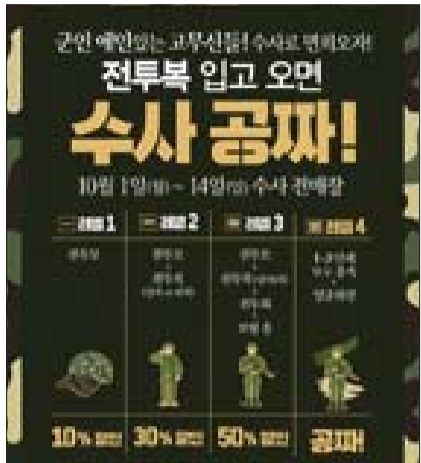


군복 입고 얼굴에 위장하면 공짜?

무리한 이벤트 “군인들 속상해~”

유명 일식 체인점 ‘수사’ 할인행사
軍 “군인 배려보단 돈벌이로 인식”
군복 단속 법령 위반여부 확인 중



유명 일식 체인점이 국군을 날을 맞이해 내세운 마케팅 행사가 군과 군인의 명예를 실추시킨다는 지적이 나오고 있다. 대기업 계열의 스키 전문 체인점 'SOOSA(수사)'는 지난 1일부터 14일까지 자사 전매장에서 '전투복 입고 오면 공짜'라는 타이틀로 할인행사를 펼치고 있다.

4일 SOOSA 페이스북에 따르면 1레벨에서 4레벨까지 각 등급별로 지난 1일부터 군복착용자에 대한 차등할인 서비스를 제공해 왔다.

하지만, 군인 애인을 둔 고무신(여자친구)들을 위한 배려라기 보다 군인을 돈벌이로 보고 있다는 게 군안위의 견해다.

행사 내용을 접한 한 휴가장병은 본지와와의 인터뷰에서 “할인을 받기위해 여자친구가 군복을 입고 얼굴에 위장크림을 받을지 의문”이라며 “군인 뿐만 아니라 일반 시민들이 같이 이용하는 식당에서 구경거리가 될 지 모르겠다”고 말했다.

지휘관으로 복무 중인 한 장교는 “훈련이 아닌 상황에서 전투복 차림의 얼굴에 위장을 하는 것은 군 규정 위반소지가 있

다”면서 “S사가 추구하는 목적이 군인에 대한 감사인지 아니면 가볍게 웃고 즐기는 블랙 마케팅인지 모르겠다”고 말했다.

SOOSA가 진행중인 할인 이벤트는 ▲전투모 착용시 10% 할인 ▲전투모와 전투복 상의 또는 하의 착용시 30% 할인 ▲전투모, 전투복 상하의, 전투화를 착용하고 모형총을 휴대 시 50% 할인 ▲1~3 단계를 모두 충족하고 얼굴위장 시 공짜 등 4레벨로 나뉘어 진행되고 있다.

군복 등 군용품에 대한 지식이 깊은 군사동호인(매니아)들도 SOOSA의 이벤트에 대해 큰 우려를 나타냈다.

군복 및 개인전투 장비를 연구하는 동호회의 한 관계자는 “SOOSA가 요구하는 조건들은 현행 군복 및 군장비 단속 법령과 모의총포법의 위반 여지가 있어, 자칫 고객이 피해를 입을 수 있다”며 행



사를 중지해야 한다고 조언했다.

이와 관련해, 국방부 관계자는 “S사의 이벤트가 관련 법규에 저촉될 가능성이 있다. 해당 이벤트의 위법성 여부에 대해 확인 후 대응할 것”이라고 밝혔다.

한편, SOOSA 관계자는 “이번 할인 행사는 군을 희화화 의도는 없었지만, 세심히 짚어 보지 못해 죄송하다”면서 “향후 군인들에 대한 예우를 위해 더 많은 고민을 할 것”이라고 말했다.

/문형철 기자 captinm@metroseoul.co.kr

빈폴·구호 매장에 삼성 ‘에어드레서’ 배치

삼성물산 패션부문 프로모션 진행

삼성물산 패션부문은 삼성전자의 ‘에어드레서’ 출시와 함께 공동 프로모션을 진행한다.

삼성물산 패션부문이 대표 브랜드 갤럭시, 빈폴맨·레이디스, 구호, 르베이지 등 전국 주요 매장 50곳에 의류청정기 ‘에어드레서’를 설치하고, 고객을 대상으로 ‘에어드레서’를 활용해 고급 소재 의류를 간편하고 전문적으로 관리할 수 있는 체험기회를 마련했다고 4일 밝혔다.

삼성전자가 지난 8월 선보인 ‘에어드레서’는 에어·스팀·드라이·청정의 4단계 전문 의류 청정 방식을 활용해 의류의 미세먼지와 냄새를 제거하는 제품이다.

삼성물산 패션부문과 삼성전자는 의류 소재와 품목 별로 최적의 관리 코스를 추천하는 ‘마이클로짓’ 서비스를 개발했고, ‘에어드레서’와 연동을 통해 고급 소재의 의류를 맞춤 관리할 수 있도록 했다.

구글 플레이 스토어와 애플 앱스토어에서 삼성전자 ‘스마트싱스’ 앱을 다운 받고, 스마트싱스 앱에서 에어드레서를 연동하면 ‘마이클로짓’ 서비스를 이용할 수 있다.

‘마이클로짓’을 실행 후, 스마트폰으로 의류 라벨을 스캔하면 자동으로 의류 정보를 인식해 맞춤 케어 코스를 추천한다. 한 번 라벨을 스캔한 의류 정보는 자동으로 앱에 저장되기 때문에 쉽고 편리하게 관리할 수 있다. 또한 앱에서 관리 코스, 사용 시간과 같은 관리 이력도 확인할 수 있다.



삼성물산 패션부문이 삼성전자의 ‘에어드레서’ 출시를 기념해 공동 프로모션을 실시한다.

/삼성물산 패션부문

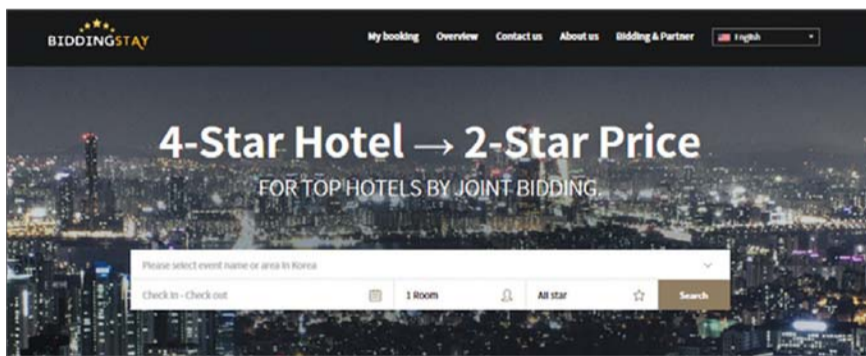
삼성물산 패션부문은 갤럭시, 빈폴맨·레이디스, 구호, 르베이지 등 주요 브랜드 매장에서 ‘에어드레서’를 경험하게 하고, 의류/액세서리 구매 고객이 ‘에어드레서’ 구입시 삼성전자 멤버십 포인트를 사용할 수 있는 프로모션도 진행한다.

박미경 삼성물산 패션부문 소제담당은 “의류에 적용되는 소재가 점점 다양해지고 있고, 옷에 최적화된 의류 관리에 대한 소비자 니즈도 커지고 있다”며 “삼성물산 패션부문이 수년간 쌓아온 의류 소재에 대한 전문지식과 노하우를 바탕으로 개발한 ‘마이클로짓’이 고객들의 건강을 생각하며, 옷을 편리하게 관리하는데 역할을 할 것”이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

MICE 호텔도 ‘비딩스테이’서 비교·견적

호텔연회장 가격, 최대 20% 저렴
3성급 이상 국내호텔 751곳 참여



비딩스테이 홈페이지 화면.

/서울시

서울시는 마이스(MICE) 전용 호텔 비교 견적 사이트 ‘비딩스테이’를 오픈한다고 4일 밝혔다. 호텔 연회장의 가격을 비교해 약 20%까지 저렴하게 예약할 수 있다.

비딩스테이는 ‘서울-관광 스타트업 협력 프로젝트 공개오디션’에서 우수상을 수상한 팜텀글로벌의 아이디어가 실제 서비스로 구현된 것으로 온라인 공동입찰 개념이 도입된 다국어 지원 호텔예약 사이트다.

MICE 주최자가 홈페이지에서 지역, 행사 기간, 객실 수 등을 작성해 객실·연회장 공동입찰을 신청하면 각 지역에 제휴된 호텔 담당자에게 이메일·문자로 입찰 참여 정보가 전송된다.

판매를 원하는 호텔이 3일 안에 견적

서를 제시하면 비딩스테이가 고객 요구에 맞는 BEST 3 상품을 추천해 마음에 드는 상품을 예약할 수 있도록 돕는다.

현재 비딩스테이에 참여한 국내 호텔은 총 751개로 모두 3성급 이상이다. 시는 온라인 공동입찰로 호텔의 자발적인 경쟁을 유도해 객실 연회장을 약 10~20% 할인된 가격으로 제공, MICE 주최자들이 4성급의 호텔을 2성급의 저렴한

가격으로 예약할 수 있게 했다.

시에 따르면, 지난해 서울에서 개최된 국제회의(UIA 기준)는 총 688개로 하루 평균 약 2개의 국제회의가 열렸다.

김태명 서울시 관광정책과장은 “관광산업이 직면한 다양한 문제들을 관광스타트업의 우수한 기술력과 참신한 아이디어로 해결해 나갈 수 있도록 적극 지원하겠다”고 말했다. /김현정 기자 hjk1@

KGC인삼공사 여성 위한 ‘마인드 퍼퓨머’ 4종 출시

KGC인삼공사의 20대 여성 케어 전문 브랜드 ‘원스인어문’이 ‘마인드 퍼퓨머’ 4종(월렛싱·리프레쉬·에너지이징·밸런싱)을 출시했다고 4일 밝혔다.

‘마인드 퍼퓨머(80ml)’는 그날의 향에 민감한 여성의 불편사항에 초점을 맞춰 세련되고 풍부한 향을 지닌 미스트 타입 향수로, 피부와 속옷 등에도 직접 사용이 가능하다.

‘월렛싱’은 천연 허브 성분이 담겨있어

스트레스와 불면증 등으로 지친 몸과 마음을 편안히 해주며, ‘리프레쉬’는 섬세한 플로럴 계열의 향이 무기력해지고 저하된 기분에 생기를 북돋아준다. ‘에너지이징’은 활기찬 시트러스 계열의 향이 우울한 기분에 에너지와 상쾌함을 더해주며, ‘밸런싱’은 그린티 추출물이 변화되는 감정기복을 편안하게 완하시켜준다.

‘원스인어문’은 한 달을 주기로 몸과 마음의 변화를 겪는 여성의 ‘균형과 흔들



림’에 주목하며, 그날의 불편사항을 겪는 여성을 케어해주는 컨셉트 브랜드로 전국 ‘탈라블라(구 왓슨스)’ 매장 및 원스인어문, 정물에서 만나볼 수 있다.

한편 ‘원스인어문’은 최근 한 달 매출이 출시 초기 한 달 대비 10배 증가한 것으로 나타나며 ‘탈라블라’의 효자상품으로 등극한 바 있다. /박민용 기자 parku7854@



강남페스티벌 ‘별마당 패션쇼’ 개최

지난 3일 서울시 강남구 삼성동 스타필드 코엑스몰 별마당도서관에서 열린 ‘강남페스티벌 별마당패션쇼’에서 KYE(카이) 계한희 디자이너의 의상을 착용한 모델들이 워킹을 선보이고 있다. /연철뉴스

김가네 복합물류센터 남양주에 확장 오픈

김가네가 종합외식기업으로써의 경쟁력 강화에 나선다.

김가네는 기존 서울 물류센터를 경기도 남양주시 진접읍에 복합물류센터를 완공, 테스트 시범을 완료했다고 4일 밝혔다.

이번 복합물류센터는 김가네의 유통 선진화 및 경쟁력 강화를 위한 중장기 사업전략 일환으로 추진됐으며, 무엇보다 최신 물류자동화 설비를 구비해 가맹점이 보다 원활한 식자재를 공급받을 수 있는 환경을 마련했다.

새로 문을 연 복합물류센터의 생산동은 고압 볶음솥, 진공 냉각기 등 신규 생산설비를 구축했다. 김가네는 이번 설비 구비를 위해 다양한 조사를 진행했으며, 150년 전통을 보유한 일본의 식품

생산기기 제조업체인 시나가와로부터 들여왔다.

증기를 이용한 고압 볶음솥은 기존 방식 대비 작업시간을 50% 이상 줄이게 됐으며, 김밥용 식재료뿐만 아니라, 탕, 볶음류 등 다양한 메뉴의 조리가 가능해졌다. 진공 냉각기는 온도 90도의 뜨거운 제품을 15분 내에 10도까지 냉각시켜, 제품 조리, 냉각, 포장까지 1시간 내 제품을 완성할 수 있다. 향후 외식기업으로써의 생산제품 다양화 및 생산성 향상에 기여할 것으로 본다.

물류동의 경우, 물류 작업의 자동화를 강화할 수 있는 DPS/DAS시스템 등을 마련했다. 물류 프로세스의 효율성을 높여 전 가맹점 직배송 운영을 더욱 안정적이고 신속하게 진행하게 됐다. /박민용 기자