



# 동남아시아 식품포장 현황

## Food Packaging in South-east Asian Countries

村上善行 / 이지노모토펜키징(주) 포장기술센터

### 1. 서론

동남아시아 등 개발 도상국에 있어서 식품포장 관련 업무 수행하기 위해서는 일본과는 다른 현지 사정을 고려해야 한다. 이것은 바꾸어 말하면 일본의 식품포장 시장과 그 상식이 해외에서는 특수한 것으로 되어 그 개념을 그대로 동남아시아 포장비즈니스로 적용하려고 한 경우에 여러 가지면에서의 리스크가 발생한다고 하는 것을 의미한다.

본고에서는 동남아시아에서 식품포장 비즈니스를 행 할때에 유의해야 할 사항을 몇가지 소개 해 본다.

#### 1. 포장제품 경향

동남아시아 각국의 포장제품에서 볼 수 있는 경향으로서는 나라에 따라 각론은 다르지만 그 나라의 GDP 성장에 거의 비례하여 포장제품 형태 및 포장제품에 부여되는 기능성 부가가치가 변화한다고 하는 것이다. 따라서 각국의 발전단

계에 따라 현재의 포장제품 레벨이 어느 단계에 존재하는가를 파악한 뒤에 포장사양을 검토할 필요가 있다.

포장제품 형태에 관해서 이야기 하면 예를 들면 조미료 포장의 사정에서 이야기 하면 날포장당의 내용량이 적은 것에서 큰 것으로 서서히 변화해진다(사진 1).

GDP가 낮은 나라에서 판매되는 조미료는 날포장은 1g에서 10g의 단위로 판매되는 것이 많고 그 대부분은 카렌터 포장의 형태로 소비자가 접두에서 날포장을 잘라서 구입하는 형태이다.

이것은 구입층에 저소득층이 많아서 가계가 한번에 지출할 수 있는 단위의 현금이 적다고 하는 것을 의미하고 있다.

그 나라의 GDP가 성장함에 따라 부유층이 늘어나고 여유 있는 현금에서의 사재기라고 하는 현상이 시작되기 때문에 시장에 있어서도 100g, 500g, 혹은 1kg 등의 대용량의 포장제품이 나타나기 시작하며 시기를 같이 하여 유통현장에서는 종래의 구멍가게에서 외자계 대형마트의 진출이 시작되기 때문에 유통환경도 여기에서 변화를 시

[사진 1] 날포장 내용량 변천



작한다. 포장제품의 기능성 부가가치라고 하는 것에 관해서는 일본만큼의 예로서는 레토르트 파우치 식품, 후리즈 드라이 식품, 도구들이 인스턴트 식품 등 이것도 GDP의 성장에 따라 비로서 시장에 나타나기 시작한 것이며 역시 인간은 여유가 있어야 한가함을 느끼기 시작하는 것은 각국의 공통점인 것 같다.

소비자의 포장품질에 대한 의식으로서의 일본에 비해 훨씬 낮다고 할 수 있다. 그러나 이것은 일본 소비자의 품질에 대한 의식이 전세계에 있어서 비교되지 않을 정도로 높이고 말해야 할 것이다. 동남 아시아 각국의 시장을 시찰해 보면 점두에서의 파대, 샘, 기타 포장품질상의 문제를 아주 쉽게 볼 수 있다. 그러나 소비자는 대범해서 특히 큰 문제가 되지 않는 한 문제가 있는 것은 버리면 된다고 하는 상태이다.

## 2. 포장재료 조달 사정

포장재료의 조달에 있어서 동남아시아에서는 모든 종류의 포장재료를 일본과 같은 레벨의 품

질을 기대 할 수 있다고 하는 것을 전제로 상정되는 리스크를 고려해야 할 필요가 있다.

일반적인 컨버터 산업에 관해서는 각국 모두 다수의 메이커가 존재하여 조달 자체에는 지장이 없으나 일본과 같은 위생관리를 하는 메이커는 거의 없다고 해도 과언이 아니다.

컨버터의 원가라고 하는 관점에서 생각하면 원재료 즉 각 원단이나 잉크, 접착제 등 변동비는 어느 것이나 석유 메이저를 기본으로 하는 중화학 공법에 입각하는 것이므로 그 가격은 국제 가격이어서 일본과 그만큼의 차이는 발생하지 않는다. 또 인건비는 그 단가가 싸다는 점에서 각사의 차이는 나타나지 않는다. 즉 각사의 원가차이를 발생하는 요인은 오로지 설비투자, 관리비 기타 메이커의 고정비이며 이것은 알기 쉽게 이야기 하면 품질이 나쁜 컨버터에 의한 연포장재는 싸고 환경정비도 포함한 높은 품질을 유지하는 컨버터는 가격이 비싸다고 하는 단순한 구조를 낳고 있다. 그러나 포장제품 품질에 주는 영향을 고려하면 후자 컨버터와 거래하지 않을 수 없는 것이 실태이다.

기타 각국 포장 재료별에 의한 과제를 소개한다. 지기류에 관해서는 일본에 대해 기술이 매우 낮다.

이것은 카톤이 주로 미장성, 상품성 등의 부분을 담당하고 성질을 갖는 것에 대해 실용성과 코스트가 요구되는 동남 아시아에 있어서는 일본만큼의 양적 수요가 보이지 않는다고 하는 배경에 있는 듯 하다.

원지의 평량은 오차가 심하고 또 인쇄품질도 구구각색이며 상품성장 중요한 것이지만 날포장의 사진 디자인을 인쇄하는 옵셋, 혹은 그라비아



인쇄의 조색 기술의 부족에서 오는 색감 차이나 인쇄 어긋남이 발생하기 쉬운 경향이 있다.

또 블로우 성형, 사출 성형 등의 금속 성형물에 관해서는 신중한 검토가 필요하다. 특히 미묘한 감합성이 요구되는 보틀, 캡류에 관해서 정밀도가 요구되는 금형제작은 거의 일본에 의지하고 있어서 동남아시아 각국의 상품개발시의 추후의 과제를 되고 있다.

이에 관해서는 서서히 일본의 금형메이커가 각국에 진출하고 있으며 나라에 따라서는 일본과 동등한 품질의 수지 성형품을 손에 넣는 일이 가능해지고 있다.

또 동남아시아는 일본과 같이 각종 포장재의 사용물질이 관련단체의 자주규제 리스트의 요구를 당연히 만족 시킨다고 하는 전제에 입각할 수가 없다. 이것도 특히 포장제품의 일본으로의 수입을 예상하는 경우는 조심해야 할 점이다.

앞에서 말했듯이 포장재 공급상의 여러 가지 제약에 의해 동남아시아 각국에서는 일본과 같은 포장형태 기술부가가치가 풍부한 배리어이션은 볼수가 있다. 따라서 유저의 관점에서는 한정된 형태, 기술, 좁은 선택으로 포장을 생각해야 한다. 그런점에서 일본 포장업체의 기술력으로 볼 때 예를 들면 (주)호소까와의 'FC CUT' 혹은 도요세이칸(주)의 'TULC 캔' 등과 같은 일본의 우수한 기술이 동남아시아로 진출 하는 것이 바람직 할 것 같다.

### 3. 포장사양 설계상 유의점

동남아시아 각국에서의 포장사양을 검토 할때 특히 일본과의 차이를 고려해야 할 것은 유통사

정의 차이 및 시장의 포장형태에 관한 수용여부이다.

유통사정에 관해서는 일반적으로 일본에 비해 가혹하다.

파렛트 단위보다도 개별적재 운송이 기본이고 그 적재도 일본기준으로는 분명히 위법이라고 생각되는 가혹한 적재 상태의 차량을 많이 볼 수 있다.

또 하역 담당자도 일본과 같은 취급은 볼 수 없고 상품을 던지는 것이 일반화 되어 있으므로 수송포장의 사양에 관해서는 이 점을 충분히 유의해야 한다. 또 하역 담당자도 일본과 같은 취급은 볼 수 없고 상품을 던지는 것이 일반화되어 있으므로 수송 포장의 사양에 관해서는 이 점을 충분히 유의해야 한다. 또 유통강도에 관계되는 큰 사항이 골판지 상자의 사양이지만 이것도 일본 기준과 다른점이 많아 주의해야 한다.

구체적으로 이야기 하면 일본에서 가장 일반적인 골판지는 A골이지만 동남아시아의 거의 모든 나라의 주류는 C골이며 또 골판지 재료는 일본이 거의 고지재생인 것이 비해 버진 펄프를 사용하는 비율이 크다.

즉 고지재생에 비해 펄프에 포함되는 장섬유 비율이 크기 때문에 같은 평량의 원지라도 링크라 위치가 다르다. 또 일본에서 골판지 상자의 압축 강도를 추산할 때에는 케리커트식이 사용되는 것이 일반적인 것에 대해 동남아시아에서는 맥키식을 사용하는 것이 많다.

즉 여러 가지 점에서 일본과 같은 기준으로 골판지 사양을 검토 하는 것이 곤란하기 때문에 신중한 현물 확인이 필요하다.

포장형태의 수용성에 관해서는 이것을 각국의

문화, 국민성과 연동하여 뿌리내리는 것으로 각국 가지가지이기 때문에 결코 외보로부터 선입관을 가져서는 안된다.

일본인의 감각으로서는 조미료, 청량음료수, 세제, 기타 모든 포장제품은 그 포장형태와 링크되어 있는 것이다.

상식적이므로 보통 의식조차 하지 않을지 모르지만 이것이 미스매치를 일으키면 소비자가 이해할 수 없게 된다. 예를 들면 동남아시아의 시장에서 포장제품을 관찰해 보면 일본으로 이야기 하면 액체세제, 혹은 샴푸처럼 안료로 착색된 수지 블로우 보틀에 충전된 요구르트 등을 볼 수 있으나 일본에 있어서는 이 형태의 요구르트는 있을 수 없다. 소비자는 점두에서 위화감을 느껴 결코 손을 뻗지 않을 것이나 그것은 어디까지나 일본의 감각이다.

그 나라 사람들에 있어서는 아주 친숙한 포장형태인 것이다.

거꾸로 이야기하면 일본에서 커피용 그래뉴당은 작은 스틱 포장으로 아무런 설명이 없어도 그것을 잡으면 당연히 그래뉴당이라고 인식하겠지만 동남아시아에서는 그것을 인식하지 못하고 단지 위화감을 느낄 뿐이다.

포장형태의 선전에 관해서는 '로마에 가면 로마의 법을 따르라'고 하는 말 밖에 할 수가 없다.

#### 4. 식품 포장 현장 사정

식품 포장공장의 생산 현장에 관해서는 다른 산업과 마찬가지로 노동집약형 산업의 경향이 강하다. 이유는 물론 인건비가 싸기 때문이지만 일본과 같이 다분야로 자동화된 고도의 포장기계류

는 현지에서 기계 메이커에 의한 서포트가 없기 때문에 정비가 곤란한 경우가 많아서 이것도 동남아시아에 있어서 공정 자동화의 흐름을 저해하는 하나의 요인으로 되고 있다. 그렇다고 해도 물론 어느 정도의 생산량이 확정 기대할 수 있으면 자동화에 의한 메리트를 기대할 수 있지만 메이커에 걸맞는 설비투자에 의해 더욱더 코스트다운을 할 수 있기 때문에 신제품의 성패가 심한 일본에 비해 최초의 웨어를 잡은 메이커가 그 후도 지속적으로 톱을 달릴 수 있다고 하는 구조가 보다 선명하다.

## II. 마무리

여기에서 소개한 동남아시아 개발 도상국들은 각국의 식품포장 사정의 차이가 있고 또 그들은 그 나라의 성장진도에 따라 서서히 변화하고 있다. 그 중에서 한정된 기술 수준이다.

선택형 제한사항을 고려하면서 파악해야 한다.

단 여기에서 가장 중요한 일본과의 차이는 일본 제조업계의 시장이 포화되어 있는 것에 반해 동남아시아의 시장은 아주 비약적인 성장을 계속하고 있다는 것이다. 즉 기술, 형태의 배리어이션이 적은 것에 대해서 전체의 유통량은 나라에 따라 다르지만 일본에 비해 손색이 없고 더구나 계속 늘어나고 있다. 성장 정도에 따라 포장이 변화한다고 하는 것은 거꾸로 말하면 일본의 고도 포장기술이 그 기술요소에 따른 적절한 타이밍으로 진출한 찬스를 놓쳐서는 안된다는 것이다.

그 양적 포텐셜에서 포장재료 메이커의 유지는 연대를 중시하여 서로의 호기를 놓치지 않는 것이 중요하다. ☐