

Trend of Food Packaging Container Market in Japan.

일본의 식품 포장용기시장 동향

Writer

히로세류

일본 나고야무역관

Contents

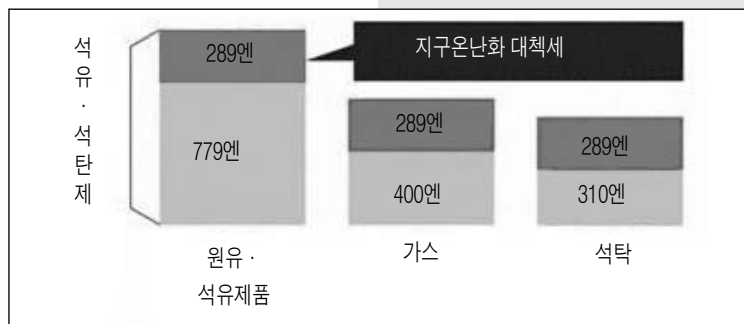
- I. 일본 정부의 탄소세 도입 본격화
- II. 소비자들의 '윤리적 소비' 니즈 증가
- III. 프랜차이즈 음식점 BRONCO BILLY
- IV. 식품포장재 전문상사 ORIKANE
- V. 바이오플라스틱 신소재 개발에 박차 가하는 식품 포장재 제조사
- VI. 결론

I. 일본 정부의 탄소세 도입 본격화

일본 정부는 2050년까지 온실가스 80% 감축을 목표로, 2012년 10월부터 '지구온난화 대책을 위한 세금'을 단계적으로 시행하고 있다. 이는 탄소세의 일종으로 이산화탄소 배출량에 따라 원유 및 가스 등 화석연료 수입업자에게 과세하고 있으나 과세기준이 스웨덴, 프랑스 등과 비교해 2~5% 수준인 1톤 당 289엔으로 실질적 감축효과가 없다는 지적을 받아왔다. 이에 일본 환경성은 2021년 3월부터 본격적인 탄소세 도입 방향을 검토하며 세율을 단계적으로 인상한다고 밝혔다.

또한 환경성과 경제산업성은 지난 8월 23일, 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소매점이나 음식점, 호텔 등에서 무료로 제공되는 12개 종류의 플라스틱 제품에 대한 유료화 혹은 재활용 등의

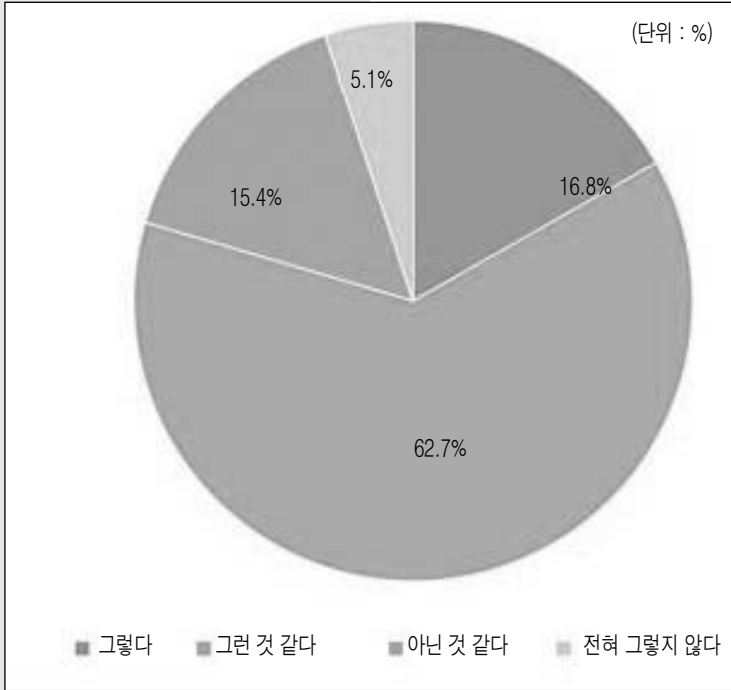
[그림 1] 일본 정부의 현행 지구온난화 대책세 (CO₂ 1톤당 세액)



[자료 : 마이니치신문]

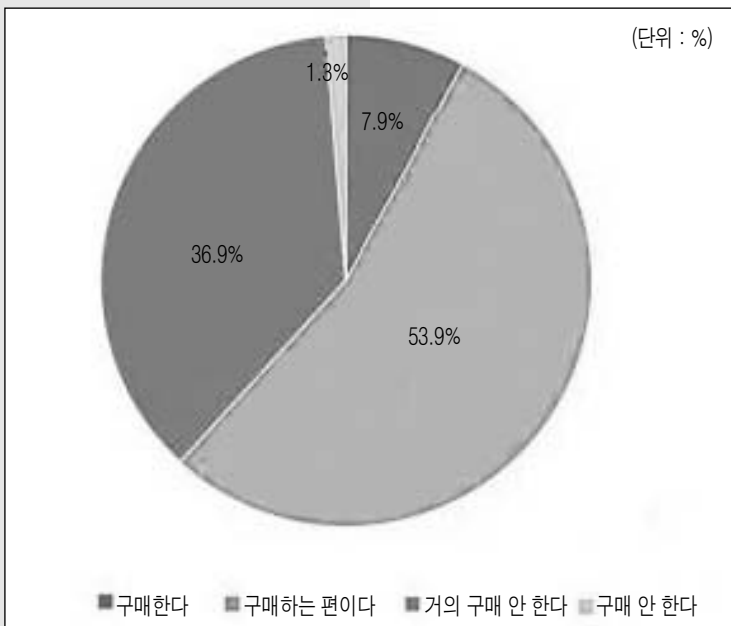
※ KOTRA 글로벌원도우
 (<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>)
 자료 제공

[그림 2] 윤리적 소비와 관련된 상품 및 서비스 제공으로 기업 이미지가 상승한다고 답변한 비율



[자료 : 일본 소비자청 '윤리적 소비에 관한 소비자 의식조사 보고서(2020.2.28.)]
* 전국 16~65세 일반 소비자 2,803명 대상으로 실시

[그림 3] 윤리적 소비와 관련한 식료품·서비스를 구매한다고 답변한 비율



[자료 : 일본 소비자청 '윤리적 소비에 관한 소비자 의식조사 보고서(2020.2.28.)]
* 전국 16~65세 일반 소비자 2,803명 대상으로 실시

대책을 의무화하는 규제를 발표했다. 12개 제품 중 포크, 스푼, 나이프, 머들러, 빨대 등 음식점에서 주로 사용되는 플라스틱은 다섯 종류로 호텔과 함께 가장 큰 영향을 받게 되었다.

II. 소비자들의 '윤리적 소비' 니즈 증가

정부의 정부정책과 함께 소비자의 윤리적 소비에 대한 인식이 확대되며 기업에 대한 요구도 높아지고 있다. 윤리적 소비는 인간, 동물, 환경에 해를 끼치는 상품을 사지 않고 조금 더 비싸고 귀찮더라도 소비행위에서 윤리를 찾는 소비자 운동이다.

일본 소비자청이 일반인을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 윤리적 소비와 관련된 상품 혹은 서비스 제공으로 기업의 이미지가 상승한다고 답변한 비율은 약 80%였다. 또한 식료품을 구매하고 관련 서비스를 이용할 때 윤리적 소비를 염두에 두는 소비자도 61.8%를 차지했다. 이러한 배경으로 편의점 등의 소매업, 음식점은 물론 식

[표 1] 일본 주요 소매업체의 친환경 식품용기, 포장재 사용 전환 내용

소매업체	환경선언 명칭	목표	추진 내용
Seven & I Holdings Co., Ltd.	GREEN CHALLENGE 2050	2030년	오리지널상품에서 사용하는 용기는 친환경소재(바이오매스, 생분해성, 재생소재, 종이 등) 50% 사용
		2050년	오리지널상품에서 사용하는 용기는 친환경소재(바이오매스, 생분해성, 재생소재, 종이 등) 100% 사용
Family Mart	Famima eco vision 2050	2030년	오리지널상품 및 용기 사용 비율 60%
		2050년	오리지널상품 친환경 포장재 및 용기 사용 비율 100%
Lawson	Lawson Blue Challenge 2050!	2030년	오리지널상품 용기포장을 친환경 소재 50% 사용, 용기포장 플라스틱을 2017년 대비 30% 절감
		2050년	오리지널 상품 용기포장을 친환경 소재 100% 사용
AEON	AEON 플라스틱 이용방식	2030년	1회용 플라스틱 이용량 2018년 대비 반감 모든 PB상품에서 환경 및 사회를 배려한 소재 사용 PB상품 PET보틀을 100% 재생 또는 식물유래 소재로 전환
		2050년	CO ₂ 배출량 제로의 지속가능한 플라스틱 이용

[자료 : 아노경제연구소]

품용기 제조사까지 친환경 시대에 발맞춰 새로운 서비스, 제품 개발에 힘을 쏟고 있다.

III. 프랜차이즈 음식점 BRONCO BILLY : 친환경 테이크아웃용기

로 환경과 디자인 모두 잡았다

일본 도카이지역을 중심으로 전국에 128개 합박 스테이크 프랜차이즈 점포를 운영하는 BRONCO BILLY는 지난해부터 테이크아웃 용기를 친환경

용기로 변경했다. 코로나19로 2020년부터 일부 점포에 한해 테이크아웃을 시작하면서 음식을 담은 용기부터 손잡이가 달린 플라스틱 봉투까지 친환경을 고집했다. 봉투는 바이오매스 플라스틱으로 만들어졌고 샐러드 용기는 대나무와 버

[사진 1] BRONCO BILLY의 친환경 테이크아웃용 샐러드 용기(좌)와 슈크림 용기(우)



[자료 : 푸드채널]

[사진 2] 친환경 용기 브랜드 WEECO



[자료 : ORIKANE사 홈페이지]

개스를 원료로 한 몰드용기와 종이나 목재, 바이오 플라스틱 소재의 것을 사용한다. 버게스 (Bagasse)는 사탕수수 또는

수수 줄기를 분쇄해 즙을 추출한 후 남아있는 마른 과육 섬유질 물질로, 바이오 연료로 사용된다.

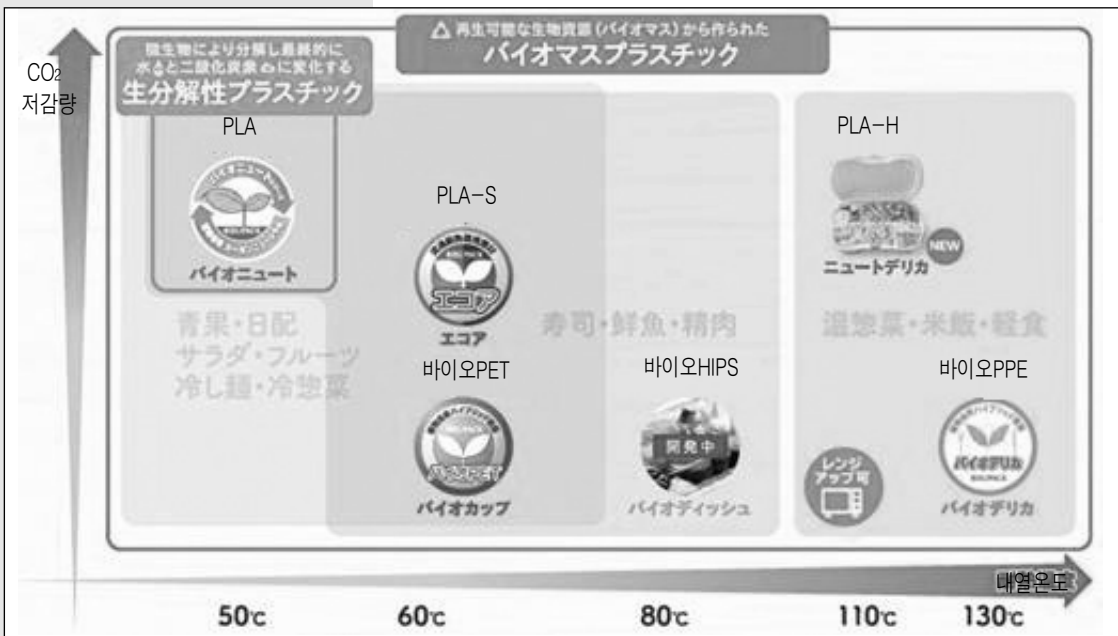
BRONCO BILLY의 상품부 담당자에 따르면 친환경 용기로 전환하면서 얻은 것은 두 가지라고 말한다. 기업의 환경 대응과 세련됨이다. 버게스 용기는 성능도 좋지만 하얗고 심플한 디자인으로 테이크아웃을 하는 손님들도 크게 만족한다고 전했다.

IV. 식품포장재 전문상사 ORIKANE

:친환경 용기 브랜드 전개

카페, 초밥, 레스토랑 등 다양한 프랜차이즈 음식점을 보유한 SAINTMARTC HOLD

[그림 4] RISUPACK에서 전개하는 6가지 소재의 바이오플라스틱 용기



[자료 : RISUPACK 홈페이지]

[표 2] 일본 주요 식품포장재 제조사의 다양한 친환경 용기 소재

업체명	취급소재
FP Corporation	재생PET, 재생PSP, 재생OPET, 바이오HIPS, 바이오PPF, 종이트레이
CP CHEMICAL INCORPORATED	PP/PS+바이오PE
Chuo Kagaku Co., Ltd.	재생PET, PPF(텔크 51%이상), PPF+바이오PE, 저발포PS+바이오PE, HIPS+바이오PE
RISUPACK	A-PET+(바이오MEG+테레프탈산), PPF+바이오PE, HIPS+바이오PE, PLA, PLA+텔크, 재생PET
DENKA POLYMER	PS+PLA, PPF+바이오PE
Fukusuke Kogyo., CO	PS+PLA, PPF+바이오PE
Athena Kogyo	종이+수지(PSP, PP, A-PET)

[자료 : 야노경제연구소]

INGS도 중장기 과제로 ‘탈 플라스틱’을 선언했다. 베이커리 레스토랑 ‘산마르크’나 ‘산마르크 카페’의 테이크아웃과 배달용 포장재에 친환경 용기를 사용하고 있는데, 이때 채택한 용기가 ORIKANE사의 버거스 용기다.

나고야 시에 본사를 둔 ORIKANE사는 식품포장재 전문상사로 친환경 용기 시리즈 ‘WEECO’ 브랜드를 전개하고 있다. WE+ECO로 “모두 하나가 되어 힘을 합치지 못하면 친환경으로 이어질 수 없다”라는 뜻을 담고 있다. 플라스틱 사용 절감을 위해 시작된 용기 시리즈에는 종이 재질의 빙수 컵부터 필름 가공이 되어있지 않은 대나무로 만든 카레 용기, 포크 등을 취급하고 있다.

ORIKANE사는 코로나19로 테이크아웃, 배달시장이 커지며 여러 프랜차이즈에서 운

리적 소비를 브랜딩으로 연결하고자 하는 수요가 늘고 있어 친환경용기를 찾는 고객은 향후 더욱 늘어날 것이라고 전망했다.

V. 바이오플라스틱 신소재 개발에 박차 가하는 식품 포장재 제조사

아이치 현에 본사를 둔 식품포장재 대기업 PACKSTYLE그룹의 자회사인 RISUPACK(본사 : 기후 현)은 2019년 3월부터 향후 3년간 바이오매스 플라스틱 용기 아이템 수를 1,800개에서 2,400개로 늘리고 전체 매출 중 차지하는 비율도 15%에서 25%로 확대하는 목표를 발표했다.

참고로 일본 식품포장 자재 기업 순위는 1위 YOSHIMURA, 2위 SHINGI, 3위 HARUHI SHOJI, 4위 PACKSTYLE, 5위

JONOUCHI 등이다.

이를 실현하기 위해 2020년에는 PLA-H, 바이오 HIPS라는 신소재를 이용한 용기를 잇달아 출시했다. PLA(Polylactic Acid)는 옥수수 전분을 원료로 하는 바이오 플라스틱의 일종으로 일반 PLA와는 달리 110도의 고온에서 사용할 수 있어 전자레인지에서도 사용이 가능하여 배달용 패키지를 타깃으로 판매하고 있다. 현재 RISUPACK에서는 내열 온도대와 사용 용도에 따라 선택할 수 있는 바이오플라스틱 6개 소재를 제품화하고 있다.

일본의 주요 식품포장재 제조사도 이미 친환경 소재를 사용한 용기를 선보이고 있다. 그러나 일반 플라스틱 용기에 비해 강도가 약하고 100% 생분해를 위해 용기 안쪽에 필름가공을 하지 못해 내수성이 떨어지고 가격이 비싸다는 단점이 존재한다. 신소재 개발을 통해 약점

을 보완하고자 하는 주요 제조사가 늘어나며 앞으로 경쟁은 더욱 가속화될 전망이다.

VI. 결론


일본 정부가 지금까지 주요 선진국에 비해 비교적 소극적인 탈 탄소정책을 펴왔다면, 올해부터는 탄소세 도입의 본격화, '플라스틱 자원순환 촉진법' 제정 등을 통해 보다 적극적으로 정책을 시행할 전망이다. 친환경 용기나 포장재의 이용은 '권장'에서 '의무' 단계로 진행 중이다.

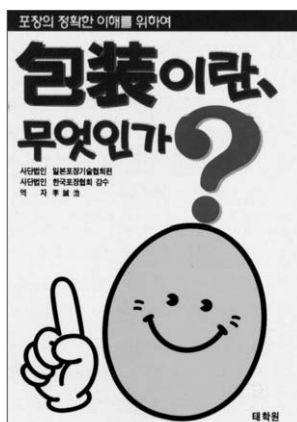
일본능률협회종합연구소에 따르면 코로나19 이후 일본의 배달 서비스 시장 규모는 2020년을 기점으로 크게 늘어 2025년에는 4,100억 엔 규모로 확대될 전망이다. 커져가는 식품용기와 포장재시장에서 친환경 용기에 대한 소비자와 음식점의 수요도 늘어나 우리 기업의 진출도 기대된다.

지난 7월 KOTRA 나고야무역관은 바이오 플라스틱 용기 리딩 메이커인 RISUPACK사에 한국기업의 PLA 폼 트레이 샘플을 보내고 수입 가능성 검토 의견을 받았는데, '일본 제품에

비해 가격, 디자인적으로 차별점을 알 수 없다'는 의견을 받았다.

이를 통해 볼 때 앞선 독자기술을 보유한 메이커를 타깃으로 하기보다 최종 고객사(프랜차이즈 음식점 등)의 다양한 수요를 보유한 용기전문상사를 타깃 바이어로 설정하는 것이 권장된다.

국내 기업의 다양한 테이크아웃과 배달 노하우를 살린 독창적인 용기 디자인과 경쟁력 있는 가격으로 승부한다면 일본 시장 진출 가능성도 엿볼 수 있을 것이다. 



서적 안내

포장이란 무엇인가?

국내 포장관련 업무 종사자들에게 길잡이가 될만한 신간 '포장이란 무엇인가'가 출간됐다.

포장의 역사와 일반적인 지식, 생활과 관련된 구체적인 실례를 들어 읽는 이로 하여금 쉽게 다가설 수 있게 했다. 한편, 대표적인 포장재료를 선정해 그 성질과 용도에 대해 설명했으며 포장전반에 관한 자료를 종합하여 정리하기도 했다.



(사)한국포장협회

· 가격 : 12,000원

· 구입 문의

TEL : (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net