



# 2010년 PET용기 업계 전망

## Market Trend of PET Bottle

권영복 / (사)한국PET용기협회 전무이사

유리병이나 캔 그리고 기타 플라스틱용기 보다 많은 장점을 가지고 있으며, 인체에 무해하고 재활용이 용이한 환경 친화적 용기라는 특성을 가지고 있는 PET용기는 과거 수십 년 동안 꾸준하게 성장을 해왔으며, 2009년도에도 전체 생산량은 약 42억개 정도로 전년대비 약 2%가 증가되었다.

PET용기를 용도별 기준으로 구분하면 주스, 차류 그리고 탄산등 청량음료를 담는 청량음료용기, 생수를 담는 생수용기 그리고 식품 및 주류를 담는 상압용기로 구분 할 수 있다.

PET용기의 약 40%를 점유하는 국내 청량 PET용기의 2009년의 수요를 시장별로 분석해보면 주스 및 스포츠음료는 지속적인 경기침체로 인해 마이너스성장을 기록했고, 또한 2007년 웰빙음료 바람을 타고 급격한 성장을 보였던 차음료시장도 이렇다할 신제품도 없어 급격한 하락을 보였다.

다행히 탄산음료는 그동안 다이어트와 웰빙으로 외면을 받아왔으나 경기불황으로 인해 저렴한 제품을 찾는 소비자가 늘어나고 흔들어 마시면 안된다는 소비자의 고정관념을 깨 신제품 등

의 판매호조로 Plus성장으로 돌아서는 덕분에 전체적인 청량용기 수요는 전년대비 비슷한 수준을 보였다.

2010년도 청량음료시장도 2009년도의 수요와 비슷한 Trend를 보일 것으로 예상된다.

시장별로 살펴보면 주스 및 차음료 시장은 경기회복이 조금씩 보이고 있어 지난해보다는 소폭 증가 할 것으로 보이며, 탄산음료시장은 지난해 플러스 성장전환을 계기로 약 10%의 성장을 기대하며, 남아공 월드컵과 중국광저우 아시안게임등 굵직한 국제 스포츠 행사가 있어 스포츠음료시장이 활기를 띠 것으로 전망됨에 따라 전년 수요보다는 다소 증가할 것으로 예상된다.

PET생수병 수요는 청량음료의 대체재로써 2000년도부터 시작한 웰빙트렌드와 식생활의 편리성을 추구하는 라이프 스타일 변화에 따라 매년 큰 폭의 상승세를 이어가고 있고 납세필증 제도 시행이후 대형업체 위주로 시장이 개편된 후 대기업 생수를 중심으로 견조한 성장세를 지속하고 있다.

또한 아직까지는 물량측면에서 적은양이지만

[표 1] 연도별, 품종별 생산 현황(최근 5개년)

(수량 : 백만개, 중량 : 톤)

| 구 분  | 계       | 음료               | 생수             | 주류             | 장류             | 세제           | 기타           |              |
|------|---------|------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|--------------|
| 2005 | 수량      | 3,397<br>(100)   | 1,615<br>(48)  | 690<br>(20)    | 383<br>(11)    | 253<br>(7)   | 27<br>(1)    | 429<br>(13)  |
|      | 중량      | 124,097<br>(100) | 64,829<br>(52) | 24,065<br>(20) | 17,148<br>(14) | 8,957<br>(7) | 1,240<br>(1) | 7,859<br>(6) |
| 2006 | 수량      | 3,578<br>(100)   | 1,777<br>(50)  | 702<br>(20)    | 375<br>(10)    | 269<br>(8)   | 45<br>(1)    | 410<br>(11)  |
|      | 중량      | 132,058<br>(100) | 71,968<br>(54) | 25,930<br>(20) | 16,405<br>(12) | 8,717<br>(7) | 2,023<br>(2) | 7,015<br>(5) |
| 2007 | 수량      | 3,716<br>(100)   | 1,831<br>(49)  | 848<br>(23)    | 390<br>(10)    | 279<br>(8)   | 27<br>(1)    | 341<br>(9)   |
|      | 중량      | 136,291<br>(100) | 72,685<br>(53) | 28,107<br>(21) | 17,125<br>(13) | 9,731<br>(7) | 1,449<br>(1) | 7,194<br>(5) |
| 2008 | 수량      | 3,777<br>(100)   | 1,741<br>(46)  | 949<br>(25)    | 434<br>(12)    | 269<br>(7)   | 27<br>(1)    | 357<br>(9)   |
|      | 중량      | 141,578<br>(100) | 70,450<br>(50) | 34,401<br>(24) | 19,048<br>(14) | 8,625<br>(6) | 1,468<br>(1) | 7,586<br>(5) |
| 2009 | 수량      | 4,161<br>(100)   | 1,756<br>(42)  | 1,101<br>(26)  | 586<br>(14)    | 266<br>(6)   | 24<br>(1)    | 428<br>(10)  |
|      | 중량      | 143,772<br>(100) | 64,982<br>(45) | 34,865<br>(24) | 24,674<br>(17) | 8,697<br>(6) | 1,274<br>(1) | 9,280<br>(6) |
|      | 증가율(수량) | 10%              | 0.9%           | 16%            | 35%            | 0.1%         | △11%         | 20%          |
|      | 증가율(중량) | 1.5%             | △7.8%          | 1.3%           | 29.5%          | -            | △13%         | 22%          |

해양심층수를 포함한 프리미엄 생수시장의 성장도 만만치 않아 향후 수년간은 10%정도의 성장을 보일 것으로 예상된다.

2009년도의 상압시장에서 탁주시장은 가히 '막걸리의 해'라고 해도 무방할 만큼 그 인기가 대단해 웰빙 바람과 함께 피부미용 등 건강에 좋다는 인식이 확산됨에 따라 수요가 폭발적으로 증가하였으며 2010년도에도 더욱 더 탄력을 받아 수요를 예측하기가 어려울 정도로 성장하고

있다.

탁주와 맥주를 제외한 판매비중이 그다지 크지 않은 식품병, 장류병과 주류의 2010년도의 판매는 식품업체 및 주류시장의 수요는 소폭 증가하는데 그칠 것으로 예상되며 탁주용기를 제외한 상압용기의 수요는 전년대비 약 3% 정도 성장할 것으로 보인다.

종합적으로 2010년의 PET용기의 수요는 소비자들이 아직까지 다른 음료에 비해 상대적으로



## 특 집

로 가격이 비싼 주스 및 차 음료를 기피하는 영향으로 주스 및 차 음료 시장은 어려움이 다소 예상된다. 그러나 생수시장의 꾸준한 급성장, 그리고 폭발적으로 증가하고 있는 탁주용기의 수요증가, 그리고 그동안 정체에서 벗어나 힘찬 도약을 하고 있는 탄산음료시장과 스포츠음료시장의 선방과 아셉틱의 특징을 최대한 살린 커피시장의 성장도 계속 이어지고 있어 2010년도 PET용기 수요는 최소한 국내 경제성장을 성장만큼은 될 것으로 추정해 본다.

그러나 지금 국내외 주변을 둘러싸고 있는 급변하는 남유럽국가들의 재정위기, 세계경기의 더블딥 우려 등 글로벌 환경을 고려할 때 국내 PET성형업체 들은 수요처로부터 다양하고 차별화된 용기의 디자인 요구, 품질의 업그레이드 그리고 원료가격의 안정화 내지는 하락의 기미가 보일 경우에는 가격인하 압력이 있을 것으로 보여 수익창출에 많은 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

특히 우리업체의 대부분을 차지하고 있는 국내 중소성형업체들은 공급이 수요를 초과하는 공급과잉 상태로 인해 과당경쟁이 심하여 주로 대기업인 수요처에 납품하고 있어 앞에서 언급한 수요처의 요구사항이 더욱 거세질 것으로 보인다.

앞으로 이러한 어려운 상황을 극복하기 위해서는 품질개선 및 원가절감은 물론 수요업체와 상생의 정신으로 협력하여 차별화된 신제품 개발에 전념을 다하고, 신규수요 창출 및 새로운 시장을 찾는 노력을 기울여 웰빙 및 다이어트 열풍에 따른 건강 기능성음료의 용기 다양화, 탁주, 해양심층수 및 아셉틱과 같이 PET병의 장

점을 최대한 살린 차별화된 신제품 개발에 박차를 가하여야 할 것이다.

앞으로 우리 업체는 원료가격의 추이를 면밀하게 살펴보면서 동종업체간의 출혈경쟁을 그만두고 힘을 합쳐 경쟁력을 키워나가는 동시에 기존의 공급체계를 서로 존중하면서 수요업체와 상생하는 새로운 체제를 구축하여야 점점 치열해지는 시장 경쟁에서 생존 할 수 있을 것이다.

부디 하반기에는 국내경기가 빠른 속도로 회복 되어 우리업체 뿐만 아니라 우리의 고객인 음식료 업체 및 주류업체도 사업이 번창하여 어려운 근무 환경 하에서 열정을 가지고 최선을 다하고 있는 모든 종사자들의 앞날에 건강과 행운이 있기를 기대해 본다. ☞

### 독 자 결 령 오 집

월간 포장계는 독자여러분들의 의견을 수용하기 위해 다양한 의견의 독자결령을 모집합니다.

어떠한 의견이라도 좋습니다.

포장인의 독설을 펼칠 지면을 할애하니 많은 참여 기다립니다.

필자는 밝히지 않겠습니다.

월간 포장계 편집실

TEL : (02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net