

# 지역특산물로서의 포장디자인에 관한 연구

-건어물을 중심으로-

A Study on the Package Design as Special Products of a Region

-Focused on Dried Seafoods-

신인식

동명전문대학 시각디자인과

## 1, 서 론

### 1-1, 연구의 목적

### 1-2, 연구 방법 및 범위

## 2, 건어물에 대한 일반적 고찰

### 2-1, 개 념

### 2-2, 건어물의 종류

### 2-3, 건어물의 유통현황

### 2-4, 건어물의 소비형태

## 3, 건어물포장의 현황분석

### 3-1, 포장의 일반적 고찰

### 3-2, 건어물 포장의 특성

### 3-3, 국내 건어물 포장의 실태

### 3-4, 외국의 사례 연구

## 4, 건어물 포장현황과 문제점

## 5, 건어물 포장의 디자인 개선방안

## 6, 결 론

### 참고문헌

### Keyword

Dried seafoods, Package, Special products,

### 논문 요약

오늘날 우리들의 식생활에서 어육등 해산물을 이용하는 식생활은 우리 생활에서 아주 중요한 부분을 차지하고 있다. 그러므로 이러한 수산물을 가공하고 장기보존하는 방법이 아주 중요한 과제로 떠오르고 있으며 불과 수년전만 하여도 그 소비가 다양화되지 못하였지만 경제적, 사회적 변화와 식생활의 개선으로 필수 기호식품의 하나로 자리잡아 가고있는 실정이다. 뿐만 아니라 최근 인구의 도시집중과 생활수준의 향상 등으로 사람들의 소비관습의 변화, 즉 인스턴트 식품이나 즉석에서 먹을 수 있는 완전 가공식품등의 극도로 편리한 식품을 선호하는 경향이 두드러지고 있다.

이와 같은 사회적, 환경적 변화에 따라 건어물 제품은 편리한 식품으로서 앞으로 수요가 계속 늘어날 것으로 전망되며, 따라서 포장재료나 포장방법에 있어서도 여러가지 방법으로 연구, 발전시켜 나가야 할 것이다.

따라서 부산지방의 특산물이라고 할 수 있는 건어물의 유통 실태 및 포장디자인의 현황을 알아보고 건어물 포장방법의 연구와 부산의 시각적 이미지를 제품포장에 도입함으로써 상품의 부가가치를 높이고 소비인구의 저변확대를 꾀함과 동시에 건어물을 부산지방 특산물화 시켜 관광 상품으로서의 발전 방향을 모색함과 동시에 지역경제 발전에 기여하고자 한다.

### Abstract

Today seafoods, such as fisheries and dams, have become an important part of our diet. But processing and storing these perishable seafoods for a long period of time present a serious problem. Only a few years ago, the seafood consumption was minimal. However, an improvement in our diet has enabled us to enjoy seafoods more often than before. Moreover, the recent trend toward the concentration of the population to the metropolitan area and the improvement in the standards of living have accelerated a change in our food consumption pattern-preference for the convenient foods over time-consuming cooking.

Judging from these changes, we can easily predict that the demand for the convenient, dried seafoods will rise sharply in the coming days. The development for an innovative and attractive way to package and market these products are on the way.

Research and development of the distribution channel and package design of the dried seafoods will offer a wide array of opportunities to increase the sales volume of the dried seafoods. In addition, by associating the image of Pusan, as a prime oceanic city, with the dried seafoods on the package will certainly draw the attention of many prospective consumers. Consequently it will make the dried seafoods special products of Pusan, and eventually contribute to the prosperity of the city.

## 1, 서 론

### 1-1, 연구의 목적

오늘날과 같은 매스 커뮤니케이션 시스템의 사회에서 디자인은 중요한 커뮤니케이션의 수단으로 등장하고 있으며 이러한 디자인의 홍수 속에서 소비자들은 포장(Package)을 상품 자체로 간주하는 경향이 점차적으로 증대하고 있다. 따라서 오늘날의 디자이너에게는 포장 디자인의 제반 기능을 연구하는 것이 주요 연구과제의 하나로 등장하게 되었다.

포장 디자인은 제품개발과 광고활동 등의 분야까지도 공동보조를 취하여 소비자로 하여금 현명한 구매활동을 할 수 있도록 도와야 할 것이다. 따라서 포장 디자인은 생산업자와 유통, 소비자에 대한 실용적, 문화적, 심리적 요인으로 인하여 경제성과 사회성을 고려하지 않으면 안되게 되었다.

우리나라 수산물 식품중에서는 현대적 상품으로 발전시킬 수 있는 가능성이 풍부한 제품들이 많이 있다.

현재 수산식품 시장에서는 건어물 상품이 소비자에게 색다른 이미지로 접근할 수 있도록 하기 위한 과제가 제기되어지고 있다.

본 연구는 부산지방의 특산물이라고 할 수 있는 건어물의 유통실태를 알아보고 새로운 상품의 개발과 그 포장방법의 개선을 통해 상품의 부가가치를 높이고 소비인구의 저변확대를 꾀함과 동시에 건어물을 부산지방 관광 특산품으로 개발, 발전시켜 보고자 하는데 본 연구의 목적이 있다.

### 1-2, 연구방법 및 범위

우리나라의 건어물 업계는 예나 지금이나 제품의 특성상 영세성을 면치 못하고 있다. 특히 부산지역 건어물 업계의 사정은 더욱 더 영세하며 소규모적이라 할 수 있다.

본 연구의 대상은 현재 부산지역에서 유통되고 있는 모든 건어물을 선정하였으며 연구를 위한 방법은 시장현장조사, 설문조사, 자료수집을 통하여 현 상황을 분석하고 다음으로 외국의 사례를 알아 보기 위하여 현재 일본에서 유통되고 있는 건어물류 포장 제품을 수집하여 비교 분석의 자료로 활용하였다.

이상의 건어물 제품들에 대한 일반적인 고찰을 통해 현 상황을 분석하고 그 결과로 도출되어진 문제점의 해결방법을 강구함과 동시에 건어물에 대한 이미지 개선과 부산지역의 건어물 산업을 활성화 시키기 위한 미래의 발전적인 개선방향을 제시하고자 하였다.

## 2, 건어물에 대한 일반적 고찰

### 2-1, 개념

오늘날과 같은 대량생산, 대량소비 사회에서 해산물을 이용하는 식생활은 우리들의 식생활에서 빼 놓을 수 없는 한 요소일 뿐 아니라, 특히 건강에 대한 욕구가 그 어느때 보다 높은 현대사회에서 저칼로리 식품인 건어물은 다른 어떤 식품보다도 각광을 받고 있다고 할 수 있다. 불과 몇년 전만 하여도 조미가공식품은 거의 없고 건조가공식품으로 건해태, 건오징어, 건홍합, 건미역등 별도의 가공은 하지 않고 단순하게 건조가공만 되어진 해산물을 애용하여 왔다.

그러나 경제적, 사회적 변화와 식생활의 개선등으로 단순건조제품에서 조미가공품으로 점차적으로 변화하게 되었다.

조미가공품은 같은 재료라도 가공방법에 따라 여러가지 종류로 가공이 가능하기 때문에 매년 종류가 다양화 되어 가며 특수가공 방법의 개발에 의해 식용으로 바로 공급되어지는 식품으로서 일반 소비자의 기호에 적합한 필수식품의 하나가 되고 있다. 아울러 최근 인구의 도시집중과 아파트 생활자의 증대, 전체적 생활수준의 향상, 맞벌이 부부의 증가 등으로 사람들의 소비관습이 급격하게 변화하여 인스턴트 식품이나 완전가공 식품등의 현대 도시생활에 편리한 식품을 구매하고자 하는 경향이 점차적으로 강해지고 있다.

이와 같은 사회적, 환경적 변화로 인하여 건어물 제품은 생활에 편리한 제품으로서 앞으로도 그 수요가 점점 증가할 것으로 기대되어지며, 따라서 이러한 전망을 충족시키기 위해서는 해산물의 가공방법 및 장기보존 방법에 대하여 깊은 연구가 필요하며, 포장재료의 개발과 포장방법의 개선에 있어서도 건어물의 특성과 기능을 최대한 살릴 수 있는 방향으로 연구 및 개발이 이루어 져야 할 것이다.

### 2-2, 건어물의 종류

수산 가공식품 중에서 현재 부산지역에서 유통되어지고 있는 건어물의 종류를 살펴 보면 그 종류가 매우 다양하면서도 거래되는 상품에 따라서 등급이 나누어져 판매되고 있는 것을 알 수 있다.(표 1)

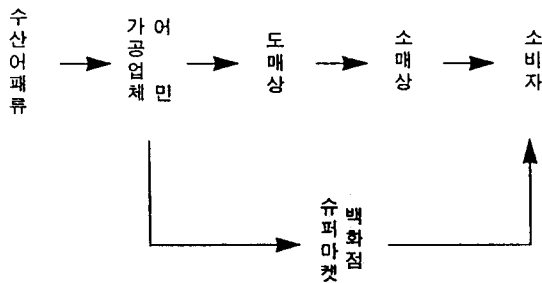
일반적으로 재료의 특성이나 회귀성, 원가등의 결정요인에 따라서 고가품, 중가품, 저가품으로 나누어져 유통되고 있으며 건오징어와 건멸치는 상품의 성격이나 유통단위, 소비형태등에 있어서 다른 건어물 제품과 성격이 달라 따로 분류되어 유통되고 있다.

등급	종 류
고가품	건해삼 건전복 건피조개 조개눈
중가품	새우포 건문어 조미취포 취포채설기
저가품	명태포 취치포 건새우 오징어포
분류품	오징어 멸치

(표 1) 부산지역에 유통되는 건어물의 종류

### 2-3, 건어물의 유통현황

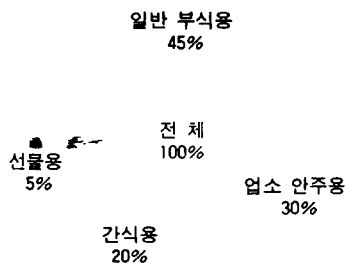
부산지역의 건어물은 대부분이 남해안 지방이나 각 해안지방에서 생산되는 어패류를 그 지역주민이나 영세가공업체에서 1차가공, 부산지역 가공업체에서 2차가공을 하여 시중 유통경로를 통하여 일반 소비자에게 공급되고 있다.(그림 1)



(그림 1) 건어물 제품 유통도

### 2-4, 건어물의 소비형태

건어물의 일반적인 소비형태를 알아보면 선물용과 업소 안주용, 일반 부식용, 간식용 등으로 대별할 수 있으며 전체 소비량에 따른 각 부분의 비율을 조사해 보면 일반 부식용이 45%로 가장 많은 부분을 차지하고 있으며 다음으로 업소 안주용(30%), 간식용(20%), 선물용(5%)의 순서로 소비되고 있다.(그림 2)



(그림 2) 건어물 소비형태별 비율

## 3, 건어물포장의 현황분석

### 3-1, 포장의 일반적 고찰

#### 3-1-1, 포장의 기능

포장을 제작하기에 앞서 기능적으로 디자인을 하기위해서는 기능을 정확하게 파악해야 한다.

포장 디자인의 기능은 대략 다음의 4가지로 분류할 수 있으며 아래와 같은 제반 기능을 모두 만족시킬 수 있는 디자인이 이상적인 포장 디자인이라고 할 수 있다.

#### (1), 생산적 기능(Productive function)

인쇄적성, 성형적성, 충전적성, 수출적성, 유통적성

#### (2), 정보적 기능(Informative function)

타 제품과의 차별화

소비자의 구매심리 유발

상품 내용 표현

#### (3), 생활적 기능(Convenient function)

보관성, 이동성, 합리성, 만족감, 즐거움

#### (4), 조처적 기능(Disposable function)

분리, 매립, 소각, 용해, 재활용

### 3-1-2, 포장 재료의 종류

포장에 사용되어지고 있는 재료는 그 수를 헤아릴 수 없을 만큼 많다. 이들을 재료공학적인 관점에서 분류하기에는 많은 무리가 있어 여기에서는 일반적인 방법으로 현재 시판되고 있는 포장재료를 다음과 같이 분류해 보았다.

#### (1), 종이(후지, 박지 포함)

(2), 가공지(종이+금속, 종이+플라스틱계 필름, 종이+왁스)

#### (3), 골판지

#### (4), 플라스틱 필름

#### (5), 플라스틱 성형품

#### (6), 유리

#### (7), 금속

#### (8), 기타(피혁, 도자기, 목재, 대나무, 섬유등)

### 3-2, 건어물 포장의 특성

#### 3-2-1, 건어물식품 포장재료의 필요조건

일반적으로 식품포장에 필요한 포장재료를 선택할 때 반드시 고려되어야 할 조건들로서 식품선도의 보존성과 위생성, 식품의 보관과 운송시의 편리성, 상품의 가치를 극대화시키고 구매욕구를 유발시키는 판매촉진성, 그리고 사용후 용기폐기시의 무공해 처리방법 및 재활용 방안의 연구 등을 들 수 있다.

식품은 사람의 인체와 직접적인 관계가 있다는 관점에서 생각해 볼 때 이상의 조건을 충분히 고려한 포장 재

료를 선택해야만 한다. 그리고 포장의 표면 디자인에 있어서도 디자인적 표현 방식으로 상품에 대한 좋은 인상을 갖도록 할 수 있는 제반 적성을 갖는 것 역시 포장 재료가 지녀야 할 중요한 조건의 하나로 볼 수 있다.

건어물 식품 포장재료가 갖추어야 할 필요조건을 살펴보면 다음과 같다.(표 2)

필요조건	세부필요성질
위생성	무독, 무미, 무취, 무해
보호성	물리적- 온도, 인장강도, 충격강도 등 차단성- 방수성, 방습성 등 안전성- 내수성, 내광성 등
작업성	포장작업성 기계적용성
편리성	개봉의 용이, 휴대적성
상품성	광택 투명성 인쇄적성
경제성	가격 생산성, 수송 및 보관적성

(표 2) 포장 재료로서 갖추어야 할 필요성질

따라서 건어물 식품포장은 내용물의 성분조성과 환경 조건이 다르므로 물리적, 화학적 성질 및 유통기한 등을 종합적으로 검토하여 개개의 식품에 적합한 포장 재료를 선택하여 사용해야 할 것이다.

### 3-3, 건어물 포장의 실태분석

#### 3-3-1, 기존 상품화된 건어물 제품

현재 상품화되어 슈퍼마켓이나 일반 소매점에서 시판되고 있는 건어물 식품은 오징어와 쥐치를 주재료로 하여 개발되었으며 주용도는 안주용이나 간식용이고 포장 방법이나 디자인은 대체적으로 잘 연구되어져 있다고 볼 수 있다.

(사진1)의 제품은 한국토산의 버터맛 실오징어라는 제품으로 젊은이들을 주 소비대상으로 하여 생산되었으며 표면디자인을 보면 전체적으로는 시각디자인적 요소가 많이 있으나 각각의 요소들이 장식적 효과만 있을 뿐 상품의 성격과는 전혀 어울리지 않고 있다.

(사진2)는 한성기업의 찢어 먹을 수 있도록 가공되어진 건오징어 상품이며 표면디자인은 정리가 잘 되어 있다고 볼 수 있다. 특히 우측 하단에 있는 '오징어상식'이라는 설명은 소비자들에 친근감을 더해 주고 있다.

(사진3)는 편의점에만 납품되는 K-Line이라는 브랜드의 상품이며 쥐치를 조미가공한 제품이다. 붓치기를 이용하여 현대적이고 도회적인 감각을 강조하였으며 내용

물을 잘 볼 수 있도록 디자인 되어져 있다.

(사진4)는 한성기업의 왕 실오징어라는 상품으로 상, 하 부분에 청색을 이용하여 수산식품의 이미지를 표현하였고 특히 하단의 파도물결 모양의 디자인은 독특하면서도 신선한 느낌을 주고 있다.

(사진5)는 대도식품에서 안주용으로 개발되어진 쥐포구이 상품으로 내용물에 고추장이 첨가되어 있으며 즉석에서 시식이 가능하도록 개발되어진 상품이다.

디자인적 요소를 살펴보면, 상품명 타이포그래피가 독창적이며 쥐치를 일러스트레이션으로 표현하여 상품의 성격을 잘 나타내고 있으며 좌측 하단의 재미있는 만화적 표현이 친근감을 주고 있다.

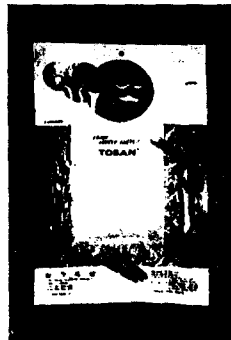


사진1, 버터맛 실오징어 (한국토산)

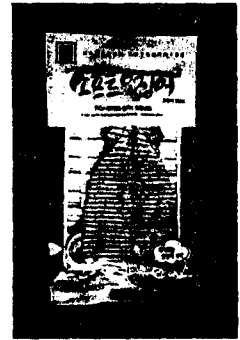


사진2, 소프트오징어 (한성기업)



사진3, 쥐치맛 꽃포 (새울 K)



사진4, 왕실오징어 (한성기업)

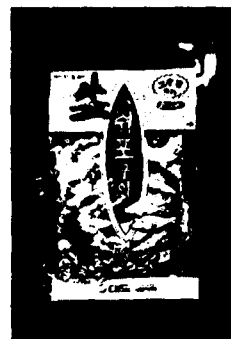


사진5, 생 쥐포구이 (대도식품)



사진6, 삼총사 (한국토산)

(사진6)은 3종류의 건어물을 하나의 포장에 같이 넣어 둔 3총사라는 상품으로 하나씩 나누어 먹을 수 있는 제품디자인의 아이디어는 재미있는 발상이라고 하겠다. 그러나 표면디자인에 있어서는 칼라풀한 원색을 사용하여 이미지의 산란이 나타나고 너무 과다한 표현으로 디자인의 컨셉이 흐트러지는 경향을 보이고 있다.

이상과 같이 현재 상품으로 유통되어지고 있는 건어물들은 디자인이나 상품 아이디어에서 나름대로의 특성을 나타내고자 노력하고 있다고 판단되어 진다.

### 3-3-2, 부산지역에서 유통되는 건어물 제품

부산의 재래 시장 및 백화점에서 유통되는 건어물의 포장상태는 한마디로 포장이 없다고 말하는 것이 적합한 표현이다.

그 실태를 보면 먼저 선물용으로 주로 이용되는 고급 상품은 일반적으로 종이 상자에 넣어진 후 포장지로 랩핑되어 판매되고 있다. 지기구조나 포장재질, 포장 표면 디자인에 있어서는 디자인적 요소가 전혀 없으며 규격이나 내용물도 가격에 따라 천차만별인 실정이다.

또한 업소 안주용, 일반 부식용을 포함한 대부분의 제품은 일반적으로 큰 비닐봉지에 담아 g단위나 Kg단위로 판매되고 있는 실정이다.

이러한 현재 실정에 비추어 볼 때 비록 영세하고 열악한 여건이지만 건어물에 대한 깊은 애정과 노력으로 포장디자인 부분을 지속적으로 연구, 개발하여야 할 것이다.

(사진7)은 현재 백화점에서 판매되고 있는 건어물 제품의 예로서 작은 투명 비닐봉지에 담겨져 무게에 따라 가격을 정하여 판매되고 있다.

(사진8)은 깨취포라는 상품으로 같은 방식으로 판매되며, (사진9)도 건적새우라는 제품으로 디자인적 요소는 전혀 보이지 않으며 (사진10) 역시 얇게 썬 쥐치채로 투명비닐의 소포장이며 포장이 밀봉되지 못한 관계로 보관상의 많은 문제점을 안고 있다. (사진11)과 (사진12)는 포장방법이 개선되어진 것으로 비슷한 단위포장이지만 입구가 밀봉되어 보관과 위생면에서는 다소 나아졌으나 디자인적인 감각은 찾아보기 힘들다.

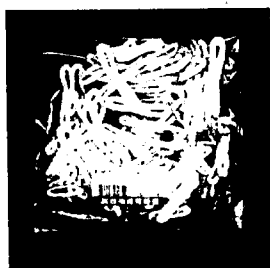


사진7. 훈제렁  
(신세화 백화점)

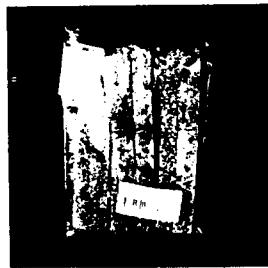


사진8. 깨취포  
(신세화 백화점)



사진9. 건새우  
(신세화 백화점)

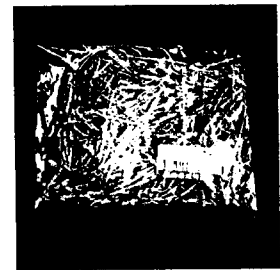


사진10. 가는 쥐포채  
(신세화 백화점)

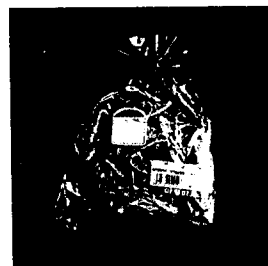


사진11. 맛살채  
(아랄유통)



사진12. 건멸치  
(아랄유통)

### 3-4, 외국의 사례 연구

지금까지 우리나라 건어물 포장의 디자인 실태를 알아보았다. 현재의 상황을 분석하는 것은 미래의 발전적 방향을 찾아 보기 위해서는 필수 불가결의 한 과정일 것이다.

이러한 분석에 부쳐 외국의 포장디자인 사례를 알아보고 연구하는 것은 디자인을 보는 시야를 넓힐 뿐 아니라 디자인의 질적 향상을 위해서도 필요한 일이라 하겠다.

우리나라와 지리적으로나 문화적으로 가장 유사하고 디자인 분야에서 나름대로의 독창적인 영역을 보유하고 있는 일본의 건어물 포장에 대하여 많은 자료를 수집하였다. 그 중에서 디자인 컨셉별로 개성이 뚜렷한 3종류의 그룹으로 나눈 후 각각의 특성에 대하여 분석, 연구해 보았다.

(사진13)은 '본격파'라는 브랜드 네임으로 시판되고 있는 실오징어 제품으로 전체적 칼라는 오렌지색과 세피아색을 이용, 맛에 대한 이미지를 강조하였으며 'N'자와 같은 붓터치 표현과 상단의 톱니모양은 본격파라는 브랜드 네임의 이미지와 잘 부합되고 있다.

(사진14)는 '맛의 만남'이라는 상표의 조미오징어 제

폼으로 상단의 삼각모양의 칼라나 전체적인 색상은 연한 파스텔 톤으로 표현하고 있으며 우측 상단의 남자, 여자를 묘사한 터치감 현대적이고 도회적 이미지를 잘 보여주고 있다.

포장에 투명부분을 많이 할애하여 내용물이 잘 보이도록 하였으며 특히 브랜드명이 독특하고 친근감을 주고 있다.

(사진13)과 (사진14)는 건어물이라는 고루한 이미지를 없애고 현대적 느낌으로 잘 변환시킨 상품의 예라고 할 수 있다.

(사진15)는 새끼 정어리를 조미하여 껍을 발라 건조시킨 '북해의 맛'이라는 제품으로 중앙부에 어선을 묘사, 신선함을 강조하고 일본의 전통을 상징화하기 위하여 고문 형식의 붓글씨를 이용하여 표현하였다.

이 건어물 제품은 일본의 전통적 술안주이므로 전체적 이미지에 일본 전통감각이 강하게 표출되어지고 있다.

(사진16)은 '물고기는 자연적인 맛이 좋다'는 상품명으로 비어라는 생선을 건조한 후 불에 구워 포장한 제품이다. (사진15)와 마찬가지로 중앙부의 로고타입이 전통 일본식 붓글씨체이며 일본 전통종이에 인쇄되어 비닐포장위에 부착되어 있다. 술병을 함께 일러스트레이션으로 묘사하여 술안주용임을 바로 인지할 수 있게 디자인 되었으며 전체적으로 전통적 일본의 분위기를 잘 나타내고 있다.

(사진17)과 (사진18)은 건어물 상품이 어떤 한 지방의 독특한 특산물로 개발되고 판매될 수 있다는 것을 잘 보여주고 있는 사례라고 할 수 있다.

(사진17)은 작은새우에 붉은 색소를 입힌 제품으로 일본의 유명한 세토 근해에서 잡은 새우라는 것을 강조하기 위하여 그 지명을 우측상단에 표기하였으며 전체적으로 고급이미지를 나타내기 위해 그라데이션 인쇄를 하였으며 배경 타이포그래피로 '선'자를 묘사하여 신선하다는 것을 강조하고 있다.

(사진18)은 오징어를 가늘게 썰어 국수로 만든 제품이다.

함관(하코다테)는 일본의 북해도에 있는 수산도시로 유럽양식의 건물이나 교회 등이 많은 일본에서도 이국적인 향취를 많이 느낄 수 있는 도시이다. 또한 그 연근해는 어장, 특히 오징어 어장으로 유명하므로 하코다테의 특산품으로 오징어 국수를 개발하여 지역 특산품화시킨 대표적 상품이다.

전면에 묘사되어 있는 교회탑이나 건축물, 동상등은 하코다테의 유명한 관광지로서 상징적 요소로 나타나 있다.

이상의 사례로 본 일본지역 건어물 제품의 특징은 상품의 개발목적과 디자인 컨셉이 비교적 명확한 편이며



사진13. 본격파 실오징어 (큐우슈우식품)



사진14. 뿔은 오징어 (진미식품)



사진15. 조미 정어리 (카와베식품)

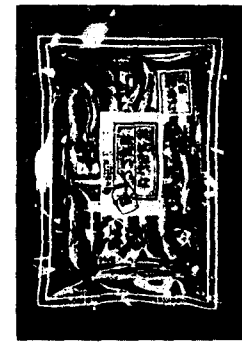


사진16. 구운 비어 (아사히식품)



사진17. 작은 새우 (토오칸식품)



사진18. 오징어 국수 (아사히식품)

제품의 개발과 판매를 위해서 많은 연구와 노력이 필요하다는 것을 잘 알 수 있다.

#### 4. 건어물 포장현황과 문제점

##### 4-1. 건어물 제품 및 포장의 현황 분석

현재 부산지역에서 유통되고 있는 건어물 상품중 기존

품으로 상단의 삼각모양의 칼라나 전체적인 색상은 연한 파스텔 톤으로 표현하고 있으며 우측 상단의 남자, 여자를 묘사한 터치가 현대적이고 도회적 이미지를 잘 보여주고 있다.

포장에 투명부분을 많이 할애하여 내용물이 잘 보이도록 하였으며 특히, 브랜드명이 독특하고 친근감을 주고 있다.

(사진13)과 (사진14)는 건어물이라는 고루한 이미지를 없애고 현대적 느낌으로 잘 변환시킨 상품의 예라고 할 수 있다.

(사진15)는 새끼 정어리를 조미하여 깨를 발라 건조시킨 '북해의 맛'이라는 제품으로 중앙부에 어선을 묘사, 신선함을 강조하고 일본의 전통을 상징화하기 위하여 고문 형식의 붓글씨를 이용하여 표현하였다.

이 건어물 제품은 일본의 전통적 술안주이므로 전체적 이미지에 일본 전통 감각이 강하게 표출되어지고 있다.

(사진16)은 '물고기는 자연적인 맛이 좋다'는 상품명으로 비어라는 생선을 건조한 후 불에 구워 포장한 제품이다. (사진15)와 마찬가지로 중앙부의 로고타입이 전통 일본식 붓글씨체이며 일본 전통종이에 인쇄되어 비닐포장위에 부착되어 있다. 술병을 함께 일러스트레이션으로 묘사하여 술안주용임을 바로 인지할 수 있게 디자인 되었으며 전체적으로 전통적 일본의 분위기를 잘 나타내고 있다.

(사진17)과 (사진18)은 건어물 상품이 어떤 한 지방의 독특한 특산물로 개발되고 판매될 수 있다는 것을 잘 보여주고 있는 사례라고 할 수 있다.

(사진17)은 작은새우에 붉은 색소를 입힌 제품으로 일본의 유명한 세토 근해에서 잡은 새우라는 것을 강조하기 위하여 그 지명을 우측상단에 표기하였으며 전체적으로 고급이미지를 나타내기 위해 그라데이션 인쇄를 하였으며 배경 타이포그래피로 '선'자를 묘사하여 신선하다는 것을 강조하고 있다.

(사진18)은 오징어를 가늘게 썰어 국수로 만든 제품이다.

함관(하코다테)는 일본의 북해도에 있는 수산도시로 유럽양식의 건물이나 교회 등이 많은 일본에서도 이국적인 향취를 많이 느낄 수 있는 도시이다. 또한 그 근해는 어장, 특히 오징어 어장으로 유명하므로 하코다테의 특산품으로 오징어 국수를 개발하여 지역 특산품화시킨 대표적 상품이다.

전면에 묘사되어 있는 교회탑이나 건축물, 동상등은 하코다테의 유명한 관광지로서 상징적 요소로 나타나 있다.

이상의 사례로 본 일본지역 건어물 제품의 특징은 상품의 개발목적과 디자인 컨셉이 비교적 명확한 편이며



사진13. 본격파 실오징어 (큐우슈우식품)

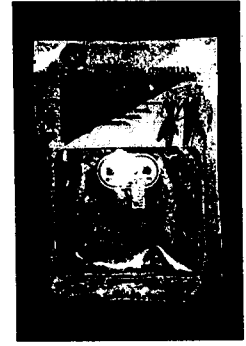


사진14. 짙은 오징어 (진미식품)

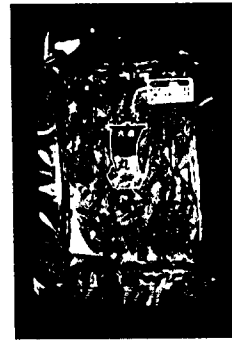


사진15. 조미 정어리 (카와베식품)

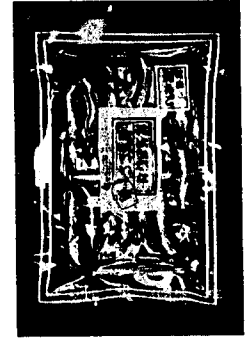


사진16. 구운 비어 (아사히식품)



사진17. 작은 새우 (토오칸식품)



사진18. 오징어 국수 (아사히식품)

제품의 개발과 판매를 위해서 많은 연구와 노력이 필요하다는 것을 잘 알 수 있다.

#### 4. 건어물 포장현황과 문제점

##### 4-1. 건어물 제품 및 포장의 현황 분석

현재 부산지역에서 유통되고 있는 건어물 상품중 기존



상품화, 포장화된 대기업 생산 상품을 제외한 재래 건어물 상품에 대한 현황을 분석하고 포장디자인의 바람직한 개선방향을 찾고자 다음과 같은 항목으로 소비자들을 상대로 인터뷰 조사를 실시 하였다.

첫째, 건어물에 대한 소비자의 일반적인 인식

둘째, 구매기준

셋째, 새로운 포장 디자인 개선방향에 대한 의견

인터뷰 대상은 20세 이상 50세 미만의 남녀이며 조사시기는 1996년 11월 5일부터 11월 11일까지 7일간이고 실시장소는 부산 자갈치 시장등 부산지역 건어물 시장 및 재래시장, 백화점등에서 총 168명을 상대로 실시 하였다.

첫번째 조사항목으로 건어물 상품에 대한 이미지 조사에서는 긍정적인 반응(5%) 보다도 부정적인 반응이(83%) 압도적 우세를 나타내고 있으며 소비자들의 과반수 이상이 건어물 상품을 지저분하다고 인식하고 있다. 이러한 건어물에 대한 객관적 이미지를 극복하는 것이 최우선 선결과제라고 할 수 있다. (표 3)

항 목	응답자 수	%
고급스럽다	8	0
깨끗하다	20	5
보통이다	28	12
너절하다	28	17
지저분하다	112	66
합 계	168	100

(표 3), 건어물 상품에 대한 이미지

두번째 항목의 조사를 통하여 소비자들은 건어물의 구매기준을 품질, 외양, 디자인, 가격순으로 갖고 있음을 알 수 있다.

이러한 현상은 건어물의 특성상 당연한 결과로 받아들여지나 가격에 대한 소비자들의 낮은 관심도는 전반적인 사회, 경제상의 여건변화에 따른 현상으로 분석된다. (표 4)

항 목	응답자 수	%
품 질	76	45
외 양	40	24
가 격	20	12
디 자 인	32	19
합 계	168	100

(표 4), 건어물 상품에 있어서 중요한 요소

세번째 항목에서는 디자인 개선방향을 조사해 본 결과 현재의 거의 전무하다시피한 지역 건어물 상품포장에 대한 소비자들의 희망은 산뜻하고 깨끗한 포장을 원하고 있는 것으로 분석된다.

항 목	응답자 수	%
산 뜻 하 게	88	52
깨 끄 하 게	52	31
색 채 를 화 려 하 게	8	5
디 자 인 을 멋 있 게	20	12
합 계	168	100

(표 5), 포장디자인 개선 방향에 대한 의견

#### 4-2. 건어물 포장의 문제점

전체 인터뷰 조사 결과와 시장현장조사 및 대화를 통하여 다음과 같은 문제점을 도출하게 되었다

첫째로, 수산 가공식품 특히 건어물 제품에 대한 이미지가 대체적으로 지저분하다는 부정적인 반응을 나타내며

둘째로, 디자인적인 요소보다 제품의 품질을 중요시하는 것이 건어물 제품의 특성이란 점

셋째로, 건어물의 냄새 자체가 깨끗한 이미지를 주지 못하며

넷째로, 건어물의 특성상 부패의 위험성이 상존한다는 것이다

#### 5. 건어물 포장의 디자인 개선 방안

이상의 조사에서 제품의 실태와 포장의 현황을 분석하고, 객관적인 자료수집을 위해 인터뷰 조사와 시장 조사를 통하여 보완하였다. 이 분석을 근거로 하여 건어물 상품의 포장 디자인 개선방안을 모색해 보면 다음과 같다.

##### 5-1. 포장 디자인 개선연구의 필요성

건어물은 그 제품의 특성상 많은 문제점을 안고 있지만 포장방법의 개선과 디자인적 요소를 도입함으로써 얻어지는 기대효과 또한 크다고 할 수 있다. 본 연구를 통하여 다음과 같은 장점을 충분히 살리고 건어물 상품을 대중화 하기 위해서 디자이너가 가져야 할 책임감은 대단히 크다고 할 수 있다.

첫째로, 건어물 상품에 디자인적 요소도입으로 제품의 부가가치를 높일 수 있으며

둘째로, 건어물에 대한 부정적 이미지를 쇠퇴시켜 구매욕구를 증대시킴으로써 소비증가를 촉진시킬 수 있고

세째로, 포장개선 작업을 통한 단위 포장제품의 개발로 수송 및보관, 유통을 원활하게 함으로써 소비인구의 저변확대를 꾀할 수 있으며

네째로, 타지역 건어물 상품과 차별화시켜 부산지역의 독특한 캐릭터나 시각적 요소를 도입함으로써 지방 특산물화 할 수 있다.

## 5-2. 개선방안

우수한 제품이 있을지라도 포장 디자인이 소비자들로부터 신뢰성을 얻지 못한다면 판매경쟁에서 결코 승리할 수 없음은 명백한 사실이다.

제품의 특성과 확고한 마케팅 정책에 입각하여 과학적이며 합리적인 방법으로 포장 디자인이 연구된다면 건어물의 활성화는 물론 건어물 업계의 전망도 밝다고 하겠다.

앞장에서 제품의 실태, 포장의 현황과 문제점을 분석하였다. 이상과 같은 분석을 근거로 문제해결의 접근을 위해 다음과 같은 개선방안을 모색하고자 한다.

첫째, 건어물에 대한 기존의 부정적인 이미지를 불식시키고 미래 발전적 이미지 부여를 위해 깨끗하고 산뜻한 이미지를 시각적으로 표현한다.

둘째, 건조식품이므로 위생적인 측면에서 부패방지를 위해 방습, 방충, 통풍에 유의한다.

세째, 포장의 경제성을 고려할 때 포장단위를 선물용 고급상품과 간식용 소형상품의 두가지로 구분한다.

네째, 각 회사별로 제작하되 부산의 특산물이라는 비주얼적인 요소는 일관되게 도입시킨다.

다섯째, 타지역과 구별될 수 있는 부산지역만의 이미지를 부각시키기 위해 해양도시, 관광도시, 미래형도시의 개념을 도입하여 비주얼적 요소를 개발, 응용한다.

결론적으로 건어물 포장은 형태에 있어서의 기능성, 포장단위의 다양성, 포장시의 위생성, 타지역과 차별성 등이 중심이 되어 개선되어진다면 건어물의 유통확대를 포함하여 건어물 제품 활성화의 전망은 밝다고 하겠다.

## 6. 결 론

지금까지 건어물 식품이 대중식품으로 활성화 되기 위한 연구를 위해 제품의 실태 및 포장의 현황과 문제점을 분석하고 그에 따른 개선방안을 모색하였다.

건어물 식품은 일반대중의 기호식품이면서도 특유의 냄새와 유통의 비합리화로 소비가 활성화되지 못하였

다. 그리고 일부품목을 제외한 거의 대부분의 건어물 상품이 낙후된 유통과정과 비위생적인 처리로 판매되고 있는 실정이다.

건어물 상품 유통의 합리화와 개발의 활성화를 위한 해결책의 하나로 포장에 있어서의 문제점을 다음과 같이 분석했다.

첫째, 건어물 상품에 대한 소비자들의 부정적인 시각

둘째, 건어물의 특성상 품질을 중요시한다는 점

세째, 건어물상품의 속성이 고루하고 지지분하다는 점

네째, 부패의 위험이 상존한다는 점

다섯째, 현재 유통되는 상품에는 디자인적 개념이 거의 없다는 점

이상과 같은 문제점들은 소비자들이 건어물 상품을 손쉽게 애용하는데 커다란 장애요인이 되고있다. 따라서 디자인서는 포장디자인을 제작함에 있어 제품의 특성과 마케팅 정책적 측면에서 합리적이고 과학적인 방법으로 문제점을 보완, 개선하여야 하겠다.

이와같은 입장에서 개선방안을 다음과 같이 제시한다.

첫째, 건어물에 대한 인식재고를 위한 새로운 이미지를 부여하기 위하여 마케팅 측면에서 연구한다.

둘째, 위생적인 포장방법을 연구, 개발한다.

세째, 지역특성화를 위하여 일관된 비주얼적인 이미지 요소를 도입하여 응용시킨다.

네째, 지역관광 특산물로서의 제반요소 개발과 적절한 이이덴티티 프로그램을 제작, 적용시킨다.

그러나 건어물 상품은 유통, 디자인적 문제해결 뿐 아니라 생산체제나 방법에 있어서도 문제 해결을 위한 방안이 연구되어야 한다.

합리적 유통, 새로운 이미지, 생산체제 개선, 디자인 요소 개발등의 연구와 노력들이 유기적으로 발전, 전개되어 질때 우리 소비자들이 건어물 제품을 유용하게 이용할 수 있는 동기가 확산될 것이라 믿는다.

또한 이러한 연구 개발이 상품의 부가가치를 높이고 소비인구의 저변확대에 기여할 뿐 아니라 동시에 건어물을 부산지방 특산물화 시켜 관광상품, 지역경제 발전에 기여하는 중요한 역할을 담당할 것이라고 생각한다.

## 참고 문헌

- 김광현, 포장디자인, 조형사, 1992.
- 김지철, 포장디자인, 미진사, 1988.
- 박영호, 식품포장학 수확사, 1983.
- 김광현, '우리나라 햄소세지의 현황분석', 계명대학교 대학원, 석사학위논문, 1984.
- 구은정, '한국수산발효식품 포장에 관한 연구', 홍익대학교 대학원, 석사학위논문, 1987.
- 홍혜문, '식품포장디자인에 관한 연구', 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1986.
- 박종숙, '건어물 포장디자인 개선방안에 관한 연구', 동아대학교 대학원, 석사학위논문, 1991.
- 디자인하우스, 월간디자인, 포장개발과 경영전략, 1986.
- 부산상공회의소, 상품포장과 디자인, 1979.
- 한국디자인포장개발원, 포장기술, 1990.
- 장순석편저, 편집인쇄디자인, 조형사, 1992.
- PACKAGE DESIGN IN JAPAN, Rikuyosha, 1982.
- PACKAGING DESIGN 2, PBC international, 1985.
- Paper Container And Construction, Packagingsha, 1985.