



# 다양한 니즈에 대응할 수 있는 혁신적인 종이용기

Innovative Paper Packaging Meets Diversifying Consumer Needs

蝦 治 葉 子 / 일본테트라팩(주) 집행임원 마케팅디렉터

## 1. 서론

일본테트라팩(주)에서는 라이프 스타일의 변화, 저출산화, 고령화, 인구감소라는 사회 전체의 큰 변화에 대응하고, 소비자 니즈를 보다 빨리 파악해 식품·음료를 위한 혁신적인 용기를 개발, 제공하고 있다.

세대 구조, 1인당 음용량의 변화나 음용 상황

의 다양화라는 최근의 동향에 대응하기 위해 동사에서는 테트라 톱이나 테트라 플리즈마 어셉틱 330ml 용기 드림 캡((사진 1))이라는 기존 종이용기의 이미지를 완전히 바꾼 캡 부착 용기의 제공을 적극적으로 추진하고 있다.

현재 캡 개폐의 쉬움, 따르기 쉬움, 쥐기 쉬움 등 세부까지 철저히 고려해 개발된 기능성과 매장에서 눈길을 끄는 시인성 높은 디자인이 호평을 받고 있으며, 다양한 상품에 적용되고 있다.

본 고에서는 테트라 톱의 특징, 특히 친환경성을 강조한 패키지 적용 사례에 대해 살펴보고자 한다.

[사진 1] 캡부착 용기



## 1. 성숙한 칠드음료시장에 변화를 가져오는 테트라 톱

일본의 음료시장은 경쟁이 매우 치열해 상품 개발의 빈도가 매우 높다.

이 때문에 상품 배리어이션의 증가, 맛이나 패키지 디자인의 쇄신, 패키지 자체의 리뉴얼



등으로 브랜드의 신선함을 유지하기 위한 시도가 끊임없이 이루어지고 있다.

하지만 우유를 비롯한 칠드음료시장에서는 50년 이상 지봉형 종이용기(케이블 톱)가 주류가 되고 있어서 지봉형 용기의 이미지가 소비자에게 폭넓게 정착해 왔다.

음료 제조사들은 프리미엄 상품이나 참신성이 있는 상품을 판매할 때에 어떻게 상품을 차별화하고, 매장에서 어필할 것인가가 과제가 되고 있었다.

이를 위해 동사에서는 광구의 캡이 부착된 보틀형 디자인의 신형 용기, 테트라 톱을 시장에 투입했다.

테트라 톱은 기존의 지봉형 용기에 비해 개폐성, 따르기 쉬움, 위생 면에서의 우위성이 있고, 참신한 패키지 디자인이기 때문에 상품의 명확한 차별화가 가능하다. 소비자와 제조사 모두에게 메리트를 제공할 수 있다는 점이 높이 평가받고 있다.

이 혁신적인 용기의 등장이 칠드음료시장의 활성화로 이어질 것으로 기대하고 있다.

2013년에 기존 지봉형 용기를 대신해 일본 최초로 (주)메이지가 동사의 주력상품 중 하나인 「메이지 불가리아 마시는 요구르트」의 리뉴얼에 테트라 톱을 적용했다.

참신한 보틀형 디자인인 데다가 따르기 쉽고, 위생적이며 개폐하기 쉬운 점을 소비자들이 선호해 호조의 매출을 유지하고 있다. 또한 동사 상품의 매출 신장, 나아가 드링크 요구르트시장의 확대에 크게 공헌하고 있다.

계속해서 2014년에는 동사의 「시마루보틀」 시리즈인 「백의 한순간」, 「츠지리 카호리 말차라

떼」의 430ml 용기로 새롭게 발매되었다.

더욱이 2014년에는 모리나가유업(주)의 기능성 유음료 「PREMiL」시리즈, 유키지루시메 구밀크(주)의 우유 「유키밀크」 등 주요 유업 제조사의 신상품에 테트라 톱이 잇달아 적용되었다.

「유키밀크」에는 위생 면에서 뛰어난 테트라 톱과 테트라팩 독자의 고도의 살균·멸균기술이 적용돼 일반 우유보다 살균온도를 낮게 억제하는 것이 가능했기 때문에 가열에 의한 맛의 변화를 최소한으로 한정해 보다 자연에 가까운 우유의 풍미를 실현할 수 있었다.

동시에 기존의 저온살균우유에 비해 유통기한을 대폭 연장하는 것에도 성공했다.

우유시장은 해마다 축소 경향인 데다가 우유 음용자의 고령화가 진행되고 있는데, 가벼운 힘으로 개폐할 수 있는 테트라 톱은 고령자에게도 적합하다.

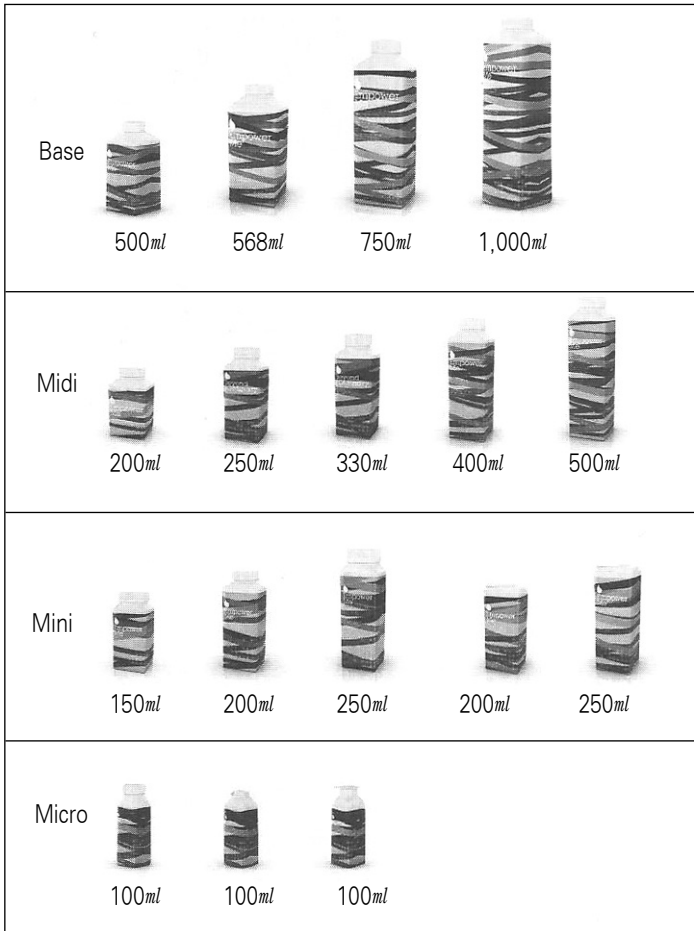
또한 기능 면뿐만 아니라 브랜드 콘셉트를 전달하는 도구로서의 패키지의 중요성도 높아지고 있기 때문에 디자인성이 높은 테트라 톱은 이러한 음료제조사 각사의 니즈에 대응해 다채로운 상품 전개를 지원하고 있다.

## 2. 종이와 폴리에틸렌의 장점을 가진 복합용기

테트라 톱은 1985년에 유럽에서의 수요에 의해 개발되었다.

플라스틱용기의 캡의 편의성과 종이용기의 환경 우위성을 모두 갖춘 차세대 용기로서 등장해 세계 시장에서 널리 적용되고 있다. 얼핏 보면

[사진 2] 용량의 배리어이션이 다양한 테트라 톱



플라스틱 보틀로 보이지만, 몸체 부분이 종이이고 개봉구는 폴리에틸렌으로 만들어진 복합용기이다.

기존의 지봉형 종이용기는 몸체 부분에 각이 있지만, 테트라 톱은 모서리가 동그래 쥐기 쉬움도 추구한 디자인이다.

동사에서는 일본시장에 테트라 톱을 도입하기 전 소비자를 대상으로 조사를 했다.

그 결과, 기존의 지봉형 종이용기와 비교에서 모든 세대로부터 테트라 톱의 쥐기 쉬움, 열기 쉬움, 따르기 쉬움, 개봉구의 위생성, 캡으로 재밀봉할 수 있음 등 기능 면에서의 우위성은 물론, 테트라 톱 자체가 가진 혁신성에 관해서도 높은 평가를 받고 있다.

### 3. 다채로운 니즈 대응

저출산화, 고령화와 인구 감소에 의해 2인 이하의 세대수가 증가하고 있는 것을 배경으로, 상품 개발에 있어서 「소용량화」가 중요시 되고 있다. 동사에서도 소형 용기의 라인업을 확충하고 있다.

지봉형 종이용기의 용량은 지금까지 1,000ml와 500ml의 2가지 사이즈가 주류가 되었는데, 테트라 톱은 100ml의 한입 사이즈에서부터 200~500ml의 중용량, 700~1,000ml의 대형 패밀리 사

이즈까지 용량의 배리어이션이 많은 것이 특징이다.

톱 부분도 스트로 음용형, 스크류캡 부착형 등 다채로운 개봉구가 있고, 야외, 가정 등 어떤 음용 상황에서도 대응할 수 있는 유연성이 매력적이고 있다([사진 2]).

동사에서는 테트라 톱과 같은 칠드음료용 용기와 함께 상온 보존이 가능한 어셉틱타입의 캡



부착 용기도 제공하고 있다.

일본 최초로 직접 음용을 위해 개발된 캡 부착 종이용기로써 2013년에 테트라 플리즈마 어셉틱 330ml 용기 드림 캡을 출시했다(〔사진 1〕).

소형 종이용기는 재밀봉 기능을 부여하는 것이 어려워서 지금까지는 스트로로 마시는 타입이 대부분이었다.

라이프스타일의 변화로 인해 소비자가 언제 어디서라도 마실 수 있는 휴대성, 나눠서 마실 수 있는 편의성에 대한 수요가 증가하고 있는 것에 대응하기 위해 캡 부착 용기를 투입했다.

이 제품은 소비자가 직접 음용할 때의 행동분석을 기본으로 해 용기를 기울이는 각도, 음용구의 각도와 크기 등을 설계해 음용 시에 최적의 양이 부드럽게 흘러들어가 마시기 쉽다.

특히 기분 좋게 마실 수 있는 음용구의 크기를 확보하기 위해 캡의 기초를 용기 테두리에 3차원으로 접착시키는 디자인과 제조기술을 적용했다.

이 연구 덕분에 음용 시에 목을 크게 기울이지 않아도 되기 때문에 여성도 주저 없이 직접 입을 대고 마실 수 있어서 호평을 얻고 있다. 또한 캡을 여는 힘이 PET보트에 비해 덜 들기 때문에 여성, 어린이나 고령자에게도 적합하다고 생각한다.

테트라 플리즈마 어셉틱 330ml 용기 드림 캡의 위면과 바닥면은 사각형이고, 몸통부는 팔각형으로 기존 용기에는 없는 독창성으로 눈길을 끄는 디자인을 자랑한다.

또한 손에 딱 맞는 쥐기 쉬운 형상이 매력적이다.

아울러 어셉틱 기술로 무균충전포장되기 때문

에 개봉 전에는 상온에서 장기보존도 가능하기 때문에 상온 매장에서의 진열도 가능하다.

PET보틀처럼 직접 음용이 가능하고, 재밀봉도 가능한 캡을 갖춘 테트라 플리즈마 어셉틱 330ml 용기 드림 캡은 현대의 다양한 액티브 라이프스타일에 적합한 종이용기로써 앞으로 더욱 적용이 확대될 것으로 기대되고 있다.

#### 4. 소비자 니즈를 한발 앞서 파악하는 연구 개발

테트라팩은 세계 시장에서의 풍부한 실적과 높은 기술력을 바탕으로, 혁신적인 용기를 차례로 일본 시장에 투입해 왔다. 연구개발센터를 고텐바에 설치하고 일본의 사회 환경이나 소비자 니즈의 변화를 발빠르게 파악해 기존 종이용기의 벽에 갖하지 않는 제품, 기술을 개발하기 위해 노력하고 있다.

최근 일본시장에 투입한 테트라 톱이나 테트

〔사진 3〕 FSC® 인증 포장재



라 플리즈마 어셉틱 330ml 용기 드립 캡은 음료 시장을 활성화함과 동시에 새로운 소비자층의 개척이나 음용 상황에 대한 대응을 가능하게 하고, 소비자와 음료제조사 쌍방에 이점을 만들어 주고 있다.

앞으로도 고령화나 각 세대의 라이프스타일의 다양화라는 변화에 정확하게 대응하고, 일본 소비자를 위한 새로운 상품, 새로운 이노베이션의 추진에 주력해가고자 한다.

## 5. 높아지는 환경 의식에 대응


사회적으로 환경 의식이 높아짐에 따라 식품·음료제조사의 상품 전략에서 환경에 대한 배려가 중요한 요소가 되고 있다.

테트라팩에서는 세계에서 가장 높은 수준으로

인식되고 있는 FSC®(산림관리협회)인증을 받은 포장재의 사용을 추진하고 있다((사진 3) 참조).

일본에서는 2014년 6월부터 음료용으로써는 일본시장 최초가 되는 FSC® CoC인증라벨 부착의 포장재를 출하하기 시작했다.

테트라팩에서는 삼림을 적정하게 관리해 성장과 재생을 반복할 수 있는 재생가능한 자원으로 파악하고, 숲의 환경을 지키면서 삼림자원을 지속가능한 형태로 효과적으로 활용하는 것에 주력하고 있다.

테트라팩에서는 일본을 포함한 전 세계의 모든 포장재공장과 현지법인에서 FSC® CoC인증을 취득하고 있으며, 미래에는 종이용기에 사용하는 원지의 100%가 FSC® 인증을 취득한 것이 될 수 있도록 노력하고 있다. 

## 사단법인 한국포장협회 회원가입 안내

물의 흐름이 자연스러운 것은 물길이 나아있기 때문입니다.

포장산업이 강건하려면 미래를 내다보는 안목이 필요합니다.

포장업계의 발전이 기업을 성장시킵니다.

더 나은 앞날을 위해 본 협회에 가입하여 친목도모는 물론 애로사항을 협의하여

새로운 기술과 정보를 제공받아야 합니다.

포장업계에서 성장하기 원하시면 (사)한국포장협회로 오십시오.

**(사)한국포장협회**

TEL. (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net