

Ⅲ. 學術發表 要旨

1. 特別講演 要旨

제조담배 시장동향과 제품개발

임 광 수

한국인삼연초연구원 상품개발부

구미 선진국에서는 1970년대부터 흡연 유해론이 대두되면서 담배 소비량이 지속적으로 감소하였으나 일부 후진국이나 개발도상국에서는 계속 신장하고 있는 경향으로 1995년 전세계 소비량은 5조 2550억 본으로 90년에 비하여 3.7% 신장하였다. Dark형 담배를 비롯한 특수담배의 수요는 점차 줄어들고 미국형 엽배합담배는 계속 증가추세에 있으며 영국형 담배는 50%정도의 시장 점유율을 보이고 있다.

미국은 제조담배의 33%인 2,500억본 정도를 수출하고 있고 중국은 600억본을 수출하며 매년 신장하는 추세를 보이고 있다. 일본은 연간 700억본 이상을 수입하여 외산담배 시장점유율이 22.4%에 달하고 있다.

제조담배의 tar, nicotine은 매년 감소하는 추세이며 97년 본당 평균 tar함량은 한국 7.0mg, 일본 8.4mg, 미국은 11.5mg(추정)으로 한국이 가장 낮은 tar수준의 담배를 선호하는 경향이다.

1인당 연간 흡연본수는 한국이 가장 많은 나라에 속하지만 tar함량이 낮아 tar흡입율은 미국이나 중국·일본 보다 현격히 낮다.

미국이나 일본의 제품별 시장점유율은 매우 안정되어 있으나 한국에서는 제품별 시장점유율의 기복이 심한 편으로 신제품에 쏠리는 경향이 높다.

일본에서는 3mg이하의 초저탈담배 시장점유율이 매년 신장되고 있어 97년

에 15.6%에 달하고 있고 1mg 제품만도 9.9%에 달하며 외산을 포함하여 28종이 현재 시판되고 있다.

저부류연 쉐련지를 사용한 제품이 증가하는 추세이며 미국 RJR과 기술제휴하여 만든 무연담배(Airs)를 일부 지역에 시험판매하고 있다.

미국제품의 평균 tar함량은 11.5mg으로 매우 높은 편으로 16mg이상의 standard급의 점유율이 약 40%를 차지하여 6mg이하 초저탈담배는 11%수준에 불과하다.

Marlboro family의 시장점유율이 매년 신장하여 97년 34%를 점하고 그 외는 모두 6.5%이하를 점하여 gap이 매우 심한 편이다.

멘솔담배 시장점유율이 매우 높아 평균 25~26%수준이며 멘솔담배의 대명사격이던 Salem과 Kool의 점유율이 매년 하락하여 각각 3.4%씩을 점하고 있으나 92년이후 Newport가 이들 제품을 앞지르기 시작하여 6.5%시장을 점하면서 Marlboro 다음으로 점유율이 매년 상승하고 있다.

제조담배의 tar, nicotine 수준이 낮아지면서 품질이 향상된 것은 관련 재료품, 향료의 발달에 기인한 것이다.

필터는 mono필터 뿐 아니라 dual, triple필터 및 mechanical 필터 등이 개발되고 acetate tow 테니아와 흡착제가 다양화되면서 유해성분의 이행량을 현격히 감소시켰다.

Tip paper 천공기술도 초기의 기계천공에서 전자천공, 레이저천공으로 발전하면서 기공도의 조정이 자유로워졌을 뿐 아니라 품질의 uniformity도 매우 좋아졌다.

각초 팽화기술이 발전하면서 원료의 사용량을 현격히 줄일 수 있을 뿐 아니라 연기성분 감소, 연소성 향상에 기여하게 되었다.

판상엽 제조기술이 다양화되고 발전하면서 담배부산물을 활용할 수 있어 원가절감에 크게 기여하였을 뿐 아니라 보향성이 증진되어 껌미 향상에도 크게 기여하고 있다.

Nicotine/Tar 비를 보면 외산은 6.2~9.2% 수준으로 낮으나 우리제품은 8.3

~11.2%로 높아 킁미가 강하다고 평을 받는 원인이 되기도 한다.

제조담배 각초의 니코틴 함량에도 차이가 있어 외산은 1.25~1.39%, 국산은 1.37~1.66%에 이르고 있다.

매년 출시되는 신제품은 일본은 6~7종, 미국 30~40종(추정)으로 tar함량도 다양하나 한국은 1~2종 정도이고 tar함량도 7mg 수준제품에 편중되어 있다.

엽배합을 보면 한국은 황색종과 오리엔트종을 많이 사용하고 있고 일본과 미국은 버어리를 한국보다 5~10% 정도 더 사용하고 있다. 국내 수입된 일본 제품에는 판상엽이 배합되어 있지 않고 미국 제품에는 주맥(팽화)이 배합되어 있지 않다.

제품을 개발하기 위해서는 먼저 고객의 needs를 정확히 파악한 후 목표를 선정하고 제품을 설계하여야 한다. 목표설정시에는 향킁미의 concept를 분명히 하여야 정확한 설계를 할 수 있으므로 특히 유의하여야 한다.

설계가 끝나면 시제품을 제조하고 그 시제품이 설정된 목표와 일치하는지 확인한 후 feed back하면서 목표에 일치시켜가야 한다.