

유리병 업계 동향

주류병 신장세 필두, 97년도 판매실적 증가

1. 서론

국내에 맥주시장이 형성되면서 그 수요가 급격하게 늘어난 유리병은, 가시성과 청결성, 화학적 내구성 등 자체적으로 가지고 있는 우수성이 인정되어 주류, 청량음료, 식료품, 화장품, 의약품용기에 이르기까지 다용도로 활용되어 왔다.

하지만, 80년대를 넘어서면서 국민생활 수준의 향상과 식생활 패턴의 변화로 사용 및 폐기가 용이한 1회용 용기의 등장과 각종 대체용기가 개발되면서 성장세가 둔화되기도 했다.

또한 교통수단 및 유통과정의 발달로 인해 항상 제기되어 오던 깨지기 쉽고, 무겁다는 단점이 유통과정에서 어려움으로 나타나게 된 것 역

시 유리병 수요의 성장세 둔화에 한 몫을 담당 한 바 있다.

한편, 최근에는 다양한 색상의 유리용기와 다른 재질의 용기보다 탁월한 재활용 및 재사용률을 보이면서 환경친화형 용기로의 이목을 집중시키고 있기도 하다.

2. 국내 유리병업계 현황

96년까지만 해도 12개에 달하던 자동제병업체는 지난 해 업계의 부도와 합병의 과정을 거치면서 현재 10개사로 구성되어 있다.

자동제병업체들의 경우 다양한 크기와 색상의 유리병을 생산하고 있으며 IMF 한파 이전까지는 프리미엄 소주시장이 크게 형성되면서 주류병을 중심으로 녹색, 적색, 흑색계열의 기능성병이 생산되어 호황을 누리기도 했다.

이 유색병들은 분리수거 및 재활용과정에서의 문제점들을 극복하고 성장세를 거듭해 갔으나 국내 경기의 악화로 인해 프리미엄 소주시장이 잦아들면서 상승곡선이 꺾이고 말았다.

국내 자동제병업체들의 경우 제품 업체들의 자회사인 경우가 많은데 자동제병업체 중 가장 큰 규모로 지난 해 흑자를 기록한 바 있는 두산유리(주)가 두산그룹의 구조조정으로 두산제관과 합병, 금년 9월 1일부터 두산포장(주)으로



▲ 태평양종합산업(주)의 유리병 생산라인

거듭날 예정으로 있다.

또한 기존의 자동제병업체들이 국내 경기의 어려움 속에서도 흑자 내지는 현상유지를 기록하며 유리병업체의 선전을 주도하고 있다.

3. 97년도 국내 유리병업계 수급현황

내수시장이 적자와 도산을 거듭하고 있는 가운데 유리병업체의 97년은 판매실적의 증가라는 듣기 좋은 단어로 마무리할 수 있다.

이러한 판매실적 증가추세에 가장 큰 역할을 한 것은 주류병인데 자동제병 10개사가 판매한 유리병 중 주류병은 대체적으로 큰 폭의 신장을 기록한 것으로 나타났다.

97년 유리병의 생산량은 6.4% 상당이 늘어났으며 실적에서 가장 주목해야 할 부문은 유리병의 요도로 증감의 차이가 뚜렷하다는 것이다.

주류병 중 97년도에 가장 큰 폭의 신장세를 보인 품목은 청주병이다.

청주병은 전년동기대비 39% 상당의 판매신장을 보였으며 주종을 이루던 소주병의 경우도 5백억원 상당의 액수가 증가, 전년대비 5% 가량의 증가세를 보였다. 유색병 시장의 감소에도 불구하고 증가세를 보인 것은 IMF 이전의 호황과 (주)진로의 부도 직전에 보인 진로소주의 급작스런 수급 증가 등이 그 원인인 것 같다.

와인병의 경우도 8.1%의 신장을 보였는데 이중 위스키병은 69억원 정도가 판매되어 전년동기대비 27% 정도 큰 폭의 감소세를 보여 다른 주류병과 대조를 이룬다.

이 외에 청량음료의 경우 98억원어치가 판매되어 전년동기대비 40% 가량의 증가세를 보였으며 식품, 조미료병은 3백85억원으로 13%가

신장되는 등 97년도 유리병업체는 전체적인 증가추세를 나타내고 있다.

반면 건강영양병은 전년대비 판매실적이 20% 상당 줄어든 것에 이어 화장품병은 4백16억원어치가 판매돼 전년과 비교, 11%가 줄어든 것으로 집계되어 시장이 크게 위축되었음을 알 수 있다.

자동제병업체들이 생산한 유리병 중 수출은 크게 줄어들어 내수시장 비중이 커진 것으로 알려졌다. 지난해 1백74억원어치로 전년대비 7%가 감소해 수출시장 확대의 필요성이 급속히 대두되고 있다.

한편, 먹는샘물과 전통음료의 시장확대 등을 통해 캔과 PET 용기가 급속히 성장하면서 감소세를 보이던 청량음료병의 경우 대용량병이 상대적으로 위축된 것에 반해 지속적인 강세를 보여오던 소형병의 생산에 박차를 가하면서 음료업체의 신제품과 함께 40% 가량의 판매량 상승세를 보였다.

4. 결론

주류 및 음료문화가 정착되면서 그 용기로 주로 사용되어 왔던 유리용기는 최근 소비패턴과 국민생활양식의 변화로 인해 1회용 용기에 잠식당하는 경향을 보여 왔다.

특히, 급속하게 성장한 먹는샘물 시장의 경우 휴대용과 가정용으로 PET 용기가 적용되면서 용기시장의 큰 축을 이루고 있는 먹는샘물 시장에서 유리병용기가 전혀 자리잡지 못하고 있음은 주목할만한 일이다.

이는 유리용기의 단점으로 지속적으로 제기되고 있는 경량화 해결과 깨지기 쉽다는 점, 그리

(표) 97년도 유리병 생산 및 판매 현황(자동제병 10개사)

| 종류 | 구분 | 생산량 | | | 판매량 | | | 전년동기대비 증감률(%) | |
|---------|------------------|---------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|------------------|-------|
| | | TON | 천본 | 백만원 | TON | 천본 | 백만원 | | |
| 유리 병 | 주 류 병 | 맥 주 병 | 85,037 | 190,144 | 22,579 | 97,434 | 212,324 | 27,545 | +42.9 |
| | | 소 주 병 | 140,231 | 432,221 | 45,535 | 142,050 | 403,255 | 50,080 | +4.92 |
| | | 양잡주병 | 48,420 | 110,482 | 17,644 | 53,824 | 119,792 | 22,474 | +10.8 |
| | | 소 계 | 273,688 | 732,847 | 85,758 | 293,308 | 735,371 | 100,099 | +16.3 |
| | 청 량 음 료 | 청량음료 | 35,823 | 70,464 | 9,694 | 32,483 | 68,995 | 9,847 | +40.1 |
| | | 건강·영양음료 | 218,524 | 1,320,004 | 68,564 | 196,621 | 1,052,438 | 75,575 | -19 |
| | 중 계 | | 528,035 | 2,123,315 | 164,016 | 522,412 | 1,858,804 | 185,521 | +0.97 |
| | 식품·조미료병 | | 87,696 | 246,662 | 33,498 | 85,839 | 238,854 | 38,599 | +12.7 |
| | 화 장 품 병 | | 10,408 | 134,554 | 36,724 | 9,766 | 125,941 | 41,686 | -11 |
| | 약 병 | | 160,791 | 981,451 | 49,735 | 175,489 | 1,127,318 | 57,527 | +30.8 |
| 농 약 병 | | 7,558 | 20,111 | 2,274 | 11,476 | 33,139 | 3,037 | -25 | |
| 기 타 병 | | 9,446 | 42,945 | 4,514 | 10,331 | 38,438 | 5,242 | +46 | |
| 수 출 병 | | 40,730 | 423,770 | 18,241 | 36,653 | 382,041 | 17,448 | -7 | |
| 합 계 | | 844,664 | 3,972,808 | 309,002 | 851,966 | 3,802,535 | 349,060 | +6.43 | |
| | | | | 외주수입 | 67,532 | 196,730 | 23,975 | +59.3 | |
| | | | | 합계 | 919,498 | 3,999,265 | 374,035 | +9.09 | |

고 물류비의 부담 등에서 비롯된 것으로 이는 해를 거듭하면서 다양한 용기가 생산되고 있는 만큼 신제품의 개발에도 박차를 가해야 함은 물론, 기술개발에 주력해 오랜 유리병용기의 문제점을 해결해야 할 것이다.

최근 유리병의 경량화에 대한 초점이 맞추어 지기도 했는데 앞으로 유통산업의 성장이 예상되는 바 이는 신속하게 해결해야 할 문제이다.

또한 유통과정에서나 생산 및 소비과정에서 발생할 수 있는 파손율을 줄이기 위한 강도의 강화와 저원가, 고품질의 공급체계와 소비자들의 다양한 소비성향에 적극적으로 대처할 수 있는 다품종 소량생산체계가 구축되어야 함은 다시 말할 필요도 없을 것이다.

최근 국가경제의 어려움으로 전 산업계가 위축되고 있는 상황에서 유리병업계의 판매실적

증가는 반가운 일이 아닐 수 없다.

하지만, 전년동기대비 수출량의 감소와 대용량용기에서의 약세의 경우는 반드시 풀어야 할 유리병업계의 숙제로 남아있다.

이러한 기본적인 문제를 풀어감과 동시에 다양한 디자인의 유리병 개발이 추진되고 다른 용기에 비해 보장받고 있는 공병회수에 대한 체계를 확립하고자 하는 노력이 필요하며 재활용시 배출되는 폐수처리 문제 등에 대한 적극적인 대처방안 마련에도 업계의 입장을 모아내야 할 것이다. 이러한 노력이 병행될 때 다양한 니즈로 쉴새없이 변화하는 소비자들의 성향에도 불구하고 꾸준한 사랑을 받는 포장용기로서의 유리병이 자리매김될 수 있을 것이다. ☐

윤지는 기자