



유리병 수급 동향

Market Trend of Glass Bottle

전 용 환 / 한국유리공업협동조합 과장

1. 서론

대규모의 시설과 비용이 소요되는 유리병 생산 산업의 미래는 한마디로 말하자면 “어둡다”로 표현할 수 있다.

과거 유리는 내용물을 담는 용기의 대명사로 굳건히 자리 매김하고 있었으나 산업이 고도로 발달하면서 새로운 용기들의 출현과 소비자의 욕구가 다양해짐에 따라 이를 충족시키기 위한 각종 용기들의 등장으로 유리용기의 설자리는 점점 좁아지고 있는 것이 현실이다. 또한 경기 침체의 영향으로 유리용기의 소비가 둔화된 것도 산업의 쇠퇴를 촉진하고 있다고 할 수 있다.

하지만 유리 산업의 침체와 경기의 침체가 유리 용기의 소비를 둔화시키고 있다고 속단할 수 없는 이유는 과거 우리나라가 가장 어렵다고 힘들었다고 기억하는 IMF 시기에도 유리 용기 시장은 불황이 아니었기 때문에 이에 비추어 보면 소비패턴의 변화에 신속하게 대응하지 못한 유리산업의 일반적인 문제점이라 할 수 있다. 이와 더불어 경기침체가 장기화되면

서 우리 경제가 앞에서 거론한 IMF 시대 때보다 더 어려운 상황에 처해있지 않았나 하는 생각도 해본다.

2004년 유리병 시장의 추세를 살펴보면, 2002년을 정점으로 하락하는 추세에 있으나 2003년보다는 2004년도 유리병의 생산판매가 증가했던 한해라 판단할 수 있을 것이다. 자동제병사들의 판매량을 기준으로 판단해보면 2003년도 보다 2004년도 약 22천톤 정도 2.7%의 판매량이 증가되었음을 알 수 있다.

2004년도 유리병 시장은 2002년도 보다는 좋지 않으나 2003년도 보다는 양호한 판매량을 기록했다고 할 수 있다.

이를 품목별로 구분 세부적으로 살펴보면, PET 맥주의 출현에 기인하여 맥주시장에서는 판매량이 전년대비 약 31% 감소한 50,264톤을 기록했으며, 양잠주병 시장의 경우 15.5% 감소한 75,351톤의 매출이 발생했으나 이와 반대로 소주병의 소비는 26.6% 증가한 170,325톤을 판매량이 증가한 것으로 조사됐다.

이로 미루어 볼 때 주류시장에서는 경기침체

[표 1] 2004년도 자동제병사 생산판매현황 (단위: 천톤)

| 종 류 | '04년 생산량 | '04년 판매량 | '03년 판매량 |
|--------|----------|----------|----------|
| 맥주병 | 48 | 50 | 73 |
| 소주병 | 163 | 170 | 134 |
| 양장주병 | 74 | 75 | 89 |
| 청량음료병 | 18 | 20 | 26 |
| 건강음료병 | 256 | 271 | 232 |
| 식품조미료병 | 52 | 54 | 54 |
| 약 병 | 103 | 110 | 115 |
| 기타병 | 39 | 38 | 32 |
| 합 계 | 753 | 788 | 755 |

로 맥주의 소비는 줄어들고 소주의 소비가 증가됐다고 판단할 수 있고 맥주시장에 있어서는 PET병이 출현으로 맥주병의 소비가 급격하게 줄어들었음을 알 수 있다.

음료시장의 경우도 주5일제의 확산과 건강을 우선적으로 고려하는 소비자의 소비패턴의 변화에 따라 청량음료의 소비가 줄어들면서 청량음료병의 생산판매량도 2003년 대비 24% 감소한 19,717톤의 판매고를 기록하는데 그쳤다.

이는 소비패턴의 변화에만 기인한 사항은 아니고 병을 소비하는 제품생산자들의 제품생산패턴이 웰빙시대를 겨냥한 상품들의 출고와 연관이 되어 병의 소비가 줄고 있는 것으로 판단된다. 기타 병들의 경우 2004년도에는 변동폭이 미미한 것으로 2004년도를 결산할 수 있을 것이다.

결과적으로 2004년도 유리병 시장에서는 건강 음료인 드링크류의 판매실적에 힘입어 제병시장이 그나마 안정되었다고 해도 과언이 아니라고 말할 수 있을 것이다.

2005년도 상반기를 예상해보면 2005년 1년 정도는 지속되리라 판단되었던 건강 음료병의 소비가 지속적으로 줄어들면서 제병시장의 냉기류가 형성되었다 봐도 과언은 아니리라 판단된다. 아직 실적에 대한 정확한 집계는 나오지 않았지만 주요 제병사들의 용해로 가동률과 용출량을 분석해 봤을때 판매량이 약 10%가량 감소한 것으로 조심스러운 전망을 하게 된다.

이는 내수경기의 장기침체에 따른 최종소비자의 소득감소와 미래에 대한 불확실성의 증가에 따른 긴축에 기인한 소비 긴축과 밀접한 연관이 있다고 보며, 이와 더불어 타용기의 사용이 지속적으로 증가하면서 유리 용기의 시장을 잠식하는 것이 복합적으로 작용하고 있는 것으로 판단된다. 사실 2005년 상반기보다는 하반기에 유리용기의 소비둔화가 심화될 것으로 예측되기에 제병사의 걱정은 점차 커지고 있다고 말할 수 있다.

II. 결론

앞에서 살펴본 바와 같이 유리병 시장은 분명 그 규모에 한계가 있고 대체 용기의 등장 등의 외부요인에 의해 서서히 잠식당하고 있는 상황이며, 새로운 유리용기의 소비를 촉발할 수 있는 히트상품의 부재도 미래를 불투명하게 만들고 있다고 할 수 있다. 2004년도는 2003년도 대비하여 다소 증가하는 추세였으나 이러한 추세가 올 상반기 들어 꺾이는 추세로 조기에 전환된 것으로 가집계됨에 따라 제병업계의 근심은 쌓여가고 있는 것이 현실이다. ☐