

Best Brand

작년 매출액 5200억원... 中 유통망 120개 확대



국내 아웃도어의 대명사인 코로롱스 포츠는 등산 이외에도 다양한 아웃도어 활동이 늘어나는 데 발맞춰 다양한 의류 라인을 선보이고 있다. 일상생활에서 입을 수 있는 의류뿐 아니라 여행이나 캠핑, 워킹 등의 야외활동에 적합한 라인을 지속적으로 강화하고 있는 것이다.



코로롱스포츠 모델로 활동하고 있는 가수 겸 탤런트 이승기와 이민정. 코로롱스포츠는 다양한 아웃도어 활동뿐 아니라 일상생활에서도 입을 수 있는 의류를 선보이고 있다.

이미지에 걸맞은 마케팅 활동을 벌인다. 코로롱 스포츠는 매장에 코로롱 스포츠 등산 학교에서 교육받은 전문 판매원을 배치했다. 필요한 용도와 목적에 적합한 제품과 사용법에 대해 설명받을 수 있다. 피톤치드 향기, 편안한 음악, 고객 수선 등 종합 서비스도 제공한다.

역원을 올렸다. 올 한해 매출목표는 6000억원이고 매장 수도 150가량 확대해 총 225개 점포로 확장할 계획이다. 한편 코로롱스포츠는 40여년간의 국내 사업을 기반으로 해외 진출도 강화하고 있다. 지난해만 중국 내 유통망을 50개로 늘린 코로롱스포츠는 앞으로 중국 내 아웃도어 유통망을 120개로 확대할 계획이다. 올해 중국 내 매출 목표는 400억원으로 잡고 있다.

특히 지난해 선보인 '트레블라인'은 새로운 아웃도어 스타일을 제시했다는 평가를 업계 안팎에서 받고 있다. 트레블라인은 코로롱 스포츠의 새로운 성장동력으로 아웃도어의 개념을 도심으로까지 확장한 것이 특징이다. 아웃도어 활동은 물론이고 편안한 일상복으로도 연출이 가능하도록 디자인했다. 특히 해외 디자이너와의 협업(콜라보레이션)을 통해 차별화된 디자인과 기능으로 고객에게 다가가고 있다. 코로롱스포츠는 또 체험 마케팅과 브랜드 정통성을 담은 헤리티지 마케팅으로 아웃도어 업계에서 승부를 벌이고 있다. 체험마케팅은 아웃도어 라이프를 도심으로 확장하기 위한 것이다. 고객과 함께하는 삼남길 개척단, 도심에서의 그린 트레일 등의 활동이 대표적이다.

코로롱스포츠는 지난해 매출액 5200

온·오프라인 강의 동시 수강... 학생의 선택 폭 넓혀



한양사이버대학교는 개교 10년여만에 한국에서 가장 사랑받는 브랜드 대상 등 각종 대외 기관 평가에서 최우수 평가를 받으며 최고의 사이버대학으로 인정받고 있다. 그동안 교육과학기술부, 한국표준협회 등 각종 기관으로부터 우수 평가를 받은 것은 총 106건. 지난해 수상만도 32건에 달한다.



한양사이버대학교는 개교 10년여만에 각종 대외 기관 평가에서 최우수 평가를 받으며 최고의 사이버대학으로 인정받고 있다.

한양사이버대학교는 2007년 교육부의 원격대학 평가에서 종합 최우수대학으로 선정됐다. 이 평가에서 한양사이버대학교는 수업(교수학습) 영역, 인적자원 영역, 물적자원 영역, 경영 및 행정 영역, 교육성과 영역 등 6개 영역 전 분야에서 최우수 등급을 받았으며 대학운영의 전체를 포괄하는 종합부문에서도 '종합 최우수대학'으로 평가받았다.

한양사이버대학교는 2007년 교육부의 원격대학 평가에서 종합 최우수대학으로 선정됐다. 이 평가에서 한양사이버대학교는 수업(교수학습) 영역, 인적자원 영역, 물적자원 영역, 경영 및 행정 영역, 교육성과 영역 등 6개 영역 전 분야에서 최우수 등급을 받았으며 대학운영의 전체를 포괄하는 종합부문에서도 '종합 최우수대학'으로 평가받았다.

한양사이버대학교는 2007년 교육부의 원격대학 평가에서 종합 최우수대학으로 선정됐다. 이 평가에서 한양사이버대학교는 수업(교수학습) 영역, 인적자원 영역, 물적자원 영역, 경영 및 행정 영역, 교육성과 영역 등 6개 영역 전 분야에서 최우수 등급을 받았으며 대학운영의 전체를 포괄하는 종합부문에서도 '종합 최우수대학'으로 평가받았다.

양대 강의 수강이 가능하다. 한양대학교 학생들도 한양사이버대학교의 온라인 강의를 수강할 수 있다. 매년 많은 한양대 학생이 수강신청이 이어지고 있어 수강신청이 단 몇 분 만에 종료될 정도로 인기가 높다. 한양사이버대학교 학생은 도서관 이용시 한양대 학생과 똑 같은 혜택이 주어진다. 도서관의 열람 및 대출 등 제한 이용권이 주어진다.

'실버사원' 2000명 채용... 고령층 일자리 창출 앞장



한국토지주택공사(LH)는 60세 이상 고령 근로자를 뜻하는 '실버사원'을 2000명 채용하는 등 일자리 창출과 관련한 사회공헌 활동을 적극적으로 벌이고 있다.



한국토지주택공사(LH)는 60세 이상의 고령 근로자 '실버사원' 채용을 통해 사회공헌 활동을 하고 있다.

LH는 일할 능력은 있지만 재취업의 기회를 잡기 어려운 고령인력을 임대주택 관리인력으로 활용하기로 하고, 올해 3월부터 11월까지 8개월 동안 전국 657개 단지 51만2000호의 LH 임대아파트에 실버사원으로 배치하기로 했다. 이 사업은 지난해에 이어 2년째 진행되는 것으로, 실버사원은 임대상담, 입주자실대조사, 단지 내 시설물 안전 및 순회점검, 취약 세대 지원 등 임대아파트 관리업무의 도우미 역할을 하게 된다. 근무시간은 1일 5시간, 주 5일, 8개월이며, 매달 60만원의 급여가 지급된다.

이루고 있다. 국가유공자 등 취업지원대상자는 5%(109명), 장애인인 12%(232명)의 비율로 채용됐다. LH의 실버사원 채용은 고령층 일자리 창출의 성공사례로 꼽힌다. LH가 리서치 전문업체 코리아리서치에 의뢰해 실시한 '실버사원 만족도 설문조사' 결과에 따르면 실버사원 종합만족도는 77점으로 상당히 높게 나타났다. 부문별로는 건강 차원 만족도 80.5점, 사회적 차원 만족도 77.8점, 경제적 차원

만족도 69.8점을 기록했다. 실버사원 채용 전후 삶의 만족도는 34.2%에서 70.5%로 올랐다. LH에서 실시한 'LH 실버사원 체험수기 공모'에서 우수작으로 선발된 이효일 씨는 체험수기를 통해 "최고의 노년복지는 평생 쌓아온 경험을 살려 계속 일하면서 국가사회에 기여할 수 있게 도와주는 것이며, 나이가 들어서도 보람된 일을 할 수 있다는 것은 큰 복이다"라고 말했다.

국내·외 16개 노선... 글로벌 항공사로 비상



애경그룹 계열의 제주항공은 취항 6년 만에 국내선 3개 노선과 국제선 13개 노선을 갖추며 명실상부한 글로벌 항공사로 도약할 수 있는 기반을 마련했다. 국내 저비용 항공사의 큰 축을 담당하며 국내 항공업계의 변화를 시도하고 있다.



국내 3대 저비용 항공사 제주항공 승무원들이 즐겁게 웃고 있다.

제주항공은 항공업계에서 국내 3대 저비용 항공사(LCC)로 자리매김했다는 평가를 받고 있다. 이달 10일에는 저비용 항공사 중 최초로 누적 탑승객 1000만명을 돌파했다. 취항 이후 누적 탑승객 500만명을 돌파한 시점은 2010년 9월. 취항 이후 4년3개월이라는 시간이 걸렸으나 500만명에서 1000만명까지는 불과 1년7개월이 소요됐다. 이는 매년 평균 80%가 넘는 매출액 성장률을 거두고 64.7%의 연평균 여객 수송 성장률을 기록하는 등의 성과를 이룬 것이다.

소비자들의 가장 큰 관심사인 안전에 대한 투자를 집중했다. 저비용 항공사 비행기는 위험할 것 같아 무조건 타지 않겠다는 소비자 심리를 바꾸기 위한 활동에 나선 것. 국내 저비용 항공사 가운데 처음으로 투자비수 비행기를 보유한 것도 이 같은 노력의 일환이다.

제주항공 관계자는 "앞으로는 국제선 강화에 힘쓰겠다"라며 "올해 3600억원의 매출액과 150억원의 영업이익을 달성하는 것이 목표"라고 말했다.

이 같은 실적은 '가치는 높아야 하지만 비용은 낮아야 한다'는 원칙에 초점을 맞춘 것이 주효했다. 제주항공은 기존 항공사들보다 20% 이상 낮은 항공 운임을 제시했고 기존 항공사가 독과점으로 높은 가격을 제시하는 것에 불만인 소비자들을 끌어내는 데 성공했다. 또 다양한 채널을 통한 예약의 편리성을 높이고

연지연 조선비즈 기자 hu@chosunbiz.com

젊은 손의 비결 '피테라'로 남자 피부에도 기적을



SK-II MEN은 30여년이 넘는 시간 동안 전 세계 수많은 여성의 맑고 투명한 피부 기적을 실현해 온 글로벌 스킨케어 브랜드 SK-II에서 내놓은 남성 전용 브랜드다. 지난해 8월 전 세계 론칭을 시작하며 남성 스킨 케어 브랜드의 새로운 강자로 떠올랐다.



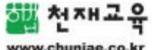
SK-II 제품 남성 스킨케어 브랜드 SK-II MEN '페이셜 트리트먼트 에센스' 등 스킨케어 스텝 3종.

'피부가 남자의 새로운 기준이 되다'라는 철학을 강조하는 SK-II MEN은 배우 겸 감독 유지태를 모델로 발탁, 진솔하고 진정성 있는 이미지를 내세웠다. 최근에는 SK-II의 제품 '페이셜 트리트먼트 에센스'의 남성 버전을 선보이며 '14일의 맑고 생기 넘치는 피부변화'라는 주제로 다양한 채널을 통해 광고하고 있다. SK-II MEN의 시작은 '피테라'의 발견에서 비롯됐다. 나이가 든 조주사들의 부드럽고 젊은 손의 비결이 바로 피테라였던 것이 알려지며 화장품으로 새롭게 탄생한 것이다.

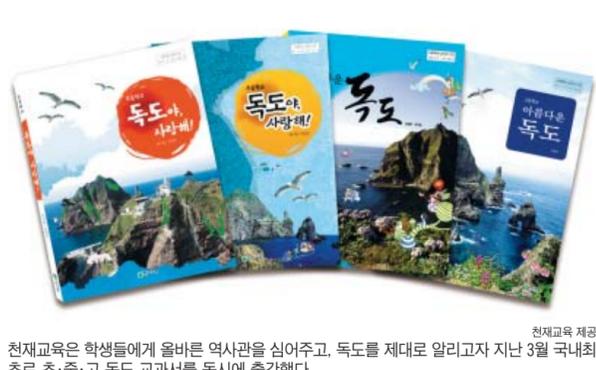
도록 도와준다. 또 '쿨링 에이전트' 성분 함유해 피부에 빠르게 흡수되고 오랜 시간 상쾌한 느낌을 준다. 특히 사용 하루 만에 매끄럽고 상쾌한 느낌을 주고 3일 후에는 피부가 눈에 띄게 촉촉하게 만들고, 7일 만에 피부의 번들거림을 한결 줄여준다. SK-II MEN은 '페이셜 트리트먼트 에센스'와 함께 '에이지 리바이탈라이징 클렌저'로 구성된 SK-II MEN의 '스킨 케어 스텝(Skin care step)' 제품도

선보일 예정이다. 신제품 '에이지 리바이탈라이징 클렌저'는 자연 그대로의 피테라와 오토, 완두 등이 초기 노화 징후인 잔주름을 완화하고 수분을 공급하며 탄력까지 잡아주는 것이 특징이다. '모이스처라이징 클렌저'는 크림과 같은 풍부한 거품이 노폐물과 과도하게 분비되는 피지를 모두 제거, 피부와 모공을 깊숙이 닦아 준다. 또 자연 그대로의 피테라 성분이 세안 후 상쾌함과 촉촉함이 오래가게 한다.

초·중·고 교과서 점유율 1위... 독도 교과서 출간도



1981년 설립된 천재교육은 '해법수학' 시리즈를 시작으로 유아부터 초·중·고 참고서와 문제집 등 연 3700여 종에 이르는 학습 교재를 개발·발행해 왔다. 현재 천재교육은 ㈜해법교육, ㈜프린피아, ㈜천재문화, ㈜천재교과서, ㈜천재상사 등 5개의 자회사를 두고 있다. 자회사 직원을 모두 합치면 1420명에 달한다. 이처럼 전문화된 조직과 축적된 노하우를 바탕으로 서점 학습지, 맞춤형 학습 공부방, 학원 프랜차이즈, 이러닝(초등 해법스터디, 초등 아이셀프) 등 교육 분야의 새로운 영역을 개척해 나가고 있다.



천재교육은 학생들에게 올바른 역사관을 심어주고, 독도를 제대로 알고자 지난 3월 국내 최초로 초·중·고 독도 교과서를 동시에 출간했다.

천재교육은 그동안 5~7차 교육과정 및 7차 개정 교육 과정을 반영한 국정·검정·인정 교과서를 발간했다. 지난해 6월 한국교육과정평가원에 출원한 초·중·고 검정 교과서 55책 중 52책이 합격해 최다 합격을 기록하기도 했다. 이는 최근 4년 연속 검정교과서 최다 합격의 성과를 이룬 것이다. 현재까지 천재교육은 초·중·고 국·검·인정 교과서 총 1086책을 발간했다. 지난해에는 국정교과서(초등 수학·사회·도덕 과목 및 전문계) 발행사로 선정

되기도 했다. 이 같은 결과는 20년에 걸친 교과서 연구 개발 노하우를 인정받은 것이라 할 수 있다. 현재 천재교육은 초·중·고 교과서 최다 합격, 교과서 점유율 1위를 차지하고 있다. 지난 3월에는 국내 최초로 초·중·고 독도 교과서를 동시에 출간했다. 독도 교과서는 국내 초·중·고 학생들에게 올바른 역사관을 심어주고, 독도를 제대로 알고 공부할 수 있도록 돕고자 출간한 것이다. 독도 교과서는 독도의 자연환경과 역사를 사진·지도·그림 등을 활용한 풍부한 시각 자료와 함께 쉽고 재미있게 설

명한 것이 가장 큰 특징이다. 또 배를 타고 직접 독도를 탐방하는 것처럼 화보나 사진집 형태로 독도의 생생한 실제 모습을 수록했으며, 풍부한 영상 자료도 함께 제공한다. 천재교육은 또 2006년부터 시각장애인들을 위한 점자 교재 제작도 하고 있다. 현재 서울시각 장애인복지관, 실로암 복지관의 점자 교재 제작에 필요한 초등~고등 학습교재 데이터를 지원하고 있다. 시각장애인들은 천재교육이 지원한 데이터로 만든 점자 교재도 공부하고 있다.