

PET병 업계동향

경기침체 · 고가음료 판매 저하에 따른 병수요 감소예상

1. 사용업계 동향

그간 청량음료 시장을 장악해 오던 대표적인 업체들의 변화와 함께 탄산음료시장에 새로운 체제가 구축되어 시장의 큰 변화를 예기하고 있다.

코카콜라가 본사에서 직접 사업을 시작하면서 음료업계는 해태음료, 롯데칠성, 코카콜라가 빅 3로 정리됐다.

그의 제약사 및 식품사에서 틈새시장을 공략하고 있으며 제일제당과 건영식품이 최근 활기를 띄고 있는데 특히 건영의 계열사인 범양식품은 최근 자체 브랜드인 815콜라를 선보이고 자구노력을 전개 중인데 토착브랜드로 시장에 한

판 승부를 건 범양이 얼마나 시장을 장악할 수 있을 것인지 시선이 집중되고 있다.

음료시장의 판도에 따라 시장이 대부분 형성되고 있는 PET병은 최근 청량음료 시장의 어두웠던 기운을 함께 타고 있는 동시에 기본적인 국내 경기악화와 수입 원자재 및 수입상품의 단가 상승으로 업계에 어두운 적신호를 보이고 있다.

더욱이 최근 구조조정에 의해 부실그룹으로 해체되는 위기에 처해있는 해태음료는 부평공장 과 안성공장에서 음료를 주입해왔는데 천안에 공장을 확장, 설립하는 등 무리한 투자와 함께 IMF를 맞아 더욱 어려움을 겪고 있다.

주로 주스를 취급하는 해태음료는 원료를 수입하는데서 오는 어려움과 소비자들의 경향이 저가의 탄산음료쪽으로 전환됨에 따라 더욱 어려움을 느끼고 있으며 곧 새로운 업체로의 매각이 이루어질 것으로 보인다.

롯데칠성은 큰 변화는 예기되지 않고 있지만 국산브랜드인 칠성사이다는 안정적인 반면 주스류의 판매가 역시 여의치 않아 어려움을 겪기는 마찬가지일 것으로 생각된다.

PET병의 상당부분을 차지하고 있는 생수병 업계도 새롭게 정리되는 양상을 보이고 있는데 지난 해까지 진로, 스파클, 풀무원이 시장을 주도했으나 해태음료가 평창에 자체 생산공장을 갖추고 진출하였고 농심이 제주도의 이미지를



▲ 생수용기에 적용된 PET병

[표 1] PET용기의 제품별 생산현황

(단위 : 백만본)

년 도	계	정량병	물 병	주류	정유	세탁	기타	
'93	1,142 (100%)	573 (50.2%)	59 (5.2%)	69 (6.0%)	98 (8.6%)	46 (4.0%)	297 (26%)	
'94	1,398 (100%)	754 (54%)	193 (13.8%)	169 (12%)	103 (7.3%)	31 (2.2%)	148 (10.7%)	
'95	1,275 (100%)	659 (51.7%)	239 (18.7%)	153 (12%)	118 (9.3%)	19 (1.5%)	87 (6.8%)	
'96	1,398 (100%)	821 (58.7%)	207 (14.8%)	154 (11%)	115 (8.2%)	29 (2.1%)	72 (5.2%)	
'97	수량	1,667 (100%)	1,011 (60.6%)	202 (12.1%)	182 (11%)	105 (6.3%)	16 (0.9%)	151 (9.1%)
	중량 (톤)	69,116 (100%)	46,458 (67.2%)	7,295 (10.6%)	7,648 (11.1%)	4,128 (5.9%)	638 (0.9%)	2,949 (4.3%)

※ 수출이 포함된 수치임

[표 2] PET용기의 용량별 생산현황

(단위 : 백만본)

년 도	계	500ml이하	500ml초과~1500ml이하	1500ml초과	
'93	1,142 (100%)	667 (58.4%)	325 (28.5%)	150 (13.1%)	
'94	1,398 (100%)	325 (23.2%)	891 (63.7%)	183 (13.1%)	
'95	1,275 (100%)	233 (18%)	864 (68%)	178 (14%)	
'96	1,398 (100%)	299 (21.4%)	900 (64.4%)	199 (14.2%)	
'97	수량	1,667 (100%)	585 (35.1%)	925 (55.5%)	157 (9.4%)
	중량 (톤)	69,116 (100%)	15,462 (22.4%)	45,184 (65.4%)	8,470 (12.2%)

살려 삼다수라는 상품명으로 저가로 시판하면서 시장점유율에 큰 변화를 주고 있다.

특히 삼다수는 농심의 라면구조를 활용, 저가로 판매해 짧은 판매기간동안 많은 시장 점유율을 기록했다.

이외에도 롯데칠성, 두산음료가 OEM으로

진출하였고 조선맥주가 참여 움직임을 보이고 있다.

배사이다 제품시장의 성장과 그에따른 전통음료 시장의 침체, 고가격에 따른 주스시장의 난재는 계속될 것으로 보여 PET제조업계에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

2. PET병 및 칩 업계

산업의 특성상 고가의 설비를 외국에서 들여 오고 있는 병업계는 환율상승으로 인한 자금압박으로 몸살을 겪고 있다.

이것은 국내에서 가장 많은 점유율을 차지하고 있는 효성 T&C도 예외는 아니며 코카콜라가 사용하는 병의 양중 일정부분을 두산이 점유하게 됨으로써 그만큼 점유율을 빼앗길 것으로 보인다.

부평공장내 R&D센터에 병을 주로 연구하는 부서를 설치하고 품질향상에 노력하고 있는 효성은 지난해 일본으로의 소형병 수출로 2백50억원을 벌어들였으나 올해 들어 일본시장의 불경기와 자체내 설비증설로 새로운 어려움에 당

면해 있다.

또한 지난해부터 개발에 들어가 올해 350ml 용량의 신제품을 선보였고 이달 안으로 탄산음료용 250ml용기 신제품을 출시할 계획이다.

칩·병 생산메이커인 삼양사는 지난해 수출로 인한 매출은 적었으나 매출에 있어 큰 변화는 없었으며 지난해 10월부터 350ml병을 생산 국내 제품에 적용했으며 일본으로 수출하기도 했으며 수출용으로 350ml 주스용기를 공급했다.

두산유리는 코카콜라의 새로운 출현과 함께 병메이커와 같은 입장에서 코카콜라에 용기를 납품하는 체제가 되었으며 이를 위한 제품 품질 향상 및 신병개발에 주력하고 있다.

내열 3라인과 올초 일화로부터 인수한 내압 1라인을 포함한 내압 2라인을 확보하고 있는 롯데

(표 3) 연도별 재활용실적

(단위: 천톤, %)

구분	'94	'95	'96	'97
발생량	64,000	56,560	62,617	62,774
재활용량	3,164	8,466	14,044	25,000(추정)
%	7.4	15.0	22.4	39.8%

(표 4) 예치금 부과 및 환급현황

(단위: 백만원)

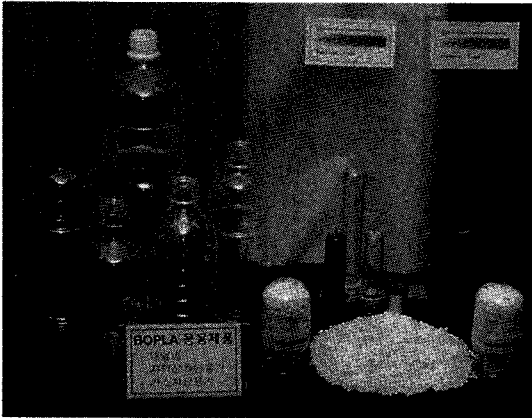
구분	부과금액	환금액	환율비(%)	예치금 미반환액
'94	4,679	20	0.4	4,659 (99.6)
'95	5,947	212	3.6	5,735 (96.4)
'96	6,158	1,535	24.9	4,623 (75.1)
'97	8,083	3,262	40.3	4,821 (59.7)
계	24,867	5,029	20.2	19,838 (79.8)

(표 5) PET용기의 연도별 생산 현황

(단위: 수량 - 천본, 중량 - 톤)

구분	'93	'94	'95	'96	'97
수량	1,142,000	1,398,000	1,275,446	1,398,279	1,667,553
중량	57,000	64,000	56,560	62,617	69,116

※ 주: 본 통계수치는 "한국PET용기협의회" 회원 생산량 보고 통계임



▲ PET 대체재로 선보인 코오롱의 PEN 제품

데는 내열의 수요가 줄어들어 따라 내열라인을 내압라인을 교체하기도 했다.

현재까지 원료를 타사에서 구입해오던 롯데는 9월경 계열사인 호남석유화학이 일산 200톤의 원료를 생산함에 따라 기초원료부터 레진 병, 음료를 생산하는 수직계열화를 이루게 될 것이다.

3. 재활용

국내 PET병 재활용 사업을 정식으로 하고 있는 업체는 3~4로 정리할수 있다. 또한 제조업체로서는 유일하게 삼양사가 많은 투자를 하여 재활용을 실천하고 있다.

97년 PET병 재활용률은 약 40%이고 98년 목표율은 55%이다. 그만큼 이제 PET병의 재활용에 대한 인식은 업체나 소비자에게 중요시 인식되어지고 있다는 것을 증명하고 있다.

폐 PET병 수출도 95년 4783톤, 96년 483톤(중국 수입금지 조치로 현저히 줄은 수치임), 97년 8,673톤으로 늘고 있는 추세로 수출의 전망이 밝게 비춰지고 있다.

정부는 PET병 사용업체에 예치금을 부과하여

재활용된 부분에 대해서는 환급을 해주고 있는데 경제침체에 따라 업체의 어려움이 가중되고 있는 시점에서 이부분은 큰 부담으로 느껴지고 있으며 지난해 예치된 금액을 보면 8,083백만원인데 반해 환급액이 3,262백만원에 불과하고 있으며 나머지 부분이 적절히 사용되고 있으나 의문점도 제기되고 있다.

한국페트용기협회는 계속적으로 한국PET용기재활용협회의 필요성을 인식하고 용기생산자, 용기사용자, 소재업체, 수입업자, 유통업체 약 25개업체를 주축으로 발족을 준비중에 있으나 정부가 정부산하 기관이 재활용사업을 추진할 움직임이 나타나 빠른 결실을 보고 있지 못하고 있다.

4. 결론

PET병 시장은 매년 10~15%의 꾸준한 성장을 보여왔다. 그러나 올해는 전반적인 경기 하락과 더불어 최대의 고비를 맞을 것으로 업계는 예측하고 있다. 그러나 캔만이 가지고 있는 장점이었던 소형화에 맞춰 용기를 개발해 나가고 자동판매기에 장착할수 있는 방향으로 까지 진행된다면 시장을 넓히는데 성공할 것이며 이를위해 업체는 제품의 패션화, 휴대용이라는 장점을 보완하고 PEN과 같은 신소재 적용에 대한 관심과 검토를 해야할 것이다.

계속적으로 풀어 가야할 숙제인 재활용문제는 예치금으로 부과되고 있는 부분을 최대한 활용하여 재활용사업 육성을 위해 사용하여 PET병 재활용을 정착시키는 한편 시장을 확대하는 기반을 마련하여야 할 것이다. ☐

이선하 기자