6차산업 활성화에 따른 농산물 포장업계 대응 전략

About Agricultural Product Packaging Industry

김수일
김수일포장개발연구소 소장

베이비부머 세대의 본격적인 은퇴와 귀농귀촌인구의 급증으로 농촌은 새로운 활기를 되찾고 있다. 농촌생활에 적응한 귀농 귀촌인들은 농사에 적응되지 못한 체력(근육)으로 농사보다는 식품가공, 유통분야에 관심이 높을 수 밖에 없다.

정부의 농업정책도 6차산업 활성화를 위한 인프라구축, 교육, 체험, 관광 등 지원에 맞춰지고 있다. 지원정책의 일환으로 농업기술센터에 농산물가공지원센터를 건립하여 농업인들의 6차산업화를 위한 식품가공분야에서 본격적으로 지원하고 있다.

그렇다면 농업의 6차산업 활성화가 포장산업에 미치는 영향은 무엇일까? 분명한 것은 새로운 분야의 포장산업의 영역이 생겨나고 있다는 것이다.

이제까지 대량생산과 주문생산에 익숙해져 있는 포장산업계로서는 적응하기 힘들겠지만 인터넷에서 포장재 소량판매(1개~100개)가 활성화 되고 있다는 것은 의미가 크다고 할 수 있다.

농업분야에서 6차 산업이란?

1차산업인 농산물생산, 특산물생산, 농촌이 가지고 있는 유형, 무형의 어메니티를 포함한 재산뿐 아니라 2차 산업인 식품개발, 생산, 제조, 가공, 공산품생산에 이르는 과정과 3차 산업인 유통, 판매, 관광, 체험, 축제, 교육 등을 모두 포함하는 융합적인 산업을 6차산업이라고 말한다.

포장산업은 6차산업 중에서도 2차산업인 식품가공 제품의 포장에 관심을 가져야 한다. 농촌의 식품가공은 가내수공업 수준에서 소규모 기업수준까지 규모가 매우 다양하다. 그래서 농촌에서는 포장재에 대한 수요는 급증하고 있고 현재의 대량공급 방식에 대한 불만이

터져 나오고 있고 대량공급에 따른 후유증으로 식품가공사업을 포기하는 사례도 발생되고 있다.

대표적인 불만사례를 보면, 귀농 귀촌한 농업인이 과일(사과) 농사를 지으면서 흠이 난 사과나 품질이 다소 떨어지는 사과를 직접 가공하여 엑기스(과일음료)로 만들려고 하는 경우에 발생한다. 1년에 판매가능한 수량은 15,000개(30개들이 상자 ×500상자) 정도이다. 하지만 엑기스 파우치 최소발주량은 100,000개가 되지 않으면 제작을 할 수 없다. 결국엔 1번 제작하면 최소한 7년이상을 사용하여야 한다는 결론이 나온다. 문제는 포장재의 품질이 아니고 수시로 개정되는 식품표시사항으로 식품 위생법을 위반할 수 없다는 사실이다.

또 하나는 판매방식의 변화이다. 농산물은 도매시장을 통한 판매가 주를 이루고 있었지만 가공식품은 대부분이 인터넷을 통한 판매를 하고 있으며, 온라인 판매를 위해서 꼭 필요한 것은 택배유통에서도 안전한 포장재를 원하고 있다는 것이다. 하지만 농가들은 목적에 맞는 포장재를 구할 수가 없다는 것이 불만이다. 설사 구할 수 있다 하더라도 엄청난 발주량에 또 좌절하고 있다는 것이다.

이런 사례들을 감안하여, 6차산업 활성화에 따른 농산물 포장업계 대응전략에 대해 제언을 하고자 한다.

첫째, 농산물의 품목별 포장재에 대한 표준규격 개발이 시급하다. 농산물 특성상 동일한 품목이 전국에서 생산되고 있지만 포장재의 규격은 대부분 다르다면 어떻게 이해를 하여야 할까?

이것이 농산물 포장재의 현 주소이다. 이렇다보니 품질관리는 포장재 품질검사가 아닌 입고검수에 불과하다. 현재는 표준규격(파렛트 적재효율 90%를 달성하기 위한 규격)이 있으며 골판지상자를 비롯한 외포장재 규격(치수)에 대한 기준이 대부분이다. 이를 보완하기 위해서는 품목별 특성을 감안한 포장재(골판지상자, 연포장재, 플라스틱 용기, 지대, 포대 등)에 대한 표준규격(재질과 강도) 개발이 필요하다.

둘째, 농촌의 현실성을 감안한 소량 다품목 생산이 가능한 연포장재 생산시스템의 개발이 필요하다. 다시말해 엑기스 파우치를 1만개 제작해 줄 수만 있다면 제작비용과 재고부담을 최소화 할 수 있기 때문에 농촌과 포장산업이 상생할 수 있다고 확신한다.

포장산업계 입장에서는 안 된다고 할 수 밖에 없는 이유도 잘 알고 있다. 하지만 불가능한 것이 아니라는 것도 필자는 잘 알고 있기에 소량 공급을 위한 새로운 도전이 필요하다.

셋째, 냉장, 냉동제품 포장에 적합한 보냉용 포장재 개발이 필요하다. 건조제품 및 살균제

품 에서 냉장, 냉동제품으로 다양화와 차별화가 급속히 추진되고 있다. 안전한 유통을 위해서는 보냉포장 시스템이 개발되어야 하는데 유통과정에서 식품을 안전하게 보호해 줄 보냉포장재는 사실상 없는 실정이다. 식품 위생법에서는 냉장식품의 유통온도는 0~10℃를 유지하여야 한다고 명시되어 있지만 택배유통 과정에서 온도관리는 전혀 되지 않고 있다는 것을 포장업계에서는 모르고 있는 것이 안타까운 현실이다. 지금이라도 늦지 않았으니 보냉효과가 우수한 과학적으로 검증된 포장재를 개발 보급하여야 한다.

넷째, 택배유통 중 파손을 최소화 할 수 있는 택배전용 포장재 개발이 필요하다. 가공식품에 사용되는 포장재의 종류는 다양하지만 잼 등 일부품목은 유리병을 꼭 사용하여야 한다. 식품이 고급화될수록 플라스틱 용기보다는 유리용기를 사용하고 싶지만 택배유통 중 파손문제가 발생되기 때문에 기피할 수 밖에 없는 실정이다. 따라서 농산물 및 가공식품의 용도에 맞는 택배전용 포장재 개발, 보급이 필요한 시점이다.

다섯째, 모든 포장재를 인터넷으로 소량 다품목 판매를 위한 시스템 개발이 필요하다. 농업인의 인터넷 활용능력은 상상을 초월하고 있다. 현재 인터넷에서 골판지상자, 연포장재(쌀 포장재 등), 유리병, PET병 등 여러종류의 포장재를 소량 판매하고 있다. 농업현장에 맞는 포장재를 개발하여 인터넷으로 판매를 하는 시장이 점차 커지고 있으며 품목도 다양화되고 있다. 소량 구입을 원하는 고객은 비용지불에 대한 거부감이 상대적으로 낮다. 이것이 틈새시장의 원리이다. 발상의 전환이 필요하다.

여섯째, 농업분야와 포장산업 분야와의 괴리감을 좁히기 위한 교육프로그램이 필요하다. 가끔씩 포장업계 담당자와의 대화에서 포장재에 대한 전문성은 정말 우수한데, 정작 포장될 내용물에 대한 이해도는 낮다는 것을 느낄 때가 있다. 잘못된 정보 때문에 포장재가 잘못 공급되어 문제가 발생된 사례도 있었다. 농산물은 가공식품과 달리 호흡을 하는 살아있는 식품인데 그 특성을 감안하지 못하였을 때는 포장이 오히려 품질에 치명적인 것이 된다. 그래서 포장산업계 종사자들에게는 포장기술에 대한 교육도 중요하지만 내용물(농산물)의 품질특성에 대한 정보를 제공할 수 있는 교육도 필요한 것이다.

따라서 협회 또는 관련 단체에서 관련 교육기회를 만들어 종사자들에게 전문성을 향상시켜야 할 시점이다.

이상의 제언들이 반영, 개선되어 6차산업 활성화에 따른 농산물 포장업계의 발전을 기대해 본다. ko

신제품 및 업체 소개
월간 포장계 편집실
(02)2026-8655~9
E-mail : kopac@chollian.net