



# 초콜릿 스틱 팩 개발

## Development of Stick-Pack for Chocolate

都築訓住 / 메이지제과(주) F&H 구매부

### I. 서론

포장의 기본적인 기능의 한 가지는 판매촉진 기능이다. 최근 히트 상품을 보면 패키지에 고안을 하여 상품 컨셉의 중심적인 역할을 하는 것이 적지 않다.

메이지사의 『스틱 팩 · 시리즈』도 이것이다. 단순히 소량 사이즈라고 하는 양의 제안이 아닌 소비의 컨셉에 맞춘 패키지이며, 더욱이 차별성이 요구된다.

#### 1. 개발 배경

매주 신제품이 발매되는 과자시장에서 매장의 시각성이나 새로운 상품의 진열, 새로운 맛의 제안 정도로는 곧 매상이 하락하고 매장에서 잘 팔리는 상품으로 연결되기 힘들고 소비자에 따라서 새로운 품질이나 컨셉을 제안하지 않으면 매장에서 살아남기 어렵다.

장기간 판매되고 있는 브랜드도 마케팅적인

케어를 하지 않으면 안 되고, 또한 브랜드에서 파생되는 신상품을 출시하여 화제를 불러일으키는 것만으로는 브랜드의 가치가 상실된다.

특히 메이지사의 『밀크 초콜릿』과 같은 메인 브랜드의 시리즈 상품이라면 기존의 밀크 초콜릿과의 경쟁을 생각하지 않으면 안 된다.

여기에서 새로운 구입 고객층이나 새로운 스타일, 유통경로를 개척하여 브랜드의 확대를 하기 위하여 패키지의 개발을 하게 되었다.

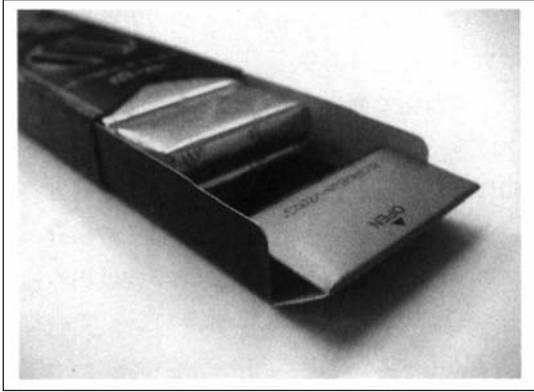
#### 2. 스틱 팩 초콜릿 목표

한 입으로 먹는 소량의 밀크 초콜릿은 이미 판매한 적이 있다. 젊은 층을 타겟으로 인기가

[사진 1] 메이지사 '밀크초콜릿'



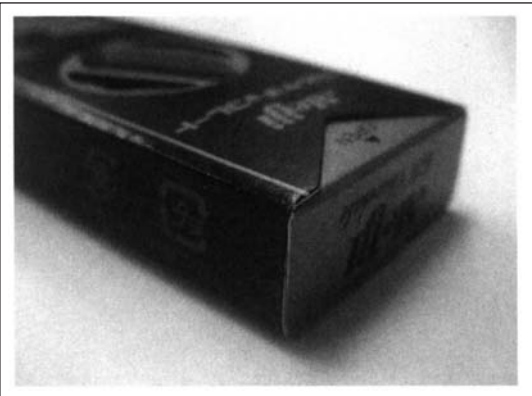
[사진 2] 간단하게 개봉할 수 있는 구조(특허 신청 중)



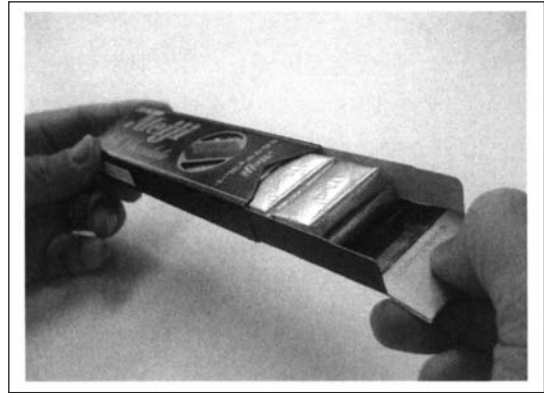
[사진 4] V존을 손가락으로 든다



[사진 3] 개폐가 효과적인 상태



[사진 5] 그대로 슬리브를 꺼낸다.



있었지만 판매는 길게 존속되지 않았다.

이번의 스틱 팩 초콜릿은 고객층, 먹는 배경, 유통경로까지 명확히 하고 그것을 더해서 패키지를 개발한 것이 주요하여 계속해서 팔리게 되어 시리즈 확대를 할 수 있는 요인이 되었다.

1) 목표

- 주요고객층 : 전차이용자, 젊은층, OL
- 먹는 장소 : 전차나 야외
- 판매경로 : 역 매점이나 편의점(판매경로 한정)

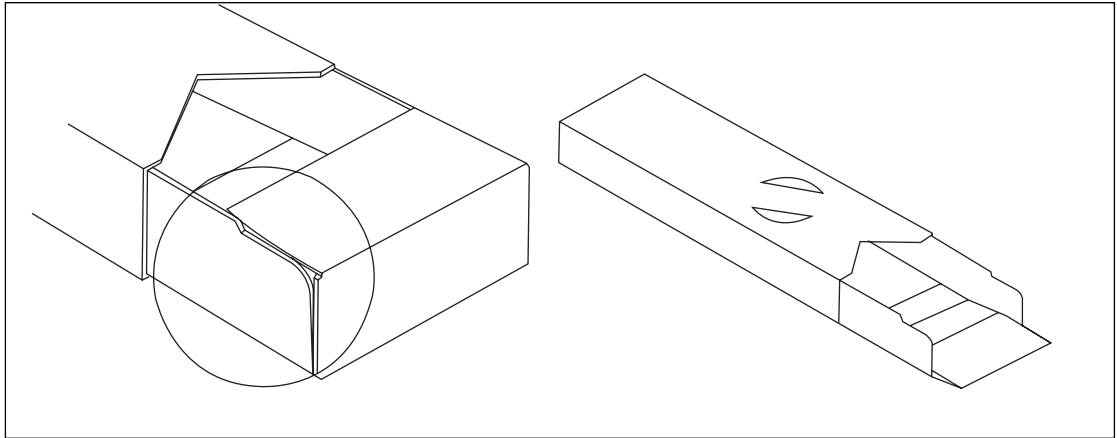
2) 패키지에 필요한 조건

여기에서 패키지에 요구되는 기능은 이하와 같다.

- ① 개봉하기 쉽고, 닫기 쉬울 것(리클로스성)
- ② 주머니나 가방에 넣을 수 있을 것과 안에서 흩어지지 않게 고안, 개봉을 할 수 있는 것이 필요
- ③ 스페이스를 차지하지 않고 단순할 것
- ④ 주면에서 흔히 볼 수 있는 상자가 아닌, 젊은 사람을 의식한 차별성이 있을 것



[그림 1] 패키지 구조



⑤ 기계적성이 있을 것  
예전부터 역 매점에서 판매하고 있던 원형(原型)이 있었지만, 이것을 편의점으로 루트를 넓혀 현재와 같은 간단하게 개봉할 수 있는 구조를 고안했다(사진 2).

### 3. 패키지 구조

이번 패키지 개발은 패키지 개봉의 간소화와 차별화를 테마로 진행했다.

기존의 캐러멜 등에서는 열고 닫기 위하여 날개를 접어 열 필요가 있지만, 이번에 개발한 패키지는 중단(中丹)을 꺼내는 동작으로 개구부(開口部)가 편평(扁平)하게 되어 안의 내용물을 간단하게 꺼낼 수 있고, 집어넣는 동작으로 처음으로 돌아간다. 지금까지 없는 스마트한 개봉법을 개발한 것으로 패키지의 차별화를 실현했다.

당초 생각했던 패키지 제안은, 중단(中丹)이 없는 일체형으로 개봉은 쉽게 할 수 있었지만

상품의 꺼내는 난점이 있어, 해결안으로서 슬리프와 중단으로 변경하여 꺼내기 쉽게 만들었다.

캐러멜처럼 중단·슬리프 방식의 패키지는 중단을 슬라이드하여 내용물을 꺼내는 것과 비교하여 중단의 개봉 부분을 밀고 당겨서 꺼내는 것에, 더욱 간편하게 꺼낼 수 있는 동작을 부가시켜 다른 상품과 차별화를 두었다(사진 3~5).

[사진 6] 상자를 꺼내면 『파치』라는 소리가 들린다.



이 패키지의 또 한지의 큰 특징은 개봉 기능이다.

종이의 단면에서 감합(嵌合)된 부분을 과장(誇張)하여 개봉할 수 있도록 설계했다. 개봉부가 떨어질 때 『파치』라는 소리가 들리고 개폐에 안심감과 함께 일종의 상쾌감도 연출했다. 더욱이 그 부분이 스톱퍼 역할을 하여 어느 정도 기울려도 상품이 흘러내리지 않는 구조로 되어 있다(사진 6).

중단을 손가락에 닫는 면을 양면으로 하여 중단 측면 윗변을 일부 잘라 닫혀 있는 상태로 중단 손가락 면을 양면 위에 놓은 것으로 개폐가 된다(그림 1). 이 구조에 의하여 스마트한 개폐, 열고 닫는 기능, 차별성이 실현되었다.

## II. 결론

이 상품 군은 역 매점과 편의점을 경로를 한정으로 그 이용객의 식품 문화, 식객을 위한 기획된 것으로 밀크 초콜릿만이 아닌, 블랙 초콜릿, 스트로벨리 초콜릿과 다른 브랜드에도 전개하여 한 개의 매장을 형성하게 되었다.

최근에는 타상품도 작은 상자 초콜릿이 개발되어 한가지의 장르를 형성하기까지 되었다.

초콜릿 브랜드와 그 패키지가 없어서는 지금까지의 판매준속과 확대는 없었다고 생각한다. ☐

## 사단법인 한국포장협회 회원가입 안내

물의 흐름이 자연스러운 것은 물길이 나아있기 때문입니다.

포장산업이 강건하려면 미래를 내다보는 안목이 필요합니다.

포장업계의 발전이 기업을 성장시킵니다.

더 나은 앞날을 위해 본 협회에 가입하여 친목도모는 물론 애로사항을 협의하여

새로운 기술과 정보를 제공받아야 합니다.

포장업계에서 성장하기 원하시면 (사)한국포장협회로 오십시오.

**〔사〕한국포장협회**

TEL. 02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net