

포장형태별 빙과류 동향

Binggrae Icecream Packaging

김성진 / (주)빙그레 마케팅실 포장개발팀 팀장

1. 서두

1967년 9월 (주)대일양행으로 설립된 (주)빙그레는 '72년 미국 퍼포먼트사와 기술제휴를 한 이래 1974년, 최초로 우유를 넣은 고급아이스크림 투게터를 생산했다. '82년 지금의 (주)빙그레로 상호를 변경, '88 서울올림픽 아이스크림 공식 공급 업체로 지정받은 바 있다. 빙그레가 '92년 발매한 '메로나'는 연간 3억개를 판매, 빙과류 최다판매 기록을 수립하기도 했다.

'93년 대전엑스포 아이스크림 공식 공급업체로 지정받았으며 지난 2000년 한국능률협회가 선정한 브랜드파워 1위로 투게터가 선정됐다. 본고에서는 (주)빙그레의 포장형태별 빙과류 동향 및 향후 발전 방향에 대해 살펴보도록 한다.

1. 포장 형태별 빙과류 현황

1-1. TUBE류

전체생산의 17%를 차지하는 TUBE류는 펜슬바로도 불리며 TUBE+FILM이 가장 일반

적인 포장형태이나 별도의 필름 포장없이 종이류를 이용한 TUBE 제품도 이에 속한다. 주로 더운 여름철 많이 소비되는 제품이다.

BLOW MOLDING이나 DIRECT BLOW MOLDING (일명 SHOT BLOW)방식을 이용하여 성형한다. TUBE 제품에 있어서 차별화 포인트는 개봉 방법이다.

도구(가위, 칼)를 이용해 윗 부분을 잘라먹는 종래의 TUBE에서 도구를 사용하지 않고



(사진 1) TUBE류 파워캡

개봉 손잡이를 설치하거나 CAP을 씌워 개봉 및 보관을 용이하게 한 현재의 TUBE에 이르기까지 TUBE 포장은 주로 개봉 용이성에 초점을 두고 개발되었다.

빙그레 제품 중 '뽕따' '파워캡' 등이 개봉성을 고려하여 개발된 제품이다.

'파워캡'은 종래의 고정관념을 깨고 플라스틱 사출 CAP을 씌워 차별화함으로써 상품화에 성공한 제품이다. 한편 종이 TUBE 제품도 많이 판매되는데 빙그레 및 빙과 업계 전체적으로 최고의 판매실적을 보이는 제품은 '더위사냥'이다.

이는 HALF-CUTTING 방식을 최초로 빙과에 적용하여 히트한 제품이며 80년대에 첫 선을 보인 이후 아직까지 많은 소비자들의 사랑을 받고 있는 톱셀러 브랜드이다.

1-2. BAR류

37%를 차지하고 있는 BAR류는 가장 일반적으로 볼 수 있는 빙과류이며 나무 또는 플라스틱 재질의 스틱을 꽂아 손잡이로 사용하므로 스틱바로도 불린다.

대개 필름 포장 단독으로 유통되거나 고급 제품의 경우 종이 카톤으로 이중 포장하여 차별화하는 경우도 있다. 이때 내부 필름은 디자인 색도를 줄이거나 필름 재질을 낮추어 비용을 상승을 최소화한다.

최근 빙과사에서 사용하는 BAR 필름의 재질은 크게 3가지로 구분할 수 있다. 첫째, 알루미늄 증착 필름을 써서 메탈릭 효과를 통해 디자인을 돋보이게 하거나 고급스럽게 하는 경우가 있다. 대체 필름이 나오면서 그 사용량이 많이

줄어들긴 했지만 타사의 경우 디자인 효과에 따라 아직 적용되고 있는 제품이 있다. 당사는 PL법의 발효에 맞춰 생산 현장에 금속검출기를 설치함에 따라 전 제품의 재질을 비(非)알루미늄 증착 재질로 변경하였다.

두번째로 WHITE OPAQUE이라고 하는 백색 PP 필름으로서 PEARL 느낌의 고급스러움과 미려한 인쇄적성을 나타내며 최근 가장 많이 사용되는 재질이다. 기존 알루미늄 증착 필름의 어둡게 보이는 단점까지 해결하였으며 가격 또한 증착필름에 비해 저렴해 빙과 뿐만 아니라 제과에도 적용되고 있는 재질이다.

세번째는 WHITE CPP(또는 WCPS)라 불리는 필름으로 WHITE OPAQUE에 비해 가격이 저렴하여 원가절감 차원에서 일부 빙과사에서 사용하고 있으며 인쇄 효과의 미려함은 WHITE OPAQUE에 비해 떨어지는 편이다.

이 외에도 차별화를 위해 무광 OPP 필름을 사용하기도 하고 디자인을 일부분 빼고 투명 처리하거나 PART OP를 처리하여 외관을 돋보이게 하는 경우도 있다.

스틱은 대체로 평스틱을 사용, 각 사간에 큰 차이가 없으나 일부 제품에 ROUND 스틱을 쓰거나 스틱면에 화인(火印)하여 차별화하는 경우가 있다.

1-3. 콘류

콘류는 전체 구성비의 16%를 차지한다. 90년대 초반까지만 해도 다양한 형태의 콘이 시장에 선 보였으나 최근에는 1가지 형태로 굳어진 듯하다.

각 사의 대표 콘 브랜드는 크기에 있어서 차



(사진 2) 콘류의 하나인 '메타콘'

이를 보일 뿐 모두 동일한 형태이며 아마도 생산의 용이성과 유통 적성 때문인 것으로 생각된다.

콘바디(CONEBODY)의 재질은 종이 단독 또는 종이와 알루미늄박의 합지(合紙)이며 내부에 PE가 코팅되어 있어 흡습을 막는다.

빙과사에서는 자사의 대표적인 브랜드만을 집중 육성하는 전략을 취하고 있으며 맛 다양화를 통해 차별화를 꾀하고 있다. 당사의 대표적인 콘 브랜드는 '메타콘'이다.

1-4. 컵류

여름철에는 얼음컵 종류가 잘 팔리고 날씨가 쌀쌀해지면 풍부한 맛의 아이스크림컵의 판매가 많다. 전체 구성비의 7%를 차지하는 컵류는, 각 빙과 업체도 계절별로 컵의 종류를 각각 다르게 출시하고 있다.

얼음컵은 각 사에서 모두 출시하고 있으며 형태나 재질 모두 대동소이하다. 약간의 재질 차

이(PS 또는 PP)가 있긴 하나 외관에서 큰 차이가 나지는 않는다.

컵 재질은 플라스틱(PS 또는 PP)이나 종이를 사용한다. 상단부 마감은 제품의 종류나 생산 현장의 조건에 맞춰 LID SEALING 또는 CAPPING등의 방식을 선택한다.

1-5. 카톤류

유지방 함량이 높고 풍부한 맛을 강조하는 고급 아이스크림은 주로 카톤 제품으로 전체 구성비의 18%를 차지한다. 당사 제품을 기준으로 볼 때 카톤류는 '투게더'와 같은 ROUND형 카톤 제품과 '엑셀런트'와 같은 멀티카톤 제품, 그리고 홈타입의 대용량 사각형 카톤제품들이 있다.

ROUND형 카톤 제품은 대부분 1PINT 용량 이상의 종이 용기를 사용한다.

CAP은 종이 또는 플라스틱 사출 CAP을 사용하며 내부에 LID를 SEALING하여 내용물이 CAP에 묻는것을 방지하고 고급스럽게 보이

(그림 3) 투게더



(그림 4) 투게더클래스



도록 한다. 멀티카톤 제품은 지기(紙器)를 사용하고 홈타입의 사각형 카톤은 플라스틱을 진공 또는 사출성형하여 사용한다.

외국 제품의 경우 IN MOLD LABELING 등 고급화된 성형 및 LABELING 방식이 많이 적용되나 국내에서는 아직 수요가 많지 않고 투자비가 많이 들어 스티커 부착방식이 주를 이루고 있다.

1-6. 기터

업소용 아이스크림으로서 알루미늄박과 필름을 붙인 BAG에 내용물을 멸균 포장하여 골판지 상자에 넣어 유통되는 BAG IN BOX가 대표적인 형태이다.

동결하여 유통시키는 경우는 0.5l나 1l용량의 큰 플라스틱 용기를 사용하기도 한다. 이때 용기의 부피가 커서 진공성형이 어려우므로 중공성형(BLOW MOLDING) 방식으로 성형한다.

2. 일본 시장 동향

올해 일본 빙과류 시장은 신제품이 주도하기 보다는 ME-TOO 제품이 다수 출시되고 전체 분위기도 정체 또는 감소 추세에 있다. 과거 일본 빙과류 시장의 특징이었던 품목 다양화 양상이 올해는 제품의 축소와 더불어 BIG 제품 위주로 집중화되고 있음을 알 수 있다.

포장 카테고리별로 살펴보면 바, 콘, 멀티류는 감소 추세이고 TUBE류는 현상 유지, 컵류는 증가하고 있다. TUBE 제품은 '아이스가이', '칼피스워터', '빠빠코' 등 예년에 출시되었던 기존 제품이 주로 진열되었고 금년 신제품으로는 글리코사의 '핸디 셰이크'가 거의 유일하다.

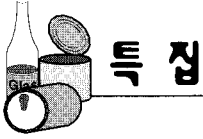
이 제품은 올해 2월 일본 아이스크림 페스티발에서 선보였던 제품으로 내용물을 쉽게 짜먹을 수 있고 개봉 또한 용이하게 형태가 설계되어 차별화에 성공한것으로 보인다.

BAR류는 국내와는 달리 날개바보다는 멀티형태로 판매된다.

BAR 필름 재질은 국내와 마찬가지로 알루미늄 증착 필름이나 WHITE OPAQUE, 또는 WHITE CPP 필름이 주로 사용된다. 멀티 BAR 제품은 OPP/CPP 재질로 단순하고 인쇄 또한 최소화 되어있다.

콘류는 여러가지 향료를 동시에 진열하는 경향이 많은데 진열율은 예년 대비 많이 하락해 새로운 포장 형태나 재질은 없으며 대형 브랜드 제품이 계속 명맥을 이어가는 것으로 보인다.

컵류는 전체적으로 확대되었는데 신제품이 많이 눈에 띈다. 플라스틱 진공 성형한 미세 얼



음컵이나 길쭉한 형태의 종이컵 제품이 올해 새로 나온 신제품들이다.

카톤류에서는 별도의 신제품 없이 하겐다즈 카톤이 점점 강세를 보이나 전체 시장 SIZE는 전년 수준으로 예상된다.

벤앤제리나 FAUCHON 등의 외국계 제품이 점차 감소하는 반면 AYA가 지속적인 REFRESH를 통해 SHARE를 넓히고 있다.

3. 빙그레 포장개발 방향

올 성수기의 최대 화두는 7월부터 발효된 PL법의 적용이 될 것이다. 소비자의 권익 보호를 강화하는 PL법이 본격적으로 시행됨에 따라 빙과사를 비롯한 모든 식품업계에서도 큰 관심을 가지고 이에 대비하고 있다.

당사의 경우는 제조 단계에서부터 전 라인에 금속 검출기 등을 설치하는 등 소비자 클레임의 원인을 원천적으로 제거하고자 단계적으로 개선 대책을 실시하고 있다.

내용물 속의 금속을 검출하기 위해서는 포장재에 알루미늄 성분이 없어야 하므로 당사는 알루미늄 증착이나 알루미늄 박동의 재질을 비금속성 재질로 변경하였다.

BAR 제품은 알루미늄증착 필름 대신 WHITE OPAQUE 필름을 사용하였고 콘이나 카톤 제품은 알루미늄박을 제거하였다.

이때 문제가 되는 부분은 알루미늄 증착이나 박이 가지는 메탈릭 효과를 유지하여 해당 제품에 대해 소비자가 가지는 브랜드 이미지를 훼손시키지 않도록 하는 것인데 포장재 공급업체와의 수 차례에 걸친 테스트를 통해 최대한

기준에 근접하게 효과를 낼 수 있도록 개선하였다. 금속 클레임의 문제뿐만 아니라 포장재로 인한 소비자 클레임을 근본적으로 개선하고 나아가 소비자 편의와 환경 문제까지 고려할 수 있어야 포장이 가지는 참 의미를 살리는 포장개발이라 할 수 있겠다.

앞으로 포장을 비롯한 모든 제품이 나아가야 할 방향은 친환경, 친소비자 그리고 차별화이다.

소비자의 권익이 점차 강화되고 환경문제나 소비자 문제에 대한 소비자 의식 수준 또한 과거와는 비교할 수 없을 만큼 발전하였다.

이제는 문제가 발생된 다음 처리하는 애프터 서비스의 개념이 아니라 사전에 문제가 발생되지 않도록 친환경적이고 친소비자적인 제품과 포장을 개발해야만 기업도 생존할 수 있다.

여기에서 판매를 늘려 기업의 확대 재생산이 가능하기 위해서는 바로 차별화를 추구하여야 한다. 차별화된 포장과 내용물로 빙과 시장을 공략할 때 현재 정체 상태에 머물러 있는 빙과 시장도 그 파이를 넓혀갈 수 있을 것이다. ☐

기술원고를 모집합니다.

포장과 관련된 신기술을 발표할 업체와 개인은 '월간 포장계' 편집실로 연락주시기 바랍니다.

편집실 : (02)835-9041