



包裝機械 競爭力 제고를 위한提言

Innovation of Packaging Machinery

1. 머리말

(주)홍아기연이 지금까지 걸어온 經驗談을 座談式으로 우리나라 포장기계산업의 국제경쟁력 강화를 위한 몇 가지 提言을 하려합니다. 우리들은 包裝機械産業을 營爲해 나가면서 同種類 異品目を 生産하는 한 家族, 한 분야 同業者로서 그간의 隘路와 苦衷을 虛心坦懷하게 말씀드리겠습니다.

即 우리들이 製作하는 機種은 小量의 特別注文 包裝加工機械로서 市場開拓과 營業販賣가 거의 個別 製作으로 이루어집니다.

이러한 業種의 機械는 無形의 設計와 研究하는 時間에 比하여 外形만으로 評價하게 된다면 그 眞價를 認定받기가 어려운 實情입니다.

그러므로 처음 開發한 種類의 商品은 거의가 Europe에서 製作 標準化되고 있으며 試製品의 價格은 餘裕있는 開發費用으로 産出, 販賣되고는 합니다.

우리나라는 工産品의 歷史가 짧고 模倣製作 함으로 低廉하고 零細한 企業이 되곤 합니다.

材質과 機能, 能力 등이 Europe의 先進商品에 比하여 대부분 國際的으로 標準에 未洽한 形便입니다.

2. 包裝機械의 特性

商品의 內容物을 原形으로 長期保存하기 위하여 溫度, 光線, 濕度,



강 대 희

(주)홍아기연 대표이사

外部壓力, 맛과 색깔 등을 瑕疵 없이 貯藏하는데 目的이 있음으로 包裝方法과 各自의 材質도 千差萬別 합니다.

즉 유리병, Can, PET, PVC, 木材, 종이포장 등 大部分 一回 用으로 多樣한 包裝形態로서 所要되므로 加工品인 內容物의 狀態는 固體, 液體, 流動性 物質 등. 商品으로써 包裝機械는 一般人에게는 何等 關心이 없으며 壽命도 10年은 稼動할 수 있습니다.

3. 오늘의 包裝機械産業의 展望

우리나라의 企業構造로서 包裝機械工業은 너무나도 零細하여 人口 4,200 万 GNP \$8,000, 1人當 所得을 相對로 할 때 食品包裝, 製藥分野, 一般工業品에 消費材의 包裝에 局限되므로 相對 業體數가 너무나 적습니다.

이웃나라 日本은 一億 二千萬人口, 1人當 GNP \$35,000으로써 우리의 10倍 市場을 가지고 있어서 供給하는 機械 Maker들도 最小單位 平均 30名 程度가 年間 US\$ 5,000,000.(約 60億원 정도)의 賣出 規模이다.

一人當 2억원 賣出로서 國內에 95%, 輸出 5%정도로 輸出하여도 그 나뉠대로 經營은 되고 있고 모든 經濟與件이 自由롭게 運營 되고 있다. 우리나라는 1人當 賣出額이 年間 最小限 1億三

千은 되야 現狀 유지 할 수 있다고 본다.

오늘날 모든 産業의 經濟單位는 人口 一億 以上/1人當의 \$ 20,000.- GNP 水準이라야 구색을 갖춘 規模로 活動이 如意하다고 본다.

EU (유럽共同體) 15個國/人口 約 320,000 万으로 나라는 달라도 全部 隣接國家로써 陸上 交通이 便利하며 言語, 生活文化가 비슷하고 友邦國家로써 1人當 GNP도 큰 差 없이 大同小異한 環境與件을 가지고 있다. 그리하여 經濟發展도 相互交易이 무난하게 이루어지고 있다.

이들 나라들은 內需가 40%, 輸出이 60% 以上을 하고 있어서 各種 包裝機械 및 加工機械 Maker의 人員 수는 平均 50名 정도로서 2-3代가 繼承하여 60餘年의 Know-how로 축적과 技術이 傳受 되어 왔으며 우리나라의 경우는 짧은 創業經歷과 小規模로서 2代로 承繼 할 수 있는 與件이 20% 未滿이다.

實際 우리나라의 生活習慣에서 家族흐름은 公務員의 子弟는 企業을 創業하고 中小企業人의 子孫은 公務員, 判檢事를 동경하고 있어서 承繼의 傳統이 이루어지지도 않는다.

4. 輸出市場 開拓

國際化되는 오늘의 市場에서 必연條件은 言語(英語), 상대국의 文化와 生活水準을

[표 1] 흥아기연 거래업체수

구분	업체수
제약회사	100
제지	5
유업	20
화장품	10
기타분야	

[표 2] EU국의 인구 및 GNP

구분	인구	GNP
Germany	8,200만	\$ 27,000/1인당
Italy	6,000만	\$ 20,000/1인당
France	6,000만	\$ 25,000/1인당
Hungary	1,000만	\$ 6,000/1인당
Netherlands	1,600만	



充分히 把握하고 調査하여 市場開拓을 해야 하나 東南亞 및 中東국가와, 美國 이외의 Africa, 南美, 유럽 等 동구권은 거리상의 문제와 相互 生活文化 水準과 思考 차가 많다. Korea란 Image가 없으며 經濟와 文化 水準을 低評價하고 있어서 좋은 印象을 받지 못한다.

더욱이 加工包裝機械의 認知도가 낮으며 無視한다.

이들 나라에도 먼 將來를 보고 信用과 信賴를 주는 弘報를 하여야 後孫에게 惠澤이 올 듯하다.

우리의 隣接 國家인 日本(1億2千萬/\$35,000.- GNP), 中國(14億 人口, GNP \$800.-)은 半 敵對國으로써 同伴者도 아니고 言語, 文化가 다르면 隣接國이라고 하여도 中間에 큰 바다 건너 他國이라서 商去來가 如意치 않다.

각 나라의 國民性으로 中國人은 東南亞에서 自己들이 第一 가는 知識人으로 自負心을 갖고 歷史와 文化와의 傳統을 가진 나라로서 日本人과 韓國人은 근래 알팍한 재주를 가진 民族으로 低評價하고 있다.

더욱이 東南亞 여러 나라인 INDONESIA, 泰國, PHILIPINES, VIETNAM etc. 그 나라 商權은 移民간 中國人이 그 나라 人口의 10% 未滿인데도 80%의 market share를 하고 있다고 自慢이 대단하다.

그간 20餘年동안 中國에 輸出한 各種機械의 去來 方法은 特別하여 注文과 製品機械의 船積, 도착하여도 Nego는 85% Only, 15%는 留保시킨다. 完全 無缺하게 瑕疵 없는 自己들의 商品이

製造되고 있는지 確認後 支拂한다.

問題는 不均一한 包裝材, 內容物 size, 電氣事情, operator의 水準 등 瑕疵의 問題는 생각지도 않는다.

未收 15%를 받고자 1-2次 訪問 하게되면 시간과 經費 言語問題 등 \$10,000.-以下일 경우 받으나 마나 하며 相互 Image만 나빠진다.

그러므로 完全無缺하고 事前調律을 철저히 하여야 뒤탈이 없다.

참고로 中國 俗談에 100里 길도 90리가 半이라고 한다. 日本 俗談에 100리의 半은 50리라고 하며 우리나라는 俗談에 始作이 半이라고 한다.

泰國 俗談에는 “저수지의 물위에 뜬 개미는 물고기의 밥이 되지만 물 없는 바닥의 물고기는 개미의 밥이 된다” 來日의 歷程을 잘 나타내는 國民性이다.

우리나라의 包裝機械 市場은 너무나 적고 小規模의 注文加工 만으로서 活發한 企業經營이 되지 못한다.

現在 우리들의 創業業體는 自己의 趣味와 技術力만 가지고 近代도 機械工業의 科學的인 Data, 先進國의 水準에 未達하고 設計基礎와 聯關된 部品産業의 標準化가 없다.

그러므로 蓄積된 技術力도 없고 相互不信만이 助長 되어 國內는 勿論 海外 先進에 輸出하기에는 信賴 있는 認定을 못 받고 있는 形便이다.

例로서 2-3代로 承繼되는 現況은 Japan 85%, USA 60%, Europe 90%, Korea 20%이다.

이상과 같은 與件을 보면 상대 Buyer의 信賴를 얻기에는 悭 不足하다.

5. 結論

지금의 國際市場의 要件으로써 地球村이 한 家族으로서 치열한 無限競爭 속에서 살아 남는 것이 課題로 되어 있다.

이제는 國家와 民族이 혼자서 살아갈 수 없는 世上이 된 것이다.

國民國家時代는 지나고 世界가 한 통속이 되어 치고 받고 어울리면서 살아갈 수밖에 없는 世상이 되었다.

그러므로 世界化의 모든 規範과 Rule에 있어서 各種 工產品도 世界標準化 世界 規格化를 主導 함으로써 先頭走者의 商品이 市場의 50% Share, 2등은 30% Share, 3등은 10% Share

其他 10%의 範圍 내에서 市場이 形成 되어 가고 있다.

한 두 가지 機種을 專門化하여 世界市場을 公략하는 方案을 檢討하여 내 商品의 評價와 水準을 認定 받도록 긴 眼目으로 未來를 내다볼 것 3)世界 市場 開拓에 하여 있어서 Italy와 같이 5-6개 會社가 이 異品目を 專門化하여 Export 窓口를 하나로 하여 世界市場을 公략할 수 있는 方案도 檢討 할 必要가 있다고 본다.

그러나 專門化된 Salesman도 없고 5~6개 사의 輸出窓口를 하나로 하여 營業한다고 하는 것은 실제 相互利害 關係로 어려운 問題라고 본다. 서로가 來日을 위하여 希望을 갖고 努力 하자. ㄱ

안 내

매년 2월 25일은 「포장인의 날」입니다.

오는 23일에는 제 4회 한용교포장인상의 시상식이 있습니다.

포장산업에 종사하고 계시는 포장인들에게 자긍심을 심어주고 있는

한용교포장인상에 깊은 관심과 참여를 기다립니다.

[사]한국포장협회