

수요량 5~6% 성장 가능

2002년 월드컵과 함께 국내 경기호황으로 국내 인쇄용지 업계는 유래없는 호황을 맞았다. 그러나 2003년에는 내수경기의 부진으로 수요가 전반적으로 침체되었고 국제 펄프가격마저 상승해 원가부담을 가중시키는 등 어려운 상황을 맞았다. 특히 지난 2003년 3/4분기에는 최악의 수요부진으로 고전을 면치 못했다.

최근 각 경제연구원에서 발표되는 경제전망치를 살펴보면 올해는 대략 4.5~5.0% 사이의 성장세를 보일 것으로 전망되는 가운데, 6% 정도의 성장을 전망하는 곳도 있다. 지난해 연말 발생한 카드사 부실 문제를 위시한 금융 불안 상황으로 성장세를 하향 조정하는 움직임도 없지 않으나, 미국을 중심으로 한 세계 경기의 회복에 힘입어 내수 경기도 지난해 3/4분기를 저점으로 회복세에 있다.

이러한 경기회복 조짐은 지난해 하절기 시장침체로 고전했던 인쇄용지 업계에도 청신호가 될 전망이다. 그동안 인쇄용지 소비도 경기동향과 연동해 왔음을 고려할 때, 2004년 인쇄용지 소비도 경기확장과 함께 증가할 것으로 예상되며 이러한 상승세는 2005년까지 이어질 전망이다.

2004년 국내 인쇄용지 산업 전망을 긍정적으로 보는 가장 큰 이유는 무엇보다 경기회복 가능성에 있다. 한국의 인쇄용지 시장은 GDP성장률과 연동해 성장해 왔는데, 상기한 바와 같이 2004년 국내 GDP 성장률이 최대 6%대까지 성장할 것으로 예상되고 있다. 따라서 올해의 인쇄용지 수요량도 같은 수준인 5~6% 내외의 성장세를 보일 것으로 전망된다.

GDP 성장률이 수요와 관계가 있다면 국제 펄프가격은 인쇄용지 가격에 큰 영향을 끼쳐 업계의 수익성에 대한 중요한 영향 요소이다. 그 이유는 인쇄용지의 대다수가 폐지가 아닌 천연펄프를



주원료로 하기 때문이다.

최근 펄프가격은 지난해 4/4분기 들어서 노스칸 펄프 생산업체들의 생산량 감축에 힘입어 상승세에 있다. 또한, 최근 미국이 이끌고 있는 세계의 경기 상승 분위기는 당분간 지속될 전망이어서 2004년에도 계절적 비수기가 시작되기 전인 2/4분기까지는 상승세가 이어질 전망이다.

특히, 이같은 펄프가격의 상승이 인쇄용지 수요의 증가와 병행하여 이루어질 전망이어서 인쇄용지 가격인상 및 수익성 향상에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다. 미국의 유명 제지산업 컨설팅 업체인 RISI에 따르면 현재의 펄프가격 상승세는 2004년 5월에 고점을 찍을 것으로 전망했으며, 가격 수준은 톤당 560~570달러 정도에 달할 것으로 전망했다.

2004년 인쇄용지 산업에 또 하나의 긍정적 요인은 국내 광고경기가 회복될 것이라는 점이다. 대우증권 리서치본부에 따르면 지난 2003년 4/4분기 이후 광고경기의 본격적인 회복을 전망하고 있다. 인쇄용지의 수요처를 살펴보면, 주로 캘린더, 카탈로그, 전단지, 잡지, 포스터, 기타 다양한 상업인쇄물에 사용되는데, 이들



〈표〉 국내 인쇄용지 수급 동향

(단위 : 천톤)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003. 1~9
생산	1,640	1,813	1,625	1,876	2,014	2,134	2,295	1,698
내수	1,174	1,246	857	1,074	1,189	1,261	1,346	914
수출	434	577	778	813	801	906	926	743

자료원 : 한국제지공업연합회

인쇄물의 경우 광고 경기가 호황일 때 증면이나 발행부수의 증가가 일어나고, 이를 통해 인쇄용지 수요가 증가하는 것이다. 결국 2004년의 긍정적인 경제전망과 더불어 예상되는 광고경기 회복 조짐은 인쇄용지 소비증가 가능성을 더욱 높일 전망이다.

한편, 지난 2001년부터 연차별로 2.5%씩 낮아진 WTO 양허 관세율이 2004년에는 0%가 됨에 따라 많은 해외 업체들의 국내 진출이 가속화되고 우리의 해외 진출 또한 증가할 전망이어서 국내 시장은 물론 해외 시장에서의 경쟁상황은 심화될 것으로 예상된다. 특히 최근 무섭게 팽창하고 있는 중국은 한국의 인쇄용지 업체들에게 기회와 시장인 동시에 위협의 요인으로 부상하고 있다. 이미 지난 2003년에 마무리된 중국의 반덤핑관세 부과에서도 볼 수 있듯이 중국은 자국 업체들의 보호를 위한 방어벽을 형성하는 한편, 외국업체들의 활발한 진출로 자체 공급능력을 키우고 있어 장기적인 관점에서는 기회시장으로서의 기능보다는 경쟁자로 부상할 가능성이 커지고 있다.

다행스러운 것은 국내 인쇄용지 산업이 1990년대 이후 수출산업으로 변모하기 시작했고, 특히 IMF 금융위기를 겪으면서 수출이 급격히 증가되면서 인쇄용지 수출비중은 40%를 상회하는 수준에 이르렀다. 물량의 증가와 더불어 수출 지역도 다양화돼 미주, 중국, 동남아 등은 물론 유럽과 남미지역으로 확대되고 있는 추

세여서 내수에서의 초과 물량은 수출로 해결할 수 있을 것으로 예상된다. 따라서, 내수에서의 경쟁력 확보는 물론이러니와 수출에 있어서도 얼마나 고단가의 선진시장으로 물량을 소화할 수 있느냐가 업계 실적에 영향을 줄 전망이다.

앞서 기술한 바와 같이 2004년은 한국의 종이 시장에 대한 보호막이 완전히 없어지는 글로벌 시대 원년인 만큼 다양한 종류의 종이도 국내로 유입될 전망이다. 따라서, 국내 인쇄용지 업계는 고품질과 선진화된 마케팅 기법을 사용하는 세계 일류기업과의 한판 대결을 피할 수 없게 되었다. 그러나 이러한 상황이 업계에 악영향을 주지는 않을 것이다. 이들과 경쟁하게 됨으로써 국내 업계는 생산이나 영업, 마케팅 측면에서 수준을 한 단계 높일 수 있는 계기가 될 수 있을 것이며, 한편으로는 더 이상 국내에 안주할 수 없는 상황에서 활발한 해외투자를 이끌어 낼 수도 있을 것이다.

즉, 2004년의 국내 제지업계는 내수시장에서의 소모적인 경쟁을 지양하고 해외로 눈을 돌려야 할 것이다. 필요하다면 해외 설비 투자나 경쟁력 강화를 위한 전략적 제휴의 모색도 활발히 진행해야 할 것이다. 내수시장에서의 업체간 불필요한 소모전은 제지업계 전체를 하향 평준화시켜 국제 경쟁력 약화를 초래할 뿐이기 때문이다.

바야흐로 진정한 국제화시대의 원년인 2004년. 세계적인 경기회복 흐름을 타고 국내 인쇄용지 업계가 해외 업체들과의 대결에서 승리해 다시 한번 도약할 수 있도록 지혜를 모아야 할 것이다.



〈김인중 · 신무림제지 부사장〉