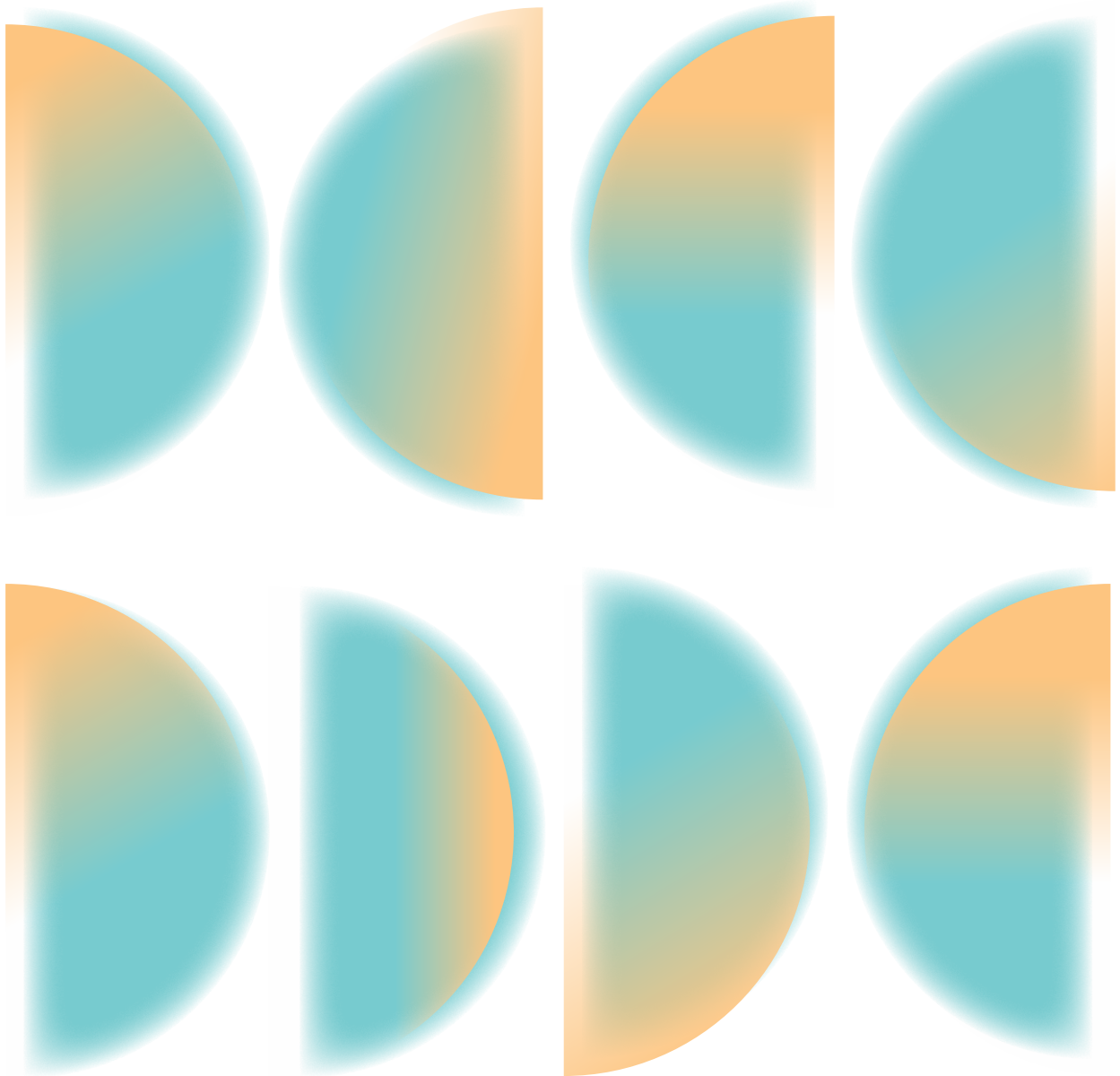


DATA & TOURISM

반려동물 동반 여행 동향 분석과 개선과제

Vol. 05



DATA & TOURISM

반려동물 동반 여행 동향 분석과 개선과제

목차

I. 연구 개요

- 08 1. 연구 배경 및 목적
- 09 2. 연구 범위 및 방법

II. 반려동물 현황 및 전망

- 16 1. 여행업계에서 부는 펫코노미 바람
- 17 2. 국내외 OTA, 반려동물 동반 여행 서비스 비교

III. 반려동물 동반 여행 분석

- 24 1. 반려동물 동반 여행 및 일반 여행 연관어 순위 비교
- 25 2. 반려동물 동반 여행에 대한 관심사 유형
- 26 3. 소셜네트워크 채널별 언급
- 28 4. ‘반려동물 동반 여행’ 감성 및 의견
- 29 5. ‘반려동물 동반 여행’ 여행 시기
- 30 6. 반려동물 동반 인기 여행 지역
- 32 7. 반려동물 동반 여행 숙소 유형별 선호도
- 34 8. 동반자 및 교통수단 분석
- 36 9. 반려동물 동반 행사/이벤트
- 36 10. 반려동물 동반 여행 고려 요인

반려동물 동반 여행 동향 분석과 개선과제

DATA &
TOURISM

IV. 반려동물 동반 여행 실례

- 40 1. 반려동물 동반 여행지 방문객 추이
- 44 2. 반려동물 동반 여행 현장의 이야기
- 51 3. 모두가 지켜야 할 에티켓

V. 결론

- 58 결론





연구 개요

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 범위 및 방법

I. 연구 개요

1. 연구 배경 및 목적

- 1인 가구의 지속적 증가, 반려 가구 312만 시대, 반려동물에 대한 법 제도 및 사회문화적 인식 변화 등 반려동물을 동반가족으로 인식하고 다양한 활동에 동반하거나 반려동물만을 위한 활동에 참여하는 사례가 지속적으로 증가하고 있다.
- 조사기관에 따라 반려 가구 현황의 차이가 상이하여 혼란스러움이 발생되고 있다. 본 연구에서는 전국의 20% 표본 가구를 조사한 통계청의 현황을 반영 하였다.
 - 통계청¹⁾ ('21년 9월), 반려 가구 312만 9천 가구, 반려인 730만 명 추정
 - 농림축산식품부²⁾ ('21년 4월), 반려 가구 638만 가구
 - KB금융지주 경영연구소³⁾ ('21년 3월), 반려 가구 604만 가구, 반려인 1,448만 명 추정
- 반려동물을 동반하는 여행에 대한 관심과 활동이 증가, 반려동물 동반 수요에 부응하기 위한 시설 및 서비스도 증가하며 여행부문에서도 반려동물 동반 여행의 변화가 나타나고 있다. 그러나 반려동물에 대한 인식과 경험의 차이는 반려인과 비반려인 모두에게 불편함과 갈등을 야기하는 사례도 증가하는 등 반려동물에 대한 정서적 거부감과 인프라의 절대 부족은 반려동물 동반 여행 활성화에 장애가 되고 있다.
- 본 연구의 목적은 빅데이터 등 다양한 데이터의 객관적이고 시의적절한 분석을 통해 반려동물 동반 여행의 현황을 진단하고 관심사를 이해하여 반려인과 비반려인 그리고 반려동물 모두가 함께할 수 있는 동반 여행 방안을 모색하는 데 있다.

1) 통계청, 2020인구주택총조사 : 인터넷, 전화, 방문조사 병행, 전국의 20% 표본 가구 조사

2) 농림축산식품부, 2020 동물보호에 대한 국민의식조사 : 전국 만 20~64세 성인남녀 5,000명 대상 온라인 패널 조사

3) KB금융지주 경영연구소, 2021 한국 반려동물 보고서 : 전국 20세 이상 1,000명 대상 모바일 조사

2. 연구 범위 및 방법

분석 범위

- 분석 기간 내 수집된 11,715,221,945건의 소셜미디어 게시물, 23,995,494건의 미디어 기사, 136,085건의 TMAP 전국 목적지 검색 건 수, 1,255건의 KT 통신 데이터 전국 관광지 방문자 수, 390건의 반려동물 관련 키워드(‘반려동물’, ‘강아지’, ‘고양이’, ‘애견’, ‘애묘’ 등) 검색을 통한 소비자 상담 데이터를 대상으로 분석을 수행하였다.

표 1. 데이터 분석 범위

데이터 구분	세부 분류	전체 건 수	수집 기간
소셜미디어	트위터, 블로그, 인스타그램	11,715,221,945건	’19.01 ~ ’21.06
언론	온라인뉴스	23,995,494건	
TMAP내비게이션	전국 목적지 검색 건 수	136,085건	’15.01 ~ ’21.08
KT통신	전국 관광지 방문자 수	1,255건	’19.01 ~ ’21.08
한국소비자원	반려동물 관련 키워드 검색을 통한 소비자 불편신고 데이터	390건	’15.01 ~ ’21.04

- 또한, 반려동물 동반 여행의 현시점의 실태와 현황에 대해 파악하고자 현장의 실무자들을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다.

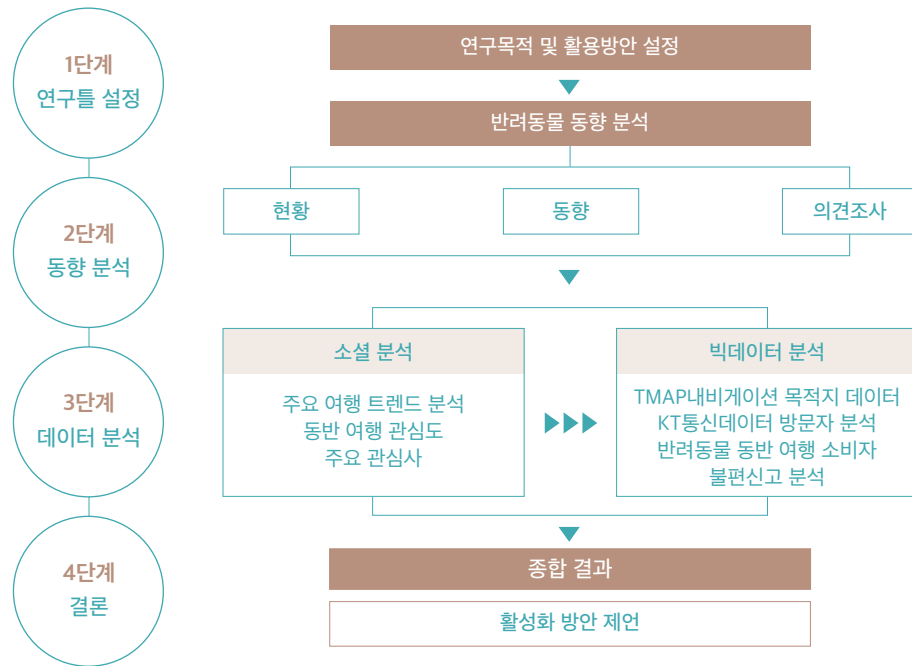
표 2. 인터뷰 리스트

구분	인터뷰 대상	특성 구분
1	골드펫리조트	전용 시설
2	멍글멍글펫글램핑	전용 시설
3	개똥이네애견캠핑장	전용 시설
4	이천 도자기 축제(이천시)	이벤트/축제
5	소노펫클럽앤리조트	전용 시설
6	레스케이프호텔	동반 허용

분석 내용

- (소셜 데이터) 반려동물 동반 여행 행태 분석, 유형 분석
- (TMAP내비게이션, KT통신데이터) 목적지, 방문객 추이 분석
- (한국소비자원 민원 데이터) 반려동물 동반 소비자 불편신고 분석
- (의견조사) 숙박, 이벤트 관련 반려동물 동반 업장을 운영하는 관리자 심층 인터뷰
- (문헌조사, 보도자료 등) 반려동물 여건, 환경 분석

표 3. 연구 흐름도





반려동물 현황 및 전망

1. 여행업계에서 부는 펫코노미 바람
2. 국내 · 외 OTA, 반려동물 동반 여행 서비스 비교

II. 반려동물 현황 및 전망

- ‘반려동물(companion animal)’이란 단어는 사람과 더불어 살아가는 동물이라는 의미로, 1983년 오스트리아 빈에서 열린 국제 심포지엄에서 동물학자이자 노벨상 수상자인 콘라트 로렌츠(Konrad Lorenz)가 처음 제안했으며, 한국에서는 2007년부터 공식적으로 사용되기 시작했다.
- 2020년 11월 기준, 국내 반려 가구는 312만 9천 가구로 전체 가구의 15%로 7가구 중 1가구는 반려동물을 키우고 있다. 한국 반려 가구 중에는 반려동물로 개를 키우는 가구는 242만 3천 가구(11.6%)이고, 고양이를 키우는 가구는 71만 7천 가구(3.4%)로 반려동물로 개를 키우는 가구의 비중이 높다⁴⁾. 통계청은 인구주택총조사를 5년마다 진행하면서 사회상을 반영해 조사항목을 추가한다. 이번에는 반려동물 양육과 생수 음용 여부 등을 추가 반영하였다. 이는 반려동물 양육 가구가 증가하고 관련 산업이 확대되고 있음을 의미한다.
- 반려 가구와 일반가구의 인식 비교에 대한 온라인 의견조사에서 ‘반려동물은 가족의 일원이다’라는 말에 반려 가구의 88.9%, 일반가구의 64.3%가 동의하는 등⁵⁾ 가족 구성원으로 인식하고 감정을 가진 하나의 인격체로 대우하는 현상인 ‘펫 휴머니제이션(Pet Humanization)’은 국내뿐 아니라 전 세계적 트렌드로 자리 잡고 있다.
- 또한, 코로나19의 장기화로 실내에서 보내는 시간이 많아지면서 특히 영미권을 중심으로 반려동물을 키우는 사람이 늘어나는, 늘어난 강아지 입양 트렌드를 반영한 ‘팬데믹 퍼피(Pandemic Puppy)’라는 신조어까지 등장⁶⁾하게 되었다.
- 2021년 7월 19일 법무부는 동물의 법적 지위를 명시하는 민법 98조의 2를 신설하는 법 개정안을 입법 예고했으며, 개정안을 내놓게 된 취지에 대해 ‘동물 학대에 대한 처벌, 혹은 동물 피해에 대한 배상이 충분하지 않은 근본적인 원인이 현행법상 동물이 물건으로 취급받기 때문이라는 지적이 있다.’라며, ‘국민의 인식 변화를 법 제도에 반영하고 생명이 존중받는 사회를 견인하기 위해 개정안을 내놓았다.’라고 밝혔다. ‘반려동물’ 관련 모든 법적 문제는 기존 민법 조항을 전제로 하기 때문에 예상되는 변화의 폭은 매우 클 것으로 예상된다.

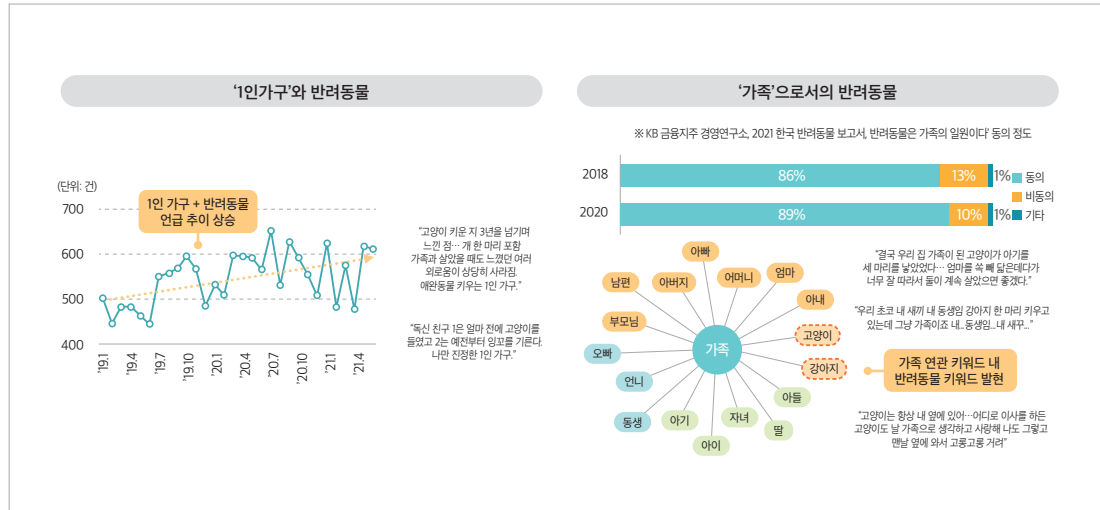
4) 통계청. 2020인구주택총조사.

5) KB금융지주 경영연구소. 2021한국 반려동물 보고서.

6) 영국 BBC 방송. 2020년 12월 26일(현지시각), ‘코로나 바이러스는 어떻게 강아지 열광에 불을 붙였나’ 기사(내용: 최근 영국 내 늘어나는 강아지 입양과 유기 동물보호소에 미치는 영향 등)

- 소셜미디어 분석에서도 1인 가구와 반려동물 언급 추이의 지속 상승과 반려동물을 애완동물이 아닌 가족으로 인지하여 '가족' 연관 키워드 내 '반려동물' 키워드의 발현을 확인할 수 있다.

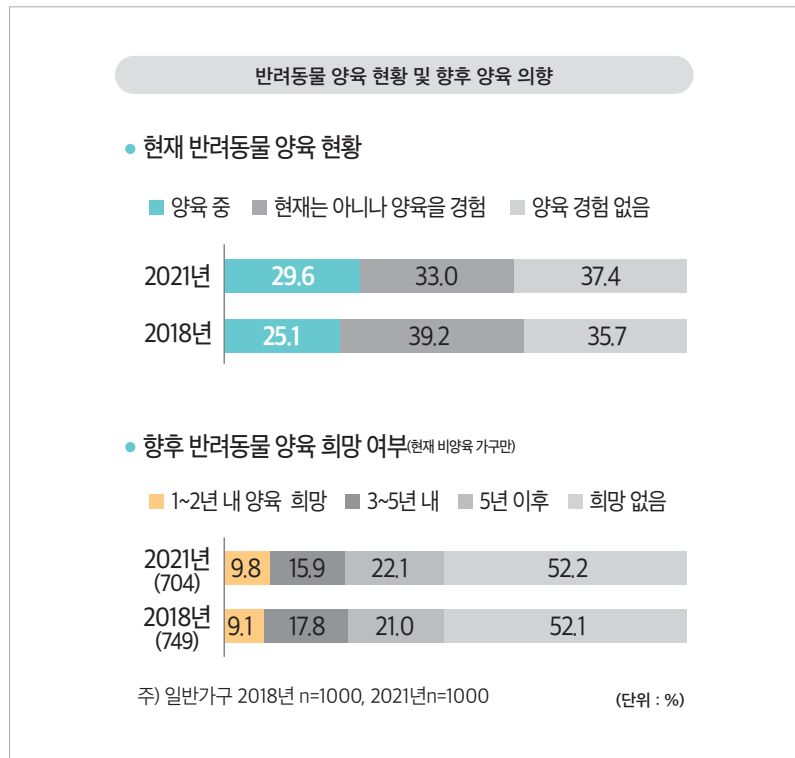
그림 1. 1인가구+반려동물 언급추이 및 '가족' 연관어 분석



- 펫 휴머니제이션(Pet Humanization) 트렌드가 맞물리면서 반려동물로 인한 경제활동을 뜻하는 펫코노미(pet+economy) 시장도 급성장하고 있다.
- 한국농촌경제연구원에 따르면 국내 반려동물 연관 산업 규모는 '20년 3조 3천억 원, '27년 6조 원을 넘어설 전망이다. 그 결과 반려견용 미용 산업과 애견용품 시장도 점차 늘어나는 추세로, 특히 반려견을 위해 지출을 아끼지 않는 '펫미족'은 애견 산업 성장을 촉진시키고 있다.
- 향후 반려동물을 기르는 반려 가구가 증가할 것인지를 알아보기 위해 현재 반려동물을 기르지 않는 가구를 대상으로 반려동물 양육 의향을 물었다. 현재 반려동물을 기르지 않는 가구 중 '향후 개나 고양이를 키워보고 싶다'라고 응답한 비율은 47.8%로, 2018년 47.9%과 유사한 수준⁷⁾으로 반려동물 산업은 앞으로도 계속 성장할 것이며, 기업들이 관련 분야에 진출하는 사례는 더욱 늘어날 전망이다.

7) 2021한국 반려동물 보고서, KB금융지주 경영연구소

그림 2. 향후 반려동물 양육 희망 여부(현재 비양육 가구만)



출처 : KB금융지주 경영연구소, 2021한국 반려동물 보고서

1. 여행업계에서 부는 펫코노미 바람

- 코로나19이후로 단체여행보다는 소규모 여행이 주목받으면서 반려동물이 최고의 여행 메이트로 인식되는 등 펫미족(pet+me)이 늘면서 '펫캉스'가 대중화된 여행 형태로 자리 잡고 있다. 한국관광공사는 전라북도를 '2021년 반려동물 동반 여행 시범 선도 특화사업'으로 지정하였다.
- 많은 사람들이 반려동물과 함께 여행을 공유하면서 숙박 업계에서도 펫코노미 열풍이 불고 있다. 숙박 공유 업체 에어비앤비는 '21년 1월 1일부터 2월 25일 까지 에어비앤비 플랫폼의 검색 내용을 분석한 결과, 여러 검색 조건 가운데 '반려동물 입실 가능' 여부가 1위에 올랐다고 밝혔다. 반려동물 입실 가능 여부 검색량은 전년 동기 대비 96.8% 증가 했다⁸⁾ 또한, 숙박 플랫폼 여기어때는 '21년 8월 기준 반려동물이 함께 방문하는 숙소의 수요(거래액 기준)가 전년 동기 대비 118%가 폭증했다. 여기어때의 전체 거래 10%를 차지하는 규모로, 여행객 10명 중 1명은 올여름 성수기 반려동물 동반 숙소를 이용한 것이다.

8) 2021년 3월 24일, 에어비앤비 코리아 보도자료



출처 : 소노펫클럽앤리조트 홈페이지

- 특히 최근 특급 호텔과 리조트도 펫캉스 열풍에 동참하며 다양한 프로모션을 선보이며 발 빠르게 움직이고 있다. 반려동물과의 동반 투숙을 허용하고, 반려동물 용품을 비치한 Pet-friendly 호텔(레스케이프호텔, 그랜드조선호텔 등)과 반려동물 동반 여행을 선도적으로 이끄는 소노펫클럽앤리조트(소노캄고양, 쉼비치양양 등)가 있으며, 숙소 결정에서 반려동물 동반 가능 여부, 동물 편의 시설 제공 등 프리미엄을 결정하는 요소로 떠올랐다.



출처 : 골드펫리조트 홍보 자료

2. 국내·외 OTA, 반려동물 동반 여행 서비스 비교

- 2019년 국내 관광숙박업체들을 대상으로 조사한 결과, 전체 숙박 예약 중 국내·외 OTA(Online Travel Agency)를 통한 예약 비중은 62.5%에 달한다.⁹⁾ 이해관계자 심층 인터뷰에서 OTA를 통한 예약 비중을 조사한 결과, 자체 홈페이지, 전화, 방문을 통한 예약이 30~40%, OTA를 통한 예약이 60~70%로 조사되며 OTA를 통한 예약 비중은 점점 높아질 것으로 전망하고 있다.
- 국내·외 온라인 여행사(이하 OTA로 통일)의 반려동물 동반 여행 서비스 활성화 여부를 알아보기 위해 주요 국내·외 OTA의 반려동물 동반 여행의 서비스 범주를 확인하였다.

9) 최경은(2019), 외국계 OTA와 관광숙박업체 거래구조 분석, 한국문화관광연구원

- 매출 규모 상위 순위별 글로벌 OTA 11곳을 대상으로 반려동물 동반 여행의 서비스에 대해 조사한 결과, 대부분의 OTA는 반려동물 동반 입실 가능한 객실 (pet friendly), 장애인 안내견 동반 가능(service animals allowed)의 카테고리별을 구분하여 서비스하고 있다. Despgar 회사의 경우 반려동물 동반 금지 (No pets allowed), 반려동물 무료 추가(pets are allowed for free), 반려동물 유료 추가요금(pets are allowed upon an additional fee payment)으로 구분하여 숙소를 검색할 수 있도록 다양한 서비스를 제공하고 있다.

표 4. OTA 현황

	반려동물 동반 가능	장애인 안내견 동반 가능	비고
booking.com	O	X	
priceline	O	X	
agoda	O	X	
kayak	O	X	
Expedia.com	O	O	
Airbnb	O	X	
Ctrip	O	X	
eDreams Odigeo ¹⁰⁾	O	X	
Lastminute ¹¹⁾	O	X	
MakeMyTrip ¹²⁾	X	X	
Despgar ¹³⁾	X	X	반려동물 동반 금지, 반려동물 무료 추가 요금, 반려동물 유료 추가 요금 구분

- OTA에 대한 국내 소비자 인식 조사 결과¹⁴⁾ 이용 경험이 높게 나타난 상위 15 곳을 대상으로 반려동물 동반 여행의 서비스에 대해 조사한 결과 데일리호텔을 제외하고 반려동물 동반 가능 필터 설정을 할 수 있도록 서비스를 제공하고 있다.

10) 2011년 설립된 스페인 온라인 여행사, 유럽에서 가장 큰 온라인 여행 업체

11) 1998년 설립된 영국 런던 온라인 여행사

12) 2000년 설립된 인도 온라인 여행사

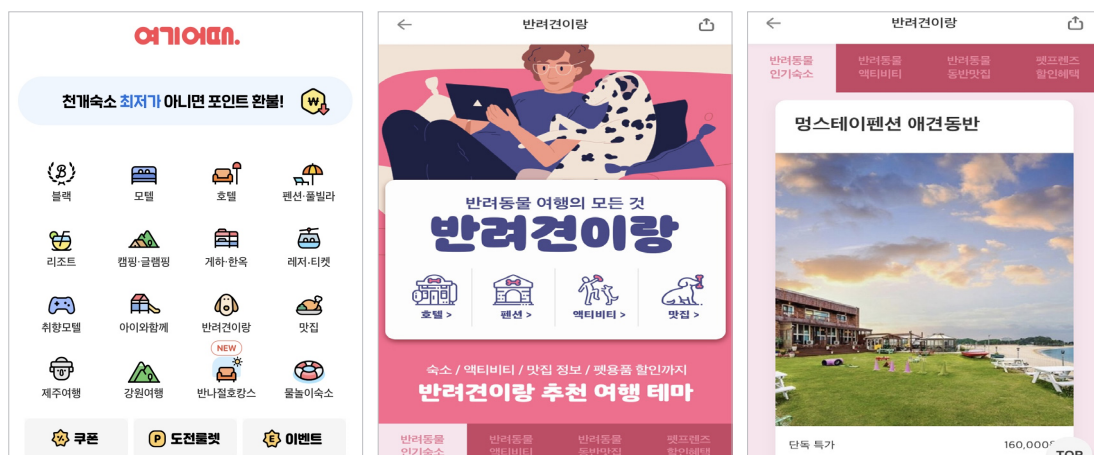
13) 1999년 설립된 인도 온라인 여행사

14) '여행업의 넥스트레벨', DX를 넘어 글로벌 온라인 시장으로, 데이터엔터테인먼트 3호, 한국관광공사 / 컨슈머인사이트 '여행상품 만족도 조사'(2019년~2020년)

표 5. 반려동물 동반 서비스 국내 글로벌 OTA 현황

순위	OTA명	반려동물 동반 가능	순위	OTA명	반려동물 동반 가능	비고
1	부킹닷컴	O	9	호텔스컴바인	O	반려동물 전용 카테고리 존재
2	스카이스캐너	O	10	여기어때	O	
3	아고다	O	11	야놀자	O	
4	에어비앤비	O	12	네이버항공권/호텔	O	
5	익스피디아	O	13	호스텔월드	O	
6	카약	O	14	트립닷컴	O	
7	트리바고	O	15	데일리호텔	X	
8	호텔스닷컴	O				

- 국내에서는 여기어때가 「반려견이랑」이라는 반려동물 전용 카테고리를 다양하게 운영 중이다. 호텔부터 펜션까지 반려동물 동반 가능 숙소를 추천하고, 액티비티와 맛집도 테마별로 확인할 수 있다. 이처럼 반려 가구 312만 시대의 흐름에 발맞춰 폭넓은 서비스를 제공하는 등 변화를 모색하고 있다.
- 여기어때에 등록된 반려동물 동반 가능 숙소는 '21년 8월 기준 980곳으로 6개월 전보다도 9% 증가했다. 지역별로는 강원도가 232곳으로 가장 많아 펫캠프 명소로 반려인들 사이에 입소문을 타고 있다.



출처 : 여기어때 어플리케이션



반려동물 동반 여행 분석

1. 반려동물 동반 여행 및 일반 여행 연관어
순위 비교
2. 반려동물 동반 여행에 대한 관심사 유형
3. 소셜네트워크 채널별 언급
4. '반려동물 동반 여행' 감성 및 의견
5. '반려동물 동반 여행' 여행 시기
6. 반려동물 동반 인기 여행 지역
7. 반려동물 동반 여행 숙소 유형별 선호도
8. 동반자 및 교통수단 분석
9. 반려동물 동반 행사/이벤트
10. 반려동물 동반 여행 고려 요인

Ⅲ. 반려동물 동반 여행 분석

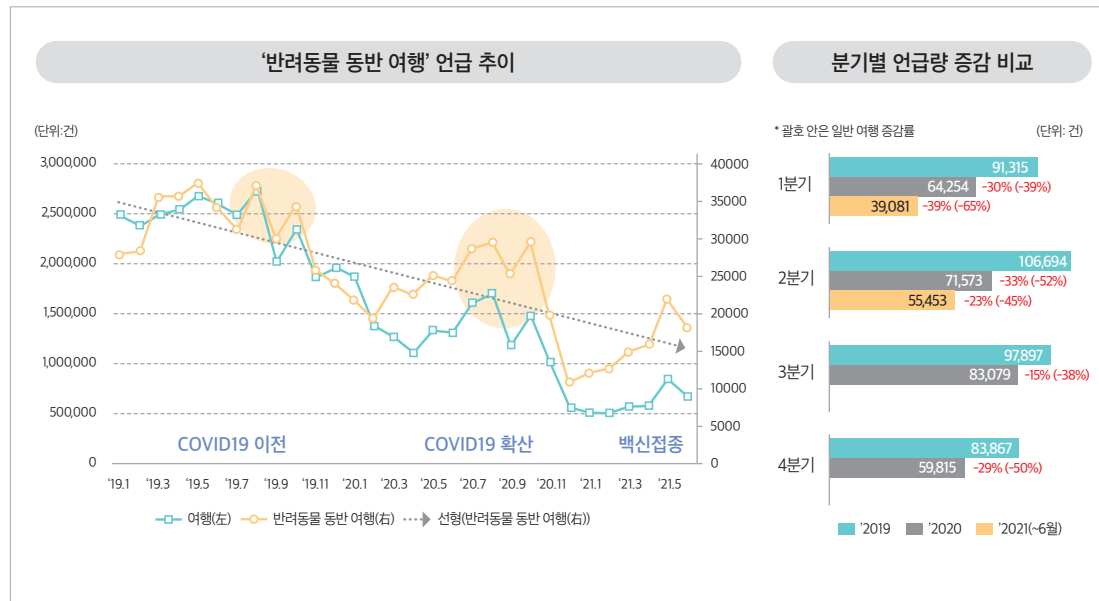
- 반려동물 동반 여행 현황 조사를 위해 2019년 1월 1일 ~ 2021년 6월 30일 까지 11,715,221,945건의 소셜 미디어(블로그, 트위터, 커뮤니티, 인스타그램) 게시물, 23,995,494건의 미디어 기사, 136,085건의 티맵 목적지를 대상으로 분석을 수행하였다.
- 지난 3년간 여행 관련 키워드 중 제주, 숙소, 코스, 기분, 느낌, 반려동물 등의 키워드가 상승하였고, 코로나19의 영향으로 유럽, 일본, 호텔, 투어 등의 키워드는 하락하였다.
- 코로나19에 따른 시간제한으로 필수 코스를 고려하게 되었고, 여행 기분과 느낌을 내는 것에 중점을 둔 소비자들의 니즈가 반영되었다.
- 해외-호텔에서 제주-숙소로의 변화와 친구, 반려동물과 함께하는 여행에 대한 언급이 두드러지게 나타났다.
- 반려견 언급량은 2019년 3,234건에서 2020년 2,977건, 2021년 6월까지 6,165건으로 대폭 증가하였다.

그림 3. 기간별 '여행' 연관어 분석



- 반려동물 동반 여행에 대한 언급 추이는 여름휴가 기간과 10월에 증가하는 것으로 나타나 여행 언급 추이와 비슷한 양상을 보였다.
- '21년 1분기에 전년 대비 가장 많은 감소를 보였으나 백신 접종이 본격화된 '21년 2분기 일부 회복세에 접어드는 추세가 나타나고 있다.

그림 4. '반려동물 동반 여행' 언급 추이 분석



- 반려동물 동반 여행 관련 '장소'와 관련하여 '펜션', '호텔' 키워드는 '20년에 각각 32,908건, 15,549건으로 전년 대비 103%, 31.8% 증가했지만 '게스트하우스'는 코로나19로 인해 '20년 상위 20위 키워드에 포함되지 않았다.
- '20년부터는 반려동물을 동반하여 여가를 즐길 수 있는 '애견카페', '애견호텔' 키워드가 상위 20위에 등장하기 시작하였다.

표 6. 소셜미디어 반려동물 동반 여행 떠오르는 '장소' 키워드 언급량

(단위: 건)

순위	2019년	2020년	2021년(~4월)
1	제주도 75,112	제주도 94,509	카페 19,720
2	카페 53,269	카페 83,327	제주도 18,842
3	맛집 47,022	집 40,230	집 9,930
4	바다 20,678	펜션 32,908	맛집 7,651
5	부산 19,180	맛집 22,550	바다 5,050
6	숙소 17,038	놀이터 21,166	해안 4,404
7	펜션 16,209	바다 20,359	호텔 3,760
8	해외 13,912	애견카페 20,105	월정리 3,686
9	서울 12,100	해수욕장 18,088	테라스 3,542
10	호텔 11,799	풀빌라 17,429	애견카페 3,235
11	한국 11,322	식당 17,141	성산 3,025
12	식당 10,331	해안 16,624	피크닉 2,572
13	국내 8,750	경주 15,923	해수욕장 2,429
14	일본 8,564	호텔 15,549	놀이터 2,289
15	가게 7,271	마당 13,877	애견호텔 2,203
16	강원도 7,008	테라스 13,269	서귀포 2,167
17	게스트하우스 6,861	협재해수욕장 13,186	동네 2,149
18	수영장 6,829	월정리 12,831	숙소 2,005
19	해변 6,702	불국사 12,407	월정리해변 1,916
20	유럽 6,379	황리단길 12,384	강릉 1,906

1. 반려동물 동반 여행 및 일반 여행 연관어 순위 비교

- 반려동물 동반 여행과 일반 여행의 연관어 순위는 대부분 유사하지만 반려동물 동반과 일반 여행 순위가 10위 이상 차이 있는 연관어는 애견, 산책, 펜션, 캠핑, 차, 식당, 맛, 강아지, 공간, 반려견, 밥 등 반려동물과 동반한 여행에서 고려하는 요소임을 알 수 있다.

그림 5. 반려동물 동반 여행 및 일반 여행 연관어 순위 비교

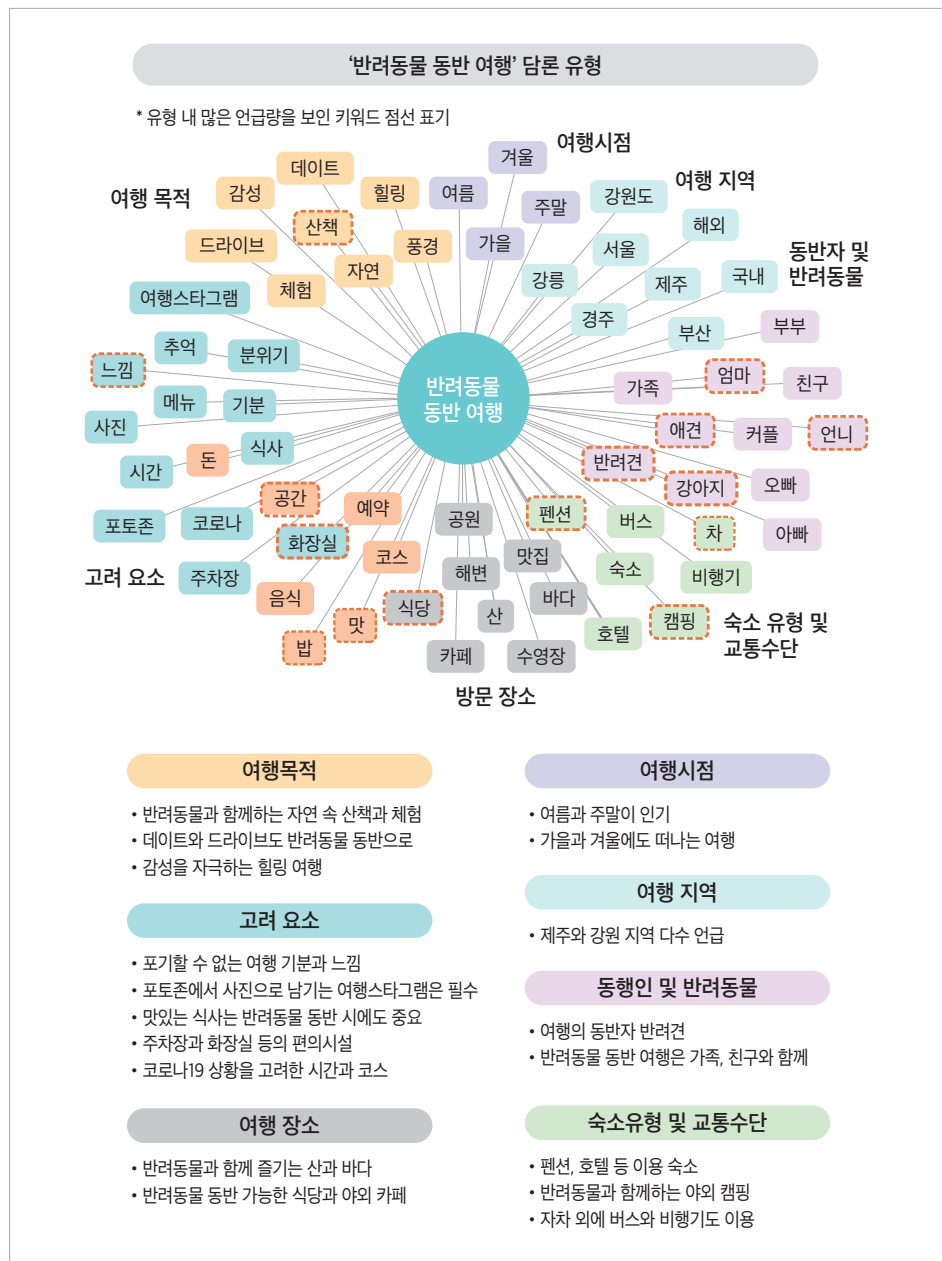
반려동물 동반 여행 연관어			일반 여행 연관어		
No.	연관어	빈도(건)	No.	연관어	빈도(건)
1	사진	40,850	34	힐링	7,744
2	카페	36,900	35	반려견	7,437
3	애견	32,735	36	해외	7,365
4	가족	28,677	37	풍경	7,357
5	맛집	26,523	38	서울	7,128
6	제주	21,797	39	가을	6,900
7	산책	18,846	40	데이트	6,679
8	바다	18,791	41	밥	5,863
9	친구	17,289	42	언니	5,791
10	코로나	16,611	43	공원	5,719
11	숙소	15,062	44	겨울	5,560
8	시간	14,238	45	오빠	5,429
13	주말	14,151	46	주차장	5,317
14	펜션	11,541	47	여행스타그램	4,899
15	여름	11,493	48	겨울	4,889
16	기분	11,314	49	버스	4,855
17	느낌	10,845	50	비행기	4,831
18	캠핑	10,242	51	경주	4,735
19	차	10,105	52	국내	4,708
20	엄마	10,056	53	수영장	4,586
21	식당	10,051	54	매뉴	4,432
22	맛	10,050	55	예약	4,344
23	추억	9,338	56	식사	4,286
24	강릉	9,332	57	감성	4,251
25	강아지	9,138	58	자연	4,212
26	음식	9,106	59	해변	4,167
27	코스	8,915	60	돈	4,043
28	분위기	8,504	61	체험	4,022
29	강원도	8,433	62	화장실	3,930
30	공간	8,101	63	포토존	3,882
31	아빠	8,012	64	산	3,821
32	호텔	7,904	65	부부	3,740
33	부산	7,787	66	드라이브	3,591
1	사진	1,093,436	34	맛	190,436
2	맛집	986,778	35	펜션	183,339
3	제주	873,041	36	엄마	181,719
4	가족	852,442	37	식당	181,453
5	카페	825,074	38	차	176,660
6	코로나	664,563	39	체험	151,352
7	바다	613,350	40	커피	146,888
8	주말	469,480	41	산책	146,143
9	여름	434,358	42	공원	140,117
10	부산	394,157	43	자연	134,190
11	친구	388,818	44	돈	133,609
8	시간	369,477	45	비행기	133,535
13	숙소	346,390	46	공간	132,998
14	해외	333,648	47	버스	129,686
15	추억	316,132	48	식사	127,169
16	여행스타그램	315,836	49	부부	126,554
17	코스	310,296	50	해변	126,530
18	힐링	288,779	51	겨울	124,893
19	가을	284,585	52	오빠	123,668
20	풍경	274,920	53	수영장	115,511
21	기분	271,892	54	매뉴	113,127
22	서울	261,551	55	드라이브	102,131
23	호텔	260,598	56	주차장	96,653
24	강원도	258,921	57	예약	91,393
25	국내	241,497	-	밥	91,014
26	음식	235,482	-	감성	90,887
27	강릉	221,065	-	언니	85,087
28	데이트	217,930	-	산	75,461
29	경주	211,923	-	포토존	73,762
30	캠핑	209,006	-	애견	69,186
31	느낌	208,905	-	화장실	54,274
32	아빠	199,531	-	강아지	10,708
33	분위기	195,984	-	반려견	7,933

* 일반 여행- 반려동물 동반 여행 순위 10위 이상 차이 있는 키워드 음영 표기

2. 반려동물 동반 여행에 대한 관심사 유형

- 반려동물 동반 여행에 대한 주요 관심사 유형은 여행 목적, 고려 요소, 방문 장소, 여행 시점 및 지역, 동반자, 숙소 유형 및 교통수단 등으로 나타났다.
- 자연 속 산책과 체험, 감성과 힐링 등이 여행 목적으로 포토존에서의 사진 촬영과 맛있는 식사, 편의시설 등이 주요 고려 요소이며, 반려동물과 함께 즐길 수 있는 산과 바다 위주, 반려동물 동반 가능한 식당과 야외 카페가 방문 장소 유형으로 나타났다.
- 제주, 강원 등의 여행 지역 선호, 펜션, 호텔 등의 숙소 유형과 자차, 대중교통 등의 교통수단이 관심 키워드로 나타났다.

그림 6. '반려동물 동반 여행' 담론 유형



3. 소셜네트워크 채널별 언급

- 2020 인터넷 이용 실태조사에 따르면 세대별 SNS 이용자 현황은 인스타그램과 트위터의 주요 사용층은 10~30대, 블로그 20~40대, 커뮤니티 10~40대, 뉴스 10~60대로 조사되었으며, 채널별 특성을 살펴보면 다음과 같다¹⁵⁾.

표 7. 소셜네트워크 채널별 언급

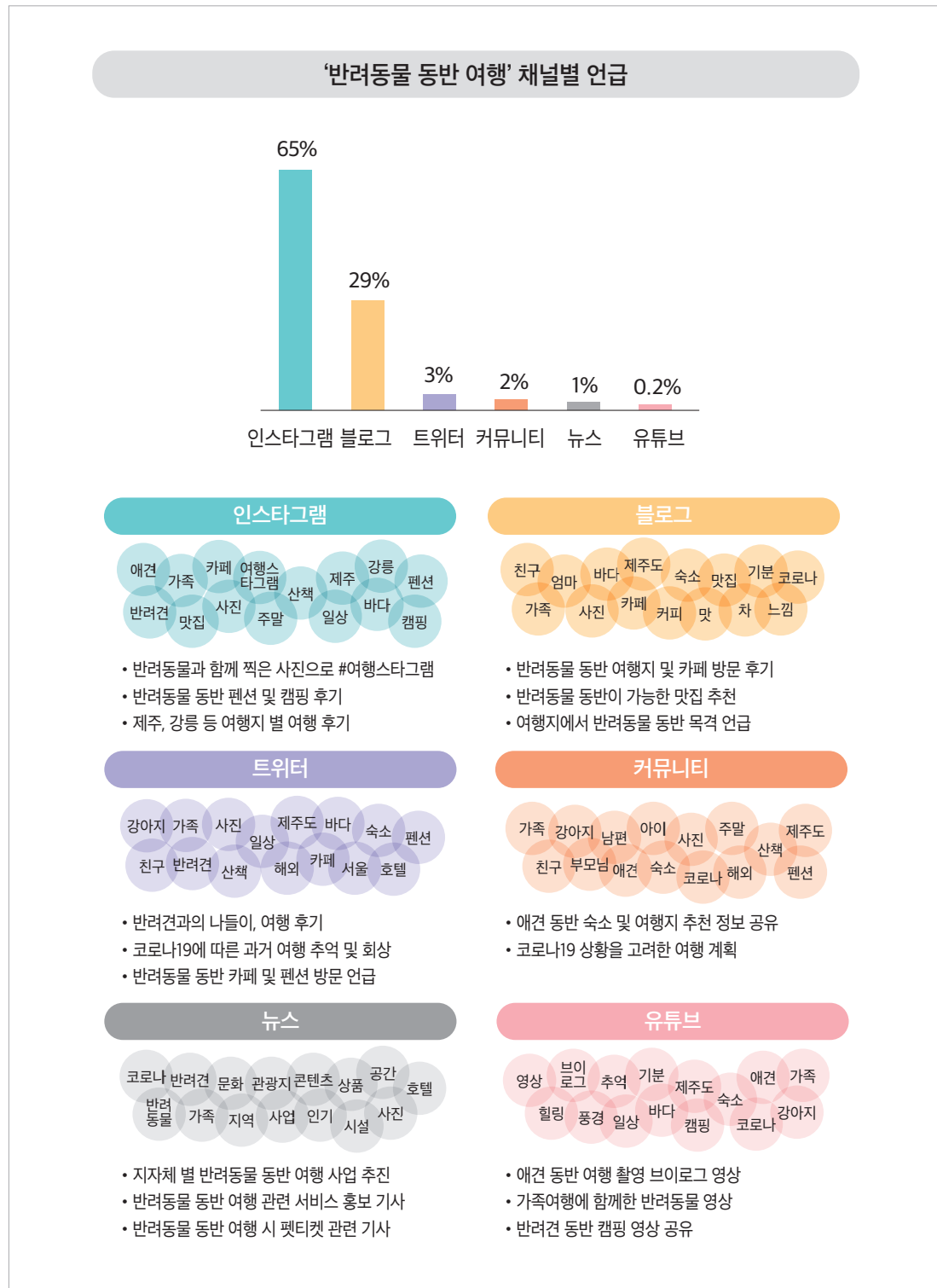
소셜 미디어	트위터	매체 설명	Tweet(트윗, 글 작성 행위), RT(리트윗, 남이 쓴 트윗을 공유하는 행위)로 이루어지는 최단 길이(140자)의 SNS 플랫폼으로 주로 사건, 정치 등의 사회적 이슈 및 아이돌 관련 담론이 활발
		공유 및 확산 속도	사회적 이슈 발생 시 실시간성(짧은 내용) 및 확산성(RT의 편리성)이 가장 뚜렷이 나타나는 플랫폼
		주요 사용층	10대~30대
	블로그	매체 설명	일상 생활의 체험담 및 후기, 특정 분야(취미, 특기)의 지속적인 포스트 등이 주를 이룸
		공유 및 확산 속도	신속한 실시간성이나 확산성은 매우 낮으나, 후기(맛집, 상품)등의 경우 포털 검색노출을 통해 중기적 입소문 발생에 효과가 있음.
		주요 사용층	20대 ~ 40대
	인스타그램	매체 설명	이미지 공유 기반의 소셜 미디어 플랫폼, 또는 소셜 미디어 플랫폼 중 이벤트 및 프로모션 등의 마케팅 활동이 가장 활발하게 발생되고 있음.
		공유 및 확산 속도	해시태그 검색 기능과 포스트 랜덤 노출로 소위 '핫', '힙'한 담론의 공유와 그 확산속도가 상당히 빠름
		주요 사용층	10~30대
	커뮤니티	매체 설명	공동 관심사, 지역 기반, 같은 연령대 등의 배경을 바탕으로 만들어진 온라인 커뮤니티(포털 카페 포함)
		공유 및 확산 속도	공동된 주제 및 이슈에 대한 소속원 간의 정보 공유와 확산에 빠른 편이나, 커뮤니티 외부로의 확장성은 낮은 편
		주요 사용층	10~40대
언론	뉴스	매체 설명	경제, 정치, 사회 등 전반에 이르는 각종 정보를 전달하고 의견을 표현하는 언론 활동
		공유 및 확산 속도	인터넷, 모바일 사용의 확대로 실시간 뉴스의 접근이 매우 용이해져, 대중의 관심을 받는 특정 이슈에 대한 언론에 의한 이론 형성이 매우 빠르게 이루어지고 확장성을 갖게 됨. 이는 SNS와의 상호 확장성(SNS상에서 화제가 되어 뉴스기사가 생성되거나, 뉴스기사를 인용한 SNS글이 확산되는 경우)이 함께 적용하기 때문
		주요 사용층	10~60대

- 반려동물 동반 여행에 대한 채널별 언급 비중은 인스타그램(65%)과 블로그(29%)가 가장 높은 것으로 나타났다.

- 트위터 및 블로그에서는 반려동물 동반 여행 후기 및 추천, 커뮤니티에서는 코로나19 상황을 고려한 여행 계획과 문의 글이 다수 게재되어 있었고, 인스타그램에서는 반려동물과의 여행 후기 사진, 유튜브에서는 여행 및 캠핑 브이로그 영상, 뉴스에서는 지자체별 추진 사업 기사가 두드러졌다.

15) 2020 인터넷 이용 실태조사, 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원(2021)

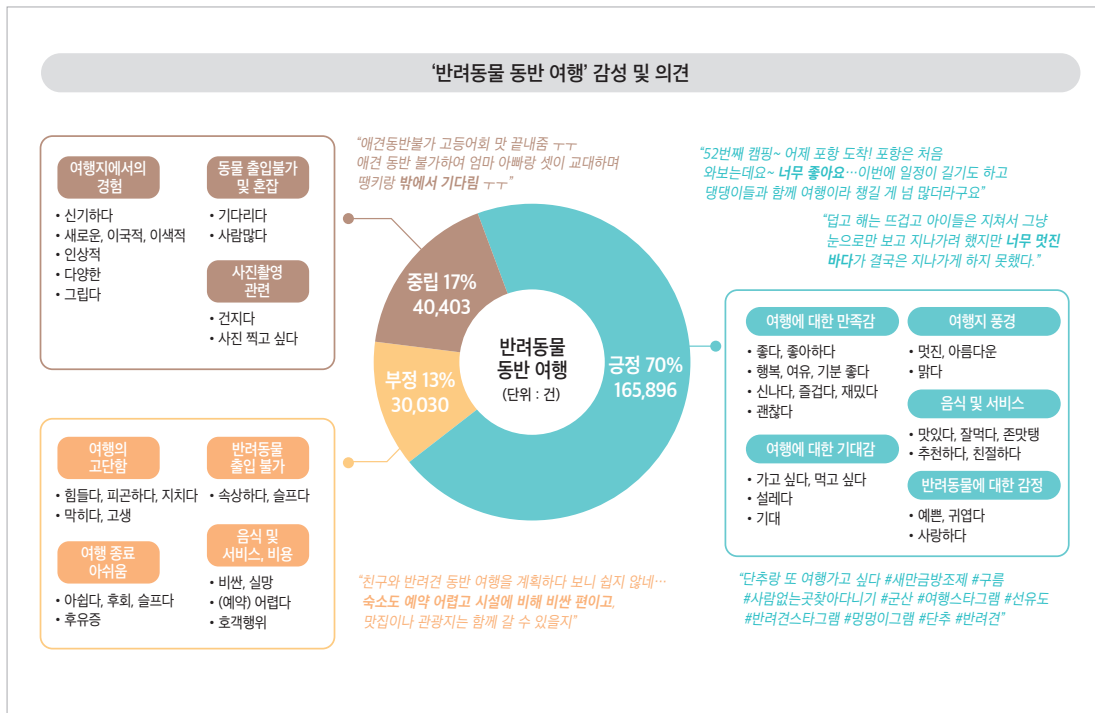
그림 7. '반려동물 동반 여행' 채널별 언급



4. '반려동물 동반 여행' 감성 및 의견

- 반려동물 동반 여행에 대한 분석 결과, 긍정이 70%로 가장 높은 비율을 차지하였으며 중립 17%, 부정 13% 순으로 나타났다.
- 여행에 대한 만족감 및 코로나19 종료 이후 반려동물과의 여행을 소망하는 기대감, 여행지 풍경과 반려동물 동반 식당 및 서비스에 대한 다수의 긍정 의견들을 확인할 수 있었고, 여행의 고단함 및 함께 반려동물 출입 불가로 인한 속상함과 비싼 서비스 비용 및 예약 어려움이 주요 부정 의견으로 나타났다.

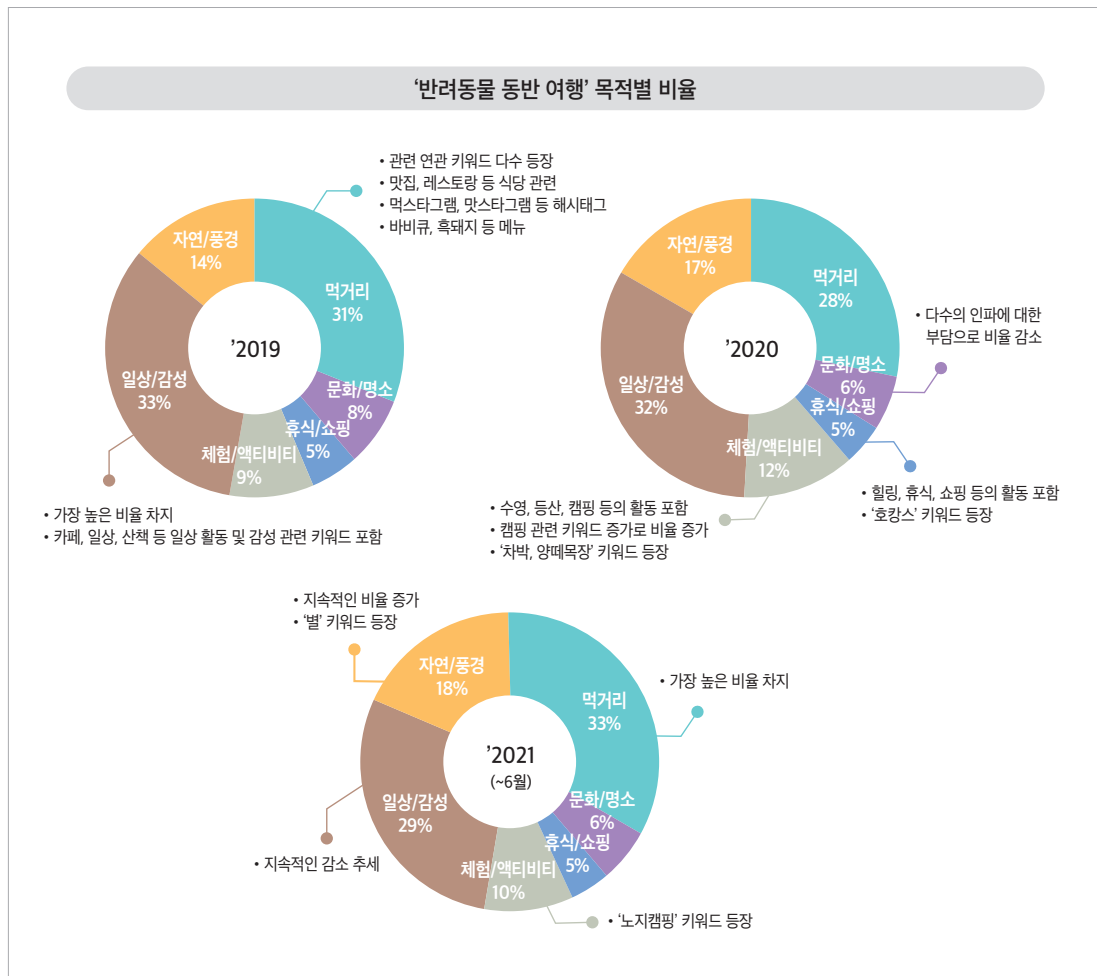
그림 8. '반려동물 동반 여행' 감성 및 의견



5. '반려동물 동반 여행' 여행 시기

- 시즌별 반려동물 동반 여행 언급량은 봄, 여름, 가을에 걸쳐 비슷한 수준이었으나, 여름(6~8월) 언급량이 높게 나타났고, 요일별 언급량에서는 주말(토~일)에 집중되었다.
- 숙소, 공원, 카페 등 주요 반려동물 여행 목적지를 대상으로 분석한 시즌별 TMAP 목적지 검색량 역시 여름(6~8월)이 31%의 비율을 차지하였다.
- 반려동물 동반 여행 목적은 먹거리, 일상/감성, 자연/풍경, 체험/액티비티, 문화/명소, 휴식/쇼핑 등의 유형으로 구분되었다.
- 일상/감성 여행은 가장 높은 비율을 차지하였으나 지속적인 감소세를 보였고, 캠핑 관련 키워드의 증가로 체험, 액티비티 여행 비율이 증가하고 있다.
- 반려동물과의 차박, 양떼목장 체험과 호캉스 휴식, 노지 캠핑에서 별 보기 등이 새로운 트렌드 키워드로 등장하였다.

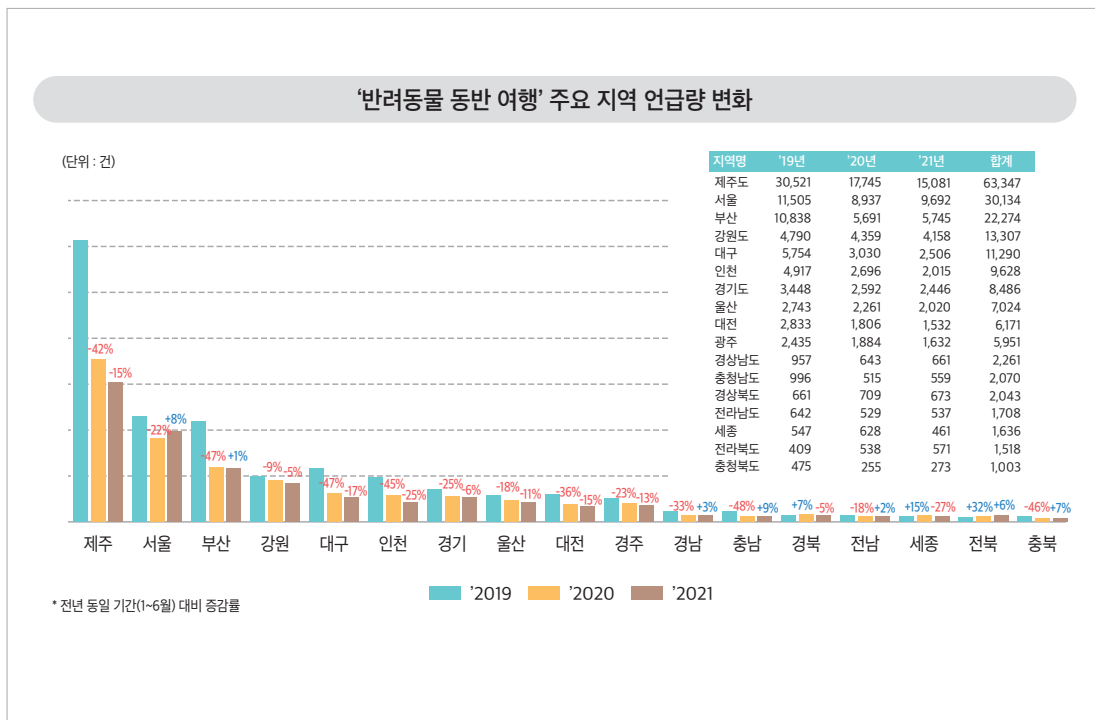
그림 9. '반려동물 동반 여행' 목적별 비율



6. 반려동물 동반 인기 여행 지역

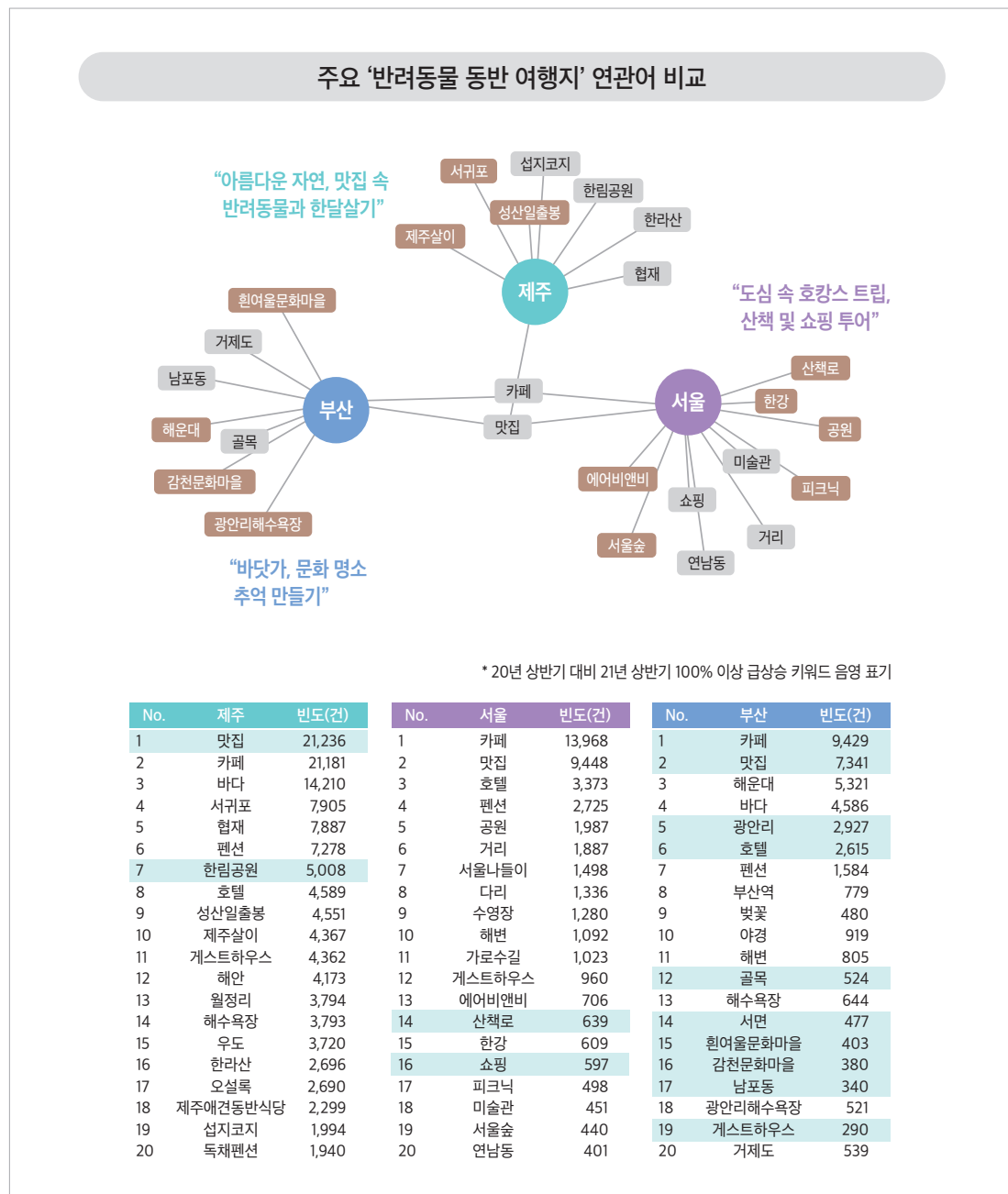
- 반려동물 동반 여행지 순위는 1위 제주, 2위 서울, 3위 부산지역으로 나타났으며, 제주 및 강원지역은 자연, 풍경에 대한 관심이 높고, 서울 및 부산지역은 문화/명소 관련, 경기지역은 캠핑 등 액티비티/체험 관련 언급이 높은 것으로 나타났다.
- 코로나19 발생 이후 '20년 이후 대부분의 지역에서 언급량이 하락하였으나, '21년 서울, 충남, 충북 등 일부 여행지 언급량이 증가하였다.
- 평균 언급 증감량이 가장 높은 지역은 전북이 20%, 가장 낮은 지역은 인천 -30%로 나타났다. 전북의 언급 증가 이유에 대해 살펴본 결과, '20년에는 인스타그램을 통해 애견카페 방문에 대한 언급이 많았으며, '21년에는 한국관광공사와 전라북도 도내 6개 시·군 및 관련업계 간 '반려견과 함께 걷기 길' 활성화 협약 체결과 관련한 트위터를 통한 언급 확산, 뉴스 기사화 등으로 언급이 증가하였다.

그림 10. '반려동물 동반 여행' 주요 지역 언급량 변화



- 서울은 반려동물과 함께하는 낮은 산 및 공원 산책, 가로수길 등 길거리 쇼핑 활동, 타지역 대비 에어비앤비 숙소를 선호하였고, 부산은 해운대, 광안리 등 바닷가, 흰여울문화마을, 감천문화마을 등 문화 명소, 야경 관광지의 선호도가 높았다.
- 제주는 맛집, 자연 풍광, 제주살이, 한달살기 등 장기 여행지로 선호도가 높으며, 타지역 대비 독채펜션이 상위에 언급되었다.

그림 11. 주요 '반려동물 동반 여행지' 연관어 비교

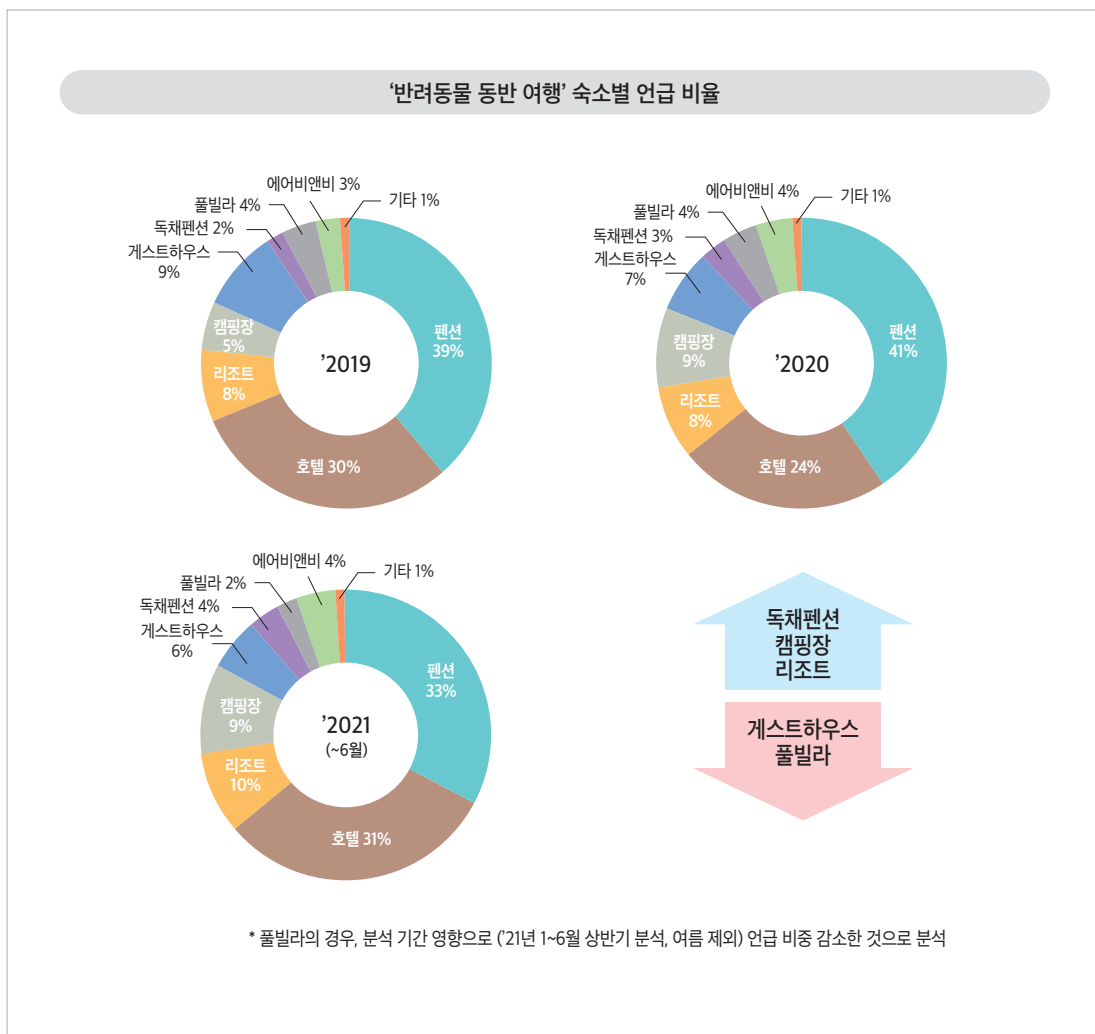


7. 반려동물 동반 여행 숙소 유형별 선호도

(1) 펜션은 제주, 호텔은 부산, 캠핑장은 강원 선호

- 반려동물 동반 여행 숙소로 프라이빗한 독채펜션과 야외 캠핑장, 리조트에 대한 언급이 증가하였고, 코로나19 등의 영향으로 불특정 다수와의 접촉이 우려되는 게스트 하우스 언급은 감소되었다
- 풀빌라의 경우, 여름이 포함되지 않은 분석 기간 영향('21년 1~6월 상반기)으로 언급 비중이 감소한 것으로 분석되었다.

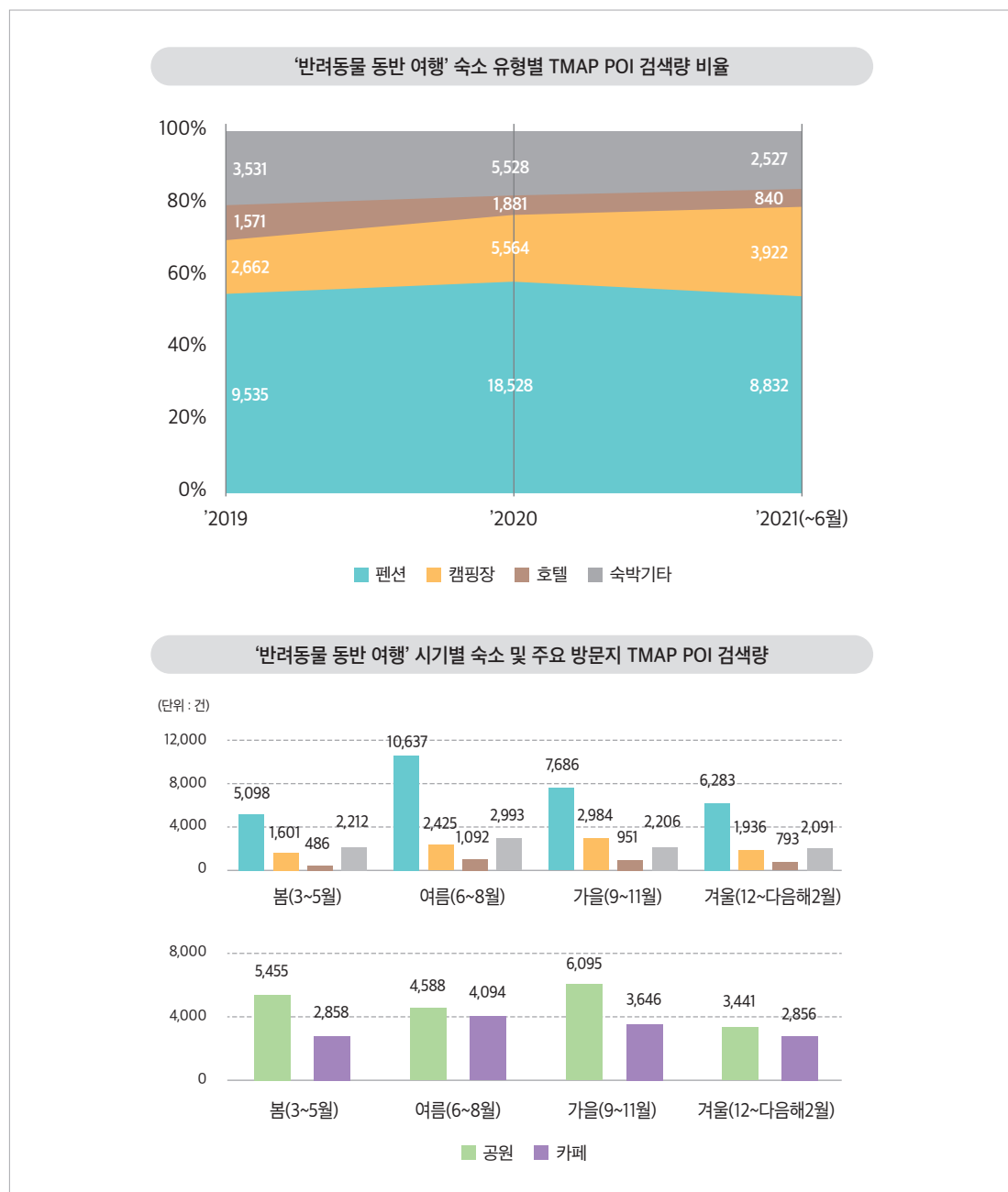
그림 12. '반려동물 동반 여행' 숙소별 언급 비율



(2) 펜션·카페는 여름, 공원·캠핑장은 가을 방문 선호

- TMAP 숙소별 검색량 분석 결과에서도 캠핑장 검색량이 점차 증가, 반려동물 동반 캠핑에 대한 높은 관심을 재확인할 수 있었다.
- 숙소 유형에 따른 검색량 분석 결과, 여름에는 펜션 및 호텔, 가을에는 캠핑장을 많이 찾는 것으로 나타났다.
- 반려동물 동반 공원은 외부 활동을 하기 좋은 날씨인 가을에, 카페는 휴가철과 맞물린 여름 시즌에 비교적 높은 검색량을 보였다.

그림 13. '반려동물 동반 여행' TMAP 검색량 분석



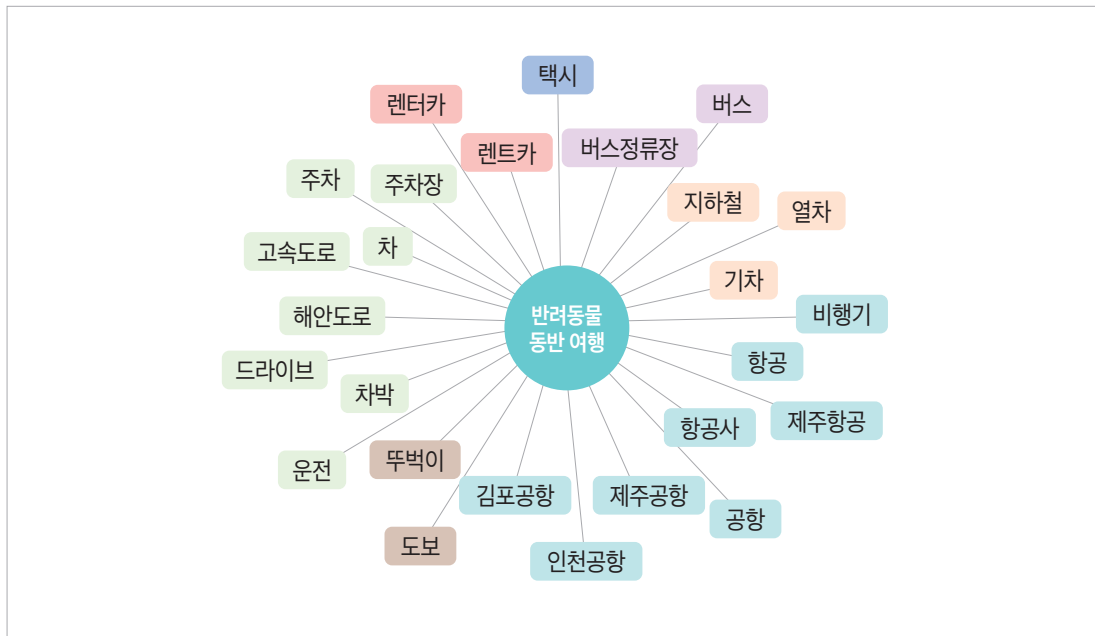
출처 : 'TMAP POI' 검색량 분석, TMAP 목적지 데이터에 존재하는 134개 POI를 대상으로 분석, 2019.01.01~2021.06.30

- 펜션은 제주, 가평, 경주 지역의 독채 펜션 및 한옥펜션이 높은 관심을 받았으며, 수영장, 바비큐, 잔디 시설 등을 고려하여 숙소를 선정하는 성향이 나타났다.
- 호텔은 제주, 부산, 바다, 인근 지역의 친구 동반 여행에서 선호되었으며, 교통편, 각종 체험, 테라스 시설 등이 주요 고려 대상이 되었다.
- 캠핑장은 강원, 가평 지역이 높은 관심을 받았으며, 텐트(글램핑), 화장실, 주차, 차박 시설에 대한 관심이 높았다.

8. 동반자 및 교통수단 분석

- 자차 이용 시 주차장 고려, 차박¹⁶⁾에 관심이 많았으며, 접근성이 용이한 고속도로와 예쁜 풍경의 해안 도로를 이용하였다. 버스 이용 시에는 정류장의 접근성을 고려하였고, 제주 관광객의 경우 항공편 및 렌터카 이용이 두드러졌다.

그림 14. '반려동물 동반 여행' 교통수단 연관어 분석

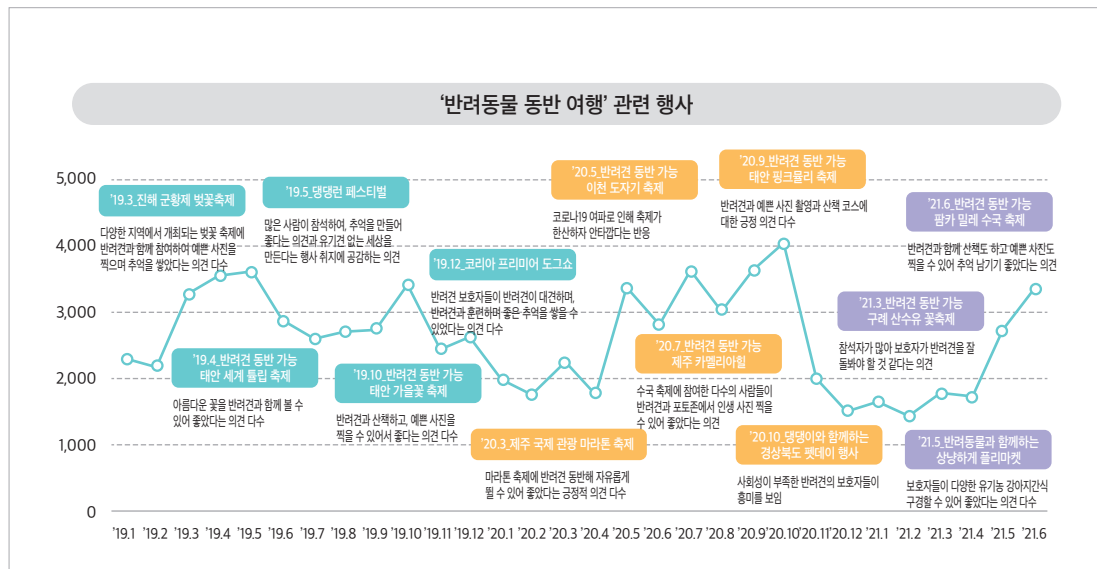


16) 여행할 때에 자동차에서 잠을 자고 머무름

9. 반려동물 동반 행사/이벤트

- 반려동물 테마 행사로 댕댕런 페스티벌, 프리미어 도그쇼, 경상북도 펫데이, 상냥하게 플리마켓에 대해 높은 관심을 보였다.
- 또한, 각종 꽃 축제가 반려견 동반 가능 행사 중 인기가 높았으며, 꽃을 배경으로 예쁜 사진을 찍고 산책을 즐기며 추억을 쌓는다는 답변이 다수 나타났다.
- 기타 이천 도자기 축제, 제주 마라톤 축제 등이 반려동물 동반 가능 행사로 주목 받았다.

그림 16. '반려동물 동반 여행' 관련 행사

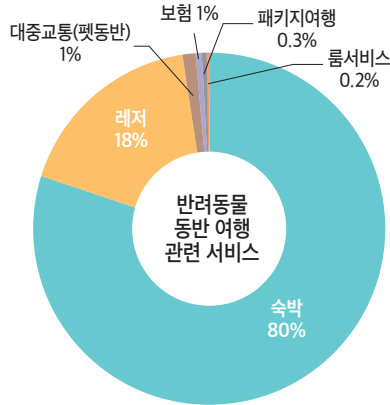


10. 반려동물 동반 여행 고려 요인

- 반려동물과의 사진 촬영과 맛있는 식사, 주차장 및 화장실 등의 편의시설이 주요 고려 요소로 언급되었다. 특히, 수영, 운동장 내 평균대, 컬러팝 체험 등 반려동물이 자유롭게 에너지를 발산할 수 있는 여행 서비스가 높은 인기를 끌었다.
- 자가용이 없어 반려동물과 함께 여행 가기 어려운 사람들이 온라인 여행 모임을 통해 가는 경우가 많았고, 펫 패키지여행이 많았으면 좋겠다는 언급이 많았다.
- 반려견과 동반 여행 시 발생하는 어려움(펫택시 비용이 비싸고, 반려견과 함께 대중교통을 이용해 여행 가기 어렵다) 등의 부정적인 언급이 다수 나타났다.

그림 17. '반려동물 동반 여행' 관련 서비스 언급 및 담론 유형

'반려동물 동반 여행' 관련 서비스 언급 및 담론 유형

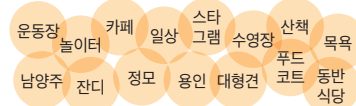


펫숙박



- 애견이 마음껏 뛰고 수영할 수 있는 넓은 잔디마당, 수영장에 대한 만족 언급 다수
- 코로나19로 독채펜션 인기, 사진찍기 좋은 한옥펜션, 포토존 보유 숙소가 높은 관심

펫레저



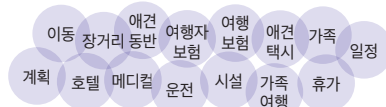
- 반려인 정기모임을 레저시설에서 개최하는 경우 다수
- 대형견만 입마개, 출입 금지인 점에 대해 차별 언급
- 반려동물 평균대 걷기, 색가루 컬러팝 체험 등 인기

펫동반 대중교통



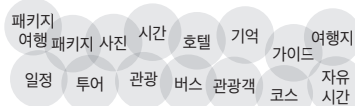
- 자가용이 없어 반려동물과 함께 여행가기 어려운 사람들이 온라인 여행 모임을 통해 가는 경우 다수
- 펫택시 비용이 비싸고 반려견과 함께 대중교통을 이용해 여행가기 어렵다는 부정적인 언급 다수

펫보험



- 특정 '펫케어 프리미엄' 서비스에 펫보험 포함으로 반려동물 통합 서비스를 즐길 수 있다는 긍정 언급
- 반려견 동반 여행시 이용 가능한 소액단기 펫보험이 있어 가격이 부담되지 않는다는 내용 다수 언급

펫 패키지여행



- 반려동물 전문 여행사의 여행 패키지 편리
- 반려동물과 함께하는 자연 체험 패키지 색다른 경험
- 펫 패키지 여행이 많았으면 좋겠다는 언급 다수

펫 룸서비스



- 펫용 어메니티, 배변패드, 사료 등 다양한 강아지 용품 룸 내 완비에 대한 긍정 언급
- 강아지와 함께 식사 룸 서비스 주문이 가능하고, 강아지조식과 관련해 선택권이 있을 시 만족도 증가

iv

반려동물 동반 여행 실태

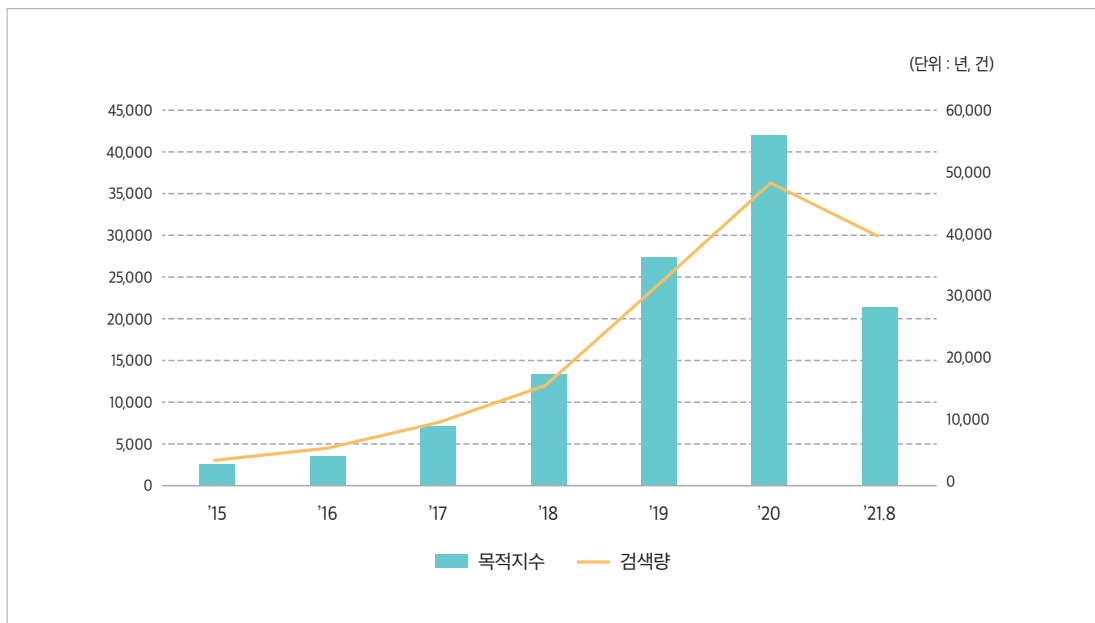
1. 반려동물 동반 여행지 방문객 추이
2. 반려동물 동반 여행 현장의 이야기
3. 모두가 지켜야 할 에티켓

IV. 반려동물 동반 여행 실태

1. 반려동물 동반 여행지 방문객 추이

- TMAP내비게이션 목적지 중 '15년 ~ '21년 8월, 최근 7개년 간'펫, 반려, 애견'을 포함하는 목적지 중 카테고리가 '숙박, 자연관광지, 카페'인 관광 지점을 대상으로 분석한 결과 검색량은 연평균¹⁷⁾ 62.1% 증가, 관광 지점은 주로 펜션/캠핑장, 애견 공원, 애견 놀이터로 나타났으며, '15년부터 '20년까지 월별로는 8월(13%), 10월(11.1%), 7월(9.5%), 5월, 6월(8.9%) 순으로 검색량이 많았다.

그림 18. TMAP내비게이션 반려동물 동반 목적지 검색량 추이



17) '21년은 1월~8월까지 집계로 전년 동기 '20.1월~8월까지의 증감률로 계산함.

- 또한, '20년 TMAP내비게이션 전국 목적지 중 반려동물 동반 인기 목적지 유형별(관광지, 레포츠, 숙박, 문화시설 등) 10위까지 순위는 다음과 같다.
- 지역별로 살펴보면 유형별 인기 목적지의 약 73%는 경기(25%), 강원,(25%) 서울(15%), 인천(8.3%) 순으로 수도권에 집중되어 있고, 수도권을 제외하고는 충남(8.3%)에 반려동물 동반 인기 목적지가 많았다.

표 8. TMAP내비게이션 반려동물 동반 관광지 유형별 순위('20년)

유형	순위	목적지	지역
휴양관광지	1	서울랜드	경기 과천시
	2	서울대공원	경기 과천시
	3	독섬유원지	서울 광진구
	4	동촌유원지	대구 동구
	5	평강랜드	경기 포천시
	6	화랑유원지	경기 안산시
	7	청산수목원	충남 태안군
	8	모곡밤별유원지	강원 홍천군
	9	에델바이스스위스테마파크	경기 가평군
	10	연꽃테마파크	경기 시흥시



표 9. TMAP내비게이션 반려동물 동반 관광지 유형별 순위('20년)

유형	순위	목적지	지역
자연관광지	1	여의도한강공원	서울 영등포구
	2	을왕리해수욕장	인천 중구
	3	월미도	인천 중구
	4	경포 해변	강원 강릉시
	5	광교호수공원	경기 수원시
	6	속초해변	강원 속초시
	7	반포한강공원	서울 서초구
	8	대천해수욕장	충남 보령시
	9	세종호수공원	세종시 연기면
	10	일산호수공원	경기 고양시
역사관광지	1	보문사	인천 강화군
	2	향일암	전남 여수시
	3	태종대	부산 영도구
	4	전주한옥마을 ¹⁸⁾	전북 전주시
	5	수덕사	충남 예산군
	6	궁남지	충남 부여군
	7	용문사	경기 양평군
	8	휴휴암	강원 양양군
	9	봉은사(안고 입장 가능)	서울 강남구
	10	행주산성	경기 고양시
레포츠	1	서피비치	강원 양양군
	2	강촌레일파크 김유정역	강원 춘천시
	3	삼척해양레일바이크 궁촌정거장	강원 삼척시
	4	부산요트경기장	부산 해운대구
	5	서산바다낚시터	경기 화성시
	6	영종씨사이드레일바이크	인천 중구
	7	삼척해양레일바이크 용화정거장	강원 삼척시
	8	정선레일바이크	강원 정선군
	9	수주팔봉야영지	충북 충주시
	10	정동진레일바이크	강원 강릉시
숙박	1	썰비치 양양	강원 양양군
	2	썰비치 삼척	강원 삼척시
	3	그랜드워커힐 서울	서울 광진구
	4	세인트존스호텔	강원 강릉시
	5	밀레니엄서울힐튼호텔	서울 중구
	6	대명리조트 비발디파크	강원 홍천군
	7	포시즌스호텔 서울	서울 종로구
	8	콘래드서울호텔	서울 영등포구
	9	알펜시아리조트	강원 평창군
	10	소노벨 변산	전북 부안군

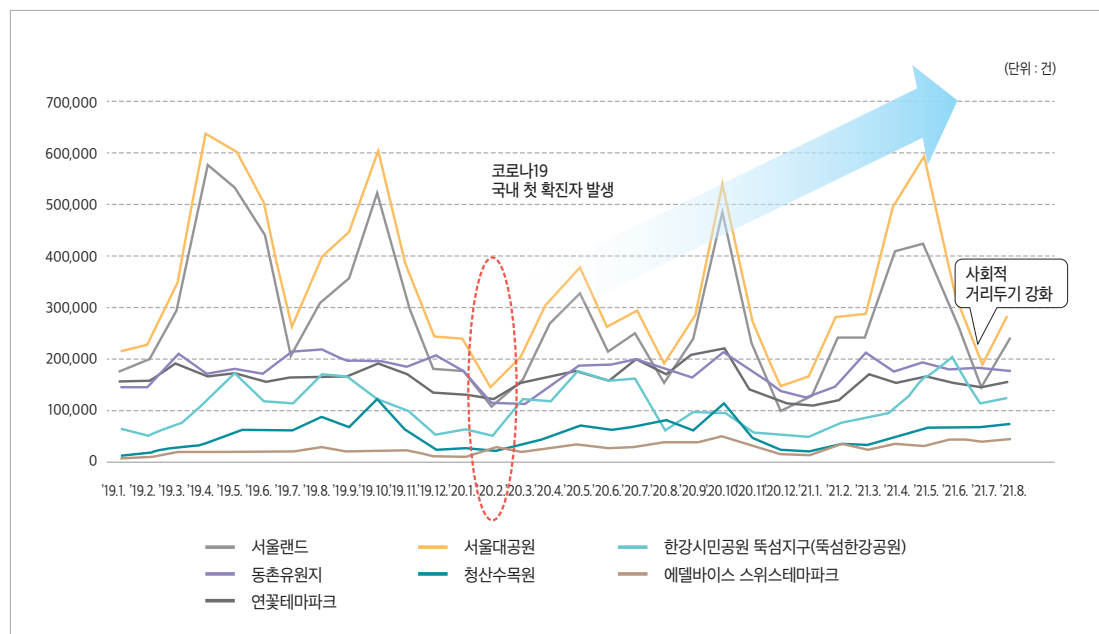
18) 일부 문화시설 이용 시 케이지 필요

표 10. TMAP내비게이션 반려동물 동반 유형별 순위('20년)

유형	순위	목적지	지역
문화시설	1	코엑스	서울 강남구
	2	킨텍스 제2전시장	경기 고양시
	3	킨텍스 제1전시장	경기 고양시
	4	케이슨24	인천 연수구
	5	수원컨벤션센터	경기 수원시
	6	BEXCO	부산 해운대구
	7	더베이101	부산 해운대구
	8	시몬스 테라스점	경기 이천시
	9	EXCO	대구 북구
	10	모나무르	충남 아산시

- TMAP내비게이션의 반려동물 동반 인기 목적지(유형별 관광지, 레포츠, 숙박, 문화시설 등) 중 휴양관광지 7곳을 대상으로 KT통신데이터의 방문객 추이를 분석한 결과 코로나19 국내 첫 확진자 발생 이후 국내 주요 관광 지점 입장객 수는 약 -50% 수준¹⁹⁾으로 대폭 감소된 반면 반려동물 동반 여행지의 방문객 수는 '19년 대비 '20년 약 -20%로 감소 폭이 적었으며, '21년은 1~8월 전년 동기 대비 약 14% 증가하였다.

그림 19. 휴양관광지 방문객 추이 분석

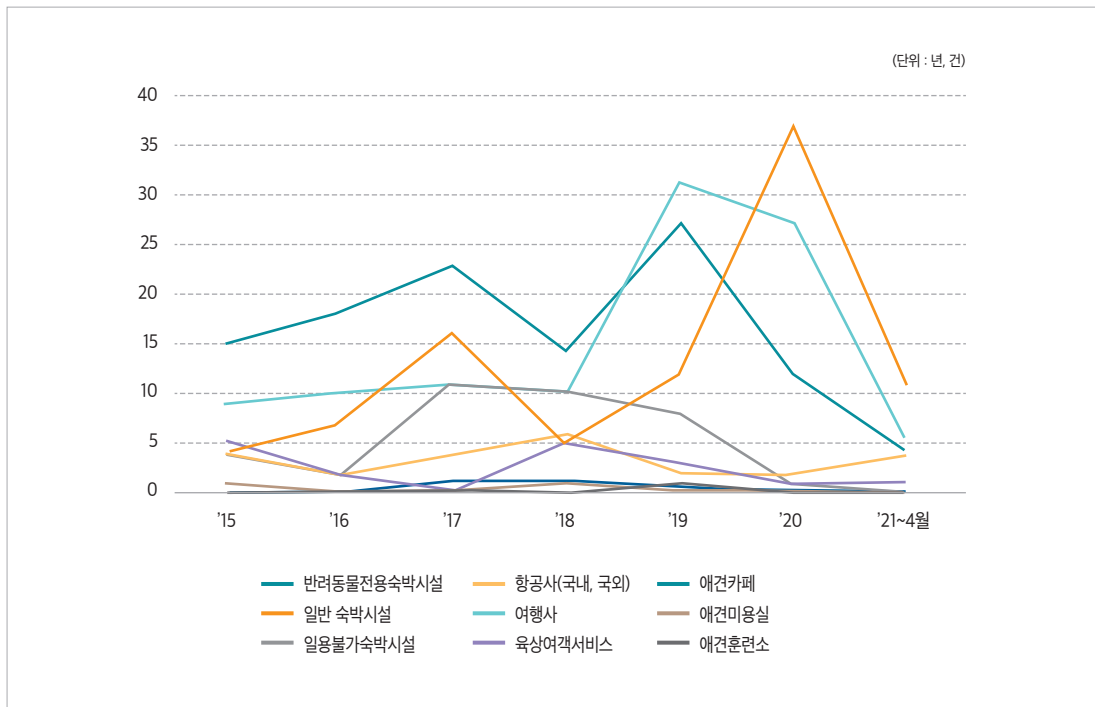


19) 코로나19 관광산업 영향과 대응 방안(2020), 한국문화관광연구원

2. 반려동물 동반 여행 관련 현장의 이야기

- 한국소비자원 소비자상담데이터의 호텔, 펜션 및 기타 숙박시설(캠핑장 등) 국내·외 여행, 여객운송서비스, 애견카페 등을 기준으로 반려동물 관련 키워드 검색을 통한 최근 6년간('15년~'21년 4월) 소비자 불편 신고 상담 데이터 390건(숙박시설 231건, 여객서비스 43건, 애견카페 116건)과 반려동물 동반 여행의 현지점의 실태와 현황에 대해 파악하고자 현장의 실무자들을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다.

그림 20. 반려동물 동반 여행 유형별 불편 신고 상담 데이터 추이



(1) 한국소비자원 소비자상담데이터

- 한국소비자원 소비자상담데이터에 따르면, 반려동물 전용 숙박시설에서는 '최소 위약금 과다 청구'가 50건으로 가장 많았고, '서비스 및 시설 불만'이 36건, '반려동물 입실 거부' 6건, '시설 내 물림 사고' 3건 순으로 접수되었으며, 불만 유형별 사례는 다음과 같다.

서비스 및 시설 불만

- 대형견 운동장이 있다고 했으나 울타리가 현저하게 낮았던 사항
- 계약 당시 수영장, 욕조 이용이 가능하다고 했으나 당일 사용 제한
- 계약과 다른 객실 배정, 인원수 협의 중 사업자의 일방적인 취소
- 홈페이지와 상이한 반려동물 중량별 입실 비용, 부가서비스 비용 등

취소 위약금 과다 청구

- 소비자의 단순 변심으로 인한 취소 요청 시 반려동물 전용 시설을 이유로 분쟁 해결기준 대비 과도한 위약금 청구
- 특별약관에 동의하지 않았으나, 반려동물 전용 시설이므로 특별약관이 자동으로 적용되었다고 주장
- 사전 고지되지 않아 대형견 이용 가능 여부를 확인하자 사업자가 일방적으로 계약을 취소하고 과도한 위약금 공제 후 환급

반려동물 입실 거부

- 계약 과정에서 견종, 크기를 이야기했으나 입실 당일 현장에서 불가 통보
- 사업자가 사전에 고지하였으나 소비자가 이를 어긴 경우 또는 사업자의 사전 고지가 없었고 소비자도 사전에 확인하지 않아 현장에서 견종 제한 당한 경우(대형견 또는 털이 많이 빠지는 견종 제한)

사업자의 과도한 손해배상 청구

- 객실 이용 도중 침구류가 배설물로 오염되었으나, 감가상각 대비 과도한 구매 비용을 사업자가 소비자에게 청구
- 침구류 오염에 대하여 세탁비가 아닌 구매 비용을 요구

- 일반 숙박시설에서는 '취소 위약금 과다 청구'가 25건으로 가장 많았고, '서비스 및 시설 불만' 22건, '반려동물 입실 거부' 21건 등 순으로 많았으며 유형별 사례는 다음과 같다.

서비스 및 시설 불만

- 일반 숙박시설이나 반려동물 동반이 가능하다 하여 방문했으나 위생상태가 너무 불결하고 녹물이 나오는 등 이용할 수 없어서 환불 요구
- 공유 서비스를 이용했고 호스트가 공용 거실을 이용해도 된다고 했으나, 반려동물은 거실에 들어오면 안 된다고 조치
- 다른 숙박객이 반려동물 동반 사실을 불쾌하게 생각하여 분쟁이 생겼으나, 사업자가 이를 말리거나 동반 가능 시설임을 알리는 등의 대응 하지 않는 처사
- 청소 보증금 40만 원을 입금하면 이용 가능하다고 했으나, 문제가 발생 하지 않았음에도 보증금 환불 지연

반려동물 추가요금 요구

- 홈페이지에 반려동물 동반 가능이라고 표시되어 있고 금액은 기재되지 않았으나 방문 당일 반려동물 마리당 비용을 요구
- 사업자는 홈페이지에 반려동물 추가 비용이 적혀있다고 주장하나, 소비자가 사전에 확인하기 어렵거나 모바일 환경에서 확인이 불가하여 불만 발생
- 숙박 중개 플랫폼을 통해 예약 당시 추가 비용 안내가 없었으나, 방문 당일 숙박업체에서 추가 비용을 요구

반려동물 입실 거부

- 예약 당시 예약을 담당하는 사업자의 직원 또는 자녀와 추가 요금을 내는 것으로 반려동물 동반 이용을 협의했으나, 이용일 당일 현장을 관리하는 사업자가 반려동물 입실 거부, 환불도 못 받는 상황
- 사전에 반려동물 동반 이용 계약을 체결했으나, 이용일 전 반려동물 이용 불가하다 하여 취소

- 여행 서비스에서는 항공여객서비스 26건, 육상 여객서비스 17건이 접수되었고, 불편 유형의 대부분은 반려동물 탑승 거부, 사전 고지 미흡 등이며 사례는 다음과 같다.

반려동물 탑승 거부(항공여객)

- 항공사에서 맹견은 동반 탑승할 수 없다고 해서 비행기를 놓침. 소비자는 부당하다고 생각되어 전액 환불을 요청
- 반려묘와 동반 탑승 가능하다는 조건으로 예약을 했으나 탑승 하루 전날 사업자 측에서 사전 고지 없이 일방적으로 불가능하다는 답변을 받음. 동반 탑승 가능하도록 조치를 요청

반려동물 탑승 거부(육상 여객)

- 반려동물 이동장(케이지)이 하드 케이지가 아니라는 이유로 탑승 거부
- 반려동물과 동승하기 위해 좌석을 2개 예매하고 소프트 케이지에 태워 탑승하려 했으나 하드 케이지에 태워 하단 화물칸에만 탈 수 있다는 안내 조치
- 반려동물을 일반 가방에 태워 동승하려 했으나 저지
- 택시에 탑승하여 반려동물과 동행하던 지인 탑승이 가능한지 문의하자 문이 열린 상태에서 차량이 출발하여 넘어지면서 부상
- 고속버스 탑승 시 기사가 가족등록 증명서를 요구함. 반려견 등록증이 없어 등록 인식표(배지)를 보여줬으나 인정되지 않아 탑승 거부

(2) 이해관계자 심층 인터뷰

- 반려동물 동반 여행의 현시점의 실태와 현황에 대해 파악하고자 현장의 실무자(반려동물 전용 시설, 허용 시설, 축제 등 6곳)들을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였으며 현장의 이야기를 현실적으로 전달하기 위해 각색 없이 의견들을 바탕으로 작성하였다.
- 반려동물 여행 이해관계자 심층 인터뷰를 통해 예약 시스템 현황 및 예약률, 반려동물 맞춤형 프로그램, 펫티켓, 반려동물 관련 해결되어야 할 정책 등으로 구분한 내용은 다음과 같다.



● 예약 시스템 현황 및 예약률 관련

- 공통적으로 인터뷰를 진행한 업체의 예약 채널은 여기어때, 네이버, 인터파크 등 거의 모든 매체에 열려 있다. 자사 채널이 아닌 외부 채널로 들어오는 비중은 약 60~70%이며, 이 수치는 계속 오르고 있다.

반려동물 전용 시설

- 2021년 기준 평균 투숙률은 80%로, 주중 55%, 주말 95% 수준이다. 이 수치는 일반 객실과 비교해도 높은 수치이며, 코로나19 발생 이후 매출이 더 증가하고 있다는 사업체가 과반수로 나타났다. '2020년 7월 런칭 이후 약 1년간 매출은 약 140% 성장' 의견과, '코로나19 발생 이후에 매출이 더 증가하고 있다. 서울 도심 안에 반려견과 함께 이용할 수 있는 호텔이 없기 때문에 고객님들께서 많이 찾아주시는 것 같다.'라는 의견이다.

● 반려동물 맞춤형 시설 등 반려동물을 위한 맞춤형 콘텐츠 다양화 필요

- 리조트와 캠핑장은 반려동물을 위한 야외시설이 특화되어 있다. 야외시설로는 글램핑, 카라반, 운동장(소형견 전용, 중/대형견 전용, 프라이빗존 등으로 구분), 실내 시설(실내수영장, 반려동물 케어를 위한 셀프 목욕 시설, 보호자용 샤워룸/락카룸) 등의 반려동물을 위한 시설을 보유하고 있다.

반려동물 전용 시설

- 반려인들의 만족도가 높은 전문 훈련사를 활용한 원 포인트 행동교정 프로그램 운영 중이며, 행동 풍부화 콘텐츠(생후 2개월부터 6개월 사이 사회화에 도움을 줄 수 있는 프로그램으로 많은 냄새들을 맡게 해주고 다양한 촉감을 경험시켜 주는 것임)를 기획 중이다. 반려동물과 보호자가 함께 즐길 수 있는 바비큐 서비스도 기획 중이었으나, 코로나19 이후 잠정 중단된 상황이다.

반려동물 동반 허용 시설

- 호텔에서는 야외시설이 다소 제한되어 있으며, 웰컴 키트와 객실 내부에서의 서비스에 중점을 두고 있다. 반려동물을 위한 서비스로는 배편판, 침대계단, 하우스, 소파, 목줄/리드 줄, 식기 등을 포함한 웰컴 키트가 제공되며, 반려동물 동반 패키지로 스위트 객실을 예약하는 경우 반려동물 조식 서비스도 제공하고 있다. 반려동물 조식 서비스는 스테이크와 수프가 객실로 제공된다.

반려동물 전용 시설

● 펫티켓은 반려인과 비반려인 모두가 지켜야 하는 약속임을 인지

- 반려견들에게 음식을 준다든지, 주인의 허락을 받지 않고 반려견을 만지는 행위 등 기본적인 에티켓을 지키지 않는 고객들을 대응하는 것이 가장 어렵다. 대략적으로 70% 정도의 고객분들은 펫티켓을 잘 지켜주시지만 30% 정도는 그렇지 않기 때문이다. 단순 물림 사고도 가끔 발생하며 이 경우에는 주로 보호자가 본인의 반려동물을 방치해서 사고가 발생하는 경우가 대부분이며, 최소 1명의 보호자는 본인의 반려동물을 케어해야 하는 규정이 있지만 실제로 지켜지지 않는 경우도 있다. 보호자가 장시간 방치하는 경우 반려견이 시설을 탈출하는 사고도 발생할 수 있다. 그 외에도 배설물을 처리하지 않거나 마운팅을 제지하지 않는 것 등이 있다. 기준을 준수하지 않거나 고객의 부주의로 마찰이 발생하는 경우 해당 고객은 블랙리스트로 분류되어 추후에 시설을 이용하지 못하도록 관리하고 있다.

반려동물 전용 시설

- 반려동물 간 다툼이 발생했을 때 보호자들끼리 서로 사과를 하지 않아 일이 커지는 경우가 있다. 원칙적으로 반려동물 케어는 보호자의 책임인데 공격성이 강한 반려동물의 경우에도 신경을 쓰지 않아 물림 사고 등이 발생하는 경우가 있다. 글램핑장의 경우에는 방음이 상당히 어려운데 늦은 시간까지 시끄럽게 하는 손님들 때문에 민원이 발생하기도 한다. 자정이 되면 모든 조명을 끄고 매너 타임을 사전에 공지하기도 하는데 잘 지켜지고 있지 않다. 잔디밭의 경우 중대형 견들이 뛰어놀면 망가지게 되는데 잔디밭을 좋은 상태로 관리하는 것이 가장 어렵고 비용도 상당하다.

반려동물 전용 시설

● 반려동물 관련 해결되어야 할 정책

- 현행법상 식품접객업으로 식음 업장 허가를 받아야 하는데 식품접객업장 내부는 반려동물 출입이 금지되어 있다. 현재 애견카페 등에서 불법으로 운영 중이나 이미 수요가 너무 많아진 탓에 단속하기 어려운 실정이다. 이처럼 반려동물 관련 사업을 추진하는 데 장애가 되는 법령들이 있고, 이는 우리나라 반려동물 산업이 발전하는 데 문제 요소가 된다.

반려동물 전용 시설

- 반려동물을 동반하는 여행지에서는 잔디밭이 필수 시설 중 하나인데 반려동물들에게 이로운 천연 잔디밭을 운영한다. 반려동물들의 건강을 위해 강한 약품을 사용해서 해충을 100% 제거하기는 힘든 상황이며, 잔디 특성상 노면에 굴곡이 생길 수 있는데 반려동물들이 뛰어놀다가 다리를 헛디딤서 골절이 발생하기도 한다. 일부 고객의 경우 진드기가 붙었다거나 잔디밭에서 뛰어놀다가 다치는 경우 등의 상황이 발생하면 리조트를 상대로 병원비, 정신적 손해 배상 청구까지도 하는 경우가 있다. 이해되는 부분도 있지만 일부 고객의 경우 합리적이지 않은 손해 배상 청구를 하는 경우가 있어 대응하기 어려움이 있다.

반려동물 동반 여행 시장 전망

반려동물 전용 시설

- 반려동물 동반 여행에 대한 수요는 계속 증가할 것이라는 다수 의견이다.

반려동물 전용 시설

- 코로나19 발생 이전까지는 지속적으로 매출이 상승세였고, 목표 매출액을 초과 달성한 경우도 있었다. 또한 반려견 관련 장난감 제조업체, 사료업체도 눈에 띄게 늘어나고 있으며, 애견카페 등 반려동물 관련 창업을 고려하는 분들이 확실히 많아지고 있다. 앞으로 반려동물 동반 여행 시장은 꾸준히 성장할 것으로 판단하고 있다.

반려동물 전용 시설

- 코로나19 발생 전까지만 해도 캠핑 인구가 많이 줄어들고 있었으나 코로나19 이후 다시 늘어나고 있는 추세로 현재는 캠핑장 사업이 성황리에 잘 되고 있다. 그리고 펫 전용 리조트 사업 모델을 기반으로 독일, 스위스 등 유럽으로 확장할 계획이며, 스위스 공공기관, 투자 기관과 MOU 체결, 독일 투자 기관에 벤치마킹 진행 등 해외에 주재하며 관련 사업 추진 중이다.

반려동물 동반 허용 시설

- 최근 라이브 커머스와 같은 채널을 통해서도 반려동물 관련 콘텐츠가 상당히 많아지고 있는 상황이며, 소노펫리조트와 같이 반려동물 전용 시설들의 서비스 품질도 매우 높아지고 있는 상황임. 강원도나 제주도와 같은 휴양지들이 반려동물을 위한 여행 콘텐츠가 다양해지고 있다.

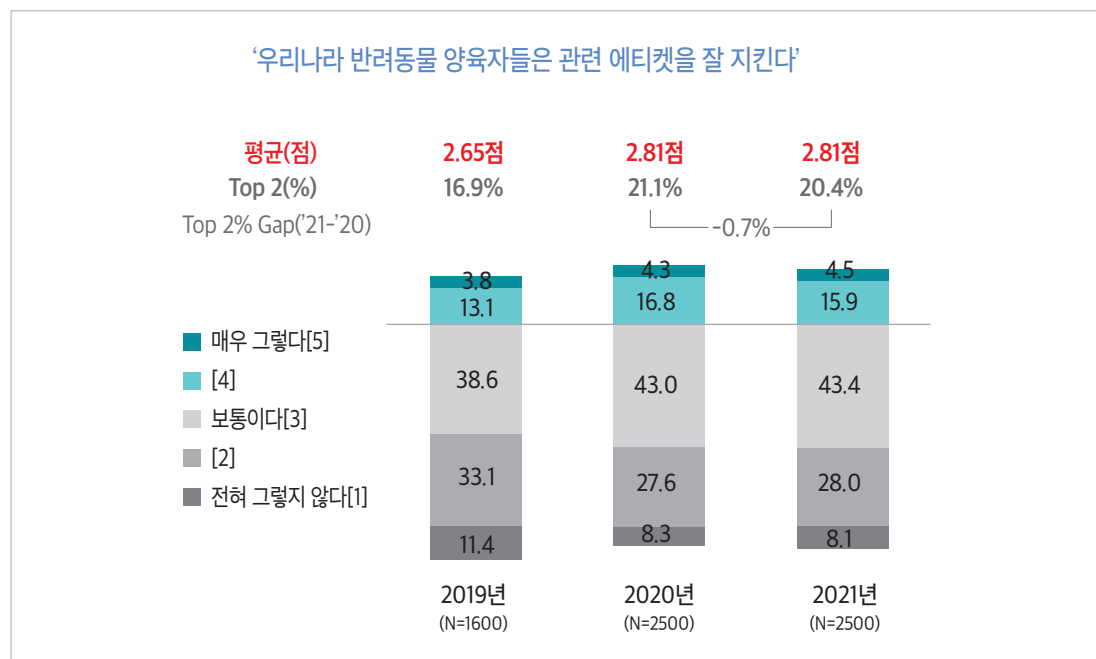
3. 반려인, 반려동물 그리고 비반려인 모두가 지켜야 할 에티켓

(1) 반려인의 펫티켓 준수 여부에 대한 인식은 반려 가구와 일반가구 간 큰 차이를 보였다.

- 유튜브나 SNS를 통해 반려동물 관련 콘텐츠를 자주 접하며 반려동물에 대한 친근감 증가 등 가족처럼 여기는 트렌드가 확산되면서 개인이 반려동물을 키울 때 지켜야 할 매너를 뜻하는 ‘펫티켓(펫+에티켓)’에 대한 관심도 높아지고 있다. 대표적 펫티켓으로는 반려동물과 외출할 때 목줄과 입마개 착용, 배변봉투 지참, 대중교통 이용 시 이동장 사용 등을 들 수 있다.
- 반려동물을 기르면서 경험하는 가장 큰 애로사항 중 하나는 타인과의 분쟁일 것이다. 반려동물 양육 과정에서 타인과의 분쟁을 경험한 반려인은 56.9%로 절반이 넘었다. 주요 분쟁 사유로는 반려동물의 ‘짓거나 걷는 소리와 같은 소음’으로 인한 분쟁이 30.8%로 가장 많았다.
- 2021 한국 반려동물 보고서에 따르면 주변의 펫티켓 준수 여부에 대해 반려가구의 80.8%가 ‘펫티켓을 잘 지키고 있다’고 응답했고, ‘잘 지키지 않는다’는 응답은 2.5%에 불과했다. 반면 일반가구의 경우 ‘펫티켓을 잘 지키고 있다’는 응답은 42.8%로 반려가구의 절반 수준에 그쳤고, ‘잘 지키지 않는다’는 응답은 23.7%를 기록해 일반가구 4명 중 1명은 주변의 펫티켓 준수 여부에 불만이 있는 것으로 나타났다.
- 오픈서베이 설문 결과²⁰⁾에서도 ‘우리나라 반려동물 양육자들이 관련 에티켓을 잘 지킨다.’는 의견이 20.4%로 현재 반려동물을 키우고 있는 층에서 인식이 상대적으로 높게 나타났고, ‘우리나라 반려동물 양육자들의 에티켓 수준은 여전히 낮은 수준’으로 인식, 전반적으로 에티켓 수준이 낮다고 생각한다 36.1%로 나타났다.

20) 국내 거주하는 20-59세 남녀 N-2,500, 단수 응답, %, 2021.4.1 모바일 리서치 조사 결과, 반려동물 트렌드 리포트 2021, 오픈서베이

그림 21. 반려동물 관련 인식에 대한 동의율



(2) 여행에서도 나타나는 펫티켓 이해의 차이

- 반려동물 동반 여행 비선호자는 반려동물 자체에 대한 공포감을 느끼거나 펫티켓 부재에 대한 부정 인식을 지닌 것으로 나타났다.
- 반려인 내에서도 펫티켓 부재에 대한 비판 의견이 나타났으며, 여행지에서 반려동물 비선호자의 부정 인식에 따른 스트레스를 다수 경험하고 있었다. 여행지의 반려동물 동반 가능 여부에 대한 정보 부족으로 반려인과-비선호자 간의 갈등도 함께 나타났다.

그림 22. 반려동물 동반 여행 비선호자 관련 주요 의견



- 반려인이 펫티켓을 지키는 것이 중요한 만큼 비반려인도 반려동물을 봤을 때 지켜야 할 예절도 중요하다. 반려동물 동반 여행 사업장의 애로사항으로 견주에게 묻지 않고 반려견들에게 음식물을 주는 행위, 주인의 허락을 받지 않고 반려견을 만지는 행위 등 기본적인 에티켓을 지키지 않는 고객들을 대응하는 것이 가장 어려움으로 꼽혔다.
- 원광대 동물 매개치료 학과 학생들이 ‘산책 시 반려견을 위협하는 행위를 보신 적 있나요?’에 응답한 1,056명의 설문조사를 살펴보면 79.6%가 ‘그렇다’고 대답했으며, 이 중 소리 자극 위협이 90.2%, 물리적 위협은 57.3%로 조사되었다.
- 반려동물을 좋아하지만 어떻게 대해야 할지 모르는 사람들에게도 반려동물이 싫은 사람들에게도 공존을 위해 지켜야 할 최소한의 에티켓이 무엇인지 알려주는 교육 프로그램이 필요하다.

v

결론

V. 결론

- 반려가구 310만 시대, 7가구 중 1가구는 반려동물과 함께 살고 있다. 내국인 여행객 확대를 위해 반려동물과 함께하는 여행의 새로운 비즈니스 모델 도입 및 확대 운영을 긍정적으로 검토할 때며, 다양한 조사를 통해 반려인과 비반려인이 준수해야 할 펫티켓에 대한 가이드라인 수립 및 펫티켓의 충분한 정보제공이 될 수 있는 펫티켓 홍보가 필수적이다.
- 또한, 반려동물 관련 사업을 추진하는 데 장애가 되는 법령들, 반려동물 동반 서비스 사업장 사고에 대비한 보험 상품 개발 등 반려동물이 생활할 수 있는 공간 안에서 이해관계가 일치하도록 관련 정책의 전략적 지원책 마련이 시급하다. 이에 다음과 같은 4가지 시사점을 제안한다.

(1) 반려동물 동반 여행 캠핑 여행 상품화 등 안전 감성 여행 콘텐츠 발굴 필요

- 코로나19 상황을 고려한 제한 시간 내 필수 코스에 대한 관심이 높았으며, 다양한 소비자들의 여행 고려 요소를 반영한 시설 및 정보제공, 여행 코스 추천이 필요하다.
- 반려동물과 함께하는 여행에서 고려하는 요소로는 반려동물이 목줄 없이 뛰어놀 수 있는 여행지 선호, 오르막, 계단 등 이동 수단을 통한 접근이 어려운 여행지 지형에 대한 부정 의견 등이 나타났다. 고려 요소들을 반영한 소셜 데이터로 알아보는 반려동물 동반 여행 추천 유형은 다음과 같다.

표 11. 소셜 데이터로 알아보는 반려동물 동반 여행 추천

구분	소셜 데이터
여행 시기	여름 시즌 인기/ 주말에 집중
인기 여행 지역	제주, 서울, 부산 순 인기 제주(맛집/장기 여행), 서울(산책), 부산(바다/문화명소) 등 지역별 특색 존재, 자연은 제주, 강원 / 액티비티는 경기 선호
숙소 유형	프라이빗한 독채펜션, 야외 캠핑장, 리조트 순 선호
여행 목적	자연/풍경 및 체험/액티비티 증가 차박, 호캉스, 노지 캠핑, 별 보기 등 新트렌드로 등장
여행 동반자	가족과의 여행이 가장 많은 비중을 차지하지만 감소하는 추세 친구와의 여행 언급 증가
행사	꽃 축제가 포토 스팟으로 높은 인기

(2) 불법시설 제도화 및 보험 등 안전 장치 마련 필요

- 반려인, 비반려인, 서비스 공급자 모두를 위한 반려동물 전용 여행보험, 사업장의 사고에 대비한 보험 상품이 전무한 실정으로 반려동물 동반 여행에서는 꼭 필요한 사항으로 필요성이 꾸준히 제기되고 있다.
- 현행법상 식품접객업으로 식음 업장 허가를 받아야 하는데 식품접객업장 내부는 반려동물 출입이 금지되어 있다. 현재 애견카페 등에서 불법으로 운영 중이나 이미 수요가 너무 많아진 탓에 단속하기 어려운 상황으로 반려동물 관련 사업을 추진하는 데 장애가 되는 법령들이 있고, 지자체에서도 반려동물 관련 정책을 펼치고 있으나 단순히 허용, 비허용 개념으로 제도화가 필요하다.

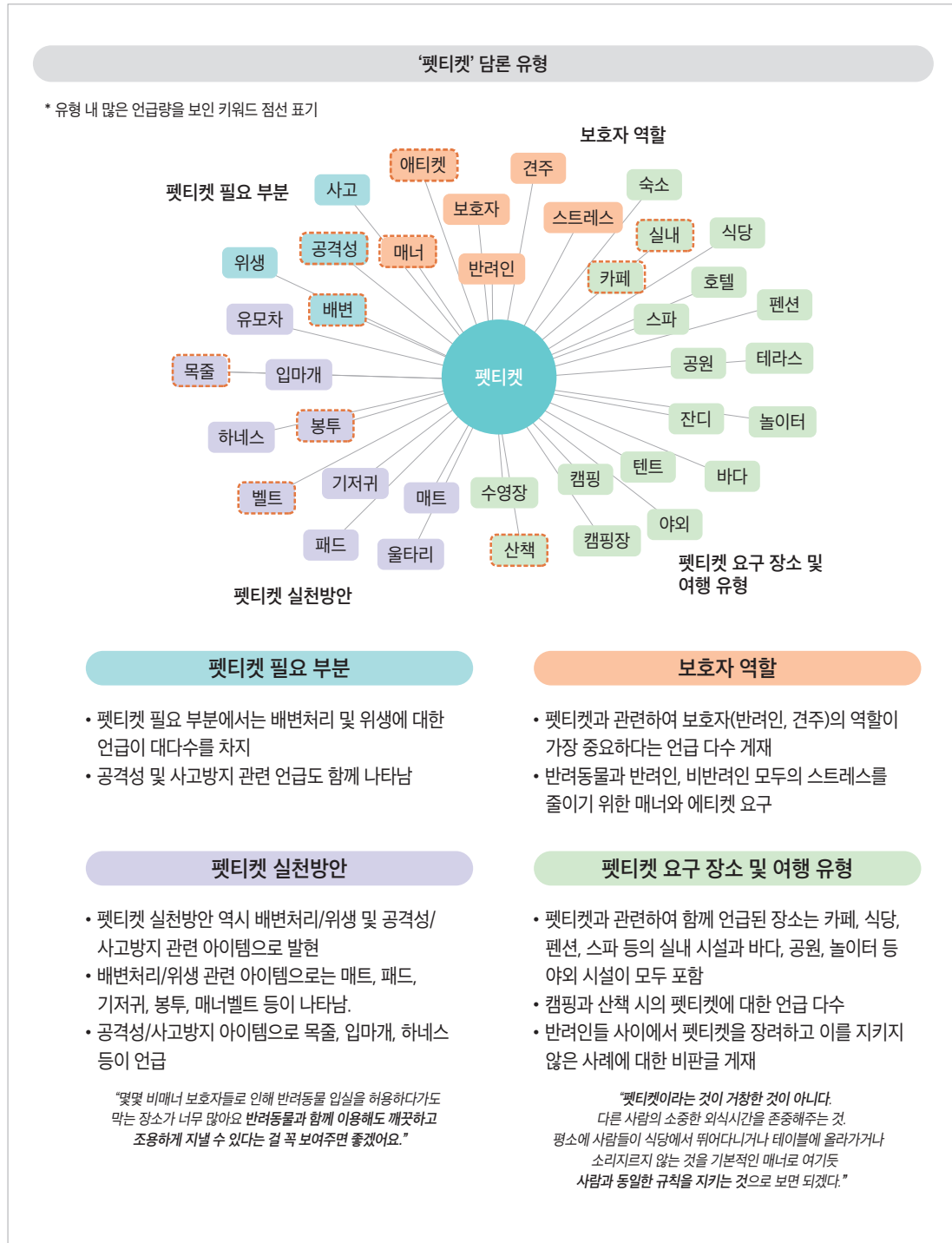
(3) 반려동물 동반 여행 편의 향상 및 정보 제공 강화 필요

- 반려동물 동반 여행 시 비싼 서비스 비용 및 예약 어려움의 고충에 대한 해결 방안 등 반려동물 동반 여행의 합리적 여행 방안이 필요하며 반려동물과 관련된 숙지사항 등이 여행의 기본 정보로 제공되어야 한다. 최근(21년 9월)에 강원관광재단 주도로 반려동물 여행 정보를 한눈에 확인할 수 있는 '강원 댕댕여지도'의 반려동물 여행 플랫폼이 개설되었다.

(4) 반려인-非반려인 인식 제고를 위한 펫티켓 홍보

- 2018년부터 서울시 교육청이 전국 최초로 초등학교생들을 대상으로 생명존중과 펫티켓에 대한 교육의 일환으로 동물복지 교육을 시행하였으며, 2019년 12월 생명존중 동물 사랑 교육자료를 개발하는 등 사람과 동물이 함께 사는 문화를 조성해 나가고 있다. 한국관광공사에서는 캠핑 반려동물 여행객을 대상으로 하는 '반려견 캠퍼들이 지켜야 할 펫티켓 소개' 뮤직비디오를 제작 중이며, 이를 통해 펫티켓 메시지 확산 등 반려동물에 대한 인식 개선과 문화 사업을 활발하게 진행하고 있다.
- SNS 상의 펫티켓 관련 담론 유형 분석 결과, 펫티켓은 주로 반려동물의 배변처리(위생) 및 공격성(사고 방지)과 관련하여 나타났으며, 반려인 내에서도 보다 즐거운 반려동물 동반 여행을 지속하기 위해 펫티켓을 장려하고 비매너 행위를 자정하려는 노력이 필요하다는 의견이 다수 게재되며, 반려인의 역할을 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있다.

그림 23. '펫티켓' 담론 유형



- 성숙한 반려 문화를 만들기 위해서는 반려인, 비반려인 서로의 이해가 필요하며 펫티켓 준수 노력이 필요하다. 소셜 데이터 분석, 소비자원 불편 신고, 이해관계자 인터뷰 등을 종합하여 펫티켓 준수 사항에 대해 정리한 사항은 다음과 같다.

표 12. 펫티켓 준수 사항

구분	준수사항
반려동물이 가족 구성원인 대상	배변봉투 지참, 배설물 치우기 목줄과 인식표 채우기 견종에 따라 입마개 착용 대중교통 이용 시 이동장 준비
반려동물이 가족 구성원이 아닌 대상	반려동물에게 소리치거나 부르는 행위 자제 보호자의 허락 없이 함부로 만지는 행위 자제 사람의 음식을 주는 행위 자제 목줄에 노란 리본 ²¹⁾ 을 단 강아지가 있다면 절대 만지지 않기
공급자 대상	반려동물 동반 가능 여부와 출입 안내에 대해 명확하게 안내 1. 광견병, 예방접종이 완료된 반려동물(개, 고양이)에 한해 목줄 착용 또는 케이지 동반 시 출입 가능 2. 해당 맹견은 고객의 안전을 위해 출입 제한 3. 반려동물이 제한되는 공간에 한해서는 사전에 고지하고, 해당 공간에 알림판 부착, 바닥 스티커 등으로 이중 고지 노력

- 법무부는 동물의 법적 지위를 명시하는 민법 98조의 2를 신설하는 법 개정안을 입법 예고했으며, 정부에서는 반려동물과 관련한 반려동물 관리체계 개선(반려동물 등록률 제고 등)과 동물보호 관리 시스템(동물보호 센터 전수점검 및 관리·감독 강화 등) 내실화를 위해 본격적인 제도 개선과 관리체계에 대해서 신중하게 검토하고 있으며, 2021년 9월30일 김부겸 국무총리가 주재한 제 13회 국정현안 점검조정회의에서 국무조정실 주관으로 마련한 '유기반려동물 관리체계 개선 방안'을 심의·확정했다.
- 반려동물과 함께하는 여행 트렌드는 지속적으로 발생할 것으로 전망된다. 내국인 여행객 확대를 위해 반려동물과 함께하는 여행의 새로운 비즈니스 모델 도입 및 확대 운영을 긍정적으로 검토할 때며, 반려동물 동반 감성 여행 시설 및 콘텐츠 발굴뿐 아니라, 반려동물 동반 여행 편의 향상 및 정보 서비스 강화, 반려동물 동반 여행 전용 여행보험 개발, 사업장 사고에 대비한 보험 상품 개발, 반려동물 동반 시설에 대한 법제도적 기반 마련, 반려인과 비반려인 인식 제고를 위한 펫티켓 가이드라인 수립 및 홍보 등 다양한 측면의 노력이 필요할 것으로 보인다.

21) 노란 리본 캠페인으로 사람의 손길을 싫어하거나, 건강하지 않거나, 안내견인 등의 이유로 만지지 말아 달라는 의미임

반려동물 동반 여행 동향 분석과 개선과제

DATA & TOURISM