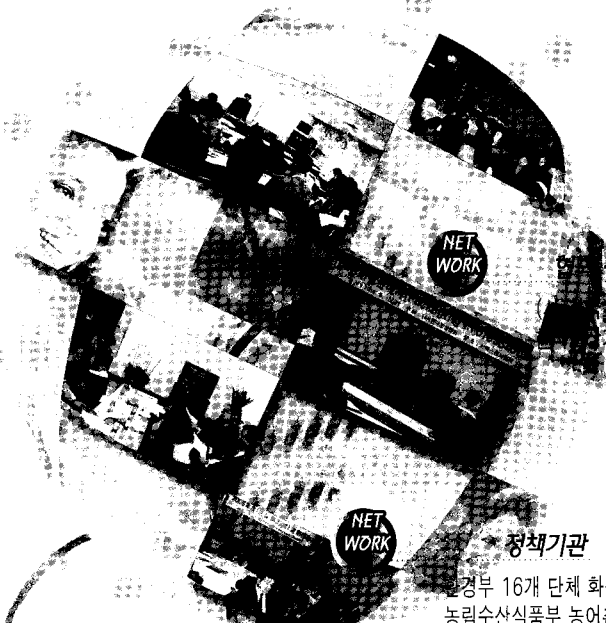
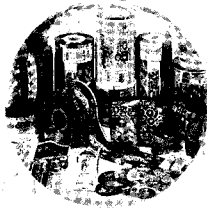


# NET WORK

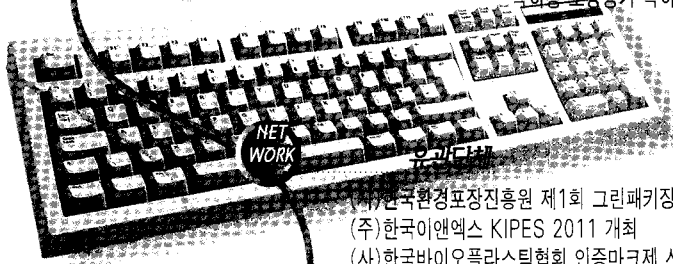


## 회원사

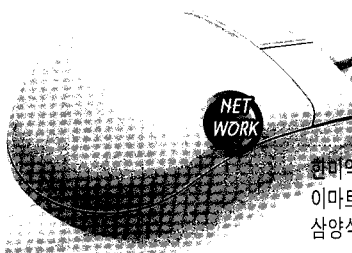
포장협회 제16기 포장기술관리사 통신교육 실시  
기술연구소 해외전문가 초청 코팅 세미나 개최

## 정책기관

환경부 16개 단체 화평법 정부 건의  
농림수산식품부 농어촌산업박람회 개최  
특허청 포장용기 특허 출원 증가



(사)한국환경포장진흥원 제1회 그린패키징 공모전 개최  
(주)한국이앤엑스 KIPES 2011 개최  
(사)한국바이오플라스틱협회 인증마크제 시행  
한국식품연구원 저탄소 고효율 친환경 식품포장재 개발



## 업계동정

한미약품 그린경영 실천  
이마트 과자 속 공기 제거 포장 선봬  
삼양식품 네모콘 출시

**창립기념일을 축하드리며  
지속적인 성업, 끊임없는 발전과 성장이 계속되기를 기원합니다.**  
(사)한국포장협회 회원사 임직원 일동

**[주대일산업]**  
1980. 9. 8 창립 31주년

**[주프로템]**  
2003. 9. 1 창립 8주년

한국포장기술연구소  
**해외전문가 초청 코팅 세미나 개최**  
코팅현장에 문제점과 구체적 대책

한국포장기술연구소(소장 김영호)는 이번 달 30일 金子技術士事務所의 金子 四郎(Kaneko) 사장을 초청, “코팅 현장에 있어서의 문제점과 구체적 대책”에 대한 세미나를 개최한다.

이번 세미나에서는 코팅현장에서 흔히 이용되고 있는 Slot Die, Micro Gravure, Comma Coat의 기본적인 과제와 문제점에 대해 강연과 함께 제품의 개발단계에서 고려해야 할 과제(처방설계, 코팅 기술, 송액기술) 등의 내용으로 진행된다.

구체적으로 현장의 실용화 단계에서 발생된다고 생각되는 문제점(코팅질 · 코팅얼룩 · 코팅막의 두

께 불균일화 · 거품 · 이물)과 이에 대한 대책방법에 대해 金子 四郎(Kaneko) 사장의 경험을 바탕으로 강연이 진행된다.

특히 최근 전자재료 분야에서 많이 이용되고 있는 Slot Die를 중심으로 Micro Gravure, 점착제품에서 많이 이용되고 있는 Comma Coat에 대한 내용도 언급될 예정이다.

한편, Fuji사진필름(주)에서 25년간 연구, 개발, 생산부서장을 역임한 Kaneko 사장은 현재 일본, 한국, 대만 등에서 LCD관련의 코팅기술 컨설팅을 실시하고 있다.

그동안 한국포장기술연구소가 주최한 세미나에 여섯 차례 강연을 진행함으로써 정밀 코팅기술과 주변기술에 관한 세미나를 개최하여 많은 관심을 집중시켰다.

참가비는 1인당 30만원이며, 접수 마감은 9월 20일까지이다. 문의 : (02)2026-8166

**(사)한국포장협회**  
**제16기 포장기술관리사 통신교육 실시**  
**9월 19일부터 12월 3일까지 11주간**

(사)한국포장협회(회장 운영욱)가 제16기 포장 기술관리사(Packaging professional) 통신교육 수강생을 모집한다.

포장협회는 정부(지식경제부) 사업인 '디자인기반구축사업'의 일환으로 포장기술전문인력 저변확대로 국내 포장산업 발전을 도모하기 위해 '포장인력 양성' 사업의 주관기관으로 선정됨에 따라 사업을 추진, 2003년 제1기를 시작으로 금번 제16기

포장기술관리사 통신교육을 실시하게 됐다.

이번 제16기 포장기술관리사 통신교육은 이번 달 19일부터 12월 3일까지 11주간 진행된다.

수강료는 일반 포장관련 기업, 연구소, 단체는 30만원, (사)한국포장협회 회원사는 24만원이며 포장공학을 전공하고 있는 학생(4년제 또는 2년제)은 15만원이다.

그동안 (사)한국포장협회는 제1기부터 15기까지 포장기술관리사 통신교육을 실시한 결과 1천2백45명의 포장기술관리사를 배출했다.

신청 및 접수는 (사)한국포장협회로 하면 된다.

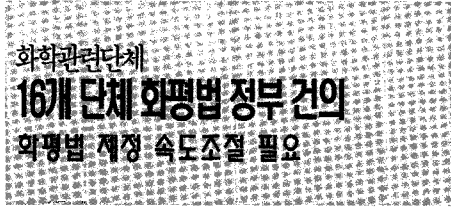
전화 : 02-2026-8655/9

팩스 : 02-2026-8660

E-mail : kopac@chol.com

**교육 내용 및 일정**

주 별	연/월/일	과 목	교재발송	시험담안접수
제 1 주	11. 9. 19~24	• 포장개요 • 지류포장	11. 9. 19	11. 10. 1
제 2 주	11. 9. 26~10. 1	• 플라스틱 포장재	11. 9. 26	11. 10. 8
제 3 주	11. 10. 4~8	• 금속포장(제관) 및 유리병	11. 10. 4	11. 10. 15
제 4 주	11. 10. 10~15	• 목재포장재 및 포장부자재	11. 10. 10	11. 10. 22
제 5 주	11. 10. 17~22	• 방수·방습·방청·완충·중량물 포장기법	11. 10. 17	11. 10. 29
제 6 주	11. 10. 24~29	• 포장인쇄기법 및 기타 포장기법	11. 10. 24	11. 11. 5
제 7 주	11. 10. 31~11. 5	• 식품·의약품 포장기법	11. 10. 31	11. 11. 12
제 8 주	11. 11. 7~12	• 포장기계	11. 11. 7	11. 11. 19
제 9 주	11. 11. 14~19	• 포장과 환경	11. 11. 14	11. 11. 26
제10주	11. 11. 21~26	• 물적유통 및 포장디자인·마케팅	11. 11. 21	11. 12. 3
제11주	11. 11. 28~12. 3	• 포장시험 및 포장관련법규	11. 11. 28	11. 12. 10
종합시험		• 종합시험문제 발송	11. 12. 5	11. 12. 17
최종심의 완료				11. 12. 20
수강자 통보(심의통과)		• 관리사증 발송		11. 12. 26



환경부(장관 유영숙)가 새롭게 도입 추진 중인 '화평법' 제정에 대해 산업계가 속도조절을 요구하고 나섰다.

대한상공회의소, 중소기업중앙회 등 경제단체와 한국석유화학공업협회를 포함한 화학산업 관련 14개 단체는 이와 같은 내용을 담은 '화평법에 대한 산업계 건의서'를 지난 19일 국무총리실 규제개혁위원회, 환경부, 지식경제부, 고용노동부, 국회 환경노동위원회 등에 제출했다.

화평법이란 국내에 유통되는 모든 화학물질에 대한 위해성 여부를 분석·평가해 그 결과를 정부에 보고·등록하도록 강제하는 법을 말한다. 만일 기업에서 사용하는 화학물질이 위해물질로 판정이 날 경우 기업은 해당 화학물질을 사용할 수 없으며, 대체물질 사용 등과 같은 대체방안을 마련해야 한다.

산업계는 건의서를 통해 "국민의 건강과 환경을 보호하기 위한 법률안의 제정 목적에 대해서는 충분히 이해를 하지만, 법률안이 국내 산업계의 현실을 제대로 반영하지 못한 채 EU, 일본 등 선진국의 규제를 따라 급속히 추진되고 있다"면서 "산업계 현실을 반영한 좀 더 신중한 검토가 필요하다"고 밝혔다.

이어 산업계는 "정부가 먼저 시범사업을 시행함과 동시에 화평법 도입을 전제로 검토된 영향평가 결과 등을 공개해 산업계와 논의함으로써 산업계

의 국제경쟁력이 저하되지 않고 국제환경규제에 효율적으로 대응할 수 있는 제도를 만들어야 한다"는 입장을 분명히 했다.

건의서에 따르면 화평법 제정에 따라 산업계가 부담해야 할 비용이 상당한데, 지난 4월 산업연구원의 조사 결과 화학물질을 등록하는데 소요되는 비용이 간접비를 포함해 최소 2조 7천2백4억원에서 최대 13조 1천3백93억원에 달하는 것으로 나타났다.

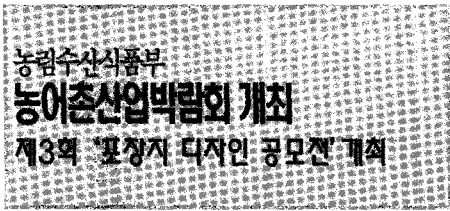
또한 국가경제에 대한 파급효과는 2015년 기준으로 GDP가 최소 0.01%에서 최대 0.09%까지 감소하는 것으로 조사됐다.

이 같은 산업계의 부담은 중소기업의 경우 더 클 것으로 예상되는데, 건의서는 '추산결과 제조원가 대비 화평법 대응비용은 중소기업이 대기업보다 최소 10배 이상, 당기순이익 대비 대응비용은 최소 16배 이상 높을 것'으로 지적했다. 화학물질의 유해성 및 위해성 정보를 생산·제공해야 하는 책임이 대다수의 중소기업에게 있기 때문이라는 것이 산업계의 분석이다.

또한 건의서는 "현재 입법 예고된 법률안의 화학물질 최소 등록기준은 0.5톤인데 우리도 EU, 일본, 중국, 대만 등 화학물질 관련 규제를 시행하는 국가들처럼 1톤으로 상향조정해야 한다"면서 "법률안에 명시된 보고주기 역시 1년에서 2~3년으로 변경해 기업의 부담을 최소화해 줄 것"을 요청했다.

대한상의 관계자는 "국내 화학산업은 GDP의 10% 이상을 차지하는 기반산업인 반면 화학산업 관련 기업의 98% 이상은 중소기업으로 국제 경쟁력이 취약할 뿐 아니라, 환경규제에 대한 대응능력이 부족한 것이 현실"이라면서 "중소기업을 포함한

산업계 전반의 준비 및 대응역량 제고를 위해 법률안을 일부 수정하는 것은 물론 시행시기 역시 조정해야 한다”고 말했다.



농림수산식품부(장관 서규용)와 한국농어촌공사는 제3회 농어촌산업박람회 행사의 일환으로 '포장지 디자인 공모전'을 개최한다고 밝혔다.

이번 공모전은 대학(원)생들의 창의적인 디자인 아이디어를 통한 농어촌기업 제품의 디자인 역량 강화를 위해 마련됐다. 공모전 수상작은 제3회 농어촌산업박람회에 참가한 농어촌기업 제품의 포장지, 쇼팽백, 상자 등의 디자인으로 활용될 예정이다.

제3회 농어촌산업박람회 로고를 사용해 농어촌기업 제품의 호감도를 높일 수 있는 포장지 디자인을 출품하는 것으로, 대학(원)생 개인 또는 2인 이하의 팀을 구성해 참여 가능하다. 시상으로는 최우수상 1팀 1백만원, 우수상 1팀 70만원, 장려상 2팀 40만원이 수여되며, 참가자 전원에게는 제3회 농어촌산업박람회 무료 초대권이 증정된다.

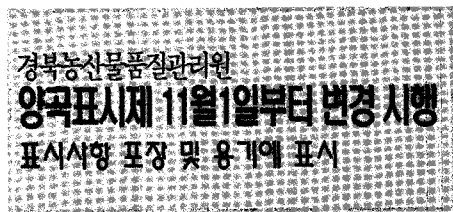
이번 공모전은 창의성, 예술성, 대중성을 기준으로 수상작이 선정되며, 수상작 발표는 9월 2일 수상자에 한해 개별 통보된다.

또한 시상식과 수상작품 전시회는 9월 8일

양재동 aT센터에서 열리는 제3회 농어촌산업박람회에서 진행될 예정이다. 보다 자세한 내용은 제3회 농어촌산업박람회 홈페이지(<http://www.mgreen.or.kr>)를 참고하면 된다.

한국농어촌공사 이규복 농산업·도농교류지원 본부장은 “수상작의 경우 자신의 디자인이 실제 제품의 포장지로 활용되는 보람을 느낄 수 있는 만큼 농어촌기업 제품의 특징을 잘 표현하고 소비자의 감성에 맞는 포장지 디자인 아이디어들이 많이 공모되기를 기대한다”며 적극적인 참여를 부탁했다.

한편 올해로 3회째를 맞이하는 농어촌산업박람회는 우수한 제품력을 갖춘 농어촌기업에게 판로확보의 기회를 열어주는 것은 물론, 시장 경쟁력을 강화하기 위해 마련됐으며, 추석 명절 전인 오는 9월 5일부터 8일까지 4일간 서울 양재동 aT센터에서 열린다.



경북농산물품질관리원(원장 장영국)은 소비자에게 정확한 품질정보 제공을 위해 '양곡표시제'의 표시내용이 오는 11월 1일부터 일부가 변경돼 시행된다고 지난 달 20일 밝혔다.

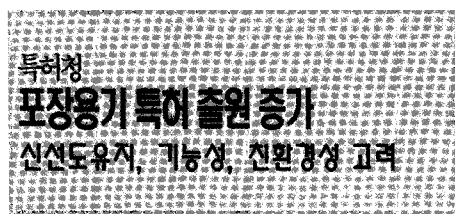
양곡가공업자와 양곡매매업자는 양곡을 판매하고자 하는 경우 양곡관리법이 정하는 표시사항을 포장이나 용기에 반드시 표시해야 한다.

이 표시는 의무표시사항으로 쌀, 찹쌀, 현미 등 미곡류는 7가지(품목, 중량, 품종, 생산년도, 도정년월일, 원산지, 생산자나 가공자 또는 판매원의 주소·상호명·전화번호)이고 미곡류를 제외한 모든 양곡은 4가지(품목, 중량, 원산지, 생산자 또는 가공자 주소)를 표시해야 한다.

권장표시사항으로 맵쌀에 한해 품위(특, 상, 보통), 품질(단백질함량, 완전립비율, 품종순도)를 표시하도록 돼 있다.

그러나 맵쌀에 한해 권장표시사항이던 품위(특, 상, 보통)가 11월 1일부터 의무표시사항으로 변경되고 등급으로 용어를 바꿔 1등급, 2등급, 3등급, 4등급, 5등급, 미검사로 세분화되며, 해당되는 등급에(동그라미) 표시를 해야 한다.

또한 맵쌀에 한해 권장표시사항이던 단백질함량도 의무표시사항에 포함돼 수(낮음), 우(보통), 미(높음), 미검사로 구분해 해당되는 함량에(동그라미) 표시를 기입해야 한다.



단순히 식품을 보관하는 용도로만 사용되던 포장용기가 최근에는 첨단기술이 접목되면서 더욱 여름에도 오랜 기간 식품의 변질과 부패를 방지하고 신선도 유지가 가능하도록 진화되고 있다.

특허청(청장 이수원)에 따르면, 2005년부터 2010년까지 6년간 식품의 신선도 유지를 위한 포장용기에 관한 특허출원은 총 3백20건으로 해마다

꾸준히 증가해왔고, 특히 2008년 이후 뚜렷한 증가세를 보이고 있다.

이들 특허 출원을 유형별로 살펴보면, 먼저, 포장용기의 밀폐효과를 높이기 위한 포장용기의 개구부(開口部) 구조 및 형상에 대한 출원이 전체의 32%를 차지하고 있는데 김치의 아삭아삭한 맛을 유지하기 위해 “누름돌” 원리를 응용한 특수한 형상의 뚜껑을 갖는 김치통과 윈두커피 고유 맛을 유지하기 위한 캡슐형 용기, 맥주의 고유의 맛을 유지하기 위한 캔 용기 등이 대표적인 사례이다.

또한, 진공상태를 극대화하기 위해 내부 공기만을 외부로 배출하고, 외부 공기는 내부로 들어갈 수 없도록 차단하는 공기 출입 밸브에 관한 출원이 30%를 차지하고 있으며, 자외선과 산소 수증기 등의 투과를 막아 내용물의 변질, 부패를 방지하기 위한 포장용기의 소재에 관한 출원도 27%를 차지하고 있는데 여기에는 여러 겹의 얇은 소재를 사용하여 우유제품이나 음료 등을 7주~6개월 정도 보관할 수 있는 팩이나, 나노 기술이 적용된 쿨러 백(cooler bag), 산화를 방지하기 위해 포장재 중간에 산소를 차단하는 소재를 넣은 포장 밥 등이 있다. 그리고 에틸렌 가스 흡수제 등의 선도 유지제를 이용하는 기술도 11%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

특허청 관계자는 “최근 잇따르는 기상이변이나 대지진 등으로 인한 식품의 수급차질을 대비하기 위해 오랜 기간 신선도가 유지되는 포장용기 개발이 활발히 진행될 것으로 예상된다”면서, “특히 신선도 유지는 기본이고, 식품 속에 포함된 잔류농약과 발암물질, 중금속 등의 유해 성분을 제거하거나 항균 등의 효과를 갖는 각종 기능성, 친환경성 포장용기 출원도 증가할 것으로 전망”했다.

(사)한국환경포장진흥원

## 제1회 그린패키징 공모전 개최

### 친환경 포장개발 장려

(사)한국환경포장진흥원(원장 이명용)이 제1회 그린패키징(Green Packaging) 공모전을 개최한다.

환경부와 (사)한국환경포장진흥원이 주최하는 이번 공모전은 제품 설계시 포장재 사용 감량 및 폐기시 자원순환성을 제고하는 등 친환경적인 포장 개발을 장려하기 위해 마련된 행사로 우수한 친환경 포장 기술 및 디자인을 발굴해 시상함으로써 친환경 포장에 대한 인식 및 관심을 제고하고 관련 학생 및 종사자들의 사기 진작과 기술 개발 의욕을 고취시키고자 하는데 있다. 또한 친환경포장과 관련한 신기술 개발을 촉진함으로써 자원 절약과 녹색 성장에 기여할 방침이다.

학생 부문은 포장기술 또는 포장디자인 전공 대학생(2인 이상인 경우 단체로 신청), 일반 부문은 단체(기업 포함) 또는 개인(포장기술인, 포장디자이너에 한함)으로 친환경 포장(Reduce, Reuse, Recycle 등)에 부합된 독창적인 아이디어 시작품 또는 시제품을 대상으로 실시된다.

시상은 학생 및 일반 부문 각각 환경부 장관상을 비롯해 (재)정산장학재단이사장상, 환경포장진흥원장상 등으로 진행되며, 수상작은 국내·외 포장관련 전시회, 포럼, 사례발표회 등에 전시된다.

신청 접수는 이번 달 1일부터 10월 21일까지 (사)한국환경포장진흥원으로 하면 되며, 시상식은 12월 1일에 있을 예정이다.

자세한 문의는 (사)한국환경포장진흥원으로 하면 된다(담당자 : 김미진 / 전화 : 02-865-7880)

(주)한국이앤엑스

## 제18회 국제인쇄산업대전KIPES 2011 개최

### 2011 한국산업대전으로 동시 개최

급변하는 인쇄산업의 비전을 제시해 줄 국내 최대 인쇄인의 축제인 제18회 국제인쇄산업대전, KIPES 2011이 이번 달 28일부터 10월 1일까지 일산 KINTEX 전시장에서 개최된다.

한국이앤엑스와 대한인쇄문화협회가 공동으로 주최하고 문화체육관광부, 지식경제부, 경기도,

**유관단체**

KOTRA, 대한인쇄정보산업협동조합연합회, 대한인쇄기술협회, 서울특별시인쇄정보산업협동조합, 한국디자인단체총연합회, 대한인쇄연구소, 한국제책공업협동조합, 한국스크린인쇄공업협회 등 관련기관과 단체가 후원하는 KIPES 2011 전시회는 KINTEX 제1전시장 Hall 5에서 1만1천㎡의 규모로 개최된다.

이번 전시회에서는 최근 IT기술과 솔루션을 기반으로 인쇄산업을 주도하는 세계적인 디지털인쇄 대표업체들의 최신제품과, 한층 다양해진 국내의 후가공관련 장비들, 인쇄와 IT의 융합으로 진화되고 있는 인쇄물 및 특수인쇄, 인쇄공정의 효율화를 위한 인쇄관련 솔루션, 고품질 인쇄를 위한 다양한 특수지, Color Management 제품 등 인쇄산업 전분야의 최신 트렌드를 한 눈에 확인할 수 있을 것이다.

또한 인쇄방식과 인쇄공정의 디지털화로 종이뿐만 아니라 금속, 플라스틱, 목재, 타일, 아크릴 등 소재의 구분없이 인쇄가 가능하게 됐으며, 이러한 다양한 소재의 고품격 인쇄를 확인할 수 있다. 또한 최근 부각되고 있는 친환경 미래 인쇄 기자재들도 선보인다.

미국, 일본, 독일, 중국 등 세계 유수의 업체들이 참가하여 최신기술과 제품을 선보임으로써 최근 변화하는 인쇄트렌드와 함께 관련산업의 기술수준을 한 단계 높일 수 있는 기회가 될 것으로 보인다. KIPES 2011 기간에는 외국인 6백여명을 비롯한 3만여명의 바이어가 내방할 것으로 예



▲ (주)한국이앤엑스가 주최하는 국제인쇄산업대전



상되며, 이번 전시회를 통해 4천억원의 내수상당과 6천만불 이상의 수출상당 등이 이뤄질 것으로 보인다.

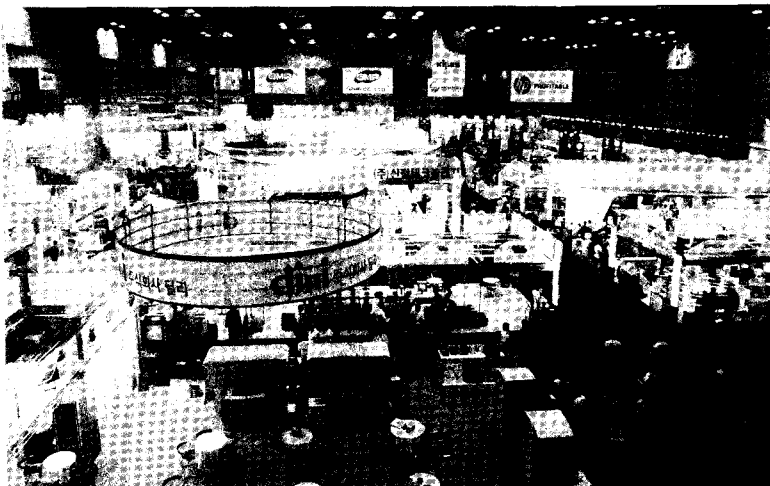
이번 KIPES 2011는 KINTEX 제2전시장 개장과 함께 한국컨벤션산업 사상 가장 큰 규모인 10만8천㎡의 규모로 2011한국산업대전으로 개최된다. KIPES 2011 비롯, 국제플라스틱·고무산업전, 한국기계전, 국제종합공구전, 금속산업대전, 국제종합전기기기전이 합동으로 개최되는 한국산업대전은 국내바이어 15만명, 해외바이어 5천명이 참관할 것으로 보인다.

40여개국, 2천여개사, 6천부스에 이르는 대형 자본재 종합전시회에서 다양한 품목에 대한 신기술 시연 및 트렌드를 제시함은 물론 다양한 컨퍼런스를 통해 참관객에게 최고의 관련정보를 제공할 것이다.

KIPES 2011 전시 기간 중에는 세계 인쇄 시장의 트렌드와 비전을 주제로 한 KIPES 국제컨퍼런스와 더불어 디자인 관련 세미나, 인쇄응용산업 세미나, 인쇄기술 세미나 등 20여회 이상의 인쇄관련 세미나가 진행될 예정이다. 국내외 다수의 전문가들이 진행할 금번 세미나를 통해서 최신의 정보와 함께 미래의 비전을 찾을 수 있는 기회가 될 것이다.

방문하는 참관객들의 교통편의를 위해서 주차장을 무료로 개방하며, 2호선 합정역, 3호선 대화역과 서울역, 용산역 등 KINTEX 전시장간의 무료셔틀버스 서비스를 제공한다.

이외에도 KIPES 출품업체와 국내외 바이어들을 연결시켜주는 방문객 사전 상담예약을 비롯해 참관시 빠르고 편리한 등록을 도와주는 참관객 사전등록시스템, 저렴하고 편리한 숙박 및 교통안내 등 여러 편의서비스에 대한 자세한 안내를 KIPES 홈페이지(www.kipes.com)를 통해서 제공하고 있다.



▲ 국제인쇄산업대전 전경

KIPES 전시회는 국제 전시협회인 UFI와 지식경제부 및 경기도로부터 인증받은 국제적인 전시회로써 지난 1978년 첫회를 개최한 이래 32년간 격년제로 개최했으나 인쇄산업의 디지털화에 따른 개발시기가 단축됨에 따라 금번 2011년도부터는 매년 개최하여 한국을 대표하는 종합 인쇄전시회로 거듭나기 위해 많은 노력을 기울

이고 있으며, 그 일환으로 금번 전시회에 세계 각국의 인쇄관련 단체장, 언론인 그리고 바이어들을 초청해 국내 관련제조업체들이 해외시장로 나갈 수 있는 발판을 만들고자 노력하고 있다. 이에 KIPES는 급변하는 인쇄환경에서 인쇄관련자들에게 새로운 비전을 찾을 수 있는 블루오션을 제공할 것이다.

개장시간은 오전 10시부터 오후 5시까지이며, KIPES 홈페이지에서 9월 23일(금)까지 사전등록을 하면 전시회를 무료로 관람할 수 있으며, 보다 자세한 안내는 전시회 실무주최측인 한국이앤엑스 KIPES 2011 사무국(전화 (02)551-0102)이나 홈페이지(www.kipes.com)를 이용하면 된다.

**한국합성수지가공기계공업협동조합 제21회 국제플라스틱·고무산업 전시회**

**플라스틱·고무관련 산업의 장**

국내의 우수한 플라스틱·고무 관련기와 원료 및 제품이 한자리에 모인다.

(주)한국이앤엑스와 한국합성수지가공기계공업협동조합은 국내플라스틱·고무산업의 발전과 국제교역 진흥을 위해 지식경제부, 경기도, 중소기업청, 한국프라스틱공업협동조합연합회 등 관련기관 및 단체의 후원을 받아, “플라스틱으로 열어가는 스마트한 세상!”이란 주제로 오는 28일(수)부터 10월 1일(토)까지 4일간 고양시 KINTEX 전시장에서 제21회 국제 플라스틱·고무산업 전시회(21st Korea International Plastics & Rubber Show)를 개최한다.

KOPLAS 전시회는 지난 1981년 첫 회를 시작으로 격년제로 진행해 온 KOPLAS는 대한민국 대표 전시장인 킨텍스 제2전시장 개장과 함께 한국 전시컨벤션산업 역사상 최대 규모인 10만sqm 규모의 '2011 한국산업대전'을 개최하기로 확정, KOPLAS도 2012년 개최를 6개월 앞당겨 '2011 한국산업대전'과 동시개최하게 됐다. KOPLAS를 비롯하여, 국제인쇄산업전시회 등 총 6개 전시회의 합동 개최 전시회인 '2011 한국산업대전'과 KOPALS 2011은 대한민국의 전반적인 산업분야를 한자리에 경험할 수 있는 좋은 기회이다.

21회를 맞이하는 KOPLAS 2011은 플라스틱의 원재료부터 금형, 가공기계, 관련부대장치, 자동화솔루션, 인쇄, 포장, 반제품, 완제품까지 여러 가지 다양한 볼거리를 제공하고 관련산업의 현재와 미래를 제시하는 '플라스틱 고무관련 산업의 장'을 제공한다.

이번 KOPLAS 2011은 반도체, 자동차부품, 핸드폰, 컴퓨터, 의료기기 등 국내 대표산업들의 플라스틱·고무 이용도가 크게 신장됨에 따라 제품의 대량생산을 위한 가공기계들의 무인자동화와 초정밀, 초고속 및 초대형 성형기계 등 기술집약된 가공기기들의 참가가 높아지고 있으며, 제품가공에 따른 자동

화 설비 그리고 관련부품은 물론 시험측정기기 및 관련 서비스들이 전시되어 관련 산업의 질적 향상에 크게 기여할 것으로 전망된다.

KOPLAS 2011은 국내 플라스틱 및 고무 산업의 최첨단 제품을 선보일 예정이다. 또한, 행사 기간 중에 “2011 한국산업대전”과 동시개최로 인한 역대 최대인 국내외 4만여 명이 내방할 것으로 예상된다.

출품품목으로는 원료 및 부재료, 반제품 및 완제품, 사출성형기, 압출성형기 등의 가공기계와 휘더, 온도조절기, 휠러, 취출기, 분쇄기 등의 합리화기기를 비롯한 인쇄기, 접착기, 절단기, 포장기계 등의 후가공기계와 컨트롤러, 센서, 스크루, 실린더 등의 계시 및 부품, 제품의 시험 및 측정기기, 고무사출기 및 압출기, 오링검사기, 고무완제품 및 반제품, 관련전문서적 및 정보서비스 등 플라스틱·고무관련기기와 제품들이 총망라됨은 물론, 플라스틱산업과 밀접한 관련이 있는 금형 및 포장, 인쇄관련 품목도 다수 출품할 것으로 보여 전시영역이 크게 확대돼 국내 플라스틱·고무 산업 관계자는 물론 해외 바이어에게 보다 많은 정보를 제공할 것이다.

주요 업체별 전시품을 살펴보면 일광폴리머, 세풍폴리머, 에포텍, GCC, 동방실리콘, Polymer Science 등의 원료, 도일칼라켄, FS 코리아 등의 WPC제품, 3M, BYK, 동원 등의 첨가제, Arburg, Sumitomo, Krauss Maffei, Haitian 등의 사출성형기, 원일유압, 홍화기계 등의 입형식 사출기, YE I Machinery Factory, Bandera Luigi, Liansu Machinery 등의 압출성형기, 한영넥스, 덕산코트렌, HNP인터프라, 다이내믹인스트러먼트, 한국제프란, Piovan 등의 합리화기기, 성진기계, 신홍Autox, SRT 등의 고무관련기기, 마상기공, 부광테크, 일범, 한국금형기술연구소 등의 금형관련기기 등이 전시 소개된다.

KOALAS 2011 전시회 기간중에는 인도플라스틱제조협회(AIPMA), 말레이시아플라스틱제조협회(MPMA), 러시아플라스틱가공협회(RAPP), 베트남상공회의소, 중국 Chinaplas, 대만 TAPEIPLAS

등 각 국 플라스틱 전시회 주최자 및 관련 분야 단체와 제휴하여 단체장 및 구매사절단을 초청하여 적극적인 수출상담을 할 수 있도록 함은 물론, 미래 소재인 바이오 플라스틱 관련 컨퍼런스 개최 및 고무, 금형 기술 관련 세미나도 병행 개최해 관련 산업의 최신 트렌드를 접할 수 있는 기회도 제공한다.

상세한 사항은 전시회 실무추진측인 한국이앤엑스 KOPLAS 2011 사무국(전화 (02)551-0102)이나 홈페이지(www.koplas.com)를 이용하면 된다.



▲ 국제플라스틱·고무산업 전시회

(사)한국바이오플라스틱협회

## 인증마크제' 이달부터 시행

### 바이오매스 플라스틱 보급 촉진



▲ (사)한국바이오플라스틱협회의 인증마크제

(사)한국바이오플라스틱협회(KBPA)는 바이오매스 플라스틱의 보급 촉진을 위해 협회 차원의 인증마크제를 이달 1일부터 시행한다.

협회는 바이오매스 플라스틱을 일정량 함유하는 플라스틱 제품을 '에코플라스틱'이라 명명하고 협회 고유의 마크를 부여한다는 것이다.

한국바이오플라스틱협회 진인주 회장(인하대 나노시스템공학부 교수)은 "바이오매스 플라스틱은 지구상에 탄소흔적을 거의 남기지 않는데다, 매년 재생산되는 바이오매스를 원료로 활용하는 친환경

경 녹색 소재"라고 말했다.

지난 2008년부터 지식경제부 산하 사단법인으로 운영 중인 KBPA는 에코플라스틱 인증마크를 자사 제품에 부착하려는 회사나 개인의 신청을 받아 마크 사용을 인가하고, 사용료를 부과할 예정이다.

바이오매스 플라스틱은 사탕수수와 카사바, 옥수수, 피마자 등 식물자원의 발효공정 등을 거쳐 얻어지는 것이다. 기존의 플라스틱은 대부분 화석연료인 원유로부터 생산되었다.

사탕수수로부터 생산되는 그린 폴리에틸렌, 옥수수를 원료로 한 폴리유산(PLA), 피마자 기름으로 만드는 나일론11 등은 1백% 바이오매스 플라스틱의 대표적인 경우다. 이들은 전자기기나 자동차부품은 물론 섬유와 의복, 포장용 필름, 포장용기 등의 1회용품으로도 적용이 가능하다.

한국식품연구원

## 고품질 친환경 꽃감 신속 생산기술 개발

### 한지 이용 부패 및 변질 방지 포장기술 개발

전통꽃감과 동일한 품질의 꽃감을 신속하게 생산할 수 있는 기술이 개발됐다.

한국식품연구원 유통연구단 정문철 박사 연구팀은 산지 꽃감이 제조되는 3년간의 온습도변화를 측정 해석하고 감의 갈변발생온도 조사 및 원료감과 반건시의 빙결점 조사, 냉각온도별 변온건조, 품질상대

분석 등을 측정·분석해 이와 같은 기술을 개발했다고 지난 달 29일 밝혔다.

건조와 냉동을 반복 처리토록 하는 동 기술은 건조에 의해 발생한 표면겉질의 두께를 냉동과정에서 얇게 해 수분확산이 빠르고 주름발생을 적게 되도록 설계됐다. 뿐만 아니라 기존 기계식 건조방법의 단점을 개선한 것으로 자연 건조된 전통 곶감의 맛과 색을 재현할 수 있게 한 것이 특징이다.

이는 짧은 감을 박피해 초기 20~0℃의 온도에서 순환 건조하다가 연시가 되고 난 이후부터 20℃와 연시의 빙결점 이하의 과냉각온도까지 순환 반복하는 건조방법으로 곶감을 제조하는 방식이다.

아울러 연구팀은 한지를 이용해 제조된 반건시나 건시의 부패 및 변질을 막는 포장기술도 개발했다.

이 방법에 의해 포장한 반건시를 5℃의 냉장온도에 유통할 경우 갈변과 곰팡이 발생 및 조직손상 없이 약 25일 정도 상품성을 유지하는 효과를 얻을 수 있었다.

천연항균제분말을 처리해 건조한 한지 사이에 수분흡착제 분말을 접착해 제작한 한지 시트에 반건시를 감싼 다음 PP용기에 6개의 반건시를 적재하고 1백% N<sub>2</sub> gas포장하는 방법과 PP용기 하단에 산소흡착제 설치한 다음 동일 한지로 감싼 반건시를 동량 적재하고 NY/PE 필름으로 포장하는 방법이다.

한국식품연구원

## 저탄소 고효율 친환경 식품포장재 개발

### 콩나물 선도 2배

저탄소 고효율의 친환경 식품포장재가 개발돼 화제다.

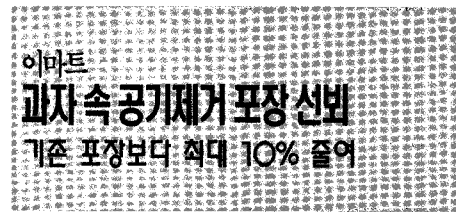
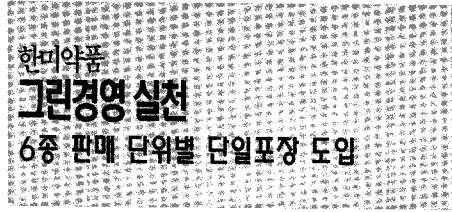
한국식품연구원은 산업원천기술연구본부 박형우 박사 연구팀은 28일 농림수산식품부(이하 농식품부) 농림기술개발사업으로 '콩나물의 신선도 유지용 바이오플라스틱 PLA 필름개발' 연구를 수행해 기존의 필름보다 2배 이상 효율이 증가된 친환경 식품포장재 필름을 개발했다고 밝혔다.

본 기술은 2008년부터 3년간 총 4억2천만 원의 연구개발비를 투입해 한국식품연구원 박형우 박사팀과 폴리텍사이언 전승호 박사팀이 공동으로 연구를 수행해 개발한 기술이다.

한국식품연구원에 따르면 이번에 개발된 바이오포장필름 기술은 콩나물의 선도를 싱싱하게 연장시키는 것은 물론 폐기물이 환경공해를 유발하지 않는 것이 특징이다.

우리나라 폐기물 발생량은 약 1억3천만 톤이며 이중 35%가 포장 폐기물로 연간 4천5백만 톤이 발생된다.

이에 따라 환경 오염원감소, 지구환경보호와 신선식품을 싱싱하게 유지하는 저탄소 친환경 포장재 바이오플라스틱이 PLA 필름의 포장폐기물 50%만 대체해도 연간 2천 3백만 톤의 폐기물 감소가 기대된다.



한미약품(대표이사 이관순)이 과대포장을 지양하는 의약품 패키지 정책을 도입하면서 그린경영(Green Management) 실천에 앞장서고 있다.

한미약품은 최근 코엔자임큐텐 함유 항산화제인 '로가큐텐'을 비롯 6종의 일반의약품 및 건강기능식품 외부 이중포장을 없애고 단일포장 방식으로 변경했다.

지에프주니어 및 지에프칼슘비타민(성장발육), 웨로맥스플러스(빈혈치료제), 모아본(골다공증치료제), 제니스(여성갱년기증상치료제) 등 제품들도 최소 판매단위 별 단일포장 방식을 채택했다.

한미약품 관계자는 "일반 상품과 달리 의약품 포장은 약의 효능과 복용방법을 알려주고 제품의 안정성을 유지하는 기능에 주력해야 한다"며 "회사가 지향해 온 그린경영에도 부합한다는 점에서 단일포장 정책을 채택하게 됐다"고 설명했다.

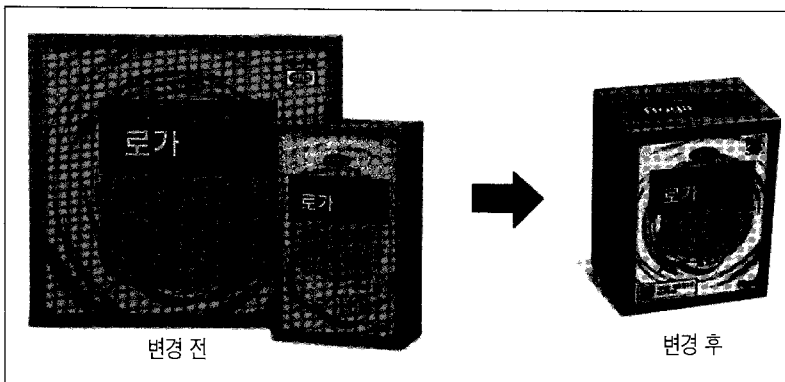
이마트가 과자 속 공기 제거에 나섰다.

이마트는 해태제과, 오리온 등 2개 제조사와 함께 포장사이즈를 줄인 일명 '착한포장' 과자를 8일부터 선보인다고 밝혔다. 이 포장지는 기존 포장보다 최대 10% 줄인 것이다.

내용물보다 포장이 지나치게 큰 과자의 경우 소비자들이 과자내용물에 대해 오인할 수 있어 소비자 신뢰도를 높이고 포장지를 줄여 환경에도 기여하기 위해서라고 회사 측은 설명했다.

이번에 선보인 상품은 해태제과 초코틴틴(76g)과 오리온 제과의 닥터유 새우라이스칩(104g) 등 2종이다.

해태 초코틴틴의 경우 기존 대비 포장상자의 가로와 세로 사이즈를 각각 5mm 축소했으며, 오리온 새우 라이스칩은 외부 포장상자 세로 3cm와 내부포장지 세로 3cm를 각각 줄였다.



◀ 한미약품 6중 판매 단위별 단일포장 도입

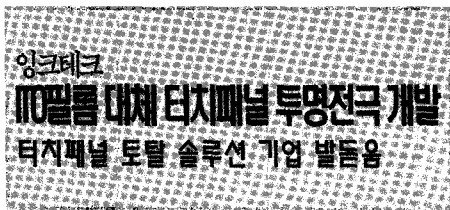
사이즈가 줄어든 착한 포장은 환경 보호 효과도 높아 해태 초코 틴틴은 17.3개당 A4 용지 한 장을 절약하는 효과로 이마트 판매량으로만 연간 8천장의 A4용지 절약 효과가 발생한다.

이마트는 단계적으로 착한포장 과자 상품 수를 확대해갈 계획이다.

최성재 이마트 가공식품담당은 “과자 포장의 경우 내용물보다 포장이 과도하게 커 일부 소비자들이 과자 내용물을 오인하는 경우가 있어 이번 착한 포장 과자를 선보이게 됐다”면서 “업계 전반에 확산될 수 있도록 상품 수를 확대하는 등 적극적으로 실천해 나갈 것”이라고 말했다.

한편 최근 인터넷에서는 ‘국내 과자류 과대 포장 고발’ UCC가 네티즌의 이목을 끌었던 적이 있다.

시중에 판매 중인 8가지 종류의 과자를 구매해 포장 상자 안에 든 비닐을 제거하고 실제 과자만 다시 상자에 담은 결과 과자는 한 눈에 봐도 포장에 비해 턱없이 부족했다. 심지어 과자량이 상자의 반의반에도 못 미치는 제품들로 네티즌의 지적을 받은 바 있다.



잉크테크(대표 정광춘)는 지난 달 16일 ‘터치패널용 은(Ag) 하이브리드 투명전극필름’ 개발에 성공했다고 밝혔다.

투명전극필름은 스마트폰, PC 등의 터치스크

린 제작에 활용되는 차세대 디스플레이용 미래소재다.

현재는 희토류인 인듐을 활용한 ITO 필름이 쓰이고 있으나 가격이 비싼데다, 주산지인 중국이 수출물량을 제한하는 등 원료확보에 어려움이 크다는 지적이다.

잉크테크는 은 와이어를 활용한 롤투롤(Roll to Roll) 코팅방식의 제품을 만들어냈다고 설명했다.

이는 ITO를 비롯한 각종 소재에 비해 성능이 우수하고, 생산비용이 크게 절감되는 장점이 있다는 평가다.

잉크테크 관계자는 “인듐의 고갈로 인해 향후 ITO 박막 생산이 불가능한 시점이 도래할 것”이라며 “은을 활용한 투명전극 필름은 전기 감응도가 뛰어나고 환경보존 효과도 크다”고 말했다.

잉크테크는 정부 주도 핵심소재개발(WPM)사업 중 ‘플렉서블(Flexible) 디스플레이용 플라스틱 기판 소재’ 개발분야의 세부 주관기업이다. 은 투명전극 필름개발을 통해 WPM 관련기술 연구에도 속도가 붙을 것으로 전망된다.

디스플레이 관련 자료에 따르면 투명전극 소재의 세계시장 규모는 2015년 약4조원으로 추산된다.

정광춘 잉크테크 대표는 “터치패널 전극용 잉크부터 에칭 페이스트 잉크, 절연 페이스트 잉크, 투명전극필름까지 터치패널 부문 전 기술을 확보했다”며 “터치패널 토탈 솔루션 기업으로 발돋움하는 동시에 디스플레이 시장에 미칠 파급력을 주목하고 있다”고 말했다.

한편 잉크테크는 투명전극필름을 비롯한 다양한 터치패널 소재들을 ‘터치패널코리아 2011’에 소개한다.

## ❁ 신제품 ❁

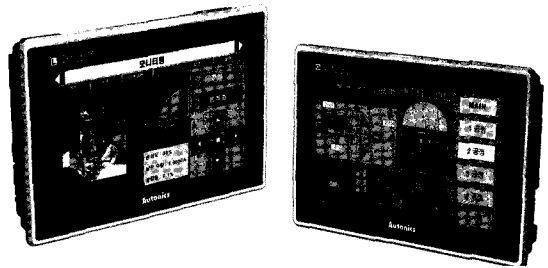
(주)오토닉스

### 로직 패널 LP-S070, 그래픽 패널 GP-S070 출시

센서제어기기 전문 기업 (주)오토닉스(대표이사 박환기)는 PLC와 그래픽 패널을 일체화시킨 로직 패널(LP)과 그래픽 터치 패널(GP)의 풀컬러 7인치 모델인 LP-S070 시리즈, GP-S070 시리즈를 새롭게 출시했다.

LP-S070 / GP-S070 시리즈는 True Color(1,677만 컬러)구현이 가능한 7인치 Wide TFT LCD 채용으로, 뛰어난 시인성과 데이터 활

용 범위 확장을 실현한다. 또한 아날로그 터치 방식으로 기존 매트릭스 터치 방식에 비해 자유로운 태그 배치가 가능하며, 데이터 로거 기능을 통한 각종 제어기기의 데이터 수집 및 백업을 지원하며, USB Host/Device 및 이더넷 등의 다양한 인터페이스 지원으로, 사용자들에게 많은 호응을 얻을 것으로 기대하고 있다.



한국야쿠르트

### 'R&B 밸런스 유산균 분말' 출시

한국야쿠르트는 분말형 유산균 제품인 'R&B(알엔비) 밸런스 유산균 분말'을 출시한다고 밝혔다. 이 제품은 과민한 대장에 초점을 맞춘 'R&B(알엔비) 밸런스'의 특허 받은 RBB 유산균을 분말형태로 만든 것이다.

한국야쿠르트는 "처음으로 분말형 기능성 유산균 제품을 내놓으며, 그동안 유산균 발효유의 형태로만 판매해오던 유산균의 제형을 다양화할 것"이라고 말했다.

회사 측에 따르면 'R&B(알엔비) 밸런스 유산균 분말'은 장트러블에 대한 맞춤형 장 케어 유산균을 스틱형의 포장에 분말로 만들어 언제 어디서나 간편하게 먹을 수 있도록 편리성을 강조했다. 칼로리도



1포당 10kal로 매우 낮아 젊은 여성들이 먹기에 좋다. 또한 유산균 발효유 알엔비 밸런스과 함께 음용하면 한층 강화된 효과를 볼 수 있다.

한국야쿠르트 관계자는 “현대인들의 서구화된 식습관과 각종 스트레스로 인해 대장 건강이 더욱 중요해지고 있다”며, “현대인의 10~15% 정도가 민감한 대장을 나타내고 있어 건강과 편의를 추구하는 시장 트렌드에 잘 부합하는 제품”이라고 말했다.



## 삼양식품

### 네모콘 출시

삼양식품이 스낵 신제품 ‘네모콘’을 출시했다. 이번 신제품은 닭강정 맛의 콘스낵이며 옥수수 맛을 살려 씹을수록 고소한 맛을 느낄 수 있다.

코팅 타입의 스낵으로 손에 묻지 않아 깔끔하고, 한입에 쏙 들어가는 크기로 간편하게 즐길 수 있다.

네모콘은 국내 유일의 닭강정 맛의 스낵으로 매콤달콤한 닭강정의 맛을 한층 더 살려 색다른 맛을 경험할 수 있다.

간식뿐만 아니라 술안주로도 잘 어울리며 누구나 즐길 수 있는 맛의 스낵이다. 네모난 스낵의 모양을 상징적으로 표현하고 기억하기 쉽도록 제품명을 네모콘으로 정했다.

또한 패키지의 매운맛을 강조한 표정의 네모캐릭터가 보는 재미를 더한다. 가격(80g)은 1,000원이다.



## 매일유업

### 순두유, 더욱 순(純)하게 패키지 리뉴얼

두유 특유의 콩 비린내를 없앤 부드럽고 가벼운 맛으로 소비자들의 꾸준한 사랑을 받아온 매일유업

'순두유'가 출시 여섯 돌을 맞아 더욱 부드러워진 패키지로 옷을 갈아입었다. 이번 패키지 리뉴얼은 '순두유 플레인', '순두유 호두&땅콩'에 이은 신제품 '순두유 검은콩' 출시와 함께 이루어진 것으로, 기존 제품보다 더 자연적이고 부드러운 느낌을 극대화한 것이 특징이다.

가장 눈에 띄는 점은 '순두유'의 '순(純)'을 강조한 새로운 로고 사용이다. '순수하고 온전하다'는 의미의 한자 '순(純)'은 자연에서 찾은 콩 본연의 부드럽고 고소한 맛을 살린 '순두유'의 장점을 강조하고 있다.

색상 사용 또한 차별화했다. 그린 계열 일색이던 기존 두유 제품들과 달리 새로워진 '순두유'는 실제 두유색에 가장 가까운 부드러운 미색을 바탕색으로 사용하고 있다. 여기에 자연의 느낌을 살린 흙색, 연갈색 글씨로 제품 설명을 넣었으며 제품 원료인 콩각지와 견과류를 일러스트로 그려넣어 '자연에서 찾은 부드러움'이라는 컨셉을 시각화했다. 특히 신제품 '순두유 검은콩' 패키지에는 절제된 블랙 컬러를 포인트로 사용해 20~30대 젊은 여성소비자 취향의 세련미를 부여했다.

이효재 매일유업 두유팀장은 '최근 젊은 층의 건강에 대한 관심 증가로 다양한 웰빙 음료들이 나오고 있는데 완전식품 '콩'으로 만든 가볍고 부드러운 맛의 '순두유'야말로 영양음료라 할 수 있다'며, '새롭게 변경된 패키지를 통해 건강과 미용에 관심이 높은 젊은 여성들이 더욱 부드러워진 '순두유'를 보다 친숙하게 느낄 수 있도록 했다'고 리뉴얼 취지를 밝혔다.

순두유는 2005년 첫 출시 후 올해 2억병 판매 돌파가 예상되는 매일유업의 대표적인 인기 제품으로 이번 패키지 리뉴얼과 신제품 '순두유 검은콩' 출시로 올 하반기 웰빙 음료 시장에서 더 큰 인기몰이에 나설 것으로 예상된다. 매일유업 순두유는 대형마트, 편의점 등에서 구입할 수 있으며 가격은 '순두유 플레인'은 1,000원, '순두유 호두&땅콩'과 '순두유 검은콩'은 1,200원선이다.



## 웅진식품

### 대두 갈아 영양살린 두유 '든든한 콩' 출시

웅진식품은 콩의 영양 손실을 제로화 한 두유 '든든한 콩'을 출시한다.

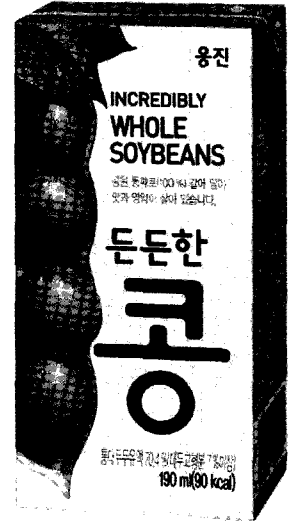
'든든한 콩'은 대두를 미세입자로 갈아 두유를 만드는 일본의 '전지대두가공기술'을 적용한 제품이다.

일반 두유는 대두를 짠 즙으로 두유를 만들며, 이 과정에서 영양소가 풍부한 찌꺼기 '콩 비지'가 발생한다.

반면 '든든한 콩'은 대두를 갈아 만들기 때문에 비지가 발생되지 않으며, 식이섬유와 이소플라본 등 풍부한 콩 비지의 영양까지 고스란히 담겨 있는 것이 특징이다. 가격은 190ml 700원이다.

회사 측은 "패널관능검사 결과 '맛 부문'에서 소비자의 긍정적인 평가를 받으며, 시판 두유 중 1위를 기록하기도 했다"며, "'든든한 콩'은 아침식사는 물론 다이어트식으로 좋다"고 전했다.

웅진식품 마케팅팀 임상옥 차장은 "무첨가 두유로 좋은 반응을 얻고 있는 '대단한 콩'에 이어, 진하고 고소한 맛을 선호하는 소비자를 위해 이번 제품을 출시하게 됐다"며, "'든든한 콩'은 콩 100%의 맛과 영양으로 고객의 건강과 입맛을 동시에 만족시키는 제품이 될 것"이라고 말했다.



## 원저

### 'W21 스페셜 에디션' 출시

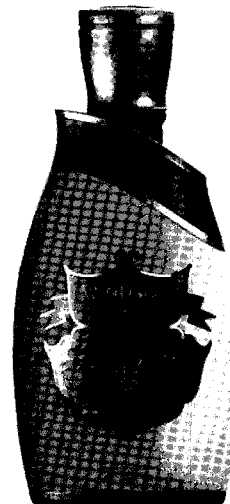
디아지오코리아의 위스키 브랜드 '원저'가 슈퍼 울트라 프리미엄급인 21년산 시장에서의 1위 도전을 선언했다.

원저는 현재 12년과 17년 시장의 No.1 브랜드 위치에 만족하지 않고 21년산 시장에서도 1위를 차지, 전 제품 라인에서 확고부동한 1위가 되기 위해 신제품 'W21 스페셜 에디션'을 출시한다고 지난 달 17일 밝혔다.

'W21 스페셜 에디션'은 화이트 컬러에 각 병마다 고유의 시리얼 넘버를 부여해 한정 제작했다.

또 세계적인 디자인 컨설팅 그룹 컨티눔(Continuum)과의 협업을 통해 디자인된 왕관 모양의 병마개와 정면 방패문양은 '원저' 브랜드만의 전통과 헤리티지를 전달하고 있으며, '원저'를 나타내는 W 로고는 '원저'의 전통적인 로고를 현대적이고 감각적으로 재해석했다.

특히 병을 감싸는 부드러운 곡선은 원저 고유의 디자인 컨셉인 '커브'를 응용해 영국 왕실이 인증한 로열 라크나가 증류소의 최고급 원액을 사용한 '원저 21년'만이 가진



특유의 부드러움을 표현했다.

이와 함께 원저는 대한민국 3040세대에게 비전의 필요성을 알리는 것과 동시에 이들이 꿈꿔 온 비전을 나누기 위한 '쉐어 더 비전' 캠페인을 진행한다.

이번 캠페인은 각자의 비전을 '원저'와 함께 나누자는 취지로 진행되는 마케팅 캠페인으로 먼저 원저는 지난 9일 이병헌 주연의 세계 최초 4D 뮤직 필름과 임재범, 부활 등 국내 최정상급의 가수들이 참여한 뮤직 앨범을 제작했다. 원저는 뮤직비디오, 극장상영, 대형 콘서트, 광고 등 다양한 채널을 통해 이를 선보일 예정이다.

김종우 디아지오코리아 사장은 "이미 '원저'는 전 세계 품질 1위 판매량 1위 브랜드인 '원저 17'을 통해 글로벌 브랜드로의 성장 가능성을 확인했다"면서 "이번 프로젝트를 통해 글로벌 브랜드로 다시 한 번 도약할 것"이라고 말했다.

한편, '원저'는 W21 스페셜 에디션 출시를 계기로 영향력 있는 소수의 멤버들에게 '원저'만의 명성을 느낄 수 있는 새로운 멤버십 서비스를 제공할 계획이다.

## 자켓

### 까페리얼 스무디 2종 출시

커피전문기업 자켓이 여름 시즌을 맞아 과일을 통째로 갈아 얼린 과일 스무디, '까페리얼 스무디 2종'을 출시했다.

까페리얼 스무디는 최적의 신선도 유지를 위해 표준화된 규격으로 엄선한 국내산 딸기를 7회 세척 과정을 거쳐 영하 18도 이하에서 보관 후 안전 냉동 시스템으로 유통해 신선한 과일 맛을 그대로 즐길 수 있는 제품이다. 특히, 과일함유량 90%에 무향료, 무보존제, 무안정제로 자연 그대로의 맛을 담았으며, 제품의 신선함을 위해 유통기한을 제조일로부터 6개월로 설정했다.

국내산 딸기에 달콤한 배가 첨가된 '스트로베리 홀릭'과 딸기와 맛과 영양이 풍부한 바나나에 오렌지가 더해진 '스트로베리 선셋' 2종으로 출시됐으며, 가격은 1,200원이다.



## 샘표

### 국산 쌀로 만든 고추장 2종 출시

샘표에서 국산 쌀을 사용한 고추장 2종을 출시했다. 이번 신제품은 '국산 태양초 쌀고추장' 과 '태양초 우리쌀 고추장' 으로, 100% 국산 쌀을 사용해 뒷맛까지 깔끔한 것이 특징이다. 특히 합성보존료, 인공색소, MSG를 첨가하지 않아 정통 고추장 고유의 매운 맛과 함께 소비자들의 건강까지 생각했다. 제품 구입은 대형마트나 샘표 온라인 쇼핑몰 (shop.sempio.com)에서 할 수 있다. 가격은 500g기준으로 국산 태양초 쌀고추장이 7천450원, 태양초 우리쌀 고추장이 5천950원이다.



## 사조대림

### 채소 넣은 어묵 3종 출시

사조대림(사장 이인우)은 국내산 마늘, 브로콜리, 우영을 넣은 어묵 3종을 출시했다.

사조대림이 이번에 출시한 제품은 '100% 국내산 마늘을 넣어 만든 어묵, 100% 국내산 브로콜리를 넣어 만든 어묵, 100% 국내산 우영을 넣어 만든 어묵' 3종이다. 고급 어묵에 각각 마늘 6.73%, 브로콜리 8.47%, 우영 7.45%의 신선하고 깨끗한 국내산 채소를 넣은 프리미엄 어묵 제품이다. 특히 이 제품은 따로 양념을 하거나 조리를 할 필요가



없으며, 그대로 먹거나 간편하게 데우기만 하면 바로 먹을 수 있는 것이 특징이다. 또한 식품첨가물 무첨가 제품을 선호하는 소비자층을 겨냥해 감칠맛을 내기 위해 사용되는 합성보존료를 일체 첨가하지 않았다.

대표적 서민 먹거리로 오랫동안 자리잡아온 어묵은 최근 여러 종류의 어묵 제품이 출시되면서 소비자들의

다양한 취향을 충족시켜 주고 있다. 이번에 출시되는 사조대림의 100% 국내산 채소를 넣은 어묵 3종은 간편하게 먹을 수 있는 어묵의 장점을 살리면서 고급어육으로 만들어 건강을 추구하는 소비자들의 건강 지향 트렌드를 적극 반영했다.

사조그룹 어묵마케팅 담당자는 “국내산 야채원료를 어묵에 사용하고 무보존료 제품의 확대하는 등의 어묵의 이미지를 계속적으로 개선해 나가고 있다”며 “경남 양산에 위치한 어묵공장의 인수를 통해 어묵 부문의 리딩브랜드의 입지를 굳건히 하고 있다”고 밝혔다.

## 하이트맥주

### 스페셜캔 출시

스포츠메이트 하이트맥주가 지난 달 17일 프로야구 5개 구단과 함께 디자인한 '하이트 프로야구 스페셜캔'을 선보였다. 이번 스페셜캔 제품을 위해 하이트맥주와 손잡은 프로야구단은 넥센 히어로즈, 롯데 자이언츠, SK 와이번스, LG 트윈스, 한화 이글스이다.



하이트 프로야구 스페셜캔은 5개 구단의 로고를 활용한 총 다섯 종류의 디자인으로 출시됐다. 디자인은 355ml 캔 패키지 중앙에 각 구단 별 로고를 크게 삽입해 소비자들이 각자 응원하는 구단의 패키지를 쉽게 선택할 수 있게 한 것이 특징이다. 또한 제품 상단에는 하이트맥주의 로고와 깨끗함을 상징하는 슬로건인 '클린 앤 퓨어(Clean & Pure)!'를 배치해 하이트 브랜드 특유의 시원하고 깨끗한 느낌을 살렸다.

하이트 프로야구 스페셜캔의 각 구단별 맥주는 해당 구단의 홈 경기장 등에서 구입 가능하다.

하이트맥주는 이번 스페셜캔 제품 출시에 앞서 2011 프로야구 시즌 개막부터 '스포츠메이트 하이트'라는 슬로건 아래 프로야구 6개 구단(넥센 히어로즈, 롯데 자이언츠, 삼성 라이온즈, SK 와이번스, LG 트윈스, 한화 이글스)과 공동 프로모션을 진행해오고 있다.

하이트맥주 마케팅실 신은주 상무는 “이번 프로야구 스페셜캔 출시는 하이트맥주가 지속적으로 진행해온 스포츠마케팅의 일환으로 소비자들이 야구 경기를 관람할 때 좋아하는 구단의 맥주를 마시면서 응원하는 즐거움을 누리게 하자는 취지에서 기획되었다”며, “하이트맥주는 앞으로도 스포츠와 함께 즐기는 깨끗한 맥주 '스포츠메이트 하이트'의 이미지 강화를 위해 차별화된 마케팅 활동을 지속적으로 시행할 계획”이라고 밝혔다.