

건강음료 중심 성장세

주류 소비 증가로 영향

Market Trend of Glass Bottle

올들어 음료업계의 초록색 병을 확보하기 위한 비상으로 유리병 업계가 즐거운 비명을 지르고 있다.

이는 지난해부터 지속된 기능성 음료와 건강음료의 매출 증가의 영향으로 유리병업계는 1996년을 기점으로 줄기 시작한 생산·판매량이 늘어나는 계기를 마련했다.

그동안 재사용, 재활용의 최대 장점을 가진 용기로 불리워지던 유리용기는 제판, PET, 플라스틱, 종이 등 각종 재질의 용기가 개발되면서 그 위치를 위협받게 되었고 시장을 잠식당하고 있다.

유리병의 경우 파손이 쉽고 파손될 경우 상처를 낼 수 있다는 것과 중량이 무겁다는 이유로 소비자들로부터 외면당해왔던 것이 사실이지만 최근 들어 환경단체를 중심으로 유리병을 사용하지는 캠페인을 벌이는 등 환경성과 연계한 수요확대에 노력하고 있다.

이에 유리병업계에서는 유리병 박막화에 노력하고 있으며 그 성과가 나타나고 있지만 편리함을 추구하는 현대인들에게 어필하기에는 아직 역부족이다.

또한 공병 보증금제를 실시, 유리병 사용 및 회수에 노력하고 있으나 소비자가 되돌려 받는 과정이 불편해 사용의 편리함을 가진 용기를 앞

지르기는 어려울 것으로 예상된다.

유리병이 생산된 이래 꾸준한 증가세로 즐거워했던 업계는 소비자 생활패턴의 다양화, 포장용기의 고급화, 편리성, 기능성에 밀려 시장 수요를 잠식당하고 있는 가운데 지난 96, 97년 기존의 플린트병, 앰버병의 단순함에서 벗어나 E·G병, D·G병 등 다양한 색상을 선보인 바 있으며, 외관도 다양하게 꾸며 소비자를 유혹하고 있다.

유리산업의 경우 내수위주의 산업으로 평균적으로 연간 80~90만톤을 생산하고 있는데 10%는 수출하고 있다.

98년 이후 IMF 영향으로 소비가 줄어들면서 내수기반이 약화되어 생산량이 60~70만톤까지 줄었다.

98년 하반기부터 소비의 증가로 생산과 판매가 늘어 97년 이전의 90% 선을 회복하고 있지만 예전의 성장률을 지속할 수는 없을 것으로 전망된다.

유리병업계는 유리병이 안고 있는 약점의 보완을 위해 선진국에서 개발되고 있는 기술을 도입해 용기시장에서 경쟁력을 키워나간다는 계획이다.

특히 유리병이 경량화 되면서도 강도면에서는 뛰어난 제품을 선보일 경우 잠식당했던 유리병

[표 1] 99년도 유리병 생산 및 판매현황

(단위:천본)

종 류	구 분	1997		1998		1999		
		생산량	판매량	생산량	판매량	생산량	판매량	
식 음 료 병	주 류 병	맥 주 병	190,144	212,324	119,410	100,810	81,780	106,361
		소 주 병	432,221	403,255	314,203	347,797	484,825	505,617
		위스키·와인병	110,482	119,792	76,436	67,325	30,650	30,448
		소 계	732,847	735,371	510,049	515,932	597,255	642,426
	청 량 음 료 병	70,464	68,995	76,853	86,853	51,550	48,584	
	건 강 음 료 병	1,320,004	1,052,438	737,112	998,530	1,130,544	1,183,240	
	중 계	2,123,315	1,856,804	1,324,014	1,601,315	1,779,339	1,874,250	
식 품 병		246,662	238,854	221,184	214,021	216,924	232,126	
화 장 품 병		134,554	125,941	170,366	170,350	209,036	208,167	
의 약 · 농 약 병		1,001,562	1,160,457	1,473,305	1,546,513	1,624,486	1,617,981	
기 타 병		42,945	38,438	22,316	49,436	49,348	37,292	
수 출 병		423,770	382,041	391,479	394,767	289,397	313,901	
총 계		3,972,808	3,802,535	3,602,664	3,976,402	4,168,530	4,283,717	

시장을 회복할 수 있으리란 기대이다.

지난해 유리병 산업은 생산과 판매에서 늘어난 것으로 집계되고 있으나 그 규모는 아주 작다.

그러나 전체 유리병 시장의 60%를 차지하는 식음료병의 경우 생산량이 17억8000본, 판매 18억7000본으로 전년대비 25%의 신장세를 보여 IMF이전 하락했던 부분을 회복했다.

맥주병의 경우 1억6백만본을 판매하여 전년에 비해 6백만본을 더 판매했으며, 소주병은 1억5000만본의 판매증가를 나타내 소비자들의 주류 소비가 소주로 이동했음을 보여주고 있다.

주류 전체적으로는 1억2000만본이 증가한 것으로 조사돼 소주병의 소비량이 주류병의 판매의 주를 이룬 것으로 나타났다.

청량음료병은 오히려 4천만본 정도 줄었으나 건강음료병이 1억2000만본 늘어나 건강음료에

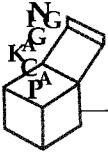
대한 소비자 관심도가 높음을 보여줬다.

유리병은 재활용이 가능한 포장재로 재활용 단계는 리유즈와 리사이클로 나누는데 100% 재활용이 가능하기 때문에 환경문제에 보다 적극적으로 대처할 수 있다는 장점을 부각시키고 있다.

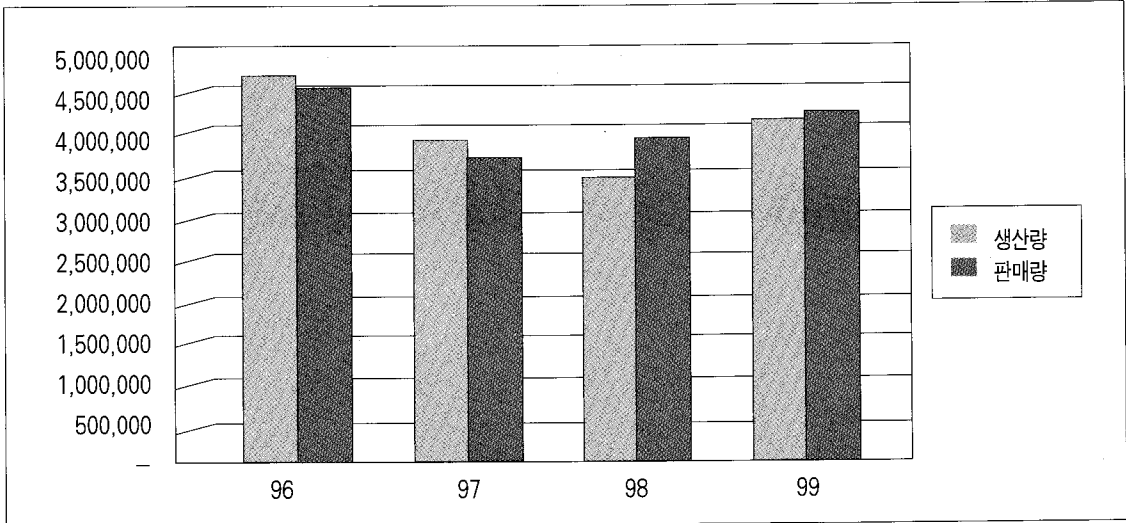
그러나 사용단계에서 실질적으로 재활용이 원활하지 않기 때문에 유리병업계의 개선에 대한 노력이 필요하다.

유리병업계에서는 리사이클을 위한 제도적 장치를 마련하고 시스템을 마련하는데 주력, 100% 재활용이 가능하다는 점을 큰 장점으로 부각시키고 있는데 이런 과정은 유리 재활용시스템을 체계화 하는 것으로 해외의 경우 체계적으로 재활용시스템이 운영되고 있어 국내보다 재활용이 높다.

유리병은 크게 1회용 병과 리터너블병으로 구분할 수 있다.



[그림 1] 99년도 유리병 생산 및 판매현황



현재 국내 유리병업체들의 생산 경향이 1회용을 원하고 있고 제품에서도 60%를 차지하고 있다.

대부분이 파유리를 이용한 리사이클병이고 40%가 리유즈병이나 해외의 경우 1회용 병이 95%, 리터너블병이 5%로 나타나고 있는데 산업이 발달하고 소득 수준이 높아짐에 따라 리사이클병의 사용이 두드러질 것으로 전망된다.

국내에서 유통되는 병의 색상은 무색, 청색, 갈색의 3가지로 구분할 수 있는데 리사이클 과정에서 구분해 재활용한다.

환경문제에 대한 소비자 의식 향상과 법적 규제가 강화되면서 유리병 분야의 공병보증금제도, 예치금제도, 폐기물처리부담금제도, 폐유리의무사용률 규제 등은 유리병업계를 죄는 난제이다.

다행히 유리병업계의 수요를 주도하고 있는 소주업계의 부활이 유리병업계의 어려움을 해결

하고 있으나 아직도 유리병업계를 압박하고 있는 PET, 제관의 대체용기와의 시장 쟁탈전은 생존을 위한 피할 수 없는 상황이다.

이와 함께 각종 환경단체에서 유리병 되살리기 운동을 벌임으로써 힘을 가해 주고 있지만 유리병이 안고 있는 운송 물류비 비중, 파손위험성 등이 해결되지 않는다면 유리병 업계가 전성기를 되찾기는 어려울 것 같다. ☞

월간 포장계는 포장업계에 유익한 최신 기술 및 정보를 제공하고 있습니다.

정기구독 및 광고 문의는 (사)한국포장협회 편집실로 해주십시오.

TEL. 02)835-9041