8일 부산 요트경기장에서 코오롱스포츠의 헤라클레스를 이용해 551kg의 탑승장치를 들어올리고 있다.
사진제공 | 코오롱스포츠

신발끈으로 일곱 명 번쩍

코오롱스포츠 '헤라클레스' 신발끈 한국 최고 551kg 인장력 공식 인증

코오롱스포츠가 자사의 신발끈 '헤라클레스'(Heraclace)로 551kg을 들어올린 인장력(물체를 늘어뜨리거나 잡아당기는 힘)을 인정받아 한국기록원(KRI)으로부터 한국 최고기록 공식인증을 획득했다고 밝혔다.

헤라클레스는 고강도 원사인 '헤라크론사'를 사용한 신발끈의 명칭이다. 코오롱스포츠가 이번 시즌 출시한 등산화 '하이맥스'(High Max)에 사용되고 있다.

코오롱스포츠는 헤라클레스의 인장력을 인증받기 위해 지난 8일 부산 요트경기장에서 한국기록 도전 및 월드기네스에 인증의사를 타진하기 위한 도전 행사를 진행했다.

이날 이벤트는 한국기록원 오회열 원장 등 기록검증서비스팀, 해양 경찰 등 관계자들과 시민이 참가한 가운데 헤라클레스(1.6m·하이맥스)로 성인 남녀 7명이 탑승한 551kg의 탑승장치를 들어 올리는 방식으로 진행됐다.

도전에 성공한 코오롱스포츠는 한국 최고기록 공식 인증을 정식으로 획득했다. '세계에서 가장 강한 신발끈'으로 월드기네스 등 세계기록 인증업체에 등재하기 위한 준비도 본격화할 예정이다.

코오롱스포츠 윤재은 본부장은 "아웃도어 의류와 용품은 돌발상황에 대응할 수 있어야 한다"며 "신발을 묶는 강한 끈이 야외 활동 시 예기치 못한 상황에 유용하게 사용될 수 있을 것으로 기대한다"고 말했다.

양형모 기자 ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361

국민체육진흥공단은 체육진흥투표권 새 수탁사업자를 선정하기 위한 작업을 진행하고 있다. 조달청을 통해 공개된 '제안요청서 사전규격'에 대한 이의신청이 최종 입찰조건에 어떻게 반영될지 귀추가 주목된다.
스포츠동아DB

스포츠토토 새 사업자 '입찰 조건'의 문제점

'최소 5%' 컨소시엄 참여 제한 논란

사업자 도덕성 강화 명분 '진입장벽'
3대 주주 구성에 은행 배제도 의구심

국민체육진흥공단은 '스포츠토토'로 불리는 체육진흥투표권 새 수탁사업자 선정 작업을 진행하고 있다.

공단은 이달초 조달청 나라장터 사이트를 통해 새 수탁사업자 선정을 위한 '제안요청서(RFP·Request For Proposal) 사전규격'을 공개하고 11일까지 이에 대한 이의신청을 받았다. 공단은 조만간 입찰조건을 확정해 공고할 예정이다.

현재 대상, 보광, 팬택씨앤아이, 유진, 삼천리, 필라 등이 입찰 참여를 준비 중인 것으로 알려졌다. 이들 기업은 컨소시엄 구성을 앞두고 '제안요청서 사전규격'에 나타난 입찰조건을 면밀히 검토하는 등 치열한 물밑 싸움에 들어갔다. 이 과정에서 '제안요청서 사전규격'에 문제가 적지 않다는 지적도 잇따르고 있다.

●컨소시엄 구성 주주의 최소 5% 지분 논란

공단이 체육진흥투표권 수탁사업자를 선정하면서 가장 신경쓰는 부분은 공익성, 신뢰성, 건전성, 도덕성 등이다. 기존의 사업자인 (주)스포츠토토는 대주주인 오리온그룹과 스포츠토토 임원의 배임, 횡령죄에 대한 확정 판결로 수탁사업자 자격을 사실상 유지하기 어렵게 됐다. 공단은 새 사업자 선정 과정에서 도덕성에 엄격한 평가기준을 적용한다는 방침인 것으로 알려졌다.

제안요청서 사전규격(RFI·Request For Information)에 따르면 컨소시엄을 구성해 입찰에 참여하고자 할 경우, 컨소시엄 구성 주주는 최소 5% 이상의 지분을 보유해야 한다. 또 구성 주주는 체육진흥투표권 수탁사업 및 유사사업 운영과 관련해 3년 이내에 금고 이상의 형사처벌을 받은 사실이 없어야 한다. 법령 위반에 따른 금고 이상의 형사처벌을 받은 사실도 없어야 한다. 현 수탁사업자인 스포츠토토와 대주주인 오리온의 입찰 참여를 원천적으로 봉쇄하겠다는 공단과 문화체육관광부의 의지가 반영된 결과다.

그러나 일각에선 일방적인 도덕성의 강조가 중소기업의 참여를 제한하는 요건이 되고 있고, 이는 참여기회 균등이라는 측면에서 볼 때 심각한 문제라고 지적하고 있다. RFI를 보면 입찰 참여업체의 최소 자본금은 300억원이다. 5% 이상의 지분으로 컨소시엄의 구성 주주가 되려면 최소 15억원을 출자해야 한다. 하지만 비상장회사에 5년간(사업운영기간) 묶이게 될 15억원의 투자금을 중소기업이 감당한다는 것은 현실적으로 어렵다. 중소기업의 공공부문 참여제한 완화, 대기업과 중소기업의 상생이라는 현 정부 정책에 반하는 것이기도 하다. 결국 자금력을 앞세운 몇몇 기업들만의 사업이 될 가능성이 크다는 우려가 끊이지 않고 있다.

●3대 주주의 구성

RFI에는 최대 주주를 포함한 사업운영사업자, 시스템운영사업자 등 3대 주주가 51%의 과점 주주가 되어야 한다고 명시돼 있다. 경영권 행사의 안정성 확보를 고려한 내용이다. 그렇다 보니 컨소시엄에 구성 주주로 참여할 수 있는 기업의 수가 제한적일 수밖에 없다. 3대 주주가 51% 이상의 지분을 확보해야 하기 때문에, 5% 이상의 지분으로 컨소시엄의 구성 주주로 참여할 수 있는 기업은 10개가 넘지 않는다. 지난해 진행된 통합복권 수탁사업자 선정과 과거 체육진흥투표권 수탁사업자 선정 때는 컨소시엄 구성 주주의 최소 지분을 1%로 정했었다. 컨소시엄 구성 주주는 5% 이상 지분을 가져야 한다는 조항은 회사 설립과 관련해 상법상 1주를 보유한 주주의 권리도 보호하는 자유민주주의 시장질서 원칙에도 위배된다는 게 전문가들의 의견이다.

3대 주주의 구성에 은행을 포함시키지 않았다는 것에도 의문이 제기되고 있다. 참여 제한 업체가 자금관리은행을 지정하게만 돼 있어 은행의 참여 결정에 혼선이 발생할 수 있다. 컨소시엄 구성에 있어 은행의 참여를 이끌어내지 못한 특정 운영사나 시스템 업체가 RFI 기준 작성에 영향력을 행사한 것이 아니냐는 의구심마저 낳고 있다. 은행이 3대 주주에 포함돼야만 수탁사업의 과점주로서 책임지고 투명하게 자금관리를 하게 될 것이라는 지적이다.

김도헌 기자 dohoney@donga.com 트위터 @kimdohoney

경제 브리핑

LG패션, '주식회사 LF'로 사명 변경키로

LG패션(대표 구본걸)이 ㈜LF로 사명을 변경할 예정이라고 12일 밝혔다. 공식 상호는 '주식회사 LF'. 한글로는 '주식회사 엘에프', 영문으로는 'L F Corp.'를 사용하게 된다. 28일 주주총회를 통해 사명 변경을 최종 확정짓고, 4월 1일부터 변경된 사명인 ㈜LF로 새롭게 출범할 예정이다. LF는 'Life in Future'의 약자로 '고객 개개인에게 알맞은 라이프스타일을 창조하는 미래 생활문화 기업'을 의미한다. LG패션은 닥스, 헤지스, 라푸마 등의 브랜드를 보유하고 있다. 올해는 LG패션의 전신인 반도패션이 출범한지 40년이 되는 해이기도 하다. LG패션은 이날 새로운 CI(사진)도 공개했다.

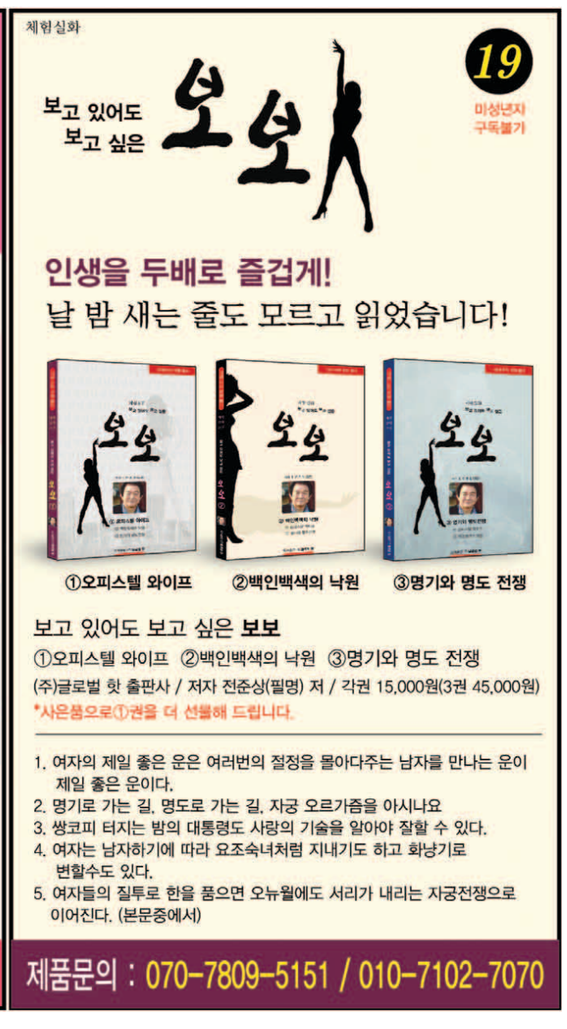
아이더, 고기능성 방수재킷 '하코르' 선봬

프랑스 아웃도어 브랜드 아이더가 고기능성 방수재킷 '하코르'(24만원·사진)를 출시했다. 하코르 재킷은 아이더가 자체 개발한 소재 중 최고 사양을 자랑하는 디펜더 리미티드를 적용해 아웃도어 활동에 필수적인 투습, 방수 기능을 대폭 강화했다. 장기 산행, 원정 산행 등 거친 아웃도어 활동에도 몸을 보호하고 쾌적한 착용감을 제공한다. 아이더는 4월 6일까지 '디펜더 리미티드 출시 기념 업그레이드 페스티벌' 이벤트를 실시한다. 2014년 신제품 재킷을 구매한 고객에게 제품 금액의 최대 16%를 지원한다.

KFC '베이컨갈릭징거버거' 출시 이벤트

KFC(www.kfckorea.com)가 '베이컨갈릭징거버거' 출시를 기념해 다음 달 20일까지 '징거3총사 먹고 괌 여행 가자!' 이벤트를 진행한다. 신제품인 '베이컨갈릭징거버거' 스티커 2개를 포함한 징거버거류 스티커 5개를 모으면 100% 당첨되는 스크래치 쿠폰을 증정해 즉석에서 당첨 여부를 확인할 수 있다. 스티커를 발급하는 징거버거류 메뉴는 징거버거, 치즈징거버거, 베이컨갈릭징거버거다. KFC의 한국 진출 30주년을 축하하는 의미로 총 30만 명에게 경품을 지급할 예정이다. 1등(2명·각 1매) 진에어 국제선 인천~괌 왕복 항공권, 2등(2명· 각 1매) 진에어 국내선 김포~제주 왕복 항공권을 증정한다. 이외에도 신제품 '베이컨갈릭징거버거 세트' 무료 쿠폰 등 푸짐한 경품을 준비했다.

페르노리카 '체크-메이트' 책임 음주 캠페인

페르노리카 코리아가 대학생을 대상으로 하는 책임 음주 캠페인인 '체크-메이트' 캠페인을 진행한다. '체크-메이트'는 술자리에서 적정량의 술을 바르게 마실 수 있도록 도와주고, 음주 후 안전한 귀가와 다음날 상태까지 서로 챙겨주는 친구를 뜻한다. 지난 2012년 대학생 책임음주 캠페인 공모전을 통해 채택된 캠페인이다. 현재까지 전국 6개 학교에서 약 2000여명의 학생들이 책임음주를 실천할 것을 약속했다. 페르노리카 코리아 장 마누엘 스프리에 사장은 "사회인으로서 음주를 처음 시작하는 대학생 때부터 건전한 음주 습관을 아는 것은 평생 좋은 음주 습관으로 이어질 수 있어 중요하다"고 말했다.

편집 | 고창일 기자 ico@donga.com 트위터@mkhj2357