



**日, 플라스틱 사출금형 수입 급증  
최근 3년간 2배 증가, 4대 공급국 부상**

일본 플라스틱 사출금형 수입시장에서 한국산의 수입이 최근 3년간 금액기준 2003년 전년대비 96.8% 급증한 2억4천6백만엔으로 10대 공급국 대열에 합류한 후 2004년도에도 전년대비 95.3% 증가한 4억8천1백만엔의 실적으로 중국, 독일, 대만에 이은 4대 공급국으로 부상했다.

한국산 플라스틱 사출금형의 일본 수입시장 점유율도 이와 같은 대일 수출 급증세에 힘입어 2002년도 1.7%에서 2003년 4.8%, 2004년 9.5%로 수직상승하고 있다. 한국산 플라스틱 사출금형의 성장세는 경쟁국산에 비해 앞선 기술력과 철저한 납기준수 등을 앞세운 적극적인 마케팅이 주효하고 있기 때문이다.

팅이 주효하고 있기 때문이다.

또한, 자동차 부문에서 많이 수요되고 있는 금속 카바이드 성형사출금형 부문도 플라스틱 사출금형 부문에 비해 시장규모는 1/8 수준에 그치고 있으나 일본의 동품 수입이 2004년 10월말 현재 전년동기대비 78.1% 증가하는 호조세 가운데 한국산의 수입은 동기간 중 91.4% 급증한 것으로 나타나고 있다.

한편, 일본의 금형 생산이 경기불황으로 인한 금형제조업의 중국 등 대아시아 이전, 자동차업체를 중심으로 비용절감 강화 등의 영향에 따라 97년 기계통계(종업원 20인 이상) 5천67억엔, 98년 공업통계(전 사업소) 1조8천6백72엔을 피크로 감소국면을 지속했으나 2004년도 들어서면서 자동차, 디지털가전 등의 호조에 힘입어 증가세로 돌아섰다.



종업원 20인 이상의 사업장만을 대상으로 한 공업통계에 의하면, 2004년도 8월 기준 전년도 동월대비 10.0% 증가한 3백14억1천1백만엔을 기록했으며 부문별로는 프레스 금형이 27.4% 급증한 1백27억 5천1백만엔, 단조형이 6.2% 증가한 12억5천6백만엔, 주조형이 0.7% 증가한 8억 5천6백만엔, 다이캐스트가 7.1% 감소한 21억3천6백만엔 등으로 활기를 되찾고 있다.

또한, 2004년도 8월의 금형 소재별 생산동향을 살펴보면, 플라스틱금형이 전년동월대비 1.8% 증가한 1백23억8천5백만엔, 글래스형은 6.9% 감소한 5억5천4백만엔, 고무형이 0.3% 증가한 9억5백만엔, 분말형은 1.0% 증가한 5억6천9백만엔 등으로 나타나고 있다.

한편, 일본 금형업계의 생산물량 가운데 외주물량을 제외한 자가용(자체 수요량)의 비중을 살펴보면, 1999년 25.1%에서 2003년 22.9%로 낮아져 금형의 아웃소싱 비중이 높아지는 추세를 보이고 있어 한국산 금형 진출의 여지가 그만큼 확대될 수 있는 환경이 조성되고 있다.

**체코, 철강업계 구조조정 미흡**  
EU집행위, 지원금 회수 가능 경고

EU 집행위가 체코 및 폴란드 철강업계의 구조조정 노력이 미흡하다면서 2006년 말로 돼 있는 구조조정 시한까지 구조조정에 성공해 자생력을 갖지 못할 경우 지금까지 양국의 철강산업 구조조정에 지원된 지원금을 회수토록 할 수도 있다고 경고했다.

2004년 5월 EU 확대와 관련해 EU 국가내에 금지돼 있는 철강산업에 대한 정부보조금의 지원을 신규 가입국 중 철강산업 비중이 높은 폴란드, 체코, 슬로바키아에는 일정 조건하에 정해진 기한까지 허용한 바 있다.

EU가 체코와 폴란드에 철강업계 구조조정을 위해 정부의 보조금 지급을 허용한 시한은 2006년 말로, 체코의 경우 이 시한까지 4억5천3백만 유로의 보조금을 지원할 수 있으며 철강생산량은 59만톤을 삭감하도록 돼 있다. 체코는 2003년에 6백80만톤의 철강을 생산한 바 있다. 폴란드는 이 시한까지 8억3천6백만 유로의 보조금을 지원할 수 있으며, 철강생산량은 1백35만톤을 삭감하도록 돼 있다.

EU는 2003년 및 2004년의 경기호조로 2004년도 EU내 철강제품 수요가 7% 증가하고 철강제품의 가격도 상승하는 등 철강경기가 활황세를 보여 체코 및 폴란드 철강업계에 긍정적인 영향을 끼쳤음에도 양국 철강업계의 구조조정 노력이 2006년 말까지 자생력을 갖기에는 미흡한 것으로 평가하고 있다.

특히 지난해의 철강제품 판매호조로 인한 매출 증가의 효과가 원자재 및 운송료, 에너지 가격의 상승으로 일부 상쇄된 데다가, 금년도에는 철강제품의 수요 및 가격인상이 소폭 증가에 그칠 것으로 전망되고 있어 18개월 밖에 남지 않은 시한까지 자생력을 갖추기 위해서는 비용절감 및 수익성 향상을 위한 노력과 함께 고부가가치 제품의 생산을 확대해 나가야 할 것이라고 권고했다.

체코 정부는 EU가 설정한 기한까지 체코 철강업계의 경쟁력 향상을 위한 구조조정 마무리

위해 마지막 남은 국영 철강업체인 Vitkovice Steel과 Mittal Steel Ostrava, Valcovny plechu Frydek-Mistek에 보조금을 지원한 바 있으며, Vitkovice Steel의 민영화 작업은 마무리 단계에 들어서고 있다.

Vitkovice Steel이 민영화되면 체코와 폴란드에서 철강업체의 민영화는 마무리되는데, 체코 정부는 지난 7월 14일 70억5천만 크라운(약 2억3천5백만 유로)에 Vitkovice Steel을 러시아의 Evraz Group에 매각하기로 결정한 바 있다.

**노르웨이, 최대 종이생산업체 위기**  
유럽 시장 과잉공급 주원인

한국의 Pan Asia Korea Ltd. 및 아시아 지역의 신문잡지용 종이 생산에 큰 투자를 하고 있는, 노르웨이 최대 국제 기업 중의 하나인 Norske skog, Union사가 현지공장을 폐쇄하기로 지난 달 3일 최종 결정을 내렸다.

Union사는 오슬로에서 남동쪽으로 약 2백km 떨어진 Skien에 위치하고 있으며, 이번 일로 3백 80명의 전 직원이 모두 일자리를 잃게 된다.

이 회사는 주로 신문 및 잡지용 종이를 생산하는 생산 공장으로 노르웨이 시장의 25%를 수요를 담당하고 있는 회사이다.

Union사가 정치적인 그리고 노조의 거센 반발 및 투쟁에도 불구하고 재고의 여지가 없으며 절대적으로 공장 문을 닫게 된 결정적인 이유는, 유럽지역의 종이 생산량이 수요보다 훨씬 넘치기 때문이라고 전했다. Union사의 연간 종이 생

산량은 28만 톤으로, 유럽 시장 전체 수요량의 2%에 해당한다.

그러나 이 회사는 최근 들어 크로네하의 강세와 전기요금 인상, 그리고 지역적으로 크게 동떨어진 점 등으로 경제성이 없는 회사, 그리고 회생의 가능성이 없음을 결정했으며 실제적으로 이 회사는 2002년부터 적자 운영에 허덕여왔다.

중요한 것은 이번 Union사의 공장폐쇄는 아류업체의 연쇄 폐쇄를 암시하고 있다는 점이다. 비교적 일찍 생산에 들어간 노르웨이로서는, 생산 기제가 다소 뒤떨어지고 구식모델임으로, 신 모델 개발 및 구입을 위한 막대한 투자가 요구되고 있으며, 이를 위한 투자보다는 공장 이전이 더욱 경제성이 있다고 판단하기 때문이다.

오슬로 근교의 종이 생산 공장인 Norske Skog, Follo사로 조만간 대대적인 구조조정에 들어갈 예정이다.

한국의 Pan Asia사 주식지분을 50% 소유하고 있는 Norske Skog사는, 우리나라 투자 및 교역에 상당한 부분을 차지하고 있는 회사로, CEO인 Jan Oksum 씨는 중국에서의 성공 가능성에 대해 상당한 낙관론을 펼쳤다. Oksum 씨는 “중국은 곧 세계 제 2위 종이 생산시장이 될 것”이라며 “최근 연간 10%의 성장을 보이고 있다”고 발표했다.

동시에 Oksum 씨는 정부의 기간산업에 대한 기본 정책이 변경돼야 한다며, 예를 들어 저렴한 원가로 종이를 생산하는 데는, 전력공급이 풍부해 생산 경제성을 확보할 수 있어야 하며, 이를 위해서는 가스 발전소의 건립이 필수라고 주장했다. 가스 발전소는 환경문제 차원에서 각 부처에서 심한 반발을 얻고, 정부가 추진하지 못하고 있



는 사업이다.

노르웨이 종이생산 공장 Union의 폐쇄 결정에 대한 외국 기업들의 반응은 대체로 긍정적이다.

전문가들은 향후 10년 안에 북구시장의 종이생산업체는 크게 감소할 것으로 전망하고 있으며, 대부분의 공장이 저가 생산 비용이 가능한 아시아나 동구로 이전할 것으로 확신하고 있다. 특히 2년 이내로 유럽의 종이 생산업체의 경제성은 비관적이며 이미 90년대부터 이러한 경향이 시작되었다고 보고 있다. 따라서 Norske Skog사 경영진들이 내린 이번 결정은 상당히 용기 있는 결단으로, 이 시장 산업 경쟁자들에게 숨통을 틔여주었다고 평가하고 있다.

### 日, 포장기계 수입, 유럽산이 휩쓸어 친환경성·고기능기 선호도 높아져

일본 포장기계 수입시장이 최근 경기 회복세를 반영해 높은 신장세를 보이는 가운데 친환경성 등이 뛰어난 고기능 유럽산이 휩쓰는 양상을 보이고 있어 일반 기계부문의 아시아산 선전과는 대조를 보이고 있다.

독일, 이탈리아, 네덜란드 등 유럽의 고기능 포장기계는 수입단가 면에서 아시아산에 비해 10배 이상 고가인 자동기로서 일본내 포장기계의 최대 수요부문인 식품산업과 의약부문 등에서 높은 시장점유율을 보이고 있다.

일본의 포장기계 수입이 본격적인 경기 회복기인 2004년도부터 전년대비 45.0% 급증한 1백54억엔 수준으로 급성장했으며 올해 들어와서

도 5월말 현재 전년동기대비 28.5% 증가한 52억엔으로 호조세를 이어가고 있다.

일본 포장기계 수입시장의 3대 공급국인 독일, 이탈리아 및 네덜란드 등 유럽세가 전체 수입시장의 70% 이상을 휩쓰는 독주 양상을 보이고 있는 가운데 특히 이탈리아는 2002년도 일본 포장기계 수입시장의 점유율 13.2%에서 2003년 24.0%, 2004년 27.1% 등으로 수직 상승해 최대 공급국인 독일을 추격했다.

이탈리아는 이에 그치지 않고 올 5월말 현재 전년동기대비 89.3% 급증한 23억엔의 대일 수출실적을 기록, 동기간중 전체 수입시장의 45.7%를 점하는 최대 공급국으로 부상하는 기염을 토했다.

한편, 일본 포장기계 시장의 수요가 일본 정부의 용기포장 리사이클법, HACCP 지원법 등을 도입함에 따라 환경대책요구에 부응하는 고급제품에 대한 수요가 확대되는 등 고부가가치 기종으로 빠르게 전환되고 있다.

주요 부문별 수요동향을 살펴보면, 식품 부문은 지난 92년도에 전체 포장기계시장의 60.3%를 차지했으며 93년도에도 불황에도 불구하고 61.8%로 점유율을 확대했으나 95년도 이후에는 조리 식품, 냉동식품 등을 제외하고 전반적인 식품부문의 경기 침체로 95년 60.7%, 98년도 54%로 크게 비중이 감소했다.

더욱이 99년도 들어와 불황의 영향으로 식품의 소비가 침체하고 식품 업계의 설비투자가 감소함에 따라 동부문의 비중이 51%으로 바닥을 친 이후 다시 2000년도 51.9%, 2001년도에 52.7%까지 회복됐다.

이와같이 다시 식품부문의 포장기계 수요가 상승하는 주요 요인은 식품의 다양화에 수반한 다양한 포장기에 대한 수요가 증가한 결과로 분석된다. 여타 수요부문의 2001년도 점유율을 살펴보면, 화학 부문 18.5%, 기계·전기 부문 3.4%, 섬유·잡화 부문 1.6%, 기타 16.9% 등으로 나타났다.

**세르비아, 인쇄기기 시장 점차 회복세**  
독일 최대 인쇄기기 수입국 지켜

세르비아의 인쇄기 시장이 조금씩 회복세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

2002년 총 인쇄기기 수입이 50백만 달러에 달했으나 2003년에 2천8백90만달러로 40% 이상 감소했다가 지난해에는 3천4백20만달러로 늘어났으며 이러한 증가세가 금년 상반기에 이어지고 있는 것으로 추정되고 있다.

2001년에 취해진 무역자유화 조치로 그동안 억제돼 있던 기존 낡은 인쇄기기의 대체 수요와 첨단기술제품 수요가 분출하면서 2002년에 수입이 크게 확대됐던 것으로 분석된다.

세르비아의 인쇄기 시장은 자체 생산기업이 없이 전량 수입에 의존하고 있다. 수입통계에 따르면 2003년에 인쇄기를 수입한 업체 수는 93개로 나타나 있는데, 상당수는 실 수요자들이고, 전문 수입 유통업체는 그리 많지 않은 것으로 알려지고 있다.

세르비아의 인쇄기 수입은 옅셋 인쇄기기가 가장 많으며 스티커나 연필, 재떨이 등에 인쇄하

는 Sito나 Tampon 인쇄기들도 수입되고 있다.

최근에는 디지털 인쇄기기들의 수입이 크게 증가하고 있는 추세이다. 세르비아에 주로 수입되고 있는 인쇄기기 브랜드는 Heidelberg를 비롯해, Roland, Krause, Kiekebush 그리고 일본의 Hamada, Mimaki 등이다. 최근에는 한국으로부터도 수입이 이뤄지고 있으며, 특히 대만으로부터 수입이 급증하고 있다.

세르비아의 최대 인쇄기기 수입국은 독일로 2004년에 1천7백70만달러를 수입해 전체 수입의 51.8%를 차지하고 있다. 그 다음이 영국, 오스트리아, 이탈리아, 일본 순이다.

세르비아 산업이 점차적으로 회복세를 보이면서 식품, 포장 등의 산업용 인쇄기기와 기념품 및 선물용품 인쇄기기, 스크린 인쇄기기, 디지털 인쇄기기 등의 시장 전망이 유망한 것으로 예측되고 있으며, 아직은 기업들의 투자여력이 크지 못해 중고 인쇄기기에 대한 수요가 큰 것으로 알려지고 있다.

**칠레, 포장·용기산업 12.2% 성장**  
플라스틱 용기제품 전체시장 42.4% 차지

칠레 포장용기연구센터(Cenem)의 최근 발표에 의하면, 칠레의 포장, 용기산업시장이 2004년 중 16억달러로 전년 대비 12.2%의 성장을 보인 것으로 나타났다. 2003년도에는 전년 대비 7.0% 성장을 기록한 바 있다. 생산량 기준 통계를 살펴보면 2004년 중 1백45만5천5백72톤으로 전년 대비 9.5% 증가했다.



제품종류별 규모(2004년)를 살펴보면 플라스틱 용기제품이 6억8천1백만달러로 전체시장의 42.4%를 차지하고 있으며, 종이 및 마분지 품목이 4억4천1백만달러로 27.5%를 차지하고 있으며 금속용기가 13.4%, 유리용기가 9.5%, 목재제품이 7.3%를 차지하고 있다. 생산량 기준 비중(2004년)을 살펴보면 종이, 마분지 33.2%, 유리제품 23.9%, 플라스틱제품 21.6%, 목재 12.4%, 금속제품이 9%를 차지했다.

**日, 사출성형기 해외진출 가속**  
명기제작소, 북미지역 주력

일본의 사출성형기메이커들이 해외전략을 가속화하고 있다. 이는 일계 자동차관련 및 IT관련 수지메이커의 해외생산 급증에 대응하기 위해서이다.

명기제작소(名機製作所)는 북미지역에서 새로운 대리점의 선정작업에 돌입했고, 화낙, 미쓰비시중공업플라스틱테크놀러지는 아시아, 중국에서 영업 및 서비스망을 확대하고 있다. 각사 모두 국내수요가 축소되고 있는 가운데, 수익의 중심을 해외시장에서 기대하고 있기 때문이다.

명기제작소는 북미지역에 주력할 계획이다. 중국은 가격경쟁이 격화될 가능성이 높으므로 고부가가치 제품만 생산하고, 북미는 현지 대리점을 설치하여 지역기업을 공략한다는 전략이다.

화낙은 북미 제휴기업인 신시내티 밀라크론이 중남미를 공략하고 있어 앞으로 이 지역의 수요가 크게 증가할 것으로 기대하고 있다. 한편 중국에는 2004년도에 3개소의 영업서비스 거점을

설립했고, 2006년부터는 연해부를 중심으로 거점망을 확충해 휴대전화 부품 및 IT관련메이커의 수요에 대응해 나갈 계획이다.

미쓰비시중공업플라스틱은 자동차업계에 중점을 두고 있다. 북미시장은 판매자회사가 현지기업의 고객을 관리하고 있었으나 빅3의 부진으로 수주감소분을 일계메이커의 수주증가로 보충하고 있다. 아시아에서는 미쓰비시중공업의 판매자회사를 당분간 활용하면서 자사의 판매자회사 설립을 추진할 계획이다.

사출성형기메이커 각사에 따르면 2007년의 수요는 크게 증가하지 않을 것으로 전망하고 있다. 2008년 이후의 세계시장이 불투명하므로 당분간 소비자 대응을 위한 영업망 확충을 서두르고, 생산능력 증강은 각사 모두 단행할 수 없는 상태가 계속되고 있다.

**이스라엘, 플라스틱 원료 시장 진출 유망**  
바이어들, 한국산 라미네이션 필름 관심

이스라엘 플라스틱 및 고무제조산업이 매년 성장세를 보이고 있는 가운데 바이어들이 한국산 플라스틱 원료에 대한 관심이 고조되고 있어 대 이스라엘 수출 확대 기회가 엿보인다.

이스라엘에는 총 5백여개의 플라스틱 및 고무제품 생산업체가 있다. 이 제조업체들은 연간 16억불어치를 해외 수출한다. 내수 시장 규모는 매출액 기준 32억달러 규모로 추정되고 있다. 내수 시장의 구성은 가정용품과 농업용이 각각 30%와 25%, 포장용 부문 25%, 건축과 산업용에 각각

10%인 것으로 알려졌다.

지난 2004년 이스라엘 플라스틱 제조업체가 소비한 원료량은 총 89만톤이었다. 소비 원료의 종류는 PP(36%), LL+LDPE(20%), HDPE(11%), SPVC(11%), PET(4%), PS(4%), PU(3%), PC(2%)의 순으로 나타났다.

플라스틱시장 중에서도 라미네이션 필름 부문에 대해 현지 바이어 리론 아나브 씨(Panrama Lamination사의 수입책임자)는 “이스라엘 기업들이 PE, PP, PS 그리고 PVC와 같은 원료들을 이용해 자체적으로 라미네이션 필름을 생산하고 있지만 현지 시장 수요 라미네이션 원료의 65%가 해외에서 수입된다”며 “현지 생산 업체들이 고객에 원하는대로 맞춤형 소량 다종의 제품을 생산하기 때문”이라고 말했다.

한편 이스라엘은 연간 약 2천8백만달러 상당액의 라미네이션 필름을 해외로부터 수입하고 있는데, 현재까지 이탈리아, 독일 그리고 미국이 주요 수입원이지만 최근 들어 중국산의 현지 시장 진출이 급증하고 있는 추세인 것으로 알려졌다.

**中, 체코 폐PET병 ‘쌩쓸이’**  
원유가격 상승 따른 화석원료 확보 위해

원유가격 상승에 따른 화석원료 확보를 위해 중국업체들이 체코에서 수집되는 폐PET병을 무차별적으로 수입하고 있다.

체코의 체코의 재생가능 쓰레기 수거 및 리사이클링 기관인 Eko-Kom에 따르면, 최근 5년간 체코내에서 수거된 PET 병의 거의 90%가 중국

을 위시로 한 아시아국가들로 수출되고 10% 정도만 체코내에서 재생되고 있다.

PET병은 플라스틱칩으로 재생돼 나일론 등 화석원료로 가공되는데, 2년 전만해도 플라스틱 폐기물에 대해 업체들이 거의 관심을 갖지 않았다. 그러나 원유가격 상승으로 인한 경제성 증가로 체코업체들의 수요도 크게 증가하고 있으나 중국업체들의 무차별적인 수입으로 체코업체들의 국내에서의 폐플라스틱 확보가 어려워지고 있는 것으로 알려지고 있다.

중국업체들은 체코 국내업체들보다 높은 가격에 폐 플라스틱을 구매하고 있을 뿐 아니라, 폐 플라스틱의 분류여부를 불문하고 무차별적으로 수입하고 있어 체코의 폐플라스틱 수거업체들이 중국업체들을 선호하고 있다. 체코의 PET 병 생산업체들은 사용된 병의 수거 및 리사이클링의 의무화돼 있어, 자체적으로 수거해 재생하든지 비영리기관인 Eko-Kom을 통해 해야 한다.

현재 Eko-Kom은 약 2만개 업체의 폐 PET 병 수거 및 리사이클링을 대행하고 있으며 이들 업체는 생산되는 병의 무게에 따라 Eko-Kom에 수수료를 지불하고 있다.

체코의 PET병 재생업체들은 분류된 폐플라스틱만을 사용하고 있어 중국업체들과의 폐플라스틱 확보경쟁에서 밀려 원료 확보에 어려움을 겪고 있어, 폐 플라스틱 수집업체들의 진출이 유망 시되고 있다.

2003년 현재 체코내에서는 5만5천8백15개의 PET병이 생산됐으며 지난 해에 Eko-Kom에서 리사이클링한 폐PET병은 전체 생산량의 38.5%였다. 