

국내 러닝인구 급증... 유통업계, 특화매장 등 점점 확대

**롯데백 씨코니 단독매장 오픈
LF 오프라인 프로그램 강화
CU '러닝 스테이션' 전국 확대
크림 러닝 카테고리 세분화**

러닝이 단순한 운동을 넘어 하나의 라이프스타일로 자리 잡으면서 유통업계가 '러닝족' 공략에 속도를 내고 있다. 패션·편의점·백화점·플랫폼 기업들은 러닝 커뮤니티를 확대하고 특화 매장을 선보이며 급성장하는 시장 선점 경쟁에 나서는 모습이다.

4일 (메트로경제 신문) 취재에 따르면 국내 러닝 인구가 빠르게 늘어나면서 유통업계의 관련 투자도 확대되고 있다.

앨브레인 모니터가 지난 4월 발표한 조사에 따르면 응답자의 84.1%는 "요즘 러닝을 하는 사람들이 많아진 것 같다"고 답했으며, 64.1%는 최근 6개월 이내 직접 러닝을 경험했다고 응답했다. 특히 10대(79.0%)와 20대(71.0%)의 참여율이 높았으며, 최근 열린 2026 서울마라톤에는 역대 최대 규모인 4만명이 참가하는 등 열기가 확산되고 있다.



롯데백화점은 글로벌 러닝화 씨코니 단독 매장을 오픈했다. /롯데백화점

관련 시장도 꾸준한 성장세를 이어갈 전망이다. 시장조사업체 마켓 리서치 퓨처에 따르면 글로벌 러닝 장비 시장 규모는 지난해 454억달러(약 68조1000억원)로 추산된다. 이 시장은 올해 479억달러(약 71조8500억원)에서 2035년 818억달러(약 122조7000억원)까지 성장할 것으로 예상되며, 2025~2035년 연평균 성장률(CAGR)은 5.5%에 달할 것으로 전망된다.

유통·패션업계는 커뮤니티 프로그램과 특화 점포를 앞세워 관련 수요 흡수에 나

서고 있다. LF가 전개하는 글로벌 하이엔드 아웃도어 브랜드 티톤브로스(Teton Bros)는 러닝 커뮤니티 기반 오프라인 프로그램을 강화하며 성과를 내고 있다. 지난 4월부터 러닝 세션을 운영한 결과 4월 매출은 전년 동기 대비 70%, 5월은 30% 증가했다.

최근 용산구 mtl 효창점에서 열린 두 번째 러닝 세션은 모집 단계부터 5대 1의 경쟁률을 기록했다. 티톤브로스는 경량 바림막이 등 아우터 제품군까지 확대하



CU 러닝 특화 편의점 '러닝 스테이션'. /BGF리테일

며 '하이브리드 러닝' 시장 공략에 나서고 있다.

CU는 한강변에서 운영해온 러닝 특화 점포 '러닝 스테이션'을 제주까지 확대했다. 지난 4~5월 러닝 스테이션 점포 매출은 전년 동기 대비 168.9% 증가했으며, 생수(211.9%)와 스포츠음료(195.0%) 등 연관 상품 판매도 크게 늘었다.

리뉴얼한 CU 제주용두해안점에는 탈의실과 파우더존, 러닝 특화 상품존을 갖춘 '러닝 베이스캠프'가 마련됐다. 또한 런데이, 가민코리아와 협업한 프로그램을

운영하며 온·오프라인 커뮤니티를 강화하고 있다.

백화점 업계도 러너들을 겨냥한 전문 매장 확대에 나섰다. 롯데백화점은 잠실점에 글로벌 러닝화 브랜드 씨코니(Saucony)의 국내 첫 단독 매장을 열고 한정판 상품과 러닝 프로그램을 선보였다.

플랫폼 업계 역시 수요 확대에 맞춰 서비스를 고도화하고 있다. 한정판 거래 플랫폼 크림(KREAM)은 최근 앱 내 '러닝 탭'을 전면 개편했다.

크림에 따르면 러닝 카테고리는 지난해 8월 탭 신설 이후 6개월간 검색량이 741%, 거래량이 61% 증가했다. 특히 살로몬과 노다 등 프리미엄 러닝 브랜드 거래가 늘었으며, 30대 여성의 러닝 여패럴·액세서리 거래량은 전년 대비 609% 증가했다.

크림은 '거리별 추천', '초보자 추천', '라이징 브랜드' 등으로 카테고리를 세분화하고 러닝코어 스타일링 가이드 등 큐레이션 콘텐츠를 강화해 관련 수요 공략에 나설 방침이다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



홈플러스, 영업중단 점포 37곳 '폐점' 결정

**사측, M&A 위한 경쟁력 회복 강조
희망퇴직 실시... 고용문제 수면 위**

기업회생 절차를 밟고 있는 홈플러스가 지난달부터 영업을 잠정 중단했던 대형마트 37개 점포를 결국 폐점하기로 했다. 경영 정상화를 위해 저수익 점포의 문을 닫은 지 약 한 달 만에 내린 결정이다. 이번 조치는 인가 전 인수합병(M&A) 성사가 가능성을 높이기 위한 구조조정의 일환으로 풀이된다.

4일 홈플러스는 이날 노동조합에 공문을 보내 현재 낮은 기여도로 휴업 중인 37개 점포에 대한 폐점 결정을 전했다.

앞서 홈플러스는 상품 수급 차질로 매출이 급감하자 지난달 10일 전체 104개 점포 중 수익성이 낮은 37개 점포의 영업을 중단하고 나머지 67개 핵심 점포

에 물량을 우선 공급하는 등 운영 효율화에 나섰다. 경영 여건이 개선되지 않으면서 결국 전면 폐점 수순을 밟게 됐다.

홈플러스 측은 공문을 통해 자금력과 경영 능력이 보장되는 제3자에게 매각하는 것만이 유일한 회생 방안이라며, M&A 성공을 위해 핵심 매장의 영업 정상화와 경쟁력 회복이 무엇보다 중요하다고 강조했다. 이에 따라 홈플러스는 익스프레스(슈퍼마켓) 부문을 먼저 분리 매각한 뒤, 대형마트와 온라인 사업 매각을 추진해 회생 절차를 마무리할 계획이다. 서울 회생법원 역시 이러한 매각 상황과 자금 조달 여부를 지켜보기 위해 회생계획안 가결 시한을 다음 달 3일까지 연장한 상태다.

한편, 잠정 휴업이 최종 폐점으로 확

정되면서 해당 점포에 근무하던 직원들의 고용 문제도 수면 위로 떠올랐다. 노조가 파악한 폐점 대상 점포의 근무 직원은 약 3500명에 달한다. 홈플러스는 이들을 대상으로 점포 전환 배치 등의 고용안정지원 제도를 병행하는 한편, 책임급 이상 직원을 대상으로 희망퇴직을 실시해 월 급여 3개월 분의 위로금을 지급하기로 했다.

다만 현재 홈플러스의 운영자금 고갈된 상태에서 실제 희망퇴직금 지급과 지원제도 시행 여부는 불투명하다. 홈플러스 관계자는 현재 재원 확보가 충분하지 않아 채권단이 동의하는 긴급운영자금(DIP) 대출이나 회생 절차 연장 등이 이뤄져 자금 조달 문제가 해소되는 대로 위로금 등을 지급할 계획이라고 밝혔다.

/김서현 기자



하이트진로 '테라X락앤락' 보냉컵 출시

하이트진로는 맥주 브랜드 테라와 생활용품 기업 락앤락이 협업한 'TERRA X LocknLock' 스테인리스 보냉컵 2종(사진)을 출시한다고 4일 밝혔다.

이번 제품은 월드컵 시즌과 여름철 야외활동 수요를 고려해 기획됐다. 신제품은 470mL 맥주컵형과 600mL 텀블러형으로 구성됐다. 제품 외관에는 테라 로고를 적용했으며, 패키지에는 브랜드 색상인 그린 컬러를 반영했다. /신원선 기자

GS리테일, 농식품 바우처 핵심채널 부상

GS25·GS더프레시 이용실적 급증

GS리테일은 지난해 GS25와 GS더프레시의 농식품 바우처 이용 실적이 사업 참여 첫해인 2023년 대비 14배 이상 증가했다고 4일 밝혔다. 올해 1~5월 이용 실적도 전년 동기 대비 두 배 이상 늘어나며 성장세를 이어가고 있다.

농식품 바우처는 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)가 운영하는 식품 지원 사업이다. 취약계층의 건강한 식생활을 지원하고 국산 농축산물 소비를 촉진하기 위해 마련됐으며, 지원 규모는 가구원 수에 따라 월 4만원에서 최대 18만 7000원까지다.

이용자는 지정 사용처에서 국산 채소와 과일, 육류, 신선계란, 흰우유, 잡곡류, 두부류, 임산물 등을 구매할 수 있다.

GS리테일은 전국 1만8600여 개 점포 망을 갖춘 GS25와 GS더프레시가 사업 초기부터 사용처로 참여하면서 접근성과 편의성을 높인 점이 이용 실적 증가에 영향을 미친 것으로 분석했다.

GS25는 계란과 우유 등 생활 밀착형 상품을 중심으로 농식품 바우처 사용 가능 상품 수를 830종 이상으로 확대했다. 또한 신선식품 강화형 매장을 900점까지 늘리며 근거리 장보기 수요에 대응하고 있다.

양사는 6월에도 농식품 소비 활성화를 위한 할인 행사를 진행한다. GS25는 국산 채소와 과일, 잡곡 등을 대상으로 할인 및 증정 행사를 운영하며, GS더프레시는 수박·참외 등 계절 과일과 채소, 한우 등을 중심으로 물가안정 행사를 선보일 예정이다. /김서현 기자

신세계푸드, '노브랜드 버거' 제주 상륙

'신제주점' 오픈... 브랜드 경험 확대

신세계푸드의 노브랜드 버거가 제주에 첫 매장을 열고 전국 확대에 나선다.

신세계푸드는 노브랜드 버거가 최근 제주도 노형동에 제주지역 첫 매장인 신제주점을 오픈했다고 4일 밝혔다. 2019년 브랜드 론칭 이후 6년 만의 제주 진출로 수도권과 광역 도시를 중심으로 운영해 온 노브랜드 버거가 미진출 지역으로 고객 접점을 넓힌다는 점에서 의미가 있다.

노브랜드 버거 제주 1호점인 신제주점은 약 198㎡(60평) 규모에 83석을 갖춘 대형 매장으로서 조성됐다. 매장이 들어선 제주시 노형동은 상업시설과 유동인구가 밀집한 제주 대표 상권으로, 지역 생활권 수요와 관광 수요가 동시에 형성되는 입지로 꼽힌다.

신세계푸드는 신제주점을 통해 제주 지역 고객과 관광객 모두에게 노브랜드 버거의 브랜드 경험을 확대한다는 전략이다. 이를 위해 연내 제주에 5~6개 매



노브랜드 버거 신제주점. /신세계푸드

장을 추가로 선보이고, 지역 주민의 일상 수요와 관광객의 외식 수요가 공존하는 제주의 특성을 반영한 특화 메뉴와 프로모션, 지역 맞춤형 활동도 펼칠 예정이다.

노브랜드 버거 관계자는 "고물가 시대에 합리적인 가격으로 든든한 한 끼를 원하는 소비자 수요와 창업비용 부담을 낮추려는 예비 가맹점주의 니즈가 함께 커지고 있다"며 "앞으로도 지역별 상권 특성에 맞춘 출점 전략과 효율적인 가맹 모델을 통해 고객 접점을 지속적으로 확대해 나갈 계획"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

오비맥주, 5개 브랜드 '국제 우수 미각상'

한맥, 카스 프레스시 등 수상

오비맥주가 벨기에 국제식음료품평원(ITI)이 주관한 '2026 국제식음료품평회'에서 출품한 5개 브랜드가 '국제 우수 미각상(Superior Taste Award)'을 수상했다고 4일 밝혔다.

국제식음료품평원은 벨기에 브뤼셀에 본부를 둔 식음료 품질 평가 기관으로, 매년 세계 각국의 식음료 제품을 대상으로 블라인드 테이스팅 평가를 진행한다. 평가 항목은 첫인상, 외관, 향, 맛, 질감·끝맛 등 5개 부문이며, 올해는 250명 이상의 셰프와 소믈리에 등 전문 심사위원이 참

여했다.

이번 품평회에서 오비맥주는 한맥, 카스 프레스시, 카스 라이트, 카스 올제로, 카스 레몬 스위트 등 5개 브랜드가 국제 우수 미각상을 받았다.

한맥은 최고 등급인 3스타를 받아 6년 연속 국제 우수 미각상을 수상했다. 카스 프레스시와 카스 라이트는 각각 2스타를 획득하며 7년 연속 수상 기록을 이어갔다. 올해 처음 출품한 카스 올제로와 카스 레몬 스위트는 각각 2스타와 1스타를 받았다. 카스 올제로는 국내 무알코올 음료 제품 가운데 처음으로 국제 우수 미각상을 수상했다. /신원선 기자