

플라스틱 줄이기 아이디어 ‘속속’... 기후위기 극복 앞장

플라스틱 줄이는 편의점

편의점이 기후 위기 극복을 위해 플라스틱 폐기물 감축과 재활용에 팔을 걷어붙였다.

편의점은 간단한 음식료품과 생활용품 등을 판매하는 만큼, 일상 속 폐기물 감축을 위한 첨단에 있다. 다양한 시도가 이어지면서 편의점 업계는 어느새 전에 없던 새로운 아이디어와 노력의 결과물들이 쏟아지고 있다.

21일 관련업계에 따르면 세븐일레븐은 페플라스틱 분해 기술을 보유한 스타트업 테라블록과 함께 물류센터 내 페플라스틱 재활용 사업을 전개한다.

테라블록은 고분자로 중합되어 있는 PET를 중합 이전 원료인 TPA(테레프탈산)와 EG(에틸렌글리콜)로 다시 되돌리는 ‘해중합’ 기술을 보유하고 있다. 해중합 기술을 활용하면 유색이나 혼합물이 있는 PET도 재활용할 수 있어 페플라스틱의 재활용율을 크게 높일 수 있다.

뿐만 아니라 저온 상태에서 반응시간이 짧고 금속 촉매를 사용하지 않아 기존 해중합 기술 보다 온실가스를 90%



서울 강남구 GS25 강남점에서 직원이 빨대가 필요 없는 얼음컵을 살피는 모습. 일회용 플라스틱 얼음컵은 각사에서 가장 많이 팔리는 상품 1,2위를 기록하는 대표 상품 중 하나다. /뉴스1

세븐일레븐 테라블록과 맞손
해중합 기술로 재활용율 확대
연간 80톤 신규 플라스틱 감소

CU ‘마시는 뚜껑 컵얼음’ 개발
전국에 도입... 연간 200톤 절감

GS25 한국환경공단과 협약
점포 폐전자제품 재활용업체 인계

감소시킬 수 있는 특징이 있다. 해중합 처리된 재생원료인 TPA는 99% 순도를 자랑하며 재활용률도 97%에 이른다.

세븐일레븐은 인천 물류센터에서 발생하는 페플라스틱부터 테라블록을 통해 재활용화하고 점차 전체 물류센터로 넓혀갈 방침이다. 테라블록이 세븐일레븐의 전 물류센터에서 발생한 페플라스틱을 수거하여 재활용화할 경우 연간 약 80톤의 신규 플라스틱 사용량을 줄

일 수 있을 것으로 세븐일레븐측은 내다봤다.

세븐일레븐은 지난달 플라스틱 얼음컵 레귤러 사이즈를 자체 개발한 친환경 종이얼음컵으로 전면 교체하면서 사업 전방위에서 플라스틱 폐기물 감축을 위해 노력 중이다.

CU도 이달 ‘마시는 뚜껑 컵얼음’을 전국 점포로 확대했다. 지난해 수도권 점포를 중심으로 시범 도입한 데 이어 결정이다.

컵얼음은 한해 2억개 가까이 판매되며 최대 판매 상품 1, 2위를 다툰다. 그러나 내용물인 얼음을 위생적이고 안전하게 보존하면서 빨대를 없애는 데에는 많은 어려움이 있었다.

CU는 이 점을 해결하기 위해 2021년 8월부터 시제품 개발과 수백번에 걸친 누수 테스트를 진행했고, 빨대는 필요 없으면서 내용물을 보존할 수 있는 용기를 개발하는 데 성공했다.

뚜껑 가장자리를 주름 모양으로 가공하는 리밍 공정을 강화해 음료를 기울였을 때 컵과 뚜껑의 이음새에서 음료가 새는 것을 방지했으며 입과 직접 닿는 부분인 ‘캡’ 부분이 깨지지 않도록

경도와 복원력을 강화하며 상품의 안정성도 높였다.

CU는 이번 빨대 없는 컵얼음 도입을 통해 1g 무게의 플라스틱 빨대 이용을 줄여 연간 200톤에 달하는 플라스틱 절감 효과를 거둘 것으로 기대하고 있다.

GS25는 지난달 자원 선순환 구조 마련을 위해 E-순환거버넌스, 한국환경공단과 업무협약을 체결했다. 업무협약을 통해 양사는 ▲폐기 전자제품 회수 및 재활용 체계 확립 ▲유해물질의 안전한 처리 및 친환경적 재활용 ▲자원 선순환 구조 시너지 창출 등의 내용을 주요 골자로 한 상호 협력관계를 구축하기로 했다. E-순환 거버넌스는 환경 부로부터 인가받아 전기·전자제품을 회수 및 재활용 의무를 이행하는 비영리 공익 법인이다.

GS25는 앞으로 1만 6000여 점포에서 오래 사용해 폐기해야 하는 전자제품(쇼케이스, 온장고, 전자레인지 등)이 나오면 이를 E-순환거버넌스로 인계한다. 수거한 폐전자제품은 재활용 처리 업체로 인계돼 친환경적으로 폐기되거나 재활용 될 예정이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

작년 ‘테라’ 판매량 역대급... 10억병 돌파

하이트진로, 전년대비 11% 증가
음식점·술집 판매량 33% 급상승

출시 4주년을 맞이한 ‘청정라거-테라’가 지난해 역대급 판매량을 기록하며 존재감을 과시했다.

하이트진로는 국내 맥주 시장에서 대표 브랜드로 성장한 ‘테라’가 지난해 연간 판매량 10억병을 돌파, 전년 대비 약 11% 증가하며 최대 판매를 기록했다고 21일 밝혔다.

‘테라’는 코로나19로 인한 펜데믹을 겪으면서도 출시 이후 연평균 23% 성장률을 기록하고 있다. 2019년 출시 해 2022년 판매량이 약 86% 증가하며 급성장했다.

지난해 하반기 엔데믹을 맞이하여 하이트진로는 ‘테라 리-봄업’ 활동을 통해 소비자 접점에서 다양한 프로모션과 공격적인 마케팅 활동을 전개해 최대 판매량을 기록한 것으로 보인다.

지난 한 해 일반 음식점, 술집 등 유흥 채널 전체 판매는 전년대비 약 33% 증가하며 최대 판매를 견인했다. 유흥 시장의 판매량이 전 부문 성장한 가운데, 특히 펍과 클럽 등에서 주로 마시는 소병 판매량이 전년 대비 약 85% 증가했으며 치킨·호프집, 각종 행사 등에서 즐겨 마시는 생맥주 역시 약 54% 증가한 것이 눈에 띈다.

대형마트 등의 가정 채널은 출시 후 연평균 성장률 26%로 홈술 트렌드와 함

께 꾸준한 성장을 보였다. 하이트진로는 지난해 새로운 용량(400ml/463ml)의 캔 맥주 제품과 1.9리터 대용량 페트를 출시해 소비자들의 선택폭을 확대, 새로운 성장동력으로 발판을 마련했다.

하이트진로는 향후 이종업계 간 브랜드 콜라보레이션과 한정판 제품, 그리고 스푼너, 쏘맥타워와 같은 혁신적인 굿즈 상품 개발 및 활용을 통해 지속적으로 소비자에게 새로운 경험을 제공할 것이라는 계획이다. 또한 최근 테라의 원재료(전분)가 ‘NON-GMO PROJECT(유전자 변형 없는 식품)’ 인증을 획득하며 제품의 핵심 콘셉트인 ‘청정 본질’을 더욱 강화하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

갤러리아百, 디올 봄·여름 컬렉션 단독팝업

압구정 명품관서 내달 20일까지 운영
팬츠·코트·가방·액세서리 등 선보여

갤러리아백화점이 다음달 20일까지 압구정 명품관에서 명품 브랜드 디올의 봄·여름 2023 컬렉션 팝업스토어를 운영한다. 디올 크리에이티브 디렉터인 ‘마리아 그라치아 치우리’가 자연에서 얻은 영감을 기반으로 꾸렸다.

디올은 올해 2023 S/S 컬렉션에서 겨울 정원의 몽환적인 분위기와 식물의 생명력에서 영감을 받아 제작한 ▲드레스 ▲팬츠 ▲코트 ▲가방 및 액세서리 등을 선보였다.

이번 갤러리아 팝업 스토어에서는 ▲레이디 디라이트 미니 ▲디올 북토티



갤러리아 명품관에 세워진 명품 브랜드 디올의 2023 S/S 컬렉션 팝업스토어. /갤러리아

라지 ▲새들 미디엄 등을 갤러리아 단독 상품으로 만나볼 수 있다.

갤러리아 선공개 상품으로 마이크로가나슈 재킷과 유니언 드레스, 유니언 쇼츠 등도 전시한다. /김서현 기자

맥도날드 ‘워킹홀리데이 in 제주’ 직원 선발

총 12명... 항공원·숙박비 등 지원

한국맥도날드는 ‘맥도날드 워킹홀리데이 in 제주’ 프로그램에 참여할 직원들을 선발한다고 21일 밝혔다.

맥도날드 워킹홀리데이는 새로운 지역의 맥도날드 매장에서 근무하며 다양한 경험을 쌓을 수 있도록 지원하는 한국맥도날드만의 특별한 프로그램이다. 이번 제주도를 시작으로 국내외 다양한 지역에서도 진행될 계획이며, 매장 직원들에게 색다른 경험과 현장 전문가로서의 성장 기회를 제공한다는 방침이다.

이번 ‘맥도날드 워킹홀리데이 in 제주’ 프로그램의 선발 인원은 총 12명으로, 오는 7월부터 약 5주간 제주도의 맥



도날드매장에서 근무할 기회를 얻게 된다. 맥도날드는 선발 인원들에게 워킹홀리데이 기간 동안 왕복 항공권과 근무지 인근에 숙박 및 활동비 등을 지원할 예정이며 배낭, 기념 티셔츠, 모자, 짐벌 등으로 구성된 제주 워킹 홀리데이 기념 선물 세트도 전달할 예정이다. 근무 시간에 따른 급여는 기존과 동일한 기준으로 적용된다.

/신원선 기자

인터파크, 베이징·계림 등 中 여행패키지 판매 재개

21일 인터파크가 베이징, 상하이, 장가계, 계림, 황산, 청도, 텐진 등 중국 인기 여행지의 패키지 상품 판매를 재개했다.

3년 여만에 중국이 외국인 관광객 자 발급을 재개함에 따라 인터파크 또한 중국 여행 사업을 본격적으로 개시한다.

인터파크는 그동안 중국팀 전담 인력을 확충해 상품 출시를 준비해 왔다. 국적 항공사 좌석, VIP 리무진 버스, 최상급 호텔, 전문 가이드 동반, 미식, 자유일정 등과 결합해 실속 있게 라인업했다.

특히 고객이 중국에서 안전하고 편안한 여행을 할 수 있도록 현지 점검에 만전을 기했다. /김서현 기자

CJ제일제당, 냉동 ‘비비고 본갈비탕’ 출시

CJ더마켓서 내달 9일까지 기획전

CJ제일제당 비비고 국물요리가 전문점 수준의 맛과 품질을 갖춘 냉동 제품 라인업을 확대한다.

CJ제일제당은 신제품 ‘비비고 본갈비탕’을 출시한다고 21일 밝혔다. 이번 신제품은 주로 구이용으로 사용되는 본갈비 부위를 엄선해 두툼한 살코기가 많은 것이 특징이다. 본갈비는 13대의 갈비탕 중 1번에서 5번까지의 갈비를 칭하는데, 육즙과 육향이 풍부하고 식감이 부드럽다. 갈비는 LA갈비 형태로 썰어내 뼈를 발라먹기 편하도록 했다.

비비고만의 ‘육수추출’ 기술을 토대로 국물에도 정성을 쏟았다. 능이, 표고버섯, 나뭇잎, 양파, 마늘, 대파 등 6가지 야채와 버섯을 직접 우려냈고, 갈비

의 지방을 일일이 제거해 깔끔하고 담백한 맛을 살렸다. 펄펄 끓인 국물을 그대로 냉동해 맛집에서 갓 끓여낸 신선한 풍미를 구현했다.

신제품 출시를 기념해 공식몰 CJ더마켓에서 다음달 9일까지 기획전을 진행한다. 3월 27일까지 사전예약 기간 동안 단품은 15%, 3개 묶음은 20% 할인된 가격으로 구매할 수 있다. ‘비비고 본갈비탕’ 포함 2만원 이상 구매할 경우 추첨을 통해 80만원 상당의 메디큐브 에이지알 물광테라피 2종을 총 3명에게 증정한다. 제품 리뷰 이벤트도 진행한다.

한편, 국내 국물요리 시장은 지난해 약 5900억원 규모(삼온·냉장·냉동을 모두 합친 수치, CJ제일제당 추산)로 추정된다. /신원선 기자