

반려동물 양육 소비자의 동물등록제 인식에 관한 연구 : 소형견 양육자의 애착유형을 중심으로

Study on the Perception of Animal Registration System of the Companion Animal Owners : Focusing on the Pet Attachment Type of Small Dog Owners

최아라, 구혜경
충남대학교 소비자학과

Ara Choi(orzr1@cnu.ac.kr), Hye-Gyoung Koo(sophiak@cnu.ac.kr)

요약

본 연구는 반려견을 양육하는 소비자를 대상으로 동물등록제에 대한 인식을 구체적으로 확인하고, 반려견에 대한 애착양상에 따라 동물등록제에 대한 인식이나 선호가 달라지는지를 분석하였다. 온라인 설문조사를 통해 250부의 자료를 수집하였고, SPSS 24.0을 이용하여 분석을 실시하였다. 연구결과, 소비자가 반려견과의 관계에서 형성하는 애착의 형태는 동반자적 애착과 정서교감 애착으로 확인되었다. 반려견에 대한 애착양상에 따라 소비자는 단순동거형(25.6%), 친밀동반형(30.4%), 강한유대형(44.0%)의 3개 유형으로 분류되었다. 소비자 유형별로 동물등록제 인지여부 및 등록여부와의 관계에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 그리고 소비자 유형에 따라 동물등록제에 대한 인식 및 선호도에 있어 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 본 연구는 실효성 있는 동물등록제 개선 방안에 대한 소비자의 인식 및 선호를 실증하여 소비자 지향적인 동물등록제 발전 방향을 제언한다는 점에서 의의를 가진다.

■ 중심어 : | 동물등록제 | 반려동물 애착 유형 | 단순동거형 | 친밀동반형 | 강한유대형 |

Abstract

The aim of this study was to identify the awareness of the animal registration system, as well as to determine if there is a difference according to the types of pet attachment of consumers raising companion dogs. For this purpose, 250 data were collected by conducting an online survey and analyzed the data using SPSS 24.0. As a result of the study, pet attachment was identified as a companion attachment and emotional attachment. According to the form of attachment to dogs, the consumer types were categorized into three groups: type of simple cohabitation(25.6%), type of close companion(30.4%), and type of strong bond(44.0%). It was found that there are statistically significant differences in the relationship between the recognition and registration of the animal registration system for each consumer type. In addition, there were statistically significant differences in the perception and preference of the animal registration system depending on the type of consumer. This study has significance in that it suggests the effective direction of developing the consumer-oriented animal registration system.

■ keyword : | Animal Registration System | Pet Attachment Type | Type of Simple Cohabitation | Type of Close Companion | Type of Strong Bond |

* 본 연구는 충남대학교 연구장려장학금에 의해 지원되었음

접수일자 : 2020년 05월 13일
수정일자 : 2020년 07월 09일

심사완료일 : 2020년 07월 09일
교신저자 : 구혜경, e-mail : sophiak@cnu.ac.kr

I. 서론

코로나19 상황이 장기화 되면서 반려동물 입양이 증가하고 있다[1][2]. 반려동물이 주는 정서적 안정감과 애착이 우울감 극복에 도움이 되기 때문이다. 더욱이 핵가족화, 저출산 및 고령화, 1인 가구의 증가 등 사회구조의 변화에 따라 반려동물을 기르는 인구가 빠르게 증가하고 있다[3]. 2015년 기준 우리나라 반려동물 보유 가구 중 26.9%가 30대 1인 가구이며, 30.0%가 부부로만 구성된 1세대 가구이다[4]. 통계청 「장래가구추계」에 의하면 우리나라 전체 가구 중 1인 가구와 부부로만 구성된 1세대 가구가 차지하는 비율은 2000년 27.9%에서 2015년 42.8%까지 증가하였으며, 2025년에는 50.2%에 이를 것으로 추산된다. 따라서 우리나라 반려동물 보유 가구 및 마릿수는 앞으로도 지속적으로 증가할 것으로 예상된다[5].

반려동물에 대한 관심이 증가하며 연관 산업의 규모도 빠르게 성장하고 있지만[6], 반려동물의 보호와 관리 측면에서 사회적 문제들도 끊임없이 발생하고 있다. 최근에는 유기견에 대한 관심이 높다. 유기견은 주인이 돌보지 않고 버려진 개를 의미하며, 유기견의 증가는 유기견 케어 및 유기견 안락사 등 사후처리에 있어 막대한 사회·경제적 비용을 유발한다. 뿐만 아니라 생명 존중에 대한 기본적인 가치관에도 위배하는 결과이다. 실제로 일부 지자체에서는 유기견을 새 강정에 입양시키기 위해 유기견보호센터에서 기본적인 훈련을 시켜 새 가정에 입양시키기 위한 노력을 기울이고 있으며[7], 유기견 발생 차단을 위해 반려견 등록 비용을 지원하고 있다[8]. 반려견을 등록하면 양육자와 반려견에 대한 정보를 관리할 수 있으며, 유기동물 발생 시 주인을 찾아 줄 수 있어 사회·경제적 비용의 감소뿐만 아니라 반려동물에 대한 책임감을 보다 강조할 수 있다.

반려동물의 사전적 의미는 '사람이 정서적으로 의지하고자 가까이 두고 기르는 동물'로 그 용어 자체에 정서적 교감이나 애착의 개념이 내포되어 있다. 그러나 양육자와 반려동물간의 애착 정도에 따라 반려동물 양육 행태나 책임감이 달라질 수 있다. 유기견이 발생하는 것은 반려동물에 대한 애착수준이 낮기 때문이라고 볼 수 있다. 반려동물에 대한 양육자의 케어는 동물등

록에서 시작한다고 볼 수 있다. 이는 양육자가 반려동물을 책임지고 양육한다는 의미의 시작으로 우리나라에서는 2014년부터 전국적으로 동물등록제가 의무화 되었고 현재로서는 그 대상이 월령 2개월 이상의 개로 제한되어 있다. 동물등록은 의무사항임에도 불구하고 반려견을 실제 등록한 양육자는 50% 수준에 머물고 있다[9].

동물등록제의 기본적인 역할은 유기견 발생을 차단하기 위한 최소한의 조치이다. 그러나 이를 통해 향후 반려동물 관련 산업 활성화의 기반을 강화할 수 있다. 예를 들어, 동물등록제 수준이 100%에 가까워진다면 동물의료수가에 대한 표준화 작업을 수행할 수 있으며, 동물보험 산업의 활성화 또한 도모할 수 있다. 그리고 양육인들이 보다 신중하게 반려동물 입양을 준비할 수 있도록 하고 선진적인 반려동물 양육 문화를 형성할 수 있을 것이다. 이에 본 연구는 반려견을 양육하는 소비자를 대상으로 동물등록제에 대한 인식을 구체적으로 확인하고, 반려견에 대한 애착양상에 따라 동물등록제에 대한 인식이나 선호가 달라지는지를 실증하고자 한다. 이를 통해 동물복지에 기여하고 양육자인 소비자들의 선호를 반영하는 동물등록제의 발전 방안을 제안하고자 한다.

II. 문헌고찰

1. 동물등록제의 이해

1.1 동물등록제의 개념 및 관련 정책

동물등록제는 일본과 미국 등에서 동물유기를 사전에 예방하고 공중위생의 향상 및 공공복지의 증진을 도모하기 위한 목적으로 시행되고 있는 제도로[3], 우리나라에서도 유사한 목적으로 운영되고 있다.

해외의 경우 동물복지 관련 인식 수준이 높고, 동물등록 비율 자체가 우리나라에 비해 매우 높은 편이다[3]. 따라서 반려동물을 양육하면서 동물등록을 하는 절차가 일상적인 사항이기 때문에 동물등록제 자체의 개선이나 반려동물 양육인의 선호나 불만에 대한 연구는 많지 않은 것으로 보인다.

우리나라 동물등록제는 동물보호법에 근거한 것으로

유실·유기동물 보호비용 절감, 광견병 등 인수공통전염병 예방을 통한 공중보건향상, 실효성 있는 동물보호 및 반려동물 문화 향상을 위한 목적으로 도입된 제도이다[10]. 이는 2008년에 도입되어, 2013년에는 일부 지자체를 대상으로 시범 운영 되었으며, 2014년 1월부터 전국 확대 시행되어 등록이 의무화되었다.

동물보호법에 따르면 등록대상동물은 반려(伴侶) 목적으로 기르는 개에 한정된다. 구체적으로 월령 2개월 이상인 개 중 주택법 제2조 제1호 및 제4호에 따른 주택(단독주택, 공동주택), 준주택(기숙사, 다중생활시설, 노인복지주택, 오피스텔)에서 기르는 개를 의미한다[11].

반려견을 소유한 사람은 동물등록제를 실시하는 지역에 거주하는 경우 소유한 날로부터 30일 이내에 자신의 주소지를 관할하는 시·군·구청에 소유자의 인적사항, 반려견의 이름, 성별, 품종 등을 신고하여야 한다. 법령에 따라 반려견을 동반하고 외출할 때에는 연락처 등을 표시한 인식표를 반려견에게 부착하여야 한다. 이상의 법령을 위반하는 경우 50만원 이하의 과태료가 부과된다[12].

동물등록은 동물등록대행기관을 통해 이루어진다. 동물등록대행기관은 동물병원, 동물보호단체 및 센터, 동물판매업체 등 지자체 동물등록 업무를 대행하는 기관으로 2020년 4월 기준 서울 836개소, 경기 978개소를 포함하여 전국 3,554개소가 있다[13].

반려견 소유자는 동물등록대행기관에 방문하여 등록신청서를 제출하고, 대행기관에서는 신청자가 선택한 사항에 따라 동물등록을 대행한다. 대행기관에서 등록된 정보를 농림축산검역본부에서 운영하는 동물보호관리시스템에 입력한 후 등록 신청서를 시·군·구청에 송부하면 시·군·구청에서는 관련 정보를 확인한 후 등록번호 및 소유자 인적사항 등이 기재된 동물등록증을 발급하는 절차이다.

1.2 동물등록 방법

동물등록방법은 내장형 무선식별장치 삽입, 외장형 무선식별장치 부착, 등록인식표 부착 등 세 가지 방법이 있다. 먼저 내장형 무선식별장치 방식이란 반려견 및 소유자의 등록 정보가 저장된 쌀알 크기의 마이크로

칩을 반려견의 체내 피하부위에 삽입하는 방식이다. 다음으로 외장형 무선식별장치 부착 방식은 반려견 및 소유자의 등록 정보가 저장되어 있는 전자태그를 목걸이와 같은 형태로 반려견에게 착용시키는 방식이다. 마지막으로 등록인식표 부착 방식은 반려견 및 소유자의 등록 정보를 전자적인 방식으로 저장한 태그가 아닌, 이름표에 단순 기재한 목걸이 형태로 반려견에게 착용시키는 방식이다

한편 최근 과학기술의 발전에 따라 반려동물의 생체 정보를 이용하여 동물등록이 가능하게 하는 새로운 대안이 제안되고 있다[3][14][15]. 이에 반려동물의 모근을 활용한 DNA 등록법, 반려동물의 흥채를 활용하여 개체 식별이 가능한 흥채 등록법, 반려동물의 귀에 내제된 정맥패턴을 인식하여 개체를 식별할 수 있는 정맥 등록법, 반려동물의 코 무늬 및 발바닥 무늬를 인식하여 개체를 식별하는 방식인 비문 및 족문 등록법 등이 있다.

1.3 동물등록 현황 및 인식

농림축산검역본부에서 공개한 최근의 실태조사 결과에 따르면 2018년 신규 등록된 반려견은 14만 6,617마리로 전년대비 39.8% 증가하였으며, 2018년까지 등록된 반려견의 총 숫자는 누계로 130만 4,077마리로 조사되었다[9]. 전술한 바와 같이 동물등록제는 2014년 전국으로 시행되었으며 2015년 이후 신규 등록 마릿수는 매년 증가하는 것으로 나타났다. 구체적으로 2015년 91,232마리, 2016년 91,590마리(0.4% 증가), 2017년 104,809마리(14.4% 증가), 2018년 146,617마리(39.8%)인 것으로 집계되었다. 2018년 신규 등록 방식으로는 내장형 무선식별장치 89,482마리, 외장형 무선식별장치 40,657마리, 등록인식표 16,478마리인 것으로 나타났다[9].

농림축산검역본부가 실시한 2018년 동물보호에 대한 국민인식 조사 결과에 따르면 반려견을 기르고 있는 가구 중 50.2%가 동물등록제에 참여한 것으로 나타났으며, 49.8%는 아직 동물등록을 하지 않은 상태로 반려견을 기르고 있는 것으로 나타났다[9]. 동 자료에 의하면 동물등록을 하지 않은 이유는 '등록할 필요성을 느끼지 못해서'라는 응답이 49.7%로 가장 높았으며, '등

등록도를 알지 못하여서(31.4%), '동물등록방법 및 절차가 복잡해서(15.8%)' 순으로 나타났다[9]. 한편 한국 농촌경제연구원에서 발표한 자료에 의하면 동물등록을 하지 않은 이유로 '동물등록제에 대해 알지 못해서(43.7%)', '필요성을 느끼지 못해서(37.1%)', '내장형 무선식별장치를 삽입할 때 동물에 발생할 피해가 우려되어서(23.7%)' 등이 주요 이유인 것으로 나타났다. 동물 등록 시 불편한 점으로는 '등록 장치 선택폭 제한(내장형 무선식별장치 위주 추천 등)'이 32.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '동물 등록 비용 과다(25.2%)', '동물등록 대행기관을 찾기 어려움(20.2%)', '동물 등록 기관이 거주지로부터 너무 멀리 있음(13.9%)'의 순인 것으로 나타났다[3].

이처럼 반려동물 등록은 법적 의무사항임에도 불구하고 비교적 낮은 등록 현황을 보이고 있어 동물등록제가 잘 정착되어 있지 않은 것으로 볼 수 있다. 현재 동물등록 방법 중 외장형 무선식별장치 및 동물인식표 부착 방식의 경우 임의로 제거할 수 있고 분실의 우려가 있기 때문에 동물등록제의 '유기·유실동물 발생 방지' 목적을 달성하는 데 한계가 있다. 또한 반려견의 동물등록 여부는 반려동물 보험 가입 시 개체 식별 및 연령 구분을 위한 목적으로 고려되는 사항인데 현재 낮은 등록률과 개체 식별이 어려운 등록방법의 한계점 등으로 인해 관련 산업 활성화의 저해 요인으로 언급되고 있다[3][16].

이에 동물등록제의 목적을 실현하고 실효성을 제고하며 반려동물 양육자의 우려를 해소할 수 있는 새로운 대안으로 DNA, 비문 및 족문, 홍채인식 등 과학적 방식의 적용을 통한 동물등록 방법이 제안되고 있다[3][14][15]. 이에 본 연구에서는 새로운 동물등록방법에 대한 반려견 양육자의 전반적 인식과 선호도의 파악이 중요한 시점으로 보았다.

2. 반려동물 애착 관련 선행연구

애착은 Bowlby(1969)의 애착 이론(Attachment Theory)으로 설명되는 개념이다. 구체적으로 애착이란 특정 대상과 대상 사이에서 형성되는 강하고도 지속적인 심리적·정서적 유대감을 의미한다[17]. Ainsworth & Bell(1970)은 애착을 두 사람 사이의 정서적 또는 애

정적 유대를 의미하는 것으로서 애착 대상과 접촉하고 근접하려는 성향을 지속적으로 가지는 인간의 내적 상태를 나타내는 것이라고 정의하였다[18]. Dobson & Perry(2010)는 애착을 진정, 편안함, 즐거움 및 안전을 특징으로 하는 특정 사람과의 지속적인 관계로 정의하였고 이 개념에는 애착을 형성한 상대방에 대한 상실 또는 상실의 위협에 직면하였을 때 느끼는 격렬한 고통의 감정을 포함한다고 하였다[19]. 대인간의 관계에 적용되어오던 애착의 개념은 그 적용 범위가 점차 동물에게로 확대되어 인간과 반려동물 사이에서도 애착이 형성될 수 있다는 점이 밝혀졌다[20, 21]. 이후 반려동물과의 관계에서 형성된 애착이 사람의 심리적 건강이나 정서적 발달 등에 미치는 영향을 규명하기 위한 연구가 수행되었다[22-24]. 한아람(2016)은 아동을 대상으로 한 연구에서 반려동물에 대한 애착이 아동의 공감능력에 영향을 미치는 것을 밝혔다[22]. 한아람(2017)의 성인을 대상으로 한 연구에서는 반려동물에 대한 애착이 강할수록 성인의 삶의 질이 높았으며 반려동물에 대한 태도보다 애착이 삶의 질에 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다[23].

반려동물과의 관계에서 형성된 애착이 반려동물을 소유한 사람의 양육 관련 제반 행동에 미치는 영향을 규명한 연구도 다수 수행되었다. Shore et al.(2005)은 반려동물을 위한 장난감이나 반려동물의 털 관리 등 필수재가 아닌 제품 및 서비스를 소비하는 행동을 반려동물 소유자의 애착을 통해 관찰할 수 있다고 하였으며 반려동물에 대한 애착이 높을수록 반려동물 소유자가 고급 제품을 구입할 가능성이 높아진다고 하였다[25]. 마찬가지로 Chen et al.(2012)은 반려동물을 위한 프리미엄 사료나 필수재가 아닌 장난감 등을 구입하기 위해 많은 돈을 지불하는 소비행동을 연구하기 위해서는 반려동물과 소유자 간의 관계를 고려해야 한다고 강조하였다. 따라서 그들의 연구에서는 반려동물에 대한 애착 정도를 측정하여 반려동물과 소유자 간의 관계를 규명하고 이를 통해 반려동물 소유자의 소비가치 및 소비행동을 유형화하였다[26]. Brockman et al.(2008)은 반려동물에 대한 소비자의 정서적 애착 수준이 수의 치료에 관한 의사결정에 크게 작용하며, 애착이 강할수록 비용에 상관없이 반려동물을 살리기 위해 기꺼이 고액

치료를 결정하는 경향이 높게 나타나는 것을 실증하였다[27]. 국내 연구에서도 조수영과 권숙영(2017)은 반려동물 보호자의 반려동물에 대한 애착도가 높을수록 향후 최대 지불 가능한 동물병원 수의료비가 높게 나타난다고 밝힌 바 있다[28].

선행연구들에서 반려동물 양육자와 반려동물 간 형성된 애착 관계는 반려동물을 기르는 과정에서 수행하는 다양한 양육 관련 행동에 영향을 미치는 주요 요인임을 확인하였다. 이에 본 연구에서는 반려견 애착 유형에 따른 동물등록제 인식 및 선호도를 분석하고자 한다. 아울러 본 연구에서는 Bowlby(1969)[17]와 Ainsworth & Bell(1970)[18]이 제시한 애착의 정의를 참고하여 '반려견 애착'이란 반려견 양육자와 반려견 사이에서 형성되는 특별한 정서적 또는 애정적 유대감을 의미하는 것으로 정의하고자 한다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 반려견 양육자의 동물등록제에 관한 인식을 파악하기 위하여 반려견 양육자를 반려견과의 애착 관계에 따라 유형화하고, 이들의 동물등록제에 대한 전반적 인식 및 동물등록 방식별 선호도 차이가 있는지를 구체적으로 파악하고자 하였다. 이러한 연구목적에 달성하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 반려견 양육자가 반려견과 형성하는 애착의 형태는 어떻게 구분되는가?

둘째, 반려견과 형성하는 애착형태에 따라 양육자-반려견 간 관계는 어떻게 유형화 되는가?

셋째, 반려견과의 애착 관계 유형별로 나타나는 동물등록제 관련 실태, 인식 및 선호도는 어떠한가?

2. 조사도구의 구성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 동물등록제 관련 문헌 및 반려동물 애착 관련 선행연구를 고찰한 결과를 바탕으로 [표 1]과 같은 조사 도구를 구성하였다. 먼저 반려견 양육자가 현재 기르고 있는 반려견의 기본적 특성을 조사하기 위하여 5문항을 구성하였고 응답자의

일반적 특성을 확인하기 위하여 4문항을 구성하였다.

다음으로 동물등록제 관련 실태와 인식 및 선호도를 측정하고자 하였다. 동물등록제 관련 실태의 경우 현재 반려견 양육자가 제도에 대하여 인지하고 있는지, 양육 중인 반려견을 등록하였는지, 등록하였다면 어떠한 방식으로 등록하였는지를 조사하였다. 동물등록제 관련 인식의 경우 조사대상자의 제도 인지 및 등록 여부와는 관계없이 모든 응답자의 인식을 확인하고자 하였다. 관련 문항은 지인배 외(2017)의 한국농촌경제연구원 기본연구보고서 동물등록제 인식 관련 조사 도구를 참조하여 구성하였다[3]. 동물등록제 관련 선호도는 현재 시행 중인 동물등록 방식 세 가지와 미래의 새로운 대안으로 언급되는 다섯 가지 동물등록 방식에 대한 선호도로 구성하였다.

마지막으로 반려견 양육자가 반려견과 어떠한 애착 관계를 형성하는지 확인하기 위하여 Johnson, Garrity & Stallones(1992)가 개발한 LAPS(Lexington Attachment to Pets Scale)를 참고하여 10개 문항을 구성하였다[29]. LAPS는 반려동물 소유자들이 현재 함께 거주하는 반려동물에 대한 애착도가 어느 정도인지를 측정하기 위한 척도이다.

표 1. 조사도구의 구성

구분 (문항수)	조사내용(문항)	측정 방법	
반려견 특성(5)	건강, 성별, 연령, 양육장소, 종성화 수술 여부	명목	
동물등록제	실태(3)	동물등록제 인지여부, 동물등록 여부, 동물등록 방식(마이크로칩/무선식별장치/등록인식표)	명목
	인식(7)	내장형 칩 삽입에 대한 거부감/동물등록 비용 부담감/선택 가능 방법이 제한적임/절차의 까다로움 및 번거로움/필요성 미인지/관련 정보 불충분/제도의 비현실성	5점 리커트
	현행 선호도(3)	내장형 마이크로칩 삽입 시술 방식/외장형 전자태그 부착 방식/외장형 동물인식표 부착 방식	5점 리커트
	미래형태 선호도(5)	DNA 등록 방식/홍채 등록 방식/정맥 등록 방식/비문 등록 방식/족문 등록 방식	5점 리커트
반려견 애착(10)	내가 키우는 개(강아지)는 나의 어떤 친구보다도 의미 있는 존재임 나는 나의 개(강아지)가 나의 가족구성원 중 한 명이라고 생각한다 나는 나의 개(강아지)와 자주 같이 지내기 위해 노력함 다른 사람들이 나의 개(강아지)를 대하는 태도에 따라, 그 사람에 대한 나의 기분이나 감정이 달라짐 나는 자주 나의 개(강아지)에게 마음의 이야기를 털어 놓음 내 기분이 좋지 않을 때 나의 개(강아지)는 그 기분을 잘 알아차려 줌 나는 내가 키우는 개(강아지)와 매우 친밀한 관계를 맺고 있음	5점 리커트	

	나의 개(강아지)는 나에게 행복감을 더해줌 나는 나의 개(강아지)를 사랑하는 것이 나를 건강하게 만든다고 생각함 나에게 개(강아지)는 그냥 동물인 게 아니라, 반려자와 같은 의미 있는 존재임	
인구통계 특성(4)	성별, 연령, 직업, 혼인상태	명목

3. 자료수집 및 분석 방법

본 연구는 동물보호법에 따른 의무적 등록대상 동물이 반려견이라는 점과 국내에서 많이 기르는 견종이 소형견이라는 점[30]을 고려하여 현재 거주하고 있는 집에서 소형견을 양육하고 있는 전국 성인남녀를 연구대상으로 하였다. 리서치 전문 업체인 ㈜마크로밀엠브레인의 패널을 대상으로 2019년 5월 24일부터 28일까지 총 5일간 온라인 설문조사를 실시하였으며, 총 250명의 유효 데이터를 수집하였다. 설문 과정에서 응답자가 현재 여러 마리의 반려견을 기르고 있는 경우 가장 오래된 한 마리에 대해서만 응답하도록 통제하였다. 자료의 분석은 SPSS 24.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 기술통계, 요인분석, 신뢰도분석, K-평균 군집분석, 교차분석, 일원배치분산분석(one-way ANOVA) 등을 실시하였다. 조사대상자의 일반적 특성 및 양육 반려견 특성은 [표 2]와 같다.

표 2. 조사대상자의 일반적 특성 및 양육 반려견 특성

N=250							
항목	N	%	항목	N	%		
성별	남성	120	48.0	혼인 상태	기혼	135	54.0
	여성	130	52.0		미혼	115	46.0
연령 (M=40.0)	20대	53	21.2	직업	일반사무직	124	49.6
	30대	63	25.2		전문/경영/관리/프리랜서	42	16.8
	40대	62	24.8		자영업/노동/생산/서비스직	40	16.0
	50대	72	28.8		전업주부	23	9.2
견종	말티즈	87	34.8	반려견 성별	학생/무직	21	8.4
	푸들	56	22.4		임컷	136	54.4
	포메라니안	31	12.4		수컷	114	45.6
양육 장소	기타*	76	30.4	반려견 연령 (M=6.3)	0개월~만2세	63	25.2
	실내	246	98.4		만3세~만4세	44	17.6
실외	4	1.6	만5세~만6세		49	19.6	
중성화 수술 여부	수술	142	56.8		만7세~만10세	52	20.8
	비수술	108	43.2		만11세~만20세	42	16.8

*견종기타 : 상위 3위 제외한 나머지 견종(각 종별 빈도 최소7~최대 26)

IV. 연구결과

1. 반려견 애착에 대한 탐색적 요인분석

본 연구에서 사용한 반려견 애착 관련 척도의 내용 타당도를 확인하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 베리맥스 회전을 적용하였으며, 고유값은 1.0 이상이고 요인적재치는 0.5 이상인 요인을 추출하였다. 그 결과 요인적재치가 모두 0.5 이상으로 나타나 누락되는 항목은 없었다. KMO 값은 0.928로 양호한 것으로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정 결과 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 반려견 애착은 [표 3]에 제시된 바와 같이 총 2개의 요인으로 구분되었고, 전체 분산의 70% 이상을 설명하고 있다. 또한 모든 변수의 Cronbach's α 계수가 0.6 이상으로 나타나 내적 일관성이 적절한 수준으로 확보되었다.

첫 번째 요인은 반려견을 가족, 친구, 반려자와 같은 의미로 생각한다는 문항들로 구성되어 이를 '동반자적 애착'으로 명명하였다. 이 요인에서 평균값이 가장 높은 항목은 '나는 나의 개(강아지)가 나의 가족구성원 중 한 명이라고 생각한다.'가 4.36점으로, 반려견을 가족으로 인식하는 수준이 높은 것으로 나타났다.

두 번째 요인은 반려견 양육자와 반려견 사이의 감정에 대한 언어적·비언어적 의사소통에 관한 문항으로 구성되어 이를 '정서교감 애착'으로 명명하였다. 요인을 구성하는 두 항목의 평균값을 비교한 결과, '내 기분이 좋지 않을 때 나의 개(강아지)는 그 기분을 잘 알아차려 준다.'가 3.70점으로 더 높게 나타났다. 이를 통해 반려견과의 정서적 교감은 언어적 표현보다는 비언어적 의사소통 방식을 통해 더 많이 이루어진다는 점을 알 수 있다.

반려견 애착 요인별 전체 평균값을 확인한 결과, 동반자적 애착(4.18점)이 정서교감 애착(3.53점)보다 더 높게 나타났다. 즉 반려견 양육자와 반려견 사이에서 형성되는 애착은 상호간 언어적·비언어적 의사소통을 통한 정서적 교감보다 양육자가 인지적으로 판단하는 동반자적 가치 인정에 따라 더 높은 수준으로 형성되는 경향이 확인되었다.

2. 반려견 애착유형에 따른 관계 유형화

2.1 양육자-반려견 애착 관계의 유형

반려견과의 애착 관계 유형별로 나타나는 동물등록 제 인지 및 등록 실태와 더불어 제도에 대한 인식 및 동물등록 방식의 선호도 차이를 파악하기 위하여 앞서 확인한 반려견 애착의 탐색적 요인분석 결과를 토대로 K-평균 군집분석을 실시하였다. 2개에서 4개까지 다양한 집단 구분을 시도하였으며, 각 군집별 인원수와 군집의 특성을 고려하여 최종 3개 군집으로 유형화하였다(표 4). 군집별 구성비를 확인한 결과, 군집1은 64명(25.6%), 군집2는 76명(30.4%)으로 나타났으며 군집3은 110명(44.0%)으로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

군집1은 가정에서 함께 살고 있는 반려견을 동반자로서 인지하는 동반자적 애착 수준이 다른 두 군집 대비 가장 낮은 것으로 나타났다. 또한 반려견과의 정서적 교감을 바탕으로 형성되는 정서교감 애착 수준 역시 평균값 수치상 가장 낮은 것으로 나타났다. 이에 반려견과의 관계를 단순히 한 집에서 같이 사는 관계로만 여기는 것으로 보아 군집1을 '단순동거형'으로 명명하였다.

표 3. 반려견 애착 요인분석 결과

항목	요인1	요인2	평균 (SD)
	동반자적 애착	정서교감 애착	
나는 나의 개(강아지)가 나의 가족구성원 중 한 명이라고 생각한다.	0.873	0.092	4.36 (0.73)
나의 개(강아지)는 나에게 행복감을 더해준다.	0.860	0.172	4.28 (0.77)
나에게 개(강아지)는 그냥 동물인 게 아니라, 반려자와 같은 의미 있는 존재이다.	0.841	0.275	4.18 (0.78)
내가 키우는 개(강아지)는 나의 어떤 친구보다도 의미 있는 존재이다.	0.825	0.225	4.18 (0.81)
나는 나의 개(강아지)를 사랑하는 것이 나를 건강하게 만든다고 생각한다.	0.811	0.286	4.13 (0.81)
나는 나의 개(강아지)와 자주 같이 지내기 위해 노력한다.	0.784	0.259	4.16 (0.78)
나는 내가 키우는 개(강아지)와 매우 친밀한 관계를 맺고 있다.	0.753	0.339	4.11 (0.79)
다른 사람들이 나의 개(강아지)를 대하는 태도에 따라, 그 사람에 대한 나의 기분이나 감정이 달라진다.	0.548	0.482	4.03 (0.83)
나는 자주 나의 개(강아지)에게 마음의 이야기를 털어 놓는다.	0.132	0.839	3.37 (0.96)
내 기분이 좋지 않을 때 나의 개(강아지)는 그 기분을 잘 알아차려 준다.	0.245	0.791	3.70 (0.88)
고유값	5.105	1.989	-
누적분산%	51.053	70.944	
Cronbach's α	0.935	0.623	
요인별 평균(SD)	4.18 (0.65)	3.53 (0.78)	

표 4. 반려견 애착에 따른 양육자-반려견 관계 유형화

요인	반려견 애착 관계 유형(M(SD))			F
	군집1 (N=64, 25.6%)	군집2 (N=76, 30.4%)	군집3 (N=110, 44.0%)	
	단순동거형	친밀동반형	강한유대형	
동반자적 애착	3.31(0.33) a	4.27(0.36) b	4.62(0.42) c	238.966***
정서교감 애착	2.96(0.57) a	3.03(0.52) a	4.22(0.44) b	186.879***

***p<0.001 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정결과

군집2의 경우 반려견과의 정서적 교감 애착은 군집1의 수준으로 낮은 편이나, 반려견과의 동반자적 애착 수준은 군집1보다 높게 나타났다. 즉 군집2는 반려견을 특별한 의미부여 없이 단순히 동거하는 관계를 넘어, 자신에게 행복감을 더해주고 친밀한 관계를 맺는 의미 있는 존재로서 인정한다는 점에 따라 군집2를 '친밀동반형'으로 명명하였다.

군집3은 전체 집단 중 모든 애착 유형이 가장 높게 형성되어 있는 집단으로 나타났다. 즉 반려견을 동반자로 인정하는 수준이 다른 집단 대비 가장 높고, 반려견과 정서적으로 교감하고 강한 유대감을 형성하는 수준 또한 다른 집단 대비 가장 높게 나타났다. 이에 양육자와 반려견 간 관계가 상당한 친밀도를 바탕으로 강한 정서적 교감이 이루어지는 매우 밀접한 관계인 것으로 보아 군집3을 '강한유대형'으로 명명하였다.

2.2 반려견 애착 관계 유형별 인구통계적 특성 및 반려견 특성

반려견 애착 관계 유형별 인구통계적 특성 및 반려견 특성을 확인하기 위하여 교차분석을 실시하였으며 카이제곱 검정을 통해 분석한 결과는 [표 5]와 같다. 먼저 각 유형별 인구통계적 특성 변수인 성별, 연령, 직업, 혼인상태 모두 군집 간에 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 단순동거형은 남성과 50대, 친밀동반형은 30대, 강한유대형은 여성과 20대의 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 다음으로 각 유형별 반려견 특성으로 견종, 반려견 성별, 반려견 연령, 양육장소, 중성화 수술 여부의 구성비를 확인하였으며 그 결과 중성화 수술 여부와 군집 간에 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 강한유대형의 경우 중성화 수술을 한

집단의 비율이 다른 군집 대비 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

표 5. 유형별 인구통계적 특성 및 반려견 특성

구분	반려견 애착 관계 유형(N(%))				X ²	
	단순 동거형 (N=64, 25.6%)	친밀 동반형 (N=76, 30.4%)	강한 유대형 (N=110, 44.0%)	계 (N=250, 100%)		
성별	남성	43(35.8)	36(30.0)	41(34.2)	120(100)	14.524**
	여성	21(16.2)	40(30.8)	69(53.1)	130(100)	
연령	20대	6(11.3)	17(32.1)	30(56.6)	53(100)	17.403**
	30대	12(19.0)	26(41.3)	25(39.7)	63(100)	
	40대	18(29.0)	17(27.4)	27(43.5)	62(100)	
	50대	28(38.9)	16(22.2)	28(38.9)	72(100)	
	60대	6(8.6)	10(13.9)	13(17.9)	39(100)	
직업	일반사무직	30(24.2)	49(39.5)	45(36.3)	124(100)	23.055**
	전문직 외	6(14.3)	15(35.7)	21(50.0)	42(100)	
	자영업 외	17(42.5)	6(15.0)	17(42.5)	40(100)	
	전업주부	5(21.7)	3(13.0)	15(65.2)	23(100)	
	학생/무직	6(28.6)	3(14.3)	12(57.1)	21(100)	
혼인	미혼	20(17.4)	43(37.4)	52(45.2)	115(100)	9.101*
	기혼	44(32.6)	33(24.4)	58(43.0)	135(100)	
중성화	수술	27(19.0)	45(31.7)	70(49.3)	142(100)	7.982*
	비수술	37(34.3)	31(28.7)	40(37.0)	108(100)	

*p<0.05, **p<0.01

3. 반려견 애착 관계 유형별 동물등록제 관련 실태, 인식 및 선호도

3.1 유형별 동물등록제 인지 및 등록 실태

반려견 애착 관계 유형별 동물등록제에 대한 인지 및 등록 실태를 파악하기 위하여 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 6]과 같다. 먼저 동물등록제 인지여부와 군집 간의 관계를 살펴본 결과, 인지하고 있는 경우는 강한유대형에 가장 많이 속해 있고, 인지하고 있지 않은 경우는 단순동거형에 속해 있는 것으로 나타났다. 다음으로 동물등록제 등록여부와 군집 간의 관계를 확인한 결과, 등록을 한 경우는 강한유대형에 가장 많이 속해 있고, 등록하지 않은 경우는 친밀동반형에 많이 속해 있는 것으로 나타났다. 동물등록제 등록 방식과의 관계에서는 통계적으로 유의한 결과가 나타나지 않았다.

전반적으로 총계 수치를 살펴본 결과, 반려견 양육자들은 동물등록제에 대하여 대부분 인지하고 있으나 실질적으로 모두 등록하지는 않는다는 점을 알 수 있다.

이에 반려견 양육자들이 현행 동물등록제에 관하여 어떻게 인식하고 있는지 파악함으로써 동물등록제를 제고할 수 있는 제도 개선 방안에 대한 탐색이 요구된다.

표 6. 유형별 동물등록제 인지 및 등록 실태

구분	반려견 애착 관계 유형(N(%))				X ²	
	단순 동거형 (N=64, 25.6%)	친밀 동반형 (N=76, 30.4%)	강한 유대형 (N=110, 44.0%)	계 (N=250, 100%)		
인지 여부	인지	53(23.3)	67(29.5)	107(47.1)	227(100)	11.040**
	미인지	11(47.8)	9(39.1)	3(13.0)	23(100)	
등록 여부	등록	25(19.2)	35(26.9)	70(53.8)	130(100)	11.336**
	미등록	39(32.5)	41(34.2)	40(33.3)	120(100)	
등록 방식 (N=130)	내장형 마이크로칩 삽입	11(20.4)	15(27.8)	28(51.9)	54(100)	0.729
	외장형 무선식별장치 부착	4(25.0)	4(25.0)	8(50.0)	16(100)	
	외장형 등록인식표 부착	10(16.7)	16(26.7)	34(56.7)	60(100)	

**p<0.01

3.2 유형별 동물등록제 인식 및 선호도 비교

반려견 애착 관계 유형별 동물등록제와 관련한 전반적 인식 및 동물등록 방식별 선호도 차이를 구체적으로 파악하기 위하여 일원배치분산분석을 실시하였다. 그 결과는 [표 7]과 같으며 일부 항목에서 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

인식 차이를 살펴보면, 단순동거형의 경우 강한유대형에 비해 동물등록 비용에 대한 부담감이 더 높고 동물등록 필요성을 더 낮게 인식하는 것으로 나타났다. 선택 가능한 동물등록 방법이 제한적이라는 인식에 대해서는 집단 간 차이가 구분되지는 않았으나 평균값을 비교하였을 때 강한유대형의 점수가 가장 높게 나타났다. 내장형 칩 삽입 시술에 대한 거부감은 친밀동반형이 단순동거형에 비해 더 높은 것으로 나타났다. 전반적으로 모든 집단에게서 내장형 칩 삽입 시술에 대한 거부감 인식이 가장 높게 나타났다. 전체 평균값을 살펴보면 반려견 양육자는 동물등록제 관련 정보가 불충분하고, 선택 가능한 등록방법이 제한적이라고 인식하는 수준이 높은 편임을 확인할 수 있다.

다음으로 동물등록 방식별 선호 차이를 살펴보면, 현행 방식에 대해서는 강한유대형이 단순동거형에 비해 외장형 동물인식표 부착 방식을 선호하는 정도가 더 높게 나타났다. 미래의 대안으로 언급되고 있는 동물등록 방식에 대해서는 친밀동반형이 단순동거형에 비해 DNA등록방식에 대한 선호가 더 높았고, 강한유대형이 단순동거형에 비해 홍채 등록방식에 대한 선호가 더 높게 나타났다. 전반적으로 반려견 양육자는 현행 방식 중 내장형 마이크로칩 삽입 기술 방식에 대한 선호도가 가장 낮고, 미래형 등록방식에 있어서는 DNA등록방식과 홍채 및 족문 등록 방식에 대한 선호도가 높은 편으로 나타났다.

표 7. 유형별 동물등록제 인식 및 선호도 차이

구분	반려견 애착 관계 유형(M(SD))			전체 평균 (SD)	F	
	단순 동거형 (N=64, 25.6%)	친밀 동반형 (N=76, 30.4%)	강한 유대형 (N=110, 44.0%)			
인식	내장형 칩 삽입 시술에 대한 거부감	3.47(0.96) a	3.87(1.06) b	3.85(0.99) ab	3.76 (1.01)	3.605*
	동물등록 비용이 부담스러움	3.19(0.87) b	2.91(0.96) ab	2.59(1.18) a	2.84 (1.06)	6.902**
	선택 가능한 동물등록 방법이 제한적임	3.27(0.78)	3.57(0.87)	3.60(0.91)	3.50 (0.88)	3.288*
	동물등록 절차가 까다롭거나 번거로움	3.19(0.83)	3.25(0.94)	2.94(1.15)	3.10 (1.02)	2.494
	동물등록 필요성을 느끼지 못함	2.98(0.98) b	2.72(1.12) ab	2.33(1.17) a	2.62 (1.14)	7.652**
	동물등록제 관련 정보가 불충분함	3.31(0.81)	3.66(0.74)	3.55(0.96)	3.52 (0.87)	2.865
	동물등록제가 현실적이지 않음	3.13(0.77)	3.22(0.92)	3.25(0.94)	3.21 (0.89)	0.435
현행 선호	내장형 마이크로 칩 삽입 기술 방식	2.84(1.04)	2.54(1.05)	2.50(1.06)	2.60 (1.06)	2.328
	외장형 전자태그 부착 방식	2.98(0.83)	3.05(0.97)	3.05(0.97)	3.04 (0.93)	0.132
	외장형 동물인식표 부착 방식	3.30(0.73) a	3.43(0.90) ab	3.66(0.88) b	3.50 (0.86)	4.091*
미래형 대안 선호	DNA 등록방식	3.13(0.97) a	3.59(0.85) b	3.46(1.06) ab	3.42 (0.99)	4.188*
	홍채 등록방식	2.92(0.80) a	3.18(0.88) ab	3.37(0.97) b	3.20 (0.91)	5.102**
	정맥 등록방식	2.81(0.79)	3.00(0.89)	3.06(0.97)	2.98 (0.91)	1.584
	비문 등록방식	2.94(0.83)	3.07(0.91)	3.23(1.01)	3.10 (0.94)	2.017
	족문 등록방식	3.06(0.89)	3.28(0.90)	3.23(1.06)	3.20 (0.97)	0.914

*p<0.05, **p<0.01 / a, b는 Scheffe의 사후검정결과

V. 결론 및 제언

본 연구는 반려견을 양육하는 소비자들이 반려견에 대한 애착양상에 따라 동물등록제에 대한 인식이나 선호가 달라지는지를 구체적으로 규명하고자 하였다. 반려동물에 대한 애착양상에 따라 소비자는 단순동거형, 친밀동반형, 강한유대형으로 유형화되었다.

단순동거형은 조사대상자의 25.6%로, 반려견에 대한 동반자적 애착과 정서교감 애착 모두가 가장 낮은 집단이다. 이들은 반려견과 동거하고 있으나 정서적 교감을 강하게 느끼지 않으며 단순 케어하는 집단이다. 남성, 40대 이상, 기혼 비율이 상대적으로 높으며 중성화 수술을 시키지 않은 비율이 비교적 높은 편이다. 이들 집단은 동물등록제에 대해 제대로 알지 못하는 비율이 높으며, 따라서 동물등록에 참여한 비율이 다른 유형에 비해 낮다. 뿐만 아니라 동물등록의 필요성을 느끼지 못하고 있으며, 동물등록비용을 부담스럽게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

친밀동반형은 조사대상자의 30.4%로 동반자적 애착은 높으나 정서교감 애착은 그에 비해 높지 않은 집단이다. 이들은 반려견을 가족구성원으로 여기고 매우 아끼지만 여전히 정서교감의 대상으로 인식하지는 않는다. 즉 반려견을 애정을 가지고 보살펴야하는 대상으로 인식하는 것이다. 이 집단은 남녀의 비율이 유사한 수준이며 30대, 미혼 비율이 높다. 친밀동반형의 경우 동물등록제 인지 비율에 비해 등록비율은 약간 낮은 것으로 나타났다. 이들은 특히 내장형 칩 삽입 시술에 대한 거부감이 가장 컸으며, 미래형 동물등록방식의 경우 DNA등록 방식을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

강한유대형은 조사대상자의 44%로 가장 높은 비율을 나타내고 있으며, 반려견에 대한 동반자적 애착과 정서교감 애착 수준 모두가 가장 높은 집단이다. 이들 유형은 여성, 20대 비율이 상대적으로 높고 중성화수술을 시킨 비율이 다른 집단대비 높은 것으로 나타났다. 이들은 다른 유형에 비해 동물등록제에 대한 인지비율이 높으며 동물등록 비용 역시 가장 높다. 그리고 동물등록제에 대해 동물등록비용을 부담스럽지 않다고 인식하고 있으며, 동물 등록 필요성을 가장 높게 인식하고 있다. 그리고 현행 동물등록방식 중에서는 외장형

동물인식표 부착 방식을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 미래형의 경우에는 홍채 등록방식에 대한 선호가 가장 높은 것으로 나타났다.

동물등록제 자체에 대한 인식의 경우 동물등록제의 필요성, 동물등록 비용에 대한 부담감이 존재하는 것으로 나타났으며 현재 가장 일반적인 동물등록 방식인 내장형 칩 삽입술에 대해서는 외과적 수술을 요하기 때문에 양육자들의 부담감이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 그리고 현행 동물등록 방식 중에서는 외장형 동물인식표 부착 방식이 외과적 수술 등을 동반하지 않고 견주입장에서 관리가 수월할 수 있기 때문에 전반적으로 선호하는 것으로 보인다. 미래형 방식에 있어서는 전반적으로 DNA방식의 선호가 상대적으로 높았으며 다음은 홍채등록, 족문등록 방식으로 나타났다. 그러나 애착유형에 따라서는 DNA방식과 홍채등록방식에 있어 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. DNA방식은 모근을 활용하는 것으로 단순히 개털의 채취로 인식하는 경우 양육인 입장에서는 가장 쉽고 편리한 방법으로 볼 수 있다. 따라서 단순동반형의 선호가 가장 높았던 것으로 보인다. 반면 홍채등록의 경우 정맥, 비문, 족문 등에 비해 비교적 쉽고 정확하게 동물식별을 가능케 하는 장치로 인식하여 강한유대형의 선호가 상대적으로 높은 것으로 판단할 수 있다.

이상의 결과에 근거할 때 동물등록제의 활성화를 위해 다음과 같이 제언하고자 한다(표 8). 첫째, 동물등록제에 대한 보다 명확한 편의를 강조하여 반려동물 양육 소비자들의 관심과 인지도 제고가 선행되어야 한다. 반려동물등록제가 의무화되었음을 강조하는 동시에 이것을 통해 양육인이 구체적으로 어떤 혜택을 얻을 수 있는지를 구체화하여 보다 실효성 있는 캠페인을 기획하거나, 동물등록 비용을 감면하는 등의 제도적 보안을 통해 반려동물 양육 시, 동물등록이 필수적임을 강화하는 사회적 분위기 조성이 필요하다.

둘째, 조사대상자들 중 동물등록에 참여한 경우 외장형 등록인식표 부착 비율이 가장 높고, 다음으로 내장형 마이크로칩 삽입형으로 나타났다. 그러나 외장형 동물인식표 부착의 경우 분실의 우려가 높아 국가 차원에서는 내장형을 장려하고 있다. 현재 반려견 양육인들은 내장형의 경우 외과적 수술을 필요로 하기 때문에 이에

대한 불편함을 가지고 있다. 따라서 개체식별력은 높아져 반려견에게 부담이 되지 않는 형태로 동물등록제가 개선될 필요가 있다. 식별의 정확성 측면에서 DNA 등록, 홍채등록, 정맥등록, 비문등록, 족문등록 등이 미래형 동물등록제 대안으로 논의되고 있다. 소비자 관점에서의 편리성과 동물에게 덜 해가되게 식별 정보를 확보한다는 측면에서 모근을 활용하는 DNA등록에 대한 전반적 선호가 높음을 확인하였다. 다만, 현재 반려묘 양육 가구가 급증하고 있어 향후 동물등록제가 반려묘로 확대적용될 수 있는 상황으로 보인다. 따라서 반려견과 반려묘 모두에게 적합한 방법으로서 DNA 등록방식을 검토할 필요가 있다. 뿐만 아니라 DNA 등록방식의 등록 비용에 대한 현실적 고려도 필요하다.

셋째, 동물등록제는 현재 의무화 사항이나 여전히 동물 등록비용이 낮다. 동물등록제 활성화를 통해 반려동물 산업의 활성화를 꾀할 수 있으므로 이는 다양한 분야의 이해관계자들과 장기적인 대응 방안에 대한 논의가 필요하다. 먼저 수의업계에서는 미래 지향적인 반려동물 케어 문화의 형성을 위해 반려동물등록을 제도화하고 소비자들의 수의 혜택을 체감할 수 있도록 준비할 필요가 있다. 그리고 보험 업계 역시 동물등록제에 근거하여 실효성 높은 동물보험상품의 개발을 본격화할 필요가 있다.

표 8. 동물등록제 활성화를 위한 제언 정리

구분	동물등록제 활성화 방안
정책적 측면	<ul style="list-style-type: none"> 반려동물 양육자를 대상으로 동물등록제 의무화에 대한 관심 및 인지도 제고 캠페인 기획 동물등록 비용 감면 등의 제도적 보완
양육 소비자 측면	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 관점에서의 편리성과 동물에게 부담이 되지 않는 형태로 식별 정보를 확보한다는 측면에서 선호도가 높게 나타난 DNA등록방식에 대한 검토 필요
수의업계 측면	<ul style="list-style-type: none"> 미래지향적인 반려동물 케어 문화의 형성을 위하여 동물등록제 연계 수의혜택 검토
보험업계 측면	<ul style="list-style-type: none"> 동물등록제에 근거하여 실효성 높은 동물보험상품 개발 본격화
⇒ 동물등록제 활성화를 위한 정책-업계 간 선순환구조 달성, 선진적 반려동물 양육 문화 형성	

이 외에 본 연구에서는 구체적으로 확인하지 못하였으나 현재 반려견 등록 대행은 동물병원, 동물보호단체 및 센터, 동물판매업체 등에서 수행하고 있다. 이때 동물판매업체의 경우 동물복지 환경을 구축한 업체에서

만 등록할 수 있도록 관리하도록 하여 동물판매업체의 관리와 동물등록 업무의 관리를 강화하는 방안도 적극적으로 검토할 필요가 있을 것으로 본다. 이상의 연구 결과 및 제언을 통해 반려동물 등록제가 개선되고 선진적인 반려동물 양육 문화가 형성되길 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] http://www.ktv.go.kr/content/view?content_id=599272
- [2] <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4438278&ref=A>
- [3] 지인배, 김현중, 김원태, 서강철, *반려동물 연관산업 발전방안 연구*, 한국농촌경제연구원, 2017.
- [4] 농림축산검역본부, *2015년 동물보호에 대한 국민의식 조사 결과보고서*, 농림축산검역본부, 2015.
- [5] 조재성, 서강철, 김현중, 김원태, 지인배, “반려동물 관련 산업 규모 추정 및 전망,” *농업경영·정책연구*, 제45권, 제3호, pp.611-629, 2018.
- [6] 최지희, 박은정, 이해정, “국내 반려동물 식품 및 용품 시장현황 분석 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제8호, pp.115-122, 2019.
- [7] <http://www.segye.com/newsView/20200503514668?OutUrl=naver>
- [8] <https://www.asiatime.co.kr/news/newsview.php?ncode=1065577706042702>
- [9] <https://www.mafra.go.kr/mafra/293/subview.do?enc=Zm5jdDF8QE8JTGyMjzJTJGbWFmcmElMkY2OCUyRjMyMDk5MiUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>
- [10] <https://www.mafra.go.kr/mafra/366/subview.do?enc=Zm5jdDF8QE8JTGyMjzJTJGbWFmcmElMkY3MSUyRjMwMzkyMyUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>
- [11] <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=217723&efYd=20200501#0000>
- [12] <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=202855&efYd=20200321#0000>
- [13] <https://www.animal.go.kr/front/awtis/record/recordAgencyList.do?menuNo=2000000002>
- [14] <http://www.dailyvet.co.kr/news/policy/111034>
- [15] 김현중, 이정민, 이형용, *반려동물 생애주기별 관리를 위한 정책과제*, 한국농촌경제연구원, 2019.
- [16] 최아라, 구혜경, “소비자의 반려견 양육비 지출부담 유형별 반려동물 보험에 대한 반응 및 요구도 연구,” *Financial Planning Review*, 제12권, 제3호, pp.141-180, 2019.
- [17] J. Bowlby, *Attachment and Loss: Sadness and Depression*, Hogarth Press, 1969.
- [18] M. Ainsworth and S. Bell, “Attachment, exploration, and separation: Illustrated by the behavior of one-year-olds in a strange situation,” *Child Development*, Vol.41, No.1, pp.49-67, 1970.
- [19] C. Ludy-Dobson and B. Perry, “The Role of Healthy Relational Interactions in Buffering the Impact of Childhood Trauma,” *Working with children to heal interpersonal trauma: The power of play*, The Guilford Press, 2010.
- [20] 오지혜, 윤혜미, “부모와의 애착이 대학생의 심리적 안녕감에 미치는 영향에서 대인관계유능성의 매개효과,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제17권, 제2호, pp.1-12, 2017.
- [21] B. Levinson, *Pets and human development*, Springfield, 1972.
- [22] 한아람, “아동의 애완동물에 대한 애착과 공감능력 및 친사회성 간의 구조적 분석,” *한국산학기술학회논문지*, 제17권, 제3호, pp.397-406, 2016.
- [23] 한아람, “성인의 반려동물에 대한 태도 및 애착과 삶의 질과의 관계,” *인문사회*21, 제8권, 제6호, pp.1093-1107, 2017.
- [24] 김세영, 윤가현, “반려견, 좋은 친구의 몇 가지 조건,” *사회과학연구*, 제25권, 제1호, pp.215-233, 2014.
- [25] E. Shore, D. Douglas, and M. Riley, “What's in it for the companion animal? Pet attachment and college students' behaviors toward pets,” *J. of Applied Animal Welfare Science*, Vol.8, No.1, pp.1-11, 2005.
- [26] A. Chen, K. Hung, and N. Peng, “A cluster analysis examination of pet owners' consumption values and behavior-segmenting owners strategically,” *J. of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol.20, No.2, pp.117-132, 2012.

- [27] B. Brockman, V. Taylor, and C. Brockman, "The price of unconditional love: Consumer decision making for high-dollar veterinary care," J. of Business Research, Vol.61, No.5, pp.397-405, 2008.
- [28] 조수영, 권숙영, "반려동물 의료서비스 이용 및 만족, 재방문의도, 구전의도에 영향을 미치는 요인," 고객만족경영연구, 제19권, 제1호, pp.1-32, 2017.
- [29] T. Johnson, T. Garrity, and L. Stallones, "Psychometric Evaluation of the Lexington Attachment to Pets Scale," Anthrozoos, Vol.5, No.3, pp.160-175, 1992.
- [30] 황원경, 정귀수, 김도연, *반려동물보고서-반려동물연관산업 현황과 양육실태*, KB금융지주경영연구소, 2018.

저 자 소 개

구 혜 경(Hye-Gyoung Koo)

정회원



- 2000년 2월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 학사)
 - 2002년 2월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 석사)
 - 2010년 8월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 박사)
 - 2002년 4월 ~ 2011년 7월 : (주)LG 생활건강 화장품 사업부 마케팅
 - 2015년 3월 ~ 현재 : 충남대학교 생활과학대학 소비자학과 부교수
- 〈관심분야〉 : 소비자정보, 소비자유통, 소비자정책

최 아 라(Ara Choi)

정회원



- 2016년 2월 : 충남대학교 소비자학과(생활과학 학사)
 - 2019년 8월 : 충남대학교 소비자학과(생활과학 석사)
 - 2020년 3월 ~ 현재 : 충남대학교 소비자학과 박사과정
- 〈관심분야〉 : 소비자정보, 소비자교육, 소비문화