

# 좋은 식품

Korea Food Industry Association  
Bimonthly Magazine

# 이야기



### 오피니언 리포트

## 식품업계, 잠재력 높은 무슬림 시장 어떻게 진출할까?

무슬림 시장은 중국, 미국 식품시장 보다 규모가 커 식품업계에서는 블루오션으로 꼽힌다.

할랄 식품시장과 이에 대한 정부 정책을 분석하고 효과적인 진출 방안을 고민해 본다.



### KFIA 칼럼

## 4차 산업혁명과 스마트공장 (Smart Factory)2

- 인공지능, 빅데이터, 클라우드

스마트공장은 인공지능, 빅데이터, 클라우드를 기반으로 근로자에게는 쾌적한 작업 환경을, 고객에게는 맞춤형 제품을 공급하는 4차 산업혁명 시대 새로운 제조업을 탄생시킬 것이다.



### 회원사는 지금

## 따뜻한 정(情)을 나누는 오리온의 사회공헌

1956년 창업 이래 '정직한 마음으로 만든 건강하고 좋은 제품으로 고객의 삶에 행복을 더한다'는 기업이념을 실천해온 오리온은 따뜻한 정을 나누는 다양한 사회공헌 활동을 수행하고 있다.

# Contents

2017 September + October Vol. 259

좋은식품 이야기

---

## Special Theme 이슈와 정보

- 04 프롤로그**  
글로벌, 차이의 아름다움을 맛보다
- 06 인포그래픽스**  
2017 상반기 농·수산식품 수출실적
- 08 테마 칼럼**  
대물림 독성이 문제다
- 10 오피니언 리포트**  
식품업계, 잠재력 높은 무슬림 시장 어떻게 진출할까
- 14 뉴스 클리핑**  
안전 또 안전, 식품산업의 고달픈 행군

---

## Insight 희망 나눔

- 16 KFIA 칼럼**  
4차 산업혁명과 스마트공장(Smart Factory)2
- 20 이슈 & 포커스**  
유통업계의 진퇴양난, 출구는 있을까??
- 24 지식캐스트**  
식품라벨, 꼭꼭 숨은 정보를 찾아라
- 26 회원사는 지금**  
따뜻한 정(情)을 나누는 오리온의 사회공헌

### COVER STORY



#### '결실'

한 해의 절반을 돌아 찬바람 앞에 섰습니다. 이맘때쯤이면 늘 허무함이 고개를 들지만, 천천히 생각해보세요. 소소한 추억과 작은 결실이 알알이 영글었을 테니까요.

---

## Community 소통 공감

- 30 KFIA News**  
협회소식, 연구원 동향 소개
- 31 회원사 동정**  
회원사 제품 출시 및 행사 안내



글로벌,


차이의

아름다움을

맛보다





더 가까워지고 더 넓어진 세상만큼  
우리의 식생활도 변했습니다.  
아침에는 간단한 토스트, 점심에는 타이 음식,  
저녁은 파스타에 와인 한 잔 곁들이는 게  
어색하지 않은 일상이죠.  
어떠세요? 음식을 받아들이는 것만큼  
다른 문화에 대한 포용과 이해도 넓어진 걸까요?  
지속 가능성과 세계화의 열쇠는 아마 거기  
숨 쉬고 있을지 모릅니다.  
다른 나라의 음식을 음미하는 마음.  
다름과 차이의 아름다움을  
발견하는 마음 말이에요. 

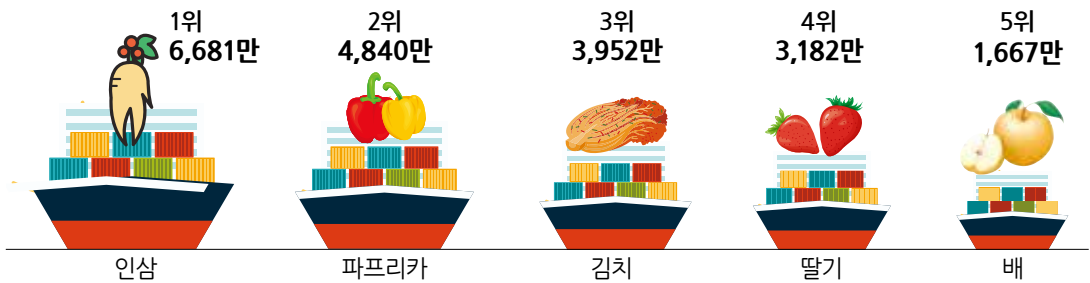
# 2017 상반기 농·수산 식품 수출실적

올해 상반기 농축산식품 수출액이 전년 동기 대비 6.5% 증가한 32억 9,770만 달러를 기록했다. 인삼과 파프리카가 나란히 1, 2 위를 차지했고 김이 상반기 수출 첫 2억 달러를 달성하는 등 증가세를 주도했다. 사드 등의 영향으로 중국 수출 위축도 눈에 띈다. 상반기 농·수산식품 수출 흐름을 들여다보자.



## Q1. '17 상반기 한국산 농·식품 Top 5는?

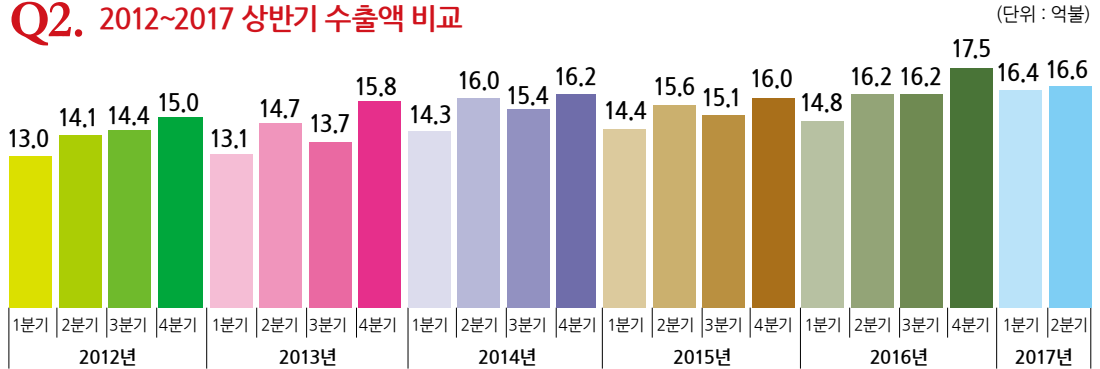
(수출액 기준, 단위: 달러)



수출액 1위를 차지한 건 인삼이다. 올 상반기에 6,681만 달러(2,469)가 수출됐다. 2016년 같은 기간보다 8.3% 증가한 액수다. 중국으로의 수출량이 91.6% 증가했고, 태국과 이란으로도 각각 163.3%, 465.7% 늘었다. 파프리카는 올 상반기 4,840만 달러(1만 9,846)의 수출액을 기록했다. 올해 캐나다·몽골·싱가포르 등 새로운 시장으로 진출하면서 수출량이 지난해 상반기와 견줘 17.1% 늘었다.

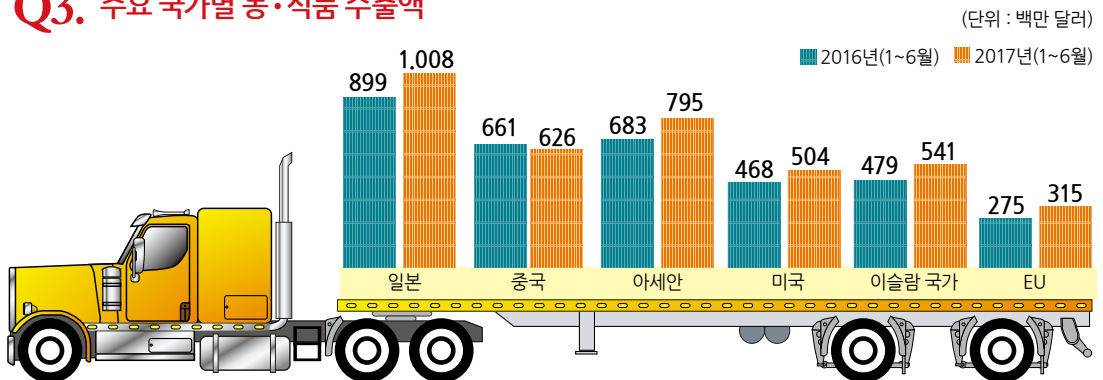
김치는 3,952만 달러(1만 1,949)로 3위를 차지했다. 전체 김치 수출액은 0.9% 증가하는데 그쳤지만 영국의 김치 수입액은 121만 달러로 2016년보다 10% 가까이 늘었고, 네덜란드 역시 116만 달러로 8% 증가했다.

## Q2. 2012~2017 상반기 수출액 비교



일본, 아세안 중심 수출 호조가 지속되면서 상반기 실적이 사상 최대치를 기록했으며, 6월 한 달간 수출액(5.9억 불)도 전년 동월 대비 4.7% 증가하면서 상반기를 마무리했다. 주력시장인 중국은 사드 문제가 불거진 3월 이후 위축됐고, 전체 농·식품 수출 증가폭도 주춤했다.

## Q3. 주요 국가별 농·식품 수출액



일본의 수출 상승세가 눈에 띄었다. 2014년 상반기 10억 2,750만 달러, 2015년 9억 3,050만 달러로 하락세를 거듭했던 일본 시장은 올 상반기 10억 870만 달러를 달성, 3년 만에 상반기 수출실적 10억 달러를 넘어섰다. 세 번째로 수출액이 많은 미국도 지난해 같은 기간 보다 7.6% 증가한 5억 450만 달러의 한국 농식품이 수출됐다. 2015년 4억 1,050만 달러, 2016년 4억 6,870만 달러 등 수출 상승세가 지속되고 있다.

## Q4. 대 중국 쌀·삼계탕·김치 수출실적

(단위: 톤, 천불, %)

구분	2016	2016. 1. 1~6.30(A)		2017. 1. 1~6.30(B)		증감율(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
쌀	970	238	515	2	14	△99.0	△97.3
삼계탕	848	19	113	21	96	7.5	△14.5
김치	441	22	89	35	134	441	51.0

대 중국 쌀 수출실적은 눈에 띄는 감소세를 보였다. 전년도 상반기 238t을 수출했지만 2t에 그쳤으며 금액도 대폭 줄었다. 삼계탕은 19t에서 21t으로 소폭 상승했지만 금액은 줄었으며 김치는 22t에서 35t으로 늘었다. ①

자료: aT(한국농수산물유통공사)



# 대물림 독성이 문제다

1962년부터 1971년 까지 미 육군은 적들이 숨어 있다고 여겨지는 밀림을 쓸어내기 위해 베트남 지역에 합성고엽제를 뿌렸다. 이 작전의 주요 무기 중 하나는 고엽체 2,4-D와 2,4,5-T를 섞은 혼합물로 육군이 붙인 이름은 '에이전트 오렌지'였다.

베트남 밀림에 대한 작전이 최고조에 달했을 때 군인들은 '에이전트 오렌지'를 비행기와 헬리콥터에서 뿐 아니라 보트, 지프, 트럭 그리고 휴대용 분무기로도 뿌렸다고 한다. 베트남에서 귀국한 다음해부터 제대군인들은 암에 걸리거나 자녀들이 장애를 갖게 되는 등의 대물림 후유증으로 고통받아 왔다.

1970년대 말에는 이탈리아와 푸에르토리코에서 성조숙증이 집단으로 나타났다. 1976년부터 8년간 '가슴이 지나치게 일찍 발달한' 여자 어린이가 482명이나





발견된 것이다. 그중 60%는 만 2세 이전에 이미 2차 성장이 나타났다. 부모가 아이를 위해 몸에 좋은 달걀을 매일 먹인 탓이다.

담당 의사는 그 달걀에 여성호르몬이 과하게 들어 있다고 했다. 공장식 양계장에서 빠른 시간 안에 더 많은 달걀을 생산하려고 닭 모이에다 여성호르몬을 넣은 결과다. 당시 그 지역 의사들은 그곳에서 생산되는 소고기와 닭고기, 우유를 섭취하지 않도록 처방을 내렸고, 그 결과 2~6개월 이내에 증상이 사라졌다고 한다.

닭에 붙은 이나 진드기를 죽이기 위해 마구 뿌린 살충제가 달걀에서도 나온다는 보도로 연일 뜨겁다. 달걀은 토스트나 빵, 과자, 냉면, 비빔밥, 순두부찌개, 부침개, 만두 등 식당 메뉴에 대부분 들어간다. 식약처는 하루 200개 이상 먹을 경우 문제가 될 수 있지만 극미량은 인체에 영향을 끼치지 않는다고 발표했다. 과연 그럴까?

대부분의 사람들은 유해 물질이 미미하게 들어있다면 즉시 손상을 일으키지 않을 것으로 생각한다. 우리는 살면서 수많은 화학물질에 노출되어 있고 농도는 10억 분의 1이나 심지어는 1조 분의 1 이하일지 모른다. 이는 상상할 수 없이 적은 양이다.

그러나 테오콜본의 <도둑 맞은 미래>에서는 환경에 노출된 극미량의 환경호르몬의 위험성을 경고하고 있다. 미국 위스콘신 대학 리처드피터슨 실험용 흰쥐에 대해 극미량의 다이옥신(환경호르몬)을 반복 투여한 결과 새끼뿐 아니라 수컷의 생식기에도 손상을 주었다는 연구결과가 나와 과학자들을 놀라게 했다.



공장식 축사에서는 수백, 수천 마리의 닭, 오리, 소, 돼지 등이 사육된다. 좁은 공간에 많은 동물이 갇혀 있으니 몸을 움직일 수도 없다. 병에 취약하니 사육사가 항생제를 주고, 몸집을 빨리 키우려 성장촉진제도 준다. 파리나 벌레 때문에 살충제도 뿌린다. 그 덕에 부유한 사람뿐 아니라 일반 대중도 고기나 달걀을 싣고 먹게 된 것은 사실이다. 대량생산과 대량소비가 잘 맞물리는 지점이다. 그러나 과연 양이 질까지 보장할까?

육류나 달걀을 대량 소비하면서 우리는 동물과 인간의 관계에 대한 감각을 상실했다. 오늘날 인간이 소나 돼지, 닭이나 오리 등을 대량 사육하고 대량 도살하는 건 마치 나치 시절의 대량 학살과 다름없다고 말하는 이들이 있다. 그 옛날 서양인들의 '지리상의 발견'이 있었던 때나 선진국 자본의 식민지 개척 시절, 세계 곳곳 원주민들을 한갓 가축이나 야생동물로 여기며 노예화한 것과 같은 이치다.

우리가 육류나 달걀을 대량 생산, 대량 소비하는 이면엔 동물을 '함부로' 대해서 된다는 태도가 깃들어 있는 건 아닐까? 이 때문에 동물의 분노와 한이 대물림되고 있는 건 아닌지 모를 일이다. (f)

# 식품업계, 잠재력 높은 무슬림 시장 어떻게 진출할까?

식품업계가 무슬림 시장 공략에 애를 먹고 있다. 무슬림 시장은 중국, 미국 식품시장 보다 규모가 커 식품업계에서는 블루오션으로 꼽힌다. 최근에는 사드 문제로 흥역을 앓고 있는 중국 시장을 대신할 새로운 시장으로도 관심이 높다. 출산을 저하와 경기 침체로 내수보다는 수출에 집중할 수밖에 없는 우리나라의 식품업계로서는 매력적인 시장이라 할 수 있다. 한류열풍으로 한국식품에 대한 관심이 날로 높아지고 있는 점을 감안하면 지금이 할랄 시장에 진출할 적기라는 말도 나오고 있다. 그러나 중동은 우리에게 익숙한 곳도 아니고, 많은 정보가 있는 친숙한 곳도 아니다. 따라서 중동지역에 진출하기 위해서는 우선 중동의 문화와 종교, 역사, 식품시장에 대한 정보와 이해가 선행되어야 할 것이다. 본 원고에서는 할랄 식품시장과 대한 이에 대한 정부 정책을 분석하고 효과적인 진출 방안을 고민해 본다.



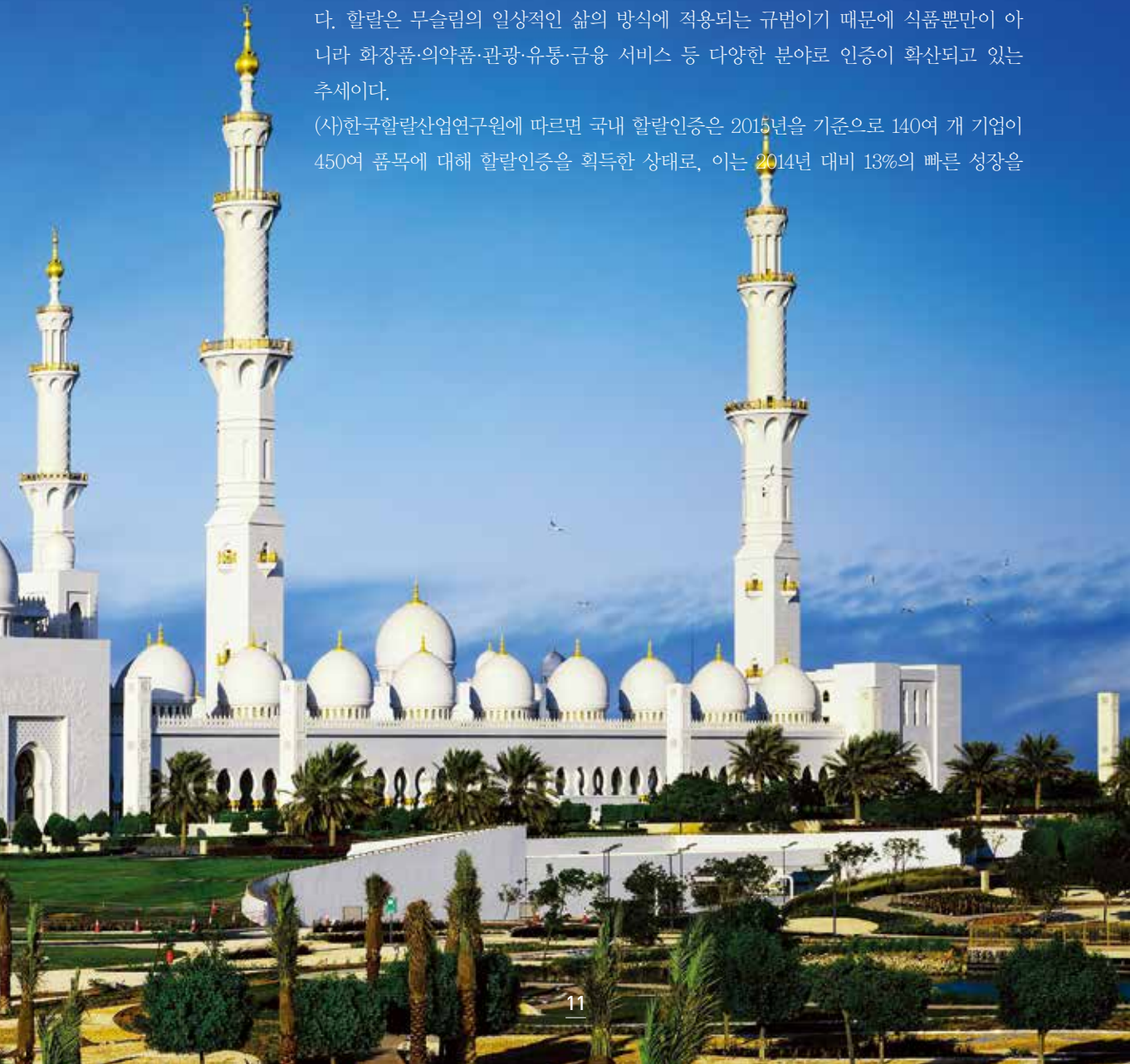


### 할랄 식품이란?

할랄(Halal)이란 아랍어로 '허용된 것'이라는 뜻으로 이슬람 율법 하에서 이슬람교도인 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품을 총칭하는 용어이다. 따라서 할랄인증이란 무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살·처리·가공된 고기 및 이를 원료로 한 제품에만 부여되는 인증 마크이다. 이슬람 국가에 식품을 수출하기 위해서는 반드시 취득해야 한다.

할랄의 반대 개념으로 금기라는 뜻의 하람(Haram)이 있다. 식품과 관련된 하람은 알코올, 돼지고기와 그 부산물, 이슬람법에 따라 도축되지 않은 동물 등이 여기에 해당된다. 할랄은 무슬림의 일상적인 삶의 방식에 적용되는 규범이기 때문에 식품뿐만이 아니라 화장품·의약품·관광·유통·금융 서비스 등 다양한 분야로 인증이 확산되고 있는 추세이다.

(사)한국할랄산업연구원에 따르면 국내 할랄인증은 2015년을 기준으로 140여 개 기업이 450여 품목에 대해 할랄인증을 획득한 상태로, 이는 2014년 대비 13%의 빠른 성장을





나타내고 있다. 이외에도 국내 기업이 해외에서 할랄 인증(JAKIM, MUI, MUIS, IFANCA, ESMA)을 받는 경우도 활발하며, 현재까지 100여 개 기업체에서 400여 품목을 인증받은 것으로 추정하고 있다. 해외 시장에서는 라면, 과자, 커피 등 가공식품을 중심으로 할랄인증을 받고 있으며, 외식업체로는 롯데리아, 비비큐, 텔리만주 등이 해외에 진출하여 할랄식품인증을 취득하기 위해 노력하고 있다.

### 중동 시장에 대한 이해와 진출 상황

문화체육관광부에 따르면 할랄(무슬림) 식품시장 규모는 2016년 기준 1조 880억 달러(한화 약 1,100조 원)에 이른다. 이는 거대 시장인 중국, 미국, 일본 식품시장보다도 큰 수치다. 할랄 푸드를 주식으로 하는 무슬림 인구는 전 세계 인구의 4분의 1에 달하는 16억 명으로 추산된다. 여기에 이슬람교를 믿지는 않지만, 웰빙 건강식으로 불리는 할랄 푸드에 관심을 갖는 소비자들이 늘면서 식품업계에서는 5년 내 무슬림 식품시장이 3조 달러까지 성장할 것으로 전망하고 있다.

우리가 마스크를 통해 일반적으로 접하고 있는 중동은 국가 간의 전쟁이나, 종교적인 갈등을 겪고 있는 뉴스가 대부분을 차지하고 있다. 하지만 중동은 아랍

이라 불리는 지역이 22개국을 형성하고 있으며 이란, 터키, 파키스탄까지 포함하면 매우 크고 거대한 시장을 구성하고 있는 지역이다.

이 중 우리가 식품시장을 중심으로 진출을 생각한다면 소득수준이 높고 외국 제품에 대한 소비문화가 발달되어 있는 걸프 연안지역의 국가가 우선적으로 고려될 것이다. 걸프 지역 국가들은 석유를 생산하는 산유국이고 서양 문화에 비교적 개방적이며 사회적으로 안정된 국가에 해당된다. 특히 아랍에미리트연합(UAE)은 교통이 발달해 있고, 서방 세계와 개방적으로 교류하고 있어, 다국적 식품기업이 다수 진출해 있는 곳으로 유명하다. 우리나라에서도 정부와 민간이 합동으로 매년 두바이에서 열리는 식품박람회에 참가하거나, 한국 농식품박람회를 현지에서 개최하는 등 중동 진출을 위해 이제 막 걸음마를 시작한 단계라 할 수 있다.

걸프 연안 국가들은 소득 수준이 높고, 사막의 건조한 기후에 영향을 받는다. 또 외국과의 활발한 교류 등 서구적 외식 문화가 발달해 있고, 해외 수입 식품 의존도가 높은 지역이다. 그러나 우리나라 기업들은 건설이나 제조업을 중심으로 진출 분야가 편중돼 있으며, 식품기업의 진출은 미미한 상태이다. 사실상 우리 교민들을 위한 식자재 공급 수준에 머무르고 있어





체계적인 대책이 필요한 상황이다.

### 중동 시장 진출을 위한 준비와 해결 방안

중동 지역은 건설, 원전 플랜트 수출, 의료 협력, 문화 산업, 석유 산업 등을 중심으로 긴밀한 협력 관계를 구축해온 산업이 있으며, 이들 산업을 중심으로 오랜 기간 인적 네트워크를 형성해 왔다. 최근 들어 국가 간의 할랄 식품에 대한 양해 각서, MOU를 체결하는 등 식품기업의 시장 진출 기회는 늘어가는 상황이다. 이러한 외부적 기회요인을 국내 식품기업이 효과적으로 활용하기 위해서는 중동 시장 진출에 앞서 상대방에 대한 이해와 준비가 필요하다.

중동 시장 진출을 위해서는 무엇보다 할랄인증을 받아야 하며, 할랄인증을 받기 위해서는 그에 맞는 준비 과정과 지원 시스템 구축이 필요하다. 앞으로의 미래 시장에 대해 기업이 개별적 차원에서 할랄인증 시스템 구축에 나서기 보다는, 정부 차원에서 장기적 전략을 가지고 체계적으로 할랄인증을 받을 수 있는 대책 마련이 필요하다. 또 이를 증점적으로 추진해나갈 컨트롤 타워가 필요하다. 성급한 시장 진출보다 체계적이고 철저한 준비를 통한 시장 접근이 식품의 안전성을 선택 기준으로 생각하는 소비자에게 호평을 받을 것이다.

할랄인증을 받은 한국산 식품은 모두 중동 시장에서 잘 팔릴까? 누구도 '그렇다'라고 대답할 수 없을 것이다. 할랄인증도 중요하지만, 어떤 품목이 경쟁력이 있으며, 중동 소비자들이 무엇을 선호하는지에 대한 시장 조사와 현지 검토가 필요하다. 또한 그들의 입맛과 기호에 맞는 식품은 무엇인지 연구하고 조사할 필요가 있다. 새로운 해외시장 진출 시 실패하지 않기 위해서는 중동의 소비자에게 다가갈 수 있는 현지화 전략의 수립과 추진이 무엇보다 중요하다.

이런 문제들은 민간 식품기업이 각자 해결하기에는 시간과 비용이 많이 소요되기 때문에 전문적이고 체계적인 시스템 구축이 필요한 부분이다. 정부와 기업은 시장 진출을 위한 협력시스템을 구축하여 필요한 정보의 수집과 문제점 해결 방안 도출을 위해 노력해야 한다.

### 앞으로의 노력과 과제

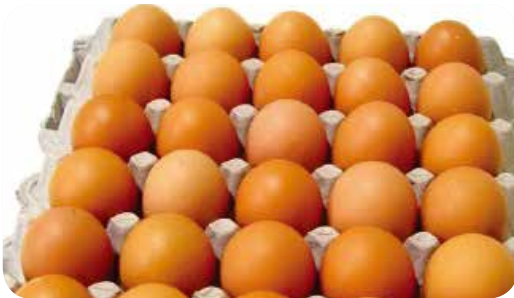
올 초 농림축산식품부가 본격적으로 이슬람 시장 공략에 나섰다'고 하는 반가운 기사를 접했다. 한국식품연구원에서 식품수출지원센터를 통해 중동 시장 진출을 적극 지원하고 있다는 기사도 접할 수 있었다. 한국농수산물통공사(aT센터)는 올 3월 세계 최대의 이슬람 인구 국가인 인도네시아 수출 확대를 위해 인도네시아 세븐일레븐과 MOU를 체결하여 한국 식품관을 설치·운영할 것이라고 발표했다. 해외 식품 시장 진출 시 해외전문 유통기업과의 협력시스템 구축은 성공의 열쇠를 쥐는 중요한 문제이기 때문이다.

이러한 노력이 일회성으로 끝나서는 안 되겠다. 이슬람 시장 진출을 희망하는 식품기업의 의견과 노력이 반영된 체계적 협력시스템 구축으로 연계되어야 한다. 정권이 바뀌면 사라져 버리는 일회성 정책이 아닌, 기업과 민간의 의견이 반영된 체계적인 시장 진출 전략과 지원제도의 마련이 지금부터 필요한 것은 아닐까? ①

# 안전 또 안전 식품산업의 고달픈 행군

조류독감, 살충제 계란, 바이러스 햄, 식품업계의 고난이 계속되고 있다. 식약처 및 농식품부는 국내 유통되는 식품의 검열을 강화하고 문제 해결을 위한 비상체제에 들어갔다. 안전 문제에 왕도가 있을 리 없다. 꾸준하고 성실한 관리만이 건강한 식문화를 지켜줄 것이다.

## 계란 포함 축산물 안전관리 식약처로 일원화



살충제 계란 파동의 원인 중 하나로 농림축산식품부와 식품의약품안전처의 이원화된 역할구조가 문제점으로 지적되면서, 이를 개선하기 위한 법안이 나왔다. 더불어민주당 기동민 의원은 축산물 위생안전관리 전 과정을 식약처로 일원화하는 '축산물 위생관리법 일부개정법률안'을 대표 발의했다. 개정안은 식약처가 생산시설의 관리감독을 농식품부에 위탁하도록 하는 규정을 삭제했다.

## 식약처, 유럽햄·소시지 제품에 대한 검사 강화



식품의약품안전처는 "최근 유럽에서 햄·소시지로 인해 E형 바이러스 감염자가 급증했다는 정보에 따라 검사를 강화한다"고 밝혔다. 수입단계에서는 유럽에서 수입되는 모든 비가열 식육 가공품에 대해서 E형 간염바이러스에 대한 검사를 강화한다. 유통단계에서는 유럽산비가열 햄·소시지 제품을 수거검사하고 수거된 제품에 대해서는 잠정 유통판매 중 단조치할 계획이다.

## 수입식품 유통기한 중량 위변조 행위 원스트라이크 아웃제 도입



식품의약품안전처는 수입식품 유통기한을 위변조하거나 중량을 변조하는 경우 한 번만 위반하더라도 바로 영업을 취소할 수 있는 '원스트라이크 아웃(One-Strike Out)' 도입을 주요 내용으로 하는 「수입식품안전관리 특별법」시행규칙 개정안을 입법예고한다고 밝혔다. 이번 입법예고안은 수입식품 안전관리를 강화하고 절차를 합리적으로 개선하기 위해 마련되었다.

## 백수오, 열수추출물 섭취만 안전



식품의약품안전처는 백수오와 이엽우피소의 독성시험 및 위해평가를 실시한 결과, 백수오는 뜨거운 물로 추출한 형태인 '열수추출물'로만 사용하도록 사용을 제한하고 이엽우피소는 현행처럼 식품원료로 인정하지 않는다고 밝혔다. 또한 백수오를 열수추출물 형태로 가공한 건강기능식품과 일반식품은 모두 안전한 것으로 확인되었다.

## 농업분야 국고보조금 부정수급 근절 추진



농림축산식품부는 8월부터 연말까지 농업분야 국고보조금 부정수급 예방감시 강화를 위한 현장점검 및 집중감사를 통해 보조금 부정수급을 근절할 계획이라고 밝혔다. 우선, 보조금 중복편중 지원, 부적격자 지원 등 부정수급 방지를 위한 현장점검 및 제도개선을 추진할 계획이다.

▶ 부정수급 적발현황(행정조사) : ('14) 186건 → ('15) 334 → ('16) 102

## 초등학교 주변 위해요인 특별 단속 불량식품 근절



개학기를 맞아 어린이 안전사고 예방을 위해 정부 합동으로 전국 6,000여 개 초등학교 주변의 위해 요인에 대한 특별안전점검과 단속을 실시했다. 8월 28일부터 9월 22일까지 실시한 이번 점검은 학교매점, 분식점 등 조리·판매업소의 위생관리 상태를 점검해 불량재료가 공급되는 것을 사전에 차단하고 불량 위해식품이 근절되도록 관리를 강화하기 위해 진행됐다.

## aT, 중국식품 안전기준 DB 구축



한국농수산식품유통공사(aT)는 대중국 농·식품 수출업체가 중국 식품안전 기준을 정확하게 파악하지 못해 발생하는 통관 거부 등의 애로사항 해소를 돕기 위해 대중국 주요 수출품목과 식품첨가물 등 90개 중국 국가표준(GB)에 대한 DB를 구축했다고 밝혔다. aT가 DB를 구축한 중국 국가표준은 '주요 품목 국가표준' 82개와 오염물질 최대 잔류 허용량 등의 '기타 국가표준' 8개로 총 90개다. (f)



# 4차 산업혁명과 스마트공장 (Smart Factory)2

- 인공지능, 빅데이터, 클라우드 -

인공지능(Artificial Intelligence:AI)이라고 하면 인간과 바둑대결에서 완승을 거둔 구글의 알파고를 떠올리게 된다. 컴퓨터가 학습을 하고 주어진 문제에 대하여 답을 추론하는 인공지능은 빅데이터를 기반으로 더욱 발전하게 되었고, 방대한 양의 자료를 의미하는 빅데이터 분석은 클라우드 컴퓨팅 시스템과 밀접한

관계를 가지고 있다. 스마트공장은 인공지능, 빅데이터, 클라우드를 기반으로 근로자에게는 쾌적한 작업환경을 고객에게는 맞춤형 제품을 공급하는 4차 산업혁명시대의 새로운 제조업을 탄생시킬 것이다.

## 1. 스마트화를 구현하는 인공지능과 빅데이터

### 컴퓨터가 지능을 가졌다

인공지능이란 용어는 1956년 미국 뉴햄프셔 다트머스 대학의 학술회의에서 수학자인 존 매카시 교수가 처음 사용했다. 최근 자주 등장하고 있는 딥러닝, 기계학습 등 인공지능에 관련된 기술에 대해 먼저 알아보자.

**인공지능** : 인간이 가지고 있는 지능을 기계인 컴퓨터가 갖는 것을 의미하는데, 기계학습(machine learning), 딥러닝(deep learning) 등 컴퓨터가 지능을 가질 수 있도록 하는 알고리즘과 기술이 포함된다.  
**기계학습** : 알고리즘을 이용해 데이터를 분석하고 분석을 통해 학습하며, 학습내용을 기반으로 의사결정을 할 수 있도록 한다. 예를 들면 자율주행차량이 도



로에서 장애물을 만났을 때 차를 정지할 것인지, 차선을 변경할 것인지 주변 상황에 따라 결과를 예측하고 적절한 운전방법 선택을 위해 기계학습이 필요하다.

**딥러닝** : 머신러닝의 알고리즘인 인공신경망(artificial neural network)의 발전된 형태다. 사람의 뇌가 신경세포간의 연결을 통해 학습한다는 점에 착안해 정보의 입출력을 다층으로 정교하게 구성해서 학습하는 방법이다. 유튜브의 1,000만 개 이미지를 컴퓨터에 학습시켜 사람과 고양이 사진 분류에 성공한 구글의 고양이 인식 실험이 딥러닝의 대표적 사례다.

### 기계는 어떻게 학습할까?

인공지능에 필요한 기계학습 방식은 답이 있는 문제를 학습하는 방식(supervised learning)과 답이 없는 문제를 학습하는 방식(unsupervised learning)으로 나뉜다. 즉 컴퓨터를 학습시키는 선생님이 있느냐, 없느냐로 나누는 것이다. 답이 있는 문제 방식은 라면과 국수의 이미지 차이를 분류한 데이터를 컴퓨터에 입력하고 이를 학습하면 인공지능이 라면과 국수를 판단하게 된다. 이 경우 라면과 국수의 이미지 차이를 분석한 데이터는 사람이 만들었으므로 선생님이 답을 알려주는 방식의 학습으로 볼 수 있다. 답이 없는 문제 방식은 인공지능이 여러 가지 면에 대한 이미지 정

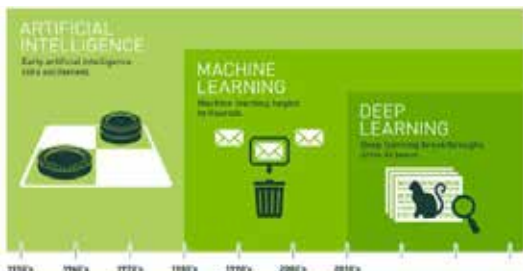
보를 집단으로 분류하게 된다. 집단 분류에 사용된 기준(변수)을 분석하여 가장 중요한 변수인지를 알게 되는 것이다. 예를 들면 라면과 국수의 구분에 면의 형태, 면의 색, 고명, 육수 중 어떤 변수가 가장 중요인지 관찰하여 알아낼 수 있다. 답이 없는 문제 방식은 사람이 구분한 자료를 제시하지 않고 라면과 국수에 대한 이미지를 분류하고 중요변수를 사후 학습하는 방식, 즉 선생님이 없는 형태이다.

### 인공지능, 빅데이터로 뚝뚝해졌다.

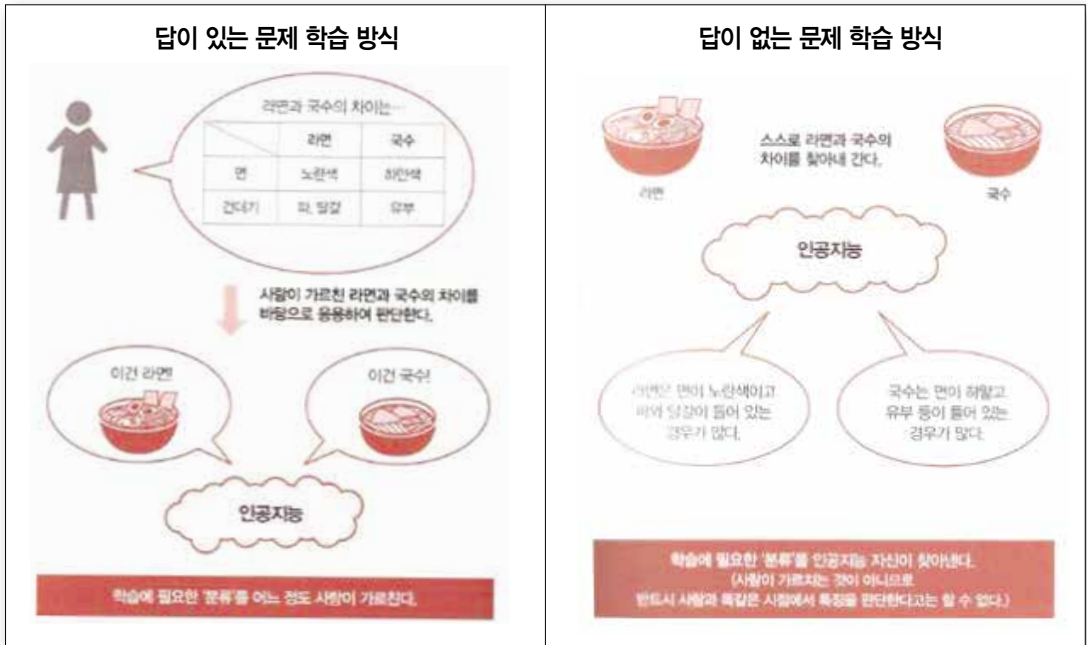
인공지능 기술은 새로운 것은 아니다. 1970년대 이후 몇 차례 인공지능이 조명 받는 시기가 있었으나, 그때마다 실용성에 대한 한계점이 지적되었고 기술에 대한 관심이 멀어지는 것을 반복하였다.

인공지능이 최근 다시 관심을 받게 된 것은 기계학습으로 인한 예측 정확도가 매우 높아지게 되었고, 실제 산업분야에 적용하여 생산성 향상과 경제적 이익을 높여주는 사례가 발표되고 있기 때문이다. 지난 호에서 다룬 사물인터넷(IoT)이 구현된 공장에서는 센서와 기계에 의하여 짧은 기간에 방대한 양의 자료 수집이 가능하다. 이렇게 축적된 자료를 빅데이터라고 하고, 빅데이터의 분석은 인공지능의 기계학습을 통하여 이루어진다.

인공지능은 학습에 사용되는 데이터의 양이 많을수록 예측 값의 정확성이 높아지게 되는데, 뚝뚝해진 인공지능은 다양한 분야에서 수요를 발생시키게 된다. 늘어난 기술수요에 따라 다양한 분야에서 다시 빅데이터가 생성되고, 이것을 다시 기계학습하여 인공지능이 미래에 일어날 일을 더욱 정확하게 예측할 수 있게 만드는 선순환 구조로 설명할 수 있다. 스마트공장에서는 사물인터넷을 통해 빅데이터를 수집하게 되고 고장 발생가능성 또는 불량률이 높아질 수 있는 공정이나 설비를 인공지능이 분석하여 알려 준다. 공장 관리자는 적절한 유지보수 조치를 통하여 근로자의 안전사고



인공지능, 기계학습, 딥러닝의 개념도 (출처 : NVIDIA사 블로그)



(출처 : 최신 IoT, 정보문화사)

를 막고 제품의 불량률도 감소시키는 효과를 얻을 수 있는 것이다.

## II. 스마트공장의 미래

선진국의 경우 저임금 제조업의 기피현상으로 인한 노동인구 감소와 인건비 상승 등의 대안 확보를 위해 개발도상국으로 공장을 이전하는 현상이 발생하고 있다. 인더스트리 4.0의 핵심개념인 스마트공장은 제조업 공동화 현상을 막을 수 있는 대안으로 여겨지고 있다.

### 효율성을 높이는 클라우드 서비스

클라우드 서비스는 사용자가 필요한 하드웨어를 조립하고 소프트웨어를 일일이 설치하는 대신 컴퓨팅 작업이 필요할 때만 사용하는 시스템이다. 클라우드 서비스의 효율성은 자가 발전기 사용과 전력회사 이용

을 사례로 비교해 볼 수 있다. 자가 발전기 사용 공장은 생산량이 불규칙한 경우 전력량의 부족 또는 남은 전기에 대한 대처가 어렵다. 반면에 전력회사를 이용하게 되면 발전기 설치와 유지보수에 대한 수고를 덜게 되고 필요할 때 사용한 전력량에 대한 비용만을 지불하기 때문에 효율적이다.

스마트공장별로 빅데이터 저장장치와 인공지능 엔진을 탑재한 서버를 운영하게 된다면 하드웨어와 소프트웨어 시스템 구축을 위해 많은 시간과 비용이 소요된다. 클라우드 서비스는 빅데이터 분석에 사용되는 대용량 데이터 처리시스템을 직접 구축하는 대신 데이터 분석 소프트웨어 서비스를 제공하는 업체의 클라우드 서버에 접속하여 데이터 분석 작업을 수행하고 사용한 하드웨어와 소프트웨어에 대한 비용을 지불하는 것을 의미한다. 클라우드 컴퓨팅은 스마트공장 구축비용과 시간을 절감할 수 있는 유용한 도구로

주목받고 있고 글로벌 기업과 대기업을 중심으로 서비스를 제공하는 업체들이 등장하고 있다. 클라우드 서비스는 사물인터넷으로 연결된 센서와 설비에서 생성된 데이터를 클라우드로 전송하여 빅데이터로 축적하고, 인공지능은 빅데이터 분석 결과를 시각화된 인포그래픽 형태의 자료로 공장 관리자에게 제공하게 될 것이다. 생산량 증대와 경영효율화를 위한 합리적인 의사결정에 필요한 하드웨어와 소프트웨어를 제공하는 클라우드 서비스는 스마트공장의 핵심요소이다.

### 스마트공장이 가져올 변화

사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅 등 첨단 기술을 활용하는 스마트공장은 설비와 제조공정상의 이상 유무를 감시하고 대처하여 근로자에게 안전하고 쾌적한 작업 환경을 제공할 것이다. 빅데이터 분석은 시장수요에 적극적으로 대응할 수 있는 고객 맞춤형 제품 생산으로 소비자 만족도를 높일 수 있게 될 것이다. 선진국의 경우 스마트공장 도입으로 근로환경을 개선하고, 제품 생산성을 높여 자국 내로 제조업을 다시 불러들이고 있다. 4차 산업혁명 시대는 대량생산을 통해 경쟁력을 확보하는 생산자 중심의 공장이 소비자 맞춤형 생산을 통해 고부가가치를 창출하는 스마트공장으로 변화하게 될 것이다.

### 식품산업과 스마트공장

스마트공장의 도입 효과는 다음 표와 같이 산업별로 서로 다르게 나타날 것으로 전망되고 있다. 조립 공정이 많은 자동차와 가전 산업은 로봇 자동화에 의한 도입효과가 크고 생산로봇 분야도 발달되어 있다. 단위공정이 연계되는 장치산업인 화학·에너지 산업의 경우 예방정비·공정 간 연계제어 등의 분야에서 도입 효과가 클 것으로 예측된다. 식품산업은 프로세스 장치산업으로 분류할 수 있을 것이다. 예를 들면 식품 원료의 특성상 설비의 고장으로 생산이 중단될 경우 다시 가동하기 위해서 부패 위험이 있는 원료, 반제품을 폐기하고 공장 설비를 세척하는 등 까다로운 위생 처리가 필요하다. 예방정비와 공정 간의 연계제어는 생산중단과 재가동에 따른 인력·시간·경제적 손실을 방지할 수 있는 유용한 기술이 될 것이다.

산업 분야와 기업의 특성에 따라 투자되는 비용과 개선 효과가 서로 다르게 나타날 수 있다. 따라서 각 회사는 도입 목적을 명확히 하고 공정 시스템 분석과 전문가 컨설팅 등을 통해 충분히 검토한 후 도입해야 만족할 수 있는 효과를 얻을 수 있다. 스마트공장은 4차 산업의 핵심인 사물인터넷, 인공지능, 빅데이터 분석 등 관련 기술발전과 함께 적용범위와 파급효과가 커질 것으로 전망되고 있다. ①

산업에 따른 스마트공장의 효과 (출처 : 포스코경영연구원 이슈리포트, 2017)

스마트공장 주요분야	조립가공산업(자동차·가전·부품)	프로세스장치산업(철강·화학·에너지)
설비 예방정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설비 규모가 작음</li> <li>• 여분의 설비 보유 가능</li> <li>☞ 개선 효과 적음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핵심 설비의 고장방비</li> <li>• 설비 고장 손실 큼</li> <li>☞ 개선 효과 큼</li> </ul>
공정 간 연계제어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공정 간 상호작용 제한적</li> <li>☞ 개선 효과 적음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공정 간 상호작용 활발</li> <li>☞ 개선 효과 큼</li> </ul>
전문가 공정제어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 적용대상 공정 제한적</li> <li>☞ 개선 효과 적음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산성 핵심 공정 다수</li> <li>☞ 개선 효과 큼</li> </ul>
로봇 자동화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 높은 노무비 비중</li> <li>• 대체가능 공정 다수 보유</li> <li>☞ 개선 효과 큼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 낮은 노무비 비중</li> <li>• 대체 가능 공정 제한적</li> <li>☞ 개선 효과 적음</li> </ul>

# 유통업계의 진퇴양난, 출구는 있을까?

정부는 일자리 창출, 최저임금 인상 등에 유통기업들이 적극 나설 것을 요구하고 있다. 대형마트를 비롯해 복합쇼핑몰, 아울렛 등을 운영하는 대기업들은 대형마트 오픈을 통한 일자리 창출을 유도할 수 있겠으나 최저임금이나 비정규직 문제를 포함하고 있어 일자리 확충에는 한계가 있어 보인다. 덧붙여 규제도 함께 강화해 나갈 것이라는 정부의 발표에 유통업계는 이러지도 저러지도 못하는 딜레마에 빠졌다.





## 빠르게 변하는 세계 유통시장

롯데, 신세계, 현대 등 주요 유통 대기업들은 이번 정부 출범 이전부터 신규 인력 채용, 비정규직의 정규직 전환 등을 발 빠르게 이뤄나가겠다고 선포한 바 있다. 문제는 대형마트와 복합쇼핑몰 등이 규제대상에 포함될 가능성이 커지면서 일자리 늘리기가 현실적으로 어려울 수 있다는 점이다. 정부 규제로 인한 문제뿐 아니라 세계 유통시장이 매우 급속도로 변화하고 있기 때문에 이에 대한 대응책을 마련하는 것 또한 쉽지 않은 실정이다.

아무리 국내 유통시장을 점령하고 있는 대기업이라도 국외에서 성공을 이루기 쉽지 않다는 것은 널리 알려진 사실이다. 글로벌 대형 유통업과 한국의 유통 대기업의 관계는 우리나라 영세업체가 유통 대기업에 비해 왜소하고 힘이 없어 보이는 것과 유사할 것이다. 국내 대형 유통업이 언제까지 국내에서의 입지를 유지할 수 있을지 모를 일이다. 세계 식품분야 유통시장 추세를 살펴보면 외국 기업이 국내에 대형마트를 건설하고 영업하는 일은 점차 줄어들 것으로 보인다. 대신 인터넷을 통한 직접구매와 배송이 그 자리를 차지할 것이다. 지금도 상당부분의 데이터를 축적해놓고 한국 소비자들의 경향을 파악해 놓은 것으로 알

려져 있다.

우리는 SNS를 통해 매일 친구들과 소통하고 있다고 생각하지만 언제부터인가 내가 좋아하는 상품 광고가 사이트에 노출되기 시작한다. 오고 가는 수많은 대화 속에서 내가 어떤 상품을 좋아하는지 관심분야가 무엇인지, 또 어떤 취향인지를 분석해서 나에게 필요한 것이라 예상되는 정보를 개별적으로 노출하는 것이다. 이런 일이 반복되다 보면 점점 그 정보에 의지하게 되고 상품 구매활동이 시작되는 것이다. 한마디로 새로운 개념의 마케팅이 이루어지는 것이다. 이런 중요한 정보들을 축적하고 있는 회사가 또 다른 대형 글로벌 유통회사나 판매회사와 합작을 하거나 인수되면 우리 또 그 회사의 제품을 구매하게 되는 것이다. 이것이 글로벌 마케팅을 통해 성장하는 대형 유통기업의 방향성이기도 하다.

## 생존의 기로에 선 유통 대기업

이와 같은 행동을 취하고 있는 대형 글로벌 기업과 우리 기업의 경쟁은 피할 수 없는 일이다. 국내 유통업체 생존을 결정지을 시간이 서서히 다가오고 있다는 것을 생각할 때 규제를 위시한 정부 정책이 강하게 추진되는 것은 앞친 데 덮친 격이 아닐 수 없다.



일자리 창출을 통한 유통업계의 대형화는 또 한편으로는 영세마트의 목을 졸라매는 결과를 나올 수도 있다. 물론 필요 인원은 확충해야 할 일이다. 하지만 세상은 갈수록 IT화되고 있고 온라인 구매층이 확대되고 있는 흐름을 무시할 수는 없다. 또 유통 분야에서 많은 인원을 줄이고 있는 외국 기업과 상충되는 경향이기도 하다. 아마존의 행보가 이를 잘 보여준다. 얼마 전 유기농 농산식품 최대 업체인 Whole Foods를 인수한 아마존은 마이크로소프트 회사와 제휴를 통해 목소리로 제품을 구매할 수 있는 방향을 시도하고 있다. 언젠가 한국의 소비자도 이런 흐름을 전폭적으로 받아들일지 모르는 일이며 이런 일이 현실로 다가온다면 국내 유통업계에는 큰 충격이 될 것이다. 따라서 큰 폭의 인원 조정이 불가피할 상황을 맞을 수 있다. 정부 정책으로 인해 인원채용을 무리하게 시도한다면 결국 그 피해는 눈덩이처럼 불어날 수 있는 것이다.

### 일자리 창출, 무엇이 필요할까?

일자리 창출은 정부의 강요에 의해 이뤄지기 보다는

활발한 구매활동을 통해 전개되는 것이 좋을 것이다. 환경이 조성되면 인원 확충은 자연스럽게 발생하는 것이기 때문이다. 제조업과 다른 특성이 있는 유통 분야에서 일자리 창출을 채찍질하는 것은 보다 신중을 기해야 하는 문제일 것이다. 경제 활성화가 그 어느 때보다 요구되는 시점에서 기업에 강요하듯 경제를 이끌어가는 안 될 일이다. 일자리 창출만을 외칠 것이 아니라 정부가 추진하는 정책 사업을 통해 일자리를 만들 수 있는 노력을 하면 그에 따른 고용은 순차적으로 이뤄질 수 있을 것이다. 규제와 강요를 통한 경제 분야에서의 산업 활동 유도는 결코 국제 경쟁력을 갖추지 못한다. 국제 경쟁력 자체가 규제로부터의 해방을 부르짖고 있기 때문에 더욱 그러하다. 우리는 규제가 적은 국가의 산업일수록 국가 경쟁력이 높은 기업으로 발전하는 것을 많이 보아 왔다. 인력 창출을 부르짖지만 우선 당장 해결되는 가시적인 효과를 무리하게 요구할 것이 아니라 진정으로 국제 경쟁력을 갖춘 유통업체로 발전시켜 자연적으로 인력 수급의 필요성이 발생할 수 있도록 점진적으로 노력해 나가야 한다.





### 자유로운 도전과 실패 속에 성장하는 유통산업

빠른 시일 내에 성과를 도출하기 위해 규제를 통한 관리를 시도한다면 기업이 정부정책에 호응하기 어려울 수도 있다. 가급적 많은 규제를 풀어가면서 자유롭게 사업할 수 있는 환경을 만드는 게 우선이다. 규제는 국민에게 피해가 가지 않는 정도면 족하다. 자유로운 도전과 실패 속에서 유통산업 분야가 발전할 수 있게 이끌어주었으면 한다. 또 한편으로는 무조건 최저임금 인상을 요구하기 보다는 분야와 전문성에 따라 최저임금의 폭이 다양하게 설정되어 운영될 필요가 있으며 그게 현실적인 대응 방안이라고 여겨진다. 해당 분야의 전문성이 특별히 요구되는 직원에 대한 임금을 차별적으로 조정해 운영할 필요가 있다. 그것이 기업 간 경쟁을 유발할 수 있는 길이다. 획일화하는 임금정책은 자못 기업 발전을 저해하는 요인이 될 수도 있다.

우리가 안고 있는 여러 문제들이 한 가지 처방에 의해 해결될 수는 없는 일이다. 뿐만 아니라 무섭게 엄습해 오는 국제 유통시장의 변화에 국내 유통업계의 발 빠른 대응이 필요할 것이다. ①

### Relevant News

## 기रो에 선 유통업계, 상생을 위한 노력 지속

주요 대기업들은 문재인 정부 출범 전부터 신규 인력 채용을 확대하고 비정규직에서 정규직 전환율을 높였다. 롯데그룹은 창조적 노사문화 선포 2주년 기념식 등을 통해 향후 3년간 비정규직 근로자 1만 명을 정규직으로 전환하고 5년간 7만 명을 신규 채용하겠다고 밝혔다. 신세계그룹도 2015년 1만 4,000여 명, 2016년 1만 5,000여 명을 고용한 데 이어 올해엔 더 많은 인원을 고용한다는 방침이다. 현대백화점그룹도 지난해 2,300여 명을 고용했고 올해도 2,600여 명을 채용할 계획이다. 유통업계는 정부의 정책 방향에 발맞추겠다는 야심찬 포부를 내비쳤지만 잇단 규제정책 속에 일자리 창출에 빨간불이 켜졌다는 분석이 많은 것도 사실이다. 정부가 밝힌 '국정운영 5개년 계획'에는 복합쇼핑몰에 대해 대형마트 수준의 영업제한 등을 통해 골목상권을 보호해야 한다는 내용이 포함됐다. 정부가 복합쇼핑몰 등을 대형마트처럼 월 2회 의무휴업을 결정할 경우 자영업자와 소상공인에게까지 타격을 입을 수 있다는 것이다.

하지만 상생을 위한 유통업계 노력은 계속되고 있다. 추석을 앞두고 자금 운용에 어려움을 겪을 중소파트너사(협력사)들을 위해 납품대금을 조기 지급하는 것이 대표적인 예다. 신세계그룹은 "이마트는 2,300여 개 협력업체에 약 1,800억 원, 신세계백화점은 1,700여 개 협력업체에 약 1,000억 원 규모의 납품대금을 조기 지급하기로 결정했다"고 밝혔다.

이마트와 신세계백화점은 각각 지난 2008년과 2010년부터 중소협력업체들이 명절 때 상여금과 임금, 원자재 대금 등 자금소요가 많이 발생하는 것에 착안해 납품대금을 100% 현금으로 결제해 주고 있다. 홈플러스 역시 대기업을 제외한 중소협력회사 중심의 4,100여 곳의 원활한 자금운역을 돕기 위해 약 2,400억 원 규모의 대금을 조기 지급한다.

# 식품라벨, 꼭꼭 숨은 정보를 찾아라!

살충제 달걀 사태로 지금껏 한 번도 신경쓰지 않았던 난각을 살피게 됐다든 소비자도 많다. 우리나라는 식품위생법 10조에 식품의 표시 기준과 영양 표시에 관해 규정하고 있다. 아는 만큼 보이고 보이는 만큼 건강해지는 법. 이번 호에서는 똑똑한 식품라벨 읽기에 대해 알아보자.

## 식품표시제란

식품에 관한 정보, 즉 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 등에 대한 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시하도록 하는 제도다. 식품라벨에 표시하는 내용은 '식품 등의 표시기준'을 따른다. 식품 등의 표시기준은 식품위생법 제10조의 규정에 따라 식품, 식품첨가물, 기구 또는 용기, 포장의 표시기준과 영양표시에 관한 내용을 규정하는 제도. 식품 등의 위생적인 취급과 공정거래의 확보를 목적으로 한다.

식품라벨은 '주 표시면', '일괄 표시면', '기타 표시면'으로 구성된다. 주 표시면은 제품의 이름, 내용량, 열량을 표시한 부분으로 포장의 앞부분에 해당된다. 일괄 표시면은 식품의 유형, 제조연월일, 유통기한 혹은 품질 유지기한, 원재료명 및 함량, 성분명 및 함량에 대한 정보를 제공한다. 기타 표시면은 업소명 및 소재지, 영양 성분, 주의사항 및 기타사항을 나타낸다.

**식품라벨 표시 사항**



**일괄표시면**

- 식품의 유형,
- 제조연월일,
- 유통기한 혹은 품질유지기한,
- 원재료명, 성분명 및 함량

**주표시면**

- 제품명
- 내용량 (내용량에 해당하는 열량)

**기타표시면**

- 업소명 및 소재지
- 영양성분
- 주의사항
- 기타사항

## 영양성분표시

식품라벨에 표시해야 하는 내용 중에는 영양성분이 포함되어 있다. 이는 식품에 어떤 영양소가 얼마나 들어 있는지를 표시하는 것으로, 일정량의 제품에 포함된 영양소 함량을 나타낸다. 영양성분표시 확인을 통해 소비자는 부족한 영양소의 섭취를 늘리고 과잉 섭취하는 영양소를 줄이는 등 자신에게 적합한 제품을 선택할 수 있다. 제품 간의 영양소 함량 또한 쉽게 비교할 수 있다.

## 표시기준분량

1회 제공량당, 100g당, 100ml당, 또는 포장 하나당 함유된 값을 표시한다. 영양소 함량은 반드시 정해진 단위를 이용해 표시하며 제품의 영양성분 수치는 반올림 규칙에 의해 표시한다.

## 영양성분

열량, 탄수화물(당류), 단백질, 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨이 필수적으로 들어가며 그 밖에 식품에 따라 강조하고자 하는 영양성분을 표시한다.

## 영양소 기준치에 대한 비율

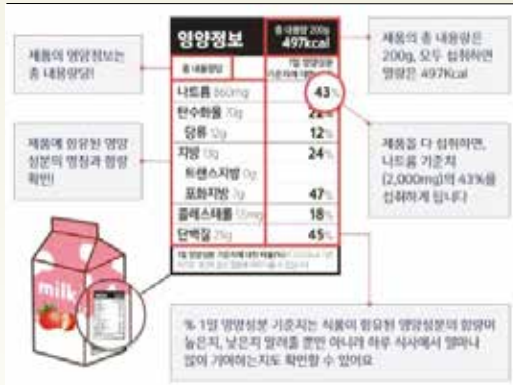
하루에 필요한 영양소에서 어느 정도 비중을 차지하는지 확인할 수 있다. 일반인의 평균 1일 영양소 섭취 기준량을 기준으로 퍼센트(%)를 계산한다.

## 오해하기 쉬운 라벨표시

### '비동물성 지방', '콜레스테롤 무함유'

동물성 지방이 없을 뿐, 식물성 지방이 들어가 있을 수도





자료 : 식품의약품안전처

있다. 식물성 지방은 무조건 관촬을 거러는 판단은 금물. 콜레스테롤은 없지만 열량은 1g당 9kcal 정도로 낮은 편이 아니다. 다이어트를 하고 있다면 꼭 고려해야할 사항.

**‘무설탕’, ‘무가당’**

‘무설탕’의 경우 설탕을 제외한 다른 감미료가 함유되었을 수 있다. 보통 과당, 솔비톨, 자일리톨 등이 사용된다. 또 무가염이나 무가당의 경우 별도의 당을 첨가하지 않았을 뿐

원재료에 나트륨이나 당이 들어 있을 수 있다. 혹은 결정과 당이나 액상과당이 첨가됐을 수 있다.

**‘무색소’**

인공색소를 사용할 수 없도록 규정된 식품임에도 불구하고 무색소 표시를 강조해서 다른 식품들에는 마치 색소가 들어 있는 것처럼 오해를 불러일으킬 수 있다.

**‘100%’**

‘100% 오렌지 주스’라고 하면 사람들은 오로지 오렌지만으로 주스를 만들었다고 생각하지만 실제로 원재료명을 살펴보면 정제수에 오렌지 과즙 5% 미만, 과일 향, 구연산 등이 포함된 경우가 대부분이다. 주스 안에 다른 과즙을 섞지 않고 오렌지만 사용했다는 의미다.

**‘0kcal’**

열량이 5kcal 미만인 식품의 경우 0kcal로 표기가 가능하다. 하지만 실제로는 0kcal가 아니기 때문에 이를 믿고 많은 양을 섭취하지 않도록 주의해야 한다. 대부분 식품라벨에 표시된 칼로리는 1회 제공량 기준이라는 것도 잊지 말자. 📌

**유해성분 살펴보기**

**나트륨(소듐)**

우리나라 1일 성인 섭취 권장량은 2,000mg다. 최근에는 매출 상위 5개 제품의 평균 나트륨 함량을 기준으로 비교수치를 게재하는 나트륨 표시제가 시행됐다.

**L-글루타민산나트륨**

우리가 흔히 MSG라 부르는 화학조미료. 하루 세 끼 식사와 간식으로 이를 계속 섭취할 경우 과민 반응이 일어날 수 있다는 연구 결과가 있다.

**트랜스지방**

세계보건기구(WHO)에서는 1일 섭취량을 총 열량의 1% 이하로 제한하고 있다. 보통 부드러운 빵보다 거칠고 딱딱한 종류의 빵에 트랜스지방이 적게 들어 있다. 식물성 기름에 수소를 첨가해 쇼트닝이나 마가린을 만들 때 형성되는 성분으로 포화지방보다 심혈관계 질환을 발생시킬 우려가 크다.

**아질산나트륨**

햄이나 소시지 등 육류가공품의 신선한 육색을 유지시키는 발색제로 독성이 강해 사용 한도를 규제하고 있다.

**레시틴**

유전자 재조합 대두에서 추출해 사용하는 경우가 많다. 초콜릿 가공품에 이 성분을 넣지 않은 제품은 거의 없을 정도. 그러나 유전자 재조합 식품을 피하고 싶다면 과도한 초콜릿 섭취는 삼가는 것이 좋다.

**소르빈산칼륨**

가공식품의 보존료로 사용하는 소르빈산칼륨은 다른 보존료에 비해 독성이 약한 것으로 알려져 있으나 일부 민감한 사람들에게는 피부 자극이나 호흡기 알레르기를 일으킬 수 있기 때문에 주의가 필요하다.

자료 : (네이버 지식백과) 식품라벨 읽기 교수되기/참고서적(식품라벨 꼼꼼 가이드)

## 따뜻한 정(情)을 나누는 오리온의 사회공헌

“말하지 않아도 알아요. 초코파이 情” 제과기업 오리온을 생각하면 가장 먼저 떠오르는 문구입니다. 1956년 창업 이래 ‘정직한 마음으로 만든 건강하고 좋은 제품으로 고객의 삶에 행복을 더한다’는 기업이념을 실천해온 오리온은 따뜻한 情을 나누는 다양한 사회공헌 활동을 수행하고 있습니다.

### 아이들과 함께해온 오리온의 정

90년대 초 오리온은 하루가 다르게 성장하는 학생들에 비해 일선 학교의 책걸상이 너무 작고 낡아서 아이들의 건강에 좋지 않은 영향을 미치고 있다는 생각에 초코파이 정(情) 수익금을 통한 책걸상 바꿔주기 캠페인을 시행하였습니다. 5년이 넘게 이어진 이 캠페인을 통해 전국 도서벽지 학교 약 4만여 개의 책걸상이 새로 교체되었고, 수십 년이 지난 지금도 훌륭한 학생건강 캠페인으로 회자되고 있습니다.

요즘 아이들의 교실은 좋은 환경으로 바뀌었지만, ‘학

교폭력과 따돌림’이라는 새로운 문제가 행복한 학교 생활을 가로막고 있습니다. 이에 오리온은 우리의 아이들에게 행복한 교실을 되돌려 주자는 취지에 글로벌 NGO 단체인 월드비전과 손잡고 전국 초·중·고 교생을 대상으로 ‘교실에서 찾은 희망’ 캠페인을 펼치고 있습니다. ‘교실에서 찾은 희망’은 학교 폭력과 따돌림을 없애고 다함께 친구가 되자는 취지의 캠페인입니다. 친구들과 함께 캠페인송에 맞춰 율동 플래시몹 영상을 만드는 과정에서 우정을 다지고 행복한 교실을 만들어갈 수 있습니다. 매해 오리온은 캠페인에

교실에서 찾은 희망





베트남 농가 지원



정친구 오리온 연말나눔

응모한 팀 모두와 우수사례로 선정된 학교의 학생들을 위해 임직원들이 손수 제작한 대형 스낵박스를 후원하고 있습니다. 최근 3년간 전달한 스낵박스는 약 3,400박스에 달하며 총 3억 원의 상당의 제품을 후원하였습니다.

연말연시 진행하는 '정(情)친구 오리온'은 취약계층 아동 및 청소년을 위한 사회공헌 행사입니다. 지난 2016년에는 오리온 임직원들과 고향 오리온 농구단 선수들이 과자박스 약 1,200개를 제작해 전국의 지역아동센터와 그룹홈 대안학교에 배송하고 아이들과 함께 놀이와 식사를 하며 즐거운 시간을 보냈습니다. 또 대안학교와 지역아동센터의 학생들을 초청해 함께 아쿠아리움을 견학하고 오리온이 운영하는 마켓오 레스토랑의 쿠킹클래스를 체험하며 연말연시 따뜻한 정을 나누었습니다. 쿠킹클래스에 참여한 학생은 '산타클로스처럼 찾아온 오리온 언니 오빠들과 과자도 만들고 즐거운 시간을 보냈다'고 전했습니다.

### 감자를 통해 농민과 나누는 오리온의 정

오리온은 품질 좋고 병충해에 강한 원료감자 생산을 위하여 1996년 강원도 평창에 국내 유일의 감자연구소 설립했습니다. 이후 꾸준한 종자 연구를 통해 우량품종을 독자 개발했고 원료로 사용하고 있습니다. 연간 2.5만톤에 해당하는 원료감자는 전국 1천여 개의 농가와와 가공용 감자 재배계약을 통해 구매하고 있습니다. 오리온은 우량종자를 제공하고 농가가 재배한 감자를 전량 납품받아 안정적인 농가 소득을 보장해주고 있습니다. 또 농가의 생산성 증대와 품질 향상을 위해 재배농가의 교육과 관리 활동도 지속적으로 시행하며 농가상생 활동에 앞장서고 있습니다. 감자를 통한 오리온의 정나눔은 해외에서도 이루어지고 있습니다. 오리온 베트남 법인은 농업기술과 자재가 낙후된 베트남 현지 농가들에 1억 원 상당의 최신 농기계를 기증했습니다. 또한 베트남 토양에 맞는 종자감자 연구를 위한 '베트남 고향감자 지원 프로젝트'를 지속적으로 진행하고 있습니다.





페루 홍수피해 지원



구립용산장예인복지관 후원 협약

### 아픔을 함께 나누는 오리온의 정

정을 나누는 오리온의 마음은 아픔을 겪은 우리 이웃에 대한 응원으로 이어집니다.

충북 지방은 지난 7월 사상 최악의 집중호우로 막대한 피해를 입었고 수많은 이재민이 발생하였습니다. 특히 특별재난지역으로 선포된 청주시는 오리온의 대표브랜드인 초코파이와 꼬북칩, 포카칩 등을 생산하는 청주공장이 위치한 지역입니다. 오리온은 지역의 재난을 극복하는데 힘을 보태자는 뜻으로 2억 원 상당의 재해복구 지원금과 제품을 청주시에 기부하였습니다. 예상치 못한 폭우와 이어지는 무더위에 고통 받고 있는 우리 이웃의 상처를 치유하는데 조금이나마 보탬이 되고자 하는 오리온의 마음입니다. 지구촌 이웃의 아픔에도 오리온의 정(情)이 전달되었습니다. 지구 반대편에 위치한 페루는 지난 봄 엘리뇨 현상에 따른 최악의 집중호우로 100만 명이 가까운 이재민이 발생했습니다. 이규홍 오리온 부사장이 직접 페루를 방문해 부통령을 만났고 따뜻한 위

로와 함께 초코파이 50,000개를 위문품으로 전달했습니다. 오리온은 2008년 대지진이 일어난 중국의 쓰촨성과 2013년 수해를 입은 필리핀 하이엔에도 초코파이 등을 구호품으로 전달하며 국제 구호에 앞장섰습니다.

### 취약계층에 대한 제품 기부

오리온은 자사제품의 구매가 어려운 지역사회 취약계층을 대상으로 맛있고 품질 좋은 오리온 제품을 기부하는 등 따뜻한 정을 나누는 사회공헌 활동을 꾸준히 이어나가고 있습니다. 지난 2012년부터 2016년까지 전국 지역아동센터 및 청소년 그룹홈 등 각종 복지시설 850곳에 약 115억 원 상당의 자사 제품을 기부하였습니다.

### 프로 농구단 고양 오리온 오리온스의 사회공헌

프로농구단 고양 오리온 오리온스는 스포츠 활동을 통한 사회책임에 앞장서기 위해 연고지역(고양시)을





오리온재단 공익사업

기반으로 다양한 사회공헌 활동을 시행하고 있습니다. 연고지 의료기관인 일산 백병원과 후원협약을 체결하고 경기 수익금을 난치병 어린이의 치료비로 지원하고 있으며, 의료기관에 위문 방문하거나 홈 경기에 어린이 환우를 초청하고 후원하는 활동을 시행하고 있습니다.

### 임직원 참여 사회공헌 활동

오리온이 추구하는 사회공헌은 단순히 금전과 제품의 전달이 아닌 구성원이 직접 활동에 참여하여 마음을 전하는 데 있습니다. 이를 위해 오리온은 임직원의 사회공헌 활동을 적극 후원하고 있으며 참여를 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.

오리온 본사 직원들은 본사가 위치한 용산구 내 장애인 복지센터와 사회공헌 프로그램 협약을 체결하고 장애인들의 자립활동을 지원하고 있습니다. 용산 장애인 복지관에서 진행되는 베이킹 직업훈련 사업비를 전액 지원하고 있으며 임직원들이 직접 직업교육 활

동 봉사자로 참여하고 있습니다. 장애인들이 사회의 일원이자 우리이웃으로 자립할 수 있도록 돕는 이 활동은 장애인의 행복권을 추구하고 임직원들이 사회 구성원으로서의 보람을 느낄 수 있는 의미 있는 활동으로 자리 잡았습니다.

본사뿐 아니라 오리온의 각 사업장에서도 지역사회에 대한 공헌 활동이 자체적으로 운영되고 있습니다. 제품 생산공장인 청주와 익산공장, 안산공장은 각각 아동보육시설 및 노인요양시설과 협약하여 정기적인 방문 및 제품기부 활동을 시행하고 있습니다. 또 원료감자 연구와 재배를 담당하는 평창 AGRO부문은 중증 장애인에 대한 복지활동을 진행합니다. 이와 별도로 임직원들이 자발적으로 운영하는 사내 봉사동아리는 오리온 정나눔이라는 취지 하에 지속적인 지역사회 내 취약계층을 대상으로 봉사활동을 진행하고 있으며 임직원들의 자발적 관심과 참여를 확대해 나가고 있습니다. ④

# KFIA News

## 혼밥 ! 짜지 않고 건강한 편의점 도시락 어떠세요?

- 나트륨 함량 줄인 가정간편식 찾기! 신제품 출시 -

(사)한국식품산업협회(이하, 식품산업협회)와 (사)한국편의점산업협회(이하, 편의점산업협회)는 지난 9월 11일(월) 편의점업체(BGF 리테일, GS 리테일, 코리아세븐, 한국미니스톱)와 함께 「나트륨 함량 줄인 가정간편식 찾기!」 신제품을 출시했다.

이번 신제품 출시는 식품의약품안전처에서 추진하는 나트륨 저감화 정책의 일환으로 업체들은 가정간편식(HMR)\*의 나트륨을 줄이고, 소비자들은 나트륨 확인을 통해 섭취량을 줄일 수 있는 실천 습관 조성을 목적으로 한다.

※ 가정간편식(Home Meal Replacement)이란? 바로 먹거나 단순한 조리과정만으로 먹을 수 있도록 편의성을 부여한 가정식사대용식으로 도시락, 샌드위치 등 즉석섭취식품 등이 포함

최근 1인 가구의 비중이 높아지면서 가정간편식 시장 규모가 증가하고 있는 추세이다. 이에 따라, 식품산업협회 및 편의점산업협회는 소비자에게 가정간편식이 조금 더 균형 잡힌 건강한 한 끼 식사를 제공될 수 있도록 손을 잡고 신제품 출시를 추진하게 되었다.

※ 1인 가구 비중('16 통계청) : ('90) 9%(102만 명) → ('15) 27.2%(520만 명)

※ 가정간편식 시장 규모('17 한국농식품유통교육원) : ('10) 7천 700억 원 → ('14) 1조 7천억 원 → ('17) 3조 원 예상

이번 식품산업협회와 편의점산업협회가 공동으로 추진하는 나트륨 저감화 사업의 주요 내용으로는 ▲ 나트륨 줄인 가정간편식 신제품 출시 또는 기존제품 저감 확대 추진 ▲ 온·오프라인을 통한 나트륨 줄이기 캠페인 홍보 등이다.

식품산업협회는 '가정간편식 나트륨 저감화 가이드라인'을 개발하고 편의점산업협회 및 편의점업체와 협력하여 도시락, 햄버거 등 가정간편식에 대한 나트륨을 저감화를 시도하고 있다. 또 편의점에서는 조리법을 변경하거나 메뉴를 채소류 위주로 개선하고 소비자가 스스로 조절해서 먹을 수 있는 '소스 별도 포장' 등의 방법을 통해 저감화를 실천하고 있다.

이번 신제품 출시를 시작으로 도시락, 햄버거 등 유형별로 나트륨이 저감화된 제품을 편의점 가정간편식 전반으로 확대·출시할 계획이다.

그리고 각 편의점마다 나트륨 저감 제품을 판매대에 별도로 표시하거나 전면배치하는 등 소비자가 쉽게 확인하고 제품을 구매할 수 있도록 적극적으로 홍보할 계획이다.

소비자들은 전국 편의점 35,291개에서 「나트륨 줄인 가정간편식」을 찾을 수 있고, 각 업체 홈페이지 등에서도 다양한 정보를 확인할 수 있다.

※ 점포수 : CU(11,949개), GS25(11,911개), 세븐일레븐(9,030개), MINI STOP(2,401개)

식품산업협회는 이번 신제품 출시를 계기로 편의점에서도 건강한 한 끼 식사를 할 수 있는 분위기가 조성되고, 소비자들도 나트륨 등 영양표시를 확인한 후 제품을 구매하는 소비 환경이 정착되길 기대하고 있다.

또한, 식품산업협회 및 편의점산업협회는 앞으로도 식약처와 함께 가공식품 나트륨 저감화를 지속 추진할 예정이며 가정간편식 전반으로 확대해 국민 건강 증진에 기여해 나갈 것이라고 밝혔다.

## 회원사 동정

### CJ제일제당(주)

비비고 왕교자, 누적매출 3,000억 원 돌파



‘국민 만두’로 폭발적인 인기를 끌고 있는 CJ제일제당의 ‘비비고 왕교자’가 누적매출 3,000억 원을 돌파하며 냉동만두 시장에 새로운 역사를 썼다.

CJ제일제당은 ‘비비고 왕교자’가 2013년 12월 출시 이후 3년 8개월 만에 누적매출 3,000억 원을 돌파했다고 밝혔다. 국내 냉동만두시장에서 단일 브랜드로는 최초로 ‘최단 기간, 최대 매출’을 기록했다. 누적 판매량은 1억 봉으로, 우리나라 인구가 5,000만 명임을 감안하면 국민 1인당 ‘비비고 왕교자’ 2봉을 먹은 셈이다. 경쟁업체들이 ‘비비고 왕교자’ 추격에 한창이고, 판촉 경쟁이 치열한 시장상황에서 거둔 성과라 의미가 크다. 허준열 CJ제일제당 육가공냉동마케팅담당 부장은 “국내 성과에 안주하지 않고 한식 대표 브랜드로 성장할 수 있도록 브랜드와 R&D, 제조 경쟁력을 차별화시킬 것”이라고 밝혔다.

### 광동제약(주)

‘도전하는 청춘 힘내세요!’ 고3 응원 캠페인 실시



광동제약은 수능시험을 앞둔 고3 수험생과 고등학생에게 비타500을 선물하는 ‘꿈꿔라 청춘! 힘내라 고3!’ 캠페인을 진행하고 지난 9월 6일 밝혔다.

참여를 원하는 사람은 9월 27일까지 비타500 브랜드 사이트 (<http://www.ekdp.com/vita500/>)의 ‘수능 응원 한마디’ 메뉴에 메시지를 남긴 후 응원하고 싶은 학교를 지정하면 된다.

1위로 선정된 학교에는 비타500 모델 수지가 직접 찾아가 학생들과 팬팅을 갖고 즐거운 시간을 보낼 예정이다.

광동제약은 응원 메시지 개수 1~10위 학교의 전교생과 990개 학교의 고3 수험생에게 비타500을 선물할 예정이다. 또한 정성스러운 응원 문구를 선정해 소속 학교 고3에게도 비타500을 전달할 계획이다. 올해는 인기 응원 메시지를 투표로 선정해 한정판 비타500 라벨로 만들어 수험생에게 제공하는 등 다양한 이벤트도 함께 진행한다.

광동제약 관계자는 “이 캠페인을 통해 수험생들이 그 동안의 스트레스와 긴장을 풀고 최선을 다할 수 있도록 격려할 예정”이라며, “누구나 간편하게 응모할 수 있는 이벤트만큼 많은 참여를 부탁드립니다”고 밝혔다.

## 회원사 동정

### (주)동원F&B

#### 2017 추석 선물대전 진행



동원F&B가 운영하는 온라인 식품 쇼핑몰, 동원몰(www.dongwonmall.com)이 추석을 맞아 '2017 추석 선물대전'을 오는 30일(토)까지 진행한다. '2017 추석 선물대전'은 '동원 선물 세트'를 비롯해 한우, 과일, 홍삼, 목욕용품, 주방용품 등 3,000여 종의 식품 세트 및 생활용품 세트를 선보인다. 가격대는 1만 원대부터 10만 원대까지 다양하게 구성되어 있으며, 가격별, 카테고리별로 분류되어 있어 편리하게 쇼핑을 즐길 수 있다.

동원몰은 이번 추석 선물대전에 특별 제작한 '동원 빅참치 선물세트'를 선보인다. 동원참치 통조림 모양의 대용량 틴케이스에 동원참치를 담은 선물세트다. '동원참치 라이트스탠다드' 100g 21캔을 담은 A호와 '동원참치 라이트스탠다드' 100g 14캔, '동원 고추참치' 100g 7캔을 담은 B호로 구성됐다. 틴케이스는 독특하고 귀여운 디자인만으로도 수집가치가 있으며, 참치캔을 비롯해 각종 물건을 수납하기도 편리하다. 또한 틴케이스 안에 들어있는 응모권을 통해 주유 상품권 100만 원 등이 걸린 경품 이벤트에 참여할 수 있다.

### (주)스타벅스코리아

#### 한국에만 있는 스타벅스 티바나 인스파이어드 매장으로 초대



스타벅스커피 코리아가 스타필드고양3F(티바나) 매장을 신규 오픈하고 스타벅스 티바나 특화매장인 티바나 인스파이어드 매장(TEAVANA Inspired Store)을 세 곳으로 늘리며 현대적이고 트렌디한 티 경험을 이어간다.

스타벅스 티바나 인스파이어드 매장은 작년 9월 9일 전 세계 최초로 스타필드하남1F 매장을 선보인 후 12월 신세계대구3F 매장, 이달 스타필드고양3F 매장이 문을 열어 현재 총 세 곳에서 운영 중이다.

전 세계 스타벅스 중 오직 한국에서만 만나볼 수 있는 스타벅스 티바나 인스파이어드 매장은 스타벅스의 티 브랜드인 티바나를 인테리어 콘셉트에 접목시켜 외부는 내추럴톤의 목재 마감으로 티바나의 밝고 경쾌함을 강조하고, 내부는 티 고유의 아름다운 색상을 응용한 장식물로 꾸민 것이 특징이다.

또한, 매장 내 특별히 설치된 티바나 티 바(Tea Bar)에서는 파트너가 제공하는 티바나 시향 및 시음 서비스를 경험할 수 있다. 티 바를 통해 고객들이 바리스타와 교감하며 티에 대해서 배우고, 직접 맛보며, 만들어지는 과정을 즐겁게 감상할 수 있는 공간으로 꾸몄다.



### 일동후디스(주)

#### '사랑의 열매'에 유아식-이유식 기부



일동후디스가 지난 8월 29일 '사랑의 열매'로 잘 알려진 사회 복지공동모금회에 '후디스 산양유아식'과 '트루맘 뉴클래스퀵', '트루맘 프리미엄 후레쉬', '아기밀 순유기농' 등 총 6,000여만 원 상당의 유아식이유식을 기부했다.

일동후디스는 전국 입양기관에 '사랑의 분유 전달', 저소득층에 우유를 전달하는 '착한 우유 캠페인', 보건복지부와 함께 하는 '독거노인 사랑잇기 사업' 후원 등 국내 소외계층에 대한 지원 뿐만 아니라, 북한 어린이에게 '평화의 분유 보내기', '캄보디아 불우아동에게 유아식 지원' 등 국외 어린이들에게도 꾸준히 도움의 손길을 뻗어 왔다.

일동후디스 관계자는 "아기, 어린이는 물론 국민 모두의 건강과 행복이 종합식품기업의 궁극적인 목표라고 생각하기에 힘이 닿는 한 기부와 봉사활동을 계속할 것"이라며 "보다 안전하고 영양이 풍부한 좋은 먹거리를 만드는 것은 물론 꾸준한 사회공헌활동을 통해 기업의 사회적 책임을 실천하고 모두가 행복한 사회를 만드는 데 기여하겠다"고 밝혔다.

### (주)한국야쿠르트

#### 피로개선에 좋은 '브이푸드' 3종 리뉴얼



한국야쿠르트가 '브이푸드 맨-우먼-골드 프로그램' 3종을 리뉴얼 출시했다.

새롭게 선보인 '브이푸드 프로그램' 3종은 슈퍼 곡물 '퀴노아'에서 유래한 비타민B군의 함량을 높인 것이 가장 큰 특징이다. 비타민B군은 체내 에너지 생성을 통해 피로개선에 도움을 준다. '퀴노아'는 5,000년 전부터 남미 안데스 산맥에서 자란 고대 작물로 '신이 내린 곡물'이라 불릴 정도로 풍부한 영양소를 함유하고 있다.

리뉴얼을 기념해 내외부 패키지도 변경했다. 외부 패키지는 천연원료의 이미지를 파스텔 톤으로 표현해 내추럴함을 더하고 내부 소포장을 추가해 10팩씩 나눠 담았다. 가정, 사무실 등 어디서든 휴대하며 쉽게 섭취할 수 있다.

김동주 한국야쿠르트 마케팅 이사는 "브이푸드 프로그램"은 2011년 출시 이후 활력을 위한 대표 제품으로 꾸준히 고객들의 사랑을 받아왔다"며 "브이푸드 프로그램 리뉴얼이 바쁜 일상으로 건강관리에 소홀했던 현대인들의 활력 있는 삶에 도움이 되었으면 한다"고 전했다.

# 좋은식품 이야기



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