

식품업계 기능성 포장 동향

Functional Packaging in Food Industry

1. 한국야쿠르트 용기면 변화 추세

1-1. 합성수지 계열 제품의 대체

한국야쿠르트는 1998년 용기면 '환경호르몬' 관련 문제제기에 따라 합성수지 계열 제품의 매출 감소 1999년부터 주력 브랜드인 '왕뚜껑' 합성수지 대체 용기인 종이컵 사용 제품 개발에 착수하여 2000년 종이컵 브랜드 '왕컵'을 출시·판매했다.

2004년 현재 '왕컵류' 제품은 육개장, 설렁탕면, 해물라면, 비빔면 등으로 개발 품목을 확대하여 주력제품군으로 육성 했다.

향후 종이 용기 제품의 개발 확대, 생분해성 용기의 개발 및 적용 등으로 합성수지 용기의 사용을 점진적으로 줄여갈 계획이다.

1-2. 소형 컵라면 등 용기의 다양화

용기면의 경우 다른 가공식품 보다는 용기의 다양화에 의한 제품의 다양성이 떨어지는 제품군이며, 다양한 형태보다는 다양한 맛과 크기에 의존하는 형편이다.

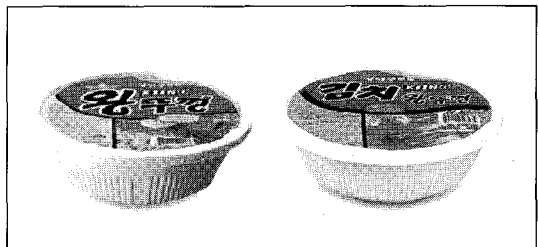
1972년 삼양라면컵 출시 이후 왕뚜껑, 큰사발, 큰냄비 등의 대형 용기면 제품 일변도이었으나 1997년 농심 신라면컵, 2002년 오뚜기 진라면컵 등 라면 각사의 주력제품을 소형컵화하였고 다양한 소형컵 제품이 판매되고 있다.

한국야쿠르트도 주력제품인 왕뚜껑 소형컵 제품을 2004년 7월 출시하여 소형컵 시장에 본격적으로 참여하였다.

[표 1] 합성수지 용기 제품 대체 현황

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년 (예상)
합성수지 용기 대체 비율	6.1%	9.7%	10.6%	19.5%	25.0%

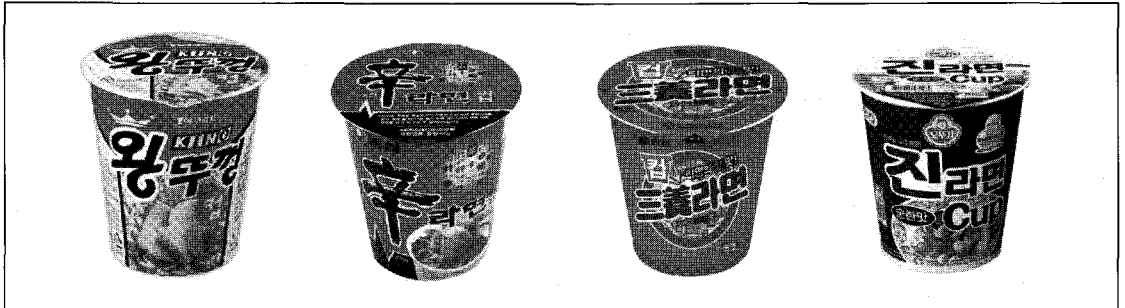
[사진 1] 왕뚜껑류 - PS(폴리스틸렌)재질



[사진 2] 왕뚜껑류 - 종이용기



[사진 3] 라면류 - 종이용기



또한 한국야쿠르트는 향후 다양한 용기와 크기 그리고 재질의 용기를 대상으로 제품을 개발할 계획이다.

2. 헤태껌 포장형태 변화 및 특징

2-1. 과거 껌 시장의 주류 스틱껌

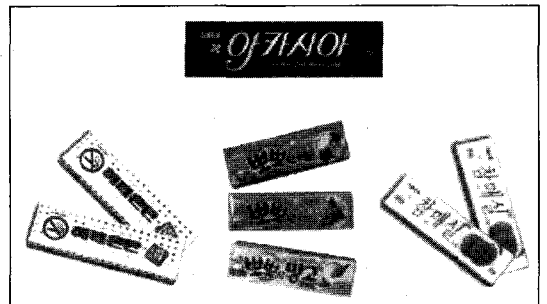
제과류 포장의 한주류를 형성하고 있는 껌의 포장형태 및 패키지디자인의 최근 동향을 살펴보고자 한다.

과거 껌 시장의 주류를 이루고 있었던 포장형태가 스틱껌이었다. 스틱껌의 포장형태상 좁은 면적에 디자인을 구현한다는 것이 여간 까다로운 작업이 아닐 수 없다. 이런 공간적 제약요소

로 인해 과거 일반 스틱껌의 디자인은 제품 LOGO의 표현에만 치중할 수밖에 없었다. 단지 변화라면 맛 또는 향에 따른 바탕색의 변화가 전부였다.

물론 협소한 공간이기는 하지만 나름대로 제

[사진 4] 70~80년대 스틱껌



품이 지나는 속성 및 마케팅 적인 요소를 가미하기 위해 소비자 조사는 물론 디자인 결정에 상당한 노력을 기울이기도 했다.

70~80년대 스틱껌 시장에서 향기껌과 민트껌이 주류를 이루고 있다가 90년대부터 무설탕껌인 덴티큐가 시장에서 돌풍을 일으키기 시작하였다.

덴티큐 또한 디자인 Lay-Out 측면에서는 기존 스틱껌과 큰 차이는 없었지만 제품의 속성을 잘 표현해주는 브랜드와 튼튼이 마크(Tooth Friendly Mark)의 적절한 조화로 당시 껌을 씹어도 치아에는 안전하다는 이미지 부각에 성공하여 폭발적인 인기를 누렸다.

2-2. 자일리톨 333 출시

2000년대 전후로 껌 시장의 새로운 전환점인 자일리톨(Xylitol)껌의 비약적인 성장세라 말할 수 있다. 국내 껌시장의 70% 이상을 차지하고 있는 자일리톨껌 시장에서 후발주자인 당사에서 기존 자일리톨껌과 차별화한 '자일리톨333'을 출시하여 선발주자의 아성에 도전할 수 있는 제품을 만들어 새로운 개념의 제품을 만들게 되었다.

[사진 5] 자일리톨333



었다.

'자일리톨333'은 기획단계에서부터 차별화에 역점을 두고 개발하게 되었다. 제품명에서 보는 바와 같이 기능성, 맛, 패키지 디자인의 3박자가 조화롭게 어우러져 있다.

패키지 형태는 맛에 따라 녹색, 연두색, 분홍색의 은은한 칼라로 만들어진 투명캡슐 용기로 전체적으로 내용기 + 외용기 + CAP의 형태로 조립 설계된 구조를 취하고 있다. 뚜껑과 내부 용기 모양은 껌 속의 캡슐 모양을 형상화한 것으로써 이중구조로 되어 있고, 내열과 내한에 대하여 제품 보호가 가능한 동시에 내용기의 반구형 구조를 통해 껌을 꺼내기 쉽도록 설계되어 있다. 타사의 경우 스티커에 디자인을 표현한 반면 '자일리톨333'의 경우 전사인쇄(Hot-Stamping) 방식을 사용하여 깔끔하고 세련된 이미지를 더욱 고조시켰다.

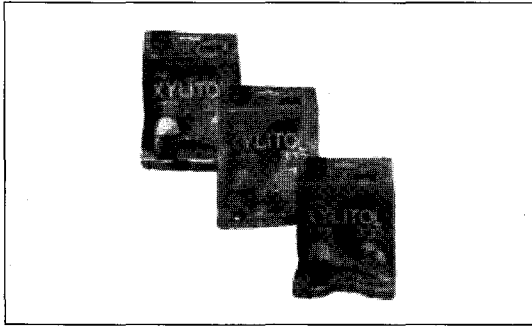
또한 디자인에 원형부분을 은분잉크를 사용하여 바탕색에서 나오는 컬러를 더욱 돋보이게 하고 있다.

2-3. 리필팩 생산증가

제과사 전체가 자일리톨껌 시장에 용기형태의 디자인이 주류를 이루고 있다가 최근에 계속되는 경기 침체로 인한 소비 심리의 감소로 제과업계는 기존 매출을 유지하기 위해 다방면의 변화를 시도하고 있다.

예를 들어, 장기적인 경기 불황으로 인해 소비자의 구매패턴이 변화하여 용기 제품의 구입보다는 경제적인 리필팩 구매를 선호하는 경향을 보이고 있다. 물론 용기의 분리배출에 따른 불편함을 최소화하기 위한 부분도 리필팩 선호의 또

[사진 6] 자일리톨333 리필팩



다른 이유라 말할 수 있다. 이에 당사에서는 용기 생산을 줄이는 대신 리필팩의 생산을 늘이는 포장형태 변화를 가져 왔다. 더 나아가 리필팩이 용기를 대신하는 취식형태의 변화를 예측하여 기존의 삼방포장형태를 스탠드파우치로 변화를 꾀하기도 하였다.

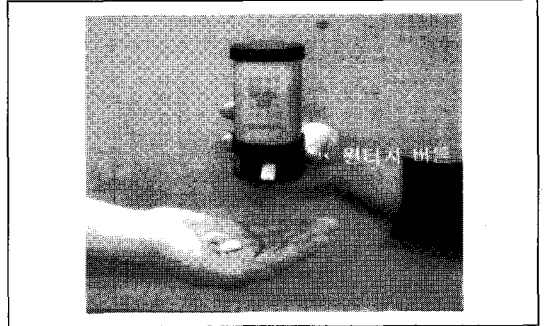
스탠드파우치로의 포장형태 변화는 소비자가 쉽게 취식할 수 있는 편의성을 제공할 뿐 아니라 디자인 표현이 용이하여 디자인 효과를 극대화시킬 수 있는 계기가 되었다.

또한, 패키지 형태의 다양화를 통한 주 소구층의 세분화 및 시장의 다양화를 시도하는가 하면 디자인 측면에서도 제품의 속성을 표현하기 보다는 타겟에 포커스를 맞춘 감성적 이미지를 표현하는 등 다양한 변화를 시도하고 있다.

기존의 용기는 볼륨이 너무 커 휴대하면서 취식하기에는 불편함이 있어 휴대하기에 간편하고 고급감을 살린 강통 모양의 '자일리톨333' 텀캔을 개발하여 틈새 시장을 공략하기도 하였다.

디자인도 기존의 '자일리톨333'의 이미지를 배제하고 젊은 소구층 특히 여대생 및 직장인의 감성적인 이미지에 호소하는 디자인을 도입하

[사진 7] 자일리톨333 디스펜서 용기



였다.

이런 감성적인 디자인의 선택은 휴대하기에 전혀 손색이 없는 고급스러운 이미지를 부여하기 위한 목적이기도 하다.

또한 존 용기나 리필팩이 가지는 취식의 불편함을 해소하기 위해 '자일리톨333' 디스펜서 개발하기도 하였다.

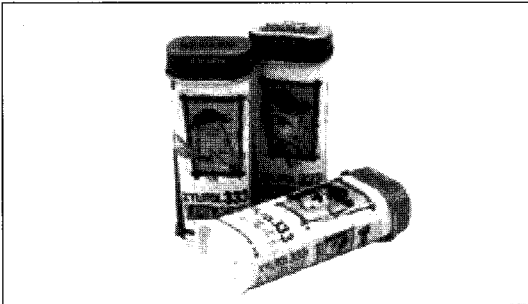
이 디스펜서 용기는 원터치 버튼을 누를 때 마다 껌이 한 알씩 나오기 때문에 가정, 사무실 및 자동차에서 편리하게 이용할 수 있을 뿐 아니라 여러 사람의 손이 용기 안에 오가지 않아 매우 위생적으로 껌을 취식할 수 있는 잇점을 지니고 있다.

디자인은 용기의 고급스러움과 자일리톨껌이 톡! 톡! 터치는 듯한 원을 모티브로 라벨처리 하였으며 작은 로고타입과 맛에 따라 Color를 적용하여 심플하게 표현하였다.

2-4. 제과류 웰빙 붐

현재 두드러진 변화의 특징은 제과류에서도 웰빙바람을 타고 제품을 먹어도 건강을 생각하는 건강/기능성 식품들의 출시가 많아지고 있다.

[사진 8] 자일리톨333 스탠드 파우치



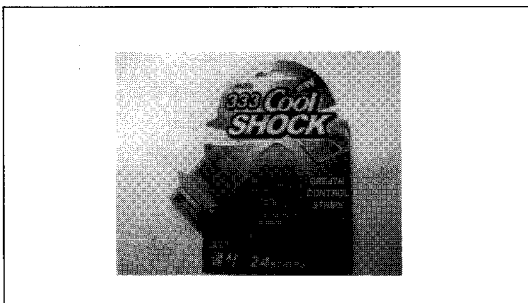
당사에서도 Oral-Care에 걸맞는 새로운 아이템을 개발하여 기존 자일리톨 시장에 도전장을 내는 의욕을 보이고 있다.

대표적인 건강/기능성 제품을 살펴보면 333쿨샷, 333딤샷, 제로트레스, 텐티큐EGCG가 있다.

'333쿨샷'은 바이오벤처기업과 손을 잡고 개발한 녹여 먹는 필름으로 강한 멘톨향이 입안의 청량감을 높여주며, 운전시 졸음을 없애줄 뿐만 아니라 입냄새를 빠르게 제거해 주는 기능성 필름이다. 이 필름의 주성분인 풀루란은 경쟁사의 전분필름보다 훨씬 빠르게 녹는 특성을 지니고 있다.

디자인은 브리스터 포장형태로 진열시 주목

[사진 9] 건강·기능성 제품인 333쿨샷



[사진 8] 건강·기능성 제품인 333딤샷



성을 강조하기 위해 임팩트 있고 강렬한 느낌의 로고를 전면에 배치하고 청색과 백색의 조화로 시원함과 상쾌한 느낌을 전달함과 동시에 취식 방법을 설명하기 위해 휴대용 케이스에서 한장씩 뽑아서 취식할 수 있는 특징을 전면에 표현했다.

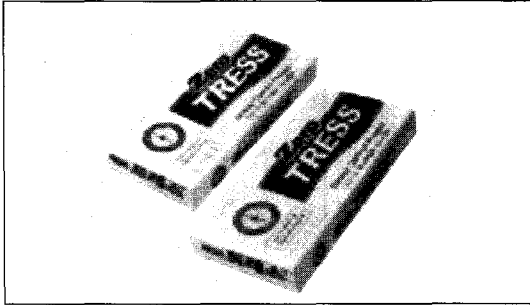
'333딤샷'은 캡슐형태로 기존 껌, 캔디와 달리 특! 터뜨려 상큼한 자몽민트액을 삼키는 것으로 오랫동안 씹거나 빨아야 하는 불편함을 없앤 제품이다.

기존의 껌은 입 속 냄새에 한하여 제거할 수 있다면 이 '333딤샷'은 입안만 아니라 위속 음식냄새까지 완벽하게 제거해주는 효과가 있는 기능성 제품이다.

포장형태는 브리스터 포장에 케이스 Type으로 전형적인 지기구조를 취하고 있지만 빠른 상쾌함과 시원한 느낌의 전달을 위해 운동감 있는 로고를 사용하고 연두색 캡슐의 이미지와 연계되는 색상을 사용하였다.

장기화되고 있는 불황에다 사오정 등이 유행하면서 샐러리맨들이 가장 많은 스트레스를 받는 직업으로 꼽혔다. 이에 당사에서는 씹으면 스트레스가 줄어드는 스트레스 해소껌인 제로트레

[사진 8] 건강·기능성 제품인 제로트레스



스를 개발하였다.

항스트레스 SCP-20성분이 함유된 이 껌은 임상실험에서 이미 입증되었고, 대한신경정신과개원의협의회의 공식인증을 받은 최초의 스트레스 억제 식품이다.

케이스 재질 특성을 고려하여 케이스 표면에 은박처리를 하여 고급감을 부여하고 브랜드를 강조하기 위해 제품 로고부분에 형압(Embossing) 처리를 하여 임팩트를 부여하였다.

포장형태에서 기존 스틱케이스껌과의 차별화에 역점을 두고 디자인 개발을 하게 되었다.

덴티큐EGCG는 자일리톨껌의 기본 기능인 충치예방은 물론이고 잇몸 질환 예방, 입냄새 제거에 탁월한 효과를 발휘하는 녹차 카테킨 성분을 함유하고 있는 Total Oral-Care 껌이다.

[사진 9] 건강·기능성 제품인 덴티큐EGCG



덴티큐 EGCG는 녹차가 주성분이기 때문에 자연미와 부드러움을 살리는 심플한 디자인으로 구성되어 있다.

즉 녹차를 모티브화한 일러스트로 입안이 맑아짐과 동시에 부드러워짐을 느끼는 시원하면서도 편안한 디자인이라 할 수 있다.

2-5. 소비자 욕구 충족 패키지

지금까지 제과류 포장중에서 껌류의 포장형태 및 패키지디자인의 변화와 특징을 살펴보았다. 상품의 경쟁력이란 결국 소비자의 선택에 의한 것이다.

소비자가 만족할 수 있고, 구매를 이끌어 낼 수 있는 디자인은 단순한 시각적 모양에 의한 것이 아니라 다양한 지식 기반이 접목되어 표출될 때 가능해진다. 다시 말하면, 좋은 패키지디자인이란 단순히 제품의 외관을 소비자에게 호감을 갖도록 하는 보기 좋은 시각적인 대상물이 아니라 제품의 생산, 유통, 진열 등 공급자의 요구사항 및 소비자가 원하는 문제에 대한 해결책을 제시해 줘야 한다.

또한 제품에 영향을 주는 환경변화요인 즉, 소비자의 의식변화(라이프스타일)와 시장변화 등에 대한 다각적인 조사를 통해 소비자의 다양한 욕구를 충족시켜주는 역할로서 정립되어야 할 것이다.

3. 해찬들

3-1. 식품 기능성 포장용기 소개

해찬들에서는 EVOH라는 소재를 이용하여 산소 차단 효과를 통해 장류 제품이 산소에 의해

[사진 10] 해찬들에서 출시한 초고추장 시리즈 튜브 용기



발효되면서 색이 검게 변하는 갈변 현상을 막기 위해 초고추장 튜브용기와 고기전용쌈장 파우치에 적용하고 있다.

산소 차단 용기는 내용물에 따라 저장기간의 차이가 있지만 보통 6개월에서 1년 정도의 보관 기간을 연장해 주는 효과가 있는 것으로 분석된다.

따라서 제품의 적정 유통기한은 초고추장의 경우 1년이며 고기전용 쌈장은 8개월이지만 일반 PP 용기 또는 PE 용기를 사용할 경우 산소 투과에 의해 여름철에는 약 3개월부터 갈변현상이 진행되기 시작하는 것으로 나타나기 때문에 EVOH 소재를 사용할 경우 적정 유통기한 동안 제품의 품질과 색을 유지해 줄 수 있다.

3-2. 기능성 포장용기 도입사례

해찬들은 초고추장 용기로 PE 재질로 된 마요네즈 용기 형태의 튜브용기로 사용하여 제품을 출시하였으나 갈변에 의한 반품이 발생했다.

치열한 장류시장에서 경쟁사와 차별화된 제품을 출시하기 위해 '레몬 초고추장'과 '새콤달콤 초고추장'으로 기존 제품보다 품질을 업그레이드하고 종류를 다양화했다.

또한 제품을 담는 용기의 디자인을 부드러운 곡선을 이용하여 여성 소비자가 손에 잡기 편하도록 설계했다.

산소차단 소재인 EVOH를 사용하여 제품의 갈변을 억제하고 품질을 장기간 유지시키도록 하였다.

파우치 제품의 경우 리필개념으로 가격부담을 줄이기 위해 나일론과 PE가 포함된 원단을 사용함에 따라 산소 투과량이 많아 여름철 약 3개월 정도부터 갈변이 빠르게 진행되어 품질저하 및 색 변질로 인한 반품량이 증가하는 경우가 빈번하다.

그러나 해찬들은 가격부담을 자체에서 감수하고 파우치 필름을 EVOH 소재를 도입하게 됐다.

3-3. 포장 형태별 특징 및 장점

EVOH 소재 포장용기의 장점은 산소 차단을 통해 제품을 오래 보존할 수 있는 장점이 있으며 특히 발효 식품인 고추장, 된장, 쌈장 등 장류 제품과 마요네즈, 케첩 등 고기와 접촉될 경우 갈변이 빠른 제품을 포장하는데 매우 유리한 포장이며 포장 방법은 튜브 용기, 트레이 용기, 파우치 봉투 등으로 제조가 가능하다.

3-4. 매출 효과 및 기대효과

산소 차단 소재를 사용한 용기라고 해서 소비자가 특별히 선호하는 것은 없는 것으로 예상되며 국내에서 산소차단 용기에 대해 알고 있는 소비자는 많지 않을 것으로 생각한다.

그러나 산소차단 소재를 이용한 용기 및 포장재는 산소투과로 인해 발생하는 제품에 품질저하 및 갈변 등으로 인해 발생하는 소비자 클레임이 감소되어 자연적으로 소비자 반응이 좋아짐에 따라 매출은 증가되고 반품은 줄어들 것으로 예상된다.

3-5. 발전 방향

현재 일본 장류업계에선 EVOH 소재를 이용한 투명용기 및 파우치 제품이 많이 출시되고 있다.

그러나 국내에선 용기 가격이 비싸고 일반 소비자가 보기에 사출 용기보다 가격이 싼 제품으로 인식할 수 있으며 투명용기보다 색상 있는 용기에 익숙해져 있기 때문에 많이 보급되지는 못하고 있다.

그렇지만 현재 대형 유통할인 매장에서 투명용기를 선호하는 소비자들이 늘고 있는 것으로

분석됨에 따라 투명 용기로 된 제품을 이용하여 눈으로 직접 제품의 상태를 확인하고 살 수 있는 산소차단 소재를 이용한 투명용기로 포장된 제품이 많이 등장 할 것으로 예상된다.

3-6. 신제품 포장 개발 계획

해찬들에서는 소비자들의 편리성을 위해 국내 최초로 장류 용기에 윈터치 뚜껑을 도입했으며 속에 있는 썰링지를 뜯을 때 뚜껑을 완전 벗겨야 하는 불편을 해소하기 위해 윈터치 뚜껑을 열고 그대로 썰링지를 뜯을 수 있는 기능인 이지썰링 용기를 개발했다.

현재 일본이나 유럽의 경우 환경보호와 관련하여 종이포장을 많이 사용하도록 권장하고 있으며 잉크에 의해 발생하는 오페수를 줄이기 위해 우리나라처럼 화려한 인쇄를 되도록 규제하고 있다. [K]

기술원고를 모집합니다.

**포장과 관련된 신기술을
발표할 업체와 개인은
'월간 포장계' 편집실로
연락주시기 바랍니다.**

편집실 : (02)835-9041

E-mail : kopac@chollian.net