

“삶의 활력 스포츠, 사명감 갖고 후원할 것”

“스포츠가 삶을 즐겁게 한다. 선진국이 될수록 스포츠 문화는 지속적으로 발전해야 하기 때문에 사명감을 가지고 후원을 이어나갈 계획이다”

김정규 타이어뱅크 회장은 스포츠동아가 주최하고 문화관광체육부, 대한체육회, 국민체육진흥공단에서 후원하는 '2019 코리아 스포츠진흥대상'에서 리더부분 대상을 수상했다.

창사 이후 꾸준히 이어온 사회공헌 활동과 한국프로야구(KBO) 타이틀 스폰서 참여, kt위즈 마케팅 후원, 프로볼링구단 네이밍 스폰서 등을 통해 한국 스포츠산업의 중흥과 발전에 이바지해 온 공로를 인정받은 것이다.

김정규 회장이 설립해 키워온 타이어뱅크는 1991년 대한민국 최초로 타이어 전문점 시대를 연 '퍼스트 무버' 기업이다. 2019년 현재 전국 430여 개의 매장을 보유하고 있으며, 국내외 대부분의 타이어 브랜드를 취급하는 선진국형 타이어 유통 전문기업으로 굳건하게 자리매김했다.

코리아스포츠진흥대상 리더상 수상 3년간 KBO 후원...800만 관중 결실 “대한민국 책임질 CEO고교 설립 꿈”

●한국프로야구(KBO) 후원하며 800만 관중 시대에 기여

타이어뱅크는 2015년부터 2017년까지 한국프로야구(KBO) 타이틀 스폰서를 맡으면서 타이어를 유통하는 중소기업에서 '국민이 좋아하는 스포츠 친화기업'으로 거듭났다. 그전까지 KBO리그 타이틀 스폰서는 대기업의 전유물로 여겨졌지만, 타이어뱅크는 관례를 깨고 타이틀 스폰서로 선정되며 화제를 모았다.

김정규 회장은 “타이어뱅크와 같은 중소기업이 프로야구 후원을 한다면 국민들이 야구를 더 가깝게 느낄 수 있겠다고 생각해 타이틀 스폰서로 참여했다. 많은 중소기업인에게도 '대기업만 하던 후원을 우리도 할 수 있구나, 새로운 도약을 할 수 있겠다'라는 메시지를 주



김정규 타이어뱅크 회장은 중소기업 최초로 2015~2017 시즌 KBO리그 타이틀스폰서로 참여해 프로야구 관중 800만 시대를 앞당겼으며, 다양한 사회공헌 활동을 펼쳐 나눔 문화를 전파하는데 앞장서고 있다. 사진제공 | 타이어뱅크

고자 했다”고 후원 배경을 밝혔다.

타이어뱅크의 프로야구 후원은 야구 붐 조성의 마중물이 됐다. 타이틀 스폰서 후원은 물론 유소년 야구캠프 후원, WBC 평가전 후원, 야구 대표팀 응원, 사회적 소외 계층 야구 관람 후원 등 다양한 기회를 통해 꾸준히 스포츠마케팅을 펼쳤다. 효과도 분명했다. 2015년 KBO리그는 역대 최다 관중(760만)을 돌파했고, 2016년에는 국내 프로스포츠 사상 처음으로 800만 관중 돌파라는 기록을 썼다.

기업 홍보 효과도 톡톡히 거뒀다. 김 회장은 “야구는 빠른 공을 잘 쳐야 한다. 사업도 마찬가지다. 타이밍 관리를 잘해야 하고, 빠른자가 세상을 가진다. 2015년 KBO리그를 후원한 이후 3년간 타이어뱅크의 매출은 평균 25% 이상 성장했다. 각광한 스포츠 마케팅을 통해 회사도 성장하고, 당시 정체가었던 야구 발전에도 기여할 수 있었다”고 밝혔다.

2016년부터 올해까지는 한국 프로야구의 막내 구단인 kt위즈에 대한 후원도 이어가고 있다. 대부분의 기업 후원이 인기 구단에 편중되는 현실에서, 신생구단 후원 결정은 쉬운 일이 아니다.

김 회장은 “당시 kt위즈의 성공 가능

성을 봤고, 타이어뱅크의 이미지와도 잘 맞아 지속적으로 후원해왔는데 이제 서서히 도약하고 있다. 타이어뱅크가 후원하면 잘 된다는 공식이 생긴 것 같아 기쁘다”고 말했다.

타이어뱅크 후원 효과는 여기서 그치지 않는다. 올해부터 세종시 연고의 프로볼링팀 '팀 타이어뱅크' 네이밍 스폰서 후원을 시작했는데 프로볼링 붐을 일으킬 정도로 흥행에 성공했다. 김 회장은 “타이어뱅크 본사가 있는 세종시에 연고 프로구단이 없어 후원을 결정했다. 창단 이후 출전하는 대회 두 번에 한 번은 우승을 차지할 정도로 좋은 성적을 거두고 있고, 침체되어 있던 프로볼링에 활력소가 됐다”며 뿌듯해 했다.

●‘CEO 고등학교’ 설립이 목표, 꾸준한 사회공헌 이어갈 것

김정규 회장은 스포츠 외에도 다양한 분야에서 꾸준한 사회공헌 활동을 이어온 기업가로도 잘 알려져 있다. 1억 원 이상의 고액 기부자 모임인 적십자 '아너스클럽'의 대전세종 1호로 가입하면서 전국 43번째 적십자 '아너스클럽' 회원이 되었다. 미래 꿈나무를 위한 충남대 10억 원 기탁, 행복드림 릴레이 타이

어 기부, 소외 계층 문화 혜택 지원 등 다양한 사회공헌을 통한 기업 이윤의 사회 환원을 실천하고 있다.

김 회장은 “사회 구성원이 곧 국가의 구성원이다. 할 수 있다면 구성원들이 더 즐겁고 잘되도록 하는 것이 내 역할이며, 내가 하는 일이 세상을 이롭게 한다”는 사회 공헌 철학을 밝혔다. 그의 최종 목표는 CEO 고등학교 설립이다. “유능한 CEO가 대한민국의 1000년을 책임진다”는 그의 경영철학과 “국가의 미래는 유능한 인재 양성에 달려 있다”는 신념을 실천하기 위해서다.

김 회장은 “야구에 비유하자면 좋은 선수는 초등학교 때부터 간절한 목표를 가지고 훈련을 해야 프로야구 선수가 될 수 있다. CEO도 마찬가지다. 총기로 가득한 고등학교 때부터 경영자 마인드를 가지고 CEO가 되기 위한 공부를 해야 국부를 창출하고 많은 사람들의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 훌륭한 CEO가 될 수 있다고 생각한다”며 “대한민국의 융성을 책임질 인재를 육성할 수 있는 CEO 고등학교를 설립하는 것이 내가 할 수 있는 최고의 사회공헌이다”라고 힘줘 말했다.

세종 | 원성열 기자 sereno@donga.com

한 눈으로 보는 경제

28일

코스피지수	2118.60	↓	-9.25
코스닥지수	640.18	↓	-7.21
日 닛케이 지수	2만3409.14	↓	-28.63
中 상하이 종합	2889.69	↓	-13.50
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.46	↓	-0.02
환율 (원·달러)	1179.00	↑	+1.50
국내금값 (원/그램)	5만5186.51	↓	-37.86

한화리조트, 역대급 대국민 경품 이벤트

한화리조트는 역대급 대국민 참여 이벤트를 진행한다. 우선 리조트 홈페이지의 이벤트 페이지에서 검색하기 버튼을 클릭하면 추첨을 통해 5210명에게 한화리조트 주중 객실이용권, 스타벅스 기프트콘, 카카오톡 이모티콘, 제이드가든 수목원 입장권 등을 증정한다. 친구 추천 이벤트는 추첨을 통해 6004명에게 사이판 월드리조트 숙박권(3박4일), 다이스 드라이기, 돌체구스토 커피 머신, 설악 워터피아, 경주 썰로로 야쿠아 빌리지, 제이드가든 입장권 등을 준다. 이벤트 기간은 27일부터 12월 31일까지며, 당첨자 발표는 2020년 1월 8일이다.

파라다이스시티, '페스티벌 위크' 진행

영종도 북항리조트 파라다이스시티가 북유럽 크리스마스 감성의 윈터마켓과 스페셜 디너, 패키지, 공연 등으로 구성된 '페스티벌 위크'를 진행한다. 파라다이스시티의 허브인 '플라자'는 동화 속 '산타 빌리지'로 변신했다. 29일부터는 광장에 떠오른 초대형 달을 중심으로 크리스마스 하우스와 포토존을 꾸미고, 주변에 아기자기한 상점이 들어선다. 12월 13일부터는 국내 최대 규모의 크리스마스마켓이 열리고, 레스토랑에서는 연날 스페셜 메뉴를 운영한다. 12월 24, 25일 한정 객실 패키지도 판매한다.

롯데월드, 소아암 아동과 앨범 발표



롯데월드는 사탕데 봉사단과 소아암 아동이 함께 녹음한 디지털 앨범(사진)을 29일 정오에 발매한다. 롯데월드의 사회공헌 캠페인 '드림 스테이지'의 일환으로 앨범에는 창작곡 '눈꽃길'과 'Oh Happy Day!' 2곡이 수록됐다. 멜론, 지니, 벅스 등 국내 음원 사이트와 애플뮤직, 아마존 등 해외 음원 사이트에서 음원을 들을 수 있다. 수익금은 전액 소아암 치료비로 기부된다. 12월 15일에는 롯데월드 어드벤처 가든 스테이지에서 소아암 아동과 가족 200명을 초대해 '천사들의 합창 시즌 3' 공연을 한다.

김재범 기자

“유통가는 지금 온통 ‘겨울왕국2’”

대형마트·편의점, 캐릭터 상품 선풍 최대 성수기 앞두고 매출 효과 기대

디즈니의 애니메이션 영화 ‘겨울왕국2’가 개봉 초반부터 무서운 흥행성적을 거두자, 대형마트와 편의점 등 유통업체가 ‘겨울왕국2’ 팬덤 수요를 노린 마케팅에 적극 나서고 있다.

유통가 대목 중 하나인 12월을 앞두고 개봉해 매출 효과 역할을 할 것이라는 기대감이 크다. 또한 어린이가 영화의 주요 고객인 만큼 오프라인 매장에 가족 단위 고객을 끌어모을 수 있는 장점이 있다.

홈플러스는 이불·쿠션·베개 등 침구류와 식기·하복 등 ‘겨울왕국2’ 주인공들의 모습이 담긴 캐릭터 상품 50여 종을 내놓았다. 롯데마트는 한정판 완구 ‘아렌텔 궁전 세트’와 ‘노래하는 엘사&안나’를 선보였다.

김스클럽을 운영하는 이랜드리테일은 자체브랜드(PB)를 통해 ‘겨울왕국2’ 아동복 컬렉션’을 판매 중이다. 보석 장식으로 엘사의 패션을 재현한 ‘코스튬 드레스’가 대표 아이템이다. 김현정 홈플러스 홈인테리어팀 바이어는 “겨울왕국2 캐릭터들을 집에서 만날 수 있도록 침구류와 식기



홈플러스에서 판매하는 '겨울왕국2' 캐릭터 상품. 사진제공 | 홈플러스

상품 등 생활용품 단독 상품을 준비했다”고 했다.

편의점도 예외가 아니다. 세븐일레븐은 스노우볼, 화장대, 피규어, 드레스, 레고 등으로 구성된 ‘겨울왕국2’ 캐릭터 상품을 출시했다. 이마트24 역시 ‘겨울왕국2’ 캐릭터를 넣은 하복 3종을 출시했다. 이수경 세븐일레븐 비식품팀 상품기획자는 “겨울왕국2의 주요 캐릭터를 활용한 상품을 인근 편의점 매장에서 간편하게 구매할 수 있다”고 했다. 정정욱 기자 jay@donga.com



전자랜드 '파워센터 반포점' 신규 오픈

전자랜드가 28일 서울 잠원동에 '파워센터 반포점'을 신규 오픈했다. 오프라인 매장의 강점을 살려 체험공간 조성에 중점을 뒀다. TV·의류관리기·안마의자·청소기 등을 직접 사용해 각 브랜드와 제품별 특

징을 파악할 수 있다. 프라임존에서는 고객의 피부상태를 체크하고 그에 맞는 제품을 사용할 수 있도록 구성했다. 오픈 기념으로 12월 1일까지 의류관리기, 세탁기, 건조기, 에어프라이어, 커피머신, 안마의자 등을 초특가에 판매한다. 정정욱 기자

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com