

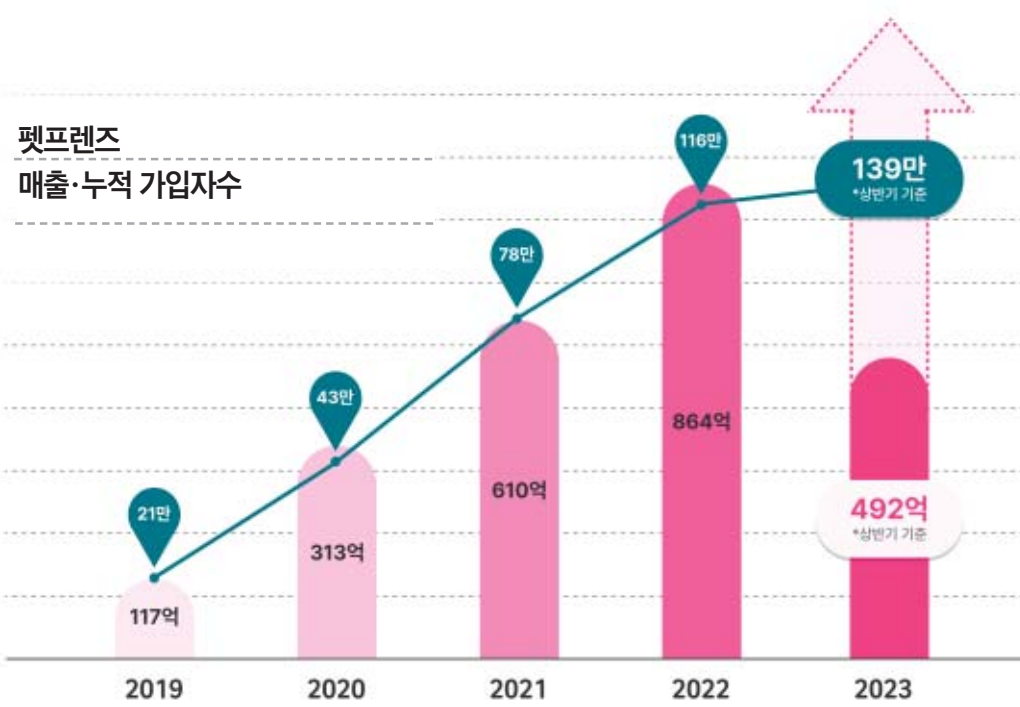
펫프렌즈

상반기 역대 최고 매출 달성 ‘승승장구’... 비결은 ‘펫 맞춤형 전략’

(492억원)



펫프렌즈
매출·누적 가입자수



펫프렌즈 제공

펫프렌즈는 100만 반려동물 정보 등을 취합해 국내 최대 반려동물 데이터 마트를 구축했다. 이를 바탕으로 맞춤형 서비스를 제공하고, 반려동물 생애 주기를 아우르는 다양한 펫 케어 서비스를 개발하고 있다.

뜨거운 반려동물 시장에서 독보적인 성장세를 보이는 플랫폼이 있다. 바로 ‘펫프렌즈’다. 펫프렌즈는 올해 상반기 492억원의 매출을 기록하며 사상 최고 실적을 달성했다. 지난해 같은 기간보다 25.8% 증가한 수치다. 앱 월간 사용자 수(MAU) 또한 반려동물 업계 1위다. 빅데이터 분석 플랫폼 모바일인덱스에 따르면, 펫프렌즈의 올해 상반기 월평균 사용자 수는 32만143명으로 업계 2위와 무려 3배가 넘는 격차를 보였다.

펫프렌즈가 놀라운 성장을 이룬 배경에는 5대 전략이 있다. 먼저 ‘반려동물의 삶을 이해하고 세분화해 행복한 삶을 영위할 수 있게 하자’는 이념으로 ▲반려동물 맞춤형 서비스를 위한 개견화(個犬化)·개묘화(個猫化) ▲가장 빠른 서비스를 위한 지속적 물류 혁신 ▲반려동물 라이프사이클에 최적화된 펫 케어 서비스 개발 등을 실현하고 있다.

또한 ‘반려동물 업계의 성장이 곧 성숙한 반려동물 문화의 정착’이라는 확신 아래 ▲파트너와 동반 성장하는 상생경영 ▲성숙한 반려동물 문화 확산을 위한 ESG(환경·사회·지배구조) 경영에 힘쓰고 있다. 이러한 5대 경영전략은 하나의 연결고리로 이어져 펫프렌즈만의 고유한 시스템을 구축하고 있다.

◇국내 최대 반려동물 데이터를 통한 개견화·개묘화, 물류 혁신 등으로 빠른 성장
2021년 펫사업의 시장성을 일찌감치 간파

한 사모펀드 IMM PE와 GS리테일은 펫프렌즈 지분 95%를 인수했다. 펫프렌즈는 사모펀드와 대기업의 안정적인 재원을 확보하며 데이터 등 인프라 구축과 인력 구성 등 조직에 집중 투자하며 브랜드 가치 제고에 나섰다.

우선 국내 최대 반려동물 데이터 마트(data mart·분산된 데이터를 주제별로 통합·축적한 데이터베이스) 구축에 돌입했다. ▲100만 반려동물 고객 정보 ▲8억 건의 고객 행동 데이터 ▲37만 건의 상품 속성 데이터 ▲1700만 건의 구매 데이터 등을 하나의 고객 ID로 집약한 것이다. 쿠팡·네이버 등과 차별화되는 요소다. 진일보한 데이터로 각 고객을 더욱 정확하게 파악할 수 있다. 즉, 개견화·개묘화가 가능해진다.

이 같은 디지털 혁신은 2021년 합류한 윤현신 대표가 주도하고 있다. 윤 대표는 글로벌 청력케어 기업 하이닥컴과 쿠팡 등에서 경영 노하우를 쌓은 디지털 전략가다. 그는 데이터

정과 비용 집행의 효율성까지 높아졌다.

물류 혁신도 펫프렌즈 성장에 한몫했다. ‘우주에서 가장 빠른 반려동물용품 배송 서비스’를 지향하며, 새벽배송·당일배송·택배배송 등 맞춤형 배송 서비스를 제공한다.

◇반려동물 생애주기 반영한 비즈니스 포트폴리오 확장

펫프렌즈는 펫케어마스의 시장 안착 후 비즈니스 포트폴리오를 전방위로 확장해 나가고 있다. 최근 메리츠화재와 손잡고 펫 보험 판매 자회사(GA) ‘펫프 인슈어런스’를 설립했다. 반려동물 이커머스 업계에서 대형 보험사와 펫보험 업무 전반을 협업하는 것은 최초이다. 메리츠화재가 보험 상품을 개발하고, 100만 반려인 고객과 함께하는 펫프렌즈가 실제 운영과 판매를 담당한다. 펫보험의 진입 장벽을 낮춰 반려인들의 부담과 고민부터 주도적으로 해결하고 초기 단계에 머물러 있는 국내 펫보험 시장을 빠르게 선점할 계획이다.

한편, 지난해 아날자와 함께 반려동물 동반이 가능한 국내 400여 개 숙소를 검색·예약·관리할 수 있는 여행 서비스도 선보였다. 국가동물등록 서비스와 입양 서비스까지 도입했다. 펫프렌즈는 반려동물의 생애주기에 맞는 새로운 경험과 가치의 맞춤형 서비스를 지속적으로 확대하고 있다. 이를 토대로 ‘가장 편리하고 신뢰받는 종합 펫플랫폼’으로 도약을 이어 나간다.

◇반려동물 업계 리더로서 상생경영·ESG 경영에 매진

펫프렌즈 입점 제품은 올해 7월 기준 지난해 같은 기간에 비해 19%가량 늘었다. 펫프렌즈가 파트너사의 매출 증진과 안정적인 유통을 위해 ▲마케팅 전략 수립 ▲직매입 등에 적극적으로 나섰다. 지속가능한 반려동물 유통 생태계를 위해 동반성장이 필수적이라고 판단한 것이다.

성숙하고 건강한 반려동물 문화를 정착시키는 ESG 경영에도 매진하고 있다. ▲제품 구매 시 ‘핑크 버튼’을 누르는 포인트 기부 ▲유기견 랜선 산책 기부 등 유기동물을 돕는 자선활동도 소소하고 재미있게 구성해 참여와 공감대를 끌어내고 있다.

윤현신 대표는 “업계 1위로서 반려동물의 라이프스타일 이해부터 맞춤형 서비스까지 실현해 1500만 반려인과 반려동물 모두 행복한 삶을 누릴 수 있게 하겠다”며 “펫프렌즈의 서비스 고도화와 성장은 곧 성숙한 반려동물 문화의 성장이라고 할 수 있다”고 전했다.

김수정 객원기자

HOT TREND

반려동물 시장 8조원 규모 바야흐로 펫코노미 (Pet + Economy) 시대



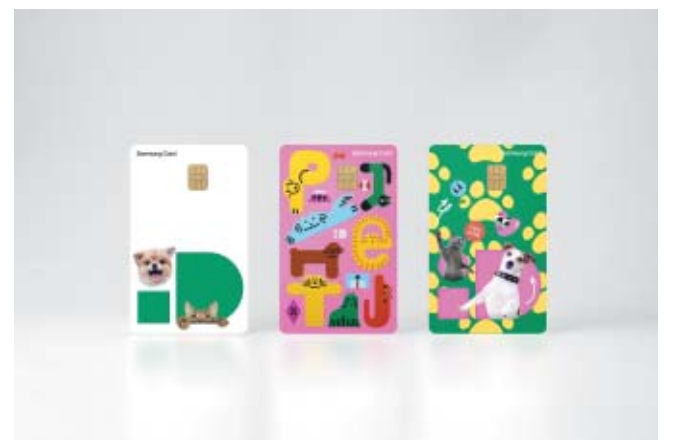
볼보자동차코리아 제공

‘볼보 세이프 시트’는 차량 고정용 카시트 크래들과 내부 침대가 분리되는 형태로 디자인했다. ‘뉴욕 프로덕트 디자인 어워드 2022’에서 자동차 액세서리 부문 은상을 수상했다.



알로소 제공

알로소는 반려동물의 안전과 휴식에 필요한 ‘펫 스텝’을 선보였다. 계단 형태로 미끄러짐 없이 안정적이다.



삼성카드 제공

‘삼성 ID PET 카드’는 동물병원, 반려동물 전용 쇼핑몰, 펫보험 포함 손해보험 등 반려인이 주로 사용하는 업종에서 높은 할인율 제공한다.

인생에 반려자는 없어도 반려동물은 반드시 ‘함께해야’ 한다는 사람들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 반려동물을 가족처럼 소중히 존재로 여기는 ‘펫팸(Pet+Family)’족이다. 농림축산식품부가 지난해 실시한 ‘동물보호에 대한 국민의식조사’에 따르면 개·고양이를 키우는 반려동물 양육 가구는 602만 가구, 양육 인구는 1300만 명으로 추정된다. 10년 전인 2012년(364만 가구)보다 65% 늘었다.

1인 가구 증가 외에도 저출산·고령화 등이 반려동물 양육 가구 증가를 이끌고 있다. 덩크족(Double Income No Kids·맞벌이 무자녀 가정)은 자식 대신 반려동물을 키우고, ‘펫부머(Pet+Babyboomer)’는 자녀 독립 후 반려동물에게 애정을 쏟는다.

머릿수가 많아진 만큼 시장 규모도 덩달아 커지고 있다. 바야흐로 ‘펫코노미(Pet+Economy)’ 시대다. 펫코노미는 반려동물과 관련된 생산 및 산업, 소비활동을 의미한다. 국내 관련 시장 규모는 지난해 8조원(62억 달러)에 달한다. 농촌경제연구원에 의하면 반려동물 관련

시장은 매년 10% 이상 성장하고 있다. 이 같은 흐름에 발맞춰 최근 정부는 반려동물 연관 산업을 국가전략산업으로 육성한다고 발표했다. 2027년까지 국내 시장 규모를 15조원까지 키우고, 기업가치 1000억원 이상인 기업도 두 배 이상 늘린다는 계획이다.

펫코노미의 전망이 밝은 것은 단순히 수적 증가 때문만은 아니다. 고급화로 ‘펫서리(Pet+Luxury)’라는 말이 등장할 정도로 더 좋은 제품과 서비스에 대한 니즈가 높다. 펫팸족은 가족인 반려동물

의 안전하고 건강한 삶을 위해서라면 돈을 아끼지 않는다.

볼보자동차코리아에는 반려동물의 안전을 위한 굿즈 4종이 있다. ‘사람’을 넘어 ‘동물’까지 브랜드의 안전 철학이 적용됐고, 반려동물과 안전하게 드라이빙할 수 있도록 제작됐다. ▲차량 고정용 카시트 크래들(cradle·바구니)과 내부 침대가 분리되는 ‘볼보 세이프 시트’ ▲하네스·리드줄·배변봉투로 구성된 ‘볼보 세이프 태그’ ▲‘볼보 카 매트’ ▲평상시와 차량 탑승 시 함께 사용할 수 있어

안정감을 주는 ‘볼보 도끼 베드’ 등이다.

하이엔드 리빙 브랜드 알로소가 선보인 ‘펫 스텝’도 반려동물의 안전이 최우선인 반려인들에게 호응이 높다. ‘펫 스텝’은 반려동물이 관절에 무리 없이 높은 곳을 편하게 오르내릴 수 있도록 도와주고 함께 배치하는 계단이다. 경사진 미끄럼틀이 아닌 계단 형태여서 안정적이고, 쭈뼛한 고밀도 폼으로 제작돼 탄탄하다. 가장 인기 있는 마감재는 굽힘과 올풀림이 덜하고 방오(防汚)·방수 기능까지 있는 이지케어(easy care) 라인이다.

한편, 펫카드·펫보험·펫신탁 등 반려동물 관련 ‘펫금융’도 떠오르고 있다. 대표적으로 반려인의 소비 패턴을 고려한 ‘삼성 ID PET 카드’가 있다. 동물병원과 반려동물 쇼핑몰 이용 시 30% 할인 혜택을 전월 이용 금액에 따라 월 최대 5만원까지 제공한다. 모든 손해보험 결제금액의 10% 할인을 전월 이용 금액에 따라 월 최대 1만원까지 받을 수 있다. 삼성카드는 ‘삼성카드 쇼핑’에 삼성전자 펫가전상품 등을 특가로 제공하는 ‘반려생활관’까지 오픈했다. 김수정 객원기자