



# 일본, 세계라벨시장 12% 점유

## 일본의 라벨인쇄 동향

인쇄방식의 구성변화에 있어서는 라벨 수주에 신규 참여하는 사업다각화의 경향이 강하고, 기존 사업으로서 영위해 온 벽이 사라져 업종간의 울타리는 점점 낮아지고 있다. 그리고 인쇄방식의 다양화와 함께 디지털화된 새로운 출력기술의 등장으로 인쇄방식의 구성은 극히 중요한 경쟁요건으로서 점차 심화되고 있다.

또 사용자의 가치관 다양화와 정보매체로서의 새로운 수요는 인쇄물로서 요구되는 품질이나 정밀도의 수준을 높여 달라고 요구하고 있으며, 정확하게 인쇄하기 위한 고도의 관리체제가 요구된다. 다양한 기능과 디자인을 갖춰 개성화, 차별화의 경향이 강해짐에 따라 다양화, 고급화와 더불어 다품종소량인쇄 및 단납기나 즉납체제의 요구도 높아지고 있다.

이러한 새로운 라벨비즈니스로의 확실한 대응으로는 인쇄방식의 개선에 의한 생산효율의 향상이나 새로운 생산방법의 적극적인 채용, 그리고 정밀도 안정으로 연결되는 생산기술의 향상과 고생산성의 달성에 노력해 나갈 필요가 있다. 게다가 라벨메이커로서의 입장을 어필하고, 납기나 가격에 관해서 거래처의 이해를 구하지 않으면 안 된다.

특히 제품사양이 복잡하고 고도화되어 높은 수준의 품질이나 정밀도를 유지하도록 요구되는 시대에 대처해 가기 위해서는 영업 및 생산의 양면에 걸쳐 적절한 관리가 중요하다. 그리고 라벨과 썸의 정의나 분류, 차이 등을 정리해 널리 세간에 인식을 시키는 것이 필요하며, 관리를 깔끔히 하기 위한 재료나 라벨의 표준화, 규격을 실정에 맞춰 정비해 나가는 것이 요구된다.

〈표1〉 일본의 라벨시장 동향

### 용도별 구성비 변화

용도	구분	수요 구성비	
		1999년	2002년
상품표시	(상표)	50%	35%
	(품질·내용)		
	(가격)		
봉합	(계량)	15%	15%
	(EDP품)	30%	45%
(인텔리전트)			
기타	(특수)	5%	5%

### 인쇄구성비의 변화

	1999년	2002년
썸인쇄기	65%	50%
폼인쇄기	20%	35%
오프셋인쇄기	10%	10%
실크, 기타 인쇄기	5%	5%

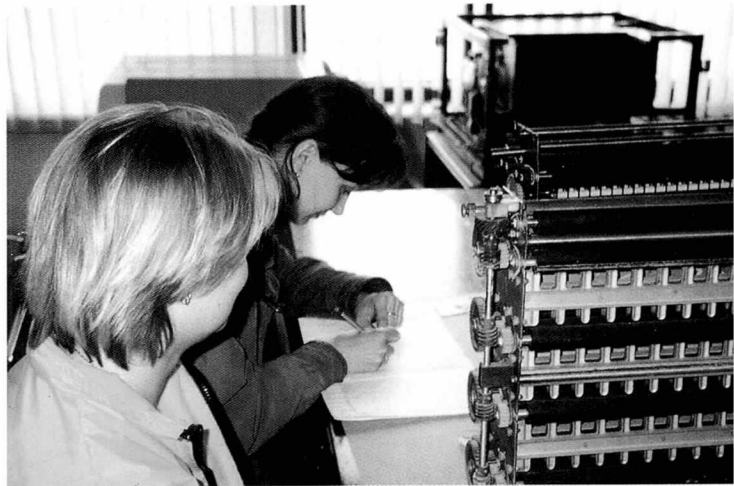
일본에는 기업규격으로서 회사의 공장에서 적용되는 사내 규격과 사업자 단체 내부의 가맹회사간 이용하는 단체규격이 있으며, 국가규격으로서 JIS규격이 있다. 또 일본의 산업에 따른 국제경쟁력에 커다란 영향을 미쳐, 세계적으로 적용되는 국제규격도 존재한다. 규격의 정비는 품질의 국제적 경쟁력을 높일 뿐만 아니라, 견적에서부터 생산, 납기에 이르는 과정을 자연스럽게 운용하는 기본조건이기도 하며, 품질의 안정, 생산성의 향상, 그리고 이익의 확보에 크게 공헌할 것이다.

표2는 일본의 라벨인쇄방식과 외국의 라벨인쇄방식을 비교한 것이다. 세계적인 경향으로 수치적으로도 확실한 것은 플렉소 인쇄방식으로 동남아시아에서도 플렉소 인쇄가 급속히 보급되고 있다. 일본 국내에서도 하이테크 기술혁신에 편승해 판재, 제판, 잉크 이외에도 하이테크기술을 구사한 디지털제어 등 인쇄시스템의 인프라가 정비돼, 코스트, 품질과 함께 평가되고 있다. 금년은 일본의 라벨시장 전환기가 되는 플렉소 원년이라고도 보여진다.

〈표2〉 일본과 세계의 라벨인쇄방식 비교

(설치대수 비율 %)

인쇄방식	인쇄요소	일본	북미	서유럽
레터프레스	평압·원압·활판의 평판 ·윤전의두루마리	80.6	7.0	11.0
플렉소	수성·UV의 두루마리	1.0	73.0	54.0
그라비아	두루마리	1.1	5.0	5.0
오프셋	두루마리·평판	10.7	5.0	3.0
실크스크린	두루마리·평판	6.6	0.0	0.0
컴비네이션	두루마리	0.0	7.0	25.0
디지털ETC	두루마리·평판	0.0	3.0	2.0



시장 성숙화와 함께 국제화의 진전에 따른 영향도 있다고 볼 수 있다. 거래처가 생산거점을 해외에 이전함에 따라 라벨의 발주가 감소하고, 수주가 공동화된 현상이 일어나고 있다. 현실적으로 대응을 추진하기 위해서는 새로운 시장을 개척하는 등의 영업 전략적인 구체적인 방법을 강구해 나가지 않으면 안 된다. 일본 국내의 시장에는 인쇄사업의 진출이나 해외 택메이커의 상륙 등 국제적인 움직임이 넓어지고 있다. 수요구조가 변하고, 비즈니스구조가 변화하는 엄격한 거래 환경 하에서 발전에 대비해야 할 것이다.

### 국제화의 동향

통제적인 경제정책이 시장경제화 되고, 시장경제주의가 세계 단일의 경제 물이 돼, 마켓이 세계적인 수준에서 통일화 방향에 가까워지고 있다. 중국의 WTO 가맹 등은 상징적이며, 또 EU처럼 지역연대의 진전 등을 중심으로 국경개념이 바뀌어 왔다. 기업의 활동은 국경에 구애되지 않는 세계적인 움직임이 이루어져 활동을 개시하고 있다.

〈표3〉 세계의 점착라벨시장(2000년)

(단위 : 억㎡/년)

	생산량	점유율
북미	40.1	(41.0)
유럽	37.6	(38.4)
일본	11.6	(11.9)
동남아시아	3.0	(3.1)
중동아시아	2.0	(2.0)
오세아니아	1.5	(1.5)
중남미	1.5	(1.5)
아프리카·기타	0.5	(0.6)
계	97.8	(100)

표3은 세계의 점착라벨시장에서 본 일본의 위치를 나타낸 것이다. 일본의 생산량은 세계시장 점유율에 있어서 12%를 차지, 북미·유럽에 이어 세계 3위를 기록했다.

일본의 생산 감소는 불황의 영향이나

### 라벨업계의 나아갈 길

라벨업계는 가공형의 부가가치산업으로서, 시장조건을 위해 성장의 기틀을 마련하고, 수용추종형에서 시장창조형 시장 만들기에 노력해 나가는 것이 필요하다. 앞으로 노력하지 않으면 안 되는 발전을 위한 과제는 다음과 같다.

- 경영규모의 적정화
- 경영의 전략화
- 영업력의 강화
- 설비의 고도화
- 지식의 집약화

업계와 기업의 장래를 구축해 나가기 위해서는 마케팅각을 강화해 제안형의 영업체질을 확립한 양질의 시장을 형성해 나가지 않으면 안 된다. 경영상의 과제를 근거로 한 의식개혁의 기초로 제품의 고기능화와 고품질화 및 새로운 서비스시스템의 도입을 꾀하는 기술혁신이 필요하다.

〈윤재호부장〉