



주식회사 빙그레  
포장개발실 과장 김 용 준

## 나의 包裝觀

20世紀 企業의 高 附加價値  
創出의 숨은 秘訣은  
包裝 · 物流關係 고려한 設計 製作에 있다.

### 1. 포장에 관한 나의 인식도

1983년 빙그레에 입사하여 품질관리과를 거쳐 1987년 연구소 포장개발실에서 포장 개발 업무를 맡고난 후 현재까지 아이스크림, 유음료, 라면, 스낵의 포장개발 및 개선 업무를 수행하여 오고 있다.

우리 회사에서는 불모지나 다름없던 포장 업무를 자청해서 맡은 이유는 새로운 분야에의 도전이었지만, 이 업무에 빠져들면서 점차 포장이라는 것이 얼마나 어렵고 힘든 작업이라는 것을 8년이 지난 지금에서야 조금 깨닫는 것 같다. 포장이라 함은 하나의 제품을 팔릴 수 있는 상품으로서 만들기 위한 부가가치 창조에 숨은비결이라는 진리에 100% 동감하는 바이다. 포장인으로서 나의 포장에 대한 인식은 하면 할수록 어려운 분야가 이 포장이라는 것을 깨닫는 것이다.

신제품 개발 단계에서의 시장 조사 및 설계, 포장재 생산업체에서 대한 문제점, 생산의 자동화, 물류의 문제

점, 시장에서의 판매 촉진성, 환경 적응 포장등을 고려하면서 개발 업무를 수행함에 있어 항상 머리가 아프다는 것이 솔직한 심정이다.

### 2. 포장의 가치기능

포장의 가치 기능은 제품의 보호, 취급의 용이, 판매 촉진이라는 교과서적인 이야기 이외에 다음 몇가지를 더 하고 싶다.

#### (1) 형태의 창조성

포장이라 함은 지구상에 존재하지 않는 새로운 형태를 창조하는 것도 나의 중요한 역할이다.

인간의 축적된 경험을 가지고 생각하며, 창조의 능력을 최대한 발휘하여 새로운 형태를 창조하였을 때 포장의 가치를 향상시키며, 동시에 포장인으로서의 자부심을 느끼게 될 것이다.

#### (2) 새로운 상품·업종의 창조

포장으로 인한 새로운 상품·업종의 창출이야말로 산업 발전에 큰 기여를 하는 기능이라고 생각된다.

포장연구 과정에서 포장재와 연계한 상품에 대한 새로운 재질의 개발, 새로운 가공 기술, 성형 기술의 발전으로 금세기에만도 수많은 업종이 창조되었다.

근대 포장의 기능으로서 Bar Code의 역할을 빼놓을수 없는 신 업종의 창조다.

### 3. 한국포장재의 문제점

너무 광범위한 문제이기 때문에 다음의 3가지 분야에만 언급 하겠다.

#### ① 연포장 업계

연포장에서 한국은 디자인 Color가 최소 6도를 사용하고 있다. 즉, 외관상 화려한 포장을 한다는 것이다. 이는 그 제품을 선택하는 소비자들의 문제라기 보다는 제품 디자인을 맡은 각 생산업체에 문제점이 더 많다고 생각된다. 소비자를 그런 방향으로 계속 유도해 왔기 때문이다.

화려한 만큼 그에 사용되는 잉크용제는 늘 것이며, 이는 용제의 잔류 유



GR을 대비 새로운포장 설계로 신제품개발에 성공,다색잉크의 사용제한등 그루조인팅및 스티로폴 완충재를대체한 골판지포장 완충재 사용에

해성 문제를 유발시킨다. 또한 연포장재 생산업체에서는 잉크의 배합이 그 만큼 복잡해져서 항상 한도건본과 동일한 색상의 포장지가 생산되지 못하는 원인이기도 하다.

② 제지 업계

한국의 종이는 구미 각국에 비하여 고지 투입량이 높아, 평활도 및 강도가 떨어진다는 것이 최대의 문제라고 생각된다.

평활도가 나쁘기 때문에 인쇄 효과가 저하되며, 강도의 문제로 인한 자동화가 어렵다는 문제를 야기시키기 때문에 이에 대한 제지업계의 노력이 요구된다.

③ 골판지업계

한국 골판지 원지의 Ring Crush치나 비파열 강도가 나쁘다는 것은 포장인이라면 누구나 인지하고 있는 사실이기 때문에 본인은 다른 측면에서의 문제를 제기하려 한다. 물류의 기초가 되는 것은 골판지 상자이다. 거의 모든 제품이 골판지 상자에 담겨서 Palletizing되고 유통된다.

End User는 이런 물류에 대한 연

구가 많이 진행되어 현재 현저한 개선 효과를 보고 있다. 그러나, 골판지업계의 물류에 대한 개념은 매우 희박하다고 생각된다. 예를들면 골판지상자를 납품할 때 Palletizing하여 납품을 한다면 골판지 제조업체뿐 아니라 사용업체에서도 많은 원가절감의 방안이 있는 것이다. 이런 사소한 부분에서의 문제점부터 개선되어야 한다고 생각한다.

4. 포장업계에의 요망사항

근자에 들어서 포장재료의 가격이 폭등되는 현상이 매우 우려가 된다. 종이, 플라스틱의 가격인상이 우리 회사의 경우 연간 40억원을 넘는 부담을 초래하고 있다. 물론 가격 인상이 요인이 있다는 것은 인정한다.

외국으로 수출하는 편이 마진이 좋다는 것도 인정된다. 그러나, 이런 인상이 일시에 이루어지기 때문에 국내 사용 업체에는 한번에 너무 큰 충격이 온다는 사실이다. 국가에서 그동안 너무 가격 인상을 통제하였던 점도 문제

며, 또한 End User가 가격인상에 너무 인색했다는 점도 깨달아야 한다.

정부, 포장재 생산업체, End User의 불협화음이 작금의 사태를 초래했다고 생각된다. 향후에는 각 분야에서의 단체들이 존재하기 때문에 업체대업체의 입장이 아니라, 단체 대 단체, 단체 대 정부의 입장에서 가격 문제가 어느 정도 조정된 후에 각 회사별로 가격 절충을 한다면 지금의 불행한 사태는 충분히 막을 수 있다는 것이 본인의 소견이다.

5. 국제경쟁 요소로서의 포장

End User로서 국제경쟁 요소를 생각한다면 제일 중요시 할 부분이 포장·물류라고 생각된다. 제품을 안전하게 운반하여 외국의 소비자 손에 넘겨질 때 까지 품질에 이상이 없는 완벽한 상태를 유지시켜야한다. 물론 상대국의 포장 규격 및 표기사항 규제 등도 검토되어야 하며, 특히 환경계약적인 문제에 관심을 쏟아야 함은 말할 것도 없다.

나는 우리회사의 포장업무를 수행하면서 2000년대에는 지구 환경을 보호할 수 있는 포장을 만드는 것이 최대의 목표이다.

물론 초기에는 가격의 부담이 오라는 것은 잘 알고 있지만, 이것은 우리 포장인들 모두가 책임감을 갖고 환경을 적극 보호해야만 차세대를 위하여 할일을 했다는 찬사를 받을 것이다. 모든 포장 동호인들이 노력한다면 그 2000년대에는 보다 발전된 환경 보호 포장이 개발될 수 있다고 확신한다.