

Food Packaging Trends in the Philippines

필리핀의 식품 포장 동향

- KOTRA 글로벌원도우(<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>) 자료 제공 -

I . 필리핀 포장업계 현황

필리핀의 포장업계는 필리핀 사람들의 소비 능력 향상과 경제력 상승으로 큰 이익을 얻어 왔다. 탄산음료의 유리병이 페트병으로 변경된 것처럼 인스턴트커피, 온음료, 포장 식품, 소스, 조미료 등의 포장 방식 또한 변화되고 있다.

또한 2018년부터 설탕세가 시행되면서 탄산음료 등의 가격이 높아져 소비자들은 더욱 소형화된 포장을 찾고 있다.

II . 분야별 포장 디자인과 라벨링

1. 초콜릿 및 과자 시장의 포장 트렌드

(사진 1) Cadbury사의 초콜릿 포장



밸런타인데이 시즌 상품
[자료 : Business World]

어린이용 떠먹는 초콜릿 포장
[자료 : SM Mart]

필리핀인들이 가장 중요시 하는 크리스마스나 밸런타인데이 등과 같은 기념일에는 특별한 선물로 포장돼 있는 초콜릿 제품을 쉽게 찾아볼 수 있다. 기념일 한정판 포장에는 메시지 작성을 위한 빈 라벨이 부착돼 있기도 한데, 이 전략은 매출을 크게 증가시킨다. 이밖에도 소비자들에게 이동하면서 먹는 편리함을 제공하기 위해

다양한 포장이 등장하고 있다. 어린이들을 겨냥한 Cadbury's Lickables의 초콜릿은 작은 우주선 모양의 용기에 싸여 있어 이동하면서 먹기 편하다. 또한 성인들은 이동 중에 민트 캔디나 껌을 자주 소비하는데 이를 위해 실용적인 포장을 제공하고 있다.

2. 온음료 시장의 포장 트렌드

[사진 2] Swiss Miss의 커피 포장



[자료 : thetummytraveler.ph]

[사진 3] Nescafe의 커피 포장



[자료 : shopee.com]

2018년 온음료 포장은 57억 개가 팔리면서 5%의 성장률을 기록했다. 유로모니터에 따르면 온음료 포장의 소매량은 연평균성장률 4%를 기록, 2023년에는 70억 개에 이를 것으로 예상된다.

온음료 포장시장의 성장 주역은 소비자에게 편리함과 저렴한 가격을 제공하는 인스턴트커피 포장이라 할 수 있다. 인스턴트커피는 1개 분량 포장에서 2개 분량 포장(트윈팩)으로 바뀌면서 판매량이 상승했다. 이는 저렴한 비용 때문에 차와 같은 건강음료 브랜드에서도 많이 사용되고 있다.

Jimm's Coffee는 포장에 건강상의 이점을 표기했고 Swiss Miss는 최근 로스팅 과정에 초콜릿 헤이즐넛을 추가한 모델을 출시하면서 기존보다 더욱 고급스러운 포장을 선보였다.

3. 알코올음료 시장의 포장 트렌드

2018년 알코올음료 포장은 63억 개가 팔리면서 10%의 성장률을 기록했다. 유로모니터에 따르면 알코올음료 포장의 소매량은 연평균성장률 6%를 기록,

[사진 4] Bar Gin의 새로운 프리미엄 라인



[자료 : Philippine Entertainment Portal (<http://www.pep.ph>)]

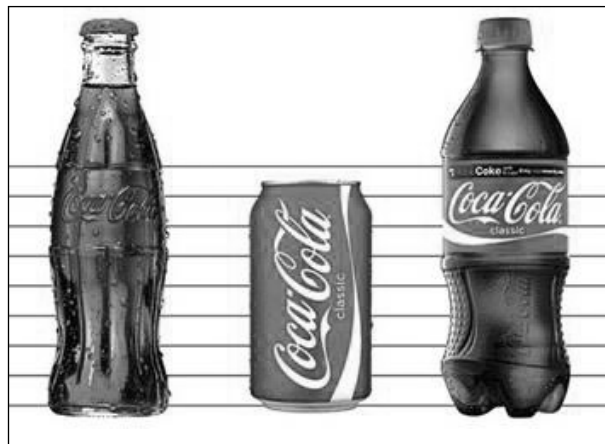
력해야 한다.

또한 편리함은 소비자의 구매에 있어서 중요한 요소이지만 알코올음료의 유리병 포장은 여전히 수요 1순위이다. 산미겔 맥주와 하이네켄은 캔 포장을 제공하지만 여전히 유리병 포장 판매량이 더 많다.

다양한 니즈를 충족시키기 위해 용량 또한 다양해지고 있다. 와인 750ml, 소주는 300ml, 750ml, 1800ml, 맥주는 ‘Tiger’ 500ml, 1L 유리병과 500ml 캔 등 다양한 제품이 출시되고 있다.

4. 탄산음료 시장의 포장 트렌드

[사진 5] 코카콜라의 유리병, 캔, 페트병 등의 제품



[자료 : Popular Science(<https://www.popsci.com/>)]

2023년에는 84억 개에 이를 것으로 예상하고 있다.

Emperador Distillers가 제조한 Bar Gin은 하얀색 고급스러운 라벨과 도시적인 디자인을 추가하고 각 맛의 주성분을 강조한 포장의 새로운 진 모델을 출시했다.

밀레니얼 세대는 고품질의 상품에 높은 가격을 지불할 용의가 있으므로 제조업체는 이를 고려해 새롭고 고급스러운 포장 디자인에 더욱 주

2018년 탄산음료 포장은 213억 개가 팔리면서 -1%의 성장률을 기록했다. 유로모니터에 따르면 탄산음료 포장의 소매량은 연평균성장률 2%를 기록하며 2023년에는 238억 개에 이를 것으로 예상된다.

탄산음료 포장은 휴대성을 이유로 유리병 사용은 줄어들면서 페트병 사용이 급증했다. 또한 과거에는 가족 단위를 위해 대용량으로 제공했으나 최근 설탕세 시행으로 인해 소비자들은 작은 용량을 더 선호하고

있다. 탄산음료 제조업체들은 이를 반영하여 300ml보다 더 작은 용량의 페트병을 출시하고 1L 이상 대형 페트병의 생산은 줄었다.

Ⅲ. 필리핀의 포장 관련 규제

1. 일회용 플라스틱 사용 금지

필리핀의 ‘Senate Bill 1948’ 과 ‘2018 일회용 플라스틱 규제법’은 일회용 플라스틱의 제조, 수입 및 사용을 규제하고 있다. 이를 위반하는 산업, 기업, 소비자에게는 벌금 등이 부과된다. ‘Senate Bill 1948’ 제333호와 ‘2019 일회용 플라스틱 규제법’은 식품 시설, 상점, 시장 및 소매업체의 일회용 플라스틱 사용 및 수입을 금지한다.

2. 고품 폐기물 관리

국가 고품폐기물 관리위원회(NSWMC)는 생태 고품폐기물 관리법(공공법 9003)을 통해 개방된 쓰레기장을 위생 매립지와 자재 회수 시설로 바꾸는 방안을 추진하고 있다. 업체별 관리 현황을 살펴보면 네슬레 필리핀은 지속가능한 파트너라는 포지션을 추구하고 2025년까지 재활용 가능한 포장을 제공할 것이라고 발표했으며, 코카콜라 필리핀은 2019년 사용한 페트병을 수거해 재활용함으로써 10억 페소 크기의 재활용 시설을 설립했다. 다국적 기업 유니레버는 재사용 및 재활용 가능한 플라스틱을 포장에 이용하고 있으며, 다국적 기업 P&G는 재활용 가능한 샴푸 병을 사용하고 있다.

Ⅳ. 결론

소비자의 다양한 요구를 충족함에 있어서 포장은 큰 기여를 할 수 있다. 기존에 편리함만을 추구하던 소비자들이 설탕세의 도입, 외식문화의 증가 등으로 인해 저렴한 가격과 고급화된 포장에도 관심을 기울이고 있다. 특히 밀레니얼 세대의 소비자에게는 세련된 포장 제공, 가격이 싸고 합리적 소비를 추구하는 소비자에게는 다양한 용량별 포장 제공 등으로 차별화할 필요가 있다. 더욱이 전 세계적으로 환경을 중시하는 문화도 고려해야 한다. 필리핀 국내법에 따라 일회용 플라스틱의 사용을 자제하고 포장재를 재활용하는 방안을 더 강구할 필요가 있다. 이는 제조업체의 비용 절감뿐만 아니라 기업 이미지 상승에도 기여해 장기적으로 지속 가능한 성장에 도움이 될 것이다. 