



특수인쇄법으로 고급감 표현한 맥주

Exceptional High-quality Appearance by Special Printing Method for Beer

門 奈 哲 也 / 삿포르맥주(주) 상품·기술이노베이션부 패키징기술개발센터

1. 서론

최근 고객은 스스로에 대한 포상으로 ‘보다 맛있는 것’, ‘보다 품질이 좋은 것’, ‘보다 만족을 얻을 수 있는 것’을 소량으로, 조금 비싸도 구입하는 소비경향이 뚜렷해지고 있다. 또한 알코올 음료의 다양화로 인해 맥주제조사 각사는 주요 맥주상품의 라인업을 확대해 브랜드력 강화를 도모하고 있다.

이러한 가운데 일본 삿포르맥주주식회사의 프리미엄맥주 ‘에비스맥주’는 발매 126주년을 기념해 지난해 5월 에비스맥주의 최고봉으로써 ‘에비스 마이스터(350ml 알루미늄캔 용기들이)’를 발매했다.

이 상품은 에비스 최고봉에 어울리는 고급감 넘치는 용기 디자인을 적용해 화제가 됐다.

캔 표면의 세밀한 요철이 고급스러운 인상을 연출하는 웨트 룩(Wet Look) 인쇄를 적용한 것이다. 다음에 이 웨트 룩 인쇄의 효과에 관해 일반 고객의 반응을 중심으로 검증한 결과를 소개한다.

1. 상품 설계

이 상품의 콘셉트는 [표 1]에 나타난 것처럼 고급감을 연출하기 위해 웨트 룩 인쇄를 적용해 에비스 최고봉에 어울리는 사양으로 했다.

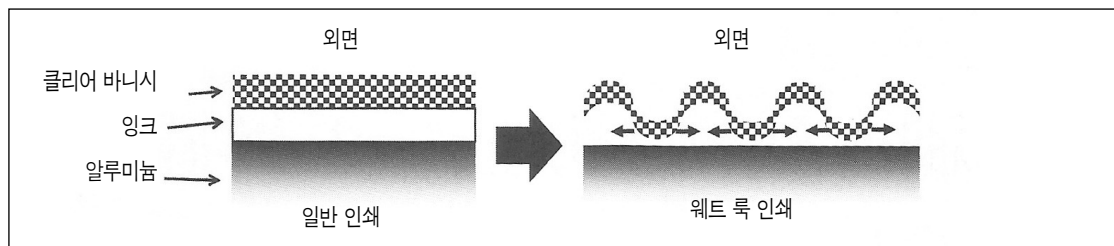
웨트 룩(wet look)은 일반적으로 언뜻 물에 젖어 반짝반짝 빛나고 있는 느낌을 주는 패션으로, 표면에 특수가공한 직물이나 에나멜 코팅한 생지, 가죽 등의 소재를 사용하고 있는 것이 특징이다(출전 : 디지털 다이제린). 이 상품의 패키지에 서는 인쇄기술의 연구를 통해 앞서 서술한 것과 같이 외관을 중시한 표현을 목표로 했다. 이 상품의 외관을 [사진 1]에 나타냈다.

[표 1] 에비스 마이스터의 콘셉트

장인이 모여 만들어진 에비스의 최고봉 에비스 최고봉을 목표로, 에비스를 잘 아는 기술자들이 집결해 시행착오와 엄격한 품평을 거쳐 완성했다. 맛과 향이 풍부한 로얄 리프 홉으로 만들어 깊게 감도는 향과 코크. 1캔으로 느긋함을 충분히 즐길 수 있는 휴식시간을 꼭 체험하십시오.



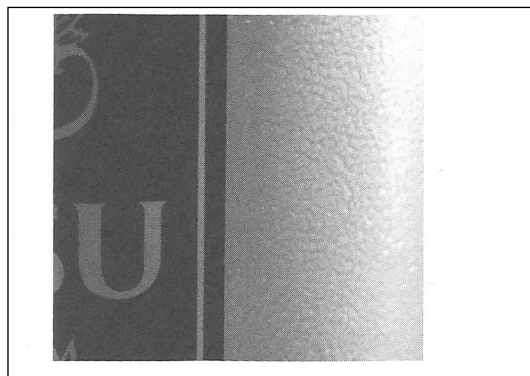
[그림 1] 웨트 록 캔의 메커니즘



[사진 1] 에비스 마이스터 용기의 외관



[사진 2] 웨트 록 인쇄의 표면



2. 웨트 록 인쇄의 기술

일반 인쇄는 [그림 1](좌)에 나타낸 것처럼 알루미늄 소재의 표면에 잉크, 바깥쪽에 클리어 바니시가 도포된다. 웨트 록은 내부 잉크와 외면 클리어 바니시의 표면장력 차이에 의해 외면에 요철이 생겨 외관이나 촉감이 다른 표면 인쇄를 실시한 것이 가능하다.

한편으로 웨트 록 인쇄는 잉크가 쉽게 번지기 때문에 에비스 마이스터의 용기에서는 문자나 로고 등의 인쇄부는 일반 인쇄로 하고 있다. 기존부터 이용되고 있는 발포 잉크는 기포 단위에서 요철이 생기기 때문에 세밀하게 까칠까칠한 느낌이 있지만, 웨트 록 인쇄는 크고 느슨한 요철이기 때

문에 발포 잉크에 비해 매끄러운 감촉을 얻을 수 있다. 이 느슨한 요철은 [그림 2]에 나타낸 것처럼 눈으로 확인할 수 있을 정도로 큰 덩어리이기 때문에 빛의 반사에 의해 캔 표면에 작은 물방울이 부착한 것처럼 보인다.

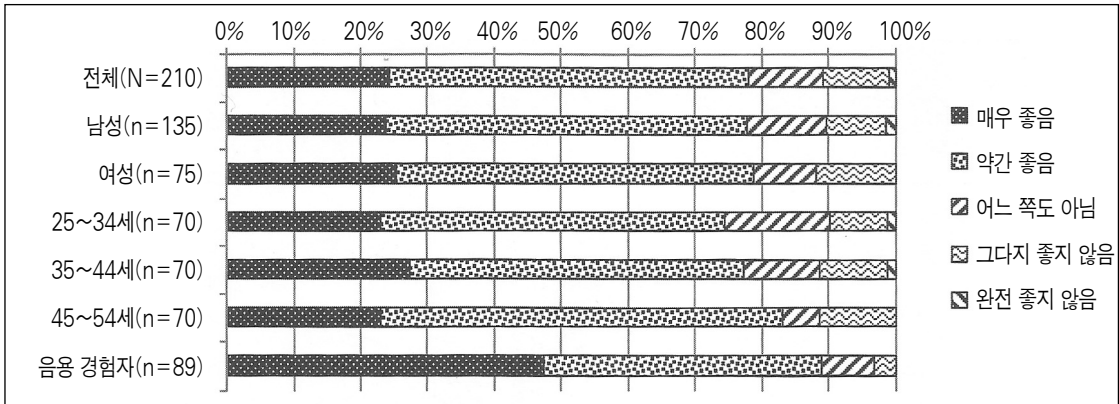
3. 발매 1개월, 고객 조사 결과

2016년 5월 17일에 발매된 이 상품에 관해 발매 1개월이 됐을 때 시장 침투도를 파악하기 위해 수도권의 25~54세 직장인 남녀 210명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 결과의 개략과 고찰을 다음에 소개한다.

① 전체 평가에서는 매우 좋음이 24.3%, 약간



[그림 2] 패키지 호의도 결과



좋음 53.8%로, 둘을 합하면 호의를 가지고 있다는 응답이 78.1%가 됐다(그림 2).

② 패키지의 첫 번째 인상에 관한 의견은 '베이스색의 그라데이션'에 대한 주목도가 높고, '고급감', '멋짐', '맥주를 따랐을 때의 색', '코르크가 있음' 등의 긍정적인 의견이 매우 많은 반면, '눈에 띄지 않음', '어둡다' 등의 부정적인 반응도 다소 있었다.

③ 설문조사에서 용기의 웨트 룩 인쇄에 관한 정보 제공이 없었지만, 캔 표면의 요철을 알아차리는 응답자도 조금 있었다. 하지만 인쇄에 관해 '구리 같다', '중후감', '맥주 거품 같다' 등 요철에서부터 느껴지는 시각 상의 반응도 확인할 수 있었다.

④ 용기 정보가 없었지만 응답자 중 일부는 용

기의 인쇄 요철을 언급했다. 요철이 겉모습에 어느 정도 영향을 미친 결과라고 생각한다. [표 2]에 자유 응답의 일부를 나타냈다(모두 음용 경험자).

⑤ 음용 경험자는 매우 좋음이 47.2%, 약간 좋음이 41.6%, 양자를 합해 88.8%로 높은 호의를 나타냈다(그림 2). 앞의 ④와 같이 프리 코멘트로 웨트 룩 인쇄에 기인한 것으로 생각되는 표현도 포함됐다. 일부 고평가에 웨트 룩 인쇄가 관계하는 것으로 보인다.

II. 결론

이번 에비스 마이스터에 적용된 웨트 룩 인쇄는 발매 1개월 시점에 평가해보니 패키지에 대한 호의적 의견이 많고, 그 중에서 오렌지 골드의 그라데이션이 높은 평가를 받았다. 일반적으로 발포 잉크나 이번 웨트 룩 인쇄와 같이 표면에 요철이 생기는 인쇄는 단순히 촉감에 의한 차별화 수법으로 사용되는 것은 아니다. 이번 케이스에서는 상품 콘셉트를 고객과 공유하기 위한 하나의 톨로써 사용됐다. [ko]

[표 1] 고령자 수의 비교

	코멘트
1	좋은 느낌. 유리컵에 따랐을 때의 맥주 거품이나 유리의 따를 상상할 수 있다(캔 전체의 금색, 패키지 표면의 물방울과 같은 울룩불룩함).
2	오렌지색 농담이나 까칠까칠함 유리잔에 따른 맥주를 연상시키고, 깊은 맛에 대한 기대가 높다.