레인코트에 쇼트 팬츠 '레인룩'의 완성

장마철 필수품 레인코트 코디법

키가 작다면 짧고 밝은 레인코트 추천
같은 컬러 팬츠·부츠…다리 길어보여
블랙야크 '로사재킷' 일상복으로도 OK

남쪽에서부터 장마소식이 올라오고 있다. 천둥과 벼락, 샤워기처럼 쏟아지는 빗줄기와 한 동안 동거할 준비를 해야 할 때다. 드센 바람과 함께 사방에서 휘몰아쳐 들어오는 장마철의 비는 우산만으로 막기 어렵다. "머리만 젖지 않으면 되지"라고 태평한 소리를 하는 사람도 있지만 눅눅한 사무실에서 펑 젖은 옷을 입고 일해 본 사람은 그 불쾌감을 안다.

그래서 필요한 것이 레인코트다. 속에 입은 옷이 젖지 않도록 비를 막아주는 기능이 우선이지만 패션 아이템으로도 인기가 높다. "레인코트는 비 올 때만 입는 것 아닌가"하는 생각은 촌스럽다. 요즘엔 비가 내리지 않더라도 흐린 날씨에 레인코트를 꺼내 입는 사람들이 많다. 레인코트 특유의 밝은 컬러가 스타일을 '확' 살려주기 때문이다.

여기서 패셔너블한 '레인룩'을 위한 팁 두 가지. 팬츠와 레인부츠의 컬러를 통일하면 다리가 길어 보인다. 하체가 통통한 사람이라면 블랙컬러의 팬츠에 같은 색상의 롱부츠를 신는다. 훨씬 날씬해 보이게 된다. 짧은 레인부츠나 프린트가 들어간 레인부츠로는 귀여운 이미지를 만들 수 있다.

두 번째는 체형에 맞는 길이의 레인코트를 선택해야 한다. 키가 작은 사람이라면 짧은 길이의 밝은 색 레인코트나 재킷을 입어 시선을 위로 분산시키는 것이 좋다. 하의는 짧은 쇼츠나 미니스커트에 발랄한 컬러의 레인부츠를 착용한다. 반면 키가 큰 사람은 상대적으로 긴 기장, 특히 트렌치 스타일의 레인코트를 입으면 세련된 이미지를 부각시킬 수 있다.

●평소에는 일상재킷, 비올 때는 레인코트로 변신

161년 전통의 프렌치 감성 아웃도어 브랜드 에이글의 '아바코트(26만원)'는 초경량 나일론 소재를 사용한 레인코트다. 롱기장의 화사하고 산뜻한 컬러감이 눈에 띈다. 블랙야크의 'B맥시재킷(9만9000원)'은 섬유 사이의 틈이 없어 우중산행에서도 쾌적한 느낌을 준다. '로사재킷(21만원)'은 블랙야크 백컨트리라인의 여성 경량 방수재킷이다. 평소에는 일상적인 재킷으로 입다가 비가 올 때면 레인코트로 변신하는 기특한 옷이다. 톤다운된 레깅스나 딱 맞는 청바지에 매치하면 잘 어울린다.

마모트의 '트래블 레인재킷(24만8000원)'은 아웃도어 활동은 물론 출퇴근용 패션아이템으로도 두루 활용이 가능한 만능재킷이다. 초경량 소재에 코팅처리를 해 방수, 방풍기능을 강화했다.

K2는 나일론 100% 소재로 솔기와 바늘구멍을 완벽하게 밀봉한 'FS2 경량 레인코트(18만9000원)'를 내놨다. 허벅지를 가릴 정도의 기장으로 캐주얼한 하프코트의 느낌을 준다. 비가 안 올 때는 사파리 스타일의 바람막이 재킷으로 활용할 수도 있다. 'FS2레인판초(13만9000원)'는 겨울코트에서부터 유행하고 있는 판초 스타일로 한번에 입고 벗을 수 있어 편하다. 부피가 작아 가지고 다니기에도 좋다.

●칸투칸 1만원 우의 "휴대용이라 부르기엔 아까운 당신"

마운틴하드웨어의 '플라즈믹 트렌치재킷(27만원)'은 캐주얼웨어로 손색이 없을 만큼 색감과 디자인이 우수하다. 방수지퍼와 바람을 막을 수 있는 일체형 후드를 적용해 아웃도어 활동 시에도 입기 좋다.

프랑스 아웃도어 브랜드 아이더는 레인재킷 '나바호'를 출시했다. '나바호 야상스타일 재킷(11만원)'은 산행, 캠핑은 물론 일상 타운웨어로도 활용할 수 있는 방수재킷이다. 엉덩이를 살짝 덮을 정도로 기장이 길어 갑작스러운 소나기를 만나도 빗물이 상의 안으로 스며들지 않는다.

라푸마의 '라이트핑크 LXT HYDRO-TECH 재킷(19만9000원)'은 외부의 습기는 강하게 막고 내부의 습기는 빨리 배출하는 최적의 수분 컨트롤 테크놀로지를 적용했다. 슬림한 라인도 특징이다.

북유럽 스타일 아웃도어 노스케이프는 남성용 '사파리 방수재킷(39만9000원)'과 여성용 '전판 프린트 방수재킷(39만9000원)'을 선보였다. 둘 다 방수, 투습기능이 뛰어난 2.5L 소재를 사용해 땀은 외부로 빠르게 배출하고 빗물이 스며드는 것을 막는다.

칸투칸의 'F76 휴대용우의(1만500원)'는 휴대용이라 부르기에 아까울 정도다. 상의와 하의가 한 세트라는 점이 독특하다. 스냅단추를 달아 입고 벗기가 편하다. 무엇보다 가격이 저렴해 산행을 할 때 비상용으로 갖고 다니기 좋다. 칸투칸의 3년째 베스트셀러 제품이기도 하다.

양형모 기자 ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361

▶본격적인 장마철이 다가오면서 대표적인 우기제품인 레인코트가 불티나게 팔리고 있다. 특히 비올 때뿐만 아니라 일상에서도 패션 아이템으로 입을 수 있는 화사한 컬러 제품이 인기다. 레인코트와 레인부츠로 '레인룩'을 연출한 에이글의 모델 이동욱과 고아라. 사진제공 | 에이글

평창동계올림픽 선수들 '노스페이스' 입는다

영원아웃도어-조직위, 공식후원 협약

㈜영원아웃도어가 2018평창동계올림픽의 공식후원사가 됐다.

영원아웃도어와 평창동계올림픽 및 장애인동계올림픽대회 조직위원회는 2일 강원도 평창군 알펜시아리조트 컨벤션센터에서 평창동계올림픽 스포츠의류 부문에 대한 공식후원사 협약식을 개최했다. 이로써 영원아웃도어는 선수, 자원봉사자 등 대회 참가자 5만1000여명에게 자사의 대표브랜드 노스페이스 스포츠의류를 공급·후원하게 된다. 파카, 셔츠, 신발, 장갑, 모자, 양말, 가방 등이다. 조직위원회는 영원아웃도어에 지식재산권 사용, 독점적 제품공급, 프로모션 활동, 스폰서 로고노출 등에 대한 권리를 제공한다. 이는 최고 후원등급사(Tier 1)로서의 권리다.

이날 협약식에서 영원그룹 성기학 회장은 "2018평창동계올림픽대회의 스포츠의류 부문 공식후원사로 참여하게 된 것을 매우 영광스럽게 생각한다"며 "노스페이스 브랜드가 한국선수들에게 최고의 서비스를 제공하겠다"고 약속했다.

한편 협약식에는 2014소치동계올림픽 국제올림픽위원회(IOC) 결과보고를 위해 방한 중인 토마스 바흐 IOC 위원장과 린드버그 IOC 조정위원장이 참석했다.

영원아웃도어는 1997년 노스페이스 브랜드사업을 시작해 국내 아웃도어 시장 1위 자리를 굳건히 지키고 있다. 관계사인 ㈜영원무역은 40년간 해외 유명 스포츠 및 아웃도어 브랜드들의 의류, 신발, 용품 등을 생산·수출하고 있는 글로벌 스포츠 아웃도어 전문기업이다. 양형모 기자

2일 강원도 평창군 알펜시아리조트 컨벤션센터에서 열린 2018 평창동계올림픽 스포츠의류부문 공식후원사 협약식에서 김진선 평창동계올림픽조직위원장, 토마스 바흐 IOC위원장, 영원아웃도어 성기학 회장(왼쪽부터)이 기념촬영을 하고 있다. 사진제공 | 영원아웃도어

새 심장 페라리 캘리포니아 T "따라올테면 따라와봐"

3.8L 트윈 터보 8기통 엔진 탑재 슈퍼카
최대 출력 560마력·최대 토크 77kg·m
제로백 3.6초…전 RPM 구간 고른 토크

슈퍼카 브랜드 페라리가 혁신적인 V8 터보 엔진 기술로 탄생시킨 '캘리포니아 T(California T)'를 국내에 선보인다. 캘리포니아T는 페라리의 최신 F1 기술이 적용됐으며, 쿠페에서 스파이더로 14초 만에 변형되는 접이식 하드톱(RHT)을 갖췄다. 2+2 시트 배치로 실용성까지 갖춘 그랜드 투어러(Grand Tourer) 모델이면서도 슈퍼카로서의 강력함은 고스란히 유지했다.

새롭게 장착한 3.8L 트윈 터보 8기통 엔진은 최대출력 560마력과 최대토크 77kg·m이라는 강력한 성능을 자랑한다. 최고 속력은 약 316km/h, 제로백 3.6초다. 이전 모델에 비해 최고 출력이 70마력, 토크가 49%나 향상되었음에도 이산화탄소 배출량은 마력당 20% 절감되고, 연비는 15% 이상(국내 연비 미정)개선됐다.

페라리의 새로운 엔진은 두 개의 터보차저와 함께 가변 부스트 매니지먼트(Variable Boost Management) 시스템으로 전 RPM 구간에서 고른 토크를 발휘한다. 터보 엔진의 취약점이었던 터보랙 현상이 없다. 이 때문에 자연흡기 엔진 못지않은 즉각적인 응답성을 제공한다.

디자인도 독창적이다. 볼륨감과 샤프함의 절묘한 조화로 스포츠카와 그랜드 투어러 차량을 아우르는 혁신을 보여준다. 터치스크린으로 쉽게 조작할 수 있는 신형 6.5인치 인포테인먼트도 탑재하고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon

페라리가 2일 서울 강남구 청담동 비욘드뮤지엄에서 터보엔진을 탑재한 신차 '캘리포니아 T'를 선보였다. 뉴시스

믿고 산 백화점 의류, 심의 물품 절반 '품질 하자'

뉴코아·롯데 순으로 불량률 가장 높아

백화점에서 판매한 의류나 신발 등에 문제가 있어 한국소비자원에 심의를 의뢰한 제품 중 절반 이상이 품질 하자로 밝혀졌다.

한국소비자원에 따르면 2011년부터 2014년 4월 말까지 백화점이 한국소비자원 섬유제품심의위원회에 심의를 의뢰한 건은 4554건이다. 이는 전체 심의건(2만2666건)의 20.1%에 이르는 수치. 심의결과 절반 이상(2319건·50.9%)이 '품질 하자'로 확인됐다. '소비자 과실'은 786건(17.3%), '세탁업자 과실'은 103건(2.3%)에 불과했다.

심의위원회는 한국소비자원에 접수된 섬유제품의 하자에 대한 원인 및 객관적 책임 소재를 규명하기 위해 내·외부 전문가로 구성된 심의기구다. 백화점은 소비자로부터 심의동의서를 받으면 심의를 의뢰할 수 있다.

백화점별 의뢰 건수를 보면 '롯데'가 1568건(34.4%)으로 가장 많았고, 다음으로 '뉴코아' 984건(21.6%), '현대' 788건(17.3%), '신세계' 537건(11.8%) 등으로 나타났다. 이 중 품질 하자 비중이 가장 높은 백화점은 '뉴코아'(54.5%·536건)였다. 다음으로 '롯데'(51.7%·811건), '현대'(50.4%·397건), '신세계'(48.6%·261건) 순이었다. 심의위원회에서 품질하자로 판명된 2319건 중 91.9%(2132건)는 백화점에서 이를 인정하고 구입가를 환급하거나 교환, 수리 등의 조치를 이행했다.

한국소비자원은 백화점과의 간담회를 통해 백화점 판매 제품과 사후 서비스에 대한 소비자의 신뢰도를 고려할 때 보다 자발적이고 소비자 지향적인 백화점의 업무 처리 방식이 필요함을 지적하고 개선을 요청했다. 이번 분석 결과는 소비자 종합정보망인 스마트컨슈머(www.smartconsumer.go.kr)에서 확인할 수 있다. 양형모 기자

스타벅스 코리아, 개점 15주년 기념 홈페이지 오픈

사진·슬로건 공모전 등 소통 이벤트 개최

㈜스타벅스커피 코리아가 개점 15주년 기념사이트(www.istarbucks.co.kr/15th)를 오픈하고 다양한 고객 소통 이벤트를 진행한다.

15주년 기념 사이트는 스타벅스커피 코리아가 국내에서 처음으로 별도 제작해 선보이는 고객 참여형 쌍방향 마이크로사이트로, 생동감 넘치는 디자인과 함께 15주년과 관련된 다양한 이야기와 이벤트로 구성되어 있다. 15주년 기념사이트 오픈과 함께 스타벅스는 사진공모전, 15주년 슬로건 공모전, 사회공헌활동 기금 적립 이벤트 등 다양한 소통 이벤트를 펼친다. 사진 공모전은 1~31일까지 진행되며 참여 고객 중 1만5000명을 추첨해 스타벅스 무료 음료권(톨 사이즈)을 증정한다. 원성열 기자

희귀 흰고래 '벨루가'의 모든 것이 궁금하다면

아쿠아플라넷 여수 '수중 생태설명회'

한화호텔앤드리조트 아쿠아플라넷 여수가 국내 최초로 '벨루가 수중 생태설명회'를 실시한다. '벨루가 수중 생태설명회'는 아쿠아플라넷 여수가 보유한 세계적인 희귀종 흰고래 벨루가 삼남매의 습성을 가까이서 관찰하는 신개념 생태설명회. 벨루가하면 떠오르는 대표적인 모습, 바람을 불 듯 물을 내지르면 나타나는 원형 물방울 고리 엔젤링(Angel Ring)을 눈앞에서 볼 수 있다. '생태설명회' 4일부터 주말을 제외하고 매일 오전 11시20분에 진행한다. 아쿠아플라넷 여수는 '벨루가 수중 생태설명회' 론칭을 기념해 페이스북에서 '벨루가 삼남매의 이름을 맞춰라' 이벤트를 열어 한화리조트 설악 워터피아 무료입장권을 증정한다. 김재범 전문기자 oldfield@donga.com @kobaukid

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com 트위터 @bong82if