

NET WORK



010010
0110100101101
1001011101001101

0111010011
1001011101
110100101



회원사

대우 (주) 고기능성 BOPP 필름 신규설비 증설
기술연구소 코팅 기술세미나 개최

정책기관

충청남도 농업박람회서 우수포장디자인 선의
지경부 디자인코리아 2011 개최
환경부 저탄소 녹색성장박람회 개최
한국지지지원진흥원 출범

(사)한국포장기계협회 제85차 이사회 개최
한국통합물류협회 기업물류위원회 설립
(사)한국포장기계협회 제13회 포장기계인의 날 개최

업계동정

한솔제지(주) 친환경 용지개발 주력
웅진코웨이 '올빛' 레드닷 디자인상 수상
애경 '에스따르' 펜타워즈 브론즈상 수상



대림산업(주)
고기능성 BOPP필름 신규설비 증설
신규시장개척 및 수출 기대

대림산업(주)(대표이사 한주희) 석유화학사업 부는 지난 달 6일 전라북도 완주산업단지에 위치한 기존의 BOPP(Bi-axially Oriented Poly Propylene) 필름공장에 신규 BOPP 설비와 기타 부대설비를 갖춘 공장을 건설했다.

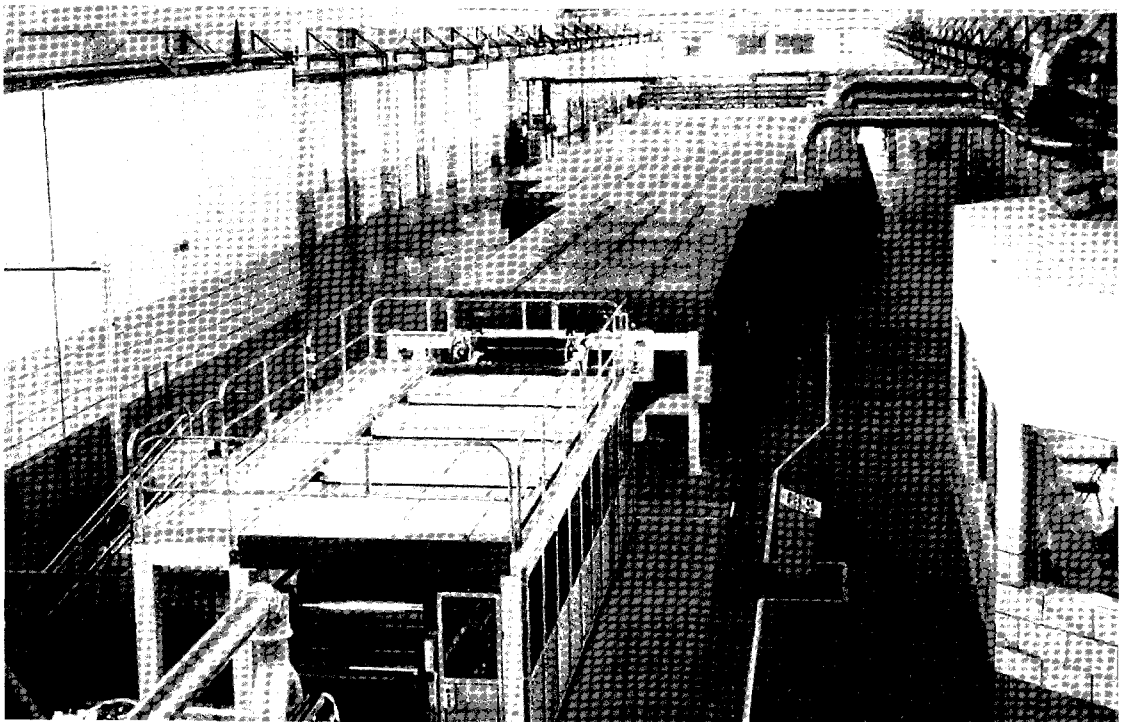
대림산업은 2013년 2분기 상업생산을 목표로 약 5백억원을 투자해 고기능성 필름의 생산설비를 증설할 계획이다.

BOPP 필름은 포장재료로 널리 사용되는 제품으로 대림산업은 올해 초 기존 3-Layer BOPP 설비를 5-Layer BOPP 설비로 개조하고 전기전자 및 디스플레이 보호용 필름과 식품보존용 배리어 필름 등의 생산이 가능하도록 시스템 개발을 완료한 바 있다.

대림산업은 이번 투자로 1개 라인을 증설, 기존 2개 라인을 포함해 총 3개 라인의 BOPP 설비를 갖추게 되며 연간생산능력은 2만1천톤에서 5만톤으로 증가된다.

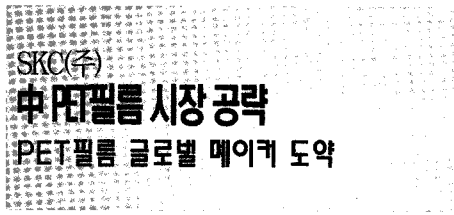
더불어 연포장용 범용 BOPP 필름부터 고기능성 BOPP 필름까지 다양한 제품을 동시에 생산할 수 있게 된다.

대림산업 필름사업부문 유재관 상무는 “신규



▲ 신규 도입할 BOPP 설비

설비를 통해 생산될 제품은 신규시장개척 및 수출을 목표로 하고 있다”고 밝히며 “안정적 조업 및 설비 증설을 통한 경쟁력 제고를 통해 고객사 치경영을 실현할 것”이라고 강조했다.



SKC(주)(대표이사 박장석)가 지난 달 25일 중국 상해 인근 장쑤(江蘇)성 난통(南通)시에 PET필름 합작공장 착공식을 개최했다.

이날 착공식에는 SKC 최신원 회장, 박장석 사장, SK차이나 박영호 부회장, 토요일루미늄(Toyo Alumium) 마사오 이마스 회장, 안충기 상해총영사, 장국화 난통시장, 굴보현 난통개발구서기를 포함 내외빈 2백여명이 참석했다.

박장석 사장은 착공식에서 “이번 중국 PET필름공장의 합작투자는 SKC 글로벌 필름사업의 새로운 전기가 될 것”이라며 “향후 글로벌 기업들과의 협력체제를 강화해 지구촌 경영을 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

박 사장은 또 “중국 PET필름 공장에 공동투자를 함으로써 안정적인 고객의 사전 확보는 물론 합작기간 전략적 제휴가 한층 강화될 것”이라고 덧붙였다.

SKC에 따르면 합작법인명은 ‘SKC Jiangsu Hightech Plastics’으로 자본금 5백억원이 투입됐다.

지난 8월 중국 법인 설립을 마쳤다.

10만평 부지에 2012년 말까지 PET필름 2개 라인이 신설된다.

합작사 공장에서 생산될 고기능성 PET필름은 열수축용, 광학용, 태양광용 필름 등으로 공급될 예정이다. 이어 추가로 PET필름 및 EVA시트 등의 증설도 추진될 예정이다.

합작법인에는 SKC가 51%, SK차이나 39%, 토요일루미늄 등 일본기업이 10%의 지분을 참여했다.

토요일루미늄은 태양광 백시트 부문 세계시장 점유율 35%를 차지하는 일본계 메이저 화학기업이다.

한편 SKC는 한국과 미국 조지아공장에 이어 중국까지 생산거점을 확대함으로써 글로벌 경영에 박차를 가하고 있다.

SKC는 오는 2012년 중국 PET필름공장이 가동하게 되면 한국의 16개 라인과 미국의 3개 라인을 포함한 총 21개 라인에서 24만톤의 생산규모를 갖추게 된다.

이어 3개 라인의 추가 증설이 완료되는 2015년이 되면 SKC는 PET필름 30만톤의 생산체제를 갖추고 ‘글로벌 No.1 필름 메이커’로 성장하는 기반을 구축하게 된다.

한편 중국은 세계 최대의 PET필름시장으로 산업고도화에 따라 그 비중이 점차 확대되고 있다.

특히 고기능 PET필름으로 분류되는 태양전지용, 광학용, 열수축용 필름은 중국의 태양광 모듈업계의 성장과 대규모 LCD 패널 증설, 포장용기의 친환경화로 수요가 꾸준히 증가하고 있다.

창립기념일을 축하드리며
 지속적인 성업, 끊임없는 발전과 성장이 계속되기를 기원합니다.
 (사)한국포장협회 회원사 임직원 일동

[주]대한은박지
 1971. 11. 22 창립 40주년

동원화학
 1986. 11. 5 창립 25주년

롯데알미늄(주)
 1966. 11. 4 창립 45주년

미성포장산업(주)
 1993. 11. 1 창립 18주년

삼육지관공업(주)
 1974. 11. 10 창립 37주년

선영화학(주)
 1979. 11. 11 창립 32주년

[주]우성팩
 1997. 11. 19 창립 14주년

[주]용덕산업
 1996. 11. 15 창립 15주년

[주]효성
 1957. 11. 3 창립 54주년

창립기념일을
 진심으로 축하드립니다

한국포장기술연구소
코팅 기술세미나 개최
 코팅기술의 이론과 현상 2

한국포장기술연구소(소장 김영호)는 이번달 16일과 17일 양일에 걸쳐 해외전문가 초청 "Coating 기술세미나"를 개최한다.

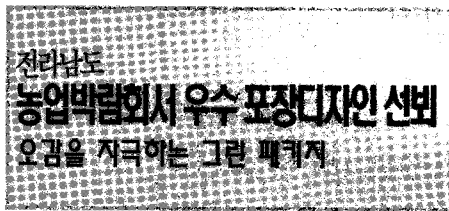
연구소에서는 올해 3월 8일~9일 일본의 국립 Nagaoka 기술과학대학 Kawai 박사를 초청, "코팅기술의 이론과 현상"이란 제목으로 회사 현장 출신이 아닌 대학 교수로 연구한 자료를 갖고 1차 세미나를 개최해 호평을 받고, 연재가 끝나면 제2차 세미나 개최를 약속한 바 있다. 연구결과를 일본의 저명한 Converting 및 인쇄전자분야를 망라하고 있는 "월간 Convertech"에 1회부터 7회까지 연재된 내용을 1차 세미나로 했으

정책기관

며 이번 세미나에서는 1회부터 15회(완결)까지 연재된 내용을 중심으로 진행될 예정이다.

이번 세미나 내용을 살펴보면 ▲ 젓음 (Corona)의 기초이론 ▲ 표면 Energy의 제어·응용 ▲ 실란카프링 처리의 활용방법 ▲ 젓음 트러블의 원인·대책 ▲ 도막의 건조 메커니즘과 제어 ▲ 건조장치의 구조와 성능 ▲ 건조트러블의 원인·대책 ▲ 부착력의 원리와 기초이론 ▲ 도막의 열처리에 의한 막질제어 ▲ 도막내의 응력분포와 제어기술 ▲ 미세가공패턴의 부착성 해석 ▲ Nano입자·Nano기포·Nano 액적의 해석기술 ▲ 플라즈마 CVD에 의한 유기 박막코팅 ▲ MEMS에 있어서의 박막기술 ▲ 코팅에 있어서의 신뢰성 해석기술 등이다.

참가비는 1인당 60만원이며 문의는 한국포장기술연구소로 하면 된다(전화 02)2026-8166).



전라남도(도지사 박준영)가 대한민국농업박람회에서 '2011 우수 포장디자인상품 전시회'를 개최했다.

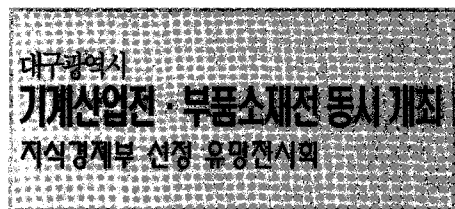
전시회는 '오감을 자극하는 그린 패키지'란 주제로 국내·외 농식품 포장디자인 3백여점의 상품들을 한자리에 모아 전시함으로써 농업인들의 교류를 위한 세미나를 마련해 농식품 포장디자인의 저변 확대에 기여하고 있다는 평가를 받았다. 또한 디자인이 국적을 좌우하고 국가경쟁력을 가

늘하는 잣대로 자리매김하는 시대 요구에 맞게 향후 우리나라 디자인계가 추구해야 할 방향을 제시하고 전남도의 농축수산물 포장디자인이 경쟁력을 갖는 기회도 제공했다.

특히 특허 및 의장등록 등 평소 농축수산인들이 접하기 어려웠던 특허법이나 의장등록 방법을 쉽게 알 수 있도록 상담센터도 운영했다.

국제적 상품의 포장 디자인 및 인쇄기술의 미래를 조명한 이번 전시회를 도내 농수 특산품 제조업체, 지역민, 공무원, 대학생 등 디자인 관계자의 관람을 유도해 농수특산품, 관광상품 등의 포장디자인을 활성화함으로써 지역 브랜드 가치를 향상시켜 나갈 계획이다.

정기석 전남도 공공디자인 과장은 "이번 전시회를 통해 다양한 우수 포장디자인 인프라를 구축할 수 있는 토대를 마련, 전남 각 지역에서 명품 브랜드를 개발해 수출길이 확대되길 기대한다"며 "앞으로 세계의 디자인 업체가 참여하는 '2013 세계녹색상품디자인 엑스포' 준비에 힘을 쏟겠다"고 밝혔다.



국제기계산업대전과 국제부품소재산업전이 이번 달 2일부터 5일까지 대구 EXCO에서 동시에 개최된다.

이번 전시회에는 총 2백50여 개 업체 5백80여 개 부스가 참가한다.

기계산업대전은 공장자동화와 물류시스템, 제어계측기기, 산업용 로봇, 금속가공기계, 시험기기, 유공압기기, 포장기기, CAD·CAM 분야 등에서 1백50개 업체 4백부스가 참가한다.

부품소재전은 메카트로닉스와 전기전자, 세라믹스, 자전거부품, 항공우주 등 부품소재분야 1백개 업체 2백10부스로 꾸며질 예정이다.

6년 연속 지식경제부 선정 유망전시회로 선정된 대구국제자동화기기전은 엑스코 개관 1년전인 2000년 성서공단전시장에서 시작돼 올해로 12회째를 맞았다.

올해 EXCO 확장 개관과 함께 대구국제기계산업대전으로 명칭을 바꾸고 새로운 도약을 시작한다.

영문 약칭은 DAMEX(Daegu Int'l Machinery Industry Expo)로 종전과 동일하며, 전시품목 확대 및 전시회의 국제화를 위한 명칭 변경과 함께 지역 선도산업인 대경권 실용로봇관을 구성했다.

올해 대구국제기계산업대전은 지역 대표기업인 삼익THK, 한국OSG, LS메카피온, 덕산코트랜 등과 함께 YG1, 한국미쓰미, 한국미쓰도요, 델타기계 등 업종 대표기업들이 참가한다.

지역 이업종연합회와 대구스타기업, 대경광역경제권 선도산업지원단 등이 공동관을 구성, 참여하게 된다.

그간 자동화기기전이 갖고 있는 명칭적 한계와 복층 전시장의 하중 문제로 인해 전시하지 못했던 공작·산업기계류 전시를 가능케 하는 기계산업대전은 지역 최대 생산액과 관련 종사자 비중을 지닌 기계·금속산업 발전과 그 미래상을 조망할 수 있는 소중한 기회가 될 것으로 보인다.

올해로 6회째를 맞는 국제부품소재산업전은

메카트로닉스, 전기·전자, 금속소재, 자전거부품, 항공우주 등 각 분야별로 특별관을 구성한다.

특히 구미-후쿠오카 산업교류전 참가를 위해 방한하는 일본 바이어 60여 명과 한국산업단지공단 구미클러스터 회원사간 수출상담회가 이번 달 2일 개최될 예정이다.

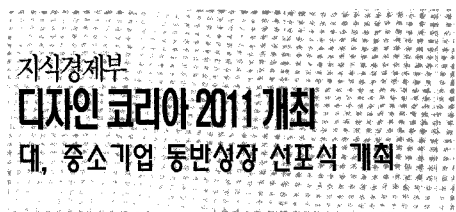
또 부품소재 국산화 및 수출확대를 위해 경북 하이브리드부품연구원에서 자전거산업 특별관을 구성한다.

동시에 공군군수관리단은 공군부품 국산화를 위한 항공기 부품 전시 및 상담장을 구축한다.

지역 최초로 페트리어트미사일 발사대를 전시해 풍성한 볼거리를 제공할 예정이다.

또 경북도와 대구시는 구매력 있는 미국, 독일, 일본, 중국, 동남아 유력 해외바이어를 초청, 지역 수출기업과의 1대1 미팅을 위한 수출상담회를 개최하는 등 관련품목의 수출 확대를 꾀할 전망이다.

특히 이번 전시기간에는 대한민국 국제섬유기계전(KORTEX), 대한기계학회 추계학술대회, 아시아섬유국제학술대회 등이 동시에 개최된다.



지식경제부(장관 최중경)는 지난 달 20일에 서 23일까지 '스마트 디자인(Smart Design)'이라는 주제로 서울 삼성동 코엑스에서 「디자인 코리아 2011(DESIGN KOREA 2011)」을 개

최했다.

「디자인코리아 2011」은 올해 9회째로 최신 디자인 트렌드를 보여주는 국내 디자인 업계 최대의 행사로 디자인포럼, 디자인기업 동반성장 선포식, 디자인나눔마켓 등 다양한 행사로 치러졌다.

특히 지경부 김재홍 성장동력실장은 개막식 치사를 통해 이제 제품을 파는 것이 아니라 '감성'과 '경험'을 공유하는 시대로 진입했으며 소비자를 감동 시킬 수 있는 전략이 절대적으로 필요하며 이런 산업 패러다임의 변화에 능동적으로 대응하기 위해서는 '디자인'에 대한 관심과 투자가 선행되어야 함을 강조했다.

또한 박금준 601비상대표(은탑산업훈장), 장동훈 삼성전자 전무(동탑산업훈장), 김곡미 LG생활건강 부장(산업포장) 등 디자인산업 발전에 기여한 유공자에 대해 훈·포장 등 정부포상 수여를 통해 디자인계의 노고를 격려했다.

이번 행사 기간 동안에 디자인 중소·대기업과 정부가 참석해 디자인 권리보호, 상생기반 조성 및 디자인 해외진출 상호협력 등을 통한 디자인

산업 동반성장을 선언하고, 일자리 창출 우수사례로 부각되고 있는 인디디자이너(1인 창조기업)들의 전시품과 연예인에게서 기부 받은 제품을 디자인 나눔마켓에서 판매한 후 수익금을 전액 유니세프에 기부했다.

전시관은 국내·외 최신 디자인 및 미래 트렌드 제시를 통해 디자인 산업 발전방향을 모색하고 범국민적 디자인 붐을 조성하고자 트렌드존(디자인트렌드, 월드베스트디자인), 크리에이티브존(전람회·우수디자인선정 수상작 전시), 비즈니스존(우수디자인전문회사, 인디디자이너마켓, 차세대디자인리더), 특별전시 등으로 구성됐다.

대한민국디자인전람회, 우수디자인(GD)선정, 한국청소년디자인전람회 수상작을 디자인코리아에 통합 전시, 전시의 효율성을 높이고 국내 최대 디자인 행사로서의 위상을 확립했다.

트렌드존은 국내외 사회적동향 및 경제적 조건들이 반영된 트렌드를 알수 있는 다양한 제품들을 소개하는 디자인트렌드와 한국, 독일, 미국, 호주, 중국의 우수 디자인 수상작품들을 비교해 보는 월드베스트디자인으로 구성했다.

비즈니스존은 다양한 시도로 밀도 높은 디자인 비즈니스를 실천하고 있는 우수디자인전문회사와 인디디자이너들의 디자인제품을 직접 확인할 수 있었다.

특별전시는 지역의 잠재력 있는 예비디자이너 인력양성 프로그램인 코리아디자인멤버십, 첨단 기술과 우수 디자인이 결합된 국내 우수 브랜드를 해외시장 홍보하여 경쟁력을 강화하는 AT&D Korea, 디자이너 구인·구직, 디자인컨설팅 및 정보공유 등이 이뤄지는 디자이너마을,



▲ 디자인 코리아 2011

자동차미래트렌드, 에너지절감 문제에 자발적 시민참여를 유도하는 서비스디자인 기법을 활용한 에너지고지서디자인의 장이 마련됐다.

한편 글로벌 디자인 트렌드, 디자인산업의 미래, 디자인 전문회사의 발전방안에 대한 포럼이 개최됐다.

10월 21일에는 「디자인트렌드 데이」로 전 세계 다양한 분야의 동향 및 정보를 통해 향후 디자인 트렌드를 전망하는 니콜린 반 엔터 와이트렌즈만의 기초 강연을 시작으로 이순중 서울대 미술대학장은 트렌드 이슈와 관련된 디자인산업의 잠재가치를 제안하고, 박성희 LG하우시스 디자인센터장의 스마트 시대의 디자인 트렌드 변화와 산업적 활용도를 분석, 손정민 에이다임 트렌드 이사의 소비자 라이프스타일 변화를 통해 디자인 트렌드를 예측했다.

10월 22일은 「디자인트렌드 크리에이티브데이」로 지정하고, 로저 불 홍콩 폴리텍 대학교 교수가 디자인의 창조적 역할과 상상력에 대해 강연했으며, 디자인과 주변 분야와의 창의적 컨버전스 '로봇디자인' 사례를 김명석 KIST 산업디자인학과교수가 분석, 장동훈 삼성전자 디자인경영센터팀장의 디자인 혁신사례 소개, 탠저린 이돈태 대표의 예술과 디자인의 경계를 뛰어넘는 디자인 혁신 등이 연이어 발표했다.

10월 23일은 「디자인 비즈니스 데이」로써 세계인의 주목을 받고 있는 차세대디자인리더 3인 '남상우, 노승관, 정명택', 그들이 말하는 세계 속 디자인·디자인어를 들어보고, 디자인산업의 지형을 바꾸고 있는 소규모 디자인스튜디오 '루카랩, 에코준, 낫씽디자인그룹' 3인 대표의 인디 디자이너의 세계, 초국가적 경쟁력을 갖추고 비

즈니스 영역을 넓혀나가고 있는 우수디자인전문회사 심크리에이티브, 엑스포디자인브랜딩이 디자인 비즈니스 실천전략을 발표했다.

이 밖에도 디자이너를 위한 교육의 장인 '디자인 권리보호를 위한 지적 재산권 세미나', 구인·구직 상담 및 매칭 프로그램인 '디자이너잡', 국내외 93개의 디자인 전문회사와 1인 창조기업이 참여하는 '인디디자이너 마켓' 등 디자이너와 기업에게 실질적인 비즈니스 Community 場을 제공했다.

지식경제부는 디자인산업 육성을 위해 R&D, 인력양성, 기업역량강화, 디자인 신시장 창출 등의 다양한 사업을 추진하고 있으며, 2012년에는 1천억 규모의 법정부적 디자인예산을 지원할 계획이다.

지식경제부

작년 6월말 권소가 표시 업계 합의

내년 1월1일부터 모든 제품 권소가 표기

지식경제부(장관 최중경)는 지난 7월 22일 과자, 라면, 아이스크림, 빙과류 4개 식품에 대해 권장소비자가격(이하 권소가)을 8월부터 최대한 빨리 표시하기로 업계와 합의한 바 있다.

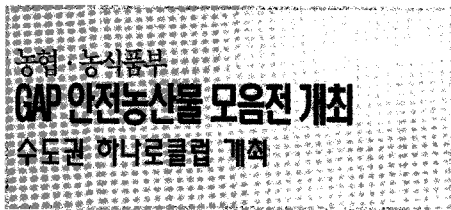
그간 업계에서는 소비자의 부담을 줄이고, 물가안정이라는 대승적 차원에서 권소가를 작년 6월 수준으로 책정하기 위한 준비과정을 거쳤으나, 아직 시중에 권소가 표시제품이 많지 않다는 지적이 있어 왔다.

이에 따라 지식경제부는 업계와 권소가 표시제

품이 조속히 소비자에게 유통될 수 있도록 협의를 했으며, 늦어도 내년 1월 1일 이전에 모든 제품에 권소가 표기가 완료될 수 있도록 업계에 강력하게 협조를 요청했다.

또한, 소비자가 많이 소비하는 1백23개 제품에 대해 작년 6월 수준의 권소가를 책정기로 결정했다.

지식경제부는 향후 권소가 표기실태에 대해 지속적으로 점검하고, 소비자가 가격정보를 제대로 확인할 수 있도록 정책노력을 계속하고 소비자들의 T-Price를 통해 권소가 표시제품 및 가격정보를 제공할 계획이다.



농협과 농식품부는 안전한 농식품 공급확대를 위해 지난 달 21일부터 26일까지 수도권 하나로클럽(양재·창동·고양·성남·수원)에서 'GAP안전농산물 모음전' 행사를 개최했다.

GAP인증 농산물에 대한 소비자 인지도를 높이고 생산 및 유통 활성화를 위해 마련된 이번 행사에는 GAP인증 농산물 시식과 이벤트 등이 열렸다. 농협중앙회에서 사전에 산지를 현장방문하고 상품화를 거친 상주모서 포도, 남원운봉 파프리카 등 전국 유명 과일과 채소가 출하됐다.

농협은 지난 7월부터 GAP 인증 농산물 판매 실적 조회시스템을 구축한 바 있다.

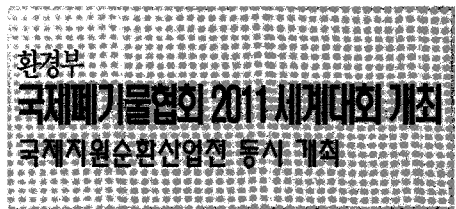
9월말 기준 4백46억원의 GAP 농산물을 판매

했다. 농협은 지난해 7월

'전국GAP생산자협의회'(66개 농협)를 발족했다. 전국 GAP 인증농가 34천 농가 중 30%에 해당하는 1만여 농가를 심사·인증했고, 올해안에 1만3천농가(38%)로 확대할 계획이다.

한편 GAP (Good Agricultural Practices: 농산물우수관리제도)란, 안전농산물 생산·유통을 위해 생산부터 포장까지 농약, 중금속, 병원성미생물 등 농식품 위해요소를 종합적으로 관리하는 제도를 말한다.

우리나라는 2006년부터 GAP를 도입했으며 농협중앙회가 GAP인증기관 제1호로 지정됐다.



전세계 폐기물자원순환분야에서 가장 권위있는 행사인 국제폐기물협회 2011 세계대회(조직위원장 이동훈 서울시립대학교 교수)가 대구, EXCO에서 60개국 약 1천여명이 참가한 가운데 지난 달 16일 총회를 시작으로 20일까지 진행됐다.

유영숙 환경부 장관은 축하 메시지를 통해 전 세계적으로 한해 평균 50억톤의 폐기물이 발생하는데 발상의 전환을 해보면 폐기물은 처리하는데 골치 아픈 쓰레기가 아니라 자원 고갈을 해결해 줄 수 있는 자원의 보고(寶庫)이며 한국은 급속한 도시화와 산업화 과정에서 뒤따르는 폐기물 처리 문제를 슬기롭게 대처해 전체 생활폐기물의

61%가 재활용되는 선순환 관리체계를 갖췄음을 언급했다.

또한 이번 대회를 통해 OECD, UNEP 등 국제기구에서도 괄목할만한 성과로 평가받는 한국의 사례를 세계에 전파하고 녹색경제, 녹색성장의 관점에서 각국의 폐기물정책, 기술사례 등을 함께 공유하고 발전시키는 계기가 되기를 기대한다고 밝혔다.

이번 국제폐기물협회 세계대회의 한국 개최는 국내외적으로 많은 의미를 지니고 있다.

첫째, 한국폐기물자원순환학회(회장 배성근 국립창원대학교 교수)와 조직위원회를 중심으로 2년간 노력한 끝에 아시아에서는 일본, 싱가포르 이후 3번째로 유치하는 대회이며 둘째, 쓰레기에 대한 국민의 인식수준 및 기업의 처리·처분·재활용 기술력이 함께 발전하였다는 것을 국제적으로 인정받았다는 의미도 지닌다.

또한, 종전의 폐기물안전처리 및 단순재활용 중심의 관리방식에서 자원순환 및 저탄소·녹색성장사회 전환을 추구하는 관리방식으로 돌입하는 폐기물관리정책의 한국형발전모델을 개도국에 전파할 좋은 계기가 될 것이다.

이번 대회는 '저탄소 녹색성장 사회 구현'과 폐기물관리 전반에 대한 관심을 고양하기 위해 '저탄소 녹색성장 사회를 위한 폐기물관리'를 주제로 개최됐으며 각 분야의 전문가, 지자체 및 기업체들이 23개의 세션 주제에 맞춰 4백여편의 최신 연구결과를 발표했다.

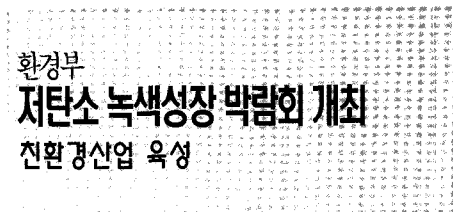
기조 강연으로는 아시아 최초로 ISWA 출판상을 수상한 일본 이시카와 대학의 히로시 타카츠키 교수, 스리랑카의 환경청장 카리타 해라스 씨, 유엔지역개발센터의 모한티 씨, 그리고 한국환경

산업기술원의 윤승준 원장이 초청돼 강연했다.

또한, 최근 일본, 뉴질랜드에서 발생한 지진 재해 이후로 관심을 받고 있는 "재난폐기물 관리"를 비롯, 최근 이슈가 되고 있는 폐기물분야 8가지 현안 주제에 대해 32명의 세계적 전문가들이 초빙돼 특별세션이 개최됐고 동시동역으로 진행됐다.

이 외에도 환경부와 유엔지역개발센터가 공동으로 주최하는 녹색경제 국제워크숍이 10. 17~18일 양일간 개최, 녹색경제를 위한 쓰레기제로 사회 관련 정책방향 및 지역사회 역할을 논의했으며 국내외 폐기물처리기술 관련 약 70개 업체 및 기관이 관련 기술 및 제품을 출품하는 국제자원순환산업전도 진행됐다.

또한, 한국폐기물협회와 대구광역시는 전국 지자체 공무원들을 초청, 지방자치단체 자원순환 워크숍을 개최했으며 국내 3개 관련학회의 추계 학술대회도 동시에 개최되는 등 폐기물 관련 산, 학, 관 관계자들이 모두 대구에 집중됐다.



환경부(장관 유영숙)는 녹색산업 육성과 녹색생활 문화의 범국민적 확산을 위해 지난 달 12일부터 15일까지 「2011 저탄소 녹색성장 박람회」를 서울 코엑스(COEX) A&B홀에서 역대 최대 규모로 개최했다.

이번 전시회는 "Me First, 2030 Green

정책기관

Korea”를 주제로 녹색제품 생산 기업·단체 2백 3개사·7백12개 부스를 활용해 열렸다.

또한 녹색기술 및 녹색제품 개발·보급과 기후변화대응 등에 기여한 기업·기관·단체 및 유공자 격려를 위한 「2011 친환경 산업육성 및 저탄소 녹색성장 유공 포상」 시상식도 병행 개최됐다.

이번 포상에는 다년간 수처리제 개발과 에너지 절감에 매진해 온 삼구화학공업(주) 염복철 대표 이사가 국민훈장(동백장)·금호미쓰이화학(주) 손영원 상무의 국민포장을 비롯한 7인의 정부포상과 함께 21인이 환경부장관 표창 등의 영예를 안았다.

이번 박람회는 녹색제품관, 유통·서비스관을 운영하여 소비자의 녹색소비 생활을 지원하는 한편, 국내 우수 녹색기술의 육성 및 판로 확대를 위한 녹색기술·에너지관 및 그린카드(Green Card) 특별 홍보관도 구성했다.

녹색제품관은 환경마크 인증 생활소비재(세계, 문구, 용기 등)에서 가구 및 전자제품, 건축 자재에 이르기까지 다양한 제품 전시를 통해 녹

색제품의 트렌드를 선보였으며 녹색유통·서비스관은 대형유통사들의 환경 친화적인 매장운영과 탄소배출 감축·사회공헌 활동 등과 함께 IT 기술과 결합된 친환경 스마트 사이버스토어(Smart Cyberstore)를 시연했다.

녹색기술·에너지관은 녹색인증 기업들이 참가, 태양 및 풍력을 활용한 신재생에너지 자원화 기술·수생태복원기술 등을 선보였다.

또한, 아시아대도시네트워킹21(ANMC21) 서울 총회(10.10~11)와 연계한 해외기업관에는 5개국(일본, 대만, 필리핀, 말레이시아, 베트남)의 16개사가 참가, 글로벌 녹색제품과 기술이 전시됐다.

특히, 그린카드 특별 홍보관은 녹색제품 구매와 녹색생활 실천으로 소비자에 대한 경제적 인센티브 등을 소개하고, 그린카드 발급행사도 함께 진행했다.

박람회 기간 동안 각종 국내·외 컨퍼런스에서 환경산업 협력 방안을 모색하고, 글로벌 환경규제 대응을 위한 환경인증제도, 환경정책동향 등 다양한 정보를 제공했다.

이를 위해 환경부는 중동부유럽 5개국(체코, 폴란드, 헝가리, 루마니아, 불가리아) 녹색기술 전문가 및 대사를 초청, 「한·중동부유럽 그린파트너십 포럼 및 상담회」와 「한·체코 녹색기술세미나」 개최 및 국가별 환경현안과 환경산업 협력 방안을 논의했다.

또한, 환경부와 UNESCAP이 주최한 「한·아시아 탄소발자국 세미나」는 아시아지역 내 탄소라벨링 제도운영 현황 및 탄소발자국 관련 국제표준화 및 EU의 정책동향을 소개했다.

환경친화적인 박람회 운영을 위해 브로셔 등



▲ 디자인 코리아 2011

홍보물은 환경마크 종이로 제작하고, 현수막은 회수, 에코백으로 재활용했다.

지식경제부
기업별 온실가스·에너지 목표 확정
 신기술 개발 본격화

지식경제부(장관 최중경)는 산업·발전부문 366개 관리업체에 대한 '2012년 온실가스·에너지 목표'를 확정했다.

이날 지경부 발표에 따르면 산업·발전 부문 3백66개 관리업체는 내년 예상배출량(BAU)보다 온실가스는 8백30만 CO₂톤, 에너지는 10만7천만테라줄(TJ)을 줄여야 하는 것이 주요 골자다.

우선 산업부문은 온실가스 4백70만CO₂톤(감축률 1.37%), 에너지는 5만7천9백TJ(절감률 1.38%)을 감축하고, 발전부문은 3백60만CO₂톤(1.5%)의 온실가스와 4만8천7백TJ(1.5%) 가량의 에너지를 감축해야 한다.

이에 대해 지경부는 "산업부문 온실가스 감축량은 전기차 3백50만대 도입 효과가 있고, 발전부분 온실가스 감축량은 1천메가와트(MW)짜리 원자력발전소 1기를 건설하는 것과 맞먹는 효과"라고 설명했다.

업체별로는 발전·에너지와 철강업종의 절감량이 1억CO₂톤이 넘어 가장 많았고, 전자업종은 감축률(2.92%)이 가장 높았다. 특히 산업 부문에서 철강, 전자, 석유화학 등 상위 5개 업종의 감축 규모(4백10만톤)는 산업부문 전체 감축량(4백70만톤)의 88%를 차지했다.

업체별로는 포스코가 96만3천톤을 감축해야 해 전체 산업부문 감축목표의 20.6%를 차지했으며 삼성전자(42만9천톤), LG 디스플레이(32만7천톤), 현대제철(19만2천톤), 삼성모바일디스플레이(12만9천톤) 등이 뒤를 이었다. 상위 10개 기업이 총 2백50만톤을 줄여야 해 산업부문 감축량의 54.1%를 기록했다.

한편 각 기업은 이날 발표된 목표치에 따라 온실가스 및 에너지를 절약하기 위해서 에너지절약·효율향상 노력과 함께 신기술 개발도 본격화하게 된다.

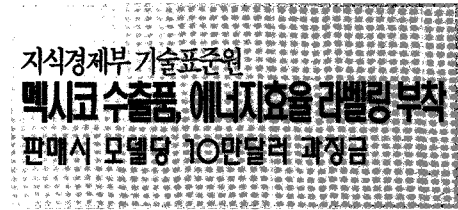
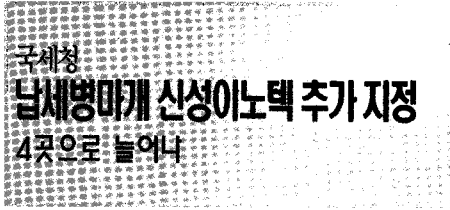
각 업체들에 따르면 단기적으로는 폐열회수, 고효율 설비 도입, LNG 사용량 확대 등을 통해 에너지 효율향상과 청정연료 사용 등을 활성화할 계획이다.

장기적으로는 파이넥스 확대(철강), CO₂ 플라스틱제조기술(석유화학) 등 에너지 다소비업종의 신기술 개발·확산을 가속화시키기로 했다.

한편 지경부는 기업의 온실가스 감축이행을 위한 지원 확대를 위해 향후 5년간 3조원 규모의 에너지 절약시설 용자 지원을 실시하고, 절약시설에 대한 투자세액공제(10%)도 2013년까지 연장키로 했다.

지경부 관계자는 "이번 감축목표는 국제사회에서 기후변화대응 모범국가로 입지를 공고히 다지는 계기가 될 것"이라며 "경제구조도 저비용·고효율 산업으로 개편될 뿐만 아니라 녹색산업 발전에도 크게 기여할 것으로 보인다"고 말했다.

한편 이번에 감축목표를 부여받은 모든 관리업체는 12월까지 감축목표 달성을 위한 '이행계획서'를 제출하고, 내년 1년간 실제 이행한 결과를 2013년 3월까지 정부에 보고해야 한다.



사실상 독과점이었던 납세병마개 시장에 신성이노텍이 새로 진입했다. 이로써 납세병마개 제조 면허를 가진 업체는 4곳으로 늘어났다.

국세청(청장 이현동)은 지난 달 10일 납세병마개 제조업체로 신성이노텍을 추가 지정했다고 밝혔다.

이번에 지정된 신성이노텍은 서류심사와 현장 실사를 거쳐 선정됐으며 향후 5년간 납세병마개를 생산, 공급할 수 있게 됐다.

삼화왕관과 세왕금속 외에 지난해 지정된 CSI 코리아와 함께 신성이노텍이 추가되면서 납세병마개 제조업체는 총 4곳이 됐다.

국세청은 내년에도 1~2곳을 추가로 지정해 납세병마개 시장을 경쟁체제로 유도할 계획이다.

술에 부과되는 고세율의 세금 탈루를 방지하기 위해 주류 제조자는 술병에 납세증지를 첨부하거나 납세병마개 또는 자동계수기를 사용해야 한다.

이를 위해 주류 제조업체는 국세청에서 지정하는 납세병마개 제조자로부터 병마개를 구입해 사용해야 한다. 지난해 기준 납세병마개 시장은 6백 77억원 규모다.

다만 신규 지정된 업체들이 콜라나 막걸리 등에 사용되는 플라스틱 병마개를 주로 생산하고, 맥주나 소주에 사용되는 알루미늄, 크라운캡 생산을 하지 않고 있어 진입 초기 시장 점유율은 미미한 상황이다.

지경부 기술표준원(원장 허경)은 멕시코의 '에너지효율 라벨링 부착제도' 관련 정보를 기업들에게 전파하기 위해 TBT통합정보포털(www.knowtbt.kr)에 관련 규정 및 이행 사항 등을 게재했다고 9월 29일 밝혔다.

멕시코는 9월부터 냉장고 세탁기 에어컨 등 1백86개 전기전자제품을 대상으로 라벨링 도안과 제품별 기술기준 및 사후관리방안(검사·검증)없이 에너지효율 라벨링 부착제도를 시행중이다.

이 제도는 판매시점에 에너지라벨 부착을 의무화하는 것으로, 미 부착 시 통관에는 문제가 없으나, 판매 시에는 제품 모델당 약 10만달러의 과징금이 부과된다.

기표원 관계자는 "하나의 제품군에만 많게는 4백종의 모델을 소유한 제조사도 있어 향후 과징금 또는 페널티(전량회수 등) 부과 시 피해규모가 상당할 것으로 예상된다"고 말했다.

멕시코는 11월까지의 시장조사와 단속을 유예할 계획이나 이후 판매를 위해서는 에너지 소비량을 Wh 또는 kWh단위로 제품표면과 포장표면에 스페인어로 표기해 부착해야 한다.

또한 수출기업은 에너지 소비량·제품의 명칭 브랜드 모델 유형 수입 또는 제조 여부, 용량 등의 정보를 소비자보호원(PROFECO)과 에너지 절약국가위원회(CONUEE)에 신고해야 하며

미신고시 제제를 받을 수 있다.

기표원은 “향후 멕시코측이 특정된 기준치를 마련하고, 이 제도를 라벨링이 부착된 제품에 한해서만 통관이 가능하도록 규제화할 가능성도 있어 멕시코측의 동향을 예의주시하고 있다”고 말했다.

**지식경제부
한국제지지원진흥원 출범
업계 자발적 상생협력 네트워크 구축**

지식경제부(장관 최중경)와 제지 및 제지원료(폐지)업계는 제지원료의 품질개선과 안정적인 공급을 위해 지난 달 17일 제지자원 유통관리기구인 ‘한국제지지원진흥원’의 현판식을 갖고 공식 출범시켰다.

이날 행사에는 이상문 제지공업연합회 회장을 비롯해 권혁홍 제지공업협동조합 이사장, 임익수 제지원료재생업협동조합 이사장, 최상룡 부산고지도매업협동조합 이사장 등 제지 및 폐지단체 대표, 이학래 한국펄프·종이공학회 회장, 남기만 지경부 주력산업정책관 등 약 10명이 참석했다.

제지원료는 그간 후진적인 유통 관행과 지속적

인 수출 증가 등의 영향으로 주기적인 수급 차질과 급격한 가격변동이 발생해 왔다.

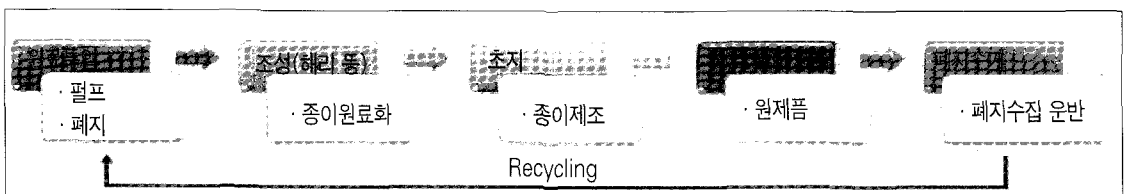
이에 따라, 정부와 양 업계는 작년 6월 제지자원의 안정적 수급관리 기반 마련과 유통구조 개선을 위해 「국내 제지원료 관리시스템 선진화 방안」을 마련하고, 이의 체계적인 지원을 위해 民·官이 공동으로 참여하는 진흥원 설립을 추진키로 했다.

진흥원은 제지 및 제지원료 업계 총 1백32개사(전국 사용량 기준 약 70%)가 참여하는 민법상의 비영리 재단법인 형태로 출범했다.

진흥원은 우선 제지자원의 수급·통계 관리시스템을 구축하고, 제지원료 품질인증 관리기준 제정과 우수 품질인증업체 지정 등의 사업을 추진할 계획이다.

금번 진흥원 출범은 최근 제지업종에 대한 온실가스 감축과 폐자원의 재활용 확대가 중요한 이슈로 대두하고 있는 상황에서 우리 기업들이 자발적으로 상생협력을 실천해 나가고 있는 점에서 큰 의의가 있으며, 앞으로 제지원료의 안정적 공급과 원자재 구매비용 절감을 통해 다양한 제지자원의 공급 확대는 물론 업계 전반의 경영을 안정시켜 줄 것으로 보인다.

지식경제부도 제지원료 공동법인이 조기에 본격도에 올라 그 역할을 다할 수 있도록 모든 지원을 아끼지 않을 것이라고 밝혔다.



▲ 폐지의 유통과정

(사)한국포장기계협회

제85차 이사회 개최

Seoul Pack 2012 운영협의회 구성

(사)한국포장기계협회(회장 이일해)는 지난 달 6일 부천소재 (주)흥아기연 회의실에서 제85차 정기 이사회를 개최했다.

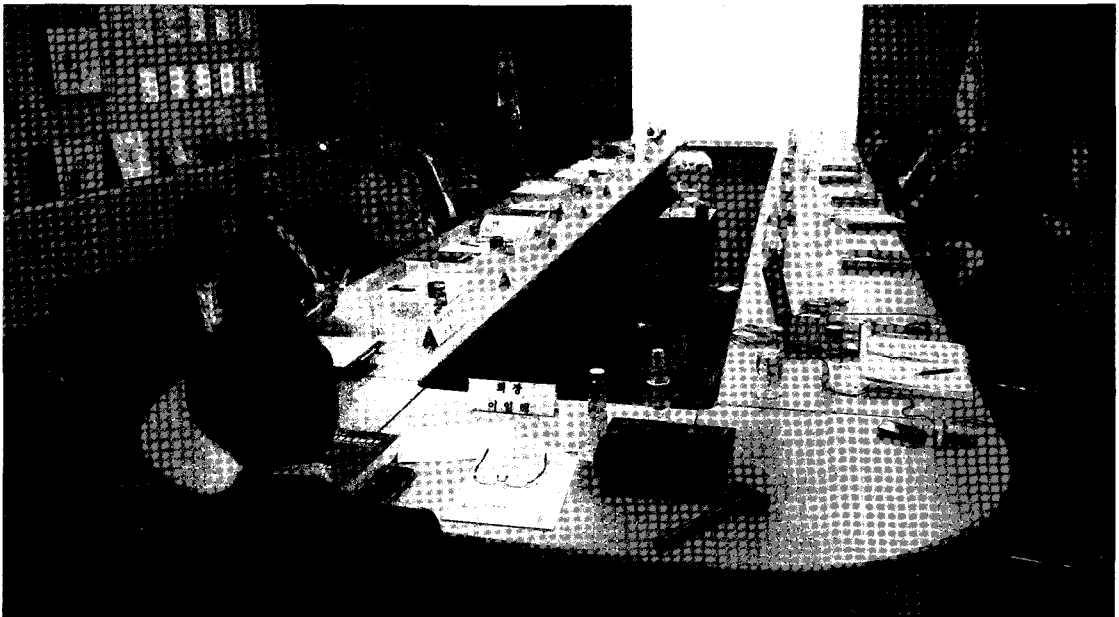
이날 이사회에서는 협회 사무국 이전에 대한 업무보고와 함께 협회 주요 행사계획에 대한 보고가 있었으며 협회에서 주최하고 있는 Seoul Pack 2012 전시회의 운영 방안에 대해 논의했다.

이날 협회 이사회에서는 Seoul Pack 2012 전시회의 운영을 효율적으로 진행하기 위해 Seoul Pack 2012 운영협의회를 구성했다.

운영협의회 본부장으로서는 협회의 이종우 수석부회장이 선임됐으며 강신영 부회장, 김청룡 감사, 김인수 이사 등이 운영위원으로 선임됐다.

Seoul Pack 2012 운영협의회에서는 해외 유수의 포장기계 업체 및 관련 부품기업 등에 대한 전시회 참가 유치를 적극적으로 추진해 나가기로 했다.

한편 이날 이사회에서는 포장기계 업계간 고질적 문제로 지적돼 왔던 인력스카우트 문제 및 과당경



▲ 제85차 이사회 개최

쟁 방지를 위해 업계간 자율적인 협약을 진행해 가자는 의견이 제시됐다. 이런 의견은 현재 포장기계 업계의 인력 수급의 문제가 커지고 있으며 이로 인해 인력스카우트 문제가 발생하고 있고 또한 과당 경쟁으로 업계간 갈등이 높아지는 것을 막기 위해 업계 스스로 자율적인 협약 체결을 통해 문제를 해결해 나가자는 방안을 제시한 것이다.

한국통합물류협회

기업물류위원회 설립

GS리테일 조운성 전무이사 기업물류위원장 선출

한국통합물류협회(회장 석태수)는 9월 29일 물류 업계 관계자 20여명이 참석한 가운데 기업물류위원회를 설립하고 운영에 들어갔다.

위원회 위원장으로는 GS리테일의 조운성 전무이사가 만장일치로 추대됐다.

조운성 위원장은 “기업물류는 회원사의 권익보호뿐만 아니라, 대기업과 중소기업의 물류부문에 있어 상생협력 관계를 구축할 수 있도록 하겠다”며, “물류업계를 대변할 수 있는 위원회로 성장할 수 있도록 회원사 여러분의 많은 협조와 지원을 바란다”고 말했다.



▲ 한국통합물류협회 기업물류위원회 설립

한편, 기업물류위원회는 빠른 시일내에 부회장 등을 선임하는 등 집행부를 구성한 후, 향후 정기회의와 임시회의를 통해 기업물류와 관련된 현안문제에 대한 업계 공동 대응책을 마련하기로 했다.

위원회는 회의를 통해 업체별 의견을 교환하고 필요시 업계의 공통된 의견을 모아 정책수립에 반영토록 관계기관에 건의하는 등 민관 협력체계의 창구역할을 수행해 나갈 예정이다.

(사)한국포장기계협회

제13회 포장기계인의 날 개최

제12회 포장기계대상 정부포상식 동시 개최

(사)한국포장기계협회(회장 이일해)는 지난 달 13일 협회 창립 17주년을 맞아 제13회 포장기계인의 날 및 제12회 포장기계대상 정부포상 시상식을 63컨벤션센터 시더룸에서 가졌다.

이날 행사는 중소기업청 임충식 차장을 비롯해 포장산업계의 주요인사 등 90여명이 참석해 축하의 자리를 마련했다.

특히 올해로 12회째를 맞이한 포장기계 대상은 수상자들의 면면이 어느 때 보다도 기술적 수준이 높았다는 평을 받았다.



▲ 제13회 포장기계인의 날 개최

이번 제12회 포장기계대상 수상자에게는 지식경제부장관상에 (주)자비스의 김형철 대표이사, 중소기업청장상에 (주)산호기계 김종철 대표이사, (주)리팩 이희식 전무이사, (주)세종파마텍 나진곤 책임연구원 등이다.

(주)자비스는 엑스레이 검사기 및 그 제조설비 분야에서 주도적인 역할을 하고 있는 기업으로 엑스레이를 이용한 검사장비 기술 개발에 독보적인 우위를 갖고 있으며 이런 기술 개발의 공로가 인정받았다.

(주)산호기계는 오랜 기간 동안 라벨러를 생산해 온 기업으로 이번에 수상한 기술은 중량을 체크해 실시간으로 인쇄 및 라벨을 부착하는 기술을 선보여 호평을 받았다.

(주)리팩에서는 사측면 접착 거시백용 로타리 자동포장기 개발의 공이 인정받았다. 사측면 접착 거시백은 우수한 인쇄면과 뛰어난 자립성으로 사용이 많아지고 있는 포장재이지만, 자동포장을 진행하기 어려운 부분이 있었다. 리팩에서는 이런 어려움을 해결했다.

(주)세종파마텍의 캡슐충진장비는 세계 우수 제품과 견줘도 손색이 없는 매우 우수한 품질을 갖추고 있다.

이날 행사에서 협회 이일해 회장은 기념사를 통해 “수상한 분들께 축하의 인사를 전한다”며 “열악한 환경에서도 한국포장기계협회 회원사들은 우직하게 장인정신을 발휘해서 선전하고 있으며, 앞으로도 협회 회원사들이 포장기계의 새 역사를 만들어 가자”고 밝혔다.



▲ 제12회 포장기계대상 시상식 개최

강릉과학산업진흥원

프라운호퍼 공정공학 및 포장연구소 IVV 신기술 심포지엄

12월 1일 개별 상담회도 진행

강릉과학산업진흥원과 독일 프라운호퍼 공정공학 및 포장연구소가 오는 12월 1일 강릉과학산업진흥원 R&D 혁신지원센터에서 신기술 심포지움 및 개별 상담회(The Fraunhofer IVV symposium on new technologies for food processing and packaging)를 연다.

이번 행사는 식품가공 및 이취분석기술과 고기능·친환경 포장재 제조 및 재활용 기술의 주제 아래 열릴 계획이다.

식품가공 및 이취분석기술은 ▲ 저지방 소시지 제조기술 ▲ 순수 식물성 원료를 이용한 아이스크림 제조기술 ▲ 식품 및 제조기구 표면 항균처리기술 ▲ Radio-frequency (RF)를 이용한 포장식품의 열처리기술 ▲ 포장 가공식품에서 발생하는 이취분석기술 등으로 진행된다.

고기능·친환경 포장재 제조 및 재활용 기술의 경우 ▲ 식품포장용 항균필름 제조기술 ▲ 초 고차단성 필름의 제조기술 ▲ 식품포장재 플라즈마 살균 처리기술 ▲ 원료절감형 다층 복합필름의 제조기술 ▲ PET 재활용기술 등의 내용으로 열린다.

참가 및 상담 신청 문의는 프라운호퍼 공정공학 및 포장연구소 강릉센터로 하면 된다. 참가비는 무료이다.

프라운호퍼 연구소(Fraunhofer-Gesellschaft)는 독일의 대표적인 실용화 응용 연구 전문 연구소로 정보통신, 생명과학, 재료·부품, 전자공학, 생산기술, 표면처리, 광학, 국방·안보 등을 연구하고 있다.

독일 내 60개의 개별 전문분야 연구소를 포함해 약 80곳의 연구시설을 운영하고 있으며 유럽, 미국, 아시아 등지에 연구센터와 대표사무소 운영하고 있다.

프라운호퍼 공정공학 및 포장연구소 IVV(Fraunhofer Institute for Process Engineering and Packaging IVV)는 식품재료 및 가공식품 개발, 가공공정 개발, 포장재 개발, 식품포장용 용기 및 포장재 안전성 평가, 포장폐기물 재활용, 포장공정 및 포장장비 등을 개발하고 있다.

주소 : 강원도 강릉시 대전동 897-2, 강릉과학산업진흥원 R&D 센터

전화: (033)643-7619, 팩스: (033) 641-7619

이메일: chan-suk.yoon@fraunhofer.kr

홈페이지: www.ivv-fraunhofer.kr

한솔제지(주)
친환경 용지개발 주력
러남이 시장 개척

한솔제지(주)(대표이사 권교택)는 신시장 개척과 친환경 용지 개발로 세계 시장을 이끈다는 목표를 세우고 있다.

국내 1위 인쇄용지 업체인 한솔제지는 지난해 칠레산 펄프 파동 등 불안정한 국제 원자재시장 여건 속에서도 흔들림 없이 글로벌 시장 개척에 힘을 쏟고 있다.

전체 생산량의 50% 이상을 미국 유럽 일본 등 세계 1백여개국에 수출하고 있다. 최근 글로벌 경제위기에도 불구하고 지역별로 차별화된 품질과 유통전략을 앞세워 위기를 잘 극복하고 있다는 평가다.

한솔제지는 대내외 경영환경이 당분간 불확실할 것으로 전망, 안정적인 수출 물량 확보에 주력하는 한편 특정 국가에 집중되는 수출 의존도를 탈피하기 위해 적극적으로 해외 시장 다변화를 추구하고 있다.

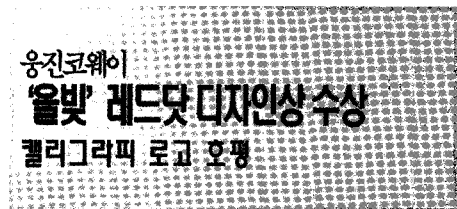
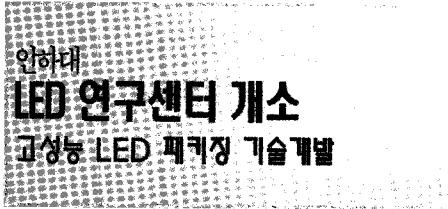
기존 거래 국가에서의 영업력을 강화하는 동시에 신시장 개척을 통해 수익을 동반한 성장을 지속적으로 이어나간다는 계획이다. 이 회사는 '수익성 위주의 영업'을 당면 과제로 삼고 유럽 미국 일본 등 선진 지역을 대상으로 시장 점유율을 확대하고 있다. 회사 관계자는 "선진 시장의 경우 고품질, 고부가가치 제품 판매에 주력하고 친환경 제품을 포함한 신제품을 지속적으로 출시할 계획"이라며 "품질 경쟁력이 이미 우위에 있는

곳이 많은 만큼 영업력을 집중하고 브랜드 통합을 통해 각종 마케팅 비용을 절감할 것"이라고 말했다. 또 기존의 제품별 영업조직도 지역별 영업조직으로 전환해 특정지역 시장에서의 영업력을 극대화할 방침이다.

신규 시장 개척도 계획 중이다. 러시아 동남아 등에 진출해 새로운 사업 거점을 확보하고 지역별로 품질 특성에 따른 시장 반응과 인지도를 적극 반영해 품질을 재설계한다는 목표다. 또 해외 거래처를 선별해 집중 대응하는 등 거래처 운영 효율화도 또 다른 과제로 잡고 있다.

한솔제지는 2015년 창립 50주년을 앞두고 있는 상황에서 최근 국내외 불확실한 사업 환경을 글로벌 기업으로 도약할 수 있는 계기로 만들기 위해 노력하고 있다. 최근 수요가 늘고 있는 친환경 용지 개발과 제품의 다양화가 그 골자다. 이 회사는 이미 2009년 아트원제지 인수를 통해 인쇄용지 부분 선두 지위를 굳히는 한편, 영업 생산 구매 지원 부문의 시너지 효과를 낼 수 있는 기반을 마련했다. 또 지류 유통업체인 서울지류유통과 일진페이퍼를 인수하면서 생산과 유통의 수직 계열화를 통해 종이 유통망을 강화했다.

권교택 대표는 "최근 서유럽이나 일본의 선진 제지업체들이 생산과 유통을 결합해 제지산업을 발전시키면서 외국 기업과 경쟁하고 있다"며 "한솔제지도 생산, 유통 단계에서의 비효율을 줄여 서비스와 가격 경쟁력을 강화해 나갈 것"이라고 강조했다. 전문가들은 인쇄용지와 산업용지(백판지), 특수지로 구성된 이 회사의 안정된 사업 포트폴리오도 시장 변동성의 영향을 최소화하면서 수익을 올리는 데 중요한 요인으로 작용할 것으로 전망했다.



이하대(총장 이본수)는 9월 30일 ‘고성능 LED 조명모듈 핵심기술 연구센터(이하 연구센터)’ 개소식을 가졌다.

연구센터는 LED-STAR(Smart Technology Advanced Research Center)로 별호를 정하고 ▲ 고성능 LED 방열설계와 기구제작의 성능 평가·연구 ▲ 고성능 LED 패키징 기술개발 ▲ LED 구동회로 기술 ▲조명기구 설계 광학 설계·기술 등 4개 세부과제를 12개 연구팀으로 구성해 연구를 진행하게 된다.

연구센터는 LED 조명모듈 분야의 핵심기술을 선도하며, 급격하게 변화하고 있는 LED 관련 기업에 우수 인재를 공급할 계획이라고 밝혔다.

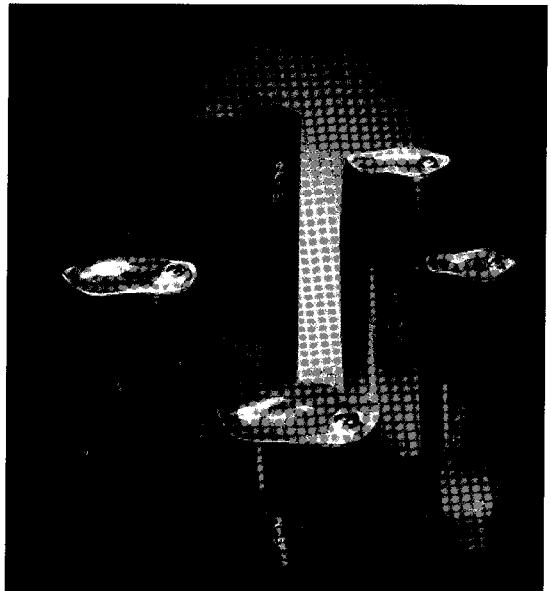
특히 컨소시엄 구성, 공동브랜드 등의 방법을 통해 세계를 선도하는 기술을 창출하는 것은 물론, 전국을 효과적으로 연계하는 협력체계를 강화해 LED 조명 관련 기업의 기술과 시장경쟁력을 강화시킨다는 방침이다.

한편, 개소식 후에는 정부, 산업체, 대학, 연구기관 대표들이 LED 조명산업의 활성화와 동반 성장을 주제로 간담회를 가졌다.

이하대 이본수 총장은 “본 센터는 우리나라가 LED 조명기술에 있어서 주도적 위치를 확보하고, LED 관련 중소기업-대기업의 조화로운 협력과 신모델을 제시해 지역과 국가 경제발전에 이바지할 것으로 기대된다”고 말했다.

웅진코웨이는 자사 한방화장품 브랜드 ‘올빛’이 세계 3대 디자인 어워드인 레드닷 2011(Red dot Design Award 2011)에서 커뮤니케이션 디자인 부문 ‘베스트 오브 더 베스트’를 수상했다고 지난 달 10일 밝혔다.

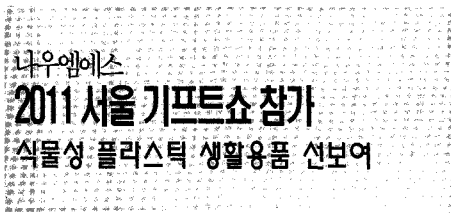
레드닷 상은 독일 IF, 미국 IDEA와 함께 세계 3대 디자인 상으로 꼽히며, 상품디자인, 커뮤니케이션디자인, 컨셉디자인의 총 3개 부문에서 수상작을 선정한다. 올해 40개국에서 총 6천4백68개 작품이 출품했으며 6백8점의 수상작 가운데 80점이 베스트오브베스트로 선정됐다.



▲ ‘올빛’ 레드닷 디자인상 수상

‘올빃’은 제품 패키지의 브랜드 로고를 예술인 장사익의 자연스럽게 흘러진 글씨체(캘리그래피)로 구성한 것이 제품 컨셉트와 잘 어울린다는 평가를 받았다.

이원희 웅진코웨이 코스메틱디자인팀장은 “간결하면서도 섬세한 디자인으로 젊은 한방화장품의 독창성을 표현하는데 중점을 뒀다”면서 “브랜드 출범과 동시에 디자인 상을 받은 만큼 앞으로 차별화된 디자인으로 소비자와 소통할 것”이라고 말했다.



친환경 생활용품 전문기업 나우엠에스(대표 이호근)는 지난 달 6일부터 9일까지 코엑스에서 열린 ‘2011 서울기프트쇼’에 참가해 옥수수 및 사탕수수를 원료로 한 인체에 무해한 식물성 플라스틱으로 만든 다양한 생활용품을 선보였다.

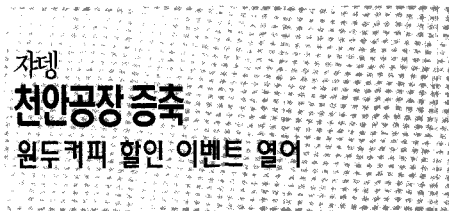
나우엠에스 식물성 플라스틱 제품들은 환경호르몬이 검출되지 않아 인체에 무해하고, 폐기시 자연에서 생분해 되는 특징이 있어 친환경적이다. 무엇보다 생활 전반에 걸쳐 사용되고 있는 플라스틱을 대체할 수 있어 건강과 환경보호의 두 마리 토끼를 잡을 수 있다.

특히, 나우엠에스의 ‘슈가랩 에코백’은 가정에서 쉽게 볼 수 있는 위생 비닐백으로, 사탕수수를 원료로 만든 Bio-PE를 사용해 야채 과일류

및 육류, 어패류 등의 식물을 위생적이고 안전하게 보관할 수 있으며, 내열 120도, 내냉 -60도 까지 견딜 수 있어 전자레인지 및 냉동실 모두 환경호르몬 걱정에서 벗어나 안심하고 사용할 수 있다.

또한, ‘항균 인덱스 도마세트’ 및 ‘스마일 새싹 주걱’은 옥수수 전분을 원료로 한 PLA로 만들어진 제품으로 암을 유발하는 다이옥신 및 비스페놀A와 같은 환경호르몬을 전혀 배출하지 않고, 폐기시 100% 생분해된다. 최근 ‘항균 인덱스 도마세트’는 ‘2011년 올해의 녹색상품’에 선정돼 제품력을 인정받은 바 있다.

나우엠에스 김재영 실장은 “중소기업에서는 보기 드물게 환경부에서 탄소마크를 인증 받은 내실 있는 기업으로 기존 친환경 제품을 사용하는데 겪었던 불편함과 불신을 상쇄시킬 수 있는 제품을 선보이겠다”고 전했다.



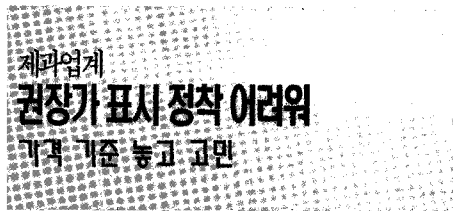
커피전문기업 자땡은 최근 국내 최대 규모 원두커피 생산라인을 갖춘 천안공장 증축·완공을 기념해 ‘자땡 원두커피 할인 이벤트’를 실시했다.

자땡의 원두커피는 자땡 커피 마스터가 엄선한 프리미엄 원두를 기본으로 과학적인 로스팅과 블렌딩 과정을 거쳐 원두커피 본연의 뛰어난 맛과 향을 느낄 수 있다.

윤여정 자택 마케팅팀 과장은 “천안공장 증축을 통해 효율적인 생산체계를 갖추게 된 것 물론 일관된 품질을 유지할 수 있게 됐다”며 “최근 젊은 층을 중심으로 원두커피에 대한 수요가 점차 증가하는 만큼 이번 설비 강화를 통해 보다 다양하고 품질 좋은 원두커피 제품을 지속적으로 선보일 계획”이라고 말했다.

한편, 지난 달 완공된 자택의 천안공장은 부지면적 9천8백37㎡에 공장 풀 가동 시 연간 최대 약 5천톤 원두 로스팅이 가능한 국내 최대 규모의 원두커피 생산 공장이다.

로스팅-추출-제품화까지 전 과정이 한 곳에서 가능한 국내 유일의 커피 공장으로서, 최신 전자동 설비 및 로봇자동포장기를 도입해 생산 효율성이 한층 강화됐다.



권장소비자가격 표시와 관련, 제과업체들의 고민이 깊어지고 있다.

지난 8월 라면, 과자, 아이스크림, 빙과 등 4개 품목에 대한 ‘오픈프라이스 제도(유통업체가 상품의 판매가격을 결정하는 제도)’가 시행 1년 만에 폐지되고 권장소비자가격 표시가 부활됐지만 이 제도의 정착이 쉽지 않기 때문이다.

정부의 가이드라인에 따르면 새롭게 표시되는 권장소비자가격은 오픈프라이스 제도의 시행 전인 지난해 6월 가격 기준에 맞춰졌다. 하지만 제

과업계에서는 원재료값 급등과 환율 상승 등의 이유로 올 4~5월 가격을 인상한 바 있다. 이에 따라 정부 기준에 맞출 경우 가격이나 악화된 실적에 더 큰 충격을 줄 수가 있어 쉽사리 결정을 내리지 못하는 상황이다.

지난 달 14일 지식경제부 및 관련 업계에 따르면 지경부는 최근 롯데제과, 오리온, 크라운-해태제과 등 제과업체 3개사의 임원을 소집해 권장소비자가격 표시를 적극 독려했다.

이 자리에서 지경부 고위 관계자는 가격 표시에 관한 작업을 올 연말까지 완료하고 내년 1월 1일부터는 본격 시행토록 지침을 내렸다. 그 대신에 기존에 제시했던 지난해 6월 가격 기준을 업계 자율로 할 수 있도록 완화하겠다는 의견을 전달한 것으로 알려졌다.

이 같은 정부 측 말대로라면 제품 포장에 인상한 가격을 표시해도 무방하다는 얘기다. 하지만 업계에선 이를 어디까지 받아들여야 할 지 고민 중이다.

업체들은 권장소비자가격 표시가 늦어지는 이유에 대해 재고 물량이 남아 있고 내부 가격 조율이 쉽지 않기 때문이라고 말한다. 하지만 실상은 오픈 프라이스 시행 전인 지난해 6월 가격 기준대로라면 가격 표시가 빠르면 빠를수록 매출이 줄어들기 때문이다.

제과업체들은 올 상반기 악화된 경영환경으로 지난해에 비해 실적에 큰 타격을 입었다. 오리온은 올 상반기 매출 8천9백36억원을 올려 지난해 같은 기간에 비해 11.9% 늘었지만 영업이익은 1천55억원으로 63.2%나 급감했다. 크라운제과도 매출은 4.2% 늘었지만 영업이익은 25% 줄었다. 제과 3사 중 롯데제과만 매출과 영업이익

이 각각 11.3%, 11.1% 증가했다.

이에 따라 업계에서는 자율에 맡긴다는 지경부의 방침을 적극 환영하면서도 정말 그렇게 해도 될 지에 대해서는 고개를 갸우뚱거리고 있다.

물가 관리를 최우선 정책으로 삼고 있는 정부가 연일 식품업계 관계자들을 불러 가격 인상 자제를 촉구하고 있는 상황이기 때문이다. 이미 지난 7월에도 지경부는 윤상직 차관 주재 하에 농심, 롯데제과, 해태제과, 빙그레, 오리온 등 5개사의 대표이사, 부사장을 불러 조찬 간담회를 갖고 이전 기준의 가격 표시를 권고한 바 있다.

한 업계 관계자는 “원가 급등 등 경영환경 악화로 인해 이전 가격 기준으로 표시하는 것은 업체들로선 받아들이기 힘든 일”이라며 “기준을 완화한다는 방침도 어디까지를 기준으로 잡아야할지 알 수 없어 눈치만 보고 있는 상황”이라고 말했다.

제디자인공모전이다. 외관상의 아름다움을 넘어 디자인이 주는 효과와 마케팅 전략과의 연계성 등을 종합적으로 평가해 수상작을 결정하는 것으로 유명하다.

지난 9월 미국 뉴욕의 타임스퀘어에서 진행된 ‘펜타워즈 2011’에서는 전세계 5개 대륙에서 1천여 점의 제품이 출품돼 치열한 경쟁을 벌였다.

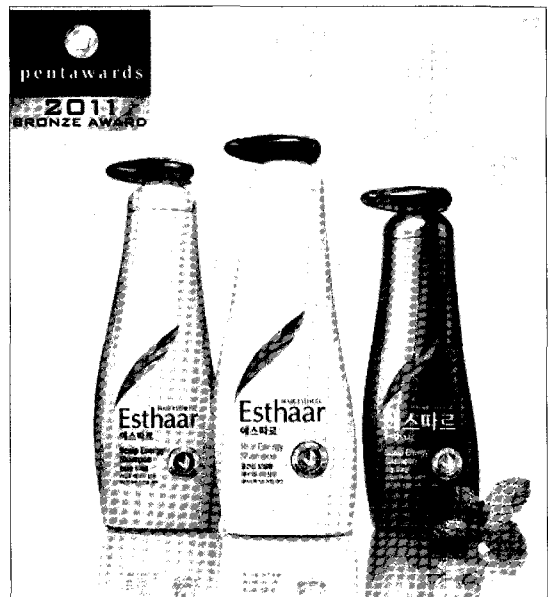
에스파르는 심사위원단으로부터 따뜻한 봄날 어린 새싹이 파릇파릇 돌아나는 듯 한 싱싱한 생명력을 패키지를 통해 형상화함으로써 ‘발아생명 에너지’라는 제품 컨셉트를 효과적으로 표현한 창의적이고 아름다운 디자인이란 평가를 받았다.

에스파르는 청정 알프스 고산지대에서 1년에 단 한 차례 수확할 수 있는 천연 허브의 새싹에서

애경
‘에스파르’ 펜타워즈 브론즈상 수상
프랑스 에큐세트 유기농 및 로하스 인증 획득

애경의 두피탈모 전문샴푸 ‘에스파르’가 국제 패키지부문 최고 권위의 디자인공모전인 ‘펜타워즈(Pentawards) 2011’에서 바디케어 부문 브론즈상을 수상했다.

펜타워즈는 패키지디자인 부문을 부분적으로 다루는 일반 디자인어워드와는 달리 패키지디자인만을 대상으로 하는 세계 최초이자 유일한 국



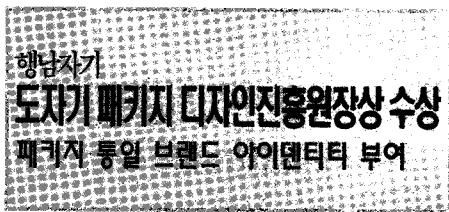
▲ 애경 ‘에스파르’ 펜타워즈 브론즈상 수상

수확 후 24시간 이내에 추출한 발아생명 에너지가 주성분이다.

또한 제품의 주원료인 천연 허브의 씨앗을 심을 때부터 제품 제조시까지 필요한 모든 물에 비양 생수와 동일한 수원(水源)인 알프스 최후의 버진 밸리(청정계곡)에서 발원하는 청정수를 사용했다.

에스파르 전 제품이 프랑스 에코서트 유기농 인증 및 로하스 인증을 받았다.

애경 디자인센터장 구규우 상무는 “생활용품도 패키징 자체가 제품의 경쟁력을 높여주는 중요한 구성요소가 된지 오래”라며 “이번 수상의 배경엔 샴푸나 세제 등 쉽게 눈에 띄고 자주 손이 가는 생활용품일수록 보기에 아름답고 사용하기 편리해야 한다는 애경의 디자인 철학이 숨어 있다”고 설명했다.



행남자기는 지식경제부 산하 한국디자인진흥원에서 주관해 지식경제부가 선정하는 우수 산업 디자인에 문화·상품 및 도자기 분야에서 행남자기가 출품한 7첩 반상기 패키지가 기관장상인 한국디자인진흥원장상을 수상했다고 지난 달 20일 밝혔다.

행남자기의 이번 수상은 2002년 60주년 이후 지속적으로 추진해 온 행남자기의 디자인경영이 도자기 디자인을 넘어 생활을 아름답게 하는 디

자인으로 확장하고 있음을 대외에 나타내는 의미를 갖는다는 점에서 큰 의미가 있다.

행남자기와 굿디자인의 역사는 오랜 기간 인연을 함께 하고 있는데, 창립 이래 지금까지 80여종의 제품에 GD마크를 획득해 우수산업디자인의 발굴과 경쟁력 있는 우수 산업디자인의 장려를 통해 국민생활의 질적 향상을 도모하고 산업디자인의 관심을 고취하려는 취지의 우수산업디자인에 도자기업계 최다 선정 업체로서, 생활자기 디자인의 선두기업임을 확인 받았다.

행남자기의 7첩 반상기 패키지는 그동안 7첩 반상기가 실제 사용에 있어서는 예단의 의미를 더 하기 위해 별도의 보자기 포장, 각각의 제품에 한지 및 비단 등을 이용한 예단포장을 추가로 하게 되는 점에 착안, 패키지 자체에 전통예단의 오방색(청, 적, 황, 백, 홍)과 비단보자기와 같은 적색과 청색을 적용하여 예단이 가지는 품위를 함께 담아내고, 추가적인 포장없이 예단이 가지고 있는 어른 공경과 경건한 혼인의 의미를 담아냈다.

또 다양한 아이템 구성으로 변화해 가고 있는 7첩 반상기를 효과적으로 담아내기 위한 경제성



▲ 행남자기 '도자기 패키지' 한국디자인진흥원장상 수상

에 주목. 모든 아이টে을 동일한 상자에 각각의 내부 구조변경을 통해 담아낼 수 있도록 해 공용화를 통한 경제성을 추구한 것이 또 하나의 특징이다.

패키지의 통일을 통해 행남자기만의 브랜드 아이덴티티를 부여할 수 있어 행남자기만의 브랜드 차별화에도 기여하고 있다.

행남자기는 이 외에도 플라워 립 홈세트가 2011년 굿디자인에 선정돼 7첩 반상기패키지를 포함해 2종이 굿디자인에 선정됐다. 플라워 립(Flower Lip)은 가을 붉게 물든 단풍의 이미지를 곱게 단장한 꽃의 입술로 비유한 가을날의 정취가 가득한 단풍이 물든 나뭇잎을 백색의 도자기에 배치한 디자인이다.

행남자기 이상민 디자인실장은 “앞으로도 우리 행남자기는 디자인 역량을 강화해 도자기를 넘어 여자의 마음을 담은, 생활을 아름답게 만드는 디자인으로 영역을 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

롯데마트
한글날 기념 할인 판매
 훈민정음 디자인 적용 기획상품 선보

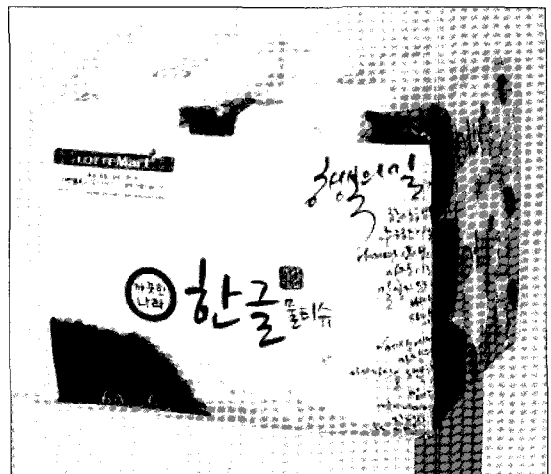
롯데마트가 지난 달 한글날을 기념해 전점포에서 한글을 포장 디자인으로 활용한 상품을 할인해 판매했다. 롯데마트는 한글을 포장 디자인에 활용해 만든 화장지인 깨끗한 나라 한글 미용티슈(200매×8입)와 깨끗한 나라 한글 물티슈(60매×6입)를 20~30% 할인된 각 9천9백원

에 판매했다.

‘훈민정음을 디자인 패턴으로 활용해 만든 한글 속옷도 기획 상품으로 선보였다. 대표적인 품목으로 JD 한글 남/여 삼각 팬티를 각 3천8백원에, JD 한글 남 트렁크/드로즈를 각 4천8백원에, 한글 남성 런닝/트렁크/드로즈 2입 세트를 각 9천8백원에 판매한다. 이 같은 가격은 유명 브랜드 속옷보다 30~50% 저렴한 수준이다.

또, 한글날을 기념해 일부 점포 문화센터에서는 한글 관련 일일 특강도 준비했다. 롯데마트 평택점 문화센터에서는 8일 어린이들의 한글 교육 향상을 위해 3~7세를 대상으로 내이름 쿠키만들기 특강을 진행한다. 검단점 문화센터에서는 9일 성인들을 대상으로 한글 그림 머그잔 만들기 특강을 진행한다.

남창희 롯데마트 마케팅부장은 “한글은 디자인에서도 우수한 소재가 되는 만큼 한글을 디자인으로 활용한 상품들이 있어 이를 더 많이 알리고자 이번 행사를 준비했다”고 밝혔다.



▲ 한글날 기념 훈민정음 디자인 적용

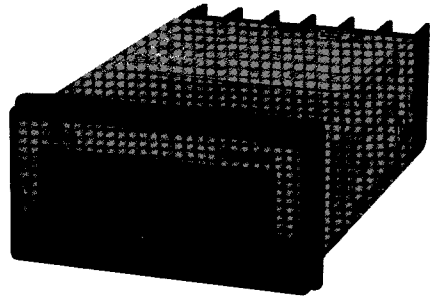
❁ 신제품 ❁

(주)오토닉스

소형 디지털 멀티 판넬메타 MT4N 시리즈 라인업 추가

센서·제어기기 전문 기업 (주)오토닉스(대표이사 박환기)는 소형 디지털 멀티 판넬메타 MT4N 시리즈에 전원전압 100-240VAC 고전압 제품을 추가 출시로 사용자 선택의 폭이 한층 확장됐다고 밝혔다.

MT4N 시리즈는 AC 주파수 측정 기능, 영점 조정 기능, 전송출력 스케일 기능 등 다양한 기능이 내장된 디지털 판넬메타로 표시색 변경이 가능한 LCD 디스플레이 채용 및 1/12,000의 고분해능을 구현했으며 콤팩트한 사이즈로 취부 공간 절감을 실현했다. 또한 1999~9999의 최대 표시 범위와 다양한 출력 옵션을 지원하여 사용자 환경에 최적의 적용이 가능하다.

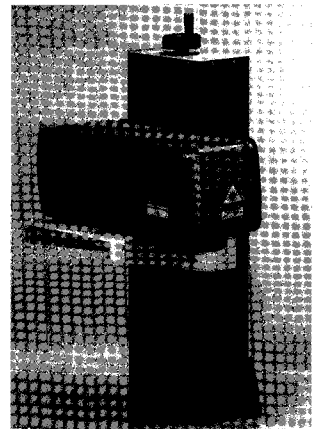


(주)오토닉스

초 경량화, 반영구적 수명의 화이버 레이저 마커 출시

(주)오토닉스(대표이사 박환기)의 초경량, 반영구적 수명의 화이버 레이저 마커 ALF-N20이 인기리에 판매되고 있다.

화이버 광학 케이블을 이용한 신개념의 화이버 레이저 마커 ALF-N20은 다이오드 수명이 약 10만시간 이상으로 반영구적이며, 광학계의 정렬이 필요 없는 방식으로 기존 레이저 마킹 제품을 급속하게 대체하고 있다. 아울러 오토닉스 연구개발팀의 부단한 노력으로, 초소형 헤드 사이즈와 경량화를 실현함으로써 이동 및 설치 사용이 간편하고, 기타 소모품 교체 비용 및 사후 관리 비용이 저렴해 유지 보수에 대한 부담 없이 오랫동안 사용이 가능하다. 또한 3축 스테핑 모터제어로 자동높이 조절



이 가능해 레이저 마킹에 왜곡현상이 없는 최적의 마킹 솔루션을 제공한다.

신개념 화이버 레이저 마커 ALF-N20은 특정분야에 국한되지 않은 뛰어난 범용성을 갖추어, 핸드폰 외장, 키패드, 자동차 부품, 각종 플라스틱 사출물, 의료기구, 전자부품 등 다방면에 적용 가능하며, 삼성전자, 현대모비스, 한국델파이, 한라공조를 비롯한 여러 기업에 납품 되는 등 많은 관심을 끌고 있다.

애경

트리오 업소용 식기세척기 세제 · 린스 출시

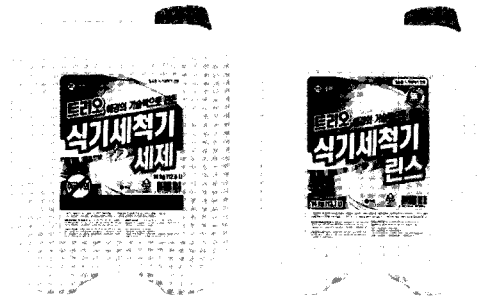
애경이 1966년 처음 선보인 국내 최장수 주방세제 '트리오'에서 업소용 식기세척기 세제와 린스를 출시했다.

신제품 트리오 식기세척기용은 업소 전용 식기세척기 세제와 린스 2종이다.

트리오 업소용 식기세척기 세제는 계면활성제 및 향, 방부제를 첨가하지 않아 안심하고 사용할 수 있다. 천연 세정성분인 녹차 사포닌 성분이 경수 사용에도 높은 세정효과를 보여준다.

트리오 업소용 식기세척기 린스는 그릇의 살균과 건조를 촉진시켜 주는 헹굼 보조 린스이다. 천연 사포닌 성분이 그릇의 살균과 건조를 촉진시켜주고 잔류세제를 효과적으로 중화시켜준다.

이들 제품은 학교와 회사 등의 급식업체, 웨딩, 호텔 등의 외식업체와 프랜차이즈 업체 등 B2B 영업을 비롯해 대리점을 통한 B2C판매도 함께 할 계획이다. 가격은 14kg 1만7500원.



에뛰드하우스

'수분가득 콜라겐 크림 정보' 리미티드 에디션 출시

에뛰드하우스는 올 가을 1백만 완판 기록의 스테디셀러 에뛰드 수분 크림 탄생 7살을 기념해 두 명의 영 아티스트와 콜라보레이션 한 수분가득콜라겐 크림 정보 2종을 리미티드 에디션으로 선보인다.

이번 제품은 영 아티스트의 핑크 빛 꿈을 응원하는 에뛰드하우스에서 2명의 영 아티스트와 함께 손

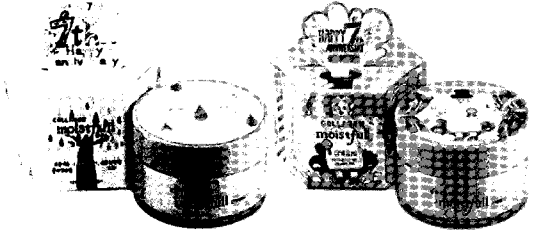
을 잡고 예쁜 패키지로 제작했다.

이 일러스트의 주제는 수분크림의 주 성분 바오밥 나무(아프리카에서 자생하며 물을 12만 l 이상 저장할 수 있어 수분저장고라 불리운다)이다.

이보라 작가의 작품인 '바오밥 나무에 수분이 열리면'은 나무에 수분이 가득 열린 다는 상상을 바탕으로 건조한 열대 아프리카에 서식하면서도 수분을 머금고 잘 자라나는 바오밥 나무를 표현

했다. 또 이고은 작가의 작품인 '미스 바오밥쇼'는 바오밥을 수분의 여신으로 표현하며 물방울들이 함께 하는 마술 쇼를 모티프로 제작됐다.

'수분가득 콜라겐 크림 점보 리미티드 에디션'은 기존 제품보다 용량은 두 배로 늘리고 가격은 3분의 2로 낮췄다.



타파웨어

퍼플 컬러 '전자레인지 전용 용기 세트' 출시

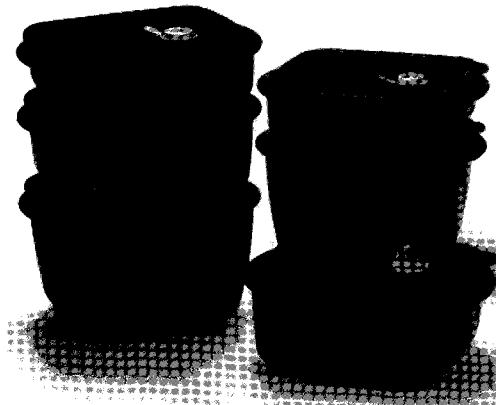
타파웨어 브랜드는 감각적인 퍼플 컬러의 전자레인지 전용 용기 '스마트 레인지 사각 세트'를 출시한다.

'스마트 레인지 사각 세트'는 냉장실에 보관된 음식을 전자레인지에 넣어 데운 다음, 곧바로 식탁으로 올릴 수 있는 다기능 용기다. 전자레인지 전용 용기 '크리스탈 멀티 시리즈'를 내열 온도 강화하고 고급스러운 퍼플 컬러로 업그레이드해 출시했다.

제품은 전자레인지의 마이크로파를 통과시키는 전자레인지 전용 내열 플라스틱 용기로, 환경 호르몬 걱정 없이 안심하고 사용할 수 있다.

특히, 용기 바닥에 4개의 다리가 바닥과 공간을 띄워 데우는 속도를 높여주므로, 음식을 데우는 시간을 줄여 준다.

독특한 형태의 뚜껑 캡 탑재로 뚜껑을 열지 않고도 용기 안의 증기가 빠져나갈 수 있도록 설계해 전자레인지 사용 시, 뚜껑이 튀어 오르는 것을 방지해 준다. 또한 손잡이가 있어 전자레인지에서 꺼낼 때 뜨겁지 않다.



‘스마트 레인지 사각 세트’는 소비자들의 편리함을 위해 기존의 원형 타입에서 사각 타입의 소형(600ml)·중형(1L)·대형(1.5L)의 3가지 크기로 한정 판매한다. 가격은 18만원.

타파웨어 측은 “‘스마트 레인지 사각 용기’는 데우기를 위해 냉장 보관한 음식을 덜거나, 전자레인지 사용을 위해 일회용 랩을 씌우는 등의 번거로움을 덜 수 있다”며, “학생, 직장인의 도시락으로 활용하면 밀폐도 잘 되고 바로 데워 먹을 수 있는 스마트한 주방의 필수 아이템”이라고 전했다.

한국쓰리엠

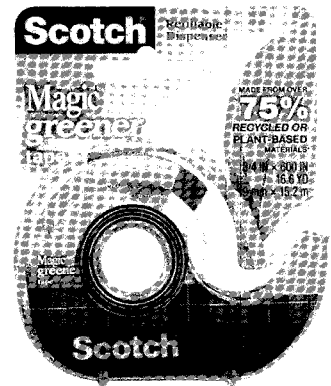
‘스카치 친환경 매직테이프’ 출시

한국쓰리엠은 식물성 성분 및 재활용 플라스틱 등의 친환경 소재를 사용한 신제품 ‘스카치 친환경 매직테이프’를 출시한다고 밝혔다. 이로써 한번 쓰고 버리게 되는 일회용 테이프에도 건강과 지구를 생각하는 ‘친환경’ 콘셉트가 자리를 잡게 됐다.

스카치 친환경 매직테이프는 테이프에 사용하는 접착제에 식물성 원료를 사용하고, 디스펜서와 테이프를 감은 심지도 모두 재활용 플라스틱으로 제작해, 인체에 무해하고 환경에 미치는 영향도 최소화했다. 제품 포장재도 재생용지를 활용했다.

또한 이번 신제품은 친환경 소재로 변화는 주었지만 기존의 스카치 매직테이프가 가진 장점은 그대로 살렸다. 우윳빛의 매트 처리가 되어 표면에 필기가 가능한 것으로 잘 알려진 스카치 매직테이프는 습기에 강해 오랜 시간 사용해도 변색되지 않으며, 복사를 해도 테이프 자국이 남지 않는 것이 특징이다.

소비자 가격은 디스펜서형은 2,500원, 리필형(2입)은 5,000원이다.



(주)금복주

‘참 라이트’ 출시

(주)금복주(대표이사 김동구)가 부드럽고 순한 소주 신제품 ‘참 라이트(charm light)’를 출시했다.

‘참 라이트’는 국내 최초로 스페인 발렌시아산 레드 와인을 증류한 최적의 비율로 블렌딩하여, 부드

업계동정

러움과 감미로움의 깊이를 한층 더했다.

특히 천연소재 순수 결정과당과 자작나무에서 추출한 자일리톨 함유로 자연의 상쾌함을 담았다.

‘참 라이트’의 패키지는 젊은 감각의 영문 로고타입과 깔끔하고 심플한 그린 컬러를 조합하여 부드러움과 깨끗한 이미지를 담았으며, 기존 제품과 차별화된 병목태그(Neck-tag)를 적용하여 세련미와 고급 감을 더했다.

알코올 도수 16.9도로 순한 소주를 찾는 2030세대는 물론 술자리가 잦은 직장인, 50대 이상 장년층 등 다양한 연령층을 타깃으로 하고 있다.

특히 와인 마스터 블렌딩으로 차별화된 맛과 부드러움, 감미로움으로 소비자의 니즈를 적극 반영했다는 것이 특징이다.

이진욱 (주)금복주 홍보 마케팅 팀장은 “소비자 만족과 제품 개발 노하우를 통해 개발한 신제품 ‘참 라이트’가 소주의 진화를 보여주는 모델로 발전할 수 있을 것”이라 자신하면서 앞으로 “참 라이트 출시를 계기로 ‘참소주’, ‘금복주 25’ 등 도수별 브랜드 포트폴리오를 강화하여, 소비층과의 공감대 형성을 위한 소비자 캠페인과 다양한 마케팅을 전개해 주류 시장에 새로운 바람을 일으키게 될 것이라고 말했다.

(주)금복주는 소주 음용 트렌드 변화와 변화와 웰빙을 소비자의 소비자의 기호에 부합하면서 기전의 소주와 차별화된 맛을 구현해 내기 위해 이 같이 순한 소주를 신제품으로 출시하게 되었다고 설명했다.



오뚜기

‘오므라이스 3분소스’ 3종 출시

오뚜기는 복잡한 조리과정 없이 간편하게 즐길 수 있는 ‘오므라이스 3분소스’ 3종(소시지, 미트볼, 햄버그)을 출시했다.

‘오므라이스 3분소스’는 토마토와 양파를 오랜 시간 볶아 만든 특제소스에 소시지, 미트볼, 햄버그와 양송이버섯, 스위트콘 등을 푸짐하게 넣어 만든 프리미엄 오므라이스 소스 제품이다.

회사 측은 “이번 신제품은 고급 레스토랑 또는 오므라이스 전문점에서 판매되고 있는 수준의

맛있는 소스와 큼직하고 풍성한 재료들이 들어가 있으며, 볶음밥이 아닌 일반 밥에 계란 지단과 함께 담



아먹으면 오므라이스 본연의 맛을 제대로 느낄 수 있다”고 전했다.

오뚜기 관계자는 “최근 레토르트 고급 제품의 판매와 오므라이스 전문점이 꾸준히 성장하고 있다”며, “자녀를 키우면서 제품의 맛과 영양을 중시하는 30~40대 주부층은 물론, 간편 요리를 즐기는 10~20 대에게 큰 관심을 모을 것으로 기대한다”고 말했다.

웅진식품

‘프리미엄 냉장커피 2종’ 출시

웅진식품이 ‘프리미엄 냉장커피 2종’을 출시했다.

이번에 선보이는 냉장커피는 ‘바바커피 카라멜 아포가토’와 ‘스키니 카페라떼’ 2종으로 커피함량을 39%~47% 가량 높은 것이 특징이다.

‘바바커피 카라멜 아포가토’는 달콤한 카라멜과 생크림이 어우러져 전문점 커피와 같은 신선하고 진한 맛을 느낄 수 있다. ‘바바커피 스키니 카페라떼’는 설탕 함량을 기존커피 대비 43% 낮춘 제품으로 칼로리는 물론 지방까지 적어 부담 없이 즐길 수 있는 깔끔한 스타일이다. 바바커피는 커피감정사 큐 그레이더(Q-Grader)가 엄선한 원두를 정통드립 방식으로 추출하여 머신에서 갓 내린 원두커피의 맛과 향을 담은 것이 특징이다. 또한 이번 제품에서는 휘핑크림을 얹은 것과 같은 독특한 디자인이 적용되어 전문점의 느낌을 살렸다. 용량 또한 전문점커피와 같은 290ml로 시판커피보다 20~30% 늘린 넉넉한 사이즈로 출시되었다.

웅진식품 마케팅팀 임상옥차장은 “기존의 냉장커피 제품은 커피 대비 우유 함량이 높아 오히려 커피맛 우유에 가까웠다”며 “이번 신제품은 소비자에게 더 신선하고 풍부한 커피 맛을 전달하는 프리미엄 냉장커피로 자리매김 할 것”이라고 밝혔다.



농심

두번째 쌀국수 ‘쌀국수짬뽕’ 선보

농심이 홍합이 들어간 액상스프를 시원한 짬뽕의 맛을 그대로 살린 ‘쌀국수짬뽕(사진)’을 출시했다. 쌀국수 짜장면에 이은 두번째 쌀국수 제품이다.

업계동정

쌀국수짬뽕은 농심이 개발한 한국형 쌀국수에 짬뽕 국물과 건더기가 접목된 쌀국수 형태의 짬뽕이다.

오징어, 버섯, 건과 등 푸짐한 건더기 스프와 홍합 엑기스를 담은 액상스프 및 분말스프로 구성해 짬뽕 본연의 맛을 구현하는 데 주력했다.

쌀국수짬뽕은 액상스프를 사용해 재료의 맛과 향을 그대로 살렸고, 양배추·당근·버섯·애호박 등 건더기를 큼직하게 썰어 넣어 씹는 맛을 느낄 수 있다. 기름에 튀기지 않아 칼로리 부담이 적다.

농심 녹산사업CM팀 김광현 팀장은 “1년 전부터 쌀국수짬뽕을 개발하기 위해 서울 명동과 강남 등 짬뽕으로 유명한 전국 맛집의 국물을 분석했다”면서 “각 지역 짬뽕의 장점을 종합해 가장 맛있는 타입의 국물을 설정하고 표준화했다”고 설명했다.

한편 농심은 내년까지 3~5종의 쌀국수류를 지속적으로 출시할 계획이라고 설명했다.



플무원

프리미엄 맛살 '홍게 속살' 출시

플무원은 동해 바다에서 자연 그대로 자란 붉은 대게의 살 (10.99% 함유)로 만든 '찬마루 홍게 속살' 을 출시했다.

이번에 출시된 '홍게 속살' (90g/2200원, 180g/4300원)은 붉은 대게 살과 게 농축액으로 만들어 기존의 명태살에 게향을 넣어 게 맛을 낸 제품과 다른 것이 특징이다.

'홍게 속살' 은 조리 없이 바로 먹기에도 좋아 밥반찬은 물론 고단백 저지방의 영양 간식, 간단한 술안주, 샐러드 토핑 등 다양하게 활용할 수 있다. 합성첨가물이 들어있지 않아 어린이도 안심하고 먹을 수 있다.

지난 2008년 수산 가공품 시장에 진출해 어묵의 고급화를 이끌어 낸 플무원이 게살이 함유된 프리미엄 제품을 출시함에 따라 앞으로 맛살 시장에도 일대 변화가 일 것으로 기대된다.



한국인삼공사

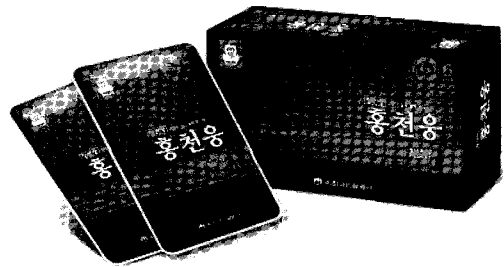
정관장 홍천웅' 과 '정관장 화애락 본' 건강기능식품 리뉴얼 출시

한국인삼공사는 중년 건강을 위한 홍삼제품 '정관장 홍천웅' 과 '정관장 화애락 본' 을 홍삼함량을 높여 건강기능식품' 으로 리뉴얼해 판매한다고 밝혔다.

홍천웅과 화애락 본은 홍삼의 함량을 높여 식품분류 상 '홍삼음료' 제품에서 '홍삼건강기능식품' 으로 변경됐으며 가격은 이전 제품과 동일하게 홍천웅은 18만원, 화애락본은 13만원이다.

남성용 제품인 '정관장 홍천웅' 은 홍삼농축액 함유량이 기존 제품 대비 16% 증가됐으며 건강에 좋은 헛개나무열매 추출물분말, 쌀겨추출물 등이 추가됐다.

여성의 건강 증진을 위해 6년근 홍삼과 고품질 식물성 소재를 배합한 '정관장 화애락 본' 은 홍삼농축액함유량이 19% 증량됐다.



롯데제과

아이돌 사진병은 신제품 '케이팝' 출시

롯데제과가 전 세계적으로 뜨거운 반응을 얻고 있는 한류열풍에 따라 '케이팝(K-POP)' 을 콘셉트로 신제품을 내놓았다.

롯데제과에 따르면 케이팝 신제품은 ▲ K-POP점프(풍선껌) ▲ K-POP매직(코팅껌) ▲ K-POP 톡톡초코볼(초콜릿볼) ▲ K-POP 초코비스킷(비스킷) ▲ K-POP 칸초(비스킷) ▲ K-POP 라이스칩(스낵) ▲ K-POP 치토스(스낵) 등 7종이다.

이들 제품 속엔 국내 인기 아이돌 그룹 카라, 티아라, 제국의아이들, 나인뮤지스, 주얼리, 다비치, 레인보우 등 43명의 인물 사진이 인쇄된 '스타카드' 가 들어 있으며, 각각의 카드마다 일련번호가 새겨져 있어 수집에 재미를 더했다.



롯데제과는 이번 '케이팝' 제품에 소개된 스타 외에 다른 인기 아이돌 그룹도 추가할 계획이다.

또 카드에 새겨진 일련번호를 이용해 다양한 온라인 이벤트를 진행할 예정이다. 아울러 모든 제품 패키지에 영어, 일본어, 중국어로 제품설명을 넣고, 이들 제품을 외국인 이 자주 찾는 대형마트나 상점에 진열해 관광객들의 수요를 적극 공략하고 있다.

락앤락

'비스프리 김치통' 출시

락앤락은 김장철을 맞아해 한층 업그레이드된 투명한 용기의 '비스프리(Bisfree) 김치통'을 출시했다.

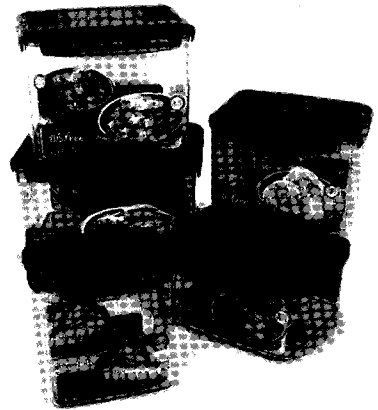
비스프리 김치통은 신소재인 '트라이탄'을 사용해 환경호르몬인 비스페놀 A(BPA)의 우려가 없는 친환경 김장 전용 밀폐용기다.

투명한 몸체와 외인색 뚜껑으로 이뤄진 더욱 깔끔한 디자인으로, 김치통을 일일이 여닫지 않아도 김치통 내용물과 잔량을 쉽게 확인할 수 있어 편리하다.

또한, 비스프리 김치통은 락앤락만의 강력한 밀폐력은 물론, 기존 김치통의 냄새와 색 배임을 개선해 보다 깨끗하고 신선하게 김치를 보관할 수 있고 뚜껑에 손잡이를 부착해 무거운 김치통을 쉽게 운반할 수 있도록 했다.

이와 함께 비스프리 김치통은 배추 한 포기 반을 덜어내어 보관하기 딱 좋은 4.5L부터 7포기가 들어가는 대용량 16L까지 총 5가지 용량으로 구성돼 소비자들의 김장 용량에 맞게 다양하게 선택할 수 있다.

가격은 ▲ 4.5L : 1만6800원 ▲ 6.5L : 2만1500원 ▲ 10L : 2만6800원 ▲ 12L : 3만3800원 ▲ 16L : 3만9800원.



한국야쿠르트

비알콜 간 건강음료 '쿠퍼스' 출시

한국야쿠르트는 알콜성 간 건강에 초점을 둔 '헛개나무 프로젝트 쿠퍼스'에 이어, 비알콜성 간 건강에 초점을 둔 '간 건강'에 도움을 줄 수 있는 '간 건강 프로젝트 쿠퍼스'를 출시한다고 밝혔다.

간 건강에 도움을 줄 수 있는 간 건강 프로젝트 쿠퍼스'는 지치고 힘든 간 건강에 도움을 줄 수 있는 어린 복분자열매의 효능을 살린 건기식이다. 식약청 기능성 인정 원료인 어린 복분자열매 추출물이 3150mg 들어있다. 이는 식약청 인정 간 기능 개선 효과를 위한 어린 복분자 1일 섭취량이다. 여기에 건강에 좋은 산수유와 초유분말을 함유했다. 익지 않은 어린 복분자열매(미숙과) 추출분말은 간 건강이 염려되는 사람에게 12주 인체적용시험을 한 결과 간수치가 유의성 있게 저하됨을 확인했으며, 식약청으로부터 간 기능 개선에 도움을 주는 기능성을 인정받은 최초의 복분자 건기식이다. 우리가 일반적으로 식용으로 먹는 익은 복분자열매(성숙과)는 당도는 높지만 항산화 활성이 낮고 폐놀성 함량이 적게 함유되어 있다. 이에 비해 어린 복분자열매(미숙과)의 경우 당도는 떨어지지만 항산화 활성이 우수하고 비타민C 함량과 폐놀성 함량이 높아 약용으로 활용된다. 실제 한방에서는 어린 복분자열매를 말려 한약재로 사용한다.



오비맥주

'카스 콜라보레이션 패키지' 출시

오비맥주는 대한민국 최대의 패션축제인 '2012 S/S 서울 패션위크'에 '카스'가 공식 맥주로 선정됐다고 밝혔다. 이와 함께 패션 디자이너 '스티브J&요니P'가 디자인을 맡은 '카스 콜라보레이션 패키지'를 처음으로 선보인다. '카스 콜라보레이션 패키지'는 고채도의 파란색과 강렬한 패턴을 통해 젊음의 역동적인 에너지를 표현한 '카스' 맥주 식스캔(Six Cans)과, '스티브J&요니P'의 독특하고 감각적인 브랜드 로고가 새겨진 쇼핑백으로 구성되어 트렌디하면서도 실용성을 살린 것이 특징이다.



'스티브J&요니P'는 '카스 아트 콜라보레이션'에 참여해 '카스'의 젊은 에너지를 그들만의 독특한 개성으로 풀어낸 티셔츠와 쿨러백을 선보인 바 있으며, 패션잡지 '보그'의 칼럼니스트 윌 데이비스가 꼽은 주목할 만한 100인의 디자이너에 선정된 차세대 패션디자이너다.

송현석 오비맥주 마케팅 담당 상무는 "대한민국 대표맥주 '카스'와 패션의 접목이라는 새로운 시도를 통하여 트렌디하고 감각적인 젊은 맥주로 자리 매김하고 있다"며 "앞으로도 다양하고 지속적인 문화 마케팅 활동을 통해 젊은 층과 감성적인 소통을 강화하겠다"고 말했다.