

GREEN WHALE GLOBAL

K-Beauty를 위한 지속가능한 패키징 솔루션

글로벌 유통 채널 기준에 맞춘 친환경 소재 적용과 브랜드 맞춤 커스터마이징 전략

01. AGENDA

그린웨이글로벌은 **친환경을 해야 한다**는 당위가 아니라,
브랜드가 바로 적용할 수 있는 실행 가능한 친환경 패키징 전환안을 제안드립니다.



Conscious Beauty

왜 지금 친환경 패키징인가



Market Shift

2026-2027 규제 변화 흐름 요약



Solution

GWG 소재 라인업 및 솔루션



Standard

GWG 자체 인증 마크 런칭 계획



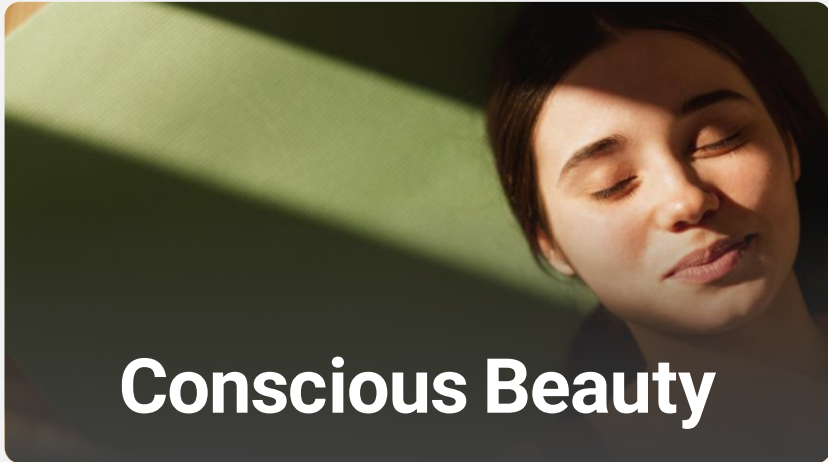
Process

실행 가능한 친환경 전환 프로세스

“친환경을 해야 한다는 당위가 아니라,
브랜드가 바로 적용할 수 있는
실행 가능한 대안을 제안합니다.”

이제 패키징도 제품입니다

원료만 친환경이면 끝이 아니라,
패키징이 브랜드 신뢰를 완성하는 시대입니다.



‘의식 있는 뷰티’로 내용물뿐 아니라
용기·포장재까지 친환경적으로 생산·소비하는 흐름



마지막 순간까지 모두 브랜드 경험으로 인식

친환경 패키징은 단순한 **포장재**가 아니라, **브랜드 커뮤니케이션**의 핵심입니다.

유통 채널의 패키징 체크 리스트



재활용 설계

‘의식 있는 뷰티’로 내용물뿐 아니라 용기·포장재까지 친환경적으로 생산·소비하는 흐름



소재 책임성

재생원료(PCR) 또는 바이오 소재를 적정 비중 이상 사용했는가?



순환 구조

리필·재사용 등 플라스틱 사용을 줄이는 순환 모델을 고려했는가?



데이터 증빙

친환경 주장과 수치를 공신력 있는 자료로 증명 가능한가?

2026 – 2027 친환경 패키징은 선택이 아니라 기본 기준이 됩니다

규정의 핵심은 **친환경 주장**이 아니라 **구조와 근거로 설명 가능한 패키징**입니다.
유럽을 중심으로 포장 규정이 강화되면서, 수출 제품은 패키징까지 **설명 가능한 구조와 근거**가 필요해지고 있습니다.

구분	주요 내용 및 시장 기준 방향
타임라인	2025.02 PPWR 발효 → 2026.08부터 일반 적용 (수출 제품 포함)
재활용성	2030년까지 전 포장재 재활용 가능 설계 의무화 (Design for Recycling)
재생원료	재생 플라스틱(PCR) 의무 함량 가이드 제시 및 사용 확대 요구
순환성	과대포장 축소(공간 비율 규제) 및 리필/재사용 시스템 도입 압력
표기/라벨	분리배출을 돕는 표시/라벨 정보 강화(소재·배출 안내의 명확화)

결론

2026년 하반기부터 글로벌 유통 채널은 무엇을 썼는지보다 어떻게 설명·증빙하는지(구성표·수치·문서) 를 먼저 확인합니다.

글로벌 리테일러 정책 사례 : 지속가능 패키징 요구 강화

친환경 패키징은 “선택”이 아니라, 유통 채널에서 점점 더 “기본 조건/평가 기준”으로 강화되고 있습니다.
아래는 글로벌 리테일러/플랫폼이 공개적으로 제시한 지속가능 패키징 방향을 한 장으로 정리한 사례입니다.

Ultra Beauty / 미국 뷰티 전문 리테일러	Amazon / 글로벌·이커머스 플랫폼
Conscious Beauty ‘Sustainable Packaging’ 기준: 브랜드 포장(중량 기준) 최소 50%가 재활용 가능·리필 가능 또는 재생원료/바이오소재 기반이어야 함. 또한 2025년까지 판매 제품 패키징의 50%를 해당 기준으로 확대 목표 제시.	SIPP(Ships in Product Packaging) 등 패키징 프로그램을 통해 “과대포장 제거 + 운송 적합성 + 재활용 가능(예: curbside recyclable 기준)” 같은 요건을 문서로 제시하고, 테스트/검증 기반 운영.
Sephora / 글로벌·뷰티 리테일러	ALDI / 미국·그로서리
Planet Aware 기준에서 패키징 감축 및 “재활용·재사용·리필·재생원료” 등 순환성 중심 요구(지표/최소 요건 포함)와 증빙 가능한 기준 문서화 흐름을 제시.	‘Sustainable Packaging’ 정책에서 재활용/재사용/퇴비화 가능 설계 확대와 함께 포장 감축·재생원료 활용 등 방향을 공개.
Target / 미국·리테일	Whole Foods Market / 미국·프리미엄 그로서리
2025년까지 자체브랜드 플라스틱 포장 100%를 recyclable/compostable/reusable로 전환하고, 버진 플라스틱 사용량을 2020년 대비 20% 감축 목표를 명시.	바디케어/서플리먼트 공급사 대상 ‘책임 패키징 가이드라인’을 공개하며, 불필요 포장 축소·재생/친환경 소재 활용 등 패키징 기준을 제시(가이드라인 기반 운영 사례).
Walmart / 미국·리테일	Boots / 영국·드럭·뷰티 리테일
2025년까지 Walmart PB 패키징을 100% reusable/recyclable/industrially compostable로 전환 목표. PB 포장 PCR 함량 목표(북미 20%, 글로벌 17%)와 버진 플라스틱 footprint 감축 목표도 함께 제시.	UK Plastics Pact 등 이니셔티브와 연계해 재활용/재생원료/리사이클 인프라(매장 회수 등) 확대 흐름을 공개적으로 커뮤니케이션(리테일 채널 차원의 요구 강화 신호).

많은 글로벌 리테일러와 플랫폼에서 지속가능 패키징 요구가 해마다 더 강화

① 재활용 가능 설계(구조 단순화·분리배출 정보) ② 순환성(리필·재사용·포장 감축) ③ 책임 원료(PCR·바이오소재 비중) ④ 주장 근거(수치·문서·테스트) 네 축으로 기준을 정리

브랜드의 고민, GWG가 해결합니다

현실적인 문제

시작점을 못 잡겠다
(소재 옵션, 인증 종류, 유통 기준이 제각각)

비용이 불확실하다
(단가 상승, MOQ, 금형, 테스트로 총비용 예측이 어려움)

검증 부담이 크다
(패키징 변경 시 누액·토출감·내화학·변색 등 품질 리스크)

차별화가 안 된다
(친환경 '말'은 많은데, 우리만의 근거·스토리가 부족)

무엇을 소구해야 할지 모르겠다
(무엇을 어떻게 말해야 할지 정리가 어렵다)

GWG Solution

그린웨일글로벌은 타깃 시장/유통 기준을 정리해
우선순위 로드맵(지금 할 것/다음 할 것)을 제시합니다.

그린웨일글로벌은 단가가 아닌 **총 비용 관점**(MOQ·금형·테스트·
일정 리스크 포함)으로 시나리오를 제시해 의사결정을 돕습니다.

그린웨일글로벌은 **CT(Compatibility) 테스트 중심**으로
핵심 리스크를 사전에 검증해 출시 리스크를 줄입니다.

그린웨일글로벌은 브랜드에 맞는 차별 축(감촉/함량/순환)을 정하고,
한 줄 메시지와 **핵심 지표로 설득 구조**를 고정합니다.

그린웨일글로벌은 외부 커뮤니케이션용 **‘한 줄 주장 + 숫자 + 증빙자료’**
포맷을 완성해 제공합니다(사양/소재/함량/테스트 근거 + 표현 가이드).

GWG는 브랜드가 “설명 가능한 친환경 패키징”을 만들도록 돕습니다

GWG는 소재를 판매하는 곳이 아니라, 브랜드가 설명 가능한 친환경 패키징 전환을 실행하고 완성하도록 돕는 파트너입니다.

Step 1. 진단

기준과 목표를 먼저 정리

타깃 시장/유통 요구사항 정리
히어로 SKU 기준 전환 우선순위 설정
(빠른 적용 vs 중장기 전환)

Step 2. 검증

품질 리스크를 출시 전에 제거

소재 라인업/커스터마이징 레시피 후보 제안
CT(Compatibility) 테스트 등 필수 검증으로
누액·토출·내화학·변색 리스크 확인

Step 3. 제출

설명·증빙 패키지 완성

한 줄 주장 + 핵심 수치 + 근거 문서로 정리
소재/구성표, 함량(PCR/바이오) 확인,
테스트 근거, 표현 가이드 제공

왜 Green Whale Global인가

Drop-in 접근

기존 설비 투자 부담 최소화
가장 빠른 친환경 전환 속도

Custom 레시피

원료 조합을 통한 브랜드 고유의
촉감, 톤앤매너 설계

Supply 안정성

생산부터 공급까지 고려한
현실적이고 안정적인 운영 지원

GWG Sustainable Packaging Standard

GWG가 만드는 친환경 패키징 기준과 전용 마크



GWG 자체 인증 마크

브랜드가 소비자에게 ‘설명 가능한 패키징’임을 직관적으로 전달하는 신뢰의 도구입니다.

-  태그형 표시: PCR% / Bio / Refill-ready 등
-  QR 연동: 부품별 소재 및 근거 요약 제공
-  투명성 강화: 리테일 파트너 문의 대응 간소화

GWG가 만드는 ‘친환경 패키징 기준’과 전용 마크

왜 지금, GWG 내부 인증 마크인가

- ✓ 화장품 브랜드는 FSC, 비건 등 다양한 인증과 마크를 마케팅 커뮤니케이션에 적극 활용하고 있습니다.
- ✓ 하지만 패키징 친환경은 “어떤 소재를 썼는지”를 넘어, 구조·함량·순환성·증빙까지 한 번에 설명해야 신뢰가 생깁니다.
- ✓ GWG는 소재 판매를 넘어, 브랜드가 일관된 기준으로 ‘설명 가능한 친환경 패키징’을 설계하고 문서화할 수 있도록 자체 표준을 만들고자 합니다.
- ✓ 이 마크는 국가/협회 공인 인증을 대체하는 것이 아니라, GWG 기준을 충족한 패키징 솔루션임을 표시하는 커뮤니케이션 도구입니다.

운영 방식(브랜드가 쓰기 쉬운 구조)

- ✓ **단계형 마크(예시)**
GWG Standard – Verified / Advanced
- ✓ **태그형 표시(예시)**
PCR% / Bio-based / Refill-ready / Design-for-Recycling / Lightweight
- ✓ 제품 라벨에는 핵심 태그 1–2개만 노출(과다 주장 방지)

GWG 마크가 의미하는 것

- 1. 설계(Design)**
재활용 가능 설계 방향 + 분리배출 가이드 제공(구성/구조 기준)
- 2. 소재(Material)**
PCR/바이오/업사이클 등 소재 출처 및 함량(가능 범위 내 %) 표기 기준
- 3. 순환(Circularity)**
리필·재사용 가능성 또는 포장 감축(경량화) 기준
- 4. 증빙(Evidence)**
사양서/구성표 + 핵심 수치 + 근거 문서(확인서 등) 패키지화

QR 연동(투명성 강화)

- ✓ 마크 + QR로 ‘GWG Packaging Fact Sheet’ 제공
- ✓ **포함 항목**
부품별 소재/중량/분리 가능 여부 + PCR/바이오 함량 + 적용 범위 + 근거 요약
- ✓ **효과**
리테일/파트너 문의 대응 간소화 + 소비자 신뢰 강화 + 캠페인/상세페이지 확장 용이

Material Line-up

브랜드가 어떤 말을 할 수 있는지가 선택의 기준입니다.

Terra

가장 설명하기 쉬운 '친환경 출발점'

Terra Line

소비자와 유통 채널에 **설명하기 쉬운 친환경**을 만드는 출발점입니다.

Brand Point

- ✓ 식물 유래 기반으로 자연스러운 친환경 무드
- ✓ 클린/비건/내추럴 콘셉트와 연결이 쉬움
- ✓ 미니멀 디자인과 궁합이 좋음
- ✓ 친환경 전환의 첫 단계로 부담이 낮음

Recommended

- ✓ 친환경 라인을 빠르게 론칭하고 싶은 브랜드
- ✓ 무드를 해치지 않고 패키징만 먼저 전환하고 싶은 브랜드

Revo

업사이클 스토리가 브랜드 차별화를 만듭니다

Revo Line

친환경을 **기능**이 아니라 **브랜드 이야기**로 만드는 소재입니다.

Brand Point

- ✓ 버려지던 자원을 패키징으로 되살리는 업사이클 스토리
- ✓ 캠페인/CSR/한정판과 연결하기 좋음
- ✓ “친환경인데 다 비슷해 보인다” 문제를 해결
- ✓ 제품 콘셉트(원료/산지/철학)와 자연스럽게 결합

Recommended

- ✓ 스토리 있는 원료 콘셉트를 가진 브랜드
- ✓ 콜라보/에디션/브랜드 캠페인을 운영하는 브랜드

Nova

규제와 시장 흐름을 선제적으로 준비

Nova Line

단기 트렌드가 아니라, **앞으로의 기준 변화에 대비**하는 선택입니다.

Brand Point

- ✓ 유럽 등 규제 강화 흐름에 맞춘 선제적 전환
- ✓ 바이오·순환 관점의 장기 로드맵을 ESG 메시지로 연결
- ✓ “다음 단계 친환경 전략”을 준비하는 브랜드에 적합

Recommended

- ✓ 수출 비중이 크거나 유럽 시장 확대 예정
- ✓ 중장기 ESG 메시지를 강화하려는 브랜드



Boost

재생원료 기반의 가장 직관적인 메시지

Boost Line

가장 빠르게 **순환경제**를 말할 수 있는 직관적인 옵션입니다.

Brand Point

- ✓ 재생원료 사용으로 폐기물 감축에 기여
- ✓ 소비자/유통 채널이 즉시 이해하는 순환경제 메시지
- ✓ 단기간에 적용 가능한 친환경 전환 옵션
- ✓ 소개서/상세페이지에 “재생원료 사용” 메시지 반영이 쉬움

Recommended

- ✓ 재생원료 사용을 명확히 보여주고 싶은 브랜드
- ✓ 친환경 포인트를 빠르게 시각화하고 싶은 브랜드

Halastic

할랄 시장을 위한 투명한 패키징 옵션

Halastic Line

할랄 시장(중동/동남아 등) 유통 확대를 위한
패키징 리스크 제거와 커뮤니케이션 자산 확보를 돕습니다.

Brand Point

- ✓ 재생원료 사용으로 폐기물 감축에 기여
- ✓ 소비자/유통 채널이 즉시 이해하는 순환경제 메시지
- ✓ 단기간에 적용 가능한 친환경 전환 옵션
- ✓ 소개서/상세페이지에 “재생원료 사용” 메시지 반영이 쉬움

Recommended

- ✓ 재생원료 사용을 명확히 보여주고 싶은 브랜드
- ✓ 친환경 포인트를 빠르게 시각화하고 싶은 브랜드

브랜드 전용 패키징 레시피 설계

GWG 커스터마이징은 “원료 1개 선택”이 아니라 “브랜드 레시피 설계”입니다.

브랜드 무드

촉감/텍스처, 톤앤매너

소비자 경험

그립감, 사용 만족감

친환경 스토리

바이오/업사이클 방향

채널/시장 대응

유럽/미국 등 목표 유통

“친환경은 비슷해질 수 있지만, **레시피는 브랜드 고유 자산**이 됩니다.”

파일럿 → 검증 → 확장: 1개 SKU 전환 프로세스

GWG 커스터마이징은 원료 1개 선택이 아니라 브랜드 레시피 설계입니다.

적용 범위

☑ 용기(병/자), 캡, 리드, 케이스, 기타 부자재(라벨/인서트 등)

전환 방식(부담을 줄이는 접근)

- ☑ “전면 교체”가 아니라, 히어로 SKU 1개 파일럿 → 검증 → 라인 확장
- ☑ 기존 생산 환경을 최대한 유지하며 적용 가능한 소재/레시피부터 제안
- ☑ 품질 리스크는 CT(Compatibility) 테스트 등 필수 검증으로 선제 확인

Phase 1

타깃 SKU 선정

현 패키징 사양, 목표 시장/채널,

Phase 2

목적 기반 소재/레시피 제안

Terra/Revo/Nova/Boost
(+Halastic 옵션) 중 최적 조합 제안
브랜드 무드/사용성/스토리에 맞춘
커스터마이징 방향 설정

Phase 3

테스트 후 확정

샘플 제작 → CT 테스트 등 필수 검증 →
최종 스펙 확정 및 양산 적용

“빠르게 시작하고, 안전하게 검증한 뒤, 확장 가능한 방식으로 전환합니다.”

Thank you

브랜드의 의식을 패키징에 담는 여정, GWG가 함께합니다.

W. www.greenwhale.com

E. green@greenwhale.com

A. 서울특별시 강남구 언주로650 건설기술인회관 신관 2층