국내 포장산업의 근대화

The Modernization of Packaging Industry

최 충 식
대구대학교
조형예술대학
미술디자인학부 교수

1. 인류 탄생과 시작된 포장산업

포장의 역사는 인류가 지구상에 태어나서부터이다. 원시적인 방법의 사냥 및 농경생활에서 그들이 생활을 영위하기 위한 수단으로 식량을 저장하고 또 운반하기 위하여 나뭇잎과 동물의 가죽 토기 등을 사용할때 부터라고 생각할 수 있겠다.

실제로 토기가 등장하면서 곡물 및 액체를 저장 할 수 있게 되었으며 정착생활이 가능해졌고 안정된 정착생활이 발달해서 커다란 사회가 되고 물물교환이 성하게 되자 용기는 상품 패키지의 원형으로서 작용하기 시작하였다.

원시생활에서부터 발생하여 경험적으로 개발되어 온 포장기술은 인간의 필요성에 의하여 한 두 개씩 수공예품적인 형태에서 만들어져 사용되어오면서 구조적으로나 기능적인 측면에서 완벽하지는 않았지만 생활용품으로는 큰 불편 없이 사용해 왔으며 물물교환의 경제생활이 시작되면서부터라고 볼 수 있다.

4계절이 뚜렷한 우리나라는 농업에 의존해서 살아온 농경문화권인 까닭에 자연에서 쉽게 소재를 찾을 수 있었고 그로 인하여 토기, 목제품, 한지, 짚으로 엮은 생활용품 대부분의 것들이 자연을 이용한 것들이었으며 이때의 포장재들은 다만 저장이나 운반을 위한 것들이지 대량생산과 대량소비를 연결한 또는 소비자의 구매충동을 자극하는 전달기능으로서의 심미성이나 미학적 디자인을 고려해서 만든 것들은 아니었다. 하지만 이러한 것들은 우리들의 일상생활에서 자연스럽게 사용해 내려오던 우리나라 고대의 포장재들이라 할 수 있겠다.

우리의 고대 포장재 중에서 가장 대표적인 것으로 종이를 떠올리게 되는데 우리 조상들은 줄잡아 1800여년 동안 닥나무 껍질을 원료로 하여 한지를 만들어 왔으며 그 한지의 용도를 포장 쪽으로 한정해 본다면 모든 물건을 싸는 것에서부터 담는데까지 실로 다양하게 사용되어 왔다.

기록에 의하면 고려문종 때에 '서적점'이라는 기관을 설치하여 인쇄와 종이제조를 감독하였으며 인종 때는 종이의 원료인 닥나무를 심도록 권장했다고 한다. 또는 지소(紙所)라는 관영기관을 두어 제지공장과 제지기술자들을 체계적으로 관리하고 조선시대 태종 때는 주자소(鑄字所)를 설치하여 활자를 만들게 하고 조지소(造紙所)를 설치하였다.

세종 2년(1420) 서울 세검정에 관영으로 설치한 '조지소'가 있어 제조법에 의한 지류(紙類)를 제조해왔으며 이때의 지류는 포장을 위한 것이 아니고 관공서의 문서기록이나 책의 보급 또는 강대국에 보내지는 곡물용(貢物用)과 무역용(貿易用)으로 사용되었던 것이다.

우리나라에 근대적인 포장의 뿌리가 들어오기 시작된 시기는 조선후기의 혼탁한 시대상황과 일제시대의 영향권에서 포장이 하나의 산업으로서 기술과 정보교환이 가능하게 되면서 부터였다.

새로운 서양문물의 접근과 신기술의 도입으로 포장에 대한 재료, 기술, 용어 등이 보급되고 영세하나마 기술의 형태를 갖춘 상품들이 이 땅에 선을 보이게 되면서 있을 수 있는 포장재는 대부분 갖추어져 있었던 시대였다.

당시의 포장재료는 지류, 나무, 대(竹)제품, 면포대, 옹기, 목통, 가마니, 새끼, 끈 등의 재료에 불과하였다. 그러나 당시에 우리의 손으로 디자인된 것으로는 부채표 활명수(1897년), 화장품의 효시 박가분(1916년) 레코드 자켓, 과자, 주류(酒類) 등이 선을 보이기 시작했고 일부 상품들이 일본이나 중국을 통하여 수입되었으며 영세한 규모이긴 하지만 신문광고를 통한 판매활성화가 이루어지기도 하였다.

2. 포장산업 토대기

기록상 포장이 하나의 산업으로서 기술정보교환이 가능하게 된 것은 조선포장협회(朝鮮包裝協會.1941)의 설립을 보게 되면서부터 국내 포장디자인의 역사가 시작 된다고 볼 수 있겠다.

당시의 주변국들의 상황은 제2차 세계대전을 치루면서 군수 물자의 수송과 보급으로 인한 전투식량 및 병기의 운반방법의 개발은 포장기술의 획기적인 발전을 가져왔고 포장의 과학적인 기술검토에 접근은 괄목할만 하였으나 우리나라는 일제시대에서의 해방과(1945) 1950년 6.25 전쟁을 겪으면서 일제 때부터 개설가동 되었던 몇몇 생산 공장들이 상당한 피해를 가져오게 되었다.

1953년 전쟁이 끝난 후 전쟁 중 시설에 비하여 70% 이상이 파괴됨으로서 그나마 가동되었던 우리나라의 포장산업은 말 그대로 암흑기를 맞이하게 된다.

그 당시 우리에게 남겨진 것이라고는 미군들이 먹고 사용하다 버린 전쟁물자와 우방국의 원

조물자를 다시모아 재활용과 절약으로 연명하는 상황이었으며 우리나라의 포장산업은 공백기나 다름없었다.

6. 25 동란이후 60년대 이전은 국내 포장산업의 초창기로 비록 영세성을 탈피하지는 못하였지만 그런대로 산업의 규모를 갖추었으며 외국원조에 의해 생산시설을 보완하게 된다.

대부분 상품의 형태가 그러했지만 화장품의 경우 유리병에 종이라벨을 붙여 제품명을 알리는 수준이었고 포장디자인 역시 수준이 미비한 상태였다.

당시 럭키 화학의 럭키크림은 깨어지지 않는 크림통 뚜껑을 개발하기 위하여 플라스틱 사출기계를 일본에서 들여와 용기 뚜껑을 요소수지를 녹여 압출 가공하여 화장품 뚜껑(Cap)이나 칫솔, 바가지 등을 생산하면서 이 땅에 플라스틱 시대를 열어 놓기도 했다.

또한 1954년 독일 수에브홀사로부터 치약튜브제조기를 들여와 본격적인 연고치약생산을 개시하기도 하였다.

1945년 8월 15일 연합군에 의해 해방을 맞아 미군정(美軍政)이 시작되면서 조선군정청전매국(朝鮮軍政廳專賣局)에서 담배가 출시되어 오던 중 행정기구개편으로 '전매국'이 전매청(專賣廳)으로 승격되면서 본격적으로 국산 담배가 생산되기 시작되었고 '건설'(1951) 담배케이스 이후 1955년에 출시된 '백양'은 그때까지 상하접음봉함식 포장방법을 탈피하며 봉함지(Seal)에 의한 봉함식 담배 케이스가 등장하기 시작하였다.

또한 1956년에 조미료의 대명사인 미원이 생산되면서 한국인의 미각을 바꾸어놓기도 하였다. 진로소주, 인티프라민, 칠성사이다, 샘표간장등 소위 지금도 소비자의 사랑을 받고 있는 장수 상품의 출현과 함께 국내 소비재 공산품들이 속속 모습을 드러내면서 포장에 대한 개발인식이 확대되기 시작하였다.

한국의 포장 산업이 국가의 산업 발전이나 기업의 성장을 위해 본격적으로 활용되기 시작한 것은 1960년대부터라 하겠다.

제1차 경제개발 5개년 계획(1962~1966)의 일안으로 건설된 비료공장과 석유화학 공장 등은 수입에 의존하던 주요 원자재의 공급을 점차 가능하게 하였으며 당시 베트남과 미국의 월남전으로 인한 한국군의 참전은 국내에서 생산된 군수물자의 공급과 이어져 국내생산 활동을 촉진시키면서 연평균 40%라는 높은 수출신장을 이끌어 올리는 계기가 되기도 하였다.

1962년 이후 산업구조상 2차 산업의 비중이 커짐에 따라 생산, 유통, 소비관계에 있어서 포장이 담당할 역할과 위치가 대단히 큰 비중을 차지하게 되었으며 특히 수출량이 급격히 증가함에 따라 포장산업도 발전하게 되어 기업의 국제 경쟁력 배양을 위해서도 포장기술의 개발이 더욱 절실해 지기 시작하였다.

해방이후 포장기술을 연구할 수 있는 기관이나 포장에 관한 시험기관이 전무하였던 시대였기에 부분적으로 군사보급품에 대해서는 국방부 과학기술연구소(科學技術硏究所)에서 연구해 오고 있었으며 수송포장에 있어서는 대한통운(大韓通運)이 포장업을 하고 있었을 뿐이었다.

3. 포장전문기관 탄생

이와 같이 포장전문기관이 없는 관계로 기술부족과 포장재료의 낙후성 등은 수출에 있어서 포장의 미비함으로 인한 클레임(claim)을 발생케 하여 국제적으로 신용의 추락을 가져왔고 더욱이 새로운 시장정보의 결여 등으로 인한 전근대적 포장방법과 조잡한 상품디자인은 해외시장에서 제값을 받지 못하는 폐단을 가져왔다.

이러한 문제점을 해소하고 수출을 증진하기 위해서는 무엇보다도 재료의 개발, 포장기술의 보급, 규격의 통일, 포장 표준화의 촉진 등 포장 디자인 개발을 전담할 기구가 절실하게 되었다.

1960년대 중반까지도 디자인과 포장의 연구개발에 투자할 능력을 가진 기업은 몇몇 대기업에 불과했을 뿐 아니라 이를 지원해 줄 수 있는 뚜렷한 기구조차 가지지 못한 상태였다. 더욱이 이 시대엔 산업디자인을 미술 분야 이상의 것으로 인식하지 못하였으며 포장산업분야 역시 1차적인 기능인 상품의 보호 측면과 제품의 명칭을 인식시켜주는 정도의 기능에만 만족하고 있었다.

이에 따라 1966년 정부의 제1차 경제개발 5개년 계획의 성과가 나타날 무렵 산업계의 여망에 부응하여 포장개선의 선도적 역할을 담당할 수 있는 기관으로서 한국포장기술협회(韓國包裝技術協會, KPI, 1965.10.29)와 디자인 개선 연구기관으로 한국디자인센터의 설립을 보게 되었다.

포장개선에 필요로 하는 이 모든 요소를 유기적이며 효율적으로 개발하기 위한 설치로 정부에서는 1970년 5월 19일 앞서 말한 한국포장기술협회, 한국디자인포장센터, 한국수출품포장센터의 3개 기관을 통합하여 새로운 특수법인인 한국디자인포장센터(Korea Design Packaging Center. KDPC)를 설립하게 되었다. 그리하여 이 센터로 하여금 디자인포장의 연구개발과 그 개발품의 산업화와 업계에의 보급에 앞장서게 하고 또한 직영공장에서는 수출품 포장용 골판지 상자를 생산하게 하여 수출업계에 공급함으로서 국제 경쟁력을 높이게 하였다.

또한 정부기관의 관련기관으로서는 지금의 산업자원부에 해당하는 상공부(商工部)내에 지도과(指導課)를 두어 해당부문의 지도에 임하도록 하였다.

이 밖에 포장에 대한 정보자료수집 및 설치기관으로 수출정보센터와 한국과학기술정보센터 등에서 부분적으로 자료를 제공해 줌으로서 포장산업의 실질적인 업무를 도와주는 기구가 탄생하게 된 것이다.

1970년대는 포장 산업 분야에 있어서 재료의 생산 실적 · 품질 개발 및 기업 등 전분야에 걸쳐 알찬 개화기라 할 수 있다.

우리 나라에서 1960년대 전반기는 물량면이나 품질면에서 아주 빈약한 상태였으며, 생산품의 종류도 폴리에틸렌과 PVC 필름 · 크라프트지 및 이를 이용한 지대(紙袋) · 골판지상자 · 금속관(金屬罐) · 유리병 등 초보적이고 기초적인 것에 국한된 시기라 할 수 있다. 1960년대 후반부터 경제 발전과 수출 신장에 힘입어 포장 분야도 근대화의 첫발을 딛게 되어 합성 수지 분야의

단체 필름과 복합 가공지의 개발 생산과 근대화된 인쇄 제대(製袋)를 위시하여 규격화된 골판지 상자의 사용, 포장 검사 제도의 도입 시행, 포장 기계의 국산화, 새로운 포장 기법의 도입 등 포장 전분야가 새롭게 도약하던 때였다.

산업디자인의 계몽과 수출에 활용을 위한 국가 산업의 비약적 발전에 따라 산업디자인의 필요성을 인식하여 학계 및 산업계의 건의와 시대적인 요구에 부응하고 제1회 상공미술 전시회(1966년)가 개최되어 전국적으로 디자인이라는 용어가 일반화 되고 디자이너의 지위 향상과 사회적 비중이 커다란 영향을 주게 되었고 산업디자인이라는 개념이 우리나라에서도 크게 부각되기 시작하면서 1997년 12회부터는 대한민국 산업디자인전으로 명칭을 변경하기에 이르렀다. 이로 인하여 포장디자인 및 산업디자인에 대한 관심과 필요성이 대두되기 시작하면서 각 대학교에서는 디자인관련 학과가 순수 미술학과에 비해 더 많이 신설되게 되었다.

이러한 사회적 인식은 광고 · 편집 · 패키지 · C.I.P · 일러스트 등 다양한 방면에서 디자이너들이 배출되게하는 계기가 되었고 디자인의 사회적 계몽과 기업경영인들의 디자인 정책을 고취시키는 촉진제가 되기도 하였다.

1970년대에 들어와서는 소재적인 측면에서 블리스터팩(Blister pack) · 스킨팩(Skin pack) · 슈링크팩(Shrink pack) 등의 포장기술이 1967년에 이미 국내에 선보인 P.T.P포장 등과 더불어 제과업계 · 수퍼마켓 · 섬유 · 완구 · 잡화 등 수출업계에서 두드러지게 나타나기 시작하였다.

1970년대는 수출의 양적 신장과 다양화 및 국내의 소득 증대에 의한 상품의 고급화와 석유 화학 공장의 가동으로 합성 수지원료의 개발과 포장재의 국산화, 수출의 고급화와 양적 증대, 식품과 의약품 포장의 고급화와 유가공품(乳加工品)과 주류 · 청량음료의 소비 증대 및 중동 지역의 해외 건설과 플랜트의 수출에 힘입어 포장 분야의 일대 획기적인 전환기를 맞게 되었다.

원래 포장산업은 일인당 국민소득이 1천달러 이상의 사회가 되어야만 비로서 각광을 받게 되는 것이 보통이다.

그것은 대량 생산, 대량소비, 대량유통시대가 다가왔음을 뜻하는 것이며 대형할인 매장과 슈퍼마켓의 출현은 소비자가 직접 물건을 고르는 판매방식으로 지향하게 되었으며 그리고 대량생산체제의 기계화의 필요성이 강하게 요구되는 시대로 성큼 다가서게 된 것이다.

그러한 상황은 점포의 진열방식에서부터 현저한 변화를 가져오고 식품 · 잡화 등의 포장에 새로운 재료와 기법 및 기계화를 시도하는 경향이 나타나게 되었다.

또한 대량소비의 체제에 맞추어 캔맥주 · 캔주스 · 테트라팩 · 퓨어팩의 출현과 알루미늄호일(Al-foil)과 그 복합재료에 의한 방습포장도 증가하기 시작한 해이기도 하다.

4. 산업디자인 초석 구축

국내포장산업이 산업디자인이라는 틀을 구축하게 된 시기는 1980년대 초반부터라 하겠다.

이 시기는 대부분의 기업들이 OEM(주문자 상품부착생산)방식의 수출이 이루어지기 때문에 해외서 제품의 품질에 비해 부가가치가 낮고 제품의 이미지 및 지속적인 수출관계가 어려워 점차적으로 기업의 환경이 열악해지고 있는 실정이였다.

따라서 경쟁력 있는 세계적 초 일류화 상품을 개발하기 위해서 정부에서도 다각적인 사업을 전개하여 기업들의 제품의 품질개선 및 포장디자인 향상을 위해 적극 지원하기도 하였다.

이와 때를 같이하여 1978년에 설립된 한국패키지디자인협회는 기업인들에게 포장디자인의 중요성을 인식시키고 디자이너들의 지위향상을 위해 다양한 전시사업, 공모전, 국제적인 행사를 거듭하면서 포장디자인 발전에 일익을 담당해 오면서 현재에 이르고 있다.

제10회 아시안게임(1980)과 제24회 서울올림픽(1988)의 국제적 스포츠게임의 개최는 국내 디자인 및 포장디자인 업계가 크게 활성화 되는 계기가 되었으며 1987년에 제1회 포장디자인 대전이 국내 최초로 개최되어 한국포장디자인 분야는 더욱 활기를 띠게 되었다.

1980년대에 나타나는 포장재의 개발은 두산제과에서 2-piece Al -can(355ml)이 생산되기 시작하였고, PVC 수축 라벨을 삼성화성에서 1983년에 개발하여 실용화 시켰으며 태평양 화학에서는 화장품용 라미네이트 튜브가 출시되었고, 한국과학기술연구소(KIST), SKC의 기술진에 의해 1997년에는 PET 필름의 국산화에 성공하는 등 괄목할만한 포장소재들이 개발되기도 하였다.

그러나 기업인들의 사고 마인드는 광고비의 무한적인 지출이나 무계획적인 시설 투자에는 제한이 없었으나 포장디자인의 개발이나 장기적인 투자에는 인색한 상황에서 벗어나지 못하는 실정이였다.

이러한 상황에서도 일부 기업들은 포장디자인을 관장하는 전담부서를 강화하고 기업경영의 포장디자인 개발부분을 우선순위에서 수행하는 경영방침이 정착되기도 하였다.

80년대에 확산된 노사간의 노동쟁의와 97년대에 발생된 IMF 경제위기는 대기업을 위시하여 중소기업에 이르기까지 모든 설비를 자동화, 대형화함으로서 생산능력을 증대시켜면서 주문량 확충경쟁이 심화되었고 다품종 소량주문의 탄력적인 증가요인 등은 종전의 안이한 경영으로서는 기업경영이 어려워지게 되면서 이에 대한 대책이 강구되기도 하였다.

또한 컴퓨터가 디자인과 산업경영에서 필수적인 도구로 등장하게 되었고 이러한 것을 이용한 첨단기술(High Technolngy)은 세계를 대상으로 하는 국제화 시대에 맞이하면서 인터넷의 확산 등 하루가 다르게 바뀌어가고 있으며 급속한 속도로 발전을 거듭하고 있다. 이와 같은 경향은 선진국으로 발돋움하는 과정으로 우리의 기업풍토쇄신과 포장산업의 경쟁력을 더욱 가속화 시키는 계기가 되었다.

1991년에는 사단법인 한국포장협회가 발족되어 국내외의 포장 신기술 정보를 회원사 및 기업에 제공하므로 포장발전에 기여하고 있으며 1993년에는 한국패키지디자인학회가 창립되어 매년 논문집발간과 세미나 개최, 그 해에 생산된

상품포장을 대상으로 우수 포장디자인상 제도를 수행하면서 우수상품의 소비자 인지도를 확산시키고 국내 포장의 학문적 기틀을 마련하고 있으며 1999년 제34회 대한민국산업디자인전에 패키지 디자인 부분을 별도로 설치하여 매년 향상된 작품을 전시하므로서 포장디자인의 위상을 제정립하기도 하였다.

정부는 93년을 산업디자인 발전의 원년(元年)을 삼아 98년까지 5개년 계획을 세워 취약한 중소기업, 또는 농수산물 포장개발에 디자인기술개발지도사업을 강화하고 세제금융상의 혜택부여 · 디자인전문회사위 육성 등을 통해 상품의 부가가치를 높여 산업디자인의 지속적인 연구개발의 토대를 마련하기도 하였다.

1993년 8월 17일에 우리나라 '제품의 포장방법 및 포장재의 재질 등의 기준에 관한 규칙'이 고시되어 포장폐기물 감량화에 대한 법적규제가 완성됨에 따라 국내에서 유통되는 모든 제품의 포장 재질, 포장 횟수, 공간 비율이 이 법에 의해서 적용을 받게되므로서 환경과 포장이라는 화두가 새롭게 대두되었고, 포장의 감량화 및 재활용 등이 주요 과제로 떠오르게 되었다.

5. 포장디자인 경쟁력 기대

우리나라는 80년대 이후 경제의 수직상승 발전으로 국민소득이 증대되고 생활은 몰라보게 현대화되었으며 포장디자인 역시 많은 발전을 거듭하여왔다.

소비욕구의 증대와 더불어 각종산업의 발전, 상품의 다양성은 포장디자인의 필요성은 물론이의 양적인 팽차을 불러 디자인 인구가 폭발적으로 늘어났다.

이제는 무계획적인 시장지향적이거나 질보다 양을 앞세운 지극히 근시안적인 대처로 인한 선진추종형 작업들은 치열한 경쟁에서 도태될 것이며 그에 대한 충분한 대책을 강구해야 될 것이다. 이제 우리 산업계는 새로운 시대에 새로운 가치를 형성하는 계기를 우리의 미래지향적 자세에서 찾아가야 할 때이다.

2000년대에는 자유무역시대에 적용할 수 있고 정보화시대 · 인터넷시대에 대비해서 우리상품에 디지털시대에 부응할 수 있는 첨단기술과 독창적인 디자인을 담아 부가가치를 높일 수 있는 전략을 새롭게 수립하여야 한다. 또 고객의 욕구와 사회변화를 예리하게 분석, 예측해서 그에 적합한 고부가가치의 우수상품생산을 위한 지속적인 연구개발의 기본토대를 재구축해야 할 것이다.

기업은 장기적인 안목과 꾸준한 연구 투자에 노력을 기울여야 할 것이다. 이러한 것들은 결론적으로 우리의 포장산업을 발전시키고 국제경쟁력 증진의 핵심으로 정착될 것이다.

짧은 지면을 통하여 국내포장산업의 족적을 열거하기에는 상당한 한계가 있다.

이제까지 우리나라 포장산업은 포장기술의 낙후와 해외포장산업에 대한 정보의 부재 전문인력양성의 미비 등으로 발전의 속도가 더디게 진행되었지만 이제는 자체적으로 노력 등을 통해 국제경쟁력을 갖춰야 할 때이다. ko