



술도 첨단기술로 담으면 더 맛있다

(주)좋은친구 [www.joeunchingu.co.kr]

“국내 산업계에서 주류 산업만큼 정보화에 낙후된 분야도 드물 것입니다. 정부차원의 주류 산업 육성책이 미비한 것은 물론이고 전문적인 정보도 거의 없습니다. 특히 주류 산업은 교육 수준이 낮은 사람들이 중사하는 산업이라는 인식이 팽배해 있어서 더욱 경쟁력 확보가 어렵습니다.”

개발한 솔잎친구와 산삼주, 알로주, 가시오가피주, 차가버섯주, 그리고 북한에서 직수입한 들쭉술 등이다. 이 가운데 주력 상품인 솔잎친구는 솔잎 특유의 좋은 성분을 그대로 함유했다는 평을 받으면서 일본과 필리핀 등의 바이어로부터 많은 관심을 받고 있다.

전통주 전문 업체인 (주)좋은친구 김원대 전무의 말이다. 김 전무의 말대로 전통주 업계는 집안의 비방이나 오랜 장인정신에 주로 의지해 운영되고 있을 뿐, 과학적인 접근 방법이 활용되는 경우는 매우 드물다. 그러나 (주)좋은친구는 KISTI의 정보 서비스를 통해 이러한 한계를 극복할 수 있었다고 한다. KISTI가 다양하게 제공하는 연구개발 정보, 특허정보, 각종보고서(발효분야) 등의 정보를 통해 첨단 2단계 발효기법을 개발하게 된 것이다.



소비자의 입맛은 점점 다양해지고, 까다로워지는데 반해 전통주는 소비자의 입맛을 제대로 따라가지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 ‘끊임 없는 연구개발만이 살길이다’라는 것이 (주)좋은친구의 신념이다.


이러한 생각 하에 최근 (주)좋은친구는

고추의 캡사이신 성분을 액체 상태로 추출하는 기술을 개발해 맛의 지속성을 강화하는 연구에 집중하고 있다. 또 더 나아가서는 전통주를 넘어서서 전 세계 와인시장에도 과감하게 도전장을 낼 계획이다.

술의 맛을 결정하는 것은 발효다. 대다수의 주류회사들은 백국이라는 효모를 사용해 1단계 발효를 한다. 그러나 (주)좋은친구는 서울대학교 생명공학부 정가진 교수와 함께 KISTI 정보 서비스를 활용해 ‘황국’이라는 효모를 개발했다. 황국은 발효균의 생존시간이 짧아 맛을 뛰어나게 만드는 2단계 발효 기법으로써, 현재 특허출원 중에 있다.

김원대 전무는 “사실상 KISTI는 (주)좋은친구 같은 중소기업이 꼭 필요한 정보를 실시간으로 얻을 수 있는 유일한 신뢰성 있는 기관입니다. 지금까지도 좋은 정보를 너무나 잘 서비스해 주셨지만, 조금 더 욕심을 낸다면, 앞으로는 검색 결과물에 대한 정성적·정량적 분석이 컴퓨터상에서 바로 확인될 수 있는 단계까지 한 차원 더 높은 정보서비스를 해주시면 정말 감사하겠습니다”라고 말했다.

이렇게 체계적이면서 과학적인 제조 기술을 보유함으로써 (주)좋은친구는 지난해 20억원의 매출을 기록한데 이어, 올해는 300%이상 상승한 70억원 매출을 예상하고 있다. 지금까지 (주)좋은친구가 선보인 제품은 총 6가지로 솔잎을 원료로

그리고 ‘앞으로 (주)좋은친구와 KISTI가 더욱 ‘좋은 친구’로 발전할 수 있기를 기대한다’는 말도 잊지 않았다. 



‘KISTI 정보서비스’는 신소재 개발의 탁월한 ‘안내지도’

남양노비텍(주) [www.nyco.co.kr]

남양노비텍(주)는 특수·정밀 고무제품과 소음·진동을 제어하는 고기능성 복합체를 주력상품으로 하는 기술 집약형 중소기업이다. 특히 최근에는 아파트 등 공동주택의 층간 소음 문제를 효과적으로 차단할 수 있는 새로운 방음장치 개발에 많은 노력을 기울이고 있다.

다수의 중소기업들이 생산중심으로 기업을 운영하는데 반해, 남양노비텍(주)은 첨단 R&D를 통한 신소재 개발에 중점을 두고 있다. 기업 캐치프레이즈 역시 ‘기술로 승부한다’이다. 집중적인 R&D를 위해 자체적으로 ‘니코노비텍’이라는 연구소도 만들어 석·박사급 고급 전문 인력을 지속적으로 확보하고 있다.

그러나 아무리 집중적으로 연구에 몰두한다고 해도 ‘중소기업’이라는 한계는 커다란 제약일 수밖에 없었다. 한정된 연구 인력이 기술개발, 특허, 법률 등 여러 분야의 일을 일인 다역으로 해결해야 하는 탓에 놓치는 정보도 많고, 꼭 원하는 정보가 있을 때도 고가의 정보를 일일이 다 구입하기는 힘들었던 것이다.

이러한 문제를 해결해 준 것이 바로 KISTI의 정보서비스였다. 전 세계의 정보원으로부터 수집한 따끈따끈한 정보를 신속하게 전달해주고, 분석 자료와 특허 원문을 서비스해주는 것은 물론 개발하고 있는 제품 특성에 맞게 맞춤정보까지 서비스해 R&D에 직접적으로 활용할 수 있도록 해줬던 것이다.

더구나 KISTI의 정보는 수준도 매우 뛰어나서 연구소가 자칫 흘리고 갈 수 있는 부분까지 꼼꼼히 짚어주었다.

일반 소비자들 사이에서도 꽤 인지도가 있는 ‘NYCO’, ‘잠잠이(ZamZam©)’, ‘제로니(Zerony)’ 등의 브랜드를 탄생시키는

데도 KISTI 정보서비스는 실질적인 많은 역할을 했다. 또

신규사업으로 집중 추진하고 있는 ‘전자파 차단 소재’의 개발에도 KISTI의 역할은 매우 중요할 것이라고 연구소 측은 예상하고 있다.

니코노비텍연구소는 앞으로 연구개발 추진전략의 최우선 단계를 ‘과학기술 정보수집과 분석’에 둘 계획이며 이를 바탕

으로 첨단 R&D에 매진하는 것은 물론 시장성 파악, 미래 기술 동향과 수요 예측 등도 차질 없이 진행할 계획이다.

전용철 니코노비텍연구소 소장은 KISTI 정보의 효용성에 대해 ‘신속한 정보 조사와 자료 제공, 기존 산업계의 정보를 분야별 아이템별로 파일링 한 기술자료 등은 업무에 실질적으로 도움이 되는 것은 물론 제품개발에도 아주 효율적’이라고 높게 평가했다.

또 “중소기업은 단시간에 아이템과 기술의 핵심을 파악해 고효율을 내는 것이 매우 중요합니다. KISTI가 제공해주는 정보는 이러한 중소기업의 애로를 충분히 해결해 주는 고마운 존재입니다. 앞으로도 계속해서 빠르고 정확한 정보 서비스를 통해 중소기업에 잘 도와주시면 좋겠습니다”라는 부탁도 잊지 않았다. 