



## 배추包裝化 政策 成功戰略과 秘訣

### 認識高揚·計劃生産·價格安定이 先行條件

韓國 靛板紙包裝工業協同組合 專務理事  
本誌 編輯主幹 安 憲 榮

☞ 칼럼筆陣 ☞

- 안헌영(본호필자·본지 편집인·한국포장물류연구소장) 11·14 號
- 신동소(한국포장학회 회장·한국펄프·종이공학회장·농학박사) 12·15 號
- 옥선종(한국물류학회 회장·명지유통대학원장·경영학 박사) 13·16 號

### 1. 問題의 提起

우리나라 골판지포장화 수요 개척사상, 그 마지막 포장화 대상 품목인 배추, 무우, 파 등 청정소재의 포장화 계획은 ① 배추는 수확후에도 생리작용을 계속하고 있는 점 ② 선도유지력이 약하고 부패성이 심한점 ③ 저장성이 낮으며, 선도를 유지한 상태에서 거래기간이 단기간인 점 등 배추 특유의 상품특성과 ④ 배추의 수급 불균형에 따른 가격의 불안정성과 ⑤ 배추상품가격이 저가인점 등 요인 때문에, 몇년전 까지도 배추를 포장하여 유통한다는 것은 엄두도 내지 못하였었다.

그러나, 우리나라 경제가 발전을 거듭하여, 국민소득 10,000\$ 시대를 맞이하면서, 소위 세계적 명품 "김치"의 종주국인 우리나라가 그 명품의 원료인 배추를 무포장 Bulk로 수출하여, 그것도 쓰레기더미 위에서 비를 맞으면서 노천에서 판매하고 있는 점에 대하여, 이를 어떻게든 해결해야 할 과제라는데 자성의 소리가 높아지는 가운데, 1993년 12월 10일 한국골판지포장공업협동조합에서는 우선 배추포장용 골판지상자의 단체표준규격화를 계획하고, 이에 착수, 규격제정을 완료하여 1994. 6. 2일 부 공업진흥청(현 중소기업청)표제 55550-271호로 승인을 받음을 필두로 배추관련 주무관청, 많은 관련기관에서 사회 문제화 되고 있는 배추쓰레기 감량화, 배추출하비용절감, 배추상품 손실감소 등 배추유통근대화 과제와 맞물려, 배추포장화 정책추진이 급진전을 보게 된 것이다.

### 2. 배추包裝化 必要性 認識度 高揚이 第 1 條件

"김치의 왕국"인 우리나라가 세계적으로 절찬리에 "김치 코리아"로 불릴 정도로 발효식품 김치의 성가가 가이 없이 높지만, 그 김치의 원료인 배추는 마구 밭에서 뽑아, 산물(散物)채 차에 실어, 도시의 도매시장으로 반입하여, 그것도 "차상경매"라는 기상천외의 방법으로 소위 "경매"라는 절차를 거쳐, 그 차에 몇포기가 정확히 실려있는지조차 아무도 모른채 경락되어, 중도매인에게 넘어가면, 4만여원의 하역비와 40만원을 들여, 시장내 다듬기를 거쳐, 음식점이나 우리가정 소비자에게 배송되고 있음이 현실이다. 산물배추를 도시로 반입하여 시장안에서 다듬음으로서 서울가락시장 쓰레기중 62%가 되는 배추쓰레기를 산지 밭에서 다듬어 포장배추로 출하 판매하면, 배추쓰레기 62%가 8%이하로 줄게 되며, 그래서 쓰레기 유발부담금이나, 청소비도 안내게 되고, 가락시장 인근아파트 주민의 쓰레기냄새 데모는 물론, 가락시장의 그 지독한 냄새에서도 해방될 수 있다. 이제는 배추김치 종주국의 자존심을 걸고, 이유불구하고 배추포장화를 달성시켜야 한다. 배추생산 농민, 유통인, 도 소매인, 소비자는 물론 배추농업관계기관, 단체의 모든사람들이 이러한 당위성과 필요성 인식도를 갖지 않고는 배추포장화는 성공할 수 없다. 그러므로 농림부 정책당국은 배추포장화 정책실시에 앞서, "배추포장화 의지"를 심어주는 교육과 계도와 PR의 선행이 무엇보다 중요하다. 수용태세 조성이 없을 때 그 정책은 실효를 얻을 수가 없기 때문이다.

### 3. 배추 計劃生産 需給調整 政策이 要諦

해발 800m에서 1500m고지, 구배 경사가 20도까지의 가파른 자갈 밭에서 재배한 것이 고랭지 배추이다. 이렇게 재배한 배추가 풍작으로 공급초과면, 서울가락시장 경매가격이 폭락하여 수확·상차·수송·하차비용이란 뒷돈만 더 버리게 되어, 아예 출하를 중지하고, 자연 고사(枯死)를 기다리거나, 애써 재배한 배추를 갈아엎는다. 풍작인 해는 자기밭이 없는 옆 산골짜기에만 우박이나 폭우가 와서 배추가 절단나기를 기도 아닌 기도를 하게되는 심정 이란다. 그야말로 잘되도 걱정, 잘 안되도 걱정, 하늘만 쳐다보고 매년 "배추도막?"이 되풀이 되고 있단다.

이를 해결할 대책은 없는가? 왜 대책이 없겠는가? 대책을 연구하지 아니했기 때문에 없는 것이지, 왜 없는가! 모든관계 기관은 배추포장화 효율을 높이기 위해서는 배추의 계획생산과 수급조절정책을 시급히 강구해야 한다. 물론 계획 생산이라 하여 수요 100에 공급 100이 될 수는 없다. 적어도 과학적인 수요예측과 여기에 상응한 생산을 계획하여 수급을 조절 지도한다면, 수급을 방치하는 경우 보다는 의외의 효과를 볼 수 있다. 그 방법의 하나는 품종별 식부면적의 조정과 협동화이다. 이미 미국 일본은 이런 대책이 크게 발전하고, 조직화 되고 있다.

### 4. 배추價格의 原價計算化·價格安定化

배추의 재배와 수확 출하 판매도 분명 경제활동이며, 다른 표현을 하면 농업을 경영하는 기업활동이다. 그러므로 기업경영의 목적은 영리추구이며, 이를 위해서는 지출한 비용보다 판매수익금이 많을 때, 차익이 이익금이다.

그러므로 배추를 출하판매하려면 원가계산이 있어야 하며, 지불한 비용에 적정이윤을 가산한 것이 배추 판매가격이다.

그러므로 배추포장화, 유통근대화를 실현하려면, 먼저 배추의 생산원가와 수확·출하비용과 적정이익금을 합산한 원가계산이 표준화되어야 하며, 이것을 기준으로 한 적정 가격에 의한 최소이익이 보장되는 가격 안정이 이루어야 한다. 요사이와 같이 도매시장가격이 배추생산비와 유통비용을 합산한 금액보다 현저히 낮다면, 차라리 수확

출하를 포기하여 출하비용만이라도 손해를 안보겠다고 토라진다면 배추포장화는 구두선에 그칠 것이다.

### 5. 包裝배추의 流通環境 造成

1966년 경에 정부 및 골판지포장업계에서 사과포장 목상자를 골판지포장으로 대체하는 정책과 캠페인을 대대적으로 전개하여 수출포장개선과 산림녹화를 목적으로 목상자 1개로 같은 크기의 골판지상자 열개를 만들 수 있는 기술이 높게 평가되어, 사과 목상자를 골판지상자로 대체하는 정책이 확정 실시 되었었다.

그러나, 그정책은 담보상태로 상당한 시간이 경과한 1971년 이후에야 빛을 보게 되었다. 66년 당시의 실패원인은 농로가 없었다는 것과 변화에 대한 농민의 수용태세가 없었기 때문이었다. 배추포장화 목적과 실리가 아무리 좋다 해도 배추 포장화를 구체적으로 실현할 수 있는 유통환경을 조성해야 그 실효를 얻을 수가 있는 것이다. 배추포장화 유통환경 조성내용은 ① 이미 정부가 계획하고 있는 산지 포장센터내지 집하장의 설치운영 ② 1100 x 1100 mm Pallet를 효율적으로 사용할 수 있는 차량과 하대치수 통일 ③ 도매시장내 배추매장의 유개 건물화 ④ 시장내 지게차 통로의 확보, 산지 및 시장내 예냉창고의 설치 ⑥ 출하 반입후 단시간내 판매망구축 등의 여건 조성이 시급과제라고 사료된다.

### 6. 배추生産流通人, 中小賣人, 消費者間의 協力

우리나라에 있어, 배추김치는 주식인 밥 다음가는 제 1의 부식이다. 그러므로 산지의 신선도가 안방까지 유지되어, 우리의 식탁과 입맛이 풍요러워야 함은 물론, 도시 쓰레기를 감소시켜 깨끗한 생활환경을 조성해야 한다. 그러므로 배추 생산자, 배추 중매유통인, 도소매인은 선도유지와 각 단계 원가절감으로 적정이윤을 확보하는 적정가격화에 노력하여 소비자를 보호해야 하며, 소비자는 배추 생산·유통비용과 1000m고지에서 애쓰는 농민의 노고를 무시 몰이해 해서는 안되며, 상호이해와 신뢰와 협조가 절실하다고 본다.