

공용품으로서 패키지에 요구되는 것

Features Demanded From Package as Shared Articles

丹 敬二 / 일본생활협동조합연합회 개발기획부

1. 서두

최근 수년간 “배리어 프리” “유니버설 디자인” “공용품”이라는 단어가 주목받아 왔다. 그 배경으로는 고령화 사회의 진행이나 장애인 사회 참여 증대에 의한 노머라이제이션의 흐름, 그리고 PL법 제정에 의한 소비자들의 관심 고조 등을 들 수 있다. 이같이 앞으로는 무언가 배려를 필요로 하는 사람들이 증가하는 경향이

라, 그 중에서 “사용자층의 발상으로 물건 만들기”라는 식의 사고의 전환이 요구되고 있는 것이다. 이번에는 포장 내용에 대한 요구와 현재 연구되고 있는 방향성을 서술하고자 한다.

1. 각종 조사로 본 패키지에 대한 요구

앞의 상황에서 패키지의 용이한 사용을 테마로 도입한 조사가 다수 진행되고 있다.[표 1]

[표 1] 용기표장에 관한 불편조사 사례

조사보고명	년 도	단 체 명
• 고령자의 심신기능 면에서 본 식품포장의 존재방식에 관한 조사 연구	1993	兵庫현 생활과학연구소
• 아침에 일어나서부터 저녁에 잠들 때까지의 불편함 조사(시각장애)	1993	일본점자도서관
• 음료 용기에 관한 불편함 조사(시각장애자)	1995	공용품추진기구
• 시니어 라이프에 있어서 스몰 패키지 식품의 개봉 난이도 조사 보고서	1996	에이징연구회
• 주방 관련 용기 · 포장의 손쉬운 사용에 관한 조사	1997	일본생활협동조합연합회
• 시니어 라이프에 있어서 스몰 패키지 식품의 개봉 난이도 조사보고서	1999	에이징연구회

세계의 포장

[표 2] 현상태 패키지의 불편함

불편한 항목	내 용
선택·식별의 불편함	내용물이 무엇인지 식별(특히 용기 형상이 같고 내용물의 종류가 많은 것) 원하는 정보를 알기 쉽다(유효기한, 조리방법, 보관방법 등) 알기 쉬운 표시(글자의 크기·형상·색상 조합·난해한 용어·설명 내용)
개봉, 재봉이 어려운 불편함	개봉 위치, 방법, 설명(표시)
들기 어려운, 꺼내기 어려운, 따르기 어려운 불편함	너무 무겁다 들기 힘들다(손으로 잡기 힘들다, 용기가 미끄럽다)

조사 대상은 고령자나 시각장애자, 그리고 일반 소비자 등 다양한데 조사로부터 끌어낸 “불편함”은 공통점이 많아[표 2], 실은 패키지의 불편함은 고령자나 장애자에 한정되지 않고 일반 소비자 대부분이 느끼고 있다는 것을 실감할 수 있었다.

패키지는 우리들이 상품을 사용할 경우 우선 대면하는 부분이다. 이 패키지가 내용물을 알기 어려운 것이었다거나, 개봉하기 힘들고 사용하기 힘든 것이었다고 하면 모처럼 선택한 상품인데 내용물을 사용할 수 없게 된다거나 내용물을 망가뜨릴 수도 있다.

종래의 패키지의 역할은 상품의 품질을 외부 환경으로부터 보호하기 위한 배리어 기능이 중시되어 왔으나 이 배리어 기능이 상품으로의 접근을 방해하고 있는 예도 많이 볼 수 있다.

앞으로 종래의 차단성에 대하여 누구나 사용하기 쉬운 포장 재질·용기의 시점(개봉성·보관성·들기 쉬움·버리기 쉬움·안전성·정확한 표시 위치)을 더해서 생각할 필요가 있다.

또한 패키지의 또 하나 역할이기도 한 디자

인이나 표시는 처음으로 상품을 판단할 때 대면하는 장으로서 앞으로도 중요하다. 즉 이용자가 상품을 틀림 없이 적정하게 사용하기 위한 가장 가까이에 있는 정보원으로 자리잡고 있다.

특히 고령화 등 향후의 변화를 고려하면 상품의 특징을 충분히 표시하지 않았다거나 내용을 오인시킬만한 디자인이었다고 한다면 상품의 선택 자체에 영향을 미치기 쉬운 것이다.

표시에 있어서도 문자나 그림 표시로 크기, 색상 사용, 표현 내용을 파악하기 힘들다면 모처럼 구입한 상품의 좋은 점을 접해 보지도 못한 채 사용해버리게 된다. 그 뿐만 아니라 생각지도 못한 실패로 두 번 다시는 그 상품을 구입하지 않게 될 수도 있다. 이러한 점에 대한 대책이 시급하다.

이상과 같이 고령화나 노머라이제이션이 진행되고 있는 가운데 이용자의 변화에 따라 앞으로는 패키지에 있어서 “식별하기 쉬움” “사용하기 쉬움”이라는 과제가 큰 컨셉이 되리라 생각된다.

2. 팩키지 공용품화의 키워드

팩키지의 공용품화를 생각하려면 불편함을 근거로 한 키워드를 어떻게 이용자의 입장에서 발견하고 축적하느냐가 중요하다.

최근 수년간 몇 군데 단체나 기업이 이 키워드를 찾는 연구를 했으나 여기에서는 필자가 관여했던 사례를 소개하고자 한다.

2-1. 일본생협연 배리어 프리 상품 가이드 라인(97년)

일본생협연에서는 '97년도에 상품에 대한 배리어 프리적인 배려에 대한 조사·검토를 시작하였다. 조사는 "배리어 프리"에 대한 기초 지식이나 선진 사례 등에 대해 실시되어 일본생협연 으로서는 "배리어 프리 상품"을 "특별 대응한 상품"이 아니라, 일반 상품의 "공용품화"로 자리잡았다.

다음으로 주요한 기존 코프 상품의 평가 작업이 실시되었다. 작업은 내부 프로젝트로 실시되고, 평가 항목이나 방법은 독자적으로 조립한 것인데 조합원의 상품 구입에서 사용, 폐기까지를 상정하

여 알기 쉬움이나 사용하기 편리함, 사고·실패에 대한 대응이라는 점에서 평가를 실시하였다.

그 결과로부터 "정면 디자인에 이용자를 위한 정보가 필요", "개봉구는 문자나 색채, 촉각 각각으로 알 수 있도록 연구가 필요", "표시 문자의 크기, 배경과 문자의 색상 사용"이라는 종래의 시점에서는 정확히 다루지 못했던 다양한 점들이 지적되었다.

이 평가를 거쳐 일본생협연에서 상품을 만들기 위한 가이드 라인을 설정하게 되었다. 그리고 '97년 11월에 "모든 조합원이 사용하기 쉬운 용기포장을 위한 가이드 라인"(약칭:일본생협연 배리어 프리 상품 가이드 라인)이 완성되었다.

그 내용은 "정면 디자인", "이면·측면 표시", "포장재질·용기의 기능 연구" 등 세 가지로 나누어 정리되고 있다. 개요를 [표 3]에 나타냈다.

즉 "정면 디자인"에서는 소비자의 생활에 필요한 정보인 상품의 내용, 내용량, 상품 특징, 중요한 취급주의점 등을 구입시에 한눈에 알아볼 수 있도록 하는 것이다.

다음으로 "이면·측면표시"에서는 표시를 고

[표 3] 일본생협연 배리어프리 상품 가이드라인 연구방향

정면디자인	이면·측면표시	포장재·용기의 기능형상
정면 디자인	읽기 쉽게, 이해하기 쉽게	누구나 사용하기 쉽게
생활을 하는 사람의 시점에서 알기 쉽게	개봉구 표시 명시	개봉성의 향상
상품 내용 명기	문자 형태· 문자 색상 선택	재봉성의 향상
내용량 명기	설명 표시의 내용	보관성의 향상
상품 특징 명기	재개봉 표시	버리기 용이함 향상
중요한 취급주의점 명기	주의 표시· 친절 표시	상처· 화상에 대응
이해하기 힘든 용어 사용 시 대응	작은 봉투 별첨 상품· 개별 포장 상품의 대응	기한표시 등을 보기 쉽도록
	설명서 첨부 상품의 대응	

령자나 유아라도 읽기 쉽고 이해하기 쉬운 것으로 하기 위해 문자의 형태나 색상 사용을 검토할 것, 개봉구 표시나 개봉 표시를 할 것 등을 다루고 있다.

마지막으로 “포장재질·용기의 기능 형상”에 서는 누구나 사용하기 쉽도록 약간의 배려를 하자는 것으로써, 개봉성의 향상이나 폐기를 위한 분별의 용이함 등을 들고 있다.

2-2. (재)공용품추진기구 동경회의 팩키지반 “지금 있는 팩키지의 장점 조사”

상품·서비스의 공용품화를 지향하고 있는 단 체로 (재)공용품추진기구가 있다. 거기에서 97 년에 기존의 팩키지로부터 공용품의 시점에서 장점을 찾아내고, 이 배려점을 많은 상품에 보급 하기 위해 키워드화하기 위한 조사를 실시하였다. 그 결과로 알 수 있었던 것은 현재 시판되고

[표 4] 배리어 프리 팩키지의 여덟 가지 시점

항 목	키 워 드
식별하기 쉽다 점자 표시 있음	식별 마크 있음 특징 있는 형상
개봉하기 쉽다	한 손으로 개봉할 수 있다 약한 힘으로 개봉할 수 있다. 개봉구를 시각으로 알 수 있다 개봉구를 촉각으로 알 수 있다 개봉도구가 필요 없다 개봉 순서가 짧다
꺼내기 쉽다	한 손으로 꺼낼 수 있다 쓸데 없이 나오지 않는다 약한 힘으로 꺼낼 수 있다 꺼내는 입구가 넓다
들기 쉽다	뜨겁지 않다 미끄러지지 않는다
재봉하기 쉽다	한 손으로 닫을 수 있다 재개봉할 필요가 없다
계량하기 쉽다	한 번 누르거나 흔들어서 계량할 수 있다 한 손으로 계량할 수 있다
버리기 쉽다	팽창하지 않는다 분해하기 쉽다 접기가 쉽다
상처를 입지 않는다	뜨겁지 않다 미끄러지지 않는다 깨지지 않는다 직접 손에 대지 않는다 오염·오식하지 않는다

공용품으로서 패키지에 요구되는 것

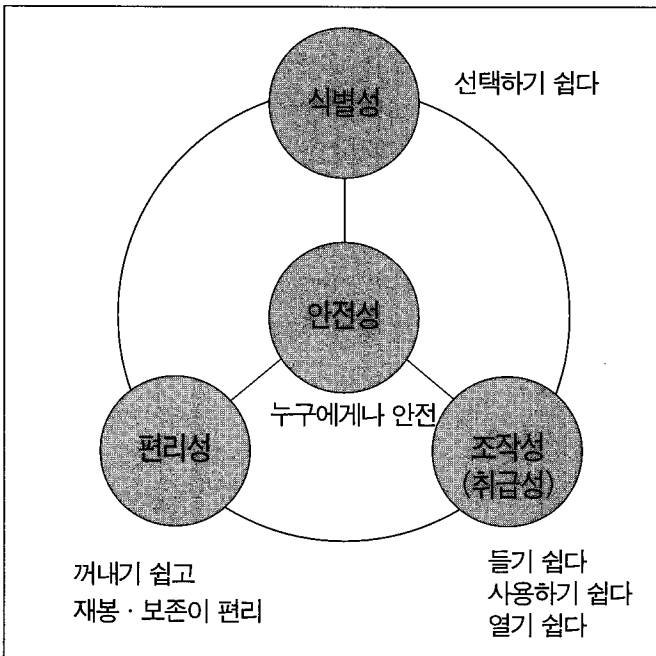
있는 상품에도 부분적이기는 하나 “공용품”적인 면이 많이 나오기 시작하고 있다는 것. 이러한 사용하기 용이함의 배려점을 폭 넓혀 감으로써 패키지 전체를 공용품화할 수 있는 것이 아닐까.

조사에서 정리된 키워드를 [표 4]에 나타냈다. 불편함에 대한 조사에서 나타난 “식별하기 어려움”, “개봉하기 어려움”, “들기 어려움”, “버리기 어려움” 등 여덟 가지 시점에서 각각의 키워드를 나타낸 것으로써, 공용품 패키지를 생각하는 기초가 되리라 본다.

2-3. (재)건강한 식생활협회 “식품의 내용 포장 설계에 있어서 배려할 사항”(2000년)

시각장애자 · 고령자의 식생활 자립 지원 활동

[그림 1] 설계 · 디자인에 있어서 배려해야만 할 요소 관련도



(주) 이 외, 개발시 기업적 측면에서 본다면, 마케팅 시점, 코스트 시점이 있다.

을 하고 있는 단체로 (재)건강한 식생활협회가 있다.

거기에서 2000년 3월에 표기에 관한 보고서가 정리되었다. 거기에서는 “식별성”, “편리성”, “조작성”, “안전성”이 키워드가 되고 있다.[그림 1]

3. 업계의 몇 가지 실천과 표준화에 대해

업계나 개별 메이커의 구체적인 연구도 폭넓어져 왔다. 신상품 개발시 사내 체크 매뉴얼에 유니버설 디자인의 관점을 포함시켜 운용하기 시작한 사례나 어느 대기업 컨버터가 “진단 시스템”을 개발하여 유저에게 제안하고 있다는 예를 들 수 있었다.

그리고 이러한 연구를 통해 구체적으로는 다음과 같은 사례가 나오고 있다.

3-1. 식별하기 쉬운 것

1)축각식별 표시 : 각사가 독자적으로 점자 표시나, 요철 마크 표시를 한 사례 증가

2)뚜껑 형상의 복수화 : 간장의 담백한 맛과 진한 맛의 뚜껑 형상을 달리해 판매한 예

3)보기 쉬운 표시 : 문자 색상과 배경 색상의 콘트라스트를 두도록 개선한 예

3-2. 개봉하기 쉬운 것

1)개봉구 표시가 명확한 사례(문자 표시, 색상, 화살표 등의 표시)

세계의 포장

[표 5] 팩키지 공용품화 표준화 과제

표준화 항목	상 세
식별하기 쉬움	점자, 요철(凸) 기호, 잘라내는 부분의 표준화(위치, 형상, 나타내는 내용) 중요 정보의 표준화(예: 요철(凸) 기호로 유효기한과 조리방법 표시)
표시 문자	문자의 크기, 형상, 색상 조합의 바람직한 내용, 피해야 할 내용 그림 기호의 내용(위험 표시, 조리방법 등)
개봉하기 쉬움	개봉구의 표준 패턴 제시 개봉 강도의 설정(떼어내기, 비틀기, 누르기, 찢어내기 등)
들기 쉬움	무거운 것에 대응할만한 팩키지 형상 사례 제시

2)개봉구를 촉각으로 알아낼 수 있는 사례(선명 한 노치(Notch), 손가락 끝 삽입부를 다는 등)

3)약한 힘으로도 열 수 있는 사례(뚜껑부에 미끄 러짐 방지용 톱니바퀴, 봉인 손잡이 부분이 크다)

3-3. 들기 쉽다

1)보틀의 형상이 딱 달라붙을 수 있도록 만든 것

2)표면의 톱니바퀴, 요철로 미끄러지는 것을 방지한 것

이러한 팩키지의 개선을 촉진하기 위해서는 행정이나 업계에서의 표준화가 중요한 역할을 하리라 생각한다. 고령자·장해자·건강한 사람 에게 공용품으로서 사용할 수 있는 팩키지를 설 계할 때에 주의해야 할 항목을 제시하겠다. 또한 선행해서 도입하고 있는 사례를 제시함으로써 앞으로 공용품으로서의 팩키지를 설계할 때에 지침이 되리라 생각한다.

팩키지의 표준화 과제는 크게 나누면 [표 5] 의 네 가지 점을 생각할 수 있다.

이 표준화 작업은 구체적으로 몇 군데 업계· 국제기관· 국내행정에서 시작되고 있다. 팩키지

에 대해서는 업계에서는 '91년 이후 삼푸 보틀 에 린스와의 식별을 위해 요철 모양을 부착한 "일본화장품공업연합회"의 사례, '98년 랩 종이 용기에 호일과의 식별을 위해 요철(凸) 문자 마 크를 부착한 "가정용 랩 기술협의회"의 사례가 알려져 있다.

행정 면에서는 지난해 10월20일에 "JIS.0021, 고령자·장해자 배려설계 지침-포장·용기"가 제정되었고, 이어서 올해 "동지침-포장용기 개봉성 시험방법"이 제정될 예정이다. 그리고 농 수성이 실시한 "우유용기 식별성 향상 모델 사업"('99년부터 2년간)을 근간으로 올해 우유업 계가 지붕형 팩에 "절취부"를 설치할 예정이라 는 점도 주목할만 하다.

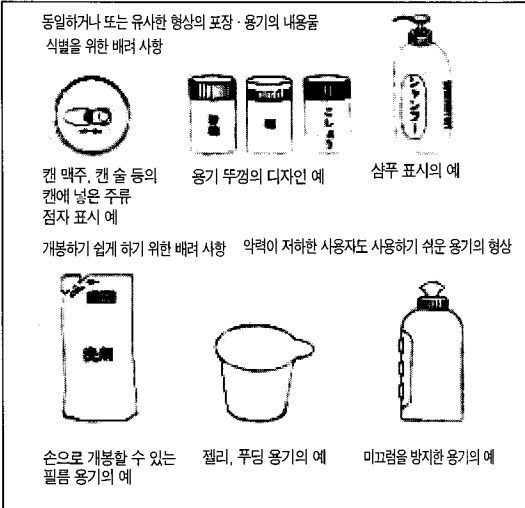
설계 지침은 그 내용은 요전에 시판상품에 적 용되고 있는 배려 사례를 중심으로 정리한 것으 로 새로운 내용은 아니지만, 행정이 표준화를 타 기 시작했다는점 자체가 앞으로 영향이 크리라 생각된다.[그림 2]

개봉성 시험 방법은 평가 방법이 통일됨에 따 라 향후 가로 쓰기의 수치 비교가 가능해진다.

공용품으로서 패키지에 요구되는 것

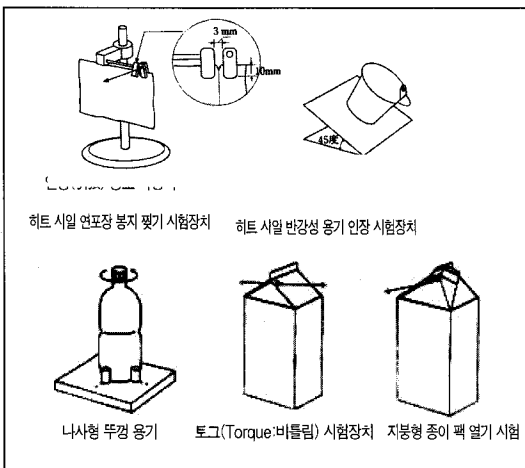
[그림 2] 일본공업 규격

고령자·장애자 배려설계 지침·포장·용기



[그림 3] 일본공업 규격 (안)

고령자·장애자를 배려한 설계지침·포장·용기·개봉성 시험방법



그리고 다음 단계로서 종류별 개봉 하기 쉬운 수치의 설정에 길이 열리게 된다. [그림 3]

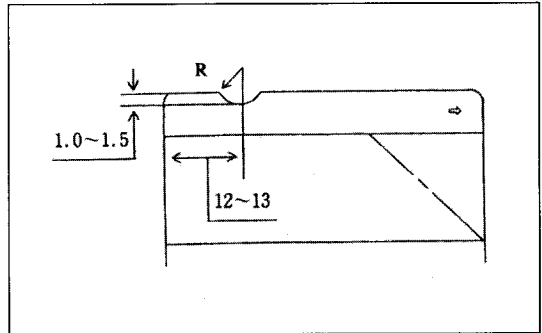
또한 농수성의 모델 사업은 시각장애자들의

[그림 4] 우유 용기의 “절취” 실시 기준

- (1) 대상상품…종류별 “우유”만으로 한다.
- (2) 식별방법…반원형 또는 부채꼴형 “절취”는 한 개로 한다.
- (3) 식별규격·위치…“절취”의 반경 R은 2.5mm 또는 6.5mm로 하고, 개구부의 반대편으로 한다.(아래 그림 참조)
- (4) 대상 용기…500ml 이상인 가정용 팩(지봉형 종이 용기)으로 한다.

식별 규격 및 절취 위치도 (단위:mm)

반경 R은 2.5 또는 6.5



의견을 바탕으로 우유·종이 팩 업계가 검토에 검토를 거듭해 국가의 보조를 받아 실현시킨 것이다. 향후 이러한 연구를 진행할 경우 모델이 되리라 생각한다.[그림 4]

4. 끝으로

여기까지 패키지의 공용품화의 과제(니즈와 방향성)를 보아 왔는데, 이러한 것이 현실화되려면 “현실화하기 위한 기술 개발”과 “코스트 문제”를 어떻게 해결하느냐가 최대의 난제이다. 그러기 위해서는 우선 많은 제품 메이커, 포장관련 기업의 연구가 필수적이라 생각한다. 이 장을 빌려 관련 기업 분들에게 그 점을 부탁드리고자 한다. ☞