

자료제공 : 2024. 5. 8.(수)

이 보도자료는 배포 즉시 보도할 수 있습니다.



보도자료

담당 부서 : 홍보기획관 서울브랜드담당관

서울브랜드담당관

김 지 혜

2133-6185

사진 없음 사진, 영상 있음 매수 : 6매

캐릭터마케팅장

허 준

2133-6940

Don't worry, be 해치...해치&소울프렌즈 만나러 5일간 2만 5천명 다녀갔다

- 우천에도 불구하고 일 최대 1만 3천명 넘게 방문, 연일 오픈런 행진 기록하며 큰 사랑
- 아이부터 어르신, 관광객까지 다양한 사람 참여, 소망메시지월에는 세계 각국언어로 적힌 소원들 가득
- 시장실 자유관람 가능한 특별한 투어 <마법탐험대>에도 2시간 동안 500여명 참여
- DDP 스토어 판매 해치 봉제인형 키링 4일만에 매진... 해치 인기 증명
- 서울국제정원박람회에서도 다음 만남 예고, 해치&소울프렌즈는 물론 서울리먼도 만나볼 수 있어

어린이날 연휴를 맞아 2일(목)부터 6일(월)까지 서울광장에서 열린 <해치의 마법마을> 팝업에는 총 2만 5천 명 이상이 다녀간 것으로 집계되었다.

○ 우천으로 운영시간을 일부 단축했음에도 불구하고, 프리(Pre)오픈으로 3시간만 운영한 첫날을 포함해 하루 평균 5천 명이 넘게 방문하였고, 일 최대 방문객 1만 3천 이상을 기록하며 뜨거운 관심을 받았다.

서울광장 행사 중 부스가 아닌 행사장 전체를 단독 팝업으로 꾸민 것은 <해치의 마법마을>이 첫 시도다. ‘걱정아 사라져라, 얹’이란 주제로 열린 <해치의 마법마을> 팝업은 날이 화창했던 2일~4일에는

물론, 아침부터 비가 내렸던 5일~6일에도 운영시간 전부터 입장대 기열을 이루는 이른바 오픈런 행진을 기록하며 연일 큰 사랑을 받았다.

- 해치의 마법방울의 힘을 받아 그간의 걱정과 고민을 행복으로 바꾸는 ‘해치와의 허그타임’에도 많은 사람들이 몰려 탈인형이 등장할 때마다 40분 이상 소요되는 대기줄이 지속됐다.



팝업 입장 대기줄



해치와의 허그타임 대기줄

- 〈해치의 마법마을〉은 어린이날을 맞아 어린 자녀들과 예쁜 추억을 만들기 위해 함께 나온 부모님, 해치&소울프렌즈 아트벌룬 등 포토존과 스탬프챌리를 즐기러 온 청년들, 손자녀의 그림 전시를 보러 발걸음한 어르신들, 외국인 관광객들까지 다양한 사람들이 함께 즐기는 그야말로 가정의 달에 안성맞춤인 놀이공간이었다.

- 3일(금)과 4일(토) 이틀간 운영한 청사 개방 프로그램인 〈해치의 마법탐험대〉에도 시장실을 자유관람할 수 있는 흔치 않은 기회라는 점 등에 이끌려 많은 사람들이 모여들었다.



해치 갤러리 관람



해치 마법마을 팝업존

- 팝업에 다녀간 시민들은 집에 돌아가서도 해치 인스타그램 계정 등을 통해 ‘너무 재밌었다’, ‘내일도 또 같거다’, ‘인형이 빨리 나왔으면 좋겠다’, ‘비가 와서 해치 털이 젖을까봐 걱정된다’, ‘감기조심해’ 등의 메시지를 해치에게 보내며, 해치&소울프렌즈를 향한 팬심을 드러냈다.
- 해치의 마법마을 팝업과, 마법탐험대에서 올려퍼진 서울시X과나 콜라보 해치송에 매료된 시민들도 ‘제목이 뭐냐’, ‘아이들이 집에 와서도 계속 들어달라고 한다’라며 메시지를 보내오고 있다.
- 한편, 5.3부터 디자인스토어(DDP)에서 판매를 개시한 해치&소울프렌즈 캐릭터 굿즈인 봉제인형 키링 중 해치 캐릭터 봉제인형 키링은 4일 만에 500개의 초도물량이 완판되는 등 인기를 증명하였다.
- 이와 같은 인기에 힘입어, 서울시는 5월 16일(목)부터 뚝섬한강공원에서 열리는 서울국제정원박람회에서 행사장 주출입구인 웰컴가든을 해치&소울프렌즈 주제로 꾸미기로 했다. 해치&소울프렌즈

아트벌룬과 서울마이소울 로고가 어우러진 정원이다.

- 서울시는 뚝섬한강공원을 찾는 시민들이 해치&소울프렌즈와 자유롭게 사진촬영을 할 수 있도록, 웰컴가든 안에 들어설 초대형 아트벌룬을 본 행사 일주일 전인 10일(금)에 미리 설치하기로 했다.
- 서울국제정원박람회 본행사 기간인 16일(목)부터 22일(수)까지는 한강 피크닉에 빠질 수 없는 먹거리 ‘서울라면’도 즉석에서 즐길 수 있다. 서울시는 풀무원과 함께 가든센터(뚝섬 수영장 위치)에 ‘서울라면’ 부스를 설치, 운영할 계획이다.

- 마채숙 서울시 홍보기획관은 “많은 분들이 해치의 마법마을 팝업을 찾아 해맑게 웃고 즐기는 모습을 보면서, 이번 팝업의 부제였던 ‘걱정아 사라져라, 얍!’이라는 주문이 제대로 힘을 발휘하고 있다고 느꼈다”라며, “앞으로도 해치&소울프렌즈를 매개로 삼아 시민들의 고민과 걱정에 귀 기울이고, 걱정거리를 행복으로 바꾸기 위해 힘쓰겠다”라고 말했다.

붙임 : 현장 사진 1부. 끝.



마법방울 놀이터



해치&소울프렌즈 아트별론



소망 메시지 월



해치 캔버스



해치 갤러리



시장실 투어



브랜드총괄관실 투어



자이언트 포토존

더 많은 사진과 영상을 아래 링크에서 확인할 수 있습니다.

<https://drive.google.com/drive/folders/12p6hHP3cYAz7CHQNjUvAO4Fhi4zilLc6>