

“숨쉬는 높이, 미세먼지 농도는?” KT의 공기지도

(에어맵)

KT ‘에어맵코리아’

전국 2000여개 측정소 설치
날씨·미세먼지 실시간 제공
환경부·WHO 기준 선택 가능

SKT ‘에브리에어’

야쿠르트 카트 장착센서로 측정
LG U+ ‘IoT 공기질알리미’
4단계 점수화로 보기 쉽게 표시



KT가 18일 오전 서울 광화문 KT 스퀘어에서 국내 최초 빅데이터 기반 맞춤형 미세먼지 정보 제공 애플리케이션인 에어맵 코리아를 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

정부가 특별대책위원회를 여는 등 미세먼지 저감에 나선 데 이어 이동통신사도 미세먼지 잡기에 앞장서고 있다. 자사의 빅데이터 분석을 통해 미세먼지 정책 수립을 지원하고, 이용자들이 체감할 수 있는 애플리케이션(앱)을 내놓는다.

18일 KT는 서울 광화문 KT 스퀘어에서 기자회견을 열고 에어맵 코리아 앱을 선보인다고 밝혔다.

KT의 에어맵 코리아 앱은 ‘나에게 가장 가까운, 숨쉬는 높이’의 날씨와 미세먼지 정보를 실시간으로 제공한다. 전국적으로 2000여개의 측정소를 설치해 현재 위치 뿐 아니라 지역별 미세먼지 수치도 비교할 수 있다. 특히 서울 측정소 간격은 약 1km 내외로 촘촘하게 구축돼 나의 인근 지역의 생활권 정보까지 확인할 수 있도록 했다. KT는 측정 데이터 정확도를 위해 한국대기환경학회와 협업하고 있다. 투자 규모는 100억원에 달한다.

이용자가 국내 환경부 및 WHO 권고

기준을 바탕으로 대기 환경 기준을 선택할 수도 있다. 향후 통신사 유동인구와 공공정보를 결합한 ‘안전 통학로, 보행로’ 서비스도 선보일 예정이다. 에어맵 코리아는 구글 플레이 스토어와 윈스토어, 애플 앱스토어에서 무료로 다운로드할 수 있다.

KT 이미향 비즈 인큐베이션 센터장은 “에어맵 코리아의 특징은 촘촘하게 망을 측정해 데이터를 제공하는 것”이라며 “생활 속에 가까이 있는 정보를 제공하는 것이 강점”이라고 말했다.

KT는 빅데이터 분석 결과, 미세먼지 수치가 ‘나쁨’ 날에도 취약 계층이 밀집하는 시내 공원의 65세 이상 보행 인구 수는 줄어들지 않았다. 미세먼지가 심한 날 산행 인구 또한 변화가 없었다. KT는 관련 기관과 협력해 등산로, 공원 등에도 미세먼지 신호등 설치로 정보를 쉽게 인지하도록 하겠다는 방침이다.

아울러 KT는 500개의 측정소를 추가 구축하고 이동형 관측센서 7000여개를

투입한다. 소형 공기질 관측기가 부착된 ‘스마트 안전모’도 시범 운영을 거쳐 현장 직원에게 배포할 계획이다. 스마트 안전모는 위험 수준의 미세먼지 농도가 측정될 경우 연동된 앱을 통해 마스크 착용 안내를 한다.

이동면 KT 미래플랫폼사업부문장은 “모바일 앱 출시를 통해 생활 속 미세먼지 저감 방법과 피해를 예방할 방안을 꾸준히 제시하고 국제기구와 협력을 통해 지구 환경 개선을 위해 앞장서겠다”고 말했다.

SK텔레콤과 LG유플러스 또한 빅데

이터나 사물인터넷(IoT)을 활용해 미세먼지 정보 제공에 나서고 있다.

SK텔레콤은 위니스와 손잡고 실내·외 미세먼지 정보를 제공하는 미세먼지 지도 ‘에브리에어(everyair)’를 지난해 10월부터 서비스하고 있다. 2300여개 센서로 모아진 정보를 공유해 출시 3개월 여만에 이용자 4만여명을 돌파했다.

SK텔레콤 관계자는 “에브리에어는 전국 SK텔레콤 대리점과 야쿠르트 카트 코코에 장착된 공기질 측정센서와 일반 개인들도 센서를 들고 다니면서 직접 현재 자신이 있는 공간의 공기질을 측정해 공유한다”며 “골목이나 실내 공기질 뿐 아니라 사람들이 실제 숨쉬는 높이의 공

간 공기질을 측정해 실질적인 효과가 있다”고 말했다.

LG유플러스가 2017년부터 출시한 ‘IoT 공기질알리미’는 실내 초미세먼지, 미세먼지, 온도, 습도 정보를 1분 단위로 측정해 스마트폰 앱을 통해 한눈에 파악할 수 있도록 4단계로 점수화해 표시한다.

LG유플러스 관계자는 “최근 미세먼지가 사회적 이슈로 대두되고 있는 만큼 실내외 공기질 비교를 통해 환기 시점을 알려줄 수 있는 IoT 공기질알리미에 대한 고객 관심이 꾸준하다”며, “연내에는 신규 디바이스도 출시할 계획”이라고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

CJ, 남산 ‘CJ 더 센터’서 새출발

‘월드베스트 CJ’의 중심역할 할 것

CJ그룹 지주사인 CJ주식회사가 최근 1년 6개월간의 리모델링 공사를 마친 서울 중구 소월로 ‘CJ 더 센터’(舊 CJ빌딩)에서 18일부터 업무에 들어간다고 밝혔다.

CJ빌딩은 CJ가 1995년 입주해 제일제당그룹을 출범(1996)하고, CJ CGV(1997)·CJ GLS(1998)·CJ엔터테인먼트(2000) 등을 설립해 4대 사업군을 완성했으며, 2007년 지주회사 체제로 전환하는 등 지금의 CJ그룹 기틀을 다진 곳으로 23년만에 모습을 바꾸게 됐다.

‘CJ 더 센터’는 지하 2층 지상 19층 규모로 CJ만의 온리원(ONLYONE)적인 요소를 담으면서도 임직원들의 자긍심과 업무 편의성을 제고한 점이 특징이다.

먼저 로비에 있는 이병철 선대회장의 좌상 부조 및 ‘축적 ∞’란 제목의 아트월이 눈길을 끈다. 특히 아트월은 CJ의 여러 브랜드에서 사용된 포장재 등 폐품이 단면으로 수만 겹의 종이와 풀이 있는 역사와 이야기를 표현하고 있으며, 과거와 현재의 시간이 축적된 ‘CJ 더 센터’에서 미래를 향한 발걸음을 시작한다는 의미를 담고 있다.

기존의 직원식당은 기능을 확장해 업무구상, 회의, 오픈 커뮤니케이션의 공간으로 활용할 수 있는 복합휴식공간 ‘더라운지’로 탈바꿈했다. ‘더라운지’는 6층과 7층 일부 공간을 더 개방감을 크게 높였으며 곳곳에 공기정화식물을 키우는 녹색공간을 조성하고 주방공간을 분리해 쾌적함과 편안함을 더했다.

‘더라운지’에서는 tvN ‘수미네 반찬’ 목은지 부대찌개·윤식당 불고기라이프 등 CJ의 콘텐츠를 활용한 메뉴와 함께 CJ제일제당의 가정간편식 제품 등 CJ만의 스토리를 입힌 다양한 메뉴들이 제공될



CJ 더 센터 /CJ그룹

예정이다. 이와 함께 ‘CJ 더 센터’는 쾌적한 사무환경 조성을 위해 미세먼지 저감필터를 적용하고, 사육 내에서는 위치와 무관하게 업무가 가능한 무선 사무환경을 구축해 업무 몰입성과 편의성을 높였다.

또한 개인 맞춤형 운동이력 관리 서비스가 가능한 스마트 피트니스센터를 운영하고, 높이 조절이 가능한 모션데스크와 척추보호의자를 배치하는 등 임직원들의 건강을 고려한 다양한 변화들도 눈에 띈다.

CJ그룹 관계자는 “‘CJ 더 센터’는 그룹이 지향하는 하고잡이 인재들이 자긍심을 갖고 즐겁게 일해 최고의 성과를 낼 수 있는 업무 환경 조성에 주안점을 뒀다”며 “새로워진 ‘CJ 더 센터’는 글로벌 생활문화기업 CJ의 HQ(Headquarters)로서, 향후 2030년까지 3개 이상의 사업에서 세계 1등이 되는 ‘월드베스트 CJ’의 중심 역할을 하게 될 것”이라고 말했다.

/박인용 기자 parku7854@

롯데케미칼 ‘석화’

롯데케미칼 점진적 실적 회복 전망
LG화학 전기차 배터리로 新성장

지난해 화학업계가 석유화학 사업 불황으로 기초 소재 부문에서 부진한 실적을 기록한 가운데 올해는 어떤 투자를 이어갈 지 눈길을 끈다.

3년만에 LG화학에게 업계 1위 자리를 내준 롯데케미칼은 올해 투자 계획도 기초 소재 분야에 몰렸다. 반면 LG화학은 올해 투자금액의 절반 이상을 석유화학 계열에 쏟아낼 계획이다.

18일 업계에 따르면 롯데케미칼의 올해 시설투자 계획은 약 2조4700억원 수준이다. 계열사인 롯데첨단소재의 엔지니어드 스톤 업체 지분 인수 비용을 제외하면 대부분의 투자는 기초소재분야에 단행된다.

앞서 롯데케미칼은 지난해 석유화학제품의 수요 감소로 전년보다 32.8%가 줄어든 영업이익(1조9686억원)을 기록했다. 올레핀족과 방향족 등 석유화학제품 사업부문과 롯데케미칼타이탄, 롯데첨단소재 등 자회사들의 실적 부진에 따른 것

한국콜마·코스맥스, 매출 1兆시대 열었다

글로벌 화장품 연구·개발·생산(ODM) 회사들이 매출 1조원 시대를 열었다. 국내 화장품 로드숍 브랜드들이 고전하는 것과는 대조적이다.

18일 업계에 따르면 한국콜마의 지난해 연결기준 매출액은 1조3579억원으로, 전년보다 65.3% 증가했다. 지난해 CJ헬스케어를 인수하고 신규 대형 거래처가

올해 투자계획도 상반

이라고 롯데케미칼은 설명했다.

미국과 중국의 무역분쟁으로 대부분 제품의 수요가 줄며 수익성도 함께 악화됐다는 분석이다.

그럼에도 불구하고 롯데케미칼은 석유화학제품의 시황은 이미 저점을 지났다고 판단, 올해부터 석유화학제품의 수요가 늘어날 것으로 보고 기초소재부문에 투자를 이어간다.

증권가에서도 롯데케미칼이 점진적 실적 회복 국면에 진입할 것으로 보고 있다. 특히 올해 2분기부터 중국의 경기부양정책이 시작되면서 수혜를 볼 수 있을 전망이다. 중국은 세계화학제품의 약 40%를 소비하고 있는 시장이다. 미국 루이지애나에 에탄석화설비(ECC) 신규가동 효과도 기대할 수 있을 것으로 보인다. 롯데케미칼은 올해 1~2분기 미국 루이지애나에서 ECC 생산을 개시한다.

롯데케미칼 관계자는 “올해 상반기 본격 가동되는 미국 ECC 공장 및 말레이시아 타이탄 증설 물량 효과 등으로 수익성 강화를 기대하고 있다”며 “롯데첨단소재를 통한 고부가 제품 시장 확대 진출 등으로 안정적인 견고한 사업안정성을 유

LG화학 ‘非석화’

지한다는 계획”이라고 설명했다.

LG화학은 올해 총 6조2000억원 규모의 투자를 단행할 계획이다. 이 가운데 절반 이상이 배터리 등 ‘非 석유화학’ 계열이다. 투자액은 기초소재부문 고부가 사업 및 전지부문의 수요 대응에 맞춘 증설을 위해 전년 대비 34.8% 높였다.

앞서 LG화학은 배터리 차세대 성장동력으로 전기차 배터리를 선정, 수년간 연구개발과 설비 신증설 등에 규모있는 투자를 지속해왔다. LG화학은 지난해 실적에서도 기초소재부문에서 수요가 위축된 반면 자동차 배터리 부분에서는 손익분기점을 달성했다. 특히 지난해 전기차 수요가 급증하면서 배터리 수주량이 늘어나 전지부문 매출은 사상 최고치(6조5196억원)를 찍었다.

정호영 LG화학 사장은 올해 연간 사업전망과 관련해 “주요 시장의 수요 위축 등으로 대외적인 불확실성이 큰 상황이지만 기초소재부문의 사업구조 고도화, 전지부문의 큰 폭의 매출 확대 등을 통해 지속적인 성장과 안정적인 수익 구조를 확보해 갈 것”이라고 설명했다.

/김유진 기자 ujin6326@

한국콜마 맞수인 ODM 기업 코스맥스도 지난해 사상 최대 매출을 기록했다. 코스맥스의 연결기준 매출은 전년보다 42.5% 증가한 1조2579억원으로 1992년 창사 이래 최대치다. 특히 화장품 부문에서만 1조원을 넘었다. 영업이익은 전년보다 48.9% 성장한 523억원을 달성했다.

지주사인 코스맥스비티아이 매출과 영업이익도 각각 4832억원, 241억원으로 전년보다 각각 47%, 138% 증가했다.

/김민서 기자 min0812@