



[산업]
삼성전자 창립 51주년
지속가능 '100년 기업'
의지 다져
06



Life [라이프] CU '퀵커머스' 강화 온라인 쇼핑몰 잡는다

페트병이 옷으로... 블랙야크, 지속 가능한 '친환경 패션' 열다

살맛나는 세상 이야기

블랙야크

비와이엔블랙야크(이하 블랙야크)는 NICE 기업정보 기준 동일 업종 내 매출액 2위(2019년도)를 기록할 만큼 아웃도어 브랜드계 대표주자다. 하지만 블랙야크는 이에 안주하지 않고 지속 가능한 환경 보존을 위한 행동 변화를 이끌어내며 관련 기업들을 선도하고 있다.

블랙야크는 'We are ALL-IN'이라는 슬로건 아래 자연이 주는 가치를 통한 아웃도어 라이프스타일을 활성화하며 국가-지역사회-기업-소비자가 하나로 연결되는 지속 가능한 자원순환생태계 구축을 위한 동참을 업계 내에 촉구하고 있다.

블랙야크 관계자는 2일 "비즈니스를 통한 이익 추구만으로는 더이상 환경과 사업 모두의 지속 가능성을 보장할 수 없다"며 "지속 가능성의 실천이 기업의 장기적인 성장을 위해 필수적인 요소임을 인식하고 소비자 맞춤형 생산, 스마트웨어, 친환경 제품 등 미래 지향적인 소재, 생산, 공정을 위한 연구와 투자를 이어갈 것"이라고 포부를 밝혔다.

◆아웃도어, 라이프스타일로 확장·활성화

지난 5월, 블랙야크는 SM그룹의 화학섬유 제조기업인 티케이케미칼과 업무 협약을 체결했다. 국내 기술 페트병 자원 순환 모델 구축해 재생섬유 수입 의존도 감소시켜 아웃도어의 기능이 더해진 의류, 신발, 용품 등을 생산하며 지속 가능한 고부가가치 산업의 원동력을 만들어가기 위해서다. 티케이케미칼이 수입산 rPET(알피이티)를 사용하는 타업체와 달리 국내에서 유일하게 분리 배출된 폐페트병을 활용, 의류용에 적합한 'K-rPET 재생섬유' 양산 체계를 보유하고 있기 때문이다. 이로 인해 블랙야크는 티케이케미칼과 손을 잡고 아웃도어의 기능이 더해진 의류, 신발, 용품 등을 개발하고 생산·판매할 계획이다.

지난 8월에는 국내 최초로 한국에서 사용된 일회용 페트병의 재생섬유로 만들어진 친환경 티셔츠 'BAC두타2티셔츠'를 블랙야크, 나우를 거쳐 출시했다.

이 티셔츠는 올해 초 구성된 '뉴라이프텍스' TF팀을 주축으로 수거부터 재생섬유 추출, 최종 제품 생산, 판매까지 국내에서 버려지는 페트병의 자원 순환 모델을 구축해 만든 성과로, 'K-rPET 재생섬유'에 옥수수 원료의 친환경 소재인 소로나 코튼 라이크 및 기능성 인건 원단 등 블랙야크만의 기능을 더해 제작됐다. 블랙야크 측은 2021년부터 이같은 친환경 제품의 종류를 티셔츠, 팬츠, 플리스, 아우터까지 확대해 나간다는 목표다.

◆지역과 상생 위한 자원순환생태계 구축

블랙야크는 8월에 강원도와 페트병 재활용과 수요 확대를 위한 업무 협약도 체결한 바 있다. 도와 함께 이물질 등으로 인한 낮은 비율의 폐페트병 재활용 문제 해결과 고품질 페트병 수거를 위한 수거 방식 개선 및 선별시설 확충 등을 논의한 것이다. 한 발 더 나아가 그다음달인 9월에는 '투명 페트병 분리 배출 시범사업'을 진행중인 환경부, 강릉시, 삼척시와 다자간 업무 협약을



'클린 마운틴 365' 캠페인 참가자가 블랙야크의 K-rPET 재생 섬유 티셔츠를 착용했다.



블랙야크 BAC 팝업스토어에서 커스터마이징 서비스 'Made BY Me'를 체험하고 있는 소비자.



지난 8월 '정선포럼 2020'에서 발표하고 있는 강태선 블랙야크 회장.

버려지는 페트병 활용해 의류 생산 수거·판매까지 국내 순환모델 구축 강원도와 페트병 재활용 업무협약

산행 도전단들과 친환경 캠페인 환경 포럼서 친환경 경영 목소리 UN 지속가능 최우수기업 선정도

맺으면서 국내에서 사용된 페트병 자원 순환 체계 확립에 적극적으로 나섰다.

또 지난달인 10월 중순에는 이틀간 청계산 매장에 '투명 페트병 분리 배출 수거기'를 설치하고 페트병 재활용 첫 걸음이라 할 수 있는 분리 배출의 중요성을 알리는 캠페인을 열었다. 이 자리에서 청계산을 방문한 일반 시민을 대상으로 생수를 나눠주고 다마신 병의 라벨을 떼는 분리 배출의 필요성을 설명하며 지역민의 참여를 유도했다. 해당 수거기는 블랙야크 청계산점, 우이점 등을 시작으로 주요 거점지역을 순회하며 분리 배출 키워드를 더 많은 사람들에게 알리는 역할을 할 예정이다.

◆소비자와 함께하는 친환경 캠페인

국내 최대 규모의 산행커뮤니티 '블랙야크 알파인 클럽(BAC)'은 '클린 마운틴 365', '헤비어 백팩' 등의 캠페인을 전개하며 약 19만 명의 도전단들과 경험한 자연을

다음 세대에게 물려주기 위한 행동 전파를 추진하고 있다. 국내를 넘어 해외에서는 매년 '블랙야크 황사월드 쿠부치사막 생태원 조성 프로젝트', 네팔 히말라야 환경 정화 활동 '클린 히말라야 트레킹' 등 다양한 사회적 문제를 함께 고민하고 반영하는 선순환 구조의 사회공헌활동을 실현 중이다.

여기에 지구 환경을 위한 대규모 글로벌 포럼인 '정선포럼 2020'에서는 기후 위기와 글로벌 팬데믹으로 인해 변화의 기로에 선 현대에 지속 가능하고 친환경적인 경영의 필요성에 대한 메시지를 전달하며 모든 산업계에 행동 변화 목소리를 냈기도 했다.

뿐만 아니라 소비자가 스스로 맨투맨 디자인을 선택하고 원하는 문구 등을 넣을 수 있는 커스터마이징 서비스 'Made BY Me'에 도입했다. 소비자 맞춤형 선주문 방식으로 불필요한 잉여 재고 생산을 줄이고 제작 공정 과정에서 발생하는 탄소 등을 줄이기 위함이다.

블랙야크는 패션업계 최초로 유엔경제사회이사회특별협의지위기구인 UN SDGs 협회에서 발표한 '2020 UN 지속가능개발목표경영 지수'에서 패션업계 최초로 2년 연속 국내 최우수 그룹에 이름을 올렸다. 작년에 이어 최우수 그룹 내 최상위 기업으로 등재돼 대표적인 지속가능경영 기업으로 자리매김하고 있다. /원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

K-rPET 티셔츠 제작 공정

