



금속 캔 시장 및 기술개발 동향

Supply and Demand of Metal Can

김 성 우 / 한일제관(주) 전무이사, 인제대학교 겸임교수

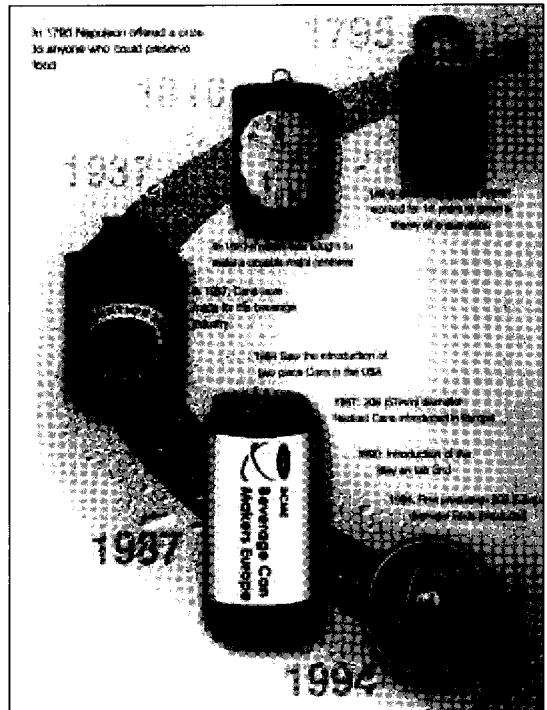
1. 서론

식품을 장기저장하기 위한 가열살균방법과 같이 창안된 병조림에 이어 수공으로 만든 금속 캔이 1810년에 첫선을 보였으니 금속 캔의 역사도 이제 햇수만 보면 200년이 지났다.

금속 캔으로 만든 통조림이 우리 한국인에게 선을 보인 것은 먹고 싶어도 먹을 것이 없던 1950년대, 미군 트럭 뒤를 쫓아 따라오는 꼬마들에게 고기통조림(보리밥도 못 먹던 때에는 황재(?)급의 선물)을 던져주던 시절의 추억에서 시작하여, 지금은 우리 모두에게 손쉽게 접할 수 있는 친숙한 식품용기의 하나가 되었다.

그간 금속 캔은 식생활 패턴과 국민소득수준의 증가와 더불어 비례적으로 수요가 증가하고, 기술적 진보를 거듭하며 식품의 보존과 사용의 편리성 및 판매촉진의 기본적 기능을 넘어서서 식품의 안전과 위생적 요건(HACCP, 비분비계 장애물질 등)을 만족시키고 식생활

[그림 1] 금속캔의 역사



※ 자료 : BCME

개선, 식음료 자원의 고부가가치를 위한 산업화 촉진 및 유통경제발전애 영향력을 미칠 수

있기까지 식품가공과 위생안전에 중요한 위치를 차지하게 되었다.

기술변천 역사는 지난 금속 캔 200년의 역사가운데 1900년대 중반까지는 3피스 캔을 중심으로 캔 제조기술자체는 큰 변화 없이 대량생산위한 산업화의 과정을 거쳐, 1960년대에 이르러서 근대제관기술의 면모를 갖춘 혁신적인 공법인 쉽게 개관할 수 있는 뚜껑(easy open end)과 2피스 캔(Drawn & ironed can)이 도입되었고 경량화를 통한 본격적인 기술의 상용화는 1990년대에 미국과 서유럽의 세계 메이저 제관회사가 원가절감을 주도하였다.

2000년대는 판매촉진을 위한 형상의 패션화와 보틀 캔, 친환경소재 제관기술 등이 이루어진 것을 보면, 제관기술의 역사는 시대의 요구에 따른 집중과 선택의 일정한 주기를 가지고 파도를 타며 오늘 날 우리가 누리는 금속 캔이 여타의 대체 성 식품용기에 대한 비교우위의 장점인, 고도의 밀봉성과 차단성(Barrier) 및 내열성으로 장기보존성에 가장 적합하고 견고하여 수송으로부터 보관, 휴대 및 사용하기 편리하고 다채롭고 격조 높은 금속인쇄와 디자인을 통한 패션화, 고급화로 상품성(판촉)과 고속 작업성 면에서 비교우위의 장점을 가져왔다고 볼 수 있다.

2010년도 기준, 전 세계의 금속 캔 시장규모는 총 약 4천250억 개로 추산되며, 그중 맥주를 포함한 음료 캔은 약 2천850억 개로 67%를 차지하고 있고 한국은 총 판매량 70억 개 가운데 음료 캔은 55억 개를 판매하여 세계 8대 생산국으로서, 그간 양적인 성장과 선진국

수준의 품질과 기술력을 가지게 되었다(시장 동향 자료 참조).

향후의 금속 캔 시장과 기술 동향은 지난 20년간의 변천 패턴과는 달리, 성장을 주도할 지역과 품목, 기술개발의 주제와 품질 위생의 관점 등에 변화가 올 것으로 본다.

우리나라도 시장 규모나 기술 수준이 선진국 대열에 진입해 있으므로 원가와 품질, 환경 안전의 요건을 FTA 확대 환경에서 국제경쟁력과 지속가능한 성장 동력확보에 중점을 두어야 할 것이다.

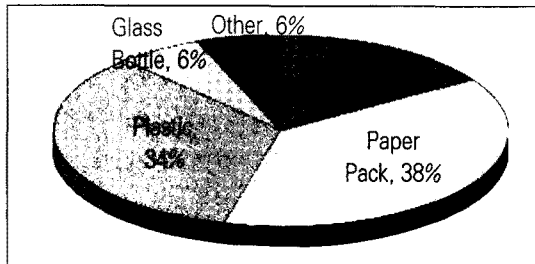
이러한 글로벌 시장여건에서 예측 불가한 국제원자재의 지속적인 상승과 주 원료인 알루미늄과 스틸소재의 선택 기준과 가치의 변화, 식품위생과 안전 및 작업환경(HACCP, 내분비계 장애물질, VOC 등)에 대한 요구 증대, 플라스틱용기(PET)를 비롯한 대체용기와의 경쟁력 확보 등 다양한 계층의 요구와 소비패턴의 변화에 적응하면서 본 금속 캔 산업 발전에 장애요인인 사업성(수익성)이 내부의 원가절감노력에도 불구하고 개선을 어렵게 하는 수요 고객과의 가격 정책의 개선 등의 과제를 안고 금년 하반기부터 우리 업계에도 장마 끝에 찾아오는 밝고 희망이 있는 전환점을 기대하며 금속 캔의 시장 및 기술 동향을 요약하여 소개하고자 한다.

2. 금속 캔의 시장 동향

2-1. 세계 식품포장용기와 금속 캔의 비중

세계 식품포장용기 시장은 지난 5년간 연평균 약 4%를 신장한 것으로 추산하고

[그림 2] 세계 식품포장용기별 비중(2010년도)



※ 자료 : 2010, Pira International Ltd. / WPO

있다.

2009년도 기준, 세계 음료를 포함한 식품전체의 포장용기 중 금속용기가 차지하는 비중은 조사기관에 따라 약간 상이하지만 대략 16% 내외를 점유하는 것으로 보고 있다.

그러나 향후 특히 음료용에서의 포장용기별 점유 비중은 지역에 따라, 특히 급성장지역인 이머징 마켓지역에서 상당한 변화를 가져올 것

으로 본다.

최근에 실시한 전 세계 음료용 포장용기 판매실적과 전망자료를 보면 2010년부터 2014년까지는 지난 5년간의 포장용기별 점유와 신장률에 비하여, 생수를 비롯한 비탄산음료용 페트병이 소비량과 신장율면에서 단연 선두를 유지하고, 그 다음이 금속 캔으로 주목을 끈다 [그림 3].

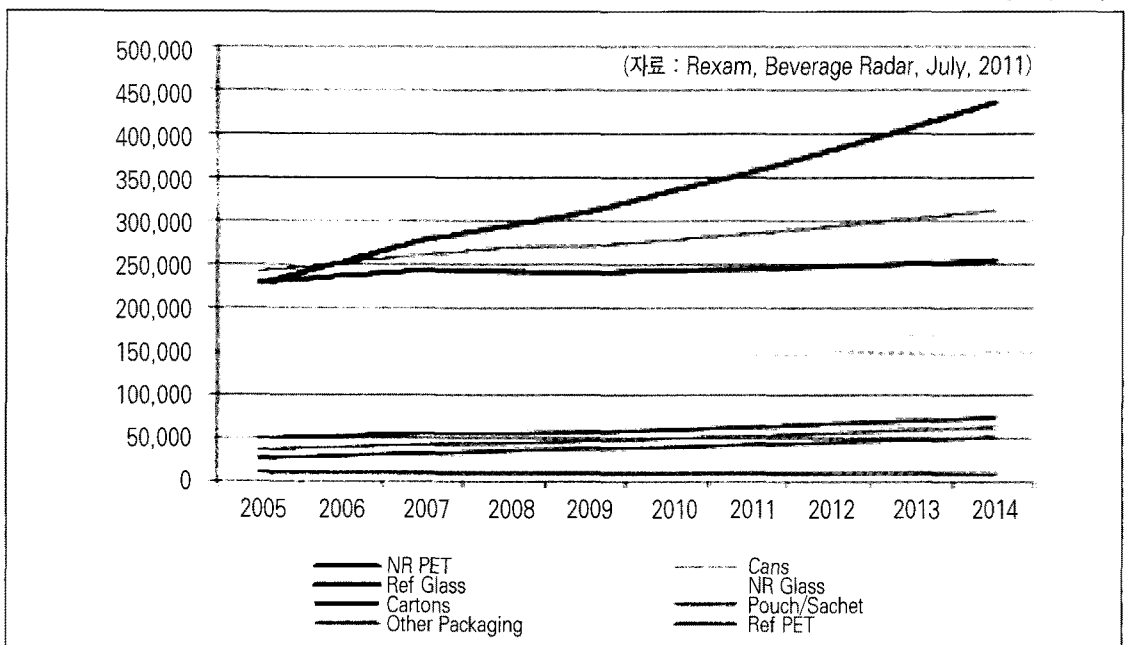
물론 그간 식품용기시장을 주도해온 구미선진국의 성숙단계의 시장과 우리가 속해 있는 아시아 태평양지역 및 남미 등의 성장지역의 이머징 마켓 권과는 다소의 차이가 있다.

2-2. 세계 금속 캔의 시장 동향

2010년도 기준, 전 세계의 금속 캔 시장규모는 약 4천250억 개로 추정하고 있고 음료용

[그림 3] 세계 음료용 포장용기별 신장추세

(단위: 백만 개)



(맥주 포함) 금속 캔 시장규모는 총 약 2천850억 개로 추산된다(그림 4).

음료용 캔 시장을 주요 지역별로 보면 북미지역이 약 1천억 개로 35%를 차지하고 다음이 아시아 지역에 이어 유럽지역이다.

그러나 북미지역은 캔 1인당 소비량이 세계에서 가장 높은 나라이고 과거 전 세계 음료 캔 시장의 절반가량을 차지하던 것이 지난 10여년간 정체상태이고 서유럽도 저성장인 반면, 아시아 태평양지역의 지속적인 급성장(중국이 주도하여 5년 내에 일본을 추월하고 한국 등이 뒷받침)하여 비중을 증대해 갈 것으로 본다.

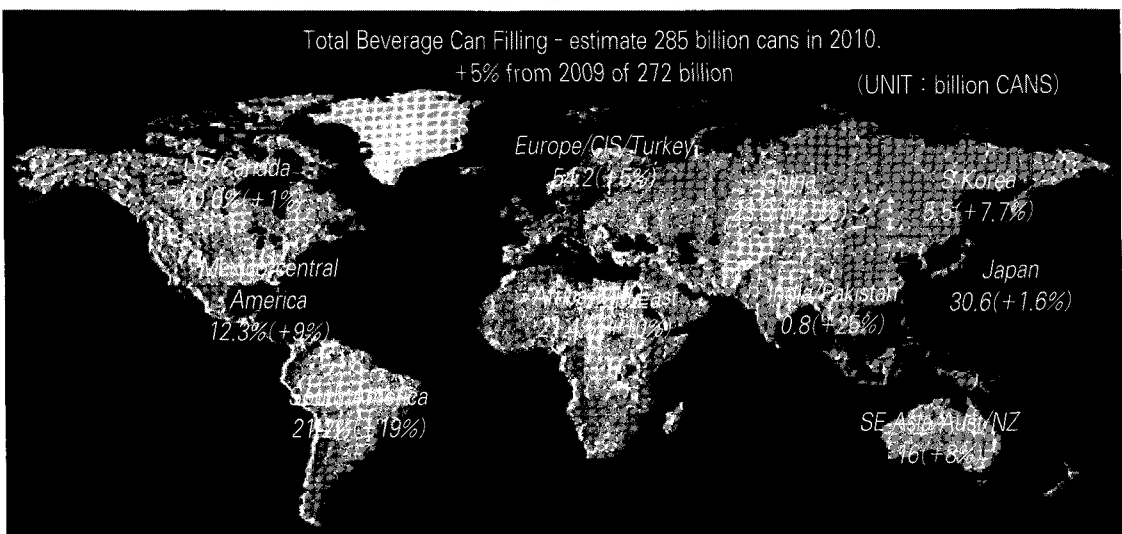
2010년도에 음료용 금속 캔이 5%나 신장된 것은 지난 2008~9년도에 각각 1%밖에 신장을 못한 것에 비하면 작년 국제 경기가 비교적 좋았던 것도 있지만 고무적이다. 그러나 향후 5년간 추정해 보면 미국, 유럽, 일본 등지의

비중이 큰 지역에서의 저성장으로 전체적으로는 연 평균 성장률은 3% 내외가 될 것으로 국제전문조사기관들은 추정하고 있다.

내용물별로는 아직도 탄산음료와 맥주가 주도해 왔으며 맥주용 캔이 작년을 기점으로 탄산음료를 추월하고 있는 것이 주목된다. 맥주용 유리병은 구미지역에서는 일회용(non-returnable)이 주류를 이루고 있는데, 무겁고 깨지기 쉬운 유리병에 대한 단점 때문에 특히 젊은 세대에서 캔이 유리병에 비하여 선호도가 급증하고 있는 때문일 것이다.

향후의 금속 캔 시장 잠재수요는 음료시장의 신장, 페트병을 포함한 대체용기와와의 상대적인 경쟁력 및 소비패턴, 가처분 소득의 증가는 물론 최근의 환경과 위생의 중요정책에 따라 영향을 미칠 것이며 자국의 특성에 따라 차이를 보일 것이다.

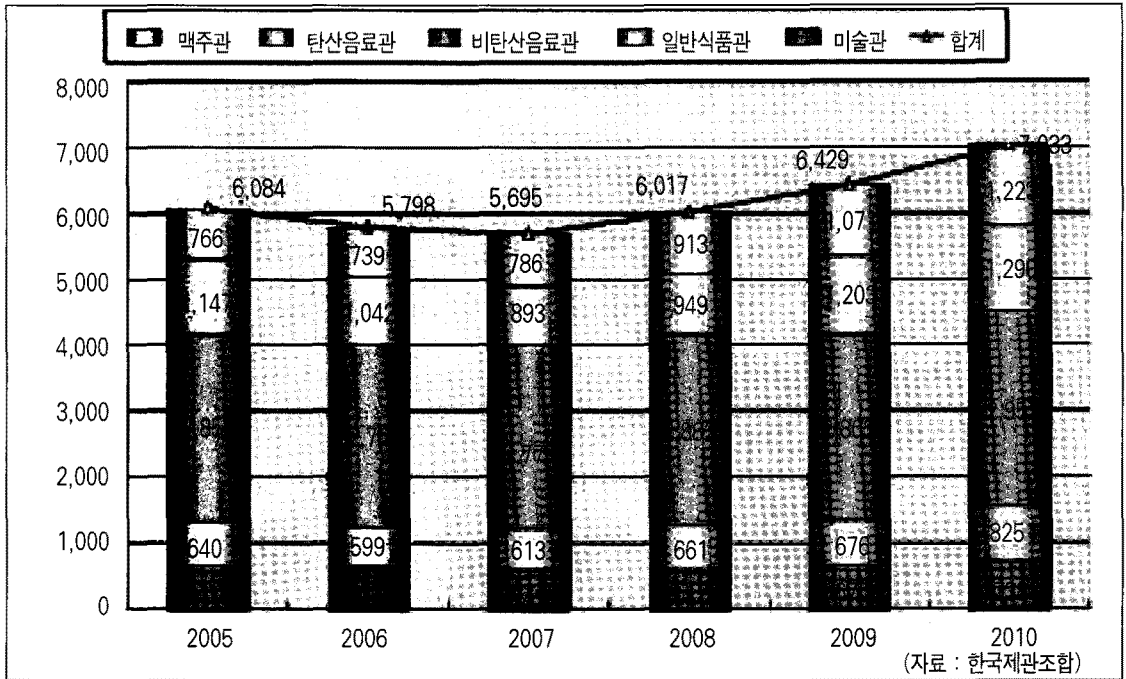
(그림 4) 2010년도 세계 음료용 금속 캔의 지역 별 시장 분포 (단위: 10억 개)



※ 자료 : BCME, CMI, Industrial literature, Rexam, Beverage Japan, 한국제관조합

[그림 5] 2010년도 한국 금속 캔 판매실적

(단위: 백만 개)



2-3. 한국의 금속 캔 시장 동향

2010년도 우리나라 금속 캔 총 판매수량은 약 70억 개로 2002년도 64억 개 판매를 기록한 후 불황과 페트병 등 대체용기의 등장, 제관업의 수익성저하 등으로 계속 감소하다가 2009년에 회복하는데 7년이나 걸린 것을 보면 작년도 신장은 관심을 끌만하다(그림 5).

그러나 우리나라도 1인당 연간 캔 소비가 140개에 달하고 일본등지에 수출물량이 기여한 것을 감안하면 향후의 지속적인 신장은 맥주를 비롯한 내수의 계속 증가여부와 수출경쟁력, 대체용기 및 음료사의 판촉 등에 따라 달라질 수 있을 것이므로 더 지켜봐야 할 것이다.

우리나라의 음료 캔의 소비수준은 작년 약 55억 개로, 최근 브라질과 멕시코 지역의 급신

장되어 세계 8대 생산국이지만 소비 총량을 보면 음료 캔만 1천억 개에 달하는 미국이나 수백억 개에 달하는 일본, 중국, 브라질에 비하면 아직 낮은 수준이다. 한편 1인당 연간 음료용 금속 캔 소비량이 미국의 340개, 일본의 250개에 비하여 우리나라는 110개 정도이므로 소비대중의 가처분소득이 증가하면 향후 수요증가의 잠재능력은 있다는 긍정적인 측면도 있다.

소재별로는 스틸은 그간 알루미늄과 대체재로 사용가능한 2피스 캔 산업에서 가격과 공급의 안정성과 원가의 경쟁력이 있어서 알루미늄보다 선호해왔는데 최근 4~5년 전부터 철광석 가격의 폭등이 원인이라 하지만 스틸가격의 예측할 수 없는 대폭적인 인상이 장기화됨에 따라 원가의 경쟁력을 잃어 그간의 통념이 바뀌고 있다.

작년도 우리나라 음료용 2피스 캔은 거의 90%가 알루미늄으로 전환되었고, 금년에도 특별한 지원이 없는 한 더 가속화 될 것이며, 이와 같은 현상은 타국에서도 마찬가지이다.

알루미늄은 현재 국제시세가 아주 높은 수준임에도 선물제도가 있어 사전 고정가격으로 계약이 가능한 것도 스틸보다 경쟁력을 높일 수 있는 요인이 되고 있다(표 1).

내용물별로는 구미지역에서는 맥주와 탄산음료가 주종을 이루고 있으나, 우리나라는 일본과 같이 절반 이상인 54%(2010년 기준)를 커피, 차 및 스포츠드링크를 포함한 비탄산음료가 차지하고 있다.

2007년까지 음료 캔 시장은 정체되다가 2008년부터 맥주와 그간 침체에 빠졌던 탄산음료캔이 부활되는 반면, 지난 5년간 스타폼목이었던 커피와 차 음료 캔 시장이 예상외로 부진을 거듭하고 있다. 이와 같은 현상은 그간 우리나라와 일본이 다른 나라와는 달리, 맥주를 제외하고, 음료용 캔 제품의 품목 구성과 신장

추세, 신제품의 출시 등이 거의 유사하게 일정한 기간간격을 두고 변화해 온 점을 감안하면, 여러 가지 분석이 가능하겠으나 그간 탄산음료 시장에서 제로음료 등을 포함한 신제품과 판촉이 있어왔던 반면, 특히 커피와 차 음료에서는 한, 일 공히 소비심리를 자극할 만한 획기적인 제품 소재가 부족한 면도 있어보여서 향후 추이가 주목된다.

캔의 타입은 작년도 음료 캔 중에서는 5% 정도만 3피스 캔이고 나머지는 2피스 캔인데 실제, 수출용 3피스 음료 캔과 2피스 대량생산이 어려운 소량의 이색 캔 사이즈를 제외하면 사실상 거의 2피스 캔으로 전환되었다고 볼 수 있다.

참치와 육가공도 거의 전량 2피스 캔으로 전환되었고, 과일과 수산물 등 일반 식품용 캔과 미술품이 아직 3피스 캔으로 작업하고 있어서, 캔 타입의 구성도 구미지역의 수준에 이른 것이다.

캔의 수급적인 측면에서 보면, 일부 관종별, 기간별 기복은 있으나, 그간 3피스 캔에서 2피스 캔으로 앞 다투어 전환한 이후 공급과잉이

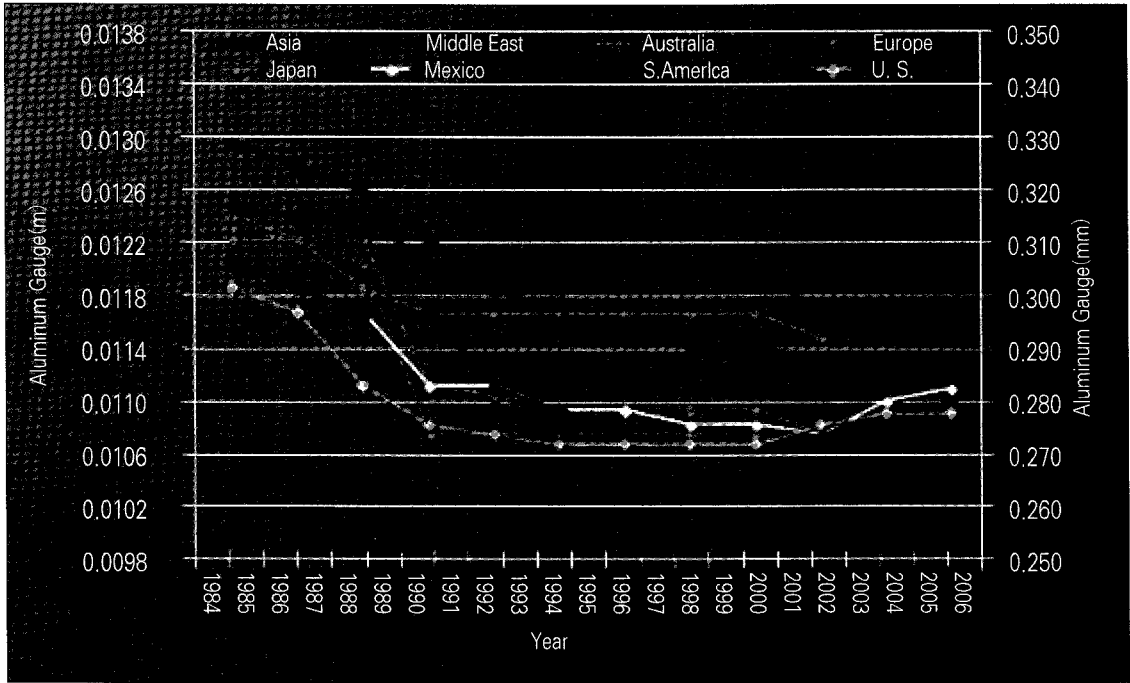
[표 1] 2010년도 한국 금속 캔 관형별 소재별 판매실적

(단위 : 백만개)

구분	2006			2007			2008			2009			2010			
	AL	ST	합계	AL	ST	합계	AL	ST	합계	AL	ST	합계	AL	ST	합계	
음료관	2피스캔	1,733	2,446	4,179	1,99	2,141	4,131	2,370	2,141	4,511	3,906	952	4,858	4,618	580	5,198
	3피스캔	0	360	360	0	327	327	0	233	233	0	219	219	0	272	272
	합계	1,733	2,806	4,539	1,990	2,468	4,458	2,370	2,374	4,744	3,906	1,171	5,077	4,618	852	5,470
식품관	2피스캔	0	365	365	0	354	354	0	371	371	0	463	463	0	613	613
	3피스캔	0	234	234	0	259	259	0	290	290	0	213	213	0	212	212
	합계	0	599	599	0	613	613	0	661	661	0	676	676	0	825	825
미술관 (3피스캔)		195	195		189	189		191	191		204	204		228	228	
합계	2피스캔	1,733	2,811	4,544	1,990	2,495	4,485	2,370	2,512	4,882	3,906	1,415	5,321	4,618	1,193	5,811
	3피스캔		789	789		775	775		714	714		636	636		712	712
	합계	1,733	3,600	5,333	1,990	3,270	5,260	2,370	3,226	5,596	3,906	2,051	5,957	4,618	1,905	6,523

* 자료 : 한국제관조합 자료 편집

[그림 6] 2피스 알루미늄캔 동체 소재의 두께 변화(350ml 기준)



지속되어, 수요고객들 또한 수익성 확보를 위한 가격인하의 압박요인이 되어 오기도 했다.

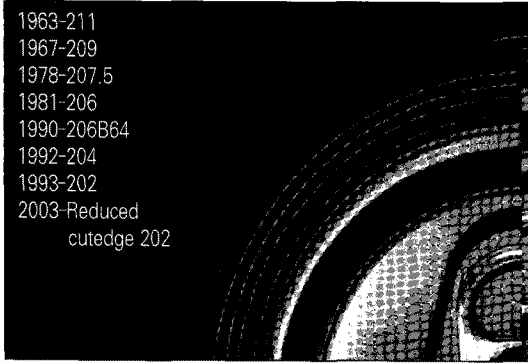
2피스 음료용 캔의 능력은 우리나라는 아직도 임금수준이나 인력구조상 구미지역과 같이 연중 계속작업시스템을 적용하는데 애로가 많아서 1 라인당 연간 생산능력이 4억 개 내외였으나 구미지역은 연중 연속작업(매일 24시간 365일)으로 6억 개나 되어, 현 공급능력이 부족할 경우, 50%나 라인 가동률을 높일 수 있는 여지가 있다.

3. 금속 캔의 최근 기술개발 동향

서론의 금속 캔 기술변천 역사에서 지난 200

년간의 역사를 4단계로 구분할 수 있지만 현재에도 기술개발의 연장선상에 추진되고 있는 것은 소재의 경량화를 통한 자원절약과 원가절감 및 편리성과 판매촉진을 형성 디자인 기술이라고 할 수 있다. 패션 디자인을 통하여 형상을 미려하게 변형시키거나 보틀 캔과 같은 것은 소재의 두께를 올려야 되기 때문에 이 두 가지는 서로 상충되는 면이 있다. 여기에 식품용기로서 필수적으로 강화되어야 할 식품위생과 안전(HACCP/FSSC, 내분비계 장애물질)과 작업환경(VOC 등)에 개선과 플라스틱용기(PET)를 비롯한 대체용기와의 경쟁력 확보 등, 향후 5년, 20년 후 금속 캔의 미래는 어떻게 변화할 것인가는 흥미로운 과제이다. 최근 2009년 10

[그림 7] 211Dia 뚜껑의 구경(口徑) 감소 추세



※ 자료 : Greg Butcher, Stolle

월 두바이에서 열린 The Canmaker Summit에서 발표한 'The Future of Beverage Cans' (Greg Butcher, 28, 29 October, Dubai)는 제관분야, 음료분야, 소재분야 및 제관기계설비분야의 전문가에게 의견을 수렴하여 발표된 내용으로 상당한 공감을 주는 발표로 알려졌다. 이를 부분적으로 참고하여 몇 가지 예상되는 기술적 진보를 요약해 보고자 한다.

3-1. 금속 캔의 경량화

금속 캔의 경량화는 캔 동체와 뚜껑의 형상 디자인 기술, 소재의 고강도 박판화 기술, 기계 급형의 정밀도 및 내용물 충전조건 등 복합적인 기술협력은 물론, 필요시 내용물 충전 회사의 가공조건과 설비부품 개조가 동시에 이루어져야 하므로 합의가 선행돼야 가능하다.

[그림 6]에서와 같이 경량화의 본격적인 추진은 1990년에 구미 제국의 세계 메이저 캔 메이커에 의하여 10년간 적극 추진하였으나, 2000년에 이르러 패션디자인 형상의 캔 등으로 오히려 약간 상승한 것이 주목되며, 국가별

로는 멕시코, 호주 등이 뒤따랐지만 보수적인 일본, 아시아 중동은 부진하며, 한국은 일부를 제외하고 선두계열에 포함된다고 할 수 있다.

캔 동체의 목 부위인 넥인 구경(Necked in diameter)과 뚜껑의 소구경화(小口徑化)는 그간 구미지역이 주도했고 우리나라에서도 팔목할 만한 진전이 있었다.

대표적인 음료용 2피스 캔 중, 동체의 구경이 211 구경인 캔은 세계에서 200 구경까지 상용화는 되어 있고 기술적으로 채택하는데 문제가 없지만 오늘 현재에도 202 구경이 생산 효율과 불량률, 동체의 경량화를 고려할 때, 가장 적합한 경제적인 선택으로 판단되고 있다.

또한 근래에 구미지역에서 오래 동안 불변의 사양으로 여겨왔던 캔 동체 211구경이 204나 202구경(우리나라 주종 관종 음료관)으로 부분적인 전환을 시도하며 휴대적성과 캔 종류의 다양화 및 경량화의 가능성 폭을 넓히고 있는데, 그 추세와 효과는 지켜봐야 할 것이다(그림 7).

캔의 동체와 뚜껑 소재 두께의 감소로 나타났다.

2피스 캔 동체의 두께는 구미지역의 현재 규격이 소재 강도 등의 추가적인 개발에도 불구하고 생산 효율성과 유통조건을 감안할 때 캔 바닥부위와 캔 벽면 상부 두께(top wall)의 다소의 추가절감 가능성은 있지만 거의 한계점 가까이 왔다고 보고 있다. 그러나 캔 뚜껑은 두께에 더불어 절단 치수(Cutedge)를 줄이는 기술이 확대 적용될 것으로 본다. 우리나라는 이미 2004년 당사가 미국의 기계설비 회사 및 소재회사와 같이 협력하여 차세대 디자인 뚜껑을 상용화시켜 202 구경의 뚜껑 절감에 기여했

나 아직 200구경은 추가 검토의 여지가 있다.

스틸 캔은 3피스는 물론 2피스 DRD캔도 고강도 박육(얇은 판) 강판(DR판, 고경도 SR판)이 사용되고 있고 우리나라는 기술적으로 국제경쟁력을 갖추고 있다.

경량화의 절감효과가 가장 큰 3피스 캔의 2피스 캔으로의 전환은 상기 시장동향에서와 같이 우리나라에서는 특수 캔을 제외하고는 음료용 캔 거의 전량이 품질과 원가의 장점을 지닌 2피스 캔으로 전환하는데 성공하였다.

3-2. 제품의 차별화를 통한 판매촉진 기술

이미 기술한 바와 같이 2000년대에 들어와 성장이 둔화되고 있는 구미지역과 일본이 주도하여 판매촉진을 위한 다양한 개발제품이 선보였다.

특히 미국시장의 간판과 같은 관종인 211×413(350ml)도 2000년대 중반 이후 캔의 구경과 높이, 용량 등 변화의 기류가 나타났다.

음료 캔을 중심으로 확산된 개발제품은 사이즈의 다양화, 편리성과 안전성의 제고 형상의 패션화 등으로 구분할 수 있는데 이에 대한 시설 투자비와 교체를 위한 작업 손실이 있었고 형상의 패션화를 위해서는 소재 두께를 높여야 하므로 원가의 상승으로 이어졌다.

보틀 캔도 추가 수요를 창출하면서 병과 같은 대체용기에 대한 경쟁력을 높이는 수단으로 출시하여 일본 주도로 바람몰이를 하였으나 보틀 캔 본토인 일본은 2005년을 기점으로 연속 내리막길을 달리고 있는 것을 보면, 고부가가치 제품을 지향하며 고급 롤스로이차를 출시하며 대중화된 도요다 만큼 시장수요를 꿈꾸지는 않았는지(?) 지켜 볼 필요가 있다.

그러나 아직도 프리미엄 제품이나 관촉 제품에 차별화하여 틈새시장은 가능하다 본다.

한편으로는 지난 10년간 단순한 디자인에 고속 대량생산하는 것이 금속 캔이라는 고정관념은 많이 해소되었으나 2010년대에 들어와 캔의 제조업자와 제품충전, 유통하는 업체가 원가와 생산효율을 크게 희생하지 않는 방향으로 움직이는 경향이 보인다.

대량생산체제에서는 곡선형상의 패션캔 등이 쇠퇴하고 캔의 구경과 높이, 대용량과 소용량, 그래픽 디자인과 인쇄 도장의 입체효과와 그린 앤 클린(Green & Clean)이미지, 개관의 편리성과 간편한 재밀봉 캔(Resealable can) 등이 원가 희생을 줄이고 판매촉진에 기여하는 방향이 될 것으로 보는 시각이 많다(세부 내용은 지면관계로 생략).

3-3. 환경과 위생, 안전에 대한 기술

캔 제품의 내용물이 주로 식품이므로, 식품 위생 안전에 대한 요구는 더욱 강화될 것이 명백하며, 자원절약과 재활용 및 친 환경에 대한 대책도 필수요건이 되고 이와 같은 대책과 결과가 계획적으로 추진하여 국내외적으로 인증을 받아야 되는 시점에 왔다고 본다.

최근 HACCP은 우리나라 정부의 의무적인 인증과는 별도로 식품포장용기회사에서도 인증이 수요고객회사로부터 국제적 인증요청을 받고 있는데 코카콜라에서는 전 세계적으로 내년 1월부터 HACCP과 ISO의 선행행건을 보완한 FSSC22000의 인증을 권고 받았다.

금속 캔에 사용되고 있는 코팅과 관련된 내분비계장애물질(환경호르몬)중 비스페놀 A는

이미 오래전부터 다이옥신에 영향을 줄 수 있는 비닐 계 도료는 대체개발 되었고, 에폭시 계 도료에서의 비스페놀A는 실제 위해성 의심되는 물질 류(Suspect category)에 속하며 현재 평균 검출량은 정부의 개정된 허용치(0.6ppm)에 비하여 1천분의 1도 안 되는 0.5ppb이하의 전혀 문제시 되지 않지만 이에 대한 에폭시 도료의 중합공정과 도장공정의 개선은 물론 대체도료도 개발되어 있으나 에폭시 도료가 지니고 있는 품질의 장점을 따라갈 수 없기 때문에 적용의 한계가 있는 지속적인 연구 검토와 관찰이 필요할 것이다.

그간 대기오염과 인체의 유해성을 저감시키기 위한 그린환경은 국제적으로 추진하고 있는 큰 과제의 하나로 유성도료와 밀봉 제(Sealing compound)가 수성으로 전환과 열풍건조 건조방법과 열효율의 개선, 친환경 수지 라미네이팅 공법, 경량화를 통한 자원절약과 재활용 촉진, 크롬 등 중금속 용출방지를 위한 Chrome free의 Non-passivation 표면처리 등 지고가기 무겁지만 보람 있는 일들이 우리를 기다리고 있다.

4. 맺는 말

금속 캔 시장과 기술적 동향을 위에서 알아본 바와 같이 최근 20년간의 동향을 보면 지금까지 변천해 온 발판위에 시장주도 품목과 기술개발 주력 목표가 다소 변화하며 발전함을 알 수 있다.

지금부터의 변화의 방향은 대략 살펴보았지만 실제의 변화는 급변하는 시대적 경제적 여건

에 따라 달라질 것이므로 이제부터는 원가와 판매촉진 기능 및 환경과 식품안전을 다 비중 있게 모니터링하며 대응할 활로를 찾아야 할 것이다. 그러나 우리나라 금속 캔 업계는 금속 캔의 생산규모나 기술수준을 보면, 품질이 가장 엄격한 일본과 원가가 가장 싼 아시아 지역에도 수출이 가능할 만큼 국제적인 경쟁력을 갖추고 있음에도 국내시장에서는 그간 오랜 세월을 수익성의 악화로 어려움을 겪어 오고 있고 그 주 요인 중의 하나가 가격정책임을 쉽게 알 수 있다.

세계 금속 캔과 식, 음료 시장을 주도하는 구미지역과 다국적 국제규모의 제관 및 식품기업들은 알루미늄과 같은 원자재를 수요자가 선물을 통하여 구매하거나 제관회사에 위임하고 기타 부자재 등의 인상은 생산자지수 물가(PPI) 등을 통하여 반영하는 재료가격의 연동제를 적용하고 있고 기술개발을 통한 원가절감을 기여도에 따라 배분하는 것이 보편화 되던 이후(현재 국내 일부회사도 적용), 그간 2000년대 초까지 어려웠던 금속 캔 회사들이 수요고객과 더불어 의욕적인 투지와 개발로 상생을 위한 협력을 하고 있다.

우리나라에도 이러한 아름다운 협력관계로 다가오는 10년을 맞이하는 희망이 있기를 바란다. 그래서 인류가 존재하는 한 먹고 마시는 영원한 유망산업인 식품 가공 산업에 동역하는 협력회사로 참여한 우리 금속 캔 산업에 종사하는 식구들이 이를 자랑스럽게 생각하고 더 많은 땀과 지혜로 우리의 고객들이 세계시장에서 가격과 품질의 경쟁력을 가지는 데 기여하는 가슴 벅찬 보람과 결실을 기대하고자 한다. ☐