

음료캔 시장 동향

Trend of Liquid Pour Type Can

식품음료신문 자료 제공

1. 세계 음료캔 이슈

지난 해 일본 커피 음료 시장에서 가장 주목받고 있는 것은 도요세시칸(東洋製罐)사가 개발한 새로운 리실(re-seal) 캔 TEC200을 사용한 제품들이다.

일본에선 종래의 무공해형 스틸 TULK에 새로이 입구 안지름(구경)이 크고 뚜껑을 다시 막을 수 있게 한 도요세이칸사의 TEC200 캔이 커피 등 기호 음료 제품에 많이 사용되고 있다.

지난 해 2월부터 코카콜라 시스템사가 조지아 바닐라 크림 카페인과 紅茶花傳 엑스트라리치 바닐라 밀크티에, 산토리사가 보스 프레스소에 TEC200을 사용하기 시작, 이어서 다이도사와 이토엔사 등이 커피 음료 등의 신제품을 내놓으면서 이제까지 10여 사가 이 용기를 사용한 제품을 발매했다. 가장 판매량이 많은 제품은 기린 비버리지사의 화이트 커피이며, 지난 해 10월부터는 코카콜라 시스템사가 다시 화이트 쇼콜라와 카페 아로마 모카 킬리만자로를 발매했고 산토리사 네슬레사 JT사 다이도사 이토엔사 아사히음료사 등도 잇따라 신제품을 내놓고 있다.

지난 해 상반기 TEC200 용기 제품 총판매량

은 약 200만 상자로 기대 수준엔 미치지 못했으나 연간 실적은 700만~800만 상자에 달한 것으로 예상되고 있다.

2. 국내 음료캔 기술개발 동향

금강B&F는 1988년 2월 설립돼 올해로 16년째를 맞는 금강B&F는 충북 충주시 이류면 영평리에 공장을 두고 70여명의 종업원이 연간 210억원의 매출을 올리고 있는 음료 제품 위탁 생산업체이다.

이 회사는 국내 최초로 페트(PET) 색 필러(sac filler) 생산 설비를 갖췄는가 하면 역시 국내 최초로 핫 캔(hot can) 및 PT 캡을 개발했다. 또한 세계 최초로 고구마 농축액 제조법을 개발, 특허를 획득했으며 250mm 사각병에 대한 의장등록을 마쳤다.

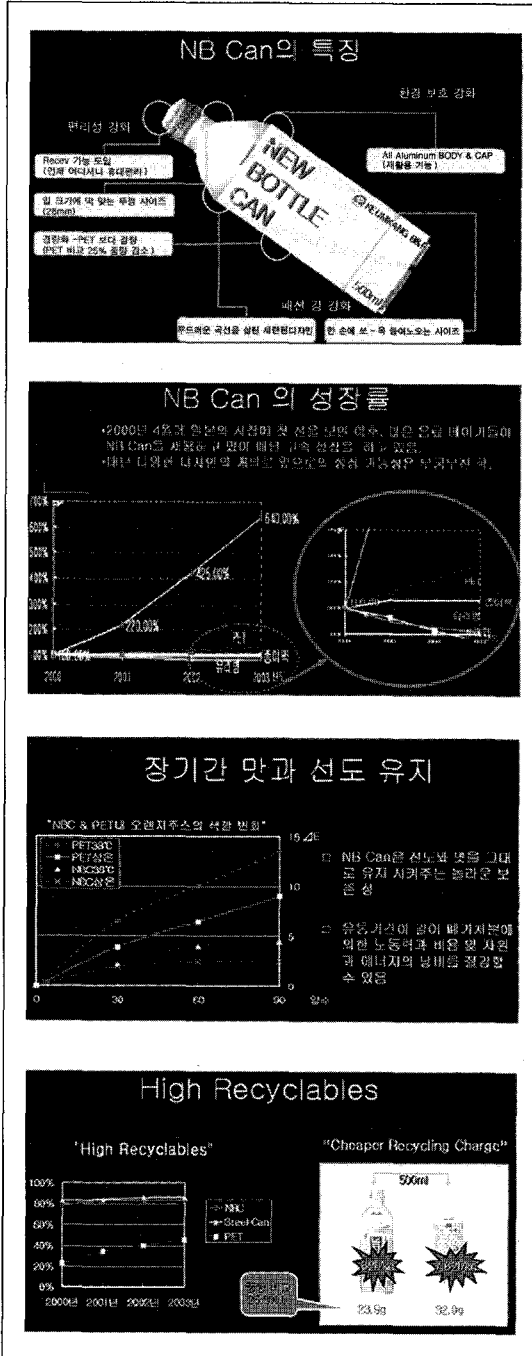
현재 페트, 병, 캔 음료 생산 설비를 구축하고 페트 시설에선 알로에 및 과즙 음료를 각각 하루에 6만5000개씩, 병 라인에서는 알로에 및 과즙 음료를 각각 15만개씩 생산할 수 있는 능력을 보유하고 있다.

병 라인에서는 또 커피 12만개를 레토르트 방



특 집

[그림 1] NB Can 특징



[사진 1] NB Can



식으로 생산할 수 있다. 캔 설비에서는 식혜(레 토르트)와 과즙 음료를 각각 20만개씩 생산할 수 있는 능력을 보유하고 있다.

금강의 기술력은 대기업들로부터 인정받아 해 태음료의 경우 지난 2000년부터 알로에 모닝을 시작으로 백도복송아 등을 OEM(주문자상표부 착생산) 방식으로 공급받고 있다. 이외에 롯데 칠성 남양유업 일화 동원F&B 대구경북능금조합 등과 거래하고 있다. 국내 음료 시장에 새 바람을 일으키고 있는 금강B&F(대표 한평식)는 최근 일본 굴지의 제관 업체인 다이와 제관과 NBCan(New Bottle Can)에 대한 독점 판매 계약을 맺고 자사 공장에 생산 라인을 구축, 내 달 초 본격 가동에 들어갈 계획이다.

NB캔이란 종래의 일반 캔 용기의 장점 즉 내용물을 오랫동안 보존할 수 있고 커피 다류 과즙 주류 등 다양한 종류의 내용물을 담을 수 있으며 재활용성이 높다는 점 외에도 리캡(Recap) 기능으로 편리성을 한층 강화 한 새로운 캔 용기이다. 리캡은 언제 어디서나 휴대가 편리한 TPO(Time, Place, Occasion) 기능이 소비자들

의 욕구를 만족시킨다는 장점을 갖고 있다.

이 용기는 특히 알루미늄 100% 사용으로 환경부담금을 줄일 수 있으며 여성 소비자들의 눈길을 끌기에 충분하도록 패션성을 높일 수 있을 뿐 아니라 넓은 디자인 공간 확보로 다양한 디자인을 구사할 수 있다. 또한 한 손에 딱 잡히도록 설계되어 편안하고 안전하게 사용할 수 있고 입 크기에 딱 맞는 28mm 크기의 뚜껑도 특징으로 꼽힌다. 게다가 중량이 페트보다 25%나 낮아 경량화를 실현할 수 있다.

회사측 관계자는 “NB캔과 PET의 보관 기간에 따른 오렌지 주스의 품질 변화를 실험한 결과 NB캔이 선도와 맛에서 월등히 높은 보존성을 보였다”며 “이에 따라 폐기 처분에 의한 노동력과 비용, 자원 및 에너지 낭비를 절감할 수 있다”고 강조했다.

이외에도 “NB캔은 내용물을 완벽하게 보호함으로써 뜨거운 음료 대응이 가능한 데다 레토르트 타입도 개발돼 카페라떼나 밀크티 코코아 등 밀크 계통 음료를 안정적으로 서비스할 수 있는 만능 포장 용기”라고 설명했다.

청정 기술을 도입해 생산성 제고와 에너지 소비 절감 효과를 동시에 지닌 제조 공정으로 생산되는 NB캔은 지난 2000년 4월 일본 다이와제관에 의해 개발돼 일본 시장에 첫 선을 보인 이후 해마다 괄목할 만한 고속 성장을 계속하며 시장을 넓혀 가고 있다.

유리병 및 종이팩, 페트의 경우 지난 2000년 대비 지난해 성장률이 거의 제자리 수준에 머물고 있는 반면에 NB캔은 무려 6배 이상 증가한 것으로 나타났다.

다이와 제관은 세계 시장의 음료 용기를 선도

해 가는 기업으로 보다 다양한 종류의 음료를 보다 안전하게 보존하며 언제, 어디서나, 어떠한 경우에도 간편하게 이용할 수 있는 음료 용기를 개발하기 위해 다년간의 연구와 많은 개발비를 투자해 NBCan이란 혁신적인 음료 용기를 탄생시킨 것으로 평가되고 있다.

현재 일본의 대다수 음료 업체들이 이 NB캔을 채용했거나 신제품에 이 용기를 경쟁적으로 사용하고 있어 음료 용기의 세대 교체가 빠르게 이뤄지고 있는 실정이다.

특히 NBCan은 기존 음료 용기와 차별화된 디자인으로 일본의 여성 소비자들로부터 많은 관심과 사랑을 받고 있다. 금강B&F의 한평식 사장은 “국내 음료 시장은 업체간 경쟁이 치열해지면서 제품의 종류가 다양화될 대로 다양화돼 더 이상 내용물 개발만으로는 경쟁력을 갖추 수가 없다”며 “음료 또한 표현의 시대를 맞고 있는 상황에서 어떠한 용기에 담아 어떠한 디자인으로 표현하느냐 즉 음료 용기의 차별화가 음료 시장의 경쟁력을 강화하는 중요한 요인이 되고 있다”고 강조했다.

이러한 음료 시장의 변화가 음료 용기의 다양한 변화와 함께 기능의 개발을 이끌어 가고 있다.

금강B&F는 이러한 NB캔의 붐을 국내 시장에도 재현하기 위해 일본의 다이와제관과 독점 공급기로 계약을 맺고 올 가을부터 선보인다는 방침 아래 제품 생산 준비에 한창이다.

이 회사는 최근 롯데칠성 남양유업 일화 동원 F&B 등 국내 굴지의 음료 업체를 대상으로 제품 설명회를 한 바 있어 새로운 차원의 음료를 즐길 수 있는 날도 멀지 않았음을 시사했다. ☞