

알루미늄박 업계

신수요 창출 · 업계 공동지구책 마련이 살아남는 길

유럽 메이커 국내진출 · 중국 자체 설비 보유로 수출시장 둔화예상

1. 서론

용융점이 다른 금속에 비해 비교적 낮아 가공하기 쉽고, 신성·연성이 좋아 매우 얇은 극박으로 가공이 가능하며 포장재로 사용시 타재료에 비해 열안정성이 좋아 인쇄·기계가공성이 매우 우수한 특성을 가진 알루미늄박은 이미 오래전부터 우리생활에 깊숙히 침투해 있다.

특히 무미, 무취, 무독성 및 이관성, 방습성, 내기성등을 가지고 있어 그간 포장재료에 많이 사용되어 왔으며 최근에는 자동차·가정용 에어컨 등의 수요가 늘고 있는 것외에도 전도성이 뛰어난 콘덴서 케이스, 절연피복 등 전기·전자 부품용, 단열재, 열교환기 등 그 용도가 더욱 다양화되고 있다. 이렇듯 산업소재로 용도가 확대되고 동남아로의 수출이 증가하여 92년부터 연평균 10%증가를 나타내고 있다.

지난 95년에는 내수 5만2천톤, 수출 3만톤으로 총 8만2천톤이 생산되었으며 96년에는 내수 5만8천톤 수출 3만2천톤으로 8만9천톤이 생산될 것으로 전망된다.

1960년대에 국내에서 첫 생산이 개시된 이래



비교적 호황을 누려왔던 박업계는 현재 롯데알미늄, 삼아알미늄, 대한은박지, 동일알미늄, 한국알미늄, 대일알미늄, 회양알미늄 7개업체가 시장을 형성하고 있다.

알루미늄박업계는 92년, 93년, 94년 상반기까지 가격때문

에 업계가 큰 어려움을 겪었다. 89년 이후 후발업체로 동일알미늄과 한국알미늄이 생산에 들어가 이로 인해 수출물량이 증가되어 총 생산의 30%정도를 수출하게 되었고 국내업체들이 해외시장에서 심한 가격경쟁을 벌이는 현상이 나타났다. 이 영향이 국내에까지 미쳐 국내 가격을 내렸는데 이에 93년말부터 업체사장단들이 회의를 열어 수출시장에서 제살까아먹기는 자제하자는 움직임을 보이기도 했다. 장기적으로는 중국, 동남아에서의 설비투자로 해외시장 확보에 어려움이 확대될 것이 예상돼 해외수출마저도 위협받고 있는 실정이다.

94년하반기부터 알루미늄값이 폭등하였는데 94년 6월부터 95년말까지 톤당 5천불로 가격이 원상회복되고 경쟁력이 살아나 올 상반기 비교적 호황을 누렸으나 올해 전반적으로 불패는 괴값이 많이 떨어져 수출시장에 타격을 받고있다.

더욱이 지금까지 물류비용 등으로 국내 진출을 꺼려왔던 유럽제품들이 아시아시장을 파고들고 있으며 매년 3~5%씩 증가하고 있는 중국시장에 대한 국내업체들의 의존도가 높아 40%를 수출하고 있기 때문에 중국시장에 문제가 생기면 바로 공급과잉현상이 나타나고 있다.

앞으로는 더욱 중국수출의 어려움이 예상됨에 따라 수출신장세가 다소 둔화될 것으로 보이므로 수출지역의 다변화를 통해 이 문제를 해결해 나가야 할 것이다.

2. 제조업체 현황

2.1. 롯데알미늄

국내에서 최초로 설비를 도입하여 생산을 시작한 업체로, 국내시장에서 가장 많은 점유율을 나타내고 있는 롯데는 압연기 6대를 보유하고 연간 3만~3만1천톤을 실생산하고 있다.

롯데는 식품, 의약품, 에어컨 등 다양한 용도로 판매하고 있는데 3만톤 생산중 내수 45%, 수출 35%, 자가사용으로 20%를 생산하고 있다.

한편 롯데는 97년 정상가동을 목표로 약 200억원을 투자하여 설비증설을 계획하고 있다. 광

폭압연기 1기를 도입하게 될 롯데는 이 설비를 만월공장에 설치할 계획이며 이 설비가 설치되면 생산캡파가 6천톤 늘어나게 된다.

또한 올해 매출이 지난해와 비슷하거나 약간 상승하는 수준에 머물것으로 예상하고 있다.

2.2. 삼아알미늄

삼아는 현재 압연기 4대를 보유하고 년 2만톤 가량을 생산하고 있다.

담배포장지, 쿠팡호일, 에어컨, 냉장고용도로 내수 55%~60%, 수출이 40~45%를 차지한다.

삼아는 올해 경영방침을 'WIN123'으로 확정하고 이를 적극적으로 추진하고 있는데 WIN123이란 매출액 1030억원달성, 알루미늄 박 2만2천톤 생산, 가공 30만Km 생산목표인 각각의 첫머리를 뜻하며 이는 전년대비 매출액은 약 8%, 박 및 가공제품의 생산실적은 각각 10%, 20%늘어난 실적이다.

2.3. 대한은박지

5대의 압연기 보유하고 있는 대한은박지는 년 2만톤을 생산하고 있다.

대한은 가정용 호일, 접합지, 산업용 등으로 판매하고 있으며 2만톤 생산중 40%를 수출, 60%를 내수로 생산하고 있다.

대한은 최근 3년간 연 20%이상의 매출신장세를 보이고 있는데 95년 680억원, 올해는 830억원의 매출을 올릴 것으로 기대하고 있다. 또한 판매량을 호일제품 1만3천톤, 가공품은 8천톤으로 총 2만1천톤 계획하고 있는데 이는 전년 대비 호일은 19%, 가공은 14%증가한 실적이다.

올해는 작년부터 자체내 ISO인증추진팀을 구

[표 1] 알루미늄박 제조업체 현황

제조업체	생산량	설비
롯데알미늄	30,000~35,000톤	6대
삼아알미늄	20,000톤	4대
대한은박지	20,000톤	5대
동일알미늄	12,000톤	2대
한국알미늄	7,000톤	2대
대일알미늄	1,350톤	2대

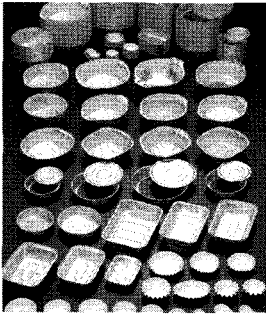
주)롯데는 97년말 7호기를 도입하고 정상가동 예정.
희양알미늄은 포함시키지 않았음.

성하여 추진하고 있는데 이달말중으로 인증사업의 결실도 기대하고 있다.

24. 동일알미늄

91년 영업을 개시하여 2대의 압연기를 보유하고 연 만2천톤을 생산하고 있는 동일은 담배 포장용은 주로 수출을, 에어컨용판재, 식품, 약품은 내수로 생산하고 있다.

동일은 95년까지 수출 60%, 내수 40%를 해왔으나 올해부터는 50:50으로 판매할 계획이다. 지금까지 내수보다 수출비중이 크고 수출선이 중국에 의존되어 있어 국제시장환경에 따른 적응력이 취약했는데 이것을 극복하기 위해 올해는 작년 다소 부진했던 PCM 즉 알루미늄에 코팅을 하여 부식을 막을 수 있도록 한 기능성 제품 등 고부가가치 제품



생산기술의 향상과 약품, 식품용 박제 제품의 판매를 확대하고 내수비중을 높이는가 하면 아시아 등으로의 수출다변화를 검토하고 있다.

25. 한국알미늄

압연기 2대를 보유하고 연간 7천톤을 생산하고 있는 한국알미늄(주)은 각종 종이 합지용, 냉난방기, 자동차에어컨용도로 제품을 생산하고 있다.

수출 80%, 내수 10%, 자가 10%로 수출이 현격히 많은 비중을 차지하고 있는데 이런 현상은 국내에서 수요를 찾기가 어렵기때문으로 주로 중국에 수출하고 있다.

그러나 중국은 계획경제체제로 연말과 연초의 물량의 기복이 심해 어려움을 겪고 있으며 중국내 설비가 설치되고 제품이 생산되면 더욱 어려워질 것으로 예상하고 한국은 신제품 개발에 주력하고 있다.

26. 대일알미늄

압연기 2대를 보유하고 년 1,350톤 가량을 생산하고 있는 대일은 내수 40%, 수출 60%를 차지한다.

대일은 기존 1공장인 화성공장에 약 100억원을 투자하여 압연기를 도입할 예정이며 관련 부대설비인 소둔로, 슬리터 등을 갖출 예정이다.

이 회사는 설비발주만 확정되면 곧 증설에 들

[표 2] 국내알루미늄실적 및 전망

(단위: 천톤, %)

구분	93		94		95		96		97	
	수량	증감률	수량	증감률	수량	증감률	수량	증감률	수량	증감률
내수	38	26.7	42	10.5	52	23.8	58	11.5	64	10.3
수출	20	11.1	23	15	30	30.4	32	6.7	35	9.4
계	58	20.8	65	12.1	82	26.2	90	9.8	99	10
생산	54	22.7	61	13	79.5	30.3	88	10.7	97.5	10.8
수입	4	0	4	0	2.5	-37.5	2	-20	1.5	-25
계	58	20.8	65	12.1	82	26.2	90	9.8	99	10

자료 : 비철협회

[표 3] 국내 AL호일업체 95, 96년 수출 실적 및 계획

(단위 : 톤, %)

구분	95년			96년(계획)			전년비 증감률
	은박	가공	계	은박	가공	계	
롯데알미늄	10,300	890	11,190	12,300	1,680	13,980	25.0
삼아알미늄	5,300	1,900	7,200	6,300	1,700	8,000	11.1
대한은박지	3,000	5,750	8,750	3,100	5,400	8,500	△3.0
동일알루미늄	6,600	-	6,600	7,300	-	7,300	10.6
한국알미늄	2,650	260	2,910	3,200	240	3,440	18.2
대일알미늄	400	100	500	900	220	1,120	124.0
합 계	28,250	8,900	37,150	33,100	9,240	42,340	13.9

자료제공 : 한국철강신문

이가 총 연간 6천톤 생산규모를 확충할 계획이나 아직 정확한 증설시기는 정해지지 않는 것으로 알려졌다.

회사측은 전년대비 올해 매출액은 약 70%증가한 120억원, 판매량은 내수 1400톤, 수출 1200톤으로 총 2600톤으로 늘려잡고 있으며 판매활동 강화의 일환으로 약 10억원을 투자, 기술개발노력 중인데 특히 자동차 공조용, 전자용 부품의 제품개발에 적극 나설 계획이며 내수비중을 50%까지 올리고 중국, 동남아로 늘려 나갈 것이다.

3. 결론

알루미늄제품이 산업전반에 파고 들어 한나라의 경제성장률과 비슷하게 성장하는 추세를 보이고 있다.

알루미늄 박은 장기적으로 볼 때 아직 성장가능성이 큰 품목으로 평가되고 있다. 다만 국내 수요를 얼마나 추가 창출할수 있느냐가 시장을 키우는 관건이며 큰 변수가 없는 한 2천년까지

는 현재의 성장이 그대로 진행될 것으로 보인다.

내수는 그대로지만 수출은 유럽업체들의 국내진출, 중국, 동남아지역의 설비설치로 둔화될 것이 예상되며 이로 인한 국내시장에서 해외업체와의 경쟁은 피할수 없는 현실이므로 경쟁력을 갖추기위해 국내 메이커가 공동으로 대처해야 하며 박(薄) 사간의 정보교류가 긴밀하게 이루어져야 한다.

현재는 한국포장협회내에 알루미늄박분과위원회의 사장단회의가 매달 1회씩 열려 가격, 수출 등 업계 현안에 대한 논의가 이루어지고 이러한 모임이 실무자까지 이어져 실질적으로 추진되어야 할 것이다. 더욱 중요한 것은 수요창출 확대로 고속전철, 항공, 전자, 제약 등에 사용되는 고부가가치 제품생산에 주력해야 하며 이에따른 기술투자도 아끼지 말아야 한다. 또한 정부에서는 알루미늄산업이 장기산업임을 감안하여 설비투자시 금융지원과 안정적인 원자재확보를 위한 뒷받침을 아끼지 말아야 할 것이다. [K]

이선하 기자