

# NET WORK



## 협회·회원사

- (주) 화승인더스트리 국가환경경영대상 수상
- (주) 지엠피 신규 영업소 개설
- (주) 유라코 드라이아미네이터 도입

## 정책기관

- 제주도 제1회 제주디자인전 개최
- 산업자원부 계량에관한법을 개정 공청회 열어
- 환경부 제28회 국제환경기술전 개최
- 환경부 감염성폐기물 관리 RFID 도입
- 한국환경자원공사 고재영 사장 임명

## 유관단체

- 대한인쇄문화협회 제15회 국제인쇄산업전시회 개최
- 한국철강협회 제7회 철의날 기념행사 개최
- 한국유통물류진흥원 의약품추적관리시스템 구축

## 업계동정

- 대한통운(주) 국가환경경영대상 수상
- 피알아트닷컴(주) 창립5주년 기념행사 개최
- (주)삼보에이팩 국가환경경영대상 수상
- (주)시노팩스 철강용 판지 생산공장 준공

(주)화승인더스트리  
**국가환경경영대상 수상**  
 에너지 혁신부문

(주)화승인더스트리(대표이사 심영인)가 지난 달 13일 대한상공회의소 국제회의실에서 열린 국가환경경영대상 시상식에서 에너지 혁신 부문 산업자원부 장관상을 수상했다.

OPP, PET, 통기성 필름 및 증착필름 등을 생산하는 종합필름생산기업인 (주)화승인더스트리는 1969년 (주)풍영화성의 설립에 의한 국내 최초의 케미컬 슈즈 공장으로 출발한 이후 1990년 석유 화학계열 필름생산 기업으로 거듭났다.

현재 외형성장과 품질 등 모든 면에서 국내 일류 포장필름 업체로써 위상을 이어나가고 있으며 일반 소비재용 포장 필름에서 산업용 특수필름에 이르기까지 우리 생활과 산업 곳곳에서 밀

접하게 접하는 포장산업에 한축을 차지하고 있는 기업이다.

화승의 이번 수상은 단순한 에너지 절감을 위한 투자를 한 결과가 아니라 사내의 활발한 제안활동과 연계돼 사원의 아이디어를 적극 수렴하고 투자함으로써 이룩된 결과이다.

화승인더스트리는 생산현장에서의 아이디어를 통한 생산라인의 일부 변경 혹은 개조를 통해 원단위 전력량 및 에너지 소비를 획기적으로 절감시켰다.

먼저 화승은 2001년 OPP 및 PET 라인의 Damper 풍량조절장치에서 Inverter(동력부하조절장치) Motor 속도제어방식으로 변경했다.

이는 기존의 DAMPER 풍량조절장치에서 INVERTER MOTOR 속도 제어 방식 및 설비 개선을 한 것으로 기존 소비전력을 절반 이하로 감소시키는 획기적인 절전 효과 및 생산 운전 효율성 재고, 연간 약 2억5천만원의 절감효과를 가져왔다.



◀ (주)화승인더스트리 국가환경경영대상 수상

동력부하장치의 설치를 위해 총 7억여원의 투자비용이 소요가 됐으나 2001년 이후 이미 투자비용을 능가하는 효과를 얻고 있다.

또한 2002년도에는 OPP 1호기 MDO 온도 조절장치의 구조를 변경했다.

이는 OPP #1호기 MDO 설비 중 LSM과 LSH TC Unit의 경우 가압수를 이용한 온도 조절이 이뤄지므로 이로 인한 고질적인 고장이 많이 발생하고 있어 온도 조절 방식을 가압수 순환 방식에서 증기 직접 가열 방식으로 변경함으로써 Pump 가동 정지에 따른 전력비를 절감한 사례이다.

Main Steam Line에서 증기를 공급받아 Roll 을 가열해 온도를 컨트롤하며 100℃ 이하의 온도 범위는 진공 Unit을 이용, 컨트롤했다.

뿐만 아니라 OPP Dry Hopper Preheating 장치 설치로 원가절감과 환경보호를 동시에 추구하기도 했다.

화승인더스트리의 획기적인 에너지 절감사례의 우수성은 단순히 에너지 절감을 위한 설비투자를 해 이뤄 낸 것이 아니라 사내 제안제도 활동 등을 통한 활발한 아이디어 창출과 현장에서의 원가절감을 위한 관심에서 출발했다는 것에 더욱 의의가 있다.

심영인 대표이사는 “화승인더스트리의 ‘행복경영’의 가치 추구는 모기업이랄 수 있는 (주)화승의人和에서 출발한 것으로 사람과의 화합에서 한 걸음 더 나아가 우리 주변의 모든 것을 포함하는 개념이며 화승인더스트리의 모든 활동은 이를 바탕으로 한다”고 강조했다.

심 사장은 “환경경영대상 수상을 계기로 화승인더스트리는 친환경을 위한 자체 시스템의 향상

은 물론 환경개선에 더욱 노력할 것”이라고 전했다. 덧붙여 그는 “친환경소재의 연구개발 활동에 박차를 가해 명실상부한 친환경경영의 선두기업이 되도록 하겠다”고 포부를 밝혔다.

(주)지엠피  
**신규 영업소 개설**  
 Thermalami® Film 공급 원할

(주)지엠피(대표이사 김양평)는 Thermalami® System의 급속한 시장활성화에 따라 신규 thermalami® Film의 공급을 원활히 하기 위해 신규 영업소를 개설했다.

이번 영업소 계약으로 보다 원활한 Thermalami®용 필름 고객 수요에 적극 대응하고, 당사 필름에 대한 기술 자료를 제공함으로써, 신규 시장 확대 및 고객 만족, 보다 신속한 납기 대응 체제를 갖추게 됐다.

지난달 7일 지엠피에서 개설한 2곳의 Thermalami® 영업소는 다음과 같다.

세화판매(주)  
 대표이사 전상동  
 서울특별시 금천구 독산동 336-28

(주)영화상사  
 대표이사 김기태  
 서울특별시 중구 쌍림동 151-16

(주)유래코  
**드라이라미네이터 도입**  
 이번 달부터 본격 가동

갈수록 치열해지는 현시장과 미래의 불안감으로 인해 설비 투자가 많이 위축돼 있지만 차별화된 시장의 확보를 위해 근간의 불황에도 불구하고 새로운 글로벌 마케팅의 일환으로 제2의 도약을 위해 노력하는 업체가 있다.

1969년 창립 이래로 꾸준히 성장, 전년 매출 2백10억원을 달성, 수축 필름 업계에서도 이미 우수한 기술력과 품질로 정평이 나있는 (주)유래코(대표이사 조일행)가 기존 수축 필름의 생산 및

인쇄 가공 포장재와 더불어 산업 포장 전용 드라이라미네이터를 도입, 이번 달부터 본격 가동에 들어간다.

이 드라이라미네이터는 최장 생산 폭이 2천mm에 달해 기본 로스율을 최소화 시키고 대용량 산업 포장재 생산까지도 가능하게 설계돼 있으며, 생산 현장에 클린룸 설비도 완벽하게 갖춰 포장재에서 발생 할 수 있는 오염원을 생산 초기부터 철저히 차단, 양질의 제품만을 공급 할 수 있도록 했다.

유래코 측은 “금년 내로 가동의 안정성을 확보해 내년부터는 해외시장 공략에도 힘을 예정”이라고 말했다.

(주)유래코는 경기도 안산시 반월공단내에 위치하고 있는 37년 역사의 수축필름 업체이다.



▲ (주)유래코의 최장 폭 2,000mm까지 생산이 가능한 산업포장용 드라이라미네이터

경기도  
**G마크 품목 대폭 늘려**  
2010년 2백개로 확대

경기도(도지사 김문수)는 농산물 유통 체계를 개선해 자유무역협정(FTA)에 따른 농수산물 시장의 개방에 대처하기로 했다.

경기도는 “도내 농수산물에 우수농산물 통합브랜드인 G마크를 부여해 농산물의 품질과 안정성을 높이는 등 경쟁력을 높이기로 했다”고 지난 달 20일 밝혔다.

경기도는 G마크 품목을 지난해 83개에서 올해 1백개, 2010년에는 2백개로 확대할 계획이다.

이에 따라 경기도는 계절농산물 출하시기 등을 고려해 G마크 사용권을 신청하면 심사를 거쳐 G마크 품목으로 인정해준다.

신청대상은 G마크를 받고자 하는 작목반, 법인 또는 단체 등으로 통합브랜드 사용신청서, 전년도 연간생산 및 판매실적 증빙자료 등을 첨부해 신청인 사업장 소재지 시장·군수에게 신청하면 된다.

경기도는 유명백화점이나 대형할인점 등에서 ‘G마크 농수산물 명품전’을 정기로 열고, TV나 라디오 방송 등을 통한 홍보에도 해마다 15억원씩 지원, G마크 농수산물의 명품브랜드화를 꾀한다.

이와 함께 경기도는 산지 생산자조직과 대도시 소비자를 직접 연결하기 위해 수원·성남·고양 등 3곳에서 운영 중인 농수산물종합유통센터를 6개로 늘릴 계획이다.

경기도는 또 산지에서 농산물을 수집 및 선별하

고 세척, 포장, 규격화를 거쳐 공동 출하하는 농산물산지유통센터를 대폭 확충하기로 했다. 이를 위해 현재 이천, 안성 등 13곳에서 운영 중인 농산물산지유통센터를 2백억원을 들여 평택 등에 3곳을 추가 설립하고 2010년에는 26곳으로 늘릴 계획이다.

제주도  
**제1회 제주디자인대전 개최**  
10월 17일까지 출품원서 교부

제주도에서는 제주특별자치도 출범과 도제실시 60주년을 맞아 디자인의 연구개발 촉진 및 디자인 산업진흥에 기여하고 신인디자이너의 등용문 마련을 위해 제1회 제주디자인대전을 개최한다.

작품부문으로는 제품·환경디자인부문, 시각·포장디자인부문, 지역특화산업디자인부문 등 3개 부문에 걸쳐 전국을 대상으로 공모한다.

출품원서 교부는 오는 10월 17일까지이며, 작품 접수는 10월 16일부터 17일까지 접수한다.

작품전시는 11월 24일부터 29일까지 제주도문예회관 제1전시실과 제2전시실에서 동시에 전시가 되며, 수상작품에 대해서는 산업자원부장관상, 특허청장상, 제주도지사상, 한국디자인진흥원장상 등 작품에 대해 총 2천만원의 시상금을 지급하게 된다.

시상식은 오는 11월에 개최될 예정이며, 제주상공회의소, 제주하이테크산업진흥원, 제주도디자인협동조합, 관광문화상품디자인혁신센터 등이 후원한다.

산업자원부  
**유통산업 상생발전 법적 근거 마련**  
 「유통산업발전법 시행령」 개정, 시행

산업자원부(장관 정세균)는 유통산업의 구조개선과 상생발전을 위한 제도적 기반을 확충하기 위해 「유통산업발전법 시행령」을 개정, 지난 달 24일부터 시행했다. 이번 개정안은 유통분야의 대·중소기업 상생협력을 위해 지방자치단체의장이 유통업상생발전협의회를 시·군·구 단위로 설치할 수 있는 근거를 마련했다.

유통업상생발전협의회 신설로 유통분야의 상생협력이 본격화될 것으로 기대되며, 지역상권의 매력도 향상을 위한 공동사업 추진, 대형유통점의 매장운영에 관한 노하우를 중소유통업체에 지원 등 다양한 방안이 논의될 수 있을 것을 기대된다. 아울러, 이번 시행령 개정을 통해 상점가에 대한 조직화·공동화를 본격적으로 활성화하는 계기를 마련했다.

종래 유통산업발전법상 1천㎡ 이내의 가로 또는 지하도에 50개 이상의 도·소매점포가 밀집해 있는 지구를 상점가로 정의하고 있으나, 도·소매점포의 대형화추세를 반영, 면적기준을 2천㎡ 이내로 완화했다.

이번 개정으로 상점가의 면적기준 완화로 재래시장 인근의 상점가, 도심상권의 상점가 등 중소유통업의 조직화·공동화가 촉진될 것으로 기대된다.

또한 유통부문에서 할인점, 하이퍼마켓, 슈퍼센터 등 다양한 업태가 발달됨에 따라 이러한 변화추세를 반영하기 위해 할인점의 명칭을 대형마

트로 개정했다.

대형마트는 할인점, 하이퍼마켓, 슈퍼센터 등 다양한 업태를 포괄하는 개념으로서 향후 개설통록 및 통계상 할인점의 용어 대신 대형마트로 쓰일 전망이다. 그밖에 이번 시행령 개정에서는 유통산업발전심의회 운영에 관한 사항, 유통산업 실태조사의 범위 등 위임된 사항을 규정했다.

환경부

**태환경기술과 IT 정보기술 연계**

정보 시스템 활용, 환경기술 R&D 정보 제공

환경부(장관 이치범)는 산하기관에서 수행하고 있는 기능들을 효율적으로 추진하기 위한 기능 조정의 일환으로 환경관리공단에서 운영중인 「국가환경기술정보센터(KONETIC)」 업무를 한국환경기술진흥원으로 이관을 완료하고, 지난 달 8일 한국환경기술진흥원에서 정부·학계·산업체 관계자들이 참석하는 가운데 『국가환경기술정보센터 개소식』을 개최했다.

KONETIC은 국내·외 환경산업·기술 정보를 수요자에게 체계적으로 제공해 국내 환경산업·기술을 육성·발전시킬 목적으로 '99년 6월 설립됐으며, 현재는 환경산업·기술정보제공 전문사이트로 운영되고 있다.

KONETIC은 일평균 정보이용자 1만9천명, 회원 4만명을 보유한 국내최대 환경포털 사이트로 환경산업·기술정보시스템, APEC-VC 해외환경기술정보망, 사이버환경실무교육시스템, 한·중 환경산업정보망 등 5개의 대형 사이트를 운영하

## 정책기관

고 있다.

주요 서비스로는 국문·영문·중문 환경DB 40 만건을 제공하고, 사이버컨설팅, 사이버전시관, 취업마당, 홈페이지구축지원, E-mail 서비스 등 다양한 환경산업 지원서비스를 제공하고 있다.

한국환경기술진흥원은 환경 R&D 관리 전문기관으로 환경기술연구개발사업의 기획·관리·평가 및 개발된 기술의 보급 등에 관한 업무를 수행하고 있으며, 이번에 KONETIC 업무 인수로 환경기술 R&D 사업과 KONETIC이 연계될 경우 앞으로 환경 R&D 기술의 신속한 제공과 홍보 등 최대의 시너지 효과가 창출될 수 있을 것으로 기대된다고 환경부 관계자가 밝혔다.

환경기술 수요자는 차세대핵심환경기술, 도양 오염확산방지기술 등 한국환경기술진흥원에서 보유하고 있는 최신 환경기술 및 R&D 정보를 신속하게 제공받을 수 있게 된다.

환경산업체에서는 국내 최대 환경포털 사이트인 KONETIC을 통해 개발된 기술을 국내·외에 효과적으로 홍보함으로써 기술의 사업화 및 해외 수출 기회의 확대가 예상된다.

산업자원부

### 계량에관한법률 개정 공청회

실량표시상품 선언 제도 도입

산업자원부(장관 정세균)는 지난 3월 3일 『계량에관한법률』 전부개정안이 공포됨에 따라 계량제도의 선진화를 골자로 하는 시행령·시행규칙 개정(안)을 마련하고 지난 달 16일 이런 개정안에

대한 의견수렴을 위해 공청회를 개최, 향후 입법 절차를 거쳐 9월부터 시행할 계획이라고 전했다.

지금까지 포장용기 속에 든 음료수, 과자, 세제 등 생필품의 내용물이 용기에 표시된 양과 일치하는지를 확인하기 어려웠다.

그러나 금년 9월부터는 우리가 매일 먹고 마시는 쌀, 과자, 음료수, 세제류 등 26개 품목에 대해 일정한 요건을 갖춘 사업자가 스스로 용기에 표시된 실량(실제 내용물의 양)이 맞는지 선언하고 만일 이를 어길 경우 무거운 책임을 부담하게 하는 “실량표시상품 자기적합성 선언제도”를 국내 최초로 도입함으로써 과거 시·도 공무원의 일회성 함정단속에서 벗어나 소비자의 신뢰를 바탕으로 하는 제도로 탈바꿈하게 됐다.

또한, 국민의 소비생활과 밀접한 전력량계, 수도미터, 가스미터 등 19개 품목의 법정계량기에 대해 제조단계에서부터 형식검사를 의무화해 저품질의 계량기 유통을 사전에 예방하는 제도적인 장치를 마련하는 한편 그동안 측정결과에 분쟁이 잦았던 차량중량계량용 축중기, 곡물수분축중기 등을 법정계량기로 편입해 관리하고 계량증명업자에 대한 인력기준 신설, 검정유효기간 조정 등 그간 법 운영 과정에서 제기돼온 문제점을 대폭 개선했다.

특히, 이번 개정(안)에는 계량기 제조업체 중에서 품질관리가 우수한 업체에 대해 자율적으로 검정을 수행할 수 있도록 자체검정사업자 지정요건을 완화 하는 등 우수업체에 대해 정부의 규제와 간섭을 최소화 할 계획이다.

금번 개정(안)은 『계량에관한법률』 제정(1961.5.10) 이래 처음 있는 대폭적인 제도개편으로 최근 정확한 계량에 대한 높아진 국민의 요

구수준을 반영하고 변화하는 대외 계량환경에 적응하기 위한 조치로 평가되고 있다.

환경부  
**제28회 국제환경기술전 개최**  
2천여점 신기술 및 신제품 전시

환경보전협회(회장 손경식)는 지난 달 13일부터 16일까지 코엑스에서 제28회 국제환경기술전을 개최했다. 이번 전시회에는 총 21개국 2백53업체(국내 172, 국외 81)가 참가, 약 2천여점의 다양한 신기술 및 신제품을 전시했다.

특히 동남아시아, 중국, 동유럽 등 1백34명의

해외바이어 및 공무원을 초청, 국내 우수한 환경기술을 국제적으로 홍보하고 국내 환경산업 해외 진출의 기회를 제공했다는 평가를 받고 있다.

금번 전시회에서는 최근 실내환경에 대한 중요성이 크게 대두되고 있는 가운데 실내공기수질 관리분야와 환경생태복원분야, 교도의정서 발효로 인한 에너지 분야의 출품이 늘어나 환경산업의 흐름이 설비제작 등 하드웨어에서 복원, 진단 및 컨설팅 등 소프트웨어 분야로 변화하고 있는 점을 엿보는 자리가 마련됐다.

이번 전시회는 국내적으로는 환경기술의 경쟁력과 환경산업발전을 도모하고 국외적으로는 해외마케팅 강화로 환경산업의 투자환경이 조성되는 계기가 될 것으로 평가됐다.

아울러, 환경보전협회에서는 환경산업 수출 촉



▲ 환경부 제28회 국제환경기술전 개최



정책기관

진을 위해 협회 주관으로 네델란드 아쿠아텍 (9.26~9.29), 중국 상해국제공업박람회 (11.2~11.6) 등 해외 전시회에 참가, 한국관 부스를 운영할 예정이며, 향후 지속적으로 해외 전시회 참가를 통한 환경산업 수출증진을 더욱 강화해 나갈 계획이다.

환경부  
**제 11회 환경의 날 기념식 개최**  
 환경보전 유공자 31명 정부 포상 수여

환경부(장관 이치범)가 주최하는 제11회 환경의 날 기념식이 지난 달 5일 코엑스에서 국무총리, 환경부 장관, 민간환경단체 등 각계인사 1천1백여명이 참석한 가운데 개최됐다.

UN은 1972년 제27차 총회에서 인간환경회의 개막일인 6월 5일을 「세계 환경의 날」로 제정하고 각국 정부에게 환경보전행사를 실시하도록 권고했고, 이에 따라 우리나라는 1996년부터 환경의 날을 법정 기념일로 제정, 매년 기념식과 환경보전 캠페인 등 환경관련 행사를 개최해 왔다.

정부는 금년도 환경의 날 행사 주제를 '환경과 건강', 슬로건을 '아름다운 환경, 건강한 미래!'로 정했다. 이는 최근 웰빙(참살이)과 건강에 대한 국민적 관심이 증가하고 있으며, 환경의 질이 곧 삶의 질이라는 인식이 사회 전반에 파급돼 감에 따라, 금년을 환경보건 원년으로 선언하고 환경보건증진법안 제정, 환경보건연구센터 설치 등 국민건강 중심의 환경보건정책을 본격출범 시킨

정부의 의지를 환경의 날을 계기로 국민들에게 다시 한번 강하게 전달하기 위함이다. 이날 기념식에서는 환경보전에 공이 큰 각계인사 31명에게 국민훈장 동백장 등 정부포상이 수여됐다.

정부는 또한 환경의 날을 전후해 지방자치단체, 환경부 소속·산하기관들도 세미나, 캠페인, 문화행사 등 3백여개의 각종 환경관련 행사를 전국적으로 개최해 국민들에게 환경보전의 중요성을 강조했다.

환경부  
**한·미 FTA의 환경친화성 제고**  
 환경서비스 시장 개방협상 적극 참여

환경부(장관 이치범)가 지난 달 5일부터 시작된 한-미 FTA의 환경분야 협상은 환경협정문(chapter) 협상과 환경서비스 시장개방 협상이라고 밝히면서, 그간의 FTA 환경협상 추진경험과 민간자문단, 환경단체 및 관련 전문가 등의 의견을 토대로 해 한·미 FTA 환경친화성 확보를 위해 최대한 노력한다는 원칙 하에 협상에 임하겠다고 밝혔다.

환경부는 자유무역협정의 환경친화성 확보를 위해 FTA의 일부로 환경협정을 체결하는 것이 현재 세계적 추세로서, 한·미 FTA 경우에도 예외일 수는 없으며 우리나라의 환경보호수준을 한층 더 높이는 계기로 활용할 계획이라고 밝혔다.

환경서비스 시장개방 논의는 금융·법률 등 서비스 시장개방 논의의 일부로 진행될 예정이며, 우리나라 환경산업의 경쟁력을 제고하는 방향에

서 접근할 계획이라고 밝혔다

환경부는 한·미 FTA의 환경논의에 적절히 대응하기 위해 관련 공무원, 국제변호사·환경·무역 전문가로 구성된 T/F 및 민간 의견 수렴을 위한 민간자문단을 구성해 운영하는 등 협상과정에서 환경산업체 및 환경단체 등 이해관계자의 의견을 적극 수렴해 투명한 FTA가 되도록 할 계획이다.

식약청  
**계량 용기 쉽게 구입**  
복약지도 강화 요청

어린이들이 복용하는 시럽제를 조제하는 계량 용기를 앞으로 약국에서 손쉽게 구입할 수 있게 된다.

식품의약품안전청(청장 문창진)은 지난 달 20일 의사 처방전에 따라 시럽제를 조제하거나 계량컵 등이 첨부돼있지 않은 일반의약품을 구입할 경우 계량용기인 의약품 주입용기구(경구용실린지)를 약국에 비치해 구입이 쉽도록 조치해 달라고 대한약사회에 협조 요청했다.

어린이들이 안전한 환경에서 건강하게 자랄 수 있는 여건 조성을 위한 어린이 안전 종합대책의 일환으로 어린이 약물사고 방지를 위한 의약품 안전용기, 포장 사용이 지난 1월 27일부터 의무화된 바 있다. 아울러 식약청은 부모가 자녀에게 의약품을 복용시킴에 있어 허가된 용량을 초과하거나 의사나 약사와 상의없이 임의로 의약품을 투여하는 부적절한 사례가 발생하지 않도록 어린이에 대한 복약지도 강화를 함께 요청했다.

환경부  
**감염성폐기물 관리 RFID 신기술 도입**  
효율적이고 투명한 관리기법 개발 기대

환경부(장관 이치범)와 한국환경자원공사는 전자태그를 이용, 폐기물 유통정보를 자동관리 하는 RFID(Radio Frequency IDentification) 신기술을 감염성폐기물 관리업무에 도입해 지난 달 25일부터 6개월간 사업 개발에 착수했다.

이번 사업은 '05년도 일산 동국대병원 등 40여 개소 병·의원을 시범운영 한 결과를 바탕으로 전국 5만여개소 병·의원과 수집·운반업체 및 처리업체에 적용할 고정형리더기, 휴대형리더기 등 RFID 장비 설치와 응용시스템을 구축하는 사업이다.

이번에 구축되는 RFID 감염성폐기물관리시스템은 전자태그가 부착된 감염성폐기물 보관용기 가 리더기(Reader)를 통과하는 순간 폐기물의 운반·처리과정에 대한 정보가 한국환경자원공사에 설치되는 중앙전산시스템(<http://www.uwms.or.kr>)으로 실시간 전송된다.

리더기와 전자저울에 의해 인식된 폐기물 중량 등 폐기물 정보는 모든 과정에서 사람이 직접 입력하지 않고 자동으로 처리되도록 개발된다.

이 시스템에서는 수기 또는 컴퓨터 입력으로 처리하던 폐기물인계서, 각종 대장 및 실적보고서 작성·제출 업무에 일체의 수작업이 필요 없게 된다. 이를 통해 배출자, 수집·운반자, 처리자는 감염성폐기물 관리업무에 소요되는 인적·시간적 비용을 최소화 할 수 있으며, 행정기관은 사

## 정책기관

전 예방적 행정지도와 즉각적인 사고대응이 가능하게 돼 신속하고 투명하게 감염성폐기물을 관리할 계획이다. 또한 본사업에 참여하는 병·의원과 수집운반업체 및 처리업체에 대해 지도점검 완화 등 각종 인센티브를 부여해 본사업이 성공적으로 운영되도록 할 계획이다.

이 시스템의 개발 및 본사업 구축은 정보통신부의 「'05~'06년도 RFID적용 선도사업」으로 추진되고 있으며, 환경부와 한국환경자원공사는 금번 본사업 운영 결과를 토대로 폐기물 중 특별한 관리를 요하는 유해폐기물에 단계적으로 확대 실시할 계획이라고 밝혔다.

농림부

### 닭·오리고기 포장유통 의무화

불이행시 1백만원 과태료 부과

닭·오리 고기의 포장 유통이 내년 1월부터 단계적으로 의무화된다.

농림부(장관 박홍수)는 이 같은 내용의 축산물 가공처리법 시행령·시행규칙 개정안을 지난 달 16일부터 입법예고한다고 밝혔다.

개정안의 주요 내용을 보면 내년 1월부터 하루 8만마리 이상을 도축하는 닭·오리 도축장이 포장 유통 의무를 지키지 않으면 1백만원의 과태료를 물어야 한다. 시행시기는 준비기간 등을 고려해 하루 8만마리 이상인 도축장에 대해서는 내년 1월부터 우선 적용토록 하고, 오는 2008년부터는 모든 닭·오리 도축장과 정육점, 재래시장, 할인점 등 모든 판매장에 대해 포장 유통 의무가 확대

적용된다.

개정안은 위해요소중점관리기준(HACCP) 제도가 가축사육 단계까지 확대 적용된 데 따라 농가의 의무교육 시간을 연간 4시간 이상으로 정했으며, HACCP 기록 작성을 위반한 도축업자에 대한 과태료를 종전 최고 1백만원에서 3백만원으로 올렸다.

농림부

### 산지유통 사업통합방안 설명회 개최

내년부터 추진

농림부(장관 박홍수)는 산지유통을 위해 생산자단체(농협, 영농법인 등)에 지원되고 있는 사업의 통합방안을 논의하기 위해 지난 달 22일 설명회를 개최했다.

그동안 산지에는 생산자단체를 대상으로 채소·과실수급안정사업, 산지유통활성화사업 등 계약재배, 선도금, 매취자금 용도로 자금을 지원해 왔으나, 동일한 정책대상에 대해 여러 사업으로 분산 지원됨에 따라 통합 필요성이 제기돼 왔고, 시장개방 확대, 대형유통업체 성장 등 변화하는 유통환경에 대응하기 위한 산지유통주체들의 변화를 가속화하기 위해 사업통합이 추진되게 됐다.

사업통합은 2007년부터 추진될 계획이며, 현행 품목별, 조직별 지원방식에서 (가칭)유통종합자금으로 통합지원하게 된다.

2007년부터 사업대상자들은 취급품목에 대한 연간 사업계획 및 자금운용 계획을 수립해 신청하고, 매년 사업성과 평가 결과에 따라 규모를 차등

화해 지원받게 된다.

다만, 사업통합에 따른 부작용을 최소화하기 위해 금리 등 지원조건은 현행 대로 유지(수급안정 사업 : 무이자, 산지유통활성화사업 : 1~3%)하게 되며, 수급불안이 상대적으로 덜 민감한 시설 채소와 과실부터 단계적으로 추진하게 된다.

농림부는 그동안 사업통합과 관련해 농협중앙회, 현장관계자, 외부전문가 등 관계자 회의를 거쳐 사업통합방안을 마련했으며, 연말까지 지속적인 의견수렴과 함께 사업통합 이후 세부추진계획을 마련할 계획이다.

한국환경자원공사  
**고재영 사장 임명대**  
활약 기대

한국환경자원공사(사장 고재영) 신임 사장에 고재영 환경부 환경정책실장이 임명됐다.

고 신임 사장은 서울대 농대를 나와 미국 워싱턴대에서 환경공학 석사학위를 받았다.

기술고시 15회 출신으로 환경부 폐기물자원 국장, 영산강유역환경청장, 국제협력관 등을 지냈다.



◀ 한국환경자원공사 고재영 신임 사장

보건복지부  
**담배회사 스포츠후원 금지**  
WHO협약 이행

정부가 담배의 판촉과 후원까지 금지하는 강력한 담배규제 조치를 예고하고 나서 귀추가 주목되고 있다.

보건복지부(장관 유시민)에 따르면 복지부는 세계보건기구(WHO)와 지난 해 5월에 맺은 담배규제기본협약(FCTC)을 오는 2010년까지 실행에 옮기는 방안을 추진중이다.

담배규제 기본협약은 담배값을 올리는 가격정책을 포함, 담배제품의 성분 및 공개, 담배제품의 포장 및 라벨, 담배광고 판촉 및 후원 금지 등의 내용을 담고 있다.

특히 협약은 담배회사가 여성이나 청소년을 제외한 나머지를 대상으로 하는 사회·문화·음악·체육 행사 행위를 금지하는 내용도 담겨 있어 현재 판매를 위해 각종 후원을 하고 있는 KT&G의 행보에 제동이 걸릴 것으로 전망된다.

우리나라 법 규정은 담배회사의 판촉이나 스포츠팀 보유 제한이 없어 담배회사인 KT&G는 프로농구와 배구 등 4개 종목에서 스포츠팀을 보유하고 사실상 '간접 홍보' 활동을 벌이고 있다.

또한 KT&G는 지난 해부터 앞으로 5년 동안 축구 국가대표팀을 후원하는 계약을 맺었으며 노인 탁구대회와 같은 체육행사도 수시로 열고 있다.

복지부 관계자는 "외국의 경우 담배회사가 자

## 정책기관

국내에서 각종 후원행사를 하는 게 상당히 어렵지만 우리나라는 헌법이 기업 영업의 자유를 주고 있으며 관련 법 규정이 없어 담배회사의 각종 후원 및 판촉행사가 가능하다”면서 “국민건강증진법이 허용하는 범위까지 담배 규제를 추진할 것”이라고 밝혔다.

이 관계자는 “정부의 의지가 강력한 만큼 필요하면 담배 광고 판촉 및 후원금지 등을 포함한 포괄적 규제 또는 금지 대안법안 마련도 가능할 것”이라고 덧붙였다.

부산지방식품의약품안전청  
『제조년월일 등 허위 변조표시』 판  
매업소 적발  
하절기 식품위생 단속 강화

부산지방식품의약품안전청(청장 김진수)은 최근 기온 상승으로 인해 식중독 사고가 우려되는 하절기를 맞아 대형백화점, 할인점 등에서 판매하는 식품류 등을 단속한 결과 제조년월일, 유통기한을 허위·변조 표시하거나, 유통기한 미표시 제품 진열·판매하는 등 식품위생법을 위반한 19개 업소를 적발해 관할 기관에 행정처분 등 조치토록 통보했다고 밝혔다.

주요위반 내용은 ▲ 제조년월일, 유통기한 허위·변조 표시 제품 진열·보관 업소 : 5개소 ▲ 제조년월일, 유통기한 미 표시 제품 진열 판매 업소 : 2개소 ▲ 유통기한 최장 4개월임의 연장 표시 등 제품 진열 판매 업소 : 3개소 ▲ 유통기한 경과 제품 판매목적으로 진열·보관 업소 : 1개소 ▲ 냉장보관(0~10℃) 제품을 상온(26℃)에 진

열·보관 판매업소 등 기타 위반 업소 : 8개소 등이다.

부산지방식품의약품안전청은 식중독 발생 빈도가 높은 하절기 식품위생 단속을 강화할 계획이라고 밝히고 부정·불량식품 발견 시에는 080-051-1399 또는 국번 없이 1399번으로 신고해 줄 것을 당부했다.

건교부  
한·일 물류협력 양해각서 체결  
동북아 물류 교류 확대 예상

건교부(장관 추병직)는 한·일 물류협력 MOU를 체결, 정례적인 물류협력의 채널을 구축, 이를 계기로 동북아지역의 물류교류 확대 예상된다고 전했다.

한·중간에는 이미 물류협력 양해각서가 체결('05.8.)되었으므로 향후 한·중·일 물류협력 회의로 확대하기 위한 기반이 마련될 것으로 보인다.

현재 일본 활어차는 우리나라에서의 운행을 허용하는 반면, 우리 활어차는 안전기준 등을 이유로 일본내에서의 임시운행이 제한되고 있다.

건교부는 상호주의 차원에서 우리 활어차의 일본내 임시운행을 허용토록 요청할 방침이다.

일본측은 동의제에 대해 향후 한·일 양국간 전문가 협의를 통해 논의할 것을 제안하고 있다.

한·일 양국은 향후 실무담당자 및 전문가 협의를 통해 우리나라 활어차의 일본내 운행허용을 추진할 예정이다.

대한인쇄문화협회

## 제15회 국제인쇄산업전시회 개최

오는 9월 6일부터 10일(일)까지 KINTEX 전시장에서 열려

국내 인쇄문화의 향상과 인쇄산업의 발전을 위한 제15회 국제인쇄산업전시회(KIPES 2006)가 오는 오는 9월 6일부터 9월 10일까지 5일간 총 1만4천2백56㎡(4천3백20평)의 규모로 고양시 일산 한국국제전시장(KINTEX) 1, 2홀에서 개최된다.

지난 1978년 국내에서는 처음으로 개최돼 28년째를 맞이하게 되는 KIPES 2006는 한국이엔엑스와 대한인쇄문화협회가 공동주최하고 문화관광부, 산업자원부, 경기도, KOTRA, 대한인쇄정보산업협동조합연합회, 대한인쇄정보기술협회, 한국화상정보제판공업협동조합, 서울특별시인쇄정보산업협동조합, 대한인쇄연구소, 한국제책공업협동조합, 한국스크린인쇄공업협동조합, 한국스크린인쇄공업협회 등 관련단체의 후원으로 열려 국내외의 우수한 프리프레스, 인쇄기계, 디지털인쇄시스템, 제본기계, 포장관련기기, 지가공기계, 라미네이팅기, 스크린인쇄기, 라벨인쇄기, 플로터, 홀로그램, 조각기, 인쇄재료 및 출판서비스 등 인쇄분야 전반에 걸친 최신에 기종을 선보임으로써 국내 관련 산업 발전에 이바지하고 나아가 관련 제품의 국산화를 통한 국제교역 진흥에 기여할 것으로 보인다.

또한 KIPES 전시회는 지난 2004년에 세계최고의 전시인증기관인 국제전시산업협회로부터 UFI인증을 획득함으로써 규모나 질적인 면에서도 한국을 대표하는 인쇄기기전시회로서 인정받음으로써 국제적으로 KIPES의 인지도 제고는 물론 국제화의 기틀을 마련했다.

금번 KIPES 2006에는 기존의 인쇄기기 시장을 주도해 온 한국하이텔베르그를 비롯, 최근 인쇄시장에서 각광받고 있는 CTP 및 Prepress 업체로는 다니폰스크린코리아, 코닥GCG, 성도GL, 등이 출품된다.

인쇄 기계 및 재료 업체로는 피엠교역, 신정정밀 등이, 제본 및 지가공 기계로는 지엠피를 비롯해 대호기계, 한국아사히마시나리 등이, 라벨인쇄기계로는 태경기계, 신우IK, 방성기계, 거성기계산업, 구일무역, 도일기계, 창익기계공업 등이, 스크린기자재 업체로는 동양상사를 비롯해 라인시스템, 대영시스템 등이 대거 출품, 다채로운 인쇄 장비 및 재료, 서비스 등을 선보일 것이다.

특히, KIPES 전시회는 COEX 전시장의 전시품의 무게 제한으로 인해 지난 2002년에는 서울무역전시장(SETEC)과 코엑스(COEX)전시장에서 분산 개최, 2004년에는 코엑스(COEX) 전시장에서만 규모를 축소해 개최하는 등의 어려움이 있었으나, 금년에는 새로이 고양시 한국국제전시장(KINTEX)에서 개최해 작년대비 50% 이상의 신장된 전시 면적으로 진행된다.

또한 KINTEX 전시장으로 이동 개최함으로써 경기도의 역점사업 중 하나인 고양시 인쇄출판단지 등의 지역특화사업의 활성화에 부합하는 한편, 금번에 KIPES가 경기도 국비지원 전시회로 선정됨으로써

**유관단체**

더 많은 국내외 홍보와 다양한 부대행가 가능해져 출품사의 홍보 및 전시효과가 한층 더할 것으로 기대된다.

한편 이번 KIPES 2006 전시기간 중에 국내 인쇄기술 및 인쇄관련산업의 향상을 위해 KINTEX 컨퍼런스센터에서 10여회 이상의 인쇄관련 기술세미나를 개최하고, 주최자도 별도의 첨단 인쇄기술 세미나를 개최할 예정이다.

또한, 전시기간 중 대한인쇄문화협회와 한국이앤엑스 주관으로 인쇄문화관을 설치 운영, 우리의 고인쇄물과 특수인쇄물들을 전시소개하고, 고인쇄 체험관 등 다채로운 부대행사를 진행해 국내 우수한 인쇄문화의 전파는 물론 인쇄산업발전에 촉매제 역할을 할 것이며, 전시장내에 별도의 인쇄관련 교육기관의 특별홍보관(산학특별홍보관)을 설치 운영해 산학연계의 차원에서 각 대학의 연구성과를 소개하는 공동관을 설치 운영 할 예정이다.

주최측에 의하면 국내 내수부진과 국제 원자재 비용상승, 환율하락 등의 인쇄산업 전반의 악재에도 불구하고 인쇄 관련사의 성원에 힘입어 지난 달 12일 80%의 부스배정이 된 것으로 확인됐으며 금번 전시회는 크게 Press & Pre-Press관, Screen 기자재관, Label 기자재관, 제본 및 지가공 기자재관 등 4개의 관으로 구성하고, 전시장과 서울시내 주요지 및 인쇄업계가 밀집돼 있는 지역간의 “무료셔틀버스”를 운영함으로써 관람객으로 해금 보다 편리하게 관람할 수 있는 여건을 마련했다.

전시기간 중 미국, 일본, 중국, 동남아, 러시아 등 약 1백여명의 각국 구매사절단을 KIPES 전시회에 방문 유치해 적극적인 수출상담을 할 수 있도록 할 예정이며, 4만여명의 참관인이 내방해 2만여건의 상담이 이루어져 침체된 국내 인쇄산업의 새로운 전환기가 될 것으로 내다보고 있다. 또한, 전시회의 활성화를 위해 모든 관람인이 등록·입장하며, 전시회가 끝난 이후에도 지속적으로 참관객이 출품사의 자료 등을 열람할 수 있도록 안내편람 및 인터넷 서비스(www.kipes.com)를 제공하는 등 전문적인 비즈니스 전시회로 만반의 준비를 하고 있다.

출품 및 참관문의는 인터넷 홈페이지(www.kipes.com)를 참조하거나 한국이앤엑스 KIPES 2006 사무국(전화 : 551-0102)으로 문의하면 된다. 또한, 오는 8월 31일까지 홈페이지에서 사전등록하면 무료로 입장할 수 있다.

<b>인국철강협회</b>	<b>제7회 철의날 기념행사 개최</b>
---------------	------------------------

**각종 공로상 수여**

철강업계의 발전과 화합의 장인 ‘제7회 철의 날’ 기념행사가 지난 달 9일 오후 6시 포스코센터 서관에서 열렸다.

한국철강협회(회장 이구택)는 정세균 산업자원부 장관과 이구택 철강협회 회장, 심운수 부회장, 포스코 윤석만·이윤 사장, 양승석 현대제철 사장, 장세주 동국제강 회장, 이수일 동부제강 사장, 이운형 세아제강 회장 등 각계 관계자 3백여명이 참가한 가운데 '제7회 철의 날' 기념행사를 개최했다

이날 기념식에서는 우리나라 철강산업 발전에 기여한 공로로 유홍종 비엔지스틸 회장이 은탑산업훈장을 수상했으며, 김명균 포스칸 사장이 산업포장을 받았다.

이와 함께 현대제철 조택상 사원 등 2명이 대통령 표창을, 한국철스크랩공업협회 김상철 회장 등 2명이 국무총리 표창을, 포스코 이후근 보좌직 등 17명이 산업자원부 장관상을 각각 받는 등 총 23명에 대한 정부 포상이 이어졌다.

철강인들의 창의와 연구개발 의욕을 진작시켜 철강발전에 이바지할 목적으로 지난 82년에 제정, 올해로 23회를 맞은 철강기술상에는 포스코 김상현 팀리더, 철강기술 장려상에는 현대제철의 이형철 부장이 각각 선정돼 수상했다. 또한 철강기능상에 포스코 조길동 주임이, 철강기능 장려상에는 포스코의 배명호 주임이 각각 수상했다.

한편 철강협회는 철강의 중요성을 일반인에게 인식시키고 철강인의 화합과 자긍심을 고취하기 위해 현대식 용광로에서 처음 쇳물이 생산된 6월 9일을 '철의 날'로 제정, 지난 2000년 부터 매년 마라톤대회, 철강 사진전 등 다양한 행사를 개최하고 있다.

(사)대한주류공업협회

## 대한민국주류박람회 개최

### 오비맥주, '오비 블루' 전격 공개

(사)대한주류공업협회(회장 김문환)는 지난 달 15일부터 17일까지 서울 삼성동 코엑스에서 '2006 대한민국 주류박람회'가 개최했다.

이번 박람회는 '술과 문화의 만남을 통한 페스티벌'을 주제로 한국 명주를 대대적으로 알리는 행사로 기획됐다.

국내에서 처음으로 열리는 대규모 주류박람회라 메이저 주류업체들이 대거 참여, 치열한 홍보전을 펼치며 박람회의 열기를 한층 더 고조시키고 있다.

박람회에 참가한 업체들은 저마다 자사의 주력브랜드를 소개하며 관람자들의 시선 끌기에 열을 올렸다.

저도주 시장을 놓고 치열한 접전을 벌이고 있는 진로와 두산의 저도주 전쟁도 이번 박람회의 눈길을 끌었다.

진로는 1백억병 판매를 돌파한 '참이슬'의 우수성을 알리기 위해 테마별 전시관과 대나무 숲 체험실



## 유관단체

을 운영하며 참가자들의 주목을 받았다. 또한 80여년의 진로 소주 역사를 한눈에 볼 수 있도록 한 전시 부스를 선보였다.

두산 주류BG는 'well being leader' 라는 주제로 세계 최초 알칼리수 소주 처음처럼과 청하, 백화수복 등을 대거 출품했다.

하이트맥주는 새롭게 도입한 FTK(Fresh Taste Keeping) 공법을 소개하고 창업정보관과 월드컵 포토존, 맥주 시음장을 운영했다.

특히 오비맥주는 새롭게 리뉴얼한 '오비 블루' 를 전격 공개했다.

이 제품은 오비맥주가 70년 양조 전통을 살려 개발한 최첨단 양조공법 '저온 숙성, 저온 발효 공법(일명 블루 테크놀로지)' 를 활용한 게 특징이다.

블루 테크놀로지는 저온에서 효모를 적절하게 활성화해 텁텁한 맛을 줄이고 깊고 풍부한 맛을 더하는 첨단 양조공법이다.

오비맥주의 김준영 사장은 "오비 블루가 소비자의 새로운 맥주 기호에 부응하고 맥주 품목의 구색을 다양하게 하는데 도움이 됐으면 한다"고 말했다. 회사 측은 "젊은 층을 겨냥한 마케팅 활동을 더해 오비 블루 돌풍을 일으키겠다"고 밝혔다.

이번 행사를 주관한 대한주류공업협회측은 "처음 열리는 국내 행사인 만큼 앞으로 국내 명주를 소개하는 대표적인 박람회로 키워 나갈 계획"이라고 말했다.

한국유통물류진흥원

의약품 추적관리시스템 구축

## 짝퉁 유통 방지

제조사와 제조일시, 유통기한, 유통경로 등이 정확하게 입력된 의약품 관리 시스템이 도입될 전망이다. 대한상공회의소 한국유통물류진흥원(원장 김승식)은 지난 달 19일 서울 중구 남대문로 밀레니엄 서울힐튼호텔에서 무선주파수인식(RFID) 기술을 기반으로 한 '의약품 추적관리시스템 구축 시범사업' 최종 보고회를 열었다.

의약품 추적관리시스템은 제약업체에서 병원에 이르는 의약품 유통 전반에 정보관리시스템을 구축한 뒤 의약품에 부착된 RFID 정보를 통해 제품의 이력 관리는 물론 위조, 무자료 약품의 유통을 방지하는 시스템이다.

진흥원은 3월부터 3개월간 특수약품 '알부민' 을 대상으로 포장 단계부터 약병과 박스에 RFID 태그를 부착하고 약품이 입출고될 때마다 이를 판독해 약품의 재고 현황, 이동 정보, 진위 등을 판별하는 실험을 실시했다.

(주)에이치앤케이  
**의약품 안전포장용 포장재 세미나**  
 선진국 제약포장 사례 설명

(주)에이치앤케이(대표이사 강신영)는 지난달 27일 의약품 안전포장용 포장재 세미나를 개최했다.

경기도 화성시 소재 롤링힐스호텔에서 개최된 세미나는 오는 11월부터 시행되는 의약품 안전용기·포장에 관한 규정 개정안에 따른 설명회로 Alcan Packaging사(Germany)의 Mr. Kari-Fr.Buschmann이 진행했다.

이번 세미나에서는 CR(Child Resistant),

SF(Senior Friendly) Foil의 소개를 비롯, 선진국의 제약포장 사례에 대한 설명이 있었다.

또한 ALU/ALU, TROPICAL FOIL에 대한 전반적인 내용도 파악할 수 있는 기회가 됐다고 참석자들은 입을 모았다.

한편 강신영 사장은 “이번 세미나는 관심이 높아지고 있는 의약품 안전포장용 포장재를 점검해 보고 11월부터 개정되는 의약품 안전용기·포장에 관한 규정 개정안에 대비하기 위해 마련했다”며 “의약품 포장이 진일보하는 계기가 되었으면 좋겠다”고 말했다.

(주)에이치앤케이는 (주)홍아기연의 자회사로 홍아기연이 전문 제작하는 블리스터포장기에서 가공되는 의약품 포장재를 전문으로 공급하기 위해 별도 독립된 법인이다.

대한통운(주)  
**국가환경경영대상 수상**  
 친환경 분리막 공법으로 공로 인정

대한통운(주)(대표이사 이국동)이 지난 달 13일 대한상공회의소 국제회의실에서 열린 시상식에서 국가환경경영대상 국무총리상을 수상했다.

산자부와 환경부가 공동 주최하는 국가환경경영대상은 우수 환경경영 기업의 사기진작과 친환경경영 분위기를 확산하는데 목적을 두고, 지난 1999년부터 매년 수상하고 있다.

이번 수상은 대한통운이 자사 환경사업소의 '침지식 중공사막을 이용한 막일체형 하·폐수

고도처리공법(HANT&SMAS, 이하 분리막 공법)'을 통해 국가환경경쟁력 강화와 경제발전에 기여한 공로가 인정받았기 때문이라고 관계자는 전했다.

이번 수상한 대한통의 분리막 공법은 상수원 수질 기준 5등급 이하의 폐수를 2등급 이상 깨끗한 물로 바꿀 수 있으며, 질소와 인을 동시에 제거할 수 있어 부영양화 현상도 막을 수 있다.

또한, 이 공법은 현재 전국 560여 개의 대형 하폐수 처리시설에 사용되고 있으며, '01년 환경부로부터 환경신기술지정(제 31호)을 받은 바 있다.

이국동 사장은 이날 시상식에서 "대한통운의 HANT&SMAS 공법은 관련업계에서 국내 최대 실적을 보유하고 있으며, 10여 년간의 축적된 노하우를 바탕으로 해외 진출도 모색 중이다"라고



▲ 대한통운(주) 국가환경경영대상 수상

밝혔다.

대한통운 환경사업소는 이외에도 분리막공법을 적용한 처리시설의 원격감시 시스템인 KEMS를 개발, 인터넷을 통해 실시간으로 현장상황을 파악하고 휴대폰 문자서비스 등을 통해 이상유무를 파악할 수 있게 하는 등 시설관리측면에서도 차별화를 이루고 있다고 전했다.

대한통운은 이 공법을 향후 해외 환경시장에 진출시키기 위해 검토 중에 있으며, 이를 위해 중국을 비롯한 동남아 국가에 국제특허를 출원한 상태라고 설명했다.

**제지업종  
하반기 업황 개선 기대  
한솔제지 3.96% 올라**

제지업종주들이 하반기 업황개선 전망에 힘입어 강세를 보였다.

지난 달 14일 한솔제지와 신무림제지 주가는 전날보다 각 3.96%, 2.10% 올라 상승 반전했다.

반면 한국제지는 최근 3일 연속 상승한 부담으로 0.33% 하락했다.

황정하 삼성증권 연구원은 “제지업체들이 인쇄용지의 내수가격 인상과 원자재인 활엽수 펄프가격 하락 등에 힘입어 1분기를 바닥으로 하반기 실적회복이 기대된다”고 분석했다.

제지주들은 1분기 펄프가격 인상분이 제품가격에 반영되지 않고 원·달러 환율이 하락한데 영향을 받아 수출 채산성이 악화되면서 부진한 실적을 기록했다.

한솔제지의 1분기 매출액과 영업이익은 전년동기대비 각각 4.9%, 41% 감소한 2천6백38억원과 1백47억원을 기록했으며 한국제지의 1분기 영업이익도 73.83% 줄어든 22억원에 그쳤다.

황 연구원은 “지난해 4분기 이후 내수가격 하락을 부추긴 한국제지 증설에 따른 공급량 증가도 올해 수요증가로 상쇄될 것으로 예상되는데다 하반기 성수기로 접어들면서 가격상승세도 전망된다”며 “다만 업체간 업황 개선의 수혜 폭은 다를 수 있다”고 말했다.

삼성증권은 제지업종 가운데 한솔제지를 하반기 펄프가 하락 및 한솔홈데코 등 자회사의 지분법 평가이익 전환에 따라 실적개선이 예상되는 최고 관심종목으로 꼽고 투자 의견 ‘매수’에 목표주가 1만5천5백원을 제시했다.

반면 한국제지에 대해서는 하반기 실적개선이 기대되지만 복사지시장의 성공적 진입여부에 대한 불확실성을 들어 목표가 3만2천원에 ‘중립’ 의견을 유지했으며 신무림제지 역시 수출 채산성 악화와 내수 경쟁력 약화를 반영해 목표가 8천9백원에 ‘중립’ 의견을 내놓았다.

**피알아트닷컴  
5주년 기념식 개최  
극동대학교와 MOU 체결**

피알아트(주)(대표이사 이근순)는 지난 달 21일 한국프레스센터 국제회의장에서 창립 5주년 기념식을 개최했다.

서울인쇄조합의 이충원 이사장은 인사말을 통

## 업계동정

해 “업계 유일의 인터넷 정보사인트 피알아트닷컴의 5주년을 축하하며 시대적 트렌드에 맞게 유익한 정보를 제공하는데 깊은 감사를 드린다”고 전했다.

창립때부터 피알아트닷컴의 회원이었던 (주)보진재의 김정선 대표는 “앞으로는 업계의 발전을 위해 해야 할 일이 많은 만큼, 기대가 되며 이에 인쇄업계에서도 적극적인 관심이 필요하다”고 강조했다.

피알아트(주)의 이근순 대표이사는 “그 동안 인쇄업계를 위한 확실한 비전을 가지고 여기까지 왔으며 5주년 기념을 위해 많은 분들이 축하해 주셔서 깊은 감사를 전하며 이제는 피알아트닷컴에 기대가 모아지는 만큼 더욱 성장하여 업계의 선진화를 주도하도록 노력하겠다”고 답례했다.

축하인사와 함께 피알아트닷컴은 디지로그(DigiLog) 인쇄기술 전문가 클럽인 “디펙(DPEC)”을 창립하고 디펙 자문위원인 (주)보진재 김정선 대표에게 클럽패를 전달, 22명의 회원을 공개하고 인쇄의 통합공정에 맞는 미래지향적인 클럽운영을 발표했다.

또한 극동대학교(총장 류기일)과의 양해각서(MOU)를 체결하여 각 대표가 협정서를 교환하고 앞으로 산·학간의 협조를 약속했다.

2부에서는 ‘21세기 정보지식문화사회와 나’라는 주제로 윤은기 박사의 특별강연이 펼쳐졌다.

한편 피알아트닷컴은 지난 2001년 설립된 이후 ‘21세기 지식정보문화산업분야의 글로벌 기업’을 비전으로 현재 1만2천2백85명의 회원을 확보하여 디자인 출판, 인쇄공정의 통합 및 통신 IT



▲ 피알아트닷컴 5주년 기념식 개최

연계 디지털 문화산업에서 활동을 넓혀가고 있으며 특히 이날은 한국후지제록스(주)와의 협력으로 '피알아트 뉴스' 지를 디지털인쇄로 직접 발행한 것을 배포했다.

(주)삼보에이팩  
**국가환경경영대상 수상**  
종이용기 청정생산 체계 마련

식품포장용 인쇄지기 전문 생산업체 (주)삼보에이팩(대표이사 김용률)이 우수한 코팅성 때문에 줄곧 박스코팅제로 사용되던 독극물 '톨루엔'을 모든 생산공정에서 완전 추방함으로써 청정생산 공장을 조성한 공로를 인정받아 2006년 국가환경경영대상을 수상했다.

삼보는 지난 2002년부터 연구소를 설립하고 대체약품 개발에 전념해 '무톨루엔 수성코팅법'을 자체 개발하기에 이르렀다.

작업장 오염에 따른 직원들의 불만을 해소하는 한편 고가의 톨루엔 원료를 사용하지 않음으로써 원가를 획기적으로 절감했다. 또한 친환경적 제품이라는 홍보 효과로 매출을 20%나 신장시키는 등 짝짝한 수익도 올렸다.

또한 삼보는 인쇄공정에서 발생하는 필름을 없애 환경오염을 원천적으로 차단했다.

이를 위해 포장업체로서는 국내 처음으로 잡지회사에서 주로 쓰던 CTP, CIP3 등 디지털 기법을 도입했다.

또 신문, 학습지 인쇄에 주로 사용되던 친환경 콩기름을 일반 식품용 외포장 박스에 적용해 동중

업계를 놀라게 했다.

삼보가 친환경경영 실현을 위해 관련분야에 지난 3년간 투자한 돈만 80억원에 달한다. 한 해 매출이 1백10억원인 점을 감안하면 실로 엄청난 금액을 쏟아부은 셈이다.

이런 노력의 결과는 수출 증가로 이어져 대표적 3D업종인 인쇄업체로서는 드물게 친환경 경영을 정착시킨 덕분에 2003년도 3백만불 수출탑, 2005년도 5백만불 수출탑을 각각 수상하는 등 해외에서 수요가 갈수록 늘고 있다.

네이처웍스  
**PLA 사용, 친환경 종이 및 펄프 제품 런칭**  
타이완, 제지류 친환경 코팅 등

네이처웍스社가 PLA를 사용한 친환경 종이 및 펄프제품을 런칭했다.

지난 달 6일, 대만 웨이몬 사(Wei Mon Industry Co. Ltd.)의 콘소시움에서는 종이와 펄프 제품의 석유화학 플라스틱 코팅 및 레미네이션을 생분해성 식물성수지로 대체하는 혁신적인 친환경 기술이 발표됐다.

이 기술은 네이처웍스사의 PLA 원료를 사용해 석유화학 플라스틱을 대체할 수 있으며, 종이와 펄프 제품이 자연 퇴비화되는 과정에서 생분해를 가속화시키는 효과를 갖는다.

네이처웍스 PLA는 매년 재생산되는 100% 옥수수로 생산하는 합성수지이다.

대만의 웨이몬사는 Kuan Chun 제지, 타이완 HPP, Towa Kako와 이러한 코팅 및 레미네이션



▲ 네이처웍스 PLA 사용, 친환경 종이 및 펄프 제품 런칭

기술을 합작 개발, 업계 처음으로 출시했다.

네이처웍스사의 아태 지역 마케팅 이사인 피터 크리텔스데일(Peter Clydesdale)은 “네이처웍스의 세계적 규모의 생산 능력은 전세계적으로 혁신적이고 친환경적인 합성수지를 공급할 수 있도록 해 준다”며 “타이완의 종이 및 펄프 제품에 네이처웍스 PLA 원료 사용이 폭넓게 활용될 수 있기를 기대한다”고 덧붙였다.

타이완의 업체 관계자는 “소비자들은 현재 원유 원료의 코팅 대신에 생분해가 가능해 퇴비화되는 원료로 코팅된 일회용 도시락, 컵, 국수 용기, 햄버거 포장용기, 식판 등과 같은 제지 제품들을 선호하게 될 것”이라고 말했다.

이런 기술을 합작 개발한 업체들은 네이처웍스 PLA 원료를 사용해 종이 및 펄프 제품에 친환경적인 요소를 강화시킴으로써 자원 문제, 쓰레기

문제 등 여러 가지 환경 문제를 개선시킬 수 있을 것으로 전망했다.

(주)시노팩스  
**철강용 판지 생산공장 준공**  
토탈 솔루션 자체 생산 제공

(주)시노팩스(대표이사 이근수)가 철강용 판지 생산공장을 준공함으로써 고가의 금속 포장재가 종이 포장재로 대폭 교체될 전망이다.

시노팩스는 지난 달 19일 경북 포항 사업장에서 이근수 사장을 비롯해 내외빈 50여명이 참석한 가운데 판지 생산공장 준공식을 갖고, 철강보호용 판지의 본격적인 생산에 돌입했다고 밝혔다.

이 회사가 새로 준공한 판지 공장은 지난 1월부터 총 15억원을 투입해 연간 4백만㎡의 고성능 판지 생산규모를 갖췄다. 회사측은 이번 철강용 판지 생산공장을 준공함에 따라 방습지, 방청지, 판지 등 철강포장지 분야의 토탈 솔루션을 자체 생산을 통해 제공할 수 있게 됐다.

철강용 포장재는 철강제품을 보호하는 특수 기능을 가진 제품으로 습기를 막는 방습지와 녹을 방지하는 방청지, 충격으로부터 보호하는 판지 등 세 가지로 구분된다.

이번에 준공된 공장에서 생산되는 철강용 판지는 종이를 여러 층으로 겹친 특수 구조로 제작돼 강도를 높임으로써 철강제품이 운송 과정에서 외부충격에 의해 손상되는 것을 방지하는 역할을 한다.

그동안 이 회사는 외부업체를 통해 철강용 판지

를 생산해 왔으나 이번 판지 자체공장 준공을 계기로 품질이 향상된 고성능 판지를 개발해 고가의 금속 포장재를 대체해 나갈 계획이다.

이근수 사장은 “종이판지는 금속 포장재 대비 70% 이상 저렴하다”며 “자체 공장을 통해 품질이 향상된 제품을 개발해 금속 포장재를 대체해 나가겠다”고 밝혔다.

한편 시노팩스는 지난해 포장재 부문에서 1백 27억원의 매출을 달성했으며, 이번 판지공장 준공으로 매출이 대폭 확대될 것으로 예상되고 있다.

한국릴리(주)  
**시알리스 제품포장 변경**  
가짜약 구별 위해

한국릴리(주)(대표이사 란스미스)는 최근 가짜 약이 시중에 유통됨에 따라 발기부전치료제 시알리스(Cialis)의 제품 포장을 변경했다고 지난 달 19일 밝혔다.

회사 측은 새 포장 제품을 올해 1월 출시했으나 유통 시간 때문에 대부분의 약국에서는 이달 부터 판매될 것이라고 예측했다.

새 포장에는 90도에서 자주색, 180도에서 녹색으로 변하는 변경된 홀로그램 로고가 들어간 타원형 스티커가 추가됐으며, 상자의 양쪽 입구는 뎀 흔적이 남도록 특수 스티커로 봉인돼 있다는 것이 회사측의 설명이다.

시알리스 마케팅 김경숙 본부장은 김본부장은 “제품을 날개가 아닌 용량별 포장단위(10mg은 4정, 20mg은 4정 또는 8정)로 구입할 것을 권한

다”며 “시알리스 용량은 10mg과 20mg뿐으로 50mg 또는 1백mg 용량의 제품은 100% 가짜”라고 말했다.

(주)이랜드  
**획기적인 패키지 포장 판매**  
푸드 패키지 컨셉 적용

‘고객에게 물어보라’는 원칙은 요즘 거의 모든 기업과 브랜드에서 활용하고 있는 기본적인 전략이 됐다. 이제는 고객에게 물어보는 차원을 넘어 ‘고객을 참여시키는’ 활동이 기업 운영전략의 화두로 떠오르고 있다.

즉 모든 전략을 수립한 이후 고객의 의견을 보완하는 수준이 아닌 제품과 마케팅 프로그램의 기획단계부터 고객을 참여시키는 것이다.

(주)이랜드(대표이사 김성진)의 의류브랜드 ‘테일스’는 고객의 제안을 반영, 대박을 터뜨린 대표적 사례다.

테일스는 클럽에 올라온 대학생 김성철 씨의 의



▲ (주)이랜드 획기적인 패키지 포장 판매



## 업계동정

건을 적용해 전략제품을 생산·판매했다.

김씨는 “데얼스의 제품을 아주 획기적인 패키지에 포장을 해 판매를 한다면 고객의 눈길도 끌게 되고 데얼스의 퍼니(funny)한 컨셉트를 표현하기에도 좋을 것 같다”는 글을 데얼스 클럽에 올렸고 데얼스클럽의 마케팅팀은 이 글에서 아이디어를 얻어 의류 제품에 푸드 패키지라는 컨셉을 적용, 식품처럼 포장해 팔았던 것이다.

지난 1월부터 5월까지 매달 식품포장 컨셉트의 패키지화된 티셔츠를 출시한 데얼스는 전 제품 정상판매율 80% 달성이라는 성과를 냈다.

### 식품업체 라면시장 프리미엄 제품 붐 기존 라면보다 2~3배 이상 비싸

라면시장이 전반적으로 침체돼 있는 가운데 라면업체들이 프리미엄급 고가의 라면을 잇따라 출시하며 불황 탈출에 안간힘을 쏟고 있다.

업계에 따르면 최근 웰빙 열풍과 경기 침체로 라면이 잘 팔리지 않자 업체들이 기름에 튀기지 않는 건면이나 여러가지 영양성분을 가미한 라면을 잇따라 선보이며 신규 수요 창출에 나서고 있다.

특히 이들 라면은 한봉지당 가격이 천원을 훌쩍 넘어서고 있어 기존 라면보다 2~3배 이상 비싸다. 따라서 이들 ‘프리미엄’급 라면이 성공적으로 시장을 형성할지에 대해서도 관심이 쏠리고 있다.

농심은 최근 한개당 1천5백~1천7백원하는 베트남 쌀국수 ‘포들면’과 녹두국수 ‘봄비(판매가격

천원)’ 등 고가면을 잇따라 출시했다. ‘포들면’과 ‘봄비’는 기름에 튀긴 기존 유탕면과는 달리 튀기지 않은 건면으로 MSG를 사용하지 않았다.

농심이 지금까지 내놓은 건면은 메밀소바, 멸치칼국수, 수프 파스타(2종류) 등 모두 5가지로 올해 하반기에도 판매가격 1천5백원 이상되는 용기타입의 건면을 출시할 예정이다.

농심 홍보팀 최호민 차장은 “사람들의 기호가 다양하기 때문에 건더기와 품질을 강화한 프리미엄급 기능성 라면 시장이 형성될 수 있다”며 “기존 유탕면을 선호하는 사람들이 이들 프리미엄급 라면으로 옮겨갈 수도 있지만 점차적으로는 신규 수요도 창출돼 하나의 시장을 형성할 것”이라고 밝혔다.

삼양식품은 지난해 10월 6백~8백50원대 가격을 형성하고 있는 유탕면 시장에 1개당 천원짜리 ‘장수면’으로 도전장을 던졌다. ‘장수면’은 기름에 튀겼지만 여러가지 고급 원료와 영양성분을 가미해 프리미엄 라면을 표방하고 있다.

삼양식품은 강남지역 케이블 방송에 ‘장수면’의 광고를 내보내면서 ‘비싸도 몸에 좋은 제품을 살 수 있는’ 타겟층을 공략하고 있다.

이같은 전략적 마케팅에 힘입어 ‘장수면’은 꾸준한 매출 성장세를 기록하며 현재 출시 당시보다 30% 이상 매출이 늘어났다.

삼양식품 관계자는 “웰빙 라면 시장이 생각보다 폭발적으로 급격히 커지는 않지만 향후 새로운 시장으로 떠오르고 있다”며 “라면은 출시된 지 반년정도 두고 봐야 성공여부를 알 수 있기 때문에 당장 고가의 라면이 반응이 없더라도 고가면 시장 공략을 멈추지는 않을 것”이라고 말했다.

한국야쿠르트도 지난 2003년 이천쌀을 첨가해서 만든 이천쌀설령탕면(1천3백원)을 내놓았으며, 볶음김치를 레토르트 포장으로 첨가한 볶음김치면(1천5백원)과 지난해 9월 천원짜리 빅3김치칼국수를 출시하는 등 고가의 라면을 잇따라 선보이고 있다

롯데제과(주)  
**중국인 입속의 연인 '롯데깍'**  
 전체시장 23% 장악

국내 최고 브랜드들이 해외로 뻗어나가고 있다. 많은 기업들이 국내에선 일찌감치 최고의 자리에 등극했지만 세계 최고 반열에 오른 상품은 그리 많지 않다. 하지만 국내 기업의 피나는 노력으로 아시아 시장을 뛰어넘어 세계 시장을 힘차게 두드리고 있다.

특히 롯데제과(주)(대표이사 한수길)는 세계 최대 시장이라고 불리는 중국시장에서 점유율 1위를 넘보고 있다.

롯데깍이 중국에 처음 발을 디딘 것은 90년대 초반이다. 중국 시장이 개방되면서 본격적인 중국 판매에 들어갔다. 당시 중국인들은 커피에 대한 호기심이 높았다.

차 문화에 익숙한 중국인들이 서양인의 차인 커피에 관심을 가진 것이다.

롯데깍은 이런 분위기를 틈타 국내에서도 상품력을 인정받은 '커피깍'을 중국 시장에 내놨다.

깍이라는 것도 생소했던 중국 사람들에게 커피와 깍은 동시에 즐기는 '커피깍'은 신기한 맛을

전하기에 충분했다.

이렇게 알려지기 시작한 롯데깍은 중국인들에게 사랑받는 제품으로 자리를 잡았다.

중국 깍 시장은 세계적인 다국적 제과업체인 '리글리'와 '롯데깍'이 양분하고 있다. 깍이 중국에 보급되기 시작할 무렵 리글리와 롯데깍은 동시에 중국 시장에 진출했다.

지난해 리글리는 중국시장에서 시장점유율 40%대의 판매고를 올렸다. 롯데깍은 23.5%의 시장 점유율을 보였다.

지난해 실적만 보면 롯데깍이 중국에서 리글리에 밀리고 있다. 리글리의 자본력 때문이다.

90년대 초반 중국에 진출한 다국적 기업 리글리는 필리핀에 깍공장을 세우고 중국을 공략했다. 대규모 홍보를 기반으로 중국 전역에 깍을 깔았다.

이에 맞서 자본력에서 밀린 롯데깍은 철저하게 제품력으로 대응했다. 이런 롯데깍은 지난 2003년 매출액 5백만불에 불과하던 것이 급신장해 2004년 3천만불, 2006년 6천만불로 경총 뛰었다. 시장 점유율도 2003년 6.3%에서 2004년 12.8%, 2005년 23.5%를 기록했다. 올해는 중국 시장 점유율이 20% 이상 더 높아질 것으로 예상하고 있다.

중국에서 롯데깍이 선전하는 비결은 품질력이 앞선다는 평가이다.

리글리의 경우 저가 제품 중심이지만 롯데깍은 자일리톨깍 등 고가 제품이 먹히고 있다. 또한 고가 마케팅은 한발 앞선 포장기술과 함께 시너지를 내고 있다.

외국 깍들이 일반적인 스틱 모양의 제품을 깔았을 때 롯데깍은 알약처럼 생긴 코팅깍을 최초

## 업계동정

로 선보였다. 또 포장도 한 알씩 '톡톡' 따먹을 수 있도록 했다. 용기도 플라스틱 둥근 통 모양을 도입했다.

이런 시도는 중국인들에게 껌을 더욱 친숙하게 만들었다.

같은 동양인으로 입맛이 비슷하다는 점도 성공 요인 중 하나다.

서양인들은 딱딱한 고기처럼 질긴 껌을 좋아한다. 하지만 롯데껌은 국내와 마찬가지로 말랑말랑 아들아들하다.

동양인들은 질긴 껌보다는 부드러운 껌이 더욱 입맛에 맞다. 이런 점이 고가이지만 잘 팔리는 롯데껌의 비결이다.

특히 롯데제과는 중국인들의 마음을 사로잡기 위한 노력도 치열하게 했다.

중국에서 롯데껌이 이런 성공신화는 결코 우연이 아니다. 롯데제과는 중국이 개방되기 이전인 89년부터 싱가포르, 홍콩을 통한 간접 수출을 꾸준히 해 시장 저변을 확대했다.

92년 말부터는 중국 북경에 사무소를 설치하고 본격적으로 마케팅 전략을 펼쳐 나갔다.

93년에는 국내 기업 중 최초로 중국 TV-CF를 방영한 이래 2000년까지 전국 네트워크인 중국 중앙방송(CC-TV)과 90여개 지역방송을 통해 제품광고를 방영했다.

최근까지 북경을 비롯한 대도시에 대형 옥외 광고판을 설치해 주력 제품을 알렸다. 또 각종 식품전시회에 참가하는 등 활발한 마케팅을 전개해 왔다. 2002년에는 북경 현지에 공장을 지어 제품 공급을 원활하게 했다.

기업 이미지를 높이기 위해 다양한 행사지원도 아끼지 않았다. 롯데껌을 취급하는 중국의 도매

상들이 서로 연합해 매년 단오절마다 롯데배 조정대회 또는 경마대회를 개최했다. 96년 홍구지역 대홍수 때에는 각종 구호품을 전달해 더욱 밀접한 관계를 갖는 동기가 됐다.

당시 먹을거리가 부족한 현지에서 벌인 식품 구호 활동은 롯데 이미지를 중국인들에게 각인시키기 충분했다.

흡연인구가 많은 중국인들의 금연활동에 도움을 주는 참신한 메시지를 담은 광고를 대대적으로 펼친 것도 주효했다. 좋은 이미지를 바탕으로 98년 중국에서 개최된 '제10차 세계 금연대회'에서 '롯데껌'이 공식 후원 제품으로 결정되기도 했다.

감성적 접근이 중국인의 마음을 움직여 롯데껌은 10억 중국인 입안의 연인이 됐다는 것이 롯데 측의 분석이다.

롯데제과 해외영업부 오철 부장은 "홍구지역 대홍수 때 구호활동을 펼치면서도 이들의 자존심이 상하기 않게 조용한 활동을 펼친 것이 중국인들로부터 인정받기 시작한 계기가 된 것 같다"며 "롯데껌은 2010년까지 중국 시장 1위를 달성과 세계 껌 시장 3위를 목표로 하고 있다"고 강조했다.

음료업계  
**병뚜껑 제조기술 韓 최고**  
 짝퉁 천국 중국도 못만들어

산업 분야 전반에서 한국을 맹추격하고 있는 중국이 쉽사리 넘보지 못하는 첨단재료 분야가 있다. 플라스틱 병뚜껑과 병뚜껑 재료로 쓰이는 폴

리에틸렌 및 폴리프로필렌 제조 분야가 그렇다.

관련업계에 따르면 주요 부품·소재산업의 경우 값싼 중국산 제품을 중심으로 글로벌 소싱이 보편화돼 있지만 병뚜껑만은 예외다.

병뚜껑은 단순해 보이지만 제대로 만들려면 첨단 화학기술과 가공기술이 필요하다. 예컨대 탄산 음료용은 탄산가스로 인한 균열이 발생하지 않도록 우수한 강성이 확보돼야 한다. 생수용도 물맛이 변질되지 않도록 보관성이 강화된 소재를 사용해야 한다. 또 차음료용은 고온살균 후에 포장되기 때문에 열에 견디는 성질이 뛰어나야 뚜껑으로서의 기능을 한다.

게다가 내용물이 새지 않고 맛이 변질되지 않으려면 밀봉성도 좋아야 한다. 또 개봉할 때 손쉽게 열려야 하고 식음료를 담아야 하므로 인체에 해가 없어야 한다.

국내 병뚜껑 시장의 15% 가량을 점유하고 있는 두산그룹 계열 삼화왕관 관계자는 “병뚜껑을 씌웠을 때 내용물을 외부와 차단하고, 누수를 방지하고 자연스럽게 따지게 하는 것이 첨단기술”이라며 “기계만 있으면 대량생산이 가능할 것 같지만 이처럼 복잡한 특성 때문에 중국업체들이 쉽게 들어오지 못하는 곳이 바로 이 분야”라고 설명했다.

실제 코카콜라와 에비앙, 롯데칠성 등 플라스틱 병뚜껑을 사용하는 업체들은 값싼 중국산보다는 값이 좀 비싸더라도 품질이 좋은 국산제품을 이용하고 있다.

삼성토탈 관계자는 “중국도 베이징엔산 등이 병뚜껑 소재인 폴리에틸렌 등을 생산하지만 기술격차만 2~3년 벌어져 쉽게 따라오지 못한다”면서 “우습게 보이는 소재지만 지속적인 제품 설계기술과 가공기술 개발이 필요한 분야”라고 말했다.

식품업계  
**새콤 달콤한 '여름사냥'**  
제품 다양, 포장 편의

예년보다 빨리 찾아온 무더위가 연일 지속되자 빙과업계는 본격적인 성수기를 겨냥한 여름 사냥에 나섰다.

롯데제과는 올해로 출시 20년을 맞은 '월드콘'을 국내 대표 아이스크림으로 한단계 업그레이드한다는 전략이다.

출시 10년째부터 빙과시장 수위 자리를 지켜온 월드콘은 지난 20년간 누계로 약 4천8백억원 어치를 판매했다. 개수로 환산하면 국민 1인당 35개씩 먹을수 있는 총 17억개, 길이로 환산하면 지구 둘레를 약 10회 둘수 있는 38만3천km나 된다. 롯데제과는 독일 월드컵에 맞춰 '월드콘 먹고 독일 가자' 라는 월드컵 마케팅도 펼치는 등 적극적인 판촉에 힘입어 올해 연 매출 5백억원을 달성한다는 목표다.

이와함께 롯데는 새로운 튜브형 빙과 시장을 개척한 '설레임'을 주력 상품으로 내세우고 있다. 설레임은 제품 설계에서부터 네이밍, 판촉, 포장 등에 이르기까지 기존 제품과 철저히 차별화를 이룬 제품으로 자평하고 있다. 기존의 튜브형 빙과가 갖고있던 보관성, 편의성 등의 불편함을 개선, 설레임은 포장재를 주머니 형태의 폴리에틸렌 재질로 채택해 더운 날 주무르면서 먹을수 있는 한편 포장 입구는 열고 잠그기 쉬운 마개를 부착해 적정량을 편리하게 짜먹을 수 있게 만들었다.

편의성이 개선되자 대부분 저연령층이 타깃이

## 업계동정

있던 기존 튜브형 빙과와 달리 설레임은 소비층이 청장년층으로 확대됐다. 최근에는 웰빙 트렌드에 부응해 녹차셰이크 맛도 새로 내놓고 고급화를 꾀하고 있다.

해태제과는 올여름 빙과 시장 공략을 위해 부라보콘과 토마토마를 선봉에 내세웠다. 우선 장수히트 브랜드인 부라보콘을 출시 36년만에 새롭게 리뉴얼, 일찌감치 시장 선점에 나섰다. 리뉴얼 출시되면서 맛, 디자인, 포장 방법 등이 완전히 바뀐 부라보콘은 지난 4~5월 매출이 지난해 같은 기간보다 60% 이상 늘어나면서 호자 노릇을 톡톡히 하고 있다. 특히 원가 부담으로 경쟁 제품들이 잘 사용하지 않던 고급 품질의 시럽, 크림, 토평 등의 부원료를 다양하고 풍부하게 사용하고 100% 천연 색소만을 사용해 다양한 연령층의 소비자들에게 호응을 얻고 있다.

또 '12시에 만나요~ 부라보콘'으로 유명한 기존 광고 대신 젊은층에게 인기가 높은 다니엘 헤니를 CF 모델로 기용, 명품 아이스크림 및 부드러운 이미지를 강조하고 있다.

해태는 또 지난해 국내 최초로 토마토로 만든 웰빙 아이스크림으로 인기를 끌었던 '토마토마'도 공격적인 마케팅을 펴고 있다. 아이스크림 소재로는 낫선 토마토를 이용한 토마토마는 올 성수기를 앞두고 코믹 CF를 선보여 소비자들에 한층 어필하면서 올 한해 성수기 동안 2백50억원의 매출을 목표로 하고 있다.

빙그레는 올여름 시장을 겨냥해 빙수 전문점 수준의 고급빙수를 아이스바 모양으로 만든 '샤빙수'를 새로 내놓았다. 샤는 페르시아어로 왕이란 뜻과 함께 우리말로 매우 시원하고 오싹한 느낌을 주는 의성어로 한여름 더위를 날려버리는 빙수의

왕이라는 뜻을 담고 있다.

프리미엄 먹거리들이 아이스크림과 접목되는 고급화 트렌드를 반영해 출시된 샤빙수는 시원한 미세얼음 조각에 상큼한 과육과 진한 초코를 넣어 시원한 맛을 낸 아이스바다. 빙그레는 황보리를 샤빙수 CF모델로 기용해 '팥빙수' 노래를 개사한 '빙수송'으로 화제를 모았으며 소비자들이 직접 맛볼수 있는 체험 마케팅도 강화, 자판기처럼 소비자가 버튼을 누르면 샤빙수를 무료로 맛볼수 있는 '샤빙수 유인 자판기 이벤트'도 진행하는등 신제품 알리기에 나서고 있다.

신제품 샤빙수와 함께 빙그레 주력 제품의 또다른 축은 오랜 장수제품인 '더위사냥'. 빨아먹는 빙과류이면서 종이 포장으로 발상을 전환, 친환경적 포장의 원조 제품이다.

특히 냉커피 맛을 좋아하는 젊은층의 사랑을 받아온 '더위사냥'은 지난해 출시후 16년만에 웰빙 트렌드에 맞춘 신선한 천연 소재의 '키위 슬러시'를 새로 출시, 시장 확대를 노리고 있다. 키위슬러시 역시 젊은층이 가장 선호하는 생과일 소재인 키위와 파인애플 과육이 미세얼음과 어울려 이렇그대로 무더위를 시원하게 날려버릴 수 있는 빙과로 자리매김한다는 전략이다.

(주)한진  
**중소기업 글로벌 물류 서비스 지원**  
 하반기부터 본격 시작

(주)한진(대표이사 이원영)이 중소기업들의 수출입 물류 서비스 지원에 나서기로 했다.

한진은 지난 달 12일 마포 홀리데이인 호텔에서 중소기업진흥공단(이하 중진공)과 대기업-중소기업 상생을 위한 글로벌 종합물류지원 서비스 업무 제휴를 체결한다고 밝혔다.

이번 업무협약을 통해 중진공은 물류지원대상 중소기업을 선정하고, 한진은 선정된 중소기업들을 대상으로 창고·운송·포장·재고관리·수출입통관 등 전 물류단계에 서비스를 제공할 예정이다.

한진은 우선 1차로 50개 중소기업과 계약을 체결, 올 하반기부터 본격적인 글로벌 물류 서비스를 시작한다는 계획이다. 향후 3백20개까지 늘려 나갈 방침이다. 우선 올해 미국·중국·독일·브라질·베트남·일본 등 6개국, 12개 도시에 물류 지원 서비스를 개시한다. 내년에는 인도·싱가

폴·러시아·UAE까지로 서비스 대상국가가 늘어난다.

이원영 사장은 “중진공의 물류 지원 확대에 앞서 미주지역을 대상으로 시범운영을 해봤더니 시험 대상 업체들의 물류비가 기존보다 20~40% 절감되는 효과가 있었다”며 “정부와 중소기업·대기업간의 협력을 통한 중소기업의 글로벌 경쟁력을 제고할 수 있는 좋은 기회가 될 것”이라고 의미를 부여했다.

실제 기계부품 제조업체인 T사의 경우 한진의 글로벌 물류지원을 받은 결과, 창고보관료가 월 평균 3백달러에서 1백87달러로 약 37% 줄어 들었다고 한진 측은 설명했다.

허범도 중진공 이사장은 “중소기업의 경우 그동안 수출 규모가 적어 현지 물류 문제를 해결하



▲ (주)한진 중소기업 글로벌 물류 서비스 지원

는데 어려움이 많았다”며 “한진의 글로벌 네트워크와 물류 수행 능력을 통해 국내 중소기업들이 수출 경쟁력을 확보하길 희망한다”고 소감을 밝혔다.

(주)손텍  
**TI에 RFID 태그 OEM 공급**  
**‘리퀴드 태그’ 개발**

국내 무선인식(RFID) 태그 전문업체인 (주)손텍(대표이사 이동진)이 세계적 칩 제조사인 미 텍사스인스트루먼트(TI)와 주문자상표부착(OEM) 계약을 맺고, 내년부터 단계적으로 납품 물량을 늘려 2009년에는 연간 80억원어치를 공급할 계획이라고 발표했다.

실제로 손텍은 지난 달 19일 중국 상하이에서 TI와 이 같은 내용의 ‘월드와이드 파트너십’을 맺었다.

이에 따라 오는 9월부터 TI 브랜드로 공급을 시작해 내년에는 1억개 이상을 수출한 데 이어 2008년에는 3억개, 2009년에는 10억개 이상으로 늘려 연간 80억원 규모의 수출고를 올릴 것으로 예상하고 있다.

이와관련, 손텍은 TI로부터 안정적으로 태그에 장착하는 칩을 공급받을 뿐 아니라 안테나 디자인 기술도 지원받게 된다.

이처럼 손텍이 국내 태그 업체로서는 처음으로 글로벌 기업과 OEM 공급 계약을 맺게 된 것은 이 회사가 지금까지는 기술 구현이 어려울 것으로 여겨졌던 카지노칩형 초소형 금속 태그나 액체 태

그를 세계 최초로 개발하는 기술력을 인정받았기 때문으로 보여진다.

TI의 RFID사업을 맡고 있는 안쏘니 사베티 이사는 “손텍이 공급하는 태그를 미국 한 기업에 5백만개를 공급하기 위해 상담을 벌이고 있다”고 말했다.

이동진 사장은 “이번 제휴는 세계 시장에서 상대적으로 앞선 기술력을 확보하고 있는 국내 금속 태그 산업계의 해외 시장 진출에 신호탄이 될 것”이라며 “손텍은 TI로부터의 안정적이고 빠른 칩 수급을 통해 다양한 제품을 개발, 공급할 수 있게 됐다”고 밝혔다.

한편 손텍은 액체에서도 무선인식이 가능한 지름 2.1cm의 세계 최소형 RFID 태그를 개발했다.

그동안 RFID 태그는 액체가 닿거나 액체 속에서는 주파수 인식률이 지극히 떨어져 상용화가 어려웠으나 손텍은 유전율(誘電率)이 뛰어난 특수 소재를 활용, 액체상태에서도 주파수 수신에 용이한 금속태그를 개발했다고 설명했다. 양주병이나 화장품, 의약품 등의 병뚜껑에 RFID태그를 삽입하면 제품 정보나 출고정보, 수량, 진품 여부를 파악할 수 있고 기존 바코드를 대체할 수 있다고 강조했다.

손텍의 리퀴드 태그는 환경에 따라 다르지만 액체병 뚜껑에 부착하면 50cm까지 인식할 수 있는 것으로 전해졌다.

회사측은 “기존 의약품에 부착된 태그는 액체상태에서 인식할 수 없어 바코드처럼 액체를 담은 용기 바깥쪽에 부착하지만 리퀴드 태그는 병뚜껑 안쪽에 부착, 액체가 닿아도 인식할 수 있고 뚜껑 개봉 시 태그 정보가 삭제돼, 재사용이 원천적으로 불가능하다”고 설명했다.

현재 리퀴드태그는 병원 특수약품 관리나, 양주 진품감별, 화장품 관리 등에 수요가 급증할 것으로 기대되고 있다.

이동진 사장은 “많은 병원이 약품의 이력과 이동정보, 폐기 등과 관련한 전산화가 미흡하고 특수약품 추적 관리체계가 마련되지 않았다”며 “RFID를 이용한 약품 추적관리시스템은 물론 다양한 종류의 액체상품에 적용할 수 있는 제품을 집중적으로 공급할 계획”이라고 밝혔다.

**의약품계  
날알모음 포장외 여러 형태 필요  
개봉판매금지 원칙 위배 경고**

대한의사협회(회장 장동익)는 날알모음포장만으로 소량포장 형태를 규정한 ‘약품소량포장단위공급에관한규정’과 관련, 소량포장은 날알모음포장을 비롯한 병포장 등 여러 가지 형태로 공급해야 한다는 의견을 지난 달 5일 식품의약품안전청에 전달했다.

의협은 의견서에서 “제조비용 면에서 병포장 형태의 소포장이 날알모음포장 형태의 소포장보다 국민에게 이득”이라고 지적하며 “소포장 제도를 날알모음포장으로만 제한할 것이 아니라 소량포장형태를 날알모음포장 및 병포장으로 규정하고 의료계, 약계, 제약계가 상호 협의 하에 결정하도록 해야 한다”고 주장했다.

의협은 또한 소포장 규정 제정안이 일반의약품 판매에 있어 약사법의 개봉판매금지 원칙에 위배될 개연성을 경고하며 처방하고 남은 일반의약품

이 시중에 상당수 유통될 수 있다고 지적했다.

의협은 “약품소량포장단위 공급제도 T/F팀 구성 후 3차례 회의가 개최되는 동안 의료계의 참여가 완전 배제돼 약품 정책의 한축을 담당하는 의료계의 의견은 전혀 반영되지 않았다”고 비난하며 제정안을 현실적으로 고칠 것을 촉구했다.

이어 ‘약품의 제조업자·수입업자는 대한약사회장 또는 한국의약품도매협회장 등이 요청하는 경우에 약품을 공급량 이상으로 늘리는 데 적극 협조해야한다’는 항목에 대해서는 “약품 소포장을 늘리는 방향으로만 접근할 것이 아니라 약품 소포장을 증가, 감소시키는 행위를 모두 포함토록 해야 한다”는 의견을 밝혔다.

이와 함께 협의기구에 의협을 추가해 제정안을 개정할 것도 요구했다.

**SK그룹  
상생경영 공로로 잇단 수상  
2개 부문 수상**

SK그룹(대표 신헌철)이 중소기업업체와의 상생경영을 적극 추진한 공로로 잇따라 수상의 영예를 안았다.

SK그룹에 따르면 SK(주)는 지난 달 7일 중소기업청에서 주최한 ‘제1회 아름다운 동행상’에서 산업자원부장관 표창과 중소기업청장 표창 등 2개 부문을 수상했다.

SK(주)는 협력사인 (주)나노와 함께 대기환경보존을 위한 질소산화물 제거용 SCR 촉매를 상용화한 공로로 산자부장관상을 받았다. 또 (주)일신



## 업계동정

화학공업과 물류포장재인 스트레치 랩필름 (Stretch Wrap Film)을 공동 개발해 중기청장상을 수상했다. 이에 앞서 SK텔레콤은 지난해 12월 청와대에서 열린 '대·중소기업 상생협력 간담회'에서 상생경영을 적극 실천한 모범기업으로 선정돼 '대·중소기업 협력대상' 단체부문 대통령 표창을 수상했다.

중소기업청장상을 수상한 SK와 일신화학공업 (대표 정철수)은 포장용 소재인 스트레치 필름 (Stretch Film)을 공동개발해 물류 포장을 획기적으로 개선했다.

산업용 포장에 사용되는 스트레치 필름은 물성과 복원력이 뛰어나 포장 내용물을 보호하는 기능이 탁월하다는 평가를 받고 있다.

두 회사는 2년간 생산협력체계를 가동해 스트레치 필름인 원재료(C8 LLDPE)를 국산화한 덕분에 성능이 월등한 제품을 만들 수 있었다. 또 새로운 개념의 폴리에틸렌(PE) 소재를 개발해 조사료용 사일리지 필름, 쓰레기 조각용 필름 등 다양한 신제품을 개발해 수입대체 효과를 얻었다.

이처럼 '아름다운 동행' 사례를 남긴 두 회사의 만남은 대기업인 SK 제안으로 시작됐다.

1990년 합성수지사업에 진출한 SK는 세계시장을 노릴 야심찬 신제품이 필요해 국내 최대 농업용 필름 제조사인 일신화학공업에 공동개발을 의뢰했다. SK가 제품 분석과 디자인, 제품 상업화를 담당하고 합성수지 제조 노하우가 많은 일신은 생산운전기술 정립과 수요 분석을 맡았다. 정상천 일신화학공업 부장은 "SK와의 협력 덕분에 농업용 내수기업에서 수출기업으로 거듭날 수 있었다"며 "스트레치 필름 덕분에 수출 1천만달러를 달성할 수 있었다"고 말했다.

### 대한화섬(주) PET보틀칩 가동중단 원재료 가격 상승 원인

대한화섬(주)(대표이사 이호진)이 PET보틀칩 가동을 전면 중단할 것으로 보인다.

관련업계에 따르면 대한화섬은 지난 12월부터 누적적자로 인해 이날부터 PET보틀칩 생산을 전면중단한다고 밝혔다.

이 회사는 지난 1997년부터 연간생산능력 7만t 설비로 가동을 시작했고, 2002년 증설을 거쳐 현재 연간생산능력 14만t을 생산해 왔다.

하지만 최근 원재료 가격 상승 등으로 어려움을 겪고 있었으며 지난 달 12일부터 15일까지 단계적으로 가동중단에 들어갔으며, 향후 시장상황을 보고 재가동 여부를 결정할 예정이다.

PET보틀칩은 전세계 포장용기(생수, 탄산음료, 맥주, 밀크, sheet 등)로 널리 사용되고 있다

### 제과업계 먹거리 제품명, 문장형태 유행 기능성 신제품에 적용

의치에 붙지 않는 자일리톨껌(껌), 미녀는 석류를 좋아해(음료), 자연은 15일 푸른(음료), 자연은 365일 레드오렌지(음료), 마시는 홍초석류(음료), 기름에 안 튀긴 면(라면), 맛있는 당면 120(라면), 소화가 잘되는 우유, 맛있는 우유, 몸

이 가벼워지는 시간(우유), 목장의 신선함이 살아 있는 우유, 청정농장 깨끗한 우유, 참이슬로 담근 술(주류) 등은 제품명이지만 광고 카피 같은 문구가 최근 식품업체들의 작명 트렌드다.

공들여 만든 제품의 특징을 소비자가 알아챌려면 하는 바람 때문에 업체들은 포장지에 제품특징을 빼곡히 채워 넣고 싶어한다. 그러나 긴 세월 동안 제품명은 '단순 명료, 임팩트'를 불변의 공식처럼 신봉해 왔다.

최근 과자, 음료, 라면, 우유, 술 등 먹거리 시장은 제품명을 직설적이고 설명적인 문장형태로 표현하는 것이 유행처럼 번지고 있다. 이러한 경향은 특히 기능이 첨가된 신제품들 사이에 짙게 나타난다.

제품의 특징을 효과적으로 표현할 수 있고, 생동감과 재미성까지 살릴 수 있어 한층 더 호소력을 발휘하기 때문이다. 이런 장점으로 문장식 제품명은 웰빙 관련 제품에 많이 도입된다.

롯데제과의 '의치에 붙지 않는 자일리톨 휘바'



▲ 제과업계 먹거리 제품명, 문장형태 유행

검은 표시공간이 좁은 검포장 임에도 불구하고 13자나 되는 긴 이름이 붙었다. 예외적으로 검 제품에 설명문 같이 긴 이름을 붙인 것은 이 제품의 주 소비층이 의치를 하고 있는 장년층으로 이들 소비층은 낯선 외래어나 합성된 조어보다는 제품에 대한 정보를 쉽게 알 수 있는 설명적 제품명이 필요하다는 판단에서였다. 또 이러한 도입 배경은 이 제품이 의치를 착용한 장년층 소비자들의 요청에 따라 개발되었기 때문이기도 하다.

성수기를 맞은 음료시장은 문장에 숫자까지 넣은 제품명으로 호소력을 높이고 있다. 웅진식품의 '자연은 151일 푸른'과 '자연은 365일 레드 오렌지', 남양의 '몸이 가벼워지는 17차' 등은 제품의 기능성을 한 층 부각시키기 위해 문장에 숫자까지 넣은 제품명으로 수치와 사실적 표현을 원하는 젊은층의 심리를 배려한 제품이다. 또 롯데칠성의 '미녀는 석류를 좋아해'는 석류가 여성에게 좋다고 알려지면서 이를 찾는 여성층에 효과적으로 제품을 전달하기 위해 표현한 것이다.

저칼로리 저염분 등 웰빙제품을 통해 불황을 극복하기 위한 라면사들도 최근 면발처럼 풀어 놓은 제품명이 트렌드로 자리잡았다. 삼양의 '기름에 안튀긴면' 농심의 '녹두국수 봄비' '오뚜기의 '맛있는 당면 120' 등이 대표적인데, 웰빙을 추구하는 젊은 여성층에 인기가.

흰 우유 제2 전성시대를 맞고 있는 우유 시장의 성공원인도 기능성을 생생히 표현하는 문장형 제품명의 효과에 있다고 할 수 있다. 서울우유에서 내놓은 '목장의 신선함이 살아 있는 우유'와 매일유업의 '맛있는 우유', 남양유업의 '뼈건강 연구소 206' 등은 용기모양을 추억을 회상시키는 병모양으로 하고, 또 하얀 바탕 위에 이름까지 문장

## 업계동정

형태로 만들어 맛, 영양, 신선함을 느끼게 한다. 웰빙 제품을 선호하는 여성들에게 서정적 표현은 근접 하기 좋은 소재라고 할 수 있다.

한편 이들 긴 제품명은 시각적으로 지루하게 보여지지 않게 각각의 글자 크기를 다양한 크기로 조절해 함축적이고 리듬감 있게 배열했고, 또 글자의 크기에 맞춰 컬러를 다양하게 함으로써 가독성을 살렸다.

### 음료업계 식초 바람 음료 시장 상륙 젊은이 입맛 공략 '히트 예감'

웰빙 트렌드로 지난해부터 불기 시작한 식초 바람이 음료 시장에 본격 상륙했다. 지난해 물에 타 먹는 희석식 음료로 인기를 끌던 식초 음료가 편의점에서 쉽게 사서 마실 수 있는 음료 타입의 대중 음료로 각광을 받기 시작한 것이다.

소리 소문 없이 식초 음료가 좋은 반응을 보이자 음료 업계에서도 서둘러 신제품을 내는 등 경쟁에 불을 지피고 있다.

대상에서 '청정원 마시는 홍초'를 출시하면서 붐이 일기 시작하더니 이후 DHC코리아의 'DHC 현미흑초음료' 오뚜기의 '흑초' 선풍의 '선풍 마시는 벌꿀흑초' 등이 잇따라 시장에 선보였다.

주로 조미 식초를 만들던 이들 업체가 내놓은 이들 식초 음료는 희석식이란 것이 특징이다. 물에 타서 음료로 마시기 때문에 건강 이미지는 강하지만 그동안 음료 타입으로는 크게 각광을 받지 못한 것이 사실이다. 그래서 요즈음엔 신맛을 개

선하고 기능성도 대폭 가미했다.

이런 흐름에 가장 먼저 동참한 음료 업체는 한국야쿠르트로 지난해 음료 타입의 식초 음료인 '女in美'를 내놓았다. 사과초와 장미, 석류 3가지 종류로 피부미용 및 다이어트 등 여성들을 위한 기능성 형태의 저칼로리, 고칼슘, 식이섬유 음료란 점으로 어필하고 있다.

또한 매실 음료로 음료 시장에 일대 파란을 일으켰던 웅진식품도 지난달 두 가지 타입의 식초 음료 '그녀의 초심'과 '그의 흑심'을 선보이며 적극적으로 시장에 뛰어들었다.

이들 제품은 계명대 식품공학과 정용진 교수팀에서 개발한 비열처리 발효공법으로 생산된 현미생식초와 현미 흑초를 주원료로 사용했다. 특허 공법 기술로 생산돼 현미의 효소 단백질 아미노산 등 영양소가 파괴되지 않은 우수한 알칼리성 식품으로 누룩냄새가 없어 식초 음료의 맛과 향을 좋게 해주는 장점을 가지고 있다.

롯데칠성 역시 한 발 앞서 '웰빙 현미흑초'를 내놓았고 동원F&B와 CJ도 최근 식초 음료 '녹차빈' '토미토빈'과 '미초'를 발 빠르게 내놓으면서 시장에 동참, 경쟁이 가열되고 있는 양상이다.

식초 음료의 앞날이 장밋빛인 것만은 아니다.

누구나 식초가 몸에 좋은 건 다 알지만 조미료로 주로 쓰이던 신맛의 식초를 누가 음료로서 선호하겠냐는 것이다.

때문에 음료업계가 취한 첫번째 전략은 '식초 음료이면서도 식초 음료이기를 감추는 것'이다.

제품 이름이 우선 식초에 대한 부정적 인식을 없애줄 만큼 웰빙을 강조했고 여성취향으로 감성적이다. 한국야쿠르트의 '여인미'는 식초 음료라는 이미지는 하나도 없이 차별화된 고기능성 여성

미용 음료임을 강조한다. 여성의 아름다운 허리선을 강조한 슬림용기를 사용하고 투명성을 강조한 풀바디 레이블을 채택한 것도 같은 이유이다.

한국야쿠르트 이장성 홍보팀장은 “아직은 시장이 미미하지만 식초 음료의 성장 가능성에 여전히 무게를 두고 지켜보고 있다”고 말한다.

또 웅진식품의 ‘그녀의 초심’ ‘그의 흑심’ 이름도 식초의 느낌은 전혀 없이 산뜻하기만 하다. 롯데칠성도 이를 의식한 듯 최근 ‘웰빙현미흑초’에서 서둘러 이름을 ‘사랑초’로 바꿔 출시한 것도 같은 맥락이다.

이름을 지어낸 웅진식품 김미경 마케팅팀장은

“식초를 음료로 마신다는데 대해 일반인의 거부감을 깨뜨리는데 중점을 뒀다”며 “이름에 대한 반응이 좋아 시장에서 일반인들이 식초 음료에 대한 거리감이 없어졌다”고 진단한다.

아직은 걸음마 단계이지만 식초 음료는 벌써 시장에서 강한 힘을 받기 시작했다. 지난해 5월 출시된 ‘女in美’는 월 평균 35만개 이상이 판매되고 있다. 웅진식품도 올해 1백억~2백억 이상의 매출을 올릴 것을 목표로 하고 있으며 업계 전체 매출로는 수백억원 대에 이를 전망이다.

웅진식품 조규철 홍보팀장은 “식초라는 소재를 직접적으로 드러내지 않는 우회적인 브랜드 표현, 맛과 향의 차별화를 통해 식초에 거부감을 가지고 있던 소비자들에게 젊은 감각의 신개념 음료로 식초음료가 인식되고 있다”며 “식초 음료가 맛있고 건강에도 좋은 차세대 음료로 각광받을 수 있을 것”이라고 전망했다.



▲ 음료업계 식초 바람 음료 시장 상황

음료업계  
**캐릭터 음료 활기**  
캐릭터 용기도 인기

최근 몇 년간 침체에 빠졌던 어린이 음료 시장이 활기를 찾고 있다. 관련 업계에 따르면, 2002년 1천억원대에 이르렀던 어린이 음료 시장 규모는 지난해 전반적인 음료 시장의 침체 영향으로 6백억원대로 떨어졌다. 하지만 올해 들어 각 업체에서 히트 신제품을 잇따라 출시하면서 매출이 증가하고 있다.

해태음료 ‘팬돌이’ 시리즈는 용기를 팬더 모양

## 업계동정

으로 만든 ‘헬로팬돌이’를 시작으로 디자인이나 광고에 주로 활용되던 캐릭터를 용기로까지 확대, 인기를 끌고 있다. ‘베이플스토리’는 온라인 게임에서 이름을 따 온 제품으로, 역시 캐릭터를 활용해 용기를 만들었다.

한국야쿠르트는 지난 4월 설탕과 색소가 들어 있지 않은 저탄산 어린이 음료 ‘볼로볼로’를 출시했고, 5월에는 아미노산이 첨가된 ‘곰탱이 젤리 통통’을 내놓았다. 한국야쿠르트가 지난해 출시한 ‘곰탱이 파워 태권’ ‘곰탱이 큐티 발레’는 비타민·칼슘·클로렐라추출물 등 성장기 어린이에게 필요한 영양 성분을 함유하고 있다는 게 회사측 설명이다.

웅진식품이 선보인 ‘초롱이 파워썩’은 어린이용 이온 음료다. 최적의 흡수율을 고려한 이온을 함유해 활동량이 많은 어린이들의 전해질 보충에 도움이 된다는 게 회사측 설명이다.

어린이 유제품도 당분을 줄이고 영양 성분을 강화한 제품이 나오고 있다.

서울우유의 ‘헬로우 앙팡 플러스’는 기존의 앙팡 요구르트를 업그레이드한 제품이다. 서울우유

는 “이 제품은 면역세포의 기능을 증진시켜 생체 방어 기능을 높여주고 두뇌 성장에 도움을 주는 성분을 함유하고 있으며 칼슘, DHA를 비롯한 균형 성장에 필요한 10가지 영양소가 담겨 있다”고 설명했다.

매일유업은 당분 대신 천연과즙으로 맛을 낸 무가당 요구르트 ‘무가당 엔요’를 내놓았다. 이 제품에는 어린이에게 필요한 비타민 B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, C, D, E, 엽산 등 8가지 비타민과 칼슘·철분, 치아 보호 성분인 녹차카테킨 등이 함유돼 있다.

(주)메디팩  
**PVC 친환경 소재 제공**  
**MEDICAL용 NON-PVC 필름**

식품의약품안전청은 그동안 PVC를 사용하는 의료기기에서 유해성 논란이 계속되었던 디에틸헥실프탈레이트(DEHP)의 용출량에 대해 국제표준화기구, ISO의 기준을 적용하겠다고 밝혔다.

앞으로는 PVC재질의 혈액저장용기도 DEHP 성분이 최대 150ppm까지만 허용된다고 설명한 것이다. 이미 20년전부터 친환경 선두기업으로 호평 받던 의료용기 포장전문회사 (주)메디팩(대표 이사 이상운)은 무독성 의료용 NON-PVC 수액 필름 및 NON-PVC BAG 개발을 국내 성공해 업계 리더로 두각을 나타내고 있다.

깨끗한 작업환경과 끊임없는 기술개발로 E.O gas, Gamma Ray, Steam 멸균백 (121~135%) 및 주사기포장용 공압출 Blister 필름, E.O gas 멸균용 Coating Paper 개발과 생산에서도 국



▲ 음료업계 캐릭터 음료 활기

내에서 큰 성과를 나타내고 있으며, 각종 특허 획득을 했다. 특히 NON-PVC 필름은 미국 FDA의 인증을 받기 위해선 까다로운 심사과정을 거쳐야 하는데 FDA뿐 아니라 중국식약청의 인증까지 획득한 이상운 대표는 “메디팩의 NON-PVC는 환경호르몬이 전혀 발생하지 않고 소각시 다이옥신이 발생되지 않으며 시각적으로 필름의 부드러움과 투명함을 가지고 있다”며 “국내 사업만으로는 시장규모에 한계가 있어 작지만 글로벌 회사로 발돋움하기위해 기술력과 품질대비 가격경쟁에서 뒤쳐지지 않도록 최고의 품질개선과 인재 육성에 주력 하겠다”고 밝혔다.

첨단기능성 필름생산과 특수인쇄, 코팅, 가공분야의 종합적인기술 및 노하우를 토대로 각종 관련 기계, 설비의 기술이전까지 엔지니어링 사업도 추진 중에 있다.

생활용품업계  
**無첨가 제품 인기**  
특수 유압용기 채택 등

식품첨가물의 유해성에 대한 논란이 가열되고 있는 가운데 ‘○○○를 넣지 않았다’는 이른바 무(無)첨가제품 마케팅이 뜨고 있다.

하나라도 좋은 성분이 더 들어 있다는 것을 알리려는 기존 제품과는 다르게 역발상 전략을 구사해 관심을 끈다.

업체들은 무방부제, 무칼로리, 무화학성분 등 유아 제품명에 고지해 안전하게 사용할 수 있는 점을 강조한다. 공산품이나 식품에는 인체에 유해

하지 않은 양의 방부제 등 성분이 필수적이지만 마케팅 차원에서 해당 성분을 빼 인체에 더 안전한 점을 강조해 차별화를 꾀하고 있다.

LG생활건강은 업계 처음으로 방부제를 뺀 ‘무방부제 주방세제-자연풍, 염소 성분을 넣지 않은 ‘무염소 성분 배수구 세정제-홈스타 배수구캡’을 각각 출시했다.

새로 나온 자연풍은 방부제가 없고 1백% 먹을 수 있는 식향을 사용해 설거지는 물론 야채나 과일 세정까지 가능한 제품. 주방세제에 지난해 단종된 과일·야채 전용세제인 ‘야채랑 과일이랑’의 기능을 첨가했다. ‘홈스타 배수구캡’은 가스를 발생시켜 싱크대를 부식시킬 수 있는 염소계 화학성분을 전혀 넣지 않았다.

이종원 LG생활건강 부장은 “생활용품에 들어가는 방부제나 염소 성분은 소량이라 인체에 직접적으로 유해하진 않지만 건강과 환경을 염려하는 소비자들이 워낙 많아 무첨가를 강조한 클린 제품을 내놓게 됐다”고 말했다.

무화학성분인 아토피 치료제도 나왔다. 녹십초 알로에 ‘아트그린’은 제조 과정에서 방부제와 색소, 향, 오일 등을 사용하지 않은 아토피 치료제다.

무방부제 비강세척제인 유유 ‘피지오머’는 천연 해수를 원료로 초미세 여과를 거쳤으며 특수 유압용기를 채택해 방부제 없이 5년간 무균상태를 유지할 수 있는 제품이다.

눈 세정제 ‘세롭타’액도 멸균된 천연 등장해수를 사용하고 방부제가 첨가돼 있지 않아 부작용이 없다는 게 회사측 설명이다.

이렇듯 해당 성분을 빼고도 동일한 기능을 내는 무첨가 제품이 소비자들의 안전과 건강에 대한 높은 관심 속에 더욱 주목을 끌 것으로 예상된다.

## ❁ 신 제품 ❁

(주)LG생활건강

### 이지녹스 화이트 X-II + 썬 밤 출시

(주)LG생활건강(대표이사 차석용)은 이지녹스 화이트 X-II + 썬 밤 출시했다.

LG생활건강의 '이지녹스 화이트 X-II + 썬 밤(SPF 50 이상)'은 퍼프로 발라 쓰는 신개념 자외선 차단제로, 대개 튜브 용기에 담겨있는 기존 자외선 차단제와 달리 일반 화장품 용기에 들어있는 고행 크림 타입의 내용물을 퍼프로 바르도록 돼 있는 게 특징으로 자연스럽게 화장 후에 덧바를 수 있다.



## 서울우유

### 아침에주스 야채과일 출시

서울우유협동조합(조합장 김재술)은 오렌지와 포도 2종만 있던 '아침에주스' 브랜드에서 '야채과일'을 새로 출시했다.

아침에 주스 야채과일은 당근, 토마토, 시금치, 브로콜리, 셀러리 등 5가지 야채와 오렌지, 사과, 레몬, 백포도, 파인애플 등 5가지 과일 등 10가지 요소로 구성돼 있다.

서울우유측은 지방, 칼로리는 적고 비타민과 칼슘, 철분 등 미네랄이 풍부한 야채 열량이 없어 먹어도 살이 찌지 않는 섬유질을 함유한 과일 등 야채와 과일의 장점을 소비자들에 전달해 '건강관리의 Total Solution'이라는 이미지를 구축하겠다는 전략이다.



## (주)풀무원

### 생과일을 갈아 넣어 부드럽게 마시는 맛있는 스무디 출시

(주)풀무원(대표이사 남승우) 녹즙에서는 생과일과 오색과즙, 두유 등으로 만든 정통 스무디 '생과일을 갈아 넣어 부드럽게 마시는 맛있는 스무디'를 출시했다. 이 제품은 바나나, 딸기 등의 생과일이 75%가 들어있고 사과, 배, 감귤, 키위, 포도 등 오색 과즙이 함유돼 비타민C와 식이섬유가 풍부하다. 특히 미국 국립암 센터가 제시한 하루에 섭취해야 할 5가지 색깔(흰색, 빨강, 노랑, 초록, 보라)의 과일을 함유하고 있으며 엄격한 잔류농약 검사, 까다로운 품질관리 등을 통한 신선한 원료를 강조하고 있다. 그런가 하면 과일 알갱이를 첨가한 요구르트도 등장했다. 매일유업은 정통 불가리아 요구르트에 과일 알갱이를 넣어 씹히는 맛이 특징인 새로운 개념의 컵 요구르트 '도마슈노 프리미엄 후루츠'를 내놓았다.



## 애경산업(주)

### 아토팜 패밀리 마일드 선크림 출시

애경산업(주)(대표이사 장영신)은 온 가족이 함께 쓰는 '아토팜 패밀리 마일드 선크림'을 출시했다.

아토팜 패밀리 마일드 선크림(SPF20 PA+)은 피부가 민감한 유아에게도 적합한 선크림으로 식품의약품안전청은 피부색소 침착의 주원인이 되는 자외선 A와 피부를 달아오르게 하여 홍반의 주원인이 되는 자외선 B를 함께 차단하는 기능성화장품으로 인증했다.

80ml 1만4백8백원.





## 하나코비(주)

### 프리저락 출시

밀폐용기 전문기업 하나코비(주)(대표이사 김창호)는 최근 여름철 위생적인 음식 보관을 위해 냉동보관 전용용기 '프리저락'을 선보였다.

효율적인 식품 보관을 위해 국내 처음으로 개발된 냉동보관 전용용기로 기존 냉동식품 보관시 겪었던 공간 활용 어려움, 용기 세척의 불편함, 냉동보관 충격에 따른 용기 파열 등을 해결한 실용적인 제품이다.

회사측은 냉동고 도어포켓 공간을 활용할 수 있는 도어포켓용, 육류보관용, 생선보관용, 다용도 보관용 등 2종씩 총 8품목을 출시했다.



## (주)LG생활건강

### 에센 내추럴 출시

(주)LG생활건강(대표이사 차석용)이 천연 아로마 에센스를 함유한 섬유유연제 '에센 내추럴'을 내놓았다.

제품 용기 뚜껑에 미니 방향제를 달아놓아 아로마 향이 세탁실을 향기로운 공간으로 만들어준다. 미니 방향제를 떼어내 옷장에 두면 섬유유연제의 향을 지속시켜 주는 잔향보존제로도 사용할 수 있다고 회사측은 소개했다.

두 가지 향으로 가격은 1500ml 4950원, 리필은 3150원.



## (주)오뚜기

### 유기농 딸기잼 출시

(주)오뚜기(대표이사 강신국)가 믿을 수 있는 원료에 오뚜기 잼만의 맛을 더한 '오뚜기 유기농 딸기잼'을 출시했다.

'오뚜기 유기농 딸기잼'은 3년간 어떠한 화학비료와 농약을 전혀 사용하지 않은 우리땅에서 자란 유기농 딸기로 만들어 더욱 부드럽고 달콤한 딸기잼 본연의 맛을 느낄 수 있다. 특히, 국립농산물 품질관리원에서 인증한 국산 유기농 딸기 100%로 만들어 더욱 믿을 수 있는 제품이다.

국내 전체 잼 시장은 60억원 규모로 최근 3년간 정체 상태에 있으나, 유기농 잼 시장은 지속적으로 증가하고 있다. 현재, 유기농 잼 시장에는 풀무원 등 국내제품과 일동 디킨스의 수입제품이 경쟁하고 있다.

오뚜기 관계자는 '소득 수준의 증가와 웰빙 트렌드 확산으로 유기농 제품에 대한 소비자들의 관심이 꾸준히 증가하고 있다'며, '이번 유기농 딸기잼 출시를 통하여 잼 시장 1위 업체로서 경쟁력을 더욱 강화할 계획'이라고 말했다.



## (주)LG생활건강

### '큐레이 텐저란' 출시

(주)LG생활건강(대표이사 차석용)은 모발 관리 샴푸 '큐레이 텐저란'을 여름 한정판으로 출시했다. 2004년부터 선보이고 있는 '큐레이' 브랜드의 용기 디자인을 바꾸고 오렌지향을 첨가해 산뜻한 느낌을 가미한 특별기획 상품이라고 회사 측은 설명했다. 580ml 용량에다 덤으로 420ml 용량을 무료 증정하는 기획 세트를 7천원선에 판매한다.

