



Global Packaging News

USA

노동 위기에 직면한 소비재 제조사들 공급망 전체 노동력 부족, 가격 인상 초래

소비자브랜드협회(Consumer Brand Association, 이하 CBA)에 의해 공유된 새로운 자료에 따르면, 소비재(CPG)산업은 2021년 2분기에 1만 2,000개의 일자리가 추가되는 데 그쳐 노동 위기에 직면하고 있는 것으로 나타났다. 이는 7월 식품제조업 임금이 전년 대비 4.6% 오른 것과 비교되는 수치이다. 생산직 및 비 감독직의 경우 임금 상승 폭이 더욱 커 6%의 임금 상승을 기록했다.

또한 식음료 제조업체들의 생산자물가지수(PPI) 역시 전년대비 4월 6.1%, 5월 6.5%, 6월 7.1% 상승한 것으로 기록되었다. 이는 식품 제조업체들이 겪고 있는 운송 지연, 연료가격 인상 등의 공급망 문제를 반영하고 있다. CBA 보고서에 따르면 미국 경제가 6.5% 성장하였지만 전문가 컨센서스 8%에 미치지 못한 것으로 나타났다. 예상에 미치지 못하

는 성장을 보인 것은 공급망에서의 부진이 원인으로 꼽히고 있다.

이에 반해 소비자 지출은 팬데믹 이전 수준에 이미 도달한 것으로 나타났다. 재택근무, 새로운 전자상거래 구매 행위, 델타 변이 바이러스에 대한 계속된 소비자 우려 등의 요인들은 공급망의 경색이라는 악재와 맞물려 혼란을 가중시키고 있다. CBA가 현재까지 발표한 데이터는 델타 변이 바이러스가 미치는 경제적 효과를 반영하고 있지 않다고 지적되고 있다.

이미 공급망이 확장되어 있는 상황에서 CPG산업은 국내 소비의 증가를 따라잡지 못하고 있다. 8월 초 여론조사에 따르면 35%의 미국인이 델타 변이 바이러스로 인해 집에서 더 많은 시간을 보내고 있는 것으로 나타났다. 월스트리트 저널에 따르면 이러한 공급 부족 현상으로 인해 식료품점들이 발주 물량의 40%만 공급받는 경우가 발생하기도 하였다. 식품업체들은 최근 발생하고 있는 공급 부족 현상이 2022년까지 지속될 것이라도 예상하고 있다.

이러한 수요와 공급의 불균형은 식음료 전반에 걸쳐 나타나고 있다. Lunchables과 소포장 케첩이 기록적 수요가 나타나고 있으나 크래프트 하인즈는 수요 증가를 따라잡는 공급 물량을 생산하지 못하고 있다. Celestial teas, Terra chips, Sensible Portions Garden Veggie Straws를 생산하는 Hain Celestial 역시 비슷한 공급 부족 현상을 겪었다. 동사의 Mark Schiller 사장은 최근 4분기 실적 발표에서 공급망 전체의 노동력 부족은 소싱, 내부 제조, 상품 유통에 영향을 미쳤고, 노동 문제에서 기인한 수익성 감소를 겪었다고 말하였다

이러한 시장 상황에서 모든 브랜드는 2분기 CPG 수요 8.7% 상승을 기록할 만큼 가파르게 상승하고 있는 수요에 맞춰 공급량을 증가시키는 것에 목표를 두고 있다.

Conagra는 정상적인 유통 경로를 우회하여 공장 또는 단일 유통센터에서 직접 배송하는 것을 시작하였다. 코카콜라와 몬텔리즈와 같은 회사들은 생산능력을 수요가 많은 제품으로 옮기기 위한 조치를 단행하였다.

지난 4월 CBA는 팬데믹 초기 고용 감소 후 2020년 10월까지 팬데믹 이전 고용율의 98% 수준까지 고용이 회복되었다고 보고하였다. CPG 업계가 생산 증가에 따른 적합한 노동자 발굴에 어려움을 겪고 있다는 것은 2020년 하반기 추세 반전을 반영하고 있는 것이다.

각 업체들은 필사적으로 근로자들을 유인하려고 노력하고 있다. 일손이 부족한 제조업체와 화물회사들은 임금을 인상해 기업들의 물가 상승 압력을 가중시키고 있다. 또한 원자재, 운송용 연료 및 전자상거래에 대한 투자 역시 공급망에 압력을 가하고 있다.

8월 초 크래프트 하인즈는 포장 비용을 줄이고 수

요 증가에 대응하여 공급량을 증가시키는 것을 통해 점증적 인플레이션을 줄이기 위해 노력하고 있다고 말하였다. 펩시코와 Conagra 브랜드 역시 원자재, 인건비, 운임 등의 높은 비용을 소비자에게 전가할 것이라고 말하였다. Conagra 식품의 CFO David Marberger는 2021년 3분기 실적 발표에서 가격 조정이 산업 전반에 걸친 생산 투입 비용에서 광범위하게 일어날 경우 시장에서 받아들여질 가능성이 높으며, 이러한 환경이 현재 시장에서 조성되고 있다고 말하였다.

USA

동물복지 · 유기농 강조표기 증가

식물 기반 제품과 경쟁하는 육류 및 유제품

동물 기반 육류 및 유제품 제조업체는 동물복지 개선과 환경문제에 대한 영향에 있어 소비자들이 가지는 수요를 점차 해결하고 있으며, 이는 식물 기반 제품과의 경쟁에 있어 매출을 방어하고 나아가 성장시키는데 도움을 주고 있다고 SPINS의 부사장인 Kathryn Peters가 말하였다. Peters는 최근 식물 기반 제품의 건강에 대한 이점과 지구 환경에 대한 장점이 많이 거론되고 있지만, 이와 더불어 육류, 유제품, 가공육 및 해산물 분야의 동물성 단백질 측면에서 일어나고 있는 큰 변화를 Natural Products Expo East에서 언급하였다.

이를 보여주는 예로 팬데믹 이전에 비해 더 많은 육류 및 유제품이 동물복지 및 Non-GMO 강조표기(Claim; 클레임)를 사용하고 있는 것을 예로 들었다. SPINS의 데이터에 따르면 8월 8일로 종료되는 지난 1년 동안 동물복지 강조표기가 있는 육류 제품은 7.5% 증가하여 7억 7,900만 달러에 달했으며, 동물복지 강조표기가 있는 유제품은 3.3% 증가한 3억



3,600만 달러였다. 같은 기간 육류 카테고리에서 폴을 먹인 제품은 7.4% 증가하여 2억 3,600만 달러에 달했고 방목한 제품의 경우 4.3% 증가한 8,600만 달러로 늘었다. 이러한 증가는 소비자들이 해당 부문에 대한 관심을 가지고 있는 것을 반영한다고 말했다. Non-GMO 표기 제품은 육류와 유제품 모두에서 증가하였으며, 이전에 비해 더욱 빠른 속도로 증가한 것으로 나타났다. 육류 카테고리의 Non-GMO 제품은 10.3% 증가한 3억 2,100만 달러로 증가했다. 그러나 유제품의 경우 증가 폭이 제한되어 0.5% 증가한 39억 달러에 그쳤다.

SPINS의 조사에 따르면 유기농 주장의 경우 육류와 유제품 범주로 나누어 볼 때 다른 모습을 보였다. 유기농 라벨을 붙인 육류 제품은 2.7% 증가한 7억 9,200만 달러를 기록한 반면, 유제품의 경우 오히려 0.2% 감소한 30억 달러를 기록한 것으로 나타났다. Peters는 많은 농장의 생산자들이 소비자의 요구에 응답하여 동물복지 등의 분야에 있어 지속적인 혁신을 진행하는 모습을 보여준 것에 매우 기쁘다고 언급하였다. 또한 그녀는 유기농산업이 동물 기반 육류 및 유제품 부문에서 재생농업 및 해당 인증을 적극적으로 추진하고 있다고 말하였다.

SPINS에 따르면 천연 및 유기농 사업 카테고리에 있어 식물 기반 제품은 전체 식음료 매출의 성장률을 3배 상회한 것으로 나타났다. 식물 기반 제품은 전체 식음료 시장의 성장률이 4.2% 기록한 것에 반해 12.8% 성장하였다. 2년간 식물성 제품은 19.6% 성장하였다. 이러한 가파른 성장세는 단순히 펜데믹으로 인한 쇼핑 트렌드의 변화를 넘어서는 놀라운 추세이다.

이러한 식물성 제품의 매력은 단순히 채식주의자에 제한 영향을 미치는 것이 아니다. 하트만 그룹의 최근 연구에 따르면 다이어트에 관심있는 소비자의

경우 식물 기반 제품을 실험하는 것을 발견하였으며, 이는 많은 부분에서 현대 사회의 건강, 웰니스 트렌드와 궤를 같이 하고 있다.

이 연구는 식물 기반 제품의 추세적 상승의 이유를 설명하고 있다. 그러나 해당 연구는 동일하게 동물 기반 단백질과 유제품이 소비자를 다시 불러 모을 수 있는 가능성을 함께 나타내고 있다.

Peters는 이러한 동물복지 개선과 동물 기반 단백질 및 유제품의 환경적 고려 확대가 해당 카테고리의 성장의 동인이 될 것으로 보고 있다고 밝혔다.

USA

PCI 파마서비스, LSNE 인수 발표

단대단 글로벌 무균 충전 · 포장 역량 확보

제약 및 바이오제약분야의 통합 솔루션을 제공하는 세계적 기업 PCI 파마 서비스(PCI Pharma Services, 이하 PCI)가 글로벌 사모투자 회사인 퍼미라(Permira)로부터 LSNE (Lyophilization Services of New England, Inc.)를 인수하는 최종 계약을 체결했다고 발표했다.

LSNE는 미국 뉴햄프셔주 베드포드에 본사를 둔 유수 위탁개발생산업체(CDMO)다. 1997년 설립된 LSNE는 차별화된 고품질 cGMP(우수한 약품 제조 품질기준) 무균 충전 · 포장기술과 동결건조 분야의 전문성 및 확장 능력으로 글로벌 제약, 생명공학, 의료기기 업체에 서비스를 제공해 왔다. 동결건조는 주사 및 생물학적 치료제에 일반적으로 사용되는 중요 제조 공정이다.

생물학적 제제 포장 및 특수 제조 분야의 전문성을 보유한 PCI는 LSNE를 인수해 글로벌 CDMO로서 서비스 폭을 넓히게 됐다. 이번 인수로 PCI는 미국(뉴햄프셔, 위스콘신)과 유럽(스페인)에 미국 식품

의약국(FDA) 인가 시설 5곳을 추가하게 됐으며 수 주 안에 6번째 시설 인가를 획득할 것으로 예상된다. 또한 3개의 추가 시설을 개발하고 있어 PCI의 글로벌 사이트 30개의 네트워크가 강화될 전망이다.

살림 하파르(Salim Haffar) PCI 파마 서비스 최고 경영자는 “LSNE가 PCI 일원이 된 것을 환영한다”고 밝혔다. 그는 “이번 인수로 전 세계 제조 역량을 확대해 고객이 약물 개발과 포장을 한 번에 해결할 수 있는 창구를 제공하고 공급망의 복잡성을 경감하는 한편 치료제가 절실한 시장에 제품 출시를 앞당기도록 지원할 수 있게 됐다”고 강조했다.

LSNE 인수로 PCI는 임상 및 상용 고객을 위해 대분자·소분자 솔루션을 통합 제공하게 됐다. 전 세계에서 복잡한 제형 약품, 고효능 제품의 제조 능력을 확대한다. 또한 바이알(vial), 병을 비롯해 사전충전형 주사제(pre-filled syringe), 자가주사기 등 다양한 형태로 나노입자, mRNA, mABs, 단백질, 올리고뉴클레오타이드 및 기타 생물학적 체제를 포함한 광범위한 주사제를 동결건조하는 역량도 확대한다.

맷트 할보르센(Matt Halvorsen) LSNE 창업자 겸 CEO는 “PCI에 합류하게 돼 기쁘다”며 “우리 직원과 고객을 원활히 통합하길 바란다”고 밝혔다. 그는 “양사는 혁신, 품질, 탁월한 고객 서비스와 직원에게 집중한다는 공통분모가 있다”며 “PCI처럼 업계 선두 주자와 하나가 되는 것은 LSNE가 더욱 발전할 수 있는 절호의 계기로 양사가 공동으로 고객, 직원, 환자에게 도움이 되는 결합이 될 것”이라고 기대했다.

PCI는 3년 만에 LSNE까지 모두 4개 회사를 인수했다. 이는 전 세계에 특수 제조 역량을 확보하고 기존의 임상 및 상업용 포장 전문성을 보완하고자 하는 의지를 보여준다.

Mexico

한국라면 4개 포함 12개 라면제품, 부적합 판정 라벨링 규정 숙지 및 준수 필요

멕시코 연방소비자보호청(Profeco)은 시중에 판매되는 즉석 라면제품에 품질 조사를 시행한 결과, 9개 제조사의 12개 제품이 부적합 판정을 받았다고 밝혔다.

이번 품질 조사는 라벨 정보, 경고 문구, 영양성분(단백질, 지방, 탄수화물, 에너지 및 나트륨) 함량의 정확성을 기준으로 진행되었으며, 부적합 판정을 받은 제품은 영양정보와 라벨 정보가 스페인어로 충분히 명시되지 않았거나 제품에 소량 또는 미포함된 육류 또는 야채 성분을 과장하여 표기한 것으로 확인됐다. 이에 멕시코 정부는 부적합 판정을 받은 제품 12개에 회수 조치를 시행하였고, 시판 중인 라면 제품 약 13만 개가 회수 조치됐다.

부적합 판정을 받은 12개 제품에는 한국 라면 제품 4개가 포함되었으며, 해당 제품은 소비자가 오해할 수 있는 정보를 라벨에 표기했거나 영양정보를 제대로 표기하지 않은 것으로 확인됐다.

부적합 판정을 받은 한국 라면 사례를 살펴보면 다음과 같다. 첫 번째는 표기 오인으로, 제품 라벨에 닭 라면이라고 표기되어 있지만, 제품 성분 표시 확인 결과 ‘닭 맛이 나는 파우더’를 첨가한 것으로 확인됐다. 두 번째 제품 역시 표기 오인으로, 제품 포장 이미지에 당근이 함유된 것으로 보이나 실제로 당근은 함유되어 있지 않았다. 세 번째는 라벨 미표기로, 과다 함유된 영양성분의 경고 스탬프를 미표기했다.

라면은 2020년 멕시코로 수출된 한국 식품 중 3위 수출 규모(약 268만 3,000 달러)를 기록한 주요 수출 식품 품목이다. 따라서 멕시코로 라면을 수출



하는 한국 식품 기업은 이번 품질 조사 결과를 참고하여 라벨 준비 시 소비자의 오해를 불러일으킬 수 있는 표현과 라벨 표기 정보에 특히 주의해야 한다. 또한 사전포장 식품과 무알코올 음료 제품의 포장 전면에 기준치 이상 함유된 영양성분을 경고하는 스탬프를 표시하도록 개정된 ‘멕시코 공식 표준(NOM-051-SCFI/SSA1-2010)’이 시행되고 있으므로, 라면을 포함한 사전포장 식품을 수출하는 한국 식품 기업은 개정사항을 숙지하고 개정안을 준수한 제품 라벨링을 사전에 준비해야 한다. 멕시코의 식품 라벨링 필수 표기 정보(멕시코 연방소비자보호청 검사 기준)는 ▲제품명, ▲성분 목록, ▲섭취방법, ▲제조업자 또는 판매업자의 이름과 주소, ▲원산지, ▲배치번호(batch number), ▲소비기한 또는 유통기한, ▲제품의 총량 등이다. 한편 ‘멕시코 공식 표준(NOM-051-SCFI/SSA1-2010)’은 과다 함유된 영양성분의 경고 스탬프를 포장 전면에 표시하도록 2020년 개정했다. 상세 내용은 다음과 같다.

▲멕시코 내에서 유통 및 판매되는 모든(멕시코 산, 수입산) 포장 식품과 무알코올 음료의 영양 정보는 100g 또는 100mL를 기준으로 표기되어야 한다, ▲열량, 설탕, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨을 과다 함유한 제품은 제품 전면 오른쪽 위에 육각형 모양의 경고 표기를 부착해야 한다. 표기 순서는 열량 과다, 설탕 과다, 포화지방 과다, 트랜스지방 과다, 나트륨 과다 등이다, ▲카페인과 감미료를 포함하는 식품에는 어린이 구매를 예방하는 경고 문구를 스페인어 대문자로 표기해야 한다. 글꼴은 Arial Bold체를 사용하고 배경과 글자가 흑백 대조를 이루어야 한다, ▲건강하지 않은 영양성분이나 감미료를 다량 함유한 제품에는 어린이나 만화 캐릭터 삽입을 제한한다 등이다.

India

FSSAI, 비건제품 전용 인증로고 도입

인구 30%는 채식주의자

앞으로 인도에서 비건(Vegan) 제품 포장에 FSSAI(인도 식품안전기준청)의 전용 인증로고가 포함될 예정이다. 관련 인증로고의 포장재 삽입 건은 FSSAI가 비건 식품류에 처음으로 도입하는 규정이기도 하다.

인도 정부는 비건 식품에 대한 정의와 규정 준수조건을 설명하면서 “기존 채식주의자 및 비 채식주의자용 식품에 들어가는 로고 형태와 마찬가지로 비건 식품에는 녹색 로고에 문자 ‘V’를 넣어 소비자가 비건 식품을 식별하는 데 도움이 될 것”이라고 언급했다.

FSSAI의 CEO Mr. Arun Singhal에 따르면, “이미 비 채식주의자 및 채식주의자를 위한 로고가 있으며 소비자들은 채식주의자식품은 녹색점 그리고 비 채식주의자는 갈색점 마크로 구분되고 있는 점에 대해 잘 인지하고 있다”며 “최근 우유 알레르기로 인해 동물성 제품을 완전히 기피하는 소비자가 늘어나는 등 완전 채식주의를 위한 움직임이 증가하고 있다. 이러한 소비자들을 위해 비건식품 로고가 도움이 될 것이다”라고 밝혔다.

비건식품 규정 초안에 따르면, ‘비건식품’은 우유·유제품, 생선, 가금류, 육류, 달걀 또는 달걀을 원료로 한 제품, 벌꿀 또는 꿀을 원료로 사용한 제품, 비단, 곤충을 원료로 사용한 제품 및 꿀분 등 동물성 원료를 첨가물 및 가공 보조물로 사용하지 않는 식품 및 식품원료를 의미한다.

인도는 인구의 30%는 채식주의자로 채식주의 식품에 대한 소비가 가장 크고 유망한 국가이다. 일반적 채식주의자는 채식주의 하더라도 우유 및 유제품을 정기적으로 소비하고 있었으나 최근 완전 채식주의

대한 수요 증가로 인해 인도정부는 비건 인증 로고를 추가하여 소비자의 이러한 트렌드에 발맞추어 가고 있다.

China

중국, 선포장식품의 라벨 표시 면제 항목 유통기한, 영양성분, 제조지역 등 면제 가능

중국 식품정보센터는 '식품안전국가표준 선포장식품 라벨통칙(GB7718-2011)', '식품안전국가표준 선포장식품 영양성분 라벨통칙(GB28050-2011)', '식품표시관리규정' 등 선포장식품 관련 라벨링 표준 규정에 명시된 면제 기준을 정리하여 공고했다.

중국으로 수입되는 선포장식품은 제품명, 원산지, 내용량·규격, 배합표, 생산일자 또는 유통기한, 보관방법, 수입자 혹은 판매자 정보, 제품 유형, 영양성분표 그리고 신식품 원료의 사용법 및 첨가 제한량 등 기타 기제가 필요한 정보를 중문으로 표시한 라벨을 준비해야 한다. 그러나 일부 식품의 경우 유통기한, 영양성분, 제조지역 또는 제조업체 정보 등을 라벨에 표시하지 않아도 되는 면제 기준이 적용된다. 따라서 중국으로 식품을 수출하고자 하는 식품기업은 라벨 표시 정보의 면제 기준을 확인하고, 이를 활용하여 수출 식품의 중문 라벨을 효율적으로 준비할 수 있도록 해야 한다.

선포장식품의 라벨 표시 면제 항목의 첫 번째는 유통기한의 표시가 면제되는 제품 유형으로, 알코올 도수 10% 이상 음료, 식초, 식용 소금, 고체상태의 설탕(백설탕, 분당, 홍당, 빙당 등, 단당류 제외), 조미료 등이다.

두 번째는 영양성분의 표시가 면제되는 제품 유형으로, 신선식품(포장된 생고기, 생선, 신선 채소 및 과일, 알류 등, 그리고 건조버섯, 건조과일, 건조채

소 등 기타 조미료가 첨가되지 않은 건조제품), 알코올 함량 0.5% 이상 음료, 총 표면적 100cm² 이상 또는 최대 표면적 20cm² 이상인 포장 식품(유리병을 재포장한 식품일 경우 유리병에 정보를 인쇄할 수 없으면 영양성분 라벨 표시 면제 가능), 즉시 제작하여 판매하는 식품(단 식품 가공업체가 생산·가공하여 상점, 마트, 프랜차이즈, 소매점 등으로 배송하는 선포장식품 제외), 포장한 음용수, 하루 식용량 10g 혹은 100mL 이상의 선포장식품(단 제품 라벨에 영양정보가 있을 경우(단백질 3.3% 이상 등), 영양강화제 및 수소첨가 식물성 기름을 사용한 경우, 라벨에 영양성분에 관한 설명이 있는 경우 영양성분 표기 면제 대상에서 제외) 등이다.

세 번째는 제조지역의 표시가 면제되는 기준으로, 제조업체 주소가 실제 제조공장인 경우 또는 제조업체와 법적 책임자의 주소가 동일할 경우, 제조지역 정보의 표시가 면제될 수 있다. 단 그룹사의 계열사 또는 제품의 법적 책임을 지는 그룹사의 명칭과 주소를 사용하는 경우, 실제 제품을 생산하는 계열사나 제조업체의 주소를 표시해야 한다. 또 위탁 생산의 경우 위탁기업의 명칭과 주소를 표시해야 한다.

네 번째는 제조업체 정보의 표시가 면제되는 기준이다. 수입 선포장식품의 경우, 제조업체의 명칭과 연락처, 제품 표준 코드, 품질 등급의 표시가 면제될 수 있다. 다만 원산국(원산지) 정보와 중국 등록 대리업체, 수입업체, 또는 유통업체의 명칭 및 주소, 연락처를 반드시 표기해야 한다.

마지막으로 소포장 식품의 라벨 표시 면제 항목으로, 총 용기 면적 10cm² 미만 선포장식품의 경우, 배합표, 보관방식, 식품생산허가증 번호, 제품 표준 코드 등의 표시가 면제될 수 있다. 다만 제품명, 함량, 제조업체(혹은 유통업체)의 명칭, 주소, 제조일자, 유통기한 등은 반드시 표기해야 한다.