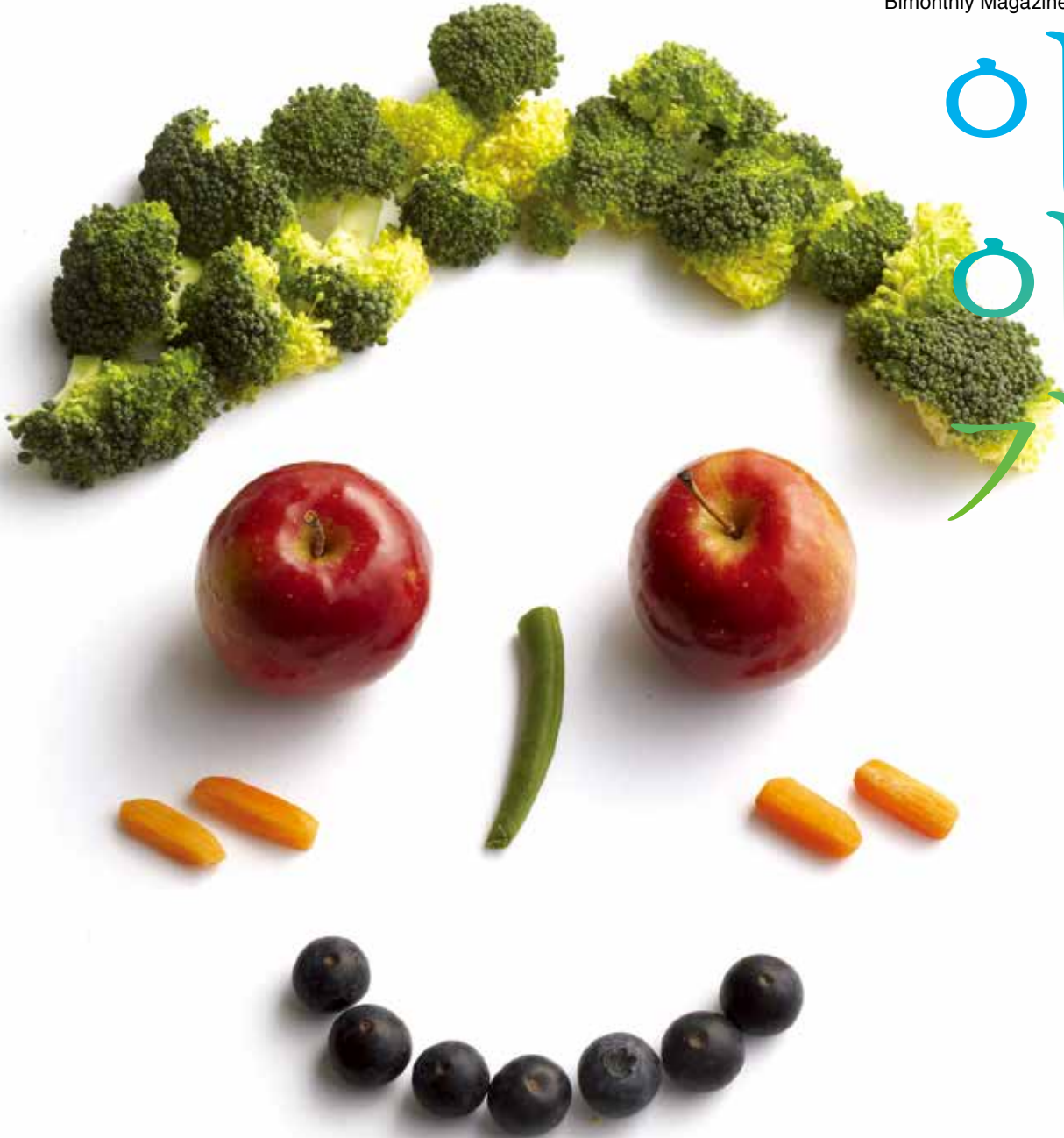


# 좋은식품

Korea Food Industry Association  
Bimonthly Magazine

# 이야기





#### 오피니언 리포트

### 끝나지 않는 하얀 전쟁, 선택할 권리가 건강한 식탁을 만든다

당·나트륨 소비량을 줄이기 위한 세계의 노력이 줄을 잇고 있다. 하얀 전쟁은 어디서 시작됐고 어떻게 진행되고 있을까. 이번 호에서는 인류와 함께해온 당·나트륨 소비의 역사를 돌아보고 건강한 식탁의 의미를 되짚어본다.



#### KFIA 칼럼

### 4차 산업혁명과 스마트공장 (Smart Factory)1 - 초연결시대의 사물인터넷(IoT)

4차 산업혁명 시대에는 ICT융복합 기술을 생산공장에 적용해 종사자에게는 쾌적한 작업환경을, 고객에게는 맞춤형 제품을 공급하는 스마트공장이 제조업의 중심이 될 것으로 전망된다.



#### 회원사는 지금

### 희망을 만드는 신세계푸드의 맛있는 동행

신세계푸드는 식품기업으로서의 특성을 살린 다양한 사회공헌 활동을 끊임없이 펼쳐왔다. 단순한 물품 지원을 넘어 수혜자의 꿈과 희망, 미래를 만들어 가는 신세계푸드의 다양한 사회공헌 프로그램을 만나 보자.

# Contents

2017 July + August Vol. 258

좋은식품 이야기

## Special Theme 이슈와 정보

- 04 **프롤로그**  
달콤 짭짤의 순환 유혹
- 06 **인포그래픽스**  
직장인 식사문화, 얼마나 변했을까?
- 08 **테마 칼럼**  
CODEX의 역할과 우리나라의 대응
- 10 **오피니언 리포트**  
끝나지 않는 하얀 전쟁, 선택할 권리가  
건강한 식탁을 만든다
- 14 **뉴스 클리핑**  
식품산업은 언제나 성장 중

## COVER STORY



### ‘웃다’

뜨거운 햇빛과 더운 바람, 길고 긴 장마. 여름은 누구에게나 가혹한 법입니다. 하지만 나무 그늘 아래 한 줄기 바람으로 웃을 수 있는 것 또한 여름이 있기 때문이겠죠?

## Insight 희망 나눔

- 18 **KFIA 칼럼**  
4차 산업혁명과 스마트공장(Smart Factory)1
- 22 **이슈 & 포커스**  
식품업계 사드 보복 조치 노심초사,  
교훈과 해결방안은?
- 26 **회원사는 지금**  
꿈과 희망, 미래를 만드는 신세계푸드의  
맛있는 동행

## Community 소통 공감

- 30 **회원사 동정**  
회원사 제품 출시 및 행사 안내

2017년 7월 20일 발간(격월간) 좋은식품 사보 통권 258호 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.


달콤

짹조름의

순환 유혹







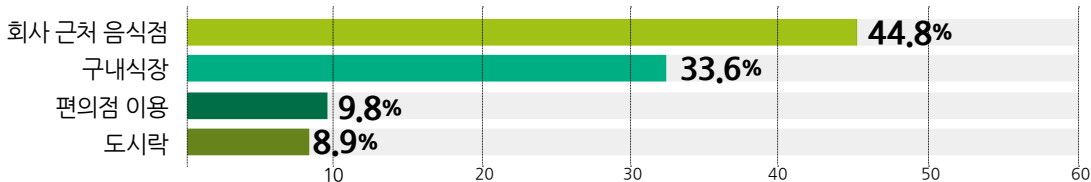
얼마나 오래됐을까요?  
먹자니 건강이 걱정이고,  
안 먹자니 혀끝에 맴도는 유혹의 맛.  
달콤한 맛 뒤에는 짠 맛이 손짓하고  
짠 맛 뒤에는 어김없이 달큰함이 그리워지는  
이 피비우스의 욕망.  
여름을 앞두고 그간의 방만함을 후회해보지만  
히얏고 매혹적인 자태를 거부하기란 쉽지 않습니다.  
그래도 너무 걱정하지는 마세요.  
누구나의 고민이 돼버린 하얀 전쟁은 앞으로도 계속될 테니  
우리도 따라가 보는 수밖에요. ☹

# 직장인 식사문화, 얼마나 변했을까?

직장인 평균 점심값이 작년에 이어 또다시 줄었다. 점심을 식당에서 사 먹기 보다는 편의점에서 해결하는 사람들이 늘어난 것이 주요 원인으로 꼽힌다. 2017년 직장인들의 식생활 문화는 얼마나 달라졌을까. 잡코리아와 알바몬이 직장인의 점심과 저녁 식사에 대해 물었다  
(1~4문항 : 직장인과 대학생 2,275명 대상 설문) / (5, 6 문항 : 직장인 899명 대상 설문)

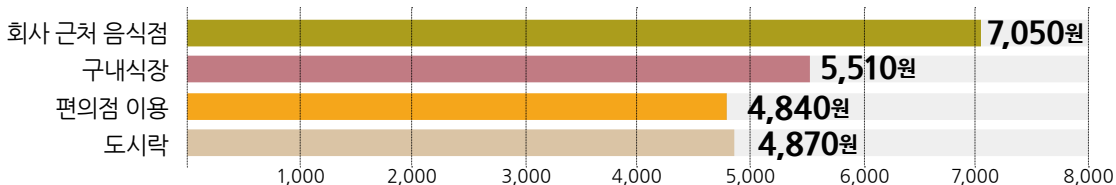


## Q1. 점심 식사를 어떻게 해결하는가?



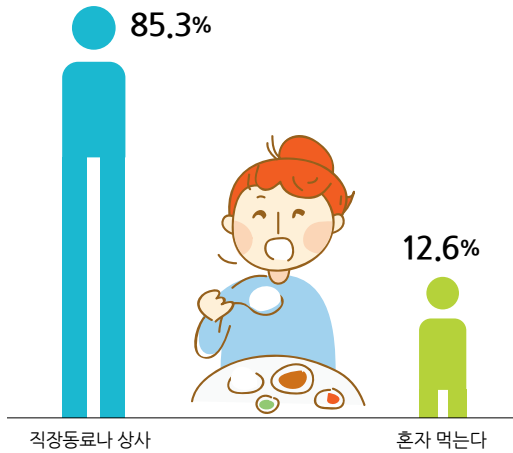
편의점 등에서 사온 음식으로 점심을 해결하는 직장인이 작년(6.1%)에 비해 3.7% 증가한 것으로 나타났다. 약 10명 중 1명에 달하는 것으로 앞으로도 증가 추세를 유지할 것으로 전망된다.

## Q2. 한 끼 평균값으로 얼마를 쓰는가?

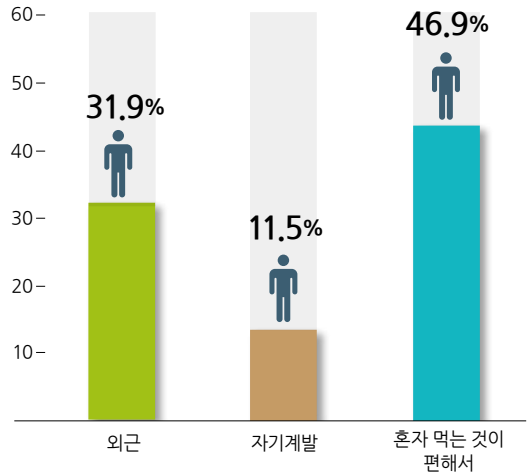


회사 근처 음식점에서 점심 식사를 하는 직장인들은 점심값으로 평균 7,050원을 사용한다고 답했다. 이는 작년(7,816원)에 비해 약 1,000원 가량 낮은 수준이다.

### Q3. 점심은 주로 누구와 먹는가?

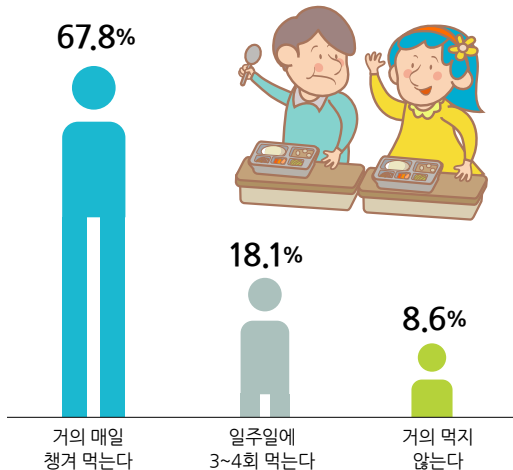


### Q4. 점심을 혼자 먹는 이유는?

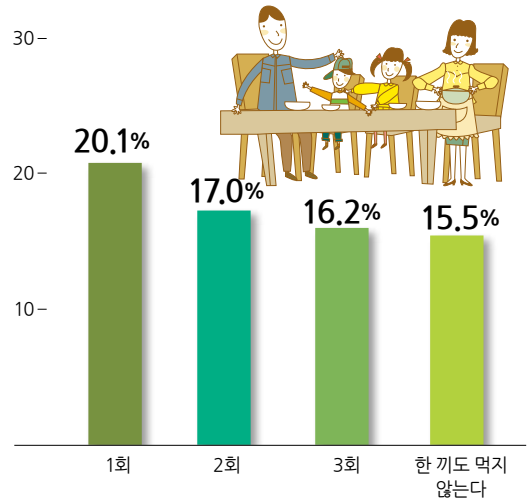


회사 근처 음식점에서 점심 식사를 해결하는 직장인들이 가장 즐겨먹는 메뉴 1위는 백반으로 복수선택 응답률 49.1%로 가장 많았다. 이어 직장인들이 자주 찾는 점심메뉴는 김치찌개(37.2%), 제육볶음(30.0%), 돈가스(24.3%), 된장찌개(22.6%), 면(21.3%), 순댓국(19.9%), 비빔밥(17.6%), 순두부찌개(16.4%), 부대찌개(14.9%) 순으로 조사됐다.

### Q5. 저녁 식사를 잘 챙겨 먹는가?



### Q6. 일주일 평균 가족과의 식사 횟수는?



저녁 식사를 한다고 답한 응답자들은 주로 '친구, 동료(44.1%)' 또는 '혼자(31.3%)' 저녁을 먹는다고 답했고 가족과 함께 먹는다는 답변은 23.5%였다.

이외에도 여유로운 저녁 시간을 맞이한다면 가족과 하고 싶은 활동이 무엇인지 물었다. (\*복수응답). 그 결과 영화, 연극 관람(53.6%)이 1위를 차지했고 식사(40.9%), 공원 및 거리 산책(35.1%), 쇼핑(14.6%) 등이 뒤를 이었다. ③

# CODEX의 역할과 우리나라의 대응

식품도 전 세계적으로 통용되는 국제기준이 있으면 얼마나 좋을까? 식품 수출을 위해 각 나라의 식품기준 규격을 찾으려고 다양한 언어로 된 홈페이지를 헤매는 사람들은 한 번쯤은 떠올려 본 생각일 것이다. 이러한 생각을 해본 사람들에게 필요한 것이 국제식품규격위원회이다. 매년 세계 각국의 대표단들이 모여, 국제적으로 통용될 수 있는 식품의 기준·규격과 지침을 정하는 국제기구가 바로 국제식품규격위원회\*(Codex Alimentarius Commission)이다.

## CODEX 기준·규격의 중요성

국제식품규격위원회에서 만드는 식품에 대한 기준·규격 모음집이 CODEX이다. 우리나라뿐만 아니라 세계 각국에서 CODEX 기준·규격을 중요하게 생각하는 이유는 국제식품규격위원회에서 설정된 식품 기준·규격이 세계무역기구(WTO)에서 식품에 대한 국제기준으로 인용되기 때문이다. 식품을 수입하는 나라는 자국의 국민과 식품산업을 보호하기 위하여 식품 기준을 엄격하게 설정하는 등 수입을 방해할 수 있는 장벽을 만든다. 이러한 행위를 방지하기 위해 WTO 회원국은 국제기준을 기초로 자국의 위생조치를 설정하도록 하는 협정을 맺었는데, 여기에서 식품의 국제기준으로 사용되는 것이 CODEX 기준·규격이다

## 국제식품규격위원회 구성

국제식품규격위원회 조직은 크게 총회·집행이사회·사무국·하부분과(일반과제 분과위원회, 식품별 분과위원회, 지역조정위원회, 정부 간 특별위원회)로 구성된다. 총회는 국제식품규격위원회 최종 의사결정기구로 매년마다 개최되며 하부분과에서 결정된 사항을 최종적으로 승인하는 역할을 한다. 집행이사회는 국제식품규격위원회 의장, 부의장, 회원국 중 대표로 선출된 회원국들이 모여 국제식품규격위원회 전반에 대한 운영사항과 총회의 진행방향을 논의한다. 사무국은 총회, 하부분과 등의 활동을 지원 하는 역할을 한다.

하부분과는 일반과제 분과위원회·식품별 분과위원회·지역조정위원회·정부 간 특별위원회로 구분된다. 일반과제



CODEX



분과위원회는 모든 식품에 적용할 수 있는 규격·지침을 설정하는 위원회로 첨가물, 식품 중 오염물질, 농약잔류, 식품위생, 식품표시 분과 등 10개 분과위원회가 있다. 식품별 분과위원회는 특정 식품에 대한 규격·지침을 마련하는 위원회로 유지류분과, 어류분과, 향신료분과, 신선과채분과 등 7개의 분과위원회가 있다. 이 외에도, 아시아 지역, 유럽 지역 등 지역 내 통용될 수 있는 규격을 개발하는 지역조정위원회와 일정 기간 동안 특정사안에 관한 규격과 지침을 마련하는 정부 간 특별위원회가 있다.



### 국제식품규격위원회 대응

식품의약품안전처는 총회와 하부분과 회의 개최 2개월 전부터 회의 참석 준비를 위한 연구회를 총 3차례 개최한다. 제1차 연구회에서는 회의에서 논의될 의제문서를 검토하고, 제2차 연구회에서는 의제에 대한 식품의약품안전처의 의견을 정한다. 마지막 제3차 연구회에서는 식품의약품안전처와 국제식품규격위원회와 관련 있는 정부기관(농림축산식품부 등)이 참석하여, 각 기관의 의견을 조율하고, 최종적으로 우리나라 의견을 결정한다.

우리나라 대표단은 회의에 참여하여 의견에 대한 문서 제출과 발언 등을 통해 우리나라 의견이 CODEX 기준·규격 설정 시 반영될 수 있도록 노력한다. 회의가 개최되지 않는 기간에는 원활한 국제식품규격위원회 대응을 위해, 상시적으로 열리는 전자작업반에 참여하여 의제 진행사항을 검토하고 있다. 또한 우리나라 식품 기업에 도움을 주고자 국제식품규격위원회 문서(기준·규격, 지침, 실행규범)를 번역하여 식품안전나라홈페이지([www.foodsafetykorea.go.kr](http://www.foodsafetykorea.go.kr))를 통해 제공하고 있다.

### 2016년 식품의약품안전처 국제식품규격위원회 활동 성과

식품의약품안전처는 적극적인 국제식품규격위원회 활동을 통해 국내 식품 기준·규격이 CODEX 기준·규격으로 채택되는 성과를 이뤘다. 제48차 식품첨가물분과에서

는 국내 면류의 프로필렌글리콜, 알긴산프로필렌글리콜 사용기준이 국제 식품 첨가물 기준으로 반영되었다. 제 48차 농약잔류분과에서는 우리나라 인삼 농약 사용실정을 반영한 농약잔류기준이 설정될 수 있도록 노력하여 인삼·건삼·인삼농축액 중 테부코나졸(살균제)의 국제 농약 잔류기준이 설정되었다.

특히 우리나라는 항생제 저감화를 전문적으로 다루는 ‘항생제 내성 정부 간 특별위원회’ 의장국으로 선출되어 향후 4년 동안(2017~2020) 전 세계 국가들이 항생제를 줄이거나 방지할 수 있는 최종지침을 마련하는 것에 주도적인 역할을 하게 된다.

### 마무리

짧게나마 국제식품규격위원회가 무엇인지, 우리나라는 이에 대한 대응을 어떻게 하고 있는지 소개하였다. 앞으로 1년 동안 총회와 하부분과 담당 연구위원이 본인이 직접 참여한 회의 참관기를 쓰고자 한다. 연구위원의 생생한 참관기를 통해, 실제 국제식품규격위원회가 어떻게 운영이 되는지, 대한민국 대표단은 회의에 참석해서 어떠한 역할을 하는지를 간접적으로나마 체험하여, CODEX가 더욱 가깝게 느껴지기를 바란다. ①

\*국제식품규격위원회는 UN 식량농업기구(FAO)와 세계보건기구(WHO)가 소비자의 건강보호와 식품교역 시 공정한 무역행위 확보를 위해 설립한 국제식품규격개발기구이다.

# 끝나지 않는 하얀 전쟁

## 선택할 권리가 건강한 식탁을 만든다

설탕, 소금의 색에서 착안해 '하얀 전쟁'이라 부를 정도로 당·나트륨 소비량을 줄이기 위한 세계의 노력이 줄을 잇고 있다. 하얀 전쟁은 어디서 시작됐고 어떻게 진행되고 있을까. 이번 호에서는 인류와 함께해온 당·나트륨 소비의 역사를 돌아보고 건강한 식탁의 의미를 되짚어본다.

### ‘단짠단짠’ 열풍, 그러나 소비는 주춤

MBC에서 방영 중인 프로그램 ‘마이 리틀 텔레비전’의 초창기, 시청자는 설탕의 단맛에 열광했다. 매일 마주하는 뉴스와 신문, 각종 교육을 통해 귀에 딱지가 앉을 정도로 설탕의 문제점을 들으며 지친 사람들에게 일종의 ‘해방구’가 되었다는 사회학적 분석이 뒤를 이었다. 그러나 설탕이 주는 단맛에 열광했던 때가 있었던가 싶을 정도로 설탕 소비는 해가 갈수록 크게 줄고 있다. 우리나라 설탕 소비량은 2013년 2,310억 원으로 정점을 찍은 이후 3년 만에 38.1% 급감한 1,430억 원으로 집계되었다. 국민 1인당 소비량도 13년 72.1g에서 16년엔 64.1g으로 줄었고 일반 소비자들이 소매로 설탕을 사는 비중은 전체 설탕 시장의 10%도 되지 않는다. 소비자들의 ‘건강한 삶’에 대한 욕구가 가져온 변화이다. 되돌리기 어려운 흐름이 되어버린, ‘건강’을 중시하는 방향으로 변화된 소비자들의 인식은 다른 영역에서도 확인할 수 있다. 바로 소금(나트륨)이다. 물론 청소년들을 중심으로 ‘단짠단짠’이 유행하고 있지만 소금(나트륨) 소비량도 뚜렷하게 감소하고 있다. 한국건강증진개발원에 따르면 2010년 4,785mg이었던 하루 나트륨 섭취량이 2015년에는 3,871mg으로 5년간 20% 가량 줄어들었다. 물론 세계보건기구 WHO의 성인 기준 하루 섭취 권고량인 2,000mg에 비하면 아직 매우 높은 수준이지만 나트륨 섭취량의 지속적인 감소는 부정하기 어려운 흐름이 되었다.

### 당·나트륨 과잉 섭취의 출발점

‘건강’을 염려하며 당류, 나트륨 소비량을 줄이려는 흐름은 어떻게 왜 시작되었을까? 우선 그 섭취가 폭발적으로 증가하게 된 흐름부터 살펴보자. 설탕, 소금 과잉 섭취는 경제적 성장, 식품산업의 발전과 궤를 같이 한다. 우리나라 1인당 설탕 섭취량은, 5kg에도 못 미치던 1950년대를 지나 70년대 경제 성장 시기에

들어서면서 급격한 증가세를 보였고 현재는 6~70kg으로 10배 이상 늘어났다. 나트륨은 대표적인 가공식품인 라면 하나만 먹어도 하루 권장량을 섭취하게 될 정도다. 즉 당·나트륨 과잉 섭취는 경제 성장이 소비 여력 증가로 이어지는 흐름 속에서 식품산업과 외식산업이 소비자 입맛을 잡기 위해 경쟁한 결과라고 볼 수 있다. 달고 짠 음식이 만들어낸 유희는 강렬했다. 어린아이들은 과일의 단맛에 설탕까지 가미된 과일 주스, 사탕 등에 익숙해졌고 어른들은 식당에서 맛본 혀끝이 아릴 정도로 짭짤한 감칠맛에 반하기 시작했다. 가족 구성원들의 바뀐 입맛에 따라 가정의 밥상도 점점 더 자극적으로 변화하기 시작했다. 더 많은 설탕, 액상당류, 조미료가 대형마트 식품코너에 진열되었고 한국 식단의 중심인 장류 등에도 많은 양의 액상당류, 나트륨이 포함됐다. 어느 사이엔가 조미료를 덜 사용한 식당 음식이나 가정 밥상은 ‘맛이 없다’라고 평가받기 시작했다. 시민들이 생각하는 보편적인 ‘맛있다’의 의미가 달고 짜고 매운, 자극적인 뜻으로 변했다는 의미다.







### 각종 질병을 몰고 온 당·나트륨 과잉 섭취

밥상의 변화는 각종 질병을 몰고 왔다. ‘입’에서 반기는 음식이 ‘몸’을 해칠 수 있다는 사실들이 드러나기 시작한 것이다. 일상적인 액상당류 섭취는 당뇨병, 비만의 원인으로 지목되었고 특히 아이들에게 그 피해가 집중되었다. 2014년 세계보건기구 WHO는 세계의 성인 당뇨병 환자가 4억 2,200만 명으로 1980년에 비해 4배 가까이 늘었다며 설탕이 지나치게 많이 함유된 음식 섭취가 세계적으로 증가한 것이 원인이라고 발표하였다. 나트륨 과다 섭취는 고혈압, 심혈관 질환과 위암 등 소화기 질환, 신장 질환의 원인으로 밝혀졌다. 당류, 나트륨이 다양한 질병의 원인임이 연달아 밝혀지고 언론에 공개되면서 시민들의 관심이 높아졌다. 시민들의 관심이나 선택의 변화가 식품산업과 법제도 변화를 촉진하는 원동력으로 작용하기 시작한 것이다. 한국야쿠르트는 ‘당 줄이기 캠페인’을 통해 야쿠르트 등 발효유에 들어가는 당을 2014년부터 지금까지 8,072톤 줄였다고 발표했다. 설탕의 빈자리를 자일리톨, 시트러스 추출물, 스테비아 등 대체 감미료가 대신하기 시작한 것이다. 기업들은 기존의 단맛을 유지하면서도 열량이 적은 감미료 개발에도 집중하는 중이다. 김치와 라면 등의 가공 식품 나트륨 함량도 대폭 감소하고 있고 건강을 위해 저염식으로 식

단을 바꾸는 사람들도 늘고 있다. 그 결과 2014년 이후 한국인의 하루 평균 나트륨 섭취량이 4년 전보다 20% 감소하면서 고혈압, 위암 등의 질병 치료로 인한 사회경제적 비용도 4년 새 12조 원 감소한 것으로 추산되고 있다.

### 설탕을 먹는데 왜 세금을 내야할까?

기업 생산 방식뿐 아니라 제도도 변화하고 있다. 설탕을 먹는 만큼 세금을 더 내야하는 ‘설탕세’를 도입하는 나라들이 늘고 있는 것이다. “설탕 먹는데 세금을?” 이라는 생각이 들 정도로 낮은 설탕세는 청량음료의 당류를 제한하기 위해 도입되고 있다. 콜라와 같은 탄산음료들은 오랫동안 과도한 설탕 사용으로 비만, 당뇨병, 심장병, 암의 원인으로 지적되어 왔다. 탄산음료는 아동, 청소년이 주 소비층이다. 아동, 청소년기의 식습관은 평생 이어질 가능성이 높고 아동비만도 급격한 증가 추세이기 때문에 세계 각국이 ‘설탕세’라는 파격적인 세금 제도를 도입하기 시작한 것이다. 2014년 세계보건기구 WHO 보고서에 따르면 비만이 직접적인 원인이 되어 숨진 사람이 2012년에만 150만 명이었고, 2014년에는 전 세계 18세 이상 성인의 1/3이 과체중 상태로 보고되고 있다. WHO는 설탕세 도입으로 질병 발생과 건강관리에 드는 비용을





줄일 수 있을 것으로 예상하고 있다. 설탕세는 기업의 반발에도 불구하고 세계보건기구 WHO의 권고에 따라 여러 나라로 확대 시행되고 있는데 프랑스는 2012년, 멕시코 2013년, 미국 캘리포니아주 버클리시는 2015년에 참여하기 시작했고 현재까지 약 20여 개국이 설탕세를 도입했거나 도입 예정이다. 2018년 4월부터 탄산음료의 설탕 함유량에 따라 설탕세를 도입하겠다고 선언한 영국의 경우 당류에서 얻는 열량이 5%만 낮아진다면 국영 의료체계인 NHS가 연 5억 파운드(약 8,333억 원)를 절약할 수 있다는 통계가 발표되기도 했다. 멕시코, 미국 버클리시의 경우 설탕세 도입 1년 만에 탄산음료 소비가 6~10% 감소하는 효과를 거두기도 했다. 우리나라는 서울시가 2015년 10월부터 공공기관 내 자판기에서 탄산음료를 제외하는 정책을 시도했고 탄산음료 대신 과일 자판기 도입을 검토하고 있다.

우리나라는 아직 세계 평균 소비량보다 적은 당류보다는 나트륨 소비량 감소에 집중하고 있는 상황이다. ‘나트륨 함량 비교 표시제’가 2017년 5월 19일부터 시작되어 내년 1월 1일부터 본격 시행될 예정이다. 식약처는 “WHO 건강 정책 1순위가 나트륨 섭취를 30% 가량 줄이는 것이고 국내 고혈압 사망 원인 1위 또한 나트륨 과섭취로 나온다”며 “기업의 책임 의식과 소비

자 알권리를 보장해 국민 건강을 증진하는 제도가 될 것”이라고 설명하고 있다.

### 더 많은 정보 제공으로 효율적인 선택을

날이 갈수록 ‘내가 먹는 것이 어떤 식품인지’ 파악한 후 선택하고자 하는 소비자들이 늘고 있다. 당류 함량 비교를 위해 각국이 신호등 표시제를 도입했었던 것처럼 나트륨 함량 비교 표시제는 분명 소비자 알 권리를 확대해 소비자 선택권을 보장하는 제도가 될 수 있다. 김치, 장류, 젓갈류 등 나트륨 함량이 높은 식품을 일상적으로 섭취하는 생활 속에서 함량을 소비자 스스로 조절하는데 좋은 기준이 되어줄 것이다. 저염 제품을 추구하는 기업의 생산 방식 변화도 지속적으로 이끌어낼 것으로 기대된다. 그러나 소비자들이 쉽게 이해할 수 있는 ‘효율적인’ 방식이 되기 위해선 보완될 점이 있다. 나트륨 표시뿐 아니라 식품 표시 글자가 작고 소비자가 이해하기 어려운 표현 방식이라는 의견이 지배적이다. 나트륨 함량의 경우 소비자가 알고 싶은 정보는 해당 식품이 1일 섭취량에 비해 어느 정도로 높은지 낮은지 직관적으로 확인할 수 있는 방식이 아닐까? QR코드는 많은 정보를 별도의 플랫폼을 통해 확인할 수 있는 장점은 있으나 스마트폰을 사용하지 않는 사람들, 노령 층에게 효과적인 방식은 아니다. 식품 정보를 포장재에서 바로 확인하고 싶은 사람들은 QR코드로 재확인해야 하는 방식을 번거롭게 생각할 것이다. 당류, 나트륨 과잉 섭취로 인한 질병들과의 ‘하얀 전쟁’을 끝낼 수 있는 단초는 소비자에게 더 많은 정보가 투명하게 제공되는 것에 있다. 기업이 난색을 표했던 저당, 저염식이 거스를 수 없는 시대 흐름이 된 시작점에 당·나트륨 함량, 그리고 질병에 관한 정보 공개가 있었다. 식품 표시제는 소비자가 자신의 건강한 삶을 위해 효율적인 선택을 내릴 수 있는 지표가 되어야 할 것이다. f

# 식품산업은 언제나 성장 중

확장, 인수, 계약, 수출... 불황은 지속되지만 식품산업의 성장에는 멈춤이 없다. 아마존의 홀푸드 인수부터 국내 기업의 해외 진출 그리고 우리 꽃 무궁화에 대한 식용화까지, 긴장을 주고 받으며 성장하는 식품산업계의 뉴스를 모아봤다.

## 세스코 시험분석센터 '식품위생안전 무료상담 서비스' 이벤트



종합환경위생기업 (주)세스코는 7월 3일부터 8월 31일까지 세스코 시험분석 서비스를 신청한 모든 고객에게 '식품위생안전 무료상담 서비스'를 해준다고 밝혔다. 이번 이벤트는 세스코의 식품안전 관리서비스 중 하나인 세스코 시험분석센터의 개소를 기념해 마련됐다. 세스코 Food 홈페이지 또는 고객센터에서 신청할 수 있다.

## '국산의 힘' 프로젝트... 가공식품까지 확장



이마트는 국산 먹거리 판로 확대는 물론 소비자들이 신뢰할 수 있는 먹거리를 제공키 위해 국산의 힘 프로젝트 영역을 가공식품까지 확장한다고 밝혔다. 그 첫걸음으로 국산 농·축·수산물 원재료 함량 100%인 국산의 힘 고추장, 된장, 다슬기국을 선보인다. 이마트는 지난 2년간 국산의 힘 프로젝트 운영을 통해 국산 먹거리에 대한 소비자들의 수요를 확인했다.

## 삼육식품, 보령시 청소면에 오는 2018년까지 조미김 공장 설치



국내 굴지의 식품회사인 삼육식품이 오는 2018년까지 청소면에 조미김 가공공장을 설립해 보령 특산품인 조미김 산업의 활성화에 크게 기여할 것으로 보인다. 보령시는 법령이 허용하는 범위 내에서 행정 지원을, 삼육식품은 투자계획 이행 및 투자규모 확충과 사회적 책임 이행에 솔선하며 고용창출 등 지역경제 활성화를 위해서도 노력할 것을 약속했다.

## 서울시농수산물공사, 안전한 농산물 도매시장 출하 홍보



서울시농수산물공사는 도매시장에 상장된 농산물 검사 결과 부적합으로 판정되어 도매시장 출하가 제한되는 사례를 줄이고자 산지 출하자를 대상으로 안전농산물 출하 요령에 대한 홍보를 실시한다고 밝혔다. 공사에서는 도매시장에 반입되는 농산물에 대하여 경매 전 잔류농약 안전성 정밀검사를 실시하고 있고 산지 출하자에게 출하 전 안전성 무상검사 제도를 운영하고 있다.

## 아마존의 홀푸드 인수, 대형 식품 브랜드 위협



아마존은 홀푸드를 137억 달러(약 15조5481억 원)에 인수할 계획이라고 밝혔다. 아마존 관계자들은 아직 아마존의 전략이 완전히 정립되지 않았을 것이라고 WSJ를 통해 전했다. 그러나 확실한 것은 아마존이 홀푸드에서 판매되는 제품의 가격 인하를 압박할 것이고, 자체 상표 개발에 박차를 가할 것이라는 점이다. 이는 식품 업계 전반에 큰 위협이 될 수 있다.

## 식약처, 가공식품 분야 집단소송제 카드 '만지작'



가공식품 안전사고로 입은 피해를 소비자들이 집단소송제를 통해 구제받을 길이 열릴지 주목된다. 문재인 정부에서 인수위원회 역할을 하는 국정기획자문위원회에 따르면 식품위생법의 적용을 받는 가공식품 분야에 집단소송제를 도입하는 방안을 식품의약품안전처가 최근 보고한 것으로 알려졌다. 현재 국내에서는 증권 부문에만 집단소송제가 도입돼 있다.

## '편팜' 동양종합식품 인수에 4곳 관심



기업회생절차(옛 법정관리) 중인 동양종합식품에 4개 업체가 인수 의향을 드러냈다. 이 가운데 2곳은 대형 식품업체인 것으로 알려졌다. IB업계에 따르면 매각주관사인 서일·동아회계법인·법무법인 신라 컨소시엄은 예비입찰 실시 결과 대형 식품업체 2곳을 포함한 4곳이 동양종합식품 인수 의향서(LOI)를 제출했다고 밝혔다.

## 경남도, 싱가포르 식품박람회서 180만 달러 수출계약



경남도는 싱가포르 엑스포(Expo)에서 열린 '2017 싱가포르 식품박람회'에 도내 12개 업체가 참가해 180만 달러의 수출 계약을 체결하고 5만 2,000달러 상당의 제품을 현장 판매했다고 밝혔다.

이 같은 성과는 경남 제품의 우수성과 시장성이 이미 알려져 있고, 관심 바이어와 심도 있는 상담이 가능하도록 식품박람회장 내에 수출상담회장을 마련했기 때문이다.

## 농협, 국내산 쌀로 만든 건강기능식품 미진출 설명회



농협(회장 김병원)은 지난 28일 미국 네브래스카(Nebraska)주에 위치한 네브래스카 이노베이션 캠퍼스 회의실에서 국내산 쌀의 미국 진출을 위한 사전 설명회를 개최했다. 설명회는 농협 창조 농업지원센터와 농업기술실용화재단의 창업 보육 실무자, 네브래스카-링컨 대학 로니 그린(Ronnie Green) 총장, 파미니티 등 미국 진출 기업체 관계자가 참석했다.

## CJ제일제당, 베트남 통합식품공장 건설, 600억 투자



CJ제일제당이 이재현 CJ그룹 회장 복귀 이후 베트남 통합식품공장 및 연구·개발(R&D)센터 건설에 착수한 것으로 확인됐다. 총 투자규모는 5,350만 달러(약 608억 원)이며 착공과 동시에 앞서 인수한 베트남 식품업체들의 노후화된 공장도 전면 개보수할 계획이다. 이 회사는 충북 진천에 위치한 '스마트팩토리' 형태로 공장을 짓겠다는 계획을 세웠으며 7월 중 착공한다.

## 한국식품정보원, 국비지원 식품기업 취업지원 교육 진행



한국식품정보원에서는 식품제조현장 실무역량을 배양하여 식품기업이 원하는 현장맞춤 전문인력을 양성하기 위해 국비지원 식품산업분야 취업지원 무료교육을 실시한다고 밝혔다. 교육은 대학생 방학 기간에 맞추어 7월부터 8월 말까지 총 4기수로 진행되며, 각 기수 30명씩 40시간 동안(5일) 실시된다.



## 가짜 건강기능식품 판매 사기범 일당 검거



상주경찰서는 최근 농촌 어르신들을 상대로 건강기능식품을 만병통치약으로 속여 고가에 판매한 혐의(사기, 식품위생법 위반 등)로 A씨(42)를 구속하고 B씨(45) 등 3명을 불구속 입건했다. 이들은 지난 3월 말부터 4월 초까지 상주시내에 홍보관을 차려놓고 농촌지역 어르신들에게 사은품 등을 제공해 6천700여만 원의 부당이익을 챙긴 혐의를 받고 있다.

## 김영록 농식품부 장관, 취임 첫날 '우박피해' 문경·봉화 방문



김영록 농림축산식품부 장관이 7월 4일 우박 피해를 입은 경북 문경시와 봉화군을 찾아 피해 현황을 파악했다. 김 장관은 이날 오전 11시 청사에서 취임식을 마친 후 첫 행보로 우박 피해를 입은 과수농가를 위로하기 위해 경북을 방문했다. 이 자리에서 김 장관은 "이번 우박 피해 농가에 대한 지원이 신속히 이뤄질 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

## 농기평 새이름 '농림식품기술기획평가원'



농림식품과학기술 육성법 개정에 따라 기관명이 변경된 '농림식품기술기획평가원'이 새 출발을 알렸다. 농기평은 2009년 10월 설립, 농림 수산 식품 분야 R&D(연구개발) 전문기관으로서의 역할을 수행해오다 지난 정부의 정부조직법 개정에 따라 2013년 12월 수산분야 R&D 사업을 한국 해양과학기술진흥원(해양수산부 산하 공공기관)으로 이관한 바 있다.

## 세종시, 무궁화 식품산업 초석 마련



세종시가 무궁화를 식품원료로 사용할 수 있게 됐다고 밝혔다. 식품 의약품 안전처는 무궁화를 식품에 사용할 수 있는 원료 목록에 추가한다는 내용을 담은 '식품의 기준 및 규격'을 일부개정 고시했다. 이번 고시 개정은 올 초 세종시가 제출한 요청 자료를 식약처에서 관련 법에 따라 검토한 후 최종 개정된 것으로 나라꽃 무궁화를 떡, 차, 장류, 과자류 등 식품산업에 활용할 수 있게 됐다 📌

# 4차산업혁명과 스마트공장 (Smart Factory)1

- 초연결시대의 사물인터넷(IoT) -

스마트공장(Smart Factory)은 인더스트리 4.0이 추구하고 있는 핵심분야다. 인더스트리 4.0은 2012년 독일 정부의 핵심 미래 프로젝트로 시작됐으며, 선진국의 기술추격과 신흥국의 원가경쟁력에 대응하기 위한 제조업 주도권을 목적으로 한다. 스마트 공장은 사이버 물리 시스템(Cyber Physical System), 사물 인터넷(Internet of Things), 클라우드 컴퓨팅(Cloud computing), 인공지능(Artificial intelligence) 등을 적용하여 근로자에게는 쾌적한 작업환경을, 고객에게는 맞춤형 제품을 공급하게 될 것이다.

## 1. 스마트공장이란?

산업통상부 산하 '스마트공장추진단'에서는 스마트공장을 제품의 기획·설계, 생산, 유통·판매에 이르는 전 과정을 ICT 기술로 통합해 최소 비용과 시간으로 고객 맞춤형 제품을 생산하는 공장으로 정의하고 있다. 스마트공장이 추구하고 있는 제조 단계별 모습은 세가지로 나뉜다. 먼저 기획·설계 단계는 공정을 설계하거나 신상품을 기획하는 단계에서 컴퓨터 설계 및 시뮬레이션 프로그램을 활용해 시행착오를 줄이고 투입되는 시간과 비용을 절감하는 것이다. 둘째, 생산 단계는 원자재관리, 생산공정, 품질관리 등에 투입되는 설비를 사물인터넷(IoT)을 통해 수평적 또는 수직적으로 연결하는 것이다.

스마트 공장 수준별 단계

<b>고도화</b> IoT·CPS 기반 맞춤형 유형생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설비, 자재, 시스템 유·무선 네트워크로 연결(IoT·CPS)</li> <li>• 스스로 판단하는 지능형 설비, 시스템을 통한 자율적 공장 운영</li> <li>• 전 제조 과정의 통합 운영</li> </ul>	↑ 진행 기술 ↓
<b>중간 수준 2</b> IT·SW 기반 실시간 자율 제어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관리 시스템을 통한 설비 자동제어 → 실시간 생산 최적화</li> <li>• 분야별 관리 시스템 간 실시간 연동 - 개발 → 생산 ↔ 자원관리</li> </ul>	↑ 기존 기술 ↓
<b>중간 수준 1</b> 광범위한 생산 정보 실시간 집계·모니터링	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설비 정보 자동집계 → 실시간 공장 운영 모니터링, 품질 분석</li> <li>• 분야별 관리 시스템 간 부분적 연계 ex 기준 정보·엔지니어링 정보 생성, 수주 정보 → 실시간 생산계획</li> </ul>	
<b>기초 수준</b> 생산 이력 추적 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산 실적 정보 자동집계 → 자재 흐름 실시간 파악, 로트 추적 (IoT-tracking)</li> <li>• 부분적 관리 시스템 운영(설계, 여업, 재고, 회계 등)</li> </ul>	
<b>ICT 미적용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 엑셀(Excel) 정도 활용, 시스템을 갖추고 있지 못한 상태</li> </ul>	

출처 : 스마트공장 지원사업 우수사례집(산업통상자원부, 2016)

이런 방식은 대량생산, 소비자 맞춤형 생산을 경제적이고 효율적으로 구분하여 수행할 수 있다. 마지막으로 유통·판매 단계는 원료공급업체, 제조업체(모기업), 협력업체, 유통업체를 실시간으로 연결하고 원료수급, 재고관리, 판매관리 등 전 분야에서 최적의 의사결정으로 비용을 절감할 수 있도록 하는 것이다. 우리나라 산업통상자원부의 스마트공장 지원 사업은 도입을 원하는 제조업체의 ICT 분야 활용 정도 및 역량 등에 따라 5가지 단계로 구분하고 있다. (표 참고) 스마트공장추진단이 발표한 자료에 따르면 현재 우리나라 중소기업들의 경우 비교적 저비용으로 시작할 수 있는 기초와 중간 1단계를 구축하고 있는 것으로 보고되고 있다. 스마트공장은 사이버 물리 시스템(CPS)개념을 도입하고 있지만, 제품을 실제로 제조하는 기반과 원료, 공정, 제품이 생산되는 물리적 공장에 기반을 두고 있다. 스마트공장을 현실에서 구축하기 위해서는 디지털화, 연결화, 스마트화의 3가지 중요한 요소가 갖춰져야 한다.

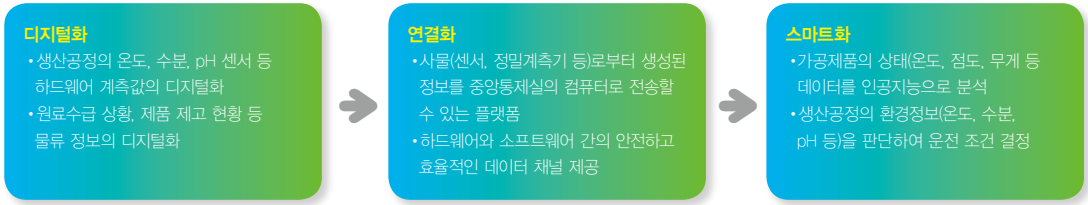
① 디지털화

눈금과 바늘이 있는 아날로그 타입의 온도계, 압력계

등은 사람이 계측기의 값을 읽고 기록해 데이터화한다. 따라서 데이터를 다른 곳으로 전송하거나 복사해서 전달하기 어려워 아날로그 형태의 계측기와 설비로 구축된 공장을 스마트공장으로 만드는 것은 쉽지 않다. 반면에 디지털화 설비는 공정 중에 발생하는 데이터에 대한 저장·복사·전송이 쉬워 소통이 자유롭다. 디지털 계측기에 저장기능을 추가할 경우에는 측정값이 저장되고, 주기적으로 다운로드 받아 엑셀과 같은 스프레드시트 프로그램을 이용해 저장하고 그래프로 나타낼 수 있게 된다. 앞으로 스마트공장에서는 하드웨어적인 정보만 디지털화하는 것이 아니라 제품을 생산하는 절차, 조립순서, 가공조건과 방법 등 공정에 대한 정보도 디지털화해 활용하게 될 것이다. 디지털화는 데이터를 저장하고 전송하기 위한 필수 요소로 스마트공장을 구축할 때 가장 기본이 되는 단계이다.

② 연결화

디지털화된 센서, 계측기, 구동장치 등이 데이터를 생성·저장하고 서로 전송해 소통하기 위해서는 네트워크화가 필요하다. 스마트공장에서 연결화의 개념은 공장 내부뿐만 아니라 서로 다른 공장과도 연결하는 것



이며, 데이터의 흐름에 따라 수평적 연결과 수직적 연결로 구분할 수 있다. 수평적 연결화는 공정설계에서 단위 공정을 여러 회사가 나눠 설계하고 하나로 통합하는 형태로 진행되는 경우, 또는 완제품 조립에 사용된 각각의 부품을 제작하는 서로 다른 공장이 연결되는 경우이다. 수평적 연결을 통해 개별업체의 설계정보 또는 부품정보를 공유하고 각 단위 공정에 투입되는 설비 또는 부품들이 오차 없이 서로 조합돼 하나의 공장 또는 제품을 완성할 수 있게 된다.

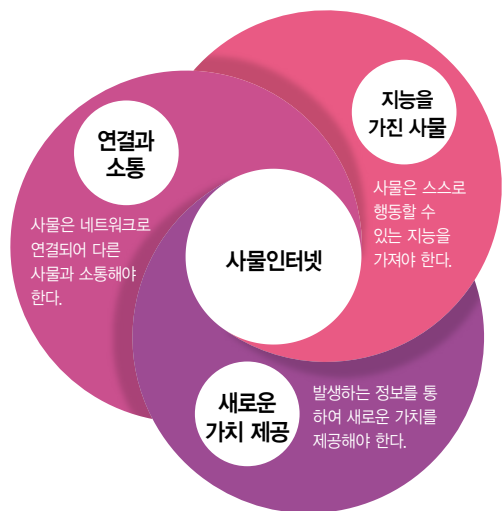
수직적 연결은 단위 공정별로 자료를 통합한 설계업체에서 공장의 설비를 제작·설치하는 시공업체로 데이터가 이동되고 하나의 공정라인이 구축되는 과정으로 설명할 수 있다. 생산관리, 품질관리 과정에서 얻어진 데이터를 의사결정이 이뤄지는 경영관리와 연결하는 것도 아래에서 위로의 수직적 연결로 볼 수 있다. 연결화의 목적은 디지털화에서 생성된 데이터를 수집·저장하고 분석해 새로운 가치를 창출할 수 있는 인프라를 구축하는 것이다. 스마트공장은 공장설비, 제품설계, 협력업체, 유통업체 등을 연결하고 생산활동과 경영에 참여하는 사람들까지 연결하는 방향으로 발전할 것이다.

### ③ 스마트화

스마트화는 무인화, 자동화와 구별되는 것으로 자율 또는 지능화란 개념이다. 스마트공장에서는 사물이 지능이 있는 것처럼 스스로 생각하고 행동한다는 것으로 해석할 수 있다. 스마트공장을 구축하기 위해 무인

화, 자동화된 공정 또는 설비를 도입할 수 있다. 무인화 공정 또는 자동화 설비가 갖춰져 있는 모든 공장을 스마트공장이라고 볼 수는 없다. 그 이유는 스마트화에 있다. 단순히 작업을 기계가 대체하는 것은 자동화 그리고 생산공정에 사람이 없다면 무인화라고 할 수 있지만, 스마트화가 되기 위해서는 작업 중 발생하는 이상을 감지해 전송하고 사후처리까지 수행할 수 있어야 한다. 또한 유통업체의 판매정보를 분석해 일반 제품과 맞춤형 제품의 생산 계획을 수립하고 생산설비에 작업지시를 내리는 것을 예로 들 수 있다. 공장 내외부의 연결화된 사물에서 수집되는 데이터를 추출하고 분석해 스스로 판단하고 의사결정을 하는 수준에까지

#### 사물인터넷을 이루는 3가지 요소



(출처 : 사물인터넷/ 커넥티블, 2015)



이를 것이다.

스마트공장의 3가지 핵심요소를 사례로 살펴보면 다음과 같다. 디지털화 센서가 장착되어 모니터링 가능한 공급 설비, 가공 설비, 포장 설비가 서로 연결되어 있고 생산과정이 원활하게 진행되지 않으면 어떤 설비에 문제가 생겼고 어떤 조치를 취할 것인가를 사람에게 스마트 패드, 스마트 글래스와 같은 웨어러블 기기로 알려 주는 형태라고 볼 수 있다.


## II. 초연결을 구현하는 IoT(Internet of things)

미래창조과학부에서는 사물인터넷(Internet of things)을 '사람·사물·공간·데이터 등 모든 것이 인터넷으로 서로 연결되어, 정보가 생성·수집·공유·활용되는 초연결 인터넷'으로 정의하고 있다. 스마트공장에서는 사물과 사람을 연결하고 데이터로 소통하고 자율적인 의사결정을 하기 위해서 사물인터넷은 부가적인 요소가 아닌 필수요소라 할 수 있다.

사물인터넷의 3가지 요소를 구체적으로 살펴보면 환경이나 장소에 대한 정보를 얻을 수 있는 센서가 핵

심 요소이다. 앞으로 센서 기술은 표준화된 인터페이스와 함께 자기진단 기능까지 포함하는 스마트 센서로 발전할 것이다. 우리가 사용하는 스마트폰의 화면 회전 기능에도 가속도 센서·중력 센서 등이 사용되고 있으며, 길찾기 기능에는 GPS 센서가 사용되고 있다. 스마트폰 센서의 데이터는 저장되고 전송할 수 있다. 사물인터넷은 우리가 일상생활에 사용하고 있는 여러 가지 기기에 이미 활용되고 있는 것이다.

연결과 소통은 인간, 사물, 서비스를 연결할 수 있는 모든 유무선 네트워크를 의미하는데, WiFi, 3G/LTE, 블루투스 등이다. 사물인터넷(IoT)으로 연결된 스마트공장에서는 온도계, 압력계와 같은 센서가 내장된 계측기의 측정값이 유무선 네트워크로 전송되고, 액추에이터, 밸브 등 구동장치도 네트워크에서 제어신호를 전송 받아 작동할 것이다.

새로운 가치 제공은 사물에서 얻은 정보를 추출·분석하고 가치 있는 정보로 가공해 서비스하는 것을 의미한다. 우리 일상생활 속에서 사용하는 만보기는 착용자에게 단순히 걸음수만을 표시해 준다. 착용자가 표시된 값을 기록해야 데이터화 할 수 있기에 오전, 오후 단위로 분석을 하려면 착용자는 상당한 주의를 가지고 기록해야 할 것이다. 최근 보편화된 스마트밴드는 스마트폰의 앱(APP)과 연동돼 시간, 주간, 월간 단위로 분석해 운동량 정보를 제공하고, 운동량에 대한 목표값 설정과 달성 여부까지 확인해준다. 내장된 센서를 활용하면 수면시간과 형태, 심박수 등 내 몸에 대한 다양한 생체정보를 알려줘 건강관리에도 도움이 된다. 사물인터넷을 3요소로 분류했을 때 스마트밴드는 생체정보를 측정하는 센서이며, 블루투스를 이용해 스마트폰과 연결되고, 생체 정보를 자료로 제공하는 앱이라고 할 수 있다. 우리는 생활 속에서 스마트공장, 스마트팜, 스마트홈, 스마트시티, 스마트자동차 등 다양한 형태의 사물인터넷을 만나게 될 것이다. 

사물인터넷에 사용되는 통신 기술

센서 종류	주요 기능
Bluetooth	단거리에서의 휴대폰·시계·헬스케어 센서 등의 응용을 목표로 Bluetooth Sig.에서 블루투스 4.0 표준화 완료
ZigBee	표준 프로토콜 요구와 함께, 저전력 소모 지원 요구에 따라 IEEE 802.15.4 PHY 표준에 기반한 ZigBee 칩 주로 사용
WiFi	현재 WiFi는 Sub-GHz 대역에서 저전력·중거리 전송을 위해 IEEE802.11ah에서 표준화가 진행
Z-Wave	저전력(배터리 수명 10년 이상) 규격의 송수신 기술을 목표로 하는 Weightless Sig.에서 표준화 진행 중
Weightless	스마트 홈 서비스를 위하여 유럽 및 가전 회사 참여로 덴마크 Zensys와 Z-Wave Alliance에서 표준화 완료, 송수신 칩을 Sigma Design에서 출시했고, 현재 Z-Wave 인증 제품이 700개 이상 출시
IEEE 802.15.4g/k	스마트 그리드 등 서비스를 위한 IEEE802.15.4g 국제표준 완료로 관련 고신뢰 송수신 칩 개발 및 출시, 15.4k는 옥외 환경에서 40kbps이하 전송 속도에서 1km 이상 전송 거리와 10년 배터리 수명 규격

출처 : 사물인터넷의 미래, 전자신문사

# 식품업계 사드 보복 조치 노심초사, 교훈과 해결방안은?

한국의 사드(THAAD : 고고도미사일방어 체계) 배치로 촉발된 중국과의 갈등이 외교·안보 분야를 넘어서 경제, 사회, 문화 등 한·중 관계의 모든 영역으로 확대되고 있다. 특히 식품업계는 수출 재고 물량을 폐기하게 되거나 중국 내 매출이 하락하는 등 많은 피해를 입고 있다. 장기화하고 있는 한국 기업 및 식품업계에 대한 사드 보복 조치의 진행과정을 짚어보고, 그 교훈과 해결 방안을 모색해본다.

## 대중 식품기업의 막대한 손실

대중 무역 의존도가 높은 우리나라에서는 문화 및 관광산업을 중심으로 한 내수시장의 타격, 대중 수출기업의 수출 감소, 중국 진출 기업의 중국 내 매출 하락 등 해당 기업들의 막대한 경제적 손실이 발생하고 있다. 식품 제조 업체들의 경우, 중국의 무역 제재로 인해 제때 처분하지 못한 재고 물량을 모두 폐기하는 등 사드 보복 조치로 인한 피해가 발생하고 있다. 한국무역협회에 따르면 '대(對)중국 무역 애로 신고센터'에는 올해 3월 6일~4월 28일 95개 업체로부터 114건의 신고가 접수되었다. 대부분이 식품과 화장품 등 소비재

를 취급하는 중소·중견 기업의 신고다.

구체적인 제재 조치는 통관·검역 관련 고충(33건)이 가장 많았다. 중국 측의 일방적 계약 보류·파기(31건), 불매(25건), 대금 결제 지연(8건) 등이 뒤를 이었다. 중국은 식품 위생 관련 법에 따라 자체 규격 기준에 맞아야 식품을 수입하는데 이때 허가를 받지 못하거나 통관 기간이 길어져 피해를 보는 경우가 다수를 차지했다. 실제 중국 질량감독검험검역총국이 '올해 3월 불합격 수입 화장품·식품 명단'을 공개한 결과, 수입 허가를 받지 못한 총 466개 품목 중 83개가 한국산이었다. 이와 같은 방식은 국가 간의 무역 분쟁 발

생 시, 보복 조치로 빈번히 사용되고 있는 전형적인 패턴이다.

### 사드 분쟁 진행 과정

한·중 간의 사드 배치를 둘러싼 갈등은 2014년 6월 스캐퍼로티 주한 미군사령관의 사드 배치 필요성 언급을 계기로 시작되었다. 2014년 7월 한·중 정상회담에서 시진핑 국가주석의 사드 반대 의사 표명으로 인해 잠시 수면 아래로 잠복해 있었으나, 북한의 핵실험과 계속된 미사일 발사 강행으로 인해 2016년 7월 한·미 양국은 한반도에서 사드 배치 결정을 공식 발표하게 된다. 이에 중국 정부는 중국 내 한류를 제한하는 한한령(限韓令:한류 제한령)을 지시하는 것으로 본격적인 보복 조치를 단행했다.

그 후 중국 정부는 한국행 단체 관광객의 감축 지시, 중국 진출 롯데 계열사에 대한 세무·소방·안전 등에 관한 전방위 조사와 영업정지 명령, 중국 내 한국 예술 공연 불허, 일부 한·중 항공 운항 노선 중단, 한국식품의 통관·검역 심사 강화 등으로 경제 보복 조치를 확대했다. 이에 우리나라는 문재인 대통령 당선 이후 중국에 특사를 파견하는 등, 관계 개선 및 대응 전략 수립에 분주한 상황이다.

### 한국 식품 통관·검역 강화

농림축산식품부의 조사 결과에 따르면 중국의 한국 식품에 대한 통관과 검역이 강화돼 식품수출 기업이 애로를 겪고 있는 것으로 나타났다. 중국 식품 수출 업체에 대한 모니터링 결과를 요약하면, 사드 갈등 이전과 비교하여 서류나 라벨링 심사 등이 전반적으로 강화된 것으로 드러났다. 지난 3월 대중국 식품 수출 업체 12곳을 대상으로 조사한 결과, 통관이 중단된 업체가 1곳, 통관이 강화된 것으로 느끼는 업체는 4곳, 이전과 동일하다고 대답한 업체가 7곳으로 조사됐다고 밝혔다.



통관 업무가 강화된 것으로 대답한 업체는 한국 식품의 성분 함량 분석, 위생 분야 강화, 대장균 초과(수산물), 식품첨가물 초과, 수분 초과 등 검역 강화로 인한 중국의 무역 보복이 진행되고 있다고 대답했다. 이에 농림축산식품부는 농식품 수출업체 간담회 등을 개최하여 수출업체 관계자들의 의견을 수렴함과 동시에 애로사항을 지속적으로 모니터링하고 식품 수출업체들의 피해가 최소화되도록 최선을 다하겠다고 밝혔으나, 현장의 기업들이 체감할 수 있는 구체적인 해결책을 제시하기에는 역부족인 것으로 보인다.

### 사드 갈등의 교훈

향후 양국 관계가 회복된다 가정하더라도 사드 갈등 이전의 시기로 돌아가기는 어려울 것으로 예상된다

다. 사드 갈등을 통해 양국이 얻을 수 있는 교훈은 어떤 것이 있을까? 올해로 한·중 수교 25년을 맞이하는 뜻 깊은 해에 어떻게 이런 갈등이 생길 수 있을까? 특히 25년간 쌓아온 양국 간의 우정과 우호의 역사가 자국의 이해 때문에 한순간에 충돌하는 경험은 서로에게 의심과 회의를 안겼다는 점에서 장기적으로 좋지 않은 선례를 남기게 되었다. 많은 전문가들은 인접 국가임에도 불구하고 서로에 대한 이해가 부족했던 점을 이번 사태의 원인으로 제시하고 있다. 한국은 미국이 추진하고 있는 중국 고립화에 대한 중국의 위기 의식을 제대로 이해하지 못했고, 중국은 한국이 처한 북한 핵개발 관련 안보 위기 의식을 이해하지 못하고 강경 대응함으로써 사드 갈등의 진폭이 커졌다는 것이다.

즉, 한국은 사드의 한반도 배치 문제가 중국 최고 지도자의 핵심 관심사항이며, 중국이 자국 내 여론에 이끌려 강경 일변도로 나갈 수밖에 없는 정치적 상황임을 간과한 측면이 있으며, 중국은 한국 기업과 상품에 대한 경제적 압박과 제재로 한국을 쉽게 길들일 수 있을 것으로 판단한 점 등이 사드 갈등을 확대시

킨 배경으로 지적될 수 있다.

IBK경제연구소가 발표한 '중국 내 반한 감정 확산과 영향' 보고서는 중국의 반한 감정이 확산되면 중국에 진출한 국내 기업과 대중 수출 기업, 국내 관광산업 등이 직접적으로 타격을 입을 것으로 보이며, 대중 수출 둔화가 우리 경제에 큰 파급 효과를 줄 것으로 전망하고 있다. 또 현재와 같은 무역 보복 조치가 지속된다고 가정할 경우, 구체적으로 수출, 관광, 콘텐츠 산업의 직접 피해 규모가 최대 147억 6,000만 달러(16조 6,000억 원) 정도에 이를 것이며, 대중 수출이 감소해 경제 성장률이 1.07% 낮아질 것으로 전망하고 있다. 향후 이와 같은 현상이 반복되지 않게 하기 위해서는 어떤 노력이 필요한 것일까? 그리고 지금 한·중의 전문가들과 관계자들은 어떤 노력을 취할 수 있을까?

### 해결방안

우선 중국의 경제보복에 대한 다른 나라들의 대응 전략을 살펴볼 필요가 있다. 대만과 일본은 정치적 갈등과 영토 분쟁 등의 이유로 중국에게 경제 보복을







당했다.

일본의 경우 중국에 진출한 일본 기업이나 공장을 동남아 등지로 분산해 중국 의존도를 낮추는 전략을 취하고 있다. 대만의 경우 중국의 경제 보복으로 국내 관광산업이 위기에 빠지자, 동남아 관광객들의 무비자 입국을 확대했다. 특히, 태국과 한국 관광객 유치에 총력을 기울여 단기간에 역대 최고치를 경신하는 저력을 보였다. 이밖에 베트남도 중국과의 갈등으로 베트남산 농산물에 대한 수입제한 조치를 당하자, 한국과 일본 등으로 수출국을 다변화해 중국 의존도를 낮추고 산업 피해를 최소화하였다. 우리 나라도 장기적으로 산업별 중국 의존도를 낮추는 노력과 함께 수출국 다변화 전략이 필요할 것으로 보인다.

많은 전문가들이 앞으로도 사드 보복과 같은 중국과의 무역 마찰은 계속될 것으로 예측하고 있다. 가능하다면 제2의 사드 사태 발생은 막는 것이 바람직하나, 모든 갈등을 사전에 막을 수 없다면 발생한 갈등을 신속하게 찾아내서 대응할 수 있는 위기 관리 시스템 구축이 필요하다. 한·중 관계를 한·미 또는 한·일

관계와 유사한 수준으로 관리할 '컨트롤 타워'의 구축과 이를 효과적으로 운용할 수 있는 전문가의 육성이 필요하다. 중국을 잘 이해하고 있으며, 중국의 전문가들과 소통할 수 있는 전문인력 육성이 필요하다. 미국이나 일본과 비교하면 중국을 이해하고 설득할 수 있는 전문인력이 부족한 실정이다.

또한 제2의 사드 분쟁을 줄이기 위해서는 한·중 간 모든 영역에서 소통을 강화할 필요가 있다. 구체적으로는 한·중 정상회담의 정례화, 위기 대응용 대화채널의 구축, 한·중 학술교류 정례화, 한·중 경제계 교류 활성화, 한·중 지자체 및 민간교류 활성화, 한·중 유학생 네트워크 구축, 문화·예술·체육계 교류 활성화 등 다양한 영역에서 정기적이며 장기적인 소통 시스템 구축해 양국 간의 이해를 높일 필요가 있다.

그 동안 우리는 중국을 잘 알고 있다고 착각했던 것은 아닐까? 인접한 국가 간의 갈등을 최소화하기 위해서는 많은 시간과 노력이 필요하다. 그 노력의 시작은 상대방에 대한 이해와 소통의 마음에서 비롯될 것이다. ④

# 꿈과 희망, 미래를 만드는 신세계푸드의 맛있는 동행

22년 전 급식사업으로 시작했던 신세계푸드는  
현재 식품유통, 제조, 베이커리, 외식을 아우르는 종합식품기업으로 견실하게 성장했고,  
경기침체에도 불구하고 지난해 처음으로 매출 1조 원을 돌파했다.  
이 같은 성장이 가능했던 것은 식품기업으로서의 특성을 살린  
다양한 사회공헌 활동을 끊임없이 펼쳐왔기 때문이다.  
단순한 물품 지원을 넘어 수혜자의 꿈과 희망, 미래를 만들어 가는  
신세계푸드의 다양한 사회공헌 프로그램을 만나보자.

사랑의 도시락



**기업 특성을 살린 '사랑의 도시락'과 '맛있는 행복 밥차'**

급식사업으로 시작한 신세계푸드가 기업의 특성을 살려 진행하는 대표 봉사활동이 바로 '사랑의 도시락'과 '맛있는 행복 밥차다. '사랑의 도시락'은 서울 성동구 성수동 신세계푸드 본사와 전국 80여 개 급식, 외식부문 사업장, 음성공장에서 동시에 진행되는 봉사활동으로, 월 2회 임직원들이 직접 도시락 1,000여 개를 만들어 각 사업장 인근에 거주하는 독거노인, 결손가정 등 사회 취약계층에 전달한다. 특히 급식사업을 하고 있는 회사의 특성을 살려 영양이 풍부한 음식들로 메뉴를 구성하고, 정기적으로 임직원들이 직접 해당 가정에 찾아가 담소를 나누는 의미 있는

시간을 보낸다. 2004년 서울, 경인지역에서 처음으로 시작한 이후 현재 전국 사업장으로 확대됐으며, 최근 까지 전달된 도시락이 10만 개를 넘어섰다.

'맛있는 행복 밥차'는 신세계푸드가 분기별 1회 각 지역기관, 단체와 연계해 재난지역 피해자 또는 저소득층을 직접 찾아가 무료식사를 제공하는 봉사활동이다. 이를 위해 신세계푸드는 2012년 국내 식품기업 가운데 최초로 냉장고, 냉동고, 국솥, 취반기, 급수시설, 발전기 등을 갖추고 600인분 이상의 음식 조리가 가능한 이동식 급식차량을 제작해 운영 중이다. 또한 맛있는 행복 밥차가 봉사활동을 나가는 날이면 신세계푸드 소속 전문 셰프를 비롯해 영양사, 위생사 등

맛있는 행복 밥차







찾아가는 베이킹 클래스

이 직접 참여해 맛뿐만 아니라 영양이 풍부한 음식을 제공한다.

최근에는 단순히 식사를 제공하는 것을 넘어 사회소외계층에게 즐거운 추억을 만들어 주는 행사도 함께 펼치고 있다. 실제 지난 5월에는 경북 경주시 한부모복지시설인 애가원을 찾아가 입소가정 아동 60명과 친구 40명 등 100명에게 맛있는 중화요리를 제공하고, 애가원 아동과 초청 친구의 기념사진을 촬영해주고 신세계푸드가 제조하는 가정간편식 세트를 선물하기도 했다.

### 빵과 함께 미래를 만드는 '찾아가는 베이킹 클래스'

신세계푸드는 단순한 식사 제공, 물품 전달에서 그치지 않고, 사회취약계층의 자립을 돕기 위한 활동에도

앞장서고 있다. 사회취약계층의 안정적인 자립을 돕는 '찾아가는 베이킹 클래스'가 대표적인 예다.

'찾아가는 베이킹 클래스'는 베이커리 사업을 하고 있는 신세계푸드가 제빵사의 꿈을 갖고 있는 취약계층 학생들의 꿈을 실현시켜 주고 자립을 돕기 위한 재능나눔 사회공헌 프로그램이다. 2015년부터 구세군 서울후생원과 연계해 연간 4회 진행하고 있다.

서울 서대문구 천연동 구세군 서울후생원에서 진행되는 찾아가는 베이킹 클래스에서는 신세계푸드 소속 제빵 기능사와 임직원 10여 명이 학생들이 실질적으로 제빵 자격증을 취득하고 취업할 수 있는 수준까지 기술을 연마하도록 이론과 실습을 교육하고 있다. 또한 교육 후에는 참가자들이 직접 만든 빵을 나누며 진로에 대한 상담과 조언을 하는 시간도 갖는다.





다문화 가정 요리교실



가족요리페스티벌



헌혈증 기부

**정을 나누는 '다문화 가정 요리교실'과 '사랑의 헌혈'**  
이 밖에도 신세계푸드는 지역사회와 주변에 따뜻한 정을 나누는 사회공헌 활동에도 앞장서고 있다. 먼저 다문화가정 주부들이 한국생활에 안정적으로 정착할 수 있도록 '다문화가정 요리교실'을 개최하고 있다. 2012년부터 이대종합사회복지관과 재능기부협약을 맺고 연간 4회에 걸쳐 진행 중인 요리교실에서는 한식전문 셰프의 강의를 통해 한국의 食문화를 배우고, 각국의 요리를 만들면서 고국에 대한 추억을 나누는 즐거운 시간을 갖는다. 음식부터 모든 환경이 낯선 다문화 가정의 주부들이 한국 문화에 쉽게 적응하고 건강한 가정을 만들어가는데 도움을 받고 있다는 평가다. 참가자들의 입소문을 통해 지원자도 매년 늘고 있는 추세다.

또한 소아암 치료를 받고 있는 어린이들을 위한 사랑의 헌혈도 연중 프로그램으로 진행 중이다. 신세계푸드가 1995년 창립 이래 매년 2차례 정기적으로 진행해 온 '사랑의 헌혈'은 국가적으로 부족한 혈액 수급에 도움을 주고 있다. 특히 올해부터는 난치병 환우에게 경제적인 지원을 하고자 헌혈 횟수를 연 4회로 확대했다. 이렇게 모인 헌혈증서는 가정 형편이 어려운 저소득층 소아암, 백혈병 환아들을 위해 전달돼 치료비를 덜어주는 데 쓰인다.

기업이 커질수록 사회가 요구하는 도덕성이나 역할은 더 높아지기 마련이다. 이런 흐름에 맞춰 창립 이래 사회적 약자 배려에 솔선수범하고 끊임없이 사회공헌을 확대해가는 모습은 '2023년 글로벌 종합식품기업' 도약을 위한 신세계푸드의 밝은 미래를 비추고 있다. ①

## 회원사 동정



### 대상(주) 동반성장지수 3년 연속 '우수'

대상은 공정거래위원회와 동반성장위원회가 평가한 2016년 동반성장지수에서 3년 연속 '우수' 등급을 받았다. 6월 28일 동반성장위원회는 155개 대기업 가운데 최우수 25개사, 우수 50개사, 양호 59개사, 보통 12개사, 미흡 10개를 발표했다. 대상 동반성장사무국은 식품분야의 구조적으로 열악한 환경 속에서 다양한 동반성장 활동과 협력사와의 상생협력 노력을 인정받아, 3년 연속 우수등급을 유지하며 대상의 상생경영의 성과를 인정받았다. 특히, 대상은 품질 최우선주의 경영철학에 맞춘 고품질의 가공용 쌀을 확보해 트렌드에 맞춘 가정 대체식품으로 라인업했다. 이는 1차 산지의 일자리 창출에 기여하고 농가 소득 증대, 지역 경제 활성화 등 지역사회 지원 우수사례로 손꼽힌다.



### 동서식품(주) 장수사진 촬영 봉사활동 '찾아가는 모카사진관' 실시

대한민국 대표 식품기업 동서식품은 지난 7월 7일 부산광역시 북구에 위치한 금곡 종합사회복지관에 찾아가 장수사진 촬영 봉사활동 '찾아가는 모카사진관'을 실시했다.

동서식품은 지난 5월부터 부산 해운대에 팝업 카페 모카사진관을 열고 소비자들의 행복한 순간을 담은 사진을 무료로 촬영해주는 이벤트를 진행하고 있다. 동서식품은 '사진과 연계된 봉사활동을 검토하던 중 부산 내에서 모카사진관 방문이 어려운 분들을 직접 찾아가자는 취지로 이번 활동을 기획하게 되었다. 이날 복지관에서는 동서식품 임직원들이 전문 사진작가의 도움을 받아 50여 명 어르신의 장수 사진을 직접 촬영했다. 동서식품 임직원들은 사내 사진 공모전 수상자들로 구성되었으며, 전문가 못지않은 저마다의 재능을 보여주었다.



### (주)삼양사 스위트홀 전남 영광에 5호점 건립 추진

삼양사 식품연구소는 6월 21일부터 23일까지 제주 ICC에서 개최된 '2017 한국식품과학회 국제학술대회'에서 기술상을 수상했다. 이 날 식품연구소는 당류 저감화 정책을 중심으로 새로운 기술을 개발하여 우리나라 저당 식품산업 발전에 공헌한 것을 인정받았다. 한국식품과학회가 수여하는 기술상은 안전한 먹거리와 위생 안전, 식품기술 분야 발전에 공헌한 개인 및 단체에 주는 상으로 교수진 및 식품연구원으로 구성된 수상 후보자 선정위원회의 심사를 통해 선정된다.



**(주)스타벅스코리아**  
**‘2017우유사랑라떼’**  
**캠페인 성료**

스타벅스커피 코리아가 지난 4월 24일부터 매주 월요일에 진행했던 ‘우유사랑라떼’ 캠페인이 6월 19일 총 77만 명의 고객들이 참여한 가운데 성황리에 성료됐다. 스타벅스의 ‘2017우유사랑라떼’ 캠페인은 국산 우유의 우수성을 알리고, 소비촉진에 기여한다는 공익적인 취지로 마련되어, 4월 24일부터 6월 19일까지 매주 월요일마다 전국 1,040여 개 스타벅스 매장에서 ‘카페 라떼’를 구매하는 고객에게 한 사이즈 업그레이드 혜택을 제공해 왔다. 스타벅스커피 코리아 이석구 대표이사는 “신선하고 안전한 국산 우유를 더 많은 고객에게 알리고 지역 사회의 긍정적 변화에 기여했기를 희망한다.”고 밝혔다.



**(주)아워홈**  
**‘푸드엠파이어**  
**인천공항점’**  
**2017 FAB ‘올해의**  
**푸드코트’ 부문**  
**우수상 획득**

종합식품기업 아워홈에서 운영하는 ‘푸드엠파이어 고메이 키친 앤 다이닝’(이하 푸드엠파이어 인천공항점)이 전세계 공항 식음료 및 컨세션 업체들이 경쟁하는 ‘2017 에어포트 푸드 앤 비버리지(Airport Food & Beverage Award, 이하 FAB) 시상식에서 ‘올해의 푸드코트(Airport Foodhall of the Year)’ 부문 우수상을 획득했다. 아워홈 관계자는 “12년째 세계 공항서비스평가 종합순위에서 1위를 차지하고 있는 인천국제공항의 대표 푸드 컨세션 서비스 기업으로 아워홈 푸드엠파이어가 큰 상을 수상하게 돼 매우 영광스럽게 생각한다”라며, 차별화된 신개념 식문화공간을 선보이겠다”라고 수상 소감을 전했다.



**(주)한국인삼공사**  
**정관장 ‘홍삼정**  
**에브리타임**  
**트래블에디션’**

KGC인삼공사는 본격적인 휴가철에 앞서 여행용 홍삼 제품인 ‘홍삼정 에브리타임 트래블에디션’을 출시한다. 휴가철을 맞아 여행을 떠나다보면 건강관리에 소홀해져 자칫 휴가를 망쳐버릴 수 있다. 이에 KGC인삼공사는 소비자들이 건강한 휴가를 보낼 수 있도록 여행 필수 아이템인 건강기능식품과 가방을 콜라보하여 제품화했다. 3가지 컬러(블랙/화이트/핑크)로 출시되는 ‘홍삼정 에브리타임 트래블에디션’은 단단한 하드커버로 실용성을 더한 ‘닷 드랍스’ 여행케이스 안에 ‘홍삼정 에브리타임’ 40포를 담았으며, ‘그림왕 양치기’로 유명한 양경수 작가의 삽화 사용으로 직장인의 공감을 이끌어낸다.

# 좋은식품 이야기



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