



이 찬 원

대상(주) 패키지도자인 팀장

식품포장 트렌드

Trend of Food Packaging

사회적 환경의 변화에 따라 소비자의 성향과 패턴이 다양화 되고 더욱 복잡한 양상으로 나타난다. 가족 내에는 가사공백과 별도의 서비스 대행 및 외식문화의 성장을 보이며 여가와 휴식, 공연, 영화, 오락 등의 문화생활을 비중이 높아지고, 교육면에서도 사교육 및 자기개발 등 많은 변화를 보이고 있다. 그렇지만 인간의 소중한 삶의 행복을 추구하는 면에서는 무엇보다도 건강이다.

건강을 위해서는 투자에 관대한 양상을 보이며, 체험형 소비와 환경친화 선호가 높게 나타난다.

최근의 식품포장의 트렌드는 사용하기에 편리하고 안전하며, 상품에 대한 정보 제공과 전달력이 우수하고 친환경적인 상품이 각광을 받고 있다. 포장의 다양한 기능의 확대는 보호성, 경제성 외에 편리성, 정보전달과 판촉성, 환경친화성 등의 기능이 고려되고 있다.

라이프 스타일이 다양해짐에 따라 요구조건이 변하고 핵가족화와 개개인의 식사내용이 다양하고 1회용 포장의 필요하게 되며 여가와 레저 활동이 늘어나게 됨에 따라 반제품, 완제품, 조리식품도 자연적으로 늘어나고 있다.

또한 전자렌지, 오븐렌지 등의 즉석용 포장용기의 기술개발에 따른 간편성과 쉽고 빠르고 사용 편리성 기능이 다양하게 적용되고 있으며 물류구조의 변화, 할인점의 성장 등 유통구조의 급속한 변화로 운반, 진열, 보관, 하역 등의 포장개선 및 디자인을 요구하게 되고, 다양한 경쟁우위 제품을 위해 브랜드 개발에 많은 지원과 투자를 하고 있다. 기존 브랜드와 더불어 패밀리 브랜드의 개발이 늘어나고 있으며 식품포장디자인의 차별화와 소비

자 커뮤니케이션을 위해 연구와 적용이 지속적으로 이루어지고 있다. 디자인 표현도 색상이 화려하고 감성적인 디자인이 주류를 이루고 있으며 분할 디자인보다 포장면 전체를 이용한 디자인으로 진열 시 소비자의 시선을 위해 임팩트를 주고 간결하고 심플하며 연속무늬로 이어지는 디자인의 상품이 늘고 있다.

소비자 불만 해소와 다양한 정보제공, 리콜제도, PL법 등으로 포장 표기사항이 많아 포장디자인의 표현에 있어서 이를 디자인의 일부로 인식하게 되었다. 포장디자인에서 핵심 요소인 상품명 네이밍도 일반적인 내용보다 설명적이고 감성적 언어의 네이밍이 눈에 띄게 많아졌고 소구계층에 따라 다양한 캐릭터도 매우 활발하게 적용되고 있다.

또한 노약자, 장애인 등 소외계층을 위한 포장 디자인도 여러 방면에서 이루어지고 있으며 환경적인 측면과 기업 이미지 제고 및 홍보를 위해서도 지속적으로 추진되고 있다.

환경적인 측면은 세계각국이 공통적으로 안고 있는 과제로서 포장폐기물이 지구오염과 환경변화의 많은 비중을 차지하고 있어 포장의 개선과 친환경 소재의 개발이 시급한 문제로 대두되고 있다. 포장디자인의 필수적인 요소가 되어버린 '친환경 그린' 개념이 디자인 개선을 통한 포장폐기물에 대해 효과적인 관리가 수반되어야 한다.

포장디자인에 있어서는 기술적인 고찰로 용기의 경량화, 리필, 소재선택 및 후가공 처리방법, 포장재료 구조 개선, 사용 후 폐기성을 고려한 디자인 개발도 활발하게

적용되고 있으나 아직은 초기 투자 비용과, 포장재료 비 상승 등 포장원가 측면에서 적용이 어려워지고 있다.

또한 사이버 공간에서의 판매를 위해 포장용기 개발 등 포장디자인에 대한 연구 및 실제 적용이 활발하게 이루어지고 있다. 유리용기나 PET 용기의 경우 소용량의 새로운 형태의 용기가 다양하게 나타나고 금속캔의 경우 익스펜디드 캔의 외형상 곡선형의 캔이 선보여 눈길을 끌고 있다. 이 캔은 외형이 특이해 소비자들의 눈길을 끌 수 있지만 제조단가가 비싸고 공정 시간상 늦어 아직까지 국내시장에서 확산은 저조하다.

사용이 간편하고 차별화된 패키지 정보전달과 친환경적인 포장으로 점차 바뀌고 있는 추세이다. 포장재질이나 형태면에서도 많은 변화를 보이고 있다.

간편한 스틱 포장이 눈에 띄게 많이졌고, 할인점의 증가로 각종 Display 기능을 강화한 포장형태가 날로 늘어나고 있다. 포장용기에서 인 몰드 라벨 용기가 점차 확대되고 있으며 유리병 용기는 점차 줄어들고 PET 용기, 종이팩으로의 대체가 늘어나고 있다. 마요네즈, 케찹, 소스, 우유, 콜라, 사이다, 주스 등도 포장이 바뀌고 있으며 맥주시장도 철과 나일론이 다층코팅 된 PET병으로 바뀌고 있다. 유리병의 경우 무겁고 깨지기 쉬우며 PL법과도 연관되어 기피하고 있어 유리병의 활성화를 위한 환경대비 초경량화 유리병 개발을 하고 있다.

또한 사회적 변화 속에 인스턴트 식품이 범람하고 이에 따라 포장재 또는 포장용기로부터의 위해 가능성이 있는 물질들이 가공, 저장 또는 조리 중에 식품으로 이행되는 문제가 부각되고 있다. 이행된 물질에 의하여 소비자의 건강을 위협하거나 식품의 관능적 품질에 영향을 미친다는 것은 중요한 관심사가 되고 있다. 이러한 위해 가능물질의 대표적인 예는 스티렌 모노머, 다이머, 트리머, 다이옥신, PCB, 비스페놀 A 등 환경호르몬으로 대상물질의 종류, 시험방법, 노출형태, 생체 내에서의 작용 메카니즘 등이 과학적으로 아직 명확하게 밝혀져 있지 않다. 환경 호르몬에 의한 호르몬 교란은 그 영향이 몇

세대 뒤에 나타난다는 점에서 실증적연구가 쉽지 않다. 환경호르몬은 단기적인 영향보다는 오랜 기간 인체에 축적돼 피해가 나타나는 것이 특징이어서 더욱 심각한 우려를 낳고 있으나 인체유해성에 대해서는 아직 뚜렷한 증거가 나오지 않고 있다.

식품의 안전성 확보와 품질 유지 문제는 소비자 보호와 관련 하여 매우 중요하기 때문에 포장분야에서도 심도 있는 연구가 수행되어야 한다.

식품 패키지도 디자인도 경쟁력을 갖추기 위해 소비자의 요구에 따라 변화를 같이 하고 있다. 상품의 브랜드와 네이밍이 변하고 패키지와 디자인이 계속적으로 시장환경에 맞게 변화되고 있다. 포장용기의 차별화, 기능성 부여, 사용편리성 추구, 선호도 조사를 통한 모델변경과 디자인의 지속적인 Renewal이 이루어지고 있다.

편의식품과 냉동식품의 증가에 따른 전자레인지용 포장, 물류비용 절감을 위한 규격표준화 포장, 신선도를 유지할 수 있는 고기능성, 고차단성 포장, 환경을 고려한 적정 포장이 향후 식품포장에 다양하게 적용될 것이다.

식품업계에 이색적인 포장 제품들이 속속 등장하면서 기존의 고정관념을 벗어난 가벼우면서도 편리한 새로운 형태의 기능성 포장이 지속적으로 늘어나고 있다. 간편함을 강조한 제품 용기의 변화는 기능성 음료나 빙과 등에서도 두드러진다. 간편성과 휴대성이 용이한 스파우트 파우치, 손에 잡기 편하고 찌막기 쉬운 튜브포장, 사용 후 보관하기 좋은 지퍼백, 나눠 먹기 좋은 듀얼 포장, 특이한 형태의 삼각포장의 fold wrap 및 twist의 삼각 피라미드 포장, 일회용 스틱포장 및 일회용 용기 포장 등 산뜻하고 튀는 디자인과 기능성 포장이 다양하게 나타나고 있다.

웰빙과 환경친화적인 사회변화에 따라 외관적인 패키지 디자인과 식품위생 안전성, 사용 편리성, 재활용성, 친환경적 폐기성 등에서 포장이 결정적 요소로 작용하며 포장이 환경에 미치는 영향에 대해서 포장폐기물 절감을 위한 방향으로 점점 변하고 있다. [ko]