각 국의 베스트셀링 상품 패키지

Best-selling Packaging in the World

石井淳子 / 일본무역진흥기구(JETRO) 비즈니스전개지원부 총괄심의임원

Ⅰ. 서론

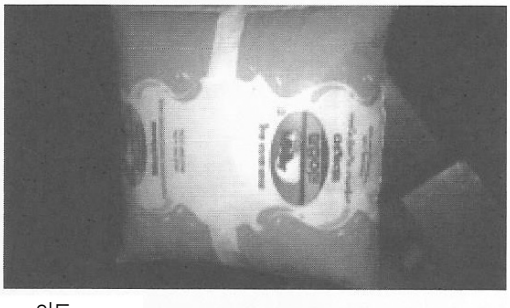
JETRO에서는 대일 액세스를 원하는 개발도상국의 산업 지원 · 육성의 일환으로 포장기술의 지식 향상을 목표로 시장조사, 세미나, 개별기업 방문 등을 통해 지도하는 전문가를 파견해 왔다. 그 가운데 세계 76개소에 있는 사무소를 통해 다양한 포장에 접할 기회가 있었다.

일본의 첨단기술을 적용한 포장과 날마다 접촉하고 있는 우리들에게도 놀랄만 한 포장이 어떤 국가에서는 일반적으로 사용되기도 한다. 포장에는 각 국가의 가치관이 반영되어 있다. 다음에 몇 가지 예를 들어 각국의 최신 베스트셀링 상품의 패키지를 소개한다.

1. 우유

우유 팩 가운데 눈길을 끄는 것은 인도의 플라스틱 파우치이다(〔사진 1 a〕). 이란이나 동남아시아에서도 자주 볼 수 있는 타입인데, 액체를 안정감 없는 플라스틱파우치에 담는 것은 품질이나 액

〔사진 1〕 우유



a. 인도

b. 우즈베키스탄

c. 이집트

a. 인도 (1)플라스틱파우치 (2)약 40엔(18루피) (3)500㎖
b. 우즈베키스탄 (1)종이팩 (2)약 200엔(4,120숨) (3)1,000㎖
c. 이집트 (1)6층 성형 테트라팩(플라스틱 뚜껑 부착) (2)약 160엔(10이집트파운드) (3)500㎖

〔사진 2〕 매운 소스(페루)

(1) 레소트랑팩 (2) 소 : 약 90엔(2.3솔), 대 : 약 310엔(7.9솔) (3) 소 85g, 대 400g

흘림 등의 리스크가 있어서 피해야만 한다. 그러나 생활필수품인 식품용기에 많은 돈을 들일 수 없기 때문에 포장자재가 한정적일 수밖에 없다.

우즈베키스탄의 용기는 일본에서도 자주 볼 수 있는 형상이지만, 용량이 1,000㎖이기 때문에 사용감이 나쁘다(〔사진 1 b〕). 이집트에서는 롱라이프용의 6층 성형 테트라팩이 6개월 유통기한을 자랑하며, 형상도 독특하다(〔사진 1 c〕). 국가에 따라서는 유통기한을 어느 정도 길게 한 상품만 취급하도록 하는 경우도 있다.

2. 소스(〔사진 2〕)

페루의 매운 소스「아히」. 일본의 장유와 같이 일반 가정에서 떨어지지 않고 사용하는 필수품이다.

레스토랑에서도 아히는 무료로 제공되며, 처음부터 테이블에 두는 가게도 있다.

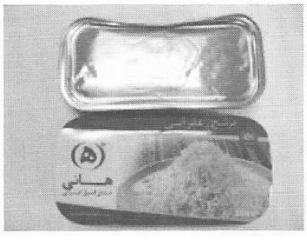
가정이나 레스토랑에서 아히를 직접 만드는 경우도 있으며, 매운 정도도 각각 다르다. 사진 속 제품은 세계적으로 유명한 페루의 셰프가 프로듀스한 매운 소스로, 셰프의 사진이 뒷면에 있다. 고대 안데스문화의 모티브(계단 디자인)가 패키지에 사용되어 페루다움을 나타내고 있다(〔사진 2〕).

〔사진 3〕 맥주

a. 논알코올맥주(이란) b. 맥주(페루) c. 지역맥주(미국)

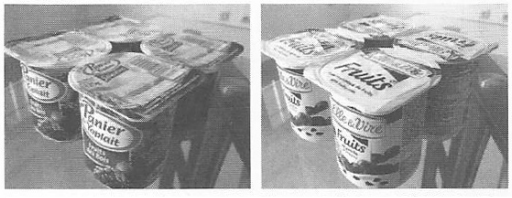
a. 이란 (1)PET보틀 (2)약 70엔(19,000리얄) (3)1 ℓ
b. 페루 (1)유리병 (2)약 130엔(3.15~3.30솔) (3)330㎖
c. 미국 (1)캔(4캔들이 기프트박스) (2)약 840엔(6.99달러/4캔들이) (3)16oz(약 473.18㎖) 캔(우측 사진은 지역맥주의 진열대 모습)

〔사진 4〕 사프란 라이스(이란)



(1)메탈 (2)약 160엔(44,900리얄) (3)330g

〔사진 5〕 요구르트(코트디부아르)



a. 현지 생산품 b. 프랑스산 수입품

(1)플라스틱 4개 팩 (2)a. 240엔(1,200CFA프랑) b. 500엔(2,500CFA프랑) (3) 125g/1개 용기

3. 맥주

이슬람권인 이란에서 알코올음료는 금지된다. 그래서 맛만 나는 논알코올맥주가 인기다.

이 논알코올맥주의 맛은 일반 맥주와 달리 열대과일 또는 레몬 맛으로, 캔들이 외에 〔사진 3 a〕와 같은 PET보틀들이도 있다. 형상은 병맥주에 가깝다. 〔사진 3 b〕의 맥주병 중앙에는 쿠스코유적인 석벽이 그려져 있다. 라벨, 뚜껑에도 안데스문화의 마츄피츄 유적의 그림이 디자인되어 있다. 이들 페루 관광지의 디자인이 관광객에게도 인기를 끌고 있다. 맥주를 자주 마시는 미국에서는 최근 크래프트맥주(지역맥주)가 유행으로(〔사진 3 c〕), 이쪽도 맛(flavor)를 가미한 것이 인기다. 라벨 디자인은 화려하고 인상적인 것이 많고, 귀여운 4캔들이 기프트박스는 선물로 많이 사용된다. 다양한 형상의 병과 라벨 등으로 자유도가 높은 크래프트맥주는 알코올 도수도, 가격도 다양하다.

4. 통조림

일본에서는 카레 루나 절임식품을 담은 레토르트파우치 제품을 자주 볼 수 있지만, 이란에는 거의 없다. 특산품인 사프란(Saffron)으로 채색한 선명한 황색 사프란 라이스도 통조림으로 판매되고 있다. 이란 요리의 포장은 많다. 가정에서 냄비로 끓이거나 야외에서 직접 불에 걸어 가열하는 것도 가능하다(〔사진 4〕).

5. 유제품

수입품이 많은 코트디부아르에서는 EU제품와 거의 비슷한 형상으로 현지 생산품이 만들어지고 있다. 수입품을 본보기로 해 용기를 만들면 잘 팔린다는 뜻이다(〔사진 5〕).

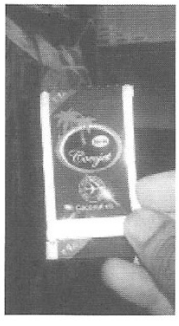
6. 시럽

사우디아라비아에서는 라마단 한중간, 일몰 후의 최초의 식사로 마시는 요구르트와 함께 붉은 시럽을 물에 탄 주스를 마신다. 음료에 과즙, 당분, 허브를 넣어서 팥빙수 시럽과 비슷한 맛이다. 사우디아라비아답게 시럽의 병에는 금색 띠가 들어간 라벨을 부착해 화려하고 고급스럽다(〔사진 6〕).

〔사진 6〕 농축시럽(사우디아라비아)

(1)병 (2)약 300엔(9사우디리얄) (3)710㎖

〔사진 7〕 포마드(인도)



(1)플라스틱파우치 (2)약 2엔(1루피) (3)1회분

7. 포마드

인도의 포마드(코코넛오일)는 1회분 크기로 판매되고 있다. 이것은 매일 1회분을 살 수 있도록 나눠서 판매하기 위해서이다. 포마드 외에도 저소득층이 사기 쉽도록 씹는 담배 1회분, 감자칩 50g들이 등 플라스틱 소형 파우치로 소분하고 있다. 다양한 종류의 상품을 구입할 수 있기 때문이다. 일본에서도 편의점에서 작은 사이즈가 잘 팔리고 있는데, 어린이용/출출함을 만족하기 위한 수요에 적합하다(〔사진 7〕).

8. 설탕

사우디아라비아에서는 크게 포장한 식품이 많다. 단 음식을 좋아하는 사우디아라비아 사람들은 설탕을 5㎏ 파우치로 산다. 일본의 쌀시장과 비슷하다(〔사진 8〕).

〔사진 8〕 설탕(사우디아라비아)

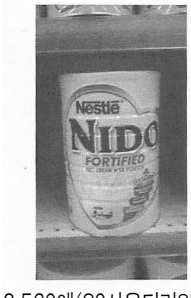
a. b.

(1)a. 부직포형 포장 b. 비닐 (2)약 510엔(16사우디리얄) (3)5㎏(오른쪽 사진은 진열대 모습)

〔사진 9〕 홍차 잎(사우디아라비아)

(1)PET보틀 (2)약 580엔(18사우디리얄) (3)900g

〔사진 10〕 분유(사우디아라비아)



(1)캔 (2)약 2,560엔(80사우디리얄) (3)1,800g

9. 홍차

대용량은 설탕뿐만이 아니다. 사우디아라비아에서도 티백이 주류이지만, 홍차 차잎을 보틀 모양의 용기에 넣어서 판매하고 있다(〔사진 9〕).

10. 분유

영유아용이 아닌 1세부터 성인까지 마시는 분유는 사진의 1,800g들이 외에 라마단 기간을 위한 2,500g들이 버전도 있다.

캔 사이즈는 같지만, 성인은 커피, 홍차에 넣거나 그대로 뜨거운 물에 타서 마신다(〔사진 10〕).

11. 나가며

해외에서 선물은 크고 화려한 상자에 담는 것이 바람직하다고 생각한다. 40㎝ 크기의 상자에 넣은 내용물은 손바닥 사이즈의 초콜릿. 이러한 선물이 이란에서는 일반적으로 좋은 선물이 된다.

중국 · 대만에서도 아름답고 큰 상자에 넣은 내용물은 작은 거울, 접시, 직물 등이다.

일본에서 해외에서 온 손님에게 가지고 돌아갈 때에 짐이 되지 않도록 작게 포장하는 것이 좋다고 생각하는 것과는 완전히 다르다.

해외의 물건은 모두 포장이 복잡하다는 생각을 가진 경우가 많다.

일본과 같이 패키지에 칼집이 있어서 절취구를 바로 알 수 있는, 또는 손으로 어느 곳을 잘라도 깔끔하게 열리는 파우치 등은 거의 볼 수 없다. 힘을 써서 양손으로 열거나 이빨로 뜯어서 자르는 것이 보통이다. 때로 지퍼형 파우치 용기가 있어도 두께가 있어서 일본처럼 쉽게 절취할 수 있는 상품은 거의 찾아볼 수 없다. 일본에서는 개별로 팩한 후 이중포장하는 것이 당연하지만, 해외에서는 말린 과일도 종이상자에 담아 판매한다. 이중포장은 열기 귀찮고, 낭비라는 인식도 있다.

일본의 물건과 같이 소비자에게 편리한 글로벌 디자인의 용기는 지금부터 수요가 더욱 확대될 것으로 보인다. 각국의 문화나 포장에 대한 가치관이 다르다는 것도 염두에 두고 제안할 필요가 있다. 일본의 훌륭한 기술이 각각의 문화 · 습관에 맞춘 형태로 포장에 실려 베스트셀러 상품에 적용되면, 해당 국가에 새롭고 편리한 패키지 스탠더드가 생길 것이다. ko