

# 기능성 중시 특징있는 제품 출시

## 음료시장 변화에 호황 기대

### Market Trend of Can

올 여름 음료시장이 달아 오르면서 제관업계에도 청신호가 켜졌다. 음료시장의 급신장을 예고하는 지표는 경기회복에 따른 구매력 증대와 예년보다 20일 쯤 일찍 찾아 온 무덥고 건조한 날씨 특수 때문이다. 업계는 올해 음료시장 매출 규모가 지난해 보다 20%나 늘어 벌써 1조원을 넘은 것으로 보고 있다.

전체 음료시장을 2조5천억원으로 추산한다면 대단한 매출규모가 아닐 수 없다. 음료시장의 변화에 따라 영향을 받는 제관시장은 다른 용기인 유리병, PET, 종이팩 등의 견제를 받으면서 지속 성장을 해오고 있다.

지난 96년 60억관의 매출에서 점차 매출이 줄어 98년 42억관을 기점으로 지난해 48억관의 생산실적을 올림으로써 점차 회복기를 맞고 있다.

업계는 불황이 지속된 지난 몇 년간 소형캔을 중심으로 한 다양한 형태의 캔을 선보이면서 불황을 탈피하기 위한 돌파구를 찾아 지난해를 기점으로 성장 폭이 커지고 있다.

특히 환경이 사회문제로 발전, 친환경 포장재로 각광을 받고 있는 제관은 금속캔재활용협회를 중심으로 한 재활용에도 영향을 받아 소비자들로부터 호응을 받고 있다.

단지 오픈이 불편하다거나 재질에 의한 소비자의 부상 등 약점이 있으나 이용의 편리성 및 재활

용에 대한 관심도가 증가함에 따라 수요가 늘고 있다. 음료시장의 변화에 많은 영향을 받고 있는 제관업계는 지난해 음료시장에서의 신제품 경쟁이 치열해지고 음료업체간 시장점유율 확보라는 경쟁에서 비롯된 다양한 마케팅과 디자인의 영향으로 전년대비 최고의 성장률을 기록했다.

지난 98년까지 계속 감소세를 보여왔던 제관업계가 성장세로 반전하면서 올 들어서도 경기, 기후 특수로 인한 높은 성장이 예상된다.

최근 수년간 국내외의 경기침체로 어려움을 겪었던 제관업계로서는 침체를 벗어나기 위한 자구 노력이 결과로 이어지는 기쁨을 만끽하고 있다.

업계의 자구 노력은 신제품 개발에서 두드러지는데 97년부터 보이던 350ml 소형캔과 캔 외관에 굴곡을 준 익스펜디드캔 등 외관에서 소비자들의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 노력을 보이는 한편 핫 캔, 쿨 캔, 개봉의 편리함을 더한 이지오픈 캔 등을 선보이며 기능성을 최대한 살린 제품을 소개하고 있다.

특히 최근 포항제철과 롯데알미늄이 맥주용기의 스틸캔화를 이루면서 캔 시장에 반향을 불러일으킬 것으로 예상된다. 스틸캔의 경우 생산원가가 알루미늄에 비해 10% 정도 낮고 원재료도 알루미늄보다 상대적으로 안정적인 구입이 가능해 전량 수입에 의존하고 있는 알루미늄에 비하

면 경제적인 효과가 월등하다고 할 수 있다.

따라서 맥주용 스틸캔 시장이 확보된다면 최근 제관업체에서 겪어온 원자재 구입난은 다소 해결될 것으로 보이며 연간 300억원의 무역수지 개선효과가 기대되고 있다.

지난해 생산실적을 보더라도 스틸캔이 40억관을 차지해 알루미늄 캔의 4배를 넘어서고 있으며 생산량에서도 알루미늄 캔은 감소한 것으로 나타나고 있다.

더욱이 울들어 맥주용기의 스틸캔화가 성공하

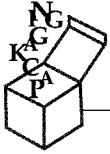
면서 알루미늄캔의 대부분이 스틸캔으로 대체된다면 자원 재활용 측면에서도 고무적인 일로 받아들여지고 있다.

스틸캔의 재활용을 목적으로 설립돼 활동하던 (사)한국금속캔재활용협회가 모든 재질의 캔을 재활용하는데 앞장서면서 전국망을 활용한 폐캔의 체계적인 수거로 알루미늄캔과 스틸캔의 분리수거 및 재활용에 앞장서 온 제관업체는 스틸캔의 상용화로 재활용의 안정화를 기할 수 있게 됐다.

(표 1) 99 금속캔 판매실적 비교(총괄)

(수량:백만관)

구 분			99년 실적	98년 실적	97년 실적	증감(99/98 대비)		
						수량	%	
음료관	알루미늄	2pcs	맥주관	471	445	617		
			탄산관	96	285	636		
			주스, 스포츠 전통음료	333	370	220		
		계	900	1,100	1,473	△200	△18.2	
	스틸	2pcs	맥주관	118	87	10		
			탄산관	1,248	836	1,073		
			주스, 스포츠 전통음료	350	270	479		
			소계	1,716	1,193	1,562	523	43.8
		3pcs	탄산관	14	2	77		
			커피관	694	605	537		
주스, 스포츠 전통음료			670	668	1,368			
소계			1,378	1,275	1,982	103	8.1	
합계	3,094	2,468	3,544	626	25.4			
합계	3,994	3,568	5,017	426	11.9			
통조림관	스틸	농산물	93	87	116			
		수산물	375	367	512			
		축산물	17	13	28			
	합계	485	467	656	18	3.9		
분유관	스틸	분유	51	52	58	△1	△1.9	
미술관	스틸	제약관 및 기타	32	28	40	4	14.3	
에어졸관	스틸	에어졸, 부탄	415	307	327	108	35.2	
잡관	스틸	0.5~20l 관	144	133	145	11	8.3	
총계			5,121	4,555	6,243	566	12.4	



[표 2] 금속캔 연도별 재활용 계획

(단위:백만관, 천통, %)

구 분		94(실적)	95(실적)	96(실적)	97(실적)	98(실적)	99(실적)	2000년		
발 생 량	수 량	ST	4,319	4,840	5,018	4,579	3,175	3,930	4,000	
		AL	1,182	1,211	1,071	1,408	1,081	856	1,362	
		계	5,501	6,051	6,089	5,987	4,256	4,786	5,362	
	중 량	ST	302	339	379	352	277	325	341	
		AL	17	18	20	21	16	13	20	
		계	319	357	399	373	293	338	361	
재 활 용 실 적	협 회	ST	0.3	9.5	53.8	95.2	101.1	136.7	140	
		AL	0	0.5	1.2	3.8	5.7	5.5	7	
		계	0.3	10	55	99	106.8	142.2	147	
	기 타	ST	34.9	50.5	56.2	78.2	89.7	81.1	86	
		AL	6.6	3	3.4	3.5	3.5	2.5	5.3	
		계	41.5	53.5	59.6	81.7	93.2	83.6	91.3	
	합 계	ST	35.2	60	110	173.4	190.8	217.8	226	
		AL	6.6	3.5	4.6	7.3	9.2	8	12.3	
		계	41.8	63.5	114.6	180.7	200	225.8	238.3	
	재 활 용 율 (%)	협 회	ST	0.1	2.8	14.2	27.0	36.5	42.1	41.1
			AL	0.0	2.8	6.0	17.8	35.6	42.3	35.0
			계	0.1%	2.8%	13.8%	26.7%	36.5%	42.1%	40.7%
기 타		ST	11.6	14.9	14.8	22.2	32.4	25.0	25.2	
		AL	38.8	16.7	17.0	16.7	21.9	19.2	26.5	
		계	13.0%	15.0%	14.9%	21.9%	31.8%	24.7%	25.3%	
합 계		ST	11.7	17.7	29.0	49.3	68.9	67.0	66.3	
		AL	38.8	19.4	23.0	34.5	57.5	61.5	61.5	
		계	13.1%	17.8%	28.7%	48.4%	68.3%	66.8%	66.0%	
회수의무율(%)			5.0%	10.0%	10.0%	15.0%	15.0%	40.0%		
이용목표율(%)			20.0%	30.0%	30.0%	40.0%	40.0%	40.0%		

주) 1. 발생량(수요예측)은 우리나라 캔 제품 전체이며, 매년 10%씩 증가(최대치)로 보았음.  
 2. AL캔 20%(소재 5%), AL캔 15g/개, ST캔 70g/개 계산함(96년까지)  
 3. 97년이후는 협회 회원사 공캔평균중량으로 계산함.

알루미늄관의 경우 2피스캔은 증감 변동이 없는 반면 탄산용의 증가가 두드러진 것을 보면 음료 신제품 개발에 대한 영향이 컸던 것으로 분석된다. 스틸캔 역시 탄산용과 스포츠음료용, 건강음료용 등 기능성을 중심으로 한 제품의 매출이 크게 늘어난 것을 볼 수 있다.

이는 지난해부터 건강음료, 쌀음료, 스포츠 음료 등에 대한 신제품 출시가 음료업체간 경쟁으로 이루어졌고 소비자의 선호도가 탄산음료에서 이동하는 경향을 반영한 것으로 풀이된다.

제관업체의 경우 음료업체와의 신제품 개발에 대한 노력, 친환경 소재로서의 재활용에 대한 자

[표 3] 1999년도 제관 용도별·재질별 판매현황

(단위:천개)

구	분	내 수 용									
		알루미늄		스틸				합계			
		2피스	비율	2피스	3피스	소계	비율	2피스	3피스	계	
식품	음료관	맥주용	447,206	99.6%	1,632	0	1,632	0.4%	448,838	0	448,838
		탄산용	91,160	6.8%	1,238,477	14,190	1,252,667	93.2%	1,329,637	14,190	1,343,827
		주스용	224,261	45.6%	8,800	258,439	267,239	54.4%	233,061	258,439	491,500
		스포츠음료용	42,833	12.9%	283,190	6,761	289,951	87.1%	326,023	6,761	332,784
		커피용		0.0%		736,246	736,246	100.0%	0	736,246	736,246
		기타(전통음료, 주류)	50,152	15.1%	54,846	226,438	281,284	84.9%	104,998	226,438	331,436
	소계	855,612	23.2%	1,586,945	1,242,074	2,829,019	76.8%	2,442,557	1,242,074	3,684,631	
	조림관	참치용	0	0.0%	184,447	79,306	263,753	100.0%	184,447	79,306	263,753
		기타수산물		0.0%	10,900	75,359	86,259	100.0%	10,900	75,359	86,259
		농산물		0.0%		93,341	93,341	100.0%	0	93,341	93,341
		축산물		0.0%		15,816	15,816	100.0%	0	15,816	15,816
		소계	0	0.0%	195,347	263,822	459,169	100.0%	195,347	263,822	459,169
분유			0.0%		50,871	50,871	100.0%	0	50,871	50,871	
소계	0	0.0%	0	50,871	50,871	100.0%	0	50,871	50,871		
계	855,612	20.4%	1,782,292	1,556,767	3,339,059	79.6%	2,637,904	1,556,767	4,194,671		
잡관	미술관	제약용		0.0%		11,600	11,600	100.0%	0	11,600	11,600
		기타(펜시, 제과)		0.0%		20,752	20,752	100.0%	0	20,752	20,752
		소계	0	0.0%	0	32,352	32,352	100.0%	0	32,352	32,352
	에어졸관	부탄가스용(내수)		0.0%		271,483	271,483	100.0%	0	271,483	271,483
		에어졸용	0	0.0%		143,823	143,823	100.0%	0	143,823	143,823
		소계	0	0.0%	0	415,306	415,306	100.0%	0	415,306	415,306
		잡관 1~20관(폐일포함)		0.0%		144,331	144,331	100.0%	0	144,331	144,331
	계	0	0.0%	0	591,989	591,989	100.0%	0	591,989	591,989	
합계	855,612	17.9%	1,782,292	2,148,756	3,931,048	82.1%	2,637,904	2,148,756	4,786,660		
출고비율(%)	17.875%	17.9%			82.125%	82.1%			100.000%		

구 노력이 성공을 거둬 수년간 침체되어 온 업계에 활력을 불어넣고 있다.

지난해와 올해 제관용기에 사용되는 도료인 에폭시수지에서 비스페놀이 검출된다는 제기가 있었으나 큰 영향을 미치지 않는 것으로 분석된다. 업계는 대응책 마련에 부심하고 있었던 것이 사실이지만 소비자의 관심과 외면도는 환경

에 대한 심리보다는 적었다.

제관업계 역시 음료시장의 영향을 많이 받고 있어 선부른 판단을 할 수는 없지만 가능성을 중심으로 신세대 취향에 맞는 제품 개발로 이어진다면 장기 불황을 완전히 벗어날 수 있을 것으로 예상된다. 제관 업계 역시 올해가 최대 변수로 작용할 것 같다. ☐