



국내 포장 컨설팅의 현주소

Trends of Korea Packaging Consulting in these days

선진국에서 100년이 넘는 역사를 갖고 있는 '컨설팅' 산업은 반세기 전부터 유망 산업으로 성장해 왔다. 국내에서도 주로 회계법인 혹은 교육 훈련 기관과 같은 많은 기업과 단체들이 기존의 사업영역을 넓히거나 사업확대를 통해 컨설팅 산업에 참여하고 있다. 최근 들어서는 구조 조정 과정에서 발생한 고급 잉여 인력과 고학력의 미취업 실업자 그리고 대학 및 연구소에 재직 중인 두뇌들까지 컨설팅 산업에 많은 관심을 기울임은 물론 사무소를 개설하는 등 보다 적극적인 형태로 참여하고 있는 상황이다.

급격한 산업화에서 비롯된 환경의 변화를 겪으며 많은 기업들이 사회·경제적 힘에 의해 마케팅 전쟁 속에서 살아남아야 하는 현재, 본고에서는 국내 포장 산업의 구심적 역할을 수행할 수 있는 '포장 컨설팅' 의 현 주소 및 앞으로 전개방향을 모색해 본다.

- 편집자 주 -

컨설팅은 의사들이 환자를 진단하고 병의 원인을 찾아내 의학적 방법을 동원, 치료하던 행위에서 유래한 것으로 의사를 최초의 대표적인 컨설턴트로 손꼽을 수 있을 것이라는 것이 컨설팅 관련 업계의 입장이다. '콜린스 코빌(Collins Cobuild)' 이란 영어 사전에 따르면 "컨설턴트는 '의학의 한 분야에 정통한 경험 있는 의사 또는 특정한 분야에 있어 개인 또는 조직에게 전문적인 자문을 제공하는 사람' 을 말하며, 이들의 서비스를 컨설팅이라 한다"고 되어 있다.

한편 지난 1972년 옥스퍼드 영어사전은

'직업상의 자문과 서비스를 제공하는 자격자' 를 컨설턴트의 개념에 추가했다. 또 매일경제신문이 제공하는 인터넷 경제용어사전은 컨설턴트를 "기업경영에 대한 기술상의 상담에 응하는 전문가"로 정의하고 있으며 '그가 제공하는 전문적 지식의 조언, 협력' 을 컨설턴트 서비스(컨설팅)라고 정하고 있다.

'카운셀링(counselling)' 이 주로 도움을 필요로 하는 사람과 도움을 줄 수 있는 사람 사이의 개별적인 관계를 통해 새로운 학습이 이루어지는 과정으로 인간 관계 해결



에 초점을 두는 것과 달리 컨설팅은 개인과 단체 또는 집단을 대상으로 하는 공식적이고 포괄적(집단적)인 관계를 강조한다는 측면에서 차이가 있다.

1972년 이후 포장 컨설팅 발전

지난 2000년 A식품사(社)는 포장소재에 대한 중요성을 인식해 포장 컨설턴트 '갑'에게 아웃소싱을 의뢰한 결과 기존 OPP재질이었던 포장재를 에틸렌수지로 변경, 제품 보존 기간이 획기적으로 연장돼 월 500만원에 그치던 제품 매출을 100배 이상 끌어올린 것으로 알려졌다.

포장 컨설턴트인 '을'은 B사(社)의 전체 200여 품목에 대한 컨설팅을 마친 결과 식품 분야 5개 사에 포장 표준화를 실시, 국가 표준파렛트 규격인 1100x1100으로 통합했다. 이에 B사(社)는 연간 10억원 이상의 원가절감을 하게 됐다.

제품의 종류에 따라 30종이 넘는 파렛트 사용으로 사양에 따라 필요이상으로 파렛트 치수가 많았던 C사(社)는 컨설턴트 '병'에게 컨설팅을 의뢰한 결과 제품사양과 포장방법을 개선해 30여종 파렛트를 3종으로 줄여 연간 20억원이 넘는 비용절감을 가능하게 했다.

어려움에 직면한 기업의 문제를 해결하기 위해 특정한 기술을 가진 자에게 도움을 청할 때 발생하는 업무인 컨설팅.

여러 가지 컨설팅 산업 중 위의 사례에서 볼 수 있는 국내 포장 컨설팅은 1972년 그 초석을 마련한 한국포장기술소의 설립 이래 포장진단 및 개선방향 제시, 포장자재 개발실용화, 물류를 포함한 포장표준화 제시, 포장산업 시장조사 연구 및 신규사업진단, 아웃소싱에 대한 업무를 추진해 왔다. 뿐만 아니라 새로운 지식 보급을 위한 용역 사업의 일환으로 해외 전문가 초청 세미나 개최와 포장 클레임에 대한 증인 역할 및 감정서를 발부하는 역할에 이르기까지 다양한 사업을 실천해 왔다.

도입 초기 국내 포장 컨설팅은 업체에서 컨설팅 의뢰를 받아 보고서를 작성하고 그에 대한 강의 및 포장 관련 책 발간, 세미나 개최 등의 방식으로 진행됐으나 현재는 의뢰 기업체와 계약을 통해 업체에 상주하며 현장에서 직접 기업의 원가 및 물류비 절감을 해결, 새로운 수요를 창출해 나가는 방식으로 변화되고 있다.

업계, 포장 컨설팅 중요도 인식 필요

포장 컨설턴트들이 적극적으로 컨설팅 관련 업무를 추진하고 있는 것에 반해 그에 상응하는 업체의 의뢰는 턱없이 부족한 것이 사실이다. 컨설턴트들은 국내 포장 업체들이 과거에 비해서는 포장의 중요성에 대한 인식이 나아졌지만 포장전문 컨설팅에 대한 인식이 여전히 취약한 것이 사실이라

내용물에 가치 부여 우선, 포장 발전 저해

고 밝힌다. 이는 국내 IMF 당시 처음으로 불어닥친 경영 컨설턴트들이 사무자동화와 합리화에 치중한 결과 '인력 감소'를 불러 일으켰고 여기서 야기된 부작용으로 인해 포장 컨설팅에까지 부정적인 인식을 쌓게 만든 것도 한몫을 차지한다.

포장 컨설턴트들은 또한 국내 포장업체가 포장보다는 내용물 자체에 가치를 우선 부여 함으로써 정작 중요한 포장의 중요성에 대해서는 망각하게 됐고 이것이 포장 산업 발전을 더디게 만든 것이라고 한결같이 입을 모은다. 국내 포장학과 커리큘럼에서조차 포장재 원료 그 자체에 대한 강의가 절대적인 상황.

컨설턴트들은 '포장'이란 제품 생산은 물론이거니와 포장에서 필요한 기술과 그것을 제품에 적용하는 행위, 그 밖에 서비스업까지 포괄적인 내용을 담고 있는 것이라고 강조한다.

포장 컨설팅 인력 양성 시급

국내 포장 컨설팅의 또 다른 문제점은 현재 존재하는 15개 안팎의 포장 컨설팅 업체 중 '포장 컨설팅'만을 전문적으로 실행하고 있는 컨설팅 업체의 수가 손에 꼽히는 상황이라는 점이다.

현재 대부분의 포장 컨설턴트는 1974년 생산관리 기술사(디자인 및 포장)가 신설돼 1983년 생산관리 기술사(포장)에서 1991년 포장기술사로 그 이름을 다지게 된, 포장 기술사들에 의해 대부분 진행되고 있는 것이라 해도 과언이 아니다.

포장 기술분야에 있어 전문지식과 경험에 의한 노하우로 포장기술 사업 수행이 가능한 포장 기술사는 1972년 김영호 한국포장기술연구소 소장을 1호로 시작했으나 2002년 현재까지 40명에 미치지 못하고 있는 실정이다. 소수 인원이다 보니 무한한 비전을 가진 포장 컨설팅 '집단의 힘'이 없어질 수밖에 없는 것이다.

포장 컨설턴트들은 포장컨설팅 전문인력의 부족과 전문인력을 양성할 수 있는 교육기관의 부재가 "포장 컨설팅은 누구나 할 수 있는 업무라는 인식을 주고 있다"고 우려하고 있다. 그 예로 한국포장개발연구원을 통해 시행되고 있는 지도개발사업의 포장과제 배정에 있어 포장업 5년 이상의 경력이면 누구나 참여 가능하도록 규정한 자격적인 문제를 말했다. 컨설턴트들은 5년의 경력으로 포장 컨설팅을 하기에 역부족일 뿐더러 컨설팅은 포장에 대한 지식만이 아닌 직접 대상을 찾아 현상을 파악해야 하므



로 주변지식과 함께 유기적인 관계를 조정할 수 있는 경영 기술이 함께 요구된다고 입을 모으고 있다. 또한 포장 컨설턴트들에게 주어지는 과제를 1, 2개로 국한시키는 것에 대해서도 지도개발 참여 비율에 제한을 없애 컨설턴트들의 역량을 발휘할 수 있는 기회를 제공함으로써 포장컨설팅의 질 저하 문제를 극복할 수 있었으면 좋겠다고 토론했다.

포장 컨설턴트들은 포장개발 인력의 부족과 함께 포장관련 원가절감에 대한 클레임으로부터 컨설팅을 의뢰해 온 업체들조차 컨설팅 가치를 인정하지 않아 비용을 낮게 책정하는 등 수입이 안정적이지 못한 점과 컨설팅 의뢰업체가 사용업체와 유기적 관계에 놓였을 경우 발생하는 문제를 가장 어려운 점을 꼽았다.

전자상거래 발전으로 컨설팅 활성화

점차 까다로워지는 환경 규제와 함께 활성화 돼가고 있는 물류분야를 볼 때 열악한 국내 포장 산업의 여건에서도 여전히 포장 컨설팅의 비전은 밝다고 감히 제안한다.

특히 소비자들이 상품을 구매할 때 더 이상 제품을 직접 보지 않고 선택하는 전자상거래의 활성화는 신속성과 제품의 다양성, 가격의 저렴함을 강점으로 내세워 무한히 발전될 것이며 전자상거래에 반드

시 부합되는 택배 발전을 위해서라도 포장 중요성이 더욱 강해질 것으로 예상된다.

상품 부가가치에 비해 포장비가 많이 드는 농산물 유통혁신 역시 포장 중요도를 강조하게 될 것이며, 이에 포장 컨설턴트들의 역할은 강조될 수밖에 없다.

앞으로 포장 컨설턴트들은 독보적으로 위치를 확보하는 것이 아닌 전문화 및 이원화된 합동컨설팅을 시도해 시너지 효과를 유도할 필요가 있다. 즉, 화학공학과, 식품공학 전공자 및 디자인포장센터 출신 대부분이 현재 포장 컨설팅 업무를 하고 있는 점을 감안했을 때 제품 자체에 대한 컨설팅과 포장에 대한 컨설팅을 분할적으로 할 수 있도록 업무 세분화를 추구하는 것이 필요하다. 또한 국내 포장업체에 국한하지 말고 동남아와 호주를 비롯한 해외 포장 컨설팅에도 눈을 돌릴 필요가 있다.

제품이 있는 곳에는 언제나 포장이 있다. 포장의 경쟁력과 중요성을 인식하기 위한 '포장 홍보의 장' 마련을 위해 정부 차원에서의 지원이 더욱 요구되는 실정이다. 또한 포장 컨설턴트들이 해외 포장 사례의 답습에서 벗어나 국내 자체적인 노하우로 그 역량을 심분 발휘할 수 있기를 기대하며 실무경험과 전문지식을 갖춘 포장 컨설턴트 양성을 통해 국내 포장 기술의 새로운 개척과 품질 향상으로 포장산업을 지속적으로 발전시키기를 기대해 본다.