



## 제관업계

캔 시장을 잠식하고 있는 세계적 추세를 잠재우기 위해서는 소비자의 시선을 끌어 단조로운 캔에 대한 이미지를 변화시킬 미학적인 인쇄와 금속용기 외형적 변화에 구체적인 관심을 가져야 할 것으로 본다. 이에 대한 국제적 협력과 분담(알루미늄, 스틸 공급회사)을 통한 개발 투자를 추진할 수 있다면 바람직할 것이다.

제관산업의 현황과 전망을 통하여 발전에 대한 과제와 장애요인을 위와 같이 알아보았으며 그 개선방향에 대한 원론적 차원의 요지는 먼저, 제관업체 자체의 장기적인 저성장, 저마진의 국제경쟁에서 독자 생존할 수 있는 핵심 역량을 배양하는데 주력하여 질적인 기술개발 투자에 대한 노력을 지속하여 경쟁력 제고를 통한 차별화를 도모해야 할 것이다.

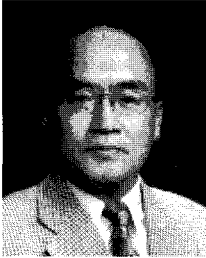
위축된 금속 캔 시장을 유지, 성장시키기 위해서는 제관업체와 수요 고객업체 간에 동반자로서 진정한 상생의 관계가 긴요하며 그간 가격 인하요인이나 제관업체의 채산성을 감안치 않은 무리한 가격인하위주의 거래관행 보다는 원가절감 등을 위한 기술개발투자에 공동참여하고, 투자수익을 균등하게 공유하며 선 개발업체에 대한 인센티브 부여로 개발의욕을 고취시키는 방향이 장기적으로 유익하다는 것을 재삼 강조하고자 한다. ko

## 제대백업계

# 특수 통한 성장 예상

백화점등 유통업체가 주 거래선이 종이 쇼핑백 업계의 2002년 전망에 대해 언급함에 있어 가장 핵심은 과연 2002년 월드컵 특수를 어떻게 매출신장에 연결 할 수 있느냐에 관건이 있다 하겠다. 지속적인 경기 침체에도 불구하고 내수가 꾸준히 늘면서 주요 백화점의 최근 매출이 작년 동기에 비해 14% 성장을 기록하였으며, 당분간 12%의

## 지대백업계



김 인 곤  
한국제대(주) 부사장

성장을 예측하고 있다. 다만 이러한 유통부문의 성장이 그대로 지대업계의 매출성장으로 반영되지는 않고 있다. 이는 소비의 양극화 현상 즉, 고가품 비중의 증가와 쇼핑백 유상판매로 사용 억제 등의 원인이 있다.

국가적으로나 지대업계의 성장은 2002년 월드컵의 특수를 어떻게 극대화하느냐에 달려 있다. 이를 위해 지대업계와 관련된 제언을 하나 하고자 한다. 월드컵 기간동안은 백화점 등의 쇼핑백 유상판매를 유보함으로써 외국인관광객 과의 있을 수 있는 마찰을 피할 수 있을 것이다. 외국인에게는 물품판매에 있어 세금도 면세해주면서 쇼핑백 값을 받는 우는 범하지 않았으면 한다. 향후 지대업계의 매출을 예측함에 있어 긍정적 측면을 검토해 보자.

### ① 유통 channel의 변화

쇼핑백을 사용하지 아니한 할인점과 홈쇼핑의 매출 비중이 전체 소매 시장에서 차지하는 비율이 1999년 10%선에서 2001년 15%, 2002년엔 18%~20% 선으로 증가 예상된다.

이는 유통시장의 성장이 지대업계의 발전으로 연결되지 아니하는 요인으로 작용하고 있다. 유통부문에서 전체 매출의 증가가 주로 고가품의 매출증대에 기인하고 있다.

### ② 긍정적 측면

과거 유통업계는 88올림픽을 계기로 괄목할 만한 성장을 하였으며, 2002년 월드컵 때 다시 한번 이러한 성장을 기대해 본다.

또한 정부의 내수 증진정책, 예를 들면 특소세 폐지, 선거 등으로 소비증가가 예견된다. ㄱ