

# 집콕에 팻팻족 증가...더 커진 반려동물 시장

### 반려동물 가정 광주 15.5%·전남 18% 13만6954가구로 전국 최고 광주 롯데마트 반려동물 용품 매출 28% ↑ ...특화매장 잇따라 조성

개 식용 금지 여부가 현안으로 떠오르면서 반려동물 관리에 대한 관심이 덩달아 높아졌다. 광주·전남 유통업계는 앞다퉈 반려동물 가정 수요를 잡기 위해 특화매장을 내고, 제조업체도 식품과 가전 등 전 산업부문을에서 시장을 확대하고 있다. 25일 통계청 '인구주택총조사 표본 집계 결과' 자료에 따르면 지난해 광주·전남 136만 가구 가운데 반려동물을 키우는 가정은 21만1451 가구로, 15.5% 비중을 차지했다. 광주·전남 6가구 중 1가구는 반려동물을 키우고 있는 셈이다. 특히 전남지역 반려동물 보유 가구 비중은 18.0%(76만 가구 중 13만6952 가구)로, 전국 17개 시도 가운데 비중이 가장 컸다. 광주에서는 전체 60만 가구 중 12.4% 비중은 7만4499 가구가 반려동물과 함께 사는 '팻팻족'이

었다. 21만 가구 반려동물 소비층을 등에 업은 유통업계는 코로나19 거리두기 여파로 반려동물 관련 역대급 매출을 올리고 있다. 광주지역 3개 롯데마트에 따르면 올해 1월부터 이달 23일까지 이들 점포의 반려동물 용품 매출은 지난해 같은 기간보다 28.4% 증가했다. 이 같은 증가율은 최근 4년 내 최고치다. 지난 2018년 2.9%에 이어 2019년 8.4%, 지난해 11.2% 등으로 꾸준히 성장한 뒤 올해는 전년보다 매출이 크게 성장했다. 광주에 있는 이마트 점포 3곳 역시 같은 기간 동안 반려동물 용품 매출이 44.2% 늘었다. 사료와 같은 반려동물 식품 매출은 45.1% 증가했고, 이외 반려동물 관련 용품은 43.4% 늘었다. 지역 대형마트들은 고객이 직접 체험할 수 있는

반려동물 특화매장을 잇따라 조성하며 관련 시장 선점에 나서고 있다. 롯데마트 광주수원점은 지난달 말 반려동물 특화매장 '콜리올리'를 서울 은평점에 이어 전국에서 두 번째로 문을 열었다. 롯데마트는 수원지구, 신창·신가지구 등 대표적인 주거밀집지역을 아우르는 특성을 감안해 반려동물 특화매장 조성을 결정했다. '콜리올리'는 롯데마트의 새로운 반려동물 매장 브랜드로, 브로콜리처럼 복슬복슬한 강아지 '콜리'와 올리브처럼 동글동글한 고양이 '올리'가 만나 반려동물과 행복한 공존을 꿈꾼다는 의미에서 이름 붙여졌다. 롯데마트는 점포 2층에 310㎡(94평) 규모 공간을 마련하고 반려동물 전용 상품과 식품, 의료·미용 서비스까지 이용할 수 있도록 했다. 진열대에 내놓은 상품 가짓수만 2000종이 넘으며, 반려동물 건강 기능식 특화공간도 도입했다. 직접 체험해보고 구매할 수 있는 '갯타워'와 자동급식기, 정수기, 드라이룸(건조기) 등 가전 상품도 구비했다.

'반려동물 공들이기'는 지난해부터 본격적으로 시작했다. 롯데아울렛 남약점은 지난해 4월 '프리미엄 팻부끄'를 내건 '스퀘어 독스'를 호남 최대 규모로 조성했다. 이 공간은 실내 매장 132㎡·온도장 893㎡로 구성됐다. 등원을 대신해주는 '애견 유치원'과 관리자 1명당 10마리를 책임지는 '담임제' 등이 운영되고 있다. 이마트 광주점과 순천점은 반려동물용품 전문관 '몰리스'를 열었다. 이 매장은 440종에 달하는 반려견·반려묘 사료를 마련했으며 오가나 사료, 프리미엄 사료 등을 확대 판매하고 있다. 이마트가 운영하는 회원제 '댕냥이클럽'은 반려용품 구매 실적에 따라 할인권 등을 주고 있다. 배효권 롯데마트 호남지역장은 "반려동물 인구 1500만명 시대를 맞이하면서 '단순히 키우는 애완동물이 아닌 삶을 함께하는 반려동물'로 그 의미가 커지고 있다"라며 "반려동물 특화매장에서 가족의 구성원인 반려동물을 위한 최상의 상품과 서비스를 제공 받을 수 있을 것"이라고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

| 한 눈에 보는 경제지표 |                  |
|--------------|------------------|
| ↑ 코스피        | 3020.54 (+14.38) |
| ↓ 코스닥        | 994.31 (-0.76)   |
| ↑ 금리(국고채 3년) | 1.919(+0.030)    |
| ↓ 환율(USD)    | 1168.40 (-8.70)  |

### 농지은행 사업안 공모 11월8일~26일 진행

청년 창업농에게 농지를 빌려주는 '농지은행' 사업안 공모를 11월8일부터 같은 달 26일까지 진행한다. 한국농어촌공사는 이 기간 동안 농지활용과 농업경쟁력 강화를 위한 '농지은행 대국민 공모전'을 연다고 25일 밝혔다. 공모에는 누구나 참여할 수 있다. 공모 분야는 농지은행 신규사업 및 사업활성화에 대한 아이디어 제안(A4 5매 이내)과 농지은행사업을 잘 표현할 수 있는 표어(A4 2매 내외) 제안, 2개 분야이다. 농지은행 누리집(fbo.or.kr)에서 서식을 내려 받아 작성 후 담당자 이메일(fbevent@ekr.or.kr)로 제출하면 된다. /백희준 기자 bhj@



“뉴 스마트병원 건립 응원합니다” 광주은행 송종욱 은행장은 25일 전남대학교병원의 스마트병원 건립을 응원하는 ‘새병원 희망 메시지 릴레이 캠페인’에 동참했다. 박흥석 전남대병원 발전후원회장의 지목을 받아 캠페인에 참여한 송 행장은 다음 주자로 김용집 광주시의회 의장을 추천했다. <광주은행 제공>



## ‘용봉 중흥S클래스 비엔날레’ 조합원 모집

다음달 5일 주택홍보관 오픈

용봉지역주택조합추진위원회는 광주시 북구 용봉동 856-3번지 외 일대에 들어설 ‘용봉 중흥S클래스 비엔날레’의 조합원 모집에 나선다고 25일 밝혔다. 용봉 중흥S클래스 비엔날레는 지하 2층, 지상 16~20층, 7개동 규모로, 전용면적 84㎡~125㎡ 총 455세대(예정)로 조성된다. 전용면적별 세대수는 ▲84㎡A 112세대 ▲84㎡B 117세대 ▲84㎡C 93세대 ▲84㎡D 33세대 ▲122㎡ 32세대 ▲125㎡ 68세대다. 용봉지역주택조합추진위원회는 시공예정사인 중흥토건(주)과 MOU 계약을 진행했고, 자금관리회사는 한국자산신탁(주)과 신탁계약을 체결했다. 가입신청 일정은 다음달 5일 그랜드 오픈 이후 같은 달 21일까지 진행되며, 당첨자 발표는 11월 22일 예정이다. 조기예약마감 시 일정은 변경될 수 있다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

가입 기준으로는 만19세 이상 세대주로, 세대주를 포함한 세대원 중 전용면적 85㎡ 이하 1주택자 또는 무주택자만 가능하다. 광주 전남에 6개월이상 거주한 3가지 조건이 모두 충족되어야 한다. 청약 통장과는 무관하다. 사업지는 문화공원인 광주비엔날레와 1분 거리로 근접하고, 명품산책길로 꼽히는 ‘천지인 문화소통길’ 4.73km 등 공원산책로를 이용할 수 있다. 용봉IC 재공사가 2025년까지 이뤄질 예정으로, 교통환경도 우수하다는 평가다. 또 84㎡B 타입에는 5베이(BAY)의 특화된 구조를 지니고 있으며, 더 높은 채광과 통풍, 조명을 자랑한다. 기벽을 이용해 거실을 더 넓게 쓰거나 필요한 방을 더 넓게 쓰도록 선택의 폭도 확대한 게 특징이다. 한편 용봉 중흥S클래스 비엔날레 주택홍보관은 광주시 서구 무진대로 927에 다음달 5일 문을 열 예정이다. 문의 062-512-9948. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

## 물가 1%P 오르면 중기 영업이익 감소 대기업의 ‘3배’

중기중앙회 연구용역 분석

생산자물가 상승률이 1%포인트(p) 오를 때 중소기업의 영업이익 감소폭은 대기업의 3배에 달한다는 연구 결과가 나왔다. 중소기업중앙회는 25일 한양대 전상경 교수와 강창모 교수가 공동 수행한 ‘인플레이션, 양적 완화 축소 및 금리 인상의 영향과 향후 중소기업 지원정책 방향’ 연구 용역 결과 이같이 나타났다고 밝혔다. 이번 연구는 제조업체인 외부감사기업 2만1415곳(중소기업 2만255곳, 대기업·중견기업 1160곳)의 2000년~2020년 패널 데이터 분석을 통해 이뤄졌다. 연구 결과에 따르면 생산자물가 상승률이 1%p 오를 때 중소기업 영업이익은 0.27%p 줄어 감소폭이 대·중견기업(-0.09%p)의 3배에 달했다. 특히 중소기업의 순이익이 0.26%p 감소하는 것과 달리 대기업의 순이익은 0.02%p 늘었다. 또 기준금리가 1%p 오르면 중소기업이 부담하는 영업이익 대비 이자비용은 63.28%에서 71.73%로 8.45%p 상승하는 것으로 조사됐다. 이에 반해 대·중견기업은 51.30%에서 56.43%로 5.13%p 올라 상승폭이 중소기업보다 작았다. 연구진은 “글로벌 공급망 붕괴와 탄소중립 요구 증가로 추가 원가 상승이 예상되므로 중소기업의 대응 능력 제고가 필요하다”고 강조했다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



VOYAGE TO GROWTH, WITH FISHDAY  
피쉬데이와 함께 성장해 가는 항해



# 2021년 하반기 피쉬데이 정규직 채용공고

### | 모집분야 |

| 모집분야 | 웹디자인   | 매장 영업 (수산 판매/관리)   | 물 류  |
|------|--|--|--|
| 직무내용 | 포토샵 / 일러스트 능숙자<br>상품 판매를 위한 상세페이지 제작<br>SNS매체를 활용한 홍보 및 관리 | 성실하고 책임감 있는 근무자<br>1대1 코칭으로 초보자분도 어려움 없이<br>간단한 생산순절부터 회, 초밥까지 배울수 있는 기회 | 수산물 유통 (냉동참치 납품/배송)<br>1톤 냉동참치 배송<br>수산물을 광주/전남권 매장별로 배송 |
| 근무시간 | 주5일 (월~금) 09:00~18:00                                      | 주6일 (격주휴무) 09:30~19:30   | 주6일 (월~토) 04:30~13:00                                    |
| 우대사항 | 관련 자격증, 경력 1년 이상   | 차량소지자 우대 (전남권 근무시 유류비 지원)  | 자동차 운전면허(필수)   |

### | 주요복지 |

업무 숙련도에 맞춰 빠른 진급과 급여 인상 보장.  
명절 상여금 (추석, 설/연2회), 하계휴가비 지원, 내일채움공제 가입, 생일상여금, 가정의달 선물 증정 등

| 문의 연락처 | 1522-4268, 010-7628-9292