



고려생활과학 '숯 품은 한지 쿠킹포일'

“음식에 숯불맛 내면서 연기도 적은 포일 개발”

“여성들이 다이어트 식품으로 즐겨 먹는 생닭가슴살을 전자레인지에 4분가량 돌리면 육즙이 살아 있는 맛이 납니다. 그 비결은 숯과 한지를 결합한 쿠킹포일(foil)에 있습니다.”

전성훈 고려생활과학 사장(62)이 직접 전자레인지에서 조리한 닭가슴살을 내놓으며 이렇게 말했다. 답답하지 않고 소한 맛도 났다. 전 사장은 “알루미늄 포일은 차며 및 발암물질을 유발해 일본과 유럽에서는 마케팅이 금지돼 있다”며 “전통 한지와 토종 숯을 소재로 한 제품 개발에 나서게 됐다”고 설명했다. 전 사장은 앞으로 식품업체의 제품에 ‘숯 품은 한지 쿠킹포일’을 함께 넣어 판매하고 온라인 진출뿐 아니라 수출도 적극 추진할 계획이다.

◆**친환경 숯한지 활용한 쿠킹포일**
전 사장은 대기업 건설사에 다니다가 1990년 환경오염방지시스템 회사인 신원플랜트를 설립하고 1998년까지 운영했다. 외환위기 때 사업을 접고 가족이 캐나다로 이민 갔다. 그곳에서 카페 레스토랑 등을 운영하다가 2014년 귀국해 제기를 모색했다. 전 사장은 평소 집에서도 숯불맛을 내면서 연기와 냄새가 적게 나는 친환경 포일 제품을 만들면 좋겠다는 생각을 하고 있었다.

2015년 6월 고려생활과학을 설립하고 경기농림진흥재단과 협업을 통해 제품 개발에 나섰다. 지난해 5월 중소기업청(현



2일 서울 고려생활과학 사무실에서 전성훈 사장이 한지 쿠킹포일을 소개하고 있다. 김진수 기자

**전통 한지와 토종 숯 사용
실리콘 코팅 작업 안해 친환경적
전자레인지에서도 사용 편해
미국·싱가포르 등 해외시장 공략**

중소벤처기업부의 창업성장기술개발사업에 선정돼 올초 상품을 내놨다. 어려움도 많았다. 숯은 강원 횡성의 한 제조업체로부터 구했다. 처음에는 숯가루(분말)를 한지와 결합해 사용하려고 했다. 하지만 숯가루에 열이 가해지자 연기가 많이 생겼다. 생각을 바꿨다. 숯도 한지처럼 만들어

두 가지를 붙이기로 했다. 수소분 끝에 일본에서 친환경 인증을 받은 접착제를 구했다. 한지 밑에 숯페드를 붙인 뒤 롤러로 평평하게 만드는 방법을 택했다.

숯을 활용한 한지 쿠킹포일은 실리콘 코팅을 하지 않아 친환경적이다. 생선 육류 등의 기름을 쏙 빼준다. 프라이팬에 삼겹살을 구워도 포일이 기름을 모두 흡수해 주변에 튀지 않는다. 냄새와 연기 제거 효과도 뛰어나다. 튀지리도 간단하다. 프라이팬에서 포일만 꺼내면 된다. 가격은 600원(30cm×3m) 정도로 종이포일(200원)보다 높지만 알루미늄 밑에 부직포를 붙인 외국 제품(2000원)보다 저렴하다. 전 사장은 “한지는 항균성과 통기성

고려생활과학	
설립	2015년 6월
위치	서울 송파구 가락동
제품명	숯 품은 한지 쿠킹포일
특징	기름 흡수율이 높고 타지 않음

이 뛰어나고 숯은 원적외선을 배출하고 냄새를 제거(소취성)한다”고 강조했다.

◆**온라인몰과 해외 진출 추진**
판로를 확보하는 게 주요 과제다. 현재 이 제품은 행복백화점(서울 목동)과 AT센터(서울 양재)와 부산점 등에서 판매되고 있다. 전 사장은 전자레인지에서도 사용하기 편한 점을 마케팅 포인트로 활용할 방침이다. 그는 “전자레인지에서 생닭은 물론 베이컨 연어 고등어 등 다양한 육류와 어류를 익혀도 수분이 증발하지 않고 육즙이 살아 있어 제맛을 낸다”고 강조했다.

닭가슴살 제조업체와 협업하거나 직접 한지 쿠킹포일을 제품에 넣어 판매하는 사업도 검토하고 있다. 미국과 싱가포르에 일부 수출하는 등 해외 시장 공략에도 적극적이다. 지난 9월 환경부가 주최한 친환경대전에서 주목받아 다음달 일본 도쿄에서 열리는 에코프로전이라는 전시회에도 참여한다. 브랜드에 대한 인지도가 높여 온라인 몰을 통해서도 공급할 생각이다. 대형 백화점과 내년 입점을 목표로 협의하고 있다. 김진수 기자 true@hankyung.com

사업계획서 쓰면서 얻은 것 아이템 구체화에서 정부지원까지

나의 창업다이어리

오가희 OhY Lab. 대표



원금과 사무 공간을 제공하는 사업도 있었다. 이를 활용키로 했다.

사업을 시작하겠다는 결심과 동시에 막막함이 찾아왔다. 어디서부터, 무엇을, 어떻게 해야 하나. 월급쟁이의 삶을 피라미드의 바닥부터 시작한다고 한다면 창업은 아직 지어지지 않은 피라미드 꼭대기에 선 뒤 바닥부터 벽돌을 쌓는 느낌이다. 말도 안되는 비유 같지만 그때는 그렇게 느꼈다.

일단 사업 계획서를 써보기로 했다. ‘빈 문서’를 열고 문서 파일을 ‘아 제목 뭘로 해.hwp’로 저장했다. 빈 문서가 채워지면 그에 맞춰 파일명을 바꿀 참이었다. 하지만 한동안 파일명을 바꾸지 못했다. 갖춰진 결심한 사람이 회사의 비전, 수익 모델, 매출 계획, 투자 계획, 출구 전략 같은 내용을 쓸 수 있을지 만무했다.

‘과학놀이 프로그램’이라는 윤곽을 가지고 20% 정도를 써내려 갔다. 여전히 80%가 비어있었다. 그 고민을 해결해준 것은 페이스북과 구글 애드였다. 창업, 청년창업, 창업 아이템, 사업계획서 같은 단어를 많이 검색해서 그런지 이따금 관련 광고가 뜨기 시작했다. 각종 창업지원 프로그램에 눈길이 멈췄다. 정부가 창업을 지원한다는 것은 알았지만 실제 그렇게 많은 지원 프로그램이 있을 것이라고 생각 못했다. 아무것도 없이 아이디어 하나로 창업 전선에 뛰어들 사람을 위해 지

표로 하지는 않았다. 선정되면 좋겠지만 사업계획서를 쓰는 연습이라고 생각했다. 서류 단계에서 여러 번 떨어졌다. 하루에도 수십 번씩 ‘창업 아이템이 다른 사람에게 매력적으로 보이지 않는 것일까?’라는 고민을 했다. 몇 차례 ‘낙방’을 거듭하며 깨달았다. “단순히 지원서에 적으려만 있어서는 떨어질 수밖에 없다.” 아이템 소개와 파급 효과, 사업 동기, 시장 규모, 매출 목표 같은 것을 담기 시작했다.

어려 가지 사업계획서를 쓰면서 또 다른 성과도 얻었다. 어렵게 그리고 있던 사업의 윤곽이 잡혀갔다. 사업 동기와 시장 규모를 뒷받침할 구체적인 자료를 찾고 정리하는 과정은 도움이 되었다.

끊임없이 낙방하고 지원서를 다시 쓰고, 또 낙방하던 8월 어느 날, 한국콘텐츠진흥원에서 주관하는 ‘아이디어 융합팩토리 팩토리랩’ 창작자로 선정됐다. 공시 상황에 뜬 이름을 보고 믿기지 않아 동업자와 서로를 조롱했다. 눈물도 짠물었다. 석 달짜리 짧은 기간이었지만 이 프로그램 덕분에 얼마나 용기를 배배하게 얻었는지. 바닥까지 떨어지던 자신감이 다시 차오르기 시작했다. solea.oh@gmail.com

병원에 미용실·피트니스센터 들어서는 까닭은

뉴스카페

피트니스센터, 파우더룸, 찜질방. 최근 병원에 들어오고 있는 시설들이다. 의료기관이 단순한 환자 치료공간에서 생활·문화와 함께하는 공간으로 자리 잡으면서 이런 시설을 설치하는 병원이 늘고 있다.

부천성모병원(사진)은 지난달 여성을 위한 피트니스센터(사진), 파우더룸 등을 열었다. 이 병원은 지난달 초 여성센터를 열면서 여성을 위한 문화공간도 마련했다. 액티비티룸에서는 진로 대거시 간 등을 활용해 각종 공개강좌를 들을 수 있다. 전문 운동치로서, 영양사가 개인 맞춤 운동을 설계하고 식단을 짜는 등 관리 프로그램도 제공한다. 소셜네트워크서비스(SNS)를 활용한 전문 코디네이터의 관리도 받을 수 있다. 병원



이 지역주민들의 일상생활에 녹아들어가야 한다는 취지다. 의료기관을 찾는 환자는 지역 내 병원 등을 대대로 병원을 선택한다. 주부들이 만드는 지역별 커뮤니티에 의료기관들의 관심이 커지는 이유다. 일부 병원은 지역 맘카페 등 SNS 전담 직원을 배치할 정도로 평판관리에 공을 들이고 있다. 의료계 관계자는 “40~50대 주부는 배우자와 아이, 시부모, 장인,

장모 등이 갈 병원을 선택한다는 말이 있다”며 “병원들이 여심잡기에 신경 쓰는 이유”라고 했다.

지난해 서울 논현동으로 사옥을 이전한 자생한방병원은 병원 안에 운동장을 마련했다. 환자나 보호자는 언제든 방문해 휴식을 취할 수 있다. 간병인이 활용할 수 있도록 찜질방을 설치한 요양병원도 있다. 경희의료원은 새로 문을 연 후마니타스암병원에서 뷰티클리닉을 설치하고 이달 초 기부자들의 이름을 붙이는 현판식을 열었다. 이곳에서 환자들은 가발을 쓰고 머리를 자르고 메이크업 등을 받을 수 있다. 미용분야 전문가들은 재능기부 형식으로 환자들의 변신을 돕는다. 정성실 암병원장은 “뷰티클리닉은 암 환자 치료의 패러다임을 바꾸는 첫걸음”이라고 했다. 이지현 기자 bluesky@hankyung.com

비즈니스금융, 대출금리 인하
12월 한 달간 3%P ↓

영세 중소기업과 소상공인의 부담을 줄이기 위해 설립된 한국비즈니스금융(옛 기업기술금융)이 12월 한 달간 한시적으로 금리를 인하한다.

한국비즈니스금융은 이용업체들의 금융비용 부담을 줄이기 위해 12월 한 달간 모든 거래업체에 대출금리를 3%포인트 인하(6~9%→3~6%)한다고 2일 밝혔다.

한국비즈니스금융은 중소기업중앙회와 전국경제인연합회계 대·중소기업 상생 협력 차원에서 영세중소기업 및 소상공인의 원활한 자금 지원을 목적으로 1995년 자본금 290억원으로 설립된 금융회사다. 설립 이후 1조5000억원의 자금을 공급하고 있다.

한국비즈니스금융은 최저임금 인상과 내수부진 심화로 인해 영세 중소기업과 소상공인의 어려움이 가중되고 있다는 판단에 따라 대출금리 인하를 결정했다. 김진수 기자 true@hankyung.com

알루미늄업계 “중 2위 밎타이 국내진출 반대”

중정부 보조금 많아 피해 우려

알루미늄업계가 중국 2위 밎타이알루미늄의 국내 진출에 강력 반발하고 있다. 생산품목이 대부분 국내 업체와 중복되는 데다 사업 확대 때 규제할 법적 수단이 없어 향후 2~3년 내 국내 산업이 고사할 수 있다는 우려 때문이다.

2일 업계에 따르면 중국 밎타이알루미늄은 한국 내 법인(광양알루미늄공업)을 세우고 전남 광양시 경제자유구역 내 세풍일반산업단지 입주 계약(7만5000㎡)을 마친 데 이어 이달 건축허가 절차를 밟을 예정이다. 밎타이는 알루미늄 스트립(판재) 10만과 포일(박) 2만을 생산하고 6000만달러까지 투자할 계획인 것으로 알려졌다.

업계에서는 생산품목이 국내 업체와 대부분 겹쳐 기존 시장 잠식 가능성이 높고 환경 문제가 초래할 수 있다고 우려하고 있다. 밎타이가 국내에서 생산하면 외

국인투자기업 유치 혜택에 따른 불공정 경쟁을 할 수밖에 없다는 지적도 나온다. 중국 정부 보조금(8~10%)과 국내 외투기업에 대한 지방세 감면 등 각종 세제 혜택 등으로 국내 제조기업이 원가 경쟁에서 불리해 도산할 수밖에 없는 구조라는 얘기도. 업계 관계자는 “밎타이가 원가 경쟁력을 바탕으로 국내의 시장을 넘나들며 가격 질서에 혼란을 야기할 수 있다”고 말했다.

중국 기업들이 한국을 마중 무역전쟁을 피하는 우회 수출지로 활용할 수 있다는 것을 걱정하는 목소리도 있다. 미국은 지난 4월부터 중국 알루미늄(포일)업계에 탐관세(48~106%)와 상계관세(17~80%)를 부과하고 있다. 비철금속업계에서는 밎타이가 원산지를 한국산으로 변경해 수출할 경우 미국과의 통상 마찰 가능성이 높아 국가 전체에 대한 수출 쿼터 제한으로 이어질 우려가 있다고 지적하고 있다. 김진수 기자 true@hankyung.com

경동나비엔 온수매트 일부 제품 회수 조치 안내

2018년 10월 4일~10월 19일 출고 제품에 한하며, 해당 제품을 구입하신 고객님께는 전화, 문자 등을 통해 연락드릴 예정이오니 고객님의께서 직접 접수처로 신청도 가능합니다.

경동나비엔을 성원해 주시는 고객님의께 심려를 끼쳐 드리게 되어 진심으로 사과드립니다.

최근 생산된 슬림매트에 대한 품질 조사 과정에서, 일부 제품에 프탈레이트 함량이 당사 품질 기준을 만족하지 못한다는 사실을 발견했습니다. 이를 확인한 즉시 출하를 중단하고 원인을 면밀히 조사한 결과, 슬림매트 원단을 제조하는 협력업체 중 1곳이 생산 라인의 잔류 프탈레이트를 제거하기 위한 공정을 제대로 수행하지 않아, 당사에 납품한 일부 슬림매트에 유입되었다는 사실을 확인했습니다.

매트 구조상 문제가 된 PVC 필름 양면이 PU 코팅 처리된 듀스포 원단으로 합쳐져 있고, 해당 표면은 다시 PU 코팅으로 발수처리 되어 있기 때문에 프탈레이트가 직접 피부에 닿을 가능성은 희박합니다. 하지만 그렇다 하더라도 저희가 고객 만족을 위해 스스로 정한 품질 기준을 만족하지 못했다는 점은 변명의 여지가 없습니다.

이에 저희 경동나비엔은 제조사로서 그 책임을 감당하며, 문제가 된 협력업체에서 올해 공급받은 원단을 사용하여 출고된 슬림매트 전체인 7,690장에 대해 자발적인 회수 조치를 시행하기로 결정 하였습니다.

해당 제품을 구입하신 고객님의께서는 전화, 문자 등을 통해 회수 절차를 안내해 드리고, 2~3일 이내에 새로운 슬림매트를 받아보실 수 있도록 조치하겠습니다. 연락을 받으시기 전이라도 고객님의께서 직접 접수처로 회수를 신청하실 수도 있습니다.

다만, 회수 대상과 동일한 로고타입이더라도 2018년 10월 3일 이전에 수령하신 제품은 모두 정상 제품입니다. 또한 회수 대상 외의 다른 온수매트 역시 문제가 없으니 안심하고 사용하셔도 됩니다.

저희 경동나비엔 임직원은 이와 같은 상황에 대해 엄중한 책임을 느끼고 있으며, 다시 한번 고객 여러분께 심려를 끼쳐 드린 점에 대해 고개 숙여 사과드립니다. 더불어 이번 회수 절차가 조속히 진행될 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

(주)경동나비엔 임직원 일동

회수 기간	2018년 12월 3일부터
회수 대상	2018년 10월 4일부터 10월 19일까지 문제가 된 협력업체의 원단을 사용해 출고된 슬림매트 전체 (7,690장)
대상 제품 식별 방법	슬림매트 및 연결호스 커버에 'KD'로고가 화색 박스 내 음각 형식으로, 글씨가 흰색으로 표시된 제품 (하단 사진 참조) <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> 회수 대상 로고 타입 </div> <div style="text-align: center;"> 미해당 제품 로고 타입 </div> </div> <p>* 회수 대상과 동일한 로고타입이더라도 2018년 10월 3일 이전에 수령하신 제품은 정상입니다.</p>
접수 및 관련 문의	<p>전용 상담번호 1661-4455 (오전 9시 - 오후 6시, 월요일 휴무)</p> <p>카카오톡 '경동나비엔 서비스' 친구 검색 후 채팅 상담 (채팅 상담 시간: 오전 9시 - 오후 8시, 월요일 휴무)</p> <p>문자 전용 수신번호 1833-4415 (수신선중)</p> <p>홈페이지 경동나비엔 www.kdnnavien.co.kr 나비엔하우스 www.navienhouse.com</p>