



농산물포장의 어제와 오늘

Report of Packaging Farm Produce

김대수 / 농수산물신유통연구회 선임 연구원

1. 전통적 농산물 포장

농산물의 전통적 포장수단은 아마도 새끼줄(벚짚)과 가마니, 나무상자라 할 수 있겠다. 요즘은 그 모습이 사라졌지만 벚짚으로 계란꾸러미를 만들거나 배추를 포기단위로 묶고 쌀을 담은 수단으로 가마니가 사용되었다. 또 다른 포장수단으로 항아리라 불리는 장독이다. 각종 농산물과 가공식품을 저장하고 운반하는 도구로써 지금도 사용되고 있다.

이러한 전통적인 농산물 포장과 저장수단은 최근까지 비약적인 변화는 없었다. 농산물 포장에 대한 관심이 높아진 것은 극히 최근의 일이다. 이렇게 농산물분야가 포장에 관심을 보이지 않은 이유는 아마 농산물이 식량자원이고 우리의 농업생산구조가 영세하며, 값싼 노동력이 농촌을 지배하고 있었기 때문으로 풀이된다.

다시 말해서 농산물이 가장 중요한 식량인 동시에 전국 어디든 손쉽게 구할 수 있는 재화라는 특징을 갖고 있기 때문이다.

절대기아로 부터의 해방이 최대의 목표였던 과거에 농산물은 없어서 못 먹는 그런 재화에서 상품의 보관이나 수송을 위한 포장방법은 관심의 대상이 아니었다.

동시에 농산물은 또 가장 값싼 재화이기도 하여 저장과 수송을 위해 포장을 하더라도 가장 적은 비용이 들어가면서 생활주변에서 손쉽게 구할 수 있는 재료가 사용되었다.

또 산업화에 따른 농촌인구의 도시이동으로 농촌의 공동화가 심화되기 전까지 농촌은 잠재실업률을 기록하고 있었다. 이는 우리농업이 갖고 있는 영세소농구조에 기인한 것으로 농산물 생산이 판매를 목적보다 생계를 위한 자가생산 자가소비 위주가 될 수밖에 없는 이유이다. 그래서 수송을 하든, 포장을 하든 가장 값싼 투입요소인 노동집약적인 방법이 이용되었다.

이로 인해 석유화학산업이 발전해 소위 나일론과 플라스틱, 종이상자가 등장, 여타산업의 포장재로 일반화 된 이후에도 농업분야의 포장산업이나 포장재에는 큰 변화를 일어나지 않았다.

2. 도매시장의 설립

1984년 최초의 공영도매시장인 가락도매시장의 설립을 필두로 전국에 걸쳐 재래시장인 유사도매시장이 정비되기 시작하면서 농산물의 포장에 변화의 바람이 불기 시작했다. 여기다 80년대 들어 소위 3저현상에 따른 안정적 성장기조차 지 뒷받침되면서 소득수준이 높아진 소비자들의 실질구매력이 크게 증가한 것도 농산물포장산업 발전의 저변으로 작용했다.

여하튼 가락시장은 전국공영도매시장의 거래물량의 45%가량을 취급하면서 농산물의 거래방식과 가격 및 포장형태의 결정을 선도해 왔다. 나무상자 위주의 청과물포장이 골판지상자와 스티로폼 상자로 전환되었다. 농산물의 높은 부패변질성과 생산수급 조절의 어려움으로 인해 생산량이 많으면 많은 대로 적으면 적은 대로 신선도를 유지하고 신속하게 다음단계로 위험을 전가하는 것이 농산물 유통의 중요한 관심사였다.

채소류는 대부분 산지수집상이 영세한 농민들을 상대로 발매기 등을 통해 벌크단위(수송포장)로 수집, 도매시장을 통해 소비자유통업자에게 넘겨졌다.

도매시장에 반입된 농산물이 경매된 후 시장 내에서 다듬기와 재포장이 되면서 쓰레기 발생량이 크게 늘어났다. 페스티로폼과 다듬기 후에 버려지는 잔품처리는 1997년 쓰레기 종량제이후 심각한 사회문제가 되었다. 수도권 쓰레기매립장 부족현상과 매립장 인근주민들의 님비(NIMBY)현상이 심화되었다. 이에 따라 쓰레기 발생량을 줄이는 노력은 농산물 포장화의 촉매제가 되었다. 농림부와 공영도매시장들은 이들

품목의 그물망(Net Pack) 포장규격을 지정, 포장재 비용을 지원하고 페스티로폼의 재활용방안이 적극 검토되었다.

채소류에 비해 비교적 포장화가 일찍 시작된 과일류도 백화점, 대형수퍼마켓 등에 공급되는 일부품목과 단위당 가격이 비교적 비싼 농산물을 중심으로 소포장화 현상이 두드러졌을 뿐이었다. 대부분 품목은 여전히 15kg, 20kg단위로 생산자 위주의 수송포장이 주류를 이루었다.

3. 소비자 포장의 시대

1998년 양재동물류센터의 건설을 시작으로 농산물의 본격적인 소비자포장(상업포장)시대가 열렸다고 볼수 있다. 1995년 1월 WTO체제 출범으로 농산물시장이 전면개방되고 1996년 유통업의 완전 개방되면서 까르푸, 월마트, 프라이스클럽 등 선진국의 대형유통업체들이 진출, 기존 도매시장 유통과 다른 새로운 업태의 등장 이 예고됐다. 정부도 1994년 농안법 파동과 시장개방에 대응해 2004년까지 16개소의 물류센터를 건설하기로 함에 따라 1998부터 양재동 종합유통센터를 시작으로 문을 열기 시작했다.

이들 신업체들은 기존의 도매시장에서 농산물을 구매, 재선별, 포장 판매하던 것에서 탈피, 산지에서 직접 규격화 표준화된 농산물을 소포장화해 구매하면서 새로운 유통경로가 형성됐다. 이들은 핵가족화되고 소득수준이 높아져 식품의 안전성과 품질, 맛을 중시하는 소비자를 겨냥한 것이다. 또 파렛타이징화하고 상하역을 기계화해 물류비를 절감하는 한편, 국가물류표준화와 보조를 맞추었다.



이에 따라 산지에서도 영세소농구조에서 벗어나 탈피해 표준화된 농산물을 생산하기 위한 노력들이 나타났다.

산지유통센터(APC)가 대형유통업체들과 직거래하는 등 산지에서의 소포장화가 확산되었다.

정부도 '98년부터 산지유통센터 설립을 지원해 지난해 149개소로 늘어났고, 2004년까지 220개소로 확대한다는 계획이다.

또 작목반 등에 농산물 규격출하 생산조직을 대상으로 포장재 제작비를 국고에서 보조해 지난해에만 415억원을 지원했다.

4. 포장의 마케팅화

신유통업체의 등장과 전사상거래의 확산, TV 홈쇼핑과 통신판매업의 발전으로 이제 농산물 포장은 단순히 상품을 싸는 범주를 벗어나고 있다. 생산자와 판매자, 그리고 고객과의 만남을 연결하고 상품의 가치를 한층 더 높혀 주는 단계에 이르고 있다.

이제 포장이 마케팅 활동의 중심으로 이동하고 있다. 그래서 마케팅의 일환으로 포장의 기법, 구조, 재질 등과 핵심적인 이미지가 되는 디자인에 관심이 쏠리게 되었다.

일례로 쌀의 포장화는 우리나라 쌀의 도소매 구조를 변화시킨 대표적 사례다. 산지에 미곡종합처리장이 설치된 후 80kg 쌀가마니가 사라지고 20kg, 10kg, 5kg 등 소량의 종이 및 비닐포장으로 재질과 규격, 디자인이 다양화되면서 재래포장과 규격이 사라졌다. 쌀가게도 슈퍼마켓과 백화점, 대형할인매장으로 변했다.

또 포장화가 어려울 것으로 여겨지던 수박의

유통단위가 대·중·소 등 크기 중심에서 kg단위의 중량 중심으로 바뀌고 골판지 포장화도 실현됐다. 이에 따라 수박이 컨테이너박스에 넣어져 파렛트 출하, 차당 적재율을 높이고 하역비도 크게 낮췄다.

이밖에 해남참다래유통사업단은 참다래와 고구마를 산지에서 규격화, 소포장화함으로써 산지에서 소비자포장화를 일궈 냈다. 또 경북 상주의 외서농협은 지난해 기존의 15kg짜리 '연봉배' 브랜드와 구분되는 선별과정을 거쳐 5kg, 7kg 등으로 소포장화 고급화한 '참마을배' (5kg, 7kg)를 출하해 전국최고 규모의 매출을 기록했다.

5. 가능성 포장의 시대

농산물의 신선도 유지는 포장재의 재질 및 규격과 밀접한 관계가 있으며, 골판지 상자와 스티로폼이 수송포장재의 주류를 이루고 있다.

특히 골판지는 가볍고 값이 싸다는 장점에 대부분 농산물이 골판지 상자에 넣어져 유통되고 있다. 그러나 골판지는 농산물의 품질유지나 우천시에 약하다는 단점이 있다. 이에 따라 최근 신선도 유지 기능이 부여된 기능성 포장재의 활동이 증가하고 있다.

스티로폼상자는 강한 내수성과 완충성으로 인해 다양한 농산물 상자로 사용되고 있다. 딸기, 포도 등의 저장유통에 많이 이용되고 있으나 점차 그 사용범위가 증가되는 추세다. 특히 골판지에 비해 가스 차단력이 우수하며, 우천시에도 작업이 가능하고 운반시 가볍고 임의환경가스조절 효과(MA)도 뛰어나다는 평가다.

최근에는 수송포장과 상업포장을 결합하기 위한 포장재가 널리 사용되고 있다. 파렛트 출하와 연계해 참외 복숭아 등을 3-5개단위로 판매할 수 있도록 하는 그물망과 레노백을 사용한 양파(플빛영농법인)등이 등장했으며, 딸기 참외 등은 골판지 포장안에 다시 투명Pet(일명 투명캡)나 그물망, 비닐봉지(플라스틱 파우치)로 소포장한 제품을 출하해 소비자와 유통업자들의 호평을 받고 있다. 이같은 포장재들은 농산물유통의 고질적 병폐인 속박이를 원천적으로 근절할 수 있다는 장점도 있다.

기능성 포장재도 속속 등장하고 있다. 제주농협의 감귤과 대관령농협의 해피700 감자와 옥수수 등은 바이오 세라믹 성분이 함유된 비닐포장재에 소포장되어 출하되고 있다. 이밖에 포장재 전문업체인 울촌화학은 항균 포장재와 수분을 흡수하는 드라이킵(Dry Keep)포장재도 선보였다. 이 포장재는 이슬이 맺히는 결로를 방지하고 습도를 조절하는 기능을 갖추고 있다.

6. 환경친화·규격화 포장

농산물포장산업은 이제 초기단계에서 도약단계로 접어들고 있다. 그래서 아직 비용에 대한 개념이 약하고 포장규격도 불확실한 상황이다. 일부품목에서는 포장이 곧 고급화라고 인식하기까지 한다. 사과상자에 4도 이상의 칼라인쇄가 들어가거나 재활용이 어려운 재질의 포장 등 과대포장으로 비용을 낭비하고 환경친화적 측면이 고려치 않은 포장사례가 많았다. 아직은 선별업체를 중심으로 차별화의 수단으로 이같은 다양

한 포장기법이 도입되고 있고 어느 정도 소득효과를 거두고 있는 것으로 보이지만 적정포장(Appropriate Package)에 대한 논의가 본격화될 전망이다. 실제로 현재까지 사과, 배, 포도 등을 표준규격으로 소포장 출하했을 경우 일반포장때보다 20~30%가량 농가의 수취가격이 높은 것으로 조사되고 있다.

또 현재의 포장규격이 모든 품목에 종류별로 통일시키고 있어 어떤 규격에도 맞지 않는 품종이 존재하기도 하고, 이 규격을 평균적으로 적용함으로써 계절별로 크기가 다른 품목의 경우 부적합한 포장사례도 있다. 이밖에 포장 및 거래단위가 너무 커서 제품보호에 문제가 있고 상·중·하로 구분되는 등급규격도 기준이 모호한 것도 농산물 포장발전에 장애요인이다.

이에 따라 앞으로 포장은 마케팅활동 뿐만 아니라 생산비를 절감해 마진폭을 높이는 직접적인 부가가치창출에 관심이 모아질 것이다. 오는 2004년에 이르면 포장재비가 농산물 물류비의 20%를 차지할 것으로 전망되는 등에 비춰 포장비 절감은 생산성 향상의 중요한 과제이다.

따라서 농산물 포장의 주요관심도 압상방지, 파렛타이징을 위한 규격화, 표준화에 따른 포장규격, 브랜드화에서 농산물 포장은 농산물만의 특성을 살리는 수확후관리기술(Post-harvest Technology)이라는 측면으로 접근해야 한다. 즉 농산물은 공산품과 달리 수확후에도 살아서 숨쉬는 생명체이기 때문에 수확이후 소비자에게 전달되는 저장과 유통과정에서 최대한 생리활동을 억제하고 신선도를 유지하는 방안으로써 저온 저장, 예냉에 부합하는 기능성 포장재 분야의 발전이 두드러질 전망이다. [K]