



21世紀 哥板紙包裝產業의 健全化 戰略 知識產業化·新需要開拓·環境適應이 要諦

韓國哥板紙包裝工業協同組合 專務理事
江原大學校 兼任講師 安憲榮

☞ 칼럼筆陣 ☞

- 安憲榮 [본지 편집인 · 한국포장물류연구소 소장] 30 · 33 號
- 尹文奎 [순천향대학교 교수 · 로지스틱학회장 경영학박사] 29 號
- 趙炳默 [강원대학교 교수 · 농학박사] 28 號

1. 20世紀 哥板紙包裝產業 素描

공지의 사실과 같이 이 지구상에서 『골판지』가 발명된 것은 1856년 영국의 Edward Charles Hearley와 Edward Ellis Allen 양씨가 종이에 골을 쳐서 특허를 받은 후, 1875년 미국의 Robert H. Thompson과 Henry Norris양씨가 각각 편면 골판지를 제조하고, 양사를 합병한 것이 골판지포장기업화 효시(嚆矢)가 되며, 우리나라에서는 1938년에 현 일본 령고(주)의 동사 서울 영업소가 서울 영등포에 설립되면서 골판지 Sheet가 우리나라에 처음 선을 보인 것으로 되어있으며, 이어서 1953년에 설립된 신흥제지공업주식회사의 골판지포장공장이 우리나라에 있어 골판지포장 선발기업으로 기록되고 있다.

골판지포장산업의 기업화 역사는 세계적으로 125년이 되지만, 본격 산업화는 20세기 100년동안이며, 우리나라는 47년간이 되는 셈이다.

한국의 골판지포장산업은 1960년도 골판지제조 공장수가 4개, 연간 생산량이 675만m², 1970년도 공장수가 58개, 연간 생산량이 1억1천만m², 1980년도 공장수가 138개, 연간 생산량이 7억1천만 m², 1990년도 공장수 171개, 연간 생산량이 22억2천만m², 1998년도 생산량 33억 m²로 세계 랭킹 9위를 마크하고 있다.

또한 1980년도에 산업계에 Computer System의 도입과 함께 분리다공정의 골판지포장제조공정의 단순화(單純化 : 분리 8공정에서 → 5공정 → 3공정 → 2공정으로), 자동화라는 근대화기를 거쳐, 광폭화, 고속화에 의한 양

적 성장은 괄목하였으나, 경영의 질적 미급(未及)과 수급 불균형으로 구조재편의 도전을 맞고 있는 것이 20세기 골판지포장산업의 진면목(眞面目)이라 하겠다.

2. 20世紀에서 發達된 哥板紙包裝產業의 諸課題

20세기에 접어들면서 본격화된 골판지포장산업은 제지산업의 발전과 더불어 미국·북유럽에서 본격화 되면서 초기의 수공업적 공정이 점점 자동화 되어오다가, 자본주의 경제체제의 발전으로 대량생산, 대량유통, 대량소비 시대가 전개되어 1998년도 세계 골판지포장 생산량은 1100억 m²에 이르고 있으며, 교통의 발달과 통신의 발달로 세계 교역의 신속화, 소비자 Needs의 다양화에 따른 포장재의 고급 다양화상황에 이르게 되었다.

이에 수반하여 골판지포장의 구조역학(構造力學) 우수성과 염가성, 대량생산성 그리고 20세기 후반기 최대 과제인 지구환경 보존 Green Round와 맞물려, 골판지포장의 친환경성에 따른 신기술·고기능 개발에 주력하게 되어, 골판지포장은 일약 각광받는 포장재로 입증받게 되었다.

3. 21世紀 哥板紙包裝產業의 健全化 戰略

다가오는 21세기에 있어, 골판지포장산업이 20세기에 조성된 요건에서 좋은점은 더욱 발전시키고, 저해요인은 이를 과감히 혁신해야 할 것이다. 그 과제는 여러 가지가 있겠으나, 본 칼럼에서는 가장 기본이 되는 5대 과제를 언급하여 21세기 첫해인 2000년도 기업경영전략 수립자료로 자 하고저 한다.

① 經營의 知識產業化

첫째과제는 골판지포장기업의 경영을 『지식산업화』 즉 Soft화 하는 일이다.

그간의 우리나라 골판지포장산업 50년은 골판지원지산업의 국제수준화, 골판지포장설비의 고성능화가 이어져, 그런대로 장족의 발전을 가져왔으나, 20세기말 현시점에 있어 골판지포장기업의 경영관리력, 기술력이 한계에 이르렀고 있으며, 오늘날의 우리나라 산업구조자체가 골판지포장다수 경공업은 위축일로이며, 소비자의 기호는 다종 다양하고, 골판지포장 세일스는 제안판매(提案販賣)에 능하지 않으면 발 붙일 곳이 없고, 기업내부 관리는 Lead Time 관리가 아니면 경쟁에서 이길 수가 없는 상황에 이르렀다.

이러한 일련의 상황을 타개하려면 일차적으로 경영의 지식산업화를 시도해야 한다.

② 新需要 開拓의 多角化

기업의 채산성은 과당 투매경쟁이 없어야 하며, 과당투매 경쟁을 막는 길은 수요공급 균형을 유지시키는 일이다. 공급초과가 120%이상 넘는 여건에서 채산 가격으로 판매한다는 것은 지난사(至難事)이다.

그럼으로 각자 또는 공동으로 골판지포장 신수요 시장을 개척하여 수급균형화를 유지하는 일이다.

골판지는 포장으로서의 용도뿐만 아니라, 골판지의 포장 이외 용도도 무한대이다.

현재 골판지 포장수요 개척대상 분야로는 무포장 상태로 있는 농산물 업체류 등 분야, 수산물, 임산물 분야가 그대로 남아 있으며, 골판지의 포장외 용도로는 1) 골판지제 PALLET 2) 골판지제 서랍식 서류보관함 3) 골판지제 공구 상점에서의 공구 진열장 4) 골판지제 간이의자, 간이텐트 5) 골판지제 전시장 부스 칸막이 판재 6) 골판지 투표함, 간이옷장 7) 골판지제 쓰레기통 8) 골판지제 완구 9) 골판지제 벽간 방음판재 10) 골판지제 콘크리트 거푸집 보조재 11) 골판지제 농산물 종묘판 및 이식분등 수없이 많다.

③ 收益經營 技法의 改革

『수주산업(受注産業)』인 골판지포장 기업은 숙명적인 과

당경쟁 요소가 내재(內在)하고 있다고들 흔히 말한다.

기업관리에 있어, 생산을 효율적으로 하여 COST를 DOWN하는 것도 중요하지만, 이윤이 확보되는 판가 정책은 더 중요하다. 각 기업의 재무구조나 설비 및 관리능력에 따라 제품원가에 다소 차이는 있을 수 있으나, 생산 COST + 적정이윤의 가격은 원가이하로 투매하지 않는 한 대차가 없다.

그럼으로 21세기에는 골판지포장기업 최고 경영자는 적정판가 결정을 『판가 결정 심의회』를 구성 의결하여 경영행위로 결재하는 경영기법으로 바뀌어야 하며, 이윤없이 투매하는 행위를 부끄럽게 생각하는 기업풍토를 조성하고, 전사원에게 원가의식 교육을 일상화해야 한다.

④ 環境適應包裝開發에 注力

21세기의 최대이슈는 지구환경 보전과제가 될 것이며, 배출 쓰레기의 40%를 점하는 포장·포장폐기물에 대한 규제정책도 더욱더 강화될 것이다. 환경저해나 위해를 주는 포장재는 사용 제한 또는 사용을 금지하게 될 것이며, 포장재의 원료취득에서부터 생산공정, 유통, 사용, 폐기, 재활용에 이르는 전과정의 청정화를 요구하게 될 것이다. 그럼으로 골판지포장의 단일재(單一材)의 유지와 강도, 선도유지기능 포장개발에 있어 환경친화성에 주력해야 한다.

⑤ 包裝產業 PR및 文化 運動의 展開

20세기가 팻쇼·침략정책의 대두와 해방, 자본주의와 공산주의의 대결과 공산주의 붕괴, 양차 세계대전, 국제연합 탄생과 평화의 모색, 우주개발, 핵무기등장, COMPUTER의 발명, BLOC화와 경제전, 60억 인구의 증가, 지구환경오염, 물질만능주의, 도덕의 타락... 등등 많은 발전과 소용드리가 있었다. 오는 21세기는 인간의 자각과 자연환경의 보전, 도덕성의 회복등 신사상이 나타날 것이다. 모든 산업도 이런 맥락에서 기획되고 변화할 것이다. 그럼으로 포장산업에 있어, 포장기능이 본래의 경제적 기능외에 인간의 마음을 풍요롭게 충족 해주는 『효용 가치 창출』 포장설계와 포장의 PR, 그리고 포장산업이 『메세나』 문화운동에 적극 참여하여, 포장산업의 신선한 Image를 사람들의 가슴속에 심어주어야 한다.