



▲아웃도어 기업들이 브랜드와 제품 특성을 살린 사회공헌사업에 적극 나선 예상을 투입하는 등 나눔 활동을 확대하고 있다. 미래의 휴먼스쿨 건립 프로젝트, 블랙야크가 설립하는 '블랙야크 희망나눔재단', 르까프의 나눔장터 '아름다운 토요일' (왼쪽부터 시계방향으로) 사진제공 | 미래·블랙야크·화승

## 오지에 병원·학교 건립...문밖은 따뜻하다

### OUTDOOR & TREND | 아웃도어 브랜드들의 훈훈한 사회공헌

블랙야크, 네팔 병원 건립 등 나눔 앞장  
밀레도 엄홍길 휴먼스쿨 프로젝트 착착

노스페이스 장학사업·르까프 나눔장터  
아웃도어 기업들 사회적 책임경영 나서

성장과 나눔은 하나다. 지난해 국내 아웃도어 시장은 5조 7500억원(삼성패션연구소) 규모, 매년 30%대의 높은 성장률을 보이고 있다. 아웃도어 브랜드들은 만큼 사회공헌사업에도 적극 나선 예상을 투입하며 나눔 활동을 펼치고 있다.

특히 자사의 브랜드 특성, 판매제품과 연관된 다양한 사회공헌사업에 중점을 두고 있다. 아웃도어 브랜드들이 다른 손 모르게 이웃을 위해 내밀고 있는 '착한 손'은 어떤 것들이 있을까.

#### ●블랙야크, '희망나눔재단' 5월 출범

아웃도어 브랜드 중 가장 활발한 사회공헌활동을 하고 있는 기업 중 하나가 블랙야크이다. 블랙야크는 나눔실천사업을 확대

하기 위해 5월에 아예 '블랙야크 희망나눔재단'을 설립할 계획이다. '글로벌 명품 브랜드'라는 타이틀을 내걸고, 글로벌 제품과 글로벌 마케팅에 걸맞은 글로벌 CSR(기업의 사회적 책임)경영에 적극 나서겠다는 것이다.

블랙야크의 대표적인 사회공헌사업으로는 희망나눔 캠프축제, 네팔 토도하안병원 건립지원, 클린마운틴운동 등이 있다. 매년 5월에 개최하는 희망나눔 캠프축제는 가족이 참여하는 캠프 이벤트로 기부와 캠핑을 함께 즐길 수 있다. 2011년부터는 한국관광공사와 함께 '희망 캠프장 만들기' 업무협약을 체결하고 농어촌 지역의 폐교를 활용해 마을단위 소규모 캠핑장을 조성하는 사업을 하고 있다.

#### ●밀레, 엄홍길과 함께 네팔 휴먼스쿨 건립

프랑스 아웃도어 브랜드 밀레는 한국국제협력단(KOICA), 산악인 엄홍길 대장과 함께 네팔의 열악한 교육환경을 개선하는 휴먼스쿨 건립 프로젝트를 진행하고 있다. 세계 최초로 히말라야 8000m급 16좌를 등

정한 엄홍길 대장의 업적을 기념해 16좌와 동일한 수인 16개 학교 건립을 목표로 하고 있다. 지난 2월에는 네팔 간다키 카스키 지역 비레탄티 마을에서 4차 휴먼스쿨 준공식이 열렸다.

한편 밀레는 국내외 각지에서 인류애를 실천하고 사회공헌 프로젝트를 함께 할 청년 봉사단 '밀레워즈' 1기를 21일까지 모집한다. 대학생 및 대학원생이 대상이며 스무 명을 선발한다. 1기 밀레워즈는 캄보디아에서 어린이 교육, 방역 등의 봉사활동을 하게 된다.

#### ●노스페이스 '드림장학금'...코오롱스포츠 '그린마운틴봉사단'

노스페이스는 사회공헌활동 캠페인인 '네버 스탑 드림'의 일환으로 청소년에게 장학금을 지원하고 꿈의 실현을 돕는 '드림장학금'을 운영하고 있다. 2012년 3월부터 11월까지 총 300명의 장학생에게 3억원을 후원했다. 5월 6일까지 3기 장학생을 모집하고 있으며, 100명을 선발해 100만원씩 총 1억원의 장학금을 지급할 계획이다.

코오롱스포츠는 2003년에 시작된 '그린

마운틴봉사단'이 든든한 힘이다. 이 봉사단은 코오롱스포츠 임직원과 협력업체, 코오롱등산학교 졸업생 등이 모여 출범한 산악봉사 동아리다. 전국의 산을 찾아 건전한 산행문화 보급에 앞장서는 한편 겨울에는 사랑의 연탄배달, 김장담그기 봉사 등을 하고 있다.

#### ●르까프는 나눔장터...컬럼비아는 산악문화발전 후원금

스포츠 브랜드 르까프는 '아름다운 가게'와 협약을 맺고 2011년부터 매년 한 차례씩 서울 안국점에서 어려운 이웃, 저소득층 아이들을 위한 나눔장터인 '아름다운 토요일'을 진행하고 있다. 임직원들이 르까프 신발, 의류, 용품, 각종 기증품을 판매해 큰 호응을 얻고 있다. 판매 수익금은 장애아동 보장기구 지원을 위해 쓰인다.

컬럼비아스포츠웨어코리아는 매년 산악인들을 위해 산악문화발전 후원금을 전달하고 있다. 등반 중 불의의 사고를 당했거나 고인이 된 산악인의 가족을 돕기 위한 것으로 2006년 대한산악연맹과 협약을 맺은 이후 지속적으로 후원을 하고 있다.

양형모 기자 ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361



K2가 17일 신개념 워킹화 'K2 플라이워크' 론칭을 기념해 서울 롯데백화점 소공점에서 출시행사를 열었다. K2 여성 모델들인 이태임(뒷줄 가운데)과 남성 모델들이 'K2 플라이워크'를 선보이고 있다. 연합뉴스

## K2가 만들면 밑창부터 다르다

신개념 워킹화 'K2 플라이워크' 총 14종 론칭  
뒤트림 적은 밑창 기술...발 피로감 크게 줄여

아웃도어 브랜드 K2(대표 정영훈)가 신개념 워킹화 'K2 플라이워크'를 론칭했다.

K2는 17일 서울 롯데백화점 소공점에서 'K2 플라이워크' 출시행사를 열고 기능별, 스타일별 총 14종 37가지 스타일을 공개했다. 이번에 출시한 'K2 플라이워크'는 도심 아스팔트 위주의 기존 워킹화와는 달리 여행 캠핑 트레킹 등에서도 안전하고 쾌적한 워킹을 즐길 수 있도록 무게는 줄이고 기능성은 높였다. 특히 엑스그립(X-GRIP), 엠엑스그립(MX-GRIP) 등 접지력이 우수하고 뒤트림이 적은 K2 독자 기술 밑창(아웃솔)을 사용해 워킹 때 육체 피로감을 크게 줄인 것이 특징이다. 또한 37가지 다양한 스타일을 선보임으로써 산행, 트레킹, 여행, 캠핑 등 어디서든 최상의 퍼포먼스를 연출할 수 있도록 했다.

K2 이태학 사업본부장은 "'K2 플라이워크'는 K2의 42년 등산화 생산 노하우를 집약한 신개념 워킹화"라며 "기존 스포츠 브랜드 위주의 워킹화 시장에 새 바람을 일으킬 것"이라고 말했다.

양형모 기자

## 웰파, 가격에 놀라고 성능에 놀라고

남녀 봄 신상품 선봬...바람막이재킷 3만원대



아웃도어 전문브랜드 웰파(u.k.통상)가 거품 논란에 휩싸인 아웃도어 시장에 파격적인 가격의 고성능 봄 신상품을 선보였다.

웰파 남녀등산티셔츠는 국내산 기능성 코오롱 콜론원단을 사용해 땀으로 인한 습기를 방출하고 우수한 통기성을 지니고 있다. 등산 등 스포츠활동은 물론 일상복으로도 만족할 만 하다. 기능성 남녀레펠트바지는 탄력성과 신축성이 탁월한 제품으로 장시간의 레펠트 활동에도 편안함을 준다. 신상품 출시를 기념해 상하 두세트를 한세트 값인 5만9800원에 제공한다.

바람막이재킷(사진)은 탁월한 내구성과 함께 방수, 방풍기능까지 겸비했다. 중간유통단계를 줄여 가격 거품을 완전히 제거한 것도 강점. 보통 10~20만원대는 바람막이재킷을 웰파에서는 한 장에 3만5000원, 두 장에 5만9800원의 가격에 공급한다. 자세한 내용은 홈페이지(wel.lpa1.cafe24.com)와 전화(02-3436-0754)로 문의하면 된다.

양형모 기자

## 국내 캐릭터계 핫 아이콘 '라바'

방영 2년 만에 국내·외 라이선스 계약 쇄도



국내 캐릭터의 새로운 핫 아이콘이 등장했다. 애니메이션 '라바'의 주인공 공 레드와 옐로우(사진)가 바로 그 주인공. 라바는 2011년 3월 KBS1TV에서 첫 방송을 시작한 뒤, 케이블TV와 IPTV 등에 방영됐다. 현재 KBS1TV와 SK BTV를 통해 시즌2가 방영 중이다.

최대 강점은 편당 1분30초라는 짧은 러닝타임. 이 때문에 방송은 물론 지하철, 버스, 편의점, 대학교에 설치된 디지털 사이니지 등 새 미디어 환경에서 인기 콘텐츠로 주목받고 있다. 라이선스 계약도 줄을 잇고 있다. 특히 경찰청 아동 실종 예방 홍보대사 등 공공분야에서도 출연요청이 쇄도하고 있다. 라바는 현재 60여 개 라이선싱 파트너사와 500여 개 상품을 출시 또는 출시를 준비 중이다. 출판물의 경우 장기간 베스트셀러를 유지하고 있다. 라바의 2013년도 매출 규모 예상치는 600억 원에 이른다.

해외 리브콜도 잇따르고 있다. 대사가 없고 전 세대가 공감하는 코믹한 스토리를 강점으로 해외 20여 개국과 방영권 및 라이선싱 계약을 체결했다.

한편 2014년 상반기 중 시즌3를 론칭할 계획이며, 2014년 말에는 극장판도 계획하고 있다.

김영민 기자

## 아키에이지, 공성전투의 모든 것 담았다

### ■24일 출시 100일 기념 첫 대규모 업데이트

웅장하고 박진감 넘치는 공성전!  
인기 다중접속역할수행게임(MMORPG) '아키에이지'가 서비스 100일을 맞아 새롭게 비상한다. MMORPG의 아버지라 불리는 송재경 엑스엘게임즈 대표가 개발해 화제를 모은 '아키에이지'는 출시 100일을 맞아 첫 번째 대규모 업데이트를 단행한다. 심혈을 기울여 준비한 업데이트 콘텐츠는 '공성전'. 유저들은 이를 통해 보다 격렬하고 짜릿한 대규모 전투의 묘미를 만끽할 수 있다. 엑스엘게임즈는 업데이트를 기념해 다양한 이벤트를 마련, 유저들의 시선 잡기에 나섰다.

#### ●27일 첫 공성전...공성 투석기, 대포 등 압권

공성전을 핵심으로 한 '아키에이지'의 첫 번째 대규모 업데이트는 24일 진행됐다. 최초의 대규모 공성전은 27일과 28일 펼쳐진다. 공성전은 향후 업데이트 예정인 국가 시스템의 첫 스타트를 끊는 중요한 콘텐츠로 주목받고 있다.

유저들은 영지 선포와 축성을 마친 원정과 공성전 신청을 한 원정대로 나뉘어 격렬한 전투를 펼치게 된다. 특히 '아키에이지'에선 다른 게임과 달리 성을 유저가 직접 지어야 한다. 공성을 하는 원정대로 투석기와 사다리차는 물론, 포탄 하나까지 직접 제작해야 한다. 축성과 공성에서 유저의 노력이 많이 들



인기 MMORPG '아키에이지'가 정식 서비스 100일을 맞아 '공성전'을 핵심 콘텐츠로 한 대규모 업데이트를 단행하며 새로운 바람몰이에 나선다. 사진제공 | 엑스엘게임즈

어가는 만큼 다른 게임과는 다른 드라마틱한 재미를 즐길 수 있다.

최근 공개된 프로모션 영상을 보면 '아키에이지'의 공성 전투는 매우 웅장하고 박진감 넘친다. 특히 전투에 사용되는 공성 투석기와 사다리차, 대포 등의 연출이 압권이다.

#### ●16GB 메모리·영주의 말·벽시루루의 주화...이벤트도 풍성

엑스엘게임즈는 업데이트와 정식 서비스 오픈 100일을 맞아 다양한 이벤트를 펼친다. 먼저 업데이트를 기념해 5월17일까지 매주

서버별 공성전 승자를 예측하는 이벤트를 벌인다. 정답을 맞힌 유저에게는 이벤트 칭호와 함께 게임 화폐로 교환할 수 있는 '벽시루루의 주화'가 주어진다. 또 추첨을 통해 '지포스 GTX660Ti'와 '아키에이지 USB 메모리 16GB'를 준다.

또 27일과 28일 열리는 최초의 공성전에 참여하는 원정대원에게는 기념 명예 칭호를 주고, 공성전이 끝나는 매주 일요일에 게임에 접속하는 유저에게는 영주의 말 '신기루 일리르 제노노스' 1일권을 지급한다.

게임 출시 100일 기념 이벤트도 있다. 5월

5일까지 매주 금, 토, 일요일에 각종 탈것과 노동력을 충전할 수 있는 '빛나는 여명'을 제공한다. 이 밖에도 이용권 없이도 플레이 할 수 있고, 이용권을 결제할 경우 '저승의 돌' 3개를 매일 받을 수 있는 '아키에이지 홈페이지 이벤트'도 5월31일까지 진행된다. 단 이벤트 기간에 이용권을 결제하지 않은 유저는 노동력이 충전되지 않으며 집과 도면 설치가 불가능하다. 이벤트에 대한 자세한 내용은 공식 홈페이지(www.ArcheAge.com)에서 확인할 수 있다.

김영민 기자 dionys@donga.com 트위터@kimyke76