

브랜드쌀 시장 활성화를 위한 쌀 패키지 지기구조 제안

A Study on Package Structure for Brand-Rice Promotion

서지혜

동서대학교 비주얼디자인학과

조현신

동서대학교 디자인대학원

이용우

동서대학교 비주얼디자인학과

• Key words: Rice, Package, Convenience, Distinction

Seo, Ji Hye

Dept. of Visual Design/Dongseo University

Jo, Hyun Shin

Graduate School of Design/Dongseo University

Lee, Yong Woo

Dept. of Visual Design/Dongseo University

1.서론

21세기를 맞이한 오늘날 산업화, 도시화에 따른 우리 생활 패턴의 변화와 국제화 물결에 따른 외국의 쌀 수입개방으로 다시 한번 우리의 주식(主食) '쌀'에 새로운 가치부여가 필요하게 되었다. 특히 1990년대 중반 이후 할인점과 대형 슈퍼마켓의 생성으로 쌀집에서 되로 팔던 쌀이 포장되어 브랜드화되면서 경쟁에 의해 쌀의 품질이 향상되고 균일화 되었다. 이제 쌀 시장은 품질이 아닌 브랜드 가치로 소비자들에게 구매기준을 제시해야할 때인 것이다.

본 연구는 브랜드 가치 제고를 위한 방법으로 획일화 되어 있는 쌀포장의 지기구조변화로 시장 경쟁에서 차별성을 획득하여 판매의 유익한 도구로 사용하고자 한다. 또한 이를 위하여 설문조사를 토대로 기존에 있는 쌀 포장의 문제점을 개선하였으며 궁극적으로는 소비자들에게 좀더 다양한 구매기준을 제공할수 있도록 하였다.

1-1.브랜드 쌀 시장 현황

쌀개방에 따라 쌀 판매업자들은 브랜드 쌀을 많이 출시함으로 판매의 기대를 걸고 있다. 또한 정부에서는 값싼 외국쌀과의 경쟁에서 살아남기 위해 여러 가지 방법을 모색하고 있다. 농림부에서는 고유상표를 붙여 판매하는 1천2백여종의 브랜드 쌀 중 각시.도가 추천하는 51종의 쌀을 대상으로 품질평가를 하는 등 각계에서 한국 쌀 시장의 브랜드가치를 높이기 위한 노력이 진행되고 있다.

1-2.브랜드 쌀의 대중화

브랜드 쌀이 대중화된 배경은 유통시장의 변화 때문이다. 1990년대 중반이후 라이프 스타일이 변화하면서 할인점과 대형슈퍼마켓의 영향력이 커지고 농협-도매상-쌀가게로 이어지던 종래의 유통구조가 급속히 붕괴되었다. 이 영향으로 동네 쌀집에서 되로 덜어 팔던 쌀을 포장하여 할인매장에서 경쟁하게 됐고, 산지농협과 미국종합처리장(RPC)들이 저마다 브랜드를 붙이게 된 것이다.

쌀 브랜드가 늘어가는 만큼 소비자들의 혼란도 커지고 있다. 종류와 가격이 다양해졌지만 도대체 무엇을 기준으로 쌀을 구매해야 할지 모호하기 때문이다.

중앙일보 2002년 11월 01일자 기사에서는 "마땅한 구매기준

이 없는 터라 현장 홍보가 매출에 큰 영향을 미친다고 했다"고 보도했다.

이러한 상황에서 홍보와 마케팅뿐 아니라 차별화 전략으로 패키지 지기구조를 변화시켜 제안하고자 한다.

2.소비자 분석

목 적: 쌀포장의 문제점 보완 및소비자 성향에 맞춰 포장을 개발하고자 함

대 상: 아파트에 거주하는 40~50 주부30명

설문구성: 구입처 외 12문항

설문시기: 2003년9월

본 설문은 포장의 형태변화를 통한 편리성과 아름다움을 도출하기 위한 내용으로 다음과 같은 분석을 할 수 있었다.

설문항목	대 답
주 식	쌀이 100%
구매자	주부(이유-가사일을 맡아하기 때문)
구입처	대형슈퍼 및 마트가 53.3%외 농협, 도매상, 쌀가게 등으로 분포
보관일시	평균 30~45일
구매 기준	구매기준을 확실히 정하지 못하고 있음 / 질, 가격, 브랜드, 지역 등으로 다양하게 분포함
보관방법	장독 외 다른용기40%, 봉투그대로33%, 쌀통27%
보관 시 불편을 느끼는 소비자	60%
보관 시 불편을 느끼게 하는 이유	봉투가 자꾸 쓰러진다 41% / 위생적이지 않아 벌레가 생긴다 30% / 통풍이 안 된다 17% / 기타 22%
포장이 구매요소로 영향을 미친다고 생각한다	55%
쌀 포장에 어울리는 색상 및 재질	색상: 투명 재질:(겉)종이+(속)비닐로 된 재질
형태	바닥이 있는것77%, 바닥이 없는것 23%

기존의 쌀 봉투의 문제점

1. 쌀통에 보관할 때(27%)
- 위생적이지 않아 벌레가 생기고 통풍이 잘 되지 않는다
2. 봉투 그대로 보관할 때 (33%)
- 봉투가 자주 쓰러진다
3. 다른 용기(장독)에 넣어 보관할 때(40%)
- 옮기는 과정이 번거롭다

*기존에 있는 쌀 봉투의 형태 (외관상 예쁘지 않고 보관할 때 세워지지 않는다) 때문에 쌀통이나 다른 용기에 넣어 먹는다는 것을 인터뷰를 통해 알 수 있었다.

3. 지기구조를 통한 대안제시

쌀통에 넣지 않고 다른 용기에 옮기지 않아도 봉투 자체가 보관하기에 편리하게 하며 시각적으로 아름다움을 줄 수 있는 형태로 바꾸고자 했다.

위의 설문 및 시장 현황 조사를 통해 현 시장을 아래와 같이 분석을 할 수 있었다.

- 1) 브랜드 쌀의 출시로 균일화 됨
- 2) 유통 구조가 대형 할인마트로 변화하면서 경쟁이 치열해짐
- 3) 소비자의 선택 기준이 모호하게 됨
- 4) 차별화 전략이 필요하게 됨
- 5) 소비자들이 쌀 보관에 변화를 필요로 하고 있음

위와 같은 분석을 토대로 다음과 같은 패키지 지기구조 변화로 대안을 제시하고자 한다

1. 바닥을 만들어 육면체의 형태를 갖춘다.

봉투를 사용했을 시 가장 큰 불편함으로 다가왔던 세워지지 않는 부분을 보완하고자 한다.

기존의 포장을 세웠을 때 바닥에 닿는 부분의 면적을 넓혀 바닥을 만들고 육면체의 형태를 갖춘다.

가장 안정적이고 공간활용에도 편리한 사이즈 00 X 00 X 00 로 변환시킨다.

2. 입구 부분에 지퍼를 부착한다.

윗부분은 우유팩과 같이 하여 한쪽 부분을 잡아 당기면 열리고 사용 후 다시 밀어 넣는 구조로 제작한다.

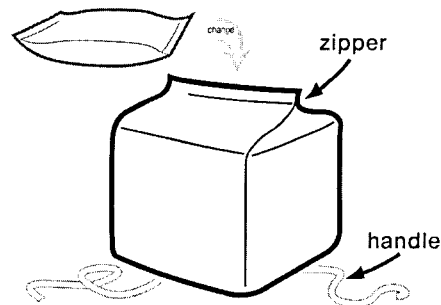
입구부분을 지퍼를 부착하여 사용 후 닫아 놓을 때 이 물질과 습기가 들어가지 않도록 하여 위생부분을 해결한다.

3. 끈을 부착하여 손잡이 역할을 하게 한다.

아래 부분에 끈을 부착하여 이동시 손잡이 역할을 함으로 편리함을 준다.

탈부착이 가능하여 이동 후 보관시 떼어 낼 수 있도록 한다

변형시 장점	
생산자	마트나 대형슈퍼로 차량 이동시 박스를 쌓아 놓는 효과로 기존의 포대를 쌓아놓는 것보다 편리하다
판매자	마트나 대형슈퍼에서 디스플레이 할 때 기존에 쌀 디스플레이 (세워지지 않아 눕혀 놓아 상품명이 잘 보이지 않는다)의 단점을 보완시켜 시장경쟁에서 차별화하고 브랜드명이나 패키지를 부각시킴으로써 광고 효과를 줄 수 있다.
소비자	쌀을 보관 시 다른곳에 옮기지 않아도 됨으로 편리하고 위생적이고 어느 곳이든 세울 수 있어 외관상 보기 좋다. 이동이 자유롭다.



4. 결론

패키지 디자인을 할 때 주된 관심은 제품의 메시지를 선명하고 정직하며 의미있게 전달해 주는 것과 형태적으로는 내용물 보호와 사용자 편리함을 제공하는 것이다.

또한 소비자에게 브랜드를 인지시키며 상품구입 동기를 부여하며 브랜드 가치를 향상시키고 더 나아가 국가경쟁력에 밑거름이 되어야 할 것이다.

본 논문은 유통구조의 변화로 활성화된 브랜드쌀로 인해 품질이 균일화되어 모호해진 쌀 구매기준을 패키지의 형태(지기구조)의 차별화하고자 했다.

사용시 불편했던 부분을 해소시킴으로써 소비자들에게 시장에서 선택하는데 있어 효율성을 얻고자 하였고 편리하고 위생적이며 보관시 미적으로도 아름다움을 주어 사용자에게 유익을 주고자 하였다.

또한 판매에 있어 기존의 포장보다 디스플레이 효과를 가져다 줄 수 있어 광고 효과 또한 극대화 할 수 있는 점등 유익한 판매도구의 역할 또한 할뿐 아니라 포장의 중요성 일깨워줄 것이다.

본 연구를 필두로 농산물의 포장에 관한 연구가 지속적으로 이루어졌으면 하는 바램이다.

참고문헌

- 권영수, 패키지 디자인 전략, 시공사, 1997
- 최충식, 패키지 지기구조 디자인, 1999
- <http://www.chosun.com>
- <http://www.joins.com>