

국산 소재 스틸맥주캔, 연내 적용 가시화

가격적 우세 · 제품안전성 증명 관건

1. 서론

근 4년여동안 도입여부를 놓고 논란을 벌여 왔던 스틸맥주캔의 도입이 가시화되고 있다.

맥주캔이 스틸소재로 전환될 경우 일반 음료 업계에도 영향력이 파급될 것으로 예상되는만큼 관련업계의 움직임이 어느 때보다 조심스럽다.

한편, 포항제철에서 소재를 공급하는 스틸맥주캔은 현재 OB맥주와 하이트맥주가 공동으로 포항 및 광양지역에서 소비자들을 대상으로 시음선호도를 조사하고 있으며 이의 결과는 9월 초에 집계될 것으로 알려졌다.

그간 스틸소재가 맥주와 결합할 경우 맛과 향에서 문제점이 나타날 수 있다는 소비자의 우려로 지지부진했던 스틸캔의 상용화에 대한 문제가 제기되면서 맥주 및 제관업계는 조심스러운 움직임을 보이고 있는데 이에 따른 업계의 변화를 짚어 본다.

2. 관련업계의 반응

지난 96년부터 포항제철에서 스틸맥주캔의 적용을 추진해 오며 그동안 맥주업계, 제관업계,

그리고 소비자들의 여러가지 분분한 의견들로 공전해 오던 스틸맥주캔의 상용화가 현실화되고 있다.

스틸맥주캔 상용화의 중심에 선 포항제철의 전상철 대리는 “국내 캔의 경우 알루미늄이 주를 이루고 있는데 이는 국내에 제관설비가 도입되던 초기부터 전량 알루미늄캔만을 생산하고 있는 미국산에 치중했기 때문입니다”라고 지적하고, 원자재를 전량 수입하고 있는 알루미늄에 의존할 것이 아니라 순수 국산 소재인 스틸캔으로의 과감한 전환이 필요하다고 설명했다.

스틸맥주캔 상용화에 가장 큰 걸림돌로 작용했던 스틸소재와 맥주가 반응했을 때 나타날 수 있는 맛과 향의 문제에 대해 소비자 및 맥주생산 회사의 우려일 뿐이라고 지적하는 전 대리는 미국의 경우 알루미늄을 전량 자급자족할 수 있어 저렴한 가격으로 공급이 가능하기 때문에 스틸소재가 사용되지 않고 있는 것이 사실이다.

하지만 유럽의 경우 50% 이상 스틸맥주캔을 사용하고 있다고 설명하면서 특히 독일의 경우 전체 맥주소비량의 70% 이상이 스틸소재로 적용되고 있다고 덧붙였다.

또한 현재 97% 이상 알루미늄캔을 생산하고 있는 일본의 경우도 스틸캔으로의 전환 움직임을



▶ 기존에 유통되어 오던 알루미늄 맥주캔

이 활발하게 진행되고 있다고 한다.

"스틸캔의 경우 주석도금과 라커처리로 이중 코팅을 하기 때문에 상품화됐을 때 스틸소재와 맥주의 직접적인 접촉 가능성은 매우 적습니다"라는 설명으로 소비자와 맥주생산회사의 맛과 향에 대한 우려를 막연한 것일 뿐이라고 지적하는 전 대리는 실제 반응실험에서도 큰 문제가 없었음을 분명히 했다.

또한 알루미늄의 경우 수입소재이기 때문에 그 가격의 편차가 크게 나타나고 유동적인데 비해 스틸의 경우 충분한 조정이 가능하기 때문에 향후 알루미늄 가격에 연동해 캔당 5원 이하의 경쟁력을 가지고 운영할 계획이라고 한다.

또한 알루미늄 소재에 비해 인쇄의 선명성과 유통 데미지상 저항력이 우수해 상용화가 진행될 경우 후반기까지 50% 이상의 시장 점유를 자신하고 있는 포항제철은 금년에 6억관의 생산을 목표로 지난 7월 말부터 OB맥주, 하이트맥주와 함께 포항 및 광양지역을 중심으로 소비자

마케팅을 진행하고 있으며 이의 결과가 나오는 9월 초 이후부터 본격적인 시장확대를 시작해 연내 전국판매의 개념으로 확대할 계획을 가지고 있다.

이러한 스틸맥주캔 도입 움직임에 대해 직접적인 생산을 담당할 제관사의 의견은 현재 양분되고 있다.

그 중 하나가 스틸캔의 경우 녹이 슬어버릴 수 있는 취약점이 있다고 지적하고 이 경우 맛과 향, 그리고 위생성에 대한 대책이 필요하다는 주장이다.

현재 롯데알미늄의 경우 스틸캔 전용라인을 새로이 도입했으며 한일제관은 올해 초 검용라인을 도입 테스트를 끝낸 상태이다.

이에 비해 연간 4억개에서 4억5천만개가 소요되는 맥주캔을 알루미늄 소재로 생산해 온 두산포장과 삼광캔, 삼화제관의 경우는 100% 스틸캔으로 전환한다면 큰 문제가 없겠지만 일부 전환할 경우 최소한 두라인 이상 확보되어야 한



다는 지적이다.

한편, Cost 문제상으로는 스틸이 알루미늄보다 저렴하지만 제기되고 있는 맛과 향에 대한 문제발생 가능성이 완전히 해소되지 않은 상태에서 전환할 경우 투자 후 메리트가 없을 수도 있다는 것 또한 제관사들이 우려하지 않을 수 없는 문제이다.

독일 등 유럽에서 스틸캔이 다량 사용되고 있다는 포항제철 측의 근거제시에 대해서도 국내 제관사들은 유럽의 맥주는 맛과 향이 국내 맥주에 비해 강하기 때문에 스틸소재와 맥주가 반응했을 때 나타날 수 있는 이취가 큰 문제로 떠오르지 않았을 뿐이라면서 우리나라와 일본의 경우 맥주의 맛과 향이 가볍기 때문에 이러한 우려가 나오고 있다고 지적하고 이에 대한 명확한 대안이 제시되지 않는한 스틸맥주캔 상용화는 무리수가 있다는 주장이다.

또한 상용화 단계에 이르기 전에 충분한 테스트가 필요하다고 지적하는 제관사들은 현재 하이트맥주와 OB맥주가 포항과 광양지역을 중심으로 실시하고 있는 테스트는 3개월 정도의 기간을 두고 있지만 식음료 테스트는 적어도 6개월에서 9개월의 시간이 필요하며 이처럼 충분한 시간을 두고 여러 과정의 테스트를 통해 명확한 근거가 제시되어야 한다는 것이다.

3. 결론

현재 하이트맥주와 OB맥주가 포항과 광양지역을 중심으로 전개하고 있는 소비자마케팅의 결과는 이번 달 초에 나올 것이라 한다.

그동안 중간 점검에 따르면 아직까지 큰 문제가 없었기 때문에 최종 결과 역시 긍정적으로 기

대하고 있다는 OB맥주의 경우 스틸캔을 주로 생산하고 있는 벨기에의 인터브루사와 협업을 한 상태로 가격과 제품의 안정성만 확실시된다면 스틸캔으로의 전환이 빠르게 진행될 것으로 예상된다.

현재 스틸캔의 상용화에 대해 제관업계는 그 의견이 분분하다.

현재 15억관 정도의 알루미늄 생산체제를 갖추고 있는 국내 제관업계에 맥주캔을 중심으로 스틸캔으로의 본격적인 재질변경이 진행될 경우 가뜩이나 어려움을 겪고 있는 국내 제관업계에 적지않은 파장이 일 것으로 우려하는 목소리와 단기적으로는 어려움이 있을 수 있으나 장기적으로 보면 국산화된 소재인 스틸캔으로 전환하는 것이 경쟁력을 가질 수 있다는 주장이 그것이다.

이러한 제관사의 주장이 뚜렷하게 두드러지지 못하는 가운데 국산 소재인 스틸로의 맥주캔 전환은 점진적으로 진행될 것으로 진단하는 의견이 지배적이다.

이 과정에서 요즘 흔히 벌어지고 있는 환경이나 국산화에 대한 단순 논리에 치중할 것이 아니라 맛과 향에 대한 의구심과 국내 제관사의 현황에 대한 명확한 대안과 소비자 및 맥주제조업체의 긍정적인 동의까지 아우를 수 있는 방향성 제시 등이 병행되어야 할 것이다. ☐

윤지은 기자

포장계 정기구독 및 광고 문의

TEL. 02)835-9041