



美, 올해 알루미늄 수입 감소
달러화 약세로 수입 제품의 경쟁력 하락

달러화 약세 등으로 인해 2008년에도 미국 기업들이 해외에서의 알루미늄 구매가 감소할 것으로 전망된다.

2002년 이후 알루미늄 분쇄 제품의 상당수를 북미 외 지역에서 조달하는 것이 일상화됐고, 해외 소싱이 최근 지속적으로 증가하고 있으나, 달러화 약세로 인해 해외소싱으로 인한 비용 절감 폭이 크지 않을 것으로 예상된다. 이는 불확실한 수요와 달러화 가치 하락(달러화 가치 하락으로 세계 잉곳 가격은 파운드당 1.1 달러 이상을 유지할 전망)으로 알루미늄 분쇄 제품 수입이 감소할 것으로 전망되고 있다.

최근 알루미늄 바이어들을 대상으로 한 조사에서 약 70%의 바이어들이 해외 소싱을 하고 있다고 응답했다.

그러나 이러한 해외 소싱 중 일부는 달러화 약세에 따른 수입 제품 가격 인상으로 인해 다시 국내 소싱으로 전환할 것으로 예상된다.

가공 분쇄 제품(시트, 플레이트, 호일, 압출성형, 단조 등)의 경우 거래 양상이 약간 다르게 나타나고 있으며, 구매사의 설문 조사 결과 대부분의 바이어들은 연간 알루미늄 제품 구매량의 10% 정도만을 해외에서 구매하는 것으로 밝혀졌다.

바이어들의 국내 구매를 유도하기 위해 북미 지역 내에서는 다양한 제품 믹스 개발과 공장 확장이 지속(Kaiser Aluminum사의 경우 1억4천만 달러를 투자해 중서부에 로드, 바 및 튜브를



생산하는 신규 설비 건설)되고 있으며, 2008년 알루미늄 시장 전망이 불투명함에 따라 해외 소싱이 확대될 것으로는 예상되지 않고 있다.

전세계적으로 거래되는 알루미늄 현물과 선물 가격은 프라이머리 잉곳 가격이며, 런던 금속 거래소(LME : London Metal Exchange)와 뉴욕 상품 거래소(NYMEX : New York Mercantile Exchange)에서 매일 거래가 이뤄지고 있다.

올해 잉곳 생산은 지난해 대비 34% 증가한 5천2백만톤이 될 것으로 전망되고 있으며, 북미 유통제품 제작에 소요되는 잉곳의 30~35%는 해외 제련소(대부분 중국에 있는 것으로 알려져 있음)에서 수입되고 있다.

세계 최대의 잉곳 생산지인 중국 정부가 2006년 말 수출세를 인상하면서 중국의 2007년 잉곳 수출이 타격을 입은 바 있다.

그러나 중국이 외국산 알루미늄의 주요 공급원일 것이라는 통념과 달리, 미국 바이어들은 주로 러시아, 베네수엘라, 브라질, EU, 호주, 뉴질랜드 등으로부터 프라이머리 알루미늄을 수입하고 있다.

실제로 중국의 알루미늄 소비는 최근 급속하게 증가해 현재 전세계 알루미늄 소비의 약 1/3을 차지하고 있으며, Alcoa사의 Alain Belda CEO 역시 중국이 2008년에는 순 수출국에서 순 수입국으로 전환할 가능성이 있다고 전하고 있다.

구매 관련 전문 잡지인 Purchasing사가 알루미늄 바이어들을 상대로 한 설문조사 결과에 의하면 26%만이 잉곳을 해외에서 수입하고 있으며, 동 26%의 2/3는 브로커나 대행업체를 통하지 않고 해외 제련소에서 직접 잉곳을 사는 것으로 밝

혀졌다.

북미의 경금속 수입이 빠르게 상승한 것은 해외 제련소들이 지난 2년간 저가 정책을 펼쳤기 때문으로, 올해만 하더라도 런던 금속 거래소 기준 세계 잉곳 가격은 1/4분기의 평균 파운드당 1.34 달러에서 4/4분기에는 파운드당 1.13 달러로 하락한 바 있다.

2008년 세계 알루미늄 사용량이 약 7% 증가한 4천20만톤에 달할 것으로 예상됨에도 불구하고, 메릴린치의 David A. Lipschitz 애널리스트는 알루미늄 생산이 소비를 초과하고 있기 때문에 2008년의 알루미늄 가격이 비교적 낮은 수준을 유지할 것으로 전망된다.

美, OCC 수출가격 하락 ONP 가격 톤당 5달러 상승

2달 연속으로 미국산 OCC의 수출가격이 하락했다.

미국의 골판지원지 생산업체들이 충분한 재고를 확보한 것으로 알려진 가운데, 지난해 11월에 비해 톤당 5~7달러 하락해 최근 끝없이 치솟던 OCC 가격상승세가 다소 진정되고 있는 것으로 나타났다.

반면, 미국산 ONP 가격은 톤당 5달러 상승한 것으로 나타났는데 최근 신문용지 수요의 감소와 더불어 ONP 사용량도 줄어든 것으로 알려졌다.

미국산 ONP의 중국수출이 크게 증가한 것으로 집계됐는데, 작년에는 월평균 13만8천



톤에 불과했지만 올해 들어 월평균 21만5천 톤으로 크게 증가하고 있는 모습이다. 중국은 신문용지와 백판지설비의 신증설이 이어지면서 ONP 수요가 크게 증가하고 있는 추세인데 2006년에서 2008년까지 연산 1백37만톤의 신문용지 생산설비와 연산 3백85만톤의 백판지 생산설비가 신설됐다.

미국 ONP 수출량의 반 이상이 중국으로 향하고 있으며 컨테이너가 부족해 수출을 못하는 실정이라고 알려졌다.

日, 올해부터 식품표시 감시 강화

농림수산성내 표시전문관 신설

일본 농림수산성은 작년에 잇따라 발생한 식품표시 위반사건으로 식품가공업자 등의 표시가 바르게 이루어지고 있는지를 체크하는 순회조사를 2008년부터 추진할 방침이다.

원재료 등의 표시가 지난해 4월부터 업자간 거래에서도 의무화된 것에 맞춘 감시 강화책의 일환이다.

지금까지 순회조사의 대상은 소매점만으로 가공업자 등은 대상에서 제외됐다. 순회조사는 각 도부현 농정사무소에 배치된 식품표시 감시원이 업자를 방문하여 조사하며 표시대로 원재료가 사용되고 있는지 등을 중심으로 확인한다. 표시에 의문이 있는 정보가 있을 경우에는 필요에 따라 현장검사도 행해진다.

업자간 거래는 광범위하고 다수이므로 올해 농림수산성내에 '표시전문관'을 신설하고 '업자간 거래

의 효율적인 감시화 조사방법을 검토한다'고 표시·규격과에서는 설명하고 있다.

日, '미닛메이드 화이버인' 대용량 발매 가정용 수요 이끌어 내기 위해

일본 코카콜라는 특정 보건용 식품의 표시 허가를 얻은 페트병 용기 과즙 음료 '미닛 메이드 화이버인' 대용량 9백ml 타입을 일본전역에 발매했다.

지난 해 11월에 마시기 편한 사이즈로 발매해 폭넓은 연령층에 호평을 받고 있는 점에 주목, 가정용 수요를 이끌어 내기 위한 대용량을 시장에 투입했다.

9백ml 희망 소매 가격은 3백58엔으로, 전국의 편의점이나 슈퍼 등에서 판매한다. 기존의 2백80ml, 1백90ml와 같이, 패키지에는 빨강 사과와 사진은 다른 것 외 중앙에는 정장 효과도 명기해 상품 특성을 어필했다.

美, 북미시장이 RFID 53% 차지

아시아, 태평양 지역 약 19%

지난 2006년 세계 RFID(Radio Frequency Identification) 시장은 소프트웨어·서비스·하드웨어를 모두 포함하고 LE(Low Frequency), HF(High Frequency), UHF(Ultra High Frequency) 주파수 범위 제품 시장 규모는 약 23억달러를 기록했다.



이 중에서 북미 시장이 세계 시장의 절반 이상인 약 53%를 차지한 12억달러이며, 유럽·중동·아프리카 지역이 약 28%, 아시아 태평양 지역 시장이 약 19%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

세계 RFID 시장은 규모는 약 30% 정도 증가한 30억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다.

특히 북미 지역과 중국에서 가장 높은 시장 성장률을 기록한 것으로 나타났으며 유럽의 경우 표준화 문제로 인해 높은 성장을 기대하기 힘든 실정이다.

제품 종류별 시장 규모를 보면, 2007년 UHF Gen2 시장의 태그와 리더 시장은 3천만~5천만 달러를 기록할 것으로 전망된다.

HF 태그와 리더 시장은 2억5천만달러에 이를 것으로 보이고 가장 시장 규모가 큰 액티브 태그 및 리더 시장은 약 10억달러에 달할 것으로 예측된다.

RFID 전문가에 따르면, RFID 시장은 제조업체의 생산 컨트롤, 항공 산업의 부품 추적, 자동차 위치 추적, 물류 운송업체의 실시간 물류 흐름 추적 등에 의해 성장이 주도되고 있으며 점차 모든 산업에 걸쳐 확산 중이다. 연간 약 20~30%의 높은 성장이 예상된다.

RFID 중에서 가장 주목 받고 있는 기술은 HF(High Frequency) 기술로 신용카드 업체와 국가에서 발행하는 여권과 신분증 등에 이용할 수 있는 '접촉이 필요 없는 RFID 기술'이며 최근 중국 정부도 신분증과 운전 면허증에 RFID를 도입한다고 발표했다기 때문에 시장 규

모는 더욱 확대될 것으로 전망되고 있다.

액티브 태그 또한 지속적인 성장이 예상되는 기술이다.

그러나 UHF 태그 시장은 지속적인 성장이 예상되나 시장 성장률은 비교적 낮을 것이며 LF 태그는 점차 사라지게 될 것으로 예측된다.

RFID 산업은 통합 및 조정 단계에 있다.

하드웨어 제조업체는 태그와 리더의 시장 선점을 위해 생산 가격을 낮추기 위해 치열한 경쟁을 펼치고 있으며 그로 인해 제품 판매 마진이 감소하고 있으며 수익성 개선을 위해 시장 확대 전략을 펼치고 있다.

반면 중소 규모의 소프트웨어 업체는 대형 하드웨어 제조업체의 영역 침범과 오라클과 같은 대기업 소프트웨어 업체로부터 협공을 받아 점차 설 자리를 잃어 가고 있는 상황이다.

관련 시장 전문가들에 따르면, 향후 RFID 시장은 RFID 솔루션 제공 업체가 주도할 것으로 전망하고 있다. 이들 솔루션 제공업체는 기업 특징에 맞는 소프트웨어·하드웨어·어플리케이션을 패키지로 제공함으로써 하드웨어와 소프트웨어 업체의 주요 판매 채널 역할을 하고 있다.

RFID 시장은 매년 30%의 높은 성장률을 기록하고 있으며 특히 북미 시장은 세계 RFID 시장의 절반 이상을 차지하고 있는 가장 큰 시장이다.

향후 RFID 시장은 수요 확대에 의한 북미 시장의 지속적인 성장과 중국 시장의 급속한 성장으로 인해 지속적인 높은 성장세를 이어갈 것으로 전망되고 있다. [ko]