

# 선물세트 포장경향

업체별 매출액 대비 적게는 7~10%, 크게는 20~30% 차지

## 편·집 · 자·주

선물세트는 제품의 특성상 받는 사람의 입장을 고려하여 먼저 부피가 크고 내용물이 다양해야 한다는 고정관념 있었지만 공간비율 25% 적용에 따라 제품이 콤팩트해지고 환경을 고려한 여러 방면으로의 노력이 엿보이는 제품들이 출시되고 있는 추세다.

선물세트는 그 내용물에 따라 포장비 포지션도 차이가 있고 포장재질과 방법, 디자인도 차별화되어 있어 화장품이나 식품에 비해 생활용품 세트가 더욱 단순하고 포장비 비중도 적게 설계되고 있다.

업체별 선물세트 포장의 비중은 매출액대비 적게는 7~10%, 크게는 20~30%까지 책정되고 있으며 대량 판매가 가능한 제품으로 업체가 많은 관심을 두고 있는 품목이기도 하다.

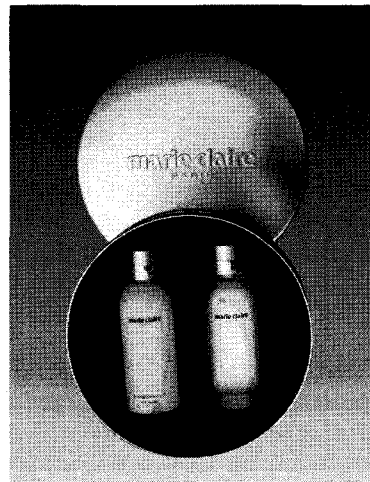
연말연시를 맞아 국내 선물세트의 포장 경향을 알아 보기 위해 주요 업체들의 현황을 알아보았다.

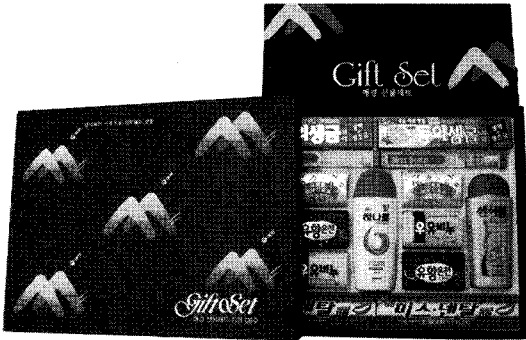
## 애경산업(주)

화장품, 걸포장형태 등근형등 과감한 변화  
재질은 스틸, 트레이는 PE폼

애경산업은 회사생산품목의 특성상 선물세트포장이 중요한 생산품목이다. 그 이유는 주로 생활용품, 화장품을 주로 생산하고 있기 때문이다.

일반적으로 선물세트포장에 있어 가장 중요시되는 것은 기능성이다. 국내기업들에 따라 조건의 차이는 있으며 애경의 경우 7~10% 정도를 차지하고 있다. 그러나 아직까지는 한번 포장된 제품에 재포장하는 것으로 그다지 많은 투





자를 고려하지 못하고 있는 것이 사실이다.

세계, 화장품 전문회사인 애경산업주식회사는 매년 추석과 설에 선물세트를 출시하고 있다. 애경의 경우 선물세트포장에는 그다지 큰 투자를 하지 못하고 있어 각 제품 가격의 2~3%를 차지하고 있다.

패키지디자인은 지금까지처럼 단일색상만을 추구해오던 것에서 벗어나 다양한 칼라를 적용하고 기업의 이미지를 표현할 수 있는 것을 강조하고 있다. 또한 박스는 제품에 따라 차이는 있지만 단순히 사각형태로만 나오던 것에서 탈피, 다양한 크기와 모양도 둥근형, 팔각형 등의 형태들이 선보이고 있다.

환경문제로 논란이 많았던 완충트레이 형태도 기존에는 PSP형태가 단독으로 사용되어 왔는데 환경우려의 목소리가 높아짐에 따라 열효율이 적은 FPP가 사용되어지다 최근에는 PE, PP폼형태도 일부 품목에 적용되고 있다.

애경은 공간비율25%를 철저히 적용시키고 있는데 이것은 오히려 기업측면에서는 이익적인 면이 더욱 크다. 다만 소비자들의 선호도가 큰 관건인데 최근 소비자들이 콤팩트한 형태를 선호하는 경향이 커 공간비율 적용상에는 큰 문제는 없고 더욱이 유통상에 있어 콤팩트한 디자

인이 운반상, 적재상에서도 유리하다.

최근 애경이 선보인 마리 끌레어 화장품 선물세트는 재사용할 수 있는데 중점을 두고 고급화를 추구하여 눈길을 끌고 있다. 사각, 둥근형태의 스틸용기에 PE폼형태의 트레이를 적용시켜 고급화를 추구했다.

애경은 그간 리필제품을 적극 생산하고 있으며 선물세트 포장에 있어서도 기능성을 최대한 고려하면서도 환경에 저해되지 않는 방향을 추구해 나갈 계획이다.

(자료제공 : 이철원/애경산업(주))

포장개발팀 부장)

### (주)미원

다용도로 재사용하는데 주안

제품 특성상 다양한 포장

선물세트는 우선적으로 마케팅기획차원에서 소비자 선호도에 맞는 제품군으로 구성되어야 한다. 상품은 구매가격대비 제품의 효용가치를 생각한다는 소비자 니즈를 고려하여 기획되어야만 마케팅력을 발휘할 수 있다.

포장기획부문에서는 세트에 구성되는 각 제



품의 규격단위를 설정하고 배열위치를 선정하는 등 시각적인 측면도 고려해야 하는데 동일한 제품의 구성도 크기별 balance 배열 위치방법에 따라 차이를 보이기 때문이다.



미원선물세트의 특징은 크게 소비자의 편리성 추구하고 환경대응 포장에 주안점을 둔다는 것이다. 소비자의 편리를 위해 일반 수요 제품외에 별도 구성제품의 신규포장을 함으로써 종이백을 사용하여 소비자가 타용도로 재사용 가능하도록 하고 있다. 또한 생산성 향상 및 강도를 고려하여 지기접착의 다변화와 접음날개 구조변형으로 모서리 강도를 보완하고 있다.

제품군별에 따라 세트포장방법도 다소의 차이가 있는데 크게는 조미료, 양념류의 지함 및 분해성 플라스틱 트레이포장과 자연식품류의 CARRIER BAG포장, 전통식품류의 도자기 및 목상자를 이용한 고급 보자기포장, 육가공제품류의 CAN제품 지함포장 그리고 전통차 및 커피류의 지함과 종이트레이 또는 종이칸막이 포장 등으로 이는 제품류 이미지에 따라 포장방법을 달리함으로써 선택범위를 넓히고 소비자에게 한발 더 다가서는 포장을 제공하고 있다.

코팅은 라미네이팅을 지양하고 OVER COATING, UV COATING방법을 주로 취한다. 각사가 용도별로 적절한 지기구조를 사용하며 접착방식은 다르더라도 뚜껑식 상자가 일반적 경향이며 앞으로도 이 부분에 대해서는 큰 변화가 없을 것으로 보인다.

선물세트 구성물을 구성하는 각 제품을 흐트러짐없이 보관하고 또 DISPLAY를 위해 보편적으로 트레이를 사용하며 소비자의 구매의욕에 맞게 내용물을 보여줄 수 있는 DISPLAY기능이 필요하다.

트레이소재는 플라스틱과 종이류가 사용되고 있는데 환경대응으로는 종이소재가 바람직하나 조립공정상 불편함과 가격부담 등 여러가지 이유로 플라스틱 소재를 선호하며 소로트물량의 경우는 MOLD비용부담 등으로 인해 종이소재를 사용한다. 미원에서는 현재 저열량 생분해성 플라스틱 소재를 사용하고 있으며 더 좋은 분해성소재 개발을 위해 관련업체와 공동으로 노력하고 있다.

공간비율의 적용은 내용물의 최대길이를 취하여 육면체로 간주하고 계산하기 때문에 큰 무리는 없고 내용물 형태에 따라서 트레이사용의 경우 몰드성형시 기술적 어려움이 있다. 실제로 공간비율 이내에서 포장설계를 하다보면 성형 최소간격을 줄 공간이 없어 성형상태가 좋지 않은 경우가 있고 성형은 가능해도 트레이 강도가 떨어지는 경향도 있다.

선물세트의 인쇄는 오프셋인쇄방식이며 인쇄도수는 보통 5~6도 정도이고 타사세트의 경우 인쇄도수가 종전보다 많아지는 경향이 있다. 미원은 매출이 집중되는 명절 분위기에 맞추어 전통적 분위기를 느낄 수 있는 디자인을 추구하고 있다.

선물세트의 주 소재는 지함류로 마닐라판지, E골판지, 합지를 사용하고 있으며 지기구조와 종이백, 생분해성 트레이를 사용하여 환경에 적

극적으로 동참하고 있고 향후에도 환경을 고려한 최적의 포장이 될 수 있도록 적극 노력중이다.

(자료제공 : 이찬원/미원중앙연구소  
식품개발팀 과장)

**동원산업(주)**

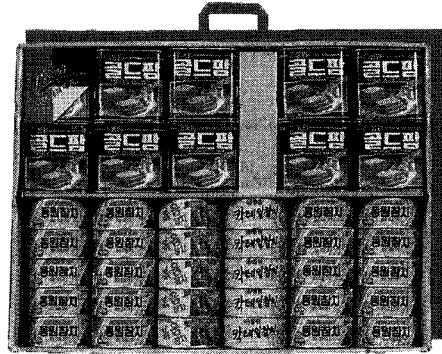
선물세트 전체 매출의 30%차지  
회사 차별적인 문양 살려

동원산업은 선물세트가 차지하는 비중이 상당히 크다. 전체 매출액의 30%정도를 차지하고 있고 경기나 경향에 따라 차이는 있지만 수요가 많은 편이다. 타사에 비해 항목수도 많은데 대표적으로 참치선물세트가 주이고 햄캔세트, 참기름세트 등이 있다.

특히 올해에는 가격도 고가이면서 고급스럽게 포장한 참기름세트 제품을 선보였다. 특히 참치세트 포장의 경우는 생활용품, 화장품 세트와는 달리 단순하면서도 참치를 최대한 부각시킨 형태가 소비자로부터 호응을 받고 있다.

올해부터 기존의 대표적인 문양이던 물고기 문양을 변화시켜 전통을 살리는 방향으로 찾다 '탈'로 이미지를 맞추고 칼라도 너무 화려한 것보다는 고급스러움을 나타내는 것을 택했다.

25%로 정해진 공간비율을 적극적으로 실천



하고 있지만 적용에 어려움이 따르고 있다. 큰 무리가 없지만 참기름세트는 병의 특성상 어려움이 있다.

공간비율이 콤팩트해짐에 따른 소비자들의 경향은 두가지로 분산되어 나타나고 동원은 환경보호에 적극 동참한다는 취지아래 이에 따르고 있으며 더불어 타사와 같이 트레이에 플라스틱몰드를 사용하지 않고 골판지를 사용해 폐기물 처리문제에도 신경을 쓰고 있다.

지기종류는 대부분 한정돼 있는데 동원의 경우 품목수가 다양하므로지기종류만 40가지가 되며 지기로서의 단순함을 피한다기 보다는 패키지디자인으로 변화를 추구하는 것이 일반적이다.

앞으로는 모든면에서 환경을 생각하지 않으면 안되기 때문에 코팅이나 라미네이팅을 절제하려고 노력하고 쇼핑백이나 박스도 환경을 고려하여 제작할 것이며 손잡이 가방을 추가하여 운반시 편리하고 다른 용도로 재사용 가능하도록 노력하고 있다. 또한 패키지디자인면에서는 소비자의 경향에 맞춰갈 것이며 동원만의 차별적인 문양을 추구할 것이다.

(자료제공 : 조선희/동원산업(주)  
디자인실)

**LG화학(주)**

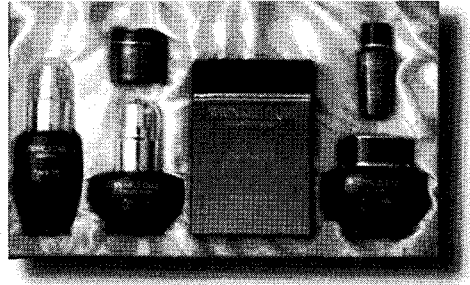
환경포장으로 소비자를 끌어  
완충트레이 FPP로 전환

화장품, 생활용품, 식품등 다양한 제품을 취급하고 있는 LG화학은 각 제품의 선물세트에 큰 비중을 두고 있다.

4~5년전까지만 해도 스티로폼이 선물포장의 대명사였는데 그 이후 환경문제가 대두되면서 먼저 완충트레이에 대한 문제가 제기되어 LG는 두가지 방법을 모색하여 진행했는데 먼저 골판지로 패드를 만들어 사용해오다 최근 들어 FPP로 전환하였다.

대기업이다 보니 국내시장을 이끌어 가야한다는 의무감으로 지난해 환경포장을 선행해 왔는데 공간도 줄이고 포장량도 줄이는 방법을 취하는가 하면 별도의 담당팀을 두는 노력을 보였다. 그러나 이러한 시도에도 불구하고 소비자들을 대상으로 의견을 조사해 보니 오히려 소비자들은 선물세트의 특성상 부피가 크기를 바라는 것으로 나타나 진통을 겪기도 했다.

공간비율을 적용시키는 데는 큰 어려움은 있

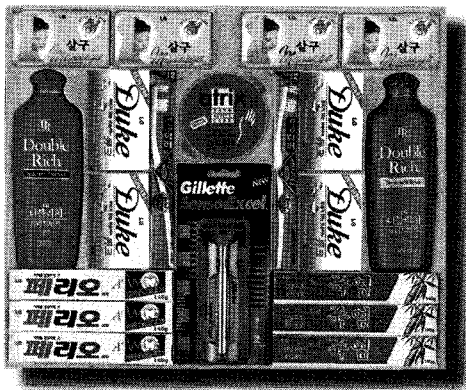


으나 이왕이면 같은 가격에 부피가 큰 것을 요구하는 소비자들의 불만을 사기도 했으며 지기구조의 변화는 꼭 필요한 것이나 대량 생산상의 어려움이 있어 기업이 꺼려하고 있다.

세트포장의 전망은 소비자의 구매패턴에 따라 유동적이므로 쉽게 예측할 수 없지만 포장방법 및 재질 등은 기존의 개념을 유지하면서도 소비자 만족도에 따른 세트내용물의 다양화, 생산성 합리화를 통한 원가절감 등이 당분간 유지될 것으로 보인다.

LG는 제품에 환경을 고려한 제품을 우선 적용하여 환경제일주의를 구축하고 있는데 앞으로 이에 주안점을 둘 것이다.

(자료제공 : 원석재/LG화학  
디자인연구소 과장)



**제일제당(주)**

화장품, 소비자인식 우선적으로 고려  
100여종 종류 선물세트 출시

제일제당은 매년 5~6월부터 시작하여 9월 추석까지 준비하고 있는 추석 선물세트와 연말 및 구정 선물세트까지 약 7개월정도의 생산기간이 소요되며 약 100여가지 종류의 선물세트

를 출시하고 있다.

매출비중은 그다지 크지 않지만 기존 생산설비의 활용, 영업에 있어서의 명절 특수기간동안 타 제품판매에 미치는 영향, 경쟁사와의 시장경쟁상황 등을 고려하여 관심을 기울이고 있는 품목이다.

6~7년전까지만 해도 부피위주, 양위주의 포장형태에서 공간비율 25%가 적용됨에 따라 콤팩트해지는 경향을 보이고 있으며 특히 식품 및 생활용품의 선물세트 포장은 매년 실용적인데 주안점을 두고 있고 화장품의 경우는 제품 및 유통소비자 인식 등을 우선적으로 고려한 설계를 하고 있다.

쇼핑백은 PEARL OPP에서 종이로 모두 개선하여 가능한 환경에 미치는 영향을 축소할 수 있도록 하였고 트레이는 EPS, PVC트레이에서 현재는 FPP로 모두 바꾸었으며 최근에는 펄프몰드 트레이를 검토해 보기도 했으나 품질상의 문제로 실용화시키지 못하고 있다.

겉포장은 SC마닐라지를 사용한 판지 또는 E 골판지를 사용한 지기상자를 사용하고 있으며 이것은 향후에도 큰 변화는 없을 것으로 보인다. 다만 인쇄를 보호하고 상자강도, 수분차단을 위하여 상자 겉면에 필름 라미네이팅하여 사용하던 것을 종이 재활용이 가능한 수성코팅으



로 처리했다.

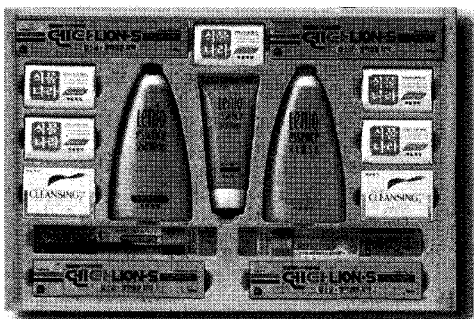
제일제당의 경우 선물세트 포장비는 매출액 비중과 같이 전체 포장비의 약 5%수준이다. 이것은 기존제품 포장비 외에 선물세트를 만들기 위해 들어가는 추가 포장비 개념이며 이 비용은 모두 회사에서 부담하여 실제로 내용물 가격외에 소비자에게 추가로 부담되는 비용은 없다.

제일제당의 세트포장 개선방향의 핵심은 콤팩트한 포장, 환경에 적합한 포장, 생산성을 향상시킬 수 있는 방향으로 추진할 것이다. [K]

(자료제공 : 소유영/제일제당(주))

포장개발팀 과장)

이선하 기자



월간 「포장계」는 포장인의 격려와  
채찍으로 살려줍니다.

포장과 관련한 원고나 소재를 받고  
있습니다.

포장산업의 발전을 위한 포장인들의  
적극적인 참여를 기다립니다.

포장인들에게 정보와 지식을  
전달해 주는 월간 「포장계」는  
포장인 여러분과 함께 합니다.