

‘국내기술로 일본벽 충분히 넘을 수 있다’ 전문가 우대, 자기제품 애착이 발전 촉진

이신재/세계로시스템 대표

지난 해부터 분주하게 준비해온 동경국제포장전전시회의 참가는 세계로시스템이 앞으로 나가야 할 방향을 제시하기에 충분했다.

9월 14일 출국하여 배정된 부스의 확인과 기계 및 부대시설의 배치, 전압 등 기계운전에 필요한 제반사항을 점검하면서 이번엔 동경팩에 참가하게 된 이유중의 하나인 일본의 기술 수준 파악과 시장침투, 우리제품을 알리는 것을 달성할 수 있을까 하는 의문도 들었다.

전시회가 시작되면서 많은 사람들이 참관을 했고 같은 기종을 생산하는 업체들은 기술정보 내지는 경쟁제품을 파악하는데 많은 시간을 소비하는 모습도 보였다.

본인도 처음에 일본 제품들을 알아

보려고 업체를 방문했지만 배타적인 행동으로 인해 어려움을 겪어 먼저 모든 것을 오픈하는 방법을 시도하자 그들도 호의적인 태도로 바뀌어 가는 것을 느꼈지만 일본인들이 우리제품을 설명받고 한국산이라 하면 카탈로그를 도로 놓고가는, 조금은 무시하는 듯한 행동도 있었다.

동양 최대의 포장전시회의 하나로 알려진 동경포장전시회는 세계 4백3개사에서 3천2백부스에 걸쳐 전시를 하였는데 우리나라에서 온 참관인들도 다수 눈에 띄었다.

세계로시스템이 국제전시회에 처음 참가하면서 목표로 했던 것, 세계로시스템은 계량라인을 생산하는 업체임을 알리고 기술력이 외국과 비교해 어느정도인지 평가받는 것이었다.

실제 일본의 제품들과 비교하여 몇몇 업체에서 나온 첨단제품을 제외하고는 기술이나 가격경쟁에서 우위를 점할 수 있다는 확신을 얻었다.

일본에 진출하기 위해 가장 먼저 부딪친 벽은 일본 수요자들이

한국 브랜드를 불신하고 있다는 점이었고 어렵게 일본시장에 진출한다 해도 A/S가 어려워 현지 에이전트가 필요하다는 점이다.

이와함께 일본제품이 우리제품보다 끝마무리가 아주 잘되어 있어 수요자가 꺼안고 싶을 정도로 매혹적으로 제품을 만들고 있는 것이 인상깊었는데 이런 것은 한 가지 전문분야만을 수십년간 고집하는 그들의 정신에서 우리나라의 것이 아닌가 한다.

이를 증명이라도 하듯 이번에 참가한 업체들 대부분이 전문회사들이고 수요자들 역시 분야에 맞는 전문업체를 인정하고 있다는 것이다.

최근 포장의 흐름이 소로트 다품종화되면서 일본 업체들은 발빠르게 대응하고 있는 모습을 보이고 있으며, 일반적인 기술은 공유하여 업계발전에 노력하는, 업계 발전을 위해 일을 깊이있게 추진하고 있다.

특히 이들은 기술을 공유하면서도 중간기술(일본은 기술구조가 마름모꼴로 중간부분이 많음)에 대한 경쟁이 이루어져 수준을 높이는데 일익을 담당하고 있는데 업체별 브랜드나 이미지는 비슷한 게 특징이다.

이렇게 기술경쟁이 이루어지면서 소프트쪽의 첨단기술이 개발되면 기계가격이 몇배로 올라가는 경향을 보이고 있는데 일반적인 기술경쟁보다



94동경국제포장전에 선보인 세계로시스템의 정량계량기

는 고부가가치의 고위 기술을 개발하는데 주력하는 등 기술개발에 대한 자부심이 대단하다는 것을 느꼈다.

이러한 상황이 일본의 기술을 조금씩 높여가는 원동력이 되고 있으며, 자국제품에 대한 애착심을 높이는 데 큰 몫을 하고 있다.

그러나 우리나라 제품들도 노력 여하에 따라 잠재개발 수요는 충분하다.

일본시장의 개척을 위해서는 아직 초보단계에 있는 컴퓨터스케일분야를 최상위 혁신기종의 기술개발로 수준을 높여 품질과 가격면에서 경쟁력을 갖추는 것이다.

물론 이와같은 조건이 갖추어지면 별 문제는 없을 것으로 생각되나 지금도 외관이나 속도 등 일부 부족한 부분이 있는 것이 사실이나 성능이 비슷하고 가격에는 유리한 점이 있어 일본시장의 진출도 멀지않았다고 판단된다.

세계로시스템이 이번에 계량기를 국제무대에 선보이면서 외국제품과의 비교에서 어느정도 수준을 인정받았다는 것과 조금 더 노력하면 경쟁에 이길 수 있다는 자신감을 얻었다는 것이 큰 성과다.

특히 일본은 물론이고 미국 등지에서도 OEM공급을 요구하여 왔으나 우리 브랜드로 판매하기 위해 일단 보류해 놓은 상태다.

이번 동경팩에 참가하면서 아쉬웠던 것은 정부 및 관련단체에서 국가관을 만들어 공동으로 참가했으면 하는 것이다.

실제 대만 등 경쟁국들은 국가 경쟁력을 위해 지원을 해주고 있으며, 유관단체에서 리드해 효과를 많이 거두고 있다는 점이다.

외국 것을 자주 보고 우리 것을 알



방문객들에게 제품설명을 하고 있는 이신재 대표(오른쪽)

려서 벽을 뛰어 넘으려고 하는 노력과 함께 경쟁력 있는 제품부터 접근시켜 나가는 것이 바람직할 것으로 여겨진다.

또한 국내 수요자들은 외국에 대해서는 관대하면서도 국내 기업체들에게는 실수할 기회를 주지않는 '완벽한 제품'을 처음부터 요구하는 것이 현실이다.

완벽한 기계를 저가에 사겠다고 생각하다 보니 국내 업체들이 위축될 수 밖에 없다.

전문가를 존중하는 일본인들의 태도, 그리고 자신의 것에 대한 강한 애착심 등이 일본이 발전하는 초석이 아닌가 싶다.

일본을 비롯 해외시장은 난공불락이 아니다. 여력이 된다면 국제적인 진출에 적극 나서고 우리 상표로 나가는 연구가 필요하다는 생각이다.

현지에서도 70여개 업체가 협력을 타진해왔고 일본에서는 분체쪽과 상담이 활발히 이루어졌으며, 중국, 인도네시아 지역에서 에이전트 요구 등

얻은 것이 많았다.

일본 시장을 공략하는 것은 만만치 않으나 충분히 경쟁할 수 있다는 자신감을 얻었다는데 비싼 수업료의 지불이 아깝지 않았다.

일본은 예전에 비해 여러면에서 많이 해이해진 것 같다.

담배꽂초를 마구 버린다던지 침을 함부로 뱉는다던지, 우리나라보다 기초질서가 지켜지지 않아 거리 등 주변이 상당히 지저분한 상태였다.

전체적인 침체분위기를 읽을 수 있었는데 이런 분위기가 우리에게서는 플러스로 작용될 소지도 크다.

이번 동경팩의 참가목표는 END USER가 아니었고 일본에 침투할 부분을 파악하는 것이었기에 소기의 성과는 달성한 것 같다.

또한 참가로 인한 위상제고가 있었고 일본, 동남아 등 해외시장 공략방법을 알게해준 기회였다.

열심히 뛰면 된다.