

롯데제과 빙과류 포장 동향

Market Trend of Lotte Icecream Packaging

안성근 / 롯데제과(주) 홍보팀 계장

1. 서두

롯데제과는 롯데그룹의 모기업으로 1967년에 창립, 30여 년이 지난 현재 자본금 71억원 종업원 5천531명(99년 12월말 기준)으로 서울, 양산, 대전, 평택, 시흥에 대규모 공장을 가지고 있는 제과업계 제일의 회사이다.

과자시장에서 37%, 빙과시장에서 39%의 시장 점유율을 차지하고 있으며, 업계 2위와의 격차를 점점 넓혀가고 있다. 또 매년 8백억원 이상의 시설투자로 성장의 폭은 더욱 커질 것으로 예상이 된다.

빙과는 '79년 사업을 시작한 이래 '85년 '스크류바' '조스바' 를 선보였고, '86년 '월드콘' '88년 '메가톤' '93년 '더블비앙코' '빙빙바' '95년 '고드름' '97년 '와플' 2001년 '위즐' 등 시장 톱 브랜드를 개발해 냈다.

또 '98년에는 프리미엄급 아이스크림 프랜차이즈 시장에 '나뚜루' 브랜드로 진출하였다. 특히 '86년에 첫 선을 보인 '월드콘' 은 시판과 함께 폭발적인 인기를 누리며 롯데제과를 단번

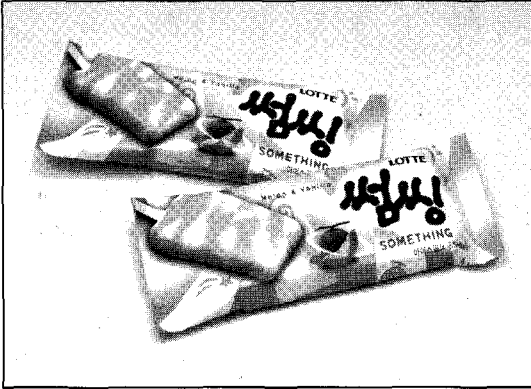
에 업계 1위의 자리로 올려 세웠으며, 현재도 연간 350억원대의 매출을 올리며, 1위 자리를 지키고 있다.

또 '98년 6월 첫 시판에 들어간 나뚜루 아이스크림은 그 동안 국산 브랜드의 불모지로 여겨온 슈퍼프리미엄급 아이스크림 시장을 겨냥한 국산 1호 브랜드로서 다국적기업의 공략을 상대로 선전하고 있다.

(그림 1) 85년 출시한 스크류바



(그림 2) 포장재질감을 살린 썸빙바



1. 롯데제과 빙과류 포장 형태

1-1. 포장 재질

빙과류의 형태는 바(bar), 콘(cone), 컵(cup), 펜슬(pencil), 홈(home) 등 제품의 외형과 이미지로 형태를 구분한다.

바는 아이스크림에 나무 대롱(우드스틱)이 꽂혀 있는 형태를 말하며, 포장 재질은 폴리에틸렌과 폴리프로필렌을 주로 사용한다.

콘은 밀이 뾰족한 아이스크림으로 포장 재질은 종이와 알루미늄 호일이 겹쳐 있다. 이는 방습효과 및 제품의 안전성을 위한 것으로 종이 가 아이스크림에 젖지 않는 이유는 아이스크림을 감싸고 있는 콘 과자의 역할도 있다.

용기에 아이스크림이 담겨 있어 컵 제품이라고 부르는 빙과류의 재질은 폴리프로필렌과 폴리에틸렌이 많이 쓰이는데, 캡은 합성수지가 많이 쓰이며, 최근 선보인 병 제품은 폴리에틸렌 병마개로 만들어져 견고하고 재활용이 가능하도록 되어 있다.

펜슬은 빨아먹는 튜브형 제품은 주로 폴리에

틸렌이 사용되며, 빙하시대같이 절반씩 나누어 먹을 수 있는 제품은 편리성을 위해 종이 재질이 주로 사용된다.

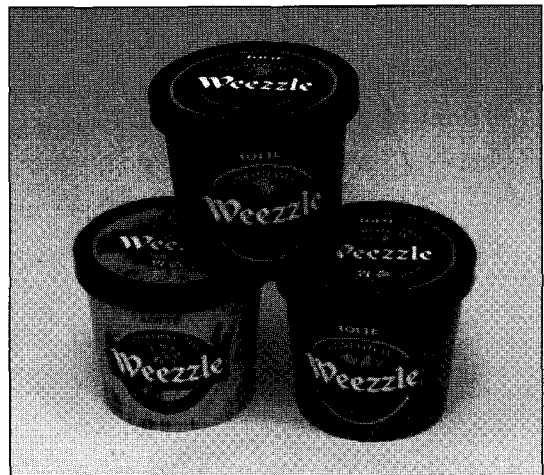
비수기용 제품이라고 불리는 홈 타입 아이스크림의 재질은 주로 종이와 폴리에틸렌이 사용된다.

최근에 선보여 공전의 히트작품이 된 위즐의 경우 뚜껑 재질은 LDPE를 사용했다.

1-2. 포장 디자인

빙과류 제품의 디자인은 시원한 느낌을 강조하기 위해 원색을 많이 사용한다. 특히 빙과 제품의 디자인 요소 중 빼놓을 수 없는 요소가 제품의 몰드인데, 건과와 달리 빙과는 냉장고 안에 들어 있기 때문에 포장지에 내용물(몰드) 소개는 필수라고 할 수 있다. 그중 바 형태의 제품은 제품명과 아이스크림의 형태, 포장재질의 특성을 살리면 좋은 디자인이 될 수 있어 노력과 경쟁이 치열한 부분이다.

(그림 3) LDPE 뚜껑재질을 사용한 위즐



(그림 4) 수축필름을 사용한 에너보틀



올해 선보인 '썸썸바'는 포장지의 재질감을 살려 진주빛 효과를 극대화했다.

또 이 제품의 특성이라고 할 수 있는 마블링 효과가 포장디자인에도 잘 나타날 수 있게 디자인했다.

본격 성수기를 앞두고 롯데제과는 빙과시장 최대 매출의 제품인 '월드콘'의 디자인을 리프레시했다.

이번 디자인 역시 월드콘의 장점인 길고 크게 보이는 점을 부각시켰다.

특히 올해의 디자인 특징은 복고풍에 고급스러움을 강조하는 금색 리본을 많이 사용한다는 점인데, 월드콘은 이러한 점들을 만족시키고 있다.

컵 형태의 제품은 용기 형태와 재질이 다양하다. '팥빙수'의 경우 용기 형태이고, '고드름'은 컵 형태, '에너보틀'은 병 형태이다. 이들 제품은 용기에 직접 인쇄가 어려운 제품도 있는데, 최근 운동과 소풍 때 갖고 다니기에 편

(그림 5) 디자인을 리프레시한 월드콘



리하도록 만들어 인기가 좋은 '에너보틀'은 수축 필름을 사용했다.

2. 포장 전략 계획

롯데제과의 포장전략은 빙과류의 포장 재질을 종이류 등 환경친화적 소재를 가급적 많이 사용하며, 또 먹고 난 후 용기를 재활용 할 수 있도록 만드는 것이다.

또 고급 원료의 사용과 함께 포장재질과 디자인도 고급스럽게 바뀌어 상품의 가치를 높인다는 전략을 세우고 있다. 이 외에도 소비자의 편리성을 최대한 살리고, 롯데제과의 제품들은 서로가 조화를 이루며 시너지 효과를 일으키게 유도하고 있다.

'월드콘' '위즐' '빙하시대' 등 시리즈 제품들과 '스크류바' '쥬스바' '수박바' '빙빙바' '와일드바디' 등의 코어브랜드는 이러한 전략에 의해 운영되고 있는 대표적인 제품이다. 