Japan Packaging Competition

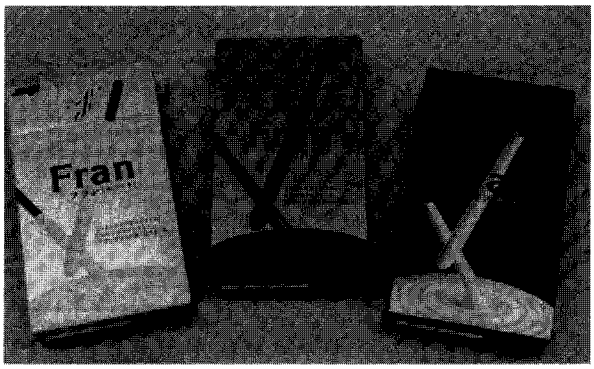
JPC

지난 9월 18일부터 21일까지 한국 디자인진흥원 3층전시관에서
일본에서 판매되고 있는 상업 포장의 우수성을 겨루는
JPC(Japan Packaging Competition)전시회가 개최됐다.
이에 일본우수포장 디자인 입상작품 56점가운데 17개 작품을 소개해 보았다.
-편집자주-

경제산업대신상

'Fran'쵸코, 화이트, 산딸기
메이지 제과(주)

스틱쵸코스낵시장에 새롭게 성인을 위한 스틱과자라는 장르를 창출한, 메이지 제과(주)의 'Fran' 쵸코화이트 산딸기. 입체감 있는 디자인 표현력은 팩키지로서 종합적인 조화를 이루고 있다.



경제산업대신상

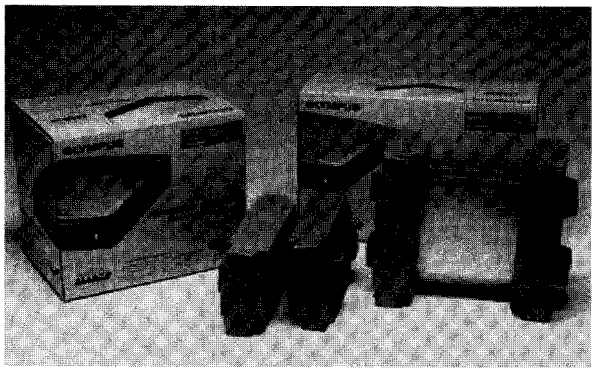
폴라 윈즈원
(주)폴라화장품 본포

이 상품은 카운슬링판매의 형태를 취하고 있어, 고객의 피부 타입을 크게 4타입으로 분류하고, 각각의 피부타입별로 팩키지의 색을 달리하고 있다. 로션용기는 리필방식으로 되어 있어 내부의 리필만을 교환한다. 또 화장품에서 최초로 바닥에 붙은 얇은 필름 용기가 사용되어 사용 후 구겨서 버릴 수 있는 등 쓰레기를 줄일 수 있도록 배려했다.

Japan Packaging Competition

JPC

경제산업성산업기술환경국장상



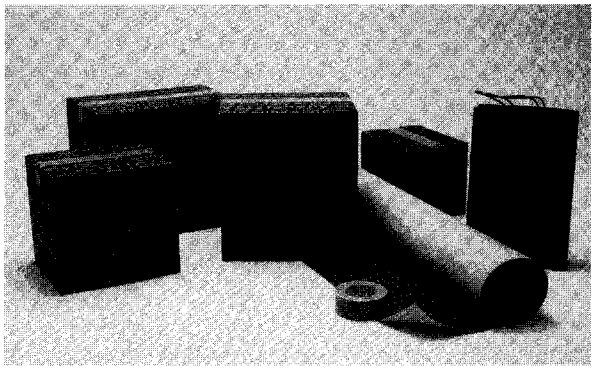
TURBO MO MO 646SIS
올린파스광학공업(주)

쉬운처리, 재사용을 고려한 환경배려형 팩키지. 팩키지 전체를 재이용, 재사용율이 높은 상자제로 했다. 특히 완충재는 재이용하기 쉬운 상자의 가열압축성형품을 사용해서 화성품계 완충재와 같은 포장작업성을 지니게 하고 있다.

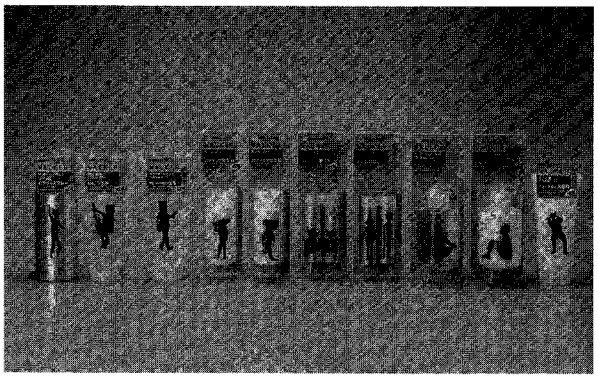
경제산업성제조산업국장상

SONY STYLE PACKAGE
소니(주)

소니 로고도 상품명도 일절 없이 우리들에게 무엇을 제안해 주는가? 하는 기대감을 품게 하고, 심플하고 화려한 디자인의 인터넷 세일즈 SONY STYLE. 팩키지, 봉투, 쇼핑백 모든 아이템에 전개할 수 있도록 룰지의 단계에서 SONY STYLE 로고를 패턴화했다.



경제산업성제조사업국장상



WALKER
(주)자생당

(주)자생당 WALKER는 편의점 전용으로 개발된 젊은이들을 대상으로 한 남성화장품이다. 디자인 컨셉은 '자유성', '스트리트 감각' 으로 모든 아이템에 각각 다른 인물의 실루엣을 레아웃 해 이 브랜드를 시각적으로 특징 지우고 있다. 한 상품이라도 즐겁게 가게 앞에 진열되었을 때에도 움직임이 느껴지도록 고안되었다.

Japan Packaging Competition

JPC

경제산업성상무정보정책국장상

후크달린파우치용기
가오우(花王)(주)

리필파우치 용기는 시장에 정착해왔지만, 용기에 넣을 때에 '흘린다', '신경을 쓴다' 등의 문제점이 있었다. 이러한 문제점을 개선하기 위해, 입구를 열기 쉽고, 보토르 입구에 찔러 꽂기 쉬운 로트 형상을 형성하는 후크구조를 추구했다. 환경부하라는 점에서는 높이를 22mm로 하고, 용기중량도 9% 감소하는 등 환경대응 상품이다.

경제산업성상무정보정책국장상

하우스 '그랜카레소스'
하우스식품(주)

내부봉지의 스탠징파우치를 감싸는 듯한 카튼 구조로, 파우치의 내용물을 쉽게 짜낼 수 있느 기능을 가진 카레소스. 카튼의 바닥부분에는 파우치를 꺼낼 수 있도록 고안을 했고, 분별 폐기하기 쉽게 되었다. 디자인면에서는 고품질 표현이 되어 있다.

경제산업성상무정보정책국장상

생차(生茶)
기린비바레지(주)

기존의 PET음료상품과 가게에서의 차별화를 꾀하기 위해 음료슈링크라벨이서는 최초로 '마트OP인쇄'를 했다. 글라스에 녹차를 넣은 이미지라는 디자인 의도에서 프로세스분해로는 색이 탁하기 때문에 특색 4색으로 디자인의도를 완성시켰다.

Japan Packaging Competition

JPC

(사)일본팩키지디자인협회상

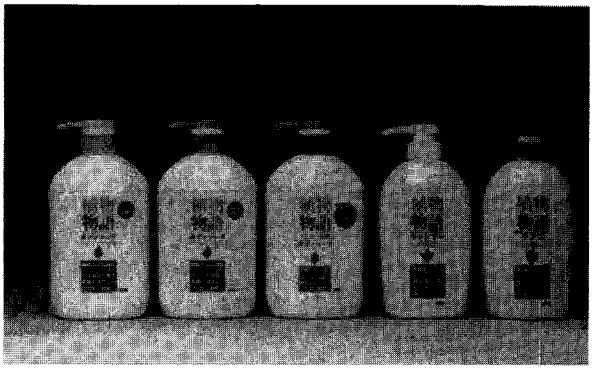
산토리 리큐르 리큐트(Peach), (Cassis), (Muscat) - 산토리(주)

최근 주목을 받고 있는 과일 소재의 리큐르를 새로운 형태로 제안하고 있다. 가볍게 시도할 수 있는 소용량이며, 아무런 생각 없이 쥐고 싶어지는 곡선형의 보토르가 포인트로, 신선하면서 친근감 넘치는 형태로 소구효과(訴求效果)가 높다.

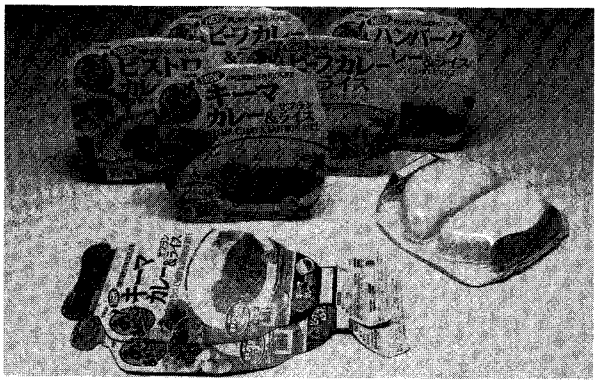
(사)일본포장기술협회상

식물이야기
라이론(주)

환경에의 부하를 고려한 펌프용기 본체의 사용수지량의 삭감을 꾀한 이 보토르는 신규형상에 의한 4.5g/100ml의 얇은 소자원 보토르로 종래의 보토르에 비해 37%의 수지사용량이 삭감되었다. 경량이며, 교체시에 잔량을 알기 쉽고 장기간 사용하는데 충분한 강도를 지니고 있다.



(사)일본마케팅협회상



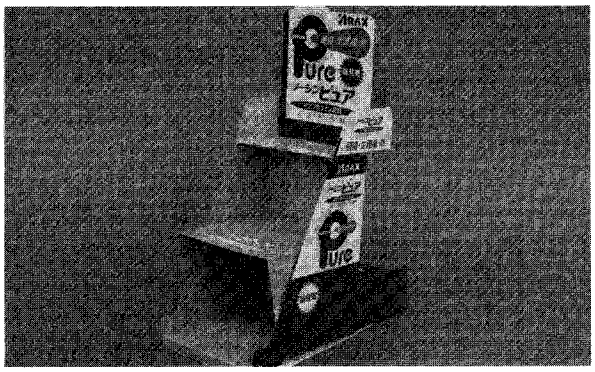
우츠카'아! 저거 먹자'
오츠카 화학(주)

종래 사용하고 있던 카톤에서 자원삭감, 비용삭감화를 도모하기 위해 최소한의 시트커버형태로 가볍게 하고 용기를 노출시키는 것으로 상품내용을 알아보기 쉽게 했다. 또 시트 하부의 연장을 접으면 각이 생겨, 자립성을 가지고 점포 앞에서의 어필도를 높이고 있다.

Japan Packaging Competition

JPC

(사)일본 POP광고협회상



노신퓨어 판촉대
(주)아리쿠스

사이즈가 다른 3종류의 작은상자르 모두 15개 넣은 수송상자겸판매대, 복잡한 구조를 모두 종이만으로 조립할 수 있고, 플라스틱이나 금속구는 일절 사용되지 않았다. 폐기 시에는 종이로 버릴 수 있어 폐기성이 쉬운 것으로 뛰어나다.

일본백화점협회상

하시리과자 선문팩키지
(주)마루야마 노리텐

海의 선물팩키지를 캔에서 종이용기로 이행시킨 시도의 新선물팩키지. 소재나 자원에의 배려를 생각해 사용후의 폐기물을 가능한 한 적게 나오도록 고안되었다. 폐지혼입률 20%의 바른지가 주요 소재로, 캔과 동등이상의 고급감을 내고 일본식품의 세계를 표현했다.

(사)일본인쇄산업연합회장상

사서 이득 봄 10식入 아침밥
(주)나가타니엔

이라인이 열계와 특수 바비큐 홀더 기구의 사용으로 불안정한 내용물을 제품봉지와 같은 피로포장기로 실현했다. 밑 바닥을 맨트로 고장하여 안정시키고, 점포에 내어놓았을 때의 효과를 올리는 데 도모하였다.

Japan Packaging Competition

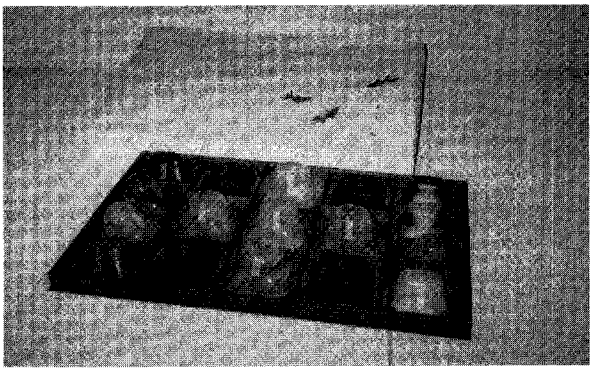
JPC

(사)일본인쇄산업연합회장상

메이지밀크쵸코렛아이스크림
메이지제과(주)

전통의 맛을 아이스로 재현하고 싶다라는 의도로 상품화 된 것이다. 대두잉크와 수성하이그로스니스를 조합한 환경배려형의 인쇄가공기술로 깊이 있는 쵸콜렛색과 금의 발색이 표현돼 있다.

(사)일본인쇄산업연합회장상



여름이 왔다 17개入
(주)아케보노

용기의 참신한 형태는 자연에서의 생명탄생을 추상적으로 표현하고 있다. 종래 젤리의 양과 스타일을 크게 변화시키기 위해 부드러운 곡석형과 왕도감의 직선형을 믹스시켜 일체감을 주고 있다.

(사)일본인쇄산업연합회장상

아탁크시트타입
가오우(주)

세계최초의 물에 닿아야 비로소 녹는 시트타입 의료용 세제,. 용기 부품을 모두 종이제로 해서 분별폐기성의 향상이 도모되었다. 시트를 개별로 포장하지 않아 사용 시에 쓰레기가 배출되지 않는 등의 특징이 있다. 의료용 분말세제 아탁크와 동등의 세정력이면서 용적에서 약 30%, 사용량에서 약 25%로 콤팩트화 했다.