

2006 포장산업 전망

사상 유래 없는 국제유가의 폭등으로 포장업계가 어려움을 겪었던 2005년, 지난해 포장업계는 동남아산 저가의 포장소재의 일부 유입으로 시장질서에 혼란을 빚는 등 정치, 경제, 사회, 문화 등 전반적인 주변환경의 영향으로 난고를 겪은 것이 사실이다.

한국개발연구원(KDI)은 2006년도 수출증가세가 유지되고, 내수경제가 본격적으로 회복되면서 5% 정도의 경제성장률을 기록하여, 올해의 추정치인 3% 후반보다 상당히 높아질 것이라고 희망적 전망을 했다.

2006년 한해가 포장산업 발전의 원년이 되길 기대하면서 본고에서는 포장업계 분야별 전망을 살펴보고, 각 분야 경쟁력 향상을 위한 과제와 함께 업계 상호간 발전을 모색해 본다.

-편집자 주-

디스플레이 소재용 PET 필름 증가 예상

이형구 / SKC(주) 포장소재판매팀 팀장

1. 2005년 PET 필름 업계 현황

1-1. 원재료 시장 현황

'05년 초 예상한 바와 같이 PET FILM의 주요 재료인 TPA와 EG 가격은 '05년 1/4분기말을 정점으로 안정세를 보이기 시작하였다.

현재 TPA의 톤당 단가는 약 US\$800 이상 수준에서, MEG의 톤당 단가는 약 US\$800~US\$850 수준에서 유지되고 있다. 작년에 이미 향후 2~3년간은 상당히 높은 가격 수준에서 유지될 것으로 예측한 바 있으며, 이러한 가격대는 과거 PET 필름사업 경험상 볼 때 매우 높은 수준이라고 말할 수 있다.

불과 2003년경에만 하더라도 US\$400 수준의 가격대였다.

1-2. 수요와 공급

PET 필름업계를 수요와 공급 측면에서 접근해 보고자 한다. 우선 국내 시장을 보면, 수요 측면에서 실물 경기 회복이 지연되어 PET 필름의 수요 증가가 일부 특수 ITEM을 제외하고는 정체 상태를 보이고 있으며, 이는 업계의 생산 위축을 가져오고 결과적으로 연포장 업계의 실적 부진으로 연결되었다. 공급 측면에서는 PET 필

름 공급 업체의 증설은 없었으나 자기용 필름 생산량의 감소로 불가피하게 연포장용 생산이 증가하게 되었으며 실질적인 공급 물량의 확대가 이루어졌다.

또한, 2005년도는 중국산 제품이 한국에 본격적으로 소개된 첫 해라고 볼 수 있으며, 품질보다는 가격 경쟁을 우선시 하는 일부 업체를 중심으로 중국산 필름이 사용되고 있다.

해외 업체의 신증설은 대부분은 계획했던 대로 이루어졌으며, 이로 인해 해외 시장의 연포장 필름은 공급 초과 상태로 진입하였다.

1-3. 시장 가격

2004년 말에서 2005년 초 급격한 원재료가 상승 및 필름 수출 물량 증가 등으로 국내 연포장 필름 시장 가격은 약 10% 가량 인상되었으나 올해 하반기 수출 물량의 감소 및 국내 공급 물량 확대, 부분적인 중국산 제품의 유입 가능성이 높아짐에 따라 시장가격이 하락 요인으로 작용하고 있다.

해외시장에서도 년초 kg당 US\$3에 근접했던 가격이 일부 저가 제품의 경우 현재 kg당 US\$2 선으로 하락되어 있는 상황이다.

모든 연포장용 필름 생산 업체들은 연포장용 생산/판매로 인한 수익성 악화로 고민하고 있고, 이

런 상황은 금년에 크게 달라지지 않을 것으로 예상된다.

2. 2006년 업계 전망

2-1. 원재료 시장 전망

2006년도의 PET 필름원재료 시장에 대한 전망은 대체적으로 현재 상태에서 보험세를 유지할 것으로 전문가들은 추정하고 있다.

TPA의 가격은 US\$750~US\$850사이에서 Box 권을 형성하여 보험세를 유지할 것으로 예상되며, 또한 MEG 가격도 특별한 사고가 없는 한, US\$800수준에서 유지될 것으로 보고 있다.

실제 연포장용 필름의 가격 변동은 원재료가격의 변동 요인보다는, 수요와 공급의 불균형에서 오는 요소가 더 크게 작용하고 있지만, 원자재 가격 측면에서 봤을 때 연포장용 필름가격에 직접적인 영향을 줄 것이라고는 보지 않는다.

그러나 높은 제조원가가 판매단가의 추가 하락에 강한 저항선 역할을 하게 되며, 이 경우 필름 가격의 추가 하락폭은 크지 않을 수 있다고 본다. 또한 높은 원재료 가격은 높은 제조원가와 낮은 판매단가로 필름 생산 업체에는 연포장용 필름이 계속해서 적자 아이템으로 남을 것이며, 따라서 필름 생산업체는 가능한 범위 내에서 최대한 타 고부가 제품으로 shift하고자 할 것이다.

2-2. 수요와 공급

2005년 하반기에 신증설 Line 가동을 시작한 인도 업체 등은 빠른 시간내에 안정화 단계에 접어들 것으로 예상되며, 이로 인한 연포장용 필름의 공급 초과 현상은 지속될 것으로 보인다. 하지

만 국내 시장의 경우, PDP, LCD 수요의 급격한 증가로 인한 Display소재용 필름의 증가 및 고부가가치 연포장 시장의 급격한 성장으로 범용 포장용 필름에 대한 공급 여유 Capacity가 상대적으로 적은 편이라고 본다. 특히, 가전회사들의 LCD를 비롯한 IT용 PET필름 수요 증가는 범용 포장용 중물 생산 호기의 여유분을 흡수할 가능성이 매우 높다고 볼 수 있다.

그러나 세계적인 공급 Capacity여유는 분명한 사실이므로, 특별한 이슈가 없는 한, 적어도 2006년에 포장용 필름 단가가 크게 인상될 것으로 예상하지는 않다.

2-3. 시장 가격

이미 원재료 시장 전망과 수요 공급 balance를 통해서 느꼈겠지만, 포장용 필름 생산 비중이 높은 업체들에게는 매우 어려운 한 해가 될 것으로 예측되고 있다. 따라서, 필름 가격은 양극화 현상을 보일 것으로 추정된다. 일반용 저가 제품의 가격은 원재료 비용과 제조 비례비를 커버하는 수준까지 하락될 가능성이 있다. 반면, 우수한 품질을 요구하는 코팅 제품 등을 공급하는 업체들은 다소 높은 가격에 시장 가격을 유지할 것으로 예상된다.

결론적으로 말하면, 2005년에 이어 2006년의 업계 현황도 어려울 것으로 예상하고 있다. 저가 필름이 항상 연포장업체의 발전에 기여한다고는 볼 수 없다. 업체간 지나친 가격 경쟁이 연포장 업계 전반의 채산성을 악화 시키는 악순환의 연결고리가 되지 않고 품질 경쟁, 서비스 경쟁을 통하여 모두가 발전할 수 있는 상생의 문화가 이루어 질 수 있도록 포장 관련 모든 업계가 노력하는 한 해가 되어야 하겠다. ☐

PET용기 신제품 개발 강화

김대경 / (주)효성 패키징PU 마케팅팀 차장

PET 업계에 있어서 '05년은 계속된 경기침체에 따른 음료시장의 감소로 고전을 면치 못한 한 해였다.

지난해 청량음료 PET용기는 전반적인 경기부진 속에서도 웰빙 트렌드의 영향에 따른 녹차, 아미노산 음료 등 내열 PET용기의 성장에 힘입어 5% 성장을 기록하였다. 그러나, '05년은 음료시장의 판매부진 영향으로 전년비 5% 마이너스 성장을 기록할 전망이다.

그 중 내열 PET용기는 스포츠음료, 미과즙음료, 저과즙주스 등 대부분의 음료가 10% 이상 하락하였지만 코카콜라가 “미닛메이드”라는 브랜드로 주스시장에 진출하여 적극적인 마케팅으로 시장진입에 성공하면서 상온 주스 시장이 성장하였고, 롯데, 해태, 남양유업 등의 잇따른 녹차 신제품 출시에 힘입어 다류(녹차)시장이 30% 이상 성장하면서 감소 폭이 크지 않았다.

하지만 내압 PET용기는 소비자들의 건강중시 경향으로 콜라, 사이다 등 탄산음료가 7% 이상 감소하면서 하락 폭이 두드러졌다.

반면, '02년 대기업의 생수시장 참여 이후 매년 10%대의 성장을 구가한 생수 PET 용기는 올해에도 5% 이상의 성장세를 이어나가고 있으며, 탁주 PET용기 역시 '02년 판매지역제한 철폐 이후 대형 탁주회사(서울, 부산, 대구탁주)의 판매 활

성화에 힘입어 지속적인 성장세를 유지할 것으로 보인다.

또한, '03년말 등장하여 폭발적인 반응을 보였던 맥주 PET용기는 올해 소형 맥주(1,000ml, 700ml)로까지 적용 영역이 확대되면서 전년비 10% 이상의 고성장을 달성하였다.

계속되는 경기침체로 시장은 늘어나지 않고 공급은 수요를 초과하는 과잉 상태가 지속됨에 따라 PET 업계의 경영 상황은 날이 갈수록 호전될 기미가 보이지 않고 있다.

'05년은 이러한 상황을 극복하기 위해 PET 업계 전반적으로 새로운 기술개발로 신수요 창출과 신시장을 개척하려는 노력이 어느 때보다 활발한 해였다.

이미 '03년부터 온장고용 제품에 적용되고 있는 기체차단성 PET용기는 차단 성능을 업그레이드하여 그 적용범위를 녹차에서 곡물음료 등으로 확대하였으며, 향후 케찹, 마요네즈 등 산소에 민감한 제품으로 그 적용범위가 더욱 넓어질 전망이다.

또한, 그 동안 종이팩과 PET용기가 대부분인 우유에서도 서울우유와 매일유업에서 PET 용기를 채택한 신제품이 출시됨에 따라 PET 시장의 확대 가능성을 밝게 해주고 있으며, 내용물이 보이지 않는 캔의 단점을 보완한 PET 캔(일명

Nude Can)이 한국야쿠르트의 저탄산음료에 적용되면서 시장에 새로운 활력을 불어 넣고 있다.

'06년은 '05년의 부진을 만회하기 위해 음료업체들의 신제품 개발과 새로운 디자인 요구가 한층 더 강화될 것으로 전망되며, 이것이 PET 업계에 있어서는 치열한 경쟁 유발과 출혈 경쟁에 따른 채산성 악화 및 금형수량 증가에 따른 운영 Cost

증가로 이어질 것으로 예상됨에 따라 올 해보다 더욱 어려운 상황이 지속될 지도 모른다.

이러한 상황을 타개해 나가기 위해서는 새로운 기술 개발에 박차를 가하여 새로운 수요와 시장을 창출해 나가는 것이 모두가 공존할 수 있는 유일한 길로서 PET 업계가 중점적으로 추진해 나가야 될 방향이다. ☐

금속캔

금속캔 업계 유대강화 필요

고영준 / 삼화실업(주) 이사

금속캔의 발전과정으로 보면 어느산업에 못지 않게 식품포장 기술과 더불어 발전 해왔으며, 국민소득의 신장에 따라 더불어 많은 기술과 소재가 개발되고 가장 안전한 식품용기로써 자리를 굳혀왔다.

우리나라의 금속캔 변천사로 보면 1892년 일본인 수작업 통조림 1919년 통조림 공장설립, 1939년 최초 제관공장설립(조선제관) 납땜라인 1960년대 후반기 통조림 육성산업으로(굴 양송이) 급속히 포장용기로써 안정성을 보장받는 자리를 굳혀왔고 국내 기술 개발 속도를 1977년 알루미늄 이지오픈엔드(Ring pull) 생산, 1978년 3피스 전기용 접관, 1981년 2피스(D81) 알루미늄 관 생산, 1989년 2피스 캔(DRD) 및 원터치 이지오픈엔드생산, 1992년 알루미늄 이지오픈엔드

(S.O.T) 생산 등 꾸준히 경쟁력과 설비기술이 축적되어 제관기술의 발전 및 품질, 원가절감과 식품산업에 기여해 왔다.

그러나 용기의 다변화로 인한 식품용기로써의 위치가 위축되고 있는게 현실이다.

예를 들면 PET 소재 용기의 개발 기술 축적등 용도 디자인 등 시각효과 등으로 가장 안전한 용기 이면서 현대생활 패턴의 사이클이 빨라지면서 금속캔 시장이 위축된 것이 사실이다.

그러나, 민간 소비지출의 장기적 성장둔화나 침체에 따라 일부 감소 될 것이라고 하나 국민소득의 증가에 따른 안정적 성장이 될 것이라는 낙관론이 지배적이다.

그러면 국내의 여건을 보면 크게 나누어져 시장 판매실적으로 보면 우리가 2004년도 46억5300

만분, 2005년도 예상이 45억본이며 PET 용기의 경우 2004년도 32억 1200만개, 2005년도 32억 개이고 제관은 2004년 63억 5500만개, 2005년도 594,500만개이다

위의 예로 보면 대충 큰 진폭없이 6% 정도 마이너스 성장된 것으로 확인할 수 있다.

그러므로 2006년도에는 소비심리 위축에서 벌어진 기회로 보고 많은 성장은 안되더라도 현상유지는 되리라는 기대를 해본다. 특히 바람이 있다면 업체간의 유대강화와 가격경쟁에 치우치지 않고 공정한 거래관행을 수립하여 상생하는 2006년도가 되었으면 한다. ☐

생분해성 플라스틱

생분해성 플라스틱 시장 활성화

유영선 / 엠씨씨(주) 기술고문

1. 서론

우리가 미처 느끼지 못하는 사이에 세상이 변해도 너무 많이 변해 버렸다.

인류와 오랜 역사를 같이 하면서 현대인의 풍요로운 생활과 산업발전에 크게 기여한 고분자 플라스틱이 이제는 환경보호 차원에서 환경오염의 주범으로 인식이 되어 천덕꾸러기 신세로 변해버렸기 때문이다.

1980년 후반부터 환경문제에 전세계적인 이목이 집중되어 환경호르몬과 폐기물 처리 문제, 특히 폐 플라스틱의 처리가 전세계적인 사회 문제화 된지 오래이다.

이에 따라 전세계적으로 환경을 보호하고 자원을 절약하며 환경에 대한 충격이 적은 플라스

틱 대체품의 연구가 활발히 이루어져 왔다. 주요한 개발 방향은 크게 4가지로 분류할 수 있다.

- ① 벗짚, 펄프, 종이, 전분, 밀대 등의 천연재질로 대체하는 연구
- ② 전분 등 천연물을 가공하여 플라스틱과 유사한 물성을 부여하는 연구 (PLA)
- ③ 석유 유래가 아닌 고분자 물질 기반의 생분해성 수지 연구
- ④ 플라스틱 자체의 탄소고리를 절단하여 미생물이 스스로 이용할 수 있도록 분자량을 낮추는 연구

1. 생분해성 플라스틱 현황

현재 제품 개발, 대량생산 및 판매가 활발한 국내 업체 현황은 전분용기의 경우 울촌화학이 농심 라면컵을 중심으로 1월초에 제품을 출시할

[표 1] 국내외 분해성 플라스틱 제품의 종류

구분	주원료	장점	단점
천연물	벼짚, 목분	1년생 작물	열차단성 없음
	전분, 미네랄	저가, 보온성	제조설비 고가
	종이, 펄프	시장선점	목재고갈, 산림훼손
생분해성 수지	PLA	투명, 고급	내열성 취약
	PCL	필름제품에 최적	Mi 높음
	AP	내열성	제품 물성 저하
	TPS+AP	상대적 저가	생산성 저하
화학분해	산화분해첨가제	플라스틱 물성유지 가능	분해기간 1~2년

* AP(Aliphatic polyester) : 지방족 폴리에스테르, PLA : Poly Lactic acid,
PCL : Poly Capro Lactone, TPS : Thermo Plastics Starch

예정이고, 기존에 체인점을 중심으로 판매하고 있던 엠씨씨는 대형마트, 대기업, 오투기라면 등으로 판매를 확대할 계획이다. 또한 자연사랑은 벼짚을 이용한 천연물 용기를 금년 상반기에 국내에 연캐퍼 5억개 규모로 생산을 준비중이고, 또한 전분발포용기 제품을 생산하기 위해 엠씨씨와 협력 체제를 구축하여 공장을 건축하고 있다. 생분해성 수지 제품중 시장진입 가능성이 가장 우수한 PLA 제품은 화인앤지를 중심으로 시장이 형성되어 가고 있다.

현재 전세계적으로 개발된 제품 중 PLA, PCL, PHB 등의 생분해성 수지류는 생산 원가를 절감하려는 노력이 계속되고 있으나 있으나

우수한 품질에 비해 아직은 부담스러운 가격 때문에 시장 진입이 지연되고 있으며 저렴한 원료와 혼용하여 사용하는 방법 등이 강구되고 있다. 이에 따라 상대적으로 저가이면서 개발이 용이하고 원료를 주변에서 쉽게 구할 수 있는 종이, 펄프류는 전세계적으로 광범위하게 사용되고 있으나 산림황폐, 2차 수질 오염의 문제로 대체품이 필요한 현실이다.

2003년 인도네시아 산림청은 허가 등록된 수출업체만이 목재 가공을 할 수 있도록 하고 있으며, 2003년 영국 산림위원회는 신고가 아닌 허가제로 벌목에 대한 규제를 강화하는 동시에 연간 벌목허용량 기준을 설정하고 있다. 최근 한국

[표 2] 국내 및 해외의 분해성 플라스틱 관련 업체

구분	주원료	국내 업체	해외 업체	비고
천연물	전분, 미네랄	울촌화학(주), 엠씨씨(주)	Apack, Earthshell	
	벼짚, 톱밥	자연사랑, 에버플러스	하얼빈 환보제품	
	종이, 펄프	에코스텍, 세제, 리제	광저우패킹, Twin peak molding	
생분해성 수지	PLA, PCL, AP 등	이레화학, SKC(주), 대상	웰몽, 카길, 소화고분자, UCC, 노바몬트	
화학분해	산화분해제	엠씨씨(주)	EPI, 노본저팬	첨가물 배합올레핀계

에서는 전분 등 천연물 용기제품이 이미 판매되고 있으며 또한 농심, 오뚜기 등의 전분제 컵라면 용기제품의 출시가 임박하여 친환경 포장용기의 새로운 대안으로 떠오르고 있다.

2. 전망

현재 국내의 전분 이용기술은 생산성, 내수성, 보존성 등에서 세계 최고 수준의 기술을 보유하고 있어 생분해성 플라스틱 제품의 한 분야로서 2006년에 더욱 각광을 받을 전망이다. 또한 전분, 미네랄, 벚집, 옥수수대 등 1년생 작물을 이용한 천연물 제품 제조 기술도 개발이 완료되어 시장 진입을 시도하고 있어 금년도의 시장전망이 매우 밝은 상태이며 2006년도는 생분해성 플라스틱 제품 활성화의 원년이 될 전망이다.

정부 차원으로는 2006년도에는 규제 일변도의 환경 정책보다는 환경은 한번 무너지면 손상

된 환경을 복구하는 데에 수백배, 수천배의 비용 및 시간이 소요된다는 인식하에 선진국의 예를 참고하여 가능한 한 업계의 의견을 수렴하고, 학계, 연구계, 업계에 연구개발 지원을 아끼지 말아야 한다. 한번에 모든 것을 해결하려는 시도보다는 최선이 아니면 차선이라도 하나씩 실천을 하는 유연한 사고로 현실적으로 실현 가능한 정책을 펼쳐나갔으면 한다.

II. 결론

생분해성 플라스틱은 자원절약, 사용감량 및 대체가능 소재 제품으로 사용 후에는 재활용을 유도하고 불가피한 경우는 매립 후 분해가 용이한 소재의 제품 사용을 활성화하여 매립지의 장기간 활용 및 매립지 안정화를 도모하여 환경을 보호할 수 있는 선순환 고리를 유지하여 환경오염을 원천적으로 차단할 수 있기를 바란다. [K]

중량물 포장

중량물 지도교육 사업 확대

김형빈 / 한국중량물포장협회 부회장

중량물 포장업계의 2005년 한 해는 어느 해보다 힘든 한 해였다.

자동차, 전자, 조선 등 일부 업종에 한하여 수

출이 신장되었으나 많은 중소기업의 수출이 감소함에 따라서 대부분의 중량물 포장업체의 포장 물량도 감소하여 물량 확보를 위한 과당 경쟁

으로 덤핑하는 사례도 빈번하여 이중고를 겪고 있는 실정다.

당 협회는 올해도 2004년에 이어 협회의 주요 사업을 지속적으로 성실히 수행하여 협회 창립 3주년이 되는 올 한 해를 협회의 기틀을 마련하는데 주력하였다.

매년 9월에는 포장설계 기술자 양성을 위한 강좌를 개설하여 정기 교육을 실시하고 있는데 금년에는 과목을 두 과목으로 늘려 실시하였다.

또한 사무실을 수원으로 이전하여 교육장을 마련하여 언제든 교육을 실시할 수 있도록 하였 습니다.

그리고 중간관리자 양성 과정도 신설하여 시범적으로 실시한 바 있다.

또한 최근에 주요 수출국 대부분이 목재포장재의 검역을 실시하게 되므로서 각국의 검역 규제 정보의 신속한 입수가 필요하게 되어 한국무역협회 및 식물검역소와 이에 대한 정보를 널리 알리고 대비책을 마련하도록 수출업체 및 포장업체를 대상으로 하여 설명회를 개최하여 상황을 이루었다.

그리고 2005년 한일 포장업계 교류회의 주제 도 “각국의 목재포장재 규제 실태와 대응책”이라는 주제로 일본하주협회 및 국립식물검역소의 전문가를 초청하여 주제발표 및 질의 응답을 통하여 실질적인 정보를 얻을 수 있었다.

그리고 업계에서 그 동안 요망해오던 “공업포장실무수첩”을 발간하여 포장업계의 포장 실무자들이 항상 휴대하여 포장 설계 및 영업에 필요한 자료를 언제 어디서든 찾아볼 수 있도록 휴대가 간편하게 수첩 형태로 제작하여 보급하였다.

아울러 포장업계에서 가장 많이 사용하는 상자의 형태가 바깥틀상자인데 표준이 없기 때문에 설계자에 따라서 설계가 다르고, 바이어로 <목재포장재 검역 설명회>부터도 인정받지 못하고 있었다.

이에 우선 협회의 단체 표준으로 제정, 보급하여 설계의 표준을 만들었다.

이 표준은 앞으로 표준협회에 단체 표준으로 신청할 예정이다.

2006년은 금년에 비하여 더욱 어려운 여건이 될 전망이다. 원화 절상, 유가 인상과 주변 경

2005년 한일 추계 교류회



목재 포장재 검역 설명회



중간관리자 양성 교육



쟁국과의 가격 경쟁력의 하락으로 우리 나라의 수출 여건이 호전될 기미가 없으므로 일부 업종을 제외하고는 수출 신장이 어려울 전망이고 목재포장재의 규제 강화 및 유해물질 규제 지침의 실시 등으로 포장 원가 요인은 커지는데 오히려 발주업체로부터의 가격 인하 압력은 커지고 있다.

또한 물량 감소로 인한 과당 경쟁으로 덤핑 사례까지 발생하여 대부분의 포장업체는 경영에 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

이에 당 협회의 2006년 주요 사업의 내용을 다음과 같이 하여 어려운 여건에 적극적으로 대처해 나갈 것이다.

첫째, 지도 교육사업을 확대 실시하여 설계 실무자가 합리적인 포장 설계를 통한 원가 절감을 꾀할 수 있도록 집중적으로 교육시켜 나갈 것이다.

또한 금년도에 시범적으로 실시해본 중간 관리자 양성 과정의 확대 실시 뿐만 아니라 초급자 양성 과정도 신설하여 생산관리, 원가 관리 및 안전 관리 등의 과목까지 교육하여 회사 운영에 합리화를 통한 원가 절감을 이룩할 수 있도록 지

원할 예정이다.

둘째, 이에 필요한 재원을 마련하기 위하여 금년도부터 실시한 공동구매 알선 사업을 확대하여 이로부터 얻어진 재원을 인력 양성, 각종 자료의 작성, 배포 및 국제 교류 사업에 집중 투자하여 효과를 극대화할 수 있도록 노력해 나갈 예정이다.

셋째, 포장의 합리화 및 간이화를 실현할 수 있도록 용기의 간이화 연구에 주력할 예정이며 아울러 용기의 재활용 및 회수가 용이하도록 공동으로 연구해 나갈 것이다.

이를 위하여 공동 연구를 위한 위원회를 구성할 예정이다.

넷째, 업계의 실태 조사를 하여 정확한 통계 자료를 만들어 중량물 포장업의 발전 방향을 수립하고 정책 수립에 반영하도록 정부에 건의해 나갈 것이다.

다섯째, 포장비의 산출 기준을 마련하여 과당 경쟁으로 인한 가격의 하락을 방지하고 합리적인 원가 산출이 가능하도록 하여 부당한 덤핑이 발생하지 않도록 노력할 것이다.

여섯째, 적극적인 국제 교류 및 해외 조사단 파견을 통하여 각국의 목재포장재 규제 내용을 정확히 파악하여 그 대응책을 마련하여 업계에 신속히 전달하여 이로 인한 클레임 발생을 예방하도록 최선을 다할 계획이다.

위와 같은 모든 계획이 업계 모든 회원사들이 공감하여 적극 협력하고 있기 때문에 반드시 성공할 것으로 생각한다.

이러한 사업을 성공적으로 실시하여 어려움이 예상되는 2006년을 오히려 중량물 포장업계의 발전의 초석을 다지는 해로 만들어 나갈 것이다. ☐

포장기계 해외시장 공략 가속

김영순 / 한국포장기계협회 부회장

계속되는 경기 침체에도 불구하고 우리 포장 기계업체는 정말 열심히 일한 한해였다고 평가하고 싶다.

특히 내수 침체를 극복하기 위하여 수출만이 살길임을 알고 세계 여러 나라를 밤,낮 없이 뚝수출 역군들의 노력이 눈에 띈 한해였다. 하지만 지난 2005년은 매우 어려운 한해였다.

고유가, 고임금 그리고 인력난 등이 제품의 경쟁력을 크게 저하시켜 중국, 대만, 이탈리아 등과 가격 경쟁에서 큰 고충이 있었으나 품질로 승부 하여 이를 극복 한 한 해였다.

그래도 우리 포장기계업체는 이 같은 어려운 경제 여건을 수출로 지혜롭게 잘 극복 했다고 말할 수 있다.

지난 2005년도를 회고 하여보면 첫째, 국내 전시회로는 지난 5월 KINTEX에서 개최된 제 10회 KOREA PACK 전시회가 KOTRA 주관의 서울 국제식품전과 동시에 개최함으로 27개국 405개 업체가 참가하여 방문객 20,000명 이상을 기록한 사상 최대 규모의 국제 포장기자재 전시회로 그 성과가 대단하였다.

둘째, 해외 전시회 참가로는 4월 독일 뒤셀도르프에서의 interpack'05 전시회, 6월 러시아 모스크바에서 개최된 ROSUPAK 2005 전시회,

7월의 중국 상해 ProPak China 2005 전시회, 10월 일본 도쿄에서 개최된 JAPAN PACK 2005 전시회와 중국 북경의 China Foodtech 2005 전시회에 각각 국가관을 형성하여 참가함으로써 크게 성과를 올렸다.

셋째, 지난 10월 협회 창립 11주년의 큰 행사를 제7회 포장기계인의 날 행사와 더불어 중기청장 참석 하에 거행됐다.

이날 제6회 포장기계 대상 시상식도 중기청장께서 직접 수여하였고 특히 (주)세종 파마텍의 이원우 사장은 대망의 수출 1,000만불 달성의 유공으로 협회장으로부터 1,000만불 달성 기념패인 '황금의 손'을 수상하는 영예를 차지하였다.

개인상으로는 (주)삼각기계의 김봉길회장은 우수자본재 개발유공으로 산업포장을 그리고 42회 무역의 날에는 (주)세종파마텍은 1,000만불 수출의탑, 대은산업(주)은 500만불 수출의탑을 그리고 (주)카운텍은 300만불 수출의탑을 각각 수상하였으며 (주)카운텍의 백근철 전무의 철담산업훈장을 위시하여 국무총리상 및 산자부장관상을 회원사가 수상하기도 하였다.

특히 (주)세종파마텍의 30개국으로의 수출로 1,000만불 수출 달성은 우리 포장기계업체의 자

China Foodtech에 참가한 포장기계협회



독일 인터팩 2005 참가 당시



량이며 자부심이 아닐 수 없다.

이제는 우리도 2,000만불 수출의 위업을 달성할 수 있다는 가능성과 비전을 보여주는 청신호로 볼 수 있다.

넷째 지난 12월 약 60여 회원사의 공장을 직접 방문 하고 느낀 것은 모두 다 열심히 일하고 있다는 사실이며 최소 전년수준 이상의 매출을 올리고 있었고 1인당 매출액도 년 2억 이상인 회원사가 다수 있었으며 평균 1.5억 정도의 수준은 되고 있다는 사실에 크게 놀랐으며 매우 자랑스러운 일이었으나 역시 일손 부족의 애로와 환차로 인한 손실은 해결이 안된 채 새해를 맞이했다.

그리고 내수 침체로 수출이 활기를 띠어 수출 비중이 매출액 대비 50%이상인 업체도 상당수 있었고 업체평균 수출이 전체 매출액 대비 평균 약 25% 수준은 되는 것으로 추정 되었다.

지난 2005년도는 우리 포장기계 업계로서는 경기가 불황 임에도 불구하고 다소 매출 면에서의 신장을 가져온 것은 내수의 부진을 수출로 불황을 타개한 결과로 분석되며 2006년도의 시장과 경기 전망은 우리나라의 경제성장률이 4%

선에 머무를 것이라는 전문가의 견해로 그리 밝지는 않다. 따라서 새로운 기술 새로운 시장 발굴과 계획된 사업의 지속적인 시장 개척이 요망되고 있으며 역시 수출에서 승부를 걸어야 하지만 연일 내려가는 달러 환율의 하락은 업계를 긴장시키고 있다. 국내 경기는 소비 감소에 따른 생산 감소와 투자억제 등으로 설비의 신 증설은 기대하기 어려우니 역시 수출에서 그 돌파구를 찾아야 하는데 지속적인 달러 환율의 하락으로 인한 환차손을 원가절감으로 메우기가 매우 어렵지 않을까 하는 생각은 우리 모두를 매우 우울하게 한다.

더욱이 중국을 위시한 대만, 이탈리아 등의 질 좋은 저가 상품의 경쟁력에서 살아남을 지혜가 더한층 필요하다. 그 대안은 오로지 고기술, 고기능, 고신뢰성의 고속 포장기계의 출시로 승부를 걸 수밖에 다른 방법이 없다.

다행히 내수가 살아나면 더한층 고무적인 전망 이 되겠지만 장기적으로 볼 때 미국과 일본 선진국을 위시한 수출 시장과 중국 인도 인도네시아 러시아 베트남 등의 새로운 지역의 개척과 수출로 불황 타개의 초점을 맞추어야 한다. [K]