



제관업계 동향

Supply and Demand of Metal Can

한국제관공업협동조합 자료 제공

한국제관공업협동조합(이사장 이철순)은 국내 59개 제관업체(전국 67개 사업장에 분포)를 대상으로 매년 제관업 실태를 조사하여 판매량에 대해서는 정부기관 및 자료를 필요로 하는 산·학계에 제공하고 있다.

올해 조사된 2014년 국내 금속캔 판매량은 80억9,200만 관으로 2013년 판매량 80억 7,500만 관 대비 0.21%가 증가했다.

지속된 경제 불황으로 소비가 위축된 이유도 있지만 신수요를 창출할 수 있는 제품개발이 부진했음을 보여주고 있다.

이 중 국내 금속캔 시장의 80%를 점유하고 있는 음료캔은 지난해인 2014년에 60억7,100만 관이 판매됐으나 2013년에 비해서는 0.6%가 감소했다.

이는 판매비중이 높은 알루미늄캔이 맥주캔을 제외하고는 탄산, 커피, 주스 등 전 관종에서 매출이 감소했기 때문이다.

상대적으로 스틸2피스 음료캔은 커피캔 출하량이 늘어난데 힘입어 전년대비 6.5%가 증가했지만 반면에 3피스 음료캔은 2014년 1억2,800

만 관이 판매되어 2013년과 비교시 9.2%가 감소했다.

3피스 음료캔이 최대 호황기였던 1995년 판매량 29억5,800만 관과 비교시 명맥만 유지되고 있음을 알 수 있다.

알루미늄캔 중 유일하게 출하량이 늘어난 맥주캔은 주류의 최근 트렌드인 저도주의 수요확산으로 소주의 신장세가 돋보이고 수입맥주까지 시장점유율을 넓혀가고 있는데도 지난해에 17억 6,500만 관이 출하되어 2013년 대비 3%가 늘어난 것은 2014년 4월 롯데의 맥주시장 참여에 따른 새로운 수요의 증가로 보여진다.

2조 5,000억 원의 국내 맥주시장에 롯데가 가세함으로써 전체 시장이 늘어난 데다 다양한 스포츠행사가 집중돼있고 메르스 사태가 종료되는 올해 하반기부터는 수요가 증가할 것으로 본다.

이렇듯 음료캔 시장을 석권하고 있는 알루미늄캔은 10년 전인 2005년에만 해도 점유율이 37%에 불과했으나 스틸 D&I원자재 가격상승에 따른 타용기와의 경쟁력 저하로 음료캔 생산



특 집

[표 1] 2014년도 금속캔 판매실적 비교(내수, 수출포함)

(단위: 백만 개)

구 분		2014	2013	2012	2011	2010		
음료관	알루미늄	2PCS	맥주관	1,765	1,714	1,585	1,385	1,221
			탄산관	1,473	1,521	1,389	1,306	1,290
			커피관	801	817	869	798	584
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	1,664	1,716	1,476	1,457	1,523
		계	5,703	5,768	5,319	4,946	4,618	
	스틸	2PCS	맥주관					
			탄산관		8			
			커피관	387	325	365	301	383 2PCS
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	253	268	236	197	197
			소 계	640	601	601	498	580
		3PCS	탄산관					
			커피관	47	53	38	97	95
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	81	88	99	122	176
			소 계	128	141	137	219	271
		계	768	742	738	717	851	
합 계		6,471	6,510	6,057	5,663	5,469		
통조림관	농산물	54	71	60	105	116		
	수산물	496	447	466	589	577		
	축산물	204	195	196	142	107		
	합 계	754	713	722	836	800		
분유관	분유	32	27	27	24	24		
미술관	제약관 및 기타	3	1	5	3	3		
에어로졸	에어로졸, 부탄	619	594	592	542	510		
일반관	0.5~20 l 관	213	230	216	225	225		
총 계		8,092	8,075	7,619	7,293	7,031		

제관사들이 생산설비를 알루미늄캔으로 전환하기 시작하면서 2008년 50:50을 기점으로 2009년에는 77%, 지난해에는 88.1%를 점유하면서 이제 스틸2피스 음료캔은 '레쓰비' 등 일부제품에서만 상징적으로 생산되고 있다. 이 또한 원자

재가격 상승시 언제든지 알루미늄캔으로 전환될 수 있어 원자재가격 인하 등 특단의 변화가 없는 한 알루미늄 음료캔의 고공행진은 지속되리라 보여진다.

그러나 일본은 우리나라와는 대조적으로 음료

캔시장에서 알루미늄과 스틸캔의 비율이 수년 동안 60:40의 틀에서 공존하고 있음을 보여주고 있다.

2013년도 일본의 음료캔 시장을 보면 총 출하량 305억 관중 스틸음료캔은 125억 관으로 41%를 점유하고 있으며 2010~2012년에도 스틸음료캔이 평균 40%대를 꾸준히 유지하고 있어 재질별 국내 원자재가격 구조와 관련해 시사하는 바가 크다.

[표 1]에서 보는 바와 같이 에어로졸캔은 휴대용부탄가스의 수출증가로 4.2%가 늘어났지만 문제는 최근 수년째 우리나라 통조림산업의 주축이었던 농산물 통조림이 급격하게 감소했다는데 있다. 축산물통조림은 런천미트 제품을 중심으로 소폭 상승했고 수산물 또한 참치캔 수요증가로 2013년 대비 11%가 증가했지만 농산물 통조림은 2013년 7100만 관에서 2014년 5400만관으로 24%나 감소했다. 이는 생과일 위주의 식생활 변화에 따른 수요둔화도 있지만 복숭아 등의 원료가격 상승으로 통조림제조업체에서 생산량을 줄인 요인도 있다고 볼 수 있다. 농산물 통조림 시장이 가장 활발했던 90년대의 출하동향을 시대적 배경과 생활환경이 다른 지금의 시점에서 비교할 수 없겠지만 정점이었던 1995년의 농산물 통조림 판매량 1억6100만 관과 비교시 세대간 달라진 식생활의 변화를 느끼게 된다.

일반관은 0.5~20L까지의 식용유를 비롯한 고추장 등의 식자재와 산업용인 페인트 등을 포장하는 금속용기다.

장치산업이면서도 생산공정상 설비투자비가 많이 들지 않아 40여 중소 제관업체가 밀집되어 있어 이에 따른 수주경쟁 심화로 인해 작은 시장

변화에도 민감할 수밖에 없는 업종이 일반관이다. 지난해 출하량이 2013년 대비 7.4% 감소했는데도 여러 중소기업들이 극심한 어려움에 처하기도 했다. 올 하반기부터는 메르스 사태가 종식되어 외식산업이 활성화되고 저유가로 인한 유조선 수주와 초대형 컨테이너선 수주가 증가될 거라는 보도도 나오고 있어 우리 일반관 생산 중소기업들이 희생할 수 있는 기회가 되었으면 한다.

지금도 제관업계가 전 업종에 걸쳐 고전을 면치 못하고 있는 불안한 상황인데도 설상가상으로 올해 초 있었던 한·중FTA 협상 양허결과로 인해 우리나라 제관산업은 국내기반을 잃을 수 있는 위기에 처하게 됐다.

그간 우리 제관업계는 슬한 역경을 겪으면서도 국민건강과 농어민 소득증대, 국가산업발전에 많은 기여를 해 왔다 자부하고 있었으나 한·중FTA협상에서 국내산 금속캔이 중국의 현행 관세 12~17.5%(양허유형 10년) 유지와는 달리 우리나라는 현행 8%인 관세마저 협정 발효와 동시 즉시 철폐되는 불균형의 비대칭 결과를 맞게 됐다. 이와 같은 불공정한 비대칭상황은 상반된 한·중간 양허내용으로 인해 국내제품은 수출길이 막히고 저가의 중국산 금속캔은 대거 무관세로 국내에 들어오게 되는 결과를 낳게 된 것이다.

제관업계의 사황이 걸린 문제로서 관련 정부 부처에 재협상을 통한 시정을 요청도 했지만 만족할 만한 답을 얻지 못하고 있다.

100여년을 이어온 국내 제관산업이 한·중 FTA양허결과로 인해 최대의 위기를 맞고 있다. ☐