좋은식품 이야기

Korea Food Industry Association
Bimonthly Magazine

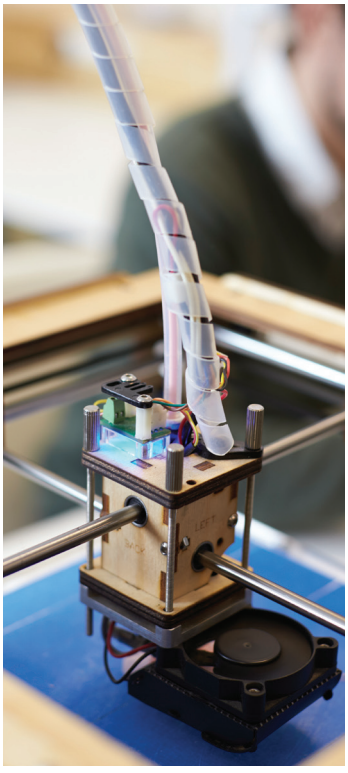
한국식품산업협회
KOREA FOOD INDUSTRY ASSOCIATION

2017 Vol.257 05+06

오피니언 리포트

정해진 레시피는 없다, 푸드 모디슈머

창의적인 제품은 다른 제품을 모방하거나 일부 기능을 삭제한 것일 수도 있다. 또 경우에 따라서는 다른 기능과 혼합시키는 방법으로도 얼마든지 가능하다. 정해진 방법을 따르지 않는 푸드 모디슈머에 대해 알아보자.



KFIA 칼럼

4차 산업혁명은 식품가공을 어떻게 견인할까?

개인의 기호, 건강 상태 등에 따라 나만의 맞춤형 제품을 만들 수 있는 '3D 푸드 프린터'는 식품 가공 분야에 새로운 변화를 가져올 것이다.

회원사는 지금

㈜오뚜기, 사회공헌활동의 격을 높이다

(주)오뚜기는 25년 동안 심장병 어린이 후원 사업을 통해 4,357명(2016년 12월 기준)의 새 생명을 탄생시키는 등 다양한 CSR(기업의 사회적 책임) 활동을 전개해 왔다.

Contents

2017 **May + June** Vol. 257

좋은식품 이야기

Special Theme
이슈와 정보

04 프롤로그
당신의 세상은 얼마나 안전한가요?

06 인포그래픽스
건강기능식품, 10명 중 6명은 항상 먹는다

08 지식캐스트
신조어로 보는 식품산업

10 오피니언 리포트
정해진 레시피는 없다, 푸드 모디슈머

14 뉴스 클리핑
2017년 봄은 식품 안전 '스마일'

COVER STORY

'만개하다'
꽃과 잎이 무성한 계절이 돌아왔습니다. 매년 반복되지만 항상 반가운 이유를 떠올려보니, 오랜 벗을 떠올릴 때의 마음과 같네요. 짙고 편안한 계절을 마음으로 즐기시길.

Insight
희망 나눔

18 KFIA 칼럼
4차 산업혁명은 식품가공을 어떻게 견인할까?

22 스페셜 리포트
청도식품연구소, 제2의 도약을 준비하며

24 회원사는 지금
(주)오뚜기, 사회활동의 격을 높이다

Community
소통 공감

28 KFIA News
협회 소식, 연구원 동향 소개

30 회원사 동정
회원사 제품 출시 및 행사 안내

2017년 5월 23일 발간(격월간) 좋은식품 사보 **통권** 257호 **발행·편집인** 이창환 **발행처** 한국식품산업협회 전략기획실 **주소** (06719) 서울시 서초구 남부순환로 2423 **전화** 02)585-5052 **팩스** 02)3470-8149 **홈페이지** www.kfia.or.kr **기획·편집·제작** 메가컴 02)402-8141 ※ 이 책의 내용은 협회의 공식 입장과 일치하지 않을 수도 있습니다.

당신의
세상은

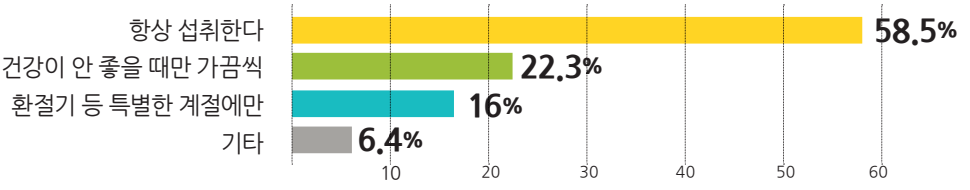
얼마나
안전한가요?

아이들은 놀이를 통해 성장하죠. 먹고 마시는 것 또한 마찬가지일 거예요.
꽉 쥐었다가 문지르기도 하고, 쏟거나 냄새를 맡으며 세상을 경험합니다.
음식이 음식 이상의 세계가 된다는 것.
가장 큰 행복이, 또 절망이 될 수 있다는 것.
우리가 더 건강하고 안전한 식품을 꿈꾸는 이유겠죠.
당신과 우리의 세상은 얼마나 안전할까요?

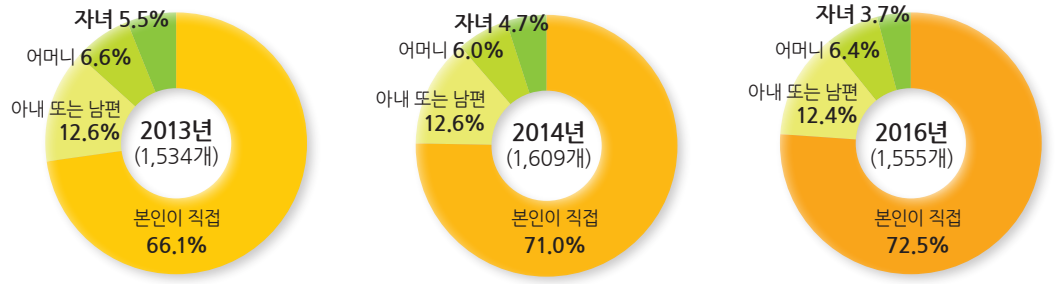
건강기능식품, 10명 중 6명은 항상 먹는다

소비자들은 어떤 건강기능식품을 가장 선호할까? 한국건강기능식품협회가 서울 및 5대 광역시 내 거주하는 만 20~69세 건강기능식품 섭취자 1,511명을 대상으로 '건강기능식품 섭취행태 설문조사'를 실시했다. 이번 호에서는 최근 3년간의 설문 결과를 함께 게재해 경향성을 파악할 수 있도록 했다.

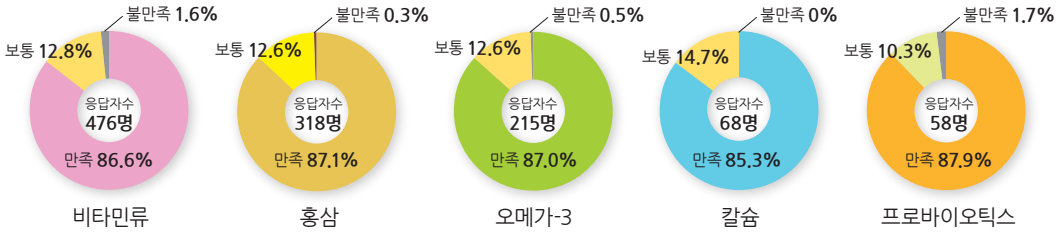
Q 건강기능식품 섭취 빈도는?



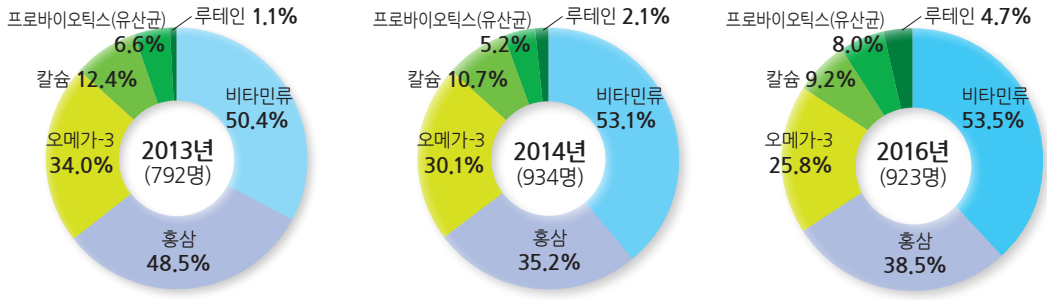
Q 섭취 중인 건강기능식품을 구매한 사람은? (최근 1년 섭취 제품 기준)



Q 최근 1년 섭취한 건강기능식품의 원료 만족도는?

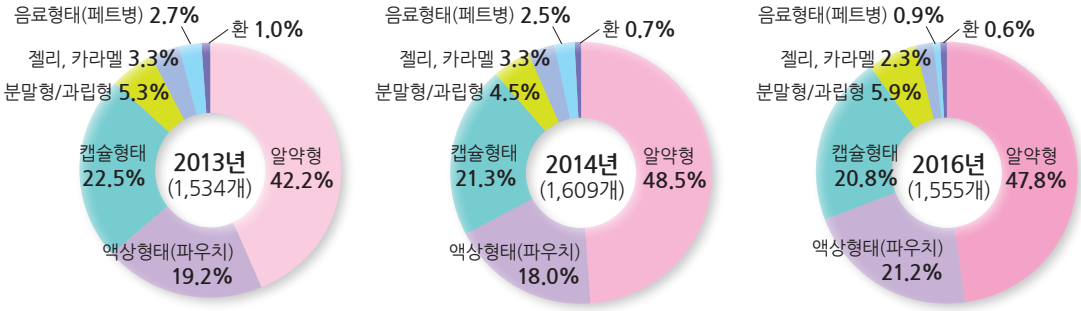


Q 최근 1년 어떤 기능성 원료를 섭취했나? (복수응답)



섭취한 건강기능식품의 원료는 비타민과 홍삼이 각각 53.5%와 38.5%로 가장 많았으며, 그 뒤로 오메가-3(25.8%), 칼슘(9.2%), 프로바이오틱스(8.0%), 루테인(4.7%) 순이었다. 순위는 3년간 큰 변화가 없었다.

Q 최근 1년 어떤 제형을 섭취했나?



제형의 경우 비교적 휴대와 섭취가 간편한 알약형이 47.8%로 우세했고, 액상형태(파우치)와 캡슐 형태가 20% 내외로 비슷한 수준으로 나타났다. 특히 분말 및 과립형의 섭취율이 증가세를 보였는데, 이는 최근 높은 인기를 얻은 프로바이오틱스의 영향인 것으로 분석된다.

글 편집실

'아아' 마실까, '따아' 마실까?

치킨을 도시락 형태로 만든 '치도락'과 아메리카노와 카푸치노를 합친 '아메리치노'는 출시되자마자 선풍적인 인기를 끌었다. 트렌드는 신조어를 만들고, 다시 신조어를 활용한 마케팅이 트렌드를 견인하고 있는 것이다. 이번 호에서는 식품 관련 신조어들을 들여다보고 소비 행태와 트렌드를 살펴보자.

'그로서란트', 밥도 먹고 식재료도 사고

식료품을 파는 그로서리(Grocery)와 레스토랑(Restaurant)을 결합해 '그로서란트'라고 부른다. 식재료를 판매하면서 식재료를 이용한 음식을 맛볼 수 있는 복합 식품매장이다. 식품 매출을 발생시킬 뿐 아니라 고객의 체류시간을 늘려 판매 효과까지 기대할 수 있기 때문에 각 업체들도 앞 다퉈 관련 시설을 구축하고 있다. 그로서란트 확대에 가장 적극적인 곳은 백화점이다. 최근 고급 식재료에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 백화점으로 유인할 수 있는 집객 효과가 뛰어나기 때문이다. 게다가 식사뿐 아니라 구매를 동시에 할 수 있기 때문에 매장 체류시간을 늘릴 수 있는 장점이 있다.

반려동물과 함께, '펫팸족'

애완동물(Pet)과 가족(Family)의 합성어다. 많은 이들이 반려동물을 위해서는 아낌없이 지갑을 열고 있기 때문에 관련 사업도 호황을 누리고 있다. 대형 식품업체 역시 마찬가지다. 새로운 시장에 진출하는가 하면 기존 제품 라인업을 확대하고, 프리미엄으로 차별화를 꾀하고 있다.

서울우유협동조합은 최근 국내 최초로 국산 원유로 만든 반려동물 전용 우유 '아이펫밀크(I Pet Milk)'를 출시했다. '아이펫밀크'는 개와 고양이의 특성 및 건강을 고려해 서울우유중앙연구소와 수의사들이 공동으로 연구해 개발했다. '아이펫밀크'는 서울우유의 특별한 제조공법으로 만들어 유당을 분해하고 소화 흡수가 용이하다.

안전하면 비싸도 OK! '컨슈니어'

컨슈니어는 소비자(Consumer)와 기술자(Engineer)의 합성어로 전문가 수준의 지식을 갖춘 소비자를 일컫는다. 먹거리 안전이 최대 이슈로 부상하면서 제품의 안전성과 품질을 꼼꼼히 따져보고 구매를 결정하는 추세가 확산되면서 생긴 신조어다. 컨슈니어는 안전성과 품질만 보장되면 가격이 비싸더라도 지갑을 여는 특성이 있어서 프리미엄 제품을 생산하는 기업들로서는 놓칠 수 없는 고객 층이다. 특히 인터넷과 커뮤니티 등을 통해 주변 소비자들에게 전파되는

구전효과도 큰 것으로 평가되고 있다. 앞으로 이들을 향한 기업들의 '구애작전'은 더욱 치열해질 전망이다.

탐정일까, 소비자일까? '체크슈머', '퍼슈머'

제품의 성분과 안전성을 까다롭게 따지는 소비자들에게 붙여진 이름이다. '체크슈머'란 확인(Check)과 소비자(Consumer)의 합성어고 '퍼슈머는' 추적하다(pursue)와 소비자(consumer)가 합쳐져 만들어진 용어다. 식음료업계에서는 까다로워진 소비자들의 제품 선택 기준에 맞춰 색소나 보존제, 항생제 없이 건강하게 먹을 수 있는 프리미엄 제품들을 출시하며 체크슈머의 마음을 사로잡고 있다.

'탕진잼', '인간사료', '가용비', 청춘의 신조어들

불황을 겪는 청년들의 소비 행태를 반영한 신조어도 있다.

'탕진잼'은 돈을 모두 써서 없앤다는 '탕진'과 재미를 줄인 '잼'을 합성한 신조어다. 1만 원~2만 원 수준의 소액으로 물건을 구입하면서 스트레스를 푸는 행태를 말한다. '가용비'는 가격 대비 용량이 많다는 뜻. 10~30대 사이에서 가성비(가격 대비 성능)를 대체하고 있는 표현이다. '인간사료'는 동물 사료처럼 양이 많고 값이 싸다는 뜻이다. 가용비를 중시하는 소비층이 늘면서 저렴한 가격에 대량으로 제품을 구매할 수 있는 창고형 할인 마트가 인기를 끌고 있다.

열혈 엄마들의 '골드키즈'

외동으로 태어나 공주, 왕자 대접을 받는 아이를 뜻한다. 저출산 시대에 1~2명의 자녀를 위해 지원을 아끼지 않는 부모가 늘면서 키즈 산업은 의류, 외식, 정보기술 등 여러 분야에서 성장하고 있다. 식음료업계에서는 내 아이에게만은 좋은 음식을 먹이고 싶은 부모의 심리를 파악하여 어린이 성장과 두뇌 발달에 좋은 성분을 첨가한 어린이 전용 식품들을 출시하고 있다.

먹방이 만든 '찍먹부먹', '단짠단짠'

먹방이 인기를 끌면서 먹는 순서나 방법에 관련된 신조어도 많이 등장하고 있다. 탕수육을 먹을 때 소스를 찍어 먹는 방법과 부어먹는 방법을 구분하는 '찍먹'과 '부먹'. 단 음식 뒤에 짠 음식, 짠 음식 뒤에 단 음식을 먹으면 영원히 먹을 수 있다는 우스개 소리를 표현한 '단짠단짠' 등이 있다. 아이스 아메리카노는 '아아', 따뜻한 아메리카노는 '따아'로 부르기도 한다.

글 노봉수 교수(서울여대 식품공학과 교수)

정해진 레시피는 없다, 푸드 모디슈머

최근에는 식품 제조회사가 제시하는 방식대로 음식을 조리하는 것이 아니라 구매자의 의지에 따라 자기만의 방식으로 제품을 활용하는 소비자들이 나타났으며 이런 트렌드는 무섭게 전파되어 상당히 보편화되기에 이르렀다. 이처럼 행동하는 무리들을 Modify(수정하다, 바꾸다)와 Consumer(소비자)의 합성어인 모디슈머(Modisumer)라 부른다.

우리나라에 처음으로 고추가 들어 왔을 때 조상들은 식용이 아니라 짚신 속에 넣어 사용했다. 고추라는 음식이 낯선 이유도 있었지만 조금만 만져도 금방 손에 불이 날 것처럼 따가웠기 때문이다. 짚신은 바람이 쉽게 들어가기 때문에 겨울에는 발이 시렸다. 짚신 밑에 고추를 깔고 나니 이리저리 뛰어 다니면 이내 온기를 느낄 수 있었던 것이다. 그러던 어느 날 이 음식을 한 번 먹어 볼 생각을 하게 된 것이다. 그때까지의 기능은 접어두고 고추를 음식 속에 넣어 매콤하면서도 화끈한 맛을 느끼고 싶었던 것이다. 이렇게 우리 조상들은 늘 또 다른 가치를 찾고자 노력하였다.

창의적인 제품은 뛰어난 생각을 바탕으로 전혀 상상하지 못한 제품이 나오는 경우를 말하기도 하지만 다른 제품을 모방을 하거나 한 가지 기능을 삭제한 것일 수도 있다. 또 경우에 따라서는 다른 기능과 혼합시키는 방법으로도 얼마든지 만들어 낼 수 있는 일이다.

모디슈머의 선구자, 백세주

국순당의 백세주가 소개된 지 얼마 되지 않아 사람들은 백세주 대신 오십세주를 만들어 먹기 시작했다. 백세주에 소주를 반 정도 섞어 오십세주에 해당하는

새로운 제품을 만들어낸 것이다. 많은 사람들이 이런 시도에 동참했고 백세주 판매에 일등공신이 되기도 했다. 지금 돌아보니 이것이 오늘날 우리가 이야기하고 있는 모디슈머의 선구자 역할을 한 것이 아닌가, 하는 생각이 든다.

최근에는 식품 제조회사가 제시하는 방식대로 음식을 조리하는 것이 아니라 구매자의 의지에 따라 자기만의 방식으로 제품을 활용하는 소비자들이 나타났으며 이런 트렌드는 무섭게 전파되어 상당히 보편화되기에 이르렀다. 이처럼 행동하는 무리들을 Modify(수정하다, 바꾸다)와 Consumer(소비자)의 합성어인 모디슈머(Modisumer)라 부르기 시작하였다. 예를 들어 라면을 선택한 소비자가 자신만의 기호에 맞게 조리법을 색다르게 바꿔서 즐기는 것이 이에 해당된다. 라면 포장지 뒷면에 상세하게 제공된 조리법을 지키지 않고 순서를 바꾸거나 색다른 맛을 내는 또 다른 식재료를 첨가하고 어울릴 것 같지 않은 서로 다른 2개 제품을 하나로 혼합시켜서 조리법을 창조해내는 것이다.

라면과 시리얼의 다양한 변신

푸드 모디슈머들이 가장 편하게 그리고 다양하게 시도했던 음식은 다름 아닌 라면이다. 다양한 종류의 라면 제품이 소개되었지만 그것으로 만족하지 않고 또 다른 방법을 찾았던 것이다. 이들은 서로 다른 라면 2개를 활용해 완전히 새로운 제품을 만들어 냈는데 그중에는 너볶이(너구리+떡볶이), 짜파구리(짜파게티+너구리), 왕구리(왕뚜껑+너구리), 오파게티(오징어짬뽕+짜파게티), 신파게티(신라면+짜파게티) 등이 있다. 이처럼 짜파게티를 대상으로 다른 제품과 혼합하여 새로운 조리법을 찾다보니 시장에서 크게 환영받지 못했던 짜파게티 제품이 안성탕면을 제치고 넘버 2 브랜드로 발돋움하는 계기가 되었다. 이처럼 대중적인 음식에 창의적인 아이디어를 접목하여 음식점이나 레스토랑에서 접하기 어려운 음식을 만들어 먹는다면 값이 저렴하다는 인식을 떨쳐 버릴 수가 있는 것이다.

라면을 중심으로 펼쳐졌던 모디슈머의 활동은 점차 그 영역을 확대하기에 이르렀다. 음료나 즉석밥, 안동찜닭, 만두 등으로까지 확대되었고 아침 식사로 선택하는 시리얼도 단순한 시리얼의 범주를 넘어서 모디슈머의 각광을 받는 식품으로 떠올랐다. 시리얼은 보통 우유와 함께 먹지만 요거트나 크림수프, 샐러드, 과일, 분말 형태의 건강기능식품 등과 섞는 조리법들

도 생겨난 것이다.

어떻게 전파됐을까?

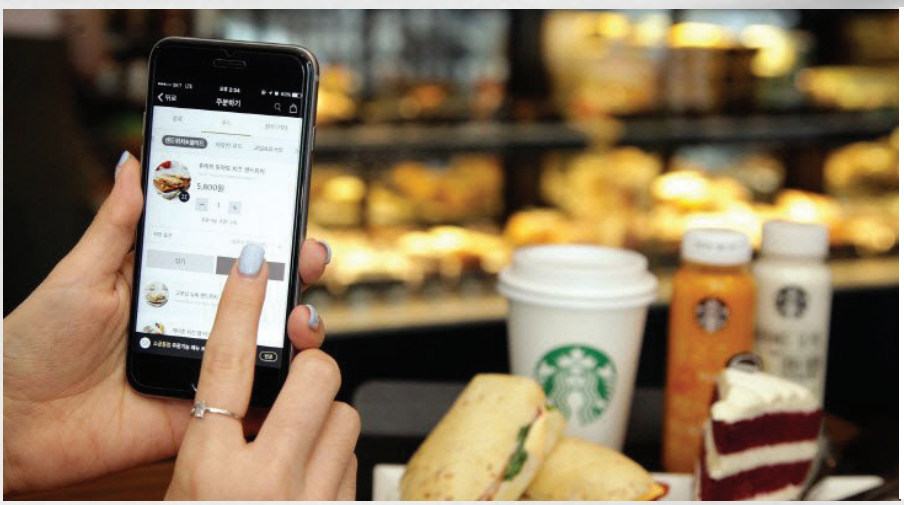
스마트폰의 보급은 우리들의 생활을 단조롭게 만들어 타인과의 소통이 많이 줄어든 면이 없지 않다. 서로 만나지 않고도 스마트폰으로 충분히 교감을 나눌 수 있기 때문이다. 그런 면에서 볼 때 자신이 발견한 정보를 SNS를 통해서 타인과 공유하거나 혹은 자신만의 취미나 여가로 즐기려는 경향이 높아지고 있어 이러한 창의적인 정보는 빠르게 전파되고 있다.

모디슈머가 열풍을 일으켰던 매체는 SNS지만 이에 못지않게 TV 또한 다양한 먹방 프로그램들로 그 가능성을 열었다. 음식을 이렇게 먹는 방법도 있구나, 하는 다양한 정보를 보여주었기 때문에 자신만의 독특한 조리법을 공개하는 소비자가 늘어나는 계기가 됐다. TV에 등장하는 연예인들이 모디슈머의 역할을 대신하는 활동을 보여준 것 또한 이런 문화가 빠른 속도로 확산될 수 있는 데 일조했다. 모디슈머가 제안한 독특한 조리법은 마케팅에 활용되고 있으며 제품을 판매하면서 소비자로 하여금 다양한 선택을 할 수 있다는 분위기가 만들어졌다. 새로운 유형의 소비자들이 새로운 소비 세력으로 떠올라 식품산업의 마케팅 분야까지 영향을 미치고 있는 것이다.

모디슈머에 맞춰 변화하는 외식산업

스타벅스의 '사이렌 오더'는 개인의 취향에 맞춰 식음료를 선택하는 방식으로 자신의 위치에서 5분 이내에 도착 가능한 매장을 통해 주문이 가능하다. 시럽이나 휘핑크림, 우유(무지방, 저지방, 일반우유)나 두유 등을 선택하여 각자 취향에 맞게 주문할 수 있으며 준비 상태를 실시간으로 확인하고 도착과 동시에 바로 가지고 갈 수 있게끔 처리되는 시스템이다. 물론 많은 양의 주문도 소화할 수 있다. 메뉴가 다양하고 옵션이 여러 가지라 할지라도 빠르게 처리할 수 있다는 장점이 있으며 다양한 옵션을 핸드폰 앱에 저장하였다가 사용할 수 있기 때문에 까다로운 입맛을 지닌 소비자들의 호응이 이어지고 있다. 매장 입장에서도 마케팅 효과를 극대화할 수 있다는 장점이 있다.

버거킹과 맥도날드의 경우도 마찬가지다. 최근에는 킹베이컨머핀 세트나 베이컨토마토머핀 세트를 주문한 후 해쉬브라운을 통째로 얹어 케첩을 뿌려 다시 버거 모양을 만들어 먹는 방법이 소개된 바 있다. 매장에서 판매되고 있는 제품은 아니지만 나만의 새로운 메뉴를 창출하여 남들과는 다른 식사를 할 수 있는 기쁨을 누리는 것이다. 이런 메뉴 형태는 네티즌들 사이에서 패스트푸드점에 가서 만들어 먹고 싶은 최고의 메뉴로 알려지기도 하였다. 또 유명 개그맨들이 공개하면서 알려진 엽기떡볶이와 튀김만두의 조리법도 있다. 튀김만두의 반을 잘라 안쪽에 떡볶이 국물을 조금 넣고 꼬치를 함께 넣어 먹으면 바삭바삭한 튀김의 느낌과 매콤한 떡볶이 국물을 동시에 느껴볼 수 있다. 모디슈머 문화는 조화를 이룰 수 없다고 생



각한 전혀 다른 물성이나 맛을 한꺼번에 맛볼 수 있는 식품들이 무궁무진하게 탄생할 수 있다는 점을 시사하고 있다.

모디슈머에서 모디듀서까지

항상 색다른 맛과 조직감을 제공하기 어려운 식품산업체 입장에서는 새로운 제품을 개발하지 않고도 신제품을 개발하는 효과를 기대할 수 있다. 이런 푸드 모디슈머가 펼쳐내는 다양한 메뉴를 여러 채널을 통하여 보급하고 알릴 수 있다면 그것이 바로 신제품 개발이 될 수 있기 때문이다. 뿐만 아니라 매출에도 영향을 미칠 수 있기 때문에 앞으로도 이런 형태의 트렌드는 빠르게 확산되리라 여겨진다.

식품제조 판매업도 마찬가지다. 이를테면 따뜻하고 바삭바삭한 피자를 원하는 고객을 위해 매장에서 만들어 배달하는 것이 아니라 일단 초벌구이 상태로 만든 후 배달하는 차안에서 도착 3분 전에 오븐에서 굽는 방법이 있을 수 있다. 집에서도 매장에서처럼 따뜻하면서 바삭바삭한 피자를 맛볼 수 있는 것이다. 이런 푸드 모디슈머의 활동은 비단 식품에만 국한되는 것이 아니며 화장품이나 서비스 분야 등 다양한 분야로 확대되고 있다. 또 한편으로 식품 제조업이 소비자의 구미에 맞추어진 제조방식을 선택함으로써 모디듀서(Modify + Producer)라 불리는, 기존 제조 방식을 뛰어 넘는 변형된 형태의 시장이 탄생할 수도 있을 것이다.

2017년 봄은 식품 안전 '스마일'

안전한 먹거리를 생산·유통하는 것은 그 사회 발전 수준의 바로미터가 된다. 식품 안전의 날을 맞아 공기관과 기업의 식품 안전 관련 뉴스를 모아봤다. 가공식품에 쓰인 감미료 첨가물이 모두 안전 수준이라는 반가운 뉴스가 눈에 띈다.

충청대 식품영양외식학부 학생 국제요리대회 대상

충청대학교 식품영양외식학부 학생들이 국제요리경연대회에서 대상인 농림축산식품부장관상을 받았다. 충청대는 5월 18~21일까지 서울 양재동 aT센터에서 열린 '2017대한민국 국제요리 & 제과경연대회'에서 식품영양외식학부 호텔외식조리전공 1학년 임승연·김경훈·류승렬·윤세미 학생이 라이브 쌀 요리 부문에서 대상을 차지했다고 밝혔다.

한국식품안전관리인증원, 제주대와 말산업 협약

한국식품안전관리인증원(HACCP인증원)과 제주대 말6차산업창의인재양성지원단(말6차산업지원단)은 식품위생과 기술지원에 필요한 연구, 기술개발 자문, 교육 등의 분야에 대한 협력을 강화해 나가기로 했다. 양 기관은 이번 협약을 통해 안전한 먹거리와 인재양성을 위해 상호 보유자원의 교류 등 긴밀히 협력관계를 맺기로 했다.

식약처, 방글라데시 식품안전관리자 초청 연수

식품의약품안전처가 방글라데시 식품분야 공무원 15명을 초청해 17일부터 28일까지 2주간 우리나라 식품안전관리체계에 대한 교육 과정을 운영했다. 식약처에 따르면 이번 교육과정은 OECD(경제개발협력기구)가 지정한 개발도상국 등을 대상이다. 경제발전과 복지증진을 목적으로 하는 공적개발협력(ODA) 사업의 일환이며 지난해 10월에 이어 두 번째로 추진됐다.

“식중독을 막아라” 농협유통, 매주 ‘식품 안전 점검의 날’ 개최

농협하나로마트를 운영하고 있는 농협유통이 매주 수요일 ‘식품 안전 점검의 날’을 운영하고 식중독 예방관리, 원산지 점검, 유통기한 확인 등 식품안전 점검을 실시한다고 밝혔다. 농협유통은 매주 점검일을 지정해 초밥, 족발, 순대 등 즉석섭취식품 20여 개 품목을 무작위로 수거해 대장균, 황색포도상구균, 살모넬라균 등 식중독균 오염 여부 검사를 실시하고 있다

롯데푸드-11번가, 분유·HMR 등 식품 공동 마케팅 강화

롯데푸드와 11번가가 제휴 파트너십을 맺고 분유, HMR 등 식품 공동 마케팅을 강화하기로 했다. 이번 조약 체결을 통해 양사는 분유, HMR, 아이스크림, 우유, 선물세트 등 다양한 식품 마케팅을 강화할 계획이다. 롯데푸드는 전용 상품 개발, 프로모션 등 차별화된 콘텐츠를 11번가와 제공하고 11번가는 온라인몰 마케팅 노하우를 활용해 판매 활성화에 나선다.

건강기능식품 안전관리 강화한다

식품의약품안전처는 ‘건강기능식품에 관한 법률’ 시행규칙을 지난 4월 7일 개정·공포했다.

주요 내용으로는 먼저 소비자 20명 이상이 동일한 건강기능식품을 섭취하고 동일한 이상사례가 발생했을 때 해당 제품과 제조시설에 위생검사를 요청할 수 있도록 하는 ‘소비자 위생검사 요청제’의 신청방법과 처리 절차를 구체적으로 마련했다.

식품안전관리 ‘HACCP’교육, 단체급식 영양사·조리사 확대

한국식품안전관리인증원(원장 장기윤, 이하 HACCP인증원)은 지난 5월 6일 HACCP인증원 대전지원 교육장에서 공군 급식관계자를 대상으로 ‘HACCP Academy’ 교육을 개최했다고 밝혔다. 이번 교육은 영양사 및 조리사 등 공군 급식관계자 40명이 참석한 가운데 군급식소 식품위생관리에 대한 교육과 HACCP 체험관 견학 등으로 진행됐다.

과자·음료 등 가공식품에 쓰인 감미료, 모두 안전 수준

식품의약품안전처 식품의약품안전평가원은 설탕 대신 단맛을 내기 위해 사용하는 첨가물에 대한 안전 관리를 위해 감미료 사용 기준이 설정된 가공식품 30개 유형, 906개 제품을 대상으로 조사를 벌였다. 이 결과 243개(27%)에서 감미료가 검출됐지만, 모두 기준치 이내였다.

수도권 첫 식품산단 인천 금곡에 생긴다

인천에 식품산업단지가 들어선다. 올 연말 완공을 앞두고 있으며 수도권에서는 인천이 처음이다. 이 사업은 사업 시행자인 인천식품단지개발이 지난해 7월 인천시에 산업단지계획 승인 신청을 낸 이후 현재 환경영향평가를 마친 상태며, 산업단지계획심의위원회의 심의를 거쳐 승인될 예정이다.

거창군 식품안전관리 전국 우수

거창군이 식품의약품안전처 주관 '식품안전의 날 기념식'에서 2017년 식품안전관리 전국 우수기관으로 선정돼 표창장을 받았다. 식품안전관리를 위한 위생업소 점검률 및 적발률과 소비자식품위생감시원 활동지수, 1399 민원 기한 내 처리비율 등의 기초 위생관리 분야, 정부 주요시책, 푸드트럭 관련 조례 제·개정 분야 등 전반에 걸쳐 높은 점수를 받았다.

미래소비자포럼… 소비자 식품 안전 "안심을 포함한 개념 필요"

'47차 미래소비자포럼'에서 '식품안전행정과 소비자 보호'라는 주제로 정책토론회가 진행됐다. 개회사에서 김상희 더불어민주당 의원은 "과거에는 식품 그 자체에 심혈을 기울였으나 점차 식품의 질과 먹는 방법 등 안정성이 중요한 시대가 됐다"며 "원재료의 생산부터 조리 및 가공에 이르기까지 식품의 안전관리가 중요한 문제"라고 강조했다.

'서울푸드 2017' 성료, 국내외 식품산업 트렌드 '한눈에'

KOTRA(대한무역투자진흥공사) 주최로 지난 16~19일 킨텍스에서 개최된 '서울푸드 2017'가 성황리에 막을 내렸다. 이번 박람회에서는 식품기기분야, 국제식품, 국내식품 등의 다양한 업계 제품이 전시됐으며 부대행사로 진행된 전문가 세미나는 업계 관계자들로부터 호평을 받았다.

'식품·외식산업 논문경진대회' 농식품부·유통공사, 8월까지 접수

식품·외식산업에 대한 젊은 층의 참여와 관심도를 높이기 위해 대학생을 대상으로 한 '제1회 식품·외식산업 논문경진대회'를 개최한다고 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사가 최근 밝혔다. 이번 경진대회는 전국의 대학생(개인 또는 4인 이내 팀)이 대상이며, 8월 말까지 논문 공모·접수, 9월 서류심사, 10월 발표심사 및 시상 등의 일정으로 진행된다

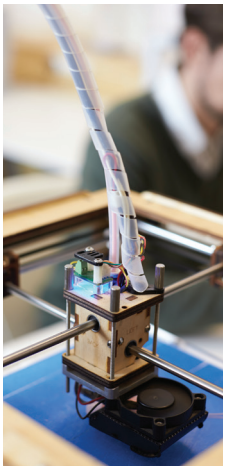
aT 식품·외식기업-농산물 계약재배 거래확대 MOU 체결

한국농수산식품유통공사는 식품·외식 관련 협회 및 생산·유통 대표조직과 함께 상생협력 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 MOU는 aT가 (사)한국외식산업경영연구원, (사)대한민국김치협회, (사)한국외식산업협회, (사)한국프랜차이즈산업협회 등 생산자와 식품·외식업체 간 상호 협력체계를 구축함으로써 우리 농산물 직거래를 활성화하기 위한 것이다.

고령친화식품 시장 규모 5년 사이 54.8% 증가

농림축산식품부(장관 김재수, 이하 농식품부)와 한국농수산식품유통공사(사장 여인홍)는 고령친화식품 시장에 대한 시장 분석 보고서를 발간하였다. 우리나라는 세계에서 유래를 찾아볼 수 없을 정도로 고령화가 진행되고 있다. 통계청 추계에 따르면 '17년 말 또는 '18년 초에 고령화 비중이 14%를 넘어서는 고령사회로 접어들 것으로 예상되고 있다.

글 국립농업과학원 이현동 | **참고 사진 출처** 국제 바이오 프린팅 저널 2015 Vol.1



4차 산업혁명은 식품가공을 어떻게 견인할까?

3D 프린터는 2016년 세계경제포럼(WEF)이 발표한 미래 10대기술에 포함되었고, 국·내외 주요 연구 기관들이 주목하는 미래 유망 기술이기도 하다. 버락 오바마 미국 대통령은 "3D 프린터는 앞으로 모든 분야의 생산방식을 바꿀 만한 잠재력을 가진 혁신적인 기술"이라고 언급하면서 관련 산업의 관심을 집중시켰다. 앞에서 언급된 '모든 분야'에는 건강과 밀접한 관련이 있는 바이오, 식품산업 분야도 포함된다. 개인의 기호, 건강상태 등에 따라 나만의 맞춤형 제품을 만들 수 있는 '3D 푸드 프린터'는 식품 가공 분야에 새로운 변화를 가져올 것이다.

3D 프린터란?

입체를 출력하는 3D 프린터의 작동 방식은 일반 잉크젯 프린터와 같이 X, Y 좌표로 구성된 2차원 평면 정보를 얇은 층으로 출력하는 작업을 Y축을 따라 반복적으로 수행한다. 2차원으로 인쇄된 얇은 층을 차곡차곡 쌓을 때 소결, 증착 등의 접착과정을 거쳐 3차원 입체물로 조형하게 된다. 3D 프린터의 기본 작동 원리는 잉크젯 프린터와 유사하지만 분사에 사용하는 재료와 출력물의 형태에서 큰 차이가 있다. 일반 프린터가 한글, 오피스, pdf 등의 문서 파일을 종이 또는 플라스틱 필름 등에 분사해 2차원 평면 출력물을 만든다면 3D 프린터는 스캐닝 또는 캐드로 작업한 3차원 설계도면의 정보를 고체, 액체, 분말 등으로 조형해 3차원 입체 출력물 제작한다.

3D 프린팅 방식은 사용되는 재료에 따라 고체 기반(Solid base), 액체 기반(Liquid base), 분말 기반(Powder base), 시트형태 기반(Sheet type base)으로 구분할 수 있다. 또 각각의 재료를 조형하는 출력방식에 따라 고체재료를 사용하는 방식은 FFF(Fused Filament Fabrication), FDM(Fused Deposition Modeling), MJM(Multi-Jet Modeling), 3DP(3D Dimensional Printing) 등으로 나누고 액체재료를 사용하는 방식은 SLA(Stereo Lithography Apparatus), Poly Jet(Photopolymer Jetting Technology), DLP(Digital Light Processing) 등으로 구분한다. 분말재료를 사용하는 방식에는 SLS(Selective Laser Sintering), DMLS(Direct Metal Laser Sintering), DMP(Direct Metal Printing), DMT(Direct Metal

그림. 3D 프린팅을 통한 제조 프로세스(출처 : KEIT PD Issue Report, 2016.6)

표1. 3D 프린터 재료와 출력방식에 따른 분류와 특징

재 료		재 료
고체재료 (Solid Base)	FDM	•열에 녹는 고체 모델재료와 수용성인 서포트 재료를 압출헤드에서 가열하여 얇은 층으로 출력하고 적층하여 조형 •조형 후 서포트 재료를 제거하면 3D 모델이 제작됨
	FFF	•열가소성 수지를 녹여서 압출해 적층하는 조형 방식으로 FDM특허가 만료되어 오픈소스를 기반으로 발전한 멘델 방식 3D 프린팅
	MJM	•프린트 헤드에서 모델 재료(Acrylic Photopolymer)와 서포트 재료(Wax)를 잉크젯 프린터처럼 동시에 분사하여 자외선으로 경화시켜가면서 한 층씩 적층하여 조형
	3DP	•고체 상태의 왁스재료를 하나의 프린트 헤드에 두 개의 프린트 노즐을 사용하여 각각 모델용 재료와 서포트용 재료를 분사하여 적층하여 조형
액체재료 (Liquid Base)	SLA	•광경화성 수지가 들어 있는 수조에 레이저를 주사하여 한 층 한 층 경화시켜 조형 •액체재료 기반에서 가장 대표적인 Rapid Prototype System
	Poly Jet	•액상의 광경화성 수지를 수백 개의 노즐로 토출시키고 자외선으로 동시에 경화시켜가며 조형 •잉크젯 기술과 광경화성 수지 기술이 결합된 3차원 플랫폼
	DLP	•광경화성수지 재료를 DLP 프로젝터에서 투영한 광선으로 조형 •현존하는 3D 프린팅 기술 중에서 가장 고정밀도의 제품 제작 가능
분말재료 (Powder Base)	SLS	•레이저빔으로 분말 상태의 소결제를 포함한 플라스틱, 유리, 모래, 금속 등의 소재를 녹여서 조형
	DMLS	•금속분말을 레이저로 소결하여 사용하는 기술
	DMP	•금속분말을 소결하고 적층하여 조형하는 방식
	DMT	•고출력 레이저를 이용하여 금속분말을 증착하기 때문에 복잡한 형상도 조형 가능
	PBP	•프린터 헤드의 노즐을 통해 액체 접착제를 분말 재료에 분사하여 출력물을 조형 •잉크젯 프린터 원리를 응용한 기술로 조형 후 분말제거 및 별도 표면처리 필요
시트형태 재료 (Sheet type base)	LOM	•종이 또는 PVC 재질 시트를 CO_2레이저로 정밀하게 재단하고 열로 접착하여 3D 모델 제작
	SDL	•일반적으로 사용하는 A4용지로 3D 프린팅 가능 •재료비는 저렴하나 초기 장비 도입 비용이 고가
	PSL	•얇은 플라스틱 시트를 적층하여 3차원 모델을 조형하는 방식 •경제적인 시스템으로 PVC 재질 시트는 강도가 높아 시제품 제작에 활용 가능
	PLT	•종이 용지를 절단 및 적층하는 공법으로 정밀한 입체 모델 제작 •콤팩트 디자인, 전•후처리 간편, 유지비 저렴, 무공해

Tooling), PBP(Powser Bed Printing)가 있고 종이, 시트 등의 재료를 이용하는 방식은 LOM(Laminated object Manufacturing), SDL(Selective Deposition Lamination), PSL(Plastic Sheet Lamination), PLT(Paper Lamination Technology) 등으로 분류한다. 표1은 소재형태(고체, 액체, 분말, 시트 등)와 출력방식(압출, 소결, 경화, 분사 등)에 따른 특징을 정리한 것이다.

3D 프린터로 진화하는 식품가공

식품을 기계 장치로 출력하는 장면을 SF 영화에서 한 번쯤 접해본 경험이 있을 것이다. 영화 속 기술은 사용자가 직접 자신만의 맞춤형 제품을 만들 수 있다는 가능성을 식품가공에 적용할 수 있음을 보여 준다. 현재 개발된 3D 식품 프린터는 바이오 프린팅 기술을 사용하고 있다. 바이오 프린팅은 탄수화물, 단백질, 지방, 무기질 등을 함유한 가공된 식품 원료와 식품 첨가물의 일종인 바이오 합성재료를 이용하여 입체적으로 조형하는 기술이다.

국제 바이오 프린팅 저널(2015 Vol.1)은 3D 식품 프린팅에 사용되는 재료를 크게 3가지 범주로 구분하고 있다. 첫 번째는 인쇄 가능한 식품재료(Natively Printable Materials)로 하이드로젤, 케이크용 녹인 설탕, 치즈, 초콜릿, 파스타용 반죽 등이 포함된다. 이들 재료는 주사기를 이용하여 부드럽게 압출 가능한 특징을 지닌다. 설탕, 녹말, 으깬 감자의 혼합 분말과 접착 재료를 이용해 적층하여 3D 프린터로 식품을 조형하는 실험도 진행되었다. 인쇄 가능한 식품재료는 맛, 영양, 조직감 등 고객 맞춤형 3D 프린팅 식품을 제작하기 쉽다. 나아가 의료용 또는 우주 식품에 응용할 수 있을 것으로 기대되고 있다.

두 번째는 인쇄 불가능 식품재료(Non-Printable Food Materials)로 우리가 일상적으로 섭취하는 쌀, 고기, 과일, 채소 등의 전통적인 식품재료로 이는 3D

커피용 설탕 3D 조형물

3D 식품 프린터

식품 프린터로 조형할 수 없다. 다만 하이드로 콜로이드 겔과 같은 첨가물을 이용하고 조리방법을 변형하여 우리가 먹는 것과 유사한 형태인, 고체 또는 고체와 액체의 중간 형태로 조형하는 것이 시도되고 있다. 현재는 인쇄 불가능 식품재료를 해결하기 위해 전통적인 식품재료의 질감과 풍미를 구현할 수 있는 식품첨가물을 이용하는 방향으로 연구가 진행되고 있다.

마지막으로 대체 식품재료(Alternative Ingredients)가 있는데 식용곤충과 같이 외형 때문에 사람들이 먹기를 꺼리는 식품들이다. 이들의 맛을 살려 줄 수 있는 재료와 혼합하고 보기 좋은 형태로 만들어 거부감 없이 맛있게 먹을 수 있도록 하는 것이다. 'Insects Au Gratin' 프로젝트에서 Susanna Sores와 일원들은 곤충 가루, 부드러운 치즈 등을 혼합하여 단백질이 풍부하고 맛있어 보이는 음식을 3D 프린터로 압출하여 만들었다. 이렇게 여러 가지 이유로 소비되기 어려운 식품재료를 3D 프린터 재료로 만드는 것은 전 세계 식량난의 해결책이 될 수 있을 것이다.

3D 식품 프린팅의 출력 방식은 앞서 설명한 산업용 3D 프린터에서 분류된 SAS, FDM, Inkjet 방식 등을 적용하고 있고 식품재료의 성질이나 형태가 달라지면 이에 적합한 원리 및 방식을 적용하여 기계적인 플랫폼을 구성하게 된다. 먼저 선택적 소결(Selective Sintering Technology) 방식은 설탕이나 설탕이 다량 함유된 분말을 재료로 이용하고 소결 열원으로는 열풍 또는 레이저를 이용하게 된다. 이 방식은 식품을 다양한 형태로 후가공을 하지 않고 짧은 시간에 조형할 수 있다. 가열 용융 압출(Hot melt extrusion)

3D 식품 프린터 출력방식 모식도

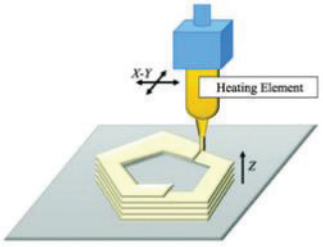


Figure 3. Hot-melt extrusion (FDM)

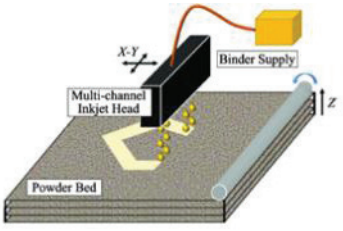


Figure 4. Powder bed binder jetting

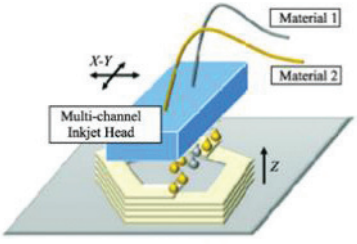


Figure 5. Inkjet Printing

방식은 일반 3D 프린터의 FDM (Fused Deposition Modeling)방식과 같은 조형 원리인데, 3D 프린터 헤드에서 융점 보다 약간 높게 용융된 반고체 식품 재료를 압출하고, 압출 직후에 즉시 응고되어 이전에 출력된 층과 융합된 3차원 출력물을 얻게 된다. 이 방식은 재료가 잘 녹는 성질인 초콜릿 제품 가공에 적용하기 매우 좋은 방법이다. MIT 연구팀에서는 'digital chocolatier'라는 초콜릿 가공용 프로토 타입 3D 식품 프린터를 만들기도 하였다. FDM방식을 채택한 3D 식품 프린터의 특징은 크기가 소형이며 유지비용이 저렴하다는 것이다. 파우더 베드 프린팅(PBP•Powder Bed Printing) 방식은 설탕이 함유된 분말 재료에 프린터 헤드의 노즐로 접착제(물)를 분사하여 분말재료를 단단하게 결합시키고 이러한 작업을 반복하여 한 층 한 층 쌓아서 입체 식품으로 조형하게 된다. 복잡한 형태도 출력이 가능하여 결혼식 또는 행사용 케이크 제작에 활용된다. 그러나 출력된 식품은 높은 설탕 함량으로 표면이 거칠고, 출력물의 강도를 높이기 위해 고온 처리와 같은 후가공이 필요하다. 마지막으로 잉크젯 프린팅(Inkjet printing)은 전통적인 잉크젯 인쇄방식을 식품 조형에 적용한 것이다. 주사기 형태의 프린터 헤드를 멀티 채널로 구성하여 여러 가지 식품재료를 작은 방울 또는 가는 물줄기 방식으로 분사하여 식품을 출력하게 된다. 쿠키, 케이크, 페이스트리와 같은 식품을 잉크젯 방식 3d 식품 프린터로 가공할 수 있다.

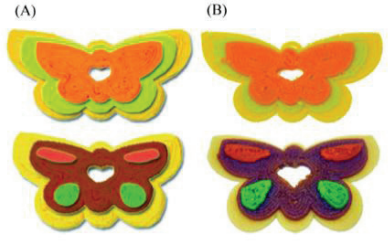


Figure 6. (A) Multi-material food design (B) Fabricated food samples

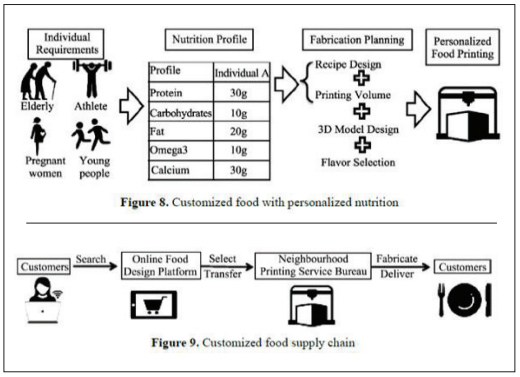


Figure 8. Customized food with personalized nutrition

Figure 9. Customized food supply chain

맞춤형 식품가공에 3D 식품 프린터 적용
(출처 : http://www.emergemagazine.ca/2014/3d-printed-food/)

식품산업과 3D 프린터의 전망

3D 식품 프린터는 식품 가공 분야에 새로운 기술로 인식되고 있고 연구개발 분야에서 다양한 시도가 진행되고 있다. 또 일부지만 상용화 제품이 출시되고 있기도 하다. 현재 개발된 3D 프린팅 기술은 사용할 수 있는 식품재료가 제한적이고 이에 따라 적용할 수 있는 출력방식이나 조형할 수 있는 식품이 많지 않은 실정이다. 앞으로 3D 식품 프린팅 기술이 활성화되려면 활용 용도를 명확하게 하고 플랫폼을 개발하여야 할 것이다. 예를 들면 의료용 또는 우주 식품 등 맞춤형 식품 가공의 용도로 개발될 경우에는 가정용 전자레인지와 같은 플랫폼을 가지게 될 것이고, 대량 생산체제의 식품 공장에서는 복잡한 형태의 식품을 조형하는 산업용 로봇 플랫폼 형태를 생각해 볼 수 있다. 또한 현재 3D 출력물의 제한적인 맛과 조직감을 극복할 수 있는 3D 식품 프린터용 식품재료 가공 기술도 같이 개발되어야 것이다. 농수축산물에서 유래된 식품원료를 배합하고, 식품첨가물 등을 활용하여 다양한 형태와 식감을 만들어온 식품가공 기술의 발달사를 생각하면 3D 프린터용 식품가공 기술의 발전 가능성은 매우 높다고 생각된다.

글 한국식품산업협회 | **정리** 이현미

청도식품연구소, 제2의 도약을 준비하며

모든 연구소가 설립 당시의 취지에 맞게 순항하는 것은 아니다. 어떤 기관이더라도 공과 과는 존재하기 마련, 한국식품산업협회 산하의 청도식품연구소 역시 마찬가지의 길을 걸었다. 한국과 중국의 식품 교역 징검다리 역할을 하고자 설립된 청도식품연구소. 야심차게 시작한 연구소가 대내외적인 이유로 5년여의 과정을 마무리하고 숨을 고르게 됐다. 지금이야말로 지난 시간을 돌아보고 새로운 출발을 기약해야 할 때다.

청도식품연구소의 시작

2008년 중국의 멜라민 분유 파동이 시작이었다. 중국의 젖소에게 멜라민 성분이 든 사료를 먹여 단백질 성분을 높이려 했던 것이, 일부 분유의 과도한 멜라민 성분으로 인해 수백 명의 영아들에게 결석이 생기고 일부는 사망하기도 한 것이다. 이 사건으로 전 세계에 빨간 불이 켜졌고 우리나라 역시 사정은 다르지 않았다. 식품 안전 대책 중 하나로 중국 현지에 정부가 공인하는 검사 기관을 개소하기로 한 것이다. 8개의 주요 식품 업체가 공동으로 설립하고자 했던 검사기관은 멜라민 분유 파동이 잠잠해지면서 소강기에 접어들었지만 지난한 논의 끝에 2010년 12월 현판식을 갖고 문을 열게 됐다. 그리고 2011년 8월 공식명칭 '청도한중식품공업연구유한공사'의 업무가 정식으로 시작됐다.

목표 혹은 기대효과

청도뿐 아니라 산둥성 지역에서 한국으로 수입되는 농산물을 비롯한 식품에 대해 사전 안전성 검사를 시행하고 국내에 안전한 식품을 공급하는 것이 주요 목적이었다. 식품 교역은 복잡한 수입통관 절차를 거쳐야 하는 데 이중 가장 많은 시간이 소요되는 수입통관 검사를 간소화하기 위한 이유도 큰 비중을 차지했다. 당시 중국 청도에 국내 식품 기업이 활발히 진출해 있었고 한중 FTA의 기대감이 고조된 때였기 때문에 앞으로 교역이 더 활발해지고 그 중 식품이 많은 비중을 차지할 것이라 예견했던 것이다.

청도식품연구소에서 발급한 시험성적서로 한국에서 별도의 검사 없이 수입통관이 가능해진다면 교역은 활발해지고 국내 소비자들도 안심하고 중국산 식품을 제공받을 수 있는 일석 이조의 효과를 누릴 수 있

기 때문에 기대감은 더 컸다.

지나온 과정

청도식품연구소는 초반 3년간 국고를 지원받으며 자생력을 갖추려고 다양한 사업을 추진해왔다. 최초 수입 정밀 검사(한국 통관 시 청도연구소 시험성적서로 검사면제 통관), 사전 안전 검사 (한국에 수출하려는 식품의 사전 안전검사) 등을 수행하며 다양한 노력을 기울였지만 상황은 그리 호전적이지 못했다. 검사 물량이 예상보다 적은 데다 검사 절차 자체에 한계를 경험하기도 했다. 일례로 중국의 넓은 땅 때문에 식품검사의뢰서를 제출하는 업체들이 적게는 300㎞~500㎞까지 떨어져 있어 검사 샘플을 얻는 데만 상당한 시간이 소요되기도 했던 것이다. 게다가 정부의 통관 절차 간소화에 대한 정책이 일부 표류하고 한국인 관리자와 현지 직원들간의 커뮤니케이션도 어려움을 겪었다. 사전 준비 미흡 혹은 현지 공무원 및 직원들의 특성을 제대로 파악하기 못한 결과물이 아닐 수 없다.

그리고 새로운 시작

시험, 검사 지원 업무의 한계에 부딪혀 청도식품연구소는 식품의약품안전처와 회원사의 요청으로 인해 간소화 절차를 거쳐 명맥을 유지하게 됐다. 그간의 투자와 노력들로 긍정적인 결과를 도출할 수 있도록 다시 한 번 신발끈을 고쳐 묶기로 한 것이다.

새로 출발하는 청도식품연구소는 중국 정부 기관(공상국, 세무서 등)에 업무 처리 절차를 지원하고 국내의 법률 제•개정 사항 사례에 대한 자문 역할을 모색할 것이다. 또 수출입 기업에 대한 사전 진단을 통해 식품 검증 및 홍보의 역할을 수행할 것이다. 정부, 시장, 소비자의 동향을 사전에 파악해 조사하는 것도 중요한 임무가 될 수 있다. 한국식품과학연구원의 해외 식품위생 평가기관으로서 점검과 검사업무를 지원하는 것 역시 마찬가지다.

이제 한 시기를 마무리하는 한국식품산업협회는 관련 기업과 전문가들의 다양한 의견에 귀를 기울이고 청도식품연구소가 올바른 역할을 수행할 수 있도록 최선을 다할 것이다.

※ '청도한중식품공업연구유한공사' 방향성에 대한 다양한 의견을 기다립니다.

문의 : 한국식품산업협회 (02)3470-8100

글 (주)오뚜기 강두위

(주)오뚜기, 사회공헌활동의 격을 높이다

인류의 식생활 향상에 이바지한다는 것을 경영이념으로 삼아온 오뚜기는 25년 동안 심장병 어린이 후원 사업을 통해 4,357명(2016년 12월 기준)의 새 생명을 탄생시키는 등 다양한 CSR(기업의 사회적 책임) 활동을 전개해 왔다. 또 최근에는 장애인에게 일감을 주어 자립 기반을 제공하는 한 차원 높은 사회공헌활동을 시작했다. 오뚜기의 사회공헌활동은 보여주기 위한 것이 아니라, 도움이 절실히 필요한 사람을 대상으로 지속적으로 실천하고 있다는 점에서 충분한 귀감이 될 만하다.

미래사회의 주인공은 어린이

오뚜기의 가장 대표적인 사회공헌 사업인 선천성 심장병 어린이 후원사업은 나라의 희망이며, 미래사회의 주인공이 바로 어린이라는 생각에서 시작되었다. 선천성 심장병을 앓는 어린이들은 10세 이전에 수술을 받지 못하면 생명을 잃을 위험에 처한다. 경제적인 이유로 수술을 받지 못해 고귀한 생명을 놓치는 일이 없도록 하기 위해 1992년 본격적으로 선천성 심장병 어린이 수술비 후원사업을 시작한 것이다.

오뚜기는 1992년부터 25여 년이 지난 지금까지 IMF, 장기적인 경기불황 등 갖가지 어려움들이 있었음에도 불구하고 심장병 어린이 후원을 멈추지 않았으며

오뚜기의 사랑으로 새 생명 4,000명 탄생 기념행사

밀알재단 굿윌스토어

오히려, 후원 인원을 단계적으로 늘려왔다. 1992년 매월 5명 후원을 시작으로 현재는 매월 23명의 환자에게 새 생명을 찾아주고 있다. 지난 2015년 11월에는 서울 강남구 대치동에 소재한 오뚜기센터에서 오뚜기의 후원으로 수술을 받아 완치된 어린이와 가족, 후원업체와 환자의 가교 역할을 한 한국심장재단 관계자, 오뚜기 및 관계사 임직원 등 2백여 명이 참석한 가운데 '오뚜기의 사랑으로, 새 생명 4,000명 탄생' 기념 행사를 진행했다.

장애인의 자립을 도와 자존감을 높이다

오뚜기는 지난 2012년 6월 18일부터 장애인 학교와 장애인 재활센터를 운영하는 밀알재단의 '굿윌스토어(Goodwill Store)' 송파점과 도봉점에 오뚜기가 생산하는 주요 선물세트 조립 작업 임가공을 위탁하고, 지난 10월 개점한 전주점에도 물품지원을 하고 있다. 굿윌스토어는 기업과 개인에게 생활용품이나 의류 등의 물품을 기증받은 후 장애인들이 잘 손질하여 저렴한 가격으로 판매하는 곳이다. 선물세트 임가공은 단순히 후원금을 기부해 금전적으로 도움을 주는 것이 아니라, 장애인들이 스스로 일하고 그에 대한 대가를 받아서 자립을 돕는 것이다. 장애인들에게 금전보다 더 절실한 것이 일자리라고 생각해볼 때, 많은 장애인들이 용기를 갖고 스스로 일어설 수 있게끔 일과 물품을 지원하고 그 판매수익으로 장애인들의 재활을 돕는 모범사례라 할 수 있다.

2011년 5월 개장한 굿윌스토어 송파점은 71명의 임직원 중 50명이 장애인이다. 오뚜기 선물세트 임가공 작업의 참여 인원은 장애인이 일 17명이며, 매주 수요일과 금요일 오뚜기의 임직원 25명 정도가 자원봉사활

동 형태로 자발적으로 참여한다. 이들은 임가공 작업 및 중고품 수선, 굿윌스토어 진열•판매, 장애인 점심 배식 등을 돕고 있다. 또 2013년 2월부터는 굿윌스토어 도봉점에서도 임가공 위탁 및 자원봉사활동을 진행하고 있다.

오뚜기는 선물세트 임가공 위탁을 시작으로 사내물품 기증 캠페인과 굿윌스토어 매장의 제품 기부도 병행하고 있다. 오뚜기 임직원이 기증한 물품은 장애인들이 깨끗이 손질하고 수선하여 매장에서 저렴한 가격에 판매된다.

실제 오른손이 마비되어 왼손만 사용할 수 있는 장애인 L모씨는 "그동안 제가 할 수 있는 일이 별로 없어서 상심이 컸어요. 그런데 오뚜기 참기름 선물세트 케이스에 도장을 찍는 일은 왼손으로도 할 수 있어서 정말 너무 기뻤어요." 라고 말했다. K모씨는 "부모님과 주변에 신세만 지는 것 같아서 늘 미안하고 떳떳하지 못했어요. 하지만 이제 스스로 돈을 버는 즐거움을 알게 됐어요. 일을 하면서 웃고, 웃으면 기분이 좋아지고 그래서 세상이 밝게 보여요"라고 말했다.

지역사회와 교류를 통한 가치창출

오뚜기는 지역사회와의 상생에 모범사례가 될만한 다양한 활동들을 진행하고 있다.

먼저, 지난 2004년부터 화천군의 '화천 토마토 축제'를 후원해오고 있다. 이 축제에서 오뚜기는 큰 역할을 하고 있다. '화악산 토마토축제'는 국내 제일의 토마토 산지로 자부하는 화악산 찰토마토와 지역 홍보를 위해 기획된 축제로, 건강과 재미를 한꺼번에 맛볼 수 있어 해를 거듭할수록 인기 축제로 거듭나고 있다.

또 1,000인의 스파게티 만들기는 국내 1등 토마토케첩 제조회사인 오뚜기의 후원으로 진행되어 많은 관람객들의 호응을 얻고 있다. 1,000인의 스파게티 이벤트 외에도 케첩, 스파게티소스, 마요네스, 드레싱

가족요리페스티발

오뚜기재단

화천토마토축제

등 토마토 관련 제품과 기타 소스 제품의 전시는 물론 냉면, 케첩주스 시식, 케첩 활용요리 시연회를 진행하고 있으며 축제에 필요한 케첩과 토마토 페이스트도 지원하고 있다.

오뚜기는 기업과 지자체간 상생의 대표적인 제품으로 '씻어나온 오뚜기쌀'을 판매하고 있기도 하다. 매년 꾸준히 성장하고 있는 오뚜기쌀은 전국의 주요 쌀 산지의 농민이 수확한 신선하고 품질 좋은 쌀을 충북 음성에 위치한 오뚜기 대풍공장에서 세척한 제품으로 2004년 출시했다. 특히 '씻어나온 오뚜기쌀'은 지난 2012년 4월 탄소성적표지 인증을 받은 제품으로 제품생산-수송-사용-폐기 등 전 과정에서 발생한 온실가소 배출량을 제품에 표기하고 있다. 쌀 씻는 시간과 물이 절약되며, 씻을 때 손실되는 쌀도 없어 매우 경제적이다. 또 쌀을 씻을 필요가 없기 때문에 쌀 뜨물에 의한 수질오염을 막는 혁신적인 친환경 제품이다.

다각도로 진행하는 사회공헌활동

이외에도 1996년 설립된 재단법인 오뚜기재단에서는 다양한 학술진흥사업, 장학사업을 전개하고 있다. 1997년 5개 대학 14명의 장학금 지원을 시작으로 이제까지 총 800여 명에게 50억 원의 장학금을 전달했다. 2009년에는 오뚜기 학술상을 제정했다. 연 2회 한국식품과학회와 한국식품영양과학회를 통해 식품산업 발전과 국민식생활 향상에 기여한 공로가 큰 식품 관련 교수 2명을 선정하여 상금 6천만 원을 시상해오고 있다. 현재까지 총 15명에게 시상했다. 또한 2013년부터 식품분야를 연구하는 연구자에게도 연구비를 지원하여 현재까지 총 22명에게 10억여 원의 연구비를 지원하였다. 오뚜기 관계자는 "앞으로 기업의 사회적 책임이 무엇보다 중요하다고 생각한다."며, "기업의 사회적 책임에 더 관심을 가지고 소비자에게 신뢰와 존경을 받는 기업으로 남을 수 있도록 힘쓰겠다."고 전했다.

KFIA News

「식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약서」 체결

– 한국식품산업협회, 농림축산식품부, 롯데마트와 업무협약 –

한국식품산업협회(회장 이창환)는 4월 26일(수), 베트남 호치민 롯데마트 남사이공지점에서 농림축산식품부(장관 김재수), 롯데마트(대표 김종인)와 함께 「식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약서」를 체결했다.

이번 협약식은 우리나라 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외시장에서의 인지도 제고 및 새로운 시장 개척을 위한 실질적인 홍보·마케팅 전략 수립이 목적이다. 한국산 식품브랜드가 세계인의 친구가 되겠다는 의미인 'K-FOORAND' (Food+Brand 합성어)의 성공적인 안착을 위해 민관 공동 프로젝트의 일환으로 마련된 것이다.

협약식에는 김재수 농림축산식품부장관과 이창환 한국식품산업협회장, 김종인 롯데마트 대표이사가 참석했다. 협약서의 주요내용은 ▲ 동남아시아 전반으로 식품 수출을 확산하는 新 남방정책에 상호 협력 ▲ 동남아시아 시장 식품 수출증대를 위하여 검역•비관세 장벽 해소를 위한 상호 협력 ▲ 수출 활성화에 저해되는 각종 규제 제도 개선을 위한 상호 협력 등이다.

이번 협약식에서 김재수 장관은 "한국의 농식품이 베트남 국민들의 식생활에서 가장 좋은 친구가 될 수 있도록 한국 정부의 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다. 또한 한•베트남 양국 비관세 장벽 해소에 대해서 국가적인 공감대를 형성할 수 있도록 노력하기로 했다.

이창환 협회장은 "베트남은 인구의 절반 이상이 30대 미만으로 식품시장 성장 잠재력이 큰 곳이라며, 베트남 소비자들에게 한국산 라면 두유·스낵류·조미료 등에 대해 고품질 건강식품이라는 인식을 계속 심어 나가겠다"고 설명했다.

※ K-FOORAND 참가기업(가나다순) : 농심, 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도

「제16회 식품안전의 날」 기념식 및 박람회 개최

한국식품산업협회(회장 이창환)는 5월 12일(금), 광화문광장에서 식품의약품안전처(처장 손문기), 한국소비자단체협의회(회장 강정화)와 함께 「제16회 식품안전의 날 기념식」을 개최했다.

이번 기념식은 식품안전의 중요성을 국민들에게 알리고, 건강한 식품을 만들기 위한 국민적 공감대 확산을 위해 만들어진 식품안전의 날(5월 14일)을 기념하기 위해 개최되었다. 특히 올해 처음으로 법정기념일로 지정되어 그 의미가 더욱 크다고 할 수 있다.

이번 식품안전의 날 주제는 '함께하는 식품안전, 건강한 대한민국' 이었다. 참석자 전원이 식품안전 메시지를 담은 종이비행기를 날리는 '식품안전 다짐 퍼포먼스' 등 참석자 모두가 함께 할 수 있는 다양한 퍼포먼스를 진행했다.

또한 체험형 박람회를 통해서 국민들이 식품안전을 주제로 체험하고 즐길 수 있는 대국민 축제의 장으로 마련됐다.

이창환 협회장은 축사를 통해 "식품산업의 발전에는 식품 안전이 기초가 되고 또 최우선적인 가치가 돼야 한다" 고 했으며 "이번 식품안전의 날 주제는 '함께하는 식품안전, 건강한 대한민국'이다. 주제와 같이 식품안전에 대한 중요성을 다지고 이를 기반으로 식품산업이 글로벌시장에서도 경쟁력을 갖추고 세계로 뻗어가는 계기가 됐으며 한다"고 했다.

※ 유공자 포상

식품안전의 날 유공 포상	한국맥도날드유한회사 조주연 대표, 대전광역시 서구 이경재 지방보건사무관
식품 안전관리 우수기관	광주광역시
식중독 예방관리 우수기관	울산광역시
나트륨 저감화 유공 포상	샘표식품(주), 매일식품(주), 충청남도
불량식품 근절 웹툰 공모전 우수	최건웅

회원사 동정

대상(주)

2017 봄김장 나눔 행사 개최

'종가집 봄김장 나눔' 행사는 5월 가정의 달을 앞두고 주변의 어려운 이웃을 돌아보며 따뜻한 정성을 전하고자 대상과 굿네이버스, 서울시 사회복지협의회가 함께 진행하는 사회공헌 행사다. 겨울 김장철에 담근 김치가 떨어지는 봄철, 종가집 김치와 반찬 나눔을 통해 소외계층의 영양개선을 돕고 식생활을 지원하기 위해 마련됐다. 이날 행사에는 대상 임정배 대표이사를 비롯한 임직원, 청정원 주부봉사단 등 약 200여 명과 한국에서 유학 중인 외국인 학생들이 자원봉사자로 참여했다. 참가자들은 대상 종가집의 김치와 반찬류 제품으로 구성된 나눔박스를 직접 포장하며 이웃사랑을 실천했다. 이렇게 만들어진 총 2,017개의 나눔박스는 전국 아동 그룹홈 소속 어린이와 서울시 저소득층에게 전달될 계획이다.

(주)동원F&B

동원참치, '미니언즈'와 컬래버레이션

오는 7월 '슈퍼배드3'의 극장개봉을 앞두고 '미니언즈'가 대형마트에 먼저 상륙했다. 동원F&B가 글로벌 인기 캐릭터 '미니언즈'와의 컬래버레이션을 통해 동원참치에 미니언즈를 입혔다.

이번에는 우리나라의 국민식품 브랜드라 할 수 있는 동원참치가 미니언즈와 만났다. 동원F&B는 이달부터 대형할인점과 슈퍼마켓, 편의점 등에 미니언즈 기획상품을 선보인다.

미니언즈 기획상품을 구매하면, 노란색 미니언즈 캐릭터가 그려진 틴케이스(알루미늄케이스)를 비롯해 보관용기 등을 증정한다. 미니언즈 틴케이스는 원통형과 사각형 총 13종으로, 다양한 미니언즈 캐릭터의 귀여운 얼굴이 그려져 있다.

롯데제과(주)

스위트홈 전남 영광에 5호점 건립 추진

롯데제과와 국제구호개발NGO 세이브더칠드런은 지난 4월 26일, 서울 마포에 위치한 세이브더칠드런 본사에서 '롯데제과 스위트홈(Sweet Home)' 5호점 건립을 위한 협약식을 가졌다.

올해로 5년째 이어지는 지역아동센터 '스위트홈' 건립은 빼빼로 수익금으로 이루어지며, 2013년 전북 완주 1호점을 시작으로 2호점 경북 예천, 3호점 강원도 영월, 4호점 충남 홍성으로 이어졌다. 5호점은 올해 11월에 전라남도 영광에 세워지게 된다.

'롯데제과 스위트홈'은 농어촌 지역의 아이들이 방과 후에도 안전하게 공부하고 놀 수 있도록 롯데제과와 세이브더칠드런이 함께 추진해온 사회공헌 프로젝트이다.

매일유업(주)

저출산 시대,
예비부모 32쌍 초청
베이비문 행사 개최

매일유업이 저출산 문제를 해결하기 위해 적극 나서고 있다. 매일유업은 올바른 태교 문화 확산과 예비 부모의 임신을 축하하기 위해 5월 20일부터 1박2일간 고객과 사내 직원 32쌍을 초청해 강원도 홍천의 힐리언스에서 베이비문 행사를 진행한다고 밝혔다.

이번 행사는 '부부가 함께하는 산림치유 명상', 중앙아시아 지역 유목민들의 주거 형태인 유르트에서의 '국악태교', '부부가 함께 하는 명상 요가' 등 다양한 프로그램을 제공한다.

매일유업은 지난 40년간 '앱솔루트 맘스쿨', '베이비문' 등 출산 장려와 건전한 육아문화 조성을 위해 대내외적으로 다양한 노력을 기울여 왔다.

(주)샘표식품

올해의 중견기업 대상
'장수기업 대상' 수상

우리맛 연구중심 샘표가 산업통상자원부와 한국중견기업연합회가 주최한 '제1회 올해의 중견기업 대상'에서 장수기업 부문 대상을 수상했다. 샘표는 지난 5월 8일, 서울 소공동 롯데호텔에서 열린 '올해의 중견기업 대상' 시상식에서 장수기업 부문 수상자로 선정되어, 장관상 수상의 영예를 안았다. 샘표는 1946년 창립 이래 한국의 장(醬)과 발효기술을 전문적으로 연구해, 이를 브랜드화하며 한식의 세계화에 일조한 점을 높이 평가 받았다. 또한 상생의 노사문화를 바탕으로 단 한 차례도 노사분규나 구조조정이 없었다는 점에서 노사간의 협력적인 관계를 인정받았다.

(주)오리온

꼬북칩 광고 모델로
월드스타 '싸이' 선정

오리온은 얇은 칩을 네 겹으로 겹쳐 바삭한 식감을 극대화시킨 신개념 스낵 '꼬북칩'의 광고 모델로 가수 싸이를 선정했다고 지난 5월 10일 밝혔다. 이번 광고에서 싸이는 다양한 제스처와 표정으로 네겹이 주는 바삭한 식감과 꼬북칩 패키지의 재기발랄한 이미지를 직관적으로 표현해냈다. 또한 CM송의 작사, 작곡, 노래까지 도맡아 "한 겹 줄게 네 겹 다오"라는 중독성 있는 가사와 멜로디를 통해 제품의 핵심 콘셉트를 보다 명확하게 전달한다. 싸이가 등장하는 꼬북칩 광고는 TV는 물론, 오리온 공식 페이스북, 블로그, 유튜브 등 SNS를 통해서도 배포할 예정이다.

좋은식품
이 야 기

한국식품산업협회
KOREA FOOD INDUSTRY ASSOCIATION

한국식품산업협회는 식품산업의 발전과 식품위생의 향상을 도모하고, 식품업체 상호간의 이익과 국민보건 증진을 위하여 노력하고 있습니다.