

제1회 Corrugated Technician Work Shop '95 [講義 I]

瓦板紙包裝技術 世界一流化
戰略과 技術人의 使命

目 次

- I. 머리말
- II. 경영자 최대의 고민, 낮은 수익·이익상실
- III. 사회의 변화와 업체산업으로서의 포장산업의 역할
- IV. 포장수요자의 Wants와 Needs 충족 전략
- V. 골판지포장산업의 기술개발 프로세스와 기능성 골판지
- VI. 골판지산업의 첨단산업성과 In Line System
- VII. 매력있는 골판지산업을 목표로
- VIII. 포장문화

講 師 : 金 淸

韓銀板紙工業(株) 代表理事

月刊 包裝産業 發行人

I. 경영자 최대의 고민, 낮은 수익·이익상실

그런데 이러한 성장을 이루어 온 산업의 오늘날의 업계 실정은 과당경쟁과 저 수익으로 고민하고 있는 것이다.

잘 알고 있는 바와 같이 우리 골판지 업체는 경쟁이 치열한 생존전쟁의 양상을 띄고 있으며, 경영의 주안점을 판매 영업에 두고 있고, 생산이나 기술은 뒷전에서 따라가고 있는 형국으로, 오직 판매실적을 올리기에 급급하여 열을 올려왔다.

생산이나 설비의 합리화에 있어서도 그 미명아래 생산능력을 늘리기에 주력하면서 발생코스트를 흡수하고, 이익을 더 증대시키는 일은 경시되어온 것이다. 사실 골판지 산업의 저수익 체질은 생산판매, 물류수송의 여러가지 바란스상의 문제가 있겠지만, 근본적으로는 경영자들의 책임이라 할 수 있다.

우리의 골판지 생산성은 선진외국에 비하여 60%수준의 저생산성이라 말하는 이가 많다. (일반적인 기계설비나 계수관리, 제어, 자동화 시스템 등 여러원인이 있겠지만)

우리의 골판지 품질과 생산성 향상을 위한 실력은 어느정도 인가? 소롯트 대응의 제조기술등 우리가 고민하고 있는 문제가 하나들이 아니다. 영업판매 위주이다 보니 소롯트에

I. 머리말

30년전 그러니까 1960년대의 우리 골판지 포장기술 수준을 생각해 볼 때 오늘의 우리 기술 수준은 많은 발전과 향상을 가져 왔다.

1964년도 우리나라 골판지 생산량은 0.19억㎡였는데 30년이 지난 1994년도의 생산량은 29억㎡가 되며, 세계 10위의 생산국이 되었다. (일본의 경우 1960년도 생산량이 9.8억㎡, '92년도 자료는 122.7억㎡, 미국은 '92년도 생산량이 335억㎡)

그동안 이러한 양적 성장과 골판지기술의 진보도 대단한 발전을 이루었다. 그것은 경영자들의 살을 에는 노력도 있었지만, 기술자 여러분들의 노력과 피땀이 어려있다고 생각한다.

대한 개별원가 산정도 없으며, 인정을 받지도 못하고 있다.

영업사원이 가져온 소랏트, 복잡한 형식의 변형상자, 까다로운 인쇄, 골판지 기능을 초월하는 품질의 요구 포장스타일, 단납기등 어떻게 감당해 낼 것인가? 그러나 코스트 절감의 책임은 우리 생산기술자에게 지워지며, 영업사원은 생산코스트를 염두에 두지않고, 생산진은 영업코스트를 알지 못하는 경우가 대부분이다. 경영자나, 기술자나, 영업팀이나 자회사의 목표에 대한 생각은 마찬가지로 인데도 말이다.

생산진의 노력은 영업력을 키우고, 영업진의 노력은 생산력을 키우는 것이어야 한다. 근간에 와서 채산성을 강조하며, 자주노력을 확대하면서 업계가 노력을 하고 있으며, 그런 의미에서 오늘과 같은 연수대회도 갖게 되었다고 본다. 지금도 업계가 어려움을 겪고있고, 이렇게 어려울때 우리의 기술자들이 나서서 능력의 진가를 발휘해야 한다고 본다.

금후의 경영에 있어서 생산과 기술분야의 사명으로는 ① 골판지 고유기술 및 주변기술의 향상 ② 국제적 기술정보의 수집과 적극적인 참여 ③ 기업 이윤 확보를 위한 생산과 기술의 연구와 실천 ④ 기술개발과 신 상품개발이라고 요약할 수 있을 것이다.

Ⅲ. 사회의 변화와 업제산업으로서의 포장산업의 역할

사회의 변화에 대응하지 못하는 산업은 도태되고 만다. 거품경제를 지나, 우리 경제사회가 21세기를 향하고 있다. 과거의 역사에서 보듯 세기말의 10년간 사회는 크게 변화하게 되어 있다. 물자의 시대에서 정보의 시대로, 하나의 시대가 성숙해서 새로운 전환을 시도하는 시대로 이어진다.

오존층의 문제, 지구환경 등에 관련되는 에콜로지적 발상이 한 예이기도 하다. 포장은 경제, 사회의 필수품임으로 사회의 변화, 관련 산업의 변화에 대응해 나가면서 변화를 하게 되며, 이런 관점에서 사회에의 적응성이 다른 산업보다 강하다고 할 수 있다.

전기전자산업, 자동차산업, 컴퓨터산업, 중화학공업 등은 사회를 이끌고 변화시켜가는 힘을 가지고 있으나, 우리 포장산업은 그러한 엔진산업과는 다르지만, 포장산업은 여러 분류형태의 산업에 연관되어 있어서 수직적인 산업분류법에는 그 업종이 불명하나, 수평적 분류를 하게 되면 포장산업

은 정보산업, 소프트웨어산업등과 같이 높은 산업 연관성을 갖고 있다. 그래서 포장산업은 여러 업종의 산업과 산업에 연결되어 있는 업제산업(業際産業)으로서 그 영역과 기능을 가지고, 산업사회의 변화에 적응하여 유통 경제 효율화에 기여하게 된다.

오늘날의 국·내외 사회 경제 환경의 변화는 가히 무상(無常) 하다는 표현이 적합할 것이다. 얼마전 제3의 물결이 파도를 치는가 싶더니, 제4의 물결이라는 책이 서점에 나왔으며, 리디자인, 리엔지니어링, 리콘스트럭션이 어떠하다며 수십종의 책이 발간되고 있고, 경영혁명론이 준비하게 제창되고 있다.

국제화, 세계화, 지구화의 용어가 판을 치고, 국가경쟁력이라는 용어가 나오고, 무한 경쟁시대의 UR대비가 고창되더니 이제 GR, TR에 대비해야 한다는 소리가 높아지고 있다.

정보화 사회가 어떠하며 컴퓨터, 커뮤니케이션의 합성어인 Communication의 시대, Telematic시대, Mechatronic, 인프라 등 새로운 용어가 쏟아져 나오고 있는 이 변화 무쌍 시대를 앞으로 어떻게 대응해 나갈 것인가가 문제이긴 하지만, 변화의 물결과 함께 성숙화 사회로 진화해 가고 있음에는 틀림없다 하겠다. 성숙한 사회란 확실히 다양화, 개성화, 기능화, 지구화, 서비스 경제화 사회를 말한다고 할 수 있을 것이다.

우리 포장산업은 수주산업임으로 고객의 요구에 따라 기확하고, 설계하고, 포장물을 만들어 공급하는 산업이기 때문에 어쩌면 제조업이면서도 서비스 산업성이 강한 느낌이 있다. 포장이나 인쇄나 고객에 대한 서비스문제는 마찬가지로 인데, 일본에서는 "구로코"라 표현하여 이 구로코의 서비스 정신이 일본의 유명한 다이닛봉 인쇄회사의 경우 인쇄는 물론 액체 포장용 지기를 만들고 또 정밀전자부품까지 만들어 내고 있으며, 일본의 세계적 골판지포장 메이커인 령고나 혼슈의 예를 들어보면, 그들은 포장을 시스템으로 파악하고 있어서 소비자의 입장에서 필요한 설비까지 개발하여 공급하고 있다.

우리들 포장산업은 제조업의 체질과 서비스업의 체질, 궁극적으로 고객만족을 가지고 있어야 함으로 그래서 포장산업을 흔히들 2.5차 산업이라고도 부르는 연유가 있다고 본다.

IV. 포장수요자의 Wants와 Needs 충족 전략

① 복합산업(複合産業)·업제산업(業際産業)

오늘날에는 업종간의 담장을 넘어서 공동연구를 하지 않고는 신제품이 나올수 없는 과제가 많다. 예를들면 종이액체 용기같은 것이다. 이와같이 업종의 테두리를 넘어서 공동연구하는 복합적인 업제활동, 기술융합활동이 절실하다고 본다. (예 : Bag-in-Box, Bag-in-Carton, 기능성 골판지 등) 이제부터는 이상적인 상품, 꿈의 상품을 만들어 포장 End User의 Needs와 Wants에 응하는 포장이 아니고서는 수요자의 마음을 잡지 못하게 될 것이다.

② 성숙화 사회에의 대응

성숙화 사회는 앞에서 말했듯이 다양화, 다품종, 소량화, 고품질화등 고객만족을 충족시켜야 하는 사회이다.

1) 전공분야에 더욱 강해져야 한다 (직접서비스, 기술서비스 포함). 2) 고품질이 요구되고 따라서 소롯트 대응 설비투자에 관심을 가져야 한다. 3) 수요의 다양화, 다기능화에 대한 대응이 필요하다. 4) 기술의 개발, 상품의 개발이 더욱 요구된다. 5) 경영체질과 시스템화의 문제, 무슨 전문업체라는 하청체질로서는 발전이 곤란하며 시스템적인 발상을 가지고 적극적인 경영자세를 가져야 한다. 6) 엘리트 인재의 양성 7) 정보화사회의 진전에 따라 품질도, 납기도, 기술도, 작업체제도 모두 변화하게 된다는 것을 이해하여야 한다. (특히, 공정의 일관화, 시스템화 등) 8) 고령화 사회가 될 것이므로 메카트로닉스의 본류인 로봇, 컴퓨터의 유효이용, 생산공정의 기본기술과 주변기술 등의 이해와 개선노력의 재교육이 필요할 것이다. 9) 지구화와 세계화 : 지구환경대응과 국경 없는 국제경쟁의 시대

V. 골판지 포장산업의 기술개발 프로세스와 기능성 골판지

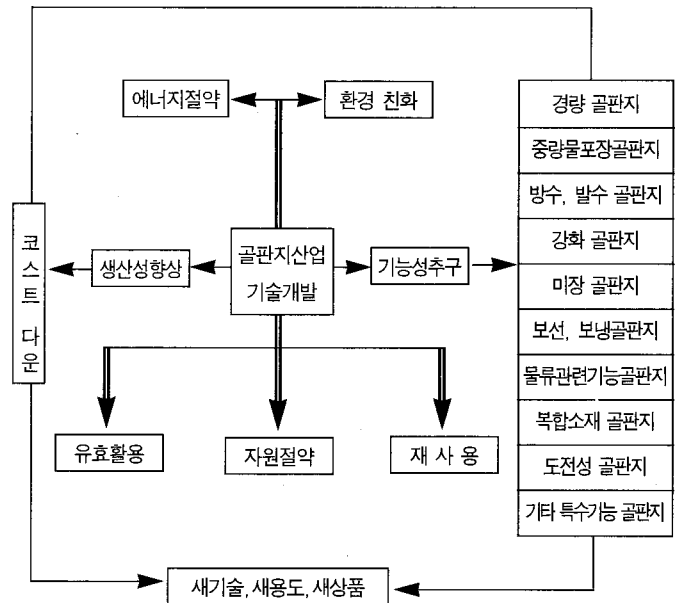
골판지산업이 에너지 절약, 유효활용, 자원절약, 무공해, 환경친화적 산업사회의 요구에 적응하면서 품질충족, 생산성 향상 원가절감을 기하고, 새기술, 새기능, 새용도의 신포장재를 개발할 수 있는 좋은 기업 환경이 조성되고 있다.

소비자 욕구는 개별화, 차별화, 고급화추세임으로 기업들은 이에 대응, 차별화 포장개발에 박차를 가하고, 새로운 요구에 부응하여 부가가치가 높은 신기능성의 포장재료를

개발하여 수익률을 높여 가야 한다.

골판지상자의 본래의 기능인 운반, 보관중의 상품의 보호, 하역취급의 편의성, 판매촉진성 외에 선도보존, 보냉, 방청, 방충, 소분할, 랩어라운드, 고강도, 강화, 방수, 발수, 도전성, 중량물 포장, 미장, 미끄럼방지, 내충격성, 사절일체형, 펠리트 첨부형, 백인박스 등 복합소재 골판지, 광고 디스플레이용의 POP물 등, 그리고 환경친화적 포장 등의 새로운 용도로의 개발이 활발하게 되었으며, 또한 포장외적 용도로서 건축재료, 차량용 내장재료, 단열재, 차음재 등이 새 소재로 개발되고 있다.

(표 1) 골판지 포장산업의 기술개발 프로세스



세계의 산업이 지구환경 적응을 위하여 전력을 기우리고 있음에 비추어, 우리의 골판지산업은 3R 문제를 어떻게 유효하게 활용할 것인가? 폐기 리사이클성에 있어 완충포장재, 원웨이 펠리트, 금속재판에 대체되는 종이용기 (BIB 등), POP 광고소재, 회수상자, 옷상자 심지어 선거투표함 등에까지 또한, 건축재료, 자동차 천정재료, 수납상자, 완구, 교재 등 포장 이외 용도로의 신제품 신수요 개척이 가능한 소재인 것이다. 이를 다시 간추리면 다음과 같다.

(표 2) 신기능 골판지 포장재와 골판지의 포장 이외 용도 일람

신기능 포장재 · 포장외의 용도	신기능 포장재 · 포장외의 용도
· 선도 보존골판지	· BIB
· 보냉 골판지	· POP광고 소재
· 미끄럼방지 골판지	· 회수상자
· 소분할 포장시스템	· 트렁크룸
· 도전성 골판지	· 건축용 재료 (토목공사용 포함)
· 고강도 골판지	· 자동차 천정재
· 특수코팅 골판지	· 교재용
· 미장 골판지	· 완구
· 골판지 완충포장	
· 골판지 팰리트	

Ⅶ. 골판지산업의 첨단산업성과 In Line System

하이테크의 본질은 시스템화이다. 골판지산업의 목표는 최종 사용자를 만족시키는 단납기, 소롯트, 고품질을 종래 이상의 수준으로 만족시켜 주어야 하며, 이것을 기존의 기술을 바탕으로 신기술을 개발하여 시스템으로 실현시키는 것이 목표이다. 골판지원지의 구입에서 제품의 발송에 관한 시스템에 대하여 우리회사 사례를 중심으로 미래상에 대하여 검토하고자 한다.

① 원지 입출고

여기는 원지창고, 창고는 Stock Yard와 Work Yard의 2개에 칸막이가 되는 것이 일반적이다. 제지회사에서 납품된 새 원지는 Stock Yard에 들어간다. 그때 바코드 라벨을 원지에 붙인다. 생산관리 시스템의 지령으로 Stock로 부터 Work에 원지가 옮겨지면, 그 지질, 지폭, 메이커 이름을 읽어낸다. 그리고 어느 수량에 달하면 자동적으로 팩스로 원지가 발주된다. 그러나 스톡크의 원지는 우리회사의 재고가 아니다.

Work Yard로 옮길때까지는 제지회사의 재산이다. 원지재고의 부담을 줄이기 위해서이다. Work Yard는 거의 자동화되어 있다. Stock로 부터 들어온 원지의 밴드를 벗겨 찢어진 부분을 체크하고, 한겹을 벗겨서 작업을 준비하며, 또 수송중의 오손인지 확인하기 위하여 검사한다.

필요한 원지는 생산관리 시스템의 지령에 따라 2개가 있는 스택카 크레인으로 끌어내어, 자주식 밀롤스탠드로 체크되어 스탠드가 소정의 장소에 옮겨가게 된다. 코루게이터

에서 다 쓴 원지는 스탠드가 들어오는 반대측 레일에 보내져 대차를 타게 된다. 거의 자동화되어 있지만 특수재료의 원지는 일부 온라인으로 포크로 처리하고 있는 부분도 있다. 설득력이 있는 데이터로 엔드유저에게 지질·지폭의 단순화, 집약화에 대한 협력을 부탁하게 된다.

② 제조부분

여기가 우리회사의 핵심인데, Corrugator는 갑사에서 만들었지만, 많이개조된 것이다. 우리 회사의 아이디어를 받아 공동개발을 하였다.

작업은 기본적으로 납기순으로 공정을 짜고 있다. 생산관리시스템을 가장 단순화 시키는 수주 순서로 짜지만 최종적인 백크가 되는 배송의 문제가 해결되지 않아, 현재는 납기순으로 하고 있다.

원지 연결준비는 아직 사람이 하고 있는데, 인간의 두뇌에 가까운 광뉴로 컴퓨터와 텔레비전 카메라에 사용되는 고밀도 CCD (Cargo Coupled Device)센서가 좀 값이 싸지면 사람의 움직임을 하는 로봇트에 유연한 일을 시키려고 한다.

여기는 커터부, 여기에서 나오는 것은 Folder-Gluer에 걸리는 상태의 Box Blank이다. 인쇄도 이미 끝났다. 필요하다면 Diecutting도 된다. 이것은 종래의 Corrugator가 아니다. 새로운 일관 생산시스템이다. Y.M.C.B.W의 5색도 탄뎀 (5색의 탄뎀설계이어서 실질적으로 10색을 인쇄할 수 있다.) Printer가 열판 다음에 자리하고 있다.

인쇄판은 필요없다. 최종교정이 끝난 거래쳐 색상원고를 CAD로 돛트데이터에 넣은 파일이 인쇄판을 대신한다. 압축해도 평균 12MB로 되기 때문에 광디스크에 보존하고 있다.

Repeat Order라면 데이터를 송신하기만 하면 되기 때문에 20초 정도로 인쇄판의 교체가 가능하고, 대기 유닛트를 가진 탄뎀의 시스템으로 묶을 필요가 없다.

지정색으로 소롯트의 색교체가 계속되면 계산상으로는 능력이 부족하지 않을까 싶지만 그러나 괜찮다. 프린터 후에 Laser Cutter가 3개 있다. Slitter-Scorer-Creaser Cutter의 3대이다. 레이저 발전기가 CO₂ 가스에 따른 출력은 20KW급이면 1기로 전부가 될수 있지만, CO₂ 로 5KW 정도의 기능을 분담시킨다.

개발에는 5년이 걸렸고, 기본 특허는 우리회사가 가지고

있고, 주변특허는 우리회사와 감사가 공유하고 있다.

Box Blank를 처리하는 Folder-Gluer는 보통의 형식이다. 레이저 커터를 쓰기 때문에 Fish-tale은 나오지 않으며, 3계열이지만 이것은 폴더글루어의 치수변경이 늦기 때문이다.

레이저 커터는 기계방향의 치수가 달라도 되지만, 그렇게 하면 폴더가 따라가지 못하여 이 문제는 새로운 아이디어로 개발중에 있다. 최종절단 후 팻릿타이저에서 컨베이어로 자동창고로 옮겨가는 것은 종래와 비슷하다.

생산요원은 1 Shift 6인의 4 Shift 3교대이다. 2인은 기계의 유지보수가 주 임무이다. 완전 일관시스템이어서 1개소라도 고장이 나면 전부 서게된다.

생산량은 월 500만 m² 정도이고, 시트판매는 사실상 없다. 지함메이커로 부터 온 주문중에도 상자로 출하한다. 코스트가 저렴하기 때문에 지함메이커도 마진을 취하고, 실속 없는 직접 상자제조에서 손을 떼는 것이 즐거울 것이다.

③ 출하 터미널

모니터 TV가 있지만 무인이며, 자동 포크가 다니고 있고, 팻릿에 바코드가 붙어있어 포크는 그것을 읽어 지령대로 출하구의 컨베이어에 운반한다.

포크와 생산관리 시스템은 무선으로 교신하고 있고, 트럭 운전수의 적재 작업은 보통의 형태이다. 우리회사의 특징이기도 한 아주 작은 극 소롯트 수주의 출하는 이 터미널에서는 취급하지 않는다.

배송은 영업사원이 거래처에 운반하든지 특수배달 한다.

돌아오는 경우도 있는데, 원칙적으로 1개이든, 1,000개이든 생산코스트가 변하지 않는 시스템을 구축했는데 배송만은 잘 되지 않는다. 좋은 방법은 없겠는가?

④ 컴퓨터실

통신과 파일의 서버로서 움직이는 호스트계산기가 여기에 있지만, 특별히 컴퓨터실이라 이름붙이지 않고 우리회사는 철저히 분산처리하고 있다.

각 단말기계를 가진 32비트의 판단과 계산을 동시에 처리하는 LSI인 RISC컴퓨터 (Reduced Instruction Set CPU Intel 8086 Series)로 계산능력은 여유가 있으며, 데이터 시킬 것이 있으면 계산과 제어가 필요한 그 장소에서 리얼타임 온라인으로 즐겁다.

⑤ 설계·개발·실험실

CAD-CAM, Design 기본제작기계, 시험기계류 등이 여기에 있고, 사원들의 지혜와 탐구력, 연구가 재산이어서 여기에 힘을 쏟고 있다.

우리회사가 개발한 기계류를 메이커가 만들게 해서 판매하는 것은 이 곳 멤버들의 일이다.

⑥ 사원 연구소 겸 클럽하우스

커터에서 시트를 만들어 공급하는 것이 이상하다는 착상 연구는 유럽·일본에서도 활발하다. 그리고 컴퓨터의 칼라프린트 방식이 공업용프린터에 응용된 것이어서 옛날 플렉소 인쇄기에 비하면 값이 비싸다. 그런데 시트를 만들때 발생하는 로스, 취급공수, 보관장소, 셋트시간, 프린터에 필요한 인원수 등등 모두를 따지면 플렉소의 3배가 되어도 값이 싼 결과가 된다.

열판을 나와 쉘(輻)이 생기는 것은 상자를 바로 가공하지 않고 시트를 휴면시키는 경시 변화로 인한게 아닌가? 그 문제도 일거에 해소 되었다.

지분발생 문제도 레이저 커터여서 해결되었다. 종래의 커터로도 문제는 없지만, 레이저여서 주행하고 있는 시트에도 자유자재로 커팅할 수 있는것이다. 그렇기 때문에 빔은 최저 매초 10M로 진폭하는 기구가 필요하다. 이상의 이야기는 현실이 아니다. 현재의 골판지 기술도 급속히 발전되고 있지만, 21세기에는 기술적으로 이 보다 더 큰시트에서 상자까지의 In Line System으로 발전할 것이다.

Ⅶ. 매력있는 골판지포장산업을 목표로

- 1) 골판지 산업은 매력있는 업종
- 2) 지구환경 이슈와 환경친화적 소재의 홍보
- 3) 인재양성
- 4) 골판지 포장기술인의 협회조직과 기술개발연구 분위기 조성 그리고 정보교환
- 5) 기업부설 기술·개발연구소의 설치
- 6) 21세기를 향한 포장문화의 창조

Ⅷ. 포장 문화

우리 포장업계에서는 포장문화라는 말을 자주 사용한다. 과연 우리 포장업계에 문화가 있는 것일까? 우리 포장업계 종사자들이 그 문화의 긍지와 향기를 맞고 있는가? 우리나라 국어사전을 찾아보면 "문화란 진리를 구하고 끝

임없이 진보 향상을 꾀하는 인간의 정신적 활동, 또는 그에 의해 만들어 진 것"이라 되어 있고, 일본의 사전에 의하면

"문화란 인간이 자연상태에서 벗어나 자연에 손을 가하여 그 이상을 실현해가는 것, 또 그 결과 얻어진 것의 총합체"라고 되어 있는데, 이것을 다시 "생활수준이나 사상, 모럴의 수준을 올리고자 하는 이상실현에의 인간의 활동과 그 결과"라고 풀어볼수도 있을 것이다. 『문화란 이상실현에의 인간의 활동과 그 결과로서의 총합체』란 표현으로 요약할 수 있을 것이다.

오늘날의 경제사회는 포장업계를 포함해서 치열한 경쟁사회임으로 그러기에 기업의 차별화와 독자성을 구하고 있는 것이다. 그래서 기술개발력, 상품개발력, 생산능력, 고품질 대책, 고객만족, 인재육성, 경영방침, 철학, 지역봉사 등 기업의 잠재력, 지식력, 조직력을 높이고 타사와의 본질적 차별화를 지향하는 변신의 노력을 지속하고 있으며, 회사경영의 방향설정, 회사경영의 이상과 영속성을 구하고 있음은 전체 종사자, 사원들의 이상을 구하는 자세이며 또한 기업 문화 그 자체이기도 한 것이다.

우리가 포장문화라는 말을 할 때, 이는 기업문화와 같은 발상이 되는 것이다. 포장산업에 종사하는 모두가 포장업계의 이상을 구하여 행동하고, 그리고 사회전체에 포장계의 무엇인가를 자랑할 수 있는 것을 임팩트로 남길 수 있는 포장업계 행동의 최대공약수가 포장문화가 될것이다.

그러므로 포장업계의 모두가 얼마만큼 이상을 구하여 행동하는가? 그 행동의 크기에 따라 포장문화가 크게도 되고 작게도 되는 것일 것이다.

현재의 포장업계에서는 포장문화를 자랑스럽게 말하는 사람들이 적은 것같이 생각되는데, 만약 그렇다면 역시 이상을 구하는 행동량이 적다는 말이 된다.

오늘과 같이 환경대응포장이 요구되는 시대에 포장산업이 얼마나 사회적으로 가치있게 공헌하며, 비전 있는 산업이라는 것을 세상에 알리며, 세상을 일깨워 가야 할것이다. 일본의 동종 골판지업계가 가나사와 교향악단을 협찬하는 메시나 운동이나, 신문·TV에 대대적인 골판지업계의 홍보를 하고 있는 것등은 좋은 본보기의 하나이다.

젊고 유능한 인재들이 우리업계를 선호하여 몰려 들어올 수 있는 여건을 조성해야 한다. 골판지포장 기술자들이 연구하고 기술발전의 터를 닦고, 그러한 노력이 뒷받침 되어

야 새로운 포장문화 창조의 기틀이 잡혀가게 될 것이다. 그것은 포장업계에 종사하는 사람들이 사회적으로 표준 이상의 생활수준을 유지하고, 그것을 포장인 자신이 자랑으로 삼고 사회적으로도 인정받는 것을 의미하는 것이다.

먼저 포장업계가 공급하는 포장제품은 소비자가 생각하고 있는 이상의 기술수준을 가진 고품질이어야 하고, 일반인이 접하는 포장인이 사회인으로서도 존경을 받는데 충분한 책임감과 의무감 그리고 자질을 가지고 그것을 포장인 자신도 자랑으로 삼고있는 사람들이 되어야 한다.

포장문화는 하늘에서 떨어지는 것이 아니며, 옛날부터 있어온 것도 아니다.

포장인과 관련업계의 모두가 포장의 이상을 사회적으로 실현하고, 유지하고자 노력하는 그런 행위와 축적이 되어 비로소 포장문화가 탄생하게 되는 것이다. "포장산업 있고, 포장문화 있다"고 우리포장인들이 가슴펴고 스스로 자랑스럽게 이야기할 수 있어야 한다.

우리는 현재 포장인이 사회적으로 그레이드 다운 되어있다고 말하지만, 그것은 우리 스스로가 자초한 결과이며, 우리는 우리의 위상을 우리 스스로가 제고 해야 하는 것이다.

우리는 왜 덤핑으로 스스로 저질이라는 소리를 자초해야 하는가? 우리는 왜 3D산업이라고만 해야 하는가? 우리는 그것을 먼저 벗어나야 하는 것이다. 골판지포장산업이나 자신부터, 내회사에서부터 자신의 회사 문화창조를 위하여 힘쓰게 되면, 그것이 업계의 문화로, 사회의 문화로, 국가의 문화로 이어지는 것이다.

우리 골판지 기술인 스스로가 적극적으로 나서서 함께 노력해야 할 중요과제이다. 결과는 씨 뿌린 대로 거둔다고 하는 말이다. 하나님은 스스로 돕는자를 돕는다고도 했다.

세상이 하루가 다르게 급속한 변화를 가져오고 있다. 그럴수록 우리는 포장문화의 슬기로운 정립이 요구되고 필요한 것이다. 바로 우리 모두가 그런 바탕위에서 살아가고 생활해야 일등국민이 되기 때문이다.