

頂上에 올라 大海를 바라본다

제1부

탄생

『그 때를 아십니까』
 『그 나라 살림이 정말 보잘 것 없던 시절이 있었다. 세끼 밥을 먹는 것이 행복이었다. 그때 우리가 생각했던 것은 『잘 사는 나라』를 만드는 것뿐이었다. 그때의 잘사는 나라는 경제적으로 풍요한 나라였다. 그때 이후 우리는 아직도 『잘 사는』이란 뜻은 경제적 의미로만 생각하게 되었다.

아무튼 우리는 증산, 수출, 건설이 진선미인양 날마다 하나씩 계획을 만들고 집을 짓고 다리를 놓아갔다. 함석이나 스텔트로 지붕을 삼은 작은 공장들을 짓고 그 굴뚝에서 나오는 검은 연기를 희망의 상징으로 생각했다. 그나마 공장이라고 이름 붙일 만한 충주 비료공장, 울산 정유공장등은 모두 국영기업들이었다.

그러나 변화와 발전의 시대에는 언제나 앞장서 이끄는 선각자들이 있었듯이 이때에도 나라의 앞날을 밝히기 위해 경제분야에서 돌파구를 열고자 하는 뜻있는 기업인들이 등장했다. 민간정유회사의 설립!

당시 일부 선진국을 제외한 거의 모든 나



이 병 무
 <호남정유 홍보광고팀 부장>

라에서 정유산업은 마치 국영기업의 고유영역처럼 인식하고 있을 때 민간 자본으로 정유회사를 설립한다는 것은 꿈같은 일이었다. LG그룹을 만든 구인회 선대회장이 그 꿈을 실현시키려는 사람들의 중심에 있었다. 럭키개발팀은 정유사업을 럭키의 신사업으로 결정하고 이를 관철시키기위해 방대한 사업계획서를 만들었다. 이른바 『제2정유』의 실수요자를 공모한다는 정부 방침이 발표되고 국내 굴지의 개발들은 저마다 참여의사를

밝혔으나 오랫동안 착실히 준비해온 력키가 최후의 승자가 되었다. 원활한 자본 조달과 안정된 원유공급을 위해 가장 좋은 조건을 제시한 미국의 CALTEX와 합작투자회사 설립하기로 하고 1966년 12월7일 합작투자 계약서에 서명, 1967년 5월19일 회사 설립등기를 마침으로서 오늘날 우리나라를 대표하는 민간정유회사 호남정유가 탄생했다. 지역의 균형발전과 장래 대단위 석유

화학단지의 적격지로 전남 여천군 삼일면 일대가 선정되었고 부지 매입과 설계 자재 발주 등을 포함해 총 18개월이라는 짧은 시간에 모든 공정의 기계 장치가 완공되었으니 그날이 바로 1969년 3월15일이었다.

이날 부터 하루 6만배럴의 원유를 투입하여 휘발유를 비롯한 각종 석유제품을 쏟아내기 시작했다.

호남정유 탄생 이전에 우리나라에는 엄밀한 의미의 석유시장은 존재하지 않았다. 대한석유공사에 의한 배급이 존재했을 뿐이었다. 호남정유가 석유제품 판매대리점을 공개 모집하고 대규모 수요처를 중심으로 거래처를 개척해 나가면서 비로소 우리나라에도 석유시장이 만들어진 것이다. 1968년 10월10일 영업개시를 알리는 신문 광고의 헤드카피는 신생사다운 의욕과 힘이 넘쳐흘렀다.

『한국의 장래를 건설하는 새로운 힘, 호남정유주식회사』

연이어 엔진보호 성능을 획기적으로 개선한 세척휘발유와 세척경유의 광고가 신문지상을 장식했다. 오늘날 엔진보호휘발유의 대명사 테크론은 이처럼 족보있는 명가의 적자이다. 자본주의 경쟁시장에서 영업활동은 꽃에 비유된다. 그 영업 활동 중에서 하이라이트는 광고 그래서 자본주의 국가의 공기는 산소와 질소, 광고로 구성되었다고 한다. 될성부른 나무는 떡잎부터 다르다고 이때 우리 호남정유는 한국광고사에 길이 남을 불멸의 족적을 남기게 된다. 호남정유의 별표 백등유 TV광고가 세계 최고 권위에 빛

석유산업의 신천지를 개척

제2부

나는 클리오(CLIO) 광고상을 획득한 것이다. 곧이어 윤활유와 LPG, 아스팔트 등의 특수 석유제품들도 속속 생산판매되었다. 국가 경제발전이 가속화되고 회사 영업망의 확충에 따라 공장 규모도 증설을 거듭하여 공장 최초 준공 3년만에 하루 16만배럴 규모의 대단위 정유공장으로 우뚝 서게 되었다. 이때 그 누가 짐작했으랴. 그로부터 1년 후에 제1차 에너지 파동이 몰아닥칠 줄을 ... 이와 같은 대형 확장공사가 그에 앞서 완성된 것은 호남정유뿐만 아니라 우리나라 경제 발전을 위해서도 천만다행이 아닐 수 없었다.

호남정유는 증설공사가 이루어지던 1970년과 1971년에 대연각 화재와 여천공장 병커 C유 탱크화재와 같은 대형사고를 겪었으나 필설로 형언키어려운 숭고한 애사심을 바탕으로 위기를 통해 결집된 힘을 새로운 도약의 원천으로 만드는 지혜를 발휘하기도 했다.

1973년부터 우리나라에도 OPEC의 감산에 따른 석유 부족현상이 나타났다. 이른바 제1차 석유위기. 각 정유사들은 가동률 확보를 위한 원유 확보에 비상이 걸렸다. 천정부지로 치솟는 가격도 문제였지만 도대체 물량을 구할 수가 없었다. 정부끼리의 거래나 소위 메이저를 통하지 않으면 원유를 살 수 없는 지경까지 가게 되었다. 급기야는 국내 정유사와 합작관계에 있던 외국 메이저들의 실력 대결의 장이 펼쳐졌다. 호남정유 가동률 94%. A사 70%, B사 58%. 이는 합작선인 칼텍스의 성의있는 협조에 의한 것으로 지금까지 국내 최대 규모의 합작관계를 가장 모범적으로 유지하고 있는 호남정유 주주간의 신뢰를 증명하고 있다. 칼텍스는 1973년 11월23일 당시 박정희 대통령이 에너지 과동때 칼텍스가 보여준 성의에 대한 격려의 뜻을 담은 친서를 지금도 자랑으로 삼고 있다.

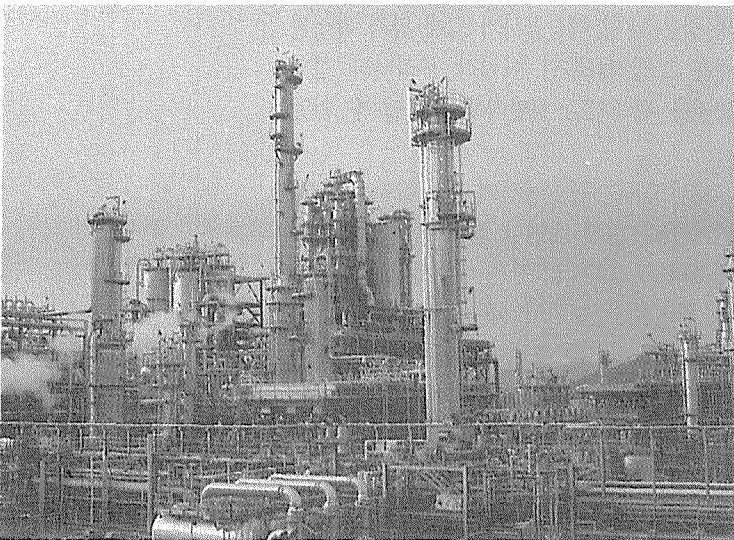
에너지 파동과 관련하여 호남정유의 또다른 자랑은 파동의 영향을 미리 예측하여 1973년 11월부터 1974년 2월까지 열관리운동을 선도하기 위한 열관리 팀을 별도로 구성하여 연료유 다소비처를 방문, 각종 첨단 장비로 열효율 개선을 위한 작업을 권유하였다. 이 결과 70여개 대규모 소비처의 열효율을 10%이상 향상시켰고 이는 정부 주도의 대규모 열관리운동의 기폭제가 되었다.

기름쟁이가 기름 덜쓰는 법을 가르친다는 게 보기에 따라서는 회사에는 역적질일 수도 있지만 언제나 우리는 그런 싸구려 장사치는 아니었다.

한동안 안정세를 유지하던 원유가격이 1979년 1월8일 호메이니의 지시로 이란의 석유노동자들이 총파업을 단행했다. 이로 인해 국제시장에서 이란이 공급하던 물량이 15% 정도였는데 한순간에 사라져버린 것이다. 재빠른 석유업자들은 사재기에 들어갔고 이에 따라 가격이 오르기 시작했다.

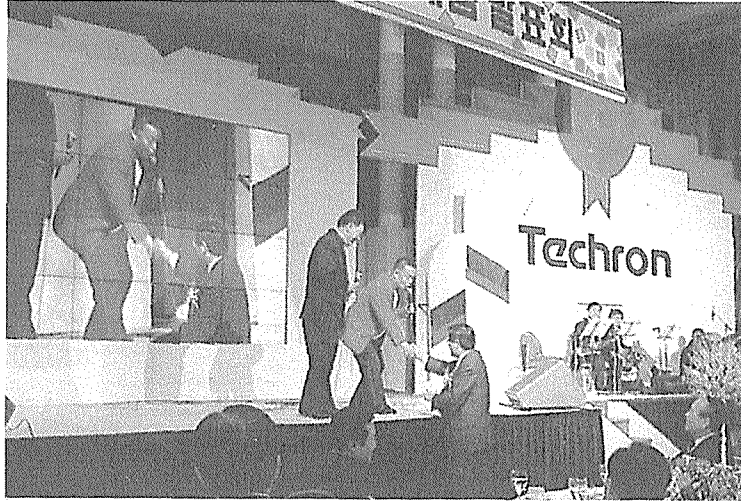
제2차 석유위기. 이 시기동안 원유 가격은 공식가격과 여기에 프리미엄이 붙은 현물가격이 존재하는 이중가격이 형성되었고 사실상의 거래 가격이었다던 현물가격은 1978년 12달러 수준에서 1979년 11월의 배럴당 41달러까지 치솟았으며 1980년 10월에는 전무후무한 41달러 25센트라는 대기록(?)을 세우기까지 했다.

이 여파로 우리나라 경제성장률도 1980년에 사상 유례없는 마이너스 6.2%를 기록하게 된다. 당시 휘발유 1리터의 소비자 가격이 800원을 넘었으니 지금 600원대와 비교해 보면 그 차이를 더욱 실감할 것이다. 그때 돈 800원이 지금으로 치면 얼마인가! 제2차 석유위기때도 칼텍스와의 협조관계는



더욱 돈독해져서 타사와의 원유 도입단가를 비교해보면 배럴당 최고 6달러87센트나 우리가 싸게 들여와 국가 경제에 혁혁한 공헌을 했다.

두차례에 걸친 석유위기는 국내 석유제품 가격을 엄청나게 높여놓았을 뿐만 아니라 일부 국민들은 그 차액을 마치 정유 회사들이 챙기는 것처럼 오해해서 오늘날까지 간간이 나오는 『정유회사는 떼돈 버는 회사』 『정유사업은 땅 짚고 헤엄치는 장사』라는 참으로 웃지 못할 누명을 쓰기도 했다. 당시 영업을 담당했던 사람들은 물량을 공급해줄 수 없어 고객들을 피해다녔다는 기막힌 사연을 전하면서 고객에게 팔 물건이 없어 도망다니는 그 심정을 누가 알겠냐고 하소연하기도 했다.



여하튼 장사는 물건 많이 쌓아놓고 평평 파는 것이 최고라는 것을 절감했다고 한다.

.....

는 부신 고도경제 성장을 거듭했던 70년
간 대 들어 호남정유는 증설을 거듭하여 하루 23만배럴 규모로 커져 있었다. 석유는 산업의 혈액이요 철강은 산업의 쌀이라 했으니 그걸 먹고 자라는 산업 규모가 커지면 당연히 투입량이 늘어나야 하는 법. 70년대 말 호남정유는 향후 수요증가를 능동적으로 대비하기 위해 하루 15만 배럴의 추가 증설을 계획하여 1981년에 완공함으로써 하루 38만배럴 규모의 국내 최대 정유회사로 올라섰다. 1980년 매출액 1조를 가볍게 넘어섰고 1981년에는 2조를 돌파했다.

1980년은 석유시장의 경쟁을 예고하는 해이기도 했다. 국영기업이었던 대한석유공사가 선경으로 인수되어 오늘날의 유공이 출범했고 쌍용정유가 하루 6만배럴 규모로 시장에 참여했다. 시장기류의 변화를 감지한

도약의 80년대

제4부

호남정유는 평소 시장 주도의 영업전략을 유감없이 발휘하여 1981년 칼텍스가 개발한 획기적인 휘발유 CX-3의 전격 출시와 함께 대대적인 광고판촉을 전개했다.

베기가스의 연소 실험을 통해 완전 연소를 증명한 당시 신문광고는 호남정유 제품의 우수성을 만천하에 떨친 획기적인 것으로 휘발유 시장의 지각 변동을 일으켰다. 초창기의 세척 휘발유가 80년대 들어 CX-3와 CX-2000 휘발유로 면모를 일신하며 휘발유 품질을 선도해온 호남정유가 테크론 돌풍을 일으키고 있는 것은 이처럼 오랜 전통 속에서 숙성된 향기때문이다.

그러나 무엇보다 80년대는 호남정유가 정유회사에서 종합에너지및 석유화학기업으로



의 구축함, 순양함을 대동한 호남정유 함대를 형성한 것이다.

또한 호남정유의 80년대는 설비 증설과 함께 내부 경영역량 강화를 위한 혁신 활동이 본격적으로 추진되기 시작한 시기이기도 했다. 혁신활동 첫 단계로 국내 최초의 과학적 문서정리 시스템 도입을 시발로 임직원 1인당 비용 효과 분석에 따른 효율적 직무 재구성, 90년대 들어 유행처럼 번졌던 직급별 회의 시간 비용 분석을 통한 회의 효율화 운동 등이 90년 이전에 이

서 확대 개편을 이루는 시기였다.

1984년 호유에너지를 설립하여 가스 사업에 진출하였고 1987년 삼남석유화학의 지분 참여로 석유화학 진출의 전주곡을 울린 후 1988년 폴리프로필렌 공장 완공으로 석유화학의 첫발을 디뎠고 곧바로 방향족 공장 건설에 착수했다. 드디어 전함인 정유 주변에 윤활유, 가스, 폴리프로필렌, 방향족

루어졌다.

이 기간동안 특기할 만한 사건(?)으로는 외국 기업의 50대 50 합작투자에서 유례를 찾아보기 어려운 단독 경영권 인수였다. 이는 우리 경영능력이 그만큼 발전했다는 증거이기도 했다. 또한 1987년 여의도에 신축된 그룹 빌딩으로 입주하여 그룹과의 일체감을 높인 것도 기억할만 하다.

제5부 세계 초우량 기업으로서의 발전

90년대는 그동안 추진해온 석유화학 분야 진출의 골격을 이루는 방향족 공장의 완공과 함께 시작되었다. 경쟁과 이에 따른 시설 고도화가 업계의 속제로 대두되는 시기이기도 했다. 호남정유는 1992년 고유황 경유탈황시설을 가동하기 시작했고 일산 22만 배럴의 증설 허가를 취득하여 질적인 면과 양적인 면에서의 도약대를 마련했다.

1993년 업계 최초의 국제 품질인증규격

인 ISO 9000 인증을 획득함으로써 품질 경영 체제를 갖추었다. 1994년 그동안 회사 전반을 총괄하던 경영 혁신의 기수 허동수 사장이 취임하여 21세기를 향한 구조혁신의 기치를 높이 내걸었다.

그 첫번째로 그동안 난립되었던 직영 대리점의 효율적 구조 조정을 통해 세방석유와 호유판매의 양대 직영대리점 체제를 갖추었다. 그 어느 때보다 석유시장에서의 도전과 침탈이 극심했던 해였으나 호남정유는 최고 경영자의 신속 정확한 결단과 일사불란한 대응으로 시장 경쟁에서 업계의 선도

적 지위를 획득한 해로 기억된다.

특히 당시 가격 인하와 옥탄가경쟁이 벌어졌을 때 호남정유가 취했던 『바람직하지 못한 경쟁이지만 시장이 침탈되는 것은 용납할 수 없다』는 것은 명분과 함께 불퇴전의 용맹을 보여준 것으로 경쟁 시장에서 기업이 취할 수 있는 모범적 자세로 평가 받았다.

바람직하지 못한 경쟁에 대해 일침을 가했으면 바람직한 경쟁의 모범도 보여야 하는 법. 호남정유는 세모의 기운이 감돌던 1994년 12월15일 고객들을 초청한 자리에서 국내 최초의 브랜드 휘발유이자 엔진보호 휘발유 『테크론』의 출시를 발표했다. 곧바로 톱탈런트 이승연을 모델로 해서 웅장하면서도 친근감을 주는 출시 광고를 터뜨렸다. 적극적인 영업 활동과 홍보 전략에 힘입어 순식간에 테크론은 휘발유의 대명사가 되었다. 급기야는 95년에 주요 언론사들이 선정하는 히트상품을 석권하고 능률협회에서 선정하는 고객 만족도 1위를 통해 만천하에 테크론의 성기를 드높였다.

또한 95년은 그동안 야심찬 전략 사업으로 추진하던 고도화시설의 핵심인 세계 최대의 증질유 분해시설 완공과 파라크실렌 시설의 획기적인 증설로 질적인 성장에 걸맞는 중량감을 갖추게 되었다.

한편 90년대 상반기는 호남정유가 고객만족 경영의 선도적 위치를 획득한 시이기도 했다. 92년 업계 최초의 고객센터팀 개설로 24시간 고객센터 체제를 완비하였고 주유서비스 교육팀은 주유소에서 판매원들의 동작까지 바꾸고 있다. 국내 최고, 최대의 기업문화행사인 푸른문화예술축제를 시작함으로써 호남정유뿐만 아니라 석유업계에 대한 국민의 인식을 바꾸는 성과를 거두기도 했다.

94년, 95년 연속적으로 획득한 국제 산업 안전콘테스트 1위 입상으로 호남정유라는 이름이 곧 신뢰의 상징이 되게 했고 업계 최초의 국제환경인증 ISO14000 획득은 개방의 파고와 함께 밀려오는 환경규제 강화의 움직임에 능동적으로 대처하는 모습을 확실히 보여주었다.

21 세기가 열릴때쯤 호남정유는 세계 속의 초우량 종합에너지 및 석유화학회사로 서 있게 될 것이다. 지금까지의 노력과 자부심도 그날 평가받게 될 것이다. 향후 집행될 총 4조원의 투자와 총체적 원가 경쟁력 확보를 위한 임직원 모두의 행동 혁신으로 우리는 그날을 대비한다. 그리하여 세계 최고의 품질과 서비스를 제공하는 회사, 세계에서 가장 알찬 회사, 아무도 넘볼 수 없는 힘있는 회사, 항상 새롭게 변신하는 살아있는 회사, 가장 아끼는 사람들에게 기

비상하는 21세기

제6부

꺼이 몸 담기를 권할 수 있는 회사. 그리고 무엇보다도 우리 국민들이 하나쯤 가지고 싶어하는 한국의 대표회사가 되려고 노력한다. 그것을 위해 호남정유는 곧 새시대에 걸맞는 새 옷을 입게 된다.

새시대를 향해 등지를 떠나는 새처럼.

29년의 아쉬움보다 미래의 100년, 200년을 위해. ♣