"장마철, 깨끗하고 쾌적하게"… 살균·소독기 '불티'

백화점·마트 등 간편식 위생관리 강화

식기살균기·소독기 등 판매량 신장

/롯데쇼핑

본격적인 무더위와 장마철을 앞두고 유통업계는 물론이고 일반 소비자들도 위생 관리에 나선 모습이다. 덥고 습한 환경에서는 식중독을 비롯한 질병을 일으키는 각종 균들의 번식력이 증가하기 때문이다.

◆철저한 식품 위생 관리로 균 OUT!

백화점과 마트, 그리고 간편식을 취급하는 편의점은 식품 위생 관리를 한층 강화했다.

대표적으로 롯데쇼핑 유통 계열사는 롯데중앙연구소의 '하절기 식품관리 매뉴얼'에 따라 식품위생법 준수사항 및 시설기준을 뛰어넘는 자체 위생관리 시스템을 구축하고 식품위생 사고를 미연에 방지하고 있다. 초민감성 신선식품은 판매를 중지했다. 대표적으로 초밥, 회덮밥이 있다. 양념게장과 반찬코너의 꼬막찜은 8월말까지 판매를 금지한다.

조리도구는 '특별관리 품목'으로 지정해 2시간에 1회 이상 세척해 관리하며 즉석 두부, 어패류 등 식중독 발생 빈도가 높은 품목은 기존 유통시간 대비 2시간 단축해 운영하거나 당일판매를 원칙으로 한다.

편의점도 식품 위생을 위해 힘을 쏟고 있다. 편의점 CU는 식품제조센터에서부터 전국 1만3000여 점포에 이르기까지 상품의 제조 및 유통 전 과정에 모니터링 시스템을 도입했다. 세븐일레븐은 전국 7개 식품 제조공장에 대한 현장 점검을 매주 1회에서 2회로 확대하고 온도 제어와 원재료 상태 등을 집중 점검하고 있다.

◆장마철 신발살균건조기 230% 신장

일반 소비자들은 장마철을 쾌적하고 위생적으로 나기 위해 미리부터 준비한 모양새다.

온라인쇼핑사이트 G마켓에 따르면 최근 살균 및 소독 관련 제품 판매율이 크게 늘었다. 실제로 최근 한 달(6월1일-6월30일) 간 판매된 살균소독기 판매량이 전년 동기 대비 15% 증가한 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 세균 번식력이 높은 주방에 필수인 식기살균기가 16% 더 판매됐고, 세탁이 어려운 침구 및 소파에도 쉽게 사용할 수 있는 소독기 판매량이 95% 신장했다. 뿐만 아니라 손소독기와 장난감소독기도 각각 11%와 89%씩 더 판매됐고, 신발살균건조기는 230%의 판매 신장률을 기록했다.

▲ 한샘 열풍 식기건조기. /G마켓 홈페이지
▶ 신발관리기. /G마켓

G마켓에서 인기리에 판매되고 있는 제품은 '한샘 열풍 식기살균기'다. 35L의 넉넉한 주방 수납력에 살균 기능까지 더해져 오염물질로부터 다양한 식기와 수저를 고온 살균건조 할 수 있다.

최근에는 전해수기도 각광받고 있다. 전해수기는 물을 살균과 탈취가 가능한 전해수 상태로 변환해주는 기계로 세제 필요 없이 분무기 형태로 침구와 소파, 육아 용품 등 소독이 어려운 곳을 청결하게 관리할 수 있다.

이밖에 젖은 신발이나 외출화를 강력한 UV라이트와 PTC 열선을 이용해 건조시키는 '카스 CFX-201 신발살균건조기'와 천연살균제에 대한 관심이 이어지고 있다.

특히 다용도로 활용이 가능한 베이킹소다/구연산의 판매량이 동기간에 6%, 환경에 유익한 미생물로 만들어진 EM원액은 61% 증가추세를 보였다. 이밖에 소독 시 유용한 과탄산소다도 작년보다 45% 더 판매됐다.

G마켓 관계자는 "고온 다습한 여름 날씨로 세균 번식이 우려돼 살균과 소독으로 위생 관리를 시작하는 소비자들이 증가했다"며 "교체나 세탁이 어려운 물건을 집에서도 쉽게 살균처리 할 수 있도록 돕는 제품들이 특히 좋은 반응을 얻고 있다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

부천 들어서는 스타필드… 1500명 일자리 선물

스타필드 시티 부천

9월 오픈 앞두고 지역민 우선 채용

내일 채용박람회… 다양한 정보 제공

'스타필드 시티 부천'이 9월 오픈을 앞두고 있는 가운데, 신세계 프라퍼티가 지역민 우선 채용을 통해 지역 상생에 나선다.

신세계 프라퍼티는 4일 부천 체육관에서 부천시, 고용노동부 부천지청과 함께 '스타필드 시티 부천 상생 채용박람회'를 개최한다고 2일 밝혔다.

스타필드 시티 부천은 스타필드 시티 위례에 이어 두 번째 도심형 라이프 스타일몰로 연면적 15만㎡, 주차대수 1900여 대 규모다. 창고형 할인매장 트레이더스를 비롯해 일렉트로마트, 토이킹덤, 메가박스 등 쇼핑, 여가 시설뿐 아니라 유니클로, H&M등 140여 개의 개의 유명 브랜드를 비롯해 별마당 키즈, 옥상정원, 펫파크 등 다양한 편의시설을 선보일 예정이다.

스타필드 시티 부천.

신세계 프라퍼티는 스타필드 시티 부천이 문을 열면, 모두 1500여 개의 일자리가 새로 창출될 것으로 보고 있다.

이번 박람회에는 이마트 트레이더스, 신세계인터내셔날, 스타벅스 등 신세계 그룹사는 물론, 메가박스, 유니클로, 나이키 등 스타필드 시티 부천에 입점하는 43개 협력사가 참여한다.

오전 10시 개막식을 시작으로 오후 5시까지 진행되며, 참여기업 부스 별로 인사, 채용 담당자들이 상주해 채용과 관련한 구체적이고 다양한 정보를 제공할 예정이다.

신세계 프라퍼티는 구직자들이 편의를 위해 부천시 일자리정책과, 고용노동부 부천지청과 함께 서류 및 면접 전형의 노하우를 알려주는 취업 컨설팅을 진행하는 한편, 이력서 사진 촬영 및 인화, 스트레스 검사, 헤어/메이크업 등도 무료로 제공한다.

행사장에 입장하는 구직자 100명에게는 선착순으로 스타벅스 카드(5000원)도 나눠준다.

위수연 신세계프라퍼티 리징담당 상무는 "스타필드 시티 부천은 지역민이 함께 즐기고, 지역 상권이 함께 발전할 수 있는 지역 상생형 쇼핑몰이 될 것"이라며, "이번 채용 박람회를 시작으로 앞으로 다양한 기회를 통해 지역 주민을 위한 일자리를 창출하는 등 지역 사회와 함께 성장해 나갈 것" 이라고 밝혔다.

/신원선 기자

'스마트 모빌리티관' 론칭… 시장 공략 박차

인터파크

전문관 오픈… 150여개 제품 모아

전동 킥보드, 전기 자전거 등 스마트 모빌리티가 새로운 레저 트렌드로 떠오름에 따라 인터파크가 '스마트 모빌리티 전문관'을 7월 2일 오픈하고 본격적인 시장 공략에 나선다.

인터파크에 따르면, 스마트 모빌리티는 최근 6개월간 매출이 전년 동기 대비해서 105% 증가(2019년 1월~6월 매출)하는 등 눈에 띄게 수요가 증가하며 빠르게 확산되고 있다. 이에 인터파크는 누구나 스마트 모빌리티 제품을 간편하고 저렴하게 한눈에 비교하며 구매할 수 있도록 하고자 전문관을 기획했다.

인터파크는 국내·외 12여개의 주요 브랜드, 총 150여개의 제품을 한데 모았다. ▲전동 킥보드 ▲전기 자전거 ▲전기 스쿠터 ▲전동 휠/보드 등 제품 카테고리 별로 구성됐다. 또한 브랜드 카테고리도 함께 제공해 선호하는 브랜드 제품을 보다 쉽게 살펴볼 수 있다.

/인터파크

특히 스마트 모빌리티 담당 MD가 판매량과 구매 후기, 전문가 추천 제품 등 자체 데이터를 바탕으로 직접 선정한 ▲제품별 ▲브랜드별 TOP 10 랭킹 카테고리를 추가로 마련해 스마트 모빌리티 매니아들은 물론 입문자들 또한 제품 구매가 용이한 것이 특징이다.

인터파크는 스마트 모빌리티 전문관 오픈을 기념하여 오는 7월 8일부터 대림오토바이와 함께 국내 최초로 통신 관제가 가능한 전기 스쿠터 '재피 플러스'의 사전 예약 이벤트를 진행한다. /신원선 기자

풀무원-한화이글스 '포기하지 마라탕면' 선배

풀무원이 프로야구 한화이글스와 협업한 마라탕면 신제품을 선보였다.

풀무원식품은 기름에 튀기지 않은 비유탕 건면인 '생면식감' 신제품으로 마라탕면을 선보이고, 한화이글스 한정판 '포기하지 마라탕면'을 선출시했다고 2일 밝혔다.

프로야구는 2016년 첫 800만 관중을 기록한 이래 3년 연속 800만 관중을 돌파했다. 올 시즌에도 6월 중순까지 400만 관중을 돌파하며 높은 인기를 구가하고 있다. 특히 한화이글스는 투혼을 의미하는 '불꽃한화' 정신과 강한 중독성을 빗댄 애칭 '마리한화'로 높은 인지도를 지니고 있다.

'포기하지 마라탕면'의 패키지는 한화이글스를 상징하는 색상인 주황색을 활용했다. 주황색은 마라탕면의 국물 색상이면서 중화풍 메뉴를 나타내는 색상이기도 하다. 여기에 한화이글스의 인기 마스코트 '수리' 이미지를 삽입했다. 한화이글스가 끝까지 포기하지 말고 멋진 플레이를 보여주기를 바라는 염원을 담은 문구도 삽입했다. '포기하지 마라'를 토대로 '9회말 2아웃까지 포기하지 마라', '목쉴 때까지 포기하지 마라', '열정적인 응원을 포기하지 마라', '기적 같은 순간을 포기하지 마라' 등 한화 야구와 팬들의 포기하지 않는 정신을 담은 4가지 메시지가 전달된다. /박인웅 기자

웅진식품 '빅토리아', 친환경 패키지로 교체

재활용 손 쉽고 탄소 배출량 줄여

웅진식품은 탄산수 브랜드 빅토리아를 재활용이 용이한 친환경 패키지로 교체한다고 2일 밝혔다.

웅진식품은 환경 보호 동참을 위해 탄소 배출을 절감하고, 재활용률을 높이는 친환경 패키지 적용에 나섰다. 빅토리아의 용기를 기존 옥색에서 재활용이 용이한 무색 페트병으로 교체하고, 라벨을 쉽게 분리할 수 있는 이중 절취선을 적용한 에코 라벨로 변경했다.

웅진식품의 빅토리아는 2015년 출시 이후 현재까지 총 9천만병 이상 판매되고 있는 온라인 전용 탄산수다. 오프라인 유통 마진과 마케팅 비용을 과감히 줄이고, 높은 가성비로 온라인 서 입소문이 퍼지며 지속 성장하고 있다. 성장세에 따라 올해 약 4000만병 이상 판매될 것으로 예상되며, 이로 인해 약 1000t 이상의 플라스틱 재활용이 용이해질 것으로 보인다. /박인웅 기자 parkiu7854@