



현대 사회가 요구하는 패키징

- 패키징 패러다임의 변화 -

일 시 : 2009년 3월 12일 (목요일) 오후 5시

장 소 : 월간포장 회의실

참석인원

토론자 : 조계민 소장 (패키징산업지원센터)

김기태 대표 (팩피아)

차규환 팀장 (CJ(주))

신준섭 교수 (용인송담대)

사 회 : 백재민 상무이사 (월간포장)

○ 국내 패키징산업 무엇이 문제인가?

사회 : 안녕하세요? 오늘 좌담회는 월간포장 창간 25주년 및 지령 300호 발간을 맞아 패

키징산업을 진단해 보고 현재의 경향과 앞으로의 전망을 한 번 해보자는 취지로 마련되었습니다. 이번 좌담회의 주제는 “현대 사회가 요구하는 패키징 : 패키징 패러다임의 변화”입니다. 1984년 월간포장의 창간호 특집 주제가 ‘포장산업 무엇이 문제인가?’ 였습니다. 이러한 주제는 지금도 여전히 되새겨 볼 수 있는 문제이지 않나 싶은데요. 25년 전 패키징산업과 지금의 패키징산업과의 비교라고 할까요? 현재 패키징산업의 문제점에는 무엇이 있는지 한번 살펴보면 합니다.

김기태 : 월간포장의 25주년을 축하드립니다. 제가 포장에 입문한 해에 월간 포장산업이 창간되었으니 저와는 남다른 인연이 있는 것

같습니다. 그리고 보니 저도 포장분야에 발을 담근 지 25년이 되었네요. 25년 전 국내 포장산업은 기술적으로 발전하지 못했습니다. 당시는 포장기술이 뒷받침 되지 못하던 상황이었습니다. 예를 들면 PVDC 코팅 기술이 처음 들어오던 시절이었습니다. 25년이 지난 지금 국내 포장산업은 상당히 많은 발전을 이루었습니다. 다만 현재 우리나라에서 개발되지 못한 기술이 있다면 그것은 개발 능력이 없어서라기보다 시장이 워낙 작기 때문에 시장성이 떨어져 개발하지 않은 경우일 것입니다. 포장산업 규모가 어느 정도 패도에 진입하려면 일본처럼 인구가 1억 이상이 되어야만 수요가 뒤따르고 그것을 통해 개발 보상이 가능한데, 우리나라의 경우 그렇지 못합니다.

시장이 상당히 적을 수밖에 없습니다. 최근 몇년간 중국이나 동남아 지역의 값싼 포장재들이 밀려들어오는 상황과 기술 선진국의 높은 기술과 경합을 해야 하는 상황으로 국내 포장산업은 샌드위치 상태에 놓여 있습니다. 이런 측면에서 어려움이 있지 않겠는가 생각합니다.

신준섭 : 먼저 월간포장 창간 25주년을 축하드립니다. 25년 전하고 지금의 패키징산업을 비교해 보면 산업적 위상이 많이 달라졌다고 생각합니다. 예전의 수출 드라이브 시대의 포장은 단순한 형태에 불과했다면 현대의 패키징은 제품뿐만 아니라 비주얼 머천다이징 기능까지 포함하고 있을 정도로 광범위해지고 큰 역할을 하고 있습니다. 그러면 현재 패키징산업의 문제는 무엇이 있는가? 어느 정도 기술적 수준이 높아졌다고 봅니다. 그렇지만 그 기술을 통해 만들어진 제품이 과연 시장에서 지속적으로 살아남을 수 있을 것인가 생각해 봤을 때 의구심이 듭니다. 우리가 이 문제를 풀려면 규모의 경제화

적인 측면을 살펴보아야 합니다. 국내의 중소기업 패키징기업이 인수합병 과정을 거쳐 세계적인 규모의 패키징기업으로 성장해야 하리라 봅니다. 그래야만 패키징산업을 어느 정도 더 성장시킬 수 있다고 생각합니다. 산업에 대한 구체적인 자료나 비전을 제공해 줄 수 있는 곳이 학교나 학계의 임무라고 생각을 합니다. 포장학과를 중심으로 하는 학문의 여러 가지 동향들을 보면 첨단과학과 복합적인 학제적, 산제적 제시들이 나오고 있지만 구체적인 비전을 제시하기에는 조금 부족하지 않은가 싶습니다. 산업을 이끌어 갈 수 있고, 미래를 내다볼 수 있는 한 발 앞서가서 앞으로의 패키징산업이 이런 것이 되어야 한다는 비전을 학계에서 제시해 주지 못하고 있지 않나 생각합니다.

조계민 : 월간포장 25주년을 먼저 축하드립니다. 포장 쪽에 입문한지 2년 6개월 정도 되었습니다. 제 경험보다 월간포장의 경험이 열배 정도 되는군요. 기본적으로 두 분의 말씀에 동의를 합니다. 저는 패키징기술을 하나의 응용기술로 생각하고 있습니다. 소재라든지 공정이라든지 기술적인 측면에서 봤을 때는 기초기술이 먼저 확립이 되어야 하고 확립된 기술을 패키징 쪽에 적용을 했을 때 패키징기술이 될 것입니다. 패키징기술이 결국 응용기술이다 라고 할 때 문제는 소재 등 다른 산업분야에서 연구되고 있는 기초기술들이 패키징 쪽에 잘 접목되지 못하고 있다는 점입니다. 2년 6개월 동안 이러한 문제점을 짚어보고 해결하려고 노력했습니다. 이러한 문제는 사실 님이 먼저냐 달걀이 먼저냐의 논의가 될 것입니다. 모든 나라에서 기술을 연구하고 개발하는 주체를 보면 우선적으로 대학교를 통해 진행되고 그 다음에 정부출연

연구소 내지는 민간 연구소에서 이루어집니다. 국내의 현실은 연구개발을 하는 전문기관 및 전문인력이 부족하다는 점입니다. 시장 규모가 작아서 기초기술을 연구하는 분들이 패키징 쪽에 관심을 두지 않는 경우도 있었지만 반대로 패키징기술 자체가 그렇게 첨단에 속하는 기술이라는 인식이 사회적으로 안 되어 있기 때문이기도 할 것입니다.

○ **현재 경제상황과 패키징 산업에 미치는 영향은?**

사회 : 지금 가장 큰 이슈는 지난해부터 시작된 세계 금융위기 속에 경제의 극심한 침체를 겪고 있다는 점일 것입니다. 특히 국내는 급격한 환율변동 등으로 어려운 상태가 지속되고 있는데요. 패키징 산업에서 이러한 어려움을 어떻게 극복해 나가야 할까요? 미래를 점친다는 것이 어렵겠지만 그래도 각자 생각하시는 의견에 대해 말씀해 주십시오.

김기태 : 지금 경제는 너나 할 것 없이 다 힘든 상황입니다. 우리나라만 힘든 상황이 아니라 전 세계가 겪고 있는 상황이라는 것입니다. 우리나라의 상황을 봤을 때 절대적인 물동량이 줄어드는 것에서 힘든 측면이 있을 것입니다. 하지만 우리나라 포장산업은 지금이 호기라고 생각합니다. 왜 호기라고 생각하냐면 몇 년 전까지만 해도 우리나라에서 사용되는 포장재를 해외에서 수입하는 비율이 높았습니다. 최근 들어 환율 문제가 발생하면서 지금 해외에서 수입되는 포장재는 거의 다 차단된 상황입니다. 예를 들면 즉석밥에 사용되는 다층 용기의 경우 몇 년 전만 해도 일본에서 포장재를 수입해 왔습니다만, 지난해부터 원-엔 환율이 올라가면서 지금은 다시 국내 기업을 통해 공급이 진행되고 있습니다. 또 하나 국내 포장기계산업의 경우 지금 최대 호황을 보이고 있습니다.

우리나라의 경우 포장기계 기술이 유럽이나 일본처럼 매우 발전되어 있다고 볼 수는 없습니다. 그동안 가격 경쟁력을 통해 어느 정도 마켓



조계민 소장



차규환 팀장



신준섭 교수

을 차지하고 있었지만 몇 년 전부터 중국의 포장기계 기술이 비약적으로 발전을 하면서 일부 분야는 중국 쪽 기술이 국내 포장기계 기술보다 앞서는 상황까지 진행되었습니다. 이 같은 상황이 계속되었다면 우리나라 포장기계 산업이 초토화 될 수도 있었습니다. 하지만 지난해부터 불거진 환율 문제로 인해 가격경쟁력을 많이 회복하면서 국내 포장기계산업은 현재 최대의 호황기를 맞고 있습니다. 포장재와 관련한 물동량 면에서는 우리나라 포장산업이 위기일 수 있지만 환율문제 등 전체적인 상황을 고려해 봤을 때는 반대로 지금이 호기라고 볼 수 있습니다. 이러한 호기를 맞아 무엇인가 개발을 이뤄 놓지 않으면 앞으로 경제가 좋아지고 환율이 안정이 되었을 때 또 다시 어려움에 부딪치게 될 것이라고 봅니다. 따라서 지금이야말로 미래를 준비해야 하는 시기라고 봅니다.

신준섭 : 음지가 있는 곳이라면 반드시 양지가 있기 마련입니다. 경제 불황이나 환율 문제 등

여러 가지 문제들이 있지만 잘 찾아보면 이러한 상황을 이용해서 뭔가를 거두어 낼 수 있는 블루션 분야가 있을 것입니다. 앞서 즉석밥 예를 들었지만 최근 들어 사무실에서 점심을 해결한다거나 일명 런치노마드라고 하여 더 값싼 식당이나 음식을 찾아 나서는 소비자 트렌드가 늘어난다고 합니다. 이러한 사람들이 찾는 음식이 무엇인가를 잘 파악한다면 이것에 대응하는 제품이나 포장을 생각해 볼 수 있을 것입니다. 포장은 제품과 연계해서 생각해 볼 수밖에 없기 때문에 변화되는 트렌드를 고려해야 합니다. 또 하나 현대인들은 퀵 리스펀스(quick response) 경향을 보이고 있기 때문에 이러한 것에 대응할 수 있는 여러 가지 제품의 포장방법 등을 생각해 보는 것도 좋으리라 봅니다. 이러한 트렌드를 통해 다양한 것을 만들어 낼 수 있을 것입니다. 위기를 극복하는 방법을 찾는 것도 중요하지만, 어려울 때 자기를 한번 성찰해 보는 기회를 갖는 것도 중요하다고 봅니다. 손자병법에 지피지기면 백전불패라는 말이 있습니다. 어려운 시기에 자기



김기태 대표



백재민 상무



최신판 PTP포장 LINE 국내 최초 공개!!

Blister에서 Cartoner까지의 Line을 출품합니다.

■ CKD BLISTER PACK FBP-300E

- GMP 대응 안심설계
- Flash Patri(화상검사 SYSTEM)탑재 가능
- 이물질 혼입, 조각, 파편 등을 완벽하게 방지.
- 겸용 전환 작업시간 및 청소시간 단축
- 한국 첫 출품전시



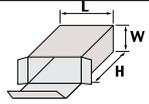
CKD

■ 간헐모션타입 VARIO-i ■

VARIO-i는 간헐모션타입으로 S, L, R의 3종류가 있고, 사용자의 사용용도에 맞춰 적합한 모델을 제공할 수 있다.

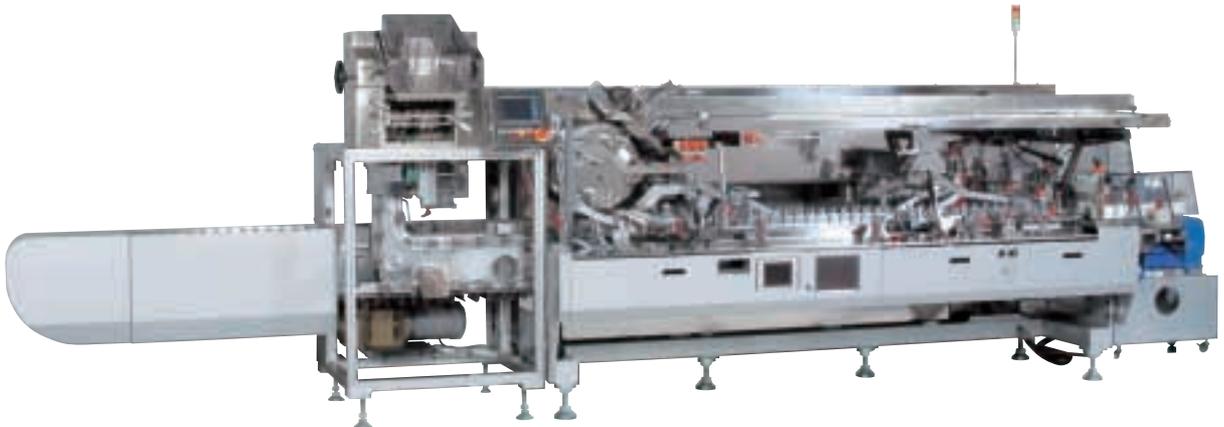
국내 유일한 8축 SERVO MOTOR와 본사 ORIGINAL SERVO CONTROLLER 「PACKS II」 적재에 따라 간헐모션에 맞는 고속성, 저소음성, 저진동성, 겸용/재현성 향상이 실현된 최신에 근대형 간헐 카토너의 결정판이다. 또한, 오리지널 방식에 따른 박스성형과 박스 운송에 따른 성능의 향상, 더구나 WING COVER OPENING 기계시스템에 따른 보수성의 향상에도 성공하였다.

형식	VARIO-Si	VARIO-Li
카톤수치 (단위 mm)	L = 25~85 W = 10~75 H = 70~180	L = 50~150 W = 15~18 H = 100~200
능력	80카톤/분	70카톤/분

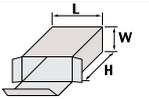


■ 연속모션타입 VARIO-C ■

의약품, 화장품, 식품업계 그 외 폭넓은 분야에서 활약하고 있는 발코니타입의 카토너이다. 발코니 타입은 구동부분과 제품운송부가 분리된 구조로 되어있고, GMP·FDA에 적합하다. 특히 의약품업계에 있어서는 GMP 규제강화에 대응하여, 기계에서의 제품과 첨부서류의 낙하·누락을 조기에 발견가능, 또한 그것을 용이하게 제거하는 구조로 되어 있다. 또한, 기계에의 접근도 뛰어나며 청소와 보수가 쉽게 행해지고, 여성 조작자에게도 우수한 기계로 되어 있다.



형식	VARIO-C4.5	VARIO-C7.5
카톤수치 (단위 mm)	L = 25~85 W = 10~75 H = 70~180	L = 50~150 W = 15~18 H = 100~200
능력	300카톤/분	240카톤/분



자신을 한번 돌아보면서 기술적 문제점 등을 찾아본다면 한 단계 도약할 수 있는 좋은 기회가 될 것입니다.

조계민 : 잘 아시겠지만 패키징산업이라는 것이 결국 제조업을 기반으로 하는 특성을 갖고 있기 때문에, 제조업의 부침에 따라서 패키징산업도 함께 부침을 겪을 수밖에 없다고 생각합니다. 지금 환율 등의 문제로 인해 국내 패키징산업이 또 다른 면에서 호기라고 보는 것에 대해 전적으로 동의하며 고 환율로 얻는 이득을 단순히 수입 대체뿐만 아니라 더 나아가 세계 시장으로 진출할 수 있는 기회라고 생각하고 있습니다. 이러한 기회에 국내에서도 세계적인 패키징 기업이 나올 수 있다는 희망을 가져봅니다.

○ 국내 패키징 산업 경향은?

사회 : 국내 패키징 산업은 패키징을 사용하는 수요산업 이른바 식품, 화장품, 생활용품 또는 가전 등의 산업의 흐름과 직접적인 관계를 맺고 있는데요. 이러한 산업들과의 관계에서 국내 패키징 산업만의 특성이 있다고 생각합니다. 특히 일본이나 미국, 유럽 더 나아가 중국이나 인도 등의 지역과 비교해 볼 필요도 있다고 봅니다. 패키징 수요업체와 공급업체와의 관계 등을 한번 살펴보면 좋겠습니다.

김기태 : 앞서 말했듯 우리나라 포장산업의 기술이 뒤떨어져 있다고 생각하지 않습니다. 현재 국내에서도 많은 기법들을 구사하고 있고 해외에서 사용하는 포장기술이라면 국내에서도 못하는 기술은 거의 없을 것입니다. 단 하나 해외 기술과 우리 기술의 차이점은 있다고 봅니다. 해외

의 경우 포장을 할 때 합리적인 성향이 강합니다. 전적으로 포장의 역할에 충실하고 그 외에 부가적인 요소들은 제외하는 경우가 많습니다. 하지만 국내의 경우는 남들보다 커보여야 되고, 남들보다 예뻐 보여야 된다는 등의 시장 요구에 충실한 경향을 보입니다. 우리나라 과자포장의 경우 내용물 보호와 상관없이 무조건 증착을 써야 한다는 경우도 있습니다. 증착이라는 것은 차단성을 필요로 하는 곳에 사용하는 것인데, 차단성은 고려 대상이 아니고 단지 반짝반짝 강조하고, 예쁘게 보이기 위해 증착을 사용하고 있습니다. 또한 경쟁사 보다 무조건 커보이게 하려는 목적으로 사용이 됩니다. 이러한 요구가 많기 때문에 국내의 경우 기술이 뒤떨어지기 보단 조금은 기형적인 형태로 포장이 앞서 나가지 않았나 봅니다.

차규환 : 요즘은 정말 어려운 상황입니다. 저희 회사의 경우를 보면 원자재나 부자재 등은 오른 반면 물가안정을 위해 소비재 가격 인상을 억제해야 하는 상태입니다. 그러다 보니 결국 포장재를 포함해 줄이는 것 밖에 없는 것 같습니다. 하지만, 패키징 업체도 어려운 상태로 무조건 줄이기가 쉽지 않습니다. 줄일 수 있는 틈이 별로 없다는 것이 문제인 것 같습니다. 지금은 생존을 위해 뛰는 시대가 되었다는 것이 저의 생각입니다. 생존을 위해서는 원가경쟁력도 실력이라 봅니다. 그냥 줄이자, 그냥 깎자 이러한 방식이 아니라 어디에 낭비요소가 혹시 없는가를 찾아보는 Non Value Factor를 찾아 제거하는 공동작업을 하고 있습니다. 이 작업에는 회사의 내부조직인 구매, 디자인, 패키징과 함께 협력업체가 함께 연결하여 Design to Cost 라는 부분으로 접근을 하고 있습니다. 예를 들어 증착을 사용하였다면 왜 증착을 사용하였는

가? 검토해 보니 증착을 사용할 필요가 없더라 하면 그것을 제외하고 다른 쪽으로 대체하는 것을 진행하고 있습니다. 협력업체의 경우 사용되는 패키지가 줄어든 만큼 이익이나 매출은 줄 수 있겠지만 전체적으로 물량이 없어지는 것이 아니라 앞으로 계속 같이 가는 방향으로 협력해 가고 있습니다. 때로는 협력업체에서 먼저 제안을 하여 비용을 절감할 수 있는 아이디어가 나오기도 합니다. 저희 같은 경우 올해 이러한 활동을 통해 약 100억 원 가까이 줄이는 것을 목표로 하고 있습니다. 어찌 보면 굉장히 큰 목표이지만 제가 보기에는 지금과 같은 시기에 해야 될 운동이라고 생각합니다. 소비자가 보기에 필요 없는 부분을 제거하여 비용을 줄이는 것이 바로 친환경적인 활동이 될 것입니다. 현재, 저희도 어렵고, 협력업체인 패키징 업체도 어려운 상황에서 협력업체와 함께 아이디어를 짜내 불필요한 요소들을 제거해 나가는 것만이 모두가 살아남을 수 있는 방법이지 않나 싶습니다.

○ 시장에서 요구하는 패키징은?

사회 : 현재 시장에서 요구하는 패키징이 어떤 것일까에 대해 한번 살펴봤으면 합니다. 최근 등장하고 있는 다양한 이슈들도 패키징산업에 영향을 미치리라 봅니다. 특히, 대한민국은 전 세계에서 가장 낮은 출산율을 기록하고 있습니다. 이러한 영향으로 빠르게 고령화 사회로 진행되고 있으며, 독신 가정의 증가 등 사회적인 변화도 새롭게 전개되고 있습니다. 또한 지구온난화로 인한 온실가스 감축이 전 세계적인 이슈입니다. 이러한 사회적 변화가 패키징에 어떤 영향을 미치게 될까요?

신준섭 : 현재 한국 시장에서 요구하는 패키징에 대해 여러 가지로 말할 수 있겠지만 딱 한가지로 정의를 한다면 안전성이라고 생각합니다. 현대 사회에서는 불안을 주는 요소들이 증가하면서 더욱더 안전한 것을 요구하고 있습니다. 패키징에도 Safety에 대한 요구가 더욱 커지는 시대가 되었다고 봅니다. 이러한 산업적 추세를 따라가기 위해서 패키징 산업이 해야 할 일들이 상당히 많이 있습니다. 특히 스마트 패키징이라고 하는 것에 초점이 맞추어질 것이라 봅니다. 인디케이터 기술을 통해 누군가 패키징을 열어 보았는지 아닌지를 인지할 수 있도록 해주는 등의 기술들이 요구되고 있습니다. 결국은 안전성이라는 것에 더해 기능성에 대한 요구도 높아질 것입니다. 차단성을 요구하면서 인쇄도 잘 되어야 하고 또 다른 성질도 좋아야 하는 등 복합적인 것들이 요구됩니다. 사실 시장에서 요구하는 모든 것을 하나의 패키징으로 다 구현하기는 어렵겠지만 각각의 특성에 맞는 주특기를 패키징 기업들이 하나씩은 보유하고 있어야 할 것입니다. 우리 회사는 이러한 것에 있어서는 독보적인 기술을 가지고 있는 회사다 하는 식으로 시장을 개척하는 것이 필요하다고 봅니다.

김기태 : 사회의 발전 단계는 분명 포장분야에 지대한 영향을 미치고 있습니다. 사회가 발전되지 않은 상황에서는 포장에 특별히 요구하는 상황은 없었습니다. 단순히 제품을 싸서 공간적 이동을 하는 것에 충실하면 되었고 그것에 더 나아가 좀 더 예쁘게 하면 되는 시절이 있었지만 사회가 발전하면서 포장에 점점 더 많은 기능을 요구하게 되었습니다. 우리나라의 경우 포장 분야가 사회로부터 요구받기 시작한 것은 15년 전쯤에 그라비아인쇄 필름에 잔류용제 문제

가 불거졌을 때였다고 봅니다. 물론 이러한 문제가 처음 제기된 곳은 일본에서였지만 우리나라도 곧바로 영향을 받아 포장에 잔류용제 즉 포장에서 위험물질이 나오지 않았으면 하는 바람들을 갖기 시작하였습니다. 그 이후부터 붓물 터지듯이 포장에 요구하는 것들이 많이 생겼습니다. 환경호르몬 문제가 나왔으며, 포장과 관련한 환경문제가 그랬고, 최근에 불거진 멜라민 문제에 이르기까지 한편으로는 혹독하리만치 많은 문제들이 제시되었습니다. 한편, 다른 측면에서 본다면 그 나라의 경제 발전 수준에 따라서 포장에 요구하는 목소리가 달라집니다. 국민소득이 1만 달러 정도 되면 국민의 입맛이 바뀝니다. 그러한 예로 그 나라의 음료시장에서 저온유통 주스가 팔릴 수 있는 시점이 국민소득 1만 달러로 보고 있습니다. 실질적으로 우리나라가 90년대 중반에 국민소득 1만 달러로 올라갔었다가 바로 IMF로 인해 떨어져 다시 회복하는데 오랜 시간이 걸렸습니다. 이로 인해 우리나라의 경우 저온유통 음료가 정착하는데 오랜 시간이 걸렸습니다. 사회 경제발전에 따라 포장에 대한 요구사항이 증가한다는 것입니다. 독신가정이나 핵가정의 증가는 식품포장의 형태를 변화시키고 있습니다. 간편하게 조리해서 혼자서도 쉽게 먹을 수 있게끔 포장에서 해결해 주어야 합니다. 이렇게 경제발전 속도라던가 사회 인식 수준에 따라서 포장에 요구하는 사항들이 다양하게 나오고 있다고 봅니다.

차규환 : 일본의 경우 패키징 업체가 리딩하는 산업 구조를 가지고 있습니다. 일본은 포장재 업체가 대기업화 되어 있습니다. 그러다 보니 유통기업은 포장에 대해 물량을 정해 구매만 잘 하면 됩니다. 패키징 대기업에 필요한 것을 주

문만 하면 패키징 대기업이 연구를 잘해서 그 결과를 가져다주는 구조입니다. 이렇게 국내 패키징 업체들이 일본식으로 확실하게 대기업화가 될 수 있다면 서비스 산업으로써의 역할, 서비스 + 제조로 갈 수 있을 것입니다. 일본 패키징산업의 이러한 형태가 우리에게 배울 점들이 많이 있었습니다. 일본 전시회를 가보면 새롭다고 느끼게 됩니다. 그런데 최근 들어 이러한 면이 패키징 산업을 궁극적으로 발전시키는 데 조금 부족한 부분이 있다고 봅니다. 이들 패키징 대기업에서는 돈이 안 되는 것을 개발하지 않습니다. 패키징 대기업들은 돈이 되느냐 안 되느냐를 판단하고 돈이 안 되는 아이디어들을 뒤로 미루어 놓곤 합니다. 일본에서는 패키징 대기업에서 패키징 기술을 하나 개발하면 이를 모든 업체에 공급하게 됩니다. 그러다 보니 디자인 위주로 진행되고, 혁신적인 패키징 쪽으로는 발전이 안 됩니다. 미국의 경우 안전이 가장 중요한 요소로 포장에서 내용물에 대한 안전성을 최고라고 생각해 왔습니다. 그러다 보니 패키징에 대한 연구가 세이프티에 대한 연구 쪽으로 진행되었습니다. 그러나 최근에 와서 내용물에 대한 연구가 한계가 있다고 보고 패키징을 통해 부가가치를 주는 개념을 생각하고 있습니다. 미국에서도 몇 년 사이에 조리편의 제품이 많이 등장하였습니다. 예를 들어 스낵 제품에 캔이 아닌 파우치를 이용해 한 번에 먹을 양을 포장한 제품이 등장했으며, 과자의 경우도 한 번에 먹을 정도로 소포장 되어 나온다거나 전자 레인을 이용해 바삭하게 먹기 좋은 상태를 만들어주는 제품이 등장하고 있습니다.

유럽이 좋은 본보기가 될 것 같습니다. 유럽은 일본처럼 패키징 대기업이 많지 않은 반면 중소기업형 패키징 기업이 많이 존재합니다. 그러면

서도 유럽 전체를 시장으로 보고 개발을 진행할 수 있습니다. 요즘 유럽 패키징 분야의 키워드는 이노베이션 패키징이라는 단어입니다. 패키징(packaging)이 포장과 다른 것은 토탈(total) 개념을 담고 있다는 점입니다. 제조에서 서비스, 포장기계 등 패키지를 만드는 모든 활동들이 여기에 포함되며 더 나아가 패키징에 이노베이션을 붙여 새로움을 만들어 가고 있습니다. 이노베이션 패키징은 패키징을 통해 내용물에 부가가치를 높일 수 있는 기술이라고 볼 수 있습니다. 이노베이션 패키징을 정의할 때 기술이 들어가야 하며, 진입장벽이 있어야 합니다. 남들과 똑같이 해서 언젠가는 추월당하게 됩니다. 원가 절감을 하더라도 5~10% 줄이는 것이 아닌 20% 이상을 줄이는 혁신적으로 원가 절감을 해야 합니다. 3~5% 줄이는 아이디어는 많이 있습니다. 그런데 20%를 줄이는 방법을 찾는 것은 쉽지 않습니다.

이러한 것을 기술로써 구현을 하게 되면 이를 개발한 업체도, 또한 사용하는 업체도 같이 효과를 거둘 수 있을 것입니다. 또한 노령화 사회에 맞는 패키지 개발을 할 때도 점자를 넣는다는 일반적인 편의성을 준다는 정도의 차별화가 아니라 어떻게 하면 확실히 차이를 느끼게 할 것이냐는 것입니다. 개봉 편의성이 유니버설 디자인의 중요한 요소라고 한다면 단순히 개봉하기 편리하다가 아니라 확실히 다른 패키지와는 달리 정말 개봉하기 편리한 점을 갖추도록 해야 한다는 것입니다. 거기에 더해 생산에서도 안정적으로 이루어져야 하고요.

정리해서 말씀드리자면 패키징에 있어서 트렌드는 굉장히 많이 있습니다. 친환경, 안전 등 패키징에 요구되는 사항들은 점점 많아지는데 이러한 것들을 고려할 때 어떻게 할 것이냐 하는

문제로 인해 패키징 전문가들의 역할이 점점 커지고 있다고 봅니다.

신준섭 : 각국을 비교해 주셨는데, 우리나라나 포장선진국과의 기술적 차이는 업계에서 평가를 해보시기에 얼마 정도의 차이가 있을 까요?

차규환 : 패키징 안에서도 여러 요소가 있을 것입니다. 어떤 부분에 있어서는 동등수준까지 와 있습니다. 또한 획기적인 새로움은 없다고 봅니다. 일본에서 개발한 기술이 한국에 들어와 제조를 하기도 합니다. 기술은 이미 동일한 수준에 와 있다고 봅니다. 그러나 새로움을 만들고 차별화를 만들어 가는 근본적인 부분을 들어가 보면 굉장히 뒤떨어져 있습니다. 외국 것을 사다가 쓰는 정도입니다. 예전에는 몰라서 못했다고 하지만 지금은 인터넷을 통해 전 세계의 제품을 찾아 볼 수 있고 필요에 따라 사다가 적용할 수 있습니다. 외국에서 나온 것을 한국에서 못 만드는 것은 없다고 봅니다. 다시 말해 100점인 분야도 있으며 20점에 불과한 분야도 있다는 것입니다.

신준섭 : 저는 그것을 나쁘게도 볼 수 있지만 반대로 다른 시각으로도 볼 수 있지 않나 생각합니다. 우리가 만들지 않고 싼 값에 사다가 사용할 수 있다면 기술적인 종속을 이야기 할 수 있겠지만 소위 not bad는 아니지 않습니까. 업계에 이것을 물어보는 것은 학문적 연구도 중요하지만 업계에서 다른 곳에서는 사용하지 않지만 우리나라에서 써보면 어떨까 하는 기술 응용력을 말씀드리려는 것입니다. 디자인이나 인쇄 등 전체적인 기술 응용력에 점수를 준다면 어느 정도일까 하는 것을 물어보고 싶었습니다.

모양은 모방할 수 있지만 경험은 모방할 수 없습니다.



특허출원중

RP-84T
급대식 자동포장기

LEEPACK 주식회사 리팩
LEEPACK CO.,LTD.

영업품목

- 급대식로타리 자동포장기
- 로타리 자동진공포장기
- 자동계량기
- 주변장치(각종콘베어, 제품엘리베이터, 중앙제어시스템)
- 제대식자동포장기
- 오기필라
- 액체 충전기





다른 광고의 시작 편견을 버리면 새로운 마케팅이 보입니다.

1BOX = 1,000개

“1BOX도 제작주문” 폴칼라 광고 종이컵

빠른 배송(3일)

소량맞춤 광고 종이컵 스피드 애드컵

불황의 위기를 기회로 삼으려는 회원사 고객님께 희소식.

전단이나 판촉물형태의 기존의 광고매체를 새롭게 홍보할 수 있는 정확한 타겟 마케팅으로 딜러 및 광고기획사에게 희소식이라 할 수 있습니다.

폴칼라 광고종이컵 수량에 구매받지 말고 주문하십시오.

대량주문만 가능했던 폴칼라 종이컵도 이제는 원하시는 수량만큼 (1박스도 가능) 주문이 가능 / 소량의 다양한 맞춤형 주문생산 체제로 운영을 합니다.

종이컵 제품안내

자판기용 6.5온스, 테이크아웃용 8온스, 10온스, 13온스, 투명 프라스틱용 14온스, 소주컵, 생수컵, 상조세트, 벌크컵



폴칼라인쇄

33,000원

자판기용 6.5온스 폴칼라 인쇄
1박스 = 1,000개 (제품 및 가격 별도문의)
제품문의 02)2021~3337

기타제품 안내 PRODUCTS INFO

명함 (일반명함/수입지명함/카드명함/엑스트라 명함), 스티커 (일반스티커 코팅스티커/유포지/은데드롱/도무송/자석), 전단지 (리플렛, 소형/대형전단, 포스터), 봉투, 홀더, 카달로그, UV특수인쇄 등

김기태 : 저는 기술 수준의 차이보다는 관행의 차이가 많다고 봅니다. 우리나라 포장재 산업의 경우 영업행위가 프로포잘 영업을 거의 없습니다. 대부분이 오더 영업입니다. 포장재 기업이 기술개발을 통해 유저업체에 가서 우리 기술은 이런 차이가 있고 이 기술을 사용했을 때 어떤 결과가 있을 것입니다, 이것을 개발했으니 사용해 주십시오, 하는 영업보다는 유저업체의 요구에 맞추거나 유저업체에 로비를 통한 영업을 더 많이 때문에 기술개발을 요구하지 않는 상황이 전개되었다고 생각이 듭니다. 프로포잘 영업을 활발히 진행 되어야지 우리나라도 급 비약 하리라 봅니다.

사회 : 그렇다면 이런 문제를 한번 짚고 싶은데요. 우리나라는 캡티브 메이커가 상당히 많이 연관이 되어 있다고 봅니다. 일본의 경우는 포장 생산업체가 오히려 사용자 보다 더 위에 군림하는 형태로 있다고 보이는데요. 포장재를 개발해서 이것을 써봐라 하는 구조인데요. 우리의 경우와 반대의 경우인데 이러한 것에 대해서는 어떻게 보십니까.

차규환 : 제가 보기에는 패키징의 미래는 굉장히 밝다고 봅니다. 생각을 바꾸게 되면 다르게 바꿀 수 있겠다는 것입니다. 기초기술은 안되어 있지만 인터넷도 발달되어 있고, 작업을 빠르게 할 수 있는 여건도 되어 있고, 생각도 좋고, 아이디어도 많고 굉장히 발달할 수 있는 소지가 있지만 아직은 한계는 있는 것 같습니다. 대부분의 패키징 기업에서 개발할 돈이 없다는 것이 문제입니다. 아이디어도 있고 의욕도 있지만 개발에 투자할 돈이 없다는 것이 한계입니다. 우리에게 100점짜리도 있고 20점짜리도 있는데

그것을 합쳐보면 결국 60점 밖에 되지 않거든요. 이노베이션 패키징의 기본 자체가 아이디어가 좋으면 그것을 구현시키기 쉽다는 점에서 이를 지원할 수 있는 시스템이 갖추어 졌으면 합니다. 이러한 측면에서 그동안 정부에서 어느 곳을 키웠느냐 하면 디자인 분야였습니다. 하지만 디자인의 맹점은 기술이 없다는 것입니다. 패키징에는 기술이 있습니다. 패키징은 기본적으로 기술베이스의 사람들이 많기 때문에 이 사람들이 아이디어를 내고 그것을 하나하나 구현해 간다면 그것이 한국에서 굉장히 잘할 수 있는 영역이 아니겠느냐 생각합니다. 그런 측면에서 저희 같은 업체에서도 패키징을 키워주고 있고 협력업체와의 관계에서도 규모가 있는 기업이 아니라 무엇인가 아이디어를 가지고 있는 업체와 연결해 개발을 하면 그것을 공급을 받겠다는 쪽으로 진행해 나가고 있습니다.

○ 패키징 산업에 대한 지원 방안은?

사회 : 패키징 산업의 변화에 대응하기 위한 방법들을 살펴봤습니다. 이러한 대응을 개개의 기업들이 준비하기에는 벽찬 부분들이 있다고 봅니다. 또한 정부나 학계에서의 준비도 있어야 하리라 봅니다. 현재 정부의 패키지 산업에 대한 지원에는 어떤 것이 있는지, 앞으로 어떤 것들이 준비되어 있는지 말씀을 나눠봤으면 합니다.

신준섭 : 저는 산업에 대해 정부의 입김이 많이 작용하면 안 된다고 생각하는 사람입니다. 산업 쪽이 자생할 수 있는 기반을 키워주는 것이 중요하지 정부가 목소리를 많이 내면 안 된다고 봅니다. 대표적인 좋은 모델케이스가 일본

포장기술협회(JPI)라고 봐요. 일본 패키징 산업을 보면 일본 정부에서 거의 관여하지 않습니다. 그렇지만 업계의 요구를 JPI라는 단체에서 수렴을 해서 경제산업성에 제안을 하면 이를 지원해주는 형태로 줄기가 형성되어 있습니다. 이러한 모델은 미국도 마찬가지라고 봅니다. 정부의 정책적 참여는 하되, 정부로부터의 지원을 너무 기대해서는 안 되지 않나 생각합니다. 학계 쪽에 대해서도 연구비를 정부에서 지원해주는 형태는 아니라고 봅니다. 정부의 돈을 받아서 연구용역을 한 적이 있는데 효과를 못 본 것으로 판단하고 있습니다. 생산기술연구원에 패키징산업지원센터가 생긴 배경이 저는 업계와 정부의 중간 고리로 역할을, 기술적으로 연결해 줄 수 있는 역할을 하라는 의미 보고 있습니다. 이런 측면에서 학계 쪽에 직접적으로 접촉하기 보다는 산·학·연·관의 협의체를 구성해 추진하면 무언가 할 수 있는 좋은 사업이 있을 것이라고 봅니다.

김기태 : 저도 신교수님 의견에 동의 하는데요, 정부가 우리나라 포장산업을 지원해서 육성하기 위한 역할이 과연 있을까 하는 의구심을 가지고 있습니다. 몇 년 전에도 포장 대표단체를 만든다고 하는 말이 많이 있었습니다. 실질적으로 우리나라는 산업이라는 자체가 있기 때문에 서로 경쟁을 하면서 발전해 가는 관계가 지금까지 이어져 왔고 그런 가운데 발전할 가능성이 많은 것이지 정부가 주도를 해서 어떤 산업을 육성한다는 것은 상당히 힘들고, 실효성이 있겠느냐는 생각을 가지고 있습니다. 다만 정부의 역할이 있다면 국내적으로나 국제적으로 포장 관련된 부분에 대해서 대표로 이야기 하는 입이 필요하지 않나 생각을 합니다.

포장산업의 커다란 이슈 특히 위기 쪽에 이슈가 발생이 되었을 때 대표로 나서서 해결을 해 줄 수 있는 구심점으로써의 역할은 필요하다고 생각을 합니다. 정부 사이트에서 어떤 정책을 세워서 민간에 푸시를 하고 어떤 발전 방향을 세워간다는 것은 맞지 않다고 봅니다. 대변인으로써의 역할은 있다고 봅니다.

차규환 : 패키징에 투자를 할 가치는 충분하다고 봅니다. 투자를 어떻게 할 것이냐에 대한 부분을 이끌어 내야 하는데, 저는 기본적으로 아이디어에 투자할 수 있는 여건을 만들었으면 좋겠습니다. 업계든 학계든 아이디어를 가지고 있다면 이것을 실현시킬 수 있도록 어떤 지원을 할 것인가를 생각해 보아야 합니다. 패키징 쪽에 지원을 한다고 하면 거창한 친환경 쪽이나 미래 10년 후에 가능할 것들을 찾아 편성을 하곤 하는데 지금과 같은 지원금으로 단기간에 해외의 앞선 기술에 대응할 수준으로 갈 수는 없다고 봅니다. 해외의 앞선 기술들은 받아들이는 것이 더 효율적일 것입니다. 우리가 실질적으로 돈을 쓰고 투자를 해야 하는 부분이 무엇이나고 본다면 소비자를 이해하고 거기에서 이익을 얻어 낼 수 있는 기술입니다. 기업에서 돈을 벌려면 기업에서 알아서 스스로 하면 되는 것 아니냐 이렇게 볼 수 있지만, 대기업이야 스스로 할 수 있지만 중소기업들은 아이디어를 가지고 있어도 구현을 하기 어려운 여건입니다. 학계에서 큰 연구가 아니라 하더라도 아이디어를 가지고 있고 무언가 만들어 보고 싶다면 이를 지원하는 것이 필요하다고 봅니다. 이런 부분에서 스웨덴의 클러스터를 형성하고 아이디어를 연결해 투자하는 등의 모델을 생각해 볼 수 있을 것입니다.

조계민 : 사실 마음속으로 가장 걱정하고 있고, 많은 시간을 들여 고민하고 있는 것이 패키징산업지원센터의 역할이 무엇인가? 당장 무엇을 해야 될까? 입니다. 2년 6개월 전에 지식경제부에서 한국생산기술연구원에 패키징산업지원센터를 설립하도록 했을 때의 주요 기능들은 정부에서 지원하는 기술개발에 대한 자금지원, 인프라 구축에 대한 장비 지원이나 인력양성 등에 대한 프로그램 개발과 운영 등이었습니다. 센터를 만들고 나서 패키징업계에 계신 분들을 접촉하면서 들었던 첫 번째 이야기는 법률에 대한 것이었습니다.

디자인산업진흥법처럼 패키징 분야에도 패키징산업진흥법이 필요하다는 것입니다. 법이라는 것에는 두 가지 측면이 있습니다. 지원을 위한 법률이 있고 규제를 위한 법률이 있습니다. 패키징 규제 법률이 관련되는 부처는 지식경제부가 아닌 환경부나 보건복지부 등일 것입니다. 지식경제부는 패키징산업에 대한 지원 법률을 만들어 주어야 하는데 그 법률에 담아야 하는 내용이 과연 있을까에 대해서는 제 자신 아직까지도 의구심을 가지고 있습니다. 한편에서는 전문시험분석 기관이 있었으면 좋겠다는 의견을 내놓았습니다. 또한 현장의 인력에 대한 추가적인 보충교육을 할 수 있었으면 좋겠다고 해서 이러한 부분을 해결하기 위해 지금까지 줄곧 달려왔습니다.

업무를 추진해 오면서 첫 번째 걸리는 문제가 기술개발 부분입니다. 과연 기술개발 자금이 마련되었을 경우에 어떤 기술개발에 지원을 할 것인가 라는 것도 생각하지 않을 수 없거든요. 앞서서도 기초기술과 응용기술에 대해 언급했지만 응용기술에 대한 수준은 많이 올라와 있다 하더라도 기초기술 특히 소재기술에 대해서는

제가 보기에 아직까지 많이 미흡하지 않은가 생각이 듭니다. 소재기술 쪽은 아직까지 기술개발의 여지가 많고 소재기술의 개발 특성상 많은 기간과 많은 예산이 필요하기 때문에 이러한 측면에서 정부에서 지원할 수 있는 여지가 있지 않나 생각하고 있습니다. 많은 분들께서 기초기술은 우리나라가 할 분야가 아니라고 합니다만 때로는 국내에서 관련 기술개발을 시도한다는 사실만으로도 원부자재의 수입가격 하락을 유도하여 그만큼 패키징업계와 국가경쟁력 확보에 기여할 수도 있는 긍정적인 효과도 있다고 생각합니다.

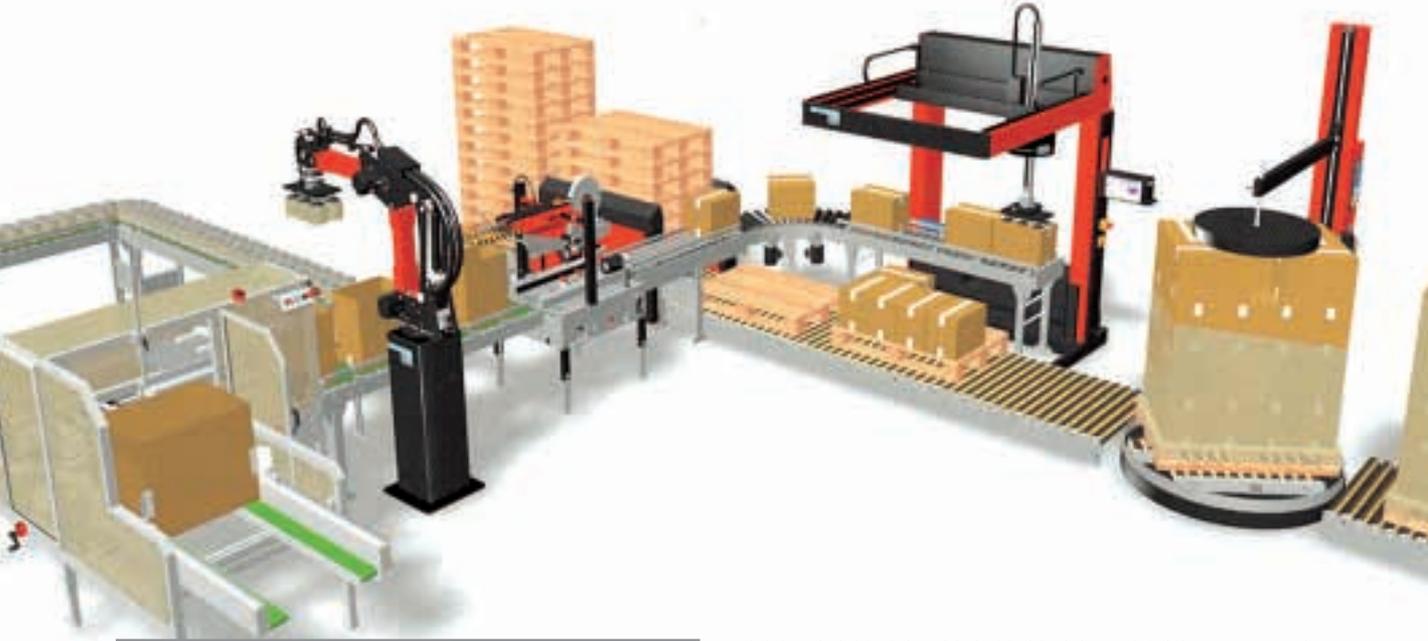
앞서 세분이 말씀하신 것처럼 정부의 역할은 별로 없다, 대변인 역할이나 구심점 역할을 하는 것으로 족하다고 말씀하셨는데 저도 상당 부분 동의합니다. 외국과의 관계에서 우리나라를 대표하거나 산업계의 의견을 취합하여 한 목소리를 만들어 나가는 역할은 당연히 해야 할 것입니다. 그러나 정부의 역할을 얘기한다면 직접적인 역할보다는 오히려 간접적인 역할의 중요성이 간과되어서는 안 될 것입니다. 기술 및 시장에 대한 최신정보의 제공, 전문인력양성 프로그램지원, 업체간 만남의 기회 확대 등을 위한 정부의 적극적인 역할이 필요한 시점이 아닌가 생각합니다.

사회 : 올해 여러 가지 사업 중에 포장시험실과 관련해 진행이 이루어지고 있는 것으로 알고 있습니다. 포장시험실 준비는 어떻게 진행되고 있는지요?

조계민 : 시험 분석 지원에 대한 요구가 과연 얼마나 많은지 모르겠지만, 센터 출범 초창기에 특히 많은 연포장 관련 기업들이 저렴하고 신속하게 시험분석을 할 수 있는 지원체계가 있었으면 좋겠다는 의견을 제시한 바 있습니다. 그 후

제팩의 패키징 시스템!

박스제함에서 팔레트 스트레치랩핑 까지..



핀픽업 제함기
Model : Jaehammi

제팩의 오랜 경험을 통한 노하우와 기술력을 바탕으로 단품에서 Total system에 이르는 박스포장기계 일절을 생산공급하고 있습니다.

각 단위제품들은 모듈방식에 의한 생산으로 안정성과 정확성을 높이고 이 제품들은 다시 모듈이 되어 단품과 단품을 연결하면서 포장라인을 형성합니다.

모듈의 연결로 이루어진 자동화라인은 단계적인 자동화가 가능하고 확장과 변경 또는 축소에도 효과적으로 대응합니다.



테이핑기
Model : Buchimmi-400



CON-30 conveyor system



Model : F-100P

반자동 제함기
Model : F-100

jaepack
주식회사 제팩

본사 공장 : 인천광역시 서구 가좌동 552-27
전화 : (032)584-9701 · 팩스 : (032)584-9076
E-mail : info@jaepack.com Http : //www.jaepack.com

One system-One supplier

풍부한 포장라인 자동화 경험과 일괄라인을 생산하는 제팩을 선택하면 여러 회사들로부터 사들인 제품을 연결해 사용할 때 생기는 문제점을 해결합니다.

포장라인, 이제 제팩과 상의하세요!

- 국내최초 도자기용 씰링기 개발
- 국내최초 고속용 550BPM 공급
- 국내최초 CAPLESS 씰링기 개발

국내 유일의 포장용 자동 공냉식, 수냉식 및 수동 인덕션 캡씰러 전문 제작 회사입니다.

적용분야



FOOD(식품)



COSMETIC(화장품)



PHARMACEUTIC(제약)



CERAMIC(도자기)



BEVERAGE(음료)



SAUCE(발효제품)



MODEL OSTs2000A
(공냉식)

설비모델



MODEL OSTs3000W
(수냉식)



MODEL OSTs1000
(수동)

기능

- 생산환경에 맞는 설비제작
- Cap : Dia. 10-150mm
- 설비의 자유로운 이동성
- 컴팩트한 사이즈
- 간단한 이용방법
- Bottle Jamming 기능
- Foil Detecting 기능

특징

- 내용물의 누액방지
- 내용물의 제습방지
- Semi Aceptic 기능
- 소비자의 개봉확인 기능
- 내용물의 신선도 유지
- 내용물의 완벽한 밀봉

패키징분야에 특화된 전문 시험분석서비스의 타당성에 대한 사전조사 등을 통해 어렵게 예산을 확보하게 되었습니다. 작년말부터 시작하는 사업으로서 시험분석평가장비 및 시제품생산장비를 구입하는 예산으로 1년에 약 20억 원 정도를 책정하여 5년 동안 진행할 예정입니다.

올해 하반기부터 장비가 하나 둘 씩 들어오게 됩니다. 앞으로 5년 후에는 패키징산업계의 모든 시험분석평가에 대해서 one-stop 지원을 할 수 있는 시스템이 구축될 것으로 예상하고 있습니다. 5년 동안 단계별로 하기 때문에 연차별로 구축하는 장비에 대해서는 패키징업계의 의견 수렴을 거쳐 어떤 것이 시급하고 어떤 것이 필요한지를 확인해 이를 적극 반영하도록 하겠습니다.

김기태 : 말씀하신 것에 대해 한 가지 걱정되는 것은 실질적으로 포장 관련 시험실은 100% 적자 운영이 될 것이라는 점입니다. 절대로 흑자가 날 수 없는 사업이기 때문에 이윤을 내야 되는 기업이나 이윤을 내야 하는 기관에서 할 수 없는 상황입니다. 이런 측면에서 보면 정부에서 해야 되는 일 중에 하나가 이러한 시험실을 갖추어 놓고 이를 운영하는 것일 것입니다. 그 전에 기초기술 부분에 대해 말씀해 주셨는데 기초기술은 상당히 중요합니다.

하지만 지금 현재 상태에서 기초기술을 지원하는 것은 무의미하다고 생각합니다. 왜냐하면 기초기술 같은 경우는 응용기술보다 더 심하게 일을 추진하다 실패할 확률이 높습니다. 오히려 성공보다 실패되는 경우가 더 많을 것입니다. 그런데 실패를 인정하는 정부의 자세가 마련되어 있지 않다는 것이 문제입니다. 정부에서 지원하는 것에 대해 100% 성공을 해야만 하는 체계 속

에서 결국 끝에 가서는 행정상, 서류상으로 성공을 하게 됩니다. 이제는 이러한 것은 지양을 해야 되지 않나 봅니다. 정부도 자세를 바꾸어 실패도 인정해 줄 수 있는 방향으로 정책전환이 이루어지지 않으면 의미가 없다고 봅니다.

신준섭 : 기초기술과 관련해 말씀해 주셨는데, 패키징을 학문적으로 무엇인가라고 물어봤을 때 설득력 있게 대답하지 못한다는 것입니다. 한편으로 범위가 너무 광범위하고 모든 기술이 패키징과 연관되어 있어 패키징 기술 아닌 것이 없습니다. 저는 패키징은 하드웨어적인 것보다 소프트웨어적인 것이라고 생각합니다. 패키징이라고 하는 고유 영역이 분명히 있지만 이를 보여줄 수 있는 논리와 방법론이 약간 부족하다고 느낍니다. 이러다보니 모든 응용기술과 접해 있는 패키징만의 독자적 영역을 뽑아내기가 그리 쉽지 않습니다. 한 마디로 여러 응용기술에 폭넓게 걸쳐 있어 학문적 영역을 쉽게 추출하지 못하고 그것에 기반을 둔 독자적 기초기술을 찾아내지 못하는 것입니다. 이래서 결국 패키징 독자적 순수기술보다는 패키징과 연관되어 있는 응용기술 개발 쪽으로 진행되고 있지 않나 생각이 됩니다.

○ 미래 패키징 산업 무엇을 준비해야 하나?

사회 : 현재 사회적인 패러다임의 변화가 패키징에서의 변화를 요구하고 있다고 여러 말씀들을 해주셨습니다. 이런 패러다임의 변화를 살펴보는 것이 미래의 패키징을 예상해 보는 일일 것입니다. 최근 변화되고 있는 패러다임과 그로 인해 패키징이 어떤 방향으로 흘러갈 것인가에 대해 의견 나눠 봤으면 합니다.

차규환 : 월간포장과 팩넷을 통해 많은 정보를 전해 주고 계신데 이를 통해 보면 미래의 패키징이 보입니다. 해외 기업들이 무엇을 하고 있는지, 패키징에 무엇을 넣으려 하는지 살펴보면 패키징을 통해 부가가치를 부여하려 한다는 것입니다. 내용물이 아닌 패키징을 가지고 부가가치를 내고 있습니다. 끊임없이 소비자에게 선택받을 수 있도록 하기 위해, 상품의 비교 경쟁에서 더 잘 팔리는 제품을 만들기 위해 노력을 하고 있습니다. 이러한 것을 보면서 세상이 바뀌고 있구나, 패키징의 역할이 올라가고 있구나 느낍니다. 여기에 미래 패키징의 핵심이 있다고 봅니다.

한국의 경우는 특수한 상황으로 패키징과 관련된 대학도 몇 되지 않고 일반적인 인식도 부족합니다. 어릴 적부터 디자인을 하겠다는 사람은 많지만 엔지니어가 되겠다는 사람은 부족합니다. 저는 가끔 디자인이라는 단어를 빼앗겼다고 말합니다. 기술을 가지고 있고 아이디어를 구현할 수 있는 사람이 디자이너라고 보는데 기술 없이 단순히 그래픽을 하는 사람이 디자이너가 되었습니다. 국내 대표적인 디자이너인 김영세 님 같은 경우 거의 발명가 수준으로 작업을 합니다. 일반적으로 알고 있는 디자이너가 아니라 점이죠. 이러한 사람이 나올 확률이 엔지니어 쪽에서 더 많다고 봅니다. 이것을 어떻게 하면 홍보하고, 지원하고, 앞으로 패키징을 공부하면 이러한 사람이 될 수 있게 미래의 꿈을 실현해 갈 수 있도록 해주는 것이 필요합니다. 패키징을 하는 사람들은 부가가치를 높이는 사람들이기 때문에 굉장히 중요한 사람이 될 수 있다고 봅니다.

그런데 중요한 사람들이 되기 위해 미리 준비가 있어야 하는데 현실에서는 준비가 되어 있지 않은 경우가 많습니다. 외국의 경우 어려서부터

패키징에 대한 꿈을 가지고 있는 사람들이 진출하는 것과는 큰 차이가 있다고 봅니다.

또 한 가지 얼마 전 정부에서 패키징을 2.5차 기술서비스산업으로 정의를 잘 한 것 같습니다. 여기에 앞으로의 패키징의 핵심이 있다고 봅니다. 제조업과 서비스업 사이의 패키징은 과연 무엇일까요 가지고 다양한 사람들이 정의하고 아이디어를 많이 제시해야 할 것입니다. 이러한 것에 초점을 맞춰서 미래를 준비한다면 패키징은 한국에 잘 할 수 있는 분야가 되지 않을까 생각합니다. 기초기술과 응용기술을 말씀하셨는데 저는 응용기술분야에 당연히 투자를 해야 한다고 봅니다. 기초기술은 한국에서 잘할 수 있는 영역이 아니라고 봅니다. 세계적으로 인정받는 친환경 소재나 재료를 만드는 기반이나 여건이 한국에서는 힘들다는 것입니다. 제가 보기에 국내에서 진짜 잘할 수 있는 것은 아이디어를 가지고 세세한 것을 만들어내는 것으로, 이러한 응용기술에 투자를 해야 한다고 봅니다.

조계민 : 용어적인 측면에서는 디자인이라고 하면 아트적인 디자인으로 생각을 하지만 공학적인 의미로는 설계를 의미합니다. 개념을 명확히 전달하기 위하여 흔히 엔지니어링 디자인이라는 용어를 사용하게 되는데, 엔지니어링 디자이너가 하는 일이 결국 대표적인 지식을 기반으로 하는 서비스인 컨설팅 업무입니다. 패키징산업의 발전을 위해서는 이러한 컨설팅 업무를 수행할 수 있는 전문지식과 현장경험을 갖춘 고급인력이 많이 배출되어야 한다고 생각합니다.

제가 보기에는 대기업의 경우 인프라가 잘되어 있고 전문 인력도 웬만큼 확보되어 있기 때문에 포장공급업체를 기술적인 면에서 리드하는 입장이 되지만, 대부분의 많은 제조업체들은

자체 전문가가 없기 때문에 포장공급업체가 제 공을 해주는 그대로 받아들이는 수밖에 없는 것 같아 아쉬운 점이 많습니다.

새로운 기술이 반영되지 않은 제품만을 사용 하다 보니 경쟁력이 저하되고 발전이 늦어지는 주 원인이 되고 있습니다. 이에 대한 해결방안 으로서 먼저 전문서비스기업의 육성과 아울러 이의 구성원으로써의 우수인력 공급의 중요성 에 대해 주목하고 있습니다.

이러한 목적을 효과적으로 달성하기 위하여 패키징서비스 전문기업에 대한 각종 세제 및 금융 지원제도의 시행과 전문 인력의 양성을 위한 인력 재교육 프로그램의 시행을 병행하려고 합니다. 이 와 동시에 포장공급업체, 포장수요업체 그리고 전문서비스기업의 3자가 같이 만날 수 있는 기회를 마련하려고 합니다. 전문기술인력의 양성을 통한 서비스기업의 육성과 네트워크 활성화는 시험분석 평가지원과 아울러 저희 패키징센터에서 추진하고 있는 핵심사업이라고 말씀드릴 수 있겠습니다.

신준섭 : 말씀하신 것과 연결하여 현재 대학의 패키징학과에서 산업의 트렌드를 잘 읽지 못한 것 같습니다. 이로 인해 패키징학과가 존재 위 기에 처해 있지 않나 생각합니다. 저는 디자인 이라는 용어 대신에 코디네이션이라는 용어를 쓰고 싶습니다. 패키징학과 출신들이 색채나 로 고 등 그래픽 디자인 개발에는 다소 약합니다. 그러나 패키징 재료 및 용기 설계 등 구조디자 인 개발은 우리의 강점이라고 생각합니다. 이 부분은 그래픽 디자이너가 아닌 패키징 코디네 이터들의 역할이 필요합니다.

다시 원론으로 돌아가면 왜 지금의 패키징학 과가 위협에 처해있냐면 주로 재료적인 측면을 중심으로 패키징을 바라 봤다고 생각해요. 패키

징이 사실은 재료가 전부는 아니라는 것입니다. 제 조에서 서비스에 이르기까지 광범위한 산업분야를 가지고 있는데 많은 포장학과들이 1차적으로 재료 만을 가르쳐 왔습니다. 현재 산업적인 추세는 2.5 차를 넘어서 거의 3차에 가까이 가고 있는데 아직 도 2차에 가깝게 학생들을 배출하고 있으니 학생 들이 갈 곳이 없는 것이죠. 우리 대학은 이러한 시류를 빨리 파악을 했습니다. 앞으로 패키징이 라고 하는 것이 물류나 유통분야의 시스템 내에 서 물류포장이나 유통포장의 중요성이 더 커질 것으로 예상하고 있습니다. 그렇다면 이 분야와 관련된 학문분야까지 넓혀야 하지 않겠느냐 생 각해서 3년 전에 커리큘럼을 대폭적으로 바꾸었 습니다. 그래서 포장의 범새가 거의 안 날 정 도로 이름을 오죽하면 유통학부로 바꾸었겠습니 까. 현시점에서 앞으로 10년 후의 트렌드가 어 떻게 바뀔 것이냐를 지금부터 고민하고 있습니 다. 패키징이라는 것이 어떻게 흘러갈 것인가? 결국은 토털 패키징으로 흘러갈 것 같습니다. 제조에서 서비스에 이르는 모든 분야를 할 수 있는 인력을 양성할 수 있도록 우리 학교에서는 노력할 것입니다. 지금의 패키징이라는 2차 산 업적인 개념에서 빨리 탈피할 수 있도록 사회적 노력을 기울여야 할 것입니다.

김기태 : 우리나라만의 특성이라고 볼 수 있 겠는데 포장 전문가가 기업체, 그것도 유저업체 에 존재한다는 것이 외국에서는 거의 사례를 찾 아보기 어렵습니다. 실질적으로는 컨버터들이 개발을 해줘야 하는데 컨버터가 개발을 안 해주 니 기업내에서 코디네이터의 역할을 해야 할 사 람들이 개발까지 하고 있는 실정입니다. 학교에 서 학생들을 배출해도 들어가 일할 곳이 별로 없는 것도 컨버터들이 개발을 안 하다 보니 일

반 유저 쪽으로 가야 하는데 유저 쪽은 일부 대기업 몇몇 회사를 빼놓고는 들어갈 곳이 없는 것입니다. 실질적으로 일반 유저 기업에서 필요로 하는 포장인력은 많으면 0.5명 아니면 0.2명 정도에 불과합니다. 우리나라도 빨리 컨버터 쪽의 기능이 살아날 수 있게 노력을 기울여야 합니다.

또 하나는 일반인들이 포장에 대해 이해를 잘 못한다는 점입니다. 물건을 구입할 때 포장을 보면서 심미적인 것만 살피지 포장과 내용물의 관계가 어떤지에 대해 생각하는 사람이 거의 없습니다. 해외의 경우 소비자들이 의외로 꼼꼼히 따져보더라는 것입니다. 우리나라 사람들은 1차적으로 눈에 띄는 단계를 지나가면 그 이상을 생각하지 않습니다. 이러한 것은 교육차원의 문제가 아닌가 생각합니다. 근본적으로 해결하기 위해서는 초등학교 교육항목에 포장과 관련된 부분을 넣어 어려서부터 포장에 대해 생각하게 하는 풍토를 만들어 주면 다양한 요구사항이 나오면서 포장산업이 발전하지 않을까 생각합니다.

또 글로벌 시대에 맞춰 눈을 해외로 돌려야 한다고 봅니다. 이렇게 해외로 눈을 돌리기 위해서는 반대로 해외에서 국내로 들어오는 길을 차단하지 말고 개방을 해야 한다고 봅니다. 수입에 대해서도 거부감을 갖지 말고 수용을 할 수 있는 자세가 되어야 하지 않을까 생각을 합니다.

조계민 : 제가 보기에 많이 아쉬운 점이 대기업의 경우 인프라가 잘되어 있고 인력이 충분하기 때문에 포장 공급업체, 컨버터 업체를 가이드 하는 입장이 되지만, 대부분의 많은 제조업체는 전문가가 없기 때문에 포장공급업체, 컨버터 업체가 제공을 해주는 그대로 받아들이는 수

밖에 없을 것 같습니다. 다른 나라와 비교해 봤을 때 기술이 가미되지 않은 제품을 받다 보니 발전이 늦어지는 문제가 있지 않나 봅니다. 이를 해결하기 위해 포장공급업체와 포장수요업체와 서비스를 제공하는 전문가 집단이 같이 만날 수 있는 장을 활성화 하는 것이 가장 시급하고 바람직한 방향이지 않나 생각하고 있습니다. 저희 센터에서도 이러한 방향으로 역점을 두고 추진해 나가도록 하겠습니다.

차규환 : 그동안 지원에 대한 시행착오는 있겠지만 기존의 기술지원은 앞으로도 계속 이어져야 되지 않나 생각합니다. 한 번의 시행착오를 통해 전체의 지원을 막는 것은 문제가 있다고 봅니다. 특히, 지원을 필요로 하는 아이디어들이 많이 있을 텐데 이러한 아이디어를 작은 기업에서 모두 투자해서 개발하라는 것은 현재의 여건에서는 너무나 어려운 일이라고 봅니다. 패키징 분야의 지원에 대한 한 번의 시행착오에 대해 너무 과민하지 않나 생각됩니다. 지금이라도 제도를 잘 만들어 잘 운영할 수 있는 시스템을 만들어 갈 수 있으리라 봅니다.

조계민 : 앞서 다른 분들께서 언급하셨던 대로 기술개발에 대한 정부의 역할도 한번 짚고 넘어갈 필요가 있습니다. 정부의 기술개발에 대한 대원칙은 중장기적인 투자가 필요하면서도 민간이 단독으로 개발하기에는 투자규모나 위험도가 매우 큰 기술에 대해 우선 지원을 하는 것입니다. 이렇다 보니 패키징업체가 요구하고 있는 단기간의 제품개발에 대한 지원은 항상 뒷전으로 몰리고 있는 실정입니다. 패키징기술이라는 것이 기초기술이기 보다는 응용기술이라는 속성 때문에 지원받기가 어렵다는 점도 어쩔 수

없는 현실입니다. 패키징업계의 많은 분들께서 과거의 기술개발지원자금이 더 이상 지원되지 않음에 대해 안타까워하시는 것도 잘 알고 있습니다. 그렇지만 과거의 기술개발자금을 다시 지원받으려면 냉철한 분석과 자기반성이 필요하다고 생각합니다.

예전에 했던 지원사업의 성격을 보면 두 가지로 나누어서 볼 수 있을 것입니다. 첫 번째는 아이디어를 제품화 하는 것으로 주로 패키징수요업체에 대한 지원이었고, 두 번째는 패키징공급업체의 생산 효율성이나 환경성 개선을 위하여 공정을 개선하는 등에 대한 지원이었습니다. 이러한 기술개발에 대한 지원은 이미 정부에서 다양한 형태로 지원해오고 있습니다. 특히 중소기업청에서 지원하고 있는 기술혁신사업의 경우 1년이라는 단기간에 걸쳐 1억원 내외의 기술개발자금이 지원되는 사업이어서 패키징업계가 원하는 기술개발의 성격과도 부합되는 사업이라고 생각합니다. 저는 패키징산업계가 요구하는

기술개발지원제도가 이미 정부에 의해 다양한 형태로 추진되고 있음에도 불구하고 패키징산업계의 정보 부재로 인하여 미처 모르고 있다는 점을 지적하고 싶습니다. 단지 패키징 업체만이 사용할 수 있는 배타적인 자금이 아니라 모든 업종에 문호가 개방된 자금이기 때문에 다른 산업과 서로 경쟁하여 지원을 이끌어내야 한다는 것도 아울러 인식해야 할 것입니다.

사회 : 여러 말씀들 잘 들었습니다. 오늘 여기에서 이야기된 의견들은 앞으로 변화되고 발전되는 국내 패키징산업을 만들어가는 밑거름이 될 것입니다. 지금으로써는 국내 패키징 산업의 장점과 단점 등의 특성을 파악해 발전할 수 있는 모델을 만들어가는 것이 필요하리라 봅니다. 국내 패키징 산업에서 잘할 수 있는 분야가 있을 텐데요. 이를 잘 살려 나갈 필요가 있어 보입니다. 오늘 장시간 말씀해 주신 것에 감사드립니다. <끝>



4-서보모터 구동 박스모션 횡형 자동포장기

SERVO MOTOR DRIVE BOX MOTION HORIZONTAL WRAPPER



DAB-80

★ **Packstar** ★ 일본 포리스타(주)-기술제휴



4-서보 모터 탑재 고속 필로우 수축포장기

SERVO DRIVE PILLOW SHRINK WRAPPER



DH-2000S / DAB80S



6-서보 수직엔드셀러 횡형 수축포장기

SUPER MULTI-SHRINK WRAPPER



DS-1500 / 1500W



포장 자동화 SYSTEM 의 전문 회사

■ 생산품목

- 횡형 필로우 자동 포장기
- 수축 포장기
- 자동 포장기
- 종형 필로우 포장기
- 자동 필레타이징 시스템
- 팔레트 스트레치 랩핑기
- 자동포장기
- 자동공급, 정열, 계량, 계수장치

동호의 기술력이 만듭니다.

www.packstr.co.kr



고속 PE랩핑 머신

HIGH SPEED NONE SEAL SLEEVE WRAPPER



DSW-5000H



박스포장 머신

HIGH SPEED WRAP AROUND CASER



DWC-3000



서보모터구동박스 모션 트윈팩 자동포장기

TWIN BAG WRAPPER

서보구동종형 자동포장기

VERTICAL PILLOW WRAPPER



DHB-100W



DV-3000



동호기계(주)

DONG HO MACHINERY CO., LTD.

경기도 군포시 당동 135번지

TEL : (031)455-3100(代) FAX : (031)456-3100

http : //www.packstar.co.kr e-mail : donghom1@hitel.net

A/S CENTER : (031)453-6525