

DIY페인트, 6개사 경쟁 치열

올해 120억원 시장...고려 과점에 조광·삼화·DPI 추격

벽지 대응 페인트 시장이 소비자들의 인식은 저조하나, 기업간 과당 경쟁으로 시장 쟁탈전이 치열하다.

현재 고려화학의 「누구나」를 비롯 대한 페인트·잉크 「노루미」, 건설화학 「하나로」, 삼화페인트 「홈스타」, 조광페인트 「홈코트」, 현대페인트 「바로칠」 등 6개사가 벽지 대응 페인트 시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있는 것으로 나타났다.

미국·유럽 등 선진국에서는 전체 도료시장의 40%정도를 건축용도료가 차지하고 있고, DIY(Do it yourself)제품이 건축용 도료 시장의 30~40%를 점유하고 있다.

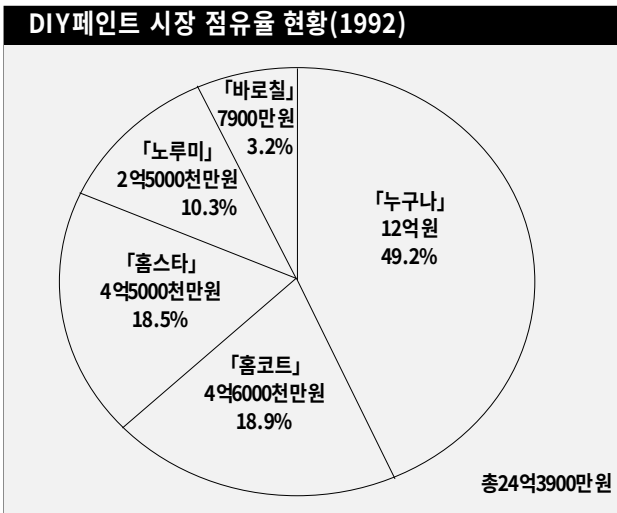
국내에서는 올해 건축용 도료 3000억원 시장중 DIY제품이 40% 1200억원을 차지하고 있으며, 이 중 벽지대용 페인트가 10% 120억원 정도를 점유할 것으로 전망되고 있다.

그러나, 아직은 직접 페인트를 칠한다는 인식이 활성화되어 있지 않고, 또 제품상 문제점이 드러나 단시일내 획기적인 판매 신장을 기대하기는 어려울 것으로 전망된다.

제품상 문제점으로는 일부 제품이 Gel Strength가 충분치 못해 페인트를 Roller에 묻히기 힘들고, 고르게 잘 묻지 않는 단점이 있다. 또 Gel Strength가 알맞지 않아 시공시 페인트가 엉기거나, 흐르고, 튀는 현상 등 작업성 문제가 발생하고 있다.

또 수성페인트용 Roller는 유성페인트용 Roller보다 털이 부드럽고 약간 짧아야 하나 현재 시판 중인 벽지 대응 페인트 Roller는 수성·유성페인트의 구별없이 사용되고 있고, Roller용 원단에 하자가 있는 것으로 지적되고 있다.

여기에 건축 경기 불황으로 DIY페인트 수요가 크게 늘지 않을 것으로 전망되고, 또 벽지 대응 페인트가 「봄상



자료: 한국화학경제 연구원

품」의 성격이 있는데도 불구하고 각 기업들이 제품과 시장에 대한 충분한 연구없이 91년, 92년 생산에 착수, 소비자들의 선택성은 높였으나 제품에 대한 차별성이 없는 점도 지적되고 있다.

업계 관계자들은 이같은 문제점에도 불구하고 벽지 대응 페인트의 수요가 증가할 것이라는 낙관적인 예상이 우세한 편이다.

우선 제품상의 문제점을 해결, 질을 높인다면 인건비 절감 등의 잇점으로 DIY페인트 수요가 늘어날 것이라고 전망하고 있다.

또 벽지의 질감을 만족시킬 수 있고 소비자의 구매를 충족시킬 수 있는 다양한 Color를 구비한다면 충분한 경쟁력이 있는 것으로 지적하고 있다.

현재 벽지 대응 페인트의 색상은 6~7개의 Color에 한정되어 있으며 주로 백색, 상아색 계통이 판매의 50% 이상을 점유, 주류를 이루고 있다.

한편, 기업별 92년 매출현황을 보면, 올해 시판하기 시작한 건설화학을 제외하면 고려화학이 12억원으로 전체시장의 49.2%를 차지했고, 조광페인트가 4억6000만원 18.9%, 삼화페인트가 4억5000만원 18.5%, DPI가 2억5000만원 10.3%, 현대페인트가 900만원 3.2%를 각각 차지했다.