

향후 식품에 1인용이 미칠 영향



때로 소비자들의 선택에는 시간, 노력 및 편리함이 큰 작용을 하고 아침에 커피를 마시는 것 또한 예외가 아니다. 지난 몇 년 동안 1인용 커피메이커가 출시된 이후 가파르게 성장해왔다.

큐릭(Keurig)이 가장 눈에 띄며 2014 회계연도에 47억 달러의 이윤을 창출하였다. Keurig은 음료부터 식품까지 다양한 제품군을 갖고 있으며 코카콜라부터 던킨도넛까지 다양한 업체들과 함께 일하고 있으며 K-Cup 테크놀러지를 통해 1인용 시장을 넓히고 있는 중이다.

하지만 1인용 커피 기계 및 캡슐 판매는 Nestle SA가 Nespresso 기계로 선두를 달리고 있다. 1인용 커피가 커피 시장에서는 가장 급성장하고 있지만 네슬리 사의 이윤에는 5분의 1도 되지 않고 볶은 커피 및 간 커피가 40%를 차지하고 있다. 스타벅스같은 대형 소매업체도 Verismo를 앞세워 1인용 커피기계 시장에 참여했다.

이러한 1인용 캡슐 테크놀러지의 판매량 증가가 지속됨에 따라 새로운 식품 추세가 시작될 것으로 보인다.

○ Keurig Kold

Keurig은 최근 2015년 가을에 런칭할 새로운 1인용 음료 기계인 Keurig Kold를 발표했다. 기존의 뜨거운 음료 및 식품만 가능했던 기계에서 Keurig Kold는 탄산이 있거나 없는 차가운 음료를 만드는 기계이며 K-Cup 테크놀러지를 사용한다.

Keurig은 이미 코카콜라와 Dr. Pepper Snapple Group과 협약을 맺었으며 자신들만의 브랜드 또한 런칭할 계획이다.

◦ 1인용 커피 캡슐의 폭발적 증가

Keurig K-Cups(캡슐)의 판매량은 지난 해 22% 증가했다. 이는 오리지널 Keurig 기계가 매우 잘 팔렸기 때문이다.

이 뿐만 아니라 K-Cups의 성공으로 General Mills의 오토밀 캡슐같은 식품도 생겨나기 시작할 예정이다. Keurig Kold와 차가운 K-Cup 테크놀러지로 인해 그 분야는 지속적으로 넓어질 것으로 예상된다.

◦ 1회용 캡슐이 환경에 미치는 영향

1회용 커피캡슐이 증가함에 따라 환경에 미치는 영향에 대해 얘기하는 목소리가 나오고 있다. K-Cups의 경우 분리수거도 안되고 생분해성의 물질도 아니다. 미국가정의 1/3이 Keurig같은 캡슐을 넣어 마시는 커피머신을 갖고 있고 그로인해 생성되는 쓰레기 양이 엄청날 것이다.

1회용 커피 캡슐은 여러 가지의 플라스틱으로 만들어졌기 때문에 현재로서는 제대로 된 분리수거가 되지 않을 것이라는 것이 관계자들의 의견이다.

이러한 1회용 캡슐 테크놀러지의 장점은 전기절약이다. 기존 커피머신의 커피 포트를 데우기 위해서 지속적으로 전기를 사용했던 것에 비해 1회용은 한번 커피를 내리고 데울 필요가 없기 때문이다.

Keurig은 2020년까지 100% 분리수거가 되는 K-Cup을 만들기 위해 노력중이라고 하며 최근 부분적으로 분리수거가 가능한 여행용 머그잔 사이즈의 K-Mug를 출시했다.

다른 업체들 또한 환경에 적게 영향을 미치는 1회용 캡슐 테크놀러지를 개발하고 있다.

1회용 캡슐은 식품 및 음료시장에 매우 큰 임팩트를 주고 있으며 더 많은 대기업들이 이런 움직임에 동참하려고 하고 있다. 앞으로 나갈 방향은 이런 1회용 트렌드가 소비자 가격을 낮춰주고 환경에도 나쁜 영향을 끼치지 않도록 해야 할

것이다.

출처 : Food Dive. 03.27.2015