

# NET WORK



## 협회·회원사

(주)지엠피 KIPES 2006 참가  
(주)지엠피 김양평 회장 인쇄문화대상 수상



## 정책기관

인천시 배추 포장유통 시범사업 실시  
산업자원부 국가표준·인증제도 혁신 실무작업반 출범  
산업자원부 산업디자인·포장기술개발사업 시행  
환경부 자원순환정책 강화 제도적 기반 마련  
환경부 친환경상품 카탈로그 발간



## 유관단체

대한인쇄정보기술협회 제1회 대한민국 인쇄산업대상 시상식  
서울인쇄정보산업협동조합 서울인쇄대상 및 문화축제 열려  
한국골판지포장공업협동조합 고령지무의 골판지상자 포장화 정착  
한국이앤엑스 KIPES 2006 개최



## 업계동정

라인메세(주) drupa 2008 신청 접수  
CDU 미국에 포장디자인 수출  
(주)크로바케미칼 강선중 회장 중기명예의 전당 헌정  
(주)아모레퍼시픽 듀폰 어워드 수상



(주)지엠피  
**KIPES 2006 참가**  
PIONEER-5000BC 등 출품

(주)지엠피(대표이사 김양평)가 이번달 6일부터 10일까지 5일간 경기도 고양시 킨텍스전시장(KINTEX)에서 개최되는 KIPES 2006에 PIONEER-5000BC 등을 출품한다.

지엠피는 이번 전시회에 PIONEER-5000BC를 비롯해 PIONEER-7000BC, PIONEER-8000BC, PIONEER-8000Dual, PIONEER-11000BC, AUTOEXCEL Line, AUTO EXCEL-R800 등을 출품한다.

PIONEER-5000BC는 디지털 주문형 인쇄시스템을 위한 라미네이팅 시스템으로 모든 종류의 디지털 인쇄시스템(On-demand)에 최상의 라미네이팅 솔루션을 제공한다.

PIONEER-7000BC는 디지털 프린트 On-demand 제본 및 소량 다품종 Off-set 프린트 라미네이팅용이며 PIONEER-8000BC는 고속 Off-Set 프린트 즉석 라미네이팅용이다.

PIONEER-8000Dual는 고속 Off-Set 프린트 즉석 유광 및 엠보싱 2중 롤러 동시 라미네이팅용이며 PIONEER-11000BC는 고속 출판, 쇼핑백, 대형포스터 및 박스 라미네이팅용이다.

(주)지엠피  
**김양평 회장 인쇄문화대상 수상 확정**  
인쇄산업 분야 기술증진 기여

(주)지엠피(대표이사 김양평) 김양평 회장이 인쇄문화협회(회장 홍우동)에서 주관하는 2006년 인쇄문화 대상 기술부문에 선정, 이번 달 14일 '인쇄문화의 날' 기념식에서 시상을 받을 예



◀ (주)지엠피가 KIPES 2006에 출품하는 PIONEER7000BC

## 정책기관

정이다.

금번 수상자는 기술부문에 당사 대표이사 김양평 회장을 포함, 경영부분 신우프레스 조광운 대표이사, 특별부문 청주대학교 박문열 교수, 진흥부분 한국하이텔베르그(주) 김범식 대표이사가 선정됐다.

지엠피는 세계시장을 선도하고 있는 라미네이팅 산업분야의 혁신적이며 기술개발을 바탕으로 라미네이팅기기 및 필름을 개발함으로써 인쇄관련 분야의 기술증진에 기여한 공로로 이번 수상에 선정된 계기가 됐다.

경상북도  
**GAP인증 활발**  
7백40 농가 GAP사업 참여

경북지역 농가들의 우수 농산물 관리제도(GAP) 사업 참여가 활발한 것으로 나타났다.

GAP(Good Agricultural Practice)는 농산물을 종자부터 재배, 수확, 포장, 유통까지 모든 단계에 걸쳐 농약, 중금속, 미생물 등 위해요소 관리과정을 거친 우수 농산물에 부여하는 국제 인증이다.

경북농협에 따르면 도내에는 현재 7백40여농가가 GAP 사업에 참여 중이며 이 가운데 11개 작목반의 3백여 농가가 포도, 감자, 사과, 참외, 자두 등의 품목에서 GAP 인증을 획득했다. 이는 전국에서 GAP 인증을 획득한 5백50여 농가의 54.6%를 차지하는 것이다.

나머지 농가도 올해 안에 GAP 인증을 받을 것

으로 전망된다고 경북농협 관계자는 설명했다.

GAP 인증제 도입에 따른 고품질 농산물 생산이 농가 소득향상에 큰 도움을 주는 것으로 조사됐다. 실제로 지난 6월 전국 처음으로 GAP 인증을 받은 김천 어모농협의 거봉포도는 농협 양재유통센터에서 GAP 인증을 획득하기 전에 비해 10%가량 비싼 값에 팔리고 있다.

인천시  
**배추 포장유통 시범사업 실시**  
농산물표준규격 적용 포장재 선택 사용

인천시는 농산물도매시장에서 발생하는 쓰레기 발생을 억제하고 악취문제를 근원적으로 해소, 소비자 도시환경을 개선하고자 남부권의 구월 도매시장과 북부권의 삼산 도매시장을 대상으로 배추 포장유통 시범사업을 실시한다.

포장유통 시범사업은 포장하지 않은 배추의 도매시장 반입을 금지하는 것으로 배추, 무가 두곳의 공영도매시장에서 연간 8만2천톤이 거래되고 있으며, 청과물 총 거래량의 20.2%를 차지하고 있으나 포장이 미진한 실정이다.

인천시는 9월1일부터 10월 31일까지를 시범기간으로 정하고, 이 기간동안 평가 및 보완 등을 거쳐 11월에 2007년 본 사업 추진을 위한 시행방안을 농림부와 협의 최종 확정해, 2007년 1월 1일부터 배추, 무를 포장출하 할 계획이다.

이번 시범사업은 포장화율이 가장 낮은 배추에 한정해, 인천 구월 및 삼산 공영도매시장을 포함, 수도권 8개 공영도매시장을 대상으로 실시하게

된다.

포장형태는 산지 수확작업시 도매시장에서 다듬지 않고 판매가 가능하도록 포장하되, 출하자가 농산물표준규격이 적용된 적정 포장재를 선택하여 사용토록 했다.

산지에서 포장출하 비용지원은 현행 지원금 수준을 유지하되 포장재 가격이 상대적으로 높은 골판지상자의 지원단가는 상향조정, 출하자의 부담을 완화했다.

시는 앞으로 배추, 무의 포장유통이 정착되면, 생산농가의 상품성 향상, 정량거래에 의한 부가가치 창출과 농산물 도매시장에서 매일 70톤(야채쓰레기43톤/일)씩 발생하고 있는 농산물쓰레기가 50~70%까지 줄어들어 도매시장 주변 악취문제가 해소될 것으로 기대하고 있다.

산업자원부  
**국가표준·인증제도 혁신 출범**  
 인증제도 통합, 정비

산업자원부(장관 정세균)은 지난 달 18일 정세균 장관, 한국식품연구원장 등이 참석한 가운데, 산업자원부 기술표준원에서 “국가표준·인증제도 혁신 실무작업반” 출범식을 가졌다.

기술표준원에 설치된 실무작업반은 산자부·정통부 등 정부부처와 산하 9개 기관으로 구성된, 최초의 범정부적인 실무조직이다.

국가표준·인증제도 선진화 사업에는 향후 5년간 1천1백여억원의 예산을 투입, 인증제도 통합·정비, 인증인프라 구축, 인증기준 관리체계 확립

등을 추진할 계획이다.

그간 중복·난립된 인증제도(80개 법정인증 및 60개 민간인증 등 총 1백40개)로 인해 소비자와 기업의 불편이 가중되어 왔으나, 국가표준·인증제도 혁신이 완료되면, 연간 7천9백억원의 인증취득 비용이 절감되고, 국민생활의 안전 확보에 큰 밑거름이 될 것으로 기대된다.

지금까지는 수많은 인증제도로 인해, 소비자는 인증마크에 대해 혼란을 느끼고, 기업은 인증취득에 대해 부담을 가졌었다.

90년대 ISO 9000 출현 이후, 우리나라 인증제도는 “인증산업”이라고 불릴 정도로 거대화돼 산자부·환경부 등 14개 정부부처에서 80개의 법정인증을, 민간에서는 60여개의 민간인증을 운영 중이며, 국내 인증시장규모는 2.2조원, 인증을 받은 업체는 20만개에 달하고 있다. 그러나, 인증제도를 체계적으로 관리할 국가 인증관리 종합시스템이 마련되어 있지 않아, 인증제도간 중복·상충되는 문제점이 발생했다.

이로 인해 기업의 인증 취득 시 소요되는 시간과 비용이 증가할 뿐만 아니라, 인증에 대한 소비자의 신뢰가 약화되는 실정이다. 또한, 국내 시험·인증기관의 시험·분석 역량 부족과 심사원 자격미달 등으로 인해 국내 인증의 국제적 신뢰성확보가 미흡하다.

이런 문제점을 해결하고자, 국가표준심의회('06.5.18, 위원장 : 국무총리)에서 “국가표준·인증제도 혁신 추진계획”을 확정하고, 그 세부과제를 추진하기 위한 실무작업반 설치하게 된 것이다.

실무작업반에서는 인증제도의 통합·정비 및 인증 인프라 구축, 국가표준과 기술기준의 연계강화, 각 부처의 표준·인증관련 법령 제·개정 등을 추

## 정책기관

진할 계획이다.

법정인증제도는 '1품목 1인증'을 도입하여 One-Stop 인증을 실시하고(EU의 CE 모듈방식), 국가 대표인증 마크(National Mark)를 개발·도입하여 소비자 신뢰를 확보해 나갈 예정이다.

인증 인프라 구축에 있어서도 선진 교육프로그램 운영 및 시험·검사 역량 확충 등 인력·설비의 국제적 신뢰성을 확보하여 우리 인증의 대외 공신력을 강화할 계획이다.

또한, 단일 번호부여체계를 도입하여 국가표준(KS 등 2만여종)과 기술기준(19개 부처 1만6천여종)간의 중복을 근본적으로 해소함은 물론, "국가표준기본법"을 개정하거나, "국가 적합성평가제도 운영에 관한 특별법"(가칭) 제정하여, 인증혁신의 법적 근거를 마련하고, 각 부처 관련 법령(19개 부처 86개 법령)을 정비할 계획이다.

국가표준·인증제도 혁신이 완료되는 2010년에는 인증기준 및 절차의 단순화·단일화를 통해, 기업이 인증취득 시 소요되는 기간이 현재의 1/3로 단축되고, 연간 7천9백억원의 비용이 절감됨은 물론, 인증의 신뢰성이 확보되어 안전한 국민생활 환경 조성에 기여할 것으로 기대되고 있다.

산업자원부  
**산업디자인·포장기술개발사업 시행**  
 포장기술홈닥터 통해 제품 경쟁력 제고

산업자원부(장관 정세균)가 2006년도 산업디자인·포장기술개발사업 시행계획을 공고했다.

이번 사업은 세계일류상품디자인·브랜드 개발

사업, 디자인기반기술개발사업, 디자인소재·표면처리기술개발사업, 포장기술홈닥터사업으로 구성된다.

포장기술홈닥터사업은 포장기술컨설턴트를 활용한 중소기업 및 단체의 포장기술 컨설팅 지원으로 기업 및 제품의 경쟁력을 제고하는데 목적이 있다.

지원대상은 중소기업기본법 제2조의 규정에 의한 중소기업 혹은 포장기술개발이 필요한 농·수·축산·임업 단체 및 기업이다.

지원 분야는 △ 포장설계 및 물류의 합리화 △ 포장 표준화 (포장 소재·치수·강도·기법 등) △ 포장공정의 자동화 및 시스템 개선 등 합리화 △ 포장재 재활용, 포장폐기물 감량화 등 △ 친환경 및 무역규제 대응을 위한 포장기술의 지도 등이다.

지원분야에 대한 진단 또는 진단·지도의 컨설팅을 지원하며 진단비용의 전액을 지급하고 : 지도비용의 3/4이내에서 업체당 7백만원까지 지원이 가능하다.

포장기술컨설턴트의 자격은 △ 대학 및 전문대학 포장관련학과 전임강사 이상으로서 3년이상 재직한 자 △ 포장기술사 및 기술지도사 자격 소지자 △ 포장 관련 국공립연구기관, 공공연구기관 또는 기업부설연구소의 선임급 이상 연구원으로서 3년 이상 재직한 자 △ 학사이상 또는 포장관련 전문학사 소지자로서 기업 및 포장 관련단체에서 7년 이상(포장관련 학사는 5년이상) 포장기술 업무 경력자 △ 컨설팅 관련 산업 종사자로서 5년 이상 포장기술지도업무 경력자이다.

지원규모는 5백백만원이며 사업기간은 1년 이내이다.

문의 및 접수는 한국디자인진흥원(주소 : 경기도 성남시 분당구 야탑1동 344-1(우 463-954))으로 하면 된다.

환경부  
**자원순환정책 강화 제도적 기반 마련**  
**폐기물 전처리시설의 설치·운영 반영**

그 동안 발생된 폐기물의 안전한 처리와 단순 재활용에 중점을 두던 폐기물관리정책이 폐기물의 발생억제와 자원의 순환이용을 확대하는 방향으로 전환될 전망이다.

환경부(장관 이치범)는 법률 전반에 걸쳐 자원 순환의 개념과 원칙을 반영·강화하고, 순환자원을 이용한 에너지회수시설의 설치·운영과 MBT와 같은 폐기물 전처리시설 설치 근거 등을 새롭게 규정하는 등 자원순환정책을 추진하기 위한 제도적 기반을 강화한 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률 일부 개정법률안」을 지난 달 3일 입법예고했다.

법률안의 주요 개정내용은 에너지회수시설의 에너지 회수 기준 마련, 동 시설로부터 회수된 에너지의 공급체계 및 수요개발 지원, 에너지회수 시설에 투입되는 폐기물의 성상 및 에너지회수 효율 확인·조사 등을 위한 근거 규정을 법률안에 반영함으로써 가연성 폐기물을 에너지원으로 활용할 수 있도록 하는 제도적 기반을 강화하는 것으로 이뤄져 있다.

또한 폐기물의 순환이용을 촉진하기 위한 전처리시설을 설치·운영할 수 있는 근거규정을 반영

함으로써 내년부터 시범사업을 추진할 예정인 MBT(Mechanical Biological Treatment) 설치 사업에 대한 법적인 근거를 마련하는데 주력할 예정이다.

그리고 제품의 제조자 등이 제품의 제조단계에서부터 제품이 폐기물이 되는 것을 억제하고 재활용이 용이하도록 하기 위한 재질·구조, 부피·중량, 유해성 등에 관하여 평가하도록 하는 제품의 자원순환성 평가제도를 도입하고 도시개발 등 대통령령이 정하는 개발사업을 시행하는 자는 환경부장관이 정하는 지침에 따라 사업 시행 이전에 자원순환이 쉬운 구조와 자재의 선택, 순환자원의 사용, 발생한 폐기물의 재활용 등에 관한 사항을 고려하여 사업을 시행하도록 한다.

폐기물의 발생·재활용 및 처리 등의 흐름을 분석하고 이를 관리하기 위한 기준 및 지표를 설정·운영하고 이에 따른 순환이용의 성과를 평가하여 자원순환시책에 반영토록 규정하고 자원순환을 촉진하기 위하여 해외 조사·연구, 인력·정보의 국제 교류, 재활용산업의 해외시장 개척 등을 추진할 수 있도록 한다. 그 밖에 자원순환의 기본원칙, 자원순환사회 형성을 위한 국가·자치단체·사업자 등 각 주체별 책무 등을 명시하는 등 자원순환을 촉진하기 위한 다양한 규정을 반영하는 것으로 내용을 구성했다.

이미 일부 선진국에서는 자원순환형 폐기물관리체계로 전환하기 위하여 법적, 제도적 체계를 구축하고 있는 것으로 알려져 있다.

금번 법률(안)은 자원순환사회의 조기구축을 위하여 “자원순환에 관한 법률”의 입법필요성을 사회단체 및 관계전문가 등이 지속적으로 제기함

## 정책기관

에 따라 2003년부터 연구용역과 전문가 포럼 등을 거쳐 마련됐으며 앞으로 입법예고 기간 중 유관단체 및 이해관계자 등의 의견을 수렴하여 규제개혁위원회 및 법제처의 심사절차 등을 거쳐 확정되면 2008년부터 시행할 예정이다.

환경부

### 친환경상품 카탈로그 발간

친환경상품 의무구매대상 공공기관 배포

환경부(장관 이치범)는 공공기관 구매담당자에게 친환경상품에 대한 다양한 정보제공을 위해 친환경상품 카탈로그를 발간, 각급 공공기관에 배포했다.



▲ 환경부 친환경상품 카탈로그 발간

7백9개 의무구매대상 공공기관에 배포된 친환경상품 카탈로그는 환경마크제품 8천5백여 품목, 우수재활용 인증제품 5백여 품목의 정보를 담고 있다

이번 카탈로그 발간은 공공기관 구매확산은 물론, 대 국민 구매활성화에도 기여하고 나아가 환경정책 기반을 수립하는데 이바지 할 것으로 보인다

최근 친환경상품의 구매소비가 증가추세를 보이고 있을 뿐만 아니라, 정부 시설공사에서도 친환경 건축자재 사용이 날로 급증하고 있다

이번 친환경상품 카탈로그 발간은 공공기관 등 친환경상품을 구매하고자 하는 자가 손쉽게 친환경상품에 대한 정보를 얻을 수 있도록 명실상부한 친환경상품 전문 정보지로서의 역할을 할 것으로 기대하고 있다

한편, 환경부는 이번 카탈로그 발간 외에도 친환경상품을 이용하는 모든 이용자에게 필요한 고급화된 친환경상품 정보를 현재 개편중인 친환경상품 통합정보시스템구축을 통해 제공할 방침이라고 밝혔다.

식약청

### 용기포장안전연구회 발족 운영

최신 이행물질 분석 방법 등 연구

식품의약품안전청 용기포장팀은 국내 식품용 용기포장 안전성에 대한 연구 인프라 구축을 위해 “용기포장안전연구회”를 지난 6월에 발족, 현재 운영중에 있다고 밝혔다.

“용기포장안전연구회”는 현재 식약청, 분석기관 및 학계 용기포장 전문가 등으로 구성된 49명의 회원이 정식으로 등록하여 활동하고 있으며, 향후 해외용기포장 관리제도, 최신 이행물질 분석방법, 신소재 개발동향 등 용기포장 전반에 대한 주제로 온라인 정보공유, 세미나 등을 개최할 예정이다.

이로써 각계에서 수집, 연구된 전문적인 용기포장 정보를 상호 교류할 수 있는 장이 마련됨에 따라, 향후 국내 용기포장 안전관리에 크게 기여할 것으로 기대된다.

“용기포장안전연구회”는 회원의 자율적 참여로 이뤄지며, 식약청 공인분석기관 및 학계(고분자, 재료공학, 포장학 등 전공) 용기포장 전문가는 상시 회원가입이 가능하다.

농림부  
**「쇠고기 이력 추적시스템」 참여 확대**  
 한우람 등 6개 브랜드 추가선정

농림부(장관 박홍수)는 2004년 10월 도입, 실시 중인 「쇠고기 이력 추적시스템」 사업에 브랜드경영체 6곳을 추가로 선정했다고 발표했다.

금번 추가선정은 이력추적 가능 소 개체수를 확대, 동사업에 대한 소비자 인지도를 높이고, 이를 통해 안전한 식육공급량을 확대하여 최근 학교급식 문제 등으로 야기된 소비자 불안심리를 어느 정도 해소할 것으로 기대된다.

위생 및 안전성이 우수한 6개 브랜드는 시·도로부터 추천을 받아 현지실사, 관련 위원회의 심의를 거쳐 최종 확정했으며 한우람(한우람연합),

이천한우맛드림(이천축협), 양주골한우(양주축협), 하이록한우(하이록한우연합사업단), 진설한우공동브랜드(남원순정축협), 영주한우(영주축협)가 추가 선정됐다.

이들 경영체에서는 오는 9월부터 전산등록 등 사육단계 이력관리 착수, 11월부터는 도축·가공 등 유통단계 착수를 통해 소비자에게 쇠고기 이력에 대한 정보를 제공할 예정이다.

「쇠고기 이력추적시스템」 사업은 시범실시를 통해 각종 문제점을 발굴·개선해 전면시행에 효과적으로 대비코자 단계적으로 확대 중이다.

2004년 10월 9개 우수 브랜드경영체를 중심으로 시작된 이 시범사업은, 2006년에는 5개 브랜드경영체와 3개시(파주·김제·김해)를 추가하여 현재 17개 경영체·지역단위에서 실시중이며, 지난 7월말 기준으로 14만마리의 소가 이력추적이 되고 있다.

이번 추가 참여를 계기로 2006년 하반기 중에는 23개 경영체·지역단위, 19만마리 수준으로 확대될 예정이며, 이는 국내 한우 총마리수(약1백80만마리)의 10%를 상회하는 수준이다.

쇠고기 이력추적시스템(Beef Traceability)은 소의 생산에서 도축·가공·판매에 이르기까지 정보를 기록·관리하는 제도로서 문제 발생시 유통경로를 추적하여 신속한 원인규명 및 회수 등 조치로 소비자 피해 및 경제적 손실을 최소화할 수 있으며, 유통경로의 투명성과 거래의 공정성을 높이고, 원산지 허위표시 등 둔갑판매 방지로 국내산 쇠고기에 대한 소비자들의 신뢰증진에 크게 기여하고 있다.

한편 수입 쇠고기 등 개방화의 위기로부터 한우산업을 보호하는 튼튼한 방패막이 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.



한국환경자원공사  
**여름방학 에코스쿨 오픈**  
 환경시설 견학 및 체험학습 열어

한국환경자원공사(사장 고재영)는 여름방학 기간을 맞아 지난 달 7일부터 23일까지 자원순환테마전시관(서울시 마포자원회수시설 내)에서 환경체험교실 '에코스쿨' (Eco-School)을 운영했다.

환경체험교실 '에코스쿨'에서는 전문 강사로부터 폐품을 활용하여 재활용공예품을 만드는 법을 배울 수 있다. 또한 자원순환테마전시관과 마포자원회수시설 등 기초 환경시설을 견학하고 수질 측정실험 및 분리배출 등 체험학습 프로그램까지 참여할 수 있도록 했다.

에코스쿨은 초등학생/학부형이 함께 참여하는 학생반과 유치원/초등학교 교사(성인) 대상의 연수반으로 나누어 운영, 학생반은 지난 달 7일부터 23일까지 열흘간 10회, 연수반은 17~18일 이틀 프로그램으로 1회가 열렸다.

수강료와 재료비, 점심식사(연수반)가 전액 무료로 진행된 이번 행사는 성인 대상 수업의 경우, 환경단체 소속 전문가들의 환경특강과 환경영화 감상 프로그램이 추가됐으며 참가자 전원에게는 휴대폰 액정클리너, 볼펜 등 기념품을 제공했다.

서울 상암동 마포자원회수시설 내에 위치한 '자원순환테마전시관'은 우리가 버린 생활쓰레기와 공장에서 배출된 폐기물, 폐건축 자재 등이 어떻게 처리되고 재활용되는지를 한눈에 확인할 수 있는 공간으로 국가 폐기물종합관리기관인 한국환경자원공사에서 운영하고 있다.



◀ 한국환경자원공사 여름방학 에코스쿨(Eco-School) 오픈

(사)한국포장학회

## 김덕웅 회장 정년퇴임식 개최

### 학회 명예회장으로 활동

(사)한국포장학회(회장 김덕웅)는 지난 달 25일 서울 팔레스호텔에서 김덕웅 회장의 정년퇴임 기념식을 개최했다.

한양여자대학 식품공학과 교수인 김덕웅 회장은 학회가 설립되던 1994년 부회장직을 거쳐 지난 2004년 회장직을 맡아 포장분야 발전을 위한 학회의 활동에 적극 참여해 왔다.

김덕웅 회장은 “오늘 이런 영광스런 자리를 마련해주신 학회의 전회원께 감사드린다”며 “학회 회원들이 서로 화합하고 노력하여 포장산업 발전을 위해 매진해 달라”고 말했다.

덧붙여 “비록 이 자리를 통해 정년퇴임식을 가져 공식적인 자리에서 은퇴하지만 뒤에서 후배들을 돕려하며 함께할 것”이라고 말하면서 “앞으로 술주의 酒, 포장의 包를 합친 ‘주포’라는 호로 활동하게 될 것인데 혹시 술잔만 생각하실 때 주포를 찾아 달라”고 웃음지었다.

포장산업 김청 사장은 축사를 통해 “김덕웅 회장은 국내에 포장산업이 자리매김 하게끔 노력한 초기 멤버로 포장업계의 스승으로서, 대학교수로써 많은 역할을 해왔다”며 “매우 영광스럽게 학회의 회장 재임기간에 정년퇴임을 하게 된 것을 축하드린다”고 말했다.

앞으로 김덕웅 회장은 한양여자대학 식품공학과 명예교수 및 한국포장학회 명예회장으로 활동할 예정이다.

한편 한국포장학회 차기회장으로는 대구대학교 하영선 교수(현 포장학회 부회장)가 추대될 것으로 보이며 오는 10월경 총회를 개최한다.



▲ (사)한국포장학회 김덕웅 회장 정년퇴임식 개최

대한인쇄정보기술협회

## 제1회 대한민국 인쇄산업대상 시상식

### 직지탄생일 2주년 기념식과 함께 개최

대한인쇄정보기술협회(회장 박충일)는 제1회 대한민국인쇄산업대상 시상식을 지난 달 25일 소피텔 엠배서더 호텔 그랜드볼룸에서 직지탄생일 2주년 기념식과 함께 개최했다.

올해 처음 열리는 제1회 대한민국인쇄산업대상 기술혁신부문에는 고희민 삼화실업 대표, 사업진흥부 문에는 김경수 팩콤코리아 대표, 경영관리부문에는 조정석 대원문화사 대표, 특별부문에는 이의수 동국대학교 교수가 수상자로 선정, 영예를 안았다.

또한 세계 최초로 금속활자기술로 직지를 발간한 선조 인쇄인들의 뛰어난 인쇄 기술력과 창의력을 계승하고 우수한 기술력을 보유한 업체에게 수여되는 직지 기술상에는 김광춘 광인사 대표가 수상자로 확정됐다.

수상자들에게는 인쇄산업 발전에 헌신적으로 공헌한 인쇄 및 관련 산업에 기여한 공로로 산업자원부 표창도 수여됐다.

또한 회원사 및 회원사 직원을 대상으로 한 협회장 표창과 협회 발전에 공헌을 한 회원사에 대한 감사패 및 공로패도 수여됐다.

서울인쇄정보산업협동조합

## 서울인쇄대상 및 문화축제 열려

### “Hi Seoul, High Printing”

서울인쇄정보산업협동조합(이사장 이충원)과 (재)서울인쇄센터에서가 공동주최하고 서울특별시(시장 오세훈), 대한인쇄정보산업협동조합연합회, 대한인쇄문화협회, 교과서박물관, 우정박물관, 대훈서적 등이 후원하는 ‘제1회 서울인쇄대상 및 인쇄문화축제’가 오는 9월 14일부터 17일까지 서울 시청 광장에서 성황리에 개최된다.

이번 ‘제1회 서울인쇄대상 및 인쇄문화축제’는 9월 14일 오전 12시 인쇄정보센터 앞에서 인쇄관련 단체장 및 인쇄문화인 가족들이 참여한 인쇄문화인 화합 마당인 ‘인쇄문화인 거리행진’ 테이프 커팅식을 시작으로 행사의 서막이 열린다.

인쇄문화인 거리행진은 풍물단의 신명 나는 길놀이를 통해 행사를 알리고, 행사의 안전한 기원을 고하는 퍼레이드가 펼쳐진다. 명보극장 앞 행사장 앞에서 이충원 조직위원장의 개회사 그리고 인쇄문화인

이 참여하는 '시루떡 자르기' 행사로 진행되며 '제1회 서울인쇄대상 시상식'은 9월 14일 오후 2시, 서울 프라자호텔 그랜드볼룸에서 진행된다.

특히 인쇄문화산업 홍보대사인 방송인 김미화씨의 진행으로 이뤄지는 이번 행사는 오세훈 서울시장을 비롯한 내외 귀빈이 참석한 가운데 △ 개회 선언 △ 환영 인사(개회사 및 축사) △ (재)서울인쇄센터의 연혁 및 경과보고 △ 서울인쇄센터 홍보 영상물 상영 △ 서울인쇄대상 시상식으로 이뤄지며 이후 시청광장으로 이동하여 내외귀빈이 전시장을 관람하게 된다.

올해 처음으로 개최되는 서울인쇄대상은 책자인쇄물, 상업인쇄물, 생활인쇄물, 특수인쇄물 등 4개 분야에서 대상, 금상, 은상, 동상, 입선 등의 작품이 시상식장인 프라자호텔과 시청광장 전시장 두 곳에서 함께 전시되며 언론매체를 통한 홍보와 함께 별도의 부스를 통해 인쇄문화 홍보관에 전시, 홍보의 특전이 주어진다.

또한 시청광장 전시장에는 청주고인쇄박물관의 후원으로 고인쇄체험 마당이, 미국, 일본, 인도 등 세계 각국에 수출되고 있는 다양한 수출인쇄물, 일상생활에서 만날 수 있는 종이 이외의 매개체를 이용한 특수인쇄물, 북한인쇄물(대훈서적 후원) 등이 전시된다.

이어서 16일과 17일인 주말에는 문화 축제로 인쇄문화인을 비롯한 시민들의 자발적인 참여와 더불어 공동체 의식을 함양할 수 있는 다양한 행사가 마련된다. △ 환영 퍼포먼스 △ 가족과 함께하는 가나다 블록조립 △ World Folk 페스티벌 등의 참여 프로그램을 통해 친구, 연인, 가족 등 모든 사람들이 함께 즐기는 축제의 마당이 되도록 꾸며질 예정이다.

▲ 문의 : 서울인쇄정보산업협동조합 / (02) 333-8631

한국골판지포장공업협동조합

## 고랭지무의 골판지상자 포장화 정착

### 9월 중, 배추 골판지포장 시범출하 계획

정부에서는 배추 무의 포장화 사업을 2007년도부터 전면 실시한다는 방침을 정한데 발맞춰 수도권 농산물도매시장에서는 금년 3월부터 도매시장별로 자율실시를 하고 있다.

이런 가운데 지난 4월까지 도매시장 출하자들은 무를 합성수지 포대에 담아 포장 출하해 왔으나, 신선도에 문제가 있다는 지적이 잇따르자 5월부터 골판지상자로 포장출하를 시작하면서 8월 들어서는 도매시장 출하 대부분의 무의 포장소재는 골판지상자가 장악하게 됐다.

이에 대해 도매시장관계자는 "골판지상자는 유통과정에서 합성수지 포대는 수분을 체류시키지 못하여 2~3일만 지나도 말라 버리고 화물적재량도 적어 신선도 및 경제성에서 골판지상자에 뒤지기 때문

## 유관단체

에 골판지상자로 포장이 시작된 5월부터 1~2개월 만에 출하되는 무의 대부분이 순식간에 골판지상자로 포장되고 있다”고 말하고, “향후 고랭지 무 뿐 아니라 가을무의 경우도 포장 출하해야하기 때문에 골판지상자의 사용량은 상당히 늘어날 것으로 예측된다”고 말했다.

골판지포장조합에서는 무의 골판지포장화에 상당한 기대를 걸고 있으며, 무의 성공 사례를 바탕으로 9월부터 본격화되는 배추의 경우도 이른 시일 내에 골판지포장화가 정착될 수 있도록 업계의 역량을 집중할 계획이다.

만일 현재와 같이 무의 골판지포장화가 진척된다면 포장화율 80% 수준에서 연간 0.82억㎡의 생산 증가효과와 배추의 경우 골판지 포장화율을 70%로 설정한다면 2.04억㎡의 생산 증가가 있을 것으로 예측할 수 있다.

이에 따라 골판지포장조합에서는 금년 9월 중순경 농림부의 배추 무 포장 시범사업이 본격화되면 농산물유통인 중앙연합회등과 공동으로 고랭지배추 골판지포장 시범출하사업을 추진하여 배추의 골판지포장화는 물류시스템의 적용과 위생성 및 생산지 실명제에 최적의 소재임을 대대적으로 홍보할 계획을 준비하고 있다.

한국이앤엑스

KIPES 2006 개최

## “인쇄로 여는 뉴 미디어 세상”

국내 인쇄문화의 향상과 인쇄산업의 발전을 위하여 개최되는 제15회 국제인쇄산업전시회 및 컨퍼런스(KIPES 2006)가 “인쇄로 여는 뉴미디어 세상”이란 주제로 오는 이번 달 6일부터 10일까지 5일간 경기도 고양시 킨텍스전시장(KINTEX)에서 개최된다.

한국이앤엑스와 대한인쇄문화협회가 공동주최하고 문화관광부, 산업자원부, 경기도, KOTRA, 대한인쇄정보산업협동조합연합회, 대한인쇄정보기술협회, 한국화상정보제판공업협동조합, 서울특별시인쇄정보산업협동조합, 대한인쇄연구소, 한국제책공업협동조합, 한국스크린인쇄공업협동조합, 한국스크린인쇄공업협회 등 관련기관과 단체가 후원하는 KIPES 2006전시회는 국내최대규모의 인쇄관련 전시회로서 총 1만4천2백56㎡(4천3백20평)의 규모로 개최된다.

이번 전시회에는 국내업체 1백41개사를 비롯해 미국, 독일, 일본, 영국, 스위스, 이탈리아, 중국, 대만 등 21개국 2백78개사가 참가, 국내외의 우수한 프리프레스, 인쇄기계, 디지털인쇄시스템, 제본기계, 포장관련기기, 지가공기계, 라미네이팅기, 컷팅기, 스크린인쇄기, 라벨인쇄기, 플로터, 홀로그램, 조각기, 인쇄재료 및 출판서비스 등 인쇄분야 전반에 걸친 최신예 기종을 선보임으로써 국내 관련 산업 발전에 이바지하고 나아가 관련 제품의 국산화를 통한 국제교역 진흥에 기여할 것으로 보인다.

지난, 1978년 첫 회를 시작한 이래 28년째를 맞이한 KIPES 2006 전시회는 외국제품과 비교해 볼 때 우리제품의 우수성을 재확인함으로써 수입대체의 효과는 물론 수출증대에도 크게 기여할 것으로 보인다. 또한, KIPES 2006 기간에 내국인 4만여명과 미국, 일본, 중국, 동남아, 유럽 등에서 1천여명의 해외바이어가 내방할 것으로 예상되며, 2만여건의 상담이 이루어져 침체된 국내 인쇄산업의 새로운 전황기가 될 것으로 보인다.

주최측은 KIPES를 방문하는 해외바이어의 편의를 위하여 전시장입구에 '외국인 무료통역요원'을 상주시켜 해외바이어가 무료 통역서비스를 제공받을 수 있도록 했다.

전시장 구성도 관람인의 편의를 위하여 Press & Pre-Press관, 제본 및 지가공 기자재관, Label기자재관, 스크린기자재관 등으로 구성하여 시간을 절약할 수 있도록 했다.

특히 금번 KIPES 2006의 주요특징으로 전시회 기간동안 컨퍼런스센터에서는 20여회의 국제컨퍼런스 및 세미나를 개최하여 産.學.研간의 인쇄정보교류는 물론 국내 인쇄관련 종사자들에게 최신의 인쇄 관련 정보들을 접할 수 있는 기회를 제공한다.

먼저 대한인쇄문화협회와 한국이앤엑스가 "유비쿼터스시대 인쇄 경영전략"이란 주제로 9월 6일 ~9일까지 총 8회의 컨퍼런스를 개최하여 급변하는 패러다임 속에서 새로운 인쇄기술을 통하여 현 인쇄사업을 고부가가치사업으로 발전시킬 수 있는 비전을 제시할 예정이며, 한국이앤엑스와 월간 인쇄계가 "글로벌 그래픽 커뮤니케이션 산업의 현황과 그 전망"의 주제로 9월 8일에 총 8분야의 session을 가지고 세계 각국의 대표적인 제조업체 및 인쇄관련 기관의 인사들을 초빙하여 세계적인 인쇄산업의 경향



▲ 2004년에 열린 KIPES 전경

**유관단체**

을 둘러봄으로써 경쟁에서 앞서갈 수 있는 아이디어를 제공할 예정이다.

또한, 출품업체가 개별적으로 주최하는 기술 세미나도 신기술을 참관객들에게 소개함으로써 경쟁력을 높일 수 있는 기회를 제공할 것으로 예상된다.

아울러, 전시기간 중에는 우리인쇄의 뿌리를 찾아볼 수 있는 인쇄문화관을 설치 운영하여, 우리의 고인쇄물과 우수인쇄물들을 전시소개하고, 고인쇄 체험관 등 다채로운 부대행사를 진행하여 국내 우수한 인쇄문화향상에 촉매제 역할을 할 것으로 보인다.

특히 이번 KIPES는 고양시 KINTEX 전시장에서 개최되어, 경기도의 역점사업 중 하나인 파주시 인쇄출판단지 등의 지역특화사업의 활성화에 부합하는 한편, 금번에 경기도 유망 전시회로 선정됨으로써 KIPES의 인지도 제고는 물론 규모나 질적인 면에서 한국을 대표하는 인쇄전시회로 인정을 받았다.

참관객 및 출품사 관계인들의 교통편의를 돕고자 주최측에서는 전시장과 서울시내 주요지 및 인쇄업체가 밀집돼 있는 지역 간의 “무료셔틀버스”를 운영함으로써 관람객으로 하여금 보다 편리하게 관람할 수 있는 여건을 마련했다. 무료 셔틀버스 서비스는 서울역을 비롯하여 신용산역, 을지로/충무로, 신사역, 성수동, 가산디지털단지, 구로역 및 파주출판단지, 대화역과 킨텍스전시장간을 연계하게 된다.

또한, 전시회의 활성화를 위하여 모든 관람인이 등록후 입장할 수 있도록 했으며, 전시회가 끝난 이후에도 지속적으로 참관객이 출품사의 자료 등을 열람할 수 있도록 안내편람 및 인터넷 서비스(www.kipes.com)를 제공하는 등 전문적인 비즈니스 전시회로 만반의 준비를 하고 있다.

전시회 참가업체의 광범위한 홍보를 위하여 KIPES 2006 홈페이지(www.kipes.com)를 통해 전시회 개요, 세미나일정, 부스배치도, 출품사 인덱스, 출품사 및 제품/사진 소개, 품목별 출품업체 현황 등을 자세하게 수록하여 연중 서비스하며, 각출품사의 홈페이지와도 Link하여, 추가적인 정보를 얻을 수 있도록 했다.

전시회 및 세미나 참관문의, 셔틀버스의 승하차위치와 탑승시간 등 세부적인 참관안내는 인터넷 홈페이지를 참조하거나 한국이엔엑스 KIPES 2006 사무국(전화: 551-0102)으로 문의하면 된다.

<b>제주상공회의소</b>	<b>특산명품 상품권등록 지원</b>
----------------	----------------------

**특산품 포장용기 디자인 개발 지원**

제주상공회의소(회장 문홍익)가 제주지역 특산 명품에 대한 상표권 등록 지원 등에 적극 나선다.

제주상의는 제주감귤을 비롯해 제주도새기, 제주광어 등 도내 유명특산품에 대한 지리적 표시 단체표장 상표권 등록, 디자인 개발 및 마케팅과 관련한 다양한 지원시책을 마련함으로써 지역 브랜드를 활성화를 통한 지역경제 발전에 크게 기여할 것으로 기대된다고 밝혔다.

제주상의는 특히 지방자치단체를 중심으로 불고 있는 브랜드 경영 흐름에 적극 부응하기 위해 특허청의 지원을 받아 지역특산품에 대해 상표권 등록 지원 등 다양한 지원시책을 마련해 시행한다고 밝히고 지리적 특성과 특산품의 품질 특성, 양자의 인과관계를 입증할 수 있는 객관적인 자료를 전문조사기관의 용역을 통해 지원할 계획이라고 말했다.

이와 함께 지역브랜드 활성화를 위한 맞춤형 특별교육 및 설명회를 개최하는 한편 특산품의 포장이나 용기 디자인에 관련된 디자인 개발 지원, 각종 행사장 등에서의 홍보관 운영 및 행사 지원 등 마케팅 활동도 지원할 계획이라고 덧붙였다.

한국디자인진흥원

상품포장 디자인 지원

### 수해 피해 본 에덴영농조합법인에 지원

파프리카를 생산하는 에덴영농조합법인(대표 정영식)이 수해복구 과정에서 인연을 맺은 한국디자인진흥원(원장 이일규)에서 상품포장 디자인까지 지원받아 화제가 되고 있다.

충북 진천군에 있는 에덴농원은 8천여평 규모의 농장에서 파프리카를 생산해 지난해 5억원의 매출을 올렸고 올해는 일본으로 23억원어치를 수출하기로 계약한 상태다. 그러나 이번 집중호우로 에덴농원이 큰 피해를 당했다는 소식에 디자인진흥원 직원들이 지난 달 5일 현지를 방문, 수해복구 활동을 벌이면서 인연을 맺었다. 이곳에서 생산되는 파프리카는 차별화된 맛과 선명한 색상으로 일본 등 해외 바이어에게 인기가 높은 데 반해 낮은 포장 디자인 수준이 흠이다. 그러다가 수해복구 활동을 하던 디자인진흥원 직원들이 디자인 개발을 제안, 2차 수해복구 활동에 나서면서 포장 디자인을 전달하게 된 것이다.

에덴농원의 한 관계자는 “수해복구 활동에 나서준 것만 해도 고마운데 큰 돈이 들어가는 포장 디자인 개발까지 지원해주 감사할 따름”이라고 말했다.

한국디자인진흥원

10개 사업 폐지

### 브랜드 육성사업 등 구조조정 착수

한국디자인진흥원(원장 이일규)이 효율성이 떨어지는 사업을 폐지하고 신규 사업을 도입하는 등 전면적인 사업 부문 구조조정에 나선다.

한국디자인진흥원은 기존 사업 중 10개 사업을 폐지하거나 타 기관으로 이관하고 29개 사업은 확



## 유관단체

대·발전시키며 18개 사업은 신규 도입하기로 하는 등 사업 부문 구조조정을 실시한다고 밝혔다.

디자인진흥원의 사업 부문 구조조정은 1970년 설립 이후 처음 실시하는 것으로 최근 기획예산처가 발표한 '정부산하기관 2005년도 경영성과 조사'에서 16개 평가기관 중 15위에 머물러 기관경고를 받는 등 경쟁력을 상실하고 있는 것으로 지적받았기 때문이다. 이에 따라 디자인진흥원은 우선 기존 사업 중 효율성이 떨어지거나 진흥원에서 굳이 할 필요가 없는 10개 사업은 폐지하거나 민간 업체에 이관하기로 했다.

구체적으로 디자인전문회사 신고제도를 민간 기관에 이관하고 중소기업의 시제품 개발 지원을 위한 산업기술개발용자제도는 폐지한다는 방침이다.

업체당 7백만원까지 지원하던 포장기술개발사업 업무도 내년부터 전문기관으로 넘기기로 했다. 반면 국내 디자인 업체 및 디자이너의 국제 경쟁력 강화를 위한 29개 사업은 확대·발전시키기로 했다.

기존 5백56개 품목으로 한정된 디자인·브랜드 진단개발사업 대상을 확대하고 디자인 개발자금을 지원하던 디자인혁신 기술개발사업은 홈닥터사업으로 확대 개편하기로 했다.

이와 함께 혁신 브랜드 육성, TV드라마 제작 등 18개 사업은 새로 도입한다.

한국디자인진흥원

디자인회사 설립 쉬워져

## 설립 절차 인간에게 넘기는 방안 추진

디자인전문회사 설립이 쉬워질 전망이다. 또 정부의 디자인산업 지원방식이 관련 기술개발 등을 통한 인프라 확충에 초점을 맞추는 방식으로 전환된다.

한국디자인진흥원(원장 이일규)은 지난 달 16일 코리아디자인센터에서 업계·학계·디자인계 인사 2백여명이 참석한 가운데 이 같은 내용을 골자로 한 '한국디자인진흥원 혁신방안 공청회'를 열고 의견 수렴에 나선다.

진흥원은 디자인을 기반으로 한 신산업들을 대거 창출해 디자인 붐을 본격 조성한다는 방침아래 신고제인 디자인 전문회사의 설립절차를 민간에 넘기는 방안을 추진키로 했다. 또 포장기술개발이나 산업기술개발용자 등 기존의 직접적인 지원방식에서 벗어나 세계일류상품 디자인·브랜드 진단개발 디자인기반기술개발 디자인소재·표면처리기술개발 디자인홈닥터 신기술사업화디자인기술개발 등 간접적인 지원방식으로 디자인 인프라를 확충하는 데 정책의 초점을 맞출 계획이다. 이밖에도 핵심 디자인기업 육성 및 글로벌 수준의 디자인인력 양성, 해외 신흥시장 진출 지원을 통한 디자인산업의 수출 산업화, 지역디자인 혁신기반 구축 및 국가환경디자인 개선 등을 통한 국가 및 지역 균형발전 도모 등도 중점 추진키로 했다.

진흥원 관계자는 "이번 혁신방안은·디자인 지향적 산업사회기반 구축·디자인산업의 글로벌경쟁력 제고·국가·지역 통합형 디자인혁신체제 마련 등을 주요 축으로 하고 있다"고 밝혔다

라인메세(주)  
**drupa 2008 신청 접수**  
10월 31일 마감

2008년 5월 29일부터 6월 11일까지 14일간 독일 뒤셀도르프 전시장에서 개최되는 세계 최대 인쇄기술 전시회 drupa 2008의 참가신청마감이 오는 10월 31일로 다가왔다.

4년마다 개최되어 50년 이상 세계 인쇄산업을 선도해 온 <drupa>는 이번 2008년에도 전세계 50여개 국가에서 2천여명 이상의 업체들이 부스를 열 것으로 기대되고 있다. 관람객만도 40여만 명에 달할 전망이다.

특히 2004년 개최 시 아시아에서의 관람객수가 총 관람객 중 4만2천5백52명으로 집계, 2000년 보다 9%나 증가했다.

이는 drupa가 유럽위주에서 벗어나 점차 아시아 시장에서 높은 영향력을 갖게 됐음을 보여주고 있다. 이 같은 추세를 감안 할 때 2008년 <drupa>도 아시아 지역에서의 높은 참여에 힘입어 2000년이나 2004년 전시회 이상 성황을 이룰 것으로 주최측인 메세 뒤셀도르프는 기대하고 있다.

지난 2004년 전시회의 면면을 보면 전시사의 참가 분야는 프린팅 부분이 36%로 가장 많았고 다음은 그래픽과 인쇄전공정 부분이 17%를 차지했다. 책제본(6%) 인쇄와 관련된 IT, 컨설팅 물류(5%) 인쇄 전·후공정과 관련된 기술(5%) 종이 펄프등 포장 재료(5%)등도 참가사들이 많이 출전 분야였다.

관람객들이 관심을 많이 가진 분야도 역시 프린

팅 부분이였다. 프린팅과 관련된 기계 장비 플랜트설비등에 관람객들의 발길이 끊이지 않았다. 이어 종이와 카드 재료, 프린터 잉크등에 관심이 쏠렸다. 특히 UV잉크 같은 특수 소재에 관람객들이 많은 관심을 보였다.

출품분야는 △ 프린팅관련 장비및 부품 △ 인쇄 및 인쇄전공정 시스템과 장비 △ 종이가공및 포장 소재관련 상품 △ 제본및 프린팅 마감 장비 △ 복사 및 인쇄 용지 △ 인쇄 서비스 등이다.

참가신청을 희망하는 업체는 주최측의 한국대표부인 라인메세(주) 전화: (02) 798-4343 / E-Mail: info@rmesse.co.kr으로 연락하면 상세한 자료를 받을 수 있다.

CDU  
**미국에 포장디자인 수출.**  
포장디자인 투자 필요

브랜드 및 포장 전문 디자인업체 CDU(대표 권현창)는 최근 미국 중소기업 비즈파이(Bizpie)에 컵라면 및 봉지라면 포장을 디자인해 수출했다고 밝혔다.

비즈파이는 원래 소프트웨어 개발 업체인데 사업 다각화 차원에서 2004년 빙그레의 라면 설비 일부를 지난달부터 미국 샌프란시스코에서 생산을 시작했다.

미국 업체로는 라면을 직접 제조하는 최초의 회사이기도 하다.

비즈파이코리아 서재형 대표는 “매콤하고 시원한 맛의 한국 라면이 미국 본토인 사이에서도 점

## 업계동정

점 인기가 높아지는 추세”라며 “한국식 라면을 만들어 미국을 비롯해 캐나다와 남미 등지로 수출할 계획”이라고 말했다.

브랜드는 ‘꼬불꼬불한 파스타’라는 뜻의 ‘컬리 파스타(Sanfrancisco Curly Pasta)’이며 컵라면 3종(쇠고기맛 닭고기맛 새우맛)과 봉지라면 2종(쇠고기맛 김치맛) 등을 생산한다.

서 대표는 “한국식 라면인 만큼 포장도 한국에서 디자인하는 것이 바람직하다고 판단해 CDU에 디자인을 의뢰했다”며 “CDU측에 요구한 디자인 주요 컨셉트는 미국 현지에서 만드는 라면임을 강조하고 너무 매워 보이지 않게 하는 것이었다”고 설명했다.

권현창 CDU 대표는 “미국 현지 제품임을 알리기 위해 요리사의 모자와 미국 국기를 혼합 적용했고 국물 색깔을 약간 엷게 해 매워 보이지 않도록 했다”고 설명했다.

그는 또 “영어와 스페인어 등 2개 국어로 표기 하되 문자 때문에 시각적 균형이 깨지지 않도록 하는 것이 특히 힘들었다”고 덧붙였다.



▲ CDU 미국에 포장디자인 수출

권 대표는 포장디자인 분야에서 21년간 일해온 국내 포장디자인업계 1세대로 풀무원식품 및 CJ 디자인센터 상임고문 등을 역임하다 2005년 CDU를 창업했다.

CDU의 직원수는 총 9명이고 매출액은 2006년 10억원을 예상하고 있다.

CDU는 현재 모 식품회사가 미국 내 군부대 마트에서 판매할 잡채 떡볶이 등 제품의 포장디자인 작업을 진행 중이다.

권 대표는 “국내 포장디자인은 다른 디자인 분야에 비해 아직 열악한 수준”이라며 “순간적으로 소비자의 눈길을 끌어야 하는 포장디자인에도 투자가 좀 더 활발히 이루어져야 한다”고 말했다.

### (주)크로바케미칼 강선중 회장 중기명예의 전당 헌정 기술개발 및 품질향상 전력 투구

기업은행의 제3회 ‘중소기업인 명예의 전당’에 (주)크로바케미칼 강선중 회장이 선정됐다.

강선중 크로바케미칼 회장은 지난 76년 1월 영등포에서 사업을 시작한 이후 황소잡는 불독이라는 별명을 얻을 만큼 기술개발과 품질향상에 전력 투구해 온 점을 높게 평가 받았다.

현재 크로바케미칼은 아시아 최고의 위험물을 담은 정밀화학 용기 업체로 성장, 국내에서는 1천 개 기업이 고객이고, 중국 동남아 등 아시아 시장과 미국 중남미 등 30여 개국에 제품을 수출한다.

동남아 시장 점유율은 50%에 이르고 연간 수출액은 2천만달러가 넘는다. 일본은 크로바케미

갈의 공세에 밀려 동남아시아 시장 점유율이 10%를 밀치고 있다.

기업은행이 2004년부터 시작한 중소기업인 명예의 전당은 시장점유율·신용평가 등급·업력 및 업적·기술 개발력 부분으로 나뉘 외부 전문가 7인의 엄격한 심사를 통해 대상자를 선정한다.

인쇄제지업계  
**대부분 적자 전환**  
골판지 업체 영업이익 늘어

인쇄지를 생산하는 제지업체들이 올 상반기 무더기 적자 전환하거나 영업이익이 큰 폭으로 감소한 것으로 나타났다. 반면 골판지 등을 주로 생산하는 제지업체는 시장 환경 개선으로 영업이익이 대폭으로 늘어 대조를 이뤘다.

지난 달 20일 제지업체들의 반기보고서를 분석한 결과 세림제지와 한창제지 등이 올 상반기 영업적자로 돌아섰고 한국제지, 신호제지, 국일제지, 무림페이퍼 등도 지난해에 비해 영업이익이 큰 폭으로 감소했다.

세림제지는 올 상반기 33억원의 영업적자를 기록하며 적자 전환했다. 한창제지도 같은 기간 29억원 영업이익에서 13억원의 적자로 전환했다.

한국제지는 지난 달 11억원의 영업적자를 기록, 전달보다 적자 폭을 2배 이상 키웠으며 전년 동월에 비해서는 적자로 전환했다. 신호제지도 이같은 추세에 올 매출액은 지난해보다 소폭 늘겠지만 백 71억원의 영업적자를 기록할 전망이다이라고 공정 공시했다.

이밖에 국일제지와 무림페이퍼, 한솔제지 등도 지난해보다 많게는 절반가량 줄어든 상반기 영업이익 실적을 보였다. 이같은 제지업체들의 고전은 환율 하락에 따른 수출 이익 감소와 제조원가의 50%를 차지하는 펄프가격이 인상됐기 때문이다.

삼성증권 황정하 연구원은 “지난 해 톤당 5백달러 수준이던 펄프가격이 지난해 4/4분기부터 5백70달러까지 올랐다”며 “생산제품 대부분을 수출하는 이들 제지업체들로서는 올초부터 이어진 환율하락이 영업환경을 악화시켰고 이로 인해 내수로 몰려 내수 가격도 하락하는 요인이 발생했다”고 설명했다.

반면 골판지 시장환경은 아시아페이퍼텍·아시아제지의 시장 점유율 확대로 가격 통제를 할 수 있는데다 환율 하락과 펄프가격 상승도 피해가고 있다.

실제 골판지 제조업체인 동일제지는 올 상반기 영업이익이 전년보다 5배 가까이 늘어 52억원을 기록했고 아시아페이퍼텍도 같은 기간 영업이익이 33억원으로 3배 이상 늘었다.

식품업계  
**맥주, 빙과 유통기한 표시**  
하이트 맥주, 음용권장기한 표시

먹거리 제품의 안전에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 식품·주류 업체들이 제품의 신선도를 마케팅 수단으로 내세우는 ‘프레시 마케팅(fresh marketing)’을 부쩍 강화하고 있다.

특히 법적으로 유통기한을 표시할 의무가 없는 맥주와 아이스크림 등에 대해서도 업체 자체적으

## 업계동정

로 유통기한을 설정하는 등 프레스 마케팅의 영역이 갈수록 넓어지고 있다.

하이트맥주는 국내 맥주 업체 중 처음으로 지난 달 15일부터 출고되는 제품에 대해 '음용권장기한'을 표시하고 있다.

병맥주와 캔맥주는 제조일로부터 1년, 페트 맥주는 6개월(180일)까지만다.

맥주에 대해서는 법적으로 유통기한 표시 의무가 없어 지금까지는 제조일자만 표시해 왔다.

하이트맥주 관계자는 "음용권장기한은 맥주를 가장 맛있게 마실 수 있는 '상미(賞味)기간'을 뜻하지만, 사실상은 유통기한의 의미가 있다"며 "신선한 맥주의 이미지를 강조하기 위해 이 제도를 도입했다"고 말했다.

이 회사는 이번 달 15일까지 전국 소매점을 돌며 제조된 지 1년이 넘는 제품에 대해서는 새 제품으로 무상 교환해 줄 예정이다.

오비맥주도 하이트맥주와 유사한 음용권장기한을 표기하는 방안을 검토 중이다.

한국하겐다즈는 국내 빙과업체로는 유일하게 아이스크림 제품의 유통기한을 표시하고 있다.

아이스크림에 들어가는 재료에 따라 제조일로부터 최장 1년까지를 '상미기간'을 뜻하는 'BBD(Best Before Date)'로 설정, 제품 용기에 표기하고 있는 것이다. BBD가 지난 제품은 반품을 받아 새 제품으로 교환해 준다.

현재 빙과 제품에 대해서는 유통기한은 물론 제조일자 표기 의무도 없지만, 이번 달 8일부터는 식품의약품안전청의 '식품 등의 표시 기준' 개정에 따라 제조일자를 의무적으로 표기해야 한다.

식약청 관계자는 "빙과 제품에 대해 제조일자나 유통기한 표기를 의무화하는 나라는 거의 없지

만, 국내 소비자단체들의 요구를 받아들여 제조일자를 표기하도록 했다"며 "빙과 제품의 특성상 날개 제품에 표기하는 것은 기술적 어려움이 있어 우선 박스 포장에만 표기하고 추후 날개 제품으로도 확대해 나가는 것을 검토하고 있다"고 말했다.

기존 제품에 비해 유통기한을 대폭 줄여 신선도를 강조하고 있는 제품들도 있다.

국순당이 지난해 말 내놓은 약주 '아오라'의 유통기한은 일반 약주(1년)의 절반인 6개월이다.

주원료인 생오미자의 선도를 유지하기 위해서란 게 회사측 설명이다.

풀무원의 '생가득 생라면'은 냉장 유통 라면으로, 보통 라면의 유통기한은 6개월이지만 이 제품은 1개월에 불과하다.

업계 관계자는 "최근 식품 안전 사고가 잇달아 터지면서 소비자들이 이 문제에 대해 극도로 예민한 반응을 보이고 있다"며 "신선하고 안전한 제품 이미지를 강조하는 먹거리 업체들의 신선도 마케팅이 강화될 전망"이라고 말했다.

### 식품업계 포천쌀 상표 통일 '해솔촌기찬쌀'로

그동안 난립해 왔던 포천쌀 상표들이 '해솔촌기찬쌀'로 통일된다.

포천시는 최근 농협중앙회포천시지부 회의실에서 각 지역농협 경제상무와 미곡종합처리장(RPC) 대표, 농협포천시지부 및 포천쌀연구회 관계자, 경북대학교 관련 교수 등이 참석한 가운데

데 ‘포천쌀 고품질 브랜드화를 위한 명칭 선정 협의회’를 개최하고 ‘해솔촌 기찬쌀’을 대표 상표로 결정했다.

포천시는 우선 포장디자인 시안이 나오면 심의를 거쳐 해솔촌 기찬쌀 포장재 제작에 착수하고, 이를 지속적으로 지원할 계획이다.

### 신세계 택배시장 본격 진출 2010년 매출 4위권 진입

신세계그룹이 택배시장에 본격 진출한다.

신세계의 물류 자회사인 씨텍스는 지난 달 21일 물류전문기업으로의 도약을 선언하고 ‘21세기 물류문화를 선도하는 기업으로 자리매김하겠다’는 비전을 담은 BI(Brand Identity)를 발표했다.

이를 위해 씨텍스는 기존 90여개의 영업소를 11월까지 전국적으로 2백여개로 늘리고 신개념 방식의 맞춤형 프리미엄 물류 서비스를 도입, 내년 매출 1천억원을 달성한 뒤 2010년 매출 2천억원을 올려 국내 택배시장 4위권에 진입할 계획이다.

특히 그룹의 중국 이마트 사업과 연계해 물류부문의 사업다각화를 추진하는 등 중국시장진출을 회사의 장기비전으로 내놓았다. ‘맞춤형 프리미엄 물류’는 씨텍스가 독자개발한 물류 솔루션을 기반으로 고객의 요구에 따라 상품포장과 분류방법, 배송시간 등을 통합적으로 관리할 수 있는 첨단 선진 물류 기법이다.

송주권 대표는 “단순 배송위주의 물류에서 벗

어나 장비구니 택배, 특산물 택배 등 맞춤형 프리미엄물류를 선보여 개인간 택배 분야를 집중 공략할 것”이라며 “이번 택배사업 진출과 함께 국제물류사업 진입을 목표로 선진노하우와 운영시스템 구축에 박차를 가할 계획”이라고 말했다.

한편 씨텍스는 오는 11월 대전에 5천평 규모의 중앙센터를 축으로 전국 25군데의 SUB센터와 2백개의 영업소를 연결하는 ‘허브 앤 스포크’(Hub&Spoke) 방식의 독자적인 물류시스템을 구축할 예정이다.

지난 2000년 신세계가 100% 출자해 설립한 씨텍스는 그동안 그룹의 유통물류만을 담당해 온 회사로, 지난해 5백억원의 매출과 25억원의 경상이익을 거뒀다.

### 의약품업계 불량약품 발생 매년 증가 올 상반기만 56건

불량약품의 발생률이 매년 증가하고 있는 것으로 나타났다.

특히 의약품의 경우 자칫 인체에 유해한 결과를 초래할 수 있어 관련 대책이 시급할 것으로 보인다.

대한약사회(이하 대약) 부정 불량약품신고처리센터가 집계한 불량약 접수 현황에 따르면 올 상반기에만 부정 불량약 신고건수가 56건에 이르는 것으로 조사됐다.

변질 변색, 이물질 혼입, 의약품 약취 등 의약품 안전성과 직결되는 사례들이 15건에 달해 엄격한 품질관리가 요구되고 있다.

## 업계동정

대약 관계자는 “의약품 변질 또는 변색이나 이물질 혼입은 국민건강과 직결되는 중대한 문제”라며 “의약품 제조업체가 좀 더 책임의식을 갖고 불량약 개선에 나서야한다”고 강조했다.

이와 관련 지난해 8건이던 의약품 변질 변색사례가 금년 상반기에만 벌써 6건에 달했고, 이물질 혼입사례는 8건이 접수돼 지난해 6건을 이미 넘어섰다.

의약품 파손은 지난해와 비슷한 24건으로 집계됐고, 의약품 약취는 지난해 3건에서 올해는 1건으로 조사됐다.

또한 병마개, 포장 접착 불량, PTP 공포장, 설명서 기재내용 부족 등 포장과 설명서에 관한 사례들은 지난해 10건에서 올해 5건으로 조사됐다.

### 식품업계 과자 프리미엄 시대 2배이상 비싼 제품 출시 잇달아

과자도 2천원짜리 프리미엄 시대가 열렸다.

대부분의 과자가 천원 미만대였던 데 비해 제과업체는 최근 들어 유기농 밀가루 사용, 무색소, 무MSG 등을 내세운 프리미엄 신제품으로 성수기 공략에 시동을 걸고 있다. 올 상반기 과자 유해성 논란 이후 매출부진을 겪고 있는 제과업체가 고품질 제품으로 소비자의 신뢰를 회복하기 위한 전략인 셈이다.

업계에 따르면 농심은 최근 국산 쌀을 오븐에 구워 담백하고 고소한 맛이 특징인 2천원짜리 쌀과자 ‘별따먹자’를 새로 선보였다. 별따먹자는 무

MSG·무향료·무색소 웰빙 쌀과자로 아이들이 안심하고 먹을 수 있는 제품이라는 게 회사 측 설명이다. 농심의 한 관계자는 “쌀을 원료로 한데다 오븐에 굽는 공정, 일일이 날개 포장하는 공정 등이 포함되다 보니 일반 과자보다 가격이 다소 높게 책정됐다”고 설명했다.

롯데제과는 가을 성수기를 겨냥해 3천원짜리 초콜릿 신제품을 내놓고 테스트 마케팅을 벌이고 있다. 병에 들어 있는 구슬 모양 초콜릿인 ‘드림 카카오’는 일반 초콜릿 제품보다 카카오 함량이 2배인 56%나 함유된 프리미엄 초콜릿이다. 롯데제과의 한 관계자는 “초콜릿 시장이 성장할 것으로 전망됨에 따라 고급 시장을 선점하기 위해 3천원짜리 제품을 선보였다”고 말했다.

우리온도 지난 5월 100% 유기농 밀가루를 사용한 프리미엄 쿠키 ‘튀렌’을 내놓았다. 무방부제·무색소·무팽창제를 특징으로 내세운 이 제품은 계란 흰자를 거품내 구운 머랭 속에 아몬드·호두·호박씨 등 견과류 칩을 넣어 고급스러운 프리미엄급 제품을 표방하고 있다. 이 제품 역시 96g에 2천원으로 다른 쿠키류가 200g에 2천원대인 것과 비교할 때 거의 두 배 정도 비싼 편이다.

2천원짜리 과자의 등장은 가뜩이나 출산을 감소, 인구 고령화 등으로 제과산업 자체가 쇠퇴기에 접어들고 있는데다 웰빙 트렌드 선호, 유해성 논란까지 더해지면서 소비자에게 외면당하지 않기 위한 획기적인 변신이 필요하다는 업계의 공감대에 따른 것으로 보인다. 한 제과업체 관계자는 “논란이 돼온 유해성 시비에서 벗어나 고급 원료와 제조과정 개선을 통해 고품질 제품으로 승부하겠다는 전략”이라고 설명했다.

여기에다 갈수록 부실해지는 제과업체의 수익

구조도 프리미엄 전략의 한 원인으로 지적되고 있다. 실제로 최근 발표된 제과업체의 올 2/4분기 실적은 예상치를 크게 밑돌았다. 농심·롯데제과·오리온 등은 일제히 2/4분기 영업이익이 지난해 같은 기간보다 14~34%나 줄어든 것으로 나타났다.

(주)아모레퍼시픽  
**듀폰 어워드 수상**  
헤라 마스크라 오토매직

(주)아모레퍼시픽(대표이사 서경배)이 세계 최초로 개발한 전동(電動) 마스크라인 '헤라 마스크라 오토매직(HERA Mascara Auto Magic)'이 지난 달 11일 필라델피아에서 열린 제19회 듀폰 어워드에서 브러시가 회전하는 혁신적인 디자인

으로 본상인 실버 어워드(Silver Award)를 수상하는 영예를 안았다.

세계적인 종합과학회사인 듀폰(DuPont)이 주최하는 듀폰 어워드(The DuPont Awards)는 세롭고 혁신적인 포장재를 가리는 포장재 부문 최고 권위의 상으로 식품 및 비식품계의 전체 포장재를 대상으로 하고 있다. 올해는 12개국에서 제품이 출품돼 총 27개 제품이 본상으로 선정됐으며, (주)아모레퍼시픽은 국내 최초로 본상을 수상하게 됐다.

주최측은 '헤라 마스크라 오토 매직'의 수상 이유에 대해 "전동(電動)이 마스크라를 변화시켰다"며, "세계 최초 전동 회전 마스크라가 전자 기술과 화장품 포장재 기술을 하나로 융합해 내는 혁신을 이뤄냈다"고 격찬했다. 또한 "마스크라 브러시는 나일론 섬유로 만들어야 한다는 고정관념을 극복하고 메이크업 도구로써 러버(고무)의 새 시대를 열었다"며, 코일(coil) 타입의 러버 브러시가 회전에 의한 마스크라 발림 능력을 향상시킴과 동시에 소비자 안전성은 물론 마스크라를 바르는 동안에 속눈썹이 빠지는 것을 방지할 수 있도록 디자인된 점을 주목했다.

2005년 11월 세계 최초 전동 마스크라로 화제 속에 출시된 이후 현재까지 약 6만개가 판매된 '헤라 마스크라 오토매직'은 (주)아모레퍼시픽의 대표적인 프레스티지 브랜드인 '헤라(HERA)'의 혁신성을 대표하는 제품으로 브랜드 이미지 향상에 크게 기여했다. 특히 다양한 기능과 컨셉을 가진 제품들로 세분화돼 이미 포화 상태에 달한 마스크라 카테고리에서 신시장을 창출했다는 점을 긍정적으로 평가받고 있다.

(주)아모레퍼시픽 심삼배 부사장(생산물류혁신



▲ 듀폰 어워드 수상을 한 (주)아모레퍼시픽 '헤라 마스크라 오토매직'



## 업계동정

부문)은 “3년간의 기술연구를 통해 국제 및 국내 특허 5건을 출원한 대표적인 혁신제품인 ‘헤라 마스크라 오토매직’을 ‘진화하는 마스크라’로 육성할 계획”이라며, “우선 올 하반기에 브러시 조정을 통해 사용감을 업그레이드 시키고, 향후에는 더 작고 슬림한 디자인의 새 제품을 선보여 보다 편리하게 사용할 수 있도록 개선할 계획”이라고 말했다. 또한 “앞으로도 끊임없는 고객연구를 바탕으로 최상의 제품을 개발하기 위해 노력을 다 하겠다”고 말했다.

### 의약품업계 수입산 국산약 가려내 원제조사 및 제조사 표시

중국 등 외국에서 들여온 의약품에 포장만 한국에서 덧씌운 ‘무늬만 국산약’들을 앞으로 소비자들이 쉽게 가려낼 수 있게 된다.

식품의약품안전청은 해외에서 완제의약품을 수입해 국내에서 별도의 포장공정을 거치더라도 원제조사와 제조지를 표시토록 하는 내용의 약사법 시행규칙 개정안을 마련, 입법예고했다고 밝혔다.

지금까지는 국내 제약사가 외국산 완제의약품을 한국에서 다시 포장할 경우에는 수입 국가명이나 상호를 기재하지 않아도 품목 허가가 가능했다.

이에 따라 일부 국내 제약사나 한국에 진출한 다국적 제약사들이 인도나 중국에서 생산한 의약품을 값싸게 수입해 국산약인 것처럼 판매하는 사례가 발생해왔다.

실제 A제약사는 고혈압 치료제를 인도 유니캠

사로부터 수입해 국내에서 포장한 후 제품에 자사만을 제조사로 표기해 판매하고 있다.

식약청 관계자는 “이번 개정안 마련으로 소비자들은 보다 정확한 정보를 갖고 의약품을 구입할 수 있을 것”이라고 말했다.

### 식품업계 라면시장 고급화 프리미엄급 라면시장 20% 성장

라면시장이 침체가 이어지고 있는 가운데 고급화 바람이 불고 있다.

최근 웰빙 열풍과 경기 침체로 라면이 잘 팔리지 않자 업체들은 기름에 튀기지 않는 생라면이나 여러 가지 영양성분을 가미한 국수, 다이어트라면, 볶음면 등 프리미엄급의 고가 라면을 잇따라 선보이고 있다. 라면의 고급화와 다양화를 시도, 신규 수요 창출에 나서고 있는 것이다.

특히 이들 라면은 한 봉지당 가격이 1천3백~1천7백원 선으로 기존 라면보다 2~3배 이상 비싸다. 따라서 이들 ‘프리미엄급’ 라면이 성공적으로 시장에 정착될지에도 관심이 모아지고 있다.

지난해 국내 라면시장 규모는 1조5천억원 규모. 이 가운데 6백~7백원대의 중가 봉지면(7천5백억원)이 절반을 차지했으며 최근 웰빙 열풍과 맞물려 1천원 이상의 프리미엄급 라면 시장이 7백50억원 규모로 성장했다. 이는 전년 대비 20% 이상 성장한 것이다. 올해는 업체들의 활발한 신제품출시와 함께 더욱 큰 폭의 성장세가 예상된다.

작년 하반기부터 라면 시장에 본격적인 도전장

을 던진 (주)풀무원의 '생가득 생라면'은 기름에 튀기지 않은 생(生)면으로 사용한 대표적 프리미엄 라면. 가격은 한 봉지당 1천5백원으로 튀기지 않은 생면에 일체의 방부제, 보존료, 착색료를 넣지 않은 것이 특징이다. 기름에 튀기지 않아 칼로리는 일반 라면보다 20%이상 낮고 지방은 일반 유탄면의 1/3에 불과하다.

농심에서도 한 개당 1천5백~1천7백원하는 베트남 쌀국수 '포들면'과 녹두국수 '봄비' 등 고가 면을 올해 초부터 선보이고 있다. '포들면'과 '봄비'는 기름에 튀긴 기존 유탄면과는 달리 튀기지 않은 저칼로리 건면으로 g당 열량이 2.6kcal로 일반라면제품보다 40%가량 낮다. 농심이 지금까지 내놓은 건면은 메밀소바, 멸치칼국수, 수프 파스타(2종류) 등 모두 5가지로 올해 하반기에도 판매가격 1천5백원 이상 되는 용기타입의 건면을 출시할 예정이다.

한국야쿠르트도 지난 2003년 이천쌀을 첨가해서 만든 이천쌀설렁탕면(1천3백원)과 볶음김치를 레토르트 포장으로 첨가한 볶음김치면(1천5백원)을 잇따라 선보였다. 또한 향후 장류를 주재료로 이용한 라면, 카레컵면, 크림 스파게티 등 프리미엄 신제품을 출시할 예정이다.

대전둔산우체국,  
**소포포장센터 설치·운영**  
폭넓은 서비스 제공

대전둔산우체국(국장 김홍재)은 충청체신청사 1층 영업과 공중실 내 민영유료소포포장센터

(Private fee-charging Packaging center)를 설치, 지난 달 14일 개소식을 가졌다.

그 동안 깨지기 쉬운 취급주의 우편물, 외국행 우편물의 경우 고객이 포장하려면 상당한 시간과 어려움으로 고민이 많았다.

이를 위해 둔산우체국은 포장전문가를 통해 안전하게 포장서비스를 제공, 이용고객에게 보다 폭넓은 서비스를 제공할 방침이다.

소포포장센터에서는 포장하기 까다로운 취급주의 및 취약소포우편물을 내용품 규격에 맞춰 상자를 제작·포장해 주고 이에 따른 수수료를 1천5백원~5천원 정도 받고 있다.

김홍재 대전둔산우체국장은 "민영유료 소포포장센터가 설치·운영됨에 따라 고객에게 맞춤형 서비스를 제공함으로써 고객에게 한층 더 다가가는 서비스, 항상 고객과 함께하는 우체국이 되도록 노력하겠다"라고 말했다.

의약품업계  
**저가약 의약품 소포장 제외**  
PTP 및 호일 포장으로 생산

오는 10월초 시행에 들어가는 의약품 소포장의 대상에서 50원 이하 저가약, 마약류, 비급여 일반약 등이 제외된다.

이에 따라 정제와 캡셀제 가운데 제외대상을 뺀 나머지 의약품은 오는 10월7일부터 연간 생산량(수입량)의 10% 이상을 반드시 PTP 또는 호일 포장으로 생산해야 한다.

지난 달 10일 식약청은 지난 5월중순 입법예고

## 업계동정

한 '의약품 소포장단위 공급에 관한 규정' 제정안을 최종 확정했다고 밝혔다.

시행안에 따르면 소포장에서 제외되는 품목은 △ 비급여 일반의약품 △ 50원 이하 저가의약품 △ 퇴장방지의약품 △ 마약류 △ 희귀의약품 등이다.

또 그동안 소포장 대상이었던 안전 용기·포장의약품도 예외품목으로 인정됐다.

이번 시행안은 이달중 정식 공포절차를 거쳐 오는 10월 7일부터 시행에 들어간다.

시행안이 확정됨에 따라 제약사들은 정제와 캡셀제에 대해 연간 생산량의 10%를 소포장으로 생산해야 하며 소포장 단위는 1일 상용량 기준으로 한달 이내 사용분(100정 이하)이다.

하지만 업계에서는 이번 시행안 확정에 따른 영향이 크지 않을 것으로 보고 있다.

이미 정제나 캡셀제의 연간 생산량 320억정 가운데 26%인 80억정(전문약 28억정, 일반약 52억정)이 소포장으로 생산하고 있기 때문이다.

제약업계 관계자는 “소포장 의무화율이 지금은 10% 이상에 그치고 있지만 앞으로는 대상이 확대되고, 의무비율도 높아질 가능성이 커 장기적으로는 제약계의 부담을 피할 수 없을 것”이라고 밝혔다.

크로네스코리아  
**지속 성장 유지**  
올 상반기 전년동기 대비 12.1% 성장해

음료자동주입라인 및 음료자동포장설비라인의 세계적인 선두 주자인 크로네스는 2006년 상반

기에 매출과 주문량에서 두 자리 수의 성장을 달성함으로써 그 모멘텀을 유지하고 있다.

크로네스는 2006년 상반기에 전년 동기간 대비 12.1% , 금액적으로는 1억 유로 증가한 9억2천4십만 유로의 매출을 달성했으며, 주문량에 있어서도 12.4% 증가한, 9억4천1백9십만 유로를 달성했다.

계속되는 가격 및 이익압박에도 불구하고, 크로네스는 이익에 있어서도 상당한 증가를 가져와, 세전이익은 전년 동기대비 13.2% 증가한 6천2십만 유로, 세후순이익은 전년 동기대비 5.2% 증가한 3천8백1십만 유로에 이르러, 6.5%의 매출액순이익률을 달성했다.

크로네스는 2006년 하반기에도 안정적인 성장을 조심스럽게 낙관하고 있다.

롯데제과(주)  
**중국 초콜릿 회사 인수**  
중국 종합제과회사로 도약

롯데제과(주)(대표이사 김상후)가 중국 현지의 대형 초콜릿 회사를 전격 인수하여 글로벌 기업으로 도약하기 위한 행보에 박차를 가하고 있다.

롯데제과는 해외시장의 적극적 개척을 위한 교두보 확보 전략의 일환으로 지난 7월 28일중국 상해에 위치한 초콜릿 제조회사인 '상해풍원가가식품유한공사' (上海豐原可食品有限公司) 및 '안휘풍원집단유한공사' (安徽豐原集團有限公司)와 3자간 자산양수도계약을 체결하였다.

체결은 롯데제과가 '상해풍원가가식품유한공

사'의 자산 및 이 회사의 모그룹인 '안휘풍원집단 유한공사'가 가지고 있는 초콜릿 상표권을 인수하는 방식으로 이루어졌으며, 인수금액은 2천만 불이다.

'상해풍원가가식품유한공사'는 '안휘풍원집단 유한공사'의 자회사로써 초콜릿 제품의 원료인 초콜릿원액을 주로 생산하는 업체로서 상해시 주변에 두 개의 공장을 가동하고 있으며, 지난 93년 설립되어 연간 3만톤 이상의 생산규모를 보유하고 있는 회사이다.

또 '안휘풍원집단유한공사'는 식품 및 화학분야에서 여섯개의 회사를 운영하고 있는 대형 지방 국영기업이다.

이번 인수를 통해 롯데제과는 장래 중국시장과 동남아시아, 기타 해외시장에서 경쟁력을 갖춘 제품을 신속하게 공급할 수 있는 기반을 확보하게 되었으며, 세계 굴지의 초콜릿 제조업체인 네슬레, 캐드베리, 마스 등 다국적 기업과 어깨를 나란히 할 수 있게 되었다.

한편 롯데제과는 90년도부터 지속적으로 해외 시장에 거점을 확보하는 전략을 진행하여 왔으며, 최근엔 그 결실이 나타나고 있는데, 1994년 북경에 설립한 껌, 비스킷 공장을 기반으로 2005년에는 중국시장내 껌 시장점유율이 30%에 달했다. 또 지난 해 인수한 청도의 파이, 스낵 공장을 통해 이 시장에서도 빠르게 점유율을 확대해 나가고 있다.

더욱이 이번 대형초콜릿 공장까지 인수하게 됨으로써 롯데제과는 이제 중국 시장에서 종합제과 회사로 도약할 수 있는 기반을 마련한 것이어서 그 의미가 크다고 할 수 있다.

### 킨텍스 컨벤션마케팅 주목 부가가치 증가

한국국제전시장(KINTEX)이 올해 상반기 계약실적만으로 투자비용 회수가 가능한 것으로 집계돼 성공적인 전시회 운영을 한 것으로 알려져 주목 받고 있다.

경기도는 지난 달 8일 KINTEX에서 개최하는 유망 전시회의 국제 경쟁력 강화 및 국내 전시회 참가 중소기업의 무역거래 확대를 위해 경기도가 지원하는 국내 전시회의 상반기 실적을 발표했다.

경기도에 따르면 올해 KINTEX에서 개최되는 전시회 중 23개 유망 전시회를 선정, 보조금을 지원하고 있다.

이 중 경향하우징, 식품전, 포장기자재전, 자동차서비스전, 플라스틱고무전, 공작기계전, 물류유통전, LED EXPO, 스마트홈 등 상반기 9건 전시회를 개최한 결과 방문객 81만5천명, 참가업체 3천96개, 참가부스 10만9백82개로 각각 집계되었다.

또 이들 부스에서 발생한 계약액 3천7백억원은 KINTEX 건물 건립비 2천3백억원의 1.6배이며, 현재 추진 중인 2단계 건립비 3천4백억원을 상회하는 금액으로 2006년 상반기 KINTEX 계약 실적만으로도 투자비용 회수가 가능한 것으로 알려졌다.

이는 약 6천3백명의 고용을 창출할 수 있는 수치이며, 전시주최자, 부스참가업체, 방문객의 소

## 업계동정

비액 등 경제적 파급효과를 계산할 경우 KINTEX 전시회 개최로 인한 부가가치는 더욱 높을 것으로 예상된다.

경기도 국제통상과 오후석 과장은 “도내 중소기업의 전시회 참가 기회를 확대하고, 상반기 사업 추진 경험 및 지원실적을 바탕으로 보조금 지출 항목 및 대상 전시회 선정 기준을 개선할 것”이라며 “KINTEX 개최 전시회 해외 부스 증대, 방문객 유치 및 고용 창출 등에 더 많은 실적을 올릴 것”이라고 전망했다.

### 식품업계 짜통과자 몸살 국내외 무차별 범람

식품업계에 짜통 주의보가 떨어졌다. 식품업체 간 경쟁사의 대박상품을 베낀 짜통이 국내외에서 무차별적으로 범람하고 있기 때문이다. 실제 롯데제과는 최근 중국 칭다오 현지공장인 롯데칭따오 푸드에서 꿀맛이네 스낵을 생산한 뒤 국내에 들여와 판매하고 있다.

롯데에서 수입 판매하는 꿀맛이네는 매월 수십억원의 매출을 올리는 해태제과의 효자상품인 맛동산을 거의 그대로 복사한 짜통이란 게 해태 측 주장이다.

소성수 해태제과 홍보팀장은 “롯데제과의 꿀맛이네는 자사의 맛동산과 포장 디자인뿐 아니라 맛, 모양까지 똑같은 짜통”이라고 말했다. 역시 롯데제과가 중국에서 수입한 마이볼도 자사의 히트상품인 홈런볼과 구분하기 힘든 짜통 과자라고

해태측은 꼬집었다.

짜통 시비에 휩싸이기는 해태제과도 마찬가지다.

롯데제과는 최근 석류미인 껌을 출시한 해태제과를 상대로 자사의 석류미인(껌, 아이스크림)의 상표권을 침해했다며 법원에 상표권 침해금지 가처분 소송을 제기한 것. 결국 제과업계 양대 산맥인 롯데와 해태가 서로 물고 물리는 진흙탕식 짜통 싸움을 펼친 셈이다.

짜통 시비로 도마 위에 오르는 오리온과 해태제과, 크라운 등도 별반 다르지 않다.

해태 측은 오리온이 최근 선보인 오리온콘칩 바이오쥬 마이셀 리굿 등이 대부분 자사와 크라운의 인기상품을 카피한 짜통 브랜드라고 지적했다.

이 중 오리온 리굿은 크라운제과의 간판상품인 조리풍을, 오리온 오와우는 해태제과의 오예스를 베꼈다는 얘기가.

이 같은 짜통은 외국에서도 예외가 아니었다. 최근 일본 나고야(名古屋)의 한 할인점에서는 동원F&B의 수출 효자상품인 양반김 짜통이 나돌았다.

일본 하마오토메(横乙女)사가 만든 짜통 양반김은 동원 측의 강력한 반발로 최근 생산이 중단된 상태다.

롯데제과의 대표적인 빙과인 설레임도 중국 베이징에서 포장과 디자인이 똑같은 짜통이 나돌아 몸살을 앓았다.

오리온 초코파이, 농심 신라면, 두산 증가집김치, 한국야쿠르트 팔도라면 등도 중국 베트남 러시아 짜통시장에서 유명세를 톡톡히 치르고 있는 대표적인 상품들이다.

## 신 제품

(주)삼양사

### 큐원 곡물빵믹스 출시

정통 유럽풍의 건강을 생각한 곡물빵을 이제는 가정에서 간편하게 만들어 먹을 수 있게 됐다.

(주)삼양사(대표이사 김운)는 제빵기용 식빵믹스, 옥수수식빵믹스에 이어 건강 지향의 신제품 '큐원 곡물빵믹스'를 출시했다.

이번에 출시한 '큐원 곡물빵믹스'는 별도의 재료를 구입하지 않고도 가정에서 제빵기를 사용하여 물이나 우유를 넣어 간편하게 조리할 수 있으며 갓 구운 곡물빵의 고소함을 즐길 수 있는 것이 특징이다. 또한 해바라기씨, 거칠게 빵은 호밀 등의 풍부한 곡물과 식이섬유를 함유했다.

이제품은 1Box 2개 낱개 포장으로 백화점, 할인점 등에서 구입할 수 있으며 소비자가격은 2천9백원이다. 한편 삼양사는 1999년 홈베이킹 제품을 국내에 처음 선보인 이래 지속적인 '큐원 홈베이킹 프리믹스' 제품 시리즈를 출시하여 고객들에게 건강과 즐거움을 제공하고 있다.



## 롯데칠성음료(주)

### '오늘의 차(茶)' 출시

롯데칠성음료(주)(대표이사 이광훈)는 차, 곡물로 만든 '오늘의 차(茶)' 2종을 출시했다.

혼합차, 보리차 2종으로 출시되는 '오늘의 차'는 녹차, 홍차, 우롱차, 현미, 울무, 둥글레, 결명자, 껌보리, 치커리, 검정콩 등 몸에 좋은 건강소재 추출액과 L-카르니틴이 함유된 건강차다. 특히 보리차는 우수한 품질의 국산 보리를 정성껏 우려내어 집에서 즐겨 마시던 보리차의 구수한 맛을 그대로 담아낸 제품이다. 이들 제품은 無칼로리 제품으로 건강은 물론 S라인 몸매를 추구하는 20대 젊은 여성들이 즐길 수 있는 차(茶)음료다. 또 보호성과 휴대가 편리하고 온장 보관까지도 가능한 370ml NB(New Bottle Can) 캔 신용기에 담아 차별화시켰다



## 롯데제과(주)

### 초콜릿 '드림카카오' 시판

롯데제과(주)(대표이사 김상후)가 선보인 '드림카카오' (3천원)는 초콜릿의 주원료인 카카오 함량이 기존 초콜릿 제품(가나 28%)보다 두 배 이상 높은 56%로 지금까지 국내시장에선 볼 수 없던 프리미엄 기능성 초콜릿이다. 높은 카카오 함량으로 진하고 향긋한 초콜릿의 맛과 풍미를 느낄 수 있는 '드림카카오'는 특히 심장병 예방과 스테미너 강화, 긴장 스트레스 완화에 효과가 탁월하다고 알려진 폴리페놀이 기존 제품(가나 650mg)보다 두 배 이상 높은 1,530mg 들어 있어 과히 '꿈의 초콜릿'이라 할 수 있다. 또 이 제품은 기존의 초콜릿 모양과 전혀 다른 구슬, 주사위 모양으로 한 입에 깔끔하게 먹을 수 있으며, 용기 또한 둥근 원통 형태이어서 보관과 진열이 용이하다. 올 가을 초콜릿 시장은 시원한 웰빙 바람과 함께 고품격 프리미엄 초콜릿이 연이어 등장할 것으로 보여 시장규모도 30% 이상 증가할 것으로 보인다.



## 롯데제과(주)

### 치토스 스낵 본격 시판

롯데제과(주)(대표이사 김상후)가 60년 역사의 세계적인 스낵 '치토스'를 국내에서 생산, 본격 시판했다. 이번에 시판에 들어간 제품은 매콤한맛과 바비큐맛 2종이며 가격은 각 5백원(1봉50g)이다. 두 제품 모두 기존 치토스의 맛과 조직감을 한층 더 보강했는데, 매콤한 맛은 옥수수 가루에 고추 등 천연양념을 이용해 만들었으며 포장도 검정색이고, 또 빨간색 포장지 제품인 바비큐맛 역시 천연 양념으로 맛을 내 한층 더 고소하고 깔끔하다. 치토스는 맛도 좋지만 비정형의 스낵 모양에 입체 캐릭터(체스터) 딱지가 들어 있어 재미까지 더한 제품이다. 입체딱지는 모두 20종인데 다양하게 게임을 즐길 수 있다.



## (주)오뚜기

### 마시는 흑초' 출시

(주)오뚜기(대표이사 강신국)가 아미노산과 인, 칼륨 등 각종 미네랄이 풍부한 알칼리성 식품' 오뚜기 마시는 흑초' 3종과 '오뚜기 그대로 마시는 흑초' 3종을 출시했다.

'오뚜기 마시는 흑초'는 농축타입으로 동봉된 계량컵을 이용해 냉수 또는 우유를 기호에 따라 3~5배 희석해서 마시면 되고, '오뚜기 그대로 마시는 흑초'는 희석하지 않고 그대로 마실 수 있어 아주 편리하다. 두 제품 모두 흑초와 함께 양질의 석류, 오곡, 100% 국내산 복분자로 만든 식초와 벌꿀, 올리고당, 비타민 C, 식이섬유 등을 혼합하여 마시기 편하도록 만든 흑초 음료이다. 석류, 오곡, 복분자 등 세 가지 제품으로 다양하게 구성되어 있어 취향에 따라 선택해 먹을 수 있다. 오뚜기 관계자는 '기존 시장의 차별성을 위하여 흑초를 가미한 음용식초를 출시하였다'며, '용기를 플라스틱이 아닌 병타입으로 만들어 고급스러움을 강조했다'고 말했다.



## (주)농심

### 별따먹자 출시

(주)농심(대표이사 신동원)은 온가족이 함께 즐길 수 있는 재미있고 맛있는 쌀과자 '별따먹자'를 출시했다. '별따먹자'는 건강에 좋고 소화흡수가 잘되는 국산쌀을 오븐에 구워 담백하고 고소한 맛과 부드러운 조직감을 느낄 수 있다.

무MSG, 무향료, 무색소 웰빙 쌀과자로 아이들이 안심하고 먹을 수 있는 제품이다.

'별따먹자'는 브랜드에 걸맞게 개별 포장지를 재미있는 별 캐릭터로 표현했으며 온라인 블로그를 통해 재미있는 별자리 이야기, 별자리 운세, 이름풀이 등 다양한 콘텐츠를 경험할 수 있도록 했다.





## 광동제약(주)

### 옥수수 수염차 출시

광동제약(주)(대표이사 최수부)은 지난 달 21일 액상추출 음료 ‘광동 옥수수 수염차’를 출시했다. 옥수수 수염을 언제 어디서나 간편하게 마실 수 있도록 만든 제품이다.

옥수수 수염은 본초강목에 ‘위장을 다스리며 막힌 속을 풀어준다’고 나와있다. 또 옥수수 뿌리와 잎은 원활한 이뇨 작용에도 도움을 주는 것으로 알려졌다.

광동제약 관계자는 “옥수수차의 구수한 맛과 옥수수 수염의 기능을 더한 음료”라며 “얼굴 붓기 제거에도 효과가 있다고 전해진다”고 설명했다.



## CJ(주)

### 짠맛줄인 ‘CJ스팸 마일드’ 출시

CJ(주)(대표이사 김진수)는 짠 맛을 줄인 ‘CJ스팸 마일드’를 신제품으로 출시했다.

이제품은 기존 제품보다 짠 맛을 25% 정도 줄였지만 스팸 고유의 부드럽고 고소한 맛이 그대로 살아 있는 것이 특징이다.

스팸 마일드는 고품질의 순 돈육만을 엄선하여 만들었고 살코기와 지방의 이상적인 배합을 통한 고소한 맛을 유지한 제품이다.

CJ스팸 마일드 소비자가격은 340g 제품이 4천2백원, 200g 제품이 2천6백50원이다.



## (주)한국야쿠르트

### 호박가득 비락식혜 출시

(주)한국야쿠르트(대표이사 김순무)는 천연 건강소재인 국내산 호박이 가득 들어가 건강과 미용에 효과적인 ‘호박가득 비락식혜’를 출시했다. 호박은 이노작용을 원활하게 유지시켜 수분을 조절하고 부기를 제거하는 우리나라의 대표적인 건강재료로 알려져 있다.

호박 속에 들어 있는 카로틴은 우리 몸속에서 비타민A로 변화되어 피부노화를 방지하고 시력을 개선시켜 주며, 식이섬유소인 펙틴과 풍부한 섬유질은 장 운동을 도와 변비를 예방하여 준다. 800원 (238ml)



## (주)한국야쿠르트

### ‘보네떼퀵’ 출시

(주)한국야쿠르트(대표이사 김순무)는 뼈 건강을 지켜주는 부드러운 치즈맛의 정통 유럽풍 떠먹는 요거트 ‘보네떼퀵’을 출시했다. 칼슘 흡수를 촉진시켜 파골세포수를 억제하여 골다공증을 염려하는 여성들이 뼈 건강을 챙길 수 있도록 한 제품이다.

우유 자체에서 추출하여 흡수율이 뛰어난 천연 밀크칼슘과 칼슘 흡수를 촉진시키는 기능을 하는 CPP(카제인 포스포 펩타이드), 비타민 D3, OPB, 이소플라본 등이 함유되어 있다.

‘보네떼퀵’이라는 브랜드는 ‘뼈’를 뜻하는 ‘Bone’과 ‘영원한’이라는 의미를 가진 프랑스어 ‘Eternel’의 합성어로, 골다공증 없는 영원한 세상을 만들자는 의미며, 퀵은 숙성하지 않은 생치즈 형태를 말한다.

한국야쿠르트의 이창희 방판마케팅팀장은 “골다공증을 염려하는 여성들을 위해 국내에 처음으로 소개되는 치즈맛의 고급 요거트”라며 “하루 9만개 정도 판매로 올해에만 80억 원의 매출을 기대하고 있다”고 말했다.



## 대상(주)

### 요거트 샐러드 소스 6종 출시

대상(주)(대표이사 임동인) 청정원이 기존의 마요네즈 대신 요거트를 베이스로 만든 청정원 요거트 샐러드 소스 6종을 출시했다. 이번 제품은 식용유를 전혀 첨가하지 않았으며, 마요네즈 대신 저지방 요거트를 사용, 칼로리를 일반 드레싱 제품의 25% 수준으로 줄인 것이 특징이다. 지방함량은 기존 드레싱(100g당 48g)의 24분의 1 수준이다. 상큼한 맛을 위해 키위와 딸기 등 과일도 첨가했다.

종류는 키위, 파인애플머스타드, 딸기, 플레인, 녹차, 블루베리 등 6가지며 소비자가격은 2천5백원이다.

청정원은 기존의 샐러드 드레싱의 경우 지방함량이 높아 다이어트의 적으로 인식돼 왔던 것과 달리 이번 제품은 젊은 여성들에게 인기를 모을 수 있을 것으로 기대된다고 말했다.



## (주)풀무원

### '생가득 생수프' 2종 추가 출시

(주)풀무원(대표이사 이규석)은 '생가득 생수프'의 새로운 제품으로 '웰빙버섯 생수프'와 '브로컬리 생수프' (각 200g/1천8백원)를 추가 출시했다.

'웰빙버섯 생수프'는 표고버섯, 양송이, 새송이, 백일송이, 느타리 5가지 버섯의 풍부한 맛과 향이 살아있는 건강 수프이며, '브로컬리 생수프'는 신선한 브로컬리, 치즈, 감자로 만든 프리미엄급 수프로 부드럽고 고소한 맛이 특징이다.

신선하고 좋은 원료로 만든 '풀무원 생가득 생수프'는 맛이 부드럽고 큼직한 건더기가 풍부해 집에서 만든 홈메이드 수프의 맛을 느낄 수 있으며, 봉지째로 끓는 물에 3~4분, 전자레인지에 1~2분만 데우면 간편하게 즐길 수 있어 든든한 아침대용식으로 좋다.



플무원의 엄격한 기준에 따라 신선하고 품질 좋은 원료가 사용되었고, 가정에서 조리하듯 인공화학조미료(MSG), 합성 보존료, 합성 착색료는 일체 첨가하지 않았으며, 신선한 맛을 최대한 살리기 위하여 21일 기한의 냉장 유통제품으로 판매된다.

## 동원F&B(주)

### 베리음료 2종 출시

동원보성녹차로 음료 시장에 자리매김한 동원F&B(주)(대표이사 김해관)가 베리 음료인 '매혹의 블루베리'와 '정열의 라즈베리'를 출시했다.

두 제품은 평상시 접하기 어려운 블루베리와 라즈베리를 쉽게 음용할 수 있게 만들었다. 또한 베리 특유의 강한 신맛을 최소화하여, 부담 없이 가볍게 마실 수 있도록 한 것이 특징이다.

동원F&B 음료 브랜드 매니저 김민수 과장은 "블루베리와 라즈베리는 항산화 색소인 안토시아닌과 식이섬유가 풍부한 웰빙 식품으로, 눈에 띄는 소비 증가가 나타나고 있다"면서, "아직 활성화되지 않은 국내 베리 주스 시장 선점을 위해 발매한 제품"이라고 밝혔다.

매혹의블루베리, 정열의라즈베리는 180ml 병 제품으로, 가격은 1천원이다.



## 농협

### '한라봉 제주감귤주스' 출시

제주산 한라봉과 감귤을 혼합해 만든 '한라봉 제주감귤주스'가 출시됐다.

농협제주지역본부는 농협식품안전연구원에서 엄격한 품질관리를 거쳐 '한라봉 제주감귤주스'를 개발했다.

이번에 출시된 한라봉 제주감귤주스는 비타민C가 PET병당 1500mg이나 함유돼 있고, 한라봉 특유의

## 업계동정

맛과 향이 그대로 살아 있어 신맛이 적은 것이 특징이다.

대구경북능금농협에서 생산하고 농협하나로클럽, 하나로마트 등을 통해 1.47l PET병은 2천8백원, 180ml병은 7백원에 판매된다.

농협관계자는 “이번에 출시된 한라봉 제주감귤주는 한라봉 고유의 특징을 살린 고급제품으로 연간 1백20만 PET병이 판매될 것으로 예상된다”며 “한라봉과 감귤을 1천5백톤 가량 소비할 수 있는 양으로 생산농가에도 큰 도움이 될 것으로 기대된다”고 말했다.



## CJ(주)

### 마시는 아침식사 모닝웰 출시

CJ(주)(대표이사 김진수)는 바쁜 아침시간 식사를 거르는 사람들을 위해 마시는 아침 모닝웰을 출시했다.

모닝웰은 콩, 브로콜리, 호박, 호두, 토마토, 시금치처럼 장수국가의 식단에 오르는 식품을 포함해 곡물 16가지, 야채 7가지, 과일 6가지, 견과류 4가지 등 총 33가지 재료를 함유하고 있다.

또한 모닝웰 1병에는 사과 1개의 식이섬유, 우유보다 2배 많은 탄수화물, 두부 4분의 1모의 단백질, 밥 3분의 1공기의 칼로리 외에 칼슘과 비타민도 들어 있다.

CJ는 “모닝웰은 곡물, 야채, 과일 등을 초미세기술(UMPT)로 통째로 갈아 맛이 부드러우며 소화흡수가 잘 된다”고 설명했다. 가격은 180ml 1병 당 1백3백원이다.

