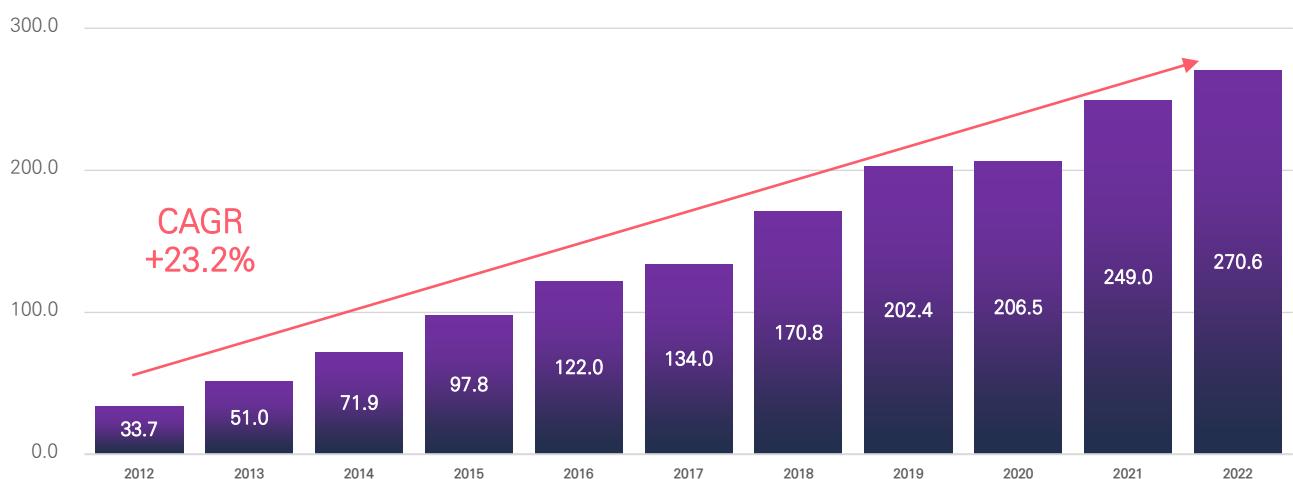
자료: Pet Food Manufacturers' Association, 산업자료, 벨류파인더

가장 빠른 성장이 기대되는 국가: 중국

산업자료에 따르면 중국 펫 관련 시장은 2012년 337억위안(약 6.4조원, 환율 192원 적용) → 지난해 2,706억 위안(약 52조원, 환율 192원 적용)으로 연평균 +23.2%에 달하는 고성장을 시현했다. 또한 2021년 발간된 골드만삭스 보고서에 의하면 중국 펫 푸드 시장은 2030년까지 연평균 +19%씩 고성장세를 지속할 것이라 전망했다. 그동안 반려동들에게는 인간의 남은 음식을 먹이던 경우가 많았지만 이제는 펫 사료로 대체됐기 때문이다. 2020년 말 기준 중국 반려견 양육비중은 17.6%(vs 미국 40%), 반려묘 양육비중은 14.5%(vs 미국 35%)다. 미국시장 대비 절반도 못 미치는 수치다. 또한 반려동물 양육가구 인구의 22%(vs 2020년 기준 미국 67%)로 3배 이상 차이난다. 아직 시장 침투율이 낮아 중국 펫 시장의 성장여력은 충분하다고 판단한다. 중국의 펫 케어 시장이 성장할 수 있는 또 다른 근거는 '인구 구조 변화에 따른 문화 변화' 덕분이다. 정서적 교감을 원하는 세대들이 결혼을 늦게 하거나 아예 하지 않는 비율이 증가하고 있다. 또한 출산율(1967년 7.5명 → 2021년 1.2명)이 급격히 감소하고 있다. 반려동물 양육을 통해 자녀의 빈 자리를 대신하는 문화는 지속될 것으로 예상한다.

그림18 중국 펫 산업 시장 추이 및 전망

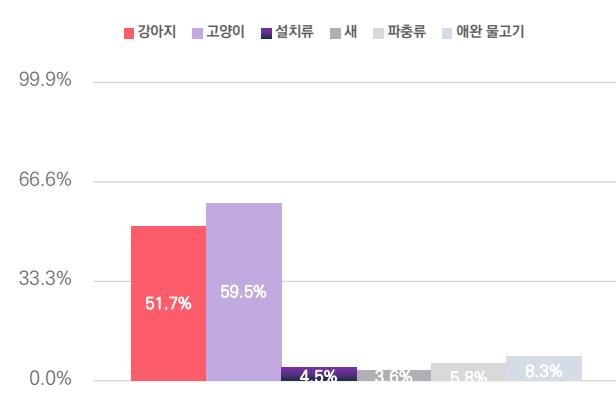
(단위: 십억 위안)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림19 2021년 기준 중국 반려동물 양육 비중

(단위: %)



주) 복수의 펫 양육하는 가구 포함된 자료

자료: Intelligence Research Group. 벨류파인더

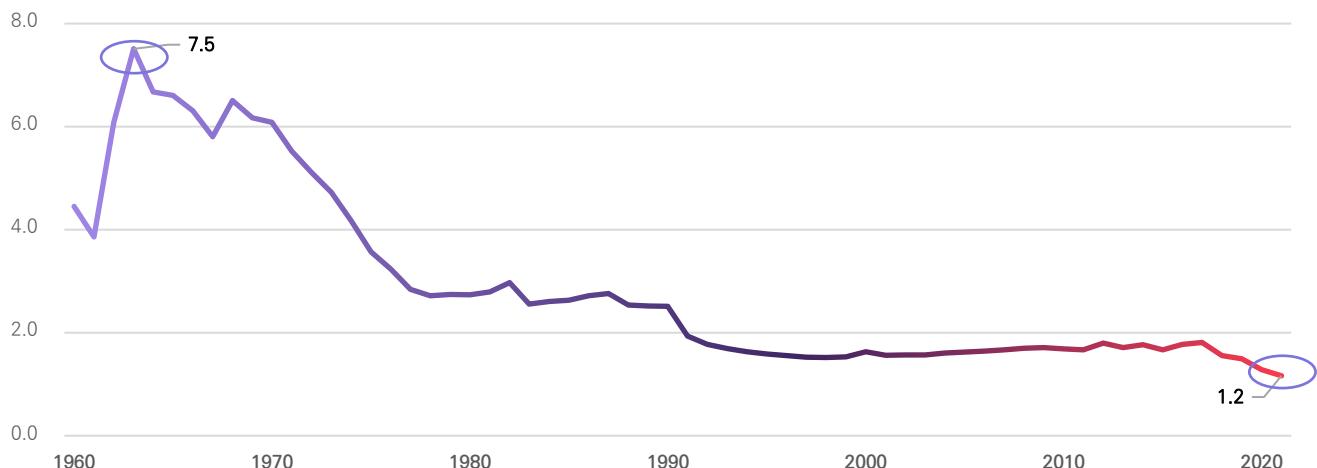
표 1 2021년 기준 중국 반려동물 시장 특징 정리 (단위: USD, %)

구분	특징
연 평균 지출액	반려견: \$390.6 반려묘: \$270.8
반려동물 소유자 최종학력	약 90%가 대졸자 (중국 총 인구의 23.6%만이 대졸자임)
주요 연령대 (기준)	90년대 생 46.3%, 80년대 생 30.5%, 70년대 생 15.7%, 70년 이전 7.5%

자료: 중국축산협회 반려동물산업부, 보도자료, iResearch, 벨류파인더

그림20 중국 여성 1인당 출산율 추이

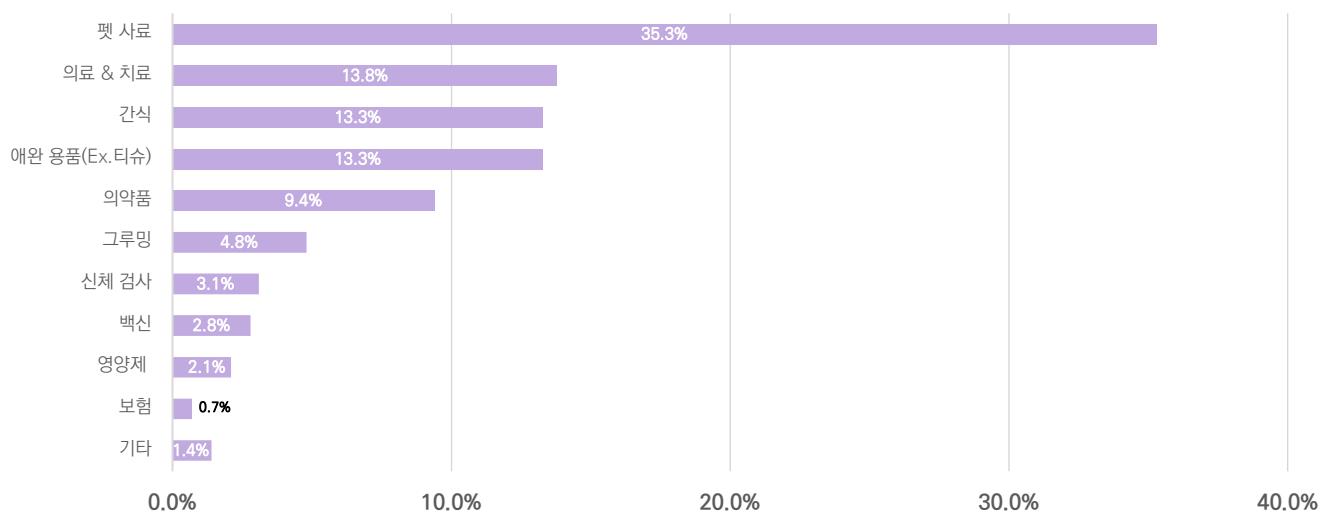
(단위: 명)



자료: WorldBank, 벨류파인더

그림21 2022년 기준 중국 펫 산업 시장 펫 제품 및 서비스별 비중

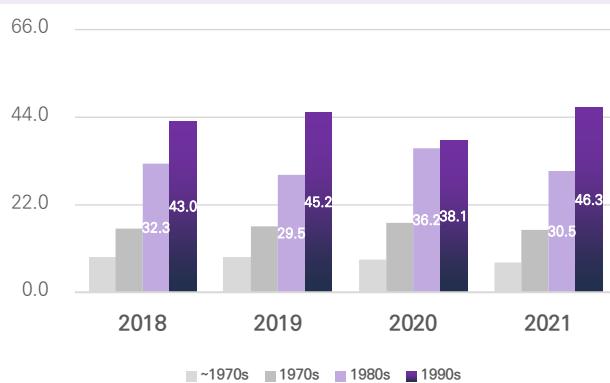
(단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림22 2021년 기준 중국 세대별 펫 소유자 비중

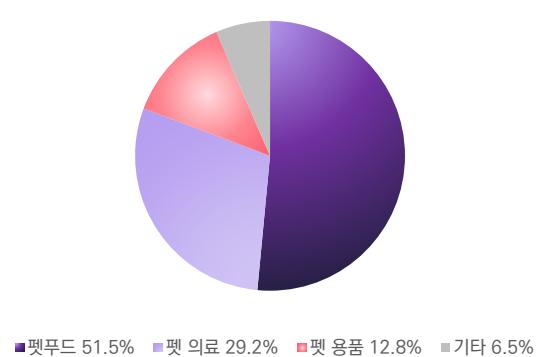
(단위: %)



자료: iResearch, 벨류파인더

그림23 2021년 기준 중국 펫 산업 시장 비중

(단위: %)



자료: iResearch, 벨류파인더

| 펫 케어 산업 P↑ ① : 소득 수준 증가 → 반려동물 문화 진화

P의 성장 동인 ①은 소득 증가로 인한 반려동물 문화 인식의 진화다. 1인당 GNI(Gross National Product, 국민총소득) 증가는 반려동물 문화를 발전시켰다. 1인당 GNI가 \$3만을 넘어서고 가처분소득이 증가함에 따라 반려동물을 인격화하는 문화가 더욱 자리 잡힐 것이다. 실제로 최근 글로벌 펫 시장 트렌드를 주도하는 용어는 ‘펫 휴머니제이션(Pet Humanization)’이다. 펫 휴머니제이션이란 글자 그대로 반려동물을 가족의 일원으로 인식하고 사람처럼 대하는 문화현상을 말한다. 전 세계적으로 반려동물 주인의 71%가 반려동물을 가족 구성원으로 여긴다. 펫팸족은 반려동물을 가족으로 생각하는 사람에서 파생된 용어인데 그들이 사랑하는 반려동물을 위해 조금이라도 더 좋은 것을 사주는 것을 선호한다. 펫택스는 반려동물에게 좋은 반려용품과 질 좋은 의료 서비스 등에 거리낌 없는 지출을 하는 주인을 겨냥해 사람용 제품보다 더 비싼 가격을 책정하는 경향을 일컫는다. 신흥국 등 소득 수준 증가 → 반려동물 문화 발전 → P↑ 증가로 펫 케어 산업 성장이 기대된다.

그림24 세계적 국민 소득 수준에 따른 반려동물 문화발전 단계

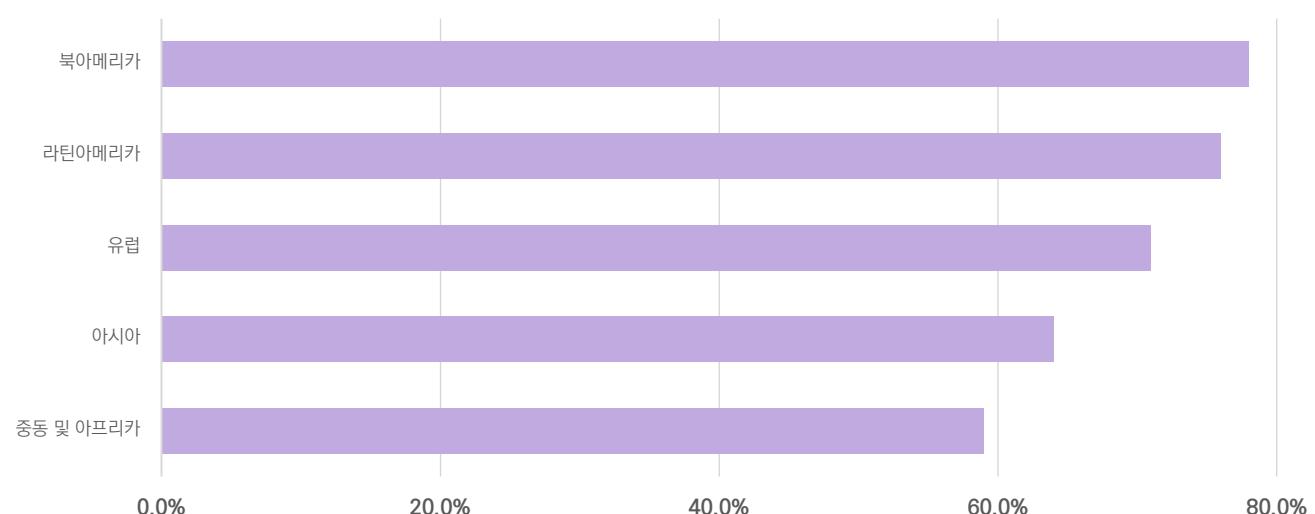
(단위: USD)



자료: 국립축산과학원, 벨류파인더

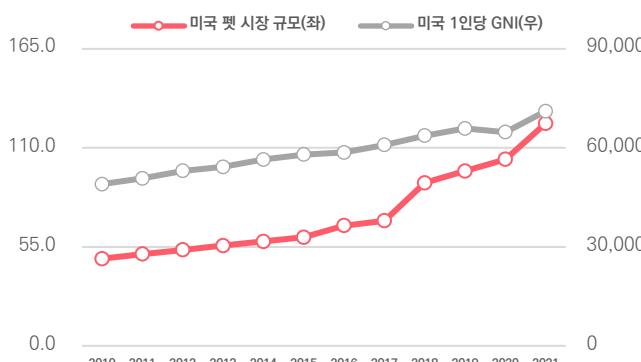
그림25 2022년 기준 “반려동물을 가족으로 여기는가?”에 관한 설문조사

(단위: %)



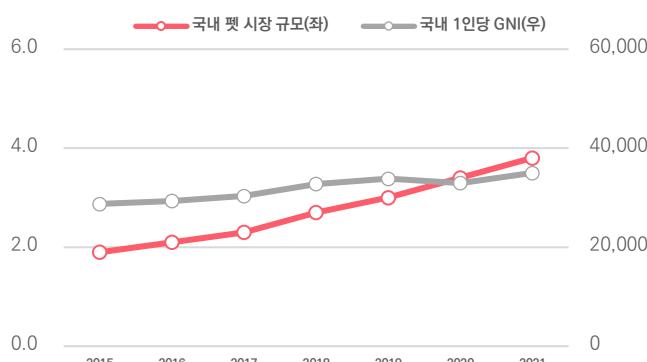
자료: 산업자료, 벨류파인더

그림26 미국 펫시장 규모 및 1인당 GNI 추이 (단위:십억 USD, \$)



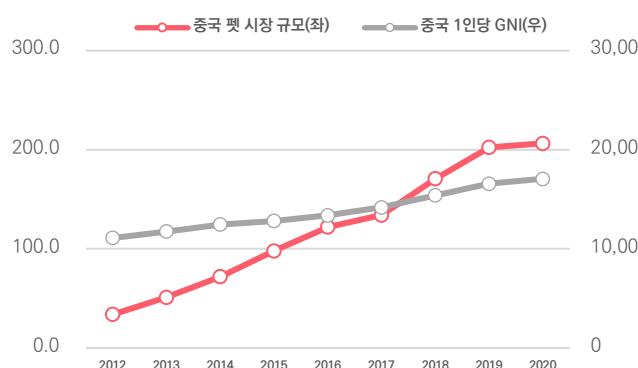
자료: OCED.org, 산업자료, APPA, 벨류파인더

그림27 국내 펫시장 규모 및 1인당 GNI 추이 (단위:조원, \$)



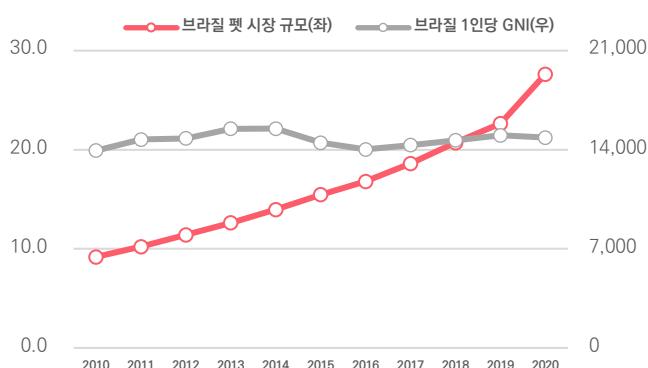
자료: 농림축산식품부, Kosis, 벨류파인더

그림28 중국 펫시장 규모 및 1인당 GNI 추이 (단위:십억 위안, \$)



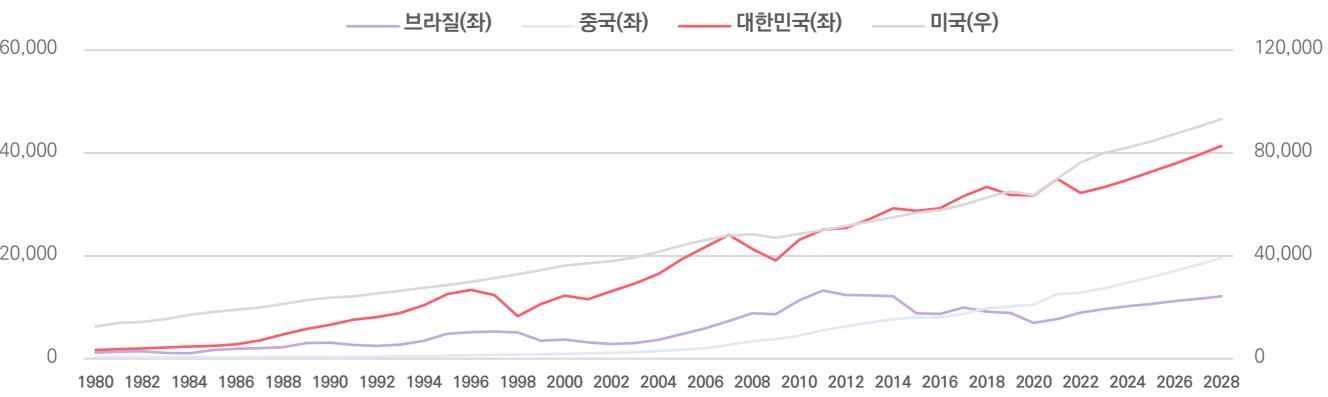
자료: OCED.org, 산업자료, 벨류파인더

그림29 브라질 펫시장 규모 및 1인당 GNI 추이 (단위:십억 해알, \$)



자료: OCED.org, 산업자료, 벨류파인더

그림30 브라질, 중국, 대한민국, 미국 1인당 GDP 추이 및 전망



주) GNI는 미래 추정치가 존재하지 않아 GDP로 대체하였음

자료: IMF.org, 벨류파인더

표 2 구매력평가 지수 기반 글로벌 GDP 상위 순위 전망

	2016	2050E	
중국	1	1	중국
미국	2	2	인도
인도	3	3	미국
일본	4	4	인도네시아
독일	5	5	브라질
러시아	6	6	러시아
브라질	7	7	멕시코

주) GNI는 미래 추정치가 존재하지 않아 GDP로 대체하였음

자료:PwC, 벨류파인더

주) 구매력 평가는 2016년 기준

그림31 구매력평가 지수 기반 국가별 GDP 전망



주) GNI는 미래 추정치가 존재하지 않아 GDP로 대체하였음

자료:PwC, 벨류파인더

주) 구매력 평가는 2016년 기준

그림32 구매력평가 지수 기반 국가별 1인당 GDP 전망

(단위: USD)



주) GNI는 미래 추정치가 존재하지 않아 GDP로 대체하였음

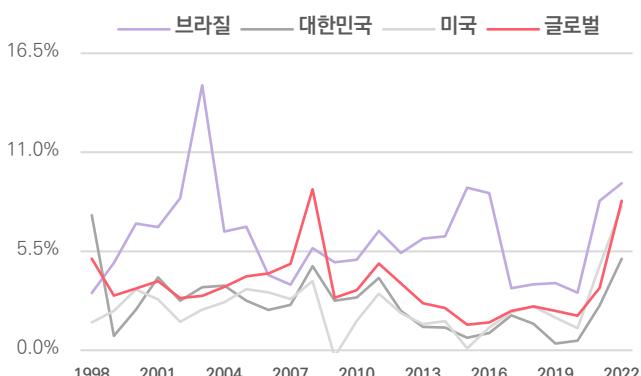
자료:PwC, 벨류파인더

주) 구매력 평가는 2016년 기준

| 펫 케어 산업 P ↑ ② : 인플레이션이 불러온 펫플레이션

P의 성장 동인 ②는 인플레이션이다. 코로나19, 경기침체 등으로 인한 글로벌 물가 상승은 음식료 가격 상승까지 이어졌다. 흥미로운 점은 인간 음식료 뿐만 아니라 펫 시장에도 펫플레이션(펫+인플레이션) 현상이 나타나고 있다는 점이다. 펫 시장 제품들은 한번 ‘내 반려동물에 맞다는 판단’이 들면 바꾸기가 쉽지 않아 가격 민감도가 낮다. 미국 노동부가 발표한 4월(지난 해 4월~올해 4월까지 12개월 데이터) 소비자물가 지수에서 반려동물 관련 총비용은 10.4% 상승 (동기간 소비자물가지수는 4.1% 상승)했다. 동기간 물가 상승률을 고려하면 펫 제품 판매업체는 소비자에게 가격전자가 더 용이했다고 볼 수 있다. 또한 구체적으로 펫 푸드 가격은 14.6% 상승했고 펫 서비스(의료포함)는 10.4% 올랐다. 사람 음식료 7.7% 상승 대비 물가 상승률이 가파른 부분이다. TRUTF about Pet Food 보도자료에 따르면 지난해에는 2020년도 대비 2년 만에 103.8% 가격이 상승한 제품(Merrick Dry Cat Food Adult Grain Free Chicken)도 존재한다. 펫 푸드 시장은 사람 음식료 대비 판가 인상에서 비교적 용이하다는 점에 주목할 필요가 있다.

그림33 브라질, 대한민국, 미국, 글로벌 소비자물가지수 추이 (단위:%)



자료: WorldBank, 벨류파인더

표3 올해 4월까지 12개월 기간 기준美 소비자물가지수 (단위:%)

구분	해당기간 CPI	
	10.4%	(해당 기간 총 CPI 4.1%)
펫 관련 총비용		10.6%
펫 푸드 및 용품	펫 푸드	14.6% (사람 음식료 7.7%)
	펫 관련 용품	4.8%
펫 서비스 (의료포함)		10.4%
펫 서비스 (의료포함)	펫 서비스	6.4%
	수의서비스	10.2%

자료: 미국 노동부, 벨류파인더

표4 글로벌 주요 브랜드 2020년 대비 2022년 사료 가격 40% 이상 상승 제품

(단위: %)

구분	제품명	상승률
	Merrick Dry Cat Food Adult Grain Free Chicken	103.8%
	Purina Pro Plan Can Dog Food Focus Sensitive Skin & Stomach	85.1%
	Purina Pro Plan Can Cat Food Prime Seafood Variety Pack	65%
	Royal Canin Dry Dog Food Labrador Retriever	52.4%
	Purina Pro Plan Dry Dog Food Shredded Blend Chicken & Rice	49%
	Royal Canin Dry Dog Food Shredded Blend Chicken & Rice	47.9%
	Royal Canin Dry Food Aging 12+ Thin Slices in Gravy	46.4%
	Taste of the Wild Can Dog Food Pacific Stream	41.6%

자료: 보도자료, 벨류파인더

| 펫 케어 산업 P ↑ ③ : 프리미엄 시장 수요의 증가

반려동물에 대한 인식 변화로 펫 프리미엄 시장 수요(**P의 증가**)가 증가하고 있다. 휴먼그레이드 사료(사람이 먹어도 될 만한 품질의 재료와 공정 활용한 사료)와 같은 프리미엄 사료, 펫 명품 시장이 그 예시다. 미국 내 반려동물 전문 온라인 쇼핑몰 1위 업체(**올해 5월 조회 기준**) 조회 결과 일반 반려견 사료(\$2.40/lb) 대비 최고가 사료는 약 4.6배 이상인 \$11.04 달한다.

또한 반려동물 시장 내 명품 시장도 빠르게 개화하고 있다. 구찌, 펜디, 루이비통, 에르메스 등은 주요 럭셔리 브랜드에서 펫 명품을 잇따라 출시하고 있다. 40만원대 목줄부터 1,200만 원대 펫 배드까지 사람용 범용 제품보다 비싼 제품들도 존재한다. 실제로 루이비통의 담요의 경우 700만원을 호가하기도 한다. 해당 담요를 유명 축구선수 데이비드 베컴이 사용해 화제가 됐다. 파워 셀러브리티 및 인플루언서 등이 펫 럭셔리 용품을 실제로 사용해 대중매체, SNS 등에 노출하고 있어 파급력이 높을 것으로 분석된다. 2023년 기준 반려견을 키울 때 드는 연 소요 비용은 크게 3가지로 분류되고 그 범위도 넓다. ①입양시 \$1,135~\$5,155 ②연간 필수용품 \$601~\$3,555 ③선택사항 \$1,390~\$4,095이다. 펫 럭셔리 시장 영향으로 펫 시장 내 최대지불 의사 가격이 상향돼 범위가 확장될 수 있을 것으로 판단한다.

그림34 츄이 휴먼그레이드 판매량 기준 1위 사료 vs 사료 1위



Price: **\$78.39** (\$7.84/lb) List: \$79.99

**휴먼그레이드 사료 1위 제품
(\$7.84/lb)**

VS

Price: **\$71.98** (\$2.40/lb) List: \$74.99

**사료 부문 1위 제품 가격
(\$2.40/lb)**

자료: Chewy, 벨류파인더

그림35 츄이 휴먼그레이드 가격 기준 최고가 사료



Price: **\$342.93** (\$0.69/oz)

**휴먼그레이드 사료
최고가 제품(\$11.04/lb)**

자료: Chewy, 벨류파인더

그림36 펜디 400만원대 이동가방



자료: 머니투데이, 벨류파인더

그림37 루이비통 700만원대 담요



자료: 한국경제, 벨류파인더

그림38 구찌 1,200만원대 팻 배드



자료: 구찌, 벨류파인더

그림39 루이비통 40만원대 반려견 목줄



자료: marie claire korea, 벨류파인더

그림40 에르메스 150만원대 반려견 보울



자료: marie claire korea, 벨류파인더

표5 2023년 미국 기준 반려견 양육시 연간 소요 비용

(단위: \$)

구분	최소 비용	최대 비용
입양시	\$1,135	\$5,155
연간 필수용품	\$610	\$3,555
추가 선택 사항	\$1,390	\$4,095

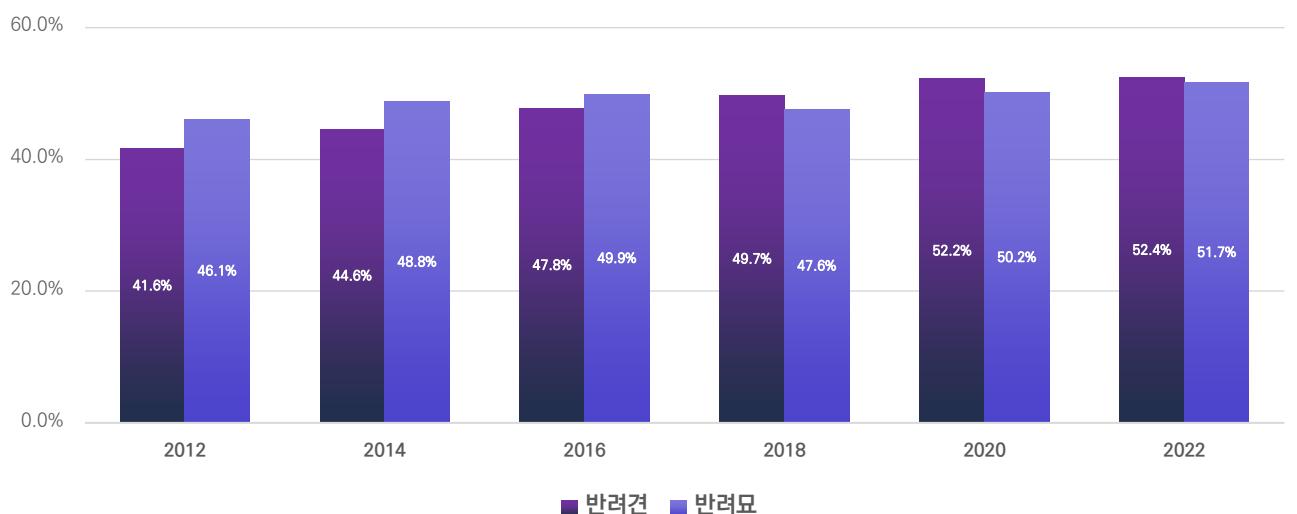
자료:Rover survey, 벨류파인더

펫 케어 산업 P ↑ ④ : 반려동물의 노령화

인구 고령화와 마찬가지로 반려동물의 노령화도 진행되고 있다. AVMA(American Veterinary Medical Association, 미국수의사회)에 따르면 강아지의 경우 8세를 노령견이라고 부른다. ISFM(International Society of Feline Medicine, 세계 고양이수의사회)에 따르면 고양이는 10세를 노령기에 접어들었다고 정의한다. 미국에서 2012년에서 2022년까지 노령 펫 소유 가구 비중은 빠르게 증가했다. 반려견은 2012년 41.6%에서 52.4%로 증가해 절반을 넘어섰으며 반려묘 역시 46.1% → 51.7%로 펫 소유가구의 절반 이상을 차지하고 있다. **반려동물 고령화에 따른 지출 비중도 자연스레 증가할 것이라 전망한다.** 반려동물의 나이가 들수록 ①특수사료 ②영양제 ③의료 비용 등이 필요 및 증가하기 때문이다. 펫 푸드 주요 업체들은 관절용 사료 등 노령 반려동물을 위한 특수사료 제품도 지속 출시하고 있다. 의료 비용 또한 반려견의 경우 0~3세 대비 10~12세가 1.75배 증가, 반려묘는 1.61배 증가해 인간과 마찬가지로 펫 산업에서도 향후 중요한 시장이 될 것이라 판단한다.

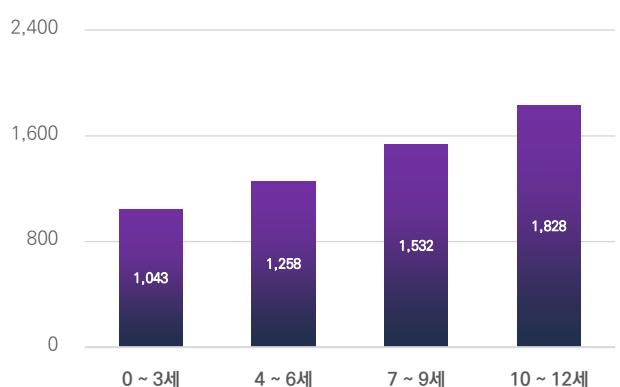
그림41 2012 ~ 2022년 미국 7세 이상의 노령 펫 소유가구 비중 추이

(단위:%)



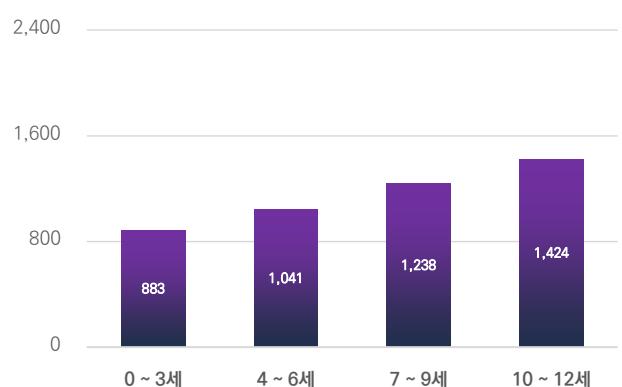
자료: Packaged Facts, Pet Food in the US (August 2022), 벨류파인더

그림42 2016~2017년 미국 반려견 연령에 따른 연 의료비용 변화 (단위:\$)



자료: petfinder.com, 벨류파인더

그림43 2016~2017년 미국 반려묘 연령에 따른 연 의료비용 변화 (단위:\$)



자료: petfinder.com, 벨류파인더

표6 반려견 나이 사람 나이로 환산시 나이 (단위: 세)

강아지 나이	사람 나이 (초소형견 부대 대형견)
7세	44세 to 56세
10세	56세 to 78세
15세	76세 to 115세
20세	96세 to 120세

자료: American Veterinary Medical Association (AVMA), 벨류파인더

표7 반려묘 나이 사람 나이로 환산시 나이 (단위: 세)

고양이 나이	사람 나이
7세	54세
10세	63세
15세	78세
20세	97세

자료: American Veterinary Medical Association (AVMA), 벨류파인더

그림44 반려견용 비타민 1위 제품

(단위: \$)



\$29.70
(1알당 \$0.33)

자료: Chewy.com, 벨류파인더

그림45 반려견용 건강 관절 보조제

(단위: \$)



\$39.99

자료: Chewy.com, 벨류파인더

그림46 ROYAL CANIN 12세 이상용 반려묘 건식 사료 (단위: \$)



\$29.99/2kg
(\$14.99/kg)

자료: Royal CANIN Shop, 벨류파인더

그림47 ROYAL CANIN 7~12세용 반려묘 건식 사료 (단위: \$)



\$21.99/1.5kg
(\$14.66/kg)

자료: Royal CANIN Shop, 벨류파인더

펫 케어 산업 Q ↑ ① : 세계 인구 구조의 변화 : 고령화

세계 인구 구조 변화는 반려동물 양육가구 수를 증가시킬 중요한 요인이다. 최근 ①고령화 ②1인 가구 증가는 글로벌적으로 나타나고 있다. ①고령화란 한 사회의 인구 구성에서 노년 인구(65세 이상 인구)의 비율이 높아지는 현상을 말한다. UN 통계 데이터([United Nations, World Population Prospects 2022, Online Edition.](#))에 따르면 올해 전 세계에서 65세 이상 인구가 차지하는 비중은 23.4%, 2058년에는 50%가 넘어설 것으로 전망했다. 반려동물 양육은 인간의 심리와 정서 안정에 효과가 있다는 사실은 이미 많은 연구를 통해 알려져 있다. 한국보건사회연구원은 독거노인 중 반려동물을 키우는 집단의 스트레스 수준이 가장 낮은 것으로 분석했다. 초고령화 사회([70세 이상의 인구가 20% 넘어선 사회](#))인 일본의 경우 반려동물 양육이 노인에게 미치는 긍정적 영향을 고려해 정부차원에서 ‘애니멀 테라피’를 도입할 것이라는 소식도 있다. 일본은 매년 약 3.2만 마리의 개와 고양이를 살처분하는데, 이 대신 요양원 및 병원 등에 살처분 대상 개와 고양이를 제공해 2030년까지 약 2만 마리로 줄일 예정이다. 개인의 반려동물 입양뿐 아니라 정부차원에서의 노년층 지원이 더해져 펫 케어 산업의 Q는 지속 증가할 것으로 판단한다.

그림48 글로벌 65세+ 이상 인구 추이 및 전망

(단위: 천명, %)

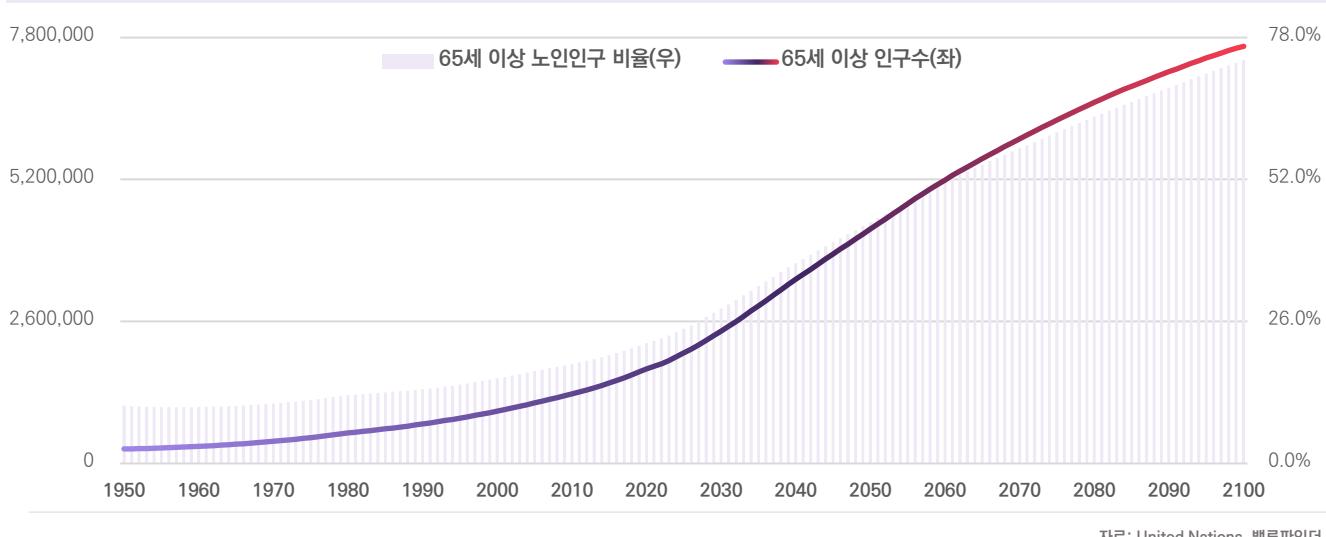
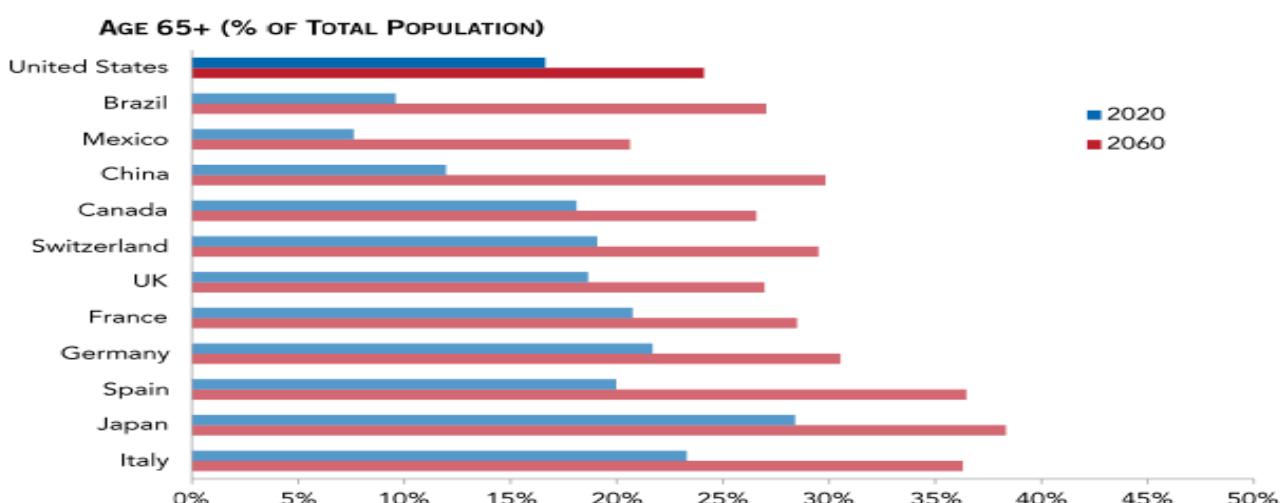


그림49 2020년 VS 2060년 국가별 65세+ 이상 인구 추이 및 전망

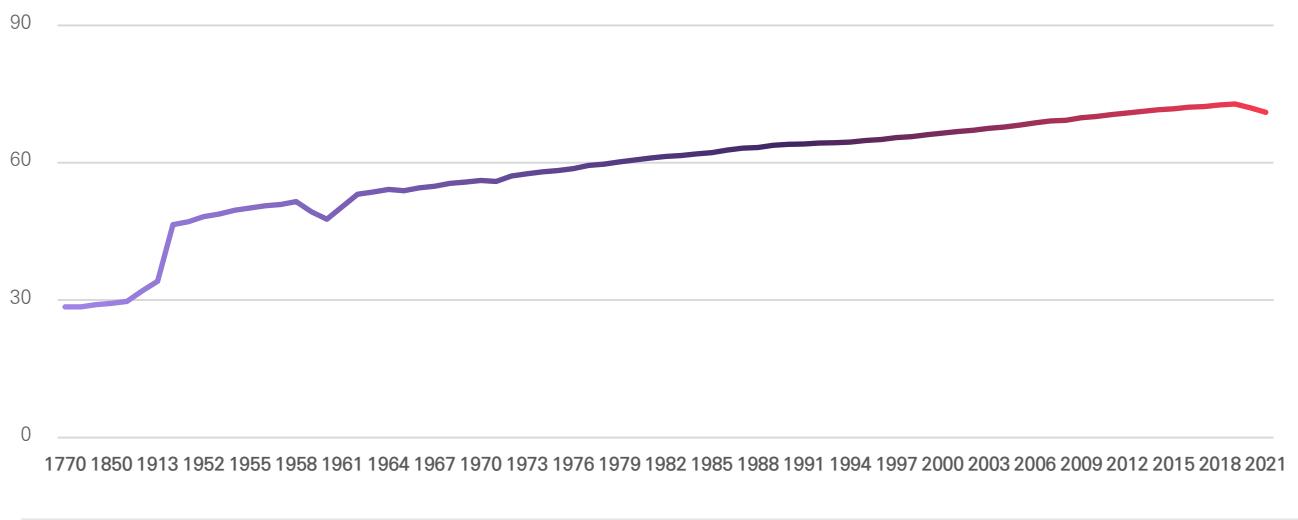
(단위: %)



자료: United Nations, 벨류파인더

그림50 전 세계 1770년 ~ 2021년 기대수명 추이 및 추정치

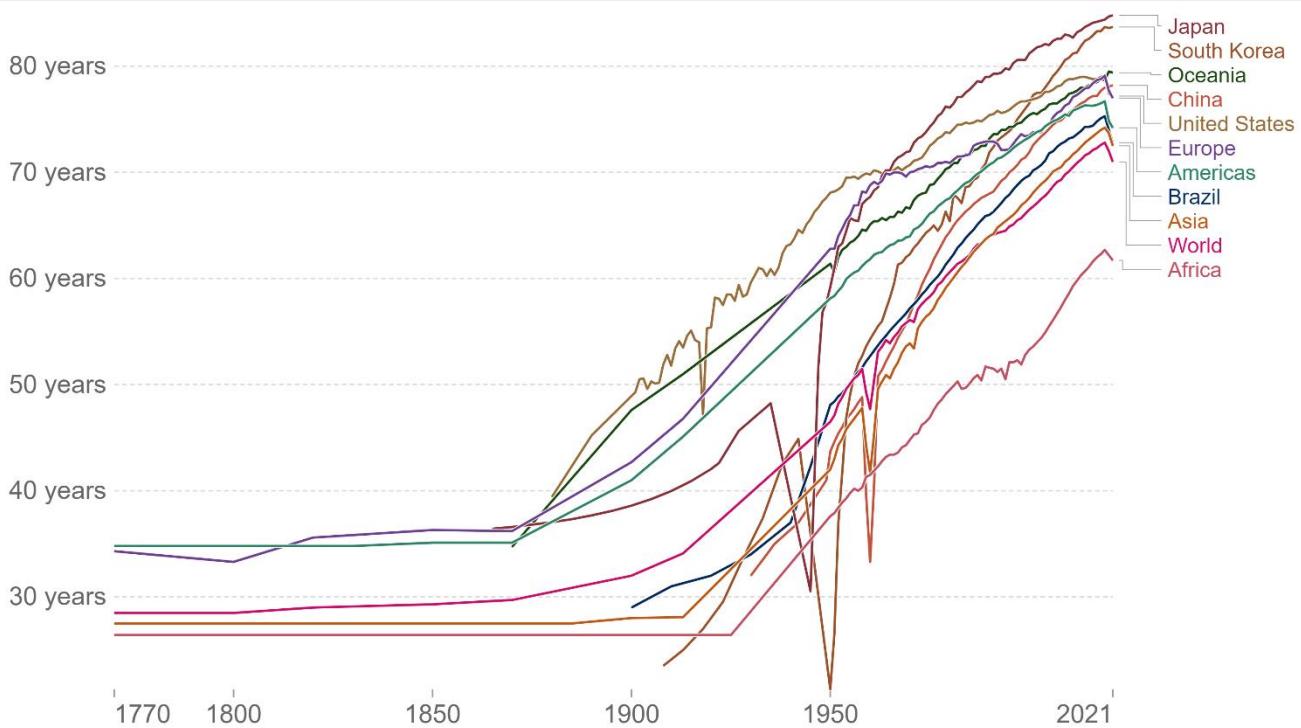
(단위: 세)



자료: WorldData, 벨류파인더

그림51 국가/지역별 1770년 ~ 2021년 기대수명 추이 및 추정치

(단위: 세)



자료: WorldData, 벨류파인더

펫 케어 산업 Q ↑ ① : 세계 인구 구조의 변화 : 1인가구의 증가, 출산율 감소

또 다른 세계적 인구 트렌드는 ② 1인가구 증가, 출산율 감소 등이다. 정서적 교감을 원하는 세대들이 결혼을 늦게 하거나 아예 하지 않는 비율이 증가하고 있고, 이로 인해 1인 가구 비중은 지속 증가하고 있다. Our World in data에 따르면 전 세계적으로 1인 가구 비중은 지속 증가하고 있으며 미국의 경우 1960년 13.1%에서 2018년 28%까지 증가했다. 인간은 사회적 동물로 정서적인 교감을 통해 외로움을 달래기 때문에 1인·2인 가구에서 반려동물 입양이 늘어나고 있다. 또한 출산율의 전 세계적인 감소가 반려동물 입양률을 높리는 촉매 역할을 하고 있다. 출산 대신 반려동물을 양육을 통해 자녀의 빈 자리를 대신하려 하기 때문이다. 딩펫족, 혼펫족 등은 이 현상을 설명하는 신조어다. 딩펫족은 의도적으로 자녀를 두지 않는 맞벌이 부부를 일컫는 딩크족(DINK: Double Income, No Kids)과 펫의 합성어다. 혼펫족은 결혼하지 않고 혼자 살아가면서 반려동물을 키우는 사람을 의미한다. 실제로 올해 미국 MZ세대(1980년~2010년 초반 출생 세대)의 펫 소유 비중이 49%로 가장 높을 것으로 파악된다. 1인·2인가구의 펫 입양, 출산 대신 반려동물 양육 등으로 그들의 반려동물을 입양 사례가 늘어나고 있기 때문이다. 해당 현상(1인 가구 증가, 출산율 감소)은 글로벌적으로 나타나고 있어 향후 펫 시장의 Q가 지속적으로 성장할 것으로 판단한다.

그림52 글로벌 15세에서 19세 사이의 여성에 의한 출생 추이 및 전망

(단위: 천명)

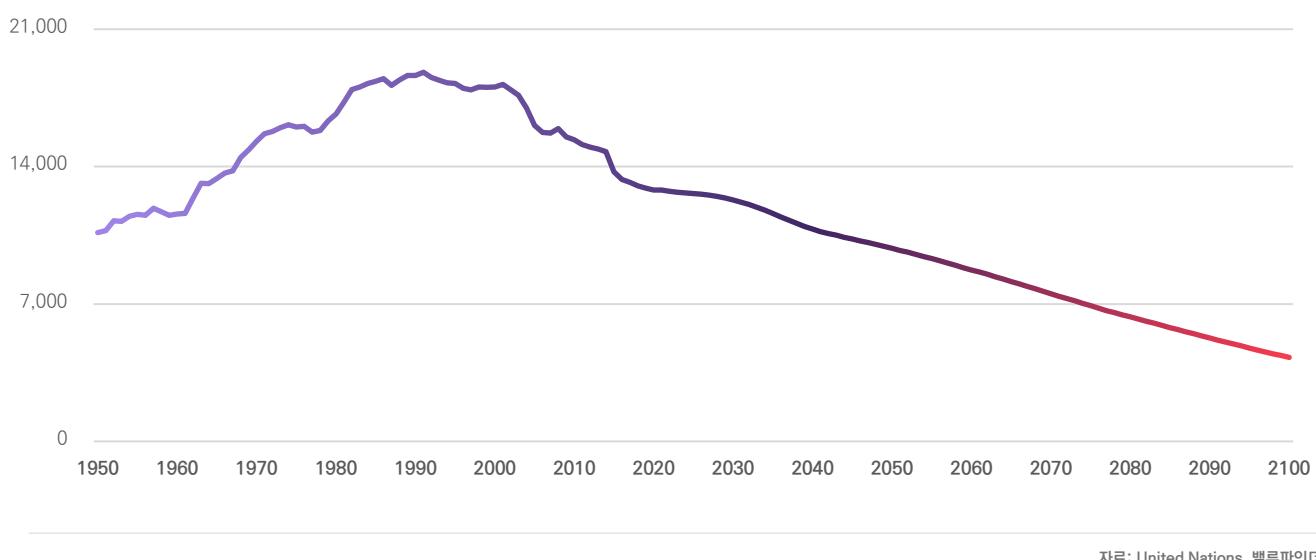


그림53 2023~2024년 미국 세대별 펫 소유 비중

(단위: %)

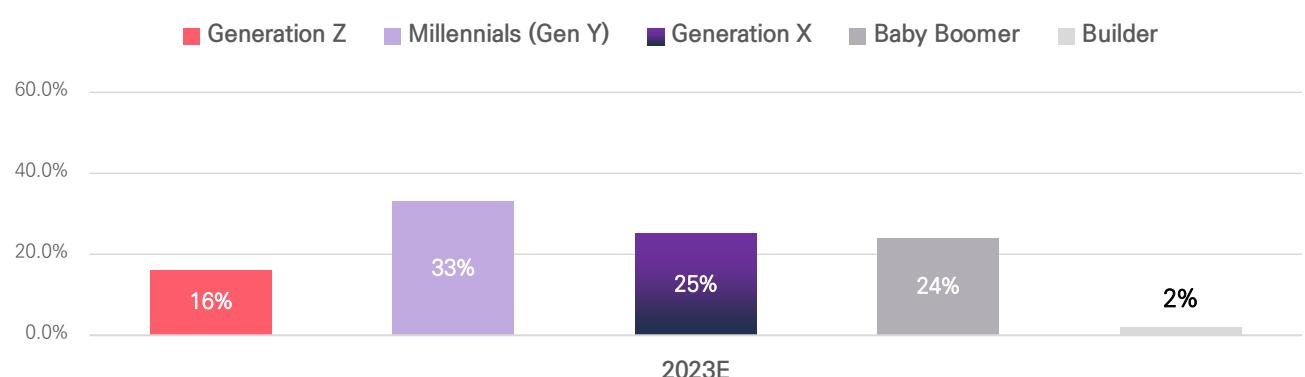
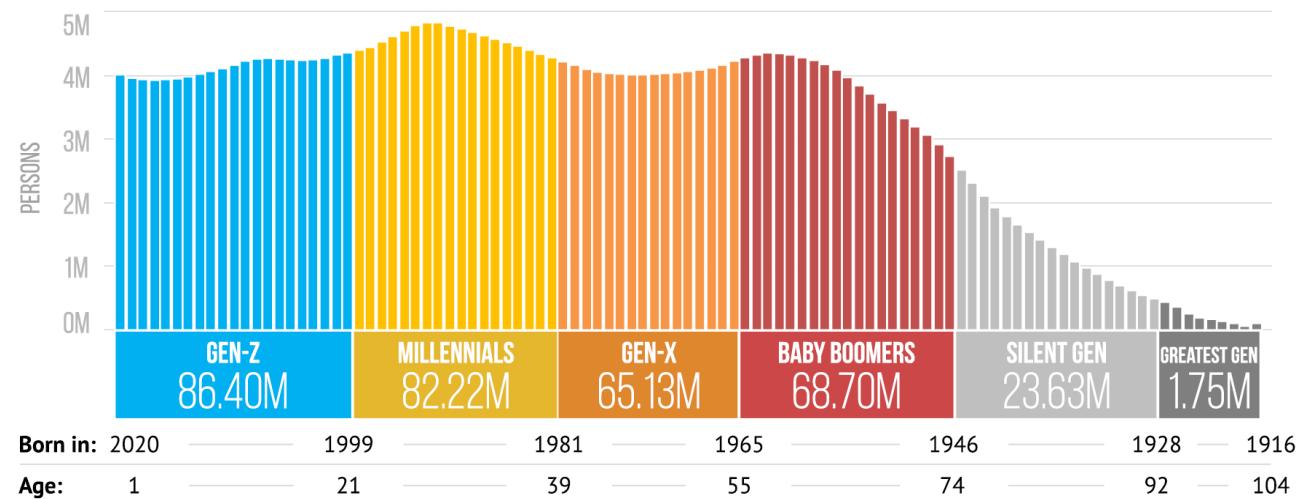


그림54 2020년 기준 미국 세대별 인구수

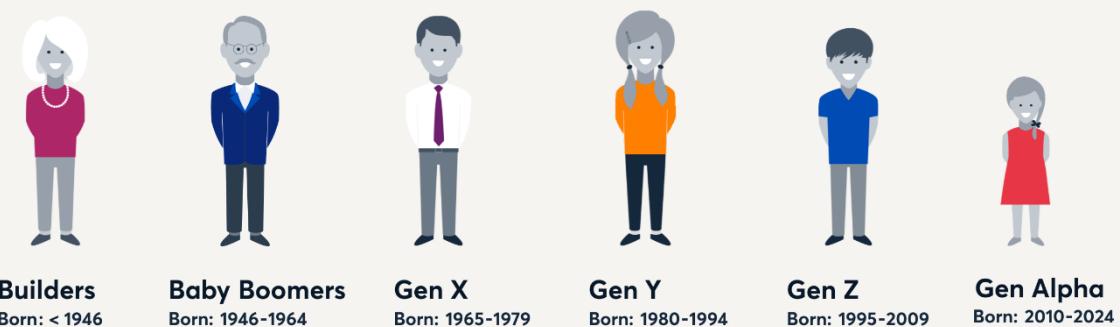
(단위: 천명)



자료: KNOEMA, 벨류파인더

그림55 세대별 출생년도 분류기준

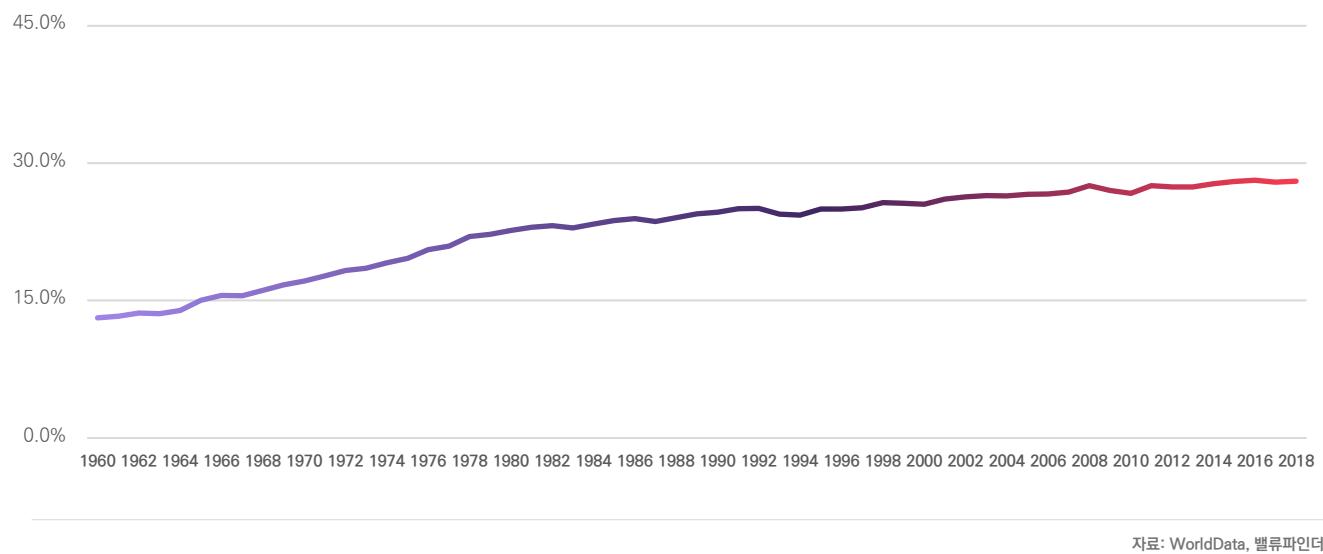
(단위: %)



자료: McCrindle, 벨류파인더

그림56 미국 1960년 ~ 2018년 1인 가구 비중 추이

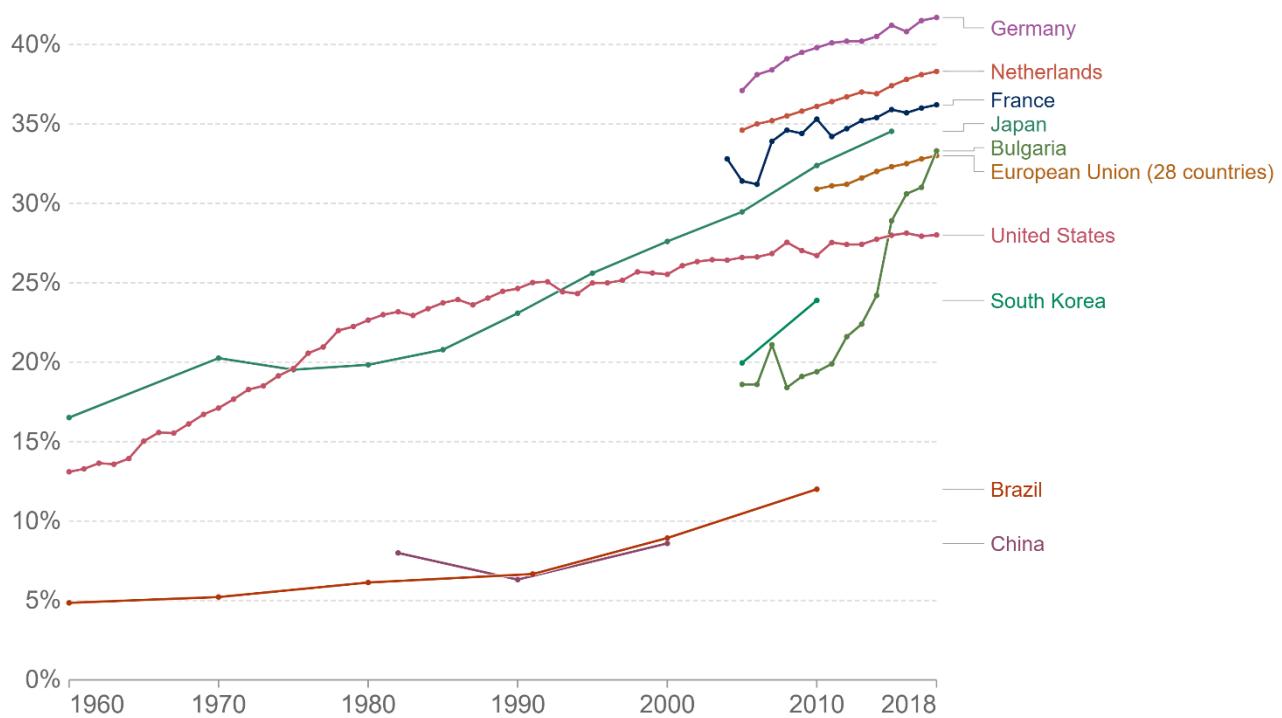
(단위: %)



자료: WorldData, 벨류파인더

그림57 지역/국가별 1960년 ~ 2018년 1인 가구 비중 추이

(단위: %)



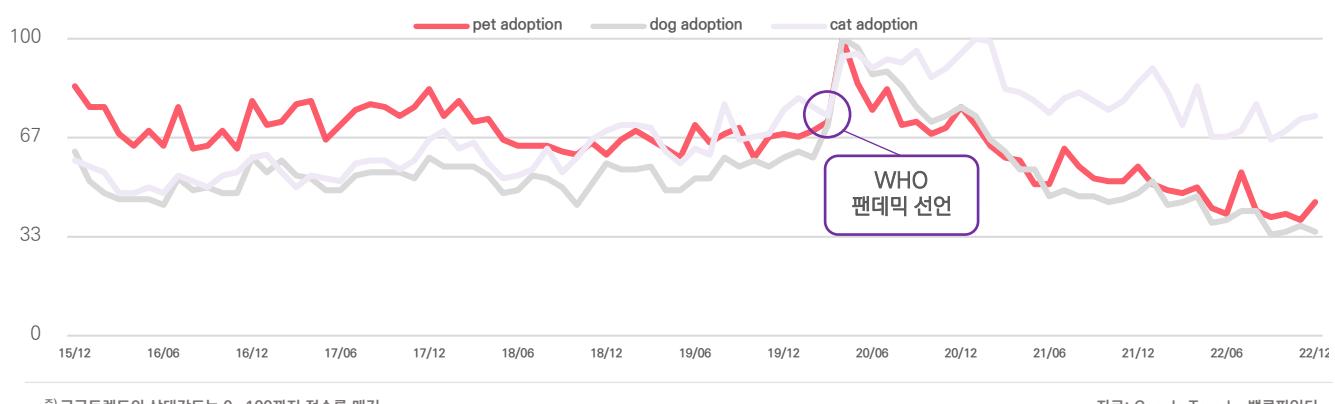
자료: WorldData, 벨류파인더

펫 케어 산업 Q ↑ ②: 코로나19 사례로 확인한 업무행태의 변화 → Q 가능성 ↑

코로나19가 펫 산업 시장 Q에 큰 영향을 미쳤다. 해당 변수는 향후 발생할 확률이 희박하나 미래의 업무 행태(재택 근무 등) 변화가 펫 산업 시장의 Q를 늘릴 수 있을 것이라는 아이디어를 시사한다. 미국 애완용품 협회(APPA, American Pet Products Association) 보고서 “COVID-19 Pulse Study”에 따르면 약 1,138만의 미국 가구가 코로나19 대유행 기간 동안 반려동물을 입양했다. 코로나19로 인해 많은 사람들이 재택근무, 격리 영향 등으로 집에 머무는 시간이 늘어나 재택근무 동반자를 찾은 영향이다. 또한 코로나19로 인해 반려동물 입양에 대한 관심은 전세계적으로 급증했다. 구글 트렌드 통계 월별 데이터 지역을 전 세계로 조회한 결과, WHO가 코로나19를 ‘팬데믹’으로 선언한 2020년 3월 12일의 다음달인 2020년 4월부터 반려동물 입양에 대한 관심이 늘어난 것을 확인 가능하다. 한편 APPA에 따르면 펫 소유자의 72%가 “반려동물 덕분에 코로나19 기간동안 스트레스가 줄고 건강해지는데 도움이 된다.”고 응답했으며 39%가 “더 많이 산책할 수 있었다”고 답했다. 반려동물 입양시 행복감과 각종 장점들을 종합적으로 미루어 볼 때 향후 업무 형태 변화 → 집에 머무는 시간 ↑ → 펫 산업 Q 증가의 상향 가능성을 기대한다.

그림58 전 세계 기준 2015년부터 2022년 12월까지 월별 반려동물 입양 조회수 추이

(단위: 0 ~100)



주) 구글트렌드의 상대강도는 0~ 100까지 점수를 매김

자료: Google Trends, 벨류파인더

표8 미국 반려동물협회 코로나19 당시 반려동물 양육에 대한 설문조사

(단위: %)

구분	응답자 비율
반려동물과 시간 보내는게 스트레스를 줄이고 건강을 향상시키는데 도움이 되는가?	72%
반려동물과 더 많이 산책했는가?	39%
격리시 파트너 대신 반려동물을 선택하겠는가?	44% (여성 응답자 기준)

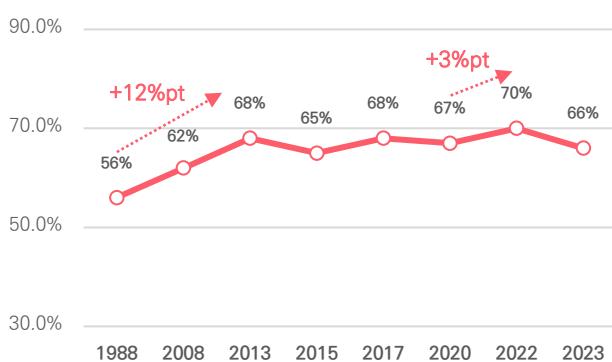
자료:The APPA COVID-19 Pulse Study:Pet Ownership During The Pandemic, 벨류파인더

코로나가 불러온 영국시장의 펫 양육 가구 비중 ↑

실제로 영국은 코로나19의 영향으로 펫 가구 비중이 급증했다. 미국의 경우 펫 시장은 이미 성숙한 시장으로 양육가구 비중이 서서히 우상향하나 일정 수준에서 등락을 반복하고 있다. 1988년 56% → 2008년 68%까지 12%pt 증가하는 시간은 약 25년이 소요됐다. 영국의 경우도 2012년 → 2020년까지 45% 내외에서 머물렀다. 하지만 코로나19의 영향으로 2년 만에 11%p가 증가해 62%를 달성했다. PFMA(Pet Food Manufacturers' Association)에 따르면 코로나19가 직접적으로 반려가구 비중을 높이는 역할을 수행했다고 언급했다. 코로나19 당시 약 320만 영국 가구(2020년도 기준 국내 총 반려가구 604만 가구)가 반려동물을 입양한 것으로 추정된다. 이로 인해 팬데믹 퍼피(Pandemic Puppy)라는 신용어가 탄생했다. 향후 재택근무 증가 등 특수한 상황에 따라 새로운 Q의 성장 여력 가능성이 기대된다.

그림59 미국 펫 양육 가구 비중 추이

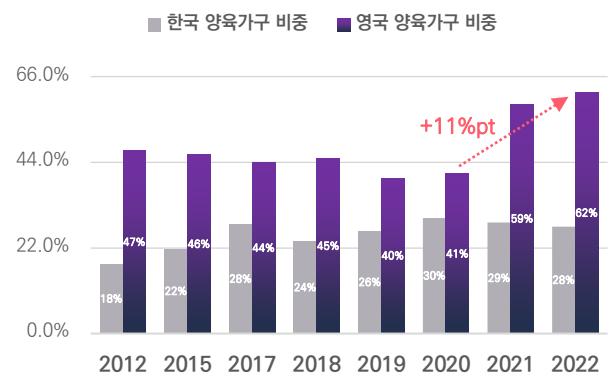
(단위: %)



자료: APPA, 벨류파인더

그림60 영국/한국 반려동물 양육 가구 비중 추이

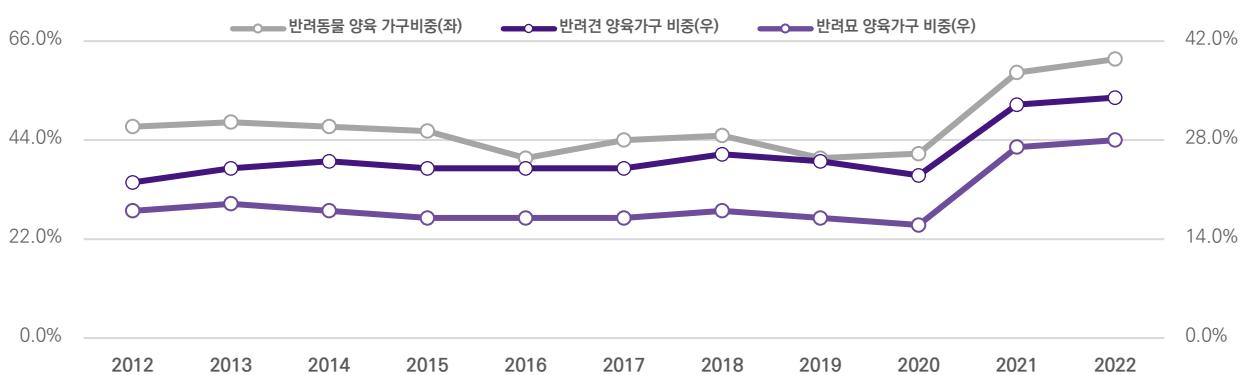
(단위: %)



자료: 농림축산식품부, KB금융지주연구소, PFMA, 벨류파인더

그림61 영국 반려동물 및 반려견·반려묘 양육 가구 비중 추이

(단위: %)



자료: PFMA, 벨류파인더

II. 글로벌 펫 시장

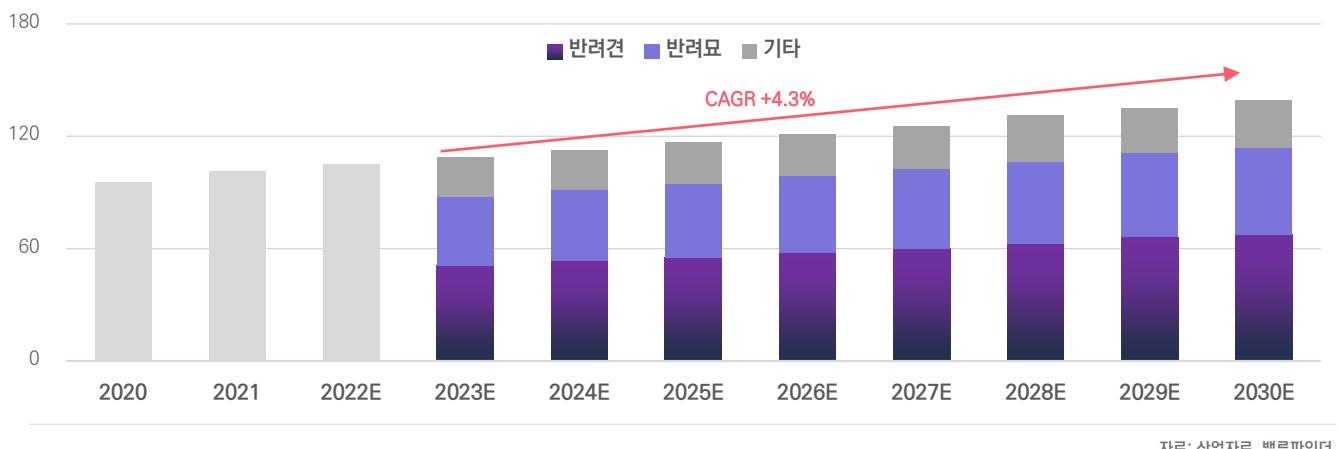
- i. 글로벌 펫 시장 현황 및 트렌드
- ii. 펫 푸드
- iii. 펫 헬스케어 & 펫 테크

ii. 펫 푸드 시장 – 음식료계의 명품

펫 푸드 시장에 주목이 필요하다. 판가 인상이 사람 음식료대비 용이하기 때문이다. 또한 펫 산업 시장에서 가장 많은 부분(2020년 기준 71.8%)을 담당하고 있는 큰 시장이다. 산업자료에 따르면 펫 푸드 산업은 올해 약 124조원(\$1,033억)에서 연평균 4.3% 성장해 2030년 167.1조원(\$1,393억)에 달할 전망이다. 시장성장률(외형 성장)은 다소 둔화할 것으로 전망되나 수익성 개선이 기대된다. P의 증가가 이뤄진 상황에 C의 감소가 진행되고 있기 때문이다. 펫 푸드 시장의 글로벌 주요 Player인 Mars Inc(비상장, 글로벌 M/S 1위), Nestlé Purina Pet Care Company(모회사 Nestle SA, NESN은 스위스 증권거래소 상장), General Mills(GIS, NYSE E), The J.M. Smucker Company(SJM, NYSE) 등은 글로벌 경기침체, 코로나19 영향으로 인한 물가 상승으로 2021년부터 판가 인상(P의 증가)를 꾸준히 단행했다. 펫 푸드 업체들은 락인효과 덕분에 비교적 판가 전이가 용이하다. 반려인들은 반려동물이 사료가 한번 입맛에 맞는다 판단하면 사료를 쉽게 바꾸지 않는다. 새로 알아봐야 하는 번거로움과 혹시 모를 알리지 반응 등을 감내하면서까지 바꿀 동기가 크지 않기 때문이다. Nestlé Purina의 주요 브랜드인 Merrick의 주요 제품 내에서는 2년간 가격이 103.8%나 인상된 제품도 있다. 한편 FAO(Food and Agriculture Organization of the UN)가 발표하는 Food Index(육류 등 5개 Commodity Group의 Index 평균치)는 현재 하락 추이(C의 감소)에 있다. Pet Food Margin과 YoY Price Change(%)를 공개하는 NESN, GIS, SJM은 수익성이 개선되고 있다.

그림62 글로벌 펫 푸드 시장 품종별 추이 및 전망

(단위: 십억 USD)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림63 2022년 미국 펫 푸드 YoY 품목별 판가 인상 추이 (단위: %)

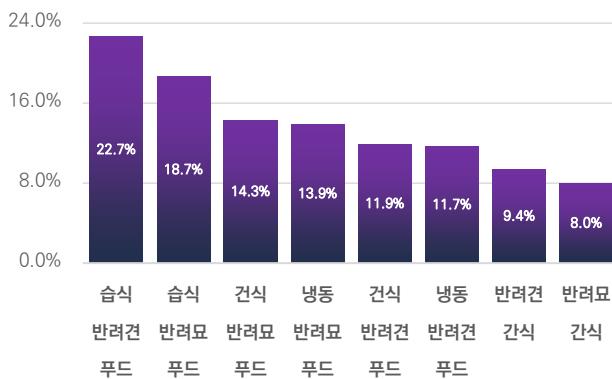
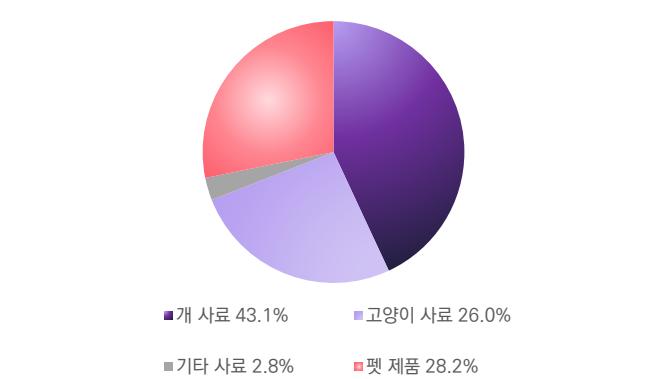


그림64 2020년 기준 글로벌 펫 케어 시장 항목별 비중 (단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

자료: 산업자료, 벨류파인더

그림65 The J.M. SMUCKER 분기 매출액 및 YoY Growth & ASP 인상을 추이

(단위: 백만 USD, %)



주) YoY ASP 인상률은 전년동기 대비 Net Price Realization을 의미함

주) The J.M SMUCKER는 6월에 회계연도 4분기 실적을 발표함

자료: The J.M SMUCKER, 벨류파인더

그림66 GIS 온기 펫 푸드 매출액 및 ASP 인상을 추이 (단위: 백만 USD, %)



주) GIS는 General Mills의 Ticker를 의미함

주) GIS는 2018년 블루 버팔로 인수를 통해 펫 푸드 산업에 진출

자료: SEC.gov, 벨류파인더

그림67 Nestle 온기 매출액 및 ASP 인상을 추이 (단위: 백만 CHF, %)



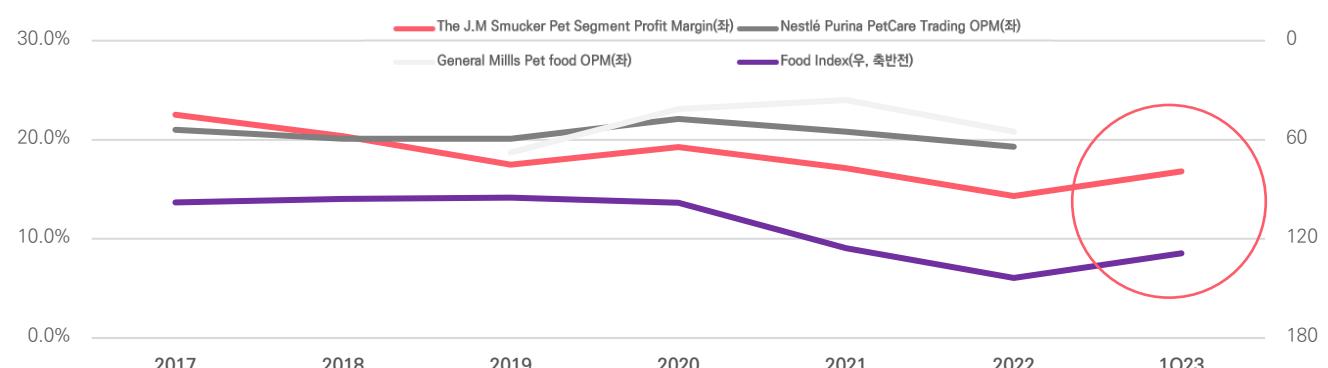
주) 펫푸드 매출액은 Nestle Pure care 매출액을 의미함

주) Nestle S.A(네슬레) 스위스 모회사 공시자료를 활용하였음

자료: SEC.gov, 벨류파인더

그림68 주요 글로벌 펫 푸드 업체 Margin 추이 및 글로벌 Food Index(축 반전) 추이

(단위: %)



주) Pet Segment ProfitMargin = 펫 세그먼트 매출액 - 펫 세그먼트 변동비 - 추적가능고정비

주) Food index는 육류, 유제품, 시리얼, 설탕, 식물성 기름 등의 Commodity Group의 Index 평균치

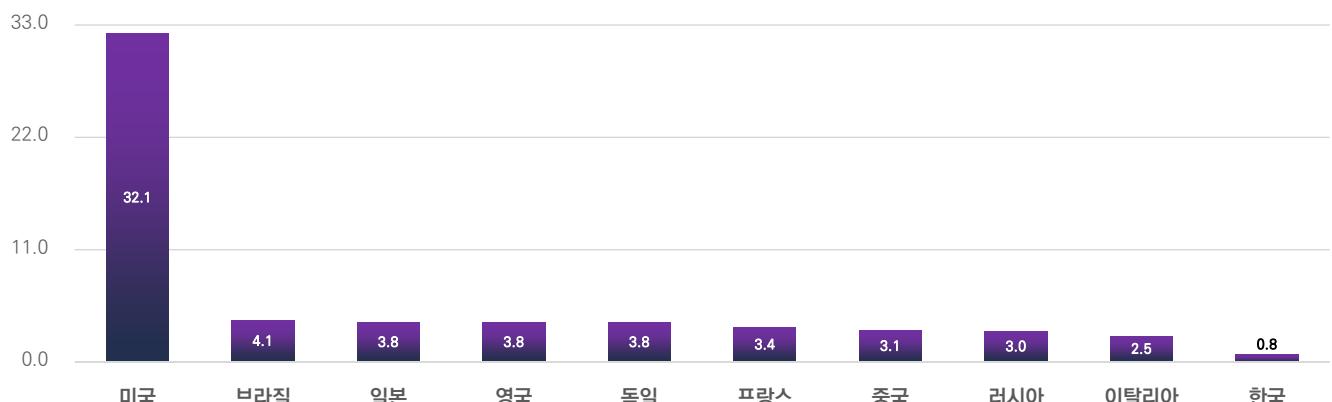
주) Food Index 1Q23은 FAO 1,2,3월 Food Index Data의 평균치를 사용하였음

주) SJM, GIS는 1Q23 분기 펫 푸드만의 이익률을 공개하지 않아 제외하였음

자료: Food and Agriculture Organization of the UN, SEC.gov, The J.M Smucker, 벨류파인더

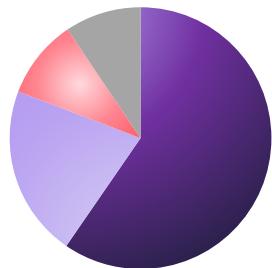
그림69 2019년도 기준 국가별 펫 푸드 시장 규모

(단위: 십억 USD)



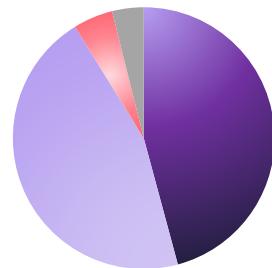
자료: 산업자료, 벨류파인더

그림70 2019년 기준 글로벌 반려견용 펫 푸드 항목별 비중 (단위: %)



■ 건식 사료 59.6%
■ 습식 사료 21.2%
■ 반려견 간식 9.8%
■ 기타 9.4%

그림71 2019년 기준 글로벌 반려묘용 펫 푸드 항목별 비중(단위: %)



■ 건식 사료 45.8%
■ 습식 사료 45.4%
■ 반려견 간식 4.9%
■ 기타 3.9%

자료: 산업자료, 벨류파인더

자료: 산업자료, 벨류파인더

표9 2022년 매출액 기준 세계 10대 반려동물 펫 푸드 Player 별 순위 및 매출액

(단위:십억 USD)

순위	펫 푸드 Player	주요 제품 및 서비스	주요 펫 푸드 브랜드	연간 매출액	
1위	Mars Petcare, Inc(1위) ^{주3}	Pet Food	 Royal Canin, Pedigree 등	37	
2위	General Mills(5위) ^{주3}	Pet products, Pet food	 Blue Buffalo 등	17.63	
3위	Nestlé Purina PetCare Company(2위) ^{주3}	Pet food, Animal health products	 PURINA Purina, Merrick 등	15.42	
4위	The J.M. Smucker Company(4위) ^{주3}	Food products, Pet food	 Meow Mix 등	8.17	
5위	Hill's Pet Nutrition(3위) ^{주3}	Dog food, Cat food	 Hill's SCIENCE DIET VETERINARIAN RECOMMENDED	Hill's' Science Diet 등	2.2
6위	Diamond Pet Foods(6위) ^{주3}	Pet food, Dog food, Cat food	 DIAMOND NATURALS	DIAMOND NATURALS 등	1.5
7위	Simmons Pet Food(7위) ^{주3}	Pet food, Animal nutrition products	 SIMMONS NUTRITION FOOD FOR PETS WE LOVE	Simmons Signature 등	1
8위	Global Pet Care – Spectrum Brands	Pet food products, Dog Food, Fish Feed	 DINGO	Dingo 등	0.95
9위	Agrolimen SA (스페인)	Pet food, Dog food, Cat food	 affinity	Affinity Petcare 등	0.9
10위	Deuerer (독일)	Pet food, Dog food, Cat food	 BELCANDO DOG & CAT FOOD	Belcando 등	0.72

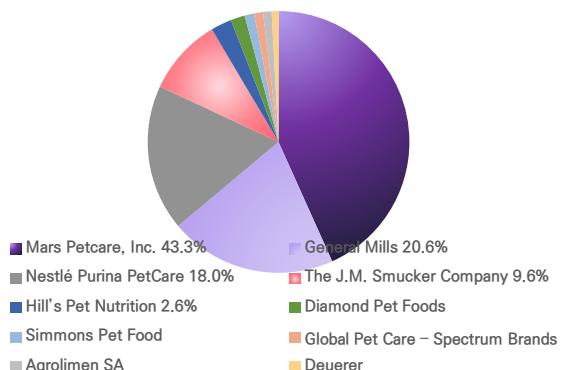
^{주1)} 1~8위는 소재지가 미국에 있음

자료: Biz vibe, Statista, 베류파인더

^{주2)} 해당 자료는 펫푸드 뿐만 아닌 총매출액을 기준으로 산정하였음^{주3)} 회사 옆 괄호 안의 숫자는 2021년 기준 펫 푸드 매출액 연간 매출액 기준 (Statista)

그림72 2022년 기준 글로벌 펫 산업 시장 점유율

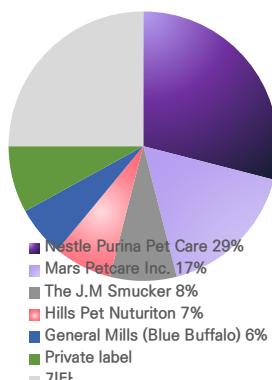
(단위: %)



자료: Biz vibe, 베류파인더

그림73 2022년 기준 미국 시장 점유율 비중

(단위: %)



자료: 산업자료, 베류파인더

표10 반려견용 건식 펫 푸드 2020년 대비 2022년 가격 및 상승률

(단위: \$, %)

제조업체	제품명	2020년 가격	2022년 가격	상승률
Mars Petcare, Inc.	Royal Canin Labrador Retriever	\$68.86 (30파운드 포대 기준)	\$104.99 (30파운드 포대 기준)	52.4%
Nestlé Purina	Purina Pro Plan Dry Dog Food Shredded Blend Chicken & Rice	\$1.30 (파운드당)	\$1.94 (파운드당)	49%
Mars Petcare, Inc.	Royal Canin Golden Retriever	\$70.96 (30파운드 포대 기준)	\$104.99 (30파운드 포대 기준)	47.9%
WalMart	O'l' Roy Chicke & Rice Flavor	\$19.98 (50파운드 포대 기준)	\$26.58 (50파운드 포대 기준)	32%
Nestlé Purina	Merrick Texas Beef & Sweet Potato	\$56.99 (22파운드 포대 기준)	\$73.98 (22파운드 포대 기준)	29.8%
General Mills	Blue Buffalo Life Protection Chicken & Rice	\$47.48 (30파운드 포대 기준)	\$60.98 (30파운드 포대 기준)	28.4%
Nature's Variety	Instinct Original Grain Free	\$56.69 (22파운드 포대 기준)	\$72.99 (22파운드 포대기준)	28%

주) Retail 기준

자료: 보도자료, 벨류파인더

표11 반려묘용 건식 펫 푸드 제품별 2020년 대비 2022년 가격 및 상승률

(단위: \$, %)

제조업체	제품명	2020년 가격	2022년 가격	상승률
Nestlé Purina	Merrick Adult Grain Free Chicken	\$20.59 (12파운드 포대 기준)	\$41.98 (12파운드 포대 기준)	103.8%
General Mills	Blue Buffalo Sensitive Stomach Chicken	\$31.75 (15파운드 포대 기준)	\$43.29 (15파운드 포대 기준)	36.3%
Diamond Pet Foods	Taste of the Wild Canyon River Grain Free	\$29.44 (14파운드 포대 기준)	\$39.99 (14파운드 포대 기준)	35.8%
Mars Petcare, Inc	Royal Canin Hair ball Care	\$28.21 (6파운드 포대 기준)	\$35.99 (6파운드 포대 기준)	27.5%
WalMart	Special Kitty indoor	\$8.74 (16파운드 포대 기준)	\$10.48 (16파운드 포대 기준)	19.9%
Nature's Variety	Instinct Original Grain Free Chicken	\$36.09 (11파운드 포대 기준)	\$42.90 (11파운드 포대기준)	18.8%

주) Retail 기준

자료: 보도자료, 벨류파인더

표12 사람용 음식 2020년 대비 2002년 가격 및 상승률 (단위:\$, %)

제조업체	제품명	2020년 가격	2022년 가격	상승률
General Mills	Honey Nut Cheerios	\$0.18 (온스당)	\$0.25 (온스당)	38.8%
Campbell Soup Company	Campbell's Chunky Steak & Potato Soup	\$1.78 (18.8oz 캔 기준)	\$2.26 (18.8oz 캔 기준)	26.9%
General Mills	Nature Valley Granola Bars	\$5.98 (30개당)	\$7.12 (30개당)	19%

주) Retail 기준

자료: 보도자료, 벨류파인더

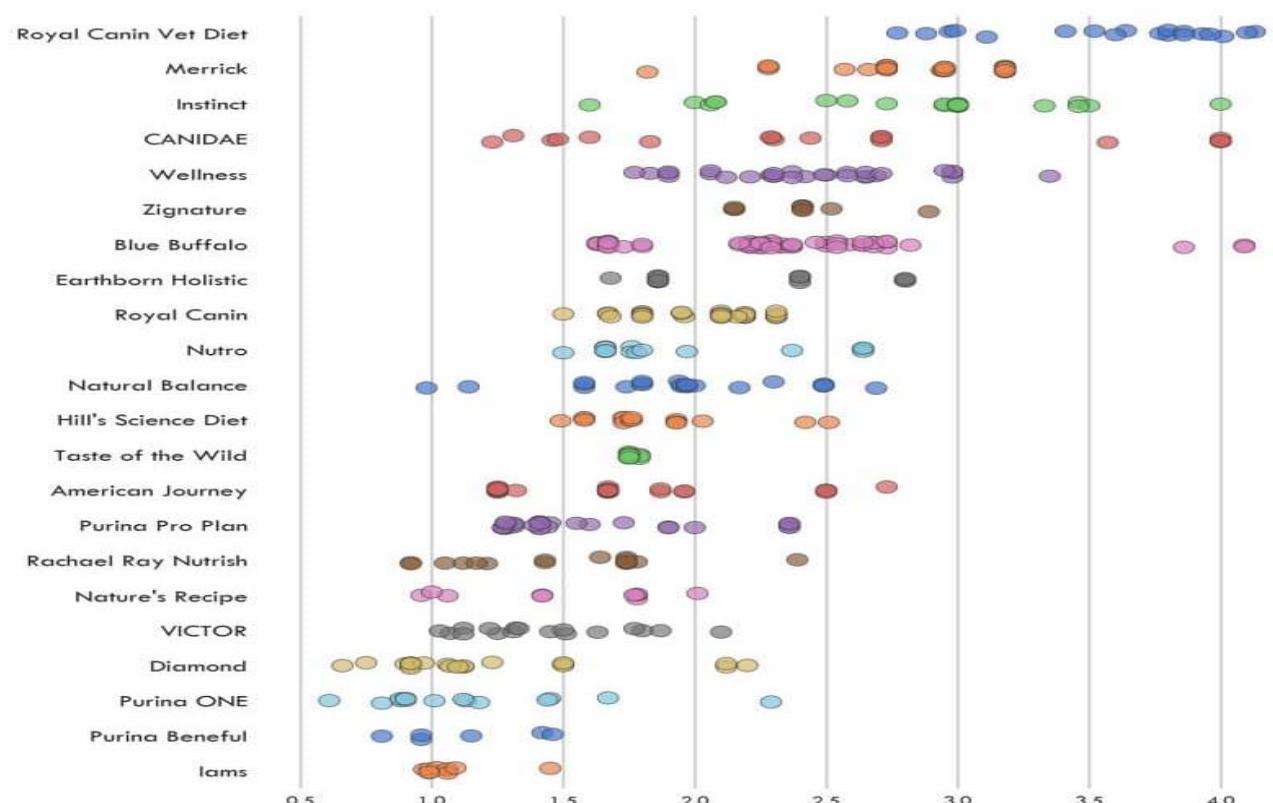
표13 올해 4월까지 12개월 기간 기준 美 소비자물가지수 (단위:%)

구분	해당기간 CPI	
펫 관련 총비용	10.4% (해당 기간 평균 CPI 4.1%)	
10.6%		
펫 푸드 및 용품	펫 푸드	14.6% (사람 음식료 7.7%)
펫 관련 용품		4.8%
10.4%		
펫 서비스 (의료포함)	펫 서비스	6.4%
수의서비스		10.2%

자료: 미국 노동부, 벨류파인더

그림74 2021년 기준 주요 브랜드 및 제품별 반려견 사료 가격 포지셔닝 차트

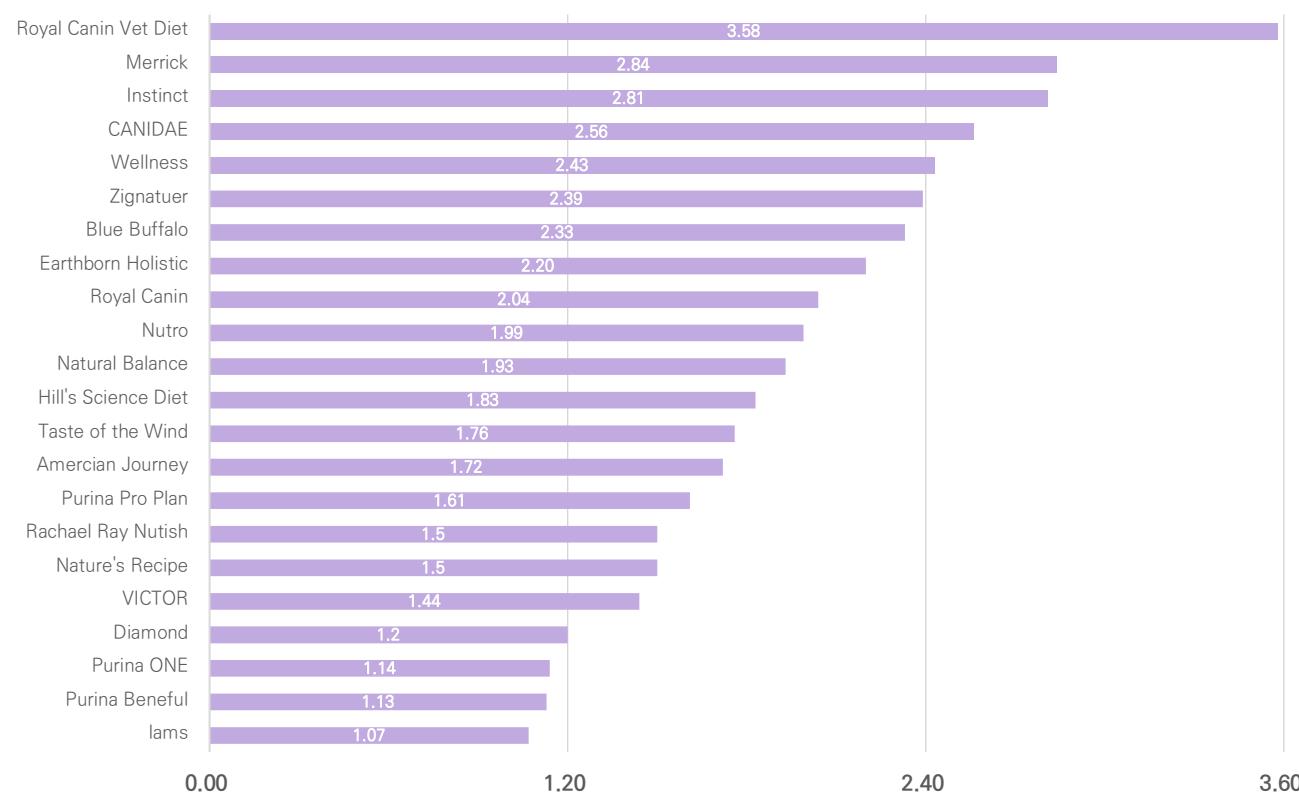
(단위:\$)



자료: WoofWhiskers.com, 벨류파인더

그림75 2021년 기준 주요 브랜드 별 반려견 사료 파운드당 평균 가격

(단위:\$)



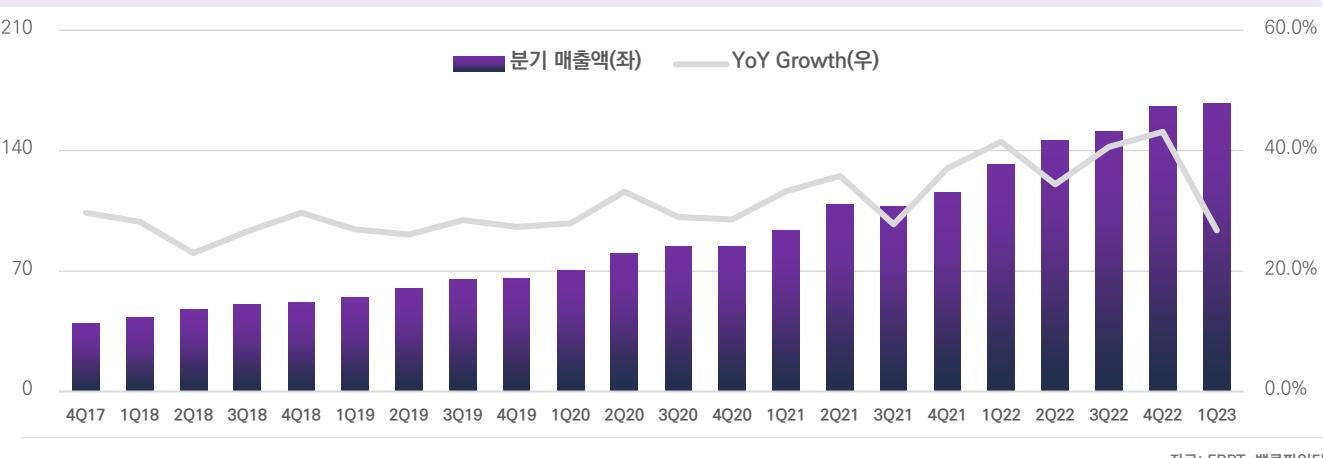
자료: WoofWhiskers.com, 벨류파인더

▶ 프리미엄 사료 시장 수요 Target 기업: 프레시펫 FRPT

휴머니제이션 등과 같이 반려동물에 대한 인식 변화는 펫 프리미엄 푸드 시장 수요 증가로 이어지고 있다. 프레시펫(FRPT, 5월 30일 기준 시가총액 4조원)은 프리미엄 시장을 Targeting 한 업체로 2006년 설립돼 2014년 나스닥 시장에 상장한 업체다. 주로 냉동식품인 펫 푸드 대신 냉장 전용 펫 푸드를 제조해 니치 마켓을 공략하고 있다. 4Q17부터 매분기 매출액은 YoY 20% 이상 성장을 달성하고 있다. 프레시펫에 따르면 침투율 증가와 충성고객의 재구매율 증가가 주요 성장요인이라고 밝혔다.

한편 미국 내 반려동물 전문 온라인 쇼핑몰 1위 업체(올해 5월 기준) 조회 결과, 프레시펫 고가 사료 가격은 일반 반려견 사료(\$2.40/lb)대비 약 4.2배 이상이다. 일반 사료 대비 고가임에도 불구하고 반려동물에게 좋은 것을 먹이고 싶은 반려가구를 성공적으로 공략했다고 판단한다. 회사도 타겟 고객층의 재구매 등으로 올해 역시 온기 기준 25% 이상 성장을 가이던스로 제시했다. 펫을 가족처럼 여기는 문화와 MZ세대(1·2인가구 등)가 자녀대신 반려동물을 입양하는 문화구조 덕분에 펫 프리미엄 사료 시장 성장 기조가 유지될 것으로 전망한다.

그림76 프레시펫 FRPT 분기 매출액 및 YoY Growth 추이



자료: FRPT, 베류파인더

그림77 프레시펫 고가 상품 가격 VS 판매량 기준 1위 사료 가격



\$59.96

펫프레시 고가 제품
(\$9.99/lb)

VS

\$71.98 (\$2.40/lb) List: \$74.99

사료 부문 1위 제품 가격
(\$2.40/lb)

그림78 프레시펫 주요 상품 냉장보관 진열 예시

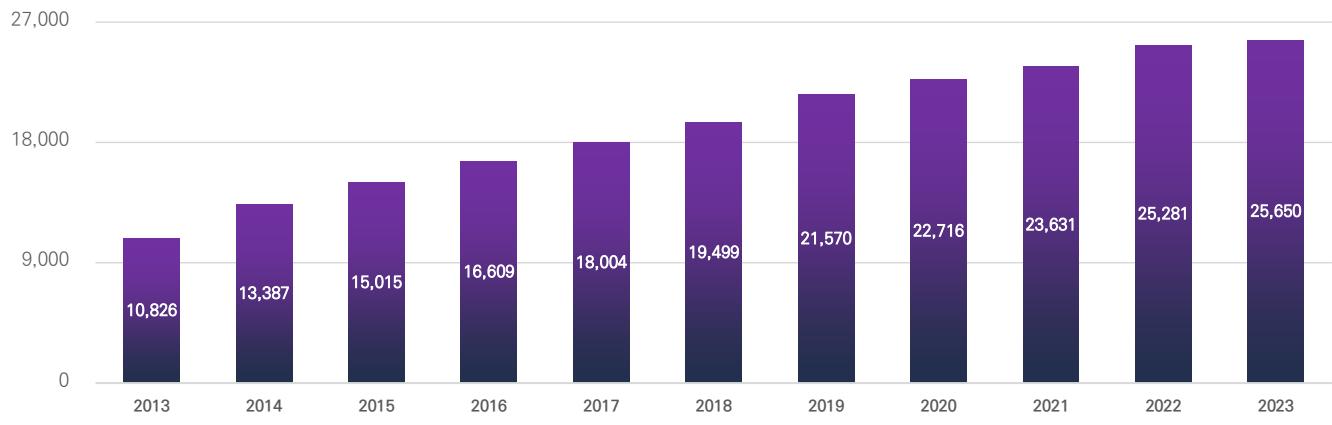


자료: Freshpet, 베류파인더

자료: Chwey, 베류파인더

그림79 프레시펫 FRPT 매장 수 추이 및 전망

(단위: 개)



자료: FRPT IR 자료,밸류파인더

II. 글로벌 펫 시장

- i. 글로벌 펫 시장 현황 및 트렌드
- ii. 펫 푸드
- iii. 펫 헬스케어 & 펫 테크

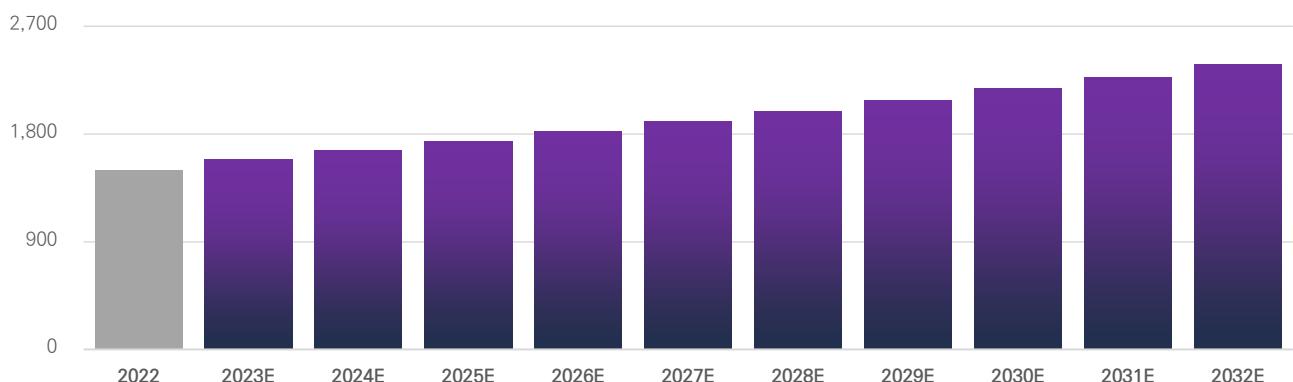
iii. 펫 헬스케어 & 펫 테크

| 글로벌 동물 헬스케어 시장: 고령화로 인한 시장 성장 → 펫 기대 수명 ↑, 선순환

글로벌 동물 헬스케어 시장은 지난해 \$1,500억(한화 약 188조원)에서 2032년 \$2,380억(한화 약 300조원)으로 성장할 것이라 전망한다. 이 시장은 크게 제약, 의료기기(진단기기 등), 수의료 서비스 등으로 분류 가능하다. 제약 부문은 생물학제제(백신 등), 의약품, 의약용 첨가제(영양제, 사료용 등)로 구성되며 글로벌 동물 헬스케어 시장 내 비중이 가장 크다. 한편 동물 헬스케어 시장은 종류별로 가축 시장(가금류, 돼지 등)과 반려동물 시장으로 구분할 수 있다. 반려동물 헬스케어 시장은 지난해 \$934억(한화 약 116조원)에서 지속 성장해 2032년 \$1,437억(한화 약 180조원)에 달할 전망이다. 글로벌 반려동물 시장 성장은 반려동물 고령화, 반려구당 병원 의료 비용 증가, 반려동물 양육가구 증가 등에 기인한다. 흥미로운 점은 반려동물 고령화와 펫 헬스케어 산업은 선순환 관계라는 점이다. 펫 수명이 늘어남에 따라 들어가는 비용은 자연스레 증가한다. 그럼에도 펫팸족 등은 증가하는 의료비용을 반려동물을 위해 기꺼이 지불하고 있는 것으로 파악된다. 이 부분이 펫 헬스케어의 주요 성장 동인이다. 현재 의료기기·의약품·수의료 서비스 시장 모두 동반 성장하며 질 좋은 서비스와 신제품을 출시하고 있다. 또한 펫 테크와 헬스케어를 결합한 질 좋은 서비스들도 시장에 지속 공개되고 있다. 펫 수명↑ → 펫 헬스케어 시장 성장 & 의료서비스 향상 → 펫 수명↑의 선순환이 지속될 것이라 전망한다.

그림80 글로벌 동물 헬스케어 시장 추이 및 전망

(단위: 억 USD)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림81 글로벌 '반려동물용' 헬스케어 시장 전망

(단위: 억 USD)

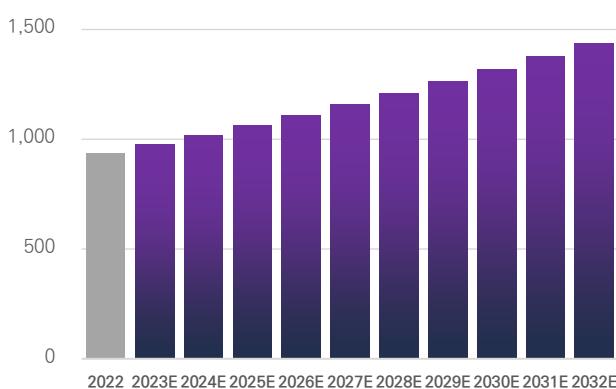
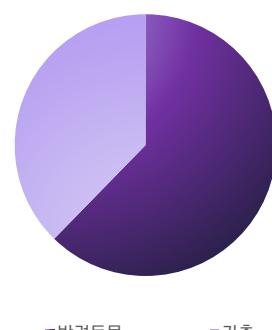


그림82 2022년 기준 글로벌 동물 시장 종류별 비중

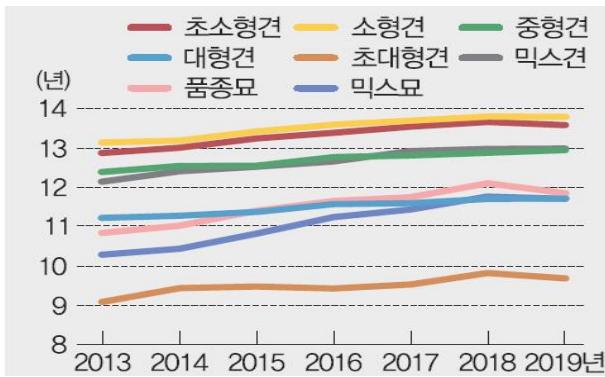
(단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

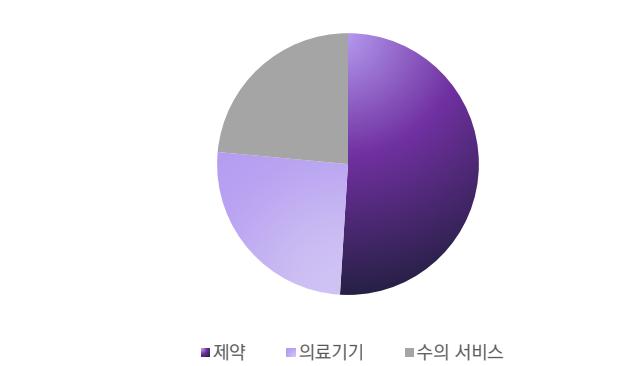
자료: 산업자료, 벨류파인더

그림83 美 품종 및 크기별 반려견/반려묘 기대 수명 추이 (단위: 년)



자료: 국민일보, 벨류파인더

그림84 2022년 기준 글로벌 동물 시장 품목별 비중



자료: 산업 자료, 벨류파인더

표14 동물 헬스케어 시장 분류에 따른 특징 및 주요 업체에 관한 설명

시장 분류	시장 특징	주요 업체 및 설명	예시
제약	<ul style="list-style-type: none"> - 생물학 제제(백신 등)과 백신, 의약품(항염증제, 진통제 등), 의약용 첨가제(사료, 영양제) 등으로 분류 가능 - 인수공통전염병 전염 방지를 위해 국가 차원에서 백신 접종을 의무화하는 국가가 많음 동물의약품 VS 인체의약품 <ul style="list-style-type: none"> - 인체의약품 대비 제품 수명이 상대적으로 길 - 제품허가 소요 기간이 더 빠름 - 개발 비용이 1/10임 (1억달러 미만 VS 10억달러 이상) - 복제약 적용률이 더 낮음(15% VS 80%) 	<p>* Zoetis Inc. (ZTS, NYSE)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1952년 화이자의 농업부서로 설립, 1988년 동물 보건 사업부로 명칭 변경. 2013년 화이자에서 인적분할되어 상장 - 동물의약품 분야 전 세계 1위 회사로 300개 이상의 제품 포트폴리오 보유 - 올해 5월 30일 기준 시가총액 100.8조원, 2022년 EPS기준 P/E 36.02배 	 
의료기기	<ul style="list-style-type: none"> - 의료기기 시장의 제품은 청진기, 초음파, 엑스레이 기기, 초음파 기기, 정맥주사기, 진단기기 등이 있음 	<p>* IDEXX Laboratories (IDXX, NASDAQ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1983년에 설립된 반려동물 의료 혁신 기업 - 175개국 이상에 동물병원에 의료용 검사 기기 및 서비스 제공, 병원 운영 및 관리 효율성을 향상시키는 하드웨어&소프트웨어 전사 솔루션 제공 - 올해 5월 30일 기준 시가총액 51.5조원, 2022년 EPS기준 P/E 58.42배 	 
수의료 서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 수의료 시설이 디지털화되면서 환자 기록에 대한 원활한 접근과 효율적인 치료가 가능해짐 - 가처분 소득 증가, 다양한 반려동물 보험 제도의 급증으로 시장 침투율 증가하고 있음 	<p>* Mars Petcare (비상장)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20개 이상 국가, 2,500개 이상의 수의과 병원으로 구성된 글로벌 네트워크를 통해 매년 2,500만 마리 이상의 반려동물을 방문하고 있음 	

자료: 각 사, 산업자료, Bloomberg, 언론 보도자료 취합, 벨류파인더

| 펫 테크 시장 – 고성장 시장 & 반려동물 Q ↑ 기대

반려동물 관련 제품 및 서비스에 사물인터넷(IoT), 인공지능, 빅데이터 등 여러 첨단기술을 접목한 다양한 펫 테크 제품 및 서비스가 지속 등장하고 있다. CTA(Consumer Technology Association, 미국 소비자 기술협회)의 분류 기준에 따르면 펫 테크 제품은 훈련용 도구(반려동물 용 카메라 등), 건강관리와 추적용품(운동량 추적기 등), 자동화 용품(자동 급식 및 급수 도구 등), 장난감(쌍방향 장난감 등), 모바일 앱 소프트웨어 서비스 등(수의용 건강 관련 앱 등)을 말한다. 산업자료에 따르면 펫 테크 산업은 2021년 \$52억(한화 약 6.2조원) → 2028년 \$176억(한화 약 21조원)으로 연평균 +19% 고성장이 가능할 것으로 전망했다. 반려동물 삶의 질을 향상시키려는 반려인이 많아짐에 따라 반려동물을 위한 스마트 기기에 대한 수요 증가가 전망되기 때문이다. 실제로 반려동물을 위해 기꺼이 지출을 하는 반려인일수록 펫 테크 제품에 관심을 보이는 것으로 나타났다. 프리미엄 펫 푸드 급여 집단과 펫 테크 이용간의 상관관계가 높게 조사된 게 그 근거 중 하나다. 또한 펫 테크 덕분에 1·2인가구에서 반려동물 입양 가능성성이 늘어나고 반려인들의 죄책감을 다소 경감시킬 수 있을 것으로 전망한다. 美 마케팅업체가 약 2,000명을 대상(펫 테크 이용중이거나 이용 예정인 반려인)으로 진행한 설문조사에 따르면 집에 혼자 반려동물을 두면 가장 염려되는 부분이 외로움과 지루함을 겪는 것이라 조사됐다. 대화형 장난감, 반려동물용 게임기기, 카메라, 자동급수 및 급식기 등을 통해 반려인의 스트레스와 부담을 경감시킬 수 있다면 반려동물의 입양 동기가 증가할 수 있을 것으로 기대한다.

그림85 글로벌 펫 테크 산업 시장 추이 및 전망 (단위: 십억 USD)



그림86 펫 테크 시장 주요 제품 예시



그림87 “프리미엄 펫 푸드를 먹이는가?” ‘펫 테크 구매’예정자’ 대상 설문 (단위: %)

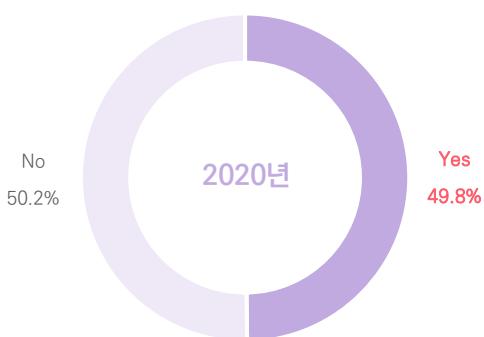


그림88 “프리미엄 펫 푸드를 먹이는가?” 펫 테크 ‘이용자’ 대상 설문 (단위: %)

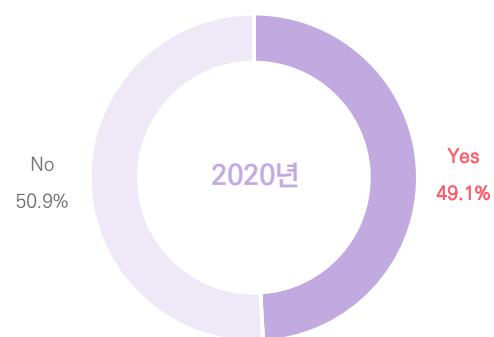


표15 주요 펫 스타트업 업체들의 주요 펫 테크 제품 사진 및 설명

(단위:\$, 원)

펫 테크 Player	제품 사진	주요제품 설명 및 개요	주요 제품가격
CleverPet (미국)		-2016년에는 세계 최초의 애견용 게임기인 CleverPet Hub를 출시한 회사 - 반려동물이 혼자 있을 때 놀고 운동할 수 있도록 하는 게임기기 판매	\$249
iFetch (미국)		- 반려견이 장난감을 던질 필요 없이 기계에서 장난감 공이 나옴	\$151.99
Whistle (미국)		- Whistle GPS Pet Tracker 및 Activity Monitor는 반려동물의 일일 활동, 건강 추세 및 위치를 추적해 반려동물의 행동에 대한 통찰력을 제공	\$199.95
Inupathy (일본)		- 하네스 형태의 웨어러블 스마트 기기, 반려견에게 채워주면 심장 박동 리듬을 분석해 기분을 판독함	\$200
라비봇 (한국)		- 자동청소 및 자동 모래 보충 기능을 갖춘 스마트 화장실	129만원
PETLIBRO (미국)		- 최대 17컵의 사료를 담을 수 있으며, 하루에 최대 4끼를 제공하도록 프로그래밍 가능한 자동 급식기	\$89.99

주) 모두 비상장 업체임

자료: 각 사, 보도자료, KB금융지주 경영연구소, 벨류파인더

표16 미국 소비자 기술 협회 분류 기준 펫 테크 제품 분류

분류	제품
훈련용 도구 (Training devices)	반려동물용 카메라, 훈련용 목줄, 무선 울타리 등
건강관리와 추적용품 (Pet health and tracking solutions)	반려동물 건강 모니터, 운동량 추적기, 미용 도구, GPS 등
자동화 용품 (Automation devices)	반려동물용 자동문, 자동 급식 및 급수 도구, 쓰레기 관리 용품, 자동 변기 세척기 등
장난감 (Interactive toys)	쌍방향 장난감, 전동식 장난감 등
모바일 앱 소프트웨어 서비스 (Mobile app, soft-ware based Services)	산책 대행, 돌봄 대행, 수의용 건강 관련 앱, 온라인 커머스 앱, DNA 테스트 키트 등

III. 국내 펫 시장 분석

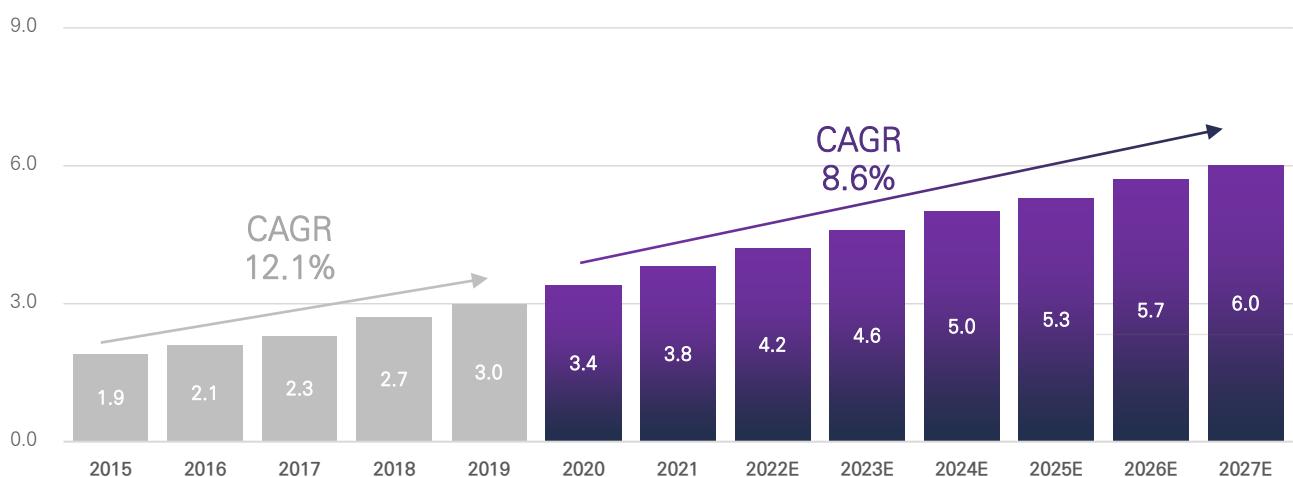
- i . 국내 펫 시장 현황 및 트렌드
- ii . 펫 푸드
- iii . 펫 헬스케어

i. 국내 펫 시장 현황 및 트렌드

농림축산식품부에 따르면 국내 반려동물 연관 산업은 약 두 배 규모(2020년 3.4조원 → 2027년 6.0조원)로 시장이 확대될 것이라 전망했다. 국내는 2021년 기준 국가 GDP 대비 펫 산업이 차지하는 비중은 0.17%다. 반면 브라질(0.63%), 미국(0.53%), 영국(0.30%)은 국내 대비 최소 1.8배에서 최대 3.7배 가량의 차이가 존재한다. 하지만 현재 국내시장도 P와 Q의 구조적 성장이 동시에 이뤄지고 있어 약 두 배 성장은 충분히 달성 가능할 것으로 판단한다. 먼저 Q(국내 펫 양육가구)는 반려가구 집계 기관마다 추정치의 차이가 존재하나 2020년 말 기준 약 1,500만명(KB경영연구소, 한국 펫 사료협회)에 달할 것으로 추산된다. 가구 기준으로는 국내 전체 가구의 29.7%인 604만 가구(KB경영연구소 추정)가 반려가구다. 국내 가구의 약 1/3에 해당하는 수치이나 이는 미국 반려가구 비중 66%(2023년 기준 약 8,690만 가구)에 비하면 절반 이하 수준이다. 국내에서 가장 많이 양육하는 동물인 반려견의 양육가구 비중은 29.7%(vs 2023년 미국 49.4%), 2위인 반려묘는 양육가구 비중이 7.6%(vs 미국 35.3%)로 반려견, 반려묘 모두 미국 반려가구 비중에 많이 못 미치고 있다. 양육가구 비중이 미국 수준까지 도달하는데 시간이 소요될 수 있겠으나 Q의 두배 이상 성장 가능성성이 존재한다고 판단한다.

그림89 국내 반려 동물 연관 산업 규모 추이 및 전망

(단위: 조원, %)



자료: 농림축산식품부, 벨류파인더

그림90 미/영국/국내 반려동물 및 반려견·반려묘 양육가구 비중 (단위: %)

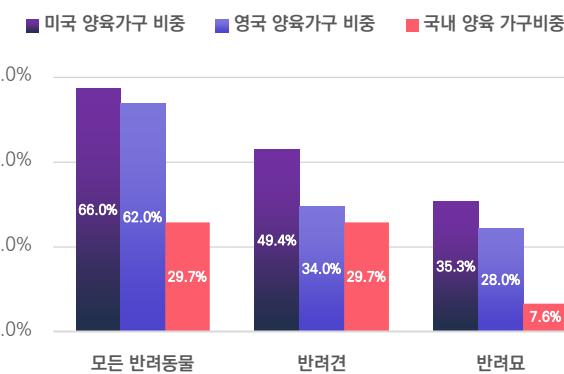
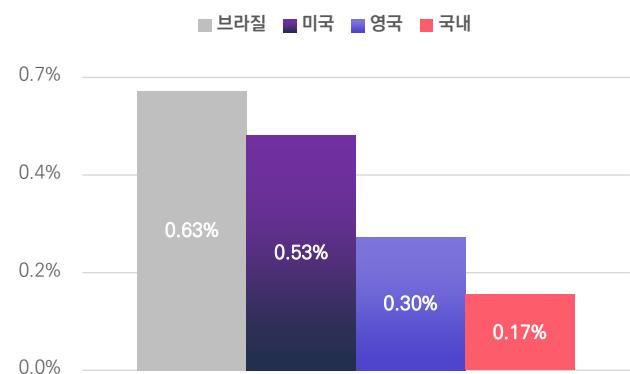


그림91 21년 기준국가별 GDP 대비 펫 시장 규모 비중 (단위: %)



주) 미국의 경우 23년 APPA 기준

주) 국내의 경우 20년 KB금융지주연구소 기준

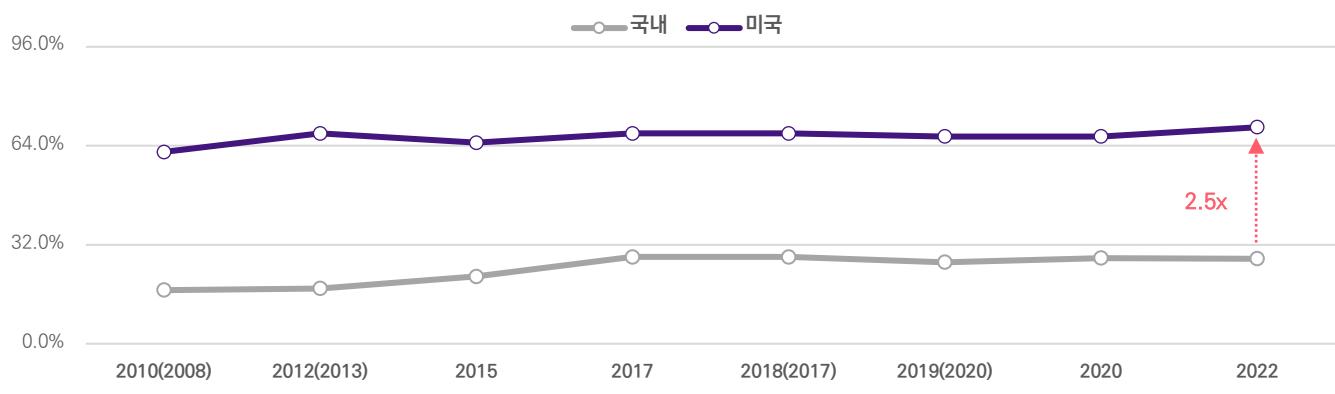
주) 영국의 경우 23년 UK PET Food 기준

자료: APPA, KB금융연구소, PFMA, 벨류파인더

자료: Worldbank.Org, APPA, 농림축산식품부, 한국무역협회, 벨류파인더

그림92 국내/미국 반려동물 양육 가구 비중 추이 비교

(단위: %)



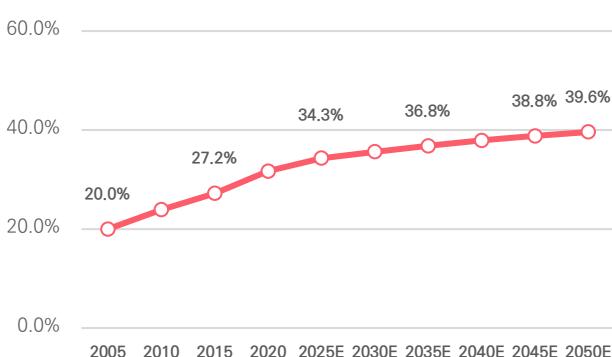
주) (숫자)년도는 해당 년도의 미국 양육가구 비중을 의미함

자료: APPA, 농림축산식품부, 벨류파인더

Why Q ↑ ? 1·2인가구의 증가 · 저출산·고령화

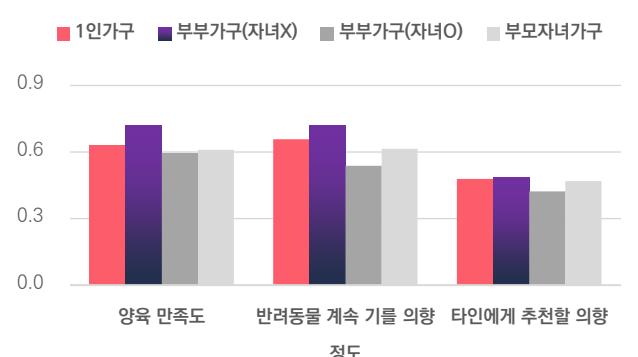
Q의 주요 증가 요인은 인구 구조 변화에서 기인한다. 글로벌 시장과 국내 시장을 관통하는 핵심 Q 성장 동인은 1·2인 가구의 증가와 저출산, 고령화 등이다. 국내 역시 1인 가구의 비중이 지속 증가하나 합계 출산율은 감소하고 있다. 1994년 1.66명 이후 지속 하락해 지난해에는 0.78명으로 OECD 국가 최하위 순위를 기록했다. 인간은 사회적 동물로 사랑을 주고 받길 원한다. 육아를 통해 얻던 행복을 반려동물로 옮겨 자녀의 빈 자리를 대신할 것으로 전망한다. KB금융지주 연구소에 따르면 딩펫족(자녀가 없는 부부가구)과 1인가구의 만족도가 평균보다 높은 것으로 조사됐다. 또한 자녀가 없는 부부와 1인 가구가 향후에도 반려동물을 기르고자 하는 의향이 높게 나타났다. 또한 계속 타인에게도 추천할 의향도 가장 높다. 1·2인 가구 증가에 따라 반려동물 시장의 Q는 지속 증가할 것으로 기대한다. 한편 국내에 고령화가 빠르게 지속되고 있는 가운데 인구 고령화도 반려동물 입양 가능성을 높일 수 있다. 한국보건사회연구원에 따르면 독거노인의 경우 반려동물 양육시 삶의 만족도가 높은 것으로 조사됐다. 반려동물을 길렸을 때 얻을 수 있는 여러 이점들을 고려해보면 일반 노인 가구의 양육률이 증가할 것으로 기대한다. 또한 日 정부의 노인 정책('애니멀 테라피'를 활용한 펫 요양시설 보급)과 같은 움직임도 가능할 수 있을 것으로 예상한다.

그림93 국내 1인 가구 비중 추이 및 전망



자료: 통계청, 벨류파인더

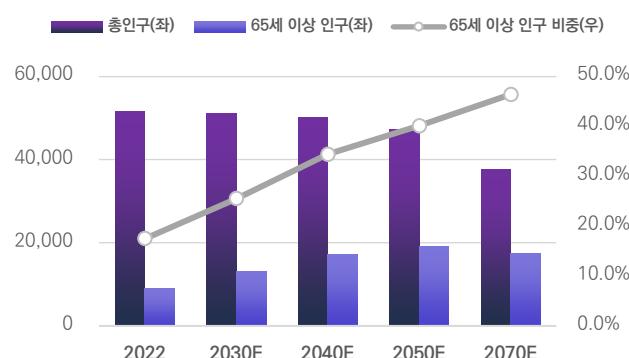
그림94 반려동물 양육 만족도 등 설문조사



주) 부부가구(자녀O): 자녀가 있지만 출가해 현재는 부부 2인이 생계 영위

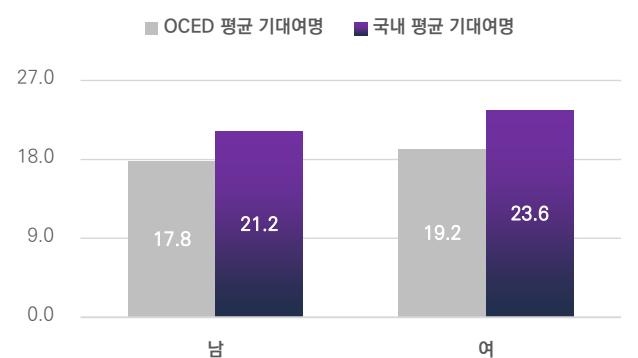
주) 부모자녀가구: 부모와 자녀가 함께 생계 영위하는 가구

그림95 한국 총인구 및 65세 이상 인구 수 및 비중



자료: 통계청, 벨류파인더

그림96 2020년 기준 OECD 주요 국가 및 한국 평균 기대여명 (단위 : 년)

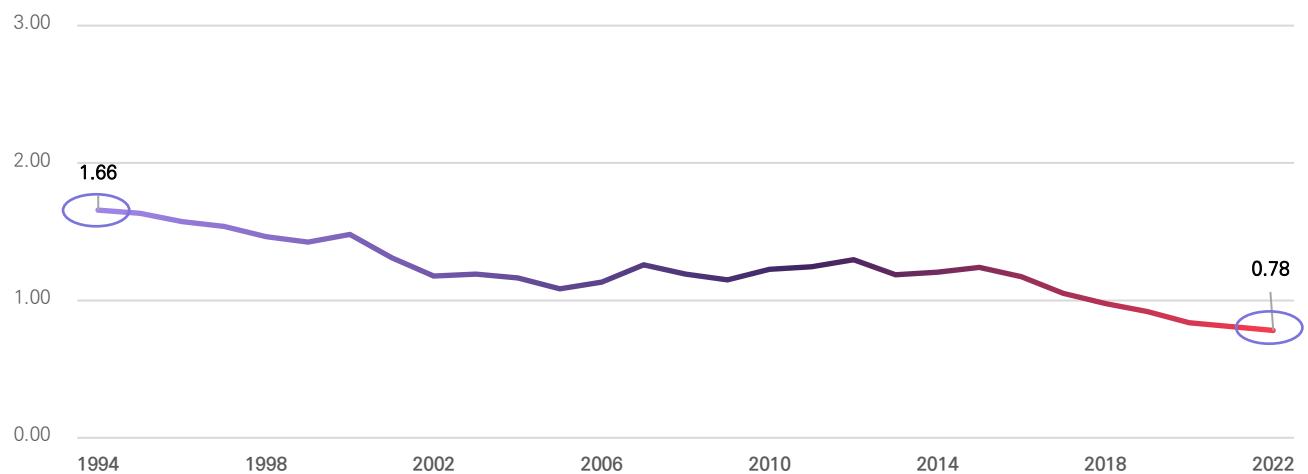


주) 65세 기준 기대여명임

자료: 통계청, 벨류파인더

그림97 1994년 – 2022년 국내 합계출산율 추이

(단위: 명)



주) 합계출산율은 한 여자가 가임기간(15세 ~ 49세) 동안 낳을 것으로 예상되는 평균 출생아 수를 나타내는 지표

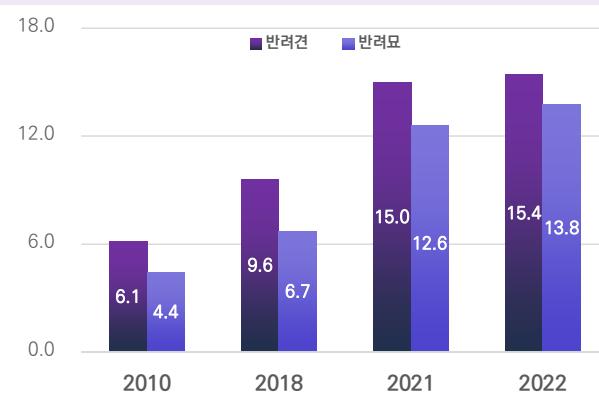
자료: 통계청, 벨류파인더

Why P↑? ① 소득 증가 → 반려동물 인식 ↑ ② MZ세대·1인가구

P의 증가는 ①소득 증가로 반려동물 문화 및 인식의 제고 ②MZ세대·1인가구가 견인할 것으로 전망한다. ①소득 증가로 국내에서도 반려동물에 대한 인식 수준이 높아지고 있다. 실제로 펫 휴머니제이션은 현상은 국내에서도 쉽게 확인할 수 있다. 펫 프리미엄 푸드, 반려동물을 위한 호텔 숙박 서비스 등이 그 예시다. 소득 수준과 인식 발전으로 자연스레 반려동물을 위한 월 평균 양육비용도 지속 증가하고 있다. 농림축산식품부가 발간한 2022년 보고서에 따르면 월 평균 양육 비용은 2010년 대비 작년 기준 반려견, 반려묘 각각 2.5배, 3배 이상 증가했다.

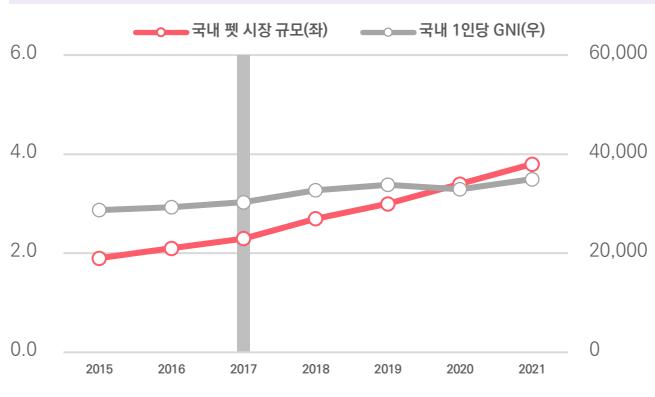
향후 국가 경제를 주도할 ②MZ세대들(1980~2000년생, 2019년 통계청 기준)의 인구는 34.7%다. 지난해 기준 20~30대가 다른 연령층보다 반려동물을 위해 비용을 더 지출하는 것으로 조사됐다. 또한 1인 가구가 2명 이상의 가구보다 더 많이 반려동물을 위해 양육비용으로 지출 한다. 향후 MZ세대, 1인 가구 소득 증가↑ → 반려동물에 대해 지출 증가로 이어져 반려동물 시장의 P가 상승할 수 있을 것으로 전망한다.

그림98 반려동물 마리당 월 평균 양육비용 추이 (단위: 만원)



자료: 농림축산식품부, 벨류파인더

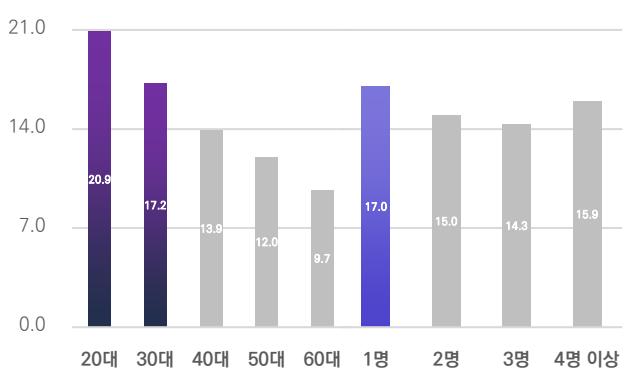
그림99 국내 펫시장 규모 및 1인당 GNI 추이 (단위:조원, \$)



주) 2017년 1인당 GNI가 \$30,000 넘어섬

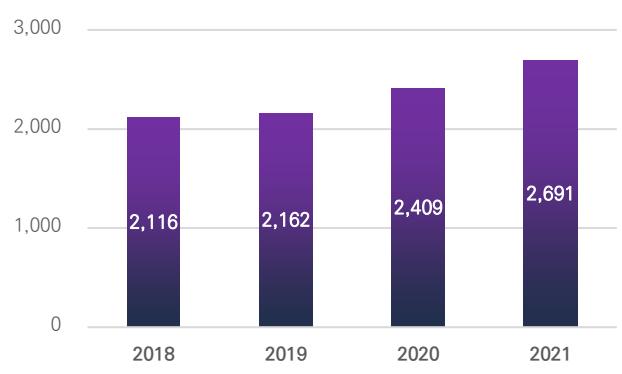
자료: 농림축산식품부, Kosis, 벨류파인더

그림100 22년 기준 연령별/가구원수 별 월 평균 마리당 양육비용 (단위: 만원)



자료: 농림축산식품부, 벨류파인더

그림101 국내 1인 가구 연 평균 소득 추이 (단위:만원)



자료: 통계청, 벨류파인더

그림102 펫 휴머니제이션 예시: 신일전자 하이브리드 스텠딩 드라이어



자료: inews24, 벨류파인더

그림103 펫 휴머니제이션 예시: 홍천 소노펫클럽앤 리조트



자료: 민주신문, 벨류파인더

그림104 BHC 간식, 휴먼그레이드 사료, 쉐이크쉑 강아지용 쿠키 등 국내 시장 프리미엄 펫 푸드 예시



자료: 식품음료신문, 벨류파인더

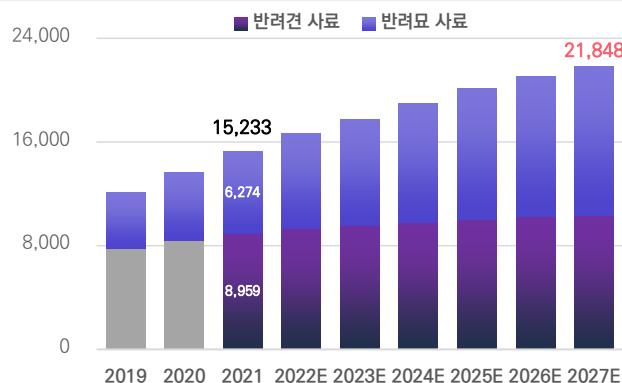
III. 국내 펫 시장 분석

- i. 국내 펫 시장 현황 및 트렌드
- ii. 펫 푸드
- iii. 펫 헬스케어

ii. 펫 푸드 – 해외 브랜드 점유율을 가져올 돌파구 3가지

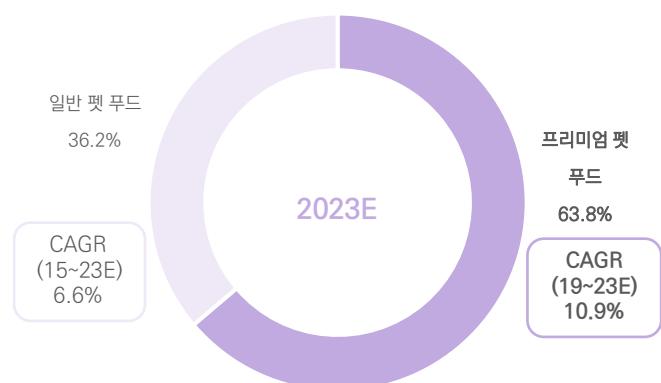
산업자료에 따르면 국내 펫 푸드 시장은 2021년 1.5조원에서 2027년까지 약 2.2조원(CAGR +6.2%)까지 성장할 것이라 전망했다. 펫 푸드 시장이 펫 케어 산업 내 차지하는 비중 (2020년 기준 국내 펫 케어 시장의 39.5%)은 높은 편이다. 외형상 규모가 큰 시장으로 보이지만 현실은 국내 업체들이 침투하기 어려운 시장이다. 해외 브랜드(로얄캐닌, 한국 Mars, 네슬레 퓨리나, Hills 등)의 브랜드 파워가 막강하기 때문이다. 국내 펫 푸드 시장 내 해외 브랜드 점유율은 약 70% 이상으로 알려져 있다. 국내 대기업들(2019년 빙그레, 2020년 CJ 제일제당)도 펫 푸드 사업에 진출했으나 철수한 바 있다. 다만 돌파구는 존재한다. ①프리미엄 펫 푸드 시장 ②반려묘 사료 시장 ③습식 사료 시장을 공략하는 것이다. 국내 중소 펫 푸드 업체들은 주로 저가 위주(Kg당 1,000~2,000원)의 시장을 공략하고 있는 것으로 파악된다. 브랜드 충성도가 부족할 경우 ‘가격’이 소비자가 선택하는 주요 요인이 된다. 하지만 ‘저가격’ 대신 ①‘프리미엄 펫 푸드 시장’을 공략한 시장 침투는 유의미하다고 판단한다. 한국소비자원에 따르면 가장 인상 깊은 광고 표현은 ‘휴먼그레이드’로 분석돼 차별화가 용이하다고 판단한다. 또한 일반 펫 푸드 대비 성장률도 더 높다. 하림 펫푸드의 사례를 보면 2019년 휴먼그레이드 브랜드 ‘더 리얼’을 출시하고 2년만에 국내 반려견 사료 시장 순위 7위를 차지했다. 2017년 약 2억원의 매출 시현 등 아쉬운 실적을 보인 것과 대비된다. 또한 2021년부터 영업이익 흑자 전환에 성공했다.

그림105 국내 반려동물별 펫 푸드 시장 추이 및 전망 (단위 : 억원)



자료: 산업자료, 벨류파인더

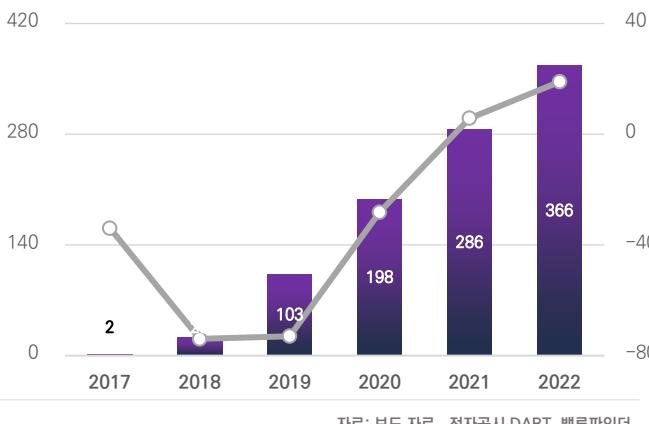
그림106 23년 기준 국내 반려견/반려묘 펫푸드 시장 비중 추정 (단위: %)



주) RSP(Retail Selling Price) 기준

자료: 산업자료, 벨류파인더

그림107 하림 펫 푸드 매출액 및 영업이익 추이 (단위: 억원)



자료: 보도 자료, 전자공시 DART, 벨류파인더

그림108 국내 프리미엄 펫 푸드 VS 국내 일반등급 사료 (단위 : 원)



주) 가격은 올해 5월 펫프렌즈, 이커머스 등 조회 기준임

자료: 펫프렌즈, 네이버쇼핑, 벨류파인더

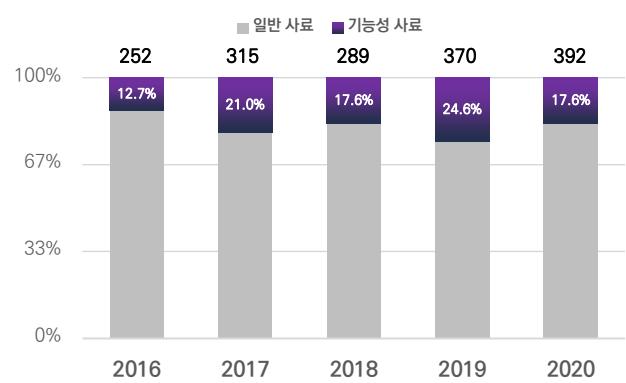
그림109 프리미엄/일반 분류 기준 국내 펫 푸드 시장 추이·전망 (단위: 억원)



주) RSP(Retail Selling Price) 기준

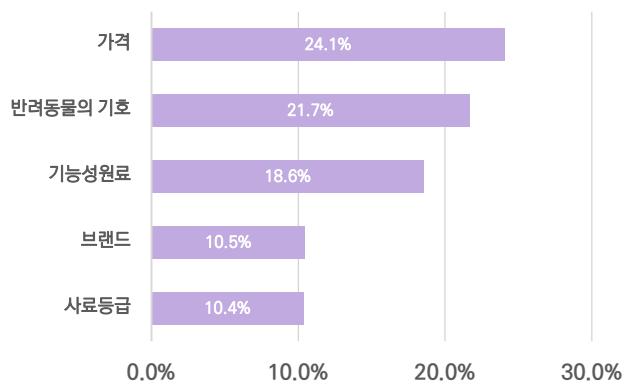
자료: 산업자료, 벨류파인더

그림110 반려동물용 일반 사료/ 기능성 사료 특허 출원 추이 (단위: 건, %)



자료: 식품산업통계정보, 벨류파인더

그림111 2021년 국내 펫 푸드 시장 구입시 중요 고려 요인 (단위: %)

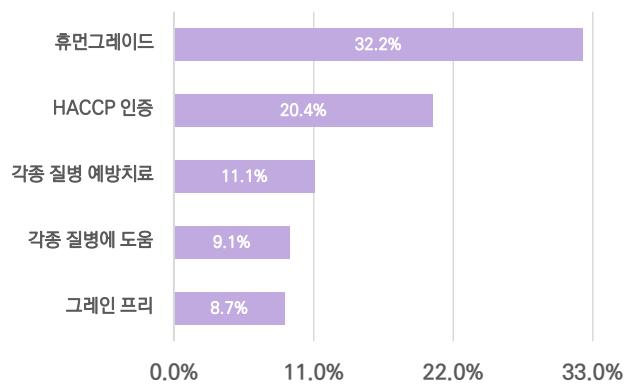


주) 1위~5위만 기재하였음

자료: 한국소비자원, 벨류파인더

주) 반려견/반려묘 양육인 2,000명 대상

그림112 2021년 기준 인상 깊은 광고 표현 설문조사 (단위: %)



주) 1위~5위만 기재하였음

자료: 한국소비자원, 벨류파인더

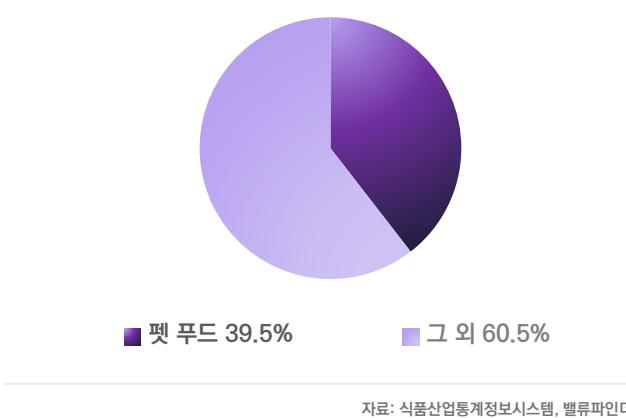
주) 반려견/반려묘 양육인 2,000명 대상

그림113 동물용 사료 및 조제식품 제조업 사업체 수 (단위: 개소)



자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

그림114 21년 기준 국내 펫 케어 산업 시장 내 펫 푸드 시장 M/S (단위 : %)

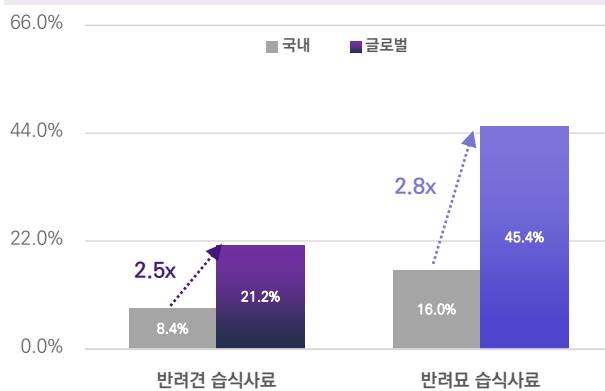


자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

고성장이 기대되는 시장: ②반려묘 시장, ③습식사료 시장

②반려묘 펫 푸드 시장 ③습식사료 시장 역시 주목할 필요가 있다. 먼저 산업자료에 따르면 2025년 ②국내 반려묘 펫푸드 시장(2019~2025E CAGR +15.1%)이 반려견 시장(CAGR +4.4%)을 앞설 것으로 전망된다. 실제로 농림축산식품부 자료에 따르면 2012년 → 2020년 국내 반려묘 양육 수가 반려견 대비 빠르게 성장하고 있다. 반려묘 인기의 핵심은 1인 가구의 확산과 라이프 스타일 변화에 기인한 것으로 추정된다. 고양이는 영역 동물인 탓에 강아지와 달리 매일 산책하러 나가지 않아도 되고 배변도 알아서 가린다. 심지어 펫 테크 제품을 활용하면 배변 정리, 급여/급수 자동화도 가능하다. 혼자 모든 돌봄을 처리해야 하는 1인 가구 입장에선 강아지보다 고양이를 반려하는 편이 부담이 덜하다. ③습식 사료 시장은 반려견/반려묘 모두에서 거식사료보다 성장률이 가파를 것으로 전망된다. 실제로 매년 반려견/반려묘 습식 사료시장이 모두 빠르게 성장하고 있는데, 펫 푸드 시장 내 차지하는 비중은 각각 글로벌 습식 사료 비중대비 아직 미미하다. 습식사료는 수분 함량이 약 75%에 달해 치아가 약한 반려견(노령견, 소형견 등)에 적합하다. 반려묘는 통상적으로 70% 이상 수분이 함유된 먹이를 공급하는 것이 좋다. 수분량이 61% 이하를 섭취할 경우 탈수현상이 발생할 수 있기 때문이다. 또한 비만 반려견/묘에게도 적합하다. 습식사료는 포만감이 들 정도로 먹어도 칼로리가 낮아 체중감량에 유리하기 때문이다. 펫 고령화, 비만 등으로 습식 사료 시장 침투 확대를 기대한다.

그림115 글로벌/국내 반려견·반려묘 습식 사료 비중 비교 (단위 : %)



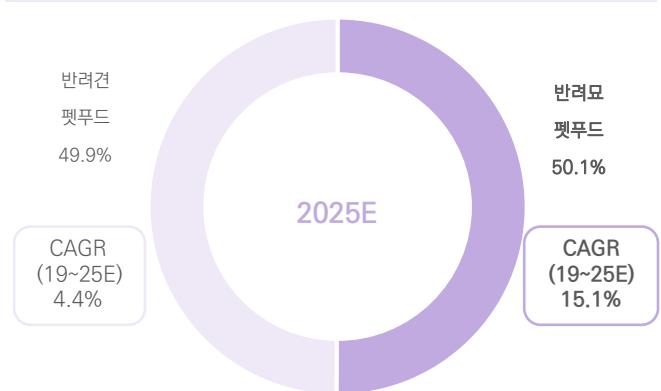
주)그래이션 색깔이 다르지만 모두 국내를 의미함

자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

주) 반려견/반려묘 구분을 위해 색을 구별하였음

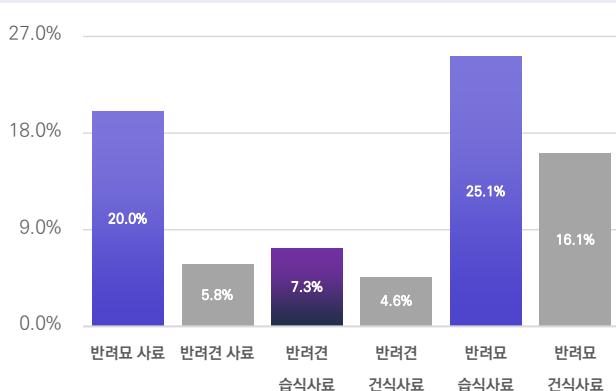
주) 글로벌은 19년도 산업자료 기준, 국내는 20년도 식품산업통계정보시스템 자료를 활용함

그림116 25년 기준 국내 반려견/반려묘 펫푸드 시장 비중 추정 (단위: %)



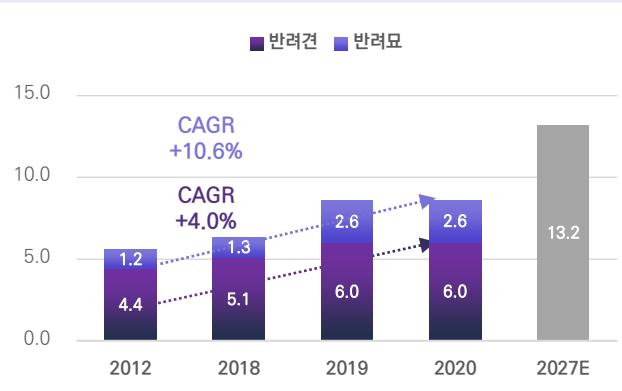
자료: 산업자료, 벨류파인더

그림117 2018~2020 사료별 연평균 성장률 (단위 : %)



자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

그림118 반려견/반려묘 양육 마릿수 추이 및 전망 (단위 : 백만마리)

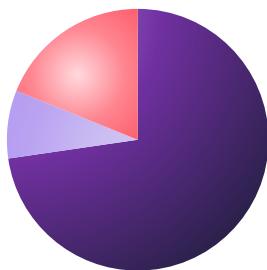


※ 21년 데이터부터 가중치가 적용돼 기준이 달라져 제외하였음

※ 27년 추정치는 한국농촌경제연구원 반려동물 추정치임

자료: 농림축산식품부, 벨류파인더

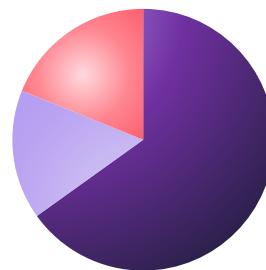
그림119 2020년 기준 국내 반려견용 펫 푸드 항목별 비중 (단위: %)



■ 건식 사료 59.6% ■ 습식 사료 8.4% ■ 반려견 간식 18.9%

자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

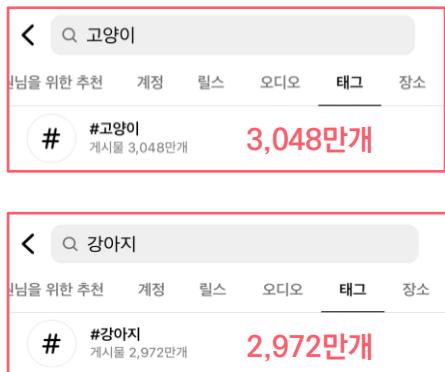
그림120 2020년 기준 국내 반려묘용 펫 푸드 항목별 비중 (단위: %)



■ 건식 사료 65.1% ■ 습식 사료 16.0% ■ 반려묘 간식 18.9%

자료: 식품산업통계정보시스템, 벨류파인더

그림121 2023년 5월 30일 조회 기준 고양이/강아지 해시태그 수 비교



자료: 인스타그램, 벨류파인더

표17 2013~2019년 미국 반려견/반려묘 기대수명 평균 (단위: 세)

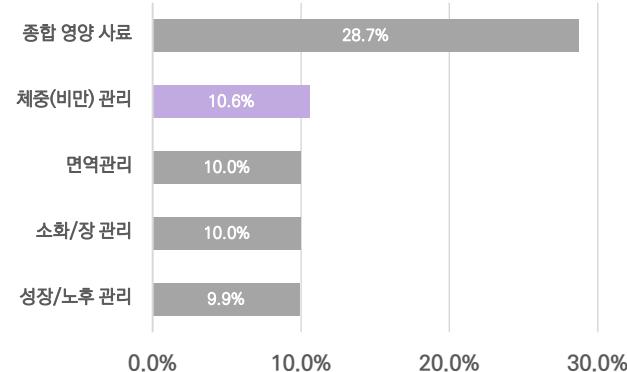
분류 기준	반려견 기대 수명	반려묘 기대 수명
품종 평균	12.69세	11.18세
성별	암컷: 12.76세 수컷: 12.63세	암컷: 11.68세 수컷 10.72세
비만	BCS 3단계: 13.18세 BCS 5단계: 11.71세 (1.47년 차이)	BCS 4단계: 13.67세 BCS 5단계: 12.56세 (1.11년 차이)

주) BCS(비만도를 나타내는 신체충실태수)는

3이면 정상, 그 보다 높으면 비만 정도가 심함을 의미함

자료: Royal Canin 벨류파인더

그림122 2021년 기준 향후 구입의향 펫 푸드 종류 (단위: %)



주) 1위~5위만 기재하였음

주) 반려견/반려묘 양육인 2,000명 대상

자료: 한국소비자원, 벨류파인더

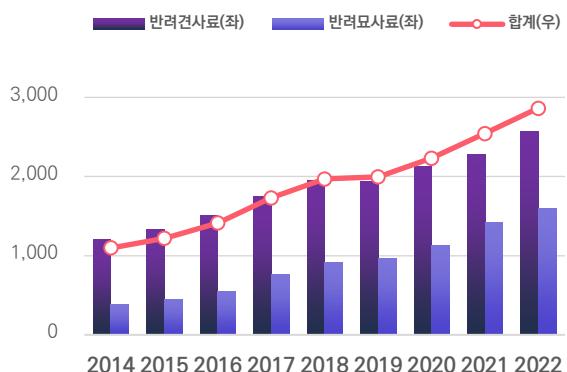
표18 국가별 반려견/반려묘 비만율 (단위: %)

분류	글로벌	한국	미국	영국
반려견 비만율	59.3%	40%	59%	51%
반려묘 비만율	63.5%	-	61%	44%

자료: 농촌진흥청, Purina Institute, Petobesityprevention, PFMA, 벨류파인더

그림123 반려견 /반려묘 사료 수입 추이

(단위: 억원)

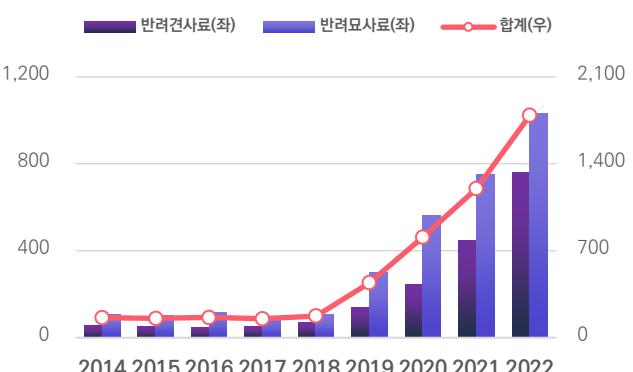


주) 소매용 기준

자료: 관세청, 벨류파인더

그림124 반려견/반려묘 사료 수출 추이

(단위: 억원)



주) 소매용 기준

자료: 관세청, 벨류파인더

표19 국내 제조시설을 갖춘 펫 푸드 주요 제조업체 특징 및 연혁

제조사	주요제품	내용	
카길 에그리 퓨리나 (368970, KQ)	48,000원 (6,000원/Kg)	주요특징	카길에그리퓨리나는 65개국에 위치한 글로벌 기업으로서 전 세계적으로 식품, 농업, 산업 제품 관련 서비스를 생산 공급하고 있음
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1922년 뉴트리나 브랜드로 사료 판매 시작 - 1945년 카길사가 뉴트리나를 인수하여 기존 사료 사업부 두 배 성장 - 1988년 브랜드의 글로벌화로 펫 사료 Kennel 브랜드 추가, 대한민국 충청도에 사료 공장 설립 - 2002년 한국 뉴트리나 펫케어 사업 시작
		브랜드	건강백서, 뉴트리나, 비스트로, 원데이케어, 아나브러쉬
대주산업 (003310, KQ)	8,500원 (1,700원/Kg)	주요특징	대주 펫푸드는 배합사료의 제조 및 판매 기업으로서 오랜 노하우와 축적된 제조기술으로 우수한 사료 제품을 생산하는 배합사료 전문 업체임
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1962년 (주)예산농장의 양죽 배합사료 생산을 시작으로 미국 Peavey사를 인수하여 대주산업주식회사 설립 - 2019년 펫푸드 전용 온라인 쇼핑몰 오픈 - 2020년 생애주기별 맞춤사료로서 전제품 업그레이드 출시
		브랜드	도그랑, 루아, 내츄럴 스토리
국내 제조 하림 펫푸드 (136480, KQ)	35,000원 (21,875원/Kg)	주요특징	주식회사 하림은 닭고기 생산, 가공 회사로서 생산 후 '30일의 비밀' 슬로건을 표방한 오늘생산&오늘배송 서비스를 제공하는 펫푸드 기업 2021년 국내 반려견 펫 푸드 시장 점유율 7위, 반려묘 6위 달성함
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1986년 (주)하림식품 설립(육계계열화사업 구성) - 2011년 축산기업 최초로 미국 진출 - 2017년 하림펫푸드 설립 후 펫푸드 사업 시작 - 2019년 건강고민별 맞춤 식재료로 구성한 7가지 기능성 맞춤 펫 푸드 '밥이 보약' 출시 - 2021년 '가장 맛있는 시간 30일' 사료 정기 배송 서비스 시작 - 2022년 뼈를 제거한 생고기와 슈퍼푸드, 생과채류를 동결건조한 사료 '더리얼 로우' 출시
		브랜드	더리얼, 더베터, 밥이 보약, 더리얼로우
오에스피 (368970, KQ)	63,000원 (10,500원/Kg)	주요특징	오에스피는 ANF 브랜드의 우리와를 필두로 카길에그리퓨리나, 알파벳, 선진펫푸드, 사조동아원, 동원F&B 등의 사료 제품을 OEM 생산
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2004년 오에스피 설립 및 美 농무부 유기인증 획득 - 2012년 우리와 OEM 체결 - 2019년 카길에그리퓨리나 OEM 체결 및 HACCP 및 한국 친환경 인증 - 2020년 PB제품 '네츄럴 시그니처' 출시 및 풀무원 OEM 체결 - 2022년 자체 브랜드 '인디고포' 출시 - 올해 바우와우 코리아 지분 인수(1Q23분기보고서 기준 지분율 49.9%)
		브랜드	인디고포, 네츄럴 시그니처(PB제품)

*) 가격은 올해 5월 펫프렌즈, 이커머스 등 조회 기준임

자료: 각 사, 한국 농수산식품유통공사, 펫프렌즈, 벨류파인더

표20 국내 제조시설을 갖춘 펫 푸드 주요 제조업체 특징 및 연혁

제조사	주요제품	내용	
국내 제조	제일 펫푸드  28,700원 (1,913원/Kg)	주요특징	제일펫푸드는 국내에서 가장 오래된 역사와 전통을 가진 기업으로서 국내 최초로 전공장 ISO9002 국제 품질 인증과 HACCP 체계를 구축함
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1962년 제일산업주식회사 설립 후 사료 제조 - 1970년 국내 최초로 펠렛사료 제조, 공급 - 1987년 기술연구소 설립 - 2006년 국내 최초로 전공장 HACCP인증 획득
		브랜드	뉴트리웰, 풍미, 고집, 아이디얼 레시피, 슈슈, 도그매니아
	우성 (006980, KOSPI)  28,700원 (1,710원/Kg)	주요특징	우성 사료는 고품질 배합사료 생산을 통해 농장의 생산성과 수익 향상에 기여해 온 축산기업으로서 현재 400여 개의 제품을 7개 영업소, 120개 대리점에서 공급하고 있음
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1968년 우성사료 설립 후 사료제조 - 2003년 베트남 비나지사 설립 - 2005년 중국 덕주지사 설립
		브랜드	카이저, 뉴프린스, 다이너스티, 센스
	팜스코 (036580, KOSPI)  28,700원 (1,615원/Kg)	주요특징	팜스코푸드는 업계 최고의 육가공 및 냉동식품 생산능력을 지닌 기업으로 독자적 제품 제안과 곤련 기술을 도입하는 종합식품 회사임
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 산과들에프앤씨 별인설립 - 2015년 식품 유형 특허 취득 - 2014년 축산물 가공업 HACCP 취득
		브랜드	필드스타, 월비스타, 도그닥터

주) 가격은 올해 5월 펫프렌즈, 이커머스 등 조회 기준임

자료: 각 사, 한국 농수산식품유통공사, 펫프렌즈, 벨류파인더

표21 외주생산방식을 갖춘 펫 푸드 주요 제조업체 특징 및 연혁

제조사	주요제품	내용	
우리와주2) 외 주 생 산	 22,900원 (12,722원/Kg)	주요특징	우리와는 우리와는 펫 푸드 제조회사, 펫 서비스 및 유통 회사가 통합하여 출범한 반려동물 전문기업임 최대 12만톤의 펫푸드를 생산할 수 있는 국내 최첨단 설비와 기술력을 갖춘 펫푸드 제조 시설인 '우리와 펫푸드 키친'을 운영
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1947년 대한사료 설립 - 2014년 유기농, 처방식 펫 푸드 개발 및 수출 100만불 달성 - 2018년 대한사료(주)의 펫 사업 부문으로 분리 - 2019년 ANF 제조 브랜드인 대산액컴퍼니를 인수(국내 펫 푸드 시장 점유율 1위 달성) - 2020년 우리와 펫 푸드 키친 (음성공장) 완공
		브랜드	ANF, 세니메드
풀무원 (017810, KOSPI)	 52,000원 (10,400원/Kg)	주요특징	풀무원 아미오는 2013년 9월 풀무원에서 반려동물 먹거리 시장진출 하며 탄생했음
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 '아미오' 론칭, 반려견용 유기농급 주식 5종과 간식 4종 출시 - 2020년 반려견 주식 '자연담은 식 단' 3 종(닭, 칠면조, 양어)출시 - 2021년 기능성 원료 사용한 반려견 기능성 간식 '건강 담은 간식' 4 종(판절 8 배, 눈 & 눈 둘 줄 건강 & 소화 족 진, 피부 & 모질)출시 - 2021년 12월, 두부와 곤충을 사용한 대체 단백질로 만든 반려견 간식 '자연 담은 간식 3 종' 출시 - 2022년 6 월, 화식 방식으로 제조하여 완전 멸균 처리, 상온 보관 가능한 '자연 담은 영양식'등 출시
		브랜드	아미오
동원F&B (049770, KOSPI)	 20,900원 (5,443원/Kg)	주요특징	동원F&B는 일본 고양이 습식 캔 1위 브랜드와 27년간 파트너십을 유지해 온 노하우 보유한 회사임. 참치 1위 기업의 기술력과 품질을 바탕으로 21년까지 국내외 반려묘 습식 캔 누적 판매량 6억 개 돌파 2025년까지 펫 푸드 연 매출액 1,000억원 목표
		연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 '뉴트리 플랜' 론칭 반려묘용 습식 사료 3종 출시 - 2019년 반려묘를 위한 짜 먹는 건강 영양식 '뉴트리 플랜 모스이트 르 퓨레' 출시 - 2021년 동원F&B 반려묘용 습식캔이 국내외에서 연간 4천만개 이상 판매됨(누적 판매량 6억개, 국내 반려묘 시장 점유율 4위) - 2021년 급여 편리성을 고려한 짜 먹는 반려묘 간식 '뉴트리 스틱' - 2022년 100% 휴먼 그레이드 간식 제품인 반려견용 프리미엄 습식 캔캔 '홀릭' 2 종 출시
		브랜드	뉴트리플랜

주) 가격은 올해 5월 펫프렌즈, 이커머스 등 조회 기준임

주2) 우리와는 2020년 음성공장 통해 자체생산과 외주생산을 병행함

주) 우리와, 풀무원, 동원F&B는 오에스피의 고객사

자료: 각 사, 식품 산업 통계 정보 시스템, 펫프렌즈, 밸류파인더

표22 수입 펫 푸드 주요 제조업체 특징 및 연혁

제조사	주요제품	내용	
수입	 Mars 62,500원 (15,625원/Kg)	주요특징	마스는 미국 미니애파리스의 역사가 깊은 최대 규모의 식품 생산 기업으로 1989년 이후로 펫푸드 산업을 개시하며 미국의 가장 유명한 사료 브랜드로 정착함
		연혁	- 1920년 프랭클린 마스, 식품 기업 Mars 창립 - 1960년 영국 반려견 식품 브랜드 첨(CHUM) 데뷔 - 1989년 Cesar 공식 출시
		브랜드	시저, 로얄캐닌
	 Hills 36,000원 (22,500원/Kg)	주요특징	Hill's는 동물 복지에 대해 인도적 연구 방법만을 사용하여 반려견과 반려묘의 펫라이프에 기여하는 기업임
		연혁	- 1951년 Hill's Pet Nutrition 설립 - 1999년 회사 매출 10억 달러 달성
		브랜드	힐스 사이언스 다이어트, 힐스 덴탈케어
	 Nestle (모회사 Nestle SA 상장; NESN) 84,900원 (5,513원/Kg)	주요특징	네슬레 퓨리나는 세계 최초의 반려동물 전문 연구소 설립 아래 반려동물의 삶의 질을 높이기 위해 노력해온 기업임
		연혁	- 1894년 퓨리나 설립 사료 세계 최초 개발 시판 - 2006년 한국 네슬레퓨리나 펫케어 코리아 출범 - 2014년 (주) 롯데네슬레코리아로 한국지사 법인명 변경
		브랜드	네슬레 퓨리나

*) 가격은 올해 5월 펫프렌즈, 이커머스 등 조회 기준임

자료: 각 사, 한국 농수산식품유통공사, 펫프렌즈, 벨류파인더

표23 2020년 매출액 기준 국내 펫 푸드 시장 점유율

순위	반려견+반려묘	반려견	반려묘
1	우리와(주)	우리와	로얄캐닌
2	로얄캐닌	로얄캐닌	우리와
3	한국Mars	네츄럴코어	한국마즈
4	대주산업	한국마즈	대주산업
5	네츄럴코어	카길애그리퓨리나	이나바펫푸드(차오츄르)
6	롯데네슬레퓨리나	이글벳	롯데네슬레퓨리나
7	카길애그리퓨리나	CHD메딕스(프루너스)	내추럴발란스
8	내추럴발란스	롯데네슬레퓨리나	쿠팡
9	이글벳	펫더맨	네츄럴코어
10	이나바펫푸드(차오츄르)	대주산업	하림 펫푸드

*) 우리와는 19년도 'ANF', '세니메드' 브랜드로 유명한 대산엔컴퍼니(17년도 M/S 6위) 인수합병

자료: 산업자료, 벨류파인더

III. 국내 펫 시장 분석

- i. 국내 펫 시장 현황 및 트렌드
- ii. 펫 푸드
- iii. 펫 테크

| 펫 테크 – 국내 통신 3사, 비상장사가 주도하는 시장

국내 펫 테크 시장은 국내 통신 3사, 비상장사 위주로 시장에 참여하고 있다. 국내 펫 테크 시장을 특징별로 분류하면 크게 ①이커머스 ②헬스케어 ③자동화기기 ④반려동물 관련 서비스 및 제품 ⑤B2B솔루션 제공 등이 있다. ①이커머스 시장의 특징은 투자 유치 진행정도가 많이 이뤄진 경우가 많다. 펫프렌즈, 어바웃펫 등이 대표적이고 GS리테일이 두 회사 투자에 적극적으로 참여했다. ②헬스케어의 특징은 IoT기술, 스마트폰, 진단키트 등을 활용해 반려동물 건강상태를 진단한다. 진단을 통해 적정 식단 및 영양제를 추천하고 질병의 증상을 확인 가능하다. 병원을 찾지 않고 반려동물의 건강상태를 확인할 수 있기 때문에 관련 수요가 높은 것으로 파악된다. ③자동화 기기의 경우 자동급식기, 자동급수기, 자동 배설물 처리기기, 반려동물용 게임 기기 등이 그 예시다. 주인이 자리를 비워도 반려동물을 챙겨줄 수 있게 돋는다. 이동통신사 KT가 출시한 반려견 전용 5G 요금제인 반려견 초이스와 요금제 가입시 무료로 자동급식기를 제공한다. LG유플러스는 U+스마트홈 패키지 요금제를 이용하면 월 5,500원에 펫토이를 제공한다. ④반려동물 관련 서비스는 강아지 산책도우미 중개, 훈련사 중개 서비스 등을 말한다. ⑤B2B 솔루션은 동물병원 전자차트, 반려동물 매장 관리 솔루션, SK텔레콤 AI기반 진단서비스 ‘엑스칼리버’ 등이 있다. 엑스칼리버는 동물병원이 1개월 무상 사용 후 월 30만원의 구독형 서비스로 이용할 수 있다.

그림125 LG유플러스 반려전물 전용 홈 IoT기기 ‘펫토이’



주) 펫토이는 집을 비우면 나 대신 반려동물과 공놀이를 해주고 생활 소음에 적응할 수 있도록 훈련도 해주는 반려동물 전용 놀이기기임

자료: 한국경제, 밸류파인더

그림126 SK텔레콤 AI기반 수의영산 진단 서비스 ‘엑스칼리버’



주) 엑스레이를 클라우드에 올리면 30초내 진단결과 제시함
주) B2B솔루션으로 월 30만원 구독형 서비스임

그림127 KT 자동급식기 제공하는 '반려견 디바이스팩'



자료: ZDNet Korea, 밸류파인더

그림128 LG유플러스 반려동물 IoT 펫 테크 제품 예시



자료: 보도자료, 밸류파인더

표24 국내 주요 펫 스타트업 업체들의 기업 및 제품 설명

(단위: 억원, 만원)

주요 업체	제품 사진	주요제품 설명 및 개요	가격 (만원)
너을정보		- '펫펄스'는 반려견의 음성과 활동 데이터를 분석해 안정·불안·분노·슬픔·행복 등 5가지 감정을 인식해 사람과 소통 가능하게 하는 서비스 제공 - 감정인식기 '펫펄스'로 CES 2021 혁신상 수상	20
핏펫 (시리즈 C, 553억원 총 투자 유치)		- 2018년 반려동물을 위한 간이 건강 점검키트 '어헤드' 판매 - 반려동물 신원 확인 서비스 '디텍트' 제품을 런칭하여 반려동물의 전 생애 주기를 아우르는 건강관리 솔루션을 제공하여 펫 헬스케어 시장의 혁신 주도	1.1
펫프렌즈 (M&A, 1,793억원 총 투자 유치)		- GS리테일이 2021년에는 IMM과 손잡고 국내 1위 커머스인 '펫프렌즈' 공동 인수함 - 지난해 매출 1,000억원 돌파(2021년 매출액 610억원)	-
어바웃펫 (시리즈 B, 315억원 총 투자 유치)		- GS리테일 2018년 반려동물 커머스 어바웃펫 지분 24%를 50억원에 인수(지난해 말 기준 지분율 60.74%) - 반려동물 사료, 간식, 용품 당일/새벽배송 제공 중 - 지난해 매출액 456.7억원 시현	-
에이아이포펫 (시리즈 A, 5억원 총 투자 유치)		- 스마트폰으로 반려동물 사진을 찍어 업로드하면 AI로 눈과 피부 질병 등의 증상을 확인할 수 있는 앱 '티티케어'를 운영 중	-
바렘시스템 (시리즈A, 55억원 총 투자 유치)		- 누적 판매량 7만 대 이상을 달성한 스마트 자동급식기 '밀리' 판매(세트 14.9만원, 단품 10.9만원) - 로봇 장난감(9~10만원), CCTV(홈캠카메라, 13.8만원)등 각종 IoT제품도 판매중	10.9

(주) 투자유치는 The VC를 참조하였음(23년 5월 기준 모두 비상장회사)

자료: 각사, 보도자료 취합, KDB 산업은행, 벨류파인더

표25 국내 주요 펫 테크 업체 및 특징

분류	특징	관련 스타트업
이커머스	- 투자 유치 진행정도가 많이 이루어졌거나 그 규모가 큼 - 펫 이커머스 플랫폼들 사이에서 가입자 유치를 위한 물류배송 경쟁 심화 상태	펫프렌즈, 어바웃펫, 바잇미, 펫박스 등
헬스케어	- 스마트폰·IoT 기기로 데이터 기반 헬스케어 제공 - 반려동물 건강 모니터 및 적정 식단 및 영양제 제공	알파도, 라이노박스, 핏펫, AI포펫 등
자동화 기기	- 반려동물용 자동문, 자동 급식 및 급수 도구, 자동 변기 세척기 등 - 장난감, 놀이기기 등 반려동물용 자동 펫 테크 제품	바렘시스템, 라비봇, KT, LG유플러스 등
반려동물 관련 서비스	- 강아지의 산책 등을 대신 해 줄 돌보미(펫시티), 훈련사 중개 등의 서비스	도그메이트, 펫트너, 펫피플, 브리딩
B2B 솔루션 제공	- 동물병원 전자차트(EMR, Electronic Medical Record) 프로그램 제공 - 반려동물 매장 관리 솔루션(반려동물 미용샵이나 등)을 제공	아이엠디티, 벳칭, 버블클라우드, 프릿지크루, 마이퍼피 등

자료: The VC, 벨류파인더

III. 지원제도 및 법률

- i. 글로벌 펫 관련 법률 및 보험제도
- ii. 국내 펫 관련 법률 및 보험제도

i . 글로벌 펫 관련 규제 및 법률

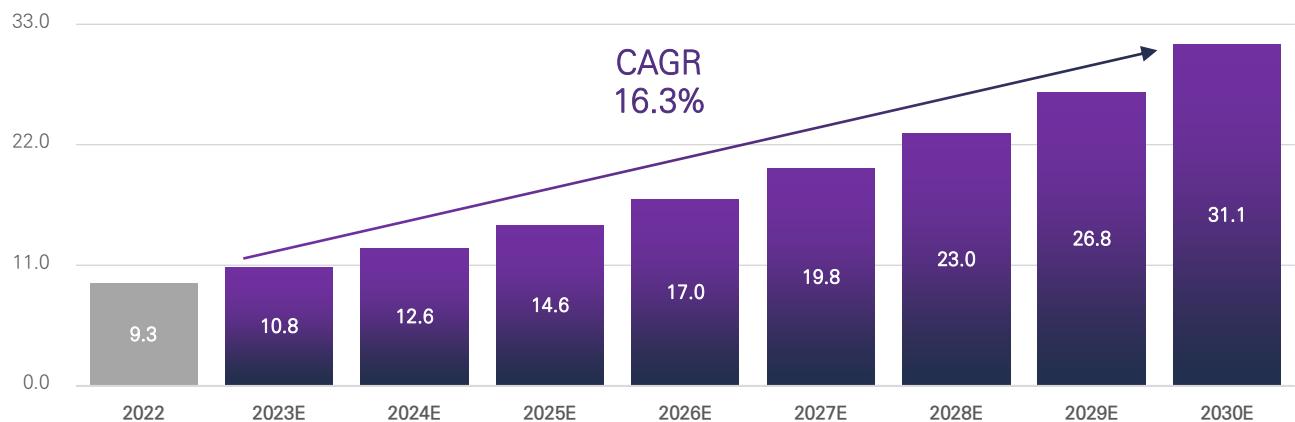
펫 휴머니제이션 등 동물에 대한 인식 발전으로 동물을 위한 법률 및 규제가 다양해지고 있다. 비인간적인 동물 실험을 규제하고 동물학대 처벌이 강화되고 있으며 반려동물을 철저히 관리하기 위한 시스템을 구축하고 있다. 美 뉴욕 주는 올해부터 동물실험을 거친 화장품의 판매가 전면 금지한 바 있다. 또한 2013년 유럽연합이 화장품 동물실험과 동물실험을 한 화장품 판매를 금지했으며 인도, 이스라엘, 노르웨이, 아이슬란드, 스위스, 멕시코 등도 유사한 법을 통과시켰다. 스위스, 스웨덴(2022년 기준 반려동물 보험 침투율 40%)의 경우 산책 등을 의무화하고 있다. 독일, 호주 등의 국가에서는 체계적으로 동물을 관리하기 위해 반려견/반려묘 등에 내장칩을 삽입하고 있다. 글로벌 규제가 강화될수록 반려동물을 위한 다양한 수요가 증가할 것으로 기대한다. 그 중에서도 펫 보험 시장에 대한 주목도 필요하다. 책임보험 의무화, 의료 규제 등으로 펫 보험 시장이 고성장이 기대되기 때문이다.

표26 글로벌 주요국가 동물 관련 규제 및 법률 탄생배경 및 기대효과

분류	국가	주요 내용
탄생배경		<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 개체 수 증가로 인한 체계적 관리 필요성 대두 - '펫 휴머니제이션' 문화 확산으로 인한 반려동물 복지 증진 - 비인간적인 실험으로 인한 동물의 학생 방지
주요 법안 및 제도	미국	<ul style="list-style-type: none"> - 캘리포니아 주: 사람이 개를 개집, 나무울타리 또는 다른 고정된 물체에 묶는 것 등에 대해 몇 가지 예외사항을 제외하고는 금지함 - 워싱턴DC, 미시간, 뉴저지, 버지니아주: 사용할 수 있는 줄의 종류와 길이를 제한
	오하이오	<ul style="list-style-type: none"> - 오하이오 주: 개나 강아지를 갇혀 있는 곳에 영구적으로 묶는 것을 금지
	뉴욕	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴욕 주: 살아있는 척추동물에 메이크업, 개인위생용품 또는 그 성분을 테스트하는 것을 공식적으로 금지 - FDA 신약 승인을 받기 위해 반드시 동물실험을 거쳐야 한다는 의무조항 삭제
	스위스	<ul style="list-style-type: none"> - 반려견은 매일 사람, 가능하다면 다른 개들과 충분히 교류할 수 있는 기회가 주어져야 하며 목줄없이 원하는 만큼 운동할 수 있어야 함
	독일	<ul style="list-style-type: none"> - 동물을 '국가가 보호해야 할 대상'으로 헌법에 명시함 - 반려견을 국가 관리시스템에 등록해야 하며 반려견의 등록번호를 내장칩 혹은 문신으로 표시해야 함 - 모든 견주가 책임보험에 가입 및 예방접종/건강검진 의무
	네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> - 동물 학대 범죄를 전문적으로 담당하는 동물 경찰이 있음
	스웨덴	<ul style="list-style-type: none"> - 최대 6시마다 반려동물을 산책시켜야 하며 실내에서는 묶거나 가둬두면 안 됨 불가피한 경우 최대 2시간까지만 허용됨
	호주	<ul style="list-style-type: none"> - 생후 12주 전 고양이와 강아지에게 마이크로칩 삽입 및 등록 의무
기대효과		<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 산책 관련 제품(하네스, 펫 GPS 추적장치 등)수요 증가 기대 - 펫 보험 수요 증가 기대 - 펫 프리미엄 제품(펫 푸드, 목줄, 의류 등)수요 증가 기대

그림129 글로벌 펫 보험 시장 규모 추이 및 전망

(단위: 십억 USD, %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

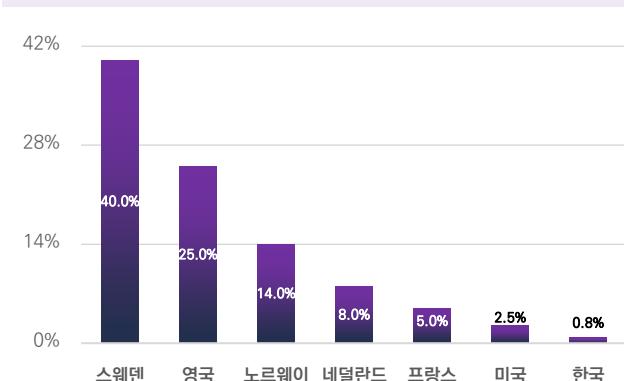
표27 글로벌 주요 국가별 펫 보험 특징 및 시장규모 관련 특징

그림130 2022년 기준 글로벌 주요 국가 펫 보험 침투율

(단위:%)

분류	특징
스웨덴	<ul style="list-style-type: none"> - 1924년 세계 최초로 펫보험이 판매되기 시작한 국가 - 현재 스웨덴 반려견의 90%, 반려묘의 50%가 펫보험에 가입된 것으로 추정
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년 기준 펫 보험 시장 규모 약 10.3억 달러 (한화 약 1.1조원)으로 추정
영국	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년 기준 펫 보험 시장 규모 약 16억 파운드 (한화 약 2.4조원)으로 추정
일본	<ul style="list-style-type: none"> - 일본에서는 애니콤, 아이펫 등 펫보험만 취급하는 손해 보험사가 전체 시장의 78% 차지 - 2020년 기준 시장규모는 한화 약 7,100억원으로 추정

자료:국내외 언론 보도 자료 종합, 벨류파인더



자료:한국연구재단 보험연구원, 벨류파인더

표28 글로벌 주요 국가 보험업체 Player 및 펫 보험 상품 특징

국가	보험업체명	펫 보험 상품 특징
스웨덴	Agria(Bularia : AGH)	<ul style="list-style-type: none"> - 매년 수의 비용 최대 £15,000(한화 약 2,040만원)보장 - 옵션으로 분실/도난에 따른 손실 보상, 임신/출산에 따른 건강상 문제 보상 추가 가능
미국	Healthy Paws(비상장)	<ul style="list-style-type: none"> - 앱/웹사이트를 통한 청구서 제출 및 2일 이내 청구서 처리 - 사고와 질병만을 커버하는 1개의 플랜 단위 이용 가능
	Trupanion(TRUP, NASDAQ)	<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물이 아프거나 다쳤을 경우 포괄적인 평생 보장제도 운영 - 21년 기준 약 86만 반려동물이 등록되었으며 월 보험유지를 98% 이상 기록
영국	Bought by Many(비상장)	<ul style="list-style-type: none"> - 평생 수의 비용 최대 £15,000(한화 약 2,450만원)보장 - 연중 무휴 무제한 화상 수의사 통화 가능
	Animal Friends Pet Insurance(비상장)	<ul style="list-style-type: none"> - 평생 수의 비용 최대 £18,000(한화 약 2,940만원)보장 - Joii 앱을 통해 주 7일 하루 24시간 무료 수의사 상담 가능

자료: 각 사, 국내외 언론 보도 자료 종합, 벨류파인더

III. 지원제도 및 법률

- i. 글로벌 펫 관련 법률 및 보험제도
- ii. 국내 펫 관련 법률 및 보험제도

ii. 국내 펫 관련 규제 및 법률

국내도 타 국가들과 같이 동물에 대한 인식이 발전함에 따라 관련 규제 및 법률이 제정 및 개정되고 있다. 동물보호법의 경우 1991년 제정됐으며 지난해 전부 개정돼 올해 4월 시행됐다. 주요 골자는 동물의 보호 및 복지 증진(동물학대 등을 구체화)을 위한 것들이다. 또한 정부 차원에서 반려동물산업 육성을 위한 움직임도 활발하다. ①펫 푸드 시장에 도움이 될 ‘사료관리법’은 반려인에게 펫 푸드 성분 공개 등을 통해 알 권리를 제공했다. 제조업자에게는 불합리한 조항 등을 삭제해 영업을 지원했다. 최근엔 규제 샌드박스 통해 소규모 업체에게 특례부여를 승인해 펫 푸드 시장 진입을 지원했다. ②펫 헬스케어 시장에 긍정적 영향을 끼칠 ‘수의사법’의 개정문은 올해 1월 공포됐다. 동물 진료의 체계적인 발전을 위해 현행 제도의 운영상 미비점을 개선·보완하는 것이 주요 내용이다. 동물병원 이용자에게 진료 선택권을 제공했으며 동물 진료의 분류체계를 표준화하고 있다. 펫 헬스케어의 체계적 발전을 기대한다.

표29 국내 동물 관련 법률 및 규제와 기대효과

국내 동물 관련 규제 및 법률	법률 및 주요 내용
동물 법률안 제정 및 개정	<p>1. 동물보호법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1991년 현행법이 제정된 이후 반려가구의 급증과 동물복지에 대한 국민의 인식변화에 따라 제도 개선 필요성 제기 - 2022년 4월 26일 전부개정되어 개정법 2023년 4월 27일 시행 - 개정법: 동물학대 행위 등의 구체화(제10조), 맹견사육허가제도 도입(제18조), 민간동물보호시설의 신고 및 지원(제37조 등) 등 포함 <p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 보호조차 중인 동물 반환 시 사육계획서 제출을 의무화하여 동물학대 예방 효과 기대, 맹견 사육허가제와 기질평가제를 신설하여 맹견관리 강화 가능 - 반려동물 영업 관련 제도를 정비하고 준수사항 위반에 대해 처벌을 강화하는 한편, 민간동물보호시설 신고제도를 신설하고 반려동물을 행동지도사 자격제도를 도입하는 등 동물의 보호 및 복지 증진을 위하여 관련 제도를 전반적으로 개편 및 정비 <p>동물보호법 시행령/시행규칙</p> <ul style="list-style-type: none"> - 동물보호법이 전부개정됨에 따라 동물보호법 시행령과 시행규칙도 전부 개정하여 올해 4월 27일 공포 및 시행 - 동물보호법 시행령 주요 내용은 민간동물보호시설과 신고제도를 신설하고 관련 제도를 전반적으로 개편·정리하는 것이 골자 - 동물보호법 시행규칙은 동물보호법과 동물보호법 시행령에서 위임된 사항을 규정하기 위해 개정. 주요 내용은 동물학대 등의 금지(제6조), 동물의 도살방법(제8조), 맹견의 범위(제2조) 등을 포함 <p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 동물학대 처벌 강화로 동물학대 행위가 줄어들고 맹견의 범위를 정하고 맹견 사육 규제 강화로 맹견으로 인한 안전사고가 줄어들 것으로 기대
반려동물 산업육성을 위한 법률	<p>1. 사료관리법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사료의 안전성 제고 및 소비자 보호를 위한 제도를 정비하기 위해 개정문을 2020년 3월 24일 공포 및 타법개정 - 개정법에는 사료 판매업자에게도 사료의 표시사항에 관한 의무를 부과(제 13조), 위해요소중점관리기준 적용 사료공장의 지정을 받기를 희망하거나 지정을 받은 제조업자에 대한 교육훈련 의무화(제16조제5항) 등의 내용들을 신설 <p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사료의 용기나 포장에 성분등록을 의무화하고 표시사항을 거짓이나 과장하여 표시하여서는 안됨. 사료의 안전성 제고 효과를 기대 가능하며 중장기적으로 반려동물 펫 푸드 산업 육성에 기여할 것으로 전망 <p>사료관리법 시행규칙</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2023년 3월 23일 공포 및 일부개정됨. 주요내용은 아래와 같음 ① 제조업자가 휴·폐업을 신고하는 경우 사유서를 제출하지 않아도 되도록 제출 서류를 간소화 ② 위해요소중점관리기준 적용 사료공장의 지정요건 중 ‘최근 3개월 간의 생산실적’을 삭제하여 신규 사료업체에게 부담하게 적용되는 규제 완화 ③ 여러 수입업체가 하나의 단체를 이루어 사료를 수입하는 경우에는 그 단체가 종전에 정밀검정을 받은 날부터 1년이 경과한 후에 사료를 재수입하는 경우에만 정밀검정 대상이 되도록 지정 <p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 펫 푸드 제조업자들의 행정 절차를 간소화하여 진입장벽을 낮추고 소비자들의 사료 안전성 인식을 제고하여 펫 푸드 산업 육성 효과 기대 <p>2. 수의사법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 동물 진료의 체계적인 발전을 위하여 현행 제도의 운영상 미비점을 개선·보완하기 위해 개정문을 2023년 1월 4일 공포하여 2023년 1월 5일 일부개정 - 개정법에는 수술 등 중대진료에 관한 설명과 진료부 및 검안부를 기록하고 서명(제 13조), 진찰 등의 진료비용 계시(제20조), 동물 진료의 분류체계 표준화(제 20조의3) 등 내용들을 신설 <p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 동물병원 이용자의 알 권리와 진료 선택권을 보장하고 동물 진료의 분류체계를 표준화하고 고시하도록 하여 동물 진료의 체계적인 발전을 기대

표30 국내 동물 관련 규제완화와 기대효과

	주요 내용 및 기대효과
	<p>1. 반려동물 규제 샌드박스</p> <p>(1) 반려동물 사료 즉석 조리판매'에 대한 규제특례 적용 사례</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2021년 5월 산업통상자원부는 '2021년도 제2차 산업융합 규제특례심의위원회를 통해 'A사'에서 신청한 반려동물 사료 즉석 조리판매 서비스를 규제특례^{주)}로 승인 - 현재 판매용 반려동물 음식은 사료관리법에 따라 제조시설을 갖춘 뒤 제조업 등록이 필수이나, A사와 같은 맞춤형 펫푸드를 소규모 조리 판매하는 경우 대규모 제조시설 등록이 어려울 점을 감안하여 특례 부여를 승인 - 산업통상자원부는 "반려동물을 개체별 특성 및 영양상태, 기호·취향 등 다양한 수요 반영이 가능하여 소비자에게 새로운 경험을 제공할 것"이라며 "이번 실증을 통해 안전성과 품질이 검증된다면 '펫푸드 음식점'과 같은 신서비스 창출과 반려동물 사료산업의 신시장 개척도 가능할 것"이라고 규제특례 승인 이유를 설명
	<p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 전용 공유숙박 서비스, 반려동물 면허 시스템 등 다양한 산업에서 반려동물 관련 실증 특례를 승인받는 사례가 증가하고 있음. 안전한 환경에서 새로운 경험과 서비스를 제공할 수 있다는 점에서 다양한 사업 기회가 만들어 질 것으로 판단
반려동물 규제 완화	<p>2. 반려동물 의약품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 규제심판부는 2023년 3월 30일 회의를 통해 농림축산식품부와 해양수산부에 인체의약품 제조회사(제약사)가 기존 제조시설을 활용해 반려동물의약품을 생산할 수 있도록 제도를 개선할 것을 권고 - 현재 제도에 따르면 제약회사는 동물의약품을 생산하고자 할 경우 별도의 동물 전용 제조시설을 설치해야 하기 때문에 중복투자로 막대한 비용 예상 - 규제심판부는 축산용 동물의약품업계에 미칠 영향력을 최소화하기 위해 대상을 반려동물로 한정하고, 고부가가치 의약품 중심 생산을 권고
	<p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제약회사가 고품질의 의약품 개발에 집중하여 국내 동물의약품산업의 질적, 양적 경쟁력 제고 가능
	<p>3. 반려동물 진료비 부가가치세 면제</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정부가 올해 안에 수의사의 반려동물 진료용역에 대한 부가가치세를 면제하는 방안을 추진 - 구체적인 면세 범위는 농림축산식품부의 진료 항목 표준화 작업을 거쳐 확정될 방침. 구체적인 시기(시행령 개정 등)는 아직 미정
	<p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 가구의 동물병원 진료비 부담을 경감할 수 있고 반려동물 의료 산업 육성에 기여를 기대함

^{주)} 규제특례 : 새로운 융합 제품·서비스에 대해 제한된 구역·기간·규모 내에서 규제 적용을 면제하는 제도

자료: 언론자료 취합, 벨류파인더

| 국내 펫 보험 시장 침투율은 0.1%

국내 펫 보험 시장침투율은 2022년 10월 기준 0.8%다. 2021년 기준 반려견/반려묘 합산 추정치(743만 마리)대비 국내 반려동물보험 계약 건수(6.1만건)는 굉장히 저조한 편이다. 농림 축산부와 금융당국은 현 상황을 타개하기 위해 펫 보험 활성화를 위한 제도 개선 등을 단행하고 있다. 반려동물은 그동안 재물로 분류되어 손해보험회사만 펫 보험 영업이 가능했다. 하지만 규제 완화로 생명보험 회사도 자회사 설립을 통한 펫 보험시장 진출이 가능해졌다. 정책 지원 등을 통해 이해 관계자(보험사, 양육가구) 모두에게 이득이 될 펫 보험시장 개화가 기대된다.

표31 국내 주요 보험 업체 펫 보험 상품 및 보험 내용

보험회사	보험상품	보험내용	출시시기	비고
메리츠화재	(무)펫퍼민트 퍼피 앤 러브 (무)펫퍼민트 캣 앤 러브	<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 실손의료비보험 신상품 출시 - 기존 보장과 내용은 같은 반면 보험료는 반려견 3%, 반려묘 15% 저렴 - 의료비 담보 자기부담금 유형을 추가해 고객 선택 폭을 확대. 기존에는 자기부담금이 1만원 고정이었으나 2·3만원 유형을 추가 	올해 5월	- 국내 펫 보험 시장점유율 1위
삼성화재	다이렉트 반려묘 펫보험	<ul style="list-style-type: none"> 반려묘의 상해와 질병에 대한 입·통원의료비와 수술비, 비뇨기질환 보장, 사망위로금 등을 종합적으로 보장 - 기본 의료비 담보 보장을 강화하고 소비자 선택 폭을 넓힌 것이 특징. 고비용 수술에 대한 부담을 줄이고 싶다면 수술비 확장담보를 선택 가능 	올해 3월	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 펫보험 시장점유율 2위 - 펫보험 특화 보험사 설립 검토 중
	위풍댕댕	반려견과 반려인의 상황에 따라 의료비 보장비율을 50%, 70%, 80% 중 선택할 수 있는 신상품 출시	지난해 9월	
현대해상	건강한펫케어보험	<ul style="list-style-type: none"> - 1일 15만원 수준이었던 동물병원 치료비의 보상 한도를 30만원까지 확대, 수술을 받은 경우 하루 최대 250만원까지 보상 - 기존 펫보험에서 아쉬움이 있었던 보장금액을 현실화하여 실질적인 병원비 부담 완화 	지난해 11월	
	하이펫 애견의료실비보험	<ul style="list-style-type: none"> - 배상책임보장과 장례비 보장에 특화된 상품 - 전국 GS25에서 가입 가능. 가입 방법은 계산대 입력창에 전화번호 입력 → 메시지가 발송되면 메시지에 포함된 URL 클릭 후 본인과 반려견의 기본 정보를 입력하고 보험료 결제 → 가입 완료 	2020년 3월	
한화손해보험	펫투게더 플랜	<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물의 상해·질병에 대한 입·통원의료비와 수술비, 장례지원비, 반려견으로 인한 배상책임을 보장. 반려견 의료비 담보에는 자기부담금 50만원의 '프랜차이즈 공제'를 함께 운영 - 고보장을 원하는 고객과 가성비를 우선시하는 고객 모두를 잡기 위해 기존 시장에 있는 펫보험과의 차별화 전략 제시 	올해 4월	2021년 5월 스파크펫과 펫클라우드 MOU 체결 데이터 수집을 통해 펫보험 일반화를 노력
캐롯손해보험	스마트온펫산책보험	<ul style="list-style-type: none"> - 치료비 보장 중심의 보험이 아닌 산책 시 발생하는 돌발상황에 대비하기 위한 보험 - 단 45원(건종별 상이)으로 산책 시 4시간 동안 효력이 발생 	2020년 1월	아이디어 인정 받아 특허 등록 완료

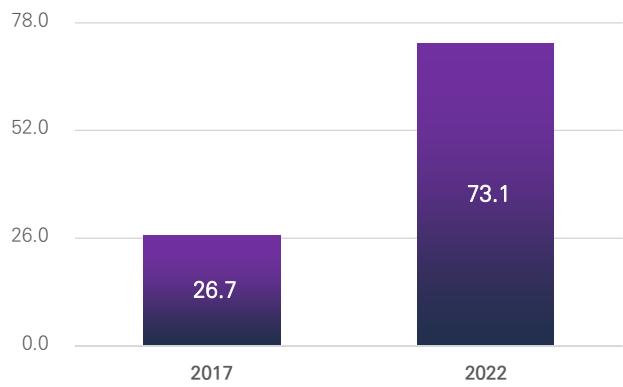
자료: 각 사 홈페이지, 보도 자료 취합, 빨류파인더

표32 반려동물 보험 활성화를 위한 경영 정책과제와 기대효과

	과제	기대 효과
경영과제	보험회사와 동물병원 간 네트워크 형성	- 동물병원 진료비 협상 및 의료공급자의 도덕적 해이 완화
	다양한 상품개발 요율 세분화, 번들형 상품, 정액형 상품, 부가서비스 제공	- 소비자 니즈 충족
	반려동물 헬스케어 서비스/리워드 제공	- 보험 가입자의 사전적 도덕적 해이방지, 진료비 절감
정책과제	판매채널 다변화	- 보험가입 필요성 및 인식 제고, 소비자 접근성 강화 - 보험상품의 비교·가입 및 보험금 청구 편의성 제고 위한 디지털 플랫폼 활용
	제도적 인프라 마련 반려동물등록제 개선 진료체계 표준화 진료기록부 발급 의무화, 청구전산화	- 소비자의 도덕적 해이 방지
		- 소비자의 의료서비스 비교 선택 기반 확립
		- 진료비 정보 비대칭 완화 - (의료공급자) 과잉진료 청구 방지 - (보험회사) 손해율 관리, 합리적인 보험료 및 보상한도 산출, 다양한 상품 개발 - (소비자) 진료비 정보 접근성·보험금 청구 편의성 제고
	생애주기별 건강관리 지침 마련	- 반려동물 사전적·예방적 건강관리를 통한 진료비 절감 - 건강관리 지침에 기반한 다양한 보험상품 개발
	소액단기보험 규제 완화	- 새로운 사업자의 진입 촉진, 시장 경쟁 활성화

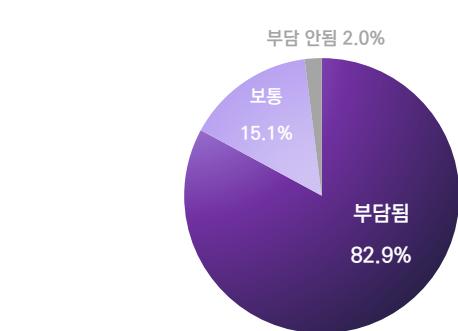
자료: 한국연구재단 보험연구원, 벨류파인더

그림130 17년 대비 22년 반려동물 마리당 연간 평균 병원비 (단위:만원)



자료: 한국농촌 경제연구원(2017), 농림축산식품부(2022), 벨류파인더

그림131 2021년 동물병원 진료비 부담 정도 설문조사 (단위: %)



자료: 한국소비자연맹, 벨류파인더

IV. 기업 분석

i . 오에스피

1

투자의견

— BUY

목표주가

13,900원

현재주가

6,710원

상승여력

+107.2%

기업탐방 일자

2023.01.10

기준보고서 발간일자

2023.03.08

보고서 발간일자

2023.05.31

Company Data

시가총액	627억원
발행주식수	9,346,160주
유동주식수	4,924,560주
자본금	47억원
액면가	500원

Stock Data

52주 최고가	12,000원
52주 최저가	5,010원
3개월 일평균 거래대금	13.5억원
외국인지분율	1.60%
유동주식 비율	52.69%
주주현황	- 우진비앤지 42.61% - 아주IB투자 외 1인 5.75% - 오에스피 우리사주 4.70%

Analyst
서 지 혁

value@valuefinder.co.kr

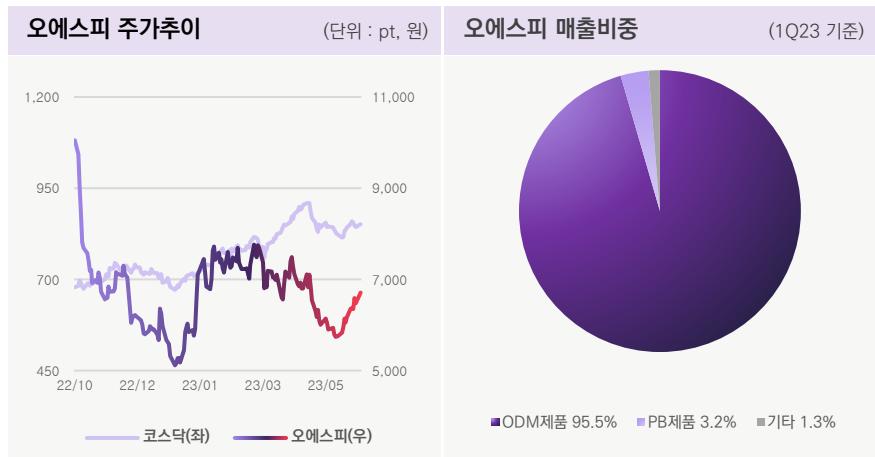
現 독립리서치법인 벨류파인더 책임연구원
금융투자분석사 자격보유(금융투자협회)독립리서치법인 벨류파인더
공식 텔레그램 채널 QR코드

오에스피 (368970)

체질 개선 완료, 글로벌 주요국 진출 가시화

— 투자 SUMMARY

- 지난해 10월 코스닥 시장 상장, 국내 펫푸드 ODM 1위, 유기농 펫푸드 전문제조업체
- 영양소와 기호성 모두 갖춘 Formulation 기술 확보, 천연향미제 SPF와 협력 개발
- 판가 인상 + PB브랜드 론칭 + 대리점 구축 → 수익성 개선 전망, 올해 2월 쿠팡 입점
- 글로벌 펫 푸드 주요국인 미국과 중국 진출 가시화 기대감 고조로 외형 성장 기대
- 2024E 매출액 558억원(+38.1%, YoY), 영업이익 86억원(+30.3%, YoY) 전망
- 2024E EPS 760원, Target PER 18.3배 적용, TP 13,900원, 상승여력 +107%



오에스피 연도별 실적 및 주요 지표추이					
(단위: 억원)	2020	2021	2022	2023E	2024E
매출액	156	157	168	404	558
영업이익	39	28	11	66	86
당기순이익	33	29	30	53	71
영업이익률	25.3%	17.9%	6.5%	16.4%	15.4%
ROE	28%	19%	16%	15%	17%
EPS	5,096	416	409	565	760
BPS	17,332	2,154	2,496	3,661	4,422
PER	N/A	N/A	18.6	13.5	10.0
PBR	N/A	N/A	3.0	2.1	1.7

자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

| 국내 펫푸드 ODM 1위, 유기농 펫푸드 제조 전문기업

유기농 펫푸드 제조 전문기업

2022년 사상 최대 매출

매출액 168억원(+7.0%, YoY)

영업이익 11억원(-60.7%, YoY)

영업이익 감소 원인

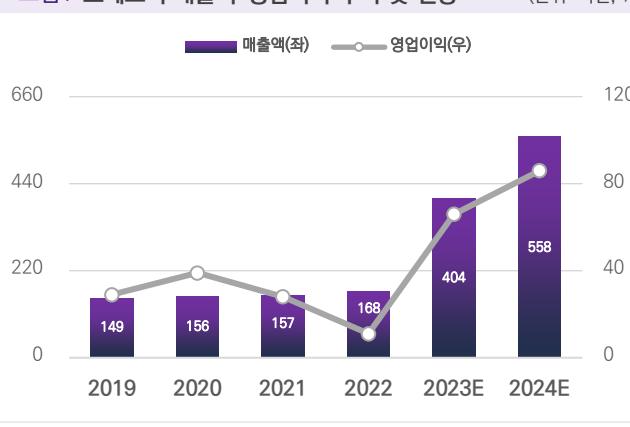
① 환율 곡물가 상승→비용 증가

② 영업 인프라 구축 비용 추가

③ 주요 고객사 가격 협상 결렬

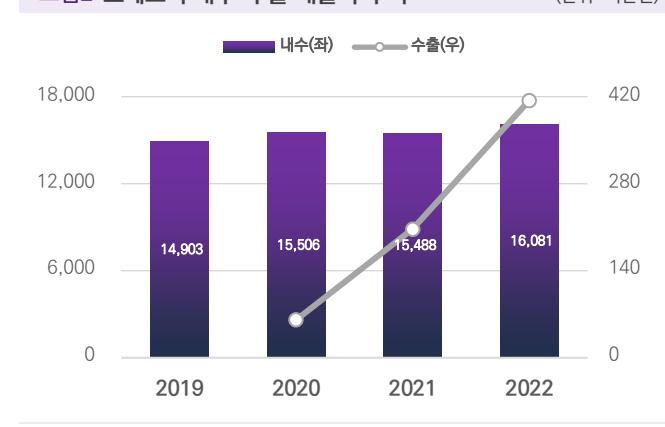
동사는 2004년 설립, 지난해 10월 코스닥 시장에 상장한 유기농 펫푸드 제품 제조업체다. ODM(주문자개발생산) 방식으로 유기농 펫푸드 제품을 생산 및 공급하며, '네츄럴시그니처', '인디고바이오뉴트리션' 등 PB제품도 온라인몰을 통해 판매한다. 국내 ODM 1위 업체(M/S 약 52%)로 1Q23 기준 매출비중은 ODM 95.5%, PB제품 3.2%, 기타 1.3%다. 2022년 매출액 168억원(+7.0% YoY), 영업이익은 11억원(-60.7% YoY)을 기록했다. 전년대비 영업이익 감소 원인은 ① 환율·곡물가 상승에 따른 수입 원자재 비용 증가 ② PB 제품 판매 위한 영업 인프라 구축 비용 ③ 4Q22 주요 고객사의 가격협상 결렬로 인한 제품 판매 감소에 기인한다. 하지만 ① 올해 10~12% 판가 인상 외 ② 대리점 구축 외 ③ 기능성, 처방식 신제품 론칭에 따라 수익성은 개선될 것으로 전망한다. 또한 올해 ④ 글로벌 주요국 진출이 예상되어 바우와 우코리아 인수 후 본격적인 시너지 확대를 기대한다. 2023E 매출액 404억원(+140.5%, YoY), 영업이익 66억원(+500.0%, YoY)을 전망한다.

그림1 오에스피 매출액·영업이익 추이 및 전망



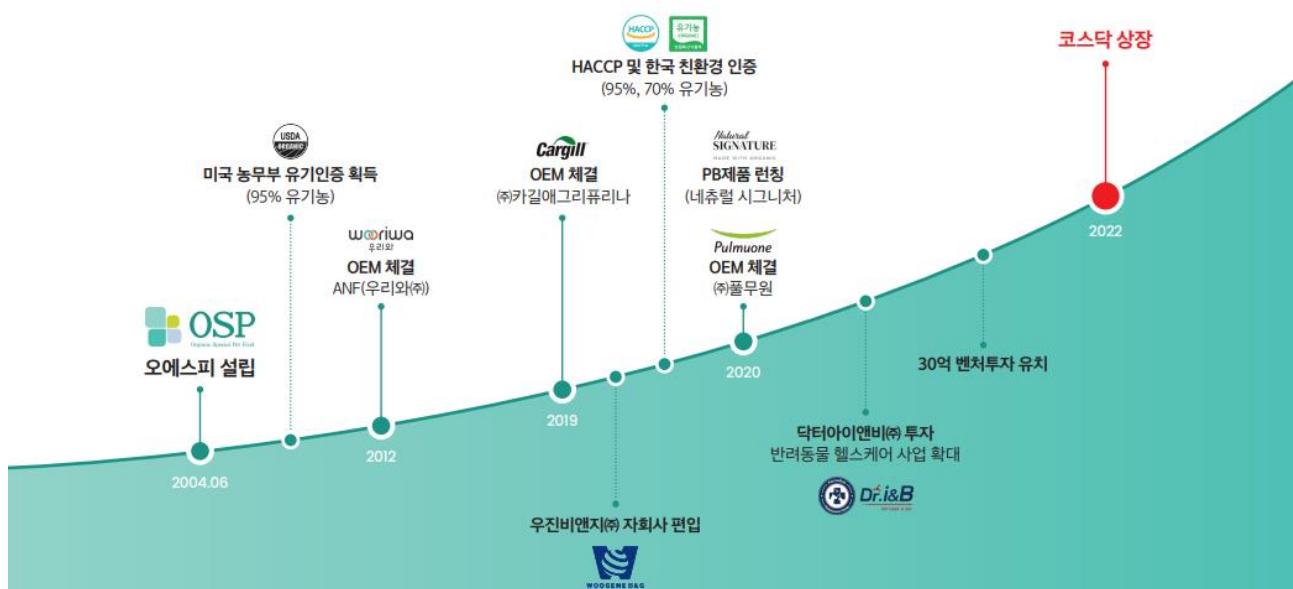
자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

그림2 오에스피 내수·수출 매출액 추이



자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

그림3 오에스피 연혁



자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

핵심 경쟁력: Formulation

펫 푸드 선택 시 소비자 고려요인

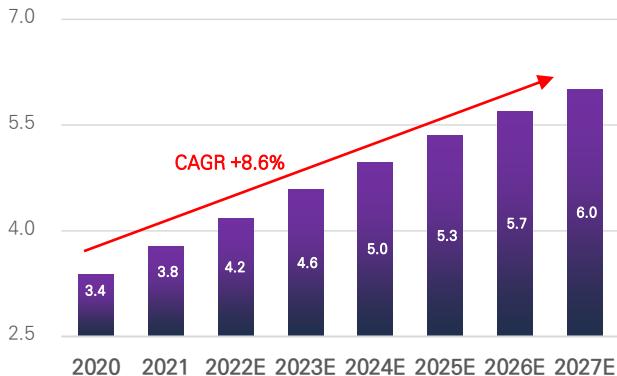
- ① 영양성분(24.0%)
- ② 기호성(17.1%)

오에스피 핵심 경쟁력: 포뮬레이션

- ① 유기농 인증 원료
- ② AAFCO 영양성분 충족
- ③ 천연향미제 SPF와 협력 개발

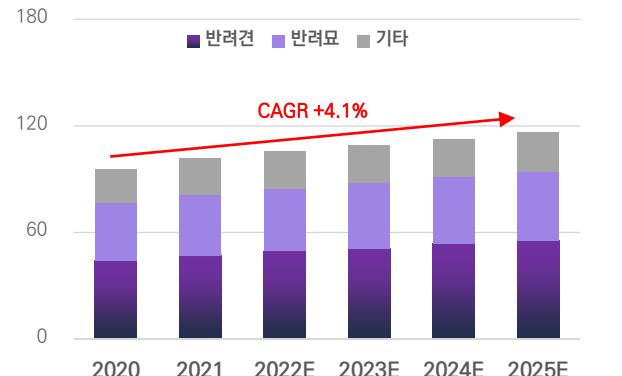
2021년 KB금융지주 경영연구소의 반려동물 보고서에 따르면 펫 푸드 선택 시 소비자의 1순위 고려요인은 영양성분(24%), 2순위는 반려동물 기호성(17.1%)으로 분석됐다. 동사는 1,2순위의 고려요인을 모두 만족시키는 Formulation(영양성분과 기호성을 동시에 만족시키는 기술) 기술력을 확보한 상태다. 모든 제품이 AAFCO(Association of American Feed Control Officials) 영양조건을 충족하며 펫 푸드만으로 모든 영양소 공급이 가능하다. 또한 착색제, 합성 향미제, 유전자 변형물질 등 화학보존제가 들어가지 않은 유기농 원료로 제품을 제조한다. 이 인증을 취득하기 위해서는 유기농 원산지 재배업자, 유통업자, 제조업자 모두 인증을 받아야 한다. 특히 제조소에서 품질규격에 맞는 인증을 받아야 하는데 70% 이상의 유기곡물을 사용해 제품을 제조해야 한다. 동사는 모든 조건을 갖춰 USDA-NOP(美 농무부 국가 유기 인증 프로그램) 인증과 국내 친환경 인증을 받았다. 반려동물은 처음 접하는 사료에 후각이 먼저 반응하고 미각으로 섭식을 결정한다. 동사는 사료제조업 시작단계에서 펫 푸드 기호성증진제(천연향미제) 부문 글로벌 선도 업체 SPF(Specialties Pet Food, 프랑스 기호성증진제 제조사)와 공동개발을 진행해 기호성이 뛰어난 천연향미제를 개발, 모든 제품에 사용하고 있다. 화학보존제가 들어가지 않은 원료로 제조한 제품은 약 1년 6개월의 유통기한을 유지하고 있다. 이러한 경쟁력을 통해 2021년 동사 제품 'ANF 6 Free'의 9개월 재구매율은 96%를 기록했다. 개화하는 프리미엄 펫 푸드 시장에서의 동사의 성장을 전망한다.

그림4 국내 반려동물 연관 산업규모 전망



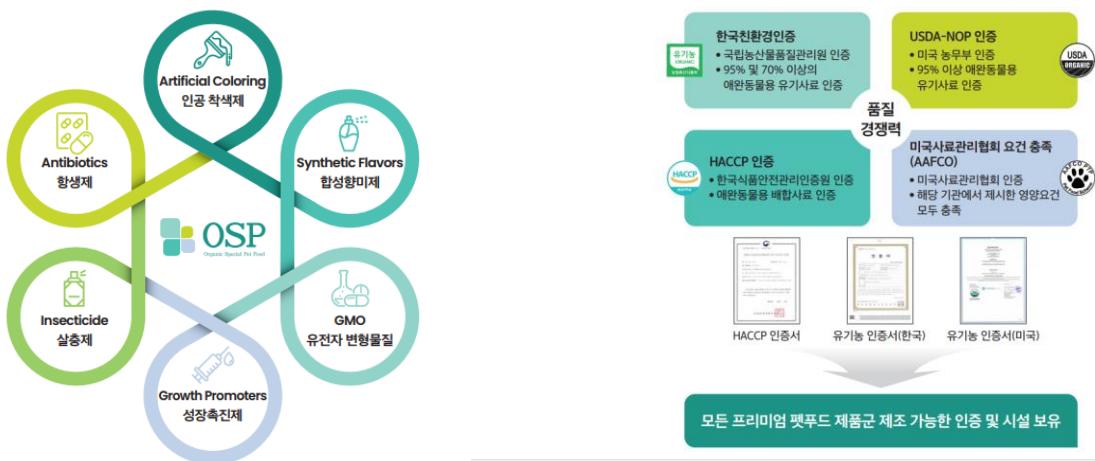
자료: 농림축산식품부, 벨류파인더

그림5 글로벌 펫 푸드 시장 전망



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림6 오에스피 품질 경쟁력 및 인증 현황



자료: 오에스피 IR, 벨류파인더

| 제품 포트폴리오 다각화로 반려묘, 습식 사료 시장 진입

반려묘, 습식사료 시장 성장 주목

하림펫푸드: 습식 설비 증설 전망

동원F&B: 반려묘용 습식 캔 누적 판매
량 6억 캔

바우와우코리아 인수통한

펫 푸드 전 제품 공급 가능

① Indigo에 반려묘 제품 확보

② 소형 및 노령견 타겟 습식사료

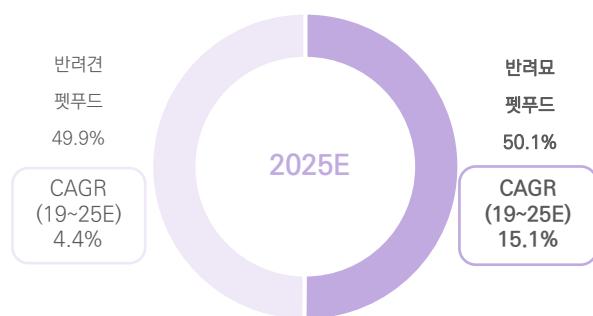
신제품 올해 출시 예정

(제중조절&관절건강 관련 기능성 사료)

반려묘, 습식 사료 시장 진입에 따른 실적 성장을 전망한다. 펫 푸드 중에서 반려묘 시장과 습식사료 시장은 성장세가 가파른 상황이다. 산업자료에 따르면 2025년에는 반려묘 시장이 반려견 시장을 앞설 것으로 전망하고 있다. 습식사료의 경우 건식사료에 비해 부드럽기 때문에 노령견 및 소형견에 적합하며 건식사료 대비 상대적으로 낮은 칼로리를 섭취해도 포만감을 느끼기 때문에 체중 감량에도 유리하다. 하림펫푸드는 프리미엄 펫 푸드 매출 증가 영향으로 2022년 매출액 366억 원(+28%, YoY), 영업이익 19억 원(+237%, YoY)의 실적 성장을 달성했다. 동사는 ODM 공급하는 동원F&B(049770, KQ)는 ‘뉴트리플랜’ 펫 푸드 브랜드 매출액은 지난 해 400억 원을 기록했다. 2021년 매출액 300억 원 대비 약 100억 원이 증가했으며 동원F&B의 반려묘용 습식캔은 출시 이후 약 6억 캔 이상 팔리며 일본·홍콩·베트남·말레이시아·러시아 등으로 수출이 이뤄지고 있다.

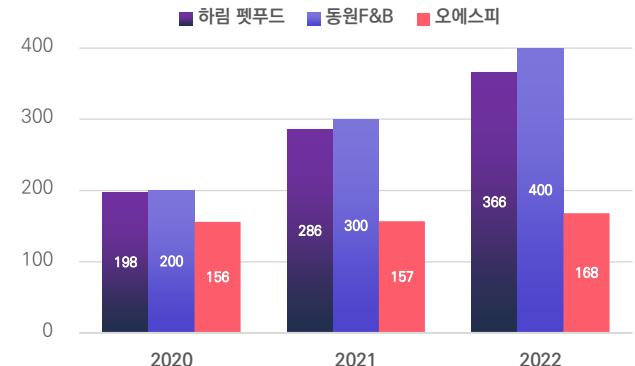
동사 논산 공장에서는 건식 열풍건조를 통한 ‘건식사료’를 제조하며, 바우와우코리아는 부산 공장에서 ‘오븐 건조 방식의 건식사료와 반습식 사료 및 간식’을 전문적으로 제조한다. 사실상 모든 분야의 펫 푸드 제품 공급이 가능한 것이다. 기존 PB제품 ‘Indigo’는 반려묘를 위한 제품을 확보하고 있고, 추가로 어린 반려견 퍼피용 제품, 프리미엄급 고단백 기능성 제품뿐 아니라 반려묘/노령견 등을 타겟으로 한 신제품도 준비하고 있다. 2Q23 내 스트레스 및 체중조절 관련 기능성 사료 제품과 3Q23 내 노령견 및 소형견을 타겟으로 한 관절 건강관련 기능성 사료 제품도 출시할 예정이다.

그림7 2025년 국내 반려견/반려묘 펫 푸드 시장 비중 추정 (단위: %)



자료: 산업자료, 벨류파인더

그림8 국내 펫 푸드 주요 상장사 매출액 추이 (단위: 억원)



자료: 보도자료, 전자공시 DART, 벨류파인더

그림9 오에스피 제품 포트폴리오



자료: 오에스피 IR, 벨류파인더

그림10 2023년 2월 쿠팡에 입점한 오에스피 PB 브랜드 제품



자료: Coupang, 벨류파인더

스프레드 확대에 따른 수익성 개선 전망

스프레드 확대 따른 수익성 개선

- ① 판가인상
- ② PB제품 론칭
- ③ 대리점 구축 → 유통비용 절감

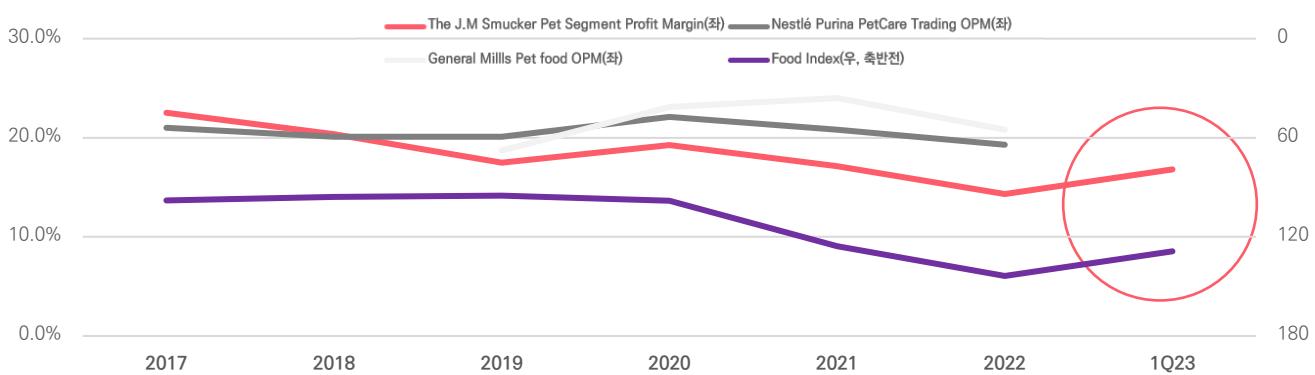
2024E 사상 최대 매출 전망

매출액 558억원(+38.1%, YoY)
영업이익 86억원(+30.3%, YoY)

스프레드 확대에 따른 수익성 개선이 전망된다. 스프레드 개선은 ① 10~12% 판가 인상 ② 지속적인 PB제품 론칭 ③ 대리점 구축으로 인한 유통비 절감 등에 기인한다. 지난해 곡물가격이 상승했으나 올해 2월 판가로 전이시켜 제품가격 인상을 완료했다. 프리미엄 펫 푸드의 경우 판가전이가 용이한 시장이다. 글로벌 펫 푸드 업체의 마진 추이와 글로벌 Food Index 추이 (그림11 참조)를 보면 1Q23 판가인상 효과를 보이고 있다. 주요 글로벌 펫 푸드 업체인 J.M Smucker의 펫 사업부의 1Q23 영업이익률은 16.8%로 전년대비 2.5% 증가한 수치를 기록했다. 동사는 ODM 공급이 매출비중의 대부분을 차지해 판가인상이 어렵다는 우려가 존재했다. 하지만 자사 PB제품 매출비중이 증가하고 있고 화학첨가제를 사용하지 않으면서 기호성을 갖춘 포뮬레이션 기술력을 확보한 기업이다. 이를 통해 판가전이에 유리한 강점을 갖고 있으며, 실제 동사는 올해 2월까지 10~15% 판가 인상을 완료했다. 또한 PB제품 론칭과 대리점 구축 효과로 인해 판가인상 효과는 더욱 높아지며 유통 비용은 감소할 전망이다. PB제품은 기존 네츄럴시그니처(유기농 사료)와 인디고 바이오뉴트리션(기능성 사료) 제품 외에도 상반기 고단백 사료, 스트레스 및 체중 조절 관련 기능성 사료, 관절 건강 관련 기능성 사료를 출시할 계획이다. 대리점은 이달 내로 구축 완료될 예정이다. 바우와우코리아가 보유한 61개 대리점 중 약 15개에 동사 PB제품이 판매될 예정이다. 기존 ODM 사업 유통구조에서 1개 단계가 생략되기 때문에 판가 인상 효과는 약 80%에 달할 것으로 전망하며, 온라인몰(고객사, 대리점, 소매점 제외)의 경우 판가인상 효과는 300% 이상에 달한다. 온라인몰에서 PB브랜드 판매(제조사→온라인몰→소비자)와 대리점 구축(제조사&대리점→소매점→소비자)을 병행하는 전략은 수익성 개선으로 이어질 것이다. 2024E 매출액 558억원(+38.1%, YoY), 영업이익 86억원(+30.3%, YoY)으로 사상 최대 실적을 전망한다.

그림11 주요 글로벌 펫 푸드업체 Margin 추이 및 글로벌 Food Index(축 반전) 추이

(단위: %)



^{④) pet Segment Profitmargin = 펫 세그먼트 매출액 - 펫 세그먼트 변동비 - 추적가능고정비}

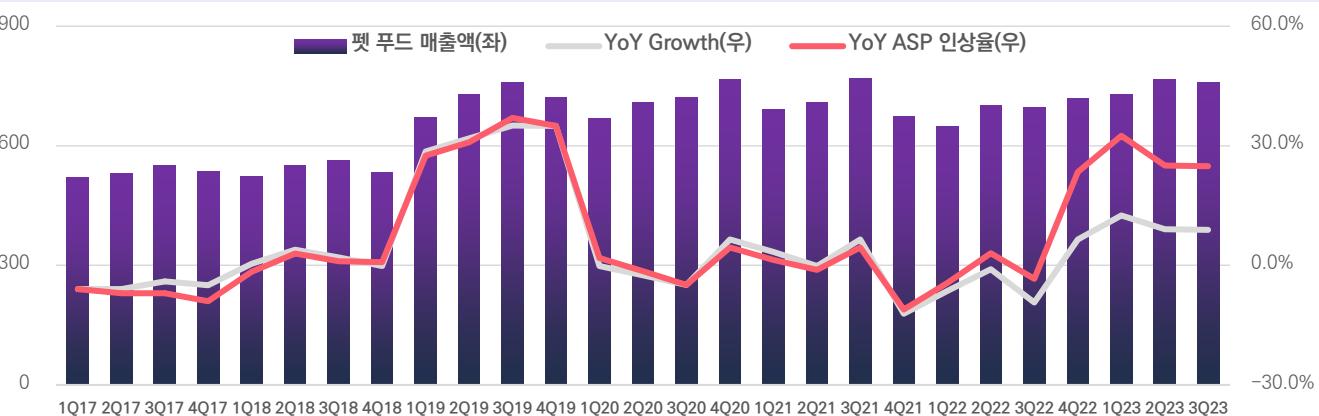
자료: Food and Agriculture Organization of the UN, SEC.gov, The J.M Smucker, 벌류파인더

^{⑤) Food index는 육류, 유제품, 시리얼, 설탕, 식물성 기름 등의 Commodity Group의 Index 평균치}

^{⑥) Food Index 1Q23은 FAO 1,2,3월 Food Index Data의 평균치를 사용하였음}

^{⑦) SJM, GIS는 1Q23 분기 펫 푸드만의 이익률을 공개하지 않아 제외하였다}

그림12 The J.M. SMUCKER 분기 매출액 및 YoY Growth & ASP 인상을 추이



주) YoY ASP 인상률은 전년동기 대비 Net Price Realization을 의미함

주) The J.M SMUCKER는 6월에 회계연도 4분기 실적을 발표함

자료: The J.M SMUCKER, 벨류파인더

그림13 GIS 온기 펫 푸드 매출액 및 ASP 인상을 추이 (단위: 백만 USD, %)



주) GIS는 General Mills의 Ticker를 의미함

주) GIS는 2018년 블루 버팔로 인수를 통해 펫 푸드 산업에 진출

자료: SEC.gov, 벨류파인더

그림14 Nestle 온기 매출액 및 ASP 인상을 추이 (단위: 백만 CHF, %)



주) 펫푸드 매출액은 Nestle Pure care 매출액을 의미함

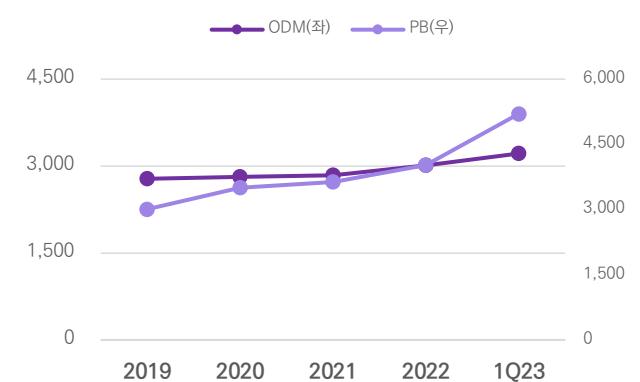
주) Nestle S.A(네슬레) 스위스 모회사 공시자료를 활용하였음

그림15 오에스피 PB제품 매출액, 매출비중 추이 (단위: 억원, %)



자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

그림16 오에스피 제품 판매가격 추이 (단위: 내수, 원/kg)



자료: 전자공시 DART, 벨류파인더

| 글로벌 주요국 진출 가시화

중국:

6월 내 킹후인터넷셔널 지분 투자 예정

미국:

현지 유통업체 퍼스카와 OEM 계약 체결,

8월 라스베이거스 전시회 참가 예정

동사는 올해 글로벌 펫 푸드 주요국인 미국과 중국 공략을 위해 준비중이다. 중국 진출은 킹후 인터네셔널에 6월 지분 투자를 진행할 예정이다. 킹후인터넷셔널에 반제품을 공급하면 킹후 인터네셔널에서 완제품을 판매하는 사업 모델이다. iiMedia Research에 따르면 중국 반려 동물 시장은 2020년 2,953억위안(약 55조원, CNY/KRW 187.6원 기준)에서 2023년 5,928억 위안(약 111조원)에 달할 것으로 전망했다. 펫 푸드 시장이 개화하는 단계에서 주요 경쟁자가 아직 없는 상황으로 추정돼 동사에 기회로 작용할 수 있을 것이라 예상한다.

또한 올해 글로벌 펫 푸드 시장 규모 1위인 미국에도 진출할 예정이다. 2022년 미국 반려견 사료 시장 규모는 314억달러(+6.3%, YoY) 수준이며, 연평균 5.4% 성장해 2027년 406억 달러에 달할 전망이다. 동사는 헬스케어 제품 유통사업을 영위하는 퍼스카와 직접 판매 계약을 체결했다. 퍼스카는 건강기능식품과 화장품 제조 및 유통사업을 영위하는 기업으로 펫 푸드 시장 진입을 준비하고 있으며 현재 설비에 약 500억원 투자한 상태다. 퍼스카에 OEM 공급 방식으로 공급하지만 향후 퍼스카의 유통사를 이용할 경우 자사 제품 또한 공급 가능할 것으로 전망한다. 퍼스카와 계약 체결한 배경으로는 반려동물 관련 모든 제품을 경쟁사 대비 낮은 가격에 좋은 품질로 공급 가능하다는 점이 강점으로 적용됐다. 초기에는 바우와우코리아의 껌류 제품부터 공급될 예정이며 향후 다양한 간식으로 점차 판매 제품을 확대할 것으로 예상한다. 판가 또한 기존 ODM 공급가격 대비 50~80% 높아 수익성 개선도 가능할 것으로 전망한다. 동사는 퍼스카와 올해 8월 美 라스베이거스 애완동물용품 전시회에 참가해 제품을 홍보할 예정이다.

표1 오에스피 해외 진출 현황 및 계획

구분	내용
홍콩	현지 판매 진행 중
베트남	현지 판매 진행 중
태국	2022년 3월 공급계약 완료, 2023년 1월 첫 수주(세계 4위 수출국, 시장규모 1조원)
말레이시아	동남아시아 종합쇼핑몰 소핑몰 통해 판매
대만	현지 업자 발굴 진행 중
싱가폴	동남아시아 종합쇼핑몰 소핑몰 통해 판매
필리핀	동남아시아 종합쇼핑몰 소핑몰 통해 판매
인도네시아	현지 업자 발굴 진행 중
중국	중국 킹후인터넷셔널에 6월 내 지분 투자 예상
미국	아마존 등록을 위해 제품 품질 평가 진행 중, 퍼스카 통한 하반기 미국 진출 예상
칠레	2022년 3월 공급계약 완료
러시아	1H23 내 수출 목표

| 투자의견 Buy 유지, 목표주가 13,900원 제시

투자의견 Buy(유지)

목표주가 13,900원 제시

상승여력 +107.2%

오에스피에 대한 투자의견을 Buy로 유지하며, 목표주가는 13,900원을 제시한다. 목표주가 13,900원은 2024E EPS 760원에 Peer Group Target PER 18.3배를 적용했다. 향후 반려견, 반려묘 양육 가구가 증가하고, 관련 시장규모가 점차 성장하고 있다는 측면에서 필수 소비재 산업으로 분류돼도 무방하다고 판단한다. 국내 동종 기업으로는 대주산업(펫푸드 생산), 이글벳(펫푸드 생산)과 필수소비재 업종 흥국에프엔비를 선정했고 글로벌 업체로는 J.M. Smucker(SJM, 뉴욕 거래소 상장, 2023.5.30 기준 시가총액 21.5조원, Trailing PER 22.9배)를 포함해 총 4곳의 기업을 피어그룹으로 분류했다.

동사는 PB브랜드 론칭, 대리점 구축, 바우와우코리아 인수 통한 외형성장 및 해외진출 본격화 등에 따라 P와 Q가 모두 증가하고 있는 상황이지만 실적은 아직 가시화되지 않은 상황이다. 이에 Target PER는 보수적으로 15% 할인율을 적용(4개 기업 평균 PER 21.55배)해 Target PER 18배를 적용(Trailing PER을 적용한 이유는 2023년 실적이 아직 발표되지 않았고, 내년도 컨센서스가 부재한 기업이 존재하기 때문)했다. 2024E 동사 EPS 760원에 Target PER 18.3배 적용한 동사의 목표주가는 13,900원이며, 전일 종가대비 상승여력은 107.2%다.

마지막으로 오버행 이슈([지난해 10월 상장](#))를 살펴보면, 상장 당시 최대주주 등(44.48%)의 보호예수기간은 2년 6개월(42.61%), 6개월(1.87%)이다. 최대주주 외 물량은 벤처금융 1개월(18.78%), 기타보호예수 6개월(0.02%), 주관사 의무인수분 3개월(0.66%)이다. 즉 현재 남은 오버행 물량은 6개월(1.87% & 0.02%) 물량 뿐이다. 보호예수기간은 지났지만 현재 파악된 벤처금융의 물량은 약 16.04%로 아주IB투자(5.75%), 어니스트벤처스(3%), 한국투자파트너스(2.30%), 하나벤처스(4.99%)다. 하나벤처스는 이달 13일 보유비율 6.85%에서 4.99%로, 아주IB투자는 4월 10일 보유비율 6.85%에서 5.75%로 지분 변동사항을 공시했다.

표2 오에스피 Peer Table

(단위: 억원, 배, %)

기업명	J.M. Smucker	오에스피	대주산업	이글벳	흥국에프엔비
영위사업	펫푸드 사업				음식료 사업
Trailing P/E	22.88	-	21.14	27.28	15.90
시가총액	162억\$(21.5조원)	627	796	727	1,196
2021년 매출액	8,002,700 (단위 : thousands \$)	157	843	404	715
2021년 영업이익	1,411,300 (단위 : thousands \$)	28	27	42	67
2022년 매출액	7,998,900 (단위 : thousands \$)	168	992	435	973
2022년 영업이익	1,182,200 (단위 : thousands \$)	11	55	36	105

자료:Morningstar, 전자공시 DART, 밸류파인더

그림17 오에스피 ODM 경쟁력 및 주요 고객사



자료: 오에스피 IR, 벨류파인더

그림18 바우와우코리아 매출액·OPM 추이 및 전망 (단위: 억원, %)



자료: 오에스피 IR, 벨류파인더

그림19 바우와우코리아 자사제품 매출액·매출비중 추이 (단위: 억원, %)



자료: 오에스피 IR, 벨류파인더

그림20 오에스피 논산공장 탐방



자료: 벨류파인더

그림21 바우와우코리아 부산공장 탐방



자료: 벨류파인더

Compliance Notice

- 작성자(이충현, 서지혁)는 본 조사분석자료에 게재된 내용들이 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간접없이 신의성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 동 자료 종목의 경우, 금융투자분석사인 작성자 이충현, 서지혁은 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료는 개인투자자의 증권투자를 돋기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다.
- 본 조사자료의 자적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 개인투자자의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

[투자의견 (변동)내역]

일시	2023.05.31	2023.03.08
투자의견	Buy(유지)	Buy(신규)
목표가격	13,900원	13,500원

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대 수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대 수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[증권사별 보고서 발간 횟수]

기준일: 2023년 05월 30일

연도	증권사 커버리지				
	2019	2020	2021	2022	2023
발간 횟수	-	-	-	4	4
발간 증권사	-	-	-	이베스트, KB증권 등	키움, KB증권, 상상인