

정부, 10년 내 車 온실가스 24% ↓ ...친환경차 785만대 보급

현대차 남양연구소서 국정현안점검회의 열려

산업부, 5년 단위 '친환경차 기본계획' 발표

2025년까지 친환경차 수출 비중 35% 달성

2030년까지 1000개 부품기업 미래차로 전환

정부가 2030년까지 자동차에서 배출하는 온실가스를 지금보다 24% 가량 줄이겠다는 계획을 내놨다. 친환경차 보급 확산을 위해 배터리 등 관련 기술 개발을 추진하고 내연기관 중심의 산업 생태계를 미래차 기반으로 바꿔 간다는 방침이다.

산업통상자원부는 18일 경기 화성 현대기아차 남양연구소에서 열린 제122회 국정현안점검조정회의에서 이런 내용을 골자로 하는 '제4차 친환경자동차 기본계획'을 발표했다.

이는 '친환경자동차법'에 따라 5년 단위로 수립하는 기본계획으로 앞으로 2025년까지의 친환경자동차 육성 계획을 담았다.

공공·민간 친환경차 도입 확산에 속도

주요 내용을 보면 정부는 2030년까지 785만대의 친환경차를 보급할 계획이다.

이를 위해 공공기관 친환경차 100% 의무 구매, 렌터카·대기업 등 민간 수요자 친환경차 구매 목표제 도입, 택시·트럭·버스 등 영업용 차량 보조금·인센티브 확대 등의 제도가 시행된다.

또한 온실가스 배출 기준과 저공해차 보급 목표제를 단계적으로 강화하고 하이브리드차를 전 주기 온실가스 감축 수단으로 활용한다는 계획이다.

충전 인프라 구축도 친환경차 도입 확산을 위한 핵심 과제 가운데 하나다.

산업부는 전기차 보급 대수의 50% 이상 충전기가 구축될 수 있도록 지원하고 20분 충전으로 300km 주행이 가능한 초급속 충전기 보급도 본격화한다.

다. 수소차의 경우 전국 어디서든 30분 내에 충전소에 도착할 수 있도록 2025년까지 450기를 구축할 계획이다. 특히, 차량 대비 충전소가 부족한 서울·수도권에 집중 설치하기로 했다.

친환경차 가격을 2025년까지 1000만원가량 낮추기 위한 정책 지원도 지속된다.

전용 플랫폼, 국산·소재 국산화 등에 대한 연구개발(R&D)이 이뤄지고 올해 만료되는 친환경차 세제 혜택 연장도 적극 검토한다는 방침이다.

특히, 새로 시작되는 배터리 리스 사업으로 초기 구매 가격이 절반 가까이 떨어질 수 있다는 분석도 나온다. 올해 택시·트럭 전기차를 대상으로 시범사업을 추진하고 내년에는 수소 버스로 확대할 예정이다.

산업부 관계자는 "산업계와 협의를 거쳐 차종별 '친환경차 전환 전략'을 연말까지 수립할 예정"이라며 "자동차 온실가스 전 주기에 온실가스 평가를 반영하는 것도 검토하고 있다"고 전했다.

전기·수소차 기술 혁신으로 수출 강국 도약

정부는 전기·수소차 기술력 확보를

통해 친환경차 수출 강국으로 도약한다는 방침이다.

전기차는 2025년까지 600km 이상의 주행거리를 확보하고 전비도 kWh당 6.5km까지 향상시키기로 했다.

오는 2024년 완전자율주행 차량 출시를 위해 6대 핵심 부품의 고도화를 추진하고, 안전성을 대폭 강화한 전고체전지(kg당 400Wh)도 2030년까지 상용화한다.

수소차는 2025년까지 내구성과 주행거리를 각각 50만km, 800km 이상으로 개선할 계획이다. 또한 디젤트럭과 동등한 수준의 주행거리를 확보할 수 있는 액화수소차량 개발도 추진한다.

이를 통해 친환경차 수출 대수를 현재 연간 28만대에서 2025년까지 83만대로 늘릴 계획이다. 이르면 전체 수출 차량에서 친환경차가 차지하는 비중은 35%가 된다.

탄소중립 시대 개척을 위한 4대 '헬린지 프로젝트'도 마련했다.

먼저 미세먼지를 배출한 만큼 포집할 수 있는 기술을 갖춘 '넷-제로 자동차' 상용화에 도전한다. 이산화탄소를 활용해 자동차·항공 연료를 생산할 수 있는 기술력도 확보할 계획이다.

수전해 충전소, 바이오가스 충전소, 회생제동 충전소, 이산화탄소 포집 충



전소 등 정정 수소 생산·충전 인프라에 대한 조기 상용화도 추진된다.

수소트램, 공항·항만 수소차, 수소 지게차·굴착기 등을 활용한 모빌리티 전반의 친환경화도 주요 목표 가운데 하나다.

이외에 폐배터리, 연료전지 재활용 시스템도 구축할 계획이다.

정부, 車 업계 생태계 전환 돕는다

정부는 2025년까지 500개, 2030년까지 1000개의 부품기업을 미래차 산업 관련 기업으로 전환한다는 방침이다.

이를 위해 매년 100개 이상의 사업

재편 희망 기업을 발굴하고 금융·기술·공정·인력 등 사업 재편 4대 지원 수단을 지속적으로 확충하기로 했다.

미래차 분야 중소·중견기업을 대상으로 공용 플랫폼 개발, 수소버스 전환, 특장차 친환경차 전환 등 틈새시장 개척도 지원한다.

또한 규제특구·규제샌드박스, 빅3 펀드 등을 통해 신산업 창출을 돕고, 중소·중견제작사의 미래차 전환을 위한 R&D·설비 투자도 지원할 계획이다.

산업부 관계자는 "이날 논의된 '제4차 친환경자동차 기본계획'은 국무회의 심의를 거쳐 최종 확정될 예정"이라고 전했다. 김민정기자



‘혹하랑 상추 드세요’ 18일 서울 강남구 현대백화점 무역센터점 지하1층 식품관에서 직원들이 혹하랑 상추를 소개하고 있다. 혹하랑 상추는 숙연과 긴장 완화에 도움이 된다고 알려진 ‘락투신’ 성분이 일반 상추(1g당 0.03mg)와 비교해 124배 많이 함유(1g당 3.74mg)돼 있는 것이 특징이다.

신선식품 온라인 주문 만족도 ↑ ...해산물 구매도 늘어

마켓컬리 해산물 판매량 173% 증가

신선식품 온라인 주문이 빈번해지면서 오프라인 구매 비중이 높았던 해산물도 온라인에서 잘 팔린 것으로 나타났다.

18일 마켓컬리에 따르면 올해 지난 16일까지 수산물 판매량을 분석한 결과 해산물 판매량이 173% 증가하면서 생선류 증가폭(91%)의 2배 가까운 수치를 기록했다. 해산물이 전체의 31%를 기록하며 처음으로 생선류

(27%)보다 높은 비중을 차지하기도 했다.

통합 판매량이 지난해보다 27배 이상 늘었고 해삼(888%), 전복(486%), 로브스터(268%), 동죽조개(249%), 새우(206%) 등도 잘 팔렸다.

신선도가 중요한 여패류 등은 극신선식품으로 꼽히는 만큼 오프라인 비중이 높았다. 하지만 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 발생 이후 온



라인에서 생선이나 횡감 등을 구매할 고객들이 신선도에서 만족감을 느꼈고, 이러한 학습효과로 온라인으로 해산물을 구매하는 것에 대한 진입장벽이 낮아졌다. 최이슬기자

매출 22조 돌파 이마트 “올해 매출 8% 증가 전망”

올해 매출 23.8조 전망...5600억 투자 예정

지난해 사상 처음으로 매출 20조원을 돌파한 이마트가 올해 매출 전망치를 지난해보다 8% 올려 잡았다.

이마트는 18일 '연결재무제표 기준 영업실적 등에 대한 전망' 공시를 통해 2021년 연결 기준 순매출액을 전년보다 8% 성장한 23조8000억원으로 전망했다. 이마트는 지난해 예상 매출

을 5% 초과 달성한데 이어 올해도 높은 성장세를 이어간다는 방침이다.

별도 기준 예상 총매출은 1.6% 성장한 7800억원이다. 각 사업부별 예상 총매출액은 할인점이 1.2% 성장한 11조3300억원, 트레이더스가 10.4% 성장한 3조2200억원이다.

계획 달성을 위해 5600억원 규모의

투자를 한다. 금액의 가장 큰 부분은 이마트 할인점의 터어라운드를 위해 할애할 예정이다. 투자금액의 37% 규모인 2100억원을 할인점 리뉴얼 등에 투자한다.

시스템 개선과 디지털 트랜스포메이션 등 내실을 위한 투자에 약 1000억원을, 신규점 오픈이 예정된 트레이더스에도 1100억원 투자를 계획했다. 서선욱기자

디저트 늘리고 배달 강화하고...‘생존경쟁’ 카페업계

홀 영업 제한 받아 매출 감소한 만큼 수익성 개선에 주력



카페업계가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 타격을 입은 후 체질 개선에 나섰다. 사회적 거리두기 강화로 홀 영업 제한을 받아 매출이 감소한 만큼 수익성 개선에 주력하고 있다. 스타벅스를 비롯해 던킨, 나뚜루 등은 디저트 종류를 늘리거나 배달서비스를 강화해 소비자와 접점을 넓히고 있다.

최근 스타벅스가 배달 서비스를 확대하면서 카페업계가 긴장하고 있다. 지난해 27일부터 일반 매장 3곳에서 배달서비스를 시작했다. 서울 여의도 화재보험점과 당산대로점, 마포아크로점이다. 지난해 11~12월 배달 전용 매장인 여삼이마트점과 스타릿대치 B1점을 오픈한 후 3개월 여 만이다.

전국 1500여개 매장으로 배달서비스를 확대할 경우 지각변동이 불가피하다. 2018년 이디야커피를 비롯해 투썸플레이스, 커피빈, 할리스커피, 파스쿠찌 등이 배달전선에 뛰어들었다. 하지만 스타벅스는 배달 시 매장과 동일한 품질을 유지하는게 어렵다고 판단, 배달 서비스 도입에 신중했다. 코로나 19 확산 후 경영 불확실성이 높아지면서 사이렌 오더와 드라이브스루뿐만 아니라 배달 등 비대면 서비스를 강화하고 있다.

SPC그룹 던킨은 주요 매장에서 24시간 배달·픽업서비스를 도입했다. 배달 이용률이 높은 강남본점, 강북구청사거리점, 선릉역점, 상록수역점, 연신내점, 화곡역점 등 12개 매장이다. 배

달 전용 메뉴 ‘던킨 투나잇’도 선보였다. ‘던킨만으로 충분해!’라는 콘셉트로 늦은 밤에도 맛있는 음식을 즐기는 고객을 위해 마련했다. ‘페이머스 글레이즈드’와 ‘킬바사 소시지 버거’ ‘내쉬빌 치킨버거’ ‘순살 치킨 텐더’ ‘떡볶이 도넛’ 등 메뉴도 다양하다.

던킨은 지난해 ‘던킨도너츠’에서 도너츠를 떼고 새 출발했다. 도넛 매출 수위가 줄어든 영향이 크다. 도넛 매출은 2015년 1872억원에서 2018년 1728억원으로 감소했다. 2018년 말 기준 도넛 비중은 45%로 줄었지만, 음료 매출은 40%를 넘어섰다. 2019년 딜리버리 매출은 전년비 20배 성장했으며, 지난해 9월 구독서비스 ‘매거진 D’를 선보이는 등 수익성 강화를 위해 노력 중이다.

롯데제과와 아이스크림 전문점 ‘나뚜루’는 디저트 습 ‘나뚜루 시그니처’로 탈바꿈했다. 포화상태인 아이스크림 전문점 시장에서 벗어나 복합적인 카페 공간으로 변신을 꾀했다. 1호점은 15일 서울 마곡나루역 인근에 열었다. 다음달 중 경복궁에 2호점을 열 계획이다. 아이스크림 컵 사이즈 종류는 8종에서 4종으로 줄였다. 대신 크로플, 아포가도 등 다양한 디저트를 즐길 수 있다.내부 인테리어도 원목 마감재를 사용해 자연 느낌을 살리고, 곳곳에 자연비 조명을 적용해 사진 찍을 때 아름다운 색상이 나오도록 했다.

오유나기자

편의점 CU, 카카오톡 주문하기로 배달 된다

편의점 씨유(CU) 제품을 18일부터 카카오톡 주문하기에서 만나볼 수 있다.

카카오톡 주문하기는 카카오톡에서 제공하는 배달 플랫폼이다. 별도 앱 설치나 회원 가입 없이 카카오톡 내 더보기 탭이나 카카오톡 채널 추가만으로 이용할 수 있다.

CU는 카카오톡 주문하기 서비스를 통해 간편식품·음료·스낵·생활용품 등 30여개 카테고리 600여개 상품을 제공한다.

증정 행사나 할인 등 혜택도 오프라인과 동일하게 누릴 수 있다. 최소 주문 금액은 1만원이며, 배달 이용료는 3000원이다.

CU는 중간 운영 대행사를 통해 입점하는 업계 움직임과 달리 카카오톡 직접 계약을 맺고 서비스를 운영한다.

CU 관계자는 “그동안 여러 플랫폼과 협업하며 쌓아온 배달 서비스 운영 노하우를 바탕으로 효율적인 배달 서비스 모델을 자체적으로 개발한 덕분”이라고 했다.

우선 서울 강남구에 있는 CU역삼점을 시작으로 내달 중순까지 수도권 주요 지역에서 테스트 후 오는 4월부터 전국으로 서비스를 확대할 계획이다.

이런 카카오톡 주문하기 입점으로 CU는 요기요·요원·위메프 등 배달 전문 플랫폼을 비롯해 카카오톡·네이버 양대 포털로 배달 서비스 영역을 확장하며 업계 최다인 5개 채널에서 배달 서비스를 운영하게 됐다.

뉴스스