

상미기한(賞味期限)으로 식량을 아끼자

양산로



노봉수

서울여대 식품공학과 교수

많은 사람들이 건강을 위해서 좋은 음식을 찾고 있다. 그래서 효능이 있는 음식이라면 어디든지 달려가서 구입을 하려고 한다.

그런데 좋은 음식을 잘 먹는 일도 중요하지만 혹여 우리 몸에 들어 온 건강을 해치는 성분들을 신속하게 밖으로 배설하여 건강을 유지하는 것이 더 중요하다라는 사실을 알고 있다.

옛말에 '잘 싸야 잘 산다'는 말이 있다. 그만큼 배설이 무엇보다도 중요하다기 때문이다.

식품산업에 있어서도 그와 비슷한 논리가 성립된다. 좋은 식품을 생산하는 것 못지 않게 해가 되는 식품은 가능한 빠르게 폐기 처분하여 다른 사람들이 먹고 탈이 나는 일은 없어야 한다. 이런 문제를 해결하기 위해 법적으로 마련한 것이 유통기한이다.

유통기한을 넘어서 식품은 폐기처분하여 우리들의 건강과 안전을 지켜야 한다는 것이다. 가만히 들여다보면 일리가 있고 타당한 법이라고 여겨지나 자세히 보면 여기에도 문제점이 남아 있다. 모든 식품에 일괄적으로 적용하는 데에는 한계가 있다는 점이다.

식품 중에는 물기가 많은 식품도 있고 건조되어 수분이 별로 없는 식품도 있다.

수분이 많은 식품의 경우 식중독을 일으키기도 하여 국민 건강에 해를 끼치기도 한다. 그런가하면 물이 적은 건조된 식품으로 커피나 라면, 과자류, 빵, 쌀, 후춧가루, 고춧가루 등은 유통기한이 지나도 식중독을 유발할 위험은 없는 대신에 맛에 있어서 소비자들이 받아들이기에 불편한 맛이나 향을 가지고 있을 정도로 품질이 다소 떨어질 수 있다.

하지만 우리의 현실은 모든 종류의 식품을 모두다 일괄적으로 유통기한을 적용하고 날짜가 지난 것은 모두 폐기처분해야 하는 것으로 관리하고 있다. 이렇게 폐기처분되는 가공식품이 1년에 약 7000억 원에 다다른다.

식품과학자의 입장에서 본다면 식중독균을 유발할 가능성이 적은 식품의 경우는 유통기한이란 표현보다는 '상미기한'(賞味期限·먹을 때 가장 신선한 시간)이라는 용어를 도입하여 품질이 조금 떨어지는 식품은 가격을 낮추어 팔도록 권장하고 생활이 어려운 사람들이 이용할 수 있도록 한다면 식량 자원이 아끼면서 아울러 세계문제도 해결하는 데에 많은 도움을 줄 수 있을 것이라고 여겨진다.

미국에서 귀국하여 생활이 어려웠던 1988년도 시절 우리 가족은 일반 쌀 대신에 통일벼를 선택했는데 이는 밥맛이 떨어지지만 가격이 두 배나 차이가 났기 때문이다.

미국에서 공부할 적에도 유통기한이 하루가 지난 빵은 3분의 1, 2일이 지난 것은 4분의 1 가격으로 구입할 수가 있어 생활이 어려운 유학생들은 맛이 좀 떨어지지만 값싼 저 품질의 식품을 선택하여 먹곤 하였다. 어떤 의미에서는 매우 실용적이면서 자원을 아낄 수 있는 방법이 아닌가 싶다.

경제적인 IMF를 극복한 우리가 또 다른 식량 IMF를 맞이할지 모를 정도로 기후 변화와 환경여건의 변화로 외국으로부터의 식량을 원활히 수입하지 못할 순간을 대비할 수 있어야 할 것이다.

물론 식품의 안전을 철저히 하여 식중독을 유발할 가능성이 높은 식품의 경우는 현행법과 같은 유통기한을 엄격하게 적용해 나가지만 식중독과는 거리가 멀지만 맛이나 향, 그리고 입안에서 느껴지는 조직감이 최상제품에 조금 못 미친다면 그러한 부분에 대하여 가격을 통하여 보상함으로써 식량 자원을 아껴나가고 식량의 폐기처분으로 인한 환경오염도 줄여 나갈 수 있었으면 한다.

무엇보다도 우리 국민들의 이해와 협조가 필요한 부분이라고 여겨진다.

기고



배명신

코리엘리베이터(주) 전무

엘리베이터는 건물 내의 유일한 수직 교통수단으로서 고층화·산업화 사회의 대동맥이라고 할 수 있다.

우리나라는 공동주택의 주거율이 세계에서 가장 높아서 국민 절반 이상이 이용하고 있을 만큼 대중화된 교통수단이 되었다. 따라서 엘리베이터 없는 주거생활은 상상할 수 없다.

현대의 엘리베이터는 안정성 확보라는 기본적인 요구사항과 함께 '더 빨리, 더 편하게, 더 안락하게 그리고 더 높이' 이용하기를 원하는 사용자들의 요구에 부응하여 신속성, 승차감, 쾌적감 등 여러 면에서 비약적인 발전을 보이고 있으며 국가마다 신기술을 이용한 신제품을 개발하기 위하여 끊임없이 경쟁하고 있다.

또한 오일 쇼크 이후 에너지 가격이 상승하여 엘리베이터의 소비전력에 대해서도 관심이 높아지고 있다. 현대 사회에서 엘리베이터는 이처럼 필수 불가결한 제품으로 인구가 100명당 1대 정도의 엘리베이터를 보유하고 있으며 밀도로 따지면 세계 6위의 수준이다. 엘리베이터의 세계 시장 규모는 연간 100조원이며 그중 한국은 3조원의 시장을 형성하고 있다.

이러한 상황에서 많은 메이커들이 미래지향적 엘리베이터 기술을 선보이고 있는데 독일의 티센크루프는 (Thyssen Krupp AG)는 분당 900m 이상을 운행하는 기술과 더불어 목적선선택제어시스템(DSC: Destination Selection Control), 액티브 가이드롤러(Active Guide Roller) 등의 기술을 보유하고 있고 세계적으로도 점유율이 상당히 높다. 이에 더해 멀티(Multi)라는 자기부상식 선형모터(Linear Motor) 로프리스(Rope Less) 엘리베이터 기술을 2016년 테스트타워에서 시험 운행한다고 한다.

마국의 오티스(OTIS)는 세계적으로 점유율 1위를 차지하고 있으며 목적중 등속시스템(Compass plus)과 분당 900m 이상을 운행하는 초고속 거어리스 엘리베이터 등의 기술과 독일 티센크루프(Thyssen Krupp AG)의 멀티(Multi)와 유사한 운행 방식으로 오디세이시스템(Odyssey System)을 개발하고 있다.

이에 한국의 현대엘리베이터는 분당 1080m를 운행하는 디엘 1080이

엘리베이터 유망 中企 지원 절실

외에도 지난 4월 서울 용산구 LG유플러스 신사옥에 설치된 더블데크 엘리베이터 'THE EL Duo(디 엘 듀오)'를 설치 운영할 정도로 세계적인 기술에서도 뒤지지 않는다.

세계적인 엘리베이터 브랜드는 빠르게 미래를 내다보고 있다. 그러나 신기술인 자기부상식 와이어로프리스(Wire Rope less) 엘리베이터를 티센크루프와 오티스 양대 산맥이 개발하고 있고 여러 국가에서도 이와 유사한 기술을 개발 중에 있어 향후 이르면 시일 내에 상용화될 듯하다.

이에 한국의 코리엘리베이터(주)도 타 대형 브랜드와는 달리 웜기어(WormGear) 방식의 와이어로프리스 자기부상식 엘리베이터를 개발하고 있다. 선형모터(Linear Motor) 방식보다는 힘(Power)과 속도(Speed) 면에서 이점을 보이는 기술로서 많은 주목을 받고 있다.

분명 기술력과 아이디어로 무장되어 있으나 아쉽게도 이러한 기술은 자본력을 앞세운 브랜드의 힘에 따라 생기는 기술력을 무시할 수는 없다. 중소기업이 타 메이저 브랜드를 따라갈 수는 없는 것이다. 많은 연구자본과 연구 인력으로 그 속도를 한국의 중소기업들은 따라갈 수 없는 현실이 안타깝다.

한국의 엘리베이터 관련 업체는

100여개나 될 정도로 많은 고용 인력과 튼튼한 기술로써 무장한 중소기업이 많다. 중소기업들의 매출로는 연간 2조원 규모로 시장 규모가 점점 커지고 있는 실정이다. 그러나 이들 대부분이 좋은 기술력은 가지고 있으면서 매출은 유지보수에서 나오는 업체라 연구에 사용할 자본이 없어 현실에서 좌절을 맛보고 있다. 새로운 기술을 개발하여 상용화되까지의 문턱이 너무 높기 때문이다. 인건비에서는 중소기업에 도와줄 수 있는 정책을 아낌없이 펼치고 있어 귀감이 되고 있고, 국가의 지원이 더해진다면 더할 나위 없이 중소기업들에 많은 도움이 되리라 생각된다.

몇 년 내에 해외 브랜드의 신기술로 무장한 엘리베이터가 세계를 점령할 것이다. 그때 가서 신기술 개발에 뛰어들면 너무 늦은 시장진입으로 현재 처럼 중소 엘리베이터 브랜드로서는 세계 시장 점유율 1%대에 머물지 않을까 걱정된다. 이에 필자는 세 가지를 제안하고 싶다.

국내 엘리베이터 신기술을 보유하고 있지만 연구개발비가 없는 중소기업에 대한 아낌없는 연구개발비 지원, 인력 등의 비 재무적인 지원, 더불어 신기술과 반대편에 서있는 법적인 한계의 극복이 매우 절실하다고 생각된다.

한국의 엘리베이터 관련 업체는

일간지 제목에서도 흔히 보이는 오자

이재경의 말글

모 포털에 들어가면 각 일간지를 차례대로 볼 수 있습니다. 활자가 큰 제목에서 가끔 오자가 보이곤 합니다.

물론 시간 싸움인 신문제작의 특성상 오자가 날 수도 있습니다. 어느 신문은 오자를 바로 수정하기도 하지만 어느 신문은 오랫동안 오자가 그대로 남아있는 경우도 있습니다.

오늘은 최근 제목에서 보이는 오자 몇 개를 살펴보겠습니다.

“햇도그 먹기 대회 우승자 먹은 개소가... 무려...”

위의 갯수는 ‘개수’가 맞습니다. 대부분의 한자어에는 사이시옷을 쓰지

않습니다. 갯가(代價), 좇점(焦點), 시가(時價)로 쓸 수 없다는 얘기죠. 대가, 초점, 시가가 바른 표기입니다. 한글맞춤법에서는 한자어에 사이시옷을 쓰지 않게 규정했습니다.

단, 두 음절로 된 한자어 6개(셋방, 숫자, 횡수, 찻간, 뒷간, 곳간)는 예외적으로 사이시옷을 인정합니다.

위 제목에 나오는 ‘개수’는 한자어 [箇數]이고 사이시옷 예외 한자어 6개도 아니므로 ‘개수’로 써야 합니다.

“속옷 차림 길거리 활보...바람 핀 아내의 최후”

바람은 피는 게 아니라 피우는 게 맞습니다. ‘피다’와 ‘피우다’는 그 쓰임이 다릅니다.

‘피우다’는 타동사라서 목적어가 있

어야 합니다. ‘담배를’ 피우다. ‘냄새를’ 피우다와 같이 목적어를 동반합니다. 따라서 목적어 ‘바람을’ 다음에는 ‘피우다’가 나와야 맞습니다.

“꽃이 활짝 피었다.” “불이 잘 피지 않는다.” “검버섯이 드문드문 피었다.”처럼 목적어 없이 쓰입니다.

“맞장 뜨는” LG·롯데, KIA는 버거운 넥센전, KIA 7위·롯데 8위·LG 9위, 엘리트 동맹 재결성... 전반기 유종의 미 거뒀다”

위에 쓰인 맞장은 맞장이 맞습니다. ‘맞장’은 1대 1로 맞서 싸우는 것을 속되게 이르는 말을 일컫습니다.

“검찰, 허상을 쫓아... 구원파, 유병

엔 자녀들은...”

위에 쓰인 쫓아는 맞는 말일까요? ‘쫓다’로 써야 맞습니다.

“쫓다”와 “쫓다”는 문장의 내용에 따라 구별해서 써야 합니다. ‘쫓다’는 ‘남의 뜻이나 대세를 따르다’와 같이 추상적인 행동을 할 때 씁니다.

반면 ‘쫓다’는 ‘어떤 대상을 잡기 위해 급히 뒤를 따르거나, 떠나도록 내몰다’와 같이 구체적인 행동을 할 때에 씁니다.

결과적으로 대개 실제적인 공간이 없을 때는 ‘쫓다’, 공간이동이 있을 때는 ‘쫓다’로 씁니다.

또 ‘쫓다’는 편의상 주인공을 뒤따라간다는 의미이고, ‘쫓다’는 주인공이 다른 사람을 추격한다는 뜻입니다.

글로벌이코노믹 글로벌 리더를 위한 종합경제신문 www.g-enews.com

발행인 겸 편집인 박형준 사장 현형식 광고국장 진영석

법인명 (주)그린미디어 주소 서울특별시 영등포구 양산로 43 612(양평동3가, 우림e-Biz센터) 구독료 1부당 15000원 / 월 60000원 / 1년 72만2000원 대표전화 02)323-7474 / 팩스 02)325-7474

2010년 5월 2일 창간 2010년 9월 29일 등록번호 서울 다10522 (주간) 본지는 신문윤리강령 및 실천요강을 준수한다. 인쇄처 세계일보제작단

FOR RICH Development & Consulting Advertising Company
www.forrich.co.kr

광고비 걱정없는 분양대행

분양에 필요한 광고비지출 리스크 0%, 분양+광고대행사 포·리치가 있습니다

포·리치는 13년 동안 많은 성공분양 사례와 풍부한 노하우를 가진 회사로 아파트, 호텔, 오피스텔, 상가, 전원주택 등 분양 전문가 50여명이 분양에 대한 철저한 마케팅 분석과 효과적인 전략을 개발하여 분양영업에 필요한 신문광고 및 광고 홍보물 제작, 온라인광고, PR대행 까지 성공적인 분양에 포커스를 맞춘 부동산 분양, 개발 & 종합광고 회사입니다.

분양영업에 필요한 모든것 해결하는 ONE STOP시스템

- 신문광고 •TV •라디오광고 •온라인광고
- 카타로그 •현수막 •전단지제작 및 배포
- CG작업(조감도, 평면도, 아이소 등) •사인물제작
- 홈페이지제작 •래핑버스 •사업설명회 등

포·리치 분양 Story

영등포역안 도시형생활주택 154실
2014년 8월부터 3개월간 당시의 비용으로 조선, 중앙신문광고 11회 게재하면서 영업한 결과 96% 분양목표 달성

2014 사업진행 및 사업예정지

- 제주도 중문 리조트
- 제주도 민속 호텔
- 군포시 산본 아파트
- 경기도 양평 펜션 및 전원주택

분양대행 문의 : 02) 539-1011