

### 반려동물 시장에 부는 새 바람

# “좋은 것만 먹이고 입히고”... 펫 휴머니제이션 ‘붐’

(반려동물의 인간화)

콘텐츠 전문관·동반 쇼핑물 등장  
반려동물과 함께하는 이색여행 등  
가족처럼 여기며 인격체로 대우

반려동물 인구 1000만 시대다. 반려동물을 단순히 집에서 키우는 동물로 보지 않고 가족의 일원으로 생각하는 가정이 늘면서 최근에는 펫 휴머니제이션(Pet Humanization)이라는 단어가 등장했다. 1인가구를 비롯해 소규모 가족형태가 늘면서 키우는 반려동물을 가족으로 여기면서 사람과 동일한 인격체로 대우하는 것을 말한다. 이러한 변화는 각종 유통업계에서도 드러난다.

롯데홈쇼핑은 지난해 12월, 반려동물용품 및 서비스 전용 전문관인 ‘코코야(COCOYA)’를 오픈했다.

반려동물용품 판매부터 수의사 상담, 문화강좌 정보 등 서비스까지 제공하는 반려동물 콘텐츠 전문관이다.

전체 판매 상품 중 80% 이상이 중소기업 제품으로 구성되어 있다. 오픈 이후 현재까지 12만 개 이상의 상품이 판매됐다. 주문금액만 약 30억 원(TV렌탈상품 제외)에 달한다. 주로 사료, 간식 등 식품 매출이 절반 가량을 차지하고 있으며, 생활용품, 헬스케어, 미용용품 등의 수요도 꾸준히 증가하고 있다.

그 중 가장 인기 있는 상품으로는 ‘봄



반려동물 전문관 코코야(왼쪽)와 하림공장투어 모습.



/롯데홈쇼핑·펫초고트레블

펫드라이프’이다. 지난 2016년 5월부터 렌탈방송을 통해 선보이면서 매회 방송마다 상담건수 1000개 이상을 기록하고 있다. 지난해에만 1만3700건 이상의 상담이 접수됐으며, 현재까지 누적 상담건수는 3만 건에 이른다. 2016년 론칭 이후 현재까지 매년 전년 대비 2배 이상 실적이 증가했다. 반려동물의 자세에 최적화된 내부 구조로 배, 다리, 발바닥까지 골고루 말할 수 있으며, 온도 및 풍량, 시간 조절이 가능하다. 월 3만원 대 합리적인 가격에 이용할 수 있어 인기다. 5월부터 선보인 ‘매너펫애견 배변차리기’도 관심을 끌고 있다. 총 3회 방송 동안 약 3000건의 상담건수를 기록했다.

롯데홈쇼핑 김은혁 코코야TFT 팀장은 “반려동물 관련 상품에 대한 수요가 매년

급증하고 있다”며 “코코야’ 역시 이용고객이 지속적으로 증가하고 있으며, 앞으로 반려동물 관련 상품 뿐만 아니라 서비스를 다각도로 기획해 행복한 반려동물 문화 정착에 보탬이 될 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

반려동물과 동반할 수 있는 전문 쇼핑몰도 등장했다. 여의도 복합쇼핑문화공간 IFC몰에 반려동물 동반 고객의 편의를 제공하는 프리미엄 펫숍 ‘비쇼네(Bichonner)’가 문을 열었다.

비쇼네는 국내 최대 규모의 애견 전용 스파와 비술프리제 전문 미용 기술을 보유한 프리미엄 펫숍이다. IFC몰 L2층에 446㎡ 규모로 운영되며, 반려견 미용 및 스파, 애견 놀이방, 용품 판매 등 원스톱 펫케어 서비스를 제공한다.

특히 반려견의 피도 관리를 위한 아로마 목욕 및 아로마 테라피, 스톤 마사지 등 전용 스파 시설을 갖추고 총 8가지 고품격 스파 코스를 선보인다.

영화관, 식당 등 반려동물 동반 불가 매장 이용 시 반려견을 맡길 수 있는 애견 놀이방을 운영해 반려동물 동반 고객의 쇼핑 편의를 돕는다. 애견 놀이방은 반려견의 사회성 향상에 도움이 되는 체계적인 돌봄 서비스가 제공되며 시간당 이용 가능하다.

펫스타트업 ‘펫초고트레블’은 반려동물과 함께 할 수 있는 이색 체험과 여행이 결합한 패키지 상품들을 선보이며 반려인들의 환영을 받고 있다.

KB금융지주 경영연구소에서 발표한 ‘2017년 반려동물 양육 실태 조사’에 따르면 반려인들은 양육에 어려운 점으로 ‘여

행하기 힘들다’는 항목을 가장 많이 꼽았다(전체 설문대상 1500명 가운데 44.2%). 제한적인 장소와 이동 수단의 한계, 안전에 대한 걱정 등이 동반 여행의 부담으로 다가오기 때문이다.

펫초고트레블은 직접 개발한 동반 코스에 반려견 좌석이 제공되는 이동 수단을 포함하고 ‘펫가이더’라고 불리는 도우미들이 동반하여 편의 서비스를 제공하고 있다. 신년 해돋이 여행, 남이섬 봄나들이, 벚꽃놀이 등 계절적 특색과 반려인들의 요청을 반영해 매달 새롭게 출시한다.

그라임펫푸드 전용 공장 ‘해피댄스 스튜디오’는 제품이 생산되는 과정을 투명하게 공개하기 위해 일반 소비자를 대상으로 견학 프로그램을 운영하고 있다. 참가자들은 제품이 얼마나 꼼꼼하고 철저하게 관리되고 있는지 확인하고 수제 반려견 쿠키도 직접 만들어 볼 수 있어 인기가 많다.

편의점에서 펫푸드를 구매하는 비율도 늘어나는 추세다. 롯데네슬레코리아의 반려동물 사업부인 네슬레 퓨리나에 따르면, 편의점 3사에서 판매하는 매출이 연간 50% 가량 성장했다.

네슬레 퓨리나는 CU, 세븐일레븐, GS25 등 주요 편의점에 알포, 퓨리나 원 등 반려견 건사료와 캣차우, 팬시피스트 등 반려묘 건사료와 습식사료를 판매하고 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 편의점, 월드컵 특수 ‘훈풍’... 매출 대박

스웨덴전 열리는 동안 최대 2배 증가  
효자 상품 ‘맥주’ 매출 850% 쯤췌

한국 국가대표 축구팀의 2018 러시아 월드컵 조별예선 첫 경기가 열린 지난 18일 전국 편의점 매출이 큰 폭으로 상승했다. 편의점 업계는 월드컵 특수를 통해 얼어붙은 내수 시장이 잠시나마 완화될 것으로 기대하고 있다.

19일 편의점 업계에 따르면 러시아 월드컵 스웨덴전이 열린 지난 18일 오후 6시부터 자정까지의 주요 상품 매출은 전주 대비 최대 2배 이상 증가했다.

CU는 아이스드링크와 컵얼음의 매출신장률이 전주 대비 각각 128.1%, 127.2%로 가장 높게 나타났다고 밝혔다. 맥주 매출은 124.8% 상승했고, 마른안주류 120.7%, 육가공류 118.1%, 냉장즉석식 117.1% 등 안주 판매율도 올랐다.

세븐일레븐에서는 도시락 등 간편식사대용식과 일반 안주류가 각각



CU 월드컵 거리 응원 인근 편의점.

/BGF리테일

223.3%, 665.6% 매출 상승을 보였고, 음료 판매율은 481.5% 올랐다. GS25 역시 안주류 153.3%, 간편떡거리 98.2%, 냉동식품 92.0%, 아이스크림 87.1% 등 판매율이 큰 폭으로 상승한 것으로 나타났다.

매출 대박 효과는 길거리 응원이 펼쳐졌던 전국 주요 명소 인근 편의점에서 더욱 뚜렷하게 나타났다. 세븐일레븐이 거리 응원이 펼쳐졌던 시청광장 및 광화문 일대 10여 개 점포의 저녁 시간대 매출을 분석한 결과, 전년 동요일 대비 463.1%로 크게 올랐다. GS25는 2~4배,

CU는 7배 매출 상승 효과를 누렸다. 편의점 효자 상품은 단연 맥주였다. 거리 응원 주요 점포의 맥주 매출 증가율을 보면 세븐일레븐 3294.1%, GS25 847.3%, CU 511.2%로 나타났다.

편의점 업계는 월드컵 특수를 맞은 만큼, 다양한 할인, 이벤트 등을 통해 판매율 신장을 위해 주력할 계획이다. CU는 6월 한 달 동안 심야 응원족을 위한 타임 세일과 경품 행사 등을 준비했고, 세븐일레븐과 GS25도 월드컵 맞이 할인 이벤트를 진행 중이다.

/김민서 기자 min0812@

## 이마트, 中企 ‘스타상품’ 싱가포르 수출 성과

이마트가 발굴한 중소기업 스타상품들이 세계적 무역 허브인 싱가포르에서 첫 수출을 개시한다.

이마트는 국내 중소기업의 ‘카다리 아저씨’가 되어 상품 수출 발판 마련과 동시에 글로벌 시장조사단을 파견해 현지 바이어 구매상담회를 여는 등 활발한 지원을 펼친다고 19일 밝혔다.

앞서 이마트는 2016~2017년 2회에 걸

쳐 ‘스타상품 개발 프로젝트’를 진행했다. 우수 전통시장 먹거리와 중소기업 상품을 선별해 향후 이마트 등 신세계그룹 유통채널에 입점시켜주는 자체 중소기업 판로 지원 프로그램이다.

이마트는 20일부터 한 달 동안 ‘스타상품 개발 프로젝트’를 통해 선별된 16개 중소기업의 54개 상품(109SKU)을 싱가포르의 우수 현지 유통망을 통해 본격 판매한다.

주요 판매 상품은 ‘엠펙플러스’사의 수중터치 스마트폰 방수팩, ‘제이엠그린’사의 ‘알알이쭉’(특수용기), ‘썬코덱스’사의 ‘난나나론’(스낵), ‘썬청산이앤씨’사의 초미세먼지 차단용 크림 등이며 현지 유통채널은 온·오프라인 포함 총 4곳이다.

우선 20일부터 다음달 22일까지 싱가포르 1위 온라인 쇼핑몰인 ‘큐텐’에 상품이 입점한다. 이에 ‘큐텐’ 쇼핑몰은 이마트 기획행사 배너를 따로 게시하고 상품을 일목요연하게 정리해 가시성을 높일 계획이다. /신원선 기자

## 유니클로, 내일까지 여름아이템 특별 할인

유니클로(UNIQLO)가 오는 21일까지 여름철 필수 아이템을 특별가에 선보인다고 19일 밝혔다.

에어리즘은 세계적인 섬유회사 도레이(Toray), 아사히 카세이(Asahi Kasei)와 공동 개발한 기능성 소재로, 땀과 열을 빠르게 흡수, 방출하고 불쾌한 냄새를 억제하는 항균 방취, 소취 등 다양한 기능을 갖췄다. 또한 속옷부터 상·하의 등 다양한 디자인으로 출시돼 선택의 폭이 다양한 것이 특징이다.

기본 라인업은 기존가 대비 3000원 할인되며, 봉제선이 없는 심리스 라인업의 경우 여성용은 3000원, 남성용은 7000원 할인된 금액에 만나볼 수 있다.

뛰어난 건조력으로 오래 앉아있는 직장인뿐만 아니라 땀을 많이 흘리는 이들에게 여름철 필수 아이템으로 자리잡은 에어리즘 속옷 또한 특별가에 제공된다. 라인이 겹으로 드러나지 않는 여성용 ‘에어리즘 울트라 심리스 쇼츠’는 25%, 입지 않은 듯한 가벼운 착용감의 남성용 ‘에어리즘 북서 브리프’와 ‘에어리즘 트렁크’는 모두 20% 이상 할인된다.

에어리즘과 고품질 면인 수피마 코튼 등 다양한 소재와 디자인으로 제공되는 브라톱도 있다. 브라컵이 부착돼 따로 속



유니클로 브라톱.

/유니클로

옷을 입을 필요가 없고, 활용도도 뛰어나다. 특히 브라 원피스는 단 한 장으로 일상은 물론 휴양지에서도 패셔너블한 스타일링을 완성할 수 있어 주목받는다. 브라 원피스는 최대 1만원 할인된 가격으로 만나볼 수 있다.

‘드라이-EX(DRY-EX)’는 유니클로가 ‘도레이’와 함께 개발한 또 다른 대표적인 기능성 소재다. 특수한 입체 짜임 구조로 땀을 빠르게 흡수하고 건조시켜 언제나 산뜻함을 유지할 수 있다. 스포츠는 물론, 여행이나 캠핑 등을 즐기는 활동적인 이들에게 꼭 필요한 아이템이다. 성인용 ‘드라이-EX 크루넥 티셔츠’는 정장가에서 25% 이상 할인되며, 여성용 ‘드라이-EX 울트라 스트레치 쇼트 팬츠’와 남성용 ‘드라이-EX 쇼트 팬츠’는 각각 1만원과 7000원씩 할인된다. /김민서 기자

## CJ제일제당 ‘2017 지속가능경영보고서’ 발간

CJ제일제당이 지난해 경제적·사회적·환경적 활동의 주요 성과를 담은 ‘2017 지속가능경영보고서’를 발간했다고 19일 밝혔다.

CJ제일제당은 지속가능경영 활동과 성과, 그리고 향후 목표에 대해 투명하게 공개하고 이해관계자와의 소통채널로 활

용하기 위해 지속가능경영보고서를 내고 있다. 지난 2013년 처음으로 보고서를 발간한 이후 올해로 4번째다.

이번 보고서는 CJ제일제당의 CSV 경영철학 3대 핵심 공유가치인 ‘건강과 웰빙’, ‘지속가능한 환경’, ‘사회와의 상생’을 바탕으로 작성됐다. /박인용 기자 parkiu7854@