

KB연구보고서

2017 반려동물 양육 실태 조사

선임연구위원 황원경

2017. 7

Contents

[Summary]

I. 반려동물 관련시장의 최근 이슈

- I-1. 반려동물과 관련시장의 의미
- I-2. 미국 반려동물 관련시장 동향
- I-3. 일본 반려동물 관련시장 동향
- I-4. 국내 반려동물 관련시장 이슈

II. 국내 반려동물 양육 현황

- II-1. 반려동물 양육 유무
- II-2. 양육 반려동물 종류와 마리수
- II-3. 기르고 있는 개와 고양이 품종
- II-4. 반려동물 품종의 선택 이유

III. 반려동물 양육관련 사회·제도적 인식

- III-1. 반려동물관련 사회적 인식
- III-2. 반려동물관련 제도적 인식
- III-3. 반려동물 등록제 인식과 현황

IV. 펫팸족 반려동물 양육 행태

- IV-1. 반려동물 양육기간
- IV-2. 반려동물 사고 경험과 유형
- IV-3. 반려동물 병원 내원 경험
- IV-4. 반려동물관련 정보원과 정보수요

V. 펫팸족 반려동물관련 금융 행태

- V-1. 반려동물관련 양육비 지출 규모
- V-2. 반려동물 양육비 지출 항목
- V-3. 반려동물 입양관련 비용
- V-4. 반려동물관련 필요 자금 준비

VI. 펫팸족 반려동물 양육 만족도

- VI-1. 반려동물 양육 이유
- VI-2. 반려동물 양육시 어려운 점
- VI-3. 반려동물 양육 만족도와 추천의사

VII. 반려동물 관련시장 성장 전망

[Summary]

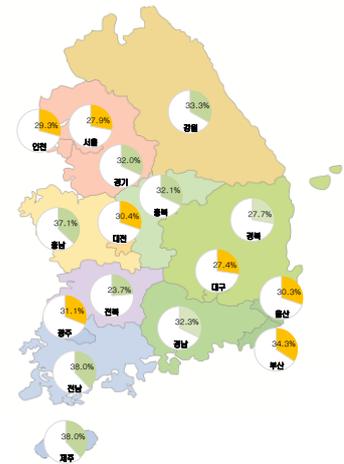
“국내에서 반려동물을 기르는 가구는 전체 가구의 30.9%로, 약 590만 가구에서 반려동물을 키우고 있는 것으로 추정”

‘현재 반려동물을 기르는 가구’는 전체 가구의 30.9%이고, ‘현재는 아니지만 과거에 반려동물을 길러 본 경험이 있는 경우’도 33.6%로, 2/3 이상이 반려동물을 길러 본 경험을 가지고 있다.

지역별로는 ‘전남과 제주’가 38.0%로 가장 높은 양육 비중을 보였으며, ‘충남’(37.1%), ‘부산’(34.3%) 등의 순이다. ‘서울’은 27.9%로 평균(30.8%)보다는 낮다. 현재 양육가구 비중을 토대로 추정한 가구수는 ‘경기가 140만 가구로 가장 많고, ‘서울’ 106만 가구, ‘부산’ 46만 가구, ‘경남’ 41만 가구, ‘인천’ 31만 가구의 순으로, 수도권(서울, 경기, 인천)에 277만 가구 집중되어 있다.

또한 40대~50대, 2인 이상 多人가구, 단독주택 거주 가구, 자녀교육기·자녀성년기·노후기 가구와 금융자산이나 가구소득이 많은 경우 반려동물을 기르는 경우가 많다.

<지역별 양육가구 비중>



“한국인이 좋아하는 개 품종 Top3는 1위 말티즈, 2위 푸들, 3위 시추, 고양이 Top3는 1위 코리안숏헤어, 2위 페르시안, 3위 러시아 블루의 순”

현재 양육가구가 기르고 있는 반려동물 중 ‘개’를 기르는 경우가 가장 많아 82.5%를 차지하고, ‘고양이’가 16.6%로 차순위를 차지하였다. 그 외 ‘금붕어, 열대어’, ‘햄스터’, ‘새’, ‘토끼’ 등의 반려동물 양육가구는 4% 미만으로 적은 수준이다.

가구 당 반려동물의 수는 ‘1마리’를 기르는 경우가 64.6%로 대부분이고, 주로 기르고 있는 반려동물인 ‘개’는 가구당 평균 1.4마리를, ‘고양이’는 1.8마리를 기르고 있다.

국내에서 많이 기르는 개의 품종은 ‘말티즈’로 반려가구의 1/3 정도 (31.4%)가 기르고 있으며, 2위 ‘푸들’, 3위 ‘시추’의 순으로 나타났다. 일본인이 좋아하는 개의 품종이 1위 ‘미니푸들’, 2위 ‘치와와’, 3위 ‘닥스훈트’라는 것과 차이를 보인다.

국내에서 많이 키우고 있는 고양이 품종은 ‘코리안숏헤어’가 33.1%로 대다수를 차지하고 있으며, 2위 ‘페르시안’, 3위 ‘러시아 블루’의 순으로 나타났다. 고양이도 마찬가지로 일본인이 좋아하는 고양이 품종 1위 ‘혼혈종’, 2위 ‘스코티쉬폴드’, 3위 ‘아메리칸숏헤어’와 차이가 있다.

<견종 Top3>



<묘종 Top3>



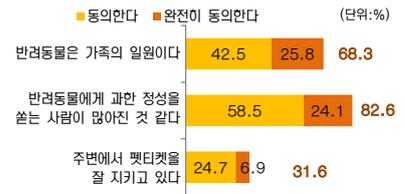
“반려동물은 가족의 일원으로 생각하는 사회적 인식은 높으나, 반려동물 양육의 에티켓인 펫티켓에 대해서는 미성숙한 상황”

‘반려동물은 가족의 일원이다’(68.3%)라고 생각하는 경우도 높은 동의수준을 보이고 있고, ‘반려동물에게 과한 정성을 쏟는 사람이 많아진 것 같다’라고 생각하는 경우도 82.6%로 매우 높게 나타나, 반려동물에 대한 관심이 커졌음을 알 수 있다.

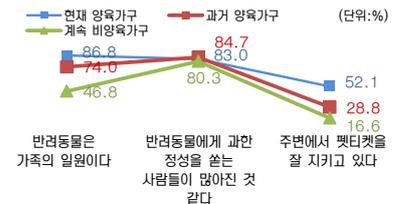
이처럼 확대되는 반려동물 양육에 대해 ‘주변에서 펫티켓(펫+에티켓)을 잘 지키고 있는지’의 문화적 성숙도를 질문을 한 결과 31.6%만이 ‘동의한다+완전히 동의한다’라고 응답하여 아직 문화적으로 미성숙한 단계로 인식되고 있다. 펫티켓에 대해서 현재 양육상태에 따라 차이를 보이는데, ‘현재 양육가구’의 경우(52.1%) ‘과거 양육가구’(28.8%)나 ‘계속 비양육가구’(16.6%)보다 상대적으로 성숙되어 있다고 생각하고 있다.

반려동물 문화 정착을 위해 양육가구가 생각하지 못했으나 비양육가구가 느끼는 문제점을 공유하고 개선해 나가야 할 것인데, 현재 비양육가구가 반려동물 양육가구에 가장 바라는 점은 ‘배설물을 깨끗하게 처리하는 것’(83.3%)이며, ‘외출시 반드시 리드줄을 하는 것’(44.2%)과 ‘짚지 않도록 훈련시키는 것’(29.5%), ‘예방주사를 접종시키는 것’(18.3%) 등의 순으로 개선점을 제안하고 있다.

<사회적 인식>



<현재양육상태별 사회적 인식>

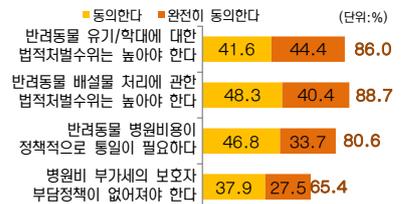


“반려동물 유기나 학대, 배설물 처리, 병원비용 통일 등 관련 제도에 대해 좀더 강한 처벌이 필요하다고 생각”

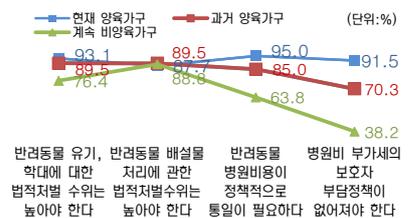
제도적 개선 사항 파악을 위해 제도상 법적 처벌 수위가 높아야 할 것이 무엇인지에 대해 질문한 결과 ‘반려동물 유기나 학대’에 대해서는 86.0%가, ‘반려동물 배설물 처리’에 대해서는 88.7%, ‘반려동물 병원비용 통일’에 대해서는 80.6%가 ‘동의한다+완전히 동의한다’라고 하여 제도적 개선이 필요하다고 생각하고 있다.

위의 항목에 비해 상대적으로 ‘병원비 부가세의 보호자 부담정책이 없어야 한다’는데 대해서는 65.4%가 동의한다고 하여 다른 항목에 비해 중요도를 낮게 인식하였다. 병원비 부가세는 동물병원 진료비에 10%의 부가가치세를 부담하도록 한 것이다. 그러나 양육형태별로 보면 현재 반려동물 양육가구의 경우 91.5%가 ‘필요하다’고 생각하는 반면, 그 외 가구는 중요도를 낮게 평가하고 있는 점을 생각하면, 병원비 청구 경험 유무가 개선 필요성에 영향을 미친 것으로 보인다.

<제도적 인식>



<양육형태별 제도적 인식>



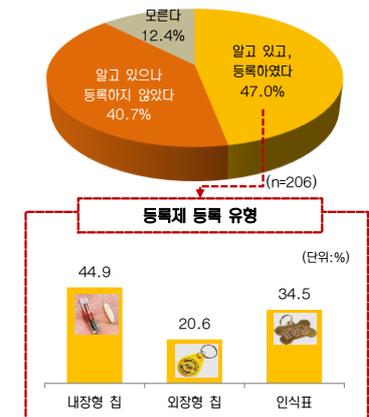
“개나 고양이를 기르고 있는 가구 중 47.0%가 반려동물 등록제 등록, 등록유형은 내장형칩이 44.9%로 가장 많음”

현재 개나 고양이를 기르고 있는 가구에게 ‘반려동물 등록제’에 대한 인지와 등록여부를 질문한 결과 47.0%가 반려동물을 등록하고 있다. 아파트나 상가건물 등 많은 사람이 오가는 곳에서 등록률이 높는데, 반려동물을 잃어버릴 우려가 높기 때문으로 생각된다.

반려동물 등록제는 2014.1월부터 가정에서 개를 기를 경우 지방자치단체장에게 등록하도록 하는 제도로, 등록하지 않을 경우 40만원 이하의 과태료가 부과된다. 고양이는 선택적으로 운영되고 있다.

반려동물 등록제를 등록한 형태는 ‘내장형 칩’이 44.9%로 가장 많다. ‘반려동물 등록제에 대해 알고 있었으나 등록하지 않은 경우’는 40.7%였는데, 그 이유로는 ‘등록에 대한 필요성을 느끼지 못해서’(33.0%)가 가장 컸다. 그 외 ‘밖에 나갈 일이 없어서’(16.6%), ‘의무/제재만 있고 혜택은 없어서’(12.6%) 등이 있다.

<반려동물 등록제 등록 현황>



“반려동물 양육가구의 반 정도는 반려동물을 키우면서 사고를 경험, 사고 유형은 실내에서 이물질을 잘못 삼킨 경우가 45.1%로 가장 많음”

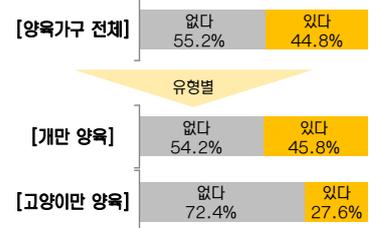
반려동물 양육가구 중 사고를 경험한 경우가 있는 경우는 44.8%이며, 고양이(27.6%)보다 개(45.8%)의 사고 경험이 많다. 경험한 사고 유형은 ‘실내에서 이물질을 잘못 삼킴’이 45.1%로 가장 많이 일어난 사고이다. 이외 ‘실내에서 낙하’, ‘실내에서 골절’ 등 ‘실내’에서 일어난 사고가 대부분이다. 실내 양육이 증가하면서 많은 시간을 보내게 되기 때문으로 보인다. 반려동물을 기르는 가구 중 83.0%가 실내에서 기르고 있다.

지난 1년간 반려동물이 병원에 간 경험여부에 대해 ‘질병’으로 간 경우는 66.9%, ‘상해’로 병원에 간 경우 45.9%이며, 개가 고양이보다 병원에 간 경우가 많다. 개는 ‘상해’로 병원에 간 경우가 46.5%인데, 고양이는 36.9%로 9.6%p나 크고, ‘질병’으로 간 경우도 개는 67.7%인데 고양이는 56.0%로 개가 고양이보다 11.7%p나 크다.

※‘상해’로 간 경우: 개 46.5%, 고양이 36.9% → gap 9.6%p

※‘질병’으로 간 경우: 개 67.7%, 고양이 56.0% → gap 11.7%p

<사고경험유무>



<사고유형>



“반려동물을 위해 한달 지출하는 규모는 5만원~10만원미만 정도, 사료/간식비로 가장 많이 지출”

반려동물을 기르고 있는 가구는 분양비를 제외한 반려동물관련 한달 평균 비용으로 ‘5만원~10만원미만’(29.4%)을 지출하는 경우가 가장 많고, 다음으로 ‘20만원~50만원미만’ 20.1%, ‘10만원~20만원미만’ 19.8% 등으로 나타났다.

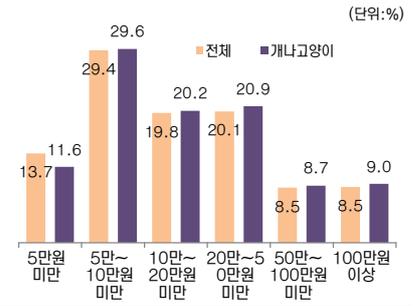
‘개나 고양이를 키우는 가구’의 경우는 비용이 좀더 많이 드는 것으로 나타나는데, ‘5만원미만’으로 지출한 가구는 감소하고 ‘5만원~10만원미만’ 등 ‘5만원이상’으로 지출한 경우가 전반적으로 비중이 늘었다.

반려동물관련 지출 비용은 과거 조사에 비해 전반적으로 증가하였는데, ‘50만원이상’ 지출하는 경우가 크게 증가하였다.

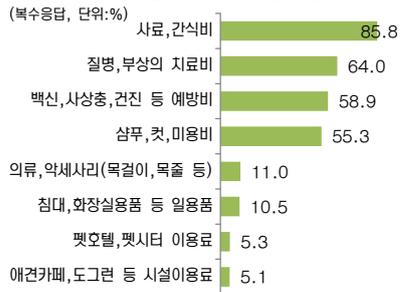
※ 2013년 한국소비자원 조사 결과: ‘5만원미만’ 17.1%, ‘5만원~10만원미만’ 30.9%, ‘10만원~20만원미만’ 31.4%, ‘20만원~50만원미만’ 17.8%, ‘50만원~100만원미만’ 2.6%, ‘100만원이상’ 0.2%

반려동물관련 지출 비용이 가장 많이 드는 항목은 ‘사료·간식비’(85.8%)이고, ‘질병·부상의 치료비’(64.0%), ‘예방비’(58.9%), ‘삼푸·컷·미용비’(55.3%) 등의 순이다.

<반려동물관련 지출 규모>



<반려동물관련 지출 항목>



“반려동물과의 동반적 삶에 대한 만족도는 매우 높은 편”

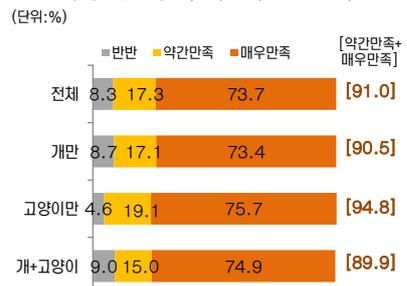
국내 가구에서 반려동물을 키우고 있는 이유는 ‘동물을 좋아해서’(34.2%)가 가장 많고, ‘가족이 원해서, 아이가 출라서’(19.2%), ‘또 하나의 친구나 가족을 갖고 싶어서’(14.7%), ‘자녀의 정서함양을 위해서’(11.0%) 등의 순이다. 1인~2인 가구는 동물도 좋아하고 또 하나의 가족을 갖고 싶어서 기르는 경우도 많지만 ‘외로움을 달래기 위해’ 기르는 경우도 3인이상 가구에 비해 상대적으로 많다. 반면 자녀가 있는 자녀양육기나 자녀교육기 가구의 경우 ‘자녀가 원하거나 자녀의 정서나 교육차원에서’ 기르는 경우가 상대적으로 많다.

반려동물 양육가구는 반려동물을 키우면서 만족도가 매우 높다. 반려동물 양육에 대해 ‘약간만족한다+매우만족한다’의 비중을 보면, 90% 이상이 만족한다고 응답하였다.

<반려동물을 기르는 이유>



<반려동물 양육에 대한 만족도>



“반려동물을 기르면서 느끼는 큰 어려움은 혼자 두고 여행가기 힘들다는 점”

현재 반려동물을 기르면서 느끼는 가장 어려운 점은 ‘여행하기가 힘들다’(44.2%)는 점이었으며, 이어 ‘배설물, 털 등 관리가 번거롭다’(32.3%), ‘비용이 많이 든다’(27.3%) 등의 순이다.

다른 가구에 비해 ‘1인이나 2인 가구’에서 ‘여행하기가 힘들다’는 점을 상대적으로 더 어렵게 느끼고 있으며, ‘비용이 많이 든다’는 점에 대해서는 ‘29세이하’ 연령대에서 더 어렵게 생각하고 있다.

반려동물관련 필요하다고 생각하는 시설 역시 함께 외출하거나 여행할 수 있도록 지원하는 ‘카페나 공원 등 반려동물과 같이 갈 수 있는 공간’(48.4%), ‘함께 여행할 수 있는 시설’(45.0%) 등이다. 이 외 ‘호텔, 놀이방 등 외출 및 여행시 돌봐 줄 장소’(43.1%), ‘함께 숙박할 수 있는 시설’(41.9%), ‘동물병원’(39.2%), ‘공원 등 반려동물과 같이 운동할 수 있는 시설’(37.5%) 등의 필요에 대해서도 비슷한 수준(40% 정도)으로 나타났다.

<반려동물 양육상 어려운 점>



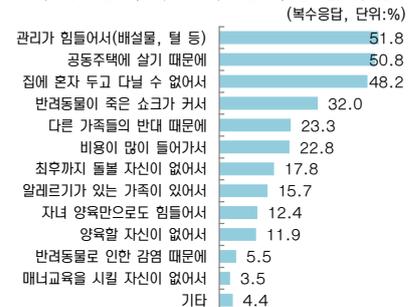
<반려동물관련 필요 시설>



“과거 반려동물을 기르다 중단한 이유는 배설물·털 등 관리가 힘들다는 점”

과거 반려동물을 기르다가 중단한 이유에는 ‘배설물이나 털 등 관리가 힘들어서’가 51.8%, ‘공동주택에 살기 때문에, 주변 환경때문에’가 50.8%, ‘집에 혼자 두고 다닐 수가 없어서’가 48.2%로 대다수 이러한 이유로 양육을 중단하였다. ‘반려동물이 죽은 쇼크가 커서’도 32.0%로 양육 중단 이유 중 하나이다. 양육중단에는 양육환경이나 관리상의 문제도 있으나 반려동물이 죽은 쇼크라는 정신적인 충격에도 영향을 받고 있다.

<과거 양육가구의 양육중단이유>

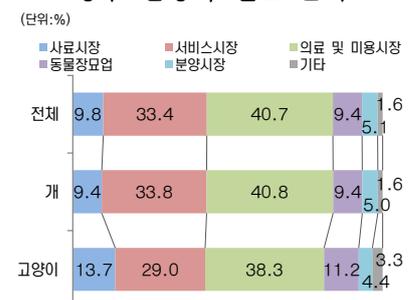


“향후 활성화가 기대되는 반려동물 관련시장은 의료·미용시장과 서비스시장”

향후 반려동물관련 활성화가 필요한 산업으로는 ‘의료 및 미용시장’이 40.7%로 가장 크고, 그 다음으로 ‘서비스시장’(33.4%), ‘사료시장’(9.8%), ‘동물장묘업’(9.4%) 등의 순으로, 이 부분에 수요가 증가할 가능성이 있다. 개를 기르는 가구는 ‘애견카페, 돌봄, 엔터테인먼트 등의 서비스 시장’에 대해, 고양이를 기르는 가구는 ‘사료시장’(13.7%)과 ‘동물장묘업’(11.2%)에 대한 수요가 상대적으로 크다.

반려동물을 가족으로 생각하고, 2016년 동물보호법 시행규칙 개정으로 동물장묘시설이 증가하는 등 사업의 확대 가능성이 전망된다.

<향후 활성화 필요 분야>



I. 반려동물 관련시장의 최근 이슈

I-1. 반려동물과 관련시장의 의미

- ‘반려동물(伴侶動物, Companion animals)’은 사람과 더불어 살아가는 동물이라는 의미로, 국내에서는 2007년 동물보호법 개정 이후 공식적으로 사용
 - 1983년 오스트리아 빈에서 열린 인간과 애완동물의 관계를 주제로 하는 국제심포지움에서 동물학자이자 노벨상 수상자인 K.로렌츠가 개, 고양이, 새 등의 애완동물 가치를 재인식하여 ‘반려동물’ 이라고 부를 것을 제안
 - 옆에 두고 귀여워하며 기르던 동물인 ‘애완동물(愛玩動物, Pet animals)’에서 가치를 재인식하여 바꿔 부르고 있음
 - 애완동물은 '사랑스러워 구경하고 싶은 동물', '옆에 두고 만지면서 귀여워할 수 있는 동물' 의미
- 반려동물이 ‘가족’의 영역으로 들어오면서 반려동물을 가족으로 생각하는 사람들을 지칭하는 ‘펫팸족’(pet과 family의 합성어)이라는 신조어 등장
- 국내 동물보호법상¹ 영업과 관련된 반려동물에는 가정에서 반려(伴侶)의 목적으로 사육하는 개, 고양이, 토끼, 페럿, 기니피그, 햄스터가 포함
- 국내 반려동물 관련법, 사육·관리에 대한 관련법률 등 다수 법률에 의해 규정
 - 반려동물 관련법은 ‘동물보호법’, ‘사료관리법’, ‘가축전염병예방법’, ‘수의사법’이 있음
 - 반려동물의 사육 및 관리 관련 법률은 민법, 약취방지법, 도시공원법, 경범죄처벌법, 도로교통법, 검역법, 폐기물관리법, 수질 및 수생태계 보전법, 공유수면관리법, 향만법 등임
- 국내 반려동물 관련산업은 생산, 사육 및 관리, 사후처리과정까지 한 생명체의 Lifecycle 전체를 아우르는 산업분야로 생산업, 판매업, 동물병원, 동물보험, 사료·푸드, 용품, 장묘업 등이 포함

¹ 동물보호법 제32조 제1항

I-2. 미국 반려동물 관련시장 동향

■ 미국 AAPA에 따르면 2017년 반려동물을 기르는 가구는 8,460만 가구로 전체 가구²의 67.2%에 달함

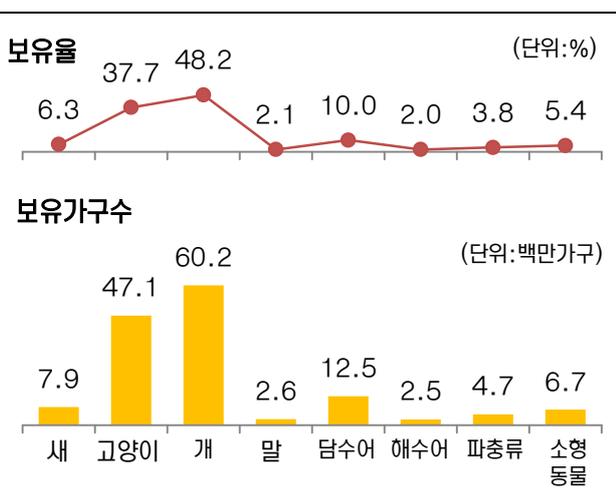
○ 2012년 반려동물을 기르는 가구가 7,300만 가구(전체가구³ 중 60.3%)에 비해 1,160만 가구나 증가하였음

■ 개를 기르는 경우는 6,020만 가구로 전체 가구(1억2,582만가구)의 48.2%로 가장 많고, 고양이는 4,710만 가구(전체 가구의 37.7%)로 두번째로 많음 <그림1>

○ 미국내 있는 반려동물의 수는 담수어가 1억3,930만 마리로 가장 많고, 고양이 9,420만 마리, 개 8,970만 마리로 다른 반려동물에 비해 상대적으로 많음

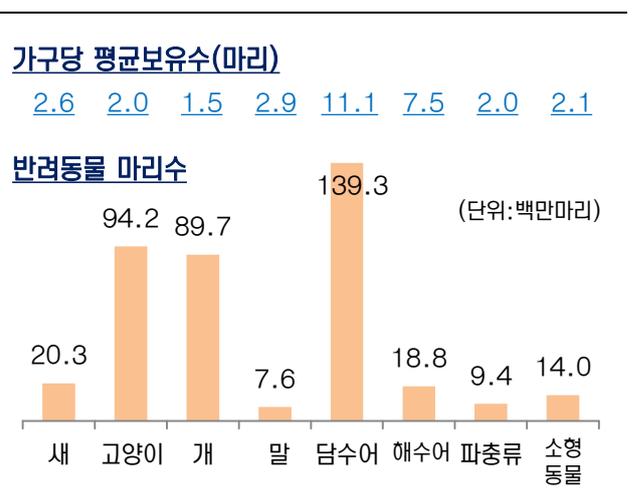
○ 가구당 평균 마리수는 담수어(11.1마리)와 해수어(7.5마리)를 제외한 다른 반려동물은 2마리 정도이며, 말은 마리수는 적으나 가구당 평균 2.9마리로 많은 편임 <그림2>

[그림1] 미국 가구의 반려동물 유형별 보유 현황



주: 보유율: 미국 총가구 중 보유가구 비중
 자료: 미국 APPA (American Pet Products Association) (2017)

[그림2] 미국 반려동물 마리수 현황



자료: 미국 APPA (American Pet Products Association) (2017)

■ 미국 반려동물시장은 2016년말 현재 668억 달러 규모이며, 지속적으로 성장하

² 전체가구수는 2017년 가구수 수치가 없어 2016년 기준 1억2,582만 가구 사용(www.statista.com)

³ 전체가구수는 2012년 기준 1억 2,108만 가구(www.statista.com)

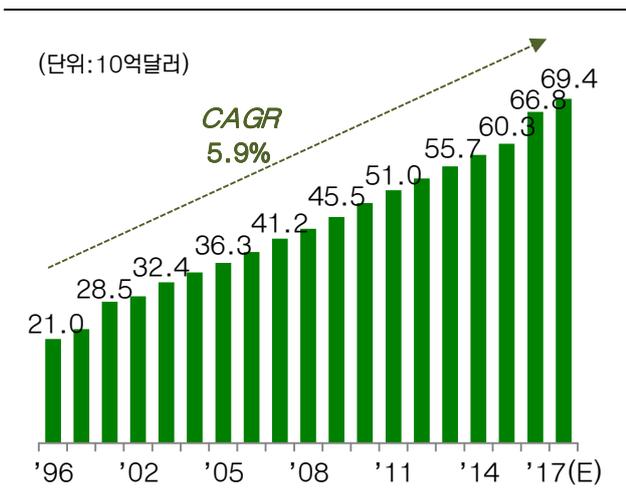
여 2017년말 694억 달러로 증가할 전망<그림3>

○ 1996년부터 2017년까지의 연평균성장률 5.9%로 지속적으로 꾸준한 성장세를 이어 옴

■ 반려동물 관련산업은 '사료·푸드관련 산업'의 비중이 가장 크고, 최근 5년간 가장 큰 증가세를 나타내는데, 사료 고급화의 영향으로 보임<그림4>

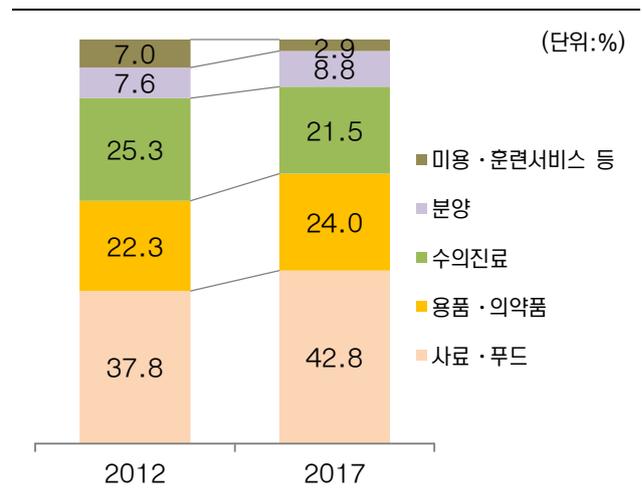
○ 최근 반려동물 사료를 '푸드'라는 표현을 사용할 정도로 격상된 이미지를 나타내고 있는데, 이와 함께 사료의 고급화 경향이 나타나면서 산업이 증가한 것으로 보임

[그림3] 미국 반려동물 관련시장 규모 추이



자료: 미국 APPA (American Pet Products Association) (2017)

[그림4] 미국 반려동물관련 산업규모 비중



자료: 미국 APPA (American Pet Products Association) (2017)

I-3. 일본 반려동물 관련시장 동향

■ 일본은 2016년 기준 전체가구(5,581만가구)의 14.2%(790만 가구)가 988만 마리의 개를, 9.9%(554만 가구)가 고양이 985만 마리를 키우고 있음⁴

○ 최근 5년간의 자료를 보면 반려동물을 기르는 가구의 비중이 소폭으로 감소하는 추세에 있으며, 기르는 마리수도 개는 감소하고 고양이는 유지되는 상황

— 개 양육가구 비중: '12년 16.8%→'13년 15.8%→'14년 15.1%→'15년 14.4%→'16년 14.2%

⁴ 일본 펫푸드협회(2017), '2016년 전국 개,고양이 사육실태조사'

- 고양이 양육가구 비중: '12년 10.2%→'13년 10.1%→'14년 10.1%→'15년 10.1%→'16년 9.9%
- 개 평균 마리수: '12년 1.27→'13년 1.26→'14년 1.25→'15년 1.24→'16년 1.25
- 고양이 평균 마리수: '12년 1.76→'13년 1.76→'14년 1.79→'15년 1.77→'16년 1.78

■ 2016년 반려동물 관련시장 규모는 1조4천9백억엔이며, 2017년 1조5천억엔으로 늘어날 것으로 예측 <그림5>

- 향후 반려동물의 마리수가 급증하기는 어려울 것으로 전망되어, 관련산업의 부가가치 제품·서비스의 제안이 확대될 것으로 예측⁵

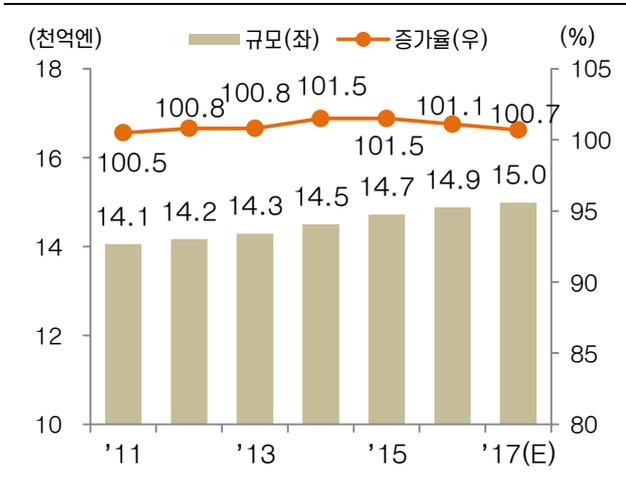
■ 이중에서 펫푸드 산업이 32.2%로 2011년에 비해 비중이 증가하고 있으며 <그림6>, 펫용품과 기타 펫관련 산업의 비중은 소폭의 감소⁶

- 전체적으로 반려동물의 고령화와 소형화가 진행되면서 부드러운 타입의 푸드에 대한 수요가 높아지고 있으며, 최근에는 도그푸드보다 캣푸드 신상품 개발 및 출시가 활발하여 시장 성장을 이끌고 있음
- 용품시장은 케어용품이 확대 기조인데, 화장실 매트 등 실내 사육의 필수품인 배설관리 소모품은 시장 규모는 크지만 여전히 저가격화 추세 지속
- 한편, 최근 노견 간호나 매너의 측면에서 수요가 커지고 있는 반려동물용 기저귀 등에 대해서는 시장이 신장하고 있음
- 반려동물 관련산업 시장에는 반려동물을 위한 미용실, 의료, 보험, 호텔 등 각종 서비스가 포함되는데, 반려동물의 마리수가 최근 한계점에 도달한 것으로 알려졌으나 반려동물에 대한 지출은 증가 경향을 나타냄
- 특히 반려동물 보험 시장의 확대에도 상징되는 반려동물의 건강 관리를 위한 지출은 최근 증가 경향에 있어 향후도 주인의 수요에 부응하는 형태로 애완 동물의 건강 유지·관리를 목적으로 한 상품 및 서비스의 충실이 진행될 것으로 보임

⁵ 일본 矢野經濟研究所(2017), '2016년 펫비즈니스에 관한 조사'

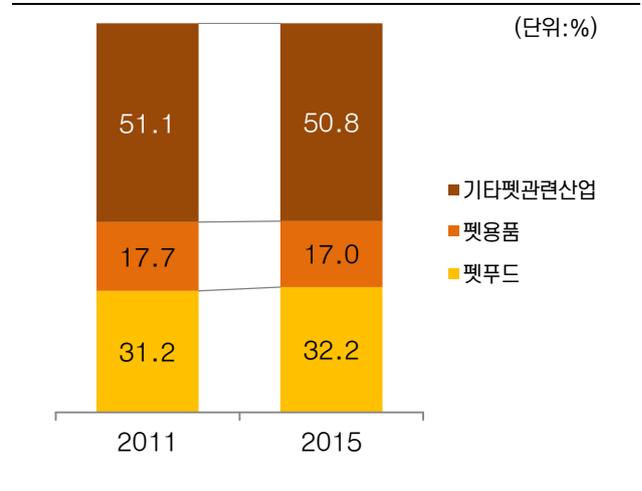
⁶ 일본 矢野經濟研究所(2017), '2016년 펫비즈니스에 관한 조사'

[그림5] 일본 반려동물 관련시장 규모 추이



자료: 일본 矢野經濟研究所(2017)

[그림6] 일본 반려동물관련 산업규모 비중



자료: 일본 矢野經濟研究所(2012, 2017)

■ 최근 일본의 반려동물관련 4대 트렌드는 ①반려화(伴侶化) ②실내양육 ③소형화(小型化)와 순혈화(純血化) ④고령화로 나타남⁷

- ‘반려화’는 자기가 기르는 애완동물을 사람처럼 가족으로 여기는 가구가 증가한 것으로, ‘먹이나 사료’ 대신 ‘펫푸드’라는 용어를 사용한 것도 이런 추세를 반영하는 것으로 보이며, 가족과 집안에서 함께 살고 싶어하는 가구가 증가하면서 ‘실내양육’의 경향을 견인
- 반려동물 전문점 구입이 증가하면서 혈통서를 가진 순종을 기르는 가구가 증가하는 ‘소형화·순혈화’ 경향과, 주인이 반려동물의 건강과 안전을 걱정하고 잘 관리하여 동물 수명이 길어지면서 늙은 동물이 증가하는 반려동물의 ‘고령화’가 대두

I-4. 국내 반려동물 관련시장 이슈

■ 국내 반려동물 관련시장 규모는 2012년 기준 0.9조원에서 계속 성장하여 2020년경 약 6조원 안팎의 규모로 확대될 전망

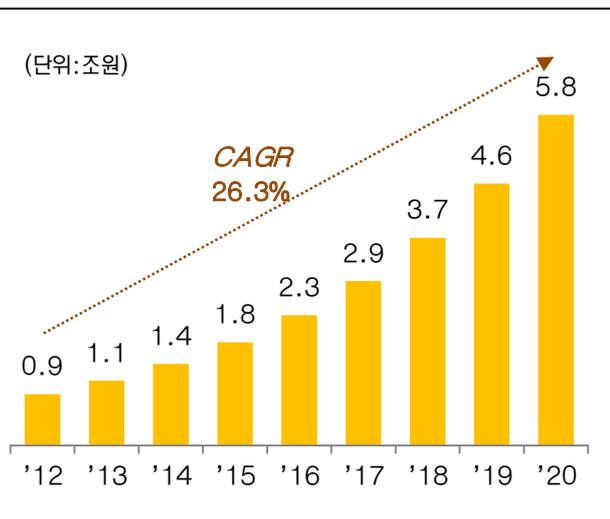
- 2012년 0.9조원에서 2015년 1.8조원, 2017년 2.9조원, 2020년 5.8조원으로 성장이 기대되고 있어 연평균 성장률 26.3% 수준을 전망<그림7>

⁷ 농협경제연구소(2013), ‘애완동물 관련시장 동향과 전망’

■ 농림식품부에서는 2016년 12월 ‘반려동물 보호 및 관련 산업 육성대책’<표1>을 발표한 후 후속 추진 중이며, 문재인 대통령의 ‘반려동물 5대 핵심공약’으로 반려동물 관련시장 활성화 기대

- 동물병원·미용·사료·용품 등 관련산업이 지속적으로 성장함에 따라 반려견 동물등록제, 동물 관련 영업 등록제 마련
- 문재인 대통령은 공약으로 ‘사람과 동물이 함께 행복한 세상’을 강조하며 반려동물 주치의 사업을 지원하고 유기동물의 재입양 활성화 방안 등 ‘반려동물 5대 핵심공약’을 내놓음

[그림7] 국내 반려동물 관련시장 규모 추정



자료: 농협경제연구소(2013)

[표1] 반려동물 보호 및 관련 산업 육성 대책

비전	“사람과 반려동물의 조화로운 공존”	
추진 전략	△ 반려동물관련 영업시설내 동물보호·복지 수준 제고 △ 관련산업의 건강한 발전을 위한 법적·제도적 기반 마련 △ 관련산업 육성으로 양질의 일자리 창출 및 서비스 품질 향상	
중점 추진 과제	생산 및 판매업 관리·감독 강화 - 반려동물 관련 영업 제도개선 - 동물생산업 허가제 전환 - 경매장 관리 및 이력관리체계 구축	산업육성 인프라 구축 및 일자리 창출 - 산업육성 지원체계 구축 - 추진체계 정비 및 내실화 - 동물보호·복지 교육·홍보 확대 - 관련산업 인프라 확충
	반려동물 관련산업의 건강한 육성 - 동물병원 진료서비스 향상 - 동물병원 개발여건 개선 - 동물약품 제도개선 - 펫사료 지원체계 구축 - 팻용품 해외시장 개척 지원 - 동물장묘제도 체계적 정비 - 서비스업종 신설 및 기준 마련	생산 및 판매업 관리·감독 강화 - 동물등록제 활성화 - 유실, 유기동물 보호수준 제고 - 길 고양이 관리대책 마련 - 동물소유자 책임의식 고취

자료: 농림식품부(2016)

[참고: 문재인 대통령의 ‘반려동물 5대 핵심공약’ 내용]

1. 동물의료협동조합 등 민간동물 주치의 사업 활성화 지원
 - ‘반려동물 보호자 부담 완화를 위한 자율적 표준진료제 도입’ 으로 변경
 - 표준 진료비가 정해지면 의료보험 확대가 쉽다는 점을 제시하며, 진료비 기준 필요성을 강조
2. 반려견 놀이터 확대
3. 반려동물 행동교육 전문인력 육성 및 지원센터 건립
 - 반려동물 교육이나 소통에 문제를 겪는 사람을 위해 행동 심리 전문 인력을 더 늘린다는 것
4. 유기동물 재입양 활성화
 - 유기동물을 2022년까지 5만 마리 이하 목표로 한다는 공약을 밝힘
 - 유기동물은 입양이 안되면 안락사되는 게 현실인데, 통계에 따르면 유기동물 중 20%는 안락사되고 있음
5. 길고양이 급식소 및 중성화(TNR)사업 확대

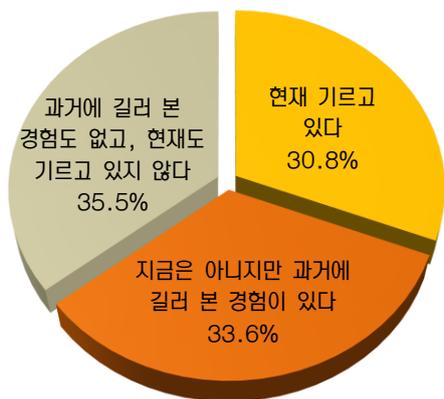
II. 국내 반려동물 양육 현황

II-1. 반려동물 양육 유무

■ 국내에서 반려동물을 기르는 가구는 전체 가구의 30.9%로⁸, 약 590만 가구에
서 반려동물을 키우고 있는 것으로 추정됨

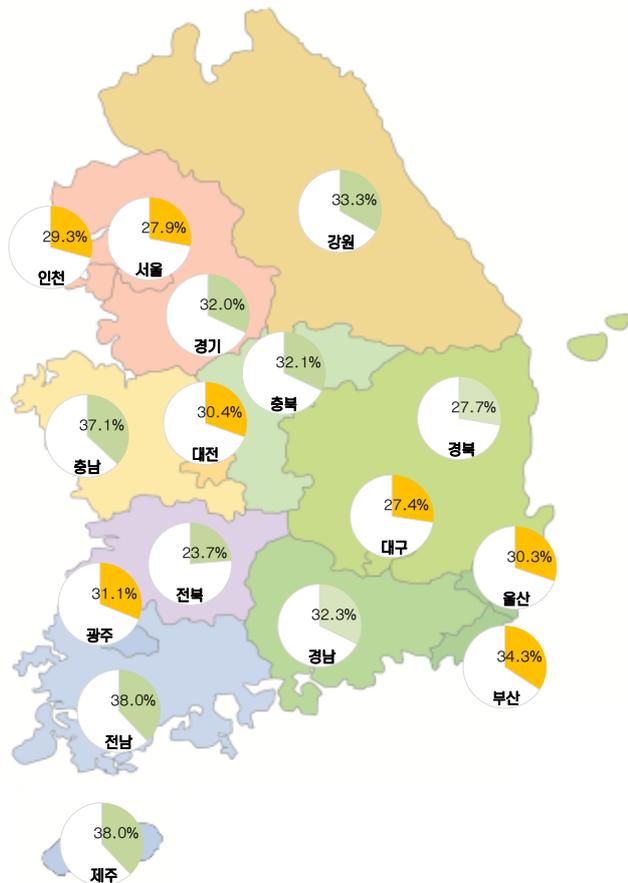
- ‘현재는 아니지만 과거에 반려동물을 길러 본 경험이 있는 경우’도 33.6%로, 65.5%가 반
려동물을 길러 본 경험을 보유하고 있음 <그림8>
- 전체 반려동물 양육가구 추정은 지역별 가구수*양육가구 비중을 적용하여 산출

[그림8] 반려동물 양육 여부



주: n=1,500

[그림9] 지역별 반려동물 양육 여부



주: n=1,500

⁸ 전국에 거주하는 15세 이상 남녀 1,500명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과(조사방법관련 세부내용은 붙임자료 참고)

■ 지역별로는 전남과 제주가 38.0%로 가장 높은 양육율을 보이고, '충남(37.1%)', '부산(34.3%)' 등의 순이며, 서울은 27.9%로 평균(30.8%)보다는 낮음 <그림9>

○ 추정 가구수는 '경기'가 140만 가구로 가장 많고, '서울' 106만 가구, '부산' 46만 가구, '경남' 41만 가구, '인천' 31만 가구의 순으로, 수도권(서울, 경기, 인천)에 277만 가구 집중⁹

■ 40대~50대, 2인 이상 多人가구, 단독주택 거주, 자녀교육기 이후 가구와 금융자산이나 가구소득이 많은 경우 반려동물을 기르는 경우가 많음 <그림10>

[그림10] 응답자특성별 반려동물 양육 비중



주1: 전체 반려동물 양육자 평균인 30.8%이상인 경우만 그래프로 표시

주2: n=1,500

⁹ <지역별 추정가구수>

	전국	서울	인천	경기	대전	광주	대구	부산	울산	충북	충남	전북	전남	경북	경남	강원	제주
양육가구수 (십만가구)	590.0	10.6	3.1	14.0	1.8	1.8	2.5	4.6	1.3	2.2	3.0	1.7	2.7	2.9	4.1	2.0	0.8

II-2. 양육 반려동물 종류와 마리수

■ 현재 반려동물을 기르는 가구에서는 '1마리'를 기르는 경우가 64.6%로 대부분을 차지하고 있으며, '2마리'인 경우 22.1%, '3~5마리' 8.4% 등임 <그림11>

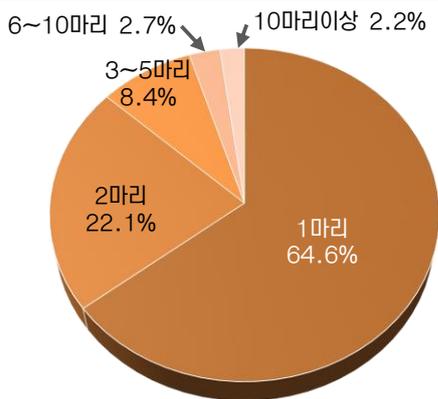
○ '2마리 이상' 을 기르는 경우가 35.4%인데, 다수를 기르는 이유는 '반려동물이 외롭지 않을 것 같아서' (84.%)가 가장 중요한 이유임¹⁰

■ 양육하고 있는 반려동물은 '개'가 가장 많아 82.5%를 차지하며, '고양이'가 16.6%로 차순위를 차지

○ 그 외 '금붕어, 열대어', '햄스터', '새', '토끼' 등의 반려동물을 기르고 있으나 양육가구는 4% 미만으로 적은 수준

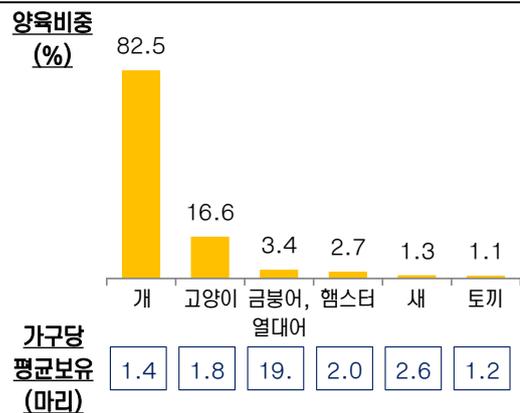
■ 양육 가구 중 가장 양육 비중이 높은 '개'는 가구당 평균 1.4마리를, '고양이' 1.8마리를 기르고 있고, 3.4%로 낮은 보유율을 나타낸 '금붕어, 열대어'는 가구당 평균 19.4마리를 기르고 있음 <그림12>

[그림11] 기르는 반려동물의 마리수



주: n=463(현재 반려동물을 키우는 가구만)

[그림12] 반려동물 유형과 가구당 평균마리수



주1: n=463(현재 반려동물을 키우는 가구만), 보유율은 복수응답

주2: 보유율 1%미만인 거북이, 고슴도치, 닭 등 상기 제외

¹⁰ 반려동물을 2마리 이상 키우는 이유(n=165, 복수응답): '반려동물이 외롭지 않을 것 같아서' 84.5%, '언제든지 반려동물과 있고 싶어서' 13.2%, '같이 놀아 운동 부족이 해소할 수 있을 것 같아서' 10.9%, '1마리 때보다 반려동물 치유가 잘 될 것 같아서' 4.7%, '먼저 기르던 반려동물이 교육을 해 줘서' 2.3% 등

■ 반려동물 양육가구는 83.0%가 반려동물을 실내에서 기르고 있었고, 나머지 17.0%만이 공동주택의 베란다를 포함한 실외에서 기르고 있음

- 단독주택을 제외한 아파트, 상가 등 거의 모든 주거유형에서 실내에서 기르고 있음 <표2>

[표2] 주거유형별 반려동물 양육 장소

	일반 아파트	주상복합형 아파트	단독주택	연립, 다가구, 다세대 주택	상가건물	원룸, 오피스텔	빌라, 타운하우스 등
시료수(n)	(268)	(18)	(92)	(60)	(9)	(9)	(6)
실내(%)	89.4	100.0	50.1	92.9	100.0	100.0	100.0
실외(%)	10.6	0.0	49.9	7.1	0.0	0.0	0.0

주1: 현재 반려동물 양육가구 n=462(주거유형 중 기타 제외, n=1)

주2: 실외에는 아파트 등 공동주택의 베란다를 포함한 개념

II-3. 기르고 있는 개와 고양이 품종

■ 국내에서 많이 기르는 견종은 '말티즈'로 반려가구의 1/3 정도(31.4%)가 키우고 있으며, 2위 '푸들', 3위 '시추'의 순으로 나타남 <표3>

- 기르는 개 품종에 대해 '잘 모르겠다'고 응답한 경우는 0.6%로 적은 수준으로 개에 대한 관심이 높기 때문으로 보임
- 일본인이 좋아하는 개의 품종은 1위 '미니푸들', 2위 '치와와', 3위 '닥스훈트' 등의 순으로, 한국에서 많이 기르는 품종과 차이를 보임¹¹

■ 국내에서 많이 키우고 있는 고양이 품종은 '코리안숏헤어'가 33.1%로 대다수를 차지하고 있으며, 2위 '페르시안', 3위 '러시안 블루'의 순으로 나타남 <표4>

- 기르는 고양이 품종에 대해 '잘 모르겠다'고 응답한 경우도 12.9%로 매우 높은 비중을 나타내고 있음
- 고양이 품종에 있어서도 일본인이 좋아하는 1위 '혼혈종', 2위 '스코티쉬폴드', 3위 '아메리칸숏헤어' 등의 순과는 많은 차이를 보임¹²

¹¹ アニコム(2016), '家庭どうぶつ白書2016'

¹² アニコム(2016), '家庭どうぶつ白書2016'

[표3] 개 품종 랭킹

	품종	비중(%)
1위	말티즈	31.4
2위	푸들	18.1
3위	시추	10.6
4위	포메라니안	9.9
5위	믹스견	9.2
6위	요크셔테리어	7.5
7위	치와와	3.7
8위	진돗개	2.8
9위	코카스파니엘	2.8
10위	슈нау저	2.7
그 외	골든리트리버, 스피치 닥스훈트, 페키니즈 웰시코기, 비송 등	

주: 현재 개를 양육하고 있는 가구 n=1,376

[표4] 고양이 품종 랭킹

	품종	비중(%)
1위	코리안숏헤어	33.1
2위	페르시안	10.5
3위	러시안 블루	9.8
4위	삼	8.1
5위	터키쉬앙고라	7.1
6위	스코티쉬폴드	6.3
7위	친칠라	2.7
8위	아비시니안	2.5
9위	길고양이	0.8
10위	뱅갈	0.4
그 외	맹크스, 노르웨이숲, 브리티시숏헤어, 먼치킨, 랙돌 등	

주1: 현재 고양이를 양육하고 있는 가구 n=196

주2: 잘 모르겠다고 응답한 경우(12.9%) 상기 제외

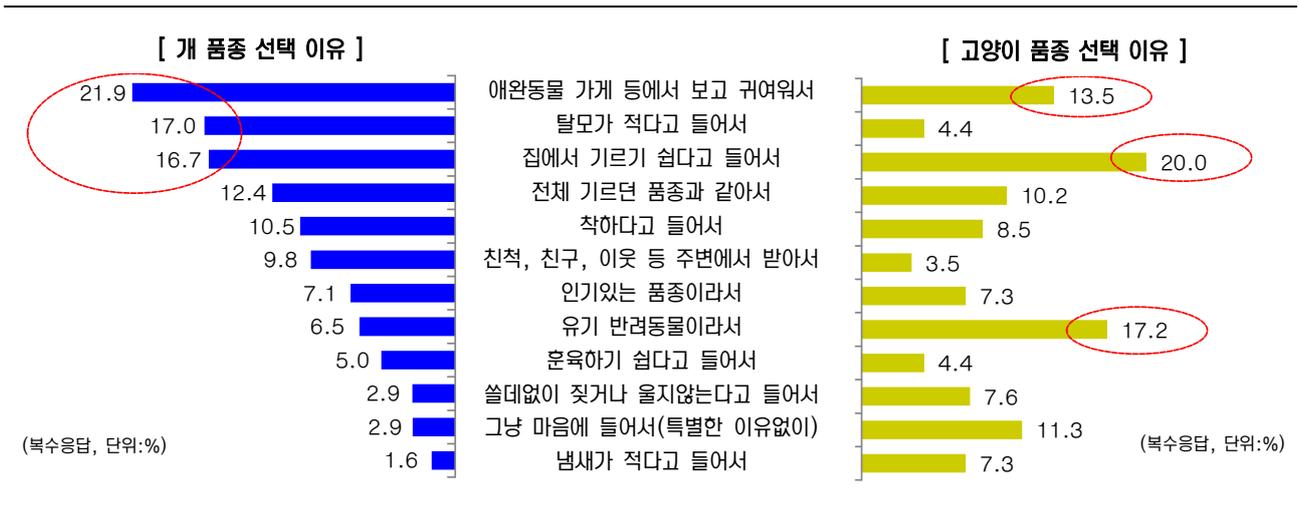
II-4. 반려동물 품종의 선택 이유

- 반려동물 품종을 결정하게 된 이유는 개의 경우 '애완동물 가게 등에서 보고 귀여워서'가 가장 컸으나, 고양이는 '집에서 기르기 쉽다고 들어서'가 가장 큰 이유로 나타났으며, 그 외에도 품종 선택 이유에 차이가 있음 <그림13>

- 개의 경우 '애완동물 가게 등에서 보고 귀여워서'(21.9%) 선택한 경우 외에 '탈모가 적다고 들어서'(17.0%), '집에서 기르기 쉽다고 들어서'(16.7%) 등의 이유로 품종을 결정
- 고양이의 경우는 '집에서 기르기 쉽다고 들어서'(20.0%)가 가장 큰 이유였으며, '유기 고양이여서'(17.2%) 품종 선택의 여지가 없던 경우도 상당히 많고, '애완동물 가게 등에서 보고 귀여워서'(13.5%) 등의 이유로 품종을 결정함

- 고양이는 유기 반려동물을 데려오게 된 경우가 17.2%로 많은 반면, 개는 유기견을 데려오는 경우가 6.5%로 적음

[그림13] 반려동물 품종을 결정하게 된 이유



주1: 개 품종 n=1,378, 고양이 품종 n=196

주2: 병에 잘 걸리지 않는다고 들어서, 산책하지 않아도 좋다고 들어서 등의 소수의견 제외

Ⅲ. 반려동물 양육관련 사회·제도적 인식

■ 반려동물 시장은 양적 성장과 함께 관련 산업의 전문화·고급화로 높은 부가가치를 창출하며 확대되고 있으나, 각종 사회적 문제도 함께 발생하는 상황

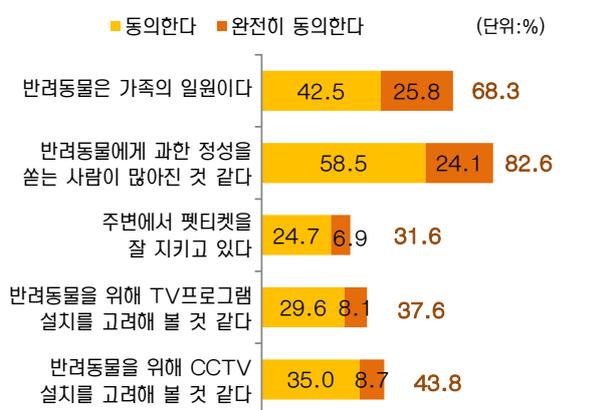
- 농림축산검역본부에 따르면 유기동물은 연간 10만 마리에 달하고, 이로 인한 사회적 비용은 100억원을 넘음¹³

Ⅲ-1. 반려동물관련 사회적 인식

■ '반려동물에게 과한 정성을 쏟는 사람이 많아진 것 같다'에 동의하는 경우가 82.6%, '반려동물은 가족의 일원이다' 68.3%로 매우 높은 동의수준 <그림14>

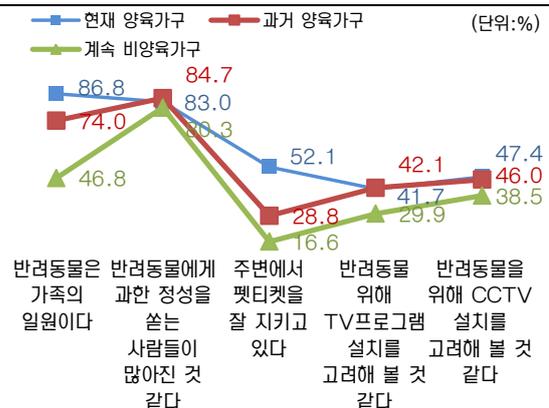
- '반려동물에게 과한 정성을 쏟는 사람이 많아진 것 같다'라는 점에 대해서는 현재 반려동물을 양육하는 가구인지 그렇지 않은 가구인지에 관계없이 전반적으로 비슷한 동의 수준
- '반려동물은 가족의 일원이다'라고 생각하는 경우는 '현재 양육가구'의 경우 86.8%로 매우 높은 동의수준을 보이나, '계속 비양육가구'에서는 46.8%로 인식적 차이가 큼 <그림15>

[그림14] 반려동물관련 사회적 인식



주1: n=1,500
 주2: 5점 리커트 척도('전혀동의하지않는다' 1점부터 '완전히동의한다' 5점)로 평가 후 4점 '동의한다'와 5점 '완전히 동의한다'의 비중만 표시

[그림15] 현재 양육상태별 사회적 인식의 차이



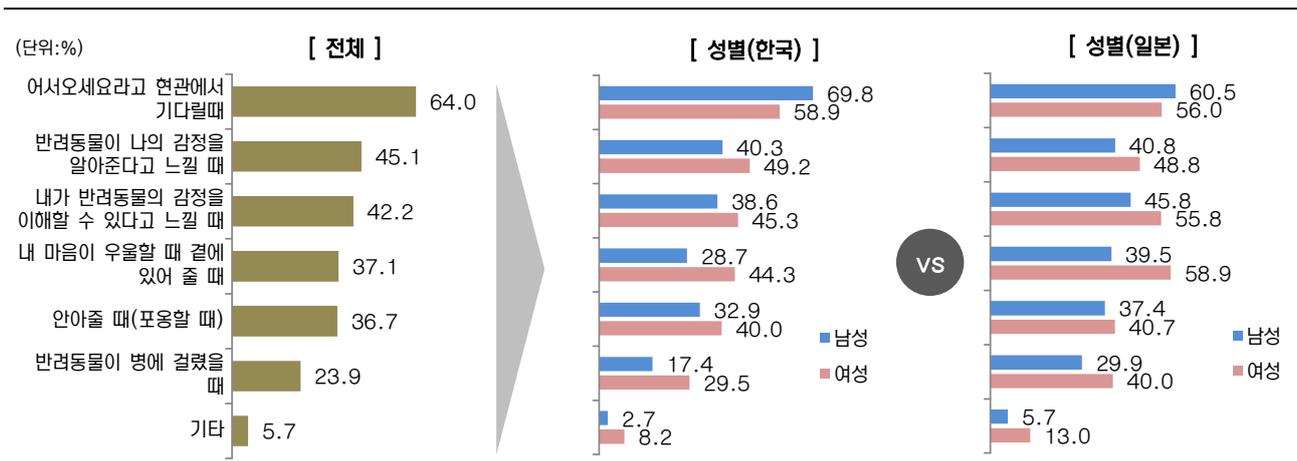
주1: 현재 양육가구 n=463, 과거 양육가구 n=504, 계속 비양육가구 n=533
 주2: '동의한다'와 '완전히 동의한다' 응답비중의 합만 표시

¹³ 파이낸셜뉴스(2016.10.10), '펫팸족 잡아라, 시장규모 2020년 5조8100억 급성장'

■ 키우고 있는 반려동물이 가족과 같이 느껴지는 때는 ‘어서오세요라고 현관에서 기다릴때’가 64.0%로 가장 많았고, ‘반려동물이 나의 감정을 알아준다고 느낄 때’, ‘내가 반려동물의 감정을 이해할 수 있다고 느낄 때’ 등의 순임 <그림16>

- 남성이 여성보다 더 강하게 가족임을 느끼는 경우는 ‘어서오세요..라고 현관에서 기다릴때’인데 비해, 이 외 항목에 대해서는 여성에게 더 강하게 가족이라고 느끼게 하는 상황임
- 이는 일본의 결과와도 유사한데, 남성은 ‘어서오세요..라고 현관에서 기다릴때’ 가장 가족이라고 느끼며, 이외 교감과 관련된 항목에 대해서는 여성에게 더 강하게 느끼게 함

[그림16] 반려동물을 가족이라고 느끼는 때



주1: 전체 n=1,492, 남성 n=693, 여성 n=799
 주2: 일본자료는 애니콤損害保険株式会社(2010) 결과¹⁴ 재구성

■ ‘주변에서 펫티켓(펫+에티켓)을 잘 지키고 있다’라는 질문에 대해 31.6%만이 ‘동의한다+완전히 동의한다’라고 응답하여, 아직 문화적으로 미성숙한 단계로 인식 <그림14>

- 현재 양육상태에 따라 차이를 보이는데 ‘현재 양육가구(52.1%)’의 경우 ‘과거 양육가구(28.8%)’나 ‘계속 비양육가구(16.6%)’보다 상대적으로 성숙되어 있다고 생각 <그림15>

■ 반려동물 문화 정착을 위해 양육가구가 생각하지 못했으나 비양육가구가 느끼는 문제점을 공유하고 개선해 나가야 할 것임

¹⁴ 애니콤損害保険株式会社보도자료(2010), 가입자를 대상으로 조사하였으며, 복수응답 (남성 n=1,304, 여성 n=2,683)

■ **현재 비양육가구에서 양육가구에 가장 바라는 점은 ‘배설물을 깨끗하게 처리하는 것’으로 83.3%가 희망<표5>**

- 그 외 ‘외출시 반드시 리드줄을 하는 것’(44.2%)과 ‘짚지 않도록 훈련시키는 것’(29.5%) 등의 순으로 개선점을 응답

[표5] 계속 비양육가구가 양육가구에 바라는 점

	배설물을 깨끗하게 처리하는 것	외출시 반드시 리드줄을 하는 것	짚지 않도록 훈련시키는 것	예방주사를 접종시키는 것	대중교통 이용시 케이지, 가방 등을 이용하는 것	엘리베이터에 서는 안고 타는 것	기타	특별히 없다
복수응답, 비중(%)	83.3	44.2	29.5	18.3	9.4	5.1	3.6	3.3

주1: 계속 비양육가구 n=533

주2: 기타에는 불임, 거세수술을 하는 것 등이 포함

III-2. 반려동물관련 제도적 인식

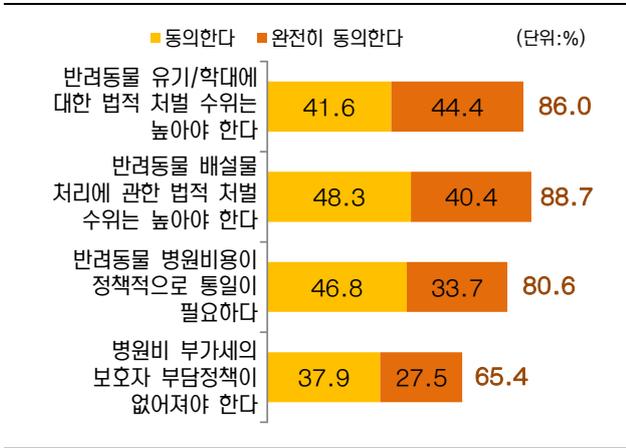
■ **반려동물관련 제도에 대해 ‘반려동물 유기나 학대’, ‘반려동물 배설물 처리’, ‘반려동물 병원비용 통일’ 등에서 지금보다 법적 처벌 수위가 높아야 한다고 생각**

- 제도적 개선 사항 파악을 위해 제도상 법적 처벌 수위가 높아야 할 것이 무엇인지에 대해 질문한 결과 ‘반려동물 유기나 학대’에 대해서는 86.0%가, ‘반려동물 배설물 처리’에 대해서는 88.7%, ‘반려동물 병원비용 통일’에 대해서는 80.6%가 ‘동의한다+완전히동의한다’라고 응답<그림17>

■ **‘병원비 부가세의 보호자 부담정책이 없어져야 한다’는 점에 대해서는 평균 65.4%로 다른 항목에 대해서는 중요도를 낮게 인식<그림17>**

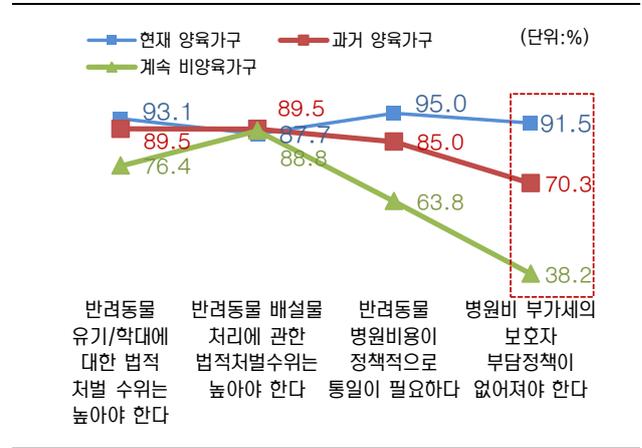
- 그러나 현재 양육상태별로 보면, 현재 양육가구의 경우 91.5%로 높게 평가하고 있는 반면, 과거 양육가구(70.3%)와 계속 비양육가구(38.2%)는 낮게 평가하여, 이는 병원비 청구 경험 유무가 중요도에 영향을 미친 것으로 보임<그림18>

[그림17] 반려동물관련 제도에 대한 인식



주1: n=1,500
 주2: 5점 리커트 척도('전혀동의하지않는다' 1점부터 '완전히 동의한다' 5점)로 평가 후 4점 '동의한다'와 5점 '완전히 동의한다'의 비중만 표시

[그림18] 현재 양육상태별 제도 인식의 차이



주1: 현재 양육가구 n=463, 과거 양육가구 n=504, 계속 비양육가구 n=533
 주2: '동의한다'와 '완전히 동의한다' 응답비중의 합만 표시

II-3. 반려동물 등록제 인식과 현황

■ 현재 반려동물을 기르고 있는 가구에 '반려동물 등록제'에 대한 인지와 등록 여부를 질문한 결과 47.0%가 반려동물을 등록하고 있음 <그림19>

- 아파트나 상가건물에 사는 등 많은 세대가 거주하거나 사람이 오가는 곳으로 반려동물을 잃어버릴 우려가 있는 경우 반려동물을 등록한 경우가 많고¹⁵, 총자산과 금융자산 규모가 큰 가구에서의 등록률이 높음¹⁶

[참고:반려동물 등록제란]

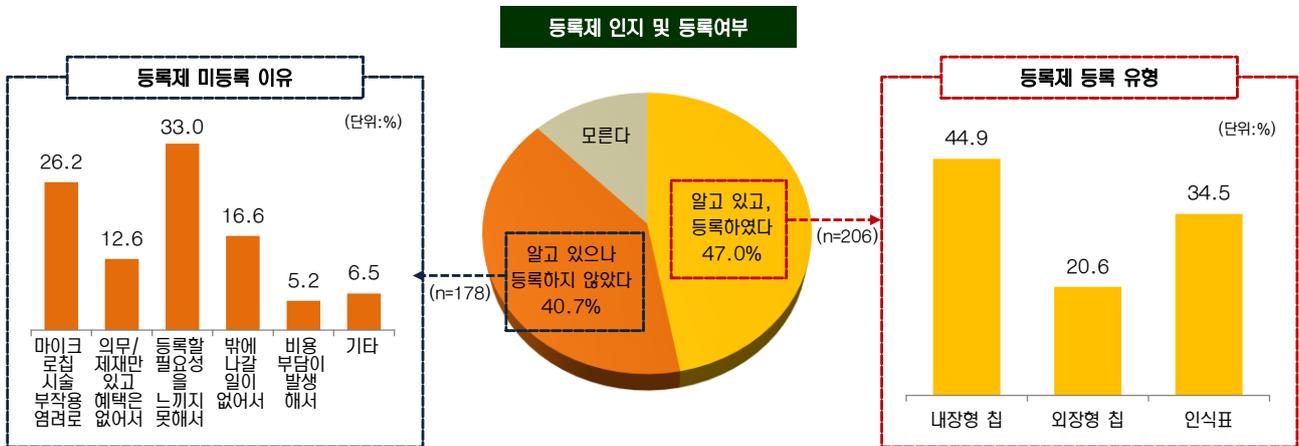
- 2014.1월부터 가정에서 개를 기를 경우 지방자치단체장(전국 시·군·수)에게 등록하도록 하는 제도로, 등록하지 않을 경우 40만원 이하의 과태료가 부과됨
- 고양이는 선택적으로 운영되고 있으며, 동물등록업무를 대행할 수 있는 자를 지정할 수 없는 읍·면 및 도서지역은 등록제에서 제외됨

¹⁵ 거주주택유형별 결과(n=1,500): '상가건물' 거주자 중 78.0%, '주상복합형아파트' 63.8%, '일반아파트' 51.1%, '연립·다가구·다세대' 42.9%, '단독주택' 33.4% 등

¹⁶ 총자산규모별 결과(n=1,500): '1억원미만' 가구 중 44.8%, '1억원~5억원미만' 44.1%, '5억원~10억원미만' 46.2%, '10억원이상' 70.8%
 금융자산규모별 결과(n=1,500): '1천만원미만' 40.9%, '1천만원~5천만원미만' 47.8%, '5천만원~1억원미만' 47.7%, '1억원~3억원미만' 44.7%, '3억원~5억원미만' 75.0%, '5억원이상' 49.8%

- 반려동물 등록제 등록가구 중 98.1%가 ‘개’를 등록하고, ‘고양이’를 등록한 경우는 1.9%였고, 등록한 형태는 ‘내장형 칩’이 44.9%로 가장 많음 <그림19>
- ‘반려동물 등록제에 대해 알고 있었으나 등록하지 않은 경우’는 40.7%였는데, 그 이유로는 ‘등록에 대한 필요성을 느끼지 못해서’가 가장 큼 <그림19>
 - 반려동물을 등록하지 않는 이유는 ‘비용 부담’(5.2%)보다는 필요성을 느끼지 못하거나 집 안에만 있을 것이라는 생각이 작용
 - － ‘필요성을 느끼지 못해서’(33.0%), ‘밖에 나갈 일이 없어서’(16.6%), ‘의무/제재만 있고 혜택은 없어서’(12.6%)의 비중이 큼
 - 반려동물 등록제에 대해 알고 있었으나 등록하지 않은 이유 중 기타 의견에는 ‘개만 등록제인줄 알았다’, ‘고양이는 해당사항이 없음’, ‘밖에 나갈 일이 없기 때문에’ 등이 있음

[그림19] 국내 가구의 반려동물 양육 여부



주: 현재 반려동물 중 개나 고양이를 키우는 가구만 응답 n=438

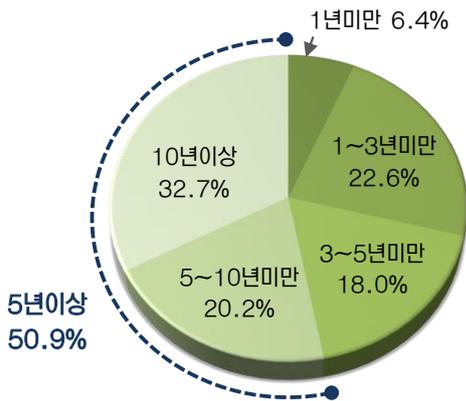
IV. 펫팸족 반려동물 양육 행태

IV-1. 반려동물 양육기간

- 현재 반려동물 양육가구는 '10년이상' 양육한 경험을 가진 가구가 32.7%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 50% 정도가 '5년 이상'의 양육 경험을 가짐 <그림20>

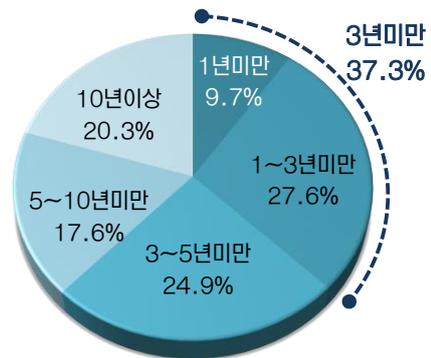
- 과거 양육가구의 경우는 '1년~3년미만'이 27.6%로 가장 많고, '3~5년미만'이 24.9%로 반 이상이 '5년미만'에 양육을 그만둔 것 <그림21>

[그림20] 현재 양육가구의 반려동물 양육 기간



주: 현재 양육가구 n=463

[그림21] 과거 양육가구의 반려동물 양육 기간



주: 과거 양육가구 n=504

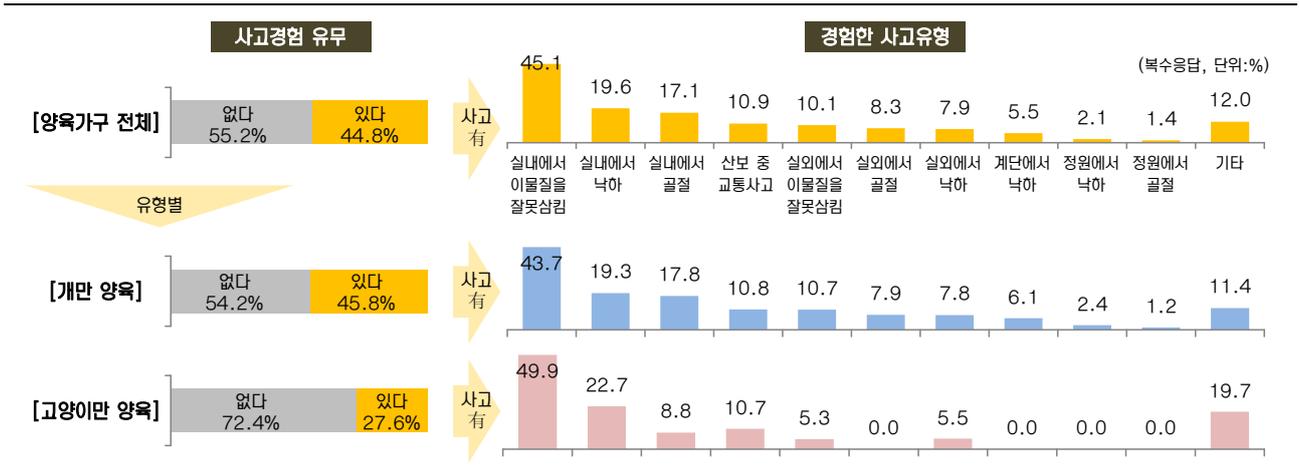
IV-2. 반려동물 사고 경험과 유형

- 반려동물 양육가구의 반 정도가 반려동물을 키우면서 사고를 경험한 것으로 나타났으며, 사고의 유형은 주로 '실내에서 이물질을 잘못 삼킨 경우'가 많음

- 반려동물 양육가구 중 사고를 경험한 경우가 있는 경우는 44.8%이며, 고양이(27.6%)보다 개(45.8%)의 사고 경험이 많은 것으로 나타남 <그림22>

- 경험한 사고 유형은 ‘실내’에서 일어난 사고가 대부분으로 실내 양육이 증가하면서 많은 시간을 보내게 되기 때문으로 보이는데, 실내 생활이 주된 고양이는 실내 사고에 집중되어 있음

[그림22] 반려동물 양육시 사고경험 유무와 사고유형



주1: 전체 n=1,500, 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115
 주2: 기타에는 산보할 때 다른 동물에게 물리거나 할렘, 물건에 베임 등이 있음

■ 어떤 때 반려동물에게 사고가 났는지를 보면 ‘반려동물 근처에 있었을 때’ 사고가 난 경우가 50.0%로 가장 많았고, ‘함께 놀고 있었다’, ‘반려동물과 다른 장소에 있었다’ 등의 순임 <표6>

- 고양이의 경우 사고 상황이 다른데, ‘같은 장소에 있었지만 반려동물을 보고 있진 않았다’거나 ‘집에 아무도 없었다’ 등의 반려동물만 따로 있는 경우에 사고가 많이 남

[표6] 반려동물관련 사고발생 시 가족의 상황(사고경험가구만)

	반려동물 근처에 있었다	함께 놀고 있었다	집에 있었지만, 반려동물과 다른 장소에 있었다	같은 장소에 있었지만 반려동물을 보고 있진 않았다	집에 아무도 없었다	반려동물을 안고 있었다	기타	사례수 (n)
양육가구 전체	50.0	19.7	18.5	15.6	12.6	9.1	3.3	673
개만 양육	51.0	20.9	17.6	14.6	11.2	9.5	3.3	(573)
고양이만 양육	30.6	5.0	19.5	28.5	25.6		4.9	(32)

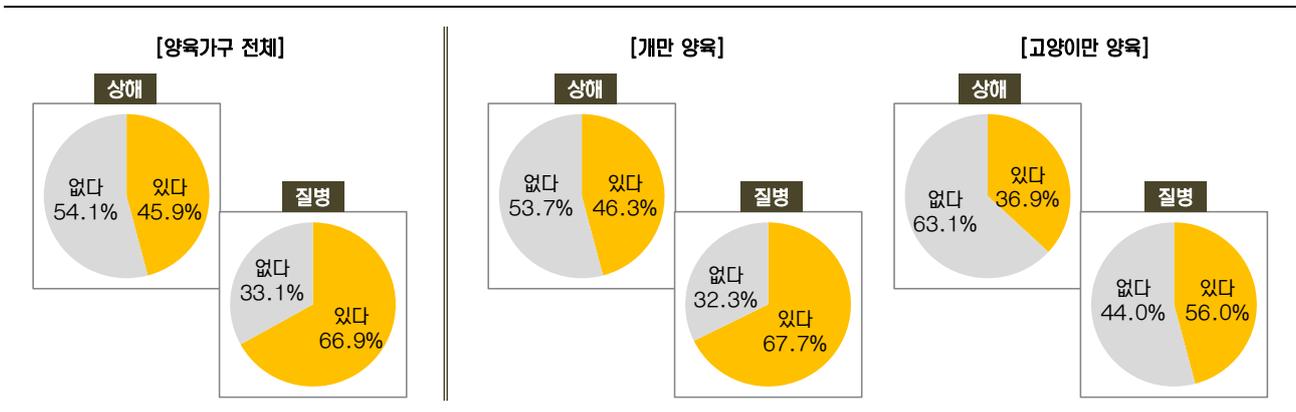
주: 기타에는 혼자 나가거나 다른데 맡겼을 때 등의 의견 포함

IV-3. 반려동물 병원 내원 경험

- 지난 1년간 반려동물이 병원에 간 이유는 '상해'로 병원에 간 경우가 45.9%, '질병'으로 간 경우가 66.9%로 질병으로 인한 경우가 많고, 개가 고양이보다 병원에 간 경우가 많음 <그림23>

○ 개는 '상해'로 병원에 간 경우가 46.5%인데, 고양이는 36.9%로 9.6%p 차이가 나고, '질병'으로 간 경우도 개는 67.7%인데 고양이는 56.0%로 개가 고양이보다 11.7%p나 많음

[그림23] 지난 1년간 반려동물이 병원에 간 유무



주: 전체 n=1,500, 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115

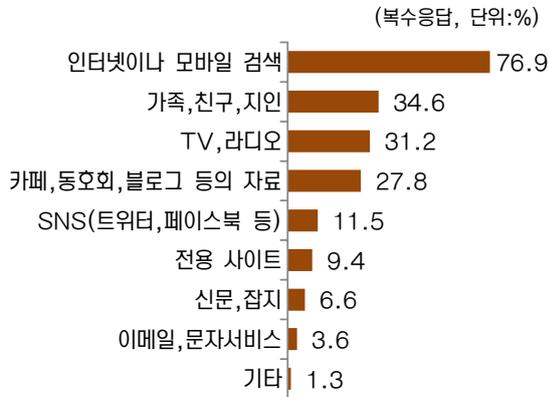
IV-4. 반려동물관련 정보원과 정보수요

- 반려동물에 관련된 정보는 '인터넷이나 모바일 검색'을 통해 얻는 경우가 76.8%로 대부분이었으며, '가족, 친구, 지인'(34.6%), 'TV, 라디오'(31.2%), '카페, 동호회, 블로그 등의 자료'(27.8%) 등을 통해 얻고 있음 <그림24>

- '30대이하' 연령대에서는 '인터넷이나 모바일 검색', '카페, 동호회, 블로그 등의 자료', 'SNS' 등을 통해 정보를 얻는 경우가 타 연령대에 비해 높은 편 <그림25>

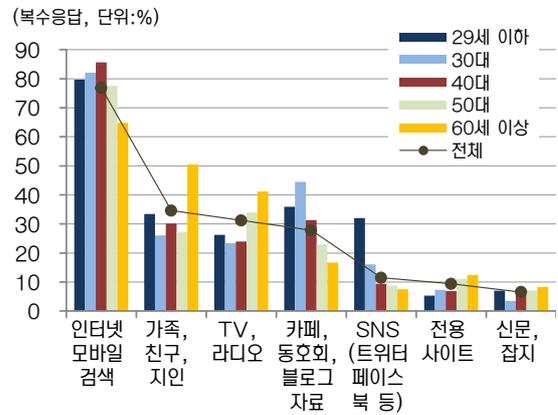
○ '60세이상'은 정보소스에서 타 연령대에 비해 차이를 보이는데, '가족, 친구, 지인'이나 'TV, 라디오'를 통해 정보를 얻는 경우가 많음

[그림24] 반려동물관련 정보소스



주: n=1,500

[그림25] 연령대별 반려동물관련 정보소스

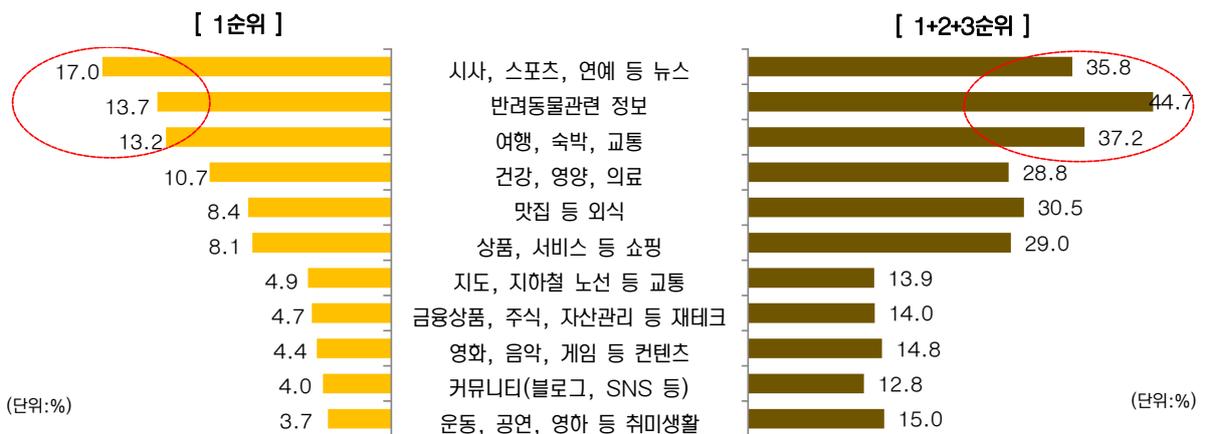


주: n=1,500

■ 최근 인터넷이나 모바일을 통해 검색한 내용에서도 '시사, 스포츠, 연예 등 뉴스' 외에 '반려동물관련 정보'가 많다는 것을 볼 때 반려동물 양육가구에 있어 관련 정보에 대한 니즈는 큰 것으로 판단됨

○ '반려동물관련 정보'를 검색한 경우는 1순위 응답에서는 두번째(13.7%)로 많았고, 1+2+3순위를 합한 결과에서는 가장 많은 것(44.7%)으로 나타남 <그림26>

[그림26] 최근 1개월 이내 인터넷이나 모바일을 통해 검색해 본 내용



주1: 전체 n=1,500

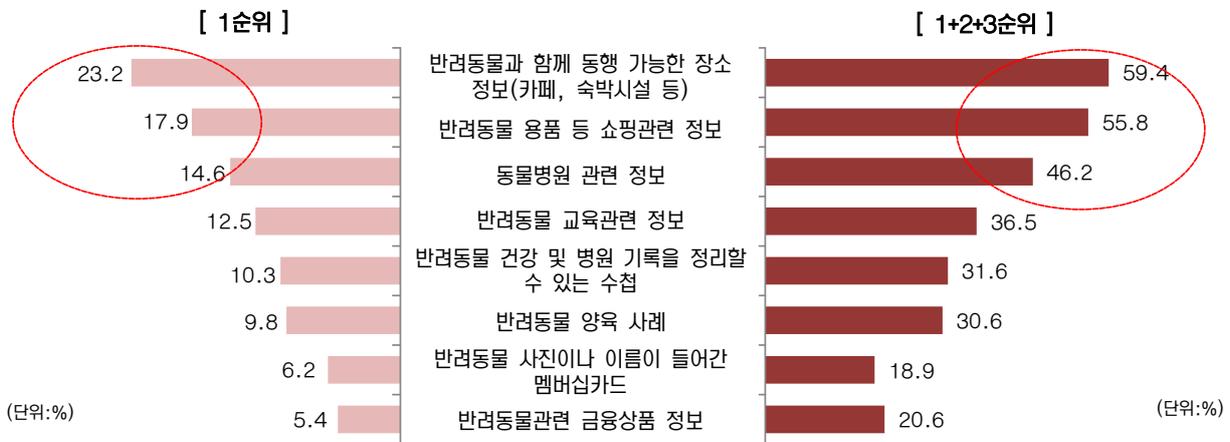
주2: 취업/일자리, 노후 생활 및 자금 설계, 교육 및 학습 등의 소수 응답 제외

■ 인터넷이나 모바일을 통해 정보를 제공한다면 가장 받고 싶은 정보는 '카페나

숙박시설 등의 반려동물과 함께 동행 가능한 장소'로 외출이나 여행시 함께 하고 싶은 니즈를 반영한 것

- 1순위 응답 23.2%가 동 정보를 필요로 했으며, 1+2+3순위 응답에서도 가장 많은 59.4%가 필요로 하는 것으로 나타남 <그림27>

[그림27] 반려동물관련 정보를 제공하는 홈페이지나 앱을 통해 받고 싶은 정보



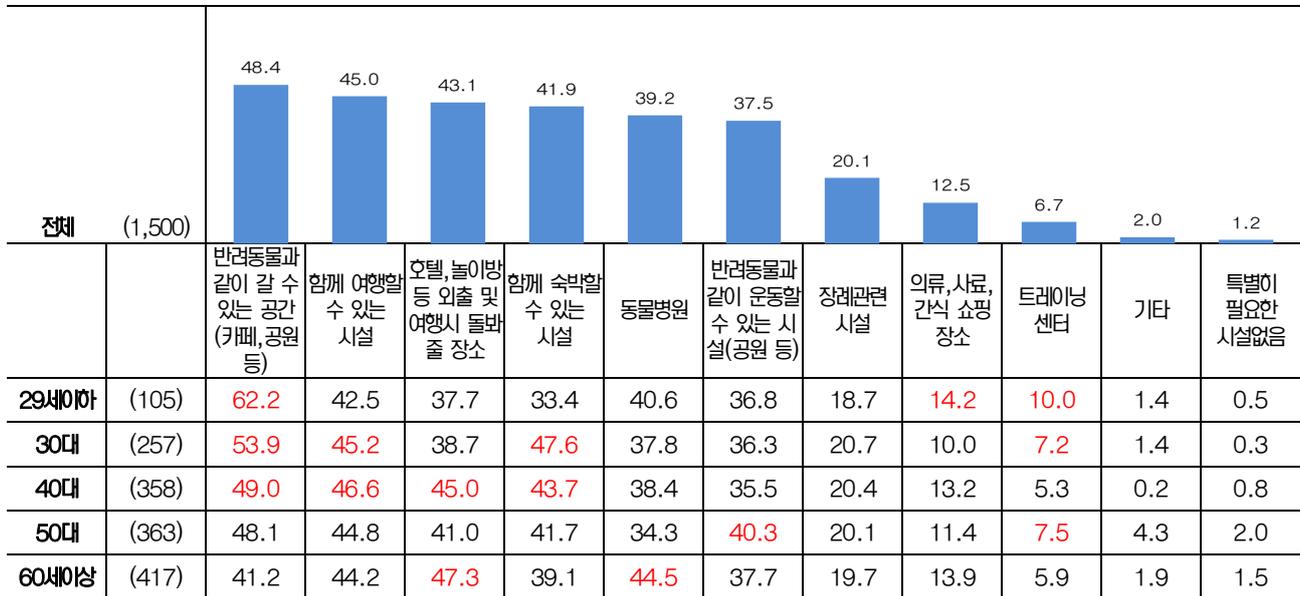
주1: 전체 n=1,500
 주2: 기타 소수 응답 제외

■ 반려동물관련 필요하다고 생각하는 시설 역시 함께 외출하거나 여행할 수 있도록 지원하는 '카페나 공원 등 반려동물과 같이 갈 수 있는 공간', '함께 여행할 수 있는 시설' 등을 필요하다고 생각

- '카페나 공원 등 반려동물과 같이 갈 수 있는 공간'(48.4%), '함께 여행할 수 있는 시설'(45.0%), '동물호텔, 놀이방 등 외출 및 여행시 돌봐 줄 장소'(43.1%), '함께 숙박할 수 있는 시설'(41.9%), '동물병원'(39.2%), '공원 등 반려동물과 같이 운동할 수 있는 시설'(37.5%) 등이 40% 정도의 비슷한 수준으로 필요 정도를 나타냄 <표7>
- 함께 외출하거나 여행을 가고자 하는 니즈는 '40대이하' 연령대에서 상대적으로 더 많은 필요성을 느낌
- 반려동물을 키우면서 느끼는 가장 어려운 점이 '여행하기가 힘들다'(44.2%)는 것이었음을 볼 때 가장 수요가 높은 부분

[표7] 반려동물관련 필요하다고 생각하는 시설

(복수응답, 단위:%)



주: 기타에는 반려동물이 같이 갈 수 있는 고속도로 휴게소, 쇼핑물, 식당 등의 시설에 대한 의견 포함

V. 펫팸족 반려동물관련 금융 행태

V-1. 반려동물관련 양육비 지출 규모

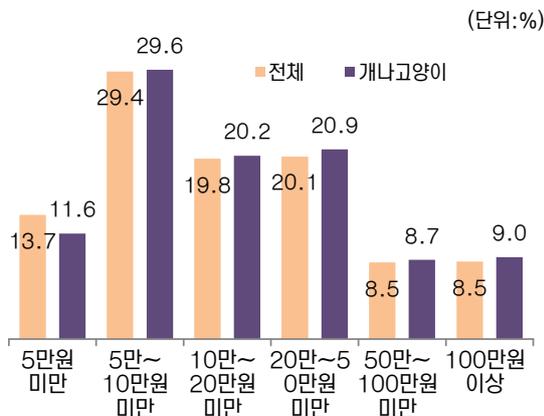
- 반려동물을 기르는 가구는 분양비를 제외한 반려동물관련 한달 평균 비용으로 '5만원~10만원미만'(29.4%)을 지출하는 경우가 가장 많고, 다음으로 '20만원~50만원미만' 20.1%, '10만원~20만원미만' 19.8% 등으로 나타남 <그림28>

○ '개나 고양이를 기르는 가구'의 경우는 비용이 좀더 많이 드는 것으로 나타나는데, '5만원미만'을 지출하는 가구 비중은 감소하고 반면 '5만원~10만원미만' 등 그 외 비용을 지출하는 경우가 전반적으로 비중이 큼 <그림28>

- 가구소득별 반려동물을 양육 비용을 분석해 보면, '200만원미만' 가구는 '20만원미만'으로 지출하는 경우가 80.2%로 대부분을 차지하고 있으며, '200만원~300만원미만'과 '300만원~400만원미만' 가구는 '5만원~50만원미만' 지출이 각각 78.1%, 70.4%로 대부분을 차지 <그림29>

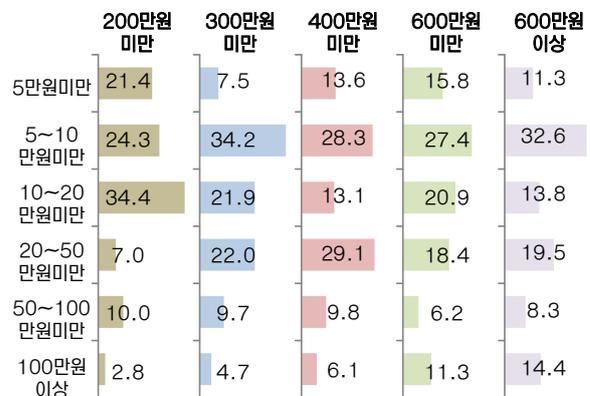
○ '400만~600만원미만'과 '600만원이상' 가구에서는 반려동물관련 지출이 '100만원이상'으로 많은 경우가 1/10을 넘고 있음 <그림29>

[그림28] 반려동물관련 월평균 지출 비용



주1: 현재 양육가구 n=463, 현재 개나 고양이 양육가구 n=438
 주2: 반려동물 분양비는 제외, 여러마리인 경우 모두 합산

[그림29] 가구 월소득별 월평균 지출 비용



주1: 200만원미만 n=56, 300만원미만 n=87, 400만원미만 n=96, 600만원미만 n=142, 600만원이상 n=82
 주2: 반려동물 분양비는 제외, 여러마리인 경우 모두 합산

■ 반려동물관련 지출 비용은 과거 조사에 비해 증가하고 있으며, 특히 50만원 이상 지출하는 경우가 크게 증가

- 2013년 한국소비자원의 조사와 비교해 보면, ‘20만원미만’의 지출은 비중이 감소하는 한편, ‘20만원이상’에서는 증가하고 있고, ‘50만원~100만원미만’, ‘100만원이상’에서 지출이 증가한 것으로 보임 <표8>

[표8] 반려동물관련 월평균 지출 비용 변화

								(단위:%)
	조사연도	5만원 미만	5만~10만원미만	10만~20만원미만	20만~50만원미만	50만~100만원미만	100만원 이상	계
본조사(개나 고양이 양육)	2017년	11.6	29.6	20.2	20.9	8.7	9.0	100.0
한국소비자원	2013년	17.1	30.9	31.4	17.8	2.6	0.2	100.0

주1: 현재 개나 고양이를 양육하는 가구 전체 n=438

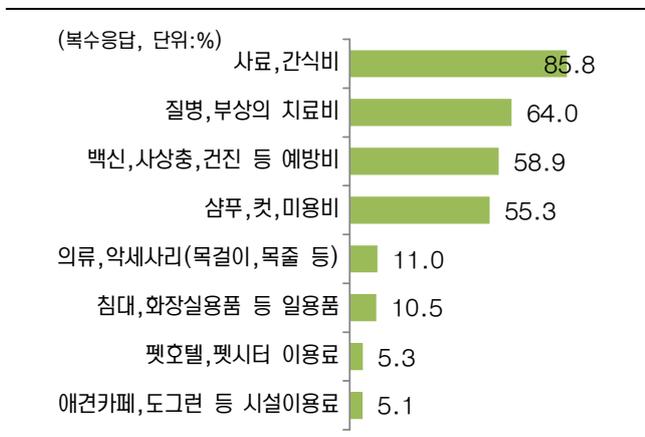
주2: 한국소비자원(2013)의 경우도 개나 고양이를 양육하는 가구만 조사

V-2. 반려동물 양육비 지출 항목

■ 반려동물관련 지출 중 비용이 가장 많이 드는 항목은 ‘사료·간식비’(85.8%)이고, ‘질병·부상의 치료비’(64.0%), ‘예방비’(58.9%), ‘삼푸·컷·미용비’(55.3%) 등의 순으로 비용이 많이 들고 있음 <그림30>

- 반려동물의 유형에 따라 소비 항목에서 차이가 나타나는데, 개의 경우 ‘삼푸, 컷, 미용비’가 많이 드는 반면 고양이의 경우 ‘침대, 화장실용품 등 일용품’의 소비가 많음 <그림31>

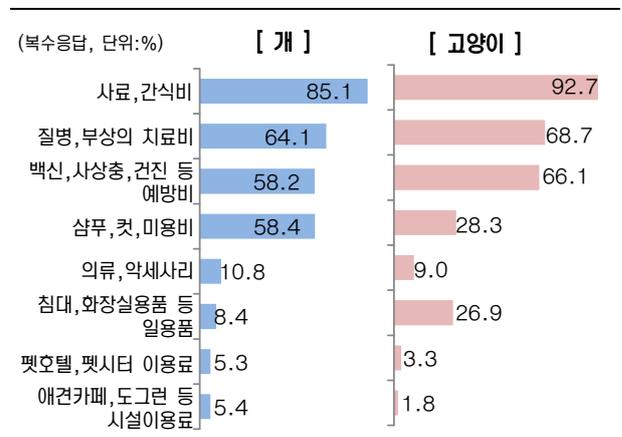
[그림30] 반려동물관련 소비 항목



주1: n=1,500

주2: 반려동물 보험, 교육·훈련비 등 소수의견 제외

[그림31] 개·고양이관련 소비 항목



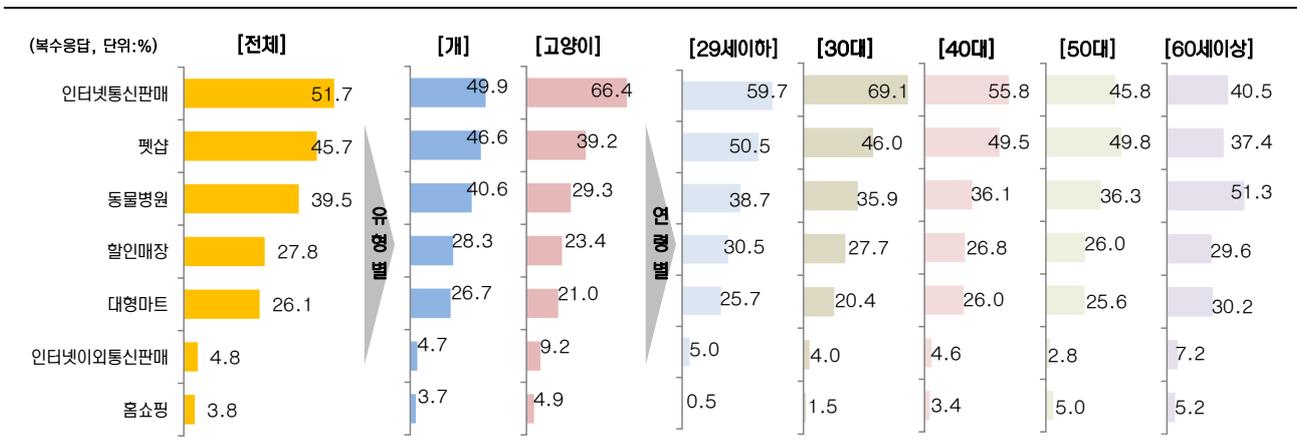
주1: 개 양육 n=1,378, 고양이 양육 n=196

주2: 반려동물 보험, 교육·훈련비 등 소수의견 제외

■ 반려동물관련 사료 및 용품 등을 구입할 때 '인터넷통신판매'(51.7%)를 이용하는 경우가 가장 많고, '펫샵'(45.7%), '동물병원'(39.5%) 등의 순으로 이용 <그림32>

- 고양이를 양육하는 가구의 경우 개를 양육하는 가구에 비해 '인터넷통신판매'를 통해 물품을 구입하는 경우가 많음
- 연령별로는 '29세이하'와 '30대'에서 '인터넷통신판매'를 이용하는 경우가 많고, '60세이상'에서는 다른 연령대에 비해 '동물병원'이나 '대형마트' 등을 이용하는 경우가 많음

[그림32] 반려동물관련 물품 구입처



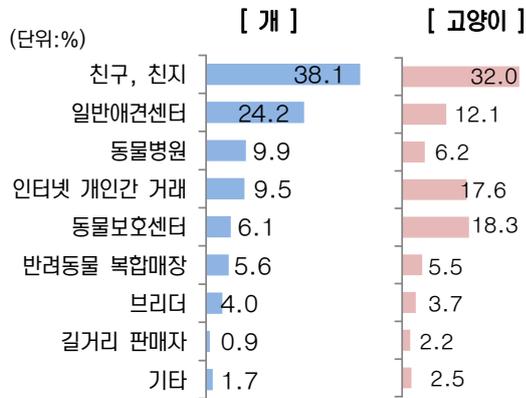
주1: 전체 n=1,500, 개 양육 n=1,378, 고양이 양육 n=196, 29세이하 n=105, 30대 n=257, 40대 n=358, 50대 n=363, 60세이상 n=417
 주2: 편의점, 해외직구 등 소수의견 제외

III-3. 반려동물 입양관련 비용

■ 반려동물을 분양받는 경로는 '친구나 친척, 이웃 등 지인'을 통해 받는 경우가 가장 많으나, 그 외 분양 경로는 개나 고양이에 따라 차이가 큼 <그림33>

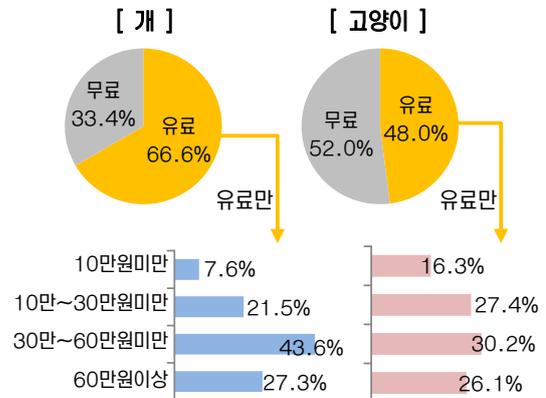
- 개의 경우 '지인'으로부터 분양받는 경우가 38.1%로 가장 많고, '일반애견센터'(24.2%), '동물병원'(9.9%), '인터넷 개인간 거래'(9.5%), '동물보호센터'(6.1%) 등의 순
- 고양이의 경우 '지인'(32.0%)으로부터 분양받는 경우가 가장 많은 점은 같으나, 그 외 유기묘를 포함한 '동물보호센터'에서 입양한 경우가 18.3%로 두번째로 많으면서 개에 비해 높은 비중을 차지하여 분양경로의 차이를 나타냄

[그림33] 반려동물 입양처



주1: 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115
 주2: 동물보호센터에는 유기동물입양도 포함, 브리더는 교배/분양 전문가

[그림34] 반려동물 분양 금액



주1: 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115
 주2: 가장 최근에 입양한 반려동물 기준

■ **입양할 때 대금을 지급한 경우는 반려동물 양육가구 전체 중 64.3%¹⁷이며, 개의 경우는 66.6%, 고양이의 경우는 48.0%로 개의 경우 분양 비용을 지급한 경우가 많음 <그림34>**

- 고양이의 경우 지인이나 유기묘 포함 동물보호센터에서 입양한 경우가 많아 무료의 비중이 큰 것으로 나타남
- 입양할 때 대금을 지급한 경우, 개나 고양이 모두 ‘30만원~60만원미만’의 비용을 지급한 경우가 가장 많고, ‘60만원이상’을 지급한 경우도 높은 편으로 과거에 비해 전반적으로 분양 비용이 증가한 것으로 보임

－ 한국소비자원(2013) 조사결과에 따르면

개 입양 비용: ‘10~30만원미만’ 39.8% → ‘30~60만원미만’ 36.8% → ‘10만원미만’ 12.0% → ‘60만원이상’ 11.4%
 고양이 입양금액 ‘10~30만원미만’ 42.2% → ‘30~60만원미만’ 26.5% → ‘10만원미만’ 22.9% → ‘60만원이상’ 8.4%

¹⁷ 반려동물을 키우는 가구 전체 n=1,500

V-4. 반려동물관련 필요 자금 준비

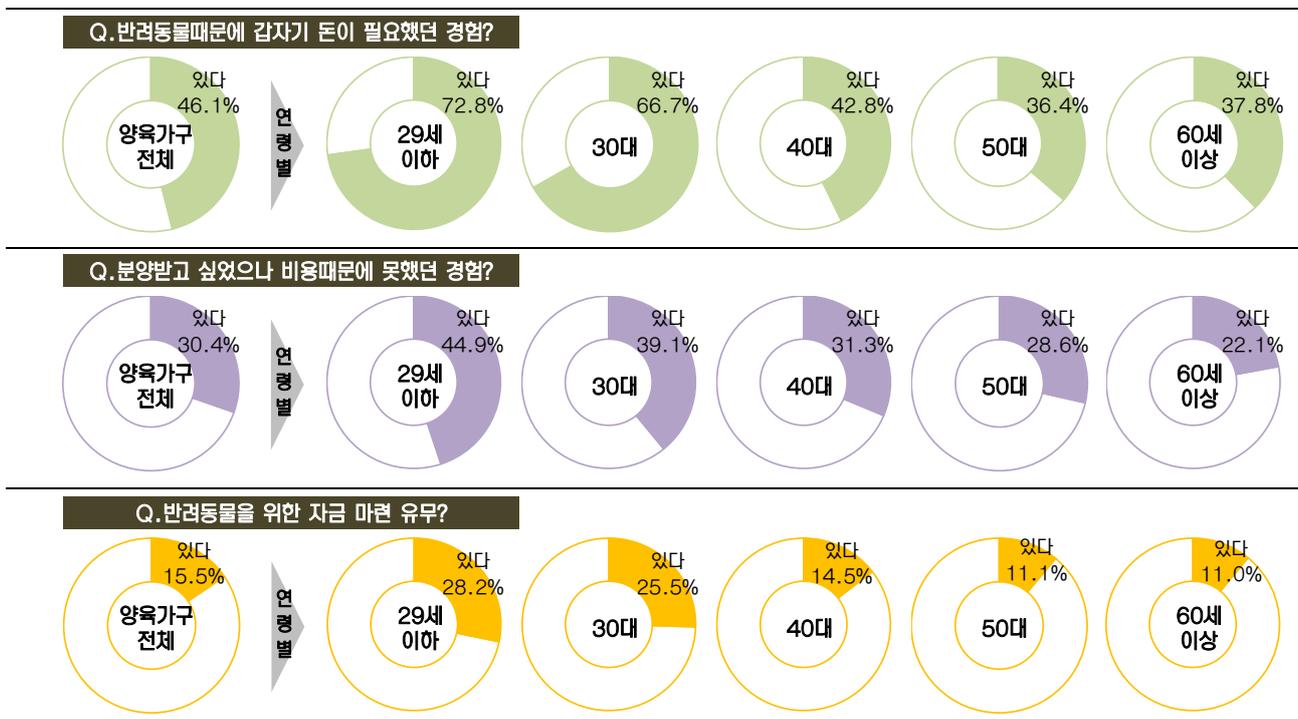
■ 반려동물 양육가구의 46.1%는 '반려동물때문에 갑자기 돈이 필요했던 경험'을 가지고 있으며, '29세이하'와 '30대'에서 동 경험을 한 경우가 많음 <그림35>

○ '29세이하'의 72.8%가 반려동물 때문에 돈이 필요했던 경험이 가장 많고, '30대'도 66.7%가 같은 경험을 하였음

■ 반려동물 양육가구의 30.4%는 '반려동물 분양을 받고 싶었으나 비용 때문에 받지 못했던 경험'을 가지고 있으며, '29세이하'와 '30대'에서 동 경험을 한 경우가 많음 <그림35>

○ '29세이하'의 44.9%, '30대'의 39.1%가 반려동물을 분양받고 싶었으나 비용 때문에 못했던 경험을 가지고 있음

[그림35] 반려동물관련 자금 필요 경험



주: 전체 n=1,500, 29세이하 n=105, 30대 n=257, 40대 n=358, 50대 n=363, 60세이상 n=417

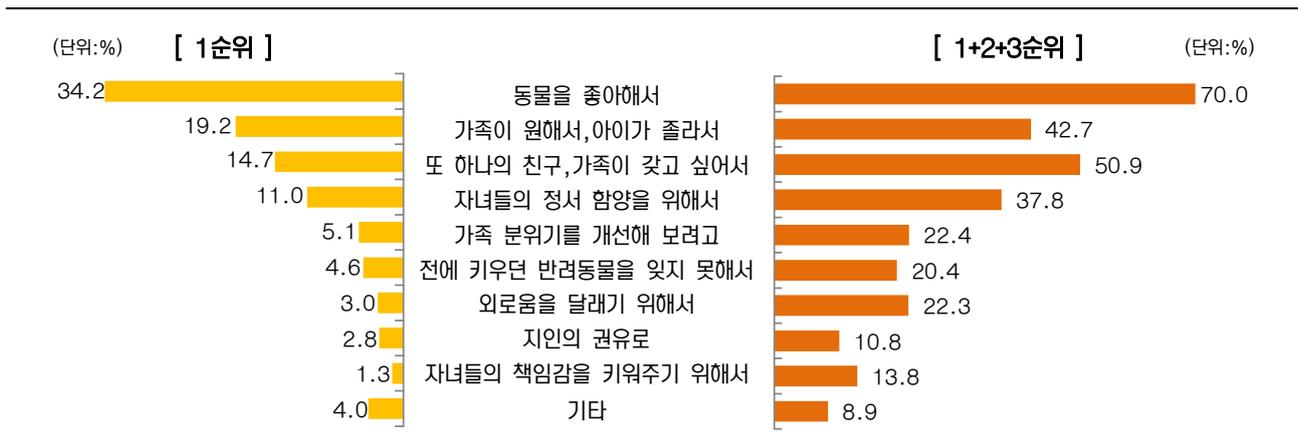
- 반려동물관련 비용 문제를 경험했음에도 불구하고 양육가구 중 반려동물을 위한 자금을 마련하고 있는 경우는 15.5%로 매우 낮은 수준 <그림35>
- 연령별로는 ‘40대이상’이 자금 마련에 더 소극적으로 나타났는데, ‘40대’의 14.5%, ‘50대’의 11.1%, ‘60세이상’의 11.0% 정도만 반려동물을 위한 자금을 마련하고 있었음

VI. 펫팸족 반려동물 양육 만족도

VI-1. 반려동물 양육 이유

- 국내 가구에서 반려동물을 키우고 있는 이유는 '동물을 좋아해서'가 가장 많고, '가족이 원해서, 아이가 즐라서', '또 하나의 친구나 가족을 갖고 싶어서', '자녀의 정서함양을 위해서' 등으로 나타남
- '외로움을 달래기 위해서' 키우는 경우는 1순위에서 3.0%, 1+2+3순위에서 13.8%로 상대적으로 낮게 나타남 <그림36>

[그림36] 국내 가구의 반려동물을 키우는 이유



주: 현재 반려동물 양육 가구 n=463

- 1인~2인 가구는 외로움을 달래기 위해, 자녀가 있는 가구는 자녀가 원하거나 자녀의 정서·교육차원에서 반려동물을 기르는 경우가 많음 <표9>
- 1인~2인가구가 반려동물을 기르는 이유는 '동물을 좋아해서' 뿐만 아니라 '또 하나의 친구, 가족을 갖고 싶고', '외로움을 달래기 위해서' 기르는 경우가 많음
- 자녀양육기나 자녀교육기의 가구에서는 '자녀들의 정서 함양을 위해서'이거나 '가족이 원해서, 아이가 즐라서', '자녀들의 책임감을 키워주기 위해서' 등 자녀를 위해 기르고 있는 경우가 많음

[표9] 가구원수 및 가족생활주기별 반려동물을 키우는 이유

	전체 (복수응답, %)	가구원수별				가족생활주기별				
		1인	2인	3,4인	5인 이상	가구 형성기	재녀 양육기	재녀 교육기	재녀 성년기	노후기
동물을 좋아해서	70.0	●	●							
가족이 원해서, 아이가 졸라서	42.7			●	●			●	●	●
또 하나의 친구, 가족이 갖고 싶어서	50.9	●	●			●				
재녀들의 정서 함양을 위해서	37.8			●	●		●	●	●	
가족 분위기를 개선해 보려고	22.4					●				
전에 키우던 반려동물을 잊지 못해서	20.4		●							●
외로움을 달래기 위해서	22.3	●	●			●				
지인의 권유로	10.8									
재녀들의 책임감을 키워주기 위해서	13.8						●	●		
기타	8.9									

주1: 전체 n=463, 가구원수별 n=463, 가족생활주기별 n=292

주2: 가족생활주기에는 2인 이상의 가구만 분석

주3: gap = (응답비중 - 전체평균): gap < 5%p 인 경우는 미표시, ● = 5%p ≤ gap ≤ 10%p, ● = gap > 10%p

VI-2. 반려동물 양육시 어려운 점

- 현재 반려동물을 키우면서 느끼는 가장 어려운 점은 '여행하기가 힘들다'(44.2%)는 점이었으며, 이어 '배설물, 털 등 관리가 번거롭다'(32.3%), '비용이 많이 든다'(27.3%) 등의 순임 <표10>

[표10] 현재 양육가구의 반려동물을 키우면서 어려운 점

	전체 (복수응답, %)	가구원수별				연령대별				
		1인	2인	3,4인	5인 이상	29세 이하	30대	40대	50대	60세 이상
여행하기가 힘들다	44.2	52.5	53.0	43.0	26.8	34.3	39.0	47.8	44.2	46.5
배설물, 털 등 관리가 번거롭다	32.3	25.2	26.8	36.4	27.0	29.2	33.1	36.5	32.1	28.8
비용이 많이 든다	27.3	30.7	29.7	26.0	26.3	41.6	24.6	25.5	25.3	28.5
외출하기가 어렵다	20.9	24.6	28.0	17.5	20.2	19.5	21.3	17.6	20.0	25.1
건강에 이상이 있을때 대처가 힘들다	18.2	14.1	18.8	16.9	25.2	13.8	14.0	15.2	18.7	23.9
손이 많이 간다	15.7	23.9	19.6	12.5	19.1	17.2	18.8	14.2	17.5	13.0
소음으로 주변에서 항의가 들어온다	9.9	2.2	8.9	9.9	16.6	10.3	7.8	10.1	13.6	6.9
위생상 좋지 않고 냄새가 난다	9.5	8.5	3.7	11.5	12.2	7.5	17.4	10.8	7.8	6.3
매너교육이 어렵다(배소변 교육 등)	7.2	0.0	4.5	9.0	7.8	15.8	10.1	2.9	7.7	6.5
기타	1.1	3.3	0.8	0.9	1.9	1.9	1.4	0.7	1.4	0.8

주1: 현재 반려동물 양육가구만(n=463), 가족생활주기에는 2인 이상 가구만 분석(n=292)

주2: 복수응답, 단위:%

- 다른 가구에 비해 ‘1인이나 2인 가구’에서 ‘여행가기가 힘들다’는 점을 상대적으로 어렵다고 느끼고 있었으며, ‘비용이 많이 든다’는 점에 대해서는 ‘29세이하’ 연령대에서 더 어렵다고 응답

■ ‘배설물, 털 등 관리가 힘들다’라는 점에 대해서는 과거 반려동물을 기르다가 중단한 가구의 경우나 반려동물을 기른 적이 없는 가구 모두가 공감하고 있는 내용임

- 이외 과거 반려동물을 기르다가 중단한 가구의 경우는 ‘공동주택에 살기 때문에(주변 환경 때문에)’, ‘집에 혼자 두고 다닐 수가 없어서’ 등을 어려웠던 점으로 지적하며 현재 반려동물 양육가구의 어려움과 유사한 점을 지적<그림37>
 - 그 외 ‘반려동물이 죽은 쇼크가 커서’, ‘다른 가족들의 반대때문에’, ‘비용이 많이 들어서’ 등의 어려움을 이야기함
- 지금까지 반려동물을 키워 본 적이 없는 가구의 경우는 ‘배설물, 털 등 관리가 힘들어서’를 가장 어려울 것으로 생각하고 있으며, 이어 ‘공동주택에 살기 때문에(주변 환경때문에)’ 등을 양육하지 않는 것으로 보임<그림38>
 - 반려동물 양육 경험이 있는 가구와 달리 ‘집에 혼자 두고 다닐 수 없어서’에 대한 이유는 상대적으로 크지 않은 것으로 나타남

[그림37] 과거 양육가구의 반려동물 양육중단이유 (복수응답, 단위:%)



주: 과거 양육가구만(n=504)

[그림38] 계속 비양육가구의 반려동물 비양육이유 (복수응답, 단위:%)



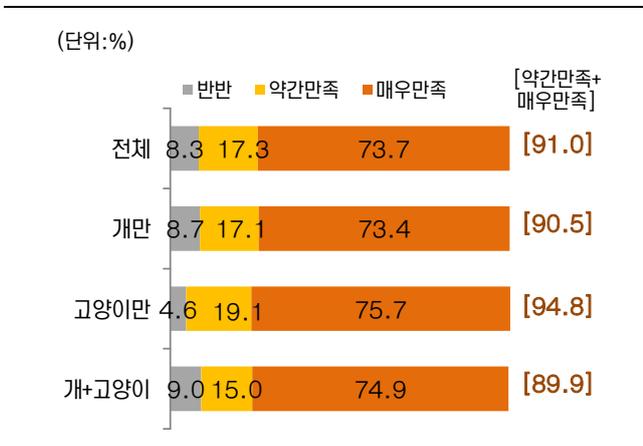
주: 계속 비양육가구만(n=533)

VI-3. 반려동물 양육 만족도와 추천의사

■ 반려동물 양육가구는 반려동물을 키우면서 만족도가 매우 높아 73.7%가 '매우 만족한다'고 응답하였고, 고양이만 키우는 가구의 경우 만족도가 더 높음

- 개만 키우는 가구는 '매우 만족한다'라고 응답한 경우가 73.4%인데, 개와 고양이를 키우거나(74.9%) 고양이만 키우는 가구(75.7%)에서 상대적으로 높은 비중을 차지 <그림39>
- 반려동물 양육에 대해 '약간만족한다+매우만족한다'의 비중을 볼 때 90% 이상이 만족한다고 응답하여 반려동물과의 삶의 만족도가 높은 것으로 나타남
- 양육에 대한 높은 만족도는 향후 양육 지속성에도 긍정적 영향을 미쳐 고양이만 키우는 경우 87.8%, 개와 고양이를 키우는 경우 88.6%, 개만 키우는 경우 80.6%가 향후에도 계속 반려동물을 키울 것이라고 응답¹⁸

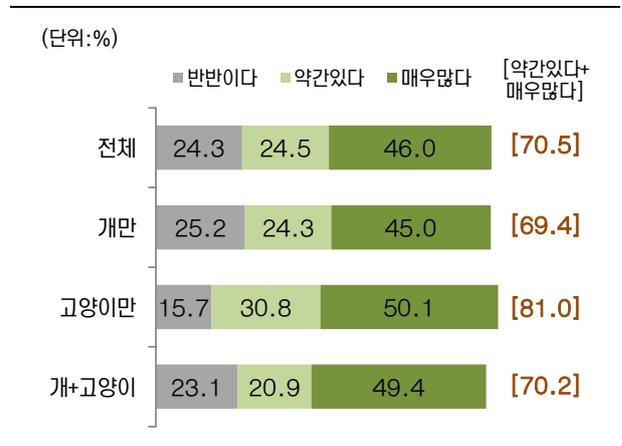
[그림39] 반려동물 양육 만족도



주1: 전체 n=1,500, 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115, 개와 고양이 양육 n=79

주2: 5점 리커트 척도('전혀만족하지않다' 1점부터 '매우만족한다' 5점)로 평가 후 '전혀만족하지않다'와 '만족하지않다'는 비중이 작아 상기 제외

[그림40] 반려동물 양육 추천의향



주1: 전체 n=1,500, 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115, 개와 고양이 양육 n=79

주2: 5점 리커트 척도('전혀없다' 1점부터 '매우많다' 5점)로 평가 후 '전혀없다'와 '거의없다'는 비중이 작아 상기 제외

■ 반려동물 양육가구가 타인에게 반려동물 양육 추천의사를 보면 '매우 많다'가 46.0%이며, 고양이만 키우는 경우 추천의사가 상대적으로 높음 <그림40>

¹⁸ 전체 n=1,500, 개만 양육 n=1,252, 고양이만 양육 n=115, 개와 고양이 양육 n=79

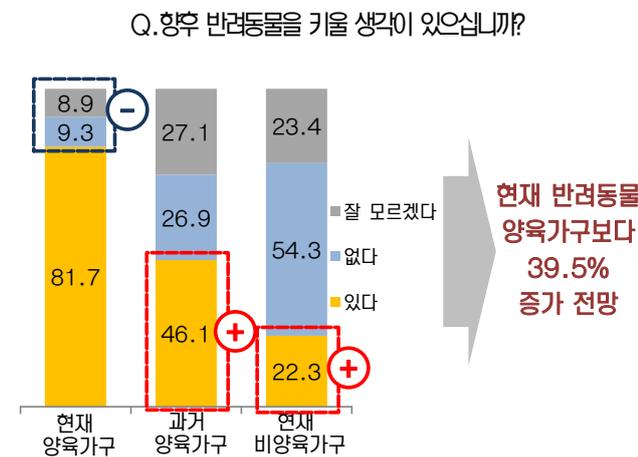
- 개만 키우는 가구의 경우 ‘매우많다’가 45.0%인데, 개와 고양이를 같이 키우거나 고양이만 키우는 경우(50.1%) 상대적으로 추천의사가 더 많음
- 반려동물 양육에 대한 만족도에 비해 추천의사가 약간 낮은 것은 양육에 따른 어려움을 고려한 결과로 보임

VII. 반려동물 관련시장 성장 전망

■ 향후 반려동물을 양육 의향을 질문하여 시장 성장여부를 추정해 볼 때 국내에서는 40% 정도 반려동물 증가에 따른 규모 확대가 지속될 것으로 판단

- 향후 반려동물을 키울 생각이 있는지를 질문한 결과 현재 양육가구의 경우는 81.7%가 향후에도 계속 키울 것이라고 응답하였고, 과거에 양육 경험이 있으나 현재 키우지 않는 가구의 경우는 46.1%, 전혀 키워 본 적이 없는 가구의 경우에는 22.3%가 향후에는 키울 생각이 있다고 응답 <그림41>
- 이를 가구수에 따라 추정해 보면 현재보다 39.5%정도의 반려동물을 키우는 가구가 증가할 것으로 예상
- 일본의 경우 현재 반려동물 개체수의 증가를 기대하기는 어려운 시장으로 보고 있는 상황과는 다르다고 할 수 있음

[그림41] 향후 시장 확대 가능성



주: 현재 양육가구 n=463, 과거 양육가구 n=504, 현재(계속) 비양육가구 n=533

[그림42] 향후 반려인의 수요 증가 가능성



주1: n=1,500, 개 양육 n=1,378, 고양이 양육 n=196
주2: 서비스시장은 애견카페, 돌봄, 엔터테인먼트 등의 서비스 포함

■ 향후 반려동물관련 활성화가 필요한 산업으로는 '의료 및 미용시장'가 40.7%로 수요가 가장 높았고, 그 다음으로 '서비스시장'(33.4%), '사료시장'(9.8%), '동물장묘업'(9.4%) 등의 순으로 나타났으며, 이 부분에 수요가 증가할 가능성이 있

는 것으로 보임 <그림41>

- 개를 키우는 경우 ‘의료 및 미용시장’(40.8%)에 대한 수요가 상대적으로 컸으며, 고양이를 키우는 경우 ‘사료시장’(13.7%)과 ‘동물장묘업’(11.2%)에 대한 수요가 큼
- **반려동물 양육가구의 증가 가능성과 반려동물을 가족으로 생각하는 경향, 2016년 동물보호법 시행규칙 개정으로 동물장묘시설이 증가하는 등 반려동물 사업의 확대 가능성은 클 것으로 전망됨**

[붙임: 연구방법]

- ✚ 본 연구는 반려동물 양육에 대한 시장 전반적 사항과 반려동물 양육가구의 행태를 집중 분석하기 위한 조사로 ‘반려동물 전체 시장현황 분석용’ 조사와 ‘펫팸족 양육 세부현황 분석용’ 조사의 2가지로 이루어짐
- ✚ 조사방법은 구조화된 설문지를 통한 모바일 조사로 시행되었으며, ‘반려동물 전체 시장현황 분석용’과 ‘펫팸족 양육 세부현황 분석용’의 연구 목적에 맞도록 문항 구성에 차이를 둠
- ✚ 설문조사 기간은 ‘반려동물 전체 시장현황 분석용’이 5.23(화)~5.25(목), ‘펫팸족 양육 세부현황 분석용’이 5.24(수)~5.26(금)으로 각각 3일간 실시
 - 조사대상은 전국에 거주하는 KB국민카드 이용자 중 금융활동이 있는 대상을 중심으로 모바일 설문조사 실시

< 연구방법 요약 >

반려동물 전체 시장현황 분석용

펫팸족 양육 세부현황 분석용

대 상 자	<ul style="list-style-type: none"> • 전국에 거주하는 15세 이상 남녀 • 금융거래자(KB국민카드 이용자 중 마케팅 등의 고객) 	<ul style="list-style-type: none"> • 반려동물을 보유한 전국에 거주하는 15세 이상 남녀 • 금융거래자(KB국민카드 이용자 중 마케팅 등의 고객) 																																																																																																																																												
설문조사기간	<ul style="list-style-type: none"> • 2017년 5월 23일 ~ 5월 25일(3일) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2017년 5월 24일 ~ 5월 26일(3일) 																																																																																																																																												
표본추출방법	<ul style="list-style-type: none"> • 지역/가구주연령을 고려한 유의할당추출(Quota sampling) 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역/가구주연령을 고려한 유의할당추출(Quota sampling) 																																																																																																																																												
표본 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 총 1,500명 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>전국</th> <th>서울</th> <th>경기</th> <th>인천</th> <th>기타 광역시</th> <th>충청</th> <th>전라, 제주</th> <th>경상</th> <th>강원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>합계</td> <td>1,500</td> <td>297</td> <td>344</td> <td>82</td> <td>301</td> <td>116</td> <td>130</td> <td>182</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>29세이하</td> <td>106</td> <td>28</td> <td>20</td> <td>5</td> <td>22</td> <td>9</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>30~39세</td> <td>257</td> <td>56</td> <td>67</td> <td>15</td> <td>48</td> <td>19</td> <td>18</td> <td>28</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>40~49세</td> <td>357</td> <td>67</td> <td>94</td> <td>21</td> <td>71</td> <td>26</td> <td>28</td> <td>40</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>50~59세</td> <td>362</td> <td>68</td> <td>86</td> <td>22</td> <td>76</td> <td>26</td> <td>29</td> <td>43</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>60세이상</td> <td>418</td> <td>78</td> <td>78</td> <td>19</td> <td>84</td> <td>36</td> <td>48</td> <td>60</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table>		전국	서울	경기	인천	기타 광역시	충청	전라, 제주	경상	강원	합계	1,500	297	344	82	301	116	130	182	48	29세이하	106	28	20	5	22	9	7	10	4	30~39세	257	56	67	15	48	19	18	28	6	40~49세	357	67	94	21	71	26	28	40	10	50~59세	362	68	86	22	76	26	29	43	12	60세이상	418	78	78	19	84	36	48	60	16	<ul style="list-style-type: none"> • 총 1,500명 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>전국</th> <th>서울</th> <th>경기</th> <th>인천</th> <th>기타 광역시</th> <th>충청</th> <th>전라, 제주</th> <th>경상</th> <th>강원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>합계</td> <td>1,500</td> <td>297</td> <td>344</td> <td>82</td> <td>301</td> <td>116</td> <td>130</td> <td>182</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>29세이하</td> <td>106</td> <td>28</td> <td>20</td> <td>5</td> <td>22</td> <td>9</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>30~39세</td> <td>257</td> <td>56</td> <td>67</td> <td>15</td> <td>48</td> <td>19</td> <td>18</td> <td>28</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>40~49세</td> <td>357</td> <td>67</td> <td>94</td> <td>21</td> <td>71</td> <td>26</td> <td>28</td> <td>40</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>50~59세</td> <td>362</td> <td>68</td> <td>86</td> <td>22</td> <td>76</td> <td>26</td> <td>29</td> <td>43</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>60세이상</td> <td>418</td> <td>78</td> <td>78</td> <td>19</td> <td>84</td> <td>36</td> <td>48</td> <td>60</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table>		전국	서울	경기	인천	기타 광역시	충청	전라, 제주	경상	강원	합계	1,500	297	344	82	301	116	130	182	48	29세이하	106	28	20	5	22	9	7	10	4	30~39세	257	56	67	15	48	19	18	28	6	40~49세	357	67	94	21	71	26	28	40	10	50~59세	362	68	86	22	76	26	29	43	12	60세이상	418	78	78	19	84	36	48	60	16
	전국	서울	경기	인천	기타 광역시	충청	전라, 제주	경상	강원																																																																																																																																					
합계	1,500	297	344	82	301	116	130	182	48																																																																																																																																					
29세이하	106	28	20	5	22	9	7	10	4																																																																																																																																					
30~39세	257	56	67	15	48	19	18	28	6																																																																																																																																					
40~49세	357	67	94	21	71	26	28	40	10																																																																																																																																					
50~59세	362	68	86	22	76	26	29	43	12																																																																																																																																					
60세이상	418	78	78	19	84	36	48	60	16																																																																																																																																					
	전국	서울	경기	인천	기타 광역시	충청	전라, 제주	경상	강원																																																																																																																																					
합계	1,500	297	344	82	301	116	130	182	48																																																																																																																																					
29세이하	106	28	20	5	22	9	7	10	4																																																																																																																																					
30~39세	257	56	67	15	48	19	18	28	6																																																																																																																																					
40~49세	357	67	94	21	71	26	28	40	10																																																																																																																																					
50~59세	362	68	86	22	76	26	29	43	12																																																																																																																																					
60세이상	418	78	78	19	84	36	48	60	16																																																																																																																																					
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 구조화된 설문지를 통한 Mobile Survey 	<ul style="list-style-type: none"> • 구조화된 설문지를 통한 Mobile Survey 																																																																																																																																												

발행처 KB금융지주 경영연구소/ 서울특별시 영등포구 여의공원로 115 세우빌딩 12층
연구자 선임연구위원 황원경(wk.hwang@kbfng.com)

본 보고서는 KB금융그룹이 저작권을 보유하고 있습니다.
KB금융그룹의 승인없이 본 보고서의 내용 일부 또는 전부를 다른 목적으로 이용할 수 없습니다.