

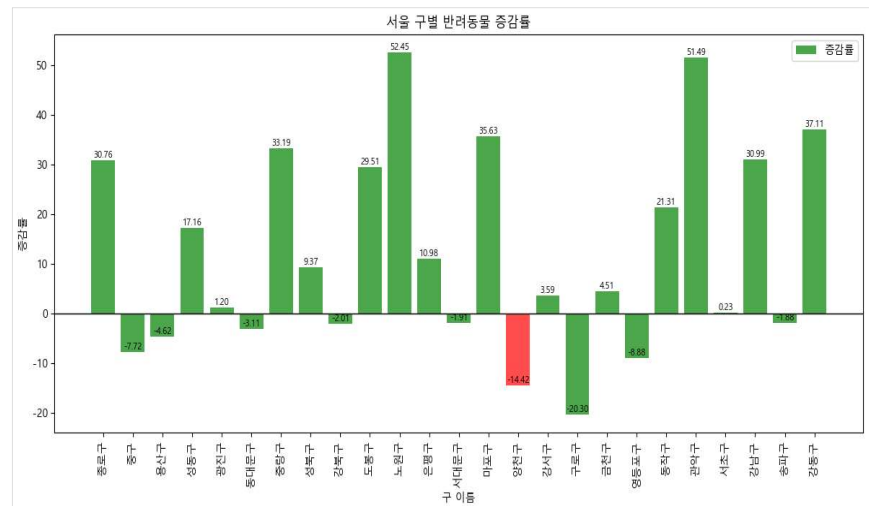
[붙임3]

데이터 분석 진단 및 정책적 해결방안 제안서

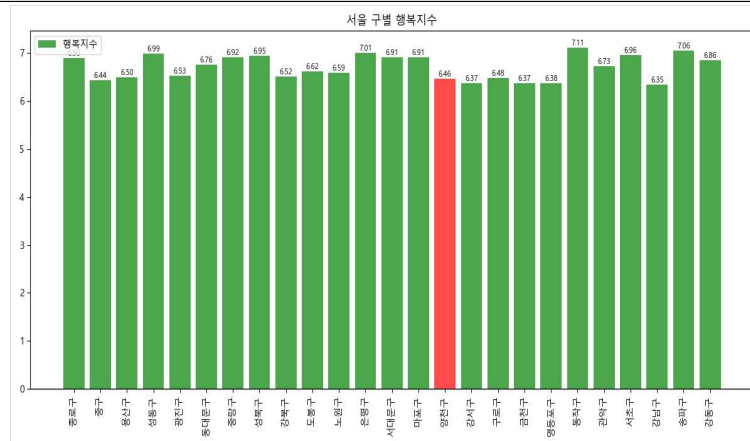
제목	반려동물 커뮤니티 형성 및 장소 제공 서비스		
제안제목	반려동물 커뮤니티 서비스	대표자 성명	류준형
추진배경	<p>[배경]</p> <p>양천구는 현재 서울시 평균 반려동물 유무에 있어서 15.2%로 낮은 퍼센트를 보여주고 있다. 이는 가장 높은 강남구의 44.1%에 비하여 28.9%나 낮은 비율이다. 이는 반려동물에 필요한 정보나 책임감 혹은 시설의 부족으로 인해 오는 적극성 결여 및 반려동물 인구의 유입이 적은 이유이다.</p> <p>[관련 현황]</p> <p>오픈서베이의 반려동물 트렌드 리포트에 따르면 반려동물을 키우지 않는 이유로 1등이 반려동물을 관리하는 것이 어려워서가 35.8% 2등이 반려동물을 끝까지 책임질 자신이 없어서가 2등이다. 이미 반려동물이 있는 인구에게는 반려동물을 키울 수 있는 집인가, 혹은 반려동물을 위한 가게나 문화 시설이 충분한가 역시 중요한 사항 중 하나이다. 이를 양천구 입장에서 관리 및 책임을 서포트할 수 있다면 반려동물 산업에 큰 더하기가 가능할 것이다.</p> <p>[목적]</p> <p>반려동물을 위한 커뮤니티 시설, 반려동물이 놀 수 있는 공원 조성, 특히 반려동물을 많이 키우는 20대~30대 분포를 중심으로 커뮤니티 센터를 세우고 프로그램을 운영한다면 반려동물 산업구를 만들 수 있을 것이다.</p>		
데이터 분석 진단	 <p>< 그림 1> 서울 구별 인구 증감률(양천구는 빨간색)</p> <p>그림 1을 보면 양천구는 연령이 2019년부터 꾸준히 감소하는</p>		

Figure 1 consists of four bar charts, each representing the monthly average difference in the number of people aged 20-34 in Seoul for the years 2019, 2020, 2021, and 2022. The x-axis for all charts is '연월' (Year-Month), with labels for each month from January to December. The y-axis is '인구차' (Population Difference). The y-axis scale for 2019 ranges from -0.05 to 0.04. For 2020, it ranges from -0.04 to 0.06. For 2021, it ranges from -0.05 to 0.06. For 2022, it ranges from -0.02 to 0.04. A red bar in each chart indicates the month of the survey (March). The bars are green, and the chart area has a light gray grid.

하지만 그림 2를 보면 20대 ~ 30대의 인구는 다른 구에 비해 꾸준히 증가하고 있는 것으로 보인다.



이에 반해 양천구의 2022년 반려동물 증감률은 무려 14.42%가 감소했다. 이는 양천구에 새롭게 많이 유입되고 있는 연령인 20~30대가 양천구에서 반려동물을 기르기 힘든 환경이라는 것으로 볼 수 있다. 실제 반려동물을 기르는 인구의 비율 역시 양천구가 15.23%로 서울의 모든 구에서 3번째로 낮은 구이다. 따라서 양천구의 시민 행복지수를 다른 구와 비교해 볼 필요가 있다. 아래는 행복지수를 그래프화 하였다.



〈 그림 4〉 서울 구별 행복지수(양천구는 빨간색)

그림 4를 보면 양천구는 다른 구들에 비해 상대적으로 행복지수가 낮은 구에 속하고 있다. 행복지수를 높일 수 있는 방법은 다양하지만 반려동물을 키움으로써 오는 만족감으로 지표 상승을 기대할 수 있다. 따라서 양천구에서 20~30대가 반려동물을 기르기 좋은 환경을 만들어 주어 꾸준히 유입되고 있는 20~30대의 삶의 질을 높일 필요성이 있다고 보여진다.

20~30대가 반려동물을 잘 기를 수 있는 환경을 만들기 위해서는 20~30대의 니즈를 파악해야한다.

해결방안



〈 그림 5〉 통계청 반려동물 관련 인식조사

(표본오차는 95% 신뢰 구간에서 $\pm 3.7\%$)

출처 : 세계일보(<https://m.segye.com/view/20201020515846>)

그림 5를 보면 반려동물을 혼자 두고 외출하기 어렵다는 문제와 병원비, 털과 배설물 처리가 어렵다는 문제가 가장 크다는 것을 볼 수 있다.

이런 문제를 구청에서 직접적으로 해결하는 데에는 어려움이 있다. 따라서 이를 개인이 커뮤니티를 통해서 자체적으로 해결할 수 있도록 정보 공유 및 활성화 커뮤니티를 만들어 주는 사업이 필요하다.

반려동물을 기르는 20~30세대는 그림 5와 같이 보편적으로 펫커머스를 많이 사용하는 것으로 나타났다.



< 그림 5> 반려동물 펫커머스 전체 이용자의
62%가 20~30대

출처 : 힐링앤라이프(<http://www.healingnlife.com>)

따라서 이와 비슷한 플랫폼 형태의 반려동물 커뮤니티를 구청에서 형성해주는 방안을 제안한다.

구청은 반려동물 주인들끼리의 커뮤니티가 잘 형성될 수 있도록 장소 제공과 서로 반려동물을 맡아 줄 수 있는 서비스 등의 다양한 서비스가 형성될 수 있도록 도움을 주는 것이다.

기대효과

[기대 효과]

- 반려동물 인구 유입 증가 및 반려동물 사업을 위한 산업구조 조성(ex 양천구 반려동물 문화 센터) 이로 인한 반려동물 산업 관련 소비 촉진
- 반려동물 주인들을 중심으로 사회적 연결을 강화, 지역 사회를 연결할 수 있는 수단이 됨

[적용 방안]

반려동물을 많이 키우는 20대 여성 인구 분포를 중심으로 반려동물 센터 및 커뮤니티, 프로그램 운영

[향후 전망]

결혼 인구가 줄고 1인 가구가 늘어 애완동물이 반려동물이라는 말로 바뀌었을 만큼 중요도가 올라갔습니다. 반려동물 산업은 점점 커질 것이며 이를 미리 대비해 산업 우선권을 잡는 것이 중요합니다.

*심사점수 참가자 미기재	실현가능성 (40점)	분석기법 활용 (30점)	결과 활용 (30점)	총점 (100점)

*심사점수는 심사위원이 채점하는 것이므로 공란으로 남겨두시기 바랍니다.