



## 영국, 친환경 티백 고객 요청 포장형 제품 판매, 시장 진출 기회

영국 티백(Tea-bag)은 최대 80% 정도 종이 섬유로 돼있어 나머지는 썩지 않고 불에 타지도 않는 폴리프로필렌 성분이다.

영국인에 대해 얘기할 때 항상 따끈한 홍차 한 잔을 마시는 모습이 빠지지 않을 정도로 영국인들은 차에 대해 각별한 애정을 가지고 있다. 영국에서는 매일 4시 15분 경 티타임(Tea Time)을 정해 차를 마시는 시간을 갖고 있으며, 영국인들 스스로 차를 마시지 않으면 하루를 제대로 보낼 수 없다고 여기는 것으로 나타났다.

실제로 영국에서 하루에 소비되는 차는 1억6천5백99만 잔이나 되는 것으로 나타나(UK

Tea Council 자료) 진정 차 마시는 데 있어서는 대국이라고 불리고 있다.

영국에서는 차를 마시는 것 외에도 가장 보편적이면서 국민 대부분이 취미생활이라고 여기는 것이 바로 정원 가꾸기(gardening)로 영국인들은 대부분이 집 뒤뜰에 개인정원을 가꾸고 살며 정원 가꾸는데 평균적인 가정에서 평생 가드닝 비용으로 2만 파운드(약 4천만 원) 정도를 쓰는 것으로 나타났다(2009년 9월 25일 자 Daily Mail 기사). 또한, 영국인들은 집을 팔 때 가장 중요한 셀링포인트가 잘 가꾸어진 정원이라고 여기는 것으로 나타나 영국인에게 있어 정원의 중요도가 그만큼 높은 것으로 분석했다.

그런 영국인들은 차를 마시고 버리는 티백을 정원 가꾸기를 위한 비료(compost)로 쓰고 있



으므로 하루에 소비되는 엄청난 양의 티백은 대부분 흙속에 묻어 재활용된다.

그러나 최근 Which Gardening에서 조사한 바에 따르면 영국의 주요 차 브랜드의 티백 제품 모두가 실제로는 자연분해되지 않는 폴리프로필렌 성분을 다량 함유한 것으로 나타나 영국인들에게 충격적인 소식으로 전해지고, 앞으로 자연분해 가능한 친환경 티백이 영국 차 시장에서 중요한 구매포인트가 될 것으로 전망되고 있다.

영국의 유명한 가드닝 잡지인 'Which Gardening' 지에서 지난 2일 실시한 조사결과에

따르면 영국의 주요 차 브랜드들의 티백제품 모두가 땅에 묻어 비료로 사용할 수 없는 제품들이었던 것으로 나타나 충격을 안겨다 줬다. 이는 기존에 영국인들이 가져왔던 상식적인 재활용법을 뒤흔드는 중대한 발견으로 영국 소비자들은 '여태껏 속아왔다'며 분노를 감추지 않고 집단 소송까지 벌일 기세다.

뜨거운 물에 넣어 차를 우려먹기만 하면 되는 간편한 일회용 제품인 티백은 식용제품이므로 당연히 묻으면 썩어 비료로 쓸 수 있는 것으로 알려졌으며 정부환경당국 또한 이것을 장려해 왔다.

소비자들은 그런 이유로 당연히 티백은 종이 섬유로만 만든다고 생각했으며 티백 제조사들 또한 이같은 인식에 편승해 매출증가만 꾀했을 뿐 사실은 플라스틱성분을 섞어 만든다는 사실을 은폐해 왔다는 것이다.

영국의 주요 차 브랜드들인 Tetley, PG Tips, Twinnings, Clipper, Typhoo 등 제조사들에 직접 문의해본 결과 모두 티백 한 개당 70~80% 정도만이 종이섬유이며, 나머지는 플라스틱 성분인 폴리프로필렌이라고 고백한 것으로 드러났다. 그러므로 지금껏 비료를 만들기 위해 흙에 묻은 티백의 20% 정도 질량은 사실 썩지 않고 그대로 남아 토양을 오염시켜온 것으로 밝혀졌다.

폐기물 및 재활용 캠페인을 주도하는 환경관련 정부기관인 Wrap은 그간 영국인에게 티백을 비료로 쓰는 것이 환경을 생각하는 훌륭한 재활용법이라고 홍보했지만 그러나 거의 모든 티백이 사실은 재활용 불가능하다는 것이 확인되자



▲ 피라미드형 티백(일본식 티 뎀플)

궁색한 변명을 늘어놓은 것으로 알려졌다.

영국 차 위원회 UK Tea Council에 따르면 인간은 습관적인 동물이기 때문에 매일 1억6천5백만 잔의 차를 마시는 영국인들이 간편한 티백을 버리고 직접 차잎을 우려먹지는 않을 것이라고 본다며, 따라서 환경단체들이 그런 변명을 해서 해결될 수준의 문제가 아니라고 밝혔다. 결국 티백 제조사들이 자연분해되는 티백을 만들어 팔아야만 해결되는 문제라는 것이다.

UK Tea Council 에 따르면 영국의 차 브랜드 중 폴리프로필렌을 사용하지 않는 티백은 영국에서 Jacksons of Piccadily 브랜드 밖에 없는 것으로 나타났다.

최근들어 영국에서는 ‘일본식 티 템플’ (Japanese Style Tea Temple)이라고 불리는 피라미드형 티백이 유행하며 많은 티백 제조사들이 이같은 형태를 따라가는 추세이다. 이는 플라스틱 함유도가 종래의 티백보다도 훨씬 높은 것으로 알려졌다.

1백% 폴리프로필렌 성분인 것도 많다. 따라서 티백제조사들은(환경문제로 인해) 1백% 종이섬유로 된 티백을 만드는 것이 아니라 오히려 더 플라스틱이 많이 함유된 제품들을 내놓는 추세이다.

UK Tea Council 의 Chief Executive인 Bill Gorman 씨는 한국 등지의 제조사가 포장형(티백) 제품으로 영국에서 직관할 경우 자연분해 가능한 제품을 앞세워 홍보하면 좋겠느냐는 질문에 “영국 회사들이 티백을 (지금과) 다르게 만드는 데 관심이 없고 소비자들은 그걸 원한다”

라고 말해 간접적으로 시장에 있어 기회로 작용할 수 있음을 시사했다.

### 브라질, 친환경 바이오 플라스틱 생산 추진 브라스캠, 에탄올 베이스 플라스틱 포장 생산

브라질 최대 석유화학 업체 Braskem은 조만간 에탄올을 원료로 한 바이오 플라스틱을 대량 생산할 계획이라고 발표했다.

에탄올 베이스 플라스틱 포장은 기존 석유 베이스 플라스틱 포장과는 달리 사탕수수에서 추출한 원료를 사용해 만든 친환경제품으로, 현재 브라질 최대 화장품업체 Natura와 장난감 제조업체 Estrela, 다국적 기업 Johnson & Johnson 등과 같은 유명기업들의 큰 관심을 불러일으키는 것으로 나타났다.

브라질 리우 그란데 도 술 주 트리옹포 시에 있는 신규 공장을 두 달 전부터 가동하기 시작한 Braskem은 조만간 에탄올을 원료로 한 바이오 플라스틱 포장을 대량 생산할 계획이다.

트리옹포 공장은 에탄올 베이스 바이오 플라스틱을 연간 20만 톤가량 생산할 수 있는 시설을 보유하고 있다.

천연소재로 만든 화장품으로 브라질은 물론 세계적인 명성을 떨치는 화장품 업체 Natura의 경우 오는 10월부터 허브 비누제품의 포장을 바이오 플라스틱 포장으로 교체해 판매할 예정이다.

이 회사는 동사는 현재 친환경 포장임을 소비자들에게 알리는 씰(Seal)을 개발 중이며, 향후



모든 바이오 플라스틱 포장 제품에 부착할 예정이다.

다국적 기업 Johnson&Johnson의 경우 브라질 시장 최고 인기 제품 중 하나인 Sun Down(태양광선 차단제)의 포장을 에탄올 베이스 바이오 플라스틱 포장으로 교체하는 방안에 대한 검토를 끝냈으며, 2010/11년 여름부터는 모든 Sun Down 제품에 바이오 플라스틱 포장을 사용할 예정이다.

브라질을 대표하는 장난감 제조업체 Estrela는 현재 일부 제품 포장을 바이오 플라스틱 제품으로 교체해 사용하며, 향후 Braskem이 본격적으로 바이오 플라스틱 대량 생산을 시작해 단가가 낮아질 경우 친환경 포장제품 사용 비중을 늘릴 전망이다.

브라질에는 수년 전에 개발된 옥수수를 원료로 한 바이오 플라스틱이 있으나 에탄올로 만든 플라스틱에 비해 내구성과 강도가 낮을 뿐 아니라 사용 후 재활용이 불가능해 폐기 처리해야 된다는 단점이 있다.

옥수수로 만든 바이오 플라스틱은 기존 플라스틱과 달리 자연상태에서 신속하게 부패한다는 장점이 있는 반면, 부패 시 발생하는 메탄가스는 온실효과를 일으키는데 있어서 이산화탄소보다 무려 20배나 해로운 가스이다.

브라질에서는 현재 바이오 플라스틱 관련 다양한 연구가 추진 중이며, 현재 5개 업체가 바이오 플라스틱을 개발하고 있고 사탕수수(에탄올), 옥수수, 감자, 카사바 등 다양한 원료를 사용한 바이오 플라스틱 생산을 시도하고 있다.

현재 브라질에서는 약 6백만 톤의 바이오 플

라스틱이 생산되고 있어 전 세계 생산량 2억 톤에 비해 아직은 소량 생산에 불과한 것으로 나타났다.

선진국은 정부가 나서서 보조금을 지급하는 등 바이오 플라스틱 생산을 장려하며, 향후 친환경 제품에 대한 선호가 높아짐에 따라 바이오 플라스틱 시장은 성장세를 지속할 것으로 전망된다.

### 홍콩, 식품성분 라벨링 규정 발효 건강식품분야 타격 가장 커

최근 수년간 발생한 식품위생사고(중국산 계란, 유제품 등)와 중성지방 등의 이슈로 인해 소비자들의 불안 심리가 증가했다.

2년간(2006~08년) 홍콩에서 영업한 미국 도넛 체인점인 Krispy Kreme 역시 미국에서 적용한 '무(無)중성지방' 정책을 홍콩에서는 적용하지 않아 비판받은 바 있다.

이런 이중적 관리가 가능한 것은 홍콩 식품법상 중성지방이 법에 저촉되지 않기 때문이었으며 이는 홍콩정부의 식품관리에 더욱 경각심을 주고 있다.

기존에 판매되던 상품들은 영양성분 표시 기준이 없어 제조사마다 단위와 표시내용이 다르고 심지어는 영양성분 언급이 없어 소비자가 상품 비교를 하기 어렵고 내용물에 대한 오해의 소지가 있었다.

이에 홍콩정부는 소비자의 건강한 식품구매를 돕고 선진국들이 적용하는 국제기준(EU, 싱가포르, 미국, 호주 등)에 부합하기 위해 포장식품을

대상으로 체계화된 식품성분 표시규정을 발표했다(2008년 5월).

해당 규정은 최근 2010년 7월 1일부터 발효했다. 규정에 의하면 열량과 포장식품들은 7종의 주요 성분(protein, carbohydrate, total fat, saturated fat, trans fat, sodium, sugars)을 표기해야 한다.

발효일을 앞두고 대부분의 유명 브랜드의 포장식품들은 성분표시 규정에 준수해 라벨을 부착했다. 그러나 규정 발효직후 현지 언론사의 조사에 의하면 1+7의 사항을 모두 표기하지 않은 채 판매되는 제품들이 다수 나타났다(약 8천 종 발견). 이는 홍콩서 판매되는 식품의 80%가 수입되는데 수출국들의 표기기준이 다르기 때문이다.

1+7 표기 내용이 미흡한 제품들은 주로 중성지방(trans-fat) 표기를 하지 않은 것으로 나타났다. 이 외 설탕(sugar)과 염분(sodium)에 대한 표시 역시 미흡한 것으로 나타났다.

성분표시가 미흡한 제품들은 홍콩인보다는 필리핀 등 소수인종을 대상으로 하는 소매점에서 주로 발견됐다(예 : Central, World Wide House 쇼핑몰). 이들 매장판매자들은 식품성분

표시규정에 대한 인식이 낮고 품질관리를 전적으로 디스트리뷰터에 의존하는 것으로 나타났다. 반면 인도나 인도네시아 식품매장들은 성분 표시 규정을 비교적 잘 준수했다.

일부 슈퍼마켓들은 규정 발효 하루 전까지(2010. 6. 30) 기수입한 라벨링이 미흡한 제품들을 처분하기 위해 50% 가격할인을 진행했다.

유명 식료품 체인인 City Super의 경우 유아식과 일반 식료품(House Vermont Curry Paste, Azuma Arare 5 Coloured Rice Cracker, Carmencita Catalan Cream 등)을 처분 할인했다.

연간 판매량이 3만 개 미만인 포장식품은 '소량 면제 조항(Small Volume Exemption Scheme)'에 의거, 영양표시 면제 대상이며 해당제품에는 성분표기 면제라벨을 부착하게 된다. City Super와 같은 소매체인은 일본 등에서 수입한 소량 판매 제품이 많아 면제대상 제품이 활발히 이뤄지고 있다.

일부 납품업체들은 신규정에 맞춰 라벨링을 하지 않고 아예 홍콩시장에 납품 중단을 결정한 것으로 나타났다.

[표 1] 연도별 · 종류별 수입물량

(단위 : M/T)

종 류	2006~2007		2007~2008		2008~2009	
	수입량	증가율	수입량	증가율	수입량	증가율
PP	176,073	66.7	145,677	-20.8	142,428	-2.8
PE	80,861	52.7	93,357	13.4	91,238	-2.3
PVC	59,579	33.8	86,623	31.2	76,228	-13.6
합계	316,513	56.9	235,657	2.8	309,894	-5.1

※ 자료원 : 방그리데시 중앙은행



식품안전관리국(Centre for Food Safety)은 이로 인해 7천종의 제품이 시장에서 사라질 것으로 전망되고 있다.

홍콩 식품 위원회에 의하면 가장 타격이 많은 분야는 건강식품 분야이다. 현재 약 4백개의 현지 업체가 건강 식품을 판매하고 있으나 이들은 대부분 중소기업으로 신규 라벨링 규정에 의한 부담을 느끼는 것으로 나타났다(오메가3, 유당, 글루텐 등과 같이 Codex에서 영양성분으로 인정하지 않는 성분의 경우 영양 내용 표시에 포함될 수 없음. No MSG, hydrogenated oil, Caffeine-free, Electrolytes, Unsweeten/Less sweet, Casein free, Contains phenylalanine, Claims on glycemic index, No GM 역시 영양 성분 표시로 인정되지 않음).

홍콩 식품위원회의 설문(2010년 5~6월, 80개 식품 수입/소매업체 대상)에 의하면 건강제품 판매를 중단을 원하는 업체는 19%, 비스킷 및 건강스낵(쌀, 밀 등 사용) 판매 중단을 원하

는 업체는 16%로 나타났다. 식품산업계는 포장 식품 성분표시 규정 발효에 따라 기존의 시판되던 1천종의 건강 제품이 철수할 것으로 예상하고 있다.

인기 명절음식인 월병 역시 적지 않은 타격을 받을 전망으로 전통적 방법으로 제조해 온 현지 월병업체에 영양성분 라벨 제작은 매우 복잡한 절차이다. 외국어로 표기된 제품(예 : 한국산 라면 등) 역시 신규정에 대응도가 떨어지는 것으로 나타났다.

수입업체에 의하면 라벨 갱신에 드는 비용이 약 10만 홍콩달러로 나타나 중소기업이 부담을 갖는 것으로 나타났다.

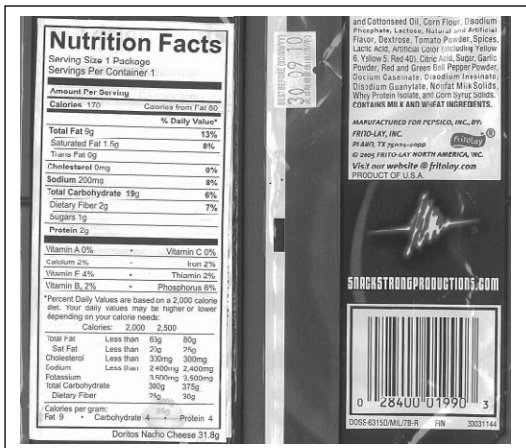
### 독일, 랑세스 가소재 EU 승인 임박 친환경으로 인체 무해

독일계 특수화학기업 랑세스는 유럽에서 자사의 저휘발성 無-프탈레이트 플라스틱 가소제 메자몰II의 식품 포장재 제조 사용 승인 절차가 마무리 단계에 접어들었다고 밝혔다.

유럽 식품안전청은 지난해 메자몰II의 주성분이 장난감이나 건조식품 액성식품의 포장재 성분에 포함돼도 인체에 전혀 무해하다고 승인했다.

이러한 결정은 통상 유럽집행위원회의 공식 승인 절차상 마지막 단계로, 랑세스는 메자몰II의 식품 포장재 사용에 관한 당국의 승인이 올 가을 경 마무리될 것으로 보고 있다.

카스텐 잡 랑세스 마케팅 이사는 “안전하고 신



▲ 수입과자(미국산)의 라벨 부착 예

퇴할 수 있는 가소제를 공급해 장난감 제조회사들이 안심하고 세계 시장에서 활동할 수 있도록 돕겠다”며, “메자몰II는 타 가소제보다 응고력이 강해 제조율을 높이고 생산단가를 절감할 수 있다는 이점도 있다”고 덧붙였다.

또한 유럽집행위원회의 승인이 결정되면 메자몰II는 2007년 美 식약청의 허가에 이어, 미국과 유럽에서 동시에 식품 포장재 관련 승인을 받은 몇 안 되는 가소제 중 하나가 된다.

조르주 노게이라 랑세스 기능성 화학품 사업부 대표는 “이번 승인을 계기로 메자몰II의 안전성이 국제적으로 다시 한번 입증되면 장난감 시장에서의 크게 입지 확대는 물론, 연간 15퍼센트의 매출 성장률을 보이고 있는 랑세스의 무프탈레이트 가소제 분야의 성장이 더욱 탄력을 받을 것으로 기대한다”고 밝혔다.

중국이 수출하는 장난감에 사용되는 가소제 공급량만 하더라도 연간 3만5천톤(6천만 유로 상당)에 이르며, 이는 전세계 수요의 극히 일부

분에 불과하다.

랑세스는 늘어나는 수요에 대응하기 위해 독일 크레펠트-위어딩겐 생산설비를 2010년 말까지 40% 증가할 예정이다.

**프랑스, 2010 국제포장박람회 개최**  
11월 22일부터 25일까지 열려

2010 국제포장박람회가 오는 11월 22일부터 25일까지 프랑스의 파리노르 빌팡트 국제전시장(Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte)에서 개최된다.

지능형 포장(PACK SMART)을 테마로 개최되는 2010 국제포장박람회는 포장기계부터 마킹-코딩, 인쇄 및 완제품에 이르기까지 모든 관련 분야의 업계 전문가들로부터 관심을 받아, 개최 5개월 전에 이미 40여개국 1천여개의 업체들이 참가 의사를 밝혔다(이 중 신규참가 2백 50건).

전시기간 4일간에 걸쳐 8만5천여명이 참관할 것으로 예상되는 이번 전시회는 3곳의 전시홀에서 선보이게 된다.

먼저, 새로운 포장의 세계를 선보일 “포장혁신”관은 참가업체가 제안하고 전문가들이 선별한 약 1백개에 달하는 혁신적인 아이디어들이 소개된다.

전문가들과의 의견 교류를 위한 “포장비전”관은 컨퍼런스를 통해 전세계 전문가들과 의견을 교환할 수 있는 대화의 장이 마련되며 디자인, 시장별 혁신적 접근, 이용자 분야의 이니셔티브



▲ 친환경 가소제로 만든 놀이터



등의 주제가 논의될 예정이다.

포장 디자인 분야의 국제적인 인재들을 위한 “포장 디자이너” 관은 포장 디자인 분야의 마케팅, 기술적·경제적 역할들이 강조된다.

환경 문제에 주안점을 둔 “친환경 그린 포장” 관은 TV 무대에서 대화와 토론이 진행될 예정이며 스트라트 디자이너 대학 학생들이 준비하는 “뛰어난 포장 (PACKAGINGS REMARQUABLES)” 전시회를 통해 전세계의 훌륭한 포장 사례들 또한 소개된다.

디자인팩 갤러리의 설립자인 파브리스 펠티에 (Fabrice PELTIER)는 “재활용 포에버 (RECYCLING FOREVER)” 전시회를 개최하고 사용된 포장을 어떻게 에너지와 창작의 새로운 원천으로 활용할 수 있는지 소개할 예정이다.

현재 지속가능발전이 세계 포장산업의 주요 흐름이다. 친환경 포장 부문의 시장규모는 2009년 8백80억 달러에서 2014년 1천7백억 달러까지 증가할 것으로 예상된다.

한편 2010국제포장박람회의 예서는 다양한 프로그램이 전개될 예정이다.

먼저, 유비프랑스(Ubifrance, 프랑스 무역진흥청)와 프랑스식품농어업부가 공동으로 유럽 7개국(독일, 벨기에, 프랑스, 이탈리아, 영국, 스위스, 스웨덴) 내에서 연구를 진행하고 있다.

본 연구결과는 2010 국제포장박람회의 “포장 비전” 파트에서 독점적으로 소개될 예정이며, 연구내용은 식료품 포장 부문의 새로운 지향점들을 분석한 결과로 이루어질 것이다.

또한 유럽인의 포장에 대한 인식에 대한 조사를 실시, 그 예로 프랑스인이 영국인보다 분리수거를 더 잘 할까? 이탈리아인은 재활용 포장에 더 관심을 가질까? 독일인은 포장의 인체공학적 측면에 대해 어떻게 생각할까? 국제포장박람회는 포장에 있어서 유럽인들의 태도와 기대하는 바를 비교하기 위해 2010년 9월 독일, 스페인, 이탈리아, 영국, 프랑스에서 동시에 설문조사를 실시할 예정이다.

마지막으로 포장디자인 관련 조사(또는 포장 이용산업에서 바라본 포장이라는 개념에서 디자인의 역할에 대한 조사)도 진행될 예정이다.

여기서는 디자인은 포장 창작에 있어서 효과적인가? 디자이너가 창출하는 부가가치는 무엇인가? 기업인들은 어떻게 디자인 업체를 선택하는가? 현 상황에서 기업인들은 새로운 포장 개념에 대한 프로젝트들을 가지고 있는가? 포장 이용산업의 기업가들을 대상으로 실시한 조사 결과 발표를 통해 이상과 같은 다양한 질문들에 대한 답변이 2010 국제포장박람회에서 제시될 것이다.

**스웨덴, RFID 해산물 이력 추적 테스트 성공**  
RFID 정보 통해 매출신장 기대

스웨덴의 해산물 업계는 해산물이 어선에서 상점에 이르는 경로를 추적하는 작업에 있어서, RFID 도입의 효율성을 증명하기 위한 5일간의 시범사업이 최근에 성공적으로 완료했다고 밝혔다.



이 프로젝트는 유럽연합의 식품안전 리서치 프로그램인 'SafeFoodEra'의 'eTrace' 파트 중 일부로, 지난달에 실시된 이 시범사업에서는 'EPCIS(Electronic Product Code Information Services)' 소프트웨어를 이용해 대구가 어선에서, 가공공장, 도매업체를 거쳐 소매점에 이르는 과정을 추적했다.

프로젝트의 주요 목적은 EPC Gen 2 RFID 태그와 EPCIS 소프트웨어가 해산물에 대한 정보를 소매업체, 어부, 가공업체, 도매업체들에게 제공할 수 있는지를 증명하는 것으로, 이번 시범사업에서는 이러한 사실들이 증명됐을 뿐만이 아니라, 해산물의 신선도에 대한 소비자들의 신뢰까지 향상되는 성과를 거둔 것으로 나타났다.

시범사업에는 어선 3척, 어류 가공업체, 도매업체, 소매업체가 참여했고, 추적 소프트웨어 업체인 'TraceTracker' 사가 RFID 판독을 통해 얻어진 정보를 해석하고 이를 디스플레이 할 수 있는 소프트웨어를 제공했다.

시범사업의 RFID 적용 프로세스를 살펴보면, 'Confidex'사의 'Carrier Pro' EPC Gen 2 RFID 라벨을 생선을 담은 플라스틱 용기에 부착한다.

그 다음 Nordic ID PL3000 핸드헬드 리더를 이용해 RFID 태그를 판독하며, 리더는 이 정보를 EPCIS 소프트웨어인 'GTNet'으로 전송한다. 소프트웨어는 태그의 고유한 ID 번호를 스웨덴 어업위원회가 제공한 해당 생선 관련 정보(어획 시기, 장소 등)와 연계시킨다.


그 후 가공공장으로 이동된 컨테이너는 다시 RFID 태그에 대한 판독이 이루어진 다음 생산

라인에 투입되어 뼈를 발라내는 과정을 거치게 된다. 가공이 완료된 생선은 'UPM Raflatac'의 'ShortDipole' RFID 태그가 부착된 종이 상자에 포장되고, 다시 상자의 태그가 판독됨. 소프트웨어는 플라스틱 용기의 ID 번호와 종이상자의 ID 번호를 연계시킨다.

가공된 생선을 담은 종이 상자는 트럭에 실려 도매업체의 창고로 이동되며, 이 창고 직원은 핸드헬드 리더를 이용해 상자의 태그를 인식한다. 소매업체에서는 매장 직원이 다시 한번 태그를 인식해 상품이 도착했음을 알린다. 이 시점에서 소매업체는 EPCIS 소프트웨어에서 전체 공급망에 대한 정보를 확인할 수 있다.

업계에 따르면, 이번 시범사업에서 소매업체는 생선이 어획된 시기, 장소, 이동경로 등의 정보를 프린트해 매장에 진열했으며, 이 정보를 통해 매출이 크게 늘어나는 성과를 거뒀다.

이 시범사업은 수동형 EPC Gen 2 RFID 하드웨어와 EPCIS 소프트웨어의 결합을 통한 성과에 초점을 맞췄으며, 이력추적에 있어서 완벽한 성과를 보인 것으로 평가되고 있다.

생선 가공업체와 도매업체, 소매업체들은 모두 이 시스템이 매뉴얼 시스템에 비해 신속하며 이용이 편리했다고 밝혔고, 또한 상품의 이력추적은 상품 리콜을 처리하는데 있어서도 도움이 될 것으로 기대되고 있다. 

**신제품 및 업체 소개  
월간 포장계 편집실**

**(02)835-9041**  
E-mail : [kopac@chollian.net](mailto:kopac@chollian.net)