

도전 정신과 우수한 품질로 승부

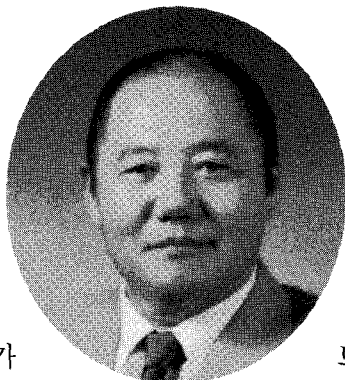
일본 롯데리아 수출계약 체결

김선제 / (주)페리칸 대표이사

세계에서 유일하게 우리나라에서만 일회용 종이용기를 규제하고 있다. 그러나 이는 잘못된 인식과 편향적인 시각에서 본 것이 아닌가 하는 생각이 든다. 최근 식생활 패턴의 변화로 패스트푸드점, 편의점, Take Out 매장 등 외식업체가 급성장 하고있으며, 이에 따른 종이용기의 수요도 나날이 증가 추세에 있다.

(주)페리칸 김선제 사장은 “일회용 종이용기의 사용을 무조건적으로 규제하기보다는 쓰이는 것이 효율적인 곳에는 오히려 이를 적극 장려해 주어야 한다”고 말하고 있다.

종이용기로 국내 패스트푸드점을 장악하고 있는 (주)페리칸은 제품의 우수성을 인정받아 지난 4월 일본 패스트푸드점인 롯데리아에 14oz 종이컵을 납품하기로 수출계약을 체결했다. 지금까지 우리나라에서 일본에 자판기용 및 잡화용으로 종이컵을 수출하고 있으나 일본의 유수의 외식업체에 납품키는 국내업체로서는 최초로 우리기술도 세계적인 수준에 도달되었음을 입증하고 있는 것이다.



(주)페리칸 김선제 사장은 “세계에서 가장 까다로운 일본시장에 진출하기까지는 많은 시간과 어려움이 있었습니다. 원지품질 부터, 코팅, 인쇄, 검사방법 등 거의 모든 항목에서 국내수준과는 엄청난 차이를 보였으며, 더구나 일본인이 갖고 있는 자국 제품 선호 사상과 장기간 형성된 영업의 장벽을 타개하는데 많은 어려움이 있었습니다. 그러나 좌절하지 않고 품질향상에 주력하여 금년 초 실시한 2개월에 걸친 현지 field test에서 강도, 누수, 내수성 및 인쇄성 각 부분에서 우수한 판정을 받아 수출계약을 체결하게 되었습니다.”라며 그간의 어려움을 털어놓았다.

또한 김선제 사장은 “일본 진출을 시도하는 과정에서 거듭되는 실패로 좌절하는 나에게 일본 거래처 사장의 격려의 말이 생각납니다. ‘명함 100장을 만든다고 가정했을 때, 한국사람의 경우 명함 100장 중 첫 장만 살펴보고 잘 된 것인지 잘못된 것인지를 판단 하지만, 일본 사람의 경우 100장 전부를 체크하여 판단하는

성격입니다' 라는 충고의 말이 큰 도움이 되었습니다. 그 뒤 제품의 사소한 부분까지도 꼼꼼히 살피고, 심지어는 샘플을 담아 가는 OUT BOX의 인쇄표기까지 숙고하는 세심함을 보이게 되었습니다"라고 설명한다.

1983년 고려지기(주)로 설립되었다가 새로운 재도약을 위해 1993년 '천연의 무공해를 상징하는 (주)페리칸으로 상호 변경, 현재는 30여종의 다양한 mold를 보유하고 있으며, 국내시장은 물론 여러 선진국을 대상으로 활발한 수출을 하고 있다. 이처럼 (주)페리칸이 우리나라 최대의 일회용 종이용기 생산 업체 중 하나로 자리 매김 할 수 있었던 것은 새로운 시장에 대한 도전정신과 품질로서 승부한다는 김선제 사장의 경영방침에 따른 것이 아닌가 싶다.

김선제 사장은 "10년 전 만해도 우리나라의 기술은 너무나도 낙후돼 있었습니다. 그래서 일본 기술자를 초빙, 그 당시 8000천만 원이라는 거액을 투자하여 1개월에 10일 씩 일년 동안 현장 작업자에게 교육을 실시했습니다. 그 결과 제품의 품질, 수율을 어느 정도 끌어 올릴 수 있었습니다"라고 설명했다.

또한 "처음 우리나라 일회용 종이용기의 사이즈는 천차만별 이였습니다. 이런 다양한 사이즈를 규격화시키는 과정에서 많은 손실이 있었지만 일회용 종이용기의 규격화를 실현 하는데 저의 회사가 한 몫을 했다는 데 자부심을 느낍니다"라며 말을 덧붙였다.

이런 김 사장은 사업을 추진하는데 있어 무엇보다도 직원 상호간의 인간적인 신뢰를 우

선하여 우수한 품질은 물론이거니와 개인적인 믿음과 교분을 쌓는 것이 경영에 있어 중요하다고 강조한다. 이런 김 사장에게도 지금에 오기까지의 길이 평탄하지만은 않았다.

"중소기업이 제일 어려움을 겪는 것은 자금 문제일 것입니다. 한번은 이런 일이 있었습니다. 1992년 '정부수출장려책' 으로 그 당시 7%라는 저리로 융자를 얻을 수 있는 좋은 기회가 있었습니다. 10개월 동안 새로운 기계 도입과 공장 신축을 위한 모든 계획을 수립하여 소요자금 13억을 신청하였으나, 상담시와는 달리 중소기업이라는 이유로 1억원 밖에 받지 못했습니다. 부족자금 준비를 위하여 이리저리 뛰면서 고생 끝에 지금의 공장을 건설할 수가 있었습니다."라고 설명하며 너무나도 힘든 시기를 보냈다고 한다.

김 사장은 마지막으로 "이제는 시야를 넓혀 국내뿐만 아니라 세계 시장으로 나아가야 할 때인 것입니다. 일본 롯데리아에 지금은 1,200만개를 수출하지만 앞으로 단계적으로 물량을 증가시키고, 롯데리아 뿐 아니라 일본 패스트푸드점을 장악할 수 있도록 최고의 제품을 만들어낼 것입니다" 라고 피력하며 자신감을 보였다.

오랜 기간 축적된 Know-How를 바탕으로 신제품 개발과 품질 향상에 더욱 매진하며, 과거의 성과에 만족하지 않고 끊임없는 노력으로 최고의 품질과 최고의 서비스를 제공하는 (주)페리칸과 이를 이끌어 나갈 김선제 사장에 주목해 본다. ^(ko)

권해진 기자