

식품·의료·AI산업까지 확장...몸집 커지는 '펫 시장'

펫코노미 시대

〈1〉소비 주역 된 반려동물

한 명의 아이를 낳아 키우듯 반려동물을 가족의 일원으로 여기는 반려인들이 증가하면서 관련 서비스와 제품 수요가 확대되고 있다. 다양한 분야에서 성장세가 뚜렷한 펫 산업의 현황과 미래를 시리즈로 살펴본다. <편집자주>

2012년 364만→2022년 602만 양육 가구 '경증'
2032년 펫 산업 규모 21조2천억까지 성장 전망
헬스케어·푸드 등 건강·수명산업으로 확대 추세

국민 소득이 높아지고 저출산·고령화와 1인 가구 증가가 맞물리면서 반려동물을 키우는 가구가 꾸준히 늘고 있다. 특히 반려동물을 가족처럼 여기는 인식이 확산하면서 펫 산업이 호황을 누리고 있다. 반려동물과 관련된 경제 활동을 의미하는 '펫코노미'(Petconomy)가 새로

운 비즈니스 트렌드로 자리잡고 있다. 19일 농림축산식품부에 따르면 2012년 364만 가구였던 반려동물 양육 가구는 10년 만인 2022년 602만 가구로 2배 가까이 늘었다. 반려동물 한 마리당 월평균 양육 비용은 2021년 12만3천300원에서 2022년 15만3천800원으로 3만 원 가량 증가했



다. 이는 반려동물 관련 산업 시장의 성장을 보여주는 지표로 해석된다. 국내 반려동물 관련 산업 시장 규모는 2022년 8조6천억 원을 기록했고 2032년에는 21조2천억 원으로 연평균 9.5%의 성장세를 보일 것으로 예상된다. 반려동물 산업은 펫 푸드(Pet food), 펫 헬스케어(Pet healthcare), 펫 서비스(Pet service), 펫 테크(Pet tech) 등

반려동물과 반려인의 수요를 겨냥한 다양한 분야로 확장되고 있다. 앞서 정부는 지난해 8월 4개 분야를 반려동물 관련 4대 주력 산업으로 선정하고 맞춤형 육성 전략을 발표한 바 있다. 펫 푸드는 단순한 사료 제조를 넘어 반려동물의 건강과 취향을 고려한 맞춤형 식사와 간식을 제공하는 산업으로 발전하고 있다. 수제, 유기농, 비건(Vegan)

등 선택의 폭도 넓어졌으며 반려동물 전용 영양제도 꾸준히 출시되고 있다. 펫 헬스케어는 반려동물의 건강과 복지 향상을 위한 제품이나 서비스를 제공하는 산업으로 예방접종, 정기검진 등 의료서비스와 펫보험이 대표적이다. 코로나19 발생 전후 시기인 2019-2020년 국내 반려동물 양육 규모가 크게 증가하지 않았음에도 관련 산업은 15.5% 성장했다. 펫 서비스는 반려동물 위탁, 교육, 장묘 시설 관련 산업으로 소비자의 요구가 커지면서 성장세가 뚜렷하다. 펫 호텔과 같은 위탁 시설은 장기 여행을 계획하는 반려인들에게 인기를 끌고 있으며, 반려동물 행동 교정을 위한 훈련·교육기관과 장례 서비스 등은 다각화된 펫 산업을 보여주고 있다. 펫 테크 산업은 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI) 기술을 활용해 반려동물 양육을 돕는다. 펫 관련 앱(APP)을 통해 반려동물의 건강과 움직임을 실시간 모니터링할 수 있으며 원격 청소 기능으

로 편리함을 더해준다. 펫 테크 제품은 반려동물의 안전, 건강, 놀이 등 다양한 측면에 기여해 반려동물과 반려인의 삶의 질을 높이는 데 큰 역할을 하고 있다. 앞으로 반려동물 관련 산업은 '펫 휴머니제이션'(Pet Humanization) 현상에 따라 건강·수명 관련 의료 분야와 프리미엄 푸드 등 시장 고급화가 두드러질 것으로 보인다. 실제 하나금융경영연구소의 보고서에 따르면 국내 프리미엄 펫푸드 시장 규모는 2022년 7천800억 원으로 일반 펫푸드 시장(4천500억 원) 보다 큰 규모를 차지하고 있다. 보고서는 반려인들의 반려동물 양육 기준이 높아지면서 좋은 품질을 제공하는 프리미엄 상품·서비스에 대한 수요 증가와 고급화가 이뤄질 것으로 예측했다. 또한 펫헬스케어 시장의 성장과 함께 의료비 경감을 위한 펫보험 상품 역시 다양하게 개발될 것으로 내다봤다. ▶2면에 계속 /정은솔기자

시즌제 '대인예술시장' 20만명 찾았다

콘텐츠·예술 접목 5-11월 12차례 야시장 운영
작가 레지던시·한평갤러리 등 예술형 시장 각광

광주를 대표하는 야시장인 대인예술시장에 올해 20만명이 다녀간 것으로 집계됐다. 특히 시즌제 운영을 통해 각 시즌마다 특색있는 콘텐츠를 선보이며 야시장에 색깔을 입혔다는 평가다. 19일 광주시에 따르면 지난 5월25일부터 11월16일까지 총 12차례에 걸쳐 시즌 1-4로 운영된 대인예술시장에 총 20만명이 다녀간 것으로 나타났다.

대인예술시장은 문화체육관광부와 광주시가 추진하고 있는 '아시아 문화예술 거점 활성화 프로그램'의 하나다. 전통시장에 문화를 접목, 광주 원도심과 대인시장의 유동인구 증대를 통해 전통시장 활성화를 물론, 지역 예술가를 지원하는 문화예술콘텐츠 사업이다. 대인예술시장은 전국 대표 '예술관광형 시장' 사업으로 남도달밤야시장, 지역 작가 레지던시 지원, 한평갤러리 등 다양한 프로그램을 선보였다. 특히 올해는 지난 5월부터 11월까지 12차례 시즌제로 운영됐다. 시즌마다 한국형 호러체험, Y2K 레트로, 한가위 전통놀이 등 특색있는 콘텐츠로 매회 1만5천명이 넘는 방문객을 끌어 들였다.

전통시장만의 추억 먹거리와 버스킹 공연, 가족 방문객을 위한 도예체험, 보드게임존 등 다양한 체험 프로그램이 인기를 모았다. 또한 10명의 지역 작가들에게 창작공간과 창작 활동을 지원한 레지던시 지원 사업도 성과로 이어졌다. 레지던시 작가와 최근 각광받는 젊은 작가들의 작품을 만날 수 있는 '한평갤러리'는 체험형 아트 전시회 '인사이드 갤러리', 레지던시 작가전 '휴, 생명을 품다', 지엔(GN) 스튜디오 '피규어전', 드로잉 작가 시연의 '리리랜드, 4번째 이야기', 정상윤 작가의 '주관적 흔적선' 등 무료 전시회를 총 7차례 열어 '예술형 시장'으로서의 면모를 보였다. 특히 10월과 11월 전시에 참여한 시연 작가와 정상윤 작가는 남도달밤야시장 현장에서 드로잉 라이브를 선보여 야시장 찾은 시민들의 이목을 집중시켰다.



북적이는 대인예술시장 다양한 프로그램을 통해 먹거리·즐거거리·불거리를 제공했던 광주 동구 대인예술시장이 올해 20만명이 다녀갈 정도로 최고의 인기를 끌었다. 사진은 대인예술시장의 남도달밤야시장 프로그램 공연 모습. /광주매일신문 DB

2023년 문화체육관광부의 지역 문화 매력 '로컬 100선'에 선정된 대인예술시장은 시즌3에 해외 관광객을 대상으로 '전통시장 투어 도슨트'를 무료 운영하

기도 했다. 또 광주비엔날레와 야시장을 결합한 상품을 국내 여행 플랫폼에서 선보여 지역 내 문화행사 간 협업과 공동 마케팅의 새로운 모델로 자리잡았다.

김성배 문화체육실장은 "내년에는 광주를 넘어 전국을 대표하는 관광지로 성장하는 대인예술시장이 되도록 최선을 다하겠다"고 말했다. /박성강기자

Today

좁아진 통로...학생들 안전위협 6면
예술을 선물합니다...이철규 작가 14면
'V13' 가는 길 '테스형' 동행할까 16면

고향사랑 기부하고 전라남도 쌀 받아주세요~

2만원 상당 전남 쌀 추가 증정

10만원 기부시 100% 세액공제
기부금 30% 답례품

기간
2024. 11. 1. (금) ~ 11. 30. (토)

추가답례품
2만원 상당 전남 쌀 (무작위 발송)

참여 방법
전라남도 도청에
① 10만원 이상 기부
② 답례품 주문
③ 답례품 후기 작성

후기작성방법 ilovegohyang.go.kr
고향사랑e음 로그인 ▶ 마이페이지 ▶ 주문조회 ▶ 구매확정 ▶ 후기작성

당첨자 발표
1 차 2024. 11. 15. (금) 개별문자 알림
2 차 2024. 12. 13. (금) 개별문자 알림

문의
전라남도 고향사랑과 ☎ 061-286-7782~5