

The Latest Trends in the Packaging Industry in the Philippines

필리핀 포장산업의 최신 동향

Writer

김진형

필리핀 마닐라무역관

Contents

- I. 서론
- II. 필리핀 소비자 동향
- III. 필리핀 마케팅 동향
- IV. 세계포장협회 주요 발표내용
- V. 결론

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

자료 제공

I. 서론

코로나19 대유행으로 필리핀의 대부분 산업부문이 큰 피해를 입었음에도 불구하고, 포장산업은 지속적인 수요와 높은 포장재 사용률을 보이며 꾸준히 증가하는 추세다. KOTRA 마닐라 무역관은 필리핀포장협회에서 주최한 ‘포장산업의 비즈니스 기회 : 동향 및 신기술’ 웨비나에 초대되어 필리핀의 포장재 트렌드와 산업 현황을 살펴보았다.

II. 필리핀 소비자 동향

1. 온라인 플랫폼 활용한 디지털 마케팅

코로나19 대유행은 전자상거래로의 전환을 더욱 가속화 했다. 전자상거래를 통한 식료품과 기타 필수품 주문은 필리핀 지역사회 봉쇄조치 내에서 생존 방식(도구)이 됐다.

필리핀 통상산업부(DTI)에 따르면, 전 세계 온라인 식품 판매 업체의 주문량은 평균적으로 약 200% 증가했으며, 필리핀의 경우에는 최대 400%까지 증가했다고 밝혔다. 이에 따라 Zalora, Lazada, Shopee 등 필리핀 온라인 플랫폼은 팬데믹기간 동안 급격한 이용률 증가와 함께 계속해서 번창하는 추세이며, 그 뒤를 따라 수많은 기업이 신규 온라인 매장 및 쇼핑몰 사이트를 구축하여 운영하고 있다.

2. 전자상거래

전자상거래를 통한 판매촉진을 위해 기업들은 ▲소비자들을 위한 전문 매장 마련, ▲개별화된 제품 또는 창의적인 디자인 제품 제작, (▲언박싱 마케팅 등의 전략을 활용하고 있다.

3. 식료품 배달

팬데믹이 장기화됨에 따라 소비자들의 식료품 배달은 지속해서 증가하고 있다. 식당수 식당은 생존을 위해 음식 배달에 의존하고 있다고 해도 과언이 아니다. 이에 일부 레스토랑은 고객의 선호

도에 따라 밀키트 제품을 선보이고 있다. 관련하여 국내 제품의 이용도 급증한 것으로 조사된다.

III. 필리핀 마케팅 동향

포장과 라벨링은 브랜드에 가치를 더하기 위한 마케팅 전략이다. 포장은 한 기업의 브랜드를 다른 브랜드와 차별화하는 수단으로 사용된다. 주목할 만한 디자인으로는 빈티지 디자인, 미술 디자인, 심플한 기하학적 디자인, 초간단적인 디자인 등이 있다.

최근에는 공급업체가 제품 패키지에 QR코드를 함께 인쇄해 소비자에게 제품 사용법을 알려주거나 요리 레시피가 소개된 홈페이지로 안내한다. 이와 같이 포장 및 라벨링은 기업과 고객 및 잠재적 소비자를 연결해주는 도구로 사

용할 수 있다.

최근 다양한 브랜드 및 소비자들의 제품 선택 시 포장재의 지속가능성(친환경) 여부가 중요한 결정요소로 파악된다. 기존의 1회용 플라스틱, 과대포장 등이 환경 및 사회에 미치는 문제를 개선하기 위해 필리핀에서도 많은 지역이 쓰레기 배출을 줄이는 목적의 플라스틱 제품 금지 규제를 시행하고 있다.

IV. 세계포장협회 주요 발표내용

세계포장협회(World Packaging Organization)의 발표 주요내용은 리필 가능한 포장재와 관련되어 있었다. 수십 년 동안 소비자들은 리필 가능한 포장재를 사용했으나, 플라스틱의 출현으로 소비자들은 편의성 등의 장점을 가진 플라스틱 포장 방식을 선호하게 되었으며, 이에 따라 리필 가능한 포장방식은 점차 사라지게 됐다.

소비자들이 소매업체 및 브랜드에게 제품에 불필요한 포장 사용을 줄일 것을 요구하면서 전 세계적으로 재사용 가능한 방식들이 도입되면서 점차 변화가 일어나고 있다.

[그림 1] 플라스틱 재사용 모델



[자료 : 필리핀포장협회]

[사진 1] 필리핀 리필 스테이션



[자료 : 필리핀포장협회]

많은 소매업체는 재사용 포장재 품을 통해 소비자의 구매 행동이 지속가능성을 어떻게 수용하는지에 대해 조사하고 있다. 지난 2019년 Ellen MacArthur Foundation의 ‘New Plastics Economy Initiative’는 재사용 모델에 대한 연구 결과를 발표했다. 주목할 만한 점은 글로벌 플라스틱 포장재의 20%를 재사용 가능 제품으로 전환하면 기업들은 100억 달러 상당의 사업이윤을 창출할 수 있다는 점이다. 더불어 재사용은 소비자 및 기업 모두에게 비용 절감, 맞춤제작, 운영 최적화, 브랜드 충성도, 사용자 환경 개선, 정보 수집 등과 같은 추가이익을 제공한다. 재사용 모델은 다음의 4가지 방식으로 나뉜다.

1. 가정에서의 리필

이 모델은 소비자가 가정에서 재사용 가능한 용기에 리필하는 경우이다. 이 모델은 시중에 판매되는 표준 패키징 제품과 경쟁할 필요가 없기 때문에 전자상거래에 특히 효과적이다.

2. 방문 리필

이 모델은 사용자가 집 밖에서 재사용 가능한 용기를 리필하는 경우이다. 이 모델은 물리적 매장 또는 지점을 필요로 하므로 기존의 소매점과 도시 환경에 더 적합하다. 해당 모델은 단일화된 대형 용량보다 저렴한 가격의 소량 구매를 원하는 고객의 요구를 수용할 수 있다.

3. 가정으로부터의 반환 (수거)

이 모델은 픽업 서비스를 통해 집에서 포장재 및 용기를 수거하는 경우이다. 이 모델은 빈 포장재의 수거 시 신제품 배송과 결합될 수 있어 전자상거래에도 적합하다. 특히 배달 간 이동 거리가 줄어든 도시 지역에 적합하다.

4. 방문 반환

이 모델은 사용자가 매장 또는 수거 지점에서 포장을 반품하는 경우이다. 이 모델은 기본 구매 상황을 변경하지 않고 대부분의 단일 사용 포장재를 대체할 수 있기 때문에 널리 적용된다.

기업이 포장제품 재사용을 위해 자제를 재설계하는 방안을 고려하고 있는 경우 재료의 지속가능성 확인, 수명주기 평가 수행, 포장재 폐기 평가, 높은 위생 및 안전 기준, 청소 규정 등을 추가적으로 고려해야 한다. 또한 기업은 프로그램이 소비자 보상과 인센티브 제공, 고객에 대한 보상, 소비자에게 친화적인지 또는 합리적인지 등을 확인해야 한다. 최근 들어 다양한 브랜드들이 매장 내 리필 스테이션을 매장에 배치하는 등의 변화를 보이고 있다. 리필 스테이션은 고객에게 편리성과 더불어 불필요한 포장을 최소화할 수 있도록 돕는다.

V. 결론

‘ProPak Philippines’ 웨비나는 2021년 포장산업 전망이라는 주제로 필리핀 포장산업의 사업 기회에 대해 논의했다. 필리핀포장협회의 John David Soon 연구소장과 호주포장연구소의 전문이사이자 세계포장협회의 지속가능성 및 세이프 푸드 담당 부사장인 Ms. Nerida Kelton는 올해 포장산업의 전망과 신기술 등에 대한 포장업계의 방향성과 향후 전망에 대해 설명하였다.

필리핀 포장산업 관계자 A씨는 KOTRA 마닐라무역관과의 인터뷰에서 한국 기업의 포장제품이 시각 및 품질 면에서 매우

흥미롭고 매력적이라는 것은 업계에 이미 자명한 사실이라고 말했다.

또한 필리핀 내 환경친화적인 포장을 선호하는 소비자들이 증가하는 것을 고려하여 향후 기업들은 재사용 가능한 포장재를 개발해야 할 필요성이 있다고 밝혔다.

더불어 필리핀 진출을 희망하는 우리 기업은 ▲유동인구가 많은 소매점에 있는 건물 내 리필 스테이션 설치, ▲지속가능한 친환경 포장제품 생산, ▲낮은 가격 책정 등을 염두에 두고 필리핀 국내 및 해외 업체들 사이에서 경쟁력을 확보하는 것이 중요하다. 

서적 안내

그라비아 인쇄와 연포장기술



우리나라 연포장 인쇄의 교과서라 할 수 있는 「그라비아 인쇄와 연포장기술」의 개정판이 출간됐다.

증보·보완되어 출간된 「그라비아 인쇄와 연포장기술」에는 포장의 개요, 그라비아인쇄, 제판, 그라비아인쇄설기, 그라비아잉크, 포장재료 등 그라비아인쇄관련기술과 문제해결책, 재료관계 등이 간결하고 정확하게 설명되어 있다.



(사)한국포장협회

· 가격 : 15,000원
· 구입 문의

TEL: (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net