

# 월간 포장계 10년 약사

History of The Monthly Packaging World

## 포장업계 정보화의 씨앗 뿌려

포장업계의 구심점 역할을 하기 위해 1991년 12월 7일 사단법인 한국포장협회가 상공부(현 산업자원부)의 인가를 얻어 창립되었고 그동안 정보의 불모지에 있던 포장업계에 국내외의 신기술을 전파하고자 1993년 5월 창간호를 발행했다.

처음 창간 때는 판형이 국배판으로 제호도 '월간 포장정보'였고 기본 편집방향은 국내외의 신기술 위주로 기술정보지 역할을 시작했다.

그러나 포장산업에 대한 이미지 확산과 독자들의 다양한 정보 요청에 따라 업계소식, 업체 탐방, 인물 등 몇 가지 주제가 있는 편집방향을 설정, 짜임새 있는 구성으로 업계의 대변지로 자리매김하기 시작했다.

사실 그동안 업계에는 월간지가 있었지만 내용과 편집 면에서는 이렇다할 특징을 보여주지 못하였으나 그나마 한국디자인포장센터(현 한국디자인진흥원)에서 발행하였던 포장기술지는 편집 및 디자인 면에서 감각을 보여주고 있었다.

따라서 월간 포장정보는 우리 포장 업계가 나아가야 할 방향제시와 업계의 권익을 옹호하는 명실상부한 협회지로서의 사명감을 띠고 창간호를 발간하게 되었다.

월간 포장정보는 이런 취지아래 국내외 포장산업 동향과 업계의 의견을 대변할 수 있는 대변지로 소임이 주어지게 되어 정보 교류는 물론 토론의 장, 홍보매체로 포장인들의 절대적인 호응을 받았다.

이같은 상황에서 창간된 월간 포장정보는 업계의 반향을 불러 일으켰고 우리나라 포장산업을 대표하는 협회에서 발행한다는 것과 내용과 편집 면에서 새로운 감각으로 기존 매체들과는 차별화된 구성으로 독자들에게 선을 보이게 되었다.

처음 월간 포장정보가 내세운 모토는 '21세기 PACKPIA를 선도하는' 정보지였다.

PACKPIA의 PACK은 포장의 의미와 PIA는 이상향을 뜻하는 UTOPIA에서 따온 말로 포장의 이상향, 즉 가장 단순하면서도 적절한, 기술적인 포장을 만들자는 의미였다. 이런 슬로건은 업계에서도 대단한 호응을 받았고 업계가 기술개발을 앞당기는데 앞장서 나갔음은 누구도 부인할 수 없는 사실이었다.

## 업계 발전 주도

월간 포장계는 창간 때부터 신문이나 기존 월간지처럼 업계소식과 몇몇 기술 논문을 게재하는 것에서 탈피, 일본포장기술협회(JPI)와 업무적인 교류를 통해 업체에서 직접 구입해서 번역해 보았던 일본 신기술을 연재함으로써 독자들의 불편을 해소하였으며, 또한 유럽과 미주지역의 소식도 소개함으로써 세계적인 포장산업의 흐름을 월간 포장계를 통해서 파악할 수 있게 했다.

또한 현장 및 연구분야에 있는 필자를 발굴해 국내의 포장산업 발전을 위한 연구 논문, 보고서 등 각종 자료와 내용을 소개하였고 매달 가장 이슈되는 테마로 특집을 마련하여 집중 조명하기도 했다.

또한 보이지 않는 곳에서 애쓰는 포장인 및 업체를 발굴, 소개하고 잘된 점은 아낌없는 홍보를 해주었고 잘못된 점은 질책을 통해 업계가 바른 길로 나가도록 유도하는 질서 정립에 나서기도 했다.

이는 (사)한국포장협회가 창립 때부터 실시해온 공정거래 질서 확립, 제 가격 주고 받기 운동의 일환으로 업계의 발전을 앞당기고 공존공생하는 운동에 일환이기도 했다.

한편으로는 기업인들의 수필, 콩트, 신간소개, 영화, 연극, 여행 등 교양지면을 할애하여 독자와 호흡을 같이 할 수 있는 전문지로 각광을 받아왔다.

월간 포장계는 지난 10년간 단순히 소식만을 전하는 매체가 아니라 업계와 회노애락을 함께하며 업계의 발전을 선도하는 사회적 책임과 역할을 중시한 전문지로서의 사명을 다 해오고 있다.

## 제2도약을 위한 변신

그동안 국배판의 월간 포장정보가 새로운 변신을 시도, 재도약으로 업계 최고의 권위지로 올라서는 계기가 마련된다.

1996년 6월호(통권 제38호)부터 판형을 4×6배판으로, 제호도 '월간 포장계'로 바꾸는 대변혁을 시도했다. 이는 그동안 짧은 시간이었음에도 업계 최고의 권위지로 자리매김하였고 독자들의 의견을 종합한, 독자와 함께한 결정이었다.

이런 변화의 과정에 우여곡절도 있었다. 처음 제호 변경을 하면서 '월간 포장'으로 정하고 문화관광부에 등록을 마치고 업계에 홍보를 모두 마친 상황에서 발간만을 남겨놓고 있었다.

그런데 기존 월간지의 여러가지 방해로 인해 '월간 포장'이란 제호를 쓰지 못하고 '월간 포장계'로 변경, '21세기 신평장문화를 열어가는'이란 모토를 내세워 변화를 시도했다.

후일이지만 '월간 포장'이란 제호는 반대했던 그 매체에서 자기들 제호로 사용하고 있는 웃지못할 일도 있음은 주지할 만한 일이다.

사실 월간 포장계는 동종 매체가 생각하듯 경쟁지가 아님에도 불구하고(월간 포장계는 경쟁상대가 아닌 동반자로 생각하고 있음) 여러 가지 방법으로 월간 포장계를 폄하하는 일(?)들이 있었음은 스스로가 뒤처짐을 만회하려는 자구 노력으로 이해하고 동종 매체로서 안타까운 심정임을 밝힐 뿐이다.

월간 포장계는 통권 제38호를 기점으로 특집, 포장강좌, 탐방, 포커스, 기술특집, 물류, 환경, 네트워크로 구성된 짜임새 있는 편집을 선보이게 된다.

이 때부터 세계화의 기치를 내세워 포장재 품질의 세계화, 포장기법의 세계화, 포장환경의 세계화를 추구한다는 글로벌화로 포장업체가 우물 안 개구리에서 벗어나 세계시장으로 나아가야 하는 목적과 방향을 제시하게 된다. 또한 인터넷의 활성화에 맞춰 업체 및 단체들의 인터넷 홈페이지를 게재하여 업체에 편의를 제공하였는데 이 또한 다른 매체들이 따라하여 표준화 되었듯 차별화된 선도적인 기획 및 구성에 노력하고 있다.

이같은 노력으로 월간 포장계는 2001년 8월 통권 제100호를 발행한데 이어 이번에 창간 10주년을 맞이하게 되었다.

## 월간 포장계의 비전

월간 포장계가 다양한 편집 구성으로 포장인들의 사랑을 받아온지 10년.

10년이면 강산이 변한다지만 현시대는 하루가 다르게 주변 여건들이 급변하고 있으며 매일같이 쏟아지는 정보의 홍수 속에 살고 있다.

월간 포장계는 포장과 관련한 정부시책을 신속, 정확하게 전달하는 매체로 거듭날 것이다. 또한 선진국과 경쟁 상대국에 대한 상세한 포장의 흐름과 신제품, 신기술을 연속적으로 게재하여 정부 시책과 기업 경영에 큰 도움을 주는 한편 시대적 변화에 따라 시의 적절한 기사를 많이 게재하여 포장산업 발전을 가속화 하는데 일익을 담당할 것이다.

이러한 일들은 포장업체의 적극적인 성원과 지도편달 속에서 가능한 것으로 이제까지 보여주었던 아낌없는 성원이 요구되고 있다.

월간 포장계는 보다 혁신된 정보와 홍보매체로 거듭나기 위한 노력을 기울여 포장산업인의 필수적인 안내지로 자리매김하고 그간 고정된 편집의 틀을 깨고 읽는 기사에서 시각적인 기사로 전환, 내용의 이해 폭을 넓혀 나갈 것이다.

그리고 보다 구체적이고 사실에 입각한 편집을 통해 질적 수준을 제고시켜 나가고 포장산업의 중요성을 재인식시켜 나가는 여건 조성에도 노력하여 월간 포장계의 정보와 홍보를 통해 그간 위축되었던 우리 포장산업이 재도약할 수 있는 계기로 삼을 것임을 약속한다. ☺