

새 천년 포장산업의 조망

21세기, 새 천년이 밝았다.

최근 몇 년간 포장산업계는 IMF의 어려움을 넘어 밝은 새 천년을 맞이하기 위한 탄탄한 준비의 과정을 거쳤고, 이제 그 준비단계를 지나 단계적인 발전의 과정 앞에 서 있다.

이러한 포장산업계의 일보에 도움이 되고자,

본 지에서는 포장산업 각 분야에 종사하는 실무자들과 함께 미래를 조망하는 시간을 마련했다.

이번 좌담회를 통해 국내 및 세계 포장산업을 가늠하고, 밝고 힘찬 희망을 현실화하는데 도움이 될 수 있기를 기대한다.

- 편집자 주 -

■ 일 시 1999. 12. 15. 수. 14:00

■ 장 소 (사)한국포장협회 회의실

■ 사 회 공재홍 (사)한국포장협회 상무이사

■ 참석자

김문기 두산포장(주) 생산지원팀 부장

서대원 (주)원지산업 제조팀 팀장

이춘배 한솔제지(주) 마케팅팀 과장

박종영 SKC(주) 필름판매팀 과장

이동우 조일제지(주) 영업2부 부장

(이상 가나다 순)

■ 정 리 윤지은 · 이선경 기자



공재홍

(사)한국포장협회 상무이사

공재홍 : 저희 월간 포장계는 매년 신년호를 준비하면서 좌담회를 개최해 왔습니다. 올해도 좌담회를 개최하는 것에는 변함이 없으나 이번에는 한 세기를 마감하고 새 천년을 준비한다는 점에서 의미가 더해지는 것 같습니다. 이번 좌담회에서는 99년을 마감하고 2000년을 맞으면서 각 업계별 우수업체의 실무자들로부터 포장산업 현황 및 변화의 방향성에 대한 견해를 들어보도록 하겠습니다.

포장산업의 경우 이질적인 분야들이 모여있는 특성이 있는데 그 중 종이와 합성수지가 양대산맥을 이루고 있다고 해도 과언이 아닐 것입니다. 현재 국내 포장산업의 규모는 총 10조원 내지 12조원으로 추정되고 있는데 이 중 골판지와 마닐라지 등 순수 포장용지가 3조7천억원 정도를 차지, 가장 큰 비중을 차지하고 있고 합성수지의 경우 3조5천억원 규모입니다. 그리고 나머지는 유리, 제관, 목재, 기계 등 다양한 분야가 차지하고 있습니다.

국내 포장산업의 초창기인 60년대부터 70년대까지는 클레임이 많았던 것이 사실입니다. 그렇게 시작단계를 지나 3공화국 때 정부에서 디자인에 관심을 가지고 기관을 설치하는 등의 움직임이 있었지만 순수 포장분야의 기관은 그 존재가 부재했습니다.

교육기관만 비교해 보더라도 해외의 경우 미국, 프랑스, 태국 등과 유럽 10여개국에 이르는 국가에서 대학 내 포장전문과정을 설치해 놓았으나 우리나라는 가까운 일본을 중심으로 사교하다 보니 대학에서 포장교육을 실시한다는 것은 생각하지 못했던 것이 사실입니다. 참고로 일본의 포장교육은 대학 중심이 아니라 업체 및 연구실 중심입니다.

그러던 중 지난 95년 현 경북과학대학의 전신인 동국전문대학에 포장과가 신설되고, 뒤이어 96년 신성대학에 산업포장과가 설립되는 것을 시작으로 산업계와 학계에서 전문분야로 자리를 굳혀가고 있고, 2000년대에 들어서서는 4년제 대학 내 포장학과 설치 등 좀 더 전문성을 띄는 모습으로 발전할 것이라 생각되어집니다.

그럼 본론으로 들어가 첫 번째 내용부터 토의를 시작해 보도록 하겠습니다. 99년도를 중심으로 생산 및 수출량을 비교·추이해 보면서 지난 세기 포장산업을 돌아볼 수 있었으면 합니다.

먼저 제지분야에 대해 한솔제지 주식회사의 이춘배 과장님께 들어보도록 하겠습니다.

이춘배 : 우선 저희 한솔제지 주식회사가 백판지 사업을 시작한 지가 5년여 밖에 되지 않아 국내 제지시장의 30년 역사를 거론한다는 것이 조금은 어려운 일입니다만, 제가 가진 데이터 내에서 충분히 말씀드리도록 하겠습니다.

국내 백판지 사업의 역사는 신평제지에서 시작되었다고 볼 수 있습니다. 현재 국내 생산 규모는 150만톤 정도이고, 이 중 3분의 1정도인 56만톤을 내수로 소화하고 있고 나머지 1백만톤은 수출하고 있습니다.

공재홍 : 수출은 어느 지역에 주로 하고 계십니까?

이춘배 : 예, 주로 홍콩과 중국, 동남아 등지이고 중동지역에도 진출해 있습니다. 일단 백판지는 인쇄용지와는 다르게 원료가 90% 이상 자급되기 때문에 3분의 2이상 수출을 해도 내수시장을 유지할 수 있습니다.

특히 동남아 시장에서는 일본이나 대만, 중국보다 생산성이 우수한 것으로 인정받고 있고, 내수시장도 안정적이어서 백판지업계는 내년에도 이러한 구조가 유지될 것으로 예상됩니다.

한가지 예측되는 변화가 있다면 WTO 체결로 인해 중국시장의 획기적인 변화가 예상됩니다. 참고로 저희 한솔제지는 이러한 변화에 대비해 홍콩의 백판지 공장을 인수하고 내년부터 가동에 들어가 본격적으로 중국시장에 진출할 예정입니다.

이에 따라 2000년 이후 아시아의 기존 시장과 중국을 중심으로 한솔제지에서 생산하는 백판지의 전량을 판매할 수 있을 것으로 예상하고 있습니다.

공재홍 : 유럽 쪽으로의 수출은 어떻습니까?

이춘배 : 운반비가 워낙 많이 들기 때문에 원거리 수출은 경쟁력이 없는 것이 사실입니다. 그래서 원지보다는 인쇄·가공 후에 진출하는 경우가 있지만 미미한 수준입니다.

공재홍 : 예, 감사합니다. 다음으로는 유리분야의 현황에 대해 두산포장 주식회사의 김문기 부장님으로부터 들어보도록 하겠습니다.

김문기 : 유리산업은 내수위주의 산업입니다. 연간 유리병 생산규모는 80~90만톤 정도이고 그 중 10% 이하만이 수출되고 있고 나머지는 모두 내수로 사용되고 있습니다.

유리병 역시 부피단위의 제품이어서 수출의 경우 운송거리, 무



이춘배

한솔제지(주) 마케팅팀 과장



특집좌담회



김문기

두산포장(주) 생산지원팀 부장

게 등과 관련해 비용이 많이 들어 경쟁력이 없기 때문에 그 양이 적은 실정이고, 산업의 특성상 앞으로도 수출을 지향하는 경향은 없을 것입니다. 98년 이후 IMF의 영향으로 소비가 줄어들면서 내수기반이 약화되어 생산량이 60~70만톤까지 줄었고 전체적으로는 30~40만톤 정도가 내수로 사용되었습니다. 이 중 일본과 동남아 시장을 중심으로 10만톤 정도의 수출실적을 보였습니다.

공재홍 : 그렇다면 2000년 이후에는 어떻겠습니까?

김문기 : 조금 전에도 말씀드렸던 것처럼 산업구조의 특성상 수출지향적인 성향을 띄지는 못하고, 내수기반에 비중을 둘 것으로 예상됩니다.

공재홍 : 규모는 어느 정도입니까?

김문기 : 매년 평균 5% 내외의 성장세를 보여왔으나, IMF 이후 97년부터 98년까지는 감소세를 보였습니다. 지난 98년 하반기부터는 소비가 상승하면서 올해 들어 생산과 판매가 증가했고 97년 이전 생산 및 판매 규모의 90% 정도를 달성했습니다. 지난 해 수요량의 부족분은 수입해 사용했는데 이로 인해 올해는 부분적으로 다운되었던 라인의 증설을 고려하고 있습니다. 내년에는 내수적인 측면에서 양적인 증가가 예상되지만, 수출의 변화는 별반 없을 것으로 보입니다.

공재홍 : 다음으로 SKC(주) 필름판매팀의 박종영 과장님으로부터 필름분야에 대한 전반적인 흐름을 들어보도록 하겠습니다.

박종영 : 필름분야는 현재 OPP의 양이 가장 많은 비중을 차지하고 있고, 그 외에 PET와 나일론 등이 다수의 시장을 점하고 있습니다. 필름시장은 내년에도 이와 유사한 트렌드로 갈 것으로 예상됩니다. 전세계적으로 PET시장을 살펴보면 연간 130만톤 정도가 생산되고 있는데 현재는 생산이 수요를 초과하고 있습니다. 한국의 PET시장은 연간 30만톤을 생산하고 있는데, 연포장용과 그 외의 용도로 호환생산이 가능합니다. 현재 연포장용으로는 1,5000톤 정도가 소요되고 있는데, 국내시장도 세계시장과 마찬가지로 공급이 초과된 상태입니다.

PET시장은 세계적으로 5% 정도 성장률을 보였고 동남아의 경우 7~8%, 연포장 분야는 10% 이상의 성장세가 예측됩니다. 수출량은 30만톤 정도인데 이는 세계시장의 25% 정도를 차지하는 규모입니다. 현재 PET필름은 생산량의 60% 이상을 수출에 의존

하고 있는데, PET의 경우 수출과정에서 컨테이너 적재시 용이해 미국이나 유럽 등에도 수출량이 많습니다. 2000년 이후에는 수출량이 더욱 늘 것으로 예상되며 배리어성과 미려함, 다기능성이 요구되는 포장의 경우 PET가 기존 필름보다 유리하기 때문에 수요가 늘어날 것으로 전망하고 있습니다.

공재홍 : 예, 감사합니다. 다음으로는 골판지와 골판지 원지분야를 조일제지 주식회사 이동우 부장님께 들어보도록 하겠습니다.

이동우 : 골판지 및 골판지원지 분야의 경우 우선 생산측면에서 살펴보면, 80년대 말 메이저급 업체들이 1차 증설을 시작했습니다. 그리고 96년에 다시 2차 증설을 했는데 안타깝게도 모든 업체들이 유사 시점에 증설을 하면서 90년대 들어서 공급과잉 문제가 심각해졌습니다. 골판지 원지의 경우 골판지의 수요에 따라 증설이 되어야 하는데 93년부터 95년까지는 농산물상자 용도의 수요가 폭발해 각 업체마다 모두 증설을 했고 이로 인해 업계에 40% 이상의 공급과잉 현상이 초래되었습니다. 참고로 골판지업계의 경우 성장률이 90년도에 들어 7~8%선을 유지하고 있습니다. 골판지원지의 경우 97년부터 99년까지 증설 후 3년간은 20% 정도의 수요증가를 예상했으나 아직 25~30% 이상 공급과잉 현상이 남아있는데 이는 98년 IMF 관리체제의 영향인 것으로 판단됩니다. 내수의 경우 판지가 7~8% 정도 성장률을 보였고 나머지는 공급과잉의 영향으로 어려움을 겪었습니다. 골판지원지업계의 수출은 일반적으로 내수가 중심이고, 여력분을 수출하기 때문에 내수가 불안정했던 올해의 경우 수출물량이 증가했습니다. 기존 내수대비 수출량이 15% 내외였는데 반해 올해의 경우 20% 정도까지 그 비중이 늘어났습니다. 조일제지의 경우 수출비중이 평균치보다 커 25% 정도입니다.

90년대 하반기 공급과잉으로 인한 골판지 원지업계의 어려움은 2000년대 초까지도 이어질 것으로 예상됩니다. 한가지 중요한 점은 국내 고지과동으로 인해 어려움을 겪고 있는 지금, 내수의 경우 고지로 활용할 수 있으므로 내년에는 업계에서 수출을 자제해 우선적으로 심각한 고지과동 문제를 해결해야 한다고 생각합니다.

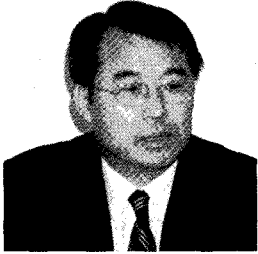
공재홍 : 수출시장의 분포는 어떻습니까?

이동우 : 골판지원지의 경우 국제적으로 두가지 사양이 있는데 동남아 시장



이동우

조일제지(주) 영업2부 부장



공재홍

(사)한국포장협회 상무이사

에서 주로 사용하는 테스트라이너는 재생원지의 표면에 원지를 입힌 것으로 가격이 저렴하고 대중적이며, 유럽과 미국 등지에서 주로 사용되는 크라프트 라이너 보드의 경우 미국에서는 고지를 약간 섞지만, 일반적으로는 펄프를 그대로 사용하는 고급원지입니다. 그렇기 때문에 테스트라이너지를 주로 생산하는 국내 시장의 수출량은 90% 이상이 동남아 시장과 중국에 치우쳐 있습니다.

공재홍 : 첫 번째 질문에 대한 마지막 답변을 들어보도록 하겠습니다. 연포장분야에 대해 주식회사 원지산업의 서대원 팀장님께서 말씀해 주시겠습니까.

서대원 : 예, 저는 97년을 기점으로 IMF 전후 상황을 비교해 보도록 하겠습니다. 97년 이전에는 해외시장 의존도가 낮았으나 이후에는 환율이 급상승하면서 수출위주의 마케팅정책을 수립해 동남아와 필리핀, 태국 등을 중심으로 해외시장에 경쟁적으로 진출했는데 이 나라들이 제품은 우수하지만 가격이 비싼 기존 일본제품 대신 제품의 질이 일본의 그것과 유사하고, 가격은 저렴한 한국제품을 사용하기 시작하면서 수출량이 점차적으로 늘어났습니다. 한 예로 미국, 유럽지역의 수출은 저희 원지산업의 경우는 전체의 25% 정도를 수출하는 등 수출시장이 긍정적으로 형성되었습니다. 그러나 해외시장에서 국내기업의 과당경쟁으로 인해 각 회사 이미지는 물론 국가 이미지에도 손상을 입히는 경우가 초래되기도 했습니다. 현재 연포장업계의 현황은 IMF 이후 부실기업이 정리되고 건실한 구조를 갖춘 기업만이 남아 고품질 제품 생산이 가능해지고 해외시장 진출은 늘어나고 내부 결속력은 강화된 상태로 보여집니다.

또한 수출 의존도는 25~30% 정도로 예상되며 매출액 200억 원 이상 규모의 업체들은 내년도에 국제간 교역이 활발해질 것으로 보입니다. 국제원유가 10% 이상 상승이 예고되고 있고, 국가간 교류가 활발해질 것으로 보이는데 전면 수입 개방 등으로 수요와 공급이 맞물림으로써 연포장 쪽의 활성화가 예상됩니다. 이로 인해 연포장업계는 내년도 매출пози션을 높게 책정하고 있습니다.

공재홍 : 좋은 말씀 들었습니다. 그렇다면 2000년 이후부터 10년여까지의 전망에 대해 말씀해 주시겠습니까?

서대원 : 이 자리에서 10년 여를 전망한다는 것은 업계를 대변한다는 의미

인만큼 부담스럽기는 하지만, 제 나름대로의 생각들을 정리해 보겠습니다.

지난 95년과 98년에 일본을 다녀왔는데 일본 시장체제에 변화가 일고 있다는 것을 알 수 있었습니다. 참고로 일본 포장산업의 규모는 총 7조5천억엔으로 한국의 8배 정도입니다. 이 중 종이가 58%인 1천3백50만톤, 플라스틱이 15% 정도인 3백65만톤, 금속 캔이 2백80만톤으로 12% 정도의 포지션을 차지하고 있습니다. 일본 시장체제의 변화는 선진화될수록 유저들이 단납기, 소르트, 다품종체제를 요구하기 때문에 일어나는 것으로, 2000년에 들어서면 유연생산체제로의 좀 더 빠른 변화가 예상됩니다. 일본을 방문했을 때 일본포장학회 세미나에서 들은 바로는 일본의 경우 현재까지 철저한 분업화가 이루어졌으나 최근 들어 점차적으로 통합되는 추세라고 합니다. 예를 들어 포장의 컨셉이 결정되면 제품의 기획단계에서부터 디자인, 동판, 인쇄, 후가공, 물류과정까지 일원화하는 체계인데 이는 각 부문별로 불요불급한 요소들을 색출하는 동시에 과감한 원가절감을 도모하고 유저들이 원하는 시간에 납기하기 위해서는 협력사가 적극 동참하는 현상입니다. 가까운 일본의 정황에 비추어 국내 연포장업계를 전망해 본다면, 2000년대는 연포장업계의 제 2의 도약기로 포장시장의 경쟁이 가속화할 것으로 예측할 수 있습니다.

포장 전반의 경향은 고기능성 포장재를 요구할 것이라 생각됩니다. 단순히 담은 기능 뿐만 아니라 환경친화성과 폐기 용이성, 외관의 다양화 등이 요구되면서 캡 부착, 이지필성, 다양한 레토르트 파우치의 등장 등이 예상됩니다. 또한 환경규제 심화에 따른 환경 대응설비, 장치, 잉크, 소재 등에서도 발전된 개발이 예측됩니다. 연포장업계의 경우 식품포장재를 빼뜨릴 수 없는데 선도유지와 저염, 저당화에 따른 고차단성 신소재의 개발이 절실합니다. 또한 최근 들어 여성의 사회활동 빈도가 높아지면서 인스턴트식품, 대형 할인매장이 발달하고 있어 환경친화적이고 기능적인 포장재의 활성화에 큰 역할을 할 것으로 예측할 수 있습니다.

근래에 가장 큰 이슈인 환경에 대응해 장기적으로는 분해성 소재를 개발해야 함은 물론이고, 무용제화, 범용잉크 사용, 오염방지 설비 설치 등은 정부시책에 대응하기 위한 대책 뿐 아니라 연



서대원

(주)원지산업 제조팀 팀장



이동우

조일제지(주) 영업2부 부장

포장업체가 살아남기 위한 절대절명의 요구로 현재 연포장업체 계획의 방향성은 이 쪽으로 맞춰져 있는 상태입니다.

공재홍 : 예, 계속해서 2000년대 업계의 변모를 예측해 보는 시간을 갖도록 하겠습니다. 가깝게는 2000년도를, 가능하시면 향후 10년간의 예상되는 변화를 말씀해 주시면 감사하겠습니다. 조일제지 이동우 부장님께서 골판지 및 골판지원지분야의 변화를 예측해 주시겠습니까.

이동우 : 향후 2000년대를 전망해 보기 전 우선 골판지원지업계는 골판지 상자업체와 불가분의 연계를 가지고 있음을 전제해야 하겠습니다. 90년대 말 골판지업계는 침체됐던 박스수요 창출을 추진했으나 한계를 드러냈습니다. 이러한 과정에서 미흡했던 부분이 바로 농산물 박스분야로의 진출인데, 체계적인 포장이 가능하다면 천문학적 수요의 창출이 가능해 골판지상자업체는 이 부분에 희망을 걸고 있습니다. 또한 종이의 경우 환경친화성에서 가장 긍정적인 평가를 받고 있는 것이 사실입니다. 그렇기 때문에 환경친화적인 대체상품으로의 수요 창출을 기대할 수 있습니다. 또한 소비자들의 요구에 따라 본 기능인 상자안 내용물 보호를 기본으로 미장박스의 생산을 통한 고부가가치화가 꾸준히 이루어질 것으로 보여 희망적인 전망을 하고 있습니다.

골판지 및 골판지원지업계의 구조로 봐서 90년대 초에는 투자비가 적게 드는 산업이었으나 급격히 자동화가 이루어지면서 장치산업화되고 있는 실정입니다. 규모면에서는 양극화 현상이 예상됩니다. 제지업체들도 판매에 더욱 적극적일 것이고, 난립된 골판지업체들도 변화가 예상됩니다. 한 예로 골판지원지업체와 골판지업체, 그리고 지합업체들이 맞물려 돌아갈 수밖에 없는데 앞으로 계열화의 형식으로 일원화가 심화될 것으로 예상됩니다. 수출의 경우 90년대는 내수를 위주로 판매했고, 나머지 여력을 주로 동남아에 수출했습니다.

한편, 테스트라이너지와 크라프트라이너 보드 등의 생산을 위해 96, 97년 기준으로 미국과 유럽 등지에서 수입한 라이너지를 사용했으나 환율상승으로 97년까지 매년 원지 1종에 대해 1억불 정도 분량을 수입했었습니다. 그러나 조일제지에서 수입대체지를 개발해 현재 50%를 대체한 상태로, 내년에는 미국이나 유럽지역에

역수출의 발판을 마련하기 위해 개발 중인데, 자신감을 가지고 추진하고 있습니다.

또한 낙후된 지역인 베트남과 스리랑카 등지에는 종이원지보다는 플랜트를 수출하는 것이 좋은 전략이라 생각되며, 중국은 여력이 많으면 플랜트와 제품을 동시에 수출할 예정입니다.

특히 중국의 경우 2000년대 초까지는 시장 가능성이 있으나 그 후에는 중국의 포장기술 발전 수준으로 미루어 볼 때 수출에 어려움이 있을 것으로 예상됩니다. 그러므로 2000년 초 대 중국 수출에 대한 집중력이 필요하다고 보여집니다.

공재홍 : 제지산업의 경우 원지, 원단, 가공 등의 공정이 연관화되는 경향이 있는데 이러한 부분에 대한 전망은 어떻습니까?

이동우 : 그 부분은 자연스럽게 진행되고 있습니다. 연관화할 것인지, 다각화할 것인지에 대해 업계가 목소리를 한데로 모으는 시기는 이미 지났다고 판단되어지는데, 현재 포장산업분야에서 제지보다는 골판지업계의 시장이 커지고 있고 대형업체에서 필요한 부분을 계열사 형식으로 공급하는 경향이 뚜렷해지면서 자연스럽게 연관화 쪽으로 흐름이 이어지고 있습니다. 이러한 과정 속에서 업계가 질서 있게 유지되려면 중소기업의 업체들은 다품종소ロット화되고, 대기업의 경우는 큰 롯트의 규모있는 일들을 맡는 등 각자 특화된 부분을 만들어가야 한다고 생각합니다.

공재홍 : 예, 감사합니다. 다음으로는 필름분야의 변화를 박종영 과장님께 들어보겠습니다.

박종영 : 수급이나 양적·질적인 측면은 현재의 필름시장과 유사할 것으로 보입니다. 작년까지 캡파가 초과되어 필름메이커와 연포장업체에서의 과당경쟁이 있었던 것이 사실입니다.

이로 인해 IMF 이전보다 필름가격이 낮아지는 현상이 나타나 업계가 큰 어려움을 겪기도 했습니다. 설비 증설은 이미 2~3년전에 완료가 되었고 연포장업체의 성장이 예상되어 현 공급과잉 현상이 해결되면서 가격적인 안정세도 기대할 수 있을 것 같습니다.

필름의 경우 원자재이기 때문에 연포장업체의 변화에 편승할 수밖에 없는데, 연포장업체가 고기능성, 편리성, 환경친화성 등의 방향으로 나아갈 것으로 보여짐에 따라 소재업체인 필름업체도 고차단성, 고인쇄성, 이지커팅성, 이지필성, 분해성 필름 등의 생산에



박종영

SKC(주) 필름 판매팀 과장



김문기

두산포장(주) 생산지원팀 부장

주력하게 될 것입니다.

또 한가지 예측되는 것은 PVC가 2001년 1월부터 사용이 금지 되므로 PET필름의 수요가 늘어날 것으로 보이며, 이에 대비해 2000년 초부터는 시장공급이 가능할 것으로 예상됩니다.

PET의 경우 현재 한국과 일부 동남아 지역에서는 일반 필름을 사용하고 있지만, 유럽을 비롯한 선진국은 이미 5년여 전부터 기능성필름의 사용이 일반화되고 있기 때문에 한국의 필름사용 현황도 변화될 것으로 보여 철저한 준비를 하고 있는 중입니다.

공재홍 : 공감이가 가는 이야기입니다. 그럼 다음으로는 유리분야의 2000년대에 대해 김문기 부장님께서 전망해 주시겠습니까?

김문기 : 유리업계 전체의 규모로 봐서 신장률을 기대하기는 어려운 것 같습니다. 유리병은 오래 전부터 진행되어온 산업으로 현재까지 꾸준한 발전을 보였으나 2010년까지 장기적으로 전망해도 눈에 크게 띄는 성장은 없을 것으로 보입니다.

최근 몇 년간 PET, 캔, 종이팩 등의 타용기가 출현해 유리병을 대체하면서 시장을 잠식당했던 것이 사실인데, 이러한 현상은 유리병이 가진 취급상의 어려움, 즉 깨지기 쉽다는 단점 때문으로 예상됩니다만, 향후 10년까지 이러한 부분을 완벽하게 보완하기에는 기술적인 한계가 있는 것도 인정해야 할 사실입니다.

그러므로 2000년에는 선진외국에서 개발되고 있는 기술을 도입해 용기시장에서의 경쟁력을 키워나갈 예정이며 그간 잠식당했던 시장을 회복시킬 수 있을 것으로 보입니다.

해외유리병업계의 경우 용량 및 중량대비 30~40% 이상의 경량화가 진행되고 있어 두께가 얇고 중량이 가볍지만, 오히려 견고한 제품이 상용화되고 있습니다.

이 제품의 경우 국내에서 생산되고 있는 맥주병보다 50% 이상 경량화한 것으로 강도는 오히려 향상된 것으로 나타났습니다.

이러한 경향은 타 제품에도 영향을 미쳐 그간 잠식당했던 시장을 방어하는 것은 물론 10년 내 시장의 점유도 가능할 것으로 예상됩니다.

유리병업계가 2000년대에 들어서면서 중점적으로 추진해야 할 일은 크게 두 가지로 나누어볼 수 있는데 우선 소비자 니즈에 부합되는 제품을 생산하는 것인데 바로 제품의 경량화와 취급이 용이

한 용기로 거듭나기 위한 기술력 보강이 그것입니다. 다음으로는 제조과정에서 코스트상의 절감방안을 개발해 타용기와의 경쟁에서 살아남을 수 있는 방안을 마련해야 한다는 것입니다.

공재홍 : 다음은 이춘배 과장님께서 제지분야의 2000년대 전망을 말씀해 주시겠습니까.

이춘배 : 제지분야의 경우 2000년부터 향후 10년간의 전망을 한다는 것은 어려움이 있습니다. 왜냐하면 제지업계는 3년단위로 중장기 계획을 수정해가기 때문입니다. 그러므로 가까운 일정에 대한 예측을 말씀드리겠습니다. 우선 2000년도 제지시장은 내수 5% 정도의 성장이 예상됩니다.

생산은 10% 정도 상승될 것으로 보이나 신규증설은 없을 것입니다. 10% 정도의 생산증대는 충분히 사용이 가능할 것으로 보이는데 수요에 있어 내부적으로는 소비자 심리선호도에 따라 관련업계의 변화가 예상되며 우유에 적용되고 있는 카톤팩의 경우 현재 유리병과 논란이 있지만, 잘 해결될 것으로 생각합니다.

공재홍 : 기능성이나 기술개발 쪽의 전망은 어떻습니까?

이춘배 : 시장의 변화에 따라 제지산업이 가장 주목하는 부분은 바로 통신 판매입니다. 또한 식음료 포장쪽에서의 기술개발에도 전념하고 있습니다.

특히 1회용 제품의 경우 제지로 대체여부를 충분히 타진하고 있는데 선진국의 경우 이미 종이의 수요가 앞서가고 있고 환경호르몬 등의 문제와 관련해 국내에서도 공방이 계속되고 있습니다.

용기 쪽의 경우 유리병과 경쟁 중인 카톤우유팩의 수요가 15% 이상 증가할 것으로 예상되며 골판지의 경우 라이너의 수요가 늘 것으로 예상되기도 합니다. 한편, 최종소비자였던 대형업체들이 가공분야까지 대거 진출하면서 유통시장의 급격한 변화가 예상되는데 이에 대비한 관계의 정립도 업계가 놓쳐서는 안 될 부분이라고 생각합니다.

지난 해까지 제지업계의 6대기업의 수출량이 증가하는 추세였으나 IMF 등의 영향으로 재무구조는 취약한 편인데, 내년에는 구조적으로 흔들릴 수밖에 없을 것으로 예상하고 있고, 이에 대비해 2002년부터는 생산성을 갖춘 모습으로 거듭나기 위해 업계 전체가 노력하고 있습니다.



이춘배

한솔제지(주) 마케팅팀 과장



공재홍

(사)한국포장협회 상무이사

유통부분에 있어서는 대리점의 형태가 갖추어지고 있어 제지업체와 유통업체가 일관성을 가지기 위해 적극적인 준비과정을 거쳐 실질적인 추진단계에 들어서 있습니다.

또한 생산량의 3분의 2 이상을 수출에 의존하고 있는데 그 중 80% 이상이 홍콩과 중국에 집중되어 있습니다. 2000년에는 홍콩과 중국시장을 중심으로 한 수출시장을 더욱 견고히 하고, 내수시장을 강화하는데 주력할 것으로 보입니다. 특히 중국시장의 경우 거점을 확보하고 브랜드의 인지도를 확산시키는 것이 최대의 관건으로 2005년까지 안정적인 시장의 기반을 구축한다는 전략을 세우고 있습니다.

제지산업의 경우 일반화된 경향이 있기 때문에 품질기준의 차별화에는 무리수가 있는 것이 사실입니다. 이로 인해 제지산업에서 경쟁력을 가지기 위해서는 유통과 서비스 분야에서 차별화될 수 있어야 할 것입니다.

공재홍 : 모두 너무 값지고 좋은 말씀을 해주셔서 진행 과정 속에서 배우는 것이 참 많습니다. 저희 독자들에게 많은 도움이 될 듯 싶습니다. 계속해서 고견을 부탁드립니다. 다음으로는 20세기를 마감하며 각 업계에 잔재한 문제점과 각 산업별 장애요소나 기술개발, 환경, 정책 등에 대한 진단의 시간을 가져보겠습니다. 조금 전에 말씀해 주셨던 이춘배 과장님께서 이 부분에 대한 이야기를 시작해 주시겠습니다.

이춘배 : 시작 초에도 말씀드렸듯이 한솔제지의 백판지 사업의 역사가 5년 정도밖에 되지 않아 이번 질문에 대해서도 역시 제가 아는 한도 내에서 최선을 다해 말씀드리도록 하겠습니다.

다른 포장산업과 마찬가지로 제지산업도 그간 산업역군의 역할을 해왔던 것이 사실입니다.

상품의 가치를 업그레이드 해주는 역할을 해 온 포장산업은 앞으로 그 기능을 충실히 수행함은 물론, 오히려 그 기능성이 첨가될 것으로 예상할 수 있습니다.

백판지산업의 경우 초창기 수출부문은 신발과 의류 쪽에 치우쳐 있었고 내수는 제과와 식음료에 편중되어 있었습니다만, 90년대 들어서면서 식음료와 전자제품 포장의 수요가 늘어나고 있는 상황으로 환경문제의 대두로 환경친화성이 인정받으며 시장이 커지면

서 우유카톤팩과 감귤박스 등을 중심으로 한 농수산물 포장박스 시장이 더욱 확산될 것으로 보여집니다.

특히 농수산물 포장용 박스는 수출이 증가할수록 고급화될 가능성이 있습니다.

그간 최종소비자가 영세해 백판지 박스의 가격대를 맞추지 못하는 경향이 있었던 농수산물 박스는 또한 소비자가 일정한 규모를 유지하지 못한다는 특징을 가지고 있기도 합니다. 또한 영세적인 업체들이 많아 농수산물 박스의 디자인적 발전과 고급화에 걸림돌로 작용하기도 합니다. 반면 화장품과 제과 쪽은 인쇄성을 중시하는 특징으로 포장의 질을 중시하지만, 그 외의 부분은 아직도 가격대 맞추기에 더 많은 신경을 기울여야 하는 실정입니다. 이로 인해 제조메이커들도 가격경쟁에 치중하다보니 질적 발전을 소홀히 했던 것이 사실이라 할 수 있겠습니다.

앞으로는 소비자가 사용할 때 가격적으로나 질적으로 부담이 없고, 생산성도 향상된 제품을 개발하는데 방향이 맞춰질 것으로 보입니다.

또 한가지 제지산업의 특징은 포장의 단위가 작다는 것입니다. 즉, 한 라인당 작게는 20~30톤, 많게는 200~300톤 정도의 규모로 생산할 수밖에 없기 때문에 업체마다 몇 만톤씩의 캡팩을 갖추고 있는 현실에 비추어 볼 때 어려움이 따르기 마련입니다. 또한 규격화가 되어 있는 부분에 대해서도 각 사별로 1m단위까지 규격을 맞춰줄 것으로 요구하고 있는데 다품종 소량생산시대에 있을 수 있는 일이지는 하지만, 재단비, 인건비 등으로 인한 생산코스트가 증가하는 현상을 지적하지 않을 수 없습니다.

해외의 경우 규격화와 유통일관화가 이루어져 전체적인 생산 및 유통코스트가 점차 줄고 있음을 감안할 때 안타까운 일이 아닐 수 없습니다.

공재홍 : 제지의 경우 최근 이슈가 되고 있는 환경문제와 관련해 가장 환경친화적인 포장재로 인정받고 있는데, 실제로 환경적인 측면에서의 문제점은 전혀 없다고 보십니까?

이춘배 : 제지산업의 경우 수거된 폐지를 탈묵, 리파인, 표백 등의 과정을 거쳐 리사이클 펄프로 재활용하고 있습니다. 향후에도 이런 공정을 통한 폐지재활용은 계속될 것으로 보입니다.



이춘배

한솔제지(주) 마케팅팀 과장



박종영

SKC(주) 필름 판매팀 과장

단, 폐지를 수거해 원료화하는 과정에서 생기는 폐기물과 잉크 탈
목시 생기는 폐수의 정화 문제가 거론될 수 있는데 이것은 각 제지
생산업체마다 자체적인 재활용설비를 갖추고, 폐수를 자체 활용하
고 있어 문제가 없다고 단언할 수 있습니다.

공재홍 : 현재 합성수지 분야의 경우 환경호르몬에 대한 의구심과 소각시
발생하는 다이옥신이라는 물질로 인해 어려움을 겪고 있습니다.
하지만, 실제로는 합성수지의 환경호르몬 문제는 이미 의심할 여
지가 없다고 결론이 났고, 소각시에도 이질제품이 닿지 않은 그 자
체라면 다이옥신은 발생하지 않습니다. 또한 발생하는 경우에도
그 양은 매우 미미한 것이 사실입니다.

하지만, 중요한 것은 종지도 앞으로 환경호르몬에 대한 의구심을
받을 여지가 있음을 염두에 두고 이러한 대책마련에 힘을 기울여
야 한다고 생각합니다.

이춘배 : 좋은 지적입니다. 그 부분은 이미 저희 제지업계에서도 문제제기
가 됐던 사항으로 각 사별로 연구소에서 환경호르몬에 대한 문제
를 해결하기 위한 연구를 진행, 미국 FDA로부터 인체에 무해하다
는 인증을 획득한 상태입니다.

또한 식품용지의 경우 일회용컵지처럼 여타 용도와는 별도의 라
인을 갖추고 생산되기 때문에 별반 문제는 없습니다만, 좀 더 적극
적인 대비책이 필요하리라 생각되어집니다.

공재홍 : 예상으로는 2년 내지 3년 내에 제지분야에도 환경호르몬 문제가
제기될 것으로 보이는만큼 미리 대비하는 것이 좋을 것 같습니다.

박종영 : 사실, 환경문제와 관련해 제지분야의 경우 무조건 환경친화적인
소재로 인정받고 있는데 소재가 되는 펄프를 생산하기 위해서는
나무를 베어야 하고 이것이 지속될 경우에는 산림이 황폐화되어
생태계의 파괴까지 이어질 수 있어 장기적으로 보면 가장 비환경
적일 수도 있는 것 아닌가요?

이동우 : 무게 1톤의 종이를 생산하기 위해서 2톤의 나무가 필요한 것이 사
실입니다.

그러나 중요한 것은 현재 인류에게 많은 도움을 주고 있는 종이
의 소비량을 보아야 한다는 것입니다.

캐나다의 경우 서쪽에서 동쪽방향으로 나무를 베어가면서 꾸준히
새로운 산림을 조성하고 있는 것처럼 지속적인 종이생산과 환

경유지를 통한 생태계 보존을 위해 충분한 대책을 마련하고 있다는 것도 인지해야 할 사실입니다.

이춘배 : 합성수지나 종이 모두 석유나 목재 등을 활용해 재화를 만드는 것입니다. 그것을 만드는 것은 인류의 생활이 좀 더 나아지기를 바라는 공통의 이유 때문일 것입니다. 당장 눈에 보이는 환경영향정보다는 가치효용성에 대한 인식이 필요하다고 생각합니다.

공재홍 : 각 분야에 계신 분들이 한 자리에서 토론을 하니만큼 서로의 분야에 대해 단편적으로 알고 있던 부분들에 깊이를 더하고 이해할 수 있는 계기가 마련되는 것 같아 이 자리가 더욱 의미있어지는 것 같습니다.

이후 더 깊이있는 논의가 이루어지리라 생각하며 다음으로는 유리병 쪽의 이야기를 김문기 부장님께 들어보도록 하겠습니다.

김문기 : 20세기도 그렇고 21세기도 마찬가지로 가장 큰 이슈는 환경문제라고 할 수 있습니다. 유리병은 재활용이 가능한 포장재로, 재활용의 단계는 크게 리유즈와 리사이클로 나눌 수 있고 이 과정을 통해 이론상 100% 재활용이 가능하기 때문에, 환경문제에 보다 적극적인 대응을 할 수 있습니다. 그러나 사용단계에서 실질적으로 재활용이 원활하지 않기 때문에 앞으로 유리업계는 이의 개선에 관심을 기울여야 한다고 생각합니다.

현재 리사이클을 위한 제도적인 장치를 안정화하고, 시스템을 마련하는데 주력하므로써 100% 재활용이 가능하다는 점을 유리의 가장 큰 장점으로 부각시키는데 최선을 다하고 있습니다.

이러한 과정의 완성은 유리재활용의 시스템을 체계화하는 것으로 이루어지는데 실제로 해외의 경우 현재 체계적으로 재활용시스템이 운영되고 있어 국내보다 재활용률이 매우 높습니다. 국내 유리업계도 꾸준히 재활용시스템 체계화를 추진해왔기 때문에 단계적인 개선이 진행될 것으로 예상됩니다.

공재홍 : 사실 현존하는 포장재 중 유리가 가장 인체에 무해한 소재임은 분명합니다.

단지 중량이 무거워 유통상 불리하고 깨지기 쉬워 취급이 용이하지 않다는 점이 문제점으로 지적되고 있습니다. 그렇다면, 리사이클시 경제성이 감소할 수 있다는 지적과 리유즈시의 위생성에 대해서는 어떻게 생각하십니까?



김문기

두산포장(주) 생산지원팀 부장



김문기

두산포장(주) 생산지원팀 부장

김문기 : 병은 크게 1회용병과 리터너블병, 즉 리유즈병으로 구분할 수 있습니다. 현재 국내 보틀러업체들의 경향이 1회용을 원하고 있고 국내 국토면적이 좁다는 측면에서도 1회용이 60% 정도를 차지하고 있습니다.

이들 중 대부분은 파유리를 이용한 리사이클병이고 나머지 40%는 리유즈병이 차지하고 있습니다. 반면 해외의 경우 1회용병이 95%, 리터너블병이 5%로 나타나고 있는데, 산업이 발달하고 소득 수준이 높아짐에 따라 점차 리사이클병의 사용이 두드러질 것으로 보입니다.

불과 몇 년 전까지만 해도 국내 리사이클병 활용률은 30~40% 선이었는데, 몇 년 사이 60%선으로 올라선 것을 보면 국내 소득 수준도 많이 향상된 것으로 보입니다.

현재 음료와 맥주병은 어쩔 수 없이 리유즈하고 있는데 사회적 편리성에 편승한 현상입니다.

또한 소비패턴의 변화에 따라 앞으로는 음료와 식품 등으로 소비가 확산될 것으로 보이며, 파병된 것을 100% 원료화하기 위해 국가적인 정책 지원과 업계의 대책마련도 꾸준히 지원 중입니다.

공재홍 : 유리병의 경우 다양한 색상의 병이 유통되고 있는데, 재활용시 문제점은 없습니까?

김문기 : 국내에서 유통되는 병의 색상은 무색, 청색, 그리고 갈색 등 크게 3가지로 구분할 수 있는데, 리사이클 과정에서도 구분해 재활용합니다.

공재홍 : 예, 감사합니다. 다음으로는 필름분야의 잔재한 문제점을 박종영 과장님께서 지적해 주시겠습니까.

박종영 : 필름업계와 연포장업계는 어쩔 수 없이 관련이 있을 수밖에 없는 분야이기 때문에 지금 하는 이야기 속에서도 연관이 될 것 같습니다.

현재 국내에 포장관련 대학이 생기고, 포장이 산업의 한 분야로 자리매김하고 있는 반면, 구조적이고 체질적인 문제점을 내재하고 발전하고 있는 것이 사실입니다.

포장산업은 원재료업계와 식품업계 사이에서 생존하고 있는 샌드위치 산업이라고 표현할 수 있는데, 그로 인한 어려움도 적지 않습니다.

지난 IMF 사태 이후 연포장업체가 어려움을 겪으면서 원료업체들도 저가로 납품을 시작하고 이로 인한 불공정 거래가 횡행해 업계 전반적으로 위축되고 혼란스러웠습니다. 연포장업체와 연관성이 있는 필름업체 역시 저가로 저질필름을 공급해 연포장업체의 품질저급화에 영향을 미쳤음을 인정합니다. 이러한 현상들은 경기회복세에 편승해 2000년을 기점으로 정리될 것으로 생각됩니다. 그리고 기술개발과 품질향상을 통해 공정거래 풍토 정착에 의견을 모으고 있기도 합니다.

공재홍 : 주로 마케팅적인 측면에서 많은 이야기들을 해주신 것 같습니다. 다음으로는 골판지 및 골판지원지업체에 대한 이야기를 들어보도록 하겠습니다. 이동우 부장님께서 말씀해주시겠습니까.

이동우 : 다른 분야와 중복되는 이야기인 것 같은데, 골판지 및 골판지원지업체의 가장 큰 난제도 공급과잉으로 인해 파생되는 문제도 적지 않습니다.

지난 1년간 우리 골판지 및 골판지원지업체는 과당경쟁, 가격하락 등 겪을 수 있는 모든 상황들을 다 겪었던 것으로 보입니다. 가격의 경우 98년까지 톤당 48만원선이 유지되었으나 99년에 들어서는 20~30% 하락된 37만원선까지 떨어졌습니다.

현재 가장 큰 문제인 공급과잉은 경기회복으로 인한 수요의 자연 증가와 수출로 2년 내에 균형을 이룰 수 있을 것으로 예상하고 있습니다.

증설 및 수요를 예측해 볼 때 업계 전체가 공존방안을 찾아야 할 것입니다. 저회 원지업체의 경우 내부적으로는 난립된 골판지업체들의 공급과잉과 이로 인한 부당경쟁으로 부실에 대한 어려움을 겪고 있고 외적으로는 국제원자재에 대한 의존도가 높아 가격경쟁과 수급의 문제를 겪고 있기도 합니다.

99년의 경우 펄프 및 수입고지가가 폭등해 현재까지도 영향을 미치고 있고 국제원유가까지 오르면서 원지가격을 두차례 인상했으나 내년에도 원자재가격의 인상으로 인한 어려움은 지속될 것으로 예상됩니다. 또한 규격의 표준화가 절실한데, 이는 가공업체와 엔드유저들의 인식이 전환되어야만 가능한 일입니다.

현재 라이너지는 75cm부터 250cm까지 5cm 간격으로 구분되고 있는데 앞으로 개발로 인해 제품의 종류가 다양해질 경우 여기에



이동우

조일제지(주) 영업2부 부장



서대원

(주)원지산업 제조팀 팀장

색상, 골모양, 가격, 강도 등으로 구분될 경우 천문학적인 숫자의 구분이 필요하게 될 것입니다. 또한 WTO 체결로 인해 수입관세가 내리고, 만일 철폐할 경우 수입라이너지 양의 증가가 우려되는 부분이기도 합니다.

공재홍 : 다음은 서대원 팀장님으로부터 연포장업계의 문제점에 대해 들어 보도록 하겠습니다.

서대원 : 연포장업계의 99년은 크게 두가지로 구분할 수 있겠습니다. 첫 번째로 올 상반기 매출이 증가했다는 것입니다. 하지만, 원유가가 폭등하면서 10~20%정도의 원자재 가격인상이 가공업체에 일방적으로 통보되었던데 반해 유저들의 경우 인상요인을 설명해도 전혀 반영이 되지 않아 어려움이 많았고, 경쟁력이 약화되었던 것이 사실입니다. 물론 계열사 간에는 반영된 경우가 있기도 합니다.

두 번째로는 과당경쟁으로 인한 상식 이하의 입찰, 상거래 위반 등의 행태가 벌어지기도 했고 이는 연포장업계의 공통적인 문제점으로 드러나기도 했습니다.

또 한가지 해결과제로 국산소재의 품질안정화를 들 수 있는데 현재 연포장 원부자재 대부분이 국산화에 성공, 대체보급되었으나 선진국 및 수입소재와 비교해 품질수준의 지속적인 향상이 필요하다고 생각합니다. 투입소재 및 설비의 품질이 확보되지 않는한 유저가 만족하는 품질서비스가 어려워 결국 국내 및 해외경쟁력을 상실할 수밖에 없기 때문입니다.

그리고 잘 아시다시피 연포장재의 구성은 각종 플라스틱필름과 종이, 알루미늄 등의 복합재질로 구성되어 있어 회수 및 재생이 불가능하기 때문에 폐기시 대부분 매립하고, 일부는 소각하는 것이 일반적인 상황인데, 이의 획기적인 폐기물 처리방안 마련이 절실합니다. 또한 정부시책 역시 맹목적인 규제가 아니라 대안을 제시할 수 있어야 합니다. 미국이나 캐나다의 법령집을 살펴보면 폐기물 예치금제도나 재질별 매립비용, 사전처리비용 등의 정책을 세세하게 마련해놓고 있는데 중요한 것은 이러한 법령을 만들기까지 정부와 업계, 그리고 소비자가 공동으로 대책을 마련하는 과정을 거쳤다는 것입니다.

향후 가장 큰 관건은 대기오염이 될 것으로 예상되는데 공해방지시설에 과다 지출해 단기적으로 대응하기 보다는 환경친화적인

잉크와 접착제를 생산하는 장기적인 안목에서의 대안마련이 필요하다고 생각합니다. 다른 업계도 마찬가지겠지만 연포장업계는 지난 세기, 많은 개발품으로 발전을 거듭했습니다. 1905년 플렉소 인쇄 개발, 1908년 셀로판 생산, 1910년 알루미늄호일 생산, 1933년 폴리에틸렌, 1938년 나일론, 1941년 PET, 그리고 1948년 홀로그래피의 발명 등을 우선 들 수 있겠고 1958년에 이루어진 레토르트식품포장의 개발과 스탠드파우치가 개발된 1960년의 성과도 빼놓을 수 없는 발전의 과정이라 볼 수 있습니다.

인간의 생활을 윤택하게 발전시키는데 큰 역할을 해온 연포장업계의 성과물들이 환경에 대한 단순한 논리로 인해 의미가 축소되거나 파괴되는 일이 없었으면 하는 바램입니다.

공재홍 : 환경부담금의 경우 원자재생산업체는 가공업체에게, 가공업체들은 유저에게 요구할 수밖에 없고 유저들은 결국 소비자들로부터 이 부분을 충당하게 되므로 환경부담금은 결국 소비자들에게 돌아가는 몫입니다. 그러므로 환경부담금의 부과에 좀더 신중함이 필요하다고 생각합니다.

그리고 최근의 환경을 중심으로 한 여러 논의들은 환경친화적인 사회로 가기 위한 과정이라고 생각되어집니다.

그럼 오늘의 마지막 질문으로 분야별로 대정부 건의사항을 제기 해주시기 바랍니다. 먼저 연포장업계의 의견을 서대원 팀장님께 들어보겠습니다.

서대원 : 예, 저는 확일적인 정책이 필요하다고 생각되어집니다. 특히 연포장업계의 경우 변화가 많고 다양한 메커니즘을 가지고 있기 때문에 확일적이고 대안을 제시할 수 있는 정책은 필수적입니다. 업계의 현재를 고려하지 않은 정책으로 인해 환경을 최우선으로 생각하는 기업들이 단속을 받고 환경부담금을 부과한다면 업계의 입장에서는 대안이 없는 정책이고 애로사항을 누적시키는 지적으로 밖에 받아들일 수 없습니다.

정부에서 정책을 수립하기에 앞서 업계의 현황을 파악하는 과정이 필요하며, 이 과정을 통해 공동해결과제를 추출, 공동대안을 마련해야 한다고 생각합니다.

공재홍 : 경제논리를 무시한 채 환경논리만 적용된 정책에 대한 지적이었던 것 같습니다.



공재홍

(사)한국포장협회 상무이사



특집좌담회



박종영

SKC(주) 필름판매팀 과장

다음으로는 골판지 및 골판지원지업계의 건의사항을 들어보겠습니다.

이동우 : 지난 해는 라이너지의 국산화로 수입라이너지에 대한 대체가 이루어진 원년이었습니다. 그리고 향후 2~3년 내에는 자리를 잡을 수 있을 것으로 예상됩니다.

WTO 체제 이후 수입관세의 인하와 철폐로 인해 지금까지의 노력들이 무산되지 않기를 바랍니다. 또한 KS 등 품질은 규격화되어 있지만 치수 등 규모에 대한 규격화는 전혀 되어있지 않은데 이로 인한 로스율이 높은 것이 사실인만큼 각 제품별로 특성이 뚜렷해 어려움은 있지만 정부의 주도 하에 표준화를 위한 작업을 시작할 단계라고 생각합니다.

공재홍 : 다음은 필름업계에서 건의해 주십시오.

박종영 : 이제 제품의 경쟁력이 디자인과 포장으로 차별화되는 시대임은 분명합니다. 최근 들어 정부에서도 포장과 디자인을 산업의 한 분야로 인정하고 국가경쟁력으로 성장시키기 위한 정책을 수립하는 등의 모습을 보이고 있는 것 또한 사실입니다. 하지만, 이 과정에서 문제가 되는 것은 바로 현실을 무시한 환경관련 규제라고 할 수 있습니다.

거기에 또 하나의 문제점은 현실적인 어려움을 감안하고 정부 정책에 따라 제품을 개발한 기업이 지속적인 정책의 적용이 미비해 피해를 보는 경우가 종종 있다는 것입니다.

예를 들어 2001년부터 완전 사용금지되는 PVC를 대체하기 위해 몇 십억을 투자해 열수축필름을 생산했지만, 가격 상승률 0.5% 때문에 유저들로부터 납품을 거부당하고 있는 상황을 들 수 있습니다.

이러한 선의의 피해자가 없도록 정부에서 현실성있는 정책을 제시하고 제시한 후에는 강력한 추진력을 보여야 할 것입니다.

공재홍 : PVC를 대체하기 위한 OPS의 개발현황은 어떻습니까?

박종영 : 현재 이태리와 일본 등지에서 수입하는 양에 절대적으로 의존하고 있는 실정이고, 국산화로 대체하기 위한 개발과정에 있습니다.

공재홍 : 예, 감사합니다. 다음으로는 두산포장 김문기 부장님으로부터 유리병업계의 건의사항을 들어보겠습니다.

김문기 : 저는 포장산업에 대한 국가적 차원의 규격화가 필요하다고 생각합

니다. 현재 국내에서는 제품을 생산한 후 규격을 맞추는 경향이 일반화되어 있어 연관산업별로 규격이 각각 달라 로스율이 높은 데 해외의 경우 전과정의 규격화가 이루어져 있습니다.

공재홍 : 국내도 파렛트의 경우는 1100×1100으로 규격화가 되어 있지만, 실질적으로 업체들의 적용이 미비하고 적용을 위한 적극적인 추진도 이루어지지 않고 있는 실정입니다.

서대원 : 파렛트의 규격화가 이루어지기는 했지만, 포장산업 전반의 규격화를 위해서는 화물차의 적재함 등 전 유통과정까지 규격화가 진행되어야 합니다.

김문기 : 예, 이러한 규격화 외에도 리사이클과 관련해 현재 유리조합과 업계에서 자율적으로 진행하고 있는데 사용률 고시 뿐 아니라 원활한 리사이클 시스템의 선진화를 위한 정부정책의 적극적인 개입이 필요하다고 생각합니다.

공재홍 : 제지분야는 어떻습니까?

이춘배 : 저는 대세의 흐름에 따른 정책과 지원이 이루어져야 한다고 생각합니다.

가이드라인을 제시하고 경쟁력을 갖출 수 있는 지원을 해주는 것 또한 중요합니다.

그리고 종이의 경우 수거율이 70% 정도인데, 수거가 되면 전량 원료로 재활용이 가능한 제지산업의 경우 공동집하장을 마련하는 것도 한가지 방법이라고 생각되는데 이 경우 80~90%까지 수거율이 상승될 것으로 보입니다.

또한 수거업체에 세제의 혜택을 주는 현 정책보다는 집하장을 만들고 물류거점을 확보하면 전분야에 투입된 고지의 재활용까지도 가능할 것으로 생각합니다.

그리고 물류 포장박스의 경우 규격범위를 정해 가이드라인을 고시하는 방안도 생각해볼 수 있는데 작지만 산업전반의 원활한 흐름을 위해 효율성이 큰 지원강화책이 필요한 부분입니다.

공재홍 : 예, 각 업계의 실무자분들로부터 들어본 분야별 현황과 전망이 우리 포장산업계의 발전에 많은 도움으로 작용할 수 있으리라 생각됩니다.

바쁘신 시간을 내어 이렇게 참석해 주시고 좋은 말씀을 나누어 주신데 대해 다시 한번 감사드립니다. ☐



이춘배

한솔제지(주) 마케팅팀 과장