

# 봄날 여행으로 전국 들썩... 한적한 여행지는

### “방향을 서쪽으로 틀어라”... 힐링의 섬 서산 옹도 추천

코로나19 장기화로 침체돼 있던 여행업계에도 봄이 찾아왔다. 포근한 날씨가 지속되며 21일에는 한낮 기온이 27도까지 치솟았다. 집콕에 지친 사람이 하나둘 국내 관광지로 발걸음을 옮기고 있다. 문제는 안전이다. 안전한 여행지의 최적 조건은 한적한, 어느 곳이든 구경하기 힘든 한적한 여행지일까.

티론이 최근 1달여간(3.1~4.7) 국내 숙박 예약을 분석한 결과 제주가 전체의 43% 비중을 나타내며 사람들이 가장 많이 찾는 여행지로 꼽혔다. 뒤이어 강원, 경기, 경상, 전남 등의 순으로 예약 비중을 보였다. 반면 부산과 충청은 각각 3%로 가장 예약률이 낮은 여행지로 꼽혔다.

한적한 곳으로 안전 여행을 떠나고 싶다면 숙박업소 예약률이 낮은 지역으로 휴

가 계획을 짜는 것이 좋다. 예약률이 낮은 충청남도도 적소다.

충청남도 관광의 핵심은 해안가에 자리잡은 서산 태안 지역이다. 서해안은 조석간만의 차이가 커 물때만 잘 맞춰 가면 하루에 썰물과 밀물이 2번씩 교차하는 신비한 현상을 눈앞에서 목격할 수 있다.

이 가운데 아직도 때 묻지 않은 자연 그대로 힐링의 섬 서산 옹도를 소개한다. 하늘에서 밑을 내려다보면 곰처럼 생겼다고 해서 이름 붙여진 옹도는 한적하기 그지 없다.

충남 서산 가로림만에 떠 있는 작은 섬 옹도는 하루 두 번 바닷길이 열리고 닫힌다. 물때를 잘 맞춰서 가야 300m 길이의 유두교(교수교의 일종)를 건너 섬으로 들어갈 수 있다. 유두교가 잠기면 섬에 들어

갈 수 없다.

300m 앞이 바로 섬인데 짝짝 못한다. 따라서 사전에 물때를 확실하게 알아보고 접근해야 한다. 물때를 알려주는 알림판이나 자동차 차단기도 없다. 바닷물이 들어오면 순식간이다. 바닷물을 알보다가는 비명횡사하는 수가 있다.

그런데 한번 들어가면 나오기 싫은 섬이다. 도대체 이런 섬이 왜 여기에 있을까의문이 들 정도다. 그만큼 한적하다. 주민이 120명이라는 데 사람도 잘 안 보인다.

청정한 공기와 바다, 드넓은 갯벌, 점과 같은 섬이 촘촘하게 박혀있을 뿐이다. 그 흔한 모텔도 없고 음식점 편의점조차 없다. 민박 펜션 몇 곳만 있다. 사방이 갯벌 천지고 아무데나 앉아 사색만 하면 된다.

옹도에는 명물이 하나 있다. 트랙터를 개조해 만든 옹도 일주 강릉 특급 열차다. 옹



육지에서 300m만 가면 바로 힐링되는 서산 옹도가 한적한 관광지로 각광받고 있다. 드넓은 바다와 갯벌 무인도를 여한 없이 보고 싶다면 힐링의 섬 옹도를 강력하게 추천한다. 이재훈 기자



도에 가면 꼭 강릉 특급 열차를 타고 코에 바람을 가득 넣어주기 바란다. 한번 들어가면 나오기 싫어지는 서산 옹

도. 아직 잘 알려지지 않았지만 정말 아름답고 한적한 섬이다. 옹도에 들어가면 꼭 민박이나 펜션에서 하룻밤 자고 육지로

나오기 바란다. 들어가면 저절로 힐링이 되는 섬 서산 옹도 여행을 강력 추천한다. 이재훈 기자

## 이젠 옷도 편의점에서 구입하세요

### GS25 고객만족 겨냥... 상품 구색 대폭 늘려



GS리테일이 편의점 취급 상품을 패션까지 끌어올렸다. 온라인 패션 플랫폼 1위 업체인 무신사와 제휴했다. GS리테일

GS리테일(007070)이 편의점 취급 상품을 대폭 늘리고 있다. 영역 파괴 수준이다. GS25에 그동안 편의점에서는 보기 힘들었던 화장품까지 판매하면서 쇼핑 영역을 넓혀왔다.

이달 19일 GS리테일은 온라인 패션 플랫폼 1위 업체인 무신사와 결제 시스템 독점 연동, 무신사 자체 브랜드 패션 상품 판매, 플랫폼을 활용한 마케팅 협업 등을 주

요 골자로 한 업무협약(MOU)을 체결하고 본격적으로 옷을 팔기 위한 준비를 갖췄다.

GS25 편의점은 무신사의 자체 브랜드인 '무신사 스탠다드' 상품을 판매할 계획이다. 티셔츠, 드로즈, 마스크, 립밤 등 기본 패션 아이템을 우선 선보일 예정이다.

GS리테일은 한술 더 떠 요가 필라테스 웨어 전문 업체 제시믹스와 협업을 맺고

레깅스까지 팔 태세다. 코로나19로 홈트레이닝 열풍이 생기면서 이들을 위한 의류와 제품도 편의점에서 팔겠다는 전략이다.

패션업계 유명 제품을 편의점 안으로 끌어들이면서 고객의 선택권은 더 넓어졌다. 편의점이 편의를 위한 식품, 물품을 소비하는 곳이라는 개념을 뛰어넘은 것이다. 고객만족을 위해서는 무엇이든 취급하겠다는 의미다. 편의점도 이제 무한경쟁에 접어들어 느낌이다.

GS25의 이런 행보는 지난해부터 가속화되는 모양새다. 지난해 5월 GS25에서는 골프 브랜드 볼빅과 업무 협약을 맺고 볼빅의 상품 6종을 단독으로 선보였다. 골프용품 전용 매대도 꾸러졌다. 지난해 9월에는 헬스앤뷰티(H&B) 스토어 알라블라와 협업 중인 국내의 13개 파트너사 우수제품 60여종으로 구성된 뷰티 전용 매대를 GS25에 도입했다.

GS리테일은 2019년부터 라이프스타일 플랫폼을 지향해왔다. 소비자의 선택 폭이 넓어지면 더 많은 사람이 GS25 편의점을 편리하게 이용하게 될 것이라는 게 GS리테일 측의 간단명료한 주장이다.

이재훈 기자

## 오늘의 연박싱

### 성능 디자인 강화 고단열 창호 출시

#### LG하우시스 신제품 출시

성능과 디자인이 강화된 고단열 창호가 출시됐다. LG하우시스가 고단열 창호 브랜드 'LG Z:IN(지인) 창호 수퍼세이브 시리즈'를 전면 리뉴얼한 신제품을 선보였다. LG하우시스는 수퍼세이브 3.5·7 등 수퍼세이브 시리즈 창호 제품과 관련해 단열기밀·수밀 등 창호의



LG하우시스

기본 성능과 디자인은 강화하고 고객의 사용 편의성을 높여 6년 만에 전면 리뉴

얼한 제품을 내놓게 됐다. 수퍼세이브 창호 시리즈는 기존의 복잡했던 창호 제품을 고객이 이해하기 쉽도록 기능과 가격대에 따라 숫자 3, 5, 7로 구분해 2015년에 처음 선보였으며 출시 이후 지난해까지 약 50만 세트 이상의 판매고를 올리며 국내를 대표하는 고단열 창호 브랜드로 자리매김했다. 이재훈 기자

### 고급 레스토랑 식사 재현 밀키트 인기

#### 먹기 간편하고 비주얼도 근사하게 연출 각광

코로나19 이후 내식 비중이 늘어나면서 집에서 고급 레스토랑에서 먹는 듯한 비주얼과 분위기를 동시에 만족할 수 있는 제품이 주목받고 있다.

대표적인 사례로 밀키트가 있다. 밀키트는 요리에 들어가는 식재료는 물론 양념과 레시피까지 제공해 요리를 못하는 사람도 집에서 부담없이 요리해 먹을 수

있는 간편식이다. 간편하게 먹을 수 있으면서 걸보기에 더 근사하게 연출할 수 있다는 점에서 홈파티나 집들이 식품으로 각광받고 있다.

실제로 밀키트 선도기업 프레시지에 따르면 집에서 홈파티 분위기를 내기 좋은 스테이크, 로제파스타 같은 제품이 판매량 Top5에 꼽힌다. 판매량이 가장 많은



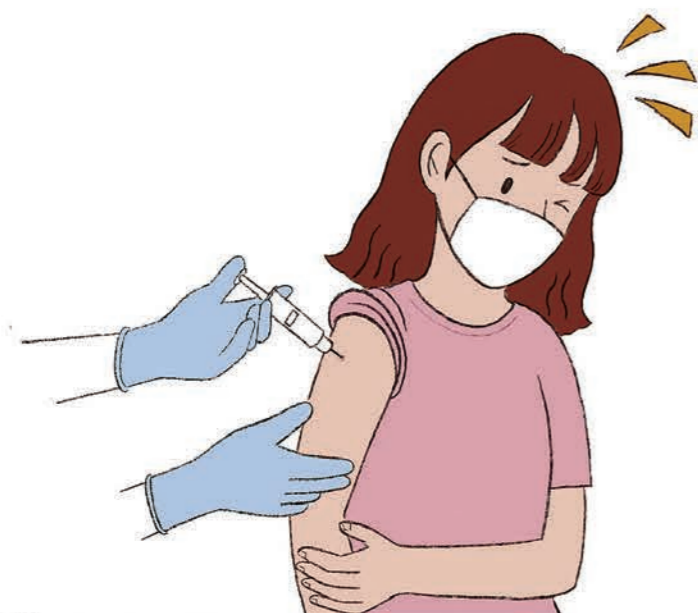
프레시지

대표 제품 '블랙라벨 스테이크(사진)'는 비주얼까지 고려해 기획된 제품이다. 이재훈 기자

SAMJIN 삼진제약

## 이제, 아세트아미노펜 해열진통제는 필수 상비약입니다.

### 비타민 B,C가 함유된 유일한 조성의 해열진통제



# 게보린 쿨다운정



광고심의필 : 2021-1573-003100

[성분 및 함량] 아세트아미노펜 400mg + 벤조피타민 8mg + 리보플라빈 4mg + 아스코르브산 100mg [효능 및 효과] 1. 두통, 치통, 발치 후 통증(통증), 인후통, 귀의 통증, 관절통, 신경통, 요통, 근육통, 건통(어깨결림), 타박상, 골절통, 염좌통(뱀통증), 월경통(생리통), 외상통의 진통 2. 오한, 발열시의 해열 [용법 및 용량] 만 15세 이상 및 성인 : 1일 3회, 1회 1정 공복(빈 속)시를 피하여 복용한다. 복용 간격은 4시간 이상으로 한다. "인터넷 의약품 판매행위는 불법입니다." ※부작용이 있을 수 있으니 첨부된 '사용상의 주의사항'을 잘 읽고, 의사·약사와 상의하십시오. 제품문의전화 : 080-082-1234 (수신자 부담) www.samjinpharm.co.kr