

지구살리는 친환경 상품

효성티앤씨, 선박서 나온 투명 페트병 재활용 친환경 가방·의류 제작
광주신세계, 폐 소방장비로 의류·문구 제작...판매 수익금 소방관 후원
스타벅스 2025년까지 일회용컵 사용 중단·롯데마트 비닐 등 50% 절감

세계 기념일 '지구의 날' (22일)을 앞두고 다양한 발상을 기반으로 한 친환경 상품이 잇따라 나오고 있다.

최근 사회적 책임을 강화하는 'ESG' (환경·사회·지배구조) 경영이 화두로 떠오르면서 환경 보호는 이제 기업에게 선택이 아닌 필수가 됐다.

효성티앤씨는 여수광양항만공사, 친환경 패션 브랜드 플리츠마마와 함께 항만 입출항 선박에서 나오는 투명 페트병을 재활용하는 '리젠오션' 프로젝트 추진 양해각서를 8일 체결했다고 밝혔다.

여수광양항만공사는 선박에서 사용한 페트병을 수거하고, 효성티앤씨는 이를 재활용해 폴리에스터 섬유 '리젠오션'을 만든다. 플리츠마마는 이 섬유로 옷, 가방 등 패션 제품을 만들 계획이다.

이번 프로젝트는 선박에서 사용한 플라스틱으로 해양이 오염되는 것을 막기 위해 기획했다.

효성티앤씨는 네덜란드 친환경 인증기관 '컨트룰유니온'으로부터 '리젠오션'이 바다에서 수거한 플라스틱으로 만들어졌다는 것을 증명하는 'OBP' (Ocean Bound Plastic) 인증도 추진하기로 했다.

효성티앤씨는 지난해부터 서울시, 제주도 등과 협업을 재활용 섬유 리젠(regen®)으로 친환경 가방과 의류를 만들기도 했다. 향후 전국 지방자치단체와 협력해 친환경 시장을 지속해서 확대한다는 방침이다.

친환경 섬유 브랜드 리젠은 가치소비에 중요시하는 소비문화에 따라 올 들어 매출이 전년 대비 20% 이상 성장하는 등 인기를 끌고 있다.

첫 제품화를 마친 리젠서울은 올해 상반기까지 100t의 생산이 목표로, 효성티앤씨는 참여 기관을 확대해 생산량을 점차 늘려나갈 계획이다.

조현준 효성 회장은 "효성은 그간 리젠을 필두로 환경에 도움을 줄 수 있는 다양한 사업을 추진해 왔다"며 "앞으로도 자원순환시스템 구축을 위한 다양한 시도와 사업 추진을 통해 지속가능경영을 실현해나갈 것"이라고 말했다.

주광주신세계는 창립 26주년을 맞아 환경에 대한 가치를 생각하는 '업사이클링' 두 가지 기획전을 열고 있다.

업사이클링(Up-cycling)은 재활용(Recycling)과 더하다(Upgrade)를 합친 말이다. 생활 속에서 버려지거나 쓸모 없어진 것을 단순히 재활용하는 차원을 넘어 디자인을 가미하는 등 새로운 가치를 창출하는 걸 뜻한다.

오는 5월9일까지 본관 1층과 지하 1층 연결 통로 등에서 내구연한이 지난 소방장비를 재활용해 의류·문구 등을 만든 '119REO' 기획 판매전을 진행한다.

못쓰게 된 소방장비는 소방 방화복과 팔찌, 필통, 카드지갑, 가방 등으로 새 쓰임새를 얻었다. 판매 수익금의 50%는 공상 불승인 소방관을 지원하는 데 쓰여진다.



스타벅스가 2025년까지 일회용컵 사용을 전면 중단하기 위해 도입할 다회용컵 모형.

점포 1층 광장에서는 오는 5월9일까지 한 달 동안 본관 1층 광장에서 김우진 작가의 '리본' (Re: BORN) 전시도 진행된다. 전시 제목에 걸맞게 작가의 손을 통해 폐 플라스틱, 현수막, 스테인리스는 동물의 모습으로 새 생명을 얻었다. 광주신세계에서는 폐 현수막으로 만든 높이 5m 강아지 조형물 'utopia-lab'과 사슴 가죽을 표현한 'Deer'를 만날 수 있다.

유통업계 뿐만 아니라 플라스틱 사용의 최일선에 있는 음료업계도 친환경 전환에 분주하다.

스타벅스커피 코리아는 2025년까지 전국 매장에서 일회용컵 사용을 전면 중단하기로 했다. 스타벅스는 이 같은 내용을 담은 중장기 전략 '베터 투게더' 프로젝트를 최근 발표하고 탄소 배출량 30% 감소 목표를 세웠다.

스타벅스는 우선 전국 매장에서 다회용(리유저블)컵 사용을 도입해 2025년 일회용 컵 사용량을 '제로'로 만들 계획이다.

올해 하반기 선정하는 시범 매장에서는 일회용 컵 대신 일정 금액의 보증금이 있는 리유저블컵을 고객에게 제공한다. 고객이 사용 후 반납하면 보증금을 돌려준다.

환경을 고려한 식물 기반의 상품, 물류 거리를 줄여 탄소 배출량을 줄인 국산 재료 기반 제품의 개발에도 나선다.

친환경 매장을 늘리고, 소비전력 효율 개선 제품과 대기전력 저감 장비 등을 전국 매장에 도입한다. 2024년부터는 모든 물류 배송 트럭을 친환경 전기트럭으로 교체한다.

롯데마트는 지난해 매장 내 플라스틱과 비닐 사용량 50% 절감 계획을 발표했으며, 연초부터 라벨이 없는 자체 생산과 플라스틱 뚜껑을 없앤 친환경 세제를 잇따라 내놓았다. 생수의 경우 판매 금액의 10%를 국내외 아동 지원에 쓰기로 했다.

편의점 이마트24는 8일부터 당사 매장에서 스타벅스 행사 음료(16종)를 구매하는 고객 1500명을 대상으로 '스타벅스 에코백' (면 가방)을 증정한다. 음료를 사면서 이마트24 모바일 앱 통합 바코드를 읽히면 음료 1개당 스타벅스 1개가 자동으로 생성되며, 이 스타벅스를 10개 모으면 응모 가능하다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



오는 28일 광주시 동구 계림동 이마트 동광주점 영업 종료로 앞두고 8일 금호계림주상복합상가가 상가동 정상 영업을 알리는 현수막을 내붙였다. /김진수 기자 jeans@kwangju.co.kr

광주·전남 최초 대형마트 '이마트 동광주점' 23년 만에 문 닫는다

선택과 집중·효율성 제고 차원
올 10여곳 정리...광주·전남 6곳뿐

지역 최초의 대형마트인 이마트 동광주점이 개점 23년 만에 문을 닫는다.

이마트는 최근 2년 동안 대대적인 점포 정리를 단행하고 있으며, 이로써 광주·전남에는 6개 점포가 남게 된다.

8일 이마트에 따르면 대대적 오프라인 점포 리뉴얼의 하나로 오는 28일 동광주점 영업을 종료한다.

이마트 관계자는 "선택과 집중을 통한 성장성과 효율성 제고 차원에서 오프라인 점포 리뉴얼을 진행하고 있다"며 "오는 5월까지 동광주점과 인천공항점을 차례로 영업 종료한 뒤 연말까지 총 10여 개 점포 정리에 들어간다"고 말했다.

광주시 동구 계림동 금호아파트 상가동에 자리 잡은 이마트는 연 면적 1000평(3305㎡) 미만으로 상대적으로 소형이다. 아파트 지하 1층과 지상 일부 공간을 분양받아 운영하는 '자가 점포'로, 이마트 측은 향후 이 건물을 어떻게 활용할 지 고민하고 있다고 밝혔다. 점포 인근에 재개발이 진행되면서 총 7000세대 규모 아파트 단지 조성을 앞두고 재개발 여부도 고려하고 있다. 이마트가 염두에 두고 있는 본보기 매장은 식품품 특화 도심형 점포인 '이마트 신선점'이다.

동광주점은 지난 2019년 초 고객휴식 공간 조성, 패션 상품군 축소, 신선크레딧 개선 등 재단장을 했지만 효과는 미미했다.

이마트 동광주점 근무 인력은 협력업체 포함 40여 명으로, 직영 인력은 면담 후 인근 사업장에 전한 배치할 방침이다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

동광주점 안에서 운영됐던 세탁소, 여행사, 휴대전화 대리점 등 임차점포는 현재 계약이 만료돼 점포를 뺐 상태다.

신세계그룹 이마트는 1998년 광주 최초의 대형마트인 동광주점을 시작으로 2001년 상무점, 2004년 광산점, 2006년 광주점, 2007년 봉산점 등 5개 점포를 냈었다. 지난 2019년 12월 유통성 확보를 위해 임차점포인 이마트 상무점을 폐점한 뒤 이번이 두 번째 영업 종료다.

이마트 관계자는 "지난해 10개 점포에 대한 리뉴얼을 진행했고 리뉴얼한 점포는 리뉴얼 후 평균 26.7%의 높은 신장율을 보였다"며 "이마트는 올해도 그로서리 매장 확대, 비식품 매장 효율화, 물류시설(PP센터) 확대 등 대규모 리뉴얼을 10여 개 점포에서 실시할 계획"이라고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

롯데마트 야구 판촉전은 쪽~

야구공보다 큰 자이언트 오렌지
14일까지 개당 990원 판매

프로야구 맞수가 생긴 롯데마트가 구단 이름을 딴 판촉전을 이어간다.

롯데마트는 8일부터 오는 14일까지 야구공보다 큰 '자이언트 오렌지'를 판매한다고 이날 밝혔다. 이 상품 개당 중량은 일반 오렌지(50g 안팎)의 7배 가량인 350g 이상이다. 미국 캘리포니아이며, 당도는 12브릭스로 높은 편이다. 행사 기간 동안 120만개 물량이 마련됐다. 행사 카드로 사면 기존 판매가에서 500원 할인된 개당 990원에 살 수 있다.

롯데마트는 창립 23주년을 맞아 이달부터 기존 상품의 2배 크기인 '자이언트 전복'과 '자이언트 대추 방울토마토'를 잇따라 선보였다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

코로나로 음식 배달 급증...배달앱 거래액 20조1005억원

온·오프라인 연계 거래액
전년비 29.6% 증가한 126조원

지난해 O2O(온라인-오프라인 연계) 서비스 플랫폼에서 이뤄진 거래액은 전년 대비 29.6% 증가한 약 126조원으로 집계됐다.

과학기술정보통신부는 8일 이런 내용을 담은 'O2O 서비스 산업조사' 결과를 발표했다.

O2O는 언제 어디서나 휴대전화 앱으로 음식 주문, 택시·렌터카 호출, 숙박·레저 예약, 부동산 계약 등을 할 수 있는 서비스다. 배달의민족이나 카카오택시 등이 대표적인 예다.

과기정통부는 스타트업, 앱스토어, 기업정보 종합포털 등에서 O2O 서비스를 제공하는 기업을 선별하고 이를 7개 분야로 분류해 조사했다.

배달의민족, 요기요 등 음식배달 서비스는 '온송 서비스'로 분류했다. 음식점 및 숙박 서비스에

는 식권대장, 야놀자 등의 앱이 포함됐다. 조사 결과 O2O 서비스는 전년 대비 123개 증가한 678개였다. 오락·스포츠·문화 및 교육 분야가 189개로 전체의 27.9%를 차지해 가장 많았다. 이어 운송 서비스(22.6%), 개인·금융(18.7%), 음식·숙박(11.8%), 건물 임대·중개(11.4%), 가사·청소(5.8%) 등 순이었다.

지난해 O2O 서비스 거래액 증가는 코로나19 사태로 상품배송과 음식 배달 수요가 급증한 게 주요 원인으로 분석된다.

특히 음식 가격과 배달비를 합친 음식 배달 거래액은 20조1005억원으로 전년(14조366억원) 대비 43.5% 증가했다. 지난해 매출액은 전년 대비 18.3% 증가한 3조5000억원이었다.

분야별로는 배달의민족, 요기요 등 음식배달 서비스가 1조3000억원(38.5%)으로 가장 높았다. 음식점 및 숙박(30.4%), 오락·스포츠·문화 및 교육(12.1%) 등이 그 뒤를 이었다. /연합뉴스

딱 한잔 드셨습니까?

2019년 6월 음주운전 단속
기준이 강화되어
딱 한 잔만 마셔도 처벌되고
단속 시 처벌 수준이 대폭 상향되었습니다
이래도 음주운전하시겠습니까?

meritz 메리츠화재 | 한화손해보험 | 롯데손해보험 | MG손해보험 | HeungKuk 흥국화재 | 삼성화재 | 현대해상 | KB손해보험 | DB손해보험 | SGI서울보증 | AIG | 하나손해보험 | NH손해보험 | KOREAN | BNP PARIBAS CARDIF | CHUBB | Carrot