

누적탑승객 4000만명 돌파... 국적 중견항공사 발돋움



국내 최대 저비용 항공사(LCC) '제주항공'은 LCC를 넘어 국적 중견사로 발돋움하고 있다. 이 회사는 2006년 취항 이후 연평균 매출액 성장률이 51.4%에 이르는 등 매년 큰 폭의 성장을 거듭하고 있다.



제주항공의 누적 탑승객은 취항 이후 6년 11개월만인 2012년 5월 1000만명을 넘어섰고, 2014년 7월 2000만명, 2016년 1월 3000만명을 달성하는 등 1000만명 단위 돌파 기간이 갈수록 줄어들고 있다. 지난 2월엔 4000만명을 돌파하는 새 기록도 세웠다. 제주항공은 올해도 외적 성장을 지속

할 예정이다. 올해 6대의 항공기를 새로 들여와 총 32대의 항공기를 운영, 후반 LCC 업체들과 차이를 벌린다는 계획이다. 또 국내를 비롯해 아시아·태평양 지역 주요 도시에 새로 취항하거나 증편해 정기 노선 수를 50개 안팎으로 늘리고, 연간 탑승객 수 1000만명 시대를 연다는 계획도 세웠다. 우고은 조선비즈 기자

다양한 인테리어 주택 개발... 파주·고양 등서 분양중



몽베에프(Monfillette)는 프랑스어 'Mon(나의)'과 'Fillette(소녀)'의 합성어로 '여성이 생각하는 가장 아름다운 집을 기획하자'는 생각에서 출발한 부동산 종합개발회사다. 공급자 위주의 단순한 설계와 획일적인 디자인에서 벗어나, 타일·금속·벽돌 등 여러 재료를 이용해 다양한 주제의 인테리어를 갖춘 주택을 개발하고 있다.



조명을 시공해 따뜻한 느낌의 공간을 연출했다.

몽베에프는 부동산 개발뿐 아니라 건축 설계, 디자인, 분양, 시공, 자재수입 등을 총괄하고 있으며 계열사로는 지주회사 몽베에프홀딩스와 개발 포털사이트 시행 단검, 건축사무소 공간스캐치, 종합건설사 한강종합건설 등을 보유하고 있다.

몽베에프가 직접 기획·설계하고 디자인 및 시공까지 한 주택은 북유럽 스타일의 인테리어로 지어져 현대적인 감성을 전달한다. 3cm 이상 두께의 고품질 중간소음 방지재를 사용해 소음을 최소화했고, 바닥 마감재는 원목으로 시공해 북유럽 감성을 더했다.

거실과 주방을 남향으로 배치해 더 많은 햇빛이 들어오게 설계했다. 공간에 현대적인 감각과 창의성을 표현하기 위해 유리도 파티션을 꾸였고, 내부에 폴딩도어(접이식 문)와 슬라이딩 도어(미닫이 문)를 설치했다. 벽과 천장에 각기 다른

사 한강종합건설 등을 보유하고 있다. 몽베에프는 경기도 파주의 1~9차 현장과 고양의 2~5차 현장, 남양주와 양평 현장을 분양 중이다. 올해는 300가구 가량의 주택을 기획하고 있다. 이진혁 조선비즈 기자

유해세균 99.9% 박멸... 각종 찌든 때도 한번에 세정



친환경 살균제 정제 '무균무때'는 친환경을 추구하는 고객의 욕구를 만족시키기 위해 피존이 17년의 세월과 수백억원의 연구비를 투자해 완성한 제품이다. 피존의 경영진과 연구원들은 1999년 5월 살균세정제 '무균지대(무균무때의 전신)'를 선보였고, 2001년에 무균무때를 출시했다.



리미엄'은 물 때, 기름 때 등 각종 찌든 때를 한 번에 세정할 수 있는 올인원(All-in-one) 세정제다. 울트라 스티킹 겜(Ultra Sticking Gum) 성분의 거품이 찌든 때를 강력하게 제거한다. 상해하고 은은한 백향향을 첨가해 일반 락스제품에 비하여 자극이 적을 뿐 아니라, 고유한 코팅 효과를 통해 안전하고 윤기나는 실내 청소를 할 수 있다. '무균무때 프리미엄'은 용도에 구

'무균무때'는 우리 몸에 이로운 균까지 모두 죽이는 다른 살균제품과는 달리 인체에 해로운 균만 골라 제거하는 제품이다. 특수 분해성분이 식중독과 설사 및 각종 질병의 원인이 되는 0-157균, 살모넬라균, 대장균, 이질균, 비브리오균, 폐렴균 등 각종 인체 유해세균의 99.9%를 3분 이내에 박멸시킨다.

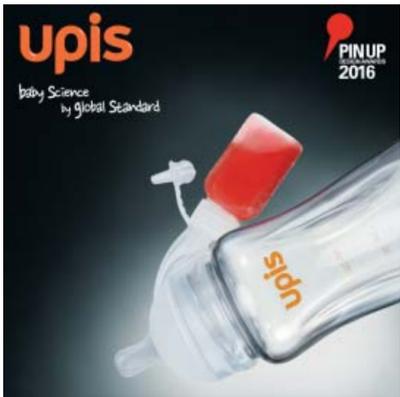
주방 싱크대와 가스레인지, 레인지 후드의 기름때, 욕실 세면대, 변기, 욕조, 타일의 물때와 비누때, 거실 및 베란다 바닥, 창틀 등 곳곳의 묵은 때를 효과적으로 제거한다. 인체 공학적인 용기도 사용자를 배려한 부분이다. 살균 세정 성분을 강화한 '무균무때 프

리미엄'은 용도에 구애 받지 않고 범용으로 사용할 수 있는 편의성을 갖췄다. 피부 자극 테스트를 거친 '무균무때'는 2005년에 웰빙 인증을 획득했다. 2007년에는 한국능률협회경영인증원의 '웰빙인증마크'를 받았고 2008년 신기술·도품상 친환경부문에서 대상을 받았다. 이상민 조선비즈 기자

수유전문 제품 국내 1위... 투약용 젓꼭지도 선보여



수유전문 유아용품 브랜드 '유피스(UPIIS)'는 최고의 품질과 안전성을 기반으로 지난 15년간 국내 유아용품 생산제품 중 부동의 1위를 차지하고 있는 제품이다. 유피스는 1570명의 영유아를 키우는 엄마들로 구성된 소비자 패널, 해외 각국의 유아용품 개발 전문가 등과 연계해 지속적인 연구개발로 '엄마와 아기의 건강한 육아 환경'을 지원한다.



최근에는 스스로 약을 먹지 못하는 아기도 편안하게 약을 먹을 수 있는 투약용 젓꼭지를 새롭게 선보였다. 별도로 달린 투약 유출구는 표면 마찰이 최소화된 디자인과 소재가 적용돼 연약한 아기의 입술을 보호한다. 이뿐 아니라 젓꼭지 전체가 투명해 보호자는 아기가 약을 잘 먹는

지 수유 중에도 직접 확인할 수 있다. 이 제품은 디자인 혁신성과 실용성을 인정받아 '2016 핀업 디자인 어워드(PIN UP Design Awards)' 의료 헬스케어 부문에

서 '베스트 100'에 선정됐다. 브랜드명 유피스는 그리스·로마신화의 '출산의 여신'으로, 엄마와 아기의 자연스러운 스킨십과 감성교감을 통해 행복한 육아생활을 지원하는 모유수유 전문 브랜드다. 수유용품, 구강 및 발육용품 등 아기의 성장을 배려한 단계별 제품으로 구성된다. 국내 최초로 젓병·젓꼭지 부문 웰빙 인증마크와 안전마크를 획득했다.

유피스의 모든 제품은 글로벌 기관에서 승인 받은 원료를 사용한다. 환경호르몬인 BPA와 프탈레이트가 검출되지 않는 안전한 소재를 사용해 엄마와 아기가 안심하고 쓸 수 있다. 온혜선 조선비즈 기자

'산양유아식' 프리미엄 분유시장 압도적 선두



일동후디스의 '산양유아식'은 대한민국 대표 명품 산양분유다. 산양유아식은 국내 산양분유 시장에서 압도적인 1위로 대한민국 프리미엄 분유 시장을 선도하고 있다.



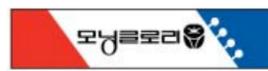
이 될 발달한 영유아에게 특히 좋은 것으로 알려져 있다.

일동후디스는 산양유아식 인기 비결로 뉴질랜드 청정자연에서 항생제와 스트레스 없이 키운 건강한 산양 원유와 모유에 가까운 영양설계 두 가지를 꼽는다. 특히 자연방목으로 키운 산양의 원유를 원라인(one-line) 공법으로 바로 만들어 더 신선하고 깨끗하다.

지방은 우유 지방의 20분의 1로 크기가 작고 중쇄중성지방산(MCT)이 많아 소화 흡수가 빠르다. 이런 이유로 위장기능

일동후디스의 '산양유아식'은 세계 최초로 산양분유를 개발해 20여개국에 수출해 온 뉴질랜드 데어리고트사에서 생산하고 있다. 2012년 유럽식품안전청(EFSA)이 산양유를 유아식 원료로 공인한 것도 이 회사의 연구결과를 바탕으로 내린 결정이었다. 사실상 산양분유의 표준으로 통하는 회사인 것이다. 데어리고트와 일동후디스는 '산양유아식'을 먹는 아기가 모유를 먹은 아기와 유사한 수준의 황금 변을 보는 것을 확인하며 '산양유아식'의 우수성을 검증했다. 일동후디스 관계자는 "산양유아식은 오랫동안 엄마들의 사랑을 받은 덕분에 국내 산양분유 시장에서 1위를 놓치지 않고 있다"고 말했다. 우고은 조선비즈 기자

3000여 문구 아이템 생산... '몽스판다' 캐릭터 인기



모닝글로리는 사무용품과 필기용품, 학용품, 팬시용품 등 20여 종류, 3000여 개 문구 아이템을 생산하는 국내 최고의 종합디자인 문구기업이다.



국내 최초로 문구 전문 디자이너를 채용해 노트에 디자인 개념을 도입한 회사기도 하다. 80년대 흰 바탕에 줄만 그려진 단순한 노트에 디자인을 입혀 소비자들에게 인정받기 시작했다. 모닝글로리는 1996년에 설립된 디자인연구소에서 창출해 내는 수준 높은 디자인에 더해, 오랜 기간에 걸쳐 축적된 품질 관리 능력으로 국내 문구 업계를 선도하고 있다.

전담 시스템'을 운영하고 있다. 디자이너는 하나의 제품을 기획할 때 시장 조사를 시작으로 생산과 마케팅까지 전 과정에 참여하게 된다.

로운 효자품목으로 자리매김했다. 신성장동력으로 캐릭터 사업도 적극적으로 펼치고 있다. 2015년 6월, 목화에서 태어난 솜 캐릭터 '몽스'를 출시했으며, 화산재와 섞여 판다의 모습으로 변한 '몽스판다'도 인기를 끌고 있다.

35년이 넘는 문구사업의 노하우를 접목해 모닝글로리는 문구점에서 판매할 수 있는 실내용, 텀블러, 양말 등 생활용품 개발에도 주력하고 있다. 특히 멀티화, 슬리퍼 등 신발류는 매출이 크게 올라 새

모닝글로리가 미국 뉴욕과 로스앤젤레스 팬시점에서 1000명을 대상으로 '곰 캐릭터 선호도 조사'를 진행한 결과, '몽스판다'는 미국 유명 캐릭터인 곰돌이 푸우와 테디베어를 등을 제치고 1위를 차지했다. 캐릭터 '몽스'는 노트, 메모지, 필통, 수첩 등의 문구용품 10여 종으로 출시됐으며, 1년 8개월 만에 300여종의 품목으로 만들어지고 있다.이진혁 조선비즈 기자

30년간 비상조명등 개발... 해외시장 본격 진출



비상조명등 제조사인 유니온라이트의 '유니비스(UNI-VIS)'가 '2017 한국의 가장 사랑받는 브랜드대상' 비상조명등 부문에서 수상하는 영예를 안았다.



안을 논의 중이다. 스마트폰 앱으로 원격제어를 할 수 있는 차세대 비상조명시스템은 올해 하반기 출시 예정이다.

30년 동안 다양한 비상조명등을 개발해 온 유니온라이트는 트윈라이트 비상조명등 개발을 시작으로 비상등 겸용 LED 다운라이트와 투광등, 방폭등, 유도등 겸용 방수용 비상조명등을 포함해 보유 모델만 50여가지가 넘는 비상조명등 전문 제조사다.

유니온라이트의 제품 중 비상조명등은 기구 상단에 비상조명 회로를 일체형으로 고안한 제품으로 상용 조명과 비상조명의 기능을 동시에 갖췄다. 시공이 간편하고 비상조명 전환 시에도 상용 조명의

유니온라이트는 2004년과 2007년, 2012년, 2014년, 2016년 등 다섯 차례나 대한민국안전대상 포상을 받았다. 2016년에는 한국전기문화대상에서 대통령표창을 받았으며, 2011년과 2012년 '제품안전의 날'에는 2년 연속 기술표준원장 표창과 지식경제부장관 표창을 받았다. 창립 30주년이 되는 올해에는 태국 푸켓에서 열린 전직원 해외 워크숍을 통해 직원 모두가 하나가 되는 시간을 마련하기도 했다. 김수현 조선비즈 기자