

반려동물 고령화가 사회적 이슈가 된다면?!

Vol.9



지난 호에 이어 반려동물에 관해 더 이어가 보려 합니다. '펫코노미(petconomy)'라는 신조어가 생성될 정도로 반려동물 연관산업은 괄목할만한 성장을 거듭하는 블루오션 중 하나입니다. '동물복지'는 탄생한 지 얼마 되지 않았지만 작금의 트렌드를 반영한 단어임에 틀림없습니다. 또 하나 눈여겨 볼 것은 반려동물의 고령화입니다. 나이가 든다는 것은 늙는 것이 아니라 익어 가는 것이란 노래 가사말처럼만 일상을 지낼 수 있다면 얼마나 좋겠습니까? 모든 생명체는 태어나고 절정기에 도달했다가 기능이 쇠약해지면서 노년기를 맞이합니다. 일반적으로 노년기가 되면 가족이나 사회로부터 다양한 돌봄이 시작되는 시기이기도 합니다. 반려동물도 비슷합니다. 반려동물 대표주자는 개, 고양이 순입니다. 오늘 칼럼에서는 노견(老犬) 관련 주목할 만한 몇 가지 산업을 살펴보면서 향후 반려동물 연관산업이 어떻게 변화할 지에 대해 주목해 보려 합니다.

개의 평균수명은 한 마디로 단정하기는 어렵지만 일반적으로 10년에서 13년 정도로 보고 있습니다. 개는 사람과 달리 종류도 많고 체격에서도 큰 차이가 있을 뿐 아니라, 생활 환경에 따라 건강상태가 달라 평균수명에서도 차이가 있는 것이 현실입니다. 우리나라가 반려견이 활성화된 것은 2000년 이후로 보는 것이 타당할 것입니다. 그렇게 본다면 1세대 반려견은 노견의 반열에 접어들었거나 이미 지나갔을 수도 있습니다. 노견(老犬)은 사람만큼이나 손이 많이 가고 보살핌이 필요한 대상입니다. 🐾



老犬

'반려동물요양원'을 아시나요?!



요양원은 거동이 불편하거나 치매를 앓는 나이 드신 분들이 머무는 곳으로, 사회복지사나 간호사의 도움을 받아 일상을 보내는 곳입니다. 체력적으로 정신적으로 허약할 때 찾는 곳이 요양원입니다. 2030세대에게 부모가 나이 들어 몸이 불편하면 어떻게 하겠느냐는 질문을 했습니다. 요양원과 같은 의료시설에 위탁하겠다는 답이 68.3%였습니다. 10명 중 7명이 요양원을 활용하겠다는 것처럼, 요양원은 육체적이나 정신적으로 허약한 어르신 대명사가 될 정도로 이미 익숙할 뿐 아니라, 도시에서 조금만 벗어나면 요양원 간판을 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 친숙합니다. 확산일로에 있는 요양원은 다른 국가에서 찾아볼 수 없을 만큼 빠르게 고령화되어 가고 있는 우리나라 현실을 반영한 것이라 볼 수 있습니다. 다만, 사람이 이용하는 요양원과 달리 '반려동물요양원'이라는 생경한 단어가 최근 일본 초고령사회를 소개하는 기사에 언급된 적이 있습니다.

우리나라보다 고령지수에 있어 약 10여년 앞선 일본에서는 '반려동물요양원'이 전국에 약 200여개가 운영 중에 있습니다. 아직 많은 사람들 사이에서 회자될 정도의 유명세는 아니지만 우리나라에도 있습니다. 인터넷에 '반려동물요양원'이라고 검색하면 우리나라에도 운영되고 있는 곳을 쉽게 찾을 수 있습니다.

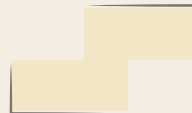
반려동물 케어서비스가 남의 나라만의 이야기가 아닙니다. 노견이 편안하게 쉴 수 있는 숙박시설은 물론 건강관리, 털이나 발톱을 손질하는 그루밍 공간, 미용실, 자유롭게 뛰어 놀 수 있는 공간까지 다양한 시설을 갖춘 '반려동물요양원'이 일본에 이어 우리나라에도 운영 중에 있습니다. 이 공간에서는 수의사가 진행하는 건강검진을 시작으로 맞춤형 식단과 간식, 정기적인 산책과 운동, 놀이까지 다양한 케어서비스를 제공합니다. 사람이 이용하는 요양원과 비교해도 프로그램에 큰 차이를 찾아볼 수 없을 만큼 꼼꼼함과 세밀함을 갖추었습니다.

일본은 이용등급제도를 운영하여 차별화된 서비스를 제공하는 반려동물요양원도 있습니다. 프리미엄급은 더 고급진 VIP급 케어를 받습니다. 사람들이 활용하는 영상통화에서 착안하여 견주와 노견을 온라인에서 대면시켜 주는 '온라인 서비스', 맡겨진 노견의 일상을 한 장의 추억으로 잘 담아 만든 '앨범 제공 서비스', 견주(犬主)의 블로그와 같은 SNS에 정보를 제공하는 등 차별화된 고급진 서비스가 운영되고 있습니다. 아울러, 일정기간만 입소하고 견주가 데려가는 경우도 있지만, 장기간 요양원에 위탁 보호받을 수도 있습니다. 아직은 다소 가격이 비싼 것이 부담스럽다는 평가가 뒤따르는 것이 넘어야 할 hurdle이기도 합니다.

반려동물요양원은 사람과 크게 다르지 않습니다. 의료 전문가들이 초고령사회로 접어들면서 가장 무섭게 쫓고 있는 것이 치매 증상입니다. 치매는 병명이 아니라 현상입니다. 치매가 발생하면 24시간 보호자가 곁에 함께 있어야 합니다. 언제 어떤 상황이 전개될지 모르기 때문에 24시간 밀착 보호가 필요한데, 반려동물도 마찬가지입니다.



반려동물도 치매 증상이 발생할 수 있으며, 귀소본능이 상실되는 것처럼 사람과 유사한 현상을 보입니다. 그러하기에 사람과 비슷한 수준의 간병 서비스가 요구되는 것이 현실입니다. 손이 많이 갈 뿐 아니라, 시간을 많이 투자해야 하는 인내와 고통의 시간이 지속될 수밖에 없기에 반려동물 선진국 일본에서 '반려동물요양원'이 200여개가 성업하는 이유를 짐작하게 됩니다. 특히 견주 또한 고령자라면 자신 케어도 버거운데 노견까지 챙겨야 한다면 심리적으로나 육체적으로 부담감으로 다가올 수밖에 없을 겁니다. '반려동물요양원'이외에도 보호자 부담감을 경감시켜 주는 제도로 '반려동물 방문케어서비스'가 있습니다. 🐾



'반려동물 방문케어서비스'

등장



사회가 고령화되면서 어르신 관련 복지제도는 씨줄과 날줄이 촘촘하게 엮인 그물망처럼 잘 되어 있습니다. 요양원뿐 아니라 매일 일정 장소로 왕래하는 방식의 '주간보호센터'도 있고, 집으로 방문하여 케어서비스를 제공하는 '재가방문' 제도도 있습니다. '재가방문서비스'는 정신적으로나 신체적으로 독립적 일상생활이 곤란한 어르신이나 부양가정을 대상으로 안정된 생활이 이뤄질 수 있도록 가정을 방문하여 제한적이지만 서비스를 제공합니다. 재가방문서비스의 장점은 의료시설에 입소하는 것이 아니라 살고 있는 집에서 케어 서비스를 받을 수 있어서 선호도가 높습니다. 일본에서는 사람과 유사한 수준의 반려동물용 재가방문서비스가 운용되고 있습니다.

일본의 반려동물은 어르신의 벗입니다. 오랜 시간 반려동물과 함께 생활해 오면서 가족이 아닌 가족으로 여기게 되어 일상에서 분리해서 생각한다는 것은 정말 힘들어졌습니다. 문제는 나이 드신 견주가 고령화된 반려동물을 예전처럼 일일이 케어한다는 것이 말처럼 쉽지 않다는 것입니다. 정기적으로 목욕을 시키는 일만 하더라도 힘에 부칠 수 있습니다. 자신도 일정하게 샤워하는 것이 버거워 하루 거르는 것이 다반사일텐데 노견을 일일이 목욕시키고 털과 발톱을 다듬는다는 것은 힘에 부치는 일일 수밖에 없습니다. 그렇다고 반려동물요양원에 입소시키면 노견에게는 도움이 될 수도 있겠지만, 가족처럼 지냈던 반려동물을 위탁시설에 맡긴 이후 어르신께서는 또다시 혼자 지내면서 외로움과의 지리한 싸움이 시작될 것입니다. 비록 반려동물이 나이가 들어 다양한 케어서비스가 필요한 상황이지만 위탁시설이 아니라, 현재 거주하는 공간에서 함께 거주하면서 보살핌을 받고 싶은 것이 견주의 솔직한 심정일 것입니다.

반려동물과 함께 지내고 싶은 욕구와 예전과 같이 건강지킴이로서 최선을 다하고 싶은 견주의 심리적 바램으로 탄생한 것이 '반려동물 방문케어서비스'입니다. 이 서비스를 이용하는 사람은 나이 드신 견주, '노노부양(老老扶養)'으로 노견을 빈집에 홀로 남겨 둔 견주, 낮 시간에 경제 활동을 이어가는 1인 노인가구 등입니다. 방문케어는 세심함과 꼼꼼함이 필요한 서비스입니다. 빈집에 홀로 남겨진 노견을 상대로 방문한다는 점에서 보안뿐 아니라, 동물간호사의 안전에도 각별한 관심이 필요합니다. 일본은 빈집 방문이라는 점에 착안하여 동물보호사는 100% 여성만 파견합니다. 또한, 서비스가 제대로 이뤄졌는지에 대한 견주의 궁금증을 해소시키기 위해, 영상으로 서비스 과정과 내용을 촬영하여 견주에게 송출함으로써 서비스 내용을 확인시켜 주는 방법도 이용하고 있습니다. 방문케어는 일회성이 아니라 주기적으로 반복될 수 있다는 점에서, 사업의 성패는 견주가 무엇을 요구할 것인지, 무엇이 궁금한지 등 세심한 배려에 달려 있다고 해도 과언이 아닙니다. 방문케어서비스는 '재가방문요양서비스'와 비교한다면 아직 확장성이 크다고 볼 수 있습니다. 레드오션이 아닌 블루오션으로 잠재적 성장성을 가늠해 볼 수 있습니다. 🐾



'펫코노미(petconomy)'는 개척해야 할 영역 중 하나



단순히 가축으로 분류되었던 개와 고양이가 사람 곁에 머무는 반려동물로 자리매김하면서 용품의 고급화와 다양화가 가속화되고 있습니다. 반려동물 관련 용품 광고가 TV뿐 아니라 아파트 엘리베이터 광고판에서도 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 대중화가 되었습니다. '멍멍이(2023년)', '도그데이즈(2024)'와 같은 반려동물을 주인공으로 한 국산영화도 최근에 출시되었고, TV 정기프로그램도 운영중에 있습니다. 이와 같은 현상은 반려동물이 일상에 깊숙이 자리매김하고 있다는 방증이기도 할 뿐 아니라, '펫휴머니제이션(Pet-Humanization)'을 기반을 한 '펫코모니'가 신산업으로 성장 가능성을 엿볼 수 있는 대목이기도 합니다. 8조 원 수준의 반려동물 연관산업은 4차 산업혁명의 디지털을 만나면서 더 빠르게 성장할 것으로 예상되며, 활용 영역은 지금보다 훨씬 더 넓어지리라 예측됩니다. 농림축산식품부가 펫푸드와 펫헬스케어 등 4대 부문을 국가전략산업으로 선정한 것만 보더라도 말입니다.

국가전략산업 4대 부문
-농림축산식품부2023

펫테크
PET TECH

펫푸드
PET FOOD

펫헬스케어
PET HEALTH-
CARE

펫서비스
PET SERVICE

‘반려동물요양권’과 ‘방문케어서비스’만 보더라도 반려동물과 사람은 유사한 부분이 많이 있다는 것을 알 수 있으며, 생활영역의 상당 부분이 겹칠 수 있다는 것도 깨닫게 됩니다. 동고동락한 노견을 나 몰라라 하고 내팽개칠 수 없어 살뜰히 보살피는 견주의 마음에서 시장을 바라본다면 새로운 콘텐츠 개발은 가능하리라 봅니다. 더군다나, 대부분 견주는 베이비부머 세대 이상으로 경제적 여유를 가진 분들입니다. 떨어져 지내는 자녀의 자리를 묵묵히 대신하고, 반가움과 친밀함으로 웃음을 선사해 주는 반려동물에게 뭔가 하나라도 더 주려는 마음에서 불편한 점, 불안과 불안이 무엇인지 헤아린다면 충분히 승산 있는 시장이라고 봅니다.

반려동물 선진국이라 불리는 일본의 반려동물 시장규모는 매년 꾸준히 증가하고 있습니다. 야노경제연구소의 발표(반려동물 관련 일본 전체시장의 규모 추이와 예측)에 따르면 2019년에 1조 5,705억엔이었으며, 2020년도는 1조 6,242억엔(전년대비 3.46% 증가) 규모로, 빠르게 성장하는 우리나라도 앞으로 성장할 수 있는 여력이 꽤 넓다는 것을 알 수 있습니다. 🐾



반려동물은 우리의 벗이자 동반관계로 급성장



이제는 사람으로부터 반려동물을 떼려야 뗄 수 없는 공생관계가 되었습니다.

인천국제공항공사는 매년 증가하는 반려견 동반 여행을 위해 인천국제공항에

「애견 호텔링 위탁서비스와 펫가든」을 2024년 3월 21일 오픈했습니다.

올가을에는 '인천국제공항 애견 라운지'도 개장할 예정이라고 발표하였습니다.

애견 라운지는 호텔링 위탁서비스 카운터와 반려견 동반 여객전용 무료 편의공간으로 운영될 예정이라는 것이 인천국제공항공사의 설명입니다. 반려동물 친화적 서비스는 그 끝이 어디인지 가늠하기 어려울 만큼 빠르게 확산되고 있습니다. 아울러, 반려동물 관련 새로운 직업도 창직되는 등 그 어느 산업 분야보다 발전속도가 가파른 증가세를 보이고 있어 새로운 비즈니스로 충분한 가치가 있을 것으로 보입니다.

반려동물 케어서비스는 사람과 동일한 잣대로 바라본다면 앞으로 성장세는 '맑음'입니다. 어르신들의 신체적 정신적 불편함을 케어하는 서비스는 노견에도 적용할 수 있다는 사실에 주목해 보시면 어떨까요? 반려동물은 우리가 알고 있는 단순한 동물에서 정신적으로 가족 범주에 자리매김한 지 꽤 시간이 흘렀다는 점도 간과해서는 안 될 착안점이기도 합니다. 🐾



박창동

KMA 시니어랩 전문위원
(인적자원개발학 박사)

KMA 시니어랩

초고령시대를 앞둔 우리나라의 시니어 대상 경력개발사업, 시니어 대상 정책 및 비즈니스를 개척하려는 조직을 위한 사업을 진행하고 있으며, 관련 리포트를 정기적으로 발행합니다.