



# Thailand

방콕지사

## 지금 소비자가 원하는 것, 지속가능성 담긴 포장재



| 종이파우치, 재활용 알루미늄캔 및 생분해성 컵 활용한 Nescafé 패키지 |

### 패키지에도 절감, 재사용, 재활용 전략 도입

기후 변화의 위협과 온실효과에 대한 위기의식이 높아짐에 따라 태국 내에서도 다국적 기업, 현지 식품기업, 커피체인점 등에서 그 변화가 감지되고 있다. 일부 소비재 회사는 ‘절감, 재사용, 재활용(Reduce, reuse, recycle)’ 전략을 내세워 모든 제품의 포장을 100% 재활용 또는 재사용이 가능하게 만들고 기존의 일회용 플라스틱 제품은 대체품 개발에 힘쓰고 있다. 이제 소비자들은 환경파괴 없이 지속가능한 제품·서비스에 대한 관심과 기대감이 높아지고 있어 글로벌 및 현지 기업들이 간과할 수 없는 중요한 세일즈 포인트로 자리 잡았다.

태국 유니레버(Unilever)의 대표인 로버트 캔더리노(Robert Candelino)는 “소비자들 스스로가 생활방식과 구매하는 제품이 환경에 미치는 영향에 대해 더 많은 사람들이 관심을 갖도록 서로를 격려하고 있다. 기업이 변화를 이끌어

나가야 한다고 요청하는 소비자들이 늘어나고 있는 것도 좋은 현상”이라고 말했다. 또한 유니레버는 자체적으로 글로벌 트렌드를 실현하고, 지속가능한 성장을 위한 청사진인 ‘유니레버 지속가능 리빙플랜(Unilever Sustainable Living Plan)’을 2010년부터 도입해 태국뿐 아니라 전 세계적으로 시행중에 있다. 유니레버 그룹은 2025년까지 모든 포장재를 10% 재사용·재활용 가능 또는 퇴비화 가능할 수 있도록 패키지 제작방식을 전환하고, 새 플라스틱(Virgin plastic) 사용을 절반으로 줄이는 한편 판매되는 것보다 더 많은 플라스틱 포장을 수집하여 처리할 예정이다. 태국 유니레버의 모든 홈케어 제품 병은 이미 100% 재활용 재료로 사용 중이라고 밝혔다. 또한 유니레버는 여러 번 재사용 할 수 있는 고품질 플라스틱을 구입하는 데 많은 투자를 하여 순환성을 창출하고자 노력하고 있으며 2025년까지 포장재에 재활용 플라스틱 함유량을 25% 이상으로 늘릴 계획이다.

## 친환경 포장재 도입에 앞장선 다국적기업

네슬레 인도차이나(Nestlé Indochina)의 회장 겸 CEO인 빅토르 세아(Victor Seah)는 2050년까지 순 온실가스 배출량 제로 달성을 위한 네슬레 글로벌의 포부를 밝혔다. 네슬레는 환경을 고려하고 기후를 보호할 수 있는(Climate-Friendly) 성분과 대체 포장재로 전환한 다양한 제품을 출시할 예정이다. 네슬레는 Nescafé Protect Proslim 제품의 종이 파우치 포장과 100% 재활용 가능한 알루미늄 캔에 담긴 네스카페 라떼, 블랙 아이스음료를 포함한 혁신적인 네스카페 패키지를 선보였고, 네슬레에서 운영하는 카페인 Nescafé Hubs에서는 생분해성 컵을 사용하고 있다. 네슬레 대표는 “우리는 친환경 포장에 대한 지역 소비자의 요구를 충족시키기 위해 노력하고 있으며 소비자 트렌드에 맞는 제품 개발에 혁신을 가속화해 더 많은 제품을 출시하고 기후를 보호할 수 있는 친환경적인 성분을 사용하여 제품을 구성할 것이다”라고 밝혔다.

## 고객이 먼저 찾는 지속가능한 포장재

글로벌 화장품 회사인 로레알 그룹의 로레알 태국법인(L'Oréal Thailand) 대표 Ines Caldeira는 2013년부터 2020년까지 탄소 발자국(Carbon Footprint)을 60% 줄이겠다고 발표했으며, 이미 2016년 목표치를 초과했다. 로레알 태국은 100% 재활용 플라스틱(캡 및 펌프제외)으로 구성된 Botanical Haircare과 Kerastase Aura Botanical 제품을 선보였고 해당제품은 사용 후 재활용이 가능하다. 신제품 이외에도 적은 재료를 사용하기 위해 포장봉지 크기를 줄였고 마스크 팩 시트를 덮고 있는 플라스틱 안감을 제거하고 포장 크기를 줄였다. 태국의 Z세대는 지속 가능성과 기후변화를 우선순위로 더 나은 세상을 만들고자 하며 이는 소비 행동과 선택에 중요한 역할을 하고 있다고 로레알 태국 대표는 말했다. 실제로 리서치 전문회사인 Kantar에 따르면 아시아 소비자의 60%가 지속 가능성이 높은 브랜드에 더 많은 돈을 기꺼이 지불할 것이라고 조사되었다.

태국 오ishi 그룹(Oishi Group)의 식품사업부 부사장인 Paisarn Aowsathaporn는 회사의 지속가능한 전략은 재활용, 절감 및 재사용의 세 가지 영역에 중점을 둘 것이라고 밝혔다.

했다. 재활용 및 감소 전략은 이미 실행 중으로 4개월 전 플라스틱이었던 교자 및 스시 포장을 종이포장으로 변경하여 배달하고 있다. 또한 밥과 국수 그릇은 한 개의 플라스틱 포장을 사용하고 있다. 오ishi 그룹은 배달 채널을 통한 모든 포장을 향후 2개월 이내에 100% 지속 가능한 포장으로 변경할 것이며 이에 대한 고객의 반응이 매우 긍정적이다.

태국 패키지 제조업체 Terinex siam 회사의 CEO인 Pravit Techavijit는 태국의 여러 조직, 특히 음식 및 커피체인점 등으로 인한 지구 온난화에 대한 우려가 커지고 있다고 말했다. 이러한 우려에 따라 Bar B Q Plaza와 같은 태국의 프랜차이즈 음식점들이 플라스틱 포장보다 가격이 높음에도 불구하고 친환경 포장으로 변경하고 있다. 이 회사는 몇 년 전부터 태국에서 친환경 포장을 만들기 위해 준비하기 시작했다. 초기단계인 음식 체인점들로부터 기대이상으로 좋은 반응이 보이고 있으며 더 많은 음식 체인점들이 협상 중에 있어 긍정적인 결과 기대된다.



## | 재사용이 가능한 Nescafé 알루미늄 패키지 |

Key Point

재활용가능하고 친환경적인 포장재로 접근해야

태국은 세계에서 6번째로 플라스틱으로 인한 오염이 심한 국가로, 이에 정부는 해결책으로 플라스틱용품의 사용을 줄이고 재활용하는 '플라스틱 폐기물 관리 로드맵(2018-2030년)'을 수립하여 시행해오고 있다. 그 일환으로 올해 1월1일부터 대형 마트 및 소매점에서 플라스틱 비닐봉지 사용을 금지하는 등 점차적으로 그 범위를 넓혀가고 있다.

이러한 트렌드는 태국에 진출한 글로벌 기업 및 현지 기업들이 앞장서서 실천하는 추세이며, 단순 제품 구매가 아닌 제품이 담은 가치도 함께 평가하는 등 소비자의 인목이 높아졌다는 반향이기도 하다.

우수한 품질과 더불어 환경을 고려한 지속가능한 포장재 개발이나 불필요한 포장을 줄이는 등의 노력이 제품의 가치를 높일 수 있을 것으로 보인다.