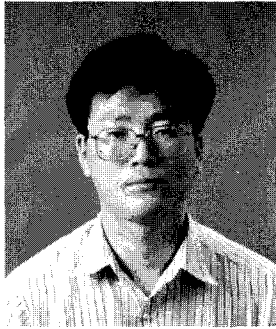




特輯

# 일류화를 위한 상품 Maker의 Packaging Policy



LG 전자(주) 창원 2 공장  
선임연구원 이 상 문

## 1. 환경변화 대응

최근 '94년 이후 포장 원자재 가격이 폭등함에 따라 전업계가 심각한 타격을 받고 있다. 그 요인은 여러가지가 있을 수 있겠으나, 전 세계적인 환경보호 정책 및 공해문제로 인해 무분별한 벌목제한, 펄프생산 동결등을 주요인으로 드는것이 지배적이라 하겠다. GR이후 Pulp용 원목의 벌목 규제와 세계 경기의 활성화로 제지 수요 증가를 가져와 수급 불균형이 생긴것도 지류의 전반적 가격상승의 원인이라 볼수 있겠다. 자원이 빈약한 우리의 현실을 감안한다면 그동안 포장재료에 대한 우리의 사고는 너무 안일한 것이었다고 반성해 본다.

세계적으로 산림자원 보호운동의 확산으로 지구 생태계 파괴를 우려하는 임산학자들은 과도한 벌목이 지구의 온실효과(Greenhouse) 현상을 불러 일으킨다고 경고하고 있다.

특히, 미국 환경연구기관 "월드워치(Worldwatch Institute)"가 발표한 '95 세계환경 실태' 보고서에서는,

- Ivory Coast의 코트디부아르 목

재 수출량 20년만에 1%로 격감  
- 나이지리아 목재 수입국으로 전략  
- 필리핀 목재를 수출품목에서 제외 등을 열거하며 산림지역 축소, 흙의 부식, 지하수 고갈, 사막의 확산 등의 환경파괴를 경고하고 있는 것이다.

또한 목재분야는 미국, 칠레, 뉴질랜드 등 원자재 생산국의 산림보호 정책에 따른 공급물량 감소가 그 가장 큰 원인이고, 운송비 및 인건비 상승이 또다른 원인이라 볼수 있다.

이러한 현상은 세계 경기의 지속적 상승과 맞물려 국내 원자재의 공급부족은 심화되고, 이로인한 수급차질이 원자재 메이커들의 가격상승을 부채질하고 있는 악순환이 되고 있는 실정이다. 실로 총체적 가격파괴 시대에 진퇴양난의 처지에 몰리게 된 것이다.

이에, 제지 및 목재분야 모두 자구책을 업계 스스로 예측, 마련하여 새로운 대체재료를 개발, 원가절감을 위한 신소재 개발, 응용 등 지속적 Loss를 절감(생산성 혁신) 운동을 전개해야 할 것이다.

지류분야에 있어서는 첫째, 원지 종류의 Spec. 표준화와 지종단순화

둘째, 원자재 사용량 최소화를 위한 원단(Sheet)의 경박화(Double Wall → Single Wall)

세째, 포장의 구조적 단순화 등을 근본적 대책으로 추진해야 될 것이다.

목재의 경우는 포장재료로 사용되고 있는 상태 그 자체가 국가적, 세계적인 동력낭비라 할수 있고, 그런 측면에서 더욱더 원목 대체품의 연구개발이 활발하게 추진되어야 하겠다.

우리나라 원목 자급률이 14.7% 수준에 있는 처지를 감안하더라도, End User 입장에서 포장재질의 개선, 포장방법 변경, 대체재질 개발 등을 적극추진하여 총체적 원가절감을 실현해야 할 것이다. 물론 생산현장에서의 자동화, 공정혁신 등을 통하여 Loss를 "0"화 하고 기술개발을 통한 신소재 및 대체재료 개발에 주력해야 함을 재언을 불요한다.

목재분야에 있어서는 첫째, 원목자체 사용 "0"화

둘째, 대체재료 발굴, 적용(각재, 판재 → 고강도 골판지상자 → 2차 가공된 대체재료)

세째, 유통체계 혁신을 통한 포장구

조 변경등을 기본으로 하여 향후 내용물에 대한 부가가치를 더욱 높일수 있는 신소재 적용도 검토되어야 한다.

근대 포장의 다양화 덕분에 선진세계 및 우리나라 국민 대부분이 상품을 선택하는 자유를 누릴수 있었으며, 그 선택범위가 증대 될수록 사용이 끝난 포장이 환경에 주는 문제는 날로 커지고 있는 가운데 1) 온실효과 2) 오존층파괴 3)산성비 4)음료수 오염 5) 해양 및 해안오염 6) 삼림벌목 7) 사막화 8) 종의 손실 9) 공해폐기물 등의 주요 환경문제에 대응하여 재생되지 않는 자원의 사용을 최소화 하여 에너지(동력) 소비량을 줄이고, 대기오염과 포장폐기물을 극소화 해야 한다.

즉 포장폐기물(요람에서 무덤까지)의 총량을 최소화하기 위한 Eco - Packaging 활성화가 요구된다.

## 2. 대체포장 활성화

포장폐기물 발생 억제를 위한 법적 규제가 더욱 강화되고 있고 또한 환경상품에 대한 고객들의 요구가 증가하

고 있어 보다 적극적인 대체재료(완충재) 개발 적용이 불가피한 실정이다. 원재료의 최소량을 사용하기 위한 최적 완충설계기법을 시스템화 하여 이제 순수한 포장재료 설계기법만으로는 부피,중량 삭감에 한계에 도달했고, 세계적 환경상품 선호의식 증대, 환경규제 대응이 시급한 과제로 대두되고 있다.

이러한 총합적인 환경요인에 대한 장기적, 단기적 대체포장 설계기법을 활성화 하기 위해 Paper를 이용한 완충구조물 적용, 완충포장 Downsizing(구조강도 최적화), 신소재 개발등을 통하여 포장의 1차 전제인 제품 보호기능 적정화, 원가절감 극대화를 실현해야 한다.

현재 대체포장재 개발에 국내외의 다수 Maker들이 관심을 가지고 있으며 특히 판지류(板紙類)에 가장 적극적인 움직임을 보이고 있다.

이러한 차원에서 중량물의 수송포장 구조물로 쓰여진 목재(각재, 판재)에 대한 새로운 검토가 필요하다. 내용물의 특성에 따라 적절한 대체 포장재료

의 신소재 발굴 또는 적용시도가 좀더 과감하게 이루어질 때, 기존의 정형화된 부분적 개선에서 혁신적 창조물 탄생으로의 접근이 가능할 것이다. 재료의 변경으로 파생되는 효과는 원자재 가격급등에 유연하게 대처할 수 있는 것 외에도 상품의 부가가치 재창출, 법적 규제 대응가능, 혁신적 원가절감, 생산성 향상등 엄청난 효과가 있다. 이는 기존의 구조(틀)를 근본적으로 재편하지않고는 불가능한 것이다.

이러한 추진은 세계적인 원자재의 지속적 상승에 대응한 단순전략이 아니라, 21세기 선진 Maker를 능가할 수 있는 새로운 도전이며, 범 지구적 자원절약형 친 환경상품 개발 실현의 시작일 뿐이다.

포장재의 Downsizing을 위한 일부 사례를 소개하면 아래와 같다.(환경친화적 고강도 골판지)

그러나 여기서 또하나 주의해야 할 사항은 독자적인 포장기술의 효율성에만 심취하여 포장 본연의 기능이 위협받게 되어서는 안될 것이다.

지금까지의 보호기능, 편리성, 판촉

원지구성 변경 및 지중 경박화

변 경 전		변 경 후	
지종	원지구성 ( g/m <sup>2</sup> )	지종	원지구성 ( g/m <sup>2</sup> )
SWR2	수225 x SCP127 x 수225	SWR2	수225 x SCP127 x 수225
SWR3	수300 x SCP127 x 수225	SWR3	수300 x SCP127 x 수175 수250 x SCP150 x 수250
SWR4	수 300 x SCP150 x 수300	SWR4	수300 x SCP150 x 수225
SWR4-1	수 300 x SCP175 x 수300	SWR4-1	수300 x SCP150 x 수300
SWR2	수225 x SCP127 x 수225 x SCP127 x 수225	SWR2	수 225 x K200 x 수225 x K200 x 수225
SWR3	수250 x SCP150 x 수250 x SCP150 x 수250	SWR4	수300 x SCP150 x 수300
DW5	수470 x K200 x 수300 x K200 x 수470	DW4	수300 x K200 x 수470 x K200 x 수300

(Note) 1. Pulp(Virgin) 함유량 최소화 2. 고지 사용량 극대화 : 재활용률 최대화  
3. 동일 Spec. 경우 중량 및 부피의 최소화 추구 4. 원가절감 추구 및 원자재 수급 (표준의 보편성)용이성 추구  
5. 궁극적으로는 No Packaging 추구 6. "수"는 수입Kraft Liner를 뜻함.

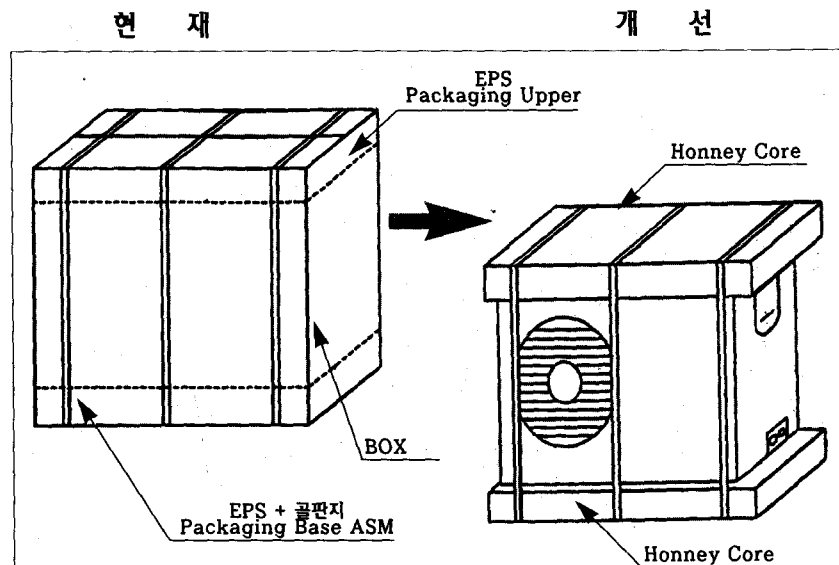
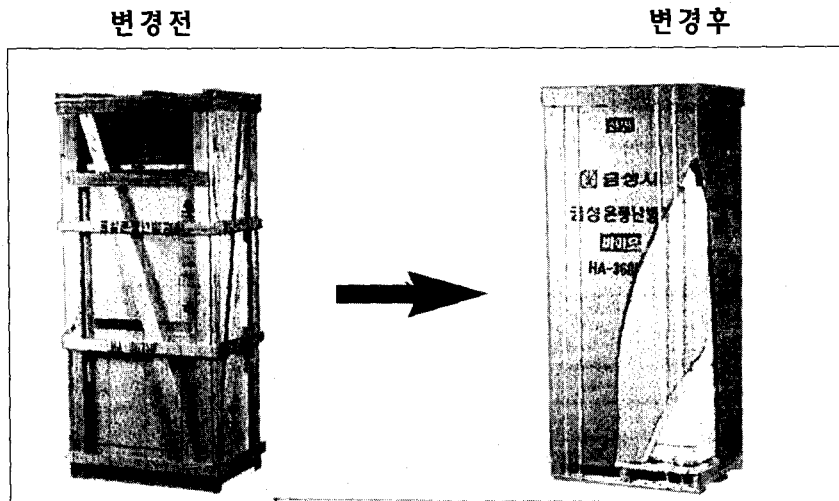
성 치중의 포장기획에서 환경파괴 요소 최소화 기능을 동시에 만족시키는 Eco-Packaging을 실현시켜야 한다.

환경파괴 문제에 있어 EPS가 효과적인지, 펄프가 효과적인지 하는 것도 고려해야 할 주요항목이지만, 어떤 재료를 대체 재질로 선택하든 재료의 사용량을 최소화 하는 물성적 혁신이 뒤따라야 할 것이다. 현실적 유통조건과

내용물 특성에 맞게 포장재 가격을 줄여 나가는 노력을 기울이는 가운데 친환경성 대체포장은 활성화 될 것이다.

즉, 비중(중량)이 큰 목재 포장재를 카톤 Box - EPS 포장으로, 그것을 다시 Downsizing 하는 등의 지속적인 노력을 기울이는 포장구조 혁신 및 포장재료비 절감의 의지가 중요한 것이다.

**대체포장의 추진방향**  
NO Packaging을 추구하는 구조혁신과 Downsizing 사례



**3. 포장재료와 환경정책**

GR극복을 위한 재활용 포장재료 개발 활성화가 세계 각국의 환경정책에 대응하는 가장 큰 Issue가 되고 있음은 주지의 사실이다.

국내에서도 최근 쓰레기 종량제 실시 이후 쓰레기량이 상당 부분 줄었지만, 포장재료는 최초 설계시부터 재활용 가능하면서도 최소량을 써야 한다는 전제 아래 최적의 포장기획을 세워야 할 것이다. 또한 기존의 포장재료도 대체재료 적용에 대해 모든 주변 환경의 변수에 대비하여 원가절감을 위해 최적의 구조가 (EPS + 지류) 복합형이라고 볼때 합성수지 포장재의 분해성내지 분리수거 재활용 조건만 충족된다면 친환경 포장이라 볼 수 있을 것이다.

지구상에 존재하는 모든 에너지를 가장 효율적으로 쓸수 있는 기법연구, 그것이 포장기술 Engineer가 해야할 과제일 것이다.

골판지포장(지류)의 역사는 18세기 말로 거슬러 올라가며, 현재 또는 향후에도 무궁무진한 Idea창출과 더불어 새로운 부가가치를 창조해 내리라 믿는다.

기존의 포장재료 관련업체에서도 이러한 한국 특성에 적합한 사업구상이 시급하다 하겠다. 즉, 원자재 그대로 상품화 하는 것에서 제2, 제3의 부가가치를 조합한 새로운 Item 창출이 필요한 때인만큼, 자원 빈약국인 우리의 입지를 재인식 해야 할 것이다.

# 일류화를 위한 상품 Maker의 Packaging Policy



농수산물유통공사 수출진흥부  
과장 김 미 희

## 1. 농수산물유통공사의 세계 일류화를 위한 전략

농수산물유통공사에서는 UR타결과 함께 붙여닥친 농수산물의 수입개방으로 생산 기반과 국제 경쟁력이 미약한 우리 농수산업의 어려운 현실을 타파하고, 농업과 농촌을 되살리는 길은 보다 우수하고 값싼 농수산물을 생산하여 해외시장에 수출하는 것이라는 적극적인 사고방식을 가지고 이러한 분위기 확산에 노력하고 있다.

흔히 이야기하듯이 UR협상의 타결과 WTO체제의 출범은 세계의 국경을 허물고 고품질, 저가격, 우수한 디자인의 제품으로 지구촌 단일 시장을 형성하여 치열한 생존의 무한경쟁시대를 전개하였다.

농수산 분야도 역시 예외일 수 없어 미국은 2000년도에 대한민국 농산물 수출액을 현재의 150%로 증대시킨다는 계획을 세우고 한국시장의 개방에 가일층 압력을 가하고 있다. 이러한 시점에서 우리 농수산 제품이 수출경쟁력을 갖추기 위해서는 품질과 가격 면에서 우위를 가져야 하며, 이를 위해

서는 무공해, 고품위의 신선 농산물 생산이 선결과제이며, 고품위 농산물의 수출을 위해서는 소비자의 손에 도달될 때까지 일정한 품질을 유지시켜 주는 품질유지기술, 즉 적절한 포장 및 수송방법의 개발, 포장재와 수송수단의 개발 등이 필요하다. 더불어 그 어느것 못지않게 중요한 것이 생산품을 제품으로 완결시켜 주는 포장과 디자인이다.

제품의 얼굴인 포장 및 포장디자인은 제품의 부가가치를 높이고 소비자의 구매동기를 유발시키며, 유통의 합리화를 이루는 가장 핵심적인 요소라 할수 있다.

이러한 포장 디자인은 상품의 내용을 정확히 알 수 있게 해주어야 하며, 상품을 안전하게 보호할 수 있도록 만들어져야 하고, 소비자의 눈길을 끌며, 가지고 싶은 마음이 들도록 하는 독특한 멋을 지니고 있어야 합니다. 여기에 더하여 식품의 경우에는 위생과 안전보장이라는 기능을 더 발휘할 수 있어야 한다고 본다.

특히나 낮은 나라, 낮은 사람들에게 우리의 먹거리를 수출하고 있는 공사

의 입장에서는 외국의 소비자들에게 우리의 것을 소개하고 먹어보고 사도록 그들을 부추기는 역할을 해줄 포장과 디자인의 개발이 우리 농수산 제품의 세계화 과정에서 아주 중요한 의미를 지니고 있습니다. 그러므로 우리 공사에서는 세계 일류화 상품개발을 위해서는 포장 디자인 개선이 가장 빠른 길이면서 중요하다는 점을 인지하여 포장 디자인 개발을 통한 세계 일류화 사업을 추진하고 있다.

## 1. 국제경쟁요소로서의 포장역할 현지 소비자감각에 맞는 포장디자인

우리 농수산물의 주요 수출지역인 일본, 유럽, 미주의 소비자들은 상품의 포장을 품질과 똑같이 중요하게 생각하는 만큼 이 점에 유의하여 우리의 독특한 포장디자인과 포장기술 개발에 노력하는 한편, 포장 외관상의 표기에 있어서도 현지에서 사용되는 외국어를 표기하여 해외 수입상과 현지 소비자의 상품 이해를 도와서 우리 농수산물의 우수성을 인식시키고 수출확대를 기하도록 해야 하고 있다.

농수산물의 수출촉진을 도모하기 위

해서는 "현지화"를 통한 적극적인 시장개척이 필요하며, Brand Identity 구축을 통한 차별화된 이미지와 포장 디자인의 개선이 중요하다.

현지 소비자들의 선호색상, 규격, 표시사항, 다민족 사회를 겨냥한 외국어삽입 등으로 현지 감각에 맞는 Total Image의 디자인을 창출하여 제품 인지도 및 이미지 제고에 노력해야 한다.

먼저 미주시장을 살펴보면, 우수한 품질에 못지 않게 포장디자인 개선이 필수적이며, 미국 FDA 규정에 의거 의무적으로 표기해야 하는 Nutrition Facts가 현지 통관상 꼭 필요합니다.

미국 현지인들은 다소 원색적인 색상에 다소 두꺼운 느낌의 로고체를 조합한 디자인을 선호하며 내용물이 보이도록 창문(Window)을 내놓은 포장으로 제품의 이미지와 신뢰도를 상승시키는데 주안점을 두고 있다. 또한 식품의 위생적, 경제적인 면을 고려하여 소포장 규격화와 환경을 고려한 Green Marketing 개념의 재생용지 활용도 중요한 요소로 작용하고 있는 것이다.

유럽지역의 전반적인 포장디자인은 유럽 특유의 원색적인 컬러와 자연스러운 그래픽 터치, 일러스트 등이 주종을 이루고 있다.

세계적인 추세인 소포장 위주의 유통경로가 이루어지고 있으며, 환경을 생각하는 포장 디자인의 규제가 강해서 독일에서는 '식품, 컴퓨터 또는 다른 소비재를 판매하려면 판매자는 최종 소비자로 부터 그 상품의 포장을 다시 반환받아야 한다'는 포장법이 '93.1월부터 시행되고 있으며, 이외

에도 녹색점 시스템, RESY 심벌 등 국내에서는 생소한 조항들이 다수 있다. 또 일정한 기간이 지나면 썩어 분해되는 P.P.필름, 원가절감을 위한 포장재의 재활용품 사용 등이 보편화 되어 있다.

세계 최대의 식품 수입국인 일본은 가깝고도 먼 나라라는 말처럼 우리 농수산물 식품이 상대적으로 원활하게 진출하지 못하고 있다. 일본은 전통적으로 석판화 기술이 발달되어 세계적인 수준의 인쇄술을 지니고 있고 디자인 수준 또한 일류인 것이다. 일본인들은 잔잔하고 중후한 중간색 계통의 컬러를 선호하고 둥근 붓을 이용하여 자유롭고 묵직하게 그려진 로고체로 상품의 특징을 전달하는 디자인 경향을 좋아한다.

즉 상품명을 나타내는 로고를 강하게 어필시키므로써 제품의 이미지를 전달하려는 경향을 가지고 있다.

일본은 동양권의 유사한 사고방식과 생활방식으로 식품류 또한 거의 비슷한 형태를 띠고 있어 포장 디자인의 개선과 적극적인 시장공략을 통하여 수출증대가 가능할 것으로 기대되고 있으며, 일본시장에서 저가의 중국산보다 경쟁 우위를 확보하려면 고품질과 우수한 디자인의 개발로 고부가가치의 상품을 개발, 수출해야 할 것이다.

### 3. 일류화를 위한 유통공사의 추진 실적

#### 가. 신선 농산물 수출확대를 위한 포장개선

앞에서 언급했듯이 수출용 농수산물은 신선도 유지 및 장기간의 수송기간

을 감안할 때 내수용과는 달리 포장재 강도를 높이고 흡습 방지책 등을 수립해야 하고, 수출국의 취향, 거래관행 및 규격, 선호하는 색상과 디자인 등을 고려하여 포장재의 재질과 디자인 및 포장방법 등에 있어서 선진 기법을 활용한 국제적인 감각을 갖추는 것이 중요하다.

그러나 그동안 내수용으로만 인식되어 온 대부분의 농수산물의 경우 포장재, 포장디자인 등의 상품성 향상에 대한 관심과 노력이 미약했으며, 실제로 주요 수출 대상국의 포장에 비해 경쟁력이 떨어져 있는 것이다.

예를 들어 사과상자를 보면, 세계 제2의 사과 수출국인 칠레에서는 상자의 겉면과 안면에 코팅처리를 하고 내부를 PE필름으로 한번 더 싸주어 청결함을 유지하는 등 포장방법에 있어서 소비자와 바이어에게 좋은 인상을 주고있는 반면, 우리나라는 수출품 상자에도 코팅처리를 하지 않아 외부 디자인 및 인쇄글씨가 선명하지 못하며 방습, 방수, 강도가 약해 내용물 손상이 발생하므로써 고품질, 고가품임에도 불구하고 현지 소비자에게는 외관상 저가품으로 인식되고, 바이어에게는 판매상의 애로점으로 작용하고 있음에 유의해야 한다.

이에 따라 우리 공사에서는 '94년도에는 신선 수출 농수산물의 품목별 특성에 따라 15개 품목의 포장형태와 포장재질을 선택하고 그에 맞는 디자인을 개발하였다.

그중 대표적인 수출용 사과상자의 개선 사항을 살펴보면 다음의 표와 같다.

< 표 1. > 수출용 사과골판지상자 주요 개선사항

구분	기 준	농진청 개선안	공 사 제 작	비 고
골판지재질	DW - 미국:SW - 대만:DW - 일본:DW	DW	DW3	DW:이중골판지 SW:양면골판지
원지구성 (표면지B골· 간지 이면지)	186(수입)KP200 186 KP200 186	186 X SCP200 X 186 SCP200 X 186	300(수입)SCP150 150 X 300 X SCP 150 X 300	SCP:Semichemical Pulp(반화학펄프)
상자 원지구성	고지80%, 펄프20% - 미국:100% 펄프 Kraft Liner - 일본: 펄프30% 이상	—	100% Pulp Kraft Liner	방수처리수입지 사용
상자인쇄방법	골판지인쇄기 인쇄	Flexo 인쇄	Flexo 인쇄	
강 도 - 파열강도 (건상) - 압축강도 - 수직압축 강도 (건상)	20 600 —	20 600 이상 —	32 이상 700 이상 55 이상	- 대만:36 - 일본:36 - 대만:895 - 일본:705 - 미국:620 - 대만:76.7 - 일본:38.9
상자접합	—	—	Glue Joint	

< 표 2 > 수출용 사과 골판지상자 개선점 비교

구 분	국내용 골판지상자	수출용 사과 골판지상자
1. 품질비교	일반 농산물 포장용 골판지 상자는 주 트라이너 및 일반 골심지를 원재료로 사용하여 일반 사과상자의 압축강도 500kg 유지	Virgin Pulp를 기초소재로 크라프트라이너, SCP를 원재료로 투입하여 제품의 운송거리의 원거리성, 수출사과 포장재의 국제경쟁력 확보차원에서 골판지상자 품질 기준인 파열강도 및 압축강도를 대폭강화 (압강 800kg 이상)
2. 품질표시	포장재 제조업체명 파열강도 및 압축강도 표시 없음	포장재 제조업체명 파열강도 및 압축강도 표시함으로써 제품의 품질보증, 사후관리 약속
3. 상자접합 부분의 환경친화성	일반적으로 평철사접합(Wide Joint) 으로 포장재의 재활용시 문제야기	상자접합을 풀 접합(Glue Joint)하여 포장재의 재활용을 용이하게 함

구 분	국내용 골판지상자	수출용 사과 골판지상자
4. 포장재 인쇄미려화	로고 및 정보 등을 상자표면에 도안, 평판 인쇄방식을 채용경우 디자인 및 인쇄상태가 조잡한 편임.	전문 디자인 회사의 도안을 Flexo 방식으로 인쇄하여 선명하고 미려한 인쇄상태 유지 가능
5. 내습성 유지	일반 농산물 포장재의 내습성은 발수도 R <sub>2</sub> 및 습상파열강도 2.0 Kgf/cm <sup>2</sup> 미만	해상수송 및 원거리 적재이동에 따른 내습도 보강으로 발수도 R6, 습상파열강도 6.0 Kgf/cm <sup>2</sup> 이상 유지

또한 미주 지역에 수출되는 사과, 배의 포장용량을 기존의 대포장 (10, 15kg)을 지양, 소포장(5kg)화 하였으며, 포장재질에 있어서도 강도를 높여 수출국 도착시 압상과가 발생하는 일이 없도록 하고 상자 형태도 상하 상자간 연결홈을 만들어 고단적재가 가능케 하여 일시에 많은 물량을 한사람이 운반할 수 있도록 함으로써 수입자 및 현지 판매상의 운반 및 인건비 절약효과를 주었다. 또 그동안 우리나라 사과, 배는 당초 컨테이너 적재 시점에서부터 팰리트없이 상자 하나하나를 수작업으로 적재함으로써 입출고시 많은 작업시간과 작업인력이 소요되어 인건비 부담이 가중되었다.

작업인부는 수많은 상자를 컨테이너에 한상자씩 수작업으로 쌓거나, 트럭에 적재할 때 힘이 드니까 내던지듯 쌓는 경향이 있어서 상자 내부에 완충포장(난좌, Net, Pad등)이 되어 있어도 과일이 손상을 입을 소지가 많았다. 그러므로 세계 일류화 상품으로 우리 과일을 정착시키기 위해서는 일일이 손으로 과일상자를 조작하는 후진성에서 조속히 탈피, 지게차등 장비를 이용할수 있도록 팰리트화가 시급한 문제였다. '94년 대미 사과, 배 수출시 시험적으로 5kg 소포장화와

상하 상자간 연결홈 설치로 고단적재가 가능케 되었으며, 3 컨테이너를 팰리트로 선적하였고, 올해에는 수출용 과일 전 품목을 팰리트화하여 선적코자 하며, 소량씩 수출되는 신선 농산물용 컨테이너 개발에도 노력하고 있다.

#### 나. 미주시장 공략을 위한 고우 브랜드 개발

우리 농수산물의 "세계 일류 상품화"를 위하여 '93년 부터 미국 현지 전문 디자이너를 통하여 유망상품 중 1차로 63개 품목을 대상으로 포장 디자인 개발에 착수하여, 미국 현지 유통구조에 적합한 소포장의 규격화, 현지 감각에 어울리는 색상 개발, 현지 통관 규정상 필수적인 의무표시사항 "Nutrition Facts"의 표기 및 다민족 사회인 사정을 감안하여 한국어, 영어, 중국어, 스페인어의 4개국어를 삽입함으로써 현지 소비자들을 대상으로 현지화를 위한 디자인 작업을 실시하였다. 규격과 색상은 디자이너의 기초 디자인 시안을 토대로 하여 현지 Salesman들과의 의견조정을 통하여 최종 확정하였다.

또한 우수한 한국 상품의 이미지 제고를 위한 장기적인 차원의 Image

Making 전략으로서 한국의 우수한 농수산물을 나타내는 Brand Identity를 구축, "NUREE"상표를 개발하여 현지에서 유통되는 우리 농수산물의 포장에 부착함으로써 차별화된 이미지를 구축하였다.

"NUREE"는 우리말 "은누리"와 영문 "NUTRITIOUS FOOD"의 이미지를 조합한 것으로서 한국 식품의 원활한 정착을 위하여 세계 시장 어느 곳이나 뻗어 나가겠다는 마음에서 구축한 것이다.

#### 다. 포장디자인 개발 성공 사례 < 강원도 여량 찰옥수수 포장 디자인 개발 >

농가소득을 향상시키고 수입개방에 대비하여 전략품목으로 선정된 찰옥수수는 다른 나라에서는 거의 찾아보기 어려운 우리 농산물로서 특히 신제품인 "찰옥 1호"는 찰성분이 매우 많고 모양이 재래종 찰옥수수보다 좋아, 다소 비싸더라도 해외시장에서 상품차별화에 의한 수출경쟁이 가능하며, 해외 거주 한인에게는 대표적인 향토식품으로서 수출가능성이 큰 것으로 판단되었다.

이에 공사에서는 적극적인 해외시장 개척의지를 표명하였고, '93년 3월

< 사진 1. > 수출용 찰옥수수 포장디자인



품 목 규격/재질 인쇄방법/도수	찰 옥수수 0.6Lb(300) / OPP + PP 그라비아 / 3도
디자인 Concept	내용물이 보여, 안심하고 먹을수 있도록 위생적인 느낌이 들어야 하며, 쉽게 손이 가고 먹고싶은 욕구를 불러일으켜야 한다는 점에 주안점을 두었으며, 특히 다량 진열시 생동감있고 강한 진열 효과를 줄수 있도록 해야 한다는데 역점을 두었다.
로고 디자인	"Taste"한 이미지의 "Glutinous Cobcorn" 로고 개발로 타 경쟁 상품과의 차별성을 부각시키도록 하였다.
레이아웃	제품의 강한 이미지부각을 위해 흰색 패턴과 비스듬히 기울어진 상단부분의 로고체를 매치 시켰으며, 가운데는 제품이 완전히 보일 수 있도록 창문 (Windows)처리를 하여 구매욕구와 신뢰감을 주도록 하였다.
칼 라	Dic Color - Green, Yellow, White 제품의 색깔과 대조되는 녹색을 바탕으로하여 흰색 패턴과 조화를 이루어 신선하고 청결한 이미지를 전달하였고, 녹색로고체에 노란색 테두리는 원색으로 처리하여 소비자 구매욕구를 일으키도록 하였다.
기대효과	현지인의 감각에 맞는 Color와 소포장의 규격화를 전략적으로 전개 하여 경쟁력있는 디자인으로 수출증대 효과를 높일 것으로 기대된다.

관계자들이 합동으로 주산지인 강원도 정선에 모여 정선군청, 여량농협, 정선군 농촌지도소 관계자와 함께 찰옥수수의 수출사업에 대하여 협의한 후 각 기관이 협력하여 수출을 추진케 되었다.

유통공사가 추진해온 오랫동안의 수출경험에 비추어 볼때, 해외에서의 한국식품 대부분이 내용물은 좋으나 포

장디자인이 매우 조잡하여 구매력이 크게 떨어진다는 점과 우리 농산물의 수출원가가 비교적 높아 일류상품으로서의 상품 차별화를 통한 수출경쟁력 향상이 필수적인 것으로 분석·판단되었다. 이에 따라 디자인 분야가 발전된 이태리에서 3년이상 디자인 업무를 맡아왔던 전문 디자이너에게 찰옥수수 포장 디자인 개발을 의뢰하여 수출용

디자인을 개발케 된것이다.

유통공사에서는 찰옥수수 포장 디자인 개발이 단순한 디자인 개발이 아니라 해외 시장에서 우리 농산물을 일류 상품화하여 선진국 상품과 경쟁할 수 있도록 하므로써 농어민에게 농수산 식품도 해외시장에서 충분히 수출이 가능하다는 희망과 용기를 심어주고 다른 식품도 우수한 디자인 개발로 고 급화하도록 유도하는 계기가 된다는 점에서 아주 중요하다는 것을 강조하였다.

찰옥수수 포장디자인은 일단 내용물이 보여야 하고, 안심하고 먹을수 있도록 위생적인 느낌이 들어야 하며, 쉽게 손이 갈수 있도록 먹고싶은 욕구를 불러 일으켜야 한다는 점을 염두에 두고 개발을 추진하였으며, 특히 다량 진열시 생동감 있고 강한 진열효과를 볼 수 있도록 하였다.

제품의 색깔과 대조되는 녹색 바탕에 흰색 가로줄로 조화를 이루어 신선하고 청결한 이미지를 주도록 하였고, 내용물이 완전히 보이도록 포장을 투명하게 제작, 위생적인 느낌을 주면서 신뢰감을 주도록 하였다. 이외에도 상표와 테두리에 노란색을 사용하여 내용물인 노란 옥수수와 조화를 이루면서 생동감을 느낄수 있도록 하였고, Glutinous Cobcorn 이라는 상표는 찰진 옥수수라는 뜻으로 알찬 느낌을 주면서 미국과 유럽의 옥수수와 차별성을 부각시켰다. (사진 1 참조)

이렇게 개발된 디자인에 내용물인 옥수수도 농촌지도소의 기술지도를 통해 품질개량된 찰지면서 쫄깃쫄깃한 제품으로 미국, 일본, 호주 등지로 보내어 검토한 결과 현지 타 상품의 디



자인과 비교하여 조금도 손색이 없다는 반응이었으며, 특히 호주에서 개최된 시드니 식품박람회(FINE FOOD)에 출품한 결과 현지에서는 맛볼수 없는 쫄깃쫄깃함과 세련된 디자인으로 교포들은 물론 현지인들에게도 호평을 받았다. 또 '94 산업디자인전에서 동상을 획득하여 모범적인 사례로 꼽히면서, 그후 미국과 호주에 42,000개를 수출하여 15,000불의 실적을 올

렸던 것이다.

이제까지 미국에서 연간 수백만톤의 옥수수를 수입하는 상황에서 한국산 찰옥수수를 고급 제품화하여 미국에 수출하였다는 사실은 우리가 기존에 갖고 있던 고정관념을 깨고 우리 농산물도 품종개량을 통해 제품을 차별화하고 세련된 포장 디자인과 수출대상국 소비자의 기호에 맞는 포장으로 고급화시킨다면 충분히 수출경쟁력이

있다는 점을 입증해준 것이다.

유통공사에서는 올해에도 군별 수출유망품목 및 신선 농산물을 중심으로 한 20개 품목의 포장 디자인 개발을 통한 '세계 일류상품화를 위한 포장디자인 개발' 사업을 추진중에 있으며, 그외의 수출유망상품에 대해서도 꾸준히 포장상태를 확인하고 개선하는 작업을 계속할 것이다.

<표 3. 군별 수출유망 품목(일부)수출포장 실태>

품 목	지 역	수 출 규 격 및 포 장
찰옥수수	강원 정선	2개들이 진공소포장 20세트를 골판지상자에 포장
산채류	강원 영월, 평창	100g 비닐소포장 20개를 2kg 골판지상자에 포장
신선초	강원 춘천, 제주 일원	잎, 대를 분리하여 대는 4cm규격으로 절단후 7일간 염장하여 물기 제거하고 비닐봉지에 포장, 20kg들이 스티로폴 상자 사용
분재소재	경기 여주	15cm이내 소품의 낙엽수
선인장	경기 고양	stem 길이에 따라 mini 6cm, medium 9cm, large 12cm로 구분하여 200EA 카톤박스 포장
가공 김	서 울	100매/Bundle × 48Bundle을 1카톤으로 포장 - 조미용 맛김의 1매당 규격은 210mm×190mm
꽃 콩	경기 양평	300g 들이 PE봉지 10개로 3kg 한상자로 포장 - 짙은 녹색의 외피, 가지길이 15cm내외로 병반 및 충해흔적이 없는 우수한것 선별 포장
오 이	충북 음성	S(16~19cm), M(19~21cm), L(21~23cm)로 크기를 구분하고, 5~10kg 단위로 상자 포장
취나물	충북 보은	100g/40pcs/1ctn단위, 외포장 : 775×520×375mm, 내포장은 100g포장
포 도	충남 논산, 대전	3kg들이 포장 5개로 한상자
참 외	경북 성주, 고령	10kg 카톤박스 포장
양 파	경북 문경	800g 소포장들이 26개로 1상자 (20.8kg)
토마토	경남 고성, 강원 평창	4kg 골판지상자
미니토마토	전남 보성, 전북 김제	200g 소포장, 3kg 골판지상자 사용
황금배	전북 전주, 전남 나주	10kg 카톤박스
생표고버섯	충남 부여 외	규격별로 3kg 포장 PVC상자