

기후 · 경기 영향, 지난해 15%이상 수요감소

업계 공동 관심사인 재활용 문제 여전히 난제로 지적

PET병 업계가 올해 성수기를 맞아 80-90%의 가동률을 보이고 있다. 특히 올해는 더위가 일찍 찾아와 전체적인 수요가 늘어 업체들은 보너스 수요를 기대하고 있다. 성수기와 비수기의 가동률이 현격한 차이가 있는 PET병은 현재 설비캡파로 볼때 40%과잉 상태다. 특히 지난해에는 IMF영향으로 음료소비가 눈에 띄게 줄어들어 업체들이 공급량을 조절하는 등 아픔을 감수해야만 했다. 또한 예년에 비해 15%이상 양이 줄어 든 것으로 나타났는데 한 조사에 의하면 지난해 비오는 날이 많았던 때문으로 조사됐다.

지난해 음료시장은 범양이 코크시장에 진입 어느정도는 성공했다는 보는 시각이 많은데 그러한 상태가 지속적으로 유지될 수 있느냐가 시장의 판도를 변화시킬 수 있을 것으로 보인다.

또한 제일제당의 해태음료 인수가 확실시됨에 따라 2000년부터는 음료시장에 큰 변화가 올 것으로 보인다.

더욱이 제약회사에서 음료생산이 가능해짐에 따라 기능성음료의 출시가 늘어날 것으로 보이는데 이러한 경향은 음료업계와 PET병업계의

시정점유율에도 적잖은 영향을 미치게 될 것으로 보인다.

98년 PET병 생산은 예년에 비해 15%이상 감소해 총 생산은 1,806,116천본(69,181톤)으로 집계됐으며 그중 내수로 1,656,106천본(64,269톤), 수출로 150,010천본(4,912톤)이 공급됐다. 용도별로는 청량음료는 974,212천본(41,559톤), 생수 265,175천본(8,811톤), 주류 182,862천본(7,407톤), 장유 70,059천본(2,570톤), 세제 20,740천본(792톤), 기타 143,058천본(3,130톤)이다.

업계가 전반적으로 어려웠던 지난해 효성은 779,297천본(30,776톤)을 내수로, 113,411천본을 수출로 공급했다.

년 19억본의 설비를 보유하고 국내 PET시장의 40%를 점유하고 있는 효성은 지난해 약 7억본을 내수로, 1억본을 수출로 공급했고 올해 5월까지 이미 4억3000만병을 판매했다.

올해중으로 소형병용으로 6억본 증설계획을 가지고 있는 효성은 재활용 시스템 도입을 계속적으로 검토해 왔으며 곧 설비 도입을 계속적으

[표 1] PET병 용도별 생산 현황(98년 기준)

(단위:천본,톤/년)

	청량음료	생수	주류	장유	세제	기타(식용유, 화장품)	합계
생산량	974,212 (41,559)	265,175 (8,811)	182,862 (7,407)	70,059 (2,570)	20,740 (792)	143,058 (3,130)	165,106 (64,269)

※수출은 150010천본(4912톤)

로 검토해 왔으며 곧 설비도입을 계획하고 있다.

지난 해 네버스탑 600ml, 뿌요소다 250 ml 신제품을 선보인 효성은 소형병의 양이 증가할 것으로 기대하고 있다.

국내 점유율 2위인 삼양사는 지난해 2억5천만본을 생산 내수로 2억4천만본, 수출로 1천만본을 공급했다. 1만2천톤의 재활용시스템을 갖추고 있는 삼양사는 자사 생산의 대부분을 재활용하고 있어 재활용을 적극 실천하고 있다. 예년보다 수출이 늘은 삼양사는 수출용의 대부분이 주스용인 내열병으로 수출을 늘리기 위해서는 설비를 도입해야하는 어려움이 따르고 있어 적극적으로 생산을 못했으나 올해부터 유희설비를 가동률을 높여서라도 수출물량을 늘려가겠다는 입장을 밝히고 있다. 청원과 평창에 각각 일화와 해태음료의 인플랜트 공장을 가지고 있는 삼양사는 인플랜트공장의 단점으로 지적되고 있는 자사제품만 생산이 가능하다는 것을 물량이 없을시는 타사제품을 생산할 수 있도록 계약을 하여 효과를 보고있는 케이스다.

삼양사는 지난 해 내압병용 몰드비용을 투자, 해태음료에 소형병을 공급했으며 곧 내열병 설비도 일본에서 중고로 수입하여 내년부터 생산에 들어가 국내 수요를 충족할 계획이다.

또한 지난 해 해태음료의 헬스파워펀치에 300ml용기, 감직이 반장이 245ml, HOT 350ml용기와 코카콜라의 신제품 3개의 용기를 개발 선보여 좋은 반응을 얻기도 했다.

PR병 생산을 주로 하고 있는 두산포장은 지난해 두산음료에 전량을 공급해 오던 물량이 두산음료가 여주공장으로 통합됨에 따라 30~35%를 공급하는데 그쳤다. 지난해 두산포장은 8천7백2십만본을 생산, 8천4백4천만본을 내수로, 2백9십만본을 수출로 공급했다. 또한 두산포장은 지난해

250ml병을 신규로 선보이고, 올해는 주스음료병으로 내열 11병을 개발 선보였다. 음성공장에 6라인을 보유하고 있는 두산포장은 캔 제품을 대체할 수 있는 소형병의 수요가 늘어나는 것에 적극 대처할 계획이다. 재활용 업체에 위탁 재활용사업을 추진하고 있는 두산포장은 지난해 56%를 달성 재활용사업에 적극 관심을 기울이고 있다.

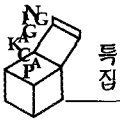
시간당 7천2백만본 생산가능한 내열2라인과 내압1라인을 보유하고 있는 롯데알미늄은 총 2억본의 생산캡파를 보유하고 있다. 지난해 주스용인 내열병 라인이 거의 가동을 하지 못한 롯데는 타사가 소형병 생산에 관심을 기울이고 있는 반면 소형병 생산에 대한 계획을 가지고 있지 않다. 롯데알미늄은 지난해 청량음료용으로만 8천8백만본을 생산, 수출없이 모두 내수로 공급했다. 자체 재활용율이 43%인 롯데는 정부에서 제시한 55%를 달성하는데는 앞으로도 어려움이 따를 것이라고 밝히고 있다.

올해 상반기 대경인더스트리로부터 생산라인을 인수하여 직접 생산에 나선 새한은 청주와 청원공장에 각각 10, 14개라인을 확보하고 있으며 생산캡파는 3억7천만본으로 알려졌으며 지난해 1억2천만본을 생산했다.

그간 생수중심의 판매를 해 온 새한은 앞으로 생수중심의 PET병 생산에 주력할 것이라고 밝히고 있는데 향후 시장추이를 지켜보면서 청량음료용 생산도 계획하고 있다고 밝혔으며 이미 올 상반기 해태음료의 공병수급 부족분을 일부 공급하기도 했다.

새한은 사업을 본격화하기위해 공장조직에 성형생산팀과 판매영업팀을 신설하고 본격적인 활동을 개시했는데 앞으로 새한의 시장참여가 시장변화의 변수로 작용할 것으로 보인다.

현 PET병 업계 가장 큰 이슈로 떠오르고 있는



[표 2] PET의 규격별 공급량

(단위:리터, 천본)

회합음료	장 유	사 지	기 타	생 수	주 유						
HR1.5	10,811	1.8	720	1.8	42	1.8	95	2.0	398	2.7	95
HR1.0	94	1.0	1,061	1.0	108	1.0	121	1.8	3,648	1.8	2,900
HR0.6	1,753	0.9	257	0.5	155	0.9	249	1.5	799	1.2	320
HR0.5	2,238	0.96	56	0.25	12	0.5	185	1.0	440	0.75	3,533
HRO.35	911	0.25	45	기타	476	기타	2,496	0.9	184	0.64	536
HPR1.5	1,167	기타	431					0.5	2,953	0.36	23
HPR0.5	289							0.3	3		
HPR0.35	78							기타	386		
PR2.0	33										
PR1.5	18,016										
PR1.0	84										
PRO.6	1,297										
PRO.5	3,201										
PRO.35	577										
PRO.25	1,011										

재활용문제는 병제조업체들의 분분한 의견이 엇갈리고 있기는 하지만 전반적으로 수거체제가 없는 상태에서 병업체가 비용을 부담해야 한다는데 일부 불만의 소리가 나타나고 있다. 특히 삼양사의 경우처럼 재활용시설을 확보하고 있지 않는 한 실질적인 재활용을 기대하는 어려우며 더욱이 공장내에서 발생하는 로스율은 재활용에 포함시키지 않고 있어 정부의 55% 한도를 맞추는데는 무리가 따른다고 업체들은 입을 모으고 있다. 음료업체가 PET병에 대한 분담금을 지불하고 있는데 병업체에 재활용 부담을 주는 것은 업체를 이중으로 괴롭히는 것이며 정부는 분담금의 일부를 재활용사업으로 환원하는 것이 바람직하다는 의견을 제시하고 다. 또한 지난해 라벨로 사용되고 있는 PVC에 대한 사용자제논란이 있었는데 업계가 정부에 건의를 통해 2001년부터 규제하는 것으로 결론지어 졌는데 그후로도 각계의 의견이 분분하다. OPS로 할 경우 아직 국내에 독자적으로 개발된 제품이 없어 당분간은 수입제품을 사용해야 하므로 가격이 상승하는 결과를 초래하므로 단일재질인 PET로 대체해야 한다는 의견과 단일재질로 사용하여 재활용할 경우 잉크등이 그대로 남아 고부가가치

있는 재활용제품으로 재생산이 어렵다는 지적이 양분되고 있다. 결국 어떠한 것이 대체재로 되든 이부분에 대한 부담은 소비자가 안아야 할 부분인데 그 파급효과가 클 경우 라벨·병·음료 3개업체가 모두 공동부담해야 한다는 의견도 제시되고 있다. 한편 국내 공급과잉에 대처하기 위해 수출판로를 개척해야하는 것이 업체들의 주 관심이다.

현재 일본과 대만에 소형병 위주로 수출이 진행되고 있는데 몇년간 수출을 통해 품질도 향상되고 가격경쟁력이 호전되는 현상을 보이고 있다. 그러나 수출국 자체내에서 생산을 하는 움직임이 나타나고 있고, 병이라는 제품의 특성상 부피때문에 운송시 물류비 비중이 높은 것이 단점으로 지적되고 있어 역시 소형병위주의 수출에 주력해야 한다는 쪽으로 결론지어 지고있다.

특히 최근에는 제약회사가 음료를 생산할수 있게 됨에따라 이미 한미약품이 제품을 출시하였고 광동 제약 등도 잇따라 출시를 앞두고 있으므로 병업체들은 이러한 신규수요를 창출하기 위해 차별화된 제품, 고부가가치 제품개발에 주력 마케팅을 강화하여야 할 것이다. ☐

이선하기자