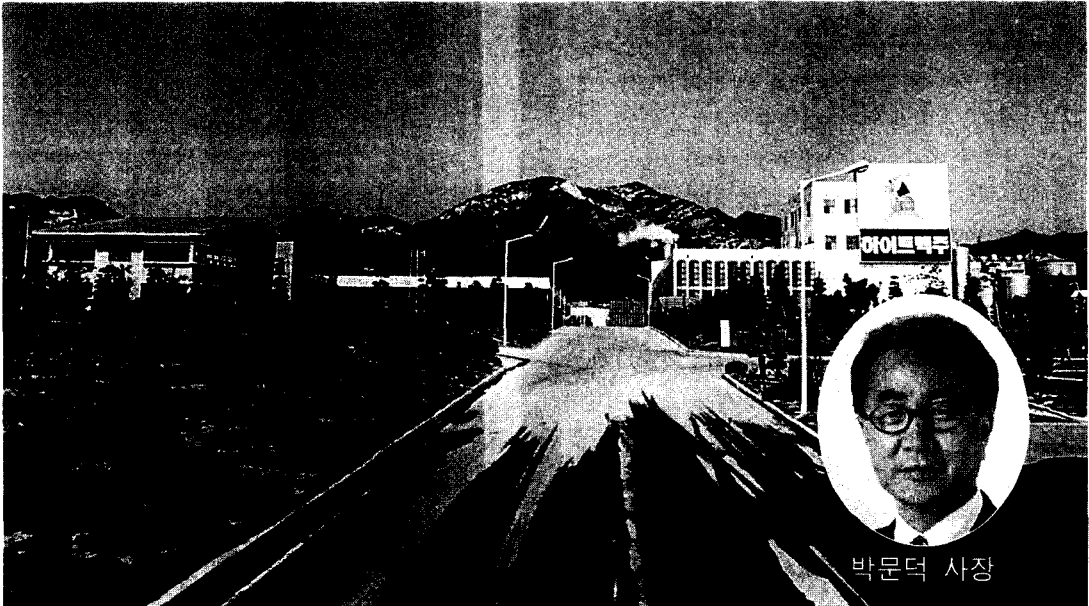


조선맥주(주)



“인간 존중의 경영(Humanity), 미래 지향의 경영(Innovation), 고객 신뢰의 경영(Trust), 품질 제일의 경영(Excellence)”의 머리 글자로 우리 곁에 가까이 있는 『HITE』, 오랜 전통과 명성을 가진 조선맥주를 찾아가 보았다.

맥주 산업의 외길을 걸어온 조선맥주(사장 박文德)는 일제하에 大日本맥주 회사로 첫발을 내딛어 「삿뽀로」 상표로 제품을 생산한 이래 올해로 64주년을 맞이하였으며, 1933년 12월 경기도 시흥군 영등포읍 부지에 공장을 준공했을 당시 자본금 6백만원, 10만평의 공장 규모를 갖춘 우리 나라 최초의 맥주 회사로 태어났다.

1954년 3월 국내 최초의 유엔 군납과 1962년 국내 최초의 해외 수출을 시작으로 해외시장에 일찍이 관심을 가진 조선맥주는 1968년 국제 식품 심사 위원회(ICSP) 최우수상을 수상하여 크라운 맥주의 품질을 인정받았으며, 1971년 영등포 공장의 시설을 2배로 확장(년 950만 C/S 생산 능력)한 뒤 1973년 8월 기업공개

를 통해 주식을 상장 하였다. 또한 1977년에는 마산에서 『이젠백』 맥주를 생산하던 한독 맥주를 인수하고 1979년 마산 공장과 영등포 공장의 생산 능력의 확장으로 총 3,400만 C/S의 생산 능력을 보유하게 되었다.

현재 조선맥주는 지하 150m, 208m, 225m, 238m의 다양한 암반층에서 뽑아 올리는 100% 암반 천연수를 사용, 하이트 맥주의 절반 가량을 생산하는 92,000여 평의 대지 위에 최첨단 설비 및 환경오염 방지 시설까지 완비한 대표적 자동화 공장인 전주 제3공장(30만kl), 영등포 공장(16만kl), 예로부터 물 맑고 깨끗하기로 이름난 무학산 기슭에 위치한 마산 공장(30만kl) 등 총 3개 공장에서 76만kl(500ml×20병 기준, 7,600만 상자)의 생산 능력을 보유하고 있다. 또한 연간 32,000톤의 맥아 생산 능력을 갖춘 동양 최대의 매머드급 공장인 진주 맥아 공장을 보유하고 최우량 두줄 보리로 맥아를 생산하고 있다.

올해 영등포 공장 폐쇄를 계획하고 있는 조

선맥주는, 단일 공장으로는 최대의 생산 능력을 갖춘 홍천 공장(50만kl)을 준공하여 마산 공장 30만kl, 전주 공장 30만kl, 총 110만kl(년산 1억 1천만 상자)를 생산할 수 있어 종전보다 45%의 생산량 증가를 가져와 조선맥주가 창사이래 처음으로 년산 1억 상자의 생산 능력을 갖추는 명실상부한 맥주 업계로서의 두각을 나타낼 수 있게 될 것이라 한다.

지난 과거와는 달리 조선맥주 『HITE』는 많은 소비자에게 친근함을 전하고 있다. 하지만 그 일면에는 사운을 걸만큼 절박한 상황과 위기가감이 팽배해 있었던 어려운 시절이 있었다.

이러한 어려운 상황을 극복하기 위해 1992년 5월 처음으로 마케팅부를 신설하고 신제품 개발을 위한 준비 작업과 함께 조선맥주 쏘임 직원은 결국 차별화 되지 않은 제품으로는 살아남을 수 없음을 인식하고 제품의 차별화와 혼신의 노력을 기울였다.

결국 하이트 맥주는 매출과 시장 점유율에서 높은 신장세를 보이며 소비자에게 가까이 다가설 수 있었고 단일 브랜드로서의 우수성을 유지할 수 있었다.

맥주 역사상 2년 연속 히트 상품에 선정된 하이트(HITE)는 국내에서는 처음으로 최첨단 공법인 MCF(Micro Ceramic Filtering)공법을 사용하여 맥주의 품질을 결정하는 물의 차별화에 노력을 기울이고 있다. 또한 기존 맥주의 뒤끝에 남는 씹쓸한 잔미를 완전히 제거시키는 新드라이밀 공법(Dry-Mill)을 사용하여 맥주보리 껍질의 침출물에서 생기는 쓴맛을 제거한 것이 특징이다.

또한 발효력이 뛰어난 아로마 호프와 장기간 저온 발효법으로 빚어낸 깊고 부드러운 음료 같은 맥주 마일드(Mild)가 있고, 발효력이 뛰어난 특수 효모 CB-70과 아로마 호프의 엄격한 선별, 고발효, 장기간 저온 저장으로 허끝에 감도는 깨끗하고 독특한 맛의 세계를 개척한 크라운 슈퍼 드라이(DRY)가 있다.

또한 조선맥주는 전세계 130여개국 세계인

이 즐기며 덴마크 왕실 맥주의 소중한 명예를 간직한 칼스버그 제품으로 고품격 맥주를 보급하고 있으며, 강한 맛을 즐기는 소비자를 위해 복구품의 정통 흑맥주인 스타우트를 보급하고 있다.

국내 위스키의 고급화를 위해 360년 전통의 최고급 위스키 딤플(Dimple)을 공급하므로써 위스키 애호가들에게 스코틀랜드 고대 왕국의 정교한 숙성과 블랜딩의 깊은 맛을 제공하고 있다. 또한 1846년 스코틀랜드의 존 듀어에 의해 탄생되었고 빅토리아 여왕의 로얄 워런티(Royal Warranty : 왕실 보증서)에 빛나는 스카치 위스키 듀어스와 250년의 역사가 살아있는 정통 위스키의 매력을 전세계 200여 개국 사람들과 함께 즐길 수 있도록 화이트 호스(White Horse)를 공급하고 있다.

또한 최근의 용기 다양화 추세에 발맞추어서 국내 최초로 캔 맥주에서는 가장 작은 용기 250ml 『하이트 원 샷 캔』을 개발, 미니 캔 시장의 先占에 나서고 있으며 생맥주 시장에서 『라이브생 by HITE』를 출시하여, 향후 고품질 프리미엄급 생맥주로 자리잡도록 高가격 전략을 구사할 예정이며, 소비자와 좀더 친숙할 수 있게 라이브 공연장 등을 통한 판촉 지원의 적극적인 활동을 계속 펼쳐 나갈 계획이 있다.

특히 조선맥주는 기업의 사회적 사명을 다하고 사회 문화 발전에 많은 노력을 기울이며 무엇보다 사람을 소중하게 생각하는 기업으로 이미지를 심어 주고 있다.

이는 사람이 모든 것의 중심이며, 사회 발전 또한 여기에서 비롯된다는 조선맥주의 신념이며 인재 양성, 건전한 사회 문화를 조성하는 일에 유독 남다른 노력을 기울이는 이유가 바로 여기에 있다고 한다.

삶의 질을 높이고 문화를 발전시키는 스포츠, 연극, 음악, 미술 등 다채로운 사회 문화 행사를 적극 후원하고 있으며 더 나아가 내일의 주역이 될 청소년들의 건전 문화 육성과



[공장 설비]

정착에도 적극적인 투자를 아끼지 않는 것을 느낄 수 있었다.

하이트배 에어로빅 대회, 젊음의 축제, 대학생 스키 캠프 등 다양한 이벤트 행사를 매년 개최하는 등, 앞으로도 사람을 키우고 사회 문화를 발전시키는 일에 적극적으로 앞장서겠다고 한다.

현재 환경문제에 특별한 관심을 기울이고 있는 조선맥주는 60년대 이후 농·공·생활 용수, 온천 용수, 음용수의 개발을 위해 무분별하게 파헤쳐진 지하수공(地下水孔)을 통해 빗물 및 지상의 각종 오염 물질이 지하로 흘러들어 가는 심각한 문제성을 인식하고 한번 오염되면 영원히 되살릴 수 없는 지하수를 소중히 하는 의미에서 버려진 수십 만개의 지하수공을 찾고, 메우고, 관리하여 지하수 오염을 막는 일, 누군가는 꼭 해야만 하는 이 일에 조선맥주는 『한국 지하수 자원 보전 협의회』의 활동 지원과 함께, 폐기 방치된 지하수공의 원상 복구와 보존을 위해 노력하고 있다.

조선맥주의 분위기는 과거와는 달리 1,727명 소임직원이 모두 하나가 되어 『하면 된다』라는 자신감과 사기가 진작돼 있음을 확인할 수 있었다.

조선맥주는 1993년 5월 10일에는 내부경영 혁신의 일환으로서 제2의 창업을 위한 「HITE 운동」 추진결의대회를 열었다. 이날 대회에는 전임직원들이 참석한 가운데 4대 경영이념을



[지하천연수보존 캠페인]

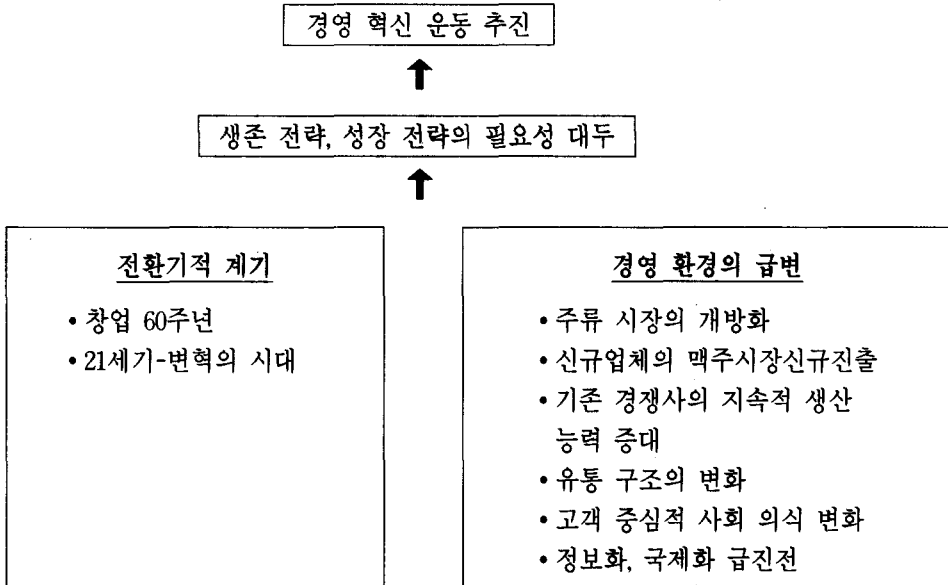
선포하였으며 '혁신만이 도약의 길'임을 깊게 인지하고, 창의적이고 도전적인 자세로 혁신활동을 수행하여 모든 낭비요소를 철저히 제거함으로써 강한 경영 체질 구축을 다짐하였다.

세계는 바야흐로 국경이 없는 무한 경쟁의 시대에 돌입하고 있고, 급변하는 시장 환경과 시장에서의 치열한 경쟁, 고객 요구의 다양화 및 고급화 등은 기존의 경영 패러다임에 대변화를 일으키고 있다.

맥주 시장 또한 예외가 아니어서, 철저한 차별화를 기해 소비자의 요구에 더욱 더 밀착하여 접근하지 못하면 살아남을 수 없는 냉엄한 적자생존의 현실에 처해 있는 것이다. 또한 EC 및 미국의 통상 압력으로 국내 주류 시장이 개방되어 세계적인 유명 상표의 제품들이 쏟아져 들어 올 것으로 예상되며, 일반 맥주와 프리미엄 맥주로 다양하게 가격이 형성된 국내 맥주 시장의 치열한 경쟁이 예상된다.

반면 정부의 주류에 대한 점진적인 규제 완화에 따라 기업의 자생력 배양에 어느 정도 도움이 될 것으로 보이지만, 이보다 앞서 가혹한 주변 환경 속으로 카멜레온처럼 적응하고 진보하기 위해서, 조선맥주는 스스로 변신하고 혁신하지 않으면 앞으로 고객 앞에 설 수 없다는 것을 절감하고, 『HITE운동』을 창립 60주년 원년으로 삼아 향후 적극적으로 추진해 나갈 것을 결의하였다.

< HITE운동 추진 배경 >



현재 조선맥주는 맥주와 청주, 최근에는 위스키 사업을 대폭 강화하는 등 주류 생산 및 판매를 모체로 2000년대 국내 40대 기업에 진입한다는 경영 목표를 세워 놓고 있다. 이를 위해 현재 주류 사업을 중심으로 종합 주류

메이커로의 발전을 도모하는 한편 계열사를 통해 질적 향상은 물론 외형도 함께 확대할 계획이다.

그룹 청사진은 주류, 식음료, 유통, 건설, 레저 및 서비스와 기타 제조업등 크게 6개부문

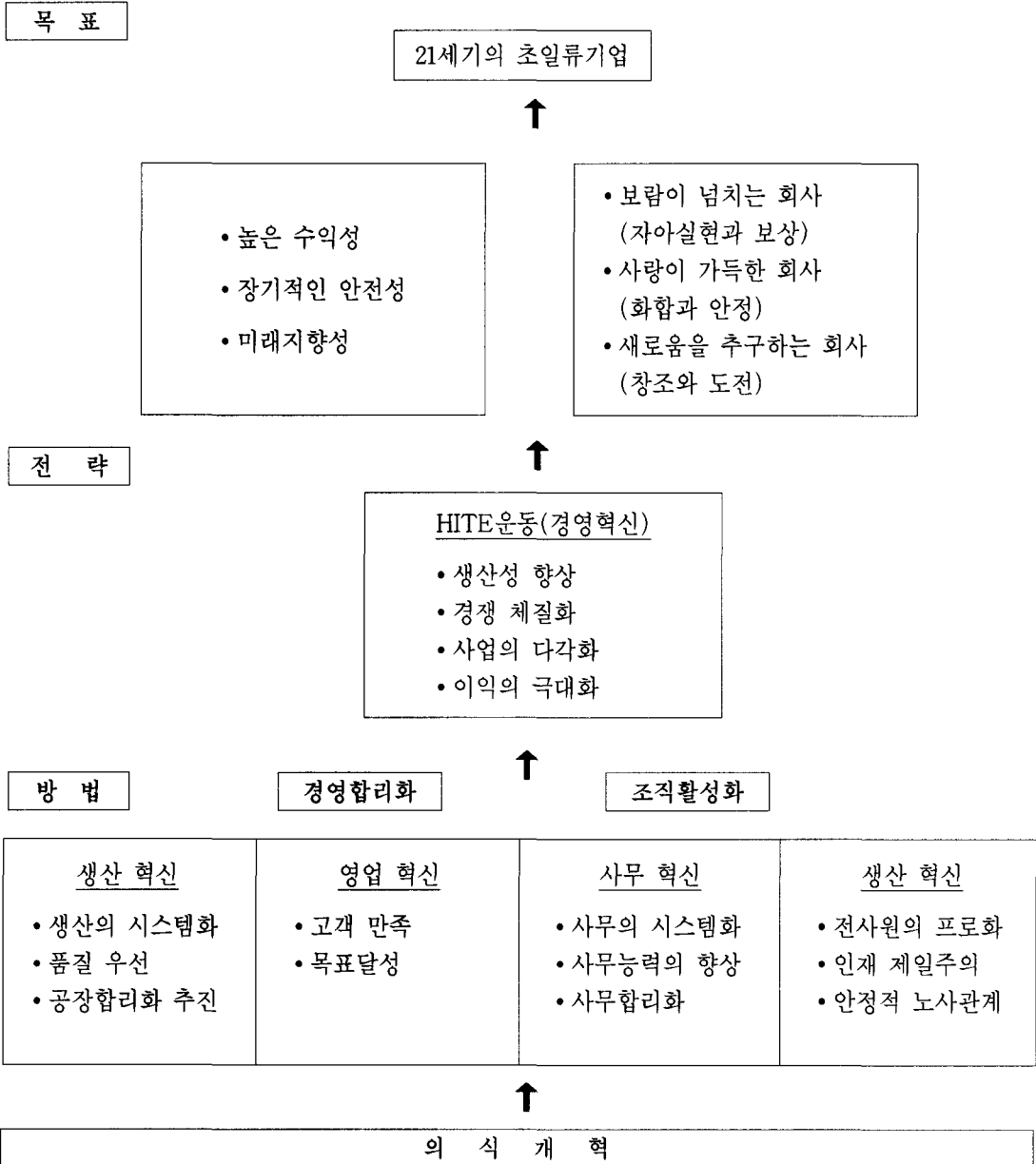
| 제품명 | 용량 | 용기 | 알콜도수 |
|-------|-------|----|------|
| 하이트 | 640ml | 병 | 4.5% |
| / | 500ml | 병 | 4.5% |
| 드라이 | 355ml | 캔 | 4.5% |
| 하이트 | 250ml | 병 | 4.5% |
| | 500ml | 캔 | 4.5% |
| 크라운 | 640ml | 병 | 4% |
| / | 500ml | 병 | 4% |
| 마일드 | 330ml | 병 | 4% |
| | 500ml | 병 | 4% |
| | 355ml | 캔 | 4% |
| 스타우트 | 330ml | 병 | 4.5% |
| | 330ml | 병 | 5% |
| 칼스버그 | 330ml | 병 | 5% |
| 딤플 | 750ml | 병 | 43% |
| 듀어스 | 700ml | 병 | 40% |
| 화이트호스 | 700ml | 병 | 40% |

[생산품목]



[제품사진]

< HITE운동 추진 체계 >



에 초점이 맞춰져 있다. 우선 주류 부문은 조선맥주와 함께 금관 청주 하이스코트 등을 집중 육성한다는 방침이다.

이를 위해 맥주 부문에서는 50만kl 생산 능력을 갖춘 홍천 공장이 올해 본격 가동되면, 생산 능력이 110만kl로 대폭 확대되고 이를

기점으로 새로운 특급 맥주 출시 등 신규 브랜드를 선보일 계획이다. 특히 70% 이상 수입에 의존하고 있는 맥주 원료의 원활한 수급을 겨냥해 해외 맥주 원료 농장을 물색 중이며 생산 기지 구축을 위해 중국, 인도, 베트남 등과 합작선을 모색 중이다. 위스키의 경우 원액

을 들여와 국내에서 제조하는 직접 생산도 서 두르고 있다.

식음료 부문은 최근 설립한 녹수원을 통해 먹는 샘물 “퓨리스”를 시판하면서 생수 사업에 진출하게 되었으며, 건강식 음료 사업에도 착수할 계획을 갖고 있다.

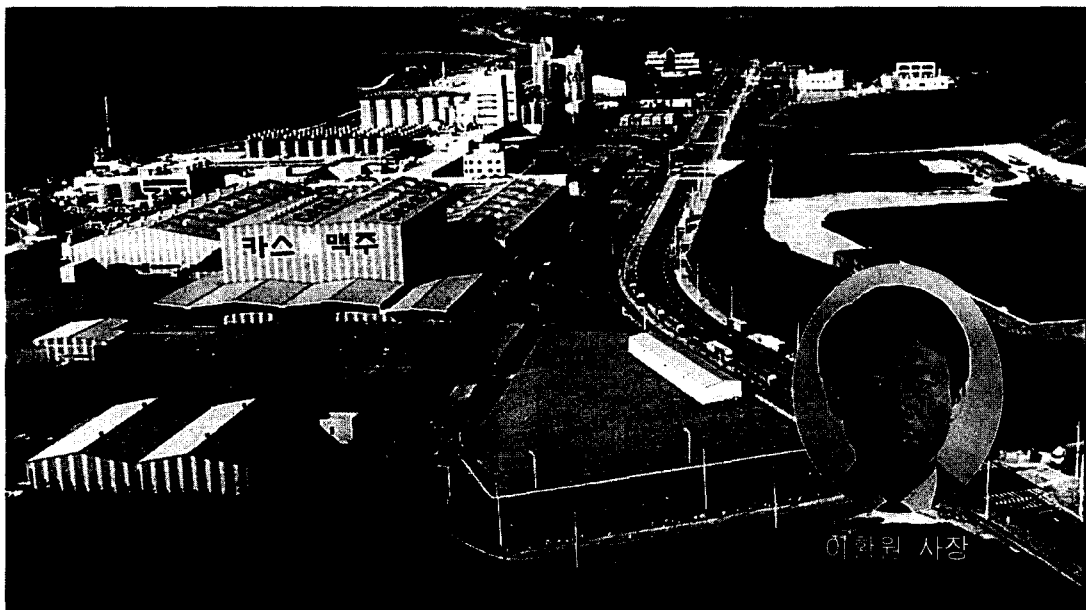
이외에도 계열사인 월창 건설을 통해 주택 건설 및 플랜트 사업과 사회 간접 자본(SOC) 사업을, 근대화유통은 新유통 업체와 유통 체인, 운송 사업 진출의 교두보 구실을 하게 된

다고 한다. 특히 실버 타운 사업과 호텔 콘도 사업, 케이블 TV사업에도 진출한다는 계획을 세워 놓고 있는데 이중 일부 사업은 현재 이 전을 추진 중인 5만여 평의 영등포 공장터를 활용할 것 이라는 설명을 듣고 사업의 다각화·제품의 차별화를 바탕으로 21세기 초 일류 기업을 목표로 고객 만족과 균형 있는 국가 발전을 위해 역동적·현신적으로 맘을 홀리고 있는 HITE人的 긍정적 사고 방식을 마음속에 간직한채 발걸음을 되돌렸다.

회사 현황 및 연혁

| 현 | | 황 | |
|----------|--------------------------------|--|----------------------------------|
| 회 사 명 | | 조선맥주 주식회사 | |
| 대 표 자 명 | | 朴 文 德 | |
| 주 소 | 서울사무소 영등포공장 | 서울시 영등포구 영등포동 640. TEL. 520-3630 | |
| | 공 장 | 마산 : 경남 마산시 회원구 구암1동 666-1 TEL : (0551)55-0171/6 전주 : 전북 완주군 용진면 신지리 982-41 TEL : (0652)244-5112/20 | |
| 설립년도 | | 1933년 8월 9일 | |
| 창립기념일 | | 1952년 6월 17일 | 자본금 445억원 |
| 종업원수 | | 1,727명 | 임원 : 31명, 사무직 : 833명, 생산직 : 894명 |
| 면허종목 | | 맥주 | |
| 생산주종 | | 맥주 | |
| 사 훈 | | 인화, 근면, 책임 | |
| 연 | | 혁 | |
| 년 월 일 | 내 용 | | |
| 1933. 8 | 국내 최초의 맥주 회사 창립 | | |
| 1967. 3 | 전국우량식품 심사회 대통령상 수상 | | |
| 1968. 3 | 국제식품심사위원회의 최우수금상 3개부문 수상 | | |
| 1973. 8 | 기업공개(3억5천만원 공모증자), 자본금 26억4천만원 | | |
| 1978. 1 | 마산공장 생산가동 | | |
| 1989. 8 | 신제품 SUPER DRY 맥주 개발시판 | | |
| 1989. 9 | 전주 3공장 준공 | | |
| 1991. 3 | 신제품 DRY MILD개발시판 | | |
| 1991. 3 | 대표이사 박문덕 사장 취임 | | |
| 1994. 12 | 위스키 판매 돌입 | | |
| 1996. 8 | (주) 녹수원 설립-생수시장 진출 | | |
| 1997. 2 | (주)하이트음료 먹는 샘물 “퓨리스”시판 | | |
| 1997. 2 | (주)보배, (주)동주발효 인수 | | |

진로쿠어스맥주(주)



한국의 대표적인 대중주인 소주, 일반 시민들의 애환과 삶을 그대로 담고 함께 해온 소주는 그 자체로 한국 주류 역사의 일부분을 상징한다고 해도 과언은 아닐 것이다. 그와 같은 소주를 70여년이 넘도록 국민들에게 공급하며 사랑을 받아온 진로. 그 진로가 이제는 소비자의 폭을 전세계로 넓혀 국제적으로까지 명성이 뻗어나가고 있다. 한국의 대표적인 주류 메이커인 진로를 모기업으로 한 진로쿠어스맥주(주)(대표이사 이황원)가 카스맥주로 배타적이고 보수적인 맥주시장이라는 철옹성에 성공적으로 진입해 그 입지를 더욱 공고히 해가고 있다.

진로쿠어스맥주의 설립검토는 1988년부터 시작되었다고 한다.

주류시장 여건의 변화, 정부의 주류정책 전환, 국제화 추세에 따라 진로그룹은 기초적 경험 축적의 한 방편으로 맥주산업에 진출한다

는 계획 아래 미국산 밀러맥주를 수입 시판하였다. 진로그룹은 밀러맥주의 수입판매를 통하여 국내의 맥주시장의 동향을 면밀히 파악한 후, 맥주산업 진출의 당위성을 확인하게 되었다.

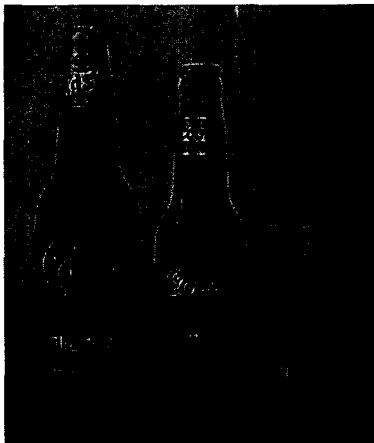
맥주양조와 판매의 경험이 없는 점을 감안하여 외국 맥주제조회사와 합작으로 새로운 맥주회사를 설립하기로 하고 합작사의 물색에 나선 진로그룹은 하이네켄, 밀러, 쿠어스社를 합작후보로 올렸으나, 다각적인 협상 끝에 한국인의 입맛이나 기호에 가장 적합한 맛을 가지고 있고 맥주의 생산에서부터 판매에 이르기까지 전과정이 멸균위생시스템으로 운영되며 비열처리맥주 분야의 톱 메이커인 쿠어스社와 합작하기로 결정하였다. 세계 최대의 맥주공장을 가진 미국 3대 맥주 메이커중의 하나인 쿠어스社는 세계 3대 광천수 지역중의 하나인 록키산맥에 자리잡은 120년 전통의 세

계적 주류 메이커이다. 쿠어스社 역시 미국내 3위 업체로 '룩키산맥의 살아있는 신화'라 불리우며 성공적인 맥주시장 진입을 통해 그 저력을 인정받은 바 있어 진로쿠어스맥주와 그 입지전적 이미지면에서 매우 흡사한 기업이다.

이러한 배경으로 설립된 진로쿠어스맥주(주)의 카스맥주는 94년 출시당시 1개월만에 2천만병을 판매하고 6개월여만에는 전체 맥주시장점유율의 10%를 차지하는 등 한국 맥주 역사상 유래가 없는 대기록을 달성하였으며, 97년 현재에는 맥주시장의 약 20%를 점유하고 있는 상태이다. Cold filtering(빙점여과), Advnced technology(최첨단 기술), Smooth taste(부드러운 맛), Satisfying feeling(소비자 만족)이 이니셜을 딴 CASS는 빙점 여과의 최첨단 기술에 의해 부드러운 맛을 내는 맥주를 만들어 고객의 기호를 만족시키겠다는 진로쿠어스맥주의 의지와 제품의 특성이 담겨져 있다. 한편 카스맥주는 '95년 1년간 일본자위대의 품질심사를 거쳐 납품허가를 얻음에 따라 '96년 7월부터 '진로맥주'라는 브랜드명으로 일본 전역의 자위대 영내 매점에 맥주를 공급하고 있다.

일본 자위대는 '아사히', '기린', '삿쵸로' 등 자국의 맥주만을 납품받았으며 외국산 맥주에 납품허가를 내준 것은 진로가 처음이며, 이는 카스맥주가 10% 비열처리공법으로 만들어져 위생처리가 완벽하고 품질이 일본제품에 비해 뒤떨어지지 않기 때문에 계약이 가능했다고 한다. 약 70여개국에 카스맥주를 수출하고 있는 진로쿠어스는 현재 신규맥주 사업체로서는 상당한 수출실적을 기록하고 있는데, '96년 한해에는 4백10만달러를 기록해 '95년 대비 약 250%의 수출성장율을 보여 앞으로 도고도성장이 기대되고 있다.

한편 카스맥주의 뒤를 이어 '97년 2월에 선보인 레드락(Red Rock)은 국내 최초의 레드맥주로 '맥주는 황색'이라는 고정관념을 탈피한 새로운 개념의 맥주이다. 선명한 붉은색을 극대화하기 위하여 최고급 암바몰트(Ambar Malt)를 제조원료로 사용하여 컬러와 향이 진하면서도 맛이 부드러운 것이 특징이며, 알콜도수는 기존 카스맥주의 4.5%보다 높은 5%이다. 진로쿠어스는 레드락의 강한 감성적 이미지를 부각시켜 기존맥주와 차별화한다는 전략으로 룩카페, 재즈바, 카스타운 및 카스 앤 락,



[제품사진]

| 제품명 | 용량 | 용기 | 알콜도수 |
|----------|--------|-----|------|
| CASS | 640 ml | 병맥주 | 4.5% |
| | 500 ml | 병맥주 | 4.5% |
| | 330 ml | 병맥주 | 4.5% |
| | 500 ml | 캔맥주 | 4.5% |
| | 355 ml | 캔맥주 | 4.5% |
| | 240 ml | 캔맥주 | 4.5% |
| | 20 ml | 생맥주 | 4.5% |
| RED ROCK | 500 ml | 병맥주 | 4.5% |
| | 330 ml | 병맥주 | 4.5% |
| | 350 ml | 캔맥주 | 4.5% |
| | 20 ml | 병맥주 | 4.5% |

[생산품목]

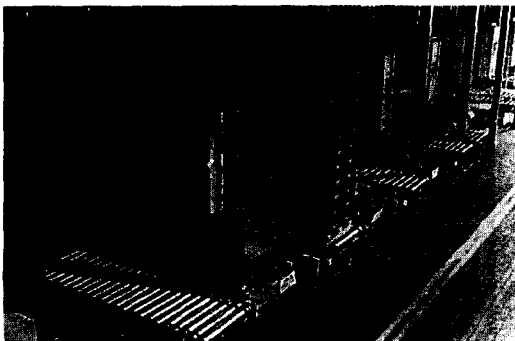
카스피아 등 젊은층이 주로 이용하는 업소와 개성이 강한 20대 음주층을 집중 공략할 방침이라고 한다. 현재까지 카스와 성공상과 레드락의 독특한 맛과 향을 감안할 때 소비자들의 깊은 사랑을 받을 것으로 예상된다.

과연 이러한 대기록을 달성하게 된 비밀은 무엇인가? 그것은 비열처리라는 최첨단 맥주 제조공법을 통한 월등한 제품력 구축이라 할 수 있다. 신선하고 부드러운 카스맥주의 맛과 품질이 소비자들에게 크게 어필할 수 있었던 것이다. 상쾌한 맛과 향의 카스맥주는 물, 공기, 습도가 맥주 발효와 숙성에 가장 이상적인 충북 청원에 자리잡은 한국 최고의 최첨단 공장인 청원공장에서 생산된다. 진로쿠어스맥주 청원공장은 맥주제조에 가장 이상적인 3F, 즉 깨끗한 물(FRESH WATER), 좋은 환경(FRESH ZONE), 첨단공법(FRESH TECH)의 조건을 모두 갖추고 있다. 카스맥주는 열을 가하여 살균작업을 거치는 기존 맥주와는 다른 비열처리 공법으로 만들어지는데, 美항공우주국의 최첨단 기술을 응용한 초정밀세라믹필터로 맥주를 여과하는 철저한 제균으로 맥주의 맛과 특히, 신선함을 장기간 유지시키고 있다. 더욱이 카스맥주 청원공장은 국내 최초로 용수처리에서 무균 병입에 이르기까지 56.4km에 달하는 전 생산라인을 무균화해, 맥주의 품질을 저하시키는 불필요한 잔존효모와 미생물

을 사전에 차단, 소비자들에게 항상 신선하고 깨끗한 품질의 맥주를 공급하고 있다고 한다.

진로쿠어스가 청원지역을 공장부지로 선택한 이유는 세계 3대 광천수 지역으로 꼽히는 이지역이 맥주생산에 가장 이상적인 지하수와 환경을 갖고 있다는 이유뿐만 아니라 국토의 중심부에 자리잡고 있으며, 중부고속도로와 경부고속도로가 관내지역에서 교차하는 등 주요 교통의 요충지로 물류비용의 절감과 전국적인 판매망 확보에도 이상적인 조건이라는 이유에서라고 하며 현재 이 공장은 연산 42만키의 생산능력을 갖고 있는데 97년말 까지 증설공사를 통해 연산 50만키로 늘려 시장지배력 제고사업에 적극 활용할 계획이라고 한다.

카스 청원공장은 최첨단 생산시설뿐만 아니라 현대적이고 예술적인 설비 또한 유명하다. 지난해에는 대한건축사협회와 건설교통부가 공동주최하는 '96 한국건축문화대상에서 준공건축물 부문 본상을 수상했다. 형형색색의 실내분수와 나사계단 속의 원형폭포, 원형구도의 감각적 이미지를 살린 영상관, 일류 레스토랑 시설에 버금가는 시음관, 맥주공정이 완벽하게 전시된 견학관 등 각종 시설이 과거와 현대의 예술적 감각으로 조화롭게 구성되어 있다. 이 시설은 총 6억원을 투입, 미국, 일본, 우리나라 등 각국의 인테리어 전문기업을 참여시킨 가운데 지난 1년간 공사를 벌여 완공하게 된 것



[청원공장자동물류시스템]



[ISO 9001 인증획득]

인데 견학을 마친 소비자들은 하나같이 공장이라기보다는 실내 유원지를 다녀온 기분이라고 소감을 나타낸다고 한다.

또한 주류업계로는 최초로 유통과정 및 관리상에 있어 맥주의 품질저하를 막기 위해 경기도 용인시 수지면 동천리에 대지 3천평 연건평 2천1백평 규모의 자동물류센터를 건립했다. 하루 총 3백여대의 수·배송 차량이 3만5천상자의 제품을 취급한다는 점을 감안, 효율적인 차량관리를 위한 레이아웃 구성에 심혈을 기울였는데 이 물류센터의 가장 큰 특징은 맥주창고가 자동화시스템으로 운영된다는 점이다.

이곳에서는 수송차량들이 제품을 하차한 후에는 반드시 공병을 싣고 나가고 거래선에 제품을 공급하고 난 후에도 공병을 회수하므로써 공차율 제로를 실현했다고 한다. 또한 공장에서 물류센터를 거쳐 거래선까지 가는 동안

열에 의해 제품이 손상되는 것을 방지하기 위해 업계 최초로 특수(윙바디:Wing Body)차량을 도입하여 운영하고 있다.

진로쿠어스맥주(주)는 맥주 품질의 기본이 되는 물류시스템 최적화를 위해 이와같은 물류센터를 전국적으로 확충한다는 장기적 비전을 가지고 있다.

진로쿠어스맥주는 지난해 국내 맥주업계로는 최초로 ISO 9001 인증서를 교부받았다. 이 인증획득을 계기로 맥주의 품질고급화 및 고객만족 서비스제공등 국제적 경쟁력 갖추기에 발 벗고 나서기로 했다. 또한 국가와 사회를 위해 책임을 다하고 봉사하는 기업이라는 그룹 경영이념을 바탕으로 한 진로쿠어스맥주의 경영방침을 중심으로 21세기 국내 제일의 맥주 회사 도약, 시장점유율 확대를 통한 매출증대의 극대화 등을 구상하고 있다.

진로쿠어스맥주(주) 경영방침

• 경영 기반 구축

21세기 국내 제일의 맥주회사로 도약하기 위하여 카스와 레드락으로 시장세분화를 이루고 브랜드 포트폴리오 전략을 수립하여 전체시장점유율을 관리, 경영기반을 확고히 구축하고, 나아가 수출시장을 다변화하여 수출비중을 늘리는데 힘쓴다.

• 매출증대 총력집중

도매장 중심의 유통력 확보 및 농·수·축협, 대형할인점 등 특수거래선 개척에 영업력을 집중, 생맥주시장 활성화 및 체인사업강화에 박차를 가하여 시장점유율의 확대를 통해 매출증대의 극대화를 꾀한다.

• 품질경영 체제정착

국내 최초로 맥주부분에서 획득한 품질시스템 ISO 9001인증을 정착시켜 고객에게 보다 나은 제품과 서비스를 제공할 수 있도록 품질경영을 생활화한다.

한편 진로쿠어스맥주는 사회적 책임을 다하고 기업의 이익을 사회에 환원한다는 그룹경영이념에 따라 문화사업에도 관심을 두고 프로농구단인 카스농구단을 창단, 내년 '98년 시즌에 첫선을 보이게 된다. 농구단은 연고지를 청원공장이 위치한 충북 청주로 결정하고 청주에 농구단 전용체육관 건립을 비롯하여 초·중·고교 농구팀을 지원, 길거리농구대회 후원 등 농구 활성화 및 발전을 위해 지속적으로 힘 쓸 계획이라고 한다.

단장은 前삼성감독으로 잘 알려진 김인건씨를 선임하였으며 前코오롱 감독을 역임했던 안준호 감독을 주축으로 대학생 위주의 젊은 스타플레이어들로 구성되어, 충청도는 물론 전 국민의 사랑을 받게 될 것으로 전망된다.

이제 세계는 국경없는 무한 경쟁의 시대이다. 새로운 변화의 파고에 적극 대응해 가는 기업만이 발전해 갈 수 있는 상황에 직면한 것이다. 이에 진로그룹은 2010년 매출 38조원의 세계 100대 초우량기업으로 성장한다는 장

기비전을 세우고 3가지 중점사업목표를 설정하는 등 그 실현에 박차를 가하고 있다고 하는 설명이다.

이와 같은 그룹 중점사업 전략을 기반으로 진로쿠어스맥주는 한국주류시장을 선도하는 대표적 기업, 국민의 생활에 즐거움과 풍요를 주는 기업, 끊임없는 연구와 도전으로 미래를 창조하는 기업, 한국을 대표하는 복리기업, 그리고 세계 속의 진로쿠어스맥주로 거듭난다는 진로쿠어스맥주 VISION 2010 구상을 실현하기 위해 박차를 가하고 있다. 진로쿠어스맥주의 세계화 전략과 의지는 단순히 수출을 많이 하겠다는 의미가 아니며 또한 규모만 큰 세계 최대의 맥주회사가 되겠다는 의미도 아니라며 만들어낸 맥주 한병 한병이 세계 어느 곳에서든지, 어느 누구에게든지 세계적인 품질로 인정받고 사랑받는 것을 최우선으로 하고 나아가 진로쿠어스맥주의 VISION 2010을 실현하는 세계적 거점을 확보하는 것이라는 말을 뒤로하고 뿌듯한 마음으로 귀경하였다.

진로 VISION 2010의 3대 중점사업 목표

- 해외사업 부문의 확대와 사업의 현지화를 통한 세계화전략의 추구로 해외사업 분야의 비중을 2010년에는 60%까지 늘린다.
- 신소재, 생물공학 그리고 환경관련 사업과 같은 고부가 첨단 산업 그리고 SOC영역에 적극 참여한다.
- 고객만족 중심의 경영과 세계화 경영을 통해 진로그룹의 경영을 혁신해 나간다.

회사 현황 및 연혁

| 현 | | 황 | |
|----------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| 회 사 명 | 진로쿠어스맥주주식회사 | | |
| 대표자명 | 이 황 원 | | |
| 주 소 | 서울사무소 | 서울시 서초구 서초동 1445-15 | TEL:520-3630 |
| | 본사·공장 | 충남 청원군 현도면 중삼리 52. | TEL:0431-279-4721 |
| 창립기념일 | 1992년 5월 1일 | 자본금 | 500억원 |
| 종업원수 | 635명 | 임원 : 5명, 사무직 : 365명, | 생산직 : 265명 |
| 면허종목 | 주류제조 | | |
| 생산주종 | 맥주 | | |
| 사 훈 | 미래창조, 개척의지 | | |
| 연 | | 혁 | |
| 년 월 일 | 내 | 용 | |
| 1992. 3 | 미국 Coors사와 합작투자 계약체결 | | |
| 1992. 5 | 합작회사 발족 | | |
| 1992. 5 | 맥주제조면허 취득 | | |
| 1992. 5 | 청원공장 준공 | | |
| 1992. 6 | 카스맥주 출시 | | |
| 1994. 10 | 쿠어스 엑스트라 골드 출시 | | |
| 1995. 5 | 청원공장 증설공장 | | |
| 1995. 8 | 세계맥주 참피온쉽 은메달 수상 | | |
| 1995. 11 | 한국능률협회 컨설팅 '95소비자 만족도 1위 | | |
| 1996. 6 | 카스맥주, 호주 국제맥주대회 은상 | | |
| 1996. 10 | ISO 9001 인증 획득 | | |
| 1997. 2 | Red Rock 출시 | | |

Work is the grand cure of all the maladies and miseries that ever beset mankind.

일은 인류를 사로 잡는 모든 질환과 비참을 치료해 주는 주요한 치료제이다.

- Thomas Carlyle -