Global Packaging News

China

명절 선물세트 포장 간소화 관리 강화
포장재료는 귀금속 및 마호가니 재료 사용 불가

과대포장이란 상품의 보호, 전시, 보관, 운송 등 부분에서 정상 수준을 초과하는 포장을 가리킨다. 주로 재포장, 높은 포장비용 및 부적절한 포장 재료 선택이 포함된다.

식품 소비시장 경쟁이 과열되면서 상품의 과대포장은 눈에 띄는 문제가 되고 있다.

중국신문사 보도에 의하면 중국 국가 시장 감독 관리 총국에서 발표한 <식품 및 화장품의 과대포장에 대한 제한> 국가표준(GB 23350-2021) 제1호 수정안이 8월 15일부터 시행되었다. 포장 겹수는 3겹을 초과할 수 없고 포장 재료는 귀금속 및 마호가니 재료를 사용해서는 안 된다.

과대포장은 쫑쯔, 월병과 같은 명절 선물세트용 식품에 가장 심하다. 모두가 알다시피 명절 선물세트용 식품은 단순한 음식과 소비재가 아닌 사교관계 유지를 위한 수단이기도 하다. 명절 식품은 복잡하고 고급스런 소재를 사용한 포장을 통해 가치를 높이고 의미를 심화한다.

과거 사례를 살펴보면, 비싸 보이고 고급스러운 포장일수록 더 많은 소비자를 매혹해 구매로 이어지게 한다. 물론 이런 식품은 사서 먹기 보다는 선물로 보내기 때문에 포장 등 막대한 자원 낭비가 불가피하다. 따라서 중국 국무원에서는 추석을 앞두고 지난 9월 8일에 상품 과대포장에 대한 관리를 한층 더 강화하겠다고 강조한 바 있다. 또한 2025년까지 상품의 과대포장을 막기 위해 포괄적 거버넌스 체계를 확립하겠다고 공표하였다.

이에 따라 식품 포장 역시 간소화되고 있으며 추석 월병 선물세트 역시 골판지, 철제케이스 등 포장 소재를 사용하였다. 중국제과당제품공업협회의 통계자료에 따르면 올해 중국 월병의 총매출은 약 200억 위안으로, 이 중 100위안 이상 월병이 차지하는 비중이 70%에 달할 것으로 예상되었다. 만약 100위안 이상의 월병 중 20%의 제품이 포장 비용의

5%를 감소한다면 포장 비용에만 최소 1억 4000만 위안을 절약할 수 있다고 계산되었다.

과대포장을 자제하는 것은 포장 쓰레기를 절감시켜 자원 낭비를 방지하고 생태계를 보호할 수 있다. 녹색, 저탄소, 친환경은 현대 소비 시장의 발전 방향의 주요 키워드로 자리잡았다. 정책 수립 등 정부 차원의 노력도 중요하지만 사회 전반의 노력과 협조도 필요하다. 기업 나이쉐더차(奈雪的茶)와 OATLY에서는 올해 월병 포장 케이스를 재생 원료를 사용하여 출시하였다. 나이쉐더차에서는 대나무 섬유를 활용하여 도시락 형태로 출시 제품 개봉 이후에도 사용 가능하도록 만들었고 OATLY에서는 밀집과 커피 찌꺼기를 원료로 사용하여 보관함이나 접시로 사용할 수 있도록 하였다. 두 브랜드 모두 큰 인기를 얻었고 OATLY 월빙 선물세트는 출시 3일 만에 매진되는 기염을 토했다.

화려하고 독특한 포장은 소비자의 시선을 끄는 데 유리하다는 것을 부정할 수 없지만 최근 포장 낭비가 심한 문제점에 공감하는 현대인들은 제품 그 자체를 최우선으로 여겨 오히려 깔끔하고 심플한 포장을 선호하는 경향을 보인다.

포장 간소화는 원가를 절감하면서도 환경 부담을 줄여 탄소 배출을 최소화한다. 이러한 친환경 경영을 통해 기업들은 사회적 책임을 다하면서도 지속가능한 발전에 기여할 수 있다. 포장 간소화 문제는 한국에서 먼저 대두되어 많은 한국 식품기업들은 포장을 최소화하고 친환경 포장재를 사용하기 위해 노력을 기울여왔다.

중국에서는 최근 1~2년 사이에 포장 문제가 적극적으로 거론되었고 이 부분에 있어서는 한국 기업이 중국 기업보다 경험이 많은 편이다. 이러한 우위를 활용하여 친환경 포장재를 사용한 식품의 경우, 소비자들에게 녹색 제품임을 적극적으로 홍보할 수 있다. 작금의 스마트 컨슈머들은 포장 본연의 목적인 제품 보호보다는 운반 편리성이나 기업 마케팅으로 인해 과대포장이 이루어진다고 인식하고

나이쉐더차 월빙 선물세트

OATLY월빙 선물세트

▲ *중국기업 나이쉐더차(奈雪的茶)와 OATLY에서는 올해 월병 포장 케이스를 재생 원료를 사용하여 출시하였다.*
자료: foodaily

있어 기업은 이러한 소비자들의 인식을 반영할 필요가 있는 것이다. 아울러, 대중국 수출용 제품의 경우 수출에 차질이 생기지 않도록 중국의 포장 관련 세부 규정사항을 꼼꼼히 확인하여 상품 패키지, 라벨링에 문제가 생기지 않도록 지속적인 모니터링을 하는 것이 중요하다.

Saudi Arabia

꾸준히 성장하는 즉석식품시장

다양한 한국 즉석식품류들 진출 유망

사우디아라비아의 소비자들의 빠르고 편리하게 준비할 수 있는 즉석 식품에 눈을 돌리고 있다. Euromonitor의 분석에 따르면 현재 약 6천 500만 리얄(한화 약 239억 원)의 즉석 섭취 식품 시장은 향후 3년간 8천만 리얄(한화295억 원)까지 성장할 것으로 예상된다.

즉석식품 시장은 2020년 15.6%의 가파른 성장세를 보였다. 팬데믹 발생 이후 기업 및 근로자들의 생활 방식 및 업무패턴의 변화가 주요 요인이었으며 그로 인해 빠르고 편리하게 준비할 수 있는 즉석식품이 성장할 수 있는 환경이 마련되었다. 이러한 변화로 점심식사를 즉석식사로 제공하는 기업이 늘었으며, 학교에서도 즉석도시락키트를 제공하는 경우가 늘었다. 사우디아라비아 정부는 하지(Haji)와 같은 대규모 행사에 즉석식품을 제공하기도 했다.

빠른 공급체계 역시 성장의 요인 중 하나로 보고 있다. 인터넷 쇼핑몰 수의 증가와 인프라 네트워크가 잘 갖추어진 슈퍼마켓이 꾸준히 증가하였고 소비자들은 다양한 방식으로 즉석식품을 구매할 수 있게 되었다.

팬데믹 대유행 이후 2021년과 2022년 즉석식품의 성장세는 약화되었으나, 전문가들은 소비자들이 이미 즉석식품에 대한 편의성에 대한 인식이 높아졌으며, 일반 식품대비 매력적인 가격 때문에 꾸준히 안정적인 성장을 이룰 것으로 전망했다.

건강에 대한 소비자들의 의식이 높아짐에 따라 최

Americana의 냉동 팔라펠

Al Kabeer 냉동 사모사

▲ *사우디아라비아의 즉석 섭취 식품 시장은 현재 약 6천 500만 리얄(한화 약 239억 원)에서 향후 3년간 8천만 리얄(한화 295억 원)까지 성장할 것으로 예상된다.*
자료: https://www.luluhypermarket.com/

근에는 식물성 즉석 식사에 대한 수요가 증가하고 있다. Americana와 Al Kabeer의 냉동 팔라펠 및 야채 사모사는 사우디아라비아 소비자들에게 최근 가장 인기 있는 상품이며, 기업들은 인공 첨가물과 방부제가 없는 더 건강한 제품을 생산하고 포장을 친환경적으로 전환하는 등 소비자들의 요구에 맞춰 새로운 변화를 맞이하고 있다.

팬데믹 이후 생활패턴 변화로 빠르고 간편하게 접할 수 있는 즉석식품을 선택하는 소비자들이 늘고 있다. 한국식품 또한 이런 영향을 받고 있으며, 수요가 증가하고 있다.

그 예로 사우디아라비아에 진출한 라면과 컵라면은 비교적 보관기간이 길고, 빠르게 조리할 수 있다는 장점을 가지고 있으며 이러한 장점을 바탕으로 꾸준히 성장하고 있다.

이외에도 다양한 한국 즉석식품류들이 사우디아라비아 시장에 진출한다면 충분히 경쟁력을 가질 것으로 예상된다. 다만 까다로운 할랄 제도와 새로운 음식에 보수적인 소비자들의 입맛을 고려해야 한다.

Japan

냉동식품 전문매장 개업

우리나라냉동식품 수출업계도 지속적인 관심 필요

일본 대형슈퍼 체인 이온리테일은 자사 쇼핑몰 내에 냉동식품전문 판매매장 '@FROZEN(@프로즌)'을 오픈하여 화제가 되었다. 매장은 치바현 우라야스시에 위치, 소자이와 디저트, 냉동식재료 등 국내 최대 규모인 약 1500품목을 취급한다. 코로나19의 영향으로 집에서 간편하게 먹을 수 있는 냉동식품의 수요가 증가하고 있으며 이온리테일은 냉동식품 품목을 다양화하여 판매 확대로 이어나갈 전략이다.

대형쇼핑몰 이온스타일 신우라야스MONA 내에 위치한 해당 매장은 온라인주문도 가능한 시스템이다. 약 800품목의 소자이와 안주뿐만 아니라 유명점의 오리지널 레시피로 조리한 메뉴도 해당점포 한정패키지로 판매하고 있다. 또한 이탈리아요리점의 파스타, 남인도의 치킨카레 등 국내 상품에 한정되지 않은 세계 각국의 다양한 요리상품을 구입할 수 있다.

해당 점포에서 동결주(凍結酒)와 영유아, 시니어 대상 냉동식품 등 일반 슈퍼마켓에서 취급하는 냉동식품과는 차별화된 품목이 다수 존재하여 주목을 받고 있다. 관계자는 "@프로즌에서는 다양한 연령층이 소비하는 상품을 구비하여 보다 많은 고객이 매장을 방문할 수 있도록 하는 것이 그 목적이다"라고 전했다.

코로나19 영향으로 외출 자제가 촉구되고 있으며 집에서 식사를 하는 인구가 증가했다. 특히 조리가 간편하여 이용 인구가 증가하고 있는 냉동식품은 2021년 시장규모는 8032억 엔이며 2025년에는 9388억 엔에 달할 것이라는 전망이다.

▲ 일본 대형슈퍼 체인 이온리테일은 자사 쇼핑몰 내에 냉동식품전문 판매매장을 오픈하여 화제가 되었다.

일본 냉동식품협회에 따르면 2021년 국내 출하액은 2년 연속 가정용이 업무용을 뛰어넘어 국내 생산수량 또한 처음으로 가정용이 높은 수치를 차지했다.

관계자는 "일본에서도 맞벌이가 일반화되어 식사의 준비, 가사 등의 부담을 줄이려는 인구는 더욱 높아질 것으로 예상한다"고 전하며 여러 상황을 고려하여 향후 점포 출점을 고려하겠다고 덧붙였다.

일본은 도시락 문화가 발달하여 기존에도 슈퍼마켓에서는 도시락에 곁들일 수 있는 냉동식품류를 찾아볼 수 있었다.

하지만 코로나19로 인한 외출자제 촉구로 인하여 음식점 등의 단축영업, 임시휴업 등이 이어지면서 냉동식품은 가정의 식탁에 등장하며 수요가 증가하였다.

그에 따라 시중에는 냉동식품 시장에 주류, 영유아 이유식 등 다양한 품목이 등장하였다. 이러한 다양한 상품군의 등장, 관련 시장의 성장이 우리나라 냉동식품 수출에 어떠한 영향을 끼치게 될지 지속적인 관심이 필요할 것이다.

Taiwan

포장식품의 유통기한 평가기준 지침(초안) 수정
관련 시행 동향및 내용 확인해야

2022년 8월, 대만 위생복리부 식품약물관리서는《포장식품의 유통기한 평가기준 지침(초안), 이하 '평가기준')》을 발표했다.

이번에 발표한《평가기준》에서는 포장식품의 정의와 미생물 표준, 냉장 야채 샐러드 제품의 미생물 기준과 녹차 음료의 건강식품 검사 및 등록 기준에 대한 기존 규정 항목이 수정됐다. 수정된 내용은 하기와 같으므로, 한국에서 대만으로 포장식품을 수출하는 기업들은 해당 규정의 내용을 확인하고 시행 동향을 지속적으로 모니터링하여 추후 수출에 문제가 발생하지 않도록 주의해야 한다.

※ 포장식품의 유통기한 평가기준 지침(초안) 수정 주용 내용

구분	수정 후	수정 전
5.1조(포장식품의 정의)	포장식품 : 밀봉 포장하여 (수정) 개봉 후 식별이 가능하고 장기간 보관이 가능해 판매 범위 확대를 목적으로 한 포장 식품	포장식품 : 밀봉 포장하여 장기간 보관할 수 있는 식품
7.1.5조 (미생물 표준)	각종 국내 식품의 미생물 기준은 위생복리부의 (수정) 공고에 부합해야 함	각종 국내 식품의 미생물 기준은 위생복리부의 공고를 참고해야 함
8.2.4조(냉장야채 샐러드 제품)	냉장 야채 샐러드 제품의 (수정) 미생물과 냄새 및 색상의 감각 품질을 분석함	냉장 야채 샐러드 제품의 대장균군 및 대장균수와 냄새 및 색상의 감각 품질을 분석함
8.2.5조 (냉장야채 샐러드 제품)	법규와 표준을 참고하여 냉장 야채 샐러드 제품의 미생물 허용량은 (수정) 식품 중 미생물 위생표준에 부합헤야 함	법규와 표준을 참고하여 냉장 야채 샐러드 제품의미생물 허용량은 생식용 식품류의 위생표준에 부합헤야 함 (삭제) 대장균군과 대장균은 각 10^3MPN/g, 10MPN/g 이하여야 함
8.3조(녹차 음료)	(수정) 건강식품 검사 및 등록을 거친 녹차 음료	건강식품 인증을 거친 녹차 음료
8.3.2조(녹차 음료)	(수정) 건강식품 검사 및 등록을 거쳤기 때문에 지표 성분인 가용성 섬유 표시 함량에 부합해야 함	건강식품 인증 거쳤기 때문에 지표 성분인 가용성 섬유 표시 함량에 부합해야 함

▲ *대만 위생복리부 식품약물관리서가 수정된《포장식품의 유통기한 평가기준 지침(초안)》을 발표했다.*