

크라운제과 (株)  
포장개발과 대리 李 在 永

## 나의 包裝觀

包裝이 三類면  
一等商品도 三類가 된다

### 1. 포장의 기능과 사회적 변화

포장의 발전사를 뒤돌아 볼때, 포장은 가치보존의 역할로부터 시작하여 가치 창조의 역할과 기능으로 발전해 왔다.

즉, 가치보존이란 포장의 보호성(Protection)을 의미하는 것이며, 가치창조란 포장의 판매촉진성(Sales Promotion)에 의한 상품가치의 배가를 의미한다고 할 수 있겠다. 그런데 요즘에는 가치보존, 가치창조에 이어 가치회수의 단계에 들어서 있다.

다시 말하자면 포장은 그 가치를 자원 재활용을 위해 쓰레기장으로 부터 회수하여야만 하며, 버려지고 있는 적재공간, 수송및 하역수단등의 가치, 그리고 소중한 인력의 가치를 작업현장, 창고와 도로상에서 되찾아야 한다는 사실이 널리 공감되어지고 실천화를 위한 각 부문의 노력이 요구되는 단계에 와 있음에 틀림없다.

포장의 여러 기능중에 가장 중요한 것을 들라하면 첫째, 포장의 가장 기

본기능인 보호, 보존성이다.

이 기능을 통해 내용물의 가치를 장기간 보존할 수 있는 것이며, 둘째로 그 보존된 가치를 소비자에게 잘 팔 수 있어야 하는데, 이를 판매 촉진성이라 한다. 셋째, 소비자가 상품을 샀을 경우, 내용물의 사용에 포장이 편리한 기능을 다할 수 있어야 한다.

즉, 사용 편리성이 있어야 하며, 넷째로 포장폐기물이 지구환경을 해치지 않아야 한다. 그것이 현실적으로 어렵다면 그 피해를 최소화시키는 것이 필수적인데, 이를 환경 친화성이라 할 수 있겠다.

즉, 같은 값이면 다홍치마를 입혀야 한다는 말인데, 최소 경비로 최대의 효과를 노려야 한다. 포장비용이 단순히 포장재료비를 의미하던 시대는 이미 지났고, 이제는 물류비의 많고 적음이 제품규격과 포장치수 및 형태에 의해 좌우된다는 것을 알게 되었으며, 규격표준화에 대해서도 많은 관심을 갖게 되었다.

이렇게 시대가 변천함에 따라 포장

뒤에 숨겨진 보물들이 인식되어지기 시작한 것이다. 이러한 포장의 기능을 충분히 고려하여 적정포장을 완성시키려면 포장담당자는 그 책임영역과 이해 영역을 잘 조화시킬 수 있어야 한다. 포장관련 전문지식및 경험과 같은 책임영역과 기타 관련업무 영역까지도 이해의 폭을 넓히려는 자세와 노력이 필요하다고 생각한다.

포장은 화학, 고분자, 역학, 기계등 각 분야의 공학의 응용과학이므로 이해의 폭을 넓게 갖지 않고서는 올바르게 적용할 수 없는 경우가 많다고 생각한다.

### 2. 한국 포장산업의 한계 극복과 제언

한국 포장산업의 가장 큰 한계점은 무엇보다도 협소한 시장규모에 있다고 생각한다.

국내 수요의 양적 수준은 참으로 미약하고, 그 때문에 기술개발 투자는 채산성이 확보되지 못하고 마는 악순환이 거듭된다. 특히 포장산업의 대다

수를 차지하고 있는 영세업체야말로 더욱 더 어려운 처지임은 말할 필요도 없다.

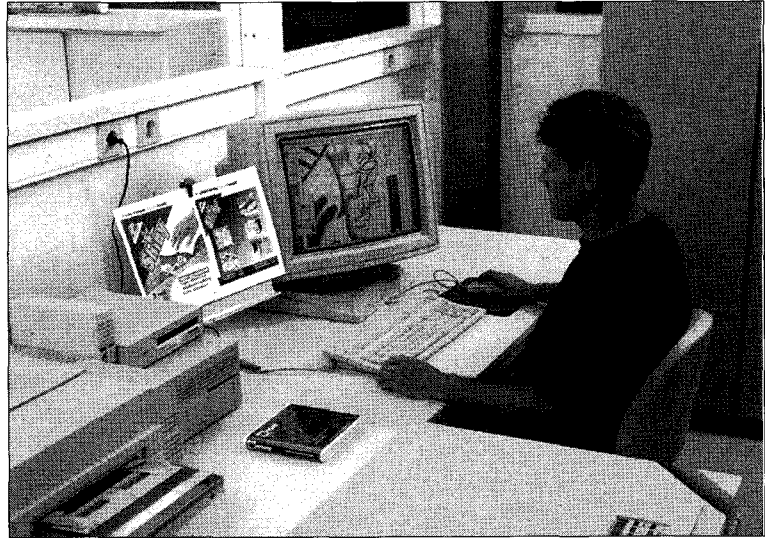
사실 최종 상품포장을 설계하는 한 사람으로서 세계적 경쟁력을 갖춘 포장을 기획하고 싶지만, 이러한 국내 현실 때문에 결국 제자리를 맴돌게 되어버리는 경우가 심중팔구이다.

둘째로 한국 포장 산업의 기술 경쟁력을 저하시키는 요인은 자유경쟁에 의한 시장확보가 이루어지지 않고 있다는 점이라 생각한다. 더우기 좁은 내수시장에서 가격과 품질의 자유경쟁이 보장되어지지 않는다면 그 산업의 구조는 파행을 걸을 수밖에 없다.

자유경쟁에 의해 자연스런 구조개편이 이루어져야만 건설한 산업으로 성장할 수 있고 국제 경쟁력이 확보될 수 있다고 믿는다. 또 한가지 포장발전을 가로막고 있는 장애가 있다면 그것은 End-User의 포장에 관한 인식 부족이라 할 수 있겠다.

포장을 단지 제품에 당연히 붙여 다니는 부속물로 여기는 경우가 아직도 허다하고, 관념적으로나마 그 중요성을 알고 있다해도 현실적인 지원을 아끼지 않는 기업이 그리 많지 않다는 사실이다.

선진국의 일류 포장상품들이 국내에 들어와 치열한 땅뺏기를 하고 있는 이 시점에서 가장 중요한 것중의 하나는 포장발전의 과감한 투자임을 새삼 강조하고 싶다. 구체적으로 말하자면, 포장의 겉모습뿐만 아니라, 그 포장의 뒤에 숨겨진 갖가지 생산기술과 공정, 그리고 설계의 Know-How를 배워, 우리것으로 만들수 있도록 교육과 설비투자를 적극적으로 하여야 하며, 새



◀ 포장설계 및 디자인 개발에 몰두하는 포장설계사(MAC)

로운 창조의 발판을 마련할 수 있도록 연구투자를 게을리하지 말아야 한다는 생각이다.

아울러 의욕있는 협력업체에 대해서는 적극 투자지원을 해서 차별화된 포장개발을 End-User가 유도해 나가는 방향을 적극 검토하여야 할 것으로 생각한다. 마지막으로 포장업계에 요망 사항이 있다면, 그것은 첫째도 품질이요, 둘째도 품질이다. 비록 한국의 포장재료 산업에 다양성이 결여되어 있다고 하더라도 가능한 포장재료의 품질수준은 세계적이어야 한다는 의미이다. 아무리 내용물이 훌륭하다 해도 포장이 삼류면 결국 그 제품은 삼류제품이 될 수 밖에 없다는 범 세계적 경쟁의식을 가져 주기를 바라는 마음이다.

### 3. 2,000년대 포장산업의 국제 경쟁력

우리의 포장산업이 국제 경쟁력을 갖추려면 첫째, 포장산업의 위상과 발전저해 요인의 극복에 대한 정부차원의 관심과 적극적인 지원이 이루어

져야 한다. 둘째, 포장산업의 영세성을 극복하고 기술력과 규모를 겸비한 포장전문의 중견 산업체가 육성 되어져야 만 한다. 셋째, 기존의 내수 중심의 시장확보를 뛰어넘어 수출확대를 통해 전체시장을 넓히고, 세계적 기술수준을 확보하는 길만이 국경없는 시장에서 살아남을 수 있는 길이라 생각된다. 넷째, 무엇보다도 포장기술인력의 국제 경쟁력을 확보하지 않으면 안된다. 포장인력의 실질적인 육성방안이 정부와 기업의 관심속에서 이루어져야 한다고 생각한다. 다섯째, GR(Green Round)를 대비하여 환경친화적 포장기술을 적극 육성하지 않으면 우리의 수출활로는 모두 막혀버리고 말지 모른다.

최첨단 환경기술과 아울러 Green Packaging

개발에 총력을 다하여야 할 것으로 생각한다. 끝으로 포장산업에 종사하는 모든 포장인들의 부단한 노력에 깊이 감사를 드리며 21세기 포장산업의 발전을 기대해 본다.