

# 일본의 제품별 제지 시장 분석

## 1. 최근 업계 동향

### 1) 공급과잉 현상

- 일반적으로 생산하는 측면에서 종이는 인쇄용지와 신문 등에 쓰이는 양지(洋紙)와 골판지에 주로 활용되는 판지(板紙)로 구분됨
  - 판지는 경기변화에 민감하지만 가격과 리사이클 측면에서 대체할 수 있는 수단이 없다는 측면에서 수요가 꾸준하다는 특징도 있음
  - 반면 양지는 수요구조 변화가 빠르기 때문에 과잉설비가 거의 해소된 지금도 여전히 가격경쟁이 치열히 전개되고 있음
- 일본의 종이 수요는 디지털 문서 저장 등의 영향으로 감소세가 이어지고 있어 공급 과잉 현상이 나타나고 있는 상황임
  - 일본을 대표하는 제지업체인 일본제지(日本製紙)는 2012년 3월에 이시마키(石巻)공장에서 일본 국내최대 규모의 생산설비를 가동했으나 제지업계 전체로 보면 공장의 통합과 감산이 이어지고 있음
  - 전자서적을 비롯한 정보단말기 보급에 따라 종이 소비가 줄고 있고, 경기후퇴에 따른 광고수요도 감소하고 있어 일본 제지업체는 어려운 경영환경이 지속되고 있음
  - 또한 원료로 쓰이는 연료비 가격 폭등과 세계적인 경기감속, 엔고에 따른 수입제지 증가에 따라 기업들의 매출도 점차 감소하고 있는 상황임
  - 이처럼 더 이상의 국내 수요증가를 기대할 수 없는 상황이기 때문에 호경기 때 구축한 기존 생산설비에 따른 공급과잉 현상이 핵심 과제로 대두되고 있음

### 2) 적극적인 해외시장 공략

- 반면 신흥국을 중심으로 종이 수요가 늘어나고 있어 대형 제지업체를 중심으로 해외진출이 본격화되고 있음

- 대부분의 일본 제지업체가 해외진출 전략을 적극적으로 추진하는 한편 사업 체제를 재정비하면서 경영자원의 적정화를 도모하고 있음
- 다른 업종에 비해 뒤쳐져 있는 해외진출이 업계 최대 과제였던 만큼 대기업을 중심으로 빠른 속도로 확대되고 있음

□ 내수 중심에서 해외진출을 가장 적극적으로 추진하고 있는 기업은 오지제지(王子製紙)임

- 오지제지(王子製紙)는 다른 회사보다 먼저 중국에 진출했는데, 강소성(江蘇省)에 대형 펄프공장을 건설하고 본격적인 생산을 시작했음
- 2012년 8월에는 말레이시아 최대 규모의 골판지 업체를 매수하였음
- 기업인수와 공장 신설로 동남아시아에 16개 생산거점을 가지고 있는 오지제지는 말레이시아 국내에서는 골판지 수요의 약30% 판매 점유율을 확보하고 있을 정도로 막강한 경쟁력을 갖고 있음
- 브라질의 대형 종이펄프기업으로부터 감열지(感熱紙) 사업을 인수하였음
- 같은 해 10월에는 지주회사 체제로 전환하여 신속한 의사결정에 따른 국제경쟁력 강화를 추진하고 있음
- 한편 호쿠에츠기슈제지(北越紀州製紙)는 중국 광둥성에 백판지(白板紙) 공장을 건설하고 2013년 11월 본격적인 가동을 준비하고 있음
- 또한 펄프유통 분야에서 세계적인 시장점유율을 자랑하는 이토추상사(伊藤忠商事)는 신흥국 수요를 겨냥하여 2012년 4월에 세계최대 규모의 침엽수 펄프를 생산하는 북유럽 대규모 업체인 Metsa Fibre에 출자했음

□ 일본 제지업계 2위인 일본제지(日本製紙)도 경영합리화 작업을 서두르며 공격적인 해외마케팅을 추진하고 있음

- 이미 중국 제2의 골판지 업체에 추가 출자를 결정하고 중국시장에서의 입지를 넓혀나가고 있음
- 한편 중복되는 생산설비를 정비하여 경영효율을 높이기 위해 그룹의 3개 회사를 흡수 합병하여 2013년 4월을 목표로 지주회사 체제를 해체할 계획임

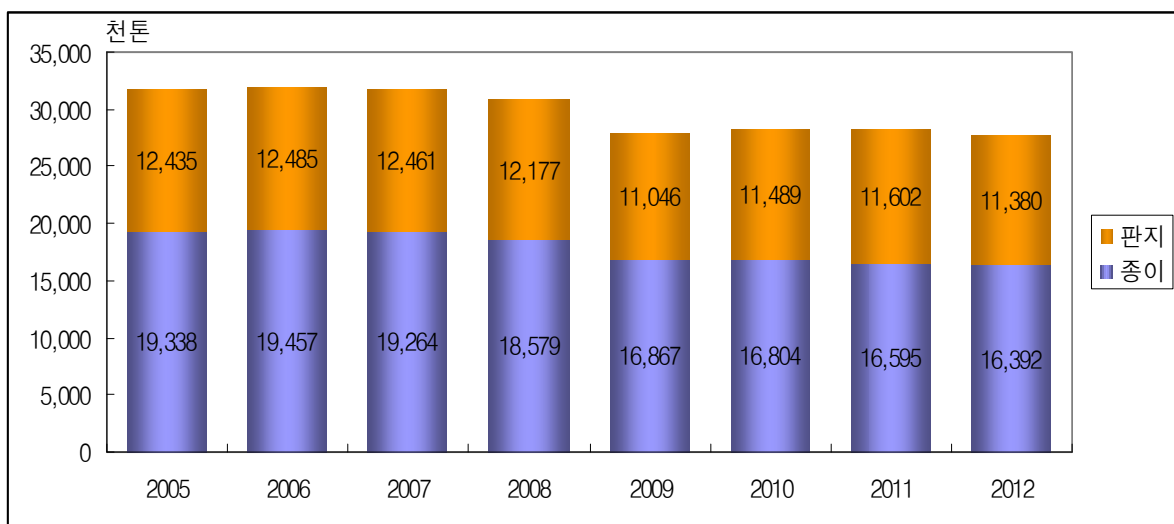
□ 전임 회장의 거액 차입금 사건이 발단이 된 창업주와 경영진 간의 대립으로 사회적 주목을 받았던 오지제지(王子製紙)는 호쿠에츠기슈제지(北越紀州製紙)가 제1주주가 되는 것으로 결말이 났음

## 2. 시장 규모

### 1) 내수 및 생산 동향

- 2011년 일본의 종이·판지 내수는 수입품 급증에 따른 유통재고량 증가로 다소 증가하는 데 그쳤음
  - 2011년 전체 내수는 2,819만 톤(전년대비+0.5%)을 기록했음
  - 종이는 재해발생 이후 광고 자숙에 더불어 출판사와 인쇄회사를 중심으로 인쇄정보용지의 수요 감소가 이어졌지만, 수입품 급증에 따른 수입종이의 유통재고가 대폭 증가하여 전년대비 0.6% 증가했음
  - 반면 판지는 재해에 따른 영향이 제한적으로 나타났으며 식품과 음료용 수요가 꾸준히 늘어나면서 전년대비 0.2%의 증가를 기록했음

<그림1> 제지(종이 및 판지)내수 추이

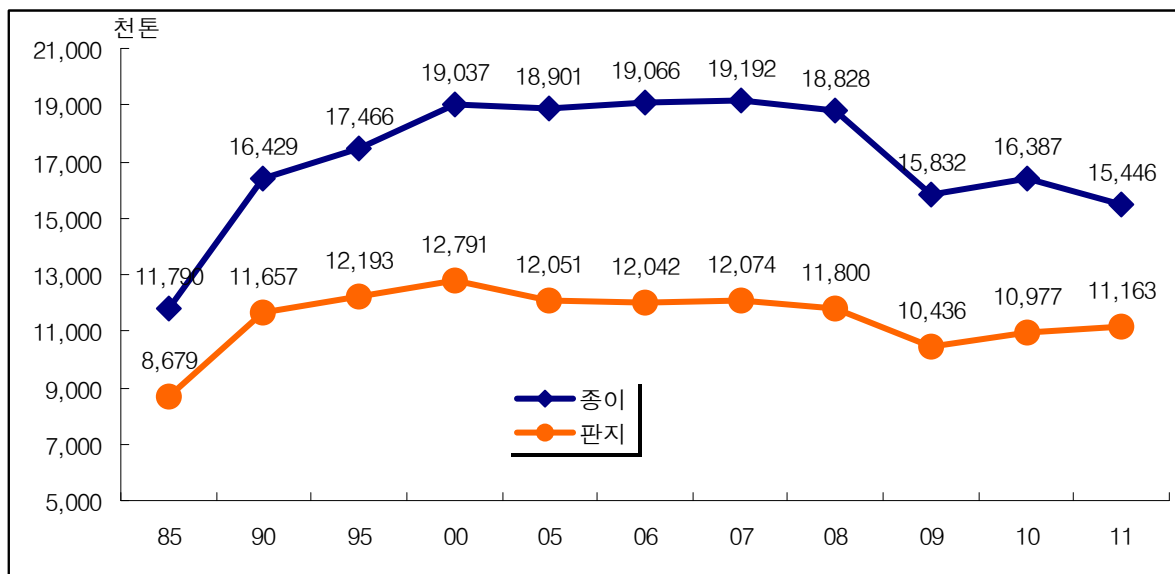


자료) 일본제지연합회(<http://www.jpap.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 2012년은 판지 수요가 증가하겠지만 종이 매체를 이용한 선전광고비 억제와 다른 선전 매체로의 대체가 늘어나면서 종이 수요는 감소할 것으로 보이기 때문에 전년대비 0.8% 감소한 2,777만 톤이 될 것으로 전망됨
  - 종이는 재해 이후 반사효과가 나타날 것으로 기대할 수 있지만 기업의 선전광고비 억제 경향이 바뀌고 있지 않고 인터넷 광고 등의 다른 선전 매체로의 전환이 빠르게 전개되고 있어 전년대비 1.9% 감소할 것으로 보임

- 한편 판지는 식품용을 중심으로 예년 수준의 수요가 변함없이 이어질 것으로 보이고 재해 복수 수요에 따른 경기회복도 기대할 수 있어 전년대비 0.7% 증가할 것으로 전망됨
- 한편 2011년 종이·판지 생산은 일부 공장의 재해로 인해 감소했으며, 2012년은 종이의 내수 축소와 수입확대, 설비 폐기 등으로 생산이 감소한 영향을 받을 것으로 전망됨
- 실제 2011년 종이·판지 생산 규모는 전년대비 0.3% 감소한 2,651만 톤을 기록했음
- 종이는 이시마키(石巻)공장(日本製紙)과 하치노헤(八戸)공장(三菱製紙)의 재해로 전년대비 5.3% 감소했음
- 판지는 착실한 증가세를 보인 내수에 힘입어 전년대비 0.5% 증가했음

〈그림2〉 제지(종이 및 판지)생산량 추이



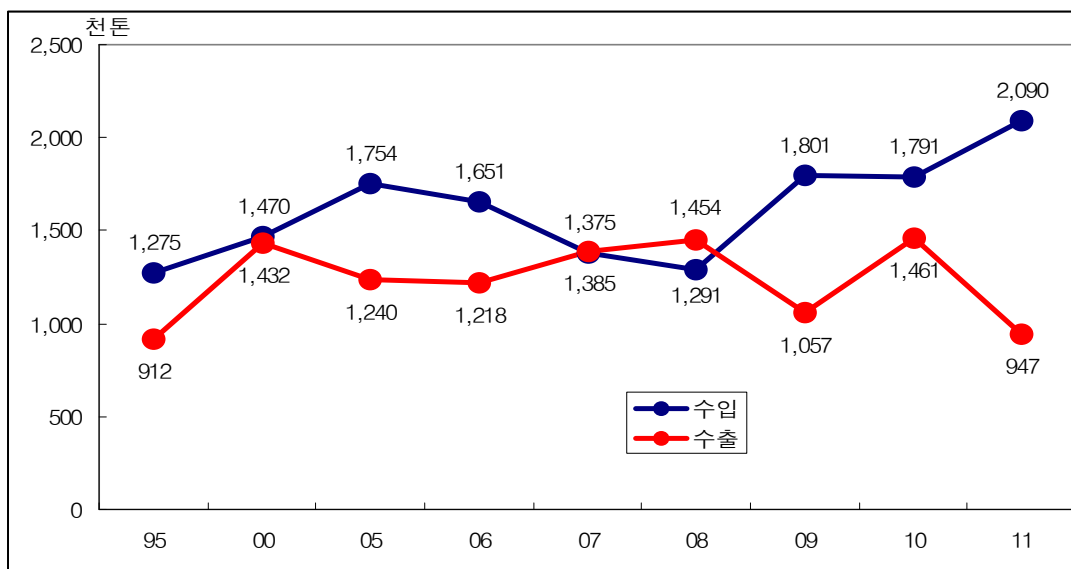
자료) 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 2012년 생산은 2,616만 톤(전년대비 1.4% 감소)이 될 것으로 예상됨
- 종이는 재해를 입었던 공장이 복구되겠지만 내수가 축소되고 수입이 늘어나면서 채산성 확보를 위한 설비 폐기가 늘어날 것으로 예상되기 때문에 전년대비 2.6% 감소할 것으로 전망됨
- 한편 판지는 건실한 내수를 바탕으로 전년대비 0.3%의 증가를 기록할 것으로 예상됨

## 2) 수출입 동향

- 2011년 수출입은 일부 공장이 동일본지진의 피해를 입어 생산능력이 감소하고 국내외 가격차가 확대되어 수입이 증가하고 수출은 감소했음
- 2011년 일본이 해외로부터 수입한 종이·판지 총액은 2010년에 비해 33.2% 증가한 229만 톤을 기록했음
- 동일본대지진 직후 공급부족 현상으로 인한 긴급수입 조치가 가장 큰 영향을 준 것으로 판단됨
- 또한 일본 국내업체이 가격인상과 해외시황 하락과 함께 엔고가 지속되면서 국내외 가격 격차가 확대되었기 때문에 인쇄정보용지 수입이 대폭 증가했음

〈그림3〉 일본 종이·판지 수출입 동향



자료) 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 한편 수출은 전년대비 44.4% 감소한 79만 톤을 기록했음
- 재해 발생 이후 국내에서의 안정적인 공급을 위해 수출용 종이를 대부분 국내에서 판매한 것이 주요했을 것으로 보임
- 또한 재해 복구가 이루어진 이후에도 엔고 등의 영향으로 국내외 가격 격차가 확대되면서 기업들의 채산성이 악화되었기 때문에 많은 업체가 수출을 줄일 수 밖에 없었던 상황임

- 2012년은 재해공장 복구가 이루어지겠지만 국내외 가격차 영향으로 수입은 전년대비 0.9% 증가한 231만 톤을 기록할 것으로 보이며, 수출은 전년대비 13.1% 증가한 89만 톤이 될 것으로 예상됨
  - 2012년 일본의 종이·판지 수입은 전년대비 0.9% 증가한 231만 톤이 될 것으로 예상됨
  - 일본정부가 인도네시아 산 복사용지에 대해 덤핑 조사를 시작한 점은 수입을 억제하는 효과가 있을 것으로 보이지만, 국내외 가격 격차에 따른 수입품 증가로 연간 수입량은 높은 수준을 유지할 것으로 보임
- 2012년 종이·판지 수출은 89만 톤에 이를 것으로 전망됨
  - 재해를 입은 공장이 복구되는 반사효과가 기대되지만 주요 기업들의 채산성 악화에 대한 대응이 여전히 어렵기 때문에 증가폭은 제한적일 것으로 보임

### 3) 한·일간 무역 특징

- 지난 2011년 동일본대지진으로 인해 일본 제지업체의 피해가 발생하면서 자체 생산량 감소로 한국산 제지의 일본 수출 물량이 증가함에 따라 국내 업체들의 반사이익이 발생하였음
  - 한국이 일본으로 수출하고 있는 종이제품은 최근 증가추세에 있으며, 전체 수출에서 차지하는 비중도 점진적으로 커지고 있음
  - 2008년에 종이제품 전체 수출에서 차지하는 일본비중은 6.3%이었으나 2011년 현재 8.8%로 미국과 중국에 이어 3위에 올라있음

〈표1〉 한국의 종이제품 수출국 순위 변화

| 순위 | 2008년           | 2009년           | 2010년           | 2011년           |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1  | 미국(16.0%)       | 중국(14.4%)       | 중국(16.0%)       | 미국(12.5%)       |
| 2  | 중국(14.2%)       | 미국(11.6%)       | 미국(13.9%)       | 중국(12.4%)       |
| 3  | 인도(7.5%)        | <b>일본(9.6%)</b> | <b>일본(7.6%)</b> | <b>일본(8.8%)</b> |
| 4  | 이란(6.9%)        | 이란(7.1%)        | 이란(6.6%)        | 이란(8.6%)        |
| 5  | <b>일본(6.3%)</b> | 인도(6.0%)        | 인도(6.3%)        | 인도네시아(6.0%)     |

자료: 한국무역협회 DB에서 작성

- 반면 종이제품의 연도별 수입국 변화를 살펴보면 2008년 이후 줄곧 일본이 1위를

차지해왔으나 2011년에 중국과 근소한 차이로 2위가 되었음

- 2008년 이후 전체 수출에서 일본이 차지하는 비중은 약 22~23%을 유지하고 있으나 2011년에 절대 수입액이 감소하면서 중국에 밀려 2위를 차지했음
- 일본으로의 수출은 증가하고 수입은 줄어들면서 한일 무역불균형 현상도 점차 완화되고 있는 현상을 보이고 있음

〈표2〉 한국의 종이제품 수입국 순위 변화

| 순위 | 2008년            | 2009년            | 2010년            | 2011년            |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1  | <b>일본(22.0%)</b> | <b>일본(22.4%)</b> | <b>일본(23.4%)</b> | 중국(22.3%)        |
| 2  | 중국(19.7%)        | 중국(18.0%)        | 중국(18.0%)        | <b>일본(22.2%)</b> |
| 3  | 미국(17.5%)        | 미국(17.5%)        | 미국(15.8%)        | 미국(16.0%)        |
| 4  | 태국(7.1%)         | 태국(8.2%)         | 태국(7.0%)         | 태국(6.4%)         |
| 5  | 인도네시아(4.9%)      | 인도네시아(5.2%)      | 인도네시아(5.7%)      | 인도네시아(5.0%)      |

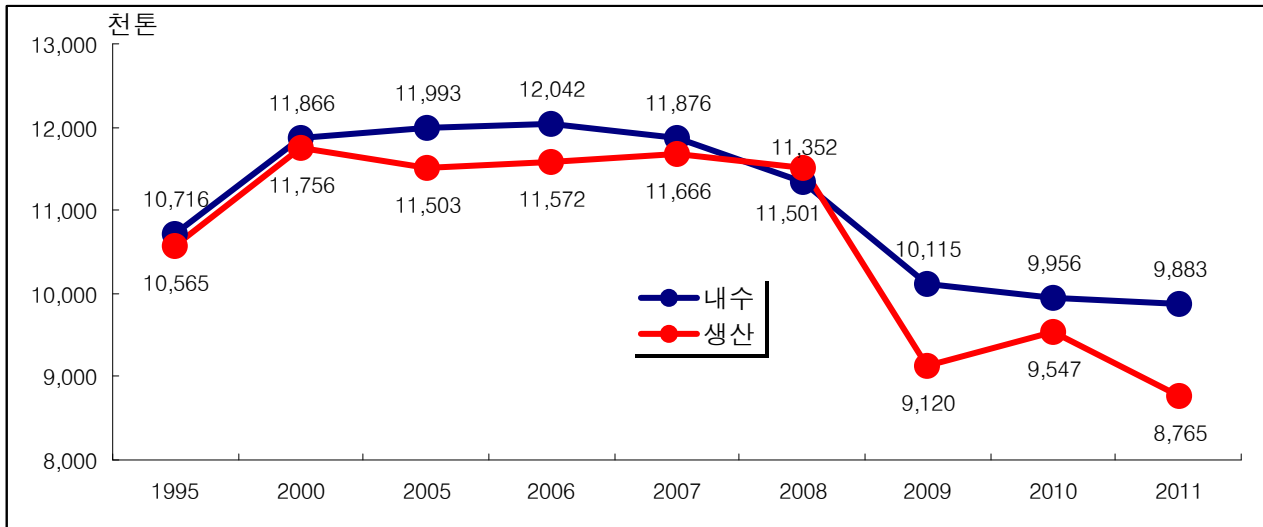
자료: 한국무역협회 DB에서 작성

### 3. 제품별 시장 점유율

#### 1) 인쇄 · 정보용지

- 출판물이나 복사용지에 사용되는 인쇄 · 정보용지의 2011년 일본 국내 생산량은 2010년 대비 8.2% 감소한 876만 5,964만 톤이었음
  - 2010년은 경기회복에 따라 글로벌 금융위기 영향에서 벗어나면서 증가했으나 동일본대지진으로 다시 감소세로 돌아섰음
  - 특히 엔고에 따른 수입도 대폭 증가하면서 국내시장 상황이 크게 움직였음
- 한편 인쇄 · 정보용지의 일본 내수는 2006년을 정점으로 감소하는 추세에 있음
  - 특히 최근에는 글로벌 금융위기를 계기로 감소가 가속화되면서 감소폭인 커지고 있음
  - 2012년에도 내수는 전년대비 감소할 것으로 보여 2006년 이후 6년 연속해서 내수 시장이 축소될 것으로 전망됨

〈그림4〉 인쇄·정보용지 생산 및 내수 동향



자료) 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 2011년 생산을 기준으로 업계 순위를 살펴보면, 1위의 일본제지(日本製紙)는 2010년에 비해 4.4%포인트 감소한 24.7%의 시장점유율을 기록했음
- 무엇보다도 주력 공장으로 생산의 대부분을 담당하고 있는 미야기(宮城)현에 위치한 이시마키(石巻)공장이 해일 피해를 입어 조업이 중단되었던 것이 생산 감소에 영향을 주었을 것으로 보임
  - 주요 생산설비인 ‘초지기(抄紙機, 묶은 펄프에서 종이를 떠내는 기계)’의 손상은 크지 않았지만 부대설비는 큰 피해를 입었음
  - 2011년 가을 무렵에 잡지에 쓰이는 중하급 종이 생산부터 순차적으로 재개할 수 있었음

〈표3〉 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

|   | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년  | 2010년  |
|---|-------|-------|-------|--------|--------|
| 1 | 日本製紙  | 日本製紙  | 日本製紙  | 日本製紙   | 日本製紙   |
| 2 | 王子製紙  | 王子製紙  | 王子製紙  | 王子製紙   | 王子製紙   |
| 3 | 北越製紙  | 大王製紙  | 大王製紙  | 北越紀州製紙 | 北越紀州製紙 |
| 4 | 大王製紙  | 北越製紙  | 北越製紙  | 大王製紙   | 大王製紙   |

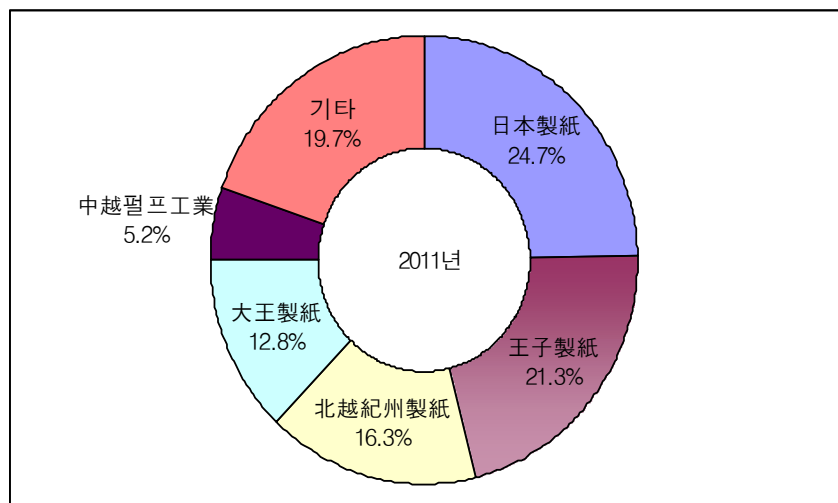
자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 2위 오지제지(王子製紙)는 2010년 대비 1.3%포인트 증가한 21.3%의 시장점유율을 기록했음
- 그 동안 시장점유율보다는 가격을 중시하는 판매 전략을 유지해 왔으나 대체 주문이 늘어나면서 시장점유율이 증가했음



- 수익력을 강화하기 위해 2008년부터 초지기(抄紙機)사용을 차례로 그만두면서 2010년은 시장점유율이 낮아졌으나 2011년에 다시 증가세로 돌아섰음
- 업계 3위 호쿠에츠기슈제지(北越紀州製紙)의 시장점유율은 2011년에 2.7%포인트 증가한 16.3%를 기록했음
- 인쇄·정보용지 공장으로는 일본 국내 최대의 생산량을 자랑하는 니가타(新潟)공장이 재해로 생산이 어려워진 미츠비시제지(三菱製紙) 하치노헤(八戸)공장의 대체품 등을 출하했음

&lt;그림5&gt; 2011년 업체별 시장점유율



자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

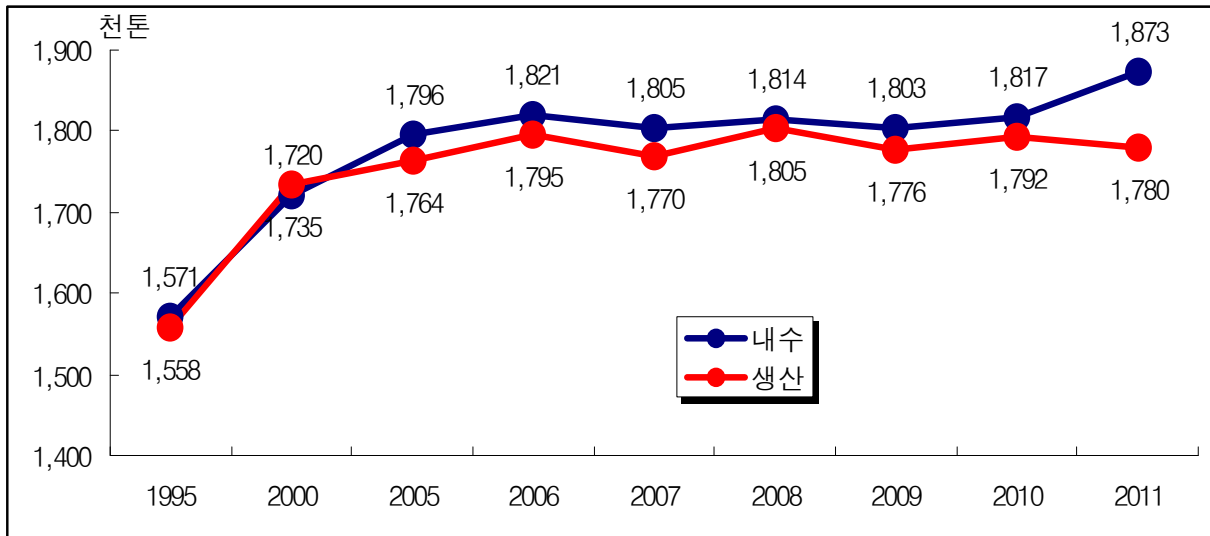
- 다이오제지(大王製紙)는 2011년에 2.5%포인트 증가한 12.8%의 시장점유율을 기록하며 업계 4위에 올랐음
- 2011년 가을에 전임 회장이 그룹회사로부터 거액의 자금을 차입한 사건이 발각되어 언론의 주목을 받았으나, 재해 발생 이후 대체수요가 증가하면서 시장점유율이 늘어난 것으로 보임
- 특히 재해에 따른 대체수요를 위해 미지마(三島)공장(愛媛県四国中央市)의 가동률을 최대한으로 높여 대응하였음
- 2011년에 호쿠에츠기슈(北越紀州)와 합쳐 시장점유율이 5%포인트가 넘게 상승하였음
- 2012년 일본 제지업계 시장점유율은 호쿠에츠기슈(北越紀州)와 다이오제지(大王製紙)에서 대체수요의 반사효과가 나타날 것으로 전망됨

- 또한 각사의 가격전략에 따라 시장점유율이 크게 변동할 가능성도 매우 높음
- 일본의 대형 제지업체는 지난 2011년 가을 이후 10% 가격인상을 발표하였기 때문에, 그 영향이 2012년에도 이어질 것으로 보임
  - 이처럼 각사가 제지가격을 대폭 인상한 이유는 연료비가 크게 올랐기 때문임
  - 반면 엔고로 한층 더 저렴해진 수입제지가 점차 일본 국내시장에 정착하고 있으며, 재해를 입었던 공장이 가동을 재개하면서 수급상황이 호전되고 있는 상황임
  - 따라서 2012년 봄 이후, 판매확대를 위한 각사의 가격인하 움직임이 나타나기 시작했음
- 호쿠에츠기슈(北越紀州)는 2012년 8월에 다이오(大王)에 의결권 기준으로 22.29%를 출자하여 최대주주가 되었음
  - 두 회사의 매출을 단순 합산하면 오지제지(王子製紙)와 일본제지(日本製紙)그룹본사에 이은 업계 3위가 됨
  - 두 회사의 이번 제휴가 2013년 이후 일본의 인쇄·정보용지 업계의 시장점유율에 적지 않은 영향을 줄 것으로 전망됨

## 2) 위생용지

- 화장지 등과 같은 위생용지의 2011년 일본 국내 생산량은 전년대비 0.6% 감소한 178만톤이었음
  - 생활필수품으로써의 수요를 창출시키려 각사가 신제품을 경쟁적으로 출시했으나 크지는 않지만 감소를 기록했음
- 2011년에 일본 위생용지 업계 상위 3위의 순위는 변하지 않았으나 1위 다이오제지(大王製紙)는 신제품 출시효과로 0.2%포인트 증가한 15.1%를 기록했음
  - 건조한 환경에서도 촉촉함을 유지할 수 있는 고분자 보습성분을 4배 포함시킨 보습티슈가 소비자의 좋은 반응을 받았음
  - 성인용 귀저기로 일본 국내시장에 브랜드가 이미 정착된 ‘attento’의 신제품 출시도 매출증가에 크게 기여했음

〈그림6〉 위생용지 생산 및 내수 동향



자료) 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 다이오제지(大王製紙)는 앞서 언급한대로 전 회장이 그룹사로부터 거액의 자금을 차입한 사건이 발각된 이후, 영업 담당자가 고객에게 관련 사정을 설명하는 사태가 빈번하게 벌어졌음
- 그러나 ‘elleair’의 탄탄한 브랜드 인지도 덕분에 우려했던 소비자의 대규모 이탈은 일어나지 않았음

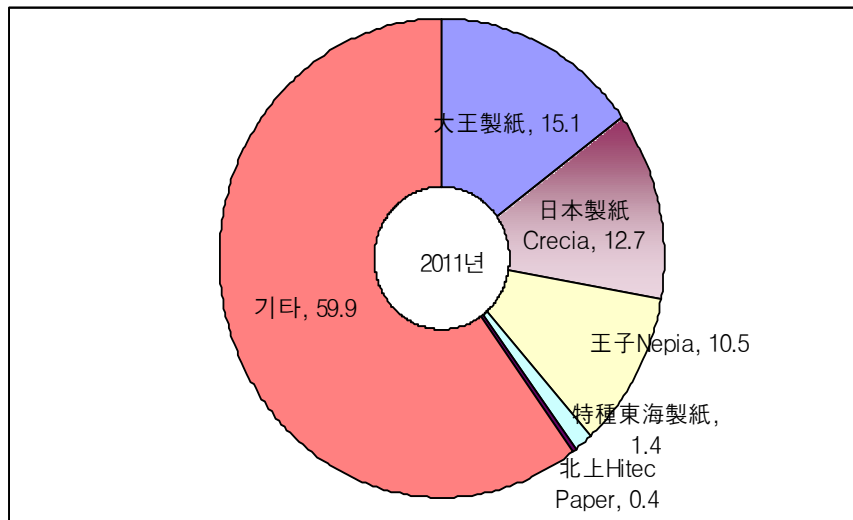
&lt;표4&gt; 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

|   | 2006년      | 2007년      | 2008년      | 2009년      | 2010년      |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | 大王製紙       | 大王製紙       | 大王製紙       | 大王製紙       | 大王製紙       |
| 2 | 日本製紙Crecia | 日本製紙Crecia | 日本製紙Crecia | 日本製紙Crecia | 日本製紙Crecia |
| 3 | 王子Nepia    | 王子Nepia    | 王子Nepia    | 王子Nepia    | 王子Nepia    |
| 4 | 東海Pulp     | 東海Pulp     | 東海Pulp     | 東海Pulp     | 特種東海製紙     |

자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 업계 2위에 오른 일본제지Crecia는 2011년에 0.1%포인트 감소한 12.7%의 시장점유율을 기록했다
- 일본 국내 소비자에게 잘 알려진 ‘Kleenex’와 ‘Scottie’의 양대 브랜드가 매출에 가장 큰 기여를 하고 있음
- 한편 2011년에 다양한 무늬를 섞은 화장실용 두루마리 화장지와 아로마 향이 나는 ‘極上のおもてなし’라는 신제품을 연이어 출시했으나 시장점유율을 확대하는 데는 실패했음

〈그림7〉 2011년 업체별 시장점유율



자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

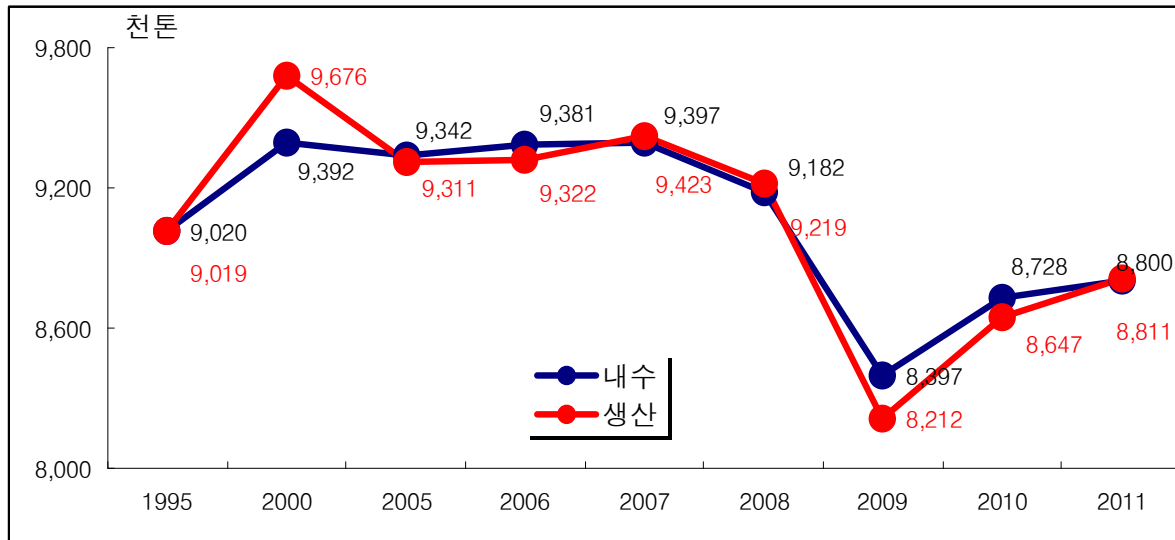
- 2011년 시장점유율 순위 3위를 차지한 오지(王子)Nepia도 피부에 닿은 촉감에 각별히 신경을 써서 개발한 티슈 등으로 생산제품의 전면적인 제구성에 나섰으나, 0.2%포인트 감소한 10.5%의 시장점유율에 머물렀음
  - 한편 2011년에 4위 特種東海製紙, 5위 北上HitecPaper도 순위에는 변동이 없었음
- 동일본대지진이 발생한 이후 사재기에 따른 물품 부족현상으로 일시적으로 가격이 상승했었음
  - 한편 최근 지방의 소매점을 중심으로 저렴한 중국산 수입품의 판매가 증가하는 추세를 보이고 있음
  - 그러나 업계 상위 3개 회사가 각각 두 자리 숫자의 시장점유율을 지키며, 4위 이하 업체를 큰 폭으로 따돌리고 있는 구도에는 변함이 없음
- 점차 기존제품과는 차별화된 다양한 제품들이 출시되고 있어, 앞으로 시장점유율 확대를 위한 업체 간 경쟁이 한층 더 치열해질 것으로 보임
  - 다이오제지(大王製紙)가 2012년 9월에 출시한 티슈 'elleair 香織る+'는 티슈를 뽑는 입구에 장미향과 라즈베리향이 나는 필름을 부착했음
  - 다양한 향이 나는 티슈는 이미 일본 국내시장에 보편화된 상태이지만, 앞으로 차별화된 상품 출시 여하에 따라서는 시장이 더욱 확대될 가능성이 높음

- 최근 위생용지 업체들은 재무 건전성을 확보하기 위해 출하가격을 인상하려는 움직임이 나타나고 있음
  - 이미 2012년은 다이오제지(大王製紙)가 6월1일 출하 제품부터 화장실용 두루마리 화장지 등의 가격을 15% 인상하였음
  - 결국 원료비 인상과 엔고에 따른 수입품 증가 등 가격과 관련된 환경이 급변하고 있기 때문에 각사의 대응전략 결과에 따라서는 앞으로는 업계 순위에 크게 변화할 가능성도 높음

### 3) 골판지

- 포장용 상자 등에 사용되는 골판지용 원지(原紙)의 2011년 일본 국내 생산량은 전년 대비 2.0% 증가한 880만 톤이었음
  - 다른 제지와는 달리 수요가 확대되면서 국내 생산량이 2년 연속 증가하였음
  - 특히 동일본대지진의 재해 현장으로 각종 지원 물자를 수송하는 데 골판지 수요가 급증했음
  - 인쇄·정보용지와 위생용지의 2011년 생산량이 2010년에 비해 감소한 반면 골판지 생산이 증가한 것이 한 동안 일본 제지업계의 화두가 되기도 했음
  - 지난 2010년에도 경기회복세에 힘입어 제조업을 중심으로 수주가 늘어나 전년대비 실적이 플러스를 기록했었음
- 골판지는 표면, 후면 그리고 그 사이에 들어가는 이면 등 3겹으로 구성된 상품 포장용 종이임
  - 골판지용 원지는 원재료로 표면에는 천연펄프를, 이면과 후면에는 고지(재활용 폐지)를 주로 사용함
  - 특히 원재료에서 재활용 폐지가 차지하는 비중이 80%가 넘기 때문에 폐지 가격에 따라 기업실적에 큰 영향을 받음

&lt;그림8&gt; 골판지 생산 및 내수 동향



자료) 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지 통계를 인용하여 작성

- 일본 골판지 업계 1위를 지키고 있는 오지판지(王子板紙)는 2011년에 전년대비 0.3%포인트 증가한 26.2%의 시장점유율을 기록했음
  - 오지판지가 생산하는 제품을 상품별로 살펴보면 골판지를 구성하는 표면지(골판지의 앞면)와 후면지(골판지의 뒷면)를 합한 제품의 2011년 시장점유율은 2010년 대비 0.7%포인트 늘어난 29.4%로 2위 日本大昭和板紙를 제치고 1위를 기록했음
  - 반면, 이면지(골판지의 앞면과 뒷면 사이에 들어가는 종이)제품은 1위에 오른 Rengo에 이어 2위를 기록했으며, 전년대비 0.2%포인트 하락한 21.5%의 시장점유율을 기록했음
  - 오지판지(王子板紙)는 2011년에 생산효율 향상을 위해 일부 설비의 가동을 중단했으나, 전국 모든 지역에서 공급이 가능한 생산체제를 구축한 결과 고객으로부터의 주문이 증가하고 있음

&lt;표5&gt; 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

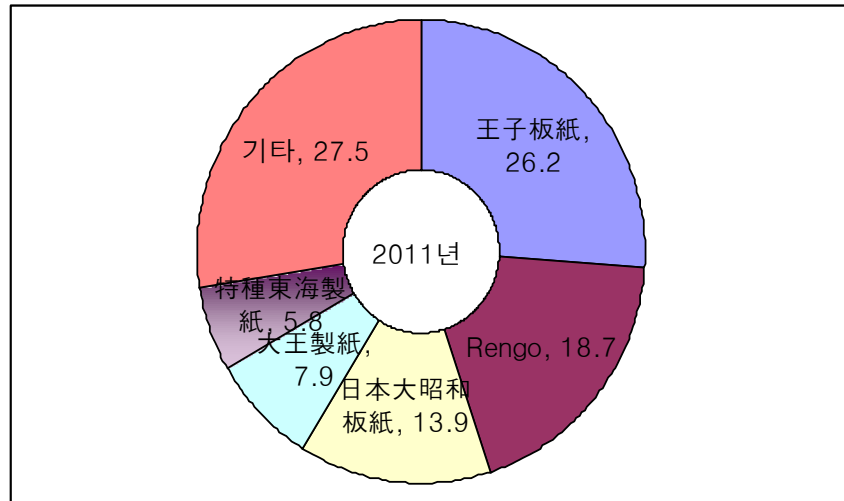
|   | 2006년   | 2007년   | 2008년   | 2009년   | 2010년   |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 王子板紙    | 王子板紙    | 王子板紙    | 王子板紙    | 王子板紙    |
| 2 | Rengo   | Rengo   | Rengo   | Rengo   | Rengo   |
| 3 | 日本大昭和板紙 | 日本大昭和板紙 | 日本大昭和板紙 | 日本大昭和板紙 | 日本大昭和板紙 |
| 4 | 大王製紙    | 大王製紙    | 大王製紙    | 大王製紙    | 大王製紙    |

자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 일본제지연합회에 따르면 골판지 최대 수요처인 가공식품업계는 일반 가정의 외식이 줄면서 견실한 성장을 거듭하고 있는 상황임

- 특히 동일본대지진에 따른 피해지역으로의 식료품 지원 수요가 크게 늘어난 것으로 보고 있음

〈그림9〉 2011년 업체별 시장점유율



자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 2011년에 이러한 시장 확대 움직임을 포착한 것은 오지판지(王子板紙)만이 아니었음
  - 업계 2위를 차지한 Rengo는 전년대비 0.6%포인트 증가한 18.7%의 시장점유율을 기록했음
  - 3위에 오른 일본제지(日本製紙)그룹 자회사 日本大昭和板紙도 0.2%포인트 증가한 13.9%를 기록함
- 한편 시장 확대 동향을 제대로 파악하지 못했던 기업은 2011년 시장점유율 4위에 머문 다이오제지(大王製紙)였음
  - 다이오제지(大王製紙)는 상위 3개 기업과는 달리 2011년에 전년대비 0.4%포인트 감소한 7.9%의 시장점유율을 기록했음
  - 또한 5위에 오른 特殊東海製紙도 2010년 대비 0.1%포인트 감소한 5.8%의 시장점유율을 기록하는데 그쳤음
- 한편 일부 시장의 축소 영향을 커버하지 못한 골판지용 원지 업체도 적지 않았음
  - 특히 청과물용 골판지는 오랜 장마 등의 이상기온과 더불어 15호 태풍과 원자력발전소 사고 여파로 각종 작물의 출하가 제한되면서 4년 연속해서 출하감소를 기록했음

- 2012년은 2011년에 비해 결코 시장상황이 좋다고 할 수 없는 상황이기 때문에 생산량이 다소 축소될 것으로 전망됨
  - 재해복구를 위한 수요가 급증했던 반사영향으로 시장으로부터의 가격 하락 압력이 거세질 것으로 보임
  - 따라서 업체간 가격경쟁력이 더욱 치열해지면서 시장점유율 순위도 변할 가능성이 높음
  - 또한 2011년 6월에 공정거래위원회가 독점금지법(부당한 거래제한) 위반 혐의로 골판지 제조회사를 압수수색한 일도 앞으로 업계에 적지 않은 파장을 불러올 것으로 전망됨
  - 가격담합을 시도했다는 혐의를 받고 있으나 음료회사 등 최종수요처는 강력히 반발하고 있는 상황임
  - 최종 결과가 어떻게 되든지, 골판지 관련 모든 업체에 대한 가격인하 압력은 더욱 거세질 것인 분명함

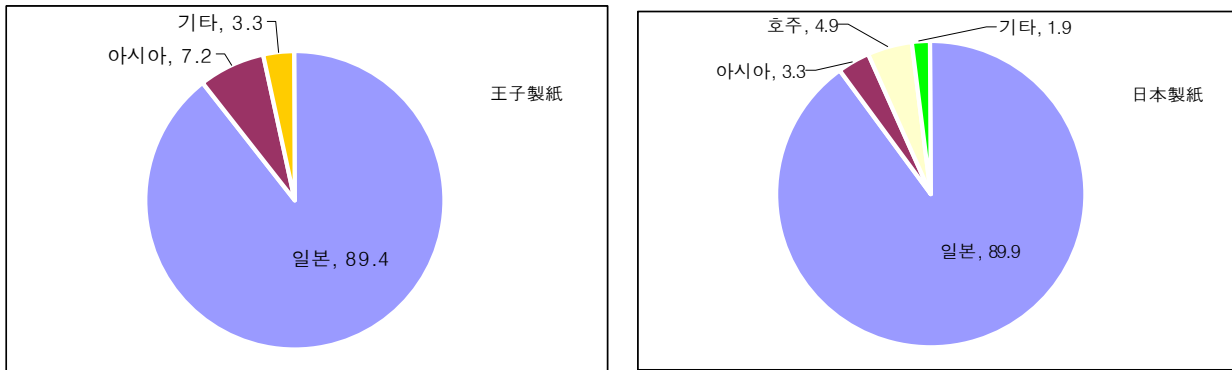
#### 4. 향후 전망

- 일본의 종이펄프 시장은 안정적으로 성장한 내수시장 확대에 힘입어 비교적 짧은 시간에 비약적인 발전을 할 수 있었음
  - 또한 개별 회사 차원에서는 업계재편과 외부환경 변화에 따른 수익기반 변화를 경험하고 있지만, 기본적으로는 국내의 제지사업과 종이 가공관련 사업에 대한 의존도가 매우 높은 상황이 지속되고 있음
  - 그러나 국내 제지 수요는 글로벌 금융위기 이후 약12%나 급감했으며, 그 이후에도 회복하지 못한 채, 문서의 전자화와 IT화 등의 구조적 요인에 의해 점진적으로 시장이 축소되고 있음
  - 2040년에는 107백만명(2011년 대비 16.2% 감소)으로 예상되는 인구 감소를 감안하더라도 국내 제지관련 사업에만 전면적으로 의존해서는 안 되는, 수익기반 구축이 시급한 상황임
- 해외사업에 대해서는, 적극적으로 경영자원을 투입해 온 오지제지(王子製紙)와 일본제지(日本製紙) 그룹 본사조차도 2011년 해외 매출액 비중이 10%를 겨우 넘는 수준에 그치고 있음



- 이 두 회사는 2015년까지 해외사업 매출액 비중 목표치(오지제지:25%, 일본제지:30%)를 내세우고 있기 때문에 앞으로도 전략적으로 해외M&A에 적극적으로 나설 가능성이 매우 높음

〈그림10〉 오지제지 · 일본제지 지역별 매출액 추이(2011년 실적 기준)



자료) 각사 홈페이지에서 작성

- 한편 포장사업과 관련해서는 국내 판지수요가 견실한 성장세를 보이고는 있지만, 해외생산 거점으로서의 이전에 따른 기계용 골판지 수요가 일부 줄어들 것으로 보임
- 뿐만 아니라 인구감소에 따른 식품 · 청과물 포장용 골판지 수요 축소가 예상되기 때문에 장기적으로는 어려운 수급환경이 도래할 가능성이 높아 보임
- 중장기적으로는 식품 · 음료 · 일용품 업체 등과 같은 최종 소비자와 탄탄한 유대관계를 구축하고 있는 판지업체의 특성을 살려, 플라스틱 가공 · 알루미늄 가공 · 스틸 가공 등 여러 업계의 역영을 뛰어넘는 전략적 연계를 통해 종합포장자재 업체를 지향하는 것이 바람직할 것으로 보임

#### 〈참고자료〉

1. 일본제지연합회(<http://www.jpa.gr.jp>)홈페이지
2. 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’
3. みずほコーポレート銀行産業調査部(2012), 日本産業動向(紙パルプ)
4. 日本製紙連合会(2013), 年紙 · 板紙内需試算報告