

登録日 1971年1月14日

登録番号 11-369空

17 DESIGN  
&  
PACKAGING

DESIGN & PACKAGING



한국디자인포장센터는 우리나라의 輸出增大와 여러분의 急速한 企業成長을 돋기 위하여, 輸出 및 内需用 商品의 高級化를 促成하는 國內 唯一한 公益機關입니다.

当センター는 輸出業体에 대하여 國際規格의 優秀한 輸出品用 包裝 資材를 適期廉價供給할 뿐만 아니라, 모든 商品의 디자인과 包裝部門의 改善向上은 물론, 各種 展示와 出版事業, 國際交流 등 綜合的인 振興施策을 活發히 展開함으로써, 國家經濟 發展과 業界의 國際競爭力 強化에 積極 이바지하고 있습니다.

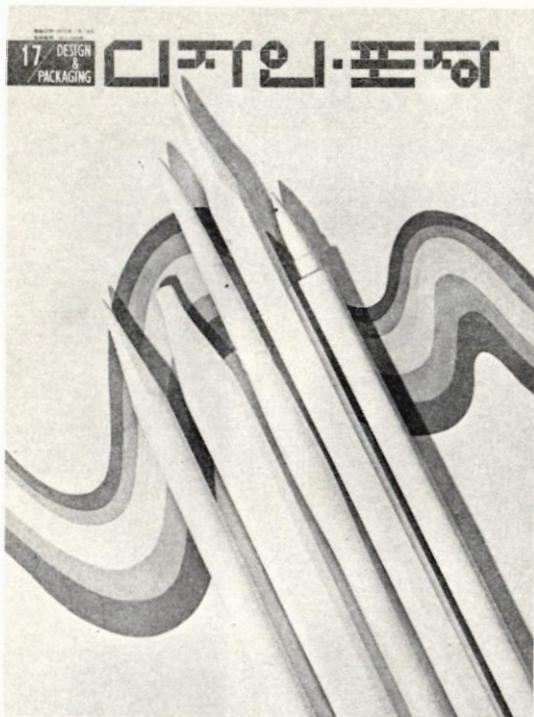
센터 全景



# 대한민국 국립총회의 예술품

수출상품은  
국립총회의 예술품

一九五二年六月  
대통령 박정희



表紙 説明

盛夏의 뜨거운 太陽아래 내 던져진

無限한 生의 空間을

우리의 銳智와 思考로

곱게 丹粧할 때

하늘이 떨어지는

저 편 孤孤한 荒蕪地에도

무지개 빛 豊曉가

오아시스 되어 넘실거린다.

## 12 卷頭言 / 張盛煥

## ■ 特輯 I · 第 9 回 商工美展

- 13 商工美展과 디자인 教育界 / 趙英濟  
 16 商工美展과 輸出產業에의 寄與度 / 金鍾大  
 18 外國디자인 專門家가 본 大韓民國 商工美展 /  
 로이 V. 월슨  
 22 第 9 回 商工美展 審查評 / 權純亨  
 24 第 9 回 商工美展 行事現況 / 編輯室  
 26 李朝의 木漆工芸 / 金根培  
 34 七寶紋樣의 特性과 種類 / 林永周  
 44 衣裳디자인의 實際와 韓國의 이미지 開發 /  
 李英蘭  
 48 現代彫刻에서 抽象彫刻에 이르기까지 / 金貞淑  
 57 裝飾 포스터의 本質 考察 / 양호일  
 63 独逸「BRAUN」社의 Design Policy / 金順成  
 75 아시아包裝聯盟 會議에 다녀와서 / 金宗煥  
 80 Package Design ⑥  
 - 生產과 패키지 디자인 / 李化洙  
 89 디자인 · 포장 칼럼  
 機能과 目的에 맞는 論理的 思考 / 朴來卿

## ■ 特輯 II · 適正包裝

- 92 適正包裝 推進委構成 및 基準設定 / 李精一  
 96 過剩包裝의 本質과 그 実態 / 韓義沫  
 104 適正包裝의 要件과 消費者 意識 / 朴載淳  
 109 適正包裝과 消費者 保護 / 尹錫仁  
 112 캐너더의 回收用 병의 現況 / 徐丙周  
 114 商品包裝의 改善을 위한 提言 / 朴貞蘭  
 117 食品包裝用 플라스틱 容器의 真空成形 / 張震杓  
 122 緩衝包裝의 새로운 傾向 / 金瑩昊  
 128 防水 防濕包裝 技法 / 李大成  
 136 輸出양송이 통조립箱子 Pallet 積載模型 /  
 金基成  
 155 販促을 위한 패키지 디자인 研究 / 河泰文  
 160 畜產物의 物的流通管理 / 黃善民  
 166 広告 時評 ⑨  
 Media Survey에 의한 広告 眺望 / 李規用



第9回 商工美展 開館 테이프를 자는場面 (74. 6. 15)  
(左로부터 張禮準 商工部長官, 太完善 副總理, 張盛煥 理事長)





展示現況을 브리핑 받는 太完善 副總理



商工美展을 參觀하는 関係人士



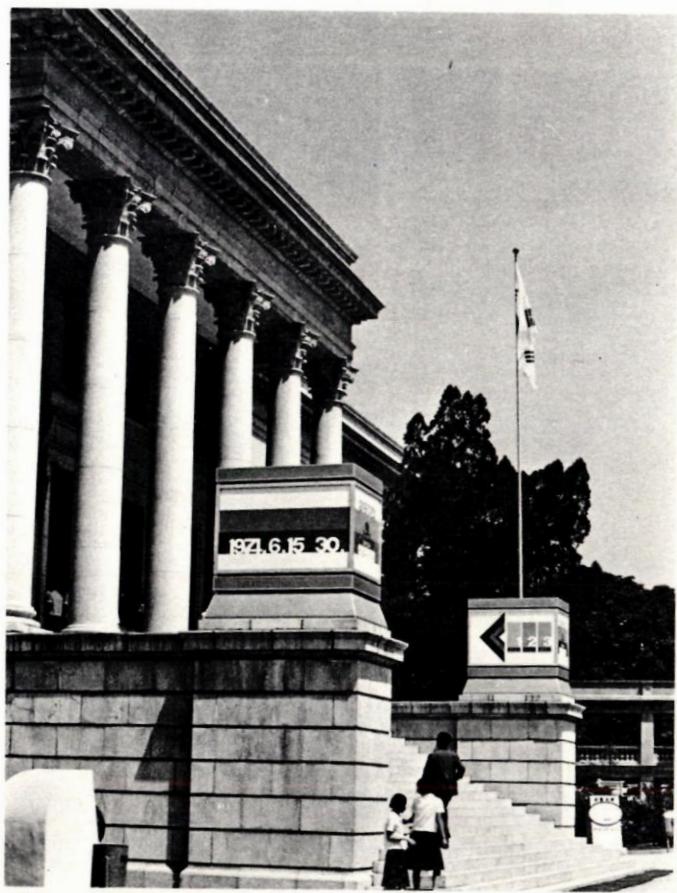
駐韓外交使節団의 商工美展觀覽



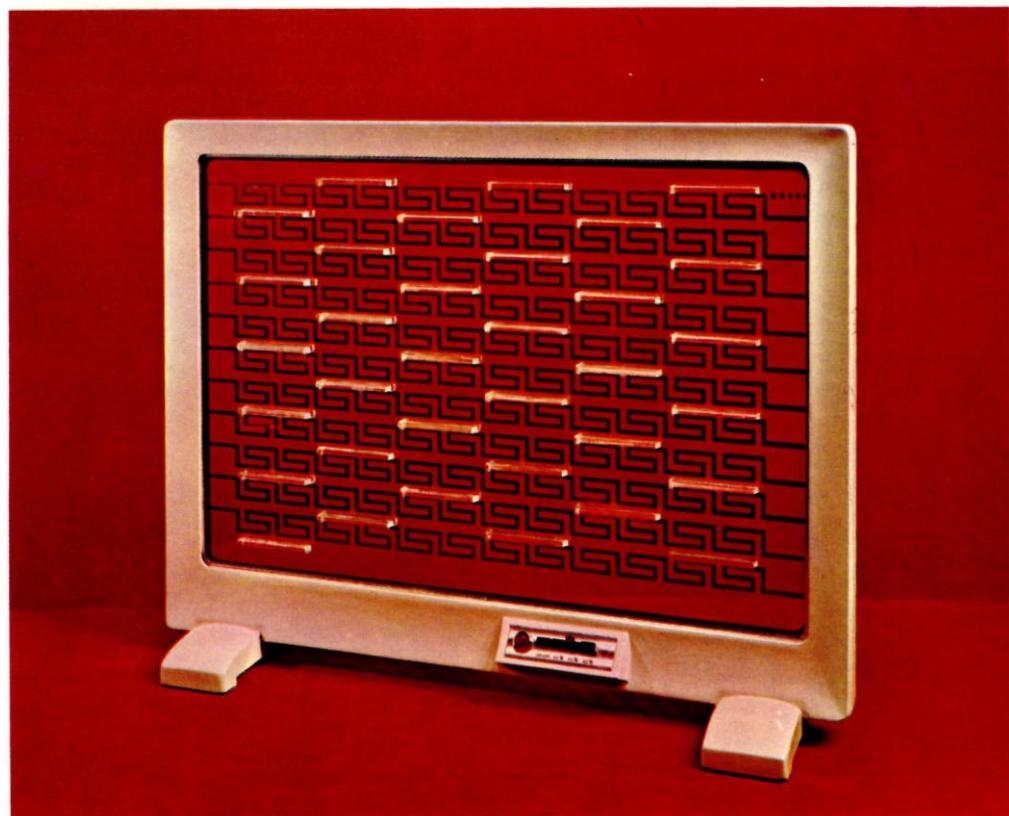
一般人 觀覽



光化門 네거리에 設置된 아야치



展示場 全景(國立現代美術館)



대통령 상

명제: 가정용 PANEL HEATER 디자인 연구

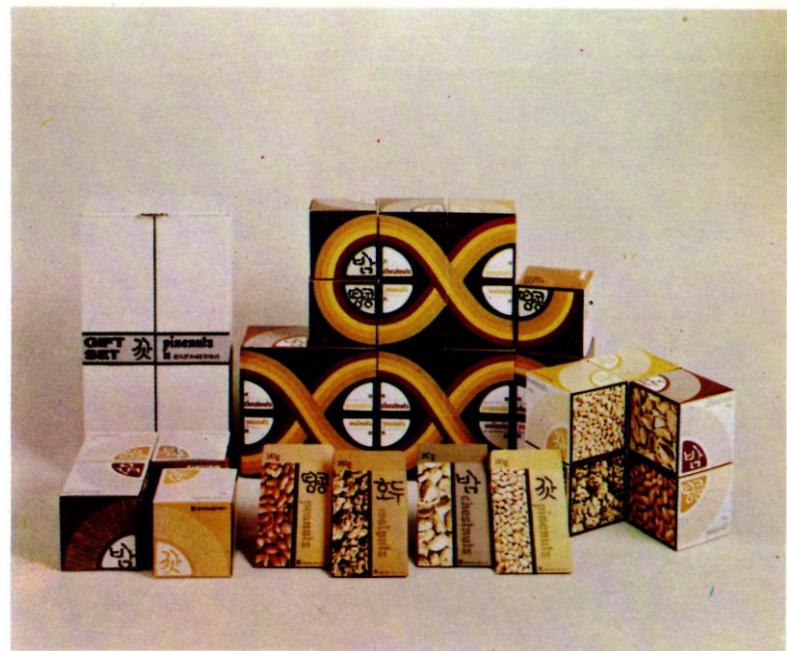
작가: 고을한



국무총리 상

명제: 전자계산기 겸 전자시계

작가: 홍성수



부총리 겸 경제기획원장관 상

명제: 건과류 소비 촉진을 위한 적정포장  
작가: 최영숙

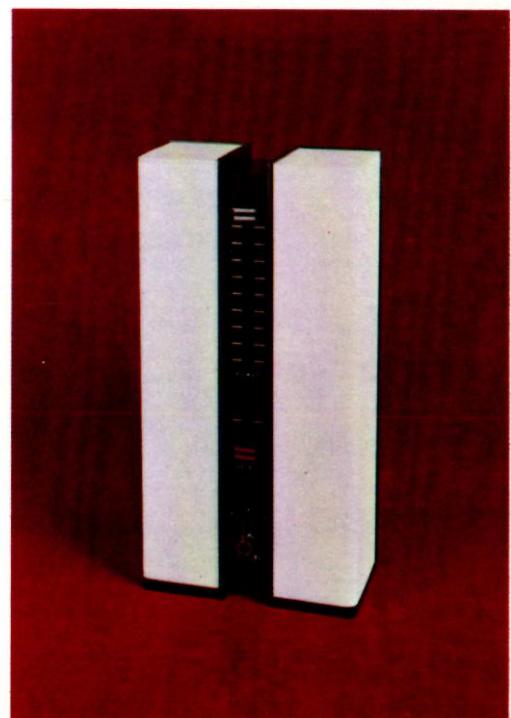
상공부장관 상

명제: 발  
작가: 신영옥



상공부장관 상

명제: 조명기구  
작가: 김경배





상공부 장관 상  
명제: 관광 포스터  
작가: 정연종



문교부장관 상  
명제: 촛대를 겹한 화병  
작가: 김효선



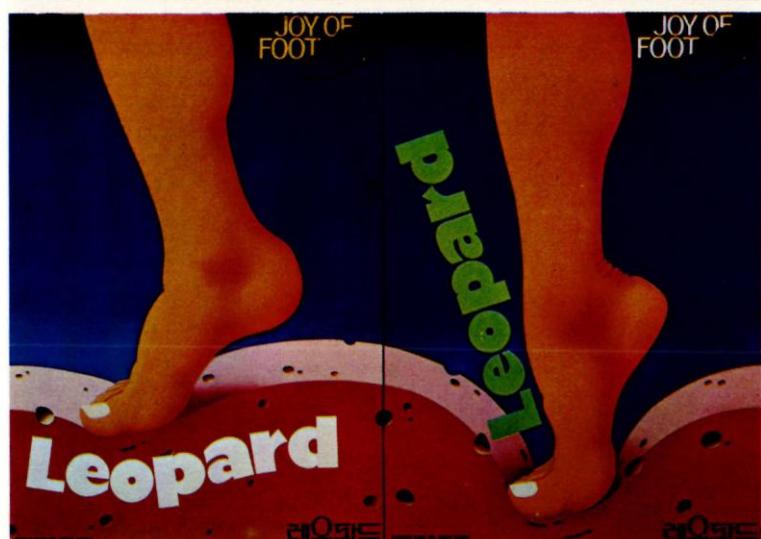
한국디자인포장센터 이사장 상  
명제: 남성용 인삼 화장품 포장계획  
작가: 안정언



대한상공회의소 회장 상

명제: 커피셀 디자인

작가: 한길홍



한국무역협회 회장 상

명제: 레오파드 구두선전 포스터

작가: 황부용



### 추천작가

대회장 (상공부장관)상

명제: 새마을 포스터

작가: 김 현



## 卷頭言

理事長 張 盛 煥

온 세계를 惡慌케 하였던 石油波動과 地球上의 모든 資源이 고갈되어 가고 있는 現象은 우리에게 耐乏, 節約과 아울러 보다 知慧로운 創作活動을 切実히 要望하고 있습니다. 이러한 時点에서 第 9 回 商工美展은 그 使命과 意義, 그리고 그 期待하는 바가 다른 어느 때 보다도 더욱 크고 切実한 가운데 開幕되었습니다.

過去 1, 2 次 2 回에 걸쳐 成功的으로 達成해온 經濟發展을 土台로 닥아오는 80年代의 100億弗 輸出達成이란 目標實現을 向해 國民總和로 漢身의 努力を 傾注하고 있는 此際이라 輸出振興을 위한 商工디자인開發의 必要, 緊要性은 더욱 切実히 強調되는 바 있습니다. 이러한 現實에서 商工美展은 바로 商工디자인의 創案氣風을 助成하여 生產製品의 品位를 向上 시키므로써 輸出振興에 크게 寄與할 수 있는 知慧로운 創作活動을 教示하고 있다고 하겠습니다. 그러나 디자인의 디자이너나 產學界만의 活動으로 局限되어서는 안 되겠습니다. 우리는 누구나 디자인된 環境속에서 디자인된 事物과 더불어 生活하고 있기 때문입니다.

그러므로 보다 높은 次元의 凡國民的 디자인의 認識이 時急히 普遍化될 때, 비로소 商工業界와 디자이너에 依한 革新하고도 有用한 디자인의 開發이 그 促進을 加速화할 것으로 믿읍니다.

商工美展을 通해서 알차고 有用한 作品들이 해를 거듭할 수록 많이 出品되고 있음은 그만큼 디자인에 對한 認識과 热意가 提高된 것으로 매우 반가운 일이 아닐 수 없습니다만… 特히 이번 第 9 回 商工美展을 通하여 全國에서 出品된 951種, 3,117点의 作品들과 그 展示過程에서 보여준 디자인에 對한 一般의 깊은 関心과 热意가 한결 더 나아가서 모든 国民生活에 實用化될 때에, 商工美展 本来의 趣旨가 유감없이 具現된다고 믿는 바입니다.

우리의 經濟活動에 새로운 方向을 가늠하는 하나의 座標로써, 그리고 디자인을 生活化하는 雾靄氣助成의 契機가 本 商工美展으로부터 비롯되어 지기를 바라는 마음 간절합니다.

商工美展이 열리기까지 努力하신 関係者 여러분의 勞苦에 깊은 致賀의 말씀을 드리면서 앞으로도 倍前의 愛護와 聲援있기를 바라마지 않습니다.

## 特輯 I 第9回 商工美展

# 商工美展과 디자인 教育界

趙 英 濟

서울大學 美術大學 教授

디자인 기풍을 조성하고 상품의 개발과 수출에 직접간접으로 이바지하기 위하여 상공부에서 구상하고 디자인계의 호응을 얻어 개최된 대한민국상공미술전람회도 올해 9회째가 되었다.

그 동안 응모작품의 내용이나 전람회 운영의 제도상의 문제 등으로 다소 진통은 있었으나 해를 거듭하여 다듬어지면서 그 발전을 구체적으로 지적할 수 있는 단계가 되었다.

본 전람회의 취지와 요구되는 디자인의 성격을 파악치 못한 베에서 오는 초기의 혼란에 비하여 이제 응모자들이 취지에 밀착하여 작품을 제작하고 있는 점은 큰 발전이라 할 수 있다.

또한 초기 응모작품의 대다수가 학생들의 작품이었던 것이 이제 전공을 마치고 경험을 쌓고 있는 디자이너들의 응모로 그 비중이 옮겨진 점이다.

이런 점들은 상공미전의 성숙을 뜻하며 이제 전람회의 취지와 목적에 접근할 수 있는 기틀이 이루어졌다고 볼 수 있을 것이다.

내년이면 10회를 맞는 상공미전을 생각할 때 이에 관심을 갖고 있는 모든 분들이 상공미전의 어제를 보고 내일의 구상을 할 단계에 왔다고 보겠다.

1966년 제1회 상공미전이 개최될 때 각부의 추천작가들은 대부분이 디자인 교육계에 종사하는 분들이었고 이 분들은 상공미전의 취지와 목적을 각 대학의 디자인 전공학생 그리고 졸업생들에게 주지시키고 그 응모를 적극 권장하였다.

당시만 하여도 오늘에 비하여 디자인 전공의 인구가 극히 적어 졸업 후 일선에서 혹은 교육계에서 디자인 작업을 하는 분들 만으로는 전람회가 그 작품 수에 있어 빈약하였을 것이다.

따라서 초기의 상공미전에 디자인 전공학생들의 대거 참여는 지도교수의 격려와 함께 이루어지고 또 부득이 하였다.

이러한 면에서 상공미전은 출발 때부터 디자인 교육계와 불가분의 관계에 있었다고 하여도 과언이 아니었고 이러한 점은 초기 상공미전의

강점도 되었으나 많은 약점이 될 수도 있었다. 이는 위에서 지적한 발전 중의 하나인 응모자들의 디자인 의식, 그것이 반영된 작품이 전람회 취지와 급템포로 밀착되어가는 과정에서 디자인 교육계의 많은 분들의 역할은 큰 강점이라 할 수 있었고, 반면에 디자인계 심사위원 중 대부분이 디자인 교육자였다는 것은 다소 약점이었다고 보겠다.

이는 한국 디자인계의 연륜과 관계되므로 부득이 하였으나 앞으로 연구되어야 할 문제이다.

### 안정되는 응모층

상공미전에 디자인 교육을 받고 있는 재학생들의 참여가 많았고 또 이로 인하여 활기애 찼던 것도 사실이다. 그러나 오늘에 와서 그 양상이 달라진 것도 주시하여야 될 현상이다.

금년도의 작품 중 수상작품이나, 특선작품, 입선작품을 통하여 재학생의 작품보다 출업 후 일선에서 혹은 디자인 교육계에서 종사하고 있는 디자이너들의 작품이 압도적으로 많아진 것은 초기의 학생작품 수상이 많았을 때와 비교하여 디자이너 저변의 확대와 상공미전의 안정이라는 두 가지 뜻으로 반가운 일이다.

분야에 따라서는 특선 이상의 작품에서 학생작품을 찾아보기 힘들 정도로 참여층이 두터워졌고 이는 상공미전과 디자인 교육계의 밀월에서, 보다 시야를 넓혀 범디자인계에 뿌리를 두는 상공미전으로의 도약을 구상할 단계라고 보겠다.

상대적으로 디자인 교육계는 그동안 상공미전을 성황리에 성장시키기 위하여 경주하던 노력에서 디자인 교육 본연의 면으로 눈을 돌려 디자인계의 내일의 발전에 필요한 교육을 모색해야 할 것이다.

상공미전은 각 대학의 디자인 교육자를 통하여, 혹은 직접 재학생들에게 응모를 권장하는 방법 보다도 사회에 종사하고 있는 많은 디자이너들에게 보다 주지시킬 수 있는 방법을 구상할 것이며, 디자인 교육자들은 디자인 학도들에게 정규교육과정을 통한 디자인 교육을 강조할 것이며 상공미전의 응모는 어디까지나 대학교과 과제가 아닌 학생 과외 작품활동의 범주로 유도해야 할 것이다.

야 할 것이다.

### 포장 및 공업디자인과 상공미전

상공미전 제1부 상업디자인 부문에는 광고디자인과 포장디자인이 있다.

한국상품의 해외시장 진출과 더불어 절실하여 전 포장디자인 문제는 상공미전 포장디자인 분야에도 그 비중이 인식되어 적극 권장하고 또 포상하였던 것이다.

그러나 그 당시까지만 하여도 각 대학 상업디자인 전공분야에서의 포장디자인 교육은 활발하지 못하였던 것이 사실이고 오히려 상공미전에서의 포장디자인의 비중에 자극받아 각 대학의 포장디자인 교육이 활발하여 졌다고 생각한다.

또 공업디자인 부문은 상공미전의 제3부로서 출발할 때까지 각 대학의 디자인 교육에서 하나의 학과나 전공으로 독립되지 못하고, 상공미전에서 이 분야를 적극 권장하고 있는 사이에 대학 별로 학과 또는 전공으로 독립되어 교육이 시작되었다. 공업디자인이 한 분야로서 출발한 것은 국내에서 상공미전이 처음이었고, 대학의 공업디자인 교육출발에 격려가 되었다고 본다.

따라서 상공미전에서 공업디자인 분야에 거는 기대는, 공업디자이너의 저변확대, 교육기관의 확장 및 공업디자인 교육자의 확보 등의 제 문제와 더불어 다소 시일이 필요할 것이며 이 분야에서 급속한 성과의 기대는 일시에 너무 큰 부담이 되리라고 생각된다.

### 상공미전과 공예

상공미전 제2부는 공예분야이다. 상공미전의 성격상 공예부는 그 응모규정이나 출품된 작품에서 스스로 성격을 규정지어야 할 것이다.

흔히 순수공예란 표현과 생산성 공예란 표현을 하는데, 생산성 공예란 어떤 개념의 것을 뜻하는지 의문스럽다.

또 공예디자인이란 표현도 가능한 것인지 알 수 없고 이를 공예 교육에서 어떤 개념으로 학생들에게 교육하는지 궁금하다. 결과적으로 국전 공예부에서 공모하는 작품과 상공미전 공예부에서 공모하는 작품이 달라야 하며, 달라질 수 있을까 하는 의문이 앞선다.

기능과 경제성과 생산성을 공예에 강요할 때 얻을 수 있는 작품은 어떤 작품이 될까 또 인더스트리얼 디자인에서 추구하는 것과 어떻게 달리 구분될 것인가.

금년에 수상후보로 추천되어 올라온 공예작품을 보면 보다 기능과 생산합리화를 추구하여 공업디자인 분야에 출품할 작품경향과 도저히 양산 합리화를 할 수 없는 성격의 작품이 나란히 추천되어 올라오는 것을 볼 수 있었다.

이는 공예교육의 면에서 볼 때 불분명한 개념의 혼선을 초래할지 모르며 공예분야의 내일을 걸어진 공예학도들을 위하여서도 명료히 할 단계가 아닌가 싶다.

공예분야의 지도적 입장에 있는 분들과 공예부의 추천작가로 계시는 분들은 상공미전에서 공예부에 요구되는 성격이 과연 공예분야로서 받아들여 질수 있는 성격이며, 개념이며, 방법으로 가능한지 또 인더스트리얼 디자인과 분명히 구분되는 활동이 가능한지에 대하여 정리하여 볼 단계가 아닌가 생각된다.

### 상공미전 그 제도와 디자인 교육

상공미전에는 여러 규정이 뒤따르고 있다. 그 중에서 특히 디자인 교육과 관련이 있는 것으로 심사규정을 들 수 있다.

상공미전이 산업계의 관심과 참여를 감안하여 산업계의 인사와 디자인계의 인사를 동수로 하여 심사위원을 구성하고 있으나 이는 상공미전이 출발할 즈음의 과도적 방법으로서 가능할지 모르겠으나 결코 장기적 안목으로 바람직하지 못하리라 생각된다. 적어도 디자인계 심사위원이 2/3 이상으로 구성됨이 타당할 것이며 이는 디자인 교육시의 디자인 평가방법과 동떨어진 심사결과의 방지라고도 할 수 있다.

또 위에서 지적했듯이 디자인계 심사위원도 디자인 교육계에서만이 아니고 일선 디자이너 중에서 역량있는 사람을 참여시킬 필요가 있다고 본다.

이는 곧 디자인 사회가 디자인 학도들을 교육하는 뜻에서도 의의가 있다고 본다.

×                    ×                    ×

이제 상공미전도 10회를 맞을 때가 되었다. 상공미전의 성장과정에서 초기의 디자인 교육계와의 밀월은 위에서도 지적했듯이 우리의 현실로 어찌지 못하는 여전이었으며 또 그 결과는 오히려 상공미전을 위한 거름이 되었다고 본다.

반대로 상공미전은 디자인 교육계 일부에 활력을 주는 행사이고 간접적으로 분야발전에 영향을 준 것도 사실이다.

그러나 상공미전이 보다 성숙하기 위하여서는 일선근무의 경험이 있는 성숙한 디자이너들에 그 뿌리를 내려야겠다.

전공교육을 마치고 사회에서 경험을 쌓고 있는 디자이너들이 평소 관심을 가지고 연구하면 문제들을 상공미전에 발표할 수 있게 되고, 디자인 학도들은 일정한 역량을 쌓을 뿐까지 전공교육의 교과 과정상의 수련에 몰두하여야겠다.

이와 병행하여 디자인 교육계에서 지도적 입장에 있고, 또 상공미전 심사에 참여하게 되는 분들은 범디자인계의 지도적 입장이라는 점을 긍지로 하여, 디자인계 전체가 성장키 위한 넓은 시야로 판단해야 할 것이다.

금년부터 주최측에서 경험이 있고 역량이 있는 추천작가들의 활동에 기대를 거는 추천작가상을 둔 것은 바람직한 판단이었다. 다만 성격이 서로 다른 디자인 분야라는 점을 감안하여 분야별로 권장해야겠다.

끝으로 상공미전 초기부터 주최측에서 기대한 산업계의 관심 문제이다. 심사위원 구성에까지 배려된 산업계의 상공미전에 대한 관심은 9회를 맞는 금년까지 어느 정도의 성과를 가져왔나의 문제스럽다.

상공미전은 주최측과 디자인계가 중심이 되어 장기적으로 성장시켜 나아가야 할 사업임을 새 확인할 단계에 왔다.

# 商工美展과 輸出產業에의 寄與度

## 金 鍾 大

大韓商工會議所 常勤副會長

「輸出商品을 위한 디자인 發展」이라는 캐치프레이즈를 내걸고 商工部 주최, 한국디자인포장센터가 주관으로 해마다 열고 있는 大韓民國商工美展展覽會는 今年이 아홉번째이다.

우리 나라가 商業디자인 分野에 새로운 인식을 갖고 이를 本格的으로 研究, 開發하기 시작한 것은 아마 60年代의 經濟成長과 더부러 수출 경쟁에서 이겨 나가기 爲한 輸出立國의 政策樹立과 동시에 비롯된 것이라 할 수 있다.

그러니까 우리 나라가 產業디자인에 대해 실제 研究活動을 한 것은 그리 진 歷史는 아니지만 70年代에 들어와서는 그 水準이 현저히 向上되었고 오늘날에는 Original의 開發이란 단계를 거칠만큼 長足의 발전을 하고 있다.

이처럼 짧은 기간에 우리 나라 企業과 國民이 商業디자인에 대해 새로운 인식을 하게 되고 그 水準을 일정 평도 위에 올려 놓게 된 것은 그동안 한국디자인포장센터가 주관한 「商工美展」에 힘입은 바 큰 것이며 더욱 정부가 이를 계몽 지도하고 뒷받침한 것은 發展의 밑거름이 되었다.

하지만, 現代經濟에 있어서 디자인과 포장문제는 海外市場開拓과 輸出商品의 판매경쟁에서 尖兵的인 役割을 하고 있고 모든 先進國이 디자인을 통해서 많은 問題를 해결하고 있다는 事例를 이루워 보아 우리 나라와 같은 開發途上國家는 그것이 하나의 輸出伸張을 위한 菲연적인 課題인 것이다. 그러나 「商工美展」은 이제 우리 나라에서 唯一한 商工美術의 綜合展으로서 商業美術 發展에 새로운 轉期를 만들고 있음은 우리가 周知하는 바다.

그런 의미에서 이를 주관해 온 한국디자인포장센터는 69年度에 發足한 이래 우리 나라의 商工美術 發展과 輸出業界에 寄與한 바는 實로 크다

하지 않을 수 없다.

디자인과 포장에 대한 關心과 인식을 提高시킨 問題는 차치하고라도 實用性이 풍부한 現代的인 디자인을 開發하여 우리 나라의 商品을 해외시장에서 그 品位와 聲價를 높인 것은 두 말할 것도 없거니와 나아가 우리나라 商品의 「이미지」를 海外市場에 높히 인식시키고 있는 것은 참으로 자랑스러운 일이 아닐 수 없다.

그러나 우리의 디자인과 포장이 先進國家의 그것에 비하면 아직 미흡한 점이 많고 날이 갈수록 對內外的인 輸出與件은 점차 어려워지고 있어서 그에 따른 수출경쟁은 이른바 貿易戰爭이라 할만큼 격심해지고 있는 것이 현실이다.

周知하는 바와 같이 최근 世界貿易의 일반적인 傾向은 自由貿易主義의 詠歌로부터 自國 利益 최우선이라는 保護貿易主義의 方向으로 뚜렷이 가고 있어서 우리나라와 같은 開發途上國家의 경우는 國際競爭力 強化를 爲한 디자인 開發의 필요성은 더욱 切實하게 느껴지고 있다.

持續的인 輸出伸張을 위한 國제 경쟁력 강화 문제는 모든 開發途上國이 당면하는 本質的인 課題로 등장하고 있다. 특히 우리나라의 경우는 80年代의 輸出目標 100億弗, 國民所得 1,000弗을 「타켓트」로 設定해 놓고 이의 達成을 위한 漸進的인 노력이 展開되고 있는 바, 그의 效果적인 접근 方法의 하나인 디자인 포장문제는 우리가 먼저 해결해야 할 당면과제이다.

따라서 우리 企業人은 물론 온 國民이 관심을 갖고 이의 改善, 開發에 부단한 研究와 投資가 持續되어야 할 것이다.

우리 속담에 웃이 날개라는 말이 있듯이 포장은 상품의 웃이요, 얼굴로서 상품자체를 들판에게 하고 品位를 살리는 무언의 「세일즈맨」인 것

이다.

하나의 商品이 輸出市場에서 판로를 개척하는 데 그 商品의 品質도 중요하지만 그 商品이 풍기고 있는 포장과 디자인이 갖는 의의는 절대적이라 해도 過言이 아닌상 싶다.

아무리 品質이 우수한 商品일지라도 그 商品 자체만으로서는 그의 진가를 도저히 인정받기가 어렵다는 것을 우리는 체험을 통해서 잘 알고 있는 바다. 그렇기 때문에 디자인이나 포장이 허술하다든가 광고활동 등 디자인 영역이 미치지 못하면 그商品은 제값받기는커녕 다른 경쟁제품대열에서 外面당하고 만다.

뿐만 아니라 하나의 商品이 자국의 國際的인 信用과 외교적인 역할까지 擔當한다는 사실로 미루어 보아 企業과 종업원은 한 개의商品을 만들더라도 온갖 정성을 쏟아야 할 것이다.

經濟大國을 이루한 모든 先進國을 보더라도 輸出商品의 「디자인」에 關한 문제는 全 國民이 關心을 갖고 정부의 배려로 활기있게 전개되어 왔다. 우리 나라도 經濟大國을 이루하겠다는 염원과 所望을 기어코 實現하기 위해서는 정부의 적극적인 계몽지도 아래 디자인을 통한 한국의 「이미지」를 심어 나가는데 조금도 소홀히 해서는 안될 것이다.

우선 디자인과 포장의 研究開發은 물론이거니와 이를 擔當하는 產業美術家의 育成과 「디자인」의 사회적 지위향상에도 적지 않은 노력이 뒤따라야 할 것이다. 몇해 전만해도 「디자인」이란 用語는 일부 전문적 分野에서만 오고간 전문용어였으나, 오늘날에는 「디자인」포장을 통한 판매기술은 企業의 死活을 결정짓는 마케팅 활동의 중요한一部分으로 등장하고 있다.

어느 나라를 莫論하고 輸出을 통한 產業建設은 국민의 課題이며 더욱이 物質文明이 高度化될 수록 產業은 디자인과 더불어 절대적인 면에서 상호 成長, 發展하는 同位體이고 디자인없이 產業을 생각할 수 없을만큼 산업과 디자인은 불가분의 關係라 하겠다. 이토록 產業디자인이 輸出伸張과 產業發展에 기여하는 바가 크고 그 發展의 契機가 바로 「商工美展」에서 이루워지고 보면 앞으로 商工美術 展覽會에 주워지는 責務와 사명감은 더욱 클 것이다.

본래 輸出產業이란 國제경쟁이 치열한 海外市場에서 去來先을 확보해야 하기 때문에 그 나라의 個性을 살리는 디자인과 포장이 所望스럽다.

우리 나라의 경우는 우리의 傳統的인 古典美術의 分野가 연구, 分析되어야 하며 단순한 모방은 오히려 國제적 信用을 잃게 한다.

그리고 開發된 우수한 作品은 그것이 實用, 產業化될 수 있도록 研究者와 企業간에 가교역 할이 마련되어야 할 것이며 이를 위한 技術開發도 적극 장려되어야 할 문제이다.

지금까지 우리 나라의 경우는 그것이 잘 이루되지 못한 것이 事實이다.

오늘날 모든 先進國에는 포장產業이 거대한 企業體系를 이루고 활발히 展開되고 있으나 우리 나라는 아직 그렇지 못한 實情에 놓여 있다.

그러므로 지금이라도 이 分野에 종사하는 「디자이너」 자신은 產業經濟發展에 일익을 擔當 產業彼軍의 일원임을 자부하고 自信과 긍지를 가지고 맡은 바 임무에 충실히 해야 할 것이다.

한편 정부도 이에 대해 보다 적극적인 진흥, 지도사업을 펴 나아가야 하고 기업은 기업대로 새로운 「비전」을 가지고 디자인, 포장 개선에 앞장서야 할 것이다. 그렇기 위해서 우선 우리 나라 商工美術 發展의 關鍵이 되고 있는 「商工美展」을 보다 알차게 指導, 育成해 나가야 할 것이며 出品作의 내용도 더욱 實際的이고 生產的인 方向으로 유도해서 나아가야 할 것이다.

輸出立國이라는 頂上을 향해 80年代의 100億弗高地는 輸出商品의 디자인과 포장이 最尖端임을 재인식하고 이를 爲한 보다 적극적인 研究, 開發에 박차를 가해야 할 것이다.

이제 우리는 世界의 文化와 科學 그리고 技術의 發展變化에 대응하는 國제감각을 디자인과 포장에 반영해야 할 단계이다. 海外市場의 민감한 嗜好와 流行의 변화에 觸手를 곤두세우고 이에 對處할 수 있는 研究開發도 先行되어야 하지만 國제적인 디자인 및 포장 機構와의 유대도 強化 또는 擴大해 나아가야 할 것이다.

앞으로 大韓民國商工美術展覽會가 우리 나라의 產業發展과 輸出伸張에 밀거름이 되어 줄 것을 期待하고 나아가 한국디자인포장센터의 發展의 契機가 될 것을 아울러 기원해 본다.

## Observations on the 9th Korean Commercial & Industrial Arts Exhibition

Mr. Roy V. Wilson

IESC Advisor



As an IESC Volunteer Advisor at the Korea Design & Packaging Center for a second assignment, I recently had the opportunity to preview the entries for the 9th Annual Commercial & Industrial Arts Exhibition. Having taken sufficient time to view and evaluate the many products, packages, and posters, I would like to make the following observations;

Of the three categories (Industrial, Commercial, and Crafts), the participants showed the greatest proficiency in the latter-Crafts. The quality and diversity of these traditional craft designs are excellent, and exhibit the refined skills in the art of fabrication and application of a wide variety of materials and techniques. The resulting products in this area have reached a quality level comparable to any other developed country, and effectively express the traditional Korean arts and patterns. This Craft Section occupied the largest portion of the exhibition entries.

In contrast to Crafts (essentially those items developed to be hand-made or one-of-a-kind), the Industrial Section is composed of those products having been developed primarily for mass-production through various intended manufacturing methods. The entries in this category are the least in quantity, and except for a few examples, show a lower level of proficiency in the concerns of Industrial Design (including invention and function, human factors and safety, aesthetics and creativity, and manufacturing and marketing feasibility).

Most entries were examples of "surface treatment", not displaying much evidence of the Design Research and Development Process.

Industrial Design has become much more of a science and less of an art. Subsequently, successful design solutions utilize engineering, psychology, marketing, economics, and material processing as major factors in their Research and Development. These are essential contributions for good product design.

As Korean industries have made much progress in technical, procedures and manufacturing capabilities, the field of industrial design has apparently lagged behind. Corporate management doesn't seem to acknowledge the necessity for such designer, nor do they seem ready to apply adequate funds for such Research and Development Programs. Likewise, educational institutions have failed to meet the needs of industry, and are not producing enough qualified and ex-

perienced designer, proficient in the fields of Design Research & Development. On one hand you have a lack of interest by industry, and on the other there are few sources of qualified design personnel. Yet, for Korea to meet its export goals of the 1980's, and to continue to grow and excell as a major export nation, it is imperative for this country to emphasize and support the advancement of industrial design technologies (especially with the strong competition from its Asian neighbors).

As the natural extension of product design, packaging provides the next step in bringing the product to consumer. In this year's exhibition, the packages entered are very small in number, but the general design development and appearance is very good. Since packaging is an essential form of direct communication and product protection, more emphasis should be placed on the development of new packaging construction forms and creative graphics (especially with the rapidly growing demand for export packaging).

The final category, commercial art (Posters), has perhaps the most entries. The general quality and expression in this form of graphic communications is very well done. A great deal of imagination and graphic control has been displayed by these posters. It is my impression that too much emphasis has been placed on this single area. The same basic elements and design efforts could have been applied to most form of packaging. These factors being complimentary balance of colors and contrast, information, and sensitivity or impact (as the type of package so demands). I am impressed with the variety of techniques and creative efforts displayed by the many good poster designs.

I believe this annual exhibition is a very worthwhile event. However I would recommend some changes be considered for future shows. To begin with, I would call the event the "Annual Korean Design Exhibition". Most manufacturers find little relationship between their activities and "Art". Since this event has traditionally been considered a "Student Exhibition", other categories could be added to attract more professional interests (and to include more participation from manufacturers and professional designers).

These new classification should include;

- 1) Industrial Design (Industrial & Consumer products, and Packaging).
- 2) Commercial Design (Crafts, Textiles, and Fashions).
- 3) Environmental Design (Architecture, Interiors, and Space Planning).
- 4) Visual Communications (Advertising Graphics, Trademarks and Symbols, and multi-media-to include TV Ads and Promotional Films).

As much as possible should be done to combine the efforts of Education and Industries, and to include the participation of all those social, and economic segments involved in the creative processes.

roywylson

# 外國 디자인專門家가 본 大韓民國商工美展

로이 부이 월슨

국제최고경영인봉사단 요원

國際最高經營人 봉사단의 一員으로 韓國디자인包裝센터에서 디자인 研究開發을 지도하는 기간 동안 第9回 大韓民國 商工美展을 관람할 수 있는 機會를 갖게 된 것을 意義있게 생각한다. 展示에 출품된 多數의 작품에 대하여 충분한 시간 여유를 가지고 관람하고서 作品에 대한 본인의 느낀 바를 간단히 소개코자 한다. 우선 本 展示의 3個部分 가운데 내용면에 있어 가장 우수한 부분은 역시 工藝라고 생각한다. 大部分의 作品들이 디자인과 質的인 面에서 우수성을 보였을 뿐만 아니라 多樣한 材料의 이용성과 製作에 있어서도 훌륭한 예술적 技術을 뛰렷이 볼 수 있었다.

이들 工藝品들은 質的 수준에 있어서 先進國에 결코 뒤떨어지지 않는 것으로 한국의 傳統藝術과 문양을 效果的으로 잘 表現한 作品들이었다.

工業디자인은 工藝品과는 정반대로 기계에 의해 大量生產을 목적으로 한 작품을 말한다. 우선 출품수가 아주 빈약하여 또한 內容面에 있어 몇 가지 경우를 除하고 뛰렷한 作品이 없다는 것이 크게 유감이다. 工業製品이라 함은 무엇보다 기능성, 인간적 요소, 안전성, 미적 감각, 창의성, 발명성, 생산성 및 시장성 등을 生命으로 하고 있다. 그런데 대부분의 作品들은 이와 같은 갖가지 諸般 要素들을 찾아볼 수 없는 단순한 表面 處理에 그친 모형품들이었다.

오늘날 工業디자인의 경향은 예술적인 感覺을 벗어나 하나의 완전한 科學으로 변해 가고 있다. 따라서 우수한 디자인 개발을 위해서는 공학, 심리학, 마아케팅, 경제성 및 재료의 이용성을 충분히 把握해야 하며 이를 要素들을 製品디자인에 적절히 이용하여야 한다.

韓國의 企業들이 지난 몇년 동안 製品生產을 위한 갖가지 技術 分野에 있어 많은 發展을 이루한 것은 現存하는 우수한 質의 商工을 통해 잘 알 수 있다. 그러나 商品의 生命이라 할 수 있는 디자인은 外國에 비해 아직 後進性을 면치 못하고 있다는 것을 企業人 스스로가 너무도 잘 알고 있을 것으로 믿는다. 본인은 企業에 대한 디자인 지도사업을 통해 大部分의 經營人們이 아직 디자이너의 必要性에 대한 認識이 미흡하여 또한 디자인 개발을 위한 資金지출에 인색하다는 것을 看破할 수 있었다. 그러나 企業의 이러한 態度에 그一次的인 責任은 教育機關에 있다고 본다. 왜냐하면 教育機關에

서 資格을 갖춘 有能한 디자이너를 충분히 排出치 못하므로서 결국 企業의 要求에 응하지 못하고 있기 때문이다.

이러한 結果로 인해 오늘날 韓國에는 한 편으로 디자이너에 대한 기업의 관심이 줄어 들고, 다른 한 편으로는 비록 企業이 디자인에 관심을 갖는다 하더라도 기업이 要求하는 유능한 디자이너의 人的資源이 부족한 實情에 처해 있다. 비록 한국이 이와 같은 現實에直面해 있다 할지라도 이미着手한 80年代의 輸出目標를 達成하고 나아가 수출중진국으로 成長하기 위해서는 디자인의 技術向上을 위해 모든 努力과 支援을 아끼지 말아야 할 것이다.

製品디자인이 끝나면 商品을 消費者에게 傳達하기 위한 手段으로 自然包裝이 必要하게 된다. 금년에 出品된 作品 가운데 包裝은 수량면에 있어 대단히 빈약했으나 內容面에 있어 디자인이나 구조가 전반적으로 우수했다. 포장은 內容物을 保護함과 동시에 消費者들에게 商品에 호감을 갖도록 하는데 절대적인 役割을 하므로 보다 많은 새로운 作品이 출품되도록 권장해야 할 것이다.

끝으로 商業美術部를 보면 아마 이번 전시에 가장 많은 作品들이 出品된 것이 포스터가 아닌가 생각한다. 대부분의 작품이 質的인 面에서나 表現에 있어 뛰어난 技術을 보여 주었으며 포스터 디자인의 主要要素가 되는 想像力과 그레픽 처리가 우수했다. 그러나 다소 아쉬운 점은 다른 分野에 비해 포스터 디자인의 출품수가 지나치게 많은 것이다. 이와 같은 훌륭한 想像力과 技術을 商業包裝에 應用了면 얼마든지 우수한 作品을 開發할 수 있을 것으로 생각한다.

本人은 이와 같은 展示가 韓國의 디자인 發展과 大衆의 理解增進을 위해 대단히 重要하며 價值 있는 行事라 생각한다.

그러므로 本 展示의 方向과 性質에 對하여 私見을 몇 가지 披瀝코자 한다. 우선 展示의 名稱을 “大韓民國 디자인 展示”라 했으면 한다. 名稱이 美展(Art)인 관계로 大部分의 生產業體들이 自社의 연구개발과 新製品의 출품을 忌避하는 傾向이 있을 수 있기 때문이다. 本 行事が 마치 傳統的인 學生作品 展示처럼 생각하는 傾向이 점차적으로 高漸해 가고 있는고로 이에 대한 새로운 轉換點을 마련키 위해 전문적인 디자이너는 물론, 보다 많은 企業이 參與할 수 있도록 出品 범주를 다음 내용과 같이 擴大하는 것이 바람직 하다고 본다.

- ① 공업디자인부(공업, 상업제품 및 포장디자인)
- ② 상업디자인부(공예, 나염 및 패션)
- ③ 환경디자인부(건축설계, 실내장식 및 공간설계)
- ④ 그레픽디자인부(포스터, 상표 및 심볼, TV광고)

出晶作의 내용을 이와 같이 擴大 구분하여 學生과 企業, 그 밖에 디자인 研究開發에 종사하는 社會 각계 각층의 모든 관심있는 人事들의 參與를 적극 勸獎할 것을 권하고 싶다.

# 第9回 商工美展 審査評

審査總評 第9回 째의 今年度 商工美展은 過去의 未熟하였던 諸般 應募傾向을 脫皮하고 量的으로나 質의으로 水準作 以上의 軌道에 오른 것을 알 수 있겠다.

于先 各部의 應募點數가 昨年보다 平均 30%가 增加되었고 審査過程에서 또한 严格한 選定을 거치므로서 보다 높은 水準으로 入選作을 뽑아 例年과는 달리 格調를 높여 가는 契機가 된 點이 今年度의 特記事項이라고 하겠다.

그러나 部門別로는 質의인 水準은 維持되었으나, 디자인上의 媒體選定問題, 材料와 機能問題 그리고 科學의인 要因問題 등 아직도 是正할 缺陷과 素材의 偏重된 傾向 등 宿題로 될 問題點이 있었다고 본다.

商工美展이 目的하는 創案氣風 造成과 生產製品의 品位向上 促進에의 直接的인 參與度를 생각할 때, 디자인이 차지하는 比重은 多大한 것으로 商工美展을 通하여 企業體의 關心度가 더욱 높아지기를 바라며 相互協助가 보다 緊密하게 이루어져야겠다.

審査委員長 權 純 亨

第1部 商業美術部 第1部 商業美術部는 昨年에 比해 58% 增加된 應募作品中 88種 392點이 入選되었고, 이中 大部分이 廣告디자인 部門으로 包裝디자인 部門은 量의 面에서多少底調하였다.

특히 廣告디자인 部門은 向上된 水準의 作品이 많아 入選된 作品들의 平準化된 質이 特記할만 하였다.

副總理兼 經濟企劃院長官賞을 受賞한 崔榮淑氏의 「堅葉類 消費促進을 위한 適正包裝計劃」은 葉子類의 通常의 過大包裝을 止揚하고 構造에 있어 材料의 浪費와 空間이 없게 處理되었으며 陳列時 多樣한 展示效果로 販賣促進의 訴求力を 갖고 있는 點이 評價되었다.

商工部長官賞의 鄭然鍾氏作 「觀光 포스터」는 우리 나라의 貞淑한 女人像의 이미지와 特性을 優雅한 色彩處理와 能熟한 技法으로 表現하여 韓國을 象徵化하였는데 그 技法이 새롭고 色彩選擇이 아주 잘 되었다.

다음 韓國디자인包裝센터 理事長賞의 安正彥氏作 「男性用 人蔘化粧品 包裝計劃」은 現在 輸出되고 있는 人蔘化粧品에서 發想된 것으로, 消費者를 男性으로 前提하고 그 包裝의 視覺處理에서 심플한 패턴의 効果的 驅使로 男性嗜好를 充分히勘案하였다.

韓國貿易協會 會長賞의 黃富庸氏作 「레오파드 구두 宣傳포스터」는 強烈한 色彩와 다이나믹한 視覺訴求를 通하여 포스터 媒體의 特性을 잘 살린 點이 特記할만 하다.

今年의 應募作品中 媒體選定에서 포스터 以外의 媒體選定이 別로 없었던點 아쉬워 앞으로는 여러 媒體에 걸쳐 많은 디자인 應募가 있기를 바란다.

第1部 分科委員長 趙 英 濟

第2部 工藝美術部 第2部 工藝美術部는 昨年보다 量的으로는 11%의 應募增加와 內容에 있어 多種 多樣하였으나, 乎몇이 빛나는 이형다할 極作이 없었던 것이 서운하고 아쉬운 感이 든다. 2, 3年來 素材가 비슷한 出品傾向을 보이고 있어 別로 特異하고 色다른 것 이 없었으며 審査結果 115種 513點이 入選되었다.

그러나 嚴選에 依해 質의 向上과 格調를 높일 수 있었던 것은 多幸스러운 일이었다. 特히 이번에 새마을事業地域에서의 多數出品이 있었으나, 極히 少數밖에는 入

選擇에 들지 못했다는事實은 앞으로 디자인面에서의 指導育成方案이 施策面에서도考慮가 되어야 할 問題라고 보여 진다.

審查委員들의 一般的인 見解는 種類에서부터 形狀, 構造 또한 作業手法에 이르기까지 過去展에서 본 것 같은 것은 整理되어야 겠다는 것이었다. 다시 말해서 보다 獨創의이어야 하겠고, 하나의 試圖가 아니라 完熟境地의 内外表裏가 나무랄 수 없는 作品이어야 겠다는 것이다.

商工部長官賞의 申英玉氏作「발」은 麻織物의 愛用傾向에 알맞게 製作된 새로운 樣式의 作風으로, 資材, 技法, 感情處理까지 잘된 風味感이 넘치고 鄉土色 짙은 다른 雖然 佳作이었다.

文教部長官賞의 金孝仙氏作「촛대를 겸한 화병」은 金屬製의 파이프를 主材料로 사용한 것으로 上下兩面의 連結이 容易하여 燭臺와 花器로 兼用할 수 있으며 그 아이디어가 嶄新하고 디자인 및 作業過程이 簡潔하다. 大體로 金屬作品들이 技術處理가 좋아졌으며 手織物의 새로운 登場, 陶磁器의 整理期에 들어선 感이 눈에 띠었고 木漆作品은 特記할 進展이 없었으며 餘他的是 여러 面에서 너무 消極化한 느낌이다.

第2部 分科委員長 白 泰 元

**第3部 工業美術部** 第3部 工業美術部는 今年에 비로소 틀이 잡히고 方向設定이 되어지는 것 같다. 昨年보다 35%라는 出品增加率을 보였을 뿐만 아니라, 그 内容과 質에 있어서도 刮目하리 만큼 顯著히 向上發展 되었다. 應募作品中 85種 273點이 入選되었는데 특히 우리의 當面課題인 輸出立國을 指向하는 現施策을 作家들이 充分히 意識한 出品傾向과 Industrial Design이 무엇인가를 잘 把握한 作品들이 많이 出品되었음을 매우 고무적이였다.

大統領賞을 受賞한 高乙翰氏의 「家庭用 PANEL HEATER 디자인 研究」는 에너지 波動 以後에 暖房器具問題를 適切히 時代感覺에 맞게 選擇한 主題였다. 材質에 있어서도 u.lite 또는 유리板의 透明性을 살려 室內의 裝飾效果를 勘案하였으며, 普通의 热導線이 아닌 特殊熱素子를 利用한 热效率이 높은 暖房器로 自動調節이 可能케 할 點과 심플한 디자인 등 創意性, 造形面, 實用性 등 諸要素에서 가장 뛰어난 훌륭한 作品이었다.

國務總理賞의 洪聖洙氏作「時計를 겸한 電子 計算機」는 數字板에 30°의 傾斜를 주어 視覺的으로 判讀하기 쉽게 設計된 卓上用 計算機로, 時計로도 兼用할 수 있는 아이디어가 뛰어난 作品이다.

디자인面에서도 銀色의 金屬色과 黑色과 白色對照의 調和를 잘 살렸으며, 形態도 簡潔하면서도 現代感覺에 맞고 메커니즘이 잘把握되었다.

商工部長官賞의 金景培氏作「照明器具」는 用途에 따라 光量, 照明色彩, 方向性을 多樣하게 調節할 수 있는 特色이 있고 디자인도 洗鍊되었다.

大韓商工會議所 會長賞의 韓吉弘氏作「커피셋 디자인」은 西歐感覺에 맞는 洗鍊된 形態와 부드럽고 高尚한 表面處理는 逸品이었으며, 우리나라 陶磁食器類의 國際市場擴大的 可能性을 보여 주었다.

第3部 分科委員長 朴 大 淳

**推薦作家部門** 을 해에 처음 制定된 推薦作家 出品部門은 推薦作家들의 關心이 積極的으로 備하지 못하였던 것 같다. 마감일인 6月5日까지 提出된 作品의 數가 充分치 못하였던 것은 첫 해라 不得已하고, 來年度부터는 보다 많은 關心이 있었으면 한다. 을 해 推薦作家部門의 大會長賞을 차지한 金炫氏의 「새마을 포스터」는 全國民이 努力을 傾注하고 있는 새마을 運動을 啓蒙, 宣傳, 鼓吹시키기 為한 포스터案으로서 背景의 人物을 黑色으로 單純하게 다루고 새마을 운동을 通하여 聞어질 수 있는 어려 部門의 結實을 能熟한 色彩로 다루어 強調하였다. 全體의 으로 強度의 順을 잘 把握, 處理하여 視覺的으로 명료하게 한 點이 評價되었다.

第1部 分科委員長 趙 英 濟

## 第 9 回 商工美展 行事現況

第 9 回 商工美術展覽會를 終了하면서 그 概要와 成果 등을 簡單하게 整理해 본다.

지난 2월 28일字 商工部 公告 7,641號로 開催公告를 한 今年度 商工美展은 6月 3일부터 5일까지 德壽宮內 行閣에서 作品을 接受했는바, 第1部(商工美術)에 375種 1,006點, 第2部(工藝美術)에 374種 1,529點, 第3部(工業美術)에 158種 468點 등 907種 3,003點이 出品했으며 今年度에 처음으로 新設된 推薦作家部門에는 6月 5일 接受마감일에 33種 101種이 出品되었다.

이 出品數는 昨年에 比해 一般出品部門에서 第1部 58%, 第2部 11%, 第3部는 35% 등으로 平均 30%의 出品增加率을 보인 것으로 商工美展에 對한認識이 높아지고 參與意慾이 旺盛한 結果라 할 수 있겠다. 作品의 內容에 있어서도 造形美가 洗練되고, 創意性과 實用性이 豐富하여 質的 水準이 越等히 向上된 것을 엿볼 수 있었다.

6月 7일에 出品作品에 對한 審查를 實施한 結果 一般出品部門에서 第1部 88種 392點, 第2部 115種 513點, 第3部 85種 273點, 計 288種 1,178點이 展示作品으로 入選했고, 이 中 35種 272點이 特選으로, 10種 135點이 入賞으로 각各 選定했으며 推薦作家出品部門에서는 大會受賞으로 1種 1點이 入賞으로 選定되어 審查委員作品과 合하여 總 341種 1,314點을 展示하게 되었다.

出品作品數에 對한 展示作品數의 比率은 35.2%로서 8回의 44.6%에 比하여 低下된 것은 審查水準을 向上시켰다는 所望스러운 結果였다.

6月 15일부터 30일까지 國立現代美術館 西館에서 開催된 展示期間中 觀覽者數는 一般人, 學生, 外國人 등을 合쳐 모두 75,459名에 達했으며 本展覽會에 對한 一般的의 關心의 度가 크다는 것을 確認할 수 있었다.

大統領賞의 受賞作品 「家庭用 판넬 허터 디자인 研究」를 비롯하여 國務總

理賞 受賞作品「時計를 겸한 電子計算機」등 10여種에 對하여 業體에서 實用化할 것을 確定 또는 推進協議中에 있어 商工美展 本來의 目的과 趣旨에 接近하고 있음은 大端히 鼓舞的 現狀이라 할 수 있다.

이와 같은 成果는 出品者들이 作家的 知慧를 動員하여 特히 에너지 및 資源 節約, 새마을 工場 振興, 國內產業資材에 의한 生產可能 作品 등 政府의 施策과 時代의 要請에 副應하려는 努力의 結果로 얻어진 所產이며 審查委員들의 보다 次元높은 審查의 結果라고 하겠다.

落選作의 一般水準도 많은 向上이 있기는 하였지만 過去의 商工美展에 出品 되었던 것을 模倣하였거나 機能面 및 實用性이 결여된 安易한 作品도 數多하였다. 이는 出品者가 商工美展의 性格과 商工디자인에 對한 趣旨를 把握치 못한데 그 原因이 있다고 思料되며 이 面에 對한 啓蒙指導가 더욱 積極的으로 推進되어야겠다고 생각된다.

아직도 本 展示會의 制度上의 未備點과 準備上에 따른 補完을 必要로 하는 事項이 不無하지만 今回 商工美展의 執行過程에서 밝혀진 是正點과 미흡했던 點을 補完해야 第10回 商工美展은 보다 일찬 内容으로 準備할 것을 다짐하면서 이번 商工美展을 成功裡에 開催할 수 있도록 協助하여 주신 執行委員, 審查委員 및 關係人士와 出品者 여러분들에게 深甚한 謝意를 表한다.

### 展 示 現 況

區 分	出 品	展 示 作 品				計
		入 選	特 選	入 賞		
一 般 作 品	第 1 部	375—1,006	73—243	11—84	4—65	88—39
	第 2 部	374—1,529	100—362	13—135	2—16	115—513
	第 3 部	158—468	70—166	11—53	4—54	85—273
	小 計	907—3,003	243—771	35—272	10—135	288—1,178
推 薦 作 家 作 品	第 1 部	15—28			1—1	15—28
	第 2 部	16—77				16—18
	第 3 部	10—11				10—11
	小 計	41—116				41—116
審 查 委 員 作 品	第 1 部	4—4				4—4
	第 2 部	5—12				5—12
	第 3 部	3—4				3—4
	小 計	12—20				12—20
總 計		960—3,139	243—771	35—272	11—136	341—1,314

# 李朝의 木漆工芸

1

金 根 培

建國大學校 工藝學科 助教授

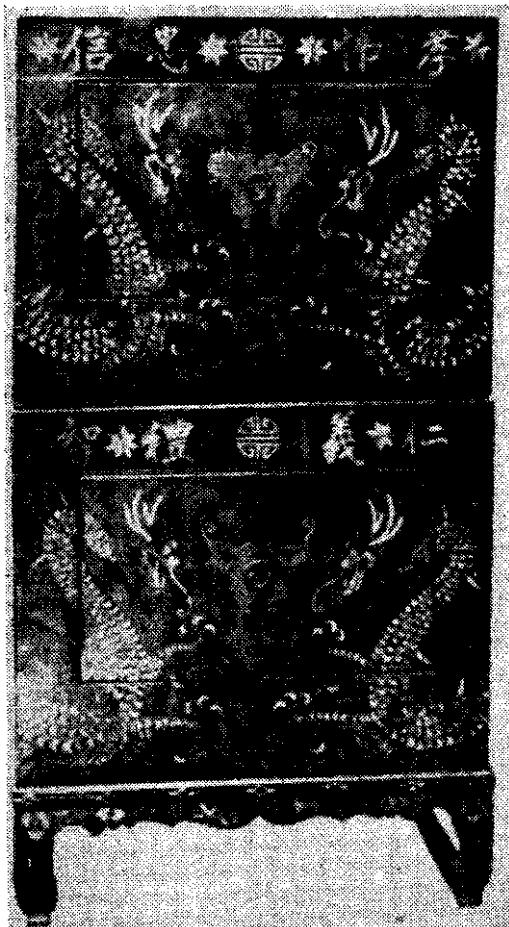
이조시대의 목공에는 이조 전축물의 세부기교나 타분야의 공예품들과 조각물들로 미루어 보아 이조 초기부터 상당히 발달되어 왔으리라 상상되나 목공의 성격이 可然性인 물질이어서 그 유품들이 초기의 것은 거의 消滅되어 현재 남아 있는 대부분이 이조 중기 이후의 공예품들이다. 이조 초기의 목공에는 솔직한 실용·본위의 것으로 裝飾이 그다지 많지 않은 형태로서 단순한 美的構成을 하였다.

그러나 李朝 中期에 이르러 장식을 첨가하고 朱漆, 黑漆을 塗裝하고 다소 紋樣을 조각하기도 하고 간소한 金屬裝飾物을 부착시켰다.

후기에 들어와서는 전체적으로 섬세하여지고 장식이 늘고 精緻한 조각을 하였으며 漆도 각종을 혼용하여 복잡한 장식적 添加物이 漸加하였다.

李朝全盤의 목공에는 화려한 華角이나 螺鈿으로 장식되기도 하였으나 타의 이조공예품들이 지니는 質朴簡素한 이조적 특유의 傳統美를 지니고 있다. 복잡하지 않고 단순한 선들이 무게있게構成되어 마치 構造物과 같은 인상을 주며 명확한 면으로 빈틈없이 組立되어 오래 두고 보아도 권태가 나지 않는 含蓄美를 지니고 있다. 이는 목공예품들이 李朝人們의 생활과 밀접한 관계를 지녀 素朴하고 堅實한 이조인들의 생활상을 보여 주고 있는 것이다. 木材는 材質이 繖密하고 木理가 아름다운 梧桐, 槐木, 丹楓, 山梨 등 잡목을 사용하여 美麗한 木理를 문양과 같이 사용하여 면을 구성하기도 하고 모서리의 장부맞춤을 그대로 表出하여 자연미를 최대한으로 살려 주기도 하였다. 종류는 매우 다양하여 櫈·櫃·幽·반다지·四方卓子·鏡臺 등 家具類를 비롯하여 文匣·硯床·筆筒 같은 文房具類, 飯床·酒床 등, 床類·祭器·木器 등 器物類, 기타 燈架·網巾筒·餅型 등 형형색색의 일상용구들이 많다.

塗裝은 朱漆, 生漆(黑漆) 등을 하였고 도안의 대상물로는 十長生(日·竹·岩·水·雲·不老草·松·鶴·龜·鹿)을 주축으로 하여 花(모란·국화·매화·蓮花), 鳥(鶴·鶯·鴈·鴻·鶯), 文字(富貴·多男·壽福·康寧·囍·卍字), 魚(鮒·



① 金塗龍文龜甲鮫皮象嵌二層欌

鯉・鮎), 樹(포도・석류・柳木) 기타 蝙蝠・蝴蝶

・龍虎鳳이나 唐草紋 太極紋 등을 즐겨 사용하였다. 조각은 陽刻・陰刻・透刻 등의 방법으로 하였으며 貝・獸骨・鮫皮・玳瑁・金屬・大理石 등으로 象嵌을 하여 문양을 나타내기도 하였다.

한편 鐵이나 白銅・黃銅으로 정첩・손잡이・鍵鑲裝飾・기타 표면 장식물로 이용되었다.

## 2

이조의 목공예품들은 종류별로 양식화된듯한 造形方法과 구성적인 면으로나 材質의 사용 등 이조적 형태미를 지니고 있다. 欄은 木製欄・螺鈿漆欄・華角欄 등이 있으며 구조는 單層・二層・三層으로 조립되어 층별로 한 짹의 문이 있는 것이 상례이고 때로는 층별로 혹은 최상층 상단이나 최하층 하단에 두 개 내지 네 개의 서랍을 위치 시켰다.

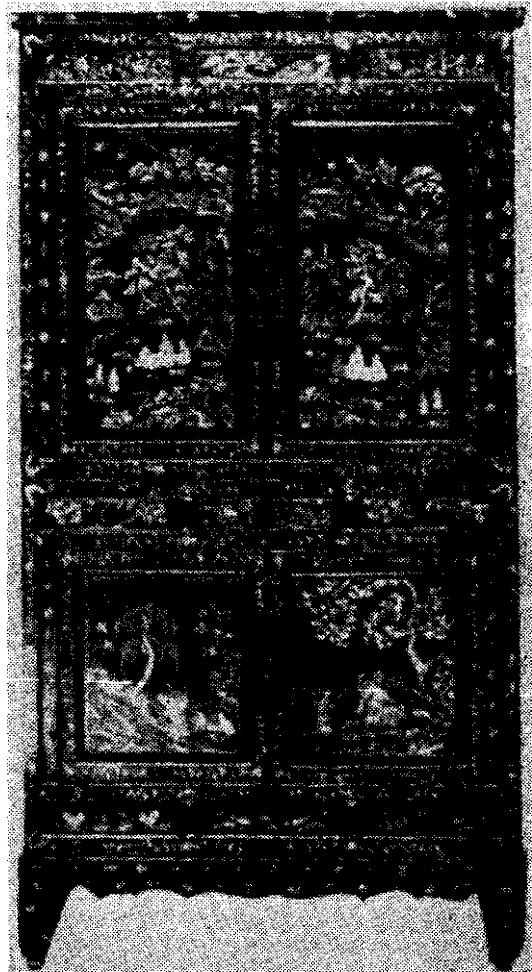
목제장은 木理의 자연미를 살리어 주상적인 문 양처럼 조합시키어 면을 구성하였고, 문짝 평면 위에 十長生紋樣・龍虎紋・花鳥紋・葡萄紋이나 기타 문자 등을 양각이나 음각 혹은 透刻으로 조각하여 표면장식을 하여 주었다. 나머지 공간을 鱫甲形의 縱六角形의 木片을 일정한 간격으로 부착시켜 면을 조화있게 세분하여 주었다. 材木은 松・梧桐이나 槐木・山梨・대추나무 杏子木을 주로 사용하였으며, 鐵이나 白銅, 黃銅 등으로 금속장식물을 세공하여 장의 정첩, 鍵鑲, 손잡이 기타 장식물로 표면에 부착시켜 주었다. 특히 서민층에서는 梧桐單層欄이나 반다지류가 가구로 이용되었으며 구조가 매우 단조롭고 장식이 그다지 많지 않은 質朴堅固한 것들이 애용되었다. 이와는 대조적으로 상류층에서는 매우 장식적이며 華奢한 螺鈿漆欄이나 華角欄이 애용되었다.

서기 1948년 日本大阪 조선공예전람회에 출품된 金塗龍文龜甲鮫皮象嵌二層欄을 보면 층별로 한 쌍의 龍이 생동하는듯이 전면을 채우고 一層 상부에 仁義禮智・二層상부에 孝悌忠信이란 문자를 書體로 쓰고 蝴蝶形金屬鍵鑲裝飾을 부착시켰다. 形態는 단순한 長方形二層으로 구성되어 四脚을 床脚모양의 곡선으로 하여 대목적인 체취를 풍긴다. 金塗에서 오는 燦然하면서도 威嚴 있는 색채와 儒佛思潮의 문양이 한 층 고귀함을

더해 준다.

이와함께 전시된 黑塗山水文貝象嵌大形二層欄은 金塗龍文龜甲鮫皮象嵌二層欄에 비하면 규격이 클 뿐더러 형태도 세련되어 있으며 하층문에 비하여 상층에 위치한 문짝이 두 배 정도 크다.

면도 세분화되어 있고 네 개의 문짝 평면에는 각기 다른 山水畫가 東洋畫처럼 구성되어 貝象嵌으로 장식되었다. 全面의 面分割 樣式은 목제 장과 같은 방식으로 조립되어 있으며 자잘구레한 여러 종류의 소형 도안물들이 빈틈없이 배치되어全面을 꽉 차도록 구성시켜 주었다. 螺鈿漆欄은 일반적으로 형태는 木製欄과 비슷하게 조립되어 있으나 많은 도안물들을 사용하여全面을 貝類로 장식배치하고 朱漆이나 黑漆을 하여 貝類가 발산하는 영동한 광택이 화려한 시각적 효과를 보여 준다.



② 黑塗山水文貝象嵌二層欄

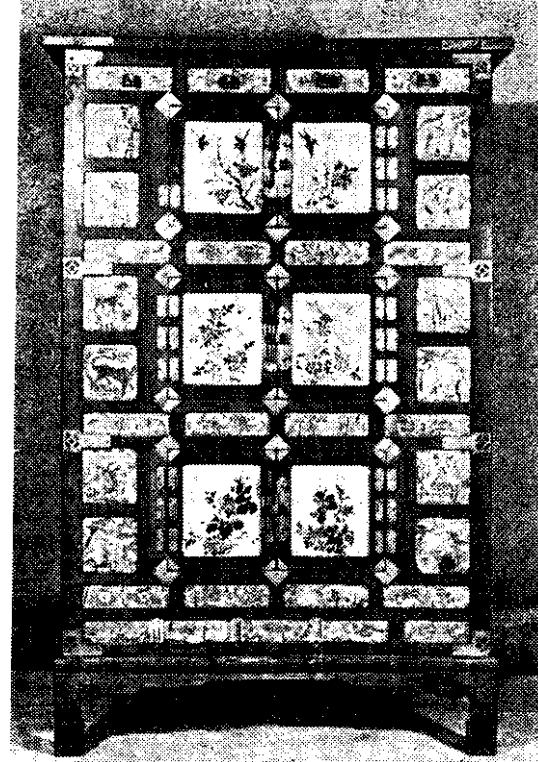
李朝의 家具 中에서 가장 華奢하기로는 華角櫈을 들 수 있겠다.

昌德宮에 所藏된 華角三層櫈은 그 대표적 작품이라 할 수 있겠다.

각 층마다 한 짹의 문과 3층상단에 4개의 서랍이 있고 조립형태는 목제장의 구성방식과 동일하나 분할된 면에 여러 면들을 독립된 면단위로 許邪獸·花鳥紋樣을 牛角薄版에 원색적 채색을 하여 접착시키고 殘餘木面을 朱漆로 도장하여 그 화사로움이 극에 이르고 있다.

이와 함께 所藏된 華角單層櫈은 前面을 橫으로 八등분하고 從으로 五등분하여 분할된 각면에 각종 碎邪獸를 牛角薄版에 원색적인 채색을 하여 면은 완전히 花粧타일을 붙이듯 메꾸어 부착 시켰다. 이와 같이 면을 소단위로 분할시킨 것은 牛角의 材質이 한정된 크기 이상 제작할 수 없기 때문인 것으로 풀이된다.

權玉淵氏 所藏의 華角函은 蓋平面에 龍(許邪象徵)·鶴(壽象徵)과 立面上段에 百童子圖(多男象徵), 下段에 雌雄 한 쌍의 動物(夫婦和愛)圖가 그려져 있어 李朝女人들의 안방 裝飾用 花嫁衣裝



③ 華角三層櫈(昌德宮所藏)

으로 使用되었다. 이들 華角櫈들은 王家나 상당히 상류층에서 사용된 것들이다.

이와는 대조적으로 德成女大博物館 所藏의 花鳥圖二層반다지는 構造가 매우 단조롭고 위에서 아래로 젖히도록 된 문이 층별도 하나씩 위치하고 鐵로 된 단순한 손잡이와 鍵鑽裝飾이 부착되어 있다.

花鳥, 花蝶紋樣이 원색적으로 그려진 종이로 단장되어 華角櫈을 사용할 수 없었던 서민층에서 내실장식용으로 사용 되었으리라 보여 진다.

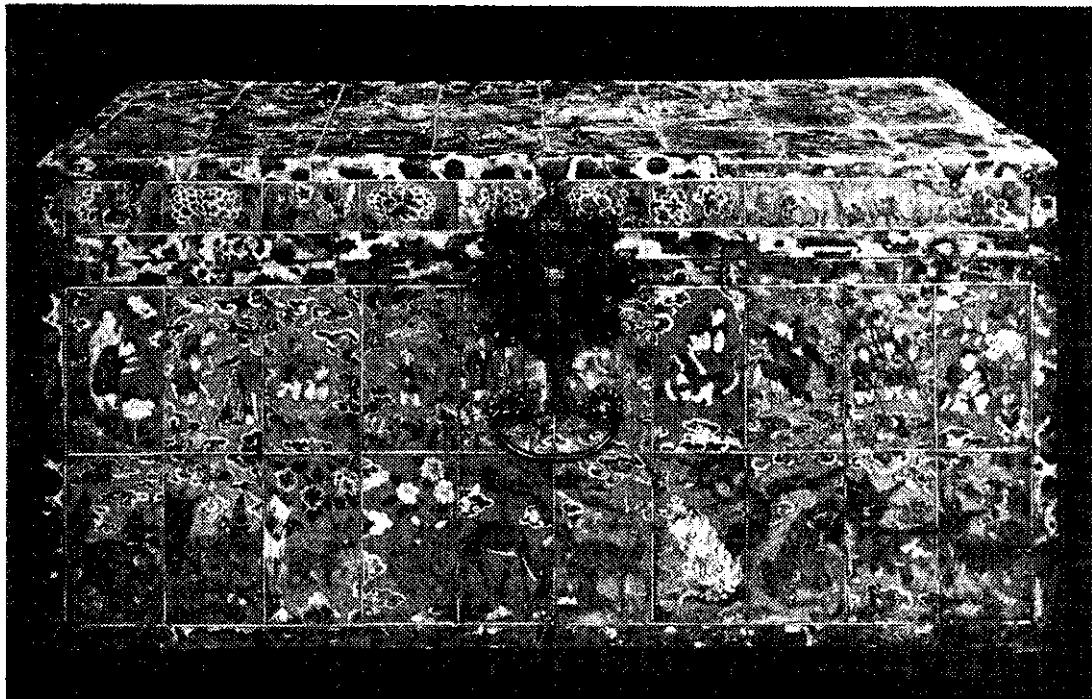
### 3

四方卓子와 文匣은 형태 및 조립구도가 직선적이며 간단하고 장식이 거의 없는 이조 목공예 중 가장 소박한 작품들이다.

이들은 실내장식용의 한국가옥구조에 어울리는 긴요한 생활필수품으로서 애용 되었다. 사방탁자와의 형태는 縱長方形으로서 사람의 신장 정도의 높이로 하여 공간을 크게 내지 4개로 나누고 분리된 한 개의 공간이나 또는 격간으로 2개의 공간을 2짜의 문이나 혹은 2짜의 문과 2



④ 竹製四方卓子



⑤ 華角函(權玉淵氏 所藏)

개의 서랍을 붙여 조립하고 나머지는 공간으로 그대로 두어 그 공간을 장식물품 진열용으로 이용하였다.

한 편 문갑은 橫長方形으로 무릎 정도의 높이로하여 네 개의 문을 두고 동일형태의 구조로 그 책을 한 조로 하는 것이 상례이다. 내부를 서랍과 공간으로 구성하여 문서나 책자 기타 물건을 보관하도록 조립되어 있다. 竹薄板片으로 문양처럼 구성하여 표면을 장식한 竹製四方卓子와 螺鈿漆로 표면을 장식한 螺鈿漆文匣에서 장식적인 면을 엿볼 수 있다.

곡선적 형태의 목공예품으로 酒床·飯床 등 床類를 대표적으로 꼽을 수 있겠다. 궁중에서는 朱漆의 圓形床이 사용되었으며 일반서민층에서는 四角床·八角床·十二角床·十二花瓣의 花形床 등이 사용되었으며 床脚은 四脚·一柱四脚·筒體 등 종류가 매우 다양하다.

權玉淵氏 所藏의 龜跌蓮花床은 조립형태의 구성방법이 특이한 雙床用으로 거북의 등위에 蓮葉과 蓮花가 生動하듯 솟아있다.

嵌床을 차려 주며 아기의 장래에 장수와 부귀, 출세를 염원하여 축복하는 상징적인 형태인 것이다.

螺鈿漆床의 平面은 龜字를 中心에 두고 天桃雙鶴紋이나 이를 대칭으로하여 위치시키기도 하였으며 五口形四方連續紋樣으로 주위를貝로 장식하고 黑漆을 한 것이 많았다.

床脚은 줄기모양의 유통적인 부드러운 선으로 조형되었으며 虎足이나 竹紋脚으로 구성되기도 하였다.

簡體床脚의 경우에는 卍字形을 透刻한 것이 보통이고 長生紋이나 富貴多男 謂福康寧 등 吉象徵의 문자나 식물 혹은 동물문양이 脚部나 脚上部側板에 陰陽刻이나 透刻 혹은 切刻으로 장식되었고 螺鈿漆을 하였다.

#### 4

李朝女人들의 花粧用 鏡臺는 소규모이면서도機能의으로 조형되어 있음을 엿볼 수 있다.

全段雨氏 所藏의 蝴蝶蝙蝠瓢形金屬裝飾付槐木花粧鏡臺를 보면 외형이 方形의函과 같이 조형되어 보관이 편리하게 조립되어 表面全體에 蝴蝶·蝙蝠·瓢形 등 金屬裝飾物로 정첩·鍵鏽裝飾 등을 제작하여 부착시켜 주었다.

사용할 때에는 뚜껑을 열어 거울을 蓋上部의

뚜껑을 접어 의지시키도록 되어 있으며 화장대 내부에 있는 7개의 미닫이식 서랍이 있다. 서랍은 화장품이나 여성장신구류를 보관하도록 조립되어函으로서의 역할도 겸하게 되어 있다.

十長生紋을 東洋諸처럼 측면에 구성하고 天桃雙鶴紋을 平面에 龜甲四方連續紋을 立面에 장식하여 螺鈿漆을 하였다. 李朝女人들이 자신의 美를 외부로 나타내기 싫어하는 순박한 겸양의 미덕을 상징하듯이 사용하지 않을 때에는 거울을 내부로 접어 넣어 상자모양의 형태로 조립하여 보관 및 운반에 편리하도록 기능적인 조형이 되어 있다.

硯箱은 대개 평면에 2개의 蓋門을 달아 硯置箱部를 조립하고 文机로 병용하도록 하였다.

漢紙를 繼重張合하여 食物油를 塗裝하고 菱紋, 菊花紋의 문양장식을 하였다. 硯箱은 벼루의 형태가 각양이듯이 때로는 벼루의 형태에 맞추어 제작하기도 하였으며 黑漆에 金箔紋樣을 장식하기도 하였다. 특히 궁중에서는 龍硯이 애용되었으며 硯箱도 조각된 龍形硯箱이나 黑漆金箔龍紋을 장식하기도 하였다.



⑥ 花鳥圖二層반다지(徐成女大 博物館所藏)

筆筒 역시 圓筒, 四角筒 八角筒 등 종류가 다양하며 측면에 十長生을 위치하여 포도문·국화문 등을 양각이나 透刻으로 조각하였거나 나전 칠장식을 하였다. 網巾筒은 형태나 장식이 이와 유사한 방법으로 조형되어函의 要素를 지닌 덜기가 있는 점이 상이하다.

특히 李朝時代에는函類가 많아 귀중한 보물이나 문서, 물품과 비장품들이 보관 되었다.

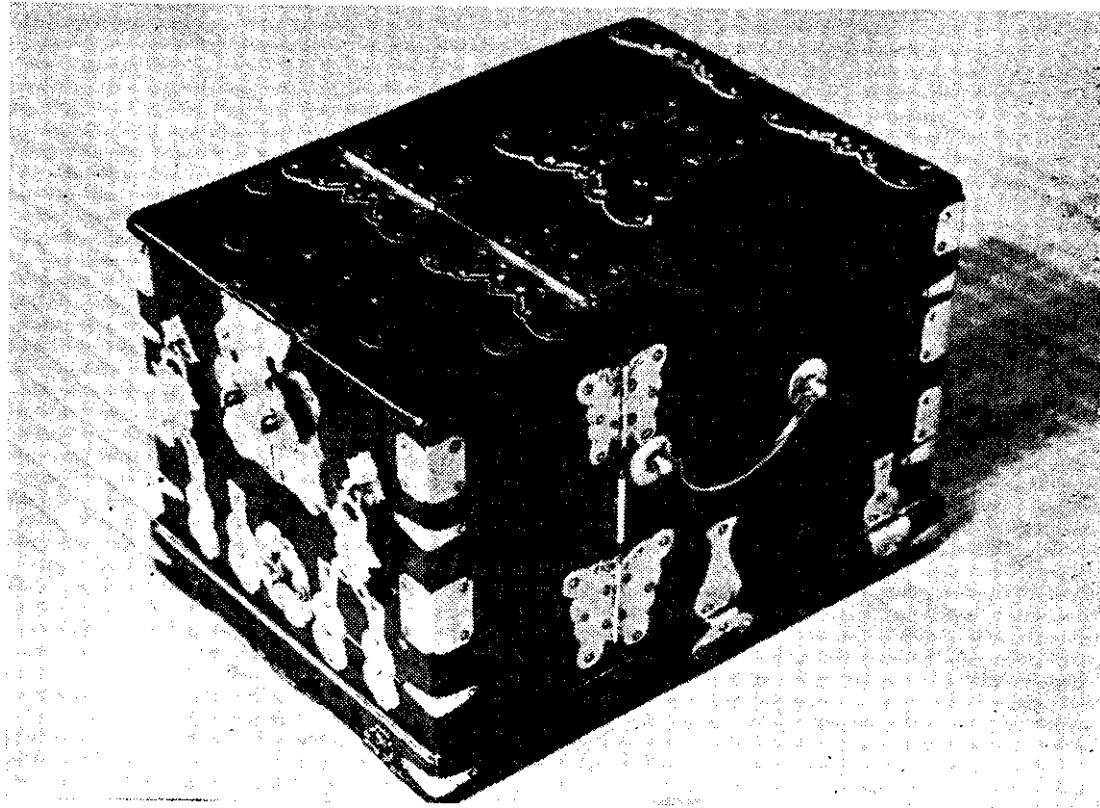
궁중에서 사용하면 御寶(玉璽)函, 王世子策封竹冊函을 비롯하여 冠婚函으로서 약혼 및 결혼 선물함 및 화관함, 보물함, 문서함, 연초함 등 각양 각색의 함류가 무수하게 많다.

英祖大王金寶函은 朱漆에 蓮紋鍍金裝飾을 하였다. 文孝世子의 世子策封竹冊函은 盖上平面에 龍紋과 측면에 蘭草紋 前後面에 梅花紋을 金塗하였으며 黑漆을 하였다. 궁중에서는 대부분 龍鳳紋과 金漆 및 朱漆이 애용된 것은 군주로서의 위엄을 상징한 것이다.

冠婚函은 方形으로 되어 長生紋 吉雙鳥紋, 吉子紋 등을 螺鈿漆로 장식하였으며 특히 富貴多男의 文字를 많이 사용하였던 것은 이조시대의



⑦ 跌蓮花床(權玉淵氏 所藏)



⑧ 蝴蝶蝙蝠瓢形金屬裝飾付槐木花粧鏡臺 (金故雨氏 所藏)

남존여비의 사상표현이며 서민층에서는 唐草紋이나 花鳥紋 花蝶紋을 원색적으로 화려하게 版印(末期에는 印刷)하였거나 색지를 오려 붙인 冠婚函을 사용하였다.

보물함과 함께 많이 사용되었던 花冠函도 槐木이나 山梨, 배추나무 등 목재로 조립한 木製函에 連花形이나 蝴蝶形 鍵鑲金屬裝飾物을 부착시켰으며 長生紋, 山水畫, 唐草紋, 花鳥紋 등을 螺鈿漆로 장식한 螺鈿函이 있으며 金屬鍵鑲裝飾物에 八卦紋을 透刻하기도 하였다.

기타 보물함이나 煙草函은 단조로운 조각물의 목함이나 螺鈿函이 있으며 圓筒形의 朱漆螺鈿函은 궁중에서 사용되었다. 목제 함의木材는 槐木, 山梨, 香木 등을 사용하였다.

燈架는 李朝 사람들의 생활필수품의 常用物로서 그 구조는 燈盞을 걸도록 葉枝形으로 형태를 만들어 燈盞의 높이를 조절하도록 하여 燈柱를 세우고 燈檠을 붙이어 재털이로 사용하도록 조립하였다. 궁중에서 사용하던 龍燈은 四脚柱頭를 龍頭로 조각하고 六각형으로 형태를 만들어 六角側面을 기하학적인 한식 가옥의 窓戶紋樣으로 구

성하여 構造物과 같이 조립하였다.

李朝의 목공예 중 가장 質朴하기로는 木器類를 들 수 있겠다. 圓形, 四角形 등의 형태로 原形의 材質美를 表出하여 그리 곱게 다듬어지지 않은 단조로운 형태로 다소 조각이 된 脚을 붙여 주기도 하였다. 祭器는 圓形으로하여 圓筒形의 盆脚이 있는 것이 특징이다.

5

李朝의 木彫刻品으로는 떠구지(女人의 머리장식용)・假面(방상씨假面)・蜜蜂巢箱・鵝木・扁額・餅型・菱花板・金箔板 등을 들 수 있다.

떠구지는 여성용인 관계로 곱게 다듬어져 조형되어 있으나 가면은 사용공구의 자국을 그대로 두고 거칠게 다듬어져서 서로 대조적이다.

長性이나 蜜蜂巢箱 등은 조각의 기밀성은 없으나 선이 대담하고 조각예술품을 연상케 한다. 蜜蜂巢箱이나 黑壺(山神) 등에 조각된 脾邪獸로 된 龍虎紋은 타의 脾邪動物들과 함께 螺鈿漆器나 華角品의 장식물 도안에서도 흔히 볼 수 있는 것

으로 이조인들의 미신충앙의 巫俗思想에서 기인되어 邪鬼를 물어내려는 미신풍조에서 심리적인 위안을 받으려한 의도로 사용되었다.

鵝木은 일종의 婚神으로서 사실적으로 조각 및 채색이 되어 신혼행렬의 선두에 들고가서 신랑이 신부에게 중정하였던 것이다.

餅型이나 菱花板, 金箔板의 조각은 매우 정교하게 조각이 되어 있으며 그 문양도 추상적인 것으로부터 사실적인 것에 이르기까지 수백종에 달하며 대표적인 菱花板으로는 蓮唐草雷文板·斜格子雷文板·卍字文板·蓮唐草文板·斜格子百物文板·七寶文板 등을 들 수 있다.

## 6

李朝時代의 나전칠기는 高麗螺鈿漆器의 기술을 이어 받아 고려시대에 발달되었던 巧緻性과 섬세한 맛은 엿보기 힘들지만 절단선이 거칠고 마무리가 무질서하게 행하여졌으나 이것이 오히려 圖案紋樣을 명확하게 表出시켜 動的인 生動感을 나타내고 있으며 李朝末期에는 다시 교치성을 되찾았다.

문양은 크게 다루어 繪畫的 技法으로 표현하였고 전체의 면에 가득히 배치시킨 도안물들이 통

일감을 결여시키고 있다.

나무는 全羅道產 杏子木을 비롯하여 松(美松·江松·紅松·白松) 등 재질이 곱고 굴곡의 변화성이 없는 것으로 택하였다.

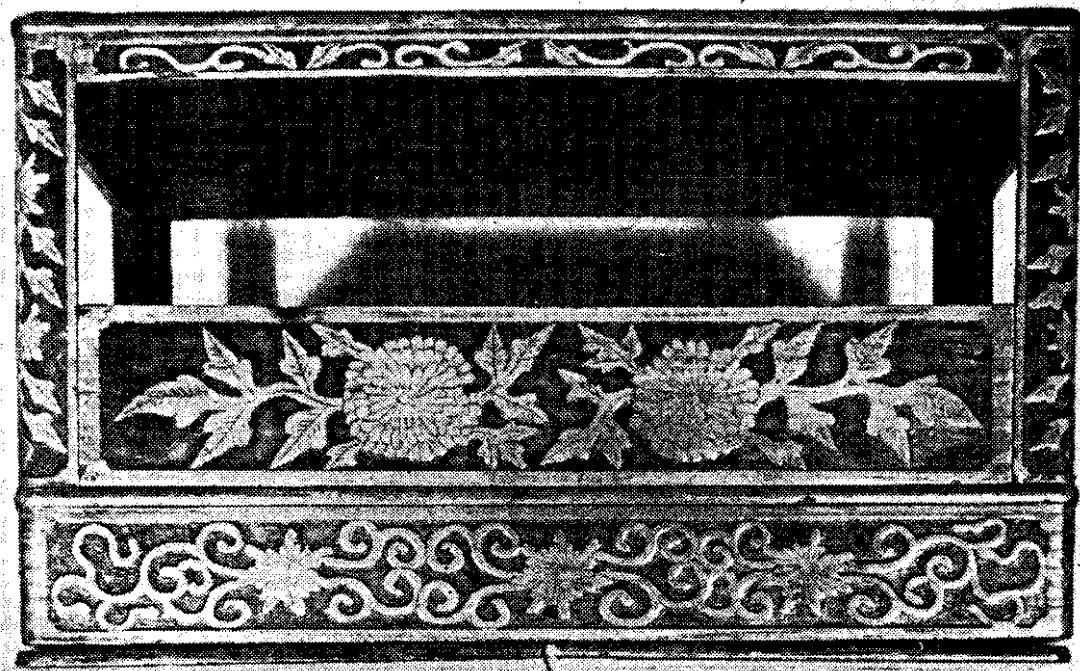
나전칠기의 과정은 목재로 형태를 조립하고 표면이나 내부에 제조된 백골을 砂布로 研磨하여 平滑히 한다.

生漆을 全面에 발라 재질을 단단하게 하고 목재의 접목부분 등에 톱밥을 생칠에 개어 매우 고삼베나 무명을 생칠과 풀을 혼합하여 백골에 칠한 다음 바른다. 그 위에 고래칠을 하고 자개를 阿膠로 접착시키고 풀빼기를 한 다음 生漆을 塗裝하고 다시 고래바르기, 숫돌갈기, 중칠하기, 쪽갈기, 光내기의 순서로 작업이 진행된다.

華角은 화려한 색채와 다양한 문양으로 李朝 사람들의 사랑을 받았던 것으로 唐時代의 伏彩技法에서 유래된 것이다.

一名 畵角이라고도 하며 牛角簿板에 彩畫하여 木質物에 畵面을 뒤집어 붙이어 장식하는 것으로 彩畫玳瑁技術에서 출발하였다.

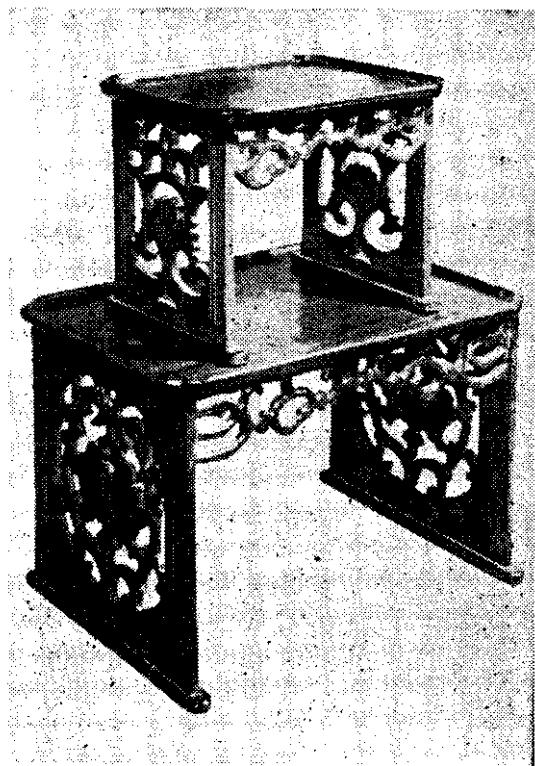
「人間文化財」(芮肅海)의 華角匠 陰一天氏條에 기술된 華角技法의 공정을 살펴보면 牛角을 사용하여 뿔끝과 뿌리를 <평톱>으로 잘라내고 <까귀>로 <더데>를 깎아내어 <속도리>로 안을 파내



⑨ 硯箱



⑩ 守護神



⑪ 膳

고 뿔 안쪽에서 배를 탄다.

이것을 냉수에 세시간 내지 네시간 동안 불려서 솟불로 물을 서서이 데워 뿔을 무르게 한다음 <황새집게>로 벌린다. 이것을 반반한 쇠판사이에 끼어 눌려 편 다음, 다시 안팍<더메>를 깎아 낸다. <곱창톱>으로 목적면적을 잘라 <검환>으로 안팍을 깎아 <곱창톱>으로 잡게 된다.

<갈기칼>로 절기진을 하여 다듬고 面에 白紙본에 그린 그림의 선을 轉寫하여 颜料認彩를 한 다음 아교와 <부리풀>을 明太皮에 섞어 끓여 체로 거운 것을 韩角을 입힐 바탕에 새 겹으로 바른다. 그 위에 인두로 角片을 붙여 고운 줄로 바로잡아 갈기질을 한 번 더해 <속사풀>로 꼽게 닦아 윤이 나게 한다.

다시 鹿角粉을 鹿皮에 찍어 더 꼽게 한 다음 간장을 손바닥에 찍어 문질러 윤을 내고 韩角片과 片 사이에 난 공간을 倒三角形으로 파서 牛骨로 된 界線을 물린다.

계선은 아교로 붙여서 韩角 面보다 높은 부분

을 칼로 깎아 내고 밖으로 넘친 아교는 더운 물수건으로 닦아내면 韩角이 완성된다.

#### 〈参考文献〉

金元龍, 韓國美術史, 서울: 汎文社, 1968.

金載元, 金元龍, 朝鮮美術, 東京: 美術出版社, 1967.

高裕燮, 朝鮮美術史及美學論叢, 서울, 1963.

濱口良光, 朝鮮의 工藝, 東京: 1966.

趙子耕, 閩本太郎, 濱口良光, 李朝의 美(民藝), 東京: 每日新聞社, 1973.

黃互根, 韓國의 美, 서울: 乙酉文化社, 1971.

芮樹海, 人間文化財, 서울: 語文閣, 1963.

石笛善, 韓國服飾史, 서울: 寶賢齋, 1971.

崔淳雨, 李朝의 工藝 文化財 1號, 서울: 文化財管理局, 1963. 12.

韓國藝術總覽, 서울: 大韓民國藝術院, 1964.

韓國의 文化財, 서울: 文化財管理局, 1970.

朝鮮展覽區圖錄, 大阪: 朝鮮總督部, 1938.

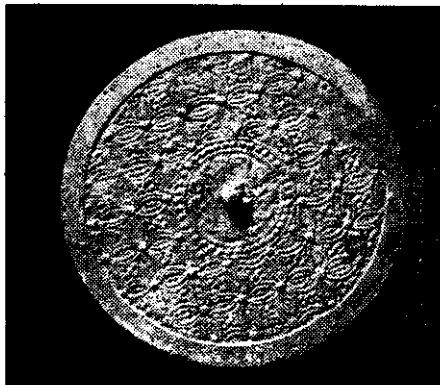
# 七寶紋樣의 特性과 種類

林 永 周

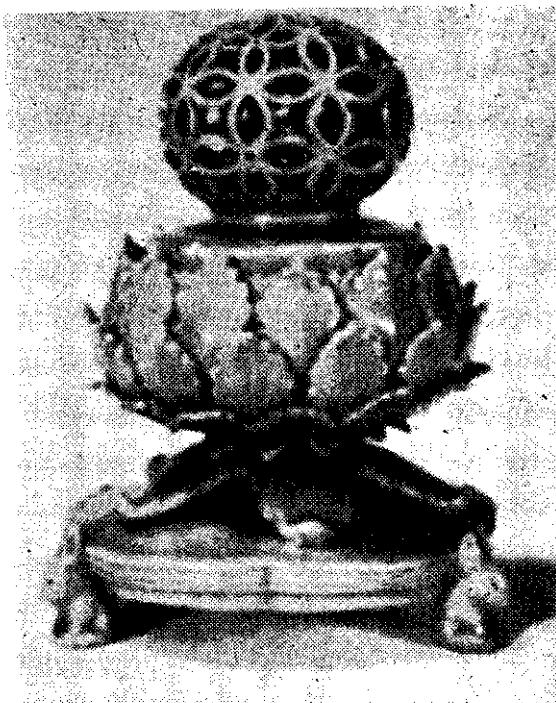
國立中央博物館 學藝研究室



(圖 1) 緑釉骨壺 統一新羅時代 8~9世紀



(圖 2) 高麗七寶紋鏡



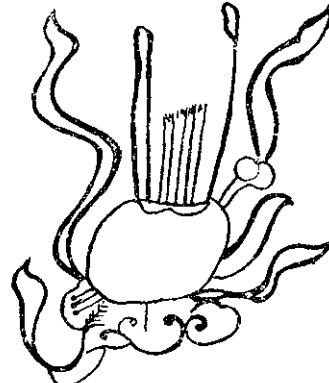
(圖 3) 青磁七寶透刻香爐 高麗時代 12世紀



(圖 4)

## 1. 序 論

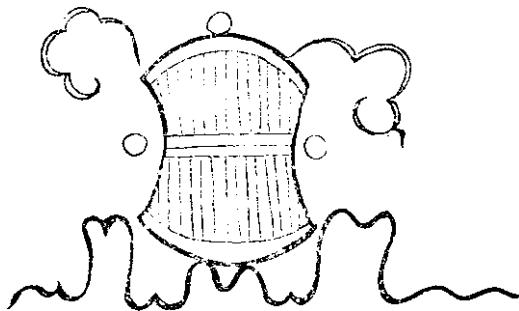
韓國의 紋樣은 先史時代에 原始社會의 自然崇拜思想에 의한 岩刻畫가 그려지기부터 朝鮮王朝 중엽에 이르기까지 수천년의 세월이 흐르는 동안 建築, 繪畫, 금속공예품, 그리고 陶磁器, 螺鈿漆器 등과 우리固有의 복식에 따른 修飾과 各種 장신구 등을 물론 우리生活 깊숙히까지 하나의 空間을 차지하고 있는 것이 紋樣이라 하겠다. 그 紋樣은 人間社會의 life 속에서 하나



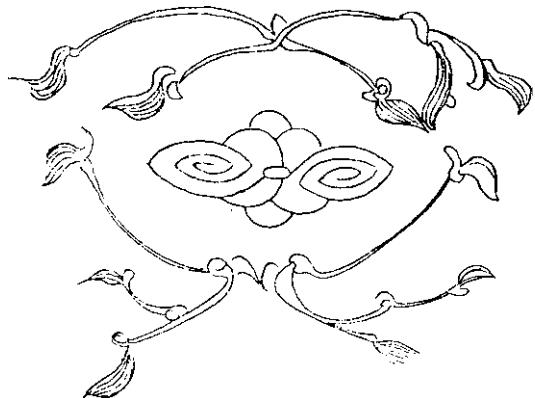
(圖 5)

의 美的意識에 따른 形式的, 樣式的으로 貝形化된 것과 宗教意識의 하나로서 傳來된 神仰文化의 產物, 두 가지로 大別할 수 있을 것이다. 특히 三國時代에 이르러 印度에서부터 中國을 거친 佛教文化의 전래는 生活 속에 깊숙히 영향을 미쳤고 紋樣도 이에 따라서 形式的이고 樣式的인 것에서 宗教的인 面으로 發展하게 되었다.

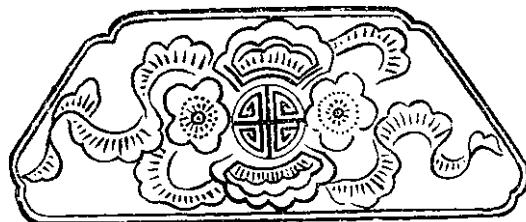
한 民族의 歷史와 文化를 오늘날까지 傳하여 주는 것에는 우선 文字의 기록과 傳承 되어온 工藝品에 보이는 紋樣의 展開過程에 의한 時代



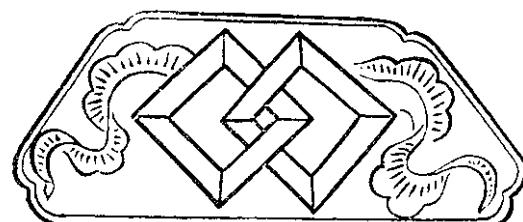
(圖 6)



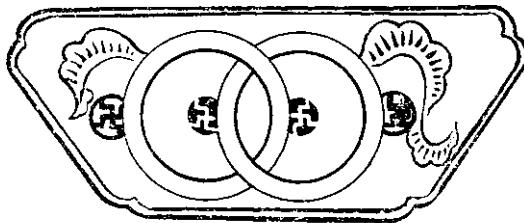
(圖 7)



(圖 8)



(圖 9)



(圖 10)



(圖 11)

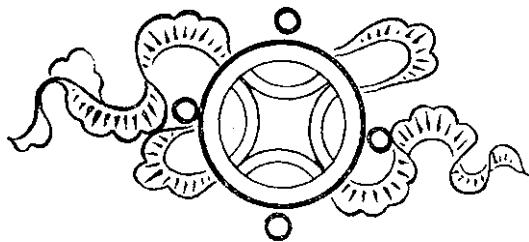
測定이라 하겠다. 이제까지 紋樣에 관한 정확한 文獻은 찾아볼 수 없으나 미흡하나마 우리는 그 전래된 遺物에서 그 時代와 流例를 하나 하나 더듬어 나감으로써 순수한 우리 固有의 紋樣을 發掘하고 또 後世代에 傳承시킬 수 있으며 現代 Design에도 올바르게 應用될 수 있으리라 믿는다.

## 2. 特性 및 歷史的 考察

옛부터 世間에서는 새색씨가 쓰는 족두리(簇

頭里)에 四方에 金箔을 박고 여러 가지 貝物로 꽂모양을 만들어 꾸며서 七寶簇頭里라 부르고 여러 가지 貝物로서 품을 꾸미는 것을 七寶丹粧이라 하였다.

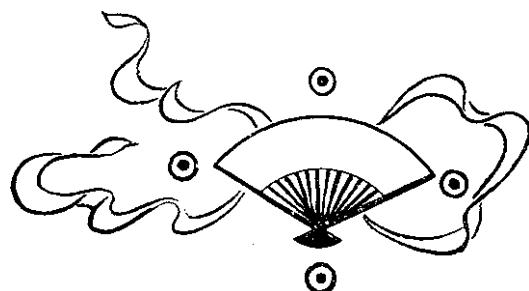
우리의 祖上이 남겨준 遺物 중에는 많은 紋樣이 결들여 있다. 그 가운데에서 七寶紋은 吉祥 紋樣의 代表의인 하나로서 우리 生活에 상서로운 器物에는 물론 선비가 할시 기거하며 생활하는 사랑방 가구에도 펼히 한 空間을 차지하는 紋樣이다. 七寶라는 말은 七珍이라고도 하며, 正



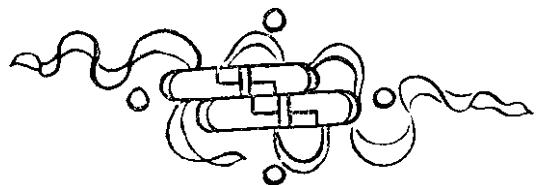
(圖 12)



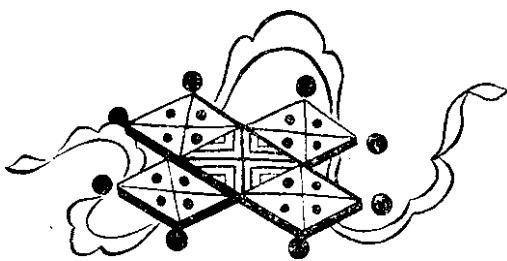
(圖 13)



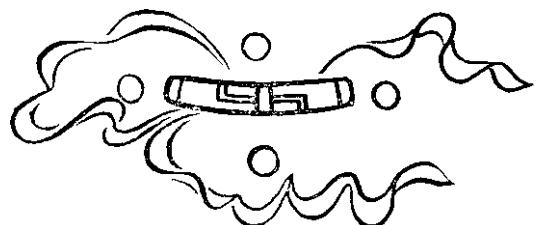
(圖 14)



(圖 15)



(圖 16)

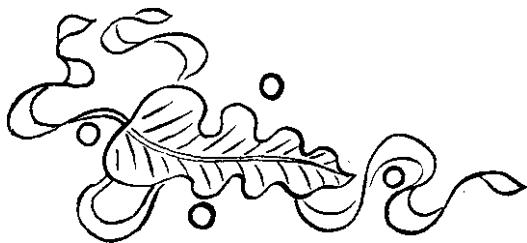


(圖 17)

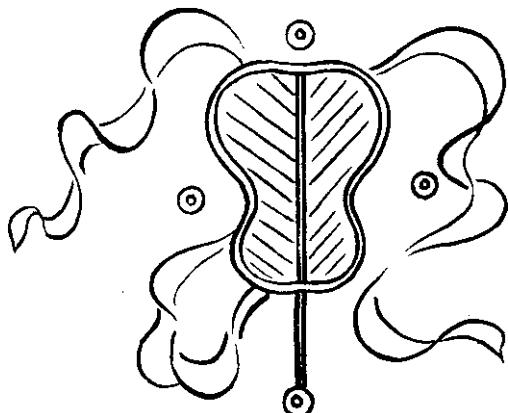
確한 文獻이 없어서 그 紀元을 자세히 알 수는 없으나 七寶는 佛教에 의하여 流例된 것이 아닌가 짐작되는 것으로 少異法華經에는 「金, 銀, 瑞璃, 頗梨, 瑪瑙, 瑪瑙, 碑礫, 碑礫」 등 일곱 가지를 七寶라 하였고, 無量壽經에는 「金, 銀, 瑞璃, 波瓈, 瑪瑙, 瑪瑙, 碑礫」, 智度論에는 「金, 銀, 毘琉璃, 頗梨, 車渠, 馬瑙, 赤眞珠」, 阿彌陀經에도 역시 「金(Suvarna), 銀(Rúpya), 瑞璃(Vaidúrya), 玻璃(Sphatika), 碑礫(Musáragalva), 赤眞珠(Rohita-mukta), 瑪瑙(Asmagarbha)」 또 一般

若經에는 「金, 銀, 瑞璃, 碑礫, 碑礫, 虎珀, 瑪瑙」라 하였다. 또한 極樂淨土는 金, 銀, 瑞璃, 頗梨, 瑪瑙, 玫瑰, 眞珠의 六으로 七寶裝嚴하다 했고, 月宮殿은 庭闈에 金과 銀의 玉들을 置고 瑪瑙로 된 銀盤과 玫瑰의 다리를 놓아 珍貴한 世上에 寶物로서 만들어 졌다고 記錄되어 있다.

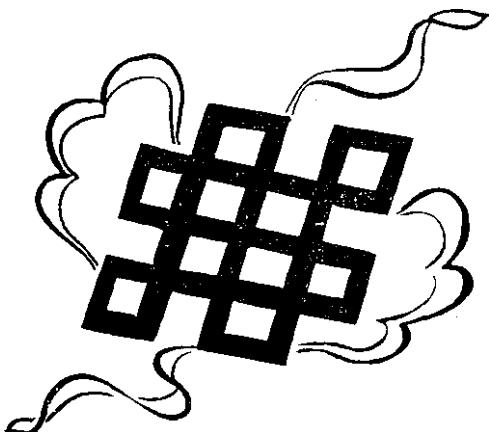
以上의 記錄으로 보아 七寶는 佛教에서 流例된 것으로 믿어지며 韓國에 이 紋樣이 쓰여지기는 아마도 佛教가 전래된 三國時代 이었을 것이며 그 예로서 그 時代의 土器에서 볼 수 있는 寶



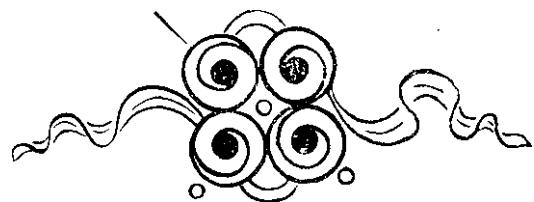
(圖 18)



(圖 19)



(圖 20)



(圖 21)

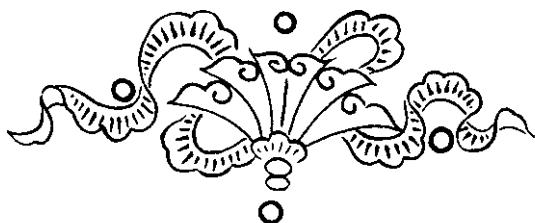
珠形 紋樣이라든가 佛教工藝品에서 보이는 紋樣으로서 짐작할 수 있다. 특히 統一新羅時代의 緑釉骨壺(8~9世紀)의 肩部에 印花, 施文된 寶珠紋과 中心部에 連續된 方勝形 紋樣은 이 骨壺가 宗教의 儀式에 의하여 빛어 졌다는 것을 알 수 있으며 한편 七寶紋이 이 時期에 하나의 儀式에 의한 器物에 施紋 되었음을 알 수 있다.

<圖 1 참조>

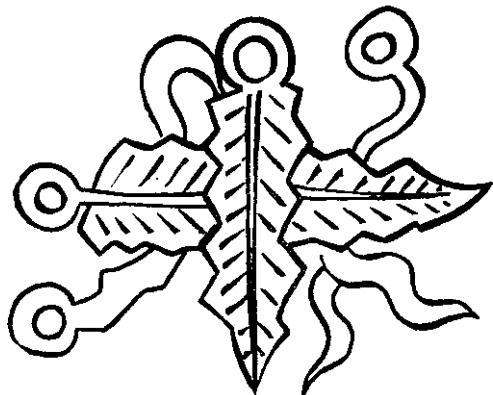
또한 高麗時代에 내려와서 青磁, 漆器 등 여러 곳에서 七寶紋을 볼 수 있는데 青磁七寶透刻

香爐(高麗時代 12世紀 경)<圖 3 참조>를 보면 稜花盤에 莲花로 덮힌 향로를 엿었고 뚜껑은 七寶形 繫圓文(繫圓文)이 透刻되어 그 밑에 莲花臺가 받치고 있다. 이 역시 佛教儀式에 쓰여졌던 器物인 것으로 七寶紋이 얼마나큼 賴重하게 쓰여졌는가를 짐작케 한다.

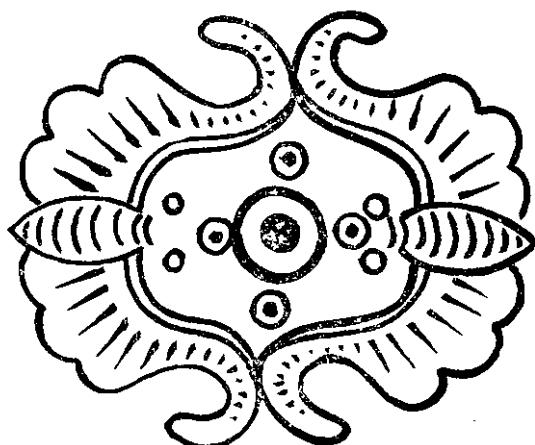
高麗時代 末期에 이르러면서 차츰 佛教가 쇠퇴하여지고 儉素한 것을 美德으로 삼고 形式的인 예절을 崇拜하는 儒教思想이 盛行하면서 人間生活에 있어서 精緻를 배마르게 하고 정



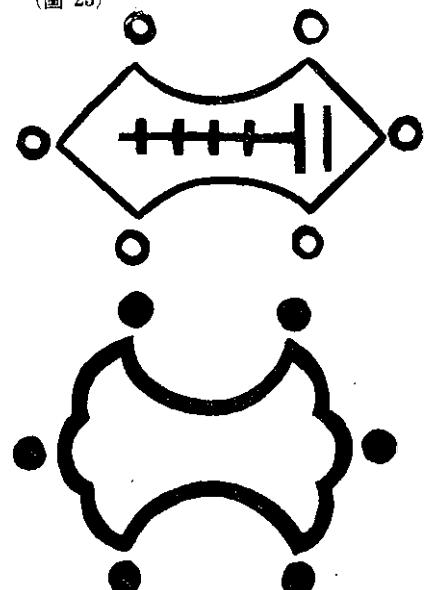
(圖 22)



(圖 23)



(圖 24)

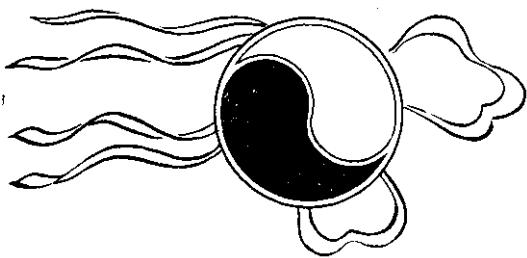


(圖 25) 螺鈿漆器函 朝鮮王朝時代 18世紀

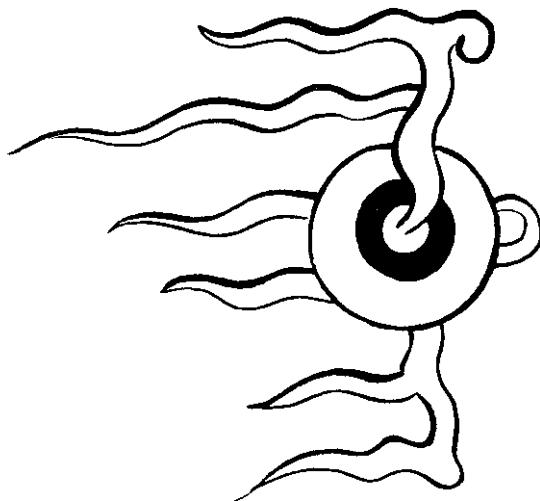
열파 폐기를 억누르게 하였고 그래서 섭세하고 화려한 점을 좀처럼 찾아볼 수 없었다. 따라서 七寶무늬도 朝鮮王朝中期에 와서는 선비들이 日常生活에 쓰여오던 古玩, 典籍, 扇子, 그리고 花卉, 山氣, 雲氣 등을 素材로 그 외에 貴重하다 생각되는 것으로 吉祥紋樣과 혼성하여 圖案되는 琥珀, 座燈, 琥滴, 筆筒 등에 施紋 또는 彫刻되었고 이 같은 文房具類 外에 瓶, 壺, 鍤, 盌(주발), 香爐 등에서 볼 수 있으며 女人們의 안방 家具 또는 實用品 등이나 裝身具類 金屬品 등에

素朴하게 쓰여지게 되었다.

특히 李朝時代에 七寶紋이 많이 보이는 것으로는 木板書籍과 능화판(稜花板) 벽살 등 木刻品에 多樣한 試圖를 볼 수 있는데<圖 31, 32, 33, 34 참조> 이러한 木板은 中國에 明板書籍表紙에 사용된 예로서 世說新語補(明 1586년), 孤樹袁談(明 1601년—萬曆 29년) 樂白天集(明 1606년), 世說新語(明 1609년) 등이 있어 韓國에서 도 대략 이 時代의 木板表紙에 쓰여졌으리라 짐작되는 것으로 七寶무늬의 木板表紙에 쓰였던

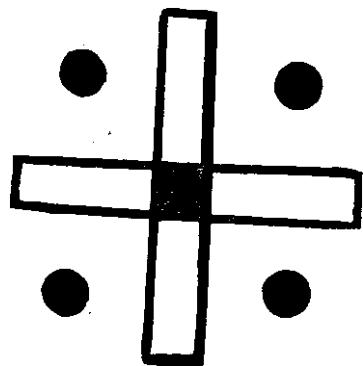


(圖 26-1)

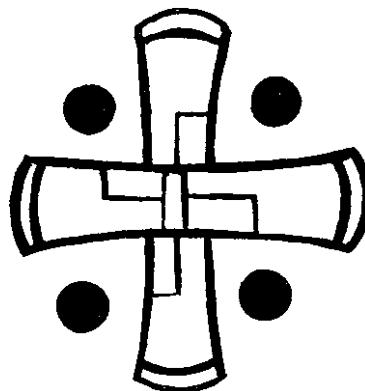


(圖 26-2) 青華白磁雲龍紋大壺

朝鮮王朝時代 17世紀



(圖 27)

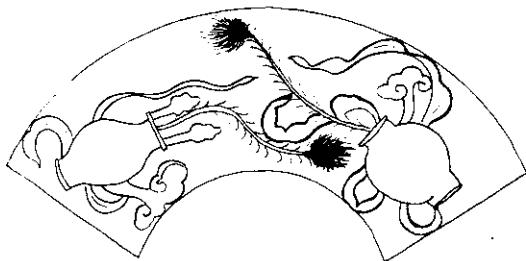


것도 대략 이時期로 보아야 겠다. 그러므로 七寶紋이 中國의인 涼새를 탈피하여 순수한 韓國의 固有한 樣式으로 獨自의인 紋樣形成을 이룬 것은 李朝中期에 와서 비롯되었을 것이다. 韓國인의 독특한 表現感覺과 藝智로서 소박한 刻法과 畫法에서 생겨난 構成美의 絶頂이라 하겠다.

### 3. 種類와 展開樣式

韓國의 古繪畫와 民俗工藝品에 보이는 紋樣을

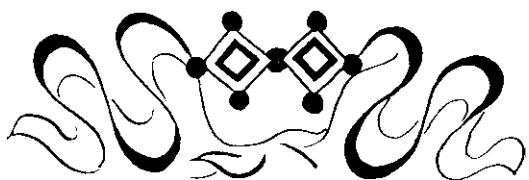
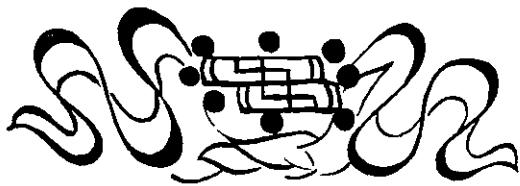
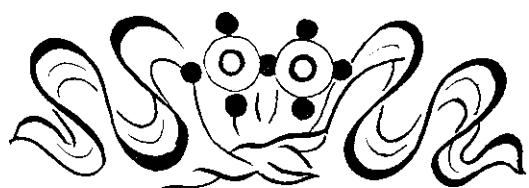
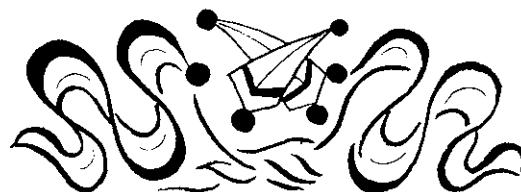
綜合하여 놓고 보면 그 造形意識이나 構成樣式을 뚜렷하게 찾아볼 수 있다. 예를 들어 高麗青磁를 보면 流雲과 鶴, 蓮花와 唐草, 葡萄紋과 童子, 波紋과 魚紋 등 主題와 背景이 一致하고 그 之間에 있는 空間과 그 素材가 주어진 形態에 있어서 單純하며 경쾌하다. 七寶紋의 경우는 紋樣自體가 吉祥을 의미하기 때문에 이 紋樣이 施紋되는 對象도 그만큼 엄격하고 제한되어 있으나 우리 주변에서 볼 수 있는 七寶紋은 그 樣式에서 크게 벗어나서 樣相이 꽤 多樣하다. 그 種類



(圖 28) 青華白磁辰砂紋具紋  
扇形硯滴 (18世紀)



(圖 29) 青華白磁紋房紋접시



(圖 30)

와 성격을 본다면

金(금) —

銀(은) —

瑠璃(유리) —

硯礎(차거) — 빛깔이 희며 表面에 여러 개의 波紋이 있는 조개로서 五色光澤이 나며 때 우 아름답고 珍貴하다 함.

瑪瑙(마노) — 紫瑪瑙, 자색이 나는 玉들. 베노 真珠(진주) — 赤真珠.

玫瑰(매화) — 花이 合瓣花로 붉은 빛에 香내가

있음. 一種의 香料.

珊瑚(산호) — 海中樹.

琥珀(호박) — 오랜 세월 동안 묻혀 굳어진 송진 빛이 아름다워 各種 장식을 만드는데 쓰인다.

扇子(선자) — 부채

古玩(고완) —

水晶(수정) —

犀角(서각) — 물소의 뿔로서 가루를 만든 藥劑로 쓰인다는 珍貴한 물건.



(圖 31) 蕤福七寶紋菱花板 朝鮮王朝時代 18世紀

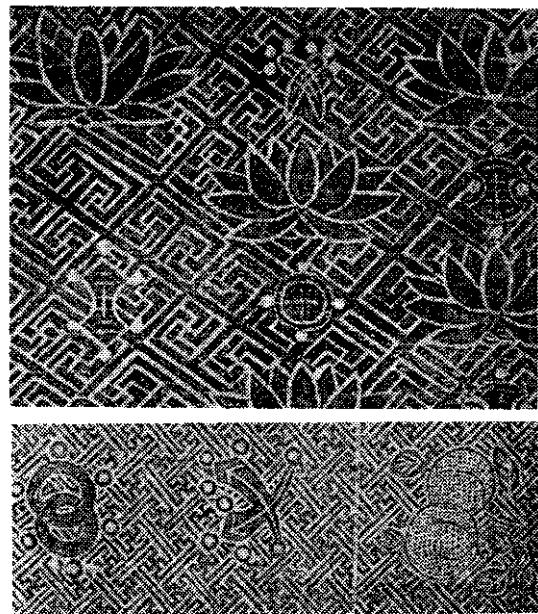
方勝(방승) — 金箋紙, 삼각형의 금종이로 만들  
어 보자기, 주렴 등의 키끌에 다는 장식품  
玻璃(파리) — 玻瓈(파려) 유리옥파  
그 밖에 芭蕉, 羚주박 또는 各種 文房具로 대  
신 했으며 山氣, 雲氣 등 상징적인 素題와 花卉  
樂器 등 古玩을 七寶紋樣化 하여 自由롭게 構想  
하였다. 이러한 七寶紋은 單一한 主題로 쓰인  
경우와 複合紋으로 쓰이는 경우를 볼 수 있는데  
陶磁器에서 展開되는 것으로는

① 凤凰紋—雲紋—七寶紋

- |   |  |
|---|--|
| ② 雲龍紋—七寶紋   | 雲鶴紋—七寶紋  |
| ③ 蓮花紋—七寶紋   | 牡丹紋—七寶紋  |
| ④ 四方에 七寶方勝紋, 七寶扇子文, 七寶犀角<br>紋, 七寶玫瑰紋 등을 넣은 것. (圖 13, 14, 15, 16,<br>17, 18 참조) 등으로 分類할 수 있으며 棱花板,<br>捺染板 등 木板에서 展開되는 過程을 보면 | ① 卍字文 바탕에 蓮花와 七寶紋<圖 33 참조><br>② 卍字文 바탕에 雲龍과 七寶紋<br>③ 卍字文 바탕에 十長生紋<br>④ 斜格子 方圈과 七寶紋 |



(圖 32) 瑞雲七寶紋菱花板  
朝鮮王朝時代 18世紀



(圖 33) 卍字바탕 七寶紋菱花板  
朝鮮王朝時代 18世紀 末



(圖 34) 壽福七寶紋菱花板  
朝鮮王朝時代 18世紀

- ⑤ 雷紋바탕에 蓮花, 牡丹, 菊花紋 등과 七寶紋<圖 33 참조>
- ⑥ 瑞雲紋과 七寶紋<圖 32 참조>
- ⑦ 壽福, 豐字紋과 七寶紋<圖 31 참조>
- ⑧ 胡蝶紋과 七寶紋
- ⑨ 凤凰, 雙龍紋과 七寶紋<圖 26 참조>
- 등 몇 가지의 形式을 갖추고 있으며, 그 밖에  
도 幾何紋, 또는 抽象紋으로 변형된 形式을 볼  
수 있다<圖 27 참조>.
- 또 한 陶磁器類에서 綜合的인 文房具類를 一面  
에 展開시킨 것은 李朝時代 上流層의 선비들의  
生活空間과 연결되는 文物의 樣相이 흥미롭다

<圖 29 참조>. 그 외에 衣裳에서 볼 수 있는 瑞雲七寶紋, 建築裝飾物에서 보이는 七寶紋에서 韓國人の 生產과 七寶紋의 관계를 알 수 있다.

#### 4. 結論

지금까지 七寶紋樣의 紀元과 種類, 그리고 그 特性을 簡單히 列舉하여 보았으나, 앞으로 더 많은 숨겨진 民俗紋樣의 수집, 정리하는 일이 우리의 工藝史를 위하여나 現代에 겪고 있는 「디자인」의 貧困을 解消시킬 수 있는 길이라 생각된다.

# 衣裳디자인의 実際와 韓國的 이미지 開發

李 英 蘭

德成女子大學 衣裳學科 教授

## 1. 被服의 造形

### 1) 被服造形의 特性

被服이 다른 造形物과 判異한 점은 被服이 直接人體에 密着해 있다는 것이다. 이것은 被服造形에 여러 가지 制約을 주는 同時に 가장 人間을 잘 表現하는 것으로서 간주된다. 즉 人體는 行動하는 生態이며 服地라고 하는 素材를 통하여 人間들의 마음을 表現하기 때문이다. 被服이 人間 그 自體를 表現한다고 하는 것도 이 때문이다. 被服造形에는 色彩·形態·構成·材質 등 多面的 要素가 要求된다. 이들 要素에 관한 知識이나 感覺을 研磨하여 技術을 養成하고 知識·感覺·技術이 一體가 되어 造形에 임하면 아름답고 機能的이며, 個性的인 被服을 만들어 볼 수가 있을 것이다. 특히 造形이나 디자인은 創造意識에서 생겨나는 것이기에 模倣은 삼가해야 할 것이다.

### 2) 被服造形에 必要한 條件

被服造形에는 機能·材質·技術을 條件으로 하는 造形의 構造가 생각된다. 그러기 위해서는 立體로 되어 있는 人體의 構造를 잘 理解하여 平面體와 立體와의 關係, 靜的狀態와 動的狀態와의 差異에 대해서 被服의 機能性을 안다는 것이 필요하다.

① 人間의 立體的構造와 服地와의 關係……平

面體로서 立體面을 穿할 때 많은 구김살, 주름, 처짐 등이 생긴다. 被服造形에 있어서는 平面體인 服地로서 立體構造인 人體를 穿는 것이기 때문에 사방에 구김살, 주름, 처짐이 생기는 것은 當然하며, 이것들을 어떻게 美的으로 機能的으로 合理的으로 디자인화 하는가는 被服造形에 있어서의 基本的인 知識이다. 이를 구김살, 주름, 처짐 등을 다이트, 가더, 다크, 切開線, 푸리-츠 등의 技術에 의해서 디자인화 된다. 이 때에 被服의 目的·用途·材質·體形·部位 등에 따라 적당히 使用할 수 있는 感性과 技術이 必要하다.

보통 服地를 人體에 穿할 때 服地와 人體와의 사이에多少의 空間이 생겨난다. 空間은 실루엣을 形成하며, 服被造形에서는 重要的 分野이며, 流行을 左右하는 要素이기도 하다.

② 人間의 動的機能과 人間工學……被服에 있어서의 人間工學의 分野로서는 着用時의 氣分 그리고 機能性, 安全性 등을 말할 수 있다.

着用해서 편안한 被服을 造形하는 要素로서 被服壓이나, 緊迫感, 당겨 우는 것 등에 대한 餘裕量의 문제가 있다. 그것은 人間의 靜止狀態와 運動 및 生活하기 위한 動作 등에 의해서 생기는 體表面積의 變化와 거기에 따르는 被服의 變形과의 關係를 알아야 할 것이다. 皮膚의 伸長度는 人體의 部位나 關節의 움직임에 따라 相異하나, 피부가 가장 잘 늘어나는 位置에 必要한 餘裕量을 갖는 것이 편안한 옷을 만드는 요소가 될 것이다. 즉 팔의 운동이 심한 運動服이

나 作業服의 경우 소매를 다는部分의 주변, 특히 등넓이에는美的感覺을 잃지 않는 정도로 最大限의 餘裕量이 necessary하다. 그리고 또 體形에 꼭 맞는 被服을 造形할 경우에도 動的機能에 necessary한 各部位에 있어서의 最低의 餘裕量을 알아두어야 할 것이다.

입기 쉬운 衣服의 條件으로서 생각되는 것은 「트기」의 問題이다. 身體의 形態의 움직임이 被服에 대해서 크게 變化를 주는 것은 着衣나 脫衣할 때이다. 「앞트기」한 옷이 「뒤트기」한 옷 보다 편리하다는 것은 누구나가 다같이 경험한 일이다. 또 「트기」한 자리를 단추, 칩터, 끈 등 어느 것으로 하느냐는 디자인으로서도 중요한 점이다. 그以外에도 「트기」의 量이나 切開線과의 關係 등은 被服디자인의 중요한 存在로서 機能과 美의 兩面에서 생각하지 않으면 안된다.

### 3) 個性의 適應

一般的으로 個性을 살리는 被服을 디자인할 경우 造形, 얼굴모양, 피부색, 머리색 거기에 性格도 넣어서 各己型으로 나누어져서 詳細하게各種의 配慮가 되나, 그것은 그대로만 利用한다는 것은 사실상 특징을 없게 하는 결과가 되기도 하여 個性을 살리는데 도움이 되지 않을 때가 있다.

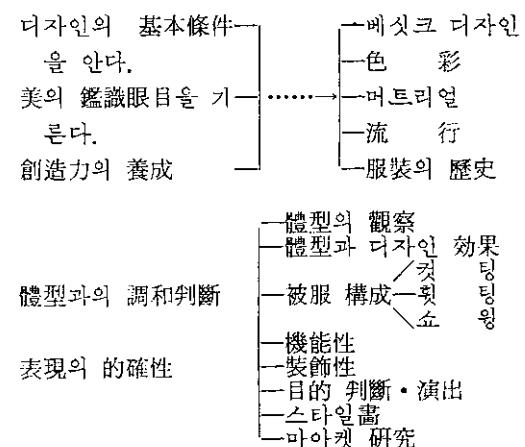
좋은 디자인의 個性的・獨自性에 있기 때문에 간혹 規範을 넘어서는 것이 個性的인 디자인이 될 때도 있다. 즉 디자인의 要素가 되는 여러 가지의 기초이론을 기반으로 하여 自己型에 適合한 色・形・材質 등으로 個性을 살리고 있다고 믿는 保守型, 무어리해도 流行속에 뛰어들어 조금 어색하다고 해도 自己에게 잘 어울린다고 생각되는 것을 받아 들여 그것을 바탕으로 하여 디자인을 展開해가는型이 있다. 條件이나 환경에 적합하게 하는 것은 各者의 方法이 있으며, 關心의 程度나 表現도 多樣하다. 즉 個性은 그 속에서 發見되는 것이다. 이 反面, 基초理念도 輕視해서는 안된다. 適用如何에 따라서 長點을 살리게 되고 또 缺點도 補充하게 된다. 즉 形態의 錯覺, 色彩의 錯覺利用이라든가 調和와 對立, 리듬, 프로로션의 應用은 作品에 個性的인 무드를 준다.

### 4) 被服의 환경에의 適應

近代產業의 高度 成長이 우리들의 生活樣式을 보다合理的으로 機能化해가고 있는 오늘날, 환경에 適應하는 被服도 形態에 있어서는 單純化되고, 數에 있어서는 增大하였으며, 그 分類는 어려워졌다. 여기에는 新纖維의 開發에 의한 纖維製品의 急增과 既成服의 進出이 原因이라고 여겨진다. 지금까지는 被服의 目的, 用途에 의한 性格이 確實히 特徵지워져 있었으나 現在와 같은 情報化時代에 있어서는 보다 더 機能化되어 融通性이 있는 被服이 환영을 받는 傾向이다. 例를 들면, 午前의 通勤服에 上衣를 걸치면 外出服으로, 악세사리를 달면 밤에도 입을 수 있는 夜會服으로 着用할 수 있다는 異의 個性的인 着裝이 연구되고 있다. 이것은 같은 型이 數많이 만들어지는 既成服의 缺點을 補充하는 方法이라고도 생각되나, 人工的溫度環境에 있어서의 溫度調節에도 좋다. 이와 같이 신속히 환경에의 適應이 되는 單純하고 그 위에 機能의 個性을 要求되며, 그 選擇에 있어서는 用과 美의 어느 것에 主體性을 두느냐하는 科學的根據에 立脚한 判斷力を 기르는 것이 중요하다.

## 2. 디자인을 위한 프로세스 (Process)

服飾디자인의 本質을 생각하고 무엇을 어떻게 배워야 할 것인가, 그리하여 그 表現에 이르는 프로세스를 정리해보면 다음과 같다.



## 1) 디자인의 條件

디자인의 活動은 人間의 發生과 함께 시작되었다. 우리들의 生活은 여러 가지 造形을 가치므로서 비로소 편리하게 또 圓滑하게 되는 것이며 그 위에 改良과 研究를 거듭하여 그것이 오랜 人間의 歷史로 쌓여 今日의 文明을 만드는 基本的인 힘이 되었다.

오늘날 一般的으로 디자인이라고 하는 用語가 意味하는 것은 藝術과는 基本條件에서 다음과 같은 相違가 있다.

藝術……個人의 純粹美의 追求

디자인……實用的 要素와 美的 要素를 同化시  
킨 造形이 디자인의 對象



藝術은 作者의 個人的・主觀的인 判斷下에서 이루워지는 美의 追求에 의해서 생겨나는 것이지만 디자인은 實用的 要素 즉 合理性이나 經濟性이 포함된다. 이 要素와 獨創的인 美가 디자인의 基本條件으로 여겨진다. 近年에 와서 人間工學이란 말이 많이 使用되게 되었는데 이것도 디자인의 基本條件인 合理性의 하나이다. 人體와의 適合, 機能의 發揮, 安全性이라고 하는 人體에의 合理性을 表現한 말인 것이다.

## 2) 美의 鑑識眼目를 기른다.

美의 鑑識眼目을 높이는 것으로서 베нич크·디자인 色彩・미트리얼・流行・服裝史의 研究 등이 있다. 이 以外에도 日常生活에서 建築・美術館・博物館・觀劇・音樂・패션쇼 등 感覺을 기르는 것은 많다. 디자인은 언제나 過去에 이어져 있으면서 今日에 살아 있는 것이다. 이러한 것들을 吸收하면서 セン스는 길러지는 것이며 사람은 환경에 따라서 セン스도 달라진다. 佛蘭西의 디자인이 世界의 耳目을 끄는 것은 환경이 좋기 때문이다. 最高의 技術과 最高의 魅力, 좋

은 傳統이 있기 때문이다. 現在 活躍하고 있는 많은 디자이너들도 모두가 원래는 一流디자이너의 밑에서 배운 사람들이다. 그러니까 좋은 セン스를 기르기 위해서는 처음부터 趣味가 좋은 것, 좋은 환경을 택할 것이며 좋은 것은 可能한 데 많이 봐서 아름다운 것을 敏感하게 느낄 수 있는 힘을 길러야 할 것이다.

## 3) 創造力의 養成

디자인이라 美를 創造하는 일이기 때문에 물론 才能이 必要하기는 하나 才能이 있다고 해서 創造가 처음부터 이루워 지는 것은 아니다. 周圍의 조그마한 생각이나 연구가 다음 發展으로의 시초가 되는 것이다. 더울의 말에 의하면 「車 속에서나 거리에서나 어떠한 곳에서나 인스파이션의 떠오르는 대로 즉시 그려 놓는다. 이러한 것들이 모여 그 가운데서 다음 創作이 誕生한다.」 그는 이리하여 코렉션의 아이디어를 낳게 되었으나 이것을 現實에서 살리는 段階에서는 再考 再觀察한 후에 正確한 判斷이 생겨난다는 것이다. 그러니까 뛰어난 才能을 가졌다는 것은 이러한 것을 土臺로 하여 感覺도 중요하지만 努力도 해야만 한다는 것이다.

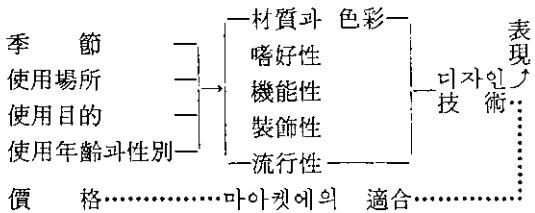
## 4) 體型과 調和의 判斷

每年 季節이 다가오면 새로운 코렉션이 발표되어 사람들의 關心은 거기에 집중된다. 거기에는 새로운 아이디어를 理想化한 모습이 있다. 우리들은 이 모습에 감동하여 매력을 느끼고 그 매력이 우리들로 하여금 衣服의 購入이나 製作으로 이끈다. 그러나各自의 衣服에 있어서는 쇼에서 理想化한 아름다운 모델과는 다른 現實의 모습이 있는 것이다. 키가 작고 살찐型 키가 크고 마른型 목이 길거나 목이 짧거나한 여러 가지 特色을 가진 體型이 있는 것이다. 이렇게 되면 現實의 體型에 대해서 그 美點을 強調하고 缺點을 補充하는 選擇眼이나 디자이너로서는 디자인上의 配慮가 필요하다. 한 사람 한 사람은 다르다고 하더라도 全體로서 보면 體型의 類型이 있어서 디자인에 대해서도 그 類型에 대해서 適, 不適의 共通된 方向性을 갖고 있다. 디자인 연구에 있어서는 이 方向性을 알아서 여러 가지 體型에 대해서 調和되기 쉬운 形으로 새로

운 創造를 하지 않으면 안된다.

### 5) 表現의 的確性

表現의 적합성이란 말에는 상당히 넓은 意味가 포함되어 있다.



이들 項目은 각기 적합한 表現完成을 위한 중요한 役割을 가지고 있다. 디자인은 여러 가지 要素를 總合하여 이루워지는 것이나 좋은 디자인, 좋은 옷을 만드는 데는 그 過程에 있는 技術을 잊어서는 안된다. 裁斷의 技術, 身體에 잘 맞게 하는 技術, 製縫技術 등 이들 技術이 디자인과 一體가 되어 表現의 적합을 다하게 되는 것이다.

### 6) 服裝과 流行

流行이라는 말은 넓게는

物件의 流行—

行爲의 流行—.....을 포함하여 一時의 文化思想의 流行— 現象을 가르킨다. 그러나 넓게는 服飾流行이 그 말을 代表한다. 우리들生活 속의 衣服의 位置에 대해서 歷史的으로 살펴보면 다음과 같은 커다란 變化가 있었다.

① 身體保護라고 하는 根本目的에서 때로는自己顯示의 手段으로 使用되었다. 古代에서는 女性보다 男性쪽이 裝飾的 變化가 있었다.

② 차츰 封建時代에 들어 服裝이 身分制度와 連結되어 服裝이 階級을 表示하는 方法의 하나로 되어 있다.

③ 現代社會는 大衆社會・消費社會라고 하여 高度의 資本主義를 背景으로 大量生產・大量販賣・大量消費라고 하는 커다란 움직임 속에서 衣服은 中요한 消費 存在가 되어 있다.

#### (1) 服裝의 本質的 要因

現代社會에 있어서 服裝의 本質的 要因을 생각해 보면 다음과 같은 것이 있다.

① 實用的, 合理的, 機能的 ② 社會認知要因  
③ 美的要因 ④ 心理的 要因

活動하기 쉬운 것이라야 한다는 點에서는 ①, 자기가 살고 있는 社會에서 다른 사람과 同化하여 同一步調를 취하고 싶다는 要求를 말하는 것으로는 ②, 다른 사람보다는 한 걸음 앞서 新鮮한 美感을 맛보겠다는 點에서는 ③, ④의 心理的要因은 劣等感의 補償이며 또 새로운 衣服은 着用하는 사람에게 新鮮感과 즐거움을 준다.

### 3. 뜻 음 말

우리는 오랜동안 우리 나라 고유의 衣裳인 韓服生活을 해왔다. 부드러운 線이 지닌 우아한 그리고 의젓한 아름다움은 독특한 민속복으로서 세계적인 자랑거리가 되고 있다. 世界의 모든 人類들이 입게된 洋裝과 우리 나라 옷을 비교해 보면, 洋裝은 오늘날 國際服으로 통용되는 우월성을 지니고 있는 反面에 우리의 韓服은 우아한 아름다움만으로는 衣服으로서의 使命을 다하지 못해 活動期에 있는 사람들에게는 度外視되고 있는 實情이다.

近日에 와서는 一部 服飾家들이 改良服이나 活動服을 구상해 보려고 努力하고 있으나 그 연구와 발전은 洋裝에 比하면 말할 나위도 없이 뒤떨어져 있다. 현대의 「스피디」한 生活은 모든 分野에 있어서 矢張하고 활동성이 있는 복장을 요구하고 있다. 이와 같이 우리의 衣生活에서 문제가 되는 것은 韓服과 洋裝의 二重生活을 하고 있다는 點이다. 결국 우리의 衣生活에서 가장合理的이고 현명한 태도는 자신의 생활범위 내에서 때와 장소를 가려 옷차림을 하는 것이라 하겠다. 예를 들면 韓服은 禮服이나 「파티」服으로서 그리고 家庭服으로서 보다더 韓國의이고 現代的인 감각을 살려 우아하게 着用할 것이며, 洋裝은 平常服으로나 運動服, 外出服 등으로 着用하면 좋겠다는 것이다. 우리는 함부로 韩服을 변형시켜 오히려 「이미지」를 깨뜨리지 않도록 留意하면서 우리의 고유한 아름다움을 살리도록 노력해야 할 것이다.

# 現代彫刻에서 抽象彫刻에 이르기까지

金 貞 淑

弘益大學校 美術大學 教授

## 1. 現代彫刻의 三巨頭

- (1) 真實한 人間의 探求者였던 Auguste Rodin (1840—1917)
- (2) 建築의 構成과 모뉴멘탈한 造型으로 造型藝術의 傳統을 세운 Antoin Bourdille (1861—1929)
- (3) 人體構成에서 彫刻에 造型美의 傳統을 세운 Aristide Maillol (1861—1944)

## 2. 抽象彫刻의 探求者

Constantin Brancusi (1876—1957)

- (1) 抽象의 探求者로서의 Brancusi
- (2) Brancusi의 作品世界



(圖 1) Rodin作「青銅時代」

## 1. 現代彫刻의 始作과 三巨頭

現代彫刻의 始作은 佛蘭西요, 作家는 “Rodin”에서 시작된다. 여기 現代彫刻의 始作을 불란서로 못박아 말하는 것은 19世紀 末에서 20世紀에 걸쳐 佛蘭西 作家 「Rodin」으로 始作하여 “부루델”(Bourdelle)과 “마이올”(Maillol) 등 三巨頭가 진정한 意味에서 現代彫刻의 밑거름이 되기 때문이다. 이들 三巨頭는 名實共의 功勞가 크다. 「부루델」(Bourdelle)과 「마이올」(Maillol)은 「로당」(Rodin)보다 20세의 年下로써 「로당」이 官學派와 싸우며 没理解한 대중의 비난과 싸워가며 萬難을 무릅쓰고 「로당」이 불란서의 豐富한 土壤을 파헤쳐 밖아놓은 길을 이어받은 것이라고 할 수 있다.

「로당」이 항상 말하기를 「내가 하는 것은 新發明이 아니라 真正한 彫刻을 再建한 것이다. 이것을 위하여 나로서는 할 수 있는데까지 다 하였다고 생각한다. 이제 내가 뜻다 한 것은 내 뒤에 오는 사람이 할 것이다.」라고 하였다. 그의

이 겸손한 豊言은 뒤에 확실하게 實證되었다.

「로당」의 제자였던 「부루델」과 「로당」이 발탁한 「마이올」은 先覺者 「로당」에 비하면 스승과 선배가 밖아놓은 大道를 당당하게 걸어갔다. 三者가 각기 그 氣質도 傾向도 서로 다르면서도 彫刻의 本質의 点에서는 同一하였다. 마치 땅 속에 묻혀 있던 彫刻의 精神을 外氣에 끌어내어서 奇蹟에 가까우리 만큼 大彫刻時代를 構築하였다고 表現할 수 있다.

「Rodin」과 「Bourdelle」과 「Maillol」은 現代彫刻의 聖壇을 받치고 있는 세 기둥이라고 하겠다. 그런 意味에서 現代彫刻의 始作과 發展에 있어서는 三位一體의 같은 存在다.

### (1) 真實한 人間의 探求者였던

#### Auguste Rodin (1840—1917)

「로당」(Auguste Rodin)은 1840年 巴黎의 官廳書記의 아들로 태어나서 어려서부터 그림만 그리고 공부하기를 싫어하던 「로당」을 그의 아버지는 美術직업 양성학교에 입학시켰다. 여기서 빗장을 배우고, 조각은 寫實派作風의 작가였



(圖 2) Rodin's work 「BALZAC像」



(圖 3) Bourdelle's work 「Anatoli France」

던 「까르보」 밑에서 공부하였는데 이 학교에서 배운 것들이 後世의 巨匠 「로당」을 만들었고 또 그로 인하여 官學派의 사람들과 一生을 투쟁하게 되었다.

1857년에 「로당」은 조각을 계속할 一念으로 미술학교에 계속 세번씩이나 입학시험을 치뤘으나 세번 다 낙방을 당하고 말았다.

로당은 一生동안 官展派와 투쟁하여 가며 現代彫刻의 始祖가 되었고 또 세기의 巨匠이 되었다. 「로당」이 당시 官展派와 싸우지 않으면 안 되었던 이유는 그 당시 官展派의 사람들은 古代彫刻의 形體를 美의 理想으로 생각하였기 때문이다. 이와 같은 尚古主義의 생각은 현실의 土壤과는 아무런 연관이 없는 것이었다. 그것은 오로지 옛날을 생각하고 통경하는데 지나지 않는 「形骸模倣」의 以上이 될 수 없었다. 즉 「美」의 根本思想이 결정적으로 “로당”의 現代彫刻과는 다른데 基因하였다.

로당은 「나는 古典을 모방하지 않고 다만 古代彫刻을 남겨놓고 잔 그들의 정신상태에 자기를 놓고 본다.」라고 말하면서 「그러나 官展派는 남겨놓은 고전작품을 模寫하는데 지나지 않고,

만일 어떤 意味가 있다면 古典作家들의 方法을 다시 발견해낸 것 뿐이다.」라고 하였다. 「로당」이 말하는 美는 참다운 美의 계시만이 美가 되는 것이고, 이런 「美」는 곧 생명의 약동이요 진실의 啓示를 表現하는 것이다.

「로당」은 物體의 表面을 보는 것이 아니라 속에서 밖으로 밀고 나오는 볼륨(量)으로 본다고 하였다. 즉 모든 것을 두께로 보았던 것이다.

「로당」의 彫刻家로서의 “눈”은 内部를 페뚫어보고 그의 “눈”은 自然의 外觀 깊숙한 곳에 内部의 真實을 보았던 것이다.

또 그는 말하기를 “藝術을 만드는 唯一한 原則은 보는데 있다.”라고 하였다. 본다는 것이 얼마나 중요한가를 강조한 「로당」은 “普通 平凡한 사람들이 自然을 그대로 描寫하였다고 해서 그것이 곧 藝術이 되는 것은 아니다”라고 절라 말하였다.

왜냐하면 自然을 그대로 描寫한 것은 内面의 真實을 보는 것이 아니고 外面만을 보았기 때문이며 内部의 真實을 본다는 것은 그 物體의 性格을 본다는 것이라고 하였다.

18世紀 以來 내려왔던 貴族의 趣味



(圖 4) Bourdelle作「한 쓰는 헤라크레스」



(圖 5) Bourdelle作「헤라크레스 頭部」



(圖 6) Maillol作「地中海」

와沈滯된浪漫主義에對해서「로당」의出現은 하나의劃期的인新風으로 되었다. 로당의人間에對한探求는 곧眞實한「美」의表現이고 그의性格表現은 사람들로하여금藝術作品이 정말어떠한것인가를再認識하게하였다.

「로당」의出世作品인「青銅時代」(圖1)는 “르·싸롱”(官展派)의審查委員들이人體에서石膏을뗐다는어처구니없는判斷으로落選을시켰고또「BALZAC」委員會에서委囑한文豪「바르작像」(圖2)도바르작記念委員會에서괴상하다는등, 사실이아니라는등하여받아들이지않아結局은「로당」이別世한後에야결작품으로 알려져巴里“몽파르나스”에세워졌다는것들은有名한實話이다. 「로당」은이와같이一生을두고官展派와싸웠던것이다.

## (2) 建築的인構成과 모뉴멘탈한造型으로 造型藝術의傳統을 세운

「Antoine Bourdelle」(1861—1929)

Bourdelle은1861年불란서南部스페인接境에가까운「몬도—반」이라는山속에서사는한家具職工의아들로태어났다. 15세때「도울스」市立美術學校에입학하였다. 전실하고공부잘하는이少年美術學徒, Bourdelle을위하여故鄉「몬도—반」市에서는장학금까지마련하여주었다.

1884년Bourdelle이23세때처음으로파리에

나가서國立美術學校入學試驗에二席이라는좋은성적으로입학되었다. 세번이나바로이美術學校入試에서不合格의苦杯를마신Rodin과는對照的인美術學徒였다. 그러나官立美術學校의“아카데미즘”에싫증이난Bourdelle은中途에퇴학하고말았다. 그후“로당”과만나助手로서Rodin의아뜰리에에서일을한적이있다. Bourdelle은로당을스승으로선기며매우고돕는좋은協助者였다. Rodin역시그를몹시아끼고나중에는존경하기까지하였다. Rodin作品의眞實한美의探求는劇的이며詩情이豐富한表現속에는建築的構成즉모뉴멘탈(記念碑的)한要素가회복하였던것에대해서는Bourdelle은아쉬움을느꼈던것같다.

1880年代에Bourdelle은當時Rodin이가례의市民,地獄門, 바르작등을製作하고있는期間이었다. 그때Bourdelle은Rodin의좋은協助者요친구도되었었다.

그러면서그는자기스승의缺點을누구보다도먼저알수있었다. 그는스승으로서의Rodin에對한존경과友情을항시잊지않고있었기때문에意識的으로그缺陷을補充하였다고한다.

Rodin이官能的인의反하여Bourdelle은精神의이었으며로름構成에注力하므로써造型藝術의傳統을세우기까지이루었다. 그렇기때문에

Bourdelle의 作品은 빈틈없이 철저하게 建築的인 조각이 되었고, 또 모뉴멘탈한 조각이 되었다.

당시의 文豪 “아나톨 후란쓰”(Anatole France)는 말하기를 「Rodin은 대담한 天才로서 훌륭한 作品을 많이 만들었는데 그 중에서도 「裸婦」 같은 作品을 보면 곧 땀띠들고 싶을 정도로 충동을 주는 作品이지만 그러나 綜合하는 科學性이 없다.」라고 했다. Bourdelle은 나중에 드니어 大佛蘭西의 傳統과 結合됨으로써 現 우리 時代에 있어서까지 크고 높고 힘찬 藝術家의 地位를 획득했다고 말할 수 있다.

「美術史上 지금까지 이렇게도 豐富하고 힘찬 創造的인 才能이 있었을까」라고 말한 아나톨 후란쓰는 Bourdelle의 作品만을 예찬하였을 뿐 아니라 친구로서도 매우 가깝게 지냈던 사이다.

Bourdelle의 만든 「文豪 아나톨 후란쓰 흥상」(圖 3)은 그의 肖像彫刻 中에서도 神技에 가깝다고 할 만큼 유명하다. 「아나톨 후란쓰」의 肖像은 「아나톨」의 모든 것이 들어있고 作者의 言語가 形態로 나타나 있다고까지 말하게 되었다. 彫刻이 가져야 할 힘의 가장 아름다운 꿈을 지닌 人間像이 바로 이 作品이다.

Bourdelle는 決定的으로 有名하게 한 作品은 1908년에 製作한 「헤라크레스」(圖 4)(圖 5)다. 이 作品을 「조씨네 내쇼날 보살」에 發表하면서부터

그의 位置는 확고하여졌다. 이 作品은 「헤라크레스」가 한 발로 岩石을 밟고 몸을 뒤로 빼여 全身의 힘을 다 해서 활을 쏘는 英雄像이다.

Bourdelle은 이 作品에 對하여서 自身을 이렇게 말하였다고 한다. 「나는 아직도 충분히 自由롭게 製作할 수 없는 形便이었는데 아주 아름다운 體格을 가진 한 친구가 자기의 作品製作을 위해서 포즈를 잡아 주어서 「헤라크레스」를 製作하였다. 그 때 자청하여 모델을 서준 친구도 몇시간 밖에는 할 수 없었다. 이 짧은 시간에 나는 「헤라크레스」를 만들었다.」고 했다. 이 作品으로써 Bourdelle은 Rodin의 데서 脫皮하여自身을 自覺한 일을 하게 되었다.

### (3) 人體構成에서 彫刻에 造型美의 傳統을 세운 Maillol

Maillol은 1861年 南佛蘭西 地中海 海岸 스페인 國境에서 태어나서 少年時節부터 地方學校에서 美術공부를 했다. 21세 때 巴리로 나와 國立 美術學校에 몇번씩 試驗을 치렀지만 낙방을 하고 겨우 聽講生의 資格으로 四年間 「가바넬」敎室에서 彫刻을 공부하였으나 별로 배운 것도 없이 學校를 나왔다. 그 後 「고강」「보나—루」등과 한 그룹에 끼어 그림을 그리다가 「타페스리」에 흥미를 가지고 故鄉에 돌아와서 조그만 아뜰리에를 마련하고 동네의 시골처녀 5~6名을 데리고 타페스리製作을 하는 동시에 木彫를 始作하



(圖 7) Maillol作 「세 잔느에  
게 바치는 紀念碑」

였다. 34세 때 아돌리에에 나오는 한 처녀와 결혼하였다. Maillol夫人은 一生 忠實한 아내였다고 한다.

37세 때 夫人과 같이 巴里로 다시 왔으나 너무 가난하여 故鄉으로 다시 돌아갈 생각을 몇 번이나 했다가 좋은 친구들이 (그 중에는 마티스, 피카소도 있었음) 페인트 칠하는 일까지 소개를 해주어가며 용기를 주었다. 이 어려운 가운데서 彫刻小品을 만들었다. 그 중에 결作品「레다」와 「손톱 깎는 女人」이 있다.

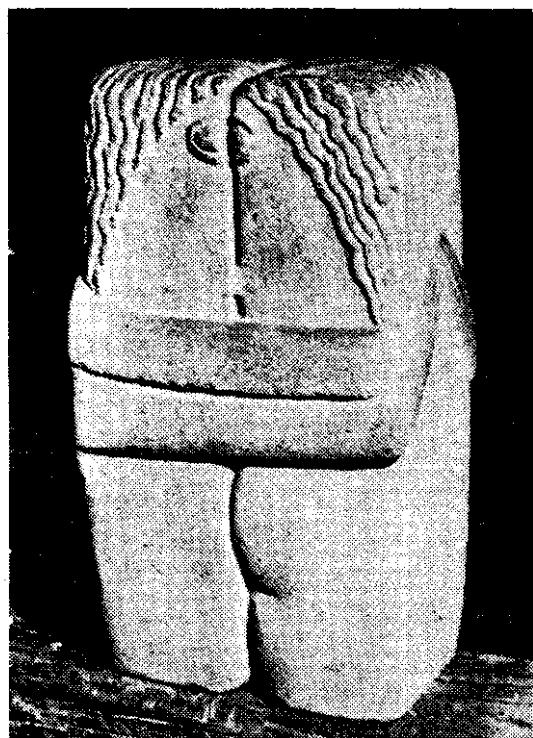
이때는 그가 눈이 나빠져서 「타페스리」 만드는 일을 중단하고 彫刻하는 데에 전념하던 때인데,自身은 「彫刻은 아무 것도 몰랐다」라고 까지 말하였다.

1902年 40세에 처음으로 30點의 小品으로 彫刻個人展을 열었다. 여기서 文學者 「옥다부 밀보오」가 너무 감탄한 나머지 世紀의 巨匠인 Rodin을 이 無名作家의 作品展에 끌고와서 보이기까지 하였다. 世紀의 巨匠은 이 無名作家의 小品 「레다」를 들고自身이 미쳐 하지 못했고 아직도 못하는 아름다운 순수하고 완전한 결작이라고 격찬하였을 뿐 아니라自身이 쓸쓸해짐을 느낄 만큼 驚嘆하였던 것이다. 그리고 美術愛好家 「케스라백작」에게 Maillol을 추천하여 後援者가 되도록 주선하여 주었다. 이 때에 Maillol은生涯의 大傑作 「地中海」(圖 6) (1902~5)를 製作하였다. 이 作品은 「싸몽·도돈느」에 出品하여 大賞을 받고 44세부터 겨우 먹고 살게 되었다고 한다.

그 후 「마티스」「밀보」등의 주선으로 社會主義者 「오구스트 부랑기」의 기념비를 만들고 그 후로는 Maillol도 조용하고 여유있는 생활 속에서 連續的인 製作生活을 하게 된다.

그 후에도 많은 記念碑와 記念像을 하게 되었는데 거의 全部가 評判이 좋지 않고 완성하여도 拒絶된 것이 많다. 故鄉에서도 第一次大戰後 곳곳에 戰死者 기념像이 서게되어 Maillol의 故鄉에서는 우리 地方出身의 高名한 大家에게 訂의하기로 하였다. 그러나 이 大家는 위촉받은 記念像마다 용감한 兵士를 만드는 것이 아니라 벌거 벗은 여인像만을 만들어 記念像이라고 내놓았다. 有名한 인상파화가 세잔느에게 받치는 記念碑 (圖 7)는 가장 풍만한 格調높고 간결한 裸女像으로 되어 있다. 이것 역시 普通의 記念

(圖 8) Brancusi作 「The Kiss」



碑의 개념에서 超越한 作品으로 一般은 理解하기 어려울지 모르나 藝家 「세잔느」에게 받치는 紀念碑로서는 가장 次元 높은 것이었다.

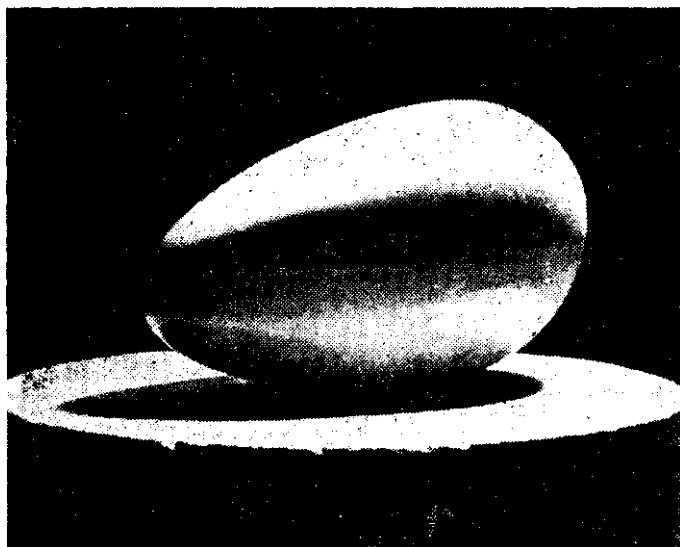
이 「세잔느」의 紀念碑 역시 이 작품을 위촉한 「세잔느」의 故鄉에서는 안 받겠다고 거절하였던 것이다(現在 巴里國立現代美術에 있다). 로당이 개척한 大道라지만 그도 그 나름대로 어려움은 있었던 것이다. 現代彫刻을 위한 그의 공헌은 人體構成의 造型에 있다.

도뉴멘트에 女人裸像을 고집해 가며 그는 女人裸體로써 彫刻의 침된 造型世界를 이루어 놓은 三巨頭 중의 한 기둥이다.

## 2. 抽象彫刻의 探求者

Constantin Brancusi (1871—1957)

진정한 예술가라면 그는 자기가 살고 있는 時代보다 한 世代를 앞서서 산다. 形態에 대한 예술가의 순수하고 본능적인 直觀과 창조적 감수성이 같은 시대를 사는 사람들 사이에서 유행하는 습관적인 次元을 항상 뛰어 넘어 새로운 세계로 달려가기 때문이다. 오직 作品을 통해서만 표현될 수 있을 뿐이다.



(圖 9) Brancusi作  
「Beging of the Word」

이러한 의미에서 본다면 Brancusi야말로 현대가 낳은 가장 순수한 창조적 예술가 중의 한 사람이라고 할 수 있을 것이다. 현대 추상조각에서 Arp, Laurens, Picasso, Pevsner, Gonzaleg 등의 대가들을 꼽을 수 있겠지만 Brancusi는 그의 작품세계에서나 그의生涯에서나 이들 중 누구와도 같지 않은 작가이다.

그의 작품세계는 누구의 영향을 받아서 이루어진 것이 아니다.

Rodin이 자기 밑에 와서 일해 주기를 요청했을 때 “큰 나무 밑에서는 아무 것도 자랄 수 없다”고 거절한 이 후 그는 누구의 가르침도 받지 않았다.

그는 현대 彫刻史에서 抽象世界의 문을 연 사람이라고 할 수 있다. Marchiori는 그의 「현대 불란서 조각」(Mordern French Sculpture) 속에서 현대 조각의 판념적 순수성의 원리를 그原型이 Brancusi에게서 시작된 것이라고 定義한다 있다.

Burnhame은 최근에 일어나고 있는 動力藝術 (Kinetic Art), 環境藝術 (Environmental Art), 人工頭腦工學的藝術 (Cybernetic Art) 등에서 추구하고 있는 藝術的要素들이 Brancusi를 비롯한 Gaudier-Brzeska, Moore, Arp 등의 生動的 기하학적 조각에서 이미 나타났다고 주장하고 있다.

Brancusi는 1876年 루마니아의 Hobitza라는 농촌에서 태어났다.

1895年 Craviova美術學校에 入學하여 1898年 그學校를 우등생으로 卒業하였다. Craviova美術學校를 졸업한 Brancusi는 곧 Bucharest에 가서 Bucharest美術學校에 入學하여 1902年에 同校를 卒業하게 된다.

美術의 나라 美術의 都市인 巴里는 그의 동경의 고장이다. 1903年 드디어 Brancusi는 걸어서 巴里로 向하여 길을 떠났다. 獨逸의 Munich과 Basel을 거쳐서 1904年 여름에야 巴里에 도착하였다. 巴里에서 그는 음식점 임시닦는 일과 루마니아人 教會에서 잡일도 하고 聖歌도 부르면서 번 돈으로 生活을 하였다. 1905年에 國立美術學校에 入學을 하였고 또 1906年에는 처음으로 美術의 都市 巴里에서 展示會를 갖게 되고 거기서 Rodin과도 만나게 되었다. 1907年에 그는 學校는 中退하였지만 처음으로 루마니아로부터 現代紀念碑 製作을 의뢰 받아 봉파루나스에 스튜디오를 마련하고 本格的인 巴里生活이 시작되었다.

現代抽象彫刻의 發展에 있어서 歷史的인 重要性을 지니고 있는 Brancusi의 藝品 全體를 볼 때 몇 가지로 나누어 아래와 같이 區分하여 본다.

#### (1) 抽象의 探求者로서의 Brancusi

Brancusi는 그의 작품세계에서나 그의 생애에

서나 現代의 다른 彫刻의 大家들 중에서 특이한 존재이다. 그는 現代彫刻의 관념적 순수성의 원리를 추구한 최초의 조각가이다. 최근에 새롭게 등장하고 있는 Kinetic Art, Environmental Art, Cybernetic Art 등에서 추구하는 예술적 요소들이 Brancusi의 조각에서 이미 나타난 바 있다. 그는 現代彫刻에서 抽象世界의 문을 연 사람이라고 말할 수 있다.

## (2) Brancusi의 作品世界

### ① 作品의 時期的 區分과 主題

Brancusi의 작품은 1907年 Stănescu Monument에 이르기까지의 초기 작품들과 1907년을 기점으로 하여 그의 作家的 個性이 나타나기 시작한 成熟期의 作家들로 구분된다. 그의 初期作品들은 특히 頭像의 사실적 묘사가 특징이다.

후기 작품들은 그 구성이나 의도에 있어서 초기의 것들과는 날카로운 대조를 이룬다. 그럼에도 불구하고 주제에 대한 관심이나 바탕을 이루고 있는 느낌은 초기의 작품들과 연관성을 갖고 있다. 그의 초기 작품 시기에서 마지막 사실적 頭像으로는 Torment(1907)와 Head of a Boy(1907)를 들 수 있다. 그의 후기 작품은 The Prayer(1907)와 The Kiss (圖 8) (1907)에서부터 방향의 전환이 나타났다고 볼 수 있다.

그가 초기에 즐겨 주제로 묘사하던 頭像에 對한 관심은 후기에 들어가서도 사라지지 않았다. The Prayer와 이후에 만든 190餘 작품들 중 42%에 달하는 79개의 조각이 頭像과 흥상이라는 사실이 이를 증명한다. 그는 특히 어린아이의 頭像을 많이 만들었다. Brancusi 자신이 일생동안 어린아이 같은 천진난만한 순수성과 생동력과 호기심을 버린 적은 없었다.

그는 보편적인 美의 정신적 실체의, 대상을 단순화하는 가운데에서 찾았다.

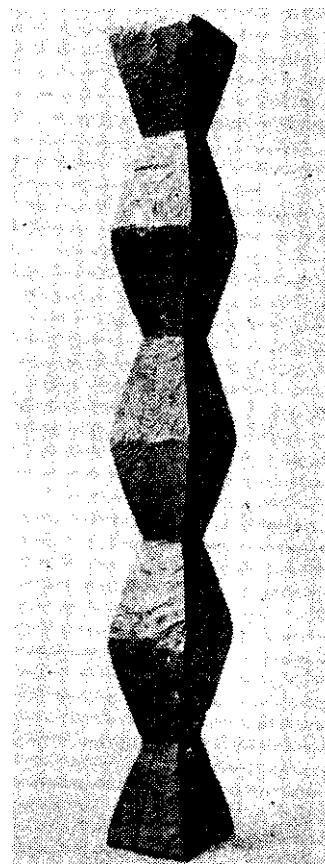
이러한 美의 추구의 결과 그의 頭像들은 차츰 卵形으로 단순화 되어, 대상의 형식적 묘사가 아니라 순수한 입체조형적 재료로부터 작가가 창조하려고 하는 의미와 image가 작품을 이루어 나타나게 되었다. 그의 작품들 중 계란모양을 한 Begining of the World, Sleeping Muse, Sculpture for the Blind (圖 9) 등은 이러한 예술가로서의 철학적 대화의 분위기가 잘 나타난 대표적 작품이다. 卵形의 작품을 통하여 보여주는

그의 철학, 즉 자연 속에서 단순성과 복잡성은 결국 아주 같은 것 즉 조화라는 사실이다.

Brancusi의 작품들을 주제별로 나누어 본다면 頭像 다음으로 많이 사용된 주제가 動物이다. 그 중에서도 특히 씨를 주제로 한 것이 27개이고 그 밖에 거북이나 물고기 등 다른 동물에 관한 것이 23점이다. 그의 동물조각들 가운데 대표적인 것으로 들 수 있는 것은 Bird in Space, Fish, The Turth을 들 수 있다.

그의 동물들 속에는 정치상태란 없다. 그의 작품 속에서는 동물적이고 자연적인 생명력이 약동하고 있다. 이러한 力動性은 형체가 단순화됨으로써 더욱 강조된다.

Brancusi는 19개의 건축적 작품과 Object를 만들었다. King of Kings, The Endless Column (圖 10) Prodigal Son 등이 그 예다. 이들은 대부분이 목조인데 이들 모두는 그의 다른 작품들과 성질이 환이하게 다르다. 즉 이 목조들은 한결같이 음울하고 마성적인 맛을 지니고 있다. 이 환



(圖 10) Brancusi作「Endless Column」

상적인 조각들은 특히 그 원시적인 성격에 있어서 아프리카人们的 종교적 우상을 연상케 한다.

## ② 作品의 構造와 形態

Brancusi에서는 항상 조각은 조각 아닌 다른 부분과 엄연히 구별된다. 그의 작품에서 臺는 조각 자체의 의미를 강조하기 위한 장식이지 조각의 일부가 아니다. 臺가 조각이 아닌 긴장감을 강화하고 있어서 臺와 조각은 그것들이 있는 공간과 함께 전체적인 조화를 이루고 있다. 그의 많은 작품들에서 臺는 작품 밑에 있으면서 작품과 같이 호흡하고 있다고 하리만큼 중요한 역할을 한다. 臺로 말미암아 작품의 긴장감은 더욱 고조되는 것이다.

Brancusi가 많이 취급한 두상 조각들에서 보면 무는 대개 한쪽 부분에 角을 이루면서 있어서 거의 끌이 뾰족하게 끝나 버린 듯한 느낌이 든다. 그는 목을 처리함에 있어 그것이 작품의 촛점이 되고 있는 머리를 밑에서 받쳐주는 등 균형처럼 취급되는 것을 피했던 것 같다.

Brancusi의 후기 작품들 중 특히 The Sorceress, Torso of a Young Man, Turtle 등에서는 軸의 복합적인 처리가 점점 단순성을 빼워가면서 나타나고 있다. 이러한 문제는 대리석 Flying Turtle에서 완벽하게 해결된다. 그가 오랫동안 써온 문제, 즉 복합적이면서도 통일적인 형태를 나타낸 것이다.

Brancusi는 하나의 주제를 가지고 형태와 재료에서 변화를 加해 가면서 여러 개의 작품을 만들어 냈다. 하나의 주제가 다른 작품으로 나타날 때마다 작품의 세부가 생략되어 형태는 점점 단순해지고, 작품 속에서 살아있는 사상은 점점 깊고 넓어져 갔다.

Brancusi의 작품이 인간을 압도하지 않으면서도 절대적으로 어필하여 오는 것은 그의 독창적 세계의 구축에 따른 base에서부터 분리시킨 주제작품 처리의 이지와 분명한 목적 하에 留保하

는 제작태도 및 그의 의지를 지적할 수 있고, Brancusi 자신이 인용하듯 기념비적인 요소와 과장적인 면을 배제한다는, 이러한 모든 요인에 의해 통일되어졌기 때문이다.

Brancusi는 놀랄만큼 강한 집념으로 그의 작업에 일관하였으므로 그의 창작활동이 그人生을 크게 변경시켰으며, 그의 도덕적인 면이 미학의 일면에 크게 영향을 준 실존의 위치에 도달된 것이다. 이것은 모든 순간 순간에 각각 다르게 반응되는 환경 속에서, 예술과 인생의 절대적이고 필연적인 연관성을 가지고 정진한 그의 생애에 의해 이룩된다.

그의 생애는 목적의 강렬성이 반영된 희귀한 생애였다. 그래서, 그가 택한 목적 밖에서는 어려한 것도 일어날 수 없고 모든 것은 그 목적에 의하여 그 목적을 위해서 형성되었다. 특히 Brancusi의 완전한 Vision은 이와 같은 생활관 및 철학에 의존되는 흔치 않은 안간본성파, 미술사적 면에서 전래되어 온 前例의 조각 개념의 파괴가 요구된, 시기가 적중한 상태의 소산으로서 숙명적이라 할 수 있다. 사물의 외관을 넘어서 관찰한 그의 Vision은 사물이 지닌 본질의 영역에 내재하고, 결국 절대성으로 귀결되는 것이다. 그리고 그가 성취한 단순성은 그 본질과 절대성으로의 환원이었다. 그것은 피상적인 새로운 형태에 대한 노력, 혹은 어떤 어떤 예술적 원리나 방법의 추종으로만 이를 수 있는 것은 아니다. 이와 같이 Brancusi의 Vision은 예술과 인생을 포함하는 종체적인 것이었다. 그것은 본질 속에서 실체를 찾는 휴식없고 지치지 않았던 탐구의 결과였다. 그는 그 본질적 실체를 예술 행위에서 보다, 그 삶의 존재성과 본질에서 발견하였다.

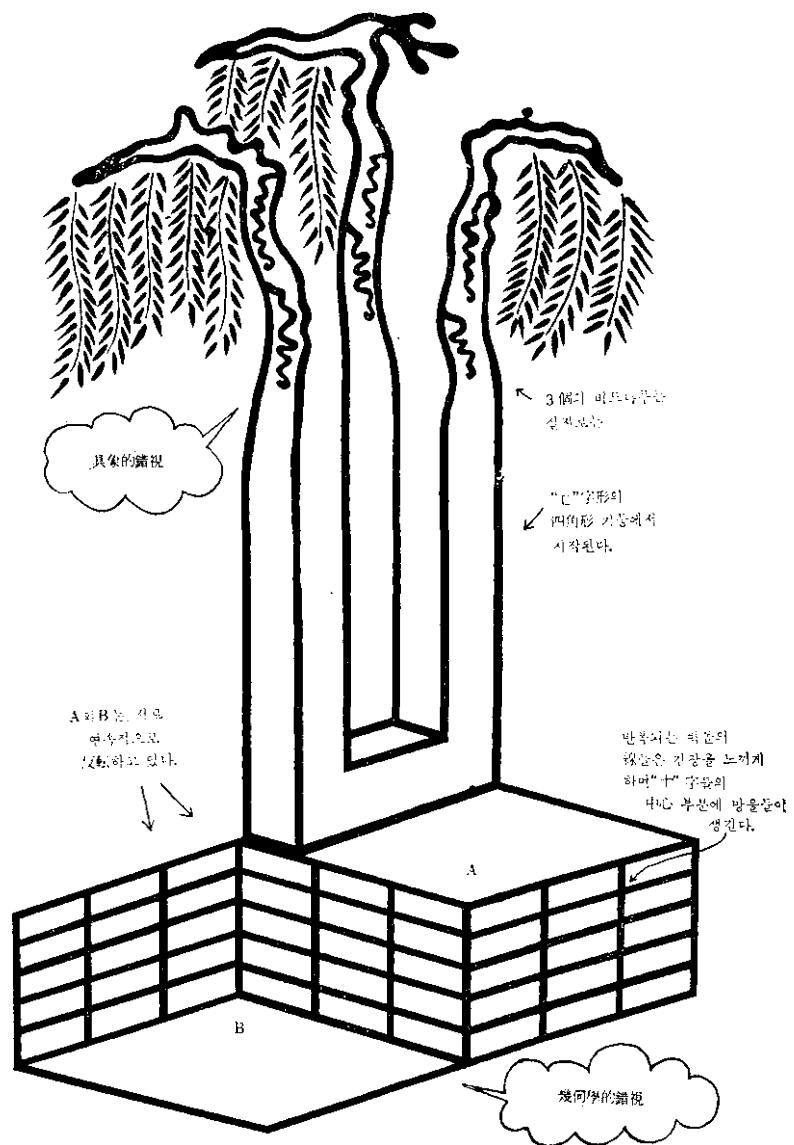
도덕적인 면과 예술적인 면의 힘찬 결합이, 다시 말해서 예술과 인생의 완전한 결합이 인간으로서도 존재할 수 있고 작가로서도 위대한 역사적인 인물 Brancusi를 만든 것이다.

# 裝飾포스터의 本質 考察

## —錯視와 Gestalt 心理의 側面—

양 호 일

漢陽大學校 應美科 助教授



Poster는 처음 Moulin-Rouge와 같은 巴里의 유명한 카페에서 Lautrec과 같은 유명한 畫家들에 의해 石版畫의 방법으로 시작되었다.

이러한 古式 포스터들은 오늘에 와서는 畫畫로서 잔주 된다. 그러는 동안 포스터는 歐州와 美國을 통하여 완전히 商業的인 廣告의 역할을 하게 되었다. 그러나 觀光이나 미술전람회를 알리는 포스터는 역시 그 製作이 증가되기 시작하였고 손쉽게 구할 수 있는 평범한 포스터가 되었던 것이다.

그러는 가운데 約 10년 전에 藝術家들은 포스터를 특별히 벽장식으로 만들기 시작하였고, 곧 하나의 독립된 藝術樣式으로 변하여 직접 市民들에게 팔곤 하였다. (註: ① A Treasury of Contemporary Art, Milton Rugoff, p.126) 이는 1960년 이후 特히 英國, Swiss, 美國에서 유행을 본 Art Nouveau Style의 Illustration이 展開된 이후부터 장식적 內容이 시작된 것이다. (註: ② Art Today, Ray Faulkner p.140)

이러한 포스터라고 하는 특수 양식은 그것이 풍부한 色彩感(Colorful)과 호소력이 강하여 (Arresting) 또한 충격적(Shocking)이기 때문에 자유로이 製作을 구사할 수 있고, 또한 藝術家들에게는 하나의 Exciting한 새로운 매개체로서 받아들여 졌던 것이다.

廣告의 原初的인 것의 하나인 포스터는 일찌기 今世紀初에는 하나의 藝術樣式으로서 歐州에서는 받아들여 졌었다. 그러나 그것이 Billboard과 Car-Card들로서 변환하게 되는데 이는 機械文明의 發達의 결과라고 본다.

몇년 전 美國大學生들은 자기 房의 벽을 장식하기 위한 포스터를 수집하기 시작하였다. (註: ③ Milton Glaser의 포스터는 Dylan Record album의 포스터로서 디자인 되었지만, 이 포스터의 기본機能은 裝飾的이며, 그것을 意識하고 디자인된 좋은 예이다. ibid. p. 82)

물론 現代포스터가 장식만을 위한 포스터 만이 제작되는 것은 전혀 아니다. 產業의 발달은 극에 달하여 廣告 本來의 商業포스터도 또한 여러가지 방법으로 제작되고 있는 것이다. 문제는 Sponsor를 가진 商業포스터도 역시 가급적이면 장식效果를 가질 수 있도록 제작되는 것이 오늘의 경향이다. 이러한 장식효과는 Hand-made

의 순수繪畫는 價格이 엄청나기 때문에 版畫나 장식용 포스터로서 効果를 누릴려고 하게되고 또한 그「불」이 形成되었던 것이다.

따라서 분명 포스터는 하나의 독립된 造形樣式을 가지게 되고 또한 그것이 다른 表現樣式과의 有機的인 관係를 충분히 맺고 있는 것이다.

그러면 이러한 장식 포스터는 어떠한 性格을 지니고 있는 것인가를 考察하여 보므로서 수집가들의 要求와 거기에 따른 本質에 더욱 접근해보기로 한다.

美國의 포스터 디자이너로서 代表的 作家의 하나인 Milton Glaser는 日本의 가장 人氣 있는 포스터 디자이너(어느 意味에서는 Artist라고 볼 수 있다)의 하나인 Tadanori Yokoo가 이 分野에서는 唯一하게 New York art museum에 초빙되었을 때, 그의 作品世界를 다음과 같이 評價하였다.

Tadanori의 作業方法은 모든 영향을 구사하였는데, 그 內容은 American POP Art(특별히 Warhol, Lichtenstein, Wesserman 等) Surrealism(특별히 Magritte의 Style) 이 주축을 이루며 그 외에 果肉(Pulp) 雜誌寫眞, 原始繪畫 그리고 印刷된 여러 종류의 하루사리를 등이 하나의 극단적인 形態로서 日本의 傳統的인 紋章, Symbol 그리고 그의 Image와 함께 모두 혼합, 정리하였다는 것이다. 또한 이러한 素材를寫眞, 爽花, Silhouettes, Type, 그리고 다른 많은 要素들을 「꼬라—쥬」(Collage)와 같은 방법으로 제작하였다.

따라서 특별히 인상적인 그의 作品은 Melodramatic하여 Erotic한 분위기를 지니면서 극단적인 난폭함과 흥분을 가장 천진난만한 內容 속에서 자아내게 하고 있는 것이다.

이러한 그의 不可思議한 手法은 現代美術의 모든 要素와 文法을 그가 충분히 消化하여 變形시켜서 自己化 하였다고 본다. (註: ④ Tadanori Yokoo by Milton Glaser, 1972—9 Idea 114)

이러한 Glaser의 評價는 따라서 포스터가 지녀야 하는 感情的 要素들인 Humor, Abnormality Dramatic, 그리고 Humanity(註: ⑤ Poster Design 大智 浩, p. 269 發想과 人間感情)를 모두 자유롭게 구사한 것이다. 또한 Milton Glaser, Peter Max, Lorraine Fox 등의 포스터들도 역

시 그 내용은 Dada와 Surrealism 그리고 American POP Art, 即 OP Art 등이 현대장식 포스터의 주된 表現 樣式이라고 보겠다. 이는 바로 수집가들의 기호와 美的인 소구력이 합하여 表現 된 樣式이기 때문이다.

이것을 다시 美意識의 本質로 한 단계 접근해 보면 人間의 心理的인 面과 生理的인 面의 表出이며 서로 서로가 有機的인 關連을 가지고 作用하기 때문이다.

다시, 이러한 人間의 心理的인 側面은 Dada와 Surrealism이라는 美術樣式으로 表現되며, 生理的인 側面은 生理的인 錯視(Optical Illusion) 現象으로서 그 美術樣式은 Pop Art 혹은 Optical Art 등으로 表現된다. (註 : ⑥ 양호일의 錯視의 本質考察에서의 결론은 形態—Gestalt—를 具象과 非具象으로 나누고 具象은 S. Freud에 의한 Rimbo狀態의 表出로서, 그리고 非具象, 특히 幾何學의 錯視는 網膜의 知覺作用만으로서 現勢 Energy로 전환되어 各己 Libido를 가지게 된다는 것이다. 漢大論文集 第8號)

이러한 現代 포스터의 주된 心理的, 生理的인 面은 자기 超現實主義와 Gestalt 心理學의 本質을 考察해 보므로서 더욱 확고한 性格을 알아 낼 수 있겠다.

Sigmund Freud에 의하면 超現實主義者들의 운동은 人間의 愛情과 증오, 그리고 공포와 환희로서 영위되고 있는 人間의 無意識의인 풍부한 世界를 깊이 觀察하였다고 한다.

Ernst, Dali, Magritte 등의 作業은 不合理한 속에서 現代人们的不安을 表現化 하였으며 많은 다른 運動이 일어나고 있는 가운데에서 藝術의 非物質的 實體가 없는 藝術로서 승화하려고 하였던 것이다. (註 : ⑦ A Treasury of Contemporary Art. p.126)

Dada로 부터 분명히 앞서 분리된 超現實主義는 대부분 Freud의 힘을 입었었다. 1920年以前에 이미 Freud는 이들에게 영향을 미치기 시작하였으며 (註 : ⑧ Freud가 精神分析學의 理論을樹立한 것은 1917年이었으며 그의 理論은 그의妥當性이 이미 承認되었다. 그러나 그의 理論은 누구에게나 認定된 것은 아니며 따라서 맹렬한 批判을 내리는 사람도 있고 事實 그自身이 더욱 補充해야 할 점이 많이 남아 있다. 그러나 그

根抵를 뒤엎을 만한 反駁이 없어진 것도 事實이다. H. Read Art and Society) 특별히 그는 性과 꿈, 그리고 無意識의 世界에 대한 연구에 몰두하였다.

Freud의 乳兒와 야단인들, 그리고 藝術家들에 대한 主張은 無意識의인 分리로서 形成, 내지는 축소 되었으며 초현실주의자들의 “우수한 感覺과 論理”(Good Sense and logic)라는 理由 때문에 藝術로서는 행해질 수 없다고 말하였다. (註 : ⑨ 여기서의 藝術로서 행해질 수 없다는 表現은 초현실주의의 意味에 反한 前來의 藝術樣式를 意味하는 것으로 밀어진다.)

그리고 Salvadore Dali는 Freud가 記述한 거의 모든 論文을 읽고 그의 精神病的인 狀態를 그의 畫面에 表現하였던 것이다. (註 : ⑩ Ibid. p.215)

“Surrealism의 觀念이란 經驗을 意識하는 것이며 一種의 理想主義의 傾向을 갖는 것이다.”라고 H. Read는 말하였다. 또한 Freud가 神秘라고 하는 것은 藝術家가 外觀上은 精神異常에서 생겨난 것임을 조금도 나타내지 않고 거기에서 調和와 均衡과 比例 등 우리가 美라고 부르는 모든 藝術의 特性을 具備케 하는 形式으로 그 特異한 私有物을 變形하게 하는 能力인 것이라고 H. Read는 Freud學說의 限界를 表現, 修正하였다. (註 : ⑪ Art and Society, H. Read. p.140)

以上에서 우리는 人間의 深層心理에서의 造形的 表現樣式이 Surrealism임을 알아 내었다.

이러한 本質을 다시 形態(Gestalt) 心理學에서의 解析과 비교해 보기로 한다. 近代 Gestalt 心理學의 선구자인 Köhler에 의하면 그 結論은 心理學에서의 生物學의인 理論(Biological Theory) 들은 순전히 하나의 神秘主義(Mysticism)이라고 한다. (註 : ⑫ Dynamic in Psychology, Wolfgang Köhler, p.114. 이러한 解析은 Freud가 말한바의 神秘性과 同一한 性格을 지님을 알 수 있다. Art and Society, H. Read)

그러나 Köhler의 문제는 오늘의 Gestalt 心理學에서도 부단히 研究와 實驗을 계속하고 있으며 따라서 아직도 이 分野의 完全한 正典(Canon)은 밝혀지지 않는 것으로 알려지고 있다. 왜 달리고 있는 車는 정지된 것처럼 느껴지고, 밖에 있는 가로수와 전봇대들이 車의 運動方向으로부터 反對로 움직이는 것으로 經驗되며, 왜 사방에

찍혀진 네개의 點이 네모꼴로 보이는가 라는 문제는 Gestalt의 一次的 문제들인 것이다. (註: ⑯ 形態心理學의 異端, 趙明翰, 思想界 1970年 3月號)

Gestaelt 心理學은 첫째 心理學과 知覺(Perception)의 神經的인面 사이의 어떠한 關聯性을 暗示해 주고, 둘째로 記憶(memory)과 知覺사이의 現存하는 可能性을 關聯지워주는 것이 Köhler의 해석이다. (註: ⑰ Dynamic in Psychology. Ibid p.28)

여기서의 記憶은 保有(Retention)와 그의 回復(Recall)을 意味한다. 따라서 Köhler가 暗示한 것은 두뇌(Mental)의 행위와 神經組織 속의 過程과의 밀접한 連結에 까지 와서 하나의 反應, 反響(Response)과 하나의 자극(Stimulus)이 나타난다는 것이다. (註: ⑱ Ibid. p.106, 실지로 OP Art가 선언된 것은 1964年 뉴욕近代美術館에서 개최된 <눈의 反應>展(Responsive Eye)이 契機가 되었고 그 以後 錯視는 造形藝術 전반에 침투하게 되었는데 바로 Response라는 單語의 意味에는 Köhler에 依한 反應, 反響의 뜻에서 따온 말이다.)

Gestalt 心理學에서 지적된 記憶과 知覺의 有機的 關係에서 記憶이란 Freud流의 해석에 따르면 Rimbo라는 忘却 속의 ID의 回復(Recall)이 現勢 Energy로 전환했을 때를 意味하게 되며 또한 Gestalt 心理學에서의 知覺은 生理的인 혹은 生物學의 意味를 지니게 된다.

이러한 知覺의 生理的인 해석은 形態(Gestalt) (註: ⑲ 여기서의 Gestalt의 뜻은 色彩를 떠난 Figure의 意味를 지니고 있는 것이며, 後에 Max Bill에 의해 意味의 수정이 되는데 그는 그의 外界環境形成에서 形態는 곧 美(Form=Schönheit)로서 Gestalt의 최종적 意味는 Form, Funktion, Schönheit=<Gestalt>라고 해석하였다.)를 보므로서 (as we see them) 하나의 感覺의 (Sensible) 인 結果를 초래하는데 이는 어디까지나 網膜을 통한 視神經 Energy의 發生과 그것이 知覺되어지는 상태 (Situation)를 意味한다.

이러한 視神經 Energy의 發生을 効果的으로 하려면 결국은 色彩나 形態가 錯視現象을 지니고 결파적으로는 Psychedelic한 상태가 되어야 한다는 것이다. 바로 이러한 錯視現象을 노리는

것이 幾何學의 OP Art의 本質인 것이다.

또한 이 문제는 “본다”라는 動詞가 暗示하고 있듯이 이 Process는 여러 눈에 비친 Image중에 특별히 知覺되는 形態는 눈을 뜨면 막 쏟아져 網膜에 영상되는 단순히 보인다고 하는 形態와는 相異한 獨창적인 個性을 갖는 特殊한 形으로서의 처리가 필요하다. 文字가 客觀的인 傳達을 하는데 대해 主觀的으로 傳達되는 概念은 반드시 일치되는 것은 아니지만 “보는 것”과 “아는 것”의 Process 중에서 특히 긴장을 주는 것이 포스터에 있어서 중요한 Appeal의 조건이 되기도 한다. (註: ⑳ Poster Design 大智浩, p.215)

이러한 심리적인 긴장은 網膜의 不合理(retinal Irritation)을 意味하며 또한 現存하지 않는 Image와 無彩色, 그리고 전환하고 變하게 하는 形態를 生產해낸 Anusz Kiewicz, Larry Poons, Bridget Riley, 그리고 Victor Vasarely 등이 實踐한 각각의 作品으로서 이는 現代理論이 없는 Graphic한 Illustration을 創出해 낸 바 있다. (註: ㉑ A Treasury, Ibid. p.15)

어쨌든 이러한 錯視의 Idea는 어느 정도 空中의 幻想과 POP Art와 같은 것이기 때문에 製作되어지고 또한 그것은 어느 정도 오락, 장난(Fun)이며 또한 幻覺의 藥들에 의해 표출되는 幻覺의 知覺效果 속으로 말려들게 해준다. (註: ㉒ Ibid, p.24 여기서의 幻覺의 藥은 化學의 意味가 아닌 物理的인 것으로 해석된다.)

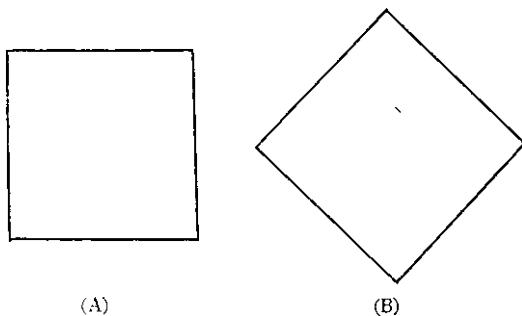
그러면 이러한 記憶과 知覺, 即 心理的인 面과 生理的인 面의 相互關係를 初期 Gestalt 心理學者들의 實驗을 통해서 觀察해 보기로 한다.

人間의 눈 가운데에는 色을 보면 충동을 느끼는 圓錐細胞(Cones)와 明暗에 感應하는 圓柱狀細胞(rods)가 網膜속에 위치하여 色相, 彩度, 明暗을 知覺하게 된다. (註: ㉓ Introduction to Psychology, Ernest, R. Hilgard, p.114)

따라서 Gestalt 心理學의 實驗의 原初의 意味는 色相과 彩度를 떠난 圓柱狀細胞에 의한 두 個의 极端적인 白과 黑에 의해, 即 Ground와 Figure로서 다루어지고 있다. (註: ㉔ Dynamic in psychology, Ibid)

(圖-1)에 의하면 두 個의 同一한 四角形을 A와 B의 位置로 놓았을 때 A에서의 느낌은 安定感을 느끼지만 B의 경우는 그렇지가 못하다. 그러

〈圖 1〉



나 B의 경우는 유난히 모서리 (Corner)가 똑똑히 의식되며 Figure와 Ground가 유난히 구별되어 진다.

(圖-2)는 M. Wertheimer 圖表로서 많은 일정한 點들이 同一한 거리로 Screen을 形成하였을 때 A에서 우리는 點으로 形成된 수직선들의 한 Pattern을 느낄 수 있고 B에서는 수평적인 線들로 構成됨을 알 수 있다. 類似한 作用의同一원칙으로서 이러한 정지된 Pattern들은 서서히 運動作用을 하게 된다는 것을 알 수 있게 된다. (註: ㉙ Ibid. p.66)

(圖-3)은 E. Rubin 圖表로서 뒤집히는 모양 (Reversible Figures)으로 하나의 圖 속에 그 중점에서 각기 30度의 角度를 잡은 모양은 처음에 하나의 形으로 보인다. 그 다음 그 背景의 나머지들은 조금 후 갑자기 形으로 느껴진다. 이러한 돌연히 교체되는 연속적인 문제는 어떠한 방

해나 훠방도 받지 않는다.

(圖-4)는 Gibson 効果라고 불리우는데 동일한 장격을 유지하는 圖의 部分에도 나란한 방향 중간에 하나의 直線을 긋게 되면 바로 그 直線은 反對方向의 曲線처럼 느껴진다. (註: ㉙ Ibid. p.106)

이 모든 현상은 두뇌의 感覺的인 組織의 相互關係에 의한 것이다.

이러한 實驗들은 以後 많은 Gestalt 心理學者와 造形藝術家들에 의해 많이 展開되었고 特히 Van Doren에 依한 點의 나열을 통한 造形의 要素와 文法의 反應은 가장 핵심적인 實驗이라고 본다. (註: ㉙ Doren의 著書 Industrial Design 참조)

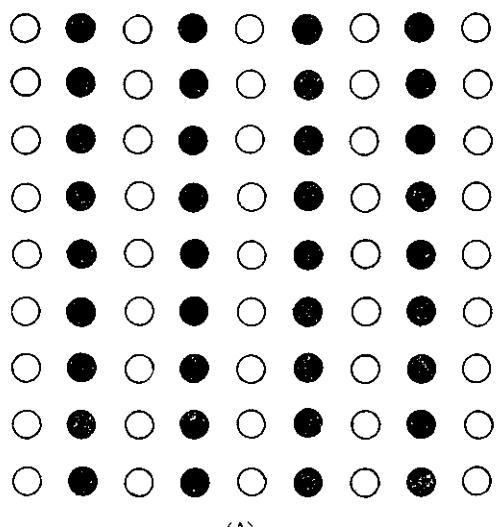
또한 가장 쉽게는 기본적인 화살표의 움직이는 힘은 視覺 Energy의 기본적인 상징인 것이다. (註: ㉙ The Visual Experience, Bates Lowry, p.27)

Gyorgy Kepes의 視覺言語 (Language of Vision)은 Gestalt 心理學의 생각과 方法을 引用한 것으로 點, 線形의 움직임과 空間, 色彩에서 오는 Energy를 說明한 것이기도 하다. (註: ㉙ Language of Vision p.16)

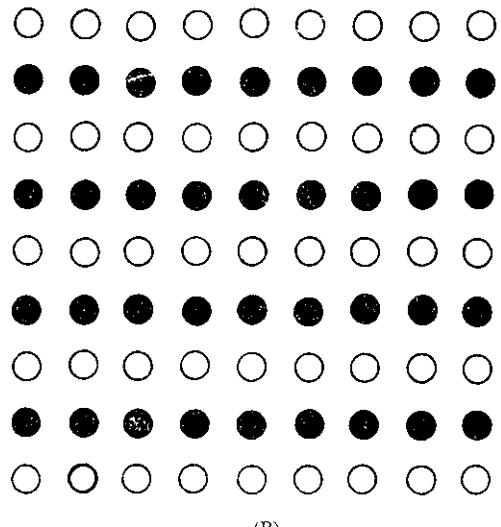
以上과 같은 Köhler의 Mysticism과 그 以後의 일련의 實驗들은 문제의 本質접근으로 끝없이 닥아 가고 있으며, 그러한 實驗들 속에서 하나의 暗示들을 제시하기도 한다.

이러한 문제를 美學的인 次元에서 본다면 元

〈圖 2〉

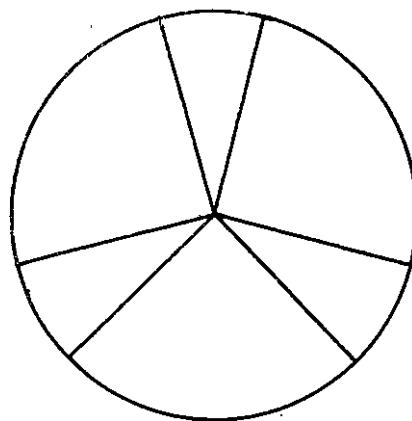


(A)

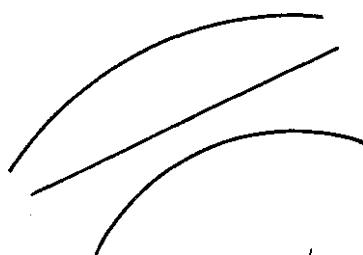


(B)

〈圖 3〉



〈圖 4〉



氣論 (Energik) 을 들 수 있겠다.

造形의 要素들로부터 나오는 힘 (Energy) 은 바로 造形의 本質로서 美學의 本質 자체를 元氣論에 두고 物質<諸造形要素=Gestalt>은 運動이라기 보다는 힘과 세력 (Power) 으로 본다는 主張이다. 即 空間 中에는 物質이라는 形態를 가진 存在들이 있어서 이는 物質 (Figure) 과 空間 (Ground) 의 概念으로 Energy의 積어리라고 볼 수 있으며 이것이 바로 物質, 生命, 精神이라고 主張하였다. (註: ㉗ 美學 藝術學, 金龍培, p.63)

따라서 Gestalt 心理學의 Mysticism은 美感에 있어서의 Energy와 Power를 意味한다고 볼 수 있다.

以上에서 論述된 것을 다시금 整理해 보면 造形藝術에 있어서의 美感의 근원은 美學의 in 논리로서는 Power와 Energy이다. 이러한 Power와 Energy는 可視的 現象化가 되었을 때의 錯視에서 오는 知覺과 超現實主義에서 오는 人間心

層의 作用에 의한 心理的인 狀態에서의 記憶에서 오는 快感 등이 각기 獨立 혹은 相互作用을 하였을 때 비로소 形成되는 것이다.

따라서 이는 美術樣式에서의 表現으로서 말을 바꾸게 되면 超現實主義와 OP Art로 表現되는 錯視現象이 現代造形의 本流를 이루고 있다는 것은 人間의 心理的, 生理的인 兩面을 充足시켜 주기 때문이다.

따라서 現代造形의 한 獨立된 表現樣式으로서의 장식 포스터의 追求하는 바, 바로 그 本質이라고 보는 것이다.

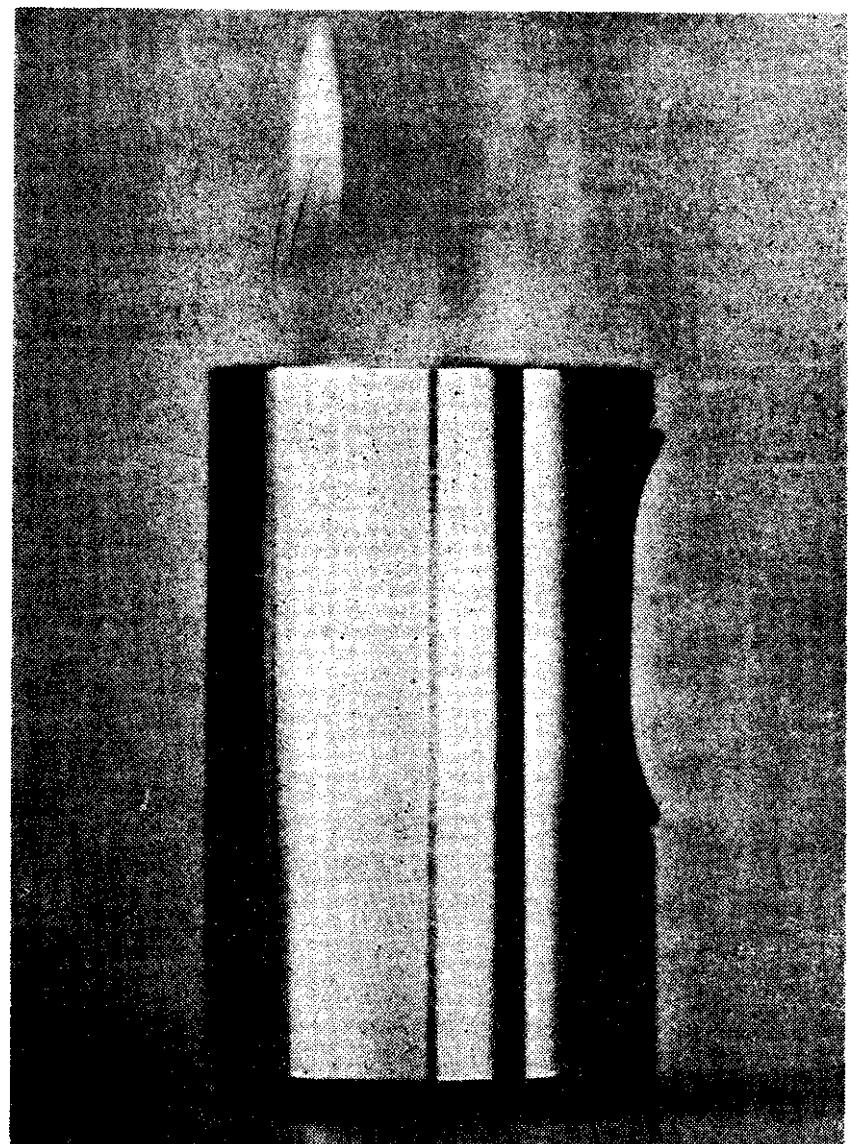
따라서 歐州나 美國, 그리고 國內에서도 이미 시도되어 오고 있는 諸 裝飾 포스터의 追求하는 바의 方向이 잡혔다고 보겠다.

Milton Glaser, Peter Max, Dadanori Yoko 등의 諸 裝飾 포스터 디자이너 或은 Artist들이 今世紀 造形世界의 Star들로 군림하게 된 動機가 바로 여기에 있는 것이다.

# 獨逸「BRAUN」社의 Design Policy

金順成

當센터 디자인개발실 연구원

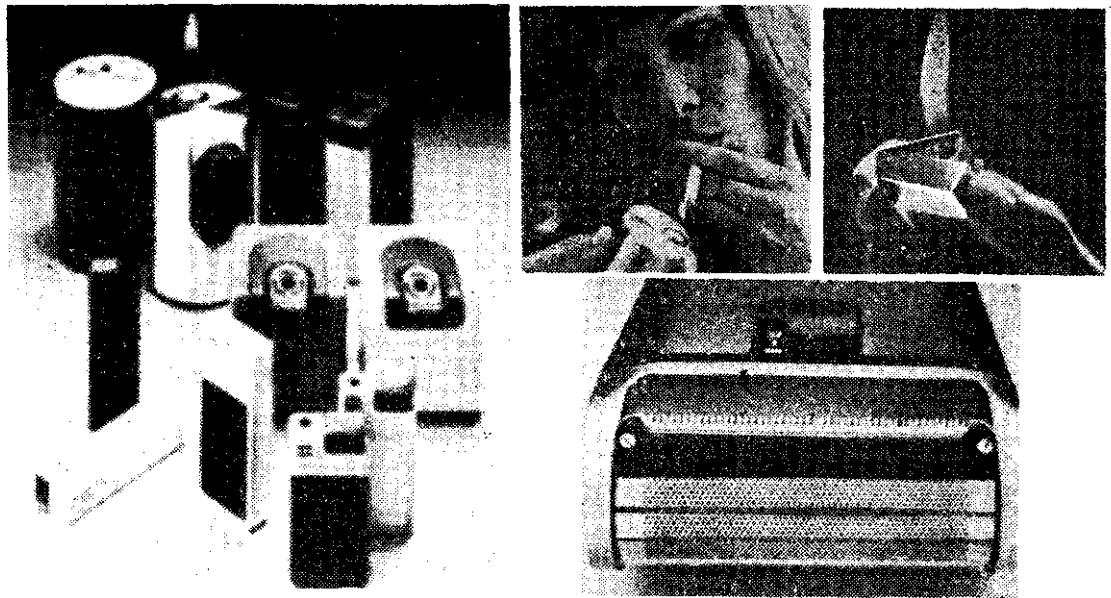


急進的인 輸出增大에 힘 입어 漸次的으로 國際化되고 있는 우리 나라의 企業經營에서도 근래에 이르러서는 Industrial Design이라는 말과 더부러 細分化된 意味에서의 Product Design이라는 말이 가끔 登場하게 되었다.

다시 말해서 企業經營에서 Industrial Design의 重要性을 널리 認識하고 있고 실제 製品生產에 Design을 연결시켜 「競爭의 武器 Design 創案」에 能動的인 姿勢로 임하게 되었다는 것이다.

여기에서 笔者는 模範的인 Design政策에 依하여 Design創案→生產→Communication에 이르기까지 一貫된 姿勢로 製品에도, 包裝에도, 廣告에도 必要한 機能이 십분 발휘되어 마치 「Good Design」의 合奏曲」을 연주하는 듯한 독일의 BRAUN社가 내세우고 있는 그들의 Design觀과 Design政策을 알아보고 消化함으로서 우리 企業社會가 앞으로 宿命的으로 당면하게 될 Industrial Design政策에 올바르고 直線的인 適應과 아울러, 그 結果로 國際化되는 企業發展에 조금이라도 도움이 되고자 한다.





## 「使用되는 Design을 爲하여」

이것이 Braun社에서는 Design Work의 出發點이요 到着點이다.

사람들이 Braun社의 Design에 觀心을 가지며 愛用하는 理由는 有用하기 때문이다.

現代人은 現在보다는 進步의이고 理想的인 方法으로 生活을 解決하고자 Good Design 製品을 찾고 있는 것이다.

그렇기 때문에 Braun社는 有益한 點을 注意 깊게 觀察하고 선택하는 知覺과 經驗과 判斷力を 갖춘 使用者를 항상 眼두에 두고 Product Design과 Communication을 進行하고 있다고 標榜하고 있는 것이다.

그들이 生覺하는 Good Design이란 우선적으로 使用面에서 有益性이 있는 理想的인 機能의 解決에 力點을 두어야 한다는 것이다.

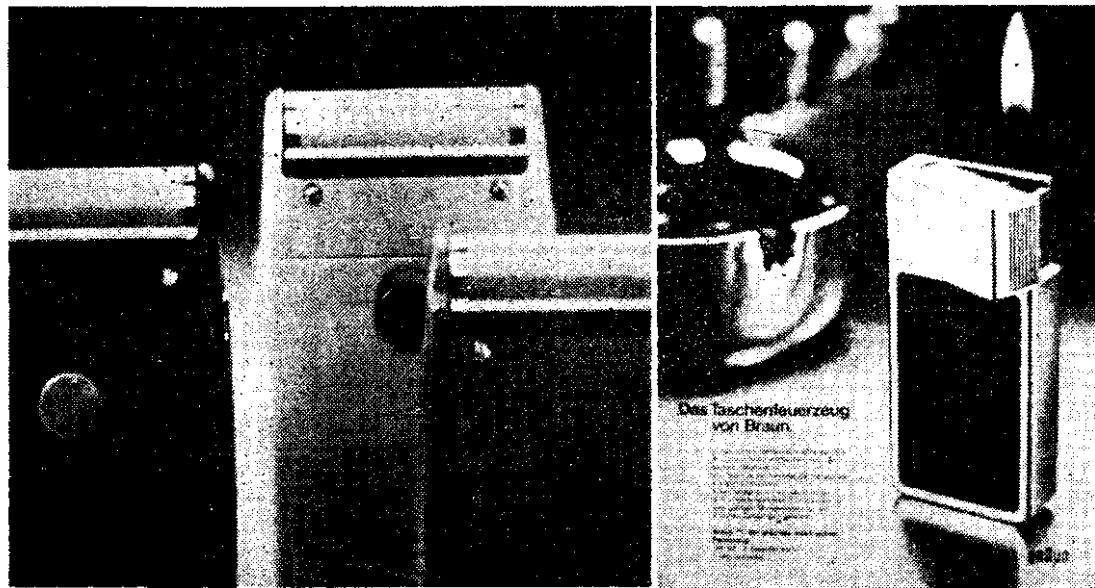
이제 機能이라는 말의 概念을 現代的인 寬은 意味로 생각해 본다면, 例를 들어서 전축은 단지 음악을 再生하는 機能 뿐만 아니라 使用者 個個人의 使用환경에 잘 調和되도록 하는 機能까지를 포함하는 것이 오늘날의 Design上 機能의 概念인 것이다.

「항상 消費者 便에서」 생각하자는 「마아케팅」의 根本精神과도 比喻 될 만큼, Braun社의 Design은 모두가 使用者 中心으로 進行되고 있는 것이다.

## 「Good Design의 根本原理」

Design社에서는 그 解答을 秩序에서 求하고 있다.

복잡한 오늘을 살아가는 모든 人間들은 피로하게 만드는 일을 피하고 있



다. 따라서, 感想을 目的으로 한 Design이 아닌한, 使用되는 모든 사물에게 共通的으로 명료하며 정연한 秩序를 要求하고 있는 것이다. 現在 우리가 經驗하고 있는 주위에서 秩序를 찾아 볼 수 있는 기회들이 實在로 많이 있다.

즉 高速道路의 案内標識類, 대중식당의 의자, 「아파트」의 秩序 등이다.

Braun社의 Design도 秩序정연함과 청결감의 原理를 바탕으로 이루어졌다  
고 볼 수 있다.

그들은 그들의 製品의 機能을 누구나 쉽게 즉시 認識할 수 있도록 하고  
있으며 使用方法도 分明하고 쉽게 알 수 있도록 하고 있는 것이다.

獨自의이며 無計劃한 要素는 혼돈을 惹起 시킬 뿐이며, 長期的인 眼目이  
되지는 못하는 것이다.

가끔 本人은 다음과 같은 말을 하는 경우가 있다.

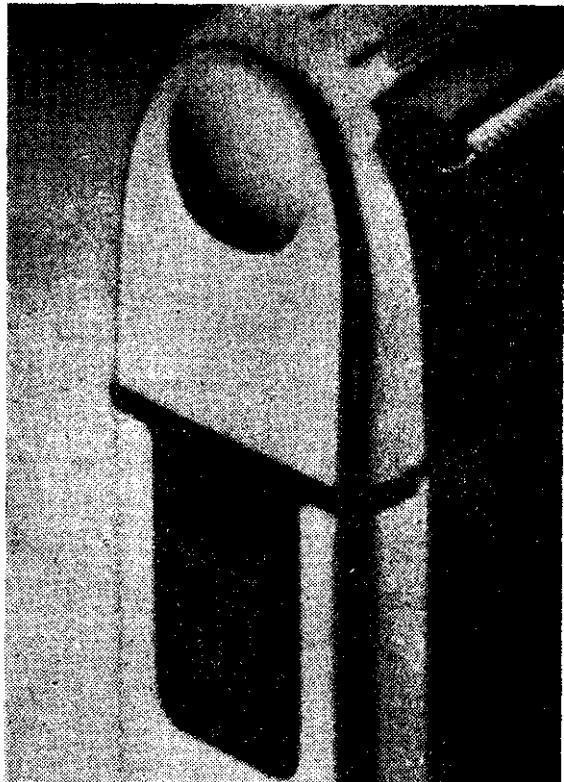
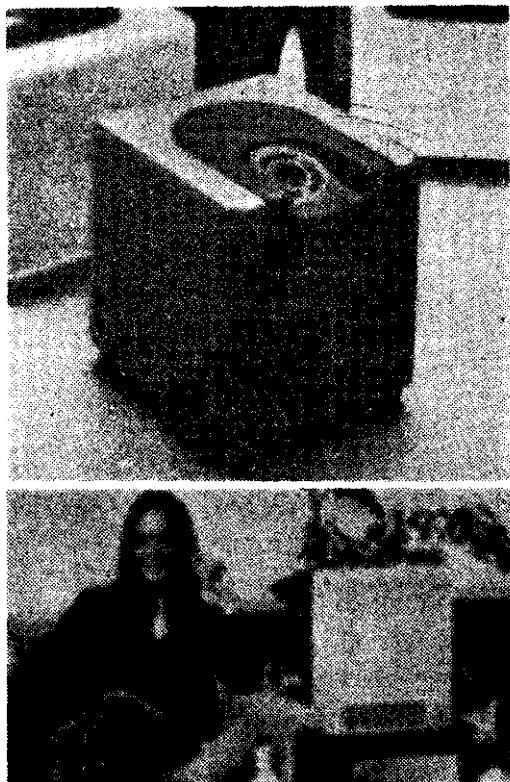
「디자이너에게는 고집(主觀)이 必要하다. Design은 特徵을 가져야 되며  
主觀은 그것을 갖추는 方法이기 때문이다. 그러나, 그 고집이 얼마나 客觀化  
될 것이나 하는 것이 問題이다.」

왜냐하면 Good design은 우선적으로 使用者에게서 決定되어져야 하기 때문이다.

Braun社에서는 他「베이커」의 것과 別로 區別하기 어려운一般的인 Design  
을 하고 있지는 않다. 그들은 모든 것을 시종일관 製品의 사소한 部分까지  
Braun社로부터 이루어진 것이라고 하여도 될 만한 Design만을 하려고 努力  
하고 있기 때문이다.

Braun社의 Design은 特徵이 있는 고집이 成功的으로 客觀化된 實例인 것  
이다. 그들의 Design方法은 결코 과상하거나 임기응변식으로 처리되었다고  
생각이 들게끔은 하지 않고 있다. 그들은 모든 使用者들이 쉽게 理解할 수  
있도록 하기 위하여 可能한 限 簡單하고 論理的이며 分明하게 하는 것을  
「Design의 文法」이라고 여기고 있기 때문이다.

그러한 理由로 그들은 항상 各 構成要素의 配列 및 他要素와의 關係, 그것



들의 形態, 規模, 色彩 등이 체계적으로 研究된 結果를 Design에 연결시키고 있는 것이다.

### 「Design의 經驗은 人間의 經驗에 있다」

Design은 人間을 爲해 있는 것이다. Design이란 根本的으로 正確性이 있어야 한다. 다시 말해서 人間의 體力, 身長, 感覺, 理解力 등과 一致하지 않으면 안된다. 이는 모든 「디자이너」가 宿知하여야 할 必修要件이라고 판단된다.

결국, Braun社의 Design은 他「메이커」의 Design과 基本的으로 다른 것이 아니라, 그러한 要件을 充足 시키는데 있어서 他「메이커」에 比하여 더욱 努力한 結果라는 點이다.

根本的으로 正確性이 있는 Design이라는 것은 經驗의 集合이다. 그렇기 때문에 專門的 經驗이 없어도 누구나 自格을 갖을 수 있는 「아이디어 맨」과 「디자이너」와는 本質的으로 다른 것이다.

製品使用에 있어 不便을 느낀다는 것은 使用者인 人間에게 注意를 야기시켜 왔다. 「디자이너」들은 그 注意에 對한 觀察의 훈련으로 經驗을 만들고, 그 經驗을 土臺로 하여 Design에 있어서의 問題點을 解決하여야 한다. Braun社의 「디자이너」들은 오랜동안 「카메라」「하이파이」 전축, 「믹서」 혹은 說明用 「팜프렛」이 어떻게 쓰여지는가를 포함한 여러 가지 過程을 보다 깊이 觀察하여 왔고 손잡이를 Design하는데 있어서 손에 가장 適合하게끔 하는 方法, 「라이터」를 켜는 가장 便한 方法, 또는 가장 읽기 쉬운 「팜프렛」의



Lay out 等의 人間工學의인 많은 研究와 經驗을 하여 왔다. 그 結果의 所產이 그들이 現在 進行하고 있는 Design인 것이다.

한 마디로, 그들의 Design은 全體의으로나 各 部分에 있어서나 항상 人間의이며 우선적으로 使用者에게 適合하도록 Design된 것이다.

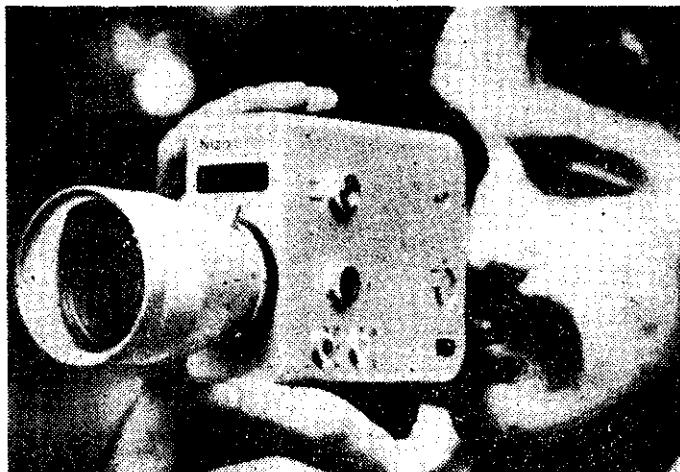
우리가 살고 있는 이 地球上에는 白色人種, 黃色人種, 黑色人種 등이 있고 級分方法을 바꾸면 정치인, 교사, 노동자, 예술가, 의사 등의 여러 가지 형태로 生活해 가지만 하나의 共通點 즉 人間이라는 共通點이 있지 않은가?

「Braun社의 「디자이너」에게는  
重要하게 取扱되지 않는 것이 없다」

注意깊고 密度가 높고 長期使用에 準備 수 있는 有利益을 目的으로 하는 Design에 있어서는 些少하게 처리되는 것이 없어야 된다. 外觀만 優美하고 内部를 등한시 해서는 안되어 二次的으로 重要하다면가, 부수적이다던가라는 部分은 「디자이너」에게는 없어야 되는 것이다.

비록 外面上으로는 하찮은 部分이라 할지라도 使用上의 目的을 지니고 있으며 때때로 使用되기도 하고 注意를 끌기도 하기 때문에 뚜렷은 比重으로 注意를 기우려야 할 必要가 있는 것이며, 심지어 사소한 說明書에 있어서도 흥미롭게 읽도록 가독도를 높여 주어야 한다. 그것은 廣告 Design의 경우와 같은 입장에서 Design되어야 한다는 것이다.

Braun社에서는 Design에 對하여 二重으로 等級을 區分치 않고 있으며 그들은 展示用으로 Design된 Sample이나 實在 使用을 為한 製品이나, 또 小



規模의 製品이나 規模가 큰 製品이거나 간에 똑 같은 比重을 배려하고 있는 것이다.

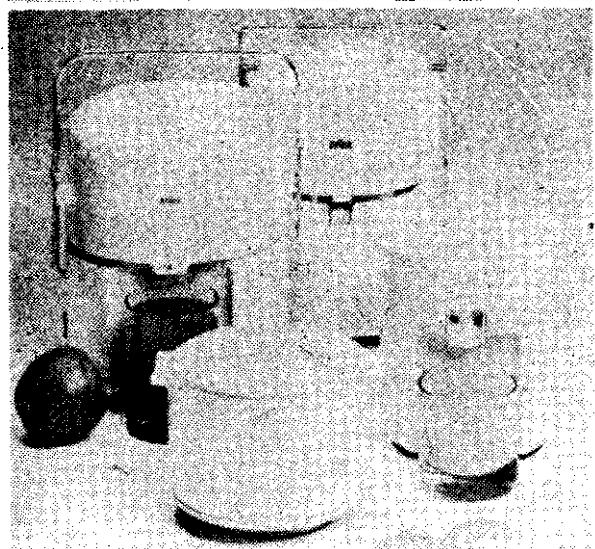
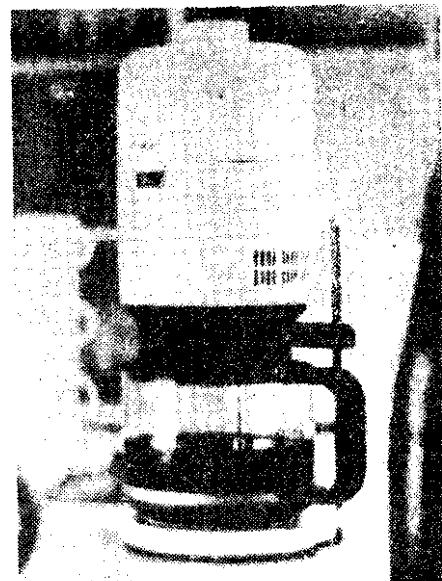
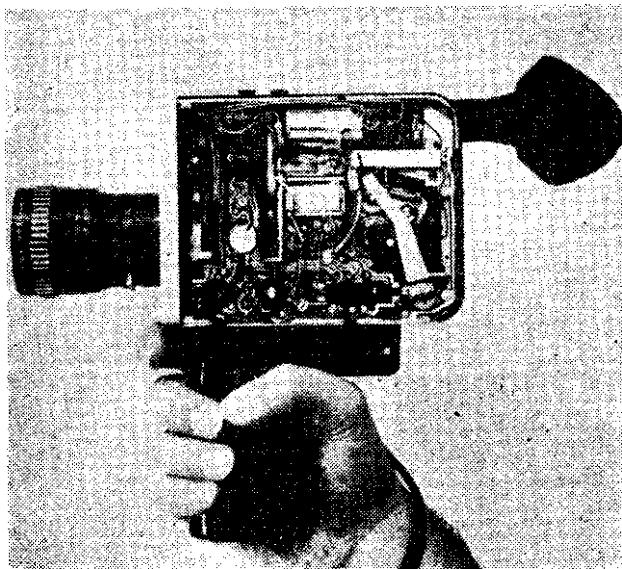
또한 比喻이지만 「아흔아홉 마리의 양보다 잃어 버린 한 마리의 양에 더 體心을 둔 「예수그리스도」의 말과는 조금 다르게 「디자이너」는 아흔아홉 마리의 양도 重要하며 잃어버린 한 마리의 양도 重要하여야 하는 것이다.」

「Braun社의 Design은  
모든 構成要所를 各各 적절한 比率로 配列토록 努力하고 있다」

Braun社의 Design에는 均衡과 調和라는 特徵이 있다. 그들은 모든 尺度, 構成要素, 表面 色彩 등 各 部分이 調和와 均衡을 이루도록 努力하고 있는 것이다.

그들은 均衡과 調和를 이룬 製品이 人間의 환경에 보다 잘 適合하는 客觀性이 있다고 생각하기 때문이다.

다시 말해서 그들이 均衡적인 比率의 Design을 研究한다고 하는 것은 根本的으로 人間에게 적절한 均衡의 比率을 Design에서 追求한다는 것이다.



「Good design이란 그들은 可能한 限  
작은 Design 에서부터 始作된다고 생각하고 있다」

Braun社의 Design은 항상 간단하다. 그들은 課題를 항상 可能한 限 작은 構成要素로서 解決하려고 努力하고 있는 것이다. 例를 들어 만약 탁상用「라이터」의 경우, 단순한 圆筒型, 또는 正立方體가 그 機能을 충족시킨다면 그 以上의 복잡한 形態의 것은 Design을 爲한 Design以外의 아무 것도 아니라는 것이다. 또 그것은 機能을 實現하는 以外에 感想을 爲한 Design이라고 말할 수 밖에 없다. 그러한 種類의 Design은 印象을 強하게 하기 爲함이나 人爲의 裝飾을 爲한 Design과 別로 다를 바가 없는 것이다.

Braun社의 Design에서 보이는 點은 그러한 種類의 「어프로치」에 對한 철



저한 反對이다. 여타의 것이 일체 無視되는 사이에 처음부터 本質의인 것이妥當性을 認定 받게 된다는 것이다.

그런 식으로 엿어진 形態는 조용하고, 알기 쉽고, 또한 영구적이며 經濟性이 엿보이게 되는 것이다.

「必要以上의 Design」은 오늘날에 와서는 19世紀의인 Design이며, 流行이란 「스피드」가 있는 것처럼 또 신속히 날아 버리는 것이다.

1955年에 Design된 Braun社의 「라디오」는 그 構成의 간결성과 청결성에 있어 결코 流行性이 있던 것은 아니었으나 그 點이 바로 오늘날에도 당시와 같은 現代性을 지니고 있는 理由라고 生覺된다.

### 「Braun社의 Design 政策은 모든 製品에 一貫性을 賦與하고 있다. 」

Braun社의 모든 Product Design과 Communication은 連貫性을 維持하기 為하여 소홀히 다루어 지지 않는다.

그것은 Braun社의 統一的인 企業姿勢 위에 成立되어 있고 個個의 Design은 그것을 基盤으로 해서 이루어진 것이다. 그들은 Product Design이나 Communication Design에 있어一般的으로 광범위한 計劃에 連貫性이 있도록 하고 있다. 따라서 Braun社의 한 개의 製品은 機能的으로 다른 Braun製品과 相互 補完關係가 있고 外面上으로도 물론 一貫性을 가지고 있다. 그래서 使用者가 Braun社의 製品을 선택하는 경우에는 Design上의 사소한 差異로 선택이 곤란치는 않다.

이래서 보다 많은 Braun社의 製品을 나란히 使用한다는 것이 可能해지는

Die wirklichen Impulse  
kommen anscheinend doch  
immer von Braun:



것이다. 하나 하나의 製品은 全體的인 連貫性의 一部分으로 Design된 것이다. 때문에 使用者の 환경에 適合할 것은 의심 할바가 없는 것이다.

따라서 Braun社의 모든 Design은 合理性의 一致로 인해서 相互關聯의 支援을 하고 있으며 또 받고 있는 것이다.

### 「Braun社의 Design은 人間의 行動樣式 變化와 더부터 改革되고 있다」

그들은 꾸준히 새로운 技術 위에 改良된 製品을 製造하고 있다. 技術이 發展함에 따라 製品의 쇄신이 可能해지고 必要해지기 때문이다.

같은 것이 Design에 對해서도 適用된다. 거기에는 終局的인 解決이 거의 없기 때문에 항상 진보하는 것이라고 할 수 있다.

따라서 그들은 Design을 함에 있어서 外面的으로 使用者行動의 一般化한 「체턴」에는 標的을 定하고 있지 않다. 習慣化되고 認定되어 머린 것에 對한 끊임없는 도전을 할 必要를 느끼고 있는 것이다. 전축은 이런 式으로 設置하여야 하고, 머리는 이런 式으로 말리고, 廣告文은 이런 式으로 읽혀 진다

든가, 說明文을 보고 사람들이 이렇게 생각한다는 등의 것들은 절대적으로 有効性을 지니고 있는 것은 아니기 때문이다.

오늘날 人間들이 前보다 더 變化가 심하고 그 變化에 行動을 適應함에 있어 얼마나 빠른가 하는 것을 우리는 經驗을 通해 잘 알고 있다. 또 새로운 方法이나 僞신적 解決을 얻으면 그 製品을 使用하므로써 自信들이 익숙했던 舊習을 버리는 同化의 能力이 있음을 알고 있는 것이다.

Braun社의 「디자이너」들은 항상 보다 나은 方法은 없나, 보다 効率的이고 理想的인 解決策은 없나 하고 自問하고 있으며 항상 진보적인 方法을 찾고 있는 것이다.

### 「Braun社의 Design도 역시 하나의 表現이다」

Design은 오늘날 大部分의 경우 궁극적으로 表現의 方法으로 使用되고 있다. 하나의 製品이 얼마나 좋고, 얼마나 便利하며 얼마나 진보적인가 하는 것을 表現한 結果인 것이다. 그렇지만 表現 그 自體와 品質은 明白히 區分되어야 할 것이다. 여기에서 우리는 Design에 對한 概念을 明確히 하여 둘必要가 있다.

좋은 Design이라고 해서 製品 그 自體의 品質을 實在보다 좋게 만드는 것은 아니다. 또한 實質의 品質을 숨겨 주는 能力이 있는 것도 아니다. 좋은 品質, 진보된 技術 혹은 僞신된 機能, 特性 등은 Design에서 그 表現을 찾는 것에 對하여 서로 協力하여야 되는 것이다.

Braun社가 進行하고 있는 Design의 끊임없는 特性은 技術과 機能과 Design의 効果的으로 協力된 表現의 結果인 것이다.

例를 들어 「하이파이」전축 「AUDIO 308」과 「REGIE 308」의 「콘트롤 패널」이 약간 경사진 것은 使用者가 그 機械를 만지도록 한 하나의 Design에 依한 「체스츄어」인 것이다.

### 「Braun社의 Designer 組織」

Braun社에서는 個人的인 Design Work는 하지 않으며 「팀워크」에 依하여 이루어지고 있다. 그들이 추구하는 一貫된 Design政策의 實現을 위해서다.

여기에서 우리는 「팀워크」에 依해서 이루어지는 Industrial Design의 경우, 單數名詞인 Industrial Designer라는 말이 어울리지 않는다는 JIDPO(日本產業디자인振興會)의 事務局長 「구루스」氏의 말을, 음미해 볼必要가 있는 것이다. Designer 한 사람이 「아이디어」에서 計劃 「디자인」까지를 一貫하게 된다면 主觀에 치우치기 쉽기 때문이다.

Braun社는 製品 Design部와 Communication部가 있다. 이 「그룹」은 Taunus의 Kronberg에 있는 Braun 本社에서 活動하고 있고 모든 報告를 社長에게 直接하는 社長直屬部署로 되어 있다.

그들 Design部署의 「메니저」 및 「팀」員은 그들의 一貫된 Design政策을 수행할 수 있는 能力を 完全하게 갖추고 있으며 經營者도 그 能力を 認定하고 있고 그에 必要한 支援을 아끼지 않고 있는 것이다.

그들의 製品 Design部는 技術部, 生產部와 밀접한 關係를 갖고 있으며

Communication部는 販賣部와 밀접한 關係를 맺고 있다. 물론 製品 Design部와 Communication部의 진밀한 상호교류는 Braun社의 Design 철학을 實現하여 주는 決定的 要素라고 할 수 있을 것이다.

그들의 各 Designer에게는 제각기 變化있게 수시로 주어지는 책임업무가 있다.

그렇다고, 專門的으로 分化된 것은 아니다. 各 Designer들은 部分的 책임업무의 수행과정에 있어서 서로의 調和는 철저히 이행되고 있는 것 같다. Braun社의 Designer 「팀」이 他「메이커」의 構成員에 比해 人員이 비교적 적기 때문에 그런 말을 할 수가 있는 것이다. 이것은 좋은 Design을 만들고, 또 Braun社의 Design을 發展시키는데 있어 대단히 重要한 要素로 생각된다.

Braun社의 製品 Design 순서는 최초의 단계에서 석고「모델」을 만들며 그 후는 정밀하고 完全하게 하여 최종 製品과 同一한 機能을 지닌 「프로타입」을 製作한다.

部別 人員構成은 다음과 같다.

#### 製品 Design部門

「매니저」: Director Rams

「팀 員」: H, Greubel 外 13名

#### Communication部門

「매니저」: Wolfgang Schmittel

「팀 員」: I, Billson 外 20名

### 「Braun社의 Design」

Braun社는 Design의 優秀함이 잘 알려져 있다. 그러나 Design의 重要性을 이해하고 진지하게 다루는 會社는 결코 Braun社 하나일 수는 없다. 그렇다면 Braun社는 Design의 영역에서 무엇이 特別한 공헌을 하고 있기 때문일까?

우선 먼저 그들의 Design 活動을 다음과 같은 本質的 特性으로 集約시킬 수 있다.

Braun社의 Design에 表現되어 있는 個個의 信念은 단순히 Braun社의 Designer 個個人의 信念을 表現한 結果가 아니다. 그것은 Braun社의 企業思想 그 것과 對應하여 企業의 總括的 活動目的과 行動을 一體化한 結果인 것이다.

그것은 製品計劃→技術→製品 Design→生産→Communication이라는 全體活動의 完全한 調和를 위하여 처음부터 끝까지 Designer生産를 參與시킨 結果로 成立되고 있다는 것을 나타내고 있다.

Braun社의 製品은 예외없이 使用者 各個人과 밀접하게 關聯을 맺는 日常的 效用을 지닌 實用品이며 결코 Design에 關心을 갖는 小數의 個個人을 위한 製品을 製作하지 않고 있다.

그들은 消費者를 求하는 商品의 가장 基本的인 조건, 즉 經濟性이 있으며, 品質 좋으며 使用에 便利한 製品을 만들고자 他「메이커」에 比하여 先覺者の 個個人의 自負心과 그들의 内部的 調和를 行動化하였기 때문에 좋은 結實을 얻고 있는 것이다.

# 아시아包裝聯盟(A.P.F.)

## 會議에 다녀와서

金宗煥

當센터 企劃管理室長

아시아포장연맹(Asia Packaging Federation)이創設된 것은 1966년의 일이다. 韓國, 中國, 日本, 印度, 펠리핀의 5개 국가대표가 東京에 모여 發展途上國家들의 包裝產業 發展을 為하여 技術情報의 交換, 國際的 協助, 展示會, 會議 등을 通한 技術增進을 目的으로 設立된 非政治的인 國體로서 每年마다 總會, 理事會를 開催하여 왔다. 韓國은 正會員國으로서 每年 代表를 파견하여 重要한 役割을 하여 왔으며, 나는 1974年度의 호주 시드니에서 開催된 第5次 總會 및 11, 12次 理事會에 當센터 張盛煥 理事長님을 모시고 參加하게 되었으며 그와 동시에 濟洲의 '74 包裝展示會를 參觀하는 기쁨을 가졌다. 當센터는 各國에서 出品하는 아시아國際包裝競進大會에 商業包裝部門에 2種을 出品하였다.

日程에 따라 5月 15日 金浦를 出發하여 東京에서 一泊後, 17日 아침 일찍 시드니에 到着하였다. 東京에서 16日 晚 8時에 出發하여 17日 아침 06:30(現地時間)에 시드니에 到着하는 長長 8時間에 걸친 太平洋縱斷飛行이었다. 지도에서만 보면 濟洲大陸, 그림이나 사진으로만 보아오면 신기한 異國의 風物을 感상하면서 시드니의 호텔에 여장을 풀었다. 19日에서부터 公式的인 日課가 開始되어 濟洲의 公設運動場(Royal Sydney Show Ground)의 회의실에서 「아시아 스타 콘테스트」를 위하여 中國이 不參한 가운데 7개국 32종목의 우수포장의 심사가 시작되었다. 韓國은 상업포장 분야에 해당하는 Scarf포장과 女子用 內衣포장이었는데 그 Design의 섬세함과 아름다운 色彩로 심사위원들의 주목을 끌었다. 各國의 出品中 심사위원인 나로서 가장 주목한 것은 工業포장 分野에 出品한 日本의 板유리 포장이었다. 우리는 서울의 거리에서나 점포에서 복제 살상자 속에 짚을 완충제로 使用하여 포장한 것

을 흔히 보아 왔다. 日本은 이것을 改良하여 골판지 상자 속에 유리를 넣고 四方에 Styropole 완충제 및 새로 개발한 AB flute 아닌 x flute(아직 확실한 명칭은 없으나 日本代表의 설명에 의하면 특허 출願中이라고 하며 골의 높이가 AB flute의 3배는 될 것 같이 보였음)를 사용하여 운반 및 취급에 편리하도록 만들었다. 우리 나라에서도 板유리의 원활한流通을 위하여 改良을 試圖하여야 할 것으로 생각하였다. 各國의 32品目의 설명이 끝난 다음 심사위원장 Mrs. Johnision-Bell의 투표방법에 대한 설명이 있는 후 記名投票에 들어갔는데 나는 어떻게 해서라도 아시아 스타상을 차지하겠다는 一念으로 열심히 說明을 했지만 막상 투표를 하게 되니 약간 초조하여졌다. 開票결과 女性用 內衣포장이 6點으로 入賞決定되었을 때는 정말로 기쁘고 안도의 한숨을 내쉴 수가 있었다. 勿論 工業포장 分野에서는 日本이 차지하였다. 20日은 11차 理事會가 있는 날이다. 張盛煥 理事長님을 모시고 會議場所인 Sebel Town House의 회의실에 도착하였다. 泰國은 가장 많은 7名의 代表를 이끌고 參席하였고 中國은 사퇴서를 提出하고 不參하였다. 多分히 政治的인 理由인 것 같다. 11차 理事會의 主要 토의사항은 APF定款을 修正하여 一個國에서 一個代表機關만이 參加케 되어 있는 現定款을 修正하여 地域을 代表하고 있으면 二個機關이라도 參加할 수 있도록 하는 것으로서 多分히 中國과 中共이 共히 加入할 수 있도록 길을 터놓는데 目的이 있었다. 非政治的인 모임이기는 하나 國家를 代表한다는 것은 不得已한 일이었다. 理事會에서는 定款改定을 할 수 없으므로 22日에 開催된 5次 APF總會에서 決議하도록 하고 其他 案件을 다룬 後 午前에 11차 理事會를 마치고 午後에는 濟洲包裝協會 主催로 개최되는 濟洲 74年度 包裝展示會에

參加하였다. 主로 濠洲國內포장산업의 展示였으나 많은 包裝기가 展示되어 화려하였다. 濠洲 公設運動場의 展示館에 많은 會社들이 展示지容器에서부터 組立式 “콘테이너”에 이르기까지 各種 포장 및 기계가 展示되었다. 5月 21日 午前에는 Seminar에 參加하고 저녁에는 Asia star 시상식과 ANPack star 시상식에 參加하였다. 數百名의 包裝產業代表들과 各國 代表들이 參加한 가운데 開會宣言과 더불어 첫번째로 韓國의 女子用 內衣包裝이 Screen 裝面에 비치고 墓上에 位位置한 濠洲 第二產業省長官이 張盛煥 理事長님께 Asia star 상장을 수여하였다. 우리와 같은 박수 속에 많은 人士들의 人事를 받고 기쁨 속에 榮光의 저녁을 끝마쳤다. 5月 22日에는 5차 APF총회와 12차 理事會의 日程에 따라 총회에 參加하였다. 11차 이사회에서 토의 한대로 정관修正을 可決하였으나 會長選任의 作業이 남아 있었다. 그 때까지 會長이었던 濠洲의 Mr. Johnston Bell의 제의에 따라 香港의 Mr. Fung(그 때까지 제1부회장)이 萬場一致로 會長에 선임되었다.

當 센터 理事長께서 第一副會長이 될 차례였으나 다음 6차 때에 會長으로 選任되면 APF의 事務處를 맡아야 할 일, 그리고 그에 따르는 경비 등을 考慮하면서 다시 第二副會長에 유임하였다. 第一副會長은 政策의으로 日本에 양보하고 APF事務處를 一年 더 日本에서 계속하여 주도록 萬場一致로 要請하였다. 日本은 JPI(日本包裝協會)에서 年 15, 000~20, 000\$ 정도의 追加경비 額을에 隘路를 느끼고 있는 모양이었다.

午後에는 濠洲디자인協議會를 방문하였다. 작은 建物의 二층을 차지하고 6名의 디자이너를 두고 지금까지 개발한 各種 新製品을 參觀하고 現況 說明을 들었다. 濠洲의 各州에 支部를 두고 各產業體에 直接 出張가기도 하고 要請에 依하여 用役에 응하기도 한다고 한다. 各種 제품을 當의하여 우수 Design상표를 수여하고 每年 수여한 우수 디자인의 “카타로그”가 完備되어 外國과의 무역, 國內調達業務 또는 한 거름 나아가서 消費者保護에 重要한 구실을 하고 있었다. 우리 나라에도 이러한 制度가 하루바삐 채택되어 센터 振興業務의 重要性이 널리 인식되었으면 하고 느꼈다. 約一週日에 걸친 濠洲訪問日程을 끝마치고 「인도네시아」, 「홍콩」을 경유하여 5月 28日에는 中國包裝協會(CPI) 및 中國디자인 포장센터(C.I.D.P.C)를 訪問하게 되었다. 中國디자인 포장센터를 訪問하고 가장 감명 깊었던 것은 「오토바이」「전자계산기」 등에 이르기까지 日本製品의 디자인을 탈피하여 中國自體의 디자인에 依存하고 있다는 것이다. 우리는 한국의 공업디자인 업무의 진흥을 위하여 지금까지 우리는 뒷을 하였고 앞으로

로 뒷을 하여야 할 것인지 금곰히 생각해 볼 일이다.

Taipei에는 海外무역업무의 진흥을 위하여 4층 건물의 中國貿易展示館이 있었다. 우리 무역협회의 상설 전시관과 비슷할 것이라 생각하고 도착하여 보니 월센 규모가 큰 것이고 中國內에서 생각되는 모든 製品들이 陳列되어 있었으며 특히 人形의 경우에는 世界各國의 古代人形에서부터 現代의 人形에 이르기까지 收集하여 놓은 것이 이채로웠다. 勿論 우리나라의 춘향이와 이도령 人形도 전열되어 있었다. 中國包裝協會를 訪問하였을 때에는 Canada에서 제작된 포장교 육용 Slide를 참관할 수 있었다. 現在까지로는 가장 좋은 교육보조물로서 Canada가 자랑하는 그 Slide의 한국판이었으면 포장관리사 교육 등에 가장 적절한 교재가 될 것이라 생각하였다. 포장협회를 방문하고 귀로에 中國 Mingchi工科技術學校 졸업생의 졸업전시전을 참관할 수 있었다. 한국의 디자인포장센터 理事長이라는 소개를 받고 전시장 內의 학생들이 일제히 박수를 친다. 사진 후라쉬의 세례를 받으면서 장내를 보는 가운데 재봉틀의 서로운 디자인에서 사무용품의 디자인에 이르기까지 여기에서도 많은 工業디자인 제품들을 볼 수 있었다. C.I.D.P.C에서 들은 이야기이지만 日本의 기계가 一分間에 Screw nut 200개를 生產할 수 있는데 反하여 中國에서 디자인된 기계는 一分에 400개의 Screw nut를 生產할 수 있다 한다. 中國은 工業디자인 분야에 있어서 우리보다 앞서 있는 것 같고, 무역도 후자를 나타내어 경제도 安定되어 있다고 들었다.

이번 APF이사회 총회를 계기로 호주, 홍콩, 中國 등을 돌아보고 센터업무의 중요성을 더욱 절실히 느끼고 깨닫는 바가 많았다. APF도 언젠가는 국제정치의 소용돌이 속에서 中共 加入문제를 부정하기는 힘드는 일이 아닌가 생각한다.

디자인 振興: 특히 工業디자인의 振興政策에 있어서 나는 여러 가지로 이번 방문의 기회를 通하여 생각한 바가 많았다. 工業디자인의 올바른 方向은 여하히 하여 工科계통의 Engineering Skill과 美術分野의 Design Skill을 결합하여 그림이 아닌 實際의 製品이 生產되게끔 할 수 있을 것인가? 美術大學出身의 Designer는 工科의 Engineering skill을 모르고 勿論 工科出身의 設計者가 또한 Design에 對하여 잘 알리 없다. 이 둘의 능력을 결합하여 야만 우수한 디자인의 TV가, 전자계산기가 生産되고 국산품의 품질을 향상할 수 있는 것이다. 이 面에 있어서 많은 자료를 수집하여 뒷인가 디자인의 教育 面에 反映 되어야 하지 않을까 생각된다.



第5次 A. P. F. 総会에  
参席하신 張盛煥 理事長  
(1974. 5. 22. : Australia Sydney 에서)



ANPACK' 74 展示館을 돌아보시는  
理事長 (Sydney)



C.I. D.P.C.를 訪問, 現況을 聽取하시는  
理事長 (1974. 5. 28. : Taipei)

# 商工美展 포스터 研究

申 彦 模

디자인개발室 責任研究員

商工美展 行事도 이번으로 9회가 된다. 前回 까지는 OP Art(視覺表現) 樣式으로서 抽象的인 形態의 内容이 大部分이었다. 勿論 그것은 감각적 表現으로는 우수한 作品이지만 主催官序인 商工部의 의도하는 목적에 適合한 表現이라고는 할 수 없을 것이다. 왜냐하면 商工美展의 目的이 輸出商品의 質的向上과 產業디자인의 육성 發展에 있기 때문이다.

포스터 제작에 있어 어려운 것은 위의 目的에서와 같이 商工業 發展과 產業디자인이라는 無形의 内容이 실로 어려운 문제가 되지 않을 수 없었다.

디자인 제작과정에서는 一次 몇가지의 案을 낸 다음 그 몇가지에 대한 것을 商工部와 当센터의 의견 및 보충사항을 모아 2次로 2점을 제작하여 그 중 1점을 선택하게 되었다.

그러나 商工美展의 内容에 따른 설명적인 포스터가 되다보니 포스터가 가져야 할 디자인的要素와 視覺的인 表現이 약하며 印刷上 製版 과정에서 어렵게 된 것은 디자이너로서 아쉬운 점이 아닐 수 없다.

## 디자인 過程

사진 ②-⑤에서와 같이 製作된 4点은 아이디어의 方向이 각기 다르다.

作品別로 보면,

사진②는 지구와 空間, 人間으로서 人間의 머리 속에서 아이디어를 창조하여 어떠한 有形의 製品으로서 變化하여 世界的 市場의 進出을 뜻하는 계단적인 설명이 된다. 作品의 색상도 全體的으로 opera → carmine → orange에 이르는 赤色系의 강한 색으로 100m 밖에서 Running 상태에도 Appeal할 수 있는 자극적인 포스터이다.



결정된  
포스터

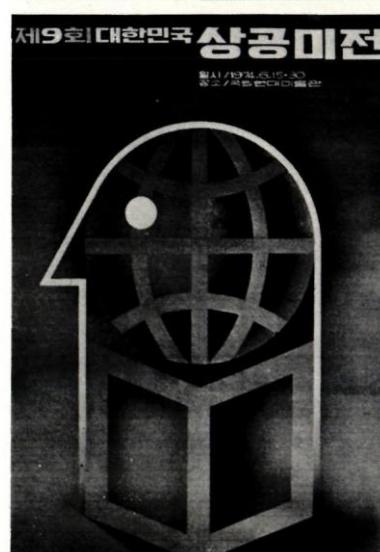


사진 2



사진 3



사진 4



사진 5

사진③은 工業機械를 상징하는 齒車와 퍼레이드 감정을 주제로 한 작품이다. 앞에서 말한 바와 같이 商工美展이 디자인으로 끝나는 것보다 더 나아가 製品化되어 產業發展을 목표로 하기 때문에 기계의 상징인 치차와 축제 무드를 살린 것으로 색상은 Pink Blue Orange의 강한 線에 Gray 색을 바탕으로 하였다.

사진④는 Commercial & Industrial Exhibition의 C.I.E. 약자를 pattern化 하였다.

全体의 Form은 Package의 立体를 강하게 살리었고 가운데의 구름은 우주 空間에 떠 있는 무궁한 아이디어를 상상하게 하였다. 색상은 Black의 white를 使用하고 구름 부분과 Lettering 부분에 有彩色을 넣었다.

사진⑤는 사진③에서와 같은 아이디어로 工業의 상징인 치차와 공장 축제의 분위기, 아이디어가 피어 오르는 動的의 느낌이 강하게 나타난다. 색상은 Blue-Black의 두 색을 사용하였다.

디자인 방향 결정에서 위의 사진⑤에 관심을 모았으나 과학 전람회와 같은 인상을 받았고 사진②는 아이디어의 머리의 형태는 좋으나 의미없는 立面体와 지구가 결점이었다.

사진④는 C.I.E.의 pattern化 한 것은 좋으나 구름은 좋은 평을 받지 못하였다. 결국 방향은 ②의 머리 형태와 ④의 C.I.E.를 선택하여 결정적인 案을 제작하였다.

### 印刷方法

원색分解用 原稿를 当센터에서 제작하여 印刷所로 넘기었다. Size는 93cm×64cm이며 分解方法은 indirect方式으로 하였다.

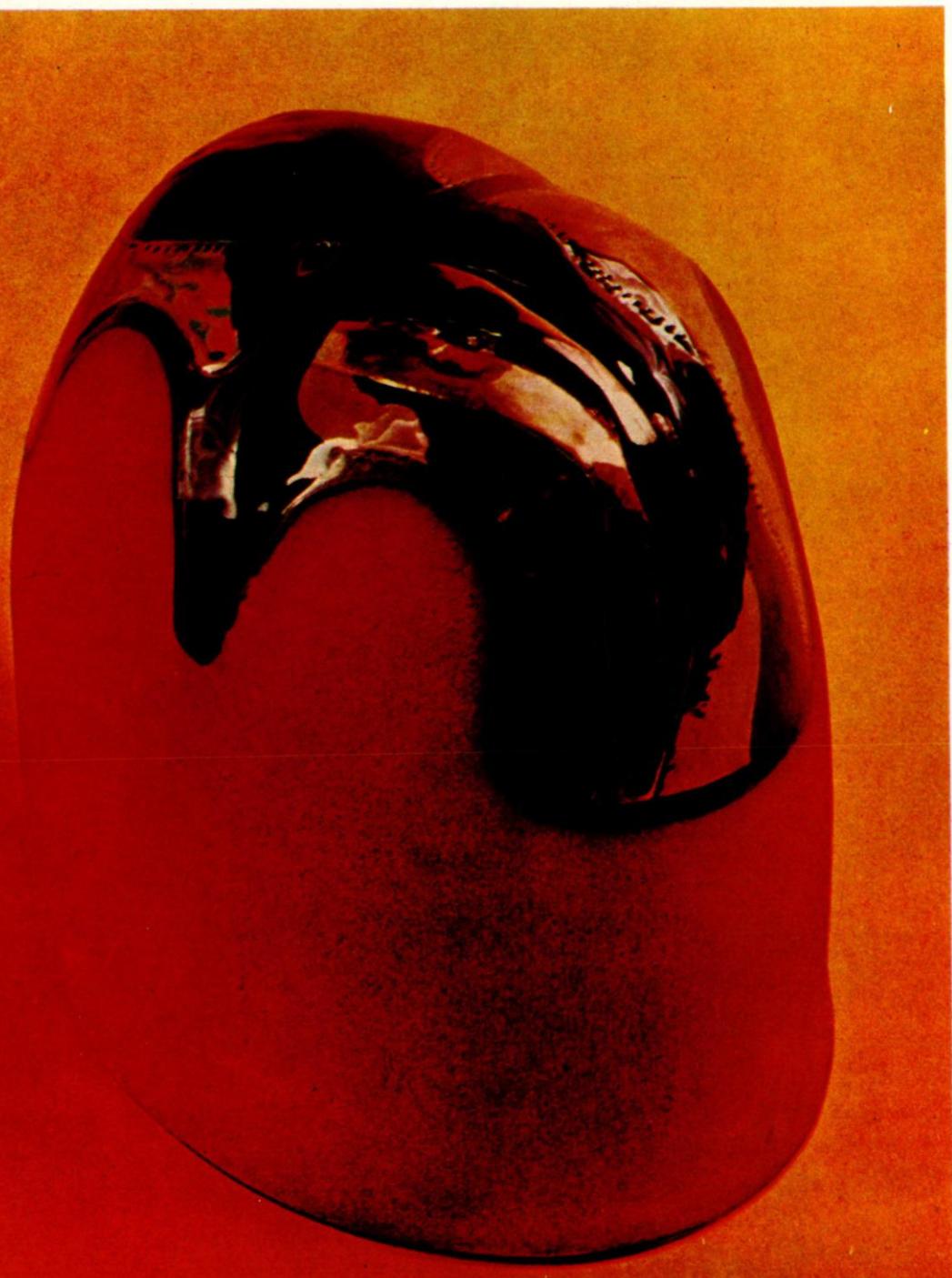
製版時에 망은 80線으로하여 밝은 색과 어두운 색의 Tone을 자연스럽게 처리하였다.

印刷에서는 原稿에 가까운 效果를 얻었으나 全体的으로 產業과 輸出, 抽象的인 製品의 Image를 설명하다 보니 포스터의 生命인 Key point가 없어 서운한 과제를 남긴다.

# 生産과 패키지 디자인

李 化 栎

同德女子大学 教授



## 24. 生產과 패키지 디자인

### (1) 包裝과 生產에 따르는 技術

生産性 要素는 패키지·디자인의 構成部分中 화려한 그라피カル한 활동에 눌려서 생색을 내지 못하는 경우가 많다. 그러나 일단 패키징의 必要性에 의문이 발생한다면, 패키지·디자인自體에 어떤 문제가 생기면 의해 生產性을 둘추게 된다. 하기야 生產性은 형태가 만들어져 있고 創造的인 묘미랄지 賣上面 등의 직접적인 功績하고는 거리감이 있어 보이는 것은 사실이다. 그러나 웅장한 고층建物도 堅固한 基礎가 要因이 됐듯이 패키지의 경우에도 要因이 된다는 사실을 알아야 할 것이다.

製品이 제아무리 優秀하다 손 치드래도 包裝 없이는 치열한 市場競爭에서 견디지 못할 것이다. 商品이 商品化의 과정에서, 生產工程을 거치지 않는 한 패키징의 生產性은 가장 基礎的인 조건이며 出發點이 된다. 패키지의 責任範圍는 消費者 손에 商品이 도달하고, 소비행동이 계속되겠지만 生產技術의 役割이란, 일단 工場에서 出荷까지 限界를 그어 생각하는 것이 적당하다고 본다.

오랜 試練의 經緯를 새삼 둘추지 않더라도 그동안 包裝의 驚異的 發展과 樣式의 발달은, 패키징의 一般化에 多大한 성과와 貢獻을 한 것만은 사실이다.

그러나 한 편으로는 그것이 工場에서 生產ライン을 한층 번거롭게 한 것도 事實이다. 가령 우리가 즐겨 애용하는 인스탄트 라면이나, 커피가 家庭에서 손쉽게 이용되는 대신에, 生產上에서는 그와 反比例로, 莫大한 設備와 人員과 努力이 必要로 했기 때문이다.

요즈음 一般的인 추세로서 手工業面에서 機械化로 移行을 하고 있는데 패키징에 對해 機械適合性의 고려를 필요로 하는 이유도 여기에 있다.

機械化는 卽効的인 코스트·다운 만에 끝이지 않고 高能率化에도 연결된다. 人間과 機械와 그 사이에 위치한 包裝 등이 한 뮤음의 單位로서 適應되어 生產라인 上에서 調整되어야 할 것이다.

그리고 生產에 있어서 패키징의 印刷, 成形, 粘付, 完成, 容器消毒, 洗淨, 機械充填(Filling) 명마개(Copping), 라벨링(Labeling), 計量, 商品検査, 外裝을 거쳐 工場出荷로 연결되는 경우의 高能率은, 生產計劃, 나아가서 高度한 商品形成에 얼마만한 影響을 미치게 될지 모를 일이다.

다음은 이 工程에 있어서, 패키지가 지닌 生產上의 技術의 一端을 살펴보기로 한다.

#### (a) 包裝技術의 受入과 保管

먼저 生產豫定에 맞춰서, 包裝材料가 適時에 工場 안에 入荷되겠지만, 우선 먼저 製品計劃에 있어서 包裝計劃의 指示에 적합한 材料인가를 確認해야 한다.

이 일은 製品管理部門의 方針에 따라서

本社	生産部
〃	開發部
〃	企劃部
〃	資材部
〃	調查部
〃	디자인부

이 中 어느 部署이던지 責任 있는 確認을 해야만 한다. 이 當時 상식적인 이야기이지만 許容範圍가 문제된다. 대체로 우리 나라의 檢查基準은 相對便이 단골이라는 그 점만으로 소홀히 다루는 경향이 있다. 勿論 서로 信義를 지키면 그만이지만, 그러나 앞으로는 資材提供產業의 技術向上을 꾀하는 의미에서도, 納品時, 마아케팅上의 効果에 의한 判斷도 加味했으면 한다. 그렇다고 심한 간섭이 介在되면 코스트의 上昇, 그 밖에 資材調達面에서도 부작용이 따를 염려도 있을 것이다. 따라서 許容範圍 결정시에는 各關係部署와 신중한 협의를 하는 것이 상책이며, 더구나 패키지 材料가 美的요소를 지닌 資材일 경우는 디자이너가 직접 入荷管理部門과 진밀한 연락 아래 行하는 것이 무난하다.

다음 納品 後의 문제로서 倉庫 内에서 포장재료의 보관문제가 문제된다. 창고내에 보관에 適合한 충분한 환경이란 극히 어렵고 따라서 包裝材料의 變色, 老化에 특히 神經을 써야 한다. 그리고, 아울러 材料의 新舊의 순서를 파악하는 것도 중요한 일이며 이는 작은 損失이 累積되면意外의 손실을 招來하는 경우가 있기 때문이다.

### (b) 衛生作業

製品의 여하를 막론하고 容器를 洗淨하고 消毒하는 일을 바라고 싶다. 生產의 스피드를 높이는 일도 중요하지만 미연의 事故防止도 중요 할 것 이며 특히 食品部門은 각별한 留意가 필요하다.

이를 材質面에서 보자면 유리병의 경우, 生產工程上 최대의 문제점은 洗瓶이다. 洗瓶의 결과에 따라, 內容品의 品位가 左右되고 특히 라ベ링의 경우의 能率面에 있어서도 큰 영향을 주기 때문이다.

## (2) 包裝作業

包裝作業은 패키징 生產性의主流를 이루고 있지만, 作業面에서 보자면 크게 두 가지로 分類된다. 그것은 두 말할 것도 없이, 手工程과 機械化를 말한다.

### (a) 손으로 다루는 作業環境

商品을 만드는 과정에서, 製品에 따라서는, 많은 사람의 손이 必要로 하는 경우가 있다. 가령, H製菓工場에 있어서 包裝作業員의 數가 대체로 全從業員의 過半을 차지한다고 한다. 다른 製菓도例外는 아니겠지만, 이런 경우 工程順序의合理化를 피하므로 手工의 節約을 항상 念頭에 둬야 할 것이다. 가령 비스켓 包裝作業에서 벨트의 높이와 스피드가 잘 조정이 된 벨트·컴비야·시스템이랄지, 비스켓 内裝用 포리에틸렌製型의 사용 등은 보다 能率의인 効率을 보고 있다고 한다.

보통 作業의 能率화를 위해서는 人間工學의 인 배려와, 包裝資材와 製品과의 調整이 필요하다. 人間工學의인 배려란 기계와 인간간의 融和, 작업환경의 整備를 말하며, 包裝資材와 製品의 調和라는 것은, 紙物 패키지를 例를 들 경우 사용되는 종이가 가로로 된 것인가, 세로로 된 것인가에 따라서 作業能率에 큰 영향을 주게 된다. 또한 景品政策으로서, 容器 内에 添付品을 삽입하거나, 表示印刷物이 필요로 할 경우가 있는데 이러한 順位의 취급에 있어서는 包裝材料의 納品處에서, 事前에 分類가 정리되어서 納品後, 그대로 作業라인에 소용이 되도록 配慮해야 한다.

다음, 商品의 性格에 따라서, 패키지 工程이 정해지는 경우가 있다. 例를 들어 菓子類에서 膳物用(Gift Package)은 아무래도 機械化보다도 사람의 손이 많이 가는데, 대체로 手工作業에 적합한 商品의 特徵은

- 小量生產의 경우
- 사람 손이 많이 소요되는 商品
- 특히 무드를 살린 藝術的 感覺이 필요로 하는 商品 등이다.

### (b) 包裝機械에 따른 作業環境

대체로 包裝作業部門이라고 稱하는데 앞으로는 이러한 시스템이 더욱 確立됐으면 싶다.

지금까지 人海作戰의 解消, 機械包裝의 推進에 대하여, 企業은 비교적 理解가 있었다. 물론 다른 部門과의 比較는 어렵지만, 感覺的인 面을 數字로 表現하는 困難하다는 것에 比해 機械導入에 관해서는 직접 原價計算이 나오므로 이 方面에 理解度가 높다는 것은 當然하다. 그러나 今後, 數字만으로 해결할 수 없는 感覺面을 어떻게 取扱할 것인가가 패키징 面에서 문제가 될 것이다.

일부 디자이너들은 機械操作과의 調和에 關心을 지닌 분도 있지만 機械하고는 담을 쌓 適應性의 研究를 피하는 사람이 있다. 이런 분은 真正한 의미에서 디자이너라고 말할 수 없을 것이다.

앞으로는, 어떻게 하면 사람 손을 널수 있을 것인가? 어떻게 機械化로 移行시켜야 할 것인가? 이런 문제 등이 하나의 포인트가 될 것이다.

아직도 우리 나라의 일부 디자이너는 生產性의 研究와 材料研究에 소홀하고 심지어 이런 일은 外道인양 생각하는 이가 있는데 이는 先進 特히 美國과는 큰 對照를 이루고 있다.

著名한 美國의 디자이너 윌터·렌더의 印象깊은 말이 생각되는데 그는 『包裝機械라고 하지만요는 機能의인 디자인에 우수한 패키지를合理的으로 또한 스피이더하게 처리하는데 있다. 이렇게 생각하니까 包裝機械란 마치 어느 面에서 보자면, 패키지 디자이너의 作業範圍에 속하는 것이 아닐까 하고 느껴진다.』라고 말했는데 그러나 그는 “機械라면은 무엇이든지 만들 수 있다.”라는 굳은 信念과 可能性을 믿고 있다는 사실이다. 이것은 포장기계에 전적으로 依存한다면가

기계에게 쫓기는 것이 아니라 오히려 기계를 驅使하고 또한 기계에게 꿈을 안겨준다 라는 것을 말한 것이다. 그러므로 機械設計 自體는 엔지니어의 일이지만, 그에 앞서 패키지에 새로운 목표를 세워줄 것을一线 디자이너에게 당부하고 싶은 말이라고 생각된다.

### ① 機械包裝의 스피이드 업

기계포장은 나날이 精密度가 높아지는 한편 材料의 加工 및 印刷技術도 급격한 진전을 보여, 高速度正確한 包裝度도 가능해지고 있다. 그러므로 디자이너는 그 동안의 工程經緯를 잘 살펴 두고 작업에 편리한 生產性에 우수한 作品을 제작해 내야 할 것이다.

### ② 機械包裝 工程과 量產

個包裝(Each Wrapping)에서 內包裝 및 外包裝에 있어서 그러한 것들이 기계에 의하여 一連의 作業라인을 形成하고 있는 것이다. 이때 기계공정에서 故障이나 차질이 없도록 材料, 品質, 印刷加工狀態 등에도 각별한 주의가 필요하다. 여기서 包裝手工業과 機械化와의 比較를 例를 들면

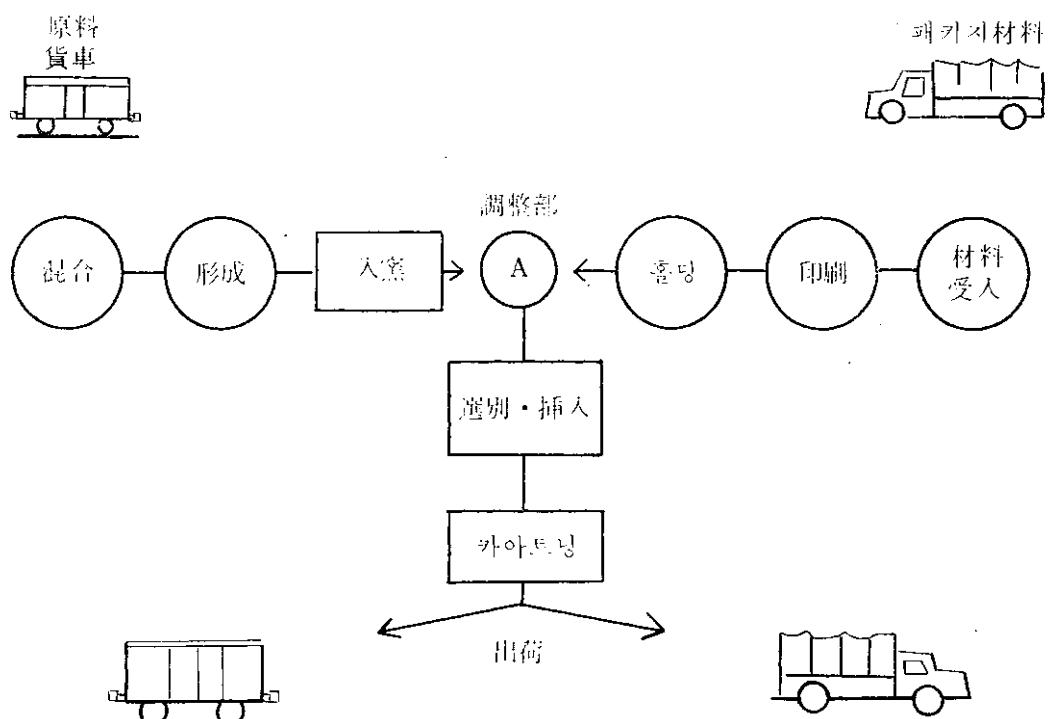
勞動力.....1/3  
1人當生產高 .....5.5倍  
作業面積.....1/3  
原 價.....9%減  
以上과 같은 結果가 얻어 진다.

### ③ 包裝樣式의 簡素化된 量產

비스켓의 包裝에 있어서 防溫 알미·왁스紙로 포장하고, 그 위에 아름다운 印刷紙를 添付하고, 엔드·시이링은 兩複面에다 실(Seal)을 貼布한 것에 比해 직접 디자인印刷한 알미印刷紙를 包裝했을 경우,

人 員.....3%減  
不 良 率.....1/5  
1人當生產高 .....50%增  
完 成 高.....150%增

이라는 가동률의 향상을 나타내고 있다. 製品의 약간의 設計改良으로 包裝을 용이하게 하고 經費節約은 물론 包裝設計 後에도 테스트를 실시하여 作業의 難易面, 衛生, 印刷加工, 기타 插入印刷物 등의 檢查도 절대로 필요하며 아울러



(그림 1) ビスケット 製造와 패키지 印刷加工 同時生產 工程圖

우수한 包裝專門技術陣의 확보는 더욱 중요한 현실문제라고 생각된다.

여기서 外國의 生產面에 있어서 包裝一元化의 一例를 들어본다. (그림 ①参照)

다음 그림은, 필라델피아의 내쇼널·비스켓 회사의 비스켓 生產工程이다. 그림을 보면, 中央指令部의 보턴 하나로 製造部와 材料部가 동시에稼動하여 ④의 調整部에集合, 거기서 깨끗히 插入되어 진다. 하지만 한 가지 놀라운 사실은 솟(Oven)에서 나온 製品의 종류가 무려 6種이나 되는데, 그것이 型에 따라 기계적으로 分類插入되면서 製品이 成形된다는 사실이다.

이 作業에서 注目할 만한 점은 다음의 두 가지이다.

○ 多品種이 同時に 製造된다.

○ 多品種이 適所에 插入된다.

비스켓은 香氣의 保全이 重要하다는데 印刷直後의 插入은, 印刷잉크의 淚새가 製品의 香氣에 지장을 주지만, 여기에선 이 문제를 깨끗히 해결하고 있다.

이 作業이 우리에게 교훈을 주고 있는 것은,

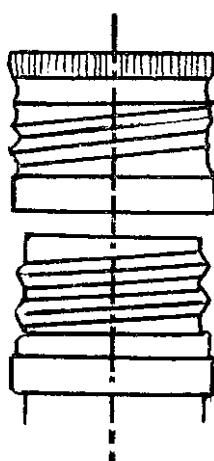
○ 材料倉庫의 在庫가 皆無라는 點. 따라서 老化, 變色, 不良品이 남지 않고

○ 工場 面積이 현저하게 節約된다.

○ 最少限度의 人員으로 일이 처리된다.

등으로 일단 불가능하다고 생각된 問題에 正面으로 대결하고 있다는 점이다. 말하자면 生產에 있어서 원탁치 生產方式과, 인스탄트製造가 實

(開栓後)



(그림 2) 密封栓의 구조

現된 셈이다.

여기서 결론적으로 機械化의 利點을 열거하자 면

○ 스피드 生產

○ 均一 生產

○ 正確한 計劃 生產

○ 衛生管理에 適合

등으로 大量 生產과 低 코스트의 어려운 問題 등을 解消하고 있다.

#### ④ 包裝機械의 種類

充填機 (Filling Machine)

製袋充填機 (Pouch Packer)

成型填充機 (Fabricating Packaging Machine)

眞空包裝機 (Vacuum Packaging Machine)

블리스타包裝機 (Blister Packaging Machine)

蓋付機 (Capping Machine)

라벨貼付機 (Labeling Machine)

小箱子 (内裝) 包裝機 (Cartoning Machine)

上包裝機 (Wrapping Machine)

缶시임機 (Can Seamer)

特殊包裝機 (Special Packaging Machine)

#### ⑤ 휘팅과 크로징 (Filling and Closing)

패키지의 形태는 실로 多種多樣하며, 따라서 링이나 크로징도 무수한 方法을 쓰기 마련이다. 일반적으로 크게 세 가지 問題에서 그 方法을 취하고 있는데 먼저 粉末과 타브렌(錠)製品은 重量 휘팅으로, 液體의 경우는 눈금휘팅에 따른다.勿論 정확성을 기하자면 機械包裝을 採用하는데 國內 企業性도 요즘 거의가 기계포장을 실시하고 있다.

固體包裝은 다른 경우와는 비교적 용이하다. 최근은 플라스틱과 다른 材質과의 라미네이션에 의한 패키지로 防水와 破損 등도 완전히 방지되어 氣密包裝도 가능하다. 그리고 플라스틱스·코트의 경우는, 밀봉부분을 热과 壓力으로 密 (Seal)하는 方法이 요즈음 보편화 되었다는데, 가령 藥品의 유닐·패키지 등은 그 代表의인 것일 것이다.

#### ⑥ 캐핑 (Capping)

캐핑法은 휘팅에 필적할 만치 중요하다. 우리들이 보통 사람의 信用度를 생각할 때, 그 사람

이 과연 헛처리를 어느 정도 깨끗히 할 수 있을가라는 등을 문제 삼게 되는데, 캐핑은 바로 그點과 흡사한 것이다. 密封의 기능면을 살펴보면

- 内容의 損耗를 防止한다.
- " 破損과 腐敗를 防止한다.
- 内容의 漏洩를 防止한다.
- " 變質을 防止한다.

크로징의 경우에는

- 스피이더하게
- 安全하고 正確하게
- 衛生的으로

作業을 진전시키기 위해서는 캐핑머신이 큰比重을 차지하게 된다.

美國에서는 휘링 머신보다 어떤 面에선 하이스피드캐핑머신面에 보다 生産라인에서 期待를 걸고 있다는 說마저 있다.

이 方法은, 단순히 目的을 達한다는데 끝인 것이 아니라, 보다 아름답고 보다 아프터 유즈에도 편리하다는 點과도 關係가 있는 것이다.

#### ⑦ 密封栓 (Pilfer Proof Cap)

完全히 不順을 防止하고 보장하는 캐인대 이



(그림 3) 包裝안이 보이는例

마개는, 병의 螺鈿線을 따라 點線으로 切斷되어 密栓이 되어 졌다. 從來 使用된 알미 箔紙 등으로 封印한 工程이 必要 없고, 단 한번의 工程으로 密栓과 封印이 되므로 生產성이 높아지는 利點이 있고, 消費者에게도 不便을 덜어 준다.

우리 國內 製藥業界에서도 各種의 드링크에 이필 퍼캡을 사용하고 있는데, 앞으로 더욱 留意해야 할 點은 아름다운 形態와 親近感을 더욱 造成했으면 한다. 色彩의 取扱이 랄지, 材料의 선택에 따라서 優雅함과 화려함, 그리고 친근감을 불러 일으키게 할 수도 있는 것이다. 앞으로 이 方法은 各 業界에서, 關心度가 上昇할 것으로 생각된다. <그림 ②>

#### ⑧ 라벨링 (Labeling)

先進國家에서는 두 말할 것도 없고, 現在 우리나라에서도 라벨貼付機의 利用度는 거의 常識화 되었다고 볼 수 있다.

그 貼付 方法이나 工程도 단순한 과정이 아닌 데도, 비교적 무난하고 아름답게 貼付되어 나온 사실 등은, 이 作業 面에 進展이라고 볼 수 있다. 그러나 라벨自體의 形이 다순해야 한다는 것이 즉 라벨의 굿디자인의 第一要素가 된다는 사실을 認識해야 한다. 그러나, 回收整理의 分類 란지 洗瓶作業이나 衛生面, 그 밖에 보다 아름답고, 剥脫를 防止한다는 面에서 라벨代身 직접 병에 印刷를 加하는 方法이 必然的으로 요망될 것이다. 일부 국내 清涼業界에서는 이미 사용한 곳도 있지만 精密한 高度印刷가 不可能한 불편을 屈服하는 참신한 디자인의 出現餘地를 내포하고 있다.

#### ⑨ 래핑과 카아트닝 (Wrapping and Cartoning)

래핑이란, 製品의 包裝作業을 말한다. 그 機械를 래핑 머신이라고 稱하는데 이 경우에도

- 스피드 包裝
- 衛生 包裝
- 正確한 包裝

등이 目的이 된다.

菓子의 경우를 例를 들면, 個個의 래핑材로서는; 왁스페이퍼, 껌이나, 초코렛은 알미 호일이 사용되지만, 거기에 행하여진 디자인은 어디서 끊겨도 무난하게 엔드레스 디자인을 念頭에

둔다.

食品關係에는 아마도 將次 플라스틱 材料가 더욱 큰 비중을 차지할 것이다.

카아트닝이란 個個의 製品包裝의 程度에 依存하는 백 作業으로서, 會社의 규모에 따라, 거의 機械包裝에 依存한다. 美國에서는 벌써 以前부터 심히 복잡한 카아튼 훌딩이 휘팅과 同時に 行해지고 있는데, 앞으로 카아트닝 技術의 진전에 따라서는, 패키지 디자인도 자유로운 高速度包裝이 가능한 기계가 出現할 것으로 믿어 진다.

大量, 高速度 카아트닝 머신은 生產라인에 있어서 최종 와핑까지 즉, 접는 상태에서 組立까지 거의 包含을 한다. 그리고 個個의 카아트닝 完成의 一環으로, 防溫, 防塵, 美觀을 위한 세로판 카버가 상징적인 工程으로 되어 있다. 이 때 오프닝 테이프(Opening Type)가 사용되는데 美國에서는 집 테이프(Zip Tape)라고 부른다. 이 오프닝 테이프를 사용하게됨에 따라, 세로판 카버가 一般化되어 여기에 따라 디자인의 創案도 심한 變革을 가져온 것이다.

#### ⑩ 체킹(Checking)

點檢은 특히 藥濟 面에는 중요한 절차이다. 製品의 內容(品質面)이나, 數量을 체크로 인하여 正確性을 期한다는 일은 메이커의 信賴度를 測定하는 것과 相通한 일일 것이다.

가령, 時計의 패키지의 경우, 체킹作業은 단순히 工場出荷時 뿐만 아니라, 販賣루트가 몇 군데 장소에서도 行해야 할 성질의 것이며, 패키지 디자인도 체킹時에 편리하도록 속이 보이는 透明材의 採用 등도 고려에 넣어야 한다.

〈그림 ③参照〉

#### ⑪ 計量(Weighting)

計量은 製品이 固形, 粘體, 液體에 따라서 그 方法도 가지 가지겠지만, 主로 計量法 計數法이 採用된다. 菓子 등은 主로 計量法을 따른다.

#### ⑫ 檢查(Inspection)

라벨의 貼付狀態, 캐핑의 完成度, 카아튼의 美觀 등 주로 視覺的인 檢查를 뜻한다. 金屬 등의 生產工程의 차질 등은 警報나, 벨트 컨베이어의

停止에 따라 檢查 목적을 달하게 되지만, 精密을 要할 時에는 電子検査法이 使用된다.

#### ⑬ 大荷物 包裝(Bulk packing)

生産工場에서 都賣商, 小賣商, 그리고 消費者에게 輸送用으로 마지막 그 모습(包裝荷物)을 보여준다.

우리 나라에서는 外包裝印刷는 거의 單色으로 處理하는데 比해 이웃 日本은 비교적 多色印刷가 많다. 이는 수송 中의 宣傳을 위한다면가, 소매상, 혹은 倉庫 内의 식별을 용이하게 하려는 차사이겠지만, 日本에서는 1度印刷나 3度나 別로 價格차이가 없다고 한다. 美國의 경우는 75%가 以下이고 그 중에서도 1度印刷가 大多數라고 하는데 色度에 따라서 가격차이가 심하므로 그 點만은 우리 實情과 부합된다고 하겠다. 게다가 美國에서는 추력이나 貨車가 거의 박스 카 이기 때문에 輸送 中의 PR效果에 신경을 쓸 필요가 없을 것이다. 그리고 그것은 필요할 시에는 돈을 아끼지 않지만 不必要한 대목에서는 돈을 안 쓴다는 合理性에서 오는 처사라고 생각된다.

그리고 最近 商品을 박스에 넣는데 數量이 多少 옛날과 다른 傾向이 엿 보인다. 이는 디자인面에서의 요구는 아니지만 參考로 알아둘만 하다. 즉, Single Unit Package의 경우, 6個 혹은 12個라는 과거의 打單位에서, 10個, 20個씩으로 移行을 하고 있는 點이다. 아마도 이는 計算하기 쉬운 十進法을 택한 것으로 생각되며 끝으로 最終的인 包裝의 모습으로, 大型카아튼 外에 木箱子(Crate)와 와이어 밴드 박스(Wire-band Box)가 있다. 여기서 留意할 事項은 热, 濕氣, 鼠害, 荷取扱 등이 문제될 것이다.

### 25. Flexible Container(柔軟性輸送容器)時代到來

#### (1) 日本의 工業包裝

前項에서 잠시 Bulk unit에 대하여 언급했지만 工業包裝時代를 맞이한 이웃나라 日本에서는

約 30餘萬個에 달하는 Flecxible Container(以下 Flecon이라 略稱)가 사용되고 있다 한다.

箱子 모양의 刚性 輸送容器인 日本國鐵의 綠色 콘테이너는 3萬個 미만이고 銀色으로 된 海上 콘테이너의 數는 아직 1萬 單位 정도에 속하고 있다.

그러나 Flecon은 大小多樣하여 數量만이 자랑이지 最高容積은 기껏해야 2~3 ton으로서 輸送 積載能力도 대단치는 않다.

하지만 해마다 불어나는 成長率은 注目할 만하며, 이와 같이 발전하는 要因을 살펴보는 것도 無益한 일은 아닐 것이다.

#### (a) 時代의인 大量化의 潮流를 타고 있다.

앞으로도 企業繁榮의 方途는 大量의 生產과 流通과 消費가 기약되는 상품을 만드는 수 밖에 없을 것이다. 따라서 많은 물건을 쉽게 만들어서 利益增大를 期한다는 計算이다.

소규모의 手工業이 아닌 바야 企業經營은 大型化의 潮流를 타지 않고서는 치열한 內外의 경쟁에서 敗北하기 마련이다. 따라서 大型 Unit의 原料, 製品의 移動과 保管, 그리고 荷役이 切必한 것이다.

#### (b) 高速化

수송용기라는 것은 그것이 수송되는데 소요되는 시간보다는 수송 전의 充填, 積置, 車輛에의 積載 그리고 수송 후의 下貨, 移動, 放出 등에 의의로 많은 시간을 소요한다.

Flecon은 이러한 문제를 스피드업 하는데 큰 도움을 준다.

#### (c) 人力節約

저능률을 알면서 저전금이라는 이유로 人海戰術을 쓰는 시대는 지났다. 앞으로는 人力을 소중히 다루는 시대가 올 것으로 보는데 Flecon의 高生產은 시대에 적응하고 있다.

#### (d) 安全性

기계작업화로 人力作業이 줄어침에 따라 勞動 災難은 감소되어 안전작업이 더욱 가능해 진다.

#### (e) 低廉性

코스트 다음 이야말로 가장 큰 利點이라고 보겠다.

### (2) Flecon에 適合한 品目

최근 美・蘇의 미사일 우주개발 정밀기류는 대개 작크가 달린 Flecon으로 포장되어 있다. 또한 의류, 피복의 수송용기도 틀을 넣은 Flecon을 사용하는例를 볼 수 있는데, 이는 30萬個의 Flecon을 만든 기본목적은 粉末, 粘體, 粒體, 液體 등의 자동유동성이 많은 것이 대상이 되었다.

本來 수송용기의 선택에는 다음과 같은 사항에 유의하지 않으면 안된다.

- ① 容器가 내용물품에 적합한가
- ② 容器의 自重이 가벼울 것
- ③ 容器의 體積이 적을 것
- ④ 容器의 취급, 저장이 용이할 것
- ⑤ 容器의 제작이 간편할 것
- ⑥ 容器가 低廉할 것

등을 고려하게 되는데 Flecon에는 어떠한 물성의 물품이 적합한가 하면 그것을 示唆하는 例로서 美國의 링크 벨트라는 콤베야 메이커의 캐탈록이 있다. 콤베야會社의 캐탈록인 만큼 液體, 粘體, 膠體 등을 제외하고 있으나 固體로서 撒物取扱이 가능한 品目을

- 크기 (Size)
- 流動性 (Flowability)
- 摩擦性 (Abrasiveness)

등으로 分類하여 일람표를 작성해서 실용의 편리를 도모하고 있는 것이다.

그리고 캐탈록에 揭示되어 있는 撒扱貨物의 품목 Bulk Materials는 Flecon의 대상이 될 가능성이 있다고 하겠다.

그리고 한 때 越南戰線에서 軍用燃料用으로 막대한 고무製의 Flecon이 사용되었다고 하는데 여하간에 Flecon의 시장은 수송혁명의 전진과 더부러 또는 人力不足의 심각성을 계기로 더욱 더擴張될 것이 예상된다.

따라서 우리도 그에 대처하기 위하여 歐美의先例를 참고로 적극적인 참여와 연구 및 개선노력이 필요 하겠다.

### (3) Flecon 業界의 문제점

대체로 고객들은 Flecon 業界에 무엇을 바라고 있는지 顧客의 입장에서 생각하여 보면 다음과 같다.

우선 Flecon 방식을 채용하려면 상당한 자금이 필요하기 때문에 확실한 損益計算을 세밀히 提示할 필요가 있다.

그것은 Flecon 자체만의 계산이 아니라 荷役, 保管에서返送까지의 全過程에 대하여 소위 물적유통에 관한 비교 연구와 설명이 필요하다. 뿐만 아니라 使用上의 실제지식에 관하여는 절대적인 信賴를 받을 수 있는 충분한 데이터를 提供하므로서 가능하다고 본다.

그 구체적 문제점을 살펴보면,

① Flecon의 치수, 強度, 안전보호성,

荷役用施設機器 등의 표준화

② 內外市場開拓

아직 Flecon에 대한 인식도가 불충분 함을 고려, 商工業界 뿐만 아니라 農, 蓄, 林, 水產, 鑛業界方面은 물론 國內 外諸國에

대한 市場開拓과 PR의 자세가 중요할 것이다.

③ 國際的 감각과 능력이 있는 판매기술인의 육성, 나아가서 그 武器인 資料의 作成과 海外市場의 정세도 파악해야 한다.

이러한 諸般의 문제점은 앞으로 各 企業의 首腦들이 合心하여 協力團結의 기풍이造成되면 어떠한 난관도 능히 克服되리라 믿는다.

Flecon工業會가 發足當時 다음과 같은 印象的 인 스로건을 내세웠다.

“모두가 힘을 모아 世上에 Flecon 무우드를 일으키지 않으면 Flecon은 普及되지 않을 것이니, 各社가 소유하고 있는 特許를 同業者에게도 施行케 하여 全業界가 共榮하는 마음으로 推進하자.”

우리의 產業界는 世界的인 추세인 國際化時代에 對處해야 하는 中요한 岐路에 서 있다.

Flecon 工業會가 前例 없는 協力 무우드에서 誕生하였다. 하루 속히 舊惡의 獨占과 獨走에서 벗어나 겸양과 협동의 마음으로 단결하여 새로운 輸送의 利器 Flecon을 더욱 연마하여 나라 살림에 이바지 하기를 바란다.

디자인과 포장의 개선은 수출증대의 원동력

—풍요한 70년대 수출늘려 이룩하자—

# 機能과 目的에 맞는 論理的 思考

朴 來 卿

首都女子師範大學 應美科 教授

## 1

정치 체제나 경제구조, 社會 秩序나 生活환경이 過去의 그 어느 때보다 急變해 온 것이 現代이다. 이 時點에서 여기에 사는 우리 人間들이 가지는 생각이나 감정의 흐름도 많이 달라져 온 것이 事實이다. 그것은 한층 現代化, 工業化的 方向으로 새로운 구조와 질서를 찾으려는 나라 사람들에게는 한층 더 要求되는 성질의 것이기도 하다. 말하자면 現代化에 필수불가결하게 따르는 工業化, 機械化에는 현대적 思考와 기술의 경험이 따르고 거기에는 필연코 사고와 태도의 現代化가 요청되는 것이다. 이것은 또한 필연코 이와 같은데 對한 革新이 요청되는 것을 말한다. 오랫동안 익숙하게 몸에 배고 生活에 침투해 있는 관습이나 사고의 습성에서 쉽사리 옮겨질 수 없는 성질의 것이기에 이것은 더욱 강하게 요청되는 것인지는 모른다. 우리들은 오늘날 과거의 정적인 어느 시대에서도 있을 수 없는 生活환경과 生活양식을 가지고 있다. 그것은 신속하고 現代하고 명확하고 또 놀랍게 多樣한 것이기도 하다. 그것은 都市的이고 現代的인 것이고 또 어느 의미에 있어서는 西洋的인 것을 향유하는 것이 된다. 이와 같이 現代화하게 發達된 現代的인 生活속에 살고 있는 사람들의 의식이나 생각은 그러나 반드시 여기에 一致하고 있다고는 볼 수 없는 것이다. 그 點이 가장 단적으로 나타나는 것이 상품 디자인이며 이것을 使用하는 사람들의 인식이 아닌가 한다. 現代의 고도로 발달된 科學과 기술이 만들어낸 生產品 그것은 바로 기계에서 나온 제품이며 이것을 만드는 사람에게는 고도의 기술과 훈련이 必要하게 된다. 말하자면 그것은 機能과 目的에 合當하는 論理的인 思考의 결과인 것이다. 그러나 이와 같은 점이 재래식

手工業品에도 없는 것은 아니다. 그러나 신속한 과정을 통한 多量生產이라는 點에서는 따를 수가 없는 것이다. 이 경우 재래의 공업품보다 더욱 정밀하고 철저한 제작과정이 있는 것이다. 이러한 제품에 둘러쌓이게 되고, 그런 제품이나 그것으로된 시설과 日常의 過程으로 접촉한다던가 사용하는 테에 있어서는 우리들의 의식이나 사고도 自然히 달라지게 되는 것은 自明한 일이다. 그러나 이러한 과학기술 文明의 發達의 결과로 여기에서 되도록 人間本然의 상태로 돌아가려는 先進國의 경우에 比해 우리들의 形便은 좀 다른 편에 문제가 있는 것 같다. 말하자면 이러한 現代的 기계文明의 혜택을 生產的인 面에서 더욱 고취해야 할 상황에서 必要한 것은 우리들의 의식이나 사고를 좀더 논리적이고 合理的인 것에로 전환시켜야 한다는 點이다.

가령 여기에 하나의 物件을 만들기 위한 디자인이 必要하다고 가정하자. 그런 경우 그 物件이 사용되는 목적과 거기에 맞출 수 있는 機能, 그리고 그것을 적절히 맡아 감당해줄 材料와 기술이 必要하게 되는 것이다. 一般的으로 말해서 이와 같은 기본적인 상황에서는 한치 한푼의 크고 작은 형태나 관계에서 그 物件이 가질 수 있는 기능성에는 관련이 있게 마련인 것이다. 여기에는 보다 세밀히 보다 정밀하고 철저한 思考가 요청되는 것이다. 결과적으로 제품이 正當한 目的에 合致할 수 없고 제대로 기능을 발휘할 수 없고 여기에 적절한 재료의 배려가 되어있지 않는 것이 되었다면 그것은 다름 아닌 디자인과 공정상의 사고와 태도에 큰 결함이 있는 것이라고 지적할 수가 있다.

특수한 一部例를 除外하고는 오늘날 우리나라의 경우 一般으로 지적될 수 있는 문제중의 하나가 아마 그러한 정신문제에 귀결되는 것이 아닌가 한다. 불철저하고, 비정교하고, 비논리적이고, 비합리적인 그런 思考方式 말이다. 오늘날은 세계적으로 經濟를 통해서 국력을 과시할 수 있는 때이며 그것은 더 나아가 수출상품의 생산으로 치열한 경쟁을 하는 시대이기도 하다. 그러한 경우, 정교도와 기능도에 合當할 수 있는 생산제품의 제작은 그것의 信賴나 판로에 바로 직결되는 일이며, 결국은 勝利를 가져올 수 있는 결과가 되는 것이 아닌가 한다.

## 2

이러한 現代의 과학과 기술에 比할 것 같으면 옛사람들이 만들고 쓰고 지나던 生活樣式은 比較도 안될 만큼 그리고 어렵고 고생스러운 點이 있는 것이다. 또 反對로 아무리 現代의 발달되고 편리한 生活환경이 좋다 하더라도 역시 옛부터 오랫동안을 내려오면서 우리들 몸과 마음에 배인 그 方式을 찾아서 만들고 使用하고 지날 수도 있다.

우리들의 옛 祖上들은 특히 오늘날 우리들이 미쳐 다 알 수 없을 만큼의 깊이 있는 사려와 經驗으로서 그들이 生活에 必要하다고 생각한 物件을 만들었던 것이다. 그들은 그들이 必要하다고 生覺한 경우에는 언제든지 그들의 작업과정 속에 材料와 機能과 目的에 合當하게 임하였던 것이다. 그것은 모뉴멘탈한 전축에서 비롯하여 個個人이 사는 집의 구조나 계획에서, 또는 每日 使用하는 식기나 도구에서 귀중품에 이르기 까지 얼마든지 찾아볼 수 있는 것이다. 우리들이 여기에서 감탄하는 이유는 여러가지일 수가 있다. 그러나 그 中에서도 第一 重要하게 생각되는 것은 그들이 作業에 임할 때 가진 論理의이고, 合理의이고, 科學의인 思考라는 것이다. 그들이 作業에 임하였을 때 材料와 기능과 目的에 따라 알맞게 깎고 다듬어서 결과적인 제품을 또는 전축을 만들어내는 솜씨야 말로 우리들의 놀라움을 금할 수가 없는 것이다. 물론 그 때의 수학이나 물리나 과학의 기초지식이 있었을 것이다. 또 이것을 응용한 쌓고 쌓인 經驗이 많은 산 知識을 공급해 주었을 것이다. 그러나 결국 이러한 밀발침되는 精神이 결과적으로 表面에 들어나지 않는 데서 우리들은 또 한번 감탄해 마지않는 理由가 있는 것이다. 흔히 지난날의 전축이나 工藝品을 두고 自然스럽고 非合理의이다, 소박하고 非技巧의이다 해서 그 특징을 찬양하고 있다. 그러나 나는 적어도 이러한 특징이 나타날 수 있는 그 저변에는 그야말로 눈에 보이지 않는 論理의이고 科學의인 精神이 깔려 있는 것이 아닌가 생각해 보는 것이다. 作爲와 기술을, 合理와 기교를 철저히 追求해서 오히려 이를 초탈할 수 있는 새로운 경지에 다달을 수 있는 것이 아닌가 한다. 그러니까 外形의이고

抽象的인 想像으로 그것의 한 면만을 강조한다는 것은 오히려 그 全體의 진실을 파악할 수 없는 우를 범하는 것이 아닌가 한다. 같은 일이라고 할 수는 없겠지만 여기에 유사한 實例를 들어 볼 수도 있을 것이다. 總合藝術로서의 宗敎건축이기는 하지만 中世 고딕시대의 프랑스 大聖堂(Cathedrale)의 경우 말이다. 이를테면 가장 合理的이고 論理的인 전체계획과 질서밑에서 가장 非合理的이고 신비스러운 建築空間을 구성하였던 것이 아닌가. 그 속에 들어있는 사람들의 눈이나 머리에는 하나 하나의 둘을 쌓아서 그 높고 큰 공간을 形成했던 당초의 정신은 비칠 수가 없는 것이다. 그들에게는 오직 신비스러운 땅 위의 神의 집인 이 대성당 안에서 신에의 계시를 받으려는 努力에 集中되어 있는 것이다. 말하자면 그 方法과 과정은 다를지언정 기본적인 精神에는 공통된 것이 있는 것이다.

### 3

오늘날 우리앞에 닥친 기계 기술 時代에서 必然의으로 새롭게 우리들에게 要求되는 것은 새로운 思考方式이다. 그것은 工業化된 현대환경에서 直接 生產에 임하는 사람이나 이의 결과인 시설이나 제품을 利用하고 使用하는 市民들이나 다같이 겪게 되는 하나의 작성인 것이다. 여기에는 과거의 전통적인 하나의 思考方式을 계승 전개 시켜 現代化해 나가던지 아니면 先進國의 그 어느 것을 철저히 파고 드는 결과, 응용 되는 그것이던지 잠에 결국 우리가 임해야 할 기본적인 태도는 밝혀야 하는 것이다. 그것은 또一贯되어 있어야 하겠다. 그것은 다름 아닌 철저한 精神이며 論理的인 精神이기를 요청받고 있다.

제국주의와 식민주의 日本시대나, 해방 후 혼란기, 6·25 動亂과 그 以後 오늘날에 이르기까지 우리들은 實로 여러 고비에서 이러한 思考에의 變革을 요청받아 왔다. 그것은 個個人에서 비롯되어 하나의 集團이나 社會 내지는 國家 全體가 일제히 문제되기도 하였다. 우리 나라와 같은 傳統社會에서 그러한 새 時代가 요청하는 새로운 의식과 精神구조에로 소위 現代化 해가는 方向에서 옮겨간다는 것은 쉬운 일이 아니다. 오늘날의 位置에 맞는 질서와 構造를 定立하기 以前에 새롭게 닥쳐오는 급변하는 기계기술 文

明의 여파는 혹은 직접으로, 간접으로, 전해들 어오므로서 사사건건 傳統文化와 맞부딪치게 되는 것이다. 이와 같은 경우에는 자칫하면 自律的이고 自立的인 思考에 의한 문제해결이 있기 以前에 이미 依他的이고 模倣的인 제스츄어에 급급 하기만 하게되는 것이다. 오늘날과 같은 의 타적인 기술, 제품, 사고의 도입에서 제품생산이나 그것을 위한 디자인에서 獨自的이고 창조적이라는 것을 기대하기란 어려운 것이 아닌가 한다. 말하자면 現代를 좀더 철저히 遂行해 나가기 爲해서는 방해되는 요소를 폐기하고 보다 작성되고 철저한 정신과 행위양식이 있어야 할 것으로 알고 있다. 使用目的과 그 內容에 맞지 않고 격리된 外形만의 디자인이나 장식성이나 눈가림만에 치중하는 안이성은 결국 임기응변적인 그야말로 인스턴트 精神단을 조장시키는 결과가 될 것이다. 삭막하기 쉬운 기계제품의 性格이나 質을 고려하여 보다 예술적이고 창조적인 面을 내세우는 外國의 一般的인 경우와는 다른 것이 오히려 오늘의 실정이 아닌가 한다. 기능이나 合目的性을 커버하기 爲한 商品의 그와같은 生산경향은 우리 나라의 경우 너무 과장된 나머지 논리적인 근거를 상실한 공허한 것에 不過할 수가 있는 것이다. 이렇게 重要한 一次的인 기본 문제 (思考)가 되어 있지 않는 상품이나 그의 디자인에는 사람들을 아연하게만 할 때를 것이다. 사람이라는 것은 묘한 데가 있어서 아무리 專門的인 지식이나 또는 상식을 갖추지 않았다 하더라도 좋고 나쁜 것을 區別할 줄을 안다. 또한 自己에게 不快한 감을 주거나 불편함을 느끼게 할 때 이를 기피하는 경향이 있다. 맑은 찻잔의 커피컵, 두터운 찻잔의 흥차 컵처럼 그것은 日常事의 쉬운 곳에서부터 發見될 수가 있는 것이다.

우리가 現代의인 生活을 영위하게 되고 기계 기술의 文明이란 것을 意識하게된 것은 그리 오래지가 않다. 심지어 그 正體가 方向을 찾고 未來를 설계해야 하는 일에는 여간 고충이 따르지가 않는다. 그러나 이러한 모든 重要한 일에 역시 공통된 기본적인 문제가 되는 것은 生產의 모든 面에 있어서나 生活의 모든 영역에 있어서 그것은 새로운 思考의 정립인 것이다. 그것은 다름아닌 論理的인 思考方式인 것이다.

# 適正包裝推進委員會의 構成 및 基準設定

李 精 一

當센터 包裝開發室 研究員

해마다 急進的으로 늘어가고 있는 輸出商品의 保護와 商品의 高級化를 為한 包裝改善運動이 政府, 產業界, 學界 등에서 肚기차게 展開해온 結果 우리 나라의 包裝產業도 相當한 發展을 해온 것은 틀림없는 事實이다.

이것을 數字上으로 볼 때 1973年度의 年間 各種 包裝材 生產量이 무려 1,200億원 (1972年對比推算)을 上廻한다는 것으로 立證이 되고 남음이 있다.

우리들의 經濟生活에 있어서 商品包裝은 그 內容物의 保護와 便宜性을 提供하는 것으로 끝나는 것이고 消費者가 願하는 것은 그 안의 內容物 뿐이다.

그리므로 앞에서 나타난 바와 같은 1,200億원이라는 莫大한 金額의 包裝材料는 保護와 便宜性的 機能을 다하면 그것은 事實上 廢棄物로 處理되고 마는 것이 大部分이다.

이 中에는 回收하여 使用할 수 있는 것도 있으나 大部分의 廢棄物은 環境 汚染 公害 등의

要因이 되고 마는 것이다. 그러나 이렇게 廢棄되고 마는 包裝이라 할지라도 이것을 無視하여서는 商品이 商品으로서의 제 機能을 發揮하지 못함은 勿論 流通, 保管, 荷役 및 販賣促進에 莫大한 支障을 招來하게 된다는 것은 이미 누구나 알고 있는 事實이다.

그러므로 가장 重要的 點은 어떻게 하면 最少限의 費用으로 包裝의 機能을 最大限 發揮할 수 있느냐 하는 것이 適正包裝 運動을 推進하게 되는 動機이며 窮極的인 目標가 되는 것이다.

이러한 努力은 行政當局, 產業界 및 消費者가 三位一體가 된 相互協調下에서만이 可能한 것이라 생각한다. 또한 너무 過重이나 過大的 包裝에만 偏重한 나머지 차컷 過少包裝이 되어서 內容物에 損傷을 주는 包裝이 되어서는 안될 것이다.

元來 包裝의 窮極的인 機能은 內容物의 品質保全과 取扱의 便利性을 提供하는 機能이나 이제는 消費者들에게 그 商品을 알려주는 販賣効

果라는 促進機能이 수반되어 이에 각 製品의 製造業者들은 앞을 다투어 이 部門에 燭烈한 競爭까지 하게 되어 商品은 점점 더 包裝費投下를 要求하므로써 그 結果 過剩包裝은 그 热度를 더 하게 되고 있다.

即 消費者 包裝에 있어서 過剩包裝이 되므로써 일어나는 여러 가지 弊端은 大略 다음과 같다고 볼 수 있다.

① 過多한 包裝費가 投下되므로써 商品의 價格은 올라가고 이에 對한 負擔은 結果的으로 消費者들이 져야한다는 것이 되어 物價가 上昇하는 데도 重要한 役割을 하게 된다.

② 資源節約이 時急한 우리 實情에 이와 같은 過剩包裝은 必要없는 資材를 浪費하게 되어 國家의인 損失을 가져오게 된다.

③ 內容商品에 比해 過大히 커진 商品은 또한 相互不信의 要素를 간직하게 되어 重要한 社會問題로 飛躍될 可能性을 內包하고 있다.

④ 商品의 宣傳效果는 過大히 奢侈해진 商品은 一般 國民들의 消費性向을 刺戟하게 되어 儉素 節約해야 된다는 原則에 크게 위배되는 結果를 가져온다.

⑤ 요즘 한참 舉論되고 있는 公害 問題에 이 過剩包裝의 廢棄物은 또한 無視될 수 없는 位置를 차지하게 된다.

以上에서 보는 바와 같이 過剩包裝은 經濟的으로나 社會的으로 여러 가지 弊端을 일으키고 있기 때문에 위에서 列舉한 바와 같은 여러 가지 問題點을 除外하고 包裝本來의 使命을 다할 수 있는 適正包裝運動은 반드시 실시되어야만할 政策이기도 하다. 그러나 이와 反對로 包裝이 過少가 되어 內容物에 損傷을 주는 包裝은 더욱더 排除해야 할 것이다. 이것은 消費者에게나 製造業者自身들에게 주는 經濟的인 損失이 莫大하기 때문이다.

그러므로 過剩인지 過少인지 를 決定할 수 있는 어떤 限界線이 設定되어야 하며 이 決定은 다음과 같은 點에서 이루어져야 한다고 볼 수 있다.

⑥ 包裝의 機能中 가장 重要하다고 볼 수 있는 保護性을 于先 考慮해야 한다.

保護性에는 여러 가지의 流通過程에서 商品에

게 주는 影響 即 物理的 化學的인 諸般 與件으로부터 完全히 保護되어 安全하게 消費者에게 到達할 수 있는 包裝이라야 한다.

⑦ 便利性, 販賣去來性에서 나오는 것으로서 取扱者가 그 商品을 取扱하는데 便利하게 設計된 것을 意味한다.

即 商品은 一定量을 갖고 있으며 液體나, 粉末, 粒狀의 物質은 一定量으로 그 單位量을 決定하지 않으면 안된다. 그 決定된 單位量을 包裝에 標示하므로서 消費者들은 그 商品을 일일히 달아 보지 않더라도 쉽게 判別하여 安心하고 購入을 하게 되는 것이다. 또한 取扱의 便利性을 為해 特殊한 장치를 하는 것이 있으나 이에 한 제반 사항을 위해 과다히 포장비가 투자되어서는 안될 것이다.

⑧ 包裝은 그 商品의 價格에 따라 가야한다.

여기에서 우리는 이것을 包裝費 比率이라는 用語를 使用하게 되는데 이 包裝費 比率이 너무 높으면 말할 것도 없이 過剩包裝이 되는 것이다.

日本의 例를 본다면 神戶市 消費者 協會에서는 15% 日本 체인 스토어 協會에서는 15% 定하여 이것이 適正한 包裝의 包裝費 比率이라고 하였다.

勿論 이것이 適正線이라고 볼 수는 없더라도 包裝費 比率이 最大 20% 以上을 넘어가는 것은 特殊한 境遇를 除外하고는 過剩包裝이라고 할 수 있다.

⑨ 消費者 包裝에 있어서 販賣促進반을 為해 豪華하게 多色度印刷된 包裝은 亦是 前記한 바와 같이 包裝費 投下가 過多하게 되고 또한 必要以上の 競爭까지 誘發하게 되는 要件이 된다. 이것 또한 商品價格에 對比 어느 程度 考慮해야 될 것이다.

⑩ 內容商品을 넣어서 그 品質을 保護하기 為한 必要限度를 넘어서 큰 形態로 包裝한 것. 이것은 곁으로만 그럴듯하게 보임으로서 價格이 비싸지 않다는 認識을 顧客에게 주어 不當히 誘引하기 為한 것 外는 어떠한 目的도 없다고 볼 수 있다.

이러한 것들은 商品의 保護나 流通如件에 어느 程度의 空間容積이 容納되나 그 以上的 것은 반드시 規制해야 한다.

④ 其他 包裝의 表示에 있어서 内容品의 價值보다 過大히 表示되어 消費者에게 誤認 및 混亂을 일으키지 않도록 해야 하며 廢棄處理가 適切하여 回收하여 使用할 수 있는지를 恒常 念頭에 두어야 한다는 것이다.

이러한 여러 가지 條件과 事項을 參酌하여 當센터에서는 各種 商品을 蒐集하여 그 商品에 對한 適正한 包裝基準을 包裝費 比率과 空間容積比로 區分 그 案을 作成하고 또한 適正包裝 推進委員會 運營細則案을 作成 그 一次 適正包裝 推進委員會會議를 지난 5月8日 商工部 會議室에서 實施하였다.

包裝關聯機關, 業體 및 消費者團體代表들로 構成된 同 委員會는 이 날 適正包裝 審議委員會 運營細則과 適正包裝 基準設定 등을 討議, 議決했다. 適正包裝 推進委員會 委員長에는 當센터 張盛煥 理事長(當然職)으로 하고 委員을 30名으로 構成키로 했으며 보다 効率의인 適正包裝 基準設定을 為해 各 製品別 小委員會를 構成키로 했다.

同 委員會에서 議決된 適正包裝 推進委員會 運營細則과 適正包裝基準은 다음과 같다.

#### ※ 適正包裝 推進委員會 運營細則

第1條 (目的) 이 細則은 適正包裝 推進委員會(以下 委員會라 稱한다)의 運營에 關한 事項을 定함을 目的으로 한다.

#### 適正包裝推進委員會 委員名單

構成	所	屬	備考
委員長	韓國디자인包裝센터	理事長	
委員	大韓商工會議所	常任理事	
"	中小企業協同組合中央會	常務理事	
"	韓國生產性本部	常任理事	
"	韓國마아케팅開發센터	"	
"	韓國디자인包裝센터	專務理事	
"	〃 振興開發擔當常務	務	
"	서울大學校	韓義泳 教授	
"	高麗大學校	金東基 教授	
"	延世大學校	俞鵬老 教授	
"	東亞紙器印刷工業(株)	常任理事	
"	韓國플라스틱工業協同組合	"	
"	三和製罐(株)	"	
"	大韓우리工業(株)	"	

"	大韓化粧品工業協會	"	
"	太平洋化學工業(株)	"	
"	韓國食品工業協會	"	
"	大韓藥品工業協會	"	
"	海泰製藥工業(株)	常任理事	
"	東洋	"	
"	롯데	"	
"	大韓綜合食品工業(株)	"	
"	新世界 百貨店	"	
"	美都波	"	
"	大韓어머니會	副會長	
"	主婦클럽聯合會	"	
"	女性團體協議會	"	
"	內外經濟新聞社	產業部長	
"	서울經濟新聞社	取材一部長	
"	中央日報社	經濟部長	
"	朝鮮日報社	"	
幹事	韓國디자인包裝센터	包裝開發室長	

第2條 (機能) 委員會는 다음과 같은 機能을 遂行한다.

① 適正包裝 基準의 設定

② 適正包裝 推進을 為한 方案의 審議 및 指導 啓蒙

第3條 (構成) 委員會는 다음과 같이 構成하여 當該職位者의 當然職으로 한다

(委員名單 前記)

第4條 (會議召集)

① 委員會는 委員長이 召集한다.

② 4人 以上 委員의 要請時 委員長은 會議를 召集한다.

第5條 (定足數) 委員會는 委員 過半數의 出席으로 成立되어 出席委員 過半數 賛成으로 議決된다.

第6條 (議長) 委員會의 議長은 委員長이 되며 委員長이 不在時는 出席委員의 互選으로 이를 定한다.

第7條 (會議錄) 委員會의 議決事項과 議事進行 内容을 記錄하기 為하여 幹事는 會議錄을 作成 保管한다.

第8條 (委員會의 改編 및 解散) 委員會의 改編 및 解散에 關한 事項은 委員過半數 以上의 賛成으로 議決한다.

## 適正包裝 基準

④ (設定) 本 基準은 適正包裝 委員會의 決定에 依한다.

④ (目的) 本 基準은 商業包裝 (消費者包裝)에 있어서 過大包裝을 止揚하여 不必要한 包裝費의 浪費를 抑制하고 包裝材料費 切下로 商品價格을 切下시키는데 目的을 둔다.

④ (適用) 本 基準은 內需用 商品包裝 (消費者包裝)에 適用하되 輸出品 또는 外國觀光客을 相對로 하는 專門商品에는 適用하지 아니한다.

### ④ (用語의 定義)

① 空間容積比는 容器의 容積對 內容物 收容時 空間容積의 100分比이며 다음 式에 依한다.

$$\frac{\text{內容物 收容時의 空間容積}}{\text{容器의 容積}} \times 100$$

但 畸形品, 瓶 또는 圓筒形物品을 箱子에 收容時는 그 物品의 外經(巾) 및 높이 (長) 만큼의 角柱形으로 看做한다.

② 比較包裝費는 商品價格 對 包裝材料費의 100分比이며 다음 式에 依한다.

$$\frac{\text{包裝材料費}}{\text{商品價格}} \times 100$$

但 商品價格은 在京 슈퍼마켓의 小賣價格이며 包裝材料費는 該當 原材料費와 同加工費를 合算한 價格이다.

但 綜合膳物etc에 있어서 그 內容物인 個個의 包裝을 하나의 商品으로 看做하여 그 內容物인 個個商品의 包裝制限은 그 商品의 包裝에 準한다.

또한 商工部 工業振興廳에서는 이에 對한 基準을 KS規格化 하여 3個月間의 啓蒙期間을 거쳐 工產品 品質管理法에 依한 事後 檢查品目으로 指定 9月 1日 부터 實施키로 했다. 于先 一次로 菓子類, 化粧品類, 食料品類로 하고 醫藥品, 青果物, 清涼飲料 및 酒類, 電氣 및 電氣製品, 各種 雜貨類 등을 事後 檢查品目으로 追加 指定키로 했다. (註: 適正包裝 基準은 99페이지 <表 1>을 參照하기 바람——編輯者)

.....包裝의 適正化로.....

.....믿고 사는 알찬 商品.....

# 過剩包裝의 本質과 그 実態

—汎國民的인 過剩包裝 追放運動의 時急한 展開를 위하여—

韓 義 泳

서울大學校 商大 教授

## 1. 序言(問題의 提起)

이른바 『包裝이 商品을 팔아 준다』거나 『包裝은 沈默의 「세일즈 맨」』이라는 등의 金言・格言이 어느듯 우리의 周邊을 제 몇대로 活步하게 된 오늘과 같은 「마아케팅」時代에 있어서는 商品의 包裝이란 한낱 販賣機能(包裝의 1次的機能)의 發揮만을 위한 販賣促進劑의 하나일 수 밖에 없다는 느낌이다. 원래 包裝自體가 지니고 있어야 한다고 믿어지던 保護機能(包裝의 2次的機能)의 發揮는 다만 工業包裝이나 輸出包裝에서 겨우 그 命脈을 維持해 나가고 있다고 錯覺될 만치 요즘의 商業包裝이나 國內 包裝에 있어서의 그것은 販賣機能의 發揮만이 強調되기가 일쑤이며, 또 바로 그것이 全部이기도 하다.

하긴 이러한 現象은 一般消費水準의 向上, 清潔感을 앞세운 衛生觀念의 高揚, 購買樣式의 根本의 變遷 등이 包裝材料의 開發이나 包裝手段의 改良을 誘導시킴에 따라 「수퍼 마아켓」이나 「쇼핑 센터」와 같은 大規模小賣店에 있어서의 既包裝商品(事前包裝商品)에 대한 消費者需要를 增大시킨 뒷에서 있은 물론이다. 또 既包裝된 商品에 依해 誘發되어지는 소위 衝動的購買(내지 刺戟的購買) 때문에 包裝의 販賣機能이 더욱 重要視되기에 이른 것도 사실이다. 그래서 包裝이란 마치 商品品質의 하나로 看做되어 올바른 內的品質의 形成 以前에 外的品質(包裝)의 形成부터 神經을 곤두세워야 하는 것이 차라리 오늘의 現代의 企業들이 애써 擇해야 할 品質政策일 정도

### □ 目 次 □

1. 序言(問題의 提起)
2. 過剩包裝의 本質
3. 過剩包裝의 實態
4. 結言

이다.

그러나 다른 한 편으로는 販賣競爭의 激化에 따라 人間의 心理的인 弱點이 기도한 衝動的購買에 便乘해서 包裝의 販賣促進機能을 必要以上으로 強調하므로써 包裝自體의 過剩化 내지 過大化가 짙게 誘發되어지는 現象이 分明 숨겨질 수는 없다. 더구나 그러한 過剩包裝된 包裝廢棄物로 말미암은 이른바 包裝公害가 生活環境에 대한 크나큰 危脅의 하나로 浮刻하기 시작한 오늘날의 現實도 否定할 할 수는 없다. 또 설사 過剩된 包裝廢棄物에 依하자는 않다 하더라도 包裝手段自體에 依해 直接 間接으로 人體에 影響을 끼치게 되는 有害物質에 依한 各種 中毒과 食品衛生上의 問題는 더욱 우리를 不安하게 하는 要因이기도 하다.

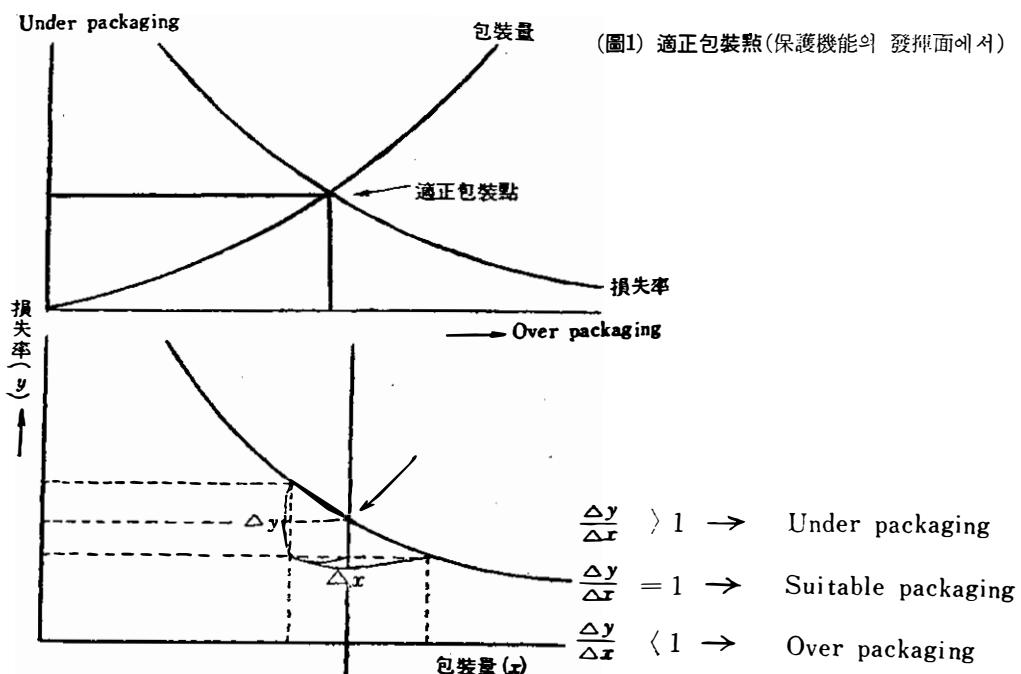
어쨌던 그 가운데에서도 過剩包裝과 包裝公害의 문제는 包裝의 販賣機能이 지나치게 重視되어진 남아지의 必然的인 結果이며, 잘못 誘導되어진 包裝現代化 過程에서의 「マイナス」作用인 것만은 틀림없다.

이러한 包裝에 依해 惹起되는 「マイナス」作用들은 그 包裝이 企業의 販賣促進要素과 消費者の 衝動的 購買要因과의 兩者에 결쳐 密接한 關係를 맺으면 맺을 수록 어여한 代價를 支拂하더

라도 時急히 排除되어져야 할 性質의 對象임은 물론이며, 가뜩이나 지난 가을서부터 世界的인 「례별」에서 떠들썩하게 宣傳되어 오는 資源節約運動의 一環으로서도 過剩包裝은 적극 止揚되도록 모진 努力이 잊달아야 할 것이다. 그러기 위해서는 무엇보다도 먼저 混線이 빛어지기가 일쑤인 過剩包裝의 올바른 本質을 把握하고, 그 實際의 事例와 그 對策을 客觀的인 立場에서 講求함에 온갖 努力이 傾注되어야 마땅할 것이다. 혹 그것으로 因해 資源의 節約과 소비자 負擔의 輕減과, 그리고 包裝公害가 어느 정도라도 極少化하게 되는 契機라도 된다면 무척 多幸일 수밖에 없다는 뜻에 실은 이 글의 目的이 있으며 또 그것이 全部이다.

## 2. 過剩包裝의 本質

한 마디로 過剩包裝이라해도 그 本質은 가지 각색이다. 우선 그 用語로부터 過剩包裝, 過大包裝, 過重包裝, 誇張包裝, 過飾包裝 등 가지 가지이며 각기 用語間에는 아직 그 어떤 뚜렷한 概念上 区分이나 限界가 그어진 바는 없다. 다만 이른바 「適正包裝」과 對立되는 概念으로 아로세



겨져 있을 뿐 明確한 개념의 定立은 없다.

그런데 適正包裝이라는 개념 自體에 대해서도 아직 이렇다할 定說의 究明이 이루어진 바 없음으로 過剩包裝 내지 適正包裝이라는 對立的 개념이야말로 兩者 共히 대단히 아리송한 包裝의 代名詞일 따름이다.

흔히 包裝에 관한 專門家들은 圖表1을 過剩包裝의 指標로 삼기가 일쑤이지만, 그것은 어찌까지나 企業의 立場에서 包裝의 保護機能을 重視함에서 오는 「保護機能의 發揮」와 「包裝商品의 保護度」에 관한 相關關係上의 適正點의 模索表이며, 전혀 소비자의 立場에서 消費者購買價格에 다만 包裝費의 構成比率을 考慮치 않는一方의 「년센스」한 圖表일 따름이다.

오히려 包裝의 保護機能의 發揮야 어찌든 過大한 包裝費用으로 商品價自體가 上昇하게 될 것을 두려워하는 소비자의 立場에서는 企業이 主張하거나 固執하게 되는 適正包裝點이라는 것이 실은 過剩包裝點으로 항상 浮刻되어지기 마련이다. 따라서 包裝된 商品을 企業이 만들고 팔며 또 그것을 소비자가 사서 쓰게 된다는 뜻에서는 需給兩者的 立場에서 바로 利害가 交錯하는 點이 그 適正包裝點이 될 수도 있다 하겠으나, 需給兩者的 利害는 항상 엄청하게相反되는 것이 通例인 것으로 미루어보아 그러한 適正點이 쉽게 發見하게 될 까닭도 드물다할 것이다.

이래서는 都是 過剩包裝을 云云하거나 適正包裝을 모색하게 될 발판마저 잃게 된다는 觀點에서 대략 先進諸國에서는 이론바 「適正包裝基準」을 마련하여 그대로 그들 國內事情에 알맞는 包裝政策上의 試金石으로 삼고 있는 것이 그 대부분의 경우이다. 물론 이 경우의 適正包裝基準이란 소비자 保護라는 見地에서 工業包裝이나 輸出包裝을 除外한 商業包裝(消費者包裝)에 限定된 基準이긴 하되 그려한 基準이 設置된 나라에서는 過剩包裝 내지 適正包裝의 本質이라는 그 基準에 따라 具體化되고 있어 多幸이다.

이를테면 基準未達의 包裝은 過少包裝이며, 基準到達이 適正包裝이자 基準超過는 過剩包裝이라는 것이 그 한 예이다. 따라서 過剩이나 過大, 혹은 過重이나 誇張 등 一連의 包裝들은 두 말할 나위도 없이 基準超過包裝이며, 그 代表의

인 代名詞가 가령 過剩包裝으로 일컬어져 오는 것으로 믿고 있으면 그만이다. 바로 美國의 경우가 그렇고, 또 이웃나라 日本의 경우도 그렇다.

그런데 우리 나라의 경우 유독 그러한 「適正包裝基準」이 公式的으로는 전혀 마련된 바 없어 우리 나라에서만은 過剩包裝 내지 適正包裝의 本質이 不幸히도 아직 虛空에 떠 있다고 믿어야 옳을 뿐이다. 다만 지난 5月 8일에 韓國디자인포장센터의 主導下에各界의 代表者로 構成된 假稱 「適正包裝推進委員會」의 第5回 간담회 席上에서 우리 나라에서는 처음으로 參考文格으로나마 提示된 이론바 「適正包裝基準(案)」에 依해 그 애매하던 過剩包裝과 適正包裝의 限界가 겨우 뚜렷해질 수 있는듯한 움직임을 보였을 따름이다. 비록 日本의 경우를 大部分 模倣한 그러한 「基準」이라 한들 過剩包裝이나 適正包裝의 本質이 그대로 뚜렷해지기 위해서는 아무래도 어떠한 形態로던지 各界에 依해 어서 採擇되어져야 옳을 對象인 것만은 틀림없다 할 것이다.

어쨌던 그 「適正包裝基準」에 依하면 先進諸國에서의 實例와도 마찬가지로 適正包裝을 包裝空間의 容積比(空間容積比)와 消費者價格의 對包裝費率(比較包裝費)의 두 가지 觀點에서 評價해서 그 基準值의 超過包裝을 過剩包裝이라 規定하고 있다. 즉 空間容積比는 容器의 容積 對內容物을 收容時의 空間容積의 100分比( $\frac{\text{內容物收容時의 空間容積}}{\text{容器容積}} \times 100$ )로 表示되며 (但 畸形品, 瓶 또는 圓筒形物品을 箱子에 收容하는 그 物品의 寬이와 높이 만큼의 角柱形으로 看做), 比較包裝費는 商品價格 對 包裝材料費의 100分比( $\frac{\text{包裝材料費}}{\text{商品價格}} \times 100$ )로 表現된다. (但 商品價格은 在京「수퍼·마아켓」小賣價格이며 包裝材料費는 該當 原材料費와 同加工費를 合算한 價格)

그러나 이 경우 商業包裝이 主로 그 對象이며 商品의 種類에 따라서 그 基準值는 가령 다음의 表처럼 각기 상당한 差異가 있게 되는 것은 어쩔 수 없다.

또 이와 같은 適正包裝基準值自體가 果然 客觀的인 立場에서의 올바른 基準值인가 아닌가는

〈表 1〉 適正包裝 基準의 一例

種類		包裝制限		備考
區分	細分類	空間容積比 (%)	比較包裝費 (%)	
菓子類包裝	① 비스켓 및 캔디類	20% 以下	20% 以下	綜合膳物 셀의 内容物인 個個의 包裝을 하나의 商品으로 看做한다.
	② 綜合膳物 셀	5% //	15% //	綜合膳物인 個個商品의 包裝制限은 비스켓 및 캔디類에 準한다.
化粧品類包裝	① 로션類(瓶)	5% //	10% //	
	(紙箱子)	5% //	5% //	
② 크림類(諸容器)	5% //	15% //		
	(紙箱子)	5% //	15% //	
③ 其他(小型化粧品)				香水類는 除外한다.
	(諸容器)	5% //	10% //	携帶 및 保管 등에 便利하게 設計된 小型케이스에 들어있는 小型物은 케이스를 합쳐单一商品으로 看做한다.
	(紙箱子)	20% //	5% //	
④ 綜合膳物 셀	25% //	5% //		
食品類包裝	① 캡類	8% 以下	25% 以下	
	② 柔軟包裝類	15% //	10% //	特別한 保護를 要하는 品目은 例外로 한다.
	③ 紙器類	10% //	10% //	
	④ 瓶類	5% //	20% //	回收用瓶은 例外로 한다.
	⑤ 其他 包裝材料	10% //	10% //	
	⑥ 綜合膳物 셀	25% //	5% //	
酒類包裝	① 高級酒(瓶)	5% //	25% //	
	(紙箱子)	10% //	10% //	
② 一般酒(瓶)	5% //	15% //	回收用瓶은 例外로 한다.	
	(紙箱子)	10% //	10% //	
③ 綜合膳物 셀	10% //	10% //		
醫藥品類包裝	紙器包裝	20% //	10% //	瓶·캔包裝은 食品包裝基準에 準한다.
一般雜貨類包裝		20% //	10% //	
其 他	別途로 明示되어 있지 않은 商品은 위의 區分中 類似한 包裝基準에 따른다.			

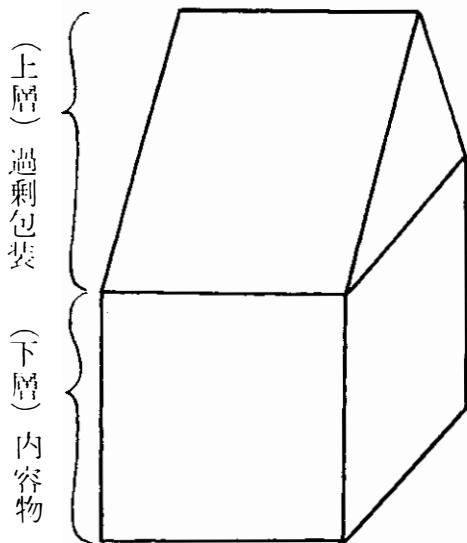
資料 : 韓國디자인포장센타

전혀 問題로 삼지 않는다면 바로 위의 表와 같은 基準值를 超過하게 되는 包裝商品이 過剩包裝이 되고도 남음이 있다는 뜻임은 물론이다.

사실 그러한 基準值가 그야말로 「適正」한 基準值인지 아닌지는 여러 가지 面에서의 科學的 인 鑑定에 依한 길 밖에는 없으나 先進諸國에서

의 例가 그렇고, 또 우리 나라에서도 工業振興廳이 요즘 그 基準值를 工業規格化(KS化) 하려는 움직임인 것으로 미루어 보아 대체로 「適正」한 基準值인 것으로 믿어도 相關은 없다는 느낌이다.

(圖 2) 「크렉커」菓子過剩包裝의 一例



### 3. 過剩包裝의 實態

그렇다면 過剩包裝의 本質이란 全的으로 空間容積比와 比較包裝費와의 相對的比率에 따라 究明되어진다고 볼 수 있으며, 이를 우리 나라의 경우에 견주어 살펴 본다면 意外에도 許多한 過剩包裝의 實例들이 浮刻되어지게 마련이다.

우선 空間容積比에 있어서의 過剩包裝의 實例로는 맛김통(金屬罐入)과 그 선물센, 調味料包裝과 그 선물센, 「크렉커」類 菓子包裝과 그 선물센 등 主로 食品類包裝에 있어서의 空間容積比過剩現象이 두드러진 것으로 나타난다.

一例로 國內一流製菓 「베이커」의 「크렉커」菓子包裝(販賣單價包裝 1백원)을 그 「모델・케이

스」로든다면 바로 圖 2와 같은 지붕形 包裝이 空間容積比에 있어서의 過剩包裝의 代表作이다.

옆의 그림에서 「크렉커」라는 이름의 菓子(內容物)는 下層에만 들어 있어 지붕形인 上層은 空間이다. 이 「크렉커」包裝의 경우야 말로 空間容積比 面에서도 틀림없는 過剩包裝의 代表的인 例이자 또 後述하게 될 比較包裝費에 있어서의 過剩包裝이기도 하다.

하진 企業의 立場에서는 內容物이 들어 차 있지 않는 지붕形 包裝이 衝動的 購買를 誘發하는 크나 큰 販賣促進效果의 하나가 될 수 있는 것은 사실이다. 그러나 소비자의 立場에서는 過剩包裝費만큼 소비자 負擔이 過重轉稼되며, 더구나 資源의 節約이라는 今世紀 最大的 「이슈」에도逆行하는 「反社會的」인 企業橫暴라고 看做하지 않을 수 없다.

이러한 事例는 비단 우리의 경우 뿐만 아니라 바로 이웃나라 日本의 경우만 하더라도 더욱 許多하며, 그 事例도 더욱 자세하다.

(以下 小活字로 表示되는 事例들은 서울大學校 經營大學院 修了生 金弘權氏의 '73學年度 碩士學位論文「過剩包裝과 包裝公害에 관한研究」에서 適宜 발췌한 것이다.)

다음의 <表2>는 1970年 6月에 日本公正去來委員會가 主管이 되어 全國 25個都市의 소비자 「모니터」 600名을 動員해서 觀光土產品, 食品類, 膳物用品 등을 對象으로 空間容積比의 過重으로 因한 過剩包裝의 實態를 握取한 「양케이트」 調查의 結果表이다.

&lt;表 2&gt; 「양케이트」 調查에 依한 品目別 空間容積比의 實態表(日本)

品目別 空間容積比	觀光土產品		食品類(김)		食品類(其他)		菓子類		膳物用品		日用品	
	品種	%	品種	%	品種	%	品種	%	品種	%	品種	%
4 0 % 臺	50	12.0	74	11.1	63	7.8	55	6.3	171	10.9	120	8.5
3 0 % 臺	35	8.4	131	19.7	61	7.5	36	4.1	136	8.5	116	8.2
2 0 % 臺	12	2.9	55	8.3	18	2.2	7	0.8	36	2.3	30	2.1
1 0 % 臺	8	1.9	30	4.5	1	0.1	4	0.4	12	0.7	22	1.6
5 0 % 臺	105	25.2	290	43.6	143	17.6	102	11.6	355	22.2	288	20.4
(全) 合計 數	417	100.0	665	100.0	812	100.0	879	100.0	1,599	100.0	1,406	100.0

그 調査方法으로는 한달 동안의 回收期間을 주고 返信用 봉투로 平素에 여러 가지 혜택을 주고 있는 「모니터」에 發送하는 質問形式을 취하였다. 이 調査에 의해 提起된 過剩包裝의 實態를 보면 위의 表에서도 알 수 있듯이 특히 김 類의 食品包裝(경통, 箱子 其他 高級加工包裝)에 있어서는 內容物이 절반 정도밖에 들어 있지 않는 品種이 無慮 290個(全體의 43%)로 過剩包裝의 代表의 例로 꼽히고 있다.

또한 觀光土產品의 경우 그러한 觀光土產品에 관한公正去來規約이 實施된지 3年이 지나 점차 改善되고 있으나 아직도 內容物이 50% 정도밖에 들어 있지 않는 品種만도 全體의 25% 가량이나 차지한 것으로 나타났다.

이러한 엄청난 過剩包裝의 實例를 「앙케이트」調査라는 皮相의 例方法에 依하지 않고 좀더 具體의 例而實際的 例調査에 依한다 해도 그 實態把握의 結果에는 별다른 差度는 없다. 즉 全日本地域婦人團體 連絡協會가 1969년 3月에 全國會員 1,400名을 對象으로 한 「앙케이트」調査보다도 더욱 신빙성이 짙은 直接試買検査結果(5個品目 175點)에 따르면 다음의 〈表3〉처럼 특히 가루비누 類가 空間容積比率 83.2%로 過剩包裝의 代表 例로有名하다.

〈表 3〉 試買検査에 依한 5個品目の 空間容積比(日本)  
(百貨店・「수퍼·마켓」販賣品)

(平均)

摘要		空間容積比
菓子類		56.0
化粧品	약	30.3
其他	비누	64.3
其他	가루비누	83.2
其他	食品類	63.2

그以外에도 一部 소비자들의 입에서 『비누는 종이로만 싸도 充分한 것인데 굳이 外包裝까지 할必要가 있을까?』『가루비누는 「비닐」로만 싸도 되지 않을까?』하는 등의 의구심이 發說되는 일이 대단히 찾은 것으로 미루어 보아 空間容積面에서 살펴 본 過剩包裝의 문제는 비단 食料品만에 限한 문제가 아니라 비누와 같은 日常 必須品 全般에도 똑같이 適用되는 廣範한 문제임을 直感하고도 남음이 있다 할 것이다.

이렇듯 空間容積比面에 있어서의 過剩包裝의 實例가 許多한 것처럼 比較包裝費面에 있어

서의 過剩包裝의 實例도 許多하다. 물론 엄밀한 뜻에서는 空間容積比面에 있어서의 過剩包裝은例外없이 比較包裝費面에 있어서의 過剩包裝과直接되어지게 마련이다. 왜냐하면 前者에 있어서의 過剩包裝分 만큼이 依例 後者에 있어서의 比較包裝費를 上昇시키게 마련이기 때문이다. 다만 여기서는 比較包裝費面에서 內容物에 比해 開發途上國이라는 우리의 立場에서도 너무 지나치다고 믿어지는 경우만을 例示해 본다해도 대략다음과 같은 경우들이 크게 浮刻되어지지 않을 수 밖에는 없어진다.

우선 다음의 〈表4〉는 어떤 「메이커」의 4個品目的 食品包裝에 관한 比較包裝費의 一例이지만 소비자의 立場에서는 分明 『內容物인 食品을 사 먹는다는 것보다는 그 包裝을 사 먹는다』는 비유가 適合할 정도의 過剩包裝이 壓倒의이다.

〈表 4〉 4個品目에 관한 比較包裝費率의 實例(韓國)

單位: 원

品目	摘要	出庫價格	內容物價	包裝費	比較包裝比率
某社의 「크래커」 (菓子)		75.20	52.81	22.99	29.8(%)
某社의 調味料 「설」		996.00	485.00	511.00	51.3(%)
某社의 막김통 (金屬罐入)		974.00	467.50	506.50	52.0(%)
某社의 果汁 (金屬罐入)		65.00	30.00	35.00	54.0(%)

註: 엄밀한 意味에서는 內容物價格에 製造業者 利潤이 包含되어 있는 것으로 看做해야 마땅하다.

資料: 韓國디자인포장센터, 「디자인·포장」, 1974年 3月號, 通卷 16卷, p.109에서 適宜 再編成.

물론 『包裝은 即 宣傳(包裝의 廣告機能)이며 그 宣傳(廣告)이 商品販賣促進의 要因이 된다면 때에 따라서는 包裝費用의 增額(過剩)投資도 不辭해야 함은 당연한 일』이라는 製造業者 내지 販賣業者的 立場에서 보면 어떠한 種類의 商品일지라도 比較包裝比率의 過重에 依한 過剩包裝문제란 都是 있게 될 까닭도 없다. 그러나 그 包裝商品을 直接 購買하는 消費者立場에서는 어디까지나 商品의 種類와 그 商品의 使用目的에 따라 包裝費用이 決定되어야 하며, 包裝에 依해 商品의 소비자價格이 必要 없이 上昇하지 말아야 原則이다. 더구나 오늘날과 같은 「소비자는 王」인 「마아케팅」時代에 있어서는 더욱 그러하다.

따라서 特殊目的을 위해서 設計되거나(二重用途包裝), 製品의 單價가 비싸거나(重裝備, 機械類包裝), 包裝容器自體가 裝飾的 機能을 保有하거나(化粧品, 香水類包裝), 혹은 包裝自體가 長期的으로 使用되거나(「커피 셀」用 箱子包裝) 또는 以外의 包裝은 되도록 「必要 없이」 上昇해서는 안된다는 것이 實은 消費者志向型 現代包裝學에서의 冒頭 第一章이며, 또 그것이 바로 現代「마아케팅」理論의 核心이기도 하다.

그런데 比較包裝費 面에 있어서의 過剩包裝의 實態는 비단 이러한 製造業者側에 歸因하는 商品品目別 事前 包裝(既包裝된 個裝商品)의 實例에서만 두드러진 것이 아니라 販賣業者側에서 誘因되는 「서어비스」 包裝(事後 包裝)의 實例에 있어서도 그例外는 아니다. 다만 前者(事前 包裝)의 경우는 그 過剩包裝費가 終국 소비자에게 轉稼되며, 後者(事後 包裝)의 경우는 열핏 販賣業者에 依해 負擔되어지는 것처럼 錯覺되는 점이 다를 뿐이다.

이를테면 다음의 表는 서울 市內에 있는 어느 「수퍼 마아켓」 販賣業體(從業員 20名)의 事後 「서어비스」 包裝費에 관한 類推表이지만, 月間賣出 總利益이 約 250만원이라고 알려지는 것으로 미루어보아 이 販賣店의 賣出利益對 「서어비스」 包裝費率(月間)은 約 10%에 該當되는 셈이다.

〈表 5〉 K 「수퍼 마아켓」의 月間 「서어비스」 包裝費  
(1974年 3月分의 1例)

包裝手段	摘要		實積	
	金額(원)	%		
包 裝	58,000	25.0		
紙 袋	138,000	59.5		
坛	14,000	6.1		
塑 依	22,000	9.5		
計	232,000	100.0		

資料: 女性東亞, 包裝一綱과 實績—1974年 6月號, pp.205~206에서 適宜編成

「서어비스」 包裝費率이 賣出利潤의 10%라면 開發途上國이라는 우리의 立場에서는 결코 그렇게 낮은 過剩包裝率은 아니다. 그래서 從業員의 給料·手當을 除外한 가장 큰 支出品目이 바로 그

터한 「서어비스」 包裝費라는 것이 그 販賣店 側에서의 實吐이자 외로운 「하소연」의 하나라 하지만, 사실 엄밀한 뜻에서는 販賣業者의 事後 「서어비스」 包裝費도 製造業者의 事前 包裝費의 경우처럼 어느 모로 보나 이미 消費者價格에 反映되고 있는 것으로 믿어야 옳을 것이기 때문에 열핏 販賣業者의 賣出利潤을 참식하고 있드시 錯覺을 이르기 위해 「하소연」은 그야말로 소비자 欺瞞도 이만 저만아닌 賊反荷杖格일 때를이다. 차라리 消費者를 위한 真正한 뜻에서의 「서어비스」에서라면 事後 「서어비스」 包裝費用만큼을 全의 消費者價格에서 控除하여 주든지 되도록 그러한 「서어비스」 包裝費用을 最少限으로 줄여 소비자價格의 低價維持에 온갖 努力を 기울여야 至當하다 할 것이다.

#### 4. 結 言

以上 대충 간추려진 것들이 過剩包裝이라고 일컬어질 수 있는 경우의 實例와 그 樣相을 곁드린 實態였지만, 終국 이러한 過剩包裝에 依해서 起起되어지는 「마이너스」 要因은 크게 ① 소비자價格의 引上要因 ② 環境污染의 公害要因의 두 가지로 나누어지게 됨은 두 말할 나위도 없다.

그러기에 先進諸國에서는 包裝廢棄物의 再生·利用運動과 더부러 各界의 關聯機關을 망라한 過剩包裝追放運動(내지 適正包裝推進運動)이 幅度로 展開되어 온지도 이미 오래다. 바로 가까운 이웃나라 日本의 경우만 하더라도 過剩包裝으로 말미암은 直接的인 被害當事者인 消費者團體에서 뿐만 아니라 業界自身도 스스로 過剩包裝追放運動의 先鋒에 서서 汎國民의인 「캠페인」을 展開하고 있을 정도이며, 그 중 몇가지 두드러진 最近의 實例만 들어 보아도 대충 다음과 같아 진다.

##### 主婦聯合會

包裝問題에 관한 간담회를 자주 開催하였으며 이론 바 「플라스틱」 废棄物研究會를 設置해서 71年 6月과 11月에 官民合同懇談會를 開催하였다. 東京在京支部에서는 72年 3月에 包裝의 過重包裝을 막자는 標語 10萬枚를 京都市의 各 小賣店에 配付하였

다, 또 北海道分會에서는 購物用品의 包裝費를 調查하여 發表하였는데 平均 27.3%가 그 實相이었다.

#### 全國地域婦人團體連結協議會

72年 11月에 東京都知事が 하루 1만 3천톤에 達하는 廢棄物 處理에 끝치를 않은 남여지 이른바『對廢棄物戰爭』을 宣言하게 됨에 즈음하여 都民廢棄物會議를 共同으로 召集, 協議를 가졌다.

또 包裝에 대해 消費者意識調查를 餘個市에서 行하고 結果를 73年 3月에 發表하였다. 그 結果에 依하면 소비자들은 안해도 될 包裝에 依한 追加費用을 生鮮食料品에 대해서는 4%以下, 加工食料品에 대해서는 4~9%, 購物用品 20~24% 대처 30~34%라고 생각하고 있는 것으로 나타났다.

#### 新生活運動協會

道內 各 消費者와 共同으로『不必要한 包裝追放』道民集會를 열고(72年 6月), 建議事項을 各界에 보내고 앞으로의 運動을 위해 實行委員會를 結成하였다.

#### 日本消費者協會

71年에 處理만 苦情相談 7,490件中 包裝關係가 88件 인데 그 중 食品이 73件, 化粧品이 10件, 其他5件이었다.

#### 神戶消費者協會

71年 6~7月에 걸쳐 婦人團體協議會會員 3,000名에 대해 「양케이트」 調查를 實施한 結果, 過剩包裝으로 指摘된 品目 152點을 뽑고 公開批判하고 告發措置를 하였다.

또 71年 10月에는 學者, 行政擔當者, 生活科學「센터」 및 協會의 任員들을 모아 過剩包裝의 基準을 討議하였다.

#### 日本百貨店協會

去來改善專門委員會를 設置하고 72年 4月에 消費者動運動에 對處社 代案을 樹立하였는데

① 原則的으로 包裝容器는 商品以外의 空間容積이 全體의 30%를 넘지 않은 것.

② 包裝費用의 경우 商品價格의 15%를 넘지 않도록 한 것.

③ 廢棄物 處理에 따른 公害發生을 誘發하는 包裝材料는 使用하지 않도록 권장할 것.

등이 그 骨子이다.

#### 日本「체인・스토어」協會

72年 5月 日本「셀프・서비스」協會와 共同으로 包裝改善委員會를 設置해서 指針을 마련하였는데

① 衣料品, 雜貨, 加工食品, 調味料 등 品目의 輕量化, 輕裝化, 2次使用容器의 改善 등 包裝의 適正化를 推進한다.

② 生鮮類는 되도록 「no package」 혹은 「film package」, 또는 「poly」袋 등으로 包裝을 줄인다.

③ 流通過程에서 包裝合理化에 努力한다.

④ 包裝費를 全商品價의 15~20% 線으로 推進한다. 등이 그 大要이다.

결국 그렇다면 果然 우리의 경우는 어찌까? 分明 過剩包裝의 가지 가지 樣相이 到處에서 頻發되고 있으면서도 日本에서의 그 것처럼 이에 대한 이령다할 對策이나 運動이 아직껏 具體的으로 模索되거나 展開된 바는 없다고 喝破해도 틀림은 없을 것이다. 우리 나라에서의 경우만은 아직도 「소비자가 王」이 아니라 「소비자는 바가지」여서 그렇다고 믿기엔 너무도 서글프기만한 「년센스」일 수 밖에는 없다.

다만 지난 5月 8일에 우리 나라에서는 처음으로 韓國디자인포장센터가 主動이 되어 各界의 代表로 構成된 假稱 適正包裝推進委員會」의 第1回 간담회를 開催했던 것을 억지로라도 先進諸國에서의 例와 같이 一種의 「過剩包裝追放運動」의 始시로 看做한다면 그런대로 그런 것으로 믿어지지 않을 것도 아니다. 따라서 그러한 움직임이 좀더 幅넓게 具體化되어 汎國民的인 運動에의 導火線이라도 된다면 開發途上國이라는 불쌍한 우리들의 불쌍한 消費者를 위해서도 지극히 多幸인 것은 물론일 것이다. 더구나 우리와 같은 自然資源의 貧困國에서 過剩包裝의 追放量만큼이라도 資源節約의 잇닿게 된다면 더욱 더 그럴 수 밖에도 없어진다.

어쨌던 여러 가지 意味에서도 우리가 時急히 模索해야 할 일은 가령 各界「래벨」에서의 「適正包裝推進委員會」를 具體化시키든, 工業振興廳으로 하여금 適正包裝基準을 規格化하게 하든, 業界 스스로가 自肅하여주든, 소비자團體가 全國的인 「체인」을 벌리든 간에 過剩包裝을 追放하기 위한 그 어떠한 對策의 請求와 그 推進일 따름이며, 결코 그以外의 아무 것도 아니다.

# 適正包裝의 要件과 消費者 意識

朴 載 淳

日刊内外經濟 編輯局次長兼產業部長

## 商品・生產品・包裝

상품이란 메이커와 소비자의 입장에 따라 견해차이가 나기 마련이다. 유통경제 질서가 잡히지 않았던 시대엔 메이커는 팔기만 하면 끝난다는 생각 속에 무책임한 상품을 만들었으며 소비자들은 그들의 농간에 속지 않으려고 제나름 대로의 상품감정법을 익히기에 애를 먹었다.

그러나 차츰 경제질서가 확립되고 기업의 사회적 책임이 부각되면서 메이커는 박리다매의 정신 아래 품질을 개선, 책임있는 상품을 만들어 내므로써 소비자들로부터 신뢰를 받으려는 경영 철학이 일반화되기 시작한 것이다.

메이커마다 이러한 노력은 결국 소비자에게 무한한 선택의 자유를 부여하게 되고 결국 「소비자는 왕」이라는 관념을 낳게 했다.

똑 같은 원료, 시설, 기술로 만들어져 같은 가격의 동일상품이라 하더라도 소비자의 구매의욕은 공신력 있는 기업체품, 널리 알려진 레벨의 상품으로 기울기 마련이며 이왕이면 겉모양이 깨끗하고 휴대, 운반하기 쉬운 것을 선택하게 된다.

포장이란 본래 상품의 내용물(생산품)을 보호하기 위해 창시되었겠지만 현대기업사회에선 상품의 가치를 제고시켜 구매 의욕을 자극시키는, 즉 판매촉진 수단으로서의 기능이 보다 앞서고

있는 느낌을 주고 있다.

따라서 「생산품+포장=상품」이란 공식이 추출되고 있는데 기업 측에서는 이러한 공식을 합리적 사고방식으로 받아 들이겠지만은 소비자 측에서는 엄밀히 분석할 때 달갑지 않은 공식인 것이다. 다시 말해 오늘날 상품에 대한 「이미지」를 메이커와 소비자들은 각자 다르게 갖고 있는 것이다.

이 같은 공식을 상품 메이커 측에서 풀이한다면 이윤을 포함한 생산품의 가격에 포장비를 플러스하여 상품의 가격을 산출해 내므로 포장에 의한 판촉효과까지 얻어 내어 일거양득의 이로운 공식이 아닐 수 없다.

그러나 소비자 측에서는 「상품-포장=생산품(내용물)」으로 앞의 공식을 역설해 보지 않을 수 없다. 소비자는 필요 때문에 구매하는 내용물이 중요한 것이지 결코 포장 자체가 중요한 것은 아니기 때문이다.

그러나 소비자 역시 상품의 포장에 대해서 무시할 수 없으며 적정한 포장비 가산에 대해서 일방적으로 인색해질 수 만은 없다는 것을 잘 알고 있다.

포장이란 내용물의 파손으로부터 보호하는 기능, 위생적인 면에서 관리하는 기능, 운반 및 사용면에서 도와 주는 편리성이 있으며 또한 구매의욕을 돋우워 주는 심리성과 상품적 가치를

제고시키는 경제성이 있기 때문이다.

그렇다면 메이커와 소비자가 각기 입장에서 정립해 보는 위의 두 공식을 떠나 「상품—생산품=포장」이란 또 다른 공식을 객관적으로 추출하여 과연 「포장」은 어떠한 자태를 갖추어야 할 것인가를 생각해 봄직하다.

### 가마니에서 콘테이너까지

인류역사는 경제생활의 역사다. 원시적 수렵에서 농경생활로, 기술혁신에 의한 산업혁명으로 공업의 시대에 접어 들었다. 처음엔 먹을 것을 보호하기 위해 나무잎·나무껍질·조개껍질·가죽주머니 등을 이용하기 시작했으며 차츰 이런 것을 칙조하거나 흙을 구워 그릇을 만들어 사용하기도 했다. 그러나 산업혁명은 인류에게 새롭고 다양한 상품을 가져다 주어 새로운 생활환경을 창조케 했으며 근세에는 물품의 대량생산·대량수송·대량소비시대로 접어들게 된 것이다.

이와 함께 포장도 상품의 일부로 등장, 새로운 포장재로 개발되고 인쇄기술, 디자인기술 등을 가미하여 유통경제의 중요한 미디어가 된 것이다.

포장의 재료별로 차츰 개선된 양상을 보면 일반화 포장은 재래식의 지류·마대에서 골판지·지류·플라스틱 필름으로 개선 되었으며 곡물은 가마니·마대·면포대에서 紙袋·폴리크로스袋로, 식품은 판지·봉투에서 각종 플라스틱 필름으로, 청과물과 직물은 나무상자에서 골판지상자로 개선됐다.

또한 結束材는 지대·노끈·철사·새끼에서 PP밴드·나일론 밴드 철대로 바뀌어 가고 있으며 내용물의 파손을 막기위한 緩衝材는 종전의 툴밥·왕겨·나무껍질·古紙에서 플라스틱 발포류로 변모되고 있다.

결국 포장자재는 경제발전과 함께 천연제품에서 인공자재로 바뀌어진 셈이다.

포장이 가마니에서 현대 대량수송시대를 상징하는 콘테이너까지 발전해오는 동안 「포장개선」이란 차원을 찾아 산업계는 노력해 왔으나 이제는 또다른 차원을 맞아 포장논쟁시대로 돌입하고 있는 느낌이다.

즉 포장은 개선되었으나 최근에는 너무 지나치지 않느냐 하는 문제다.

자원부족시대의 대표적 논쟁거리로 과잉과대 포장이 회자되기 시작하고 있는 것이다.

### 不良과 過剩의 共存

메이커는 과목한 대신 소비자는 간사하다. 메이커는 포장의 문제점을 스스로 해결, 사리사욕을 채울 수 있으나 소비자는 그렇지 않기 때문이다.

포장비 계산을 않기 위해 허술한 포장을 하다 보면 소비자들은 불평하고, 호화포장을 해서 상품에 포장비를 가산하면 소비자는 부담이 늘어난다고 불평한다.

그러나 생산자와 소비자를 견주어 보면 항상 생산자 편이 우위에 서기 마련이다.

그것은 무엇보다도 생산자는 소수이기 때문에 그들의 이익을 옹호하기 위한 조직을 쉽게 형성하기 때문이다.

소비자의 입장은 항상 생산자에 이끌려가는 기분이다. 생산자 조직에 대항하기 위해 최근엔 소비자협회 주부클럽 등 부자연스러운 조직을 형성하기도 하지만 그 조직력에서 항상 생산자단체에 지고 마는 것이다.

따라서 생산자들은 종종 횡포를 부린다는 얘기를 소비자로부터 받기 마련이다.

포장의 경우 생산자의 횡포란 두 가지 의미에서 해석할 수 있다.

하나는 불량 또는 과소포장이며 또 다른 하나는 과대·과잉·호화포장이다. 상품이란 항상 소비자의 입장에서 쓸모 있게 만들어져야 하는 것이지만 메이커의 경쟁, 메이커의 판매촉진책에 따라 과대포장이라는 오버·액션이 절질려 지는 것이다.

앞서 말했듯이 포장의 목적가운데 근거를 이루는 것은 생산품(내용물)을 외부의 가해로부터 보호하는 것이다. 그러나 차츰 경제생활의 변모로 그 기능도 다양해져 운반기능 상품가치의 제고성 구매력 자극성 위생관리 보호면 등으로 확대된 것이다.

파손되기 쉬운 물건은 이를 보호할 수 있는

포장이 적정한 것이며 부패하기 쉬운 식품이라면 위생적으로 이를 장기 저장할 수 있는 포장이면 죽하다. 또한 부피가 크고 외양이 투박스러워 운반하기 힘든 것이면 운반의 기능에 적합한 포장을 사용하는 것이 타당할 것이다.

그러나 한 가지 기능으로 충분한 물품을 다루 적 기능의 포장으로 구별을 떼 우리는 이를 과대파이 또는 호화포장이라고 일컫는 것이다.

이러한 포장은 결국 소비자에게 아무런 도움을 주지 못할 뿐아니라 오히려 포장비에 따른 물품가격의 인상으로 소비자 부담을 가중시키는 역효과를 불러 일으키는 것이다.

뿐만이라? 이러한 포장 때문에 귀중한 자원이 낭비되고 있어 타산업에까지 악영향을 미치는 결과를 초래하게 된다.

특히 최근과 같은 물자부족시대에는 이같은 과잉·과대·호화포장이 소비자측은 물론 생산자측에서도 추방하여 자원을 아껴야 한다는 것이다.

자원을 아끼는 것과 포장의 오버·액션을 방지하는 것은 또 다른 의미에서 해석되어야 한다.

과대·과잉포장을 억제하다 보면 자칫 과소·불량포장으로 전락하여 상품의 진가를 오히려 떨어뜨리는 일도 없지 않다.

최근 과대·과잉포장으로 메이커가 소비자의 구매의욕을 축진하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있는 이때에 어떤 메이커는 의식적이든 무의식적이든 이와는 상반되게 불량포장을 하고 있는 경우를 우리는 흔히 볼 수 있다. 이같은 불량포장은 과잉포장보다 오히려 응징되어야 함은 물론이다.

불량과 과잉이 공존하는 것은 비단 포장만은 아니겠지만 이를 조화시키는 것은 다름아닌 생산자와 소비자임을 스스로 알아야 할 것이다.

## 활개치는 假分數

얼마 전 韓國디자인包裝센터가 1백 50개의 주요상품을 수집, 포장실태를 조사한 결과 절반이상이 과대포장으로 나타났다는 것이다.

조미해태의 경우를 보자. 해태란 본래 습도에

약해서 그 품질을 오랫동안 유지하기 어려운 상품이다. 더욱기 맛김의 경우는 장기간 보관이 필요하고 또 수출품으로 인기가 높아 포장에 많은 신경을 기우려야 한다.

그러나 시중에 판매되고 있는 조미해태통조림의 경우 1상자(캔 5개들이)의 해태가격은 실제로 6~7백원에 불과하나 포장비가 1천원이나 된다는 것이다. 또한 1개 캔속에는 적어도 5백장의 조그마한 맛김이 들어갈 수 있는 용적을 갖추고도 그 10분의 1인 50 장내외가 들어 있다는 것이다. 이것은 과대포장의 대표적 케이스라고 할 수 있다. 배보다 배꼽이 큰 가분수 포장은 얼마든지 있다.

캔류의 과자류는 몇몇 농수산물 가공품을 제외하고는 거의 과대·과잉포장의 예에 속하고 있다.

드로프스의 경우도 마찬가지다. 1백 50원에 산매되고 있는 드로프스 캔의 포장비는 60원이라고 한다.

종합선물용으로 판매되고 있는 과자류의 경우도 과대·과잉·호화포장의 좋은 예가 될 수 있다.

곁포장속엔 크래카·비스켓·검·사탕이 들어 있는데 날개마다 포장이 씌워져 있으며 그 속에 들어 있는 알사탕까지 모두 세로판지로 포장되어 있다.

파연 이러한 4종·5종의 포장이 필요한 것인지 메이커측에서 먼저 검토해야 할 것이다.

또한 재사용 포장의 경우도 불합리한 것이 많다.

콜라병과 같은 병류의 포장은 필요불가피한 것이며 이것은 쉽게 소비자로부터 회수될 수 있어서 고급제품의 병이라 하더라도 별로 문제가 될 것 같지 않다.

그러나 이처럼 같은 상품에 재사용되는 포장이외에 다른 목적에 재사용되는 포장은 과잉포장이며 호화포장이 되기 쉽다.

예를들어 선물용 설탕을 보면 미려하게 인쇄된 석판을 포장으로 사용하고 있다.

이것은 결코 회수되지 않는 포장이다. 소비자들은 설탕을 사용한 후 포장이 아까워서 다른 목적에 사용하고 있으나 그것이 없다 하더라도 불편을 느끼지 않는 것이므로 이러한 포장은 한 마

더로 과잉포장이 아닐 수 없다.

고급비누의 포장도 이 경우에 속한다. 4개들 이의 고급선물용 비누는 플라스틱 꽉으로 전체를 포장하고 있는데 그 속에 비누 개개마다 비누판을 포장으로 하고 있다.

비누판이 없는 가정이 없지만 이 경우 한번에 4개의 비누판이 들어 오게 된다. 이 많은 비누판을 도대체 어디에 쓴단 말인가?

상품의 레이커가 친절하게 포장하는 것외에 소비자 손에 넓어질때 상점이나 백화점에서 운반을 위한 포장을 해주고 있다. 이것 역시 천태만별이다. 그중에는 과잉·호화포장이 있고 과소해서 불량의 경우도 많다.

어느비오는 날 퇴계로에서 우연히 시선에 잡한토막—

어느 숙녀가 양장점에서 새옷을 찾아 나오다가 곁포장이 비에 젖어 몇발짝 떠자마자 포장이 터져 진흙탕속에 새옷을 빼뜨렸다.

백화점에서 직접 겪은 일이다. 그것도 비오는 날이었다. 지하식료품상에서 부피는 크지 않으나 무게있는 식료품을 백화점 봉투에 넣고 길을 나섰는데 부슬비에 봉투가 젖어 밑이 빠지고 식품이 진흙탕 속에 빠진일이 있었다.

한동안 비닐봉투를 많이 사용했으나 에너지 파동 이후 플라스틱 제품이 귀해지자 봉투가 모두 지류로 바뀐 것이다. 그러나 봉투가 위낙 커서 상품을 많이 담게 되어 있는 반면 지류의 강도는 너무 약해 손잡이를 연결한 지류부분이 젖어지는 경우를 흔히 발견할 수 있다.

이것은 과소·불량포장의 대표적 케이스라고 하겠다.

포장과 용기는 엄격한 의미에서 분리되어야 겠으나 상품을 보호하는 점에서는 마찬가지이다. 앞서 말한 백화점 봉투의 경우도 용기인 반면 포장이기 때문이다.

용기의 경우를 한번 살펴보자.

용기는 상품을 보호·운반하는 포장의 기능과 물량을 재는 척도의 기능을 동시에 갖고 있다.

프로판개스의 용기가 내용물의 폭발성·휘발성 등 때문에 철재로되어 있는 것은 너무나 당연한 얘기다.

그러나 생선의 용기는 목상자·플라스틱 용기 또는 철재용기를 사용할 수 있다. 이들용기는 대부분 재사용되는 용기들이다.

특히 생선과 같이 부패성이 강한 식품은 용기의 위생면에서 많은 시비거리가 되고 있다.

美연방정부가 발간하는 어업 리뷰지를 보면 처용을 사용하는 목재 어상자에는 3평방센치 면적에 2천만마리의 세균이 붙어 있다는 것이다. 그런데 재사용하는 목재 어상자의 경우 같은 크기의 표면에 4억 5천만 마리의 세균이 붙어 있으며 호스의 물로 씻어 낸 결과 1억 7천만 마리의 세균이 있음을 발견해 냈다는 것이다.

또한 이를 다시 염소살균제를 뿐려 브러쉬로 빠빠 문질러 낸 후에도 10만 마리의 세균이 붙었다는 것이다.

이것은 대폐질까지한 미송재 어상자의 경우이고 우리 나라의 어상자는 대부분 제제소에서 쓰다 남은 폐목을 뜯질해 만든 것이므로 그 불결함은 이루 말할 수 없을 것이다.

결국 용기때문에 생선의 부패를 더욱 촉진하게 되는 것이다.

이런 상자는 불량한 것이므로 플라스틱제품으로 개선되어야 할 것은 물론이다.

## 適正의 要件과 意識

포장재의 개발·포장기계의 발전으로 우리나라의 각종 포장은 상당히 향상되었고 그 물량도 크게 늘어났다.

韓國大자인包裝센터 발행 73년도 포장백서에 나타난 것을 보면 67년~72년 사이에 포장재의 생산은 현격한 신장을 나타내고 있다.

이 기간중 종이·판지제품은 매년 20.5%의 신장을 나타내고 있으며 합성수지 제품은 연평균 46.6%, 목재제품은 둔화되어 72년에는 71년에 비해 7.8%를 나타내고 있다는 것이다.

또한 유리제품은 72년도가 전년대비 1백 12.3%라는 놀라운 신장을 보이고 있는데 이것은 청량음료 보급율이 늘어난데 기인하는 것 같다.

이것은 우리나라 포장산업이 그만큼 발전했음을 보여주고 있다. 우리나라의 포장산업을 GN

P와 비교하면 그 구성비가 71년도에는 전체의 2.4%를 차지, 금액으로는 약 7백 26억원이었으나 72년도엔 전체의 2.7%로 1천 31억원에 달해 전년보다 42%가 늘어난 셈이었다. 또한 지난해 포장재 총생산액은 2.6%에 해당하는 1천 2백억 원으로 추계되고 있다.

과연 포장재로 소모되는 금액이 얼마나 많은 가를 알 수 있다.

포장재 가운데에는 국산 가능한 것도 있지만 상당량의 원자재를 수입에 의존하고 있는 것을 간파해서는 안될 것이다.

1천억원을 상회하는 포장재 가운데는 과잉·과대·호화포장으로 낭비되는 자원이 허다할 것임엔 틀림없다.

따라서 최근과 같은 자원부족시대에 접해서 관계당국이나 민간단체에서는 적정포장운동을 벌여 자원낭비를 막고 소비자를 보호해야 한다는 소리가 높아가고 있다.

그러나 과연 적정포장이란 어떤 것이며 과대·과잉을 막고 동시에 불량포장을 금지시킬 수 있는 기준설정이 가능한지에 대해서는 회의가 없지 않은 것이다.

얼마 전 관계당국이 초안한 적정포장기준을 보면 포장의 공간용적과 포장내용을 백분비로 표시하여 상품유형별로 기준을 설정하고 있었다. 물론 기준이라면 획일성을 부여해야 하는 것이므로 앵글을 그 곳으로 둘렸는지 모르겠으나 아직도 많은 결함이 있는 것으로 판단되는 것이다.

앞서 말했듯이 포장의 기능은 대체로 5개로 구분된다. 그러나 상품은 그 특유의 성격상이들 기능 가운데 가장 불가결한 기능을 갖춘 포장을 필요로 한다.

설탕이라면 외부의 습기침투를 막을 수 있는 것으로 용량을 구분할 수 있는 것이면 족하다. 따라서 용도·거래소의 여건에 따라 마대 또는 지류포대이면 족하다.

또한 과자류의 경우라면 내용물이 충격으로 파손되지 않도록 알맞는 크기의 지류포장을 선택해야 하며 되도록 석관이나 플라스틱 등 고급 포장재는 사용하지 말아야 할 것이다.

적정포장의 첫째요건은 이처럼 상품 성격에

맞는 기능을 갖춘 포장을 사용해야 하는 것이다. 결국 많은 기능을 복잡한 포장은 과대·과잉·허례 포장이 되기 쉬운 것이다.

요즈음 상품의 포장을 보면 지나치리만큼 화려한 인쇄와 재료를 사용하고 있다. 물론 구매의욕을 충동시키려다 보면 포장의 인쇄가 깨끗해야 됨은 물론이지만 그렇다고 불필요하게 많은 경비를 들여 4~5도의 색채를 사용할 필요는 없을 것이다. 인쇄는 될 수 있는대로 많은 종류의 원색을 피하고 2~3도로서 복합색을 나타낸다면 보다 상품의 경제성을 제고시키는 결과를 나타낼 것 같다. 바로 인쇄에 의한 경비절감도 제2의 요건이 될 수 있다.

적정포장의 제3요건은 메이커가 상품을 만들 때부터 배려하여 단위규격을 크게하는 방법이다. 모든 상품을 그렇게 할 수는 없지만 5개들이 카라멜을 10개 또는 20개들이 카라멜로 대형화시키면 그만큼 포장은 절감될 수도 있다. 다시 말해 상품을 소형화시키는 것 자체부터 포장자재를 낭비하는 결과를 초래한다.

적정포장의 또 다른 요건은 바로 소비자의 의식이다. 이것은 동시에 제조자, 중간상인 소매상 등 판매자층의 의식이기도 하다.

우연히 백화점이나 상가를 찾아 물건을 사게 될 경우라면 물라도 쇼핑을 의식하고 찾아간 고객이라면 최소한 쇼핑백을 소지해야 한다. 이런 경우 고객은 상품의 재포장을 사양해야 하고 판매자 혹은 재포장(종이봉투 또는 비닐백) 절감에 의한 서비스 대책을 세워야 할 것이다.

다시 말해 이러한 운동은 상품의 무포장 운동파직결된다.

그러나 이러한 적정포장의 요건 가운데 빠뜨릴 수 없는 가장 필수적 요건은 적정포장운동이 오도되어 과소포장·불량포장으로 전락되어서는 안된다는 점이다. 과소·불량포장은 포장산업은 물론 타산업까지도 후퇴시켜 생산자와 소비자를 격리시키며 불신을 초래하게 된다.

따라서 적정포장운동은 생산자·소비자가 동시에 상호 이해하고 협조하려는 의식체고에 바탕을 두어야 할 것 같다.

## 適正包裝과 消費者 保護

尹錫仁

韓國女性團體協議會 事務處長

세계적인 「에너지」 波動을 계기로 밀어닥친  
해외 경제의 충격은 국민경제에 많은 시련을 강  
요하였고 原資材 가격상승은 국내물가의 상승을  
불가피하게 했으며 또한 物量 공급면에서도 제  
약을 받지 않으면 안되는 어려움을 안겨주고 있  
는 이 때, 상품의 適正包裝과 消費者 保護는 國  
民經濟面에서 큰意義를 가지는 것이다.

生產者와 消費者는 分離할 수 없는 關係에 있  
다. 消費者가 없다고 하면 生產이 必要치 않게  
될 것이고, 生產者가 없게 된다고 하면 消費物資  
가 없어서 大衆이 큰 苦痛을 받게 될 것이다.  
그러하기 때문에 分離할 수 없는 것이다. 人類  
社會에는 相互依存해야 할 일이 허다하게 있다.  
利害를 따진다면 서로 反對되는 입장에 있으면  
서도 存立을 위해서는 相互依存치 않을 수 없는  
일들을 말하는 것이다.

즉 生產者가 우량한 상품을 제조해서 薄利多  
賣로 그 상품을 大量販賣한다고 하면 일정한 利  
潤이 있을 것은 틀림없는 것이고, 消費者는 優良  
한 商品을 廉價로 買入 使用할 수 있으니 역시  
利益이라고 할 수 있다. 그러나 實제문제는 그  
리 간단하지가 않다. 왜냐하면 보다 많은 利益

을 얻으려고 하는 것이 人情이고 商魂이기 때문이다.

生產者는 가능한한 最低의 生產費를 들여서  
상품을 제조하고 이것을 大量 販賣하므로써 보  
다 많은 利益을 얻으려고 한다. 그런데 低廉한  
生產費로 商品을 製造하려고 하니 우수한 상품이  
나올 수가 없다. 또한 상품을 大量 販賣하려고  
하니 P.R에 힘쓰지 않을 수 없고 P.R에 注力하  
다 보니 誇張된 宣傳과 過大包裝으로 消費者를  
유혹하게 되는 것이다.

現代產業은 手工業 時代가 아니고 모든 상품  
을 工場에서 大量生産해야 하는 만큼 大衆的消  
費를 費促求치 않을 수 없고, 그러자면 자연히 包  
裝에도 注力を 하지 않을 수 없겠다고 하겠다.

이리하여 수출상품의 保護와 상품의 高級化를  
위한 包裝改善運動이 우리 나라에도 한국디자인  
포장센터를 중심으로 상당한 단계에 온 것을 알  
수 있다. 이것은 1973年度의 年間 各種 包裝材生  
產量이 무려 1200億원을 上廻한다는 것으로도  
立證된다.

이 같은 막대한 금액의 包裝材料는 오직 流通  
間의 保護와 便宜機能을 다하고 나면 사실상 폐

물로 남게되며 때로는 쓰레기로 環境汚染 公害要因을 야기시키게 되기도 한다.

現 經濟生活에 있어서 包裝에 사용되는 費用은 最少限으로 줄이고 包裝 제나름 대로의 機能을 다하게 하는 것이 무엇보다 시급하고, 이에 대한 國民계몽 教育이 아쉽다.

또 한편으로 商品의 包裝機能에 있어서 購買衝動을 誘發시키게 하는 販賣促進效果는 자칫하면 企業間의 치열한 판매 경쟁으로 포장에 필요 이상의 過多費用을支出하게 하였으며 이것은 결과적으로 물가상승과 소비자부담을 가중시키고 資源을 浪費하게 하며 때로는 소비자로 하여금 業者에 대한 不信과 包裝廢棄物公害要因을 만들기도 하고 있다.

이와 같은 弊端을 防止하기 위하여 必要以上的 包裝費의 投下 또는 過大包裝은 오늘날 우리 經濟社會에서 排除되어야 하며 사실 파킹포장이 소비자에게 미치는 영향은 지대하다.

첫째, 과대한 포장비는 그 상품의 가격을 인상시키고 물가 상승요인과 소비자부담을 증가시킨다.

둘째, 過大包裝은 필요 이외의 포장 資材를 浪費하게 되어 총체적인 資源浪費現象을 초래한다.

세째, 포장의 誇大化는 消費者를 기만하는 것이며 社會不信의 要因을 胎生시킨다.

네째, 消費者의 購買衝動을 過分하게 誘發하는 包裝은 國民의 消費性向을 양양시키는 결과를 가져온다.

다섯째, 廢棄된 過大包裝材는 그 處理作業을 過重하게 하고 環境汚染의 要因을 派生시킨다. 이상과 같이 過大包裝은 經濟的으로나 社會의 으로 여러 가지 폐단을 야기시키고 있기 때문에 包裝本然의 機能을 살려가면서 包裝費를 節減하여 資源節約, 物價上昇抑制, 消費性向의 억제, 消費者保護 및 包裝廢棄物公害要因의 減縮 등의 諸效果를 거둘 수 있는 適正包裝運動의 推進은 時代의 要求이기도 하다.

며칠전 정부는 過大包裝을 단속하는 포장기준을 제정하였다. 특히 紙類의 소비절약과 상품의 공정거래질서를 확립하기 위해 5월 18일 適正包裝 기준을 KS 규격으로 지정 공고하고 이달 중에

우선 과자류, 화장품류 및 식료품류는 공산품 품질관리법에 의한 사후 검사 품목으로 상품의 過大包裝을 단속 하기로 했다.

공업진흥청은 현재 시중에 유통되고 있는 상품의 파킹포장으로 인한 자원 낭비가 약 20억 원에 달하고 있는 실정이므로, 포장규격을 KS 규격으로 규제하고 이를 관련 업계에 단계적으로 보급할 계획이다.

새로 제정된 포장 규격은 비스켓 및 캔디류의 空間比率은 현행 30%에서 10% 이하로, 상품가격의 포장 비율도 현행 (19%에서 15% 이하로) 규제하게 되었다.

또한 식료품의 각종 병포장도 현재 공간 규격이 7.3%인 것을 5% 이하로 떨어 놓고 포장비 용비율도 20.7%에서 15% 이하로 규제했다. 이밖에도 공업진흥청은 과자류, 화장품류, 식품류의 15개 품목의 포장규격도 제정했다. 앞으로 공업진흥청은 이 포장 규격을 사후검사 기준으로 정하고 오는 6월 20일 까지는 중앙 및 각 시도에 적정포장 추진위원회를 설치해서 계몽운동을 전개, 자율적인 포장자원 소비절약을 시도할 계획이라고 한다.

적정포장 추진을 위하여 정부, 산업계 및 소비자의 협조가 要望되나 무엇보다도 적정포장의 推進은 製造業體에서 만이 具體的으로 實踐시킬 수 있는 位置에 있다고 볼 수 있다. 產業界에서 이 취지를 銘心하고 政府 또는 消費者들의 他律的인 壓迫에 놓이겨서 不得已 기존 상품체획을 修正 또는 取消하므로서 받는 經濟的 損失을 보기 이전에 자율적으로 출선수법함이 제일 바람직스러운 일이다.

왜냐하면 소비자의 立場에서 볼 때 과대포장된 상품이 나온다고 하면 우선 그것을 사실로 보게 된다. 때로는 好奇心도 결들이게 된다. 그리하여 그商品을 買入한다. 生產者的 입장에서 볼 때 과대포장된 상품을 판매하는 것을 P R로 成功되었다고 할 수 있을 것이다. 그러나 이것은 큰 착오다. 왜냐하면 과대포장에 의한 商品의 需要增大는 一時의 現象에 不過하고 영속이 불가능하기 때문이다. 어떤 생산사업이든지 영속성이 없이는 成功될 수 없는 것이다. 소비

가자 과대포장에 眇惑되어 어떤 상품을 買入했다고 해도 그가 이 상품을 사용해 보면 그 真價를 곧 알아낼 수 있는 것이므로 상품 매입시에 과대포장을 밀었던 그 만큼 反動的으로 그 상품을 믿지 않게 되고 다시 그 상품을 사지 않을 것이다. 그렇다면 이것이 생산자에게 利益이 되지 못할 것은 너무도 分明한 일이다. 그렇지 않아도 生產者가 상품을 宣傳할 때 誇張은 하지 않고 事實대로 P·R을 했다고 하면 즉각적인 需要增大는 뜻될지 몰라도 消費者는 그 상품을 계속해서 買入하게 될 것이다. 그렇다면 이것이 生產者에게 有利한 일이 아니고 무엇이겠는가?

과잉포장 때문에 받는 소비자의 損失은 一時의 것에 불과한 것이지만 生產者에게는 永久의 損失이 되리란 것을 분명히 말하고 싶다.

社會가 正常的으로 發展되려고 하면 무엇보다도 국민 상호간에 믿는 마음이 두터워야 하는 것이다. 消費者가 生產者를 信用 못한다고 할 때 어떻게 產業發展이 이루어 지겠는가?

결국 과잉포장에 의한 피해가 소비자나 생산

자가 똑같이 받게 된다고 하면 이것은 國家的인 면에서 국가경제에 막대한 손실이 아닐 수 없으며 현재와 같은 자원고갈의 위기를 극복할 수가 없다.

어찌하여 그러냐하면 이것이 產業發展을 沮害하는 重要要素가 되겠기 때문이다. 소비자를 보호하는 의미에서도 과잉포장은 避해야 하겠지만 生產者自身을 保護하기 위해서도 과잉포장은 피해야 할 것이다. 뿐만 아니라 產業의 發展을 위해서도 適正包裝이 要求되는 것이다.

어떠한 일이건 장래에 繼續된 발전을 維持하려고 하면 무엇보다도 그 基盤이 견고해야 하는 것이다. 그런데 기반을 견고하게 하려면 真實이 있어야 하는 것이므로 虛偽宣傳이거나 과잉포장으로서는 도저히 堅固한 基盤築造가 불가능하다는 事實을 銘心해야 할 것이다. 소비자 단체를 대표해서 한 말씀 드린다면 適正包裝審議委員會를 構成, 이를 研究, 계몽함은 꼭 다행스럽게 생각하는 동시에 이 위원회가 위원회로서의 그 임무를 다 해줄 것을 기대하는 바이다.

### ● 100億弗 輸出로 經濟維新 이룩하자 ●

# 캐너더의 回收用 병의 現況

徐丙周

當센터 振興 2課長

여러 가지 容器의 再使用과 廉棄는 最近 世界 어느 나라에서나 마찬가지로 큰 社會問題의 하나가 되고 있는 것 같다.

폐기지와 容器의 需要는 우리 나라에서도 急激히 增加되고 있으며, 이의 過剰包裝과 더부러 再使用問題 등이 資源과 物資節約 그리고 消費者保護의 方案으로 展開되고 있는 適正包裝推進運動에 있어서 論議의 對象이되고 있는데, 「캐너더의 Returable bottle의 現況」은 우리에게 參考가 될것 같아 그 內容을 紹介한다.

「Returable bottle」은 返還할 수 있는 병으로 번역할 수도 있겠으나 「回收用병」으로 했다.

그리고 여기에서는 우리日常生活과 가장 密接한 關係에 있는 食品類中「麥酒」와 「清涼飲料水」에 關한 回收用병을 中心으로 다루었다.

## 麥酒

캐너더에서는 國內에서 販賣되고 있는 麥酒의 約 97%가 回收用 병에 의해 流通되고 있으며, 罐類(CAN)는 겨우 3%에 불과하다고 한다. 그려므로 한번 쓰면 못 쓰게 되어 버리게 되는 것이 거의 없다는 이야기다. 몬트리올市 所在의 도미니온 그라스社의 마아케팅擔當 副社長 Souccar 氏는 『이것은 酒造管理協會가 組織하는 配送시스템에 의한 것』이라고 말하고 있다.

同國의 麥酒 병의 形狀은 12 온스(360ml)의 回收用 병으로 統一되어 있으며, 여기에 各社가 自社의 商標와 品種이 들어 있는 라벨紙를 付着하고 있다.

온타리오州에서는 釀造倉庫協會가 全麥酒會社를 代身해서 完全한 配送業務를 擔當하고 있으나, 回收된 병은 1個所의 標場에 集結되었다가 각 麥酒工場으로 되돌아 간다.

또한 西部의 州에서는 麥酒의 宅配도 實施되고 있어 牛乳병과 같이 麥酒 병이 回收되고 있다.

캐백州에서는 小百貨店에서 販賣되고, 그 大部分이 宅配・回收의 サービ스가 이루어지고 있다.

한번밖에 못 쓰는 酒통들이 麥酒는 5%의 프레미엄이 붙는 比率의 높은 價格이다.

이 때문에 回收用 병들이 麥酒의 普及에 많은 比率을 차지하게 되는 것이다. 酒통과 병이 全體의 80% 가까이를 차지하고 있는 美國의 麥酒業界에 있어서는 「廢棄物公害」나 「資源愛護」라는 問題를 안고 있어 캐너더의 方式을 본받아서 배워야 한다는 論議가 있다고 한다.

## 清涼飲料水

캐너더에 있어서의 清涼飲料水類의 回收用 병 使用의 比率은 美國에 比해 광장히 높고 最近 거

의 모든 州의 立法・條例化에 依해 더욱 增加의 傾向에 있다.

도론토市의 콘슈머 그라스社의 製造部長 Staf-ford氏는 『法律規制와 容器의 大型化의 要望이 強하기 때문에, 쓰고 버리는 罐이나 병은 數年來減少 傾向에 있다.』고 말하고 있다.

1970年度에는 쓰고 버리는 병의 約 20%가 大型 병이었는데, 1973年에 와서는 이것이 50%가 될 程度로大幅 增加하고 있다.

이는 清涼飲料水의 家庭需要가 經濟的인 大型 병을 바라고 있다는 것을 뒷받침 하는 것이다.

回收用 병의 大部分은 印刷된 병이지만, 現在 병의 크기와 形狀의 統一規格화 등이 飲料水業界에서 檢討되고 있다.

요즈음 10온스의 輕量으로 많이 넣을 수 있는 形의回收用 병이 開發되어 販賣되고 있다. 이것은 병의 價格이 쌀 뿐만 아니라, 通常의 것보다 라벨을 떠었다 부쳤다함과回收가 容易하여 再使用에도 便利하다고 한다.

그러나 缺點이 하나 있는데 디자인의 視覺効果面에서 訴求力이 不足하다는 點이 指摘되고 있다.

그리고 1973年 初부터 西部의 州에서回收用 병의 保證金이 높아졌고, 이는 東部地區의 州에도 波及되고 있다.

10온스 병의 保證金이 2센트에서 5센트, 웨미리 사이즈 병(大型)은 5센트에서 10센트로 價格引上이 實施되고 있다.

이 結果로서回收用 병의回收率은 눈에 띠게 上昇하게 됐다.

병 製造業者에게回收 병의回收率上昇은 바로 營經營効率에 寄與하는 것이며, 保證金의 높아짐은 豫期치 않은 効用을 가져왔다고 해서 注目되고 있다.

지금까지 몇년 동안이나, 집안에 放置되었던 헌 병까지도,回收 루트를 通해 數多하게 병 製造工場으로 되돌아오기 시작한 것은, 業者間에 즐거운 비명을 지르게 하고 있다 한다.

美國에서도 이와 같은 캐너더의 回數用 병의 現況을 연구 검토하고 있는 것으로 알려졌다. 뉴요크市에서는 市가 앞장서서 惡質 패키지의 追

放을 호소하고 있다.

그 한 例로서 『새는 오늘 죽는다. 사람은 내일 죽을지 모른다』는 題目으로 뉴요크・타임즈에 廣告를 揭載했다. 廣告主는 環境保護를 위해 만들 어진 뉴요크市의 特別委員會인데, 廣告에는 『物件을 살 때 公害와 싸우자』는 項目과 함께 다음 9個 項目이 揭載됐다.

(1) 麥酒나 清涼飲料水는 병을返還(回收)할 수 있는 것을 사자 (美國에서는 강통들이 罐類가 늘고 있음).

(2) 燒却이 어려운 패키지는 보이코트 하자.

(3) 物件을 담을 수 있는 백을 휴대하여 不必要한 패키지는 拒絕하자.

(4) 스마트하게 쇼핑하자. 便利한 패키지는 대개 過剩包裝이다. 資源의 浪費이고 金錢의 浪費다.

(5) 하나씩 包裝한 食品은 보이코트 하자. 하나씩 包裝한 것은 한데 모아서 包裝한 것보다 값이 비싸다. 販賣業者에게 包裝하지 않은 商品을 팔도록 要求하자.

(6) 磷酸鹽이 들지 않은 洗劑를 사자. 流洗劑에는 70%나 磷酸鹽이 들어있다. 위스크나 트랜드(磷酸이 안든 洗劑) 등으로 바꾸어 사자.

(7) 부드럽고 유리같은 플라스틱의 包裝은 拒絕하자.

(8) 死滅 直前에 있는 動物로 만든 衣服, 약제, 化粧品은 보이코트 하자.

(9) 過剩包裝을 하고 있는 企業의 社長에게 抗議하자.

뉴요크市가 廣 이 廣告는 單純히 過剩包裝만을 指摘하고 있는 것이 아니다. 社會의 바른 姿勢와 그 反省에서 생겨난 「商品과 그 良心의 姿勢」를 생각케 하는 그 무엇이 있다.

우리 나라에서도 一部業體에서 包裝物과 容器의 再使用에 앞장서서 그回收에 努力하고 있는데,回收用 병의 役割과 意義가 크게 再認識되고 있는 요즈음 麥酒나 清涼飲料와 其他 병類 뿐만 아니라 他分野에 있어서도 汎國民의으로 병 1個, 종이 한 장이라도 못 쓰게 버리지 말고回收, 再使用되도록 하므로써 適正包裝推進運動에 호응해야겠다.

# 商品包裝의 改善을 위한 提言

朴 貞 蘭

全國主婦教室 消費者保護擔當幹事

人口는 增加하고, 資源은 不足되어, 地球上에 쓰이는 쓰레기는 이제 그 處置마저 困難한 苦惱들을 안고 있는 現代社會에서 사람들은 欲求不滿을 해소시키기 위한 努力を 꾸준히 계속하고 있다.

눈을 뜨면서부터 우리는 物質과 부딪쳐서 무엇인가 消費를 하지 않으면 아니되고, 그 消費의 殘骸로 남는 쓰레기를 또 處分할 궁리를 해야하는 것이다.

이러한 狀況에서, 한번 쓰고 버리기 아까운 많은 包裝物들이 微弱한 內容物들을 위해서 多量으로 만들어 지고 있는 것이다.

去年度 우리 나라에서 만든 年間 各種 包裝材 生產量이 1200億원을 上廻한다고 하는 推算이고 보면, 이 巨大한 金額은 다만 包裝으로서의 機能이 끝나면 곧 쓰레기화 하는 實情은 우리에게 뭔가를 생각하지 않을 수 없게 하는 것이다.

우리들은 消費가 美德이라는 時代를 알기에 앞서서 「에너지 波動」으로 因한 經濟的 試練을 겪어야 했고, 이제는 그 後遺症으로 各種 生活必需品 價格이 仰騰되고, 資源의 硬塞을 免치 못하면서 消費生活을 通한 耐乏과 節約이 크게 要望

되는 實情에 當面하고 있는 것이다.

이러한 때에 늦은 느낌이 없지 않으나, 包裝의 適正化를 기하기 위한 行政當局과 包裝業界側의 움직임은 극히 바람직한 現象이 아닐 수 없겠다.

消費者의 立場에서는 반드시 豪華로운 包裝에 그 內容物은 不實한 商品을 願하지 않음에도 不拘하고, 市中에 나도는 많은 商品들 가운데에는 實際 內容物에 比해서 그 包裝의 奢華함은 무슨 理由일까?

지난 어느 包裝關係 세미나에서 某會社 生產者代表의 過大包裝에 對한 訴이 記憶된다. 『.....販賣促進의 一環으로 그 內容物은 적으나, 包裝단이라도 크게 韻보이도록 해야만 消費者が 잘 사간다. A製菓의 경우, 몇몇 菓子類의 內容物을 充實히 하고, 그 代身 包裝을 적게 했더니, 그 後 同一製品이었지만 包裝이 큰 相對方 會社의 것이 더 잘 팔려서 다시 從前과 같은 包裝으로 환원시킬 수 밖에 없었다.....』는 것이었다.

結局, 消費者가 잘 사기 때문에 過大包裝을 하지 않을 수 없다는 말이었다.

눈꼽만한 알맹이 다섯개를 위해서 原色으로 印

刷된 高級紙로 匣을 만들고, 내용물 하나하나를 또 일일이 싸고, 그도 모자라서 다시 세로판紙로 겉포장하여서 철없는 어린이들의 童心을 眇惑하는 카라멜 類의 包裝에서 느끼는 虛無感一이는 一例에 不過하지만, 原料를 外國에서 사들여 오는 高級잉크와 高級用紙, 그리고 貴重한 用役을 瞬息間에 쓰레기통으로 보내게 되는 막 중한 損失에 대해서는 企業人과 消費者가 크게 覺醒하지 않으면 아니될 일이려니와, 이것이 어린이 教育에 미치는 惡影響까지 包含해서 깊은 考慮가 있어야 할 것 같다.

특히 어린이들을 相對로 생산되는 카라멜이나 쿠코렛 類의 경우를 보면, 그 包裝의 요란함에 比해서 그 내용물의 빈약함에서 오는 아동들의 실망과 심적인 타격은 큰 것이다. 그러므로 이것은 教育의 一環에서도 매우 좋지 않은 영향을 미친다는 여론이 높아 왔던 것이다.

包裝如何에 따라, 모르긴 하되 製品의 뉴앙스가 전혀 달라진다는 事實을 누구보다도 잘 알고 있는 業者들이 包裝에 神經을 쓰고 있는 것은 당연한 일이며 또 헛할 수가 없다고 본다.

包裝은 沈默의 商人이라고 말하듯이 商品에 있어서 包裝이 차지하는 比重은 크기 때문이다.

그러나 包裝이 지니고 있는 多樣한 機能은 모두 덮어 놓고서, 오직 生產者들이 包裝을 販賣促進 또는 販賣競爭의 武器로서만으로 치중을 해서는 안되겠다고 생각된다.

과대포장으로 인한 상품의 僞裝化로 消費者들이 골탕을 먹는 事例들이 이제는 불식되어야 할 때가 왔다고 믿고 있거니와, 그 보다도 더욱 귀중한 包裝材의 엄청난 損失을 미연에 막을 수 있는 方案들이 많이 논의 되어서 이에 對한根本的改善이 此際에 이루어졌으면 하는 기대가 헛되지 않기를!

지난 數年동안 우리는 包裝에 대한 認識度가 매우 높아 졌으며, 또 產業가 發展을 거듭해 오는 동안 適正包裝에 대한 產學界의 깊은 關心은 輸出商品은勿論이거니와 內需用商品에는 특히 많은 改善이 있은 것으로 안다.

그러나 아직까지 우리 商街에는 무수한 不良不正商品과 함께 商品包裝의 虛點에 對해서 많은 知覺있는 消費者에게 非難의 對象이 되고 있

는 것도 否認못할 事實인 것이다.

아직도 우리 市中商街에는

- ① 정미의 중량표시가 없는 것.
- ② 內容物은 적은데 空間面積을 크게 잡아서 必要以上으로 包裝의 부피를 차지하게 한 것.
- ③ 容量을 정확히 表示하지 않고 「킹 사이즈」라고 맹랑하게 表記하거나 우리 文字를 전혀 쓰지 아니하고 英文字만을 使用하고 있는 것.
- ④ 包裝의 商品 表示와 그 內容物이 전혀 다른 것. 예컨대, 포장에는 「성계」 표시를 해놓고 실제 내용은 「바다쥐」를 말려서 넣어 파는 것.
- ⑤ 내용물의 단가는 비싼 귀중품임에도 不拘하고 包裝이 빈약해서 오히려 상품가치를 훼손하거나 내용물의 손실을 가져오는 것. 적합한例가 될련지 모르겠으나, 금반지의 경우 케이스 한 개의 포장비는 10원 미만이라고 듣고 있는데, 이는 매우 비싼 상품임에 반해 포장비의 코스트가 이처럼 낮으므로 상품가치가 제대로 나타나지 않는 것.

등 무질서한 不實包裝, 過大包裝이 混濁하고 있는 것이다.

過大包裝의 경우, 包裝費를 節減해서 그 값에 치 만큼의 品質向上을 기하여 줄 수 있도록 配慮된다면, 그리고 貴重品은 더욱 細心한 注意力과 單價面을 考慮해서 堅固한 包裝을 해 준다면 이를 마다고 할 消費者는 없을 것이다.

이제 適正包裝推進을 위하여 各界의 人士가 參與해서 機構를 구성하고, 商工部와 韓國디자인包裝센터가 中心이 되어서 適正包裝 基準을 마련하여, 亂麻와도 같은 우리네 商品包裝의 問題點을 하나씩 가려서 改善하여 가기 위한 作業을着手했다는 報道는 매우 時宜에 맞으며 鼓舞的인 일로 크게 환영하는 바이다.

20세기의 偉大한 發見으로 登場된 消費者保護運動은 우리에게도 1970년대에 접어 들면서부터는 本格化하여서 生產者의 마음대로 이끌려가던 「종」의 位置에서 消費者는 「王」의 寶座를 찾기 위한 운동이 활발해 가고 있다.

따라서 이제 消費者는 어수룩하기만 하던 옛날

의 그 消費者가 아니다.

많은 啓蒙活動 段階를 거쳐 오는 동안, 主婦들은 10월짜리 과자 한 톤에 異常이 있어도, 이를 그대로 받아 들였던 종래의 태도가 아니라, 이제는 적극적으로 消費者로서의 權利와 主張을 말하고, 또 그 보장을 받고 있는 것이다.

消費者를 위한 생산으로, 소비자의 口味에 맞는 製品을 生產者가 考慮하지 않으면 企業이 命脈하기 어려운 現實에서 包裝으로 말미암아, 相對方 會社와의 販賣競爭에서 落伍가 되어 다시 過大包裝으로 환원했다는 A製菓業體側의 辯은 이미 옛날 이야기에 不過한 것이지, 오늘날의 소비자에게는 해당되는 말이 못된다고 確信한다.

모르긴 하되, 包裝은 제1차적으로는 最少限의 費用으로 生產된 商品이 消費될 때까지 그 內容物을 安全하게 管理, 保護하는 것이며, 제2차적으로는 商品의 取扱上 便利性을 消費者에게 提供하며 內容物의 規格, 用量, 性格, 使用法 등을 明確하게 傳達시켜야 할 機能을 가지고 있다고 볼 때, 包裝의 適正化를 위한 努力은 企業人과 消費者的 自覺과 覺省, 그리고 行政當局의 뒷받침이 一體가 될 때에 그 實効가 더욱 빨라 질 것이다.

지금 우리나라 產業은 지난 10년 동안의 피땀 나는 努力으로 生必品은 물론 고급정밀기기에 이르기까지 우리의 技術과 힘, 그리고 施設로 生產이 可能해 졌다고 본다.

그리고 消費者 水準도 前述한 바와 같이 商品에 對한 知識과 眼目이 높아졌다.

그런데 企業과 消費者 사이에 가로 놓인 不信의 장벽이 무너지지 않고 있기 때문에 企業人은 過大包裝을 해야되고, 또 消費者는 골탕을 먹어야 한다면 서글픈 일이 아니겠는가?

따라서 企業人の 消費者에 對한 올바른 認識과 生產姿勢, 그리고 이를 받아 들이는 消費者의 수용태도와當局의 包裝 適正化에 對한 行政의 뒷받침을 再三 強調하면서 制限된 紙面을

벌어 消費者保護擔當者の 한사람으로서 이번의 適正包裝推進을 위한 사제의 움직임이 우리나라 包裝界에 새로운 轉機가 되어 지기를 바라는 마음 간절하다.

마지막으로 商品包裝의 改善을 위한 움직임에 다음 事項을 參照하여 주기를 바라면서 주어진 題에 대하고자 한다.

### 提言 事項

- ① 輸出商品은 別途로하고, 內需用 商品의 화려한 包裝原價를 內容物의 充實化에 기여도록 하며, 過大包裝으로 인한 헛된 낭비를 막아 줄 것.
- ② 특히 카라멜, 과자류 등의 실속없는 包裝으로 천진난만한 童心을 혐혹, 失望시키는 事例는 教育的 見地에서 볼 때도 반드시 그 시정을 끝까지 관철시켜 줄 것.
- ③同一內容의 商品에 對하여 同一한 規格의 包裝을 할 수 있도록 生產者相互間의 연계, 協助로써 包裝으로 인한 販賣競爭을 지양도록 할 것.
- ④ 包裝의 不必한 空間面積을 없애고 消費者에게 真實된 商品의 構造狀態를 보여 주므로써 非合理的인 消費者負擔을 배제도록 할 것.
- ⑤ 너무 貧弱한 包裝으로 因한 內容物의 損失 낭비, 부폐 등의 事例가 없도록 配慮해 줄 것.
- ⑥ 輸出品과 內需用 商品의 包裝施策을 區分하여 內需用商品에 對한 包裝費用은 最小限으로 節約하여 消費者에게 그 利益을 돌려 주도록 할 것.

이상과 같은 提言이 適正包裝推進運動에 一助가 된다면 큰 多幸으로 생각하면서 거듭 우리나라 包裝界에 이를 계기로해서 새로운 風土가造成되어 지기를 기대하는 바이다.

# 食品包装用 플라스틱

## 容器의 真空成形

張 震 构

當選者 包裝開發室 研究員

食品을 包裝하는 目的是 食品의 保全, 輸送性(流通), 作業性(包裝 및 取扱), 衛生, 簡便性, 經濟性 등 的 向上에 있다.

이것은 個裝, 內裝, 外裝이 總合되어 食品을 包裝하는 目的이 만족되어져야 하지만 그 중에서도 가장 重要한 것은 內容食品의 品質保全, 衛生, 簡便性에 直接 關連이 있는 個裝이다.

現在 各種 包裝材料를 使用하여 個裝을 하고 있지만 그 중에서도 가장 많이 利用되고 있는 것은 플라스틱 材料이며 이것을 무시하고서는 食品의 生產, 貯藏, 加工, 輸送, 消費를 通하여 容內食品의 品質保全을 論할 수 없는 단계에 이르고 있다.

플라스틱은 各種 多樣한 形態로 製作이 可能하며 여려가지 成形方法이 開發되어 있으므로 必要에 따라 적절한 方法을 선택하여 成形하므로 內容食品의 性狀에 適合한 包裝을 할 수가 있다.

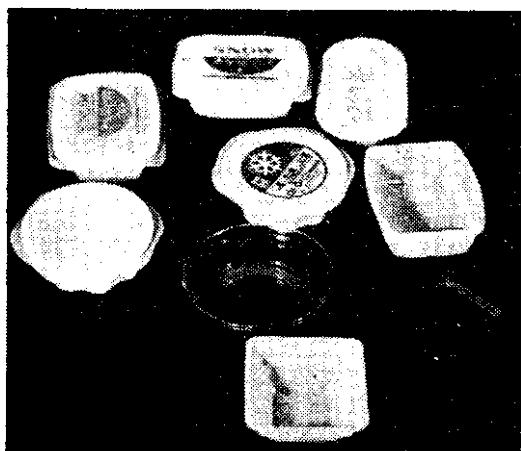
근래에 와서 여려 가지 플라스틱 成形方法 중에서도 가장 簡便하며 製造コスト가 싼 真空成形法이 널리 보급되어 지고 있는데 이것은 加熱軟化한 플라스틱 시트(Plastics Sheet)를 大氣壓을 利用하여 成形하는 것으로 그 原理는 오래 전부터 알려진 것이지만 工業化된 것은 비교적 最近來라고 볼 수 있다.

그러니까 이 수년간 成形機나 成形技術이 急速히 進歩하였고 原料面에서는 真空成形에 適當한 鹽化 Vinyl (PVC)樹脂나 耐衝擊性 폴리스틸렌(High Impacted Polystyrene)이 비교적 싼 가격으로 공급되어지고 있으므로 그 用途는 急速히 擴大되고 昨今에는 各種 食品의 個裝은 勿論 瓜子류, 糖化류의 블리스터 팩(Blister Pack) 및 스킨 팩(Skin Pack), 藥品류의 P.T.P. 包裝으로 각광받고 있으며 簡易容器나 家庭電氣用品을 對象으로 廣範圍하게 使用되어 지고 있다.

원편 사진은 耐衝擊性 Polystyrene과 鹽化비닐(PVC) Sheet를 使用하여 真空成形한 食品包裝用 簡易容器들이다.

最近에는 成形의 高速自動化에 따라 從來의 紙製品과 價格的으로 充分히 경합할 수 있게 되어 簡易容器使用 分野에서 종이에 代身하여 使用되는 例도 많다.

本稿에서는 플라스틱 真空成形法의 原理, 發達過程長短點 및 各種 플라스틱 Sheet의 機械適性 등에 對하



여 說明하고자 한다.

## 1. 真空成形의 原理

眞空成形의 原理를 簡單히 說明하면 다음과 같다.

熱可塑性樹脂 Sheet를 適當한 加熱裝置를 통하여 加熱軟化 시킨 후 미리 真空吸引을 爲하여 小孔을 多數 뚫어 문型의 上部에 固定한다.

다음에 型 또는 Sheet를 移動하여 Sheet와 型의 사이를 공기가 새지 않게 密閉한 후 真空孔을 通하여 内部의 空氣를 急速히 排除한다.

Sheet는 内部가 減壓되는 까닭에 大氣壓에 따른 型面上에 押差하게 되고 따라서 型의 形狀대로 成形이 된다.

이렇게 成形된 것을 冷却後 取出하여 끝손질하여 製品으로 한다.

眞空成形이 다른 热可塑性樹脂의 成形法과 比較하여 크게 다른 點은 凸型이나 凹型의 어느 한가지 金屬만을 使用하여 成形이 된다는 點과 Sheet에서의 延伸成形이 되므로서 成形條件에 따라 成形品의 두께 分布가 약간씩 다르게 된다는 것이다.

成形品의 두께 分布를 良好하게 할 目的으로 여러 가지 成形方法이 考察되어 今日에 와서는 從來 真空成形方法으로서는 不可能하다고 생각되었던 深絞成形이나 複雜한 形狀의 것에까지 成形이 可能해지고 있다.

참고로 成形機의 構成部分을 소개하면 目的하는 成形品의 形狀 및 Sheet의 두께, 材質 등에 따라 여러 종류의 成形機가 使用되어지고 있지 만 그 基本이 되는 機構는 同一하며 아래와 같은 裝置를 具備하지 않으면 안된다.

① Sheet를 잡아주는 (Cramp) 裝置

② Sheet 加熱裝置

③ 型 Table

④ 真空裝置

즉 以上 4個가 가장 基本이 되는 裝置이며 成形機의 종류에 따라

⑤ Plug Table

⑥ 壓空裝置

⑦ Sheet 또는 Heater를 移動시키는 裝置

⑧ 全裝置의 制御裝置를 包含하는 것도 있다.

## 2. 真空成形의 發達過程

熱可塑性樹脂 Sheet의 真空成形은 서기 1900年以前에 알려져 있었지만 當時는 Sheet 成形에 適當한 材料가 없었고 사실 이렇다할 發展이 없었다.

1900년경이 되어 纖維素系樹脂의 Sheet가 나타나서 一部 真空成形이 行하여 了지만 工業化되지는 못하였으며 實用化의 段階로 된 것은 미국에서 軍用地圖를 成形한 1930年代가 된다.

그러니까 真空成形이 工業化되어 發展된 것은 耐衝擊性 스티로樹脂(High Impacted Polystyrene) 鹽化ビ닐樹脂(PVC) 등의 成形에 適當하고 價格이 비교적 簡單한樹脂의 出現에서 비롯되었다.

1950年代에 와서 이러한 樹脂가 多量 出現되어 材料價格의 低下, 成形機 및 成形技術의 發展과 關聯하여 Sheet 成形工業화는 크게 發達하였고, 今日에 와서는 ABS樹脂, Polyethylene, Polypropylene, Polycarbonate 등도 使用可能하게 되었으며 热可塑性樹脂의 成形工業에 커다란 位置를 占하고 있다.

最近에는 大氣壓을 利用하는 대신에 壓縮空氣로서 Sheet를 型에 壓着하는 壓空成形이 發達되어 了은 Sheet의 成形에 있어서 急速히 普及되고 있다.

壓空成形은 型의 再現이 좋고 Sharp한 디자인의 成形이 可能하며 低温에서도 成形이 잘 되므로 成形속도가 빠르게 되는 등 複多의 長點이 있으므로 今後 大形成品의 成形에도 보급되리라고 예측할 수 있다.

成形方法의 技術的 变천은 材料의 ロス(loss)를 줄이고 生產性을 向上시키는데 最大的 目的을 두고 있다.

미국에서는 最近 二軸延伸 Polystrene Sheet의 真空 또는 壓空成形에서 그 加熱方式에 Sheet를 热盤에 直接接觸加熱軟化 시키는 Contact Heating System이 採用되는 경우가 많다고 한다.

또 真空成形의 缺點의 하나인 成形後의 끝손질을 最近의 成形機에서는 自動化시킨 것이 많고 더구나 소형用기의 경우 容器의 成形, 자동절단, 印刷는 물론 容器에 商品의 충진작업, 뚜껑부분의 봉합작업까지 自動的으로 行하는 기체까지

出現되고 있다.

또 선진국에서는 最近 成形機의 하나의 傾向으로서 超大形品의 成形을 하고 있는데 이것은 自動車의 車體의 成形이나 보트(Boat)의 成形 등에 利用되고 있다.

우리 나라에서도 목욕조, 냉장고 도어내부판 등 비교적 大形成形이 시도되고 있으며 앞으로 계속적인 技術發展이 있을 것으로 본다.

### 3. 真空成形의 利點 및 缺點

真空成形은前述한 바와 같이 다른 成形方法과는 크게 다르므로 현저한 利點과 缺點이 있다.

가장 보편적으로 알려진 射出成形과 比較하여 利點과 缺點에 대하여 記述하면 다음과 같다.

真空成形에 있어 商品化를 위하여는 이러한 長短點을 充分히 考慮하여 真空成形의 利點을 얻을 수 있는 것이 아니면 안된다.

#### 1) 利點

① 設備費가 低廉하다.

機械構造가 比較的 簡單하므로 價格이 낮고 大形品의 成形도 容易하다. (射出成形에서도 大形成形이 可能하지만 成形機가 상당히 高價이고 또 大形成形이 可能한 機械로 小形成形品을 成形하는 데는 많은 問題點이 있으므로 特定多量의 用途에 限하여 使用되는 것으로 되어 있다.)

한편 真空成形은 大形成形機로서 小形成形品을 成形할 경우에는 한꺼번에 (1回動作) 여러 개를 成形할 수가 있고 또 成形면적을 自由롭게 조절할 수가 있다.

② 生產성이 良好하다.

同一 치수 또는 同一價格의 射出成形機와 비교하여 生產성이 높다.

冷菓容器, Cup 등 薄은 小形商品의 成形에 있어서 그 機械의 成形面積 범위 내에서 多數의 成形이 一回動作으로 可能하고 成形時間도 2~3秒 정도의 薄은 時間으로 生產성이 매우 좋다.

③ 型素材가 많고 價格이 낮다.

大氣壓을 利用하여 成形하므로 型에는 最大  $1\text{kg}/\text{cm}^2$  정도의 힘밖에 加해지지 않으므로 型의 強度는 그다지 要求되지 않는다.

그러므로 木材, 석고, 热硬化性樹脂 등으로도 型製作이 可能하다.

成形品 見本의 製造나 小量生產에는 이러한製作價格이 낮은 型도 使用할 수가 있으며 또한製作時間도 짧으므로 便利한 點이 많다.

大量生產에는 金型을 必要로 하지만 射出成形의 金型과 같은 高은 強度를 必要로 하지 않으므로 알루미늄, ZAS 등이 많이 使用되고 있다.

④ 薄은 製品의 成形도 可能하다.

菓子容器의 中間仕切이나 冷菓用容器 (Ice Cream 容器 등) 또는 1회용 Cup과 같은 극히 薄은 製品의 成形이 可能하다.

射出成形의 경우 두께 0.3~0.4mm 가 限界로 되어 있다.

⑤ 多樣한 形態의 成形이 可能하다.

먼저 特定한 模樣 또는 文字를 印刷한 Sheet를 利用하므로 成形 後의 印刷가 困難한 것도 만들 수 있다.

또 異種 또는 異色의 Sheet를 積層한 것도 使用할 수 있으므로 多樣한 形態의 成形이 可能하다.

#### 2) 缺點

① 成形을 하기 前에 먼저 Sheet를 製造하여야 한다.

成形에 앞서 必要한 規格의 Sheet를 製造하여야 하므로 他 成形法에 비하여 原料 Cost가 높다.

② 成形品의 두께가 部分的으로 달라지는 수가 많다.

즉 凹型을 使用하여 成形을 할 경우는 成形品의 低面코너 部分이, 凸型을 使用하여 成形할 경우는 成形品의 側壁部가 薄아지기 쉽고 따라서 均一한 두께의 製品을 製造하기는 곤란하다.

또 成形材料 (Sheet) 가 大氣의 여러 가지 狀態에 따라 加熱時間 및 成形條件이 달라지므로 條件의 콘트롤이 어렵고 同一設定條件에서 成形한 것도 엄밀한 의미에서 各成形品이 서로 두께分布가 同一하지 않은 경우가 많다.

따라서 成形品의 두께를 아주 정밀하게 요구하는 製品에는 真空成形이 不適當하다.

③ 部分의 두께 調節이 되지 않는다.

局部的으로 두께가 두꺼운 部분이나 薄은 部分을 필요로 하는 製品의 成形은 不可能하다.

成形品의 補強을 要하는 部分에는 凸凹한 形태로 골을 形成시켜 補強하여 주는 립 (lip) 構造가

많이 사용되고 있지만 원칙적으로 真空成形의 경우는 製品의 두께를 部分的으로 다르게 하기 위해서 構造의in 變化를 이를 수가 없으므로 그補強效果에는 限界가 있다.

또 구멍이 있는 成形品이나 格字狀態의 成形品은 한꺼번에 製造하기는 곤란하고 成形後 加工에 의하여 구멍을 뚫어 주거나 必要한 狀態로 만들어야 한다.

④ 成形後 加工 및 끝손질을 必要로 하며 斯crap (Scrap)이 多量 생긴다.

成形時의 Sheet의 크램프 (Cramp) 部分은 製品에서 切除되고 스크랩으로 처리된다.

컵과 같은 圓形容器의 경우에는 스크랩의 發生率이 더욱 높고 Sheet의 30~40%가 스크랩으로 되는 경우가 많으므로 그것의 再使用 또는 他用途에의 有効利用이 必要하다.

또 切斷面의 끝손질을 必要로 하는 경우가 많을 때 예를 들면 컵의 가장자리를 둥글고 매끈하게 하기 위하여 rim rolling과 같은 특수한 後加工을 必要로 한다.

#### 4. 各種 Plastics Sheet의 機械適性

熱可塑性樹脂는 거의가 真空成形의 對象이 되지만 價格, 強度, 成形의 難易度 등이 問題되는 것이 많다.

真空成形에 使用되는 各種 樹脂의 用途, 特性成形條件 등에 對하여 설명하면 다음과 같다.

##### 1) 폴리스티렌 (Polystrene)

耐衝擊性 Polystyrene (HIPS) 가 主로 使用되지만 그 外 二軸延伸 GP Polystyrene Sheet, 發泡 Polystyrene Sheet (PSP) 등도 使用할 수 있다.

HIPS는 스티렌에 스티렌 부타더엔 고무 또는 부타더엔 고무 등을 5~8% 정도 혼합하여 종합한 것이다.

用途는 豆腐容器, 마아가린容器, 아이스크림 容器 등 食品包裝用으로 많이 쓰여지고 그 외 冷藏고의 内箱子, door 内裝 등에도 使用되고 있다.

成形可能한 温度는 120°C 以上이고 一般的으로 適正한 成形 温度는 130~150°C 정도이다.

170°C를 넘게되면 變色, 強度低下, 發泡現象 등이 생기게 된다.

發泡現象은 Sheet押出時의 乾燥不足이나 保管時의 吸濕에 의하여 低温에서도 發生하므로 주의를 要한다.

또 成形時 Sheet 加熱面에서 보면 냉장고 内箱子나 door 内裝 등의 두께 2.0mm 以上의 成形品을 成形할 때는 Sheet의 加熱을 兩面에서 동시에 行하는 샌드위치식 가열 방식이 좋고 0.8mm 以下의 簡易容器의 成形은 한 面에서만 加熱하여도 충분하다.

發泡 P.S Sheet는 GP Polystyrene에 發泡劑를 混合하여 押出한 것인데 아름다운 진주 狀態의 外觀을 가지고 있고 斷熱性 및 完충성이 좋으므로 内裝用 容器類, 醫藥品, 電氣部品 등의 包裝材로 많이 쓰이고 保溫, 保冷容器 등에도 使用되어지고 있다. P.S.P는 一般的인 Plastics sheet 와는 成形條件의 차이가 있으며 成形時 조금만 過熱되어도 表面의 氣泡가 爬起되는 일이 있으므로 比較的 温度가 낮은 Heater (heater 温度 400~500°C) 가 使用되고 있으며 두께 1mm 以上 Sheet의 加熱에는 샌드위치式 加熱方法이 적합하다.

##### 2) 鹽化비닐樹脂 (Polyvinyl Chloride)

###### ① 硬質鹽化비닐樹脂

耐衝擊性 P.S Sheet와 함께 真空成形에 가장 많이 使用되어지고 있다.

0.8~4.0mm 程度의 비교적 두꺼운 Sheet는 전기냉장고 도어의 내부판, Pump 카버 照明看板 등의 成形에 使用되고 0.2~0.7mm의 비교적 얕은 Sheet는 透明한 食品包裝用 簡易容器, Blister Pack, Skin Pack, P.T.P 包裝 등에 주로 쓰여지고 있다.

硬質鹽化비닐 Sheet는 대개 90~110°C에서 最大的 伸張이 되며 展開面積이 3~4倍 程度까지 伸張된 成形品을 얻기 為하여는 最少 이 정도까지는 加熱하여야 하며 일 반적인 加熱온도는 120~150°C가 적합하다.

또 金型의 形狀, 補助 Plug의 有無 및 그 材質, 形狀에 따라 Sheet의 成形 温度가 달라지므로 真空成形機가 操作狀態에서 다시 作業하자면 먼저 약간의 試驗成形을 實施하여 Sheet의 加熱 温度 즉 말하자면 加熱時間은 決定하여야 한다. Sheet의 加熱時間은 Heater의 温度 및 位置에도

당연히 관계가 있으므로 통상 Heater 温度는 300 ~500°C 에서 使用하는 것이 좋다.

標準的인 加熱時間은 1mm 두께에 20~30 秒, 2.5mm 두께는 40~45秒 程度가 所要된다.

金型溫度는 40~50°C가 표준이 되지만 섬세한 디자인의 成形時에는 약간 높여 주고 生產性을 重要時 할 경우는 약간 金型溫度를 낮게 해 주어도 무방하다.

## ② 軟質鹽化비닐樹脂

柔軟度가 있는 成形品을 成形하기 為해서는 可塑劑의 種類 및 添加量을 조절하므로서 成形品의 柔軟度를 自由롭게 調整할 수가 있다.

食品을 長時間 넣어 둘 용기나 食品이 직접 접촉하게 될 용기는 식품에 미치는 영향을 고려하여 이 添加劑를 다각도로 검토하여 使用하여야 한다.

成形品의 應用分野는 玩具, 雜貨類의 成形 및 우레탄수지 등의 發泡品과 組合하여 自動車內裝에 使用하는 수도 있다.

成形溫度는 可塑劑의 重量에 左右되지만 硬質 PVC 경우보다 낮은 70°C 정도에서 成形하는 것

이 좋다.

軟質 PVC는 加熱時 可塑劑가 表面에 移行하는 수가 있으며 또 엠버싱 (Embossing) 된 Sheet는 그 面이 可熱될 때 模樣이 변형되는 수가 많으므로 反對側에서 加熱하여야 하며 加熱溫度도 300°C (heater의 温度) 程度의 낮은 温度에서 加熱하는 것이 좋다.

## 3) 其他 樹脂

上述한 바와 같이 P.S.나 PVC Sheet가 真空成形에 가장 많이 使用되고 있지만 그 外 특수한 목적으로 使用할 수 있는 Plastics Sheet도 많다.

예를 들면 ABS (Acryl Nitril Butadiene Styrene) 樹脂, AS (Acryl Nitril Styrene), Cellulose系樹脂, Polycarbonate, Polyethylene, Polypropylene 등이 使用可能하다.

그러나 價格, 成形條件 등이 問題되어 現在의 使用되지 않고 있지만 ABS 樹脂는 成形時 伸張이 잘 되며 剛性이 좋으므로 앞으로 大形工業部品, 電氣冷藏庫의 內箱子, 自動車用品 등의 真空成形에 많이 使用될 것이다.

## 센 터 工 作 室 運 用

디자인의 研究開發을 實現하는데 製作設備의 未備로 適지 않은 隘路를 겪어왔으나, 73年 12月 22日 當센터가 試製品 工作機器를 도입하고 工作室의 開館을 보게 되었습니다.

本 工作室은 金屬 加工, 木工工作, 彫刻, 模型, 熔接, 塗裝 및 寫眞 등 부분을 처리할 수 있는 機能을 保有하고 있습니다.

本 工作室은 當센터 開發品만에 限定하지 않고 아직도 工作施設이 빈약한 우리의 실정을 친切, 널리 業界와 學界 그리고 디자인研究에 종사하는 모든 분들을 위하여 最大限의 便宜를 도모하고자 염가로 봉사하오니 많은 活用 있으시기 바랍니다.

# 緩衝包裝의 新로운 傾向

金 瑩 吳

韓國包裝技術研究所 所長

## 1. 緩衝材의 分類

緩衝材로서의 役割은 첫째 内容品의 衝擊吸收, 둘째 内容品의 表面保護 및 外包裝의 保護 세째 荷重의 分散을 들 수 있다.

包裝하는 物品의 形狀 特性에 따라 各種 緩衝材料를 選擇하지 않으면 目的地까지 商品을 無事히 보낼 수 없게 된다.

따라서 一般的으로 緩衝材로서 要求되는 特性은 첫째 衝擊 Energy의 吸收性, 둘째 復元性, 세째 먼지의 含有度 및 發生度, 네째 吸溫 吸水性, 다섯째 耐微生物性이다.

이러한 見地에서 各種 緩衝材料의 種類와 그의 特徵 및 用途를 記述하면 다음과 같다.

### 1) 發泡 Polystyrene

가) 緩衝材로서 國內에 一般的으로 使用되고 있는 發泡 Polystyrene은 比重이 1.03~1.06인 原粒을 發泡시켰기 때문에 아주 가볍고 緩衝材로서의 重量은 거의 無視할 程度로서, 包裝重量이 問題가 되는 製品에는 輸送費 節減을 為하여 많이 使用하고 있다.

나) 比重에 따라 다르지만 比較的 떡딱하고 壓縮初에는 一般的으로 단단하다. 그러나 어느 荷重에 到達하면 變形量이 荷重보다 크게 上昇하기 때문에 緩衝效果가 크다.

다) 表面이 아주 희고 光澤이 있으며 衛生的이다. 着色하는 경우에는 스치로피스칼라를 使用하지만 水性 或은 알콜性의 塗料를 스프레이 한다.

라) 切斷은 칼이나 니크롬線으로 簡單히 되고 他材料와의 接着, 加工도 容易하며 아주 複雜한 形態가 아니면 金型成形이 可能하다.

마) 獨立氣泡體로 되어있기 때문에 水分의 吸收性은 거의 認定되지 않으며 吸收率은 容積 퍼센트로 하여 2~3%이다. 따라서 倉庫保管中 特性이 變化되어 變形을 일으키는 일이 없다.

바) 70°C 부터 零下 70°C 까지는 膨脹, 收縮이 일어나지 않아 廣範圍한 温度에서 使用이 可能하다.

사) 密室構造를 가진 獨立氣泡體로서 無數의 가는 氣泡로 構成되어 있기 때문에 熱을 遮斷하는 性質을 가져 保溫性이 要求되는 商品에 使用이 可能하다.

아) 耐藥品性이 弱해 注意를 要한다. 잘 溶解되는 藥品으로서는 벤젠, 에틸에탈, 초산에탈, 토루엔, 키시톤, 四鹽化炭素, 락카 포루마린 등이며 安定한 것은 물, 海水, 弱酸, 알카리, 알콜, 植物油 등이다.

자) 包裝材料費가 싸고 經濟的이면서 緩衝效果가 크기 때문에 材料費, 作業費의 節減을 期할 수 있다.

## 2) Ethafoam

Ethafoam이란 包裝用 緩衝材로 特別히 開發한 發泡 Polyethylene을 말하여 美國 Dow Chemical의 商品名이다.

가) Ethafoam은 같은 體積當의 單價는 Styropor보다 高價이나 緩衝效果가 커서 적은 두께로 使用할 수 있어 包裝材料費, 運費, 保管料, 事故率의 減少 등으로 Total Cost Down이 可能하다.

나) Ethafoam은 完全獨立氣泡의 氣泡壁의 半剛性과 Air Cushion 과의 調和를 基準으로 發泡의 크기, 發泡倍率, 樹脂의 種類가 決定生產되었기 때문에 安全하고 優秀한 緩衝性, 復元性이 있다.

다) 反發彈性이 크면 緩衝性은 좋지만 이와 反對로 振動回數가 많아져 商品이 이 振動을 받게 되어 問題가 생기게 되나 Ethafoam은 反發彈性이 적기 때문에 商品은 衝擊으로부터 保護하는데 有効하다.

라) Ethafoam은 壓縮크립이 強하기 때문에 長期間의 積載保管이나 長距離輸送에 問題가 없다.

마) Ethafoam은 配合劑를 混入시키지 않기 때문에 有毒性이 없다.

바) Ethafoam은 強韌하여 衝擊을 加해도 破壞가 없고 크립도 생기지 않는다.

사) Ethafoam은 Polyethylene의 性質을 가져 耐藥品性, 耐候性, 耐水性이 훌륭하여 기름이나 藥品에 녹지 않고 吸水하지 않는다.

아) 加工性, 接着性이 좋아 加工接着工質이 싸서 大量生產이나 試製에 適合하다. 即 블딩하는 것이 아니고 카팅作業으로 生產이 되기 때문에 金型費가 들지 않는다.

자) Ethafoam은 游度에 依한 變化가 없기 때문에  $+80^{\circ}\text{C}$ 에서  $-70^{\circ}\text{C}$ 까지의 廣範圍한 條件에서 使用이 可能하다.

차) Ethafoam은 가볍고 냄새가 없으며 不必要時에는 燥却이 可能하다.

## 3) 發泡 PVC

가) 스트로폴과 같이 대단히 가볍고 緩衝效果

가 커서 包裝容積을 縮少시켜 包裝費를 節減할 수 있다.

나) 復元性이 크고 緩衝係數의 特性으로 重量物製品의 緩衝包裝에 適合하다.

다) 完全한 獨立氣泡의 凝集體로서 個個의 氣泡薄膜은 얇지만 強韌性을 가지고 있어 水分, 濕氣, 空氣의 通過가 없고 撥水性을 갖는다. 또 獨立氣泡가 작기 때문에 구부려도 부러지지 않고 柔軟性이 있어 直接製品은 緩衝材에 接觸시켜도 흠이 생기지 않는다.

라) 耐候性은  $70^{\circ}\text{C}$  前後로서 조건도 變形이 되지 않는다.

마) 加工性이 容易하여 톱이나 닉롬線으로 切斷한다.

바) 表面은 中性으로서 金屬表面에 發銹을 일으키지 않고 耐藥品性이 强하다.

## 4) Urethane Sponge

가) 比重이 發泡 PS와 發泡 PVC와 비슷하다.

나) 輕便 부드럽고 伸展性이 우수하여 輕量物包裝에 適合하다.

다) 斷熱性, 耐熱性은 從來의 發泡體에 比하여 우수하다.

라) 耐藥品性은 比較的 强하여 有機溶劑 및 強酸外에는 問題가 없다.

마) 耐候性이 優秀하여 日光의 照射도 老化되지 않는다.

바) 부드러운 感触을 가진 純化學製品이기 때문에 細菌 虫害에 對하여 强한 抵抗性을 가지며 곰팡이가 發生하지 않는다.

사) 着色이 容易하여 自由로이 색깔을 選擇할 수 있다.

## 5) PSP

PSP는 發泡 Polystyrene을 押出方式으로 作은 시트로 만든 것으로서 작은 플라스틱의 氣泡가 서로 불어 시트를 形成 靜止된 空氣가 壁을 만들기 때문에

가) 斷熱效果가 優秀하다.

나) 輕量으로 比重이 0.1~0.15 종이의 1/8밖에 되지 않는다.

다) 耐水 防水性이 좋고 濕氣나 둘을 通過시키지 않는다.

- 라) 衝擊吸收性이 優秀하다.
- 마) 無味, 無臭로서 無毒하다.
- 바) 日光에 依한 老化性이 없다.
- 사) 成形, 라미네이트, 印刷가 可能하다.
- 아) 帶電性이 있고 燃燒되기 쉬우며 주름이나 破損되기 쉬운 것이 短點이다.

## 6) Air Cap

2枚의 高壓 PE 필름 사이에 空氣를 圓筒狀으로 完全密閉시킨 플라스틱 필름으로서 緩衝材, 斷熱材, 防濕材로 使用된다.

가) 密閉된 空氣가 緩衝材로 作用하기 때문에 強한 쿠션을 받으면 Cap이 破壞되어 衝擊을 吸收 内容品을 保護한다.

나) 復元力이 크고 柔軟하다.

다) 斷熱性, 防濕性이 있다.

라) 耐藥品性이 優秀하고 가벼워 取扱이 容易하다.

마) 衛生的이고 秀明하기 때문에 商品이 透視され 間接照明效果가 있다.

바) 特性上 重量物의 包裝이나 長期間의 保管이 必要한 것에는 使用하지 않는다.

## 7) 其他 緩衝材

지금까지 說明한 緩衝材 外에도 골판紙, 종이 필트, 플라스틱, Wool, 木綿 등 많은 材料가 있으나 省略하겠다.

## 2. 緩衝包裝의 新로운 傾向

世界的인 省資源化와 公害退治의 潮流에 따라 플라스틱 發泡體를 主軸으로 하고 있는 緩衝包裝分野에도 新로운 傾向이 擡頭되었다.

이것은 當然 플라스틱 廢棄物 全體의 處理技術의 開發과 關聯하게 되고 플라스틱의 資源으로부터 廢棄物 處理에 이르는 Total System을 確立한다는 大前提로 하지 않으면 이야기 될 수 없는 것이다.

이와 같은 前提下에 今後의 緩衝包裝의 形態는 다음과 같은 두 개의 패턴으로 分類될 수 있다.

첫째는 從來와는 다른 意味로서의 “使用하고 버리는 것”을 指向하는 것

둘째는 再利用을 目的으로 하는 것이다.  
먼저 再利用을 目的으로 하는 것에 對하여 說明하여 보면

이것은 한 번 使用된 緩衝材를 回收하여 그대로 再使用하는 方式과 이것을 原料로 하여 再發泡 再成形하여 再利用하는 方法이다.

이렇게 하기 為하여서는 再發泡可能한 緩衝材의 開發이 必要하게 되지만 몇 個의 有名메이커에서는 이를 開發 商品化시키고 있다.

그런데 이 方法을 實現시키기 為하여는 回收시스템이 前提되어야겠고 包裝設計의 段階에 있어서 緩衝材와 外包裝材가 容易하게 分離되는 形態로 하는 등의 方法이 講求되어야 한다.

더우기 輸送方法의 合理化로 一般箱子包裝方式도 檢討되어 져야 한다.

이것은 發泡 플라스틱에 金屬 或은 木材 등의 剛性材料를 인서트하여 發泡成形된 組立式 容器라든가 콘테이너 또는 콘테이너와 パレット의 兼用方式 등 容器自體에 緩衝包裝機能을 갖게 하여서 繼續使用이 可能해 하는 것이다.

이렇게 하기 為해서는 反復使用에 適合할 수 있는 强韌한 材質과 容易한 加工性을 가진 緩衝材가 要求되지만 그와 같은 緩衝材는 이미 開發되어 實用化되기 때문에 큰 問題는 없을 것이다.

둘째로 “使用하고 버리는 것”에 對하여는 두 개의 方向으로 생각된다.

그 하나는 新材料의 開發로 緩衝材가 廢棄되는 경우의 處理를 容易하게 하는 것이다.

이易處理性 플라스틱으로서는 여러 가지로 생각할 수 있지만 既存의 汎用樹脂와 다른 타입의 것으로서는 無機質材의 配合으로 燃燒時에 發生하는 發熱量의 低下와 燃却爐의 保護, 微生物에 依한 易分解性을 주어 容積의 減少, 破碎効果 등이 있고 蔊集, 前處理, 燃却을 容易하게 함과 아울러 埋立, 投棄時의 自然還元이 되어야 바람직한 것이다.

이러한 緩衝材가 市場에 登場할 날도 멀지 않았다 생각되지만 이와 같은 플라스틱 處理體系中에서 먼저 記述한 期待効果의 判斷과 燃却時에 發生하는 有害gas의 對策 등 二次公害의 問題를 생각하고 採用에 있어서는 關聯分野의 充分한 事前 檢討와 協議가 遂行되어야 할 것이다.

一般的으로 產業廢棄物의 경우에는 排水事業

者의 處理責任의 自覺과 徹底를 前提로 하는 것  
이며 自主處理 또는 共同處理를 始作으로 하여  
나중에는 有効利用을 圖謀하爲하여 排出者와  
處理하는 者를 連結시키는 시스템의 設置, 回收  
業者와 處理業者의 育成 組織化하면서 處理技術  
의 確立, 普及, 援助, 土地의 確保 등 廣範圍한  
促進對策의 推進이 必要하게 된다.

이러한 것은 가까운 將來 包裝廢棄物에 對해  
서도 當然히 考慮되어야 할 것이다. 省資源과 公  
害沮止를 指標로 한 “使用하고 버리는 것” 타입  
中에서 가장 標準的인 것은 緩衝包裝設計理論을  
驅使하여 緩衝材의 使用量을 最少限으로 줄이  
는 方法이다.

지금까지 여러 가지를 記述하였으나 無公害와  
資源의 有効利用을 達成하기 為하여 새로운 緩  
衝材의 開發과 利用技術의 研究는 繼續 進行되  
지만 實用의 段階에는 미치지 못하고 있는 實情  
이다.

將來 이와 같은 緩衝材가 緩衝包裝의 主流를  
點할 것은 의심할 餘地가 없지만 當分間은 從來  
의 緩衝材를 利用하여 그 適用方法을 研究하여  
資源節約 및 公害減少에 努力하여야 할 것이다.

### 3. 新時代를 맞는 緩衝包裝에 있 어서의 生產者, 販賣業者, 需 要業體의 立場

#### 1) 아사히 다우 케미칼

現在의 省資源時代에 適合한 緩衝包裝을 위하  
여는 「量보다 質에의 轉換」을 꾀할 必要가 增大  
되고 있다.

安全基準의 設定에 있어서 現在로는 家電關係  
製品에 對하여 施行하고 있는 輸送試驗, 落下試  
驗으로 適正包裝을 證明하고 있지만 落下高를  
낮추면 現在 行하고 있는 包裝은 過剩包裝이 될  
것이다.

이 過剩包裝을 適正包裝으로 하기 為하여서는  
緩衝材의 所要量이 大幅 節減될 것이다.

여기에서 말하는 緩衝包裝設計의 安全基準設  
定은 流通構造의 分理化와 製品設計, 包裝設計  
를 매칭하여 省資源화와 公害減少에 寄與하여  
Total Cost를 節減하자는 것이다.

即 落下高를 낮추니 適正包裝을 設計하면  
輸送, 荷役의 安定性이 必要하게 되고 製品設計  
에서도 前보다 耐衝擊性을 갖는 든든한 것으로  
하여야 되기 때문에 이 分野에는 많은 費用이 들  
겠지만 緩衝材使用量의 減少로 얻어지는 費用을  
節減하기 때문에 恒常 Total Cost 面에서 생각  
여야 되며 廢棄物公害가 企業의 社會的 責任일진  
면 더욱 責任을 지고 推進하여야 할 것이다.

要約하여 緩衝包裝設計의 安全基準을 새로이  
作成 施行하자는 것이다.

#### 2) X Styropor 加工 메이커

現在 使用되고 있는 스치로풀은 成形加工이 容  
易하고 物性 面이나 經濟的인 面에서 價值를 認  
定받고 있지만 廢棄物處理對策上 需要業界와의  
協調體制가 今後에 더욱 必要하게 되었다.

限定된 資源을 보다 有効하게 利用코자 現在家電關係의 大需要者와 協力體制를 만들어 Styro-  
por의 廢棄物의 回收로부터 再生利用하는 시  
스템을 確立하여 놓고 있지만 여러 가지 問題點  
이 發生하고 있다.

回收는 現在家電製品製造社 各社가 流通段階  
에서 回收하여 月平均 60ton 程度되지만 이것을  
業界가 모아 Styropor 成形材料로서 月平均 30  
ton을 再生하고 있다.

廢棄 燒却이 큰 社會的 問題로 提起되고 省資  
源化가 어느 때보다 고조되고 있는 지금 資源은  
有効하게 使用한다는 根本姿勢를 一貫하여 生產  
者, 消費者가 積極 呼應하여 本事業을 推進하여  
야 하겠다.

要約하여 再生利用 시스템을 確立하자는 것이다.

#### 3) 積水化成品工業

最高의 緩衝材는 空氣이다.

그러나 이것은 固定이 不可能하다.

이 空氣를 잘 固定한 緩衝材가 發泡 플라스틱  
과 타이어이다.

耐水性, 復元力, 輕量, 衛生的이면서도 固定  
의 役割을 兼한 發泡 플라스틱은 他材料의 追從  
을 不許한다고 自信한다.

近來에 와서 廢棄性, 經濟性, 生產性 및 省資  
源化에 對하여 여러 가지 말이 나오고 있지만 그

優秀한 特性은 Data가 그것을 證明하여 주고 있다.

問題로서는 緩衝設計를 어떻게 잘 하여 包裝의 本質을 찾을 수 있을까? 또 이것을 支障 없이 供給할 수 있는가가 우리들의 使命이다.

發泡 플라스チک에 對하여 說明하여 보면 1960年初 原料價格이 지금보다 높았을 때에도 그 利用價值가 크게 認定되어 지금까지 그 需要가 繼續 增大되었고 他外國의 例를 보아도 이와 같은 劇期的인 新材料가 發明되지 않아 日本과 마찬가지로 需要가 增大되고 있다.

또 使用法도 많이 研究되어 緩衝, 固定에서부터 이제는 디스프레이를 兼한 用途로 開發되고 있다.

問題는 이렇게 좋은 材料를 浪費하고 있다는 것이 重要하다.

그런데 어떤 包裝이 浪費이고 아닌 것의 基準을 決定하는 것은 대단히 어려운 일이다.

그렇지만 材料의 選定과 낱包裝, 속包裝, 겉包裝을 綜合的으로 分析하여 알맞는 包裝을 하는 것이 앞으로의 일이다.

#### 4) 積水 化學工業

資源保護, 資源의 有効利用이 高調되는 오늘날 發泡製品은 緩衝資材의 主役을 맡고 있다.

發泡 플라스틱 緩衝材의 背景을 考察하여 보면

① 現在는 Energy 不足의 時代이다. 따라서 原料의 供給이 急增한다는 것은 期待하기 어렵다.

② Energy가 高價이다. 따라서 原材料는 當然히 高騰한다.

③ 資源이 絶對的으로 不足하다.

이러한 與件下에서 우리는 從來의 製品을 再檢討하지 않으면 안되겠다. 即

① 安定供給이 可能한가?

② 安定된 價格으로 供給이 可能한 素材로 되어 있는가?

③ 適正機能을 가진 加工機가 存在하는가?

以上의 事項이 包裝方法, 商業包裝에서는 SP效果 등 Total Cost의 點에서부터 再檢討되어야 할 것이다.

더우기 人的資源의 確保라는 面에서 보면 消費 및 生產의 分散化로 輸送距離가 길어짐에 따

라 輸送費가 高騰되게 되고 따라서 載數의 減少 包裝의 콤팩트化가 더욱 要求되는 것을 들 수 있다. 또 包裝物을 보다 작게, 內容物을 보다 安全하게, 보다 遠距離 輸送의 必要性이 高調되고 있다. 플라스틱 發泡體 中에서도 이러한 與件을 充足시켜주는 것은 폴리에틸렌 發泡體이다.

그 特性은

① 緩衝效果가 他發泡製品에 比하여 優秀하다.

② 따라서 使用材料가 적게 들고 콤팩트化가 可能하다.

③ 納品한 發泡製品의 破損 등 ロス가 적다.

④ 引火 등에 依한 火災의 危險이 없다.

⑤ 空氣가 主原料이기 때문에 價格의 變動이比較的 적다.

⑥ 形狀을 시트, 부록, 丸棒으로 할 수 있어 要求의 型이 簡單히 加工된다.

⑦ 他包裝材料 即 종이, 木板紙 등에 比하여 價格의 差가 크지 않다.

⑧ 反復使用이 可能하다.

⑨ 緩衝效果가 커서 製品重量에 따른 使用幅이 넓다.

#### 5) 東神物產

緩衝材는 他包裝資材에 比하여 利用率이 적은 商品中의 하나이다.

即 緩衝材가 비싸서 製品의 값이 비싸고 팔 수 없는 것은 아니다. 企業主의 利潤이 얼마나 될 생기나는 이야기가 될 수 있다.

即 다시 말하여 緩衝資材의 現況에 對해서도 檢討하여야 하겠으나 더 本質的인 것은 緩衝材 使用의 目的인 製品의 安全圖謀이다.

따라서 緩衝包裝材의 選定과 方法研究는 徐徐히 無理없이 推進해 가면서 現在의 包裝을 當分間은 그냥 밀고 나가자는 것이다.

要約하여 잘못하면 材料를 削減한다는 것이 오히려 逆效果가 올지도 모른다는 것이다.

#### 6) 淡陶

이 會社는 木 타일, 內外裝 타일을 主生產하는 大 타일會社이다. 破損되기 쉬운 타일이 板紙와 우레탄 시트만으로서 緩衝效果가 充分하다면 이 상하게 생각할 것이다.

타일은 橫(表面)方向의 衝擊에는 弱하지만 縱(側面)方向의 衝擊에는 아주 强하다.

마라서 골판지 케이스에는 縱方向으로 세워 넣고 製品과 골판지 케이스 사이에 벌어지는 타일 2枚分의 사이에는 골판지와 우레탄 시트를 補充하는 것으로 充分하다.

한 케이스當의 重量은 約 12~17kg이다.

## 7) 샤프社

먼저 弱電製品의 緩衝包裝設計에 있어서는 社會的인 理解가 必要하다.

이것이 前提가 되는 것을 어떻게 적은 材料로서 最大限度의 効果를 發揮시킬 수 있는가에 對하여 手段을 檢討하고 있는 것이 同社의 생각으로 코스트 다운이 主目標이다.

材料別로 適用되는 製品을 보면 發泡폴리에틸렌系統의 것은 大型電子計算機나 스테레오 등, 스치로 풀은 칼라 텔레비 세탁기 등, 氣泡入 풀리에틸렌은 라디오 分野로 되어 있다.

勿論 이것은 大略的인 것일지만 그 機能, 特徵을 잘 理解하여 選擇 使用되고 있는 것이다.

메이커側에의 注文, 要望 등에 對하여 作業性의 觀點에서 複合材料는 可能한 적게 또 加工은 될 수 있는限 最少限으로 할 수 있게 하는 것이 理想的이다.

## 8) 松下電器產業

同社의 包裝에 關한 機關은 包裝検査所로서 包裝検査所를 中心으로하여 各 事業部의 包裝擔當者를 모아 設計하는 곳이 包裝技術專門委員會이다.

緩衝材, 固定材의 選擇은 모두 이 委員會에서 하고 있지만 事業部의 數만도 50個 以上이기 때문에 全體를 代辯하기는 좀 어렵다. 量的으로 보면 스치로 풀의 使用率이 壓倒的으로 높다.

어떤 材料가 第一 좋고 어떤 材料가 第一 나쁘다는 것은 한 마디로 말할 수 없다.

거기에는 必然性이 있어 그것을 使用하고 있는 만큼 그 必然性을 能가하는 性能를 갖지 않는 材料는 使用이 不可能하다.

여기에서 스치로 풀이 가장 多이 使用되는 理由는 무엇인가? 그것은 코스트가 싸고 成形이 容易한 點이 가장 큰 베리트라고 한다. 發泡 풀

리에 틸렌도 使用하고 있지만 絶對量이 적다.

그 理由는 任意의 形으로 成形이 힘들고 또 골판지 등에 貼付하여야 하기 때문에 作業性이 나쁘다는 것을 들고 있다.

메이커側에 對하여 첫째 共同리사이클化, 둘째 有効利用이 可能한 것, 세째 價格이 싸고 光崩化性樹脂의 開發 등을 要望하고 있다.

## 9) 三洋電機

同社의 경우 스치로 풀의 使用量은 公害問題와 省資源化의 觀點에서 以前보다 使用量을 減少하고 있다.

또 골판지의 價格도 큰 問題가 되어 그 對策으로서 골판지 箱子의 形態研究나 緩衝材가 不必要한 것 등 積極的인 浪費를 없앨 省資源型 골판지에 主眼을 두어 每年 一回 全會社의 으로 開催되고 있는 包裝合理化展示會에도 어떻게 包裝資材의 浪費를 없애 Total Cost를 다운 시킬 수 있는가를 테마로 하여 浪費의 排除에 力點을 두고 있다. 또한 同社는 年前부터 플라스틱의 再生處理프란트를 稼動하여 不遠間에 採算性을 맞추게 되었다.

## 4. 結論

지금까지 日本에 있어서의 緩衝材別의 特性, 傾向, 各會社의 움직임에 對하여 記述하였다.

製品과 마찬가지로 包裝도 時代에 따라 變化發展되어지고 있다. 緩衝包裝의 本質은 製品을 破損 없이 目的地에 送達하는데 있다.

使用緩衝材料의 選擇, 使用方法은 對象製品의 性質, 設計者, 使用會社의 意思에 따라 決定된다.

그러나前述한 바와 같이 資源節約化, 廢棄物에 依한 公害問題가 어느 때보다 절규되는 지금 生產者나 消費者는 다시 한 번 現在하고 있는 緩衝包裝이 時代의 으로, 會社의 經營上 適合한 것인가를 再確認할 必要性의 強調와 不斷한 研究와 對策이 講究되기를 바라마지 않는다. 今般 設立推進中인 스치로 풀 組合이 하루속히 構成되어 組合員相互間의 紐帶強化는 勿論 多은 研究와 指導로서 緩衝包裝의 세로운 기틀을 造成하는데 先驅者가 될 것을 거듭 促求하는 바이다.

# 防水 防濕 包裝 技法

李 大 成

當센터 包裝開發室 研究員

우리나라는 70年代에 들어와急速한 輸出伸張과 더불어 包裝技術 또한 많은發展을 가져와 아시아包裝聯盟(Asian Packaging Federation)傘下 會員中에서는 日本과 더불어 先頭의 位置에 있음을 自負하게끔 되었으나 아직까지도 많은企業人들은 包裝技術을 쉽게 생각하고 있어 過剩包裝 및 過少包裝의 製品을 輸出하게 되어 企業自體에 많은 損失을 주고 있는 것도 事實이다. 包裝技術은 綜合科學으로서 工業包裝部門의 物理, 化學, 力學, 電氣, 機械 등과 物의 流通에서의 經濟, 經營, Packaging Design에서의 應用美術 등 廣範圍한 分野의 學問을 內包하고 있어 다루기가 상당히 어려운 것이다. 특히 輸送包裝에서는 實際의 計算數值보다 輸送結果를 보고 판단하는 것이 가장 正確하므로 이에 對應하는 實內試驗으로서는 항상 不安한 마음을 가지게 된다. 여기에 소개하고자 하는 防水防濕包裝技法도 工業包裝分野에서는 緩衝固定包裝技法 防鏽包裝技法과 함께 상당히 어려운 分野이나 가장 많이 利用되고 있는 包裝技法으로 이를 韓國工業規格(Korean Industrial Standard)의 관련규격을 適用하면서 어떻게 設計하는가를 例示함으로서 一助코자 한다.

一般的으로 防水包裝과 防濕包裝은 一括하여 防水防濕包裝으로 불리고 있다. 이것은 방수 방습 포장의 原因이 모두 물과 關係가 있기 때문이라고 생각한다. 다만 防濕包裝의 경우 防水包裝을 兼하는 경우가 있으나 防水包裝에 있어서는 반드시 防濕包裝을 兼하지는 않는다.

그것은 防濕包裝은 물이 氣化되어 空中에 흩어져 있는 狀態를 制限하는 것이며 防水包裝은 물 또는 液體를 제한하는 것으로 이 두방법을 필요로 한 包裝技法을 생각할 때 전혀 다른 方法이 適用된다는 것을 알 수 있을 것이다. 즉 防濕包裝이란 包裝된 商品이 空氣中의 濕氣를 吸收하므로서 商品의 形態, 物性의 變化, 곰팡이, 鈑(鏽)의 發生, 맛과 氷새의 變化, 菌의 發生으로 因한 腐敗 등 商品의 價值를 떨어뜨리는 것을 防止하고 包裝內部에서의 温度變化를 可能限한 막고 包裝 時에 商品의 濕度를 오래 유지 시키는데 그目的을 두고 있으며, 防水包裝은 包裝된 商品이 直接 물이나 바다물에 接觸해도 內容品의 商品價値가 떨어지지 않는 것으로 包裝된 商品에 浸水를 防止하는 것이다. 이처럼 防水包裝과 防濕包裝은 그目的과 技法에 있어서도 다르므로 韓國工業規格에서도 防水包裝(KS A 1031) 및 防濕包裝方法(KSA 1032)으로 區分하여 利用되고 있다.

## 防水包裝技法(Water proof packing technique)

### 1. 防水包裝의 機能과 種類

內容品을 液體인 물 바다물 빗물 등으로부터 保護하기 위하여 防水包裝材料, 防水接着劑 등을 使用하여 包裝內部에 물의 浸入을 防止하는 包裝技法을 防水包裝技法이라고 하며 目的과 防水의 程度에 따라 다음의 4種類로 나눌 수 있다.

- 1) 耐水性을 必要로 하는 것
- 2) 防水性만을 必要로 하는 것
- 3) 撥水性을 必要로 하는 것
- 4) 其他

耐水性을 必要로 하는 防水包裝은 가끔 일어나기 쉬운 물의 被害로부터 内容物을 保護하고 만약에 물이 包裝內部로 浸入하였을 경우에도 包裝材料의 強度가 물의 影響을 받아 弱해지지 않는 것으로 즉 鋼판지상자(軍需品用特殊合板紙箱子包含) 魚箱子(방수, 내수 鋼판지箱子) 및 鐵製, 木製 및 플라스틱製 콘테이너가 있다. 防水性만을 必要로 하는 防水包裝에는 가장 많은 종류가 있으며 輸出用精密機器, 雜貨品, 食料品의一部를 이 方法으로 使用하고 있다. 또한 特殊한 경우로서 軍需品包裝과 貨物이 바다물 속으로 떨어질 경우나 바다물이 包裝容器 속으로 浸入하는 것을 막기 위하여 完全防水를 하는 方法도 있다. 撥水性을 必要로 하는 防水包裝은 가장 輕度의 防水包裝으로 弱電機器製品, 青果物, 蔬菜類, 織維製品 등 많은 包裝의 種類에 使用된다.

其他 防水包裝方法에는 特殊한 重量物包裝의 뚜껑部分만을 防水하여 비의 被害를 防止하기도 하고, 뒷부분, 옆부분 또는 받침(바닥)만을 防水하는 部分包裝도 있다.

또한 現在 KS A 1031(防水包裝)에서는 防水包裝의 種類를 다음과 같이 浸水와, 살수 時間에 따라 定하고 있다.

防水包裝은 機能上으로는 다음과 같이 2가지로 分類할 수 있다.

- ① 浸水: 包裝의 表面보다 높은 물의 壓力으로

로 因하여 물이 浸入하는 것

- ② 살수: 包裝貨物의 뒷면과 옆면에 비 등으로 因하여 물이 흘러 들어갈 경우.

種類		規 定
1種	A	浸水試驗을 30分간 한다
	B	〃 3分間 한다
2種	A	살수試驗을 120分間 한다
	B	〃 60分間〃
	C	〃 5分間〃

※ 2種 A는 特히 大型包裝에 適用한다.

1. 침수시험: 공시품을 温度 15~20°C의 水中에서 그 最上部가 水面에서 2.5cm까지 들어 가도록 담그고 전수압을 가장 적게 받도록 한다.
2. 살수시험: 공시품을 KS A 1020(包裝貨物 및 容器의 살수試驗方法)에 따라 살수한다.

### 2. 防水包裝의 形態

防水包裝의 形態는 대개 아래 그림과 같은 種類가 있다.

가. 外部包裝의 안쪽 또는 바깥쪽에 防水處理를 한 것.

바깥쪽(外面)



그림 1



그림 2



그림 3

안 쪽(內面)

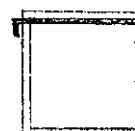


그림 4



그림 5

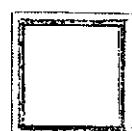


그림 6

나. 外部包裝과 獨立하여 包裝內部에 防水處理한 形態

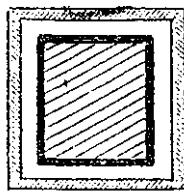


그림 7

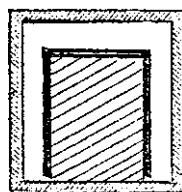


그림 8

다. 腰下를 使用하여 防水處理를 한 形態

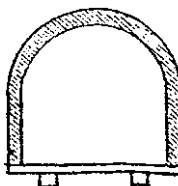


그림 9

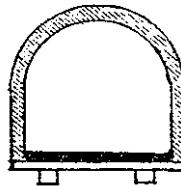
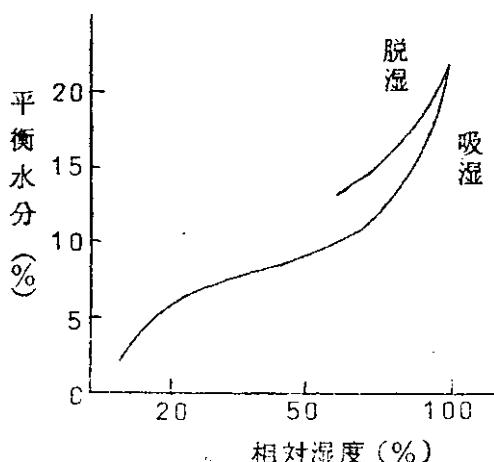


그림 10

### 3. 防水包裝 設計

防水包裝을 設計할 때는 다음에서 소개하는 防濕包裝의 경우와 같이 正確한 計算을 할 必要는 없다. 이는 防水包裝이 包裝內部로 浸入하는 液體를 防止하면 되기 때문이다. 따라서 이것을 設計할 때에는 어느 정도의 液體가 包裝에 影響을 주는가를 豊想하여 (例를 들면 바닷물, 빗물 등) 必要한 防水材料를 使用하던가, 防水加工을 하면 된다. 어떤 한 防水材料를 使用할 것인가, 어떠한 防水加工을 실시할 것인가의 判斷은 防

(그림 1)



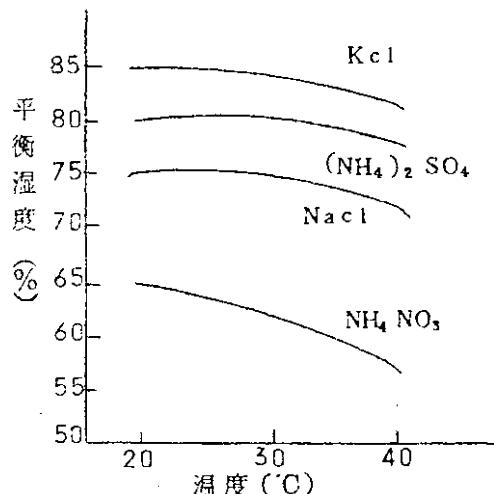
水包裝設計에서 가장 중요한 점이다. 防水包裝材料를 選擇하는 데의 問題點은 防水材料가 가지는 耐候性과 機械的 強度이다. 이를 防水包裝材料의 物理的 強度라 한다. 防水機能을 充分히 發揮하기 위하여는 初期의 狀態를 可能한 長時間에 걸쳐 持續시킬 필요가 있다. 特히 流通段階의 輸送荷被中에 防水材料가 破損될 경우 內容品의 畏害는 絶定的이다. 使用하고 있는 대부분의 防水材料는 防濕材料로도 使用되고 있으며 一般包裝材料에 코팅, 라미네이팅하여 防水性을 지닌 것이 있다. 즉 방수플라스틱, 紙器에서는 Paraffin 系 또는 防水劑를 코팅하기도 하고 Dipping(침투)한 것도 있다.

### 防温包裝技法 (Moisture proof packing technique)

#### 1. 防濕包裝을 必要로 하는 內容商品의 性質 및 種類

우선 防濕包裝에서 包裝內容物을 分類하면 內容物自體가 가진 濕氣(水分)를 維持할 수 있을 뿐만 아니라 그 水分의 增減이 內容物의 品質에 影響을 주는 吸濕性 內容物과(乾燥食品, 加工食品 등) 金屬製品과 같은 內容物自體에는 吸濕성이 없고 높은 濕度의 大氣 가운데 둘으로서 그 品質에 害를 주는 非吸濕性 內容物로 나눌 수 있다.

(그림 2)



## 가. 吸濕性 또는 乾燥性의 것

吸濕性 또는 乾燥性(脫濕性)의 商品은 특히 食料品中에 가장 많고 代表的인 것으로 化學肥料 工業藥品, 시멘트, 食料品 化粧品類 등이 있다. 이를 대체로 다음과 같이 3가지 그룹으로 分類할 수 있다.

### ① 吸濕等溫曲線을 가진 것

예를 들면 菓子類(비스킷 등)에서 含水率이 적은 것 食빵과 같은 比較的 많은 水分을 含有하고 있는 것을 一定의 温度下에서 高濕 또는 低濕의 大氣中에 放置하면 前者の 경우는 空氣 中의 濕氣를 吸收하게 되고 後者の 경우는 空氣 中에 水分을 放出한다. 이러한 含水率은 大氣條件이 變하지 않는한 變動이 없다. 이와 같은 水分을 温度 및 濕度에 對한 商品의 平衡水分이라 한다. 大氣의 濕度가 높아지면 이에 따라 平衡水分이 많아진다. 大氣의 濕度가 낮아지면 平衡水分도 적어진다. 이것이 바로 吸濕 또는 脫濕 現象이다. 이처럼 濕度와 그에 따른 商品의 平衡水分과의 關係를 그림 1의 脫濕(吸濕) 等溫曲線이라 한다.

② 平衡濕度를 가진 것(化工藥品, 化學肥料等) 化學肥料, 工業藥品 등의 主成分인 無機鹽類에는 大氣의 濕度를 一定하게 하려는 性質을 가지고 있다. 즉 無機鹽類는 그 種類에 따라 어느 一定한 平衡濕度를 가지고 있다. 예를 들면, 純粹한 食鹽(NaCl)은 그것이 75% 以上의 大氣에 있을 때 濕氣를 吸收하여 周圍의 大氣濕度를 75%로 하려고 한다. 또한 75% 以下의 濕度의 大氣中에 두었을 경우에는 食鹽이 多少나마 水分을 지니고 있으면 그 水分을 大氣中에 放出하여 周圍의 大氣濕度를 75%로 하려고 한다. 즉 食鹽의 大氣濕度는 75%이다. 食鹽의 경우 常溫의 平均濕度는 75%로서 濕度에 依한 變化는 거의 없다. 그 밖의 鹽類에서는 그림 2에서 肥料用 鹽類가 表示하는 바와 같이 温度에 따라 平衡濕度가 變化하는 것이 例로서 肥料用 鹽類에 關하여 平行曲線을 나타내고 있다.

### ③ 水溶液 乾液

飲料, 調味料, 化粧品과 같은 水溶液으로 된 商品을 가진 경우에는 그 包裝內部는 大部分의 경우 90~100%에 가까운 高濕度이다. 여하

른 内容物의 減少(乾燥)를 防止하기 위하여 防濕包裝이 必要하다.

## 나. 非吸濕性의 内容物

金屬製品과 같은 非吸濕性 内容物에 對한 防濕包裝品에서는 다음과 같은 方법을 利用하여야 한다.

① 内容物과 防濕包裝材料를 完全히 密着시켜 空間을 없게 한다.

② 包裝容器는 濕氣를 完全히 차단할 수 있는 것을 使用할 뿐만 아니라 容器內의 濕氣를 完全히 除去해 둔다.

③ 조금이라도 濕氣의 透過性을 지닌 容器를 使用할 경우에는 容器의 内部에 乾燥劑를 넣어 外氣로부터의 透過濕氣를 吸收시킨다. 위의 여러 方法中 ③의 경우가 많이 利用되고 있으며 이 때는 어느 정도의 防濕性容器에 어느 程度量의 乾燥劑를 使用해야 하는가는 防濕包裝設計에서 상세히 說明하겠다.

## 2. 防濕包裝設計

商品의 含水量의 變化는 直接的으로 그 商品의 物性, 形態, 색깔, 氣味, 香氣의 變化 및 微生物의 發生 또는 培養의 促進과 腐敗 등을 초래한다. 이러한 障害는 濕氣의 移動에서 생기며 이것을 防止하는 技法의 開發은 包裝에 있어서 상당히 中요한 部分을 차지한다. 즉 이러한 防濕包裝의 設計에서는 다음과 같은 事項을 먼저 握하지 않으면 안된다.

가. 内容商品의 特性, 性質, 形態, 크기

나. 그 商品의 流通經路 '荷彼方法 및 期間' 展示方法 및 環境(耐光性, 耐電波性 등)

라. Self life(鮮度, 壽命)

마. 内容商品의 特性에 알맞는 防濕材料의 選擇

바. 内容商品이 要求하는 防濕包裝 機械에 依한 作業可能性 與否

사. 乾燥劑 使用의 與否

以上을 調査한 후 實際 包裝設計에 있어서는 다음과 式에 依하여 透濕度를 計算하고 이를 應用하여 그 商品의 Self life를 算出할 수 있다. 即,

$W(g)$ : 内容商品의 重量

$C_1(\%)$ : 内容商品을 包裝容器에 넣었을 때의 水分

$C_2(\%)$ : 内容商品의 商品價值量 維持할 수 있는 限界水分

$A(m^2)$ : 内容商品을 넣기 위한 防濕包裝의  
表面積

$t$  (day) : 内容商品을 包裝하여 開封될 때

$\theta$  (°C): 期間中 包裝容器가 保存되는 場所의  
平均溫度

$h_i(\%)$ : 上記平均湿度

$PQ$  (CmHg) : 平均氣溫 ( $\theta^{\circ}\text{C}$ ) 에 있어서 饱和水蒸氣壓

$h_2(\%)$ : 包裝內部의 濕度

위에서 具體的인 數值를 定한 후 이를 아래의各式에 代入, 구하고자 하는 透濕度를 산출해 낼 수 있다.

### (1) 必要한 防濕性의 計算

① 式의  $K$ 는 包裝保存期間 中의 平均氣溫  $\theta^{\circ}\text{C}$  와 使用하는 防濕材料의 種類에 따라 定해진 係數로서 例를 들면 表(1)과 같으며 또 같은 温度에서의  $PQ$ 值은 表(2)와 같다.

表 (1)

温度 $\theta^{\circ}\text{C}$	40	35	30	25	20
防濕材料의 種類					
아스팔트 방수지	1	1.18	1.37	1.61	1.89
PVC Sheet 월름	1	1.12	1.26	1.43	1.59
폴리에틸렌加工紙	1	1.14	1.28	1.47	1.67
폴리셀로	1	1.18	1.40	1.68	1.98
폴리에틸렌필름 (저밀도)	1	1.20	1.45	1.75	2.08

卷 (2)

温度( $\theta^{\circ}\text{C}$ )	10	15	20	25	30	35	40
$PQ(\text{cmHg})$	0.921	1.279	1.754	2.376	3.184	4.218	5.532

## (2) Self life의 計算

吸濕性의 製品을 透濕度  $R (g/m^2 \cdot 24hr)$  的 防濕材料에 包裝할 때 氣溫  $\theta^{\circ}C$ , 温度  $h\%$  的 實際上의 保存條件 中에 그 製品의 水分  $C\%$  以下를 維持하려면 며칠인가를  $t$  日로 하면 이 때의 式은  $t = \frac{W \cdot (c_2 - c_1) \times 10^{-2}}{R\% A (h_1 - h_2) K}$  依하여 計算한다.

### (3) 包裝用 乾燥劑壘 使用할 경우의 防濕包裝方法

包裝用 乾燥劑의 使用은 透濕度가 頗은 高度의 防濕包裝材料를 使用할 경우 適用하는 것이 效率의이다. 이 때의 乾燥劑 使用量計算方法은 KSA 1032의 防濕包裝方法(乾燥劑를 使用할 때)에 規定된 事項을 活用하고 이를 간추려 소개하면 다음과 같다.

防濕包裝方法(乾燥劑量 使用暫 嘱)

가) 適用範圍: ① 規定은 包裝內容物을 濕氣에서 오는 汚損을 保護하기 為하여 防濕包裝材料 및 包裝用 乾燥劑(Silicagel)를 使用하는 包裝方法에 對하여 規定한다. 이 때의 乾燥劑의 規格은 KS A 2110(包裝用 乾燥劑)을 참고로 하여 보면 된다. 이 包裝方法에 있어서는 金屬, 金屬製品 및 部品의 防鏽을 目的으로 하는 包裝과 内容物에 따라 過度의 乾燥가 逆効果를 가져 오는 경우를 除外한다.

#### 4) 方法

① 防濕包裝材는 透過度가 적고 包裝에 適合한 것이어야 한다

② 防濕包裝을 施行하기 前의 包裝內容物은  
完全히 乾燥가 되어야 한다

③ 包裝의 이은 곳의 透濕度는 包裝材料 自體의 透濕度 보다 많지 않아야 한다.

④ 包裝의 表面積은 可能한限 적게 하여야 한  
다.

⑤ 包裝內의 吸濕性 있는 包裝材料는 미리 乾燥시켜 使用하고 保護力이 充分한 정도로 되게 하여 最小限으로 使用하여야 한다.

다) 乾燥劑: 乾燥劑의 性質은 表 (3) 과 같다.

表 (3)

試験項目	등급	1급		2급
		A	B	
吸収率	關係 濕度	20%	8이상	3이상
		30%	20〃	10〃
		40%	30〃	50〃
含水率%			2이하	
PH值			5~8	
수용성物質量%			0.3이하	
粒度(㎛)			5~10, 10~20, 20~40, 40이하	

### 라) 乾燥劑의 使用方法

① 乾燥劑는 乾燥劑 包裝에 適合한 紙袋 布袋 또는 적은 구멍이 뚫린 金屬容器에 넣어 使用한다.

② 乾燥劑는 밀봉하기 직전에 빨리 封入한다.

③ 乾燥劑를 넣은 주머니는 移動이나 破裂을 防止하기 위하여 包裝內에 固定하여야 하며 包裝 内容物의 乾燥를 必要로하는 部分 가까운 位置에 두어야 한다.

마) 乾燥劑의 使用量은 다음 식에 依하여 算出한다.

$$W = \frac{ARM}{K} + \frac{D}{2}$$

여기서

$W$ =소요 乾燥劑의 使用量 (kg)

$A$ =包裝 全表面積 ( $m^2$ )

$M$ =期間 (Month)

$R$ =包裝材料의 透濕度 ( $g/m^2/24hr$ : 측정方法은 KS A 1013 방습포장 재료의 透濕度 試驗方法에 따른다)

$D$ =包裝內의 吸濕性 있는 包裝材料의 重量

$K$ =예상되는 外氣條件에 따른 係數

$R=0, D=0$  일 때  $W=0.5V$

$V$ =包裝內容積 ( $m^3$ )

表 (4)

包裝貨物의 位置하는 곳의 外氣條件	의 기 조건의 기호	K	溫濕度의 程度
高温多濕한 경우	I	12	평균온도 35~40°C 〃 습도 90%정도
高温多濕한 경우	II	20	평균온도 30°C 〃 습도 80%정도
比較的 高温多濕한 경우	III	30	평균온도 25°C 〃 습도 80%정도
보통 습도의 경우	IV	60	평균온도 20°C 〃 습도 70%정도 또는 그 以下

이 式은 乾燥劑 1g A를 使用할 때 適用된다.

### 바) 試驗方法

#### ① 吸收率 試驗方法

$$\text{吸收率} (\%) = \frac{W_1 - W_0}{W_0} \times 100$$

이 때  $W_0$ =시험전 시료의 무게 (g)

$W_1$ =시험후 시료의 무게 (g)

#### ② 含水率 試驗方法

$$\text{含水率} (\%) = \frac{W_0 - W_1}{W_0} \times 100$$

이상의 2 가지 式에 依하여 含水率 및 吸收率을 計算할 수 있다.

### 사) 表示

乾燥劑를 使用한 防濕包裝의 바깥 部分에는 表(3)의 事項을 表示한다.

表 (5)

개봉일자 包裝年月日	乾燥劑使用包裝KS A 1032) 防濕包裝有效期間 粒度
---------------	-------------------------------------

이 때 완전한 기밀용기를 사용한 경우는 有効期間을 생략해도 좋다.

### (4) 防濕用 Polyethylene 두께 算出法

film 두께를  $l$  cm

面積 :  $A$   $cm^2$

film 兩側의 氣壓差 :  $A$  cm Hg라 하면  $t$ 시간 (Sec)에  $A$ 를 透過하는 濕量  $Q$  (g)는 다음과 같다.

$$Q = P \frac{\Delta P \cdot A \cdot t}{l} \dots\dots (1)$$

但 Humidity Constant

$P$ : 物質에 따라 定해진 恒數이다. 이를 應用하여 實제 두께를 구하여 보면 水分 17% 内容物을 폴리에틸렌에 200gr 넣어 30°C에서 80%RH의 場所에 2個月間 放置해서 内容物이 물러지는 (變化가 생김) 水分量 (22%)이 될 때의 폴리에틸렌의 두께를 計算해 보면 다음과 같다.

但 이 때의 包裝 치수는 15cm×10cm로 한다.

(1) 식에서 温度, 濕度가 一定한 故로  $l_1$  되는 두께에 對해서는 다음 式이 成立된다.

$$Q = P_1 \times A \times t \dots\dots (l_1) \dots\dots (2)$$

$$\therefore P = \frac{Q}{A \cdot t} \dots\dots (3)$$

但  $Q$ 는 濕量 (g),  $A$ 는 面積  $t$ 는 時間 (day)

$l_1$ 은 film의 두께

$P_1$ 은 두께  $l_1$  되는 film의 透濕度

여기서 各 數值를 求해 보면

$$Q = 200g \times \frac{22-17}{100} = 10g$$

$A$  (吸濕面積) =  $0.15m \times 0.1 \times 2$  (兩面) =  $0.03m^2$

$t$  (吸濕時間) = 30 days

$\therefore$  (3) 式에 依하여

$$P = \frac{10g}{0.03 \times 30} = 5.56 \text{ (g/m}^2/\text{day)}$$

即, 30°C, 80% RH에서  $P$ 가  $5.56 \text{ g/m}^2/\text{day}$ 의

透湿度를 갖는 Polyethylene film의 두께  $lx m$   $m$ 가 求하는 두께이다.

다음에 (1)式에 있어서  $P$ 와  $l$ 과는  $Q$ 를 一定하게 하는 경우에는 反比例한다. 이 범위가 成立하는 범위를 생각하여 보면

$$PxX = P_0 l_0 \dots \dots (4) \text{가 成立된다.}$$

$$\therefore lx = l_0 \frac{P_0}{Px} \dots \dots (5)$$

$$\text{이제 } P_0 = 7.25, l = 2.5 \text{ (1/100mm)}$$

$$Px = 5.56$$

$$\therefore l = \frac{2.5 \times 7.25}{5.56} = 3.26 \text{ (1/100mm)}$$

즉 구하는 두께는 3.26 (1/100mm) 가 된다.

### 3. 防濕包裝材料 및 透濕度

防濕包裝材料는 그 種類가 무수히 많아 일일이 다 소개할 수 없으며 KS(한국공업규격)에 規定되어 있는 것만 간추려 透濕度와 아울러 表(6)에서 소개한다.

表 (6) KS에서의 防濕包裝材料의 透濕度規定

品名	KS	種類 및 記號	透濕度 $g/m^2/24hr$	溫度 및 濕度
아스팔트 크라 프트방 습지	1503	1급 破裂強度 6.0以上	40以下	溫度 40 $\pm 1^\circ C$
		2급 // 4.5 "		濕度 90 $\pm 2\%$
		3급 // 3.0 "		
		4급 // 2.5 "		
파라핀 왁스지	1504	보통 접친곳		
		1종 A 300以下 100以下		
		B 25 " 8 "		
		2종 A 20 " 70 "		"
		B 15 " 60 "		
		3종 A 30 " 100 "		
폴리에 틸렌카 로필로 판	1505	B 30 " 120 "		
		1종 (100g/m <sup>2</sup> 以上)	15以下	
		15		
		25		
		40		
		2종 (80g/m <sup>2</sup> 以上)	15 " 25 "	"
		15		
		25		
		40		
		3종 (60g/m <sup>2</sup> 以上)	15 " 25 "	
		15		
		25		
셀로판	1508	방습셀로판 1型(MST)	40以下 80 "	온도 $20 \pm 2^\circ C$
		1종		습도 $65 \pm 5\%$
		2종		
		3종		
		200 "		

방습셀로판 2型(MT)	40以下	40 // 80 // 200 //	PE를 고 슬로판 으로 할 때	
	1종			
	2종			
	3종			
방습셀로판 3型(DST)	40 //	40 // 80 // 200 //		
	1종			
	2종			
	3종			

폴리에 틸렌카 로필로 판	1509	PE를 고 슬로판 으로 할 때	PE를 고 슬로판 으로 할 때
	PE 가공두께		35以下
	20		40以下
	30		28 "
	40		20 "
	1종 50		16 "
	60		14 "
	80		12 "
	2종 20		35 "
	30		25 "
	40		18 "
	40		

또한 防濕包裝材料는 이 表에서 보는 바와 같이 두께가 增加하면 透濕度가 減少하며 두께 增加에 正比例하여 透濕度가 減少되지는 않는다. 防濕包裝에서 注意할 點은 透濕度가 적은 包裝材料 하여 다른 作用 즉 防氣, 耐油性 등을 必要

表 (7) 대표적인 包裝用 防濕材料의 透濕度

種類	透濕度 $(g/m^2/24hr)$
Aluminium foil 0.009mm	1.08~10.70
" " 0.013mm	0.60~4.80
" " 0.018mm	0~1.24
" " 0.025mm	0~0.46
Aluminium foil (0.030~0.150)	0
" " (0.009mm) + Moisture proof cellophane	~0.15
Waxed Glassine paper	0
Cellulose, acetate	0.15~0.3
Cellophane 0.030~0.035mm	1924
" 0.035~0.036mm	1519
방습셀로판	50~70
Tapapline paper	20~50
Chemical paper	1,820~2,500
PVC 0.020mm	157
" 0.065mm	41.2
" 0.095mm	18.4
Polyethylene 0.09mm	7
" 0.10mm	4.8
Rubber coating paper	360
Saran 0.040mm	2.5
Polyester 0.008~0.009mm	26
PVC coating paper	80~95
Cellulose acetate film	1,600

로 할 때에는 그 性質을 綜合的으로 分析하여 使用하는 것을 잊지 말아야 한다. 위의 表(7)에서 防濕包裝材의 두께와 透濕度를 참고하여 보면 우리 나라에서 使用되고 있는 大部分의 防濕材料中에서 가장 얕싸고 透濕度가 적은 包裝材料로는 Polyethylene film을 들 수 있다. 市中 어디서나 손쉽게 구할 수 있어 使用하기에 便利하므로 防濕包裝 設計 時는 많이 活用하였으면 한다. 끝으로 이러한 모든 防濕包裝設計를 할 때에는

반드시 流通經路上에서 大氣中의 濕度 및 温度를 考慮하여 設計되어야 하고 이는 國家別 地域別로 다르기 때문에 特殊한 國家(아프리카, 시베리아)로 輸送되는 商品의 防濕包裝設計(溫, 濕度)는 內容品에 結定的인 影響을 주게 된다. 참고로(表 8) 國內 主要 都市別 温濕度를 소개하여 地域別로 다른 温濕度의 影響으로 發生하기 쉬운 防濕包裝設計 時의 問題點 解決에 조금이나 도움이 되었으면 한다.

우리 나라의 주요 地區別 온도 및 습도 現況

구분 지구별	온도 (°C)				습도 (%) (mm)											
	1~3월	4~6월	7~9월	10~12월	1월	65	5.9	4월	52	7.5	7월	86	425	10월	74	153
서울	1월 4	4월 12.1	7월 23	10월 14.9	1월 65	5.9	4월 52	7.5	7월 86	425	10월 74	153				
	2월 0.2	5월 18.7	8월 25.9	11월 5.7	2월 64	49.2	5월 52	63	8월 86	81	10월 111	72	42			
	3월 0.4	6월 20.4	9월 21.2	12월 -1.9	3월 59	12.7	6월 63	74	9월 249.8	91	11월 80	465	1212	67	21.2	
부산	1월 1.0	4월 11.9	7월 22.9	10월 17.2	1월 50	7.6	4월 67	136	7월 90	572	10월 1010	69	58.2			
	2월 1.0	5월 17.3	8월 26	11월 9.9	2월 45	47.4	5월 57	70	8월 230	81	9월 300	111	55.22.1			
	3월 5.7	6월 19.1	9월 22.6	12월 4.3	3월 38	71.2	6월 85	327	9월 91	82	10월 387	1212	52.27			
대구	1월 -2.2	4월 12.3	7월 24.7	10월 15.6	1월 57	1.2	4월 64	58.2	7월 81	485	10월 1010	74	58.4			
	2월 2.5	5월 18.4	8월 26.5	11월 6.9	2월 57	47	5월 67	132.8	8월 81	193	11월 111	63	17.1			
	3월 3.3	6월 21	9월 22.2	12월 1.3	3월 50	14.8	6월 76	128	9월 81	168	12월 1212	62	8.8			
인천	1월 -4.4	4월 10.5	7월 21.9	10월 14.8	1월 64	5.1	4월 59	7	7월 86	291	10월 1010	75	169			
	2월 0.4	5월 17.0	8월 25.0	11월 6.1	2월 64	53	5월 65	77.2	8월 83	198	11월 111	69	46.7			
	3월 0.2	6월 19.1	9월 20.8	12월 -0.7	3월 58	5.2	6월 78	153	9월 81	540	12월 1212	66	25			
대전	1월 -4.3	4월 11.5	7월 24.1	10월 14.0	1월 70	1.1	4월 57	103	7월 84	298	10월 1010	78	93			
	2월 0.6	5월 18.1	8월 26.2	11월 5.2	2월 68	81	5월 67	120	8월 81	300	11월 111	76	21			
	3월 1.4	6월 20.7	9월 21.5	12월 -0.4	3월 59	10.6	6월 77	121	9월 82	356	12월 1212	77	17			
광주	1월 -1.6	4월 12.0	7월 24.1	10월 16.0	1월 67	4	4월 60	110	7월 82	338	10월 1010	77	131			
	2월 2.6	5월 18.0	8월 27.2	11월 7.3	2월 66	63	5월 66	91	8월 77	124	11월 111	73	25			
	3월 2.8	6월 20.6	9월 22.4	12월 2.3	3월 50	13	6월 79	154	9월 84	248	12월 1212	72	12			
춘천	1월 -8.3	4월 11.5	7월 23.2	10월 12.2	1월 70	5	4월 53	1.6	7월 84	446	10월 1010	82	93			
	2월 -1.3	5월 18	8월 25	11월 4.1	2월 65	59	5월 66	63	8월 84	305	11월 111	75	47			
	3월 0.2	6월 20	9월 20	12월 -2.6	3월 63	14	6월 76	151	9월 84	457	12월 1212	77	25			
속초	1월 -1.3	4월 10.2	7월 22.2	10월 15	1월 52	22	4월 65	2	7월 81	506	10월 1010	70	44			
	2월 1.8	5월 16.5	8월 23.4	11월 8.1	2월 50	83	5월 69	61	8월 88	201	11월 111	55	35			
	3월 1.9	6월 18.6	9월 20.4	12월 2	3월 48	13	6월 78	75	9월 78	306	12월 1212	47	14			
강릉	1월 -1.2	4월 11.4	7월 23.6	10월 14.8	1월 51	10	4월 63	1	7월 81	503	10월 1010	69	69.7			
	2월 2.2	5월 17	8월 23.8	11월 8	2월 53	59	5월 68	76.8	8월 90	281	11월 111	54	22.4			
	3월 2.4	6월 20	9월 20.3	12월 2.1	3월 53	19	6월 76	65	9월 81	271	12월 1212	48	17			
제주	1월 3.8	4월 12.1	7월 24.2	10월 18.3	1월 70	12.6	4월 79	155	7월 88	177	10월 1010	85	77.3			
	2월 6.4	5월 17	8월 27	11월 11	2월 71	43	5월 79	79	8월 85	294	11월 111	77	35			
	3월 5.8	6월 20	9월 23.4	12월 6.9	3월 66	40	6월 87	121	9월 89	237	12월 1212	77	31			
군산	1월 -2.1	4월 10.3	7월 23.8	10월 15.8	1월 70	10	4월 71	100	7월 88	172	10월 1010	79	93			
	2월 1.2	5월 16.7	8월 26.2	11월 7.3	2월 74	76	5월 74	92	8월 86	221	11월 111	75	39			
	3월 1.7	6월 19.7	9월 22.0	12월 1.7	3월 61	7	6월 84	137	9월 85	290	12월 1212	75	14			

※ 습도의 원쪽 數值: 상대습도(%)

〃 오른쪽〃 : 강우량(mm)

중앙판상래 통계과(72年 7月)

# 輸出양송이 통조림箱子

## Pallet 積載模型

### 金 基 成

農魚村開發公社食品研究所 研究擔當役

#### —차 례—

1. 머리말
2. Pallet의 定義
3. Pallet使用의 利點
4. Pallet包裝에 必要한 장비
5. Pallet의 各國치수
6. Pallet의 부분치수
7. Pallet를 만드는 나무
8. Pallet의 構造
9. Pallet 積載模型
10. 模型試驗에 選擇한 Pallet
11. 積載 模型과 記錄

### 1. 머리말

양송이 통조림의 주요 수출 대상국은 美國地域과 歐洲地域으로 區分된다.

두 地域의 輸入商들은 Pallet 包裝을 要請할 때가 많으나 材料費用의 仰騰으로 使用에 難點이 있는 것이 最近의 傾向이다.

輸出 양송이 통조림 상자의 形態는 판형에 따라 7種類의 箱子가 있으며 이 중 5種類의 통조림 箱子를 選擇하여 各國에서 使用中인 Pallet規格中同一하지 않은 10形態를 選擇하여 積載되는 模型을 調査하였다.

本稿는 Pallet包裝을 計劃하는 분들에게 多小나마 參考資料가 될 것으로 여겨 提供한다.

### 2. Pallet의 定義

貨物의 移動에 있어 多數의 小量貨物을 한개 한개씩

別個로 移動 시키지 아니하고 一定한 數量을 單位化하여 一時에 貨物을 移動시키는 方法의 하나로서 날개의 貨物을 적정한 단위 수량으로 集合할 수 있게 木製 또는 金屬으로 만들어 쳐 下重을 받을 수 있는 받침대를 Pallet 라고 한다.

Pallet의 規格은 各國別로 使用에 便利한 치수를 부여하고 있으며 國際標準機構(I.S.O.)에서 代表의 Pallet 規格을 設定하여 使用에 共同性을 부여하고 있다.

### 3. Pallet 使用의 利點

#### (1) 人件費을 切減할 수 있다

Pallet를 使用하므로써 貨物의 荷役作業을 各種 장비에 依하여 이루워지므로 많은 人的 노동력이 減少되어 在來式 荷役 方法보다 人件費가 切減된다.

#### (2) 수송비를 절감할 수 있다

단위화된 貨物이 機械裝備에 依하여 上下車되어 移動과 輸送時間이 단축되므로 諸費用이 절감된다.

#### (3) 制限된 貨物의 空間을 最大限 利用할 수 있다

保管을 為한 貨物의 공간이나 船舶積載에 있어 空間을 最大限 利用할 수 있다.

#### (4) 輸送機具(裝備)의 回轉時間이 短縮된다

貨物自動車, 貨車, 船舶, 輸送裝備의 製造시간을 短縮하므로 各種 費用이 輕減될 수 있다

#### (5) 倉庫의 煥氣量을 改善할 수 있다

倉庫 保管時에 從來 積載 方法보다 簡潔한 配列을

할 수 있으므로倉庫의 환기소통이上下圓滑히 된다.

로過剩包裝材使用을 막을 수 있다.

#### (6) 盗難과 波損이 減少된다

單位物量이 크고, 裝備에 依한 輸送이 可能하므로 散發의 盗難과 파손을 最大限으로 防止할 수가 있다.

#### (7) 過剩包裝材使用을 줄일 수 있다

個別 箱子 輸送을 考慮하여 設計한 包裝材料를 Pallet 를 利用하여 單位物量을 包裝하게 되므로 内部에 積載되는 箱子의 個別 品質을 최소한으로 設計하여도 되드

### 4. Pallet 包裝에 必要한 裝備

- 例: (1) FORK LIFTER TRUCK (지게차)  
(2) SHRINK TUNNEL (열수축터널)  
(3) AUTO-PALLETIZER (자동적재기)

### 5. 각국의 Pallet 치수

〈표 1〉 각국의 Pallet 치수

미국	일본	영국	독일	불란서	국제표준
600×800	(800×1,000)	(800×1,000)	500×880	(800×1,200)	800×1,200
(800×1,000)	800×1,100	(800×1,200)	(800×1,000)	1,000×1,000	(1,000×1,600)
(800×1,200)	800×1,200	(900×1,200)	(800×1,200)	(1,200×1,200)	(1,200×1,600)
900×900	1,000×1,000	1,000×1,000	(1,000×1,200)	(1,200×1,800)	(1,200×1,800)
(900×1,200)	1,000×1,100	(1,000×1,200)	1,200×2,000		
(1,000×1,200)	(1,000×1,200)				
1,050×1,050	(1,200×1,800)				
1,200×1,200	(1,100×1,100)				
(1,200×1,500)					
(1,200×1,600)					
(1,200×1,800)					
1,200×2,900					
12종	8종	5종	5종	4종	4종

( )는 시험에 채택한 Pallet

### 6. Pallet의 部分 치수

〈표 2〉 Pallet의 부분별 치수 단위: mm

부분별 치수	하중	0.5톤	1 톤	2 톤
Deck Board 양쪽 끝(쪽×두께)	120×20	150×24	150×30	
Deck Board 중간(쪽×두께)	100×20	120×24	120×30	
Stringer (쪽×두께)	90×40	100×50	100×50	

Deck Board의 길이는 Pallet의 치수가 되게 철단 제작하면 된다.

### 7. Pallet를 만드는 나무

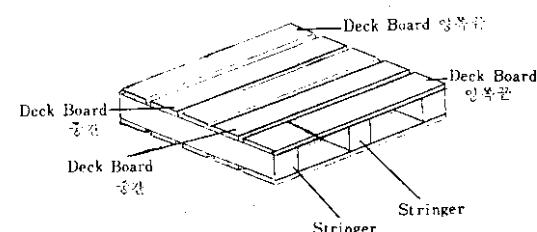
Pallet를 만드는 材木으로는 梓이가 적은 나무를 사용하는 것이 原則이나 우리 나라의 事情은 木材가 品貴하여 木材選擇이 多樣할 수가 없었다.

今般 試驗에서는 外產 羅王木으로 製作하여 使用하

였으며 위에 積載한 통조림의 荷重이 充分히 이겨낼 수 있음을 알았다.

参考로 Pallet를 만드는데 쓸 수 있는 木材의 品種을 例示하면 다음과 같다.

赤松(陸松), 美國松, 노송나무, 黑松(海松), 落葉松, 출참나무, 羅王나무, 너도밤나무(BEECH), 밤나무, 단풍나무(HARD MAPLE), 자작나무(BIRCH), 호두나무(HICKORY), 느릅나무(ROGICY ELM), 팽나무(HACKBERRY), 뼈갈나무(OAK), 양물프레나무(WHITE ASH), PECAN나무(미국南部產).



## 8. Pallet 構造

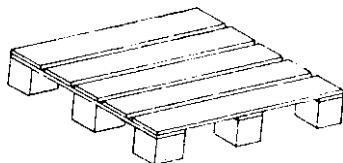
木材 Pallet 의 構造는 다음 實物 그림과 같이 使用目的에 따라 9種類로 大別할 수 있다.

Pallet 的 選擇은 輸送, 保管의 條件에 따라 任意로 擇할 수 있고 普通 積載되는 荷物의 荷重에 適合한 構造이면 無難하다.

單位 使用形 Pallet보다는 兩面 使用形 Pallet가 多目的이므로 外國의 實例도 많이 使用되고 있다.

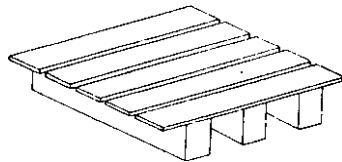
(그림 1)

單面四方形 pallet



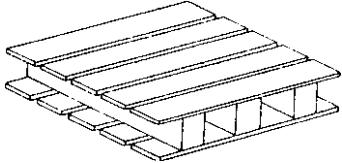
(그림 2)

單面單翼形 pallet



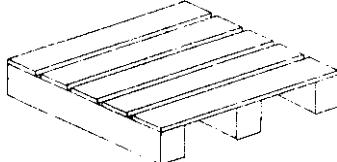
(그림 3)

兩面使用兩翼形 pallet



(그림 4)

單面形 pallet



今番 Pallet 積載試驗에서 (9)單面 四方形 Pallet를 使用하여 시험하였다.

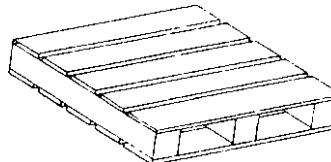
## 9. 積載模型

Pallet 위에 통조림 箱子를 積載하는 形式은 여러 가지를 例示할 수 있으니, 一般的으로 많이 使用하는 模型은 다음과 같은 8種의 모형을 소개할 수 있다.

積載하는 힘은 機械(Palletizer)나 사람의 힘을 利用하여 하므로 複雜한 모형은 避하는 것이 좋다.

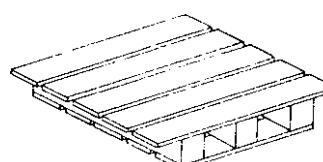
(그림 5)

兩面使用形 pallet



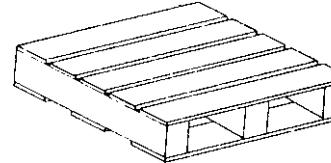
(그림 6)

片面使用單翼形 pallet



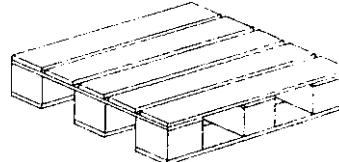
(그림 7)

片面使用形 pallet



(그림 8)

片面使用四方形 pallet

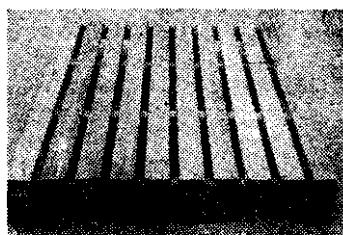


이번 積載 試驗에서는 (3), (4), (5), (6), (7), (8)의 6種을 使用하였다.

## 10. 積載 模型 試驗에 選擇한 pallet

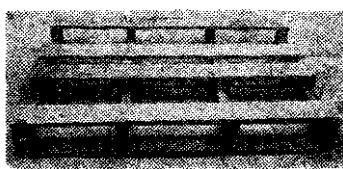
(사진 1)

單面四方形 pallet 正面구조



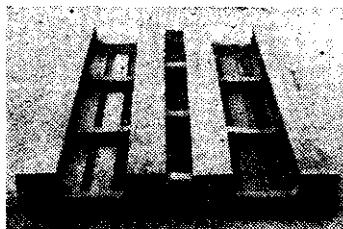
(사진 2)

裏面구조-1

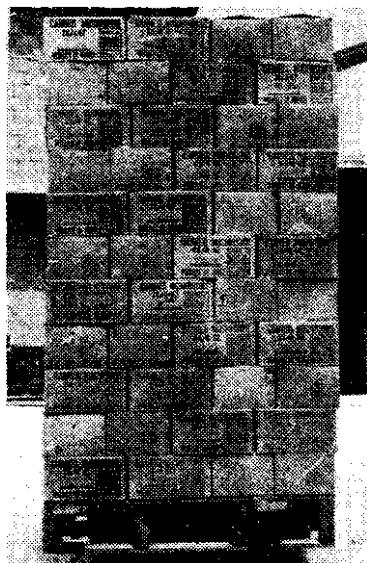


(사진 3)

裏面구조-2



(사진 4) 800×1000Pallet에 24/4온스상자를 격재한 상태



800×1000mm, 800×1200mm

900×1200mm, 1000×1200mm

1000×1600mm, 1100×1100mm

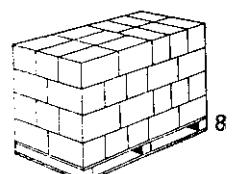
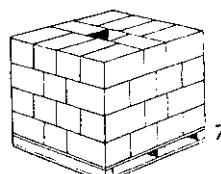
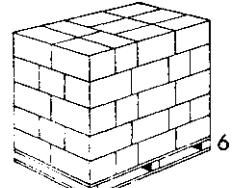
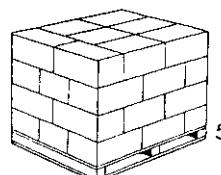
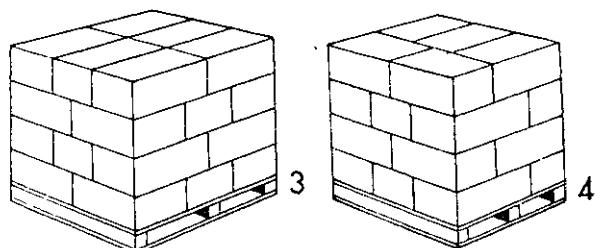
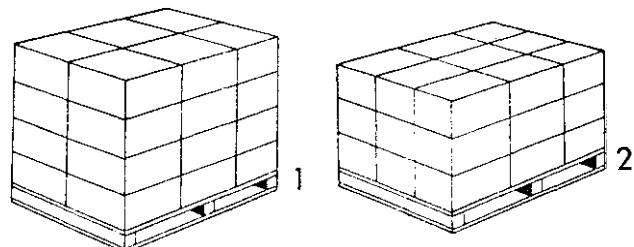
1200×1200mm, 1200×1500mm

1200×1600mm, 1200×1800mm

다음 表에서 볼 수 있는 바와 같이 Pallet 격재 모형 중 Pallet의 크기에 따라 適合한 것이 18種類, 不適合한 것이 32種類가 되는 것을 알 수 있다.

(그림 9)

pallet의 격재모형



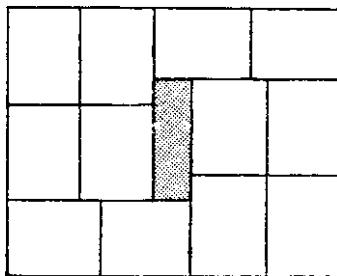
〈표 4〉 Pallet 적재 시험결과 종합표

단위 : mm

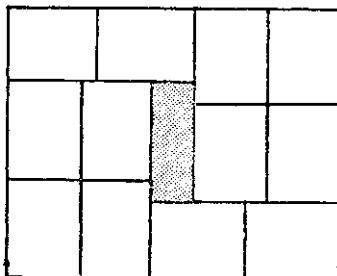
적재상자 의 종류	800× 1000	800× 1200	900× 1200	1000× 2000	1000× 1600	1100× 1100	1200× 1200	1200× 1500	1200× 1600	1200× 1800
24/4 온스상자	(모형 1) 적합	부적합	부적합	(모형 16) 적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합
24/5.5 "	부적합	(모형 7) 적합	(모형 12) 적합	(모형 17) 적합	(모형 22) 적합	부적합	(모형 32) 적합	(모형 37) 적합	(모형 42) 적합	부적합
24/8 "	(모형 3) 적합	(모형 8) 적합	부적합	(모형 18) 적합	부적합	(모형 28) 적합	(모형 33) 적합	(모형 38) 적합	부적합	(모형 48) 적합
24/16 "	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	(모형 44) 적합	(모형 49) 적합
6/68 "	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합	부적합

(주) : 적재상자의 종류중 24/4온스상자와 흰은 4온스 통조림이 1상자에 24판 들었다는 뜻임.

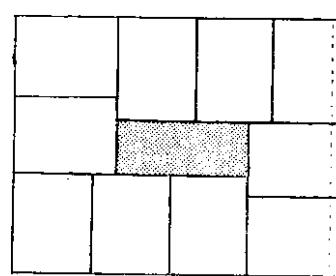
〈그림 10〉 24/4온스 상자 800×1000 pallet 적재 모형 No. 1  
12상자/층



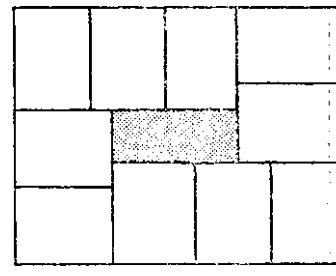
〈그림 11〉 24/4온스 상자 800×1000 pallet 적재 모형 No. 2  
12상자/층



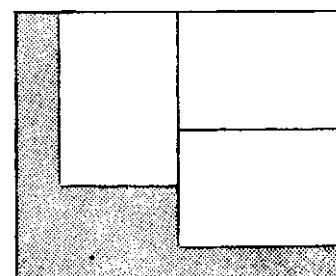
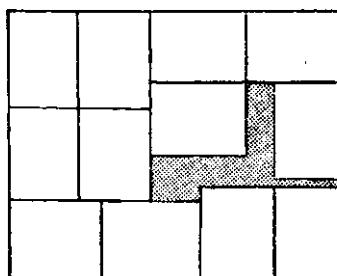
〈그림 12〉 24/5.5盎司 상자 800×1000 pallet 적재 모형  
12상자/층



〈그림 14〉 24/8盎司 상자 800×1000 pallet 적재 모형 No. 2  
10상자/층



〈그림 15〉 24/16盎司 상자 800×1000 pallet 적재 모형  
3상자/층

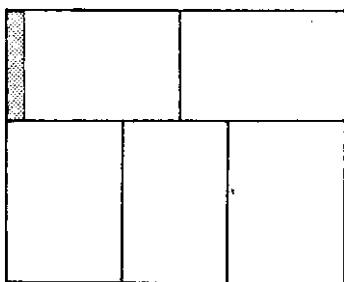


## 11. 積載模型과 記錄

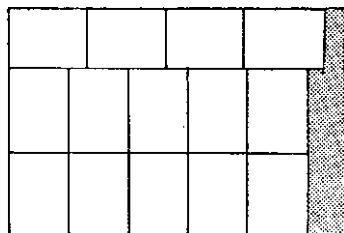
### 모형 1

- (1) Pallet의 크기, 800mm×1,000mm
- (2) 積載통조림 箱子, 24판/4온스
- (3) 1층당 積載된 箱子數, 12箱子
- (4) 積載可能한 層數 11층
- (5) 積載箱子 總個數 132箱子
- (6) 地上으로부터 높이 181cm

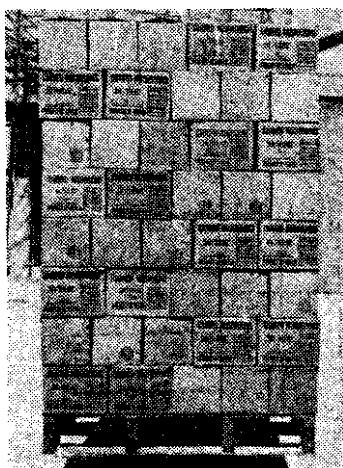
(그림 16) 6/68온스 상자 800×1000 pallet 적재 모형  
5상자/층



(그림 17) 800×1,200 pallet에 24/5.5온스 상자를  
적재한 상태



(사진 5) 800×1,200 pallet에 24/5.5온스 상자를  
적재한 상태



(7) 1개 箱子의 무게, 5.9kg

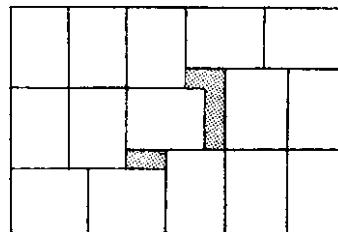
(8) Pallet積載 後의 總무게 778.8kg

### 모형 2

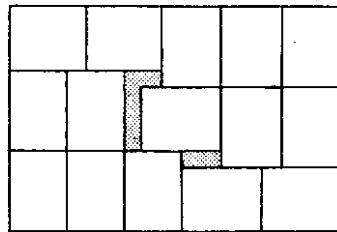
- (1) Pallet의 크기, 800×1,000mm
- (2) 積載통조림 箱子, 24판/5.5온스
- (3) 1層에 積載된 箱子數, 12箱子
- (4) 考察

통조림 箱子를 配列한 結果 12個箱子를 여러 가지 方  
向으로 配置하여도 空間이 많으므로 5.5온스 箱子에는  
不適當한 Pallet였다. (積載 模型圖 參照)

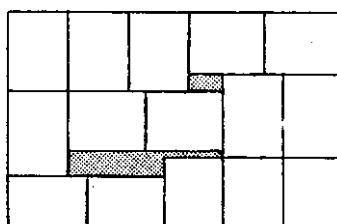
(그림 18) 24/5.5온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
No. 1, 15상자/층



(그림 19) 24/5.5온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2, 15상자/층



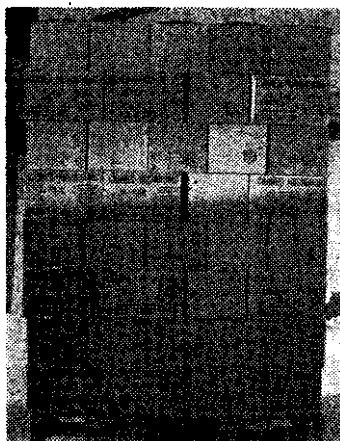
(그림 20) 24/5.5온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
No. 3, 15상자/층



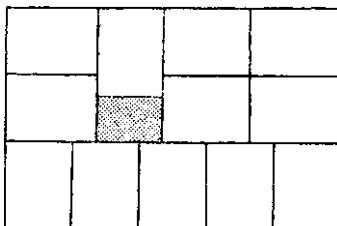
### 모형 3

- (1) Pallet의 크기, 800mm×1,000mm
- (2) 積載통조림 箱子, 24/8온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 10箱子
- (4) 積載可能한 層數, 8層
- (5) 積載箱子의 總數, 80箱子
- (6) 地上으로부터 높이, 178cm
- (7) 1個 箱子의 무게, 10.7kg
- (8) 總무게, 856.0kg
- (9) 考察

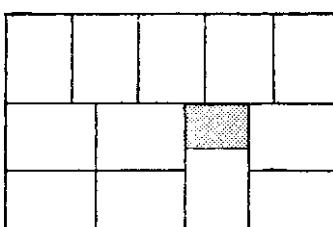
(사진 6) 800×1,200 pallet에 24/8온스 상자를 적재한 상태



(그림 21) 24/8온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
No. 1, 12상자/층



(그림 22) 24/8온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2, 12상자/층



Pallet의 1,000mm方向 끝 부분에 10箱子 配列時에 50mm가 不足하므로 1層 配列時에 留意하여야 한다.

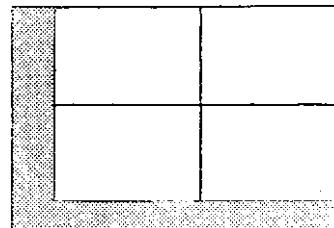
### 모형 4

- (1) Pallet의 크기, 800×1,000mm
- (2) 積載통조림 箱子, 24/16온스
- (3) 1層에 積載箱子數, 3箱子
- (4) 考察

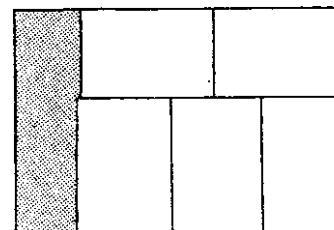
箱子 配列 結果 3個의 箱子만을 配置할 수 있고, 空間이 많으므로 16온스 箱子에는 不適合한 Pallet였다.

### 모형 5

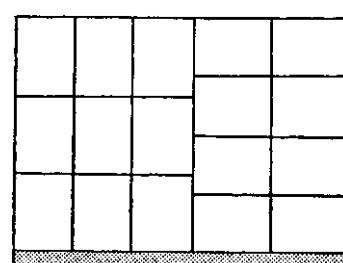
(그림 23) 24/16온스 상자 800×1,200 pallet 적재 모형  
4상자/층



(그림 24) 6/68온스 상자 800×2,100 pallet 적재 모형  
5상자/층



(그림 25) 24/4온스 상자 900×1,200 pallet 적재 모형  
17상자/층



(1) Pallet의 크기, 800×1,000mm

(2) 積載통조림 箱子, 6/68온스

(3) 1層에 積載箱子數, 5箱子

(4) 考察

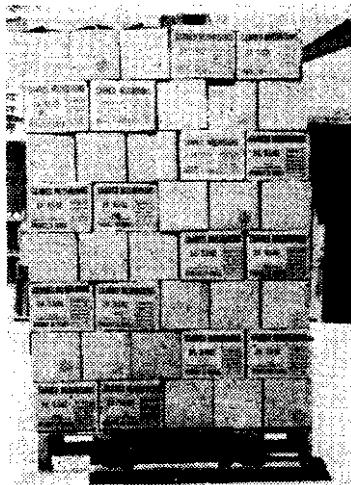
箱子配列結果 5個의 箱子를 1層에 積載可能하나  
길이, 방향에 50mm의 空間이 있고 包裝數量이 적으  
므로 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 6

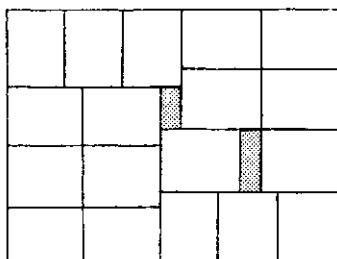
(1) Pallet의 크기, 800×1,200mm

(2) 積載통조림 箱子, 24/4온스

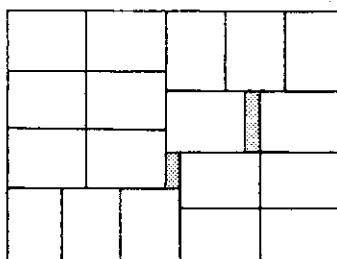
(사진 7) 900×1,200 pallet에 24/5.5온스 상자를 적재한  
상태



(그림 26) 24/5.5온스 상자 900×1,200Pallet 적재 모형  
No. 1, 18상자/총



(그림 27) 24/5.5온스 상자 900×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2, 18상자/총



(3) 1層에 積載되는 箱子數, 12箱子

(4) 考察

箱子를 配置한 結果 12個 箱子를 配列할 수 있으나  
길이 方向의 끝부분에 130mm의 空白이 있게 되므로  
4온스 箱子에는 不適合 Pallet였다.

#### 모형 7

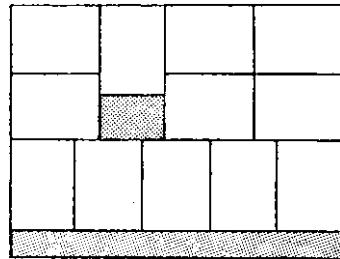
(1) Pallet의 크기, 800×1,200mm

(2) 積載箱子의 種類, 24/5.5온스

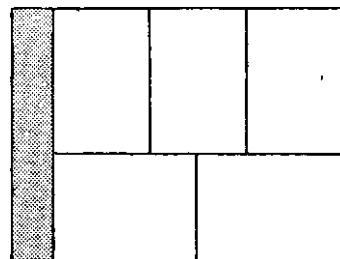
(3) 1層에 積載한 箱子數, 15箱子

(4) 積載 可能한 層數, 8層

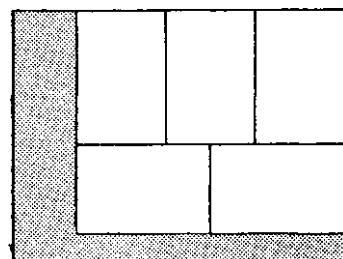
(그림 28) 24/8온스 상자 900×1,200 pallet 적재 모형  
12상자/총



(그림 29) 24/16온스 상자 900×1,200 pallet 적재 모형  
5상자/총



(그림 30) 6/68온스 상자 900×1,200 pallet 적재 모형  
5상자/총

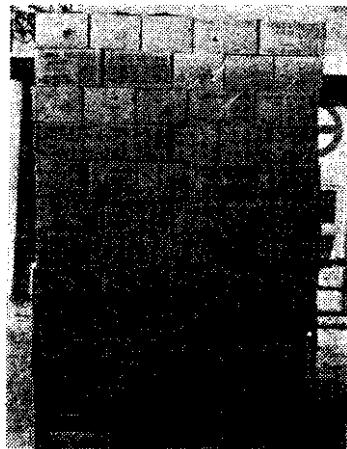


- (5) 積載 總 箱子數, 120箱子  
 (6) 地上으로부터의 높이], 187cm  
 (7) 1箱子의 무게, 8.7kg  
 (8) 總積載 무게, 1,044.0kg

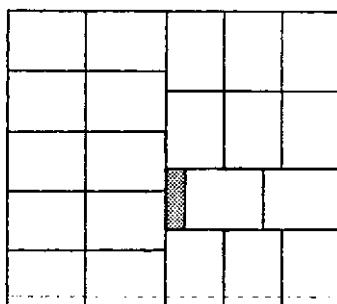
#### 모형 8

- (1) Pallet 의 크기, 800×1,200mm  
 (2) 積載箱子의 種類, 24/8온스  
 (3) 1層에 積載한 箱子數, 12箱子  
 (4) 積載可能한 層數, 8層  
 (5) 積載箱子數, 96箱子

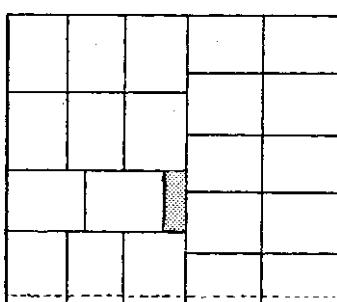
(사진 8) 1,000×1,200 pallet에 24/4온스 상자를 적재한 상태



(그림 31) 24/4온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 1, 21상자/층



(그림 32) 24/4온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2, 21상자/층



- (6) 地上에서의 높이], 178cm

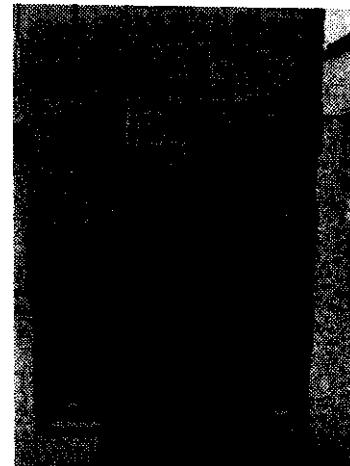
- (7) 1箱子의 무게, 10.7kg  
 (8) 總重量, 1,027.2kg

#### 모형 9

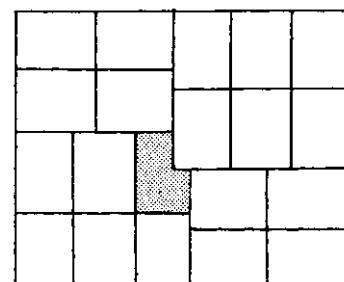
- (1) Pallet 의 크기, 800×1,200m  
 (2) 積載箱子의 種類, 24/16온스  
 (3) 1層에 積載한 箱子數, 4箱子  
 (4) 考察

箱子是 配列한 結果 4箱子가 配置되나, 빙이 方向의  
끝 部分에 150mm巾의 끝 部分에 100mm의 空白이 發

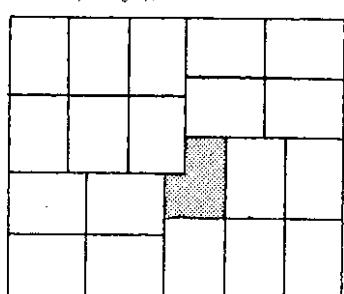
(사진 9) 1,000×1,200 pallet에 24/5.5온스 상자를 적재한 상태



(그림 33) 24/5.5온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 1, 19상자/층



(그림 34) 24/5.5온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2, 19상자/층

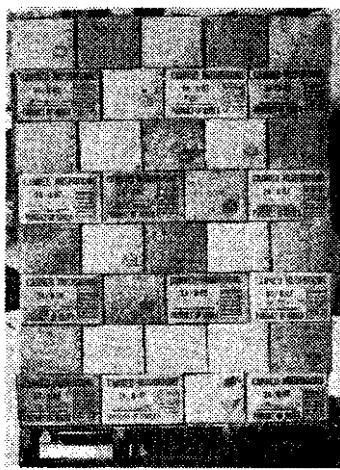


生되므로 16온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

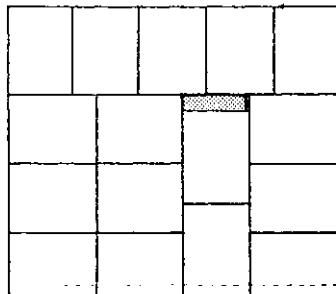
#### 모형 10

- (1) Pallet 의 크기, 800×1,200mm
- (2) 積載箱子의 種類, 6/68온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 5箱子

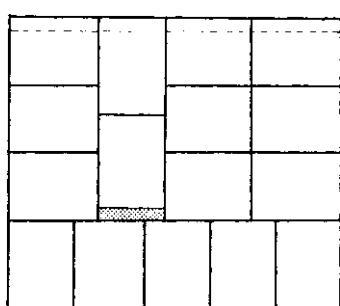
(사진 10) 1,000×1,200 pallet에 24/8온스 상자를 적재한 상태



(그림 35) 24/8온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 2 16상자/층



(그림 36) 24/8온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
No. 1 16상자/층

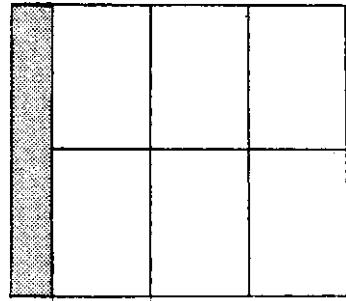


#### (4) 考察

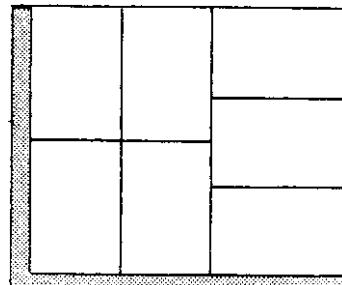
箱子 積載結果 5箱子가 配列되나 길이 方向 끝 부분에 200mm 길이의 空白이 發生하므로 68온스 箱子에 不適合한 Pallet 였다.

#### 모형 11

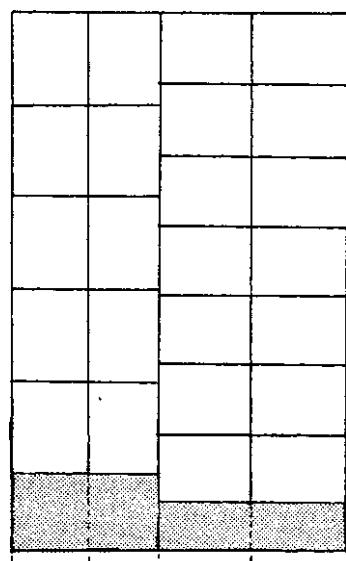
(그림 37) 24/16온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
6상자/층



(그림 38) 6/68온스 상자 1,000×1,200 pallet 적재 모형  
7상자/층



(그림 39) 24/4온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형  
24상자/층



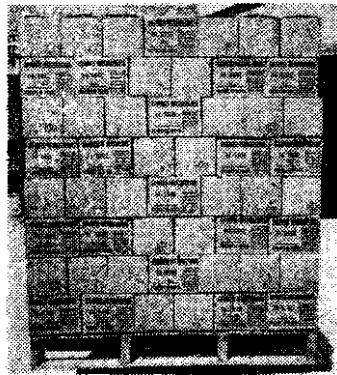
- (1) Pallet의 크기, 900×1,200mm
- (2) 積載箱子의 種類 24/4온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 17箱子
- (4) 考察

積載모형에서 보는 바와 같이 17個의 箱子를 配列하면 巾方向의 끝단에 60mm巾의 空白이 생기므로 4온스 箱子積載에 不適合한 Pallet였다.

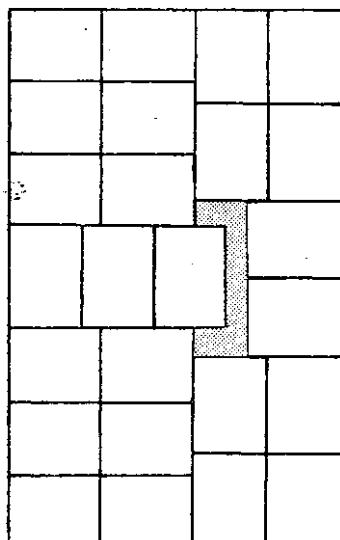
#### 모형 12

- (1) Pallet의 크기, 900×1,200mm
- (2) 積載箱子의 種類, 24/5.5온스

(사진 11) 1,000×1,600 pallet에 24/5.5온스 상자를 적재한 상태



(그림 40) 24/5.5온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형 No. 1 25상자/총

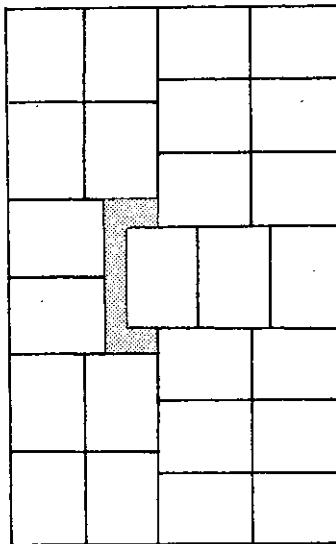


- (3) 1層에 積載되는 箱子數
- (4) 積載 可能한 層數, 8層
- (5) 積載 箱子數, 144箱子
- (6) 地上으로부터의 높이, 187cm
- (7) 1箱子當 무게, 8.7kg
- (8) 總重量, 1,252.8kg

#### 모형 13

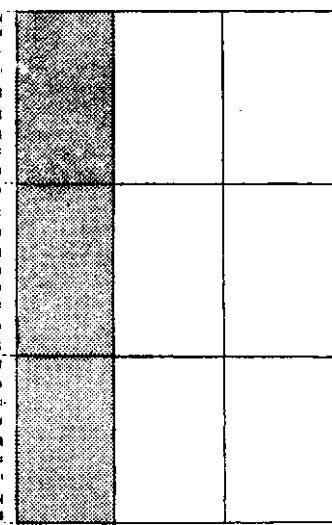
- (1) Pallet의 크기, 900×1,200mm
- (2) 積載箱子의 種類, 24/8온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 12箱子

(그림 41) 24/8온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형 No. 2, 25 상자/총

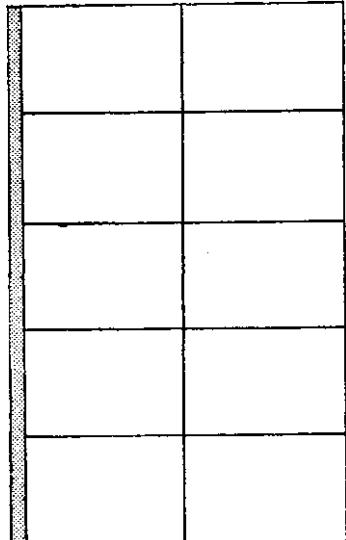
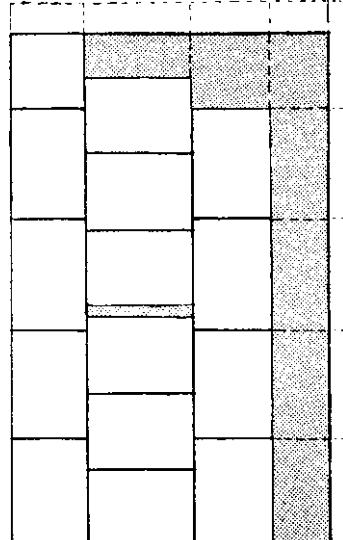


(그림 42) 24/8온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형 14상자/총

(그림 43) 24/16온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형



(그림 44) 6/68온스 상자 1,000×1,600 적재 모형 No. 1



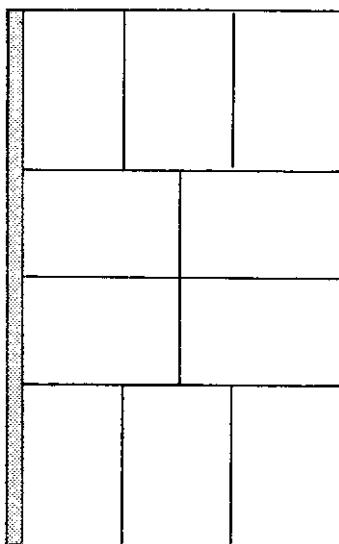
#### (4) 考察

積載모형에 나타난 바와 같이 12개의 箱子를 配列하면 폭의 끝단에 100mm와 中央에 250×170mm 크기의 空間이 생기므로 8온스 箱子의 積載에 不適合한 Pallet 였다.

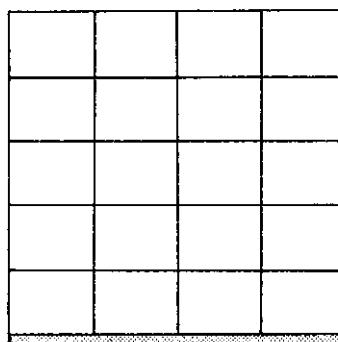
#### 모형 14

- (1) Pallet의 크기, 900×1,200mm
- (2) 積載箱子의 種類, 24/16온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 5箱子
- (4) 考察

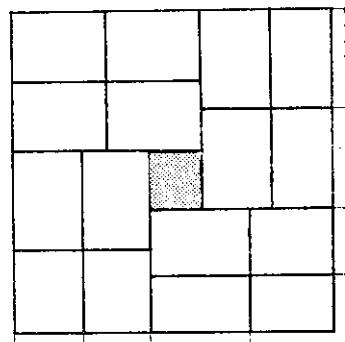
(그림 45) 6/68온스 상자 1,000×1,600 pallet 적재 모형 No. 2



(그림 47) 24/5.5온스 상자 1,100×1,100 pallet 적재 모형 20상자/층

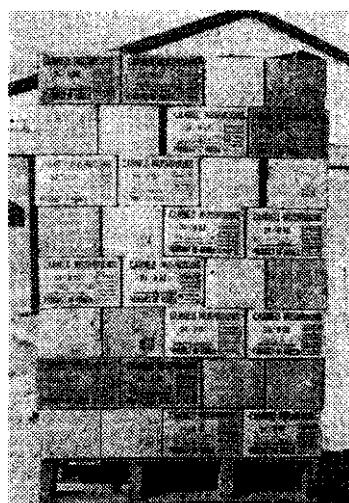
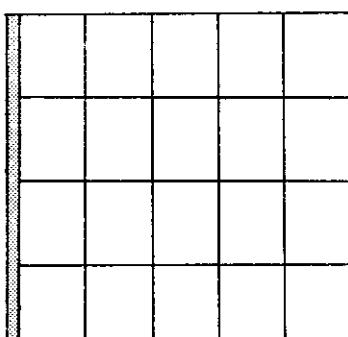


(그림 48) 24/8온스 상자 1,100×1,100 pallet 적재 모형 16상자/층

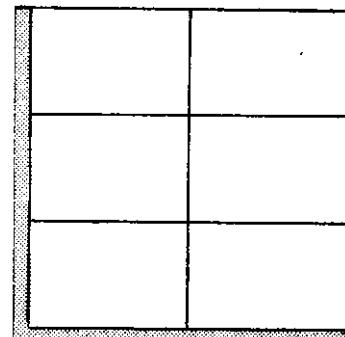


(사진 12) 1,100×1,100 pallet에 24/8온스 상자를 적재한 상태

(그림 46) 24/4온스 상자 1,100×1,100 pallet 적재 모형 20상자/층



(그림 49) 24/16온스 상자 1,100×1,100 pallet 적재 모형 6상자/층

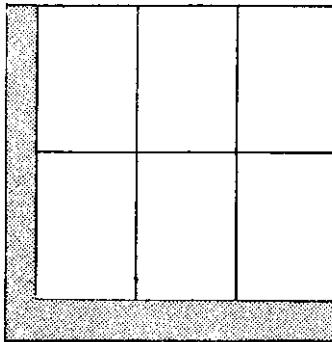


空白이 생기므로 68온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

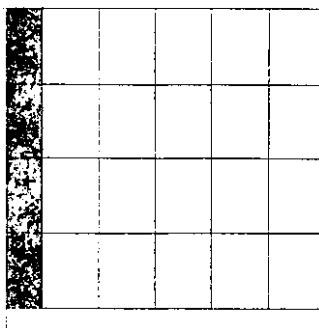
#### 모형 16

- (1) Pallet의 크기,  $1,000 \times 1,200\text{mm}$
- (2) 積載箱子의 種類, 24/4온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 21箱子數
- (4) 積載可能 層數, 11단
- (5) 積載箱子數, 231箱子
- (6) 地上으로부터의 높이, 181cm

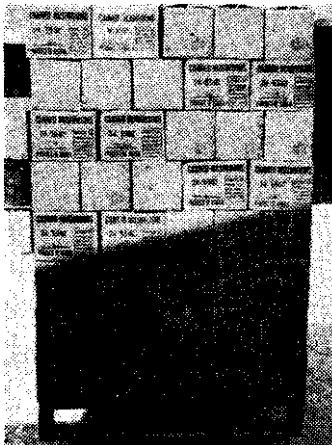
(그림 50) 6/68온스 상자 1,100×1,100 pallet 적재 모형 6상자/층



(그림 51) 24/4온스 상자 1,200×1,200 pallet 적재 모형 20상자/층



(사진 12) 1,200×1,200 pallet에 24/5.5온스 상자를 적재한 상태



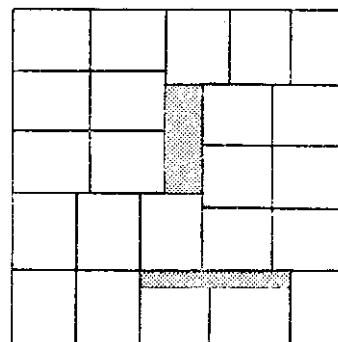
(7) 1箱子의 무게, 5.9kg

(8) 總重量, 1,362.9kg

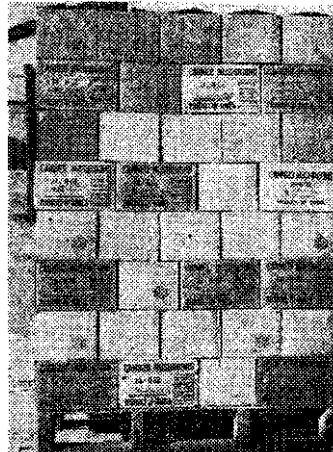
#### 모형 17

- (1) Pallet의 크기,  $1,000 \times 1,200\text{mm}$
- (2) 積載箱子의 種類, 24/5.5온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 19箱子
- (4) 積載可能 層數 8層
- (5) 積載箱子數, 152箱子

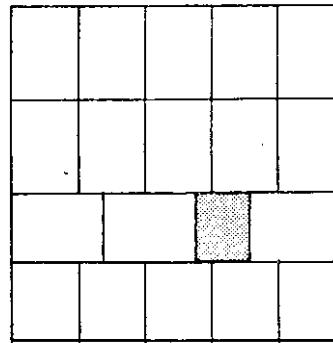
(그림 52) 24/5.5온스 상자 적재 모형 1,200×1,200 pallet 23상자/층



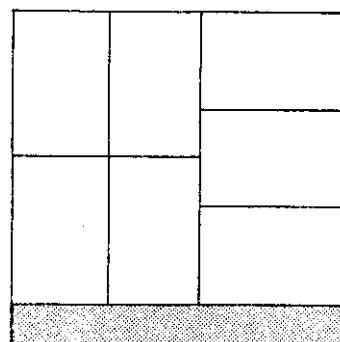
(사진 14) 1,200×1,200 pallet에 24/8온스 상자를 적재한 상태



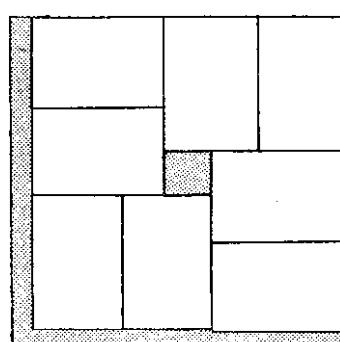
(그림 53) 24/8온스 상자 적재 모형 1,200×1,200 pallet 18상자/층



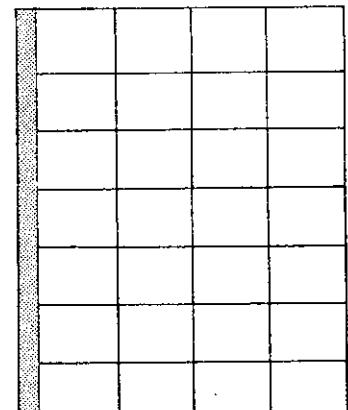
(그림 54) 24/16온스 상자 적재 모형 1,200×1,200 pallet 7상자/층



(그림 55) 6/68온스 상자 적재 모형 1,200×1,200 pallet 8상자/층



(그림 56) 24/4온스 상자 적재 모형 1,200×1,500 pallet 28상자/층



(6) 높이 (地上부터), 187cm

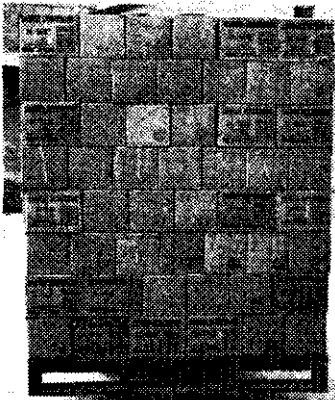
(7) 1상자의 무게 8.7kg

(8) 總重量 1,322.4kg

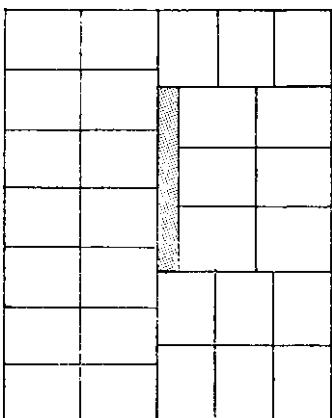
### 모형 18

(1) Pallet의 크기, 1,000×1,200mm

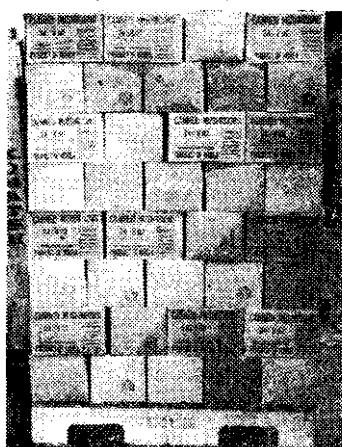
(사진 15) 1,200×1,500 pallet에  
24/5.5온스 상자를 적재한 상태



(그림 57) 24/5.5온스 상자 적재 모  
형 1,200×1,500 pallet 29상자/층



(사진 16) 1,200×1,500 pallet에  
24/8온스 상자를 적재한 상태



(2) 箱子의 種類, 24/8온스

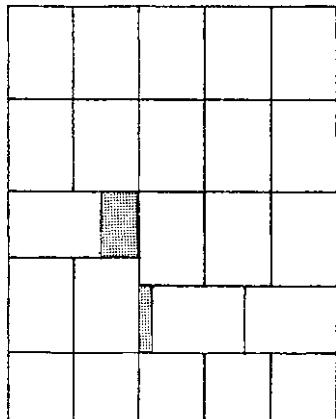
(3) 1層에 積載되는 箱子, 16箱子

(4) 積載可能 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 128箱子

(6) 높이 (地上부터), 178cm

(그림 58) 24/8온스 상자 적재 모형  
1,200×1,500 pallet 23상자/층



(그림 61) 24/4온스 상자 적재 모형  
1,200×1,600 pallet 28상자/층

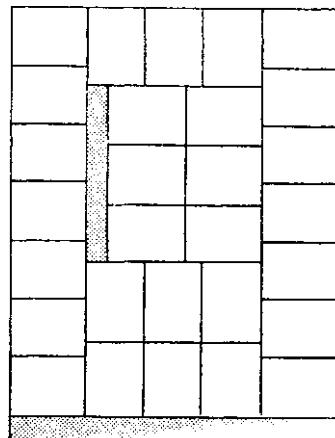
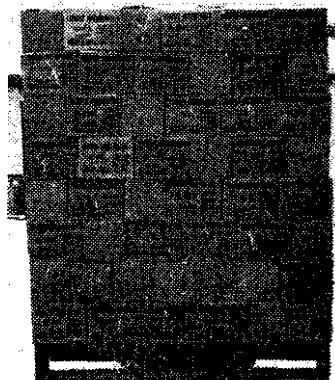
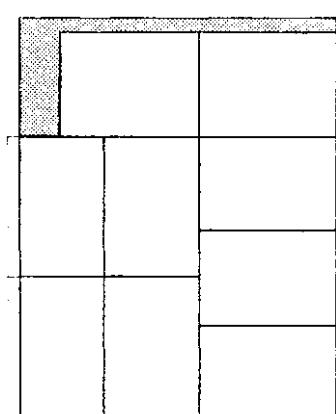


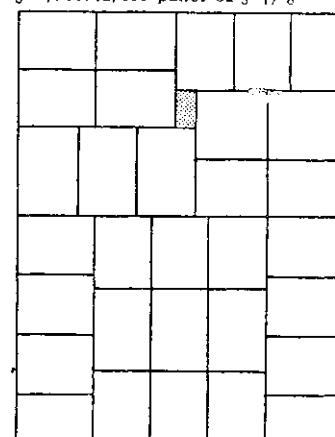
사진 17) 1,200×1,600 pallet에 24  
/5.5온스 상자를 적재한 상태



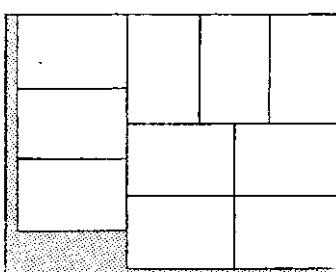
(그림 59) 24/16온스 상자 적재 모  
형 1,200×1,500 pallet 9상자/층



(그림 62) 24/5.5온스 상자 적재 모  
형 1,200×1,600 pallet 31상자/층



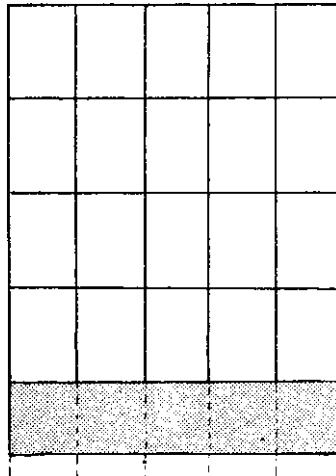
(그림 60) 6/68온스 상자 적재 모형  
1,200×1,800 pallet 10상자/층



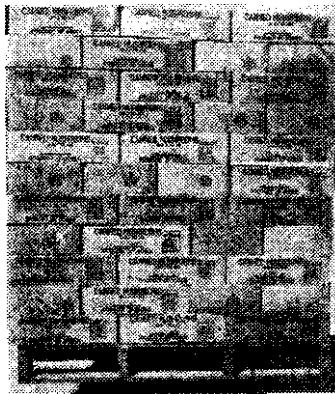
(7) 1箱子의 무게, 10.7kg

(8) 總重量, 1,904.6kg

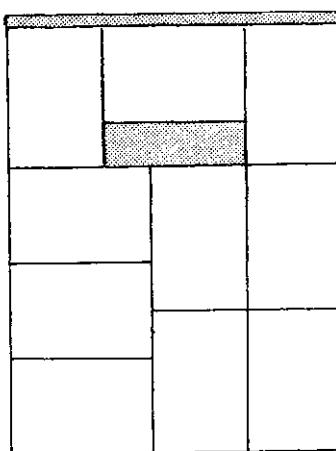
(그림 63) 24/8온스 상자 적재 모형  
1,200×1,600 pallet 20상자/층



(사진 18) 1,200×1,600 pallet에 24/16온스 상자를 적재한 상태



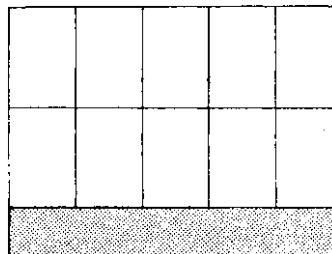
(그림 64) 24/16온스 상자 적재 모형  
1,200×1,600 pallet 10상자/층



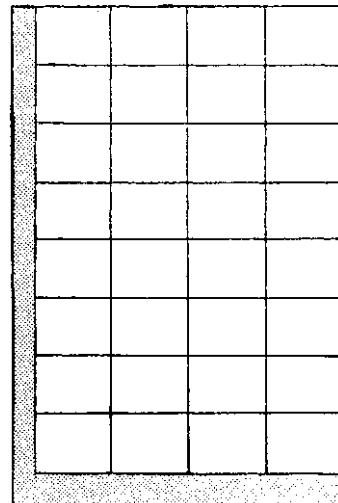
## 모형 19

(1) Pallet의 크기, 1,000×1,200mm

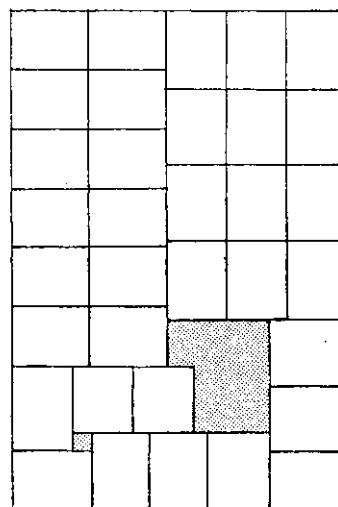
(그림 65) 6/68 온스 상자 적재 모형  
1,200×1,600 pallet 10상자/층



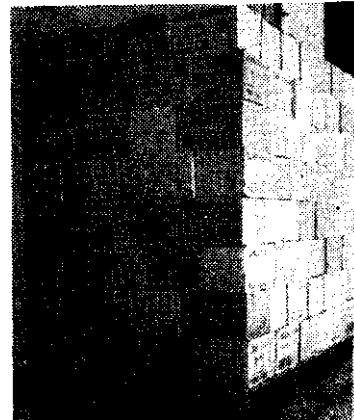
(그림 66) 24/4온스 상자 적재 모형  
1,200×1,800 pallet 32상자/층



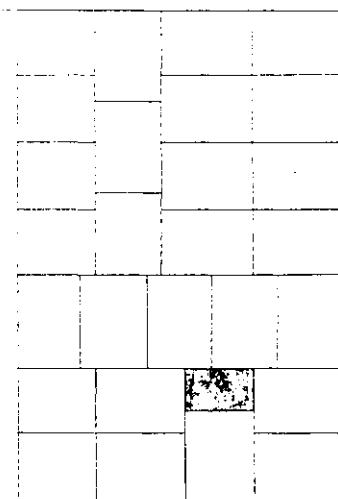
(그림 67) 24/5.5온스 상자 적재 모형  
1,200×1,800 pallet 34상자/층



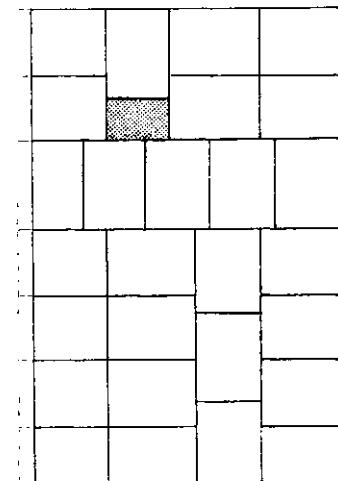
(사진 19) 1,200×1,800 pallet에  
24/8온스 상자를 적재한 상태



(그림 68) 24/8온스 상자 적재 모형  
No. 1 1,200×1,800 pallet 27상자/층



(그림 69) 24/8온스 상자 적재 모형  
No. 2 1,200×1,800 pallet 27상자/층



- (2) 箱子의 種類, 24-16온스  
 (3) 1層에 積載되는 箱子數, 6箱子  
 (4) 考察

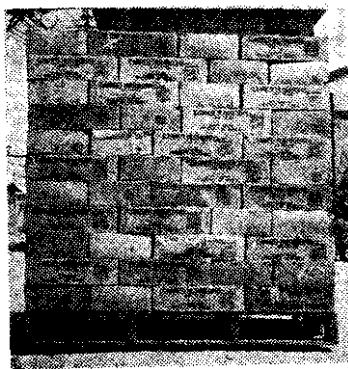
積載모형과 같이 6箱子를 配列하면 길이 끝단에 150mm너비의 空白이 있으며 끝단에 40mm 箱子가 超過되므로 16온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 20

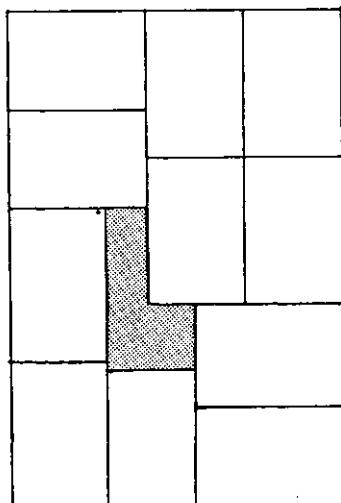
- (1) Pallet의 크기, 1,000×1,200mm  
 (2) 箱子의 種類, 6-68온스  
 (3) 1層에 積載되는 箱子數, 7箱子  
 (4) 考察

적재모형과 같이 7상자를 配列할 때 길이 끝단에 70mm 너비의 空白이 생기므로 68온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

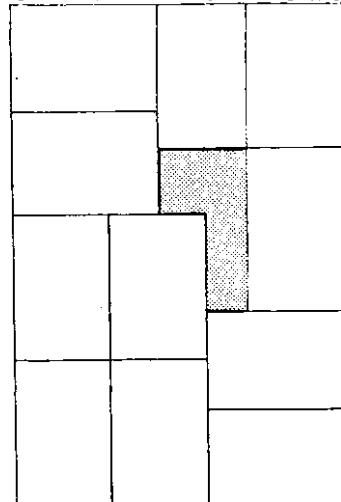
(사진 20) 1,200×1,800 pallet에 24/16온스 상자를 적재한 상태



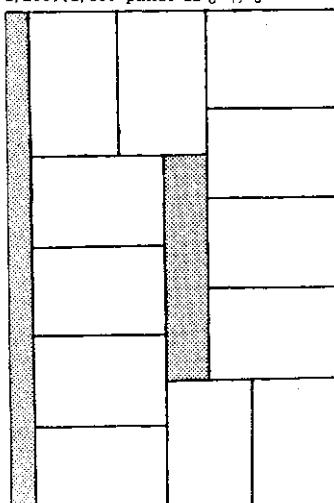
(그림 70) 24/16온스 상자 적재 모형 No. 1 1,200×1,800 pallet 11상자/층



(그림 71) 24/16온스 상자 적재 모형 No. 2 1,200×1,800 pallet 11상자/층



(그림 72) 6/68온스 상자 적재 모형 1,200×1,800 pallet 12상자/층



#### 모형 21

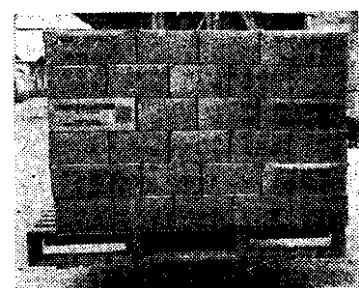
- (1) Pallet의 크기, 1,000×1,600mm  
 (2) 箱子의 種類, 24/4온스  
 (3) 1層에 積載되는 箱子數, 24箱子  
 (4) 考察

적재모형과 같이 24箱子를 配列하면 길이 층 끝단에 150mm~230mm너비의 空白이 「있게」 되므로 4온스에 不適合한 Pallet였다.

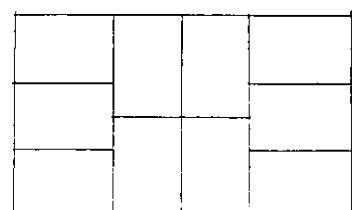
#### 모형 22

- (1) Pallet의 크기, 1,000×1,600mm  
 (2) 積載箱子의 種類, 24/5.5온스  
 (3) 1層에 積載되는 箱子數, 25箱子  
 (4) 積載可能한 層數, 8단  
 (5) 積載箱子數, 200箱子

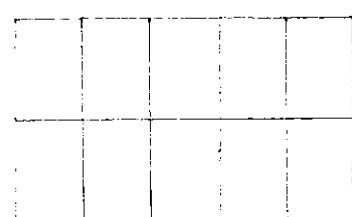
(사진 21) 970×1,630 pallet에 6/68온스 상자를 적재한 상태



(그림 73) 6/68온스 상자 적재 모형 No. 1 970×1,630 pallet 10상자/층



(그림 74) 6/68온스 상자 적재 모형 No. 2 970×1,630 pallet 10상자/1층



(6) 높이 (積載), 187cm

(7) 1箱子의 무게, 8.7kg

(8) 總重量, 1,740.0kg

### 모형 23

(1) Pallet의 크기, 1,000×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/8온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 22箱子

(4) 考察

積載모형과 같이 14箱子를 配列하면 길이의 끝 方向에 230mm, 폭의 끝 方向에 180mm너비의 空白이 생기므로 8온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 24

(1) Pallet의 크기, 1,000×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/16온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 6箱子

(4) 考察

積載모형에 나타난 바와 같이 6箱子를 配列하면 300mm너비의 空白이 폭의 끝 方向에 생기므로 16온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 25

(1) Pallet의 크기, 1,000×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 6/68온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 10箱子

(4) 考察

積載모형에 보는 바와 같이 10箱子를 配列하면 Pallet의 폭 끝부분에 50mm너비의 空白이 생기므로 68온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 26

(1) Pallet의 크기, 1,100×1,100mm

(2) 箱子의 種類, 24/4온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 20箱子

(4) 考察

積載모형의 배열과 같이 20箱子를 配置하면 Pallet의 끝단에 너비 50mm의 空白이 있게 되며 2層配列에도 空白이 생기므로 24/4온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 27

(1) Pallet의 크기, 1,100×1,100mm

(2) 箱子의 種類, 24/5.5온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 20箱子

(4) 考察

積載모형의 配列과 같이 20箱子를 積載할 때 Pallet의 끝변에 너비 50mm의 空白이 있으므로 5.5箱子 積載에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 28

(1) Pallet의 크기, 1,100×1,100mm

(2) 箱子의 種類, 24/8온스

(3) 1層에 積載되는 箱子, 16箱子

(4) 積載可能層數, 8層

(5) 積載箱子數, 128箱子

(6) 높이 (地上에서), 178cm

(7) 1箱子의 무게, 10.7kg

(8) 總重量, 1,904.6kg

### 모형 29

(1) Pallet의 크기, 1,100×1,100mm

(2) 箱子의 種類, 24/16온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 6箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 6箱子를 配列할 때 Pallet길이, 폭의 끝단에 50mm너비의 空白이 있게 되므로 16온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 30

(1) Pallet의 크기, 1,100×1,100mm

(2) 箱子의 種類, 6/68온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 6箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 6箱子를 配列하면 너비 100mm, 130mm크기의 空白이 남게되어 68온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 31

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,200mm

(2) 箱子의 種類, 24/4온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 20箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 20箱子를 配列하면 세로方向 끝 부분에 130mm, 가로 方向 끝 부분에 80mm 너비의 空白이 생기므로 4온스에 不適合한 Pallet였다.

### 모형 32

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,200mm

(2) 箱子의 種類, 24/5.5온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 23箱子

(4) 積載可能한 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 184箱子

(6) 높이 (地上), 187cm

(7) 1箱子의 무게, 8.7kg

(8) 總重量 1,600.8kg

### 모형 33

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,200mm

(2) 箱子의 種類, 24/8온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 18箱子

(4) 積載可能한 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 144箱子

(6) 높이 (地上), 178cm

(7) 1箱子의 무게, 10.7kg

(8) 總重量, 1,540.8kg

#### 모형 34

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,200mm

(2) 箱子의 種類, 24/16온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 7箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 7箱子를 配列할 때 가로 끝 부분에 150mm 너비의 空白이 생기므로 16온스 箱子用 Pallet로는 不適當하였다.

#### 모형 35

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,200mm

(2) 箱子의 種類, 6/68온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 8箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 8箱子를 配列하면 가로 方向 끝 부분에 80mm 세로 方向 끝 부분에 70mm 너비의 空白이 생기므로 68온스에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 36

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,500mm

(2) 箱子의 種類, 24/4온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 28箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 28箱子를 配列하면 폭의 끝 부분에 너비 80mm의 空白이 생기므로 4온스에는 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 37

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,500mm

(2) 箱子의 種類, 24/5.5온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 29箱子

(4) 積載可能한 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 232箱子

(6) 높이 (地上), 187cm

(7) 1箱子의 무게, 8.7kg

(8) 總重量, 2,018.4kg

#### 모형 38

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,500mm

(2) 箱子의 種類, 24/8온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 23箱子

(4) 積載可能한 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 184箱子

(6) 높이 (地上), 178cm

(7) 1箱子의 무게, 1.07kg

(8) 總重量, 1,968.8kg

#### 모형 39

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,500mm

(2) 箱子의 種類, 24/16온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 9箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 9箱子를 配列할 때 가로 끝 부분에 50mm, 세로측 모서리에 150mm 너비의 空白이 있게 되므로 16온스 箱子 積載에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 40

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,500mm

(2) 箱子의 種類, 6/68온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 10箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 10箱子를 配列할 때 가로 끝 부분에 너비 50mm, 세로측 모서리에 230mm의 空白이 있게 되므로 68온스 箱子에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 41

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/4온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 28箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 28箱子를 配列하면 폭의 끝 부분에 너비 100mm의 空白이 생기므로 4온스 積載에는 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 42

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/5.5온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 31箱子

(4) 積載可能한 層數, 8層

(5) 積載箱子數, 248箱子

(6) 높이 (地上), 187cm

(7) 1箱子의 무게, 8.7kg

(8) 總重量, 2,157.6kg

#### 모형 43

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/8온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 20箱子

(4) 考察

積載模型과 같이 20箱子를 配列할 때 폭의 끝 부분에 250mm 너비의 空白이 있으므로 8온스 箱子 積載에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 44

(1) Pallet의 크기, 1,200×1,600mm

(2) 箱子의 種類, 24/16온스

(3) 1層에 積載되는 箱子數, 10箱子

(4) 積載可能한 層數, 11層

(5) 積載箱子數, 110箱子

- (6) 높이 (地上), 184cm
- (7) 1葙子의 무게, 20.6kg
- (8) 總重量, 2,266.0kg

#### 모형 45

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,600mm
- (2) 箱子의 種類, 6/68온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 10葙子
- (4) 考察

積載모형과 같이 10葙子를 配列할 때 가로측 끝 部分에 너비 250mm의 空白이 있게 되므로 68온스 箱子 積載에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 46

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,800mm
- (2) 箱子의 種類, 24/4온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 32葙子
- (4) 考察

積載模型과 같이 32葙子를 配列하면 폭의 끝 部分에 70mm 길이의 끝 部分에 120mm 너비의 空白이 생기므로 4온스 積載에는 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 47

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,800mm
- (2) 箱子의 種類, 24/5.5온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 34葙子
- (4) 考察

積載모형과 같이 34葙子를 配列할 때 中心部에 空白이 있으므로 5.5葙子積載에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 48

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,800mm
- (2) 箱子의 種類, 24/8온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 27葙子
- (4) 積載可能한 層數, 8層

- (5) 積載葙子數, 216葙子

- (6) 높이 (地上), 178cm
- (7) 1葙子의 무게, 10.7kg
- (8) 總重量, 2,311.2kg

#### 모형 49

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,800mm
- (2) 箱子의 種類, 24/16온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 11葙子
- (4) 積載可能한 層數, 11層
- (5) 積載 箱子數, 121葙子
- (6) 높이 (地上), 184cm
- (7) 1葙子의 무게, 20.6kg
- (8) 總重量, 2,492.6kg

#### 모형 50

- (1) Pallet의 크기, 1,200×1,800mm
- (2) 箱子의 種類, 6/68온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 12葙子
- (4) 考察

積載모형과 같이 12葙子를 配列하면 中心部에 길이 800mm 폭 150mm의 空白과 Pallet의 폭쪽 끝에 80mm 너비의 空白이 있게 되므로 68온스 箱子 積載에 不適合한 Pallet였다.

#### 모형 51

- (1) Pallet의 크기, 970×1,630mm
- (2) 箱子의 種類, 6/68온스
- (3) 1層에 積載되는 箱子數, 10葙子
- (4) 積載可能한 層數, 10層
- (5) 積載葙子數, 100葙子
- (6) 높이 (地上에서), 200cm
- (7) 1葙子의 무게, 20.5kg
- (8) 總重量, 2,050kg

# 販促을 위한 패키지 디자인 研究

河 泰 文

KOTRA

## 디자인에서 무엇을 전달해 팔리게 할 것인가

디자인은 商品에 대해 여러가지 사항을 消費者에게 전달한다.

「팔리는 商品」과 「팔리지 않는 商品」의 차이는 이 전달력의 차이로 결정되는 것이다.

그러나 이와 같은 斷定에 크게 疑問을 가지게 될 것이다.

「대체 패키지에서 어떤 전달=컴뮤니케이션이 된단 말인가. 商品에 특징은 없고, 商品에 따라 패키지의 表面에 그럴사한 文章도 없지 않은가」라고. 일단은 옳은 의문인 것이다.

傳達에 가장 具體的인 것은 말이다.

그러나 말이라는 것은 분명한 특색이 있는 것이 아니면 전달할 價值가 없다. 아무리 마음 속으로 懷情을 불태워도 말로 되지 못할만한 생각

은 상대방에게 전달되지 않는 것이다.

오늘날에 있어서의 패키지 상품에 있어서는 特色이 大部分이라고 해도 좋을 만큼 없으므로 패키지에 문장이나 캐치프레이즈를 넣으므로써 他社의 상품보다도 잘 팔리리라는 것은 전혀 기대할 수 없는 상태이다.

위에 남은 傳達手段은 繪畫的, 디자인的인 것이다. 文字를 使用할 價值가 거의 없으므로 소위 디자인에 의해서 패키지를 표현하게 된 것은 당연하지만 이 디자인에 의해서 무엇을 전달할 수가 있으며, 무엇을 전달했을 때에 팔리는 가하는 分析이 되지 않은 것은 不幸한 일이었다.

## 디자인 속에 視覺言語를 發見

디자인 속에 여러가지 視覺言語를 발견할 수가 있다. 視覺言語라는 말은 말로서 그다지 사

용되지 않을 뿐 아니라 그 意味에 이르려서는 거의追求되고 있지 않는 것이다. 향차 패키지·디자인에 있어서의 視覺言語라는 面이 되면 점점 混沌된 상태이지만 分析해 가보면 視覺言語에 의한 強力한 販賣力を 발견하는 것이다.

도대체가 디자인이라는 것은 抽象的인 것이므로 하나만 보고 있으면 視覺言語를 알아차리기 어렵다. 따라서 競合商品을 죽 늘어놓고 比較하여 보면 과연 거기에 視覺言語에 依한 傳達力의 差.....따라서 販賣力의 差를 알 수 있게 되는 것이다.

視覺言語의 效果를 發見하는 또 하나의 效果的인 方法은 수많은 試作디자인을 消費者에게 보이고 테스트하는 일이다.

某社에서 新製品의企劃이 進行되어 일곱點의 디자인이 만들어졌다. 극히 對照的인 디자인이 있었는데 그性格을 單純히 말하면 와사비(계자의 일종)의 그림을 넣은 것과 그렇지 않은 것으로 나누어졌다.商品은 투브에 넣은 와사비이므로 와사비의 사진을 넣는 것은 극히 平凡, 常識的인 發想이다. 그 때문인지 寫實的인 作品은 극히 수수하고 약한 것으로 關係者들의 눈에 비친 것이다. 그렇지 않은 作品은 와사비라는 制約으로부터 解放되어 보기에도 鮮明한 色을 使用하고 있으며 유니크한 디자인으로 보였다. 關係者들은 한결같이 이 유니크한 디자인이 좋다고 마음 속으로 결정하고 消費者에게 테스트한 것이다.

그러나 消費者들이 壓倒的으로 선택한 것은 關係者가 가장 좋지 않은 作品이라고 생각하고 있던 寫實的인 디자인이었다.

이 에피소드는 패키지·디자인에 있어서의 傳達目的을 극히 明確히 가르쳐 주고 있다. 즉 소비자는 「商品」을 사려 온 것이지 디자인을 사려 온 것은 아니라는 것이다. 視覺言語의 發見은 이렇듯 素朴한 곳에서 出發하는 것이다.

첫째로 「어떤 商品인가」

둘째로 「어떻게 다른가」

어떤 상품인가를 패키지·디자인에 의해서 전달한다는 것은 너무나도 平凡하고 細로운 일이다. 디자이너에게 있어서는(創造能力이 빈약하다는 疑心을 받는다)라는 커프렉스에 빠지지 않는다고 할 수 있는 方法인 것이다.

그러나 여기가 중요한 것이다. 패키지·디자인의 싸름판은 어디까지나 「어떤 상품인가를 알리게 한다」는데 있다. 그 싸름판 밖에서 열마름 유니크한 디자인을 만들어 보았자 害가 될 뿐이지 利益이 될 일은 우선 없다. 왜냐하면 패키지는 商品의 代身이며 「와사비」처럼 보이지 않는 패키지·디자인이라면 수퍼店頭에서 消費者는 알아차리지 못한채 지나쳐 버리게 되기 때문이다.

인스턴트·커피의 패키지는 그야말로 커피답다. 즉석 카페의 패키지에는 반드시 카페라이스의 맛 있어 봐는 사진이 들어 있어서 어떤 상품인지를 곧 알 수 있다. 이것이 패키지라는 것이다.

번거로운 것 같지만 이 原則을 紹對로 지키지 않으면 안된다. 特殊한 경우.....예를 들면 膳物用 패키지라든가, 百貨店에서 팔고 있는 商品中에는例外도 있다. 그例外는 디자이너에게 있어서 뛰어난 유니크한 디자인으로 보이는 것도 사실이다. 그러나 그것은 결코 패키지·디자인의 本流는 아닌 것이다.

## 差別化는 視覺言語로 할 수 있다

많은 디자이너가 패키지·디자인의 싸름판에서 어떤 상품인가를 明確하게 表現하는 일에 抵抗을 느끼는 것이다. 表現의 可能性을 最少限으로 쥐어 짜는 것처럼 느끼기 때문이다. 藝術家에게 있어서 自由를 束縛당한다는 것은 가장 不快한 일이다.

디자인은 本質的으로 “應用藝術”이므로 그 어떤 目的이 주어지는 것이다. 機能美라는 말로 代表되는 바와 같이 商品 디자인이라면 상품의 기능을 살리면서 어떻게 아름답게 보이게 할 것인가가 디자인의 性格을 單的으로 나타내고 있다.

디자인인 이상 반드시 “機能과 美”라는 두 가지 要素가 있다. 인테리어·디자인이라면 그 房의 家具나 넓이에 맞추면서 그 방에 사는 사람들의 포근함과 滿足을 높인다는 目的이 있다. 비행기라면 날운다는 機能을 살려 나가면서 아름답게 한다는 目的이 있다.

그렇다면 대체 패키지·디자인에는 어떠한 機能美가 必要한 것일까. 이것이 重大한 문제이

다.

종래는 패키지의 기능이라고하면 상품의 保存性, 쓰기 쉬움, 運搬하기 쉬움이라는 物理的인 문제들만 分析되어 온 것이다. 그것이 중요하다는 것은 변함이 없으나 그로써 끝나서는 안된다. ……라는 認識이 극히 희박했다는데 注目할 필요가 있을 것이다.

a. 物理的機能…① 商品의 保存性.

② 쓰기 쉬움. ③ 運搬하기 쉬움.

b. 커뮤니케이션 (傳達) 기능…① 어떤 상품이 들어 있는가 ② 商品의 맛, 香氣, 新鮮함 등品質의 이미지 表現과 傳達. ③ 個性的 이미지의 表現과 전달. 이것은 패션적인 취미의欲求를 자극하여 購買에 커다란 영향을 준다.

즉 패키지에 있어서는 二種의 機能이 必要한 것이다. 일반적인 패키지는 構造的으로는 他社의 것과 같으므로 物理的機能에 對해서는 디자인의 問題로서는 關係가 적다. 커뮤니케이션 기능으로서의 패키지·디자인은 여러가지 경우에 중요한 意味를 갖고 있는 것이다.

## 視覺言語의 第1條 商品을 明確히 해라!

패키지는 「商品이다」라는 素朴한 原則은 너무 나도 素朴하며 明白하기 때문에 도리어 無視되기 쉬운 것이다. 나는 여기서 「패키지·디자인은 어떤 商品인가를 나타내기 위하는데 있다」는 것을 새삼스레 강조해 두고 싶다.

패키지·디자인에도 여러가지 條件이 있기 때문에 오늘의主流가 되고 있는 수퍼 마켓의商品, 日常的 패키지 상품에 中心을 두도록 하겠다.

수퍼 마켓에서 消費者는 셀프서비스로 산다. 물론 많은 類似商品이 나와 있다. 그 中에서도 뼈째로 볼 수 있는 것은 「어떤 商品인가」를 알기 어려운 패키지이다. 最近 發賣된 商品으로서는 화려한 톱·아트의 디자인을 한 것이다. 크기는 캔맥주 정도의 것이며, 모양도 꽃 닮았으나 材質은 콘퍼짓트罐이라고 불리우는 종이제품 (一部金屬)의 罐이다. 콘퍼짓트罐으로 크게 히트한 商品으로 大阪의 텁치폰이 있거나 와 이 상품은 分明히 텁치폰에 자극되어 생겨난 것이다. 여기까지 說明해도 아마 어떤 商品인가

豫想하는 사람은 없을 것이다. 나 자신 그 商品이 무엇인지는 意識的으로 文字를 볼 때까지는 몰랐었던 것이다.

사실은 이 商品은 「맛김」의 新製品이었다.

이와 같은 디자인은 선물용품의 패키지·디자인에서는 보통이다. 패키지만을 본 바로는 어떤 상품인지 몰라도 좋고, 그것보다도 豪華롭게, 高級인, 화려한 디자인을 하는 것이 선물용 상품에서 必要하다는 것은 經驗的으로도 인정되고 있는 것이다.

그러나 수퍼 마켓의 店頭에서 이와 같은 상품이 팔리고 있다면 어떠한 결과가 되는 것일까.

대체로 수퍼 店頭라는 것은 바쁜 곳이다. 踏은 사람들이 와 있는 경우도 있다. 한꺼번에 많은 종류의 물건을 사지 않으면 안되는 경우도 있다. 가게가 넓기 때문에 여기저기 걸어 다니면서 商品을 찾지 않으면 안되는 경우도 있다. 비슷비슷한 상품이 여러 종류나 나열되어 있는 수도 있다. 그러한 조건하에서 물건을 사지 않으면 안된다는 心理가 어떤 것일까. 거기에 패키지·디자인을 생각하기 위한 많은 힌트가 담겨고 있기는 하는 것지만 맨 먼저 말할 수 있는 것은 「어떤 상품인지를 모를 정도이면 팔리지 않는다」는 것이다. 소비자는 상품을 사려와 있는 것이다. 브랜드를 결정하고 있는 사람도 많지만 수퍼의 經營은 결코 브랜드 상품뿐만은 아니다. 극히 많은 종류의 상품이 있으며 상품의 바다 속에서 소비자는 價格과 갖가지 印象에 의해서 衝動적으로 살商品을 결정하는 것이다. 그 때 우선 「생선 통조림 담지 않은 상품」이나 「된장 담지 않은 상품」은 바쁜 선택 속에서 빠져 버리기 쉽다.

사실 어떠한 상품인지 불분명한 상품으로서 베스트셀러가 된 상품은 수퍼에는 없다. 이 사실을 똑똑히 인식해 둘 필요가 있다.

## 디자인의 目的은 유니크 할인가 팔기 위함인가

데프몬데와 카고메의 케찹을例로 해서 생각해 보기로 하자. 유리병의 디자인도 問題가 되지만 그토록 커다란 영향은 없다고 해 두자. 그렇다면 남는 것은 레이블의 디자인인데 두 가지가

다 赤, 緑, 黃色을 쓰고 있다.

만약 「같은 色을 사용하여 ×社의 케찹의 디자인을 하라」는 意見이 있었다고 하면 솔직히 말해서 당신은 어떻게 생각하겠는가

- 他社의 흉내를 낸다는 것은 개운치 못하다—
- 디자이너로서 失格이다—
- 새로움이 없다—
- 아이디어가 없다—

이와 같이 혜일 수 없을 만큼 非難이 일어나는 것이 눈에 보이듯 하다. 그러나 나의 입장에서 말한다면 이와 같은 非難은 제각기 잘못되어 있다는 面을 強調하지 않을 수 없다.

이미 말한 바와 같이 패키지·디자이너에게 있어서 필요한 것은 우선

- 어떠한 상품인가가 明確히 傳達될 수 있도록 表現할 것—
- 消費者가 商品에 對해서 갖고 있는 印象에 合當한 商品 이미지를 전달 할 것—
- 競合상품보다도 뛰어 난다는 무엇을 전달할 것—

이라는 세 가지 조건으로 要約된다.

그것을 해서는 안된다… 이것을 해서는 안된다…는 것은 결코 前進姿勢는 아니다. 「패키지·디자인에 있어서 무엇을 하지 않으면 안되는 가」라는 것을 생각하는 것이 중요한 것이다.

「아이디어가 없다거나 흉내를 내서는 안된다…」는 낡은 思考方式과 「디자인에 依해 무엇을 전달할 것인가」라는 새로운 思考方式과는 正反對이다. 그 때문에 새로운 思考方式을 이해하기 어렵다고 하는 분이 많은지도 모른다. 그러나 패키지·디자인의 專門性= 프로페셔널리즘은 이 새로운 思考方式의 方向에만 存在하고 있는 것이다.

「새로운 思考方式」은 낡은 사고방식을 결코 否定하고 있는 것은 아니다. 무엇을 전달하면 잘 팔릴까 하는 노림을 붙잡은 다음에 유니크함, 아이디어, 새로움은 충분히 살릴 수가 있는 것이다. 그러나 전달해야 할 노림을 붙잡지 않고 유니크한 디자인을 노린다해도 그것은 도리어 상품을 팔리지 않게끔 하는 디자인이 되는 것이다. 패키지·디자인은 사고 싶어지는 무엇인가를 視覺的으로 전달하는 것이다 하는 大原則은寸刻이라 하더라도 잊어서는 안되는 것이다.

## 第2條 商品다음을 表現하는 일이 딜레마에 이겨라

다시 한번 더 토마토 케찹의 패키지 디자인을 만드는 일을 생각해 보자. 테르몬테나 카고메의 디자인이 곧 눈에 떠오른다. 赤과 緑을 잘 사용한 디자인에는 그야말로 케찹다움이 있다. 케찹은 透明한 유리병에 들어 있는 것인으로 케찹이라는 것 自體는 누구에게나 곧 알 수 있으므로 레이블의 디자이너는 아무 것이나 해도 좋은 것으로 보여진다. 또 「赤과 緑을 사용하라」는 制限을 받으면 디자인이 模倣, 흉내가 되어 버리는 것 같기도 하여 制約된다는 것 自體에 反發을 느끼게 될 것이다.

여기에는 커다란 위험성이 잠재해 있는 것이다.

케찹과 같이 속의 상품이 곧 알 수 있는 것이라면 레이블의 디자인이 케찹에 꼭 맞지 않으면 반드시 맛이 나쁜 것처럼 느끼게 해 버리기 때문이다.

디자이너는 本能的으로 制約받는다는 것을 싫어 한다.

自己의 獨創性이 눌려 버리는 것을 싫어한다. 그러나 패키지의 디자인은 獨創性을 경합하기 위해서 있는 것이 아니라는 것을 여기서 다시 한 번 되풀이해 두지 않으면 안될 것이다.

훌륭한 패키지·디자인의 유니크함은 大衆의心理를 붙잡고 사고 싶다는 마음을 일으키게 하는 것을 지니고 있다.

그와 같은 커뮤니케이션력을 디자인화하는 곳에 디자인의 유니크함이 있는 것인지 다른 곳에 있는 것은 아니다.

이렇게 말을 하는 것은 간단하지만 실행하기란 쉬운 일이 아니다. 왜냐하면 디자인이 극히平凡해져 버리기 쉽기 때문이다. 그 좋은 예로 통조림이 있다. 생선 통조림, 파일 통조림 등 여러 가지 통조림이 있거니와 생선이나 파일의 그림(또는 사진)을 반드시 表現하고 있다. 통조림이기 때문에 그림이나 사진을 사용하지 않으면 속에 무엇이 들어 있는지 전연 모른다. 그것이 도리어 「商品이 무엇인지를 表現하는」일에 힘을 넣게하고 있는 것이지만 거기에 또 하나의 원구가 없기 때문에 그야말로 同工異曲으로 그치고

있으며 「어느 곳 베이커의 것을 選擇하면 좋은가」하는 點에서 어리둥절케 하기란 이 위에 더 없는 것이다.

패키지·디자인은 商品과 商品다움을 表現하지 않으면 안된다. 그러나 그것 만으로는 類型化하여 積極的인 販賣力이 不足하다. 그래서 어떻게 하면 좋은 것일까. 패키지·디자인의 진정한 努苦는 여기에서 시작되는 것이다. 이 노고를 넘어서므로써 비로소 「販賣力」이 있는 패키지가 만들어지는 것이다.

### 파는 힘은 패키지 以前의 洞察力으로 결정한다

여기서 한 가지 예를 들어보자. 어떤 一流 디자이너가 T社의 招請을 받고 갔을 때의 일이다.

S課長으로부터 「이 어린이用 치솔의 패키지·디자인을 바꾸고 싶은데 잘 부탁합니다」라는 부탁을 받았다.

「왜 바꾸려 합니까」하고 물었더니 「인쇄소를 바꾸기 때문에 이번 기회에 디자인을 바꾸고 싶다」는 것이었다. 이 말은 대답이 되지 않는 말이다. 대체로 이런 식의 얘기가 나올 때는 팔리지 않는다는 얘기이다.

그는 거칠 없이 「잘 팔립니까」하고 물었다. 「그게 팔리지 않습니다」하고 單的으로 專務가 대답해 주었다. 그에게 있어서는 어린이용 치솔은 새로운 分野였다.

「製作日數는 얼마쯤 잡습니까」하고 물었더니 「今週안으로」하는 말이었다.

그는 대답했다.

「나의 일은 디자인을 파는 것이 아니라 商品을 팔리게끔하는 것입니다. 지금 상품을 본 것만으로는 아직도 이렇게 하면 팔릴 것이라는 아무

것도 파악하지 못하고 있습니다. 이러한 狀態로서는 일을 맡을 수가 없으며 도대체 이런 종대한 일을 며칠 새에 처리하려 한다면 팔리게끔 改善하기란 不可能할 것입니다.」

다행히 이 會議에서 T社의 어린이용 치솔에 하나의 痘을 발견했다.

그에게 있어서는 痘을 발견한다는 것은 팔기 위한 決定的인 緣을 발견했음을 뜻하고 있다. 그 결과 T社는 計劃期間을 6個月 잡고, 패키지 뿐 아니라 상품 그 자체의 改良도 도모하게끔 되었다.

이 에피소드는 극히 최근에 있는 일이다. 여기서 굳이 길다랗게 紹介하는 이유는 파는 힘이 있는 패키지·디자인의 문제는 패키지만으로는 되지 않는 수도 있다는 것을 말하고자 했기 때문이다.

또 파는 힘이 있는 패키지·디자인이라는 重大한 것을 發言하는 한 판다는 데에 銳利한 洞察力이 없어서는 안된다는 것을 말하고자 함에 있다.

그렇다면 당신은 그것을 할 수 있는가 하는 질문이 있을 것이다. 그러나 그에 대해서 대답한다는 것은 오로지 自己宣傳으로서 以外에 그다지 意味가 없을 것이다. 보다 중요한 것은 파는 힘이 있는 패키지를 만들고 싶은가 (싶다면 파는 힘이 있는 패키지를 만들기 위하여 파는 힘을 발견하는 洞察力이 必要하다고 생각하는가)이다.

만약 이에 대해 머뭇거린다면 이미 당신의 패키지의 販賣力은 훈들리고 있는 것이다.

파는 힘이 있는 패키지를 만들고자 생각한다면 「파는 힘이란 대체 어떤 것인가」하는 것을 實感的으로 把握할 필요가 있다. 그것을 文章만으로 理解하기는 어려운 일이지만, 무엇을 表現할 것인가가 문제인 것이다.

# 畜產物의 物的流通管理

黃 善 民

韓國政經研究所 研究員

## 1. 物流管理의 必要性

物流管理는 코스트 節減과 財貨의 장소적, 시 간적 效用價值의 創造를 통한 市場能力의 強化에 기인하는 것이며, 그 기본목적은 流通코스트 節減에 있다.

消費者에게 도달되는 流通活動의 직접 내지 간접코스트가 物流코스트이므로 이를 相對的으로 節減시키는 것이 物流管理의 課題인 것이다.

現在 物流手段의 未備는 이 分野의 投資不足과 함께 流通經路를 더욱 복잡하게 形成시키고 있으므로 原價節減의 合理的方案인 物流管理가 時急히 요청되고 있다.

一般的으로 物流管理는 物的流通에 있어서 包裝, 輸送, 貯藏, 荷役, 加工 및 情報 등의 諸活動을 有機的으로 조정, 통합하여 하나의 독립된 組織으로 管理하려는 活動이다.

이렇게 볼 때, 消費者指向의인 오늘날 市場體制에 있어서 物流管理는 마아케팅 活動上 重要한 一部門을 形成하고 있는 것이다.

그러나 特히 農產品의 物流管理는 生產地域의 廣域性과 分散性으로 因해 제대로의 機能을 수

행하고 있지 못하다.

따라서 中間流通에서 發生하는 마진幅이 多大하여 生產者와 消費者를 同時に 보호하지 못하는 實情에 있다.

그 中에서도 畜產物의 流通經路는 더욱 복잡하므로 이에 대한 合理化方案이 提起되고 있으나 物流管理分野에는 그 效果를 이루지 못하고 있다.

國民食生活 變化에 따른 畜產物의 大量生產과 大量消費體制는 앞으로 더욱 增加추세에 있으므로 市場能力의 強化를 物流管理에서 찾지 않을 수 없는 것이 오늘의 實情이다.

本稿에서는 物流機能에 있어서 畜產物의 輸送貯藏, 包裝 및 情報活動에 관해 集約的으로 論議하였다.

## 2. 輸送機能

現在 畜產物의 輸送에 利用되는 手段은 여러 가지로 分類할 수 있다.

그러나 實際로 利用되는 輸送手段과 利用程度는 여러가지 要因에 의하여 영향을 받고 있는데 그 中 重要要因을 들면 道路조건, 輸送거리, 취

급商人 1人當 취급규모, 輸送費用 및 전통적인 輸送實習 등이 그것이다.

소(牛)의 輸送手段으로서는 사람이며 직접 물고가는 경우, 貨物自動車, 배(船), 貨車 등을 이용하는 경우가 대부분이다.

서울을 中心으로 살펴볼 때 中部以南地域에서는 貨車와 貨物自動車를 이용하는 경우가 많고 京畿地方에서는 결코 가거나 貨物自動車를 輸送手段으로 이용하고 있다.

京畿水原地方에서 서울 消費地까지는 대체로 肉牛는 貨物自動車로, 畜牛는 물이꾼에 의해 輸送된다.

이와 같이 貨物自動車의 輸送이 큰 比重을 차지하는 것은 荷役作業이 便利하고 高速輸送으로 인한 時間의 단축, 門前까지의 輸送 등에 그有利性이 있는 것으로 풀이되고 있다.

그러나 소는 무게가 무겁고 부피가 크며, 生體이기 때문에 輸送過程의 위험부담, 體重減量 등의 要因 때문에 特別한 管理가 要求된다.

더우기 家畜專用貨車가 없어 一般貨車에 輸送하므로써 부상하는 경우가 있고 非위생설비 때문에 貨物自動車의 輸送이 늘어나고 있다.

全國을 1日生活圈으로 하는 高速網의 連結은 새로운 輸送車輛의 발굴과 더불어 陸路輸送이 더욱 각광을 받게 되었다. 그러나 枝肉化된 쇠고기 輸送에는 正溫 내지 冷凍車輛의 확보가 필요하므로 이 部門에 대한 관심이 더욱 高潮되어야 하겠다.

이러한 소의 輸送手段別 構造는 다음 表에서 분석하는 바와 같다.

#### 소(牛)의 輸送手段別 構造

單位: 百萬t/km

年 度	鐵 道		公 路		海 運	
	輸送實績	構成比	輸送實績	構成比	輸送實績	構成比
1967	5,960	77.2%	660	8.6%	1,095	14.2%
1968	6,672	71.2%	1,122	12.0%	1,573	16.8%
年平均	10.12%		19.36%		22.5%	
增加率						

資料: 1970年, 經濟開發協會

돼지(豚)의 輸送에서는一般的으로 自轉車의 利用이 대부분을 차지하고 있으며, 다음이 牛馬車, 리어카 등의 簡易手段이고 貨物自動車의 이용은 微微한 實情이다.

이와 같이 돼지 輸送에 있어서 自轉車가 絶對的인 比重을 차지하는 것은 飼育農가가 分散되어 있어서 수집하기가 容易하고 輸送費를 節減할 수 있다는데 基因되고 있다.

닭(鷄)의 경우에는 體重이 가볍고 부피도 적기 때문에 돼지의 輸送과 같이 自轉車가 거의 利用되고 있다.

鷄卵輸送은 사람이 직접 運搬하는 경우도 많은데 이것은 輸送過程上 과손될 우려가 있기 때문이다.

따라서 家畜類輸送에서는 大量運搬으로서의 그手段이 강구되어야 할 實情에 있다.

牛乳輸送에서는 서울牛乳協同組合의 物量이 가장 많은데 이組合에서는 專用車輛의 경우와 個別輸送의 경우가 각각 50%를 占有하고 있다.

個別輸送에 있어서 主로 利用되는手段은 삼륜차와 半드럭이 50%를 차지하며, 다음이 自轉車와 牛馬車이고 리어카로 輸送하는 경우도 있다.

이와 같이 車輛利用이 높은 것은 부패성을 防止하고 신속한 運搬을 要求하고 있기 때문인 것이다.

牛乳에 있어서 輸送段階別 利用率은 다음 表에서와 같으며 冷凍車輛과 施設擴充이 時急히 形成되어야 할 課題이다.

#### 牛乳의 輸送段階別 利用率

區 分	輸送手段	輸送量	比 率
個 別 輸 送	自 轉 車	7.0%	(20) %
	리 어 카	1.7	(5)
	牛 馬 車	5.3	(15)
	三 輪 車	21.0	(60)
	小 計	35.0	50(100)
組 合	三 輪	35.0	50
合 計		70.0	100.0

資料: 1970年 農業經營研究所

### 3. 貯藏機能

貯藏機能의 두가지 成果는 畜產物의 時間의 配分과 조절, 品質維持와 物動操作의 能率效果로 集約된다.

쇠고기 貯藏은 枝肉의 鮮度維持와 解體 後의

低温殺菌에서부터 消費者에게 도달할 때까지 一連의 過程을 위생적으로 完備된 貯藏으로 處理되어야 한다.

一般的으로 生牛를 屠殺解體하면 24時間은 冷凍貯藏하여 獸肉에 潛在하는 病害虫菌을 急速冷凍處理過程에서 殺菌한 後 供給되어야 할 것인지만 既存施設로 利用하지 못하는 것은 販賣가 急急한 實情이기 때문이다.

現在 서울中央食肉 都賣市場의 施設은 冷却室, 急速冷却室, 第1, 第2冷却室, 牛・豚肉藏處理室 등이며 1日 冷却能力은 1,000頭 以內이다.

鷄卵의 貯藏은 다른 農產品에 比해 부폐성 내지 손상의 우려가 크기 때문에 特別한 管理가 提起된다.

現在 全國貯藏施設은 다음 表에서와 같이 20餘個이며 1回能力은 5百萬個 程度이다.

地域別 鷄卵貯藏施設

地域別	個所數	1回能力	個數
서울	1個	1,500상자	540,000個
釜山	1	1,450	522,000
京畿	5	2,700	972,000
江原	1	400	144,000
忠北	1	150	54,000
忠南	4	1,590	572,400
全北	—	—	—
全南	4	1,700	612,000
慶北	1	800	288,000
慶南	2	1,800	64,000
合計	20	12,090	4,352,400

資料：1970年 農水產部

한편 牛乳의 경우에는 各 酪農場에서 生産되는 대로 當日 乳處理場에 配達, 加工되며 一時 貯藏탱크에 保管된다.

1970年度의 年間 乳處理能力은 2萬t 規模로서 全國에 分布稼動되는 處理場은 25個所이다. 農協中央會에서 發表한 資料에 의하면 서울近郊 酪農場에서의 原乳貯藏法으로는 冷却탱크 貯藏, 우물 貯藏, 개울을 貯藏, 드립통 貯藏, 冷房 貯藏 등인데 이 中에서 冷却탱크 利用이 50% 程度, 우물 利用이 40%로 나타나 있다.

따라서 企業酪農의 경우에서는 冷却施設이 어느 程度 具備되어 있으나 小規模酪農場에서는 前近代의 貯藏施設을 利用하고 있으므로 牛乳

의 新鮮度를 維持하기 위해서는 이러한 貯藏施設의 擴充이 提起되고 있다.

#### 4. 規格機能

大量生產과 大量消費現狀은 去來體制의 改善을 促進하게 되었는데 따라서 肉類規格制의 必要性도 아울러 提起되어 肉類規格制를 實施하게 되었다.

즉, 1968年 7月 5日부터 쇠고기에 대해서 全國의 으로 等級制를 實施하게 되었는데 이것은 生產장려와 價格安定을 目的으로 하고 있다.

이러한 쇠고기 等級은 等級으로 區分되는데 特等肉, 上等肉, 普通肉 및 等外肉이 이에 해당하며 이것은 肉質을 肉의 順으로 區別한 것이다.

그러나 傳지 等級은 精肉, 內藏, 머리, 발 등 으로만 區分될 뿐 精肉의 程度에 따라서 區別되어 있지 않다.

美國의 경우에는 基準을 性別로 나누고 다음에 肉質과 肢率에 따라 US1番, US2番, US3番 등으로 區分되고 있다.

닭에서는 一定한 等級規定이나 品質規格이 없이 農家와 商人의 임의적인 去來에 의해 決定되고 있다.

一般的 規格狀況으로는 눈대중, 손대중, 飼養年數 및 品種에 의한 方法으로 進行되고 있으며 鷄卵等級도 닭의 경우와 같이 目測, 產卵鷄의 新舊差異, 品種別 區分으로 實施되고 있다.

實際의 으로는 鷄卵의 等級別 重量基準이 나타나 있으나 去來方式上 무게를 實測하지 않고 어

#### 鷄의 規格方式과 基準

方式	基準	價格差異	비교
目側 예 의 한 方法	靑 中 成 特	150원(頭當) 250 430 600	平均小賣價格
飼養年數에 의 한 方法	初年 2年 老	450 400 350	成鷄의 경우
品種에 의 한 方法	赤色 白色	赤色鷄—우량품 白色鷄—저급품	

립점적으로 區分, 決定하고 있는 實情이다.

牛乳에서는 酪農經營이 아직까지 初期段階를 벗어나지 못했으므로 그 生產量과 去來量의 規格規定이 確立되어 있지 않다.

現在 原乳를 가장 많이 취급하고 있는 서울牛乳協同組合의 경우에는 原料牛乳에 대하여 合格品과 不合格品만으로 區別하고 있을 뿐 等級에 의한 價格差異는 두지 않고 있다.

이곳에서 實施하고 있는 原乳의 合格品 基準은

① 酒精試驗에서 反應이 없는 것

② 酸度 0.18% 以下

③ 脂肪率 3% 以上

④ 比重 15°C에서 1.028~1.032

⑤ 異物이 없는 것

등으로 要約할 수 있다.

이와 같은 基準外에도 固形物検査와 風味検査를 하여 固形物의 混入상황과 不純한 것을 가려내어 原乳의 合格品을 決定하고 있다.

## 5. 包裝機能

包裝이란 畜產物이 流通되는 過程에서 그 内容物을 外部의 要因 내지 作用에 의해서 變質되지 않도록 보호하고, 취급이나 使用이 便利하도록 해주는 同時, 商品價值를 높이기 위해 外部에 效果의in 材料 등으로 감싸는 諸技術을 말한다.

이러한 包裝機能은 財貨의 形態價值, 所有價值, 場所價值 및 使用價值 등의 4個價值를 保存, 維持하는 것이 그 特徵이다.

따라서 消費者的 購買意慾을 자극하여 畜產物의 商品으로서의壽命을 연장시켜 주게 된다.

現在 烹고기에 대한 包裝은 精肉店에서 販賣時に 그 包裝紙로서 비닐종이와 크라프트 紙를 비롯하여 신문紙와 나무껍질 등 4~5種이 使用되고 있는 實情이다.

그러나 各 精肉店에서 大宗을 이루는 包裝紙로서는 신문지가 가장 많이 使用되고 있는데 이것은 粘어지기가 쉬울 뿐만 아니라 또한 비위생적이어서 包裝紙로서는 適合하지 못하다.

農協中央會에서 I M I (韓美合同市場調査)의 일환으로 조사한 資料에 의하면, ① 비닐종이가 좋다 22.9% ② 크라프트紙가 좋다 1.6% ③ 신

문지가 좋다 11.6% ④ 나무껍질이 좋다가 62.4%로 나타났다.

이 資料에서 보는 바와 같이 消費者들의 包裝紙에 대한 反應은 나무껍질이 가장 좋은 것으로 評價되고 있다. 이같은 理由는 나무껍질이 그 質과 위생면에 있어서 長點을 지니고 있는 것으로 풀이된다.

牛乳製品에 있어서 市乳(market milk)는 유리 병의 종이 마개와 폴리에칠렌 包裝 등이 大宗을 이룬다.

過去에는 殺菌된 市乳는 5~10°C에서 3~4日間만 保存되었으나 tetra pak 方式을 利用하므로 써 똑같은 温度에서 3~4個月의 保存이 可能하게 되었다.

따라서 cold chain이 未備된 場所에서는 市乳 보급을 위하여 이를 利用하는 것이 有利하다.

市販되는 粉乳는 450g캔에, 練乳는 397g캔에 가장 많이 包裝되는데, 그 規格은 製造會社別로 差異없으나 디자인・包裝에서는 自社特有로 彩色되어 있다.

日本에서는 캔의 불편을 除去하기 위해 폴리에칠렌, 알루미늄 및 종이 등으로 만든 3種상자가 粉乳의 包裝으로 출현하여 消費者들에게 많은 便利를 提供해 주고 있는 實情이다.

닭의 경우에서는 京畿水原地方을 中心으로 把握할 때, 包裝規格이 成鷄는 40首, 中鷄는 50首를 包裝量으로 하는 상자 單位로서 철망, 나무 상자를 利用하고 있다.

따라서 外國의 경우와 같이 大型肉鷄輸送用車輛이나 包裝方法이 이용되지 않는 것은 生產量이 分散 내지 小規模이기 때문이다.

鷄卵의 包裝은 規格이나 容器가 매우 多樣하게 나타나고 있는데 그 單位는 다음과 같이 要約할 수 있다.

① 30個를 담을 수 있는 卵座 12個를 한 상자로 하는 包裝方式

② 70個로 하는 包裝方式

③ 10個를 한 구러미로 하는 包裝方式

以上과 같으나 360個入 包裝方式이 가장 많이 사용되고 있는 實情이다.

鷄卵의 包裝材料로서는 360個 單位規格과 70個 單位規格은 大部分 마분지 상자를 利用하고 있으며 10個 單位規格은 짚구러미를 使用하는 것이

通例이다.

그러나 長距離輸送과 손실을 最大限으로 防止하기 위해서 플라스틱製品의 包裝도 더욱 增加되고 있다.

## 6. 市場情報機能

날마다 여러 市場을 往來하면서 去來에 從事하고 있는 家畜商人은 經驗에 의하여 重量, 屠殺價值의 評價, 去來事情, 市場價格의 情報 등에 대해서 민감 하지만 生產者인 農民은 年中 1~2回 정도 家畜市場에서 去來하기 때문에 市場情報에 매우 어둡다.

특히 이러한 市場情報은 等級의 未分化로 소통이 制約되어 있는 實情이다.

더우기 畜產法施行規則 第55條에서 家畜市場管理人은 去來頭數, 價格 및 去來方法 등을 提示하도록 規定하고 있지만 實情에 있어서는 활발하지 못하고 있다.

現下 배스寇의 發達로 農村地域에 까지 物價時勢 등을 把握할 수 있는 施設이 갖추어 졌다고는 하지만 市場情報에 대해서는 前近代的方式을 脱피하지 못한 實情이다.

### 價格情報活動內容

擔當機關	情報內容	範圍	手段	所要時間
農協中央會	生牛, 生豚月別 農家販賣價格	全國	月報 및 年報	3個月
農村指導所	生豚農家販賣價格	各郡	月報	5日
商工會議所	쇠고기, 돼지고기 小賣價格	서울, 釜山	拉리오 및 日刊新聞	當日
日刊經濟新聞社	"	"	日刊新聞	"

資料: 1971年, 農業經營研究所

또한 農協中央會에서도 全國을 對象으로 하여 수집, 배포되는 生牛 및 生豚의 農家販賣價格도 月別 生體頭當 平均價格만을 취급하였고 수집에서 배포에 이르기까지 約 3個月의 時日이 所要되어 신속·정확성이 결여되고 있으며, 더우기 배포수단을 月報에 의거하는 경우에는 農家에서의 情報入手에不合理性을 면치 못하고 있다.

現代的인 情報手段인 新聞과 라리오는 生產者價格情報 to the 취급하지 않고 大部分 消費者小賣時勢만이 主對象이 되고 있다.

따라서 家畜類販賣에 必要한 市場情報은 自然

소 및 需求 生產者가 그들의 生產物을 판매하기 以前에 수취할 수 있는 價格水準을 預測할 수 있을 때에 비로소 中間商人과의 去來關係에 있어서 경쟁條件를 促進시키게 되는 것이다.

이러한 觀點에서 零細飼育者는 市場活動에 대한 適應力이 未治하므로 去來關係에서 不利하게 되고, 이에 따라 價格情報와 그 機能을合理화 시킬 수 있는 情報體制의 確立이 時急한 實情이다.

現流通過程 中에서는 必要한 情報를 수립·분석·배포하는 活動이 微弱하기 때문에 生產者는 물론 中間流通層의 市場活動도 매우 制限의 있다.

우리 나라에서 지금 實施되고 있는 市場情報은 主로 價格情報单一的으로 그 主要媒體는 農協中央會, 農村指導所, 商工會議所 및 日刊經濟新聞社 등 政府機關과 公共團體에 의하여 擔當되고 있다.

다음 表에서 보는 바와 같이 商工會議所와 日刊經濟新聞社에서 取扱하는 價格情報은 서울을 中心으로 하는 小賣價格이 主內容이므로 消費者에게는 有用하지만 直接生產者에게는 혜택을 주지 못하고 있다.

農業經營研究所에서 分析한 結果에 의하면 소의 경우 全體調查農家 中 約 40%가 家畜市場에서 仲介人과 產地商人으로부터 價格情報 to the入手하였으며, 需求의 경우도 60% 程度가 農家門前에서 產地商人으로부터 直接入手하였다고 밝혔다.

한편 產地蒐集商人은 搬出商人으로부터, 輸出商人은 主로 서울消費地에 근거를 두고 있는 食

肉小賣商人과 類似의 都賣商人으로부터 그들의 販賣活動에 必要한 市場情報 를入手하고 있는 實情이다.

이렇게 파악할 때 廉產物 中 代表格인 소와 돼지의 市場情報內容과 傳達方式을 圖式化하면 다음과 같이 要約할 수 있다.

### 市場情報內容과 傳達方式



資料 : 1970年 農業經營研究所

여기에서 把握한 바와 같이 우리 나라의 情報活動體制는 價格形成만을 主內容으로 하고 있으며 그나마 大都市 集中的인 小賣時勢를 대상으로 하고 있다.

元來 市場情報活動은 生產情報, 中間流通情報, 消費情報의 3者로서 그 機能이 維持되지 않으면 有用한 結論에 이르지 못하는 것이다.

이렇게 볼 때 市場情報은 去來에 영향을 미치는 모든 要素, 즉 天候條件의 變化・需給事情・價格變化・各 流通組織의 經營方針・政策變化・公共料率의 諸策定・消費者의 소득수준 등 諸要素가 복합적으로 蒐集・分析・通報되어야만 그效果를 기대하게 되는 것이다.

現在 各 流通組織이 스스로의 目的達成을 위해 自體의으로 施行하는 市場調查에도 問題點이

있기는 하나 이를 보다 效率的으로 強化할 必要性도 바로 여기에 있는 것이다.

따라서 個人과 流通組織間의 相互 綜合的의 能力強化가 提起되고 있다.

結果的으로는 物流管理에 있어서 去來促進上物의 處理擔當者와 이를 지원할 수 있는 消費者・生産者의 關聯下에서만 그 合理化가 可能한 것이다.

生產組織이 大量化되고 消費體制가 物量確保를 어렵게 하고 있는 오늘날의 流通管理에서는 이를 集約化・綜合化하여 處理할 수 있는 物의 流通體制의 整備가 時急히 要求되고 있으며, 이는 輸送・貯藏・荷役・包裝・加工・情報活動 등 6個領域의 綜合 system으로서 管理할 必要性이 提起되는 것이다.

# Media Survey에 依한 本格的 廣告眺望

李 規 用

코오롱商社(株) 販促部

Young Market에 着重하고 있는 廣告인가는 쉽게 단정할 수 없으나 좋은 일을 하는 「모범 학생」의 이미지를 심고 있으며, 實購買者(既成人)의 공감을 얻고 있다고 보여지는 제일합섬의 에리트 학생복지 廣告.

그러나 기성사회가 요구하는 전통적 의미의 모범 학생을 「광고에서까지」 강요(?) 하는 듯한 느낌도 없지 않다.

학생들의 사회봉사에 대한 좋은 패턴을 보여 주는 점이 이 廣告의 뛰어난 發想이다.



### <1>

사실 이런 말은 제가 할 입장이 못됩니다. 때문에 송구스럽지만 니콜라스 샘스태그 (Nicholas Samstag)의 세타이어를 인용하여 本稿의 論旨를 밝히고자 하는 것입니다.

그는 이렇게 말합니다.

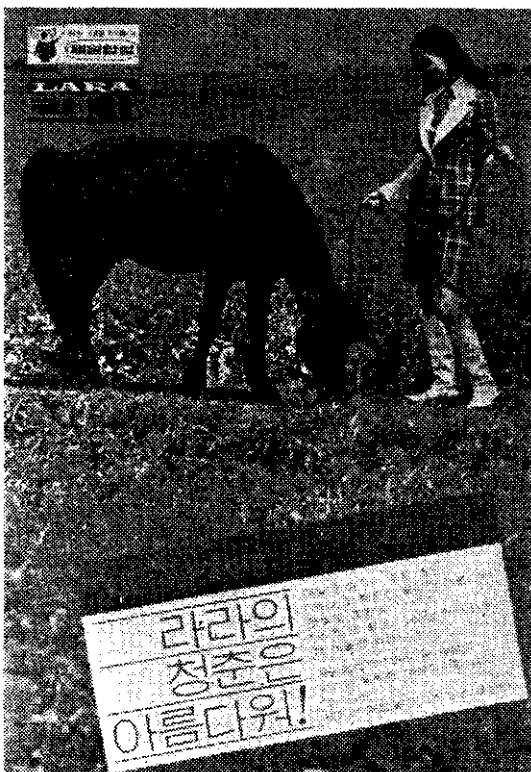
「圖表나 調査結果에 속아 넘어가서는 아니된다. 廣告란 사람을 유혹하는 性格을 갖고 있다. 廣告 자체가 좋건 나쁘건 간에 그것은 성공할 때도, 실패할 때도 있는 것이다. 廣告는 數字를 기초로한 技能에 의해 만들어지는 것은 결코 아니기 때문이다.」

사실 廣告의 效果를 측정하기 위한 客觀的인 기준은 없다. (中略)

가장 格調높은 프로를 방송하라는 말을 하면서, 사실은 집에서는 <연속극따위>나 보는 사람들이 標本이 되었을 경우 調査라는 것이 얼마나

역시 제일 합심의 속내 복지廣告  
폐설의 상—모델로 이어지는 定石을 서서히 탈피하여 自社제품을 差別化하고 있다.

「보세요! 라라의 거리」  
경쾌한 위킹을 연상시키는 잔 걸려진 카페는 이 광고의 매력을 대표해 주고 있다.



皮相的인 것인가 알 수 있을 것이다.

여기서 廣告에의 調査가 獨斷的인 것이 되고 만다. 즉 두 세가지 動機를 선택하고, 이것이 전체의 動機라고 정해 버리는 것이다」

그러나 이 말이 廣告人이기 때문에 廣告人에게 하는 세타이어라는 것을 여러분은 미리 알고 있습니다.

한 마디로 말해서 優秀한 廣告는 統計資料에서 나올 수 있다는 얘기입니다. 廣告調査가 科學의 으로 立證할 수 있는 動機調査의 분야까지 突入했다는 것—좀 더 積極的이며, 좀 더 適應性 있고, 人間美가 있으며 신선한 조사가先行되어야 할 것이라는 점입니다.

### <2>

지난 2월20일부터 3월 10일까지 1개월간 ASI 마아케트 리서치 한국지사는 1973년 5월 이후 두 번째로 미디어 서베이를 종합하여 디테일한 조

금웅, 보험業界 廣告가 어렵다고 하는 이유는 쉽게 말해서 고객에 대한 이자지불 조건이 거의 같다는데 있다. 따라서 보이지 않는 서비스를 통한 마인드シェ어를 축적시키는 작업이 무엇보다 긴요한 터인데, 최근에 설립된 동해생명의 廣告는 Art의 feeling이 아주 좋다.

이대로 마인드 셰어를 쌓아 갔으면 하는 생각이다.



사자료를 관계요로에 공개 하였습니다.

그 서베이 메소돌로지에 의하면 서울지역 317  
개洞중 규모에 따라 無作爲 標本推出方式으로  
50동을 추출, 이 중에서 다시 250 통반을 나누고  
250통반의 1,473 세대를 조사 대상으로 하여 1,  
025명을 면접 조사하였다고 하는데 새삼스러운  
것은 아니지만 廣告종사자에게 흥미있는 자료가

## 1. 媒體接觸度

### (1) 印刷媒體 접촉도

媒體		일간지		주간지		월간지	
性	別	남	여	남	여	남	여
총 계	남 여 : 467명 558명	79	60	18	14	18	20
연	령 총						
	18~24	97	66	17	25	25	37
	25~34	83	63	24	15	30	27
	35~44	70	57	15	10	11	12
	45~	75	56	15	11	12	9
직	업종 총						
	교수	93	—	7	—	54	—
	일	100	—	26	—	29	—
	사	—	—	—	—	—	—
	소	—	—	—	—	—	—
경	제	—	—	—	—	—	—
	고	—	—	—	—	—	—
	종	—	—	—	—	—	—
	서	—	—	—	—	—	—

나타나고 있음을니다. (別圖참조)

별도로 抽選한 자료 외에도 同 Media Survey는 신문, 주간지, 월간지 등의記事種別人氣順位를 비롯하여 전파매체의 프로그램별 시청취性向 등을 조사하였으며 부록으로 標本對象 피조사자들의 연령별 구성, 직업 및 수입정도, 문화 재산 소유상태까지 자세하게 기술하고 있습니다.

## (2) 電波媒體 接觸度

(단위 %)

媒體		라디오				텔레비전				비전	
週間	別	평일	토요일	일요일	평일	토요일	일요일	평일	토요일	일요일	
性	年齢	남	여	남	여	남	여	남	여	남	
총	계	56	48	48	41	43	36	44	55	46	54
연	령	총									
18 ~ 24		70	58	59	60	54	56	29	47	40	50
25 ~ 34		44	48	34	41	29	35	40	57	44	55
35 ~ 44		57	41	50	34	45	28	53	58	50	58
45 ~		57	49	51	37	48	33	47	56	47	48
직업	총										
교수직 및 관리자		36	—	29	—	21	—	50	—	36	—
일반회사원		53	—	38	—	32	—	62	—	68	—
사무원 및 기술자		45	—	40	—	35	—	55	—	60	—
소매상인		57	—	55	—	42	—	58	—	51	—
기능공		65	—	51	—	49	—	18	—	21	—
학생		67	55	52	68	52	58	32	47	44	58
여공		—	44	—	40	—	41	—	50	—	57
가정주부		—	49	—	39	—	33	—	56	—	54
무직		57	38	54	36	51	33	37	64	37	58
경제계	총										
고소득층		55	—	42	—	37	—	52	—	61	—
중산층		45	—	45	—	35	—	61	—	58	—
서민층		67	—	55	—	55	—	24	—	26	—



## “영원히 잊지 못할 「라이온스」”

“정말 잊지 못할거예요 「라이온스」에서의 生活...”  
 “발신이 되고보니 디자인 생각이 드는군요...”  
 “[라이온스]의 서비스와 보살핌으로 즐족하세...”  
 “대회매너를 아낄수 있었지요...”  
 “고객의 관심과 친절로 인연하면 세계 어느곳의 판장...  
 보일 듯지 않아요...”  
 “나들이 아니고 휴양으로 부를 「라이온스」에서 기쁜  
 일주일이 좋았던고를 통하여군요...”  
 “정말 꿈같은 일주일이 있었어요, 다시 한번...  
 「라이온스」에서 지낼수 있는 기회가 있었으면...”

미스 코리아를 素材로 한 廣告가 매년 4, 5월이면 타이틀을 산 회사로부터 터진다.

그러나 타이틀 獨占權의 禁忌를 교묘히 이용한 金星社, 라이온즈호텔, 太平洋化學, 한국화장품의 미스 코리아 素材 廣告는 타이틀 獨占社로부터의 반발을 전혀 갖지 않을 크리에이터의 수단으로 逸品廣告가 되고 있으며 오히려 미스 코리아 話題를 上昇시켜 주고 있다.

라이온즈 황호텔  
 서울 종로 2가 3-1호 TEL 031-112-0111~9

## 2. 新聞 購讀者調查 (readership size)

### (1) 주요 일간지 구독률

	접 총 자	閱讀者	마아케트 세	順 位
경향신문	44(4.3%)	146	5.1	5
동아일보	201(19.6)	708	24.4	2
서울신문	25(2.4)	78	2.7	7
조선일보	220(21.5)	833	28.7	1
중앙일보	196(19.1)	633	21.8	3
한국일보	107(10.4)	383	13.2	4
일간스포츠	34(3.3)	120	4.1	6

① 街 賊 및 회사 배달신문 제외.

② 마아케트 세어는 7개지 총독자에 대한 비율임.

### (2) 記事別 集中率 (1,025명 중)

順 位	기 사 내 용	集中率 (%)
1	사회면	50.9
2	경제면	37.0
3	문화·취미	34.6
4	정치·국제관계	32.0
5	만화	26.1
6	스포츠	25.2
7	고심·칼럼	21.2
8	社会	20.9
9	특별기획물	19.3
10	연재물	14.3

## 3. 週刊紙(誌) 購讀者調查

### (1) 주요 주간지 구독률

	독자수 (%)	閱讀者	마아케트 세	順 位
독서신문	1.6	49	8.8	6
신데이서울	2.5	76	13.6	2
주간경향	1.8	52	9.3	5
주간여성	1.9	69	12.4	3
주간조선	1.4	44	7.9	7
주간중앙	6.4	211	37.9	1
주간한국	1.9	56	10.1	4
(Base=1,025)				

비고 : ① 확장지 구독자 포함.

② 마아케트 세어는 7개지 총독자에 대한 비율임.

### (2) 記事別 集中率 (1,025명 중)

順 位	기 사 내 용	集中率 (%)
1	문화·취미	13.6
2	世態/사회相	12.6
3	畫報	11.8
4	연예·오락	11.6
5	만화	8.6
6	名士·對談	8.5
7	연재물	6.6

## 4. 月刊紙 購讀者調查

### (1) 주요 月刊紙 구독률

	독자수 (%)	閱讀者	마아케트 세	順 位
생 터	1.6	47	10.3	5
新 東 亞	2.8	72	15.8	4
女 性 東 亞	3.0	84	18.4	2
女 性 中 央	5.6	137	30.0	1
月 刊 中 央	1.3	41	9.0	6
主 婦 生 活	2.9	76	16.6	3

### (2) 記事別 集中率 (1,025명 중)

順 位	주 요 내 용	集中率 (%)
1	문화/취미	13.2
2	문화/칼럼	12.3
3	畫報·카메라·로맨	11.6
4	特輯	8.9
5	世態	7.9
6	연재물	7.3
7	만화·만평	6.8
8	좌담 및 對談	6.5
9	학술논문	6.0
10	책머리	4.6

## 5. 라디오 聽取性向

### (1) 集中率 (%)

局 別	평 일	토요일	일요일	세 어	順 位
C B S	5.3	5.7	4.9	6.9	5
D B S	20.9	20.0	17.1	26.3	2
K B S	12.8	10.6	10.6	15.9	3
M B C	12.2	9.5	7.8	14.6	4
T B C	25.6	22.3	19.1	31.6	1
MBC-FM	1.5	1.3	1.1	1.8	7
TBC-FM	2.2	2.2	1.9	2.9	6
총 청취자	51.7	44.2	39.1	100.0	

## 6. 텔리비전 視聽者性向

### (1) 集中率 (%)

局 別	평 일	토요일	일요일	세 어	順 位	
	集中率	세 어	集中率	세 어		
KBS-TV	9.0	13.3	10.8	16.0	12.4	18.0
MBC-TV	17.8	26.3	18.7	27.7	29.6	43.1
TBC-TV	41.1	60.4	38.1	56.3	26.7	38.9
총시청자	50.0	100.0	50.0	100.0	49.8	100.0

## 6. High Reach Ranking of All Media

順位	媒 體	프로그램명 ·記事內容	集中率 %					
1	TBC-TV	일일연속극:蓮花(平日)	33.8	34	MBC-TV	일일연속극:강남가족(平日)	6.4	
2	"	" 어머니(平日)	31.3	35	TBC-TV	주말극장 (토요일)	6.3	
3	"	연속극: 대릴사위(토요일)	23.0		한국일보	경제면	6.3	
4	MBC-TV	웃으면 복이 와요(일요일)	18.6	36	동아일보	社說	6.3	
	TBC-TV	일일연속극:어머니(토요일)	18.6	37	"	특별기획물	6.2	
5	TBC-TV	일일연속극:蓮花(일요일)	16.7		한국일보	정치/국제관계	6.1	
6	조선일보	사회면	16.4	38	MBC-TV	스포츠 (일요일)	6.1	
7	동아일보	"	15.0	39	MBC-TV	토요일 토요일 밤에(토요일)	6.1	
8	중앙일보	"	14.9		TBC-TV	일일연속극:여보정신털(平日)	6.1	
9	TBC-TV	쇼쇼쇼 (토요일)	14.3	40	조선일보	연재소설	5.4	
10	MBC-TV	수사반장	14.2	41	한국일보	문화/취미	5.2	
11	조선일보	취미/문화	13.1	42	KBS-TV	뉴우스와 날씨 (平日)	5.2	
12	TBC라디오	뉴우스와 날씨	11.9		MBC-TV	"	5.0	
13	동아일보	경제면	11.4	43	DBS	연속극	4.9	
	중앙일보	"	11.4	44	MBC-TV	주말의 명화 (토요일)	4.8	
14	KBS-TV	명화극장	11.3		중앙일보	연재소설	4.8	
15	중앙일보	문화/취미	10.9		KBS-TV	전국노래자랑 (토요일)	4.7	
16	조선일보	정치/국제문제	10.7		MBC-TV	부부만세 (평일)	4.7	
17	동아일보	문화/취미	10.6		동아일보	연재소설	4.7	
18	"	정치/국제문제	10.0		44	여성중앙	畫報/카메라 브로	4.0
	TBC-TV	뉴우스와 날씨	10.0					
19	중앙일보	정치/국제문제	9.8					
20	TBC라디오	연속극	9.7					
21	조선일보	만화	9.4					
22	DBS	뉴우스와 날씨	8.6					
23	중앙일보	만화	8.3					
	동아일보	"	8.3					
24	조선일보	스포츠	8.2					
25	한국일보	사회면	8.1					
26	동아일보	스포츠	7.7					
27	"	고십/칼럼	7.2					
	조선일보	社說	7.2					
28	"	고십/칼럼	7.1					
29	TBC라디오	더스크음악	6.9					
	중앙일보	고십/칼럼	6.9					
30	DBS	더스크 음악	6.7					
31	중앙일보	社說	6.6					
32	"	특별기획물	6.5					
33	조선일보	특별기획물	6.5					

### 〈3〉

標本對象의 限界, 調査期間의 時限性, 特히 全地域에 대한 구독자 혹은 시청취자 분포를 파악할 수 없는 아쉬움이 있는대로 이러한 資料는 종래 廣告實務者가 소홀히 여기기 쉬웠던 廣告活動의 一側面에 대한 새로운 跳望을 해 주고 있음을 알 수 있습니다.

We believe that reliable information on readers and audiences of mass media are essential in formulating a successful marketing plan for Consumer products/services.

ASI (Korea)가 이렇게 自信하는 것, 또한 믿음직스러운 것이 아닐 수 없습니다.

註: Media Survey in Seoul, March, 1974, 는 총 46페이지에 걸쳐 3개 章으로 要約 정리되어 있음. 閱覽을 원하시는 분은 한국디자인포장센터 전집실로 연락하여 주십시오.



常設 展示室

### 상설 전시 훌이 설치되어 있습니다

당 센터에서는 여러분의 수출 사업을 돋기 위한 진흥사업의 일환으로 각종 해외 간행물과 캐탈로그 및 팜프렛을 비치하여 향시 열람할 수 있는 도서실과 자료실이 마련되어 있으며, 시각적으로 디자인과 포장의 문제점을 한 눈에 볼 수 있고 선진국의 디자인과 포장의 패턴을 파악할 수 있는 상설 전시 훌이 마련되어 있습니다. 여기에는 당 센터 개발품 중 우수한 작품과 해외 우수디자인 포장 상품이 전시되어 있습니다. 여러분의 많은 참관과 이용을 기다리고 있습니다. 수출사업의 가장 취약점인 디자인과 포장에서 문제점이 무엇이며 선진국 수출상품의 패턴은 무엇인가를 파악하여 여러분의 수출사업에 도움이 되시기 바랍니다.

### \* 여러분의 기고를 기다립니다 \*

本誌에 실을 여러분의 원고를 기다립니다. 디자인·  
포장에 관계되는 글이면 어떤 종류라도 좋습니다.

그 밖에 意見, 質問, 要望, 生活雜記, 隨想, 漫評  
무엇이든, 또 누구시든 제한이 없습니다.

200字 원고지 30매 이내로 주소, 이름, 나이, 직업  
을 적으셔서 당 센터 진흥2과 편집담당 앞으로 보  
내 주십시오. 채택된 원고는 본지 소정의 고료를  
드립니다.

### 디자인·포장 VOL. 5 No.2 (通卷第17卷)

#### 〈非賣品〉

登録日字 1971年 1月 14日

登録番號 바-369호

1974年 6月 25日 印刷

1974年 6月 30日 發行

發行兼編輯人 張 盛 煥

發行所 財團法人 한국디자인포장센터

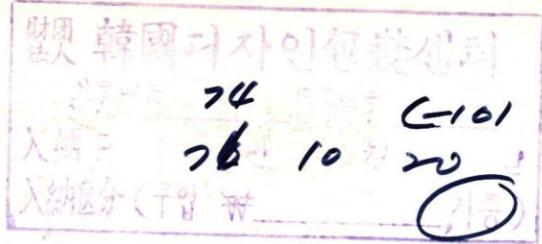
本社: 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128  
TEL ⑨ 5375~8

工場: 서울特別市 永登浦區 加里峯洞第2工業園地  
TEL 直通 ⑨ 3839·2989·3418

釜山支社: 釜山直轄市 釜山鎮區 鶴草洞 405~6  
TEL 直通 ⑨ 0235·0405

印刷所 三和印刷株式會社

〈本誌는 圖書·雜誌 倫理 實踐 要綱을 遵守한다〉



### 事業案内

1. 한국디자인포장센터는 輸出産業 支援의 보다円滑한 促進을 위하여, 全國各主要都市에 地方連絡事務所를 두는 한편 釜山地區에는 支社와 直營工場을 設置 連營하고 있습니다.
2. 当センター는 다음과 같은 事業을 위해, 相談 窓口를 항상 여러분에게 開放하고 있습니다.
  - a. 輸出戰略商品과 地方特產品에 대한 各業體와의 共同研究開發
  - b. 原価節減, 商品의 品質保護 및 購買意慾을 提高하기 위한 각종 包裝의 디자인과 設計
  - c. 輸出 및 內需用 各종 商品의 디자인
  - d. 포스터, 카탈로그, 캘린더, 라벨 등 각종 그래픽 디자인

서울 第2 工業團地에 자리잡고 있는 센터 直營工場 全景





캡타 한국디자인포장센터 KOREA DESIGN & PACKAGING CENTER