

JAPAN PACK 2001 경기침체 영향 규모 축소

오선진 / (사)한국포장협회 실장

2001 일본국제포장기계전이 지난달 2일부터 6일까지 동경 有明의 동경국제전시장에서 23개국 354개사가 참가한 가운데 열렸다.

이 전시회는 1964년 처음 개막한 이래 일관되게 합리화·성력화에 공헌하였으며, 포장기계산업과 관련산업의 발전을 목적으로 개최되고 있다.

2001 일본국제포장기계전은 22회를 맞아 세계 포장기계 수요업계를 대표하는 대표적인 전시회로 평가받고 있다.

지난해 일본 포장기계 산업은 전년도 대비 4.9% 성장한 4,144억엔을 기록하였으며 이를 계기로 안정적인 성장의 발판을 마련하는 등 일본 경제가 본격적인 회복기로 들어섰음을 의미한다고 주최측은 밝히고 있다.

2001 일본국제포장기계전은 지난 '99년도에 비해 전시부스가 약간 줄어들었으나 참가업체수에서는 30개사 정도가 늘어났고 상담 건수도 대단한 증가를 보였다고 발표했다.

이번 전시회의 특징은 용기포장리사이클법, HACCP지원법, 환경안전위생문제 등 업계가 안고 있는 문제들의 해결을 위한 대체방안에 대한 연구가 진행돼 이와 관련된 장비들이 많이 출품되었다는 점이다.

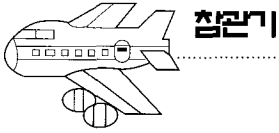
포장기계, 식품기계, 포장재료가공기계, 관련기기 등이 출품된 2001 일본국제포장기계전은 안전·위생성, 편리성, 정보전달의 실현은 물론 최신 기술의 폭을 넓혀 다양하고 심도깊은 제품을 접할 수 있게 했다.

반면 전시회들의 특징이었던 세미나나 이벤트 행사가 없는 전시회 자체에 비중을 둔 내실있는 행사를 기획했다고 밝히고 있지만 장기간 이어지는 일본 경제의 불황을 보여주는 듯 했다.

전시회를 준비한 주최측이나 참가업체들은 컴퓨터시스템을 이용 방문객을 분류하고 집계하여 추후 상담에 대비하였는 첨단화된 모습이었다.

출품물을 세세히 들여다 보면 반자동에서 최첨단화된 자동 로봇기능의 다양한 기능이 선보였으며 복잡한 기능의 제품보다는 다품종 소량생산에 대응할 수 있는 제품이 많았다.

참가업체의 분류를 보면 일본 자국내 기업이 80% 이상을 차지하고 그 외 미국, 유럽, 동남아 등 지명도 있는 포장기계 생산메이커가 참석했다. 한편 우리나라는 한국포장기계협회가 협회관을 만들어 참가하였으며, 블리스터포장기계 전문업체인 (주)홍아기연, 충진 및 계량기 업체인 아시아포장기계, 각종 캡류 개발 생산업체인 JKA가 참가해 눈길을 끌었다.



지난 '99년에 업체들이 전시면적을 크게 나 온 반면 이번에는 전시면적을 줄이고 최소 공간을 이용해 대조를 보여 지난 전시회보다 많은 업체가 참가했음에도 불구하고 전시면적에서는 줄어드는 현상을 보였다.

전시회에 참가한 업체들은 다양한 행사나 판촉물을 이용한 홍보보다는 자사를 알리고 제품의 이미지를 부각시키는 프로그램을 마련하고 참관객들에게 적극적인 마케팅 활동을 벌이는 알차고 실속있는 홍보전을 보였지만 이번에는 경기불황으로 인한 변화된 모습을 보여줬다.

전시 참가업체와 전시장의 특징으로는 전시 공간을 참관하기 편리하도록 효율적으로 배치한 것과 업체들도 화려하고 눈에 띄는 장식보다는 제품의 특성을 알리는데 주력한 인상을 받았다.

JAPAN PACK 2001의 출품물 가운데 합성수지 포장재 가공기계가 큰 면적을 차지한 반

면 일반 포장기계와 식품기계 등은 적은 면적에서 전시하였고 다양한 제품들이 출품되었다는 점이다. 환경과 관련해 우리 나라와 비교되는 정책 중 한가지는 우리나라가 한쪽으로 치우친 규제에 있다면 일본을 비롯한 선진국에서는 대별되는 다른 포장재가 공존하면서 폐기물을 최소화하고 발생된 폐기물은 리사이클하는 방향으로 유도한다는 점이다.

도시락 용기나 일반 트레이, 1회용품, 라벨을 가공하는 기계가 많이 선보였는데 일본에서는 1회용품이라도 플라스틱의 특성을 이용할 수 있는 것은 그대로 사용하면서 재사용이 가능하고 분해되는 재질을 적용하도록 권장한다는 점이다. 이번 전시회에서 1회용품이나, 라벨의 경우 우리나라와는 달리 사용에 있어 제약을 받지 않고 있으며 업계 스스로 사용을 줄이거나 리사이클을 연구하고 있다고 밝혔다.

디자인이나 용기의 형태도 실용적이고 섬세





하고 미려한 것이 많아 소비자가 구매 충동을 일으키기에 충분했고 지난해 일본 우수포장디자인 제품인 알루미늄 병이 음료의 여러 분야에 적용되고 있음을 볼 때 우리 나라가 우수한 기능을 상품화시키는데 오래 걸리는 것과는 대조적인 면을 보였다. 지난 '99년과 또다른 점은 위생과 안전을 고려한 검사기, 검출기 등이 이번에는 출품이 적었다는 것인데 이는 이같은 설비들이 작업장에서 일반화되어 있기 때문이라 했다.

이번 JAPAN PACK 2001이 포장기계전이라는 특성도 있지만 주류를 이루었던 것은 일반 포장기계보다는 포장소재를 가공하는 기계가 주를 이루었고 그에 따른 포장소재의 가공방법 및 제품들이 전시돼 기존 일반 포장기계의 위치가 점점 축소되는 경향을 보여 합성수지 포장재 가공기계를 통해 포장의 흐름, 소재 개발에 대한 방향을 간접적으로 파악할 수 있었던 점이 큰 성과라 하겠다.

또한 포장기계와 식품 가공기계가 함께 전시돼 포장설비만 보여주는 것이 아니라 제품의 가공과

포장공정을 동시에 볼 수 있어 전반적인 포장의 공정을 이해하게 했다.

이번 전시회를 통해 우리나라 포장기계 업계도 내수에서의 경쟁, 요즘에는 외국에서의 경쟁도 치열하지만 선진 외국과 경쟁할 수 있는 기술개발에 노력하고 해외시장 진출을 위한 다각적인 노력이 필요함을 느꼈다.

전시문화에서도 우선 크게 규모만 늘리기보다는 짜임새 있는 공간활용, 내실을 기한 운영, 참관의 편리함 등 다른 점이 많았고 앞으로 우리나라도 서울팩을 중심으로 식품전 등 유사 전시회를 묶어 올바른 전시문화를 기획하고 있는 만큼 허울좋은 자기들만의 잔치를 벌이고 있는 국내 전시문화가 바뀔 것으로 예상된다. 이제 우리 기업들은 외국 경쟁업체들과 이길 수 있는 기술개발에 주력해 세계 시장으로 가는 길을 택해야 한다. 그 하나의 방법이 전시라면 이제까지지의 우물안 개구리식 전시문화는 버리고 업계가 발전되는데 도움을 주는 혁신을 위해 정부, 단체, 업계가 올바른 전시문화를 만들어야 한다. ko