
몰리스펫샵 영업자 준수사항 이행실태 조사 보고서

1 영업자 준수사항 강화와 그 배경

○ 영업자 준수사항 강화의 배경

2016년 동물자유연대가 밝혀낸 '강아지 공장'사건은 감추어져 있던 반려동물 생산판매업의 어두운 이면을 세상에 드러냈고, 많은 시민들이 그 참혹한 현실에 공분했다. 이는 곧 동물보호법 개정의 목소리로 이어졌다.

애초 동물생산 및 판매업은 2008년 등록제로 출발했으나 생산업자들의 강한 반발과 불법업체의 제도권 편입을 위해 2012년 생산업을 신고제로 완화했다. 그러나 불법생산업자의 제도권 편입 약속은 지켜지지 않은 채 허술한 관리만 남는 결과를 초래했다. 결국 동물자유연대에 의해 물건을 생산하듯 기계적으로 반복해 새끼를 낳는 강아지 공장의 민낯이 드러나고 나서야 정부가 실태 파악에 나섰고, 국회 차원에서 법개정 논의가 본격화 됐다. 2016년 농림축산식품부의 전수조사 결과 반려동물 생산업체는 708개소이며, 이중 단 236개소(33.3%)만 신고를 마친 합법업체였다. 하지만 생산업자들로 구성된 '반려동물 생산자 비상대책 위원회' 스스로도 전국적으로 3,000여 업체 중 400여 업체만이 신고업체라고 주장, 정부조사보다 훨씬 많은 불법업체들이 음지에서 영업을 하고 있는 것으로 추정된다.

○ 영업자 준수사항 강화 내용

생산자단체의 반발과 국회의 소극적 태도 등으로 몇 차례 부침을 겪은 동물보호법 개정논의는 2017년 3월 21일에 이르러서야 국회 본회의의 문턱을 넘었다. 동물보호법 개정은 생산업의 허가제 전환이라는 소기의 목적을 달성했으나, 강아지 공장의 난립원인으로 지목됐던, 펫샵에서 분양 받는 이들이 강아지에 대한 정보를 확인할 수 없는 정보의 불투명성 문제해결은 기대에 미치지 못했다. 다만 시행규칙 개정 과정에서 동물자유연대의 지속적인 문제제기를 통해 계약서에 '동물을 생산(수입)한 동물생산(수입)업자 업소명 및 주소' 기재 및 계약서 제공의무 게시 등 소비자에게 생산업자 정보를 일부 제공하고 이를 알리는 내용이 일부 반영됐다.

또한 시장·군수·구청장은 영업자에 대하여 제32조제1항에 따른 시설 및 인력 기준과 제36조에 따른 준수사항의 준수 여부를 매년 1회 이상 점검하고, 그 결과를 다음 연도 1월 31일까지 시·도지사를 거쳐 농림축산식품부장관에게 보고토록 해 정부와 지자체의 관리·감독 의무를 강화했다.

[표1 _ 판매업 영업자 준수사항 개정 주요내용]

항목	개정 내용
영업자 정보 게시	-영업장 내부에 영업등록증과 요금표 게시(추가)
개체정보 표시	-우리 또는 개별사육시설에 개체별 정보(품종, 암수, 출생일, 예방접종 및 진료사항)를 표시(추가)
개체관리카드 보관기간	-1년에서 2년 이상으로 확대(변경)
계약서 제공의무	-계약서와 해당 내용을 증명하는 서류 제공(추가) -계약서 제공 의무 게시(추가)
계약서 내용	-동물 생산업자 업소명 및 주소(추가) -판매 시의 건강상태와 증빙서류(추가) -판매한 동물에게 질병 또는 사망 등 건강상의 문제가 생긴 경우의 처리 방법(추가)

2 조사의 목적 및 개요

○ 조사 목적

국내 반려동물 산업은 대량생산·대량판매 구조를 띄고 있으며, 대규모의 생산과 판매 체제 속에서는 근본적으로 동물복지가 불가능하다. 특히 소비자와 직접적인 접점이 없어 감시가 더욱 소홀할 수밖에 없는 생산업의 경우 그동안 다양한 학대 사례가 보고 되었음에도 미신고(현 미허가) 업체가 다수를 이루고 있다.

영업과정에서 학대행위를 방지하고 동물들의 복지를 향상시키기 위해서는 먼저 이들을 제도권 안으로 편입시켜야 하는 과제를 안고 있다. 그러나 생산업자로부터 소비자로 바로 이어지는 구조가 아닌, 생산업자-경매장-펫샵-소비자로 여러 단계를 거치는 현재의 구조에서는 허가를 받지 않은 불법업자들이라도 얼마든지 시장에 진입할 수 있는 여지가 충분하다. 때문에 불법생산업자들의 난립을 막기 위해서는 생산업자와 개별동물의 정보가 소비자에게까지 충분히 전달이 되어야 하며, 또 이를 추적할 수 있는 시스템이 구축되어야 한다.

지난 법개정 논의 당시에도 동물자유연대를 비롯해 동물단체들이 정보제공의 필요성을 주장했음에도 불구하고 계약서에 판매 시 생산(수입)업소명 및 주소와 이를 기재하고 계약서의 제공의무를 게시하도록 하는 등 극히 일부만 반영되었다.

그러나 이마저도 제대로 지켜질 지에 대한 우려는 법 통과 이전부터 제기되어 왔다. 서울시만 하더라도 동물보호관리시스템상 현재 539개의 판매업소가 등록되어 있다. 25개 자치구별로 평균 20개가 넘는 업소를 관리해야 하지만 동물보호 전담인력조차

없는 곳이 대부분이다.

동물자유연대는 조사를 통해 개정된 영업자 준수사항이 현장에서는 얼마나 잘 이행되고 있는지 그 실태를 파악하고자 했다. 이를 통해 드러난 문제점에 대해서는 조사 업체를 포함해 업계 스스로 자정의 노력을 기울이는 동시에 정부와 지자체는 반려동물 생산·판매업의 관리·감독에 적극적으로 나서는 계기가 되어야 할 것이다.

○ 조사 개요

- 조사항목

반려동물 판매업 영업자 준수사항 그 중에서도 판매업자 정보와 생산업자 정보, 판매 동물의 정보 등 소비자에 대한 정보제공 의무와 관련된 항목인 영업장 내부 등록증 및 요금표 게시와 동물정보 표시, 계약서 제공 의무 게시여부를 확인했다. 다만 실제 계약서 내 동물 생산업자 업소명 및 주소, 판매 시의 건강상태와 증빙서류, 판매한 동물에게 질병 또는 사망 등 건강상의 문제가 생긴 경우의 처리방법 등의 기재여부는 추가적인 조사를 통해 확인할 예정이다.

- 조사대상

이번 조사는 전국 몰리스펫샵 35개 지점 중 26개 지점을 대상으로 진행됐다. 이는 동물을 분양하지 않는 지점은 제외한 것으로 동물을 분양하는 지점에 대해서는 전수조사가 이루어졌다.

- 조사기간

조사기간은 2018. 6. 19(화)부터 같은 달 29일(금)까지 진행됐다.

- 조사방법

활동가들이 직접 매장을 방문해 조사항목을 집적 체크하는 방식으로 진행됐다.

3 몰리스펫샵 현황

○ 지점 현황

몰리스펫샵은 이마트에서 직접 운영하는 반려동물 전문 브랜드로 정용진 신세계 부회장의 반려견인 몰리의 이름을 붙여 만들어졌다. 2018년 6월 현재 서울의 성수점, 청계전점, 월계점 등 7개 지점을 비롯해 부산, 인천, 대전, 울산, 경기, 경남, 충남 등 8개 시·도에 총 35개 지점을 갖고 있으며, 분양, 의료, 미용, 호텔링 등의 서비스를 제공하고 있다.

○ 분양 현황

전체 35개 지점 중 반려동물을 분양하는 곳은 26개 지점이며, 6월말 현재 지점 별로 7~11마리 정도를 분양하고 있어 전 지점으로 보면 대략 200마리 정도에 이를 것으로 보인다. 매장에서 분양 중인 개들은 푸들, 말티즈, 포메라이안, 프렌치 불독, 비숑프리지 등이 있으며, 사육시설에 표시된 개체정보에 의하면 대부분 3~4개월령의 새끼이지만 일부 성견이 포함되어 있었고, 성견의 경우 책임분양의 형태로 판매하고 있다.

[표2 _ 몰리스펫샵 현황]

지점	개점일	분양	지역	지점	개점일	분양	
서울	몰리스 성수점	2001.04.19	○	경기	몰리스 SF고양점	2017.08.24	○
	몰리스 청계천점	2013.09.27	○		몰리스 시흥점	2017.04.06	×
	몰리스 월계점	2013.02.28	○		몰리스 AK 수원점	2016.12.23	×
	몰리스 센트럴시티점	2014.11.28	○		몰리스 SF 하남점	2016.09.05	○
	몰리스 양재점	2012.03.30	×		몰리스 중동점	2016.10.27	○
	몰리스 자양점	2012.02.08	○		몰리스 광고점	2015.09.03	○
	몰리스 가든5점	2011.06.30	○		몰리스 킨텍스점	2015.06.18	○
부산	몰리스 센텀시티점	2016.03.03	○	몰리스 수원점	2014.08.14	○	
	몰리스 해운대점	2013.06.20	○	몰리스 풍산점	2014.07.24	○	
	몰리스 서면점	2011.08.30	×	몰리스 죽전점	2013.01.24	○	
인천	몰리스 연수점	2013.05.10	○	몰리스 안산점	2012.05.04	○	
	몰리스 송림점	2011.04.30	○	몰리스 의정부점	2012.04.20	○	
대전	몰리스 둔산점	2012.04.20	×	몰리스 파주운정	2011.08.31	○	
	몰리스 대전터미널	2011.12.22	×	몰리스 광명소하점	2011.04.15	○	
	몰리스 월평점	2011.05.31	○	몰리스 분당점	2011.03.31	×	
울산	몰리스 메가마트몰점	2016.12.15	×	몰리스 구성점	2010.11.26	○	
경남	몰리스 김해점	2016.06.22	○	충남	몰리스 천안서북점	2012.12.13	○
					몰리스 천안아산	2012.07.13	×

* 분당점, 부산 서면점, 양재점, 둔산점, 대전터미널점은 분양 중단, 현재는 애견용품만 취급

4 조사결과

○ 현장조사결과 대부분의 지점이 외관상 확인되는 시설기준은 충족하고 있는 것으로 보이나 조사항목인 영업자 준수사항의 경우 모든 지점에서 4개 조사 항목 중 최소 2개 이상의 항목이 지켜지지 않고 있어 심각한 문제점을 드러냈다. 특히 요금표와 계약서 제공의무 게시는 모든 지점에서 지켜지지 않고 있어, 본사차원에서 동물보호법에 대해 인지하고 있는지 또는 준수여지가 있는지 의심스러운 상황이다.

○ 등록증 게시

판매업 등록증은 26개 지점 중 16개 지점에서 게시하고 있었으며, 10개 지점에서는 게시여부를 확인할 수 없었다. 그러나 등록증을 게시하고 있는 지점 중 일부는 소비자들이 접근할 수 없는 사육공간 등에 게시하고 있어 실제 매장 안에 걸어 놓았더라도 정상적으로 등록을 마친 적법 업체인지 확인이 쉽지 않았다.

○ 요금표 게시

요금표는 26개 모든 매장에 게시되어 있지 않았고, 매장 직원에게 문의하거나 분양상담을 할 때 확인이 가능했다.

○ 동물정보 표시

현행 영업자의 준수사항에는 우리 또는 개별사육시설에 개체별 정보(품종, 암수, 출생일, 예방접종 및 진료사항)를 표시하도록 규정하고 있다. 그러나 개체별 정보 역시 다른 조사항목과 마찬가지로 많은 지점에서 지켜지지 않고 있었다. 단 7곳의 지점에서만 개체정보를 제대로 표시하고 있었으며, 19곳의 지점에서는 품종과, 암수, 출생일 등의 정보는 기재했지만 예방접종 및 진료사항 등의 정보는 누락돼 있었다.

문제는 법 개정이전인 2016년 조사 당시에는 예방접종 등의 정보를 기재하고 있었음에도 오히려 이번 조사 당시에는 해당 정보가 빠져 있어 시대적 흐름과 법규에 마저 역행하고 있다는 점이다.

[표3 _ 개체정보 표시 비교]

2016년	2018년 6월								
 <p>저는 공이 입니다</p> <ul style="list-style-type: none"> • 성별: 왕자님 • 생일: 2016-04-05 • 견종: 포메라니안 • 출생지: 인천시 • 모색: 화이트 • 모량/형태: 많음 • 특징/성격: 솜사탕같은 복신한 털에 작고 깜찍한 이목구비 • 견종 대상지: 독일 • 견종 특징: 맹맹한 모양 우아한 걸음걸이 • 성견시 체중: 3 kg ~ 5 kg (한국 개안양법 견종 표준) <p>□ 1회차 (B 월 30일) □ 2회차 (C 월 20일) □ 3회차 (월 일) □ 4회차 (월 일)</p>	 <p>몰리스펫샵 아기들을 소개합니다!</p> <table border="1"> <tr> <td>벤(시츨) 남아 2017.01.08</td> <td>영머(포메라이안) 여아 2017.09.06</td> <td>베스(알티즈) 여아 2018.01.15</td> <td>라린(비술프리제) 남아 2018.01.13</td> </tr> <tr> <td>흑미(블랙 푸들) 여아 2018.03.17</td> <td>미빌(독스터리어) 여아 2018.03.20</td> <td>바이(레드푸들) 남아 2018.04.09</td> <td>올리(리향강세푸들) 여아 2018.04.08</td> </tr> </table>	벤(시츨) 남아 2017.01.08	영머(포메라이안) 여아 2017.09.06	베스(알티즈) 여아 2018.01.15	라린(비술프리제) 남아 2018.01.13	흑미(블랙 푸들) 여아 2018.03.17	미빌(독스터리어) 여아 2018.03.20	바이(레드푸들) 남아 2018.04.09	올리(리향강세푸들) 여아 2018.04.08
벤(시츨) 남아 2017.01.08	영머(포메라이안) 여아 2017.09.06	베스(알티즈) 여아 2018.01.15	라린(비술프리제) 남아 2018.01.13						
흑미(블랙 푸들) 여아 2018.03.17	미빌(독스터리어) 여아 2018.03.20	바이(레드푸들) 남아 2018.04.09	올리(리향강세푸들) 여아 2018.04.08						
 <p>도담</p> <p>견종: 장도치와와 생일: 2015년 12월 9일 성별: 공주</p> <p>예방접종: 3차(3/28), 4차(4/22), 5차(5/11) 성견시 체구/체중: 18.2-22.9cm / 500g-5kg</p> <p>견종 특징/성격 멕시코 지와와 주에서 최초로 발견되어 지와와라는 이름을 갖게 되었으며, 멕시코 귀족에게 사랑받던 품종입니다. 세상에서 가장 작은 견종으로 1kg도 채 안되는 아이도 있습니다. 윤기나는 부드러운 털과 매끈하고 군더더기 없는 몸매가 매력적인 애견입니다. 또한 대담하고 흥행하여 자신보다 강한 상대에게도 쉽게 물러서지 않습니다.</p> <p>평생을 함께 해주세요 Molly's PET SHOP</p>	 <p>Molly's NEW FAMILY</p> <p>이곳은 새 가족 맞이 전 아이들이 케어받는 공간입니다.</p> <p>첫반복 이웃의 관심과 구애를 받기 전엔 인생의 행복을 누리세요</p> <p>투명한 몰리펫샵 아기들의 건강을 위해 일일 투약 기록을 투명하게 공개합니다</p> <table border="1"> <tr> <th>투약</th> <th>1회</th> <th>2회</th> <th>3회</th> </tr> <tr> <td>시간</td> <td>09:00-11:00</td> <td>13:00-15:00</td> <td>17:00-19:00</td> </tr> </table> <p>Molly's NEW FAMILY</p> <p>몰리스펫샵 아기들을 소개합니다!</p>	투약	1회	2회	3회	시간	09:00-11:00	13:00-15:00	17:00-19:00
투약	1회	2회	3회						
시간	09:00-11:00	13:00-15:00	17:00-19:00						

○ 계약서 제공의무 게시

현 영업자 준수사항에는 △동물판매업 등록번호, 업소명, 주소 및 전화번호 △동물의

출생일자 및 판매업자가 입수한 날 △동물을 생산(수입)한 동물생산(수입)업자 업소명 및 주소 △동물의 축종, 품종, 색상 및 판매 시의 특징 △예방접종, 약물투여 등 수의사의 치료기록 등 △판매 시의 건강상태와 그 증빙서류 △판매일 및 판매금액 △판매한 동물에게 질병 또는 사망 등 건강상의 문제가 생긴 경우의 처리방법 △등록된 동물인 경우 그 등록내역을 포함한 계약서를 제공할 의무가 있음을 영업장 내부의 잘 보이는 곳에 게시하도록 규정하고 있다. 하지만 물리스펫샵의 경우 계약서 제공의무 또한 게시되어 있는 지점이 단 한 곳도 없었다. 여러 정황을 고려할 때 계약서 자체도 판매업자가 제공해야 할 정보가 제대로 기재되어 있지 않을 가능성이 높으며 이에 대한 추가 조사가 필요할 것으로 보인다.

[표4 _ 지점별영업자준수사항이행여부]

지역	지점	등록증 게시	요금표 게시	개체정보 표시	제공의무 게시
서울	이마트(청계천)점	X	X	X	X
	이마트(성수)점	X	X	X	X
	이마트(광진)자양점	O	X	X	X
	이마트(노원)월계점	O	X	O	X
	(서초)센트럴시티점	O	X	X	X
	(송파)가든파이브점	X	X	O	X
	이마트(용인)죽전점	O	X	O	X
	이마트(고양)풍산점	X	X	X	X
	이마트(수원)광고점	O	X	X	X
	이마트(부천)중동점	O	X	X	X
경기	이마트(광명)소하점	O	X	O	X
	이마트(파주)운정점	O	X	X	X
	트레이더스(용인)구성점	X	X	X	X
	트레이더스(안산)점	O	X	O	X
	트레이더스(수원)영통점	O	X	X	X
	스타필드(고양)점	O	X	X	X
	스타필드(하남)점	O	X	X	X
	신세계백화점(의정부)점	X	X	O	X
	이마트킨텍스(고양)점	O	X	X	X
	이마트(연수)점	X	X	X	X
인천	트레이더스(인천)송림점	O	X	O	X
	천안(서북)이마트점	O	X	X	X
충남	천안(서북)이마트점	O	X	X	X
대전	트레이더스(월평)점	O	X	X	X
경남	이마트(김해)점	X	X	X	X
부산	이마트(해운대)점	X	X	X	X
	(해운대)센텀시티몰점	X	X	X	X
준수사항 위반 지점 수		10	26	19	26

- 이밖에 일부 매장의 경우 판매하는 동물에 대한 관리가 제대로 이루어지지 않고 있는 것으로 보인다. 질환이 있거나 상해를 입은 동물, 공격성이 있는 동물, 늙은 동물, 어린동물(어미와 함께 있는 경우 제외) 및 새끼를 배거나 젖을 먹고 있는 동물은 분리하여 관리해야 하지만 송파 가든파이프점의 경우 현장 조사 당시 살아있는 햄스터가 죽어있는 햄스터의 사체를 먹고 있는 광경이 포착되기도 했다.

[그림1 _ 동족의 사체를 먹고 있는 햄스터]



5 결론

- 몰리스펫샵의 과거 동물보호법 위반 사례
 동물자유연대는 과거 2012년과 2016년에도 몰리스펫샵의 운영현황에 대해 조사를 진행하였고, 두 차례 모두 몰리스펫샵의 문제점이 드러났다.
 2012년 조사에서는 햄스터 등의 소동물과 파충류 등의 사육장의 열악한 환경과, 이로 인한 스트레스와 이상행동이 관찰됐다. 또 조사가 진행된 15개 지점 중 3개 지점에서는 생후 2개월이 되지 않은 개를 판매한 정황이 포착되기도 했다.
 2016년에는 몰리스펫샵의 불투명한 강아지 공급과정을 파헤쳤다. 그 결과 두 곳의 생산업체를 통해 강아지를 공급받는다던 몰리스펫샵의 주장과는 다르게 매장에서 팔리고 있는 강아지들의 개체정보에는 두 업체의 주소지가 아닌 다른 지역명이 적혀 있기도 했으며, 전 지점의 판매량(연 2,400마리)을 추산하면 두 업체에서 감당할 수 없는 공급량이(업체별 연 1,200마리) 산출 되었고, 그 중 한 업체는 등록된 영업장소에서 자견이나 모견의 흔적을 찾을 수 없었다. 때문에 해당 업체에서 실제 개를 번식시키지 않고, 경매장이나 번식농장에서 개를 수급받은 뒤 몰리스펫샵에 납품하는 형태로 운영될 것이라는 의혹을 사기도 했다.
 2010년 이마트는 낙후되어 있는 국내 반려동물산업의 구조에서 유통구조를 개선시키는 역할을 하겠다고 공언하며 몰리스펫샵을 오픈했다. 그러나 그동안 몰리스펫샵의 영업행태는 그들이 낙후됐다고 주장하던 과거의 유통구조에서 한 걸음도 나아가지 못했을뿐 아니라 생명을 다루는 데 있어 책임성도 찾아볼 수 없었다.

동물자유연대가 진행한 이번 조사는 영업자 준수사항 중 가장 기본적인 사항들이자 조금만 관심만 있어도 큰 노력 없이도 준수할 수 있는 내용들이다. 영업자 등록증과 계약서 제공의무 등은 한 번만 게시하면 될 일이다. 그럼에도 요금표와 계약서 제공의무를 게시한 지점이 단 한 곳도 없다는 것은 단순히 지점의 문제가 아니라 몰리스펫샵이라는 브랜드, 그리고 이를 운영하는 이마트 자체에 동물보호법과 영업자로서의 의무에 대해 전혀 인식이 없다는 방증이다. 특히 허가받지 않은 생산업자들이 난립하는 반려동물 산업의 낙후된 유통구조를 개선하기 위해서는 반려동물의 투명한 정보제공이 무엇보다 중요하다. 그럼에도 정보제공과 관련된 안내조차 하지 않는 것은 몰리스펫샵의 약속이 얼마나 공허한 것이 확인해준다.

○ 관리·감독 손 놓은 정부, 지자체

아무리 업계의 인식이 일천하다 하더라도 대기업마저 기본적인 영업자 준수사항을 이행하지 않는 현상은 그동안 정부와 지자체의 관리·감독이 얼마나 허술했는지, 허술한 관리·감독이라도 있었는지 의문을 불러일으킨다. 더욱이 이번 영업자 준수사항이 '강아지 공장' 문제로부터 촉발돼 법 개정까지 이루어져 마련됐다는 점과 1년의 경과규정이 있었다는 점을 감안하면 그동안 지자체의 감독이 허술했는지를 짐작할 수 있다. 정부 또한 지자체가 책임을 다하도록 독려하고 점검하는 역할을 수행했어야 한다.

○ 몰리스펫샵의 생명체에 대한 사회적 책임 의식 부재, 더 이상 동물 판매하지 말라

기업은 이윤추구를 목적으로 하나 그 활동은 사회 구성원들이 함께 쌓아 올린 기반 위에서 이루어진다. 때문에 기업의 이윤추구활동 역시 사회 상규에 따라야 하며 그 사회에 이익이 될 수 있도록 사회적 책임을 지우고 있다. 큰 기업들이 더 큰 사회적 책임을 요구받는 이유이기도 하다. 그러나 몰리스펫샵의 영업 행태는 기업의 사회적 책임과는 거리가 멀다. 몰리스펫샵은 국내 최대의 유통회사인 이마트에서 직영하는 반려동물 전문 브랜드로 전국 26개 지점에서 반려동물을 판매하고 있다. 현재와 같이 생산업자-경매업자-판매업자로 이어지는 유통구조에서는 동물들이 어떤 환경에서 태어나고 관리되고 있는지 드러나지 않아 동물학대적 환경에 처할 가능성이 크다. 여기에 생산과 판매가 대규모화 될수록 동물을 둘러싼 환경은 생태적 습성을 충족시키기보다 관리의 편의에 집중될 개연성이 높아진다. 이마트가 몰리스펫샵을 열면서 밝힌 '낙후된 유통구조 개선' 또한 이와 같은 맥락 일 것이다.

그럼에도 불분명한 강아지 공급과정과 2개월령 미만 강아지 판매로 문제가 됐던 몰리스펫샵은 여전히 기본적인 영업자 준수사항마저 이행하지 않고 있다. 개정된 영업자 준수사항의 내용이 무엇인지도 인지하지 못하고 있을 가능성도 배제할 수 없다. 생명체를 판매하는 행위를 하면서 관련 법과 규정을 이행하지 않는 것은 기본적인 인식의 부재를 나타낸다. 이는 신세계 이마트가 기업의 사회적 책임 의식 결여가 심각한 수준이라는 것을 보여주는 사례이다.

몰리스펫샵은 동물판매가 아니더라도 반려동물 관련 사업만으로도 충분히 사업성이 있다. 한국농촌경제연구원의 연구에 의하면 2014년 사료산업이 4,841억 원, 동물 및 관련 용품산업이 3,849억 원, 수의 서비스 산업이 6,551억 원 등 1조 5,684억 원 규모의 반려동물 연관산업은 매년 14%씩 성장, 2017년 2조 3,322억 원에 이르렀고, 2027

년 6조 원 이상으로 성장할 것으로 전망된다.

따라서 동물자유연대는 판매되는 동물의 관리에 허점을 드러내고 기본적인 사항도 준수하지 못하는 몰리스펫샵이 △하루 속히 동물판매를 중단할 것 △대기업으로서 우리 사회의 성숙된 반려문화 조성에 동참할 것을 촉구한다.