

벌크타입 대용량포장 · 멀티포장 주 이룰 듯

대용량에 따른 보관상 최선의 포장적용 서둘러야

대형유통할인점들이 국내에 여러형태로 도입되어 있고 앞으로 외국업체의 국내 유통업진출과 더불어 더욱 다양화될 것으로 예측되며 그 수도 빠르게 확산될 것으로 보인다.

국내 제과사들은 현재 새로운 형태로 대두된 대형 할인유통점과 익숙해지고 있는 시점으로 보고 요구와 협의를 통한 제품과 포장을 창출해내고 있다.

한편 제과사들은 유통업체마다 요구해 오는 포장이 제각기 다르기 때문에 이를 충족시키기 위해 적잖은 어려움을 겪고 있으나 이러한 문제점은 매출이 증대되어 대량생산이 가능해지게 되면 해소될 수 있을 것으로 보고 있다.

업체별로 보면 자사의 실정에 따라 혹은 유통

업체의 요구에 따라 제품을 수축필름으로 랩포장하거나 띠를 두르는 형태의 번들포장처리를 하거나 벌크타입의 새로운 포장을 개발해 적용시키고 있다.

동양제과의 경우도 기존에 판매되는 일반제품을 번들처리하거나 생산자체를 차별화시켜 대용량의 팩으로 선보이는 방식을 취하고 있다.

여러 대형유통점마다 각기 최소의 가격을 요구해 오고 있는데 이러한 부담은 모두 제조업체가 떠맡고 있는 것이 현실이다. 즉 매장별로 다른 용량의 제품을 공급하기를 요구 해오고 있어 용량의 차별화로 변화를 주는데 따른 포장비용은 제조업체가 감수하고 있다.

대형유통점으로 공급되는 제품은 인기있는 상품이 주가 되는데 동양제과의 대표적인 제품으로 볼수 있는 '초코파이'의 경우 일반제품이 한 상자당 12개인데 반해 대형유통점용은 18개포장으로 별도 제작된 상자에 납품되고 있다.

이외에도 고래밥은 별도 제작된 상자에 2개의 필로우 포장을 넣었으며 '쭈'는 12개짜리 케이스포장을, '통크'는 케이스에 2개를 넣어 포장된 형태를 출시하고 있다.

이러한 것은 동양이 라인상의 추가비용을 감수하고 진행하고 있는 것이며 자체적으로는 띠로 번들처리한 포장이 아직까지 간편하고 비용도 유리한 것으로 평가하고 있다.



▲ 5가지 스낵을 포장한 크라운제과의 스내모음



▶ 롯데제과는 최근 대형할인점용으로 10여종의 벌크포장을 선보였다.

동양은 이외에 스윙칩, 오징어새우깡, 치토스, 이츠, 초코칩을 랩으로 번들포장했으며 썬칩은 대용량 포장으로 공급하고 있다.

롯데제과는 그간 수입과자의 교두보였던 대형 유통할인점을 확보하기 위해 제품과 포장에서의 차별화를 선도적으로 보여주고 있다.

롯데제과는 그간 아이스크림의 용량을 대형화(5리터, 10리터)하여 할인점 등 대형점에 공급해 오다 출시 초부터 매출신장을 보였던 '칙촉'을 소비자에게 보다 저렴한 가격으로 공급하기 위해 벌크타입의 제품으로 개발했다.

이 제품이 할인점에서 좋은 반응을 얻자 롯데제과는 금년 6월초까지 모두 10여종의 제품들을 이러한 벌크타입으로 제작, 대형 할인점에 집중 투입, 꾸준한 매출신장을 보이고 있다.

이런 대형 제품은 쇼핑횟수를 줄이고 1회에 대량 구매하여 경제적, 시간적 이점을 추구하는 소비자의 라이프 스타일에 잘 맞아 떨어져 호응을 얻고 있다.

이런 제품으로 '빼빼로', '토픽', '뽕뽕리' 등 스틱형 과자 3종과 초코바를 작게 만든 미니블랙쥬, 칙촉, ABC비스킷 등이 벌크타입으로 개발돼 판매되고 있다.

또한 주시후레시의 5가지 주력 껌제품을 5개씩 묶어서 번들타입으로 시판하고 있으며 특히 95년 이후 높은 매출을 보이고 있는 '제크크래커'는 4개들이 포장으로 개발, 선보이고 있다.

롯데 측은 대형유통점이 1회 단량구매를 통해 30% 가까이 저렴하게 구입할 수 있다는 것과, 벌크타입의 용기는 먹을 때마다 원하는 양을 꺼내 먹고 밀봉할 수 있는 케이스형태로 만들어져 보관이 용이하다는 것, 또 다른 용도로 용기를 활용할수 있는 장점을 강조했다.

롯데의 벌크 및 번들포장된 제품은 이외에도 스카치캔디, 미니가나, 영어교실, 꼬깔콘 제품이 있다.

크라운제과는 대형유통점의 비중이 커짐에 따라 벌크타입으로 포장된 제품을 공급하는 것을 원칙으로 하고 있으며 스낵은 주로 5개를 묶은 번들포장으로 공급하고 있다.

크라운제과는 현재 전체 매출의 약 10%가 대형할인점이 차지하고 있는데 향후 더욱 늘어날 것으로 보고 있다.

크라운제과의 대표적인 제품인 조리퐁, 콘칩, 옥수수퐁은 대용량 포장을 하였고, 초코하임은 별도의 상자에 12개포장을 시도했으며 스낵모



▲ 번들포장된 스낵류 제품

음이라는 제품은 5가지 종류의 각기 다른 과자를 필로우 포장함으로써 번들포장의 경우 똑같은 제품을 여러개 묶음으로써 오는 지루함을 탈피했다. 이외 '롱스', '빅파이', '산도', '뽕또'는 상자를 별도 크게 제작하여 날개포장수를 늘려 공급하는 방식을 취하고 있다.

할인점이 늘어나는 시점에서는 유통점 전용으로 전용라인을 설치할 계획도 가지고 있는 크라운제과는 저렴한 가격으로 최선의 제품을 공급한다는 것을 원칙으로 하고 있다.

현재까지 전체 매출 중 큰 비중을 차지하지는 않지만 대형유통점이 전국적으로 확산될 것을 예상하고 대량납품도 가능할 것으로 판단하고 있는 해태제과는 초창기에는 기존 용량제품을 번들포장 처리하는 것이 대부분이었으나 별도의 포장을 꾸준히 개발하고 있다.

대형유통점이 제과에 큰 공간을 제공하지 않고 있고 인기상품, 고마진제품 위주로 진열하는 것이 현실이다보니 제과의 경우 충분한 공간을 확보하지 못한 점을 지적하는 해태제과는 아직은 새로운 재질이나 포장방법을 구체적으로 선보이고 있지 못하고 있지만 점차 다양한



▲ 대용량 포장된 스낵제품

제품과 포장형태를 개발할 계획이다.

해태제과의 경우 번들과 벌크포장을 모두 적용시키고 있는데 대표상품인 '에이스크래커'와 같은 비스킷류는 별도의 상자를 제작, 날개포장수를 늘리고 다시 랩포장하는 방식이다. 또한 맛동산과 같은 스낵류는 대용량포장이나 기존 용량을 번들처리하는 방식이 대부분이다.

대형 유통점들과 제과업체, 포장업체들간의 제품에 대한 협의가 어우러져 보다 소비자들이 제품을 구매하여 사용할 때 편리하고 저렴한 가격으로 구입할 수 있는 체계가 이루어져야 할 것이다.

또한 현재는 대형유통점 측에서 제품과 포장의 방향을 주도해 나가고 있으나 제과 업체들도 대용량포장에 따른 보관상 최선의 방법 등 보다 실용적인 포장방법 개발을 주도해 나가야 할 것이다. 저가격대로 공급되면서도 별도의 포장비용을 제조업체가 부담함으로써 궁극적으로 이것이 소비자에게 돌아가는 현상은 지양되어야 하며 이에따른 대응책이 마련되어야 한다는 것이 업계의 지배적인 의견이다. [ko]

이선하 기자