

Supply and Demand of Metal Can

국내 제관업계 동향

Writer

한국제관공업협동조합 자료 제공

Contents

- I. 서론
- II. 알루미늄캔의 지속 성장
- III. 통조림 등 기타 관의 동향
- IV. 고급화·간편식으로 변화하는 제관

I. 서론

한국제관공업협동조합(이사장 이철순)은 국내 50여개 제관업체를 대상으로 매년 제관업 실태를 조사하여 판매량에 대해서는 정부기관 및 자료를 필요로 하는 산·학계에 제공하고 있다.

올해 조사된 2016년 국내 금속캔 판매량은 84억 900만 관으로 2015년 판매량 81억 2,400만 관 대비 0.29%가 증가했다. 지속된 경기 불황으로 소비가 위축된 것도 있지만 신 수요를 창출할 수 있는 제품 개발이 부진했음을 나타낸다.

이 가운데 국내 금속캔 시장의 80%를 점유하고 있는 음료캔은 2016년 67억 6,200만 관이 판매되며 2015년 65억 1,100만 관과 비슷한 양상을 보였다. 이는 판매비중이 높은 알루미늄캔이 맥주, 탄산, 커피, 주스 등 전 관종에서 매출이 소량이라도 증가했기 때문이다.

상대적으로 스틸 2피스 음료캔은 맥주캔과 탄산캔의 출하량이 없어 2015년 6억 1,100만 캔에서 5억 1,500만 캔으로 크게 줄어들었다. 또한 스틸 3피스 음료캔 역시 탄산캔의 출하량이 사라져 2015년 7,800만 캔에서 2016년 6,900만 캔으로 크게 감소했다.

II. 알루미늄캔의 지속 성장

눈여겨볼 점은 최근 수제맥주의 폭발적인 판매 성장으로 알루미늄캔 중 맥주캔이 최초로 18억 관 판매를 돌파했다는 것이다. 전문가들은 알루미늄 맥주캔의 성장세가 향후 몇 년 간 지속될 것

(표 1) 2016년도 금속캔 판매실적 비교(내수, 수출포함)

(단위: 백만 개)

구 분			2016	2015	2014	2013	2012	
음료관	알루미늄	2PCS	맥주관	1,811	1,797	1,765	1,714	1,585
			탄산관	1,704	1,529	1,473	1,521	1,389
			커피관	864	799	801	817	869
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	1,799	1,697	1,664	1,716	1,476
		계	6,178	5,822	5,703	5,768	5,319	
	스틸	2PCS	맥주관					
			탄산관		7		8	
			커피관	312	340	387	325	365
			주스, 스포츠, 전통음료, 기타	203	264	253	268	236
			소 계	515	611	640	601	601
3PCS		탄산관						
		커피관	25	29	47	53	38	
		주스, 스포츠, 전통음료, 기타	44	49	81	88	99	
		소 계	69	78	128	141	137	
계	584	689	768	742	738			
합 계			6,762	6,511	6,471	6,510	6,057	
통조림관	농산물		43	64	54	71	60	
	수산물		506	507	496	447	466	
	축산물		267	231	204	195	196	
	합 계		816	802	754	713	722	
분유관	분 유		33	33	32	27	27	
미술관	제약관 및 기타		3	3	3	1	5	
에어로졸	에어로졸, 부탄		599	573	619	594	592	
일반관	0.5~20 l 관		196	202	213	230	216	
총 계			8,409	8,124	8,092	8,075	7,619	

으로 내다보고 있다. 최근 하이트진로가 내놓은 신개념 발포주 ‘필라이트(Filite)’가 출시 2개월 만에 1,000만 캔 판매를 돌파하며 발포주시장을 열었기 때문이다.

발포주는 20여 년 전 일본 주류시장에 새롭게 등장, 기존 맥주제조공법에 맥아 등 원료

비중을 달리해 원가를 낮추면서도 품질은 동일하게 유지해 장기 불황을 겪은 일본 소비자들의 부담을 줄이며 꾸준히 인기를 얻고 있다. 발포주는 맥아, 보리 이외의 것을 원료로 하는 제3맥주와 함께 일본에서 꾸준한 성장을 거듭하고 있다. 2016년 일본 주류시장에

서 맥주대비 발포주와 제3맥주의 비율은 55%대 45%에 달한다.

하이트진로 관계자는 “혼술, 홈술, 캠핑 등의 트렌드와 가성비에 주목하는 소비자들이 늘면서 필라이트의 인기가 예상을 뛰어넘고 있다”면서 “좋은 품질의 제품을 합리적으로



소비하는 고객들에게 좋은 대안이 될 것”이라고 말했다. 맥주와 발포주가 견인하고 있는 알루미늄캔의 성장은 당분간 지속될 것으로 보인다. 더욱이 알루미늄캔은 원자재 가격 등 제조 환경의 변화에 의해서도 계속해서 늘어날 것으로 예상된다. 실제로 알루미늄캔은 10년 전인 2005년에만 해도 점유율이 37%에 불과했으나 스틸 D&I원자재 가격 상승에 따른 타용기와와의 경쟁력 저하로 음료캔 생산 제관사들이 생산설비를 알루미늄캔으로 전환하기 시작, 2008년 50:50을 기점으로 2009년에는 77%, 지난해에는 91.3%를 점유하면서 이제 스틸2피스 음료캔은 ‘레쓰비’ 등 일부제품에서만 상징적으로 생산되고 있다. 이 또한 원자재 가격 상승 시 언제든지 알루미늄캔으로 전환될 수 있어 원자재 가격 인하 등 특단의 조치가

취해지지 않는 한 알루미늄 음료캔의 고공행진은 지속될 것으로 보인다.

Ⅲ. 통조림 등 기타 관의 동향

먼저 통조림은 2016년에 2015년 대비 1,400만 관이 늘어나 소폭 상승한 것으로 나타났다. 농산물 통조림은 4,300만 관, 수산물 통조림은 2억 6,700만 관 등으로 총 8억 1,600만 관이 판매되었다.

이 가운데 농산물과 수산물 통조림의 하락세가 눈에 띈다. 수년째 우리나라 통조림산업의 주축이었던 농산물 통조림이 급격하게 감소하고 있다. 2013년 7,100만 관에서 2016년 4,300만 관으로 절반 수준으로 판매량이 줄어들었다. 이는 생과일 위주의 식생활 변화에 따른 수요둔화도 있지만 북

숭아 등의 원료가격 상승으로 통조림제조업체에서 생산량을 줄인 것도 요인으로 작용한다. 수산물 또한 참치캔의 수요 감소로 2015년 5억 7,000만 관에서 2016년 5억 6,000만 관을 기록했다.

[표 1]에서 보는 바와 같이 예어로졸캔은 휴대용부탄가스의 수출증가로 2015년 5억 7,300만 관에서 5억 9,900만 관으로 2,700만 관 늘어났고, 분유관은 2015년과 동일한 3,300만 관 판매되었다. 일반관은 0.5~20L까지의 식용유를 비롯한 고추장 등의 식자재와 산업용인 페인트 등을 포장하는 금속용기로, 2015년 2억 200만관에서 2016년 1억 9,600만 관으로 소폭 줄어들었다.

Ⅳ. 고급화 · 간편식으로 변화하는 제관

‘웰빙열풍’과 함께 신선식품에 대한 수요가 높아짐에 따라 점점 자리를 잃어가던 통조림이 최근 고급화 · 간편식으로 변화하며 다시 주목받기 시작했다.

참치나 햄 등이 주를 이뤘던 기존 통조림시장이 최근 제철 시기를 타는 꼬막이나 게 · 굴

등 수산물부터 닭볶음탕·찜닭 등의 요리까지 캔 간편식의 범위가 확대되는 것은 물론 고급화된 통조림햄까지 등장하며 캔이 부활하고 있는 것이다.

유통업계에 따르면 과거 간편한 식사를 위한 대표상품으로 소비자들에게 큰 사랑을 받았던 통조림은 건강에 좋지 않다는 이미지가 각인되면서 점차 매출 규모가 줄고 있다. 실제로 이마트에서 올 1~6월 통조림햄 매출은 2년 전인 2015년 상반기 대비 2.8% 규모가 줄었다.

통조림과 함께 간편한 식사의 대명사로 떠오르고 있는 가정 간편식 매출이 같은 기간 18%

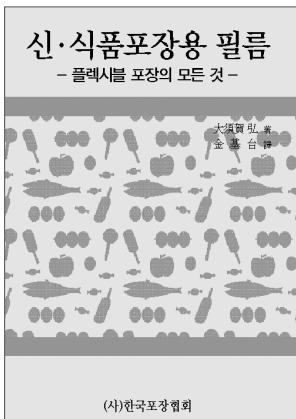
증가한 것과 비교하면 대조적이다. 하지만 최근에는 상온보관과 별도의 조리과정이 필요 없는 간편함은 유지하되 ‘가정식’이란 콘셉트에 중점을 둔 통조림 형태의 ‘캔 간편식’이 등장하면서 캔이 재평가를 받고 있다.

한 전문가는 “캔 간편식의 경우 대부분 소량으로 나와 1인 가구에 적합하고 장기간 상온보관·휴대 등 활용도가 높아 찾는 이가 점차 증가하고 있다”면서 “특히 대중적인 캔 간편식으로 자리잡은 참치·골뱅이 외에도 제철 시기에 따라 가격이 유동적으로 달라지고 손질이 비교적 어려운 꼬막·성게알 등 해산물 캔에 대한 수요도 커

지고 있다”고 설명했다.

최근 식품업계에서도 캔 간편식을 통한 가정간편식 시장 확대에 나서고 있다. CJ제일제당은 최근 ‘바로 먹는 캔 간편식’이란 콘셉트로 수산물 캔 전문 브랜드 ‘계절어보’를 론칭했으며, 동원F&B도 지난 6월 캔 간편식 브랜드 ‘정찬’을 론칭하고 100% 닭다리살로 만든 ‘정찬 안동식찜닭’과 ‘정찬 닭볶음탕’을 출시했다. 샘표 역시 지난 4월 어패류 통조림 간편식인 ‘바로바로 요리하는 왕꼬막’을 선보인 바 있다.

이처럼 제관의 고급화를 통한 간편식시장 공략은 한동안 계속될 것으로 보인다. [F&B]



서적 안내

신·식품포장용 필름

‘신·식품포장용 필름」-플렉시블 포장의 모든 것’은 플렉시블 포장 개략, 플라스틱의 성질, 필름제조법, 필름의 성질, 플렉시블 포장용 필름, 식품보존성, 플렉시블 포장용 각종 필름, 포장과 환경문제, 플렉시블 포장 등을 상세하게 다루고 있다.



KOPA
KOREA PACKAGING ASSOCIATION INC.

(사)한국포장협회

· 가격 : 20,000원
· 구입 문의

TEL: (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net