

정경물산  
**식품용 위생용기 공장 준공**  
 일괄적인 생산라인, 높은 안전성 갖춰

포장인쇄 업체인 정경물산(대표 이중석)에서 식품용 위생용기 분야로 사업을 확장하면서 정읍에 식품용 위생용기 생산공장을 마련, 지난 달 18일 준공식을 가졌다.

정경물산의 정읍공장에서 가장 눈에 띄는 부분은 인쇄부터 다이커팅, 접착 등의 과정을 거쳐 위생용기 생산에 이르기까지 일괄적인 라인으로 구성돼 있다는 점이다. 특히 생산되는 제품이 패스트푸드 등에 사용되는 종이 위생용기로 식품과

직접 닿는다는 점에서 생산과정에서도 높은 위생성이 요구된다.

정경물산 정읍공장의 일괄적인 생산라인은 안전성을 갖춘 공장 내부에서 모든 작업이 이루어지도록 되어있어 위험요소를 미리 차단하고 있다. 이 곳에서 생산하는 포장재는 패스트푸드에 사용되는 위생용기로 박엽지와 판지 트레이가 결합되어 있는 위생성과 사용의 편리성이 갖추어져 있는 포장재이다. 위생성이 요구되는 이들 포장재를 생산하기 위해 이 공장은 HACCP에 준하는 기준의 시설이 갖춰져 있다.

아직 국내의 HACCP에는 포장재 생산시설에 대한 기준이 없어 정경물산에서는 세계적인 패스트푸드 업체 맥도날드의 기준에 맞추어 공장시설을 도입했다고 한다.



▲ 정경물산 식품용 위생용기 공장 준공

**업계동정**

한편, 정경물산에서 식품용 위생용기 사업을 진행할 수 있었던 데에는 영국의 RAP사와의 기술제휴가 주효했다. RAP사는 위생용기를 생산하는 세계적 기업으로 사용하기 쉬운 인체공학적인 디자인, 높은 식품보호성, 간단한 구조, 높은 환경성 등을 갖춘 용기로 세계적으로 특허를 얻고 있다.

정경물산의 이중석 사장은 이날 인사말을 통해 “높은 위생성, 환경성이 요구되는 제품으로 정읍에 공장을 마련하게 됐다”며 “고객과 함께하는 기업이 되도록 노력해 나갈 것”이라고 말했다.

정경물산은 1981년 설립, 지기, 지합, 콘바디 제품 등 포장재만을 생산해 온 중견기업으로 인천에 본사와 공장을 두고 있으며 이번에 준공된 정읍공장은 대지 3천평에 건평 7백평의 규모로 식품용 위생용기만을 생산하게 된다.

**삼성전자  
휴대폰 케이스, 명품 루이비통 맡겨  
명품 이미지 전략**

삼성전자가 네덜란드 오디오 전문기업 뱅앤올룹슨(B&O)과 공동으로 개발한 휴대폰 ‘세린’의 케이스를 프랑스 패션업체 루이비통에 맡겼다.

오디오와 패션 분야에서 명품으로 알려진 세계적인 브랜드와 제휴함으로써 삼성 휴대폰을 ‘명품’으로 격상시키기 위한 전략이다.

삼성전자 관계자는 “유럽에서 대당 1천유로(1백25만원)에 판매되고 있는 세린은 삼성이 내놓은 휴대폰 중 가장 비싼 모델”이라며 “프리미엄

브랜드의 이미지를 더욱 강화하기 위해 세린의 포장부문을 루이비통에 맡겼다”고 밝혔다.

세린은 삼성이 세계적인 오디오 업체 뱅앤올룹슨과 공동개발한 휴대폰으로 디자인이 파격적이다.

액정화면은 위, 자판은 아래에 있는 기존 휴대폰과 달리 액정화면이 아래쪽에 있다.

전화번호 입력판은 탁상용 아날로그 전화기와 마찬가지로 원형으로 배치돼 있다.

삼성전자는 오디오 명품 뱅앤올룹슨, 패션 명품 루이비통과 제휴함에 따라 세린이 고품격과 희소성을 갖춘 휴대폰 명품이 될 것으로 기대하고 있다.

삼성은 파리 상젤리제 거리의 루이비통 매장에 세린 휴대폰과 루이비통이 만든 케이스를 함께 진열할 계획이다.

삼성전자는 지난해 핸드백 브랜드 루이까토즈와 제휴, 자사 노트북 ‘센스Q30’을 루이까토즈가 특별히 제작한 패션백에 담아 판매하는 ‘명품 마케팅’을 전개한 바 있다.

**동아백화점  
쇠고기 이력추적시스템 등록  
출생, 이동, 도축 등 정보확인**

동아백화점 쇼핑점·수성점이 지난 달 15일부터 농림부 인정 쇠고기 이력추적시스템 지정판매장으로 등록됐다.

쇠고기 이력추적시스템은 소의 출생부터 식탁에 오를 때까지의 전 과정을 정부가 관리해 광우병 등 각종 문제 발생시 신속하게 대응하기 위한

일종의 안전시스템으로 소비자에게 믿고 구매할 수 있는 안전한 쇠고기를 제공하기 위한 것. 소마다 별도의 식별번호를 부여하고 출생·이동·도축까지 모든 내용을 데이터베이스화해 소비자가 구입하려는 쇠고기 정보를 인터넷((www.mtrace.net)으로 확인할 수 있다.

‘쇠고기 이력추적제품 코너’를 운영하는 지정 판매장의 경우 생산이력검색용 터치스크린을 설치해 고객이 즉석에서 구매하려는 쇠고기 이력을 포장 라벨에 부착된 식별번호만 입력하면 확인할 수 있도록 해 놓았다.

동아백화점 축산바이어 박병구 과장은 “지난 해 9월부터 농협에서 지정한 쇠고기 이력추적시스템 시범사업장으로 운영돼 왔다”며 “이번 지정 판매장 등록을 계기로 보다 믿을 수 있는 한우를 구매할 수 있도록 노력하겠다”고 했다.

제과업체  
**포장에 '명화' 활용**  
화장품, 카드도 속속 도입

유명 화가의 작품이 제품 포장 디자인으로 활용되고 있다.

제과 화장품 신용카드 업체들이 소비 침체에도 고가(高價) 제품의 판매가 꾸준히 이어지자 제품의 품격을 높이기 위해 포장 디자인을 고급화하고 있다.

소비자들도 감성과 분위기에 이끌려 소비하는 경향이 뚜렷해지고 있다.

롯데제과는 비스킷 ‘하비스트 검은깨’ 포장을

최근 새로 바꾸면서 ‘수확’을 주제로 한 명화(名畫) 9점을 포장 디자인에 사용했다. 밀레의 ‘만종’과 ‘건초를 묶는 사람들’, 반 고흐의 ‘낮잠’, ‘라크로의 수확’, 쥘 브르통의 ‘이삭 줍는 여인들에 대한 회상’, 고갱의 ‘브루타뉴의 수확’, 브리겔의 ‘농촌의 결혼식’ 등이 그것.

해태제과는 초코 케이크 ‘오예스’ 박스포장 안에 최한동의 ‘바라기2001’, 김성호의 ‘새벽’, 김찬옥의 ‘인연’ 등 국내 유명 화가 작품이 들어간 엽서를 넣었다. 엽서 뒤에는 작품의 이해를 돕기 위해 간단한 미술평도 있다.

화장품과 카드 업계에서도 제품 홍보에 명화를 적극 활용하고 있다.

더 페이스샵은 가을 신제품으로 내놓은 기초화장품 ‘아르쟁뜨(Arsainte)’ 용기에 반 고흐의 명화 ‘삼나무가 있는 보리밭’을 입혔다.

현대카드는 세계 유명 화가의 미술작품을 디자인으로 채용한 ‘갤러리 카드’를 최근 선보였다.

보티첼리의 ‘비너스의 탄생’, 라파엘로의 ‘두 천사들’, 마티스의 ‘재즈’ 등으로 신용카드 앞면을 꾸몄다.

식품업체  
**바나나 우유 분쟁서 빙그레 승소**  
용기 모양, 빙그레 상품 연상 인정

항아리 단지 모양 바나나 우유 용기의 상표권을 놓고 빙그레와 해태유업이 벌인 법정 싸움에서 법원은 빙그레의 손을 들어줬다.

빙그레에 따르면 서울중앙지법 민사50부(재판

## 업계동정

장 이태운 부장판사)는 전일 “해태유업은 바나나 우유 용기 및 우유제품을 생산·판매하지 말라”고 판결했다.

재판부는 결정문에서 “빙그레는 바나나우유 용기를 30년간 독점 사용해 왔고 유제품 시장에서 압도적인 선두를 유지해 왔다”며 “이 결과 항아리 단지 모양의 우유 용기가 빙그레의 상품임을 연상시키게하는 충분한 표시가 됐음이 인정된다”고 밝혔다.

재판부는 “따라서 해태유업이 항아리 단지 모양의 용기를 사용해 바나나 우유를 판매하는 것은 부정경쟁방지법에 위배된다”고 설명했다.

빙그레는 지난 1974년 바나나맛 우유를 생산해 왔으며 2003년과 2004년 각각 항아리 단지 모양의 용기와 포장용기에 대해 상표권을 출원했다.

빙그레는 해태유업이 지난 7월부터 자사의 제품과 모양이 유사한 용기를 이용, 생생과즙 바나나우유를 내놓자 상표권침해금지 및 광고금지 가처분 신청을 냈었다.

이번 결정으로 인해 빙그레의 바나나맛 우유를 도용한 것으로 인정된 해태유업의 바나나우유는 시장에서 사라지게 됐다.

빙그레 관계자는 “끊임없는 제품 개발로 소비자들의 사랑을 받아야 할 기업이 30년 이상의 노력으로 만들어 온 1위 브랜드를 모방해 인기에 편승하려는 현재의 세대에 경종을 울리는 중요한 결정”이라고 환영했다.

한편 빙그레는 현재 남양유업과도 바나나맛 우유 관련 소송을 진행 중이다. 빙그레는 남양유업 측의 바나나우유 광고가 최민수를 모델로 제품 용기와 광고 형식 및 내용을 그대로 모방했으며,

빙그레 제품을 악의적으로 비방한다며 지난 달 13일 서울중앙지법에 광고중지가처분 신청을 제출했었다.

남양유업은 이와 관련, 바나나우유 광고를 중단하고 향후에도 방영하지 않겠다는 의사를 빙그레 측에 전달한 것으로 알려졌다.

### 물류업계 신항, CFS 운영업체 대한통운 선정 고부가가치 물류기능 수행

부산신항 배후물류단지의 첫 입주기업이 될 CFS(컨테이너화물 조작장) 운영업체로 대한통운(주)과 (주)대우로지스틱스로 구성된 컨소시엄이 선정됐다.

부산항만공사(BPA)는 신항 물류단지 내 CFS 운영업체 평가위 원회(위원장 김영삼 부산발전연구원장)를 열어 사업계획서를 제출한 6개 업체 중 대한통운 컨소시엄을 운영업체로 선정했다.

대한통운은 사업계획서를 통해 40억원을 투입, CFS 화물처리하는 물론 일본의 S,W사와 독일의 H사 등 외국 우수 물류업체의 화물을 유치해 내년에 55만톤, 장기적으로는 1백13만톤의 화물을 처리하는 한편 외국화물에 대한 보관과 포장, 가공 등 고부가가치 물류기능을 수행하겠다고 밝혔다.

평가위 측은 “대한통운 컨소시엄은 사업능력과 임대료 등에서 경쟁 입찰업체에 비해 높은 점수를 획득, 운영업체로 확정됐다”고 밝혔다.

캐리어테이프업계  
반도체 캐리어테이프 국산화 러시  
소재 내재화 움직임 가시화

국내 중견 소재업체들이 원재료를 자체 개발하고 새로운 공법을 적용해 반도체 포장·운송 등에 쓰이는 캐리어테이프의 부가가치 제고에 적극 나서고 있다.

국내 캐리어테이프업계는 지금까지 원재료를 일본 스미토모·덴카 등에 의존하면서, 진공성형 등 최종 생산 가공을 중심으로 사업을 진행해 왔다.

캐리어테이프는 반도체의 포장·운송 및 표면실장 등에 쓰이는 소모성 부자재로 소형 반도체 패키징 증가로 수요가 늘고 있다.

관련업계에 따르면 유원컴텍, 세진티에스, 대림산업 석유화학사업부는 캐리어테이프 소재 개발에 속속 성공하고 있다.

유원컴텍은 캐리어테이프의 전 단계인 시트도 직접 생산, 부가가치를 높인다는 계획이다.

이 회사는 컴파운드 및 시트 생산을 위한 공장을 신설, 이달 말까지 시생산을 마치고 생산에 들어간다.

세진티에스도 이온 플라즈마 방식의 도전성 캐리어 테이프 및 스페이서 필름을 개발하고 현재 승인을 추진 중이며 대림산업은 수입 의존도가 높은 캐리어테이프용 ABS 수지를 개발, 공급에 나서고 있다.

유원컴텍 최병두 사장은 “대전방지·균일성 등의 특성을 맞추기 힘들어 캐리어테이프 소재는

외산 의존도가 높았다”며 “최근 관련업계가 부가가치를 높이기 위해 소재부터 내재화하는 움직임이 가시화되고 있다”고 말했다

국제약품  
물류 포장 자동화 시스템 가동  
업무 효율화 및 생산성 향상 효과 기대

국제약품(대표 나중훈)은 지난 8월부터 제약업계에서는 보기 드물게 ‘물류 포장 자동화 시스템(Logistics Packing Automation System·이하 LPAS)’을 가동하면서 주목받고 있다.

올해 초 7명의 물류팀을 운영하고 있는 국제약품은 매출증대와 동시에 늘어나는 주문과 물류량을 기존 인력으로도 효율적으로 소화할 수 있는 방안을 검토했다.

물류팀은 제품 입고에서 물류 박스 출하(택배회사 배송), 인수증 회수에 이르는 업무를 수행하고 있다.

물류팀 업무중 가장 많은 비중과 시간을 차지하는 프로세스는 주문 관련 서류정리와 물류 박스 선별작업으로, 각 업무 별로 2~3명의 인원과 하루평균 1~2시간이 소요된다.

매출증대와 동시에 늘어나는 주문과 물류량을 소화하기 위해 도입된 것이 LPAS다. 이 시스템은약품 주문을 접수한 뒤 수작업으로 병원·약국 등 고객에게 보낼 물류 박스를 선별, 배송하던 업무를 자동화했다.

서류 작업이 없이도 약품 주문내역과 무게에 따라 자동으로 포장지시서 작성과 박스 선별작업

## 업체동정

이 진행되고 고객이 주문한 박스를 받은 뒤 회수된 인수증은 바코드 기술이 적용돼 스캐닝 작업을 거쳐 저장, 관리된다.

국제약품은 지난 4월부터 약 4개월 동안 로지스큐브와 공동으로 시스템 개발에 나서 자사에서 생산되는 모든 제품과 물류 박스의 규격을 DB화했다.

또 예외적재 품목, 적재규격 품목, 동일규격 품목, 박스(12개) 무게 등을 표준화해 제품을 포장하기 위한 방법론도 개발했다. 시스템 가동 이후 국제약품은 기존 인력으로도 현재 물류량 대비 20% 증가한 물량까지 소화할 수 있게 됐고 과거 수작업으로 진행하던 시기와 비교해 연간 9백만원 정도의 인건비 절감효과를 낼 것으로 분석하고 있다.

또 물류팀의 작업시간을 최소화함으로써 물류 창고운영 업무에 주력, 업무 효율화와 생산성 향상 효과까지 기대하고 있다.

### 삼화제지(주) 특수인쇄 용지 출시 기념 설명회 고객에게 다양성 제공

일본으로부터 수입해 판매되고 있는 특수인쇄 용지인 반누보를 대체하기 위해 그간 국내의 여러 제지회사들이 유사품을 개발하여 유통하고 있으나 실질적으로 반누보를 대체 하기에는 질적 측면에서 수입지와 경쟁되지 못하고 있는 현



▲ 삼화제지 특수인쇄 용지 출시 기념 설명회

실이다.

이에 제지 전문업체 삼화제지(주)(대표이사 김성호)는 수입지의 품질에 견줄 수 있고, 다양한 인쇄결과를 얻을 수 있는 3종(Dull, Semi-Gloss, Gloss)의 특수인쇄 용지인 '아이리스(Iris)'를 출시하고 지난 달 6일 인쇄정보센터 7층 대강당에서 신제품 설명회를 개최했다.

이날 행사는 국내 제지사, 수입지사, 지류도매업, 디자인, 출판, 인쇄 등 업계와 관련한 1백40여명의 인원이 참석한 가운데 진행됐다.

이번 설명회에서는 삼화제지연구소 안명진 부장이 '아이리스'에 대한 제품설명 프레젠테이션을 시작으로, 당사의 펄지 '스타라이트' 소개와 곧 출시 예정인 중저가의 러프그로스지 '랑데뷰'를 소개했고, 제지 제작 방법에서부터 제품의 특징까지 상세한 설명했다.

삼화제지가 새롭게 출시한 고급 러프그로스지 '아이리스'는 수입제품에 비교해 평량 대비 두께감(Bulky)이 좋으며 인쇄 후 잉크 건조성이 우수하다.

더불어 그동안 국내에는 소개되지 않았던 인쇄 후 고광택 이미지가 구현되는 유광(Gloss) 타입을 무광(Dull), 반유광(Semi-Gloss) 타입과 함께 출시해 실제 수요자들이 이미지와 컨셉에 맞는 지종을 선택할 수 있어 다양성을 제공한다.

이 외에도 수입지와 차별화 될 수 있는 백색과 연미색의 2색상을 새롭게 기획하여 출시하기도 했다.

또한, 인쇄가공 시 결(Grain)에 의한 가공 적성의 제약성을 보완하기 위해 4×6전지의 경우에는 종목과 횡목 모두를 공급함으로써 인쇄가공에 따른 결의 문제점도 해소했다.

내지와 카바의 용도에 맞추어 평량은 1백5g에서 2백30g까지 총 6종의 평량을 구비했다.

### 제과업계 캐릭터 마케팅 통해 여성 공략 친근한 이미지 반영

감쪽한 캐릭터를 활용한 '캐릭터 마케팅'이 여성 소비자들의 큰 호응을 얻고 있다.

맛은 기본이고 시각을 중요시하는 여성 소비자들을 공략하기 위해 식품업계가 캐릭터 마케팅을 적극 도입, 여성(女心)을 자극시키고 있다.

관련업계에 따르면 해태제과는 풍부한 색채와 감각적 디자인으로 인기를 얻고 있는 캐릭터 브랜드 '해피엔코'와 손잡고 최근 캐릭터 초콜릿 '화이트 엔젤'을 새롭게 선보였다.

해태제과는 신세대 여성이 선호하는 '해피엔코' 캐릭터를 포장 디자인에 넣어 경쟁사 초콜릿 제품과 차별화를 시도했다. 맛도 하이밀크 초콜릿을 사용해 고급화했으며, 해피엔코 모양의 캐릭터가 그대로 초콜릿에 들어가 있어 먹는 즐거움까지 배가시켰다.

롯데제과는 날씬하고 건강한 여성 캐릭터를 강조하고 있다. 디저트용 젤리 '위저트'에 과일 젤리를 표현하기 위해 제품 디자인에 날씬한 일러스트 여성 캐릭터를 그려넣어 다이어트에 관심이 많은 젊은 여성층의 시선을 사로잡고 있다.

우리온제과의 크래커 '웰미' 또한 가볍고 바삭하면서 우리 몸에 좋은 쌀로 제품을 만들었다는 것을 전달하기 위해 감각적인 젊은 남녀의 일러

## 업계동정

스트 캐릭터를 사용했다.

크라운제과는 여성층을 타겟으로 한 스틱형 초코파이 '몽스'를 출시해 제품 디자인에 머플러를 한 시원스런 여성 일러스트 캐릭터를 그려 넣었다.

간편하게 먹기 쉽도록 제품 크기를 바꿨으며, 맛과 모양에서도 화이트 초콜릿을 사용한 데코레이션 초코파이로 변신, 여성 소비자들의 감성에 어필하고 있다.

농심켈로그의 시리얼 '뉴체스초코'는 간편한 아침식사를 선호하는 젊은 여성층의 눈길을 사로잡기 위해 체크 캐릭터 '체키'와 '차카'를 제품 디자인에 활용했다. 바삭바삭한 체크모양의 시리얼에 천연 코코아 분말을 첨가해 만든 '뉴체스초코'는 아침 우유 한잔과 함께 간편하게 즐길 수 있기 때문에 어린이에게도 인기가 높지만, 여중생 및 여대생들로부터도 좋은 반응을 얻고 있다.

해태제과 임창승 팀장은 "감쪽하고 귀여운 이미지의 캐릭터를 제품에 접목하면 브랜드 이미지를 친근하게 만들어 제품 매출에도 기여한다"며 "앞으로 이러한 캐릭터 마케팅은 더욱 강세를 보이며 이벤트 등과 다양한 시너지를 발휘할 것"이라고 말했다.

농축산물업계

### 이력 조회 시스템 각광

사과, 배 등 26개 품목 이력 추적 가능

최근 중국산 김치, 장어 등 먹거리에 대한 불신이 퍼지면서 이력 조회 시스템이 각광받고

있다.

시스템 적용 분야도 갈수록 확대돼 농·축산물에서 중고차의 사고 이력 조회 서비스까지 종류도 다양 각색이다.

친환경식품을 전문적으로 취급하는 (주)올가홀푸드 정육코너에 마련된 이력추적 시스템이 요즘 항상 북적거린다.

회사 관계자는 "대치점의 경우 하루 1백50~2백명 정도 정육을 구입하는데 이력을 확인하는 고객이 70~80%에 달한다"고 전했다.

이 회사는 이에 따라 연내 이력시스템을 방배, 반포, 분당 이매점 등으로 확대할 방침이다.

이마트도 양재, 분당, 죽전점 등 총 13개 점포에서 황성 한우, 대관령 한우·장수 한우 등 명품 한우에 '이력추적 시스템'을 적용하고 있다.

농산물도 현재 9백여개 농가에서 생산된 사과, 배, 상추 등 26개 품목에 대해 이력 추적이 가능하다. 하나로클럽 양재, 창동, 은평점 등 총 7개 점포에서 조회용 컴퓨터를 설치해 놓고 서비스를 제공하고 있다.

포장용기업계

### 녹말 이용한 컵라면 용기 출시

농심, 오뚜기, 김기네김밥 등

흙 속에서 자연분해가 용이한 녹말을 이용한 컵라면 용기가 곧 시중에 선보인다.

녹말로 만든 용기는 자연원료를 사용해 환경 호르몬이 나올 염려가 없고 쉽게 자연분해되기 때문에 기존 스티로폼 용기나 종이 용기에 비해

친환경적이다.

식품과 포장용기업계에 따르면 라면업체 농심과 오뚜기는 친환경 용기를 사용한 컵라면 시제품을 선보일 예정이며 프랜차이즈 업체인 김가네김밥과 한우동은 그동안 스티로폼에 담아주던 포장용 음식을 친환경 용기로 대체했다.

특히 친환경 용기 보급의 걸림돌로 작용했던 높은 가격부담도 기술 발전과 함께 서서히 해소되고 있는 것으로 알려져 일회용 용기시장이 친환경 제품으로 빠르게 대체해 나갈 것이라는 기대가 커지고 있다.

농심은 식품포장재 계열사인 울촌화학에서 친환경 김치사발면 용기 30만개를 공급받아 상용화한다고 밝혔다.

울촌화학이 옥수수 녹말을 주원료로 한 컵라면 용기를 개발해 상용화에 나선 것이다. 그동안 컵라면 용기는 스티로폼이나 종이컵을 사용해 환경호르몬 발생에 대한 염려와 함께 쉽게 분해되지 않는 문제점을 갖고 있었다.

농심 관계자는 “녹말 용기 생산단가가 기존 용기보다는 높지만 보다 친환경적인 소재를 채택하기로 했다”면서 “녹말 용기에 담긴 컵라면에 대한 시중의 반응을 지켜본 뒤 녹말 용기 채택 확대 여부를 결정할 계획이다”라고 말했다.

오뚜기도 옥수수 전분으로 만든 친환경 용기를 사용한 컵라면을 선보일 예정이다.

오뚜기는 국내 천연물 용기 제조업체 엠씨씨에서 용기를 공급받기로 했다. 양사는 지난 3월부터 제품에 도입하는 방안을 검토해왔고 시제품 10만개를 내놓는다는 계획이다.

엠씨씨는 옥수수 전분과 셀룰로오스 분말, 미네랄 등 순수 천연물을 주재료로 한 친환경 용기

를 올해 초 개발해 시중에 공급해 오고 있다.

옥수수 녹말로 만든 친환경 용기는 김가네김밥과 한우동 등 프랜차이즈 업체에서도 사용되고 있다.

김용만 김가네김밥 체인본사 대표는 “옥수수 녹말로 만든 용기를 지난 여름부터 사용하고 있다”면서 “스티로폼보다 가격은 다소 비싸지만 환경문제는 물론 고객들에게 믿음을 줄 수 있어 확대하고 있다”고 말했다.

친환경 용기 가격도 크게 내렸다.

엠씨씨 유영선 박사는 “천연물 용기가 스티로폼 제품보다는 가격이 두 배 정도 비싸지만 종이 용기보다는 오히려 2~3% 저렴하다”면서 “특히 친환경 용기는 환경부담금이 면제되기 때문에 이제는 경제성도 어느 정도 갖췄다”고 주장했다. 이처럼 최근 친환경 소재에 대한 관심이 높아지면서 친환경 용기 개발에 중소기업 참여가 줄을 잇고 있다.

국내서는 40여개의 생분해성 플라스틱 제조업체가 활동하고 있다.

이들은 옥수수전분 밀전분 고구마전분 밀대 갈대필프 왕겨 목재필프 등 순수 천연물을 원료로 한 천연물 용기 개발에 나서고 있다.

농산물업계  
**생산이력 방울토마토 첫 출시**  
양송이, 파프리카 등 확대

농산물생산의 전과정을 한 눈에 확인해 볼 수 있는 농산물 생산이력제가 도입된 이래 첫 작품

**업계동정**

이 나왔다.

이번에 첫 출하된 굿뜨래 방울토마토는 전국 최대단지인 부여군 세도면 푸른원예작목반(대표 임병모)을 주축으로 친환경농산물 인증획득은 물론 농업기술센터의 생산이력정보기기와 차별화된 이력표시 포장재를 지원받고 농산물생산이력 확인 등 철저한 검정절차를 마쳤다.

방울토마토는 서울 양재동 하나로 마트로 첫 출하를 시작해 내년 5월말까지 매주 2회씩 출하할 예정이다.

생산이력제 도입은 소비자가 보다 안심하고 안전한 농산물을 선택할 수 있도록 다양한 농산물 생산정보를 인터넷에 모두 공개해 굿뜨래 농산물 안정성과 유통경로의 투명성을 확보하기 위해 마련됐다.

이번 방울토마토의 생산이력제는 최근 안전농산물에 대한 욕구가 날로 높아지고 있지만 불신도 팽배해 있다는 점을 감안해 볼 때 큰 성과로 보여진다.

굿뜨래 방울토마토는 엄격한 공동선별로 최고의 상품만 출하해 3kg 포장에 투명용기 4개로 소포장돼 개별로 부여받은 생산이력번호, 친환경농산물표시와 함께 유통업체에서 쉽게 계산할 수 있도록 바코드를 동시에 표시한 라벨지를 부착했다.

인터넷 생산이력정보시스템(www.attrace.net)에 농가 기본정보와 관련사진 등을 게시, 농가의 생산정보를 한눈에 쉽게 확인할 수 있도록 했다.

군 농업기술센터 관계자는 “이번 농산물 생산이력제 추진으로 굿뜨래 농산물의 안정성과 투명성을 확보해 소비자가 안심하고 선택할 수 있도록 했다”며 “앞으로도 GAP 시범사업(우수 농

산물사업)에 추진되는 양송이와 파프리카까지 확대해 나갈 계획”이라고 밝혔다

화학업계  
**IC 튜브소재 '친환경 바람'**  
대림, IC 튜브용 SBC 콤파운드 출시

반도체 칩의 포장과 운송에 쓰이는 IC 튜브에 친환경 소재 바람이 불고 있다.

관련 업계에 따르면 기존 IC 튜브에 주로 쓰인 PVC 소재에 대한 환경 유해 논쟁이 일면서 이를 개선한 친환경 소재를 개발하려는 움직임이 일고 있다.

업계 한 관계자는 “미국·유럽 등에선 PVC 규제가 일부 시행되고 있으며 다른 지역에서도 환경 규제 강화와 무역 장벽 쌓기의 일환으로 향후 PVC에 대한 규제가 우려된다”며 “국내에선 가격 문제 등으로 아직 PVC 대체가 활발하지 않지만 환경 문제와 물성·가격 등을 고려한 신소재 개발이 필요하다”고 말했다.

대림산업 석유화학사업부는 SBC(Styrene Butadiene Copolymer) 계열 콤파운드를 IC 튜브용 소재로 내놓았다.

이 회사는 기존 범용 석유화학 제품에서 전자산업용 소재로 사업을 확대하면서 IC 튜브용 친환경 소재를 출시했다. 이 제품은 폐기시 다이옥신이 많이 배출되는 PVC의 문제를 해결하고 투명도와 경도·내충격성이 보강됐다고 회사측은 설명했다.

SK케미칼도 자사 주력 제품인 PET 소재의

일종인 PET-G를 이용한 IC 튜브 소재 개발을 추진 중이다. 이 회사는 투명성과 가공성이 높고 친환경적인 PET 계열 소재를 반도체 포장재 등에 적용한다는 계획이다.

대림산업 손철수 콤파운드사업 본부장은 "PVC 소재의 물성을 구현하면서 가격도 낮은 소재가 필요하다"며 "조만간 열릴 친환경 소재 시장을 겨냥하고 있다"고 말했다.

**이건환경  
그린파렛트 연산 1백만장 달성**  
이건환경, 공식 출범

이건환경은 지난 달 4일 경기 김포 본사에서 이춘만 사장, 박성식 이사 등 임직원이 참석한 가운데 현판식과 이건환경의 대표 제품인 그린파렛트 연간 1백만장 생산 달성 기념식을 가졌다. 이건환경은 최근 이견산업에서 조경사업자와 물류포장재 부문이 분리해 설립된 회사로 물류와 조경을 중심으로 한 친환경 목재가공 제품의 제조 및 판매를 주력으로 삼을 계획이다.

'이건환경'이라는 사명은 환경과 자연친화적인 물류포장재 및 조경제품을 공급하는 친환경 기업이라는 뜻을 담고 있다고 회사측은 설명했다. 또한 이건환경은 '인간과 환경의 조화를 통한 아름다운 생활공간의 창조'를 슬로건으로 정하고 쾌적한 주거환경을 추구한다는 목표 아래 기술혁신을 통한 친환경제품 제공에 총력을 기울일 계획이다. 이건환경 초대 사장으로는 이견산업 이춘만 사장이 겸직하게 됐다.

한편, 이건환경은 조경사업자와 물류포장재 시장에서 내년 매출 3백20억원 목표를 달성하고 오는 2010년까지 7백억원 규모로 성장한다는 방침이다.

식품업계  
**편의점 전용 소량 포장식품 등장**  
실속형 소용량으로 승부

'실속형 소용량' 개념의 편의점 전용상품이 등장했다.

GS25 훼미리마트 바이더웨이 등 편의점 3사는 칠성사이다 1l 등 음료 4종과 초코파이 4개입 등 과자 8종을 1차로 출시, 전국 6천여 점포에 공급한다고 밝혔다.

GS리테일 관계자는 "용량과 디자인을 편의점 특성에 맞춰 개발했다"며 "할인점이 '저가대용량' 상품을 개발한다면 편의점은 이에 맞서 '실속형 소용량'으로 승부해 가격경쟁력을 강화하겠다는 것"이라고 설명했다.

한국제지(주)  
**온산공장 기업설명회 개최**  
조지 4호기 증설, 신제품 생산

한국제지(주)(대표이사 전원중)가 울산에 위치한 온산공장에서 기업설명회(IR)를 개최하면서 회사 알리기에 적극 나서고 있다. 한국제지는

## 업계동정

지난 달 20일 온산공장에서 제지담당 애널리스트를 대상으로 기업설명회(IR)를 가졌다.

이날 기업설명회에서 한국제지는 단연 초지 4호기(PM4) 증설하고, 온산공장은 초지 4호기 건설을 마치는 올 12월 하순 본격적인 신제품 생산에 돌입한다고 전했다. 연간 17만톤의 생산 능력을 가진 초지 4호기는 백상지 특히 복사용지를 겨냥한 전문 생산설비로, 증설이 완료되면 한국제지 온산공장은 연간 52만톤 이상의 제품 생산력을 보유한 단일사업장으로서 세계적 경쟁력을 갖추게 될 전망이다.

한편 한국제지의 공격적인 설비 증설로 복사용지시장에 대규모 지각변동이 예상된다. 현재 복사지 시장은 한국제지의 크린카피를 위시한 국산 제품과 태국 및 인도네시아 산 제품으로 양분된 상태이다. 한국제지가 연간 12만톤 이상의 복사지 생산이 가능한 초지 4호기를 가동할 경우 한국제지로 대표되는 국산 복사용지와 사실은 외산인 OEM제품을 포함한 수입 복사용지와 치열한 접전이 예상된다. 이같은 공격적인 한국제지의 설비 증설은 현 복사용지 시장에 상당한 영향을 미칠 것으로 분석됐다.

내년 런칭을 목표로 한 한국제지의 복사지 신 브랜드에 대해 한국제지 관계자는 “기존 제품보다 업그레이드된 제품 퀄리티를 가질 계획이며 아울러 친환경적인 원료와 공정을 채택, 적용하였다”고 밝혔다. 한국제지는 환경친화적인 원재료 조달방침에 따라 산림인증을 받은 상업조림지에서 생산된 목재를 이용, 환경에 유해한 염소를 사용하지 않는 TCF/ECF 공정을 거쳐 제조된 친환경적인 펄프원료를 사용할 예정이다.

또한 국내최초로 보일러 배출가스 중에 포함

되어 있는 이산화탄소(CO2)를 재이용함으로써 온실가스 배출량을 절감할 수 있는 환경친화적 PCC(제지용 충전제) 제조설비를 공장 내에 병설하여 대기환경개선에 크게 기여할 전망이다.

한국제지는 내실 있는 경영으로 유보율(자본금에 대한 잉여금의 비율) 1천% 이상을 유지하며 앞선 기술개발로 업계를 선도해 온 선진기업이다. 또 1960년대 초부터 경주, 포항, 순천, 여주 등지에 여의도 면적의 18배에 이르는 약 5천ha(약1천5백만평)의 임야를 확보하고 육림에도 적극 투자해 온 환경기업이기도 하다.

### 제과업계 거래질서 정상화 결의대회 가두캠페인 전개

롯데제과, 해태제과, 오리온, 크라운제과, 빙그레, 롯데삼강 등 제과 6사가 공동으로 설립한 과자, 아이스크림 거래질서 정상화협의회는 지난 달 11일 여의도 전경련회관(3층 국제회의장), 지난 달 12일 대전유성호텔(대회의실)에서 각각 ‘무자료근절 자율정화결의대회’를 가졌다.

결의대회에 참석한 과자, 아이스크림 거래질서 정상화협의회 6개 회원사 임직원 5백여명은 선서를 통해, 불법적인 무자료거래가 성행하고 있다는 불명예를 불식시키기 위하여 불법적인 무자료거래를 근절하고, 자료거부 및 자료축소를 요구하는 악덕 상인과는 거래를 하지 않으며, 100% 자료 거래를 통하여 거래질서 정상화에

앞장서자고 결의했다.

대회사에서 롯데제과 영업본부장 최태진 상무는 “그간 무자료거래 근절을 위해 부단히 노력해 왔으나, 일부 영세상인들은 아직도 무자료거래가 이익이 될 수 있다고 인식하는 경향이 있다”고 말하고 “변화하는 시대에 맞춰 이들을 설득하고 홍보하여 거래질서를 확립해 나가자”고 역설했다. 한편 이날 결의 대회를 마친 5백여 임직원은 영등포, 청량리의 상점이 밀집한 지역을 순회하며, 과자도매상을 상대로 무자료근절을 위한 협조안내문 전단지 배포하고 가두캠페인을 전개했다.

또한 지난 달 12일엔 대전에서 6개 회원사 지방지점을 대상으로 유성 유스호스텔 대회의실에서 결의대회를 가졌다.

제지업계  
**온라인마켓 급성장**  
도소매상 확대, 내년초 1조 돌파 전망

제지업계 온라인시장 거래규모가 내년초에 1조원을 돌파, 새로운 ‘황금시장’으로 급부상할 전망이다.

특히 기존의 제조업체~1차 도매상 간 거래방식인 ‘제지사 판매형 온라인 마켓’에서 2,3차 도소매상 간 거래까지 확대된 ‘제지중개형 온라인 마켓’이 최근 신규 오픈함에 따라 향후 제지업계 거래방식에 큰 변화가 예고, 시장규모는 더욱 커질 것으로 예상되고 있다.



▲ 제과업계 거래질서 정상화 결의 대회

## 업체동정

한국제지공업연합회에 따르면 지난 9월말까지 온라인 거래를 통한 제지 거래 누적 판매액수가 5천6백74억원을 기록했고 월 4백억원 정도 거래되던 액수도 최근 5백60억원대에 이르고 있다.

이같은 추세가 이어질 경우 연말까지 7천억원을 달성하고 내년 초 1조원을 돌파할 것으로 연합회측은 관측했다.

각 제지업체에 등록된 협력업체 수도 급속 불어나고 있다. 한솔제지는 연초 90개 수준이던 등록 협력업체 수가 최근 1백80개로 2배 늘었다. 신무림제지도 50개에서 80개까지 증가했다.

제지공업연합회는 현재 온라인 거래에 참여한 5개 제지업체 외에 대형업체들의 추가 가입이 검토되면서 내년에 폭발적인 거래량을 기록할 것으로 관측했다. 지난해 11월 오픈 이후 가입한 곳은 한솔, 신무림 신호, 세림, 한창제지 등 5개 사다. 이외에 한국제지, 대한필프, 팬아시아페이퍼코리아, 계성제지, 흥원제지는 사업타당성 여부를 저울질 중이다.

이에 따라 제지업계 거래 관행에도 일대 변화를 일으킬 전망이다.

도매상 관계자가 제지업체 온라인 홈페이지에서 필요한 물량과 가격을 확인 후 곧바로 거래금액이 계좌이체되는 윈스톱 거래가 실현됐기 때문이다. 정상가격을 기준으로 거래되기 때문에 제지업체와 도매상 모두 합리적인 거래 방식에 환영하는 분위기다. 기존에는 도매상이 과도한 담보를 제공하고 한달 뒤 물건값을 치렀으나 부도를 내고 제대로 자금이 회수되지 않은 사례가 잦았다.

실제로 한솔제지의 경우 온라인 거래를 실시한 이후 단 8개월만에 채권확보율이 사상 최고

치를 기록해 재무건전성에 기여했다. 이에 한솔제지는 이 온라인 방식을 통해 거래를 원하는 도매상을 모두 수용할 계획이다.

한국제지공업연합회 B2B사업팀 조운식 팀장은 “기대 이상으로 온라인 거래량이 크게 늘고 있으며 여러 업체들이 가입 방법과 장점에 대해 잇따라 문의해오고 있다”면서 “소매상까지 가입해 거래 가능한 방식을 최근 오픈해 온라인거래 방식이 제지업계에 급속히 확산될 것”이라고 말했다.

### 한국피앤지 크라프트지 사업 매각 유이용 기저귀 브랜드 사업 등 영위

한국피앤지(대표 김상현)가 크라프트지 사업을 매각한다. P&G는 경기도 오산에 위치한 쌍용제지 크라프트(Kraft)지 공장을 포함한 크라프트지 사업부문의 매각을 추진한다고 20일 밝혔다. 크라프트지는 쌀, 시멘트, 밀가루 등의 포장에 주로 쓰이는 산업 용지의 일종으로 쌍용제지의 주요 사업 부문 중 하나다.

데이비드 테일러 P&G 글로벌의 지류부문 사장은 “쌍용제지 크라프트지 사업이 성공적이고 수익성 또한 좋지만 생활용품 전문 회사로서의 한국 P&G 전략과 맞지 않는다고 판단해 글로벌 전략상 매각을 결정했다”고 밝혔다.

P&G는 인수자가 나오는 데로 본격적인 매각 절차를 밟을 계획이며 ING사가 자문사로 매각 절차를 진행하게 된다.

(주)유천  
**생분해 완충제조장치 개발**  
 대상 리그린폼으로 제조

섬유 원단포장기계, PP, PET 밴드 등 포장기계 전문업체인 (주)유천(R.C.KOREA CO.,LTD; 대표이사 문신웅)이 생분해성 포장 완충재 제조장치를 개발했다.

대상(주)이 개발한 생분해성 완충재 리그린 폼을 원료로 제조하는 이 장치는 특수 압출기에 의해 순간 발포로 제조된다.

이동식 소형기계로 현장에서 직접 생산하여 사용할 수 있어 물류비 및 보관공간을 획기적으로 절감할 수 있는 장점을 갖고 있다.

생분해성 완충 제조장치에서 생산한 완충재는 토양 미생물에 의해 완전히 분해되고 물속에서 용해되는 특징을 갖고 있다.

또한 유해 물질이 일체 포함되어 있지 않으며 소각시 검은 연기도 발생하지 않는다.

이 설비의 수요처로는 생분해성이 요구되는 수출품의 포장, 도자기 및 유리제품 포장, 정전기에 민감한 전자 부속품의 포장, 항공우편, 소포 및 이삿짐포장, 각종 화학품 및 위험물의 파손 방지, 통신판매 각종 제품의 포장에 유용하다. 한편 유천은 이 제조장치를 판매할 대리점을 모집하고 있으며 자세한 사항은 다음 연락처로 하면 된다.

전화 : 053-615-8333/7

팩스 : 053-615-8338



▲ (주)유천이 개발한 생분해성 완충재 제조장치

**이전 및 명칭 변경**

**(재)한국해사위험물검사소**

(재)한국해사위험물검사원(Korea Maritime Dangerous Goods Inspection Center)으로 법인명칭 변경  
 전화 : (02)766-1633

**(주)포장산업(월간포장)**

서울시 구로구 구로동 235-2 구로디지털단지 에이스하이엔드타워 607호  
 전화 : (02)6220-6500  
 팩스 : (02)6220-6510

## ❁ 신 제품 ❁

(주)오토닉스

### PSB 시리즈 출시

커넥터 타입, 유지보수 용이

산업 자동화 전문 기업 (주)오토닉스(대표이사 박환기)가 압력센서 PSB 시리즈의 업그레이드 제품을 새롭게 출시했다.

고정도 압력관리와 다양한 출력모드를 탑재한 콤팩트 사이즈의 압력센서 PSB 시리즈는 커넥터 타입의 접속방식을 채택, 설치 및 유지 보수가 더욱 용이해짐으로써 작업 편의성과 생산성 향상에 기여할 것으로 보인다.

주요특징으로는 고정도 디지털 압력센서라는 점, 제어출력의 고안정성이 보장된다는 것으로 1/1000의 고분해가 가능하며 압력단위 변환 기능을 갖고 있다. 이 외에도 커넥터 배선으로 사용시 설치가 용이하다.



한국야쿠르트

### '장(匠)라면' 출시

새로운 제품군으로 성장

한국야쿠르트(대표 김순무)는 된장을 스프의 주재료로 사용해 된장 맛이 나는 '장(匠)라면' 을 출시했다.

이번에 출시된 '장라면' 은 우리 입맛에 맞는 된장베이스와 통마늘, 표고버섯 등을 첨가해 구수하고 깔끔한 국물맛이 일품이다.

또한 열대작물인 카사바의 뿌리에서 채취한 식용 녹말인 타피오카 전분을 사용해 식감이 우수하고 면에 생양파즙을 함유해 고소한 것이 특징이다.

한국야쿠르트 이영준 면운영팀장은 "장(匠)라면은 매운맛을 강조했던 기존 제품의 개발 컨셉과는 달리 된장을 이용해 차별화를 꾀한 제품"이라며 "7천5백억원에 이르는 중가 봉지면 시장에서 새로운 제품군으로 성장시키겠다"고 밝혔다.



**삼양식품(주)**

**‘장수면’ 출시**

**고급면 시장 선점 계획**

삼양식품(주)(대표이사 전중운)이 고급스럽고 건강에 좋은 프리미엄 제품 ‘장수면’을 출시했다.

‘장수면’은 건강에 대한 관심이 높아지고 웰빙을 중요시하는 사회적 분위기를 감안해 ‘건강하게 장수한다’는 의미를 담아 정선된 식약원료 70여 가지를 균형있게 배합하고 23종의 영양소를 담아낸 라면이라고 회사측은 설명했다.

‘장수면’은 면 반죽을 할 때 참깨분말과 우유를 첨가해 면발의 고소함과 부드러운 감촉을 느낄 수 있도록 했으며, 브로콜리 표고버섯 등 각종 녹색채야채 후레이크와 현미배아 후레이크를 첨가해 구수한 맛과 영양을 높였다.

삼양식품 관계자는 “정부출연 연구기관인 한국식품연구원 식품기능연구본부와 공동으로 1년여 동안 연구개발한 끝에 ‘장수면’을 개발했다”며 “삼양식품은 장수면을 앞세워 건강에 관심이 높은 40대 이상의 장년층과 주부 및 청소년을 대상으로 적극적인 판촉을 통해 고급면 시장을 선점할 계획이다”고 밝혔다.



**해태음료**

**‘몸에 좋은 꿀물’ 출시**

**소형 유리병 용기 사용**

해태음료(대표 정희련)는 벌꿀 20%와 아스파라긴산이 들어 있어 스트레스와 피로, 숙취가 잦은 중장년층 남성들에게 좋은 ‘몸에 좋은 꿀물’을 출시했다.

벌꿀은 각종 비타민과 무기질이 풍부하게 들어 있어 예로부터 우리 선조들이 유난히 피곤하거나 과음을 한 다음날 진하게 탄 꿀물을 즐겨 마셔 왔을만큼 피로 회복과 건강관리에 널리 이용돼온 천연 건강식품이다.

또 아스파라긴산은 우리가 흔히 술 마신 다음날 즐겨 먹는 해장국의 주원료인 북어와 콩나물에 많이 들어 있는 성분으로 우리 몸의 피로와 숙취를 해



업계동정

소하는데 중요한 역할을 하는 아미노산의 일종이다.

해태음료 관계자는 “이번에 출시한 ‘몸에 좋은 꿀물’은 집에서 타 먹는 꿀물의 부드럽고 진한 맛을 제대로 느낌과 동시에 피로 회복과 숙취해소도 고려해 아스파라긴산을 함유했다”며 “이 제품은 시원하게는 물론 따뜻하게도 판매할 수 있도록 소형 유리병 용기를 사용했다”고 밝혔다.

두산주류BG

**‘천생배필’ 출시**

부부사랑 상징하는 디자인 강조

두산주류BG(대표 한기선)는 폐백 전용주인 ‘천생배필’을 출시했다. 청주는 삼국시대 이전 마한시대부터, 우리 민족의 전통문화인 관혼상제에 항상 함께 해온 전통의 술이고, 천생배필은 조상들이 혼례시 애용 해오던 원양주의 전통을 잇고자 두산에서 출시하는 폐백 전용 청주다. 천생배필은 100% 쌀만을 원료로 한 순미주로, 13도 이하에서 저온 발효해 깊고 풍부한 맛과 향을 가지며, 조미주정을 첨가하지 않은 순수 발효 제법을 사용한 순미주다. 천생배필은 폐백주로서 뿐만 아니라 결혼기념일, 금혼식, 은혼식 등 부부간의 사랑을 확인하는 자리에도 잘 어울리는 축하주로서도 안성맞춤이다. 천생 배필의 디자인은 부부의 사랑을 상징하는 원앙과 색동의 느낌을 담아 부부간의 첫 약속자리인 혼례를 더욱 뜻 깊게 해준다.



(주)오뚜기

**옛날 다시마 출시**

지퍼백 포장 사용

(주)오뚜기(대표이사 강신국)가 지퍼백 포장으로 사용이 간편하고 보관이 용이한 알칼리성 자연식품 ‘옛날 다시마’와 ‘옛날 자른 다시마’를 출시했다.

오뚜기 '옛날 다시마'는 남해의 맑은 바다에서 채취한 신선한 원초만을 엄선하여 자연 건조한 식품으로 다시마 본래의 맛과 색택, 영양이 살아있는 것이 특징이며, 알칼리성 자연식품으로 칼슘, 미네랄 등 각종 영양소가 풍부하게 들어있다. 또한, 소비자들이 간편하게 사용하고 편리하게 보관할 수 있도록 지퍼백 포장을 했다. 다시마를 일정 길이로 자른 '옛날 자른 다시마'도 출시했다.

오뚜기 '옛날 다시마'는 각종 찌개와 국 요리에 다시마 국물을 우려낼 때 사용하면 좋고 다시마 튀각, 볶음, 초밥 등 다양한 요리에 활용이 가능하다.

오뚜기 관계자는 “최근 다시마의 건강 관련 효능에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있다”며 “옛날 미역으로 국내 건조 미역 시장을 주도해 온 경험과 품질차별화를 통하여 시장에 정착할 것”이라고 말했다.



롯데제과(주)

**빙고바 시판**  
여성층 주요 티켓

롯데제과(주)(대표이사 한수길)가 여성층을 겨냥, 밀크맛, 녹차맛으로 구성된 '빙고바' (5백원/70ml)를 출시했다. 빙고바는 유지방과 분유가 혼합된 아이스크림으로 감싸고, 또 녹차맛은 녹차 고유의 향과 맛의 아이스크림으로 감싸 향긋한 부드러움과 달콤한 통단팥을 함께 즐길 수 있는 제품이다.

비수기를 맞아 여성 소비층을 세분화 하여 선보인 이들 제품은 웰빙 바람과 함께 전성시대를 맞고 있는 녹차와 겨울 군것질거리로 제격인 통팥에 대한 기대심리를 반영한 제품이기도 해서 좋은 반응이 기대된다.

