

# 홍삼의 패키지 현황과 디자인 개선 방안

A Study on the Korean Red Ginseng Packaging

주저자 : 김미자(Mija Kim)

영산대학교 디자인학부

## 1. 서론

- 1-1 연구배경 및 목적
- 1-2 연구내용

## 2. 홍삼의 이론적 고찰

- 2-1 홍삼의 개념
- 2-2 선행연구의 분석
- 2-3 홍삼의 제품 특성 분석
- 2-4 홍삼의 시장 환경 분석

## 3. 홍삼 패키지의 현황 및 디자인 방안

- 3-1 국내 현황 분석
- 3-2 국외 현황 분석
- 3-3 홍삼 패키지의 문제점 및 디자인 전략

## 4. 결론

## 참고문헌

## (要約)

고려인삼은 예로부터 신비의 영약으로 불려질 만큼 뛰어난 효능을 인정받아 왔다. 인삼을 수분함량 14% 이하가 되도록 하는 가공조건을 통하여 만들어진 홍삼은 부피와 무게를 감소시켜 저장과 운반이 용이해진다. 이 때 특히 사포닌을 비롯한 인삼의 유효성분들이 추가로 생성된다. 고려홍삼에 대한 선행 연구들은 홍삼이 두뇌활동 촉진을 비롯한 항암작용, 인슐린 억제작용, 지질대사 개선 등과 같은 성인병 치료 및 예방 효과가 있음을 입증하고 있으며, 최근에는 에이즈와 비만치료 효과에 이르기까지 다양한 효능이 밝혀지고 있다. 이처럼 고려홍삼은 약효와 품질의 우수성으로 인하여 세계인삼시장에서 인정받고 있으나, 증가된 생산과 수요, 수출 부진 등으로 인한 어려움을 겪고 있다. 실제 판매와 밀접한 관계가 있는 패키지 디자인에 대한 문제점과 개선 전략 등 디자인 측면에서의 연구는 매우 미흡한 실정이다. 따라서 변화하는 사회 환경과 국제 시장에 대응하는 적절한 패키지디자인 방안이 요구되고 있다. 본 논문에서는 홍삼제품 특성과 시장 환경의 변화, 그리고 세계인삼시장의 현황과 같은 실질적인 분석 결과를 바탕으로 국내외 홍삼과 홍삼류 제품들의 종류 및 패키지 실태를 비교, 분석하여 그 문제점과 해결방안을 모색해 본다. 이를 위한 홍삼제품은 크게 홍삼근류, 진액제품, 분말, 캡슐 및 타블렛, 드링크, 연질제품, 차 그리고 기타 캔디 등으로 나누어 살펴본다. 앞으로 우리는 이러한 문제점과 방안을 바탕으로 적절한 포장재와 포장방법, 포장단위를 배려한 패키지디자인을 개발하는데 관심을 두어야 할 것이다.

## (Abstract)

The value of Korean ginseng has been known in the world since the 4th century B. C. Red ginseng is hot-steamed, and then dried for the purpose of long-term storing. Through the steaming and drying process, its moisture rate is reduced to 14% and its color becomes citrine or light yellowish brown. Its hardened structure enables long-term storage without any deformation. Especially, Korean red ginseng contains substances that promote micro-physiological activities which are not found in American or Sanchi ginseng. Ginseng is produced in diverse forms for the customer's convenience. In this study, these are classified as sliced, dried, and honeyed ginseng, granulated tea, extract, powder, capsules, tablets, drinks and candy. Package design is one of the most effective method in the marketing fields. However, in this research, we found that red ginseng packages are not variously and properly developed in materials and designs. The research pointed out the problems and discuss ways and means of the package design.

## (Keyword)

Korean Red ginseng, Panax ginseng C. A. Meyer, Package Design

# 1. 서론

## 1-1. 연구배경 및 목적

인삼은 한국과 중국을 비롯한 동양권에서 오랫동안 보혈강장제로 이용해 온 약초로서 특히 한국에서 생산되는 인삼의 품질이 가장 좋은 것으로 인지되어 왔으며 한국에서 생산되는 인삼을 고려인삼<sup>1)</sup>이라고 한다.

특히 고려홍삼 즉, 한국홍삼은 건강식품 또는 의약품으로서 세계 각국에서 호평을 받고 있으며 국내외 많은 연구들이 우리 홍삼의 우수성을 입증하고 있다.

현재 홍삼류 시장이 안고 있는 문제점들을 살펴보면,

첫째, 저가 홍삼 반입에 대응할 효과적인 대책이 수립되지 못하고 있다. 고려홍삼은 중국, 미국, 일본 등에서 제조한 홍삼과 국제 인삼시장에서 치열한 경쟁을 벌이고 있는 실정이며, 특히 중국에서 생산되고 있는 홍삼은 저가격이면서 세계인삼 시장을 빠른 속도로 잠식하고 있다.<sup>2)</sup> 또한 중국은 길림지역의 저임금 노동력의 이용과 중국의 개방화에 의한 상호 인적, 물적 교류 및 고려홍삼제조 가공기술을 모방하는데 주력하고 있기 때문에 고려홍삼 및 홍삼제품의 품질향상은 물론 새로운 특성을 개발하여 고려홍삼의 우수성을 널리 홍보하고 수출을 증대시키는 것은 매우 의미 있는 일이다.

둘째, 증가된 생산과 수요, 수출 부진 등 시장상황에 대처할 방안이 요구된다. 최근 피로회복, 두뇌활동촉진, 칼슘보강, 다이어트 등 더욱 다양한 기능을 구비한 한국 건강식품의 대표적 상품으로 자리 잡고 있다. 현재 홍삼류 시장은 인삼 수요의 증가와 재배 면적이 증가하는 등 그 수요가 증가 추세<sup>3)</sup>에 있는 만큼 이에 대응할 방안이 시급한 실정이다.

셋째, 홍삼의 우수성을 증명하고 활성화시키기 위한 연구는 활발한 반면, 홍삼의 디자인에 대한 연구는 찾아보기 어렵다. 특히 홍삼 패키지의 재질이나 기능, 디자인의 문제점과 방안을 제시하는 관련 연구는 찾아보기 어렵다. 홍삼 패키지는 최종 소비자의 구매와 연관되는 가장 중요한 부분으로서, 실제 홍삼제품의 판매 가격이 고가인 만큼 고부가가치를 창출할 수 있는 차별화된 패키지의 적용이 요구된다.

본 연구에서는 이러한 홍삼시장의 전반적인 문제에 대한 해결 방안의 하나로 패키지디자인의 재조명과, 연구의 결과로 도출되는 문제점에 대한 대응차원에서의 패키지디자인 개선 방안들을 제시하고자 한다. 따라서 고려홍삼의 우수성에 부합되는 패키지 개발을 전략적 목표로 하여 홍삼 패키지의 실제 현황 분석을 통하여 앞으로의 홍삼 패키지 개선 방안을 제시하는데 목적이 있다고 하겠다.

## 1-2. 연구내용

2장에서는 인삼 및 홍삼에 대한 국내외 문헌과 연구 자료를 중심으로 홍삼의 종류 및 특성을 비롯한 홍삼의 제품 분석과 시장 분석 등의 이론적 고찰을 하였다. 연구의 내용으로는 첫

1) 미국삼이나 전철삼, 죽절삼은 고려인삼종과는 다른 식물종으로 일반적으로 인(人)자를 사용하지 않으며 고려인삼(*Panax ginseng* C. A. Meyer)만을 인(人)자를 사용하여 인삼(人蔘)이라고 한다.  
 2) 이종원, 이성계, 도재호: 한국산 및 외국산 홍삼의 사포닌 및 무기질 성분 비교, *고려인삼학회지*, Vol.26, No.4, 2002. p196  
 3) *한국농어민신문*, 2003.4.7

째, 인삼 및 홍삼에 대한 개념을 살펴보고 둘째, 홍삼에 대한 선행 연구의 분석을 통하여 홍삼의 우수성을 입증하며 기타 연구 내용에 대한 이론적 근거를 제시하고 있다. 셋째, 홍삼의 제품 분석 넷째, 홍삼의 시장 분석을 통하여 유통현황을 알아 보았다

이와 같은 이론적 배경을 바탕으로 3장에서는 홍삼 패키지의 국내 현황을 살펴보고, 홍삼의 국의 패키지 재료, 구조, 그래픽 요소 등의 현황을 비교 분석한다.

4장에서는 홍삼 패키지의 현황 및 분석을 통해 도출된 문제점과 바람직한 패키지 방안을 제시하고 있다.

# 2. 홍삼의 일반적 고찰

## 2-1. 홍삼의 개념

인삼<sup>4)</sup>은 그 약효가 뛰어나 신초, 영초, 불로초 등 여러 가지 명칭으로 불리어져 각종 질병의 예방 또는 보양에 광범위하게 복용되어온 심지의 약용식물로 알려져 있다.

인삼은 수천년 전부터 중국의 민간에 의해 널리 보신용으로 사용되었다. 원래 인삼은 야생상태에서 채굴되어 오래 전부터 약용되어 왔으나, 필요한 시기에 필요량을 구하기 어려워 인삼의 재배가 시작되었고 이에 따른 가공, 저장방법이 개발되었다. 1080년 고려 문종 때 처음으로 홍삼을 제조하였고 1908년 탁지부 사세국 삼정과 홍삼 전매를 실시하였으며 이 후 1996년에는 홍삼 전매제가 폐지되었다. 이처럼 우리나라의 홍삼은 약 1,000년 전부터 제조된 역사적 기록을 가지고 있으며 (중국 송나라의 서경이 저술한 고려도경에 홍삼에 대한 기록이 있음), 한국인삼공사의 정관장 고려홍삼의 제조기술은 100여년의 제조역사를 가지고 있다. 홍삼은 한의학적 전통제약기술인 수침법에 의해 가공 제조된 수침생약이라 할 수 있다.

[표 1] 산지에 따른 구분

이름 (학명)	뿌리 형태	원산지
고려인삼( <i>Panax ginseng</i> C.A. Mayer)	사람모양	한국, 만주
미국삼( <i>Panax quinquefolium</i> L.)	원추형	북미동부
삼칠( <i>Panax notoginseng</i> Burkill)	소형당근	중국윤남
죽절삼 ( <i>Panax japonicum</i> C.A.Meyer)	대나무	일본, 중국윤남
삼엽삼( <i>Panax trifolius</i> L.)	공(구형)	북미동부
히말라야삼( <i>Panax pseudoginseng</i> Wall.)	구근형	네팔

‘홍삼’이란 수삼을 껍질 채 찌고 건조시켜 수분함량 14% 이하가 되도록 가공한 것으로 제조과정 중 갈색화 반응이 촉진되어 농다갈색의 색상을 띄며 매우 단단한 형태로 원형을 유지시킨 인삼이다. ‘홍삼제품’은 홍삼을 원료로 하여 제조한 것을 말하고, ‘홍삼류’는 홍삼과 홍삼제품을 통칭하는 것으로 정의한다.<sup>5)</sup> 이 밖에 홍삼 관련 용어를 살펴보면 다음과 같다.

4) 세계적으로 인삼속의 식물 종은6~7종이 알려지고 있으나 경제적으로 재배되어 세계시장에서 상품으로 유통되고 있는 인삼종은 크게3가지 종류가 있다. 지리적으로 한국을 비롯한 중국 등 아시아 극동지역에 분포, 재배되고 있는 [*Panax ginseng* C.A.Meyer]라는 식물명을 가지고 있는 고려인삼종과 미국 및 캐나다 지역에서 재배되고 있는 미국삼(*Panax quinquefolium* L.) 및 중국남부의 운남성, 광서성에서 생산되고 있는 전철삼(*Panax notoginseng* F. H. Chen)이 있다.  
 5) 인삼사업법(법률 제6399호 농림부) 2조의 정의를 인용

- (1) 홍삼농축액: 수삼을 증기 또는 기타의 방법으로 찌서 익혀 말린 홍삼으로부터 물이나 주정 또는 물과 주정을 혼합한 용매로 추출 여과한 가용성홍삼성분을 그대로 농축한 것을 말한다.
- (2) 홍삼농축액분말: 홍삼농축액을 분말화한 것을 말한다.
- (3) 홍삼분말: 홍삼(100%)을 분말화한 것을 말한다.
- (4) 홍삼성분 함유제품: 홍삼농축액, 홍삼농축액분말, 홍삼분말 또는 가용성홍삼성분을 주원료<sup>6)</sup>로 하여 제조한 것을 말한다.<sup>7)</sup>

## 2-2. 선행 연구의 분석

고려인삼은 중초약학(中草藥學)에서 원기를 크게 보하고 폐를 튼튼하게 하며, 비장(脾臟)을 좋게 하고, 심장을 편안하게 해 준다고 했으며, 신농본초경(神農本草經)에는 인삼은 오장(五臟) 즉 간장, 심장, 폐장, 신장, 비장의 양기(陽氣)를 돋구어 주는 주약으로 사용하고, 정신을 안정시키고, 오부로 진입하는 병사(病邪)를 제거하여 주며, 눈을 밝게 하고 지혜롭게 하고, 오래 복용하면 몸이 가벼워지고 장수한다고 하였다. 동의보감(東醫寶鑑)에서는 본초강목(本草綱目)에는 비교적 광범위하게 인삼의 효능을 설명하고 있으며, 오늘날에도 이를 근거로 인삼이 각종 임상증상에 활용되고 있다.

최근 홍삼의 우수성을 입증하기 위한 연구는 매우 활발하다. 불가리아 과학 아카데미 생리연구소의 페트코프박사와 서울대학교 오진섭 교수는 고려인삼이 두뇌의 활동을 촉진하며, 흥분과 진정의 양면적 작용을 선택적으로 조절하여 심리적 안정 상태를 유지하여 준다고 발표하였다.

당뇨병 환자에게 홍삼을 투여하면 인슐린의 분해억제 작용을 증강, 항지방 분해작용, 당뇨병 수반증상의 개선작용으로 환자의 증상이 크게 개선되었다는 임상연구 결과가 경북대학교 조준승 교수, 일본 에히메대학 오꾸다 교수, 일본 오사카 닛세이 병원 야마모토박사, 일본시립 야와타하마 종합병원의 요시다 박사 등에 의하여 발표되었다. 홍삼이 당뇨병 환자의 혈당 상승을 억제하는 탁월한 효능이 있다는 것은 캐나다 토론토대 블라드미르 벽산 교수팀이 농림부의 지원으로 조사한 결과에서도 입증하고 있다.<sup>8)</sup>

고려인삼은 암환자의 면역 기능을 증대하여 몸의 저항력을 증강하기 때문에 암세포의 성장 및 다른 장기로 전이하는 것을 억제하며, 수술 후 재발 방지에 탁월한 효능을 나타낸다. 일본 구마모도대학 우에케 교수는 1961년 117가지의 생약재들에 대한 항암효과를 검토한 결과, 고려홍삼이 에를리히(Ehrlich)복수암세포에 대해 항암효과를 나타낸다고 발표하였다. 한국원자력병원 윤택구 박사는 폐암에 걸린 생쥐를 대상으로 1년간에 걸쳐 고려홍삼을 투여, 연구실험을 실시한 결과 홍삼이 암세포를 죽일 수 있는 생체 내 자연살해세포(Natural Killer Cell)의 활성증진에 현저한 효과가 있다고 발표하였다.<sup>9)</sup>

연세대학교 주중노교수는 콜레스테롤을 다량 함유한 사료를

토끼에게 투여하여 고지혈증(高脂血症)에 미치는 홍삼의 효과를 조사할 결과, 지질대사와 관련된 각종 효소의 활성이 촉진되어 혈중콜레스테롤 함량이 저하되고 고지혈증으로 야기되는 죽종(粥腫 : 모세혈관벽에 지방 입자가 발생한 상태) 형성이 예방된다고 1980년 제3차 국제인삼심포지움에서 발표했다. 1980년 일본의 나가니시 박사는 홍삼이 생체 지질대사를 개선하여 동맥경화 예방에 유효함을 임상실험으로 입증하였다.<sup>10)</sup> 일본의 오사카 닛세이 병원 야마모토박사는 당뇨병으로 인하여 2차적으로 고지혈증(高脂血症)을 일으킨 환자 67명을 대상으로 홍삼분말을 투여한 임상실험에서도 혈중콜레스테롤, 트리글리세라이드 및 혈소판점착이 저하되었고, 고밀도 지질단백질이 증가되었다고 1982년 일본인삼대사회에서 발표하였다.

이와 같이 많은 연구 분석들은 홍삼이 두뇌촉진활동, 성인병의 치료 및 예방효과, 건강회복기능, 그리고 신체저항력 증진 기능을 가지고 있음을 입증하고 있다. 이 밖에도 에이즈 치료 효과<sup>11)</sup>와 비만치료 효과<sup>12)</sup>를 갖는 것으로 알려지면서 홍삼의 활용 가치는 더욱 증가되고 있다.

## 2-3. 홍삼의 제품 특성 분석

홍삼제조 목적은 증상에 의한 삼체내부가 견고해지고 산화효소가 파괴되어 장기보관이 가능(고려시대 때의 중국 조공품으로 인삼이 쓰이기 시작하면서 장기보관 필요성 대두)하다는데 있다. 75% 내외의 수분을 함유하는 수삼의 상태로는 장기간 보존이 어렵고 유통 상태 중 미생물 오염에 의한 부패 또는 인삼자체가 함유하고 있는 여러 효소에 의해 인삼성분이 분해되어 그 상품적 가치가 떨어지게 된다. 따라서 가공 건조를 통한 수분감소로 세균과 곰팡이, 미생물의 오염을 막고, 부피와 무게를 감소시켜 저장, 운반이 용이하다. 홍삼은 수삼을 증숙, 건조시키는 과정을 통해서 생산되는 제품으로 인삼의 대표적 유효성분인 사포닌 정량방법과 품질관리의 발달로 가공과정 중 사포닌의 분해를 최대한 억제하게 되었고, 사포닌 외 말톨, G-Rh2등 유효성분이 추가로 생성된다. 인삼의 약효는 주로 사포닌 성분에 많은 것으로 알려져 있는데, 미국 인삼의 사포닌 종류는 13가지인데 비해 고려인삼은 22가지나 된다. 특히 홍삼은 32가지의 사포닌을 갖고 있는 데다 특유의 붉은 색소가 항산화 효과를 갖는 것으로 알려져 있다.<sup>13)</sup>

[표 2] 홍삼의 사포닌 수(종)

홍삼	수삼, 백삼(한국)	화기삼(미국)	전철삼(중국)	축절삼(일본)
32	22	15	14	8

자료 출처: 한국인삼공사

홍삼은 일반적으로 원료수삼을 표피를 벗기지 않은 채로 증기로 찌서 익혀 말린 것을 말하며 담황갈색 또는 담적갈색의 색상을 띤다. 이에 비해 백삼은 원료수삼을 껍질을 벗기거나 또

6) 가용성홍삼성분(홍삼사포닌 70.0mg/g을 기준으로 할 때)으로서 10.0%이상

7) 건강기능식품의 기준

8) 국민일보, 2002.10.29

9) 홍삼이 항암세포 활성화에 미치는 영향, 제8차 아시아-태평양 암학회 학술대회, 1987.9

10) 임상과 연구, 1980

11) 조영걸(울산대 의대): 제8회 국제인삼심포지움, 2002.10.28

12) 과학기술부 '21세기 프런티어 연구개발 사업'의 자생식물 이용개발 사업단은 인삼에서 콜레스테롤과 지방축적을 억제하는 신물질을 분리. 한국생명공학연구원 김영국 박사는 "피낙시논A라고 이름 붙인 이 물질은 복부와 내장의 지방을 감소시킨다"고 밝혔다.

13) 동아일보: 2002.11.4

는 그대로 햇벌·열풍 또는 기타방법으로 익히지 아니하고 말린 것으로, 색상은 유백색 또는 담황색의 색상을 띄며, 외형적 가공형태에 따라 직삼(인삼의 원형유지), 반곡삼(인삼 지근을 꾸부린 것), 곡삼(지근과 주근의 일부도 꾸부린 것)으로 구분되는데 반곡삼과 곡삼은 수삼의 표피를 벗겨 제조한다. 홍삼의 원형을 품질에 따라 천삼, 지삼, 양삼, 절삼, 미삼 등으로 나뉜다.

[표 3] 홍삼의 분류

천삼(天蔘)	홍삼의 상위 등급
지삼(地蔘)	홍삼의 중위 등급
양삼(良蔘)	홍삼의 하위 등급
절삼	몸통 부분을 절단하여 제조
미삼	몸통에서 분리한 다리 또는 잔뿌리로 제조

[표 4] 홍삼의 종류 및 가격

규격	천삼	지삼	양삼	절삼
10지	600g 3,081,000	1,695,000	763,000	600g 274,000
15지	600g 1,849,000	1,016,000	534,000	
	300g 952,000	524,000	274,000	
20지	600g 1,294,000	711,000	400,000	
	300g 666,000	367,000	207,000	
30지	600g 971,000	569,000	320,000	
	300g 500,000	293,000	164,000	
40지	600g 776,000	512,000	289,000	
	300g 400,000	264,000	148,000	

자료 출처: 한국인삼공사

최근에는 복용의 편리성과 소비자의 기호를 충족시키기 위해 여러 가지 홍삼제품이 개발되고 있으며, 가공방법의 다양화 외에 포장 및 의장사업도 큰 비중을 차지하고 있다. 소비자의 입맛과 성향에 맞춘 30여 품종의 홍삼제품이 생산되고 있다.

## 2-4. 홍삼의 시장 환경 분석

인삼 생산은 90년대 중반까지 재배농가와 재배면적이 감소하였으나 '96년 홍삼전매제 폐지 이후 재배면적 증가와 함께 인삼 생산량이 증가하여 '95년 12천톤에서 '02년 17천톤으로 생산량이 크게 증가하였다.

[표 5] 홍삼의 연도별 수출액 (단위:US천(\$))

연도별	'95	'96	'97	'98	'99
수출액	77,103	66,072	44,699	50,763	51,094

지난 90년대 중반 이후 지속적으로 줄던 인삼 수출액은 95년 1억4천만 달러, 2000년 8천만 달러, 2002년 5천5백만 달러로 급감하는 추세였으나, 2003년 들어 증가세로 돌아섰다.<sup>14)</sup> 인삼 수출은 6700만 달러로 2002년 5500만 달러 대비 21.8% 늘었지만 2001년의 7480만 달러에도 미치지 못할 만큼 해외 시장에서 위축된 상황이다. 정부는 올해 수출 목표를 7300만 달러로 정하고 수출 업체와 공동 대응하여 고려인삼에 대한 해외 소비자들의 인식 전환을 목표로 한 고려인삼 해외 홍보가 강화된다. 농림부에 따르면 국내 경작면적 증가와 시장 개방 등에 대비한 수출기반 확충이 강조된 데 따라, 고려인삼의 수출 제고를 위한 올해 인삼분야 해외 홍보 예산은 6억원에 이른다.<sup>15)</sup>

14) SBS, 2003.8.17

15) 한국농어민신문, 2004.2.2

최근, 인삼업계에서는 관련 기업들이 잇달아 인삼 전문 브랜드를 출시, 제품 차별화에 적극 나서고 있다. 한국인삼공사의 '정관장'은 이 분야 전문브랜드로 자리매김한 상태다. 그러나 최근 들어 인삼 제품의 수요 증대와 함께 다양화·차별화 추세가 두드러지면서 이 분야 전문기업들의 브랜드 강화 노력이 두드러지고 있다.

농협 고려인삼의 홍삼 브랜드인 '한삼인'은 중국과 대만 수출을 통해 국내보다 해외에서 더 많이 알려진 브랜드로서 이를 바탕으로 국내에서도 확고한 브랜드 인지도를 높이기 위한 마케팅 체제 구축과 함께 각종 언론 매체를 통한 대대적인 홍보를 계획 중이다. 최근 전국 13개 인삼 농협조합과 공동으로 브랜드 키우기에 적극 나서고 있다. 이들 전국 단위의 조합들과 '한삼인'의 공동 브랜드화를 적극 추진하고 있다.

국내 인삼 관련 전문조합 중 제일 먼저 가공삼 제조에 뛰어들어 개성인삼조합은 그간 90여종의 전문제품을 '한송정' 브랜드로 판매, 한해 300억 원 대의 매출을 올렸으며 브랜드 리뉴얼 작업을 적극 추진, 해외 시장에서의 선전도 기대하고 있다.

최근에는 CJ도 'KoRoot'라는<sup>16)</sup> 브랜드로 특히 '맛있는 인삼'과 '과학적 인삼' 제품을 선보임으로써 기존 인삼 제품과 철저한 차별화를 꾀할 방침이다. 최근 이처럼 인삼 제품이 일반화되면서 고품질을 바탕으로 한 브랜드 도입과 강화 노력이 두드러지고 있다.<sup>17)</sup> 제5차 세계무역기구(WTO) 각료회의에서도 나타난 것처럼 농산물 개방 압력이 갈수록 높아지고 있는데 농림부는 농수산물유통공사와 함께 우리 농산물의 수출용 브랜드 사업을 추진 중이며 우리 농산물 수출을 위해서는 고품질화와 함께 브랜드화가 중요하다는 인식하에 브랜드 적용 농가에 대해서는 품질관리도 병행할 계획에 있다.<sup>18)</sup>

인삼 재배면적은 매년 증가하고 있다. 면적 증가는 수출 부진에도 불구하고 국내 시장에서의 소비 촉진이 원인으로 특히 2002년도 원료용 인삼의 품귀 현상을 빚을 만큼 가격이 좋은 데다 다양한 제품 개발과 소비 일반화로 그만큼 소요량 증가를 예상해 재배 면적도 늘었다는 것이다.<sup>19)</sup>

## 세계 인삼시장 현황

현재 우리나라는 세계 70여 개국에 인삼 및 홍삼을 수출하고 있다. 2003. 9월 현재 수출실적은 41.1백만 불로 전년 동기(33.1백만 불)대비 24.4% 증가하였다. 본고에서는 세계 인삼시장 가운데 특히 수출이 집중(약 80%)되어 있는 홍콩, 일본, 대만, 미국을 중심으로 그 현황을 살펴보겠다.

### (1) 홍콩

세계 최대의 인삼 집산지인 연간 약 5천톤(1.5억불) 상당의 인삼을 수입, 재가공 등을 통해 약 70%를 중국, 대만, 동남아 등지로 재수출하고 있다. 일부 한약재 상인들이 수입 및 유통을 지배하는 독점대리점 형태의 폐쇄적인 유통시스템이 특징이다. 서양 화기삼 및 중국산 인삼의 시장잠식이 가속화되고 있는 실정이며 한국산은 홍삼(정관장) 중심으로 고가품 시장 형성하고 있다. 홍콩의 수입실적('02년)을 기준으로 산정한 시

16) 한국의 뿌리(Korea Root)라는 의미

17) 식품신문, 2004.2.6

18) 문화일보, 2003.9.15

19) 한국농어민신문, 2003.4.7

장점유율을 보면 한국은 12%로 다소 낮았으나 주력 품목인 홍삼수출 크게 증가하였으며 '03년에는 홍삼 수출증가로 점유율이 증가할 것으로 전망된다.

[표 6] 홍삼의 수입실적(단위 : 백만불, %)

구분	홍삼 총 수입실적	한국	캐나다	중국	미국	기타
수입실적	107.8	12.9	51.1	30.3	7.2	6.3
시장점유율	100	12.0	47.4	28.1	6.7	5.8

자료원 : 홍삼정책 통계자료

### (2) 일본

전통적인 인삼 수입국으로서 일부 자체 생산 및 수출도 있으나 소비량의 대부분을 한국, 중국 등 수입산에 의존하고 있으며, 이 가운데 대부분 한국산이 차지하여 구급품으로 자리 잡고 있다. 뿌리삼의 이용법이 알려져 있지 않아 엑기스 등 제품중심의 시장이 형성되어 있으며, 젊은층의 인지도 및 구매력이 현저히 낮고 소비의 중심이 40대 이후의 고령층으로 제한되는 특징이 있다. 한국산은 '고려인삼'으로서 인지도가 높아 완제품 형태로 유통되며 중국산은 주로 한방 및 제약 원료로서 수입되고 있다. 인삼의 구체적 효과에 대한 인지도가 낮고 서양삼 유통은 거의 없는 실태이다. 고령화 추세에 따라 소비 잠재력이 큰 시장으로 보여 진다.

### (3) 미국

한국 삼의 세계적인 평판에도 불구하고 현지인에게는 그 인지도가 매우 낮은 편이다. 한국 교민이나 중국계가 주 소비층으로 주류 사회로의 소비층 확대는 부진하다.

### (4) 대만

연간 약 2천톤의 시장규모로 전망을 중국, 한국 등 해외 수입에 의존하며 중국산이 전체 수입량의 90%를 점유하고 있다. 제품의 수입관세가 높아 뿌리삼 중심으로 수입되며 주로 재래식 한약상을 통해 유통되고 있다. 뿌리삼의 소비비중이 높고 과거 홍삼이 70%를 차지하는 홍삼중심의 소비에서 최근 중국삼 및 서양삼의 수입 증가로 백삼 비중이 50%에 이르는 등 백삼 소비가 확대되는 추세이다. 인삼제품은 분말과 차가 약 70%를 차지하며 현지 가공품의 중심으로 자리 잡고 있다. 한국산은 홍삼(정관장)을 중심으로 고가품 시장 형성하고 있다.




## 3. 홍삼 패키지의 현황 및 디자인 방안

### 3-1. 국내 현황 분석

홍삼 제품은 크게 홍삼근류, 농축액이나 엑기스의 진액제품, 분말, 캡슐 및 타블렛, 드링크, 홍삼정과 및 절편 등 연질 제품, 차, 기타 캔디나 젤리 등으로 나누어 현황을 살펴보겠다.

#### 1) 홍삼근

홍삼근의 특징은 6년근 수삼을 원형대로 증숙, 압착 가공하여 오랫동안 보관하여 달여 마실 수 있다. 규격은 홍삼 너두의 견실도, 동체와 지근의 균형, 색깔, 내부조직 등의 기준에 의해 천삼, 지삼, 양삼, 절삼으로 나누어진다. 한국인삼공사의 상품을 중심으로 그 종류는 천삼, 지삼, 양삼 각각 600g 10지, 15지, 20지, 30지, 40지 300g 15지, 20지, 30지, 40지가 있으며 절삼은 600g 패키지로 되어 있다. 패키지의 크기는 600g 패키지의 경우 275X130X70, 300g은 238X115X55, 그리고 150g은 210X110X45이다.

홍삼근	상품 / 패키지 특징
	한삼인 홍삼(주)농협고려인삼) 철제 캔/나무 상자 산수화/붉은색 컬러
	정관장(한국인삼공사) 철제 캔/나무 상자 산수화/붉은색 컬러
	정삼인 홍삼(충북인삼농협) 철제 캔/나무 상자 산수화/붉은색 컬러

#### 2) 홍삼 진액제품

진액제품의 특징은 생약제를 첨가한 고농축 홍삼음료로서 병의 형태 또는 휴대하기 간편한 파우치 형태의 패키지가 있다. 엑기스 제품 역시 홍삼을 달여 추출한 진액을 농축한 제품으로, 홍삼을 일일이 달여 먹는 불편을 덜어준다. 동봉된 스푼을 사용하기도 한다.

홍삼 농축액 / 엑기스	상품명 / 패키지 형태
	정관장 홍삼톤(한국인삼공사) 750ml(병) / 285X100X100
	정관장 홍삼톤-마일드(한국인삼공사) 50mlX60포 / 450X250X75
	홍삼정골드(홍삼나라) 120gX2 / 240gX2
	홍삼톤-F(한국인삼공사) 15mlX90포 / 400X230X60
	홍삼정(고려인삼제조) 100g 병/ 종이상자
	독삼탕홍삼액(홍삼나라) 90ml / 30,45,60포
	기기홍삼액(고려인삼제조) 80mlX15팩 / 종이상자
	정관장 홍삼정 골드(한국인삼공사) 50gX3세트 / 140X80X54
	홍삼액(금산덕원인삼약초영농조합) 80mlX40포
	홍삼정(금산덕원인삼약초영농조합) 100gX3
	홍삼톤골드(홍삼나라) 750ml

#### 3) 홍삼 분말

6년근 홍삼을 갈아서 분말 형태로 만든 제품으로서 동봉한 스푼을 사용하여 온수나 냉수에 타서 복용하도록 한다. 패키지는 분말을 병 또는 봉지에 담거나 종이상자를 활용하고 있다.

분말은 병 형태의 패키지를 활용하거나 캡슐이나 타블렛의 형태로 된 제품도 있다.

홍삼 분말	상품명 / 패키지 형태
	정관장 홍삼분(한국인삼공사) 60gX3병 / 190X85X70
	홍삼분(농협고려인삼) 300g / 종이상자
	홍삼분말(동진제약) 300g

#### 4) 캡슐 및 타블렛

홍삼의 진한 농축액을 캡슐에 담아 휴대와 복용이 편리하도록 설계된 제품에 사용된다. 홍삼 농축액을 환의 형태로 만들어 휴대와 복용이 편리하도록 하거나 또는 100% 홍삼 분말을 휴대와 복용이 간편하도록 가공한 타블렛 제품도 있다.

캡슐/타블렛/환	상품명 / 패키지 형태
	정관장 홍삼정 캡슐(한국인삼공사) 100캡슐X3세트 / 310X180X60
	홍삼정캡슐(농협고려인삼) 60mgX180cap
	정관장 홍삼 타블렛(한국인삼공사) 60gX3병 / 167X85X58
	홍삼정환골드(풍기인삼농협) 150g
	정관장 홍삼분캡슐 200캡슐X3세트 / 200X110X90

#### 5) 차

홍삼차는 6년근 홍삼의 유효성분을 추출하여 인스턴트화 한 것이며 홍삼의 진한 농축액을 과립형 차로 만든 홍삼정차도 있다.

홍삼차 / 홍삼정차	상품명 / 패키지 형태
	홍삼차(한국인삼공사) 3gX100포 / 285X175X60 3gX50포 / 175X150X60
	홍삼차(고려제조) 3gX50포 / 100포 종이상자 / 나무상자
	홍삼정차(농협) 3gX50포 / 100포
	홍삼차(농협) 3gX50포 / 100포

#### 6) 드링크

홍삼에 대추, 황기, 녹용, 타우린 등 농축액을 조화시킨 복합 드링크 음료를 말한다.

드링크	상품명 / 패키지 형태
	활삼28D(한국인삼공사)
	홍삼드링크(홍삼나라) 10병 / Box
	속편한세상(홍삼나라) 180mlX12캔 / 30캔
	파워롱F(홍삼나라) 10병 / Box
	장쾌삼골드(웅진) 50mlX10 / 700mlX1 / 700mlX2

#### 7) 홍삼 연질젤편

씹어 먹을 수 있는 젤리형 타입의 홍삼제품으로서 홍삼정과 및 젤편 등이 있다.

정과 및 젤편	상품명 / 패키지 형태
	봉밀젤편홍삼(한국인삼공사) 20gX5갑 / 10갑
	봉밀홍삼젤편(홍삼나라) 20gX10개입
	고려홍삼정과(고려인삼제조) 300g, 450g / 종이상자
	홍삼젤편(고려연구) 25gX8개

#### 8) 기타

그 밖에도 6년근 홍삼 농축액과 홍삼분, 설탕, 액아엿, 자이리 툴 등을 재료로 만든 캔디와, 홍삼 농축액에 홍삼 분말과 백설탕, 한천, 저당을 원료로 한 젤리, 초콜릿 제품 등이 있다.

기타	상품명 / 패키지 형태
	홍삼캔디수(한국인삼공사) 120g지함포장 / 240g 캔포장 / 500g
	홍삼제리(홍삼나라) 280g
	한삼인홍삼초콜릿(농협중앙회) 228g

#### 분석 결과

- (1) 패키지 형태: 살펴본 바와 같이 홍삼 패키지의 구조는 다른 건강식품과 마찬가지로 육면체 형식의 지기를 중심으로 지관, 원통형 플라스틱 병, 철제 캔 등이 주로 사용되었으며, 내용물이 보이는 윈도우 형식을 도입한 구조가 일부 있다.
- (2) 색채: 사용된 재질에 관계없이 대부분의 패키지에서 붉은

색을 중심으로 한 자주색과 금색, 일부 노란색의 컬러가 주로 사용되었음을 볼 수 있다. 초록색과 파란색이 적용된 것도 있으나 매우 미미한 수준이며 흰색 등의 무채색 보라색은 찾아보기 어렵다.

(3) 브랜드 로고: 딱딱한 이미지를 피하고 붓글씨체나 명조체 계열의 부드러운 서체가 주를 이루고 있다. 신선도 그림이나 자주색 바탕에 한자로 고려삼이라고 표기하는 디자인도 흔히 볼 수 있다. 일부 한자를 활용하거나 세로쓰기를 함으로써 전통적인 이미지를 표현하는 것을 볼 수 있다. 브랜드 네임 또한 업체간 유사한 경우가 많다.

(4) 일러스트레이션: 홍삼 패키지에 적용된 그림은 이미지 사진이나 홍삼 사진이 사용된 경우가 일부 있으며, 대부분의 경우 인삼을 단순화한 일러스트레이션이 하나의 심볼 형식으로 사용되고 있음을 볼 수 있다.

(5) 그래픽 디자인: 기존에 흔히 사용하고 있는 동양적이고 전통적인 이미지를 강조한 단순한 형식의 그래픽 디자인이 많이 사용되고 있다. 인삼의 모양을 디자인 요소로 활용하는 방법은 업체별 차이가 없이 유사한 형식을 보이고 있다. 레이아웃 또한 가운데 정렬의 대칭형이 대부분을 차지한다. 정관장의 심볼은 인삼을 보다 구조화시키는 점에서 차별성을 찾아볼 수 있으나, 지나치게 도식화하는 과정에서 이미지 전달이 약화되어 있다.

### 3-2. 해외 현황 분석

일본에서 주로 구입하는 제품의 종류는 홍삼이 70%로 가장 많은 비중을 차지한다. 주로 구입하고 있는 인삼제품의 형태로는 엑기스가 41.3%로 가장 많았고 다음으로 차, 젤리 등의 순이다. 구입하는 인삼제품의 원산지로는 한국이 70% 가량을 차지하였고 다음으로 중국이 20% 정도를 차지하고 있다. 중국에서 판매되는 홍삼의 포장지 색상은 대부분 중국인이 좋아하는 붉은색이나 금색 등을 활용한 디자인이 많다. 서양삼의 경우 내용물을 확인할 수 있도록 포장 전면의 좌·우를 투명 비닐로 처리하여 소비자 욕구에 부응하도록 하고 있다.

표 71 원산지별 패키지 실태

원산지	종류별	패키지형태	디자인 특징
미국	야산화기삼	6g-50g등 다양한 중국식 비단 상자포장	상자 테두리에 붉은색 비단을 씌워 고풍스런 느낌을 들게 하였고 겉에는 비닐로 포장하여 안의 내용물을 보이게 하였음
미국	화기삼 선물트	15g, 3支 1호, 6支 2호, 13支 3호로 분류한 선물세트	종이상자에 전면은 내용물이 보이도록 포장. 현대적인 감각의 화려한 단색 컬러
캐나다	서양삼	120g, 200g 종이박스 포장, 또는 무 포장	캐나다산의 경우 포장하여 판매하는 경우도 있으나 무포장 형태로 백화점이나, 슈퍼 등지에서 g단위로 판매하는 경우가 많음
한국	고려삼	37.5g, 75g 위주 철제 캔포장	신선도 그림, 자주색 바탕에 한자로 고려삼 이라고 표기하고 있음
중국	길림삼 고려삼	철제 캔포장	붉은색 바탕. 일부제품은 한국산 신선도 포장과

			유사한 그림을 삽입하여 고려삼으로 표기
--	--	--	-----------------------

유럽 현지에서 유통되는 인삼제품은 대부분 뿌리삼보다는 가공식품, 건강보조품, 의약품 등이 대부분 상품들은 소비가 간편한 형태를 가지고 있으며 로얄제리 또는 벌꿀 등과 혼합한 종류가 주종을 이룬다.

	상품 / 패키지 형태
	GINSENG ROUGE (홍삼가루) - 특징: 건강식품으로 정신집중, 스트레스, 노약자에게 좋음 - 재료: 홍삼가루 30g - 소비: 작은 스푼을 이용 가루를 먹음 - 가격: 7.72(유로) - 제조원: Abeille Store
	Turbo Ginseng et Gelee Royal (인삼과 로얄제리 혼합) - 특징: 원기회복을 위한 건강보조품 - 재료: 로얄제리 205mg, 홍삼가루 100g, 젤라틴 - 소비: 물과 함께 삼김, 하루 2알 - 가격: 19.78 - 제조원: Abeille Store
	GELEE Royale (인삼과 벌꿀 혼합) - 특징: 건강보조 식품, 젤리형태 - 재료: 로얄제리, 꿀 인삼가루(250g, 1%) - 소비: 작은 스푼으로 하루 2회 - 가격: 8.95 - 제조원: Abeille Store
	Ginseng Capsules - 특징: 건강보조품 - 재료: 인삼 6년 근 추출 엑기스 - 가격: 17.00 - 제조원: biogassendi
	Spa Energie Vegetal - 특징: 스프레이 형태의 방향제 - 재료: 일반 방향원료에 인삼향을 가미 - 가격: 22.00 - 제조원: Yves-rocher
	Magnegineng Capsules - 특징: 건강보조품 - 재료: 인삼엑기스 1개당 750mg (인삼엑기스 12%) - 가격: 19.90 - 제조원: Pharamadiscout
	Ginseng forte Gelules Vegetales - 특징: 젤라틴 캡슐 건강보조품 - 재료: 100% 식물성재료, 인삼성분 50mg 진세노시드 - 가격: 10.24 - 제조원: Pharamadiscout
	Spa Energie Vegetal - 특징: 피부에 바르는 크림 - 재료: 일반 피부크림성분에 인삼첨가 - 가격: 14.00 - 제조원: Yves-rocher



### 3-3. 홍삼패키지의 문제점 및 디자인 전략

이상과 같은 국내외 현황에 따른 홍삼 패키지의 문제점으로는 첫째, 패키지 재료 사용의 문제점을 들 수 있다. 홍삼근 패키지의 경우 대부분 홍삼을 담은 나무 상자를 철제 캔 상자에 담은 형식을 취하고 있다. 가장 큰 문제점은 철제 상자를 여는 방식이 불편하고 위험하다는 것이다. 절단된 면에 손을 다칠 수 있는 가능성도 매우 크다. 또한 철제 상자의 개봉 후 개봉성은 없기 때문에 내용물을 보관하거나 다른 용도로의 활용가능성 없이 곧바로 폐기되어야 하는 것도 바람직하지 않다. 홍삼근을 압축, 밀봉하여 나무와 철제 상자를 사용하는 등 업체간 패키지 재질이나 형식의 차별이 없다는 문제점도 패키지 현황 분석을 통하여 살펴보고자 한다.

둘째, 독창적인 그래픽 디자인의 부족하다. 패키지 현황 분석에서 살펴본 바와 같이 상자의 디자인은 기존에 흔히 사용하고 있는 동양적이고 전통적인 이미지를 강조하거나 인삼의 모양을 디자인 요소로 활용하는 방법이 많이 사용되고 있다. 동양화 느낌의 그림이 적용된 디자인도 흔히 볼 수 있다. 이와 같이 비슷한 서체나 컬러의 활용으로 기업의 차별화된 상품을 찾아보기 어렵다.

셋째, 포장 단위의 문제점을 들 수 있다. 현재의 일관된 단위 포장으로 인하여 호기심으로 또는 시험적으로 소비하려는 소비자들의 접근 성향에 적응하기 어렵다는 문제점이 있다. 따라서 적정 소비량에 맞는 패키지 단위가 필요하다.

넷째, 라벨이나 제품 설명서의 내용이 충분하지 못하다. 라벨에는 일반적인 사항 이외에 내용성분, 적절한 소비방법 등을 구체적으로 명시하며, 특히 의약품이 아니라는 사실을 포장상자에 명시하는 것이 효과적이다. 특히 수출을 겨냥한 제품의 경우 제품설명서는 매우 중요한 정보전달 수단이 되기 때문에 그 중요성이 더욱 커진다. 아래의 표에서도 볼 수 있듯이 한국인삼에 대한 일본 소비자의 불만사항에서 패키지와 라벨에 대한 불만이 28%에 이르는 것을 볼 수 있으며, 이것은 설명서 및 포장디자인의 중요성이 매우 크다는 것을 보여주는 것이기도 하다.

[표 8] 한국인삼에 대한 가장 큰 불만사항(일본)

구 분	가격	효능	제품신뢰성	설명서 및 포장디자인	계
빈도(명)	43	5	13	24	85
비율(%)	50.6	5.9	15.3	28.2	100.0

자료 출처: 인삼류 해외시장 동향, 농수산물유통공사, 2003.12

이와 같은 문제점을 바탕으로 홍삼 패키지의 디자인 방안을 정리하면 다음과 같다.

(1) 패키지 구조: 소비자의 안전과 편의를 염두에 둔 패키지 재료와 오픈 방식을 적용하여야 한다. 상품을 열고 사용하고 보관 및 폐기에 이르는 단계에서 다루기 쉽고 안전한 포장재와 구조가 필수적이다. 패키지의 구조는 제품의 형태와 기능을 반영해야 한다. 내용물에 대한 특별한 고려로서 일정한 유통기간을 통하여 제품의 파손이 방지되어야 한다. 소비자가 제품을 살 때 경제성을 주어야 하고 사용하기 쉽고 안정성을 주어야 하며 구매 시점에서 다른 상품보다 주의력을 끌 수 있고 상품 진열에 효과적인 형태가 유리할 것이다.

(2) 색채: 대부분의 패키지에서 붉은 색을 중심으로 한 몇 가

지의 한정된 컬러가 주로 사용되었음을 문제점으로 지적하였다. 다양한 소비자 층을 겨냥한 새로운 제품의 개발을 추구하기 위한 우리나라 홍삼의 전략적인 측면에 비추어볼 때, 확대된 소비자의 욕구를 충족시키는 다각적인 색채의 적용이 바람직할 것으로 보인다.

(3) 브랜드 로고: 일반적인 붓글씨체나 명조체 계열의 서체에서 벗어나 현대적인 이미지를 전달할 수 있는 다양한 브랜드 로고의 활용이 바람직하다. 패키지에 있어서 브랜드 로고는 상품 자체의 독창성을 표현하는 가장 중요한 요소의 하나인 만큼 적극적인 브랜드 로고의 개발과 적용이 필요하다.

(4) 일러스트레이션: 국내 현황에서 살펴본바와 같이 대부분의 경우 인삼을 평면화한 그림 이외에 특별히 다른 일러스트레이션이 적용된 경우는 찾아보기 힘들다. 따라서 이미지 사진의 활용 가능성과 더불어 일러스트레이션 스타일의 다양화가 필요하다. 사실화 위주의 표현에 한정될 것이 아니라 확대된 소비자 계층의 취향에 적합한 현대적인 이미지의 일러스트레이션 적용이 요구된다.

(5) 그래픽 디자인: 디자인 전략의 가장 중요한 요건중의 하나인 차별화, 즉 시각적인 독창성의 표현은 소비자를 구매와 연결시키는 요인이다. 인지도가 높은 하나의 상품을 모방한 듯한 비슷한 색채와 그래픽 요소들을 사용하는 현재의 그래픽에서 벗어나 브랜드를 차별화한 독특한 그래픽 디자인의 적용이 바람직하다.

이 밖에도 포장 단위의 다양화가 필요하다. 보다 적은 단위의 포장, 즉 소포장을 만들어 홍삼제품을 처음 접하는 소비자에게도 가볍게 접근할 수 있는 기회를 제공하여 다양한 소비자 성향에 적응할 수 있도록 한다. 또한 패키지의 라벨은 외부에는 내용성분을 상세히 표시하여 의약품이 아닌 건강 보조식품임을 인식하도록 하되 품질인증과 소비자 문의처 등을 명시하는 것도 바람직하다. 또한 사용과 보관 방법을 통하여 소비자가 올바르게 제품을 인식할 수 있도록 해야 할 것이다. 특히 국외 수출 상품의 경우에는 더욱 섬세한 주의가 요구된다. 패키지 상자에는 반드시 현지 언어로 표기해서 소비자들이 쉽게 상품의 성격을 파악할 수 있도록 해야 하며, 현지의 소비자들의 관심을 모으고 이해를 돕기 위한 그래픽이나 문구도 고려할 사항일 것이다.

### 4. 결 론

고려인삼으로 불려지고 있는 우리나라 인삼은 다른 나라에서 생산되는 인삼과 구분되어 세계에서 가장 품질이 좋고 가격이 높은 고급 인삼으로 알려져 있으나, 현재 홍삼시장은 소비자 환경의 변화와 국제 인삼시장에서의 치열한 경쟁 등으로 어려움을 겪고 있다. 국내적으로는 최근 원료삼 가격이 크게 오르고 소비자의 욕구가 다양화되고 있으며 수출채산성이 낮아져 업체의 적극적인 수출확대를 유도하기 어렵다는 점 등을 들 수 있으며, 국외에서는 고려인삼이 타국삼에 비하여 가격경쟁력이 열세이고 타국삼의 고려인삼 위조품 유통에 따른 고려인삼 성가하락, 수출가능성이 높은 중국으로의 직수출 등의 요인들을 들 수 있다. 본 연구에서는 이러한 시장 환경에 대응하기 위하여 판매 전략의 가장 중요한 요건 중 하나인 패키지 디자인을 초점으로 국내외의 대표적인 홍삼제품 및 패키지 현황

과 실태를 분석하여 그 문제점들을 도출하였다. 연구 결과 국내 홍삼류 패키지는 재질이나 구조, 그래픽 등에 있어서 업체별 차별화가 부족하며 비슷한 디자인의 적용 범위가 지나치게 높다고 할 수 있다. 이것은 결국 부가가치를 향상시키는 것에 초점을 둔 홍삼 패키지를 제공하기에 매우 미흡한 문제점으로 생각된다. 연구 결과에 대한 향후대책 및 방안으로는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 부적절한 패키지 재료 사용의 문제점을 개선하여야 한다. 홍삼근 제품의 경우, 단위 상품의 가격이 수 백만원에 이르는 고가인 경우에도 동일한 철제 캔에 담겨져 있음을 살펴 보았다. 소비자의 안전과 편의를 고려한 다양한 재질의 활용이나 이지 오픈, 패키지의 개봉성 및 재봉성 등의 패키지 기능을 갖는 구조의 적용이 바람직하다.

둘째, 차별화된 그래픽 디자인을 개발하여야 한다. 즉 다양한 색채와 독창적인 브랜드 로고, 호감을 줄 수 있는 일러스트레이션의 적용 등은 브랜드의 이미지 창출과 소비자의 구매 활동에 중요한 역할을 한다.

셋째, 소비자의 호기심을 자극하고 편의를 제공할 수 있는 다양한 포장 단위를 위하여 소량 포장을 적용시킬 필요가 있다. 넷째, 패키지의 라벨과 제품설명서의 내용을 강화해야 한다. 소비자에게 내용물에 관한 정보를 정확히 제공하는 것은 소비자를 위한 패키지 방안의 핵심일 것이다.

이상과 같이 본 연구에서는 홍삼류 패키지의 패키지 현황을 분석함으로써, 안전하고 편리한 포장 재료의 적용과 제품의 고부가가치를 위한 디자인 개발과 더불어 상품의 정보를 올바르게 전달하기 위한 라벨과 설명서의 기능성을 확대시키는 것이 바람직하다는 것을 강조하고 있다. 이상의 결론을 한마디로 정리한다면, 이미 세계인삼시장에서 약효가 인정된 고려홍삼은 다양하고 기능적인 패키지 디자인의 적용과 차별화 전략을 통하여 국내외 소비자에게 그 이미지를 강하게 전달하고 부가가치를 높이는 역할을 할 수 있다고 요약할 수 있다. 본 연구의 결과는 인삼 제품 가운데 홍삼의 패키지디자인에 초점을 맞추고 있으며 선행연구의 분석을 통해서 이론적으로 이미 입증된 고려홍삼의 우수성과 더불어, 디자인 측면에서 특히 패키지 디자인의 문제점을 살펴보고 개선할 필요성을 강조하고 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 향후 연구에서 소비자 측면에서의 요구와 구매행동, 만족도, 패키지 비용 등 실증적으로 분석하여 이를 검증하여 홍삼 가공식품이나 흑삼 등을 위한 패키지디자인의 가능성을 확대시키는 것이 바람직하다고 보여 진다.

## 참고문헌

- 포장기술편람, 한국포장학회, 2003
- 신동원: 동의보감, 들녘, 1989
- 김길중, 강용탁, 조정섭: 홍삼광고 효율화 방안에 관한 연구, 경영전략연구소, 1994
- 김길중, 강용탁, 조세형, 조정섭: 홍삼제품 다각화전략 수립에 관한 연구, 경영전략연구소, 1994
- 김나영, 한용남, 이정규, 최종원: 홍삼의 사염화탄소 및 갈락토사민 유발 간독성에 대한 치료효과, 고려인삼학회지, 고려인삼학회, Vol.27, No.1, 2003
- 이종원, 이성계, 도재호: 한국산 및 외국산 홍삼의 사포닌 및 무기질 성분 비교, 고려인삼학회지, 고려인삼학회, Vol.26, No.4, 2002
- Herbert M. Meyers, Murray J. Lubliner: The Marketer's Guide to Successful Package Design, NTC Business Books, 1998
- 인삼류 해외시장 동향, 농수산물유통공사 정보지원처 해외조사부, 2003.12
- 식품신문: 2004.2.6
- 한국농어민신문: 2004.2.2
- 한국농어민신문: 2003.4.7
- 문화일보: 2003.9.15
- 농민신문: 2003.9.8
- 국민일보: 2002.10.29
- 동아일보: 2002.11.4
- 중앙일보: 2001.10.22
- 동아일보: 2001.11.14