

# 음료산업의 위기극복을 위한 포장재 역할

김영길 / 해태음료(주) 포장개발팀

## 1. 서론

90년 이후 음료산업은 경제성장과 더불어 식문화의 일원으로 지속적인 성장을 거듭해 왔다. 그러나 97년 후반기에 접어들면서 불경기가 지속되다가 급기야는 IMF라는 경제난국에 직면하기에 이르렀다. 다른 산업계와 마찬가지로 도산이 하나 둘씩 생기면서 음료업계는 현재 최대의 위기상황에 당면하고 있는 실정이다.

음료산업의 포장재는 PET와 CAN이 30% 수준이며, 유리병이 20%, 그리고 지용기 및 기타가 10% 정도인데 포장재의 대부분이 수입되어 사용되기 때문에 소비자 제품가격에 상당히 영향을 미칠 것은 불가피하다고 생각된다. 한편 음료제품은 점점 Life Cycle이 짧아지고 있으며 다품종 소량생산에 의한 체제와 패션음료로의 전환시점을 맞이하고 있다. 현재의 위기를 극복하고 음료산업의 경제성장 도약을 위한 포장재의 역할에 관해 고찰해 보고자 한다.

## 2. 음료산업의 포장재 구분

### 2-1. 유리병

유리용기는 제품의 내용물을 볼 수 있는 가시성으로 인해 소비자가 육안으로 확인할 수 있으며 화학적 내구성, 기밀성 등의 특징으로 오래 전부터 우리 생활에 친숙한 음료포장재이다.



유리병은 음료산업 뿐만 아니라 최근 제약사들의 섬유질 음료 및 기능성 음료시장에 활발한 신규참여로 97년 상반기에 약 27%를 증가하는 기록을 나타냈다.

음료산업의 포장재 중 가장 환경친화적인 용기로 환경문제 대두 이후 주목을 받아왔으나 취급상의 어려움, 무거운 중량, 소비자 기피 등으로 소형병을 제외하고 주춤한 상태이다. 유리병 산업은 내수 위주의 자본집약적 장치산업으로 한정된 시장에 비해 생산능력은 과잉인데다 원재료의 20% 인상요인에 따라 업체들의 자구책 마련이 불가피할 것으로 예측된다.

실용강도를 유지한 경량화 기술의 개발에 더욱 박차를 가해야 하고 다양한 디자인, 색상의 유리용기를 지양하여 공용 디자인과 규제된 3색

(무색, 갈색, 짙색)으로 무엇보다 재활용체제를 구축하여 최대한 이용해야 한다.

## 2-2. CAN

CAN은 음료의 포장재 중 장기보존 용기로 최고의 우위를 지키고 있으며 전체 제관시장 중에 음료관이 약 85%로 제관업체들이 수요처의 동향에 가장 민감한 영향을 받고 있다. 또한 음료업체의 부도 한파와 수출가격 경쟁력의 약화로 국내 수요에 비해 설비나 공급력이 왕성하여 공급과잉으로 제관업체의 가동률을 저하시키는 요인으로 나타났다. 또한 제품의 Life Cycle이 점점 짧아지고 빈번한 디자인 변경으로 많은 경제적 손실을 입고 있는 실정이다.

원자재 가격이 약 35%(2Piece, 3Piece 포함) 인상됨에 따라 전량 수입되는 알루미늄소재를 스틸로 전환하려는 노력이 뒤따라야 하며 소재의 박판화 및 경량화를 통해 원가절감의 극대를 꾀하여야 하고 사용업체는 인쇄도수를 최대한 줄이고 디자인 변경을 지양하여 환율의 상승에 대처할 수 있는 기틀을 마련해야 한다.

## 2-3. PET병

95년까지 지속적인 성장을 거듭해 온 PET병은 96년 극심한 경기침체 현상과 환경에 따른 PET병 시장의 불황이 이어졌으나 그 후 신규시설 확충 등으로 활기를 되찾았으며 현재의 PET병 사용 시장규모로 보면 내열병이 40%, 내압병이 34%, 내열내압병이 5.2%, 상압병이 20.8%를 나타내고 있다.

설비증가에 따른 투자로 인한 설비과잉 현상을 극복하기 위해서는 수출에 대한 판로를 개척해야 하며 재활용부분에 대한 적극적인 연계체계를 이룩해야 한다. 또한 물류비를 절감할 수 있는 최대의 장점을 살려 In-Plant 설비를 증가

하며 재료비용이 평균 25% 인상됨에 따라 용기의 다양화보다는 생산량이 높고 원가부담이 적은 용기를 선정, 특히 공용용기로 주도해야 할 것으로 사료된다.

## 2-4. 지용기

지용기의 경우 무균포장의 장점과 위생성, 환경친화자원이라는 점 등으로 선진국에서는 타용기에 비해 시장점유율이 높은 반면 우리나라의 음료포장용 지용기는 우유포장재인 카톤팩이 90% 이상을 차지하고 있으며 일반주스용으로는 1l Re-Cap Tetra Pack이 틈새시장의 공략을 시작하여 냉장주스인 썬업의 수요증가와 97년 후반기에 등장한 컨츄리주스와 콜드제품에 이르러 보편화되면서 조금씩 증가하는 추세를 보이고 있는 실정이다.

지용기는 재활용 가치가 매우 높지만 경제성이나 설비 부족 등으로 재자원화에 역량을 발휘하지 못하고 있다. 대부분 수입해 제조하는 지용기는 19%의 인상을 올리고 있어 선진국에 대적할만한 기술을 개발하여야 하고 화려한 디자인보다는 심플한 색상, 그리고 재활용 팩의 활용이 시급하다고 생각된다.



## 2-5. 지상자

음료용 포장재료로 쓰이는 지상자는 선물용 포장과 외포장으로 구분하며 선물용포장은 외관이 미려하고 색상이 잘 받는 마닐라계통의 SC 원지를 사용하며 외포장 상자는 SK, K, KA 원지를 주로 사용하고 있다. 현재 고지가격이 23% 정도 인상되었으나 실제로 업계에 미치는 영향은 인상을 45%를 상회하고 있으며 97년 저성장을 보인 지상자 업계는 고속·자동·광폭기계의 대형 신증설로 초과잉 상태에 달한 실정이다. 앞으로의 지상자 포장재는 외관의 중요성보다는 내용물의 보호 측면에 역점을 두어 SK 원지나 백K 원지보다는 K 원지 등으로의 변경이 요구된다. 또한 다양한 그림이나 다색도를 지양하고 단색 또는 2색으로 디자인을 변경하며 겹포장(선물용포장+외포장)보다는 단위포장(24개입, 30개입 등)으로 전환되어야 하고 원가절감 극대화를 위해 Regular 포장에서 수축필름에 의한 Tray 포장으로 적극 전개해 나가야 한다고 생각된다.

## 2-6. 기타

음료산업의 포장재에는 이 밖에 CAP류, 라벨류, 수축비닐 등이 사용되고 있다.

CAP의 경우는 알루미늄재질에서 재활용을 위해 용기와 동일재질인 플라스틱재질로 변경되고 있으며 탄산, 주스용으로는 아직 국내원료가 미개발 상태라 원료 수입 후 가공 또는 완제품 수입 등으로 가격상승의 요인이 되고 있어 소재 개발이 무엇보다 급선무이다. 또한 품목별 디자인보다는 회사별 공용디자인으로 전개되어야 할 것이다.

또한 라벨류 중 종이라벨은 Overlap이나 앞뒤 2장 사용을 지양하고 1장으로 하되 크기를 줄여

원가부담을 덜어야 하고 필름라벨은 점차 종이 라벨로 전환하여 환경친화적 요소로의 변신을 필요로 한다.

그리고 수축비닐은 기술개발에 의한 두께 조절로 수입원자재의 가격을 최소화하여 위기극복에 선두주자가 되어야 할 것이다.

## 3. 결론

오늘날 음료산업의 포장재는 상품의 일부를 구성하며 그 상품의 효용가치를 극대화하는 소비자의 심리적 만족도와 마케팅 창출의 경쟁요소로써 중요한 역할을 담당하고 있으며 이를 토대로 앞으로 포장의 역할은 말없는 세일즈맨에서 말하는 세일즈맨으로 전환되어야 것이다.

현재 음료산업의 포장재는 수요보다 공급이 과잉한 상태이므로 신규투자나 신포장재 개발보다는 현재 사용중인 포장재를 중심으로 원가절감을 꾀할 수 있는 것을 선택하고 재활용부문에 대한 적극적인 활용 노력이 있어야 한다.

또한 포장은 물류의 주역이므로 운송, 보관, Pallet치수, 내외포장치수, 상품치수와 연계된 표준화를 이룩하여 물류비를 절감하며 소비자에게 전달시 최고의 상품이 되어야 하고 포장설계를 할 때에 포장의 산업적 기능만을 중시하기 보다는 포장재의 무게와 부피를 최소화하고 유해물질의 함량을 줄이고 재활용성을 제고하는 환경적 측면의 요소를 중요하게 고려해야 한다.

끝으로 과대포장이나 화려한 디자인, 고급재질, 고유용기 등으로 사용하던 포장재를 최소한의 포장, 단색의 색상·디자인, 재활용재질, 공용용기로 변화하는 절대적인 인식전환의 계기가 필요하다고 사료된다. ☐