

Results of a real condition survey of the member companies
of the Korea Packaging Association in 2020

2020년도 (사)한국포장협회 회원사 실태조사 결과

Writer

(사)한국포장협회

Contents

- I. 개요 및 목적
- II. 기대효과
- III. 실태조사 결과 및 분석
- IV. 결론

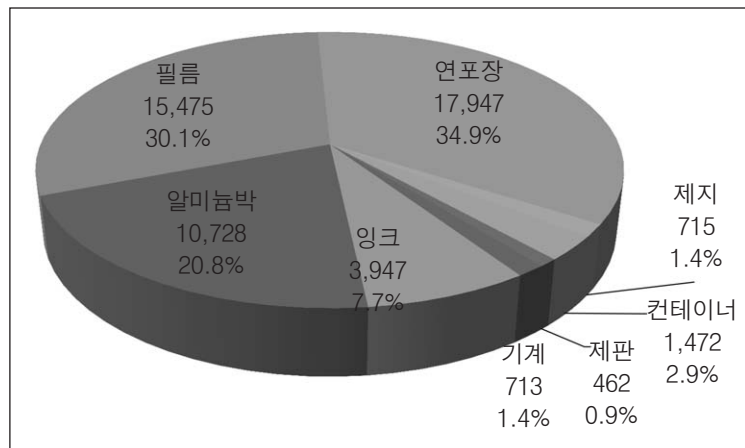
I. 개요 및 목적

국내 포장산업을 재료별로 대분류하면 합성수지(플라스틱), 지류, 병유리, 금속, 목재, 포장기계, 기타 등으로 분류되며 이중 포장재의 양대 산맥이라 불리는 합성수지 분야와 지류 분야가 국내 전 포장산업에 차지하는 비율이 사업체수(70%)나 매출액(69%) 면에서 공히 절대적인 비중을 차지하고 있다.

‘2020년 (사)한국포장협회 회원사 실태조사’는 플라스틱을 원료로 하는 필름 및 시트, 연포장 가공, 알루미늄·박, 그라비아 잉크와 제판, 기계(인쇄), 기타 부자재 등을 생산하고 있는 (사)한국포장협회 회원사를 대상으로 신뢰성 있는 통계자료를 만드는데 초점을 맞춰 실시했다.

[그림 1] 회원사 매출액 (총 5조 1,000억 원)

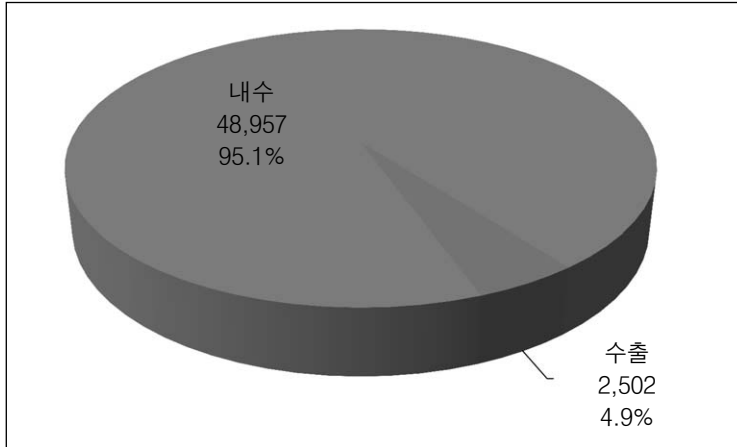
(단위: 억 원)



(※ 필름, 알루미늄박은 일부 산업용이 포함되어 있음)

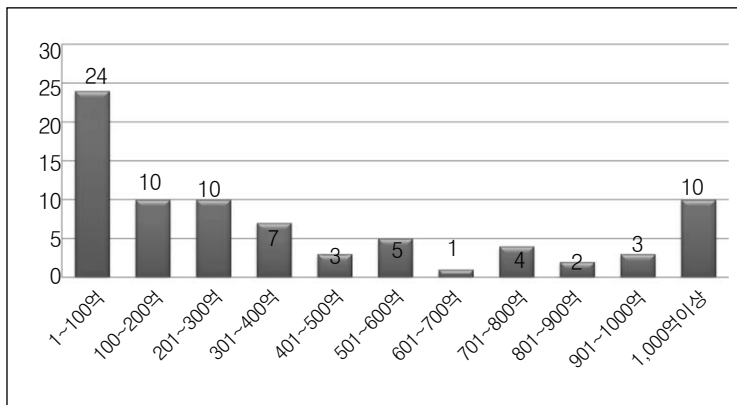
[그림 2] 회원사 총 매출액 대비 내수 및 수출 비율

(단위 : 억 원)



(※ 총 매출액 대비 내수 및 수출 비율)

[그림 3] 회원사 매출액 분포도 현황



이를 통해 (사)한국포장협회가 국내 전 포장산업에서 차지하고 있는 비중을 정확히 파악해 그 위치를 재정립하고, 국내 및 해외 바이어들에게 협회 회원사의 생산능력과 생산기술 등을 소개하는 자료로 활용할 예정이다. 또한 도출된 통계자료를 바탕으로 포장산업에 대한 대정

부 지원을 유도하고, 협회가 추진하고 있는 회원사 상황별 수출지원을 위한 기초 자료로 활용할 계획이다.

아울러 이 통계자료는 회원사는 물론 국내 포장업체가 공유하여 업계 자율적으로 중복 및 과잉 투자를 억제하고 과당경쟁을 방지하는 것을 목표로 한다.

II. 기대효과

협회 회원사를 대상으로 한 자체 전수조사를 통해 만든 통계자료를 바탕으로 향후 국내외 단체와의 정보 교류와 협력 관계를 강화하는 것은 국내 포장산업에 대한 정확한 통계 자료 도출에 활용할 수 있다.

또한 회원사 상황별 수출지원 사업에 적극 반영하고, 국내 및 해외에 지속적으로 홍보해 회원사 생산제품에 대한 신뢰성 제고를 도모해 회원사들을 간접 지원할 계획이다.

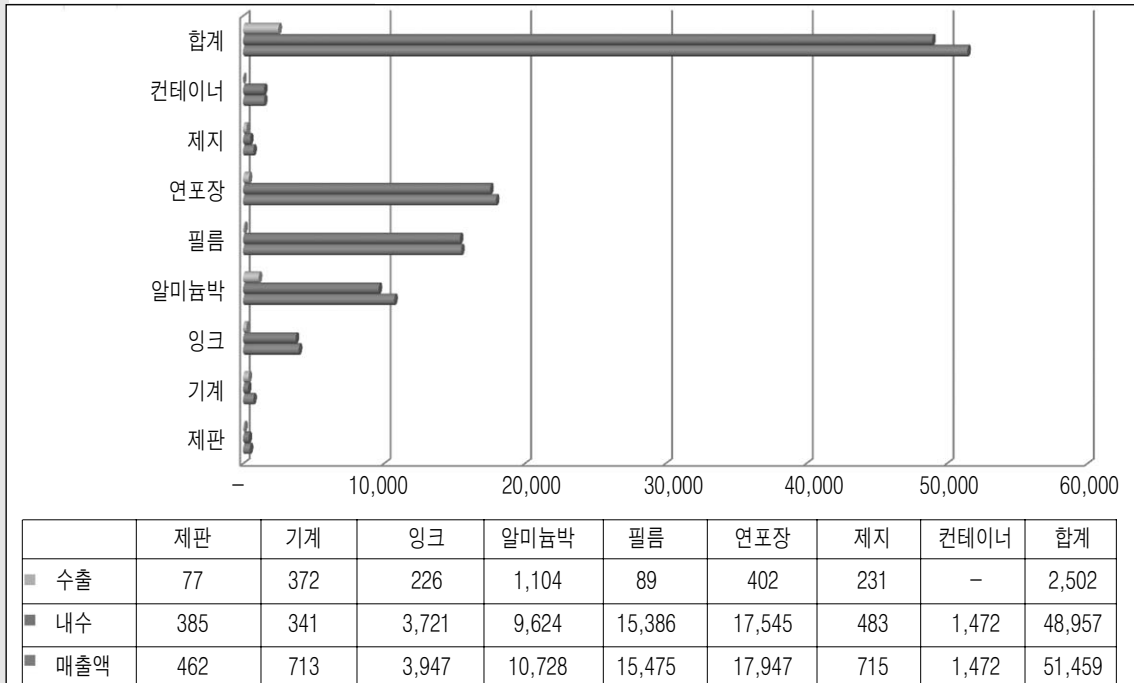
III. (사)한국포장협회 회원사 실태조사 결과

1. 회원사 매출액 현황

협회 회원사의 2020년 매출액을 살펴보면 필름 1조 5,475억 원(30.1%), 연포장 1조 7,947억 원(34.9%), 알루미늄 박 1조 728억 원(20.8%), 잉크 3,947억 원(7.7%), 기계 713억 원(1.4%), 제판 462억 원(0.9%), 컨테이너 1,472억 원(2.9%), 제지 715억 원(1.4%)로 총 5조 1,000억 원

[그림 4] 회원사 분과별 매출액

(단위 : 억 원)



(※ 수출 금액은 업체별 적용 환율에 따라 차이가 날수 있음)

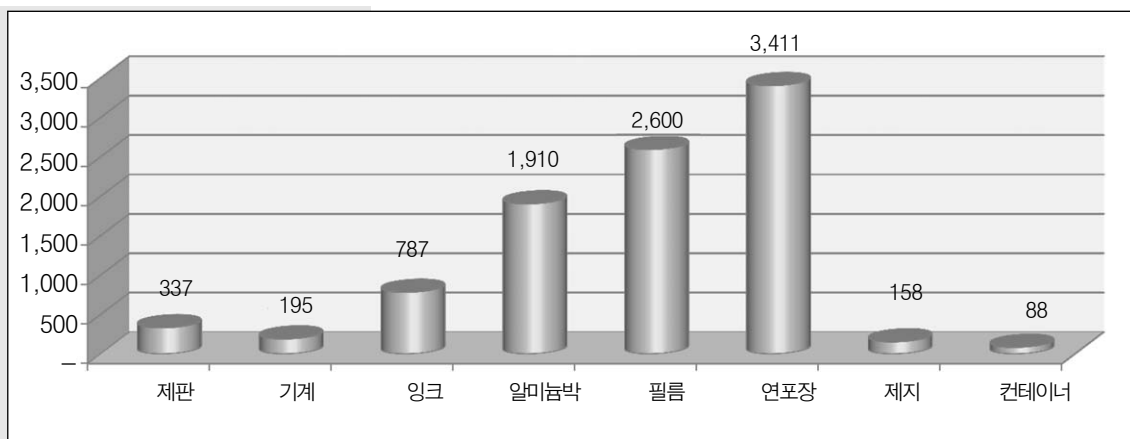
으로 집계됐다. 이 가운데 내수는 4조 8,957억 원으로 95.1%로 집계됐고, 수출은 2,502억 원으로 4.9%로 조사 됐다. 지난 2018년 조사 결과에 비해 내

수의 비율이 수출보다 1.4% 늘은 것으로 나타났다. 매출액 분포를 보면, 100억 원 미만이 24%로 가장 많았고, 200억 원 미만과 300억 원 미만과 1,000억 이상이 각

10%로 2위를 차지 했다. 1,000억 이상 기업의 증가가 눈에 띄었다. 또한 회원사 분과별 매출액의 경우, 필름, 연포장, 알루미늄박, 제지 등 대부분의 분과가

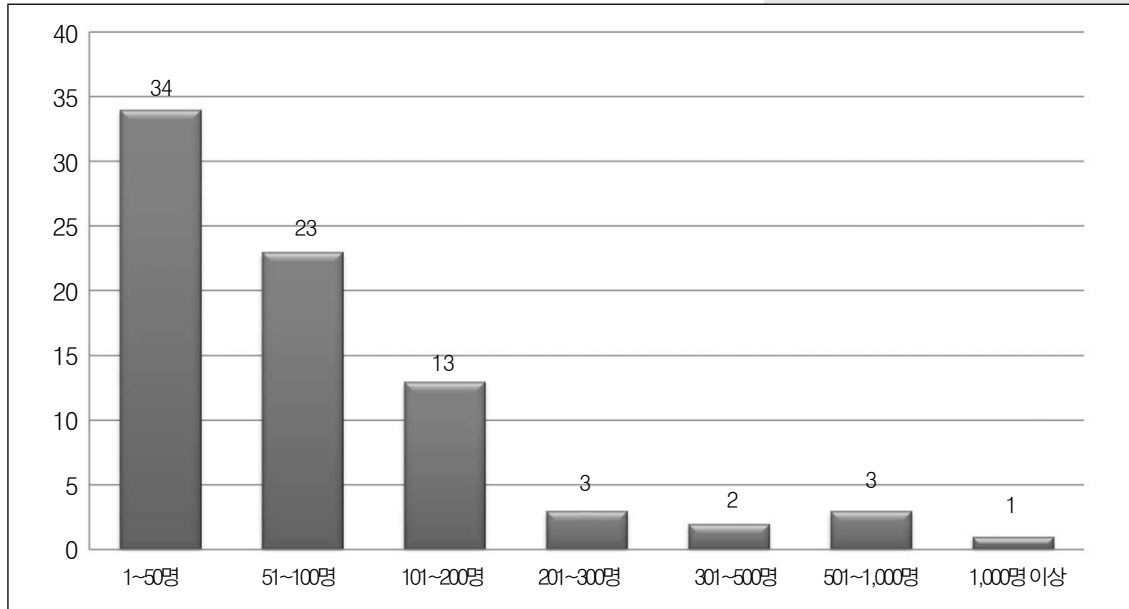
[그림 5] 회원사 종업원 현황(총 9,486명)

(단위 : 명)



[그림 6] 회원사 종업원 분포도

(단위 : 회원사 수)



수출보다 내수 매출액이 큰 반면 기계분과만 수출 372억, 내수 341억으로 수출액이 더 컸다.

2. 회원사 종업원 현황

회원사 전체 종사 근로자수는

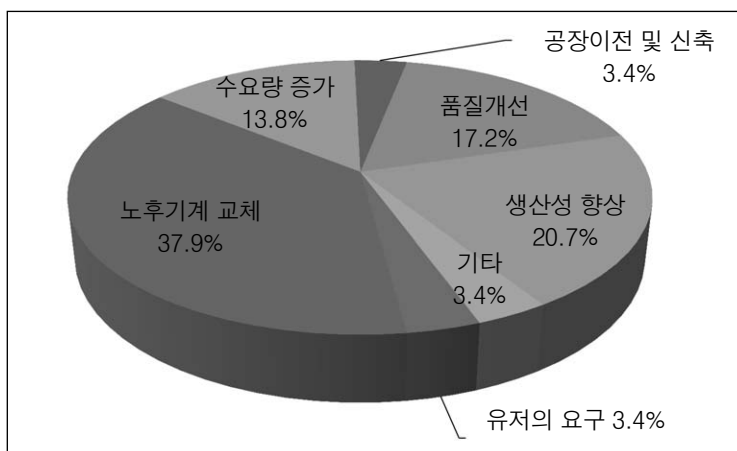
9,486명으로, 연포장 3,411명, 필름 2,600명, 알루미늄박 1,910명, 잉크 787명, 제판 337명, 기계 195명, 제지 158명, 컨테이너 88명 등의 순이었다.

종업원 분포를 살펴보면, 50명 미만이 34%로 가장 많았고,

100명 미만 23%, 200명 미만 13%, 300명 미만 3%, 500명 미만 2%, 1,000명 미만 3%였다. 1,000명 이상은 1%를 기록했다.

3. 향후 2년 내 설비 증설 계획 시 증설 목적

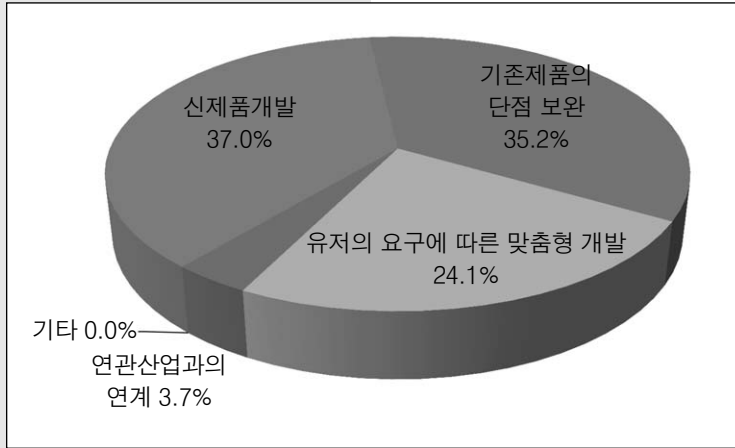
[그림 7] 설비 증설 계획 시 증설 목적



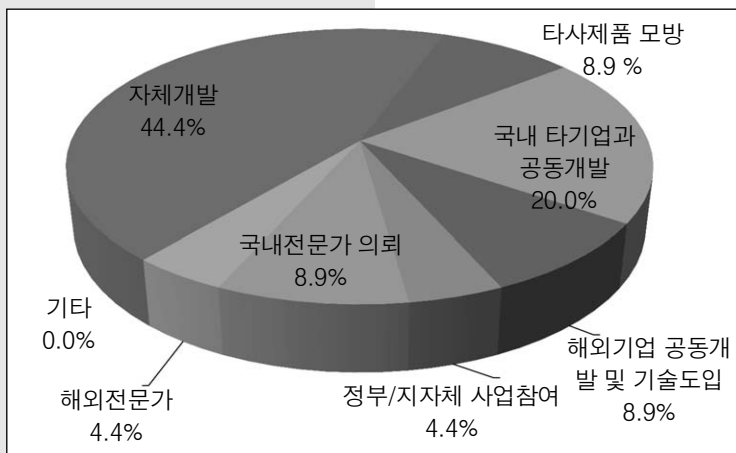
설비 증설을 계획하고 있다면, 증설 목적은 무엇인지에 대한 질문에는 37.9%가 노후기계 교체라고 답했다.

이어서 생산성 향상(20.7%), 품질 개선(17.2%), 수요량 증가(13.8%), 고객사의 요구(3.4%), 공장 이전 및 신축(3.4%), 기타(3.4%) 등의 목적을 나타냈다.

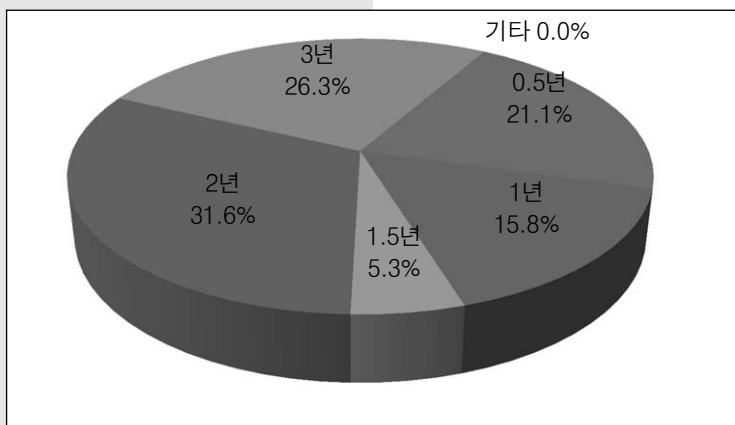
[그림 8] 연구개발 목적



[그림 9] 연구개발 방식



[그림 10] 평균 연구개발 기간



4. 회원사 연구개발 현황

연구개발 목적은 신제품 개발(37.0%), 기존 제품의 단점 보완(35.2%), 고객사 요구에 따른 맞춤형 개발(24.1%), 연관 산업과의 연계(3.7%) 등이라고 답했다.

연구개발 방식을 살펴보면, 자체 개발 44.4%, 국내 타기업과의 공동개발 20.0%, 타사 제품 모방 8.9%, 해외기업 공동개발 및 기술 도입 8.9%, 국내 전문가 의뢰 8.9%, 해외 전문가 의뢰 4.4%, 정부·지자체사업 참여 4.4% 등이 적용되었다.

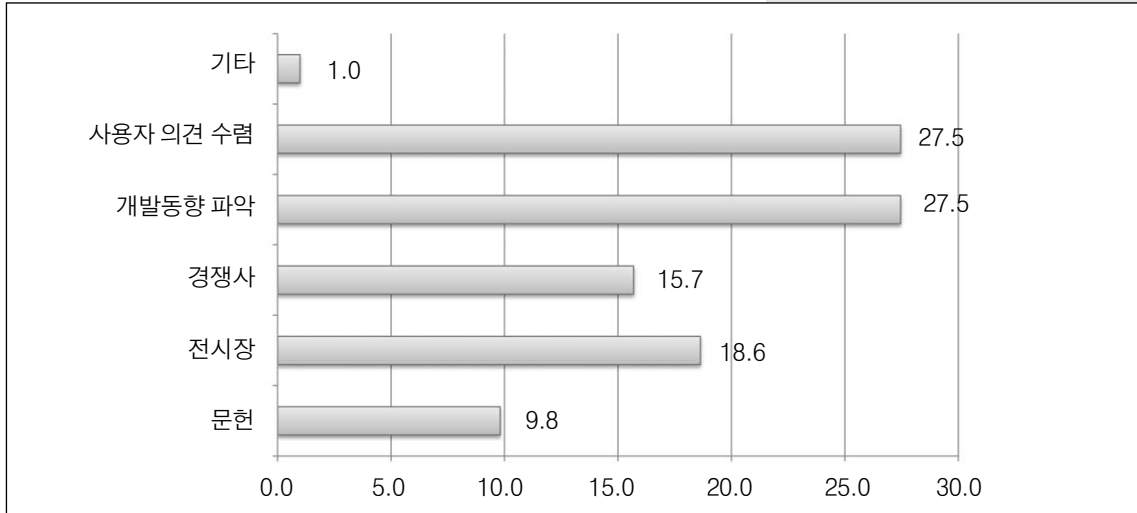
평균 연구개발 기간은 0.5년 21.1%, 1년 15.8%, 1.5년 5.3%, 2년 31.6%, 3년 26.3%로 보통 2~3년 연구개발을 진행하는 것으로 나타났다.

연구개발을 위한 정보수집 방법은 국내외 관련 업계 동향 및 시장조사(27.5%)와 고객사 의견 및 요청사항 수렴(27.5%)이 가장 많았고, 이어서 전시회 및 세미나(18.6%), 경쟁사 제품 및 기술 검토(15.7%), 논문, 특허, 기술자료 등의 전문 서적(9.8%), 기타(1.0%) 순이었다.

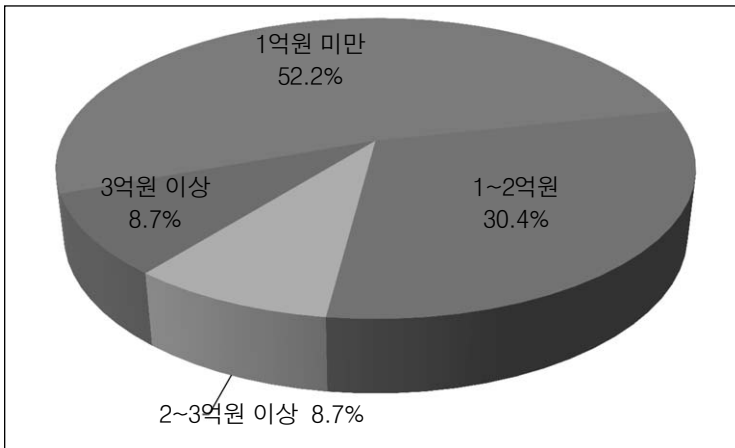
과제별 연구개발 비용은 1억 원 미만 52.2%, 1~2억 원

[그림 11] 연구개발을 위한 정보수집방법

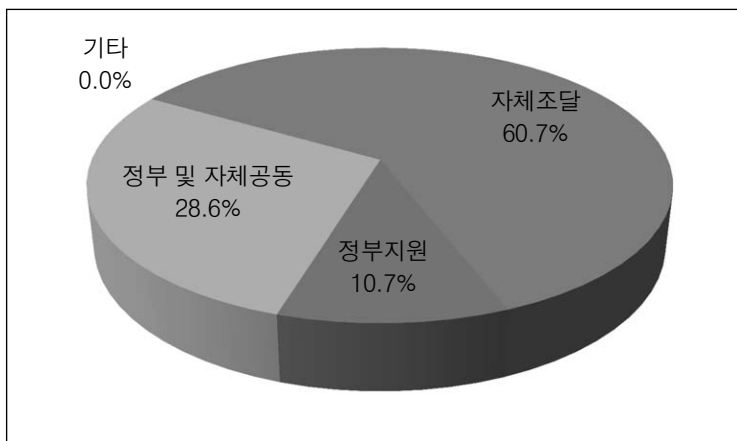
(단위 : %)



[그림 12] 과제별 평균 연구개발비



[그림 13] 연구비 출원방식



30.4%, 2~3억 원 8.7%, 3억 원 이상 8.7%이었다.

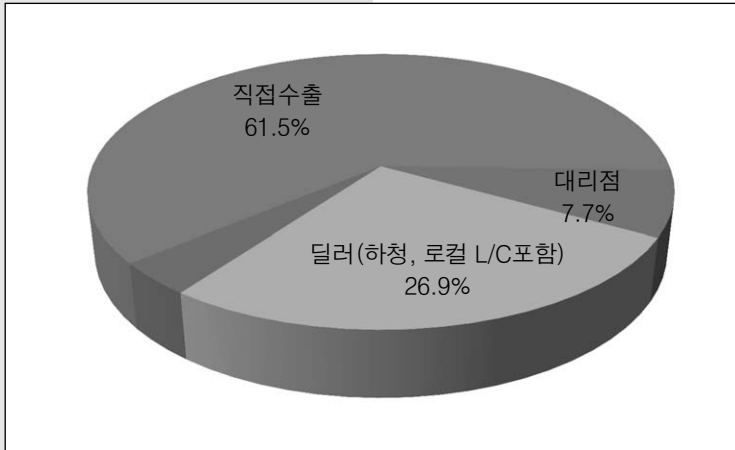
연구비 출원방식은 자체 조달 60.7%, 정부 및 지자체 공동 28.6%, 정부 지원 10.7% 순이었다.

5. 회원사 수출 현황

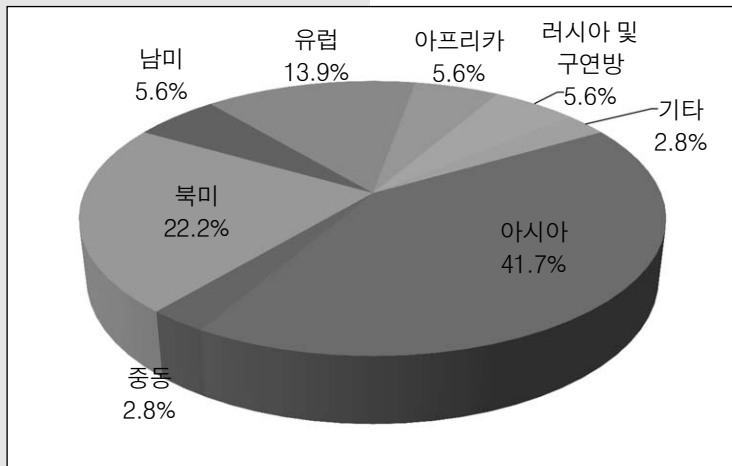
회원사들은 수출을 할 때에 61.5%가 직접 수출하고, 딜러(하청, 로컬L/C 포함)를 통한 수출은 26.9%, 대리점 7.7% 등의 형태로 하는 것으로 나타났다.

수출지역은 아시아 41.7%, 북미 22.2%, 유럽 13.9%, 러시아 및 구연방 5.6%, 남미 5.6%, 아프리카 5.6%, 중동 2.8%, 기타 2.8%로 아시아 지역에 편중돼 있음을 알 수

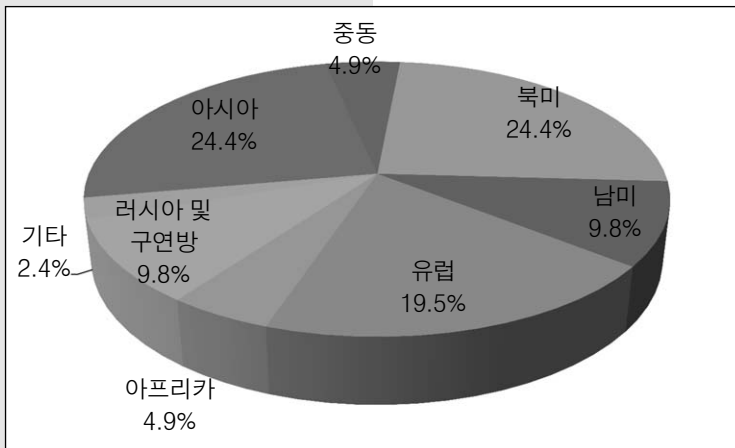
[그림 14] 수출 형태



[그림 15] 주요 수출지역



[그림 16] 향후 수출희망지역



있다.

향후 수출희망지역으로는 아시아 24.4%, 북미 24.4%, 유럽 19.5%, 남미 9.8%, 러시아 및 구연방 9.8%, 중동 4.9%, 아프리카 4.9%, 기타 2.4%로 수출시장 다변화를 꾀하고 있다는 결과를 보였다.

희망수출지역 선정이유로 시장 수요(41.4%), 품질 경쟁력(27.6%), 가격 경쟁력(24.1%) 순으로 응답했다.

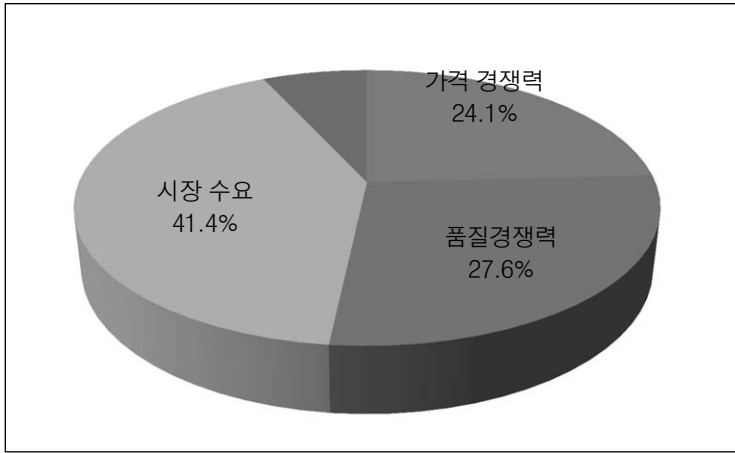
수출 시 애로사항으로 고객 발굴(19.4%)과 해외시장 정보 부족(19.4%)을 첫 번째로 꼽았다.

이어서 품질·가격·납기(14.5%), 해외 유통망 확보(11.3%), 해외 마케팅 전문인력 부족(11.3%), 수출대상국의 포장·품질규격·법 또는 규범의 제한(8.1%), 무역행정(6.5%), 원·부자재 구매(3.2%), 낮은 브랜드 이미지(3.2%), 의사 소통의 어려움(3.2%) 등 다양한 문제를 호소했다.

또한 자사 제품의 수출경쟁력을 묻는 질문에는 85.7%가 있다고 응답했으며, 그 요인으로는 품질 41.9%, 가격 30.2%, 납기 27.9%를 꼽으며 자신감을 보였다.

수출제품의 품질관리방법은

[그림 17] 희망 수출국가 선정 이유

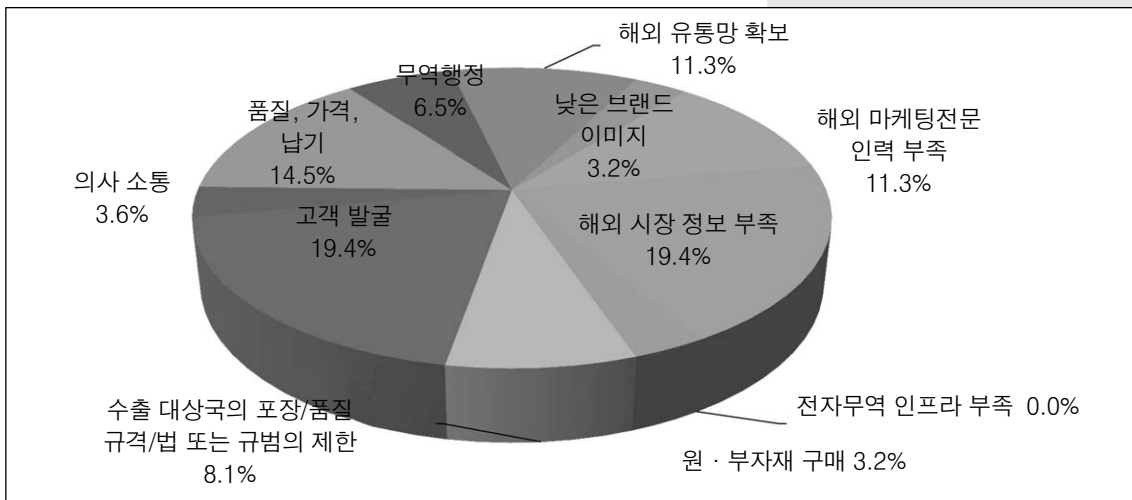


관리부서 운영 41%, 자체 검사장비 보유 33%, 기타 19%, 외부 품질검사 의뢰 7%였다.

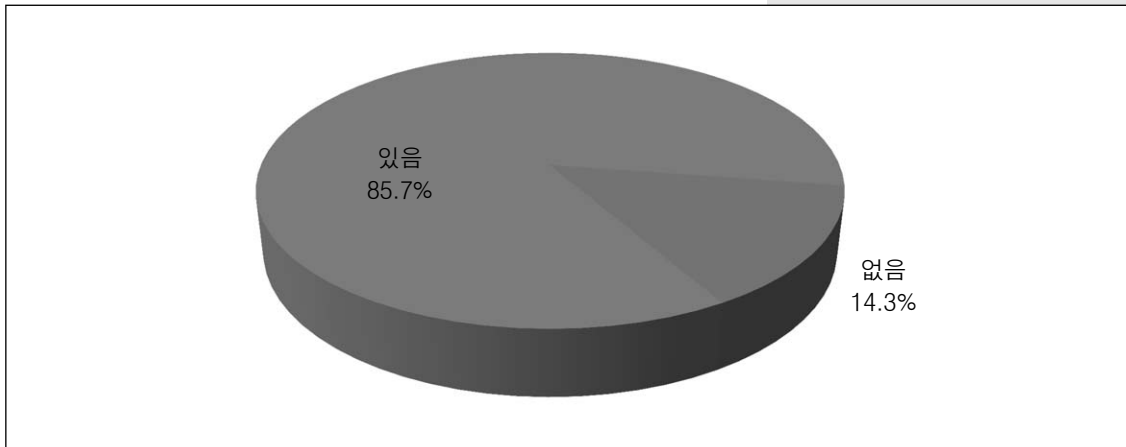
6. 회원사 전시회 참가 현황

지난 3년간 국내외 전시회의 참가 횟수를 묻는 질문에 전 회원사의 85.7%가 1회 이상 참가했다고 응답해 전시회에

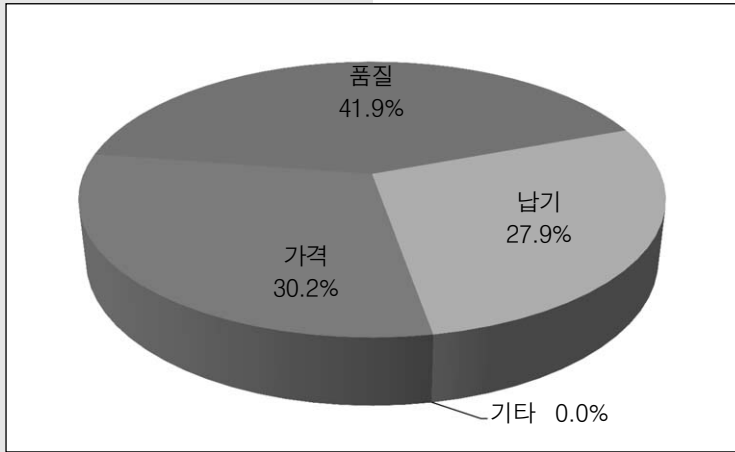
[그림 18] 수출 시 애로사항



[그림 19] 자사 제품의 수출경쟁력 여부



[그림 20] 수출경쟁력이 있을 경우 그 요인



대한 관심도가 높은 것으로 나타났다. 이어서 2회가 14.3%를 차지했다.

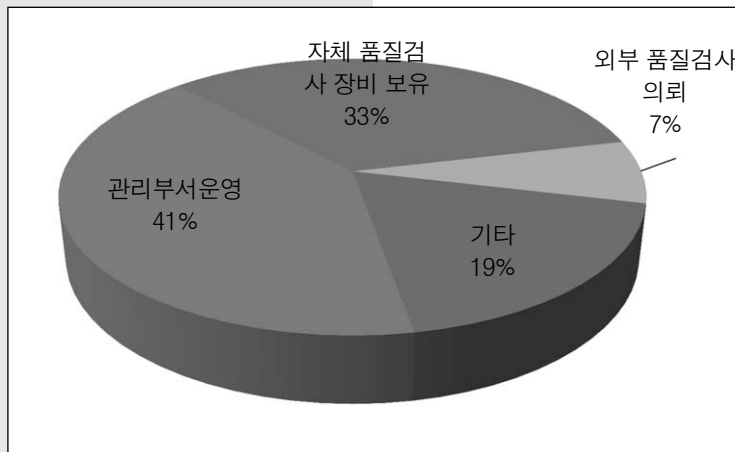
전시회 참가비용은 국내의 경우 2,000만원(28.6%) 내외가 가장 많았고, 해외전시회는 3,000만원과 5,000만원이 절반씩 차지했다.

2021년부터 2022년까지 전시회에 참가할 계획에는 40.0%는 있고, 60.0%는 없다고 응답했다.

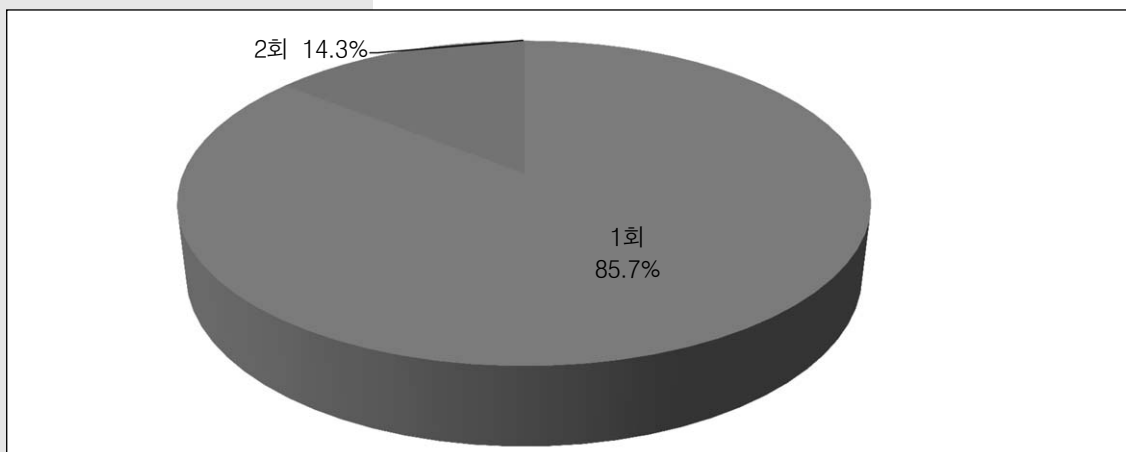
대부분의 회원사가 코로나19 팬데믹으로 인해 사실상 참가하기 힘들 것으로 내다봤다.

전시회 참가 목적으로는 제품 홍보(40.6%), 시장 개척(37.5%), 회사 홍보(21.9%) 등이 있었고, 희망하는 전시회 참가비용규모는 500만원 미만은 26.7%, 500~1,000만원은 20%였고, 1,000~2,000만

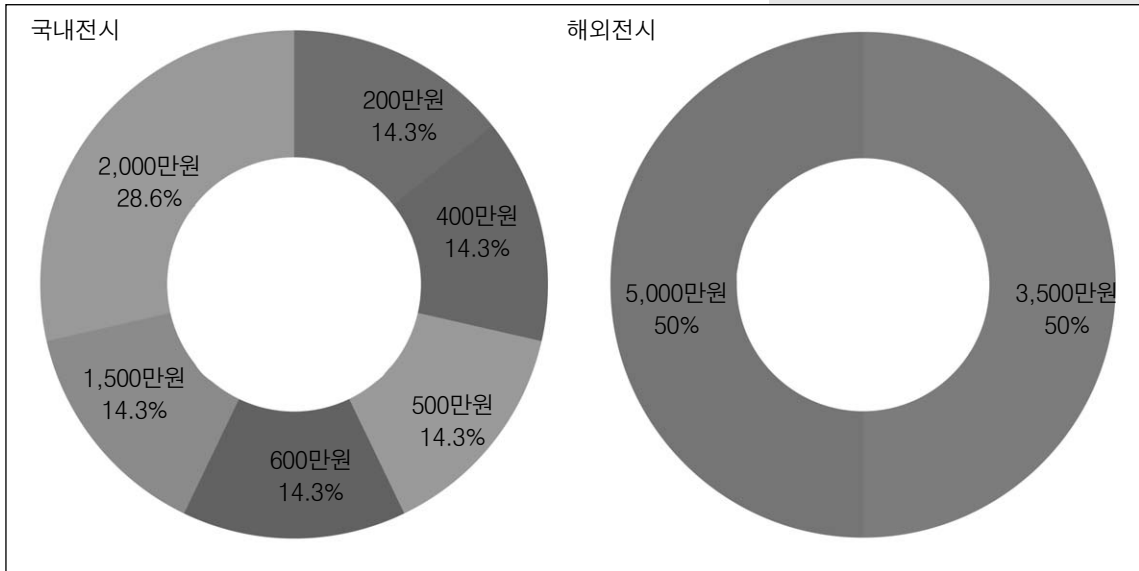
[그림 21] 수출품 품질관리방법



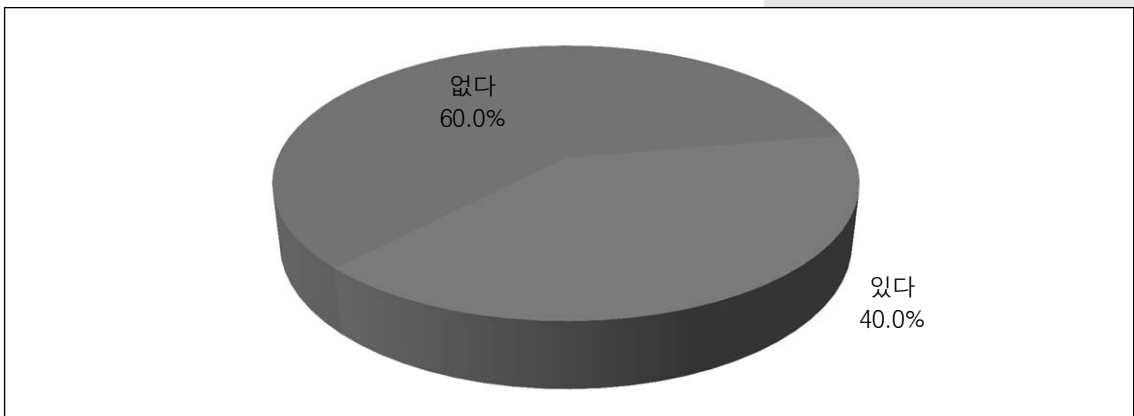
[그림 22] 지난 3년간 전시회 참가 횟수



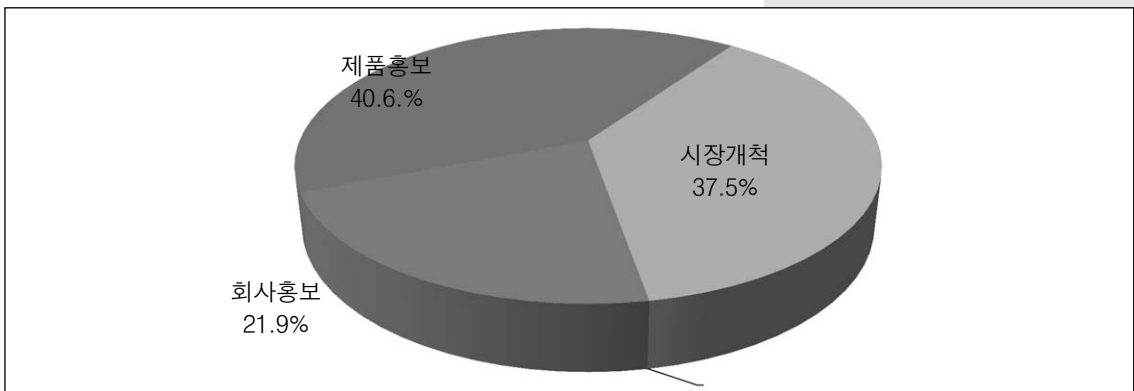
[그림 23] 전시회 참가비용(2020년 기준)



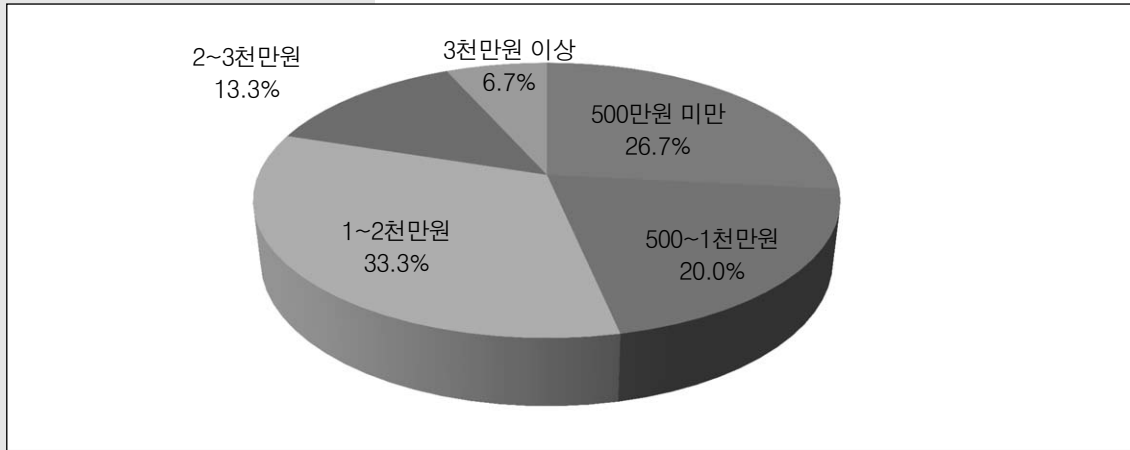
[그림 24] 향후 전시회 계획(2021~2022년)



[그림 25] 전시회 참가 목적



[그림 26] 향후 전시회 참가비용 규모




원은 33.3%로 가장 많았다. 2,000~3,000만원은 13.3%, 3,000만원 이상은 6.7%였다. 수출 및 전시회에 참가할 경우 협회에 요청하고 싶은 사항으로는 수출 알선 34.6%, 해외전시회 주관 26.9%, 해외 홍보 23.1%, 무역 대행 3.8%, 협회 공동관 3.8%, 기타 7.7%로 수출을 위한 바이어 확보와 해외 전시 주관에 대한 요구가 컸다.

이밖에 수출과 관련해 협회에 요청하고 싶은 사항으로 ▲플라스틱 규제 강화에 대한 정부 시책 변화 동향 제공, ▲마케팅, 해외바이어 정보 등 해외시장 개척에 따른 지원, ▲각종 수출입 서류 발급 지원, ▲국가별 한국산 경쟁력 우위 항목에 대한 정보, ▲교육 및 세미나를 통한 수출에 대한 전반적 기초 자료 제공, ▲수출 사고에 따른

중재 요청 등을 꼽았다.

IV. 결론

‘2020년도 (사)한국포장협회 회원사 실태조사’ 결과를 회원사의 상황별 수출지원사업에 적극적으로 반영해 사업을 추진할 계획이며, 국내 및 해외에 지속적으로 홍보해 회원사 생산제품에 대한 신뢰성을 제고를 위해 노력할 예정이다. 이에 회원사들의 적극적인 협조와 참여를 당부 드린다.

앞으로도 협회는 2년마다 본 보고서를 지속적으로 발행함으로써 업계에 팽배하고 있는 과다 투자를 억제하고 과당 경쟁을 방지할 수 있도록 최선을 다할 것이다. 

[그림 27] 수출 및 전시회 참가시 협회 요청사항

