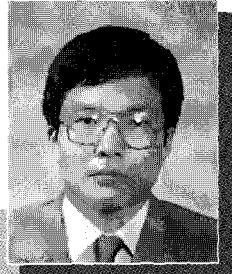


# 애완동물 식품업계의 현황과 수의사 역할



김 원 철

(주)랄스톤 퓨리나 코리아  
부장, 수의사

## 1. 애완동물 식품 시장 배경

수의학과 관련된 분야가 매우 다양함은 수의학을 바탕으로 진출할 수 있는 진로가 매우 넓고 선택의 기회가 매우 큼을 뜻합니다. 특히 현대 사회로 갈수록 반려동물(애완동물)의 중요성이 커져서 애완동물 식품 업계에서의 수의사의 역할은 절대적이라 할 만큼 그 역량이 크고 넓습니다.

일반 가축 사료업계에서는 많은 수의사들이 활동을 하고 있으며 일부 대기업에서는 상당히 높은 지위에서 활동을 하고 있습니다. 그러나 현재 축산업의 불안정한 성장으로 많은 수의사들이 현재의 업무에서 다양한 업무, 예를 들면 수의 임상 서비스 외에 가축 영양을 토대로 한 사료 기술 업무, 판매, 생산, 제품 마케팅 등의 다양한 업무로의 확대를 꾀하고 있으며 특히 각 사료 회사에서 추진하고 있는 신규 사업에로의 참여는 수의사들의 역량을 유감없이 발휘하고 있습니다.

한편 애완동물 분야에서는, 식생활의 변화와 사료 사업의 발전으로 개에게는 잔반(음식 찌꺼기)을 먹이던 것이 첨단사료 제조 기술인 익스트루딩 공법이 소개되면서 기존의 원료를 사용한 양견 사료는 더욱 더 향상된 품질을 이룩할 수 있습니다.

특히 사료 회사에서의 양견 사료의 경우 중요성은 날로 중요해지고 있으며 대상이 "개"인 관계로 전문가인 수의사를 필요로 하고 있으며 그러던 중 일반적인 가축 사료의 가공방법으로는 많은 종류의 개의 욕구를 충족할 수 없었고, 양어용 사료 제조 기계인 익스트루딩 기계를 보유하고 있는 사료 회사에서는 적극적인 참여를 해오고 있는 현실입니다.

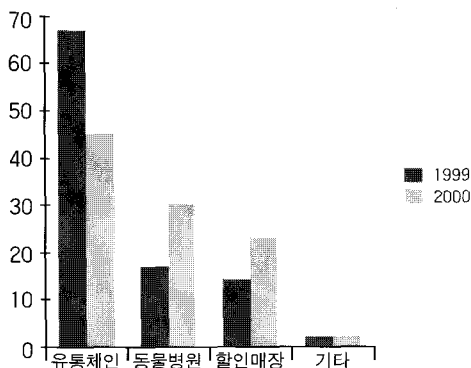
양어 사료의 경우, 여름철에는 수요가 급증하지만 겨울철에는 비수기인 관계로 각 회사에서는 개 사료의 생산에 혈안이 되어 있고 회사 입장에서도 일반 사료에 비해 이익률이 높아 적극적인 투자를 하고 있는 중입니다.

## 2. 세계 애완동물 식품 시장 현황

전 세계의 애완동물 식품 시장은 약 30조원 규모인데, 미국이 약 12조, 서유럽이 약 9조, 일본이 3조 등의 시장을 보이고 있고 전 세계적으로 매년 3-4%씩 성장하고 있으며 가장 큰 시장인 미국의 경우는 건강 식품점에서 애완동물용 자연식품을 팔고 있으며 종주국답게 유명 회사들이 거의 몰려 있습니다.

특히 일본의 경우는 최근에 가장 급속한 성장을 보인 나라로서 인구대비 10%의 애완동물을 보유하고 있으며 애완동물식품 시장의 규모 역시 단일 규모로는 미국 다음으로 2위입니다. 하지만 최근에 가격 할인의 추세로 말미암아 종합 할인매장 등이 범람하고 유통 질서가 깨지는 등의 새로운 양상을 보이고 있는 실정입니다.

유통 체계는 1980년대만 하여도 유통체인을 비롯한 유통업체에서의 판매가 80%정도로 특수 판매점(동물병원, 애견센터 등)에 비해 압도적 우세를 보이던 것이 1990년에 들어서 70%로 줄었고 2000년도에는 50%정도로까지 예상됩니다. <표 참조>



이것은 고객의 요구가 좀더 고급화되고 다양화 되었다는 것을 의미하고 한 곳에서 많은 서비스를 기대하고 있다는 것을 증명해 주고 있습니다.(진료를 포함한 다양한 서비스 요구) 아울러 제품으로는 고 영양의 애완동물 식품 및 특수 목적의 처방식의 수요가 늘어나고 있습니다.

## 3. 국내 애완동물 식품 시장현황

국내의 애완동물 식품 시장현황은 1988년 서울 올림픽을 계기로 급속도로 성장하고 왔으며 시장 규모는 1988년 2~3억이었던 것이 현재는 1,000억 정도로 향후 본격적인 성장을 할 것을 예상하고 있습니다. 애견인구 또한 전국에 고작 10~20만이던 것이 최근에는 100-150만 이상으로 추정이 되는데 아직도 일반 대중화가 되기에는 애견인구가 초보 상태를 보이고 있으며 많은 사람들이 애견을 키우고 싶어도 여러 가지 부담을 안고 있기 때문에 주저하고 있는 실정입니다. 특히 전국에 250만 마리로 추정되는 개의 상당수가 상품화된 애견 식품 외에 사람들이 먹고 있는 밥이나 음식찌꺼기를 먹고 있다는 것이 최근의 통계 자료입니다.

참고로 최근 서울, 경기 지역의 총 5,000가구를 대상으로 표본 조사를 한 결과를 살펴보면, 가구 당 12.5%가 개를 기르고 있으니 한마디로 국내의 애견 보유율은 전 세계적으로 아직 낮은 수준이라 할 수 있습니다.

하지만 소득 향상과 함께 애견 보유율이 높아지면서, 또한 식생활 개선, 소비패턴의 변화,

환경 등의 문제로 말미암아 상품화된 애견 식품으로 바뀌어진다고 감안한다면 무한한 시장이 될 것으로 생각됩니다. 자연적으로 관련 업계의 수의사는 다양해지는 고객들의 욕구를 해결하기 위해 보다 많은 서비스를 해야 할 것입니다.

소득 수준별로 사육 실태를 보면 월 200만원 이상 되는 가구에서 20%의 사육률을 보인 반면 월 150만 이하의 가구에서는 9%의 사육률로 소득과 밀접한 관계가 있음을 알 수 있으며 또한 주거별로는 단독 주택이 18%, 연립주택이 8%, 아파트가 5%로 공동주택이 많은 우리에게 불리한 여건이라 할 수 있습니다.

그러나 최근에 교외로 많은 수의 전원 주택이 늘어나는 것이 보이고 위성도시에서 흔하게 애견을 볼 수 있는 것 또한 점차 애견 인구가 확산되고 있다는 증거라 하겠으며 개를 기르고 싶은 마음을 가지고 있는 사람이 전체의 40%정도가 되는 것을 보아도 불리한 여건만 해결한다면 많은 애견 인구를 확산시킬 수 있을 것으로 확산이 됩니다.

가장 중요한 애견 사육에 관해서

- 애견을 좋아하지 않은 사람은 26%에 불과하므로
- 개를 기르는 것이 결코 비위생적이지 않음을 계속적으로 홍보하고,
- 개를 기르는 것이 정신 건강과 실제 성인 건강에 이로움을 홍보하며,
- 애견 식품의 영양학적 우수성을 설명하고,
- 애견 식품으로 먹이를 바꾸는 인내를 계속한다면, 비교적 건전한 방향의 애견 문화 발전 및 그와 관련한 애견 식품 산업은 수배 이상 성장 가능성이 있다 하겠습니다.

#### 4. 애완용 식품 업체 현황

불과 수년 전만 하여도 개에게 애견 식품을 먹인다는 것은 상상조차도 할 수 없었으며, 시골에서는 "개"라 하면 똥을 먹는 변견을 어디에서나 볼 수 있었던 옛 생각이 납니다. 또한 88올림픽을 전후로 국내의 애견 식품 산업은 대중화의 길로 들어섰으나 그전에는 미8군을 통해서 군속들이 먹이는 애견 식품만이 유일하게 소개되었을 뿐입니다. 한국 유학생들이 경제적으로 값이 싼 애견 통조림 식품을 먹어야 했던 과거에 비해 국내에도 지금은 많은 수요를 보이고 있습니다.

한국의 애완 동물 식품 시장은 대부분이 애견 식품이며 최근에 고양이에 대한 관심이 조금 높아지고 있는 실정입니다.

Regional Petfood Markets (in value) 1999

North America	41%
Western Europe	33%
Asia	11%
Latin America	6%
Australia	5%
Eastern Europe	3%
Middle East	1%

국내의 애견 식품 산업은 퓨리나 코리아(주)에 의해 처음 소개되었는데 전세계적으로 랄스톤 퓨리나, 프리스키, 페디그리, 하인즈, 힐스 등이 유명한 애완용 식품 회사라 하겠습니다.

현재 미국에서는 TV, 라디오를 통해서 매일 애완용 식품을 광고하고 있으며 단일 제품으로

차지하는 비중이 커피 다음으로 큼니다.

그 외에 많은 크고 작은 회사들이 유명한 브랜드 또는 인지도가 낮은 제품들을 들여와 시판하고 있으며 현재도 많은 제품들이 시판을 기다리고 있는 실정입니다. 이렇듯 국내시장에서는 외국의 유명 브랜드들이 전체시장의 대부분을 차지하고 있는데 대부분의 유통경로가 동물병원 등을 통한 전문인에 의하여 판매되어지고 있으며 일부는 백화점등의 유통경로를 통하여 판매되고 있습니다. 한동안 일부 수입업체에서는 수입한 애견 식품을 유효 기간 내에 판매하기 힘들자 싼 가격에 덤핑을 하는 등의 부작용도 일어났으며 이것을 먹은 애견들이 건강을 해치는 경우도 종종 있었습니다.

국내에서 제조되는 제품을 보면 아직도 고급 원료 확보문제로 많은 어려움을 겪고 있으며 이러한 현상은 상당한 기간동안 지속될 것입니다. 국내제품이 고급제품으로 소비자들에게 인식되어지려면 닭고기 등의 주원료의 확보와 사양 시험 등을 통한 기술력 축적, 그리고 광고, 판촉을 위한 마케팅 비용의 지출 증가가 필요합니다.

## 5. 애완용 식품 업계의 발전 방향

외국의 애완용 식품의 역사는 오래되어 실제 상품화된 형태는 1927년경의 퓨리나의 도그차우가 그 시초였으며 그 이후 말고기 형태의 통조림과 혼합식의 제품도 1930년에 제조되었습니다. 어쨌든 1950년에 주로 미국에서 보급되었으며 현재는 다양한 형태로 발전하고 있습니다.

계속적으로 증가하고 있는 이유는 일반 식품이 애견이 필요로 하고 있는 영양과는 전혀 맞지 않고, 개의 일생은 10-15년 정도로 사람의 일생에 비해 6-8배 정도 짧아서 그 영양요구량을 충족시키기 위해서는 고농축의 영양을 제공해야 하는 필요성 때문입니다. 또한 조리상태가 다양하여 소화불량이 많은데 각종 감미료와 향신료에 익숙해진 애견은 편식을 하거나 애견식품을 거부하는 등의 좋지 않은 습성을 익히고 결국은 건강을 해치게 되므로 애견식품의 필요성은 계속 강조되고 있습니다.

기본적인 생산공정은 **원료 혼합 - 분쇄 - 가공 - 냉각 - 지방첨가 - 포장** 등의 순서로 진행되며, 주요원료로는 닭고기, 양고기, 칠면조, 닭내장을 가공한 가금 부산물, 육골분, 육분, 쌀, 대두박, 소맥, 식염, 프리믹스, 지방 등으로 고기를 포함한 대부분의 원료는 사람이 식용으로 이용하는 원료이상의 것들입니다.

애견식품을 개발하기 위한 연구농장에서의 대표적인 사양시험으로는 기호성 시험, 소화력 시험, 번식력 시험, 성장력 시험, 유지력 시험 등이 있으며 이외에도 사역견 시험, 피부 모질 연구, 치아 잇몸 연구, 노년견 등의 활발한 연구가 뒷받침되고 있습니다.

이러한 애견식품의 바람직한 발전 방향은 국내의 애견 문화가 올바르게 발전되는 가운데 가능한데, 우리나라와 같은 소형견 종이 대부분인 경우 최고급 식품의 중요성은 더욱 크다고 하겠습니다. 참고적으로 영양수준은 단백질은 25-30%, 지방이 15-20%, 가소화 에너지가 3,900-4,400Kcal이어야 하고 원료는 닭고기 정육, 쌀, 건조계란, 고품질의 식용 우지 등 사람에게도 귀한 최고급의 원료를 써야 합니다. 기호성은

어떤 제품에 비해서도 최고급 원료의 사용으로 뛰어나 입맛이 까다로운 애견에게 최고이고 최고의 영양 이용율로 섭취량이 적으며, 가격은 일반적으로 좋은 원료, 높은 가공비로 다소 비싸지만 고 영양, 높은 소화율로 적은 섭취량을 요구하기 때문에 경제적입니다. 따라서 이러한 최고의 제품을 애견에게 공급하고 주인은 만족감을 느끼며, 계속적으로 애완동물 관련 산업은 발전할 것입니다.

## 6. 애완동물 식품업계에서의 수의사의 역할

수의사는 질병에 관한한, 완벽한 지식을 갖고 역할을 수행하고 있지만 모든 질병은 영양에 기초하고 있기 때문에 기초 영양학의 바탕이 있어야 합니다. 과거에는 애견식품을 NRC에 기초하여 설계, 제조하였지만 현재는 AAFCO의 기준에 의해 최고 영양 한계치를 정해 놓고 배합, 설계를 합니다. 그렇기 때문에 경제적인 목적으로 제조하는 일반 가축 사료와는 근본적으로 차이가 있고 기본적인 영양 지식 외에 마케팅의 적절한 응용이 필요하다고 하겠습니다. 기술적인 업무로는 제품의 배합, 설계, 고객 상담실 운영, 시험 농장 운영, 기술적인 자문 등의 중요한 일 등을 들 수 있습니다. 애완동물 식품 회사의 생산과정을 보면 위와 같은 기술을 바탕으로 한 마케팅을 구사할 수 있는 수의사의 존재가 필수적이라 하겠습니다. 또한 애완동물의 문화에 관한 중심적인 일들을 하고 있는데 이것에 대해 잠깐 소개를 하면 취지는 반려동물의 저변 확대 사회적 역할

증진을 통한 올바른 애완동물 문화 창달을 위해 노력하는 일종의 기구라고 생각하면 됩니다. 큰 전략적인 면을 살펴보면, 반려동물 중요성을 인식하여 반려동물의 저변 확대와 올바른 반려동물의 사육 방법을 적극 홍보하고 동물 단체와의 적극적인 연계를 하여 그 위상을 확립하는 것인데 주요 활동을 보면, 문화적인 활동으로

반려동물과 인간 등에 관한 책을 출판하는 일,  
반려동물과 연계한 각종 행사 주관,  
어린이들을 통한 반려동물의 중요성 홍보,  
각종 수의사회를 통한 반려동물의 입양, 알선  
반려동물과 관련한 각종 단체의 적극적인 후원  
으로 활동배가

등의 모든 것이 수의사가 주체가 되어야 함은 물론이고 애완동물 사업이 발전하는 미래에서의 중요성은 매우 클 것으로 기대하고 있어 수의사들의 애완동물 식품 회사에서의 입지는 날로 커진다고 할 수 있을 것입니다. 현재의 애완동물 관련 사업 유통경로는 동물병원이 많은 비중을 차지하고 있으므로 동물병원의 요구를 충족시킬 수 있는 여러가지의 프로그램 개발에 대한 책임도 업계의 수의사들이 가지고 있으며 애완동물 문화가 성숙될수록 애완동물 식품 회사의 수의사의 역할이 더욱 중요함을 말할 필요가 없을 것입니다.

사회가 발전할수록 반려동물의 중요성은 날로 커지고 있으며 애완동물 소유주에게 먹이의 선택과 급여 요령을 조언해주어야 할 기회가 많아지고 있습니다. 이것은 수의사의 권한이면서 책임이고 향후 수의학을 전공할 예정이거나 전공하려는 모든 이들에게 커다란 비전을 제시하고 있는 것입니다. 