

# P.E.T

## 키워드로 본 펫 소비트렌드

글 | 김현진 숙명여대 미디어학부 박사 blueviolet20@gmail.com



# P.E.T 키워드로 본 펫 소비트렌드

반려동물을 위한 시장이 급성장했다. 이번 호에서는 P.E.T 키워드를 중심으로 **P**(Pet Economy Growth) 펫코노미의 성장, **E**(Enhancing Pets' Lives) 반려동물을 위한 혁신적인 서비스의 등장, **T**(Together as Family) 또 하나의 가족을 중심으로 살펴보고자 한다.



## P et Economy Growth: 펫코노미의 성장

펫코노미(Petconomy)는 반려동물(Pet)과 경제(Economy)의 합성어로, 반려동물 관련 산업과 시장을 의미한다. **그림 1** 을 보면, 빅카인즈로 분석한 뉴스에 등장한 ‘펫(Pet)’이라는 키워드는 최근 들어 더 급증하는 추세다.

소셜 연관어를 살펴보면 **그림 2**, 최근 고양이도 개 못지 않게 많이 등장했다. 최근 ‘펫푸드’와 ‘펫캉스’ 관련 키워드들이 많이 언급되고 있으며, 관련 서비스들이 출시되고 있다. 이는 반려동물 문화의 다양화와 고양이를 키우는 인구의 증가를 반영한다. 더불어 ‘펫푸드’(반려동물 음식) 시장의 성장은 반려동물의 건강을 중시하는 소비자들의 증가를 보여주며, ‘펫캉스(반려동물과 함께하는 휴가)’ 같은 새로운 소비 트렌드가 등장했다.

**그림 1** 뉴스에 등장한 펫(Pet) 키워드 추이 (출처: 빅카인즈)

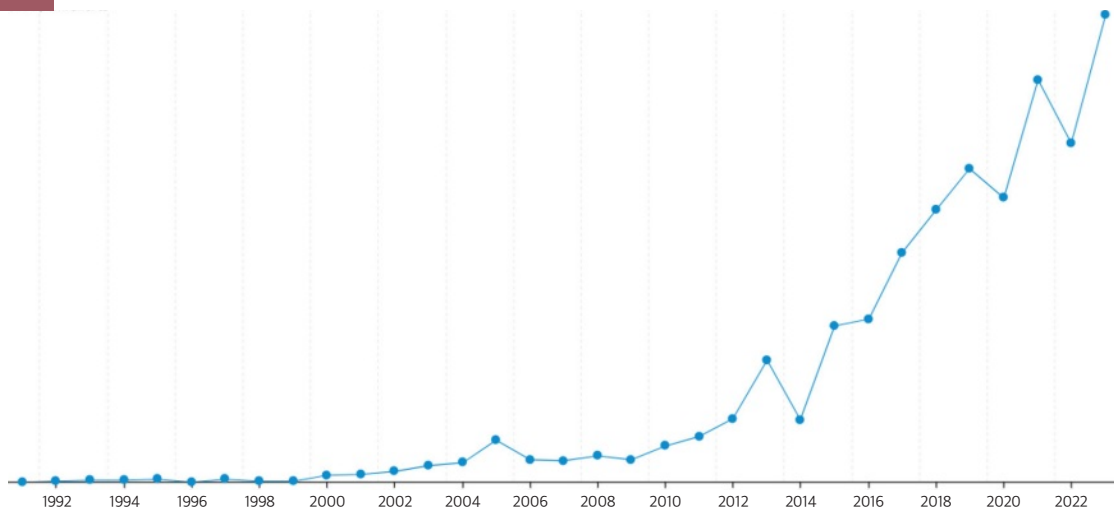
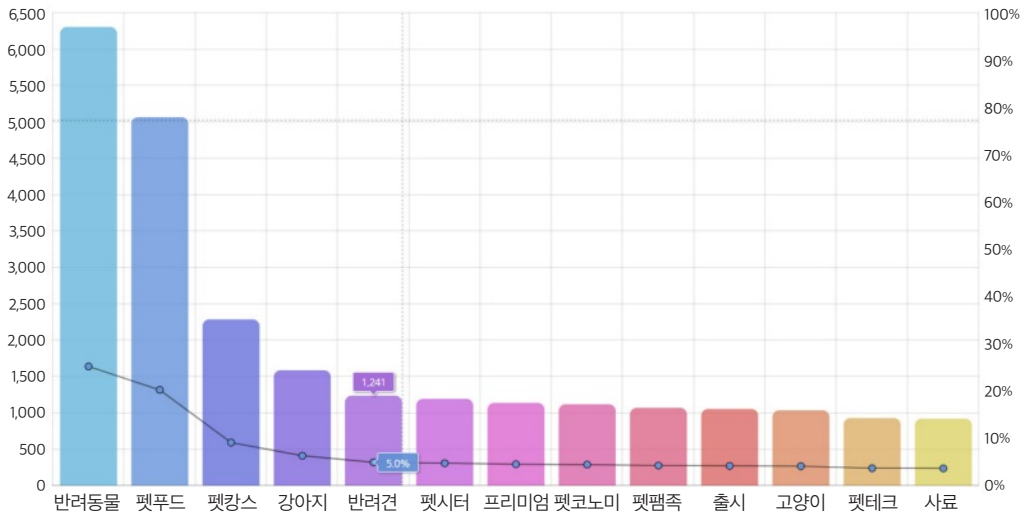


그림2 최근 1년사이 '펫' 관련 언급된 소셜미디어 연관어 (출처: Textom)



## Enhancing Pets' Lives: 반려동물을 위한 혁신적인 서비스의 등장

최근 소셜미디어에서 등장한 반려동물 관련 키워드를 네트워크 그래프 **그림3** 로 살펴보면 반려동물 산업에 새로운 트렌드가 등장하고 있는 것을 확인할 수 있다. 펫캉스, 펫 리조트와 같은 서비스들이 새로운 사업 영역으로 떠오르고 있으며, 이는 반려동물과 함께하는 시간을 더욱 특별하게 만들어주는 요소다. 펫푸드 시장에서는 맞춤형 사료, 유기농 간식과 같은 건강 중심의 제품들이 인기를 끌고 있다.

또한 '펫유치원'과 '펫시터' 관련 언급어도 등장하고 있다. 펫유치원은 반려동물이 사회화 기술을 배우고 다른 동물들과 건강하게 상호작용할 수 있는 환경을 제공한다. 이외에도 펫 아로마, 동물 재활 서비스 등 반려동물의 건강을 살피는 서비스들이 새로운 트렌드로 부상하고 있다.

펫테크(Pet+Technology) 서비스의 발전 또한 주목할 만하다. CES 2024에서 크게 주목받은 'AI for Pet' 서비

스는 '티티케어' 앱을 통해 반려동물의 건강 데이터를 관리하고 실시간으로 전문가와의 상담을 받을 수 있다. 반려동물의 건강 문제에 신속하게 대응할 수 있는 시스템을 제공하며, 필요한 경우 병원과 연계하여 건강 정보를 공유하고 전문적인 도움을 받을 수 있는 상담 기능을 포함하고 있다. 이러한 반려견 전문 서비스는 반려동물과 반려인들에게 새로운 경험을 제공하며 시장에서 빠르게 자리잡고 있다. 이러한 성장세는 국내뿐만 아니라 전 세계적인 트렌드로 반려동물을 위한 신박한 서비스와 제품들이 생겨나고 있다.

## Together as Family: 또 하나의 가족, 펫

반려동물이 단순한 동반자를 넘어 가족 구성원으로 인식되는 문화가 확산 중이다. '펫팸(FatFam)족'이라는 말은 반려동물을 가족처럼 여기는 사람들을 지칭하며, 이러한 인식의 변화는 특히 여성 소비자들 사이에서 두드러지게 나타나고 있다. '펫콕족'은 코로나19의 영향으로 집에서 반려동물과 더 많은 시간을 보내게 된 사



그림4

'애완동물' 업종 남녀 결제 비교 (출처 : 데이터 안심구역 카드결제 데이터)

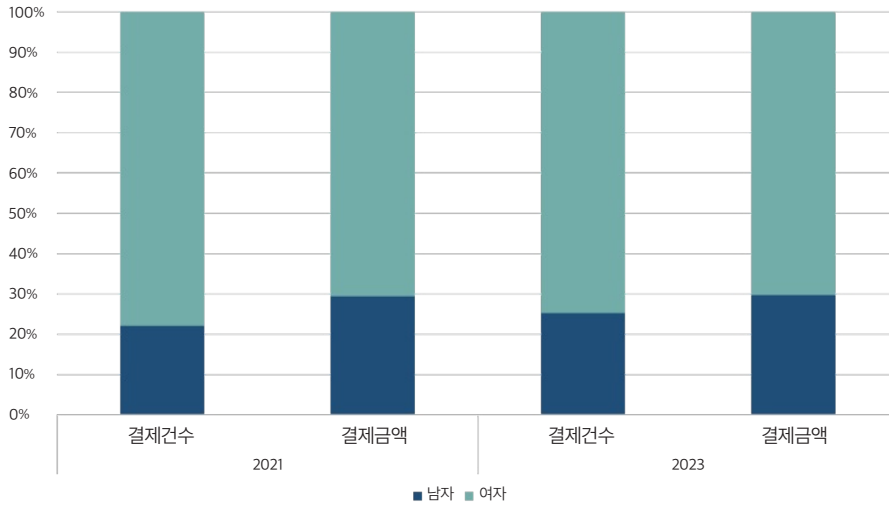
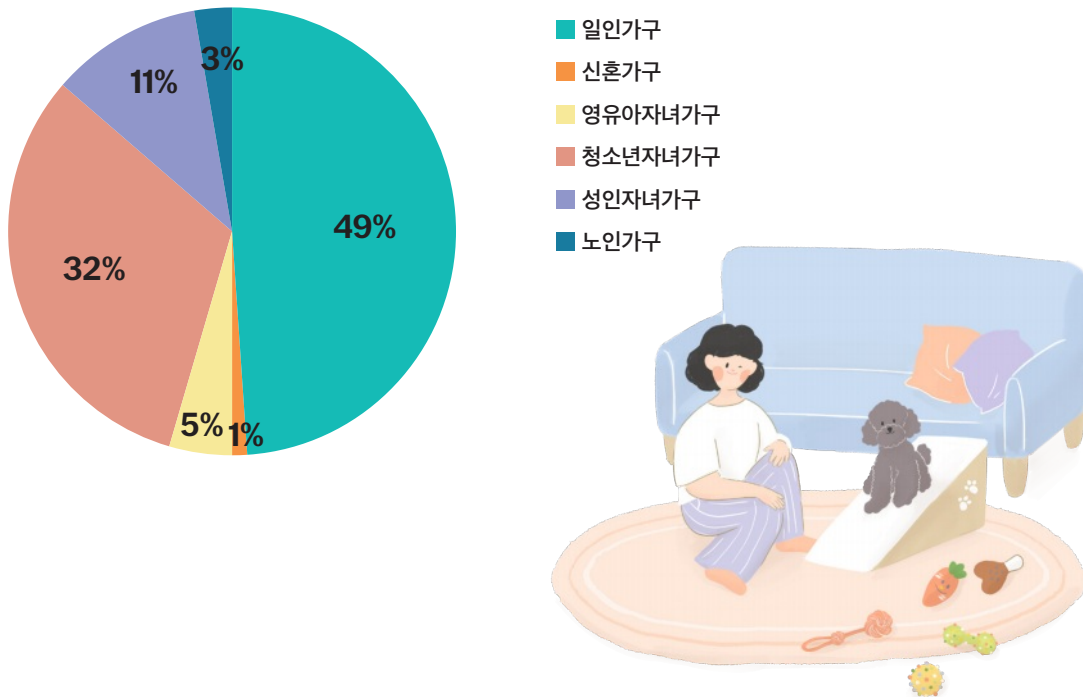


그림5

애완동물 업종 결제건수 생애주기별 가구 비교 (출처 : 데이터 안심구역 카드결제 데이터)



필자 | 김현진

디지털 마케팅 및 데이터 분석 분야에서 다년간의 기업 실무를 담당했다. 카드사와 제일 기획에서 다양한 역할을 수행 했으며 데이터 분석을 통한 인사이트를 기반으로 다양한 광고캠페인을 진행했다. 다양한 소셜 미디어를 활용하여 시장 트렌드를 분석하고 온라인 및 오프라인 마케팅을 기획하고 실행하는 일을 해왔다. ESG 커뮤니케이션과 지속가능한 소비 및 광고에 관한 여러 저서를 출판하였으며 다양한 교육 분야 경험도 있다.