

Play

반려동물 트렌드 리포트 2023

2023.07.

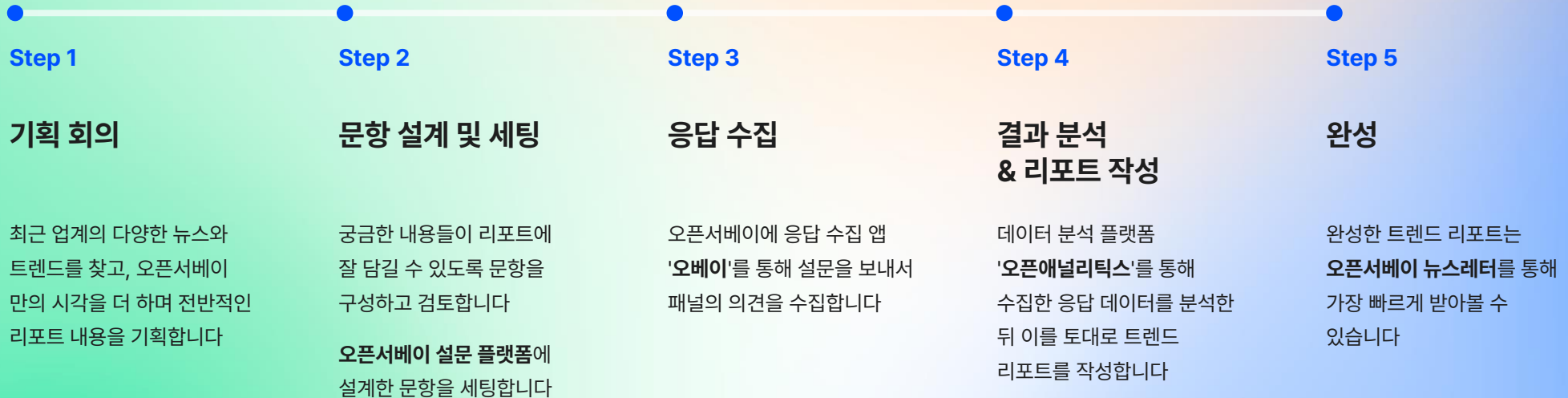
www.opensurvey.co.kr

opensurvey

오픈서베이 트렌드 리포트는 먹고, 사고, 시간을 보내는 것에 대한 데이터를 담고 있습니다

Eat + Buy + Play+

오픈서베이 트렌드 리포트는 아래와 같은 과정을 거쳐 제작됩니다



주요 용어 안내

^① [Base: 응답 대상자, ^② N=응답자 수, ^③ 문항 유형, ^④ 단위]

- ① 응답자 대상자:** [Base]의 첫번째 항목으로 해당 문항에 응답한 사람의 조건을 의미합니다. 리포트 전체 응답 대상자와 문항별 응답 대상자가 다를 수 있습니다.
- ② 응답자수:** 해당 문항에 응답한 사람의 수입니다. 같은 리포트라도 문항에 따라 응답 대상자가 달라지면 응답자 수가 달라질 수 있습니다.
- ③ 문항 유형:** 응답자가 답한 문항의 유형이 무엇인지 표기한 항목입니다. 문항 유형에 따라 수치가 뜻하는 바가 달라질 수 있습니다.

단일 응답	중복 응답	평가형 응답(N점)	순위형 응답(1~N순위)	주관식 응답
응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기 개수는 단 1개로 총합은 항상 100%가 됩니다	응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기가 1개 이상으로 총합은 일반적으로 100% 이상입니다	응답자가 제시된 문항에 대해 긍정/부정 응답을 한 비중과 평균 점수를 표기합니다	1순위 데이터는 단일 응답과 동일하게 취급, 1~N순위 합계 데이터는 복수 응답과 동일하게 취급합니다	숫자형 평균이나 중앙값 위주로 표기합니다 문자형 응답 내용을 그대로 보여주거나 워드클라우드 형태로 그룹화 하여 표기 합니다

- ④ 단위:** 트렌드 리포트의 각종 수치는 단위가 생략되어 있으며, 각 표/그래프 아래의 [Base]를 통해 단위를 확인 할 수 있습니다.

비율(%)	평균(점)
전체 응답 대비 상대적인 비율로, 표준 유효 숫자 규칙에 따라 반올림해 소수점 1의 자리까지 표기 했습니다. 따라서 총합이 100이 되지 않는 경우가 있습니다.	평가형 문항 응답의 평균 점수로, 소수점 셋째 자리에서 반올림하여 소수점 둘째 자리까지 표기 합니다.

표/그래프에 자주 나오는 용어 정리

증감/Gap(±%p)	Top 2/3%
기준이 되는 값과 특정 응답 값 사이의 절대적인 비율 차이를 의미합니다.	평가형 문항 응답에서 긍정 응답자의 비율입니다. 5점 척도 의 경우 일반적으로 4~5점 선택자의 비율을 Top 2%로 표기, 7점 척도 는 5~7점 선택자의 비율을 Top 3%로 표기 합니다.

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

들어가며

반려동물 위해 지갑 여는 소비자들 푸드부터 여행까지 확대되는 펫코노미

가전·식음료부터 제약·상조까지 다양한 산업군에서 '펫코노미'에 주목하고 있습니다. 국내 반려 가구는 지난해 550만 가구를 넘어섰고, 관련 시장 규모는 2027년 6조에 이를 거라고 합니다. 1인가구 증가·고령화 등의 영향으로 반려 가구가 늘고, 반려동물도 어엿한 가족이라는 인식이 확산하면서 기업에는 새로운 기회가 열린 겁니다.

가족에게는 좋은 것만 해주고 싶은 법이죠. 실제로 반려동물을 기르는 소비자는 먹이고 입히는 것뿐 아니라 건강·교육·장례 등 다양한 정보를 적극적으로 탐색합니다. 사료는 물론이고 취향과 건강을 고려한 간식·영양제까지, 펫푸드에는 한 달 양육 비용의 절반을 투자하죠. 숙박·의료 상담·사진 촬영 등 다양한 서비스에 관한 수요도 발견됩니다. 리포트에서 더 자세한 반려동물 양육 행태를 확인해 보세요.



Eat



Buy



Play

조사 목적

1. 전반적인 반려동물 양육 현황	<ul style="list-style-type: none"> 반려동물 양육 경험, 현재 양육 중인 반려동물 반려동물 주 양육자 	<ul style="list-style-type: none"> (비양육자) 반려동물 비양육 이유 (비양육자) 향후 반려동물 양육 의향, 양육 희망하는 동물
2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태 1) 양육 현황 <small>* 세부 양육 현황 및 행태는 현재 양육 중인 반려견/반려묘 중 가장 나이 많은 동물 기준 (이하 동일)</small>	<ul style="list-style-type: none"> 반려견/반려묘 수 (가장 나이 많은 반려견/반려묘 기준*) 나이, 체중 양육 비용, 비용 지출 항목 양육비 마련을 위한 노력 	<ul style="list-style-type: none"> 양육 관련 정보 탐색 채널 이용하는 반려동물 전문 쇼핑몰/앱 양육 관련 탐색하는 정보 양육 시 걱정/부담 요소 및 어려운 점
2) 건강 관리 행태	<ul style="list-style-type: none"> 건강 관리를 위해 해주는 노력 동물병원 방문 상황/목적, 방문 주기 	<ul style="list-style-type: none"> 동물병원 이용 시 불편점
3) 사료/간식/영양제 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> 사료/간식/영양제 공급 여부, 관련 월평균 구매 비용 이용하는 사료 사료 구매 시 중요 고려 요소 사료 브랜드 변경 경험 및 변경 이유 	<ul style="list-style-type: none"> 이용하는 간식 이용하는 영양제 사료/간식/영양제 구매하는 채널 채널별 주 이용 이유
4) 용품 및 서비스 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> 이용하는 용품 용품 구매 채널 및 채널별 주 이용 이유 	<ul style="list-style-type: none"> 이용하는 서비스 향후 이용 의향 서비스

조사 설계

조사 방법	본 조사는 오픈서베이 패널 중, 조사 대상에 해당하는 응답자를 선정하여 모바일 앱으로 응답을 수집하는 모바일 서베이로 진행 되었습니다.											
조사 지역	전국											
조사 대상	STEP 1. 스크리닝 조사 - 20~59세 남녀											
	성x연령 (5세 단위), 수도권/비수도권 인구 비례 할당으로 응답자를 모집											
	세부할당은 아래 표 참고											
		연령								합계		합계
		20~24세	25~29세	30~34세	35~39세	40~44세	45~49세	50~54세	55~59세			
	남성	161	197	191	179	222	218	249	222	1639	수도권	1698
	여성	150	176	173	171	216	211	245	219	1561	비 수도권	1502
	합계	311	373	364	350	438	429	494	441	3200	합계	3200
	STEP 2. 본 조사 – 현재 반려견 또는 반려묘 양육자이고, 함께 거주하는 주 양육자 및 공동 양육자											
응답자 수	스크리닝 조사 3,200명 / 본 조사 500명											
조사 기간	2023년 7월 14일 ~ 16일											

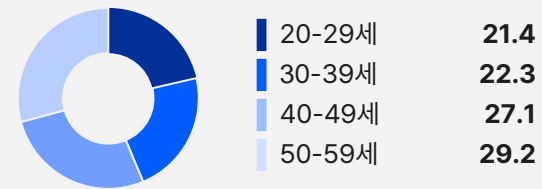
응답자 특성

전국 만 20~59세 남녀를 대상으로 조사를
진행하였습니다.

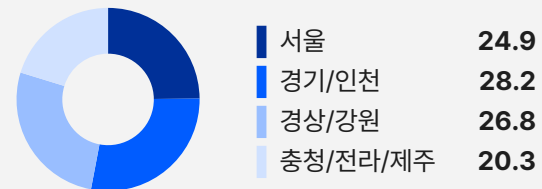
성별



연령



지역



직업



Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

전국 20~50대 남녀 중 약 27%가 현재 반려동물을 기르고 있습니다

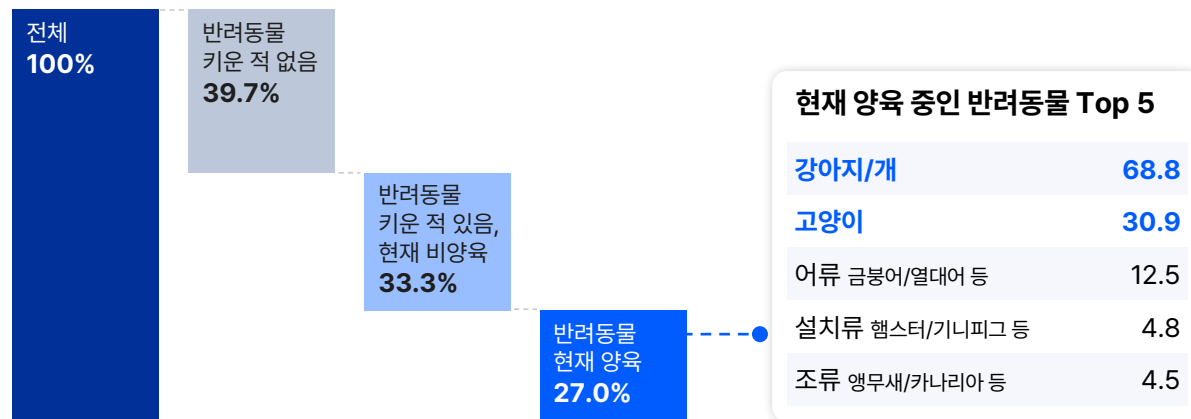
강아지/개를 가장 많이 키우고,
고양이와 어류(금붕어/열대어 등)를
그 다음으로 많이 키우고 있습니다.

가정에서 본인이 반려동물을 대부분 또는 전적으로
양육하는 주 양육자는 남성 대비 여성,
20~30대 대비 40~50대의 비중이 높습니다.

반려동물 양육 경험 및 현재 양육 중인 반려동물

[Base: (스크리닝 조사) 전체 응답자, N=3200, 단일 응답, %]

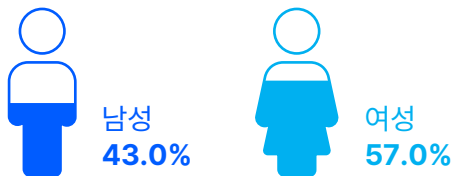
[Base: (스크리닝 조사) 현재 반려동물 양육자, N=863, 중복 응답, %]



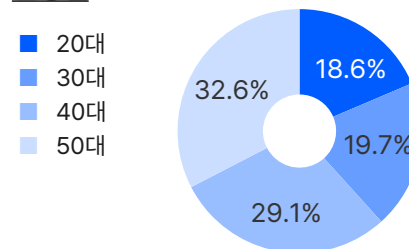
주 양육자 Profile

[Base: (스크리닝 조사) 현재 반려동물 주 양육자 본인이 대부분 또는 전적으로 양육하는 자, N=488, 단일 응답, %]

성별



연령별



먹이고 입히는 것뿐만 아니라 입양/파양부터 장례까지, 반려견/반려묘를 기르며 다양한 정보를 탐색하고 얻습니다

반려견/반려묘 양육자는 평소 사료/간식/영양제 등
펫푸드나 용품에 대한 정보를 가장 많이 접하고,
건강 관리에 대한 정보도 관심있게 탐색합니다.

반려견/반려묘 관련 정보를 얻기 위해
유튜브와 포털사이트를 가장 많이 이용하고,
오프라인에서는 동물병원이 주된 정보 접촉 채널로
이용됩니다.

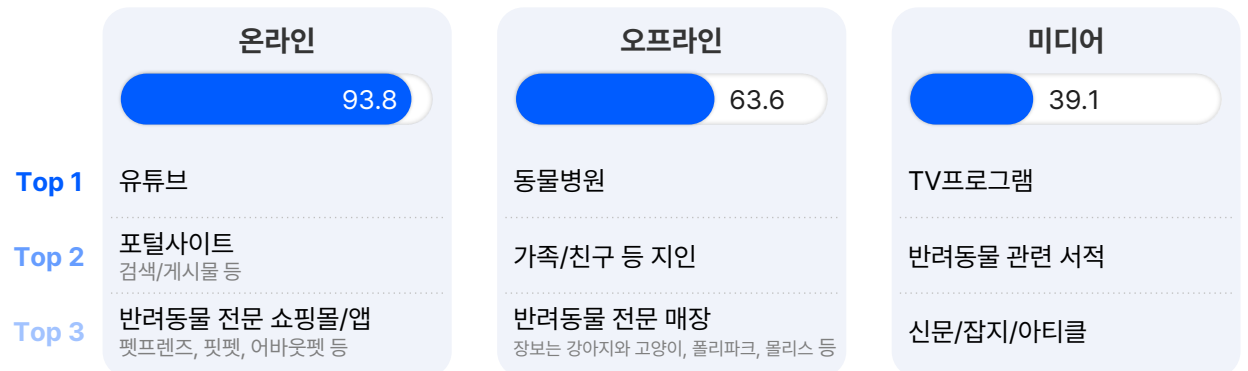
반려견/반려묘 관련 탐색하는 정보

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 중복 응답, %]



반려견/반려묘 관련 정보 탐색 채널

[Base: (본 조사) 평소 반려견/반려묘 관련 정보 접촉하는 자, N=481, 중복 응답, %]



반려견/반려묘 양육자는 연평균 약 4.6회 정도 동물병원에 방문하고, 연령에 따라 방문 목적이 다릅니다

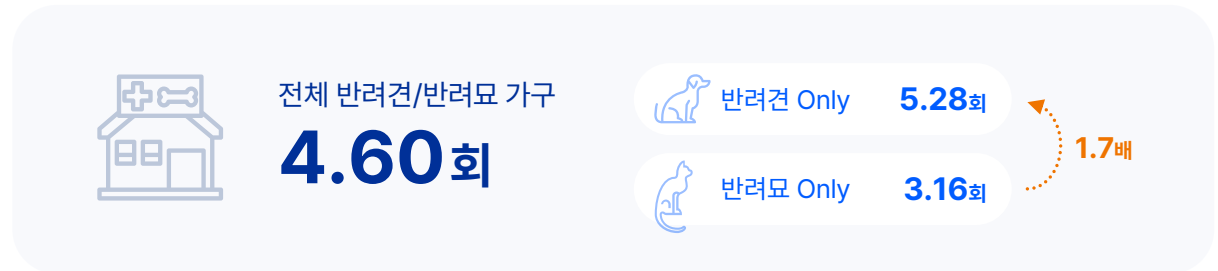
반려견/반려묘의 동물병원 방문 주기는
연평균 약 4.6회 정도로, 반려견 양육 가구가
반려묘 양육 가구보다 약 1.7배 더 자주 방문합니다.

나이가 어린 반려견/반려묘를 기르는 경우
예방접종이 동물병원 방문 목적에서
가장 높은 비중을 차지합니다.

반대로 9세 이상의 반려견/반려묘를 기르는 경우
만성 질환/지병 관리/치료를 위해 병원에 방문하는
비중이 상대적으로 높습니다.


반려견/반려묘 동물병원 방문 주기(연평균)

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 단일 응답, %]



반려견/반려묘 연령별 동물병원 방문 상황/목적 Top 3

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 순위형 응답(1~3순위), %]



	4세 이하	5~8세	9세 이상
Top 1	예방접종 65.5%	예방접종 53.5%	건강검진 44.2%
Top 2	건강검진 48.1%	건강검진 44.9%	예방접종 39.1%
Top 3	기본 관리 귀, 항문낭, 발톱, 치아 등 32.8%	급성 질병/상해 진단/치료 31.5%	만성 질환/지병 관리/치료 39.1%

사료는 물론, 취향과 건강에 맞는 간식 및 기능성 영양제/식품을 다양하게 급여하는 데 양육비의 절반 정도를 지출합니다

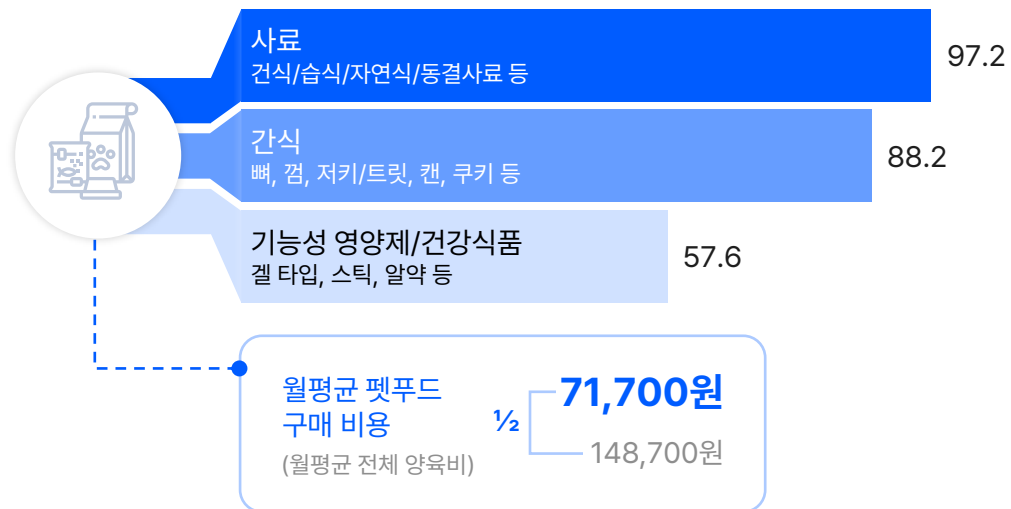
반려견/반려묘에게 사료를 가장 많이 급여하며,
기능성 영양제/건강식품을 급여하는 비중도
전체 양육자의 57% 이상입니다.

사료, 간식, 영양제 등 펫푸드를 구매하기 위해
지출하는 비용은 한 달 평균 약 7만 원으로,
전체 양육 비용의 절반 정도를 차지합니다.

펫푸드 구매 시 온라인을 주로 이용하고,
그중에서도 오픈마켓과 반려동물 전문몰 및
네이버쇼핑의 주 이용률이 높습니다.

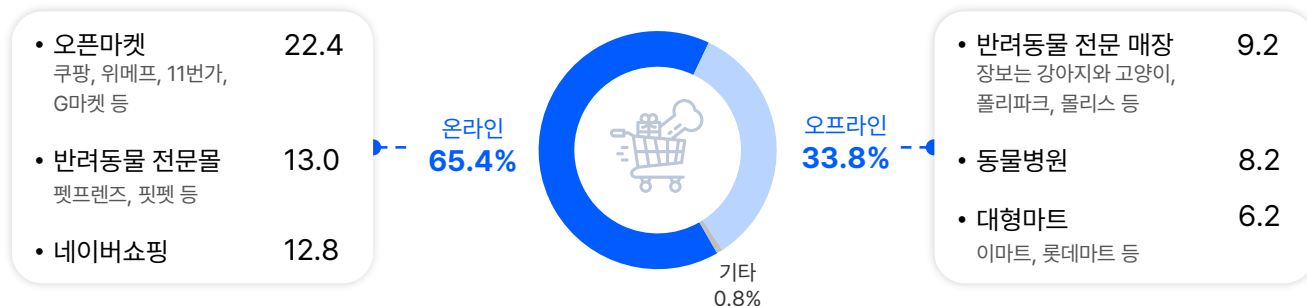
반려견/반려묘에게 급여하는 펫푸드 및 월평균 구매 비용

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 중복 응답/단일 응답, %/원]



펫푸드 주 구매 채널

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 단일 응답, %]



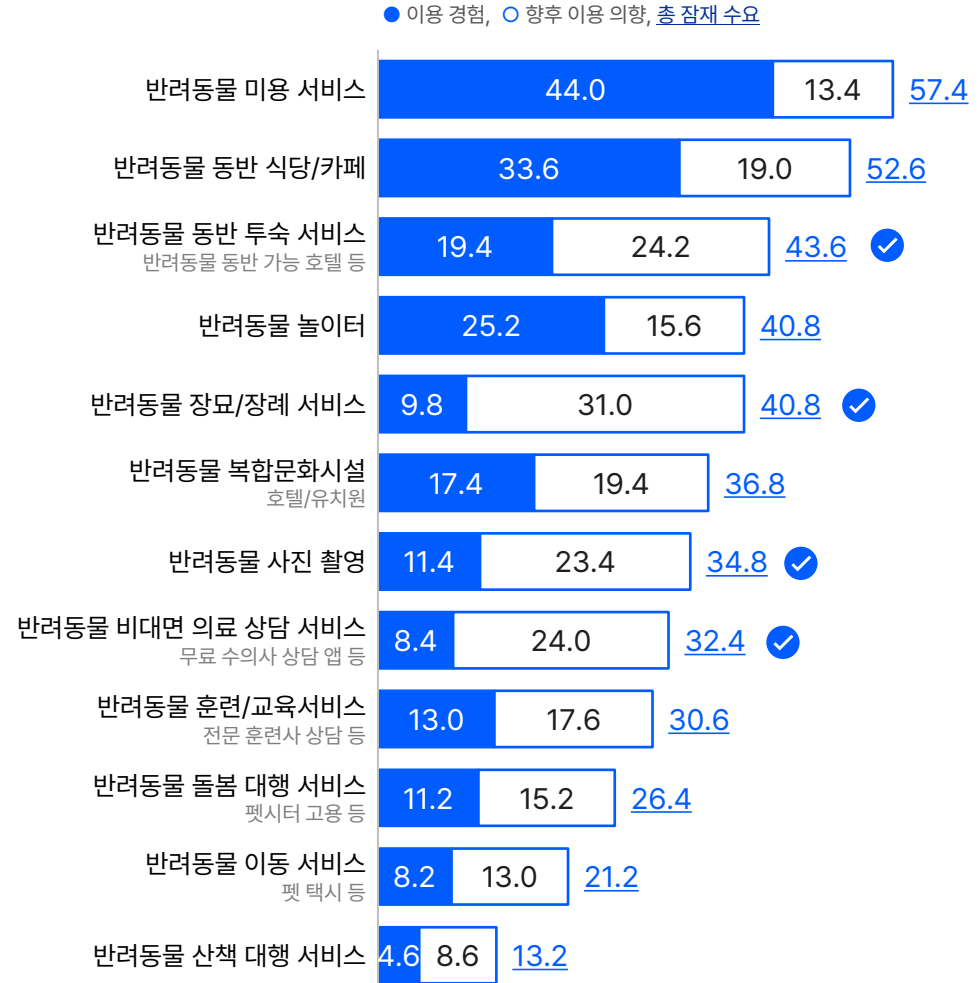
매년 시장이 성장하고 있는 가운데, 양육자의 니즈를 충족하는 반려동물 서비스 시장도 더욱 성장할 것으로 예상됩니다

반려동물을 대상으로 하는 다양한 서비스 중
미용 서비스와 동반 식당/카페 방문 경험률이
가장 높습니다.

한 번도 이용해 본 적 없지만, 향후에 이용할 의향이
있는 서비스로는 장묘/장례 서비스와 동반 투숙
서비스, 비대면 의료 상담 서비스, 사진 촬영 등이
언급되었습니다.

반려견/반려묘 서비스 이용 경험률 및 향후 이용 의향률

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 중복 응답, %]



*sorting: 총 잠재 수요 기준

*총 잠재 수요: 이용 경험률과 향후 이용 의향률을 합친 것

*체크 표시: 향후 이용 의향 20% 이상

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

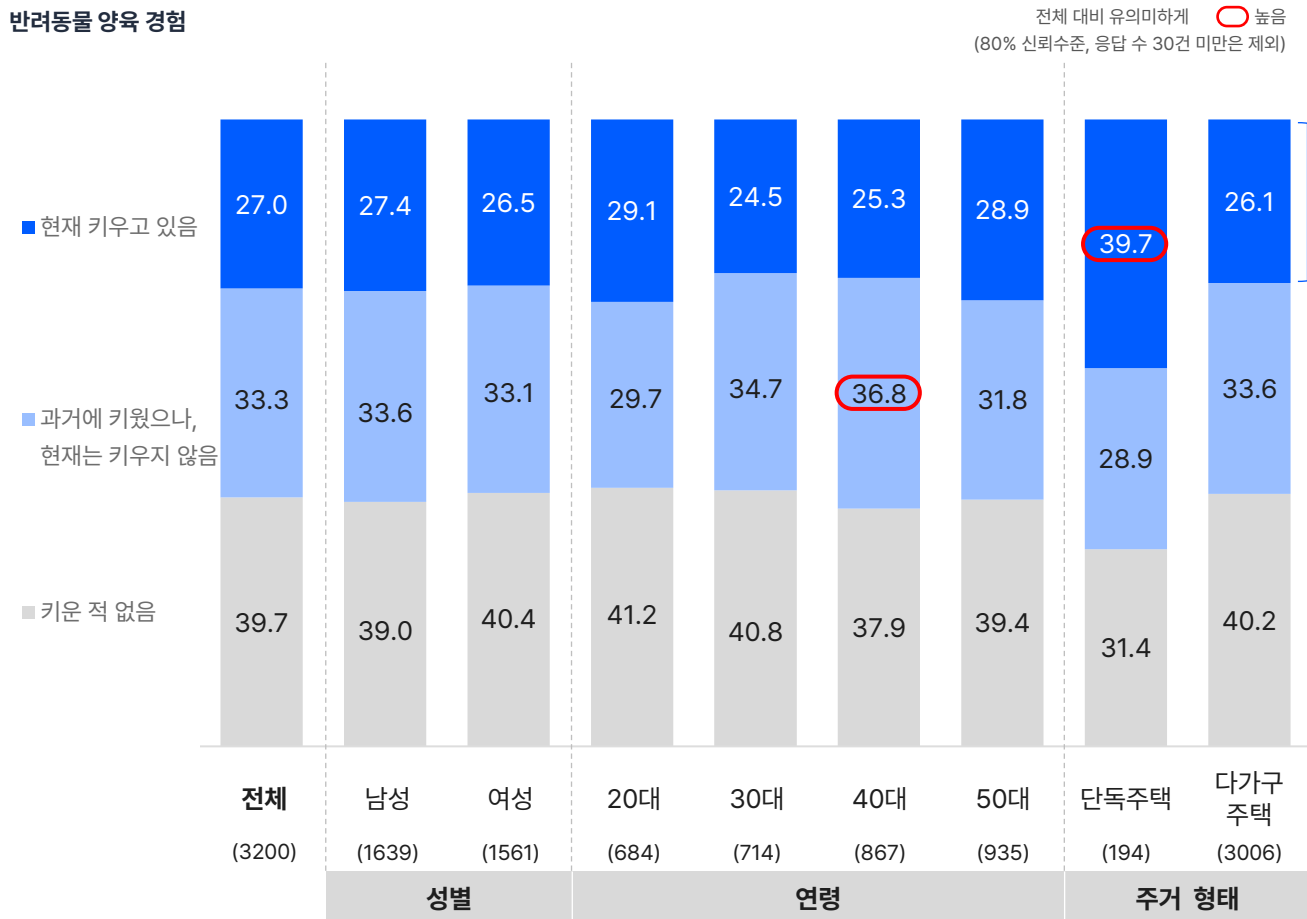
- 1. 전반적인 반려동물 양육 현황**
2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

응답자 10명 중 3명은 현재 반려동물을 키우고 있습니다

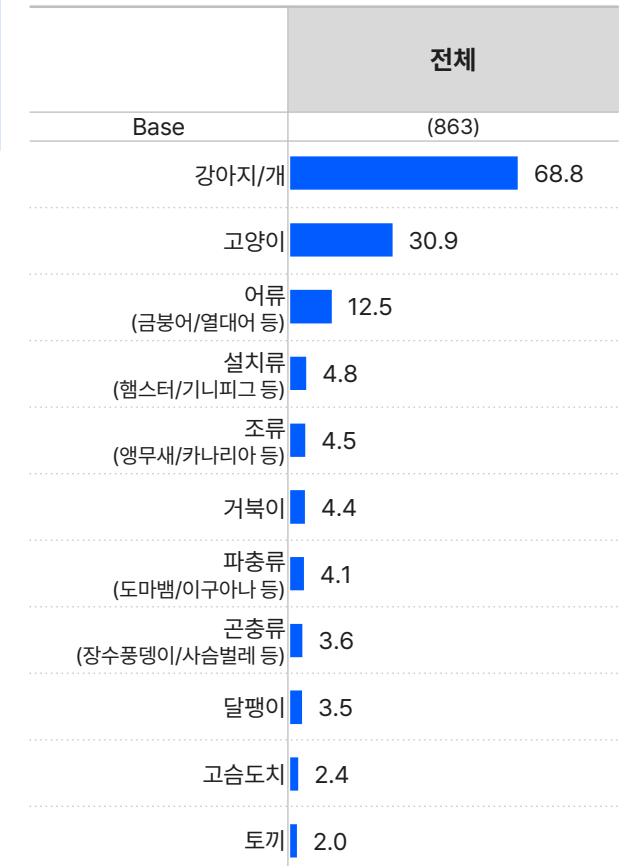
강아지/개를 키우는 비중이 가장 높고, 다음으로 고양이 > 어류 등의 순서로 많이 기릅니다

성·연령별로는 반려동물 양육 경험률에 큰 차이를 보이지 않지만, 주거 형태가 단독주택인 경우 반려동물을 키우는 비중이 상대적으로 높습니다.

반려동물 양육 경험



현재 양육 중인 반려동물



반려동물의 주 양육자는 여성과 40대의 비중이 높고, 남성 및 20대는 다른 사람과 비슷한 비중으로 공동 양육한다는 비중이 상대적으로 높습니다

본인이 보조 양육자인 경우, 20~30대는 부모님/조부모님이, 남성과 40대는 배우자/연인/파트너가, 50대는 자녀가 양육을 주로 담당한다고 응답했습니다.

반려동물 주 양육자

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				가구 유형	
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	1인가구	2인+ 가구
Base	(863)	(449)	(414)	(199)	(175)	(219)	(270)	(106)	(757)
주 양육자 (내가 대부분 or 전적으로 양육)	56.5	46.8	67.1	45.7	54.9	64.8	58.9	70.8	54.6
공동 양육자 (나와 다른 사람이 비슷한 비중으로 양육)	24.7	30.3	18.6	31.7	20.0	19.6	26.7	7.5	27.1
보조 양육자 (다른 사람이 대부분 or 전적으로 양육)	18.8	22.9	14.3	22.6	25.1	15.5	14.4	21.7	18.4

[Base: (스크리너 조사) 현재 반려동물 양육자, N=863, 단일 응답, %]

본인이 보조 양육자인 경우 주 양육자	Base	(162)	(103)	(59)	(45)	(44)	(34)	(39)	(23)*	(139)
	부모님/조부모님	43.8	36.9	55.9	75.6	61.4	23.5	5.1	73.9	38.8
	배우자/연인/파트너	29.0	39.8	10.2	6.7	22.7	50.0	43.6	0.0	33.8
	자녀	13.6	9.7	20.3	0.0	2.3	17.6	38.5	4.3	15.1
	형제/자매	11.7	12.6	10.2	17.8	9.1	8.8	10.3	21.7	10.1
	친구/직장 동료/룸메이트	1.2	1.0	1.7	0.0	2.3	0.0	2.6	0.0	1.4

[Base: (스크리닝 조사) 반려동물 보조 양육자, N=162, 단일 응답, %]

*Small base

현재 반려동물을 키우지 않는 이유는 관리가 어렵고, 비용이 많이 들며, 돌봐줄 사람이 없는 점 때문입니다

20~30대는 시간적 여유가 없는 점이 공통된 부담으로 작용하고, 특히 20대는 비용에 대한 부담을 상대적으로 크게 느끼고 있습니다.

과거 양육 경험이 있는 사람의 경우, 장소 및 시간적 여유가 없는 점과 더불어 과거 키운 반려동물을 잃었다는 점으로 인해 더 이상 키우지 않기도 합니다.

반려동물 비양육 이유

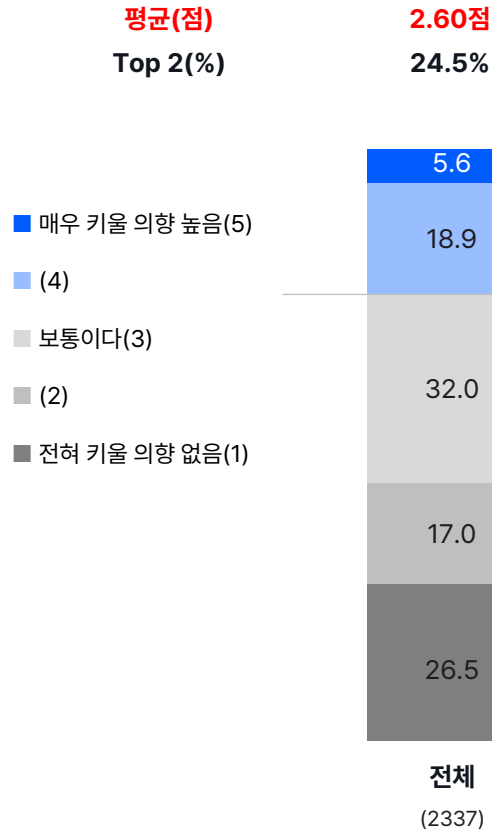
전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				양육 경험		가구 유형	
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	과거	없음	1인가구	2인+ 가구
Base	(2337)	(1190)	(1147)	(485)	(539)	(648)	(665)	(1067)	(1270)	(376)	(1961)
관리하기 어려워서	38.6	38.9	38.4	33.8	39.5	40.9	39.2	33.2	43.2	38.3	38.7
비용이 많이 들어서	31.6	29.3	34.0	38.6	33.6	28.7	27.8	27.6	35.0	37.5	30.5
돌봐 줄 사람이 없어서	27.4	29.2	25.6	30.9	33.0	26.7	21.1	28.7	26.4	41.8	24.7
자신이 없어서, 심리적으로 부담되어서	25.5	19.9	31.2	28.9	29.5	23.8	21.4	22.5	28.0	30.1	24.6
장소 여건이 마땅하지 않아서	24.5	26.8	22.1	28.2	22.4	24.4	23.6	27.7	21.8	31.9	23.1
시간적인 여유가 부족해서	23.0	22.5	23.5	27.6	27.1	21.3	17.9	26.3	20.2	29.8	21.7
과거 키웠던 동물을 잃어버렸거나 죽어서	15.9	14.3	17.5	13.4	16.9	17.0	15.8	31.1	3.1	10.4	16.9
다른 가족/동거인이 반려동물을 싫어해서	14.9	14.4	15.4	22.5	13.4	11.7	13.7	13.3	16.2	8.0	16.2
나 또는 가족/동거인이 알레르기가 있어서	11.1	9.9	12.4	12.4	8.9	10.3	12.8	10.5	11.7	8.2	11.7
내가 반려동물을 싫어해서	10.8	7.9	13.9	6.0	9.3	11.9	14.6	2.8	17.6	6.9	11.6
나 또는 다른 가족/동거인의 건강을 생각해서	8.7	9.7	7.7	6.2	8.0	6.8	13.1	9.4	8.2	4.0	9.6
특별한 계기나 기회가 없어서	8.6	9.0	8.2	12.2	9.1	6.2	8.0	6.0	10.8	10.4	8.3
결혼/독립 등 더 이상 같이 살지 않아서	3.6	3.2	4.0	2.5	6.7	3.5	2.0	7.3	0.5	3.7	3.6

현재 반려동물 비양육자들은 향후에도 반려동물을 키울 의향이 낮은 편입니다 향후 가장 키우고 싶은 동물로는 강아지와 고양이입니다

1인가구와 과거 양육 경험이 있는 집단에서 향후 반려동물 양육 의향이 상대적으로 높고, 연령대가 낮아질수록 키울 의향이 높아집니다.

향후 반려동물 양육 의향



전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	연령			
	20대	30대	40대	50대
Base	(485)	(539)	(648)	(665)
Top 2(%)	37.7	24.7	21.8	17.4

	양육 경험		가구 유형	
	과거	없음	1인가구	2인↑ 가구
Base	(1067)	(1270)	(376)	(1961)
Top 2(%)	36.5	14.5	30.1	23.5

향후 양육을 희망하는 동물

Base	전체 (573)	
	1순위	1+2+3순위
강아지/개	61.3	84.6
고양이	30.7	61.1
여류	3.1	13.3
설치류	0.7	7.9
조류	0.9	6.1
토끼	0.7	4.7
거북이	0.7	4.4
파충류	0.7	3.1
고슴도치	0.5	3.0
달팽이	0.3	1.9
곤충류	0.3	1.9

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
- 2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태**
 - 1) 양육 현황**
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

현재 1마리의 반려견/반려묘를 양육하고 있는 가구 비중이 68%이고, 평균 나이는 6.9세입니다

반려견만 키우는 가구는 1마리만 키우는 비중이 높은 반면, 반려묘만 키우는 가구는 2마리를 양육하는 비중도 상대적으로 높은 편입니다.

반려묘는 반려견 대비 평균 연령이 1살 정도 낮습니다.

양육 중인 반려견/반려묘 수

	전체	양육 유형			
		반려견 only	반려묘 only	반려견 +반려묘 only	반려견 /반려묘 +기타동물
Base	(500)	(290)	(93)	(36)	(81)
1마리	68.0	86.2	66.7	0.0	34.6
2마리	23.2	10.0	25.8	77.8	43.2
3마리 이상	8.8	3.8	7.5	22.2	22.2
평균 수	1.4마리	1.2마리	1.5마리	2.3마리	2.0마리

반려견/반려묘 나이 (가장 나이 많은 동물 기준*)

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물	
		반려견	반려묘
Base	(500)	(375)	(125)
11개월 이하	4.4	4.0	5.6
1~2살	11.4	11.5	11.2
3~5살	31.2	30.1	34.4
6~9살	25.4	24.5	28.0
10~12살	13.6	13.6	13.6
13~15살	11.0	12.3	7.2
16살 이상	3.0	4.0	0.0
평균 나이	6.9세	7.1세	6.2세

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 단일 응답, %]
*이후 분석 모두 동일 기준

반려견의 평균 체중은 6.3kg, 반려묘는 5.6kg으로 반려묘의 평균 체중이 소폭 낮은 편입니다

9살 이상의 반려견 중에서는 대형견 비중이 상대적으로 높은 편이고, 전반적으로 반려견 나이가 많을수록 평균 체중이 높습니다.

반려견/반려묘 체중

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
초소형 (0kg 초과 3kg 이하)	10.8	11.2	9.6	13.5	14.1	5.4	15.6	2.9	3.8
소형 (3kg 초과 5kg 이하)	43.6	43.2	44.8	46.2	33.7	46.4	51.6	37.1	38.5
중형 (5kg 초과 10kg 이하)	34.8	32.3	42.4	30.4	38.0	30.4	32.8	54.3	50.0
중대형 (10kg 초과 15kg 이하)	6.6	8.0	2.4	5.8	10.9	8.9	0.0	2.9	7.7
대형 (15kg 초과)	4.2	5.3	0.8	4.1	3.3	8.9	0.0	2.9	0.0
평균 체중	6.1kg	6.3kg	5.6kg	5.9kg	6.4kg	7.0kg	4.8kg	6.5kg	6.3kg

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 단일 응답, %]

반려견/반려묘를 양육하기 위해 한 달에 평균적으로 14.9만 원을 지출합니다

반려견의 나이가 많을수록 월 양육비가 증가하는 경향을 보이나, 통계적으로 유의미한 차이는 아닙니다.

반려견/반려묘 월평균 양육 비용

전체 대비 유의미하게

높음

낮음

(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
3만 원 미만	3.6	3.5	4.0	5.3	2.2	1.8	4.7	0.0	7.7
3~5만 원 미만	13.8	12.3	18.4	11.7	13.0	12.5	23.4	11.4	15.4
5~10만 원 미만	30.4	29.3	33.6	27.5	31.5	30.4	31.3	34.3	38.5
10~15만 원 미만	20.8	20.3	22.4	22.2	17.4	19.6	20.3	31.4	15.4
15~20만 원 미만	12.6	14.1	8.0	17.5	12.0	10.7	6.3	8.6	11.5
20~30만 원 미만	9.2	10.4	5.6	8.8	13.0	10.7	3.1	11.4	3.8
30~50만 원 미만	7.2	8.5	3.2	6.4	9.8	10.7	4.7	0.0	3.8
50~100만 원 미만	1.6	1.3	2.4	0.6	1.1	2.7	3.1	2.9	0.0
100만 원 이상	0.8	0.3	2.4	0.0	0.0	0.9	3.1	0.0	3.8
월평균 지출 비용	14.9만 원	15.0만 원	14.4만 원	13.7만 원	15.2만 원	17.0만 원	15.1만 원	13.5만 원	13.9만 원

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 단일 응답, %]

양육비에서 가장 주된 항목은 사료/간식/영양제 등의 펫푸드 구매 비용입니다 그 외에는 병원 진료비 > 미용비 > 용품/장난감 구매비 > 목욕/기본 관리비 순서로 지출 규모가 높습니다

반려견은 미용을 위한 지출이 상대적으로 높은 반면, 반려묘는 사료/간식/영양제 등 펫푸드 구매 비용과 용품/장난감에 지출하는 비율이 상대적으로 높습니다.

반려견의 경우, 4세 이하 강아지는 미용·의류/액세서리 구매·교육/훈련 비용에 지출하는 비중이 높은 반면, 9세 이상의 개는 병원비 비중이 매우 높게 나타납니다.

반려견/반려묘 양육 비용 항목

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
사료/간식/기능성 영양제/건강식품 구매 비용	81.4	78.4	90.4	72.5	84.8	82.1	90.6	88.6	92.3
병원 진료/수술 비용	56.6	58.4	51.2	48.0	60.9	72.3	53.1	48.6	50.0
미용 비용	35.4	43.5	11.2	43.3	48.9	39.3	10.9	17.1	3.8
용품/장난감 구매 비용	31.8	24.5	53.6	31.6	21.7	16.1	56.3	62.9	34.6
목욕/기본 관리 비용	21.4	23.2	16.0	26.9	26.1	15.2	17.2	17.1	11.5
의류/악세서리 구매 비용	12.2	14.7	4.8	18.7	7.6	14.3	6.3	2.9	3.8
펫 보험료 납입	5.0	4.8	5.6	8.8	2.2	0.9	6.3	5.7	3.8
돌봄 서비스 이용 비용	4.6	5.6	1.6	7.0	5.4	3.6	3.1	0.0	0.0
교육/훈련 비용	3.4	4.0	1.6	7.6	1.1	0.9	0.0	5.7	0.0

반려견/반려묘 양육비를 마련하기 위해서 특별한 노력을 하기 보다는 지출을 줄이고, 한정된 수입 안에서 최대한 잘 보살피려고 합니다

한편, 매월 적금/저축을 하거나 별도의 통장을 마련하여 관련 지출을 관리하기도 합니다.

반려견/반려묘 양육비 마련을 위한 노력

“반려견 비용 전용 통장을 개설해서 이용합니다”

- 26세 남성, 대학생, 경기

“노후에 쓰일 병원비 마련을 위해 가족들과 반려견 적금을 들고 있습니다”

- 27세 여성, 사무/기술직, 대구

“매달 5-10만 원씩 적금을 넣고 있어요”

- 29세 여성, 판매/영업 서비스직, 인천

“양육비를 마련하기 위해 별다른 노력은 하지 않으며, 월급에 맞춰서 최대한 잘 해 주려고 합니다”

- 29세 남성, 자영업, 경남

“강아지가 14살이라 가족들 모두 조금씩 따로 저축을 해서 큰 일에 대비하고 있습니다”

- 38세 여성, 사무/기술직, 부산

“열심히 회사 다니고 저축하는 중입니다”

- 40세 여성, 전업주부, 경기

“반려동물 보험을 가입해 두었습니다”

- 41세 남성, 사무/기술직, 서울

“주말에는 아르바이트를 하고 있어요”

- 42세 남성, 경영/관리직, 경남

“은행에서 판매하는 펫 적금을 이용 하고 있습니다”

- 48세 여성, 전업주부, 서울

“매달 10만 원은 반려동물을 위한 금액으로 빼두며 키웁니다”

- 48세 여성, 전업주부, 경기

“특별한 양육비 마련은 없고, 나에 대한 지출을 줄이는 편입니다”

- 50세 여성, 자유/전문직, 부산

“월급의 일부를 분배해 통장을 따로 마련해서 관리하고 있어요”

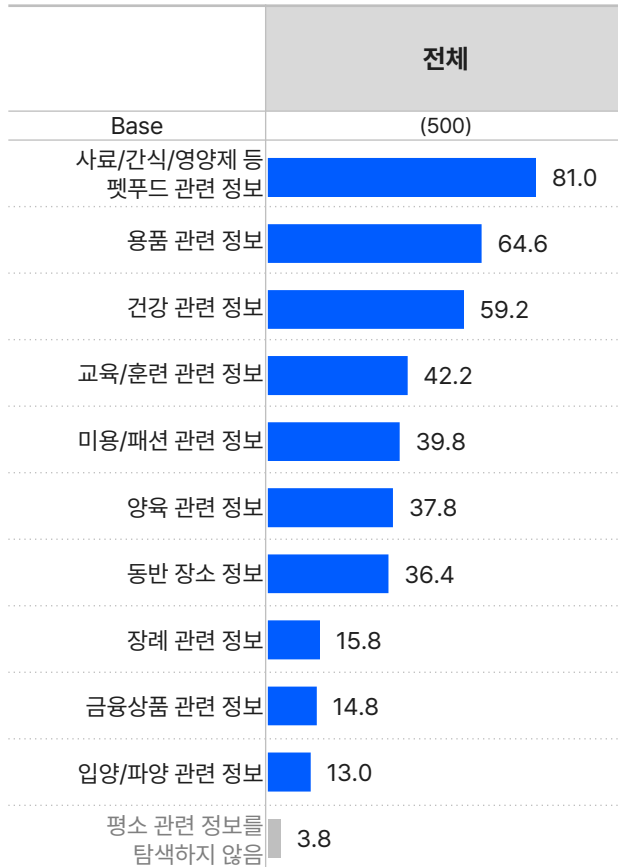
- 53세 여성, 경영/관리직, 대전

반려견/반려묘 양육 관련하여, 펫푸드 > 용품 > 건강 관련 정보를 주로 탐색하고, 유튜브 및 포털사이트 등에서 정보를 얻는 비중이 높습니다

이외에도 온라인 채널로 반려동물 전문 쇼핑몰/앱·인터넷 쇼핑몰 등을, 오프라인 채널로 동물병원·지인 등을 활용하고 있습니다.

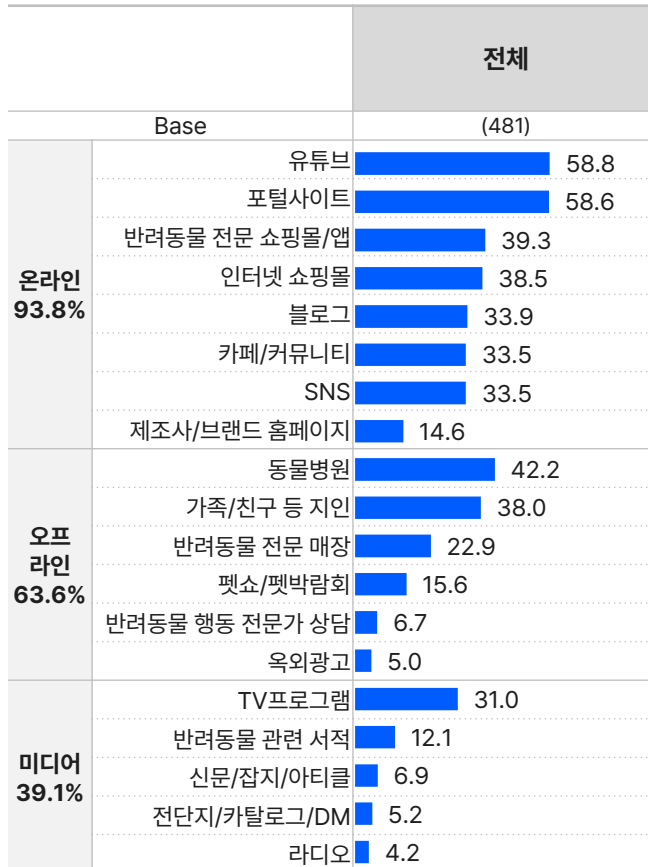
반려동물 전문 쇼핑몰/앱 중에서는 '어바웃펫'·'강아지 대통령'·'펫프렌즈' 등의 이용률이 높습니다.

반려견/반려묘 양육 관련 탐색 정보



[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 중복 응답, %]

반려견/반려묘 양육 관련 정보 탐색 채널



[Base: (본 조사) 반려견/반려묘 정보 탐색하는 자, N=481, 중복 응답, %]

이용하는 반려동물 전문 쇼핑몰/앱



[Base: (본 조사) 반려동물 전문 쇼핑몰/앱에서 정보 탐색하는 자, N=189, 중복 응답, %]
© Opensurvey Inc. 26

반려견/반려묘 양육 시 겪는 어려움으로는 동반하여 방문할 수 있는 장소의 부족, 양육비 부담, 시간 여유 부족, 복지/제도 부족 등을 언급합니다

반려견과 반려묘 공통적으로 불편하거나 아파 보일 때 원인 진단이 쉽지 않고, 병원 이용 시 비용 부담이 큰 점이 가장 큰 어려움으로 꼽힙니다.

반려견/반려묘 양육 시 걱정/부담 요소

	전체	양육 동물	
		반려견	반려묘
Base	(500)	(375)	(125)
동반하여 방문할 수 있는 공간/장소가 부족함	36.6	40.3	25.6
양육 비용이 부담스러움	33.0	32.3	35.2
시간적인 여유가 부족함	30.8	33.1	24.0
복지/제도가 부족함	27.0	28.5	22.4
관리하기 어려움	19.8	20.8	16.8
키울 장소 여건이 좋지 않음	14.2	14.7	12.8
주변 사람/이웃의 인식이 좋지 않음	10.4	11.2	8.0
심리적으로 부담스러움/자신이 없음	10.2	10.1	10.4
특별히 걱정되거나 힘든 점 없음	15.8	12.0	27.2

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 순위형 응답(1~3순위), %]

반려견 양육 시

“동반 가능한 곳이 적고, 동반 가능한 곳의 정보를 찾기가 어렵고 불편하다.”

- 25세 여성, 기타, 경남

“출근을 했을 때 혼자 있으면 걱정이 됩니다”

- 30세 남성, 자유/전문직, 경기

“깡깡거릴 때 정확하게 어떤 부분이 문제인지 알기가 어려워서 답답한 상황이 많았습니다”

- 34세 남성, 대학원생, 부산

“반려견과 대중교통도 이용할 수 없어요. 반려견 응급상황에 대처할 방법을 몰라요”

- 41세 여성, 기능/작업직, 전북

“평이 괜찮은 병원에 대한 정보가 없고, 동물에게 먹이는 약의 이름, 종류를 알려주지 않아서 믿고 진료 받기 어려움”

- 52세 여성, 사무/기술직, 서울

“병원비가 비싸다 보니 노령견을 케어 하기 힘들어서 유기하는 경우가 많습니다. 강아지에 대한 병원비가 좀 더 합리적인 가격이었으면 합니다”

- 57세 여성, 전업주부, 대구

반려묘 양육 시

“진료비가 너무 비싼 것. 그리고 의사에 따라 진단이 달라지는 것이 너무 힘들었다”

- 22세 여성, 대학생, 광주

“어디가 아픈지 잘 모를 때 병원비가 비싸니 매번 진료를 받을 수 없는 부분”

- 30세 여성, 자유/전문직, 대전

“나이가 들어가면서 어디가 아프지는 않을지 걱정이 됩니다. 고양이 특성상 아픈걸 티를 내지 않다 보니 더더욱 그런 것 같습니다”

- 40세 남성, 자유/전문직, 서울

“해외여행 등 장기간 집을 비울 경우 대신 돌볼 사람을 찾거나 시설에 맡기는데 비용이 많이 들어요”

- 47세 남성, 사무/기술직, 서울

“고양이 털이 너무 많이 빠져서 옷 관리가 힘들어요”

- 49세 여성, 전업주부, 울산

“출근하면 반려묘가 집에 혼자 있는 것”

- 55세 여성, 판매/영업 서비스직, 경기

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 주관식 응답]

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
- 2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태**
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태**
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

반려견/반려묘의 건강 관리를 위해 기능성 사료/간식 및 영양제 등을 급여하거나 예방접종·운동/산책·셀프 기본 관리 등을 하고 있습니다

반려견이 어린 경우 주로 동물병원/미용샵에서 기본 관리를 하거나 지인을 통해 적극적으로 정보를 탐색하고, 노령견은 영양제/건강식품을 활용해 건강을 관리합니다.

반려묘 양육자 역시 9세 이상의 노령묘에게는 기능성 사료/간식 및 영양제를 급여하여 건강을 관리하는 비중이 높습니다.

반려견/반려묘 건강 관리를 위한 노력

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
기능성 사료/간식 급여	56.0	53.6	63.2	44.4	58.7	63.4	51.6	71.4	80.8
예방접종	55.0	57.1	48.8	62.6	59.8	46.4	56.3	45.7	34.6
운동/산책	54.8	68.5	13.6	68.4	69.6	67.9	17.2	11.4	7.7
셀프 기본 관리	51.2	51.5	50.4	47.4	53.3	56.3	51.6	54.3	42.3
영양제/건강식품 급여	50.6	51.2	48.8	44.4	51.1	61.6	40.6	51.4	65.4
주거 환경 개선	41.6	45.3	30.4	42.7	46.7	48.2	32.8	25.7	30.8
동물병원/미용샵 기본 관리	40.8	45.6	26.4	48.5	47.8	39.3	28.1	22.9	26.9
정기적으로 동물병원 방문	39.6	40.8	36.0	36.8	40.2	47.3	34.4	45.7	26.9
SNS/유튜브 통한 정보 탐색	30.0	29.6	31.2	31.0	33.7	24.1	29.7	37.1	26.9
정기적으로 건강검진 실시	27.0	25.6	31.2	24.0	25.0	28.6	35.9	25.7	26.9
상비약 구비	23.2	24.3	20.0	26.3	18.5	25.9	15.6	34.3	11.5
카페/커뮤니티 통한 정보 탐색	22.2	23.2	19.2	25.1	25.0	18.8	20.3	17.1	19.2
주변 지인 통한 정보 탐색	22.2	23.5	18.4	29.2	21.7	16.1	20.3	20.0	11.5
반려동물 앱 통한 정보 탐색	19.2	20.0	16.8	24.0	18.5	15.2	15.6	17.1	19.2
마사지	13.0	14.7	8.0	16.4	9.8	16.1	7.8	8.6	7.7
온/오프라인 클래스 수강	6.0	6.4	4.8	9.9	2.2	4.5	4.7	5.7	3.8

*Small base

동물병원은 예방접종 > 건강검진 > 기본 관리 등을 위해 방문하고 있습니다

반려묘는 건강검진을 위해 동물병원을 방문하는 비중이 가장 높고, 특히 4세 이하의 어린 고양이들의 건강검진을 목적으로 방문하는 비중이 높습니다.

9세 이상의 노령견은 만성 질환/지병 치료 및 사료/간식/영양제/건강식품을 구매하기 위해 방문하는 비중이 상대적으로 높습니다.

동물병원 방문 상황/목적

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
예방접종	55.2	57.3	48.8	67.8	62.0	37.5	59.4	31.4	46.2
건강검진	46.2	42.7	56.8	43.3	42.4	42.0	60.9	51.4	53.8
기본 관리 (귀, 항문낭, 발톱, 치아 등)	31.0	32.5	26.4	34.5	31.5	30.4	28.1	22.9	26.9
급성 질병/상해 진단/치료	25.8	24.3	30.4	18.7	30.4	27.7	25.0	34.3	38.5
만성 질환/지병 관리/치료	23.8	25.6	18.4	15.8	21.7	43.8	14.1	25.7	19.2
사료/간식/기능성 영양제/ 건강식품 구매	17.0	18.4	12.8	18.1	10.9	25.0	14.1	8.6	15.4
미용/목욕 서비스 이용	16.2	19.2	7.2	19.9	13.0	23.2	4.7	17.1	0.0
용품/장난감/의류 구매	5.2	4.5	7.2	6.4	2.2	3.6	6.3	11.4	3.8
호텔링/위탁 서비스 이용	4.2	5.1	1.6	6.4	3.3	4.5	1.6	0.0	3.8

동물병원에 방문하는 빈도는 반려견은 연평균 5.0회, 반려묘는 3.4로 반려견이 더 자주 방문합니다

반려견은 동물병원 방문 빈도가 연령별로 큰 차이를 보이지 않는 반면, 반려묘는 고양이 5세 이상으로 자란 이후에는 덜 자주 방문하는 경향이 나타납니다.

동물병원 방문 주기

전체 대비 유의미하게 높음 낮음 (80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
1개월에 1회 이상	18.0	20.8	9.6	18.1	25.0	21.4	10.9	5.7	11.5
2~3개월에 1회 정도	32.0	34.4	24.8	37.4	30.4	33.0	34.4	20.0	7.7
4~6개월에 1회 정도	24.0	23.5	25.6	24.6	21.7	23.2	26.6	25.7	23.1
7~11개월에 1회 정도	5.6	5.3	6.4	5.3	5.4	5.4	7.8	2.9	7.7
1년에 1회 정도	15.2	13.1	21.6	12.3	14.1	13.4	14.1	31.4	26.9
2년에 1회 이하	5.2	2.9	12.0	2.4	3.3	3.6	6.3	14.3	23.0
연평균 방문 빈도	4.6회	5.0회	3.4회	4.9회	5.3회	5.0회	4.0회	2.7회	2.8회

동물병원 이용 시 진료비가 비싸고 예상하기 어려운 점, 병원이나 의사마다 진료비 차이가 큰 점이 가장 큰 불편한 점으로 꼽힙니다

동물병원 이용 시 불편한 점에 관한 인식은 양육하는 동물에 따라 차이를 보이지는 않습니다.

동물병원 이용 시 불편한 점

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물	
		반려견	반려묘
Base	(500)	(375)	(125)
진료비가 비쌌	52.0	50.7	56.0
진료비 예상이 어려움	38.8	40.8	32.8
병원/의사마다 진료비 차이 큼	27.2	27.7	25.6
주말/야간 진료를 받기 어려움	19.0	18.9	19.2
전문성/경력 있는 병원 찾기 어려움	14.4	13.9	16.0
대기 시간이 많이 발생함	12.2	10.9	16.0
병원 또는 의사 후기를 찾기 어려움	10.2	10.4	9.6
진단/치료를 위한 시설/장비 부족함	4.8	5.1	4.0
예약하기 어려움	4.4	4.3	4.8
입원 시설이 부족함	4.4	4.8	3.2
미용/목욕 서비스를 받기 어려움	3.8	4.3	2.4
병원 안 환경이 청결하지 않음	3.2	3.5	2.4
호텔링/위탁 서비스를 받기 어려움	2.6	2.9	1.6
특별히 불편하다고 느낀 점 없음	18.0	19.5	13.6

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
- 2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태**
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태**
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태

대다수의 반려견/반려묘에게 사료와 간식을 급여하고, 영양제를 급여하는 비중도 57.6%로 과반수 이상을 차지합니다

반려견과 반려묘의 나이가 많을수록 사료/간식/영양제 구매에 지출하는 금액이 증가하는 경향을 보입니다.

현재 공급하는 사료/간식/영양제

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(500)	(375)	(125)	(171)	(92)	(112)	(64)	(35)	(26)*
사료	97.2	96.8	98.4	94.2	100.0	98.2	98.4	97.1	100.0
간식	88.2	89.1	85.6	93.0	89.1	83.0	85.9	94.3	73.1
기능성 영양제/건강식품	57.6	59.7	51.2	57.9	52.2	68.8	42.2	62.9	57.7
기타	0.8	1.1	0.0	1.2	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
월평균 구매 비용	7.2만 원	7.3만 원	6.9만 원	6.8만 원	7.2만 원	8.0만 원	6.3만 원	7.1만 원	8.3만 원

반려견과 반려묘에게 공통적으로 건식 사료를 주로 급여하고 있습니다

반려묘에게는 건식 사료와 더불어 습식 사료를 급여하는 비중이 상대적으로 높습니다.

반려견/반려묘 이용 사료

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(486)	(363)	(123)	(161)	(92)	(110)	(63)	(34)	(26)*
건식 사료	87.0	85.1	92.7	85.7	85.9	83.6	90.5	97.1	92.3
습식 사료 (캔, 파우치)	41.2	33.6	63.4	32.9	35.9	32.7	63.5	61.8	65.4
반습식 사료 (건식과 습식의 중간 정도)	27.2	28.4	23.6	32.3	25.0	25.5	22.2	23.5	26.9
수제 사료(직접 만든 사료)	18.3	20.7	11.4	23.0	19.6	18.2	14.3	8.8	7.7
에어/동결 사료	11.5	10.5	14.6	14.9	8.7	5.5	15.9	14.7	11.5
화식 사료	10.3	12.1	4.9	13.0	13.0	10.0	4.8	5.9	3.8
생식 사료	8.4	9.9	4.1	10.6	8.7	10.0	6.3	2.9	0.0

[Base: (본 조사) 반려견/반려묘에게 사료 급여하는 자, N=486, 중복 응답, %]

*Small base

© Opensurvey Inc. 35

사료 구매 시 영양 성분·기능 맞춤형 여부·기호성·가격·원재료 퀄리티 등 다양한 요소를 고려하고 있습니다

반려묘 사료 구매 시에는 취향에 맞는지 여부를 가장 우선적으로 고려하는 경향이 있습니다.

반려묘의 나이가 많을수록 영양 성분이 충분한지를 고려하는 비중이 증가하고, 반려견의 경우 나이가 많을수록 건강 고민이나 사료의 기능을 중요하게 고려합니다.

사료 구매 시 중요 고려 요소

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(486)	(363)	(123)	(161)	(92)	(110)	(63)	(34)	(26)*
영양 성분이 충분한지	33.7	33.1	35.8	29.8	37.0	34.5	28.6	35.3	53.8
건강 고민/기능 맞춤형인지	30.0	31.4	26.0	23.0	30.4	44.5	23.8	32.4	23.1
기호성(취향)이 좋은지	29.2	25.6	39.8	25.5	28.3	23.6	41.3	35.3	42.3
가격이 합리적인지	26.5	25.1	30.9	26.7	27.2	20.9	41.3	17.6	23.1
원재료가 좋은지	25.5	26.2	23.6	24.2	31.5	24.5	28.6	23.5	11.5
후기/리뷰가 좋은 제품인지	17.7	16.5	21.1	21.7	16.3	9.1	25.4	14.7	19.2
연령대/몸무게 맞춤형인지	15.8	14.6	19.5	16.1	8.7	17.3	19.0	20.6	19.2
알맹이 크기가 적당한지	14.0	15.4	9.8	13.0	16.3	18.2	6.3	20.6	3.8
견종/묘종 맞춤형인지	14.0	13.5	15.4	14.3	15.2	10.9	11.1	23.5	15.4
제조국/원산지가 믿을 만한지	12.6	13.5	9.8	14.3	14.1	11.8	6.3	11.8	15.4
전문가가 추천하는 제품인지	12.3	14.3	6.5	14.3	12.0	16.4	6.3	2.9	11.5
제조사/브랜드 이미지 좋은지	7.8	8.3	6.5	7.5	6.5	10.9	7.9	5.9	3.8
용량이 적당한지	7.4	8.3	4.9	11.2	8.7	3.6	7.9	2.9	0.0
구매하기 쉬운지	7.0	6.6	8.1	8.7	8.7	1.8	12.7	2.9	3.8
유기농 제품인지	6.4	6.9	4.9	6.8	6.5	7.3	4.8	5.9	3.8
할인/증정 등 행사를 하는지	4.7	5.0	4.1	5.6	6.5	2.7	3.2	0.0	11.5
1회 급여량이 적당한지	4.3	3.9	5.7	5.6	1.1	3.6	4.8	5.9	7.7
포장 상태나 디자인이 좋은지	3.5	4.4	0.8	6.2	5.4	0.9	0.0	2.9	0.0

*Small base

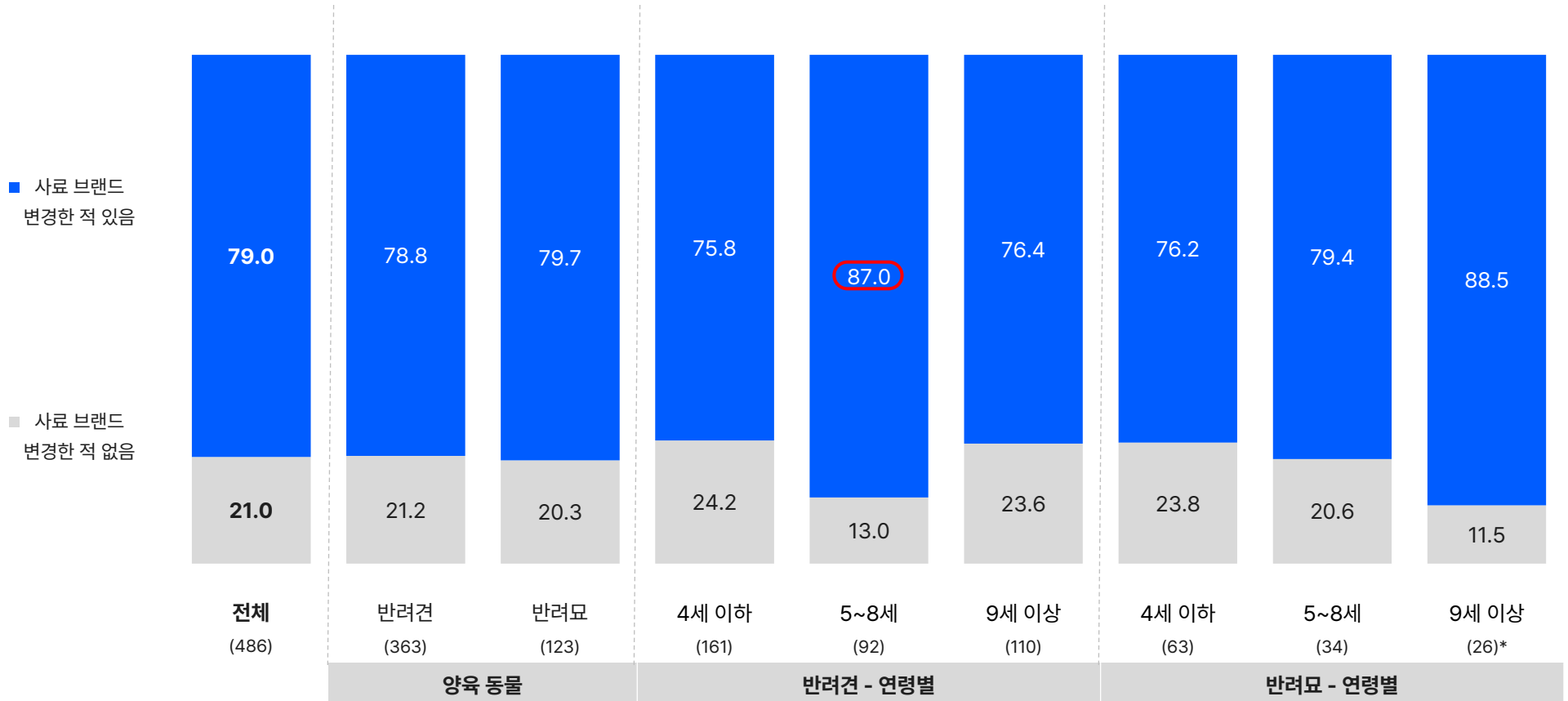
[Base: (본 조사) 반려견/반려묘에게 사료 급여하는 자, N=486, 순위형 응답(1~3순위), %]

양육자 10명 중 8명은 반려견/반려묘에게 급여할 사료 브랜드를 바꾼 경험があります

반려묘는 나이가 많을수록 사료 브랜드를 변경한 경험이 더 많습니다.

사료 브랜드 변경 경험

전체 대비 유의미하게 높음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



사료 브랜드를 변경한 이유는 기능성/맞춤형 사료 또는 원재료/성분이 더 좋은 사료를 먹이기 위함입니다

한편, 반려묘는 다양하게 먹는 즐거움을 주기 위해 브랜드를 변경하는 비중도 높은 편입니다.

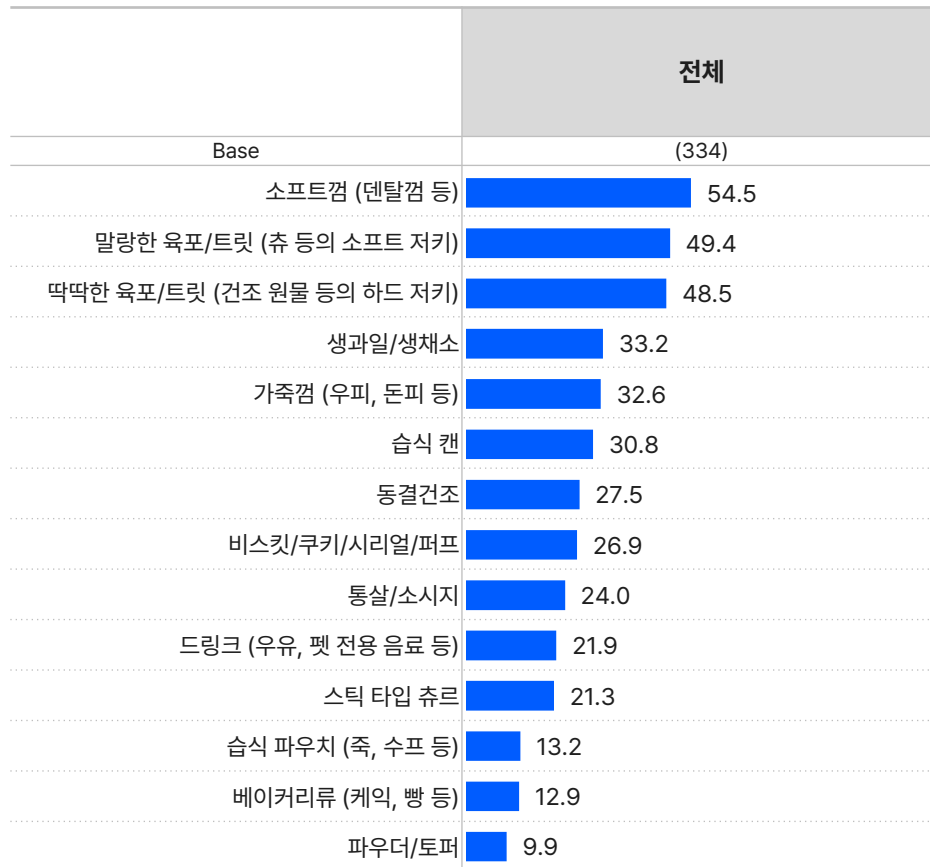
사료 브랜드 변경 이유

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(384)	(286)	(98)	(122)	(80)	(84)	(48)	(27)*	(23)*
기능성/맞춤형 사료를 먹이려고	41.7	42.0	40.8	35.2	43.8	50.0	41.7	48.1	30.4
원재료/성분이 더 좋은 사료를 먹이려고	38.3	39.5	34.7	34.4	48.8	38.1	31.3	40.7	34.8
반려견/반려묘에게 다양하게 먹는 즐거움을 주려고	25.5	21.7	36.7	26.2	20.0	16.7	37.5	40.7	30.4
주변에서 추천을 받아서	22.7	22.7	22.4	22.1	27.5	19.0	31.3	11.1	17.4
먹던 사료를 반려견/반려묘가 더 이상 먹지 않아서	22.7	24.5	17.3	32.0	15.0	22.6	20.8	14.8	13.0
샘플 사료를 먹여보고 마음에 들어서	21.6	19.9	26.5	25.4	15.0	16.7	29.2	29.6	17.4
먹던 사료에 반려견/반려묘가 알레르기 반응을 보여서	14.6	15.4	12.2	13.1	12.5	21.4	10.4	11.1	17.4
가격이 더 저렴한 사료를 먹이려고	11.7	10.8	14.3	13.1	10.0	8.3	10.4	18.5	17.4
광고를 보고 구매 의향이 생겨서	10.7	12.2	6.1	18.9	10.0	4.8	2.1	14.8	4.3
새로 출시된 사료를 먹이려고	10.4	9.8	12.2	13.1	8.8	6.0	6.3	11.1	26.1
가격이 더 비싼 사료를 먹이려고	6.8	7.0	6.1	9.8	6.3	3.6	4.2	14.8	0.0

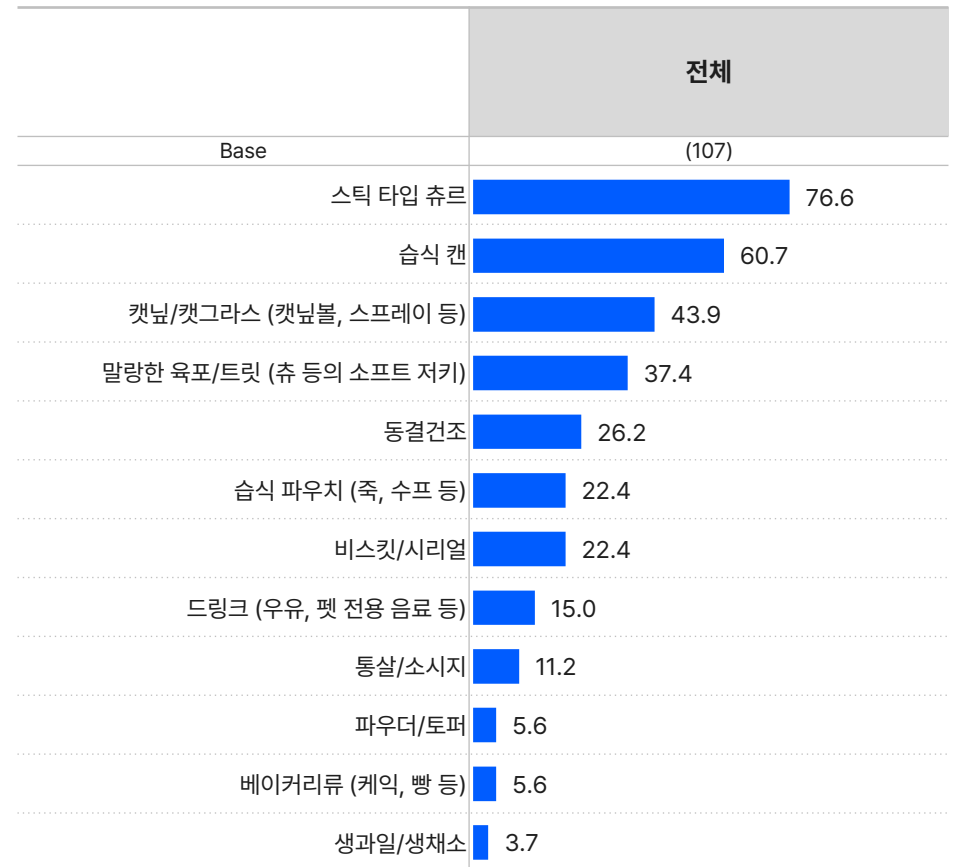
반려견에게는 간식으로 소프트껌 > 말랑한 육포/트릿 > 딱딱한 육포/트릿 등을 주로 급여하고,
반려묘에게는 스틱 타입 츠르 > 습식 캔 > 캔뉘/캣그라스 등을 먹입니다

반려견 이용 간식



[Base: (본 조사) 반려견에게 간식 급여하는 자, N=334, 중복 응답, %]

반려묘 이용 간식



[Base: (본 조사) 반려묘에게 간식 급여하는 자, N=107, 중복 응답, %]

이용하는 영양제는 양육하는 동물에 따라 차이를 보입니다

반려견에게는 관절/뼈 영양제를, 반려묘에게는 치아/잇몸/구취 관련 영양제와 소화기 관련 영양제를 주로 급여합니다

반려견에게 급여하는 영양제 종류가 상대적으로 더 다양한 편입니다.

반려견/반려묘 이용 영양제

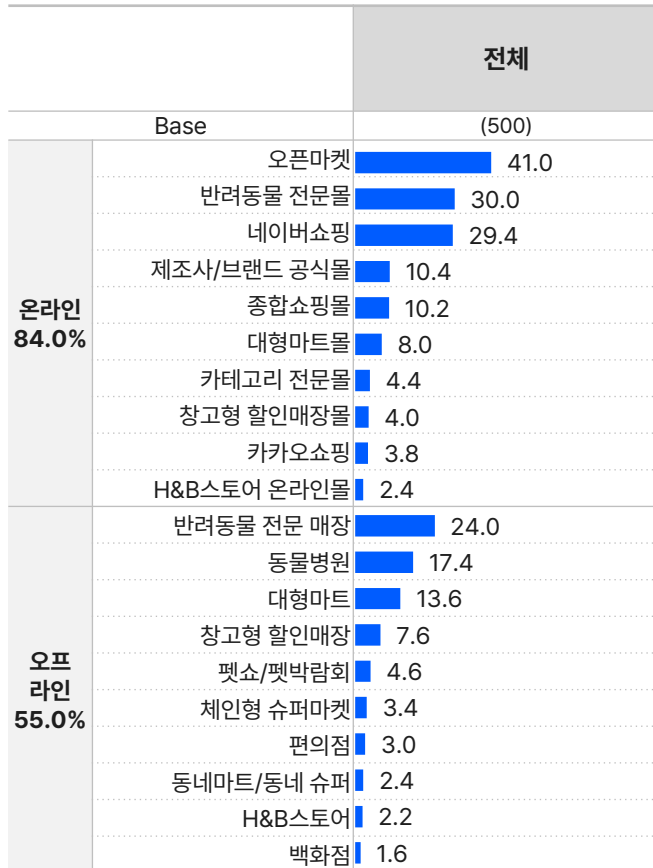
	전체	양육 동물		반려견 - 연령별			반려묘 - 연령별		
		반려견	반려묘	4세 이하	5~8세	9세 이상	4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(288)	(224)	(64)	(99)	(48)	(77)	(27)*	(22)*	(15)*
관절/뼈 영양제	47.6	54.5	23.4	51.5	66.7	50.6	25.9	22.7	20.0
치아/잇몸/구취 관련 영양제	38.2	37.5	40.6	41.4	33.3	35.1	33.3	36.4	60.0
눈건강/눈물자국 개선 영양제	35.1	38.4	23.4	38.4	50.0	31.2	18.5	22.7	33.3
장/소화기 영양제(유산균 등)	33.7	32.6	37.5	32.3	33.3	32.5	33.3	31.8	53.3
종합 영양제	31.6	33.0	26.6	35.4	27.1	33.8	33.3	31.8	6.7
면역력/항산화 영양제	30.2	30.4	29.7	26.3	39.6	29.9	29.6	31.8	26.7
피부/모발 영양제	25.7	25.0	28.1	27.3	29.2	19.5	22.2	31.8	33.3
심장 영양제	19.4	21.9	10.9	19.2	25.0	23.4	11.1	9.1	13.3
혈행 개선 영양제(오메가3 등)	17.4	18.3	14.1	19.2	27.1	11.7	18.5	9.1	13.3
신장/비뇨기 영양제	15.3	12.9	23.4	13.1	8.3	15.6	7.4	27.3	46.7
폐/기관지 영양제	13.2	14.7	7.8	11.1	22.9	14.3	7.4	9.1	6.7
스트레스 완화 영양제	11.8	9.4	20.3	14.1	8.3	3.9	22.2	13.6	26.7
간/담낭 영양제	9.4	9.4	9.4	11.1	6.3	9.1	7.4	9.1	13.3
현재 이용하는 영양제 개수	3.3개	3.4개	3.0개	3.4개	3.8개	3.1개	2.7개	2.9개	3.5개

사료/간식/영양제 구매 시에는 오픈마켓 > 반려동물 전문몰 > 네이버쇼핑 등 온라인 채널을 주로 이용합니다

오픈마켓은 배송 및 결제 편리성과 가격 경쟁력 때문에 주로 이용하고, 네이버쇼핑은 구매자 후기/리뷰가 많은 점 때문에 주로 이용합니다.

오프라인 채널은 접근성이 좋은 점이 장점이고, 특히 동물병원은 제품 품질 때문에, 대형마트는 쇼핑 환경 때문에 주로 이용합니다.

사료/간식/영양제 구매 채널



해당 채널 주 이용 이유

	전체	채널 구분		온라인			오프라인		
		온라인	오프라인	오픈마켓	반려동물 전문몰	네이버 쇼핑	반려동물 전문 매장	동물병원	대형마트
Base	(500)	(327)	(169)	(112)	(65)	(64)	(46)	(41)	(31)
배송이 빨라서/편리해서	37.6	48.3	17.8	58.0	52.3	43.8	17.4	19.5	16.1
다양한 브랜드/제품이 있어서	32.8	37.3	24.9	36.6	36.9	42.2	34.8	9.8	22.6
내가 원하는 브랜드/제품이 있어서	31.0	32.4	28.4	29.5	35.4	37.5	30.4	29.3	29.0
다른 곳보다 저렴해서	30.4	36.4	19.5	54.5	29.2	37.5	15.2	4.9	35.5
할인/이벤트가 많아서	28.4	33.0	20.1	34.8	36.9	31.3	13.0	4.9	29.0
결제가 편리해서	28.4	34.3	17.2	38.4	21.5	35.9	13.0	7.3	29.0
가까워서/접근성이 좋아서	27.2	15.3	50.9	13.4	9.2	17.2	56.5	43.9	58.1
구매자 후기/리뷰가 많아서	21.4	26.6	11.2	21.4	30.8	37.5	2.2	9.8	16.1
품질이 좋은 브랜드/제품이 있어서	19.8	16.8	24.9	8.0	26.2	15.6	19.6	43.9	12.9
쇼핑 환경이 좋아서(동선, 앱 사용성 등)	18.6	18.3	19.5	17.0	18.5	18.8	13.0	4.9	32.3
정기 배송을 받을 수 있어서	6.8	6.1	8.3	3.6	9.2	1.6	8.7	4.9	9.7
포장이 꼼꼼해서	5.6	4.6	7.7	1.8	1.5	7.8	6.5	0.0	6.5

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 반려동물 양육 현황
- 2. 세부적인 반려견/반려묘 양육 행태**
 - 1) 양육 현황
 - 2) 건강 관리 행태
 - 3) 사료/간식/영양제 이용 행태
 - 4) 용품 및 서비스 이용 행태**

반려견과 반려묘 공통적으로 배변용품·장난감·미용용품 등의 용품을 이용하고,
이외에도 반려견은 목욕용품·산책용품, 반려묘는 스크래처/박스·캣타워·이동장 등의 사용률이 높습니다

반려견 위해 이용하는 용품

	전체	반려견 - 연령별		
		4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(375)	(171)	(92)	(112)
목욕용품	76.0	69.0	80.4	83.0
배변용품	72.3	71.9	78.3	67.9
장난감	72.0	74.3	76.1	65.2
미용용품	70.1	63.7	78.3	73.2
산책용품	69.1	66.1	70.7	72.3
의류/악세사리	52.8	48.0	63.0	51.8
하우스/방식	52.8	47.4	58.7	56.3
이동장	43.2	45.0	47.8	36.6
스텝/매트	38.7	40.4	43.5	32.1
울타리/안전문	32.0	37.4	34.8	21.4
급식기/급수기	27.2	29.8	22.8	26.8
반려동물 CCTV 디바이스	22.1	23.4	25.0	17.9
유모차	20.8	14.6	18.5	32.1
훈련용품	19.5	19.9	20.7	17.9
기저귀	18.9	16.4	19.6	22.3
자동급식기/정수기	18.4	18.1	22.8	15.2
카시트	16.0	17.0	15.2	15.2
드라이룸	10.1	8.2	13.0	10.7

[Base: (본 조사) 가장 나이 많은 동물이 반려견인 자, N=375, 중복 응답, %]

반려묘 위해 이용하는 용품

	전체	반려묘 - 연령별		
		4세 이하	5~8세	9세 이상
Base	(125)	(64)	(35)	(26)*
배변용품	78.4	76.6	82.9	76.9
장난감	76.8	75.0	74.3	84.6
스크래처/박스	70.4	64.1	80.0	73.1
미용용품	68.8	68.8	68.6	69.2
캣타워/캣휠	58.4	56.3	65.7	53.8
이동장	56.0	57.8	54.3	53.8
목욕용품	53.6	54.7	54.3	50.0
하우스/방식	48.0	50.0	51.4	38.5
급식기/급수기	34.4	35.9	34.3	30.8
터널	33.6	37.5	34.3	23.1
자동급식기/정수기	27.2	29.7	25.7	23.1
산책용품	16.0	21.9	14.3	3.8
울타리/안전문	16.0	14.1	20.0	15.4
반려동물 CCTV 디바이스	16.0	18.8	20.0	3.8
의류/악세사리	12.8	9.4	17.1	15.4
유모차	4.8	1.6	11.4	3.8
드라이룸	4.0	1.6	8.6	3.8
카시트	4.0	3.1	8.6	0.0

[Base: (본 조사) 가장 나이 많은 동물이 반려묘인 자, N=125, 중복 응답, %]

*Small base

용품 구매 시에도 마찬가지로, 오픈마켓 > 네이버쇼핑 > 반려동물 전문 온라인몰 등 온라인 구매가 많이 일어납니다

반려동물 전문몰은 다양한 브랜드/제품 구색·빠른 배송·다양한 할인/이벤트·구매자 후기/리뷰 등이 강점으로 인식됩니다.

용품 구매 채널

		전체
Base		(496)
온라인 82.3%	오픈마켓	44.2
	네이버쇼핑	30.4
	반려동물 전문몰	28.2
	제조사/브랜드 공식몰	10.5
	종합쇼핑몰	7.7
	대형마트몰	7.1
	창고형 할인매장몰	4.4
	카테고리 전문몰	3.8
	카카오쇼핑	3.4
	H&B스토어 온라인몰	3.2
오프라인 56.5%	반려동물 전문 매장	25.6
	대형마트	17.1
	동물병원	12.7
	창고형 할인매장	8.3
	펫쇼/펫박람회	6.9
	체인형 슈퍼마켓	4.8
	백화점	3.0
	편의점	2.8
	동네마트/동네 슈퍼	2.6
	H&B스토어	2.2

해당 채널 주 이용 이유

	전체	채널 구분		온라인			오프라인
		온라인	오프라인	오픈마켓	네이버쇼핑	반려동물 전문몰	반려동물 전문 매장
Base	(496)	(336)	(158)	(117)	(70)	(69)	(53)
다양한 브랜드/제품이 있어서	41.3	45.2	33.5	47.9	48.6	52.2	35.8
배송이 빨라서/편리해서	33.1	42.3	13.9	58.1	38.6	44.9	9.4
할인/이벤트가 많아서	29.6	31.5	25.9	29.1	28.6	42.0	24.5
내가 원하는 브랜드/제품이 있어서	29.0	32.4	22.2	29.1	27.1	42.0	22.6
가까워서/접근성이 좋아서	28.0	17.9	49.4	15.4	20.0	15.9	56.6
다른 곳보다 저렴해서	27.8	30.1	23.4	40.2	35.7	17.4	26.4
결제가 편리해서	25.6	31.0	13.9	34.2	42.9	20.3	13.2
구매자 후기/리뷰가 많아서	25.0	32.1	10.1	30.8	42.9	36.2	1.9
품질이 좋은 브랜드/제품이 있어서	21.6	21.1	22.8	12.8	21.4	30.4	22.6
쇼핑 환경이 좋아서(동선, 앱 사용성 등)	21.6	21.7	21.5	18.8	24.3	20.3	26.4
정기 배송을 받을 수 있어서	7.5	6.8	8.9	2.6	4.3	5.8	0.0
포장이 꼼꼼해서	5.8	5.1	7.6	0.9	5.7	2.9	7.5

반려견/반려묘를 위해 미용 서비스를 가장 많이 이용하고, 동반 식당/카페나 놀이터를 방문하는 비중도 높습니다 향후 이용 의향이 있는 서비스로는 장묘/장례 서비스가 많이 선택됩니다

반려견 양육자는 반려동물 관련 서비스 이용에 더 적극적인 반면, 반려묘 양육자 중 50%는 이용 경험이 전혀 없습니다.

반려견/반려묘 위해 현재 이용하는 서비스

	전체	양육 동물	
		반려견	반려묘
Base	(500)	(375)	(125)
반려동물 미용 서비스	44.0	50.4	24.8
반려동물 동반 식당/카페	33.6	40.8	12.0
반려동물 놀이터	25.2	30.9	8.0
반려동물 동반 투숙 서비스	19.4	23.5	7.2
반려동물 복합문화시설	17.4	20.3	8.8
반려동물 훈련/교육 서비스	13.0	14.4	8.8
반려동물 사진 촬영	11.4	13.1	6.4
반려동물 돌봄 대행 서비스	11.2	13.1	5.6
반려동물 장묘/장례 서비스	9.8	10.4	8.0
반려동물 비대면 의료 상담 서비스	8.4	9.1	6.4
반려동물 이동 서비스 (펫 택시 등)	8.2	9.6	4.0
반려동물 산책 대행 서비스	4.6	5.3	2.4
보기 중 이용해 본 서비스 없음	24.4	15.7	50.4

현재 이용하지 않으나, 향후 이용 의향 있는 서비스

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	양육 동물	
		반려견	반려묘
Base	(500)	(375)	(125)
반려동물 미용 서비스	13.4	12.3	16.8
반려동물 동반 식당/카페	19.0	20.8	13.6
반려동물 놀이터	15.6	15.7	15.2
반려동물 동반 투숙 서비스	24.2	26.9	16.0
반려동물 복합문화시설	19.4	22.9	8.8
반려동물 훈련/교육 서비스	17.6	20.8	8.0
반려동물 사진 촬영	23.4	24.0	21.6
반려동물 돌봄 대행 서비스	15.2	16.3	12.0
반려동물 장묘/장례 서비스	31.0	31.2	30.4
반려동물 비대면 의료 상담 서비스	24.0	22.9	27.2
반려동물 이동 서비스 (펫 택시 등)	13.0	13.3	12.0
반려동물 산책 대행 서비스	8.6	10.1	4.0
향후 이용 의향 서비스 없음	12.2	8.3	24.0

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=500, 중복 응답, %]

*Sorting: 현재 이용하는 서비스 데이터 기준

트렌드 리포트 미디어 활용 가이드

트렌드 리포트는 무료로 배포됩니다.

단, 트렌드 리포트 인용 및 활용 시에는
우측의 **표기 방법**과 **주의 사항**을 반드시
준수해 주셔야 합니다.

표기 방법

- | | |
|--------------|--|
| 회사 명 | 오픈서베이 사명 표기는 한글 혹은 영문으로 가능하며, 아래와 같이 표기
(한글) 오픈서베이 혹은 소비자 데이터 플랫폼 오픈서베이
(영문) Opensurvey |
| 리포트 명 | 인용하는 트렌드 리포트 명을 정확히 표기
예) 뷰티 트렌드 리포트 2022, Z세대 트렌드 리포트 2022 |
| 상세 정의 | 리포트 내용 인용 시 조사 대상, 응답자 수, 단위, 조사 기간과 같은 상세 정의를 표기
예) 최근 1개월 내 유튜브 사용자, N=200, 단일 응답, %, 2023.1.17 |

⚠ 주의 사항 ⚠

트렌드 리포트 데이터를 임의로 **재가공해서 배포할 수 없습니다.** 오픈서베이와 사전 협의를
거치지 않은 데이터 해석에 대한 책임은 해당 내용을 배포한 주체에 있습니다.

트렌드 리포트는 저작권법으로 보호받는 **오픈서베이의 저작물입니다.** 온라인상에 리포트 전문
을 PDF·이미지 등 형태로 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

트렌드 리포트 데이터 구매 안내

트렌드 리포트 상세 데이터를
구매할 수 있습니다.

더 많은 분이 오픈서베이 데이터를
활용하고 손쉽게 분석할 수 있도록
합리적인 가격으로 제공합니다.

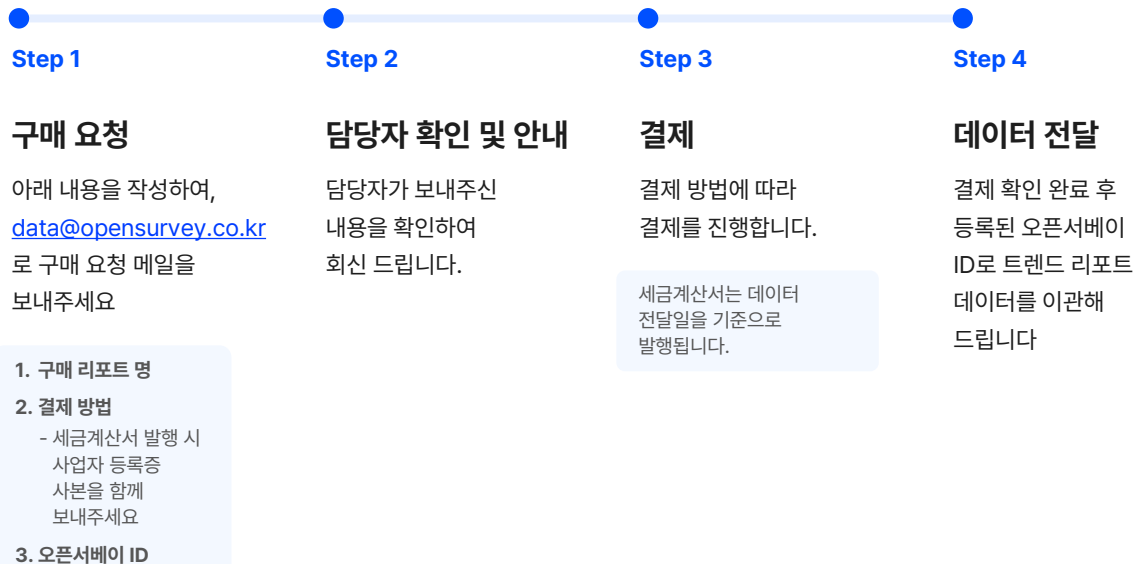
구매 안내

제공 데이터 웹 결과 페이지 ([링크](#))
Excel Raw data 파일 ([링크](#))
SPSS 결과 분석 시 활용 가능한 CSV 파일 ([링크](#))
* 링크 클릭 시 예시 결과를 확인 할 수 있습니다.

구매비용 및 결제 방법은 아래 안내 페이지에서 확인할 수 있습니다.

[구매 안내 페이지 바로가기 >](#)

프로세스



오픈서베이 커스텀 리서치 서비스 안내

오픈서베이가 제공하는 다양한 리서치 서비스를 활용해 **필요한 소비자 데이터를 수집하고 분석**할 수 있습니다.

커스텀 리서치 서비스가 필요하신 분들은 [오픈서베이 홈페이지](#)를 통해 문의해주시기 바랍니다.

마케팅 리서치

브랜드 인식 조사부터 새로운 시장 기회를 발견하는 조사까지 비즈니스 의사결정을 위한 다양한 마케팅 리서치 서비스를 제공합니다.

[Market map 조사](#) · [U&A 조사](#) · [브랜드 인덱스 조사](#) · [브랜드 이미지 조사](#) · [광고 시안 평가](#) · [TV 광고효과 조사](#) · [컨셉 평가](#) · [HUT\(Home Use Test\)](#) · [신제품 초기 반응 조사](#)

기업 고객 자문단

우리 브랜드만의 자문단을 구성해 온·오프라인 미션을 수행하고 신제품을 발전시키는 등 소비자로부터 지속적인 피드백을 수집할 수 있습니다.

[인-스토어 오딧](#) · [블라인드 시사회](#) · [맛 테스트/관능평가](#) · [고객 자문단](#) · [FGD/IDI 리크루팅](#)

UX 리서치

전문적인 사용자 경험 측정을 통해 사용자의 생각과 행동을 심도있게 이해할 수 있습니다. 오프라인 이외 온라인 비대면 환경으로도 최적의 UX 리서치 서비스를 이용할 수 있습니다.

[모바일 앱 NPS](#) · [B&A 조사](#)

해외 리서치

직접 해외 시장으로 나가지 않아도 오픈서베이 해외 리서치 서비스를 통해 88개국 해외 소비자의 의견을 들을 수 있습니다.

DIY

빠르고 비용합리적으로 오픈서베이 설문 플랫폼에서 직접 설문을 만들고 결과 데이터를 분석할 수 있습니다.



오픈서베이와 함께 소비자 데이터로 시장의 기회를 더 빠르게 발견하세요!

수집은 정확하고 빠르게, 분석은 놀랄 만큼 쉽게, 공유는 자유롭게,
소비자의 생각과 행동을 입체적으로 이해할 수 있는 데이터를 수집하고 자동으로 분석합니다.

[홈페이지 바로가기](#)

[뉴스레터 신청하기](#)

고맙습니다

소비자 데이터와 오픈서베이 솔루션에 대해 궁금한 점이 있으시다면
편하게 연락 주시기 바랍니다.

오픈서베이

E data@opensurvey.co.kr

www.opensurvey.co.kr