



제7회 청소년 체커톤 대회



2025. 4. 14. - 11. 15.



우수상

살어리랏다

▶ 이이채, 손예빈, 김다은



리포트

편의점 쇼케이스 비닐막의 진실?  
- 편의점 냉기차단막의 숨겨진 진실

영상

작은 불편을 넘어 큰 변화를 만들 수  
있는 장치, 냉기 차단막



각오한마디

안녕하세요! 저희는 “살어리랏다” 팀입니다. 저희 팀명인 ‘살어리랏다’는 고려가요 『청산별곡』에서 영감을 받아 지었습니다. 『청산별곡』은 현실의 고통과 복잡한 세상을 잠시 벗어나 이상적인 공간인 ‘청산’으로 가고자 하는 간절한 마음을 노래한 작품입니다. 저희 역시 지금의 심각한 환경 오염 문제를 마주하며 모두가 숨 쉴 수 있는 푸르른 지구를 꿈꾸는 마음으로 이 이름을 선택했습니다. ‘청산별곡’ 속 주인공처럼 저희 팀도 오염된 현실을 넘어 환경 친화적인 지구를 향해 나아가고자 하는 의지를 담고 있습니다. 저희 팀의 가장 큰 목표는 단순히 ‘친환경’이라고 알려진 정보들을 무조건 받아들이는 것에서 그치지 않고 직접 실험하고 탐구하며 그 진실을 정확히 밝혀내는 것입니다. 저희는 이번 활동을 통해 환경 보호를 말로만 외치는 것이 아니라 실제로 행동하고 선택하는 실천적 자세를 기르고자 합니다. 단순한 구호가 아닌 팩트와 근거에 기반한 실천으로 우리 모두가 더 나은 미래를 향해 나아갈 수 있다는 것을 증명하고 싶습니다.

## 팩트체크 리포트

### \* 편의점 쇼케이스 비닐막의 진실? - 편의점 냉기차단막의 숨겨진 진실 \*

## 팩트체크 계획 수립하기

### 🎧 이 주제를 선택하게 된 이유

요즘 편의점에 가보면, 냉장 진열대 앞에 유리문 대신 얇은 투명막이 설치되어 있는 모습을 자주 볼 수 있습니다. 처음에는 단순히 위생을 위한 비닐막인가 싶었지만, 자세히 살펴보니 이 장치는 ‘냉기 차단막’이라고 불리며, 냉기 손실을 줄이고 에너지 사용을 절감하는 효과가 있다는 설명이 붙어 있었습니다. 일부 기업에서는 이를 ‘에코 커버’, ‘에너지 절감 커버’라는 이름으로 소개하며, 친환경 기술이라고 강조하고 있습니다. 저희는 이러한 장치를 실제로 보며 한 가지 의문을 품게 되었습니다. 겉보기에는 매우 얇고 간단한 구조인데, 정말 냉기가 새어 나가는 것을 막아줄 수 있을까? 실제로 효과가 입증된 기술일까? 더 나아가, G\*25와 같은 대형 편의점 브랜드가 이 장치를 전국 매장에 설치하는 데 수십억 원의 예산을 들였다는 기사를 보면서, 단순한 이미지 개선을 위한 마케팅은 아닐까 하는 생각도 들었습니다.

특히 최근 기업들이 ‘ESG 경영’, ‘친환경 마케팅’ 등을 강조하면서 소비자들에게 긍정적인 이미지를 심어주려는 노력이 많아졌습니다. 하지만 그 중 일부는 실제보다 과장된 정보나 검증되지 않은 데이터를 바탕으로 친환경성을 강조하는 경우도 있어 ‘그린워싱(Greenwashing)’이라는 비판을 받기도 합니다. 냉기 차단막 역시 정말로 환경에 도움이

되는 기술인지, 아니면 외형만 친환경처럼 보이도록 만든 장치인지는 명확히 검증되지 않았습니니다. 이에 저희는 단순한 궁금증에서 출발하여, 이 기술의 효과를 과학적이고 객관적인 방법으로 직접 확인해보고자 했습니다. 냉기 차단막을 설치한 경우와 설치하지 않은 경우의 냉장고 내부 온도 변화, 전력 사용량 차이 등을 직접 측정해 보고, 관련 기술의 원리와 국내외 사례, 그리고 설치 기준 등을 종합적으로 조사할 예정입니다.

이러한 과정을 통해 ‘냉기 차단막’이 정말 에너지 절약과 온실가스 감축에 도움이 되는 실효성 있는 친환경 기술인지, 아니면 단지 기업 이미지 개선을 위한 수단에 불과한 것인지 판단해 보고자 합니다. 과학적 근거에 기반한 비판적 시각으로 사물을 바라보고, 우리가 소비자로서 환경을 어떻게 판단하고 선택해야 하는지를 함께 고민하고자 합니다.

### 📋 팩트체크 방법에 대한 계획

저희는 이번 활동에서 “G\*편의점에 설치된 냉기 차단막은 정말 친환경적인가?”라는 질문을 중심으로, 해당 장치가 환경적으로나 경제적으로 실제 효과를 발휘하고 있는지를 다각도로 검증해보고자 합니다. 이를 위해 문헌 조사, 현장 인터뷰, 기업 질의, 실험 설계의 네 가지 방법을 중심으로 조사 계획을 수립하였습니다.

**첫째,** 기본적인 정보 수집 단계에서는 관련 뉴스 기사, 언론 보도자료, 기업 보도자료 등을 중심으로 냉기 차단막의 설치 목적과 기대 효과를 파악하고자 합니다. 특히 G\*25사의 ‘에\*커버’, 유\*하이텍사의 ‘유\*커버’와 같은 실제 상표명을 중심으로 검색하여, 해당 기술이 환경 절감과 에너지 효율 측면에서 어떻게 소개되고 있는지 살펴볼 예정입니다. 아울러, 장치를 개발하거나 설치한 기업이 공식적으로 공개한 기술 자료 및 보도 자료를 확인하여, 기업 측에서 주장하는 수치와 기술적 근거도 정리할 계획입니다.

**둘째,** 온라인 커뮤니티와 실제 사용자 후기를 조사하는 과정도 함께 병행할 예정입니다. 네OO 블로그, 온라인 카페, 유OO 등 다양한 플랫폼에서 매장 운영자들이 자발적으로 남긴 사용 후기, 불편사항, 에너지 절감 여부에 대한 실질적인 경험을 수집함으로써, 기업의 주장과 사용자 체감 효과 간의 간극을 비교해볼 수 있을 것입니다.

**셋째,** 보다 생생한 현장의 목소리를 듣기 위해, 저희 지역 내 편의점 점주님들을 직접

인터뷰할 계획입니다. 냉기 차단막 설치 후 실제 매장 내 온도 변화, 전기요금 절감 효과, 유지·관리 측면에서의 장단점 등 다양한 실무적 경험을 듣고자 합니다. 이를 통해 실질적 운영 경험이 기술의 효과성에 대해 어떻게 평가되는지를 파악할 수 있을 것으로 기대됩니다.

**넷째**, 장치를 제작하거나 판매하는 본사나 관련 기업에 직접 문의하여, 구체적인 기술 데이터나 실험 결과 등을 요청드릴 예정입니다. 기업에서 제시하는 자료가 국제적 기준이나 공공 연구 결과와 일치하는지를 비교해봄으로써, 그 수치의 신뢰성에 대해서도 판단할 수 있을 것입니다. 아울러, ESG(환경·사회·지배구조) 활동의 일환으로 해당 기술이 어떻게 포지셔닝되고 있는지도 확인할 계획입니다.

**마지막으로**, 저희는 학교 내에서 간단한 실험도 직접 진행할 예정입니다. 스티로폼을 활용하여 모형 냉장고 2대를 제작하고, 한 쪽에는 냉기 차단막을 설치하고 다른 한 쪽은 설치하지 않은 상태로 실험을 진행하여, 두 조건 간의 내부 온도 유지 시간, 냉기 손실 정도, 전력 사용량의 차이를 측정할 계획입니다. 이 실험은 기업이 제시하는 효과 수치와 어느 정도 부합하는지를 검증하는 데 중요한 역할을 할 것입니다.

이처럼 문헌 자료, 사용자 후기, 현장 인터뷰, 기업 질의, 실험 설계라는 다층적 방법을 통해, 저희는 냉기 차단막이 실제로 '친환경적인 설비'로 기능하고 있는지, 아니면 단지 외형적 ESG 마케팅에 그치는 것은 아닌지를 꼼꼼히 검토하고자 합니다. 또한 이번 활동을 통해 친환경 기술에 대한 비판적 관점을 기르고, 환경 정보의 신뢰성과 타당성을 따지는 시민 과학자의 자세도 함께 배워보고자 합니다.

## 팩트체크 해보기

### ① 찾아보기

들어보기

직접해보기

반론이견

#### ① 이효석, <GS25, 50억 투입해 가맹점에 에코커버 설치...전기료 부담 경감>, 매일경제<sup>1)</sup>

GS25는 50억원을 투자해 매장의 개방형 냉장 진열대에 '에코커버(Eco Cover)'를 설치하

기로 했다. 에코 커버는 상시 4~8도로 유지되는 냉장 진열대의 냉기가 외부로 유출되는 것을 막아주는 투명한 스크린이다. 시범 운영 전후 냉장 진열대 상품 매출 변화도 거의 없었으며 상품 선도 유지에도 도움을 주는 것으로 확인된다. 정재형 G\*리테일 편의점사업 부장은 에너지 절감을 위한 과감한 투자로 진정한 ESG 경영을 실천하고 경영주의 실질적인 부담을 덜어주는 상생 경영을 선도하고자 한다고 말했다.

#### ② 에너지 절감에 진심인 G\*25, 에코커버·자동 수요반응시스템 확대, ESG 경제<sup>2)</sup>

편의점 G\*25는 오픈형 냉장고의 냉기 유출을 막는 투명 스크린 '에코커버' 사용을 확대하고 있다고 밝혔다. G\*25는 가맹점 전기료 부담을 덜어주고 상품 선도를 유지하기 위해 현재까지 8,300개의 매장에 에코커버 설치를 마쳤다. 에코커버를 설치한 매장은 연간 전기료를 평균 35만원가량 절감할 것으로 회사 측은 추정한다.

#### ③ 유\*하이텍 주식회사, 유진커버 홍보<sup>3)</sup>

유\*커버는 식품의 신선도 유지와 에너지 절약을 위해 지속적으로 연구하고 개발된 제품입니다. 벌레와 먼지 유입을 차단하여 매장의 위생을 높이고, 온도 변화를 최소화하여 품질 높은 제품을 고객에게 제공할 수 있습니다. 알루미늄 및 투명재질의 제품으로 환경과 상황에 따라 유연하게 적용할 수 있습니다. 이 투명 커버는 냉장고 내부의 냉기를 효과적으로 보존하여 식품의 신선도를 높이고, 외부의 온기와 섞임을 방지하여 에너지 사용량을 대폭 줄여줍니다.

#### ④ 유\*하이텍 주식회사, 유\*커버 유튜브 영상<sup>4)</sup>

TPU(Thermoplastic PolyUrethane) 재질로 만들었기 때문에 첨가제를 사용해 만들어져 환경저해요소가 있는 PVC 재질과 차별점을 가지고 있다. 편의점에서 한 달간 테스트 사용을 한 결과, 지난달 대비 전기세 10% 절감 효과를 보였다.

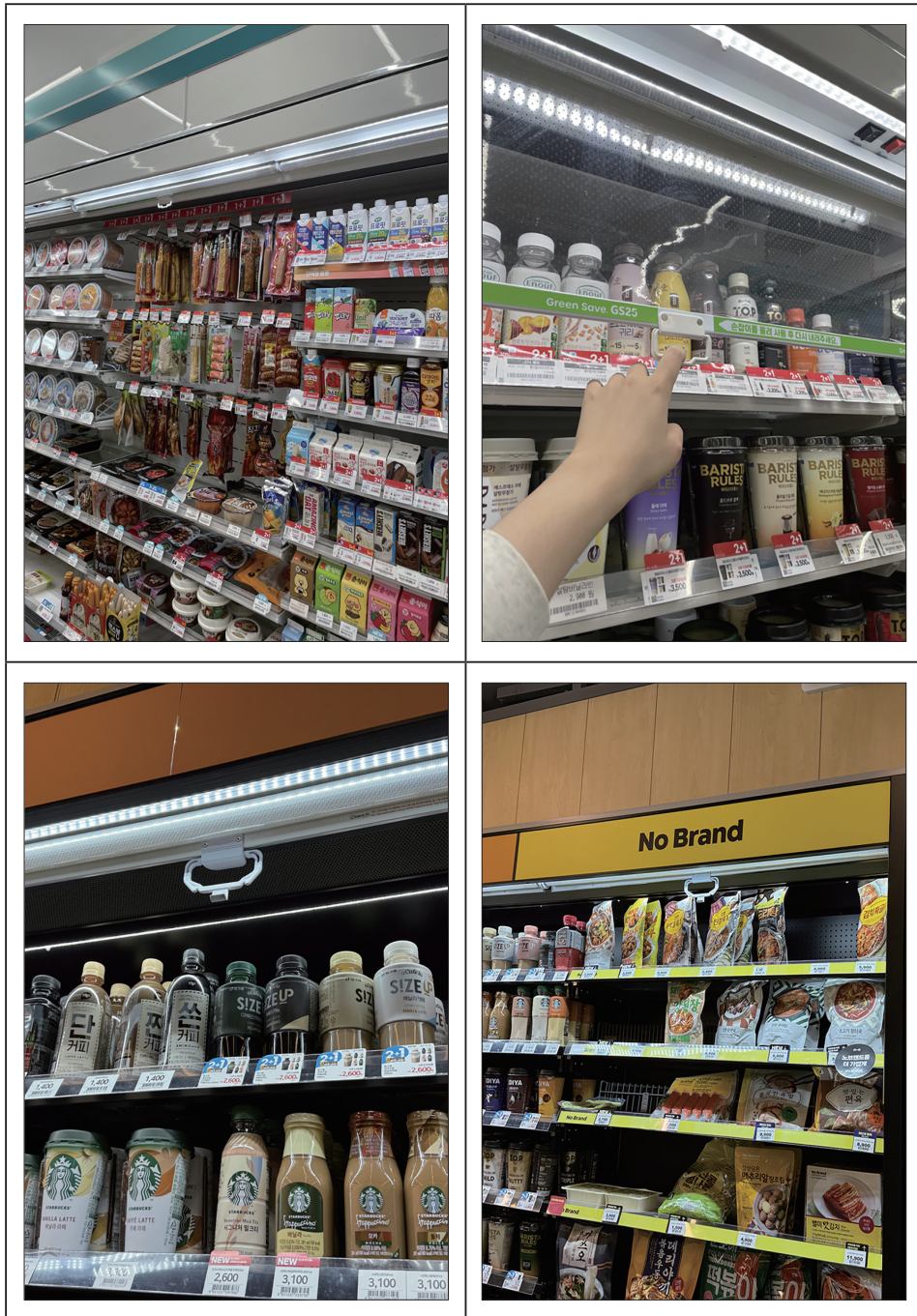
1) 매일경제, 2024.03.10, <https://www.mk.co.kr/news/business/10960514>

2) ESG경제, 2024.11.13, <https://www.esgeconomy.com/news/articleView.html?idxno=8766>

3) <https://www.eugene-cover.com>

4) <https://youtu.be/MtCoHdJGYCo?si=r5gvgvF537N3kFna>

⑤ 실제 지역사회 내 편의점에 설치된 다양한 냉기 차단막의 모습



[참고자료] ① 유\*커버 케이스터디 자료 첨부

### DESIGN & ENGINEERING SERVICES

## DISPLAY CASE SHIELDS REDUCE SUPERMARKET ENERGY USE

The tests showed that using the shields during closed hours helped product to stay colder, even though the shields were open during business hours.

Aluminum shields reduced infiltration and radiation heat transfer into the display case from the surrounding environment.

Rigorous testing at our Refrigeration Technology and Test Center confirmed this technology's benefits for our customers.

Greg D. Davis, AIA, Chief Architect, Engineering and Manager, Southern California Edison

Today's supermarkets operate on narrow profit margins, and annual energy costs for a supermarket can equal or exceed those margins. Most of these costs are incurred by the refrigeration system, where thermal radiation and convection of warm air into cold display cases accounts for a large portion of the refrigeration load.

To reduce heat transfer, supermarkets can use low emissivity shields to cover open display cases, thereby reducing power use while maintaining product temperature. Any reduction in refrigeration load can lower a supermarket's energy costs and improve its competitiveness. Furthermore, increasing the product's shelf life can enhance the store's profit margin.

Southern California Edison recently tested the impact of low emissivity aluminum shields on the power use and thermal performance of a typical multi-deck display case used for storing dairy products. To perform these tests, Edison used the sophisticated instrumentation and data acquisition system at its state-of-the-art Refrigeration Technology and Test Center (RTTC) in Irwindale, CA.

RTTC's monitoring equipment tracked the refrigeration system's temperature and pressure points during the operating hours of three typical supermarket scenarios.

**Scenario 1 - Base Case:** Non-24-hour store with no shields applied during closing hours.

**Scenario 2 - Night:** Non-24-hour store with shields applied for six hours during night closing.

**Scenario 3 - Holiday:** Store closed for 24-hours with shields applied for 24 hours. Edison then used the collected test data to determine the effectiveness of the display case shields.

The results on the next page show that using these aluminum shields can reduce the energy usage of supermarkets.

FOR MORE INFORMATION about how Southern California Edison's Refrigeration Technology and Test Center can help you improve your company's energy efficiency and profit margin, call your SCE account executive, or call the RTTC at (626) 812-7660, or visit [www.sce.com](http://www.sce.com)

EDISON  
AN ENERGY SERVICES COMPANY

### USE OF SHIELDS AT NIGHT KEEPS PRODUCT COLDER DURING THE DAY

The RTTC testing for scenario 2 (night) and 3 (holiday) revealed that the low-emissivity shields:

- Reduced radiative and infiltration heat transfer into the case, thereby reducing power use while improving product temperature maintenance.
- Reduced refrigeration load by 85 percent (night) and 40 percent (holiday) and reduced compressor power by 9 percent (night) and 56 percent (holiday).
- Increased the effectiveness of the display case to hold desired product temperature. The average product temperature was 3°F colder on the upper shelves and 5°F colder on the lower shelves with the shields closed.
- Maintained lower product temperatures up to 15 hours after the shields were opened. This can allow for greater food product integrity during business hours, after the shields are opened.
- Reduced heat rejection to the condenser by 7.4 percent (night) and 81 percent (holiday), which could decrease condenser size and cost in new construction.
- Maintained lower discharge air temperature during defrost cycles, meaning that merchandisers was likely to maintain more stable required temperatures.
- Provided the most reduction in refrigeration load and power use during extended periods of application such as holidays.
- Reduced the effectiveness of off-cycle defrost to melt frost on the coils, since it took longer to defrost the coils when the shields were closed.

In conclusion, RTTC engineers determined that the aluminum display case shields reduce energy use and operation cost, thereby contributing to the potential profitability of a supermarket operation.

#### COMPARISON OF PERFORMANCE AND POWER USE

Scenario	Average Discharge Air Temperature (°F)	Average Product Temperature (°F)
Base Case	~100	~35
Night	~92.6	~32.7
Holiday	~82.6	~30.7

#### Case Refrigeration Load

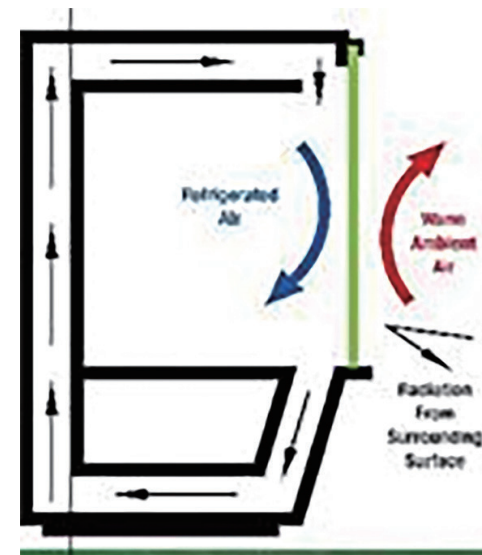
Scenario	Case Refrigeration Load (kW)
Base Case	~1.0
Night	~0.15
Holiday	~0.6

#### Compressor Power

Scenario	Compressor Power (kW)
Base Case	~1.0
Night	~0.91
Holiday	~0.44

EDISON  
AN ENERGY SERVICES COMPANY

[참고자료] ② 유\*커버 냉기차단 원리 자료



**Q1. 유진커버(@유진투명발)를 개발하게 된 취지는 무엇인가요?**

**개발 배경:**

편의점을 운영하시는 사장님들이 “전기로 때문에 너무 힘들다”고 하시는 이야기를 많이 들었습니다. 특히 여름철엔 하루 전기료가 3-4만원씩 나와서 한 달에 100만원이 넘는 경우도 있었습니다. 오픈 냉장고에서 차가운 공기가 계속 새어나가는 걸 보면서 “이걸 막으면 전기료를 줄일 수 있지 않을까?”라는 생각이 들었습니다. 겨울에는 냉장고에서 나오는 차가운 공기 때문에 매장이 더 추워져서 난방비까지 올라간다는 문제도 있었습니다. 이러한 이유들로 유진커버를 개발하게 되었습니다. 단순히 전기료만 아끼는 게 아니라, 환경도 보호하고 사장님들의 경영 부담도 덜어드리는 종합적인 효과를 만들고 싶었습니다.

**실제로 유진커버(유진투명발)를 설치하면:**

- 가장 중요한 냉기차단 효과 (사계절)
- 오픈 냉장고에서 새어나가는 차가운 공기를 완전 차단
- 전기료 대폭 절약 (하루 5,000원, 월 15만원)
- 냉장고 가동률 감소로 에너지 효율 극대화
- 냉장고 수명 연장
- 오픈 쇼케이스가 덜 가동되니 냉장고 컴프레서 수명이 늘어남
- 고장 빈도가 현저히 줄어들어서 수리비 절약까지 가능
- 제품 신선도 향상
- 냉기가 새어나가지 않으니까 음료와 식품이 더 신선하게 유지
- 특히 샐러드나 샌드위치 같은 제품들이 훨씬 오래 싱싱함
- 위생 관리 개선
- 먼지나 벌레가 냉장고 안으로 들어가는 걸 차단
- 매장 위생 등급 향상에도 도움
- 종합적 경영 개선
- 전기료 절약 + 수리비 절약 + 제품 신선도 + 위생 관리
- 겨울철 보너스 효과
- 냉기차단으로 매장이 덜 추워짐 (난방비 절약)

**Q2. 유진커버와 유진투명발을 편의점에 설치했을 때 구체적으로 어떤 차이가 있나요?**

**1. 유진투명발**

- 소재: TPU(열가소성 폴리우레탄) - 환경에 무해한 친환경 소재
- 모양: 투명한 비닐 커튼 형태 (스트랩 타입)
- 설치: 자석으로 간단히 부착
- 사용법: 투명 비닐 사이로 손을 넣어서 제품을 꺼냄
- 특징: 24시간 항상 사용 - 한 번 설치하면 계속 그대로

**2. 유진커버**

- 투명 타입: PET 소재 - 제품이 잘 보임
- 불투명 타입: 알루미늄 소재 (항균 처리) - 완전 차단
- 설치: 브라켓형, 자석형, 클립형 등 다양
- 사용 방식: 사용자 선택에 따라 24시간 항시 사용하는 매장도 있긴 있으나 많지 않음 (늘어나는 추세)
- 주로 영업 후에만 사용
- 상황에 맞게 조절 가능

**\* 두 제품의 실제 차이:**

- 유진투명발: 얇고 유연한 커튼 형태
- 유진커버: 더 견고하고 다양한 타입 선택 가능

**Q3. 유진커버가 얼마나 효율적인지 구체적인 수치로 알려주실 수 있나요?**

이 부분이 저희가 가장 자신 있는 부분입니다. 실제 데이터로 보여드릴게요.

(실제 편의점 사례 (수원 이마트24))

- 설치 전 하루 전기료: 51,340원
- 설치 후 하루 전기료: 46,423원
- 하루 절감액: 4,917원
- 절감률: 9.6% (이 예시 매장은 설치를 오후 2시에 했으니 절감율은 더 올라갈 겁니다.)
- 월간/연간 효과: 월 절감액: 약 15만원, 연간 절감액: 약 180만원
- 투자금 회수: 약 20일 (제품 가격 10만원)
- 환경적 효과: 하루 CO2 절감: 약 18kg, 연간 CO2 절감: 약 6.5톤 (소나무 30그루 심는)

효과) 이 수치들은 모두 실제 전기로 고지서를 확인한 검증된 데이터입니다. 사실 매장마다 환경이 달라서(크기 그리고 영업시간) 단정짓기는 힘듭니다.

#### Q4. 유진커버의 사용기간은 대체로 어느 정도인가요?

##### \* 유진투명발 (TPU 소재)

- 사용기간: 약 1년
- 특성: 소모품에 가까움
- 이유: 고객들이 제품을 꺼낼 때 손이 계속 닿으면서 자연스럽게 오염이 누적됨
- 교체 주기: 위생을 위해 1년마다 새 제품으로 교체 권장

##### \* 유진커버 (PET/알루미늄 소재)

- 사용기간: 약 2년
- 특성: 상대적으로 내구재에 가까움
- 이유: 직접적인 손 접촉이 적고 청소가 용이해서 더 오래 사용 가능

##### \* 소모품이라는 관점에서:

###### 유진투명발

- 마치 마스크나 일회용품처럼 일정 기간 사용 후 교체
- 위생과 효과를 위해 정기적 교체가 필요한 소모품
- 1년에 10-20만원 투자로 180만원 절약 → 1,800% 수익률

###### 유진커버

- 좀 더 설비에 가까운 개념
- 관리만 잘하면 더 오래 사용 가능
- 2년에 10-20만원 투자로 360만원 절약 → 3,600% 수익률

#### 지역사회 내 편의점 인터뷰지

안녕하세요, 저희는 OO고등학교 학생들입니다!

현재 저희는 환경을 주제로 한 탐구 활동을 진행하고 있는데, 그 과정에서 편의점

냉기 차단막(에코커버, 유진커버 등)에 대해 조사하고 있습니다.

편의점에서 실제로 냉기 차단막을 사용 중인 점주님의 솔직한 후기와 의견을 듣고 싶어 이렇게 연락드렸습니다.

혹시 짧게 전화 인터뷰가 가능하신지 여쭙보고 싶습니다.

만약 가능하시다면, 저희가 내일 직접 매장에 방문해서 간단한 인터뷰도 가능합니다!

인터뷰는 너무 길지 않게 간단한 질문 위주로 진행할 예정입니다.

바쁘시겠지만, 가능 여부를 한 번만 알려주시면 정말 감사하겠습니다!

#### 지역사회 내 편의점 사장님 인터뷰 내용(2025.07.11. 인터뷰 진행)

##### Q1. 에코커버(냉기 차단막)를 설치하게 된 가장 큰 이유는 무엇인가요?

-> 전기 요금이 적게 나온다고 하고, 벌레가 들어가는 것도 차단이 되니 설치하게 되었습니다. 냉기가 퍼져서 주위가 추워지는 것도 방지되고요.

##### Q2. 에코커버를 설치하시기 전에 고민되거나 망설이셨나요? 그렇다면 그 이유는 무엇이었나요?

-> GS25의 경우 본사에서 설치를 지원해주기에 딱히 망설일만한 요소는 없었습니다. 위에 장점들도 있고, 굳이 설치를 하지 않을 이유도 없으니 별 고민 없이 설치를 선택했습니다.

##### Q3. 평소에는 에코커버를 올려 두시던데, 그 이유가 무엇인가요?

-> 손님들이 냉장 진열대에서 상품을 꺼내실 때 불편을 드리지 않기 위함입니다. 에코커버를 내려두면 손님분들이 직접 올렸다가 내리셔야 하는데, 물건 하나 꺼내려고 번거로운 행동을 해야하니 소비 욕구가 떨어질 것 같기도 하고 말입니다. 그리고 아무래도 손님분들이 냉장 진열대를 많이 사용하시다보니 계속 열고 닫게 되어서 내려 두는 것이 의미 없게 느껴지기도 했습니다. 다만, 손님이 거의 없는 밤에서 아침 시간엔 내려두긴합니다.

##### Q4. 에코커버를 사용하시면서 실제로 전기요금 절감 효과가 체감되셨나요?

-> 어느 정도 설치 전후 차이가 있긴 했지만, 그게 크게 와닿지는 않았습니다. 낮 동안은 계속 올리고 있어서 그럴지도 모르겠습니다.

**Q5. 에코커버가 취지(에너지 절약, 친환경)에 맞는 효과를 내고 있다고 생각하시나요?**

-> 전기 요금이 조금 절약 되기는 하였으나, 친환경에 도움이 되는지까진 잘 모르겠습니다. 전기 요금 절약도 미비했고 말이죠.

**Q6. 설치 비용은 어느 정도 들었나요?**

-> 위에서 조금 언급했듯, 요청하면 GS25 본사에서 설치해주기 때문에 설치 비용은 들지 않았습니다.

**Q7. 냉기 차단막을 사용하면서 불편하거나 아쉬운 점이 있다면 어떤 점인가요?**

-> 사용을 거의 안 하다시피하니 불편하거나 아쉬운 점은 딱히 없는데요, 오염되면 닦아 주는 것이 조금 귀찮긴 합니다.

**Q8. 고객들의 반응은 어떤가요? 불편함을 느끼시는 경우도 있나요?**

-> 초반을 제외하고는 낮엔 아예 올려두기 때문에 손님들은 이게 존재하는지도 모르는 경우가 대부분입니다. 낮에도 내려 놓았던 때에는 가끔 어떻게 사용해야 하는지 묻는 분들이 계시기도 했습니다. 큰 불편함을 표현하셨던 분은 없었지만, 이게 왜 설치된건지 몰라 어떻게 다뤄야할지 잘 모르시더라고요.

**Q9. 앞으로도 계속 에코커버를 사용하실 의향이 있으신가요?**

-> 무료기도 하고 아무래도 있어서 손해는 없으니까 계속 사용을 할 것 같긴 합니다. 하지만 언제 다시 제거해도 상관 없을 정도로 필요성을 못 느끼고 있습니다.

**Q10. 마지막으로, 냉기 차단막 설치를 고민하는 다른 점주님들께 조언을 해주신다면 어떤 말씀을 하고 싶으신가요?**

-> 솔직히 본사에서 지원해주지 않았더라면 저는 굳이 설치하지 않았을 것 같습니다. 그래서 GS25가 아닌 편의점 매장점주 분들께는 딱히 추천하지 않습니다. 물론 있으면 전기세가 약간 절감되긴 하지만, 아까 말했듯 크게 실감이 될 정도는 아니고 간간이 세척도 해야 하거든요. 거기다 설치에 돈도 든다면 굳이 설치를 해야하나 싶습니다. GS25 매점주분들과는 그냥 정말 하든말든 별 상관 없다고 말해 드리고 싶네요.

**〈학생 대상 설문지〉**

총 20명의 학생을 대상으로 인터뷰를 진행하였으며, 그중 대표적인 사례 3가지를 선정하여 정리하였습니다.

- 편의점에서 냉기 차단막(투명 비닐막)을 보신 적 있으신가요?
- 냉기 차단막의 형태가 어떠했나요?
- 처음 봤을 때 어떤 느낌을 받으셨나요?
- 물건을 꺼낼 때 냉기 차단막이 단혀 있다면, 불편하다고 느끼실 것 같나요?
- 실제로 사용해 본 경험이 있다면, 가장 불편했던 점은 무엇이었나요?
- 냉기 차단막의 목적이 에너지 절약과 환경 보호라는 사실을 알고 계셨나요?
- 만약 그 의미를 더 잘 알게 된다면, 불편함이 줄어들 수 있다고 생각하시나요?
- 친환경을 위해 불편함을 감수한 경험이 있으신가요? (예: 다화용컵 사용, 분리수거 등)
- 냉기 차단막 설치가 전국적으로 확대된다면, 학생 본인이나 주변 사람들이 어떻게 반응할 것 같으신가요?
- 냉기 차단막같은 친환경 장치가 더 널리 쓰이기 위해서는 어떤 점이 개선되면 좋을까요?

**\* 학생 1**

1. 없습니다. 사진으로 보니 그냥 비닐막같은 느낌이네요.
2. 경험 없음.
3. 경험 없음.
4. 아니요, 열어서 꺼내면 될 것 같습니다. 불편함을 느끼지는 않을 것 같아요.
5. 경험 없음.
6. 평소에 접하지 못해서 따로 생각해본 적은 없으나, 에너지 절약에 도움이 될 것 같기는 하네요.
7. 원래도 딱히 불편함을 느끼지는 못하였으나, 장치의 본 목적에 대해 더 깊이 이해한다면 더욱 더 불편함을 느끼지 않을 것 같습니다.
8. 네, 분리수거를 열심히 하는 편입니다.
9. 취지가 좋아서 다들 긍정적인 반응을 보일 것 같습니다.

10. 자동화 시스템이 적용되면 좀 더 편리할 것 같습니다. 키가 작거나 물건을 들고 있어 남는 손이 없는 손님도 편하게 사용할 수 있을 거 같아요.

#### \* 학생2

1. 네, 본 적 있습니다.
2. 저는 밤 11시 이후에 방문했었는데, 그 당시에는 커버 형태의 냉기 차단막이 한 쪽은 올라가 있고 다른 한 쪽은 내려져 있었습니다.
2. 위생적인 효과가 있을 것 같다는 생각이 들었습니다.
3. 딱히 그렇지 않았습니니다. 그냥 열고 물건을 꺼내면 되니까 별로 상관 없었습니다.
4. 실제로 사용을 해봤지만 처음봐서 신기할 뿐 불편함을 느끼지는 않았습니니다.
5. 원래는 그 정도까지 생각해보지 않아서 몰랐습니니다. 다만 실제 목적을 들으니 그럴 수 있을 것 같다는 생각이 듭니다.
6. 네. 그 본 목적을 제대로 이해하면, 환경 보호와 에너지 절감에 동참하는 마음으로 더 적극적으로 냉기 차단막 사용에 동참하며 불편함을 느끼지 않을 것 같습니다.
7. 일회용컵 대신 항상 텀블러를 사용하고 있습니다. 현재 기숙사에 살고 있는데 분리수거에 특히 신경쓰고 있습니다. 양념이 통에 묻어있는 경우 깨끗이 세척하여 버리기도 합니다. 솔직히 귀찮기는 하지만 환경을 위해서 이 정도의 노력을 보람되다고 생각합니다.
8. 몇몇 사람은 별 생각이 없을 수 있지만 대부분의 사람들은 에너지 절감 차원에서 긍정적인 반응을 보일 것 같습니다. 다들 적극적으로 동참할 것 같아요!
9. 사람들의 인식 개선을 통해 거부감을 줄이면 더 효과적일 것 같습니다! 캠페인같은 이벤트들을 통해서 사람들에게 냉기 차단막의 목적과 효과를 널리 알리면 냉기 차단막의 상용화에 도움이 될 것 같아요.

#### \* 학생3

1. 네 있습니다.
2. 저는 좀 여러 번 목격했었는데요, 대다수의 냉기 차단막은 커버 형태로 올라가 있었으나, 밤 11시 이후에 방문을 했었을 때에는 내려져서 사용 되고 있었습니다.
3. 생소하면서 좀 신기했습니다. 그리고 어떤 용도로 사용되는 것인지 궁금했습니다. 그냥 비닐막처럼 느껴지기도 했습니다.

4. 저는 실제로 냉기 차단막을 직접 들어올려 상품을 꺼내본 적이 있습니다. 솔직히 이게 왜 설치되었는지를 몰라 굳이 이렇게 해야하나? 싶고 조금 불편하게 느껴졌습니다.
5. 굳이 직접 올렸다가 내려야 할 이유를 모르겠어서 의아했습니다. 그리고 용도를 잘 몰라서 건드리지 말라는 의미인지 헷갈렸습니다. 또, 깊숙이 있거나 높은 쪽에 위치한 상품은 더더욱 꺼내기 힘들 것 같았어요.
6. 아니요. 그저 제품 오염을 방지하기 위한 먼지 차단용의 제품이라고 생각했습니다.
7. 네. 환경에 좋은 영향을 미친다고 생각하면, 불편함보다는 환경 보호에 동참한다는 생각에 오히려 적극적으로 냉기 차단막 사용에 참여할 것 같습니다.
8. 분리수거도 생활화하려고 노력하고 있고 매일 텀블러를 사용합니다. 음식물 쓰레기를 줄이려 급식을 다 먹으려 노력하기도 해요. 사용하지 않는 콘센트도 항상 뽑아둡니다. 환경 보호를 위한 실천을 중요시하고 있어요.
9. 다들 처음엔 저처럼 혼란스러워 하겠지만, 어떤 용도인지 알고 난 후에는 적극적으로 사용에 동참할 것이라고 생각합니다. 실제로 대다수의 매장이 냉기 차단막을 사용하면, 그에 따라 더 많은 사람들이 환경 보호에 동참하게 되어 그 사회적인 의미와 가치가 더 커질 것 같아요!
10. 무엇보다 인식 개선이 필요할 것 같습니다. 사용법과 목적을 제대로 알려서 사람들이 낯설어 하지 않게끔 해야할 것 같아요. 작은 안내 문구를 적어놔도 효과적일 것입니다.

**\* 결론:** 학생들과의 인터뷰를 통해 편의점 냉기 차단막에 대한 인지도는 개인차가 있었지만 공통적으로 정확한 목적을 잘 알지 못한다는 점을 알게되었다. 실제로 사용해 본 학생들은 차단막을 올리고 내려야 하는 번거로움이나 상품을 꺼낼 때 불편함을 느끼기도 했지만, 이는 냉기차단막의 취지와 의미를 몰랐기 때문이었다. 반대로 환경 보호와 에너지 절약이라는 본래 목적을 이해하게 되면, 불편함은 줄어들고 오히려 긍정적으로 수용하려는 태도가 나타났다. 또한 대부분의 학생들이 분리수거와 텀블러 사용 등 생활 속 친환경 실천을 이미 하고 있었기 때문에 냉기 차단막 사용이 번거롭더라도 적극적인 참여가 가능하다는 점도 확인할 수 있었다. 다만 냉기차단막이 활성화 되어 있을 때 사용방법을 몰라 '열어서 사용해도 되는지' 헷갈렸던 사례가 있었다. 이를 해결하기 위한 방안으로는 캠페인을 통한 제품 홍보, 냉기 차단막에 '사용 가능합니다'와 같은 짧고 명확한 안내 문구 삽입

등이 제안되었다. 이러한 개선이 이루어진다면 소비자들의 혼란과 불편감은 줄어들고 친환경 장치로서의 가치가 더욱 확대될 수 있다고 생각한다. 결론적으로 편의점 냉기 차단막이 처음에는 다소 불편하게 느껴졌지만, 환경친화적 목적과 의미를 이해하면 충분히 수용 가능한 제품임이 나타났다. 따라서 전국적인 확대를 위해서는 단순 설치에 그치지 않고 사용 목적과 효과를 명확히 알리는 안내문구도 함께 이루어진다면 편의점에서의 냉기 차단막 사용이 더욱 활성화될 수 있을 것이다.

③ 직접해보기

직접 실험 해보기

저희는 냉기 차단막의 효과를 보다 정확하게 검증하기 위해, 학교 내에서 간단한 과학 실험을 직접 수행할 계획입니다. 실험은 실제 편의점 진열장의 환경을 모사한 소형 모형 냉장고를 제작하여 진행하며, 이를 통해 냉기 차단막의 설치 여부에 따라 냉기 손실과 에너지 효율에 어떤 차이가 발생하는지를 비교하고자 합니다. 구체적으로는 스티로폼 박스를 활용하여 동일한 조건의 모형 냉장고 두 대를 제작합니다. 그 중 한쪽에는 유\*하이텍사의 유\*커버(일반적인 냉기 차단막 형태)를 설치하고, 다른 쪽에는 유\*하이텍사의 유\*투명발(문발 형태)을 설치한다. 두 모형 냉장고 내부에 아이스팩을 동일하게 배치한 뒤, 내부 온도 변화를 일정 시간 간격으로 측정하여 두 형태의 냉기 차단막의 효과를 관찰합니다.

실험의 주요 관측 항목은 다음과 같습니다.

- 시간 경과에 따른 내부 온도 변화 : 비접촉 온도계 활용
- 두 제품(커버, 투명발)의 효율 차이 : 내부 온도 변화를 근거로

실험은 동일한 환경(장소, 시간, 초기 온도)에서 반복하여 신뢰도를 높이고, 측정된 데이터를 통해 냉기 차단막의 유무에 따라 에너지 효율성과 냉기 보존 능력에 의미 있는 차이가 발생하는지를 분석할 예정입니다. 기업이 제시하는 냉기 차단막의 효과가 실제 환경에서도 유사하게 나타나는지를 직접 눈으로 확인함으로써, 단순한 주장이나 마케팅 문구를 넘어서

실증적인 판단을 내릴 수 있는 능력을 기르고자 합니다. 이러한 실험을 통해 저희는 과학적 검증에 기반한 환경 탐구의 중요성을 체감하고, 비판적으로 정보를 해석하는 시민 과학자의 태도를 배우고자 합니다.

④ 반론의견

예상반론 1 “냉기 차단 효과가 과장되었을 수 있다.”

냉기 차단막은 외관상 얇은 비닐막처럼 보이기 때문에, 실제로 냉기 차단이나 에너지 절감 효과가 얼마나 있는지 의문이 들 수 있습니다. 단지 ESG 마케팅을 위한 ‘그린워싱’이 아닌지 의심하는 시선도 존재합니다.

재반박 이 부분은 실제 데이터와 현장 사례를 통해 명확히 반박할 수 있습니다.

예를 들어, G\*25에서 냉기 차단막을 설치한 이후, 한 매장의 경우 하루 약 5천 원, 한 달에 약 15만 원, 연간 약 180만 원 이상의 전기료 절감 효과가 나타났습니다. 단순히 전력비 절감뿐 아니라, 냉장고 가동률이 낮아지면서 고장률도 감소하였고, 냉기가 빠져나가지 않음으로써 난방비까지 절감되는 부가 효과도 관찰되었습니다. 또한, 연간 약 6.5톤의 이산화탄소 절감 효과가 있었으며, 이는 소나무 약 30그루를 심는 것과 맞먹는 환경적 가치로 환산됩니다. 무엇보다 현재는 많은 매장에서 냉기 차단막을 24시간 상시 사용하고 있으며, 실제 운영자들은 “이 정도 절감 효과라면 오히려 항상 사용하는 것이 더 이익이다”라는 인식을 공유하고 있습니다.

예상반론 2 냉기 차단막을 올렸다 내렸다 하는 과정이 번거로워서 야간에만 사용하게 될 것이다.” 재반박 2 냉기 차단막은 야간에만 사용하더라도 사용하지 않는 것보다는 효과가 있을 것입니다. 현재 많은 매장에서는 절감 효과에 대해 긍정적인 반응을 보이며 상시 사용으로 전환하고자 하는 움직임이 드러나고 있습니다. 또한 초기에는 사용 방식이 번거롭다고 느껴질 수 있지만, 사용자들이 여러 매장에서 반복적으로 사용하면 점차 익숙해져서 불편함은 자연스럽게 줄어들 것입니다. 냉기 차단막 사용의 불편함보다는 효율성과 경제성에 초점을 맞춘다면 이는 굉장히 유용한 장치입니다.

## 결론 작성하기

이번 팩트체크 활동을 통해 저희는 “편의점에 설치된 냉기 차단막은 정말 친환경적일까?”라는 질문을 중심으로 탐구를 진행했습니다. 먼저 뉴스 기사, 기업의 공식 자료, 연구 결과 등을 토대로 기초 정보를 수집하였고 냉기 차단막을 제작·판매하는 기업에 직접 문의하여 실제 데이터를 확보하기도 했습니다. 특히 직접 진행한 실험을 통해서 냉기 차단막의 효율성과 편의성 측면을 검증했습니다. 또한 편의점 점주님 인터뷰와 학생들의 후기를 통해 냉기 차단막이 실제로 어떻게 사용되고 있는지 구체적으로 파악했습니다. 이처럼 다양한 방법을 통해 접근한 결과, 냉기 차단막의 효과와 한계를 종합적으로 분석할 수 있었습니다. 저희는 투명 커버와 투명 발의 냉기 차단막 효율성 비교 실험을 통해 중요한 사실을 확인했습니다. 편의점에서 고객들이 이용하듯이 물건 꺼내는 시늉을 반복하며 온도를 비교 측정했을 때 두 제품의 온도 차이는 크게 없었으며, 투명 발이 조금 더 사용에 편리한 점을 확인했습니다. 결론적으로 두 제품의 온도 유지 성능은 큰 차이가 없었으나 투명 발이 사용 편의성 측면에서 우수하다는 점이 드러났지만, 위생 관리가 비교적 어렵다는 한계가 있습니다. 그럼에도 불구하고 투명 커버 사용 시 반복되는 여닫기 과정에서 발생하는 에너지 손실과 불편함을 효과적으로 보완할 수 있다는 점에서 투명 발은 보다 현실적인 대안으로 제시됩니다. 다만 이번 실험은 짧은 기간 소규모로 진행되었으므로 장시간 사용 시의 성능 변화나 전력 소비량의 정량적 비교까지 확인하기는 어려웠습니다. 그럼에도 불구하고, 이번 실험은 냉기 차단막의 효율성을 단순한 이론이 아닌 직접 체감 가능한 방식으로 탐구했다는 점에서 의의가 있습니다.

학교 학생들과의 인터뷰에서도 의미 있는 결과가 도출되었습니다. 냉기 차단막에 대한 인식은 개인차가 있었지만 그 목적을 잘 알지 못하는 경우가 많았습니다. 커버를 올리고 내리는 불편함을 언급했으나 환경 보호와 에너지 절약이라는 본래의 취지를 이해하고 긍정적인 태도를 보였습니다. 또한 이미 분리수거나 텀블러 사용 등 친환경 마인드에 익숙한 학생들이 많아 냉기 차단막 사용 역시 적극적으로 참여할 수 있다는 점을 확인했습니다. 다만 일부 학생들은 ‘열어서 사용해도 되는지’ 혼란을 겪었는데, 이는 ‘사용 가능합니다’와 같은 명확한 안내문 부착이나 캠페인 홍보를 통한 소비자 인식 향상이 이루어

진다면 완화할 수 있을 것으로 보입니다. 편의점 점주 인터뷰를 통해 냉기 차단막의 실제 현장 활용 상황을 확인했습니다. 점주는 설치 이후 전기요금 절감 효과가 크지 않다고 느꼈으며, 설치를 적극적으로 추천하지 않는 이유도 바로 체감 효과 부족 때문이었습니다. 그러나 이는 낮 시간대에는 차단막을 올려 두고, 손님이 적은 심야 시간대에만 제한적으로 사용했기 때문에 발생한 결과였습니다. 만약 차단막을 지속적으로 활용한다면 에너지 절감 효과는 분명 더 뚜렷하게 나타날 것입니다. 특히 고객 반응 관련 질문(Q8)에서 점주는, 낮에는 냉기 차단막을 올려 둔 탓에 손님들이 존재조차 모르는 경우가 많았고 내려 두었을 때는 사용 방법을 몰라 물어보는 경우가 있었다고 답했습니다. 이를 통해 앞선 학생 인터뷰와 동일하게 소비자들 사이에서 차단막의 취지와 사용법을 잘 모른다는 점을 다시 한 번 확인할 수 있었습니다. 이와 같이 점주 인터뷰는 냉기 차단막의 효과가 단순히 장치 자체에 달린 것이 아니라 사용 습관과 인식 개선 여부에 따라 달라진다는 점을 보여줍니다. 따라서 단순한 설치에 그치지 않고 운영자와 소비자 모두 올바르게 이해하고 활용할 수 있도록 안내하는 과정이 반드시 필요합니다. 이러한 과정을 거쳐 저희가 도달한 결론은 분명합니다. 냉기 차단막은 단순한 비닐막이 아닌, 에너지 절감과 환경 보호에 실질적인 효과를 발휘하는 고효율 설비입니다. 앞서 이 설비를 사용했을 때 하루 평균 수천 원, 연간 수백만 원에 이르는 전기요금 절감 효과가 확인되었고 이산화탄소 배출량도 줄어드는 등 환경적 효과 역시 수치로 입증되었다고 관련 업체가 밝힌 바 있습니다. 그러나 냉기 차단막이 전국적으로 확산되기 위해서는 실질적으로 제도적 뒷받침이 필요합니다. 모든 매장에서 자율적으로 설치하기에는 한계가 있는 만큼, 정부나 지자체 차원에서 일정 규모 이상의 매장에 냉기 차단막 설치를 의무화하거나 설치 시 세제 혜택 또는 지원금을 제공하는 정책을 시행할 수 있습니다. 이러한 제도적 유인이 냉기 차단막의 전국적 확산과 실질적 에너지 절감에 큰 기여를 할 것입니다. 결론적으로, 저희는 이번 팩트체크 활동을 통해 냉기 차단막이 경제성과 환경성, 확장성을 두루 갖춘 가치 있는 친환경 장치임을 확인했습니다. 특히 투명 발은 현재 널리 사용되고 있는 투명 커버보다 더 실용적이고 지속 가능한 방향을 제시합니다. 이 장치는 단순한 설비가 아니라 일상 속에서 누구나 실천할 수 있는 환경 보호의 사례이며 편의점뿐 아니라 마트, 카페, 학교 매점 등 냉장 진열대가 설치된 다양한 공간에 적용할 수 있어 활용 가능성도 높습니다. 저희 ‘살어리랏다’는 이번 탐구가 작은 출발점이 되어, 일상 속 환경 보호 활동이 더욱 널리 확산되기를 기대합니다.

## 미디어 콘텐츠

작은 불편을 넘어 큰 변화를  
만들 수 있는 장치, 냉기 차단막

### 콘텐츠 소개

#### 🎤 기획의도

저희 팀 '살어리랏다'는 냉기 차단막이 정말 친환경적인지, 단순한 기업 홍보가 아닌 실제 효과가 있는지 팩트체크하고자 했습니다. 많은 사람들이 냉기 차단막을 보았지만 그 목적을 잘 알지 못하거나 불편함만 떠올립니다. 따라서 뉴스 자료, 인터뷰, 실험을 종합한 영상을 제작하여 냉기 차단막의 진짜 의미를 알리고 “작은 불편을 감수하면 더 큰 변화를 만들 수 있다”는 메시지를 전달하고자 했습니다.

#### ☰ 상세설명

영상은 먼저 냉기 차단막 필요성을 다룬 뉴스 화면으로 시작합니다. 이어 “이런 비닐막, 본 적 있으신가요?”라는 질문과 함께 편의점 진열대 사진이 빠르게 나열되며 시청자의 관심을 끄니다. 그 후 “이것이 바로 냉기 차단막입니다”라는 설명과 함께 기업 기사 화면이 등장하며 “기업은 효과적이라고 말합니다. 과연 사실일까요?” 라는 문제 제기가 이어집니다. 다음 장면에서는 편의점 점주님 인터뷰가 등장하여 실제 설치 이유와 현장의 어려움을 보여주고 이어 교내 모의 실험 영상이 삽입되어 냉기 차단막의 온도 유지 효과와 커버 형식, 발 형식 차단막의 차이점을 보여줍니다. 이후 학생 인터뷰 장면에서는 불편함을 느끼

기도 하지만 환경 보호 목적을 알게 된 후에는 긍정적으로 수용하는 모습을 확인할 수 있습니다. 영상은 마지막으로 냉기 차단막의 편의와 인식 개선을 바라면서 마무리됩니다.

### 홍보 및 캠페인 활동

저희 살어리랏다 팀은 단순히 탐구 보고서와 영상을 제작하는 데에 그치지 않고, 미디어 콘텐츠를 활용한 홍보 및 캠페인 활동을 적극적으로 진행하였습니다.

우선 교내 캠페인을 열어 학생들의 참여를 이끌어냈습니다. QR 코드를 통해 영상을 직접 시청할 수 있도록 하였고, 이후 짧은 소감이나 의견을 남기는 활동을 함께 진행하였습니다. 많은 학생들이 호기심을 가지고 참여했으며, “작은 장치가 환경 보호와 연결된다는 사실이 신기하다”, “냉기 차단막의 명확한 목적을 새롭게 알게 되었다”는 등 다양한 반응을 얻을 수 있었습니다. 단순히 영상을 시청하는 데서 그치지 않고, 환경 문제를 자신과 연결해 생각하는 계기가 되었다는 점에서 큰 의미가 있었습니다.

또한 포스터 제작을 통해 홍보 효과를 교내 전반으로 확산시켰습니다. 포스터에는 실험 결과 요약과 함께 ‘우리 주변의 작은 장치, 얼마나 큰 변화를 만들까요?’라는 문구를 넣어 학생들의 흥미를 끌었고, 복도와 도서관, 급식실 등 교내에서 가장 눈에 잘 띄는 공간에 부착하였습니다. 포스터에 삽입된 QR 코드를 활용해 영상을 시청한 학생들이 많았고, 친구들끼리 냉기 차단막에 대해 서로 이야기하는 모습을 통해 프로젝트가 교내에서 자연스럽게 퍼지고 있음을 실감할 수 있었습니다.

특히 저희 팀은 유튜브 채널 ‘살어리랏다’ 계정을 개설하여 프로젝트 영상을 업로드하였습니다. 이를 통해 교내에서 벗어나 더 넓은 범위에서 프로젝트를 홍보하고 주제를 알릴 수 있었습니다. 실제로 일부 학생들은 링크를 다른 반 친구들이나 지인들에게 전해주기도 했고, 이처럼 점차 넓어질 파급력을 기대해볼 수 있었습니다.

이번 활동을 통해 저희는 환경 캠페인에서 미디어 콘텐츠가 가진 힘을 직접 체감했습니다. 단순히 탐구 결과를 전달하는 수준을 넘어, 학생들의 적극적인 참여와 공감을 이끌어내고 앞으로 더 많은 확산 가능성을 남긴 소중한 경험이었다고 생각합니다.

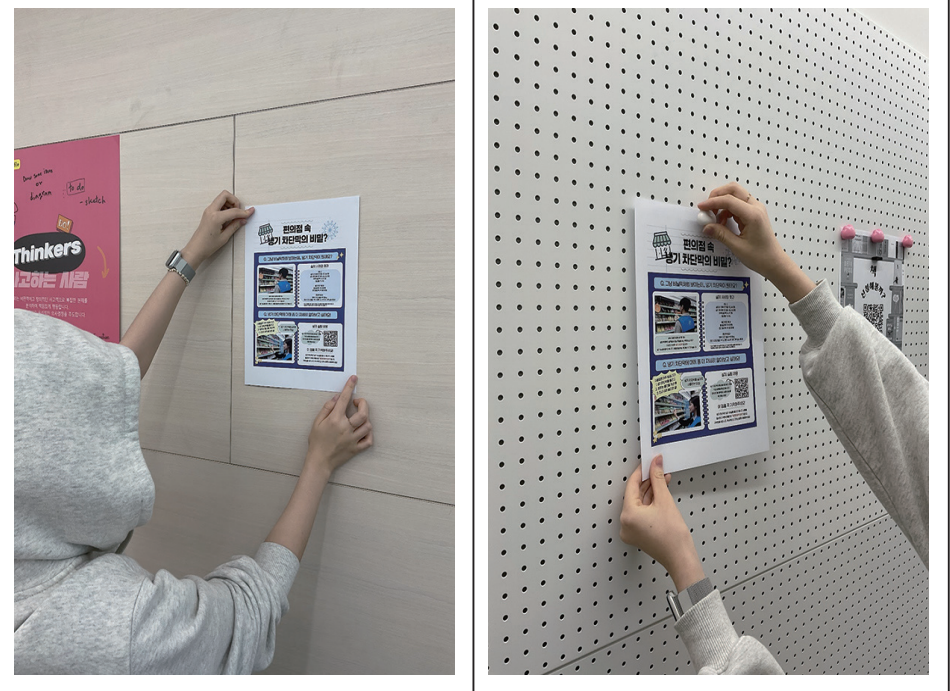
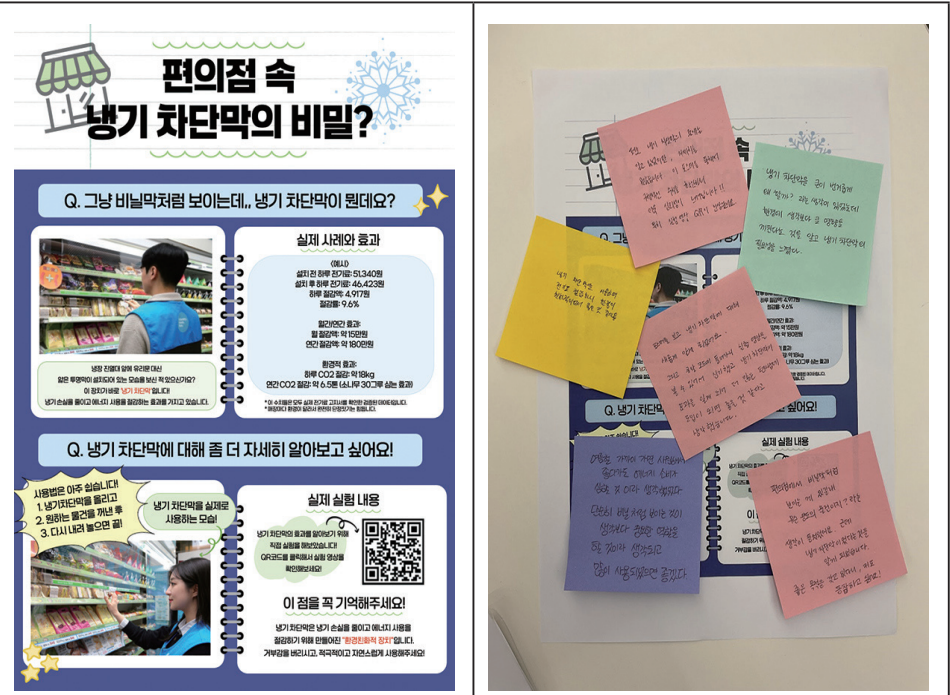
# 참여소감

## 김다은

이번 체커톤 활동을 통해 자료를 모으는 것 뿐만 아니라 실제로 확인하고 검증하는 것이 정말 중요한 과정이라는 것을 알게 되었습니다. 처음에는 저도 냉기 차단막이라는 주제가 생소하기도 했지만 점점 탐구를 진행하면서 작은 장치가 환경 보호와 연결된다는 사실이 인상 깊었습니다. 특히 기업의 자료와 현장의 의견이 다를 수 있다는 점을 보면서 비판적인 시선이 필요하다는 것을 깨달았습니다. 편의점 점주님과 학생들의 인터뷰를 직접 정리해보며 다양한 시각을 비교해보는 과정도 즐거웠습니다. 저는 또한 영상 편집과 스토리 보드를 짜면서 그냥 촬영한 장면들을 이어 붙이는 것이 아닌 저희팀이 전하고자 하는 메시지를 효과적으로 전달할 수 있도록 많은 고민을 하였습니다. 편집 계획과 과정에서 뉴스 자료, 인터뷰, 실험 장면을 연결해나가면서 하나의 스토리가 있는 영상이 만들어졌을 때 큰 보람을 느꼈습니다. 그리고 저희가 진행한 실험은 짧은 기간 동안 진행된 실험이라 한계는 있었지만 그럼에도 불구하고 실제 데이터를 직접 확인하고 이것을 영상으로 담아낸 경험은 정말 값진 경험이었습니다. 이번 활동을 통해 작은 불편을 감수하는 것이 큰 변화를 만들 수 있다는 메시지가 어떤 의미인지 크게 체감할 수 있었습니다.

## 손예빈

이번 체커톤 활동은 약 5개월 동안 진행된 긴 여정이었습니다. 처음 주제를 선정하고 자료 수집을 시작했을 때만 해도 단순한 호기심에서 출발했지만, 실제 조사 과정에서 예상치 못한 난관이 잇따랐습니다. 냉기 차단막 관련 공식 자료가 거의 없어 기초 정보를 확보하는데 한계를 느꼈습니다. 이후 편의점 점주님을 대상으로 진행한 인터뷰 역시 연락이 닿지 않거나 응하지 않는 경우가 많아 조율이 쉽지 않았습니다. 편의점 본사에 투명 커버에 대해 직접 문의했지만, 관련 자료와 수치는 대외비라는 답변만 돌아왔습니다. 호기롭게 세웠던 계획들이 점차 틀어지면서 앞으로 어떻게 탐구해나가야 하는지 막막하기도 했습니다. 자료 확보가 어려운 상황에서 저희는 자체 실험을 진행했습니다. 그러나 평소 실험 경험이 많지 않아 측정 방법 설정과 데이터를 수집에서 여러 차례 시행착오를 겪었습니다. 이러한 문제를 극복하는 과정에서 실험 설계 능력과 분석력을 키울 수 있었습니다. 전반적



으로 준비하는 과정에서 팀원들과 의견 충돌이 일어났을 때 이를 극복해나가며 한층 더 성장하게 되었습니다. 또한 각자의 장점을 살려 맡은 역할을 성실히 수행한 끝에 무사히 탐구활동을 마무리 지을 수 있게 되었습니다. 이렇게 저희 '살어리랏다' 팀은 단순히 하나의 보고서를 완성하는 경험을 넘어 문제를 끝까지 파고드는 힘을 기를 수 있었습니다. 예상치 못한 난관이 이어졌지만 팀원들과 함께 해결책을 찾으며 느낀 성취감은 어떤 결과보다도 값지게 다가왔습니다. 이번 활동은 협력과 탐구의 가치를 깊이 깨닫게 해 준 소중한 경험이었습니다. 감사합니다.

## 이이채

이번 체커톤 활동을 하면서 가장 힘들었던 점은 '팩트체크'였습니다. 특히 관련 편의점 브랜드 본사에 직접 연락을 했지만 아무런 답변을 얻지 못한 경험은 꽤 답답하고 아쉬웠습니다. 실제로 관련된 공식 자료가 거의 없다 보니 뉴스 기사나 업체 측에서 공개한 일부 자료에만 의존해야 했는데, 그것만으로는 객관적이고 확실한 근거를 마련하기는 힘들었습니다. 그래서 저희 스스로 실험을 설계하고 자료를 확보하는 과정이 반드시 필요하다는 사실을 깨달았습니다. 하지만 실험을 직접 기획하고 실행하는 것은 생각보다 훨씬 힘들었습니다. 단순히 물건을 측정하는 정도라고 생각했는데, 변수를 어떻게 설정할지, 시간 간격을 몇 분으로 나눌지, 그리고 어떤 방식으로 기록할지가 하나하나 문제였습니다. 사소해 보이는 부분도 실제 결과에는 큰 영향을 줄 수 있었기에 꼼꼼하게 진행해야 했습니다. 시행착오를 겪으면서도 끝까지 측정을 이어간 것은 분명 값진 경험이었습니다. 또한 팀원 세 명이서 함께 의견을 모으는 과정도 쉽지 않았습니. 각자 생각하는 방향이 달라 부딪히기도 했지만, 결국은 대화를 통해 합의를 이루고 하나의 결과물로 묶어내는 과정을 통해 협력의 중요성을 배울 수 있었습니다. 특히 제게는 영상 제작 과정이 가장 큰 도전이었습니다. 스토리보드를 짜는 것도 쉽지 않았고, 단순히 촬영한 장면을 이어 붙이는 것이 아니라 어떻게 하면 탐구의 핵심을 효과적으로 보여줄 수 있을까를 고민해야 했습니다. 그러나 그만큼 완성을 했을 때의 뿌듯함이 크게 다가왔습니다. 이번 체커톤을 통해 저는 자료를 비판적이고 꼼꼼하게 바라보는 태도와 스스로 문제를 해결하는 힘을 배웠습니다. 비록 과정은 고되고 어려웠지만, 직접 부딪히며 배운 경험들은 앞으로 어떤 탐구를 하든 큰 경험이 될 것이라 확신합니다. 무엇보다도 작은 불편과 노력이 모이면 사회적 변화로 이어질 수 있다는 사실을 몸소 느낄 수 있었던 값진 시간이었습니다.

