

일본, 액정유리 판매실적 회복기조

전통분야에서 디지털로 이동 ... 일본기업 잇달아 유리기관용 고로 건설

일본 유리 생산기업들이 주력상품인 건설용 판유리의 구조조정이 일단락되면서 경영실적이 전반적으로 회복기조를 보이고 있다.

무역연구소에 따르면, 경쟁의 초점은 액정과 플라즈마 TV용 유리기관 등 디지털 분야로 옮겨가고 있으며 아사히초자는 2003년 12월 관서(兵庫)공장에 6세대 액정용 초대형 유리기관 제조용 고로를 신설했다.

현재 6세대 생산설비를 갖춘 회사는 아사히초자와 미국 Corning으로 6세대 유리기관 1장에서 32인치용 기판을 8장 생산할 수 있게 되어 가전기업을의 생산효율이 높아졌고 면적당 단가도 5세대에 비해 1.3배 정도 높은 편이다.

실용화에서는 Corning이 2004년 1월 SHARP의 가메야마 공장에 판매하기 시작하면서 앞서 나갔고, 아사히초자는 7월 출하해 개시는 늦었지만 제조법(플로트 법)을 통한 비용 경쟁력으로 반격을 노리고 있다.

日本板硝子와 호야의 합작기업인 NH테크노글래스, 일본전기초자 등도 잇달아 유리기관용 고로를 신설해 2강을 뒤쫓고 있다.

플라즈마를 포함한 FPD(박막 디스플레이)의 출하대수는 2006년 약 2억1000만대로 CRT(브라운관)를 상회할 전망이다.

FPD에 꼭 필요한 유리기관도 공급 부족으로 성장이 예상되고 있으며 수급차를 메우기 위한 설비투자를 어디까지 계속할 수 있을지도 곧 드러날 것으로 보인다. <이범의 기자>

<화학저널 2004/09/10>