

한국병유리산업의 경쟁력 제고방안

권덕기 / 두산포장(주) 이사

1. 서론

1956년 두산유리(주)의 전신인 해남초자의 설립으로 시작된 우리나라의 유리병산업은 1996년 말 기준으로 제조회사는 11개의 자동제병회사와 20여개의 수동제병회사로, 그리고 연간 생산량은 8백44천톤으로 지속적으로 발전해 왔다.

그러나 장치산업이라는 제약으로 인해 단기 수급능력의 조절에 어려움을 겪어 왔으며 결과적으로 특성적인 경기 Cycle을 계속 반복해 왔다. 그리고 용해공정이라는 특수한 제조공정을 보유함으로써 타산업과는 달리 수요변동에 대한 조업조절이 어려워 불경기시 특히 가동률을 유지하기 위한 업계 내 경쟁이 계속 치열하게 전개되어 왔다.

또한 국민소득 수준의 향상과 소비자의 생활패턴의 다양화, 고급화, 편리성, 기능성에 대한 욕구가 점증하고 자동판매기와 같은 유통의 발달 및 다양화로 인해 금속, 플라스틱 그리고 종이를 재질로 하는 대체용기들이 유리병 시장을 계속 잠식해오고 있다.

더욱이 최근 국내경기의 부진에 따른 공급과잉 현상은 국내 유리병산업의 전방산업에 의한 수직계열화 특성과 더불어 업계 내 경쟁을 더욱 촉발시키고 있으며 이러한 경쟁의 결과로 최근

국내 병유리산업 내에서는 회사별로 부분적인 조업조정이 시행되어지고 있는 동시에 회사간 흡수합병을 통한 업계 내 구조조정 작업이 진행 중에 있다.

이러한 제반경쟁 상황은 최근 국내외의 금융불안과 국제통화기금(IMF)의 적극적인 개입에 따른 저성장 정책, 그리고 이에 수반되어 발생될 사상 유례없는 국내 경기의 부진으로 인해 향후 더욱 더 악화될 것으로 전망되고 있으므로 국내 유리병산업으로서는 생존을 위한 차원에서의 경쟁력 제고방안이 필요하다.

따라서 국내 유리병산업의 제반현황을 조사하여 위협의 요인과 경쟁의 주요대상을 명확히 하고 이에 대응하여 경쟁력을 강화시킬 수 있는 방안을 마련하는 것이 절실히 필요한 시점이다.

2. 국내 유리병산업의 현황

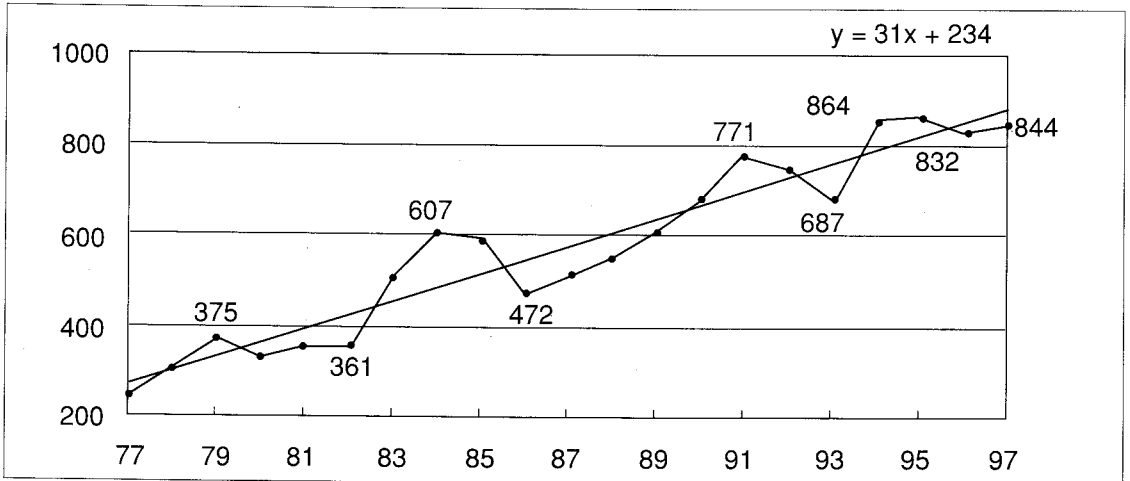
2-1. 국내 시장규모 및 추이

국내 유리병산업은 77년 25만톤에서 97년 8십4만4천톤으로 생산량이 계속적으로 증대해 왔다.

[그림 1]의 연도별 유리병 생산량에 대한 회기분석결과 매년 평균 3만톤씩 증가해 왔고, 장기적으로는 아직 성장 중에 있는 것으로 나타나고 있다.

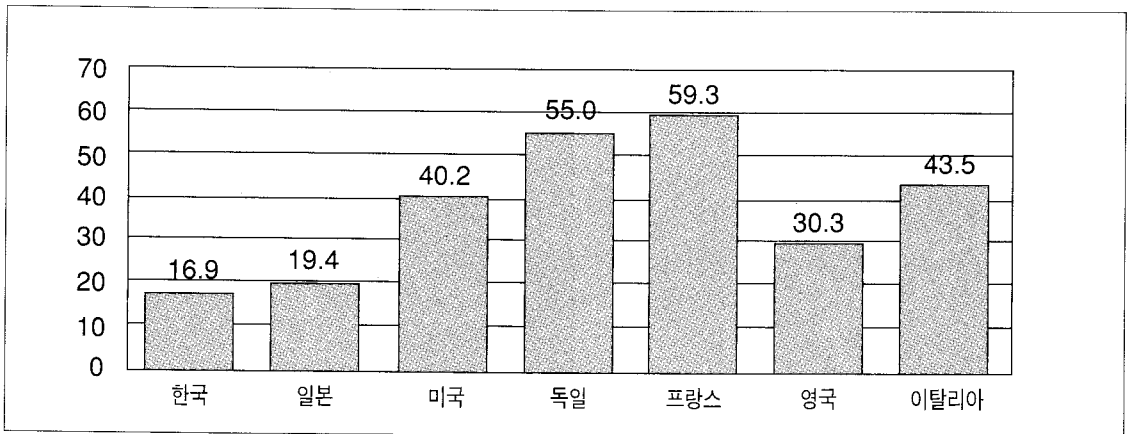
(그림 1) 국내 유리병 생산량 추이

(단위 : 천톤)



(그림 2) 국민 1인당 유리병 소비량

(단위 : kg/인, 년)



[그림 2]의 국가별 국민 1인당 유리병 생산량을 볼 때 우리나라는 일본이나 미국 등의 다른 선진국에 비해 유리병의 단위 생산량이 작아 아직까지 성장의 여지는 충분한 것으로 추정할 수 있다.

그러나 성장추이가 크게 감소하고 있다거나 포화상태에 도달, 또는 쇠퇴기에 접어들었다고 단정할만한 현상은 아직 나타나지 않고 있지만 선진국에서의 유리병 산업의 성장추이와 향

후 전개될 국내의 저성장 정책을 고려할 때 향후의 성장세가 지금과 같은 직선적인 성장추세를 계속 나타내기는 어려울 것으로 전망되므로 향후의 시장규모에 대해서는 지속적이고 종합적인 자료의 분석과 면밀한 검토가 필요한 것으로 판단된다.

한편, [그림 1]에서 나타난 바와 같이 전체적인 성장 속에서 주기적인 호경기와 불경기의 경기 Cycle을 반복하고 있는 특성이 있는데 현재

의 단기적 시점으로써는 최근의 국내경기 침체의 영향으로 불경기에 속해 있는 것으로 볼 수 있다.

98년도는 97년도와 비슷한 수준에서 정체되거나 약간 감하여 경기저점을 형성할 것으로 추정하고 있는데 이러한 경기 Cycle은 장치산업의 특성으로 인해 단기간의 수요변동에 대한 공급능력의 조절이 어렵기 때문이다.

즉 수요증가에 대한 공급능력의 Flexibility가 부족하여 항상 최대 수용을 겨냥한 공급능력 확보에 치중해 왔고, 수용감소시는 또한 용해공장이라는 특수공정이 있어 조절조절이 용이치 않다는 특성으로 인해 가동률 유지를 위한 차원에서 경쟁체제에 돌입하여 왔다.

더욱이 업계간 협력관계가 부족하여 수요증가시는 항상 유리병 제조회사별로 경쟁적인 공급능력 증대가 있었다.

이로 인해 그 이후년도에는 항상 공급능력 과잉과 불경기를 초래했으므로 정확한 수요예측에 따라 국내 전체 및 각사별로 공급능력을 조절할 수 있는 유리병 제조회사간의 긴밀한 협조체계 구축이 필요하다고 볼 수 있다.

2-2. 품종별 시장규모 및 추이

94년부터 97년까지의 품종별 유리병의 국내 전체 시장규모가 [표 1]에 나타나 있다.

94년 맥주회사들의 경쟁적인 신제품 출하에서 비롯한 수요급증으로 국내 유리병 총수요가 88만톤으로 Peak를 이루었다가 이후 약 80만톤 정도로 수요가 정체되었고 97년 다소 증가되었으나 금년과 내년은 국내 경기의 부진으로 인한 수요급감이 계속되어 97년보다 감소된 시장규모를 형성할 것으로 예측된다.

[표 1] 국내 유리병 년도별 판매량추이 (단위: 톤)

구 분	94년	95년	96년	97년
맥 주	151,025	93,507	68,176	97,434
소 주	133,238	106,099	135,392	142,050
양 잡 주	68,096	54,280	48,585	53,824
청량 음료	36,977	41,676	23,185	32,483
건강, 영양음료	183,788	210,743	242,059	196,621
식 품	84,019	73,906	76,139	85,839
제 약	180,962	172,810	149,467	186,965
화 장 품	13,045	10,114	10,997	9,766
수출/기타	54,763	31,218	46,509	46,984
계	905,913	794,353	800,509	851,966

(자료출처 : 한국유리공업 협동조합)

품종별로 볼 때 맥주와 양잡주 부문은 94년을 정점으로 감소추세를 보이다가 97년에는 다소 증가하였으며 소주부문은 95년 이후로 계속 성장추세에 있다. 또한 건강, 영양음료 부문은 94년 이후로 증가하다가 97년에 큰 폭으로 감소하였으며 식품, 화장품, 청량음료부문은 대체적으로 정체상태에 있다.

이 기간 중 전체 판매량의 변동에 가장 큰 영향을 미친 품종은 맥주로서 나머지 대부분의 품종이 국내 경기의 상태에 따라 어느정도 조절 가능한 범위에서 변동되고 있는데 반해 최대 수용을 나타낸 94년에 비해 96년은 8만톤 이상의 감소를 나타내고 있다.

이에 대한 원인은 94년의 맥주 3사의 경쟁적인 신제품 출하로 신병에 대한 수요가 급증했던 것에 있으나 또 한편으로는 맥주병이 회수병 위주로 구성되어 있어 매년 일정량의 신병 수요량을 94년도에 집중적으로 구입함으로 인해 그 이후년도에서의 신병수요가 감소한 것에 보다 직접적인 원인이 있다고 볼 수 있다.

따라서 일시적인 맥주에서의 회수용병 수요의 증가가 이후년도의 불경기를 초래했다고도 볼

수 있으므로 이러한 영향을 최소화하기 위해서는 비회수용병으로 대체시킬 필요가 있다.

이것은 또한 전체 유리병 판매본수를 증대시키는 효과가 있으므로 현실적으로는 거래선의 공정설비가 변경되는 등 어려운 점이 많기는 하나 지속적으로 유도해 나가야 할 것이다.

2-3. 일반환경

국내 유리병 산업을 둘러싸고 있는 제반 환경들이 최근 매우 큰 변화를 보이고 있다.

우선 98년도에 경제성장률이 3%선으로 제한되므로 인해 내수경기가 극도로 위축되었으며 또한 국민들의 실질적인 소득수준의 감소로 인해 전방산업이 위축됨에 따라 유리병 산업의 시장규모가 크게 감소될 것으로 예상되고 있다.

또한 수입자유화를 통해 그동안 주류, 음료, 식품 등에서 제한적으로 수입되던 외국제품들이 IMF의 개방압력에 의한 전면적인 수입자유화의 시행으로 모든 품종에서 무차별적으로 각종 완제품들의 수입량이 급증할 것으로 전망되고 있어 국내 유리병 산업을 위축시키는 추가 요인으로 작용할 것으로 전망되고 있다.

그리고 최근 국민소득 수준의 향상과 소비자의 개성화, 다양화 추세에 따라 가속화되고 있는 대체용기의 시장침투 역시 유리병의 수요감소와 유리병 산업의 입지를 더욱 약화시키는 요인으로 작용되고 있다.

한편, 소비자의 환경에 관한 의식 및 관심이 높아지고 있고 환경관련단체의 각종 압력이 증가되고 있으며 각종 환경에 관한 법적 규제가 강화되고 있어 유리병 산업의 큰 위협요인이 되고 있다.

공병보증금제도와 예치금제도, 폐기물처리 부

담금제도, 그리고 파유리의무사용률 규제 등은 결국 타대체용기 뿐만 아니라 유리병 산업에도 직접적인 제조원가 상승의 요인으로 작용하고 있으며 대기오염에 대한 규제체 강화 및 청정연료 사용규제는 유리병 산업의 입지를 더욱 악화시키고 있다.

한편 이러한 환경규제는 대체용기에 대한 유리병의 기회요인으로도 작용하고 있는데 환경적 특성이 뛰어난 유리병의 특성으로 인해 독일, 호주, 프랑스 등지에서 법적으로 규제하고 있는 회수용 유리병 의무사용비율 규제나 독일에서 진행 중에 있는 우유병에 대한 유리병 의무사용비율 규제의 움직임이 국내에서도 조만간 대두될 것으로 전망되고 있다.

내부적으로는 국내 원재료광이 점차 고갈되고 있으며 제반 원부자재의 구입가격이 계속 상승되고 있고 원화절하와 함께 유가 역시 계속 상승되고 있어 대량으로 에너지를 소비하고 있는 유리병 산업의 전망을 흐리게 하고 있다.

또한 타산업에 비해 불리한 작업여건으로 인해 고급 기술기능인력의 확보난은 계속되고 있으며 이와 더불어 인건비의 지속적인 상승은 제조원가상승의 압박을 더욱 가중시키고 있다.

또한 IMF의 주도로 시작되고 있는 국내 금융시장의 구조조정과 이에 수반된 시중 금리의 상승은 그동안의 공급능력확보를 위한 투자로 재무구조가 취약한 병유리 산업의 부담을 더욱 가중시킬 것으로 전망되고 있다.

이러한 제반 여건들은 하나하나가 전부 유리병 산업에 치명적인 영향을 줄 수 있는 중요성을 지니고 있고 대부분 제조원가 상승의 요인으로 작용하고 있다.

그러나 이에 반해 최근 유통의 발달과 더불어

증가일로에 있는 편의점들의 단가인하 압력과 외국 제품에 대한 가격경쟁력 확보를 목적으로 거래선들의 포장용기 판매단가 인하에 대한 관심이 점차 증가하고 있어 유리병 산업의 손익구조를 더욱 악화시킬 전망이다.

더욱이 향후 중국을 비롯한 동남아에서의 수입가능성과 점증하고 있는 대체용기의 시장침투 등을 고려할 때 국내 유리병산업은 국내 뿐만 아니라 전세계로, 그리고 유리병 제조회사 뿐만 아니라 각종 포장용기로 경쟁 대상이 크게 확대될 것으로 예상된다.

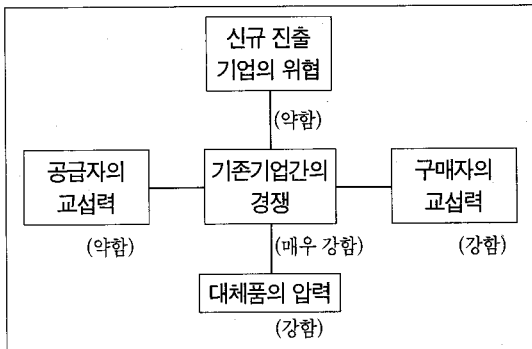
3. 국내 유리병 산업의 특성

3-1. 산업구조 분석

국내 유리병 산업의 구조를 5 Forces Model에 의해 분석한 결과를 [그림 3]에 나타내 보았다.

현재 국내 유리병 산업은 전술한 바와 같이 공급과잉 상황에 있고 업계간 경쟁이 심해 수익성이 낮으며 또한 장치산업으로써 투자비가 다소 크고 숙련된 기술 및 기능인력이 필요한 점 등의 특성으로 인해 진입장벽이 높아 신규업체의 진입은 가능성이 적다.

[그림 3] 유리병 산업의 산업구조분석



또한 공급업자는 규사, 석회석, 소다회, 파우더 등의 원부재료와 포장자재 등이 있으나 소다회를 제외하고는 다수의 소규모업체로 구성되어 있어 공급업자의 교섭력은 약하다.

국내 소다회의 공급업체인 동양화학이 이미 삼광유리와 삼보유리에 진입해 있는 상황이기도 하나 현 국내 소다회의 공급선이 보다 값싼 외국의 여러 업체가 있기 때문에 유리병을 생산하고 있는 타 제조업체에 대한 교섭력은 미미하다.

한편 구매업자들은 그동안 유리병의 안정적인 수급이 구매업자들의 매출에 절대적인 요소를 차지해 왔기 때문에 70년 한국병유리 설립을 비롯하여 이후 각각 자사에 필요한 유리병 공급업체를 설립해 왔다.

현재 대부분의 유리병 공급업체들이 이처럼 전방회사들에 의해 수직계열화가 되어 있고 또한 이외의 대량수요 고객들도 불경기시 공급업체에 대한 변경가능성을 이유로 가격인하 요구를 하는 등 구매업자들의 교섭력은 크다.

또한 청량음료 부문을 중심으로 시작한 대체용기의 시장침투는 타 부문으로 침투대상 영역을 계속 확대해 오고 있다.

소주, 영양음료, 약품 등은 물론 유리병의 고유시장으로 알고 있던 식품이나 화장품 부문에 까지 침투해오고 있는 실정이며 최근 해당용기들에서의 환경문제로 인해 다소 주춤해진 상태이나 아직 대체용기들의 위협은 계속되고 있다고 볼 수 있다.

유리병업계는 과점상태이고 현재 공급과잉 상황에 있으며 전술한 전방산업에 의한 수직계열화 영향과 가동률 유지가 절대적으로 필요한 유리병 산업의 특성으로 인해 업계 내 경쟁이 매우 극심하다.

더욱이 최근 기술과 품질이 비슷한 수준으로 평균화되어가고 있어 제품 측면에서의 차별화 요인이 상실됨에 따라 향후의 경쟁은 가격을 위주로 하여 더욱 심화될 가능성이 있다. 따라서 상기 산업구조 분석결과를 볼 때 현 국내 유리병 산업에서는 구매업자들의 교섭력과 대체용기와 의 경쟁이 다소 강하며 한편, 최대 경쟁자는 산업내 동종업체와의 경쟁으로 판단된다.

그러나 향후 유리병 산업의 구조는 큰 변화가 있을 것으로 예상되고 있다.

우선 극심한 동종업체간 경쟁의 결과로 현재 이미 일부 진행되고 Dt는 업계 내 구조조정 작업이 본격적으로 추진될 것이며 경쟁력을 갖춘 일부 회사들이 나머지 회사들을 흡수, 합병하여 보다 소수의 규모가 큰 회사들로 성장하게 될 것이다.

한편 이러한 과정에서 전방산업과의 수직계열화 관계가 약화되면서 국내 유리병 산업 전체와 소속된 동종업체들의 공동발전을 위해 업계간 협력체계가 크게 강화될 것으로 전망된다.

이와 함께 국내 유리병 산업의 최대 경쟁자는 대체용기로 바뀌게 될 것이며 그동안 대체용기에 의해 무방비 상태에서 잠식을 당해 온 시장을 다시 회복하기 위해 동종업계 공동의 적극적인 마케팅활동이 활발하게 추진될 것으로 전망되고 있다.

3-2. 대체용기의 시장침투 현황

유리병은 투명하여 내용물을 보고 구매할 수 있다는 점, 화학적으로 안정하여 내용물의 맛이나 향기를 변화시키지 않고 유지할 수 있다는 점, 회수사용이 가능하여 가장 경제적이라는 점, 기밀성이 좋아 내용물에 포함시키는 탄산가스의

누출이나 외부공기의 유입이 없다는 점, 그리고 환경에 대한 적성이 좋다는 점 등의 여러 가지 우수한 특성으로 인해 가장 적합한 포장용기로 널리 사용되어져 왔다.

그러나 최근 소비자의 소득수준향상과 소비자 생활패턴의 다양화로 인해 포장용기에 대한 다양화, 고급화, 편리성, 기능성에 대한 욕구가 증대되어 왔고, 이에 따라 여러 가지 대체용기들이 유리병 시장을 급속히 잠식해오게 되었다.

대체용기들은 대형용기에서는 플라스틱 용기가 소형용기에서는 금속용기와 종이용기가 집중적으로 침투해 오고 있는데 청량음료 부문에서 시작되어 현재는 맥주와 소주, 주스, 우유시장을 크게 잠식했고 현재는 농약병과 수액병까지 침투해오고 있는 상황이다.

현재 맥주, 청량음료, 주스, 그리고 농약시장에서의 대체용기들의 시장침투 현황이 [표 2]에 나타나 있는데 아직 일본이나 미국에 비해 유리병의 구성비가 커 시장잠식은 계속될 것으로 전망되고 있다. 그러나 주스시장에서는 96년부터 소형주스병의 수요가 급증하고 있어 유리병의 Market Share가 다소 회복될 것으로 전망되고 있다.

3-3. 산업 내 경쟁업체 현황

국내 병유리업체는 자동제병업체 11개사와 20여개사의 수동제병업체로 구성되어 있으며 자동제병업체에서의 생산량이 국내 전체 생산량의 약 95% 이상을 차지하고 있다. 자동제병업체들은 자동화된 대량생산용 설비로 여러 품종의 유리병을 생산하고 있고 수동제병업체들은 다품종 소량의 소형병 내지는 이형병 위주의 제품을 생산하고 있어 서로간의 시장은 비교적 명

[표 2] 주요 품종별 포장용기별 Market Share 추이

(단위 : %)

구분		91년	92년	93년	94년	95년
맥 주	유리병	81.3	80.4	79.6	79.5	75.4
	DRAFT	8.9	10.5	11.2	7.1	11.5
	CAN	9.8	9.1	9.2	13.4	13.1
청량음료	유리병	38.4	35.6	31.3	28.0	26.4
	CAN	25.3	27.1	27.9	29.6	30.1
	SYRUP	9.2	10.3	13.4	14.7	14.9
	P.E.T.	27.1	27.0	27.7	27.7	28.6
주 스	유리병	12.3	12.8	14.7	12.3	14.9
	P.E.T.	41.4	43.4	49.3	50.8	55.2
	CAN	32.4	32.6	27.6	29.0	27.4
	PACK	13.9	11.2	8.5	7.8	5.8
농 약	유리병	94.8	94.8	91.1	87.4	65.2
	PE병	5.2	5.3	9.0	12.6	34.8

확하게 구분되고 있다.

한편 국내경기의 침체로 인한 공급과잉현상 및 경쟁심화로 인해 96년 초에 안성유리가 생산을 중단하고 종성유리와 합병했으며 97년에는 현대유리와 한일유리가 합병했고, 98년에는 일화유리가 가동을 중지하여 현재 자동제병업체는 9개사로 감소됐다.

[표 3]에서 나타난 바와 같이 두산유리는 일일 생산능력이 8백60톤 규모로 국내 자동제병업체 중에서 가장 큰 생산능력을 가지고 있으며 국내 병유리업체 중 유일하게 Amber, Flint, G·G, E·G의 네가지 색상을 연중 상시 운영하고 있으며 대부분의 설비가 대량공급이 가능토록 되어 있다.

삼광유리와 삼보유리는 일일생산능력이 5백90톤으로 유리병 사용업체들의 지분참여를 통해 비교적 안정적인 수요처를 확보하고 있고 최근 동양화학그룹에서 인수했다.

롯데칠성, 동서식품, 그리고 대부분의 지방소주사들과 고정적인 거래를 하고 있으며 최근 소형생산설비를 준비하여 화장품병 생산에도 치중

하고 있다. 또한 코카콜라병 및 펩시콜라병 생산을 위한 승인을 획득한 회사는 두산유리와 삼광유리이다.

태평양화학의 자회사인 태평양종합산업은 주로 태평양화학의 화장품병을 생산하며 다품종소량의 화장품 및 이형병 등 다양한 색상의 유리병 생산에 치중하고 있고 또한 여유 공급능력을 소주와 식음료 부문에도 공급하고 있다.

그리고 동서유리와 금비는 각각 조선맥주와 진로의 자회사로 해당회사들의 맥주병, 소주병을 생산하고 있으며 아직까지 다른 제병회사와 직접적인 경쟁은 심하지 않으나 금비의 경우 최근 재고과다로 인한 여유공급 능력을 이용하여 식음료 부문으로의 시장확대를 꾀하고 있다.

이외 동아제약의 자회사인 동아유리, 동화약품의 자회사인 한일유리와 현대유리, 종근당의 자회사인 종성유리가 소형 제약병을 생산, 공급하고 있고 일화의 자회사인 일화유리가 음료병 및 제약병을 생산하고 있는데 이들 모두 모회사에 주로 공급하고 있다.

호경기시 이들 제병회사들은 유리병의 제병공

[표 3] 국내 유리병 제조업체 현황

구분	두산포장	삼광유리	삼보유리	(주)금비	태평양종합산업
설립년월일	56.02.06	67.07.01	89.08.29	73.06.05	73.07.21
자본금	275억	120억	90억	50억	120억
기술제휴사	Toyo, O-B	이시즈카	-	아마무라	Wheaton(미)
기업구분	상장법인	상장법인	등록법인	상장법인	상장법인
관계회사	두산그룹	동양화학	동양화학	진로	태평양화학
주거래선	OB, Coke	롯데, 동서	롯데	(주)진로	태평양화학
주생산품	해태, 대선 일양, 영진	금복주 진로	진로	소주병 양집주병	태평양화학
주생산품	맥주, 콜라 소주, 식품 제약병 등	펄시, 커피 주류병 화장품병	칠성사이다 드링크병	소주병 양집주병	화장품병 소주병
대표이사	백준기	김중훈	김중훈	고병현	손이수
일생산능력	860톤	290톤	300톤	350톤	250톤
96유리병매출액	1173억	254억	240억	407억	337억

구분	동서유리	동아유리	한일유리	일화유리	종성유리
설립년월일	75.12.09	72.11.08	72.03.24	83.01.20	90.04.02
자본금	50억	20억	20억	88억	55억
기술제휴사	-	-	-	-	-
기업구분	등록법인	등록법인	등록법인	등록법인	등록법인
관계회사	조선맥주	동아제약			
주거래선	조선맥주 동아식품	동아제약	동화약품	(주)일화	종근당 농약업체
주생산품	맥주 농약병 꿀병	박카스 D-판토 판피린	활명수 알프스-D 판콜A	농약병 삼정톤 진생업	DRINK병 농약병
대표이사	김영기	이장우	김광조	김진하	남치현
일생산능력	125톤	210톤	110톤	100톤	200톤
96유리병매출액	117억	200억	119억	112억	182억

(자료출처 : 회사연감)

법이나 색상이 다양하기 때문에 일시적인 공급 능력 부족현상이 발생하는 경우가 많아 서로 위탁생산을 하고 있는 협조적인 관계를 가지는 경우가 많다. 그러나 현재와 같은 극심한 수요감소 상황에서는 여유공급능력을 활용하여 적대적인 경쟁관계에 돌입하게 된다.

3-4. 유리병산업의 수직계열화

전술한 바와 같이 국내 유리병업체들은 전방

산업에 의해 수직계열화가 되어 있어 안정적인 고정 고객의 확보라는 긍정적인 측면도 있지만 이에 수반되는 부정적인 영향이 더욱 크다.

우선 호경기시는 해당 유리병 제조사의 설립 목적으로 되어 있는 바와 같이 수직계열화 관련사이에 우선 공급이 이루어지고 난 후 잔여 공급능력을 타 고객에게 공급해야 하는 상황이다.

이 경우 유리병 제조사는 공급능력이 부족하

여 일부 고객들에게는 치명적인 영향을 미치게 되고 이후 해당 고객을 상실하거나 고객들이 다른 경쟁용기로 전환하게 되는 결과를 빚게 되며 이러한 악순환이 계속되어 온 것이 사실이다.

또한 수직계열사에서 취급하는 일부 품목과 경쟁관계에 있는 다른 고객들이 자사의 모든 유리병에 대해 해당유리병 제조회사로부터의 유리병 구입을 기피하는 문제가 있으며 맥주와 소주, 양잠주, 그리고 청량음료 등 여러 품종들에서 이러한 문제가 발생되고 있다.

한편 이러한 수직계열화의 악영향은 불경기시 더욱 극명하게 나타나고 있는데 해당 수직계열사로의 공급량을 제외한 여분의 공급능력을 가동률 유지를 목적으로 덤핑으로 가격경쟁에 돌입하므로써 기존 시장의 질서나 가격체제를 유리병업계 내부에서 스스로 붕괴시키는 결과를 낳고 있다.

여기에는 수직계열사와의 관계로 인해 각 유리병 제조회사들이 항상 경쟁관계라는 인식을 하고 있음으로 해서 내부적인 협력체계를 유지할 수 없는 것도 큰 역할을 담당하고 있다.

[표 3]의 국내 유리병 제조업체에 나타난 관계회사의 주요 생산품목에서 볼 때 맥주, 소주, 양잠주, 청량음료 부문은 수직계열화가 명확하게 관련 유리병 제조회사들도 이들 관계회사의 영향을 받아 항상 강한 대립관계에 있다고 볼 수 있다.

이의 제약이나 화장품, 그리고 식품 등에서는 일부 제병회사에 국한되고 있어 다소 대립관계가 약한 상황이나 한편 유리병 회사간 경쟁 측면에서는 가장 경쟁이 심각해지는 부문들이 된다.

따라서 현실적인 측면을 볼 때 국내 유리병 산업의 발전에 가장 큰 제약을 가하고 있는 특성이 이러한 수직계열화 관계라고 볼 수 있다.

4. 현황 및 특성 종합

이러한 국내 유리병 산업의 현황과 특성에 대한 검토 결과 유리병산업은 현재 다음과 같은 요인으로 인해 생존을 위한 경쟁력 확보가 절실한 현황임을 알 수 있다.

먼저 저성장 정책으로 인한 국내 경기의 침체와 수입자유화에 따른 전방산업의 위축, 그리고 대체용기에 의한 시장잠식으로 인해 수요가 현재보다 더욱 감소될 전망이다.

한편, 공급은 과잉상황에 있으며 제병업체들의 수가 많아 과점상태이고 장치산업으로써 기존 업체들의 철수장벽이 높다.

더욱이 조업조절이 어렵기 때문에 가동률 유지를 위해 업계 내 경쟁이 더욱 치열해지는 문제점을 가지고 있다.

또한 산업 내부적으로는 기술수준의 평준화로 제품에 의한 차별화가 점점 더 어려워져가고 있으며 유리병 산업을 둘러싸고 있는 각종 외부 여건과 내부의 여건 등 대부분의 주변 여건들이 제조원가 상승의 압박을 계속하고 있는데 반해 한편 판매단가의 인하 압력도 가중될 것으로 전망되고 있어 수익성은 더욱 악화될 것으로 전망된다.

산업구조분석을 통해 조사해 본 결과, 유리병 산업에서의 가장 큰 경쟁자는 산업 내 기존 업체들로 판단되며 대체용기와의 경쟁도 심각한 상황이고 전방산업에 의한 수직계열화로 인해 구매자들의 교섭력이 매우 강한 상황이다.

이러한 산업구조는 향후 기존업체들간의 치열한 경쟁의 결과로 업계 내 통폐합을 통한 구조조정 작업으로 연결될 것이며 전방산업에 의한 수직계열화 현상이 다소 약화되는 동시에 업계간 협력체제의 구축을 통해 대체용기와의 경쟁으로 변화될 것으로 전망되고 있다.

그러나 이러한 경쟁은 향후 국내 뿐만 아니라 동남아를 비롯한 전세계 관련 제조회사들로 확대될 전망이다. 국내 유리병 제조회사간의 경쟁만이 문제가 아닐 것으로 판단되고 있다.

따라서 이러한 무한 경쟁에서 생존하기 위한 경쟁력을 확보하기 위해서는 국내 유리병 산업의 근본적인 문제에 대한 접근이 필요할 것으로 판단된다.

5. 결론

이상과 같은 제반 현황과 향후의 여건 전망을 살펴 볼 때 국내 유리병 산업은 다음과 같은 방안을 통해 경쟁력을 강화해야 할 것으로 판단된다.

첫째, 국내 유리병 산업의 공급규모가 축소되어야 한다. 향후의 국내유리병 수요가 감소될 전망이다. 현재와 같은 국내 유리병 산업구조의 특성을 감안할 경우 현 공급능력을 그대로 유지할 때는 현재와 같은 내부적인 경쟁이 더욱 심화됨으로 인해 스스로 자멸할 수밖에 없는 상황이 전개될 것이다.

향후의 경쟁은 국내 유리병 산업 내에서의 경쟁이 아니라 타용기 제조업체 및 전세계 관련 제조회사들로 확대된다는 점을 분명하게 인식하고 국내 유리병 산업은 협력관계를 유지해 이에 공동으로 대처할 것이 필요하다.

이에 대한 가장 큰 장애요인이 여유공급능력 이므로 업계 내 자율적인 공급능력의 감축이 이루어져야 하며 이에 수반되어 발생하는 각사별 일시적인 공급능력 부족은 서로간의 위탁생산을 통해 해결함으로써 협력관계가 더욱 확고해지는 동시에 경쟁의 대상을 타용기나 국외 관련사로 명확화시킬 수 있을 것이다.

이러한 경향은 비단 유리병 산업 뿐만 아니라 전방산업에서도 유사한 협력관계가 나타날 것으로 전망되고 있으므로 업계 내 경쟁을 촉발시키는 수직계열화의 악영향이 향후는 크게 감소될 것으로 전망되고 있는데 현재 OB맥주와 조선맥주가 유리병을 공용으로 사용하기로 합의한 것이 대표적인 예가 되고 있다.

또한 이와 같은 업계 내 협력관계가 확고해질 경우 업계 내 흡수합병을 통한 구조조정으로서 규모의 경제를 실현함으로써 타용기 및 국외 관련회사들에 대한 경쟁력 제고에 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 혁신적인 제조원가 감소가 필요하다.

판매단가에 대한 인하요구가 거세지고 있는데 반해 원재료비, 유류비, 인건비, 그리고 금융비의 증가는 이제까지 겪어 왔던 것보다 훨씬 더 큰 비율로 급상승하고 있다.

또한 최근 동남아 각국의 유리병 제조기술이나 품질이 급격히 향상되고 있음을 감안할 때 제조원가의 수준을 대폭 감축시켜 향후 이들과의 가격 경쟁을 대비해야 한다.

생산기술의 혁신을 통한 각종 생산성 향상과 에너지 원단위 향상, 환경문제 해결과 아울러 현재 유리한 원재료비 감소 요인인 파유리의 사용률 증대, 생산설비의 성력화를 통한 인건비 감소, 그리고 지속적인 경량화 등 국내 유리병

산업의 모든 기술과 기능을 종합적으로 이용하여 제조원가의 혁신적인 감소를 이루어야 한다.

셋째, 국내 유리병 산업의 모든 종사자들의 의식구조의 개혁이 필요하다.

아무리 좋은 전략이나 전술도 결국 이를 실행하는 것은 사람이므로 이들이 올바른 방향으로 필달의 의지를 가지고 실천해 나가지 않을 때는 결코 성공할 수가 없는 것이다.

따라서 먼저 현재 국내 유리병 산업이 처한 위기에 대해 전 종사자가 명확하게 인식을 해야 하고 단순한 경쟁이 아니라 국내 유리병 산업의 생존을 위해 과연 우리가 해나가야 할 일이 무엇이며 어떻게 해야 할 것인가를 공동으로 인식할 수 있도록 해야 한다.

종래와 같이 어느 일부 집단의 이익을 위한 것이 아닌 국내 유리병 산업 전체라는 차원에서 서로간의 협조를 통해 시너지 효과를 극대화할 수 있는 새로운 협력관계, 새로운 노사관계의 정립

이 필요하다.

마지막으로 국내 유리병 제조회사 간 협력관계 구축이 필요하다.

전술한 모든 방안은 유리병 제조회사간 협력관계가 우선되어야 최대의 효과를 얻을 수 있는 것이다.

이를 위해서는 먼저 유리공업협동조합이나 자동제병협회, 재활용협의회, 그리고 요업학회 내 유리부회 등 기존 부문별 협의체를 최대한 이용하여 서로간의 정보교환이나 공동추진 사항을 협의, 의결하여 일관성있게 추진해 나가야 할 것이다.

격변하는 무한경쟁의 시대에서 국내 병유리업체가 살아나갈 수 있는 방법은 우리 스스로 찾아나갈 수 밖에 없음을 분명하게 인식하고 우리의 경쟁자는 내부에 있는 것이 아니라 타산업, 그리고 타국가의 관련업체들임을 명확히 하여 우리의 역량을 하나로 집결시켜야 할 것이다. ☐

매년 2월 25일은 포장인의 날

매년 2월 25일은
 (사)한국포장협회가 제정한 '포장인의 날'입니다.
 이번 포장인의 날에는
 제 2회 한용교포장인상 시상식과
 (사)한국포장협회 정기총회가 열립니다.
 문의 : 02-835-9041

(사)한국포장협회