말레이시아, iGEM 개막
최대의 녹색기술 및 친환경 상품 선뵈

말레이시아 연방정부의 적극적인 후원 아래 말레이시아 최대의 녹색기술&친환경 상품 전시회가 지난 달 14일 쿠알라룸푸르 전시컨벤션센터에서 성황리에 개막됐다.

iGEM(int'l green technology&Eco Products Exhibition&Conference Malaysia(2010. 10. 14~16)이라고 명명된 이 전시회&국제회의는 말레이시아 에너지 · 기술 · 수자원부(KeTTHA)와, 말레이시아 녹색기술공사(Malaysia Green Technology Corporation), 국제녹색구매망(Int'l Green Purchasing Network) 등이 공동 주관하고 총 23개국 5백2개 사가 참가했으며 EU, 덴마크, 일본, 대만, 싱가포르, 한국 등이 국가관을 구성해 참가했다.

이 전시회는 특히 친환경산업과 녹색기술 개발과 관련기업 육성 정책을 시행하는 말레이시아 연방정부의 적극적인 후원을 받아 올해 제1회 전시회가 개최됐으며 향후 그 규모를 확대해 갈 계획이라고 한다.

전시회에는 농업기술, 바이오기술, 이산화탄소 거래, 에너지 효율화, 환경관련 기술, 친환경 기술와 제품, 신재생에너지, 쓰레기처리 관리 및 재활용 등에 관한 기술과 제품들이 전시됐다.

녹색기술과 친환경 산업의 선발주자인 EU가 약 40개 부스규모로 대거 참가했으며, 일본(JETRO)이 15개 부스규모의 국가관을 구성해

참가했고, 한국도 태양전지판넬을 전시한 한솔 LCD를 포함해 Dasstech가 태양전지 인버터, Korean Photovoltaic Power Cooperative가 태양전지발전, U&I Max가 태양전지 발전을 위한 스틸 구조물, Kyung Won이 태양전지 모듈을 갖고 참가했다.

또한 한국환경보호협회와 한라산업개발은(신재생에너지&환경기술) 별도 부스를 사용해 참가했다.

EU와 일본 등 선진국에서 신재생 에너지분야와 에너지효율화 기술에 강점을 가진 대기업들이 대거 참가했으며, 이 전시회 및 국제회의를 통해 말레이시아를 포함한 동남아 국가를 대상으로 사업기회를 만들어가는 좋은 기회로 인식하고 있었다.

벨기에, 폐수 및 슬러지로 바이오 플라스틱 생산
세계 최초 실험생산 개시

AQUIRIS'라는 벨기에 환경산업체는 세계 최초로 도시폐수 처리과정에서 나오는 슬러지를 이용해서 바이오 플라스틱을 생산하기 위한 사전 시험에 들어간다고 최근(2010년 9월 22일) 발표했다.

AQUIRIS는 물처리분야에서 세계 1위 그룹인 프랑스 'VEOLIA Water'사의 벨기에 계열사로 브뤼셀 북쪽에 소재한 도시폐수 처리업체이다.

VEOLIA Water 그룹은 폐수를 처리하는 과정에서 나오는 슬러지를 생분해(biodegradable)될 수 있는 바이오 플라스틱으로 변형하는 기술을 개발했는데, 이 기술은 현재로서는 세계에서 유일한 기술이다.

이 바이오 플라스틱은 자동차 범퍼를 비롯해 여러 공업분야에서 사용될 수 있다. VEOLIA Water의 이 기술은 이 회사의 스웨덴 자회사인 ANOXKALDNES사가 8년의 연구 끝에 개발된 것으로 알려졌다.

AQUIRIS는 이미 폐수처리과정에서 나오는 슬러지를 모래로 변형하는 기술(ATHOS 프로세스)을 보유하고 있다.

이 모래는 건축자재로 사용될 수 있을 뿐만 아니라 이 모래로부터 생성된 바이오 가스로 전력을 생산하기도 한다.

ATHOS 프로세스는 VEOLIA Water에 의해 개발된 기술로 수열산화(HTO : Hydrothermal Oxydation)와 바이오 처리를 합성한 프로세스이다. 이 프로세스는 슬러지에 함유된 유기물이 235℃의 온도와 압력 45bar에서 순수한 수소에 의해 무기물로 변하게 하는 기술이다.

폐수로부터 생분해성 바이오 플라스틱을 제조함으로써 폐수 처리과정에서 나오는 폐기물을 제로로 할 뿐 아니라 폐기물(슬러지)을 이용해서 친환경 부산물을 제조함으로써 폐기물을 상업화하는 것이 이 기술의 목적이다.

현재 AQUIRIS는 이런 첨단기술을 적용해 도시폐수를 처리한 후 깨끗이 정화된 물을 Senne 강(브뤼셀 북쪽을 지나가는 강물)에 다시 흘러내려 보내는 한편 폐수 처리과정에서

나오는 슬러지양도 99% 이상을 줄였으며 바이오가스를 회수해 폐수장 가동에 필요한 전력 생산에 사용한다고 밝혔다.

VEOLIA Water가 슬러지를 이용한 바이오 플라스틱 생산기술을 시험하는 전략적 장소로 벨기에의 AQUIRIS를 선택한 이유는 AQUIRIS의 ATHOS 슬러지 처리기술이 우수해 효율적인 시너지를 제공하는 한편, 고급 인력과 혁신적인 공장시설을 갖출 뿐만 아니라 국제도시인 브뤼셀에 위치해 결정권을 가진 외국 사절단이 쉽게 방문할 수 있기 때문이라고 AQUIRIS는 설명했다.

슬러지를 이용한 바이오 플라스틱 생산 실험 시설 건설에는 약 50만 유로가 투자됐고 10월 말부터 가동될 예정으로 알려졌다. 이 시험공장에서 하루에 수 ㎏씩 생산된 바이오 플라스틱은 포장재 제조업체와 자동차 플라스틱 부품 제조업체 등 플라스틱산업에 공급될 것으로 보인다.

이 프로젝트의 목적은 이 기술을 공업폐수 처리와 도시폐수 처리에 동시 적용할 수 있도록 하는 것으로, AQUIRIS에서 시험되는 프로토타입은 충분한 물량의 폴리메르(PHA : PolyHydroxyAlkanoates)를 생산해 이로부터 제조된 바이오 플라스틱의 품질과 최종 수요자들의 반응을 분석하기 위한 것이다.

폐수와 슬러지는 비화석 탄소, 즉 그린탄소 자재로 폐수에 자연적으로 들어 있는 미생물들이 바이오 플라스틱을 형성하는 폴리메르를 만들어내도록 하고, 이를 다시 알맹이 모양의 바이오매스로 만들어 상품화할 수 있다.

EU, 상표 · 디자인 출원 한-EU 효과 극대화

지역별 특성 살린 제품 등 종류 다양화

국내 기업의 수출시장이 양적으로나 지역적으로 확대되는 가운데, 주요 시장에서 상표 · 디자인 등 지적재산권을 확보해 나가는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

특히, 내년 7월 1일부 한-EU FTA 발효가 예정돼 유럽시장에 대한 우리 업계의 특별한 관심이 필요하다.

FTA 효과를 극대화하려면 상품수출 마케팅 노력과 함께 기업경쟁력의 핵심요소인 상표 · 디자인 등 지적재산에 대한 보호 장치를 마련하는 것이 매우 중요한 선결과제이다.

EU의 경우, 기업의 상표와 디자인이 27개 회원국에서 동시에 보호되는 공동체 상표와 디자인권을 부여하나 출원절차에 대한 정보가 부족한 실정이다.

2009년 EU공동체 상표 · 디자인의 우리 기업 출원 건수는 일본, 중국 등 이웃 경쟁국에 비해 현저히 낮을 뿐만 아니라 우리 경제규모와 비교할 때도 낮은 수준이다.

같은 해 일본과 중국이 각각 3천8백44건과 2천9백36건을 출원한 데 반해 우리나라는 1천2백21건에 그치고 있어 우리 기업이 상표 · 디자인 해외출원에 대한 인식이 부족한 것을 보여주고 있다.

또한, 이로 인해 중국 등 타국의 경쟁기업들이 상표 · 디자인을 무단으로 도용한 후 우리 기업에 피해를 입히는 사례도 발생하고 있다.

KOTRA는 EU공동체 상표 · 디자인 출원절차에 대한 유용한 정보를 제공해 우리나라 기업의 상표 · 디자인 보호를 통한 안정적인 EU 수출 확대를 도모하고자 지난 달 15일 'EU 상표 · 디자인 출원 설명회와 상담회'를 준비해 성황리에 개최했다.

스페인 알리깐떼시 소재 EU상표 · 디자인청(OHIM)의 Peter Rodinger(피터 로딘거) 디자인 · 출원국장, Etienne Sanz de Acedo(에띠엔 산스 드 아세도) 국제협력 · 정보기획국 과장이 연사로 참가해 출원절차에 대한 상세한 내용을 제공했다.

아울러 Salvador Ferrandis&Partners(살바도르 페란디스&파트너스) 스페인 현지 로펌에서 특허전문 변호사로 활동 중인 이윤교 변호사, 그리고 실제 현장에서 디자인 무단 도용으로 애로를 겪은 바 있는 아이지테크 채갑석 사장이 참석해 소중한 체험담을 전달했다.

EU 27개 회원국에서 상표 · 디자인 보호를 받기 위해서는 EU상표 · 디자인청(The Trade Marks and Designs Registration Office of the European Union, OHIM : 스페인 알리깐떼시 본부 소재)을 통한 유럽상표(Community Trade Mark, CTM) 및 유럽디자인(Registered Community Design, RCD) 출원이 필수이다.

EU 회원국 별 출원도 가능하나 금전 및 시간적 면에서 유럽공동체상표가 유리하다.

유럽상표(CTM)는 EU 전 회원국에서 지정된 모든 상품 및 서비스에 대해 상업적 또는 산업적인 활동에서 특정한 상표를 사용할 수 있는 독점적인 권리를 부여하고 있다.

유럽디자인(RCD)은 EU 전 회원국에서 제품 전체 또는 제품의 일부 외형에 대해 독점적인 권한을 부여한다.

EU상표 · 디자인청(OHIM)에 접수되는 상표등록 신청 건수는 매년 지속적인 증가세를 보이며 온라인 신청이 가능해진 2003년부터 증가폭이 커진 바 있으며 2009년 기준 상표등록 신청은 9만여 건에 달한다.

온라인 신청의 경우 수속비용은 오프라인 등록보다 약 14%가 저렴해 현재 전체 신청 건수에서 약 80%가 온라인으로 이뤄지고 있다.

누계 기준 EU상표의 최다등록 국가로는 미국, 독일, 영국이 1~3위를 차지하고 있다.

일본도 90년대부터 꾸준히 10권 안에 들며, 우리나라는 점차 늘고 있으나 경제규모에 비해 건수가 적다는 평가를 받고 있다.

반면, 중국은 2000년도 이후 급속한 증가율을 보이며 연간 신청건수가 2004년에 이미 우리나라를 능가한다.

한국은 2010년 9월 말 현재 누계기준 상표 신청건수가 4백87건인데 비해 중국(홍콩 포함)은 3배에 달하는 1천4백21건이다.

유럽디자인(RCD) 등록 신청의 경우도 이 업무가 시작된 2003년 이후 지속적으로 증가했으며 2008년 7만7천건으로 최고치를 기록했다.

2009년 전년대비 약간 감소한 7만 건의 신청이 접수됐으며 올해 9월 말 현재 약 5만3천건을 나타냈다.

국가별 디자인 등록 신청 순위(누계 기준)를 보면, 독일, 이탈리아, 프랑스가 1~3위를 차지하며

한국은 16위, 일본 8위, 홍콩 15위, 중국 20위 순이다. 홍콩과 중국을 합친 누계 숫자는 9천5백63건으로 12위로 나타났다.

중국, 유럽 등 해외 경쟁사가 자사 제품명, 상표 · 디자인을 도용해 피해를 입히는 상황이 발생할 수 있다.

해외시장에서 모조품의 시장 진입으로 자사 제품의 이미지 실추는 물론 판매 감소로 이어질 수가 있으며 모조품의 불량으로 오리지널 제품의 브랜드 신뢰가 떨어지는 상황도 배제할 수 없다.

상표 · 디자인 등록이 이뤄지지 않은 상품은 신규성을 상실할 수 있다. 특히, 상품 디자인의 경우 사전 보호가 이뤄지지 않으면 디자인을 도용해 오리지널 제품의 독창성이 상실될 수 있다.

더 나아가 국내기업 제품의 상표 또는 디자인이 도용돼 EU상표 · 디자인청(OHIM)에 먼저 출원하는 최악의 경우도 발생할 수 있으며 사전 상표 · 디자인 등록 없이는 유럽 세관에서 모조품의 반입을 막을 수 없다.

EU상표 · 디자인 출원은 OHIM이라는 한 기관에서 한번의 신청서만으로 EU 27개국에서 효력이 발생하는 보호권을 획득할 수 있다. 특히, 출원 신청서는 유럽의 각국 언어로 작성할 수 있어 편리하다. 또한 각 회원국에서 개별적으로 상표 · 디자인을 출원하는 비용보다 저렴하다.

향후 EU에 신규 가입국이 발생할 경우 기존의 지적재산(Intellectual Property)은 신규 가입국에서도 보호받을 수 있다.

EU상표나 디자인권을 이용하면 미국, 중국, 중남미 등 제3국 출원이 용이하다(번역료, 공증료 절감 등).

또한 EU상표나 디자인 출원 제도는 타국의 출원 절차에 비해 간편하고 신속하며 유럽 바이어와 라이선스 계약 또는 유통계약 체결에 상표 · 디자인권의 보유가 유리하다.

내년 발효예정인 한-EU FTA로 인해 한국 상품의 EU 수출이 확대될 것으로 전망돼 EU 시장에서의 우리 상품 보호는 더 이상 미룰 수 없는 과제가 되고 있다.

힘들게 개척한 수출 판로를 안정적으로 유지하기 위해서는 지금부터 사전 준비를 해나가야 할 것으로 보인다.

EU상표 · 디자인권은 우리 기업들이 한-EU FTA 시대에 반드시 갖춰야 할 조건으로 앞으로 모조품이나 도용에 따른 재산권 침해에 대비해 유럽뿐만 아니라 이외에 해외시장에서 기업의 자산을 보호해야 한다.

일본, 수산물 에코 라벨 인증신청 쇄도
2007년 발족

자원과 환경을 배려한 수산물의 인증제도, 마린 에코라벨 제팬의 인증 신청이 쇄도하고 있다.

미나미 카야베 정설어업협회, 일본 참치, 다랑어 어업협동조합이 신청수속을 시작했다. 미나미 카가야베 정설어업협회에 소속된 11영업자가 수확하는 연어, 오징어로 심사를 받는다.

3~12월의 어기에서 자주적으로 금어기간을 정하고 있다.

일본 참치, 다랑어 어업 협동조합은, 소속된 원양 다랑어, 참치 한줄 낚시 배 27척이 잡는 참치와 빈나가 다랑어가 조사대상이다. 한줄 낚시 어법은 그물을 던져 낚는 낚시 법에 비해, 자원에 끼치는 영향이 작다고 보고 있다.

이 제도는 2007년에 일본판의 수산물 에코라벨로서 발족됐으며 국내에서는 지금까지 4개의 어업단체가 생산단계에서의 인증을 취득하고 있다.

올해 들어서 신청은 9월의 전국 근해 참치, 다랑어 어업협회와 합쳐 3건이 된다.

일본, 이온 제 3맥주 PB 5백ml 캔 판매
'바리우루' 한국 생산

이온이 PB 제 3맥주상품으로 5백ml캔 판매를 시작한다고 발표했다.

가격은 1개 당 1백25엔으로 6월부터 1개 당 88엔의 저가격으로 판매했던 3백50ml 캔 판매가 호조를 보였기 때문에 품목을 확충한다. 전국 수퍼 및 편의점 등 이온 그룹 약 3천점포에서 취급하며 PB 이름은 '바리우루'로 한국에서 생산한다.

편의점 일부 점포를 제외하면 5백ml 캔 6개들이 팩은 6백95엔, 24개 들이 케이스는 2천6백80엔. 1개 당 각각 1백16엔, 1백12엔 저가격으로 판매된다.

'바리우루'는 이미 약 4천만개를 판매해 예상 이상의 판매에 연간 판매목표를 당초의 40%를 높인 1억개(3백50ml캔 환산)로 수정했다.

칠레, 포장재 2011년 8% 성장 전망
플라스틱, 종이포장재 수요 지속 증가

2003년 이후 칠레 포장산업은 매년 전체 경제성장을 크게 웃도는 GDP 성장률을 기록해 왔으며 내수는 물론 주요 수출 산업으로서의 면모를 갖춰가고 있다.

2008년 기준 칠레 포장산업은 약 9.2%, 2007년엔 14.1% 성장한 것으로 나타나 산업성장세가 국가전체 GDP 성장의 3배 수준에 달하고 있다.

칠레 포장산업의 이와 같은 성장세는 국내 식품제조산업의 호황 및 농업, 수산업 등의 국내 수요와 해외수출 증가 때문인 것으로 분석된다.

특히 식품 제조업의 경우, 음료, 인스턴트 식품, 각종 육류 및 육류 가공식품의 포장 다변화가 이뤄지면서 포장재 및 관련 기계에 대한 수요가 큰 폭으로 증가한 것으로 나타났다.

뿐만 아니라 2010년의 경우, 지진 발생 후 폭발적으로 증가한 포장재 수요에 힘입어 산업 성장세가 지속될 것으로 예상되며 월드컵, 독립 200주년 등이 호재로 작용해 성장세가 유지될 것으로 예상된다.

이에 따라 현지 관련협회는 2010년과 2011년 각각 산업 성장률은 5%와 8% 수준이 될 것으로 전망하며 플라스틱, 종이 포장재에 대한 수요

가 집중될 것으로 분석했다.

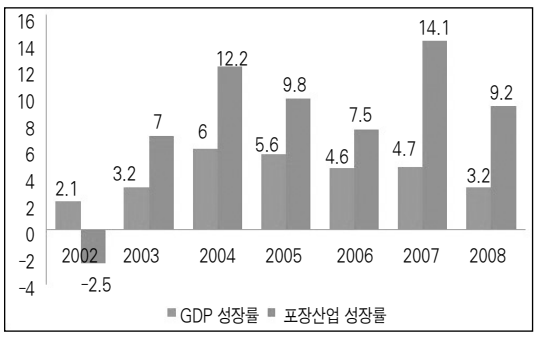
금액기준 포장재별 생산 비중은 플라스틱과 종이, 금속 포장재의 비중이 전체의 83%를 차지하는 것으로 파악되며 유리와 나무 포장재는 약 17% 수준인 것으로 나타났다.

그러나 생산량 기준으로 볼 경우, 종이 및 유리 포장재의 비중이 각각 34%와 26%를 기록해 두 제품이 칠레에서 가장 일반적인 포장재로 활용되고 있는 것으로 파악된다.

생산량 및 금액에 따른 자재별 시장점유율 차이는 플라스틱 제품이 원자재를 대부분 수입에 의존함에 따라 다른 제품에 비해 단가가 비교적 높기 때문인 것으로 판단된다.

플라스틱 제품의 경우 일반적으로 음료의 경우 PET를 적용하는 제품이 증가추세에 있으며 기타 유제품, 햄, 소시지류 등에 주로 적용되고 있는 것으로 나타났다.

종이 제품의 경우 음료제품에는 Tetra-Pak 적용이 증가하는 추세이며 과자 및 인스턴트 식품의 고급화에 따라 다양한 프린트 디자인이 가미된 박스형 제품이 늘어나고 있다.



▲ *칠레 GDP 성장에 따른 포장산업 성장률*

2008년 기준 칠레의 포장재 수출과 수입은 각각 2억 달러와 3억 달러 수준을 기록, 1억1천6백만 달러의 적자를 기록했다.

전체 포장재 수입에서 가장 큰 비중을 차지하는 제품은 플라스틱 원자재로 PET를 비롯한 주요 플라스틱 포장재 원료가 대부분 수입으로 충족되는 것으로 파악됐다.

실제로 칠레협회에 따르면 플라스틱의 수입 비중은 전체 포장재의 40%를 차지하고, 그 뒤로 금속 포장재 수입 비중이 34%인 것으로 나타났다.

수출의 경우, 마찬가지로 플라스틱 제품이 1위 수출 제품이며 종이 포장재가 그 뒤를 잇는 것으로 확인됐다.

국가별 수출입의 경우 수출은 미국, 멕시코, 아르헨티나가 주요 수출 대상국이며, 플라스틱 제품은 미국과 아르헨에 대한 수출비중이 32.4%, 종이제품은 멕시코, 미국의 비중이 52%에 달하고 있다.

포장재 및 포장재 원료 수입은 플라스틱의 경우 중국의 점유율이 26%로 가장 높았으며, 금속재는 아르헨티나의 비중이 63%를 기록했다.

칠레 포장재시장은 소비자들의 눈높이 향상, 주요 수출제품 고급화 추세에 따라 향후 지속적인 성장이 예상되는 분야이다. 또한 현지 기업들의 적극적인 포장개선 및 제품 차별화 노력에 따라 업체별로 다양한 포장기술 도입 및 포장재 다변화에 나설 것으로 예상된다.

이에 따라 향후 우리 기업의 포장분야 진출 가능성이 확대될 것으로 보이며, 특히 포장산업이

활기를 띠면서 친환경제품에 대한 관심도 높아져 이 부분에 대한 진출 노력이 필요할 것으로 판단된다.

中, 쓰레기 플라스틱으로 만든 '도시락' 충격
형광 광택제 등 발암물질 함유

중국 광둥(廣東) 지역 플라스틱제 도시락 생산업체들이 외국에서 수입된 쓰레기 플라스틱 재료를 사용한 제품을 시중에 유통시켜 큰 충격을 주고 있다.

특히 이들 업체는 형광 광택제 등 발암물질을 함유란 약품을 도시락 제조에 사용한 것으로 드러나 더 큰 충격을 주고 있다. 이들이 만든 1천3백만개의 도시락이 압수되고 해당 협체의 영업을 중단시키는 등 '쓰레기 도시락' 파문은 커지고 있다.

중국 언론인 신화통신과 중앙방송(CCTV) 등은 12일 "플라스틱 쓰레기가 위생 도시락으로 둔갑했다"는 내용의 기사에서 "광둥 일대의 도시락 제조업체들이 버려진 폐플라스틱 쓰레기에 활석분, 형광 광택제 등을 첨가해 플라스틱 도시락으로 만들어 시중에 유통시켰다"며 "형광 광택제와 활석분 등엔 발암물질이 함유돼 있는데다 도시락 제조에 사용한 플라스틱 역시 소독 과정을 거치지 않은 것으로 드러났다"고 보도했다.

지난 7월 신화통신은 광둥성 포산(佛山)시 순더(順德)구의 한 공장이 컴퓨터, 텔레비전 케이스 등 외국에서 수입된 플라스틱을 압축시켜 부근 공장에 보내고 이 플라스틱은 이후 재생공장에서 신플라스틱으로 둔갑해 새 상표를 붙여 인근 도시락 제조상으로 보내지고 다시 플라스틱 도시락 제조용 원료로 사용하는 것을 확인했다 고 쓰레기 도시락 유통 과정을 폭도했다.

인도, '즉석식품' 시장 고성장
파우치 포장에서 육식 · 향토음식 등 다양화

최근 인도에서는 핵가족화, 여성의 경제활동 참여 및 맞벌이 가정 증가, 생활방식 변화 등으로 인해 맛과 편리성을 추구할 수 있는 편의 및 즉석식품에 대한 수요가 증가하고 있다.

또한 인도 음식문화가 세계 각지에서 대중화되면서 더불어 인도 즉석식품에 대한 수요도 증가하고 있어 인도 즉석식품 제조업체들은 해외사업을 확장하고 있다.

또 인도 편의 및 즉석식품은 지역과 문화의 다양성 및 서양 음식문화의 대중화로 종류가 매우 다양한데, 최근엔 그 동안 시장의 주를 이루던 북인도 채식음식에서 점차 육식이나 지역별 특성을 살린 식품 등이 출시되는 등 소비자의 선택폭이 넓어지고 있다.

편의식품 종류는 크게 조리과정 없이 바로 먹는 RTE(Ready-to-eat), 단순가공 및 가열 후 먹는 RTH(Ready-to-heat), 혼합된 요리재료를 간편 조리 및 가공 후 먹는 RTC(Ready-to-cook)로 나눌 수 있는데, 이 가운데 RTE 식품 시장이 가장 큰 비율을 차지한다.

RTE 시장은 크게 냉동식품과 통조림 식품으로 구분되며 이 중, 상온 보존이 가능한 통조림 식품이 약 60%를 차지하고 있는데, 2009년도 기준 약 3천3백50만 달러 규모 시장으로 지난 5년간 연평균 15%의 성장률을 기록하고 있다.

또 RTC 식품 중에서는 인스턴트 스프와 라면의 수요가 가장 많다.

최근에는 보존성이 높고 휴대와 운반이 용이하도록 인스턴트화해 레토르트 파우치에 넣은 즉석식품이 주를 이룬다.

한편, 시장의 확대에도 불구하고 인도 즉석식품 시장은 아직까지는 성장 초기단계다. 가공, 제조, 멸균 및 포장 등의 기술이 선진국에 비해 상대적으로 부족하며, 특히 쌀을 이용한 즉석식품의 경우, 가공 기술개발이 미흡해 식감이 많이 떨어진다. 또한 즉석식품을 포장하는 랩필름은 인도 생산이 거의 없어 대부분 수입해 사용하고 있다.

인도 편의 및 즉석식품 시장의 제조업체로는 MTR, Kohinoor Foods, ITC, Haldiram, Tasty Bites, Bambino, Gits 등이 대표적으로, 인도 현지업체들은 국내뿐만 아니라 해외시장 진출에도 적극적으로 나서고 잇다.

▲ 인도의 즉석식품

이 가운데 MTR사는 인도의 대표적인 가공식품 제조업체로 즉석 커리, 즉석 스프 및 소스류, 냉동식품, 인스턴트 스낵, 디저트 믹스, 향신료, 피클류 등 다양한 종류의 식품을 취급하며, 인도 국내시장은 물론 미국, 영국, 호주, 뉴질랜드, 말레이시아, 싱가포르 등 해외 시장에도 주력하고 있다.

또 ITC그룹의 식품사업부는 RTE 식품, 식료품, 제과 및 스낵 등의 네 가지 부문에 중점을 두고 있는데, 인도식 즉석식품 브랜드 'Kitchens of India'와 기본 식재료 및 향신료, 인스턴트 믹스, 즉석조리식품 등을 취급하는 브랜드 'Aashirvaad'가 대표적이다. 특히 ITC의 즉석식품은 35~1백루피(약 8백90~2천5백50원) 정도로 인도 중산층이 구입하기 적당한 가격수준이다. ko

기술원고를 모집합니다.

포장과 관련된 신기술을 발표할 업체와 개인은 '월간 포장계' 편집실로 연락주시기 바랍니다.

편집실 : (02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net