# 펫 보험 가입했나요, 펫 카드 혜택도 많대요

## 다양해지는 펫 금융상품

치료비·배상책임·장례비용 보장 보험
새 주인에게 양육자금 전달 신탁상품
동물병원·관련업종 등 할인혜택 카드


반려동물 사진을 카드에 넣을 수 있는 IBK '참 좋은 내사랑 펫카드'가 반려인들 사이에서 눈길을 끌고 있다. 사진출처 | 'Hello두두' 네이버 블로그

펫

루이비통, 인터파크, 서울우유 등 다양한 기업에서 펫산업에 손을 뻗치는 움직임을 보이고 있다. 펫시장의 규모가 2020년 6조원에 육박할 것으로 예상될 만큼 활황을 보이기 때문이다. 이에 금융시장에서도 반려동물을 위한 상품들을 출시해 생활에 밀접한 혜택으로 고객들을 끌고 있다.

**●반려동물 보험**

반려인들의 동물병원 비용 부담을 덜어주는 보험이 눈길을 끌고 있다. 현재 국내 반려동물 보험은 삼성화재, 롯데손해보험, 현대해상 등 3사에서 운영 중이다.

삼성화재 '파밀리아리스' 애견보험은 신규 만 6세 이하 가입이 가능하며 갱신 시 10세까지 보장된다. 전국 모든 동물병원에서 치료비 지원이 가능하며 응급실, 한방치료까지 보험 적용된다. 국내 최초로 애견보험을 선보였던 현대해상은 최근 '하이펫 애견건강보험'을 재출시했다. 90일 이상부터 만 7세까지 가입 가능한 '하이펫 애견건강보험'은 '행복플랜', '안심플랜' 두 종류가 있으며 치료비, 배상책임, 장례비용을 보장한다. 또한 특약을 통해 피부, 구강, 탈구 질환도 보상이 가능하다.

유일하게 고양이 가입이 가능한 롯데손해보험 '마이펫'은 '수술입원형', '종합형' 상품으로 구분돼 있다. 수술·입원 등의 치료비 보장이 가능하며, 강아지와 고양이가 동일하게 적용된다.

박선용FP는 "반려동물 인구가 증가하면서 보험에 대한 필요를 느끼고 상담문의가 많이 들어오고 있는 추세"라며 "과거 반려동물 보험을 출시했다가 철수한 업체에서도 다시 리뉴얼 된 상품을 출시하는 것을 미루어보아 애견인구를 의식한 움직임으로 해석할 수 있다"고 말했다.

**●펫신탁**

최근 일본에선 반려동물에게 유산을 남겨주는 펫신탁이 주목받고 있다. 펫신탁은 현재 주인이 사망, 병 등으로 반려동물을 돌보기 힘들어지는 상황을 대비해 새로운 주인에게 양육 자금을 전달하기 위한 신탁계약이다.

국내에선 KB국민은행이 최초로 반려동물을 위한 신탁 상품을 출시했다. 'KB펫신탁'은 만19세 이상의 개인이면 누구나 가입할 수 있다. 일시금을 맡기는 경우에는 200만원 이상, 월 적립식인 경우에는 1만원 이상 내면 가입이 가능하며, 납입 최고한도는 1000만원이다. 위탁자가 사망하기 전 새로운 반려동물 부양자를 지정할 경우 신탁한 재산을 일괄·분할 지급한다. 기존에는 가입대상을 개로 한정했지만 최근 고양이까지 확대했다.

KB국민은행 관계자는 "아직 시작 단계지만 일본에서도 펫신탁에 대한 긍정적인 반응이 있었고, 1인 가구, 노령화 등 사회현상으로 니즈가 빠르게 늘어날 것으로 예상하고 있다"고 말했다.

**●반려인 혜택 카드**

반려인들이 누릴 수 있는 카드 혜택들도 다양하다. IBK기업은행 '참! 좋은 내사랑 펫카드'는 반려동물 관련 업종으로 등록된 4500여개 가맹점에서 결제금액 10% 할인, 장례비용 5%할인 혜택이 있다. 대구은행 'DGB 펫러브 카드'는 동물병원 20%할인, 반려동물업종 10% 할인이 가능하다. 또 펫러브 카드 운용 수익의 10%는 반려동물 사랑기금으로 조성된다.

KB국민카드에서도 반려동물 관련 업종뿐만 아니라 반려동물 용품 구매가 많은 대형할인점과 온라인 쇼핑몰에서 할인 혜택을 받을 수 있는 'KB국민 반려愛카드'를 발급하고 있으며, 삼성카드에서도 '삼성카드 펫'을 사이트를 개설해 삼성카드로 반려동물 전용 온라인 쇼핑몰과 삼성화재 애견보험 등 관련 서비스를 이용하면 혜택을 주고 있다.

해외 사례와 비교했을 때 국내 펫금융 상품들은 아직 초기 단계에 머무르고 있다. 해외 반려동물 보험의 경우 특수동물 상품이나 종신 상품 등 다양화돼 있으며 연평균 17% 이상 성장률을 보인다. 하지만 국내에서는 삽입 인식표에 대한 부정적인 인식으로 보험 가입이 적어 자리 잡지 못하고 있다.

동물등록제와 같은 제도적인 부분이나 반려동물 노후준비 필요성에 대한 사회적인 인식이 자리 잡는다면 보험, 펫신탁 등 금융상품들이 활발하게 성장해 반려인들에게 경제적인 도움을 줘 유기동물 발생률 저하 등 효과를 기대해봄직 하다. 김현진 객원기자

## 반려동물과의 교감 "커플템이 좋아~"

이름·전화번호 새긴 팬던트 인기

반려동물을 가족처럼 생각하는 펫펨족(Pet+Family)들이 증가하면서 동물과 함께 착용할 수 있는 커플템이 각광받고 있다.

반려동물 패션 브랜드 아트로믹스와 주얼리 브랜드 화이트 씨밀레는 반려동물과 반려인의 교감을 모티브로한 펫 주얼리 라인 '화이트 씨밀레 러브펫'을 선보였다. '화이트 씨밀레 러브펫'은 단순 인식표로써의 개념을 뛰어넘은 제품으로 지난해 열린 펫 박람회와 지난 달 개최한 론칭 이벤트에서 큰 호응을 얻은 바 있다.

반려동물과 함께 커플 아이템을 나누고 싶은 마음을 담은 '화이트 씨밀레 러브펫'은 팬던트 뒷면에 반려동물의 이름과 반려인의 전화번호가 각인되며 체인과 가죽을 별도로 선택할 수 있다.

아트로믹스 측은 "반려동물과 함께 착용하는 커플템에 대한 반려인들의 관심이 높아졌다"며 "반려동물과 함께 아이템을 공유하고 싶다는 마음이 화이트 씨밀레 러브펫 의미와 일맥상통함을 보여 준다"고 말했다.

'화이트 씨밀레 러브펫'은 펫주얼리 라인 8종과 휴먼 라인 5종이 있으며 휴먼 라인 전 종류는 커플 주얼리이다.

향후 펫주얼리와 함께 커플로 착용할 수 있는 휴먼 주얼리까지 신상품을 지속적으로 출시해 나갈 예정이라는 게 아트로믹스 관계자의 설명이다. 김현진 객원기자


'화이트 씨밀레 러브펫' 팬던트

# 문화·오락과 만난 쇼핑공간…고객을 당기다

## 복합쇼핑몰 '풀(pull) 마케팅'

두타몰 '사임당관·쉐이크쉑' 고객유도
타임스퀘어 '공개 프러포즈' 시선몰이
참여 엔터테인먼트 공간이 매출 견인






복합쇼핑몰 아이콘으로 '풀 마케팅'이 뜨고 있다. 두타몰 '사임당관' 전경(왼쪽)과 타임스퀘어 '공개 프러포즈 이벤트' 모습. 사진제공 | 두타몰·타임스퀘어

유통

'고객 발길을 붙잡아라!'

복합쇼핑몰 아이콘으로 '풀(pull·당기다) 마케팅'이 뜨고 있다.

고객들의 직접 참여를 이끌어내 매장 방문을 유도하는 전략으로, '어떻게 하면 고객을 더 오래 머물게 할 수 있는가'가 주요 골자다. 쇼핑 공간이 단순히 쇼핑만 하는 곳에서 벗어나 문화·오락을 함께 즐기는 엔터테인먼트 공간으로 거듭나면서, 이를 통한 집객이 매출 변화에 미치는 영향이 크기 때문으로 분석된다.

서울 동대문에 위치한 두타몰이 대표적으로 최근 '사임당관'을 오픈했다. SBS드라마 '사임당 빛의 일기'에 대한 콘텐츠 사용권과 MD상품 제작 및 유통권 등을 확보하고 있는 사임갤러리가 구성한 사임당 체험 및 판매 복합 공간이다. 사임당의 작품을 현대적으로 재해석한 미디어 전시를 비롯해 패키지 디자인에 접목한 상품 등을 다채롭게 만날 수 있다.

또 두타몰은 최근 버거 브랜드 '쉐이크쉑'을 1층에 95평(314m²) 규모로 유치하면서 유명 맛집을 겸비한 '복합 쇼핑 다이닝몰'로 새단장 중이다. 두타 측은 "두타몰은 대학가와 오피스 지역을 모두 아우르는 유동인구가 많은 핵심 상권"이라며 "이런 특징을 살려 '쉐이크쉑'이 오픈하는 4월부터는 주요 고객층인 20~30대를 비롯해 동대문을 찾는 외국인 관광객에게 트렌디한 먹거리와 쇼핑이 결합된 즐거움을 선사할 것"이라고 했다.

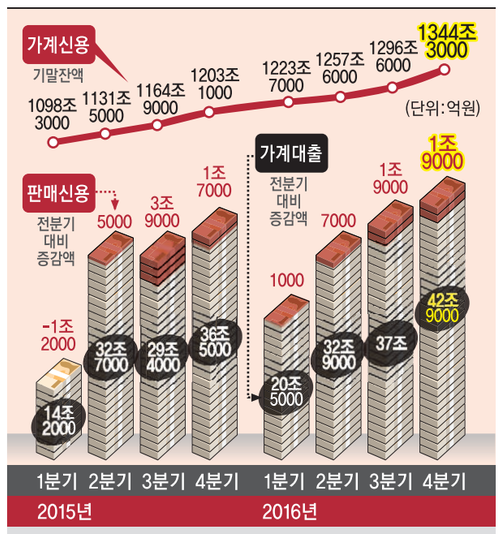
다채로운 이벤트로 고객 발길을 붙잡는 곳도 있다. 서울 영등포에 위치한 타임스퀘어가 대표적으로, 최근 밸런타인데이를 맞아 1층 아트리움에서 '공개 프러포즈 이벤트'를 열었다. 대형 전광판에 주인공 커플의 러브스토리를 담은 영상이 상영됐으며, 무대 위 멋지게 차려입은 남자 주인공이 연인에게 사랑을 고백했다. 이에 타임스퀘어를 찾은 수많은 고객들이 뜨거운 박수를 보내며 사랑의 결실을 함께 축하했다는 후문이다.

성큼 다가오고 있는 봄을 활용하는 경우도 있다. 서울 용산 아이파크몰은 '새봄 새출발 세일 행사'를 통해 화분·화병·조화 등 다양한 인테리어 상품을 선보였다. 인테리어 꽃 장식을 쇼핑몰 매장에 가득 진열해 고객들에게 어필하고 있다. 또 현대백화점은 내달 29일까지 15개 전 점포에서 미국 메이시스백화점의 '플라워 쇼'를 벤치마킹한 대규모 봄꽃 축제를 선보인다. 경기 불황으로 사회 분위기가 침체돼 있는 상황에서 백화점을 단순 쇼핑 공간이 아닌 마음을 위안하며 치유할 수 있는 도심 속 '힐링정원'으로 탈바꿈할 계획이라는 게 회사 측 설명이다.

그렇다면 복합쇼핑몰이 '풀 마케팅'에 집중하는 이유는 뭘까. 과거 유통업계 마케팅 전략이 더 많은 소비창출을 위한 '푸시(push·밀다)'에 초점을 맞췄다면, 이제는 고객들의 직접 참여를 이끌어 방문을 유도하는 '풀 마케팅'에 집중하고 있다는 게 업계 관계자들의 전언이다. 업계 관계자는 "직접 보고 느끼는 체험만큼 고객들의 참여를 이끌어내는 것은 없다"며 "구매 심리를 자극하는 뻔한 마케팅이 아닌, 생활 전반을 아우르는 다양한 참여형 이벤트는 고객들의 자발적인 방문 의지를 갖게 해 호응도가 높다"고 했다. 또 "장기적 관점에서 볼 때, 유통업체의 방문 문턱을 낮추고 고객이 오래 머물 수 있도록 하는 것은 고정 고객 확보와 집객 효과에 중요한 경쟁력"이라고 덧붙였다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

## 데이터로 보는 경제

분기별 가계신용 추이




21일 한국은행이 발표한 '2016년 4분기 가계신용'에 따르면 지난해 12월말 가계신용은 1344조3000억원으로 전 분기 대비 47조7000억원(3.7%) 증가했다. 국민 1인당 가계부채는 지난해 말 우리나라의 주민등록 인구(5169만6216명)를 감안하면 2600만원을 넘어섰다.

# 먼지 적은 고양이모래 쓰세요

로마샌드, 먼지 최소화…오염물 흡수·탈취도 우수




반려묘를 키울 때 가장 신경 써야 할 부분 중 하나가 배변모래다. 모래를 잘 못 고르면 고양이가 배변하길 꺼려하거나 집안에 모래가 날리는 사막화 현상, 고양이 배변 냄새 문제가 발생할 수 있기 때문이다.

고양이 화장실 모래는 배변 활동에 중요한 환경을 조성할 뿐 아니라 모래를 파고 뒹구는 행동을 통해 스트레스를 해소하는 기능도 있다. 이 과정에서 발생하는 모래 먼지가 반려묘의 호흡기 질환과 집사들의 천식, 비염 등을 유발해 건강에 영향을 미치기 때문에 고양이 모래를 선택할 때는 먼지가 많이 날리지 않는 것으로 골라야 한다.

고양이 모래 '로마샌드'(사진)는 미국 와이오밍주에서 생산되는 천연 벤토나이트로 만들어져 내부 오염물을 빠르게 흡수, 배변 냄새를 효과적으로 잡는다. 특수 제작된 기계로 먼지가 최소화된 제품을 생산해 먼지 발생을 최소화했다. 또 좋은 품질의 소디움벤토나이트로 굳기와 탈취에도 우수하다. 무염료, 무향의 천연모래로 반려묘를 위해 안심하고 사용할 수 있다. 김현진 객원기자

# 치킨과 햄버거를 한 자리에

치열한 치킨시장의 새로운 아이템
'에디슨치킨 앤 버거' 가맹점 모집

치킨시장 경쟁이 치열하다. 과거 치킨전문점은 창업시장에서 부동의 성공 아이템으로 꼽혔으나 현재의 치킨시장은 포화상태. 단순히 치킨메뉴 변경만으로 치킨시장에서 더 이상 살아남기는 힘들다.

이러한 시장 상황에 맞춰 새로운 콘셉트로 고객 입맛을 사로잡을 '에디슨치킨 앤 버거'가 가맹점을 모집하고 있다. 20년간 창업지원 시스템을 축적한 '에디슨치킨 앤 버거' 본사 ㈜네이처온21이 치열한 치킨시장에서 치킨과 햄버거를 접목시킨 새로운 시장을 개척한 것. 1만1000원의 후라이드 치킨과 3000원 초반대 햄버거 메뉴가 포인트다. 기존의 후라이드 및 오븐구이 치킨메뉴와 더불어 점심시간대 간편한 식사를 원하는 직장인을 위한 햄버거 메뉴로 새로운 수요층을 창출했다. 일반 치킨전문점과의 차별화에 따른 매출증대 효과가 기대된다. 엄격한 관리 아래 사육된 국내산 닭을 사용해 소비자 입맛에도 제격. 홀 매장 외에 테이크아웃과 배달을 통한 매출까지 누릴 수 있다.

㈜네이처온21 측은 "창업지원 뿐만 아니라 가맹점 매출 확대를 위해 TV광고, 스타모델 섭외, 드라마 PPL 등 폭넓은 마케팅도 준비하고 있다"며 "창업지원으로 2000만~3000만원 이상의 무이자 무담보 대출지원 등으로 에디슨치킨 앤 버거 가맹점 성공을 위해 고객 선택의 폭을 넓히고 있다"고 밝혔다. 가맹점 개설 문의 ㈜네이처온21(www.iedison.co.kr·02-2135-9220). 정용운 기자 sadzoo@donga.com

### NS홈쇼핑 22일 '건강한 1Day' 프로모션

NS홈쇼핑은 22일 환절기 극복에 도움이 되는 상품을 모아 '건강한 1Day' 프로모션을 진행한다. 건강과 관련된 프로모션 상품 구매고객을 대상으로 삼성카드 5% 청구할인과 함께 5% 적립금(최대 3만원)을 증정한다. 오전 7시25분과 오후 6시35분에는 연말연시에 지친 간을 보호해 줄 '닥터슈퍼칸'을, 또 오전 8시20분과 오후 10시45분에는 편안한 숙면을 돕는 기능성 베개 '김무열 굿잠 베개'를 방송한다. 정정욱 기자

뉴스디자인 | 신하늬 기자