

# 21세기 산업의 세가지 키워드와 포장의 방향

## Three Key-word of 21C Industry and Paths of Packaging industry

지난 20세기가 산업사회였다면 21세기는 지식사회이자 정보사회라고 부를 수 있다. 새천년의 산업구조와 비즈니스 환경은 20세기 말에 태동되기 시작한 새로운 가치를 바탕으로 한 지식과 정보의 혁명에 의해 전혀 새로운 변화를 예고하고 있다.

새로운 가치관이란 과연 무엇을 뜻하는 것일까?

그것은 21세기를 이끌어 갈 인류의 최고 지향점을 압축하는 세 가지 단어로 요약될 수 있는데 이는 '생명', '환경' 그리고 '정보'이다.

이 세 가지 키워드가 포장산업에 어떠한 영향을 줄 것인가, 또 어떠한 연관고리를 갖겠는가를 곰곰히 생각해 볼 기회를 갖는 것은 현 시점에서 대단히 의미있는 일이 될 것이다.

그럼 다음에서 이 세 가지 키워드에 대해 얘기해 보기로 한다.

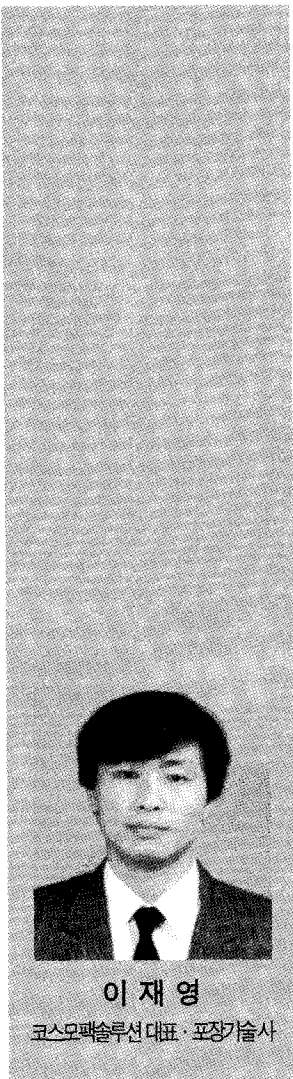
첫째는 "생명"이다.

20세기 말의 과학과 산업의 발전은 급기야 예로부터 신의 영역이라 믿었던 생명의 영역에까지 진전시키기에 이르렀고, 이제 생명의 복제가 얼마든지 가능한 시대가 되었다.

또한 유전자 공학의 발달로 인간을 포함한 모든 생명체의 유전적 특성을 조작할 수 있는 지경에 이르렀다.

이러한 과학기술의 발전은 인류의 식량문제를 해결함과 동시에 인간의 생명연장이라는 꿈을 현실화하는데 크게 기여하리라 믿음을 주고 있다.

특히 식품첨가물에 의해 장기간 보존될 수 있었던 여러 식품들이 이제



는 더이상 이러한 첨가물에 의해 유지되는 방식을 채용할 수 없는 상태가 될 것이다.

왜냐하면 소비자들이 추구하는 생명연장과 건강, 위생 등이 21세기적 요구와 정면으로 반대되기 때문이다.

결국은 순수한 식품을 그 자체로 장기보존할 수 있는 포장방법이 요구될 것이고 이를 위해 포장업계에서는 새로운 포장기술을 개발하기 위해 부단히 노력하게 될 것이다.

둘째는 “환경”이다

환경문제는 이미 지구 전체의 가장 큰 이슈로 등장하여 여전히 21세기에 모든 뉴스의 선단을 장식할 것이 분명하다.

20세기의 무분별했던 산업활동에 의해 심각하게 파괴되었던 지구환경을, 21세기에는 더이상 혹사시키지는 않을 것이며 전세계가 더이상 파괴적인 생산활동을 그대로 좌시하지는 않을 것이다.

따라서 생산품목과 생산방식을 환경친화적인 것으로 바꾸지 않는 기업은 장기적으로 사양화될 수밖에 없을 것이다.

특히 포장은 모든 산업의 생산활동과 소비자의 소비활동을 직접 연결시켜주는 필수적인 요소일 수밖에 없으므로 환경문제에 있어서 가장 관심을 모을 수밖에 없는 부분중의 하나이다.

따라서 포장관련 산업은 급격하고도 원칙적인 변화를 요구받게 될 것이며 이러한 요구는 기존

의 생산방식이나 소재, 설비 등을 전면적으로 바꿀 것을 강요할 것이다.

이러한 환경문제에 대한 지속적인 요구를 발빠르게 받아들이고 이에 미리 대처하지 않는 기업은 대단한 기회손실을 입을 수 있다는 사실을 염두에 두어야만 한다.

이와 관련하여 21세기 초에 특히 대두될 것으로 예견되는 부분은 생분해성 플라스틱 포장소재 분야와 환경 포장재 재사용하기(REUSE), 그리고 포장재의 재활용(RECYCLE)의 움직임이 더욱더 강력한 법적 규제를 동반하면서 의무화되어 질 것으로 예상된다.

셋째는 “정보”이다.

21세기는 전세계가 하나의 정보망으로 묶여지는 진정한 세계화가 이루어질 전망이다.

정보통신기술의 발달로 컴퓨터와 통신 수단을 극히 저렴한 코스트로 이용할 수 있게 되고 모든 사람들이 과거에는 접할 수 없었던 고급정보들을 원하는 시간과 장소에서 쉽게 접할 수 있게 되고 있다.

이에 따라 지식정보화를 중심으로 한 새로운 산업과 직업이 탄생하게 되고 더욱 각광을 받을 전망이다.

특히 인터넷을 중심으로 한 사이버 비즈니스를 통한 교역의 확대와 함께 인터넷 마케팅이 더욱 활발해 질 것이라고 본다.

이러한 정보혁명은 포장관련 산업의 경우에 있

어서도 산업구조의 변화를 가져올 것이 분명하다. 생산자와 소비자의 직접적인 거래가 폭발적으로 증가할 것이고 중간 유통단계가 크게 줄어들 것이며 소비자들은 수 많은 생산자 정보를 접하게 되지만 옥석을 가리는 일이 결코 쉽지만은 않을 것이다.

따라서 정보의 홍수 속에서 전문가들에 의한 정보의 가공과 선택이 절대적으로 필요한 시대가 됨과 동시에 전문컨설팅 서비스가 성행할 수 있을 것으로 내다볼 수 있다.

아쉽게도 현재 포장산업의 경우, 이러한 정보 마인드가 아직은 너무나 부족하고 그 대응속도도 비교적 느린 편이다.

20세기의 패러다임 속에서 21세기를 맞이하고 있는 우리의 정체성을 다시 한번 직시하고 반성하여 시급히 21세기의 옷으로, 21세기의 패러다임으로 갈아 입어야 할 것이다.

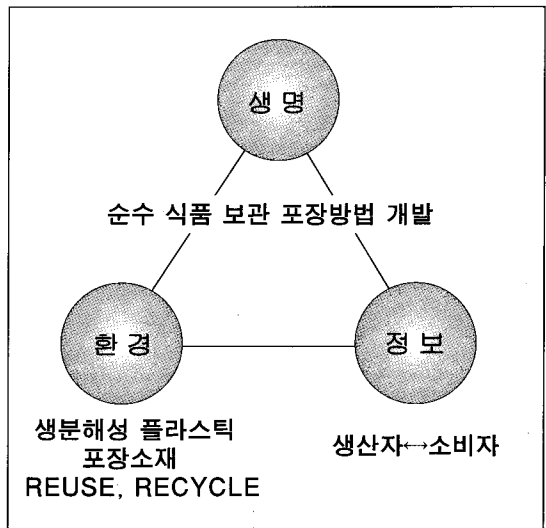
최우선적으로 포장업체들이 인터넷 활용능력을 배양하고 전자우편이나 홈페이지 등을 통해 인터넷을 최대한 활용함과 동시에 인터넷 마케팅과 전자거래 등에도 관심을 가져야 하고 이를 시급히 하나 둘 실천에 옮겨야 할 시점이라고 생각한다.

이제는 더이상 정보혁명에 의해 변화해 가는 세계를 그저 바라보기만 하거나 놓쳐버리는 일이 없길 바란다.

이상과 같은 가치를 실현하는데 무엇보다도 화학의 발전이 기초가 되어질 것이다.

생명연장이나 환경관련기술, 그리고 정보기술

(그림) 포장산업의 세가지 키워드



까지도 엄밀히 보면 화학의 발전에서 기인하는 것임에 틀림없다.

바이오산업과 환경기술이 화학발전없이 이루어질 수 없듯이 화학발전에 의해 만들어진 반도체없는 정보기술은 있을 수도 없다.

결론적으로 이상과 같이 새천년을 시작하는 시점에서 화학의 발전에 의해 추구될 생명, 환경 그리고 정보라는 인류의 3가지의 지향점을 짚어 보고 이와 포장산업의 관계를 조명해 봄과 동시에 이에 적극적으로 대처해 나가는 포장인의 자세를 이제는 더이상 미루지 말자는 간략한 메시지를 드리고자 한다. ☐

**월간 포장계 정기구독 및 광고문의**  
**TEL. (02)835-9041**