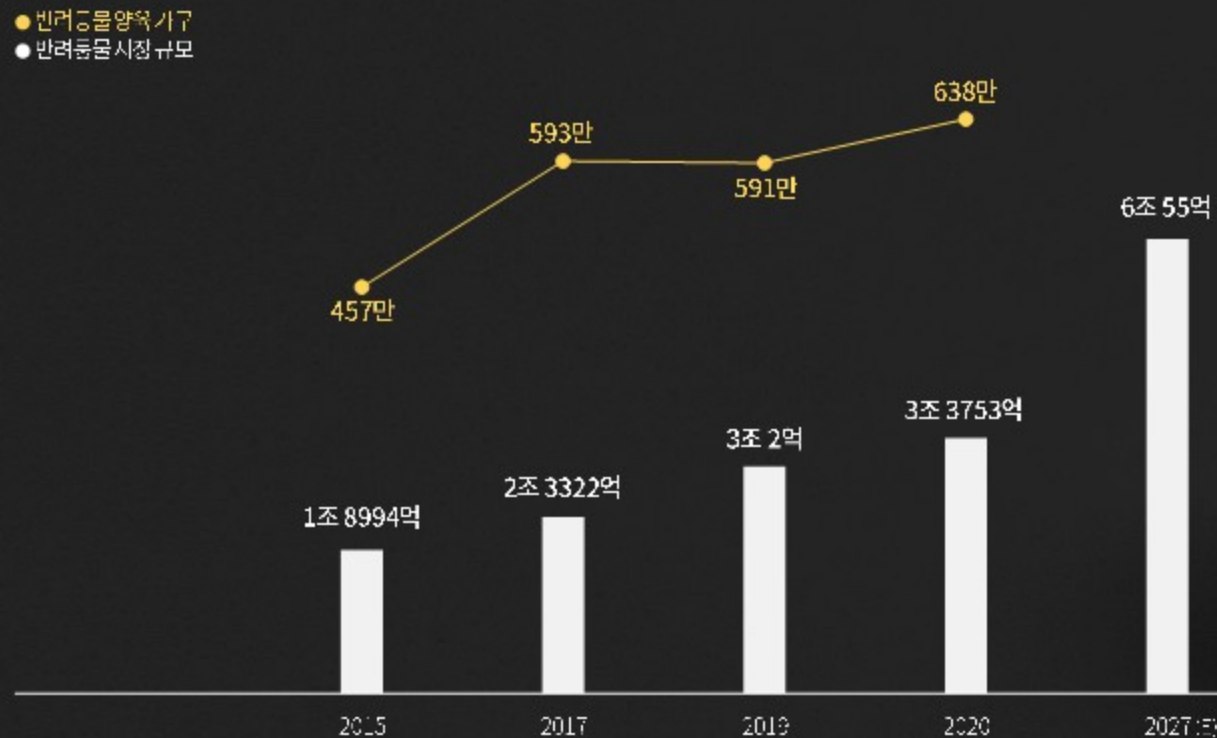




## 반려동물 경제의 성장, 펫코노미 트렌드 리포트

## 국내 가구의 28%가 반려동물 양육 중

2020년 COVID-19의 확산은 반려동물 양육의 급격한 증가로 이어졌으며, 이러한 트렌드를 의미하는 '팬데믹 파피(Pandemic Puppy)'라는 신조어까지 등장했습니다. 국내 반려동물 양육 가구는 전체 2,309만 가구 중 28%에 달해, 반려동물 산업 시장의 수요를 자극할 수 있습니다.



## 반려동물 경제의 핵심 소비자 '펫팸족'

반려동물 경제의 급성장 주에는 반려동물을 신사기족처럼 생각하고 키우는 펫팸족이 있습니다.

반려동물을 우린 소리를 아끼지 않는 이들은 반려동물 경제의 핵심 소비자라 할 수 있습니다.

시너 없이 반려동물을 키르며 사는 '등넷족'도 늘어나고 있어, 반려동물 경제는 공고히 유지될 것으로 보입니다.

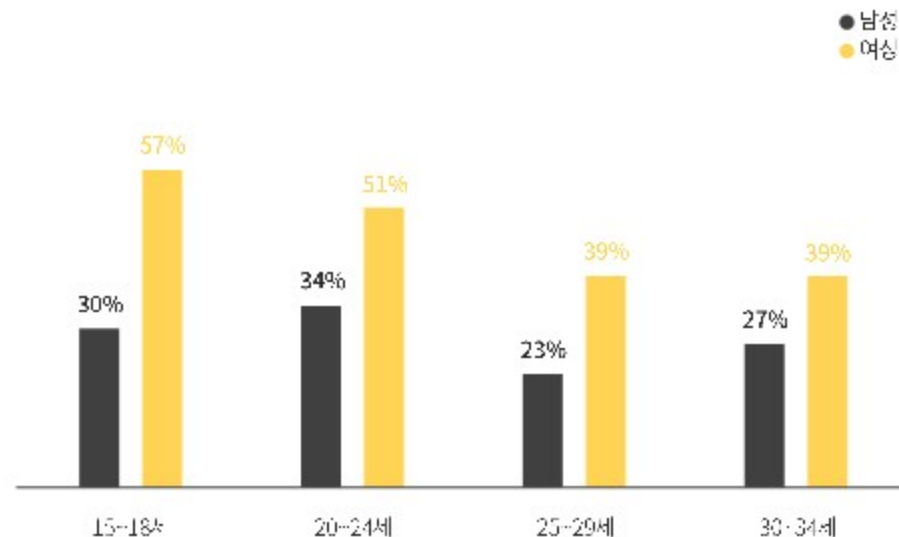
‘반려동물은 가족의 일원인가요?’

K11펫경제연구소, 2020



희망하는 가족 구성원으로 반려동물을 선택한 비율

K11펫경제연구소, 2020



## 반려동물에 더욱 진심인 ‘펫미족’ Z세대

반려동물 인식 스시 권리에 따르면 젊은 세대일수록 반려동물에게 투심이 높지 않습니다. (웹브레이크, 2023)

반려동물을 시신처럼 아끼는 성향은 특히 Z세대에서 더욱 두드러지게 나타납니다.

Z세대와의 접점을 늘리는 것은 중요한 전략적 포인트를 짚을 수 있습니다.



나는 반려동물을 위해 약간 비싸더라도  
질 좋은 사료나 간식을 구매하는 편이다.

Z세대 - 89.7%

Y세대 - 79.2%



나는 반려동물의 규칙적인 운동이나 산책을 위해  
나 시간을 더 쪼여내는 편이다.

Z세대 - 79.3%

Y세대 - 58.3%



나는 반려동물의 건강과 치료를 위해서라면  
금전적 비용을 아끼지 않는 편이다.

Z세대 - 79.3%

Y세대 - 61.1%

## 반려동물의 프리미엄 라이프 '펫프리미엄'

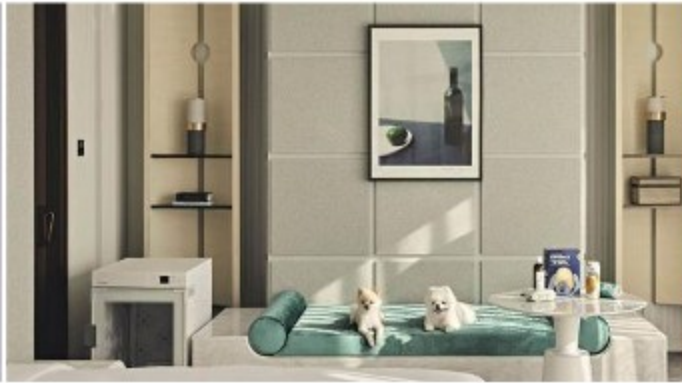
반려동물에게 특화된 제품이나 서비스를 제공하고 싶어하는 소비심리도 확산 중입니다.  
이러한 트렌드는 프리미엄 식품과 생활용품의 소리를 속신하고 있으며,  
나아가 럭셔리 제품·서비스에 대한 소비까지 전시키고 있습니다.

럭셔리 브랜드 의류: 샤넬, 프라다 등



럭셔리 브랜드의 반려동물 제품 라인 출시 가뭄발,  
2019년 약 28조 원 규모였던 글로벌 반려동물 시장이  
2022년에는 34조 원까지 성장할 것으로 전망

펫캠퍼스: 조선팰리스 호텔



펫사육·상주·중단간등 기간에 데너미에  
펫을 위한 스키, 유모차, 식이제 등 서비스 제공  
1박에 55만원~75만원이라는 가격에 호응하고 있다

펫가전: 자동화장실 '라비봇2'



내부 난방 사우나의 온수 안에 들어가 내면 하면  
자동으로 배설물을 처리해주는 기능의 자동화장실(라비봇)이  
129만원이라는 가격에 드물 평균 10%의 판매 증가를 기록

## ‘나홀로펫’을 위한 제품·서비스 소비 활발

등교, 출근 등 외출 시 반려동물을 위한 서비스·제품의 수요는 꾸준합니다.

혼자 남겨진 반려동물에 대한 걱정은 CCTV·로봇 장난감·선양 TV세팅·관리 서비스 등의 구매로 이어지고 있습니다.

특히, 1인 가구의 반려동물은 혼자 있는 시간이 일평균 6시간 50분으로, 1인 가구는 반려산업의 주요 타겟이라 할 수 있습니다.

### IOT: U+스마트홈 펫케어



진 껍에 시드만 녀동굴을 거어할 수 있는 IOT 지공품 설치,  
선시진 CCTV, 테스 시가 과극선량수정이가는 한국시거,  
관리견의 운동들을 코 수 노모 등으로 구성

### 펫 전용채널: olleh 왈하우스



손사있 은 반려동물을 위한 TV채널로,  
중서반 디과부리복인허스튼 시, 구 프로그램으로 구성  
비디오, 오디오, 시온노모이 등 제공

### 펫시터: 도그메이트



신문펫시너가 직접 방문해 반려동물들과,  
시 서·비시·베터정리능의 기본관리 서비스는 물론,  
환견맞춤 돌봄 등 전문적인 서비스까지 제공



## 세분화된 요구로 인한 산업의 확장

반려동물의 행복이 가장 중요한 가치로 부상하며 반려인들의 니즈는 세분화되었고, 이는 산업의 다양화를 야기했습니다. 시로의 간식 위주였던 반려동물 산업은 생활·교육·여행 등 여러 분야로 확장되고 있으며, 산업의 확장은 다시 소비 규모의 증가로 이어지는 선순환 구조가 온성되고 있습니다.



### 펫푸드

가연맛준사료  
건강기능식품



### 펫케어

니부, 닥리리서균  
펫선용 손조기



### 펫테크

감정분석기  
웨어러블기기



### 펫트레블

펫전용택시  
함께하는여행

## 반려동물 산업 트렌드는 고급화, 신제품·신서비스 개발

업계에서는 반려동물 산업 트렌드를 크게 고급화와 신제품·신서비스 개발로 분류하고 있습니다.

고급화는 양식·양육·의료 등 전통적인 저분과 서비스를 더욱 높은 수준으로 끌어올리는 활동을 의미합니다.

기발 활동은 주로 디지털 기술을 필양이 반려동물과 반려인들의 '삶의 질'을 높이는 데 그 커스를 두고 있습니다.

고급화			신제품·신서비스 개발		
프리미엄 펫 서비스 우리와	아경의 프리미엄 펫케어 브랜드 휘슬	사람이 먹는 식재료로만 만드는 사료 더리얼	쿠쿠의 반려동물 가진 브랜드 넬로	VR 솔루션으로 펫즈 증후군 치료 벳콘	반려동물 비대면 케어 구축을 위한 클라우드
국내 펫푸드 점유율 1위인 '우리와'는 진료·교육·호텔·유치원 등 프리미엄 펫 서비스를 운영	대중선업의 반려동물용품 '앤노브' '프리미엄 라이프케어'를 표방, 프리미엄 샴푸·치약·비드 등을 유통	닭고기 기업 하필의 펫푸드 브랜드는 '100% 천연 크루 이그'를 내세워 2020년 매출 198억을 올렸음	'쿠쿠'는 반려동물 놀이, 동물, 급식기·급수기 등기 전용품을 중심으로 프리미엄 펫 브랜드를 구축 중	반려동물에 이별한 보호사의 아픔을 치유하기 위한 멘탈케어 서비스, 3D 동물 모델링, VR 등의 기술을 활용	브러시 등 전문 케어, 화장지, 제조 기업, 보험사 등이 연약사 등 구상하고 제품·서비스 개발에 활용할 수 있는 반려 동물 관련 데이터의 빅데이터를 구축



## ‘펫테크’는 펫코노미의 성장 동력

소시에 따르면 반려동물 관련 애플리케이션 시장 중인 반려인이 58%에 이른다(한국농수산식품유통공사, 2021).  
여러 산업군이 불고 있는 디지털 트랜스포메이션의 바람은 반려동물 시장에도 영향을 미치고 있습니다.  
정보통신기술과 결합한 반려동물 산업, 이른바 ‘펫테크’ 시장은 몇 년 내 비약적으로 성장할 것으로 전망됩니다.

글로벌 펫테크 시장 규모 전망  
KIA금융사주, 2021

\$ 200억

\$ 45억

2018년

2020년

## 반려동물 삶의 질을 높이는 ‘펫테크’

이제 휴대폰을 이용해 반려동물의 건강 상태를 확인하거나, 동물의 감정을 즉시 분석할 수 있습니다.

동물의 크여 있는 비균을 활용한 신원 인식 솔루션은 정확한 개체 식별이 가능해 눈신과 우기 방식에 도움이 될 뿐 아니라,

하나의 보험으로 여러마리의 구장 에막을 받는 보험금 누수를 막을 수 있어 베토안 활성화에도 기여할 것으로 나타나고 있습니다.



### Fit Pet

반려동물을 위한 간이 건강 점검기 '어헤드'  
반려동물 신원 확인 서비스 '디드' 출시



### Petpuls

동물 음성 및 AI로 분석해 감정을 해석하는 '펫펄스' 개발  
행복·슬픔·불안·분노·위정 등 5가지 감정으로 구분



### 유리벳코리아(Urivet Korea)

10가지 이상 외과 질환 위험을 가정에서 간편하게  
검진 가능한 스마트 소변 진단 키트 '유리벳10' 출시

## 반려동물 서비스도 ‘언택트’

COVID-19의 영향으로 반려동물 시장에도 비대면 서비스가 성행하고 있습니다.

의료 상담·군산, 교육·훈련, 장례·대형까지 다양한 비대면 서비스가 등장했습니다.

반려동물의 건강에 대한 관심이 높은 반려인들을 위한 의료 서비스기 비대면 시장을 주도할 것으로 보입니다.



### 비대면 수의사 ‘펫닥’

2,000개 이상의 제휴 동물병원수위시위1:1비대면상담  
동물건강 검색내역이 서비스까지연기



### 비대면 훈련 ‘wayo’

온라인회상으로 진행되는 반려동물 교육·훈련  
기본 훈련, 행동교정 등의 속보서육제공



### 비동행장례 ‘21GRAM’

직접장례가 어려운 노·호사를 위한 비동행장례 서비스 제공  
모든 장례준비를 진행 후 지원으로 유·가족을 위로

## 앱 하나로 끝내는 'ALL-IN-APP'

반려동물 양육 정보, 상담, 상품관리 등의케어 활동을 하나의 앱으로 이용할 수 있으며, 양육에 필요한 모든 제품을 하나의 앱에서 구매하는 것도 가능합니다.  
관심세넬에 집약되는 통합적인 데이터를 빅데이터로 구축함으로써 더욱 일체적인 서비스가 완성될 것입니다.



### 반려동물 토털케어 앱 '아지냥이'

삼성카드가 개발한 반려동물 토털케어 앱  
MAU 10만명, 앱 누적 다운로드 110만회 기록  
—  
종별별, 품종별 특성 등 꼭 알아야 할 맞춤정보,  
수의 상담, 음악 스트리밍, 산책관리, 키뉴너티 등 제공



### 반려동물 전문 이커머스 '펫프렌즈'

반려동물 양육에 필요한 모든 제품을 판매  
누적 회원수 40만명, 앱 누적 다운로드 73만회 기록  
—  
사료, 용품, 기스 판매 및 24시간 진료 상담가,  
서울지역은 2시간 이내 배송해주는 '실용배송' 서비스



## 반려인의 마음을 열고 지갑을 여는 3가지 마케팅

반려인들은 나를 위한 소비가 아닌, 반려동물을 위한 소비에 초점을 두고 있습니다.  
그렇기 때문에 반려동물을 위한 특별한 경험과 서비스를 제공하는 마케팅은 훌륭한 전략이 될 수 있습니다.  
주요 키워드가 중요하다면 라이브 커머스를 도입하여 더욱 직접적인 만족을 실행하는 것도 좋은 방법입니다.

클라보레이션



반려인 타겟층을 모두에게 특별한 경험을 제공하는 '루브션, 브라운'과 공간이 결합될 수 있는 이벤트 등으로 접근 가능

SNS 프로모션



반려동물 주인공이 하는 SNS 프로모션은 반려인들의 마음을 자극해 팔팔이 손이 우모에 합과적

라이브 커머스



다금력강한 MC가 실행하는 라이브 커머스는 팔팔이 손이 우모에 합과적

## 구매 심리와 소장 욕구를 자극하는 한시적 콜라보레이션

반려동물을 위한 특별한 경험을 제공함으로써 반려인들의 마음을 사로잡는 협업 사례가 있습니다.  
유명인들의 반려동물을 돌상하여 반려인, 비반려인 모두에게 성공적으로 도달하기도 합니다.  
넷프드 기업외 키즈시 기쁜 인사제미 있는 기획상품을 선보이기도 했습니다.

동원F&B 뉴트리플랜 X 알로프트 호텔



반려동물이 함께 호텔을 짓은 고객에게 뉴트리플랜의 펫푸드를 제공,  
호텔에 이견주는 이 뉴트리플랜 리우저를 선처해 브랜드를 접을 집니

SPAO X 연예인 반려동물



SPAO는 연예인 반려동물의 브랜드와 LXX 세련된 디자인을 활용하  
요류 집하류등을 선보이고 수의 금의 브랜드를 높을우 하 기부

하림더리얼 X 우리카드



하림펫푸드와 우리카드의 협업을 통해 개신시트스 기획백을 출시,  
우리카드는 반려동물 관련 소비에 특화된 리얼카드를 함께 홍보

## ‘펫부심’을 자극하는 오디션 프로모션

넷프노 브랜드 ‘시저’는 반려동물을 중심으로 한 소셜미디어 이벤트를 진행했습니다.

최종 4마리의 난려견을 선정하여 데뷔쇼를 난리는 오디션 프로모션은 반려인들의 ‘펫부심’을 불러일으켰고, 덕분에 적극적인 이벤트 참여와 시발자 확산까지 확보할 수 있었습니다.



- A 사진만 있으면 쉽게 참여할 수 있는 이벤트로 적극적인 참여 유도
- B 인플루언서를 활용한 시선 분점으로 서비스 이목 집중
- C 해시태그를 활용한 업로드 방식으로 자발적인 SNS 확산 유도
- + #시저댕팡스타 #시저섞어주세요 5000개 이상 게시물 확보



## 실시간 소통으로 완판 행진, 라이브커머스

라이브커머스는 COVID-19 이후로 가장 큰 강박을 판촉처가 되었습니다.

네이처쇼핑 라이브는 소녀시대 씨네가 신청하는 콘텐츠형 라이브커머스를 정기 편성하여 운영 중입니다.

교양이 집사 씨네의 수의사기 시청자들과 완성하기 소능히여 즉각적인 구매를 유도하고 있습니다.



- A 유경인을 나세워 초기 시청자 유입을 성공적으로 회트
- B 반려동물에 대한 고민부터 관련 제품까지, 자연스러운 스토리로 징트 스텐
- C 실시간 소통으로 뷰인 주목도 확보, 네이처 시스템을 통한 즉각 구매 유도
- + 누적 시청자 22만, 좋아요 13만 건 달성

## 반려인 접점 미디어

매체	매체 특징	주요 상품	디바이스	상품유형
NAVER	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 NO.1 포털 매체</li> <li>높은 UB를 바탕으로 집합 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'동일공감'관</li> <li>노마일 크런칭 DA</li> <li>모바일+PC 콘텐츠 통합 DA</li> </ul>	PC/MO	버너 / 콘텐츠
SMR	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 최대 키워드 영상 플랫폼</li> <li>100% 콘텐츠 기반 마케팅</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>규제이션(팻) 마케팅</li> <li>콘텐츠 마케팅</li> <li>SOC 마케팅</li> </ul>	PC/MO	동영상
Olleh VOD	<ul style="list-style-type: none"> <li>IPTV 가입인구 중 52% 차지 (580만)</li> <li>시청이러움 바탕으로 한 마케팅 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>노출형_Pre Play (동문출연 방송 타겟팅)</li> <li>오디언스 타겟팅 (브라운동보우코이타겟팅)</li> </ul>	PTV	동영상
아지냥이	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 1등 반려동물 커뮤니티</li> <li>110만 디오로드, MAU 10만명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내외이벤트, 베이 학원 운영</li> <li>플링 배너 (성남/하남)</li> <li>앱 푸시, 인지에세지, 푸른</li> <li>삼성카드 홈페이지 배너</li> </ul>	MO	배너
비마이켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>반려동물 관련 공간 콘텐츠 제작</li> <li>웹사이트 MAU 30~50만명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 크렌스 YT/FB</li> <li>웹사이트 배너</li> <li>푸시 알림 광고</li> </ul>	PC/MO	배너 / 브랜드 크렌츠
팻닥 (V+AD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 유일 전국 동물병원 광고</li> <li>서울, 경기, 인천 등 952개 병원 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>디지털 사이 디지털 영상</li> <li>디지털 사이 디지털 배너</li> </ul>	TV	배너 / 동영상

# CONTACT US,

니지 딜과 컷 브랜드 이커 이브, 메조미디어 트렌드기획팀  
mezzo\_report@cj.net

뉴스레터 구독신청

INSIGHT M지 루신

