

주목해야 할 패키징 디자인 ①

포스트 코로나를 대비하는 제품 패키징 디자인 트렌드

전 세계인의 삶을 송두리째 바꾸어 놓은 코로나19로 인해 산업 전반에도 큰 변화가 예상된다. 특히 가처분 소득 감소와 소비 심리 수축으로 꼭 필요한 것에만 지갑을 여는 구매자들이 늘어날 것으로 전망된다. 과거보다 더욱 간간해진 구매자의 시선을 잡기 위해 가장 중요한 것 중 하나가 패키징 디자인이다. 사람에게 대한 첫 인상이 3초 안에 결정되는 것처럼 좋은 패키징 디자인으로 구매자의 시선을 한 번에 사로잡을 수 있기 때문이다.

포스트코로나시대를 맞아 국내 최대 디자이너 커뮤니티이자 산업 디자인 콘테스트 플랫폼인 '라우드소싱'과 함께 패키징 제조업체들이 주목해야 할 패키지 디자인에 대한 시리즈를 총 4회에 걸쳐 진행한다.

- 편집자 주 -

코로나19는 전 세계의 산업 전반에 치명적인 영향을 미치고 있다. 패키징 산업 역시 예외는 아니다.

패키징산업은 특히 원자재 부족, 격리, 사재기 열풍 등 코로나19와 연관된 다양한 문제를 겪기도 했다.

포스트코로나시대에 많은 기업들이 해외 생산의 위험을 고려해 전체 생산은 물론 공급망 운영을 현지화하려는 움직임이 일어나고 있다. 소비자 또한 현지에서 생산된 신뢰할 수 있는 고품질 제품을 선호하는 경향이 강해지고 있다. 이러한 시장의 트렌드와 소비자 행동 변화는 패키징 디자인에도 여러 시사점을 안겨준다.

이는 기존 브랜드뿐 아니라 새로운 브랜드 또한 패키징 디자인에서 고려해야 할 부분이라 할 수 있다.

포스트코로나시대의 제조업체들이 눈여겨봐야 할 패키징 디자인 트렌드는 무엇일까.



김승환

라우드소싱 대표

1. 위생적이고 안전한 패키징 디자인에 대한 요구

소비자와 소매업은 그 어느 때보다도 위생을 중요시하고 있으며, 패키징 디자인 또한 이러한 추세에서 자유로울 수 없다.

바이러스는 일반적인 소독 방법이나 고온 처리를 거치더라도 살아남을 수 있

다. 때문에 많은 소매업체는 정기적으로 창고를 소독하고 있으며, 전자상거래 플랫폼은 비접촉식 배송 옵션을 제공하고 있다.

많은 브랜드들이 포장재를 쉽게 부패하는 제품을 보호하는 용도로 사용하고 있지만, 이제는 한발 더 나아가 영구적인 항균 표면 코팅과 같은 고급 배리어(barrier) 기술을 사용할 때가 멀지 않았다. 실제 나노케어(NanoCare)라는 브랜드는 이러한 기술을 이미 적용하고 있다. 친환경 식품 등급 배리어 코팅 기술은 피자, 햄버거, 밀 박스와 같은 모든 배달 음식 포장에도 통합될 수 있다.

2. 이커머스 및 비접촉 배달로의 전환

전 세계 많은 지역에서 록다운(lockdown)이 진행되면서 점점 더 많은 사람들이 온라인 쇼핑을 이용하고 있다. 과거, 오프라인 구매를 선호하던 소비자들도 이제 자연스럽게 온라인 쇼핑을 선택한다. 또한 많은 이커머스 플랫폼은 현지 상점과 제휴, 소비자가 주문한 제품을 집으로 배달하고 있다. 이러한 추세는 쉽고 편리한 온라인 쇼핑의 장점으로 록다운이 완화된 이후에도 지속될 것으로 보인다. 이전에는 마트나 편의점의 선반에서 제품이 눈에 잘 들어올 수 있도록 제작되었다면, 이제는 웹사이트나 앱에서 잘 노출될 수 있도록 디자인되어야 한다. 패키징 디자인의 패러다임이 바뀌고 있는 것이다.

전 세계는 이미 전통적인 매장 중심의 마케팅에서 이커머스로 서서히 전환하고 있는 중이다. 특히 인스타그램을 비롯한 소셜 미디어의 인기가 이커머스를 더욱 확산시키고 있다. 아울러 인스타그램과 유튜브 내 언박싱(상자를 연다는 뜻으로, 구매 제품의 패키징 상자를 개봉하는 과정을 의미) 콘텐츠가 증가하면서 이러한 경험을 극대화한 맞춤형 및 프리미엄 패키징 디자인 또한 증가하고 있다. 독특한 언박싱 경험을 창출하면 입

소문을 통해 소비자 참여를 높일 수 있으며, 브랜드 인지 강화는 물론 구매 상승으로까지 이어진다. 깜찍한 메이크업 제품부터 럭셔리 제품까지 언박싱 비디오 콘텐츠는 브랜드에 많은 홍보 효과를 가져다준다. 따라서 많은 중소기업들은 이러한 트렌드를 반영, 제품뿐만 아니라 라이프스타일을 소구 포인트로 해 소비자에게 다가가고 있다.


이커머스로의 전환은 사람들이 비접촉 배달을 선택한다는 것을 또한 의미한다. 이러한 추세는 특히 음식 배달에서 두드러지고 있다. 주문한 음식이 배달되면 포장을 문밖에 두고 주문자에게 바로 도착 메시지가 전달된다. 패키징 디자인의 개선으로 음식을 배달하는 라이더와 주문자의 접촉을 최소화할 수 있다. QR 코드 및 물리적 포장을 통한 디지털 참여와 같은 기술의 사용이 중요해질 것이다.

3. 지속가능성에 대한 장기적 요구

지속가능성은 최근 패키징업계의 가장 큰 트렌드 중 하나다. 지속가능한 패키징의 화두가 되면서 관련 분야에서도 점점 더 의미 있는 개발이 진행되고 있다. 이미 일부 업체는 과일 패키징용 먹을 수 있는 플라스틱 필름, 감자로 제작한 샌드위치, 베이글, 비스킷 패키징, 퇴비로 사용할 수 있는 와인병, 해초로 만든 커피팩, 세제와 퍼스널 케어 제품을 위한 수용성 패키지 등 혁신적인 패키징 기술을 실제 적용하고 있다.

그러나 코로나19 위기로 골판지, 플라스틱 및 유리 같은 기존에 사용되던 재료가 또 다시 사용되고 있다. 대부분의 지속가능한 패키징 옵션은 아직 초기 단계에 있으며 필요한 수량으로 생산할 수 있는 인프라가 제대로 구축되어 있지 않은 상태다. 코로나19가 장기적으로 지속가능한 패키징 트렌드를 중단시키지는 않겠지만, 단기적으로

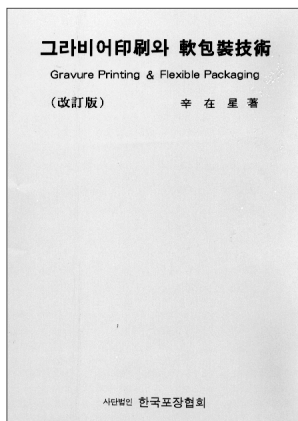
는 속도에 어느 정도 영향을 줄 것으로 보인다.
제로 웨이스트(zero waste) 운동 또한 코로나19로 인해 난관에 봉착했다. 많은 커피 전문점들은 바이러스 오염에 대한 위험 때문에 재사용이 가능한 컵 사용을 중단했다.
또한 제로 웨이스트 그로서리 또한 고객들이 자신의 용기를 가져와 같은 디스펜서를 사용하지 못하

도록 방침을 바꾸었다.
그러나 이는 코로나로 인한 일시적인 현상으로, 지속가능한 패키징은 거스를 수 없는 글로벌 트렌드이다. 관련 분야에 더 많은 관심과 투자가 필요하다는 것을 의미한다. 코로나 사태가 종료된 후에도 제조업체와 디자이너는 지속가능한 패키징에 대한 개발과 노력을 미루어서는 안 된다. 

라우드소싱은…?

라우드소싱은 콘테스트를 통해 누구나 디자인에 대한 고민을 해결할 수 있는 크라우드소싱 플랫폼(<https://www.loud.kr/>)이다. 디자인이 필요한 의뢰인이 콘테스트를 개최하고, 콘테스트에 참가한 디자이너 작품 중 우승 작품을 선정한 뒤 상금을 지급하면 해당 디자인을 활용할 수 있다. 현재 11만 명의 디자이너 회원이 활동하고 있으며, 대기업부터 정부기관까지 다양한 고객들이 라우드소싱을 통해 디자인 관련 콘테스트를 개최하고 있다.

라우드소싱을 통해 진행된 디자인 프로젝트는 1만 3천여 건에 이르며, 등록된 디자인 작품 수는 50만 건을 넘어섰다. 현재 중소기업과 스타트업 기업 및 소상공인뿐만 아니라 삼성, LG 등의 대기업, 방송국, 지방자치단체, 공기업까지 다양한 기업들이 라우드소싱 서비스를 활용하고 있다. 이에 힘입어 라우드소싱은 지난 3월 DSC인베스트먼트로부터 시리즈 A 투자를 유치하기도 했다.



서적 안내

그라비아 인쇄와 연포장기술

우리나라 연포장 인쇄의 교과서라 할 수 있는 「그라비아 인쇄와 연포장기술」의 개정판이 출간됐다.

증보·보완되어 출간된 「그라비아 인쇄와 연포장기술」에는 포장의 개요, 그라비아인쇄, 제판, 그라비아인쇄실기, 그라비아잉크, 포장재료 등 그라비아인쇄관련기술과 문제해결책, 재료관계 등이 간결하고 정확하게 설명되어 있다.



(사)한국포장협회

· 가격 : 15,000원
· 구입 문의
TEL : (02)2026-8655
E-mail : kopac@chollian.net