

The Status of Metal Can Industry in Korea

## 국내 제관업계 동향

### Writer

한국제관공업협동조합 자료 제공

### Contents

- I. 서론
- II. 2017년 금속캔 판매실적
- III. 진화하는 알루미늄 맥주캔
- IV. 美 관세 조치에 주목

### I. 서론

프랑스의 아페르가 병조림을 발명한 다음 해인 1810년, 영국의 듀란드가 금속용기로 된 통조림을 발명하며 우리 삶에 캔이 등장했다. 강철판을 이용한 통조림은 가볍고 튼튼해서 여러모로 편리했고, 유리병의 무겁고 깨지기 쉬운 결점을 해결해 조지왕으로부터 특허를 받기도 했는데, 이 금속용기를 ‘틴 캐니스터(Tin Canister)’라고 불렀고 지금의 ‘캔’이라는 이름은 여기서 유래되었다.

19세기 초, 캔은 운반이 쉽고 오랫동안 안전하게 식품을 보관할 수 있었기 때문에 주로 군인이나 선원, 탐험가들이 사용했다. 북극 탐험으로 유명한 페리 제독이 휴대한 통조림은 115년이 지난 뒤에도 고기가 상하지 않은 채로 보존돼 캔의 우수성을 널리 알렸다.

이후 1847년 미국의 엘런 테일러가 자동화기계(타발관)를 발명하면서 대량생산, 대량소비가 가능해졌다.

캔의 사용이 널리 확산되면서 캔의 종류나 쓰임새, 캔을 만드는 재료도 다양해졌다. 1962년에는 탭(꼭지)을 잡아당기는 것만으로 쉽게 뚜껑을 딸 수 있는 ‘이지 오픈 엔드(easy open end)’가 개발되었다. 1975년에는 탭이 따로 분리되지 않는 ‘스테이 온 탭(stay on tab)’ 방식이 개발돼 탭이 떨어져 환경을 더럽히는 문제를 해결했다.

우리나라에서 캔이 처음 생산된 것은 1938년으로, 1960년대에는 여러 가지 농수산물 통조림을 만들어 수출했다. 그 뒤 꾸준한 신기술 도입과 개발로 음료, 식품, 부탄가스, 에어로졸, 화장품 등

(표 1) 2017년도 금속캔 판매실적 비교(내수, 수출포함)

(단위: 백만 개)

구 분			2017	2016	2015	2014	2013		
음료관	알루미늄	2PCS	맥주관	1,927	1,811	1,797	1,765	1,714	
			탄산관	1,748	1,704	1,529	1,473	1,521	
			커피관	833	864	799	801	817	
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	1,651	1,799	1,697	1,664	1,716	
		계	6,159	6,178	5,822	5,703	5,768		
	스틸	2PCS	맥주관						
			탄산관			7		8	
			커피관	306	312	340	387	325	
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	271	186	264	253	268	
			소 계	577	498	611	640	601	
		3PCS	탄산관						
			커피관	19	25	29	47	53	
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	38	44	49	81	88	
			소 계	57	69	78	128	141	
			계	634	567	689	768	742	
		합 계			6,793	6,762	6,511	6,471	6,510
		통조림관	농산물		44	43	64	54	71
			수산물		405	506	507	496	447
			축산물		291	267	231	204	195
합 계			740	816	802	754	713		
분유관	분 유		26	33	33	32	27		
미술관	제약관 및 기타		3	3	3	3	1		
에어로졸	에어로졸, 부탄		615	599	573	619	594		
일반관	0.5~20 l 관		192	196	202	213	230		
총 계			8,369	8,409	8,124	8,092	8,075		

다양한 종류의 캔 용기를 대량 생산 할 수 있게 되었고 소비량도 해마다 늘고 있다.

## II. 2017년 금속캔 판매실적

한국제관공업협동조합(이사장 이철순)은 국내 50여개 제

관업체를 대상으로 매년 제관업 실태를 조사하여 판매량에 대해서는 정부기관 및 자료를 필요로 하는 산·학계에 제공하고 있다.

올해 조사된 2017년 국내 금속캔 판매량은 83억 6,900만 관으로, 2016년 판매량 84억 900만 관과 거의 비슷한 실적

을 보였다. 전체 수량은 물론, 구성비도 2016년과 같은 수준을 유지했다.

국내 금속캔 시장의 80%를 점유하고 있는 음료캔은 2017년 67억 9,300만 관이 판매되며 2016년 67억 6,200만 관과 비슷한 양상을 보였다.

지난해에 이어 알루미늄캔이

맥주, 탄산, 커피, 주스 등 전 관중에서 골고루 소비되었기 때문이다.

스틸 2피스 음료캔은 예년과 같이 맥주캔과 탄산캔의 출하량은 없고, 커피관 3억 600만 관, 주스 등 기타음료용 관 2억 7,100만 관이 판매되어 5억 7,700만 관의 실적을 올렸다. 2016년 4억 9,800만 캔에 비해서는 다소 판매량이 늘었다. 또한 스틸 3피스 음료캔 역시 탄산캔의 출하량이 사라져 2017년 5,700만 캔으로 크게 감소했다.

### Ⅲ. 진화하는 알루미늄 맥주캔

침체기에 빠진 제관시장을 이끌고 있는 분야는 바로 알루미늄 맥주캔이다. 최근 수제맥주 열풍과 더불어 무더운 날씨, '소확행(小確幸, 작지만 확실한 행복)', '가심비(價心比)' 등의 소비 트렌드가 만나 다양한 종류의 맥주캔이 잇달아 출시되며 알루미늄 맥주캔 시장이 폭발적으로 성장하고 있다. 올 여름 주류 업계는 '혼술', '홈술' 등 새로운 음주 문화를 반영해 다양한 용량의 제품들을 출시하고 있다.

먼저 오비맥주는 휴대가 간편한 250ml 용량의 카스 '한입캔'을 출시했다. 이 제품은 부담 없이 마실 수 있는 소용량으로 아담한 디자인이 특징이다. 작은 용량인 만큼 마실 때 끝까지 신선도를 유지할 수 있고, 대용량 캔이나 병, 페트 재질의 기존 맥주보다 빠르게 차가워지는 장점이 있어 시원한 맥주를 많이 찾는 여름철에 적합하다.

오비맥주가 '한입캔' 출시 전 소용량 캔의 가장 장점을 조사한 결과 소비자들은 "부담 없이 마실 수 있다", "끝까지 신선하다" 등을 꼽았다. 주량이 약한 여성들 중에는 소용량 캔을 선호하는 이들이 많은 것으로 조사됐다.

또한 카스는 국내 브랜드 최초로 740ml 대용량 캔 제품을 러시아 월드컵 기간 한정으로 선보였다. '카스 후레쉬 월드컵 스페셜 패키지'는 740ml 대용량 캔에 러시아 월드컵 로고를 제품 전면에 부각시켜 월드컵 공식 맥주라는 이미지를 강조했다. 버드와이저, 밀러라이트, 마튼즈 등 일부 수입맥주가 대용량 제품을 선보이고 있지만 국내 맥주 브랜드가 740ml 캔 제품을 선보인 것은 카스가 최

초다.

이와 함께 오비맥주는 캔 맥주를 훨씬 더 편리하게 따를 수 있는 '프레시 탭(Fresh Tab)' 기술을 카스 후레쉬 500ml 캔 제품 전체에 적용했다.

오비맥주 본사 AB인베브가 보유한 특허 기술이기도 한 '프레시 탭'은 일반 캔과 달리 캔 상단에 별도의 작은 숨구멍(Vent Hole)을 특수 설계해 음용 시 공기 저항을 줄여주는 장치다. 캔 개봉 후 뒤쪽에 위치한 작은 탭을 한 번 더 눌러주면 공기 순환을 도와주는 작은 환기구가 열리고 맥주의 흐름이 원활해져 일반 캔맥주와 다른 음용감을 준다는 것이다.

이처럼 알루미늄 캔 맥주는 소비자들의 다양한 취사선택과 편의를 높이기 위한 혁신을 지속적으로 이어가고 있다.

### Ⅳ. 美 관세 조치에 주목해야

지난 3월 트럼프 행정부가 외국산 철강과 알루미늄에 각각 25%와 10% 관세 부과를 강행함에 따라 미국의 철강가와 알루미늄 가격은 올 들어 33%, 11% 각각 상승했다. 이

에 따라 철강과 알루미늄을 주 재료로 사용하는 일부 소비재 업체들이 가격인상을 서두르고 있다.

이번 미국의 관세 부과 조치는 전 세계에 광범위한 영향을 미칠 것으로 보인다. 당장 알루미늄 캔을 주로 사용하는 미국 맥주 업계가 들고 일어났다.

물슨쿠어스 인터내셔널, 엔호이저 부시 등 미국의 주요 맥주 업체가 트럼프 대통령에게 관세 부과 조치 재고를 요청했다. 알루미늄 캔 제조 단가가 상승하면 소비자들에게 판매하는 제품가격을 올릴 수밖에 없고, 미국 국내는 물론 세계 시장에서 경쟁력 하락으로 이어질 수 밖에 없다는 것이다.

알루미늄 캔은 비단 맥주 업체에만 국한된 문제도 아니다.

음료 캔, 참치 캔 등 식음료품 제조업체들도 알루미늄 포장 용기에 부과하는 관세 면제를

요청 중이다. 세계 최대 식음료 금속포장재 생산업체인 볼 코퍼레이션의 존 해이스 최고경영자(CEO)는 “많은 사람들이 우려하는 것은 불확실성”이라며 “트럼프 대통령이 단행할 고관세 부과 조치가 어떻게 이행될지 모른다”고 말했다.

실제로 지난 7월 코카콜라는 이례적으로 가격 인상을 결정했다고 발표했다. 알루미늄 가격이 상승함에 따라 캔 코카콜라를 만드는데 비용 상승 요인이 발생했기 때문이라는 것이다. 코카콜라뿐만 아니라 알루미늄 캔을 사용하는 모든 식음료 업체가 가격 인상이 불가피하다고 입을 모으고 있다.

제임스 퀸시 코카콜라 최고경영자(CEO)는 “캔에 쓰이는 철강과 알루미늄이 가격이 오른 데다 임금도 상승 추세”라면서 제품 가격 인상 배경을 설명했다. 그는 “관세는 미국

에 재앙적 조치”라며 “기업들이 올 3분기에 본격적으로 제품 가격을 인상할 것”이라고 말했다.

현재 우리나라는 한미 양국 간 협상을 통해 대미 수출량을 2015년부터 2017년까지 평균 수출량의 70%로 제한하는 조건으로 추가 관세를 면제받은 상황이다.

그러나 EU, 멕시코, 캐나다 등이 관세 부과가 확정되면 국내 시장에 영향을 미칠 수 있고, 트럼프 행정부가 언제 말을 바꿔 관세를 부과할지 모르기 때문에 안심할 상황은 아니다.

더욱이 이번 조치는 중국을 견제하기 위한 것으로, 중국과 교역량이 많은 우리나라에 어떠한 영향을 미칠지 예측할 수 없다. 따라서 국내 제관업계는 이러한 흐름을 항상 주시하고, 발빠르게 대응해야만 할 것이다. 

