“시스템창호 시장을 잡아라”

연평균 성장률 20-30% … LG화학·이건창호 격돌

국내 창호(窓戶) 시장에서 2세대의 알루미늄새시가 퇴조하는 가운데 3세대 플래스틱(PVC)창호와 4세대 시스템창호가 경합을 벌이고 있다.

특히, 시스템창호 시장이 앞으로 고성장을 이룰 것으로 전망되고 있다. 시스템창호는 나무나 알루미늄 그리고 특수 플래스틱을 조합한 복합소재와 새로운 내부구조를 도입해 단열성이나 방음성은 물론 기능성과 디자인을 개선한 제품이다.

1조원 정도로 추정되는 전체 창호 시장은 빌딩용의 커튼월 같은 특수창호 등이 전체의 40%, 2세대 알루미늄창호가 10%, 3세대 PVC창호와 4세대 시스템창호가 각각 30%와 20% 정도를 차지하고 있다.

3세대와 4세대 시장은 대기업 중심과 전문기업 중심으로 양분되고 있다. 3세대 시장은 LG화학을 중심으로 한화종합화학, 금강 등이 시장의 80% 정도를 차지하고 있고, 4세대 시스템창호 부문 역시 이건창호를 중심으로 3개 전문기업이 시장의 90%를 점유하고 있다.

전체 창호시장은 앞으로 10% 내외의 성장을 기록하고 특히, 시스템창호 시장은 최소 3-4년간 20-30%의 고성장을 이룰 것으로 전망된다.

이에 따라 시스템창호 시장에 진입하려는 대기업들의 행보가 빨라지고 있다. 가장 두드러진 곳이 LG화학으로 발코니 전용창 제품을 중심으로 시장진입을 시작했다.

2003년 이후 신규주택의 공급감소에도 불구하고 창호시장은 1조5000억원 이상, 시스템창호는 5000억원을 유지하리라고 예상된다. 국내 건축시장이 빠르게 리모델링 중심으로 이동하고 있기 때문이다.

사용자가 창호 제품 브랜드를 직접 고르는 비율도 20% 가까이 올라갈 전망이어서 창호 메이커들은 브랜드 인지도를 높이는 전략을 진행중이다.

우리 나라의 전통적인 창호는 목재를 소재로 한 목창호이나 1세대 목창호를 대체한 것이 2세대 알루미늄새시이다. 1970년대 들어 새마을운동과 더불어 주택개량사업이 활성화되면서 산업화된 알루미늄새시가 목창호를 건축현장에서 몰아내기 시작했고, 동양철강이나 남선알미늄 등이 자리를 잡게 됐다.

알루미늄새시는 저렴한 가격이나 시공의 용이성에도 불구하고, 내구성이나 방열·소음에 있어서 떨어지는 단점이 있었다. 그래서 1980년대를 전후해 단열성과 방음성을 개선한 제3세대 제품인 PVC창호류가 등장하게 됐다. PVC 소재를 이용한 제품으로 석유화학산업에서 수직계열화를 이뤄낸 대기업들의 전유물이 됐다.

이어 등장한 것이 제4세대 시스템창호로 나무나 알루미늄 그리고 특수 플래스틱을 조합한 복합소재와 새로운 내부구조를 도입해 단열성이나 방음성은 물론 기능성과 디자인을 획기적으로 개선한 제품이다. 제4세대 시스템창호는 특성상 단일공정에서의 대량생산이 어렵기 때문에 대기업보다는 이건창호나 중앙, 혜강 등 전문기업들이 두각을 나타내고 있다.

현재 시장은 3세대 PVC창호와 4세대 시스템창호가 경합을 벌이면서 5세대 지능형 창호시스템을 중심으로 개발경쟁이 이뤄지고 있다.

지능형 창호는 기존 창호가 수동적으로 사용자가 창문을 개폐해 주거환경을 유지하는데 비해 기온이나 습도 등을 스스로 파악해 자동으로 창문의 일조량을 조절하거나 여닫는 제품이다. 현재 이건창호나 LG화학 등이 2005년 실용화를 목표로 연구개발을 진행중이다.

<Chemical Daily News 2002/04/22>