

버려지는 현수막으로 가방 제작... 친환경 앞장서는 기업들

행사 현수막 소각, 환경 문제 야기
CU, '업사이클링 프로세스' 도입
롯데마트, 일회용 종이 전단지 중단

유통기업들이 마케팅에 사용하는 홍보물에 대해 환경을 위한 다양한 시도를 이어가고 있다.

CU는 24일 온실가스 감축과 친환경 생활 실천을 위해 행사에 사용되고 버려지는 현수막을 활용해 새 상품을 제작하는 업사이클링 프로세스를 시범 도입한다고 밝혔다.

편의점 업계는 5대 행사로 꼽는 설, 추석, 밸런타인데이, 화이트데이, 빼빼로데이 마다 홍보를 위한 현수막을 제작해 각 점포에 배부하고 있다. 해당 현수막은 화학 염료 때문에 재활용이 어려워 행사 종료 후 폐기돼 그대로 소각됐다.



CU가 빼빼로데이 당시 이용하고 폐기한 현수막을 이용해 제작한 미니백의 모습. /BGF리테일

CU는 앞으로 현수막으로 인한 자원 소모 문제 해결을 위해 업사이클링 전문 기업 큐클리프와 함께 행사 현수막을 수거해 미니백, 토트백 등으로 만

드는 한편, 제작 단계에서부터 페페트 병에서 뽑은 재활용 섬유 '리젠(regen)' 원단으로 현수막을 만들기로 했다.

업사이클링 프로세스의 효용성 확인을 위해 CU는 지난해 빼빼로데이에 서울지역 100여 곳 점포에 리젠 현수막을 배부한 후 회수해 업사이클링을 시도했다. 첫 시범 작품은 미니백과 토트백이었다.

한윤범 BGF리테일 경영기획팀장은 "쉽게 버려지고 있는 자원들을 재활용하기 위한 방법을 고민하다 폐현수막이 나무로 재탄생하는 자원순환 프로세스를 고안했다"며 "앞으로도 CU는 전국 최대 네트워크를 활용한 지속 가능한 색채영을 실천하며 업계를 이끌어가는 ESG 선도 기업이 되기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

롯데마트는 지난 10일부터 일회용 종

이 전단지 제작을 완전히 중단했다. 대형마트에서 종이 전단은 매주 행사를 지역 주민들에게 알리는 가장 중요한 홍보수단으로 여겨지지만, 쇼핑 시 한번 보고 버려지는 것은 물론 배부되지 못한 남은 전단은 전량 폐기돼 자원 낭비를 야기했다.

롯데마트는 종이 전단 제작을 완전히 중단하고 모바일 전단을 통해 행사 소식을 알리기로 했다. 모바일 전단은 롯데마트의 오프라인 전용 어플리케이션인 '롯데마트GO' 또는 매장 내 고지된 QR코드를 스캔해 확인할 수 있으며, 매주 목요일 오전 9시에 해당 주차의 새로운 소식과 행사 내용이 업로드된다.

업계 관계자는 "과거 당연하게 여겼던 홍보수단들에 대해 업계 전반이 되돌아보는 분위기"라고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

디지털전략팀 등 신설... 소진공 '조직개편'

5본부 1연구센터 22실 25팀 전환
기업가형 소상공인 육성 등 지원

소상공인시장진흥공단이 정부정책 이행과 소상공인·전통시장 지원을 위해 지난 20일 조직을 개편했다.

소진공은 소비촉진 개최 지원, 기업가형 소상공인 육성과 디지털전환 지원 가속화, 소상공인 채무부담 완화 등 업무 수행을 위해 팀을 구성했다고 25일 밝혔다.

소진공은 공공기관 혁신가이드에 따른 조직 효율화 측면에서 부서 신설이 아닌 팀으로 편성했다. 기존 5본부

1연구센터 22실 20팀 구성에서 5본부 1연구센터 22실 25팀 체제로 변경됐다.

신설한 팀은 대규모 소상공인 판촉행사 및 해외판로 확대 등을 담당하는 성장지원실 판촉촉진팀, 정부의 청년정책 이행을 선도하기 위한 창업지원실 청년창업팀이다.

또 새출발기금 지원 등 소상공인 채무부담 완화를 위한 금융관리실 채무조정팀, 소상공인·전통시장 디지털화 수준별 전략 수립을 위한 디지털지원실 디지털전략팀, 정책통합홍보 강화를 위한 홍보팀이다.

소진공은 시장상권본부 내 업무조정을 통해 지역상권의 글로벌 대표상권으로 전환 등 상권활성화 집중지원에 나선다. 상권육성실을 지역상권실로 개편해 지역상권 회복, 동네상권발전소 지원 등 상권활성화 업무의 범위를 확대하고 전문성도 강화한다.

조직 재정비에 따른 인사발령도 2월 1일부로 시행된다. 소진공은 현장 중심 조직운영과 대외협력 강화 등 고객 우선 행정을 지속 추진하기 위해 전략적으로 조직과 인사를 운영해 나갈 방침이다.

/김승호 기자 bada@



한라시멘트 신입사원들이 교육을 받고 있다.

/한라시멘트

한라시멘트, 신입사원 공채 규모 확대

교육 프로그램도 다채롭게 구성

한라시멘트가 대외적 사업 환경 약화에도 불구하고 청년 고용 창출을 촉진하고 미래 성장동력 확보를 위해 신입사원 공채 규모를 확대했다.

한라시멘트는 통상적으로 결원에 맞춰 한자리에 그쳤던 신규 채용 인원을 지난해 말 14명으로 늘렸다고 25일 밝혔다.

아울러 입사와 함께 진행하는 신규 입사자 입문 교육인 인덕션(Induction) 프로그램도 예년보다 확대해 더욱

다채롭게 구성할 계획이다.

우선 2월6일부터 3주간 일정으로 이뤄질 인덕션 프로그램은 ▲회사 및 시스템 교육 ▲주요 제조현장 답사 ▲팀별 미션 발표 ▲문화 체험 등으로 전국 주요 현장을 오가며 진행한다.

내년부터는 모회사인 아세아시멘트와 신규 입사자 교육을 공동으로 진행할 계획이다. 유사한 사업을 영위하는 양사의 공채 입사자들이 함께 교육받는 시스템을 구축해 직원들 간 네트워크를 강화하고 시너지를 창출하기 위해서다.

/김승호 기자

정부 협업 국내 최대 '창업경진대회' 개최

도전! K-스타트업... 11개 부처 협업

중소벤처기업부 등 11개 부처가 협업하는 국내 최대 규모의 범부처 창업경진대회인 '도전! K-스타트업 2023'이 올해에도 열린다.

25일 중기부에 따르면 도전! K-스타트업은 2016년 중기부, 교육부, 과학기술정보통신부, 국방부 등 4개 부처 협업으로 시작한 이후 협업부처 및 예선리가 점진적으로 확대되고 있다.

매년 평균 5000팀 이상이 참가하는 등 유망 (예비)창업자들이 혁신적인 창업아이템을 선보이는 국내 최대 규모의 창업경진대회로 자리매김하고 있다.

올해 도전! K-스타트업은 26일 통합공고를 시작으로 8월까지 부처별 예선리그를 진행한다. 이후 예선리그를 통과한 창업자들(200개팀)이 경쟁하는 통합본선을 거쳐 왕중왕전에 진출할 30개팀을 가린다.

10월엔 최종 무대인 왕중왕전을 개최한다. 이때 올해 최고의 창업기업 10개사와 예비창업자 10개팀을 선정하는 것으로 9개월간의 '도전! K-스타트업

2023'의 대장정이 마무리된다. 왕중왕전에서는 총 상금 15억원(팀당 최대 3억원), 대통령상·국무총리상 등을 시상한다.

올해는 지난해 대회에 비해 참가 자격이 강화되고 예선 리그를 확대·운영한다.

대회 참가자격은 참가자간 형평성과 성장가능성이 높은 유망 창업기업 발굴이라는 대회 취지를 적극 반영했다. 업력 7년 이내의 창업기업에서 업력 3년 이내의 초기 창업기업(예비창업자 포함)으로 업력 기준을 강화했다. 투자유치 실적도 기존 누적 50억원 이내에서 누적 30억원 이내로 제한했다.

종전 10개 리그였던 예선리그는 11개로 늘어난다. 공공연구성과기반 기술창업 활성화를 위해 과기정통부 주관의 연구자 리그를 신설·운영한다.

또 교육부 주관의 학생리그 내에 유학생 트랙이 운영된다. 이는 중기부에서 지난해 9월 발표한 'K-스타트업 글로벌 진출 전략'의 후속조치다. 외국인 유학생의 국내 창업을 촉진하기 위해 신설했다.

/김승호 기자

홈쇼핑 '쇼핑하고 명품백 받으세요'

홈쇼핑이 경품 행사를 통해 10명에게 명품백을 증정한다.

홈쇼핑은 오는 2월5일까지 명품백 경품 행사를 진행한다고 25일 밝혔다.

추첨 대상은 행사 기간 내 TV, 모바일 등 홈쇼핑 전 채널에서 상품을 구매하고 고객이다. 상품 구입 및 결제 완료 시 자동으로 응모되며 당첨자 발표는 2월16일이다.

제공 예정 경품은 구찌 미니 버킷백으로 2019년 프리폴 컬렉션에서 선보였던 구찌의 대표적인 인기 아이템이다. 특히 복주머니를 떠올리게 하는 외관이 이채롭다.

홈쇼핑 관계자는 "명절 연휴가 끝난 이후에도 고객님들의 복받는 쇼핑이 계속되기를 기원한다"며 "홈쇼핑은 해당 경품행사 기간 동안 다이어트, 건강식품, 졸업·입학 시즌 선물용 노트북 등 다양한 라인업을 통해 2023년 쇼핑 체험을 더욱 풍요롭게 만들기 위해 노력하고 있다"고 말했다.

/김승호 기자

청호나이스 '2개 필터 탑재' 강력한 공청기 출시

'저스트에어', 66㎡ 공간에 적합

청호나이스가 2개의 필터시스템을 제품 양쪽에 탑재해 더욱 강력하게 흡입하고 빠르게 청정하는 공기청정기 '저스트에어' (사진)를 출시했다.

25일 청호나이스에 따르면 '저스트에어'는 66㎡(약 20평형) 제품으로 가정이나 소규모 사업장에서 사용하기 적합하다.

프리필터와 복합필터(집진필터+탈취필터)가 적용된 3단계 필터시스템이 제품 양쪽 흡입구에 각각 탑재돼 오염된 공기를 효율적으로 청정하는 더블필터시스템이 특징이다. 청정방식 역시 2개의 흡입구로 설계돼 실내에 퍼져있는 오염물질을 빠르게 흡입하고 신선한 공



기를 상단의 토출부로 넓게 내뿜어 실내 공기를 신속하게 정화시켜준다.

'저스트에어'는 듀얼센서를 적용해 실내 공기질을 3단계의 색상변화(좋음·나쁨·매우나쁨, 블루·오렌지·레드)로 표시해 실내먼지 상태와 가스오염도를 한눈에 확인할 수 있다. 미세먼지 농도를 수치화시켜 사용자에게 실시간 알려 줌으로써 실내 공기질에 대한 정확한 정보도 제공한다.

/김승호 기자