



PET병 맥주 도입에 따른 주류시장 동향

New challenge of Beer Industry

지난해 말부터 맥주포장에 PET병이 출시되면서 새로운 맥주문화가 형성됐다. 이로 인해 기존의 유리병과 캔이 적지 않은 영향을 받을 것으로 보인다. 맥주용 PET병이 출시된 지 아직 두달여 밖에 되지 않았지만 예상을 뛰어넘는 판매 호조로 맥주시장이 변화하고 있다. 본 고에서는 PET병 맥주 탄생의 배경과 경위를 알아보고 맥주업계 변화를 살펴보고자 한다.

-편집자 주-

1. PET병 맥주 탄생

현재 플라스틱 용기는 국내 전체 음료 시장의 74%를 점유하고 있으며 급속히 성장하는 추세에 있다.

이에 OB맥주와 하이트맥주는 기존 PET병이 지닌 특성과 다른 맥주 고유의 맛을 살릴 수 있는 PET병 제조 기술을 개발함으로써 맥주용기 시장에 변화를 가져왔다.

이는 주 5일 근무시대를 맞아 현대인의 레저 등 여가활동이 늘어나는 추세를 감안하여 휴대가 간편한 대용량 맥주병을 개발, 새로운 맥주문화가 형성되기 시작했다.

PET병 맥주는 병맥주에 비해 가벼워 이송이 편리하고 휴대 및 관리가 편리할 뿐만 아니라 대

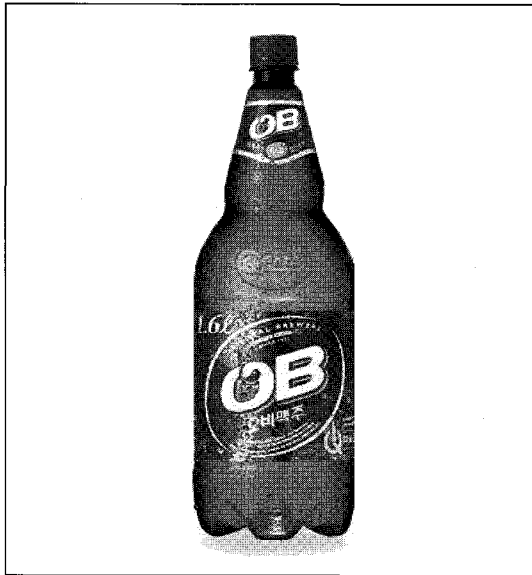
용량으로 병맥주나 캔맥주에 비해 가격이 저렴한 장점이 있다. 그러나 PET병 맥주는 유리병과 캔에 비해 유통기간이 짧고 재활용 비용이 많이 드는 단점이 있다.

2. PET병 맥주 특징

OB맥주는 1.6l 최대용량의 용기 맥주로 'OB큐팩'을 출시했다.

이는 기존 일반 PET병과는 달리 철, 레진, 나일론 등으로 이루어진 0.3mm 두께의 특수 처리된 재질로서 산소의 침투와 탄산의 유출을 막아 맥주의 신선한 맛과 품질을 보존 시킨 점이 특징이다.

'OB큐팩'은 세계 최초 최첨단 PAB공법



▲ OB맥주가 출시한 PET용기 맥주 'OB큐팩'

(Passive & Active Barrier Technology)과 활성 신소재인 스캐빈저 캡의 제조기술을 사용함으로써 용기에 침투하는 산소가 맥주를 산화시키는 것을 막고 맥주에 포함된 탄산이 빠져나가는 약점을 효과적으로 개선한 제품이다. PAB공법은 맥주 맛을 싱겁게 하는 산화와 탄산 유실을 완벽하게 막아주는 공법이다. OB맥주 관계자는 'OB큐팩'의 품질은 이미 독일의 저명한 포장용기 연구소에서 수차례의 실험을 통해서 검증 받았다고 전했다.

하이트맥주는 3중막 다층구조(Multi-layer)로 되어있는 '하이트피쳐'를 선보였다.

Multi-layer는 2개 이상의 층을 뜻하는 것으로 국내 PET 제품의 대부분이 단층구조(Mono-layer)로 되어있는 반면 하이트의 PET병 제품은 샌드위치와 같은 3개의 층으로 이루어져 있는 것이 특징이다.

3층구조의 1층(안쪽)과 3층(바깥쪽)은 일반 PET 재질로 되어 있으며 2층(가운데)은 배리어(Barrier)물질로 구성되어 일반 PET병에 비해 산소와 탄산가스의 차단성을 더욱 높였다.

배리어물질은 나일론계통의 소재로 내부에 산소를 흡수할 수 있는 스캐빈저가 들어있으며 배리어물질을 통과한 일부 산소와 이산화탄소에 대한 차단성을 높이기 위해 Nano-Composite가 사용되어 더욱 차단성을 높였다.

이번 하이트피쳐 PET병을 공급한 효성은 기존의 PET병과는 차별되게 산소, 이산화탄소 차단성을 일반 PET병에 비해 25배로 높였고 Shelf Life에 유리하도록 제작했다고 밝혔다.

맥주업계 관계자들은 PET병 맥주는 병맥주, 캔맥주와 비교하여 맥주의 맛은 다르지 않을 것이라고 전하고 있다. 하지만 'OB큐팩'과 '하이트피쳐' 모두 1.6l 대용량 맥주로 가정에서 한 두 잔 맥주를 즐기는 소비자라면 대용량 PET병 맥주는 적합하지 않을 듯 하다.

3. 국내 맥주 주류시장 전망

맥주용 PET병이 맥주포장에 출시된지 두달여 밖에 되지 않았지만 맥주시장이 변화하고 있다.

PET병 맥주의 시판으로 국내 맥주 시장에서는 새로운 용기를 통한 패키지 경쟁이 활발해지고 있다.

한 예로, OB맥주의 경우 큐팩은 물론 기존의 355ml 캔에서 용기를 더욱 다각화하여 450ml 캔을 출시하기도 했다.

또한 쿨러팩 등과 같은 혁신적인 포장재들을 활용하여 프로모션 활동을 극대화 하는 추세



업계진단



▲ 기존에 시판된 병맥주와 캔맥주

이다. 맥주용 PET병이 시판되면서 캔과 유리병 맥주의 판매량은 감소 추세로 이어지고 있다. 조만간 1.0l, 0.7l, 0.5l 등 소용량 PET병 맥주가 연달아 출시되면 캔과 유리병의 비율이 더욱 축소될 전망이다. 외국의 경우 PET병 맥주를 일찍이 출시한 노르웨이, 체코, 러시아 등 유럽국가에서는 현재 국가별로 15~30%의 시장 점유율을 차지하고 있다.

맥주업계 관계자는 PET병 맥주는 가정용 시장을 겨냥해 출시된 것을 고려해 볼때 상대적으로 비싼 가격대인 캔맥주보다 병맥주 시장에 영향을 미칠 것으로 예상했다.

최근 유리병과 캔의 점유율의 측면에서도 매년 캔의 점유율이 증가하는 추세로 용기의 편리함으로 인해 캔의 시장비율이 1999년에 비해 2003년에는 54%나 증가했다. 이에 유리병의 경우 500ml보다는 640ml와 같은 대용량 제품의

판매가 급격히 증가하여 대용량 맥주용 PET병과의 경쟁이 치열해 질것으로 보인다.

맥주업계 관계자는 PET병 맥주의 시장 점유율을 10~15% 정도를 점유할 수 있을 것으로 예상했으며 현재 시장호조로 인해 그 예상 점유율이 증가 할 것으로 전망했다.

4. 맺음말

맥주업계는 맥주용 PET병 재활용문제로 환경부의 문제제기를 해결해야 할 과제로 떠올랐다.

환경부에 따르면 기존의 PET병은 주로 우유병, 막걸리, 음료수병 등 흰색 및 투명한 것과 사이다병 등 초록색으로 나뉘서 수거, 파쇄해 비닐포장지 등으로 재활용하는 공정이 이뤄져 왔으나 새로 등장한 맥주용 PET병은 맥주 색깔과 비슷한 갈색이라는 점 때문에 선별작업과 재활용공정이 3종류로 나뉘져 복잡해지면서 재활용 비용이 늘어나게 됐다고 밝혔다.

이에 맥주업계는 환경부와 논의 중에 있으며 PET병 맥주를 먼저 출시한 선진국 사례를 접목시켜 대응 방안을 마련할 것으로 보인다.

소비심리 위축과 20~30대 실업문제 등에 따라 국내 맥주시장은 지난해 IMF 이후 처음으로 마이너스 성장을 기록했다.

이는 맥주시장이 국내경기에 가장 민감한 반응을 보이는 특징 때문이다.

맥주업계는 현재 신제품 PET 용기 출시와 함께 판매량이 증가할 것으로 낙관하고 있다. 지난해 고전을 면치 못했던 맥주업계가 PET 용기 맥주 출시로 올 한해 얼마만큼의 성장 강세를 보일지 귀추가 주목되고 있다. ☐