

금속 캔의 시장 동향과 전망

Market Trend of Can

김 성 우 / 한일제관(주) 상무이사(부경대학교 식품포장학 강사)

인류의 필수적 욕구인 식생활의 발전과 더불어 발전해온 금속 캔은, 여타산업과 마찬가지로 시대적 환경에 따라 시장 및 기술적 변천을 해왔고, 최근 5년 간은 국제화와 정보화 시대의 물결을 타고 과거 100년에 걸친 근대 제관산업의 변천 못지 않게 급속한 양적, 질적 변화를 가져왔으며, 다가오는 향후 5년 간은 시장판도를 주도하는 또 다른 중요한 변화를 예고하는 조짐을 보이고 있다.

이러한 시대적 전환기에 최근 제관산업의 시장동향은 경제동향과 소득수준, 소비패턴 및 대체성 포장용기와의 경쟁력 등에 따라 달라질 것이므로, 이를 전망하는 것은 대단히 어려운 과제일 것이나, 몇 가지 가용한 지표를 토대로 주로 식품용 금속 캔을 중심으로 아래와 같이 원론적 차원에서 조망해 보고자 한다.

1. 최근 제관산업의 동향

1-1. 세계 제관시장 동향

- 전 세계의 금속 캔 시장규모는 맥주를 포함

한 식, 음료용 캔을 기준으로 볼 때, 약 2,400억 캔 정도로 추정되며 이 수량은 1995년 이후 현재까지 총량으로 볼 때 정체 내지 감소 경향에 있다.

- 이중 음료용 캔이 총 식품용 캔의 약 85%를 차지하고 있고 국민소득이 높은 선진국일수록 높다.

- 1999년 기준, 국가별로는 미국이 절반이 넘는 1,346억 캔 (총 1,390억 캔 중 식품용 캔)을 소비하고 있고, 다음이 일본으로 15%인 약 365억 캔이고 한국은 약 45억 캔 (총량은 51억 캔)으로 세계 7대 생산국이다.

- 1인당 캔 소비수준은 미국이 499 캔, 일본이 290 캔에 비하여, 한국이 108 캔으로, 본 단면만 볼 때는 향후 소득과 소비심리가 호전되면 아직도 추가 성장의 잠재력은 있다고 볼 수 있다.

- 내용물 별로는 구미지역에서 맥주와 탄산음료가 주종을 이루고, 우리나라와 일본은 절반 이상이 커피를 포함한 비 탄산음료를 차지하는 특징적인 현상을 보여, 아직도 상당부분 스틸 3피

스 캔을 사용하는 간접적인 이유가 되지만

- 세계적인 추세는 원가면에서 유리한 3피스 캔에서 2피스 캔으로 급속히 전환되고 있다.

- 소재별로는 자국의 알루미늄과 스틸산업의 경쟁력, 2피스 캔의 비율, 가용 제관기술과 설비 및 맛에 민감한 맥주용 캔의 수요 등에 따라 다르나, 미국이 알루미늄의 절대 우위임에 비하여 한국과 유럽은 2피스캔 중 상당부분 스틸을 사용하나, 맥주용은 일본과 우리나라에서도 아직 알루미늄이 절대적으로 많다

- 그러나 최근 5년 간, 전 세계의 금속 캔 소비가 정체되거나 감소 경향을 보이고 있는 것은 그간 성장의 견인차 역할을 해 온 아시아지역이 외환위기에 따른 극심한 경기침체로 실업과 소득 감소, 소비심리의 위축도 있었지만, 대체용기인 페트병이 1차로 유리병시장을 잠식한데 이어, 소형화되면서 캔 시장을 잠식하며 연 평균 16~18%의 고도 성장을 함으로써, 아직도 4대 식품용기 중 종이 팩에 이어 높은 비중을 차지해 온 금속 캔 시장을 위협하고 있다

그러나 아직은 금속 캔이 여타 식품포장용기에 비하여, 고도의 밀봉성과 차단성(Barrier) 및 내열성으로 장기보존성에 가장 적합하고, 견고하여, 수송으로부터 보관, 휴대 및 사용하기 편리하고, 다채롭고 격조 높은 금속인쇄와 디자인을 통한 패션화, 고급화로 상품성(판촉)과 고속작업성 면에서 비교우위의 장점을 가진, 핵심적인 포장용기로서의 위치를 차지하고 있다

1-2. 국내 제관시장 동향

- 1999년 기준, 국내 금속 캔의 시장규모는 총 51억 캔 중 식품용은 약 45억 캔 (제관조합

자료)으로 이는 1995년의 총 66억 캔 (식품용은 61억 캔)에 비하여 아직도 22%나 감소되었고, IMF 구제금융을 받던 1998년에는 전년에 비하여 27%나 감소된 바 있다

1998년 기준, 국내 금속포장용기의 총 생산액은 9,352억 원으로 약 10조원에 국내포장산업 총생산액의 9%를 접하나 (산업자원부 실태조사), 수량을 기준으로 음료용 4대 포장 용기 중에서는 종이포장용기에 이어 높은 점유율을 유지하고 있다.

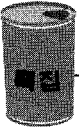
- 내용물별로는 최근 3년 간 식품용 캔 중 맥주를 포함한 음료용 캔이 차지하는 비율은 약 88%이며, 1999년에 음료용 캔 중 비 탄산음료는 아직도 51%(1995년에는 66%)이며, 맥주용 캔은 아직도 캔의 비율(관화율)이 14%에 불과하고 나머지는 유리병이 차지하여, 구미지역과 일본에 비하여 현저히 적다

- 캔의 형상 (관형별)은 1999년 중, 총 금속 캔 중 2피스 캔이 55% (3피스 캔 45%)로 1995년의 41%에서 14%나 증가되었다

- 소재별로는 1999년 기준, 스틸이 82%로, 1995년의 80%에서 약간 증가되었으나, 2피스 캔 중에서는 68%이고, 맥주용 캔 중에서는 20%(1997년까지는 2% 미만)에 불과하다

- 금속 캔 재활용은 1999년 기준 약 65%로, 일본과 독일 등, 일부 선진국을 제외하고는 가장 성공적인 국가 중의 하나로 평가받고 있다

그러나 이제 국내외의 제관산업은 저 성장, 저 마진의 국제경쟁시대에 대응하여 자원재활용과 위해 요소에 대한 환경과 위생 안전대책의 중요성이 고조되고, 다양한 소비계층의 요



구와 소비패턴의 변화에 맞춰, 최저의 원가와 최적의 품질 경쟁력을 확보하는데 첨예한 경쟁을 해야하는 시점에서 국내의 제관산업은 1) 세계 전체 금속 캔 수요의 장기적인 침체추세, 2) 전반적인 공급과잉, 3) 대체용기의 시장침투로, 4) 공장가동을 위한 업체간의 출혈경쟁과 거래선의 가격인하압력으로 채산성이 악화되고 있고, 이 현상이 장기화가 예상되어 제관산업은 기술과 원가 및 품질 면에서의 국제경쟁력을 확보하고도 위기관리의 필요성이 대두되고 있는 실정이다.

2. 2001년도 제관업계의 전망

2001년도의 국내제관업계의 전망은, 국내의 경제전망이 불투명하고 국내의 금융기관, 공기업 및 대기업을 포함한 구조조정 과정에서 금융위기와 대량실업의 발생이 예상되어, 소득감소에 따른 소비심리의 위축현상이 벌써 2000년도 4/4분기부터 판매의 둔화 내지 감소현상으로 나타나고 있는 바, 당 업계의 금년도 시장전망은 식, 음료거래선을 중심으로 한, 적극적인 마케팅 전략이 수반되지 않는 한, 더 어려운 여건 하에 맞이하는 한해가 될 것으로 보여진다.

이와 같은 식, 음료산업의 유효수요와 관련된 시장수요 여건과 아울러, 위생과 안전에 관한 소비자 보호운동의 확산과 위해 요소 등에 대한 법제화(HACCP, PL, RECALL)를 통한 단계적인 규제 강화, 자원절약과 재활용에 대한 지속적인 대책, 페트병을 포함한 대체용기의 시장침투 대응방안에 따른 금속 캔의 차별화전략은 소비대중의 생활스타일의 변화와 물류, 유통구조

의 변화, 소비계층별 소비패턴의 변화 등에 맞춰 이에 적합한 기능의 보강이라는 투자와 원가상승요인이 되는 측면과 저 마진의 무한경쟁에 대비하여 원가절감을 해야하는, 상충될 수 있는 정책방향을 조화 있게 적용해야할 기술적 과제를 가지고 있다.

2-1. 금속 캔의 수급전망

- 금속 캔의 수요는 주 용도가 식, 음료용이므로 식, 음료자체의 시장과 식품용기간의 경쟁력 및 상기의 요인에 따라 달라질 것이나, 특히 기호음료가 주종인 만큼 소비심리에 대한 반응이 민감하므로, 작년도 음료시장 전체가 15%이상(금속 캔은 7% 내외 추정)의 고도성장을 하였고, 아직도 소비수준이 IMF외환위기 이전보다 10% 이상이나 낮은 수준을 감안하여도 금속 캔은 작년에 이어 GDP 성장률 이상으로 신장하리라고 낙관하기가 곤란할 것이나, 시장수요는 인위적으로 창출 할 수도 있는 만큼, 식, 음료회사와 같이 적극적인 마케팅으로 그간 대폭 감소되었던 특수과즙음료, 기능성 음료시장 등의 확대 전략 성공여부에 따라 좌우될 것이다.

- 공급측면에서는 현재 총량 기준으로 공급과잉인 상황에서 수요증가가 불투명함을 감안할 때 추가 증설에 대한 투자는 쉽지 않을 것이며, 수급여건은 성수기에 특수 관종에 집중될 가능성에 사전 대비한다면 별 문제점이 없으리라고 본다.

- 내용물별로는 식, 음료시장의 예측과 같이, 탄산음료용은 특별한 신제품의 이벤트가 없는 한, GDP성장률 내외의 신장이 예상되며, 과즙주스용은 IMF 기간 중에 가장 많이 감소한 품

목이고, 작년도 매실을 포함한 건강과 맛을 부각 시킨 신제품의 성공적인 출시로, 미 과즙음료용과 같이, 신생 업체와 기존업체의 경쟁상황에서 신장세가 지속되기를 기대하는 품목이며, 커피용 캔의 안정적인 신장과 스포츠음료용의 회복세, 기타 전통음료나 수산물을 포함한 일반 식품

용 캔의 극히 제한적이거나 퇴조의 추세가 지속될 것으로 예상된다.

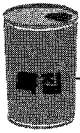
- 캔의 형상별(관형)로는, 예년과 같이 3피스캔은 밀크커피 등과 일반 특수 관종의 식품용 캔을 제외하고는 공급능력의 범위 내에서 2피스캔화가 지속되는 추세를 막을 수 없을 것이다.

(표 1) 한국 금속 캔 판매실적

(단위 : 백만 개)

구 분			1997				1998				1999			
			알미	스틸	계	증감율	알미	스틸	계	증감율	알미	스틸	계	증감율
음료관	맥주용	2PC	617	10	627	↓4.71	446	87	533	↓14.99	470	119	589	↑10.51
		3PC			N/A				N/A					N/A
		TOTAL	617	10	627	↓4.71	446	87	533	↓14.99	470	119	589	↑10.51
	탄산용	2PC	636	1073	1709	↑23.93	285	836	1121	↓34.41	96	1248	1344	↑19.89
		3PC		77	77	↓8.33		2	2	↓97.40		14	14	↑600
		TOTAL	636	1150	1786	↑22.08	285	838	1123	↓37.12	96	1262	1358	↑20.93
	기타음료용	2PC	220	479	699	↑125.5	370	270	640	↓8.44	332	350	682	↑6.56
		3PC		1905	1905	↓30.50		1272	1272	↓33.23		1365	1365	↑7.31
		TOTAL	220	2384	2604	↓14.65	370	1542	1912	↓26.57	332	1715	2047	↑7.06
	TOTAL	2PC	1473	1562	3035	↑29.31	1101	1193	2294	↓24.42	898	1717	2615	↑13.99
3PC			1982	1982	↓29.84		1274	1274	↓35.72		1379	1379	↑8.24	
TOTAL		1473	3544	5017	↓3.00	1101	2467	3568	↓28.88	898	3096	3994	↑11.94	
식품관	참치관	2PC		317	317	↓1.86		203	203	↓35.96		188	188	↓7.39
		3PC		31	31	↑121.4		43	43	↑38.71		79	79	↑83.72
		TOTAL		348	348	↑3.26		246	246	↓29.31		267	267	↑8.54
	기타식품관	2PC												
		3PC		366	366	↓10.95		273	273	↓25.41		268	268	↓1.83
		TOTAL		366	366	↓10.95		273	273	↓25.41		268	268	↓1.83
	TOTAL	2PC		317	317	↓1.86		203	203	↓35.96		188	188	↓7.39
		3PC		397	397	↓6.59		316	316	↓20.40		347	347	↑9.81
		TOTAL		714	714	↓4.55		519	519	↓27.31		535	535	↑3.08
미술관, 에어줄, 집관				512	512	↓5.01		468	468	↓8.59		592	592	↑26.50
총계	2PC	1473	1879	3352	↑25.54	1101	1396	2497	↓25.51	898	1905	2803	↑12.25	
	3PC		2891	2891	↓23.70		2058	2058	↓28.81		2318	2318	↑12.63	
	TOTAL	1473	4770	6243	↓3.34	1101	3454	4555	↓27.04	898	4223	5121	↑12.43	

(자료 : 한국제관공업협동조합)



2-2. 금속 캔의 기술개발 전망

- 패션화와 다양화로 거론되고 있는 Shaped can, Embossed can, Deep beaded can, Wet looks can 등은 국내 제관회사의 기술력으로 볼 때, 기술적인 문제는 별로 없고, 투자와 경제성, 라인의 효율과 가용성의 문제이며, 라미네이트 캔이나 Bottle can 등은 장기적인 공동투자와 협력사안으로 보아야 할 것이다.

- 경량화와 대체소재의 상용화를 포함한 원가 절감은 경쟁의 핵심중의 하나로 긴급, 긴급한 사안이며, 개발투자에 대한 공동협력과 투자수익에 대한 보상원칙, 선 개발회사에 대한 인센티브 등이 검토되어, 추진되어야 할 것이다.

- 기타 환경과 위생, 안전에 대한 대응방안과 전 과정의 무 결정을 목표로 한 품질등급의 일류화, 환경호르몬 등 위해 요소 제거를 위한 예방대책과 금년부터 유제품에 선택적으로 적용되는 HACCP에 대한 대비책은 제관회사의 의지와 관계없이 추진해야 할 필수적인 개선사안이 될 것이다.

- 대체포장용기 (PET등)의 금속캔 시장잠식은 국제적 추세로 보아 예상 가능한 것으로, 그 추이가 주목되나, 아직도 식품용기로서의 금속캔이 비교우위의 장점을 가지고 있고 상대적으로 취약한 PET병의 차단성(Barrier)결여에 따른 위생적인 위해 요소의 가능성, 내열성, 소형화의 한계 등으로 당분간은 제한적인 경쟁이 예상된다.

금속 캔은 여타 식품포장용기에 비하여, 고도의 밀봉성과 차단성(Barrier) 및 내열성으로 장기보존성에 가장 적합하고, 견고하여, 수송으로부터 보관, 휴대 및 사용하기 편리하

고, 다채롭고 격조 높은 금속인쇄와 디자인을 통한 패션화, 고급화로 상품성(판촉)과 고속작업성 면에서 비교우위의 장점을 가짐으로써, 그간 세계 각 국에 널리 보급되어 상품을 이루는 중요한 구성요소로서, 제품의 원가, 품질, 판촉과 유통, 환경문제를 포함한 제품의 국제경쟁력을 좌우하는 핵심적인 역할을 담당하였다.

또한 시대적 환경과 식생활문화의 변화에 따라, 능동적인 변신과 위기관리를 통하여, 시장수요창출의 주연을 하기 위해서는 금년을 포함한 향후 몇 년간의 전환기를 지혜롭게 넘겨야 할 것이다. ☐

독 자 결 령 신 설

월간 포장계는 독자여러분들의 의견을 수용하기 위해 다양한 의견의 독자결렬을 신설합니다.

어떠한 의견이라도 좋습니다.

포장인의 독설을 펼칠 지면을 열어하니 많은 참여 기다립니다.

필자는 밝히지 않겠습니다.

월간 포장계 편집실
TEL : (02)835-9041