

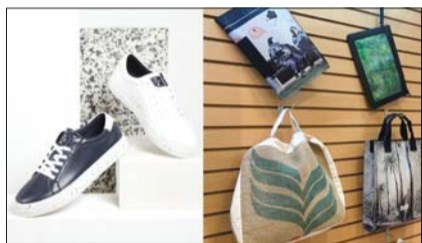


서울특별시 중구 DDP에 위치한 SEF 매장 내부 사진 /백지연 수습기자

## 모피 대신 사과 껍질·페트병 소비자 마음 움직인 ‘착한패션’

다양한 소재로 사회공생·환경보호 소비자, 가치 있는 소비에 관심 ↑

#.매년 6000만t 이상의 의류와 잡화들이 물 밑을 쏟아지고 있다. 이 생산 과정에서 만들어지는 온실가스는 전 세계 온실가스 배출량 10% 가까이 차지한다. 이는 항공과 해운 산업 배출량을 합한 것보다도 높은 수치이다. 최근 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 이후 세계에너지기구(IEA)의 ‘2020 세계에너지 검토’ 보고서는 올해 에너지 소비가 6% 감소하면서 이산화탄소 배출도 8% 줄어들 것으로 전망했다. 이에 소비자들은 가죽, 모피 등 동물 소재를 쓰지 않는 것은 물론, 자연을 보호하며 사회공생이 가능한 ‘지속 가능한 패션’에 주목했다.



(왼쪽) ‘타미힐피거’에서 출시한 애플 스킨 스니커즈 제품 이미지 (오른쪽) 습작 캔버스를 이용해 만들어진 ‘얼킨’의 클러치와 커피 자루를 이용해 만들어진 ‘하이사이클’의 빅 토트백 /타미힐피거

양한 소재를 이용해 ‘착한 패션’을 실천할 수 있다. 사과 껍질을 활용한 신발부터 플라스틱 페트병을 이용한 가방까지 다양한 예시를 들어 볼 수 있었다. 지난 4월 출시된 ‘타미힐피거’의 애플 스킨 스니커즈가 바로 그 제품이다. 애플 스킨 스니커즈는 사과 껍질과 동물의 가죽을 사용하지 않고 식물성 재료로 만든 가죽을 이용해 만들어진 제품이다.

플라스틱 페트병 15개를 재활용해 만든 ‘플리즈 마마’의 니트 백은 플라스틱을 재활용해 실처럼 만들어 조금의 환경오염도 일으키지 않는다. 이외에도 커피 자루를 이용해 가방과 코스터 등을 만드는 ‘하이사이클’의 제품도 있었다. 화려한 디자인으로 눈길을 끈 ‘얼킨’의 클러치 백은 실제 예술가들의 습지를 이용해 만들어진 가방이었다.

관계자는 “예술가들이 연습용으로 쓰는 캔버스는 그냥 버려지는데 이렇게 활용이 되면 얼마나 좋냐”며 “특히 ‘얼킨’은 연습용 캔버스를 제공하는 예술가들에겐 새 캔버스를 제공하는 선순환도 이어가고 있다”고 덧붙였다.

/조효정 기자, 백지연 수습기자 princess@metroseoul.co.kr

DDP디자인장터 SEF(Seoul Ethical Fashion) 매장은 ‘지속 가능한 패션’을 추구하는 브랜드들을 모아둔 국내 최초의 비건 편집숍이다. SEF 매장 입구에는 ‘서울 윤리적 패션은 환경 친화와 공생을 기반으로 하는 가치 있는 브랜드를 소개합니다.’라는 안내문이 설치되어 있었다. 매장으로 들어서자 친환경, 공공성, 경제성 등 38개 항목 중 6개 이상의 요건을 갖춘 다양한 브랜드들의 의류 및 잡화들이 가득했다.

오전 이른 시간이라 분주하지는 않았지만, 관계자는 “30, 40대분들이 자주 찾는다. 드물지만 50대분이 오시기도 한다”며 운을 뗐다. 이어 그는 “코로나 여파에도 불구하고 5월 초반의 매출은 작년 동기의 80% 정도를 기록했다”고 밝혔다.

‘지속 가능한 패션’은 생각보다 더다

## 코트라, 스타트업 아마존 입점 지원

‘유니크 셀러 육성 사업’ 진행

KOTRA(코트라)가 스타트업의 아마존 입점을 지원하는 ‘유니크 셀러 육성사업’을 진행 중이다. ‘유니크(Unique)’는 ‘독특한’을 뜻하는 영단어 ‘유니크(unique)’와 기업가치 1조원 이상 스타트업을 가리키는 ‘유니콘(unicorn)’의 합성어다.

‘유니크 셀러 육성사업’에는 스타트업 92개사가 지원해 52개사가 최종 선발됐다. 주요 상품은 휴대용 초음파 측정기, 촉각센서에 기반한 반지모양 마우스, 시각장애인을 위한 스마트폰 무선키보드, AR기술을 접목한 원목 장난감 등이다.

코로나19로 수요가 늘어난 제품도



코트라가 올해 초 아마존과 함께 진행한 ‘로켓스타트’ 사업 교육현장 모습이다.

포함됐다. 비대면 회의용 스마트 라이브 오디오스트리밍기, 재사용이 가능한 비말 차단 마스크가 대표적이다.

이들 스타트업은 지난 7일 진행된 계정가입·리스팅 교육에 이어 21일에는 배송·광고 교육을 받는다.

/양성운 기자

# 허리띠 졸라매도 지원없인 ‘막막’



생산시설 제외 모든 자산 매각검토 정부의 기간산업안정기금 절실 지속 경쟁력 위해 신차 출시 사활



쌍용차 평택공장 회사 전경.

쌍용자동차가 글로벌 경기 침체에 따른 판매 부진과 코로나19 사태 장기화로 불어온 거센 고고를 견뎌낼 수 있을까.

극심한 경영난에 시달리고 있는 쌍용차는 지난해부터 강도 높은 자구안을 마련하는 등 경영 쇄신에 속도를 높이고 있다. 하지만 모회사의 투자철회와 정부의 더딘 지원 정책으로 위기는 확산되고 있다.

업계에서는 고용안정과 국내 자동차 산업의 위기를 막기 위해서는 정부의 적극적인 지원이 우선해야 한다는 주장이다. 쌍용차의 직접고용은 4912명, 부품업체 등 협력사를 감안한 간접고용까지 합하면 수만 명에 달하기 때문이다.

### ◆강도높은 자구안 비용절약

20일 자동차 업계에 따르면 쌍용차는 지난해부터 경영 정상화를 위해 고강도 자구안을 실천하고 있다. 쌍용차 노사는 지난해 9월 ▲안식년제 시행(근속 25년 이상 사무직 대상) ▲명절 선물 지급중단 ▲장기근속자 포상 중단 ▲의료비 및 학자금 지원 축소 등 22개 복지 항목을 축소하거나 중단하기로 합의하고 이를 이행하고 있다.

지난해 12월 전 직원 임금 및 상여금

반납, 사무직 순환 안식년제(유급휴직) 시행 등 경영 쇄신책을 마련해 추진 중이기도 하다. 또한 지난달 17일에는 국내 자동차 업계 최초로 임단협을 타결하고 임금을 동결했다. 이에 따라 쌍용차는 평년 대비 1000억원 정도를 절약할 수 있을 것으로 전망하고 있다.

여기에 쌍용차는 유동성 위기를 해소하기 위해 생산 시설을 제외한 모든 자산을 매각할 방침이다.

쌍용차는 1000억원 이상으로 추정되는 서울 구로 정비사업소 부지를 비롯해 인재개발원, 천안·영동 물류센터 등을 매각하는 방안을 검토 중이다. 평택 공장 등 생산관련 시설을 제외한 모든 자산에 대해 매각을 검토하겠다는 방침이다.

쌍용차 구로 정비사업소 부지는 토지면적 1만8089㎡로, 지하철 1호선 구로역과 길 하나를 두고 인접해있다. 공시지가는 694억원이지만 개발 가능성이 높아 시세는 1100억원 이상으로 형성될 것으로 추정된다. 구로역 인근대지 평균 매매가는 3.3㎡당 2000만원 수준으로, 향후 개발 상황에 따라 가격이 더 높아질 가능성이 있는 것으로 알려졌다.

쌍용차는 구로정비사업소가 서비스

센터로 활용되는 점 등을 감안해 매각한 후 3년간 임대하는 ‘세일즈 앤드 리스백’ 방식으로 매각할 방침이다.

### ◆위기 쌍용차 정부 지원 절실

쌍용차가 자산 매각으로 단기적인 유동성 위기는 해결할 수 있지만 미래 경쟁력 확보를 위해서는 정부의 기간산업안정기금이 절실한 상황이다.

쌍용차 관계자는 “회사가 자동차 시장에서 지속적인 경쟁력을 갖기 위해서는 2~3년 내에 5000억원 정도가 필요할 것”이라고 말했다. 당장 하반기에는 SUV G4렉스턴의 부분변경 모델 출시를 준비하고 있으며, 소형 SUV 티볼리의 확대 버전인 티볼리 에어도 재출시한다는 계획이다. 내년에는 전기차인 중형 SUV 신차 출시도 계획중이다. 계획상의 전기차나 신차의 개발과 출시를 위해서는 5000억원 정도의 비용이 발생할 것으로 전망된다.

이에 따라 정부가 조성한 40조원 규모의 기간산업안정기금 지원 여부가 쌍용차 부활의 핵심적인 역할을 할 것으로 보인다. 물론 기간산업안정기금은 코로나19로 인해 위기에 처한 기업을 돕기 위한다는 점에서 쌍용차가 포함될지 여부가 관건이다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

## 이태원 클럽發 ‘N차 감염’ 여전... 누적 확진자 196명

(20일 낮 12시 기준)

전 연령대에 걸쳐 확진자 발생

서울 이태원 클럽발(發) 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 환자를 고리로 한 ‘N차 감염’이 잇따르고 있다.

20일 중앙방역대책본부에 따르면 이날 낮 12시 기준으로 이태원 클럽과 관련된 누적 확진자는 총 196명이다. 전날 정오(187명) 대비 9명이 늘어난 수치다. 방역당국이 현재까지 파악한 역학조

사 결과를 보면 확진자 가운데 이태원 일대 클럽을 방문한 사람은 95명이었고, 가족·지인·동료 등 접촉자는 101명이다.

클럽과 관련한 3차 감염자는 25명, 4차 감염자는 4명으로 각각 파악됐다.

이들을 연령대별로 보면 19~29세가 116명으로 가장 많았고 그다음은 30대 28명, 18세 이하 23명, 40대 13명, 60세 이상 9명, 50대 7명 등으로 집계됐다.

전 연령대에 걸쳐 확진자가 나왔다.

지역별로는 서울 100명, 경기 41명, 인천 35명 등 수도권 확진자가 대다수를 차지했다. 그밖에는 충북 9명, 부산 4명, 전북 2명, 대전·충남·경남·강원·제주 각 1명이었다.

충북에서 확인된 확진자 9명 중 8명은 국군격리시설인 충북 괴산의 육군학생군사학교와 관련된 사례다.

/이세경 기자 seilee@

## 660억 전자인증서 시장 대격변 예고

>> 1면 ‘공인인증서 폐지...’서 계속

이후 2017년 문재인 대통령이 공인인증서 폐지를 공약으로 내놓은데 이어 2018년 정부가 직접 법안을 발의하면서 공인인증서 독점 폐지를 추진해 왔다.

공인인증서가 폐지돼도 기존에 쓰던 공인인증서는 계속해서 사용할 수 있다. 공인인증서가 ‘공인’이라는 지위를 버리고 공인인증이라는 표현이 전자서명으로 바뀌면서 ‘사실’ 인증서와 같은 취급을 받게 되는 셈이다.

다만 업계는 공인인증서가 향후 기

술력과 편의성을 무기로 내건 사설 전자서명에 밀려날 가능성이 높다고 예측하고 있다. 2018년 정보보호산업 실태조사에 따르면 전자인증서 시장 규모는 660억원에 달해 많은 업체들이 시장에 뛰어들 것으로 예상되기 때문이다.

현재 주목받는 전자인증은 카카오의 ‘카카오페이 인증’, 이동통신사의 본인인증 앱 ‘패스’, 은행권에서 쓰이는 ‘뱅크사인’이다. 이들 전자서명은 5년 전 공인인증서 의무사용이 폐지되면서 등장했다.

2017년 6월 처음 나온 카카오페이는

만 3년이 안 된 이달 초에 사용자 100만명을 돌파했고, 도입 기관 수는 100곳을 넘었다. 블록체인 기술을 적용해 보안성이 높고 인증 절차가 카카오톡에서 이뤄져 편리성이 높다.

이동통신 3사와 핀테크보안 기업 아톤이 만든 패스는 2019년 4월 서비스를 시작해 지난 2월 기준 약 2800만명이 사용 중이다. 패스는 앱 실행 후 6자리 핀 번호 또는 생체인증으로 1분 내 바로 전자서명이 가능하다는 편리함을 장점으로 내세우고 있다.

은행연합회와 회원사들이 2018년 8월 출시한 뱅크사인은 한 번 발급하면 여러 은행에서 사용할 수 있다는 점을 내세워 사용자를 늘려 가고 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@