

유통기한 제한돼 대용량에 따른 포장에 신중

할인점별 각기 다른 포장요구, 제조업체 부담 가중

대형유통점은 대량구매, 현금판매라는 점이 업체에 큰 장점을 제시하고 있다. 매년 30%씩의 매출신장을 보이고 있는 것도 소비자가 저렴한 가격으로 대량의 제품을 구매할 수 있다는 장점 때문일 것이다.

그러나 식품의 경우 유통기한의 정해져 있어 대량의 제품을 구매하는데 한정되어 있고 유통업체측에서도 회전력이 제일 빠른 제품으로 보고있어 매장의 큰 면적을 차지하고 있지는 못하다.

대형유통점에서 판매되고 있는 식품은 일반 공산식품, 냉장식품, 청과, 야채, 정육, 선어로 크게 구분할수 있다. 유통점별로 판매방식이 조금씩 차이가 있기는 하나 공산식품들은 주로 묶음판매와 날개판매형태가 있다.

프라이스클럽, 김스클럽과 같은 창고형매장은 라면등 제품이 주로 박스판매가 이루어지고 있는 반면 그의 대형유통할인점들은 날개와 번들된 묶음포장이 더욱 눈에 띈다.

대표적인 라면메이커인 농심은 신라면, 안성탕면, 김치라면 등 여러 종류의 봉지면과 용기면을 대형유통점에 공급하고 있는데 별도로 재질을 바꾸는 것은 추가부담이 크기 때문에 각기 업체에서 띠를 두르거나 랩포장을 하고 있다.

대형할인유통점용 라면케이스는 일반용이 30개짜리를 박스화한데 반해 유통점용은 가격의 이점을 주기 위해 32개짜리를 공급하고 있는데 전 제품에 이러한 경향이 짙다.

농심의 대표적인 제품인 '새우깡'은 5개 번들포장이 주를 이뤄오다 최근 '노래방 새우깡'이



◀ 대형할인점 참치캔 진열 모습

● 특 집

대형할인유통점 포장형태



▲ 번들 포장된 라면류 제품



▲ 멀티팩 포장된 라면류 제품



▲ 참고형 매장에 진열된 햄류 제품

리는 대용량 포장을 선보임으로써 본격적인 벌크포장을 선보였다.

이외 '꿀파베기', '고구마깡', '치킨스낵' 등은 번들포장이 주를 이뤄 농심의 경우 아직은 대용량포장보다는 번들포장을 선호하고 있는 편이다.

농심의 경우 유통업체에서 제과와 식품류를 공급하고 있는데 대형 유통할인점이 앞으로 큰 비중을 차지할 것으로 보고 기존시장과 이원화 시켜 영업을 추진할 계획이다.

동원산업은 대형유통점으로 참치캔 3~4개를 PVC나 PP필름으로 번들포장하는 것이 대표적이다.

기업의 특성상 캔이 생산품목의 주를 이루고 있는데 참치외에도 황도캔, 수산캔, 스위트캔을 번들포장 처리해 공급하고 있다.

동원산업은 번들적용박스를 제작하기는 하나 재질이나, 사이즈에 변화를 두지 않고 내부제품이 번들된 것과 아닌 것만을 구별할 수 있도록 표기하고 있다.

선물세트가 매출의 많은 비중을 차지하고 있는 동원산업은 대형할인점용으로 별도의 선물세트 제품을 출시하고 있는데 저 가격대로 공급되고 있는만큼 포장재에서의 약간의 차별화를 두어 골판지패드 등 부자재를 줄이는 방향을 취하고 있다.

이외 레토르트 식품들은 보통 4~5개로 랩포장되어 출시되고 있으며 맛살등 냉동식품들은 대용량 포장의 제품이 늘어나고 있다.

장기적으로 대형유통점의 물량이 늘어남에 따라 유통업체 측의 요구는 심해질 것으로 보는데 이에 따라 제조업체들의 부담은 더욱 커질 것이다.

주식회사 대상은 100여가지 품목, 150여개

규격으로 대형할인유통점으로 공급하고 있다. 각 할인점들마다 가격경쟁력을 높이기 위해 규격면에서 차별화된 제품을 요구하고 있어 각각 새로운 규격제품을 공급하고 있어 그에 따른 비용부담을 감수하고 있다.

현재 대형유통할인점에 대한 매출은 극히 적지만 결제조건이 현금이다보니 자금회전력면에서 유리해 유통점의 제품과 포장에 대한 요구사항을 최대한 수용하고 있다.

날개단위로 공급되는 것이 대부분인 대상은 대용량, 지함박스, 랩포장, 테이프포장으로의 공급을 점차 늘려가고 있는 추세다. 디럭스, 디럭스카레, 닭고기덮밥, 간짜장과 같은 즉석식품을 2~5개까지 랩포장하여 공급하고 있는데 5개들이는 외관상을 고려하여 케이스포장을 고려하고 있기도 하나 아직 양이 적어 그에 따른 부담으로 인해 실천하지 못하고 있다.

박스진열상의 효과를 높이기 위해 새로운 박스개발을 구상하고 있기는 하나 지금의 매출로는 할인점 별도 포장을 갖추기는 어려울 것이라고 한다.

제일제당은 다양한 품목만큼이나 포장에서의 다양성을 꾀하기 위한 노력을 실천하고 있는데 대형유통점으로서의 포장은 최대한 줄여 실속있는 포장을 만들어 가격을 낮추는 것을 원칙으로 하고 있다.

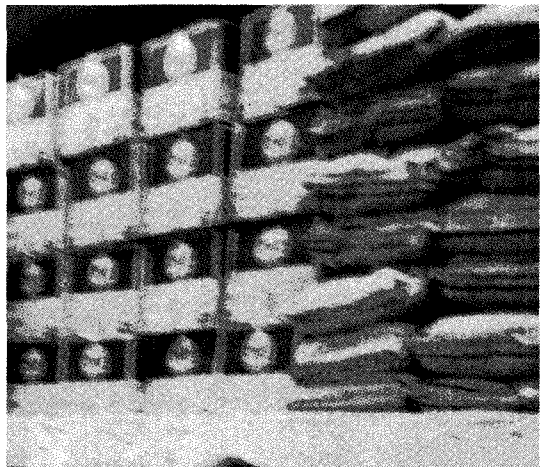
주요품목인 레토르트식품은 3~4개, 6~8개까지 번들처리해 판매되고 있으며 스팸이나 장조림 제품 등 육가공 제품은 3~4개씩 랩포장한 것이 일반적이다.

대형유통점의 특성상 진열용포장과 번들포장을 기본으로 하고있는 제일제당은 진열방법에 따라 포장방식을 채택하고 있다.

특히 제일제당은 대형유통할인점으로 유통되



▲ 장류 대용량 포장



▲ 제분류 대용량 포장



▲ 선진국 대형할인점의 커피 진열박스

● 특 집

대형할인유통점 포장형태



▶ 3~5개로 랩포장된 레토르트 식품

는 박스포장의 차별화를 올해부터 시작, 큰 호응을 얻고 매출에서의 호조를 보이고 있다. 이 진열박스는 소비자들이 보기에 좋고 팔레트의 1/4크기로 만들어져 유통점에서 진열시 유리하도록 제작됐다. 제일제당은 이 분야의 매출이 늘 것으로 보고 계속적으로 다양한 포장을 개발하고 있다.

아이스크림, 유음료, 라면, 스낵제품을 유통점으로 출시하고 있는 빙크레는 아이스크림 제품인 '뽕따'와 '왕따' 제품을 8개들이 묶음, 멀티팩 포장으로 선보였다.

유음료는 바나나 우유와 요플레를 4개들이 별도로 종이포장을 개발했으며 요구르트 30개들이 묶음 포장으로 판매하고 있다.

특이한 것은 할인점 자체 브랜드제품으로 E프러스 라면을 E-마트에 공급하고 있는데 이러한 판매 방식은 E-마트 외에도 마크로, 한양유통에서도 선호하고 있다.

대형 할인점용으로 주력하고 있는 라면 제품은 5개짜리 멀티팩 포장한 '뉴면' 외에도 '비빔면', '맛보면', '우리집라면'이 5개들이 멀티팩으로 저가공급되고 있다.

아직까지 스낵류는 대용량 포장이나 별도의

포장을 선보이지 않았으나 수요에 대비 대용량 포장을 고려 중에 있다.

대형유통점의 식품류포장은 제과포장이나 일반다른 포장과는 달리 그 수가 다양하다보니 포장방식도 가장 다양하다. 개봉 후 오래 보관할 수 없는 제품들은 날개포장을 묶어서 판매하고 비교적 유통기한이 긴 것은 대용량으로 개봉 후에도 다시 밀폐해서 사용할 수 있는 포장을 하고 있다.

특히 눈에 띄는 것이 고추장, 간장 등 장류인데 대형 각관, 둥근플라스틱용기, 네모플라스틱용기인 대용량 포장으로 한번 사용후에도 계속 밀폐해 사용할 수 있도록 했다.

대형유통점들의 포장방법이나 재질에 대한 요구는 점차 다양화되고 있으나 이로 인해 제조업체들은 추가비용을 감수해야만 하는 실정이다. 처음 대형유통할인점의 출현은 대량판매로 인해 포장비를 줄인다는 취지가 있었으나 지금은 유통점에서 타유통점과 각기 다른 포장을 요구하거나 대용량으로 인한 별도의 포장비가 발생하고 있는데 이것은 또다시 소비자들에게 부담이 돌아갈 수밖에 없으므로 이에 대한 업체간의 대책이 마련되어야 할 것이다. ☞

이선하 기자