



탐방

(주) 금비

# 사업확장으로 기업화에 박차

## 다양한 색상의 유리병 개발로 업계에 활력

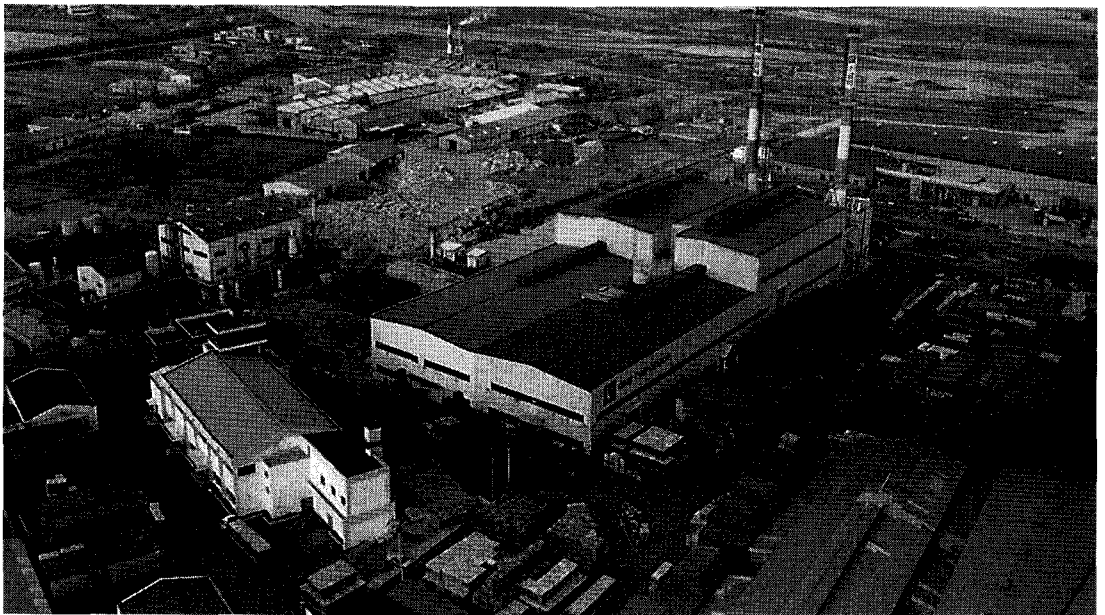
### 포장재로서의 역할 충실한 유리병 생산

최근 소비자들의 성향을 보면 안전에 대해 민감한 것 같다. 특히 먹는 것, 즉 음식문화에 있어서는 더욱 그러한데 다양한 제품들이 쏟아져 나오고 있는 시장에서 소비자들의 선택기준은 포장이 얼마나 눈에 띄고 또한 제품을 만든 회사의 지명도에 의해 좌우되는 것 같다.

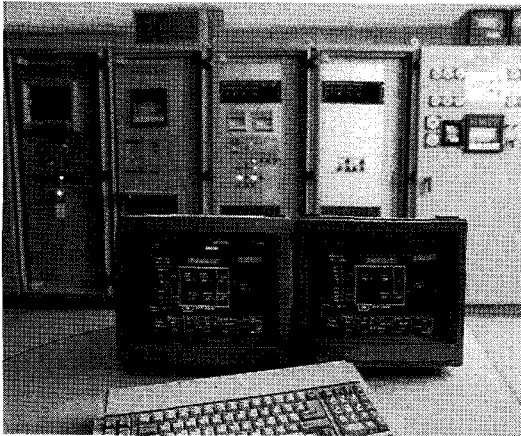
소비자들에게 널리 기억되는 지명도있는 회

사들은 그 각자의 노력에 의한 것도 있지만 그 제품을 완성키 위해 여러 업체들이 함께 했기 때문에 가능한 것이다. 즉 널리 알려지지 않았지만 묵묵히 제 역할에 충실하면서 소비자들에게 이미 제품으로 익숙해져 있는 업체들이 있어 우리가 사용하는 제품들이 있는 것이다.

소주, 오랜기간동안 서민들의 술로 대중화되어온 '소주'하면 생각나는 것은? 아마도 진로가 아닐 듯 싶다. 얼마전부터 업계에 불어닥친



▲은양공장 전경



▲중양통제 System

프리미엄 소주 열풍에 잠시 주춤하는 듯 했던 진로소주는 이런 프리미엄 소주의 열풍에 맞추어 '참나무통맑은소주'라는 숙성소주를 내놓고 그 명성회복에 박차를 가하고 있다.

이처럼 소주하면 가장 먼저 떠오르는 진로의 이미지는 대중주로 널리 인정받는 소주의 맛과 열은 하늘빛의 병일 것이다.

소비자들에게 친숙한 이름은 아니지만 이 하늘빛 병으로 이미 소비자들에게 다가서 있는 (주)금비는 바로 제2선에서 진로소주라는 제품의 완성을 위해 유리병의 색상과 모양을 통해 그 이미지를 만들어 가고 있는 업체이다.

전체 생산량의 70%정도가 진로의 제품으로 유입되는 (주)금비는 S·B, E·G, F·L, A·M 병 등 4가지 종류의 제품을 주로 생산하고 있으며 최근에는 긴 기간동안 전기로 용융시험 등을 통해 세계최초의 색상으로 맑고 파란 기운이 도는 깨끗한 느낌의 참나무통맑은소주제품의 병인 B·G병을 개발했다.

B·G병의 이런 이미지는 진로의 참나무통맑은소주의 이미지와 부합돼 판매력 증강에 기여,

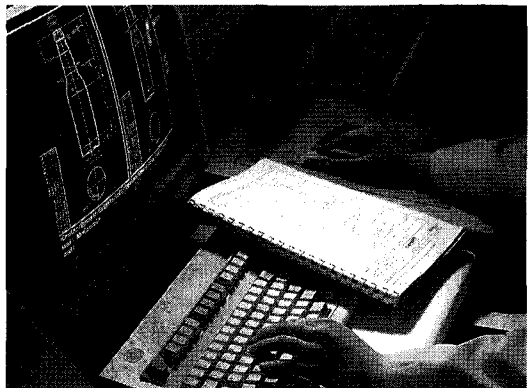
포장재로서의 제역할을 다하고 있기도 하다.

(주)금비는 아직까지 내수의 비율이 월등히 높지만 끊임없는 신제품개발에 노력하고 있으며 이러한 결과로 최근 스모키컬러를 개발해 까다로운 일본시장으로의 수출을 시작했다.

최근에 불어닥친 프리미엄소주 열풍을 비롯해 유리업계는 물론 모든 분야에 있어 다양해진 소비자들의 요구에 따라 각종 신제품들이 개발되고 있고 이에 따라 소비자들의 요구에 부응하는 신제품을 만들기 위해 소비자들의 의견을 개진할 수 있는 창구를 만들어 요구를 수렴하고 있다. (주)금비도 이에 대한 노력을 게을리 하지 않고 있는데 영업부에서 업체는 물론 소비자들의 요구를 수렴해 마케팅부서에 전달해 제품 생산에 적극 반영하는 통로를 마련하고 있다.

진로유리로 출발해 지금껏 유리병생산에 주력해온 (주)금비는 얼마 전 오너로 취임한 고병헌 회장의 추진력과 다양한 분야에 대한 관심으로 현재 유리부문은 물론 패션분야, 화장품분야 그리고 레저분야에 참여해 별도법인의 형식으로 운영하며 사업의 폭을 넓혀가고 있다.

유리부문, 화장품부문, 패션부문 등으로 구성



▲유리병 디자인 과정



▲유리병 생산라인

된 (주)금비는 이러한 사업확장으로 업무량이 많아지고 이에 따른 직원들의 혼란과 불만을 방지하고 업무의 효율성을 높이기 위해 업무의 분담과 사내 복지 향상에 더 많은 심혈을 기울이고 있다.

유리업계는 24시간 풀가동체제와 작업특성상 최근 젊은이들이 기피하고 있는 3D업종으로 분류될만큼 업무량이 많은 직종인데 이러한 상황에서 꾸준히 제자리를 지켜올 수 있었던 (주)금비의 원동력은 바로 노사간의 신뢰와 사원복지에 대한 아낌없는 투자, 그리고 사원 한사람 한사람의 능력을 인정해주고 키워내려는 노력이 있기 때문에 가능한 것이다.

### 사내복지증진과 적극투자로 신뢰 유지

세계화, 국제화시대에 (주)금비는 기술력과 인적자원의 자질 향상을 도모해 경쟁력을 강화하고 있다. 이러한 노력의 일환으로 (주)금비에

서는 사원들에게 전시회, 공장견학 등 해외출장의 기회를 다양하고 폭넓게 부여하고 있다. 또한 사내에 외국어 강좌를 개설해 사원들의 세계화 적응능력을 향상시키는데 주력하고 있으며 생산성본부 등에서 이루어지는 외부전문교육에 적극참여를 권유, 스스로 노력하고 전문지식을 습득하는데 도움을 주고 있다.

또한 사내모임의 활성화를 위한 지원에 대한 아낌없는

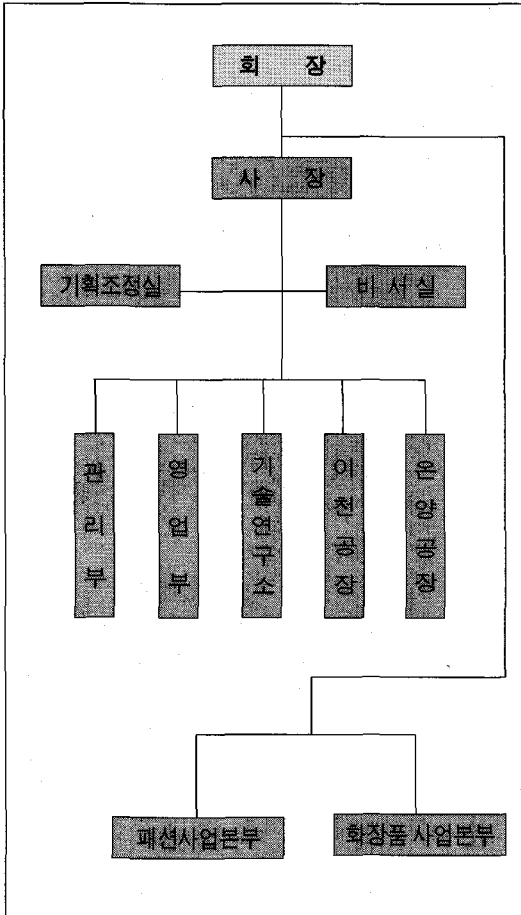
투자를 통해 사원들의 사기진작은 물론 사내 분위기 일신에 노력하고 있는데 축구, 산악회, 래프팅, 볼링, 바둑, 꽃꽂이 등 동아리 형식의 모임을 두고 사원들 스스로가 여가시간을 이용해 애사심과 서로간의 공감대를 형성할 수 있도록 지원하고 있다. (주)금비의 특징있는 사내모임으로 토리회라는 모임은 들 수 있는데 이 모임을 불우이웃 돕기의 외부활동과 사내환경에 대한 토론 등의 활동을 하고 있다.

### 금비의 개성있는 위상 만들기

이러한 서로간의 깊은 신뢰감을 토대로 올 임금협상도 보름만에 쉽게 끝났다고 한다.

최근 제기되고 있는 유색병의 환경문제에 대해 기획조정실의 임형원 과장은 “기술력이 향상되고 유리병의 색상이 다양화되고 있는 요즘 소비자들의 요구와 업계의 발전상으로도 유색병의 생산은 긍정적이라고 할 수 있습니다. 하지

[회사기구표]



만 현실적으로 제기되는 환경문제와 관련해 물론 문제시될 수 있는 여지가 있다고 생각이 되므로 관계자들이 세분화된 사전지식하에 깊이 있고 좀더 근거있는 제기를 통해 업계와 환경문제를 해결해 나가려는 노력이 있어야 할 것입니다"라며 견해를 밝혔다.

재활용문제가 대두되고 있지만 제품의 고급화와 맞물려 유색병은 색상과 디자인의 미려함 등으로 소비자들로부터 호응을 받고 있는 것이 사실이고 앞으로 더욱 많은 제품들이 다양하게

쏟아져 나올 것이다. 따라서 (주)금비는 이러한 소비자들의 기호에 맞는 유리병을 환경친화적 차원에서 공급하기 위해 연구개발 하는데 최선을 다할 것이라고 한다.

현재 450억 정도의 매출액을 올리고 있는 (주)금비는 이천공장에서 생산하고 있던 S·B 제품라인에 B·G병라인을 증설해 생산하고 있으며 온양공장에서는 이 두 제품을 제외한 모든 제품을 생산하고 있다.

프리미엄 소주의 돌풍에 속성소주라는 새로운 개념의 도입으로 소주업계를 평정하고 있는 진로의 참나무통맑은소주는 깨끗한 맛이 주원인이라고 할 수 있을 것이다. 그러나 그 깨끗한 맛에 걸맞는 유리병의 미려한 디자인과 깔끔한 라벨, 이에 어울리는 병의 색상 등이 충분히 어우러져 제품의 성공원인으로 작용하고 있는 것이다.

(주)금비는 다량생산으로 개성없는 제품을 소비자들에게 제공하기보다는 (주)금비만의 독특한 개성있는 제품으로 작은 규모이지만 그 위상이 확고한 기업으로 자리매김하고 있다.

앞에 서진 않지만 자기 자리에서 튼튼한 토대를 구축하고 그 힘을 기반으로 조심스럽게 앞으로 나설 준비를 하고 있는 (주)금비의 커다란 성장을 기대해 본다. [K]

윤지은 기자

**정기구독 및 광고문의**  
TEL : 780-9782