

독일 디스플레이용 포장과 진열 방식

식음료, 가공식품, 화장품, 생활용품 다양한 품목군에 적용
추가 포장비용으로 수출초보기업에게 부담으로 작용될 수 있어

개요

디스플레이용 포장(SRP, Shelf Ready Package) 및 판매 준비완료 포장(RRP, Retail Ready Package)은 제조업체가 매장 진열대 크기에 맞는 종이 박스에 제품을 담아 납품하면 윗부분만 뜯어 진열대에 전시해 판매하는 방식을 말하는데, 독일어로는 Verkaufsverpackung, Sekundärverpackung, Tray 등의 현지어로 사용되고 있다.

매장관리 및 진열에 드는 인건비를 줄일 수 있어 독일 창고형 할인매장(디스카운터), 슈퍼마켓, 약국, 드럭스토어에서 흔히 쓰이고 있다.

한국에서도 미국 창고형 대형마트 업체인 코스트코 판매방식을 따라 2007년 국내 홈플러스에 도입된 이후 이마트 등지에서 시행중에 있다.

디스플레이용 포장 도입 배경 및 목적

물류 집하장에서 바로 박스포장 유닛 단위로 배송, 매장에서는 외부박스에서 디스플레이용 박스를 꺼내 그대로 진열대에 배치할 수 있어 시간, 인력 등의 비용을 절감하여 결국 가격에 반영하겠다는 것이 취지이다.

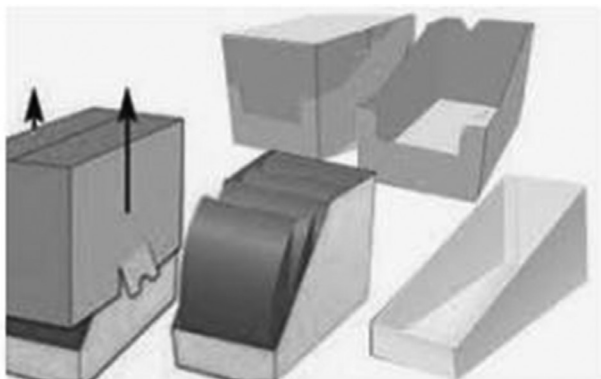
디스플레이용 포장의 종류

○ 진열대용 트레이 (Shelf-Tray, secondary packaging, 독일어 Umverpackung)

진열대용 트레이란 포장 박스의 윗부분을 뜯어 낸 후의 제품이 담긴 상자 아랫부분을 말한다.

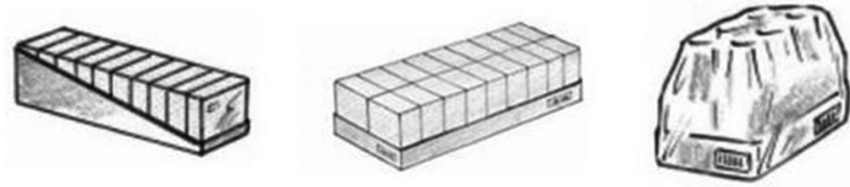
상자 앞, 옆, 내부에 제조사 로고, 제품명 등의 광고가 인쇄되어 제품 식별이 용이하다.

디스플레이용 포장 예시



자료 : Shelf Ready Packaging, ECR Europe, 2016

1 Face 트레이(세울 수 있는 일반적인 트레이)



자료 : Shelf Ready Packaging, ECR Europe, 2016

2 Face 트레이(트레이를 눕히거나 세울 수 있어 진열대 상, 하단에 자유롭게 진열 가능, 식품에 주로 이용)



자료 : 제조사 홈페이지

캔음료의 경우 4, 6, 12개 포장이 일반적이며, 캔맥주 6개 묶음형 포장인 식스팩 등은 이미 보편화되어 있다.

○ 프로모션용 디스플레이, Dolly(바퀴달린 판), 팔레트, 1/2 팔레트, 1/4 팔레트
주간상품, 핫딜 상품 등에 적용된다.

프로모션용 디스플레이 예시



자료 : Shelf Ready Packaging, ECR Europe, 2016

해외포장동향

○ 플라스틱 트레이

일회용이 아닌 제조업체가 수거, 지속적으로 이용 가능하다.

플라스틱 트레이 예시



자료 : Shelf Ready Packaging, ECR Europe, 2016

디스플레이용 포장 재질

종이상자이며 제품의 종류와 무게에 따라 골판지, 하드보드지, 도화지 등 다양한 두께의 박스가 가능하다. 비, 습기로부터 제품을 보호하는 재질, 매장에서 칼, 가위 등의 도구 없이 한 번에 뜯어져야 한다.

포장외부에 뜯는 곳, 절취선 표시 픽토그램



자료 : 각 사 공식 홈페이지

독일 슈퍼마켓 디스플레이용 포장 예시 사진

슈퍼마켓 식품 디스플레이용 포장



자료 : 함부르크 무역관 자체 촬영

생활용품 디스플레이용 포장



자료 : 함부르크 무역관 자체 촬영

베이비 용품 디스플레이 포장



자료 : 함부르크 무역관 자체 촬영

드렉스토어 핸드크림 디스플레이용 포장



자료 : 제조사 홈페이지

약국 코스플레이 디스플레이용 포장



자료 : 제조사 홈페이지

디스플레이용 포장의 특징

○ 식별용이(Easy Identification)

트레이 겉면에 브랜드명, 제품명, 바코드, RFID태그, 상품재고관리단위(SKU) 등의 정보가 노출된다.

○ 깨끗하고 손쉽게 오픈(Easy Open)

매장에서 상자 윗부분을 쉽고, 빠르게 오픈

할 수 있도록 절취선, Die Cutting 등의 기법이 이용된다.

○ 리사이클링(Easy Recycle/Dispose)

폐기 시 공간을 많이 차지하지 않도록 접을 수 있어야 하고 분리수거 후 재활용 되어야 한다.

○ 간편한 진열(Easy Shelf)

여러 층으로 쌓을 수 있고, 마지막 제품이 남은 때까지 초기 형태 유지가 중요하다.

○ 디스플레이 용이성(Easy shop)

소비자의 시선을 끌 수 있는 디자인 요소, 소비자가 원하는 제품을 빠르게 찾도록 아이캐처 기능과 제품이 소진된 후 상황을 고려, 트레이 내부에도 브랜드 명을 인쇄한다.

독일 R식품 회사 A 구매담당자 인터뷰

Q. 귀사에서는 한국 식품을 수입하여 PB 브랜드로 판매하고 있습니다. 한국 납품업체와 디스플레이 포장 관련 어려움이 있으십니까?

A. 한국의 슈퍼마켓은 독일과 다른 진열 및 포장방식을 이용하고 있다는 것을 알기 때문에 거래 초반부터 바로 제품 포장 방식을 요청하고

논의합니다. 판매원가에서 포장이 높은 비중을 차지하는 만큼 포장비용을 고려해 견적서를 제출하도록 합니다.

Q. 대형 마트 측에서 직접 부담해야 할 매장 관리비용, 인건비 등을 결국 제조업체에 전가한다는 의견은 어떻게 보십니까?

A. 저희도 식품 제조사로서 슈퍼마켓 마다 다른 크기의 진열대와 상이한 포장 요구방식에 어려움이 있습니다. 그러나 제품의 유통 및 판매 과정을 단순화해서 결국 양질의 제품을 소비자에게 저렴하게 제공할 수 있는 점은 긍정적으로 평가합니다. 독일에서는 이러한 디스플레이 포장 방식이 보편화 되었고 비용절감에 최적화된 전략으로 개인적으로는 합리적이라 생각합니다. 독일 수출 경험이 없는 한국 제조업체의 경우 처음에는 생소할 수 있으나 독일식 실용주의, 합리주의로 해석해 주시면 좋겠습니다. 포장비용을 고려한 납품비용 등은 서로 논의해 양보할 수 있다고 생각합니다.

Q. 디스플레이 포장, 진열 방식에는 어떤 장단점이 있을까요?

A. 우선 장점으로 배송 시 제품 식별이 쉽고, 이중으로 포장하여 제품을 안전하게 운송할 수 있습니다. 컨테이너 내부에 팔레트로 쌓아 올려도 제품이 파손되지 않고, 종이 박스는 얇아 한 번에 더 많은 양의 제품을 실어 운송 횟수를 줄일 수 있으므로 결국 환경 보호에도 도움이 될 것 입니다. 매장에서는 빠른 시간 내에 진열, 재고파악 등 매장관리가 편리하고 인건비 절감이 가격인하로 이어져 소비자도 만족, 제조업체 입장에서선 상자 겉면 광고로 상품 홍보에 활용할 수 있어 별도의 판촉 비용을 절감할 수 있습니다.

Q. 그럼 어떤 단점들이 있을까요?

A. 제조업체로서는 포장비용을 부담하므로 원가상승이 가장 큰 이슈입니다. 그리고 일단 오픈 한 박스 포장은 제품 결함이 아닌 이상 교환 및 환불이 안됩니다. 음료, 요거트 등이 담긴 박스 파손 시 한 트레이 내 다른 제품까지 판매할 수 없게 됩니다. 그리고 마트별로 트레이의 크기와 담는 제품 수량이 달라 납품하는 슈퍼마켓용 트레이를 각각 제작해야 합니다. 요즘에는 한 트레이 내에 두 제품 이상 담아줄 것을 요구합니다. 예를 들어 껌의 경우, 한 트레이 안에 딸기, 블루베리껌을 함께 담는 식입니다.

시사점

제품의 유통 및 판매과정을 단순화해 소비자에게 양질의 상품을 제공하는 판매전략으로 자리를 잡아 다양한 품목군에서 쓰이고 있다.

한 트레이 당 포장되는 제품 갯수, 외부포장 박스에 포장되는 트레이 갯수, 납품하는 마트의 진열대 사이즈, 트레이 도면 여부 확인, 1 Face, 2 Face 트레이 방식, 박스 재질, 두께, 크기, 코팅 여부 등 제작에 앞서 철저한 확인이 필요하고, 기존의 트레이 사진과 도면을 요청하는 것도 트레이 박스 제작에 도움이 된다.

수입업체와 납품업체 사이에 공정하고 안정된 파트너십을 위해서는 양 측이 서로의 비용 부담에 관해 지속적인 의사소통과 상호 신뢰를 바탕으로 한 접근이 필요하다.

자료 : 기업인터뷰, Shelf Ready Packaging, ECR Europe, 2016, 함부르크 무역관 자체 촬영, 각 제조사 홈페이지 사진, KOTRA 함부르크 무역관 자체정보 종합