

요즘 트렌드는 ‘플로깅’... ‘업사이클’ 제품으로 발 맞춘다

〈조깅·산책하며 쓰레기 줍는 행위〉

기후위기가 만든 새로운 흐름

이상 기후와 자연재해 발생이 빈번해지면서 기후위기에 대한 경각심이 고조되고 있다. 이에 자연스럽게 환경을 생각하는 지속가능한 라이프스타일이 새로운 트렌드로 자리잡기 시작했다. 이제는 주변에서 제로웨이스트 가게들을 쉽게 찾을 수 있으며 취미생활을 즐기는 동시에 환경을 챙기는 모습들도 자주 볼 수 있다. 조깅 혹은 산책을 하며 쓰레기를 줍는 플로깅과 프리다이빙을 즐기며 수중에서 쓰레기를 줍는 플로빙 등을 예로 들 수 있다.

이렇듯 기후위기는 새로운 흐름을 만들고 있다. 유통업계에서도 친환경 가치 소비를 중시하는 MZ세대를 겨냥해 지속가능한 제품과 서비스를 선보이고 있다.

패션업계는 친환경 소재를 활용한 의류를 선보이거나 재활용 가능한 소재에 디자인과 활용성을 더한 ‘업사이클’ 제품을 내놓고 있다.

가장 대표적인 곳이 미국의 아웃도어 브랜드 ‘파타고니아’다. 파타고니아는 친환경적이고 윤리적인 소비를 앞세운 브랜드로 지속 가능성과 환경 보호를 위해 100% 재활용 소재를 택하고 있으며, 생산 방식 또한 탄소 배출량을 최소화하기 위한 노력을 이어오고 있다.

고품질의 친환경·재활용 소재를 사용하다 보니 기성 아웃도어 제품보다 가격이 비싼 편이지만, 윤리적 소비를 지향하는 소비자들이 늘면서 매출도 증가했다.

F&F가 운영하는 패션 브랜드 디스커버리 익스페디션은 지난해 제주 해안가에 버려진 폐플라스틱을 원료로 한 ‘제주 리사이클 에디션’ 티셔츠를 출시



제주 이호테우해변에서 플로깅을 진행하고 있는 글래드 호텔, 르무통 임직원 모습



/글래드호텔

파타고니아 100% 재활용 소재 생산서 탄소배출량 최소화 노력

디스커버리 해안 폐플라스틱 원료 제주 리사이클 에디션 티셔츠 출시

르캐시미어 동물 친화적 생산 레코드 폐작업복 재탄생 시켜

아모레퍼시픽·아로마티카 공병 재활용 환경 캠페인 지속



아로마티카 제로스테이션에서 환경 교육 및 리필스테이션 체험 중인 고객의 모습. /아로마티카



르캐시미어가 23F/W 시즌 테마 ‘순환’을 의미하는 브랜드 심볼을 재해석한 캠페인 화보를 공개했다. /코오롱FnC

했다. 티셔츠 제작에 사용된 폐플라스틱은 총 2t으로 자원이 일회성으로 소모되지 않고 의류로 재탄생하는 자원순환의 의미를 담았다. 또 의류 재고를 소각하지 않고 리사이클 가루로 만드는 프로젝트는 2022년부터 진행해오고 있다.

코오롱인더스트리FnC부문이 전개하는 ‘르캐시미어’는 지난해 봄·여름 컬렉션부터 지속가능한 소재를 확대 적용했다. 르캐시미어는 2014년 론칭 이후 지금까지 자연스럽게 빠진 염소털을 수거해 캐시미어 원사를 만드는 동물 친화

적 생산 공정을 유지하고 있다. 또 다른 브랜드 ‘레코드’에서는 KT와 손잡고, 폐작업복을카드지갑·슬리퍼·키링·티셔츠 등으로 재탄생 시키기도 했다.

용기 수거 캠페인을 진행하는 뷰티 기업도 있다. 아모레퍼시픽은 2009년부터 화장품 용기 등 공병 재활용 캠페인을 펼쳐오고 있다.

아모레퍼시픽이 2009년부터 2023년까지 백화점, 마트, 아리따움 등의 매장에서 수거한 공병은 총 2473t에 달한다. 불필요한 플라스틱 사용 절감, 재활

용성 향상, 용기 재이용 및 회수를 통한 플라스틱 순환도 추진 중이다.

아로마티카는 2021년부터 ‘용기 재사용’과 ‘용기 재활용’을 위한 환경 캠페인을 지속해오고 있다. 용기 재사용 문화 확산을 위해 리필팩과 리필스테이션을 운영하고 제로웨이스트숍과 호텔, 리조트에 대용량 벌크 제품을 공급하며 지난해 상반기 기준 누적 플라스틱 약 38t을 감축했다. 또 리필 파우치를 별도로 판매하며 대대적으로 리필 화장품의 대중화를 꾀하고 있다.

MZ 소비자들이 단순 가격을 넘어 기업의 철학 등을 최종 구매 결정에 중요한 요소로 삼고 있다보니, 친환경 브랜드들이 주목받을 것으로 예상된다.

업계 관계자는 “이상 기후 현상과 환경 문제가 부각될수록 소비자들은 기후 감수성에 민감해질 것으로 보인다”며 “다만 친환경을 위한 선택이라는 이유로 소비자들에게 고비용의 책임이 전가되지 않도록 기업들은 주의해야 한다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

고양시 공고 제2025-347호 도로구역(변경) 결정 및 사업인정에 관한 주민 등 의견 청취 공고 [지방도358호선(김포~관산간) 도로 건설사업]

- 「파주운정3 택지개발사업 광역교통개선대책」의 일환으로 추진 중인 지방도 358호선 도로개설과 관련하여,
- 「도로법」 제25조에 따라 도로구역결정하기 위해, 「도로법」 제26조 같은 법 시행령 제25조 및 「공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한 법률」 제21조 같은 법 시행령 제11조 규정에 따라 다음과 같이 공고합니다.
- 본 열람공고에 대해 의견이 있으신 분은 열람기간 내 의견서를 열람장소에 제출바랍니다.

2025. 2. 11.
고양시 장

- 가. 도로의 명칭** : 지방도358호선(김포~관산간) 도로 건설사업
- 나. 사업위치**
 - 시 점 : 고양시 일산동구 성석동 산203번지
 - 종 점 : 고양시 일산동구 문봉동 158-19번지
- 다. 사업규모**
 - 연장 5.64km, 폭 20.0 ~ 25.0m(신설구간 : 왕복 4차로, 확장구간 : 왕복 4-6차로, 터널 2개소(1,706m), 교량 7개소(310m)
- 라. 도로구역(변경)결정 사유** : 지방도358호선 도로개설
- 마. 사업시행자** : 고양시장(비관리청 시행자 : 한국토지주택공사)
- 바. 사업기간** : 도로구역결정일 ~ 2033년 12월
- 사. 관계서류의 열람방법 및 열람기간**
 - 열람장소 : 한국토지주택공사 경기북부지역본부(경기도 의정부시 신단로76번길 116), 고양시청 도로정책과(고양시청 제2별관 1층)
 - 열람기간 : 2025. 2. 13. ~ 2025. 2. 28.
- 아. 기타 문의사항은 한국토지주택공사(☎02-6908-9037) 및 고양시 도로정책과(☎031-8075-2855)로 문의하여 주시기 바랍니다.**

위협받는 밥상물가... 스마트팜으로 안정공급 나서

농심 2018년 스마트팜 사업 초석 다져
CJ제일제당 자체 수직농장 솔루션
신세계푸드 스마트팜 농산물 전량 납품
풀무원 군산에 ‘육상 김 R&D 센터’ 조성

기후위기가 밥상을 위협할 정도로 가까이 다가왔다. 기후위기에 따라 수입 원자재 가격이 상승하고 국내에서는 제철 식품 수급에 어려움을 겪으면서 먹거리 확보 경쟁이 치열해지고 있다.

지난해 말까지 지속된 커피와 코코아 가격 급등은 커피 프랜차이즈와 제과업계의 가격 인상으로 이어졌다.

아라비카 원두의 선물가격은 11일 기준 톤(t)당 9458.84달러를 기록하며 최고치를 찍었다. 지난해 동월과 비교해 2배 이상 오른 수준이다. 인스턴트나 저가 커피 원료로 주로 사용되는 커피 로부스터 가격은 t당 5653달러로 연초보다 10.4% 오른 수준이다.

코코아도 지난 수년간 t당 2000달러 수준이었다가 2023년부터 오르기 시작해 지난해 말 역대 최고치를 찍었다.

이러한 원재료 가격 상승으로 커피 프랜차이즈들과 롯데월드와 롯데제과 등 제과 기

업은 가격을 올렸다. 원두와 코코아는 이상 기후로 작황이 문제됐던 만큼 예년 수준을 다시 회복하려면 오랜 시간이 걸릴 것이라는 전망도 나온다.

국내 기업들은 기후 변화에 관계 없이 일정한 생산량을 보장하는 스마트팜 투자에 열을 올리고 있다. 스마트팜은 정보통신기술(ICT)·인공지능(AI)·로봇 등 첨단 기술을 적용한 농업 시스템을 말한다. 농작물 재배 환경을 통제해 안정적인 농산물 공급망을 확보할 수 있다.

농심은 지난 2018년 사내 스타트업을 결성해 스마트팜 사업 초석을 다졌다. 당시 60평 규모 특수작물 연구를 위한 재배시설과 200평의 양산형 모델 스마트팜을 신설했다. 지난 2022년 11월에는 오만에 컨테이너형 스마트팜을 수출하는 첫 성과를 이루기도 했다.

CJ제일제당도 전 세계 농작물 수급 불안이 고조되는 등 스마트팜 수요가 늘자 사업화 추진을 고심 중인 것으로 알려졌다. CJ제일제당은 지난 2022년 디지털 팜CIC를 신설하고 스마트팜 등 차세대 기술 개발에 뛰어들었다. 현재 자체 수직농장 솔루션 등 관련 기술을 확보했으며 추가 기술 개발 등을 진행 중이다. 지난해에는 전북특별자치도와 장수군과 손잡

고 ‘동부권 임대형 수직형 스마트팜’의 민관 협력상생 모델 구축에 나서는 등 스마트팜 관련 사업에 발을 넓히고 있는 모습이다.

신세계푸드는 2021년부터 농가에 스마트팜 설비 구축을 우선 지원하고 이들이 재배한 농산물을 전량 납품받는 방식의 사업을 추진 중이다. 신세계푸드가 운영하는 노브랜드버거에 활용되는 토마토가 대부분 스마트팜을 통해 재배된 것이다.

식물업계는 노지 작물 외에 김 육상 양식에도 경쟁적으로 뛰어들고 있다. 세계적으로 김 수요는 급증하고 있는 반면 기후 변화로 생산량은 감소해 공급 확대를 통한 가격 안정화가 필요한 상황이다.

김 육상 양식은 생산 효율성이 해상 양식 대비 높은 데다 해수는 상승에도 효과적으로 대응할 수 있다는 이점이 있다.

풀무원은 지난해 전북도와 군산시, 개발금 개발청, 한국농어촌공사 등과 새만금 투자협약을 체결하고 군산시 새만금 수산식품 수출 가공 종합단지(향후 5년간 60억원을 투자해 ‘육상 김 연구개발(R&D)센터’를 조성할 계획이다. 센터는 올해 상반기 착공해 육상양식 물김 연구와 마른 김을 가공할 수 있는 생산시설을 구축할 예정이다.

/신원선 기자