

기업 10곳 중 4곳 “EU발 ESG공급망 실사, 올 최대 현안”

대한상의 ‘2023년 ESG 주요 현안과 정책과제’ 조사 ESG 공급망 실사법 관련 국내 기업 대응 수준 낮아 “기업들, 단순 비용 아닌 핵심 경쟁력으로 활용해야”

기업들이 올해 환경·사회·지배구조(ESG) 주요 현안으로 유럽연합(EU)의 공급망 실사법을 꼽았다. 기업 공급망 내 환경·인권 관련 ESG 경영을 안착시키지 못한 기업은 수출이 막힐 수도 있다는 불안감 때문이다.

대한상공회의소가 5일 발표한 국내기업 300개사 대상 ‘2023년 ESG 주요 현안과 정책과제’ 조사 결과에 따르면 기업의 40.3%

가 올해 가장 큰 ESG현안으로 ‘EU발 공급망 ESG 실사 대응’이라고 응답했다. 이어 ESG 의무공시(30.3%), 순환경제 구축(15.7%), 탄소국경조정제도(12.0%) 등이라는 응답도 나왔다.

이재혁 고려대 교수는 “공급망 ESG 실사법이 올해 독일부터 시행되고 내년부터 EU 전체로 확대되면서 국내외 대기업들을 중심

으로 협력업체에 ESG 실사를 요구하는 사례가 늘고 있다”고 진단했다. 이 교수는 “실사 결과 고객사의 거래나 계약이 중단될 수 있기 때문에 공급망 ESG 실사 대응에 기업들의 관심이 집중되고 있는 것 같다”고 분석했다.

공급망 실사법에 대한 국내 기업들의 대응 수준은 낮은 것으로 나타났다. 공급망 실사법에 대한 기업들의 단기적인 대응이 없다는 질문에 원청기업은 48.2%, 협력업체는 47.0%가 ‘별다른 대응 조치가 없다’고 말했다. 장기적인 대응 계획으로는 ESG경영 진단·평가·컨설팅(22.0%), ESG 임직원 교육(22.0%), ESG경영 위한 체계 구축(20.7%), 국내외 ESG 관련 인증취득(4.3%), ESG 외부 전문가 영입(3.7%) 등을 준비하고 있다고 답했다.

다. ESG 의무공시와 관련해서도 2025년부터 단계적으로 시작되는 공시 의무화에 별다른 대응 계획이 없다는 기업이 36.7%에 달했다. ESG경영 추진 관련 기업 애로를 묻는 질문에는 기업의 58.3%(복수응답)가 ‘비용부담’을, 53.0%가 ‘내부 전문인력 부족’을 꼽았다. ‘경영진 관심 부족’(16.3%), ‘현업부서의 관심 및 협조 부족’(11.0%), ‘실천 인센티브 부족’(9.0%) 등이 뒤를 이었다.

정부가 추진하길 바라는 정책 과제로는 ‘업종별 ESG 가이드라인 제공’(39.3%·복수응답)을 요구하는 기업들이 가장 많았다. 이어 ESG 진단·실사·컨설팅 지원(28.0%), 감세·공제 등 세제지원 확대(24.0%), ESG 전문인력 양성(20.7%) 등이라고 답했다.

한편 기업 61.6%는 ‘올해 경제 상황이 어려워 ESG 경영이 더 중요해질 것’이라고 판단했다. ESG 경영이 중요해지는 이유로는 국내외 고객사의 요구 확대(53.0%)가 가장 많았다. 이어 ESG 규제 도입(35.1%), 연기금 등 투자자 요구 확대(7.0%), 소비자의 요구 확대(4.9%) 순이라고 답했다.

우태희 대한상의 상근부회장은 “기업들은 ESG를 단순히 비용으로만 바라보지 말고 경기부진을 극복하고 기업의 성장과 도약을 가져올 핵심 경쟁력으로 활용할 필요가 있다”며 “정부는 기업들을 위해 금융·세제지원, 업종별 ESG 가이드라인 제공 등 적극적인 지원을 펼쳐야 한다”고 말했다.

최이슬 기자

‘밸런타인데이’ 식품업계 ‘달콤한 마케팅’ 시동

초콜릿 활용 케이크 등 다양한 상품 출시 중



식품 업계가 오는 14일 밸런타인데이 특수를 겨냥한 마케팅에 시동을 걸었다. 밸런타인데이 마케팅 키워드는 한정판과 비대면이다. 밸런타인데이가 평일인 화요일에 위치하고 있어 연인에게 희소성 있는 제품을 간편하게 선물할 수 있도록 했다.

올해의 경우 고물가 여파로 가격 부담이 큰 만큼 밸런타인데이 선물로 실속형 제품이 대세를 이룰 것으로 전망된다. 바구니 등 과대 포장의 사리까지 재미와 실속을 모두 잡은 제품의 비중이 늘어날 것으로 보인다.

3일 식품업계에 따르면 푸레주르는 밸런타인데이를 앞두고 초콜릿을 활용한 케이크, 쿠키, 초콜릿 등 다양한 베이커리 제품을 선보였다. 제품 패키지에 국내 일러스트레이터 노아 작가의 ‘쿠기 베이스’ 캐릭터를 더했다.

대표 제품은 케이크 ‘스트로베리 쇼콜라 가또’다. 초콜릿 풍미 가또 시트에 밀크 가나슈

“역대급 가전세일” SSG닷컴, ‘디지털 썬세일’ 열어

지난달 뷰티 카테고리 행사 흥행 이어간다는 계획

SSG닷컴은 디지털 가전에 혜택을 집중한 카테고리 특화 행사인 ‘디지털 썬세일’을 오는 6일부터 12일까지 연다고 5일 밝혔다. 500억원 규모 물량과 대체로운 소품 콘텐츠를 앞세워 지난달 뷰티 카테고리 행사 흥행을 이어간다는 계획이다.

‘썬세일’은 SSG닷컴이 라이프스타일 분야 경쟁력을 강화하고자 올해 1월 정례화한 카테고리 단위 대형 행사다. 매달 하나의 카테고리를 선정해 진행하는 만큼, 자원과 역량을 집중해 상품 경쟁력과 체험 혜택을 높인 것이 특징이다.

디지털 가전 단일 카테고리 기준 역대 최대 규모로 준비한 이번 행사 물량은 500억원에 달한다. 700곳이 넘는 판매사가 참여해 총 4만5000개가 넘는 상품을 선보인다. 쿠폰, 특가

행사, 라이브커머스 방송 등을 통해 삼성전자, LG전자, 다이슨을 비롯한 인기 브랜드 상품을 혜택가에 만나볼 수 있다.

행사 기간 SSG닷컴은 모든 고객에게 디지털 가전 카테고리에 한해 최대 10만원까지 할인 받을 수 있는 15% 쿠폰을 지급한다. 첫 구매 고객에게는 최대 1만원 장바구니 쿠폰 1장을 선착순으로 추가 제공한다. 행사 카드로 결제 시 청구 할인도 20만원까지 받을 수 있다.

매일 아침 10시에는 타임딜을 열고, 하루에 2가지씩 총 14종의 인기 상품을 한정 수량 특가 판매한다. ‘마이크로소프트’ 무선 키보드, 마우스 세트와 ‘LG전자’ UHD TV(75인치), ‘로보락’ 로봇청소기, ‘발뮤다’ 가습기 등을 대표 상품으로 선보인다.

테마별 특가 행사도 상시 진행한다. 신학기



선물, 봄맞이 집단지 추천 상품, 웰빙 가전, 해외직구 스페셜 특가 등을 주제로 준비했다.

자체 채널 구독라이브를 통해 진행되는 디지털 가전 상품 라이브 방송도 횟수를 늘려 총 6차례 편성했다. 6일 오후 9시 신학기 수요를 겨냥해 준비한 ‘LG전자’ 노트북 방송을 시작으로, ‘삼성전자’의 새 플래그십 스마트폰 갤럭시 S23, ‘브라운’ 전기면도기, ‘다이슨’ 청소기와 에어랩 등 소비자들의 호응이 높은 상품을 엄선해 선보일 예정이다.

정승호 기자

‘삼성 오디세이 네오 G8’, 美 포브스 ‘최고의 게이밍 모니터’로 선정 돼

삼성전자의 ‘오디세이 네오 G8’이 미국의 경제전문지 포브스가 발표한 ‘최고의 게이밍 모니터’로 선정됐다.

5일 업계에 따르면 포브스는 울트라 와이드 모니터 리뷰 기사에서 오디세이 네오 G8을 ‘최고의 게이밍 모니터이자 게이머들에게 가장 인기있는 모니터’로 선정하고 “4K 해상도와 240Hz의 고주사율을 동시에 지원하는 최고의 제품”이라고 호평했다.

포브스는 이 제품이 고해상도와 고주사율 외에도 ‘퀀텀 미니 LED 패널을 사용해 2000니트의 최고 밝기에 도달할 수 있으며 디스플레이의 극적인 곡률로 게임의 몰입감을 더해준다’고 설명하며 ‘가장 인기있는 제품’으로도 꼽았다.

특히 240Hz 고주사율과 1ms의 빠른 반응 속도와 4K 해상도는 물론 화면의 색상을 자동으로



로 인식해 제품 후면 라이팅과 색상을 맞춰주는 ‘로어싱크’ 등을 장점으로 언급했다.

포브스는 오디세이 네오 G9는 ‘최고의 49형 울트라 와이드 게이밍 모니터’로 선정했다.

포브스는 “대형 커브드 모니터로 멀티태스킹 작업에 유리하고, 1000R 곡률로 이미지가 균일하게 유지되는 장점이 있다”고 언급했다. 뉴스

서선욱 기자

LCC, 봄날 왔나...진에어·제주항공 흑자 기대감 ‘쑏’



저비용항공사(LCC)에 벌써 봄날이 들기 시작했다.

지난달 국제선 여객 수가 450만명을 돌파하는 등 증가한 여객 수요에 실적 개선이 예상된다.

5월 관련 업계에 따르면 진에어는 지난해 4분기 116억원의 영업이익을 거두며 15분기 만에 흑자 전환에 성공했다. 이는 코로나19 이후 LCC 가운데 처음으로 흑자 전환을 이룬 것으로, 국제선 여객 수 회복이 큰 영향을 미쳤다.

실제로 진에어의 지난해 4분기 국제선 여객

1월 국제선 여객수 459만명, 전월비 13% ↑

수는 66만명으로 코로나19 이전인 2019년 4분기와 비교해 63%까지 회복했다. 이는 대형항공사(FSC)를 포함해 국내 항공사 중 1위다.

진에어가 흑자 전환에 성공하며, 다른 LCC들의 실적에도 관심이 모아진다. 무엇보다 LCC 가운데 가장 큰 규모인 제주항공의 흑자 전환 여부가 주목받고 있다.

금융정보업체 에프엔가이드에 따르면 제주항공은 지난해 4분기 30억원의 영업이익을 거두며 흑자 전환했을 것으로 추정된다. 제주항공은 오는 7일 2022년 경영실적을 발표할 예정이다.

이 외 티웨이항공 등 일부 LCC들은 흑자 전환에는 실패했지만 적자폭을 크게 줄였을 것으로 예상된다.

특히 2023년은 본격적인 실적 회복을 이루는 한 해가 될 전망이다. 에프엔가이드는 제주항공, 진에어, 티웨이항공 등 대부분 LCC들이

올해 흑자 전환에 성공할 것으로 내다봤다. 특히 제주항공은 1000억원 이상의 영업이익을 거둘 것으로 전망했다.

이처럼 항공업계에 장밋빛 전망이 나오는 배경에는 날로 증가하고 있는 국제선 여객 수가 1순위로 꼽힌다.

국토교통부 항공정보포털시스템 실시간 통계에 따르면 1월 국제선 항공 여객 수는 459만 1699명으로 집계됐다. 지난해 12월(405만 1300명)과 비교해 13% 가량 증가했다. 국내 항공사들이 국제선 노선을 꾸준히 늘리고 있는 만큼 곧 500만명도 돌파할 것이라는 관측도 나온다.

업계 관계자는 “일본 등 단거리 노선을 중심으로 국제선 여객 수가 꾸준히 늘고 있다”며 “현재 비자 발급이 중단된 중국 노선마저 풀린다면 코로나 이전과 큰 차이없는 수준까지 회복될 수 있을 것”이라고 말했다.

오유나 기자

식품업계, ‘건강관리족’ 공략...“건강·맛 모두 챙긴다”

CJ제일제당 ‘햇반 소프트밀 닭가슴살 곤약죽’ 등 주목

실 명질 이후 본격적으로 건강 관리에 돌입하는 소비자들이 늘어나는 점에 주목해 식품 기업들이 식단 조절에 도움을 줄 수 있는 제품들을 내놓고 있다. 특히 건강 뿐만 아니라 맛 등 제품 만족도를 전반적으로 높여 ‘건강관리족’을 공략하는 분위기다.

4일 업계에 따르면 CJ제일제당은 곤약을 활용해 칼로리 부담을 낮춘 제품을 다양하게 선보이며 라인업을 강화하고 있다. 곤약은 식이 섬유가 풍부하고 비교적 가볍게 즐길 수 있어 쌀 대용으로 자주 활용된다.

CJ제일제당 햇반의 ‘현미귀리곤약밥’ ‘귀리흑미곤약밥’은 곤약과 전지향미, 현미, 귀리, 흑미 등 배합해 곤약의 식감을 살린 제품이다. 밥 짓는 기술 노하우를 바탕으로 소비자가 원하는 찰진 식감과 구수한 향도 갖췄다. 칼로리는

제품 하나를 다 먹어도 165kcal를 넘지 않는다.

햇반 ‘소프트밀 닭가슴살 곤약죽’은 포만감 높은 곤약과 국내산 닭가슴살을 사용했다. 칼로리는 한 그릇에 90kcal 정도다.

동서식품은 국내산 통현미를 사용한 오트밀 신제품 ‘포스트 현미 오트밀’을 출시했다. 오트밀에 바삭하게 구운 국산 통현미를 더해 고소한 맛과 식감을 높였다. 식이섬유가 많은 현미와 귀리를 넣어 영양과 포만감이 높다.

오리온은 ‘마켓오네이처’의 신제품 ‘오!그레놀라 식물성 100%’ 2종을 공개했다. 오!그레놀라 식물성 100%는 순식물성 원료만을 사용해 건강한 소비를 지향하는 소비자들을 겨냥한 고단백·고식이섬유 제품이다.

‘오트플레이크’ ‘롤드오트’ ‘롤린오트’ 등 3가지 오트를 조합해 맛과 식감을 살리고, 메이플



시럽과 비정제사탕수수당을 넣어 단맛을 더했다. 이 외에도 오트, 카무트, 과일, 너트, 코코넛 오일 등 식물성 원료만 사용했다.

이슬비 기자