



## “포장산업 상생의 토양을 조성할 것”

대한민국 포장산업의 발전을 주도하고, 건전한 포장문화를 만드는 것을 목표로 하는 (사)한국포장협회가 (주)세미산업의 임경호 회장을 제14대 회장으로 선임했다.

임경호 신임회장을 만나 취임 소감과 함께 앞으로 어떠한 방향으로 협회를 이끌어 나갈 것인지, 또한 업계 전문가로서 포장산업의 발전을 위해 필요한 것은 무엇인지 등에 대한 이야기를 나눠보았다.

- 편집자 주 -

### 임경호 (사)한국포장협회 회장

1975년 미원유화(주) 입사

1975년 미원유화(주) 생산부장 퇴사

1996년 미원건설(주) 입사

1998년 미원건설(주) 관리이사 퇴사

2000년 세미산업(주) 대표이사 입사

2018년 (사)한국포장협회 제14대 회장 취임

---

**Q** 먼저 (사)한국포장협회 제14대 신임회장에 취임하신 것을 축하드립니다. 소감  
한 말씀 부탁드립니다.

1991년 12월에 설립되어 27년여의 긴 시간 동안 한국포장산업의 발전을 주도한 우리나라 최대의 (사)한국포장협회 제14대 회장을 맡게 되어 매우 영광스럽습니다. 선배 회장님들의 업적에 누가 되지 않고, 지속적인 발전을 이룩해야 함을 생각하면 부담과 책임감이 큼니다.

우리나라 포장산업의 성장과 발전을 위하여 회원사들에게 유익함을 증대할 수 있도록 회원사와 더불어 최선을 다해 건전한 포장문화의 발전을 이룩하도록 노력하겠습니다.

**Q** 신임 회장으로서 올해 어떤 사업을 중점적으로 추진해나가실 생각입니까?

우리나라 포장산업을 대표하는 (사)한국포장협회의 위상을 높이고 회원사들에게 유익함과 보람을 증대시킬 수 있도록 노력할 것입니다. 애로사항을 함께 해결하고, 새로운 정보를 제공하고 공유해 상생하는 토양을 조성하여, 세계 시장에서 한국포장산업이 인정받고 더 많은 시장을 개척하고 확보할 수 있도록 할 계획입니다.

구체적으로 말하자면, 먼저 전 회원사와 함께 한자리에 모여 애로사항을 해결하고 발전 방향을 토론해 정보를 습득하고 공유하는 모임을 연 2회 갖도록 하겠습니다.

두 번째로 모든 회원사가 해당되는 분야의 분과위원회에 참여해 관련 분야의 애로사항을 토론하고 해결해 함께 발전하는 상생의 터전을 활성화 하겠습니다.

**Q** 포장 업계에 언제, 어떠한 계기로 들어오게 되셨습니까? 포장업을 하면서 기억에 남는 에피소드 한 가지를 소개한다면?

석유화학 분야에서 20여 년간을 근무하였으며 2000년 5월 연포장 포장재를 생산하는 세미산업(주)의 경영을 맡아 현재에 이르고 있습니다.

현재는 덩핑이라는 가격 경쟁이 거의 사라졌지만 2000년 하반기에는 포장업체가 동일한 업종에서 치열한 경쟁을 하고 있었습니다. 거래처를 확보하기 위하여 상대방의 정보를 입수해 가격 경쟁으로 상대방 시장을 침범하는 이전투구(泥田鬪狗)의 싸움이 지속적으로 발생했었습니다.

회원사끼리도 서로 경쟁하며 다투는 모습이 다반사로 일어나 분위기가 험한 상황이 연이어 계속되고 있었는데, 한 예로 가격 경쟁으로 다투고 있는 회원사 'A' 사 책임자와 'B' 사 책임자를 초대해 저녁 식사를 하며 서로의 입장을 듣는 자리를 마련한 적이



---

“분과위원회를 통해 애로사항 해결하고 함께 발전하는 터전”

---

있습니다. 중재를 하고 화해를 해 상호 양보하고 조정하여 오해와 반목을 훨훨 털어버리고 이해하고 해결하였던 기분 좋은 기억이 있습니다.

그때의 일을 계기로 협회 내에 연포장 영업부서장 모임을 만들었습니다. 상생하며 상호 협조하는 분위기가 현재까지 이어지고 있습니다. 협회 회원사들은 정기적인 모임을 갖고 정보를 공유하는 등 긴밀하고 좋은 관계를 꾸준히 유지하고 있습니다.

**Q** 업계 전문가로서 현재 국내 포장산업을 진단 해주십시오. 또한 국내 포장산업 발전을 위해 반드시 필요한 한 가지를 꼽는다면?

국내 포장산업은 3단계로 구분할 수 있습니다. 1단계인 초기 단계는 수요와 공급이 원만한 균형상태를 유지하면서 상호 영역을 유지·관리하는 안정적인 발전을 유지하였고, 2단계인 2000년 초기에는 기술의 발전과 설비의 최신화, 자동화로 수요에 비해 공급이 과잉 품질과 가격의 극심한 경쟁시대가 도래했었습니다.

3단계인 현재는 정년을 맞이한 기술자들이 퇴직해 1대의 기계를 구입하여 소규모 형태의 포장관련 회사를 창업, 가족회사 형태로 운영을 하고 있습니다. 이 때문에 극심한 가격 경쟁이 유발되는 새로운 형태의 산업구조가 나타나고 있습니다.

시장의 변화 또한 소품종 대량생산 구조에서 다품종 소량생산 환경으로 전환되고, 소비자 수준이 공급자 수준 이상으로 높아지고 있습니다. 시장의 변화에 능동적으로 대처해 그에 걸 맞는 형태로 변화하고, 차별화된 고급화 및 인력 절감화를 바탕으로 소비자를 만족시키는 구조 변화를 지속적으로 연구 개발해야 할 것입니다.

**Q** 앞으로의 계획은 무엇입니까?

환경과 속도의 변화는 우리가 상상하는 그 이상으로 급속도로 변하고 있습니다. 혼자서는 해결할 수 없는 상황들이 돌발적이고도 우발적으로 발생하고 있습니다.

다양한 정보와 데이터의 홍수 속에서 적합한 정보를 입수하고 분석하여 각자에게 맞는 형태로 변화시키고 구성하여 차별화된 전략을 수립하고 추진하고 운영하여야 하겠습니다.

최근 소비자들은 가격 대비 성능을 따지던 ‘가성비(價性比)’에서 가격 대비 마음의 만족을 추구하는 ‘가심비(價心比)’로 마음이 돌아섰다고 합니다. 이처럼 급격히 모든 것이 변화하는 변환기이자 빅데이터를 수집하고 활용하는 4차 산업혁명의 시대에 발맞춰 나가는 포장업계가 되길 바랍니다. 이를 위해 (사)한국포장협회를 축으로 참여하고 아끼고 사랑하는 모습으로 상생하는 터전을 함께 마련하도록 노력하겠습니다.

**Q** 마지막으로 (사)한국포장협회 회원들 또는 『월간 포장계』 독자들에게 한 말씀 해주십시오.

『월간 포장계』는 우리 회원사들의 사랑방이고 정보지이며 우리의 모습이고 우리의 현재입니다. 회원사들이 참여하고 아끼고 관심과 사랑을 주시면 더욱 알차고 유익한 포장산업을 대표하는 『월간 포장계』로 성장할 수 있을 것이라 믿습니다. 큰 사랑을 받는 만큼 『월간 포장계』가 우리 회원사들은 물론, 포장업계에 도움이 되는 정보와 자료를 제공하는 역할을 충실히 해주시길 바랍니다.

/ 조나리 기자 olivelina@hanmail.net