



96 PET 시장의 신조류

1. 500ml병은 캔수요를 잠식할 것인가

현재의 PET보틀시장에 있어서 무엇보다도 획기적인 시장이라면 500ml보틀의 상품화가 틀림없다.

이는 내년 4월부터이기는 하지만 널리 알려진 밴더유통을 기다리지 않고 그동안에 환경논의가 매스컴매체에서도 떠들썩 할 정도로 소형보틀의 리사이클대응을 유례없는 과제로 내밀었기 때문이기도 하며, 바꿔 말하면 PET보틀의 수요를 비약적으로 확대할 수 있는 기폭제로도 전망되기 때문이다.



다만 (사)전국청량음료공업회의 회원사가 잇따라 발매하는 500ml보틀상품이 과연 '플라이'일지 아닐지 혹은 500ml보틀음료의 잇따른 등장과 현상의 리사이클체제와의 언밸런스 등을 제기하고 있으나 결국 환경문제는 여기에서는 저촉되지 않을 것이다.

물론 소형 PET보급의 최대 과제이기도 기대할 수 있는 환경대응을 제외하는 것은 내키지 않지만 이 항에서는 이미 관계자의 사이에서 가열이 가열을 부르는 꼴로 논의가 계속 높아지는 500ml보틀과 금속캔에 관한 논의를 하고자 한다.

이 논의는 현재 및 금후 음료업계 최대의 테마이며 수면하에서 관계자가 손에 땀을 쥐게 하는 것은 이미 미묘하고 복잡한 면을 보이고 있기 때문이다.

500ml보틀과 금속캔의 우열을 정의하는 기준으로 현재까지 금속관이 압도적인 우위성을 자랑하는 환경대응을 제외하면 가격, 기능성, 품질보증의 3항목을 빼놓을 수 없을 것이다.

먼저가격에 관해서는 적어도 현시점에서는 예측을 불허하는 정세일 것이다. 이는 PET보틀측이 상당한 가격개선책을 내놓을 공산이 커

지고 있기 때문이며, 금년 후반부터는 PET수지의 대폭적인 인하가 예상된다.

모든 청량음료업체가 인정하는 최초의 500ml 보틀 상품으로서 주목을 받은 伊藤園의 상품이 있지만 그 포장코스트는 명확하지 않다. 어쨌든 소매점두에 진열된 상품에 흡도 적지 않았던 사정으로 유통관계자 중에서도 “몰더에서 사실 패리슨은 수입품이었다”라고 하는 소리가 있을 정도로 관심이 높지만 이에 반해 유엔비어의 대행렬, 실세가격의 산출 등 곤란한 문제들이 산재해 있다. 어쨌든 확실한 것은 ①내열보틀 ②보틀중량은 32g ③캡은 아마 2원, 이 3가지 점만 일 것이다. 만약 수입패리슨설이 사실이라면(일부의 몰더에 관계해서는 이 소리는 아마 사실이 있을 것이다. 수급밸런스의 어려움이 일본의 포장시장에 뛰어난 ‘스펙’을 다른 자리로 쫓아 보낸 것이다), 적어도 伊藤園이 화제의 제품을 발매할 당시, 500ml보틀의 공급능력은 극단적으로 부족했었던 것이 틀림없다.

과연 500ml용량의 PET보틀의 포장재가격은 얼마인가. 현재의 PET수지의 가격을 키로에 180엔으로 환산할 경우 500ml내열보틀(32g)의 수지코스트는 5.8엔, 전기대금, 성형기의 감가상각비, 인건비 등등 어쨌든 일반화가 곤란한 블랙존의 코스트를 고려해 보틀단체 X4의 공식으로 산출하면, 결국 23.2엔이다. 결국 보틀만 23.2엔이고 여기에 캡대금이 2엔, 쉬링크라벨대금(10만 룩트 5색, PS 필름타입) 3.5엔을 더하면 28.7엔이 된다. 게다가 딜리버리코스트(당연히 배송거리에 의해 차이가 있지만) 2~3엔을 더한다면 30엔을 상회한다.

만약 이 산출에 커다란 오차가 없다면 포장재 가격면에서 금속캔과 500ml보틀과의 비교는

결국 문제도 되지 않을 것이다. 금속캔(350cc용량)의 큰 거래처 고객납입가격은 현재 16엔이며, 내용량에 150ml의 차가 있다고 말할 수 있으며, 용기포장재코스트에서 거의 2배의 차는 결정적이라 판단되기 때문이다. 이미 차류 음료를 주체로 금속캔입 490g=106엔의 음료제품이 점두에 진열되는 현재(500cc사이즈라도 어쨌든 그 가격은 16엔으로 큰 차이는 없을 것이다) 30엔의 용기를 사용해 106엔에 가까운 소매가격의 음료를 판매하는 것은 곤란함이 틀림없다. “소매가격이 반드시 구매를 결정할 이유는 없다”(복수관계자)라는 소리도 높아지고 있지만 어디까지나 포장재코스트만으로 한정해 본다면 캔의 우위성은 흔들림이 없다.

또 포장용기의 조건부 코스트로서 충전속도도 빼놓을 수 없는데 이때도 캔의 우위성은 압도적이다. 일반적이지만 캔은 1,300캔/분, 최대 350사이즈, 병은 800분/분, 최대 500사이즈에 대해 500ml보틀은 최대 400분이 되고 있기 때문이다. 일부 충전라인메이커는 이미 500ml보틀은 600분 라인의 발매를 확실히 하고 있다고 하지만 캔 2배의 충전시간이 소요돼 용기코스트와 마찬가지로 그 대비는 문제가 되지 않는다.

단지 ‘문제가 되지 않는다’는 사태의 해소를 호언장담하는 것도 적지는 않다. 해소책으로서 관계자가 제시하는 것은 결국 아래의 2가지 점이다. ①어쨌라인의 사용=미네랄워터나 우롱차 등 내열이 필요한 내용물음료도 어쨌되면 청량음료타입의 보틀로 대응할 수 있어 사용레진도 ‘20g으로 해결’ ②패리슨판매=딜리버리코스트의 해소를 실현한다.

해소파의 어느 유통관계자는 소리를 높여 딜리버리코스트를 포함, 우리로서는 패리슨을 약



기술특집 1

8엔으로 판매할 수 있다고 장담한다. 이 시나리오의 경우 인프런트 혹은 바이프런트메이커가 도입하는 인젝션블로우기의 상각비를 얼마로 견적하는지는 롯데 등 각종의 미묘한 조건이 있기 때문에 용이하게는 상정할 수 없지만 30엔 정도의 보틀가격이 대폭적으로 개선되는 것은 틀림이 없다. 덧붙이면 해소과는 PET레진의 고가격추이의 요인인 패력실런부족도 이미 해소된 현재 PET레진의 가격도 금년 후반부터 국제적으로 대폭적인 내림세로 바뀐다고 강조하고 있다.

단지 해소과 중에서도 충전스피드의 개선책은 들을 수 없다.

한편 기능성에 관해서는 거꾸로 이미 500ml 보틀의 압도적 우위로 결정났다.

무엇보다도 캡의 위력이다. 실제로 캡이 갖출 수 있는 기능, 결국 리셀성, 리캡성으로의 평가는 이미 일부의 소비자조사에서도 극히 높다는 결과를 얻고 있다고 한다. '우리들은 지금까지 이틀테면 캔에 길들여져 왔다. 만약 유력 여성자 등이 "역시 캔으로 마시는 것은 더럽다"는 식의 기사를 게재한다면 그 반향은 어쩌면 곧 500ml보틀의 판촉에 영향을 줄 것이다' '지금의 가치관은 결국 "근사하다"가 전부이다. 캔과 비교해 PET보틀은 리캡성이나 투명성이야말로 대폭적으로 "근사하다"는 이유로 적어도 젊은층은 앞으로 일시에 밀어닥치 듯이 PET보틀입 음료에 시프트할 것이다' 등등 관계자의 캡평가는 높아질 뿐이다.

이것만이 아니다. 어느 제관메이커가 수면하에서 각 방면으로 '리캡기능을 부착한 금속의 개발 성공'을 설득하며 다니고 있다는 정보도 그럴 듯하게 전해지고 있다. 현재의 상황하에

갑자기 믿기 어려운 '정보'의 진위는 어느 의미에서 문제가 되지 않을 것이다. 문제인 것은 이 아무것도 아닌 정보가 눈 깜짝하는 사이에 '사실'적으로 유통되고 있는 사태다. 500ml보틀의 등장은 그것만으로도 '캡' 기능의 뛰어난 시장성을 만천하에 알리는 계기가 된 듯하다.

품질보증에 관해서는 PET보틀측이 어떻게 실적을 쌓아갈 것인지에 달려있다. 말할 것도 없이 캔의 '품질보증'은 실적이기 때문이다.

그러나 500ml보틀과 금속캔의 경합은 위에서 서술한 각 항목의 대비 등등은 아니고 소매점두의 풍경이 이미 웅변하고 있는 것인지도 어쩌면 솔직히 그 결말을 알리고 있는 지도 모른다.

밴더와 함께 음료의 유력 판매채널로서 부동의 위치에 있는 편의점에서는 500ml보틀이 이미 '定番'화 하고 있기 때문이다. 포장재코스트의 차이도 충전스피드의 핸디캡, POS정보가 소매점두를 결정하는 편의점에서 이미, 500ml보틀이定番상품화하고 있는 사실은 일반 소비자로부터의 지지가 높음을 분명하게 나타내는 것이다.

실제로 일부의 소비자조사에서는 '동일의 알맹이 음료의 경우 소비자는 캔이 아닌 500ml보틀을 구매한다'라는 결과가 나오고 있다고 한다.

그 때문인지는 모르겠지만 올 봄부터 '맥주계 유력 음료메이커 수뇌가 "당면, 이익은 보류하고 500ml보틀제품으로의 편의점의 선반 확보에 전력을 다해라"라고 격문을 띄었다'라는 소문이 끊이지 않았다.

5월말 현재 500ml보틀의 공급능력은 몰더 2사 합계로 8억본, 충전능력=500ml유리병대용.2시간=은 연간 5억 5천본(CCJC계 보트러는 생략)이 된다. '그러면 도저히 수요에 대응

할 수 없다'는 것이 관계자가 전원일치로 탄식하고 있고 현장이 인식하는 500ml보틀의 인기를 미루어 알 것이다.

금속캔과 500ml보틀 간의 경쟁은 '길들이기 뭍'이라는 이름아래 당분간 500ml보틀의 급속한 보급으로 막을 내릴 것이다.

2. 패리슨 판매시대의 막이 열릴까

PET보틀에 관계되는 성형기 시장에서는 패리슨용 사출성형기의 잇따른 등장이 두드러진다. 금년 6월말 현재 하스키는 물론 日精 에이·에스·비 기계(PM시리즈), 住友重機械工業이 실질적인 판매를 전개하고, 日精樹脂工業과 名機製作所가 새삼스럽게 패리슨성형기메이커로서 자기존재를 나타내고 있으며 가깝게는 三菱重工業이 독자의 패리슨성형기의 본격판매를 개시한다고 하고 있다. 극단적으로 말하자면

프리폼성형기 '뿔'이다.

일거에 높아진 모습의 "뿔"의 배경으로서는 물론 패리슨성형기 수요의 확대, 적어도 확대로의 선견지명이 있는 것은 틀림이 없다. 과연 구미에서는 일반적으로 말하는 패리슨 판매가 이 나라의 시장에서도 전개될 것인지.

종합잉크메이커인 D사가, M사제의 스트레치 블로우기를 장유메이커 I사에 대하여 '대여'를 전제로 D사는 패리슨도 납입한다. 아마 일본 최초의 본격적인 패리슨판매라 말할 수 있는 것이 D사와 I사와의 이 거래다. 단지 양사는 3년 계약으로 이 거래를 개시하고 금년으로 계약이 끝난다.

패리슨판매보급, 혹은 보급의 예측 배경으로서 관계자가 거의 일치해 지적하는 것은 결국 가격의 개선이다. 패리슨이 구입되면 적어도 빈보틀에 비해 구입액은 대폭적인 개선=1리터보틀 1본당 약 5엔 정도=이 기대되기도 하고 스

[표 1] 용도에 따른 PET수지수요실적추이 예측

PET 협의회

용도		평성2년 (1990년)	평성3년 (1991년)	평성4년 (1992년)	평성5년 (1993년)	평성6년 (1994년)	평성7년 (1995년)	평성8년 (1996년)
식품용		12,000	12,500	13,200	13,300	13,468	13,491	13,500
	조미료	1,526	1,722	3,746	5,221	7,348	9,674	10,300
	식용유	1,849	1,642	1,899	2,195	1,689	1,373	1,400
	주류	6,223	5,739	5,766	7,734	10,133	9,788	9,800
	청량식료	80,786	89,383	97,025	102,764	126,681	118,831	122,400
비식품용	식품용 계	102,384	110,986	121,636	131,214	159,319	153,157	157,400
	세계	11,166	11,358	11,515	11,830	11,801	14,472	15,200
	화장품	1,504	1,451	2,294	2,495	2,740	3,354	3,600
	의약품기타	1,629	1,960	1,662	1,205	1,963	1,847	2,000
	비식품용 계	14,299	14,769	15,471	15,530	16,504	19,673	20,800
총 계		116,683	125,755	137,107	146,744	175,823	172,830	178,200
제2종지정제품 합계		99,009	107,622	115,991	123,798	15,282	142,100	145,700



기술특집 1

트레치블로우기의 도입은 기계투자액·기술·인재 등 패리슨성형기의 것에 비해 부담 혹은 근심도 적다 라는 판단에서이다.

실제로 콜드패리슨 대응의 스트레치블로우기의 제조 판매에 착수한(결국 그 판매처는 패리슨 구입이 전제) 모메이커는 '장유용 1 l 보틀의 가격 13엔 실현'을 판촉의 카피에 실었다고 한다. 이 항에 의거해서 바꿔 말하면 '패리슨을 구입해 우리의 기계를 이용하면 사용하는 PET 보틀의 가격은 대폭적인 개선을 할 수 있다'라고 하는 까닭이다. 이 '13엔 보틀'설은 당시는 물론 여러가지 사정으로 현재 일반적으로는 설득력을 잃고 있는 것같지만 일부에서는 '패리슨은 48개 연고 스트레치블로우 시간당 8,000본을 전제로 하게 되면, 만약 내열타입이라도 충분히 실현할 수 있는 가격'이라는 관계자도 있는 것을 덧붙인다.

혹은 자사에서 제조한 소형스트레치블로우기를 대여해 대여를 전제로 프리폼판매를 전개해 가는 어느 기업의 판촉문구는 '종래보다 20엔싼 PET보틀을 실현' 했다는 것이다. 이 경우 '종래' 가격은 45~55엔(1 l 용량)이다.

패리슨판매라 하면 곧 패리슨성형기나 대응하는 스트레치블로우기로의 평가 등의 화제가 선행되지만 취재한 범위내에서 실은 반송의 곤란이 극히 큰 것같다. 안전(흠이 나지 않게)반송은 결국 코스트의 상승을 초래하고 고속반송은 상처를 생기게 할 염려가 크다. 결국 '반송라인의 개선은 아주 급한 테마'가 되고 있는 까닭이다.

패리슨판매시대가 설득되는 요인으로서는 하나 더 있다. PET보틀의 소량(음료메이커나 유력보트러와 비교해서)구매기업의 증가, 혹은 현

재화를 지적할 수 있을 것이다. 구체적으로는 종래의 염화비닐보틀 구입기업이며, 미네랄워터 메이커나 장유메이커이다. 현재 이렇게 말하자면 소규모구입의 PET보틀의 연간 수요규모는 관계자의 의견 등으로 판단하면 1.5 l 베이스로 50만본이다. 미네랄워터분야만을 생각하더라도 말할 것도 없이 이 '50만본'은 앞으로 어찌면 일정기간, 성장할 공산이 클 것이다.

일본에서의 패리슨판매의 곤란을 말하는 경우도 적지 않다. 결국 '구미시장과 달리 일본에서는 고객이 보틀의 구입량을 묻지 않고 자사 전용의 제품을 요구하고, 스펙이 엄해지고, 금형비, 수송비도 실은 예상외로 부풀어 올랐다'라는 판단 때문이다.

패리슨판매의 보급을 다른 시점에서 보면, 인프런트화의 확대가 된다. 단지 '인프런트'에 관해 'PA'류에 보답하는 것은 방대한 원고량이 필요하기 때문에 이 논의는 여기에서 생략한다. **ko**

꿈이 없는 세상을
생각해 보셨습니까?
내일을 향한 꿈이 없다면
보다 큰 미래는 오지 않습니다.
저희 월간 포장계는
열심히 일하여 행복과 번영을
일구는 광고주 여러분과 함께 합니다.

월간 포장계 편집실
전화 : (02)780-9782