

일본 모리카와健康堂 모리카와 사장의

로얄제리와의 만남, 일본 로얄제리공정경쟁 규약

日本の 전국로얄제리공정거래협의회 부회장 모리카와 도시오(森川 俊雄)

1549년 프란시스코 자비에르(포르투갈인)가 가고시마(鹿島)에서 기독교를 전래할 당시 꿀벌, 닭, 염소 등의 가축을 들여왔으며, 저의 선조는 그때 유럽종 꿀벌을 분양받은 이래 양봉업을 해오고 있습니다. 저의 아버지(모리카와 야스라-森川 保羅)도 양봉업을 하던 중 독일의 논문을 읽고 처음으로 로얄제리에 관해 알게된 이래 깊은 관심을 가졌던 듯합니다.

그당시 로얄제리는 로마교황 피오12세에 의해 기사회생의 묘약으로 주목을 받고 있었기 때문에 유럽에서는 생로얄젤리 1g이 엔화로 환산하여 5만엔 이라고 하는 고가의 귀중품으로 취급됨으로써 고가품의 꽃이었습니다. 이러한 시대 속에서 저의 선친은 로얄제리의 대량생산에 대한 연구를 거듭한 결과 1954년에 수십마리의 여왕벌 양성법을 개발하여 로얄제리 양산이 가능해지게 됨으로써 구마모토현(熊本縣) 내의 양봉업자들에게 기술지도를 본격적으로 하게되었습니다(편집자註 ; 이노우에단지-井上丹治 씨도 여기서 전수받은 것으로 확인됨). 그러나 당시에는 전기냉장고가 보급되지 않아 장기보존을 할 수 없었을 뿐만



알고보니 모리카와 도시오 사장은 그의 조부로부터 3대에 걸쳐 양봉의 가업을 전승한 일본 양봉업계의 대가였다. 그는 세계를 무대로 양봉산물의 건강식품 전문회사의 '모리카와'라는 브랜드를 심는데 온 정열을 쏟고 있다.

아니라 로얄제리가 일반사회에 알려져 있지 않았기 때문에 사업경영은 극심한 곤란을 겪고 사실상 실패나 다름없는 지경이었습니다.

이를 타파하기 위한 방법, 즉 로얄제리 품질유지와 보관과 휴대의 편리성이 필요하였기에 저희 선친께서는 이를 위해서는 어떤 방법이 있는지를 다방면으로 연구한 결과 1958년에 드디어 로얄제리의 분말화에 성공, 이를 캡슐에 넣은 제품을 판매하기 시작하였습니다.

1966년에 저는 아버지가 경영하는 사업에 본격적으로 참가하여 로얄제리 보급활동에 전념하게 되었습니다만, 이와 같은 환경하에서 저에게는 로얄제리와의 만남은 선조의 뒤를 이은 숙명적인 것이었습니다. 1971년에는 일본 후생성 약무국장 통고에 따라 무승인 무허가 의약품 단속시에는 정제(錠劑) 제품이 이에 해당된다고 하여 저희 캡슐제품이 단속대상이 되기도 했습니다. 이 문제는 저희에게는 사활이 걸린 문제였기 때문에 즉시 후생성에 대해 로얄제리의 품질안정성 캡슐화의 필요성을 강조한 결과 드디어

양해승인을 얻을 수 있었고, 이 때문에 전국적으로 로얄제리 보급활동은 본격적으로 전개할 수 있게되었습니다. 이와 같은 경과를 거쳐 후생성에 의해 로얄제리는 ‘캡슐제’ 등의 사용특례’ 조건에 합치하는 것으로서 그 사용이 인정을 받게 되었습니다. 바로 이 점이 제가 일본 양봉업계에 작으나마 공헌했다고 자부하고 있습니다.

1972-3년경부터 일반 소비자들의 건강지향의식이 급속하게 높아짐에 따라 각종 건강식품, 그 중에서도 왕자라고 불리는 로얄제리에 대한 급격한 붐이 도래하였습니다. 이에 편승해서 약덕업자들에 의한 극히 미량의 로얄제리가 함유된 정제품 또는 전혀 로얄제리가 함유되지 않은 가짜 제품이 시장에 나돌게 되었습니다. 이래서는 로얄제리에 대한 신뢰를 잃게 되고 성실한 사업자에게 미칠 영향도 무시할 수 없을 뿐만 아니라 건전한 업계의 발전은 물론 일반 소비자의 건강생활의 향상을 저해하게 된다는 점도 우려하기에 이르렀습니다.

당시 벌꿀에 대해서는 이미 공정경쟁규약이 설정되어 있어 가짜꿀 추방 등에 큰 성과를 거두고 있었기 때문에 ‘일본 로얄제리공정거래협의회’에서도 벌꿀과 같이 로얄제리공정경쟁규약을 설정해야 한다는 기운이 높아져 규약(案) 초안에 착수하였으며, 이를 추진하기 위해 저는 본 협의회 발기인으로 참가하여 전면적인 노력을 기울여왔습니다.

공정경쟁규약 설정에 있어서 중요한 것은 품질확보를 위한 ‘성분기준’의 책정이었습니다. 그 중에서도 품질판정에 불가결한 항목으로서 ‘데센산’을 채택하기에 이르기까지는 당초에 예정했던 ‘노나디카노에이트 상당량’의 채택여부를 비롯하여 항생물질 유사성에 의한 잘못된 검사결과를 배제하기 위한 시험법의 연구와 사용 부원재료의 종류별 시작품(試作品)에 의한 실험, 경시(經時) 변화의 측정 등 각종 현안사항에 대해 (재)일본식품분석센터

의 특별 협력하에 연구와 검토를 거듭해 왔기 때문에 이에 종사해 온 관계자 여러분의 희생적인 노력과 노고가 새삼스럽게 떠올라 실로 감개무량함을 감출 수 없습니다.

그후 공정거래위원회의 지도와 배려에 의해 수차에 걸친 표시 연락회가 개최되는 등 소정의 수속을 거쳐 1979년에 드디어 공정경쟁규약이 설정됨으로써 엄정한 분석검사와 공정경쟁규약의 준수를 통하여 로얄제리에 대한 사회적 신뢰가 높아져 제품의 수요 증대를 창출함과 아울러 공정마크의 발행에 의해 일반 소비자의 상품 선택에 기여해 온 업적은 실로 현저한 것이었습니다. 또한 1987년에는 이들 업적의 공익성이 인정되어 사단법인으로 발족하여 벌써 10주년을 맞이하는 등 더 한층의 발전이 기대되고 있습니다.

앞으로도 로얄제리의 효용이 널리 인식되어 인류의 건강생활 향상에 더욱 기여해 나갈 것을 확신하고 있습니다만, 저에게 있어서 로얄제리 보급활동은 조상으로부터 물려받은 직책이라고 생각하며, 아울러 협의회 회원으로서 미력이나마 소비자보호와 양봉업계의 가일층 발전에 공헌해 나가고자 합니다.

‘모리카와 토시오’ 그는 누구인가?

할아버지가 한국서 선교활동 한 것이 깊은 인연되어 ...

지난 4월6일부터 9일까지 열렸던 「'98서울 국제식품기술전」에 일본의 한 건강식품 전문회사가 참가했다. 회사 이름은 ‘모리카와건강당(森川健康堂)’사. 주 아이템은 로얄제리와 프로폴리스를 주원료로 한 건강보조식품들이었다. 국내외 400여개사가 참가한 ‘서울국제식품기술전’에서 이 회사는 국내 소비자들에겐 알려지지 않은 이름이었으나 일본 양봉업계선 로얄제리와 프로폴리스 가공식품 전문회사로 명성이 높다.

그것은 모리카와 사장 집안의 오랜 양봉역사와 품질에 관한 한 최상을 유지하겠다는 의고집 때문일 것이다. 모리카 사장의 말에 의하면 ‘모리카’ 집안이 양봉을 시작하게 된 유래는 1599년으로 거슬러 올라간다. 그 당시 프랑스 선교사들이 일본에 복음을 전파하려고 상륙했는데 모리카와의 할아버지께서 그들로부터 개량종 꿀벌(유럽벌)을 분양받아 키우기 시작했다고 한다. 그는 “저희 할아버지께서 한국에 선교사로 파견되서 상당기간동안 활동하셨더랬습니다. 충북 괴산에서 였지요. 덕분에 저희 부모님께서도 할아버지를 따라 한국에 오랜기간 동안 생활했습니다. 그래서 우리 집안은 한국인들과 친척이상으로 친하게 지냈고 일본으로 돌아간 이후로도 틈이 나실 때마다 한국의 지인을 찾아 뵙곤 하셨지요”라고 말했다. 그런 인연이어서 인진 몰라도 그는 한국에 진출하려는 열정은 사뭇 남다른 데가 있다. 모리카와사는 3년 전 ‘한국모리카와건강당(주)’ 현지법인을 세우고, 처음엔 일본서 만든 완제품을 가져와 백화점에서 시판했지만 지금은 중간 가공원료를 들여와 직접 생산판매하는 체제로 바뀌어 광주시 가보농산(대표 김희성)과 협력관계를 맺고 있다. 판매방식도 백화점에만 공급하던 것에서 탈피해 일반회사에도 납품하는 것으로 바꾸고, 얼마 전엔 한 국내 다단계회사와 손잡기도 했다.

현재 한국에서 생산, 판매하고 있는 제품은 ‘네오프로폴리스’와 ‘로얄제리골드 750’ 화분제품인 ‘폴렌 킴’ 등. 네오 프로폴리스의 경우 알코올 성분을 제거시킨 농축엑기스 프로폴리스에 소맥배아유, 비타민E 등을 첨가하여 먹기 쉬운 소프트캡슐로 제품화 했으며, 로얄제리골드 750은 상온에서 변질되기 쉬워 보존이 어려운 로얄제리에 맥주효모 영양소를 강화시키고 품질이 저하되지 않도록 프로폴리스를 첨가하여 산화를 방지했다는 특징을 밝힌다. 그는 “아직까지는 홍보가 되지 않아 널리 알려지

지 않았지만 이번 서울국제식품기술전에 온 많은 방문객들의 반응이 상당히 좋아서 앞으로의 판매에 기대를 걸고 있습니다. 판매망을 다양하게 하고, 홍보도 적극적으로 할 계획입니다”라며 한국시장에 대한 강한 확신을 내비쳤다.

그는 현재 320개의 회원사가 가입돼 있는 ‘일본 로얄제리공정거래협의회’의 부회장직을 15년째 맡고 있다. “어떤 제품이든 마찬가지로 저는 무엇보다 품질을 최우선으로 합니다. 최상의 제품을 위해서는 원료인 상태부터 소비자의 손에 들어가는 순간까지 전과정을 거치는 모든 손길에 정성이 깃들여야 한다고 생각합니다. 같은 재료로 만든 음식도 손맛과 정성에 따라 맛이 다르듯 말입니다”

현재 일본 모리카와사에서 생산하고 있는 제품은 45종 정도. 모두 순수한 로얄제리와 프로폴리스 등을 주원료로 한 제품들이다. 모리카와 토시오(51) 사장은 선친 대대로 이어져 내려온 가업양봉을 전수받아 한층 더 뛰어난 제품개발로 상품을 생산하고 세계를 무대로 판매에 나서고 있는 중이라고 밝힌다. 한국의 모리카와사 현지법인을 세운 것 말고도 대만, 미국, 브라질, 중국 등지에도 ‘모리카와’라는 이름으로 제품을 판매중인 모리카와사의 97년도 매출액은 20억엔. 공장출하가격 만으로만 잡은 것인데 한화로 치면 매달 10억원의 제품이 판매되고 있다고 한다. 이중 95%가 백화점을 통해 유통되고 있고 나머지 5%는 대리점과 OEM방식을 통해 유통되고 있다.

이처럼 양봉산물을 이용한 건강보조식품으로 최고를 자부하는 모리카와건강당(주)의 모리카와 사장의 가문 3대에 걸쳐 가업전승 과정에서 눈에 띄는 것은 그의 선대까지는 양봉을 입식하고, 로얄제리 생산법을 개발한데 이어 모리카와 사장 대에 와서는 양봉산물의 건강식품화한 제품개발로 그로벌 경영에 나서고 있는 발전단계가 이채롭다.