

위기 극복을 위한 제과 포장방향

김재우 / 해태제과(주) 포장개발팀 차장

지난해 말 국가 부도의 경제위기에서 IMF 구제 금융으로 경제의 공포 위기에서 가까스로 벗어난 것은 어려움은 계속되고 있고 또한 환율의 폭등으로 수입 원자재의 수입중단, 원자재 값의 인상 등이 불가피하게 되었다.

하루가 다르게 등락폭이 큰 환율로 인하여 원자재의 가격은 불안정한 상태에서 갈피를 못잡고 수급 또한 불안정한 상태로 방향을 잡지 못하고 매일 환율 기준에 따른 원자재 가격의 예측과 수입 원자재 수급에 온 힘을 쏟아야 했다.

진정한 어려움은 이제부터이다.

이렇듯 어려운 상황에 대처하기 위해서는 작은 물방울이 모여서 큰 내를 이루듯이 우리 국민 한 사람 한사람이 소속되는 각 분야에서 허리띠를 졸라매지 않으면 안될 것이다.

일반적으로 제과포장에 주로 사용되는 재료로

· 봉지나 개별 포장에 사용되는 필름류는

OPP(Oriented Polypropylene), PET(Polyethylene Telephtalate), ON(Oriented Nylon), LDPE(Low Density Polypropylene), CPP(Cast Polypropylene) 그외 특수 Resin, 필름 등이 있는데 근본원료 자체는 대부분 수입하고 있으며, Resin자체를 직수입하여 사용되는 것도 있다.

· DISPLAY용으로 주로 사용되는 CASE류는 평량이 260g/m²~500g/m² 범위에서 주로 사용되며 버진 필프는 거의 전량이 수입되며 고지는 일부

수입하고 국내 종이도 상당량 재활용 되고 있다.

· 외포장으로 사용되는 골판지 상자는 국내 라이너 및 골심지가 대부분이나 일부 수입원지를 사용한 골판지 상자도 있다. 이렇게 수입원자재가 많아 환율 인상에 따른 원자재 인상폭이 수십%에 이르고 현금 없이는 수급마저 어려운 실정이지만 이를 극복하기 위한 노력이 배가가 되어야 할 것이다. 여기서는 상품의 일부분인 포장, 그 중에서도 제과포장에 대해서 간단히 언급하고자 한다.

1. 신제품 출시를 억제하고 기존 제품을 활성화 해야한다

일반적으로 신제품을 개발하려면 내용물에 대한 투자는 말할 것도 없고 포장기계의 투자가 수반된다. 포장기도 국산화가 많이 진행되고 있지만 아직도 까다로운 기계나, 신뢰도, 내구성 등으로 수입하는 포장기계가 많고 국내 포장기계라도 자금력이 어려운 시기라서 투자에 어려움이 많기 때문에 기존 제품의 품질을 강화하고, 리더자언하여 인기제품 위주로 소품종 대량 체제로 집중화 될 것이다.

2. 디자인의 간소화

국내 제과포장 디자인은 가까운 일본의 영향을

받아 비교적 복잡하고, 화려한 디자인이 많은데 이는 톨루엔 및 잔류용제에 문제가 있을 뿐 아니라, 가격 상승, DELIVERY 등 여러가지 문제가 수반되므로 가능한 범위에서 유럽, 미국 등의 단순한 디자인 타입으로 개선하고 특히 내포장은 1도 내지 2도 정도로 아주 단순화해야 할 것이다.

3. 유희 및 기존 포장기의 효율적 활용

신제품 개발에 대한 실패, 기존 제품의 부진, 포장기계의 노후화, 포장CAPA의 최대 미활용 등 여러가지로 기존 포장기계의 활용이 미흡한 점이 많다. 포장기계팀, 생산현장의 포장기계 OPERATOR와 포장팀의 밀착된 개발이 이롭다. 이럴때일 수록 각 분야의 전문성만 고집하지 말고 서로의 개선점, 문제점을 OPEN해서 해결한다면 생산 현장에 산재되어 있는 유희 포장기를 활성화 할 수 있고 기존 자동포장기도 최대 CAPA로 활용 할 수 있을 것이다.

4. 직수입 포장재의 국산화

포장기계의 직수입으로 선진화가 되고 있고 SPEED도 향상되고 있지만 특히 SEALANT용 국내 재료로는 한계가 있다. 국내 RAW MATERIAL 제조업체, CONVERTER, END USER등과 자주 접촉하여 정보를 교류하고 기술력을 높여 개발해 나가 내수시장 뿐 아니라 국제적인 경쟁력에 대응해야 할 것이다.

5. 과대포장의 포장 적정화

포장재질, 치수, 강도, 방법 등을 생산현장, 유통

등을 감안해서 재점검해야 한다.

건과, 아이스크림류 제품은 연간 보통 200여 신제품을 개발 출시하기 때문에 한번 출시된 제품을 개선하고 보완하기는 힘들다.

금년 98년에는 자금 사정으로 인하여 예년에 비해 신제품 출시가 줄어들 것으로 예상되므로 기존 제품에 치중하여 적정화한다면 개선의 여지가 많을 것으로 예상된다.

80년대 과도한 욕심으로 무리하게 재료 원가 절감을 했다가 문제의 다발로 원복한 적도 있지만 어려운 시대라고 해서 무리가 있는 과도한 재료 절감은 금물이며 품질이 문제되지 않는 범위에서의 개선이 필요하다.

80년대만 해도 업체간의 경쟁으로 제과포장의 일부 품목은 가능한 한 크게 보이도록 포장하는 것이 마케팅의 요구였고 이로 인해 적정포장을 추구하는 포장팀과 잦은 마찰이 빚어졌다.

쓰레기 종량제, 과대포장의 규제 등의 과정을 거치면서 마케팅의 마인드 변화가 되긴 하였지만 아직도 일부는 경쟁사 크기에 대비한 포장의 개념을 요구하고 있다.

제과포장은 다품목으로 진행일정에 시달리며 Long Run하는 제품이 거의 없고 수명이 짧기 때문에 빈번하게 포장과 Design이 변경되는게 일반적인 현상이다.

MF시대를 맞아 이러한 개발비의 Loss를 줄이고 기존의 인기제품 위주로 정성을 쏟아 집중화해야 될 것이며, 과대하고 복잡한 포장은 소비자에게 외면당할 것이므로 실속있고 단순한 포장화로 적정포장에 최대한 접근하는 길만이 환율폭등에 의한 수십%의 가격 인상에 조금이라도 대응하는 방법이 아니겠는가 생각해 본다. ☞