

식품용 유연포장 디자인의 변천과 전망에 관한 비교 분석

노경수 · 유왕진[†]

건국대학교 벤처전문기술학과

Comparative Study on the Changes and Prospects of Flexible Food Packaging Design

Kyung Soo Noh and Wang Jin Yoo[†]

Department of Venture Technology & Management, Konkuk University

Abstract New concepts and solutions for the Flexible Food Packaging Design have been demanded to meet the various customer's needs and to compete with other worldwide products. Future-oriented designs beyond the basic functions of preserving and protecting contents can only meet the demands on product's reliability and consumer's satisfaction, specially considering environmental issues. This study is to describe the spiritual values of Korean Flexible Food Packaging Design on the basis of comprehensive understanding and to identify the process of changes and developments. The thesis also forecasts the future of Flexible Food Packaging. Little progress in the Flexible Food Packaging has been made because of the slow response, only to meet the increasing demand without any statistical or theoretical study. On the contrary, Korean Flexible Food Packaging Design has been developed by imitating foreigners' and made mistake of not creating original design reflecting a native traditional culture. This study researches the roles of food-classified flexible packaging to predict the near future trend of packaging industry classifying those into functional, visual, environmental and industrial aspects.

Key words Flexible Food Packaging Design, Future-oriented Designs, Design-marketing Strategy

서 론

과거 식품용 포장이라 하면, 제품을 담고 싸는 1차적인 목적으로만 그 의미가 사용되어 왔으나 이제는 생산과 소비, 유통방식, 소비자의 니즈가 변화함에 따라 포장에 요구되는 특성이 더욱 다양해졌다. 상품을 판매하기에만 급급했던 예전에는 포장 디자인의 개념이 거의 필요치 않았으나, 산업의 발달과 기술력의 향상으로 인한 대량생산과 대량소비, 대량유통의 사회로 진입하면서 포장디자인은 제품을 판매하는 홍보 담당으로서의 의미가 더욱 중요하게 되었다(김광현, 1997; 김진홍, 1991). 식품용 유연 포장 디자인의 경우, 식생활에 관련된 것이다 보니 다른 어떤 분야보다도 보수적이며 그 변화가 미미하고 또 그 속도가 느린 것으로 여겨왔다. 그러나 현대와 같은 치열한 상품경쟁시대에서는 경쟁력 확보를 위한 제품의 차별화뿐만 아니라 소비자의 구

매의욕을 유발시키기 위한 소비자 지향적인 전략적 패키징 개발이 필수조건이 되면서, 포장디자인은 판매의 도구로서 상품의 성격, 기능, 유통, 편리성 등의 여러 요소들을 설득력 있게 표현해 내는 심미성을 포장의 기능성과 결합하여 판매촉진을 위한 전달의 기능에 보다 충실해야만 하게 되었다(박규원, 2001). 또한 포장이란 이제 단순히 제품을 담는 데 그치는 것이 아니라 효율적인 내용물의 보관과 아울러 상품을 구매할 때 시각적인 선전효과를 기대할 수 있어야만 한다. 기업의 대형화, 글로벌화에 따른 대량생산, 대량소비의 물량시대에 각 기업체간 판매경쟁이 치열해지고 있는 이 시점에서 타 메이커의 제품을 제압하기 위해서는 제품의 우위성은 물론 마케팅과 결합된 포장디자인의 개념이 필수불가결하게 되었다(김의덕, 1980). 식품의 마케팅전략에 있어서 포장디자인이 갖는 역할이 매우 중요한 것은 당연하겠지만 현실적으로 포장디자인에 대한 인식이 소비자의 니즈에 아직 미치지 못하고 있는 실정이다.

본 연구는 우리나라 식품용 유연 포장 디자인의 근원적 이해를 바탕으로 포장이 지니고 있어야 할 정신적 가치를 현 시대 속에 구현해보고 그 변천과 발전과정을 통해 정체

[†]Corresponding Author : Wang Jin Yoo
Dept. Venture Technology & Management, Konkuk University, 1,
Hwayang-dong, Gwangjin-Gu, Seoul 143-701, Korea
E-mail : <wjyoo@konkuk.ac.kr>

성을 확립하고 그 트렌드를 분석하여 우리나라 포장디자인에 대한 새로운 조명과 함께 포장디자인의 향후 전망을 모색해 보는 것에 그 목적이 있다. 또한 우리나라 식품용 유연 포장 디자인의 이론적 배경을 바탕으로 기본적 개념과 특성을 이해하고 디자인의 시대적 변천과정을 통하여 정체성을 확립하여 산업화의 진전과 식품군별 유연 포장재의 디자인을 함께 살펴보았다. 시대적으로 원시포장으로부터 산업화 시대를 거쳐 21세기의 디자인 특화 시대까지의 발전과정을 분석하고 가까운 미래의 우리나라 식품용 유연 포장디자인의 향후 추이 예측 및 방안 수립을 하고자 하였다.

본 론

1. 식품용 유연 포장의 개념

식품용 포장은 1960년대 우리나라가 근대화됨에 따라 여러 가지 산업 재료의 개발과 가공 기술의 발전으로 괄목할 만한 성장을 이루어 왔다. 본 연구에서 다루고자 하는 식품용 유연 포장디자인이라 함은 지류 또는 복합지류, 플라스틱 필름, 셀로판, 복합필름이나 금속박 등 얇은 재료에 주

로 그라비어 인쇄나 프렉소 인쇄를 하여 단본이나 복합재를 접합 또는 코팅하여 만든 포장으로 정의되고 있다(이재희, 1979). 식품용 포장은 건과 제품인 껌, 캔디, 비스킷, 초코렛, 파이, 스낵 및 빙과 제품인 아이스크림, 기호 식품인 라면, 커피, 육가공 포장에 이르기까지 다양한 제품에 Table 1과 같이 시대별 여러 형태로 사용되어 왔으며 요즘 들어 유연 포장 디자인의 개발에 의한 스탠딩 파우치(Standing Pouch) 등이 개발되면서 음료 용기에 까지 폭넓게 사용되고 있다(이문규, 2004).

식품용 유연 포장은 1980년대 석유화학 산업의 발달이 그 기폭점을 이루어 다양한 영역에까지 발전하게 되었다. 이에 따라 식품용 유연 포장에 사용되는 주재료인 플라스틱 필름이 다양하게 개발되기에 이르렀다. 대표적으로 사용되는 필름을 그 종류 및 용도별로 분류하면 다음 Table 2와 같다.

2. 식품용 유연포장의 디자인 변화에 대한 분석

1) 식품용 원시 포장 태동기

포장이란 인류의 발생과 함께 일상생활에서 물품을 보호,

Table 1. Transition of food flexible packaging

년도	형태	소재 발전
1908	카세트형 (종이백 형태)	셀로판
1960		호일 / 종이 라미네이트 백 등장 (스낵, 쿠키제품)
1970	T자형, C자형 (롤 타입) 대량생산	종이에 코팅 기술
		공압출 PP, PE 필름 생산 기술
		접합 코팅 / 접합 가공기술.
1980	파우치 형	히트 실링의 개발로 출발 (1960년대)
		접합. 공압출 개발 (패키징 분야에서 획기적 전기 마련)
		증착 PP 등장 (호일 대신 필름 이용)
		공압출 필름 등장
		알루미늄 호일 접합 파우치 → 증착 PP 등장 → 공압출 필름 등장

Table 2. Type and application of typical lamination film(김청, 2003).

구성	특성	용도
PT/PE, OPP/PE	방습성, 밀봉성	즉석라면, 스낵, 과자
OPP/CPP	방습성, 내유성, 투명성	스낵, 과자
PET/PE, PET/CPP, NY/PE	내유성, 내보일성	절임물, 잼
KOP/CPP, KOP/PE	가스배리어성, 내유성	튀김과자, 튀김스낵
KPET/PE, KPET/CPP, KNY/PE, KNY/CPP	가스배리어성, 강인성, 내보일성, 내한성	된장, 절임물 액체스프
PT/PE/AL/PE, OPP/PE/AL/PE, OPP/PE/AL/PE	방습성, 차광성, 가스배리어성	분말식품, 김
PET/VM/PE, OPP/VM/CPP	방습성, 차광성, 열차단성	과자, 냉과, 스낵
OPP/EVOH/PE	가스배리어성, 방향보존성	된장, 케찹
PET/CPP, NY/CPP, PET/NY/CPP	내열성, 강인성, 내수성	레토르트 식품
PET/AL/CPP, NY/AL/CPP	차광성, 내열성, 강인성, 내수성	레토르트 식품(카레, 스투)
C-NY/PE, K-CNY/PE, C-NY/EVOH/PE	내열성, 가스배리어성	축산 육가공품

보전하고 저장하고 분배하며 이를 담아 운반이동하고 교환하는 등, 그 옛날 원시시대로부터 생활의 지혜로 짜여진 기술로서, 그 역사는 우리 인류의 역사와 함께 비롯되었다. 우리나라 고대의 포장재라고 하면 기록상으로는 가마니, 새끼, 종이, 대나무 제품, 토기, 나무 제품 등이 될 것이다(김청, 2003; Williams, 1966).

2) 디자인 도입의 시대 (1950년대~1970년대)

우리나라 최초로 식품제조회사가 탄생한 것은 1930년대 초이며 기업화된 것은 해방직후인 1945년경이다. 우리나라에 포장 산업의 한 분야에 속한다는 인식이 있었던 것은 1941년 조선포장협회가 설립되어 일본의 영향을 받아 포장의 기술, 용어 등이 기록으로 남겨지게 된 이후부터였다. 과거 우리 식생활의 주 형태는 가정단위로 주부들이 원재료에서부터 직접 조리해 왔다. 그러나 사회구조와 생활양식이 현대화함에 따라 우리의 식생활도 점차 현대화되었으며 6.25 전쟁 후 1954~1960년대에 이르러서야 드디어 포장 산업도 그 틀을 갖추게 되었다(김중오, 1978; 이재희, 1979).

3) 디자인 성장의 시대 (1980년대~2000년대)

꾸준한 신제품의 개발과 경쟁사의 급증으로 과잉공급 현상이 일어나기 시작하여 생산되는 제품은 다 팔리지 못하게 되고 시장에서는 격심한 판매 경쟁이 생기게 되었다. 이러한 과잉생산의 시장구조 속에서 소비자들은 많은 상품 중에서 꼭 필요한 필수품을 선택하되 품질이 우수하고 쓰기 편리하고 매력적인 디자인으로 포장된 상품을 구입하려는 선택의 자유를 갖게 되어 시장구조가 제조자의 시장이 아닌 구매자의 시장으로 전환하게 된 것이다(Kesley, 1989; Soroka, 1995). 1980년대에 들어오면서 전자레인지의 등장으로 식품용 유연포장은 또 다른 장을 맞게 되었다. 인스턴트식품들이 등장하고 또한 석유화학 산업이 발달함에 따라 유연 포장재가 많이 개발되어 휴대가 용이한 식품들이 더욱 많아지게 되었다. 21세기에 들어와 산업자원부는 포장 산업의 중요성을 인식하고, 새로운 밀레니엄의 시작에 때맞추어 포장을 물류와 디자인을 통합한 개념인 “패키징”으로 표기하여 21세기 신산업, 미래 산업으로 지정하기에 이르렀다(김청, 2003).

4) 디자인 특화시대 (2000년대 이후)

포장은 지금까지 물품을 생산자로부터 소비자에게 이전하여 소비하기까지의 내용물 보호와 품질의 유지보존, 취급의 편리성 등을 부여하는 등 기본적인 포장의 기능만을 강조해왔다. 그러나 최근에는 고객의 심리적 감성이나 상품 사용 후의 포장폐기물 처리의 용이성에 이르기까지 광범위한 기능이 요구되고 있다. 포장의 변천에서 보면 원시 포장은 물품의 보호, 보전에 있었다고 한다면, 오늘날의 포장은

포장과학기술과 경제발전은 물론 생활수준의 향상에 따라 안전성이나 편리성을 부여하여 인간의 생활문화를 향상시키는 데까지 그 기능이 요구되고 있는 것이다(Hanlon, 1998; Hiteshew, 2001). 특히 플라스틱 필름이나 보틀, 복합재료의 개발 등으로 소비자의 편리성을 만족시켜주는 포장개발이 진전되고 포장기능도 다기능화 되고 있는 추세이다. 포장의 재료, 구조, 가공 등의 측면에서도 진전될 것이며 장기적으로 보면 원재료의 가격상승과 자원절약의 촉진에 의한 포장 재료의 절약이 특히 소형화, 경량화 그리고 재활용, 재생, 재자원화, 에너지 절약화, 폐기처리용이, 처리무해화 등의 방법으로 요구될 것이다. 그러나 한편 원재료의 가격상승과 자원절약은 오히려 보다 새롭고 효율적인 포장시스템을 창출해내는 계기가 될 수 있을 것이다.

3. 주요 식품 군별 유연 포장 분석

1) 껌

껌 포장은 일반적으로 외포, 내포, 은지가 동시에 사용되는데, 외포는 주로 OPP/종이/알루미늄의 구조로 되어 있으며, 내포는 종이로, 은지는 알루미늄/종이가 합지되어 사용되고 있다. 껌 포장은 소형 제품을 고속 포장하므로 포장기계 적성이 우수하여야 하며, 내용물의 향 보존성 및 껌임성이 매우 우수하여야 한다. 요즘에는 껌이 기능성화 되어 자일리톨 껌 같은 리필용 플라스틱 용기 포장이 사용되어 다양한 형태의 조형성으로 제품 이미지를 강조하고 있다. 껌은 브랜드를 알리기 위하여 로고명을 강조하고 각각의 광고에 의하여 소비자에게 패키징을 보여줌으로써 제품을 기억하도록 하고 있다. 기존의 껌 포장은 유연포장의 경우는 찌그러지고 눅눅해지며 벗기기 불편하고 플라스틱 용기의 경우에는 휴대 시 불편하기 때문에 최근에는 이를 보완하기 위해 휴대가 간편하고, 환경친화적이며, 보습성이 뛰어난 포장디자인이 연구되고 있다 (Table 3).

2) 아이스크림

아이스크림을 위한 유연 포장에는 스틱바와 튜브형이 있는데 스틱바는 내용물을 직접 포장하는 유형이고 튜브는 겉포장과 속포장의 2중 포장으로 이루어져 속포장을 감싸는 형이다. 냉장 보관시 물성 변화가 없고, 쇼 케이스 내에서 제품하중, 수분에 견딜 수 있는 포장재가 요구되어, 바류에는 OPP/OPP, OPP/PE/OPP이 주로 쓰이며, 캡류에는 PET/종이/PET/PE/H.M이 사용된다. 아이스크림 용기 캡 제품은 용기와의 이지 오픈성 및 내용물과의 이형성이 우수하여야 한다(Table 4).

3) 음료

탄산 및 주스 음료 포장은 70년대 유리병으로 시작하여 페트병 및 캔이 사용되었으며 요즘에는 다층용기까지 선보

Table 3. Chewing gum packaging transition




연도	1960년대	1980년대	2000년대
제품			
형태	스틱	스틱과 카톤	용기
색	5도	7도	8도 이상
특징	휴대성	보향성	채밀봉성
마케팅 컨셉	개인 기호식품	캐릭터화 다양화	가족 공용 건강기능부여

Table 4. Ice cream packaging transition

연도	1970년대	1980년대	2000년대
제품			
형태	바와 콘	컵과 펜슬	스파우치와 용기
색	4, 5도	8도	8도 이상
특징	위생성	편의성	휴대성
마케팅 컨셉	대중화, 가족형	차별화, 다양화	고급화, 레저용

이고 있다. 디자인 면에서는 초기 단계와 거의 달라진 것이 없으나 과즙음료 시장이 커지면서 짙은 포장들이 등장하고 있으며 청소년 층을 공략하기 위한 마케팅의 일환으로 특히 페트 용기의 디자인이 독특한 모양을 이루고 있다. 페트로 만들어진 과즙 음료병은 연포장 라벨에 인쇄되어 패키징 재료와 일치되는 그래픽 표현을 하였고 병 자체의 흠을 통해 다른 음료의 패키징과 별도의 느낌으로 과즙음료의 용기임을 표현하였으며 내용물이 많이 들어가는 만큼 주둥이를 작게 하여 내용물이 한꺼번에 쏟아짐을 방지하였다. 근간에는 웰빙 식품의 영향으로 차류 및 스포츠 음료의 시장이 확대되고 있으며 특히 이 시장들은 시장 세분화와 차별화에 알맞게 고가격과 아울러 산뜻한 디자인 등으로 타 용기와는 차별화된 시장을 보여주고 있다(Table 5).

4) 라면

라면은 우리나라 식품 산업의 가장 큰 축을 이루고 있는 군으로 초기에는 국민 건강 증진을 목적으로 광고 및 마케팅 컨셉이 형성되었다. 포장 디자인 또한 매우 단순해 4도 이하의 색상이었고 기능성 면에서도 쉽게 개봉하기 힘들 뿐더러 보관 시 부스러짐을 방지할 수도 없었다. 70년대에 접어들어서 1회용 용기류가 라면 포장에 사용되면서 인스턴트 식품의 붐이 일어나기 시작하였고 색상도 6~7도 이상으로 화려해졌다. 하지만 유연포장의 경우 색상만 화려할 뿐 기능적인 면, 즉 개봉하기 힘들거나 쉽게 부스러지는 단점은 아직까지 개선되지 못하고 있는 실정이다. 아직까지 각 브랜드 별로 어떤 특별한 형태의 변화를 볼 수는 없고 그래픽의 강한 이미지와 로고명을 통해서 제품을 알리고 있다. 향후에는 이지 오픈, 전자레인지용 포장, 자가 발열, 생분해성 환경친화 제품 등을 디자인 시 고려하여야 할 것이다(Table 6).

Table 5. Tea type and sports beverage packaging transition



연도	1970년대	1980년대	2000년대
제품			
형태	유리병	패트병과 캔	스파우치와 보틀캔
색	5도	6, 7도	8도
특징	위생성	보존성	재밀봉성
마케팅 컨셉	국민건강증진	차별화	웰빙화

Table 6. Instant noodle packaging transition.

연도	1960년대	1980년대	1990년대
제품			
형태	팩	팩과 용기	팩과 용기
색	4도	6, 7도	8도 이상
특징	위생성	식기겸용성	참신성
마케팅 컨셉	국민건강증진	피크닉용	편의성

5) 커피

커피, 크림 같은 분말포장재는 고속포장을 위한 열적 치수 안정성, 분말 포장을 위한 실링성이 우수하여야 한다. 또한 스틱형 커피는 오버랩 실링이 가능하도록 스펙이 구성되는데, 내용물에 포함된 미세한 분말가루가 포장재 표면에 달라붙지 않게 설계되어야함으로 스틱형 커피에는 PE/PET/중착PET/PE/특수 수지의 스펙이 사용되고 크림에는 OP/PET/PE/AL/LLDPE가 사용된다. 개봉 시 불편한 것이 있어 이지 컷, 산소/습기 등의 차단성 강화, 보향성 강화 및 열봉합성 등이 디자인 설계 시 중요한 요소가 된다 (Table 7).

4. 식품용 유연 포장 디자인의 새로운 변화와 전망

1) 기능 디자인 (Functional Design) 측면

(1) 보존과 보호(Preservation and Protect)

포장재의 개발과 가공 식품의 발달로 인해 다층구조의 스탠딩 파우치 형태가 등장하게 되고 이러한 디자인은 차가운 온도를 소비자에게 직접 전달함과 동시에 제품 역시 셰이크 형식으로 만들어 적정 온도에 덜 민감하게 만드는 보호적 측면과 형태가 자유로워 제품이 손상되지 않는 보존적 측면을 모두 만족시키는 좋은 예라고 할 수 있을 것이다. 또한 가공 식품의 경우 보존과 보호뿐만 아니라 소비 유통

시 제품 물성의 유연성과 포장 용기비용 부담을 덜어주기 위해서 유연 포장이 가장 적합하다고 할 수 있다. 보호와 보존이라는 포장의 1차적인 기능 외에 고온 살균을 통해 식품의 위생적 안전성과 장기 보존성을 제고할 수 있는 레토르트 파우치가 앞으로 더 많은 영역에 적용될 것은 분명한 사실이다(Twede와 Goddard, 1998; Hine, 1995). 향후, 패키징 설계에 있어서는 RFID(Radio Frequency Identification)를 빼놓을 수 없을 뿐만 아니라 나노 물질을 이용한 초박형 연 포장 패키징의 등장으로 인해 더욱 신선한 제품을 소비자들에서 공급할 수 있을 것이라 본다. 인텔리전트 커뮤니케이션(Intelligent Communication) 패키징 기술의 하나인 자가진단 기능을 갖춘 패키징의 등장도 눈여겨 볼 부분이다. 시간, 온도 표시 패키징 기술이란 식품용 패키징에 부착된 온도라벨을 보고 제품의 온도변화를 감지할 수 있는 기능이다. 커뮤니케이션 패키징은 앞으로 음성전달 인디케이터, 자가파괴 인디케이터, 자가 소멸 인디케이터, 홀로그램 기술, 환자 관리 기술, 멀티미디어 집합 기술, 습도 인디케이터, 분리 배출 센서, 용기 내 압력 표시기, 냉동식품 인디케이터 등의 다양한 용도로 사용될 것이며, 이러한 자가진단 기능의 부여로 식품 제조사에서는 자사 제품에 대한 차별화 수단으로서 또한 소비자들의 신뢰 확보 차원에서 각광받을 전망이다.

Table 7. Coffee packaging transition.

연도	1960년대	1980년대	2000년대
제품			
형태	유리병	알루미늄 호일 봉투	스틱
색	4도	6, 7도	8도 이상
특징	보관성	보습성	고속포장
마케팅 컨셉	고급화	대중화	차별화

(2) 편의성

미래의 식품 트렌드 분석에서 보면 ‘맛’에 대한 부분 이외에 ‘편의성’을 그 다음으로 꼽고 있다. 바쁜 생활 패턴이 간편하게 조리할 수 있는 식품과 휴대가 용이한 식품의 시장 확대를 촉진시키고 있는 것으로 보여 진다. 미래의 편의성 추구 패키징으로는 ‘RFID 패키징 기술’ ‘자가 발열, 자가 발냉 기술’ ‘전자레인지 패키징 기술’ ‘배리어 프리 패키징 기술’ 등을 들 수 있다. 전자레인지 패키징 기술은 핵가족과 독신자 세대의 증가로 인해 급진전될 것으로 본다. 현재 파우치의 경우는 알루미늄 호일을 이용한 적층형 필름이 시장의 대부분을 형성하고 있고, 간편식을 선호하는 세대의 증가 추세로 전자레인지 가능 패키징의 개발이 지속적으로 이어질 전망이다.

(3) 안정성 (변조방지 포장기술 및 브랜드 보호포장기술)

패키징의 변조방지 및 브랜드 보호를 위한 설계는 이미 홀로그램 등의 기법으로 진행되고 있으나, 프리미엄급의 제품들이 속속 등장하면서 패키징의 진품식별 기능이 요구되고 있다. 변조방지 및 브랜드를 보호하는 차세대 방법으로 RFID칩을 이용한 방법을 생각할 수 있다. 패키징을 열거나 손상을 입으면 바로 마켓센서로 RFID칩이 정보를 전달하여 알려주고, 식품의 안정성을 밝힐 수 있는 위해요소 중점관리 기준(HACCP)에 RFID를 적용하여 전체 식품의 위생성을 모니터링할 수 있다.

2) 시각 디자인 (Visual Design) 측면

(1) 그래픽 패키징 디자인 (Graphic Packaging Design)

① 색상

색상적인 측면에서의 패키징 트렌드는 식품 시장의 모습과 유사하게 나타나게 된다. 패키징 디자인은 강하고 현란한 디자인에서 자연으로 회귀하는 형태로 그 색상이 바뀌어 가고, 수동적인 형태의 모습에서 소비자의 호기심을 자극하는 능동적인 형태의 색상으로 탈바꿈 되고 있으며, 웰

빙 바람으로 인해 안정적이고 편안한 색상이 출현 될 것으로 보이며, 고급화 현상으로 인한 럭셔리 이미지 형태로의 추구가 패키징에도 나타나게 되고, 성의 복합화가 추구되며, 건강 이미지 추구 패턴으로 바뀌어 갈 것으로 보여 진다 (Brody, 1994).

② 타이포그래피 (Typography)

식품 산업이 대기업 기준으로 발전을 거듭하면서 기업의 브랜드 이미지를 강조할 뿐만 아니라 소비자 취향에 걸맞는 마케팅의 한 방법으로 타이포그래피가 발전하였다(김광현, 1997). 자연주의적인 취향, 웰빙 식품 등의 트렌드에 걸맞는 이름으로 제품을 강조하고, 브랜드명 또한 외래어 위주의 상품명을 만들어 소비자의 취향과 제품의 성향을 강조하였으며 당분간은 자연적인 면을 한층 더 강조하며 단순하면서도 한국 전통을 살려가는 우리나라 고유의 독자적인 방향으로 발전할 것이다(정경원, 2006).

③ 이미지

연포장 소재의 발달로 인해 제품 디자인의 제약이 없으며 인쇄술의 발달로 화려한 평판 (2D) 디스플레이의 기능에 입체 (3D) 디스플레이 효과까지 광범위하게 확대될 것이며 연 포장 기술에 전자 기술을 접목시켜 움직이는 영상 이미지를 창출해 낼 수 있는 디지털 패키징까지 연구되고 있다.

(2) 구조적 패키징 디자인 (Structural Packaging Design)

가까운 미래의 구매자 트렌드는 사각 형태에서 유연성을 의미하는 곡선 형태로 변화하고 있는데 남성적 이미지와 여성적 이미지가 교차하는 양상을 띄고 있다. 또한 소비자는 좀 더 감각적이고, 화려한 제품들을 원하고 있다. 재질 및 질감 측면에서 보면 투박한 제품들이 세련미를 가미한 부드러운 형태로, 쥐었을 때 편하고 부드러움을 강조하는 질감의 느낌을 띤 제품들로 만들어 질 것으로 내다보고 있다. 형태의 유연한 곡선 부분과 화려한 외관이 주는 강인한 인

상이 유연 포장에 그대로 옮겨지는 모습도 보게 되는데, 복합화 되어가는 과정으로 여겨진다.

3) 환경적 측면

(1) 친환경 소재 패키징

환경친화적인 개념에 대한 노력으로 재활용, 재사용, 감량을 들 수 있으며, 과대포장의 제거, 리필용 파우치의 이용, 재활용 상품 이용도 이루어져야 한다. 또한, 줄여나가는 방법과 함께 기존 재질을 대체하는 개념을 도입함으로써 환경부하를 줄일 수 있다. 그리고 생분해성 플라스틱 재료의 적용은 차세대 패키징 소재로서 빼놓을 수 없는 부분으로 볼 수 있다. 환경친화적인 생분해성 플라스틱 재료 즉, 옥수수 전분 등을 사용하여 물에 닿으면 형태가 사라지는 플라스틱이 등장하고, 심지어 먹을 수 있는 패키징 필름이 이미 완성단계에 있다.

(2) 재활용 패키징

패키징 설계에서 재활용적인 면도 환경 트렌드에 중요한 부분을 차지한다. 현재의 재질보다 좀더 분리하기 쉬운 라벨을 적용하여 병과 라벨과의 분리를 용이하게 함으로서 재활용 비율을 높이는 등 소비자들이 좀 더 쉽게 재활용 할 수 있게 하여야 한다. 패키징 개발 초기부터 제품 생산 공정뿐만 아니라 재활용을 할 수 있는 환경적 디자인을 고려하여 설계하여야 한다. 또한 상품을 사용한 이후에 재활용율을 높이기 위한 회수 시스템도 구축해야 된다.

(3) 폐기시를 고려한 패키징

폐기시를 고려한 패키징은 패키징 자체를 경량화 함으로써 자원을 절약하여 쓰레기의 발생원을 줄일 수 있고 제조원가, 제품 생산에 필요한 에너지 및 운송비용 등을 절감할 수 있다. 또한 이로 인하여 부수적으로 운송 수단에서 배출되는 배기가스의 양도 줄어들게 된다. 폴리머에 나노 입자를 결합시킴으로서 물질의 강도를 높이고 경량화, 박막화 및 리사이클 등의 특성을 부여하는 기술과 패키징 재료의 분해를 촉진하고 나아가 매립 시에 토양을 비옥하게 할 수 있는 기술 등이 이에 해당된다. 하이베리어성 단일 재질 필름이나 시트의 개발, 그리고 나노 물질을 사용한 초박막 필름으로의 패키징 설계로 환경의 부하를 줄여나기며 과대 포장 방지를 위해 적정 재질과 규격으로 설계가 되고, 패키징의 표준화가 진행되고 있다. 부피가 큰 페트병은 마신 후 접을 수 있고, 먹은 만큼 접는 것이 가능해 간편하게 들고 다닐 수 있는 형태로도 등장하고 있다.

4) 산업적 측면

(1) 패키징 설비 자동화

유연포장 분야에 있어 설비 자동화는 펀트 조절 장치, 포

면 결함 감시 장치, 자동 장력 조절 장치, 자동 압출량 조절 장치, 건조 후드 자동 온도 조절 장치 등과 같은 종전의 단위 요소 자동화에서 점차 공정 관리와 공장 물류 자동화, 원재료 투입에서 완제품까지 일괄 생산할 수 있는 무균 포장 라인, 잉크 조색에서부터 교정까지 자동으로 관리하는 자동 컬러 매니지먼트 등의 시스템 자동화 추세로 옮겨 가고 있으며 궁극적으로는 공장 무인화 시대로까지 진화될 것이다.

(2) 패키징의 종합 시스템화

패키징 종합 시스템이라 함은 포장 설계 시 고려되어야 할 주요 요소들인 시각적인 면, 기능적인 면, 환경적인 면과 산업적인 면을 유기적으로 통찰하여 제품이 최적의 상태에서 생산자로부터 구매자에게 전달될 수 있도록 트렌드 분석, 설계, 생산, 유통 및 폐기에 이르기까지 앞에서 기술된 일련의 과정을 통합하여 관리하는 제도를 말하며, 이미 선진국에서는 많은 부분이 개발되어 시행되고 있다.

결론

첨단 IT산업이 고도로 발달된 정보화 시대에서는 생산, 유통, 판매 등을 담당하는 상품 공급자뿐만 아니라 소비자나 수요 집단까지도 인터넷 및 통신기기를 통하여 상품에 대한 모든 정보를 공유할 수 있게 되었다. 이에 따라 이제까지 한정된 지역이나 제품과의 경쟁을 넘어 세계의 수많은 기업에서 생산되고 있는 여러 가지 종류의 서로 다른 상품과도 경쟁하여야 하는 상황에서 시간과 공간의 경계를 넘어 소비자의 다양한 욕구를 만족시키기 위해 식품용 유연 포장재의 디자인 역할에 대한 새로운 개념의 도입과 해결 방안이 요구되고 있다.

본 연구에서는 우리나라 식품용 유연 포장 디자인에 대해 그 근원적 이해를 바탕으로 포장이 지니고 있어야 할 정신적 가치를 현 시대 속에 구현해 보고, 그 변천과 발전 과정을 통해 정체성을 확립하고, 트렌드를 분석하여 우리나라 포장디자인의 전망을 모색해 본 결과, 다음과 같았다.

첫째, 식품용 유연 포장은 식품 산업과 발맞추어 그 무엇보다도 보호성, 안전 위생성, 편의성, 환경친화성, 정보 전달성 등의 중요한 기능 및 특성을 가지고 있어야 한다. 특히 식품용 포장 중 유연 포장은 현 시대 트렌드와 맞는 여러 기능들을 가지고 있기 때문에 타 포장재에 비해 급격히 발전할 것이나 과거 3, 40년간의 산업화시기를 거치면서도 통계적 분석이나 이론적 근거(準據)없이 자연 증가되는 수요에 미온적인 대응으로 일관하여 크게 달라진 점이 없었다. 둘째, 급변하는 산업화의 시기를 거치면서 식품용 유연 포장은 외국의 것들을 모방하는 차원에서 크게 벗어나지 못하고 고유의 전통문화를 승화시켜 이를 디자인에 결부시키

지 못하는 오류를 범해왔으며 현대 소비자 생활 패턴에 맞는 식품용 유연 포장의 재료, 구조, 가공적인 면 또한 충분히 고려되지 못하였다. 셋째, IT 산업의 급속한 발달로 식품에 관한 수많은 정보가 실시간으로 제공됨에 따라 소비자들은 기능적인 면에서 식품용 유연포장에 대해 단순히 내용물의 보호나 보전뿐만 아니라 그 식품이 지니고 있는 본래의 특징을 유지토록 요구하고 있다. 시각적인 면에서는 나노기술과 디스플레이 산업이 결부되어 소비자에게 더욱 자극적인 제품 홍보에 키를 맞추고 있다. 환경적인 면에서는 포장 폐기물과 관련하여 지구의 환경 보호를 위해 생분해성 필름 등의 친환경 소재 개발 및 재활용 패키징을 개발해야 할 것이다. 산업적인 면으로는 RFID 등 유통 구조의 개혁 및 설비의 자동화, 패키징 시스템 등을 정착시켜 치열한 경쟁구조 속에서 연구 개발을 통한 생산성의 극대화를 이루어야 한다. 본 연구는 식품용 유연 포장 디자인의 과거 변천사를 통해 제품 트렌드를 분석하고 향후의 변화와 전망을 예측하여 보았으며, 향후 본 연구를 바탕으로 디자인과 기업 마케팅 활동의 연관성 분석, 즉 마케팅까지 관련된 “디자인 마케팅 전략”에 대한 심도 있는 연구가 뒤따라야 할 것이다.

참고문헌

1. 김광현. 1997. 포장 디자인. 조형사, 서울, 대한민국.
2. 김의덕. 1980. 포장 산업 경영 관리. 한국 디자인 포장센터, 서울, 대한민국.
3. 김종오. 1978. 디자인 포장. 한국 디자인 포장센터, 서울, 대한민국.
4. 김진홍. 1991. 우리나라 식품용포장에 관한 연구. 동국대학교 석사학위논문, 서울, 대한민국.
5. 김정. 2003. 포장개론. (주)포장산업, 서울, 대한민국.
6. 박규원. 2001. 현대 포장 디자인. 미진사, 서울, 대한민국.
7. 이문규. 2004. 디자인과 마케팅. 형설출판사, 서울, 대한민국.
8. 이재희. 1979. 우리나라 식품 포장 디자인에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사 학위논문, 서울, 대한민국.
9. 정경원. 2006. 디자인 경영. (주)안그라픽스, 서울, 대한민국.
10. Kesley, R.J. 1989. Packaging in Today's Society (3rd edition), Technomic, NewYork, USA.
11. Brody, A.L. 1994. Modified Atmosphere Food Packaging, Institute of food packaging, NewYork, USA.
12. Hanlon, J.F. 1998. Handbook of Package Engineering(3rd edition), Technomic, NewYork, USA.
13. Hine, T. 1995. The Total Package, Little, Brown and Company, NewYork, USA.
14. Hiteshew, M. 2001. Perishable Food Trends. Dupont, Inc.
15. Soroka, W. 1995. Fundamentals of Packing Technology, Institute of Packaging Professionals, Herndon, USA.
16. Twede, D., Goddard R. 1998. Packaging Materials, Pira International, London, UK.
17. Williams, R. 1966. Communications, Penguin Books Ltd, Harmondsworth, UK.