

그래픽 티셔츠+아쿠아슈즈... '바캉스룩'의 완성

눈을 땔 수 없는 '아웃도어 바캉스패션' 스타일링

디스커버리·파타고니아 '스웨그 티셔츠' 기능성 소재에 그래픽 박스로 인기가몰이 배수성 좋은 '아쿠아슈즈'도 필수 아이템

슬금슬금 여름 휴가시즌이 다가오고 있다. 6월 장마가 끝나면 곧 휴가의 냄새를 맡을 수 있을 것이다. 향긋하면서도 짙조름한, 사람의 마음을 환상하게 만드는 그 냄새!

올 여름 휴가를 산이나 계곡, 바다로 떠날 계획을 갖고 있다면 휴가지에서 입고 신을 옷과 신발에 대해 미리 고민해 둘 필요가 있다. 아웃도어 활동을 편히 즐길 수 있는 기능성과 다른 사람들의 이목을 끌 수 있는(물론 긍정적인 의미에서) 패션성을 한 번에 잡을 수 있는 바캉스 스타일링이 필요하다.

여름인 바캉스 시즌은 아무래도 옷이 가벼운 만큼 스타일링이 쉽지 않다. 패션의 꽃이라 할 수 있는 레이어드(겹쳐입기)가 안 된다. 따라서 하나의 아이템으로 다양한 스타일링을 소화할 수 있어야 한다.

다양한 패턴이나 그래픽이 프린트된 옷은 바캉스의 기분을 업(UP)시켜 준다. 소재도 중요하다. 편안하면서도 통풍이 잘 되고 땀이 빨리 마르는 기능성 소재를 적용한 옷을 선택하는 것이 좋다.

●티셔츠 한 장으로 스웨그 살리기

디스커버리는 휴가족들을 위해 섬머 아이템을 선보였다. 아쿠아 슈즈부터 로고 플레이 티셔츠와 화려한 패턴이 눈에 띄는 숏팬츠, 심플한 매력의 파켓 티셔츠, 메쉬 소재의 카모플라주 아웃도어까지 다양하다.

디스커버리의 베스트셀러 아이템인 '박스 그래픽 로고 라운드 티셔츠(6만9000원)'는 콘타(CONTA) 기능성 소재를 사용해 구김이 적고 가벼우며 흡한·속건기능이 우수하다. 어저수 모티프의 박스 그래픽 아트워크 프린트로 포인트를 준 것이 특징.

'플라워 박스 라운드 티셔츠(5만9000원)'는 흡습·속건이 우수한 면과 폴리 혼방 소재를 사용해 하절기 시즌에 알맞은 착장감을 제공한다. 전면에 컬러감이 있는 플라워 패턴의 박스 로고로 포인트를 줬다.

여름에도 아우터는 필요하다. 자외선으로부터 피부를 보호할 수 있고, 갑작스러운 소나기를 피하기에도 적격이다. 디스커버리의 '카모 메쉬 프린트 숏기장 방풍재킷(24만9000원)'은 메쉬조각과 폴리에스터원단의 이중구조로 뛰어난 기능성을 자랑한다. 카모플라주 패턴이 전판 프린트되어 개성 넘치는 포인트 스타일 연출이 가능하다.

친환경 아웃도어 스포츠브랜드 파타고니아는 "바캉스 패션에 활력을 더하고 싶다면 스웨그(Swag·자신만의 개성을 살린 자유분방한 패션) 넘치는 티셔츠 한 장으로 충분하다"라고 주장하는 브랜드이다. '플라잉 피쉬코튼/폴리 티셔츠(4만9000원)'는 미국 캘리포니아에서 활동 중인 팝 아트 작가 지오프 맥패트리

지와의 협업으로 제작됐다. 날치와 포크가 함께 놓인 한 장의 사진에서 영감을 받아 작가 특유의 단순 명료한 드로잉을 거쳐 탄생했다.

송어 보호기금을 마련하기 위해 제작한 '월드 트라우트 슬러프 코튼 티셔츠(4만9000원)'와 시그니처 로고를 손으로 다시 그려 디자인한 로고 티셔츠 등 유니크한 그래픽이 더해진 감각적인 티셔츠들도 인기가 높다.

●물놀이엔 물론 계곡 트레킹까지...아쿠아슈즈의 진화

물놀이를 위해서는 물빠짐이 좋은 신발이 필요하다. 라이프스타일 아웃도어 센터폴은 워터파크, 계곡, 스노클링 등 다양한 워터스포츠를 즐길 때 신을 수 있는 '아쿠아 스킨슈즈(6만9000원)'를 출시했다. 외부 충격으로부터 발가락 부분을 보호할 수 있도록 발가락 형상 디자인이 되어 있다. 신는 순간 발에 밀착되는 느낌을 받을 수 있다.

네파의 '스틸레 아쿠아슈즈(18만9000원)'



는 물놀이뿐만 아니라 계곡 산행도 할 수 있는 수륙양용 멀티형용을 지향한 제품이다. 바닥에 배수구가 있어 물이 쉽게 빠진다. 클라우드 에어시스템을 적용해 쿠셔닝과 통기성을 강화했다. 보아클로저시스템 덕에 신발 끈을 원터치로 풀고 쥘 수 있다.

도종 아웃도어 브랜드 트렉스타는 아쿠아 트레킹화 '코브라 섬머 1.0(15만원)'을 선보였다. 인체공학적인 디자인을 센들로 구현한 계곡 트레킹 신발이다. 접지력과 안정성을 높인 트렉스타 자체 신발창 브랜드인 하이퍼그립을 밑창에 적용했다.

레드페이스는 아홉한 바닥에 하이브리드 벤틸레이션 시스템을 적용해 배수성과 통기성을 높인 남녀 공용 샌들 '노바샌들'과 '밸리 샌들(이상 7만9000원)'을 내놨다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

▼샌터폴 '아쿠아 스킨슈즈'



여름 휴가철이 다가오면서 기능과 패션을 동시에 잡은 휴가지 스타일링에 대한 관심이 높아지고 있다. 디스커버리의 섬머 시즌 아이템으로 바캉스룩을 완성한 공유의 모습이 시원함을 느끼게 한다.

사진제공 | 디스커버리

끝없는 바나나의 유혹

오리온 '초코파이 바나나' 열풍의 시작
바나나 쌀과자·망고 바나나 등 줄이어

식품업체가 바나나맛 제품을 잇달아 출시하며 소비자를 유혹 중이다. 식품 업체들이 바나나맛을 신제품 개발에 적극 활용하는 이유는 바나나의 대중성 때문이다. 불황일수록 익숙한 맛을 찾는 고객들에게 바나나만큼 '취향 저격'인 과일이 없다는 게 업계 분석이다. 또한 바나나는 강하지 않고 부드러운 단맛을 갖고 있어 다른 식품과의 결합 및 활용도가 높고, 식이섬유와 칼륨을 함유해 웰빙 트렌드에 부합한다는 점도 강점으로 꼽히고 있다. 실제로 최근 3개월간 바나나맛 신제품 출시만 30여건에 이른다. 관련 업계는 이러한 바나나 열풍이 당분간 이어질 것으로 예상하며, 바나나맛 제품 라인을 확대하고 관련 프로모션에 박차를 가하고 있다.

●복음자리, '아기랑 소곤소곤 바나나 쌀과자'

과일가공 전문 기업 복음자리(대표 김현택)는 영유아 전용 간식 '아기랑 소곤소곤 쌀과자'에 바나나맛을 가미한 '바나나 쌀과자'를 출시하고

본격적인 프로모션에 돌입했다. 26일까지 아기랑 소곤소곤 블로그(blog.babysogon.co.kr)에서 이벤트 글을 스크랩하고 제품을 체험하고 싶은 이유를 댓글로 달면 추첨을 통해 10명에게 바나나 쌀과자 6봉을 증정한다.

제품 후기를 작성하는 당첨자 미션을 수행하고 '베스트 리뷰어'에 선정된 3명에게는 제품 1박스를 추가 증정한다. '아기랑 소곤소곤 바나나쌀과자'는 무농약 현미쌀에 아이들이 좋아하는 달콤한 바나나를 배합한 쌀과자다. 기름에 튀기지 않고 100℃ 이상의 열과 압력으로 팽화시켜 안심하고 먹을 수 있다. 칼슘 함유로 유아 성장의 영양설계를 고려한 것이 특징이다.

●오리온, '초코파이 바나나'

오리온은 대표 제품 '초코파이'에 바나나 원물을 넣어 바나나의 맛과 향을 그대로 살린 '초코파이 바나나'를 통해 바나나 열풍을 선도하고 있다. 6월에는 호국보훈의 달을 맞아 국군 장병들을 위한 '초코파이 바나나 애정(愛情) 이벤트'를 통해 상속에 박차를 가할 예정이다. 이벤트 페이지에 연인과의 추억이 담긴 사진과 전하고 싶은 메시지를 초코파이, 곰심, 군화야힘내 3개의 해시태그와 함께 올리면 총 3000명에게 초코파이 바나나 1상자(12개입), 응급키트와 음료분말, '초코파이 바나나 애정(愛情) 박스'를 당첨자가 지정한 부대로 전달한다.

오리온은 대표 제품 '초코파이'에 바나나 원물을 넣어 바나나의 맛과 향을 그대로 살린 '초코파이 바나나'를 통해 바나나 열풍을 선도하고 있다. 6월에는 호국보훈의 달을 맞아 국군 장병들을 위한 '초코파이 바나나 애정(愛情) 이벤트'를 통해 상속에 박차를 가할 예정이다. 이벤트 페이지에 연인과의 추억이 담긴 사진과 전하고 싶은 메시지를 초코파이, 곰심, 군화야힘내 3개의 해시태그와 함께 올리면 총 3000명에게 초코파이 바나나 1상자(12개입), 응급키트와 음료분말, '초코파이 바나나 애정(愛情) 박스'를 당첨자가 지정한 부대로 전달한다.

●오설록, '망고 바나나 시즌 메뉴'

오설록이 달콤한 바나나와 망고, 녹차의 싱그러움을 더한 '바나나 시즌 메뉴'를 8월까지 한정으로 선보인다. 망고, 바나나와 그린티 슬러시가 조화를 이루는 '프레시 망고 바나나

그린티'와 부드러운 요거트를 더한 '망고 바나나 그린티 요거트 스무디', 우유와 얼음을 갈아 넣은 '망고 바나나 오프레드'로 구성됐다. 토핑으로 우유 아이스크림을 더해 더욱 시원하게 즐길 수 있다. 신제품 출시 기념으로 7월까지 오후 12시부터 2시 사이에 바나나 시즌 메뉴 3종을 약 25% 할인된 가격에 판매한다.

●삼립식품, '빅슈에 바나나'

삼립식품은 자사 인기 제품에 바나나를 가미한 '바나나 크림빵', '바나나 보름달', '바나나 크림샌드'를 출시한데 이어 냉장 디저트 시리즈인 '카페 스노우'의 신제품으로 '빅슈에 바나나'를 선보였다. '빅슈에 바나나'는 부드러운 촉촉한 수 안에 신선한 생크림과 바나나 커스터드 크림이 함께 들어 있어 동시에 두 가지 맛을 즐길 수 있는 디저트다. 여름철 시원하게 먹는 디저트로 커피나 우유와 잘 어울려지는 것이 특징이다.

원성열 기자 sereno@donga.com

개그 코너같은 광고...메시지가 없다

CF 돌보기

| OK저축은행 '이직 편'

CF를 보고나서 든 느낌은 "재밌다"는 것이었다. 모델로 기용한 김응수의 연기가 일품이다. 코믹연기의 달인다운 솜씨다.

김응수가 회사의 임원(여기서는 사장으로 간주하겠다)으로 등장한다. 사장은 못 마땅하다는 얼굴로 직원을 몰아세운다.

"OK저축은행으로 가겠지요?"

딱 보니 상황이 그려진다. 아마도 직원은 OK저축은행으로 이직을 하겠다고 사직서를 냈을 것이다. 유능한 직원이 경쟁사로 자리를 옮겼다는 데에 좋은 얼굴을 할 상사는 없다.

"서비스가 재밌어서요." 직원의 말이다. 김응수 사장의 얼굴이 더욱 일그러진다.

"저축은행이 무슨 놀이동산이야? 품격 떨어지게."

사장은 직원에게 얼굴을 바짝 들이대며 욕박지른다. 하지만 직원은 비아냥대는 듯한 표정으로 대답한다. 직장을 때려 치는 입장이지만 참 당당한 직원이다.

"품격보다 고객 서비스가 우선이죠."

결국 사장은 홀몸 손짓을 하며 직원을 내보내고 만다.

"나가! 서비스한데 가!"

자막과 내레이션이 나온다. "고객을 위한 서비스가 가장 먼저입니다."

마지막 장면도 인상적이다. 직원을 내보낸(아마 영원히 돌아오지 않을 것이다) 사장이 책상에 앉아 곰곰이 뭔가를 생각하는 장면이다. 무엇을 생각하고 있을까.

재미있는 광고이다. 한 편의 개그코너를 보고 난 듯하다.

그런데 좀 이상하다. 재미는 있는데 딱히 'OK저축은행'이라는 키워드가 잡히지 않는 것이 다. 한바탕 웃고는 말았지만 정작 이 광고가 말



사장과 직원을 등장시킨 OK저축은행의 광고는 코믹한 재미를 주지만 메시지가 뚜렷하게 전달되지 않는 아쉬움을 남긴다.

하는 '재밌는 서비스'에 대해서는 "나는 도무지 알지 못하겠노라"이다. 어떤 서브이기에 재미가 있다는 걸까. 이 광고는 알려주지 않는다.

정 궁금하면 광고의 마지막 장면에 뜨는 전화번호로 전화를 걸어 확인하라는 의미일까. 그렇다면 재미있기는 한데 상당히 불친절한 CF이다.

"품격보다 고객 서비스가 우선이죠"라는 직원의 답변은 너무 오버스럽다. 잘 나가다 오글



거려 버렸다. 미안하지만 이 장면에서 마이너스 10점. 한참 재미에 불이 붙다가 찬물이 끼여 어지는 기분이다.

재미있는 광고가 곧 좋은 광고는 아니라는 점을 새삼 깨닫게 해준 광고였다. 메시지는 없다. 그냥 재미있게 보고, 잊어라.

그게 이 광고를 소비하는 올바른 자세일 것이다.

양형모 기자

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com