2010년 PET용기 업계 전망

Market Trend of PET Bottle

권 영 복 / (사)한국PET용기협회 전무이사

PET용기는 유리병이나 캔 그리고 기타 플라스틱용기 보다 훨씬 투명하고 내용물을 돋보이게 하는 등 타 포장재보다 많은 장점을 가지고 있다. 더욱이 인체에 무해하고 재활용이 수월한 환경 친화적 용기라는 특성을 가지고 있어 과거 수 십 년 동안 꾸준하게 성장을 해왔다.

2010년도 PET용기의 전체 생산량은 약 47억개 정도로 전년대비 약 12%가 증가하는 괄목할만한 성장을 이루었다([표 1] 참조).

PET용기를 용도별 기준으로 구분하면 주스, 차음료 및 탄산 등 청량음료를 담는 청량음료용기, 먹는 샘물을 담는 생수용기 그리고 식품 및 주류를 담는 상압용기로 구분 할 수 있다.

PET용기의 약 45%를 점유하는 국내 청량 PET용기의 2010년도 수요를 살펴보면, 탄산음료와 주스류 그리고 혼합차, 녹차시장이 저조한 반면 남아공 월드컵과 아시안게임 등 국제스포츠 행사와 소비자들의 건강욕구 증대 등으로 인해 에너지 및 스포츠 음료시장의 수요가 확대되었다.

또한 콜라, 사이다 등 기존제품 대신에 주스, 과즙, 티 제품에 탄산을 주입한 스파클링 신제품출시, 보리차음료 및 커피시장의 성장에 힘입어 Aseptic을 포함한 청량음료 시장은 2009년보다 약 12%가 증가하여 예상을 뛰어넘는 성장을 보였다.

2011년도 청량음료시장도 2010년도의 수요와 거의 비슷한 트렌드를 보일 것으로 예상되고 있다.

시장별로 살펴보면 주스, 차음료 및 탄산음료 시장은 경기회복이 조금씩 나아지고 있어 지난해 보다는 다소 증가 할 것으로 보이며, Aseptic 장점과 특징을 살린 커피 및 두유시장과 스포츠 음료시장의 지속적인 성장으로 인해 전반적으로 청량음료시장은 2010년 대비 수요가 소폭 증가할 것으로 추측된다.

PET생수병 수요는 웰빙트렌드와 식생활의 편리성을 추구하는 라이프 스타일 변화에 따라 매년 큰 폭의 상승세를 이어가고 있고 더군다나 대형 물통시장은 성장이 둔화되는 반면 휴대용 소형제품의 PET용기는 폭발적으로 증가하는 추세여서 앞으로 수년간은 10%이상의 성장을 보일것으로 예측된다.

해양심층수 시장은 여전히 소비자 인지도 저

[표 1] 연도별, 품종별 생산 현황(최근 5개년)

(수량 : 백만개, 중량 : 톤)

구 분		계	음료	생수	주류	장류	제제	기타
2006	수량	3,578 (100)	1,777 (50)	702 (20)	375 (10)	269 (8)	45 (1)	410 (11)
	중량	132,058 (100)	71,968 (54)	25,930 (20)	16,405 (12)	8,717 (7)	2,023 (2)	7,015 (5)
2007	수량	3,716 (100)	1,831 (49)	848 (23)	390 (10)	279 (8)	27 (1)	341 (9)
	중량	136,291 (100)	72,685 (53)	28,107 (21)	17,125 (13)	9,731 (7)	1,449 (1)	7,194 (5)
2008	수량	3,777 (100)	1,741 (46)	949 (25)	434 (12)	269 (7)	27 (1)	357 (9)
	중량	141,578 (100)	70,450 (50)	34,401 (24)	19,048 (14)	8,625 (6)	1,468 (1)	7,586 (5)
2009	수량	4,161 (100)	1,756 (42)	1,101 (26)	586 (14)	266 (6)	24 (1)	428 (10)
	중량	143,772 (100)	64,982 (45)	34,865 (24)	24,674 (17)	8,697 (6)	1,274 (1)	9,280 (6)
2010	수량	4,658 (100)	2,019 (43)	1,195 (26)	672 (14)	260 (6)	39 (1)	474 (10)
	중량	160,295 (100)	71,992 (45)	34,742 (22)	29,366 (18)	8,508 (5)	1,508 (1)	14,179 (8)
	증가율(수량)	12%	15%	9%	15%	-	62%	11%
	증가율(중량)	11.5%	11%	-	19%	-	18%	53%

하로 고유영역을 확보하고 있지 못하고 있는 상태에 있어 먹는물 시장에서 차지하는 위치는 미미한 편이다.

PET주류병 수요는 2010년도에도 2009년도 이어 웰빙 트렌드에 힘입은 저도주 열풍에 힘입어 막걸리의 인기가 계속되는 덕택에 탁주시장의 수요는 큰폭으로 증가하였고 올해에도 지난해 정부에서 발표한 전통주 육성방안을 담은 세제개편 및 정부가 추진하고 있는 한식세계화와 연계, 발전시킨다는 방침이어서 막걸리 수요는 지속적으로 증가할 것으로 보여진다.

탁주와 맥주를 제외한 판매비중이 그다지 크지 않은 식품병, 장류병과 주류의 2011년도의 판매는 식품업체 및 주류시장의 수요는 소폭 증가하는데 그칠 것으로 예상되며 탁주용기를 제외한 상압용기의 수요는 전년대비 다소증가할 것으로 보인다.

종합적으로 2011년의 PET용기의 수요는 소

비자들의 건강욕구 증대와 갈수록 소비자들의 살림이 팍팍해짐에 따라 상대적으로 가격이 비싼 주스 및 차 음료를 기피하는 영향으로 주스 및 차 음료 시장은 어려움이 다소 예상되나 생수 시장의 폭발적인 성장, 그리고 날로 증가하고 있는 탁주와 맥주용기의 수요증가, 탄산음료시장의 새로운 변화와 스포츠음료시장의 선방, 아셉틱의 특징을 최대한 살린 커피 및 두유시장의 성장도 계속 이어지고 있어 2011년도 PET용기 수요는 최소한 국내 경제성장율 증가율만큼은 될 것으로 예상한다.

지금 국내외 주변을 둘러싸고 있는 상황을 살펴보면, 남유럽국가들의 디폴트 위험이 고조되고 있고 미국의 재정적자로 인한 세계경제에 대한 불확실성 확대 또한 계속적인 중국의 긴축정책 등 글로벌 환경 등을 고려 할 때 대외의존도가 대단히 높은 우리나라의 국내 경기도 막대한 영향을 미칠것으로 보여 국내 PET성형업체들도 이들 변화에 신속하고 능동적으로 대처할 수 있는 준비가 필요하다.

더구나 우리업계의 대부분을 차지하고 있는 국내 중소성형업체들은 올해의 상반기와 같이 원재료가격이 급등할 때 원가상승분을 판매가격에 연동시켜야 수익을 맞출 수 있으나 공급이 수요를 초과하는 공급과잉 상태로 인해 출혈경쟁이 심하여 주로 대기업인 수요처의 눈치만 살피는 상황이라 원가부담은 더욱 가중되고 있다.

지금 우리업계는 이러한 어려운 상황을 극복하기 위해서는 생산성향상 및 품질 업그레이드는 물론 수요업체와 상생의 정신으로 밀접하게 협력하여 차별화된 신제품 개발에 전념하고, 신규수요 창출 및 새로운 시장을 찾는 노력을 기울여 웰빙 및 다이어트 열풍에 따른 건강 기능성음료의 용기 다양화, 탁주, 맥주, 해양심층수 및 아셉틱과 같이 PET병의 장점을 최대한 살린 커피 및 두유등 차별화된 신제품 개발에 박차를 가하여야 할 것이다.

앞으로 우리 업계는 원료가격의 추이를 예의주시하면서 동종업체간의 출혈경쟁을 최대한 지양하고 힘을 합쳐 경쟁력을 키워나가는 동시에 기존의 공급체계를 서로 존중하면서 음료업계, 주류업체 및 식품업체와 서로 함께 이익을 공유할수 있는 터전을 이번기회에 확고히 확립시켜 나가야 날로 치열해 지는 경쟁에서 살아남을 수 있을 것이다. ko

독 자 컬 럼 모 집

월간 포장계는 독자여러분들의 의견을 수용하기 위해 다양한 의견의 독자컬럼을 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