

“지구를 지켜라”... 유통가, 친환경 배송戰 막 올랐다

신세계 SSG닷컴
친환경 냉장 전기차 배송서비스
‘알비백’ 도입... 일회용포장 줄여

풀무원 녹즙
전기차 ‘D2’ 도입... 배달환경 개선

BGF리테일 헬로네이처
재사용 가능 ‘더그린박스’ 선봬



최우정 SSG닷컴 대표이사, 안철민 SSG닷컴 SCM총괄담당, 전금배 현대글로비스 물류사업본부장, 김정훈 현대글로비스 대표이사(왼쪽부터)가 서울 강남구 역삼동 현대글로비스 본사에서 MOU를 체결한 뒤 기념사진을 촬영하고 있다. /SSG닷컴

유통업계 화두가 ‘새벽배송’에서 ‘친환경 배송’으로 넘어가고 있다. 소비자들의 친환경에 대한 의식이 고취됨에 따라 업계는 친환경 배송에 투자를 늘리는 추세다. 플라스틱·비닐봉투 줄이기부터 최근에는 매년 격정없는 전기차를 활용한 배송서비스까지 도입하고 나선 것이다.

◆매연 걱정 없는 전기차 배송
신세계그룹의 공식 온라인몰 SSG닷컴은 종합물류기업 현대글로비스와 손을 잡고 ‘친환경 냉장 전기차 배송서비스’를 도입하기로 했다. 현재 운영중인 이마트몰 배송차량은 점진적으로 친환경 전기차로 대체할 예정이다. 배송차량 일부를 친환경 전기차로 시범 전환한다. 현대글로비스는 냉장 전기차량 공급과 배송 운영을 담당하게 된다. 냉장 및 냉동 기능을 탑재한 전기 차량으로 전환하는 것은 국내 최초다.

양사는 차량 개발이 완료되는 내년

상반기 내 전기 배송차량의 안정성, 주행능력 등 테스트 기간을 거쳐 올 연말 김포에 완공 예정인 온라인 물류센터 ‘네오 003’부터 전기 배송차를 점진적으로 투입한다는 방침이다.

SSG닷컴은 전기 배송차량 도입을 통해 친환경 배송 정책을 더욱 강화하는 한편, 타사와 차별화된 배송 서비스를 고객에게 제공할 수 있을 것으로 보고 있다.

풀무원 녹즙도 친환경 배송 시스템 도입에 적극적이다.

풀무원 녹즙은 모닝스텝(녹즙 배달원)의 근무환경 개선을 위해 세미스코 초소형 전기차 D2를 도입한다고 선언한 바 있다.

녹즙 배달 차량에는 다른 전기차종

대비 배터리 용량이 두 배 이상 큰 것으로 알려진 친환경 리튬폴리머 배터리(17.28kWh)가 탑재된다. 1회 충전 시 최대 150km까지 주행이 가능해 신선도 유지가 중요한 녹즙 제품의 특성에 맞게 제작됐다. 풀무원 녹즙은 시범 운영을 통해 점차적으로 녹즙 배송에 D2 활용을 늘려나갈 계획이다.

◆과대포장X! 친환경 포장재 도입
포장재도 친환경으로 바뀌는 추세다.

SSG닷컴은 최대 9시간 보냉력이 유지되는 ‘알비백’을 첫 주문 고객에게 무상으로 제공하고 있다. 40l의 넉넉한 용량과 깔끔한 디자인이 인상적이다. SSG닷컴에 따르면 새벽배송 시작 이후 두 달 동안 알비백을 도입해 일회용 포



알비백(위), 마켓컬리 종이포장재. /SSG닷컴·마켓컬리

장용품 약 80만개를 절감하는 효과를 얻었다. 또한 재사용률도 95%를 웃돌고 있는 점도 고무적이다.

BGF리테일이 운영하는 푸드마켓 브랜드 ‘헬로네이처’도 재사용 가능한 배송박스 ‘더그린박스’를 선보였다. 실폐대 소재와 자투리천들을 활용해 만든 배송박스로 보냉 효율도 기존 스티로폼 박스 대비 1.5배 뛰어나다.

마켓컬리는 지난달 25일 주문건부터 100% 재활용 가능한 종이로 모든 포장재를 전환했다. 김슬야 마켓컬리 대표는 모든 포장재를 종이로 전환해 나가는 한편, 회수한 종이 포장재

를 재활용해 그 수익금으로 사회공헌 활동을 추진하겠다고 밝힌 바 있다.

마켓컬리는 새벽배송의 냉동 제품 포장에 사용하는 스티로폼 박스를 친환경 종이 박스로 변경했으며 비닐 완충 포장재는 종이 완충 포장재로, 비닐 파우치와 지퍼백은 종이 파우치로, 박스테이프는 종이테이프로 바뀌 플라스틱과 스티로폼, 비닐 사용을 최소화했다. 아이스팩도 파손 테스트를 거쳐 안정성을 높인 100% 워터팩으로 변경 도입했다. 마켓컬리는 기존 사용량 기준, 연간 750t의 비닐과 2130t의 스티로폼 감축 효과를 볼 것으로 추산하고 있다.

한 유통업계 관계자는 “최근 유통업계 화두는 환경까지 고려한, 지속가능한 ‘친환경 배송’이다”라며 “친환경 배송 차량이나 친환경 포장재에 대한 관심은 꾸준히 이어질 전망”이라고 말했다. 이어 “상당한 초기 투자비용이 들겠지만, 사회적 책임을 생각한다면 피할 수 없을 것”이라고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.com



풀무원 녹즙 차량

유플렉스 ‘복합 문화공간’ 리뉴얼 오픈

신촌점 4개층 2100㎡ 오늘 개장
핑글스토어·아크앤북 등 입점

현대백화점이 운영하는 신촌점 유플렉스가 매장 리뉴얼에 나선다. 젊은층이 몰리는 오프라인 명소를 매장에 선보이려는 의향이 강하다. 글로벌 최대 화장품 편집숍도 유치하는 등 소비주체로 떠오른 밀레니얼 세대 고객들의 ‘복합 문화 공간’으로 발돋움할 계획이다.

현대백화점은 오는 11일 신촌점 유플렉스 4개층(영업면적 2100㎡, 635평)을 리뉴얼 오픈한다고 10일 밝혔다. 현대백화점 신촌점은 이달 유플렉스 4개층 오픈을 시작으로 내년 2월까지 유플렉스매장 전층을 순차적으로 리뉴얼 오픈한다.

우선, 유플렉스 4층에 라이프스타일 편집매장 ‘핑글 스토어’가 들어선다. 1



세대 파워블로거인 ‘핑글마님(이혜선)’이 시작한 국내 최대 규모의 플라마켓(벼룩시장) ‘핑글시장’을 기반으로 탄생된 라이프스타일 브랜드로, 자신만의 개성을 추구하는 젊은층에게 큰 호응을 얻

고 있다. 현대백화점은 캔들 홀더 브랜드 ‘비터베터’, 수납 트레이 브랜드 ‘올렉토그래프’ 등 대부분 기존 백화점에서 판매하지 않던 브랜드들을 중심으로 ‘핑글 스토어’ 매장을 채울 예정이다.

12층에는 백화점 업계 최초로 ‘아크앤북’이 입점한다. ‘아크앤북’은 책과 카페 등 라이프스타일 콘텐츠가 결합한 복합문화 서점으로, 기존 서점과 달리 일상(Daily), 주말(Weekend), 스타일(Style), 영감(Inspiration) 등 취향에 따라 책을 분류해 놓은 것이 특징이다.

아울러 젊은 고객이 즐겨찾는 카페도 층별로 선보이며 스트리트 캐주얼 브랜드 편집숍 ‘바인드’, 20~30대의 캐주얼 정장으로 유명한 ‘매그제이’ 등 총 20여 개 패션 브랜드가 새롭게 들어선다.

/신원선 기자

정관장, 홍삼톤골드·홍삼톤 리뉴얼 출시

KGC인삼공사가 정관장의 대표 홍삼 제품인 ‘홍삼톤골드’·‘홍삼톤(사진)’을 리뉴얼 출시했다고 10일 밝혔다.

홍삼톤골드, 홍삼톤은 엄격한 기준으로 선별한 홍삼과 까다롭게 관리하고 선별한 전통소재(부원료)를 오랜 시간 내려온 선인들의 지혜와 정관장의 정성을 더해 만든 우리 가족을 위한 생활밀착형 건강관리 제품이다.

전통적인 액상형 파우치 형태로 1993년 출시 이후 2억여 이상 팔린 ‘홍삼톤골드’·‘홍삼톤’은 섭취와 휴대가 간편하여 남녀노소 누구에게나 사랑받는 베스트셀러 제품으로 자리매김했으며, 홍삼의 대중화를 이끈 정관장 대표 홍삼 제품이다. ‘홍삼톤골드’는 깊고 진한 6년근 홍삼(주원료)에 10가지 전통소재(부원료)를 더한 제품으로 부원료인 3가지 귀한 버섯(흰들버섯·표고버섯·노루궁뎅이버



섯)을 기존대비 2배 증량했다. ‘홍삼톤’은 기존 ‘홍삼톤마일드’에서 제품명을 변경하고, 영지버섯(부원료)을 추가해 리뉴얼했다. 또한 KGC인삼공사는 선물용으로 많이 구매하는 고객의 니즈를 반영하여 패키지 색상을 적금색으로 변경해 포장을 고급화 했다.

홍삼은 식약처로부터 면역력 증진, 피로 개선, 혈소판 응집억제를 통한 혈액흐름, 기억력 개선, 항산화에 도움을 줄 수 있는 것으로 인정받아 일상생활 및 환절기 건강관리를 위한 건강기능식품으로 많은 소비자가 찾고 있다.

/박인용 기자

전문점 레시피 담은 밀키트 ‘쿡킷’ 불티

전문 셰프의 요리 키트 ‘쿡킷(COOK IT)’이 소비자들로부터 극찬을 받으며 흥행을 이어가고 있다. ‘쿡킷’은 신선한 식재료와 전문점 수준의 레시피를 집에서 간편하게 요리할 수 있는 밀키트 브랜드다.

CJ제일제당은 출시 6개월을 맞은 ‘쿡킷’이 가정간편식(HMR) 시장에서 밀키트 트렌드를 선도하며 인기를 끌고 있다고 10일 밝혔다. 매일 2000건에 달하는 주문이 이뤄지고 있고, 매주 새롭게 선보이는 메뉴마다 품절사태가 발생

할 정도다. ‘콩팥푹커리’, ‘감바스알아히요’, ‘밀피유나베’ 등 매출 상위 메뉴의 경우 평일과 주말 구분 없이 주문이 쇄도하며 불티나게 팔리고 있다.

‘쿡킷’을 구매한 소비자들의 만족도도 매우 높다. 고객 후기(별점)는 5점 만점 중에서 4.7점을 기록 중이고, 하루에도 100건 이상의 후기들이 올라올 정도로 고객 반응이 뜨겁다. 주 소비층인 3545세대들이 ‘쿡킷’ 앱에 인증샷과 후기를 자발적으로 공유한다는 점에서 의미가 크다. 재구매율도 40%를 훌쩍 뛰어 넘

CJ제일제당, 매일 주문 2천건 달해
별점 5점 만점에 4.7점, 재구매 40%



밀키트 브랜드 ‘쿡킷’ /CJ제일제당

으며 충성 고객도 대폭 늘었다.

/박인용 기자 parkiu7854@

KT&G ‘보험 파이프 발렌티’ 첫 선

KT&G가 오는 11일 정통 잉글리쉬 파이프 블렌딩을 적용한 제품인 ‘보험 파이프 발렌티(사진)’를 선보인다고 10일 밝혔다. ‘보험 파이프 발렌티’는 지중해 라타키아 인근 지역에서 재배된 최고급 담뱃잎을 사용해 차별화된 향미와 풍부한 맛을 구현했다. 라타키아 잎담배는 정통 잉글리쉬 파이프 블렌딩의 주 원료로 사용되고 있으며, 전 세계 연간 담뱃잎 생산량의 0.002%에 불과한 희귀엽이다. 아울러 일반 필터가 아닌 튜브 필터가 장착돼 보다 깔끔한 흡연감을



보험 파이프 발렌티. /KT&G

느낄 수 있고, 오래 물고 있어도 쉽게 물러지지 않는 장점이 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@