

# 굿즈 사고 레고 쌓고... '어른이'가 재밌게 사는 법

〈어른+아이〉



## 트렌드 2017 결산<하>

‘탕진 재미’ 굿즈, 소비생활 큰 축  
KIA팬들 직접 만들어 ‘덕심’ 발취  
레고 성지 꿈꾸는 아재들 ‘레테크’ 쏘솔  
VR·실내 스포츠로 저녁 문화 변화

“갖고 싶다. 그냥 좋으니까” 굿즈 열풍  
“‘굿즈’가 탐나서 지갑을 열게 돼요.”  
‘굿즈’(Goods)라는 단어가 어색하다면 어릴 적 경쟁하듯 모던 소피 마르스 책받침이나 H.O.T. 브로마이드의 ‘후예’ 정도로 생각하면 된다. 굿즈는 상품, 제품이라는 뜻을 지닌 시헛말로 연예인 또는 애니메이션과 관련해 나온 기획 상품을 일컫는다. 화보·머그잔부터 액세서리까지 종류가 다양하다. 굿즈의 인기와 함께 ‘탕진잼’(취미활동에 돈을 다 써버리는 재미)이라는 신조어도 나왔다. ‘탕진’하는 재미를 만끽하는 이들은 스스로 ‘~의 노예’라고 부르면서도 고통의 기색이 전혀 보이지 않는다. 오히려 이런 ‘덕질’(팬 활동)을 은근히 뽐내는 것 같기도 하다.

광주시 남구 양림동에서 각종 공연과 행사가 열리는 ‘양림살롱’은 기획사가 만든 탐블러 판매효과를 톡톡히 보고 있다. 양림살롱을 찾는 관광객은 월 평균 500여 명으로 탐블러 판매도 지속적으로 증가하고 있다. 타지역 방문객의 경우 탐블러를 기념품으로 사가면서 자연스럽게 재방문으로 이어졌다. 양림살롱은 또 다른 굿즈 판매를 앞두고 있다. 1930년대 광주를 주제로 엽서, 공책, 컵을 받치는 깔판인 ‘티코스터’(Tea coaster) 등을 선보일 예정이다.

8년 만에 프로야구 정규시즌·한국시리즈 통합 우승을 이룬 KIA 타이거즈는 잇따라 경기 매진을 기록하며 ‘전국구’ 인기 구단으로 올라섰다. KIA의 인기를 업고 굿즈 판매도 온·오프라인에서 ‘완판’ 기록을 세웠다. KIA 양현종이 통산 100승을 이뤘을 때 출시된 기념구는 발매 당일 매진돼 공식 소핑몰 측이 팬들에게 양해를 구하는 글을 올리기도 했다.

시중에 나온 품목으로는 성이 안 차는지 아예 팬들이 직접 굿즈를 만드는 경우도 생겨나고 있다.

지난 2008년부터 KIA 타이거즈를 응원해 온 김다솔(여·21·전주시 효자동)씨는 야구 시즌이 아닐 때 팬 활동이 더 활발하다. 지난해 여름 KIA 성적이 좋지 않아 팬들이 낙담했을 때 분위기를 띄워보자며 의기투합해 굿즈를 만들기 시작했다. 김씨와 뜻 맞는 팬 30명은 KIA 굿즈를 만드는 동호회를 결

연예인이나 애니메이션과 관련한 기획 상품으로 시작한 ‘굿즈’(Goods)는 지역의 특색을 담아 관광·문화산업의 효과 노릇을 톡톡히 하고 있다. KIA 타이거즈 팬들이 직접 만든 응원 부채(위부터)와 ACC 국립아시아문화전당이 진행한 ‘ACC 달빛투어’ 기념품, 양림살롱 탐블러.



광주시 서구 금호동에서 레고 카페를 운영하는 김중서(36·맨 왼쪽)씨와 동호회원 서지훈(34)씨와 김용(39)씨가 레고로 만든 작품을 들어 보이고 있다. 김씨의 카페는 전국 레고 ‘덕후’들 사이에서 ‘성지’로 꼽힌다. /백희준기자 bhj@kwangju.co.kr

성했다. 이들은 재능기부를 통해 굿즈를 함께 기획하고 제작한다. 완성품은 팔지 않고 서로 나눠 갖는다. 응원 문구를 적은 포토카드와 플래카드, 배지, 벗겨내기 쉬운 접착제를 칠한 ‘마스크 테이프’, KIA 마스코트와 선수 유니폼을 넣은 전자파 차단 스티커 등 그동안 만든 굿즈 종류가 10가지가 넘는다. 김씨는 “내가 만든 부채를 김용동 선수가 들고 있는 모습을 봤다”며 뿌듯함을 표현했다. 또 “직접 만드는 굿즈는 상업적인 목적이 없어서 더 기발한 아이디어가 나올 수 있다” 설명했다.

### ‘어른이’들의 레고 홀릭

레고(LEGO)는 더 이상 어린이의 전유물이 아니다. ‘오빠와 아재’의 경계를 넘나드는 30~40대에 레고는 자신을 표현하는 하나의 수단이 됐다. 국내에는 레고 동호회원 15만 명 정도가 브릭나라, 브릭랜드, 브릭인사이드, 브릭스월드, 레고당 등 인터넷 카페를 기반으로 활동하고 있다. 회원 상당수는 30~40대로 파악된다.

취미가 직업이 된다며? 상상만 해도 유쾌하다. ‘성덕’(성공한 덕후)으로 불리는 김중서(36)씨는 6년간의 국어 교사 일을 접고 지난해 12월 광주 서구 금호동에 레고 카페 ‘레고드’(LEGODT)를 차렸

다. “아이들에게 꿈을 심어주려 했지만 정작 내 꿈을 좇지 못했다”는 게 이유다. 그동안 모아둔 레고 작품을 혼자 보기 아깝고 집에 둘 곳도 마땅치 않았다는 이유도 한몫했다.

광주에 활동하는 레고 동호회원이 자주 찾으면서 그의 카페는 국내 레고 성지 순례 길에 이름을 올렸다. 코미디언 이상준씨도 그의 카페를 자주 찾는 것으로 알려졌다.

약 99.17㎡(30평) 남짓한 카페에는 작품 200여 점이 전시돼 있다. 이들 작품을 만드는 데는 레고 300여 상자가 투입됐다. 아이들이 좋아하는 전통 인기 시리즈 ‘레고 시티’로 소방서, 공항 등 실제 도시 모습을 현실감 있게 표현하는가 하면 한층 복잡한 설계의 성인용 작품도 즐비하다. 영국 빅벤, 타워브리지, 호주 오페라하우스 등을 재현한 ‘레고 아키텍처’, 1만 번대 숫자를 매긴 한정판 ‘레고 크리에이터 엑스퍼트’ 시리즈가 눈길을 끈다.

매장 한가운데엔 ‘전설의 10179번’ 밀레니엄 팔콘이 유리 진열대에서 위용을 뽐낸다. ‘얼티메이트 컬렉터스 밀레니엄 팔콘’은 시판 레고 제품 중 가장 비싼 스타워즈 시리즈로 지난 2007년 499.9달러(당시 환율기준 약 46만 원)에 출시됐는데 국내에선 400만 원대부터 시작해 1000만 원을 호가한다. 팔

콘을 포함한 ‘스타워즈 4대 천왕’ 임페리얼 스타 디스트로이어(ISD), 데스 스타 II, 슈퍼스타 디스트로이어(SSD)도 그의 애장품이다.

김씨는 “레고를 만들면 일상에서 쌓였던 스트레스는 어느새 사라진다”며 예찬론을 펼쳤다. 누구도 간섭하지 않는 나만의 공간에서 무엇이든 만드는 자유를 맛볼 수 있는 게 레고의 매력이다.

레고에 입문하려는 ‘아재’들에게 김씨는 시즌별로 한 종류씩 으면 계획적인 소비를 할 수 있고 ‘레테크’(레고 재테크)도 가능하다고 귀띔했다. “돈과 시간을 낭비하지 않으려면 먼저 주종목을 정하라”는 조언도 잊지 않았다.

### 도심으로 들어온 스포츠

도심 곳곳에서 여럿이 함께 어울릴 수 있는 체험형 매장이 속속 문을 열고 있다.

광주의 경우 삼우지구와 동구 충장로 등에 최근 대형 VR(가상현실) 체험장과 가상 레이싱 체험장이 문을 열었다.

실내 스포츠는 날씨 영향을 받지 않고 언제든 이용할 수 있기 때문에 데이터나 모임 장소로 각광받고 있다. 스포츠 체험의 ‘원조’라고 할 수 있는 스크린 골프, 야구 외에 스크린 배드민턴, 낚시 등 종목이 다양해지고 있다.

‘술 보다 놀이’를 찾는 직장 분위기는 회식 문화도 바꿨다. 3차, 4차까지 이어지는 과음문화 대신, 술을 마시지 못해도 모두가 즐길 수 있는 체험 놀이로 회식·모임 문화가 변하는 추세다.

광주지역에서 대표적인 회식 장소로 꼽히는 삼우 지구에 위치한 한 실내 양궁장은 평일과 주말 새벽 1~2시까지 영업을 한다. 20발을 쏠 수 있는 1세트에 1만 원, 40발 2세트는 1만8000원이다. 2차 회식을 가는 것보다 저렴하게 즐길 수 있어 직장인의 발길이 이어지고 있다.

실제 선수들이 경기를 펼치는 양궁장에 비해 과녁과의 거리는 짧지만 제법 비슷한 구조를 갖추고 있다. 양궁 국가대표 선수들이 사용하는 활 ‘킵아웃드’와 ‘리커브’도 구비돼 있고, 결과를 확인할 수 있도록 과녁을 보여주는 대형 스크린도 설치돼 있다. 직원이 활 쏘는 방법을 개인 지도하기 때문에 초보자도 쉽게 익힐 수 있다. 1인당 20발의 화살을 받아든 사람들 사이에서 곧 ‘점수내기’가 이어진다.〈끝〉



광주시 서구 치평동 한 실내양궁장에서 시민들이 활을 쏘고 있다.

/최현배기자 choi@kwangju.co.kr

/백희준기자 bhj@kwangju.co.kr

송년·신년모임  
지금 예약하세요!

지난 30여년, 광주시민 여러분의 소중한 모임을 정성껏 모셔왔습니다.

정겨운 만남은 품격있는 아리랑하우스에서

예약문의 (062) 525-2111 계림동 힐플러스 건너편

광주 **맛집** since 1981  
36년을 고객과 함께 지켜온

1등 **맛집** 연속 선정  
광주의 대표 **맛집**

**광주금수장호텔**  
GEUMSOOJANG HOTEL