

# “자장면·삼계탕 먹고, 시밀러룩 입고, 분조카도 함께가요”

(비슷하게 맞춰 입는 옷)

(분위기 좋은 카페)

## 반려동물 산업 다양·고급화

반려동물 시장이 지속적으로 성장하면서 유통업계 전반이 해당 시장을 주목하고 있다.

농촌경제연구원에 따르면 국내 반려동물 시장은 2015년 1조9000억원에서 지난해 3조4000억원으로 성장했으며, 2027년 6조원으로 확대될 것으로 전망하고 있다.

반려동물 인구가 증가하면서 반려동물을 가족처럼 생각하는 ‘펫 휴머니제이션(Pet Humanization)’ 문화가 확산하면서 자연스럽게 반려동물 관련 산업도 다양해지고 고급화하는 추세다.

반려동물 식문화화를 살펴보면 사람이 먹을 수 있는 식재료를 사용한 반려동물 먹거리가 인기가 있다.

7일 업계에 따르면 국내 최초로 100% 휴먼그레이드 원재료만 사용해 반려동물 음식을 만드는 하림펫푸드는 출범 5년만에 매출 366억원, 영업이익 19억원을 기록하며 수입산이 팽배한 사료 시장에 안정적으로 안착했다. 전년 동기 대비 각각 28%와 23% 늘어난 것으로, 하림펫푸드가 개척한 프리미엄 사료가 국내 소비자들에게 통했다는 것을 방증한다.

하림펫푸드는 소비자가 모든 제조공정을 직접 확인하고 사료를 만들어 볼 수 있도록 체험 투어를 비롯한 반려동물 문화 공간으로 운영하고 있다. 이를



스타벅스 ‘더북한강R’점 야외에 펫 파크 공간이 조성되어 반려동물들과 즐거운 시간을 보낼 수 있다. /스타벅스코리아

**하림펫푸드 프리미엄 사료 ‘인기’ “급여 사료 아닌 반려동물과 식사”**

**커피빈 펫 프렌들리 매장 운영 부천북부역사거리점 등 총 14개점**

**아카이브볼드 키즈&펫 라인 론칭 헤지스 견주·반려견 ‘시밀러룩’**



BYC에서 출시한 반려견 전용 실내복. /BYC

통해 반려동물을 위한 진짜 음식을 만드는 경험을 할 수 있는 유일무이한 곳으로 소비자들에게 각인시켰다.

하림펫푸드는 건사료에 이어 최근 사람과 반려동물이 함께 식사하는 즐거운 경험을 제공하기 위해 식품과 유사한 제품군을 론칭했다. 반려동물이 먹을 수 있는 유니자장면, 볼로네제파스타, 떡국, 삼계탕, 아이스크림, 케이크 등이 대표 제품이다.

하림펫푸드 허준 대표는 “해외 수입산이 팽배한 사료 시장에서 식품으로써

의 펫푸드를 개척하기 위해 과감하게 투자한 것이 주효했다”며 “이제는 단순히 급여하는 사료가 아니라 나의 가족인 반려동물과 함께 식사하는 즐거움과 시간을 공유하는 것이 중요함에 따라 프리미엄 펫푸드 브랜드로서의 역할을 다하겠다.”고 설명했다.

풀무원 자회사 풀무원건강생활도 펫푸드 브랜드 ‘아미오’를 운영하면서 기능성 사료와 간식 등 기능성 제품을 선보였다. KGC인삼공사의 경우 반려동물 건강 전문 브랜드 ‘지니펫’을 운영,

펫푸드를 내놓고 있다.

커피전문점들은 반려동물과 함께 방문할 수 있는 ‘펫 프렌들리 존’을 마련하는 등 펫팸족을 겨냥한 공간 조성에 나서려는 모습이다.

가장 적극적인 곳은 커피빈코리아다. 커피빈은 지난 2021년 7월 위례2차 아이파크점을 시작으로 반려견 동반 출입이 가능한 펫 프렌들리 매장을 운영하고 있다. 최근 리뉴얼 오픈한 부천북부역사거리점까지 포함하면 모두 14개 점이다.

커피빈 측은 “반려동물 양육 가구가 증가하고 있고, 그에 따라 성숙한 반려문화도 필요하다. 커피빈이 그러한 문화에 기여할 수 있기를 바라는 마음”이라며 펫 프렌들리 매장을 운영하게 된 계기도 알렸다.

지난달 프리미엄 디저트 카페 투썸플레이스는 투썸플레이스 대구수성못점을 오픈했다. 해당 점포는 넓은 공간과 아이형 인테리어로 모던한 분위기를 자아낸다. 특히 1층 입구에 펫 파킹 존, 2층 외부 테라스에 펫 프렌들리 존을 통해 반려동물과 함께 즐길 수 있는 공간을 마련했다.

할리스는 공덕경의선숲길점과 제주연복로점에 펫 프렌들리 존을 운영한다. 펫 프렌들리 존에는 배변봉투와 반려견용 그릇도 비치되어 있어 함께 쉬었다 갈 수 있다.

스타벅스도 지난해 펫 프렌들리 매장 ‘더북한강R’점을 열고, 다양한 캠페인

을 전개해오고 있다. 오픈 당시 반려동물과 함께 이용할 수 있는 펫 파크를 선보이고 동물자유연대에 유기동물 지원기금 1억원을 기부한 바 있다. 또 동물자유연대와 함께 유기동물 입양 캠페인을 펼쳐 인식 개선 활동을 진행한 바 있다.

패션, 명품 브랜드도 반려동물 카테고리에 힘주고 있다. 최근 스트리트 패션업계에서 주목받고 있는 캐주얼 브랜드 아카이브볼드는 키즈&펫 라인을 새롭게 론칭하며 제품 라인을 확장했다. 온 가족이 함께 입을 수 있는 스트리트 패션 브랜드를 지향하는 게 특징이다.

앞서 LF의 대표 캐주얼 브랜드 헤지스도 반려견 의류 라인을 선보였다. 클래식한 피케 티셔츠와 케이블 니트, 옥스퍼드 셔츠 등이다. 헤지스의 베스트셀러인 아이코니 시리즈를 반려견 의류 라인으로 확대해 견주와 반려견이 ‘시밀러룩’을 연출할 수 있는 것이 특징이다. 속옷 브랜드 BYC는 반려견용 실내복을 선보여 견주들의 큰 관심을 모은 바 있다.

업계 관계자는 “1인가구, 저출산 기조가 이어지면서 반려동물에 지출하는 비용이 커지고 있다”며 “반려동물을 가족처럼 대하면서 아낌없이 지갑을 여는 것이다. 좋은 것을 먹고 입고 싶어하는 펫팸족이 많아지면서 해당 시장은 꾸준한 성장할 것으로 보인다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 롯데온 “여름 뷰티상품 미리 준비하세요”

온앤더뷰티 ‘여름 뷰티템’ 앞당겨 10% 할인쿠폰, 카드 할인 등 혜택

롯데온이 지난해보다 3주 앞당겨 여름 뷰티 행사를 연다. 뷰티 브랜드들이 여름 신상품을 일찍 선보이며 여름 뷰티 상품 수요가 일찌감치 증가한 점을 고려해 앞당겼다.

롯데온 온앤더뷰티가 8일부터 14일까지 ‘온앤더뷰티 워크 - 여름 뷰티템’

행사를 진행한다. 이번 행사에서 롯데온은 올 여름 시즌 신상품을 비롯한 인기 상품에 적용할 수 있는 최대 10% 할인 쿠폰 및 최대 10% 카드 즉시 할인 혜택을 제공한다.

대표 상품으로는 여름철 수분 가득한 스킨케어로 ‘에스티 로더 NEW 뉴트리셔스 라인’과 ‘산타마리아노벨라 아쿠아디 로즈 라인’의 수분크림 및 클렌징 등의 신상품 등이 있다. 여름 시즌 인기

상품 구매 시 추가 증정품도 제공한다.

온앤더뷰티 클럽 회원을 위한 추가 혜택도 준비했다. 행사상품 구매 시 적용할 수 있는 최대 12% 할인 쿠폰 및 엘포인트 최대 5천점 적립 등의 혜택을 제공한다. 더불어 경품 이벤트도 진행해 응모 고객을 대상으로 추첨을 통해 여름철 두피 관리를 위한 ‘르네휘테르 포티샤 샴푸(200ml)’를 증정한다.

/김서현 기자 seoh@



신세계백화점 강남점에 문을 연 ‘신세계 다이아몬드 갤러리’에서 고객이 나석을 보고 있다. /신세계

## 신세계百 강남점 ‘다이아몬드 갤러리’ 운영

8층 상품권샵 내 슨인숍 형태 1캐럿·0.5캐럿 2가지 상품 판매

신세계백화점 강남점이 4일 다이아몬드 나석을 직접 매입해 운영하는 ‘신세계 다이아몬드 갤러리’ 운영을 시작했다.

갤러리는 8층 상품권샵에 자리하며 기존 골드바 판매와 더불어 상품권샵 내 슨인숍 형태로 운영된다.

나석은 자연에서 채굴된 원석을 가공한 뒤, 주얼리에 별도의 세팅을 하지 않은 상태다. 고객이 구매 후 원하는 디자인으로 세팅할 수 있다. 나석을 직접 매입, 판매하는 것은 백화점 업계에서는 첫 시도다.

신세계 다이아몬드 갤러리에서 판매하는 나석은 국제보석감정사(GIA G

G) 자격을 갖춘 20년 감정 경력의 바잉 전문가가 홍콩 주얼리 페어 등에서 직접 매입한다.

신세계 다이아몬드 갤러리는 웨딩링으로 가장 수요가 높은 1캐럿과 0.5캐럿 2가지 상품을 판매한다.

가격은 SI 1등급 1캐럿 1500만원대, 0.5캐럿 400만원대로 국내외 럭셔리 주얼리 브랜드에 비해 10~40% 가량 저렴해 합리적이다.

특히 세계적인 인증기관 GIA 감정서와 함께 신세계백화점이 한번 더 검증한 추가 감정서도 제공해 신뢰도를 한층 높였다.

신세계 다이아몬드 갤러리는 강남점에 이어 주얼리 고객이 많은 점포를 중심으로 연내 추가로 문을 열 계획이다.

/김서현 기자

## 전자영수증 탄소중립포인트 3000만원 돌파

GS리테일, 참여고객 6개월새 6배 ↑

GS리테일이 오프라인 채널에서 종이 영수증 대신 전자 영수증으로 발급한 탄소 중립 포인트가 3000만원을 돌파했다고 7일 밝혔다.

GS리테일에서 전자 영수증 반기를 신청해 탄소중립포인트를 지급받은 고객들은 지난해 9월 대비 올해 3월 기준으로 6배 이상 증가했다. 또한 지난해부터 올해 1분기까지 지급된 탄소중립포인트는 3천만 원을 돌파했다. 전자 영수증 발급시 받을 수 있는 탄소 중립 포인트는 100원이다.

탄소중립 포인트는 환경부가 지난해부터 시행 중인 탄소중립포인트 제도

(녹색생활 실천분야)가 지급하는 친환경 생활 적립금이다. 전자영수증 발급(100원), 텀블러/다회용 컵 이용(300원), 일회용 컵 반환(200원) 등을 실천하면 1인당 연간 최대 7만 원의 탄소중립포인트를 지급받을 수 있다.

GS리테일 계열사에서는 전자영수증 발급으로 탄소중립포인트를 지급받을 수 있다. GS&POINT와 ‘탄소중립포인트(녹색생활 실천분야) 제도’에 회원가입을 한 후 GS리테일 전용 앱 ‘우리동네GS’ 접속해 ‘모바일 영수증만 받기’를 설정하면 된다. 이후 편의점 GS25와 슈퍼마켓 GS더프레시에서 상품을 구매하면 활동실적이 한국환경공단으로 전송돼 탄소중립포인트가 지급된다. /김서현 기자

## 베스킨라빈스 아이스크림 케이크 3종 가정의 달 신제품 출시

SPC 베스킨라빈스가 5월 가정의 달을 맞아 아이스크림 케이크 신제품 3종을 선보였다. 베스킨라빈스는 꽃을 주제로 감사의 마음을 전할 수 있는 아이스크림 케이크 3종(▲감사한 마음 가득 핑크 카네이션 ▲러블리 플라워 가든 ▲플라워 사이닝 케이크)을 기획했다.

‘감사한 마음 가득 핑크 카네이션’은 분홍색 초콜릿으로 만든 풍성한 카네이션이 특징으로, 소중한 사람에게 감사의 마음을 전하기 제격이다. 남녀노소 선호하는 베스킨라빈스의 대표 플레이버 ‘아몬드 봉봉’, ‘체리쥬빌레’ 2가지 맛으로 구성했다. /신원선 기자