

전년대비 수요 24.8% 하락

경기 침체에 따른 주류·건강음료 소비 감소 원인

1. 서론

담겨져 있는 내용물이 인간의 몸 속으로 들어가는 물질이기 때문에 그 어느 것보다도 위생성과 안전성을 중시하는 음료용기의 하나인 유리병은 그동안 투명한 재질에서 비롯된 가시성과 청결성, 화학적 내구성은 물론이거니와 최근 몇 년간 끊임없이 대두되고 있는 환경문제와 관련, 재사용 및 재활용상의 장점을 가진 용기로 알려져 있다.

국내에 유리병산업이 생성된 이래 꾸준한 증가를 지속해 온 유리병업계는 소비자 생활패턴의 다양에 따른 포장용기의 다양화, 고급화, 편리성, 기능성에 대한 니즈가 증폭됨과 동시에 물류의 중요성이 제기되면서 PET용기, 제관 및 종이용기에 그 시장을 잠식당하고 있는 실정이다.

96, 97년에 걸쳐 기존 플린트병, 엠버병 등의 단순한 색상에서 벗어나 E·G병, D·G병 등 다양한 색상을 선보인 바 있는 유리병업계는 앞으로 용기 외관의 다양화에 중점을 두어야 할 것이다.

2. 98년도 유리병업계 현황

다양한 크기와 외관으로 한창 추가 높이기에 박차를 가하던 유리병업계의 98년 역시 IMF 한

파로 인한 어려움이 비껴갈 수는 없었다.

98년 유리병의 시장규모는 전년에 비해 전반적인 감소세를 나타냈다.

이의 원인으로 우선 위에서 언급한 IMF 한파를 들 수 있는데 국민들의 소득수준 감소로 인한 소비시장의 위축에 따른 것으로 보인다.

또한 전면적 수입개방에 따른 국내 유리병 산업의 축소도 큰 원인으로 분석된다.

98년 유리병 산업은, 매년 큰 폭의 변화를 보이지 않던 맥주 등 주류병을 비롯해 건강음료병, 식품조미병 등 대부분의 품목에서 큰 폭의 하락세를 보이며 전년대비 수요 23.7%의 하락세를 기록했다.

한편, 전체 유리병 시장의 60% 가량을 차지하는 식음료병의 경우 전년대비 28.9%의 수요 하락세를 보이며 지난 해 40만7천9백74톤이 판매되는데 머물렀다.

각 종류별로 살펴보면, 음료병의 경우 전년대비 33.5% 이상 수요가 줄어든 1천5백98본으로 집계됐고, 주류병(5억1천4백만본)과 건강음료병(9억9천8백만본)이 각각 37.9%, 33.0%의 대폭적인 감소세를 보였다.

이러한 전 품목의 대폭적인 감소세에도 불구하고 청량음료병은 8천6백만본이 판매돼 전년대비 3.5%의 증가세를 보여 눈길을 끈다.

최근 환경문제에 대한 소비자 의식의 향상과

[표 1] 98년도 유리병 생산 및 판매현황

종 류	구 분	98년도 생산량		98년도 판매량		전년도대비 증감률(%)	
		백만본	백만원	백만본	백만원		
유리 병	주류 병	맥주병	119	12,250	100	12,283	- 56.0
		소주병	314	38,978	348	48,829	- 22.0
		청주	10	1,382	9	3,186	- 66.7
		와인	9	1,822	8	1,805	- 68.3
		위스키	21	5,002	21	6,126	- 21.3
		기타제제주	34	5,704	28	4,372	- 39.4
		소계	507	65,138	514	76,601	- 37.9
	청량음료	76	10,246	86	12,734	+ 3.5	
	건강음료병	737	41,047	998	60,234	- 33.0	
	중 계	1,320	116,431	1,598	149,569	- 33.5	
	식품조미료병	221	27,890	214	29,295	-21.5	
	화장품병	170	24,843	170	24,220	- 11.4	
	의약·농약병	1,473	61,722	1,546	66,661	- 8.9	
기 타 병	22	709	49	3,174	- 43.1		
수 출 병	391	27,182	394	25,134	+ 12.8		
합 계	3,597	258,777	3,971	298,053	- 24.8		
			외주 및 수입	416	18,386	- 9.6	
			합 계	4,387	316,439	- 23.7	

환경에 대한 법적 규제가 강화되고 있는데 유리 병 분야에 해당하는 공병보증금제도와 그외 예치금제도, 폐기물처리부담금제도, 그리고 폐유리 의무사용률 규제 등은 유리용기는 물론 전 포장산업 분야에 제조원가 상승요인으로 작용하고 있으며 대기오염에 대한 규제치 강화 및 청정연료 사용규제는 유리병업계의 가장 큰 난제로 보인다.

96년 말부터 97년 중반까지 유리병업계 신수요를 주도했던 주류업계, 특히 소주업계의 침체는 유리병업계의 어려움을 가중시키기도 했다.

그러나, 지난 98년 유리병업계의 위축에 가장 큰 원인은 아마도 유리병 시장을 잠식하고 있는 PET병, 제관 등의 대체용기의 대두와 유리병산업과 밀접한 관계를 맺고 있는 음료시장이 위축이라 할 수 있을 것이다.

유리병업계는 내용물을 눈으로 확인할 수 있다는 가시성과 세척 후 재사용 및 재활용이 가능

하다는 장점에 반해, 깨지기 쉽고 무겁다는 단점이 지적되어 왔다.

그러나 이에 대한 명확한 개선점을 찾지 못하고 소비자의 니즈를 충족시키지 못한 결과라 하겠다.

한편, 97년 초부터 두드러지기 시작했던 유리업체의 부도는 지난 해 말까지 이어져 총 12개사였던 자동제병업체가 부도 및 합병 등으로 인해 현재 9개사로 감소되었으며, 수동제병업체들의 경우 20여개사가 있는 것으로 파악되고 있다.

3. 99년 유리병산업 전망

어릴 적 우리 기억 속에 남아있는 우유용 유리용기는 벌써 사라진지 오래이다.

하지만, 지난 해 연이어 열렸던 우유병에 대한 유리용기 채택과 관련된 논의들은 현재 사용되고 있는 우유팩을 재활용하는데 비해 유리용기

를 세척 후 재사용할 때 더 효율적이라는 점, 종이팩의 제조를 위한 원자재 수입부담 등을 중심으로 이루어졌다.

하지만 환경문제의 대두로 인한 환경친화적 포장용기에 대한 관심 증폭과 지난 해 환경단체들을 중심으로 이어졌던 우유병에 대한 유리병 사용의 필요성 제기 등은 올해 들어 본격적인 움직임을 보일 것으로 예상된다.

이미 프랑스, 독일 등 선진국에서는 유리병의 의무사용 비율을 규제하고 있으며 이의 영향력도 국내시장에 적지 않은 파장을 미칠 것으로 예상되고 있다.

하지만 물류의 발달과 더불어 단가인하 압력, 외국제품에 대한 가격경쟁력 확보를 목적으로 거래선들의 포장용기 판매단가 인하에 대한 요구 등이 많아지면서 유리병업계의 손익구조는

더욱 악화될 것으로 전망되며 중국을 중심으로 한 동남아에서의 수입가능성과 점증하고 있는 대체용기의 시장침투 등을 고려할 때 99년 한해 유리병산업은 어려운 시기를 보내야 할 것으로 전망된다.

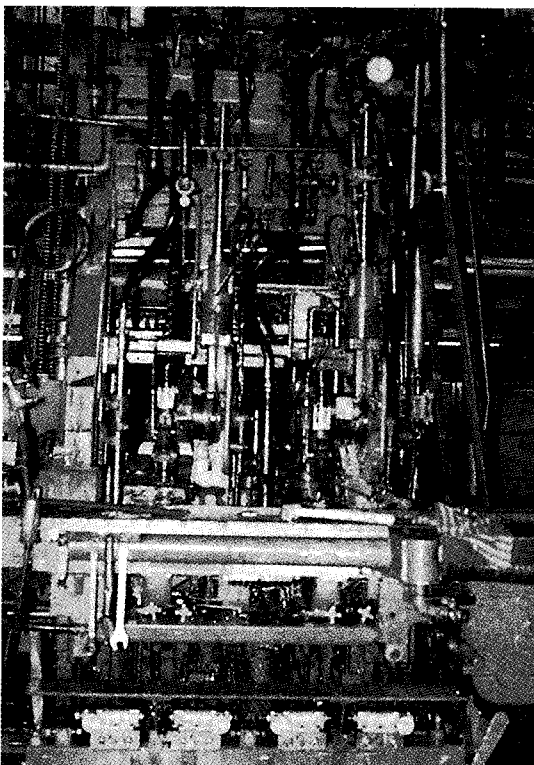
전반적인 경기위축으로 인한 음료시장의 정체 현상이 99년까지 이어질 것으로 보이며 이러한 감소된 시장규모에 소비자들의 다양한 요구에 부응한 소형 PET용기 및 캔용기 등 대체용기로 인한 시장 잠식 또한 꾸준한 증가세를 보일 것 같다.

이러한 현상에 의한 유리병업계의 또 한가지 어려움은 시장규모가 축소되면서 바로 유리병산업 자체의 경쟁심화로 이어지는 것인데, 각 업체가 공정거래 질서를 위반하고 공급능력을 그대로 유지할 경우 자멸할 수밖에 없는 극한 상황으로 치달을 수밖에 없을 것이다.

몇 년 째 여러가지 어려움을 겪고 있는 유리병업계의 우선과제는 경량화와 견고성을 강화하는 것이라 할 수 있다.

최근 들어 1m 높이에서 떨어뜨려도 쉽게 깨지지 않는 유리병이 개발되고 화학적 구조를 개선하는 방법으로 초경량화에 접근하고 있는 유리병업계는 조속히 이러한 연구를 완성하고 유저와 소비자들에게 널리 홍보, 공유하는 과정에 충실해야 할 것이다. ☞

윤지은 기자



「월간포장계」 광고 및 정기구독 문의
 편집실
 02-835-9041