



# 99 서울국제포장기자재전 결산

## 전시품목 다양화, 실속있는 상담 진행

지난 5월 27일부터 30일까지 4일간 서울국제 무역전시장에서는 99 서울국제포장기자재전이 열렸다.

대한무역투자진흥공사와 한국산업디자인진흥원, 그리고 (사)한국포장협회가 공동주최한 이번 전시회에는 18,493명에 달하는 관람객이 방문해 440여건에 달하는 내수 및 수출계약 건수를 올렸는데 29개국 193명의 외국 바이어들이 참관해 국내 포장산업을 소개하는 계기가 되기도 했다.

한편, 이번 전시회의 주최 측에서는 5월 30일 하루동안 전시참가업체 92개사를 대상으로 설문조사를 실시했는데 82개사의 설문서가 회수돼 89%의 회수율을 보였다.

본 고에서는 이 설문내용을 통해 국내 포장관련 전시회 중 가장 큰 규모인 '99 서울국제포장기자재전을 돌아봄으로써 새천년에 더 발전된 전시회를 준비하는데 도움을 주고자 한다.

### 1. 설문조사 개요

- 1) 조사일시 : 99. 5. 30
- 2) 조사대상 : 전시참가업체 92개사
- 3) 설문서 회수 : 82개사(회수율 89%)

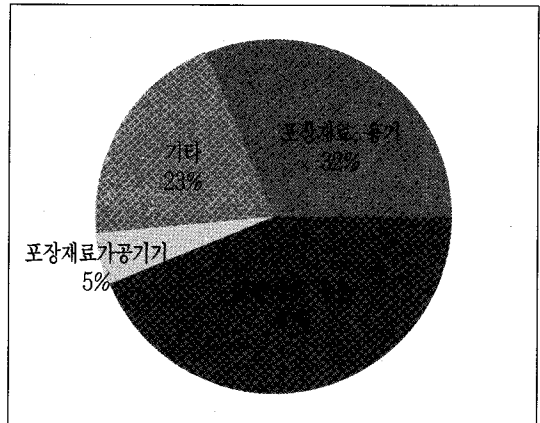
### 2. 참가업체 실적

#### 2-1. 포장재료 및 포장기계 취급업체의 조화로 운 참가

- 전시참가업체의 출품품목을 분류해보면 포장기계 및 부품취급업체가 전체의 40%, 포장재료 및 용기취급업체가 전체의 32%를 차지하고 있어 포장관련품목의 조화로운 전시로 관람객에게 다양한 볼거리를 제공했다는 평가다.

특히 한국포장협회의 참가로 포장재료 및 용기취급업체의 참가가 늘어나 포장재료와 포장기계의 균형된 전시가 이루어져 과거 기계위주의 전시에서 벗어났다는 점은 큰 성과라고 할 수 있다.

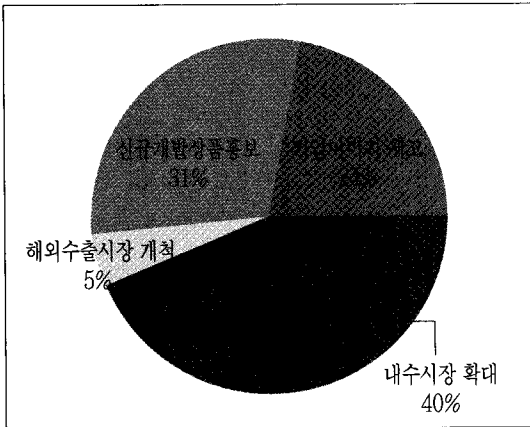
[그림 1] 주요전시품목



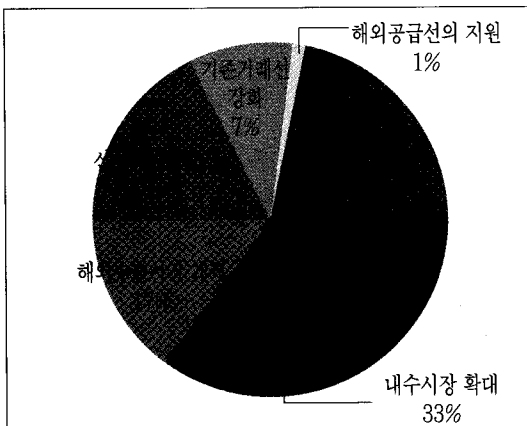
## 2-2. 내수시장 확대 및 신규 바이어 발굴이 전 시 참가 주요 동기

- 97년도에 비해 내수시장 확대를 목적으로 참가한 업체는 줄어든 반면(97년도 40%에서 99년도 33%로 7% 감소), 해외수출시장 개척을 목적으로 참가한 업체는 늘어난 것으로 나타나(97년도 5%에서 99년도 17%로 12% 증가) 지난 98년의 IMF 지원 체제 이후 많은 포장관련업체가 수출판로의 확대를 모색하고 있는 것으로 판단됨.

[그림 2] 참가동기 (97년도)



[그림 3] 참가동기 (99년도)



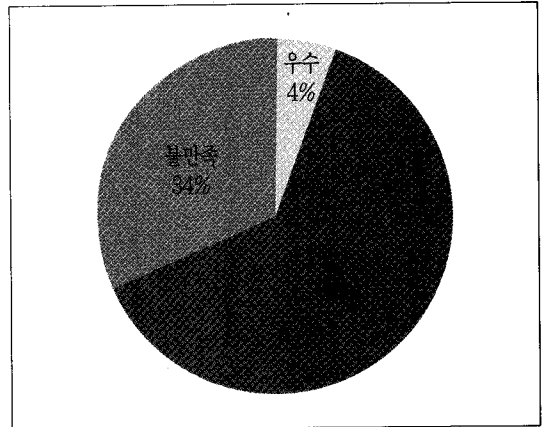
## 3. 전시회에 대한 만족도

### 3-1. 전시회 운영 및 지원에 대한 만족도

- 전시회에 대한 참가업체들의 반응은 66% 정도가 긍정적인 반응을 보여 비교적 성공적이었던 것으로 평가 가능.

불만족을 표시한 업체는 주로 서울무역전시장에 대한 홍보부족, 주차지원문제, 편의·부대시설부족, 환기, 식당, 냉방 등의 불편으로 인한 불만족을 표명했다.

[그림 4] 전시회운영지원, 만족도



### 3-2. 참가성과에 대한 만족도

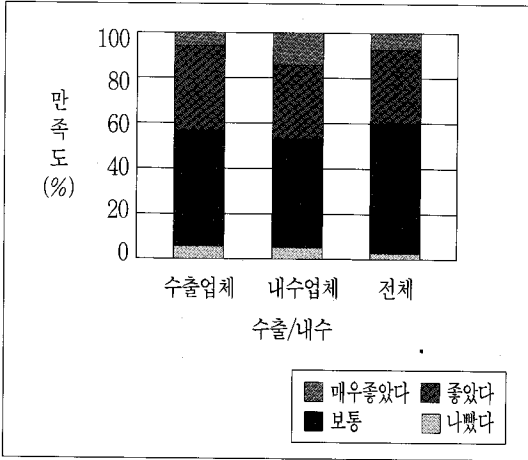
- 82개 업체 중 5개 업체만이 성과가 나쁘다고 응답했으며 좋았다고 응답한 업체가 전체의 40%를 초과하여 계약, 상담실적에서 볼 수 있듯이 전시회가 상당히 성공적이었던 것으로 평가할 수 있음.

- 참가목적으로 분류하여 살펴보면, 내수업체의 참가성과가 수출업체의 참가성과보다 높았던 것으로 나타났으며, 이는 참가동기 중 해외수출시장개척의 비율이 상승추세를 감안할 때 앞



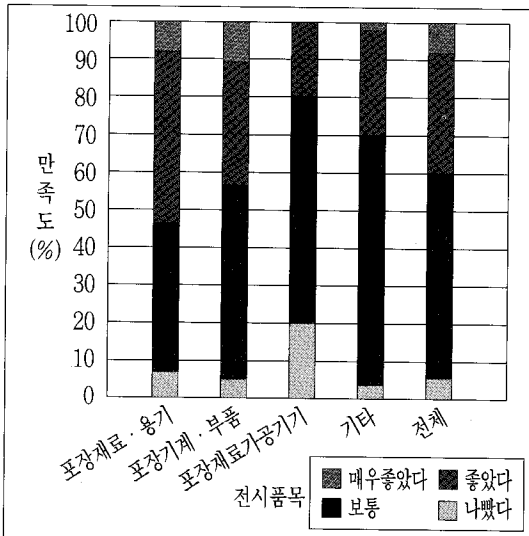
으로 동 전시회에 대한 공사의 역할이 더욱 절실히 요구될 것으로 보여짐.

[그림 5] 전시참가성과(내수/수출)



- 포장재료 및 용기 취급업체가 포장기계 및 부품취급업체에 비해 좋았다고 응답한 경우가 많아 향후 전시품목의 조화를 위해 포장재료 및 용기 취급업체를 적극 유치하기 위해서는 바람직한 현상으로 받아들여짐.

[그림 6] 품목별 참가성과

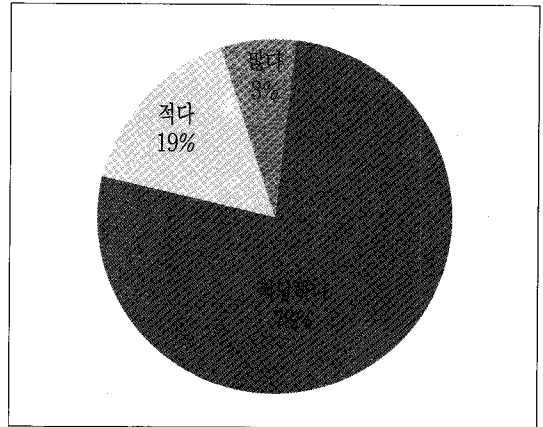


## 4. 참관객에 대한 반응

### 4-1. 참관객 수에 대한 만족도

- 참가업체 중 81%가 참관객 수에 대해 만족을 표시했는데 이는 서울무역전시시장의 인지도를 고려하면, 주최기관의 참관객 유치활동이 상당히 성공적으로 이루어졌다고 평가할 수 있음.

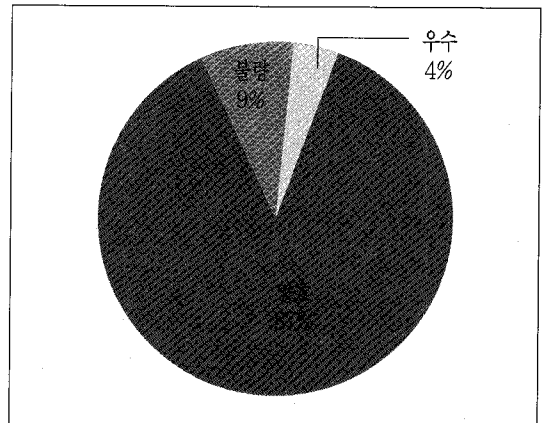
[그림 7] 참관객 수 만족도



### 4-2. 참관객 수준에 대한 만족도

- 참가업체 중 91%가 우수 또는 양호하다고

[그림 8] 참관객 수준 만족도



응답했는데 이는 구매력있는 양질의 국내외 바이어가 참관하여 내실있는 전시상담이 이루어졌기 때문인 것으로 분석된다.

## 5. 전시회 종합평가 및 개선방향(안)

### 5-1. 전시회에 대한 평가

#### - 전시품목의 조화로운 출품

중전의 기계 위주의 전시회에서 포장산업의 양대 축인 포장재료 및 용기취급업체와 포장기계 및 부품 취급업체가 균형을 이루어 참가함으로써 참관객에게 보다 다양한 볼거리를 제공함은 물론, 내실있는 전시상담이 이루어지는 계기가 됨.

#### - 구매력있는 양질의 국내외바이어 대거 참관

97년도 전시회 대비 참관객 수가 약 2천명 가량 줄었으나 일반참관객에 비해 구매력있는 양질의 국내외바이어가 대거 참관함으로써 참가업체가 참관객수가 다소 적는데 대한 아쉬움을 표하였음에도 불구하고 실속있는 상담진행으로 참관객 수준에는 크게 만족하는 양상을 보임.

#### - 수출보다는 내수위주의 전시상담 진행

해외시장개척을 목적으로 참가한 전시업체가 대폭 증가한데 반해, 전시상담은 주로 내수위주로 이루어져 관련업체에 아쉬움을 남겼음. IMF 지원체제 이후 포장업계도 대거 수출확대를 모색하고 있는 바 향후 공사의 역할이 보다 중요시 될 것으로 전망됨.

### 5-2. 전시회 개선방향(안)

#### - 공사주최 서울식품전과의 연계 개최

식품산업과 포장산업은 상호 보완적인 밀접한 관계를 가진 산업으로 격년주기의 포장전 개최

시 식품전과 연계, 동일기간에 개최한다면 시너지 효과를 발휘할 수 있을 것으로 기대됨.

#### - 식품전과 연계개최시의 잇점으로는,

첫째, 해외참가업체 및 바이어 유치업무를 보다 용이하게 수행함으로써 무역관의 부담을 줄임과 아울러 BTG 파견 등의 업무에서 경비를 줄일 수 있으며, 또한 전시회에 보다 많은 바이어가 참관할 가능성이 높게 되어 수출확대를 모색하는 포장업계의 기대에 부응할 수 있는 계기가 될 수 있다는 점.

둘째, 식품전과 포장전에 이중으로 참가해야 하는 식품포장업계의 참가비 부담을 줄일 수 있어 동업계의 만족도를 제고시킬 수 있다는 점 등을 들 수 있다.

다만, 전시회 규모상 식품전은 COEX에서 포장전은 서울무역전시장에서 개최되어야 하는 추가비용을 부담하여 전시기간 중 두 전시장을 왕래하는 무료 셔틀버스 제공 등으로 관람객의 용이한 이동을 지원할 필요성이 있음.

#### - 전시참가업체의 개선요망사항 해결

서울무역전시장에서 개최된 대한민국섬유수출전(99. 5. 4~ 5. 7)과 국제서울포장기자재전 전시참가업체의 공통된 주요불편사항으로는 전시장 시설(환기 및 냉방), 편의시설 부족, 주차지원 미비, 식당이용 불편으로 이 부문의 개선이 절실히 요구됨.

추가예산 투입으로 전시장 시설 개선 및 편의시설의 확충이 요구되며 임대계약으로 운영 중인 주차장과 식당도 계약 만료 후 차기 계약시 참가업체의 불편사항을 심분 고려하여 추진할 필요성이 있다고 사료됨. ☐

(자료제공:서울무역전시장운영팀)