

日, 페트병 Hot 음료 시장 20% 성장
중국 대량 수입, 재활용 PET병 가격 급증

일본 페트병 핫(Hot)음료 시장이 열기를 띠고 있다.

특히 시장의 약 50%를 차지하는 '무당차(無糖茶)'를 중심으로 병 입구를 넓혀 향기를 즐길 수 있도록 하거나 찻잎을 증량하는 등 각 사들은 매출 확대에 힘쓰고 있다.

페트병 음료 시장은 전용 가온 케이스의 보급에 따라 2002년 판매가 전년 대비 80% 증가한 2천5백만 케이스로 확대됐다.

2003년은 20% 증가한 3천만 케이스 정도로 늘어난 것으로 추정됐다.

2000년 업계 최초 Hot 전용 페트병 '오~이 오차(お~い お茶)'를 투입한 이토엔은 시장의 30~40%, 茶系음료에 한정하면 60~70%라는 압도적인 시장규모를 자랑한다.

지난해 겨울은 통상보다 마시는 입구를 직경 1cm 넓힌 '오~이 오차 후카미(お~い お茶 ふかみ)'를 추가했다. 찻잎을 통상의 1.5배로 늘리고 가격도 20엔 올려 고급화를 내걸었다. 이토엔에 따르면 시리즈의 반응은 변함 없이 상승세라고 한다.

산토리는 'Hot 우롱차' 등 신제품 7종을 투입, 판매 확대에 자신을 보이고 있다.

이 외에도 기린비버리지는 '오후의 홍차' 시리즈에 Hot 전용의 찻잎을 브랜드한 상품을 더해 Hot용 '生茶'와 함께 공세를 펼치고 있으

며, 아사히음료는 세븐일레븐 재팬과 공동 개발한 '凍頂 우롱차'의 Hot 전용 타입으로 시장 확대를 노리고 있다.

베트남, 플라스틱 원료 수입 가격 상승 철강 역시 가격 올라

호치민시 유력 일간지인 SAIGON GIAIPONG은 연초부터 플라스틱 원료, 철강, 비료 수입가격이 상승하고 있다고 밝혔다. 현재 원자재 공급부족 현상이 심화되고 있으며, 일부 품목은 국내 판매 가격이 급상승하고 있다.

전문가들은 원자재(원재료) 및 중간재의 수입가격 인상은 내수 시장가격의 불안을 초래할 수 있으며, 수출에도 악영향을 미칠 수 있다고 밝혔다.

호치민시 플라스틱 협회는 현재 수입 플라스틱 원료값이 계속해서 인상되고 있다고 하며, 지난 달 PVC용 자재 수입가격은 전월대비(2004년 1월) 톤당 1백달러 정도 상승한 가격으로 톤당 8백40~8백50달러 정도에 수입되고 있는 것으로 알려졌다.

이 가격은 작년 동기 대비 톤당 3백~3백50달러 정도 상승한 가격이다.

업계에서는 PVC용 자재 수입가격은 톤당 50~60달러 정도 더 상승할 것이라고 예견하고 있다. 또한 PP, PE 등의 자재 역시 전월대비 톤당 30~40달러 오른 톤당 9백 달러에 수입하고 있다. 업계에서는 수입가격이 상승한 주요 원인으로는 세계적으로 플라스틱 원료 생

산량의 감소와 가수요에 따른 품귀 현상으로, 앞으로 계속해서 국내 판매 가격은 상승할 것이라고 전망하고 있다.

철강 역시 마찬가지로 자재 값이 상당히 인상된 상태이며, 앞으로도 계속 상승할 것이라는 게 전문가의 예견이다. 따라서 현재 베트남 전 지역의 각종 건설 사업에 지장이 있을 것으로 우려된다.

철강 업체에 따르면 현재 세계시장에서 유통되는 철가격은 전달 대비(2004년 1월) 50~60달러 상승한 톤당 4백25~4백30달러 정도라고 한다.

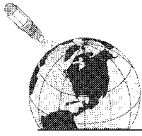
현재 베트남의 플라스틱 판매 회사들은 중간재 및 원자재(원재료)를 전달 대비 톤당 20만동을 인상 현재 평균 톤당 7백만동(부과세/VAT 제외)에 판매하고 있다.

철강 회사 역시 원자재(원재료) 수입가격이 상승함에 따라 가공 후 판매하는 소비자 가격을 인상하고 있다.

베트남 비료 협회에 따르면, 현재 수입 비료 가격은 톤당 1백85~1백87달러(이라크 전쟁이후 톤당 15달러 상승)로 인상되었다고 한다.

중간재 수입가격 상승으로 인해 비료 생산 회사들이나 판매 회사들 역시 소비자 판매 가격을 20~30% 인상된 가격으로 판매할 것으로 보인다. 따라서 일반 농민들의 구입가격은 kg당 3천1백~3천2백동 정도이다.

베트남 비료협회 부의장은 세계 비료 생산량이 감소함에 따라 베트남 내의 비료 판매 가격은 계속해서 상승할 것이라고 한다.



싱가포르, 안전 농산물 인증마크 실시 타농산물 차별화 기대

싱가포르 농업무역관을 싱가포르(AVA: The Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore)가 현지에서 생산된 농산물에 안전 농산물 인증마크를 부여하는 제도를 실시한다고 밝혔다.

이는 싱가포르 현지에서 재배된 채소 중 안전하고 품질 좋은 야채에 새로운 동그란 모양에 GAP이라고 쓰인 새로운 마크를 부착하는 것이다.

이 새로운 마크를 인증 받기 위해서는 채소 재배 토양과 농작물 공급 용수 그리고 살충제와 비료의 사용량 등을 확인해 AVA가 제시한 기준에 맞으면 안전한 농산물로 인정된다.

95%의 농산물을 수입하는 싱가포르는 이러한 안전한 농산물 마크 계획을 실시하여 다른 농산물과 차별화를 두려고 하고 있다.

이 계획은 유럽연합에 의해 소개된 것으로 싱가포르가 이를 수용, 현재까지 55개 채소 농가 중 10개 농가가 이 안전 농산물 마크를 받았다.

대만, 미·유럽 제과사 협력 NT\$ 6억 투자, 생산라인 증축

지난해 한국 크라운제과와 현지 위탁생산 협력을 통해 성공적인 마케팅 효과를 거둔바 있

는 대만대표 제과업체인 E-MAI사가 최근 미 유럽측 제과사들과 동일 방식의 협력을 추진하고 있는 것으로 알려졌다.

E-MAI사측은 “제과업의 성공 여부는 소비자의 기호 반영과 생산지가 중요한 요소이다”라고 말하고 “현지 위탁생산방식을 통한 시장진출이 가장 바람직한 형태의 영업 전략이다”라고 덧붙였다.

한편, 대만 유력지 경제일보는 대만 E-MAI사가 미유럽 회사들과 본협력 추진을 위해 대만 도원지역에 NT\$ 6억을 투자해 생산라인을 증축하는 등 적극적인 협력사 유치에 나서고 있다고 보도했다.

이 회사는 전년도 한국 크라운사의 히트상품인 초코파이를 대만 자체 브랜드 ‘join’이라는 이름으로 출시해 NT\$ 30억의 좋은 성적을 올린바 있어, 미유럽 회사들이 긍정적인 반응을 보이고 있는 것으로 알려졌다.

美, 식품업계 소형 포장 붐 다운사이징 불이익 상쇄

미니사이즈 캔, 미니 사이즈 병 등 식품업계에 소형 포장 붐이 일고 있다.

한때 큰 것일수록 싸고 좋다는 인식과 함께 대형 음료를 출시하던 코카콜라사와 펩시사는 요즘 기본 12온스 외에 8온스 캔을 전국적으로 시판하고 있는데 이는 곧 햄버거, 샌드위치, 치즈 등에도 확산될 전망이다.

미니 사이즈 음료와 햄버거 등은 나이가 들어



감에 따라 음식 소비량이 줄어드는 베이비부머들과 과체중을 염려하는 어린이들에게 인기를 끌면서 미니 캔, 미니 병 등이 속속 등장하고 있다.

특히 미니 사이즈는 아이들이 드링크를 마시다가 뚜껑을 열어둔 채 테이블에 남겨 두는 것을 싫어하는 엄마들에게도 환영을 받고 있으며 남긴 것 없이 다 먹어야 한다는 알뜰 세대인 할머니들에게도 인기가 있는 것으로 알려졌다.

그러나 크기가 미니라고 해서 가격도 미니는 아니다.

작게 만들어서 싸게 팔면 이익이 줄어들 것을 염려한 식품 제조업체들이 단위당 가격은 오히려 높게 책정함으로써 다운사이징에서 오는 불이익을 상쇄하고 있다.

예를 들면 코카콜라 13.2온스 병은 편의점에서 89센트에 팔리고 있어 온스 당 7센트이다. 그러나 이보다 큰 20온스 짜리는 1.09달러로 온스 당 5.5센트를 받고 있다.

따라서 가격만 따지면 큰 것을 구입하는 것이 유리하지만 일부 소비자들은 단위 가격을 높게 주더라도 기꺼이 작은 것으로 매입하고 있다.

멕시코, 플라스틱산업 육성 밝혀

2013년까지 총 1백80억 달러 투자계획

멕시코 플라스틱산업협회(ANIPAC)에 따르면, 현재 멕시코의 경제상황이 좋지 않은 상황 속에서도 정부가 금년도 자국의 플라스틱산업

에 12억달러를 투자할 것이라고 발표한 것은 매우 고무적인 일이라고 밝혔다.

이것은 멕시코 정부가 플라스틱 산업을 정책적으로 육성 글로벌경쟁력을 갖춘 막강산업으로 키우겠다는 의지를 나타낸 것이라고 평가된다.

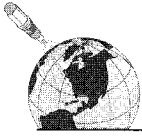
멕시코 플라스틱 산업은 화학관련 산업 중에서 매년 가장 큰 성장률을 보이고 있으며, 멕시코 제조업계에서 5위의 고용창출을 보유하고 있다.

또한 세계 플라스틱에서도 그 시장의 크기가 10위권 안에 있는 장래가 매우 유망한 산업으로 분류된다.

그러나 내막을 들여다 볼 때 멕시코의 전반적 경제 사정이 별로 좋지 않아 2013년까지 장기적으로 연간 18억달러의 예산을 플라스틱산업에 집행하기로 한 것과 비교할 때, 예산집행 첫해인 금년도의 출발은 그리 산뜻하지 않은 것처럼 보일수도 있다는 것이다.

당초 연간 투자액 18억달러에서 6억달러가 삭감되었기 때문이다

그럼에도 불구하고 올해 투입된 예산은 동산업의 제조 현장을 현대화 시키고 관련 프로젝트를 개발하는데 쓰여지는 등 플라스틱산업에 활기를 불어주기에는 결코 적지않은 예산배정이라는게 협회측 의견이다. 줄어든 예산으로 필요한 모든 분야에 충분한 지원은 올해 어려운 상황이나 20만명에 달하는 플라스틱 관련 종사자들이 일자리를 잃지 않도록 이 산업의 활력을 되찾게 하는 것이 올해 중요한 사안 중 하나가 될 전망이다



페루, PP 수지 수요 급증 전망 농업용, PP백 수요 증가

페루의 폴리프로필렌(PP) 수지 수요가 지난 몇년간의 침체에서 벗어나 증가세를 회복하고 있다. 특히, 정부가 고용 및 수출증대를 위해 경제정책을 농수산업 및 광업부문 육성에 역점을 둘 것이라는 기대와 함께 앞으로 PP 수지 수요가 급증할 것이라고 전망하고 있다.

페루의 주요 PP 수지 수요처는 곡물 및 청과류 운반용 등 농업용 백과 수산업부문의 어분 포장용 백, 그리고 광물 운반용 및 시멘트 포장용백, 포장용 끈 생산용 등으로 파악되고 있는데, 이외에도 식음료 및 약품 포장용 박스나 문구류 생산용 수요도 증가세에 있다.

PP 수지 중에는 공중합체 수지는 총 수요의 20%에 불과하고 주로 모노 PP 수지 수요가 주류를 이루고 있다.

모노 PP 수지 중 40%는 PP백 생산에 사용되고 있으며 나머지 60%는 각종 포장용기와 문구류 등 다양한 용처에 사용되고 있는 것으로 파악되고 있는데 최근 들어서는 어분생산이 활발해지면서 수산업용 수요가 늘어나는 추세에 있고 하반기에는 농산물 수확용 수요가 크게 늘어날 것으로 보고 있다.

페루의 PP 수지시장은 국내 생산이 없기 때문에 수요전량을 수입에 의존하고 있는데 전통적으로 인근국인 브라질, 콜롬비아, 베네수엘라 등이 주요 공급국이며, 이어 미국, 아르헨티나, 한국 등이 시장에 참여하고 있다.

현지 시장에서 유통되고 있는 주요 브랜드를 보면 Propilco, Caribe(콜롬비아), Propilven(베네수엘라), Ashland(미국), Polibrazil(브라질), Petroquim(이태리), 현대(한국) 등이다.

페루시장은 각종 PP백, 병마개, 포장재 생산 대형 실수요업체들은 직접 수입하여 사용하고 있고 일부 중소기업체들이 수지류 전문 에이전트를 통해 수입하는 구조를 보이고 있다.

한가지 여기서 주목해야할 점은, 페루와 자유무역협정 또는 관세양허협정을 체결하고 있는 안데안국 및 칠레, 브라질 등은 무관세로 수출하고 있으며 이들 국은 지리적 인접 이점을 살려 상품 인도시기를 1주일 또는 10일 이내에 공급하고 있는 점이다.

페루는 수지류 수입에 대하여 여타 상품과는 달리 선적전 검사를 면제해주고 있다. 또한 수입관세도 다른 저관세품목과 마찬가지로 수입관세 12%에 부가가치세 18%를 적용하고 있다.

페루의 수지류 시장은 금년에는 전년대비 30% 이상 성장이 예상되고, 부진한 경기가 본격적으로 활성화 될 것으로 예상되는 내년도에는 수요가 급증할 것이라는 것이 관련 업계의 의견이다. 또한, 본국의 관련 업계가 중국의 갑작스런 수입규제 조치로 어려움을 겪고 있는 상황에서 대페루 시장확대 노력이 절실히 요구되고 있다.

그러나 시장확대에는 크게 두 가지 경쟁력 제고에 취약점이 발견되고 있는데, 중남미 인근국이 지리적 이점을 살린 신속한 물량공급과



자유무역협정 체결에 따른 무관세 수출로 가격 경쟁력 확보상 유리한 고지에 있다는 점이다.

또한, 브라질과 콜롬비아가 생산시설 확장 계획을 추진중에 있는 점도 주목해야 할 사항으로 부각되고 있다.

日, 가공식품 원산지 표시 강화

2006년까지 새 농림 규격

일본 정부는 소비자들이 안심하고 식품을 먹을 수 있게 식품안전 기준을 강화한 새로운 JAS(일본농림규격)을 오는 2006년까지 만들기로 했다.

니혼게이자이신문은 통조림 냉동식품 등 가공식품 원료의 원산지 등을 정확히 표시, 정부가 안전성을 인정하는 새로운 식품안전 기준인 「상세 표시인증JSA(가칭)」를 만들기로 했다고 보도했다.

새 기준 제정을 주도하는 농림수산성은 내년 중 JAS법 개정안을 국회에 제출할 예정이다.

농림수산성은 새 기준에 원산지 표시 대상 품목을 현행보다 대폭 늘린다는 방침이지만, 우선 어류의 말린제품 등 원료 형태가 그대로 남아있는 식품부터 시행해 나가기로 했다.

현재 일본에서는 육류나 야채 등 신선식품의 경우 원산지 표시를 의무화하고 있으나, 가공식품은 장어 가다랑어 등 8개 품목에 한해 원산지 표시가 의무화돼 있는 상태다.

정부측은 새 제도가 도입되면, 외국산 쇠고기나 닭고기 등을 사용하는 가공식품 업체들이

원산지의 정확한 정보를 공개하도록 유도하는 효과가 있을 것으로 기대하고 있다. 또 광우병 및 조류독감 등 연이어 터져 나온 가축 전염병으로 인해 가공식품의 원산지에 관심이 높아진 소비자 요구도 충족시킬 수 있을 것으로 보고 있다.

伊, '포켓형 포장' 선호

저렴한 가격, 실용성 호평

이탈리아에서 다용도 수분함유 티슈 시장은 연간 1천1백20만유로 규모로 28.2%의 성장세를 보이고 있으며, 물량면으로는 2억6천2백47만개로 10.7%의 증가세를 나타내고 있다.

이 시장은 Sodalco사, Sara Lee사, Fater사 등 3개 업체가 각각 Fresh&Clean, Badedas, Lines senz'acqua 등의 브랜드로 총 시장의 74%를 차지하고 있다.

제품 포장 형태별로는 포켓형이 동 시장의 83%의 비중을 차지하고 있으며 캔형이 5%, 박스 및 재사용형이 12%를 나타내고 있는데, 포켓형이 인기를 끄는 이유는 가장 실용적으로 여겨지고 있는 반면, 다른 캔형이나 박스 및 재사용형은 상대적으로 가격이 높기 때문이다.

현재까지 이 다용도수분함유 티슈 제품은 관련시장에서 큰 비중을 차지하고 있지는 않지만, 다양한 용도로 인해 성장 가능성이 높다고 평가되고 있으며, 이들 제품은 소형가정용품 전문점, 중대형 슈퍼마켓 등 폭넓게 유통되고 있다. KQ