



사우디, 식음료 포장기계 시장 급성장 연간 7천2백만 달러, 지난해 비해 2배 이상 성장

사우디는 중동 내 최대의 식음료시장으로 연간 식음료 수입은 2004년 기준 약 50억달러 규모에 달했는데, 이는 걸프지역 전체 수입의 63%를 차지하는 것으로 알려졌다.

1991년도에 2백98개였던 식품가공 및 음료생산 공장은 2004년도에 5백65개로 늘어났으며 2004년 말 기준 사우디아라비아 주요 식음료품 관련 업체수는 낙농제품 생산업체가 56개사, 아이스크림 생산업체가 13개사, 통조림 과일 및 야채 생산업체가 29개사, (과일)음료 생산업체가 13개사, 대추야자 포장업체가 43개사, 빵, 비스킷, 초콜릿, 스낵 제조업체가 1백36개사, 음료 포

장업체가 55개사 등이다.

사우디는 또한 걸프지역내 최대의 포장시장 및 포장기계 시장의 위치를 차지하고 있는데, 식음료 포장기계의 연간 시장규모는 2005년도 기준으로 약 7천2백만 달러에 달하며, 전년대비 2배 이상 증가했고, 대부분 수입제품이 차지하고 있다.

식음료 포장기계는 병·강통·상자·자루·기타 용기의 충전·봉합, 쉘 또는 레이블 침부용의 기계 및 병·단지·통 및 이와 유사한 용기의 캡슐취부용 기계·음료용 탄산가스 주입기 등 다양한 분야에 적용된다.

사우디는 고온의 지역적 특수성으로 인해 식품음료에 대한 보관 및 저장, 유통기한 등이 다른 국가에 비해 비교적 짧아 그만큼 식음료 포장수요가 많으며, 식음료 포장기계의 수요 또한 동반

사우디 포장기계 국별 · 연도별 수입 현황 (단위 : US\$1,000, %)

구분	2005년	2004년	2003년	증감률
계	48,252	34,479	71,902	108.5
독일	25,724	16,066	38,941	142.4
이탈리아	12,174	2,994	8,203	174.0
영국	980	1,144	5,380	370.1
미국	1,958	1,058	4,160	293.2
일본	60	524	3,505	569.4
스웨덴	357	3,254	1,587	-51.2
한국	49	3	112	3,633.3
기타	6,951	9,435	10,103	6.1

자료원: KITA 무역통계

해 늘어나고 있는 추세이다.

사우디 내 식음료 포장기계의 제조기반이 없어 수입제품이 전체 수요를 커버하고 있다.

2005년도 사우디 식음료 포장기계의 수입은 전년대비 1백8.5% 증가한 7천1백90만 달러를 기록했으며, 국별로는 독일산 제품이 3천8백94만달러 수입됐고, 한국산은 11만달러 수입에 그쳤다.

일반기계류와 마찬가지로 식음료 포장기계의 경우에도 유럽산이 시장을 확고히 장악하고 있는데, 2005년도 기준 유럽산 식음료 포장기계의 시장점유율은 80%이며, 특히 독일산 식음료 포장기계는 54.2%의 시장점유율로 독보적 위치를 차지하고 있다.

독일산 다음으로 이탈리아산이 11.4%를 차지하고 있고, 미국은 5.8%의 시장점유율을 기록하고 있으며, 일본은 4.9%의 점유율을 보이고 있다.

한국산 식음료 포장기계의 수출은 매우 부진한데, 2005년도 11만달러를 기록해 사우디 시장에서 0.2%의 점유율을 보여주고 있다.

사우디아라비아 시장내 현재 유통되고 있는 대

표브랜드는 이탈리아의 Miligari, Takal, 미국의 Universal Aqua, 독일의 O&H, KHS, Noll, 프랑스의 Sasib 등이다.

식음료 포장기계의 최대 수요처는 식료품, 음료 제품 생산업체로 전체 포장기계류 수요의 약 75%를 차지하고 있는데, 식음료 시장은 인구성장과 함께 지속적으로 증가하고 있는 추세로 식음료 포장기계의 수요 또한 지속 증가할 것으로 전망된다.

특히, 고유가에 따른 경제성장과 함께 개인 소득의 증가로 인해 생수, 건강음료의 수요가 늘고 있을 뿐만 아니라, 대형 슈퍼마켓 등 할인매장의 급신장과 함께 각종 식품 및 음료에 대한 포장수요도 크게 늘어나고 있는 추세에 있어 식음료 포장기계의 시장은 크게 성장할 것으로 전망된다.

과테말라, 플라스틱 생산기계 성장 기대 한국 및 대만산 수입 증가

과테말라 플라스틱산업은 최대 제조업 중 하나로 생산된 플라스틱 제품은 국내 수요를 충족하고 일부는 인근 중미국으로 수출하고 있다.

현지 생산업체들은 신소재와 기계설비로 새로운 제품 개발에 박차를 가해왔으나 최근 국제유가 상승으로 인한 플라스틱 가격 급등으로 인해 어려움을 겪고 있다.

제조업자들에 의하면 플라스틱 제품 제조업체들이 2, 3년 전에 주로 이탈리아, 스페인, 멕시코, 캐나다 등지에서 신형 기계를 구입했으나 최근에는 보다 저렴하고 품질면에서 우수한 한국



플라스틱 사출 성형기계 (HS CODE 847710) (단위 : 미달러)

독일	994,166	70,628	-
아르헨티나	-	62,850	-
캐나다	1,094,071	287,514	-
대만	62,935	22,336	177,485
중국	20,234	338,864	42,696
한국	19,279	188,714	386,784
엘살바도르	24,056	57,209	354
미국	461,911	219,577	82,565
프랑스	1,193,224	81,238	-
이탈리아	575,223	603,505	258,201
일본	892,027	311,470	-
멕시코	18,498	421,449	104,683
합계	5,528,885	2,669,505	1,052,768

자료원: SIECA(중미통합기구)

플라스틱 압출기계(HS CODE 847710) (단위 : 미달러)

독일	5,435	273,060	-
아르헨티나	87,750	74,510	45,550
브라질	68,091	156,177	-
대만	35,582	176,995	106,115
중국	166,725	111,246	128,358
콜롬비아	132,663	-	-
한국	531,470	226,269	536,630
스페인	146,776	196,760	-
미국	158,332	402,184	243,086
이탈리아	1,309,030	650,377	508,897
합계	2,653,898	2,346,633	1,668,298

자료원: SIECA(중미통합기구)

산, 대만산으로 수입선을 다변화하고 있다.

미국과 자유무역협정이 발효(2006년 7월 1일 부)하면 플라스틱제품에 대한 수요가 더욱 증가할 것이며 이에 따라 플라스틱 제품 생산기계류에 대한 수요가 더욱 증가할 것이다.

또한 환경문제가 더 까다로워질 것이므로 플라스틱제품 수출업체들은 국제표준에 의거한

생산설비로 재정비하지 않으면 안되기 때문에 노후화된 생산설비를 대체해야 할 것으로 예상된다.

과테말라시장에서 최근 수요가 높은 품목은 플라스틱 레진과 플라스틱 사출기계이며, 주로 한국, 이탈리아 등 국가로부터 수입하고 있다.

또한 일부 업체들은 페트병 등 플라스틱 재생 사업을 하고 있으며 필요한 기계장비 수입에 관심을 갖고 있다.

플라스틱 사출 및 압출성형기기의 수입은 2003년을 정점으로 지속 감소하고 있는데, 이는 2003년 플라스틱제품 제조업체들이 향후 수요 증가를 대비해 설비투자를 크게 확대했기 때문이다.

또한 과테말라로 수입된 기계 중 30%는 중고 기계들이며 미국에서 직접 중고기계를 수입해 현지에서 수선하거나 또는 수선된 중고기계를 수입하기도 한다.

플라스틱제품 생산기계 수입시장에서 2005년의 경우 한국이 최대 공급국이 되고 있다. 최대 경쟁국은 이탈리아로 품질이 매우 우수한 것으로 인정받고 있으나 가격이 너무 비싸서 한국산이나 대만산을 점차 선호하고 있으며 미국은 중고 기계류의 최대 공급국이다.

한국산은 품질 및 가격측면에서 소비자들로부터 인지도가 높아지고 있어 향후 진출 가능성은 높다. 한편 시중 가격은 대만산 1만2천달러대부터 독일이나 이탈리아산은 15만달러에 달하고 있으며 이탈리아산 압출기계(T/45mm)가 6만5천5백달러에 판매되고 있다.

한국산 플라스틱제품 생산기계에 대한 소비

자들의 인지도가 높아지고 있어 향후 진출 전망이 밝다.

특히 노후화된 기계들이 많아 교체시점이 다가오고 있고 미국과 자유무역협정 체결 등으로 환경기준이 강화됨에 따라 노후화된 기계설비 대체 수요가 많이 발생할 것으로 기대되고 있다.

중국, 포장가공설비 수요 증가
 낙후된 기술수준, 첨단설비 수입 의존

중국 경제가 발전하면서 많은 산업에서 포장설비에 대한 수요가 늘어 중국의 포장설비 시장은 끊임없이 커지고 있다.

2010년 중국의 GDP는 2000년의 두배인 2조 달러에 육박할 것으로 예측되고 있어, 이에 따라 2005년 2백90억달러였던 중국의 포장기계 수요량은 2010년 4백억달러에 이를 것으로 보인다.

1980년대 이후 중국 경제가 빠른 발전을 하면서 포장설비의 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 포장설비는 시장의 수요증가, 정부의 관심과 적극적인 지원정책 등에 힘입어 1990년대까지 30%에 달하는 성장을 했고, 90년대 이후 연간 20% 이상 빠른 발전을 해왔다.

외형적으로 중국은 1천개의 포장설비 생산업체를 보유해 빠른 성장을 한 듯 보이지만, 내부적으로는 이 생산업체 중에서 1천명 이상의 직원을 보유한 대기업은 전체의 18.5% 정도에 불과하다.

중국의 포장설비 생산업체는 중소기업 중심으로, 기술력이 낮고 저부가가치 제품을 생산하는데 그치고 있다.

중국의 포장설비 전문업체는 전체의 43%에 불과하고 기타 57%는 포장설비 외에 다른 업종을 겸업하고 있는 것으로 조사되고 있다.

대부분의 업체는 담배, 음료, 경공업 등의 설비 생산에 집중돼 있고, 화학공업, 건축자재, 제당업 등 중대형 설비를 필요로 하는 산업으로의 진출은 비교적 적다.

기계, 전기, 전자, 컴퓨터 등 기술력이 필요한 고부가가치 산업은 연구개발에 대한 많은 비용과 꾸준한 A/S 등이 필요해 이 업종에 종사하는 중국업체는 극소수에 불과하다.

중국의 포장 설비업은 거시적인 조정의 부재와 적극적인 투자의 결핍으로 고부가가치의 높은 시장 대부분을 외국산에 내주고 있다.

중국의 포장 설비기업은 중소기업 위주로, 장기간의 계획을 세우고 투자와 연구를 통한 신개발을 하지 못하고, 단기적인 이익을 추구하기 때문에 인기 분야에 다수의 업체가 중복돼 출혈 경쟁을 하고 있는 실정이다.

이 업종의 연구개발에 대한 투자는 판매액의 평균 1%에도 미치지 못하고 있어 이런 낮은 기술력과 신제품 부재문제는 수출에도 영향을 주게 되기 때문에, 수출량은 전체 생산량의 5%에도 미치지 못하고 있다.

가장 발전가능성 있는 포장설비는 식품포장기계로 '11.5' 기간 중 18~21%의 빠른 성장을 할 것으로 기대된다.

2005년 중국의 식품 포장기계분야의 시장 수요량은 8백50억위안에 달했지만, 생산량은 약 6백20억위안으로 공급이 수요에 미치지 못하고 있다.

2010년에는 시장수요량은 2천억위안에 달할 것



으로 전망되지만, 실질 생산 가능량은 1천3백억 위안에 머물 것으로 예측된다.

중국 정부는 일차적으로 식품 포장설비 기술의 선진수준 도달을 목표로 각종 선진기술과 설비를 도입하고 있다.

선진기술에 대한 중국 정부의 요구는 생산효율의 극대화, 제품의 신선도 유지에 적합성, A/S의 신속성, 자동 식별기능 등을 갖춘 제품을 선호하고 있다.

골판지상자와 인쇄용 포장 설비, 대형 카톤팩, 패스트푸드 포장기계, 일회용 도구 등의 사용량이 늘어나면서 최근 중국은 공급이 수요를 충족시키지 못하는 실정이다.

이같은 일상용품 외에 오토바이, 자전거 등 운송기기의 포장도 종이상자를 사용하고 과일상자의 수요가 늘어나, 판폭 5~9겹의 2천mm 고강도 골판지와 종이 상자의 공급이 수요를 만족시키지 못하고 있다.

중국 경제가 빠르게 성장함에 따라 최근 중국의 즉석요리 시장이 점차 커지고 있다. 그 중 즉석 죽, 만두 등이 대표적으로 이와 관련된 생산기계와 가공 설비의 수요가 급증하고 있다.

시베리아, 포장기계 · 시설 동향
수입품이 전체의 70% 이상 차지

러시아에 있어 포장산업은 급속도로 발전하는 분야 중의 하나로 시장 규모는 연간 약 6억5천만달러로 추산되며, 수입기계가 차지하는 비중이 약 70% 이상인 것으로 조사됐다.

포장산업의 급속한 성장 배경으로는 구소련 시절 포장산업이 국영산업에 포함돼 있지 않아 무시됐을 뿐만 아니라, 대부분 종이를 광범위하게 사용함에 따라 기술적으로 포장산업이 오랫동안 정체돼 왔다.

이런 상황에서 구소련 붕괴 이후 외국기업들이 관련 시장에 대거 진출함으로써 포장 산업에 대한 중요성 인식과 더불어 새로운 기술 도입이 가속화 됐다. 러시아 국내 포장산업의 붐은 1997년도로 당시에만 수입된 기계가 약 4억5천만달러에 달했으며, 시장 성장률도 12% 이상 기록한 것으로 나타났다.

최근에도 수입 기계/시설류의 높은 시장 점유율은 지속되고 있으며, 러시아 국내 포장산업은 외국기계와 기술에 종속될 수밖에 없는 상황이다.

가장 수요가 높은 기계로는 병이나 캔을 만들거나 라벨링하는 기계로 전체의 40% 정도를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 일반 포장이나 비닐포장 그리고 박스 생산용 기계들이 뒤를 잇고 있다.

수입국가를 살펴보면 주로 이탈리아나 독일, 프랑스가 가장 큰 수입대상국이며, 그다음으로는 스위스, 체코, 영국, 오스트리아, 폴란드, 이스라엘, 덴마크 등으로 나타났다.

구소련 시절 국가로는 우크라이나가 관련 제품을 러시아에 수출하고 있으며, 아시아 지역에서는 중국을 비롯해 태국, 인도 등에서도 수입이 되고 있다.

현재 러시아에는 약 2백여개의 제조업체가 포장관련 기계류를 생산하고 있으나, 시장 점유율은 미미한 편이다.

가장 수요가 높은 음료수 보틀링 기계류와 관련, 페테르부르크 소재 “Lenpromash”사가 러시아 국내에서는 가장 큰 생산업체이나 “Sidel”, “ADS”, “SASIB”, “Vir Mauri”, “OMV”, “Cremonini” 등 외국 브랜드 기계류가 시장 전반을 장악하고 있다.

전자제품이나 깨지기 쉬운 제품들을 위한 포장 기계류는 러시아에 약 10여 개사가 생산하고 있으며, 그 중 모스크바 소재 “Bestrom”사와 “Upakovochnie”사가 유명하다. 아울러, 가장 빠른 속도가 늘고 있는 플라스틱 컵 성형기계는 “Planeta-NMZ”, “Alt-A”, “Prombiofit”사가 선두업체를 형성하고 있다.

전문가들에 따르면 러시아내 일반 포장기계 시장은 포화상태에 가까워져 있고, 다양한 제품을 생산할 수 있는 하이테크 기계를 선호하는 경향이 나타나고 있는 것으로 분석된다.

시베리아 식품업체들의 경우, 최근 들어야 경쟁심화에 따른 포장 고급화/실용화 붐이 불고 있으나, 영세업체들이 많아 낙후된 기계를 통해 제품을 생산하는 것이 일반적이다.

현재 식품업체들도 신제품 출시와 사용기계들의 교체수요 도래로 신제품에 대한 수요가 서부 러시아와는 달리 아직은 많은 것으로 추산된다.

나이지리아, 포장용 테이프 시장 발전 예상
중국산 시장 잠식

1억3천만 이상의 인구를 보유하고 있는 나이지리아는 단일시장으로서 일반 소비재의 수입시

장으로는 규모면에서 아프리카 최대의 시장이라 할 수 있다.

따라서 포장용 테이프의 시장성 역시 매우 양호하다고 볼 수 있다.

현지의 포장용 테이프의 수입은 매년 20% 이상 신장세를 나타내고 있으며 2002년부터 2004년까지 2년간 70% 이상 수입이 증가한 것으로 조사됐다.

현재 나이지리아 전역에 걸쳐 남부 지방의 Port Harcourt 지역에 단 1개의 제조업체가 있으나 생산 제품의 품질이 조악해 소비자들로부터 외면당하고 있는 상황으로 현지에서 소비되는 포장용 OPP 테이프의 90% 이상을 수입에 의존하고 있는 실정이다.

아울러 포장용 점착테이프는 그나마 생산시설이 전무해 100% 수입에 의존하고 있는 것으로 조사됐다.

나이지리아 시장에 잘 알려진 점착테이프 브랜드로는 GLOBE, WONDER, SCOTCH, CARCAN, HIGHLAND, GLOBAL, GOLDEN 등이 있으며 중국이 저가를 무기로 시장의 50%를 장악하고 있으며 대만이 30%, 그 뒤를 유럽 국가들이 시장을 점유하고 있는데 한국산 제품은 나이지리아 시장에 아직 잘 알려지지 않다.

중국산 제품이 다른 여타 수출 국가들보다 상대적으로 가격이 저렴해 서서히 시장을 잠식하고 있다.

품질이 낮아도 열악한 경제 상황과 높은 환율로 인해 소비자들은 가격경쟁력이 있는 중국산 제품을 더 선호하고 있는 상황이다.



현재 나이지리아 시장에는 빨간색, 초록색, 투명, 검정색, 노랑색, 파랑색, 하얀색, 갈색 등이 있으며 30m, 35mm, 40mm, 48mm 등 다양한 사이즈가 유통되고 있으며 포장단위는 박스 당 5백개이다.

투명한 색상이 가장 수요가 많으며 소매가격 중 가장 비싼 가격은 35mm 사이즈에 1.5달러이며 가장 저렴한 가격은 48mm 사이즈에 0.6달러 정도이다.

나이지리아 포장용 테이프 시장의 초기 진입에는 무엇보다도 과감한 홍보 전략을 동반한 꾸준한 마케팅 노력이 필요하다.

한국산 품질은 현지 시장에서 비교적 좋은 품질로 인식돼 있으므로 홍보 및 판촉활동을 효과적으로 추진하면 시장 진입에는 크게 어려움이 없을 것으로 판단된다.

다만 앞서 언급한 바와 같이 중국 제품의 저가 공세대비 얼마만큼 가격경쟁력을 유지할 수 있는가 하는 것이 현지 시장진출의 관건으로 파악된다.

美, 월마트, 베트스 바이, RFID 기술 도입
시장규모 5억4백만 불, 연성장률 40~45%

2003년, 월마트는 거래하고 있는 모든 공급업체들로 하여금 자동 공급망을 더 신속하게 하기 위해 무선인식(RFID: Radio Frequency Identification Device) 시스템을 반드시 사용하도록 요구했다.

무선인식시스템은 상품, 동물, 사물 등에 태그

를 부착해 근거리에서 무선으로 정보를 읽을 수 있는 시스템으로, 바코드 대체 뿐만 아니라 제조 유통물류 서비스 산업 등을 혁신적으로 변화시킬 수 있다.

따라서 미국의 무선인식 소프트웨어, 칩(chips), 판독기(readers)의 수요가 증가했으며 그 결과 월마트의 자동 공급망 시스템을 가능케 했다.

그러나 최근 들어 월마트는 무선인식 시스템 도입에 대한 요구를 조금 주춤했고 결과로써 관련 시장의 수요가 급격하게 줄었다.

그럼에도 불구하고, 최근 무선인식(RFID) 분야의 최신형 RFID 태그방식이 ISO(국제표준화 기구)의 최종투표를 통과해 세계표준으로 성립돼 국제적인 상호호환성 문제가 해결됨에 따라 무선인식 시스템 시장이 앞으로 크게 성장할 것으로 전망되고 있다.

또한 새로운 기술로 변신을 하고자 하는 세계 최대의 소매체인점인 월마트 외에도 미국의 대표적인 소비자 전자제품 소매체인점인 Best Buy 또한 무선인식 기술을 도입, 좀더 발전된 공급 및 유통망을 수립하고 있다.

뉴욕에 소재한 시장조사기관인 Gartner Inc.에 의하면, 미국의 많은 소매업체들은 제품을 더 효과적으로 유통시키기 위해 무선인식 시스템 도입을 요구하고 있다고 한다. 그러나 이와 같은 변화는 점차적으로 이뤄지고 있기 때문에 무선인식 시장도 서서히 성장할 것으로 예상된다고 한다.

무선인식 시스템 도입을 추구하는 소매상들이 늘어나는 가운데, 미국의 주요 대형 소매상과 거

래를 원하는 제조업자들은 이 기술에 대한 사전 준비가 필요하다.

반도체 칩에는 무선인식 태그(RFID tag)가 부착된 상품의 정보가 저장돼 있고, 안테나는 이러한 정보를 무선으로 3m 거리까지 날려보내며, 리더기는 이 신호를 받아 상품정보를 해독한 후 컴퓨터로 보낸다. 따라서 태그가 달린 모든 상품은 언제 어디서나 자동적으로 확인 또는 추적 가능해진다.

무선인식 태그는 기존 바코드를 대체하고 유비쿼터스를 실현하는 핵심 소재이며, 상품의 저장, 전송, 추적, 등 유통, 물류분야, 전자도서관, 전자지불, 보안 등 다방면에 광범위하게 적용될 것이다.

재고 정리와 자산 경영을 위한 RFID 하드웨어, 소프트웨어, 그리고 태그 시장은 2005년에는 5억 4백만달러 규모에 달했으며 연 성장률은 40%에서 45%일 것으로 짐작되고 있다.

현재 시장규모는 무선인식 태그를 필수 요건으로 내세우는 월마트와 다른 대형 소매상들로 인해 형성된 것이며 향후에는 다른 많은 소매상들이 무선인식 태그를 추구하게 될 것이라고 전망되고 있다.

또한 현재 개발 중인 성능이 더욱 확대된 제품들이 출현되면 수요가 더욱 확대돼 2010년까지 40%에서 45%라는 큰 연평균 성장률을 보일 것으로 전망되고 있다.

성장하고 있는 무선인식시스템 시장을 겨냥하고 있는 창업 회사들로는 무선인식 태그로 7천8백 달러의 매출을 기록한 시애틀에 소재한 Impinj Inc., 칩과 판독기로 2억달러의 매출을

보인 캘리포니아주 Morgan Hill에 소재한 Alien Technology Corp., 판독기개발로 2천1백만달러의 매출을 보인 메사추세츠주에 위치한 ThingMagic, Inc., 무선인식 기기로 매출을 확대시키고 있는 캘리포니아주 Mountain View에 소재한 Blue Vector Systems, 공급망 애플리케이션으로 6백만달러의 매출을 보인 캘리포니아주 Los Gatos에 소재한 TrueDemand, Inc., 소프트웨어 개발로 9백4십만달러를 벌어들인 캘리포니아주 소재 T3Ci, Inc.가 있다.

많은 사람들이 무선인식 시스템 시장이 창업의 기회를 많이 주고 있다고 생각하고 있으면서도 직접적으로 창업에 뛰어들지 못하고 있다. 그러나 실질적으로 공급망이나 수직 시장(vertical market : 비슷한 방법으로 비슷한 제품이나 서비스들을 개발하는 특정 산업이나 기업들의 그룹)을 위한 무선인식 소프트웨어 애플리케이션 창업을 위한 기회는 놀랄만하다.

한 예로써 병원에서 쓰이는 의료 장비들을 찾기 쉽게 재고 정리를 할 수 있는 병원용 무선인식시스템 시장은 굉장히 유망하다.

또 다른 수직 시장의 예로써 약국체인인 거장인 Pfizer, Inc.사는 전자약품 인증을 위한 시스템 개발을 위해 캠브리지에 소재한 무선인식 전문 제조 업체인 SupplyScape, Inc.로부터 투자를 받기로 했다.

최근에는 무선인식시스템 시장에서 최초로 기업의 인수합병(M&A)이 있었다.

무기 업체인 Lockheed Martin Corp.은 Savi Technology Inc.로부터 분리된 Raytheon Co.를 4억 달러에 매입했다. 캘리포니아



Sunnyvale에 소재한 Savi사는 항공기 재고 정리를 위한 무선인식 시스템을 개발 했던 회사이다.

무선인식시스템 시장은 두 가지 의미에서 중요하다.

첫번째로, 결국에는 미국에서 판매된 모든 제품에 이와 같은 장치가 부착되는 것은 필수가 될 것이므로 미국에 수출하는 업체들은 미리미리 준비를 해두어야 한다는 것이다.

둘째, 무선인식시스템 시장 중 소프트웨어 분야에서 틈새시장이 발생할 수 있으며 이 틈새 시장은 투자거나 창업자 모두에게 알찬 열매를 가져주는 블루오션 산업분야가 될 것이라는 것이다.

마지막으로 이 산업은 앞으로의 5년안에 가장 변창하게 될 시장 중에 하나로 꼽히고 있다는 것이다.

美, 물류업계 경비 절감 및 이익 극대화
3자물류 통한 물류관리 늘어

2006년에 두드러지게 나타나는 경향은 바로 “경비 및 시간의 절감”과 “유가폭등”이라는 점이다.

“경비 및 시간의 절감”에 대해서는, 과거에도 이런 경향이 뚜렷이 나타났으나 달러의 약세로 인해 수입이 줄어드는 추세와 시장자체의 경쟁 양상이 더욱 심화되면서 이러한 경향은 확연히 가시화되고 있다.

수출업자나 수입업자를 논할 것 없이 시장 내

의 모든 구성원들이 경비절감으로 인한 이익의 극대화를 노리고 있다.

첫번째로 대형 및 고정 수입업자들은 과거 FOB로 수입하던 관행을 DDP(Delivered Duty Paid)로 바꾸면서 경비절감 및 이익 극대화를 추구하고 있다.

실제로 이렇게 수입조건을 바꾸면서 수입업자측에서는 물류에 쏟아 부었던 인력을 현지 마케팅과 판매에 전념시켜, 시장상황에 보다 민감하게 움직일 수 있게 회사의 유동성을 유지시키고 있는 동시에 이익을 극대화시키려고 하고 있다.

이 같은 경우에 실제로 해당되는 화물을 수입업자들이 필요한 곳까지 운반시키려면 과거에는 이런 저런 프로세스가 많이 필요했던 반면에, 현재에는 한번 지정된 물류회사들이 수출업자 공장에서 수입업자의 창고까지 해상운송, 통관, 그리고 내륙운송 등 모든 서비스를 One-Stop으로 제공할 수 있기 때문에 수입업자들이 시간과 경비를 절약할 수 있게 됐다.

두번째로 이에 3자 물류(3PL: 3rd Party Logistics)를 통한 물류관리가 늘어나고 있다.

유통산업의 발전과 유통구조의 대형화, 그리고 경비절감이 맞물려 3자 물류의 비중이 급증하고 있다.

과거에는 보다 민첩한 움직임을 위해 자체창고를 운영하며 배달에 많은 시간과 경비를 소모하던 수입업자들의 의도가 차츰 경비절감 쪽으로 기울어 가고 있다는 점이다.

자체창고를 운영하게 되면 소비자나 납품처의 의도에 보다 민첩하게 대응할 수 있다는 장점이

있으나 회사내의 인력 및 자원을 과다하게 소모할 수 있다는 단점을 동시에 가지게 된다.

자체창고보다 민첩하지는 않지만 매달 과다하지 않은 가격에 화주의 의도에 민감하고 적절하게 반응하며 요구를 충족시켜 나가는 3자 물류가 시장자체 비율을 점점 늘려가고 있다.

JIT(Just In Time)의 납품방식이 점점 늘어나고 있는 상태에서 다수의 한국수출기업들이 미국에 3자 물류창고를 마련해 두고, 자사의 상품을 미국시장에 운송한 뒤에 3자 물류창고에 보관 뒤, 납품처의 요구에 맞게 처리하는 것은 근래에 많이 볼 수 있는 풍경이다.

미국 내에 큰 기반이 없는 한국 수출기업들에게 이러한 방식은 미국 내에서 과도한 초기자본의 투자가 없이도 미국시장 내에서 경쟁력 및 적응력을 기를 수 있는 가능성을 제공해 주고 있다.

다른 하나는 현재 “유가의 폭등”으로 국내외 전 산업 분야에서의 제품에 대한 원료비가 증가하게 되어, 자연히 기업 이윤이 줄어들게 됐다.

수출업자나 수입업자나 할 것 없이 모두 경비절감에 관심을 바짝 기울이고 있는 반면에 유가는 통제할 여지가 없는 것이라 더욱 더 민감할 수 밖에 없다.

현재는 물류 부문에 있어서 유가상승으로 인해 소비자들이 크게 부담되는 것이 없는 것이 사실이다. 하지만 유가의 상승국면이 지속될 경우에는 소비자들의 부담비용이 커지게 될 것이라는 것이 당연하다는 것이다.

현재 해상운송의 경우에는 선박 유가할증료

(BAF: Bunker Ajustment Factor) 그리고 항공운송 및 내륙운송에는 유가할증료(FSC: Fuel Surcharge)라는 이름으로 소비자들에게 청구되고 있다.

국제 유가 상승폭에 따라 결정되어 추가적으로 발생하는 비용으로 유가가 얼마 정도 상승 또는 하락 한다고 해서 곧바로 적용되는 것이 아니라 시장상황에 따라 적용이 되는 것이다.

해상운송이나 항공운송에서는 과도한 부담이 될 정도로 상승하지 않았지만, 내륙운송(Inland Trucking)의 경우에는 과거 9% 정도에 그쳤던 FSC가 지역 및 회사에 따라 현재는 15%~35%까지 책정되고 있는 상태다. 또한 앞으로의 유가상승폭 또는 지속성에 따라, 항공 및 해상운송의 FSC도 어디까지 치솟을 지 알 수 없는 상황임에 틀림이 없다.

이와 같이 거의 모든 시장구성원이 시간 및 경비의 절감을 부르짖고 있는 상황에서 유가상승으로 인해 거의 모든 물류 비용이 상승함으로써 경비절감의 필요성이 더욱 절실한 실정이다.

이런 상황 속에서 고객 및 시장의 변화추세를 물류업체도 맞춤형 서비스라는 형태로 따라가고 있으며 선택의 폭도 더욱 다양하다.

물류부분에서 경비절감으로 수입업자들이나 수출업자들이 이익의 극대화를 이루려면, 역시 전통과 경쟁력을 가진, 그리고 각 회사에 맞는 3자 물류회사를 선택한 뒤에, 물류회사를 서비스 제공자로만 아니라 자사 발전에 이바지할 “파트너”로 생각하며 이용하는 것이 바람직한 것이라 본다. 