



2010 서울 국제포장전을 개최하면서

Seoul International Packaging Show 2010

‘포장’은 엄격한 품질관리로 제작된 제품 마지막 단계에서 포장 디자인을 포함한 공정에 따라 이루어져 제품의 가치를 부여하게 되며, 이를 구입한 소비자가 제일 먼저 접하게 되는 부분 역시 바로 포장이다. 그래서 “포장은 제품의 끝이요, 소비의 시작”이라고 한다.

모든 식품, 화장품, 의약품, 생활용품 그리고 공산품에 이르기까지 제품의 최종 단계에는 반드시 포장이 이루어지고 포장이 없이는 상품이 될 수가 없다. 이처럼 포장은 우리 생활과 밀접한 관계를 갖고 있으며 떼려야 뗄 수 없는 관계를 가지고 있으며 포장산업은 포장제조업뿐 아니라 이를 사용하는 서비스업이 복합된 구조를 갖고 있는 특수 복합 산업이다.

이와 같은 포장산업은 그 규모가 우리나라 GDP의 약 2.0%(약 16.6조원)에 달하고 있으며 고용인원은 14만 명에 이르고, 부가가치율도 자동차, 섬유산업을 능가하는 46%에 이르고 있으며 연평균성장율도 6.5%에 이르는 거대한 산업 군으로써 단일산업으로는 그 비중이 매우 큰 산업중 하나이다.

포장은 제품의 보존성, 편리성, 안정성 등의 유용성을 도모하고 제품의 코스트를 낮추어주고 있고 포장을 통한 식품의 장기보전으로 식량위기를 타개하고 있으며 저개발국가에서는 포장에 대한 수요가 오히려 급증하고 선진국에서는 포장 표준화와 포장개선으로 제품의 보존성과 안전성을 높여 보존기간을 연장시킴은 물론 각종 물류비를 크게 절감시키고 있다.

현재 각종 포장재료가 고형 폐기물의 최대 발생원이라는 비난도 받고 있지만 만일 생산된 식량, 식품 또는 각종제품에 적절한 포장과 그 기술을 시행하지 않는다면 오히려 대량의 폐기물이 발생하게 되어



김 영 순

(사)한국포장기계협회 상근 부회장
포장기술사

쓰레기의 소각 처리에 소요되는 비용이 포장 폐기물의 처리 비용에 비교하여 약 5배의 에너지가 필요하다고 하니 포장이야말로 도시 쓰레기를 줄일 뿐 아니라 에너지를 절약하는 최상의 방법 중 하나이다. 그러나 포장은 그간의 무관심으로 인하여 관심의 사각지대에 놓이게 되었고 심지어는 포장은 필요악의 대상이며 폐기물발생의 원인인 것처럼 사회의 오해를 받고 있다.

이와 같은 포장의 긍정적인 측면을 홍보하고 부정적인 측면을 이해시키고 설득시키기 위한 수단인 하나로 포장전시회가 활용되고 있음은 주지의 사실이다.

그간에 우리나라의 포장관련전시회는 매년 개최되는 전시회가 하나밖에 없었던 관계로 전시회 경쟁력이 약화되어 양질의 전시회로의 발전에 저해요소가 되었다.

또한 포장의 긍정적인 측면을 사회에 널리 알리기에는 그 또한 역 부족이었으며 그나마 포장만의 전문전시회가 아닌 다른 전시회와 혼합된 복합전시회로 개최되어 왔기에 포장만의 전문성을 찾기가 매우 어려워 대다수의 포장업계 종사자들과 포장관련 단체들이 포장만의 전문 전시회를 염원하여 왔다.

국제적인 포장전시회를 보더라도 매 3년 주기의 세계 최대의 독일의 interpack(1950년 제1회), 세계 두 번째의 미국의 Chicago

Pack(1950년 제1회) 그리고 아시아 최대의 일본의 Japan Pack(1950년 제1회) 전시회 등 동서양의 모든 전시회가 오랜 전통을 가진 포장만의 전문전시회로 2년 또는 3년 주기로 개최함으로써 세계적인 포장전문전시회로 발전하였음을 관찰하고 우리나라에서도 이와 같은 3대 포장전문전시회와 같이 발전할 수 있는 포장 전문전시회가 필요하다는 신념을 가지게 되었다.

이에 우리(사)한국포장기계협회에서는 이와 같은 포장업계의 요구를 수용하고 국제적인 포장전문전시회의 추세에 따라 새로운 전시회를 기획하게 되었다. 기본적인 전시회의 성격으로는 다음과 같다.

첫째, 포장재료, 포장용기, 포장기계, 포장디자인, 포장검사, 포장기술 그리고 포장관련 산업만으로 오로지 포장만 아우르는 전문 전시회

둘째, 매2년 주기의 개최로 신제품의 보다 많은 출시유도(그간의 매1년 주기의 개최로는 새로운 신제품을 매년 출시하기에는 불가능하다는 업계의 요구를 수용)

셋째, 포장인들만의 축제로 기획하고 국내외의 포장인이 한데 어우르는 만남의 장으로의 역할 수행

이상 3가지를 만족하는 전시회로 기획 육성하기로 하고 수 차례에 걸친 면밀한 검토와 회



의 끝에 드디어 2009년 2월 마스터플랜을 완성하고 전시회의 이름을 Seoul Pack 2010(2010서울 국제포장전)으로 정한 후 실무 작업을 시작하였다.

처음기획 하였던 Seoul Pack 2010의 규모는 전시면적 10,000㎡(500부스 규모)의 소규모였지만 경기도의 유망전시회로 지정받아 바이어 유치비를 지원받게 되었고 20여 국내의 포장관련단체들로부터 적극적인 후원을 받게 되었다.

또한 포장업계의 적극적인 지지와 참여로 2010년 4월에 이미 계획 한 10,000㎡의 부스가 모두 소진되어 부득불 당초보다 2배인 20,000㎡(1,000부스 규모)의 규모로 확장하게 되었다. 이는 오로지 매 2년 주기의 포장만의 전문전시회를 원했던 업계의 적극적인 참가와 후원의 결과라고 생각하여 감사를 드린다.

오는 11월 16일(화) 개막되어 11월 19일(금)까지 4일간 KINTEX 4홀과 5홀 약 20,000㎡의 전시면적에서 진행되는 Seoul Pack 2010(2010서울 국제포장전) 전시회는 전시장 내에서 포장의 모든 정보를 입수할 수 있는 “All for Processing and Packaging”의 내용을 구현하여 우리나라 포장기술의 수준과 발전현황을 세계에 널리 알릴 수 있도록 기획되었다.

일반 국내 전시 참가부스 이외에 특별관으로

국제교류관, 화장품용기전시관, 대학홍보관, 지자체홍보관, 포장기술서적전시관, 포장기계대상전시관 등으로 구성되었으며 부대행사로 는 고적대 연주로 시작하는 다채로운 개막식과 더불어 전시장내 고적대 퍼레이드를 비롯하여 “제12회 포장기계인의 날 기념식”과 “제11회 포장기계 대상 시상식”이 동시에 거행되고 한, 중, 일 3국간 공업포장기술 교류회 서울 대회인 국제 행사를 위시하여 정부기관과 각종 포장관련단체와 대학의 행사, 회의 및 학술논문 발표회 그리고 참가업체들의 국제 세미나가 마련된 전시회로 구성됐다.

금년도 전시회의 Slogan은 “Better Packaging, Better Life and Better Earth”로 정하고 친환경적인 Packaging 전시회를 구현하여 포장이 인류의 사회복지 증진과 삶의 질을 향상시키는데 기여하는 포장의 긍정적인 측면을 을 홍보하는데도 그 목적을 두고 있다.

이번 Seoul Pack 2010(2010서울국제포장전)전시회에는 세계 18국으로부터 202개 업체(간접참가 포함 약 310개 업체)가 참가하여 국내의 참가사 모두가 만족하고 내방하는 관람객과 바이어도 동시에 만족하는 수준 높은 국제전시회로 모처럼의 포장인들의 만남의 장의 역할을 잘 수행할 것으로 확신하며 모든 국내의 포장인들의 관심과 참여를 기대한다. ☐