

NET WORK



협회·회원사

제12기 포장기술관리사 통신교육 실시
(주)지엠피 파주상공회의소 김양평 회장 취임

정책기관

보건복지가족부 영양 성분 표시 의무화
식약청 식품 포장재 해충 차단 가이드 발간
식약청 용기·포장 용도별 규격 신설
농촌진흥청 약초샐러드 개발 상품화 추진

유관단체

한국통합물류협회 기자간담회 개최
(사)한국포장기계협회 JAPAN PACK 한국관 사업설명회 열어
한국공업포장협회 창립 6주년 기념행사 개최

업계등정

(주)한창제지 자연분해 친환경 비닐봉투 첫 수출
폴리미래(주) PC 대체 고투명 PP 수지 개발
대주산업 EDI 한국 대리점 선정돼
대웅제약 아큐네탄 PTP 포장 변경

(사)한국포장협회
제12기 포장기술관리사 통신교육 실시
 이번달 21일부터 12월 19일까지

(사)한국포장협회(회장 운영욱)가 제12기 포장 기술관리사 통신교육 수강생을 모집한다.

포장협회는 정부(지식경제부) 사업인 '디자인 기반구축사업'의 일환으로 포장기술전문인력 저변확대로 국내 포장산업발전을 도모하기 위해 '포장인력양성' 사업의 주관기관으로 선정됨에 따라 사업을 추진, 2003년 제1기를 시작으로 금번 제12기 포장기술관리사 통신교육을 실시하게 됐다.

이번 제12기 포장기술관리사 통신교육은 이번 달 21일부터 12월 19일까지 11주간 진행될 예정이다.

수강료는 일반 포장관련 기업, 연구소, 단체는 29만원, (사)한국포장협회 회원사는 23만원이며 포장공학을 전공하고 있는 학생(4년제 또는 2년제)은 15만원이다.

마감은 이번 달 14일까지이다.

그동안 (사)한국포장협회는 제1기부터 제11기까지 포장기술관리사 통신교육 실시 결과 1천41명의 포장기술관리사를 배출했다.

문의 : (사)한국포장협회 교육담당 이한얼

전화 : 02-2026-8655/9

팩스 : 02-2026-8660

교육 내용 및 일정

주 별	연/월/일	과 목	교재발송	시험답안접수
제 1 주	09. 9. 21~26	• 포장개요 • 지류포장	09. 9. 21	09. 10. 05
제 2 주	09. 9. 28~10. 5	• 플라스틱 포장재	09. 9. 28	09.10. 10
제 3 주	09. 10. 5~10	• 금속포장(제관) 및 유리병	09.10. 5	09.10. 17
제 4 주	09. 10. 12~17	• 목재포장재 및 포장부자재	09.10. 12	09.10. 24
제 5 주	09. 10. 19~24	• 방수 · 방습 · 방청 · 완충 · 중량물 포장기법	09.10. 19	09.10. 31
제 6 주	09. 10. 26~31	• 포장인쇄기법 및 기타 포장기법	09.10. 26	09.11. 7
제 7 주	09. 11. 02~07	• 식품 · 의약품 포장기법	09.11. 02	09.11. 14
제 8 주	09. 11. 09~14	• 포장기계	09.11. 09	09.11. 21
제 9 주	09. 11. 16~21	• 포장과 환경	09.11. 16	09.11. 28
제10주	09. 11. 23~28	• 물적유통 및 포장디자인 · 마케팅	09.11. 23	09.12. 05
제11주	09. 11. 30~12. 5	• 포장시험 및 포장관련법규	09.11. 30	09.12. 12
종합시험		• 종합시험문제 발송	09.12. 07	09.12. 19
최종심의 완료				10.01. 05
수강자 통보(심의통과)				10.01. 08
수강자 소집교육 및 관리사증 수료		• 오전 : 오리엔테이션 • 오후 : 관리사증 수료		10. 01. 21

(주)지엠피
파주상공회의소 김양평 회장 취임
 상공인 경영활동 도움 피력

(주)지엠피(대표이사 김양평)의 김양평 대표이사 파주 상공회의소 제2대 회장으로 취임했다.

지난 7월 20일 파주웨딩문화원에서 열린 취임식에는 류화선 파주시장, 신충호 파주시의회 의회 의장 등 기관단체장과 상공회의소 회원업체 임직원 2백여명이 참석했다.

이날 취임사에서 김양평 회장은 “창립 이후 상공회의소의 안정적 기반구축에 노력한 전임회장의 노고에 감사를 드리고 안정적인 정착을 위해 함께 노력하고 봉사하겠다”고 밝히면서 “지역을 대표하는 경제단체로서의 위상을 정립하고 회원사를 배가하는 상공인의 경영활동에 도움이 되는

단체가 되도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

또한, 김양평 회장은 “회원간 상호교류 협력 체계 구축, 회원사 결속력 강화, 지역사회 봉사활동 전개로 지역사회에서 신뢰받는 상공회의소가 되도록 노력하겠다”고 향후 계획을 덧붙였다.

영월군
친환경 농산물 물류센터 건립 추진
 판로확대 및 농가소득 증대 도모

친환경 농산물 물류센터 건립이 추진된다.

영월군(군수 박선규)은 북면 문곡리 농기계은행 인근 부지를 활용해 지역산 친환경농산물 물류센터 및 부대시설을 갖춰 판로확대와 농가소득 증대를 도모할 계획이라고 밝혔다.

20억원이 투입될 물류센터와 부대시설은 2천㎡



◀ (주)지엠피 김양평 대표이사 파주상공회의소 회장 취임

정책기관

부지에 연면적 1천3백20㎡ 건물 2동과 주차장 6백80㎡를 계획 중이다.

센터에는 물류시설과 저온저장시설은 물론 선별기 2대, 지게차 2대, 컨베이어벨트 1식 등 부대시설, 포장시설, 수송차량 2대 등을 갖춘다.

물류센터 조성으로 영월군은 친환경농산물 재배 및 종합처리 여건을 최적화하고 하루 30여명의 일자리 창출, 도시민 직거래망 확보로 안정적인 농가소득 등을 예상하고 있다.

사업추진을 위해 영월군은 농림수산물식품부에 사업비 16억원 지원을 요청하고 지역산 농특산물의 홍보 대책 수립에 나섰다.

이해동 군농업정책 과장은 “자매결연 도시의 관공서, 기업체, 부녀회 등의 견학 등을 유치해 영월 농특산물의 신뢰를 확보하고 안정적인 판로 확보, 농가소득 증대에 활용토록 할 방침”이라고 말했다.

보건복지가족부

영양 성분 표시 의무화

빙과류 · 김밥 · 햄버거 등 적용

내년 1월부터 어린이들이 많이 먹는 빙과류, 김밥, 햄버거에 대해 열량, 지방, 당 등 영양 성분(成分) 표시가 의무화된다.

보건복지가족부(장관 전채희)는 이런 내용을 담은 식품 위생법 시행 규칙 전부 개정령을 지난 달 12일자로 공포·시행했다.

이에 따르면, 어린이가 즐겨 먹는 빙과류, 김밥, 햄버거 및 샌드위치에 대해 열량과 탄수화

물, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 콜레스테롤 등 영양 성분을 일일이 표시하도록 해, 어린이와 부모가 알고 선택하도록 한다.

삼각김밥 등 식품 제조 가공 업체가 만든 제품이 우선 적용 대상이며, 동네 김밥집 등에서 만든 제품은 나중에 적용된다.

한편 서울시가 최근 지하철역 주변의 포장마차와 가로 판매대 등 1백12곳에서 파는 음식물 1백71건에 대해 안전성 검사를 한 결과, 전체의 7.6%인 13건이 구토나 설사를 일으키는 식중독 유발균인 황색포도상구균과 대장균 등이 나오는 등 부적합 식품인 것으로 파악됐다.

농림수산물식품부

시스템 구축 착수보고회 개최

수입쇠고기 유통이력관리시스템 구축

2010년부터 수입쇠고기를 판매하는 대형마트, 정육점 등에 위해 수입쇠고기 판매를 자동으로 차단하는 시스템이 도입된다.

농림수산물식품부(장관 장태평)는 시스템에 대한 이해를 높이기 위해 지난 달 13일 농식품부 대회의실에서 농식품부 관계기관, 수입쇠고기 관련 단체, 소비자 및 한우생산단체 등이 참석해 시스템 구축방안을 소개하고 시연하는 등 시스템 구축 착수보고회를 개최했다.

농식품부는 「식품안전종합대책」(‘08. 7월)에 따라 수입쇠고기의 유통이력을 체계적으로 관리하고 수입쇠고기 위생안전에 대한 범국가적인 관심에 적극 부응하고자, 지난 달부터 「수입쇠고

기 유통이력관리시스템」을 구축하기 시작해 2010년 1월부터는 대형유통매장 등을 중심으로 시범운영에 들어가 2010년 12월에 본격적인 도입을 추진할 계획이라고 밝혔다.

이 시스템은 수입쇠고기 유통경로에 대한 실시간 모니터링 및 위해 쇠고기 발생시 신속한 회수가 가능하도록 RFID 등 자동인식장비 및 태그 도입 등을 통해 구축된다.

쇠고기 수입업자와 유통단계별 영업자 등은 본 시스템을 이용해 수입쇠고기 박스에 RFID 태그를 부착하고 거래관련 정보를 자동으로 기록 관리하게 된다.

만약 쇠고기를 수출한 상대국에서 위해 사고가 발생할 경우 시스템에 기록된 위해 대상 쇠고기 등의 유통이력 정보가 모든 유통단계와 각 판매장 등으로 시스템을 통해 전송되며, 전송된 정보를 통해 중간 유통 중인 쇠고기는 입출고 단계에서 즉각 회수되고, 판매장으로 입고된 쇠고기는 계산대에서 구매직전에 바코드 스캔만으로 걸러지게 됨에 따라 소비자는 위해 쇠고기로부터 안전하게 보호 받을 수 있게 된다.

가이드」를 제작·배포할 예정이라고 밝혔다.

식약청에 따르면 이번 가이드에는 식품포장 재질별 두께 증가 및 핀홀유무에 따른 해충 침투율, 해충 유입차단을 위한 식품제조·판매시설에서의 유의사항 등에 대한 정보를 포함하고 있다.

특히 알루미늄층이 포함된 다층포장재가 폴리프로필렌(PP) 등 홑겹으로 된 단층포장재보다 해충을 차단하는데 더욱 효과적이만큼 해충 유입 차단을 위해서는 알루미늄층이 포함된 다층포장재를 사용해 줄 것으로 권장하고 있다.

식약청은 이번에 제작된 홍보가이드가 식품제조·판매업체에서의 식품 포장재 안전 관리에 활용되면 해충침입으로 인한 식품 이물관련 피해를 예방할 수 있을 것으로 기대된다고 밝혔다.

한편 2008년도 식약청에 접수된 소비자 식품이물신고 건수는 총 8백56건이며 그 중 해충관련 신고건수가 2백30건(26.9%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

피해 해충으로는 주로 화랑곡나방 유충이었고 해충이 선호하는 식품으로는 카라멜류, 스낵류와 초콜릿류인 것으로 파악됐다.

식품의약품안전청
식품 포장재 해충 차단 가이드 발간
식품 및 다층 포장재 해충 차단효과 커

식품용 포장재 중 단층포장재보다 다층포장재가 해충 유입 차단효과가 더 큰 것으로 나타났다.

식품의약품안전청(청장 윤여표)은 이같은 내용을 담은 '식품용 포장재로의 해충 유입 차단을 위한

식품의약품안전청
의약품 등 표준제조기준 개정
불소 관련 사용상 주의사항 표시

식품의약품안전청(청장 윤여표)은 어린이가 치약을 사용할 때 주의해야 하는 사항과 치약 중 불소함유량 표시를 의무화하는 "의약품 등 표준제조기준(식약청 고시)"을 7월 22일자로

정책기관

개정고시했다.

금번 사용상의 주의사항 등의 기재 의무화로 불소 함유 치약의 용기 또는 포장에 표시해야 하는 사항은 ▲ 이 치약의 불소 함유량은 ○○ppm임(총 함유량은 1천ppm 이하여야 한다) ▲ 6세 이하의 어린이가 사용할 경우, 1회당 완두콩 크기 정도의 소량의 치약을 사용하고, 빨아 먹거나 삼키지 않도록 보호자의 지도하에 사용할 것 ▲ 6세 이하의 어린이가 많은 양을 삼켰을 경우, 즉시 의사 또는 치과의사와 상의할 것 ▲ 6세 이하의 어린이의 손에 닿지 않는 곳에 보관할 것 등이다.

식약청은 어린이가 불소 함유 치약을 삼키거나 먹었을 경우 치아 표면에 흰색 반점이나 노란색 또는 갈색 반점이 불규칙하게 착색되는 반상치가 나타날 수 있으므로 불소함유 치약제품을 사용시에는 불소함유량과 사용상의 주의사항을 꼼꼼히 확인해 안전하게 사용해 줄 것을 당부했다.

식약청은 향후 치약제 등의 의약외품을 국민들이 안전하게 사용할 수 있도록 지속적인 안전 정보 제공 및 대국민 홍보를 실시할 계획이라고 덧붙였다.

식품의약품안전청
약 겉포장 설명 더 크고 쉽게
내년 6월부터 단계적으로 시행

의약품 겉포장에 기재된 내용이 더 크고 쉽게 표시된다.

식품의약품안전청(청장 윤여표)은 소비자가 쉽게 알 수 있도록 의약품 겉포장의 표시 방식을 개선하는 내용의 '의약품 표시 기재 지침' 고시안을 행정 예고했다고 밝혔다.

고시안에 따르면 의약품 외부 포장에는 용법·용량과 중대한 부작용 등을 6~7포인트 이상 크기의 고딕체로 표시해야 한다. 나머지 상세한 효능·효과와 부작용, 주의사항 안내는 의약품 내부 설명서에 기재하도록 했다.

또 어려운 전문용어 대신, 보다 쉬운 일상용어로 바꿔 일반소비자들이 쉽게 이해할 수 있도록 했다.

아울러 의약품 사용 중 포장지나 첨부 문서를 분실한 소비자가 해당 의약품 정보를 '식약청 의약품정보망' (<http://ezdrug.kfda.go.kr>)이나 제약회사 홈페이지에서 직접 확인할 수 있도록 용기나 포장에 관련 홈페이지 주소를 안내하도록 의무화했다.

식약청은 내년 6월부터 단계적으로 표시 지침을 시행할 계획이다.

식품의약품안전청
용기·포장 중 가소제 관리 강화
가소제 식품이행 기준규격 마련

병제품의 내용물이 흘러나오는 것을 막아주는 플라스틱 가스킷의 안전 관리가 강화된다.

식품의약품안전청(청장 윤여표)은 식품용 기구 및 용기·포장 제품의 수입이 증가함에 따라 플라스틱을 부드럽게 만들기 위해 첨가되는 내

분비계 장애 추정물질 6종에 대한 관리 기준을 신설하였다고 밝혔다.

이번 규격 신설로 총 7종의 가소제 성분에 대한 관리가 가능해졌으며, 기구 및 용기·포장으로부터 유래할 수 있는 내분비계장애추정물질에 대한 소비자의 불안감 해소에 기여할 것으로 전망했다.

식품의약품안전청은 식품용 기구 및 용기·포장의 안전관리 및 품질향상 방안으로 과학적이고 체계적인 기준규격을 마련하여 국민의 안전한 식의약 환경을 조성할 수 있는 정책을 지속적으로 추진할 계획이라고 밝혔다.

동 고시의 구체적인 내용은 식품의약품안전청 홈페이지(www.kfda.go.kr)를 통해 확인할 수 있다.

식품의약품안전청
용기·포장 용도별 규격 신설
올해 12월경 고시

식품의약품안전청(청장 윤여표)은 유아용 젖병의 용량 표시 눈금의 허용 오차를 포함한 「용도별 규격」과 용기·포장 등을 제조할 때 사용되는 원료물질에 대한 「제조기준」을 신설한 「기구 및 용기·포장의 기준 및 규격 전면 개편(안)」을 행정예고한다고 밝혔다.

이번에 개정될 고시의 주요 내용을 보면 「용도별 규격」에는 젖병의 용량표시에 대한 허용오차 규격과 유리로 된 직화용, 오븐용, 전자렌지용, 열탕용 등 가열조리기구에 대한 열충격 강

도 규격이 신설되고 현행 일반기준에 규정된 기구 및 용기·포장에 사용이 가능한 착색료 규정을 「제조기준」으로 분리 신설한다.

또한, 총 41개 재질의 식품용기구로부터 우리나라는 증발잔류물질을 검사하기 위해 사용하는 용매를 식품의 종류에 따라 1개에서 4개로 세분화, 시험을 하도록 규격을 강화했다.

증발잔류물은 식품용 기구 및 용기·포장으로의 사용여부를 결정하는 기본 검사항목으로 기구 및 용기·포장으로부터 우리나라를 수 있는 물질의 총량을 의미한다.

아울러, 음료용 PET병, 테트라팩 등 용기·포장의 멸균 목적으로 사용되는 과산화수소 등 2품목에 대한 살균소독력 등 기준규격을 신설했다.

식약청은 이번 개정으로 기구 및 용기·포장을 효율적으로 관리할 수 있어 보다 안전한 기구 및 용기·포장을 사용할 수 있을 것으로 기대한다고 밝혔다.

이번 개정(안)은 2달여의 국내외 의견수렴기간을 거쳐 올해 12월경에 고시되어 수입 및 생산업체의 준비기간을 위해 6개월의 유예기간을 두어 시행할 예정이다.

관세청
원산지표시 위반 단속 강화
위반물품 최대 3억 과징금

관세청(청장 허용석)은 원산지 허위, 오인표시로 인한 소비자 피해를 방지하고 공정거래 질서를

정책기관

확립하기 위해 원산지표시 위반행위 단속을 이달부터 더욱 강화한다고 지난 달 3일 밝혔다.

특히 관세청에서는 시중유통은 물론 통관단계에서 적발된 원산지표시 위반물품에 대해 최대 3억원까지 과징금을 부과하고 시중에 유통 중인 허위표시물품은 리콜(보세구역 반입명령)을 시행하는 등 원산지표시 위반물품에 대한 단속을 강화할 방침이다.

리콜(Recall)은 관세법상 의무불이행·원산지표시부적정·상표권 및 지재권침해 물품중 수입통관 후 3개월 이내의 물품에 대해 보세구역에 반입명령해 시정·말소·폐기·반송 등을 취해 피해를 사전방지하는 소비자 보호제도이다.

이번에 관세청의 원산지표시제도의 주요 추진 내용은 통관단계에서 우범품목의 수입검사비율을 1백50% 상향 조정하며, 2회 이상 반복해 원산지표시위반을 하는 경우 최대 3천만원('09. 10. 23일부터는 3억원)의 과징금을 부과한다.

전국 41개 세관의 먹거리 전담조사팀(1백67명)과 '원산지 국민감시단'(2백81명)은 67개 주요품목을 중점단속하고, 원산지표시위반 적발시 재고물품은 물론 판매된 물품까지도 보세구역에 리콜을 실시하며, 장기적으로는 리콜대상기간을 확대(수입통관후 3월 → 6월)할 예정이다.

별도로 수입하는 1회용 포장용기에 대해 한국산 원산지 표시를 허용해 국내 제조 및 수출업체의 비용절감을 지원하고 원산지 허위표시가 많은 볼베어링 및 롤러베어링에 대해 내경 8mm 이하 또는 두께 3mm 이하인 경우에만 최소포장에 원산지 표시를 허용하기로 했다.

관세청은 앞으로도 외국의 저급·불량물품, 오염된 먹거리 등 원산지 허위표시물품에 대한 단속

을 더욱 강화해 소비자의 불안을 해소하고 공정거래질서를 확립해 국내산업 보호에 큰 도움이 될 것으로 기대하고 있다. 관세청의 금년 상반기 원산지 표시위반 단속건수는 5천5백18건에 1천5백38억원이다.

농촌진흥청 약초샐러드 개발 상품화 추진 신선편이 품목 상품화 계획

농촌진흥청(청장 김재수)은 토종 약초를 이용한 새로운 수요를 창출, 부가가치를 높이고 국민 건강에 기여할 수 있는 기능성 약초샐러드를 개발, 소비자가 쉽게 이용할 수 있도록 신선편이 품목으로 상품화를 추진하고 있다.

약초샐러드는 복통, 중기, 간암 등에 효능이 있는 것으로 알려진 '잔대'의 잎을 이용한 샐러드와 우리나라의 대표적인 약용작물인 인삼을 수경재배해 생산한 '청정 인삼잎' 샐러드 등 7종으로, 각각의 약초 특성에 잘 어울리는 채소를 선별해 섞어 만든 기호성이 우수한 샐러드다.

농진청은 이번에 개발한 약초샐러드를 산업화하기 위해 생산업체에 기술을 이전, 신선편이 품목으로 상품화할 계획이다.

약초샐러드는 샐러드용 신선편이 상품과 같이 약초를 선별하고 일부 품목에 한해서는 절단해 위생적으로 3차례 세척한 뒤 이용이 편리하도록 용기에 포장, 상품화를 추진하고 있어 앞으로 기능성이 강화된 '약초샐러드'를 대형 마트 등을 통해 접할 수 있게 됐다.

코트라
美, 어린이용품에 생산정보 의무화
수출업계 각별 주의 당부

미국에 수출하는 어린이용 제품에 생산자 정보 부착이 의무화돼 관련 업체들이 각별히 주의해야 할 것으로 보인다.

코트라(사장 조환익)는 지난 달 3일 지난 해 8월 14일 제정된 미국 '소비자 제품 안전법(CPSIA)'가 지난달 14일부터 시행됨에 따라 14일 이후 미국내에서 소비되는 모든 어린이용 제품에는 생산자 정보부착이 의무화되며 이를 어길 경우 통관이 되지 않거나 벌금을 부과 받는다고 밝혔다.

CPSIA법 적용대상은 장난감부터 의류, 운동기구, 책 등 12세 이하 어린이가 사용하는 모든 제품이며 제조업체는 제품의 사용기간 동안 훼손되지 않도록 제조업체 및 수입업체 정보, 제조날짜와 장소, 제조번호 등의 정보를 제품과 포장에 부착해야 한다.

이 규정을 지키지 않으면 수입제품은 세관에 억류당하고 벌금을 부과 받게 된다. 일단 미국 소비자 제품 안전청(CPSC)은 약 6~12개월의 계도기간을 둘 예정이지만, 계도기간 중에도 제품 리콜 및 벌금부과 조치가 취해질 수 있다고 코트라는 밝혔다.

미국의 소비자 제품 안전법은 2007년 중반 중국산 장난감에서의 납 성분 검출로 수입제품의 안전성 문제가 사회적 이슈로 등장한 것을 계기로 제정됐다. 생산자 정보 외에도 어린이 용품에서의

납 성분 규제와 프탈레인 사용금지 등이 포함돼 있다.

한편 미국은 일반 소비자 제품에 대한 생산자 정보 부착 의무도 시행을 앞두고 세부 규제사항을 준비중인 것으로 알려졌다.

코트라 뉴욕 코리아비즈니스센터(KBC) 관계자는 "이번 조치에 대비를 소홀히 할 경우, 수출 물품의 세관 억류와 회수조치에 따른 추가 비용이 발생할 수 있으며, 회수하지 않을 경우 벌금을 부과 받게 되는 등 금전적으로 막대한 손실이 예상된다"면서 "바이어 납기 미 준수에 따른 이미지 훼손과 미국 세관에 주요 감시 대상업체로 등록될 수 있기 때문에 수출 업계의 각별한 주의가 필요하다"고 밝혔다.

대한상공회의소
전자태그 부착 가이드 발간
국제 성능 기준따라 수행

제조업체들이 생산하는 제품에 전자태그를 어디에 붙여야 하는지를 알려주는 연구결과가 나왔다.

대한상공회의소(소장 손경식)는 국내 최초로 '무선인식(RFID) 패키징(부착위치) 가이드라인' 책자를 발간하고 이를 회원사들에게 무료 배포한다고 밝혔다.

대한상의 측은 "무선인식(RFID) 기술은 라디오와 같은 전파기술을 사용하기 때문에 작업환경과 재료특성에 따라 상품을 인식할 수 있는 수준이 많이 달라질 수 있다"며 "각 제품, 박스,



▲ 전자태그 부착 가이드

파렛트 단위의 최적 부착위치와 국산, 외산 태그의 상품재질별 인식률에 대한 조언을 담았다”고 밝혔다. 이번 실험방법은 제조업체가 생산하는 상품 재질별(유리, 목재, 종이, 금속, 플라스틱) 총 17개 대표상품(기저귀, 비타민제, 의류, 장난감, 통조림, 주류, 운동화, 즉석밥, 버섯, 화장품 등)을 선정하고, 국내외 전자태그 11종, 리더(Reader)기 3종을 이용해 국제 성능기준에 따라 수행했다.

대한상공회의소
택배산업 발전 제도개선 밝혀
택배요금 10년새 42% 하락

지난 10년간 경유값이 지속적으로 상승한데 비

해 택배요금은 거의 반토막 수준으로 떨어졌다는 분석이 나왔다. 지나친 가격경쟁으로 택배시장이 위기에 처해 있다는 우려의 목소리다.

대한상공회의소(소장 손경식)는 ‘택배산업 발전을 위한 제도개선 과제’ 보고서를 통해 “지난 10여년간 경유값은 5백40원(1999년 평균)에서 1천4백8원(2009년 8월 기준)으로 1백 60.7% 상승했지만, 국내 택배단가는 같은 기간 4천70원에서 2천3백50원으로 42.3% 하락했다”고 밝혔다.

보고서는 “택배단가 하락은 영업소 수수료 인하로 이어져 택배사원의 근로환경을 악화시키고 있다”면서 “이는 서비스 불량으로 나타나 고객의 불만을 크게 증가시키는 악순환으로 연결되고 있다”고 강조했다.

실제로 택배업 종사자의 이직률은 20~30%에 달하고 있다.

여기에 “인터넷쇼핑몰 등 전자상거래가 큰 폭으로 성장해 택배물량은 급증하고 있지만 화물자동차 증차제한으로 차량 수급난까지 겪고 있다”고 주장했다.

현재 택배용 차량은 약 6천5백대가 부족한 상태이며, 연간 20%의 택배물량 증가율을 감안하면 매년 3천대 이상의 증차가 필요하다는 것이 대한상의측 판단이다.

상의는 “현재 택배업체가 난립하고 있어 차별화된 서비스 경쟁보다는 점유율 확대를 위한 저가공세로 생존경쟁에만 치중하고 있다”면서 “서비스경쟁으로의 패러다임 전환이 시급하다”고 주장했다.

상의는 서비스 차별화 방안으로 ‘지정시간 집배송’, ‘영업소·택배사원 직영화 비율확대’, ‘포

중요율제 시행', '화주와의 서비스약정제 실시', '택배사원 자격제 운영', '택배교육 의무화' 등을 꼽았다.

보고서는 "차별화 노력과 더불어 택배시설, IT 등에 대한 적극적인 투자를 통해 생산성 제고 노력도 계속돼야 한다"고 주장하고 "미래의 성장동력원 확보를 위해 녹색물류체계로의 전환도 시급하다"고 지적했다.

택배사원에 대한 최저임금제도를 도입해 기초근로환경을 안정시키는 노력도 필요하다고 주장했다.

정부의 정책적 뒷받침도 필요하다고 주장했다.

보고서는 "택배산업이 엄연히 존재하는데도 이를 규정하는 법규 및 통계가 없어 산업의 실상을 파악하기 어렵다"면서 '택배업의 업종지정', '정부통계작성 의무화', '운임표 갱신 정례화' 등을 제안했다.

또 '차량증차제한'과 '주정차 단속문제' 등 택배산업의 활성화를 저해하는 규제도 풀어야 한다고 주장했다.

보고서는 "특히, 정부는 주정차 가능지역을 확대하도록 법을 개정('08.6)하였으나 세부안 미비로 지자체별로 자의적인 단속이 벌어지고 있는 실정"이라며 모든 지자체가 일률 적용할 수 있는 조치를 마련해 달라고 역설했다.

실제로 배송기사의 주정차 벌과금은 월평균 3만2천원 수준으로 월소득의 1.8%에 해당하는 것으로 조사되고 있다.

이밖에 보고서는 안정적 성장기반 육성을 위한 '외국인 고용허용', '도심터미널 등 경영자원에 대한 투자지원', '자율요금제(현행)에서 표준요금제로 전환검토' 등을 제안했다.

대한상의 관계자는 "현재 택배산업 종사자가 4만5천명에 달하고 매년 관련 일자리를 4~5천개 만들어 내는 고용 주도산업"이라며 "정부의 다각적인 지원을 통해 튼튼한 장치산업으로 키워야 할 때"라고 말했다.

진주상공회의소
바코드 등록업무 시작
경남서부지역 업체 불편 해소

진주상공회의소(회장 이윤우)는 국내 유일의 국제표준 바코드 관리기관인 대한상의 유통물류진흥원(GS1 Korea)으로부터 국제표준 바코드 등록대행기관으로 지정받고 지난 달 10일부터 본격적인 업무에 들어간다고 밝혔다.

진주상의가 전국에서 13번째, 도내에서는 3번째로 등록대행기관으로 지정받아 업무를 시작함으로써 그동안 경남 서부지역 업체들이 국제표준 바코드를 받기 위해 창원이나 마산까지 가야하는 불편이 해소될 것으로 보인다.

또한 진주상의에서는 국제표준 바코드 등록과 관련한 상담과 실무자교육 뿐만 아니라 지역업체 매출신장을 위해 진주상의가 운영하고 있는 진주 특산물 쇼핑몰(jinjumall.org)과 국제표준 바코드 상품 데이터베이스(Koreannet.or.kr)를 이용하여 상품홍보와 거래알선을 지원할 계획이다.

한편 '880'으로 시작하는 우리나라 국제표준 바코드는 국내는 물론 세계적으로 통용이 가능하며 업체에서 국제표준 바코드를 등록하게 되면 자사 고유의 업체코드를 이용해 약 1천 종류의 제품

물류산업 세계적 수준으로 발전시킬 터

한국통합물류협회(회장 김진일)는 7월 30일 여의도에 위치한 협회 회의실에서 포장 및 물류 산업계 기자들을 초청, 간담회를 열고, 향후 사업 계획을 발표했다.

이날 김진일 회장은 “새롭게 출범하는 특수법인 한국통합물류협회에 많은 관심과 애정을 부탁드립니다”고 말하면서 “물류관련 업계의 대변인으로 대정부와의 유기적인 연계활동을 통해 우리의 권익이 보호될 수 있도록 최선을 다하겠습니다”고 전했다.

김 회장은 또한 “국내의 물류관련 각 전문분야협의체를 지속적으로 우리협회로 결속시켜, 이들을 통해 공동된 의견을 수렴, 물류발전에 시너지효과가 발휘되도록 노력해 나갈 것”이라고 전하고 “자부심과 긍지를 바탕으로 물류산업이 세계적 수준으로 발전시키는데 주력하겠다”고 밝혔다.

한국통합물류협회는 6월 25일 분산되고 영세한 물류산업계의 목소리를 하나로 결집해 정부와 파트너십을 구축하는 구심점 역할을 충실히 수행하고, 물류산업의 경쟁력 강화와 회원사의 물류선진화 및



▲ 한국통합물류협회 기자간담회 개최

권익신장에 기여하고자 설립됐다.

물류관련 단체의 통합으로 물류산업이 국가경제 발전의 주요한 견인차 역할을 수행하며, 미래의 국가성장 동력산업으로 자리매김할 수 있을 것으로 물류관련 기업들은 기대하고 있다.

한편 오는 10월 말, 한국통합물류협회는 비전 선포식을 열고 2020년 비전으로 1만여개의 회원사 규모와 사업목표 1천억원을 달성하는 글로벌물류혁신을 선도하는 대표단체로 거듭날 포부를 갖고 대한민국 물류 이정표를 만드는 작업을 펼칠 계획이다.

(사)한국포장기계협회

JAPAN PACK 2009 한국관 사업 설명 및 업무협의회 개최

‘14부스 한국관 참가

(사)한국포장기계협회(회장 이일해)는 지난 달 19일 협회 회의실에서 JAPAN PACK 2009(2009 일본 국제 포장 기계전) 한국관 구성 사업에 대한 설명회 및 업무협의회를 개최했다.

이날 회의에는 JAPAN PACK 2009 전시 참가사와 전시지원사 책임자가 참석했다.



▲ (사)한국포장기계협회 JAPAN PACK 2009 한국관 사업 설명회 및 업무협의회 개최

유관단체

설명회에서는 JAPAN PACK 2009(2009 일본 국제 포장 기계전) 전시회의 전체 규모와 한국관의 규모 및 협회의 사업진행 추진사항에 대한 설명이 있었다.

또한 각종 제출 서류의 작성요령의 안내, 운송사의 전시물품 운송안내 및 여행사의 해외여행 출장안내 등을 설명했다.

특히 한국관 이미지 장치 설계조감도 A안과 B안 2개안의 검토결과 한국관 이미지가 좀더 돋보이는 B안으로 결정했다.

JAPAN PACK 2009의 참가사는 일흥자동기계(주)를 비롯해 인팩글로벌(주), (주)가성팩, (주)제로팩, (주)디케이엠, 천세팩크만(주), (주)뉴팩코리아, (주)동원롤, (주)케이팩코퍼레이션, 두선산업(주), KPMA 등으로 이번 한국관의 규모는 총 1백26㎡ 14부스이며 부스 위치는 동 5홀 5D03이다.

이번 한국관 구성은 (사)한국포장기계협회가 2003년 전시회에 이어 4번째로 JAPAN PACK에 국가관을 모집해 참가하는 전시회로 중소기업청의 자금 지원을 받아 시행되는 사업이다.

한편 아시아 최대 포장기계 전시회로 알려져 있는 JAPAN PACK 2009 전시회 전체 총 규모는 30개국 6백개 업체가 참가하며 바이어 방문은 약 13만명으로 예측하고 있다.

(사)한국종이팩자원순환협회

협회 명칭 변경

자원순환 사회 구축 부응

(사)한국종이팩재활용협회(회장 이만재)가 (사)한국종이팩자원순환협회(KOREA PAPER CARTON RECYCLING ASSOCIATION)으로 협회 명칭을 변경했다.

협회는 자원순환사회 구축의 시대적 조류에 부응하겠다는 취지 아래 명칭을 변경했다.

한국종이팩자원순환협회는 2003년 3월 "자원절약과 재활용 촉진에 관한 법률"에 따라 환경부 인가를 받아 설립됐다.

한국공업포장협회

창립 6주년 기념식 개최

교육사업 강화 및 자격증 제도 도입

한국공업포장협회(회장 임 경빈)는 협회 창립 6주년을 맞이해 지난 달 21일 서울 용산 파크컨벤션홀에서 6주년 기념식을 가졌다.

이날 임경빈 회장은 인사말을 통해 앞으로 협회의 주요 사업방향을 밝혔다.

임 회장은 교육사업의 강화 및 자격증 제도의 도입, 물류 환경 변화에 적합한 패키징 가이드 라인의 제정, 적정 포장비 산출이 가능하도록 적정 포장비 산출 기준의 마련 및 클레임 예방 대책의 수립 및 보험제도의 구축을 강조했다.

아울러 제3차 한, 중, 일 공업포장기술교류회 북경 대회의 성공적인 개최를 위해 많은 참가를 당부했다.

또한 협회 주창환 이사가 사업실적 보고 및 '09년 하반기 사업 계획을 소개, 특히 10월에는 새로 제정된 KS T 1201 '아시아 포장용 나무틀상자'의 강좌의 개최를 보고했다.

다음으로는 새로운 친환경 소재의 흡습제에 대한 설명이 있었고, 협회 김형빈 부회장은 새로 제정된 KS T 1201의 국제표준화 추진 계획을 소개하고 이 표준과 ISO/TC122 정회원국의 나무상자 표준과 종전의 나무틀상자 표준과의 비교, 분석 결과를 소개하였다.

특히 새로운 표준이 새로운 물류 환경에 적합한 포장 설계를 가능케 함으로써 물류비 절감 목표 달성에 크게 이바지 하게 될 것을 강조했다.

따라서 종전의 모든 나무상자 표준도 KS T 1201의 표준 내용에 준해 전면 개정이 필요함을 역설하며, 개정을 추진하겠다고 밝혔다.



▲ 한국공업포장협회 창립 6주년 기념식 개최

(주)한창제지
자연분해 친환경 비닐봉투 첫 수출
 미국 및 독일에도 규격 인증 신청

국내 제지업체가 독자기술로 개발한 1백% 씩는 친환경 비닐봉투가 해외에 첫 수출된다.

포장박스에 쓰이는 백판지 및 친환경 제품 개발 회사인 (주)한창제지(대표 김종선)는 땅속에서 썩는 생분해성 수지로 만든 친환경 비닐봉투와 쇼핑백 30만장을 미국의 친환경 상품 공급업체에 납품하는 계약을 맺었다.

이 봉투는 옥수수에서 추출한 PLA와 석유에서 뽑아낸 AP를 적절한 비율로 배합해 만든 생분해성 수지(상품명 N2282)로 만들었다. 한창제지 관계사인 엠피아이(대표 심재호)와 공동 개발한 이 수지는 지난해 8월 한국환경산업기술원으로부터 “땅속에 묻으면 통상 1백80일 이내 90% 이상 분해된다”는 시험 인증으로 환경마크를 받았다.

회사 측은 미국과 독일에도 규격 인증을 신청해 왔다.

친환경 봉투는 롤백 형태(폭 40cm×길이 20m)의 경우 일반적으로 사용되는 비닐봉투(저밀도 폴리에틸렌이 주원료)에 비해 약 3.5배 정도 비싼 편이다.

회사 측에 따르면 자연에 무해한 씩는 봉투는 세계적으로 선진국을 중심으로 사용량이 점차 증가하고 있으며 특히 유럽 시장에서 빠르게 성장하고 있다. 실제 프랑스는 모든 봉투를 생분해 수지를 사용한 제품으로 전량 대체한다는 내용을 골자로 입법 추진을 했다. 이탈리아도 봉투업체들이

연합해 순차적으로 기존 봉투의 사용량을 줄여나가고 있다.

회사 관계자는 “이 제품은 유럽의 대표적인 친환경 봉투 생산업체인 독일 바이오텍의 제품에 비해 품질은 더 우수한데 가격은 70% 선으로 저렴하다”고 설명했다. 또한 이 봉투의 유통기한이 자연 상태에서 최장 1년까지 사용할 수 있어 유럽산 6개월에 비해 두 배 정도 길다.

한편 한창제지는 2007년부터 1회용 종이컵 등 친환경상품 사업에 뛰어들어 작년 하반기부터 제품 판매를 시작했다. 회사 관계자는 “지난해에는 친환경 상품분야 매출이 10억원 정도에 그쳤으나 올해는 1백억원이 목표”라고 말했다.

(주)한진피앤씨
상반기 영업이익 49% 증가
 신규 아이টে으로 하반기 매출 기대

첨단 산업용 필름과 포장케이스 등을 생산하는 (주)한진피앤씨(대표이사 이수영)가 백타입 포장케이스 등 특허 제품의 매출 증가로 큰 폭의 수익을 올렸다.

한진피앤씨는 올 상반기에 매출 4백2억원, 영업이익 32억원, 당기순이익 18억원을 기록했다고 밝혔다.

매출은 전년 동기대비 1.6% 증가하는데 그쳤으나 영업이익은 49%, 당기순이익은 88% 늘어났다. 특히 2분기 실적은 전년 동기 대비 영업이익은 1백1%, 당기순이익은 78% 성장했다.

회사 측은 이같은 실적 호전은 LCD 시장이

올 2분기 기록적인 호황을 누리면서 TFT-LCD 보호필름이 매출이 큰 폭으로 증가한데다 백타입 포장케이스, 산업용 특수 필름 등 수익성이 높은 특히 제품의 매출 증대에 따른 것이라고 설명했다.

이수영 대표는 “하반기에는 자가접착필름(접착층이 있는 3층 구조로 이뤄져 접착제 없이 스스로 붙는 필름) 등 신규 아이템의 초기 매출도 발생이 예상되는 만큼 사상 첫 매출 1천억원과 영업이익률 10% 달성이 기대된다”고 말했다.

골판지업계
골판지원지 업체 과당경쟁
 국산 폐지값 올들어 66% 올라

최근 들어 폐박스, 폐신문지 등 국산 폐지(廢紙) 가격이 가파르게 상승하고 있다.

골판지 업계에 따르면 올초 톤당 9만원선이었던 국산 폐박스 가격이 지난달 15만원선으로 66%나 올랐다. 또 폐신문지 가격도 올초 톤당 13만원에서 21만원선으로 약 62% 올랐다.

경기침체로 시장 상황이 썩 좋지 않은 가운데 이 같은 가격 강세는 국산 폐지의 대중국 수출이 증가한 영향도 있지만 골판지원지 업체 간 과열 경쟁이 주 요인이라는 분석이다. 골판지원지 업체들은 폐지를 이용해 각종 박스의 표면지, 골심지 등을 만든다.

업계에 따르면 지난 4월 수도권과 지방의 골판지원지 업체들이 폐지 가격이 쌀 때 생산을 늘리기 위해 공장 가동률을 높이면서 업체들 간에

폐지 확보 경쟁을 벌였다. 따라서 공장 가동률이 올 1분기 평균 73%에서 지난달에는 88%까지 올라갔다.

실제 수도권의 한 업체가 지방에서 폐지를 시세보다 톤당 1만원 정도 더 주고 구매에 나서면서 가격 상승을 부채질하고 있다는 것이다.

여기에 중국의 구룡제지 텐진공장(연산 골판지 80만톤)이 올 3분기 가동을 앞두고 대중국 수출도 늘어 폐지 가격을 끌어올리는 요인으로 작용하고 있다.

무역협회에 따르면 올 들어 6월까지 국산 폐지의 수출량은 18만6천5백여톤으로 지난해 같은 기간보다 30%정도 증가했다. 업계 관계자는 “폐지 가격 상승은 장기적으로 제품 가격에 반영돼 관련 제품을 구매하는 업체들의 부담으로 작용할 수 있다”고 설명했다.

폴리미래(주)
PC 대체 고투명 PP 수지 개발
 투명성과 강도 모두 높여

국내 최대 폴리프로필렌 메이커인 폴리미래(주)(대표이사 박찬조)는 폴리카보네이트(PC) 시장을 겨냥한 고투명 수지인 클라이렐(Clyrell) RC5056 제품을 최근 개발했다고 지난 달 14일 밝혔다.

회사 측에 따르면 새로 개발된 PP 수지는 고풍택, 고투명, 고내열성을 고루 갖춘 제품으로 사출성형과 사출연신 중공성형(ISBM), 사출중공성형(IBM)과 같은 다양한 가공방법에 적합

업계동정

하다.

제품 개발을 주도한 하구열 제품개발팀장은 “PP 수지 투명성과 강도를 한꺼번에 높이기가 어려웠지만, 이번에 이를 대거 개선했다”고 말했다.

하 팀장은 이어 “살균시 요구되는 높은 내열성 덕분에 FDA 식품포장재로서의 규격요건을 충족해 PC 수지가 많이 사용되는 아기젖병 등과 같은 식품포장 용기에도 적용이 가능하다”고 덧붙였다.

이외에 냉장고용 정수기의 물 저장조, 물병 및 고급 식품용기와 같이 높은 내구성과 투명성을 요구하는 식품용기, 고급 화장품 용기와 여러 전자부품의 원료로 사용이 가능할 전망이다.

약 한달 전부터 상업생산을 시작한 폴리미래는 현재 월 1백톤을 생산하고 있으며 향후 1천톤까지 확대할 계획이다. 회사 측은 “중국과 인도에서 투명 플라스틱 제품 수요가 증가하고 있다”면서 “앞으로 수출량이 크게 증가할 것으로 기대한다”고 내다봤다.

파워팩

골판지 강도 2배 이상 높아

화력발전소 폐기물 석탄재 활용

파워팩(대표 하용수)가 화력발전소의 폐기물을 활용, 골판용 종이의 강도를 2배 이상 높일 수 있는 기술을 개발했다.

이 기술은 폐기물을 활용하는데다 골판지의

원료가 되는 펄프 및 재생지 수입을 줄이고 유독가스를 중화하는 기능도 갖고 있어 친환경 신재생사업으로 주목받고 있다.

하용수 파워팩 사장은 “화력발전소에서 타고 남은 석탄재를 활용해 골판용 판지의 강도를 높일 수 있는 기술을 개발했다”며 “이달부터 본격적인 바이오판지 양산에 들어갈 예정”이라고 밝혔다.

파워팩의 판지는 화력발전소에서 발생하는 석탄재(Fly Ash)에서 특정물질을 추출해 다른 물질과 합성한 후 이를 판지표면에 코팅하는 방식으로 만들어 진다. 이 물질 속에 함유된 성분으로 인해 판지의 강도가 향상된다는 것이 회사측의 설명이다.

파워팩에 따르면 일반적인 골판지의 강도는 35~40kg/cm²이지만 파워팩의 골판지는 67~68kg/cm²로 최대 2배 가량 높은 강도를 갖고 있다.

파워팩은 이 제조기술을 활용할 경우 폐지나 펄프 등 원료의 양을 줄이면서도 판지의 강도를 유지시킬 수 있어 같은 양의 원료로 약 60% 가량 많은 판지를 생산할 수 있을 것으로 전망하고 있다.

하 사장은 “골판종이는 폐지 80%와 펄프 20%로 만드는데, 모두 수입에 의존하고 있으며 국내에선 폐지가 모자라는 상황”이라며 “그동안 매립돼 버려지는 석탄재를 활용할 수 있기 때문에 일석이조의 효과를 얻을 수 있다”고 강조했다. 석탄재의 경우 2007년 기준으로 국내에서 약 1백77만여톤이 매립되고 있으며 매립비용은 연간 약 89억원에 이르는 것으로 알려져 있다.

파워팩은 바이오판지가 음식물이 썩을 때 나오는 에탄올 가스를 중화시켜 농수산 식품의 보

존기간을 향상시켜 준다는 점을 활용해 농식품 전용박스 시장에 진출할 계획이다.

회사 관계자는 “판지 표면에 코팅한 석탄재는 알칼리성으로 공기중 수분을 매개체로 삼아 에탄올 가스를 중화시킨다”며 “자체 실험결과 여름을 기준으로 음식 보존 기간이 최대 2배 가량 늘어난다”고 강조했다.

이에 따라 파워팩은 최근 농림수산식품부와 전남도청 등으로부터 약 20억원의 투자를 받아 양산설비 구축을 마치고 다음달부터 국내 한 판지업체에 연간 3만톤 가량의 판지를 공급할 예정이다.

하 사장은 “친환경적인데다 다양한 기능을 갖추고 있어 연간 30만톤 정도의 판지 수요가 기대된다”며 “꾸준한 설비 확장을 통해 내년 1백억원의 매출목표를 달성할 것”이라고 밝혔다.

대주산업
EDI 한국 대리점 선정대
전문 판매 및 기술 지원

플라스틱 가공 및 웹 컨버팅 장비 판매와 기술 지원 전문업체인 대주산업(대표 강승주)이 이제 Extrusion Dies Industries, LLC (EDI)의 한국 대리점이 됐다.

1983년에 설립된 대주산업은 강승주 최고경영자(CEO)가 이끌고 있다. 컨버팅 분야에서 대주산업은 표면 처리, 스캐닝, 코팅, 플렉소 인쇄 및 기타 시스템의 국제적인 공급업체들의 대리점이다. 대주산업이 대표하는 압출 성형 공정 범

위에는 블로운 필름 및 평판 필름, 시트, 코팅, 관련 열성형, 구급약품함 제작, 보조 장비 등이 포함된다.

EDI 파라다이스 부사장은 “사업을 운영하고 있는 거의 모든 종류의 사업 분야에서 경험이 풍부한 대주산업은 한국에 있는 우리 고객들에게 전문적인 판매 및 기술 지원을 제공해 드릴 것”이라고 전하면서 “대주산업은 다재다능한 회사로서, EDI가 고정밀 코팅 다이를 통해 점점 더 사업량을 늘려가고 있는 부문인 광전지 산업에서도 여러 기술 공급업체들을 대표해 나갈 것”이라고 밝혔다.

EDI는 1990년대에 평 다이 시스템을 통해 한국 시장에 진출한 이래 그 입지를 굳혀 왔으며, 한국 Koplax 전시회에 정기적으로 참가하고 있다.

자회사로 독일 라이히스호프-벤라트(Reichshof-Wehnrath)의 EDI GmbH와 상하이의 EDI China 등이 있으며 미국, 독일, 중국에서, EDI는 자체 다이 및 다른 공급업체에서 제조된 다이 재작업 전용 시설을 운영하고 있으며, 일본에 4번째 재작업 시설 인가를 냈다. 본사는 미국 위스콘신주 칩페와폴스(Chippewa Falls)에 본사를 두고 있다.

CJ제일제당(주)
포장반찬 '하선장' 브랜드 통합
2013년 6백억원 매출

CJ제일제당(주)(대표이사 김진수)이 자사에서

업계동정

출시되는 포장반찬 제품들의 브랜드를 '하선정'으로 통합하고, 포장반찬의 본격적인 브랜드 시대를 열겠다는 의지를 강하게 나타냈다.

이전까지 CJ제일제당의 포장반찬 제품은 '햇찬', '하선정' 두 개의 브랜드로 나누어 출시돼 왔다.

현재 일부 대기업에서 김치, 절임 류 제품을 부분적으로 '브랜드화' 하고는 있지만 포장반찬 전체 품목군을 하나의 브랜드로 통합하면서 포장반찬 전문 '브랜드'를 공개적으로 선언하기는 대기업 중에서 CJ제일제당이 처음이다.

CJ제일제당의 포장반찬 전문 브랜드 '하선정'은 이번 브랜드 통합을 통해 '집에서 만든 반찬' 같은 맛과 품질을 지키면서도 이를 '표준화'하는 작업을 마치고 밀반찬 5종, 절임류 35종의 제품라인을 소비자들에게 선보였다.

밀반찬 5종은 쇠고기 장조림, 돼지고기 장조림, 메추리 알 장조림, 무말랭이 양념갯잎으로 합성보존료와 MSG가 전혀 첨가 되지 않은 것이 특징이다. 단무지, 씬무 등을 주력 제품으로 하는 절임류 반찬도 국산재료를 사용하고 착색료를 사용하지 않는 등 기존 제품과 차별화하기 위해 공을 들였다.

생활습관의 변화로 '사먹는 반찬'에 대한 소비자들의 수요가 늘어나면서 반찬시장은 연간 3천8백억원대 시장으로 성장했다. 이 중에서 식당, 급식용을 제외한 일반 소비자 대상의 B2C 제품시장도 연간 1천억원 대에 이른다.

최근 편리함을 앞세운 즉석밥, 가공 식품류 시장의 지속적인 성장도 유사한 구매패턴을 보이는 반찬시장의 전망을 밝게 하고 있다.

지금까지 국내 반찬시장은 포장반찬이 아닌

계근류 반찬이 시장을 주도해 왔다. 계근류 반찬이란 쉽게 말해 소비자들이 시장, 반찬가게, 할인매장 등에서 직접 무게를 달아 구입하는 형태의 반찬을 말한다.

계근류 반찬은 점포, 매장마다 제 각각인 레시피로 품질과 맛의 표준화가 힘들었고, 식품 안전성에 대한 체계적인 검증이 현실적으로 어려워 식품 안전문제가 발생할 때마다 매출에 부침이 있어 왔다.

이 때문에 계근류 반찬이 주도하는 반찬시장의 성장에는 한계가 있다는 지적이 있어왔던 것이다.

이런 배경 속에 CJ제일제당이 브랜드 통합작업을 통해 '하선정'을 포장반찬 전문 브랜드화하겠다는 의지를 강하게 나타내면서 본격적인 포장반찬 '브랜드'시대를 예상케 하고 있다.

CJ제일제당은 포장반찬 시장의 안정적인 성장을 위해 철저한 식품안전 관리가 우선되어야 한다는 입장이다.

이번 '하선정' 브랜드 통합작업을 거치면서 업계 최초로 자체 설비에 5억원을 투자해 반찬 생산라인을 구축했고, OEM 제품의 경우에도 자사 사업장과 동일한 HACCP 수준의 안전기준을 적용해 관리할 계획이다.

이번 포장반찬 브랜드 통합사업을 진행한 CJ제일제당의 신재열 상무는 "까다로운 요즘 소비자들의 눈높이에 맞춰 믿고 드실 수 있는 반찬 브랜드를 만들겠다"며 "사먹는 반찬에 대한 소비자들의 인식전환을 통해 포장 반찬시장 활성화에도 기여할 수 있을 것으로 기대한다"고 밝혔다.

CJ제일제당의 포장반찬사업 규모는 지난

2007년 50억원에서 지난해 1백20억 원으로 크게 늘었는데, '하선정' 브랜드로 통합 첫 해인 올해에는 2백50억원 매출을 예상하고 있다. CJ제일제당은 '브랜드' 화에 따른 시너지 효과를 최대한 활용해 포장반찬시장을 적극적으로 공략, '하선정'을 2013년까지 현재 수준의 두 배 이상인 6백억원대 매출을 올리는 포장반찬의 대표적인 '메가 브랜드'로 성장시킨다는 계획이다.

농산물업계
포장기술 발달 온라인 판매 늘어
공중부양 포도 스티로폼 입은 수박

포장기술 발달로 과일이 신선한 상태로 배달되고 있다.

그동안 과일을 온라인몰에서 구입할 경우 배송과정에서 손상되는 사례가 많았다.

하지만 올해 온라인몰에서 과일 판매량은 급증세를 보였다. 포장기술의 진화 덕분에 지난달 G마켓의 과일 매출은 전년 대비 55%나 늘었다. 특히 깨지거나 터지기 쉬워 판매가 지지부진했던 수박·포도도 각각 57%와 96%가 증가했다.

G마켓 관계자는 "온라인 판매량이 증가하면서 수박이나 포도 전용 포장재가 등장하기도 했다"며 "과일을 손상시키지 않는 것은 물론 신선도를 유지할 수 있도록 하는 포장법들이 잇따르고 있다"고 설명했다.

대표적인 여름과일 수박은 무겁고 깨지기 쉬

워 운반이 불편하다. 온라인몰 판매자들은 이를 극복하기 위해 수박 맞춤형 포장박스를 만들어 냈다. 먼저 수박 크기에 딱 맞는 상자 모양 스티로폼으로 수박을 고정한다.

스티로폼 윗부분에 구멍을 뚫어 수박 외관을 확인할 수 있게 하고, 공기 유입을 자유롭게 해 신선도를 유지한다.

일명 뽕뽕이로 불리는 공기방울 포장지로 감싸기도 한다.

스티로폼에 구멍을 낸 것은 배송하는 사람이 수박이라는 사실을 알게 해 조심해서 다루도록 하기 위한 것이다.

포도는 약한 충격에도 포도알이 떨어져 상품성을 잃게 되는 문제점때문에 온라인몰 구입을 꺼렸던 대표적인 상품이다. 하지만 이런 포도도 공중부양식 포장 배송이 등장하면서 걱정을 덜게 됐다.

공중부양식 포장은 지난해 9월 충북 영동 포도에서 처음 시작한 이색 포장법이다. 포도 송이를 담은 비닐봉지가 포장 상자 밑바닥에서 2~3cm가량 떠 있도록 만들어졌다. 포도를 감싸고 있는 비닐의 양쪽 끝을 상자 벽에 고정시켜 공중에 떠있게 만드는 방식이다. 말 그대로 포도가 공중부양을 한 상태에서 배송돼 포도알 훼손이 거의 없다.

G마켓 관계자는 "포도알이 터지지 않게 되면서 온라인몰이나 홈쇼핑 등에서 포도 판매가 크게 늘었다"며 "농민들도 앞다퉈 온라인몰에 상품을 등록하고 있다"고 밝혔다.

터지기 쉬운 홍시는 아예 꾀꾀 얼려서 배송한다. 홍시끼리 엉겨붙지 않도록 개별 포장을 하거나 계란판처럼 위치를 고정시키는 포장재를

업계동정

쓴다.

스티로폼 박스에 아이스팩과 드라이아이스를 넣어 배송해 모양이 변형되지 않는다. 망고는 과일이 서로 부딪치지 않도록 칸막이를 나눠 놓았다.

달걀은 특허 출원된 포장용기 에그박스로 배송되고 있다. 스티로폼으로 만든 용기는 위 아래 뚜껑을 덮어 달걀을 보호한다.

종전 유통방식대로라면 생산자에서 소비자에게 전달되기까지 7~10일 걸렸지만 온라인몰을 통한 배송이 이뤄지면서 이를 이틀 정도로 줄일 수 있게 됐다.

이주한 G마켓 신선식품 팀장은 “깨지기 쉬운 과일을 안전하고 빠르게 배송해주는 각종 아이디어 덕분에 고객 만족도가 높아져 온라인몰 과일 판매는 더욱 늘어날 것”이라고 설명했다.

식품업계 싱글족 위한 1인용 식품 인기 마케팅 전략 치열

최근 싱글족을 위한 1인용 식품이 인기를 끌고 있다.

식품업계는 이러한 풍조를 반영해 소용량으로 포장돼 오래 보관하거나 버릴 필요없이 한 사람이 모두 먹을 수 있는 1인용 식품들을 마케팅 전략 전면에 내세우고 있다.

한성식품의 ‘한성 맛김치’는 1인분씩 포장돼 있어 싱글족의 큰 호응을 얻고 있다. 한성 맛김치는 혼자 간단히 라면이나 자장면을 먹을 때 간

편하게 즐길 수 있다. 특히, 여름 휴가 시 도시락을 쌀 때 휴대하면 김치 국물이 쉼 걱정이 없으므로 유용하다.

CJ제일제당의 ‘스팸싱글’ 시리즈는 인기 상품이었던 캔햄 제품을 한 단계 업그레이드한 제품이다. 한 사람이 한 번에 먹기 적당한 양으로 간단한 식사와 밑반찬으로 사용하거나 토스트에 넣어 먹기에 좋다. 또, 주머니에 쏙 들어가는 슬림한 크기로 나들이나 등산 등의 야외 활동 시에 휴대가 간편하다.

샘표간장의 ‘샘표 양조간장’은 6ml의 간장 1백98개로 개별 포장한 소용량 제품이다. 봉지에 날개로 포장돼 있어 야외에나 식사를 즐길 때 편리하고 깔끔하게 사용할 수 있다.

풀무원 생가득의 식사 대용 브랜드 ‘미니밀’이 출시한 ‘미니밀 용기 수프’는 간단한 식사 대용으로 적당하다. 살짝 데우기만 하면 바로 먹을 수 있다. 1인 용기를 사용해 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있다.

계란미역죽, 북어죽, 쇠고기죽으로 구성된 오뚜기의 ‘마이스타일’은 끓는 물을 부어 2분이면 먹을 수 있는 초간편 1인용 식품이다.

특히, 85kcal 저칼로리로 다이어트를 하는 여성들에게 인기가.

하이트맥주는 기존의 3백55ml와 5백ml의 캔맥주에서 탈피해 2백50ml의 소용량의 ‘하이트 미니 맥주’를 판매 중이다. 용량이 작아지면서 가격 또한 2백50원 가량 저렴해져 소비자들의 부담을 덜어줬다. 사이즈가 작고 앙증맞아 젊은 여성층에게 특히 좋은 반응을 얻고 있다.

해태제과는 ‘연양갱’의 용량을 줄인 ‘미니 연양갱’을 판매하며 기존의 용량에 부담을 느껴 구

매를 망설였던 이들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 한 사람이 먹기에도 부담 없는 크기로 한끼 영양 보충식이나 다이어트식으로 손색이 없다.

대웅제약(주)
아큐네탄 PTP 포장 변경
 환자 편의성 고려한 제품 개선

대웅제약(주)(대표이사 이종욱)은 경구용 여드름 치료제 아큐네탄이 PTP(Press Through pack)로 포장을 변경했다. 그 동안 시판돼 온 병 포장 제품은 오랜 시간이 경과하면 알약들이 서로 들러붙는 현상이 발생했다.

대웅제약은 이러한 소비자 조사 데이터를 토대로 아큐네탄 포장을 PTP로 개선, 오염 및 변질을 방지하고 제품의 안정성을 더욱 높였다고 회사측은 설명했다.

아큐네탄 마케팅 담당 이재중 PM은 “주로 단일 처방되는 이소트레티노인 제제의 특성상, 휴대가 간편한 PTP 포장이 환자들의 복용 순응도를 높일 것으로 기대했는데 실제 시장에서도 좋은 반응을 얻어 시장점유율이 5위에서 2위로 급성장했다”며 “앞으로도 대웅제약은 고객만족을 위해 지속적으로 노력할 것”이라고 말했다.

또한 그는 “아큐네탄은 이소트레티노인 제품들을 대상으로 한 시험에서 함량, 순도, 안정성, 입자도, 첨가제 함유 여부 등 ‘오리지널 품질기준’ 12개 평가 항목을 모두 통과한 유일한 제품으로 뛰어난 품질의 우수성을 인정받고 있다”고 밝혔다.

대웅제약에 따르면 아큐네탄은 순수 국내 기술로 만든 이소트레티노인(Isotretinoin) 성분의 경구용 여드름 치료제로 여드름의 원인인 피지를 억제하는데 효과적이며, 특히 치료가 잘 되지 않는 중증 여드름에도 탁월한 효과를 발휘한다.

비타민 A유도체인 이소트레티노인은 빛과 공기 접촉에 의해 산화가 잘되므로 보관 시 차광 및 밀폐에 주의해야 한다.

(주)동원F&B
동원 노블레 리뉴얼
 세련된 디자인 및 섹스캡 적용

(주)동원F&B(대표이사 김해관)가 고급 유지 브랜드 ‘동원 노블레(포도씨유, 올리브유, 카놀라유 3종)’를 리뉴얼했다.

새로운 ‘노블레’는 요리사(Chef)의 실루엣을



▲ (주)동원F&B 리뉴얼한 동원 노블레

업계동정

연상시키는 세련된 디자인에 사용자를 배려하는 실용성을 가미했다.

노블레 용기 뚜껑에 요리사의 모자를 연상시키는 '셰프 캡(Chef Cap)' 디자인을 적용했고 기존의 용기 몸체와 뚜껑이 이음새로 붙어 있던 구조와 달리 용기 뚜껑과 몸체를 완전 분리시켜 사용 중 뚜껑에 기름이 묻지 않게 했다. 또한 사용 후 입구 주변의 마지막 한 방울까지 빨아들이는 '깔끔 마개'를 적용해 사용시 기름이 새는 것을 방지했다.

사용자가 용기를 손에 쥐고 사용하기 편리하도록 손 모양을 고려한 유니버설 디자인(Universal design)을 적용한 것도 특징이다.

또한 용기 후면에는 각 노블레 제품 별 특성에 맞는 국내 유명 요리사의 사진과 제품 추천 이유를 표기해 제품의 신뢰성을 높였다.

제품 측면도 포도씨유와 카놀라유에 항산화 작용을 하는 천연 토크페롤을 첨가해 기존 제품보다 신선하게 사용할 수 있다.

동원F&B는 "Cook like a chef"라는 컨셉으로 '동원 노블레'의 디자인과 품질을 향상시키며 고급유 시장에서 프리미엄급 브랜드로 성장시켜 나갈 계획이다.

동원F&B는 이번 리뉴얼을 통해 올해에만 작년보다 25% 늘어난 약 2백40억원의 연 매출을 기대하고 있으며 장기적으로는 2013년까지 연 매출 5백억원을 돌파해 고급유 시장 2위를 목표로 하고 있다.

김성용 동원F&B 식품브랜드 팀장은 "기존 웰빙 트렌드에 불황으로 인한 내식 증가로 고급유지가 더욱 각광받고 있다"며 "이번 리뉴얼을 계기로 '동원 노블레'를 고급유지 시장에서도

프리미엄급 브랜드로 육성시켜나갈 계획"라고 밝혔다.

한화L&C(주) 포장재용 EPP 국산화 성공 연산 5천톤 생산력 보유

한화L&C(주)(대표이사 최웅진)는 자동차 범퍼용 완충재 및 고급 전자제품 포장재 등에 쓰이는 EPP(Expanded Polypropylene)를 이산화탄소를 이용해 제품화하는데 성공했다.

지난 1995년부터 일본 가네카(Kaneka)사와 기술제휴를 통해 국내에서 EPP를 생산해 온 한화L&C는 약 3년간의 자체 연구개발과정을 거쳐 이번에 이산화탄소 EPP 발포제 공정 및 제품 국산화에 성공했다. 회사는 다음달 EPP 생산설비를 3호까지 확충해 연산 5천톤을 생산력을 갖출 계획이다. 또한 EPP 생산 이후 발생하는 물류 비용을 절감하기 위해 중국, 미국, 유럽 등에 해외생산기지를 설립, 현지서 공급하는 시스템을 마련할 계획이다.

한화L&C 관계자는 "EPP의 독자적인 양산체제에 돌입함에 따라 현재 자동차업계의 이슈인 자동차 경량화 추세에 부응할 뿐만 아니라 재활용이 가능한 친환경적 특징으로 첨단 산업용 포장재로도 경쟁력 확보가 가능해 졌다"며 "세계 시장 진출의 경쟁우위를 선점할 수 있는 대표적인 사업부문이 되는 한편 글로벌 EPP 제조 및 공급회사로 발돋움하는데 기여할 것"이라고 말했다.

신 제품

(주)오토닉스

경제형 아날로그 타이머 ATS 시리즈 출시

센서·제어기기 전문 기업 (주)오토닉스(대표이사 박환기)는 기존제품 대비 약 20% 소형화된 콤팩트형 아날로그 타이머 ATS 시리즈를 새롭게 출시했다.

ATS 시리즈는 경제적인 가격과 폭 넓은 시간 설정 범위와 다양한 출력 모드를 제공해 사용자의 편의성을 극대화한 멀티 타이머이다. 또한 DIN 48×48 규격의 전용 어댑터를 제공하므로 기존 DIN 규격의 제품과 1대1 대체가 가능하며, Star-Delta 타이머, Power-off Delay 타이머 등 총 25종의 다양한 제품 라인업과 폭 넓은 전원 사양으로 선택의 폭이 더욱 넓어졌다.



(주)오토닉스

원주형 포토센서 BR 시리즈 미러반사형 출시

(주)오토닉스(대표이사 박환기)는 원주형 포토센서 BR 시리즈에 미러반사형 제품 네가지 모델을 추가로 출시했다. 원주형 포토센서 BR 시리즈는 디지털 신호처리 방식을 채택하여 내노이즈 성능이 더욱 강화됐으며, 1ms 이하의 빠른 응답속도를 자랑하고있다. BR시리즈는, 20M 초장거리 검출이 가능한 투과형, 협소한 공간에서 사용이 용이한 협시계 직접반사형, 유리 렌즈를 사용해 내열 성능이 강화된 BR4M-TDT(-P)(투과형), 등 기존의 다양한 모델 외에 금번에 미러반사형 4종을 추가 출시, 적용 환경에 따른 사용자의 선택의 폭이 더욱 넓어졌다.





파나블루 해양심층수 '슈어' 출시

국내 1호 해양심층수 기업인 파나블루(대표 설동환)가 먹는 해양심층수 '슈어(SURE)'를 출시했다.

'여자의 몸과 스타일을 확실하게 살려준다'는 의미의 슈어는 육지와 1백60km 이상 떨어져 있는 울릉도 인근 해역에서 세계 최고 수심인 1천5백m에서 취수한 심층수를 사용한다고 회사측은 설명했다.

이는 기존 국내 최고인 1천32m를 비롯해 세계 최고였던 일본의 1천4백m보다 더 깊은 것이다. 해양 심층수는 심해로 내려갈수록 인공 오염물과 접촉 기회가 차단돼 청정한 무기 영양소가 다양하고 풍부하게 녹아 있다.

미네랄 함량을 나타내는 슈어의 경도 수치는 2백으로 기존 해양심층수 제품들의 경도 80~1백50에 보다 훨씬 높다. 이에 따라 신진대사를 촉진시키고 노폐물 배출을 원활히 하며 각종 피부 트러블을 예방하고 보습활동에 도움을 준다고 회사측은 설명했다.

회사 관계자는 "먹는 샘물 시장은 총 4천5백억원 규모로 매년 10% 이상 성장하고 있다"며 "슈어는 여성에 초점을 맞춰 마케팅을 적극적으로 펼칠 계획"이라고 말했다. 가격은 5백ml 1천5백원, 3백50ml 1천원.



한성기업(주)

'왕실 생만두' 출시

한성기업(주)(대표이사 박명)은 1백% 국산 생야채와 생고기를 사용해 만든 '왕실 생만두' 4종을 출시했다.

'왕실 생만두' 시리즈 4종은 끓는 물에 2~3분이면 간편하게 즐길 수 있는 '왕실 생물만두', 집에서 직접 만들어 낸 듯한 '왕실 생손만두', 여러 가지 요리에 사용 가능한 '왕실 생만두(교자)', 바삭하게 구워 먹으면 정말 맛있는 '왕실 생군만두'로 얼리지 않은 1백% 국산 생돼지고기와 부추, 양파, 대파, 마늘, 양배추 등 1백% 국산 생야채를 사용한 것이 특징이다.



마케팅실장 조한진 이사는 “왕실 생만두 4종은 국내에서 생산되는 야채와 국산 돼지고기만을 사용해 향긋한 생 야채향과 생고기 특유의 담백하고 깔끔한 맛을 즐길 수 있는 프리미엄 제품이다”라고 밝혔다.

삼양식품(주)

‘쏘리쏘리 떡볶이 스낵’ 출시

삼양식품(주)(대표이사 전인장)은 맵지만 먹을수록 입맛 당기는 ‘쏘리쏘리 떡볶이 스낵’을 출시했다.

‘쏘리쏘리 떡볶이 스낵’은 떡볶이를 연상시키는 대롱형 스낵으로 달콤하고 매콤한 맛이 적절히 조화돼 특유의 조직감이 살아있는 제품이다.

특히 떡볶이의 감칠맛 나는 매운 맛을 결정하는 고추장으로 정선된 원료의 순창 태양초고추장을 사용해 깊고 진한 매콤한 맛이 일품이라는 것이다.

또한 합성착색료, 인공보존료, MSG 무첨가 등 원료에도 많은 심혈을 기울여 제품의 안정성을 높였다고 업체측은 전했다.

삼양식품 관계자는 “수 십 번의 관능테스트를 통해 떡볶이의 맛을 결정한 만큼 매콤 달콤한 떡볶이 맛을 선호하는 청소년 및 20~30대 세대층의 적극적인 호응을 기대한다”며 “추후 일본 및 동남아 지역 등 아시아 전지역에도 제품을 수출할 계획”이라고 말했다.



남양유업(주)

‘한뼘 더 큰 유기농 아기랑콩이랑’ 출시

남양유업(주)(대표이사 박건호)이 유기농분리대두단백(ISP)을 사용한 유기농 두유 ‘한뼘 더 큰 유기농 아기랑콩이랑’을 출시했다.

‘한뼘 더 큰 유기농 아기랑콩이랑’은 미(美)소아과학회에서 아기에게 권장한 원료인 분리대두단백(ISP)을 사용해 아기의 소화흡수를 돕도록 했으며 이를 국내 유일하게 유기농으로 실현함으로써 두유의 안전기준을 한 차원 높인 제품으로 두뇌, 성장발육, 면역, 소화, 피부 등 아기에게 꼭 필요한 5가지

업계동정

필수 영양요소를 균형있게 맞춤 설계한 프리미엄급 신 개념 유아식이다.

또한 유기농원료 실현으로 화학비료나 농약으로부터의 안전성을 1백% 확보함과 동시에 GMO 3중 관리시스템으로 안전한 원료만을 엄선해 사용한 데 이어 국내 최초로 유기농 분리대두단백을 깨끗한 물로 추출하는 신공법인 G20 공법을 적용했다는 것이 특징이다.

여기에 성장인자 CGF와 비타민 K2를 강화해 단계별 성장에 도움을 주도록 했고 민감한 아기들의 피부보호를 위해 세라마이드와 감마리놀렌산 등을 배합했으며 두뇌성장에 필요한 DHA, 콜린, 타우린, 아라키돈산 등을 배합했다고 업체측은 설명했다.



(주)풀무원녹즙

‘소이스무디 스트로베리in’ 출시

(주)풀무원녹즙(대표이사 이규석)은 완전식품 콩과 딸기를 갈아 넣어 맛과 영양을 동시에 살린 ‘소이스무디 스트로베리in’을 출시했다.

‘소이스무디 스트로베리in’은 국산 콩과 딸기를 그대로 갈아 넣은 홈메이드 방식의 제품으로 과일주스만으로 섭취하기 어려운 식물성 단백질과 살균제품인 두유와 우유에 부족한 천연 비타민을 한번에 섭취할 수 있다.

또한 밥 반 공기 분량의 탄수화물과 우유 1백ml 상당의 식물성 단백질, 천연 비타민C, 철분, 칼슘은 풍부한 반면 콜레스테롤과 포화지방은 없어 아침을 자주 거르는 직장인을 위한 든든한 아침 대용식으로도 좋다.

아울러 설탕대신 정장효과가 있는 올리고당을 사용해 맛은 물론 피부 미용과 다이어트에 관심이 많은 2030 직장 여성들에게 좋다.



파스퇴르유업(주)

‘Upgrade 쾌변요구르트’ 출시

파스퇴르유업(주)(대표이사 이석제)이 ‘Upgrade 쾌변요구르트’ 4종을 출시했다. ‘Upgrade 쾌변요구르트’는 더욱 산뜻해진 디자인에 사과 포도 골드키위 골든파인애플(무지방)의 4가지 맛으로 기존 ‘쾌변요구르트’ 출시 후 4년 동안 수 많은 소비자가 느낀 제품에 대한 반응, 효능·효과, 맛 부분 등을 철저히 연구해 소비자의 니즈를 충족한다는 목표 아래 파스퇴르가 야심차게 준비했다.

‘Upgrade 쾌변요구르트’는 파스퇴르가 가지고 있는 ‘식품만은 자연으로’라는 기업이미지를 반영하여 첨가되는 모든 원료를 천연에서 유래한 고급 원료를 사용했다. 이것 하나만으로도 트렌드에 민감한 현대인이 원하는 ‘웰빙 프리미엄’이라는 첫 번째 니즈를 한껏 충족했다고 할 수 있다는 것이다. 또한 장(腸)발효유가 가지고 있는 고유의 특징인 배변의 효능 효과를 배가시키기 위해 낙농선진국에서 개발해 많은 인기를 얻은 복합유산균(에시도필러스, 비피도박테리움, 써모필러스)을 도입, 발효시켜 천연 원료와 황금비율 배합을 통해 기존 쾌변요구르트보다 더 뛰어난 효과를 자랑하는 더 센 발효유로 업그레이드 시켜 출시함으로써 ‘효과가 좋아야 한다’라는 소비자의 두 번째 니즈를 충족했다.

아울러 ‘Upgrade 쾌변요구르트’는 맛에 대한 소비자의 세 번째 니즈를 해결하기 위해 시원한 맛과 배변효과를 배가시키는 야콘과즙, 푸룬 과즙, 배과즙 등을 첨가해 더 맛있어지고 음용 후 입안에 남는 잔유감이나 목에 걸리는 느낌, 특유의 텁텁함 등이 사라져 진정 업그레이드된 쾌변요구르트로 다시 태어났다고 업체측은 전했다.



(주)오뚜기

‘맛있는 오뚜기 김조림’ 출시

(주)오뚜기(대표이사 이강훈)가 알카리성 웰빙식품 소재인 김을 활용한 ‘맛있는 오뚜기 김조림’을 출시했다.



업계동정

‘맛있는 오뚜기 김조림’은 특별한 반찬 없이도 밥 한 그릇을 푹딱 먹을 수 있게 해주는 김조림 제품으로 입맛이 없을 때 따끈한 밥 위에 얹어 먹거나 주먹밥, 유부초밥, 김밥을 만들 때 밥에 비벼서 사용하면 더욱 맛있게 즐길 수 있다.

오뚜기 관계자는 “일본 제품이 선점하고 있는 시장에 국내 브랜드로는 처음으로 진출했다”며 “양질의 원료를 사용하여 만든 국산 김조림 제품으로 많은 소비자들의 관심을 모을 것으로 전망한다”고 말했다.



(주)한국야쿠르트

‘헛개나무 프로젝트 쿠퍼스’ 출시

(주)한국야쿠르트(대표이사 양기락)는 간 건강에 초점을 둔 ‘헛개나무 프로젝트 쿠퍼스’를 출시했다.

‘헛개나무 프로젝트 쿠퍼스’는 알콜성 손상으로부터 간을 보호하는데 도움을 줄 수 있는 헛개나무의 효능과 유산균 기술을 접목시켜 간 건강 개선은 물론 장 건강에도 도움을 주는 건강기능식품이다.

발효유, 우유 등 유제품 위주로 40년간 유산균을 연구해 온 한국야쿠르트가 건강기능식품인증을 통해 제품을 발매하고 야쿠르트 아주머니를 통해 전달하는 것은 이번이 처음이다.

‘헛개나무 프로젝트 쿠퍼스’엔 헛개나무 열매에서 채취한 추출분말이 2천4백60mg이 들어있다. 이는 식품의약품안전청에서 인정한 알콜성 손상으로부터 간을 보호하는데 도움을 줄 수 있는 1일 섭취량이다. 여기에 축적된 프로바이오틱스 기술을 바탕으로 한 유산균의 효능이 더해져 시너지를 발휘 한다는 게 회사 측의 설명이다.

‘헛개나무 열매추출분말’은 식품의약품안전청으로부터 알콜성 손상으로부터 간 보호에 도움을 주는 기능성을 인정받았다.

또한 용기의 디자인도 부드러운 곡선이미지에 고급스러운 금색을 기본색으로 제품의 신뢰성 전달에 주안점을 뒀다.



(주)농심

‘물처럼 마시는 홍삼수’ 출시

(주)농심(대표이사 손욱)은 ‘가정에서 직접 홍삼을 달여 만든 물’이라는 컨셉으로 홍삼과 인삼 본연의 맛을 살려 기존 ‘홍삼수’의 제품명과 패키지를 새롭게 리뉴얼한 ‘물처럼 마시는 홍삼수’를 출시했다. ‘물처럼 마시는 홍삼수’는 국산 수삼에서 추출한 홍삼농축액과 인삼농축액을 혼합해 만든 홍삼음료로 감미료, 향료, 색소 등을 사용하지 않고 홍삼과 인삼 본연의 맛과 향을 담아 안심하고 마실 수 있는 건강음료이다. ‘물처럼 마시는 홍삼수’는 홍삼 제품의 주타겟층이었던 성인 남성 뿐 아니라 홍삼의 건강과 미용 효과에 관심이 높은 여성층, 학업에 지친 수험생을 포함, 남녀노소에 인기 끌 것으로 기대되며 패키지 역시 모든 세대가 선호하는 젊고 세련된 디자인으로 리뉴얼했다. 하루 2리터 이상의 물을 마시는 것이 건강과 미용에 도움이 되는 것으로 잘 알려져 있는데 ‘물처럼 마시는 홍삼수’는 2리터를 마시면 물과 함께 인삼(4년근, 40g 기준) 한 뿌리에 해당하는 사포닌 양의 홍삼농축액과 인삼농축액을 섭취할 수 있다.



사포닌은 홍삼과 인삼의 주요 성분으로 항암 효과, 기억력 및 두뇌 활동 촉진 효과, 면역 기능 증진 효과, 간 기능 개선 효과, 피부 노화 방지 효과 이외에도 많은 효과가 있는 것으로 학계에서 연구, 보고되고 있다. ‘물처럼 마시는 홍삼수’를 선보인 농심 음료 CM팀의 박호정 브랜드 매니저는 “농심은 소비자들에게 보다 건강하고 안전한 장수식품을 만들기 위해 홍삼수 제품을 기획하게 됐다”며 “홍삼수는 업무에 지치고 음주가 잦은 직장인, 피부미용에 관심이 많은 여성, 학업에 집중해야 하는 수험생, 가족의 건강을 챙기는 주부들이 물 대신 마시면 좋을 음료”라고 밝혔다.

(주)농심

‘너구리컵’ 출시

(주)농심(대표이사 손욱)은 자사의 인기 봉지면 브랜드 ‘너구리’의 용기면 제품인 ‘너구리컵’을 출시했다.



업계동정

‘너구리’ 봉지면을 간편하게 즐기고 싶다는 고객들의 요구를 적극 반영해 ‘너구리컵’ 개발에 착수하게 된 농심은 1년간 수많은 시행착오를 겪은 끝에 기존의 용기라면 조리법 그대로 너구리의 오동통한 면발을 즐길 수 있는 ‘너구리컵’을 출시하게 됐다.



‘너구리컵’은 ‘너구리’ 브랜드 특유의 쫄깃쫄깃하고 오동통통한 면발을 용기면으로 구현한 것으로, 용기면의 주 이용층인 10대 후반과 20대 초반 고객층에 어필하고자 기존 ‘너구리’ 패키지 디자인에 너구리 캐릭터를 강조해 캐주얼한 느낌의 ‘너구리컵’을 선보였다.

농심 CM팀 정윤석 브랜드매니저는 “‘너구리컵’ 시제품에 대한 소비자 조사 결과 역대 농심의 용기면 제품 중 가장 만족도가 높은 제품이었다”면서 “기존 주요 이용층인 20-30대 소비자층뿐만 아니라 용기면을 선호하는 10대들에게도 어필해 10대에서 30대까지 폭넓은 소비자가 ‘너구리’ 브랜드를 즐기게 될 것으로 기대 된다.”고 밝혔다.

보해양조(주)

‘복분자주 · 매취순 미니’ 출시

보해양조(주)(대표이사 임건우)는 복분자주와 매취순의 인기에 힘입어 싱글족과 젊은 층을 겨냥한 복분자주, 매취순 미니를 출시했다.

보해 복분자주, 매취순 미니는 기존 3백75ml의 절반에 해당하는 1백87ml의 용량으로 휴대와 음용이 간편해 여가활동을 선호하는 신세대들에게 크게 어필할 것으로 보해 측은 기대하고 있다.

보해양조에 따르면 이번에 출시된 미니 제품은 한국 전통미를 살린 병 모양과 고유 디자인을 채택한 것이 특징이며 음료처럼



따서 즐기는 린플캡을 사용해 실용성을 높였다. 아울러 복분자주 미니는 1백% 국내산 복분자를, 매취순 미니는 국내 자체 농장에서 수확한 매실을 사용했고 보해양조는 밝혔다.

보해 관계자는 “싱글족이 늘면서 한 사람이 한 번 마실 수 있는 적은 양의 술 소비가 늘고 있는 데다 음주문화도 적당히 먹자는 쪽으로 변하고 있어 미니술을 출시하게 됐다”며 “야외활동이 갈수록 늘어남에 따라 보해 복분자주, 매취순 미니의 인기몰이를 기대하고 있다”

한편, 보해양조는 복분자주와 매취순 미니의 제품 출시와 동시에 젊은 라이프스타일을 이용한 광고를 전개하고 시장 정착과 판매활성화를 위한 마케팅 활동을 강화할 방침이다.

롯데칠성음료(주)

‘트로피카나 후르츠라떼’ 2종 출시 출시

롯데칠성음료(주)(대표이사 정황)가 저과즙시장에 돌풍을 불러올 신제품인 ‘트로피카나 트위스터’ 2종을 출시했다.

‘트로피카나 트위스터 오렌지크랜베리’는 오렌지과즙(9.5%)과 크랜베리과즙 (0.5%)이 함유돼 있는데 두가지 과즙이 어우러져 지금까지 맛보지 못한 새콤달콤한 맛을 선사한다.

또한 비타민C 1일 권장량 1백mg(2백40ml 캔 기준. 3백50ml 페트는 1백45mg)가 함유된 웰빙형주스다.

‘트로피카나 백포도복숭아’는 백포도과즙(7%)과 복숭아과즙(3%)이 절묘하게 어울려 혼합과즙의 색다른 상큼함이 기분까지 전환시켜주며 식이섬유가 2백40mg(2백40ml 캔 기준. 3백50ml 페트는 3백50mg) 함유돼 있다.

이번에 출시된 ‘트로피카나 트위스터’는 정통 오렌지 주스시장의 침체속에서 새로운 활력소가 될 것으로 기대되고 있는데 차별화된 맛에 대한 소비자의 욕구와 야외 활동인구 증가 및 핵가족의 영향으로 소용량주스에 대한 소비욕구를 한꺼번에 충족시키는 제품이다.

디자인 측면에서는 ‘트위스터’라는 명칭에 맞게 회오리를 중심으로 오렌지, 크랜베리, 포도, 복숭아 등 함유된 과일들이 탐스럽게 배치되어 식감을 더욱 증대시키고 있다고 업체측은 설명했다.

