

사용자 중심의 3in1 펫부스터 개발을 위한 실증적 연구 1 - 디자인개발을 위한 소비행동 및 선호도를 중심으로 -

한설아*, 유가영*, 김현용**, 고은정**

* (주)소프 코퍼레이션

** (주)비즈니스인사이트

e-mail: sulhj0621@sof-corp.com

Empirical study for User centered 3in1 Pet-Booster Development

2

- Focusing on consumption behavior and preference for design development -

Sul-A Han*, Ga-young Yoo*, Hyun-Yong Kim**, Eun-jung Koh**

*SOF Corporation, Co.Ltd.

**Business Insight, INC.

요 약

본 연구는 펫시장 규모가 점차 확대되어 가고 있는 가운데 운전자와 펫의 안전성, 편의성을 확보하기 위한 펫부스터(pet-booster), 이동장(carrier), 유모차(stroller)의 기능이 하나로 집약된 3in1 펫부스터 디자인 개발의 선행연구로 소비행동 및 선호도를 조사하였다. 본 결과를 토대로 향후 ICT기능이 접목된 3in1 펫부스터 디자인을 개발할 것이며 관련 업계 전문가들과의 협업을 통해 제품화를 추진하고자 한다.

1. 서론

저출산 및 고령화의 심화, 출산을 감소와 노령인구의 본격적인 증가, 1·2 가구의 증가는 반려동물을 키우는 가구의 증가를 촉진하였고, 이와 동시에 반려동물에 대한 새로운 서비스와 상품이 다수 등장하고 있다. “펫”과 “이코노미”의 합성어인 “펫코노미”는 반려동물과 연관된 생산·소비 활동을 뜻하는 것으로 반려동물의 사료 외에도 펫택시, 유치원, 장례 서비스, IT 결합상품 등 다양한 신규 서비스가 펫코노미를 이루고 있다. 펫코노미는 최근 들어 저출산 및 고령화가 더욱 심화되고 1~2인 가구가 증가하는 등 인구 사회적 변화가 이어지면서 더욱 진전되고 있으며 저출산 기조 심화에 따라 아이 대신 반려동물을 키우는 가구가 늘고 있다. 1인 가구의 경우에는 가족 대신 반려동물과 함께 지내기도 하고 있어 이들이 반려동물을 위해 아낌없는 애정과 관심을 주고 투자하면서 시장이 지속적으로 확대되고 있으며 펫코노미가 현실화 되고 있다.

전 세계적으로 반려동물에 대한 인식이 변화되고 단순히 키우는 애완동물에서 삶의 동반자로 인식이 전환되면서 관련 서비스와 제품은 더욱 다방면으로 확대될 것으로 보이며 아이처럼 혹은 아이 대신, 아이보다 더 소중하게 기르는 반려동물을 대상으로 한 펫시장 규모는 조만간 엔젤시장 규모와 비슷한 수준으로 성장할 것으로 예상된다. 펫코노미 성장세가

이어질 것으로 전망되면서 기존에 형성된 시장에서의 반려동물 및 펫팸족의 소비패턴, 선호도 등에 대한 철저한 분석을 통한 새로운 서비스로 차별화를 도모해야 하며 심화되는 펫비즈니스 경쟁 환경 속에서 차별화 전략으로 시장 선점이 필요하다. 따라서 본 연구는 펫시장 규모가 점차 확대되어 가고 있는 가운데 운전자와 펫의 안전성, 편의성을 확보하기 위한 펫부스터(pet-booster), 이동장(carrier), 유모차(stroller)의 기능이 하나로 집약된 3in1 펫부스터 디자인 개발의 선행연구로 소비행동 및 선호도를 조사하였다.

2. 연구목적 및 방법

2.1 연구목적

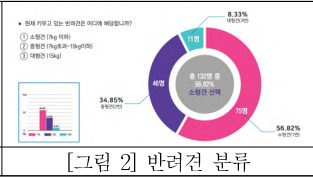
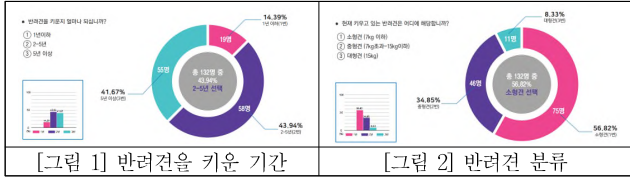
본 연구의 목적은 펫팸족들의 펫 부스터에 대한 인식과, 선호도, 소비행동을 조사함으로써 향후 3in1 펫부스터 디자인 개발을 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

2.2 연구방법

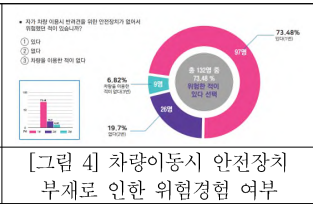
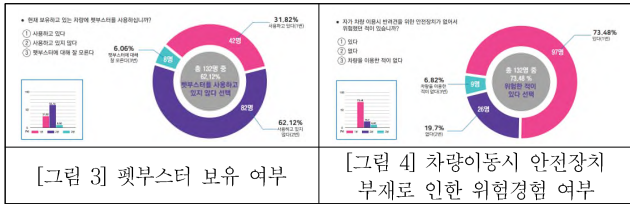
본 연구의 방법은 1년 이상 반려견을 키운, 이동 가능차량을 보유한 178인을 대상으로 국내 최대 반려동물 쇼핑몰인 O社 VIP 고객을 대상으로 설문지를 배포하여 디자인, 구매의사, 가격대 등을 조사하였다. 그 결과 총 132건의 설문지를 회수하여 결과 분석에 활용하였다.

3. 연구결과

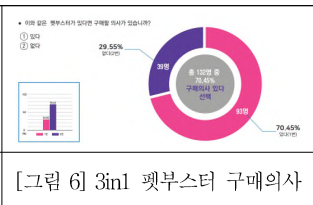
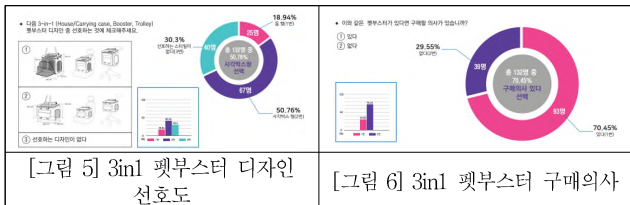
설문 응답자의 43.94%는 반려견을 키운지 2~5년, 응답자의 52.82%가 현재 키우고 있는 반려견은 7kg이하 소형견인 것으로 나타났다.



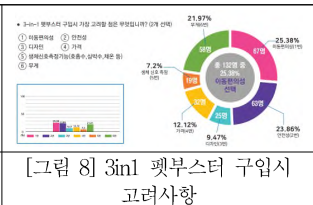
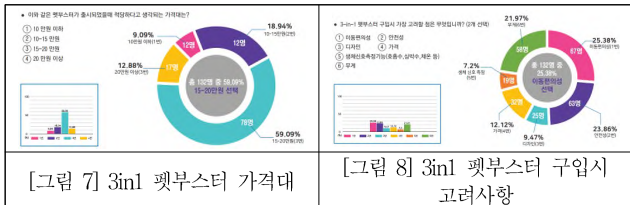
‘현재 보유하고 있는 차량에 펫부스터를 사용하는가’의 질문에는 62.12%가 사용하지 않다고 응답하였으며, ‘자가 차량 이용시 반려견을 위한 안전장치가 없어서 위험했던 적이 있는가’의 질문에 73.48%가 있다고 응답하였다.



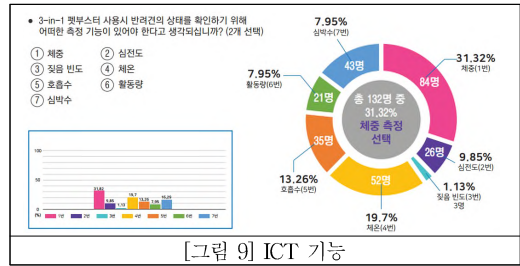
제시한 3in1 펫부스터 디자인 선호도를 조사한 결과 50.76%가 사각박스형을 선호하였으며, ‘이와 같은 3in1 펫부스터가 출시된다면 구매의사가 있는가’에 대한 질문에 70.45%가 있다고 응답하였다.



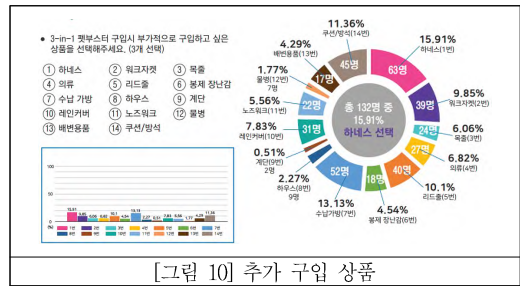
‘이와 같은 3in1 펫부스터가 출시되었을 때 적당한 가격대’를 묻는 질문에 59.09%가 15~20만 원대라고 답하였으며, ‘구입시 가장 고려할 점’에 대한 질문에 이동편의성, 안전성, 무게, 가격, 디자인, 생체신호 측정 순으로 답하였다.



‘3in1 펫부스터 사용시 반려견의 상태를 확인하기 위해 어떠한 ICT 기능이 있어야한다고 생각 하는가’에 대한 질문에 체중, 체온, 심박수, 호흡수, 심전도, 활동량의 순으로 답하였다.



‘3in1 펫부스터 구입시 부가적으로 구입하고 싶은 상품’에 대한 질문에 하네스, 수납가방, 쿠션/방석, 리드줄, 워크자켓, 레인커버, 의류, 노즈워크 등의 순으로 응답하였다.



4. 결론 및 제언

본 연구는 사용자 중심의 3in1 펫부스터 디자인 개발을 위한 기초연구로 펫팸족들의 펫 부스터에 대한 인식과, 선호도, 소비행동을 조사함으로써 향후 3in1 펫부스터 디자인 개발을 위한 기초자료로 활용하고자 펫팸족을 대상으로 설문조사를 시행하였다. 그 결과 응답자의 52.82%가 7kg 이하 소형견을 키우고 있었으며, 73.48%가 반려견을 위한 안전장치 없이 차량 운행 중 위험을 경험하였고, 70.45%가 3in1 펫부스터 구매의사가 있음을 나타내었다. 또한 응답자의 59.09%가 3in1 펫부스터의 가격대는 15~20만 원대가 적당하다고 하였으며, 구입시 고려사항은 이동편의성, 안전성, 무게라고 답하였다. 차량이동 중 반려견의 상태를 확인하기 위한 ICT 기능으로 체중, 체온, 심박수, 호흡수, 심전도를 선택하였으며 추가 구매 상품으로 하네스, 수납가방, 쿠션/방석, 리드줄, 워크자켓, 레인커버, 의류, 노즈워크 등이 필요하다고 응답하였다. 본 연구 결과를 토대로 향후 ICT기능이 접목된 3in1 펫부스터 디자인을 개발할 것이며 관련 업계 전문가들과의 협업을 통해 제품화를 추진하고자 한다.

본 연구는 산업통상자원부 디자인혁신역량강화-서비스디자인기반제조업신생태계구축(과제번호: 20006749)의 지원을 통해 수행되었음.