

The Status of Metal Can Industry in Korea

국내 제관업계 동향

Writer

한국제관공업협동조합 자료 제공

Contents

- I. 2019년 금속캔 판매실적
 - 1. 음료캔 판매량
 - 2. 식품 및 기타 캔 판매량
- II. 코로나19로 수요 급증
- III. 주세법 개편 등으로 성장 기대

I. 2019년 금속캔 판매실적

한국제관공업협동조합(이사장 이철순)은 국내 50여개 제관업체를 대상으로 매년 제관업 실태를 조사하고 있다. 판매량과 관련한 정보는 정부기관 및 자료를 필요로 하는 산·학계에 제공하고 있다.

2019년 국내 금속캔 판매량은 81억 9,300만 관으로, 2018년 판매량 84억 2,900만보다 줄어든 실적을 보였다. 전체 수량, 구성비 모두 2018년에 비해 크게 줄었다.

1. 음료캔 판매량

국내 금속캔 시장의 80% 이상을 차지하고 있는 음료캔은 2019년 64억 9,300만 관이 판매되며 2018년 67억 7,800만 관에 비해 2억 8,500만 관이 줄어들었다.

그 중에서도 알루미늄캔은 62만 3,500만 관이 판매되었는데, 대부분 줄어든 것에 비해 주스, 스포츠음료, 전통음료, 기타 등의 항목이 2억 830만 관으로 유일하게 증가세를 보였다.

스틸 2피스 음료캔의 경우 맥주캔과 탄산캔의 판매량이 없고, 커피캔은 500만 관, 주스 등 기타음료용 캔은 1억 8,800만 관이 판매돼 총 2억 3,800만 관의 실적을 올렸다. 이는 2018년 4억 9,500만 관과 비교하면 절반 수준에 불과하다.

스틸 3피스 음료캔 역시 맥주캔의 판매량이 없었다. 더욱이 커피캔도 판매량이 없어 주스 등 기타음료용 캔만 200만 관이 판매되었다. 스틸 3피스 음료캔은 2018년 5억 3,700만 캔보다 판매량이 절반 가량 줄어들어 2억 5,800만 관을 기록했다.

2. 식품 및 기타 캔 판매량

통조림은 농산물 3,100만 관, 수산물 4억 9,700만 관, 축산물 2억 9,400만 관 등으로 총 판매량 8억 2,200만 관을 기록했다. 2018년 7억 9,600만 관보다 판매량이 다소 늘어난 것으로 나타났다.

이어서 분유 2,600만 관, 제약 및 기타 캔 200만 관, 에어로졸 6억 6,000만 관, 일반 캔 1억 9,900만 관 등이 판매돼 지난해와 비슷한 수준을 유지했다.

II. 코로나19로 수요 급증

통조림에 대한 수요가 심상

치 않다. 코로나19가 장기화되면서 다양한 가정간편식(HMR)과 함께 통조림에 대한 수요가 폭발적으로 늘어나고 있기 때문이다.

사실 코로나19 이전에는 건강식에 대한 선호가 높아지고 대체재가 다양해지면서 통조림 수요는 꾸준히 감소

[표 1] 2019년도 금속캔 판매실적 비교(내수, 수출포함)

(단위: 백만 개)

구 분				2019	2018	2017	2016	2015
음료관	알루미늄	2PCS	맥주관	1,616	1,880	1,927	1,811	1,797
			탄산관	1,616	1,882	1,748	1,704	1,529
			커피관	920	804	833	864	799
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	2,083	1,675	1,651	1,799	1,697
		계	6,235	6,241	6,159	6,178	5,822	
	스틸	2PCS	맥주관					
			탄산관		5			7
			커피관	50	265	306	312	340
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	188	225	271	186	264
			소 계	238	495	577	498	611
		3PCS	탄산관					
			커피관	20	13	19	25	29
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	20	29	38	44	49
			소 계	20	42	57	69	78
계	258	537	634	567	689			
합 계			6,493	6,778	6,793	6,762	6,511	
통조림관	농산물			31	34	44	43	64
	수산물			497	457	405	506	507
	축산물			294	305	291	267	231
	합 계			822	796	740	816	802
분유관	분 유			26	25	26	33	33
미술관	제약관 및 기타3			2	2	3	3	3 1
에어로졸	에어로졸, 부탄			660	629	615	599	573
일반관	0.5~20 ℓ 관			190	199	192	196	202
총 계				8,193	8,429	8,369	8,409	8,124

하는 추세였다. 시장조사업체 닐슨코리아 자료를 보면, 참치 캔 소매점 매출은 2014년 4,156억 원에서 지난해 3,600억 원으로 5년 만에 13%나 감소했고, 캔 햄 시장도 지난해 4,204억 원을 기록해 전년 대비(4,556억 원) 8%가량 줄었다. 그러나 이러한 감소 추세는 2020년을 기점으로 증가 추세로 돌아설 것으로 보인다. 집에 머무는 시간이 길어지고 간편식이 인기를 끌면서 ‘간편식의 원조’ 격인 통조림 구매가 늘고 있는 것이다. 경기 둔화에 따른 불안감으로 신선육 가격이 비싸지자 소비자들이 저렴한 통조림 제품으로 눈을 돌리고 있기 때문이다.

지난달 폭스비즈니스와 블룸버그는 세계 소비자들이 단백질 보충을 위해 장기간 보관이 가능하고 저렴한 고기 통조림을 선호하고 있다고 보도했다. 미국과 독일 등 일부 국가의 도축 시설의 직원들이 코로나19에 집단 감염돼 신선육 공급에 차질이 생기면서 미국의 경우 지난 6월 소고기 가격이 2배나 뛰어들었다. 코로나19 확산으로 가정에서 캔 맥주나 캔콜라 등 캔음료를 마시는 사람들이

급증하면서 알루미늄 캔 부족 현상이 발생한 것이다. 미국 캔제조업연구소에 따르면 지난 1분기 캔음료 수요는 8.3% 증가했다. 알루미늄 캔 가격이 두 배 이상 오르면서 코카콜라·펩시 등은 인기가 적은 제품은 아예 일시 단종시켰다.

캔 공급이 수요를 맞추기 어려운 지경에 달한 미국의 캔 제조사들은 새 제조공장까지 건설하고 있지만, 공장 가동까지 상당한 시간이 필요한 상황이라서 앞으로도 알루미늄 캔 부족 현상은 계속될 전망이다.

III. 주세법 개정 등 성장 기대

제관업계는 올해 초 개정된 주세법으로 인한 수요 확대도 기대하고 있다. 정부가 52년 만에 주세법을 변경해 맥주의 세금을 중가세에서 종량세로 바꾸면서 1ℓ 기준 세금 부담이 캔 맥주는 415원 줄어든 반면, 병 맥주와 페트 맥주는 늘어났기 때문이다. 또한 국세청이 지난달 ‘주류 규제 개선 방안’을 내놓고 음식 가격이 맥주보다 높을 경우 배달을 할 수 있게 허용해 홈맥(집에서 마시는 맥주) 열풍이 더욱 커질 것으로 보인다. 예컨대 피자집에

서 2만원짜리 피자를 시킬 경우 맥주를 2만원까지 함께 주문할 수 있다. 코로나19로 배달음식 주문량이 크게 늘어난 시점에 캔맥주 배달이 허용됨에 따라 캔맥주 소비량이 크게 늘어날 것으로 전망하고 있다. 주류 규제 개선 방안에 따르면 다른 제조업체의 제조시설을 이용해 맥주를 생산하는 ‘주문자 상표부착생산(OEM)’도 가능해졌다. 과거 주류 시장은 대형업체를 중심으로 제조면허를 취득해 자체 생산시설에서 제조하는 방식으로, OEM의 필요성이 크지 않았다.

그러나 최근 소규모 수제맥주 업체들이 등장하면서 OEM을 허용해달라는 요구가 잇따랐다. 실제로 일부 수제 맥주 제조사들이 생산 물량을 확대하거나 캔맥주 형태로 제조·판매하고 싶어도 캔입(음료를 캔에 넣는 기술) 시설투자 비용이 부담이 돼 시도하지 못했었다. 그러나 앞으로는 국내에 공장을 둔 다른 맥주 제조사에 레시피를 제공하고 OEM으로 물량을 받을 수 있다. 반대로 대형 맥주 제조사들은 수제 업체들의 OEM 물량을 확보해 공장가동률을 늘릴 수 있다. 그 결과 캔 소비량도 크게 늘어날 것으로 보인다. 