

수출용 농수산물식품 포장디자인 개발

김 형 위

농수산물유통공사

Development of Agricultural & Fishery Foods Packagin Design for Export.

Hyung-Wee Gil

Agricultural & Fishery Marketing Corporation

I. 농수산물의 수출과 포장의 중요성

UR협상 타결과 WTO체제 출범은 세계의 국경을 허물고 고품질, 저가격, 우수한디자인의 제품으로 지구촌 단일시장을 형성하여 치열한 생존의 무한경쟁시대에 돌입하였다.

농수산 분야 역시 예외일 수 없어 미국은 2000년도에 대한국 농수산물 수출을 현재 150%로 증대시킨다는 계획을 세우고 한국시장의 개방에 가일층 압력을 가하고 있다. 이러한 시점에서 우리 농수산제품이 수출경쟁력을 갖추기 위해서는 품질과 가격면에서 우위를 가져야 하며 이를 위해서는 무공해·고품위의 신선 농산물 생산이 선결 과제이며, 고품위 농산물의 수출을 위해서는 소비자의 손에 도달될 때까지 일정한 품질을 유지시켜주는 품질유지 기술, 즉 적절한 포장과 수송방법의 개발, 포장재 및 수송수단의 개발 등이 필요하다. 더불어 그 어느 것 못지않게 중요한 것이 생산품을 제품에서 상품으로 완결시켜주는 것이 포장과 디자인 개발이다.

상품의 얼굴인 포장 및 포장디자인은 상품의 부가가치를 높이고 소비자의 구매동기를 유발시키며, 유통의 합리화를 이루는 가장 핵심적인 요소이다. 이러한 포장디자인은 상품의 내용을 정확히 알 수 있고 상품을 안전하게 보호하며, 소비자의 눈길을 끌어가지고 싶은 마음이 들도록 하는 독특한 멋을 지니고 있어야 한다. 여기에 더하여 식품은 위생과 안전보장이라는 기능을 더 가지고 있어야 한다. 특히 낮은 나라, 낮은 사람들에게 우리의 먹거리를 수출하기 위해서는 외국의 소비자들에게 우리의 것을 소개하고 먹여보고 사도록 그들을 부추기는 역할을 해줄 포장과 디자인의 개발이 우리 농수산 식품의 세계화 과정에서 더욱 중요한 의미를 지니고 있다.

우리 농수산물의 주요 수출지역인 일본, 유럽, 미주, 동남아의 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 상품이해를 도와서 우리 농수산물의 우수성을 인식시키고 수출확대를 기하도록 해야 한다. 그러므로 우리 공사에서는 세계 일류화 상품개발을 위해서는 포장디자인 개선이 가장 빠른 길이면서도 중요하다는 점을 인지하여 포장디자인 개발을 통한 세계 일류화 사업을 추진하고 있다.

II. 신선 농산물 수출확대를 위한 포장개선

수출용 농수산물은 신선도 유지 및 장기간의 수송기간을 감안할 때 내수용과는 달리 포장재 강도를 높이고 흡습 방지책을 등을 수립해야 하고, 수출국의 취향, 거래관행 및 규격, 선호하는 색상과 디자인 등을 고려하여 포장재의 재질과 디자인 및 포장

〈표1〉 수출용 사과상자 주요 개선사항

구 분	기 준	공사 추진방향	비 고
판지지질	DW -미국:SW -대만:DW -일본:DW	DW3	DW:이중양면골판지 SW:양면골판지
판지구성 (표면지 B골, 간지)	EX186(수입)/ KP200 EX186/ KP200	EX300(수입)/ SCP 150/EX300/SCP 150/EX300	SCP:semi chemical pulp (반화학펄프)
상자원지 구성	고지 80%, 펄프 20% -미국:100% 펄프 Kraft liner -일본:펄프 30% 이상	100% PULP KRAFT LINER	방습처리 수입지 사용
상자인쇄 방법	골판지 인쇄기 인쇄	Flexo 인쇄	
강도			
-파열강도(건상)	20	32 이상	-대만:36 -일본:36
-압축강도	600	700 이상	-대만:895 -일본:705
-수직압축강도(건상)	-	55 이상	-미국:620 -대만:76.7 -일본:38.9
상자접합	-반자동 또는 수동 -테이프 또는 스테플 포장	-자동화 -Glue Joint(고분자 접합)	

방법 등에 있어서 선진 기법을 활용한 국제적인 감각을 갖추어야 한다.

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 있다. 사과상자를 보면, 세계 두번째 사과 수출국인 칠레에서는 상자의 겉면과 안면에 코팅처리를 하고 내부를 PE필름으로 한번 더 싸주어 청결함을 유지하는 등 포장 방법에 있어서 소비자와 바이어에게 좋은 인상을 주고 있는 반면 우리나라에서는 수출품 상자에도 코팅처리를 하지 않아 외부 디자인 및 인쇄글씨가 선명하지 못하고 방습, 방수, 강도가 약해 내용물 손상이 발생함으로써 고품질·고가품임에도 불구하고 현지 소비자에게는 외관상 저가품으로 인식되고, 바이어에게는 판매상의 애로점으로 작용하고 있다.

이에 따라 우리 공사에서는 1994년도부터 신선 수출 농수산물의 품목별 특성에 따라 20개 품목의 포장형태와 포장재질을 선택하고 그에 맞는 디자인 개발을 추진중인데 그중 대표적인 수출용 사과상자의 개선사항을 살펴보면 다음 <표 1>과 같다.

미주지역에 수출되는 과일의 포장용량은 10 또는 15kg의 대포장을 지양하여 소포장(5kg)화가 필요하며, 포장재질도 강도를 높여 수출국 도착시 압상과가 발생치 않도록 하고 상자형태도 상하 상자간 연결홈을 만들어 고단적재가 가능케 하여 일시에 많은 물량을 한 사람이 운반할 수 있도록 해서 운반 및 인건비 절약효과를 주어야 한다. 또 컨테이너 내 적재후 파레트를

제거함으로써 현지 도착후 하역작업시 박스 하나하나를 수작업으로 들어내서 인건비 부담이 가중되고 작업인부는 힘이 들어 내던지듯 하는 경향이 있어서 상자 내부에 완충장치(난좌, NET, PAD 등)가 되어 있어도 과일이 손상을 입을 소지가 많다. 그러므로 우리 과일을 세계 일류화시키기 위해서는 지게차 등 장비를 이용할 수 있는 파레트화가 시급하며, 공사에서는 재질의 강도를 높이고 상하 연결홈을 설치한 수출용 과일 상자개발 및 소량씩 수출되는 신선 농산물용 10피트 컨테이너 개발을 추진중이다.

III. 미주시장 공략을 위한 고유 브랜드 개발

우리 농수산물의 '세계 일류 상품화'를 위하여 1993년 부터 미국 현지 전문 디자이너를 통하여 유망상품 63개 품목을 대상으로 포장디자인 개발에 착수하여, 미국 현지 유통구조에 적합한 소포장의 규격화, 현지 감각에 어울리는 색상 개발, 현지통관 규정상 필수적인 외무표시사항 'NUTRITION FACTS'의 표기 및 다민족 사회인 사정을 감안하여 한국어, 영어, 중국어, 스페인어의 4개 국어를 삽입함으로써 현지 소비자들을 대상으로 현지화를 위한 디자인 작업을 실시하였다. 규격과 색상은 디자이너의 기초 디자인 시안을 토대로 하여 현지 SALESMAN들과 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 개발하

〈표 2〉 수출용 사과 골판지 상자 개선점 비교

구 분	현행 수출용 골판지 상자	개선 수출용 골판지 상자
1. 품질비교	일반 농산물 포장용 골판지 상자로 주트라이너 및 일반 골심지를 원재료로 사용하여 수출 사과상자의 압축강도 500kg 유지	VIRGIN PULP를 기초소재로 크라프트라이너, SCP를 원재료로 투입하여 제품의 운송거리를 원거리성, 수출사과포장재의 국제 경쟁력 확보차원에서 골판지 상자 품질기준인 파열강도 및 압축강도를 대폭 강화(800kg 이상)
2. 품질표시	-포장재 제조업체명 -파열강도 및 압축강도 표시 없음	-포장재 제조업체명 -파열강도 및 압축강도를 표시하여 제품의 품질보증, 사후관리 약속
3. 상자 접합부분의 환경친화성	일반적으로 평철사접합(WIDE JOINT)으로 포장재의 재활용시 문제야기	상자접합을 고분자 접합(GLUE JOINT)하여 포장재의 재활용을 용이하게 함
4. 포장재 인쇄 미려화	로고 및 정보사항을 상자 표면에 도안 인쇄시 평판 인쇄방식을 채용하여 디자인 및 인쇄상태가 조잡한 편임	전문 디자인 회사의 도안을 FLEXO 방식으로 인쇄하여 선명하고 미려한 인쇄상태 유지가능
5. 내습성 유지	일반 농산물 포장재의 내습성은 발수도 R ₂ 및 습상파열강도 2.0kgf/cm ² 미만	해상수송 및 원거리 적재이동에 따른 내습도 보강으로 발수도 R ₆ , 습상파열 강도 6.0 kgf/cm ² 이상 유지

여 현지에서 유통되는 우리 농수산물의 포장에 부족함으로써 차별화된 이미지를 구축하였다.

'NUREE'는 우리말 '온누리'와 영문 'NUTRITIOUS FOOD'의 이미지를 조합한 것으로서 한국 식품의 원활한 정착을 위하여 세계 시장 어느 곳이나 뻗어나가겠다는 의지의 표출이다.

IV. 찰옥수수 포장 디자인 개발성공 사례

농가소득을 향상시키고 수입개방에 대비하여 전략품목으로 선정된 찰옥수수는 다른 나라에서는 거의 찾아보기 어려운 우리 농산물로서 특히 신품종인 '찰옥 1호'는 찰성분이 매우 많고 모양이 재래종 찰옥수수보다 좋아 다소 비싸더라도 해외시

장에서 상품차별화에 의한 수출경쟁이 가능하며 해외거주 한인에게는 대표적인 향토식품으로서 수출가능성이 큰 것으로 판단되었다. 이에 공사에서는 적극적인 해외시장 개척의지를 표명하였고, 1993년 3월 관계자들이 합동으로 주산지인 강원도 정선에 모여 정선군청, 여량농협, 정선군 농촌지도소 관계자와 함께 찰옥수수의 수출사업에 대하여 협의한 후 각 기관이 협력하여 수출을 추진케 되었다.

우리 공사에서는 오랫동안의 수출경험에 비추어 볼 때 해외에서의 한국식품 대부분이 내용물은 좋으나 포장디자인이 매우 조잡하여 구매력이 크게 떨어진다는 점과 우리 농산물의 수출원가가 비교적 높아 일류상품으로서의 상품 차별화를 통한 수출경쟁력 향상이 필수적인 것으로 분석·판단하였다. 이에 따라 디자인 분야가 발전된 이태리에서 3년 이상 디자인 업무를 맡아왔던 전문 디자이너에게 찰옥수수 포장디자인 개발을 의뢰하여 수출용 디자인을 개발케 되었다.

공사에서는 찰옥수수 포장디자인 개발이 단순한 디자인 개발이 아니라 해외시장에서 우리 농산물을 일류 상품화하여 선진국 상품과 경쟁할 수 있도록 함으로써 농어민에게 농수산 식품도 해외시장에서 충분히 수출이 가능하다는 희망과 용기를 심어주고 다른 식품도 우수한 디자인 개발로 고급화하도록 유도하는 계기가 된다는 점에서 아주 중요하다는 것을 강조하였다. 찰옥수수 포장디자인은 일단 내용물이 보여야 하고, 안심하고 먹을 수 있도록 위생적인 느낌이 들어야 하며, 쉽게 손이 갈 수 있도록 먹고 싶은 욕구를 불러일으켜야 한다는 점을 염두에 두고 개발을 추진하였으

며, 특히 다량진열시 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 느낄 수 있도록 하였고, Glutinous Cobcom이라는 상표는 찰진 옥수수라는 뜻으로 알찬 느낌을 주면서 미국과 유럽의 옥수수와 차별성을 부각시켰다.

이렇게 개발된 디자인에 내용물인 옥수수도 농촌지도소의 기술지도를 통해 품질 개량된 찰지면서 쫄깃쫄깃한 제품으로 미국, 일본, 호주 등지도 보내어 검토한 결과 현지 타 상품의 디자인과 비교하여 조금도 손색이 없다는 반응이었으며, 특히 호주에서 개최된 시드니 식품박람회(FINE FOOD)에 출품한 결과 현지에서는 맛볼 수 없는 쫄깃쫄깃함과 세련된 디자인으로 교포들은 물론 현지인들에게도 호평을 받았다. 또 1994년 산업디자인전에서 동상을 획득하여 모범적인 사례로 꼽히면서, 그해에만 미국과 호주에 42,000개를 수출하여 15,000달러의 실적을 올렸다.

이제까지 미국에서 연간 수백만톤의 옥수수를 수입하는 상황에서 한국산 찰옥수수를 수입하는 상황에서 한국산 찰옥수수를 고급 제품화하여 미국에 수출하였다는 사실은 우리가 기존에 갖고 있던 고정관념을 깨고 우리 농산물도 품종개량을 통해 제품을 차별화하고 세련된 포장디자인과 수출대상국 소비자의 기호에 맞는 포장으

로 고급화시킨다면 충분히 수출경쟁력이 있다는 점을 입증해 준 것이었다.

우리 공사에서는 현재 군별 수출유망품목 및 신선 농수산물을 중심으로 한 20개 품목의 포장 디자인 개발을 통한 '세계 일류상품화를 위한 포장디자인 개발' 사업을 추진 중에 있으며, 그외의 수출유망상품에 대해서도 꾸준히 포장상태를 확인하고 개선하는 작업을 계속할 것이고, 농산물의 생산·수출사업자들과 포장 및 디자인 관련 모든 사람들이 합심하여 우리 농수산물의 포장 개선을 이루어 나갈 때 우리 농수산 식품의 수출시장 개척과 수출확대가 원활하게 이루어질 것으로 믿는다.