



# 국내 제관시장 동향

공 창 원 / 한일제관(주) 영업관리부 대리

## 1. 개 요

금속용기(캔)는 식품용기로서 중요한 기능인 위생성, 안전성, 장기보관성, 편리성, 상품성 등의 우수한 특성으로 인해 오늘날 세계적으로 가장 많이 사용되는 식품포장용기이다.

우리 나라에서의 제관 산업은 60년대 중반이후 정부의 수출 촉진 정책의 일환으로 농·수산물 가공 통조림 수출이 활성화되면서 육성되기 시작하여 70년대 중반이후 음료시장이 형성되면서 본격적인 고도성장과 음료캔에 있어서 2PC D&I(DRAW AND IRONED)캔 개발 등으로 설비에 있어서도 고속·자동화시스템을 갖추게 되었다.

90년대 초반 경기침체로 음료수요가 다소 주춤한 적도 있으나 95년도 국내 식관의 총 판매량은 57억관(내수용 52억관) 이상을 판매하여 국민 1일당 1년에 약 120개의 캔을 소비하였다.

금년에도 지난 해에 이어 전통음료 강세와 여름 성수기 날씨 및 평균기온 상승 등으로 인해 식관 판매량이 60억관이 넘어설 것으로 예측된다.

## 2. 업계현황 및 캔 시장 현황

현재 우리나라 전체 제관업체수는 군소업체를 포함하여 약 60여개사가 있으며 연간 총매

출액은 약 8천억원 규모이다.

식·음료캔을 주종으로 생산하는 주력업체는 10개사로 총매출액 5천5백억원규모로 전체 제관시장의 69%를 점하고 있고, 식관사 중 연간 매출액 500억원 이상의 대기업은 3개사(제관부분 매출액 기준)이며 나머지는 중소기업 규모라 할 수 있다.

소재별로는 스틸캔이 77%, 알루미늄캔이 23%로서 스틸캔의 비중이 절대적으로 높으나 알루미늄캔의 비율이 전년대비 1.5% 증가하였으며, 97년 이후는 비탄산음료의 2PC화와 맥주 주세 20% 인하(150%→130%)에 따라 맥주캔의 수요 등으로 알루미늄캔의 비율이 보다 늘어날 전망이다.

한편 수출의 경우 적극적인 해외시장 개척으로 95년에는 4억8천만관을 수출하여 전년대비 40% 이상 높은 성장을 하였으며, 이중 4억캔은 세계에서 품질수준이 제일 까다로운 일본으로 수출하여 우리 캔의 품질 경쟁력을 한층 높였다.

품목별로 구분해 내수시장을 보자면, 94년에 본격적으로 시장에 선을 보인 식혜캔의 돌풍으로 이외의 음료는 대부분 성장세가 다소 정체 또는 급락하였다.

식혜는 전년대비 10배이상 성장하여 7억 8천만원이 판매됐고 시장에 도입된 이래 최단 기간

[표 1] 94년 식관판매현황

(단위 : 백만켤)

용도	구분품목	내수용			수출용			합계		
		알루미늄	스틸	합계	알루미늄	스틸	합계	알루미늄	스틸	합계
주류	맥주용	548		548	-		-	548	-	548
	기타주류	2	1	3	-		-	2	1	3
	소계	550	1	551	-	-	-	550	1	551
음료관	탄산	613	746	1,359	27	20	47	640	766	1,406
	스포츠	19	371	390		2	2	19	373	392
	주스		1,424	1,424	1	253	254	1	1,677	1,678
	커피	-	478	478	-	17	17	-	495	495
	식혜		69	69				-	69	69
	기타		100	100				-	100	100
	소계	632	3,188	3,820	28	292	320	660	3,480	4,140
통조림	참치		321	321		-	-	-	321	321
	기타수산물		88	88		15	15	-	103	103
	농·축산물		96	96		3	3	-	99	99
	소계		505	505	-	18	18	-	523	523
분유관		57	57				-	57	57	
합계		1,182	3,751	4,933	28	310	338	1,210	4,061	5,271

내에 최고 성장을 이룬 음료로 기록을 세웠으며 내용물 별로 세분하면 최다 판매음료가 되었다.

80년대 후반부터 꾸준한 성장으로 주목을 받았던 스포츠 드링크는 4억7천만관을 판매하여 성장세는 이어졌으나 하반기부터 성장세가 둔화되고 있는 실정에 있다. 꾸준한 성장이 예상되던 커피캔은 4억7천만관을 판매하여 전년대비 오히려 2%가 감소하여 식혜 돌풍의 영향권을 벗어나지 못했으며 식혜 돌풍의 가장 큰 피해 품목은 역시 음료시장을 장악해오던 탄산 및 주스음료였다.

탄산음료는 11억 3천만원관을 판매하여 전년대비 16%나 하락하였으며 주스음료는 10억7천만관을 판매하여 무려 31%나 감소하였다.

통조림용 캔은 참치캔의 성장에 힘입어 5억7천만관을 판매하여 12%성장하였다.

### 3. 시장 전망

이번 여름은 지난해 식혜캔의 돌풍으로 음료 캔 시장은 올해에도 전통음료 강세 시장이 지속되고 있는 가운데 여름 기온 상승에 따라 탄산음료와의 주도권 다툼이 치열해질 전망이다. 식혜는 성장세가 수그러들었다고는 하나 성수기에 월7천만관 이상씩 판매되는 최고의 제품이며 언제까지 1위품목의 자리를 고수할지가 업계의 관심사이다.

제2의 식혜캔 돌풍을 겨냥해 금년초부터 본격적으로 시장에 선을 보인 대추캔은 식혜캔에 이어 월 5천만관 판매를 돌파해 관심을 집중시키고 있다. 여름성수기의 기온상승 및 장마기간이 예년보다 짧아지리라는 기상청예보에 따라 탄산음료의 증가가 눈에 떨 것으로 예상된다.



특 집

[표 2] 95년 식관판매현황

(단위 : 백만켤)

종도	구분 품목	내수용			수출용			합계		
		알루미늄	스틸	합계	알루미늄	스틸	합계	알루미늄	스틸	합계
주류	맥주용	590		590	21		21	611	-	611
	기타주류	30	1	4			-	3	1	4
	소계	593	1	594	21	-	21	614	1	615
음료관	탄산	532	595	1,127	77	36	113	609	631	1,240
	스포츠	74	393	467			-	74	393	467
	주스		1,065	1,065		188	188	-	1,253	1,253
	커피		469	469		111	111	-	580	580
	식혜		778	778			-	-	778	778
	기타		91	91			-	-	91	91
	소계	606	3,391	3,997	77	335	412	683	3,726	4,409
통조림	참치		373	373		30	30	-	403	403
	기타수산물		120	120		13	13	-	133	133
	농·축산물		73	73		6	6	-	79	79
	소계		566	566	-	49	49	-	615	615
분유관		78	78			-	-	78	78	
합계		1,199	4,306	5,235	98	384	482	1,297	4,420	5,717

콜라의 경우 금년 5월 이후의 기온상승으로 작년 동기에 비해 12% 이상 성장하였으며, 사이다의 경우도 신제품의 출시로 금번 여름에 치열한 경쟁이 예상된다.

스포츠드링크는 1/4분기에 다소 부진하여 상반기의 경우 7~8% 감소세를 나타내고 있다.

과거 음료시장을 주도해 온 주스는 오렌지색 주스의 퇴조이후 올해에도 주도 품목의 부재로 다소 소강상태가 될 것으로 예측된다.

주스음료의 경우는 그동안 꾸준히 명백을 유지해온 포도주스도 다소 줄어들고 있으나 3년 전부터 인기를 누리고 있는 사과주스는 그런대로 과육음료로 명백을 유지할 전망이다. 작년엔 반짝 히트를 쳤던 열대과일 음료의 선전이 기대되는 정도이다.

커피캔은 일본의 경우를 보더라도 장기적으

로 보면 가장 높은 성장세가 기대되는 품목이나 국내 시장은 아직 맛과 브랜드의 단순함으로 인해 단시간내 높은 성장은 쉽지 않을 전망이다. 금년에는 5%내외의 성장이 예상된다.

맥주캔은 맥주 3사의 치열한 마케팅전쟁에 따른 신관형(250ml)의 등장으로 관형의 다양화와 97년 주세인하에 대비한 시장 확대 경쟁이 치열해질 전망이다.

통조림캔은 전반적으로 원료 고갈과 원가상승 등으로 완제품의 수입이 늘어날 전망이다. 특히 참치캔 시장의 포화상태 및 수입개방(97년)에 따라 이 부분의 국내 제관시장은 급격하게 줄어들 전망이다.

이상의 요인들로 판단하면 올해의 식·음료관시장은 7~9% 성장이 예상되며 새로운 다양한 관종의 등장과 신규음료 진출 업체들과 신규

개발음료들의 시장진입, 그리고 마이너업체들의 적극 공세로 춘추전국시대가 도래할 전망이다.

#### 4. 제관업계의 문제점 및 기술개발동향

식관업계는 90년대 들어와서 음료캔의 2PC 화에 대한 다소 무리한 설비투자와 환경문제의 대두로 인한 부착형뚜껑(STAY ON TAB EOE) 설비로의 교체, DRD캔 및 윈터치뚜껑 개발 등 전반적으로 경영상태가 악화되었으며 특히 지난 해에는 알루미늄 및 석판원자재 가격의 폭등에도 불구하고 음료관 등 제품가격은 반영이 안되어 경영상황이 극도로 악화되었다.

그간 식관사들은 생산설비의 고속화, 자동화, 성역화에도 불구하고 업체 대부분이 적자 누적이거나 한계이익을 유지하는 수준으로 향후 관련산업의 협조없이 회복이 쉽지 않을 것이라는 우려를 낳고 있다.

최근 선진국에서의 캔의 개발동향은 첫째, 보다 환경친화적인 캔의 개발인데 이는 범세계적 이슈인 환경문제와 재활용 문제를 동시에 해결하는 방법이므로 무엇보다 중요하고 제관시장의 확대에도 크게 기여하게 될 것이다.

둘째는 보다 패셔너블한 캔의 개발인데 이는 관중의 다양화와 아울러 대체재인 PET병과의 시장확대 경쟁에서도 보다 비교우위를 누리는 필수조건이 될 것이다.

이런 개발들은 선진국에 이어 곧바로 국내에서도 개발 진행중이나 제관업이 특성상 신제품의 개발은 많은 투자비와 아울러 소재회사와 수요사인 음료사들의 절대적인 협조가 필요하다.

#### 5. 결 론

현재 제관업계가 안고 있는 여러 문제점 중 마케팅 측면에서 가장 중요한 점은 첫째, 캔이 보다 환경친화적이고 재활용이 잘 되어야 한다는 것이다.

보다 환경친화적인 캔의 개발은 제관업계 뿐만 아니라 소재회사와의 긴밀한 협조가 필수적이고 재활용은 소재회사 뿐만 아니라 최종 배출자인 음료사들의 적극적인 노력이 무엇보다 중요하다.

둘째, 국내 제관의 품질 및 기술수준은 이제 어느모로 보나 선진국과 다름없다. 그러나 이 캔 제품은 주문 생산품으로 물류비용이 높은 제품 중 하나이다.

캔은 음료사에서 구입하는 원자재 중 가장 높은 비중을 가지고 있는 제품임에도 불구하고 국내의 음료사와 제관사간에는 현대적인 선진 물류시스템을 구축하고 있지 못하다. 선진국의 경우와 비교하면 이 부분에 있어 우리나라는 너무 많은 비용을 낭비하고 있다. 음료사와 제관사간에 주문에서부터 캔 공급에 이르는 현대적인 공동 물류시스템을 구축하면 현재 업계가 부담하고 있는 물류비의 20% 이상을 절감할 수 있을 것이다.

국내 제관사의 규모는 소재업체와 수요사와 비교해 상대적인 영세성을 벗어나지 못하고 있다. 업계는 이처럼 계속되는 경영상의 구조적인 어려움을 벗어나지 못하고 있으며 이에 전·후방 관련 업계의 보다 높은 관심과 협조가 요망된다. ☐