



아이스크림 '쿨리쉬(coolish)' 개발

Development of COOLISH Aiming at a New Concept for Ice Cream Eater

久保直樹 / (주)롯데 중앙연구소기초 연구부 포장 연구실 주사

I. 서론

일본 아이스크림 업계의 시장규모는 1994년 약 4,300억엔을 피크로 9년 연속 감소세가 이어지면서, 작년에는 약 3,200억엔까지 침체한 것으로 나타났다.

이것은 지속적인 경기침체나 휴대전화 보급에 따른 젊은층의 소비성향 변화와 차류·건강보조음료로 대표되는 소용량 PET 보틀음료의 대두를 원인으로 보고 있다.

페사는 이 상황을 타파하기 위하여 매일 신제품 개발에 노력해 왔으며 하나의 성과로 작년 6월 수도권에만 한정 판매한 '쿨리쉬'가 폭발적인 매상을 기록하고 공급량 부족으로 잠시 판매를 중지하지 않을 수 없는 상황에까지 이르렀다.

아이스크림의 새롭게 먹는 방법(새로운 라이프스타일)의 제공이 아이스크림의 소비증대로 연결되면서 성공요인의 하나라고 생각된다.

올해에는 공급라인을 강화해 전국으로 판매하고 대폭적인 매출목표로 하고 있다.

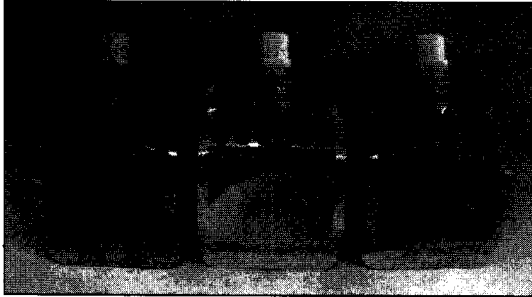
1. 롯데 아이스크림

페사의 아이스크림 사업은 1972년에 식물성 지방을 사용하여 상쾌한 맛의 '이타리아노'의 발매로 스타트를 끊었다.

1980년대에 들어오면서, 막대기·컵·콘·모나카 등, 종래의 아이스크림 카테고리에 속하지 않는 신제품을 차례차례로 개발하고, 크레페 속에 아이스를 넣은 '크레페 아이스'가 대히트가 되었다. 게다가 1990년대에는 아이스크림의 조성·물성에 주시한 기술개발에 힘을 쏟아, 당분이 없는 슈가레스 아이스 '제로', 바닐라 아이스에 미세얼음을 혼합하고, 패키지도 참신한 종이제 사각형 용기를 사용한 '상' [사진 2], 먹을때 파우더 가루와 같은 느낌인 '유끼후와와' 등, 신감각·신식감의 신제품을 개발해, 모두 히트 상품이 되고 있다.

아이스크림 메이커로 후발업체인 페사가 업계 상위에 오를 수 있었던 것은, 이전의 형태에 한정되지 않고 자유로운 발상 아래 상품개발·연구개발에 노력해 왔기 때문이라고 자부하고 있다.

(사진 1) 소용량 PET보틀음료 '쿨리쉬'



(사진 2) 바닐라 컵 아이스 '상'



2. 쿨리쉬(coolish) 개발 컨셉

계속 축소하는 아이스크림 시장에 파문을 일으킬 수 있는 상품은 어떤 것일까? 하고 생각한 결과, 다음과 같은 가설을 세우기에 이르렀다.

'철저하게 맛을 추구한 상품을 만들었다고 해도 그것만으로는 기존의 먹고 있던 아이스크림에 대체해 선택되는 경향이 있어 매출 확대에는 한계가 있다. 매출확대로 연결되는 상품이란, 아이스크림의 새로운 먹는 방법을 제공하고 아이스크림의 소비기회를 증대하는 상품이다.

다시 생각해 보면, 아이스크림을 먹는 방법은 꽤 한정되어 있었다.

컵아이스는 스푼을 사용해 먹지 않으면 안되고 집에서든, 밖에서든 앉거나 양손을 사용해 먹지 않으면 안된다.

막대기, 콘, 모나카타이프 등은 한 번 먹기 시작하면 아이스가 녹아 흘러넘치는 것에 주위를 기울이면서 단번에 먹지 않으면 안된다. '아이스크림을 먹으면서 출입은 사양해 주십시오'라고 하는 안내문을 내거는 의류점 등도 많다.

한편 아이스크림 시장을 위협하고 있는 소용량 PET 보틀 음료는 어떤것일까?

그 성공은 차나 보충음료라고 하는 건강 이미지의 강한 내용 및 품질은 물론이고 경량·컴팩트로 재판매가 가능하다고 하는 뛰어난 휴대성에 의한 것이 크다.

드라이브를 할 때에도 물론이거니와, 통근시에 가방에 넣어 가지고 걷는 것에도 개의치 않고 언제 어디서나 음료를 마실 수 있다.

예전의 병음료는 무겁고, 파손되기 쉬운 결점이 있었다. 스테이온탑식의 캔음료는 재판매가 못하고 넘쳐 흘러버리고 마는 결점이 있었다. 소용량 PET 보틀은 이러한 문제점을 해결함으로써 음료 소비기회를 증대시키고 있다.

같은 생각으로 언제 어디서나 부담없이 안심하고 아이스크림을 즐길 수 있는 라이프스타일을 제공 할 수 있는 것을 개발하면, 음료 시장에 빼앗긴 고객을 되찾고 나아가서는 아이스크림시장의 매출 확대로 연결될 것이라는 것이 본제품의 개발 컨셉이다.

3. 스파우트 첨부 파우치 채용

여기서 주목했던 것이 스파우트 첨부 파우치이다. 스파우트 첨부 파우치는 1980년대 후반부터



렵부터 시장에 등장해, '젤리 음료, 청량 음료를 중심으로 전개되고 있으며 언제 어디서나 에너지 부족한 영양소 보급의 젤리 음료를 섭취할 수 있고 청량 음료수를 얻게 해 휴대 할 수 있다'는 것으로 넓게 인지되고 있다.

또한 근래에는 젤리음료나 이유식에 이용되기 시작하고 있는 것 외에 자원 절약의 관점에서 리필용 고급 샴푸 등의 일용품에도 이용되는 등 그 용도가 넓어지고 있다.

휴대성, 리잠금 기능은 쿨리쉬의 개발 컨셉에 완전하게 합치했다. 또, 스파우트 침부 파우치들이 아이스크림이라고 하는 것의 신기성도 높다.

그러나 평범한 아이스크림을 스파우트 침부 파우치에 넣어도 이번 같은 성공에는 이르지 못했을 것이다.

4. '쿨리쉬' 특징

쿨리쉬는 용기의 휴대성·편리성은 물론이고, 내용물인 아이스크림의 품질에 큰 특징이 있다. 지금까지 아이스크림에 없었던 0에서 -15℃의 온도대로, '빨아서 마시는' 것이 가능해졌다. 추천하는 마시는 적당온도는 -8℃이다.

게다가, 냉동고로부터 꺼내고 나서 단시간에 마실 경우 부드럽게 된다.

마신다고 해도 싱거움이 없고 차가움을 유지한 채로 매끄러운 식감을 즐길 수 있다.

'상'에서 응용한 미세얼음 응용 기술에 더해, 당배합의 조정에 의해, 절묘한 녹기 쉬움과 먹을 때의 느낌을 실현했던 것이다. 가는 스파우트로부터도 편하게 빨아내는 것이 가능하다. 만일 일반적인 프리미엄 아이스를 넣었다고 하면 밀어

낼 수 있는 부드러움이 될 때까지 시간이 걸려, 마실 수 있을 정도의 부드러움이 되면 그때는 차가움이나 매끄러움은 기대할 수 없다. 확실히 이 품질 없이는 쿨리쉬는 있을 수 없다.

5. 용기 개발

5-1. 스파우트 침부 파우치 냉동동성

쿨리쉬를 개발 할 즈음해, 스파우트 침부 파우치의 냉동동성에 대해 검토했다.

젤리 음료·청량 음료수는 액체 상태로 유통하는 것에서부터, 외부로부터 하중에 대해 파대강도가 충분히 확보되어 있지 않으면 안되지만 쿨리쉬는 유통시는 냉동에 의해 내용의 경도가 유지되기 위해, 내용이 하중을 받고 그 만큼 파우치에 걸리는 과중 부담은 가벼워진다.

따라서 종래의 파우치의 파장강도가 있으면 충분했다. 또 냉동하에서 플라스틱은 경화해 파손되기 쉬워지지만 냉동하에서의 확대 시험 등에 의해 문제가 없는 것을 확인했다.

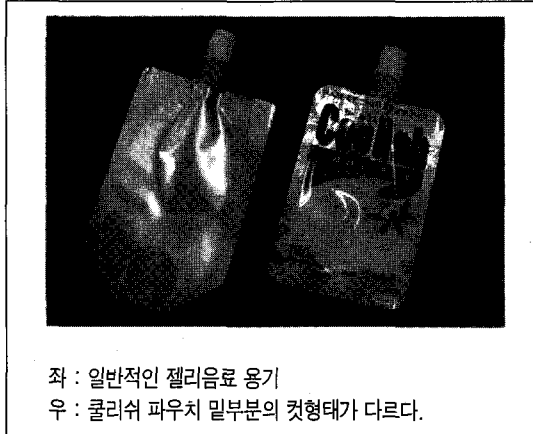
파우치에 들어있는 청량 음료수가 여름철 매장 에서 동결되어 판매되고 있다고 하는 경우도 있다.

5-2. 젤리 음료와의 차별화

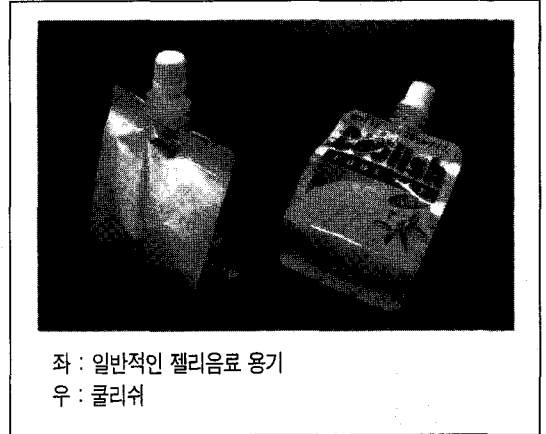
스�파우트 침부 파우치 자체는 벌써 젤리 음료로 넓게 인지되고 있어 용기로서의 새로움은 없지만 쿨리쉬를 개발함에 있어서는 젤리 음료와의 차별화를 도모했다.

젤리 음료는 선반에 세워 진열되는 것이 주효하기 때문에, 파우치의 밑부분을 비스듬하게 컷하는 것(사진 3)과 하단의 썰폭을 충분히 취하는 것으로, 썰 부분을 접히기 쉽게 해 자립성을

[사진 3] 젤리음료 용기와 클리쉬 용기의 차별화



[사진 5] 파우치면에 디자인한 클리쉬

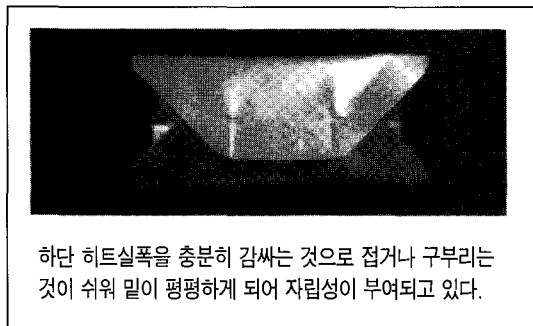


갖추고 있다[사진 4].

쿨리쉬는 아이스크림 냉동고내에 놓여져 고객이 위로부터 내려다 보도록 진열되는 것이 중요하기 때문에 자립성은 필요없고, 젤리 음료와 같이 파우치 밑부분을 비스듬하게 컷 하는 것도 없어 디자인 면적을 충분히 확보하고 있다[사진 5].

한편, 하단 실폭은 최소한 필요하므로, 자립성 파우치보다 짧은 컷 피치로 끝나기 위해, 파우치 제조시의 필름 사용량을 적게하고 있다.

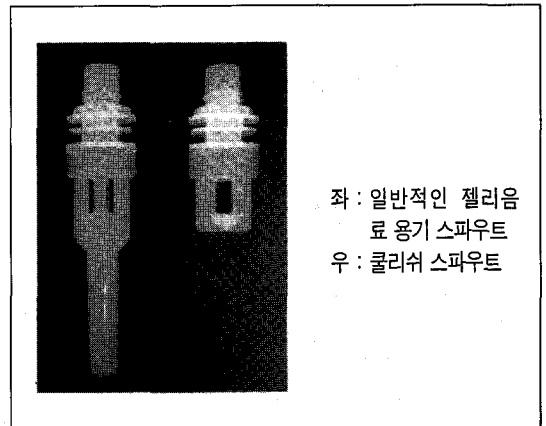
[사진 4] 일반적인 젤리음료 밑부분 형태



5-3. 파우치 재질 구성

디자인상, 아이스의 차가움 감을 표현하기 위해서 알루미늄 박을 라미네이트 한 구성으로 했지만, 올 봄 전국 판매에 있어서는 보다 광택감을 표현할 수 있는 알루미늄 증착 필름을 라미네이트 한 구성으로 변경하고 디자인에 광택을 연마하면서 포재 중량의 저감에도 성공했다.

[사진 6] 스파우트 비교





5-4. 스파우트 형상 특징

일반적인 젤리 음료의 스파우트는 내용을 끝까지 들이마시지 마실 수 있도록, 긴 빨대형태가 된 것이 많다. 쿨리쉬는 빨아 마시는 것 만이 아니고 밀어 내 먹는 일도 고려하여, 밀어 낼 때에 빨대가 방해가 되지 않게 매우 짧게 했다(사진 6).

반고형태인 채 밀어내 매끄러운 아이스크림을 먹어 것도 좋고 더 부드럽게 해 빨아마시는 것도 좋아, 아이스크림을 즐길 수 있다.

6. 맺음말


'아이스크림의 새로운 먹는 방법을 제공한다' 라고 하는 컨셉아래 개발을 진행시킨 쿨리쉬는

덕분에 대히트가 되었다.

'~하면서 먹을 수 있다' 라고 하는 예로, 책을 읽으면서, 거리를 걸으면서 목욕하면서 일하는 중에도 먹을 수 있다.

당시는 쿨리쉬 개발의 목적대로, 아이스크림의 새로운 먹는방법을 제공할 수 있었다고 확신하고 있다.

올해에는, 전국 판매와 새로운 프로모션 활동을 통해 쿨리쉬를 아이스크림의 새로운 카테고리로서 정착시키고자 한다.

아이스크림 시장의 규모축소를 막는 결과를 낼 수 있을지 신중하게 지켜봄과 동시에, 쿨리쉬를 보다 완전한 상품으로서 업그레이드하고 싶다. 

롤 막힘 완전 해결!!

롤(roll)막힘, 오염, 기타 세척에 대해 애로를 느끼고 계십니까?
그러시다면 바로 click 하십시오.



세척서비스

- Biojet(완벽한 물리적 세척)
- 장착상태로 세척
 - 탈착하여 세척

세정액

- Biojet(화학적 세척)
- 인체에 무해한 무용제 타일
- 수성임크용, 유성임크용, UV임크용

셀 막힘 테스트

- 오염정도를 확인가능
- Ravol (셀 용적측정 장비)

보조 부품

- 브러시 (효과적인 세척)
- 스테인레스 솔 : 세라믹틀용
 - 구리 솔 : 크롬틀용
- 휴대용 현미경(100배)

예립상사

전화 : 031-424-4505 팩스 : 031-423-8169
Home page : www.yerim.com e-mail : kjchoi@yerim.com