제관 업계 현황과 캔시장 동향

지난 10년간 연평균 40퍼센트의 성장률을 기록해왔던 음료시장이 최근 몇년간 경기 침체와 신제품 개발 부진 등으로 성장이 둔화되고 있다. 따라서 관련용기시장도 부침을 같이 해왔는데, 특히 설비과잉의 제관업계의 경우 근래 경기 회복의 기미에 따라 새로운 도약의 기회를 맞고 있다. 용도 확대 등 신제품 개발, 경량화, 스틸캔 등 재활용체계 마련, 수출시장 개척 등을 통해 올해 10퍼센트 안팎의 성장이 기대되는 캔시장을 살펴본다.

목차

1. 머리말
2. 제관업계 현황
3. 캔과 환경대책
4. 향후 전망
5. 맺음말

1. 머리말

지난 한해동안 탄산음료에서부터 스포츠음료, 캔커피의 판매량은 모두 2억3천3백만 상자로 추정되고 있다.

이는 92년보다 6.7% 감소한 수치이지만 금액면에서는 출고가 인상 및 일부 신제품의 판매호조에 힘입어 93년 1조7천68억원의 실적을 기록해 92년에 비해 0.3% 감소한 수치이다.

지난 10년동안 연평균 40%의 성장률을 기록했던 음료시장은 최근 몇년간 경기침체와 신제품 개발의 부진으로 판매가 줄었으나 올들어 물량기준으로 지난해 같은 기간보다 2.3% 증가한 4천6백98만상자의 판매실적을 보여 조금씩 회복의 기미를 보이고 있다.

최근 들어 음료시장은 편의성을 추구하는 소비자들의 기호에 맞춰 음료업계에도 캔을 중심으로 한 시장전략에 나서고 있다.

음료업체들은 야외에서의 소비증가와 간편함을 추구하는 소비자들의 기호에 편승, 콜라, 사이다에서 100% 주스까지 캔제품을 선보이고 있다.

특히 최근 녹차, 홍차, 우롱차 등 건강차와 캔커피, 스포츠음료까지 대부분 캔포장이고 올들어 판촉을 강화하고 있는 신세대 패션음료들은 한결같이 캔제품으로 출시되고 있다.

〔표 1〕 연도별 음료판매 현황 (단위 : 억원)

음료 \ 연도	91	92	93	94(예상)
주 스	6,448	6,840	6,783	7,425
탄산음료	6,591	6,850	6,300	6,167
스포츠음료	960	1,350	1,847	2,191
캔커피	422	718	813	921
기 타	642	1,364	1,326	1,505
합 계	15,063	17,127	17,069	18,209

이와 같이 음료사들이 캔제품을 대거 출시하고 있음에도 불구하고 국내 제관사들은 최근 몇년간의 불황에 과다한 설비증설로 부진의 늪에서 헤어나질 못하고 있다.

올들어 조금씩 회복의 기미를 보이고 있는 음료시장의 영향으로 제관사들도 서광이 비춰지길 기대하고 있는 상황에서 국내 제관업체들의 전반적인 현황을 살펴보기로 한다.

2. 제관업계 현황

국내 제관업계는 알루미늄캔과 스틸캔을 제조하는 업체로 대별되고 여기에 드럼이나 예술관 등 잡관을 생산

〔표 2〕 금속캔 재질 · 용도별 판매(내수) 현황 (단위 : 천관, 톤)

재질용도 \ 연도		'90		'91		'92		'93	
		수 량	중 량	수 량	중 량	수 량	중 량	수 량	중 량
총	계	3,491,731	211,347	4,174,453	251,704	3,947,583	219,878	4,222,365	236,236
알루미늄캔	소 계	528,159	7,943	706,189	10,830	685,000	10,376	710,012	10,774
	맥 주	256,521	4,227	417,716	6,884	359,000	5,916	378,861	6,244
	탄산음료	271,638	3,716	288,473	3,946	326,000	4,460	331,150	4,530
스 틸 캔	소 계	2,963,572	203,404	3,468,264	240,874	3,262,583	209,503	3,512,353	225,862
	음료용	2,096,287	73,370	2,503,330	87,617	2,629,688	92,039	2,706,510	94,728
	식품용	520,845	28,650	551,355	30,777	384,054	22,758	490,651	27,815
	통조림관	468,729	21,562	491,192	22,595	327,478	15,064	432,368	15,889
	분유관	52,116	7,088	60,163	8,182	56,576	7,694	58,283	7,926
	잡관용	160,572	76,664	190,537	92,816	146,374	81,078	163,434	83,135
	미술관	45,212	5,878	53,350	6,936	29,831	3,878	37,281	4,847
	1 *l*	15,725	1,710	18,084	1,667	17,247	1,876	27,704	3,013
	4 *l*	43,099	9,374	49,564	10,780	35,221	7,661	34,211	7,441
	18 *l* ~20 *l*	56,536	59,702	69,539	73,433	64,075	67,663	64,237	67,834
	에어졸	185,868	24,720	223,042	29,664	102,467	13,.628	151,758	20,184

* 자료 : 한국제관공업협동조합

하는 업체로 구성되어 있다.

금속캔은 철강소재의 발견에 따라 생활의 편리성을 가져다 주었는데 1804년 프랑스 나폴레옹 시대에 식품을 밀봉용기에 넣어 가열, 살균하는 보전법이 고안됨에 따라 식품의 저장용기로 사용되게 되었으며, 음료용기에 대한 캔의 사용이 확대되면서 국내 제관수요는 87년 17억관에서 93년 42억관으로 연평균 16%의 신장을 기록하는 등 발전을 해왔다.

전체 캔수요의 84%를 차지하는 스틸캔은 원료자원이 풍부하여 저렴한 가격과 안정적인 공급이 가능하고 강·경을 조절할 수 있어 압연, 주조, 용접 가공이 쉽고 자성을 갖고 있어 운반과 재활용 측면에서 간단히 식별 회수가 가능하다는 이점으로 많이 쓰이고 있다.

이같은 장점에도 불구하고 지난해 제관시장은 내수경기의 부진과 여름 성수기 냉해, 금융실명제 실시의 여파 등으로 인해 내수 부문에서 최근 몇년간의 평균 성장률보다도 낮은 6.9% 증가에 그쳤다. 수출은 92년 말부터 중국시장에 진출하여 지난해 약 3천만불을 기록했다.

내수시장의 저성장에도 불구하고 지난해에는 스포츠드링크캔과 커피캔, 주스캔의 성장이 두드러졌으며 92년부터 선보인 차음료가 빠른 성장을 하고 있다.

그러나 91년 이후 제관사들의 과다한 시설증설로 인해 공급이 수요를 크게 앞지름에 따라 설비가동률이 70% 이하로 떨어져 제관사들의 치열한 판매경쟁은 올해에도 이어질 것으로 예상된다.

특히 제관사들은 일부 대기업 음료회사 그룹의 제관업 진출로 인해 기존 제관사들이 큰 피해의식을 느끼고 있으며, 중국시장에 대한 충분한 시장조사 없이 일부상사와 홍콩 및 대만 바이어에 의존하는 수출도 국내업체끼리 덤핑 과열경쟁을 야기하고 있어 제관사들의 긴밀한 협조체제가 절실하다는 지적이다.

현재 D&I 2피스캔의 경우 국내 총 수요 예상량은 18억6천만개인데 공급

〔표 3〕 제관사 증설 현황

구 분	91년	92년	93년	94년 계획
한일	* 탄산 2피스 1라인 * DRD 2피스 2라인			
삼화	* 탄산 2피스 1라인			* 탄산 1라인 맥주라인으로 교체
두산		* 맥주 1라인 * 커피캔 1라인		
영보			* 탄산 2피스 1라인	* 맥주 2피스 1라인
삼양공업		* DRD 2피스 1라인		* DRD 2피스 1라인
합 계	9억5천만개	6억5천만개	3억개	4억5천만개

능력은 22억개로 심각한 공급과잉 현상을 보여주고 있다.

지난해 제관 3사인 두산제관(주), 삼화제관(주), 한일제관(주)의 생산량은 전체 제관사의 80%를 넘고 있으며, 그중 알루미늄캔은 두산제관이, 스틸캔은 한일제관이 생산 및 판매에서 우위를 점하고 있다.

3. 캔과 환경대책

최근 환경에 대한 관심이 높아지고 규제가 강화되면서 스틸캔의 재활용에 관심을 갖고 소재회사, 제관사, 음료회사 등 51개 업체가 협회를 만들고 스틸캔 재활용 사업에 나섰다.

지난해 캔의 소비량은 41억8천만관으로 이중 재활용률은 8%에 불과한 실정인데 선진 외국의 경우는 대부분 50~60%정도가 재활용되고 있는 것으로 알려졌다.

스틸캔은 92년 12월 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률'을 제정하여 재활용 중점관리 품목으로 선정돼 94~95년 5%, 96~97년 10%, 98년 15%로 재활용 의무비율이 고시돼 있다.

〔표 4〕 제관3사 생산현황 (단위 : 백만관)

구 분		91	92	93
두산제관	알루미늄관	566	600	642
	스틸관	248	257	300
	계	814	857	942
삼화제관	스틸관	1,050	1,003	1,095
	잡 관	35	38	25
	계	1,085	1,041	1,126
한일제관	스틸관	324	356	357
	계	324	356	357

〔표 5〕 예치금 납부·환불실적 (단위 : 억원)

구 분	예치금납부	환불실적	잔 액
'92	134	0.1	133.9
'93	134	0.4	133.6
계	268	0.5(0.2%)	267.5

그러나 현실적으로 알루미늄캔은 스크랩 가격이 톤당 40만원인데 반해 스틸캔은 4만원으로 수거업자가 기피하고 재활용 체계 미구축, 제강·제철업계의 캔 스크랩 사용 기피 등으로 재활용이 어려운 실정이다.

따라서 최근 발족된 한국스틸캔재활용협회(회장 이동춘)는 폐캔 재활용 촉진을 위한 자원화 루트조사 및 개선, 스크랩발생 방지를 위한 연구 등 환경개선, 캠페인 등의 홍보를 통해 폐캔의 재활용률을 높일 계획이다.

이같은 계획이 본궤도에 오를 경우 오는 98년에는 수입대체 효과가 모두 3천3백92만2천달러 규모에 이르게 되고 소재, 제관, 식품업계 폐캔 회수의무 이행, 예치금 요율산정시 업계실정 반영, 식품업계 예치금 결손처리 가능, 캔 수요증대 등 많은 효과를 가져올 것으로 예상된다.

4. 향후 전망

올해에는 지난해부터 시작된 중국 수출이 활성화될 전망이며, 주로 캔만을 수출하던 형태에서 캔 및 뚜껑, 인쇄석판 등의 수출이 늘어나 품목이 보다 다양화될 전망이다.

또한 일부 제관사는 제관설비 수출을 신중히 검토하고 있어 수출이 늘어날 것으로 예상된다.

내수도 지난해에 이어 스포츠드링크, 커피캔, 차종류와 더불어 진로의 신규 진출로 인한 맥주캔의 성장이 두드러질 것으로 예상됨에 따라 제관시장은 10% 내외의 성장이 기대된다.

이와 함께 사회적인 이슈가 되고 있는 캔 리사이클링도 한국스틸캔재활용협회의 활동이 본격 시작됨에 따라 차즘 자리를 잡아갈 것으로 예상된다.

새로운 경향으로는 국순당이 선보인 막걸리 캔을 시발로 지방 탁주협동조합별로 캔제품 시판을 서두르고 있으며, 야외행사 및 레저용의 청하 200ml 캔제품, 청소년층을 겨냥한 저알콜 소주의 등장, 주스용 트리플 넥킨캔, 300ml 2피스 콜라캔, 88~89년 실패했다 올들어 부각되고 있는 STUBY 등 용기의 다양화가 이루어

〔표 6〕 한국스틸캔재활용협회의 폐캔 회수 계획 (단위 : 백만원, 천톤)

구 분		발생량		회수 의무량		회수 계획		회수 비율	
연도	재질	캔수	원료량	캔수	원료량	캔수	원료량	의무율	회수계획
1차년도	Al	700	10.2	35	0.5	18	0.25		
('94년도)	Steel	3,800	345	190	17.25	95	8.60		
소 계		4,500	355	225	17.75	113	8.85	5	2.5
2차년도	Al	750	10	37	0.5	53	0.70		
('95년)	Steel	4,100	370	205	18.50	287	25.90		
소 계		4,850	380	242	19.0	340	26.60	5	7.0
3차년도	Al	800	12	80	1.20	80	1.20		
('96년)	Steel	4,500	395	450	39.50	450	39.50		
소 계		5,300	407	530	40.70	530	40.70	10	10
4차년도	Al	850	12	85	1.20	111	1.50		
('97년)	Steel	5,000	425	500	42.50	650	55.30		
소 계		5,850	437	585	43.70	761	56.80	10	13
5차년도	Al	950	14	143	2.10	143	2.10		
('98년)	Steel	5,700	480	855	72	855	72		
소 계		6,650	494	998	74.10	998	74.10	15	15

* 회수계획은 가동이 94.7.1이므로 94년은 의무량의 1/2을 설정하고 단계별로 확대하는 것으로 계산하였음.

질 전망이다.

꾸준한 상승세를 타고 있는 스포츠 드링크는 250g에서 350g으로 바뀌는 추세이고, 빠르면 올 하반기부터는 주류 및 음료의 캔 종이 변화될 것으로 보인다.

그러나 기존의 주스 190g짜리가 250g으로 바뀌면서 가격인상 및 판매량 증가라는 일거양득의 효과도 가져왔다.

〔표 7〕 94년도 D & I 2PC 수요 공급 예측 현황

〈음료용〉 (단위 : 백만개)

구 분	합 계	한 일	두 산	삼 화	영 보	롯 데	합 계
생산능력		700	550	400	300	250	2,200
동 아	210						
롯 데	380						
범 양	100						
우 성	100						
두산음료	150						
제 당	200						
해 태	200						
전매공사	20						
소 계	1,360						

〈맥주용〉

구 분	합 계	한 일	두 산	삼 화	영 보	롯 데	합 계
생산능력			550	200	200		950
동양맥주	350						
조선맥주	100						
진로쿠어	50						
소 계	500						

5. 맺음말

제관업계는 연간 1조8천억원의 음료시장의 판촉 및 부흥에 힘입어 새로운 도약을 준비하고 있다.

롯데칠성음료, 해태음료, 제일제당 등 대형 음료업체들이 불황을 타개하기 위해 안간힘을 쓰는 것처럼 공생관계에 있는 제관업체들도 92년을 기점으로 2년째 침체에 빠져 어려움을 겪어오다 올들어 되살아날 조짐을 보이자 발이 빨라졌다.

이같은 현상은 그동안 설비증설로 인한 과잉생산에 따른 경쟁, 대기업들의 참여로 인한 순수 제관사들의 위기의식 속에 내수시장의 활성화, 수출시장의 개척에 힘입어 소생의 기미가 보이기 때문이다.

국내 음료시장은 과거 시원하고 달콤하면서도 톡 쏘는 맛의 청량음료에서 건강을 선호하는 소비자들의 기호변화에 따라 이제는 건강과 미용을 감안한 기능성 음료로 급속히 전환되는 전기를 맞고 있다.

여기에 편승, 제관사들도 음료시장의 변화추이에 깊은 관심을 갖고 마케팅 전략을 수립해 나가고 있다.

생수, 드링크, 스포츠음료 등 기능성 음료의 급부상은 단지 음료시장의 확대 뿐만 아니라 제관시장의 확대라는 의미도 크기 때문이다.

폐캔의 재활용 사업 시작과 제관시장의 확대는 모처럼 제관업계에 활기를 불러오는 계기를 마련하고 있다.