



골판지포장산업 시장의 창의적인 e-business 마케팅 활동

동양포장공업 주식회사
부 사장 황 호 구

골판지 포장산업시장의 창조적 마케팅전략을 살펴보기 위해서는, 먼저, 우리와 유사한 산업환경을 가진 선진국의 포장산업 및 시장에 대한 대응자세와 역량을 살펴보는 것이 바람직할 것이다. 이에 따라, 일본 경제기획청의 경제심의회에 2000년 위원회가 설립되어 세계경제, 국민경제, 국민생활, 산업경제, 사회자본 등 각 소위원회에서 2010년의 상황을 예측한바 있는데, 포장에 관련한 전망으로 종이펄프공업이 포장에 밀접하게 관련되고 있어 종이펄프 기술예측연구회가 발족하여 포장항목에 대해 5회의 보고서를 발행하는 등 각종 보고서를 통해 포장산업의 미래전략을 구상하고 있다. 먼저 포장재료는 지, 판지제품, 플라스틱 포장자재용기, 금속제 포장자재용기, 유리용기, 목재포장 자재용기, 포박용기 기타 항목으로 분류할 수 있다. 종이 판지제품은 과거 30년간 부동의 위치를 고수하고 있으며, 금액으로 45%, 수량으로 55%이상을 차지하고 있으나, 가격은 하락하고 있는 추세인 반면, 수량은 증가하는 추세를 보이고 있다.

변화가 극심한 부분은 목재포장 자재용기와 플라스틱 자재용기로 목재포장은 점차 감소하는 추세인 반면, 플라스틱은 폭증하는 추세로 대비된 결과를 보여주고 있다. 특히, JPI의 21세기 포장연구회 보고서인 21세기 포장기술예측에서 다음과 같은 사회적 변화를 예측하고 있다.

- ① 사회경제환경 - 식품포장의 다양화(고령, 맞벌이, 독신의 증가)
- ② 소비자 소매업 변화 - 홈쇼핑 증가, 냉동식품 시스템 개발
- ③ 수송유통의 변화 - 유통정보표시, 냉동, 냉장식품의 보급
- ④ 포장재 및 기술변화 - 고온내열 트레이, 다기능 브랜드, 플라스틱 포장재
- ⑤ 포장기법 및 포장시스템 - 센서, 로봇, 컴퓨터 자동화



⑥ 평가기준의 변화 - 환경영향평가에 따른 포장재의 처리

⑦ 포장인력 양성 - 포장대학의 등장

또한, 환경과 포장산업의 관심 증대로 LCA(Life Cycle Assesment)와 지속가능한 자원개발이 주요 관심대상으로 등장하고 있는데, LCA는 제품생산에서 유통, 소비, 폐기, 재자원화, 폐기물처리까지의 라이프 사이클에서 환경영향을 과학적으로 분석평가하는 것으로 포장재료의 개발과 기술변화에 영향을 미치고 있다. 이미 포장재료가 종이 및 판지, 플라스틱, 금속, 유리, 목재에서 플라스틱이 차지하는 비중이 점점 증대하고 있으며 이러한 자원개발과 기술개발에 전략적인 접근이 필요한 것으로 사료된다.

우리나라의 포장산업은 포장사용기능에 따라서 상업 포장, 소비자포장, 공업포장으로 분류할 수 있고, 사용재료에 따라서 종이포장, 금속포장, 유리포장, 플라스틱포장, 목재포장으로 구분되며, 포장기법에 따라서 방수포장, 방습포장, 방청포장, 진공포장, 밀봉포장, 완충포장으로, 또한 포장단위에 따라 날 포장, 속포장, 겉포장 외에 포장형태별 분류, 사용지별 분류, 거래선별 등으로 분류하고 있다.

이러한 포장산업의 업체수와 점유비는 합성수지포장이 397개 업체로 46.2%를 차지하고 있으며, 지류포장이 230개업체로 26.8%, 금속포장이 43개 업체로 5.0%, 유리도기포장이 19개 업체로 2.2%, 목재포장이 48개업체로 5.6%, 포장기계가 122개업체로 14.2%를 차지하는 것으로 나타나고 있다.

< 표 1 > 포장산업의 업체수와 점유비

포장분야	업체수	점유비
합성수지포장	397	46.2
지류포장	230	26.8
금속포장	43	5.0
유리도기포장	19	2.2
목재포장	48	5.6
포장기계	122	14.2
총계	859	100.0

가. 포장산업의 환경변화

1) 유통경제와 사회구조 변화

인구증가·산업고도발전·도시화에 따른 다품종 제품의 다량유통으로 유통체계가 복잡화 다기능화되



면서 이에 따른 포장의 다양화·차별화가 이루어지고 있으며, 재화의 다중·소량·대단위 유통으로 상품이동에 따른 수송적체와 수송·보관의 고난도, 입체화에 따른 포장재 및 포장기법의 고도화가 진전되고 있다. 또한 통신 및 Cyber Internet의 발달에 따른 포장·수송·하역·보관 등 물류 정보의 고도화와 상품정보의 연계활성화가 급진전되고 있다.

2) 상품구매 패턴의 변화

생활의 질 향상으로 소비자 needs의 고품질·고급품 선호에 따른 시각구매·충동구매 점증하고 있으며, 상품의 개성화·다양화로 포장이 상품구매의 동기를 유발하는 결정적 요인으로 대두, 판매요구력이 발휘되고 있는 실정이다. 또한, 21세기형 수요자의 심리는 상품원별 선도 유지기능과 함께 방균성·방충성·방취성 등 포장의 위생기능, 포장의 방전·내열·위해성 등 포장의 위생성 및 안전성을 요구하고 있다.

3) 국내·외 포장산업 관련 규제 강화

국내는 물론 세계 여러 나라에서 환경보호, 위생성 및 안전성 등을 위하여 유해물질 함유 포장재의 사용규제, 포장폐기물 처리에 따른 환경세·부과금 등의 비용부담으로 포장산업 관련 규제가 강화되고 있다. 따라서 포장관련 신기능·신기술개발 등을 통한 각국의 포장산업 관련 규제에 대응할 필요성이 제기되고 있다.

나. 포장산업 변화 추이에 따른 문제점

첫째, 국내 포장관련 기술개발은 포장기술의 개발, 친환경적 포장재개발, 포장생산공정의 청정화기술, 개발기술의 실용화 촉진, 포장 생산시설의 자동화·전산화·System화를 추진하고는 있으나 장기적이고 체계적인 기술개발은 미흡한 실정에 있다. 따라서 포장 표준화가 시급하며, 포장물류 합리화, 포장재료·치수·강도·기법표준화의 미비로 물류비용 및 포장원가의 상승을 초래하는 결과를 가져왔다. 따라서, 표준 포장치수의 Module설정·실용화와 함께 파렛트, 수송장비 등 각종 표준화·자동화사업이 시급한 실정에 있다.

둘째, 포장 전문인력 양성기반이 부족한데, 현재 우리나라의 포장전문인력 양성기관은 충남신성대학과 경북과학대에 포장학과가 있으며, 강원대학교에 제지공학과, 용인송담대학에 제지공업과가 설치되어 있고 2002학년도부터 연세대학교 원주campus에 디자인 학부가 설치되어 계열전공이 가능하게 되



었다. 새로운 기법의 신기술·신기능을 보유한 포장전문인력의 공급이 절대적으로 부족하여 포장산업 발전기반이 취약하여, 이에 대한 보완이 시급한 실정이다.

셋째, 정보 System 부족으로 21세기 Internet시대에 상응하는 포장·물류정보체제의 System화가 미비하여 국내외 포장신기술·신소재정보의 획득 및 교류 미비는 물론 국내외 포장통계·Packaging 정보수집이 미흡하다.

넷째, 장기적인 산업발전 비전이 부족하여, 균형 있는 포장산업의 발전대책과 포장의 기술개발을 통한 실용화·상품화 촉진에 소극적으로 대처함으로써 21세기 포장산업의 국제화 및 산업화 지연을 초래하고 있다.

다섯째, 포장 육성업무의 분산 운영이 필요한데, 포장개발·진흥업무가 한국포장협회, 한국포장개발연구원 등으로 분산되어 있어 효율적인 정책개발, 집행업무가 이루어지지 못하고 있다.

여섯째, 포장산업 진흥을 위한 제도적 뒷받침이 미흡 한데, 국내 포장산업은 타 산업분야에 비해 기술적·구조적·재정적 측면에서 그 기반이 취약하여 포장진흥·개발을 위한 법적·제도적 장치 마련이 필요한 실정이다.

일곱째, 국제협력체제가 구축되지 못하고 있는데, WPO(세계포장기구), APF(아세아포장연맹) 등 국제적인 포장단체와 TAPPI(국제펄프·종이학회), ICCA(국제골판지포장협회) 등 15개 포장계 세계단체의 등에 참여 또는 국내유치가 필요하나 포장업무를 할 수 없는 한국산업디자인진흥원이 정회원으로 가입되어 있는 상황에서 새로운 포장대표단체의 미비로 정식회원을 교체하지 못하고 3년째 국제회의에 불참하고 있어 국제정보의 협력이 활성화되지 못하고 있다.

다. 포장산업의 발전방향

포장산업이 발전하기 위해서는 다음과 같은 방향을 지속적으로 관찰하고 유지할 수 있도록 보다 세밀한 전략적 접근이 필요하다.

첫째, 포장산업발전 장기비전 전략의 수립 및 시행이 필요하다. 그래서, 포장산업 발전방향의 기본지표를 설정하고, 포장산업의 신지식산업화 전략을 구축하여, 수출증대를 위한 포장의 개발, 친환경적 사업·선도유지·위생·안전 신기능, 신기술화가 필요한 포장산업의 진흥과 포장·물류 표준화를 촉진한다.

둘째, 포장산업 신지식산업화·정보 Net Work화가 필요하고, 새 천년 21세기 INTERNET 사이버 시대에 대비하여 포장관련 각종 정보입수의 신속·효율화를 위한 「World Packaging Internet」 구축



할 필요가 있다.

셋째, 포장기술개발의 활성화가 이루어져야 하는데, 21세기 환경 규제의 강화와 무역전략의 시대에 서 볼 때 수출포장규제가 가일층 강화될 것이므로 환경친화포장 기술개발에 따른 정부의 지원 규모가 확대되어야 할 것이다.

또한, 포장관련 LCA(Life Cycle Assessment) 전과정평가 체계구축과 함께 환경부하감소기술개발로 환경친화적 포장산업 기반을 조성하여야 한다.

넷째, 포장표준화와 물류합리화를 추진하여야 하는데, 포장표준화를 치수의 표준화, 강도의 표준화, 재료의 표준화, 기법의 표준화로 대별하여 적정포장방법의 개발과 자동화를 통한 물류합리화를 이루어야 한다.

다섯째, 포장의 패션화로 포장을 상품의 단순보호 차원을 넘어 수출·유통·소비에서 심리적 효용가치 창출기능과 환경청정화, Fashion 포장을 통한 만족도 유치로 소비생활 질의 향상을 도모하여야 한다.

여섯째, 국제적인 포장기술 전문인력을 양성하여야 하는데, 산업계에서 활용가능한 창의력과 개발능력을 갖춘 신포장기술 전문 인력을 양성기반을 확충하여야 하고, 실수요에 부응하는 교육으로 국제적인 포장기술 인력확보를 위한 포장경제, 기술이론의 지식산업화를 유도하여야 한다.

따라서, 기존대학의 포장교육 내용을 개선하여 산업계에서 요구하는 실수요에 부응하는 특성화된 프로그램을 개발하도록 지원하여야 한다.

또한, 산·학·연과 연계된 프로그램을 지원하여 산업계 소요인력을 양성하여야 하고, 교육부 및 노동부 등과 협의하여 단기 및 4년제 포장학부를 설치하도록 도모하여야 한다.

일곱째, 포장산업 진흥개발 업무의 효율적 집약화를 이루어야 하는데, 포장산업의 육성발전을 위한 대표기관의 설립이 필요하고, 한국포장협회와 한국포장개발연구원으로 이원화되어 있는 개발자금 전담기관의 일원화가 이루어져야 하며, 이를 통해 정부정책을 효율적으로 수행할 수 있어야 한다.

여덟째, 포장재질 및 환경규제적응 종합포장시험검사소를 설치하여야 하는데, 수출용·국내용 및 군수용 포장의 적정성 시험분석을 위한 종합포장시험소를 설치하고, 21세기 환경의 세기에 있어 포장 및 포장폐기물에 대한 환경영향감소를 위한 규제적합화 및 자원의 절약과 재활용 촉진을 충족할 수 있는 환경 적응성 검증을 위한 포장재질 검사·포장공간 비율 및 포장 회수 검사가 이루어져야 한다.

아홉째, 국제협력체제를 구축하여야 하는데, WPO(세계포장기구), APF(아세아포장연맹) 등 국제적 포장 단체와 TAPPI(국제펄프·종이학회), ICCA(국제골판지포장협회) 등 15개 포장재 세계단체



회의 등에 참여 또는 국내유치를 위하여 포장 및 포장산업에 대한 국제협력의 강화를 위하여 포장산업 단체의 통합을 적극적으로 유도하여야 한다.

라. 포장산업 시장의 창조적 마케팅전략을 위한 제언

첫째, 기술개발수준에서 다각적인 차원의 접근이 필요하다. 현재 포장산업의 기술개발수준은 선진국의 다각적이고 전략적인 차원의 기술개발수준과는 상이한 선도기술의 답습형태나 박람회 및 전시회를 통한 신기술의 학습차원에 그치고 있는 것으로 나타나고 있다.

또한 포장산업의 연구개발 및 기술개발이 포장 신소재부문, 포장설비 자동화부문, 접착제부문, 접착기술부문, 가변형 포장 설계부문, 특수용도 포장부문 등과 같은 다각적인 차원에서 개발하는 노력이 너무 부족한 실정이라 포장부문 연구개발에 적극적인 투자와 지원이 선행되어야 한다. 이를 이루기 위해서는 포장 신소재부문, 포장설비 자동화부문, 접착제부문, 접착기술부문, 가변형 포장 설계부문, 포장 신시장개발부문 등과 같은 다각적인 차원에서 개발이 전략적으로 전개되어야 할 것이다. 따라서, 시장을 선도하는 대형포장기업의 포장 신소재나 가변형 포장설계 자동화기술, 접착제 부문 및 열접착 자동포장기술 등 다양한 신규기술부문에 대한 투자와 연구개발이 산학협동차원에서 다양한 응용화학기술을 포장산업에 적용할 수 있도록 지원되어야 한다. 이에 대형 포장기업군은 포장 신소재나 기술개발의 연구투자를 지주회사 형태로 지원하고, 전문포장기업군은 산학협동을 통한 신소재나 기술개발을 실행하는 기술회사 형태로 진행되어야 하며, 중소 영세포장기업군은 대형 및 전문포장기업의 개발기술에 대해 수수료 부담 방식으로 기술 및 소재를 사용하는 사용회사 형태로 각 기능을 분담하는 국가적 차원의 기능분담에 대한 지원도 따라야 할 것이다.

둘째, 시장개발수준에서 포장산업 전체가 과거의 전통적인 시장영역을 유지하고 답습하는 형태에 체류하고 있을 것이 아니라, 적극적으로 시장영역 개척과 개발에 앞장서야 할 것이다. 공장자동화기술을 도입하고 규모의 경제성을 이룬 대형포장기업군이 신규시장영역을 보다 적극적으로 개발하여야 한다. 현재 대형 제조기업의 하청주문 생산방식은 수동적이며 단일한 시장구조에 안주하려는 경영방식이어서 대형기업의 포장부문 신설을 통한 자체조달이 진행되면 시장영역을 잃게 되는 결과를 초래할 수 있다. 이미 대기업계열이나 특수비영리법인(농협, 우체국 등)의 택배포장사업 진출, 인터넷 포장물류사업 진출로 성장잠재력이 큰 신규시장영역을 공공기관이나 대기업계열로부터 잠식당하고 있다. 따라서, 자체브랜드(self brand)를 통한 시장영역을 적극적으로 개척해야 할 뿐만 아니라, 신규시장영역으로 인터넷 쇼핑물과 연계한 택배포장사업부문에 과감하게 개척하는 노력이 뒤따라야 할 것이다.



또한 대형포장기업의 신규사업 진출은 포장업계의 신시장개척이라는 명분외에도 기존시장영역의 방어를 위한 시장유지전략으로 인식되어야 한다. 이는 택배산업이나 인터넷 물류산업 이외에도 특송, 급속시장영역에서 대부분의 포장소재나 기술개발이 이러한 대형포장기업이 전담해야할 부문으로 급부상할 것으로 예상되고 있다.

셋째, 영세적인 포장기업의 보호차원에서 기업간 연합체를 구성하여야 할 필요성이 있다. 이미, 월간포장이나 한국 골판지 포장공업협동조합과 같은 공공기관이나 단체가 구성되어 있으나, 영세적인 중소포장기업은 신규시장을 개척하고 신기술 도입과 개발이 불가능한 실정이다. 따라서, 이러한 영세적인 중소포장기업의 연합이나 단체를 통하여 포장소재의 공동구매에서부터 공동시장개발이나 공동기술개발에 자금을 공동조달하는 방식으로 자체적인 시장영역과 기술영역을 확보해야 할 것이다. 이러한 시장 및 기술영역의 개발에 대해 영세적인 중소포장기업이 적극적으로 대응하고 기회를 모색하여야 신규시장영역의 공동개척이나 신기술의 공동도입이 현실화되고, 대형포장기업이나 중견 전문포장기업과의 과도한 시장경쟁을 피해나갈 수 있는 기회를 찾을 수 있으며, 대기업 계열이나 비영리기관의 신규포장사업 진출에 효과적으로 대응할 수 있는 계기를 마련하게 된다.

또한 시장개발수준 역시 과거 20여년간 지속되어온 포장수요자에 대한 다양한 수요층측에 따라가기에 급급한 나머지, 신규시장영역을 창조하고 개발하는 노력 또한 미진한 실정이어서 기술개발과 시장개발이 결합된 새로운 시장영역개척과 포장제품의 개발(포장소재 강화기술개발을 통한 무대세트 소재 개발, 간이주택 및 이동용 주택 소재개발, 향기포장소재 개발, 특수강화소재를 적용한 컨테이너 대용소재 개발 등)을 통하여 다양한 부문의 시장영역과 기술영역을 개척하는 것이 21세기 포장산업의 새로운 당면과제로 대두하고 있다.