

편의점에서 펫 보험 가입, 건강검진... “없는데 없다”

반려동물 상품 작년 매출 63% ↑ GS25, 소변으로 질병검사 키트 CU, 안심먹거리 지속적으로 선배

1000만 반려동물 가구 시대를 맞아 편의점 업계가 반려동물 먹거리는 물론, 질병 검사 키트에 이어 보험 상품까지 출시하는 등 반려동물 관련 시장을 확대하고 있다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 반려동물 사업에 가장 적극적이다. 1인 가구 확대에 급성장하고 있는 반려동물 시장을 선점하기 위함이다.

GS리테일은 2018년 반려동물용품 전문 업체인 ‘펫츠비’에 50억원을 투자해 지분 24.6%를 사들였으며, GS25와 GS프레시를 통해 펫츠비 상품을 유통해오고 있다. 또한 2018년 SBS TV동물농장과 제휴해 기획한 프리미엄 반려동물 간식을 PB상품으로 출시해 큰 호응을 불러 일으킨 바 있다.

지난해 말에는 업계 최초로 반려동물 질병 체외 검사 키트 ‘어헤드’를 선보였다.

어헤드는 농림축산검역본부의 인증



고객이 GS25에서 반려동물 보험 상품을 살펴보고 있다. /GS리테일



CU 반려동물 먹거리 /BGF리테일

을 마친 동물용 의료기기로 반려동물의 소변을 통해 간단하게 10가지 이상의 질병을 검사할 수 있는 체외 검사 키트로 내용물은 시약막대, 색상표, 흡수지로 구성했다.

사용 방법은 동봉된 시약 막대에 반려동물의 소변을 묻히고 과잉노를 닦아낸 후 비교 색상표와 함께 핏펫 모바일 애플리케이션(이하 핏펫앱)으로 스캔하는 것으로 끝난다. 사용자는 1분 내로 핏펫앱이 자동으로 분석한 결과를 통해 반려동물의 당뇨병, 방광염, 신부전 등 10가지 이상의 질병과 관련된 이상 징후를 확인 할 수 있다.

저렴한 비용으로 간편하게 반려동물

의 건강상태를 확인할 수 있다. 또 전문 병원을 찾지 않고도 99% 일치하는 정확성을 자랑해 소비자들의 관심을 끈다.

최근에는 현대해상(손해보험사)과 손잡고 반려동물 보험 상품인 ‘무배당 하이펫 애견보험’(이하 하이펫 애견보험)을 내놨다.

하이펫 애견보험은 치료비 보장 중심의 기존 보험 상품과 달리 배상책임 보장과 장례비 보장이 특화된 상품이다.

보장 범위는 반려견이 타인의 신체나 반려동물에게 손해를 입힐 경우 최대 500만원 한도 내 지원, 반려견 사망 시 장례비 15만원 지급이다.

지자체에 반려동물 등록을 완료한 반

려견(일부 견종 제외) 중 만 0세부터 6세까지 가입 가능하며 보험 기간은 가입일로부터 1년, 연간 보험료는 1만원(일시납)이다.

전국 GS25 매장을 방문해 계산대(P OS) 입력창에 전화 번호를 입력한 후 전송 받은 메시지 내의 URL에 접속해 고객과 반려견의 기본 정보를 입력하고 보험료를 결제하면 간편하게 가입 할 수 있다.

GS25는 반려동물 인구가 지속 증가함에 따라 반려동물로 인한 타인과의 분쟁 사례가 매년 증가하고 있으며 반려동물 장례 문화도 확산되는 추세로, 반려견 배상책임 보장과 반려견 장례비

보장을 특화해 출시한 이번 보험 상품이 고객에게 큰 인기를 끌 것으로 기대하고 있다.

BGF리테일이 운영하는 CU는 TV 프로그램 ‘세상에 나쁜 개는 없다’(이하 세나개), ‘고양이를 부탁해’(이하 고부해)와 손잡고 반려동물을 위한 안심 먹거리를 선보였다.

이처럼 편의점 업계가 반려동물 관련 상품과 서비스를 지속적으로 선보이는 이유는 가까운 편의점에서 반려동물 관련 상품을 찾는 수요가 꾸준히 늘고 있기 때문이다.

실제로 CU의 반려동물 관련 상품 매출 조사에 따르면 2016년 53.9%, 2017년 55.4% 증가했으며, 2018년에는 63.7%로 역대 가장 큰 폭의 신장률을 보였다. 지난해 역시 전년 대비 45.2% 신장했다.

업계 관계자는 “앞으로도 차별화된 반려동물 상품을 기획해 지속 선보이는 한편 반려동물 복지, 건강 사각지대 상권을 중심으로 반려동물 상품 공급을 점차 확대해 고객 편의성을 높이는 데 주력 할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

아떼, 국내 첫 ‘비건 인증’ 선케어 제품 출시

스위스 천연원료 기반 식물성 처방 자연유래 성분 60~70% 이상 포함 순하지만 자외선차단 기능도 뛰어난



LF 아떼 비건 릴리프 선 케어 신제품 출시

생활문화기업 LF의 여성 화장품 브랜드 ‘아떼(ATHE)’가 국내 최초로 비건 인증을 받은 선 케어 신제품을 23일 새롭게 출시한다.

아떼가 권위 있는 비건 화장품 검증 기관인 프랑스의 ‘이브(EVE)’와 영국의 ‘비건 소사이어티(The Vegan Society)’에서 비건 인증을 획득한 ‘비건 릴리프 선 케어’ 신제품 3종을 선보인다. 선 케어 화장품으로는 국내 최초로 비건 인증을 받은 것으로 스위스 천연 원료 기반의 식물성 처방을 중심으로, 동물성 원료를 첨가하지 않고 동물 실험을 진행하지 않은 것이 특징이다.

아떼의 비건 릴리프 선 케어는 ‘선 에센스’, ‘선 비비’, ‘선 쿠션’ 총 3종으로 출시됐으며, 자연 유래 성분 60~70% 이상으로 순하지만, 자외선 차단 기능성은 뛰어나다. 3종 모두 천연 피부 자극

완화제라 불리는 스위스산 ‘아르니카 몬타나’ 추출물을 함유해 자극 받은 피부를 진정시켜주며, SPF50+ PA++++의 기능성으로 자외선으로부터 피부를 효과적으로 보호한다.

비건 릴리프 선 에센스는 자외선, 주름 개선, 미백 3중 기능성으로 자외선을 차단하는 멀티 뷰티 제품으로 탄탄하고 환한 피부로 가꿔준다. 백탁 없이 투명하게 발리는 수분 에센스 질감으로 자외선 차단제 특유의 끈적임 없이 메마른 피부에 산뜻한 수분감을 선사한다. 비건 릴리프 선 BB는 자외선 차단은 물론, 피부결 보정 및 잡티 커버 기능성 비비 크림이다. 요철과 모공을 가볍고 촘촘하게 가려줘 매끄럽고 우아한 윤기를 자아내는 도자기 피부를 연출해주며, 뉴트럴 피치 베이지 컬러로 피부 톤을 생기 있게 만들어준다. /조효정 기자

일리운, 예민한 피부도 부담없는 ‘튼살크림’

시험결과 4주만에 튼살 붉은선 완화

아모레퍼시픽 저자극 고보습 브랜드 일리운은 튼살 붉은선(이하 튼살)을 효과적으로 케어해주는 저자극 기능성 ‘튼살 크림’을 출시했다고 23일 밝혔다.

예비맘과 만 14세 이상 성장기 청소년의 갑작스러운 체중 증가로 생긴 튼살 고민을 위한 집중 케어 제품이다. 인체 적용 시험 결과 4주만에 튼살 붉은선 완화 효과를 보였다.

‘튼살 크림’에는 알란토인을 함유해 피부 장벽을 강화해주고 판테놀 성분이 건조로 인한 피부 손상을 예방해 줄 수 있다.

또 파라벤, 실리콘오일 등 10가지 성분을 제외해 예민한 피부 타입에도 부



담 없으며 하이포 알레르기 테스트와 피부과 테스트도 완료했다.

부드럽게 펴발리는 가벼운 크림 제형으로 국소부위 및 넓은 부위에 피부마사지용으로 사용하기 좋다. 오일과 크림을 별도로 사용하지 않아도 돼 튼살 붉은선을 간편하고 끈적임 없이 케어할 수 있다.

일리운 튼살 크림 150mL는 올리브영 온라인몰 및 매장에서 먼저 선보이며 200mL 제품은 아모레퍼시픽몰, 네이버 데일리뷰티 스마트스토어 등에서 4월부터 구매 가능하다.

/조효정 기자 princess@

LG생건 케어존, 모델에 대세배우 김동희

양면 토너패드로 섬세한 피부관리



LG생활건강은 맞춤형 솔루션을 제공하는 더마코스메틱 브랜드 ‘케어존’의 신규 광고 모델로 배우 김동희를 발탁했다고 23일 밝혔다. 김동희는 화제의 JTBC 금토드라마 ‘이태원 클라쓰’에서 ‘장근수’역을 맡아 섬세한 감정선의 입체적인 캐릭터로 많은 사랑을 받는 대세 배우다.

케어존은 김동희의 ‘멍멍미’ 넘치는 순둥순둥한 이미지를 살려 트러블 및 각질 케어 제품인 ‘아쿠어 원샷 각질 토너패드’, ‘딤클린 젤링 필링젤’ 2종의 흥

보활동을 진행한다. 이 두 제품은 환절기 일교차와 더불어 상시 마스크 착용으로 잦아지는 피부 자극으로 발생한 피부 고민을 케어하고, 매년 봄만 복숭아 피부로 가꿔주는 제품으로 ‘복숭아 토너패드’, ‘복숭아 필링젤’이라는 애칭이 붙었다. 최근, ‘귀염뽀짝’한 복숭아 테마 증정품이 포함된 한정 기획 제품을 출시해 더욱 소장가치를 높였다. /조효정 기자

캘러웨이 어패럴 “퀴즈 참여하고 선물받자”

한성애프라이의 ‘캘러웨이 어패럴’이 4DM 스윙 플렉스 재킷 출시를 기념해 캠페인 영상을 공개하고 온라인 이벤트를 오는 31일까지 진행한다고 23일 밝혔다.

4DM 스윙 플렉스 재킷 캠페인 영상은 남성편과 여성편으로 각각 제작됐다. 이벤트에 참여하려면 캘러웨이 어패럴의 공식 페이스북 또는 인스타그램에 접속해 영상 내용을 확인 후 댓글로 정답을 작성하면 응모할 수 있다. 응모자 30명을 추첨해 사은품을 증정한다. /조효정 기자

애경산업 ‘플로우’ 3in1 선تون업 베이스

생활뷰티기업 애경산업의 스킨케어 브랜드 ‘플로우’에서 자외선 차단, 메이크업 베이스, 톤업 등 3가지 효과를 하나에 담은 3in1 ‘선 톤업 베이스’ 2종을 출시했다고 23일 밝혔다.

플로우 선 톤업 베이스 2종은 메이크업에서 가장 기초가 되는 자외선 차단과 메이크업 베이스, 톤업의 효과를 하나에 담아 베이스 단계를 줄인 선 베이스이다.

이 제품은 자외선 차단은 물론 유무기 자차 자외선 차단제의 장점을 담은 혼합 자차 선 베이스로 사용 후 피부에 하얗게 뜨는 백탁현상이 없고, 피부에 자극이 적어 부담 없이 사용할 수 있는 것이



특징이다. 플로우 선 톤업 베이스 2종은 화사한 피부톤을 연출해주는 수련꽃 추출물과 피부 미백에 도움을 주는 나이아신아마이드 성분도 함유했다. /조효정 기자