

Package Business Persons Resources and the Education
for the Future of the Packaging Industry

미래 포장에 필요한 인재와 그 교육

住本充弘 / 스미토모기술사무소 기술사(경영공학) · 포장관리사

I. 서론

세계의 포장산업은 인구의 증가와 함께 커지고 있다. 대부분의 국가가 인구 감소로 좀처럼 산업 규모가 확대되지 않고 있지만, 포장산업은 아직 성장하고 있는 시장이라 할 수 있다. 포장은 그 국가의 문화를 나타내고 있기 때문에 그 국가, 지역을 위해 별도로 조정해야 할 필요가 있다. 새로운 포장, 기존의 포장, 포장제품을 수평 전개해 키우기 위해서는 인재 육성이 매우 중요하다.

II. 미래 포장은 어떻게 될 것인가

미래의 포장인을 육성하기 위해 현재 포장을 연장하는 것과 미래 포장의 진전 및 변화를 상정하는 것으로 나눠 생각해보고자 한다.

앞으로의 포장은 국내 대응의 규칙만으로는 글로벌하게 포장제품을 공급할 수 없게 된다.

대부분의 포장기술 · 포장방법이 전 세계로 빨리 퍼지고, 일반 포장재료, 포장방법 등이 어떤 국가 · 지역에서도 사용할 수 있게 되었다. 포장재료는 지산지소(地産地消)의 방향으로 진행될 것으로 보인다. 특히 퍼스널 대응의 상품이 증가하면 소르트, 로컬 대응을 무시할 수 없다.

세계의 비즈니스 활동은 2015년의 패러다임에 의해 SDGs 대응이 기본이 되고 있다. 당연히 포장도 SDGs 대응이 요구되고 있다. 특히 circular economy 개념을 바탕으로, 포장재료도 'cradle-to-cradle'로 재생 · 재이용의 방향으로 나아가고 있다.

지금부터의 포장인은 세계의 움직임에 맞춰 정확하고 확실하게 기존 포장을 개선하는, 이른바 ‘Less Package’, ‘재생재이용할 수 있는 포장’, ‘생산자와 소비자를 연결하는 interactive package’ 등의 기능을 가진 새로운 포장을 준비해야만 한다. 기존 포장을 이해하고, 시대에 맞는 포장으로 포장제품을 국내뿐만 아니라 글로벌하게 전개할 수 있는 인재가 필요하다.

III. 앞으로 필요한 능력

현재 기업에게 부족한 것은 결단력이 없다는 점이다. 특히 포장인재의 육성에 관한 것을 말하자면, 과제 해결을 통해 생각하는 능력, 결단하고 실행하는 능력의 육성이 필요하다. 기업의 문화나 조직이 그러한 능력을 키울 수 있다고 많이들 생각하지만, 사내를 설득하는 능력도 중요하다. 지시받는 증후군에 의존하지 않는다. 흥미를 가지고 전진해야만 한다.

지식은 인터넷 검색으로 일부 입수할 수 있다. 그 지식을 어떻게 활용할지 고민해야만 한다. ①통찰력 · 예비를 찾는 능력, ②계획 입안력, 문제 해결의 입안력, ③실행하는 능력, ④사내외 사람들과의 커뮤니케이션에 의한 사업추진능력, ⑤과제해결을 위한 통솔력이 필요하다.

포장은 전 세계에서 사용되고 있고, 포장 없이 제품은 전 세계에서 유통할 수 없다. 따라서 매우 중요한 산업이고, 그와 관련한 포장인의 교육은 매우 중요하다. 과제 해결력과 사회의 변화에 맞춰 새로운 포장을 창조하는 힘의 육성이 중요하다. 새로운 포장을 산출하는 인재를 육성해야만 한다.

IV. 뛰어난 포장기술개발력 · 조직력

뛰어난 포장소재, 포장기술, 포장 노하우를 가지고 있고, 개발하는 조직력이 뛰어나도 더욱 발전하기 위해서는 다음과 같은 것이 필요하다.

- 기술 개선도 중요하지만, 세계를 리드하는 혁신적 기술 개발이 필요
- 국내 실적이 있는 소재 · 기술을 글로벌 전개해 매출 및 이익 확보
- 시장을 읽고 · 기획 입안 · 실행할 수 있는 인재 육성이 필요
- 국내 홍보뿐만 아니라 홈페이지를 활용해 연구사례 등을 전 세계에 적극적으로 소개할 수 있는 인재 육성
- 개발 체제의 수정과 개발 속도의 상승 및 실용화를 추진하는 인재 육성

V. 전략 · 글로벌 전개가 가능한 인재 육성

대부분의 기업들이 국외에서의 자극에 약하다. 국내의 좋은 아이디어, 의견이 있어도 기업 내에서 적극적으로 전개할 수 있는 풍토가 부족한 경우가 많다. 적극적으로 현행품의 개선 · 개량에 몰두하면, 어느 사이에 해외의 포장기업을 넘어서게 된다. SDGs도 해야 한다. 현재 국내 기업은 대응에 적극적이고, 움직임이 빠르다. 조만간 세계를 리드하게 될 것이다. 그때를 위해 글로벌하게 정보 교환할 수 있는 인재 육성과 그 백업 체제를 구축해야만 한다. 정보를 발신하면 자연스럽게 발신정보에 대한 정보가 모이고, 그 정보의 중요함과 방향성이 보인다.

일부 기업들이 고객을 의식해 정보를 공개하지 않는 경향이 있는데, 공개할 수 있는 범위에서는 정보를 발신할 필요가 있다. 완성한 물건은 그 순간부터 오래된 것이 된다. 포장의 정보를 판단 또는 이해하기 위해서는 어느 정도의 경험이 중요하지만, 포장업무 경험자라면 대부분 가능하다. 정보 발신과 폴로 업(follow up) 능력을 가진 인재육성이 중요하다. 어떻게 하는가는 기업별로 다르지만, 다음과 같은 능력을 가진 인재육성이 필요하며, 몇 년 내에 로데이션하는 체제도 구축해야 한다.

- 정보 내용을 간단히 정리해 알기 쉽게 하는 능력
- 문의에 기민하게 대응할 수 있는 능력
- 사내 조정할 수 있는 능력
- 해외 발신 능력, 영어가 가능한 사람이 담당해 정보 담당자가 영어 통역을 발신하면 좋다.
- 문의 내용을 사내 관계부처에 배신해 사내 조정하는 능력

VI. 국내 실적이 있는 소재 · 기술의 글로벌 전개

많은 포장 관련 기업이 안정적인 기능성이 있는 뛰어난 소재나 충전포장기, 제조의 품질관리기술을 가지고 있다. 국내시장은 인구 감소로 인해 크게 기대할 수 없기 때문에 세계시장을 겨냥해야만 한다.

세계의 대리점 또는 고객을 방문해 포장 상담을 할 수 있는 인재를 육성해야 한다. 그 과정을 통해 담당자는 세계의 포장 수요를 파악할 수 있을 뿐만 아니라 저절로 판단력, 통찰력이 육성된다. 어느 정도 기업의 제품을 이해하고 있는 포장 담당자라면 수년간 그러한 활동이

가능하다. Before Service와 After Service로 고객의 만족을 얻으면 그 포장기업의 브랜드
 력도 높아진다. 현지에서의 상담은 통역을 통해 모국어로 하면, 쌍방이 충분히 이해할 수
 있고 만족도도 높아진다.

몇 년 주기로 로테이션 하는 체제도 구축해야 한다. 로테이션 체제를 갖추게 되면, 해외 경
 험자가 늘어나 국내외 정보를 얻기 쉽고, 포장 전체의 레벨이 높아진다. 수주하는 경우에도
 현지의 사람끼리 커뮤니케이션하는 쪽이 비즈니스 성립 확률이 높다. 예컨대 유럽과 중동
 지역에서는 유럽의 포장대리점이 수주하고 중동으로 포장재를 제조해 공급하고 있다. 이
 정도 거리라면 그렇게 멀지 않다. 포장재료는 지산지소(地產地消)의 방향이 될 것이다. 무
 거운 권취나 수많은 제대품을 멀리 공급할 필요가 없을 만큼 포장기술은 세계에 보급돼 향
 상해가고 있다. 표준화된 포장은 이미 대부분의 국가에서 제조할 수 있지만, 신규 개발품은
 유럽 등 선진국이 리드하고 있다. 해외용 제품이 직접 움직이는 것이 아니라 특허를 바탕으
 로 한 글로벌 로열티 비즈니스가 늘어나고 있다.

Ⅶ. 시장 파악 · 기획 입안 · 실행할 수 있는 인재의 필요성

제적으로 활동한 인재가 증가하면 포장 트렌드 및 수요를 파악하는 것이 쉬워지고, 신규 개
 발상품의 기획 입안도 자신감을 가지고 추진할 수 있게 된다. 개발자는 국내외에서 고객에
 게 제안할 수 있도록 커뮤니케이션 능력을 높이는 것과 동시에 고객 수요를 파악하는 능력
 을 육성할 필요가 있다.

스마트폰이나 노트북을 통해 책상에서 일하는 것뿐만 아니라 사외에서 고객 또는 포장 관
 련 기업, 나아가 완전히 관련 없는 기업의 사람들과 의견 및 정보를 교환하는 것도 중요하
 다. 그곳에서부터 다양한 힌트를 얻을 수 있기 때문이다. 통찰력 육성은 경험을 쌓아야만
 가능하다. 수개월 동안 사외 사람들과 만나 어떠한 정보, 힌트를 얻는지도 중요하다. 그것
 을 사내에서 논의하고 구체적 테마로 만들어가는 과정을 통해 인재가 육성된다. 더욱이 이
 를 통해 현재의 구태의연한 조직 · 풍습이 자연스럽게 타파된다.

또한 시장 조사를 열심히 해야 한다. 포장에는 수학과 같이 해답이 하나일 수 없다. 포장 설계
 시에는 판매방법, 생산방법, 유통기한, 판매비용 등을 종합적으로 파악하고 포장사양 등을
 결정하고 있다. 시장 조사를 통해 나라면 어떻게 포장할 것인가를 생각하게 되고, 이를 통해
 포장에 대한 개념이 자연스럽게 스며들게 된다. 시장 조사 학습에 의한 인재 육성법이다. 시
 장을 관찰하고 스스로 하는 사고하는 방법이 필요하다. 지시 의존 증후군도 치료할 수 있다.

VIII. 개발체제의 수정과 개발속도 상승 및 실용화를 추진하는 인재 육성

세계적으로 인력 부족으로 인한 인건비 상승이 진행되고 있다. 개발 경비와 시간 단축이 필요하다. 개발 과제나 테마의 실험 계획은 착수 전에 작성하고, 많은 사람들의 의견을 참고로 들어야만 한다. 기초개발부문과 응용전개부문의 역할 분담과 산학관의 공동개발체제를 효과적으로 활용한다. 연구자를 국내외 대학·연구기관에 파견해 기초 개발의 촉진과 실행하는 과정에서의 인재 육성, 해외인재와의 커뮤니케이션 촉진과 네트워크 육성이 중요하다. AI 활용도 중요하지만, 사내에서의 육성은 어려울 것이다. 기술 촉진이 빠르기 때문에 파트너십을 선정하는 것이 바람직하다.

IX. 네트워크 형성 생각하는 인재 육성

어떤 아이디어를 더욱 좋게 만들기 위해 아이디어를 내는 것은 사내에서는 한계가 있다. 해외와의 네트워크에 의해 보다 빨리 뛰어난 포장기술을 개발할 수 있다. 해외의 포장 업계에서는 해커톤(hackathon)의 이용사례도 있다.

개인의 능력과 전문성에는 한계가 있다. 개발 과제에 대해 각 분야의 전문가를 모은 컨소시엄 등을 형성하고, 자신의 전문 분야를 담당해 과제를 해결, 실용화하는 것이 중요하다. 이 프로젝트에 참가하는 것에 의해 과제 해결의 방법, 아이디어 도출 등을 배울 수 있다. 과제 해결을 통해 집약된 지식이나 기존 데이터를 활용해 새로운 것을 산출하는 창조형 인재 육성은 사외와의 공동 개발체제 속에서 가능할지도 모른다.


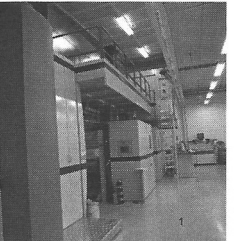
스스로 세계를 보고 돌아다녀라. 백문이 일견이라 담당자뿐만 아니라 경영자층도 세계를 돌아다녀라. 그리고 세계 포장기업의 경영자와 접촉해 정보를 교환하라.

X. 과제 해결에 의한 인재 육성

현재 포장의 인재 교육에서는 주로 지식의 습득과 출석 기업 간의 촉진이 이뤄지고 있다. 이것은 그 목적을 달성하고 있다. 더욱이 인재를 육성하기 위해서는 습득한 지식을 바탕으로 부여된 과제 해결책을 다른 기업의 여러 이름으로 토의하고 정리한다. 이때에 그 그룹의 대표가 참가해 질의응답을 하는 방법이 있다.

포장은 수학과 같이 해답이 하나가 아니다. 대상물에 따라 포장의 개념이 다르다. 그룹 내에

[그림 1] 스웨덴 Broby Grafiska

<p>Broby Grafiska AB(스웨덴 sunne) <인쇄 · 제판 · 디자인 등의 취업훈련학교></p>	
<p>학교와 비즈니스 간의 가교 패키지의 디자인에서부터 인쇄와 관련한 많은 교육 프로그램이 있다. 2년간 또는 3년간의 훈련. 패키지에서 미디어 관계까지 광범위하게 훈련. 인쇄기술과 패키지디자인의 쌍방을 모아 교육하고 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 플렉소인쇄의 훈련은 스칸디나비아에서는 여기밖에 없다. 최신 기계 설치 · 인쇄기술에 관한 회합, 세미나 등 개최 · 프로젝트에 따라서는 세계 수개국의 협력 기업에서 실습 · 현재 65명의 스텝, 학생+기업에서의 파견=500명 	<p>IDEUM : 벤처 육성의 독자 시스템</p> 
<p>[출처 : http://www.brobygrafiska.se/]</p>	

서는 다른 능력을 가진 사람들이 있다. 과제 해결에 대한 토의를 통해 자신의 현재 정도를 알게 되고, 타인의 사고를 배울 수 있다. 더욱이 알려지지 않은 정보나 기술을 알게 된다. 다른 과제에 대해서도 일정 기간을 두고 3번 정도 실시하면 생각하는 방법이 참가하기 전과 비교해 달라질 것이다. 그 후에는 개인에게 과제를 주고, 제안서를 작성하고, 그것에 근거해 지도자와 개인면담으로 토의하는 방법을 3회 연속 하게 되면 포장에 대한 생각, 개념, 노력하는 자세가 훈련 전보다 좋아지게 될 것이다. 수료하면, '포장비즈니스스쿨 수료서'를 받게 된다. 더불어 특전을 주는 것이 좋은데, 그것은 별도 검토해도 된다.

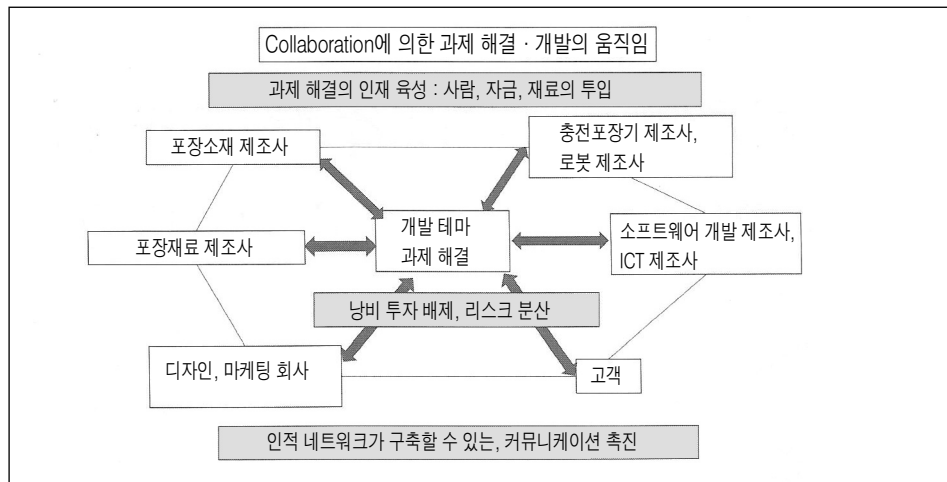
지식 습득만으로는 능력을 키우기 어렵다. 훈련이 끝난 후에는 경험을 더한다. 그 과정에서 더욱 많은 것을 배우고, 능력이 향상할 것이다.

포장 비즈니스는 일상의 제품 포장이 많기 때문에 흥미와 관심을 계속해서 가지면, 재미있는 비즈니스라고 생각한다. 사람은 타인과 다른 능력을 가지고 있다. 다른 능력의 포장인과 공동 작업하는 것에 의해 지금까지 없는 아이디어, 포장이 산출될 수 있다. 앞으로는 기존 포장을 실시할 뿐만 아니라 새로운 포장을 고안하고, 글로벌하게 전개하는 것이 포장산업의 발전으로 이어질 것이다.

1. 포장훈련학교 Packaging Education School(PES)

업계에는 OO협회가 많지만, 훈련센터는 아니다. 예전에 2번 정도 방문한 스웨덴의 Broby Grafiska AB(<http://brobygrafiska.se/en/>)는 포장인쇄에 관한 직업훈련학교이다(QR코드 참

[그림 2] Collaboration에 의한 활동



조). 졸업하면 그래픽 디자인에서부터 인쇄기 관련 지식, 실기 등을 습득할 수 있다. 실습에 의해 포장기술을 습득할 수 있는 포장훈련학교를 포장업계 전체에서 설립하면 좋겠다고 생각한다. 실학을 중요시 한다.

최근 폐교가 된 건물이 많이 있다. 그곳을 포장훈련학교로 활용, 지역 활성화에도 공헌할 수 있다. 각 기업도 시작 플랜트를 가지고 있는데 비용이 많

이 든다. 경쟁하지 않는 기초적인 포장에 관한 훈련을 하면, 비용 발생이 경감된다. 고품은 퇴자에게 지도를 맡기면, 그 노하우도 전수받을 수 있다. 포장재료, 포장기술, 측정기 등과 관련한 기업의 경우, 재고 처분하는 것도 많다. 재생·재이용이 쉽지 않다. 이러한 모든 과제를 해결하면서 인재를 육성할 수도 있다. 국내에 한정하지 않고, 해외에서도 수입하면 국제 교류도 가능하다([그림 1]).

패키지의 디자인에서부터 인쇄와 관련한 많은 교육 프로그램이 있다. 2년간 또는 3년간의 훈련. 패키지에서 미디어 관계까지 광범위하게 훈련.

인쇄기술과 패키지디자인의 쌍방을 모아 교육하고 있다.



2. Collaboration에 의한 인재 육성

개발 테마 또는 업계 공통의 해결 과제는 1개사에서 하는 것보다 관계하는 여러 회사가 자사의 전문분야를 가지고 개발 또는 과제를 해결하는 쪽이 기간, 비용, 결과의 면에서 바람직하다고 생각한다. 프로 집단에 의한 활동이다.

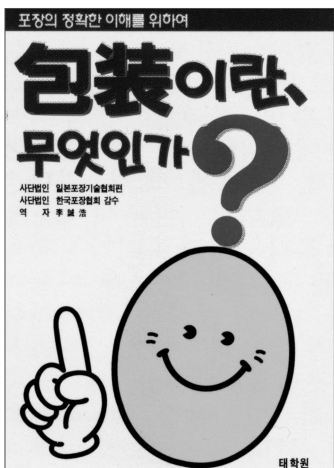
유럽의 기업을 보면 이 방식으로 추진하고 있는 경우가 많다. 다만 개발의 경우에는 특허를

취득한 기업이 추진역할을 담당해 개발을 추진하는 편이 좋다. 세밀한 결정은 구체적으로 됐을 때에 토의하면 좋다고 생각한다. 이 가운데 자사 이외의 포장인과 함께 일을 함으로써 서로 자극이 되고 인재가 육성될 것이다([그림 2]).

XI. 결론

포장의 문헌을 읽자. 선인이나 현재의 포장인의 노력과 결정이 그곳에 있다. 어떻게 생각하고, 어떻게 대응할지를 알아보고, 현재의 기술로 어떻게 대응할지를 생각하자. 문장을 눈으로만 따라가지 않고 열독하는 것이 중요하다. 읽는 중에 생각이 나온다. 최근에는 파워포인트나 동영상으로 확인하는 경우가 많은데, 그로 인해 천천히 읽으면서 이해하는 습관이 사라지고 있다. 대강 읽고 결과만을 쫓아가 이해한 결과는 머릿속에 들어가지 않아 나중에 활용할 수가 없다.


AI(인공지능)도 학습효과로 지식을 축적하고, 그것을 근거로 판단하고 있다. 문자나 영상을 보는 것만으로는 데이터로써 축적되지 않는다. 머릿속에 기억된 지식이야말로 발상에 도움을 준다. 동영상으로 보고 머릿속에 축적되지 못한 정보는 아이디어 도출에 도움이 되지 않는다. 인터넷 검색으로 지식, 정보는 입수할 수 있지만, 그것을 기본으로 한 아이디어 도출은 쉽지 않다. 의문, 관심을 계속해서 가지면 무언가를 본 순간 또는 들은 순간에 머릿속에 축적된 정보와 연결되고, 갑자기 밖으로 나오게 된다. 모든 포장 책을 열독할 필요는 없지만, 아카이브의 포장기사나 책은 열독하도록 하자. 열독을 통해 더욱 포장인으로써 성장할 수 있다. [PW]



포장의 정확한 이해를 위하여
포장이란, 무엇인가?
사단법인 일본포장기술협회
사단법인 한국포장협회 감수
역자 홍필호
태학원

서적 안내

포장이란 무엇인가?



KOPA
KOREA PACKAGING ASSOCIATION INC.

· 가격 : 12,000원
· 구입 문의

TEL : (02)2026-8655
E-mail : kopac@chollian.net

(사)한국포장협회