



골드크라운 불리온 금메달 앞면



골드크라운 불리온 금메달 뒷면



치우천왕 불리온 메달 앞면



치우천왕 불리온 메달 뒷면



타이거 불리온 메달 앞면



타이거 불리온 메달 뒷면

‘불리온 메달’로 국가 브랜드 높이는 조폐공사

신용카드나 모바일 페이 확산으로 요즘 지폐나 동전을 많이 갖고 다니는 사람을 찾아보기 힘들다. 이처럼 화폐 사용이 줄게 되면 영향을 받는 곳이 화폐를 제조하는 한국조폐공사(사장 조용만)다. 하지만 조폐공사는 지난해 매출 5천248억원을 기록하는 등 최근 7년 연속 사상 최대 매출액을 경신하며 순항 중이다. 신사업 육성전략이 주효한 덕분이다. 일반인들에겐 생소한 ‘불리온’(bullion)도 효자 신사업 중 하나다. 불리온은 프랑스 루이 13세 때 재정 장관이었던 ‘끌로드 불리온’의 이름에서 비롯된 단어로, 금괴, 은괴 등 귀금속의 괴(塊)를 뜻한다. 불리온 제품은 금, 은 등 귀금속으로 만든 주화나 메달이다. 이 불리온 메달이 조폐공사의 효자 역할을 톡톡히 하고 있다.

조폐공사는 ‘불리온 메달’ 사업을 2016년 시작했다. 첫해 22억원에 그쳤던 매출은 지난해 375억원으로 커졌다. 출시 4년 만에 17배 폭풍 성장한 것이다. 대부분 해외에서 일군 실적이다.

시장 진입 첫해 대한민국을 상징하는 ‘호랑이’(타이거)와 전쟁의 신(神)이라 불리는 ‘치우천왕’ 불리온이 해외 시장에서 빅 히트했다. 치우천왕을 수호하는 12

사령관을 십이지 동물로 표현한 ‘지신’ 시리즈, 봉황을 주제로 한 ‘코리안 피닉스’ 시리즈 불리온이 그 뒤를 이었다. 해외 딜러들은 독창적 스토리와 디자인을 담은 고품격 메달에 열광했다. 조폐공사는 조만간 신라 금관 및 상상 속의 동물 삼족오(세 발 까마귀)를 소재로 한 ‘2020 골드크라운 불리온 1온스 금메달’도 선보일 예정이다.

적지 않은 나라들이 자국의 아이덴티티를 나타낼 수 있는 디자인을 담은 법정화폐로 불리온 주화, 즉 금화나 은화도 발행한다. 캐나다의 단풍잎, 중국의 판다, 미국의 독수리, 호주의 캥거루 불리온 주화가 대표적이다.

조용만 조폐공사 사장은 “동전을 만들면서 축적한 특수 압인 기술을 활용한 고품위 불리온으로 단기간에 해외시장에 진입하는 데 성공했다”며 “우리나라를 더 알릴 수 있는 소재 발굴과 제품 디자인으로 국가 브랜드를 높이겠다”고 말했다. ▼