



국내·외 금속캔 시장 현황

Status of Metal Can Industry

- 한국 철강신문 자료제공

금속캔 재료인 석도강판은 2003년은 너무 힘든 한해였다. 이 같은 이유는 국내 경기 위축과 소비심리 위축에 따른 것으로 음료시장이 10% 정도의 감소를 보이면서 식판 수요가 약세를 면치 못했다.

특히 PET 유리 등의 대체재와의 경쟁은 더욱 치열해지고 있지만 음료 시방이 약세를 모이면서 더욱 어려워졌다. 2004년은 경기회복에 따라 소비심리도 살아날 것으로 기대되고 있다.

-편집자 주-

1. 석도강판 2003년 동향

석도강판은 2003년 11월까지 2002년 같은 기간에 비해 약보합세를 기록했다. 총 판매량은 82만7,000톤을 기록해 2002년 동기 대비 0.7% 감소했다. 이 같은 감소는 총 판매 증가를 이끌어왔던 수출이 감소하면서 나타난 것으로 풀이된다. 수출은 2002년 동기 보다 0.1% 증가한 46만1,100톤을 기록했다. 수출은 10월까지 큰 폭의 증가를 이어갔지만 11월 들어서면서 크게 감소하면서 전체 보합세로 돌아선 것으로 나타났다. 내수는 36만5,900톤을 기록해 2002년 동기 대비 1.7% 감소한 실적을 기록했다.

당초 2003년 석도강판은 주 5일제 확대에 따라 음료 시장이 큰 폭으로 성장하면서 크게

증가할 것으로 예상됐다. 그러나 2002년 월드컵과 부산 아시안게임 등의 영향으로 2002년 여름 특수를 누렸던 것에 비해 2003년은 특수도 없었고 국내 경기 부진에 따라 소비심리가 크게 위축되면서 석도강판 전체 판매량도 약세로 돌아선 것으로 나타났다. 소비심리와 가장 밀접한 제품인 석도강판의 특성상 석도강판의 실적이 좋아지기 위해서는 국내경기가 살아나야 한다는 것이 업계의 의견이다.

1-1. 국내 금속캔 동향

금속캔 시장은 지난 2003년 꾸준한 성장을 보였다.

통계청 자료에 따르면 2003년 11월 금속캔 총 생산량은 4억8,454만관을 기록해 2002년 동월(4억4,866만관)보다 8% 증가한 것으로

나타났다. 이는 전형적인 11월 성수기에 업체들이 생산량을 늘렸기 때문으로 분석된다.

그러나 2003년 하반기 금속캔 시장은 상반기에 비해 어려웠던 것으로 알려지고 있다.

음료시장의 부진이 지속되고 있으며 잡관 시장은 강세를 보이고 있지만 언제까지 지속될지는 미지수다.

11월 금속캔 내수 역시 3억9,268만관을 기록해 2002년 동월(3억6,577만관)보다 7.4% 증가했지만 전월(4억7,647만관)보다는 17.6% 크게 감소한 것으로 나타났다. 수출도 증가세를 유지했다.

총 수출량은 2,019만관을 기록해 2002년 동월 1,108만관보다 82.2% 크게 증가했으며 전월 대비보다는 7.5% 증가한 것으로 나타났다.

스틸캔은 한때 급속한 성장을 보였던 전통음료용이 지난해 상반기에 2001년 대비 43% 급감했으며 탄산음료용은 20% 줄어든 반면 맥주용, 스포츠음료용 주스, 식품용의 경우는 증가했다.

알루미늄캔은 지난해 상반기에 약 1억2,000만관 증가한 10억6,800만관을 기록했다.

알루미늄캔은 맥주용과 주스용이 증가했으며 스틸캔과 마찬가지로 탄산음료 및 전통음료가 급격한 감소를 보였다. 특히 맥주캔은 전체 7억6,000만관 중 스틸캔이 6,500만관으로 8.6%를 차지했다.

이와 더불어 금속캔은 지난해 겨울부터 PET병 맥주와 온장음료용 PET병이 출시되는 등 끊임없이 대체재와 경쟁이 지속됐다.

PET·유리 등의 대체재와의 경쟁이 심화되면서 맥주사들이 PET병 맥주를 시판하고 홍보

에 열을 올리면서 금속캔의 경쟁은 갈수록 심화되고 있다.

금속캔 시장이 꾸준히 성장하고 있는 것은 신규 수요가 꾸준히 창출되고 있고 업체들의 홍보 지속 때문으로 풀이된다. 그러나 큰 시장인 음료시장이 부진을 면치 못하고 있어 업계의 체감온도는 크게 부진한 것으로 보인다.

1-2. 해외 금속캔 동향

해외에서는 금속캔 시장에 신제품 출시가 이어지면서 병모양캔, 점보캔, 블로우성형 에어로졸캔 등 신제품 판매가 늘어난 것으로 알려졌다.

특히 병모양캔은 병처럼 다시 마개를 닫을 수 있어 일본 소비자들에게 선풍적인 인기를 얻고 있으며 해외 수출도 고려하고 있다.

일본 최대 금속캔 제조업체인 다이와캔사가 개발 판매하고 있는 병모양캔은 알루미늄캔으로 2000년 2억4천만관에서 2002년 17억관으로 크게 증가했다.

점보캔은 Sanappie Beverage Group이 자사의 Mystic 브랜드의 음료수에 23.5온스 용량의 큰 캔을 선보였다. '슬림캔'은 투피스 알루미늄캔으로 넓은 경구의 구멍이 엔드에 적용되어 있다.

Sanapple사는 현재 대용량 캔 음료의 판매가 증가하고 있어 이 같은 캔을 선보이게 됐다.

Crown Holdings사는 자사에서 새롭게 개발한 독특한 형상을 지닌 에어로졸 캔을 적용하여 최근 정밀한 공학적 몰드를 통한 에어로졸 캔에 블로우 성형기술을 적용해 독특한 형상의 캔을 만드는 기술을 개발했다.



이 캔은 유연한 굴곡 형태나 비대칭 모양 등 독특한 형태가 가능해 석판인쇄와 함께 판매대에서 소비자들의 눈길을 끄는 높은 가치를 갖고 있다.

해외에서 이 같은 캔이 등장하고 있지만 지난해 국내에서는 나오지 않았다.

신제품 개발에 많은 투자비가 투입되지만 대부분 중소형업체들인 제관업체 현실을 볼 때 어려운 실정인게 사실이다.

2. 석도강판 전망

석도강판의 2004년 판매는 2003년 수준을 상회할 것으로 보여진다.

이는 건설경기가 회복과 음료시장의 회복의 경우에 한 한 것이며 광폭화와 박판화를 발판으로 경쟁력을 통한 시장 확대에 석도사들이 노력하고 있기 때문이다.

수출은 미국의 201조 철회와 중동의 특수가 있지만 동남아지역의 수요가 살아나지 않을 경우 크게 증가하지는 못할 것으로 예상되고 있다.

포스리 전망체에 따르면 2004년 석도강판 총 수요는 77만5,000톤을 기록해 2003년 추정치 75만1,000톤 보다 3.2% 증가할 것으로 예상되고 있다.

내수는 36만톤을 기록해 2003년 추정치 34만9,000톤보다 3%, 수출은 41만5,000톤으로 3.4% 증대할 것으로 보인다.

한편 철강협회의 수급전망도 총 수요는 77만 5,000톤으로 같은 수치를 제시했다. 그러나 증가폭은 2003년 추정치가 달라 2.5% 증가할 것으로 예상했다.

내수는 35만5,000톤을 기록해 2003년 보다 1.4% 증가할 것으로 예상했으며 수출은 42만 톤으로 2.4% 증가할 것으로 예상했다.

그러나 PET, 유리 등 경쟁소재에 의해 스틸 캔이 대체될 경우 석도강판의 내수 성장에는 한계가 있을 것으로 판단된다.

특히 내수에서 대체재에 대한 경쟁력을 갖추는 것이 시급하다.

석도강판 생산기술 집약을 통한 박판제품 공급으로 제관업체의 가격경쟁력을 키워야 한다는 지적이다.

2004년 상반기 내수는 17만5,000톤으로 2003년 상반기 대비 2.5% 감소할 것으로 전망된다. 특히 1분기에 크게 감소할 것으로 예상되고 있으며 2분기에는 증가할 것으로 예상된다.

하반기에는 18만5,000톤으로 전년 동기대비 8.8% 증가해 총 연간 내수는 증가할 것으로 보인다.



▲ 올해 성장 기대하고 있는 금속캔 업계

2004년 상반기 국내 경기가 다소 약세로 전망되고 있으나 상반기에 큰 차질이 없을 경우 오히려 하반기에는 국내 경기가 다시 폭발할 수도 있다고 한 관계자는 전했다.

그럼에도 불구하고 앞에서도 언급했듯이 PET병 맥주 등 대체재와의 경쟁이 더욱 치열해지고 있어 신규 투자와 경쟁력 확보가 시급한 것으로 알려졌다.

2003년 중 인상시켰지만 여전히 제관사에서 부담으로 작용되고 있어 석도강판 가격이 더욱 상승하기 위해서는 제관사가 제품에 가격을 반영해야 한다는 지적이다.

그러나 제관사도 석도사와 패커사이에 어려움이 많아 제품 반영이 어려운 실정이다. 또 석도원판 가격이 상승할 것으로 예상되고 있어 더욱 어려운 실정이다.

2-1. 해외 스틸캔 전망

2004년에는 캔의 모양은 원통형에는 크게 벗어나지 못했는데 이를 벗어나 뒤틀린 모양의 스킨캔 개발이 유럽에서 완료돼 곧 시판될 것으로 보인다.

유럽의 DWI (Drawn Walled Iron), Corus Pas Kaging Plus, Usinor Packaging사 등 3개사는 이와 관련한 특허권 등록을 완료했으며 현재 산업 제조시스템을 구축하고 있는 것으로 알려졌다.

이번 기술의 특징은 신규 모양을 도입한다고 해도 생산공정에는 변화가 없으며 캔을 성형할 때 강판의 양을 증가시킬 필요가 없다는 것이다. 철에만 있는 내성 때문에 이것이 가능하다.

스틸이 캔 제조에 드는 비용의 50%를 차지

한다는 것을 고려할 때 가장 큰 원가문제가 해결되는 것이다.

아직 상용화되지는 않았지만 이 같은 모양의 스틸캔이 판매가 확대될 경우 그동안 PET, 유리 등 대체재에 밀려왔던 스틸캔의 판매에 크게 도움이 될 전망이다.

2-2. 국내 금속캔 전망

2004년에는 금속캔 재활용이 더욱 늘어날 것으로 기대된다.

이는 석도강판 업체를 비롯해 재활용협회, 제관사 등이 공동으로 재활용 홍보를 지속하고 있을 뿐만 아니라 5월 금속캔 홍보전시관이 완공되기 때문이다.

한국금속캔재활용협회가 추진하고 있는 금속캔 홍보전시관이 올해 5월 준공을 목표로 하고 있으며 사이버 전시관은 이미 개설됐다.

금속캔 홍보 전시관은 절약과 환경보전을 위한 체계적인 교육을 통해 금속캔의 효율적인 이용 및 재활용을 촉진하기 위해서 설립되고 있다.

특히 전국의 어린이들에게 자연스럽게 자원 재활용의 중요성을 심어줘 자원절약과 환경보호에 앞장설 수 있도록 홍보관이 구성될 것으로 보인다.

이 전시관을 통해 금속캔의 수집 선별 가공 재활용의 일련의 시스템을 이해하고 금속캔의 우수성을 자연스럽게 체험하도록 함으로써 자원 절약과 환경보전 체험의 장으로 금속캔 재활용에 대한 국민의식을 고취시키고 금속캔 재활용 참여도를 높일 수 있을 것으로 기대된다. ☞