

라텍

전시회에 참가하는 모든 업체의 목적은 한 가지라고 생각한다.

자사의 제품을 알리고, 그것이 궁극적으로는 제품의 판매로 이어져 이익을 남기려는 것, 특히 중소기업의 경우는 내수뿐만이 아니라, '이런 전시회를 통해서 수출의 길이 열리지 않을까' 하는 희망을 가진 업체가 많다. 자사의 힘만으론 자본이나 인력, 수출에 대한 노하우 등의 부족으로 수출을 하기가 힘들기 때문이다.

그럼에도 불구하고 "한국 국제 포장기자재전"은 그냥 "한국 포장기자재전"인 것 같다.

외국 업체나, 외국 바이어는 별로 보이지 않는다. 따라서 전시회 기간 중 한, 두명 불과 말까하는 외국인을 위해 통역사를 준비하기가 어려운 것이 사실이다.

그래서 주최측에서 적정수의 '통역도우미'를 마련해 주었으면 한다. 통역이 필요할 때 전시장내에서 바로 연락하여 도움을 받을 수 있다면 좋지 않을까 생각한다.

(주)선양

이번 코리아팩 2004 전시회는 양대 포장관련 전시회를 단일화하여 통합 개최하는 첫번

째 행사로서 포장기계 위주였던 지난 행사와 다르게 연포장관련 제품이 함께 선보이게 된 점, 이에 참가하게 된 것을 매우 기쁘게 생각한다. (주)선양은 코리아팩 2004의 참가로 연포장재(식품, 산업용)뿐만 아니라 PS(Polystyrene) Film제품 및 풍선(Balloons)제품의 홍보에 주력할 예정이다.

코리아팩 2004가 지속적이고 조직적인 홍보 및 마케팅 활동을 통하여 주최측과 참가업체가 모두에게 유익한 행사이길 바란다.

선양은 대 고객서비스의 최상화를 목표로 저렴하면서도 다양한 기능성의 포장재 개발과 공급으로 고객의 이익창출 및 국내 포장계 발전을 위해 노력해 나갈 것이다.

아남자동기계

내수경제의 위축으로 국내 소비가 줄고 국제 원자재가의 상승으로 어려움을 겪고 있는 현 시점에서 코리아팩 2004에 국내외적으로 지난해 보다 더 많은 업체가 참여할 예정이라는 것은 한국 경제의 밝은 미래를 볼 수 있는 것 같다.

중국의 국가 경쟁력이 우리나라를 위협하고 있는 지금 각 업체들은 여러 개발로 혁신으로 국제 사회에 뒤지지 않는 자동화 설비와 설비자재로 타 국가와 경쟁하고 서로 교류 할 수 있는 좋은 계기가 마련 될 것이라 생각한다.

코리아팩 2004에 바란다

아남자동기는 이번 전시회를 통해 더욱 폭 넓어진 제품과 인간중심의 친환경적 제품으로 참여하여 그동안 식품포장에 여러 문제점으로 안고 있던 국내 식품업체에 도움이 될 거라 기대하고 있으며 그동안 저조하던 해외수출에 더욱 박차를 가할 수 있는 계기로 마련할 계획이다. 세계적 기업과 경쟁하여 결코 뒤지지 않는 모습으로 국내 뿐 아닌 세계에서 인정받는 아남자동기가 될 수 있도록 노력할 것이며 출발선에 선 마라톤 선수의 마음가짐으로 먼 미래를 향해 고객과 함께 하는 회사로 성장할 것이다.

와이스포장기기무역상사

전 세계적 포장기기전시회는 보통 3년에 한번 열리는데, 한국에서는 매년 개최됨으로서, 관련업체에게는 신기술을 접할 수 있는 기회가 빈번하게 주어지고 있는 편이다.

또한 최근에는 많은 외국업체가 적극적으로 한국의 포장산업에 참가함으로써 그 규모가 점점 커지고 있고 이에 따라 각 산업에 전시회가 미치는 영향도 확대될 것 임은 주지의 사실이다. 그러나 이러한 전시가 개최자나 후원자가 의도하는대로 제조업체에게 기술개발의 평가의 장이 되면서, 매출신장에 기여하고 있는 지는 아직도 의문의 여지가 있다.

당사와 같은 재전시참여 회사들에게는 3년마다 개최되는 독일의 INTERPACK, 미국의 PMMI와 프랑스의 SALON DE EM-

BALLAGE에 비해 그 참가비용이 매년 발생하므로 훨씬 비경제적이면서, 이런 전시에서 얻을 수 있는 세제상의 혜택이 없다는 것을 이유로 매년 참여를 주저하게 된다. 따라서 실제적으로 참여율이 저조해지면, 궁극적으로 관련산업 모두가 어려워지는 결과가 된다는 불안한 예상도 해본다.

전시의 발전은 참여 회사수의 양적팽창에 있다는 전제 아래, 여러가지의 방법 중 전시 현장에서 판매가 이루어지는 기계 등에 대하여 구입업체에게 면세 혜택을 주는 등의 조치가 이루어지도록 노력해 줄 것을 제안한다.

특히 코리아팩이 한국이 자랑하는 세계적인 전시가 되도록 각계 각층에 주의를 환기시켜 주길 바란다 그럼에도 불구하고, 한국의 전시산업이 이만큼 성장하는 배경에 월간 포장계의 공로가 지대함(폐사는 1985년도 Korfood 때부터 전시에 참여한 경험이 있다) 깊은 감사를 드린다.

오늘의 한국포장산업을 발전적으로 이끌어 오신 월간 포장계가 언제나 중심에 있어주시기를 하는 생각이 폐사만의 바람이 아님을 전언한다.

(주)한성기건

(주)한성기건은 2004년도 전시회를 계획하면서 코리아팩 전시회를 처음 알게 되었다.

출품 제품인 집진기 DUSTKING이 포장관

런 제품이 아니라고 생각할 수 있겠지만 포장 관련 업체에서 환경개선을 위한 꼭 필요한 제품이라고 생각한다.

그래서 금번 전시회를 통해서 포장관련된 전시회에서 볼 수 없었던 제품을 소개하여 업체들에게 유익한 정보를 제공할 계획이다.

포장관련 전시회에 획기적인 제품이라 생각되며 좋은 반응을 기대하고 있다.

한국크리에타

코리아팩 2004는 전년도에 비해 더욱 국제적인 규모로 거듭나 많은 외국 바이어 및 국내 수요자가 참관하리라 생각되며, 국내 경기가 조금씩 활성화되는 시점으로 생각 되므로 이번에는 많은 계약 및 선전 효과가 기대된다.

Seoul Pack의 흡수 전시로 인하여 수요 업체들은 그 동안 관련 전시회를 2회에 걸쳐 참관했다. 그러나 이번에 통합 전시로 인하여 관련 업체들이 한 곳에서 다양한 참관을 할 수 있다는 장점 또한 결코 간과할 수 없다.

더욱 국제적인 전시회로 거듭나기 위해서는 외국 바이어에 대한 유치 및 유치를 위한 많은 선전을 하지 않으면 안되리라 생각한다.

이를 위해서 해외에서 오는 많은 이들에 대한 편의 시설 제공과 상담을 위한 통역 인수의 증대 및 참관 시설의 안내 등 많은 부분이 개선 되지 않으면 안되리라 생각이 든다.

아울러, 규모만 큰 전시회가 아니라 내용과 질적인 면이 더욱 부각되어 해외 관련 업체들

이 참여하고 싶어하는 전시회가 되기 위한 많은 시스템 도입을 주최자 및 전시회 관련자가 생각하지 않으면 안되리라 생각한다. 결코 국내 잔치로 끝나는 전시회가 돼서는 안 된다는 것을 다시한번 강조했다.

마지막으로, 전시회가 열리는 5월은 국내외적으로 휴일이 많은 시기이다.

이는 수요자가 휴일을 이용하여 전시회에 참관하는 계기가 되는 좋은 시점이기도 하지만, 역으로 참관자가 예상보다 오지 않는 역효과도 일어날 수 있다는 점을 관계자가 알아야 할 사항인 것 같다.

위에서 언급한 바와 같이, 외국에서 이 전시회 참관 및 참가를 더욱 유치하는 것을 계기로 더욱 명실상부한 한국을 대표하는 국제 포장 전시회가 되기를 기대해 본다.

한배통상(주)

코리아팩은 이제 명실상부한 대한민국의 최고 최대의 포장전문전시회가 되었다.

지난 4년간 참여해오면서 일반적이지 않은 특별한 상품을 수입하여 국내에 보급하고 있는 한배통상(주)으로서는 그동안 그 어떤 전시회나 광고보다 많은 효과를 보았으며 또한 새로운 제품을 홍보하는 수단으로 자리매김 하는 결과를 낳았다.

다만, 국내시장과 산업의 규모와 수준으로 인하여 그동안의 성과에도 불구하고 일본의

코리아팩 2004에 바란다

도쿄팩이나 여타의 세계유수의 전시회만큼의 다양성은 확보치 못한 것 같은 느낌이다. 일례로 포장완충재를 전시하는 업체의 수와 종류만 비교하더라도 20%~30% 정도의 규모인 것으로 파악된다.

국내 산업의 전반적인 추가 발전과 국민소득의 향상만이 그 규모와 수준을 높일 수 있을 것으로 예상된다.

현대자동포장기(주)

포장기업체에 87년도부터 근무하여 매년 전시회에 참가해 왔다. 일반제조업과 달리 오더제작에 따른 기술집약제품은 일반 TV나 방송을 통하여 PR 하기에는 어려운 품목이다.

당사는 포장관련 전문지나, 전시회를 통한 고객흡수를 위하여 직접 구매자가 현장을 통한 구매동기를 충족시키기 위하여 참가하게 됐으며, 국내 포장기 업체가 대부분 영세업체로서 매년 실시하는 포장전시회에 어려운 점이 많이 있다.

그 원인을 살펴보면 이유는 업체에 따라 차이는 있겠지만 오더업체로서는 장비가 고가인 경우가 많아 전시회일정에 맞추려면 오더제품 외에는 전시회를 위하여 별도로 제작하기에는 경비상 문제가 많다.

또한 부스료 또한 가격이 높아 이중 부담을 해야 하는 관계로 많은 업체가 참가하기에는 어려움이 있다고 생각된다.

이에따른 정부의 지원이 지속적으로 이뤄져야 한다고 판단된다.

해외전시장을 보면 대부분의 업체가 참석하여 빈 부스가 없으나, 국내전시회에 매년 참석하다 보면 중간 중간 빈 부스가 많이 있어 외관상 좋아보이지 않는 것도 문제가 있다.

이를 위해 사전에 확실한 업체로 참가 선정하여야 할 것이며, 전시회를 통해 포장기계의 위상을 떨어뜨리는 행위를 하는 업체(개인판매, 생활용품등)에 대해서도 근절, 제제를 가해야 할 것이다.

또한 포장기 전시회를 통하여 국내뿐만아니라 외국 바이어를 많이 초청하여 명실상부한 비즈니스를 통하여 전세계에 한국의 포장기계를 알릴수 있는 계기가 마련되야 할 것이다.

이를 통해 국내시장이 좁기 때문에 해외에 눈을 돌려야 살아남을 수 있음을 주지하고 정말로 좋은 품질, 독창적인 기술력으로 생존해야 된다고 생각한다. ko

기술원고를 모집합니다.

포장과 관련된 신기술을 발표할 업체의
개인은 '월간 포장계' 편집실로
연락주시기 바랍니다.

편집실 : (02)835-9041

E-mail : kopac@chollian.net