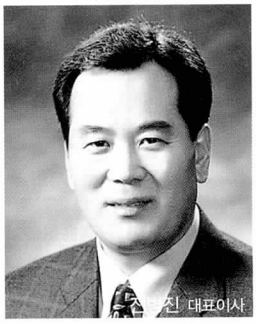
사람, 환경, 비지니스를 선도하는 기업

"자동포장기(Enterpack)의 신기술로 세계를 놀라게하다"

주식회사 엔터라인
www.enterline.co.kr


전 병 진 대표이사

(주)엔터라인(www.enterline.co.kr 대표 전병진)은 포장이라는 사업아이템을 기반으로 세계최초로 최첨단 완전자동 식품밀봉 포장기인 엔터팩(Enterpack)을 개발한 벤처기업이다.

이 회사가 엔터팩을 개발한 것은 벌써 수년전의 일이다. 어느덧 국내에서 많은 사람들이 자동포장기계인 엔터팩을 알기 시작했고, 해외 전시회를 통해 세계인들에게도 강한 인상을 남기기 시작했다.

'포장은 침묵의 판매원이다' 라는 말만큼 포장의 효용성을 잘 말해주는 대목은 없을 것이다. 심플하고 미려한 포장은 제품의 본질 이상으로 가치를 끌어올려준다.

원래 포장은 상품의 파손과 오손을 막고 운반, 보관 소비의 편의를 제공하기 위해서 고안된 것이었으나, 오늘날 사회의 발전과 생산의 대량화, 소비자 욕구의 변화는 포장을 또 다른 하나의 강력한 사업아이템으로 만들어 냈다. 미국만 하더라도 포장산업은 자동차 산업에 다음가는 거대산업으로 자리잡고 있다. 하지만 국내의 경우 포장산업기술은 외국에 비해 무려 10년 이상 뒤떨어진다는 평가를 받고 있다. 자동식품포장기 전문기업 (주)엔터라인이 주목받는 이유는 국내의 이런 열악한 여건속에서 일궈낸 성공담이기 때문이다.

원시적 포장문화의 변화

엔터팩의 작동원리는 간단하다. 마치 컴퓨터의 CD-ROM을 연상하면 된다. 엔터라인이 공급하는 1회용기에 음식을 담고 엔터팩의 우측에 위치한 버튼을 눌러주면 컴퓨터의 CD-ROM처럼 용기를 담을 수 있는 공간이 나온다. 그 공간에 용기를 앉히기만 하면 엔터팩은 알아서 용기를 밀봉하여 준다. 사람이 하는 일은 일회용기에 음식을 담아 엔터팩에 용기를 앉히기만 하면 되는 것이다.

"자동화된 밀봉포장기계는 엔터팩이 세계최초이며 유일합니다. 이것이 엔터팩의 가장 큰 매력입니다. 엔터팩은 한식, 중식, 일식, 양식 등 배달수요가 많은 식당과 백화점, 할인점, 급식업체, 편의점등 모든 업소에서 편리하게 사용될 수 있습니다. 심플하면서도 세련된 포장은 고객은 물론 포장의 편리함으로 인해 사용자에게도 큰 만족을 심어주

게 됩니다." 아닌게 아니라 전 대표의 말처럼 주문해온 식품에 더덕더덕 붙은 랩을 힘들게 벗겨내며 이런 원시적인 포장문화의 변화를 기대해온 사람이 비단 한 두명은 아닐 것이다.

"뛰어난 제품포장은 제품이미지, 기업이미지를 향상시킴으로써 보이지 않는 마케팅 효과도 가져오게 됩니다. 더불어 사용자도 편리하게 포장할 수 있고 소비자는 심플하게 포장된 용기를 손쉽게 벗겨낼 수 있으니 그야말로 일석삼조의 효과라고 봐도 무방하겠지요."라며, 소비자 중심의 제품생산이 가장 기본이 되는 요소임을 강조하였다.

일회용품 사용규제 고민해결

일본에서의 성공적인 진출이후 네덜란드, 오스트리아, 영국, 호주, 미국, 남아공, 말레이시아, 스페인, 프랑스, 뉴질랜드, 브라질 등에서도 손쉽게 수출길을 연 엔터라인은 그 동안의 업력을 바탕으로 국내에서도 한바탕 엔터팩회오리가 불 것으로 낙관하고 있다. 또한 국내에는 외국과는 달리 일회용기에 대한 사용규제가 엄격하다는 점이 오히려 '엔터팩'의 부가가치를 높여주고 있다고 전 대표는 설명한다.

"엔터팩으로 밀봉포장을 하면 일회용품 사용규제에 대한 고민이 해결될 수 있습니다. 환경부의 일회용품사용규제 관련 업무처리지침에 보면 음식을 배달하거나 고객이 음식물을 가져가는 경우 1회용품 사용규제에서 제외되며, 밀봉포장을 하는 경우 식품제조, 즉석판매제조, 가공업소에서는 일회용품 사용 규제에서 법적 예외규정에 의해 고발되지 않습니다. 또한 도시락 업계를 고려해 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치 등의 포장용품을 저희는 별도의 대체용기로 공급하고 있습니다."

일회용 합성수지가 토양오염을 부추기는 이유로 환경부에서는 지속적으로 일회용 합성수지의 사용을 규제해 왔으며 지난 7월 일회용 합성수지 도시락 용기의 사용규제라는 환경부의 최후통첩이 내려진터라 일회용기를 자주 사용하는 업소의 불편함이 극에 달해 있는 상황에서 엔터팩은 이들에게 새로운 희소식이 되어주고 있다.

'엔터팩', 편리하다

"저희 제품이 완성되었을 때 과연 제품수요자들은 무엇에 이끌려 우리제품을 구입해줄 것인가에 대한 고민이 많았습니다. 결국 엔터팩을 개발하면서 가장 중점을 둔 단어는 '편리성'이었습니다. 포장과 관련된 다른 요구사항들은 편리성과 연계된 부차적인 것들이었죠. 다시 말해 편리성이 충족되면 식품포장과 관련된 나머지 요구사항들은 자연스럽게 따라오거나 새로이 개발하는데 그리 어렵지 않을 것이라고 생각했습니다. 엔터팩은 사용자나 소비자 모두에게 부합되는 편리성을 지녔습니다. 이 점이 엔터팩을 정의할 수 있는 가장 확실한 점입니다."

엔터팩의 모든 용기는 재활용이 가능한 소재만을 사용하고 있다. 또 원형, 사각형, 타원형 등 약 140여종에 이르는 다양한 용기를 제공하고 있다. 용기 위에 덧씌워지는 포장필름에는 각 업소의 이름이나 광고문구를 인쇄할 수 있어 고객들에게 간접홍보 효과도 누릴 수 있다. 엔터팩은 '편리성'을 모태로 현재도 계속해서 다양한 부차적인 일들을 발견해내고 이루어가고 있다. IT강국인 한국, 하지만 포장업에서만큼은 후진성을 면하지 못하고 있다. 그런 실정에서 세계를 뒤흔들고 있는 이 작은 벤처기업이 있어 마음이 든든하다.