

미국의 반려동물 산업 현황

지인배*

1. 들어가며

최근 1인 가구의 증가, 저출산 및 고령화, 라이프 스타일의 변화, 반려동물의 인간화에 대한 인식 제고 등의 요인으로 반려동물에 대한 소비자 지출 및 연관산업이 지속적으로 증가하는 추세에 있다. 우리나라 또한 2017년 반려동물(개, 고양이)을 보유 비중이 29.4%에 달하며, 반려동물 연관 산업 규모도 2017년 2조 3,322억 원에서 2027년에는 6조 원 이상 3배로 증가할 전망이다. 반면 반려동물 수요와 연관산업의 빠른 성장에도 불구하고, 사료, 용품 등 관련 산업의 높은 수입의존도, 높은 진료비 부담 및 미흡한 보험체계와 반려동물 관련 제도 등은 반려동물 산업의 발전을 위한 장애요인으로 작용하고 있다. 본고에서는 미국의 반려동물산업협회의 설문조사 자료와 관련 통계를 활용하여 미국의 반려동물 산업 시장규모, 사육현황, 연관산업 현황과 관련 법률을 고찰하고 우리나라에 주는 시사점을 도출하고자 한다.

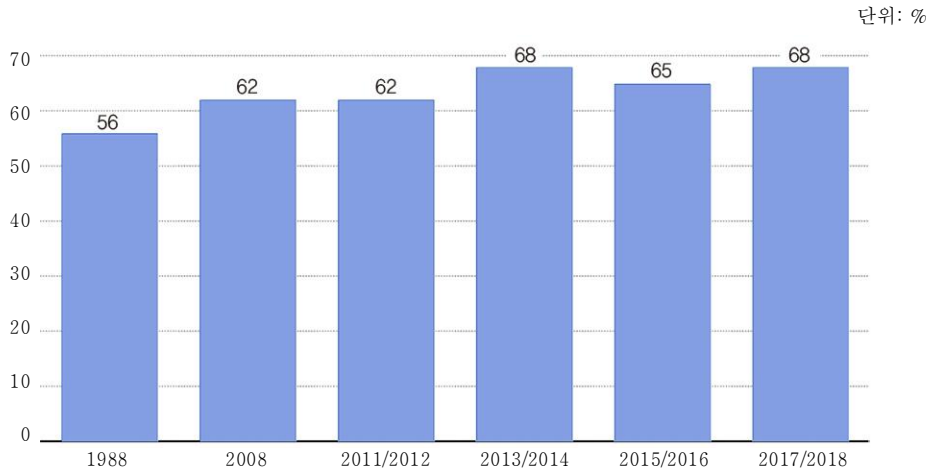
2. 미국의 반려동물 산업 시장규모

미국의 반려동물 관련 산업은 지속적인 성장 추세를 보이고 있다. 미국 반려동물산업협회(American Pet Products Association, APPA)의 조사¹⁾에 따르면 2017년 미국 전체 가구 중 반려동물을 소유하고 있는 가구의 비중은 68%(8,460만 가구)인 것으로 나타났으며, 이는 첫 조사가 시작된 1988년 56%보다 12%p 증가한 수치이다.

* 동국대학교 식품산업관리학과 교수 (jiinbae@dongguk.edu).

1) The 2017-2018 APPA National Pet Owners Survey.

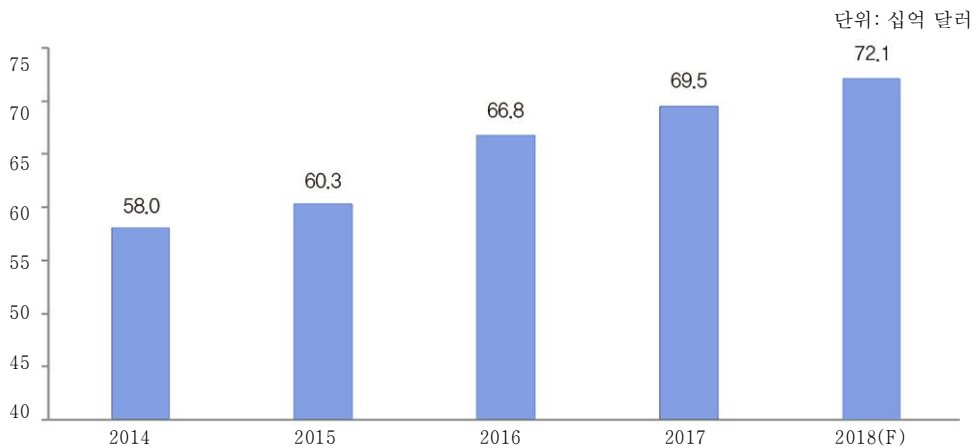
<그림 1> 미국의 반려동물 소유 가구 수 비중



자료: statista

미국의 반려동물 관련 소비지출 규모는 1인 가구의 증가, 라이프 스타일의 변화, 반려동물의 인간화(humanization) 등으로 인해 지속적으로 증가하고 있다. 2017년 미국의 반려동물 관련 지출금액은 695억 달러로 나타났으며, 2018년에는 전년 대비 3.7%p 증가한 721억 달러로 추정되고 있어 전 세계 최초로 단일 국가의 반려동물 시장이 80조 원을 넘어선 국가가 될 것으로 보인다.

<그림 2> 미국의 반려동물 관련 소비지출 금액 규모



자료: 미국 반려동물 산업협회 (American Pet Product Association)

소비지출 금액 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 식품이며, 다음으로 동물병원 진료, 용품/일반의약품, 미용/훈련 등의 서비스 순으로 나타났다.

<표 1> 미국의 반려동물 관련 품목별 소비지출 금액 규모(2017)

단위: 십억 달러, %

구분	식품	용품/일반의약품	동물병원 진료	동물분양/구매	미용/훈련 등 서비스
금액	29.1	15.1	17.1	2.1	6.2
비중	41.8	21.7	24.6	3.0	8.9

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

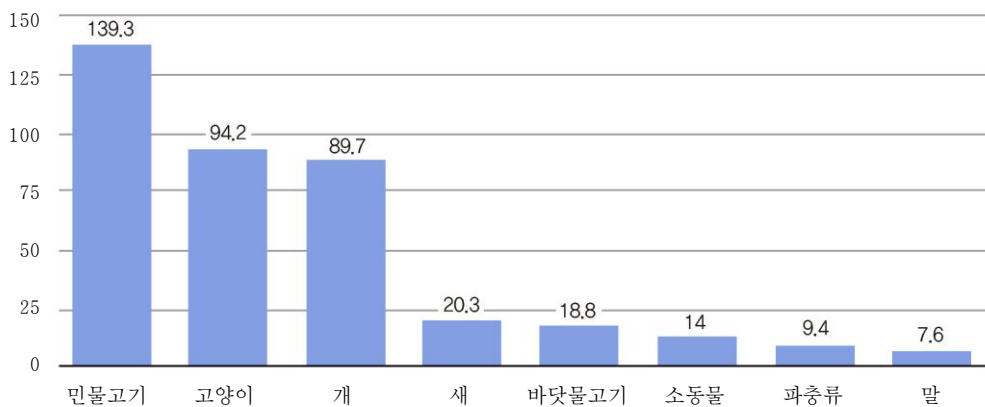
3. 미국의 반려동물 사육 현황

3.1. 미국 내 반려동물 사육 규모

2017년 미국의 반려동물 품종별 사육 현황을 살펴보면 민물고기(freshwater fish)가 1억 3,900만 마리로 가장 많고 다음으로 고양이 9,420만 마리, 개 8,970만 마리의 순으로 나타났다. 이 외에도 새, 바닷물고기(saltwater fish), 소동물, 파충류, 말 등의 반려동물이 사육되고 있는 것으로 나타났다.

<그림 3> 미국의 반려동물 품종별 사육마릿수(2017)

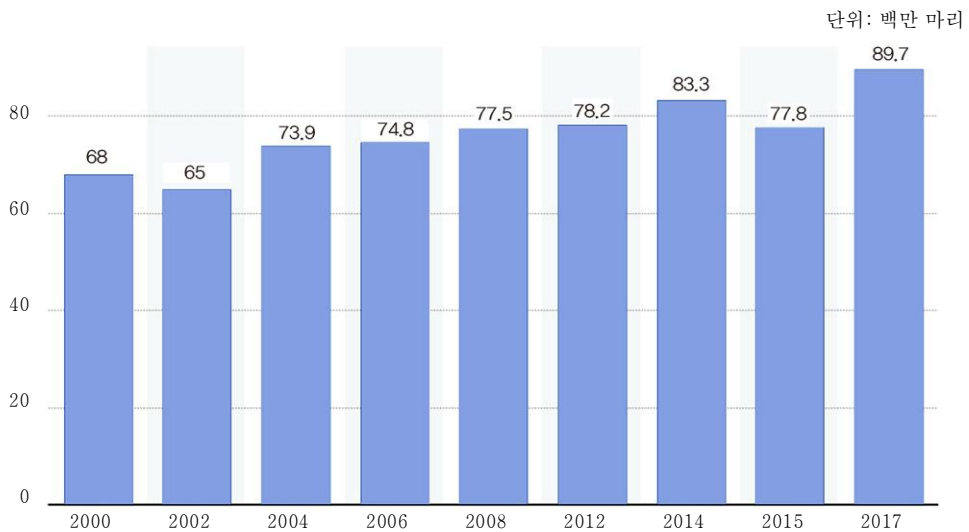
단위: 백만 마리



자료: Statista.

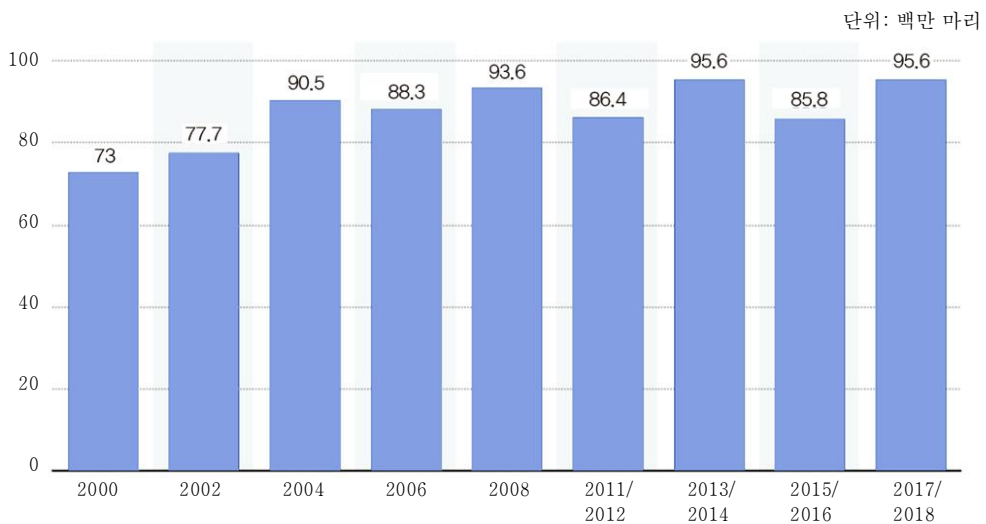
주요 반려동물인 개와 고양이의 사육마릿수 추이를 살펴보면 개의 경우 2000년 6,800만 마리에서 2017년 8,970만 마리로 증가하였으며, 고양이는 2000년 7,300만 마리에서 2017/2018년 9,560만 마리로 증가하여 개와 고양이 모두 연평균 1.6%씩 증가한 것으로 나타났다.

<그림 4> 미국의 개 사육마릿수 추이



자료: Statista.

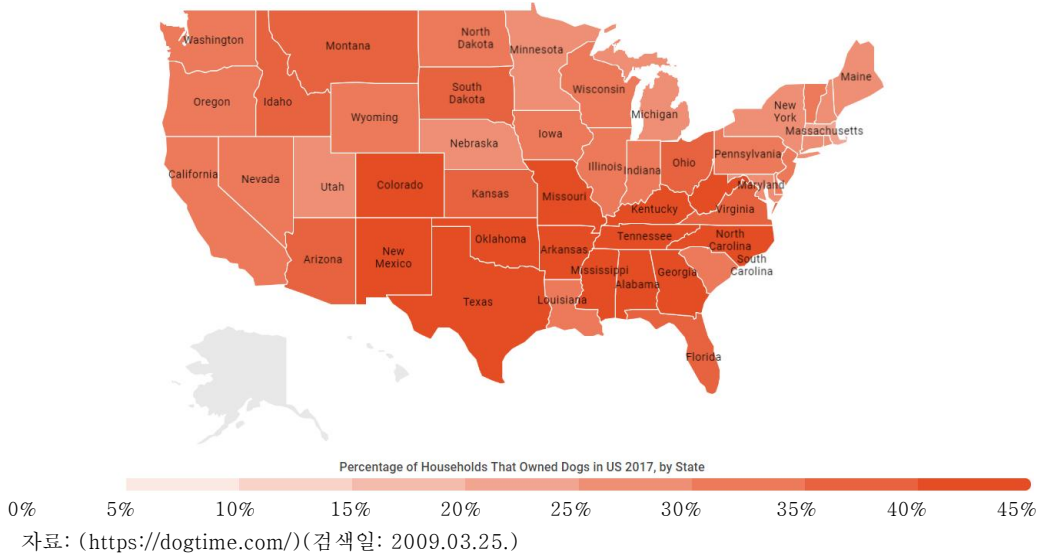
<그림 5> 미국의 고양이 사육마릿수 추이



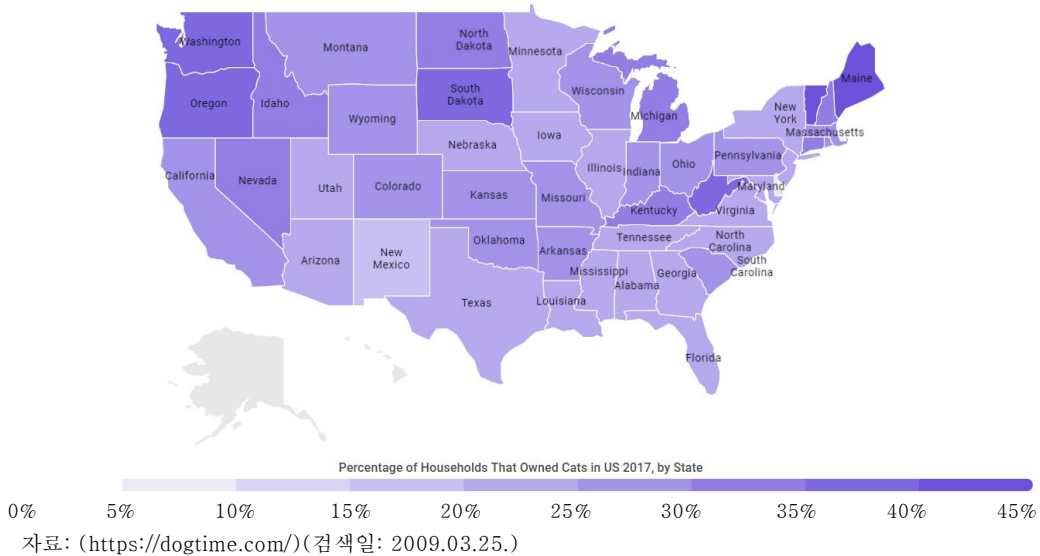
자료: Statista.

미국의 반려동물 전문매체인 도그타임에 따르면 개와 고양이를 사육하고 있는 가구 수의 비중은 미국 전역에 걸쳐 분포하고 있는 것으로 나타났다. 개의 사육가구 비중이 높은 지역은 북부 일부지역과 남부의 다수 지역인 것으로 나타났으며, 고양이의 사육가구 비중이 높은 지역은 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

<그림 6> 미국의 지역별 개 소유 가구 비율



<그림 7> 미국의 지역별 고양이 소유 가구 비율



3.2. 미국 반려동물 소유자의 인구 특성

미국 반려동물 소유자의 세대 간 구성을 살펴보면, 2014년에는 베이비붐 세대가 반려동물 소유주 중 가장 큰 비중(37%)을 차지하였으나 2017년에는 32%로 감소하였으며, 현재는 Y세대가 35%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

<표 2> 미국인의 세대 및 반려동물 종류별 소유 비중(2016)

단위: %

구분	Gen Y	Gen X	Baby Boomers	Builders
반려동물 소유주	35	27	32	6
개	38	26	31	5
고양이	35	27	32	6
새	46	24	28	2
소동물	50	32	16	2
파충류	53	26	19	2
민물고기	43	32	22	3
바닷물고기	62	28	10	-
말	49	21	26	4

주 1) Gen Y는 1980~1994년에 출생한 응답자를 의미함.

2) Gen X는 1965~1979년에 출생한 응답자를 의미함.

3) Baby Boomers는 1946~1964년에 출생한 응답자를 의미함.

4) Builders는 1920~1945년에 출생한 응답자를 의미함.

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들에 대한 지역별 분포를 살펴보면, 새 소유자들은 대서양 중부 및 남부와 태평양 지역에 대한 분포 비중이 높고, 소동물 소유자들은 대서양 중부, 파충류 소유자들은 태평양 지역에 대한 분포 비중이 높은 것으로 나타났다. 한편 말 소유자들은 농촌지역에 살고 있는 비중이 높은 반면, 새 소유자들은 대도시지역에 살고 있는 비중이 높고, 파충류 소유자들은 250만~490만 명이 거주하고 있는 도시지역에 살고 있는 비중이 높은 것으로 나타났다. 그리고 반려동물 소유자들의 평균 가구소득은 말 소유자들이 가장 높고, 다음으로 새, 물고기, 개, 소동물 소유자 순으로 나타났다. 반면 파충류 소유자들의 평균 가구소득은 가장 낮은 것으로 나타났다.

또한 소동물, 물고기, 새, 파충류 소유자들은 가정에 어린 자녀가 있는 비중이 높은 것으로 나타났으며, 물고기, 소동물, 파충류 소유자들은 평균 연령이 가장 낮은 것으로 나타난 반면

개, 고양이, 말 소유자들은 평균 연령이 가장 높은 것으로 나타났다. 또한 일반적으로 반려동물 소유자들은 미국 전체 인구 평균보다 자택소유 비중이 높고, 특히 말 소유자들은 단독주택 소유 비중이 높은 것으로 나타났다. 그리고 개, 물고기, 새 소유자들은 기혼 비율이 높은 반면, 고양이와 파충류 소유자들의 기혼율은 평균 이하인 것으로 나타났다.

3.3. 미국 내 반려동물 소유 관련 행태

3.3.1. 반려동물 소유 형태 및 획득 방식

미국 반려동물 소유자들의 반려동물 조합 비중을 살펴보면, 반려동물을 소유하고 있는 가구의 46%가 1종류 이상의 반려동물을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 개와 고양이를 함께 소유하고 있는 비중이 32%로 가장 많았으며, 개와 물고기는 11%, 고양이와 물고기는 9%인 것으로 나타났다.

<표 3> 반려동물 소유 조합 비중(2016)

단위: %

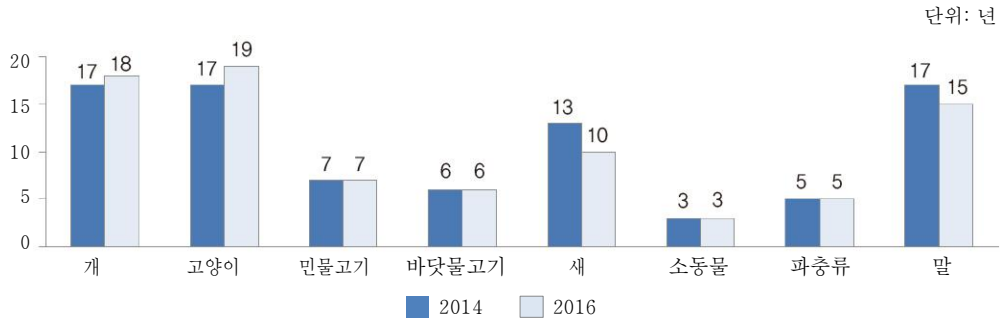
구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
개	-	32	11	7	6	4	3
고양이	32	-	9	6	5	3	2
물고기	11	9	-	3	3	2	1
새	7	6	3	-	2	2	1
소동물	6	5	3	2	-	2	1
파충류	4	3	2	2	2	-	1
말	3	2	1	1	1	1	-

주: 소유하고 있는 두 종류의 반려동물 조합 비중이며, 같은 종류의 반려동물 두 마리 이상 소유하거나 두 종류 이상의 반려동물을 소유하고 있는 가구는 제외되었음.

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자의 평균 소유 연수는 대체적으로 큰 변화가 없지만, 개와 고양이는 2014년 대비 2016년 각각 1년과 2년이 증가한 반면 새와 말은 각각 3년과 2년이 감소한 것으로 나타났다.

<그림 8> 반려동물 종류별 평균 소유 연수



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유 경로는 개의 경우 동물농장과 친구/지인인 경우가 가장 많고, 고양이는 유기동물인 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 물고기는 구매를 통한 비중이 높은 것으로 나타났으며, 새와 소동물은 입양을 통해 소유하는 비중이 높은 것으로 나타났다.

<표 4> 반려동물 종류별 소유 경로(2016)

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류
체인점/대형슈퍼에서 입양	6	7	-	23	30	21
상점에서 독자적으로 입양	4	3	-	13	15	11
동물보호소/동물보호협회	22	28	-	8	11	3
사육사/부화장/동물농장	25	4	3	10	5	6
박람회/축제/바자회	-	-	9	-	1	1
사료가게/정원가게	-	-	-	4	3	-
친구/지인	25	26	11	20	17	22
선물	2	2	9	8	6	9
사적인 모임	10	6	3	3	12	5
체인점/대형슈퍼에서 구매	1	1	36	10	16	15
상점에서 독자적으로 구매	3	-	13	5	10	10
기존에 가정에서 소유	1	6	11	3	2	3
보호단체	12	9	-	-	-	-
전문점(물고기 또는 새)	-	-	38	21	-	-
유기동물	4	32	6	4	1	15
교환모임	-	-	1	1	1	1
교사/학교	-	-	-	-	1	3
수의사	1	3	-	2	-	-
기타	4	3	2	4	5	6

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association).

반려동물 소유를 위한 정보는 모든 종류에서 입소문을 통해 획득하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났으며, 인터넷은 개, 물고기, 새, 소동물에 대한 정보를 접할 수 있는 중요한 도구인 것으로 나타났다.

<표 5> 반려동물 소유를 위한 정보 출처(2016)

단위: %

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	과충류
인터넷/온라인	33	19	32	31	35	21
신문/잡지/출판물	10	5	17	11	5	2
간판/게시판	3	2	10	8	6	1
입소문	46	45	39	46	42	47
기타	25	49	47	33	32	44

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

3.3.2. 반려동물의 사육 관련 지출 행태

반려동물 소유에 소요되는 관련 지출비용을 살펴보면, 총 비용은 사료와 기타 비용으로 대별할 수 있으며, 고양이 소유자들은 개 소유자들보다 지출비용이 적은 것으로 나타났다. 반려동물 종류별 지출비용 항목을 살펴보면, 개와 고양이는 울타리/사육장, 사료, 모든 형태의 수의사 방문(아프거나 일상적이거나 수술 및 응급)에 대한 지출비용이 많은 것으로 나타났다. 그리고 민물고기는 연못 및 수족관에 대한 지출이 많고 바닷물고기는 여과, 정수기 및 기타 물품에 대한 지출이 많은 것으로 나타났다. 또한 새는 모이, 수의사 방문, 새장 등에 지출이 많고 말은 울타리와 사육장, 먹이 등에 지출이 많은 것으로 나타났다.

<표 6> 반려동물 관련 지출 비용(2016)

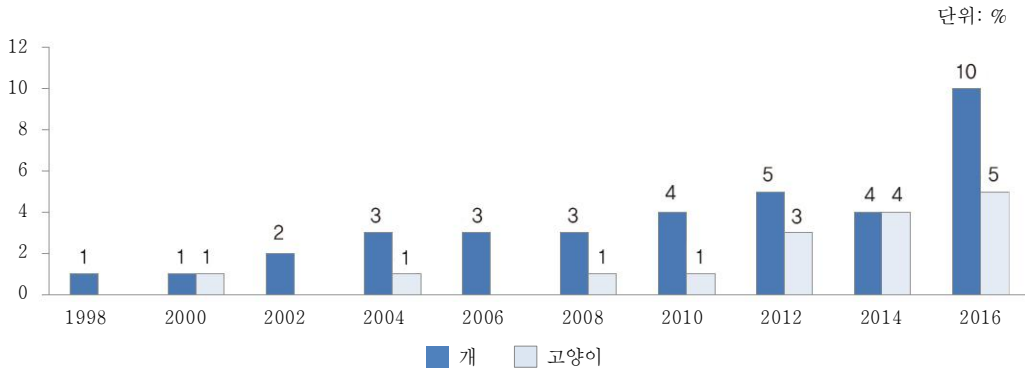
단위: 달러

구 분	개	고양이	민물고기	바닷물고기	새	말
침대(그릇(물고기), 담요/천/시트(말))	43	29	80	86	-	204
울타리/사육장(저수지(물고기))	322	164	376	-	56	2,645
서적, 팸플렛, 비디오, 훈련	27	17	-	-	30	-
우리, 상자, 탁상수족관(물고기), 안전장비(말)	62	-	100	99	129	2,418
캐리어(탱크(물고기), 훈련사(말))	86	38	234	192	-	1,131
수의사 응급 방문	349	154	-	-	107	471
사료	235	235	41	101	169	1,776
보조 사료(살아있는 식물(물고기))	72	56	78	75	378	261
미용/미용 보조기구(여과(물고기))	84	30	60	118	45	225
사상충 치료제(발굽 관리(말))	102	65	-	-	-	540
가족 끈(조명(물고기), 훈련 보조기구(말))	23	28	73	83	-	337
벼룩 및 진드기 관리 제품 (약용 샴푸(새), 곤충 통제(말))	85	77	-	-	49	102
비의료용 목걸이/장식용 목걸이 (스탠드(물고기), 고삐/고삐 액세서리(말))	21	18	190	74	-	288
기타 비용(안장(말))	104	91	-	-	63	1,168
기타 약품	132	82	92	66	89	366
기타 물품(편자공(말))	71	71	75	117	51	612
수의사 일상 방문(진단 키트(물고기))	257	182	67	47	102	549
샴푸/컨디셔너(비의료용)	25	24	-	-	34	110
수의사 치료 방문	204	244	-	-	138	-
수의사 수술 방문	474	245	-	-	45	-
장난감 (장식품(물고기), 기수 장비/부츠/헬멧(말))	47	30	50	80	35	388
비타민/보충제(화학/수도 조절기(물고기))	58	46	43	132	40	-

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

개와 고양이에 대한 건강보험 가입비율을 살펴보면, 개 소유자의 10%와 고양이 소유자의 5%는 반려동물을 위한 건강보험을 지니고 있는 것으로 나타났으며, 연간 보험료는 대부분 250~499달러 수준인 것으로 나타났다.

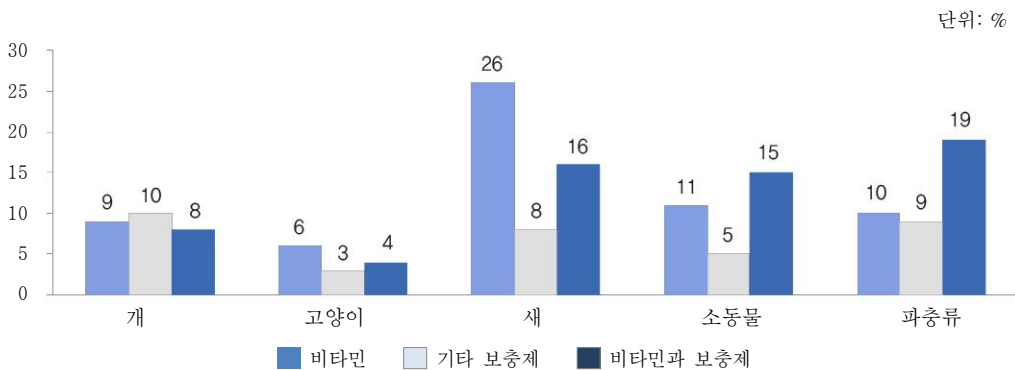
<그림 9> 개와 고양이의 건강보험 보유 비중(2016)



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물을 위한 비타민 및 기타 보충제의 사용 비중은 전반적으로 증가하고 있다. 새 소유자들의 26%는 비타민만을 사용하고 있으며, 새, 소동물, 파충류 소유자들의 15~20%는 비타민과 기타 보충제를 모두 사용하고 있다. 한편 개 소유자들은 비타민과 보충제를 비슷하게 사용하는 경향을 갖는 반면, 고양이 소유자들은 비타민 사용이 약간 더 높은 것으로 나타났다.

<그림 10> 반려동물에 대한 비타민 및 보충제 사용 비중(2016)



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

개와 고양이를 위한 사료는 프리미엄 사료에 대한 구매 비중이 가장 높지만 감소하는 추세를 보이고 있으며, 천연사료와 비타민 또는 미네랄 첨가 사료에 대한 구매 비중도 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 7> 개와 고양이의 사료 종류별 구매 비중

단위: %

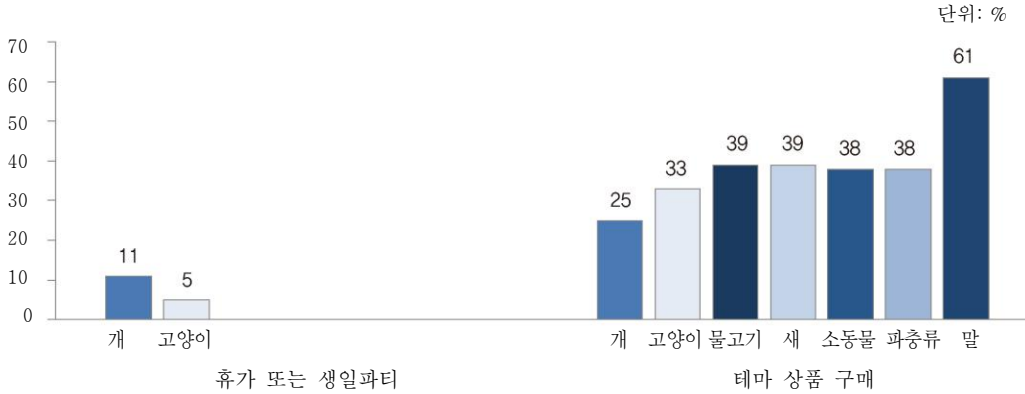
구분	개			고양이		
	2012	2014	2016	2012	2014	2016
비타민 또는 미네랄 첨가 사료 (칼슘 또는 비타민 E 등)	19	16	12	17	18	18
글루코사민 또는 콘드로이틴 첨가 사료	8	5	6	2	4	3
약초 또는 식물성 첨가 사료	3	3	3	5	6	5
프리바이오틱스 또는 프로바이오틱스 첨가 사료	5	5	6	5	7	4
유기농 사료 (화학물질 사용량이 제한된 인증된 생산과정에서 생산)	7	7	8	4	6	7
천연 사료 (합성물질이 없지만 인증과정이 없음)	18	19	22	14	19	18
고급 사료 (고급 또는 값이 비싼 것으로 간주되는 사료)	8	6	5	15	19	17
프리미엄 사료 (영양가가 더 높고 방부제가 적으며 대사작용이 효율적인 사료)	45	47	41	40	42	39
무곡물/무글루텐 사료	7	11	19	4	9	15
생식	-	-	3	-	-	4
특제 사료 (코셔(Kosher) ²⁾ , 채식, 냉동, 신선 등)	3	5	5	4	7	2
성분이 제한된 사료 (사료에 대한 민감도가 있는 반려동물용)	-	-	12	-	-	10
기타 사료	20	16	16	31	23	23
사람 음식 (조리 또는 날 것)	19	17	17	10	9	9
반려동물용 생수 (일반, 맛 첨가, 영양 강화)	3	4	4	2	3	4

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 관련 행사 개최 및 반려동물 테마 상품 구매 비중을 살펴보면, 개 소유자들의 11%와 고양이 소유자들의 5%는 반려동물을 위한 휴가 또는 생일파티를 개최하고 있는 것으로 나타났다. 한편 반려동물 테마 상품은 말 소유자들이 가장 많이 구입(61%)하였으며, 개 소유자들이 가장 적게 구입(25%)한 것으로 나타났다.

2) 유대교의 전통 율법에 따라 식재료 선정부터 조리까지 엄격한 기준과 절차를 거친 음식을 의미하며, 이를 인증하는 코셔마크를 획득한 사료를 의미함.

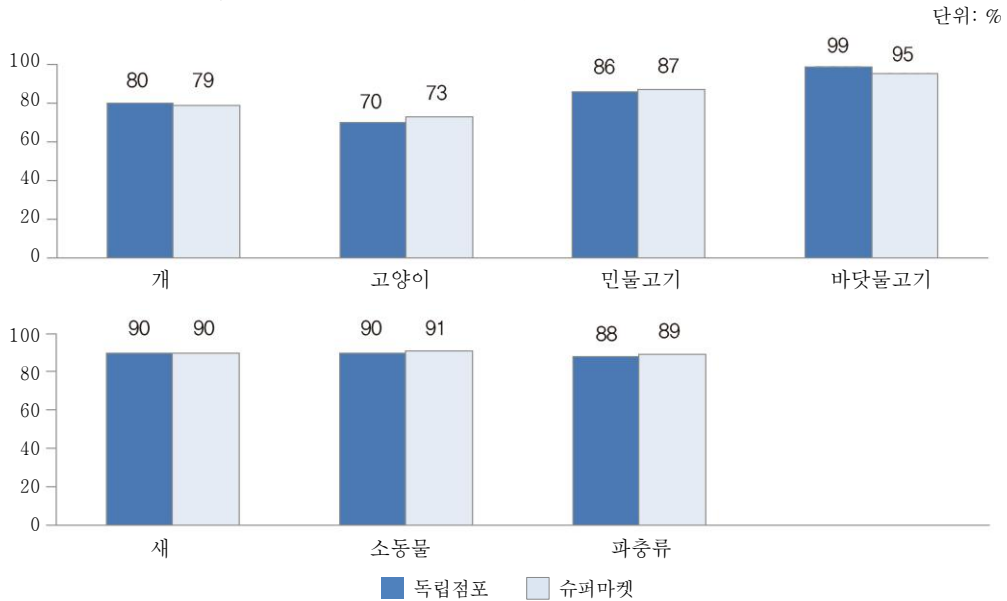
<그림 11> 반려동물 관련 행사 개최 및 테마 상품 구매 비중(2016)



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

대부분의 반려동물 소유자들은 반려동물 관련 상품을 구매하기 위하여 독립점포와 슈퍼마켓을 비슷하게 이용하는 것으로 나타났으며, 지난 12개월 이내에 70% 이상이 방문한 것으로 나타났다. 반려동물 종류별 방문횟수를 살펴보면 바닷물고기, 소동물, 파충류 소유자들은 독립점포와 슈퍼마켓을 연간 6~8.5회 방문하였으며, 다른 종류의 반려동물 소유자들은 연간 5~6회 방문한 것으로 나타났다.

<그림 12> 반려동물 종류 및 점포 형태별 방문 비중(2016)



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 관련 품목의 온라인 구매 비중을 살펴보면, 식품에 대한 구매 비중이 가장 높고, 약품은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 한편 반려동물 관련 품목의 연평균 구매횟수는 사료 7.6회, 용품 6.0회, 약품 3.4회로 나타났다.

<표 8> 반려동물 관련 품목의 온라인 구매 비중(2016)

단위: %

구분	전체	개	고양이	민물고기	바닷물고기	새	소동물	파충류	말
식품	48	50	48	51	72	75	56	53	56
용품	45	50	44	45	72	61	55	48	58
약품	37	44	37	39	69	51	42	41	60
기타	47	49	48	50	72	59	61	57	66

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

<표 9> 반려동물 관련 품목의 연평균 구매횟수(2016)

단위: 회

구분	전체	개	고양이	민물고기	바닷물고기	새	소동물	파충류	말
사료	7.6	7.5	7.9	7.0	7.5	7.1	7.1	7.4	8.3
선물	6.0	6.1	6.0	5.7	5.9	5.4	5.6	5.8	6.7
약품	3.4	3.5	3.5	3.4	4.0	3.9	3.7	3.6	4.1
기타	4.5	4.4	4.9	4.7	5.2	5.1	3.2	5.1	5.9

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 관련 품목의 브랜드에 대한 소유자들의 인지도는 높은 것으로 나타났으며, 특히 바닷물고기 및 새 소유자들이 브랜드를 가장 중요시 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 10> 반려동물 관련 품목의 브랜드에 대한 중요성(2016)

단위: %

구분	개	고양이	민물고기	바닷물고기	새	소동물	파충류	말	말
매우 중요하다	15	16	14	50	33	22	12	25	8.3
다소 중요하다	54	54	45	40	44	39	44	50	6.7
전혀 중요하지 않다	31	30	41	10	23	39	44	25	4.1

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

3.3.3. 반려동물 소유자들의 정보 이용 행태

반려동물 소유자들의 미디어 습관을 살펴보면, 각 미디어 수단에 대한 소비시간이 세대별로 차이가 있다. 인터넷에 대한 소비 시간을 살펴보면 Y세대는 하루에 3.5시간을 소비하고, Builders³⁾는 하루에 2.8시간을 소비하는 것으로 나타나 반려동물 소유자의 나이가 적을수록 인터넷에 소비되는 시간이 증가하는 것으로 나타났다. 반면 텔레비전에 대한 시청 패턴은 인터넷과 반대인 것으로 나타나 나이가 많을수록 TV 시청 소요시간이 더 많았다.

<표 11> 반려동물 소유자들의 세대별 미디어 습관(2016)

단위: 시간/1일

구 분	전 체	Gen Y	Gen X	Baby Boomers	Builders
인터넷	3.2	3.5	3.2	3.1	2.8
TV	2.8	2.5	2.7	3.1	3.5
라디오	1.2	1.4	1.3	1.1	0.9
신문	0.5	0.6	0.4	0.5	0.7
잡지	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들은 전반적으로 인터넷/온라인을 통해 반려동물 관련 정보를 획득하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났으나, 개, 고양이, 말 소유자들은 수의사를 통한 정보 획득이 가장 많고, 친구/지인, 과거 경험을 통해 정보를 획득하는 비중도 높은 것으로 나타났다.

<표 12> 반려동물 관련 정보 출처(2016)

단위: %

구 분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
광고	5	4	8	6	8	2	10
동물보호소 직원(임상외-말)	5	5	-	-	-	-	22
새 상점/물고기 상점/압정 상점(말)	-	-	37	18	-	-	22
서적/도서관/비디오	9	12	12	20	19	20	31
사육사	7	1	5	9	-	7	15
친구/지인	28	35	25	20	36	27	46
조련사(조련/외양간 관리자-말)	14	3	-	-	-	-	16
인터넷/온라인	42	48	42	52	61	71	43

3) 1920~1945년에 출생한 세대를 의미함.

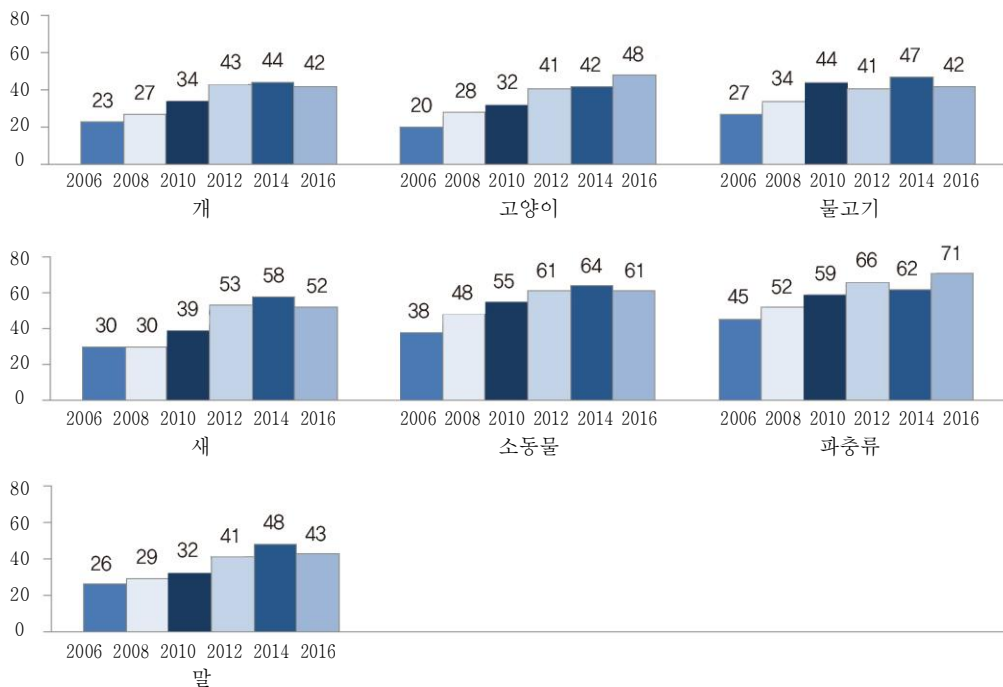
(계속)

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
사육장/품종 모임/사회	3	4	11	11	-	9	23
잡지(스포츠 단체-말)	9	12	9	14	11	6	6
다른 상점 직원(사료 상점-말)	2	3	6	6	9	8	31
과거 경험	32	38	25	21	40	29	58
반려동물 상점 직원	13	17	39	31	39	45	8
라디오	3	3	3	2	4	1	6
TV	11	11	10	13	10	4	11
트레이너/편자공(말)	3	-	-	-	-	-	47
수의사	60	49	10	26	28	21	70
기타	8	10	6	-	7	2	8

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

<그림 13> 인터넷을 통한 반려동물 관련 정보 획득 비중 추이

단위: %



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들은 대부분 상점을 직접 방문하여 새로운 반려동물 제품을 인식하는 것으로 나타났으며, 다음으로 TV 광고, 인터넷, 친구/지인 등의 순으로 나타났다.

<표 13> 반려동물 관련 제품 정보 출처(2016)

단위: %

구분	전체	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
인터넷	38	40	40	44	51	50	50	52
- 인터넷/웹서핑	32	34	34	37	43	42	44	44
- 온라인 배너 광고	8	9	9	10	15	13	12	19
- 다른 사이트의 링크	9	11	11	13	19	17	16	54
상점 직접 방문	58	58	60	60	59	66	66	68
광고용 우편물	11	12	13	13	19	17	16	25
친구/지인	31	34	32	34	34	37	41	41
반려동물 상점 직원	21	23	21	31	32	33	32	30
인쇄 광고	23	23	25	22	24	25	24	24
라디오	5	6	6	7	11	8	9	14
TV 광고	39	41	42	37	37	36	38	36
수의사	25	30	25	25	32	28	26	42
기타	3	3	4	4	5	4	4	5

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들이 인터넷 상에서 반려동물 제품에 대하여 학습하는 방법을 살펴보면, 생산기업의 웹사이트를 통하여 학습하는 비중이 가장 높았다. 또한 과거 조사에 비해 페이스북을 활용하는 비중이 크게 증가하였으며, 소셜미디어(Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest 등)에 대한 비중도 증가한 것으로 나타났다.

<표 14> 인터넷에서 반려동물 제품에 대한 습득 방법(2016)

단위: %

구분	전체	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
블로그	19	21	21	23	32	33	30	37
페이스북	47	50	51	51	54	57	50	58
인스타그램	14	17	17	19	29	25	21	27
생산기업 웹사이트	63	63	64	67	67	69	68	69
핀터레스트	22	24	23	27	24	30	34	37
제품 리뷰 사이트	43	44	42	46	45	48	50	56
트위터	12	15	16	17	27	20	15	21
유튜브	25	28	28	35	45	37	33	36
기타	13	11	13	10	10	9	14	13

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

3.3.4. 반려동물 소유의 장단점

반려동물을 키움으로써 얻는 장점은 반려동물 소유자들이 반려동물에 대하여 느끼는 친근감, 사랑, 친구, 애정 등의 느낌인 것으로 나타났다. 또한 반려동물은 가정 내에서 즐거움을 주고 하나의 가족구성원과 같으며, 스트레스를 완화시켜줄 수 있는 존재로 나타났다. 물고기 소유자들은 물고기의 모습과 취미를 위해 소유하고 있으며, 새와 파충류 소유자들은 그들의 반려동물이 화제성을 지니고 있다고 느끼고 있다. 그리고 파충류, 고양이, 소동물 소유자들은 편의성을 높이 평가하고 있으며, 소동물과 말 소유자들의 상당수는 아이들의 책임감을 가르치는 데에 좋다는 인식을 갖고 있다.

<표 15> 반려동물 소유의 장점(2016)

단위: %

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
모습	-	-	44	-	-	-	-
수익 창출(번식-말)	-	-	5	5	5	2	15
가족 간 친화력 강화	38	35	18	29	35	21	38
친근감, 사랑, 친구, 애정	81	83	-	46	62	29	62
편의성, 관리 용이	14	37	29	31	36	46	-
이야깃거리(여가-말)	-	-	32	40	32	49	46
교육용(강아지 쇼 등)	1	-	18	21	24	31	13
가정 내 즐거움 제공	73	76	64	67	76	73	62
자녀들의 책임감 강화	25	22	33	34	52	36	46
가족의 건강 증진	53	46	20	28	37	20	59
장애인/노약자에게 치료/도움 제공	12	8	-	-	-	-	-
취미생활	-	-	34	22	26	32	30
위험한 동물과 설치류 제거	14	33	-	-	-	3	-
자녀/가족구성원으로서의 역할	59	56	-	45	44	28	46
적은 소음(산악/여가용 승마-말)	-	-	36	-	-	53	62
휴식/스트레스 해소	67	68	51	48	55	40	71
보안	49	-	-	-	-	-	10
도보/조깅/운동	48	-	-	-	-	-	58

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

한편 반려동물 소유의 단점은 반려동물 종류에 따라 구분된다. 예를 들어 물고기는 물을 깨끗하게 유지해야 하고, 새는 소음이 발생하며, 개와 고양이는 털갈이를 한다는 단점이 있다.

일반적으로 언급되는 보편적인 단점은 반려동물이 죽었을 때의 슬픔, 청소, 사료/사육/약품에 대한 비용, 그리고 집을 비웠을 때 보살펴야 하는 방법을 찾아야 한다는 것이다. 그러나 일부 반려동물 소유자들은 반려동물 소유로 발생하는 단점이 없다고 느끼는 것으로 나타났다.

<표 16> 반려동물 소유의 단점(2016)

단위: %

구 분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
녹조	-	-	28	-	-	-	-
다른 반려동물에 악영향	5	4	-	7	6	4	14
자녀들에 악영향(안전문제-말)	3	2	-	8	5	2	19
청소(많은 시간 소요-말)	26	28	38	43	45	36	29
사료, 사육, 약품 비용(유지비용-말)	31	31	16	19	25	16	46
가구, 카펫, 바닥 손상	18	37	-	12	17	2	-
외부 자산 손실	5	2	-	-	12	1	-
우리로부터의 탈출	-	-	-	11	11	9	-
가족의 알레르기	4	7	-	6	10	1	9
부재 시 보살핌의 어려움	28	23	20	24	25	23	40
벼룩과 진드기 발생	14	18	-	-	-	-	-
자녀들의 책임감 저하	3	2	-	9	16	10	8
건강문제(개, 고양이, 말)/위생조건 (새, 소동물, 파충류)깨끗한 물 유지 (물고기)	14	14	40	12	8	7	18
소음	26	14	-	25	7	-	4
악취	12	29	-	15	36	23	8
죽었을 때의 슬픔	48	54	23	38	53	35	59
털갈이	32	40	-	-	-	-	-
막중한 책임감(일상적 책임감-말)	3	3	8	9	7	3	30
수의사의 지식 부재	-	-	7	10	7	9	46
단점 없음	24	19	16	18	15	23	10

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

전체 반려동물 소유자들의 80%는 그들의 반려동물로부터 행복감과 감정적인 도움을 얻는 것으로 나타났다. 스트레스 해소와 불안감 또는 우울증 감소는 각각 66%와 55%인 것으로 나타났으며, 반려동물 소유자의 1/3은 낮은 혈압과 운동량 증대와 같은 신체적 이점을 얻는 것으로 나타났다.

<표 17> 반려동물 소유로 인한 건강상의 이점(2016)

단위: %

구분	전체	개	고양이	민물고기	바닷물고기	새	소동물	파충류	말
정신력 강화	32	35	32	34	33	45	40	40	40
행복감/감정적 도움	80	81	81	76	76	66	76	80	80
운동량 증가	33	44	27	34	34	45	41	37	37
심혈관 건강 개선	18	22	17	18	18	30	25	22	22
면역력 개선	14	16	15	16	16	32	22	19	21
불안감/우울증 감소	55	57	57	55	56	52	55	62	63
혈압수치 감소	34	35	37	33	34	37	38	38	40
스트레스 완화	66	67	68	67	67	65	64	72	70
기타	4	4	4	4	4	5	5	5	5
건강상의 이점 없음	8	6	7	10	10	2	6	7	9

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유에 대한 견해를 살펴보면, 대부분의 반려동물 소유자들이 반려동물의 중요성을 크게 인식하고 있으며, 반려동물을 통한 감정 및 건강상의 이점을 중요시하는 것으로 나타났다.

<표 18> 반려동물 소유 관련 견해 (2016)

단위: %

구분	비중
반려동물과 시간을 보내고자 한다면 반려동물을 소유해야만 한다.	85
반려동물은 애정의 좋은 원천이다.	85
혼자 운동하는 것보다 반려동물과 함께 운동하는 것이 더 즐겁다.	59
반려동물을 소유하는 것이 자신의 건강에 유익할 수 있다는 것을 알고 있다.	81
환경친화적인 제품을 구매하는 것이 중요하다.	45
반려동물과의 상호작용은 편안함을 줄 수 있다.	82
반려동물은 가족구성원들의 친밀감을 높여줄 수 있다.	71
자녀들이 반려동물과 함께 자란 경험을 갖기를 원한다.	64
반려동물을 돌보는 것은 과거보다 더 쉬워졌다.	41
반려동물은 가정에서 다른 반려동물과 잘 지낸다.	52
반려동물 소유에 대한 건강상의 이점은 매우 중요하다.	66
상점에서 좋은 거래와 쿠폰의 사용은 매우 중요하다.	68
반려동물을 소유하는 것은 의사소통의 시작이다.	66
화학물질이 없는 반려동물 제품을 구매하는 것이 중요하다.	42
미국산 반려동물 제품을 구매하는 것이 중요하다.	61

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유에 따른 경제적 영향 정도를 살펴본 결과, 대부분의 반려동물 소유자들은 반려동물 소유에 따른 경제적 부담을 크게 느끼지 않는 것으로 파악되었다.

<표 19> 반려동물 소유에 따른 경제적 영향(2016)

단위: %

구 분	전 체	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
반려동물에 대한 지출 감소	15	17	16	17	20	20	21	24
반려동물에 대한 지출증가	10	11	11	13	21	17	14	21
반려동물 소유 포기	2	2	2	3	5	5	5	9
영향 없음	73	70	72	69	61	64	65	58

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

3.3.5. 반려동물의 생활 여건 및 추모 의향

미국의 직장 내 반려동물 소유 허용 비중은 11%로 나타나 대부분 가정 내에서만 기르고 있는 것으로 나타났다.

<표 20> 직장 내 반려동물 허용 비중(2016)

단위: %

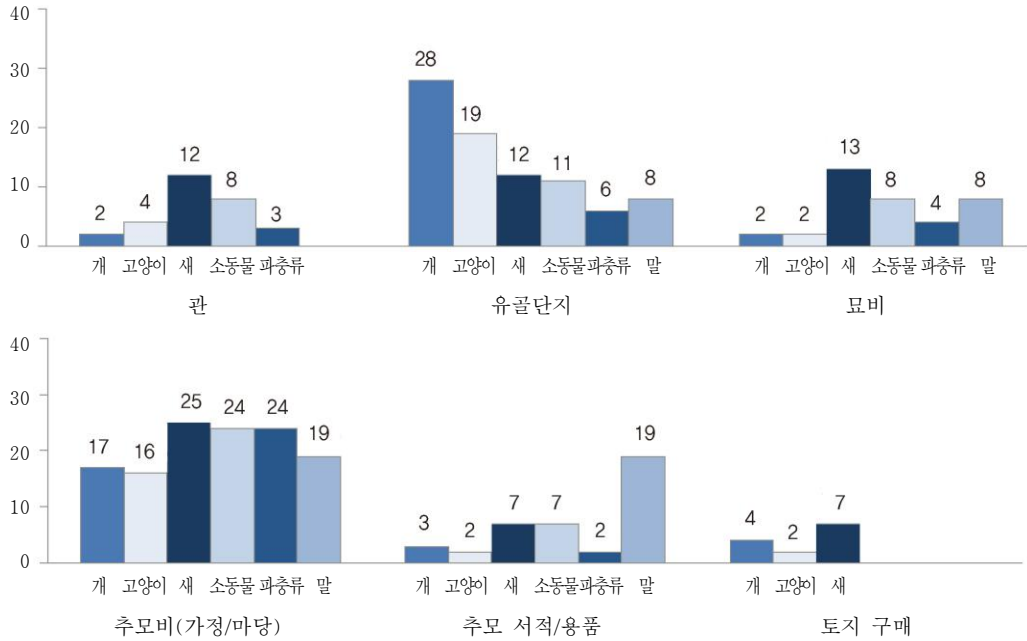
구 분	전 체	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
허용	11	13	12	15	23	17	16	31
미허용	47	48	46	47	39	47	45	34
모름/확실하지 않음	4	4	4	5	5	5	6	5
해당사항 없음	38	35	38	34	33	31	33	31

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

향후 반려동물 사망 시 준비할 사항은 개와 고양이의 경우 유골단지를 준비할 것이라는 비중이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다른 반려동물들에 대해서는 가정/마당 내 추모비를 준비할 것이라는 응답이 많은 것으로 나타났다. 반면 반려동물 묘지 내 작은 토지를 구매하겠다는 비중은 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

<그림 14> 반려동물 사망 시 사용 품목(2016)

단위: %



자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들은 자신의 반려동물이 사망한 후 같은 종류의 다른 반려동물을 소유할 것이라는 응답 비중이 41%로 가장 높게 나타났으며, 다른 종류의 반려동물을 얻을 것이라고 응답한 비중은 5%로 나타나 현재의 반려동물에 대한 애착심이 매우 강한 것으로 나타났다. 한편 반려동물을 다시 소유하고자 하는 응답자들이 새로운 반려동물을 얻기 위한 기간은 일주일 이내 20%, 한 달 이내 27%, 6개월 이내 26%인 것으로 나타났다.

<표 21> 반려동물 사망 시 재소유 여부(2016)

단위: %

구분	비중
같은 종류의 다른 반려동물을 소유할 것임	41
다른 종류의 반려동물을 소유할 것임	5
재소유하지 않을 것임	16
잘 모르겠음	38

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

<표 22> 반려동물 재소유 기간(2016)

단위: %

구분	일주일 이내	1개월 이내	6개월 이내	1년 이내	1년 이상	잘 모르겠음
비중	20	27	26	11	3	13

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

대부분의 반려동물 소유자들은 현재의 반려동물을 소유하기 이전에도 반려동물을 소유했던 것으로 나타났으며, 이들의 과거 및 현재 반려동물 사이의 소유기간 차이는 대체적으로 1년 이상이 많은 것으로 나타났다.

<표 23> 반려동물 소유자의 과거 소유 경험(2016)

단위: %

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
과거 소유 경험	85	93	89	85	91	93	98

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

<표 24> 과거와 현재 반려동물 간 소유기간 차이(2016)

단위: %

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
1주일 이하	5	4	12	8	7	3	9
1개월 이하	10	9	13	16	12	8	5
6개월 이하	18	18	18	22	21	17	19
1년 이하	8	7	12	8	10	9	8
1년 이상	35	28	19	17	24	19	11
이전 반려동물을 소유하는 동안 현재의 반려동물 소유	17	27	19	20	20	35	38

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

반려동물 소유자들이 다수의 반려동물을 키우는 이유는 반려동물이 서로 간의 친구이기 때문이며, 다수를 키우는 것에 대한 즐거움이 존재하고 반려동물을 자신가족을 위한 동반자로 인식하고 있기 때문인 것으로 나타났다.

<표 25> 다수의 반려동물을 소유하는 이유(2016)

단위: %

구분	개	고양이	물고기	새	소동물	파충류	말
반려동물들은 서로 친구이기 때문	65	64	39	45	48	33	53
즐거움을 얻을 수 있기 때문	50	53	55	52	67	70	63
자신/가족을 위한 동반자이기 때문	43	52	43	48	54	46	56
보호소로부터 구조되었기 때문	26	24	19	26	23	18	35
자신/가족을 위한 건강상의 이점이 있기 때문	16	18	25	25	29	16	34
반려동물이 분리되는 것을 원하지 않기 때문	12	18	13	15	13	8	16
가정이 합쳐져 함께 이동했기 때문	6	7	11	14	10	5	8
기타	9	12	12	7	9	9	11

자료: 미국 반려동물 산업협회(American Pet Product Association)

4. 미국의 반려동물 연관 산업

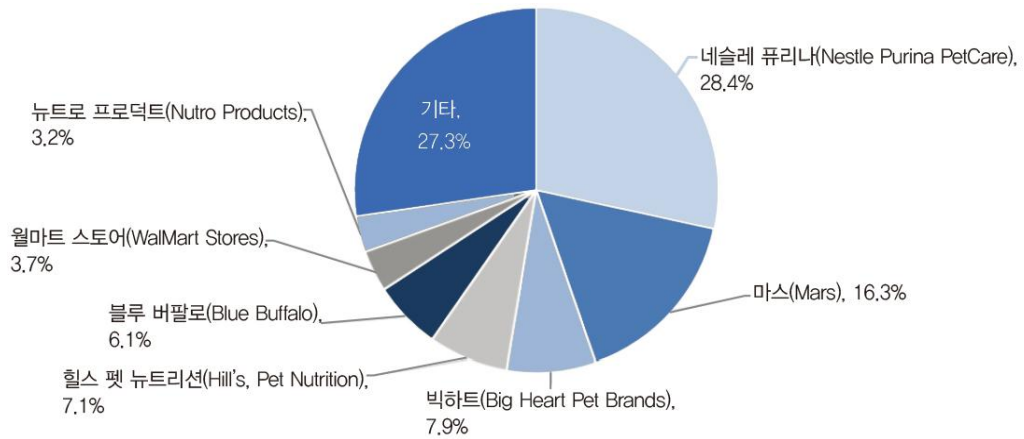
4.1. 미국의 반려동물 식품산업 용품, 의약품, 병원/사후서비스

미국 내 반려동물 식품산업의 시장규모는 반려동물의 인간화, 반려동물 수 증가, 도시화 확대 등으로 인해 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으며, 2017년 미국의 반려동물 식품산업 시장규모는 291억 달러인 것으로 나타났다.

미국의 반려동물 식품산업은 네슬레 퓨리나(Nestle Purina)와 마스(Mars) 등과 같은 소수의 주요 기업들이 주도하고 있으며, 2017년 기준 두 업체의 시장점유율이 각각 28.4%와 16.3%인 것으로 나타났다.⁴⁾ 최근에는 반려동물의 건강을 위해 건강식 사료를 구입하는 소비자가 증가하고 있으며, 브랜드 제품이나 유기농 원료를 사용한 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망되고 있다.

4) 이성은(2018).

<그림 15> 미국의 반려동물 사료 제조업체별 시장점유율(2017)

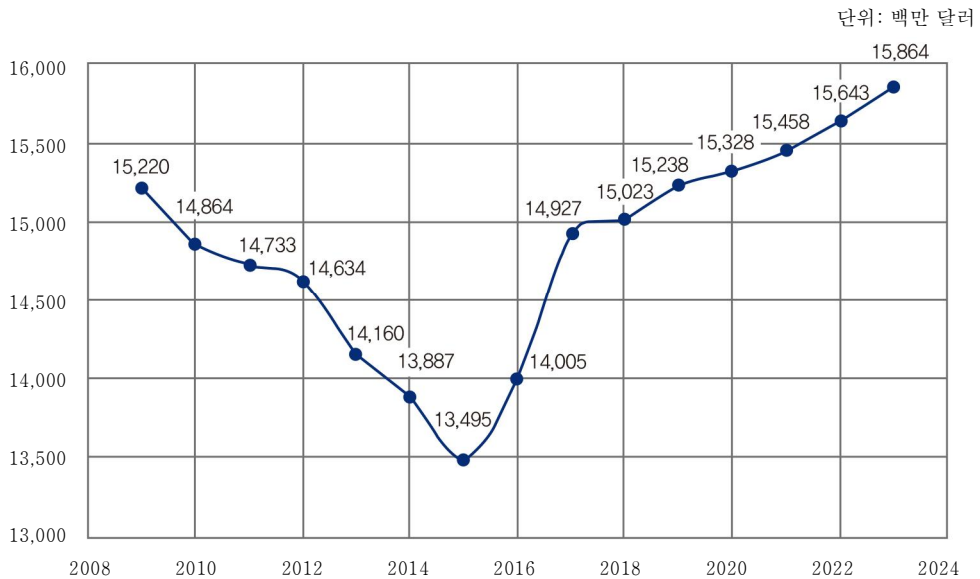


자료: Euromonitor International

4.2. 미국의 반려동물 용품산업

미국의 반려동물 용품산업의 매출규모는 미국 내 소비자의 구매력이 증가하면서 지속적으로 확대될 것으로 전망되고 있으며, 시장조사기관 IBIS World에 따르면 2018년 미국의 반려동물 용품산업 시장규모는 150억 달러 이상 기록할 것으로 보고 있다.

<그림 16> 미국 반려동물 용품산업의 매출액 규모 및 전망

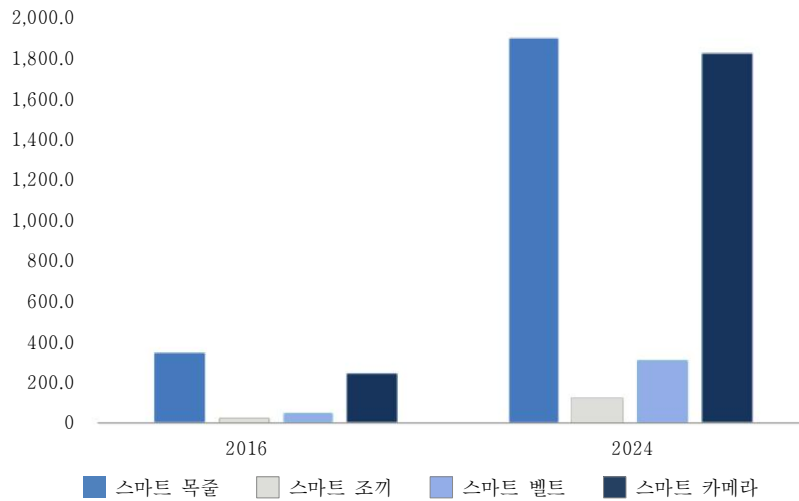


자료: Statista

최근에는 미국 내 반려동물을 소유하고 있는 인구와 반려동물 용품산업이 성장하면서 반려동물을 효과적으로 관리하기 위한 첨단 정보기술이 접목된 스마트 전자기기 판매가 증가하고 있다.⁵⁾ 특히 스마트기기를 활용한 목줄과 반려동물 관찰을 위한 스마트 카메라의 시장규모가 증가할 것으로 전망된다.

<그림 17> 미국의 스마트 웨어러블 시장규모 및 전망

단위: 백만 달러



자료: Global Market Insights

<그림 18> 주요 반려동물 스마트 웨어러블(예시)

스마트 목줄



스마트 카메라



5) 한국무역협회(2018)

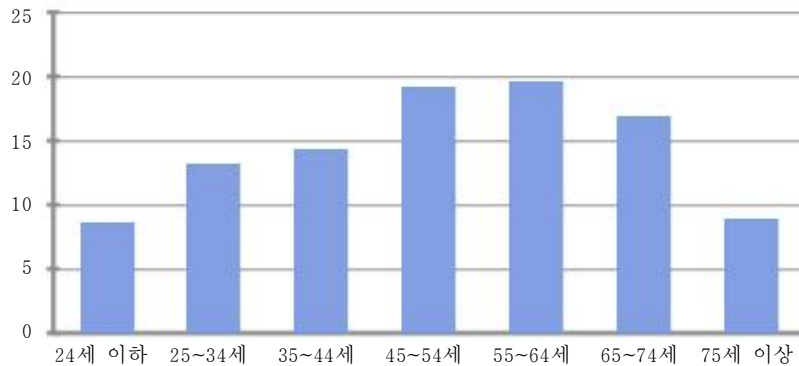
4.3. 미국의 반려동물 의료산업

사람뿐만 아니라 동물에 대한 의료기술도 발전함에 따라 반려동물의 기대수명이 증가하면서 반려동물 관련 의료산업도 성장하고 있으며, 특히 반려동물 보험산업에 대한 성장세가 두드러지고 있다.

미국의 반려동물 보험은 반려견을 대상으로 1982년부터 판매되었으며, 2007년 북미반려동물 보험사업협회(NAPHIA)가 설립되어 보험 회사 간 질서유지 및 반려동물 보험산업 발전을 도모하고 있다.⁶⁾ IBIS World에 따르면, 2018년 미국의 반려동물 보험업 시장규모는 10억 달러로 나타났으며, 2023년까지 약 2배 규모로 성장할 것으로 전망하고 있다. 또한 미국임상수의과학부(Department of Clinical Veterinary Science)와 반려동물식품연구소(Pet Food Institute)에 따르면, 미국의 반려동물 보험 가입률은 현재 1.0% 미만으로 스웨덴(30.0%), 영국(23.0%) 등 타 국가들에 비해 낮지만 2023년 약 2.0%까지 상승할 것으로 전망된다. 한편 미국노동통계국(Bureau of Labor Statistics)에 따르면, 45~74세 연령대의 반려동물 소유자들이 지출하는 보험 비용이 상대적으로 많은 것으로 나타났다.⁷⁾

<그림 19> 연령대별 반려동물 보험 지출 점유율

단위: %



자료: Bureau of Labor Statistics

6) 지인배 외(2017).

7) 손민숙(2018).

5. 미국의 반려동물 관련법

미국은 연방국가로서 동물에 관해서도 관습 및 환경에 따라 동물의 보호·학대방지·복지 관계법 등이 주별로 다양하지만, 크게는 연방국가가 제정한 동물보호법인 「동물복지법 (Animal Welfare Act, AWA)」 과 「건강연구법(Health Research Act)」 으로 구분된다.

「동물복지법(AWA)」 은 1983년에 미국 농무성이 제정하였으며, 반려동물을 포함한 모든 동물을 보호해야 한다고 엄격하게 규정하고 있다. 이에 따라 살아있거나 죽은 모든 온혈동물, 교육 및 실험용의 모든 동물에 대하여 미국 농무성이 동물 사용기관을 1년에 한번 불시 순찰함으로써 동물학대, 비양심적인 동물생산, 불법 유통 판매자 검거 등을 감독하고 있다.⁸⁾

「건강연구법」 은 동물의 실험규제를 목적으로 제정되었으며, 모든 척추동물에 대한 강력한 규제를 실시하고 있다. 여러 동물단체들의 활동으로 미국 내 80% 이상 기관들이 이 법을 준수하고 있으며, 미국국립보건원 산하에서 운영되고 있다.⁹⁾

또한 미국은 각 주마다 다양한 동물보호법이 존재하고 있으며, 최근에는 반려동물의 보호 측면을 강화하고 있어 반려동물 대상 범죄에 대한 처벌 강화뿐만 아니라 반려동물 소유자 등에 대한 새로운 규제를 신설하고 있다. 이에 따라 반려동물 소유자로서의 의무를 다하지 못하거나 동물을 학대하는 경우에는 일정기간동안 반려동물 소유권 자체를 제한하기도 한다. 그리고 동물학대의 경우 이에 대한 처벌 이외에 치료목적의 심리 상담이나 교육을 추가적으로 명령하고 있다.¹⁰⁾

6. 시사점

미국과 같이 우리나라도 1인 가구의 증가, 저출산 및 고령화 등으로 인해 반려동물 보유 가구 수가 지속적으로 증가하고 있다. 지인배 외(2017)에 따르면, 2017년 반려동물(개, 고양이)을 보유하고 있는 비중은 29.4%이며, 반려동물 연관 산업 규모는 2017년 2조 3,322억 원에서 2027년에는 6조 원 이상에 이를 것이라고 전망하고 있다. 그러나 반려동물

8) UPI뉴스, 강이석(2018)

9) UPI뉴스, 강이석(2018)

10) 김지현(2018)

수요와 연관산업 규모는 빠르게 증가하고 있지만, 사료, 용품 등 관련 산업의 높은 수입의존도, 높은 진료비 부담 및 보험체계 미흡, 반려동물 관련 제도 미흡 등이 반려동물 산업 발전의 장애요인으로 작용하고 있다.

따라서 국내 반려동물 산업의 발전을 위해서는 반려동물 사료 및 용품 등에 대한 수입의존도를 낮추고 국산 제품의 점유율 향상을 위한 방안이 마련되어야 한다. 이를 위해서는 기능성 강화나 고품질의 다양한 프리미엄 제품 개발을 통해 소비자의 니즈를 충족시킬 필요성이 있으며, 가격 대비 고품질 제품을 생산함으로써 가격경쟁력을 확보할 수 있어야 한다. 또한 외국의 다양한 반려동물 전시회에 참가하여 국제적인 트렌드를 파악함으로써 새로운 품목으로의 반려동물 시장 공략이 준비되고 계획이 마련되어야 한다. 이 뿐만 아니라 반려동물의 급격한 증가에 따른 반려동물 장례가 불가피하게 되어 가면서 동물장례업과 관련 제도를 체계적으로 정비할 필요가 있다.¹¹⁾

반려동물의 의료비에 대해서는 표준수가체계가 도입될 필요가 있으며, 미국과 같이 보다 전문화된 반려동물 의료시스템이 확립되어야 한다. 또한 반려동물에 대한 등록 관리를 체계적으로 실시함으로써 다양한 보험 상품을 마련할 수 있는 기반이 마련되어야 한다.¹²⁾

반려동물 제도와 관련해서는 연관산업 육성을 위한 관련 법이 제정되어야 하며, 이를 통해 반려동물 연관산업 보호 및 육성체계가 마련되어야 한다. 그리고 미국의 동물보호법과 같이 동물보호에 대한 규정을 엄격히 함으로써 단순한 권고사항 수준이 아닌 국가 차원의 의무조항으로 확대될 수 있도록 관련 법과 제도적 장치가 체계화되어야 한다.

반려동물은 더 이상 단순한 의미의 ‘동물’이 아니며, ‘펫팸족(Pet+Family)’, 펫코노미(Pet+Economy)와 같은 신조어가 등장할 만큼 개인생활과 국가경제에 큰 영향을 미치고 있다. 따라서 반려동물 산업의 발전을 위해서는 무엇보다 성숙한 반려동물 문화가 정착되어야 하며, 모든 반려동물 소유자의 책임의식이 높아져야 할 것이다.

11) 정환도(2016)

12) 박지혜(2017)

참고문헌

- 강이석. 2018. “세계 최고 수준의 강력한 규제, 미국 동물보호법. UPI뉴스(2018. 10. 2).
- 김수경·차윤지·이효정. 2018. “펫코노미 시대, 펫 비즈니스 트렌드”. 『Issue monitor 제93호』. 삼정 KPMG 경제연구원.
- 김지현. 2018. “동물과의 공존을 위한 미국 입법례”. 『최신외국입법정보 제78호』. 국회도서관 법률정보실.
- 박지혜. 2017. “국내 펫코노미(Pet+Economy) 시장의 현황과 시사점”. 산업연구원
- 손민숙. 2018. “미국 펫보험 시장의 현황 및 전망”. 『KiRi 리포트 글로벌 이슈』. 보험연구원.
- 원유정. 2018. “Global Pet Expo와 미국의 반려동물산업”. Kotra 해외시장뉴스.
- 이성은. 2018. “반려동물도 가족처럼. 미국 반려동물 시장이 커진다.”. Kotra 해외시장뉴스.
- 이영대. 2016. 「반려동물 연관산업 분석 및 발전방향 연구」. 법무법인 수호.
- 이지연. 2017. “미국 반려동물시장 공략을 위한 키워드 4개”. Kotra 해외시장뉴스.
- 황선훈. 2010. “미국의 연방 동물보호법”. 한국법제연구원.
- 지인배·김현중·김원태·서강철. 2017. 「반려동물 연관산업 발전방안 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 한국무역협회 뉴욕지부. 2018. 「미국 내 반려동물 식품 및 용품 시장 트렌드」. 한국무역협회.
- 정환도. 2016. “반려동물 관련 환경여건 및 산업활성화 기초연구”. 대전세종연구원.
- 황원경·정귀수·김도연. 2018. 「반려동물 연관산업 현황과 양육실태」. KB금융지주 경제연구소.
- American Pet Product Association. 2018. The 2017–2018 APPA National Pet Owners Survey.
- Charles B. Hardy. 2018. Pet Statistics 2018–Industry Trend & Data.
- IBIS World. 2018. IBISWorld Industry Report OD4621. Pet Insurance in the US.

참고사이트

- 미국 반려동물 산업협회(APPA)(<http://www.americanpetproducts.org>).
- dogtime(<https://dogtime.com>).
- Euromonitor International(<http://www.euromonitor.com>).
- Global Market Insights(<http://www.gminsights.com>).
- Statista(<http://www.statista.com>).