

동대문 축구장 명맥 잇는다

홈플러스 풋살파크 11호점 오픈

홈플러스가 동대문 축구장을 10년 만에 되찾는다.

홈플러스는 스포츠마케팅기업 HM스포츠와 함께 자사 동대문점 옥상에 풋살파크 11호점을 열었다고 16일 밝혔다.

홈플러스 풋살파크는 친환경 인조잔디가 깔린 국제구격(길이 42m·너비 22m) 구장이다. 어린이 부상 방지를 위해 각 구장 벽면에 1.5m 높이 세이프 쿠션을 세우고 야간 경기를 돕는 스포츠 LED 조명도 갖췄다. 연중 어느 때나 지역 시민과 유소년 축구클럽이 생활체육을 위해 쓸 수 있게 만든 곳이다.

이번 동대문점 오픈으로 홈플러스 풋살파크는 10호점을 돌파, 전국 최대 규모 인프라를 구축하게 됐다.

홈플러스와 HM스포츠는 이달 전주완 산점을 추가로 열고 연내 부산, 천안, 창원, 순천 등 각 권역 구장을 20여 개로 확대할 계획이다. 초등학교와 성인들을 위한 국내 최대 규모 아마추어 풋살 리그도 준비 중이다.

동대문 축구장의 명맥을 잇는다는 상징적 의미도 크다. 과거 동대문 일대는 한국 유통과 스포츠의 성지로 꼽혔다. 1905년 국내 최초의 근대 시장으로 들어선 동대문시장과 1925년부터 80여 년간 국내 스포츠 역사를 증언하는 동대문운동장이 중심에 있다. 특히 동대문운동장은 지난 2008년 철거



홈플러스 풋살파크 동대문점. /홈플러스

됐지만 1984년 서울운동장이라는 이름을 잠시 내주기 전까지 올림픽과 월드컵 예선 축구대회를 비롯해 고교야구, 대학교연전 등 굵직한 경기들을 치른 곳이다.

이번 동대문 축구장의 부활은 정부가 아니라 민간 주도의 부활이란 점에서 주목된다.

가장 큰 원인은 소비 트렌드 변화다. 시민들의 삶에서 여가의 비중이 높아지고 쇼핑과 함께 휴식, 놀이, 먹거리까지 원스톱 쇼핑이 가능한 체험형 몰에 대한 수요가 늘면서 이른바 '쇼퍼테인먼트'는 유통가의 대세가 됐다. 대형마트에서 동대문 축구장이 다시 살아난 이유다.

실제 최근 유통업체들은 경쟁적으로 매장에 풋살, 농구, 야구는 물론 양복 등반, 자유낙하 등 익스트림 스포츠까지 들이기 시작했다. 2016년 문을 연 홈플러스 서수원점 풋살파크의 경우에는 아직까지 인근 택지지가 개발 중인 상황임에도 불구하고 지난 1년간 4만여 명의 고객이 몰린 것으로 나타났다. /김유진 기자



인천공항 T2서 웨이크셱 판다

(제 2여객터미널)

식음료 브랜드 등 26개 매장 운영
최첨단 IT기술 접목해 편의성 높여

SPC그룹이 인천국제공항 제 2여객터미널(이하 인천공항 제2터미널) 준공에 맞춰 식음료 매장 등 컨세션사업 운영을 시작한다고 16일 밝혔다.

SPC그룹은 지난해 1월 공개입찰을 통해 인천공항 2터미널의 중앙부와 동편에 대한 식음료부문 컨세션사업 운영권을 획득했다. 이를 통해 출입국장이 위치한 랜드사이드 중앙부와 동편 면세구역인 에어사이드, 교통센터, 라운지에 자사 브랜드 18개 등 모두 26개 매장을 운영한다.

SPC그룹 관계자는 "제1터미널 사업장 운영 성과와 노하우를 인정받아 제2터미널에도 컨세션사업을 운영하게 됐다"며 "연간 7200만명이 찾는 글로벌 허브 공항이자 대한민국과 세계를 잇는 관문에서 SPC그룹의 다양한 브랜드를 세계인에게 알리고, 글로벌사업 가속화를 위한 기반을 다질 것"이라고 말했다.

SPC그룹은 '스마트(smart) 공항'을 표방하는 인천공항 제2터미널에 발맞춰 최첨단 IT기술을 접목해 공항 이용객들의 편의를 높였다.

배스킨라빈스, 던킨도너츠, 웨이크셱, 빛은, 잠바주스는 해피엠플을 통해 제품을 미리 주문하고 수령할 수 있는 '해피오더 서비스'를 제공하며 배스킨라빈스, 웨이크셱에는 무인주문기인 '해피스테이션'을 운영할 예정이다.

또한 '그린(Green, 친환경)'을 주제로 매장 내·외부 곳곳에 다양한 식물을 활용한 인테리어 디자인을 적용했다. 1층 입국장에 위치한 파리바게뜨는 전문 플라워숍과 협업해 '플라워카페'로 꾸미기도 했다. 3층 중앙부 랜드마크에 위치한 파리바게뜨와 커피앳웍스는 세계적인 건축 설계사무소인 네덜란드의 유엔(U N)스튜디오와 협업을 통해 잘 가꿔진 정원을 모티브로 디자인했다.

SPC그룹은 기존의 제1터미널에는 없었던 새로운 브랜드도 선보인다. 지하 1층에 위치한 교통센터에는 SPC그룹이

국내 독점 운영하는 프리미엄 버거 브랜드 '웨이크셱'을 운영하며, 4층에 위치한 환승 구역에는 358㎡규모의 'SPC 트래블 라운지'도 운영한다. 'SPC 트래블 라운지'는 공항 이용객의 휴식공간이자 전망대로 활용된다. 기본적인 스낵과 식음료뿐만 아니라 천연효모빵, 하이면우동, 호빵 등 SPC그룹의 대표 제품도 제공된다. 해피포인트 앱 멤버십 가입자에게는 3월 말까지 30% 할인 혜택을 제공하며, 비자, 아멕스, 유니온페이, 현대, 삼성 등 신용카드 소지자도 등급에 따라 무료로 혜택을 제공한다.

한편 SPC그룹은 지난 2007년 인천공항 제1여객터미널 2기 컨세션사업자로 선정돼 10년간 식음료 매장을 운영해왔으며, 이 기간 동안 인천공항은 세계공항 서비스평가(ASQ)에서 12년 연속 1위로 선정됐다. 현재 제1터미널에는 에어사이드(환승과 탑승 면세지역) 3층 구역의 식음료 컨세션 사업을 운영하며 40개 브랜드를 운영 중이다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

인도차이나반도 소주시장 구축 본격화

하이트진로

포차2호점 등 현지 프로모션 강화

하이트진로가 인도차이나반도에 소주 시장 구축을 본격화한다.

하이트진로는 인도차이나반도에 지사 및 사무소를 추가로 설립하고, 진로포차 2호점을 개업하는 등 현지 프로모션을 강화한다고 16일 밝혔다.

이번에 개설하는 호찌민 지사는 2016년 베트남 법인을 설립한지 2년 만에 추가하는 것으로 하이트진로의 해외법인 이 지사를 설립하는 것은 이번이 처음이다. 또한 법인이 없는 필리핀에 사무소를 설립하고 베트남에 진로포차 2호 및 캄보디아에 안테나샵을 추가로 운영하는 등 인도차이나반도에서 소주시장을 확대하고 현지프로모션을 강화한다.

하이트진로는 소주의 세계화를 이끌기 위해 동남아시아에서 다양한 현지프로모션 및 이벤트를 진행해 왔다. 지난해



캄보디아 하이트진로 안테나샵. /하이트진로

베트남 하노이에 진로포차 1호점과 캄보디아 프놈펜에 안테나샵을 설치, 운영하고 있으며 필리핀 등에서 할로윈과 크리스마스 클럽파티를 실시해 소주 알리기에 힘써왔다.

황정호 하이트진로 해외사업본부장은 "동남아시아는 성장가능성이 매우 높은 시장이자 소주세계화의 시작점"이라며 "자투에이슬 등 현지특화 상품을 개발하는 등 다양한 현지화 전략을 통해 대한민국 주류의 우수성을 세계에 알려나갈 것"이라고 말했다. /박인용 기자

프리미엄 버거 'AZ' 누적 판매 1000만개 돌파

롯데리아 내일까지 40% 할인

롯데리아는 지난해 7월 선보인 정통 오리지널 버거 AZ(아제)버거가 누적 판매량 1000만개를 돌파했다고 16일 밝혔다.

롯데리아 AZ버거는 버거의 주원재료인 번과 패티의 차별화를 둔 제품으로 저온에서 12시간 발효한 통밀발효종 효모를 사용하여 촉촉하고 부드러운 브리오쉬번을 통해 버거의 맛을 한층 더 업그레이드 시켰다.

또한 지난해 11월 세계에서 가장 깨끗한 청정 지역이자, 세계문화 유산으로 보호중인 태즈메니아에서 사육한 소고기로 만든 패티로 제품을 리뉴얼해 고소하고 풍부한 육즙과 패티에 훈연향을 입혀 숲의 풍미를 느낄 수 있도록 개선했다.

AZ버거 1,000만개 돌파기념

AZ오리지널

₩6,400

₩3,900

*원산지: 태즈메니아

롯데리아는 AZ버거 1000만개 판매 돌파를 기념해 오는 18일까지 오전 10시부터 오후 10시까지 매장 방문 고객 대상 'AZ 오리지널' 제품을 정가가 대비 약 40% 할인한 3900원에 판매한다.

롯데리아 관계자는 "AZ는 버거의 맛을 결정하는 주요원재료인 번과 패티의 차별화를 통해 맛을 강조한 제품이며, 출시 6개월만에 1천만개를 돌파한 고객성원에 보답하고자 이번 이벤트를 기획하게 되었다"고 전했다. /박인용 기자

“마트서 자동차 산다”... ‘M라운지’ 확대

이마트 스마트모빌리티 편집샵
부산·대구 등 전국 7개 점포 넓혀
전기차 등 새이동수단으로 부상

대형마트에서도 자동차를 구입할 수 있는 시대가 열린다.

이마트는 지난해 3월 영등포점에 처음으로 선보인 스마트모빌리티 편집샵인 'M라운지'를 부산과 대구, 광주 등 전국 각지의 7개 점포로 확대한다고 16일 밝혔다. 신제주점과 성수점에는 '팝업 매장'을 구성했다.

M라운지는 이마트가 직접 개발한 '페달렉'과 '만도푼투스', '마스칼리' 등 유명 전기자전거 브랜드부터 '에어휠(전동휠)', '아이보트(전동킥보드)' 등을 판매하는 전문 매장이다. 관련 액세서리까지 포함하면 상품 종류가 100여가지에 달한다.

대형마트에 등장한 자동차로 화제를 모았던 초소형 전기차 'D2' 모델도 전시 및 예약 접수를 받고 있다.

D2 전기차는 2인승 초소형 해치백 자동차로 유로L7e 인증을 취득해 안정성과 실용성을 입증 받았으며 1회 충전(완속충전기 220V 기준·6시간 완충)으로 최대 150km 가량을 주행할 수 있다.

지난해 12월 국내 인증 절차를 완료한 'D2'의 실 구매가는 이달 말경 전기자동차 보급활성화 정부정책에 따른 보조금 정책이 확정되면 지자체별 편차



이마트 M라운지 전경. /이마트

를 감안해 1300~1400만원으로 형성될 것으로 전망된다.

이마트는 친환경 교통수단인 'D2'의 판매활성화를 위해 이달 18일부터 한달간 KB국민카드로 구매 시 12개월 무이자 할부 및 삼성카드 자동차 리스 상품(계약기간 48개월 기준·월 리스료 20만원대 중반) 출시 등 다양한 금융 지원 서비스를 진행한다.

이마트가 스마트모빌리티 대중화에 적극 나서고 있는 이유는 전기차와 전기자전거 등 친환경 이동수단이 1~2인 가구 증가로 변화하고 있는 새로운 라이프스타일에 맞는 개인 이동수단으로 떠오르고 있기 때문이다.

실제 이마트의 스마트모빌리티 매출은 2016년 10억 규모에서 지난해 20억으로 2배 가량 성장했다.

또 올해 3월부터 '자전거 이용활성

화에 관한 법률'이 시행되면 만 13세 이상이면 누구나 전기자전거 이용이 가능해지고 자전거 전용도로에서도 주행할 수 있게 되어 관련 수요는 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

이마트는 성장 가능성이 풍부한 스마트모빌리티 시장 선점을 위해 'M라운지'를 전국 주요 점포 중심으로 20개까지 확대할 계획이다.

허준석 이마트 스포츠 바이어는 "스마트모빌리티에 대한 관심이 높아지면서 관련 상품들을 한 곳에서 비교 및 구매할 수 있는 편집매장을 구성하게 됐다"며 "기존 마트에서 판매되던 상품군의 한계를 넘어서는 전기차와 전기오토바이까지 선보여 이마트에서 장보기와 함께 새로운 경험을 할 수 있을 것"이라고 전했다.

/김유진 기자 ujin6326@

현대백 '남성 육아 참여 지원 프로그램' 실시

현대백화점이 남직원의 육아참여 확대를 위해 팔을 걷어 부치고 나섰다.

현대백화점은 올해부터 자녀를 둔 남직원을 대상으로 한 '남성 육아 참여 지원 프로그램'을 시행한다고 16일 밝혔다.

이번에 시행되는 프로그램은 ▲1년 육아휴직 시 3개월간 통상임금 100% 보전 ▲육아월(30일 휴가제) ▲2시간 단축 근무제(1개월간) 등이다.

현대백화점 관계자는 "남직원들의 육아휴직 사용을 적극 권장하고 일과

가정이 양립하는 기업 문화를 정착시키기 위해 이번 제도를 도입하게 됐다"고 말했다.

현대백화점은 우선 1년간 육아휴직에 들어가는 남직원을 대상으로 휴직 후 3개월간 통상임금 전액을 보전해주기로 했다. 본인의 통상임금과 정부에서 지급하는 육아휴직 지원금(최대 150만원)의 차액을 회사에서 전액 지원해주는 방식이다.

유통업계에서 육아휴직자에게 3개월간 통상임금의 100%를 보전해 주는 건

이번이 처음이다.

회사 측은 금전적 부담을 덜어줘 남직원들의 육아휴직 사용을 독려하기 위한 취지라고 설명했다.

또 현대백화점은 자녀를 출산하게 된 남직원을 대상으로 기존 출산휴가(7일)를 포함해 최대 1개월(30일)간 휴가를 사용할 수 있는 '육아월' 제도도 도입한다. 육아월 제도 사용 이후에도 남직원들이 자녀 양육에 적극 참여할 수 있도록 한 달간 근무시간이 2시간 줄어든다.

2시간 늦게 출근하는 아침형과 2시간 일찍 퇴근하는 저녁형으로 나눠, 직원들이 각기 다른 육아 환경에 맞춰 선택할 수 있도록 배려했다. /김유진 기자