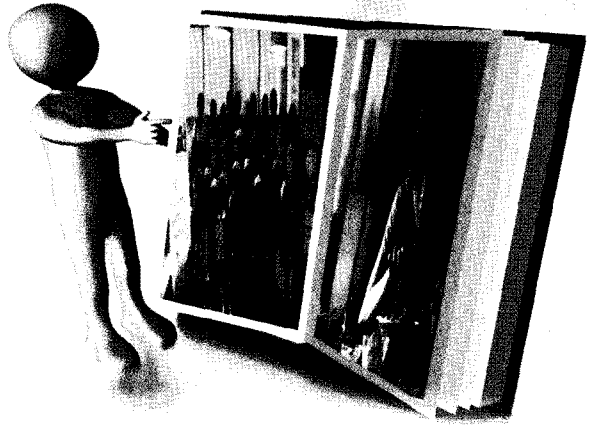


협회 & 회원사 소식



한국식품공업협회

2011년 제2회 저명인사 초청 조찬간담회 개최

한국식품공업협회는 지난 2월 오송 식품의약품안전청 방문 및 노연홍 청장 간담회에 이어 4월 7일 장충동에 위치한 신라호텔에서 보건복지부 진수희 장관을 모시고 「2011년도 제2회 저명인사 조찬간담회」를 개최하였습니다. 이번 조찬간담회는 2011년도를 맞이하여 식품과 관련한 보건복지부의 정책과 추진방향에 대하여 강연을 듣고자 개최되었습니다.

더불어 이날 간담회에는 협회 박인구 회장님을 비롯한 회원사 대표이사 및 임원, 식품관련 학회 및 단체장, 언론사 등 총 80명이 참석하여 주셨으며, 보건복지부 진수희 장관은 간담회를 통하여 「식품안전정책과 나눔」이라는 주제로 보건복지부에서 추진하고자 하는 식품정책과 식품업체와 함께 나아가야 할 보건복지 방향에 대하여 설명하였습니다.

보건복지부의 발표주제인 「식품안전정책과 나눔」은 크게 「식품안전」과 「나눔」으로 나누어 진행하였으며, 제1파트인 「식품안전」은 ▲국가적 차원에서의 식품안전, ▲식품정책의 패러다임, ▲식품안전정책 및 기업참여형 식품안전 등으로 나누어 발표하였으며, 제2파트인 「나눔」은 ▲기업참여형 나눔확산, ▲희망키움사업, ▲가족친화경영 등으로 나누어 발표하였습니다.

특히, 강연을 통하여 향후 보건복지부는 국민의 식품안전보장과 식품산업의 성장 가능한 지원을 지속적으로 할 것이며, 이에 식품업계에서도 정부시책에 보다 많은 관심을 가져 줄 것을 부탁하면서, 현재 진행중인 「행복나눔 N 캠페인」, 「푸드뱅크」, 「희망키움사업」 등 사회공헌사업에 식품업계의 많은 참여를 요청하였습니다. 또한, 어려운 기업여건 속에서도 그간 여러 식품업체가 다양한 방법으로 참여하여준 것에 감사함도 표하였습니다.

한국식품공업협회

HACCP 교육훈련기관 지정

한국식품공업협회는 지난 4월 12일 식품의약품안전청으로부터 「HACCP 교육훈련기관」제9호로 지정받아 5월부터 연간 20여회 HACCP교육을 실시할 예정이라고 밝혔습니다.

한국식품공업협회는 그동안 식품산업진흥과 국민안심 식품안전관리 정책에 부응하려는 지속적인 노력을 기울여 식품의약품안전청으로부터는 식품위생검사 제3호 교육기관으로, 수의과학검역원으로부터 축산물위생검사 제1호 교육기관으로 지정 받았으며, 이제 HACCP교육까지 동시에 실시할 수 있는 국내 유일의 식품위생·안전 전문교육기관 체제를 갖추게 되었습니다.

협회 식품안전지원단 금보연 단장은 “이번 지정을 계기로 내실 있는 교육운영과 더불어 식품산업체에서 필요로 하는 다양한 식품안전기술지원과 검증기술지원, 위해분석 기술지원 등 차별화된 서비스를 제공할 것”이라고 밝혔습니다.

CJ제일제당

김철하 총괄부사장 대표이사 선임

CJ제일제당은 신임 대표이사로 BIO·사료총괄 김철하 총괄부사장을 선임하였다고 지난 5월 12일 밝혔습니다. 신임 대표이사로 선임된 김철하 총괄부사장은 바이오사업 분야의 전문가로 매년 20%에 가까운 바이오사업 분야 성장을 이끌며 지난해는 사상 처음으로 매출 1조원을 달성하는 성과를 만들어내었습니다.

핵산과 라이신 등 그린바이오 분야에서 아지노모도와 전세계 1~2위를 다투고 있는 CJ제일제당은 2013년에 바이오사업 매출을 지금의 2배 수준인 2조원 달성을 목표로 하고 있으며, CJ제일제당이 글로벌 컴퍼니로 나아가는 데 있어 김철하 총괄부사장이 담당하고 있는 바이오사업 부문이 글로벌 사업의 견인차 역할을 하고 있는 점이 높이 평가되고 있습니다.

CJ제일제당 관계자는 “2013년 해외매출 비중 50% 달성 등 글로벌 컴퍼니로 지속적으로 성장하고 기존 소재중심의 사업에서 기술중심의 생명공학 사업으로의 변신을 위해서 글로벌 역량과 R&D 역량 등 전문성을 두루 갖춘 김철하 총괄부사장이 적임자로 판단되어 선임된 것으로 안다”며 “이러한 역량을 바탕으로 변화와 혁신을 통한 기업체질을 개선하는데도 큰 힘이 될 것으로 기대한다”고

말하였습니다.

신임 김철하 대표이사는 2007년 CJ(주)로 입사한 후 2009년 바이오BU장(부사장)을 거쳐 2010년 11월 총괄부사장으로 승진하면서 바이오사업 부문과 사료사업 부문을 총괄하고 있습니다. 한편, 그동안 CJ제일제당 대표이사직을 수행해온 김홍창 대표는 건강상의 이유로 사의를 표해 받아들였습니다.

대상 청정원

한가인, 대상 '청정원 순창 고추장' 모델 발탁

배우 한가인이 이효리의 뒤를 이어 청정원 순창 고추장 모델로 발탁되었습니다. 결혼 7년차 대표 미시 연예인으로 출중한 미모와 깨끗한 피부를 유지해 온 한가인은 내년 4월까지 1년간 향아리 원리 발효 공법을 강조한 청정원 우리쌀 고추장의 모델로 활동할 예정입니다. 청정원 측은 똑부러지는 한가인의 이미지가 제품 구매층인 주부들로부터 많은 공감대를 얻을 것이라는 점이 모델 발탁 배경이라고 설명하였습니다.

이번 주부터 전파를 타고 있는 우리쌀 고추장 CF는 싱글로 착각 받는 한가인과 그녀에게 관심을 보이는 연하남이 등장해 눈길을 모으고 있습니다. 청정원 관계자는 “전통 방식인 향아리 발효 원리를 적용한 고추장 이라는 점을 부각하기 위해 한가인이 연하남의 미숙함을 꼬집는 내용”이라며 “초기에는 티저 형식으로 제작된 CF를 선보인 후 2주 후부터 구체적인 스토리를 가미한 본 광고가 방영된다”고 전하였습니다. 한편 한가인은 '순창 고추장' 외에 '햇살담은 간장' 브랜드 모델로도 함께 활동하게 됩니다.



동서식품

가정의 달 기념 홍명보와 함께하는 달콤한 축구교실 진행

동서식품은 가정의 달을 맞이하여, 가족이 함께 참여할 수 있는 '홍명보 축구 교실'을 지난 5월 15일 장충체육관에서 개최하였습니다. 이번 행사는 오레오의 광고 모델인 홍명보 올림픽 국가대표팀 감독이 참여하는 행사로 학생들에게 가족들과의 소중한 추억도 나누고, 전문적인 축구 강습도 받을 수 있는 기회를 제공하고자 마련되었습니다.

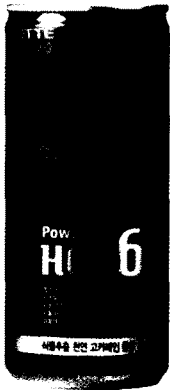
이번 '홍명보 축구 교실'은 총 50쌍의 가족을 선발(아버지 50명, 자녀 50명)하여 진행되며 프로그램은 크게 '아빠와 함께하는 축구 교실', '축구코치와 함께하는 축구 교실' 등으로 구성될 예정입니다. '아빠와 함께 하는 축구 교실'은 아버지와 자녀가 한 팀을 이뤄, 몸풀기, 술래잡기, 엉덩이 때리기 등의 프로그램이 준비되어 있습니다. 특히 아버지와 함께하는 몸풀기는 아버지가 드리블 받아주는 상대가 되어 서로 호흡을 맞추며 참여함으로써 눈높이를 맞출 수 있도록 마련되었습니다. '축구코치와 함께하는 축구교실'에서는 홍명보 감독을 비롯해 전문 코칭 스태프들이 참가해 학생들에게 운동 전 스트레칭 체조부터 슈팅, 드리블 등 전문 축구 기술을 가르치고, 학생들은 미니게임 등을 통해 배운 내용을 적용시킬 수 있도록 꾸며졌습니다.

오레오 데이, 홍명보 축구교실의 참가자 전원에게는 홍명보 감독의 강연과 함께 기념 촬영의 기회가 주어지며 홍명보 감독의 사인볼을 받는 행운을 얻었습니다. 또한 동서식품에서 점심도시락 및 오레오 패키지를 제공해, 참가 가족들에게 따사로운 봄날 피크닉의 기쁨을 선사하였습니다.



롯데칠성음료

‘핫식스’ 리뉴얼 출시



롯데칠성음료는 국내 에너지음료시장을 선도하고 있는 ‘핫식스’의 타우린과 과라나추출물 함유량을 업그레이드하고 디자인을 변경하여 지난 5월 4일 리뉴얼 출시하였습니다. 핫식스는 과라나추출물, BCAA 아미노산, 타우린, 홍삼, 가시오가피, 비타민 등 6가지 원재료가 들어간 한국형 에너지음료입니다. 무인공색소, 무보존료이고 국산 홍삼, 가시오가피 등 우리나라 사람들이 선호하는 원재료를 첨가하여 다른 에너지음료와 차별화하였습니다.

이번 리뉴얼의 포인트는 과라나추출물과 타우린 등 각종 성분의 함량 증가와 이에 따른 패키지의 변화입니다. 아마존 원주민들의 지치지 않는 체력과 놀라운 집중력의 원천인 브라질산 과라나추출물 함량을 늘리고 거기에 피로회복계의 황제 타우린을 1,000mg 이나 함유하였습니다. 그리고 가시성이 높은 블루 컬러로 패키지 색상을 변경하고 성분함량 표기를 강화하였으며, 언제 어느 상황에서 핫식스를 마시면 좋은지에 대한 스토리텔링을 패키지에 삽입하였습니다.

핫식스의 주요타깃은 20~40대 대학생, 직장인으로 이들이 공부나 야근, 운전 집중력이 필요하거나 졸음을 쫓을 때 마시면 좋습니다. 또한 운동이나 파티를 할 때 체력이 부족할 때 마시는 음료로도 적합합니다. 롯데칠성음료는 에너지음료 핫식스를 소비자들에게 각인시키기 위해 작년 감각적인 TV광고를 시작으로 핫식스걸 샘플링, 핫식스닷컴과 블로그, 클럽파티개최, 택시기사 샘플링 등 다양한 마케팅활동을 펼친 바 있습니다. 올해도 이번 리뉴얼을 계기로 다양한 프로모션을 계획 중이며, 올해는 전년보다 약 40% 상승한 100억원의 매출을 기대하고 있습니다.

롯데햄

‘제13회 여성이 뽑은 최고의 명품대상’ 에서 육가공식품부문 최고명품 수상

지난 4월 29일 개최된 ‘제13회 여성이 뽑은 최고의 명품대상’ 에서 롯데햄의 ‘의성마늘햄’ 이 육가공식품부문 최고명품으로 선정되었습니다. 지식경제부와 여성가족부가 후원하고 여성신문사가 주최하는 ‘여성이 뽑은 최고의 명품대상’ 은 품질우수성, 서비스 만족도, 글로벌인지도, 사회공헌, 친환경 등의 분야에 대한 기업 및 기관의 브랜드 평가입니다. 파워 소비집단인 여성소비자를 대상으로 온라인조사와 자문위원단 및 선정위원회 평가를 종합하여 최고의 명품브랜드를 선정합니다.

의성마늘햄은 신선한 ‘국내산 돼지고기’ 에 농도가 진하고 향이 독특한 ‘의성마늘’ 을 함유하여 차별화된 맛을 자랑하는 제품이며, ‘의성마늘햄’ 의 이번 수상은 여성소비자들이 직접 선정한 최고의 브랜드로 선정되었다는 점에서 그 의미가 큼니다. 제품 사용경험을 바탕으로 날카롭게 평가하는 여성소비자들에게 최고의 명품으로 선정된 ‘의성마늘햄’ 은 육가공업계 우수 브랜드로서의 경쟁력과 가치를 제공할 수 있게 되었습니다. 소비자조사는 전국 16개 시·도에 거주하는 만20세 이상의 성인여성 80만명을 대상으로 실시되었으며, 브랜드 선정은 3월 14일~3월 26일까지 온라인 조사기관 패널인사이트를 통해 집계된 자료를 바탕으로 하였습니다.



매일유업

선천성 대사 이상 특별한 아기 위한 '맞춤형 분유'

매일유업이 선천성 희귀 대사이상질환으로 고통받고 있는 환아들을 위해 적자를 감수하고 특수 분유 사업에 뛰어들었습니다. 아기의 건강을 최우선으로 생각하는 기업정신과 영양과학을 바탕으로 1999년부터 '착한 분유'라 일컬어지는 특수 분유 8종 10개 제품을 국내에서 유일하게 개발·판매하고 있는 것. 매일유업이 순수 자체기술로 개발한 선천성 대사이상질환 유아용 특수분유 제품은 선천적으로 아미노산 대사이상 질환을 가지고 태어난 유아를 위해 특정 아미노산은 제거하고, 비타민·미네랄 등 영양성분을 보충한 특수유아식입니다. 매일유업이 생산하는 선천성 대사이상 분유의 경우 수요가 한정돼 있기 때문에 최소 생산 가능한 양만 생산하더라도 연간 수억원의 적자가 발생합니다. 이런 상황에도 매일유업은 지난 4월 선천성 대사질환의 일종인 메틸말론산혈증(MMA) 및 프로피온산혈증(PPA)으로 고통 받고 있는 국내 소수 환우들을 위해 '엡솔루트 MPA-2' 제품을 추가로 출시하기도 했습니다.

또 국내 단 17명의 환우들에게 필요한 특수분유를 공급하기 위해 8,000여 캔을 생산해 1,500여 캔을 인구보건협회를 통해 17명 환아들에게 지원하고, 나머지는 폐기처분하고 있습니다. 손실을 감수하면서 생산해야 하는 특수분유지만 생산과정도 만만치 않게 까다롭습니다. 매일유업 중앙연구소 유아식품연구팀장 전정옥 책임 연구원은 "특수분유는 미생물안전성·교차오염 등의 문제로 인해 일반 분유 생산라인의 전 공정을 중단하고 오로지 이 제품을 생산하기 위한 과정에 돌입해야 하는 만큼 생산에 대한 부담이 크다"면서 "하지만 국내에서 유일하게 생산 중인 매일유업 특수 분유를 통해 절망에서 희망을 찾게 됐다는 환아 가족들의 소중한 감사와 격려의 편지를 받을 때마다 더 없는 보람과 자부심을 느낀다"고 말했습니다. 이처럼 '착한 분유'에는 사회공헌과 기업이념을 실현하겠다는 매일유업의 강한 의지가 담겨 있습니다.



삼양사

제2회 '큐원 키즈 쿠킹클래스' 개최
가정의 달 맞아, 쿠키와 케익 만들기 행사

삼양사는 네이버 블로그와 카페를 통해 모집한 주부들과 그 자녀를 대상으로 제2회 '큐원 키즈 쿠킹클래스' 를 지난 5월 13일 서울 원남동 소재 큐원 홈메이드플라자에서 실시하였습니다.



가정의 달을 맞이하여 진행된 이날 행사에는 아이들이 직접 엄마와 함께 '큐원 우리아이웰빙영양쿠키믹스' 를 이용하여 다양한 모양의 쿠키와 컵케이크를

만들었다. 아이들은 엄마의 도움을 받아 직접 요리를 하며 화기애애한 시간을 보냈습니다.

'큐원 키즈 쿠킹클래스' 참가자 모두에게는 삼양사의 인기 프리믹스 제품 5종이 담긴 '큐원 행복한 홈메이드 세트' 를 증정하였고, 어린이들의 성취감을 높이기 위해 '큐원 홈메이드 어린이 요리박사' 수료증 증정식을 가졌습니다. 앞으로도 어린이를 위한 '큐원 키즈 쿠킹클래스' 는 계속 진행할 예정입니다.

한편, 삼양사는 지난 2009년부터 큐원 홈메이드플라자를 오픈, 고객들과의 친근한 커뮤니케이션 활동과 다양하고 재미있는 이벤트를 통해 큐원 브랜드 및 제품을 알리고 있습니다. 앞으로도 큐원은 이 공간을 통해 즐거운 홈메이드 문화를 제안하는 큐원 브랜드 컨셉을 지속적으로 강화해 나갈 예정입니다.

삼양식품

'(주)삼양 T·H·S' 설립

- 식품업계 최초로 장애인을 위한 사회적 기업 설립
- 장애인이 야채스프 생산에 직접 참여

삼양식품은 지난 4월 5일 원주공장(강원도 원주시 우산동)에서 장애인 자회사형 표준사업장 '(주)

FAMILY

삼양T·H·S' 설립 준공식을 가졌습니다.

‘(주)삼양T·H·S’는 Technology·Human·Service 의 약자로 기술과 인간이 더불어 최적의 서비스를 제공한다는 뜻을 내포하고 있습니다.

삼양식품은 ‘(주)삼양T·H·S’ 설립을 위해 지난 2009년 12월 자회사형 표준사업장 설립을 위한 MOU를 한국장애인고용공단과 체결하였으며 2010년 10월 법인설립을 마쳤습니다. 올해 준공식을 앞두고 작업장 및 냉동 창고 건립 등 시설확충에 만전을 다해왔습니다.

‘(주)삼양T·H·S’는 장애인고용을 통해 기업의 사회적 책임을 이행하고, 장애인에게는 좋은 일자리를 제공해 사회 구성원으로서 자부심을 느낄 수 있도록 노력 할 것입니다.

현재 ‘(주)삼양T·H·S’에는 18명(중증9명)의 장애인이 야채스프 선별작업, 포장 등의 업무를 소화하고 있으며 향후 추가적인 고용으로 장애인근로자와 함께 더불어 살아가는 행복한 사회를 구현하고, 안전한 먹거리를 제공하기 위해 최선을 다할 것입니다.

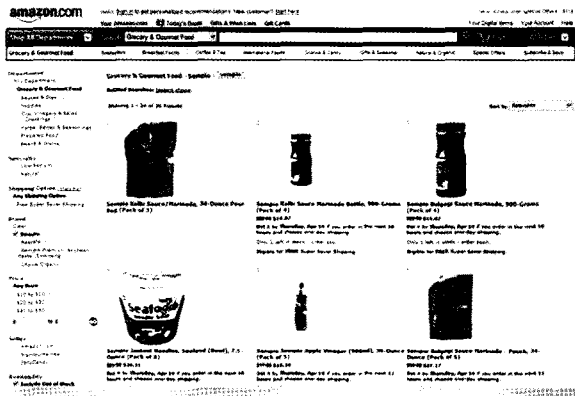
샘표

세계 최대 온라인 쇼핑몰 아마존닷컴 진출

샘표는 세계 최대의 온라인 쇼핑몰 ‘아마존닷컴(www.amazon.com)’에 진출하였습니다. 아마존닷컴은 1995년에 설립되어 지난해 342억 달러 가량의 매출을 올린 세계 최대의 온라인 쇼핑몰입니다. 특히 아마존닷컴은 입점 심사시 제품의 품질이 객관적으로 검증되고 가격경쟁력이 우수한 제품에만 판매기회를 부여하는 등 제품선정 기준이 까다로운 것으로 널리 알려져 있으며, 샘표 제품은 직매입 제품으로 선정되어 아마존닷컴에서 판매와 배송을 직접 하게 되었습니다.

이에 따라 샘표는 전통 장류인 간장과 된장, 고추장을 비롯하여 불고기 소스, 갈비 소스, 잔치국수

등 40여 개 품목을 아마존닷컴에서 판매를 시작하였으며, 상반기 중으로 입점 품목을 70여 개 이상으로 늘린다는 계획입니다. 현재 샘표는 미국, 러시아, 중동 등 전세계 68개국에 간장을 비롯한 전통 장류 및 여러 제품들을 수출하고 있으며, 2009년에는 1,000만 불 수출 탑을 수상하기도 하였습니다.



한국야쿠르트

2011년 한국프로야구 공식 협찬 조인식 개최



한국야쿠르트는 지난 4월 20일 도곡동 야구회관에서 2011년 한국프로야구 공식 협찬 조인식을 가졌습니다. 한국야쿠르트는 이로써 3년 연속 프로야구 후원계약을 맺게 되었습니다. 한국야쿠르트는 2009년 사회공헌적 이벤트 스폰서십인 '왕뚜껑 사랑의 홈런존'에서 시작해 지난해 '비락식혜'를 한국프로야구 공식협찬음료로 앞세운 바 있습니다.

주계약 내용은 작년에 이어 2011년에도 '왕뚜껑 사랑의 홈런존' 행사를 계속 진행

하는 것과 2011년 프로야구 공식협찬 음료로 선정된 '비락식혜'를 통한 공동 프로모션을 진행함에 있어 상호 협력함을 골자로 하고 있습니다. 한국야쿠르트는 꾸준한 사회공헌적 이벤트 스폰서십 활동을 통해 지역사회 공헌과 브랜드 인지도를 강화한 바 있습니다.

한국야쿠르트 정철호 이사는 "야구장이라는 장소와 밝고 건강한 한국야쿠르트의 기업이미지가 최적의 시너지 효과를 낼 것으로 생각한다"며 "날로 증가하는 프로야구 관중과 다양한 브랜드 간의 자연스러운 스킨십을 통해 올해도 지역 사회에 공헌하는 '즐거운 마케팅'을 실시할 것"이라고 밝혔습니다.