

NET WORK



NET WORK 협회·회원사

- (사) 한국포장협회 제6기 포장기술관리사 수료식 개최
- (사) 한국포장협회 신년하례회 개최
- (주)IPC 이노비즈 인증업체 지정
- (주)은성포장기계 이노비즈 기업 인증
- 로지스올 그룹 KPP, 일본과 RFID 서비스 공동 운영

NET WORK 정책기관

- 경상북도 농산물 유통센터 건립
- 환경부 RFID 폐기물관리시스템 도입
- 환경부 중기청 REACH 순회세미나 개최
- 기술표준원 국가표준 5대 전략추진분야 선정
- 보건복지부 화장품 뚜껑, 어린이 못 열게 강화

NET WORK 유관단체

- 한국골판지포장공업협동조합 골판지포장 5대 일관기업 상생회의 개최
- 한국포장기계협회 Sino Pack 2007 한국관 사업 설명회 개최
- 한국디자인진흥원 KIDP 신년 혁신연찬회 개최
- 농촌진흥청 원예연구소 세척감자 녹병 방지 포장기술 개발

NET WORK 업계동정

- (주)대한필프 티슈포장지 일본 수출
- 세림제지(주) 카자흐 유전개발 성공
- (주)하이닉스반도체 웨이퍼 레벨 패키지 적용
- 제과업계 트랜스 지방 제로화 선언



(사)한국포장협회
제6기 포장기술관리사 수료식 개최
 1백15명 포장기술관리사 배출

(사)한국포장협회(회장 김선창)는 지난 달 9일 서울 금천구 가산동 롯데IT캐슬 컨벤션홀에서 제 6기 포장기술관리사(Packaging Professional) 수료식을 개최했다.

(사)한국포장협회가 지난 해 9월 4일부터 12월 2일까지 총 11주간 실시한 포장기술관리사 통신교육에는 총 1백21명이 수강을 신청했으며, 이 중 1백15명이 포장기술관리사증을 취득했다.

공재홍 (사)한국포장협회 전무이사는 “포장전문

가의 역할이 강조되고 있는 만큼 포장기술관리사 자격이 업무에 많은 도움이 될 것”이라고 전하면서 제6기 포장기술관리사 합격생들을 축하했다.

이날 수료식에서는 1백점 만점에 96.9점을 획득, 1등으로 수료한 (주)크라운제과 구매팀 김상철 대리를 비롯, 96.3점으로 2등을 차지한 (주)누벨피엔에스 생산부 조재형 반장, 96.2으로 공동 3등을 차지한 삼우정판인쇄사 황준호 실장과 대림산업(주) 강기장 과장에 대해 우수성적수료자 시상식이 있었다.

포장기술관리사(Packaging Professional)는 (사)한국포장협회가 정부의 산업기술기반조성사업 중 인력양성(포장분야)을 목적으로 실시하고 있는 통신교육으로 2004년 제1기 포장기술관리사 배출을 시작으로 금번 6기까지 7백32명의 합



▲ (사)한국포장협회 제6기 포장기술관리사 수료식 개최

협회 · 회원사

격쟁을 배출했다.

한편 오는 3월 협회는 제7기 포장기술관리사 통신교육을 실시할 계획이다.

(사)한국포장협회
신년하례회 개최
이희범 한국무역협회 회장 세미나 열어

(사)한국포장협회(회장 김선창)는 지난 달 12일 서울 팔래스호텔 로얄볼룸에서 80여명의 협회 회원사 임직원들이 참석하 가운데 신년 하례회를 개최했다.

김선창 회장은 “전 회원사들이 모일수 있는 신년 하례회를 통해 올 한해 포장업계 발전을 다질

수 있기를 바란다”며 “협회는 올 한해 시험실을 설치운영을 통해 포장품질 향상에 주력하고 포장업계의 다양성과 아이디어를 확보하기 위해 설문 조사를 실시할 방침”이라고 전했다.

덧붙여 김 회장은 “협회 설립의 최초 목적인 ‘공생’을 생각하며 업계가 두루 발전할 수 있도록 다같이 노력하자”고 독려했다.

한편 협회는 신년하례회에 앞서 (사)한국무역협회 이희범 회장을 초빙, ‘지역주의와 한국무역의 과제’에 대한 경영자 세미나를 개최했다.

이희범 회장은 국내 제조업계의 사업추진 방향을 설정하는 한편 “환경을 위한 포장 규제가 강화되는 만큼 포장은 수출에 있어서 큰 부분을 차지한다”고 밝히고, “수출 3천억불의 시대를 맞아 수출 발전의 근간으로 작용한 포장산업계의 노력에 박수를 보낸다”고 전했다.



▲ (사)한국포장협회 신년하례회 개최

(주)IPC
이노비즈 인증업체 지정
 벤처기업 선정도

기술혁신을 통한 그라비아잉크, 접착제 전문 생산업체인 (주)아이피씨(대표이사 신정렬)가 이노비즈 기업으로 선정됐다.

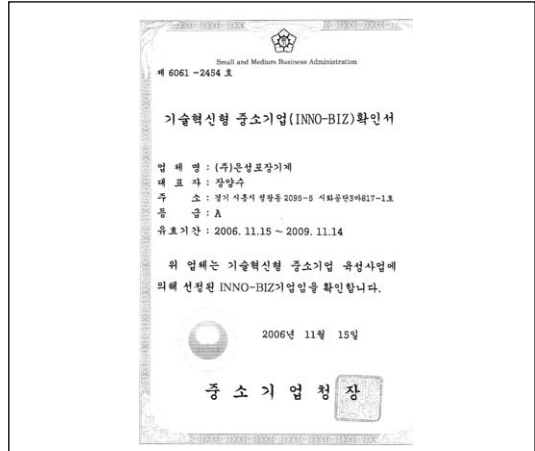
아이피씨는 지난 해 11월 28일부터 오는 2009년 11월 27일까지 이노비즈기업으로 선정돼 기술혁신기업으로 거듭나게 됐다. 또한 지난해 5월에는 벤처기업으로 인증을 받아 오는 2008년 5월까지 기업이미지를 더욱 높게 됐다.

컬러문화 중심기업이란 모토로 혁신경영, 기술혁신을 지속하고 있는 아이피씨는 식품포장용 1액 범용잉크, 수성그라비아잉크, 2액 무용제 접착제 등 차별화된 기술로 잉크업계를 선도하고 있다.

이번에 이노비즈와 벤처기업으로 인증 받으므로써 잉크업체로서의 공신력을 높여 도약의 발판을 마련했다.

(주)은성포장기계
이노비즈 기업 인증
 기술기업 인증

그라비아인쇄 및 코팅기 전문업체인 (주)은성포장기계(대표이사 장양수)가 기술혁신형 중소기업(이노비즈)기업으로 선정됐다.



▲ (주)은성포장기계의 이노비즈 확인서

은성은 지난 해 11월 15일부터 오는 2009년 11월 14일까지 기술혁신형 중소기업으로 선정됐다. 이노비즈 기업으로 선정되면 각종 세제, 금융 등에서 우선 혜택을 받을 수 있고 대내외적으로 기업 이미지를 높이는 효과도 있다.

로지스올 그룹
KPP, 일본과 RFID 서비스 공동 운영
 아시아 최초 물류기기 개체 관리 가능

로지스올 그룹 한국과렛트폴(주)(대표이사 서병륜), 일본과렛트렌탈이 일본베리사인(Japan VeriSign(본사 도쿄 츄오쿠, 대표이사 하시모토 테루히데(橋本 晃秀))의 협력하에 EPCglobal 네트워크에 대응한 RFID과렛트렌탈서비스의 공동운용을 다음달부터 개시한다고 밝혔다.

이번에 제공을 개시하는 이 서비스는 KPP·JPR의 Real물류네트워크에 관한 기술 및 노하우

와 일본VeriSign의 RFID를 활용하기 위한 정보 네트워크 기술, 각각의 특징을 살린 세계적으로도 선진적인 사례이다.

EPCglobal 네트워크를 활용한 오픈서비스로서는 아시아 최초 사례이며 공급망(Supply Chain)관리를 목적으로 서비스 이용의 확대가 예상된다.

EPCglobal네트워크는 RFID기술과 네트워크 기술을 조합한 구조를 뜻한다.

전자태그를 붙인 상품이나 파렛트 등을 공급망(Supply Chain)전체로 식별하고 전자태그에 쓰여진 해당 상품의 EPC(Electronic Product Code)를 Key로 하여 인터넷 경유로 관련 데이터베이스에 접근하여 해당 EPC에 관련한 다양한 정보를 즉시 얻을 수 있다.

EPCglobal 네트워크는 RFID의 세계표준으로서 각국에 보급되고 있다.

LogisALL그룹과 JPR은 ASIA PALLET POOL PTE.LTD(본사 싱가포르, 대표이사 이지치 마사히로(伊地知 眞弘))를 설립하고 한국, 일본, 중국을 비롯한 아시아 여러 국가에서 파렛트 등의 물류용기의 렌탈서비스를 전개하고 있다.

본 서비스는 이 렌탈물류기기의 네트워크를 기본으로 물류용기에 부착한 RF태그와 EPC global네트워크의 구조에 의해 구성된다.

「어떤 파렛트(컨테이너)가 어디에 있는지」와 같은 개체정보를 공급망(Supply Chain)전체로 가시화해 실시간으로 여러 나라나 지역간의 기업들과 공유할 수 있게 된다.

최근 몇 개의 RFID활용사례가 발표되고 있지만 대개 기업단독 또는 몇 개회사 수준 등으로 그 적용범위는 한정적이었으나, 본 서비스는 렌탈

파렛트, 컨테이너의 네트워크를 이용하는 모든 고객이 이용할 수 있는 오픈 시스템이다.

아시아 국제간의 물류용기 렌탈을 유일하게 전개하고 있는 LogisALL그룹과 JPR, 그리고 정보 네트워크기술에 실적을 가진 일본VeriSign의 3사에 의한 공동제휴로 이 서비스가 실현될 예정이다.

파렛트나 플라스틱컨테이너의 물류기기는 적재상품을 Unit화 하는 것으로 물류효율을 높이는 물류의 기본 틀이지만 많은 기업에서는 지금까지 충분한 관리가 이루어지고 있지 않았고, 그렇기 때문에 사용이 끝난 파렛트나 컨테이너의 편차가 생겨 물류 종착지에서는 쌓이게 되고 출발지에서는 부족한 현상이 만성적으로 생기고 있다. 각 개별 기업은 Supply Chain상에 필요량 이상의 pallet나 컨테이너를 투입해야 하고 결과적으로 물류기기의 소재인 석유나 목재 등의 자원낭비만 될 뿐 이런 파렛트나 컨테이너는 폐기물이 돼 환경오염의 문제도 발생하고 있다.

또한, 파렛트나 컨테이너에 따른 유니트(unit)화를 통한 물류비 절감에 대해서는 누구나 인식하고 있지만 그 운용을 각각 개별기업이 하는 것은 여러 난제가 있어 파렛트나 컨테이너가 널리 보편적으로 보급되지 않았다.

LogisALL그룹은 이 문제를 파렛트와 컨테이너의 “Pool System” 즉, 공동이용제도로 해소하고 있으며, 오늘날 LogisALL그룹의 파렛트/컨테이너 풀시스템은 한국 내에서는 표준형이 되어 국가 물류비 절감에 일익을 담당하고 있다.

LogisALL그룹이 자랑하는 파렛트와 컨테이너의 공급회수시스템은 많은 한국기업에게 JIT, SCM 등과 같은 물류솔루션을 제공하고 있고 이

제는 물류 인프라라고 해도 과언은 아니다.

LogisALL그룹은 보다 더 고객의 요구에 부응하기 위해 풀시스템의 정밀도 향상과 지금까지 없었던 솔루션의 연구개발을 진행하고 있고, 풀시스템에 RFID와 EPCglobal네트워크를 융합한 본시스템은 그 사례라고 할 수 있다.

경상북도
농산물유통센터 건립
9백억원 투자, 거점 8개소 운영

경상북도는 농산물의 안정적인 산지유통체계 구축과 이에 따른 일자리 창출을 위해 권역별 거점 산지유통센터(APC) 건립을 추진한다.

도에 따르면 WTO/FTA체결 등 농산물 시장 개방 확대에 따라, 올해 9백억원을 투자해 권역별 거점 APC 8개소를 건립할 계획이다.

이는 국내외적 유통환경 변화에 적극 대응하고 생산자의 조직화를 통한 농산물 표준규격 공동출하 유도 및 관내 유흥인력 고용을 통한 새로운 일자리 창출 및 농의소득을 증대시키기 위한 조치로 풀이된다.

이를 위해 도는 품목별 주산지역을 중심으로 지역별 특성에 맞는 규모·현대화된 권역별 거점 농산물 APC를 건립해 소비자의 기호에 맞게 “선별 → 저장 → 포장 → 판매” 등을 일괄적으로 처리할 수 있는 산지유통시설을 중심축으로 육성한다는 방침이다. 또 지난해 준공한 안동 고추종합처리장(45억원), 성주 참외APC(56억원) 경주 APC(78억원)에 이어, 과수 주산지역인 영주

시 봉현면 대촌리(1백78억원), 의성군 의성읍 원당리(1백80억원) 등 거점 APC를 연내에 준공하는 한편, 문경시 마성면 외어리(1백70억원) APC는 내년 6월 준공할 계획이다.

이와 함께 고추 계약매채를 통한 생산농가의 안정적인 소득보장과 영양고추의 경쟁력 제고를 위해 영양군 일월면 가곡리에 1백44억원을 투자해 국제규격(HACCP)에 맞는 최신 시설의 고추 종합처리장을 오는 9월 준공할 계획이다.

경북도 이태암 농수산국장은 “품목별 지역특성에 맞는 규모화 되고 현대화된 거점 APC가 준공되면 대형 유통업체에서 요구하는 규격농산물을 연중 안정적으로 공급할 수 있는 산지유통 체계가 구축되고 3백90개의 새로운 일자리 창출로 농의소득 증대 및 지역경제 활성화에 크게 기여할 것”이라고 말했다.

춘천시
지역농산물 대표 통합브랜드 개발
1억여원 투자 상표출원 및 조례 제정

춘천시가 지역농산물을 대표하는 통합 브랜드 개발에 나선다.

시는 현재 사용하고 있는 ‘소양강’ 브랜드의 경제적 효과가 떨어진다는 지적에 따라 지역 특산 농산물의 인지도를 높이기 위해 농산물 통합브랜드 개발 사업에 착수할 예정이라고 밝혔다. 이를 위해 올해 1억2천만원을 들여 통합브랜드개발 및 상표출원에 나설 계획이며 올해 말까지 사용조례를 제정하고 품목별 포장디자인 등을 마련한다는

정책기관

계획이다.

시는 우선 브랜드 개발과 함께 주력 농산물인 토마토 오이 등 7개 품목을 친환경 규격에 맞추고 현대적 감각에 맞게 상품화시키기로 했다.

또 5억원의 홍보비를 들여 서울 및 수도권에 춘천 지역 농산물의 우수성을 널리 알리기로 했다.

한편 시는 이와는 별도로 지역내 농민대표를 대상으로 농산물 마케팅 전담조직체를 구성하고 마케팅 분야 교육 및 전문가 초청 간담회 등을 연중 지속적으로 실시할 계획이다.

교육은 농협 및 대형유통업체의 마케팅 담당과 유통관련 공무원 등을 초청해 이뤄지며 농촌 지역 주민들의 국내외 유통 선진지 견학과 병행 추진된다.

시 관계자는 “마케팅교육의 경우 농산물 유통과 관련한 전문인력을 양성하고 생산자의 유통마인드를 향상시키려는 의도”라며 “올해부터는 정기적으로 실시해 농가들이 보다 높은 경쟁력을 가질 수 있도록 노력하겠다”고 했다.

소하고 또한 도민의 건강에 미칠 위해(危害) 우려로부터 도민을 보호해 나갈 계획이다.

연구원은 설, 추석절 대비 제수용·선물용 식품 및 건강기능식품, 여름철 부패·변질되기 쉬운 식품과 최근 어린이들을 대상으로 위생상태가 불량한 식품 등을 수거한다.

또한 초등학교 주변 어린이 기호식품, 위생취약지역인 재래시장 등 소규모 식품판매점 유통식품, 문제우려 식품 등에 대한 집중적 수거를 통해 위해가능 잔류물질과 인체 위해성 및 부적합 가능성을 고려한 항목에 대한 신속한 검사를 실시할 계획이다.

연구원 관계자는 “식품에 허용되지 아니한 약품성분 등을 강조한 식품, 이산화황 등 과량 잔류 가능성 및 발색제 불법사용 가능성이 큰 식품 등에 대해 집중적으로 수거·검사를 해서 부정·불량식품 유통 방지에 만전을 기할 것”이라고 말했다.

경기도
불량식품 유통방지 수거 검사 실시
용기·포장 자체 수거

경기도 보건환경연구원(원장 김종찬)은 오는 12월까지 부정불량식품 유통방지를 위해 매일 다소비식품 및 기구, 용기·포장의 자체수거·검사를 강화한다고 밝혔다.

연구원은 식품안전에 대한 도민의 욕구 증대와 식품 등의 유해물질에 대한 불안 요인을 해

경남마산시
미더덕 유통포장기술 특허
진공포장 후 가열 등 2가지 방법

경남 마산시 진동면에서 생산되는 미더덕을 한 달 이상 장기저장할 수 있는 ‘전자상거래용 장기유통 포장기술’이 특허권을 획득했다.

미더덕은 유통기일이 3일밖에 되지 않는 한계점으로 인해 관련업계에서 그동안 유통 및 판매에 어려움을 겪어왔다.

시가 이번에 특허권을 획득한 장기유통 포장기

술은 경남대 경남지역문제연구원이 시의 의뢰를 받아 9개월간 연구·개발한 기술로 지난 2005년 1월 특허 출원해 2년 만에 특허권을 따냈다.

장기유통 포장기술은 진공포장 후 가열과 동결 건조 분말포장하는 방법 등 2가지다.

시 관계자는 “몽고간장, 가고파 고향쌀, 가을국화에 이어 미더덕이 4번째 특산물로 상품화될 것”이라고 말했다.

부산시

부산디자인센터 3월초 개원

포장디자인 개발 및 정보지 발간 추진

디자인 향상을 통한 부산과 울산, 경남 등 동남권지역 중소기업의 경쟁력을 높이기 위한 핵심 인프라인 부산디자인센터가 오는 3월 초에 문을 연다.

부산시에 따르면 지난 2004년 9월부터 국비와 시비 등 4백70여억원을 들여 해운대구 센텀시티에 건립한 디자인센터 건물이 최근 완공됨에 따라 이를 운영할 (재)부산디자인센터의 조직구성을 이달 중에 마무리해 3월초에 개원할 예정이라는 것이다.

개원시기는 3월 6일로 잠정결정된 상태다.

지난 해 6월 설립된 부산디자인센터는 현재 원장과 직원 12명이 근무하고 있으며 이달 중에 7명의 전문인력을 추가로 채용해 조직구성을 1차 마무리할 예정이다.

부산디자인센터는 해운대구 센텀시티내 5천4백3㎡에 지하 3층, 지상 8층, 연면적 2만3천3백

90㎡ 규모로 지어졌다.

이곳에는 첨단 디자인개발 장비를 갖춘 디자인 지원실과 디자인 정보실, 교육실, 디자인상품 전시실 등이 들어서 동남권 중소기업들이 필요로 하는 디자인개발 지원과 디자인전문회사 육성, 디자인인력 교육훈련, 디자인정보 수집 및 제공, 섬유, 패션 연구개발 지원 등의 역할을 하게 된다.

특히 디자인실은 모직물 디자인 지원 및 디자인 개발 장비실, 모직물 전시장, 패션공연장 등의 시설도 갖춰 지역 섬유업계의 숙원인 모직물진흥원의 기능도 겸하게 된다.

부산디자인센터는 1백억원을 들여 각종 첨단장비들을 구축할 예정인데 현재 종합계획을 마련 중이다.

(재)부산디자인센터는 올해 디자인 인증사업, 디자인상품개발 기획전, 중소기업 CI(통합이미지) 및 포장디자인 개발, 디자인 정보지 발간 등을 중점사업으로 추진한다는 계획이다.

환경부

RFID 폐기물관리시스템 도입

효율적&투명한 폐기물 관리 실현

올해부터 전국 병·의원 등 감염성폐기물 관련 업체를 대상으로 RFID(Radio Frequency Identification) 신기술을 적용한 폐기물 관리시스템이 적용되고 있다.

환경부(장관 이치범)와 한국환경자원공사에 따르면 폐기물 유통정보를 자동 관리하는 RFID 신기술을 감염성폐기물 관리업무에 도입, 이달부터

전국 감염성폐기물 배출자, 수집·운반업자, 처리업체들이 본격적으로 이 시스템을 쓰기 시작했다.

이에 앞서 환경부는 2005년에 RFID 시범사업과 지난 해에는 시스템 구축사업을 완료해 고정형 리더기, 휴대형리더기 등 RFID 장비를 보급·설치하고 응용시스템을 구축한 바 있다. 이 시스템 사용자는 1월 11일, 8백35개 사업장이 이미 사용하고 있다. 오는 2008년에는 전국 5만여 개 소방·의원과 수집·운반업체 및 처리업체를 대상으로 사용자를 확대해 나갈 예정이다.

RFID 감염성폐기물관리시스템은 전자태그가 부착된 감염성폐기물 전용용기가 리더기(Reader)를 통과하거나 인식되는 순간 폐기물에 관련된 정보가 한국환경자원공사에 설치된 중앙전산시스템으로 실시간 전송된다.

폐기물 종류, 중량 등 폐기물 정보는 사람이 직접 입력하지 않고 리더기, 전자저울 등을 통해 자동으로 처리되도록 개발되었으며, 리더기에 인식된 정보가 실시간 전송·처리되기 때문에 실제 폐기물과 정보의 흐름이 일치하게 된다.

이 시스템을 적용함으로써 종이인계서를 작성하거나 웹으로 담당자가 인계 내역을 입력하는 등의 업무가 사라지고, 각종 관리대장, 실적보고서의 작성 및 제출 업무가 모두 전산화됐다.

따라서 배출자, 수집·운반자, 처리자는 감염성폐기물 배출·운반·처리 업무를 더욱 편리하고 쉽게 관리함으로써 업무 효율성을 극대화 할 수 있다.

행정기관 또한 자료의 취합, 비교분석 및 통계작성 등의 업무를 실시간으로 추진할 수 있다.

이 시스템을 자발적으로 우선 사용하고 있는 배출자, 수집·운반자, 처리업자 대부분은 종이인계

서를 작성하지 않고 대장을 기재하지 않게 됨에 따라 편리하고 작업시간이 단축된다고 크게 환영하는 분위기다.

김용진 산업폐기물과장은 “‘RFID 폐기물관리시스템’ 사업의 성공적 수행을 위해 관련기관 및 행정기관과 긴밀한 협조체계를 구축하고, 이 시스템 사용을 의무화하는 내용의 관계 법령개정작업을 진행 중”이라며 “사업의 운영결과를 토대로 폐기물 중 특별한 관리가 요구되는 유해폐기물 관리에도 RFID를 단계적으로 확대 적용하는 방안을 검토할 계획”이라고 말했다.

앞으로 환경부는 장기적으로 폐기물에 대한 발생·운반·처리 등 폐기물 유통정보를 관리하고, 폐기물 관련 정책 수립에 필요한 정보를 제공하는 종합관리시스템 구축 방안도 추진할 계획이다.

환경부
중기청 REACH 순회세미나 개최
 대 EU수출업체 대상

EU 내에서 제조·수입되는 화학물질의 관리를 강화하는 신(新)화학물질관리제도(REACH)가 지난 해(’06.12.18) 확정, 올해 6월부터 본격 시행된다.

REACH(Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)는 기존 화학물질 관리제도를 전면 개편, EU에서 제조·수입되는 모든 화학물질(화학물질을 사용하여 만든 완제품 포함)에 대해 산업계가 직접 위해성 정보를 생산, 등록하도록 하는 제도이다.

REACH 시행에 따라 EU로 수출하고자 하는 화학물질뿐만 아니라 전기·전자제품, 자동차, 생활용품 등 완제품(공산품)에 함유된 화학물질에 대해서도 사전등록기간('08.6.1~11.30)내에 사전등록을 해야 하며 사전등록을 하지 못하는 경우 EU로의 수출이 사실상 불가능하게 되어 산업계의 각별한 관심과 대응노력이 필요하다.

하지만 국내 기업체 특히 중소기업 등에서는 이를 알지 못하거나 준비를 하고 있지 않은 실정이며, 이에 따라 환경부에서는 우선 중소기업중앙회, 전경련 산하 지속가능발전기업협의회, 대한상공회의소 등과 함께 주요 기업체의 CEO를 대상으로 간담회를 개최, 전사(全社) 차원의 대응체계를 구축하도록 촉구한 바 있다.

환경부는 지난 달 22일부터 26일까지 국내 산업체 특히 중소기업을 대상으로 세미나를 열고, 대부분의 산업체가 REACH제도 자체를 잘 알지 못하고 있는 상황임을 고려, REACH 제도를 설명하고, REACH로 인한 파급영향, 산업계 대응방안, EU 회원국 및 주요 경쟁국가(미국, 일본 등)의 대응동향 등을 소개하는 것을 중심으로 진행했다.

아울러 중소기업청의 “중소기업을 위한 정책정보 안내시스템”인 SPI-1357제도도 소개했다.

EU내 영국 환경부 등 여러 관련기관이 분석한 결과를 고려해 볼때 REACH 도입으로 인한 국내 산업계의 비용부담액이 총 1~2조원에 이를 것을 추정됨을 감안할 때 산업체 부담이 많고, REACH 제도의 특성상 개별 기업차원에서의 대응이 사실상 불가능하므로 REACH 대응을 위한 정보입수 및 대응방안 모색을 위한 좋은 기회가 된 것으로 평가되고 있다.

환경부
PVC수액백 및 혈액백 사용 제한
화장품 PVC 포장용기 여전히 논란

딱딱한 플라스틱을 부드럽게 만들기 위해 사용하는 ‘프탈레이트’ 성분이 환경호르몬 배출 의심 물질로 꼽히면서 환경부가 어린이 장난감에 이어 병원에서 쓰는 PVC수액백 및 혈액백까지 사용을 제한할 방침이다. 하지만 피부에 직접적으로 접촉하는 화장품 PVC 포장용기는 여전히 사용되고 있어 논란이 되고 있다.

정부는 최근 국민의 안전한 화장품 사용을 도모하기 위해 피부의 감수성을 높이는 과일산(AHA) 함유 제품에 대해 필요한 주의사항 정보를 표기도록 하고, 비타민C 함유 화장품 등 안전성 시험자료를 사용기간 만료 1년까지 보존토록 하는 등의 화장품 관련 정책 개편을 단행했다.

화장품 성분 내 광택제 성분인 프탈레이트가 환경호르몬으로써 문제가 제기된 이래 정부가 사용을 금했지만 딱딱한 플라스틱 PVC 포장용기를 유연하게 만드는 프탈레이트는 여전히 사용되고 있다.

사용을 금해야 한다는 주장과 아직까지 용기의 유해성은 밝혀진 바 없다는 주장이 팽배한 가운데 논란은 계속되고 있다.

2년 전 유럽연합(EU)은 6종의 프탈레이트 성분 중 3종인 DEHP·DBP·BBP(이하 프탈레이트 성분) 가소제가 발암, 변이 또는 재생독성의 성질의 갖고 있는 물질임을 확인해 이의 사용을 전면적으로 금하고 있는 추세이다.

일찌기 EU에서는 아이들이 장난감을 입으로 빨 때 침과 접촉하면서 이 물질들이 입 안으로 들어가 간·신장 및 고환에 영향을 줄 수 있다고 간주해 프탈레이트 성분이 함유된 제품을 수입 또는 생산을 금지시켰다.

가소제로 사용되는 프탈레이트 성분이 인간의 번식 능력에 손상을 줄 수 있을 뿐만 아니라 폐기 연소 시 다이옥신을 발생시킬 수 있다는 연구 결과가 보도되면서 전세계적으로 성분 사용을 금하는 정책들이 마련되고 있다.

최근 환경부는 PVC로 만들어진 의료용 수액백과 혈액백의 사용을 금하는 정책을 추진, 제조사로 하여금 수액의 대체용기를 간구하도록 했다.

환경부 유해물질팀 관계자는 “프탈레이트 성분을 함유해 제조수입 또는 사용을 금하거나 제한하는 품목으로 어린이 장난감을 금지한 데 이어 수액백과 혈액백을 추가했다”고 밝혔다.

여성환경연대 관계자는 “화장품 용기 내 프탈레이트 성분이 유해하다는 연구보고와 함께 무해하다는 연구 결과가 함께 발표되고 있지만 안전성 확보 차원에서는 제품용기 제작에도 사용을 금해야 한다”고 강조했다.

또한 “화장품 용기 제조업체가 사용하지 않는다고는 하지만 아직까지 영세업체에서는 여전히 사용되고 있는 실정이다”라고 밝혔다.

대한화장품협회 관계자는 “현재 EU에서는 화장품 용기에 극소량은 안전하다고 인정했으며 관련은 극소량 안전수위가 어느 정도인지 밝혀내는가에 있다”고 말했다.

식품의약품안전청 의약품안전정책본부 오창현 사무관은 “화장품 성분의 사용금지 이후 화장품 용기 사용의 유해성은 아직 밝혀진 바가 없기 때

문에 규제 대상으로 고려되지 않고 있다”며 “규제 품목으로 지정되면 불가피하게 가격 상승의 요인으로 작용하기 때문에 신중한 연구와 조사가 뒷받침돼야 한다”고 토론했다.

3월부터 PVC수액백 제조 금지를 앞두고 제약업계는 볼멘 목소리를 내고 있다. 관계자는 “외국에서도 PVC 수액백 사용을 금하는 경우는 없었으며 환경부가 여론에 밀려 너무 성급한 강구책을 낸 것은 아닌지 의심스럽다”며 환경부의 성급한 결정을 꼬집었다. 또한 수액백에 사용된 포탈레이트 성분이 유해하다는 임상 결과가 증명될 때까지의 유예기간이 필요하다고 주장했다.

기술표준원

국가표준 5대 전략추진분야 선정

미래성장산업, 국민의 안전확보 등

기술표준원(원장 최갑홍)은 2007년도 국가표준화 전략을 정책이슈별로 분류하여 미래성장산업부문, 서비스산업부문, 국민생활 안전 및 편의부문, 에너지개발부문, 국가인프라 부문 등의 5대 전략추진분야를 선정, 추진한다고 밝혔다.

이들 5대 전략추진분야에 대해 5백여종의 국가표준 개발을 위해 기술표준원이 직접 표준을 개발하여 제정하던 것을 『표준개발협력기관 지정제도』 운영을 통한 관련 민간전문 기관의 참여를 유도함으로써 관련 산업에 미치는 파급효과와 시장연계를 극대화할 계획이다.

표준개발협력기관지정제도는 분야별 전문기관을 표준개발기관으로 지정·운영으로써 표준개발

을 활성화하기 위한 제도로 ▲ 미래 우리나라 산업을 이끌고 나갈 나노 제품, 반도체 등 미래성장 산업 관련 표준제정 : 1백여종 ▲ 국민 생활편의 증진을 위한 서비스 관련 표준 제정 : 1백10여종 ▲ 재난관리시스템, 실내 공기의 질, 가스용품 안전성 강화 등 국민 생활안전 확보와 환경관련 표준제정 : 1백50여종 ▲ 신·재생에너지, 원자력 산업 등 에너지 절약과 에너지관련 표준 제정 : 60여종 ▲ 물류유통, 무선인식(RFID) 등 국가 산업 인프라 관련 표준제정 : 80여종 등이다.

보건복지부

화장품 뚜껑, 어린이 못 열게 강화

AHA 함유 자외선 차단제 함께 사용

보건복지부(장관 유시민)는 화장품으로 인한 어린이 중독사고 방지와 소비자에게 필요한 정보 제공, 합리적 규제개선을 위해 화장품법 시행규칙을 개정한다고 지난 달 11일 밝혔다.

개정규칙에 따르면 1월 14일부터 아세톤을 함유하는 네일에나멜리무버와 일부 점도가 있는 베이비오일 등은 성인은 개봉하기 쉽지만, 만 5세 미만 어린이가 개봉하기는 어렵도록 설계·고안된 안전용기를 사용해야 한다.

서울아산병원 응급의료센터 조사 결과, 화장품에 의한 중독건수가 여타에 비해 적은 것으로 나타났다지만 위험성을 최소화하기 위해 위해도가 높은 원료 함유 화장품부터 도입키로 했다.

어린이 안전용기 사용 대상 화장품으로 분류되는 제품은 ▲ 아세톤 함유 네일에나멜리무버 및

네일폴리시리무버 ▲ 어린이용 오일 등 개별포장당 탄화수소화합물을 10% 이상 함유하고 운동점도가 21센티스톡스(40℃ 기준) 이하인 비에멀전 타입의 액상제품 ▲ 개별포장당 메틸살리실레이트를 5% 이상 함유하는 액상제품 등이다.

1회용 제품과 용기 입구부분이 펌프 또는 방아쇠로 작동되는 분무용기 제품, 압축분무용기(에어로졸 등) 제품은 제외된다.

복지부는 미국의 경우 1970년 중독방지포장법(PPPA)을 제정, 어린이 보호포장을 도입한 이후 어린이 중독사고가 6분의 1로 감소했고, 영국 스웨덴 캐나다 등도 어린이 안전용기를 규제하고 있는 등 세계적 추세라고 설명했다.

또 오는 7월께부터는 피부의 각질을 부드럽게 하는 과일산(AHA) 함유제품은 햇볕에 대한 피부 감수성을 증가시킬 수 있으므로 자외선 차단제를 함께 사용해야 한다. 다만 AHA를 10% 초과 함유하거나 산도 3.5미만의 고농도 제품은 부작용을 일으킬 수 있으므로 사용상의 주의사항에 명시하도록 했다.

아울러 규제개선 사항으로 품질검사를 다른 검사기관에 위탁하는 경우 품질관리에 필요한 시험실, 시설 및 기구를 갖추지 아니할 수 있도록 합리적으로 규제를 완화하고, 비타민C 함유 화장품 등 사용기한을 표시해야 하는 화장품의 경우 안정성 시험자료를 해당 제품의 사용기한이 만료된 후 1년간 보존토록 해 필요시 제품의 안정성을 재확인 할 수 있도록 했다.

행정처분 기준에서 표시·광고 위반을 명확히 구분한다. 위반 내용에 따라 판매업무정지(표시위반)와 광고업무정지(광고위반)로 구분, 행정처분이 실효성을 갖도록 바꿨다.

골판지원지 수급 및 가격 안정화 필요

골판지포장업계의 5대 일관기업 오너 모임이 지난 달 17일 서울 팔래스호텔에서 골판지포장조합 류종우 이사장의 오찬 초청 형식으로 열렸다.

조합 류종우 이사장을 비롯해 신대양제지 권혁홍 부회장, 아세아그룹 이병무 회장, 태림포장 정동섭 회장, 한국수출포장 허용삼 대표이사 등 국내 대표적인 골판지포장 일관업체 오너 5인이 회동을 가진 이날 모임은 그동안 골판지포장업계는 과잉생산, 과당경쟁이라는 악순환의 고리를 이어오면서 골판지포장업계와 지함업계의 경영난이 가중됐지만, 이번 모임을 계기로 상생할 수 있는 계기를 마련할 것이라는 기대 속에서 골판지포장업계의 비상한 관심을 모았다.

이날 모임에서 류종우 이사장은 우리 골판지포장업계는 지속된 경기침체의 영향과 과잉설비 등으로 과당경쟁이 난무하여 상호간에 불신의 골이 깊어 업계간 협력적 모습을 그리기에 부족한 점이 많았다는 지적을 받아오면서 업계에 커다란 영향을 미치는 5대 일관기업의 오너 중심으로 실효성있는 협력체제를 구축할 필요가 있다는 공론이 있어서 신년을 기해 마련한 자리임을 설명하고, 골판지포장 관련 제지, 골판지포장 및 지함업계의 상생방안을 도출할 것을 제안했다.

이에 대해 참석인사들은 5대 기업의 오너가 직접 참여한 최초의 회의라는 점과 이번 회동이 전업계의 관심 하에 개최된다는 점을 의식, 상당한 부담감 속에서 2시간여의 오찬 회동을 마쳤다.

이날 회동에서 도출된 결과는 첫째, 골판지원지의 수급 및 가격 안정화가 필요하다는데 의견을 같이 했다. 골판지원지 가격이 인상되면 골판지, 골판지상자의 가격이 연동 반영되어야 하지만, 실제로는 연

동시키기가 매우 어려워 고스란히 원가 부담으로 전가되고 결국에는 적자산업화의 요인이 되어 왔다는 점에서 골판지원지의 수급 안정화, 가격안정화는 연관업계의 흑자경영 핵심 요소라는 점을 인식하고 수급 및 가격 안정화 노력에 동참하기로 다짐했다.

둘째, 골판지상자 제값받기 운동을 전개하기로 하였다. 농협 등 공기업이나 대기업의 공개경쟁 입찰에는 원자재 가격 수준으로 낙찰되는 일이 자주 발생하는



▲ 한국골판지포장공업협동조합 골판지포장 5대 일관기업 상생회의 개최

데 이는 골판지포장업계의 과당경쟁 관행에도 문제가 있지만, 수요처의 무제한적인 경쟁 유도에도 원인이 있는 만큼, 골판지포장업계의 자정노력과 함께 공기업과 대기업은 최적 가격(시장조사를 통해 도출된 예정가격)을 기준으로 입찰하는 도덕적 기준을 정립할 수 있도록 정부 당국에 제도개선을 요구해야 한다는데 의견을 모았다.

셋째, 골판지포장업계가 배추, 무의 골판지포장화 사업을 안착시키기 위해서는 연관업계 임직원들의 골판지포장배추의 소비운동은 물론이고, 적정품질의 포장재가 유통되어 규격외상자로 인한 소비자 불신이 나오지 않도록 규격화하고 제도적인 장치를 마련해야 한다는데 의견을 모았다.

골판지포장조합은 모처럼 마련된 오퍼회의를 상설화하고, 결론으로 모아진 합의사항에 대해 후속대책을 수립해 제시, 골판지포장 및 지합업계 등 관련업계의 경영정상화의 계기로 삼을 계획이다.

한국포장기계협회

Sino Pack 2007 한국관 사업 설명회 개최

중기청 부스료 지원 사업

한국포장기계협회(회장 최상식)는 지난 달 26일 협회 회의실에서 다음달 7일부터 10일까지 4일간 중국 광저우에서 개최되는 포장전시회 Sino Pack 2007 전시회에 한국관으로 참가할 업체를 대상으로 사업 설명회를 개최했다.



▲ 한국포장기계협회 Sino Pack 2007 한국관 사업 설명회 개최

유관단체

이번 Sino Pack 2007은 한국포장기계협회가 중국시장 개척에 일환으로 중국 상해 및 북경지역 전시회 참가에 이어 중국 광둥지역 시장개척의 추진사업으로 작년에 이어 두 번째로 참가하게 되는 중기청의 전시 참가료 지원으로 계획된 한국관 사업이다.

이 전시회는 China Drinktec 2007 전시회와 Sino Print 2007 전시회가 동시에 개최되어 총 전시면 국가를 비롯, 미국, 일본, 홍콩 등 16개국 5백50개사가 참가하게 되는 전시회이다.

한국관에는 (주)한국크리에타, (주)나우시스템, (주)선진에스엠, (주)가성팩, (주)인트라이스, (주)삼각기계, (주)리팩, KPMA 등 9개 회사가 참가하게 된다.

이날 설명회에서는 업체별 부스 위치를 확정지었으며 전시품 선적일정 및 여행 출장 일정 등의 안내가 있었다.

한국RFID/USN협회	국내 RFID/USN 산업 본격 개화
---------------------	-----------------------------

전년대비 2배 증가한 6천5백억원 이상 전망

올해 국내 RFID/USN관련 시장규모가 전년도 3천2백70억원에서 6천5백46억원으로 1백% 이상 크게 증가할 것으로 전망됐다.

한국RFID/USN협회(회장 김신배)는 2006년 8월부터 10월까지 국내 RFID/USN관련 기업을 대상으로 매출, 수출입, 기술수준, 지원요구사항 등을 조사한 '2006년도 USN기반 응용서비스 산업실태조사' 보고서를 발간하였다고 밝혔다. 동 조사는 RFID뿐만 아니라 USN산업에 대한 정확한 실태현황을 조사·분석하였는데 의의가 있고, 해당 시장을 정밀하게 이해하고 경영계획 수립 및 맞춤형 정책을 추진하기 위한 기초 자료로 활용될 수 있게 됐다.

RFID 시장 규모는 2003년 5백49억원에서 2005년 1천5백47억원, 2007년 4천7백16억원으로 연평균 71.2% 성장이 예상됐다.

금년도 매출액은 전년 대비 99% 이상 증가할 것으로 나타났고 특히, 리더 1천2백37억원, SI 1천1백15억원, 태그 8백81억원순으로 매출이 높을 것으로 전망됐다.

주파수대역별 매출액은 태그 및 리더 모두 9백MHz대역, 13.56MHz대역, 1백35kHz이하 대역에서 많은 매출이 발생할 것으로 전망됐다.

USN 시장 규모는 2005년 5백68억원, 2006년 9백1억원, 2007년 1천8백30억원으로 연평균 79.4% 성장이 예상됐다.

금년도 매출액은 전년 대비 1백3% 이상 증가할 것으로 나타났고 특히, 센서노드 1천1백93억원, 네트워크 3백39억원, 어플리케이션/서비스 1백10억원순으로 매출이 높을 것으로 전망됐다.

센서노드관련 분야의 매출액은 전체 예상매출액의 65.2%를 차지하며 센서노드 세부분야로는 센서 5백52억원, 시스템 4백28억원의 매출이 가장 클 것으로 전망됐다.

RFID관련 수출액은 2003년 75억원에서 2005년 84억원, 2007년 2백79억원으로 연평균 38.8% 성장이 예상되며, 2007년 수출액은 전년도에 비해 66%이상 증가할 것으로 나타났다. 특히, 2007년 수출액은 리더 95억원, 안테나 86억원, 태그 52억원순으로 수출이 많을 것으로 나타났다. 또한 태그 주파수대역별 수출액은 9백MHz대역 22억원, 13.56MHz대역 11억원, 1백35kHz이하 대역 8억원순이나, 리더 주파수대역별 수출액은 태그와 달리 1백35kHz이하 대역 33억원, 13.56MHz대역 26억원, 9백MHz대역 21억원순으로 나타났다.

RFID관련 수입액은 2003년 78억원에서 2005년 1백7억원, 2007년 3백95억원으로 연평균 49.6% 성장이 예상되며, 2007년 수입액은 전년도에 비해 1백41%이상 증가할 것으로 나타났다.

특히, 2007년 수입액은 태그, 리더, 안테나순으로 수입이 많을 것으로 나타났고, 주파수대역별로는 태그 및 리더 모두 9백MHz대역에서 수입이 많이 발생할 것으로 전망됐다.

RFID 태그(칩제조, 패키징, 안테나기술)와 리더(RF, 디지털, 안테나기술) 기술수준은 주파수대역에 관계없이 외산 및 타사제품 이용, 단순 설계 및 외주한다는 비율이 높게 나타나 아직 선진기업과 기술격차가 있는 것을 알 수 있으나, 반면 RFID S/W 기술수준은 객체정보처리 등을 제외하고 기술경쟁력이 높은 것으로 나타났다.

USN 기술수준은 RFID와 달리 비교적 자체 보유 기술경쟁력이 높은 것으로 나타났으나, 센서노드 세부 기술분야인 통신칩 기술은 아직 낮은 수준을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

RFID 지적재산권 현황은 특허출원 2백67건이 가장 많았으며, 실용신안 34건, 해외인증 출원 15건 순으로 나타났다. 특히 특허출원한 사업분야로 태그분야에서 77건, 리더 62건, SI 51건순으로 다출원됐다. RFID 기술인력은 태그, 리더 S/W 등 모든 분야에서 1~5년 미만의 경력을 보유한 중급인력이 가장 많이 종사하고 있으며, 고급인력은 리더분야에 1백29명, S/W 1백2명, SI 99명 순으로 나타났다. 인력충원 계획은 2007년 6백38명, 2008년 3백74명, 2009년 2백55명으로 전망됐다.

USN 기술인력은 센서노드 분야는 고급인력이 92명(52.3%)으로 가장 많았고, 네트워크, 소프트웨어, 어플리케이션/서비스 분야는 중급인력이 가장 많이 종사하고 있는 것으로 나타났다. 인력충원 계획은 2007년 3백4명, 2008년 2백21명, 2009년 2백8명으로 전망됐다.

가장 활성화될 RFID응용서비스 분야로는 물류·유통 분야가 76.3%, 보안·방범(40.0%), 의료·약품(36.7%) 순으로 나타났고, 계획 또는 추진중인 응용서비스 분야로는 물류·유통 분야가 75.4%, 보안/방범 및 도로/교통 분야가 각각 29.5%, 환경/시설물 관리 분야가 23.8%순으로 나타났다.

RFID 및 USN 관련 사업추진시 가장 큰 애로사항으로는 불확실한 시장성으로 나타났으며, RFID는 사업추진 자금 부족, 보유 기술력/인력 부족과 태그 및 칩의 가격부담순, USN은 표준화 미비, 기술력/인력 부족순으로 나타났다.

정부 지원요구사항으로는 RFID 및 USN 모두 개발 및 도입 자금지원, 기술표준 마련, 관련 법안 마련순으로 나타났다.

협회 관계자는 “RFID/USN관련 산업의 규모는 매년 70% 이상의 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 특히 정보통신부가 IT839 신성장 동력 중 RFID/USN분야에 보다 많은 예산을 투입할 것으로 밝히는 등 정부의 관련 산업활성화 의지가 강한 만큼 업계의 적극적인 연구개발을 통해 선진기업과의 기술격차를 줄이고 기술자립도는 높이는 한편 전문인력 양성 등 인프라 확충에 민관이 함께 노력한다면 RFID/USN산업이 국민소득 3만불 시대를 견인할 중추적인 역할을 할 것으로 확신한다”고 밝혔다.

한국디자인진흥원	KIDP 신년 혁신연찬회 개최
----------	------------------

삼성산 정상에서 새해 각오 다져

한국디자인진흥원(원장 이일규)은 지난 달 20일 삼성산에서 기업 경영자, 중소기업 지원관련 유관기관, 디자이너, 진흥원 직원 등 약 2백여명이 참여한 가운데 디자인계 혁신연찬회를 등반대회를 겸해 개최했다.

삼성산(三聖山)은 신라 때의 명승 원효(元曉)·의상(義湘)·윤필(尹弼) 등 3명이 수도한 곳이라는 데서 유래됐으며, KIDP는 예로부터 성스러운 산으로 알려진 곳에서 디자인에 애착이 있는 모든 인사들이 참여한 가운데 디자인계 혁신연찬회를 개최함으로써 2007년 KIDP를 세계제일의 디자인서비스기관으로 만들고, 나아가 한국이 디자인 선진국으로 진입하는 원년으로 삼겠다는 의지를 모은 것으로 전해졌다.

이날 등반대회는 디자인계 인사들의 단합된 새해의지를 다지는 ‘산신제’를 포함하여 기업, 디자이너, 중소기업 유관기관 등 다양한 분야의 사람끼리 조를 이루어 도움을 주고받는 자리로 마련됐다. 이러한 ‘도움 주고받기’는 등반대회에 참석한 사람들이 말하는 묘미 중 하나이며, 진흥원은 앞으로도 이를 지속적으로 발전시켜 나갈 계획이다.

또한, 하산 후 점심시간에는 각 조장들이 조별로 도움 주고받기에서 엮은 실적을 발표, 가장 실적이 좋은 조의 조원 모두에게 상품을 주는 이벤트를 열었다.

특히, 작년 9월초부터 시범적으로 운영되던 등반대회를 올해부터는 매달 개최함으로써 “중소기업과 디자이너 엮어주기, 디자인산업계 종사자들의 기(氣) 살리기” 등에 역점을 두고 추진했다.

등반대회에 연계, 혁신연찬회를 개최한 이일규 원장은 “30년 가까이 중소기업 생산현장을 돌아보면서 할 일이 너무도 많다는 것을 느꼈다”며 “대기업에 비해 디자인, 자금, 기술, 마케팅 등 모든 면에서 해결

능력이 부족한 중소기업을 도울 수 있는 최선의 방법이 없을까 고민했으며, 그러한 것을 조금이라도 해결하기위해서 이러한 ‘도움주기 받기 산행’을 기획하게 됐다”고 전했다.

덧붙여 그는 “앞으로는 견기대회 등 다양한 형태로 발전시켜 중소기업 경영자들이 디자인의 중요성을 인식하고, 디자이너와 기업 경영자간 의사소통의 계기가 마련하고 서로 도움을 주고받는 자리고 만들겠다”고 밝혔다.

농촌진흥청원예연구소

세척감자 녹변 방지 포장기술 개발

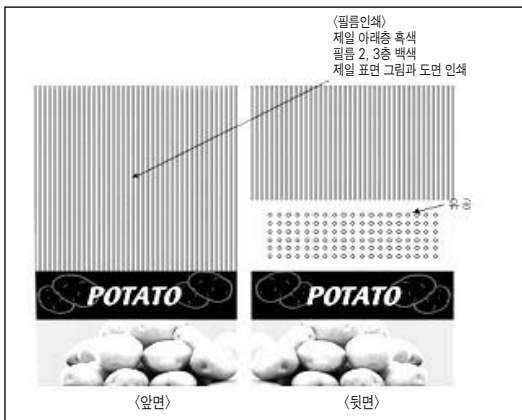
7일까지 녹변 발생 억제

농촌진흥청 원예연구소(소장 목일진)에서는 유통 중에 발생하기 쉬운 감자 녹변발생을 억제할 수 있는 빛 차단용 포장필름과, 플라스틱 창이 부착된 감자용 종이상자를 개발했다.

현재 세척감자의 포장방법은 주로 투명한 플라스틱필름을 이용하여 빛이 투과되어 세척감자 유통 및 판매 중에 녹변이 발생하여 상품성을 쉽게 잃어버린다.

이번에 개발된 세척감자용 포장필름과 종이상자는 감자의 녹변발생을 억제, 기존 투명필름의 경우 20℃에서 4일후에 녹변이 발생했으나, 개발된 포장방법은 7일까지 녹변 발생이 억제되어 세척 감자의 유통기간을 연장할 수 있다.

감자 녹변을 억제하는 빛 차단용 포장필름은 OPP/CPP 필름에 빛을 차단하기 위하여 인쇄시 흑색을 제일 아래층에 도포하고, 그 위에 불투명도 향상을 위해 백색을 도포한 뒤 그림과 도안을 차례로 인쇄하였으며, 감자의 품질상태를 확인할 수 있도록 뒷면 중앙에 플라스틱 창을 만들고 아울러 공기투과를 위해 창을 유공으로 만들었다.



▲ 농촌진흥청 원예연구소 세척감자 녹변 방지 포장기술 개발

또한, 세척감자용 종이상자는 골판지 상자를 사용하여 빛을 차단하고, 감자의 품질 상태를 확인할 수 있도록 상자 앞면 윗부분에 플라스틱 창을 부착하며, 상자 상부에 케익상자 형태의 손잡이를 만들었다. 원예연구소 김지강 연구사는 “개발 포장기술은 세척감자의 녹변을 억제하고 감자 유통중에 부패 발생도 줄일 수 있어 세척감자의 상품성을 향상시킬 수 있어 세척감자 수요확대에 기여할 수 있다”고 밝혔다.

휴닉스
동성로라조각 GMG ColorProof 설치
 국내 그라비아 업체 최초 도입

컬러매니지먼트 시스템 공급업체인 휴닉스(대표 명노삼)은 지난 달 5일 부산광역시 강서구 송정동에 위치한 동성로라조각(대표 송운영)에 GMG사의 컬러교정시스템을 공급했다.

국내 그라비아 인쇄업체로는 가장 처음 GMG 교정시스템을 도입한 동성로라조각은 한화의 바닥재 생산을 주력으로 하고 있으며, 연포장에서든 많은 실적을 올리고 있다.

지금까지 바닥재의 복잡한 컬러 재현때문에 교정의 어려움을 겪던 동성로라조각은 GMG ColorProof를 도입함으로써 바닥재와 연포장에 생산에 있어 더 빠르고 정확한 생산공정을 갖게 됐다.

GMG ColorProof는 입력되는 컬러에서 디지털

실린더 조각까지의 컬러 워크플로우를 정착시키는데 매우 중요한 역할을 하고 있다.

이러한 워크플로우의 단일성과 그 결과의 품질은 매우 설득력이 있어서, 오늘날 모든 유럽 그라비아 인쇄업체의 90% 이상이 GMG로 교정시스템을 사용하고 있다.

또한, GMG가 PSR-ECI 그라비아 인쇄 표준의 개발에 관여된 파트너였다는 것은 이미 잘 알려진 사실이다.

휴닉스의 명노삼 대표는 “이번 동성로라조각을 시작으로 국내 그라비아 업체의 까다로운 컬러와 별색 작업을 GMG의 컬러 매니지먼트 시스템으로 완벽히 만족시켜드겠다”며 정해년 새해 첫 설치 소감을 밝혔다.

(주)대한펄프
티슈포장지 日 수출
 월 3백톤 수출 가능

백판지 제조업체인 (주)대한펄프(대표 최병민)가 일본의 미용티슈 업체에 포장지(커튼박스)를 고정 공급하는 계약을 맺었다.

대한펄프 관계자는 “일본의 화장지 업체인 오미야페이퍼사가 새롭게 시판한 프리미엄 미용티슈 ‘후와리’의 포장지 고정 공급업체로 선정됐다”며 “지난해 8월부터 시범 공급해 오다 이번에 고정 공급을 따낸 것”이라고 말했다.

대한펄프가 미용티슈 포장지를 일본에 수출한 것은 1994년부터였지만 이번처럼 지정지로 선정돼 종이를 납품하는 것은 처음이다.



▲ 휴닉스 부산 동성로라조각에 GMG ColorProof 설치

대한펄프는 판매량에 따라 차이가 있지만 월 3백t(약 1억4천만원) 정도로 포장지를 수출할 것으로 내다보고 있다. 대한펄프측은 “대한펄프의 청색 빛 나는 백판지 제품이 청결함을 표현하는데 적합한 데다 인쇄성 및 가공성도 다른 일본 제품보다 우월하다는 평가를 받았다”고 선정 배경을 설명했다.

더페이스샵
해외 현지화 맞춤형 제품 본격 출시
 개발부터 포장까지 OEM 방식

자연주의 화장품 브랜드 더페이스샵(대표 송기룡)은 개발부터 포장까지 일본 현지 OEM 방식으로 생산한 ‘제이스 오리진 마스크(J's Origin Mask)’ 3종을 일본에 이어 대만에서 본격 시판한다고 밝혔다.

이번 제품은 더페이스샵이 해외 현지화 전략의 일환으로 추진한 1호 제품인 데다 지난해 말 일본에서 테스트 출시된 이후 인기가 높아 대만 시장으로 판매를 확대했다는 데 의미가 있다.

더페이스샵은 2006년부터 각국의 우수한 자연 성분을 활용한 현지 맞춤형 제품을 개발하는 데 총력을 기울여 왔다.

‘제이스 오리진 마스크’ 3종은 일본 현지 OEM 방식의 특징을 살려 일본 화산재와 온천수, 콩비지(오카라) 등 피부에 유용한 성분들을 활용했다.

더페이스샵은 지난해 말 이 제품들을 일본에서 출시하여 시장조사를 거친 결과, 좋은 반응을 얻어 대만으로 시장을 넓히게 됐다.

더페이스샵은 대만에서의 본격 시판을 기념하기 위해 정품 1종(1백ml/대만가격 1만9천원대)과 나머지 2종의 견본품(10ml)을 함께 증정하는 ‘제이스 오리진 런칭 스페셜 에디션’ 패키지(3종/대만가격 2만원대)를 종류별로 각 5천개씩 한정으로 판매하는 이벤트를 진행한다.

더페이스샵 송기룡 대표는 “제이스 오리진 마스크는 더페이스샵이 글로벌 브랜드로 도약하기 위한 첫 번째 프로젝트”라며 “이를 시작으로 국내를 포함한 해외의 다양한 글로벌 네트워크를 통해 세계적으로 독창적이고 우수한 자연주의 화장품을 꾸준히 개발할 방침”이라고 강조했다.

‘제이스 오리진 마스크’ 3종은 ▲ 가고시마 지역의 화산재 파우더 성분을 함유해 피부 정화 효과가 뛰어난 ‘제이스 오리진 히팅 마스크’ ▲ 유명한 온천수 성분으로 보습 팩인 ‘제이스 오리진 사우나 마스크’ ▲ 콩비지 성분으로 리프팅 효과가 뛰어난 ‘제이스 오리진 쿠션 마스크’ 로 구성된다.

한편 더페이스샵은 이번 제품의 판매 지역을 점차 다양한 국가로 확대할 계획이다.

한국과학기술원
SiP로 RFID 리더 시스템 반도체 구현
 제작기간 단축, 6주만에 가능

한국과학기술원(KAIST)(원장 홍창선)은 안테나와 배터리만 있으면 전자태그(RFID) 리더를 작동할 수 있도록 다양한 수동부품과 회로를 하나의 칩에 내장한 RFID 리더용 칩(사진)을 충북대·엠코와 공동으로 개발했다.

업계동정

이 제품은 시스템인패키지(SiP) 기술을 적용한 것으로, SiP는 한 개의 패키지 안에 프로세서를 포함해 여러 개의 수동소자·필터·안테나 등을 3차원 연결 구조를 이용해 집적하는 반도체 소형화의 핵심 기술이다.

KAIST의 김정호 교수팀과 충북대 김시호 교수팀이 엠코와 공동으로 개발한 이 SiP 안에는 RFID 리더 프로세서·RF 전력 증폭기·RF 믹서·RF 전력 분배기 등 9 개의 반도체 칩과 90 개의 수동소자가 모두 집적돼있다. 가로 3.5cm 세로 3.5cm 크기의 이 칩과 안테나와 배터리만 있으면 한 개의 독립적인 리더 시스템으로 동작할 수 있다.

상용화된 RFID 리더 시스템에 비해 수십 배가 작아져 이 칩을 사용하면 모바일기기에 RFID 리더 기능을 구현할 수 있게 됐다.

이 제품의 안테나 출력은 3백mW, 인식거리는 50cm이며, 국제표준(ISO18000-6C, EPC 클래스 1 제2)을 지원한다. 이번에 적용된 SiP 기술은 정보통신부의 IT 신성장동력 핵심 기술 개발 사업의 일환으로 개발된 것으로, KAIST는 2년 간의 연구를 통해 RFID 리더용 SiP를 포함한 네트워크용 지그비 SiP, 지상파 DMB SiP 등 8가지의 새로운 SiP 기술을 선보였다.

특히, 이들 칩에 적용한 SiP는 설계·시물레이션 기간이 8주, 제작시간이 6주 가량에 불과해 SiP를 통해 1년여에 달하는 개발 기간을 단축시킬 수 있도록 했다.

KAIST는 이 기술을 국내 업계에 이전할 계획으로, 이를 위해 지난 달 9일 SiP 기술 발표회를 개최했다.

김정호 교수는 “SiP는 시스템온칩(SoC) 기술에 비해 개발기간과 비용을 단축할 수 있는 기술”이

라며 “특히 수많은 수동소자와 안테나가 장착되는 RF 통신용 반도체의 경우 SiP 기술의 가치가 극대화 되기 때문에 유비쿼터스 시대에 반드시 필요한 반도체 기술”이라고 말했다.

세림제지(주) 카자흐 유전개발 성공 자체 투자 확대 밝혀

세림제지(주)(대표이사 이동윤)가 1년 이상의 탐사 끝에 카자흐스탄 유전 개발에 성공했다. 자원 개발에 처음 뛰어든 기업(nw comer)이 해외 유전 개발에 주도적으로 나서 성공한 사례는 사실상 처음이다.

이로써 국내 기업들의 유전 개발 투자가 더욱 활기를 띠 전망이다.

세림제지는 지난 달 15일 카자흐스탄에서 확보한 2개 유전광구 중 사크라마바스 1공에서 양질의 원유가 매장된 오일층을 발견했다고 밝혔다. 세림 등 한국 지분은 전체의 50%다. 세림의 원유 발견에 대해서는 중국 최대 국영석유사인 CNPC 관계사인 악토베무나이가 1차 검증을 끝냈다. 세림은 오일층 발견에 성공함에 따라 정부의 성공불 융자보다 자체 투자를 확대하기로 했다.

세림제지의 한 관계자는 “매장량 및 일일 생산량은 오는 3월쯤 발표할 예정”이라며 “첫 공이 성공해 두번째 공에서도 석유부존 가능성이 높은 지층을 정확하게 포착할 수 있게 됐다”고 말했다.

2공은 오일층이 발견된 1공에서 1.5km 떨어져

있다.

세림은 아울러 사크라마바스(1억6천만배럴)보다 추정 매장량이 많은 웨스트보조바(2억배럴) 광구의 시추가 3천3백m까지 진행됐다며 3~4월까지 목표 심도(5천m)에 도달, 생산성 검사 결과를 이르면 5~6월쯤 발표할 계획이라고 밝혔다.

정부는 웨스트보조바 광구 개발에 대해 총 1천7백만달러의 특별용자를 승인했으며 세림은 1차로 2백15만달러를 수령했다.

계성제지(주)
오산공장 특수지 라인 남기고 폐쇄
 제지유통 전문 회사 변화 기대

인쇄용지 업체인 계성제지(주)(대표이사 윤복노)는 경기 오산공장의 생산라인 중 특수지 라인만 남기고 폐쇄한다는 방침이다. 이 공장 부지에 관계사인 동양건설산업(옛 동양고속건설)과 함께 아파트 등 공동주택을 지을 계획이다.

제지업계와 오산시에 따르면 계성제지의 윤복노 대표는 최근 제지업계 사장단 회의에서 “오산공장 일부 용지를 동양건설산업에 매각한 뒤 매각 대금으로 공동주택 건립을 추진하기로 했다”고 밝혔다.

동양건설산업은 계성제지 창업주인 최낙철 회장의 동생인 최윤신 회장이 대표를 맡고 있는 건설회사로 주택 건설을 중심으로 오피스텔 리조트 등의 건축 사업과 항만 철도 등 토목 사업을 하고 있다.

계성제지는 이에 따라 오산공장의 생산시설 가운데 아트지 생산 부문은 폐쇄하고 특수지 라인

일부만 가동하는 방안을 검토 중이다.

오산역 인근에 위치한 오산공장은 현재 2대의 초지설비를 갖추고 있으며 연간 8만의 종이를 생산하고 있다.

공장 부지는 3만6천9백42평으로 공시지가만 5백21억원(평당 1백41만원)이다.

특히 화성·동탄 신도시에 위치해 택지로 개발할 경우 매각 예상가가 1천억원을 호가할 것이라는 예상이다.

오산시도 계성제지의 이 같은 요청을 수용해 경기도에 ‘2020 오산도시 기본계획안’을 제출했다.

이 기본계획안은 2020년까지 현재 16만명인 오산 인구를 2배인 32만명으로 늘리고 주택 8만4천호를 추가 건설해 주택보급률을 89.9%에서 1백%로 높인다는 게 골자다.

오산시 관계자는 “기존 공장은 되도록 산업기반을 확보하기 위해 다른 용도로 바꾸지 않는다는 방침이나 계성제지 오산공장은 역 앞에 위치 그대로 둘 경우 공동화 현상이 생길 수 있어 용도 변경이 불가피하다”며 “주거용지로 용도 변경을 추진할 것”이라고 말했다.

오산시의 이 계획안은 경기도의 분과위원회 현지 조사를 거쳐 이달 말께 확정될 예정이다.

제지업계에서는 계성제지의 생산시설 일부 폐쇄 결정을 제지 유통 전문회사로 위상 변화를 모색하기 위한 준비 단계로 받아들이는 분위기다.

계성제지는 앞서 지난 해 8월에도 일본 제지업체인 호쿠에쓰제지와 생산 제휴를 맺고 OEM(주문자상표부착생산) 방식으로 광고 전단지 잡지 등 저평량 아트지를 공급받는 방안을 추진해 왔다.

제지업계 관계자는 “국내 인쇄용지 업계는 내

업계동정

수 침체에다 미국 등 해외 시장도 중국의 저가 종이에 밀려 생존을 위협받고 있는 상황”이라며 “시설이 노후하고 생산 규모 자체도 상대적으로 작은 제지업체들로서는 적자를 내면서 생산을 하기도는 아예 유통 쪽으로 특화하는 것도 방법”이라고 지적했다.

강릉교동한과
평창동계올림픽 유치 기원 제품 개발
 포장에서부터 올림픽 분위기 살려

강릉교동한과(대표 심영숙)가 최근 2014평창동계올림픽 유치를 기원하고 외국인들에게 강원도의 전통 맛을 알릴 수 있는 신제품을 개발해 관심을 끌고 있다.

교동한과는 강원도에서 생산되는 농산물을 이용해 외국인들도 맛있게 즐길 수 있는 ‘초코한과’를 개발한데 이어 한국의 5,000년 전통의 순수맛을 느낄 수 있도록 제품을 개발, 평창동계올림픽 유치활동에 지역특산품으로 사용할 수 있도록 정성을 닦았다.

특히 이번에 개발된 전통한과는 포장에서부터 동계올림픽 분위기를 잔뜩 연출했다.

교동한과측은 유명디자인에게 의뢰해 동계전 종목들을 형상화한 산뜻한 포장지를 연출했으며 ‘평창동계올림픽 유치를 기원합니다.’라는 글귀를 넣었다.

평창 동계 한과에는 찹쌀 멥쌀 기장 수수 등 순수한 천연 재료로 만든 쌀유과, 기장유과, 조유과, 백련초유과, 쪽유과, 참깨유과, 흑깨유과, 들깨유과,

흑미강정, 들깨강정 등 50여가지가 들어 있는데다 다양한 한과색깔을 넣어 동양적인 맛과 멋을 냈다.

교동한과는 농림부장관으로부터 ‘전통식품품질 인증’을 받았고 HACCP(식품위해요소중점관리기준)에 따라 위생적인 최신설비로 웰빙안전식품을 생산해 내고 있어 외국인들로부터 큰 인기를 모으고 있다.

평창동계올림픽유치위 관계자는 “한과는 알면 알수록 서양의 과자에 비할 수 없는 우수성을 지니고 있어 평창동계올림픽유치 특산물로 손색이 없다”면서 한국을 찾는 외국인들에게는 최고의 선물로 자리잡고 있다고 밝혔다.

도출신인 심영숙 사장은 “평창동계올림픽유치를 기원하고, 강원도와 한국을 찾는 외국인관광객들에게 한국 전통의 맛과 멋을 선사하기 위해 노력하고 있다”며 회사차원에서 동계올림픽 유치를 적극 지원하겠다고 다짐했다.

강릉교동한과는 현재 강릉에 생산공장을 두고 서울 강남에 판매처를 두고 있다. 지난 2000년부터 국내 유명백화점에 입점해 한과의 대중화에도 크게 기여하고 있다.

(주)풀무원
콩나물 전제품 업그레이드
 카오스 세척 공법

콩나물이 진화하고 있다.

대표적인 서민 음식인 콩나물이 최근 웰빙 열풍과 함께 큰 인기를 끌고 있다.

국, 무침, 볶음, 찜, 찌개 등 어느 요리에나 잘 어울리고 몸에 좋은 식물성 단백질과 식이섬유,

이소플라본 등 건강에 좋은 성분이 듬뿍 들어 있어 다이어트나 건강을 생각하는 사람이라면 남녀 노소 가리지 않고 즐겨 찾는 콩나물이다. 최근 이 콩나물에 큰 변화가 일어났다. 포장 콩나물 시장의 52%를 점유하고 있는 풀무원이 콩 껍질을 완벽히 제거해 따로 다듬을 필요가 없고, 농약이나 성장 촉진제를 사용하지 않고도 통통하고 아삭아삭한 콩나물을 선보인 것이다.

풀무원이 독자 개발한 첨단 세척기술인 '카오스 세척공법(chaos clean system)'은 물의 흐름을 이용하여 콩나물이 엉키거나 부러지지 않게 하면서 고르게 씻어내는 공법으로 콩나물의 영양은 그대로 유지하면서 껍질만 제거하는 첨단 공법이다. 특히, 콩 껍질뿐 아니라 표면의 이물까지 완벽하게 제거하여 따로 다듬을 필요가 없고 국이나 무침으로 먹을 때 느껴지던 깔깔함을 없앴다는 설명이다.

또한 산소 순환시스템인 '팍스(FACS: Fresh Air Circulation System) 공법'은 산소와 이산화탄소를 과학적으로 제어하여 최적의 생육환경에서 콩나물을 생산하는 기술로 농약이나 성장 촉진제를 사용하지 않고도 콩나물을 더욱 아삭하고 통통하게 만들어 준다.

풀무원은 소비자들의 가장 큰 불만이었던 콩나물을 다듬는 번거로움을 덜고, 농약이나 성장 촉진제 없이 우수한 품질의 안전한 콩나물을 공급하고자 하는 소비자들의 요구에 부응하기 위해 1년 6개월에 걸쳐 독자적으로 콩나물과 관련된 공법들을 개발해 왔으며 이번 달부터 전 제품에 적용하게 됐다.

풀무원 김병철 나물PM은 "이번 풀무원 콩나물의 리뉴얼은 주부들이 콩나물을 이용할 때 가장

큰 불편사항으로 꼽았던 콩 껍질을 골라내고 다듬는 작업을 생략하게 해주고, 안전하게 기른 통통한 콩나물로 한층 업그레이드된 품질의 제품을 제공한다는 점에서 큰 의미가 있다"며, "특히, 콩나물에 과학적인 공법들을 적용함으로써 앞으로 포장 콩나물 시장의 확대를 이끌 것으로 기대된다"고 밝혔다.

현재 나물 시장은 2천1백억원 규모로 추정되며, 포장 나물 시장은 39%를 차지하고 있다. 풀무원은 포장 나물 시장의 52%를 점유해 1위를 달리고 있으며, 전제품의 품질 향상을 통해 타업체들과의 확실한 차별화를 꾀함으로써 선두 위치를 확고히 하겠다는 전략이다.

(주)하이닉스
웨이퍼 레벨 패키징 적용
20% 이상 원가절감

(주)하이닉스 반도체(대표이사 우의제)는 '웨이퍼 레벨 패키징' 기술을 적용한 2기가(GB) DDR2 800MHz PC용 메모리 모듈을 개발했다고 밝혔다.

기존 메모리는 웨이퍼(반도체 원판)를 가공한 후 칩을 하나하나 잘라내 패키징(포장)하는 방식으로 만들어졌다.

웨이퍼 레벨 패키징 기술이란 웨이퍼 상태에서 한번에 패키징 공정을 한 후 칩을 절단해 간단히 완제품을 만들어 내는 기술이다.

이 공정을 쓰면 웨이퍼에 구현된 칩 위에 절연 물질을 덮고 배선 연결 등의 공정을 거쳐 패키징

업계동정

을 간단히 끝낼 수 있다.

공정의 효율성이 높아지고 최종 제품의 크기가 작아진다. 회사 관계자는 “새 기술은 기존 방식보다 20% 이상 원가를 절감할 수 있다”고 말했다.

덧붙여 “외부연결용 배선 길이도 짧아져 동작 속도가 향상된다”고 설명했다.

동작속도가 빨라지면 고속의 데이터 처리가 가능해 진다.

같은 웨이퍼 레벨 패키지 방식이라도 차이가 있다. 하이닉스는 신제품이 외부 충격에 강하고 열 발생 문제를 보완한 특성을 가졌다고 설명했다. 보다 안정적인 동작이 가능하고 열방출 특성이 월등히 강화됐다는 것이다.

신제품은 JEDEC(국제 반도체 표준화기구)에서 제시하는 업계 표준에 맞춰 개발됐다. 현재 상용화돼 있는 메모리 모듈에도 그대로 장착해 사용할 수 있다.

하이닉스는 신제품으로 세계 D램 시장경쟁력을 강화하고, 앞으로 기술을 플래시 메모리에도 적용할 계획이다. 초고속·고용량화 추세인 메모리 시장의 흐름에 동참한다는 방침이다.

FedEx코리아
고객사 무역통관 세미나 개최
 한국무역협회 우수협력사 지정

세계 최대의 항공 특송회사 FedEx코리아(한국지사장 채은미)는 지난 달 18일 독산동 노보텔에서 고객사를 대상으로 대외 무역에 필요한 유용한 정보를 제공하는 세미나를 개최했다.

전자, 기계, 화학 제품 생산 고객사들을 대상으로 실시되는 이번 세미나에서는 이들 기업의 대외 거래 시 필요한 통관, 발송 업무 및 관련 IT솔루션에 대한 정보를 제공한다.

또한, 대용량 제품 운송을 효율적으로 지원하기 위한 FedEx의 FSMS(FedEx Ship Manager Server)을 소개, 트래킹(Tracking), 라우팅(Routing) 등을 완벽하게 통합한 FedEx의 모듈화된 서비스를 함께 설명했다.

지난 달 9일 롯데호텔에서 진행된 1차 세미나에서는 섬유, 액세서리, 인쇄물 수출 생산 관련 13개 고객사의 37명이 참여한 가운데, 대미 무역 관련 수출입 업무 시 발생하기 쉬운 사례들과 제품의 포장, 통관 절차 등과 관련한 주의해야 할 점들을 소개한 바 있다.

FedEx 코리아 채은미 지사장은 “이번 고객사 세미나는 신년을 맞아 해외로 시장을 넓혀가는 국내 기업들의 원활하고 활발한 무역 거래를 지원하기 위해 마련됐다”고 말했다.

덧붙여 “FedEx 코리아는 앞으로도 대외 무역 거래 의존도가 높은 국내 수출 기업들을 위해 편리하고 신속한 서비스를 제공하는 파트너가 되겠다”고 말했다.

한편, FedEx 코리아는 작년 국내 무역 환경 발전에 기여한 공로로 한국무역협회의 3대 우수협력사로 선정됐다.

그리고 중국무역 정보전달 세미나를 개최하는 등 국내 기업들의 해외 무역 환경 개선에 앞장서고 있다.

또한, 작년 9월부터 화물기 운영을 주당 25편으로 5편을 추가로 증편, 보다 신속하고 편리한 운송 서비스를 제공하고 있다.

하나마이크론(주)
반도체 Wafer 핵심부품 국산화
 드라이 에처용 실리콘 부품 사업 진출

하나마이크론(주)(대표이사 최창호)는 지난 달 16일 3백mm(12인치)용 반도체 Wafer 가공 핵심 부품인 '드라이 에처용 실리콘 부품' 제조를 위한 신규사업에 진출하기로 공시를 통해 밝혔다.

3백mm용 드라이 에처용 실리콘 부품은 현재 국내에는 기술수준, 품질문제 및 원재료수급문제 등으로 인해 양산이 이루어지지 못하는 분야로서 주요 고객인 국내 종합반도체회사들(삼성전자, 하이닉스)은 부품의 대부분을 해외 장비업체인 TEL(일), LAM(미), AMAT(미) 등으로부터 수입하고 있다.

하나마이크론은 그 동안 자체 기술개발을 통해 핵심 기술력을 확보했으며, 다년간 반도체 패키징 전문회사로서 구축한 국내 종합반도체회사들과의 긴밀한 협력관계를 토대로 해외 원재료 공급업체 발굴도 완료했다.

또한 3백mm용 실리콘 Ingot생산, 실리콘 캐소드 및 링 제조, 고청정 세정 및 포장에 이르기까지 생산 전 과정을 포괄하는 일괄공정라인을 구축해 원가절감, 공기단축 및 최상의 품질을 확보할 수 있는 경쟁력을 확보할 계획이다.

이번 신규사업은 미국의 나노텍 솔루션(실리콘 밸리 소재)과의 합작투자를 통하여 천안 외국인 공단내에 '하나실리콘텍'(계열회사)이라는 사명으로 Launching할 계획이다.

하나마이크론은 2007년 상반기 고객사 품질인증 획득을 완료한 후 하반기부터 본격양산을 통하여 2007년 1백65억, 2008년 5백30억 이상의 매출 및 연평균 20% 이상의 순이익을 달성할 수 있을 것이라 전망했다.

하나마이크론 최창호 대표이사는 "설립 6년만인 지난해 매출액 1천4백억원 이상을 달성하는 빠른 성장을 해왔지만, 현실에 안주하지 않고 끊임없는 신 수종사업의 개척을 통하여 하이테크 전문기업으로 거듭나기 위해 신규사업을 추진하게 됐다"며 "드라이 에처용 실리콘 부품 시장의 성공적인 진입으로 하나마이크론의 기업가치 제고는 물론 반도체 실리콘 필수부품의 국산화를 통해 국내 종합 반도체 업체의 수출 및 생산 경쟁력 향상에도 큰 기여를 하겠다"는 야심 찬 계획을 밝혔다.

롯데칠성음료(주)
'오늘의 차' 베스트 셀러
 공격적 마케팅 돋보여

지난해 8월 출시된 롯데칠성음료(주)(대표이사 이종원)의 '오늘의 차(茶)'는 현재 월 매출 30억 원을 넘어서면서 베스트 셀러를 예고하고 있다.

자신을 가꾸는데 소홀히 하지 않는 젊은 웰빙족과 웰루킹(Well-looking)족을 겨냥한 게 소비자의 입맛과 맞아떨어진 결과다. 최근 2년간 국내 음료시장의 화두는 '혼합차'였다.

그동안 녹차음료가 주종을 이뤘지만 지난해부터 각종 곡물에서 우려낸 혼합차가 앞다퉈 등장해

업계동정

인기몰이를 하고 있어서다.

각 음료 제조업체들 사이에서 혼합차 경쟁이 일어난 것도 이 때문이다.

그 중에서도 ‘오늘의 차’가 돋보이는 것은 공격적인 마케팅 기법과 고객의 입맛에 맞게 세 가지 맛을 내놓은 점을 꼽을 수 있다.

또 깊고 깔끔한 맛과 무칼로리라는 점이 건강과 S라인 몸매를 추구하는 20대 젊은 여성 고객층에게 어필한 것으로 분석된다.

녹차, 홍차, 우롱차, 현미, 울무, 등굴레, 결명자, 결보리, 치커리, 검정콩 등 몸에 좋은 건강소재 추출액과 L-카르니틴이 ‘오늘의 차’의 맛 비결이다.

품질이 우수한 국산 보리를 정성껏 우려내 집에서 즐겨 마시던 구수한 보리차 맛을 그대로 담은 것도 인기의 또다른 비결이다. 롯데칠성음료의 공격적인 마케팅도 빛을 발했다.

멋과 고급스러움을 느낄 수 있는 370ml 신용기에 담아 제품을 차별화한 것이다.

알루미늄 소재로 된 신용기는 내용물을 보관하기 쉽고 휴대하기 편리하며 온장 보관까지도 가능해 최근 음료제품 포장용기로 각광받고 있다.

은근한 꽃무늬가 새겨진 용기 디자인에 대한 평가도 좋았다.

세련되고 고급스러운 이미지를 갖고 있는 빅모델 고소영씨를 활용한 TV 및 인쇄광고를 제작해 시장진입 초기에 제품 인지도를 끌어올리는 전략이 좋은 반응을 얻었다.

‘오늘의 차’의 컨셉트 차를 특별 제작해 젊은 층이 밀집하는 지역에서 거리 이벤트 및 무료 시음행사를 대대적으로 실시하고 있는 것도 초기에 시장 진입에 성공한 포인트로 꼽힌다.

또 편의점 콤보 행사(오늘의 차 구입시 추가 증정품 제공)를 비롯해 ‘컨버스’ 의류매장 방문고객 무료 샘플링, 극장채널(롯데시네마, CGV) 구입 고객 경품행사 등 주요 채널별 소비자 관측행사도 벌였던 것도 고객들이 한 번에 제품을 알아보는 데 큰 역할을 했다.

(주)포스코
모든 계열사 이름 '포스~'로
 신뢰도 제고 등 플러스 요인

(주)포스코 이구택 회장이 지난 달 2일 신년사를 통해 ‘그룹’ 경영을 표방한 뒤 계열사들에 ‘포스~’ 식(式) 작명 붐이 일고 있다.

직접 계열사인 ‘포철산기’가 여태껏 써왔던 이름을 슬그머니 던져버리고 새해부터 ‘포스맥’으로 표기하기 시작했다.

또 ‘포항강관’은 영문사명 ‘포코스(POCOS)’를, 전남 광양에 있는 ‘포철기연’은 ‘포스엠(POS-M)’을 각각 병기하고 있다.

포스맥 관계자는 “회장의 신년사를 계기로 올해부터 포스맥을 사명으로 사용하기로 했다”며 “포스코그룹의 이미지 통합효과와 함께 사업 수주에서 신뢰도 제고 등 플러스 요인이 많은 것으로 분석됐기 때문”이라고 말했다.

이로써 공식적으로 ‘포스’라는 이름을 사용하지 않는 계열사는 개인기업이던 회사를 포스코가 인수한 창원특수강과 삼정P&A 두 개 뿐이게 됐다.

그러나 이 두 회사의 사명 변경도 시간문제라는 전망이 유력하다.

포스코 관계자는 “이들 업체는 둘 다 공개기업 이어서 사명 변경이 쉽지는 않다”면서도 “결국은 바뀔 가능성이 높다”고 말했다. 또 다른 포스코 관계자도 “본·계열사의 올해 주총이 끝나면 창원특수강 등 일부 업체의 사명 변경 문제가 공식 검토될 전망”이라며 “이들도 대체를 따라 ‘포스 ~’로 갈 것”이라고 예상했다.

현재 포스코그룹에는 모기업인 포스코에다가 직접 계열사로 포스코건설, 포스데이타(정보통신 부문), 창원특수강(1997년 외환위기 사태 직전 부도난 삼미특수강을 인수한 회사), 포코스(포항 강관), 포스텍, 포스콘, 포스맥(포철산기), 포스 AC(설계감리), 삼성P&A(철강재포장), 포스엠(포철기연), 포스텍기술투자, 포스코터미널(물류 운송), 포스코파워(발전·전력), 포스메이트(옛 동우사) 등 14개가 있다.

여기에 포스텍(포항공대), 포항스틸러스·전남 드레곤즈(프로 축구단), 포스코교육재단(POSEF), RIST(포항산업과학연구원), 포스웰(POSWELL·옛 제철복지회·사내 복지시설 운영) 등 6개의 관련 법인이 있다.

제과업계
트랜스 지방 제로화 선언
포장지 앞면에 영양성 표시

제과업체들이 거의 모든 제품에서 트랜스(전 이) 지방을 없애겠다고 선언했다.

지난해 뉴욕발 ‘트랜스 지방 충격파’로 소비자 불안이 가시지 않자 제과업체가 적극 대책 마련에

나선 것이다.

롯데제과는 “올해 전제품의 트랜스지방 함유량을 제로화했다”고 밝혔다.

카스타드, 마가렛트, 꼬깔콘, 초코파이를 비롯한 거의 모든 제품이 대상이다.

올 12월부터 도입되는 트랜스지방 함량 표시를 1월로 앞당겨 시행했다. 열량, 탄수화물, 단백질, 지방, 나트륨 등 5가지 영양 정보와 당, 포화지방, 콜레스테롤 함량도 소비자들의 눈에 잘 띄는 포장 전면에 표시했다고 덧붙였다.

롯데제과는 트랜스 지방을 줄이기 위해 태스크 포스를 운영, 전제품 중 90% 이상에서 트랜스 지방 제로화에 성공했다고 설명했다.

오리온도 전 제품에서 트랜스 지방을 없앴다고 강조했다.

오리온은 2001년부터 세계적으로 트랜스 지방 연구와 관련해 권위를 인정받은 스웨덴의 아루스 칼삼(AAK)연구소와 ‘트랜스 지방 저감화 프로젝트’를 진행해왔다.

오리온과 롯데제과는 지방, 단백질, 나트륨, 열량 등 영양성분 표시를 포장지 앞면에 배치하며, 특히 ‘트랜스 지방 0g, 0%’라고 붉은 띠를 둘러 표시했다.

해태제과, 크라운도 트랜스 지방 제로화 작업을 거의 마무리짓고 영양성분 전면 표기제를 조만간 도입할 것으로 알려졌다.

트랜스 지방 논란은 지난 해 10월 뉴욕시가 미국에서 처음으로 식당에서 트랜스 지방이 든 식품을 쓰지 못하도록 하면서 전세계로 확산됐다.

트랜스 지방이 인체에 해로운 콜레스테롤을 증가시키고 동맥경화를 불러와 심장병을 일으킨다는 이유에서다.

업계동정

미국 및 한국내 일부 외식업계가 트랜스 지방 사용을 금지하거나 줄이기로 했다. 20세기 초에 발명된 트랜스 지방은 튀김이나 쿠키·크래커 등 과자류의 '쇼트닝' 재료로 쓰여왔다.

식품업계 포장 안 된 목, 대장균 덩어리 포장 전환 각인

겨울철 즐겨 먹는 음식 중 하나인 목의 위생상태가 심각한 것으로 나타났다.

소비자보호원은 지난 달 11일 서울 시내와 근교 대형 할인점, 백화점, 재래시장에서 판매되는 목 30개 제품을 시험한 결과 포장 목의 11%, 비포장 목의 75%에서 대장균군이 검출됐다고 밝혔다.

서울 시내와 근교 대형 할인점과 백화점에서 판매하고 있는 목 18개 제품 시험 결과, 비 도토리 목 9개 중 2개 제품(우뭇가사리목, 동부목)에서 대장균군이 검출됐다.

반면, 도토리목 9개 제품에서는 대장균군이 전혀 검출되지 않았으며 모든 제품에서 타르색소·보존료 등 식품첨가제는 검출되지 않았다.

비포장 목의 위생상태는 포장 목 제품에 비해 심각한 것으로 나타났다.

비포장 목 제품은 식품위생법상 대장균군 기준 적용 대상은 아니지만, 위생상태를 알아보기 위해 시험한 결과, 12개중 9개 제품에서 대장균군이 검출됐다.

따라서 이들 제품의 위생확보를 위해서는 비포장 제품을 포장 제품으로 전환하는 것이 필요한

것으로 조사됐다.

또 시장에서 유통 중인 비포장 목 10개 제품은 모두 제조사·원산지·유통기한 등의 표시가 없어 개선이 필요한 것으로 나타났다.

추가 조리 과정 없이 섭취하는 목 제품의 특성상 유통과정에서 위생확보가 중요하나, 대부분의 제품은 상온에서 유통·보관·판매되는 것으로 조사돼 문제점으로 지적됐다.

의약품계 의약품 소포장, 약사회, 업계 갈등 약사회 소포장 주문 사업 활성화 노력

지난 해 10월 소포장 의약품 생산 의무화 조치가 내려졌다. 하지만 아직 이를 시행하지 않은 제약사들이 많다. 그러자 대한약사회가 처벌 촉구를 공식화하고 나섰다.

대한약사회는 지난 달 10일 "소포장 생산에 미온적인 제약사들에 대한 처벌을 촉구할 것"이라며 "정기적인 실태조사를 벌여 해당 제약사에 불이익 조치를 할 방침"이라고 전했다.

약사회는 지난 해 10월 식약청장 고시로 시행된 소포장 의약품 생산 의무화 조치 이후 2개월이 지난 현재까지 상당수 제약회사와 의약품 도매상의 준비 부족으로 일선 약국이 소포장 의약품을 주문해도 공급받지 못하는 상황이 이어지고 있다고 밝혔다.

약사회는 일선 회원들이 소포장 조제용 의약품을 적극적으로 주문해줄 것, 주문을 해도 공급되지 않는 의약품들을 이달 말까지 체보받은 후 약

사법 시행규칙에 의거, 소포장 미생산 제약회사 처벌을 촉구할 예정이다.

약사회 관계자는 “향후 정기적으로 해당 비협조사 명단과 공급기피 사례를 식약청에 통보해 해당 회사가 불이익을 받도록 할 것”이라고 강조했다.

약사회는 각 회사가 생산중이거나 생산 예정인 모든 소포장 의약품의 ‘상품명, 보험코드, 포장단위, 포장형태, 생산개시일 또는 생산예정일’을 통지해 줄 것을 요청하는 공문을 모든 제약회사에 발송했다.

10여개사가 자사의 소포장 생산실태를 회신해 왔으며, 품목별 소포장 생산현황을 통지받은 순서대로 약사회 홈페이지 게시하고 지부 분회를 통해 알려 해당 제품 주문과 사업이 활성화될 수 있도록 할 계획이다.

지난해 바뀐 ‘의약품 소량포장단위 공급에 관한 규정’은 의약품 제조업자와 수입자는 연간 의약품 제조 수입량의 10% 이상을 품목별 소량포장 단위로 약국과 병의원에 공급하게 돼있다.

날알모음 포장은 1백정 캡슐 이하, 병포장은 30정 캡슐이다.

한편 약사회의 이같은 움직임에 대해 제약사 관계자는 “식약청 고시 이후 업계는 규정에 맞춰 진행하고 있지만 불가피하게 늦어지는 곳도 있다”며 “그렇다고 처벌 운운하다니 씩씩하다”고 말했다. 식약청 고시 전 약사회는 불용 재고 약 해결을 위해 소포장 제도가 필수라고 주장해 왔다.

제약회사들은 포장은 법적 규정 대상이 아니라 시장 원리에 맡겨야 하는 사항이라며 대립해 왔다.

이마트
신선식품 당일만 판매
선도관리 판매방식 통해 고객 신뢰 확보

이마트는 전국 1백3개 전 점포에서 신선식품 3대 고객만족제도를 시행한다.

신선식품 3대 고객만족제도는 청과, 야채, 정육, 즉석조리식품 등 1천여개 신선식품에 대해 판매기간과 당도기준을 정해 판매하는 고객서비스 제도이다.

당일 상품 당일 판매제 진열기한 표시제 과일 당도 표시제 3가지로 구성된다.

당일 상품 당일 판매제는 사과 딸기 복숭아 양배추 등 신선도 관리가 중요한 5백20여개 품목을 매장에 진열된 당일에만 판매하고 남은 제품은 모두 폐기하는 선도관리 판매 방식이다.

또 진열기한 표시제는 당일 판매 상품을 제외한 신선식품을 입고일 기준으로 정해진 기한에만 판매하는 것이다.

포도 버섯 고추 등은 D+1일(입고일 뒤 하루 뒤까지), 단감 마늘종 감자 등은 D+2일, 밤은 D+3일, 생강 단호박 등은 D+4일 등 각 상품별로 기간을 구분해 판매한다.

과일 당도 표시제는 포장 사과 수박 참외 포도 굴 오렌지 등 제철 과일 당도를 표시해 소비자들이 맛을 보지 않아도 품질을 알 수 있도록 하는 제도다.

과일 당도 표시제는 일부 시험적으로 진행해 왔으나 이번에 제도를 더욱 강화했다.

농산물품질관리원에서 정한 상등급 기준 당도를 함께 표기해 소비자들이 품질을 쉽게 알 수 있

도록 했다.

이마트는 당일 판매 스티커, 당도 표시 안내문 등을 부착하거나 포장지에 진열기한을 별도 표기해 이들 제도를 적극 알릴 계획이다.

이마트가 신선식품 3대 고객만족제도를 실시하는 것은 소비자 신뢰를 높이기 위해서다.

곽원렬 이마트 판매본부장은 “고객 신뢰는 소비심리가 위축된 때일수록 매출 향상에 더 큰 영향을 발휘한다”고 말했다.

골판지업계
골판지株 실적개선 기대
농산물 포장 의무화 영향

농산물 포장의무화가 이달부터 시행되면서 골판지업체 실적 개선에 대한 전망이 나오고 있다.

또 재고 감소와 함께 지난 해 9월에 단행된 골판지 원지와 원단 가격 인상도 실적 개선에 힘을 실어줄 것으로 기대된다.

농림수산부는 올해 1월부터 포장되지 않은 배추와 무에 대해 전국 32개 공영 도매시장 반입을 금지했다.

이에 따라 농산물 업체들은 농산품을 골판지, 플라스틱상자, 그물망에 담아 출하해야 한다.

보조금 등을 고려하면 농산물 업체들은 대부분 골판지를 선택할 것으로 예상돼 골판지업체로서는 신수요가 창출될 전망이다.

오만진 하나증권 연구원은 “농수산물 포장 의무화에 따라 3천억원 규모 신수요가 창출돼 아시아제지, 수출포장, 아세아페이퍼텍 등 골판지업체

실적 개선이 예상된다”고 말했다. 그러나 골판지업체 실적 개선은 상자가격 인상, 농산물 포장에 관한 유통부문 협조가 수반되어야 하는 만큼 투자에 나설 때는 주의가 필요하다는 지적도 있다.

농산물 포장 의무화 대상인 배추 등이 7~8월 이후에 이뤄진다는 점도 기억해야 한다.

LG생활건강(주)
친환경 포장재 도입 눈길
수려한, 친환경 포장용기

2007년 웰빙 트렌드는 개인·가족 단위의 개념을 넘어 자연과 환경을 생각하는 사회전체적인 라이프스타일로 확대될 전망이다. LG생활건강(주)(대표이사 차석용)은 이와 같은 사회변화에 발맞춰 다채로운 웰빙 관련 사회활동을 펼치고 있다.

LG생건은 지난해 환경호르몬 의심물질이 배출된다는 ‘플라스틱 공포’가 소비자들을 잔뜩 긴장시켰던 것을 감안, 최근 친환경 포장재 도입에 눈길을 돌리고 있다.

환경호르몬 배출 의심물질로 꼽히는 프탈레이트 성분이 들어가지 않은 가소제(플라스틱을 부드럽게 만드는 물질)를 샴푸, 세제, 화장품 등의 포장용기에 사용해 소비자들의 우려를 불식시켰다는 것이다. 또 각종 유해성 폐기물을 발생하지 않는 칫솔모 등 다양한 친환경 생활용품 개발도 활발히 진행하고 있다.

LG생활건강은 개인은 물론 사회 전체적인 건강을 생각하는 이와 같은 ‘웰빙 경영’을 통해

2001년부터 소비자시민모임에서 주관하는 '그린 포장위너상'을 4년 연속 수상하기도 했다.

특히 올해는 한방화장품 브랜드 '수려한'을 웰빙족을 겨냥한 전략 브랜드로 선정하고 마케팅에 역량을 집중한다는 방침이다.

2003년 9월 출시된 수려한은 LG생활건강만의 차별화된 한방 기술력을 총동원한 브랜드로 전문점 한방화장품 시장에서 1위를 차지하며 공전의 히트를 쳤다.

수려한은 건강한 아름다움을 추구하는 '웰루킹족'의 요구를 제품에 적극 반영, 중국 4대 미인의 하나로 꼽혔던 '서시'가 사용한 한방미용법을 활용한 점이 눈에 띈다.

또 한국한의학연구원과 공동으로 제품 연구개발 및 기술력 향상에 앞장서는 한편 국내 청정지역에서 재배한 최상품의 한약재만을 엄선한 프리미엄 제품 개발에 주력하고 있다.

이 같은 노력의 결과 수려한은 2004년 3백40억원이던 매출이 지난해 8백억원으로 2배 이상 증가하는 기염을 토했다. LG생활건강은 올해도

고객과 환경을 생각하는 지속적인 사회활동 및 제품개발에 박차를 가해 명실상부한 '웰빙기업'으로 거듭나겠다는 포부를 다지고 있다

롯데제과(주)
전제품 트랜스지방 제로화 선포
표시제도 10개월 앞당겨 전격 시행

롯데제과(주)(대표이사 김상후)가 지난 달 자사의 전제품에 트랜스지방 0(제로)화를 선포했다. 이와 함께 올해 12월부터 포장지에 의무적으로 표시하게 되어 있는 트랜스지방 함량 표시도 크게 앞당겨 1월부터 전격 시행에 들어갔다.

해당 제품은 카스타드, 마가렛트, 꼬깔콘, 초코파이를 비롯한 코어 전제품이다.

또 트랜스지방 표시와 함께 열량, 탄수화물, 단백질, 지방, 나트륨 등 다섯 가지 영양정보와 당, 포화지방, 콜레스테롤 함량도 소비자들의 눈에 잘 띄는



▲ LG생활건강(주)의 수려한, 친환경 포장용기 도입



▲ 롯데제과(주) 전제품 트랜스지방 제로화 선포



▲ 트랜스 지방 함량표시

포장전면에 표시박스를 만들어 큰 활자로 표시했다.

이들 표시 중 특히 최근 관심이 집중되고 있는 트랜스지방은 다른 성분보다 눈에 더 잘 띄게 노란색과 빨간색으로 구분 표시 했다.

롯데제과는 이 표시 사실을 모든 소비자들이 알 수 있도록 광고, 홍보를 통해 적극 알리기로 했다.

이같이 롯데제과가 본격 시행을 10개월 정도 단축할 정도로 신속하게 도입한 것은 지난해 초부터 색소, 트랜스지방 등과 관련해서 방송에서 사실과 다르게 과장된 모습으로 보도해 국민들의 불안의식이 가중, 한시라도 빨리 불안의식을 불식시키기 위해서다.

그동안 롯데제과는 트랜스지방 저감화를 위해 테스크포스팀을 운영, 트랜스지방 분석 및 기술 지원 등의 노력을 해왔다.

이로 인해 지난해 6월부터는 전제품 중 90% 이상의 제품과 신제품에서 '트랜스지방 0' 표시가 가능해지고, 지난 연말부터 전제품에 트랜스지방 0(제로)표시가 가능해져, 새해 들어 전격 시행하게 된 것이다.

한편 과자류 포장에 트랜스지방 0(제로) 표시는 덴마크, 미국, 캐나다 등 일부 국가에서 시행하고 있으며, 또 가까운 일본의 경우는 아예 트랜스지방에 대한 기준을 설정하지 않는 등 대다수의 국가들이 기준을 설정하고 있지 않다.

이러한 상황에서 우리나라 과자시장을 대표하는 롯데제과를 비롯한 국내제과업체들이 이 제도를 적극 도입함으로써 오히려 선진국보다 우수한 안전먹거리라는 인식을 심어 줄 수 있게 됐다.

(주)포스코
중서 국가면검 인증
생산·유통 검사 등 면제

(주)포스코(대표이사 윤석만)는 지난 달 4일 이 회사의 중국 내 스테인리스 일관생산법인인 장가항포항불수강의 스테인리스 냉연제품이 중국정부로부터 국가면검(國家免檢)제품 인증을 최근 받았다고 밝혔다.

철강회사 가운데 스테인리스 냉연제품으로 중국 정부의 국가면검제품 인증을 받은 회사는 장가항포항불수강이 처음이다.

국가면검제품 인증을 받은 제품은 중국 정부로부터 품질을 보증받아 정부가 실시하는 정기적인 품질검사나 생산·유통·수출과 관련된 각종 검사를 면제받게 된다고 포스코는 설명했다.

장가항포항불수강은 이번 인증을 계기로 제품의 포장과 라벨 등에 면검제품 표시를 추가, 판매력을 강화하고 이를 통해 신규 고객 발굴에 적극 활용할 계획이다.

신 제품

(주)오토닉스

THD 시리즈 출시

센서·제어기기 전문 기업 (주)오토닉스(대표이사 박환기)가 덕트형 및 월 마운트형 온습도 센서 THD 시리즈를 새롭게 출시했다.

THD 시리즈는 기존 실내형 제품에 더하여 덕트형(THD-D) 및 월 마운트형(모델명 : THD-W)을 출시함으로써 다양한 장소에 취부가 가능해졌다.

다양한 출력 방식과 Modbus RTU 방식의 RS485 통신 기능 등을 내장한 THD 시리즈는 사용자 편의성을 향상시키는 물론, 온도조절기 및 판넬메타 등과 연결하여 최적의 온·습도 제어를 실현한다.

금번 출시된 덕트형 및 월 마운트형 제품은 100mm, 200mm의 센서 봉 길이 선택이 가능해 취부가 용이하다.

또한, 최대 115200bps까지 8단계의 통신 속도 설정이 가능하며, 온도 19.9~60.0℃, 습도 0.0~99.9%RH의 폭 넓은 온·습도 측정으로 고정도 온·습도 제어를 실현했다.

이 제품은 야채나 과일 인공 재배실, 청정실, 건조 공정 등 온·습도 데이터 수집 및 관리가 필요한 현장에 적용된다.



선광자동밸브

초공압식 감압밸브 SYRV-1F형(저압용) 출시

선광자동밸브(대표 광병규)의 공압식 감압밸브는 SCS14정밀주조, BC 등으로 제작, 2차측 라인 압력 제어가 탁월하며 수입 대체효과가 뛰어나다.

밸브의 특징은 소형 경량으로 뛰어난 내구력에, 복잡한 설치공간에서도 원활한 사용이 가능하며, 저압용(0.1~3kgf/cm²)으로 개발되어 감압밸브 기능과 ON-OFF밸브 기능을 동시에 충족하는 공압식 제어밸브이다.

업계동정

특히, ACTUATOR 부분은 특수 ALUMINUM 재질을 삽입해 PISTON 왕복 운동시 기밀성과 원활성을 높이는 등 효율적으로 제작됐다. .

이 제품은 식품, 제약, 전자, 반도체, 석유화학 등의 PLANT분야 공정제어에 적용하여 향후 관련업계의 주목을 받을 것으로 예상된다.



크라운제과(주)

블랙로즈 초콜릿 3종 출시

크라운제과(주)(대표이사 운영달)가 발렌타인데이를 맞아 '블랙로즈다크', '다크갤러리', '블랙템프테이션' 등 초콜릿 3종을 출시하며 진한 유혹을 준비했다.

크라운제과의 '블랙로즈'는 1993년 출시 이후 세련된 콤팩트형 디자인과 부드럽고, 감미로운 맛으로 젊은 여성층에게 꾸준히 사랑 받아온 고급 초콜릿이다.

미국 Blommer社와의 기술제휴로 제품의 품질을 한 차원 더 높였으며 업계 최초로 시각 장애인용 점자를 표기한 제품이다.

블랙로즈다크는 초콜릿의 주원료인 카카오의 효능이 알려지게 되면서 웰빙 고급화 트렌드에 맞춰 카카오 함량(63%)을 높여 새롭게 출시했다.

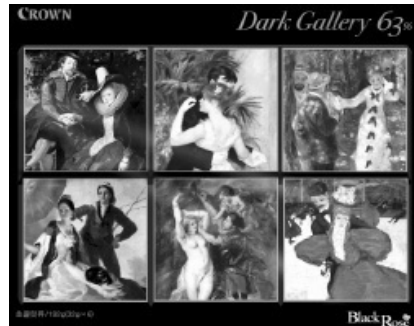
기존 초콜릿보다 성숙한 느낌의 진한 초콜릿으로 성인층을 주요 타깃으로 한 제품으로 인기몰이를 하고 있다.

크라운제과는 고급스런 정통 다크 초콜릿 블랙로즈와 세계적인 명화를 감상하는 기쁨을 만끽할 수 있는 감성지향적 프리미엄 제품 '다크갤러리'도 선보였다.

이 제품은 6개의 블랙로즈에 세기를 거쳐 오랜 시간 사랑 받아 온 명화 시리즈를 다양하게 입혀 먹는 즐거움과 보는 즐거움을 동시에 느낄 수 있도록 했다.

블랙템프테이션은 작고 귀여운 사랑의 메신저로 많은 사랑을 받아오던 미니셀 제품을 新 초콜릿 트렌드에 맞춘 것이다.

이 제품은 69%의 깊은 카카오 맛을 진하게 느낄 수 있는 것이 특징이다.



농심(주)

‘고로케스낵’ 출시

농심(주)(대표이사 신동원)은 어린이들이 좋아하는 야채 고로케를 스넬으로 만든 ‘고로케스넬’을 출시했다.

‘고로케스넬’은 고로케 고유의 고소함에 케첩 소스 맛을 가미해, 갓 만들어낸 따끈따끈한 고로케를 케첩에 찍어먹는 듯한 식감을 느끼게 하는 스넬이다.

‘고로케스넬’은 감자를 주원료로 하고 빵가루를 입혀서 만들어 그 맛이 아주 고소하고, Slurry Bread Coating(골고루 튀김옷을 입히는 새로운 기술)을 이용해 만들어 스넬 고유의 바삭바삭함이 잘 살아있다고 회사측은 설명했다.

농심은 ‘고로케스넬’ 출시 기념으로 ‘농심 스넬짱 홈페이지’에서 오는 3월 30일까지 ‘고로케의 <삼삼한수업>대축제’를 통해 다양한 선물을 제공할 예정이다.



프링글스

저지방 ‘프링글스 라이트’ 선택

남녀 노소, 전 세계인이 즐기는 감자 칩 프링글스가 지방 함량을 현저히 줄인 신제품 ‘프링글스 라이트’를 출시했다. 이번에 선보인 프링글스 라이트는 기존의 프링글스 오리지널에 비해 지방 함량을 30% 이상 감소시키고, 칼로리를 약 15% 낮춘 웰빙형 감자 칩이다.

아보카도 기름, 올리브 기름, 코코넛 기름 등 고급 기름을 사용해 지방 함량은 낮추고, 프링글스 특유의 풍부하고, 바삭한 맛은 그대로 살렸다.

서유럽 지역에 이어 아시아 지역에서 첫 출시되는 ‘프링글스 라이트’는 다이어트, 건강과 맛을 모두 신경 쓰는 한국 소비자들의 취향에 딱 맞는 제품. 원형 캔에 담긴 독특한 포장으로 ‘한번 열면 멈출 수 없는’ 프링글스를 즐길 수 있다. 와인이나 맥주 등에 곁들이거나,



업계동정

출출할 때, 공부할 때, 입맛이 없을 때, 아이들 간식용으로 추천할 만하다.

오리지널, 어니언(양파), 파프리카&갈릭, 페타 치즈 등 4가지 맛. 160g, 3000원 대. 대형 할인점, 편의점 등에서 구매할 수 있다. 프링글스 마케팅담당 이지영 부장은 “지방, 칼로리 등 건강과 미용을 저해할 수 있는 요소를 줄였다”며 “‘가볍게 끝린다’는 제품 컨셉에 맞는 다양한 마케팅을 통해 먹는 즐거움, 보는 즐거움의 제품 이미지를 알리는 데 노력할 방침”이라고 밝혔다.

삼양식품(주)

슬림컵 출시

삼양식품(주)(대표이사 전중운)이 저칼로리 녹두국수 ‘슬림컵’을 19일 출시했다.

슬림컵은 웰빙트렌드에 부합하는 저칼로리 제품으로 녹두로 면을 만들었으며 튀기지 않아 깔끔하면서도 맛이 자극적이지 않다는 게 회사측의 설명이다.

또한 슬림컵은 MSG를 무첨가했으며 멸치, 다시다, 가스오부시 등의 천연재료를 추려 내 깔끔하고 담백한 맛이 특징이다.

특히 후레이크스프를 별첨해 방금 전 조리한 듯한 야채의 식감을 느낄 수 있고 컵 타입의 용기는 간단하게 먹을 수 있도록 디자인했다고 삼양 측은 설명했다.

삼양 관계자는 “슬림컵은 기존 경쟁제품에 비해 양이 풍부하고 칼로리는 낮아 간식으로 손색이 없다”며 “이번 신제품 출시를 계기로 다양한 제품을 지속적으로 개발해 라면명가 전통을 이어갈 계획”이라고 말했다.



대상(주)청정원

‘마시는 홍초 검은콩과 현미’ 출시

대상(주)청정원(대표이사 임동인)은 검은콩과 현미를 이용해 만든 마시는 식초음료 ‘청정원 마시는 홍초 검은콩’과 ‘청정원 마시는 홍초 현미’를 출시했다.

‘청정원 마시는 홍초’는 음료처럼 부드럽게 마실 수 있는 웰빙형 마시는 식초음료로서 앞서 선보인

석류, 오복분자, 자색고구마 등 5종은 출시 이후 소비자들로부터 꾸준한 인기를 얻고 있다. 이번에 선보인 '청정원 마시는 홍초 검은콩'은 국산 검은콩이 함유된 검은콩식초가 24%, 흑초가 11% 함유되어 있다.

일반콩보다 이소플라본이 높게 함유돼 있어 갱년기의 여성들에게 도움을 준다고 알려져 있다.

'청정원 마시는 홍초 현미'는 현미초가 23%, 현미가 1리터당 76.3g이 함유돼 있다. 현미는 이미 건강에 좋은 것으로 널리 알려져 있는 식품으로서 남녀노소 누구나 건강음료로 즐길 수 있다.

이 밖에 몸에 좋은 국산 벌꿀, 올리고당, 식이섬유 등을 혼합 숙성시켜 식초의 자극적인 맛을 없애 깔끔하고 부드러운 맛이 특징이다.

이 제품은 물이나 우유에 (1:3~5)희석해 마시거나 떠먹는 요구르트를 이용해 1:5로 희석해 홍초샐러드 드레싱으로 즐길 수 있으며 또한 소주를 이용해 칵테일로도 활용 가능하다. 가격은 각각 900ml 8,500원이다.

마케팅실 안영후 부장은 "이 제품은 청정원의 30년간 축적된 식초 발효기술로 만들어 시지 않고 부드럽게 마실 수 있는 웰빙 곡물초"라며 "몸에 좋은 식초가 검은콩, 현미와 만나 시너지를 발생시켜 소비자들의 건강 음료로 자리 잡을 것이라 기대한다"고 말했다.



동원F&B(주)

'차애인 천년愛 보이차' 출시

동원F&B(주)(대표이사 김해관)는 프리미엄 차음료인 '차애인' 시리즈의 5번째 제품으로 '천년愛 보이차'를 출시했다. 제로 칼로리 음료인 '천년에 보이차'는 체지방 분해 효과가 뛰어난 보이차를 음료로 중국 윈난성(雲南省)의 1,000년 이상 된 야생 차나무에서 채엽한 원료로 만들었다. 보이차는 중국 변방의 소수민족들이 마시기 시작한 것으로 발효한 흑차의 일종으로 홍차보다 색이 짙으나 떫은 맛이 없고, 향기를 머금은 깊은 맛을 내는 것이 특징이다.

'천년愛 보이차'는 NB(New Bottle)캔에 깔끔한 주황색 디자인으로 병에 담겼다. 기존의 사월애보성녹차는 녹색, 사랑애자스민녹차는 파란색, 겨울에 다즐링홍차는 붉은색, 시월애국화차는 노란색 병에 담겨 있었다.

470ml 한 병 가격은 2,000원이다.



해태음료(주)

해태 마시는 산소수 출시

해태음료(주)(대표이사 오주섭)가 산소 결핍증에 시달리는 현대인들을 위한 '해태 마시는 산소수'를 출시한다.

'해태 마시는 산소수'는 1급수보다도 산소 함유량이 3배 이상 높은 기능성 물 제품. '해태 마시는 산소수'는 산소 유출을 막기 위해 일반적인 음료 페트 용기가 아니라 페트 맥주 용기로 사용하는 고가의 다층구조(Multi-layer) 페트를 사용해 소비자의 손에 전달될 때까지 용존 산소가 보존되도록 했다. 또 한 은은한 레몬향을 가볍게 느낄 수 있어 청량감을 높였다.

알려진 바와 같이 산소가 풍부한 곳에서는 머리가 맑아지고 신진대사가 원활해지며 피로회복 속도도 빨라진다. 특히 약 30% 이하의 산소 농도에서는 신진 대사 등 인체의 제반 기능이 원활하게 되는 효과가 있는 것으로 알려져 있다.

반면 산소가 부족할 경우 머리가 묵직하고 답답함과 어지러움을 느끼게 되고 집중력과 사고력이 저하된다.

가까운 일본의 경우 '아사히 산소수', '산토리 O₂ 신호흡' 등 많은 제품이 출시돼 높은 인기를 얻으며 2006년 한 해 1천억원 규모를 형성했다.

국내 시장에는 농심이 독일에서 수입해 판매하는 '파워오투' 제품과 최근 한국산소수에서 출시한 '라이브오투 150'이라는 제품이 나와 있다.

해태음료는 게임 전문 케이블TV 채널인 'MBC 게임'과 제휴해 '해태 마시는 산소수'배 W3(Warcraft World War) 1차 시즌대회를 1월 17일부터 2월 7일까지 개최해 대회가 열리는 코엑스몰과 케이블TV, 온라인 등을 중심으로 다각적인 제품 홍보에 나설 방침이다.

또한 서울 근교의 등산로를 시작으로 마라톤 대회와 휘트니스 클럽 등 산소 소비가 많고 산소 보충이 필요한 장소를 찾아다니며 대대적인 시음행사 등을 진행할 예정이다.

한편 해태음료는 기존에 시장에 나와 있는 다른 제품들이 비싼 가격과 취약한 유통망으로 소비자들이 쉽게 접할 수 없었던 점에 주목해, 편의점과 소매점 등을 통해 500ml 한 병 당 1000원~1200원 안팎의 가격으로 판매할 방침이어서 누구나 부담 없이 접할 수 있도록 한다는 방침이다.



(주)삼양사

‘큐원 녹차호떡믹스’ 출시

(주)삼양사(대표이사 김윤)가 가정에서 간편하게 만들어 먹을 수 있는 ‘큐원 녹차호떡믹스’를 출시했다.

‘큐원 녹차호떡믹스’는 ‘큐원 찰호떡믹스’ 시리즈 제품으로 국내산 녹차분말과 클로렐라를 함유한 ‘웰빙 호떡’이다. 비타민, 엽산 등이 들어 있는 큐원 영양강화밀가루를 사용하고, 땅콩가루와 코코넛의 함량을 높인 호떡잼믹스는 더욱 고소 맛과 건강을 모두 생각했다. ‘큐원 녹차호떡믹스’는 별도의 재료 없이 프라이팬만 있으면 가정에서 직접 조리해 먹을 수 있으며 550g 1개 제품으로 약 10개의 호떡을 만들어 먹을 수 있어 경제적이다. 소비자가격은 2,800원이다.



(주)풀무원

‘생가득 바로조리 순쌀 떡볶이’ 출시

(주)풀무원(대표이사 남승우)은 100% 순쌀로 만들어 쫄깃하고 부드러운 ‘생가득 바로조리 순쌀 떡볶이(2인분/3,280원)’를 출시했다. ‘생가득 바로조리 순쌀 떡볶이’는 일반 쌀떡볶이와 달리 떡이 가늘어 간이 잘 배는 것이 특징이다. 사과, 파인애플즙을 넣어 만든 매콤달콤 소스가 집에서든 제대로 된 떡볶이 맛을 내게 해주고, 양파, 양배추, 당근, 파 등으로 구성된 야채 고명이 맛을 한층 돋워 준다.

순쌀떡과 떡볶이 소스, 야채 등이 함께 들어있어 별도의 재료 준비 없이 바로 조리가 가능해 편리하고, 가정에서 조리하듯 화학조미료, 합성 보존료, 합성 착색료를 일체 첨가하지 않고 만들어 온 가족이 안심하고 먹을 수 있다. 정미경 PM은 “‘바로조리 순쌀 떡볶이’에는 쫄깃하고 부드러운 떡과 매콤달콤 소스, 다양한 야채가 함께 들어있어 아이들이 좋아하는 떡볶이를 집에서 간편하게 만들 수 있다”며, “방학을 맞은 아이들을 위한 영양 간식으로 큰 인기를 끌 것”이라고 기대했다.



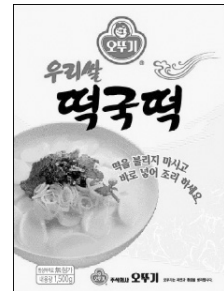
(주)오뚜기

‘우리쌀 떡국떡’ 출시

(주)오뚜기(대표이사 강신국)가 물에 불릴 필요 없이 바로 조리가 가능하고 쫄깃쫄깃한 식감이 일품인 ‘우리쌀 떡국떡’을 출시했다.

‘우리쌀 떡국떡’은 냉동제품으로 국산 쌀을 원료로 믿을 수 있고, 주정을 첨가하지 않아 냄새가 전혀 없다. 또한, 급속 냉동 포장으로 냉장 떡 보다 쫄깃한 식감을 자랑하며, 떡을 물에 불릴 필요 없이 바로 조리가 가능한 것이 특징이다.

‘우리쌀 떡국떡’은 400g, 800g, 1,500g 등 3가지 중량으로 각각 2,250원, 4,350원, 8,100원으로 출시됐으며, 1,500g은 지퍼팩을 적용해 더욱 깔끔하고 간편하게 사용할 수 있다.



CJ(주)

‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’ 출시

CJ(주)(대표이사 김진수)는 영양이 풍부한 쌀눈이 붙어 있는 ‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’을 출시했다.

‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’은 일반 백미에 비해 비타민, 감마오리자놀 등 영양소가 풍부하고 더욱 찰지며 구수한 맛이 일품이다.

CJ(주)는 쌀눈의 영양을 보존하고 백미의 식감을 살리기 위해 특수 배아도정기를 이용해 도정기를 저속으로 회전하며 압력을 일정하게 유지하는 ‘저속균압 도정방식’으로 도정했다.

이를 통해 쌀눈을 60% 이상 유지하면서도 일반 백미의 식감을 살린 ‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’을 개발할 수 있었다.

CJ(주)는 이번 ‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’ 출시를 통해 연간 1조 7,000억원에 이르는 프리미엄 곡류 사업에 본격 진출했다. ‘햇반수미곡 쌀눈가득쌀’의 권장 소비자가격은 10kg 2만9,800원, 20kg 5만 9,000원.

