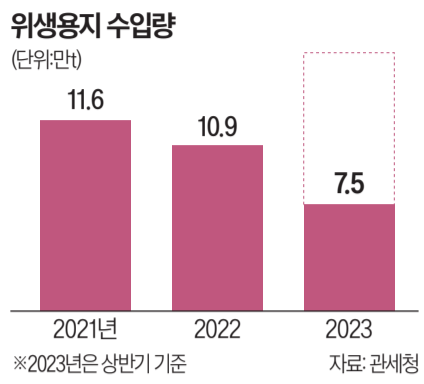


동남아·中 원단 공세 ... '벼랑 끝' 화장지업계

“이대로 가면 다 죽습니다.” 지난 18일 전북 군산 본사에서 만난 김동구 대왕페이퍼 대표는 국내 화장지 원단(원지) 제조업계가 고사 위기에 몰렸다고 하소연했다. 대왕페이퍼는 1987년 설립해 화장지 원단 제조 외길을 걸어왔다. 지난해까지만 해도 명절을 제외하고 휴일 없이 매일 24시간 공장을 돌린 대왕페이퍼는 올 들어 한 달에 열흘은 쉬고 있다. 신장제지와 대원제지 등 다른 중소 화장지 원단 제조회사도 사정은 마찬가지다. 저가의 동남아시아산, 중국산이 '반제품' 형태로 국내에 들어오면서 국내 화장지 가공업체가 국산 원단을 받는 횟수가 현격히 줄었기 때문이다.



국내서 가공하면 모두 '한국산' 원산지 표기법 허점 파고들어 올 상반기 원단 수입 32% 급증

국내 원단 제조업체 고사 위기 "농산물처럼 원산지 표시해야"

화장지는 글로벌 제지기업인 APP 인도네시아 공장에서 생산한 원단을 쓴다. APP 한국법인인 GUTK가 수입해 국내 가공업체 모나리자SM에 맡겨 A사 이름을 달고 판매되고 있다.

국내·외국산 원단으로 만든 화장지가 모두 '대한민국산'으로 팔리는 이유는 부실한 원산지 표기법 때문이란 지적이 나온다. 국내 화장지 원산지 표기는 가공제조원만 표시한다. 이 틈을 APP와 중국 행안제지 등이 파고들었고, 원단만 국내 가공업체에 보내 '한국산' 타이틀을 얻게 됐다. 김 대표는 "화



김동구 대왕페이퍼 대표(왼쪽)가 지난 18일 전북 군산 본사 공장에서 화장지 원단을 생산하는 초지기를 살펴보고 있다. 최형창 기자

장지 제조원가의 60~65%는 주원료인 원단"이라며 "나머지는 지관과 비닐팩, 가공 인건비와 물류비로 이뤄지는데 원단을 자르고 지관을 켜고 국산으로 둔갑하는 게 현실"이라고 꼬집었다.

더 큰 문제는 외국산 원단이 저가로 들어와 국내 시장을 잠식하고 있다는 점이다. 제지업계에 따르면 수입 업체들이 APP 등의 원단을 국산보다 20~25% 저렴한 가격으로 가공업체에 팔고 있다. 무역협회 통계를 보면 2010년 8000t에 불과했던 화장지 원단 수입량은 지난해 11만t으로 14배 가까이 증가했다. 올해 1~6월 전년 동기 대비 32% 증가한 약 7만5000t이 수입됐다.

국내 화장지 및 물티슈 시장은 1조

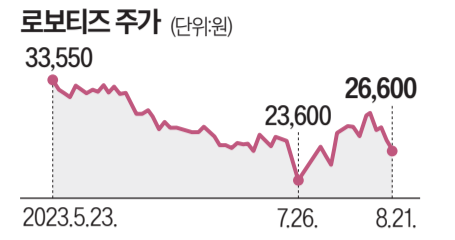
5000억원 규모다. 국내 화장지 원단 제조 업체가 경쟁력 저하로 사업을 중단하면 결국 그 타격은 소비자가 보게 될 가능성이 크다. 지난해처럼 펄프 가격이 급등하면 공급량이 부족해 특정국에는 원단을 납품하지 않는 경우가 발생하기 쉬워서다.

국산 원단은 화학약품 하나를 쓰더라도 환경부, 식품의약품안전처 등의 엄격한 검사를 거치는 반면 외국산 원단은 이 과정이 생략되는 점도 문제로 지적된다. 김형진 국민대 인산생명공학과 교수는 "위생용지는 국민 생활과 밀접한 만큼 농산물처럼 원산지 표시제를 적용하는 등의 제도 개선이 필요하다"고 말했다.

군산=최형창 기자

혼자서 엘리베이터 타고 이동 호텔·백화점 누비는 자율로봇

21일 서울 강서구 마곡 로보티즈 본사. 사육로비에 들어서자 턱시도 차림의 자율주행로봇 '개미'가 마중 나왔다. 키 115cm, 여섯 살 유치원생과 비슷하지만 몸 위에 달린 팔을 쭉 뻗으면 훨씬 높은 곳에 있는 버튼도 거뜬히 누를 수 있다. 6층에 상주하는 직원 호출을 받은 개미는 몸에 달린 팔을 이용해 스스로 버튼을 누르고 엘리베이터에 탑승했다. 신원확인증까지 착용한 개미는 각 층에 내려서도 알아서 태그한 뒤 호출한 직원 앞으로 갔다. 김병수 로보티즈 대표(사진)는 "개미는 사내에서 직원 간식을 배달하는 업무를 겸한다"고 자랑했다.



로보티즈가 개발한 '개미' 서울시청·호텔 등 이용

코스닥시장 상장사인 로보티즈는 자율주행로봇 분야 선도기업이다. 대학생 시절부터 로봇에 심취한 김 대표는 각종 로봇 경진대회 수상을 휩쓸었고, 이를 바탕으로 1999년 창업했다. 지난해 매출은 약 260억원. 매출 대부분은 로봇 관제 역할을 하는 구동장치인 '액추에이터'에서 나오지만 올해부터 자율주행로봇을 앞세워 글로벌 시장을 겨냥하고 있다.

로보티즈는 특히 지난 6월 출시한 개미를 앞세워 국내외 주요 호텔과 백화점을 공략하고 있다. 저가의 중국산 공세에 맞서 '고급화' 전략을 쓰고 있는 것이다. 김 대표는 "자율주행로봇 중 팔로 버튼

리는 건 그동안 기술·행정적 걸림돌이 많았는데 이를 해결하면서 시장에 공개할 것"이라고 강조했다. 주요 고객은 일본 오사카 라이즈호텔, 아난티힐튼 부산, 노보텔엠베서더 강남, 서울시청, 고덕센트럴아이파크 등이다.

국내 산업용 로봇산업은 각종 규제 때문에 여전히 발목이 잡힌 신세다. 하나를 풀었더니 또 다른 규제가 기다리고 있어서 업계에선 '산 넘어 산'이라고 표현할 정도다. 자율주행로봇이 사고가 나지 않으려면 눈 기능을 하는 카메라를 달아야 한다. 그런데 야외를 활보하려면 불특정 다수 보행자의 동의 없이 영상정보 수집을 제한한 '개인정보 보호법' 문제가 해결돼야 한다. 횡단보도 등 이동을 제한하는 도로교통법 문제도 해소되지 않았다. 이들 문제가 풀린다고 해도 30kg 이상 동력 장치의 공인 출력과 여러 행위를 금지한 '공원녹지법'이 풀려야 한다.

김 대표는 사람과 로봇의 공존을 강조했다. 그는 "배송업을 하는 분들이 직접 몸을 움직이지 않거나 로봇 여러 대를 이용할 수 있는 생태계를 조성하고 싶다"고 덧붙였다.



중기유통센터, GS리테일과 中소 판로 지원

중소기업유통센터가 GS리테일과 함께 중소기업 판로 확대를 지원하고 나선다. 중소기업유통센터는 'GS더프리티 매칭데이'를 개최한다고 21일 밝혔다. 중소기업유통센터는 이번 협업을 위해 GS리테일과 업무협약을 맺었다. 선정된 중소기업은 △GS더프리티 오프라인 점포 또는 우리동네 GS 온라인몰 입점 △입점 상품 할인행사 등 판촉 △

GS TV·SNS 홍보 등을 지원받는다. 입점한 기업의 상품은 오는 9월 20일부터 GS더프리티가 보유한 전국 오프라인 매장 409곳 및 온라인몰에서 판매된다. 동행축제, 추석과 연계한 다양한 판촉 지원도 이뤄진다. 이달 27일까지 50개 내외 중소기업을 모집한다. 참여 희망 기업은 판판대로 홈페이지를 통해 신청할 수 있다.

중기도 뛰어든 신발 관리기 시장

신일전자 등 신제품 선보여

가전업체들이 잇달아 신발 관리기를 출시하며 매출 다변화를 꾀하고 있다. 코로나19 확산 이후 위생에 대한 관심이 높아졌고, 여름철 폭우 등이 이어지면서 시장이 커지고 있다는 분석이다. 21일 업계에 따르면 콜라노비타는 최근 신발 관리기 '슈메니저'를 출시했다. 슈메니저는 세탁 형태의 상·하부를 독립적으로 제어할 수 있어 신발 종류, 생활 패턴, 가족 구성원에 따라 각각의 칸을 개별적으로 사용할 수 있다.

신일전자는 '다목적 신발 건조기'로 시장을 공략하고 있다. 신발 건조를 위해 전용 호스와 건조 키트가 제공돼 젖은 신발 내부도 살균·건조가 가능하다. 코오모글로벌은 '샤클라 신발 관리기

를 선보였다. 40~50도 저온 고효율 순환건조 방식을 채택했다. 중국 샤오미도 45도의 온도로 신발의 습기와 냄새를 제거하는 신발건조기를 내놨다.

신발 관리기 시장의 포문을 연 것은 대기업이다. 삼성전자는 지난 4월 최대 네 켤레의 신발을 동시에 관리할 수 있는 신발 관리기 '비스포크 슈드레서'를 출시했다. LG전자는 3월 '스타일러 슈케어'를 출시했다.

신발 관리기 시장은 아직 관련 수치가 갖춰지지 않아 의류 관리기 시장을 선행지표로 삼고 있다. 국내 의류 관리기 시장은 2016년 7만 대 규모에 불과했지만 지난해 70만 대까지 확대된 것으로 추정된다. 전문가들은 신발 관리기가 의류 관리기 성장세를 따라갈 것으로 보고 있다.

강경주 기자

자영업자 가계부, 한눈에 쏙

오피스 중기

푸드노트서비스 '장부대장'

코로나19 확산 이후 배달 주문이 늘고 관련 업체도 다양해지면서 매출 발생 구조가 복잡해졌다. 자영업자들은 정산에 골머리를 앓기 시작했다. 강병태 푸드노트서비스 대표는 외식업계 종사자가 본연의 서비스에 집중하길 바라는 마음으로 창업에 나섰다.

21일 푸드노트서비스에 따르면 이 업체의 서비스는 두 가지로 나뉜다. 디지털 경영 플랫폼인 '장부대장'(사진)은 외식 소상공인을 위한 서비스다. 배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요 등 다양한 배달 앱의 각기 다른 매출분포 분석,

입금 일정, 고객리뷰 관리와 같은 서비



스 빅데이터로 분석해 다양한 거래처의 매출과 매장 순위를 한 번에 알려준다.

또 신용카드, 배달앱, 쿠팡으로 판매한 금액을 일자별, 거래처별, 누락 매출, 입금 지연, 미확인 매출 등으로 분류해 모니터링한다. 복잡하게 흩어진 매출을 효율적으로 관리하고 통계까지 만들어준다. 장부대장은 지난 5월 기준 1만9365명의 소상공인이 사용하며 뜨거운 반응을 얻고 있다.

강 대표는 "사용자 수요를 파악해 서비스를 더욱 고도화할 것"이라고 말했다.

강경주 기자

공모전·대외활동의 모든 것



공모전·대외활동 정보 포털 사이트
www.all-con.co.kr

공모전·대외활동 광고/대행 문의
02-360-4520/4512
allcon@all-con.co.kr

한국경제신문

