

# “프로야구도 식후경”... 식품·외식업계 S마케팅 ‘대목’

(스포츠)

## 동아오츠카

공식 음료 브랜드로 활동

## 네네치킨

스폰서 및 마케팅 강화

## 한국파파존스

특수매장 오픈·메뉴 차별화

## 유사나헬스사이언스코리아

한화이글스 3년 연속 후원



기아 타이거즈 안치홍 선수, 김기태 감독, 김주찬 선수. /동아오츠카

네네치킨과 키움히어로즈 스폰서십 체결식. /네네치킨

2019 한국프로야구(KBO) 정규시즌이 개막하면서 식품·외식업계가 스포츠마케팅에 시동을 걸었다.

1일 KBO에 따르면 2019 KBO 리그는 이번 정규시즌 개막을 시작으로 오는 9월 13일까지 약 6개월에 걸쳐 경기가 진행된다. 프로야구는 최근 3년 연속 800만 관중 시대를 달성하면서 국민들의 사랑을 받는 스포츠로 자리매김했다. 올해 전국 5개 구장에서 진행된 개막전에는 11만4028명의 관중이 찾았다.

이에 식품·외식업계는 관중을 위한 제품을 출시하거나 프로구단과 정식 계약을 통해 마케팅 활동을 진행하고

있다.

동아오츠카는 2019 KBO 리그의 공식 음료로 활동한다. 동아오츠카는 이번 시즌에서 정규리그 및 포스트시즌, 올스타전 등 각종 KBO 공식행사에 참여한다. 동아오츠카는 이번 시즌 내 선수들의 수분보충을 위해 포카리스웨트 30만여병을 지원하고, 스포츠타올 등 각종 스포츠용품도 지급한다.

치킨프랜차이즈네네치킨이 올 시즌 프로야구단키움히어로즈와 '2019 시즌 스폰서십' 계약을 체결하고, 스포츠 마케팅 강화에 나선다.

지난 21일 서울 고척스카이돔에서 진행된 협약식에는 네네치킨 현철호 회장

과 키움히어로즈 박준상 대표를 비롯한 관계자들이 참석해 상호 발전을 위한 협업을 약속했다. 네네치킨은 이번 협약을 통해 2019 시즌 동안 키움히어로즈 홈구장인 고척스카이돔에서 전광판 및 본부석 하단에 설치된 LED 광고판에 광고를 노출하고, 선수단 유니폼에 네네치킨 로고를 부착하게 된다. 더불어 경기장을 찾은 관객들에게 네네치킨 VIP 시식권을 제공하는 등 시즌 기간 동안 스폰서데이, 광장 프로모션 등 키움히어로즈와 다양한 공동 마케팅을 진행할 계획이다.

피자 브랜드 한국파파존스는 2019 프로야구 개막을 맞아 야구장 특수매장

메뉴를 리뉴얼했다. 현재 파파존스의 야구장 특수매장은 광주 기아챔피언스필드, 수원 KT위즈파크 그리고 인천 SK행복드림구장, 부산 롯데사직구장에 입점해있다.

또한 올해 초 삼성 라이온즈의 홈구장인 대구 삼성라이온즈파크에 5번째 야구장 특수매장을 오픈하며 전국 주요 도시 구장에 입점을 마쳤다. 파파존스는 일반 매장과는 달리 특수매장 메뉴를 차별화했다. 주문 후 보다 빠르게 고객에게 따뜻한 피자를 제공하기 위해 파파존스의 인기 피자를 선별해 메뉴수를 대폭 줄이는 한편, 피맥과 치맥을 동시에 즐길 수 있는 세트메뉴 구성으

로 고객 입맛에 맞췄다. 지난 2월에 오픈한 대구 삼성라이온즈파크점에서는 삼성 라이온즈의 아이돌로 불리는 구자욱 선수의 이름을 딴 '구자욱 세트'를 선보인다.

뉴트리션 기업 유사나헬스사이언스 코리아는 국내 프로야구팀 한화이글스와 3년 연속 공식 후원을 체결했다. 유사나는 자사 스포츠 후원 프로그램 '유사나 스포츠선수' 활동의 일환으로 프로야구팀 한화이글스에 뉴트리션 제품을 후원한다.

오는 5월에는 가정의 달을 맞아 '유사나와 한화이글스가 함께하는 브랜드 데이'를 개최해 뉴트리션 공식 후원을 기념할 예정이다. 유사나 브랜드 데이는 한화이글스 홈구장에서 국내 스포츠 팬들과 유사나 회원들이 어우러져 시구 및 현장 이벤트 등 다양한 즐길거리를 선보일 계획이다.

업계 관계자는 "야구는 프로스포츠 가운데 인기가 가장 많은 종목으로 매 경기 많은 관중이 경기장을 찾고 있다"며 "이에 업계에서는 관중과 소통하고 브랜드를 알리기 위한 활동을 준비하고 있다"고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



롯데백화점 인천터미널점 '빈폴 멘×월간 윤종신' 팝업스토어. /롯데쇼핑

## 롯데백화점 '아티스트 컬래버레이션' 팝업 운영

### '이제 서른'·'커스텀멜로우 PRINTS'

롯데백화점이 패션 브랜드와 유명 아티스트가 함께 협업해 선보이는 '아티스트 컬래버레이션' 팝업스토어를 고객에게 선보인다.

패션과 예술 간의 경계가 모호해지면서, 유명 브랜드가 인기 아티스트와 '컬래버레이션(협업)'을 활발히 선보이고 있다. 컬래버레이션을 통해 차별화된 상품을 선보임으로써 브랜드를 이슈화시키고, 이미지를 전환할 수 있기 때문이다.

롯데백화점은 2030 젊은 트렌드에 맞춰 '빈폴 멘×월간 윤종신', '커스텀멜로우 PRINTS' 등 인기 브랜드와 유명 아티스트가 협업한 팝업스토어를 준비했다고 1일 밝혔다.

우선, 인천터미널점은 3월 29일부터 4월 11일까지 남성 브랜드 '빈폴 멘(Bean Pole Men)'과 '월간 윤종신'과 협업한 '이제 서른' 팝업스토어를 연다.

'이제 서른' 팝업스토어는 런칭 30주년을 맞이한 '빈폴 멘'과 데뷔 30주년이 된 윤종신 그리고 서른 살의 아티스트 장범준, 태연, 여반자카파가 함께 준비한 뮤직 프로젝트이다. 이를 기념해, 팝업스토어를 방문한 모든 고객에게 '이제 서른' 컬래버레이션 음원 악보를 증정한다.

롯데백화점 부산본점에서는 4월 1일부터 5월 31일까지 남성 컨템포러리 브랜드 '커스텀멜로우'가 국내외의 유명 예술가와 협업한 상품을 선보이는 '커스텀멜로우 PRINTS' 팝업스토어를 연다. /신원성 기자

## “5초에 1명 가입”... ‘마이 홈플러스’ 600만명 돌파

출범 1년 만에 634만1471명 모집  
100만 포인트 당첨 등 다양한 행사

홈플러스의 자사 멤버십 '마이 홈플러스'의 회원이 출범 1년 만에 600만 명을 돌파했다.

홈플러스는 지금까지 가입한 총 회원수는 634만1471명으로 하루 평균 약 1만7000명씩 가입한 것으로 집계된다고 1일 밝혔다. 이는 한 시간에 약 700명이 가입한 것이며 매 1분마다 약 12명, 즉 5초에 1명씩 마이 홈플러스 멤버가 된 것으로 볼 수 있다.

마이 홈플러스 멤버십은 포인트 적립 조건과 한도를 없애고 결제금액의 최대 2%라는 업계 최고의 적립률을 갖춘 제도다. 신한카드와 제휴를 통해 멤버십 제도와 결제수단을 합쳐 간편하게 사용할 수 있을 뿐 아니라 신한카드와 OK캐시백 전 가맹점에서도 현금처럼 쓸 수 있다는 점들로 인해 높은 인기를 보이고 있다.

이처럼 마이 홈플러스 멤버십이 성공적으로 정착하게 되자 홈플러스는 출범 1주년을 기념해 다양한 프로모션을 진행한다.

먼저 '최대 100만 포인트 당첨 프로



홈플러스가 마이 홈플러스 멤버십 회원이 출범 1년 만에 600만 명을 돌파했다고 1일 전했다. /홈플러스

모션'을 준비했다. 마이홈플러스 모바일 앱 내 스탬프 코너에서 '참여하기'를 누른 후 홈플러스 대형마트/익스프레스/온라인 등에서 5만원 이상 결제시 1개씩 주어지는 스탬프를 3개 모으면 된다. 이후 증명되는 '100% 당첨 스탬프'를 끊어 당첨되면 최대 100만 포인트가 주어진다. 참가자 전원에게는 100 포인트가 지급된다.

아울러 오는 4일부터 17일까지 전국 대형마트와 익스프레스 매장에서는 홈

플러스 모바일 앱을 신규로 설치한 고객에게는 진라면(5개입)을 100원에 판매하는 행사도 진행한다. 앱 신규 설치 시 제공되는 쿠폰을 결제할 때 제출하면 된다.

기존 회원들을 대상으로는, 오는 3일까지 '세일보다 강한 멤버특가' 행사를 열어 주요 신선식품 및 가공식품, 위생 및 가정용품, 잡화 등 핵심 생필품 70여종을 최대 50% 할인 판매한다.

/신원성 기자 tree6834@

## JTI코리아 '메비우스 LBS 블루 수퍼슬림'

JTI코리아는 LBS 라인의 신제품 '메비우스 LBS 블루 수퍼슬림'을 국내 출시한다고 1일 밝혔다.



를 줄여주는 LBS 기술이 결합된 제품이다. 유럽에서 선별된 최상의 담뱃잎을 사용한 메비우스 고유의 부드러운 맛을 느낄 수

'메비우스 LBS 블루 수퍼슬림'은 담배 브랜드 메비우스에 입안 담배 냄새

있다. 전국의 담배, 소매점, 편의점 등에서 구매 가능하다. /박인용 기자

## G마켓-옥션, 6대 백화점과 릴레이 봄 정기세일

최고 인기 브랜드 엄선해 특가 판매

온라인쇼핑사이트 G마켓과 옥션이 오는 14일까지 총 2주 동안 국내 6대 백화점과 함께 봄 정기 세일을 진행한다. 각 백화점의 할인상품들을 한 곳에 모아 쇼핑 편의성을 높이고, G마켓과 옥션 전용 할인쿠폰 등 다양한 고객 혜택

을 제공한다.

이번 행사는 롯데, 신세계, 현대, 갤러리아, AK, 대구백화점이 참여한다. G마켓은 4월 1일부터 7일까지, 옥션은 오는 8일부터 14일까지 릴레이로 행사를 진행할 예정이다.

우선, G마켓 행사는 일자별로 '오늘의 백화점 특가 상품군'을 선정하고, 고

가 브랜드 라인 제품을 원데이딜로 선보인다. 1일은 현대와 갤러리아 백화점에서 '명품화장품'을, 2일은 신세계, 롯데, 대구 백화점에서 '스포츠의류'와 '운동화'를, 3일은 현대, AK플라자에서 '컨템포러리 브랜드 의류'를 특가에 판매한다. 4일은 신세계와 대구백화점에서 '수입가전'을, 5일은 롯데와 AK 백화점에서 '해외브랜드'를, 6일부터 7일까지는 롯데와 갤러리아에서 '유아동' 상품을 선보일 예정이다. /신원성 기자