

러닝 열풍에 유통가도 뒹다… 브랜드 확대·체험 서비스 강화

현대백 새티스파이 리테일 운영 무신사 트라이얼 서비스 이용 증가 CU 한강 등 러닝 특화점포 확대

러닝 열풍이 계속되면서 유통업체들이 관련 상품과 서비스 경쟁을 강화하고 있다. 프리미엄 러닝 브랜드 도입부터 러닝화 체험 서비스, 러닝 특화 매장 운영까지 사업 영역을 넓히고 있다. 상품 판매를 넘어 러너들의 활동 공간과 일상생활 속에서 고객 접점을 확보하려는 움직임이다.

22일 〈메트로경제신문〉취재에 따르면 국내 러닝 인구가 늘어나면서 관련 시장도 빠르게 성장하고 있다. 문화체육관광부의 '2025년 국민생활체육조사'에 따르면 규칙적 생활체육 참여자 가운데 달리기를 주요 운동 종목으로 꼽은 비율은 2024년 4.8%에서 지난해 7.7%로 2.9%포인트 상승했다. 전년 대비 약 60% 증가한 수준이다.

마라톤 대회 참가도 활발하다. 마라톤 대회 정보 플랫폼 아임마라톤이 집계한 올해 상반기 국내 마라톤 대회는 총 224개로, 누적 참가 연인원은 79만8438명에 달했다.



러닝 전문 편집숍 '무신사 런 서울숲'

/무신사



CU 러닝 스테이션 점포.

/BGF리테일

러닝을 비롯한 스포츠 수요 확대는 유통업체의 매출 증가로 이어지고 있다. 올해 상반기 국내 주요 백화점 3사의 스포츠 부문 매출은 전년 동기 대비 일제히 20% 이상 증가했다. 온라인 패션 플랫폼에서도 러닝 관련 상품이 가파른 성장세를 보이고 있다. 무신사가 운영하는 29CM의 올해 상반기 러닝 의류·용품 거래액은 지난해 같은 기간보다 130% 이상 증가했다.

러닝 시장이 성장하면서 유통업체들은 전문 브랜드 확보와 체험형 콘텐츠 확대에 나서고 있다. 상품 판매를 넘어 러닝 체험과 커뮤니티를 제공하며 고객 접점을 넓히는 추세다.

현대백화점그룹 계열 패션기업 한섬은 최근 프랑스 러닝 브랜드 '새티스파이(SATISFY)'와 국내 독점 리테일 운영 계약을 체결했다. 한섬은 내년 상반기 서울에서 팝업스토어를 운영하고 하반기에는 플래그십 스토어를 열 예정이다. 럭셔리 패션 중심이었던 해외 브랜드 사업을 스포츠 분야로 확장하기 위한 전략이다.

백화점 업계는 러닝 전문 브랜드 입점을 확대하는 동시에 대회와 연계한 체험형 콘텐츠를 선보이고 있다. 롯데백화점은 지난달 롯데월드몰에서 '2026 서울 100K X 아디다스' 팝업스토어를 운영했다. 서울 도심과 산, 강을 가로지르는 트

레일러닝 대회 '서울 100K'와 연계한 행사로, 러닝화와 의류 등 115여 종의 상품을 선보이고 커스터마이징 프린팅 서비스 등 체험 프로그램을 마련했다.

온라인 플랫폼과 스포츠 브랜드들은 실제 달리기 경험을 구매로 연결하는 데 집중하고 있다. 매장에서 러닝화를 신어보는 데 꺼지지 않고 직접 달려보며 제품의 기능을 확인할 수 있도록 체험 서비스를 강화하는 추세다.

무신사가 운영하는 러닝 전문 편집숍 '무신사 런 서울숲'의 지난 9월 러닝화 트라이얼 서비스 이용 건수는 1350건으로, 8월 586건보다 약 2.3배 증가했다. 해당

서비스는 고객이 매장에서 러닝화를 대여해 서울숲 일대를 직접 달려볼 수 있도록 운영된다. 무신사는 지난 4월 개점 당시 3개였던 대여 브랜드를 7개로 확대했다.

스포츠 브랜드들도 러닝 코스와 연계한 체험형 매장을 운영하고 있다. 뉴발란스는 북촌런 허브점 등에서 러닝화와 의류 대여 서비스를 운영해 왔으며, 꾸미는 지난 9월 서울 북촌에 문을 연 '스나커 박스 북촌점'에 발 형태를 측정하는 풋스캐너와 트레이드 밀을 갖춘 러닝랩을 마련했다. 아디다스는 서울 서촌의 '아디다스 퍼포먼스 서촌'을 통해 인근 러닝 코스와 매장 방문을 연계하는 방식으로 고객 접점을 넓혔다.

패션 거래 플랫폼 쿠팡은 지난달 CU, 러닝 전문 브랜드 '턴위더'와 협업해 여의도 한강공원 CU 러닝 스테이션에서 팝업스토어를 운영했다. 거점으로 활용된 한강공원 CU 러닝 스테이션은 러닝 관련 고객 경험을 강화한 특화 점포다. 지난 2월 서울 여의도 한강 인근에 러닝 스테이션 1호점(CU한강여의도3호점)을 선보인 이후 한강 벨트를 중심으로 19개까지 확대하며 러닝 거점 네트워크를 조성해오고 있다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



metro

셀트리온, 'KG013' 개발·판매 권리 확보

(자기면역질환 신약 후보물질)

7700억 규모 글로벌 라이선스 인 계약 자기면역질환 포트폴리오 다각화 계획

셀트리온이 바이오시밀러로 다진 글로벌 입지에 '신약개발'이라는 새로운 성장축을 세우고 있다. 기존 제품군에 서로 다른 기전의 자기면역질환 신약 후보물질을 잇따라 도입해 포트폴리오를 다각화한다.

셀트리온은 미국 메릴랜드 소재 바이오 테카이진과 자기면역질환 신약 후보물질 'KG013'에 대한 글로벌 라이선스 인 계약을 체결했다고 22일 밝혔다.

이번 계약으로 셀트리온은 KG013의 전 세계 독점적 개발 및 판매 권리를 확보하게 됐다. 전체 계약 규모는 선금금과 향후 단계별 개발·허가·상업화 마일스톤을

포함해 최대 5억8050만 달러(약 7695억 원)에 달한다. 상업화 이후 발생 매출에 따른 로열티는 별도로 지급되며, 카이진은 한국 시장에 한해 공동 판매 참여 권리를 갖는다.

KG013은 항체 생성 B-세포의 생존에 관여하는 신호 단백질 'APRIL'을 표적으로 하는 차세대 항체 신약 물질이다. 만성 질환인 IgA 신병증(IgAN) 등을 주요 적응증으로 개발 중이다. 기존 1세대 치료제 대비 약물 효력과 체내 지속성을 크게 개선하는 데 중점을 둔다. 적은 투여량과 긴 투여 간격으로 환자 편의성을 높이고 장기 치료의 안전성을 극대화할 수 있다. 셀트리온은 이러한 차별화된 약물 특성을 바탕으로 계열 내 최고 의약품(베스트 인 클래스) 신약을 개

발한다는 방침이다.

아울러 셀트리온은 지난해 카이진에서 도입한 FcRn 억제제 등 2종의 후보물질에 더해 총 3종의 자기면역질환 신약 파이프라인을 완성했다. IgG 분해 기전을 갖춘 물질부터 IgA·IgM 생성을 억제하는 KG013까지 다각도에서 상호 보완적인 기전을 규명할 계획이다.

셀트리온 관계자는 "전략적 오픈 이노베이션을 통해 차세대 자기면역질환 파이프라인이 더욱 견고해졌다"며 "기존 주력 제품군인 중앙괴사인자 알파(TNF- α) 억제제 및 인터루킨(IL) 억제제 바이오시밀러 제품군과의 시너지를 바탕으로 글로벌 시장에서 독보적인 경쟁 우위를 유지해 나갈 것"이라고 말했다

/이청하 기자 mlee236@

롯데칠성음료, '김천 김밥축제' 부스 운영

'나만의 토핑 사이드' 등 체험 콘텐츠

롯데칠성음료가 지역 축제에서 김밥과 칠성사이드를 연계한 체험형 콘텐츠를 선보인다.

롯데칠성음료는 오는 23일부터 25일까지 경북 김천시 적지문화공원과 사명대사공원, 친환경생태공원 일대에서 열리는 '2026 김천 김밥축제'에 참여해 칠성 사이드 브랜드 부스를 운영한다고 22일 밝혔다.

이번 부스는 '소풍엔 김밥, 김밥엔 칠성 사이드'를 주제로 마련됐다. 방문객이 김천 특산물인 자두를 활용한 자두청과 건과일 등 다양한 토핑을 선택해 음료를 만드는 '나만의 토핑 사이드' 체험을 할 수 있다. 순발력 게임 '김밥엔 청량함을 잡아라'도 진행한다. 행사 참여자에게는 손수

건과 키캡 키링, 캔따개 등 관련 굿즈를 증정한다.

축제 방문객을 위한 편의 서비스도 마련했다. 현장에서 칠성사이드를 구매한 고객에게 피크닉 텐트와 돗자리, 파라솔 등을 대여해 김밥과 함께 야외에서 축제를 즐길 수 있도록 할 예정이다.

롯데칠성음료는 이번 행사를 통해 칠성 사이드를 체험할 기회를 제공하고 소비자 접점을 넓힌다는 계획이다.

롯데칠성음료 관계자는 "가을 소풍의 대표 먹거리인 김밥과 잘 어울리는 칠성 사이드의 청량한 매력을 색다르게 경험할 수 있도록 이번 브랜드 부스를 준비했다"며 "앞으로도 다양한 지역 축제와 연계한 소비자 참여형 마케팅을 통해 브랜드 매력을 알리고 소비자와의 접점을 확대해 나갈 것"이라고 말했다. /신원선 기자

롯데百, '롯데몰 벨리타운 청량리' 개장

서울 세번째 '롯데타운' 육성 계획

롯데백화점이 서울 청량리에 도심형 복합 쇼핑몰을 열고 동북권 상권 공략에 나선다. 대형 쇼핑몰보다 규모는 작지만 패션과 식음료(F&B), 캐릭터 지식재산권(IP), 체험형 콘텐츠 등을 한곳에 모아 젊은 층과 가족 단위 고객을 동시에 겨냥한다.

롯데백화점은 23일 서울 동대문구 '롯데캐슬 SKY-L65 랜덤마크타워'에 '롯데몰 벨리타운 청량리'를 개장한다고 밝혔다. 영업면적은 약 5400평으로, 2011년 롯데백화점 김포공항점 이후 15년 만에 선보이는 서울 지역 신규 점포다. 기존 롯데백화점 청량리점과 연결해 쇼핑몰과 백화점을 아우르는 복합 상업 공간으로 운영한다.

이번 출점은 청량리 일대의 주거·교통

개발에 따른 상권 확대를 겨냥했다. 롯데백화점에 따르면 청량리 재개발 지구와 이문·휘경지구, 전농·답십리 뉴타운 등 인근 지역에는 2030년까지 3만여 가구의 신규 입주가 예정돼 있다. 광역 교통망 확충에 따른 유동 인구 증가도 기대하고 있다.

매장은 지하 1층부터 지상 4층까지 5개 층으로 구성했다. 총 50여개 브랜드 가운데 약 80%를 해당 유통사 최초 입점이나 동북 상권 최초·최대 매장으로 채운 것이 특징이다. 롯데그룹의 캐릭터 IP인 벨리곰을 주요 공간에 적용하고 음향과 향기, 휴게 공간 등을 활용해 차별화된 쇼핑 경험을 제공한다는 구상이다.

개장 기념 행사도 진행한다. 구매 고객에게 벨리곰 키링과 짐세 등 한정판 굿즈를 증정하고, 내달 1일까지 경품 행사인 '청량 드로우'를 운영한다. 벨리곰이 매장



서울시 동대문구 전농동에 위치한 롯데몰 벨리타운 청량리 외관.

/롯데쇼핑

곳곳에서 선물을 증정하는 행사와 11월 8일까지 진행되는 닌텐도 '피크민' 팝업도 마련했다.

롯데백화점은 이번 개장을 계기로 청량리점을 명동·잠실에 이은 서울의 세 번째 '롯데타운'으로 육성할 계획이다. 쇼핑몰과 기존 백화점 간 이동 동선과 서비스를 연계하고, 백화점 본관도 단계적으로 리뉴얼해 동북권 복합 상업 거점으로 키운다는 방침이다. /신원선 기자 tree6834@

신제품

유한양행 '판테놀 베리어' 8종

유한양행이 100년 제약 기술력과 피부 과학 노하우를 집약한 민감 피부 장벽·진정 케어 전문 브랜드를 선보인다.

유한양행은 균일가 생활용품점 다이소에서 '판테놀 베리어' 8종을 새롭게 출시한다고 22일 밝혔다. 피부 각질 15층까지 속보습을 채우는 고농축 앰플, 판테놀 5% 함유 크림, 약산성 버블폼, 클렌징밀크, 크림미스트, 수분 로션, 멀티밤, 크림 마스크팩 등을 구성했다.

이번 신제품들은 최대 5%의 고효량 판테놀과 병풀 유래 유산균, 병풀 PDRN, 티트리오일을 최적 비율로 배합한 유한양행 독자 제형 '사카카미 콤플렉스'를 처방한 것이 특징이다. 아울러 전 제품 모두 민감성 피부 자극 테스트를 완료했다.

/이청하 기자

동화약품, 프라바펜캡슐

동화약품이 복합형 이상지질혈증환자에 쓰이는 복합제를 출시하며 만성질환 치료제 포트폴리오를 강화한다.

동화약품은 이상지질혈증 치료제 '프라바펜캡슐(사진)'을 공식 출시했다고 22일 밝혔다.

프라바펜캡슐은 프라바스타틴 나트륨 40mg과 페노피브릭산 110mg을 결합했다. 서로 다른 기전의 두 성분을 처방해 지질 수치를 종합적으로 관리하는 동시에 식사 여부와 상관없이 복용할 수 있도록 복약 편의성을 개선했다.

기존 일부 제제와 달리 식사 여부와 관계없이 하루 한 번, 저녁에 1캡슐만 복용하면 된다. /이청하 기자

