

화려함 대신 친환경... 플라스틱·탄소 줄인 설 선물 줄이어

백화점, 명절선물 포장재 전환

신세계 패키지 84% 친환경 개선
롯데 ‘저탄소 한우 선물세트’ 선보
갤러리아 제과과정 탄소 ‘0’ 와인
현대 100% 재생용지 쇼핑백 교체

화려한 포장과 쇼핑백으로 무장했던 백화점 업계가 ‘고급스러움’ 대신 ‘친환경’을 골랐다. 팬데믹을 거치며 고객들의 관심이 빠르게 지속가능한 소비로 향하면서 백화점 업계도 친환경을 실천할 수 있는 다양한 아이디어를 내고 실천에 옮기고 있다.

11일 <메트로경제>의 취재에 따르면 백화점 업계가 다양한 요소에서 환경보존을 위한 실천을 하고 있다.

백화점은 오래 전부터 고급 사치재를 판매하는 유통 채널로서, 고객에게 품격있고 부유한 브랜드 이미지를 구축하기 위해 다양한 시도를 이어왔다. 그 중 대표적인 예가 포장 서비스와 쇼핑백이다. 백화점 업계에서는 품격을 더하고 내구성 등 품질 확보를 위해 고급 코팅지로 바꾸고 명절 선물세트 등 다양한



신세계백화점이 공개한 친환경 포장 박스. 재활용이 쉬운 크라프트지 등을 활용했다. 맨들거리는 코팅이 된 쇼핑백과 상자 등은 실질적인 재활용 효과가 거의 없어 재활용품이 아닌 일반쓰레기로 배출해야 한다.

/신세계

기획 상품에 화려한 포장을 더 했다.

이번 설 백화점 업계는 앞다퉈 친환경 포장재를 친환경 소재로 바꾸는 것은 물론 탄소중립적인 과정을 거친 정육, 과일 선물세트를 공개했다. 지난해 백화점 업계는 친환경 포장이라고 홍보한 후 상자 칸막이와 트레이, 완충재 등을 플라스틱이나 발포합성수지 완충재를 사용해 큰 비판을 받았다. 백화점 업계 관계자는 “이번 명절에는 지난해와 같은 실수가

없도록 최선을 다했다”고 밝혔다.

신세계는 전체 선물세트의 85%를 친환경 패키지로 개선해 제로웨이스트를 노리고 있다.

손영식 신세계백화점 대표는 “친환경 경영은 선택이 아닌 필수 요소로 자리한 만큼 고객이 직접 참여해 환경 문제를 개선해 나갈 수 있는 다양한 콘텐츠를 마련했다”며 “환경뿐만 아니라 사회공헌 활동에도 앞장서며 선구적인 ESG 기업으로 거듭나겠다”고 말했다.

신세계는 지난해 5월 자체 친환경 패키지 기준을 마련했다. ‘플라스틱 제로, 100% 재활용’을 목표로 만든 기준으로 재생소재 사용 여부와 재활용 가능율을 조합해 최우수, 우수, 보통, 미흡, 매우 미흡과 같이 5등급으로 구분한다. 향후 모든 장르에 친환경 패키지를 도입해 ‘제로 웨이스트 백화점’으로 거듭난다는 목표다.

롯데백화점은 이번에 업계 최초로 일반 한우보다 탄소 배출량이 65% 적은 ‘저탄소 한우 선물 세트’를 선보인다. 소를 대표로 하는 육류는 가장 인기있는 명절 선물세트다. 그러나 ‘기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC)’에 따르면 어른 소 한 마리가 1년간 발생시키는 이산화탄소 배출량은 1600kg, 필요로 하는 물은 1만6730㎥에 달한다. 포장에 대해서도 각별히 신경 써 리사이클 소재로 제작한 보랭가방에 넣어 판매하며, 플라스틱 대신 종이 펄프를 사용하고 불필요한 부자재와 장식을 줄인 친환경 포장도 마련했다. 친환경 포장은 축산 선물세트 외 청과, 수산, 견과에까지 적용했다.

갤러리아도 이번 설 친환경·저탄소

인증, 비건 선물세트 등 친환경 트렌드를 반영한 ‘가비소치’ 선물세트를 대거 선보인다. 특히 ‘클린 이팅(Clean Eating) 와인’으로 불리는 친환경 와인세트가 눈길을 끈다. 포도재배부터 양조 과정까지 친환경으로 만든 와인으로 탄소 배출 0% 인증, 동물성 재료 미사용, 오가니 인증 등을 받은 와인들로 구성된 선물 세트다.

현대백화점은 2021년 가장 먼저 외벽 현수막을 재활용한 업사이클 패션 가방을 선보인 후 지난해 2월 기준 고급 용지로 만든 쇼핑백 사용을 중단하고, 100% 재생용지로 제작한 친환경 쇼핑백으로 교체했다. 현대백화점은 친환경 쇼핑백을 통해 기존 쇼핑백 제작에 사용되는 나무 약 1만3200그루(약 2000여톤)를 보호하고, 약 3298톤의 이산화탄소(CO2) 배출을 절감하는 효과가 나타날 것으로 전망했다.

한편, 정부와 지방자치단체는 지난해 설 명절 당시 과대포장을 단속해 총 1만2049개 제품을 단속했지만, 55건만을 적발해 27개 제품에 과태료를 부과했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

11번가 “설 선물, 아마존서 준비하세요”

15일 까지 글로벌스토어 기획전
7% 쿠폰 발급 ‘아마존워크’ 진행

11번가가 15일까지 ‘아마존 글로벌스토어’ 설 선물 기획전을 진행한다.

11번가 MD가 엄선한 특가 상품을 판매하는 ‘설날이라 준비했설’ 행사를 중심으로 ▲센스만점 아마존 명절 기프트 ▲집콕부터 여행까지 연휴를 부탁해 ▲주방 꿀템으로 명절준비 똑딱! 등 기획전으로 설 선물로 추천할만한 해외지구 상품들을 모았다.

계묘년을 겨냥한 상품도 모았다. ‘3D 도자기 토끼 피규어 장식 머그잔’, ‘토끼 모형 스프레드’ 등 토끼와 관련한 상품을 마련했다.



11번가는 설 선물 기획전과 함께 17일까지 ‘아마존워크’도 진행한다. 7% 할인 쿠폰, 5% 할인쿠폰 등을 매일 발급한다.

새해 맞이 아마존 글로벌 스토어 특집 라이브 방송도 실시하며 유럽, 일본 등에서 배송되는 11번가 해외지구 카테고리에서도 오는 15일까지 인기 상품

100여개를 최대 7% 할인 판매한다.

오쏘몰 이윤 드링크, 쏘니서치 영양제, 일리 캡슐커피 등 대표 상품과 유치원 졸업식 꽃다발로 인기인 ‘캐릭터 인형 꽃다발’, 하와이 기념품으로 유명한 ‘베스앤바디웍스 바디로션’ 등을 판매한다.

/김서현 기자

“밀키트 2개 사고 50% 할인 받으세요”

이마트24, 이달 말까지 행사

이마트24는 31일까지 ‘이달의 밀키트’ 할인행사를 진행한다. 이번 행사는 오프라인 매장에서 ‘이달의 밀키트’ 상품을 2개 이상 구매한 고객에게는 50% 할인 혜택을 제공한다.

‘이달의 밀키트’ 상품으로는 ▲소고기 비빔밥 ▲제주흑돼지묵은지찌름 ▲육수가득소불고기전골 ▲대한곰창곰창전골 등 4종의 상품을 선정했다.

더불어 이마트24는 오는 31일까지 모바일앱 내 ‘예약픽업’을 통해 밀키트 상품을 구매한 고객을 대상으로 10명을 추첨해 손금토끼 1돈(3.75g)을 증정한다. 행사 참여 희망 고객은 ‘예약픽업’을 통해 전국 매장에서 밀키트 상품을 수령 후, 모바일앱 이벤트 페이지에서 응모하기 버튼을 클릭하면 된다.



성수동에 위치한 이마트24 매장에서 고객이 밀키트 상품을 살펴보고 있다.

/이마트24

이번 행사는 고물가 시대에 외식을 자제하고 가정에서 끼니를 해결하려는 ‘집밥족’을 잡기 위해 마련됐다. 이마트24는 현재 밀키트 상품을 총 45종 운영해 소비자 선택의 폭을 넓히고 있으며 ‘이달의 밀키트’를 매월 선정하고 각종 프로모션을 진행하는 등 집밥족을 잡기 위한 밀키트 라인업 강화에 힘을 쏟겠다는 방침이다.

/김서현 기자

정관장, 온라인몰 매출 56% 2030세대

KGC인삼공사, 젊은세대 공략 강화

국내 건강기능식품(건기식) 시장 규모가 처음으로 6조원을 돌파한 가운데 온라인 판매 비중도 갈수록 높아지는 것으로 나타났다. 이에 KGC인삼공사가 온라인 채널을 강화해 젊은 세대를 공략한다.

2019년 43.8%였던 온라인 채널 비중은 코로나19가 발생한 2020년 56.9%로 확대된 이후 지난해에는 63.1%를 기록하며 지속적인 성장세를 보이고 있다. 코로나의 영향으로 2030세대의 건강관리가 일상화되며 비대면 쇼핑에 익숙한 2030세대가 온라인을 통해 건기식을 구매하고 있기 때문이다.

공식 온라인몰 ‘정관장몰’도 2030세

대의 매출이 늘고 있다. 2018년 40.5%였던 2030세대의 매출 비중은 매년 상승 곡선을 그리며 2022년 기준 56.2%까지 올라섰다. 2030세대가 중장년층보다 홍삼을 더 많이 찾은 것이다.

정관장의 ‘카카오톡 선물하기’도 인기다. 정관장의 ‘카카오톡 선물하기’는 2016년 서비스 시작 후 연평균 60% 이상의 성장률을 보이고 있다. 지난 한 해만 카카오 기준 약 775억원의 매출을 올리며 전년 대비 26% 성장했다. 이 중 2030세대의 구매 비중은 50%가 넘는다. 판매하는 제품수도 160여종에 달한다.

KGC인삼공사는 다가오는 설 명절을 맞아 오는 25일까지 ‘정관장몰’에서 ‘새해엔 건강을 선물하세요’ 프로모션을 진행한다.

/신원선 기자 tree6834@

파리바게뜨 ‘우리쌀 설 선물세트’ 출시

파리바게뜨가 ‘우리쌀 설 선물세트’를 출시한다고 11일 밝혔다.

이번 제품은 우리 농산물을 활용한 제품을 출시해 농업의 미래성장을 지원하는 SPC그룹 ‘행복상생 프로젝트’의 일환으로 농촌진흥청과 농림축산식품부가 오랜 연구 끝에 개발한 신종종인 가루쌀을 원료로 사용했다. 가루쌀은 밀처럼 바로 빵이 가루로 만들 수 있어 우리 쌀의 새로운 판로를 열어 줄 것으로 기대하고 있다. 이번 출시한 제품은 ▲곱게 빻은 국산 쌀로 만든 부드러운 케이크에 고희 유자의 달콤한 향과 맛이 어우러진 ‘우리쌀 유자 롤케이크’ ▲곱게 빻은 국산 쌀과 땅의 풍요로움이 가득한 견과와 고소함이 살아 있는 ‘우리쌀 견과 파운드’ 등이다.

/신원선 기자

현대백, 킷더허들과 헬스케어 협력 MOU

MZ타겟 상품·서비스 판로 확장

현대백화점이 11일 서울 강남구 현대백화점 본사에서 킷더허들과 헬스케어 사업 협력을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 이날 협약식에는 박재훈 현대백화점 미래사업부 사업부장(상무)과 김태양 킷더허들 대표 등이 참석했다.

킷더허들은 현직 약사인 김태양 대표가 2018년 설립한 스타트업으로, 전문 약사의 상담 등을 기반으로 개발한 영양제 구독 서비스 ‘핏타민’을 비롯해 스포츠·운동카테고리 유튜브 크리에이터들이 소속된 다중채널네트워크(MCN) 사업도 운영 중이다. 지금까지 누적 투

자액 146억원을 달성했다.

현대백화점과 킷더허들은 각사의 온·오프라인 채널을 이용해 헬스케어 상품 및 서비스 판로를 확장하고, 인플루언서가 참여하는 콘텐츠 제작을 통한 마케팅 효과 제고 등을 함께 진행할 계획이다.

또 하반기 중으로 MZ세대를 대상으로 하는 헬스케어 특화 체험형 스토어를 오픈하는 방안도 추진할 예정이다. 개인에게 맞는 성분 등을 파악하고 건강 관련 식품, 보조제 등을 맞춤형으로 설계하는 큐레이션 서비스 등을 체험하는 신개념 매장을 선보인다는 계획이다.

/김서현 기자