

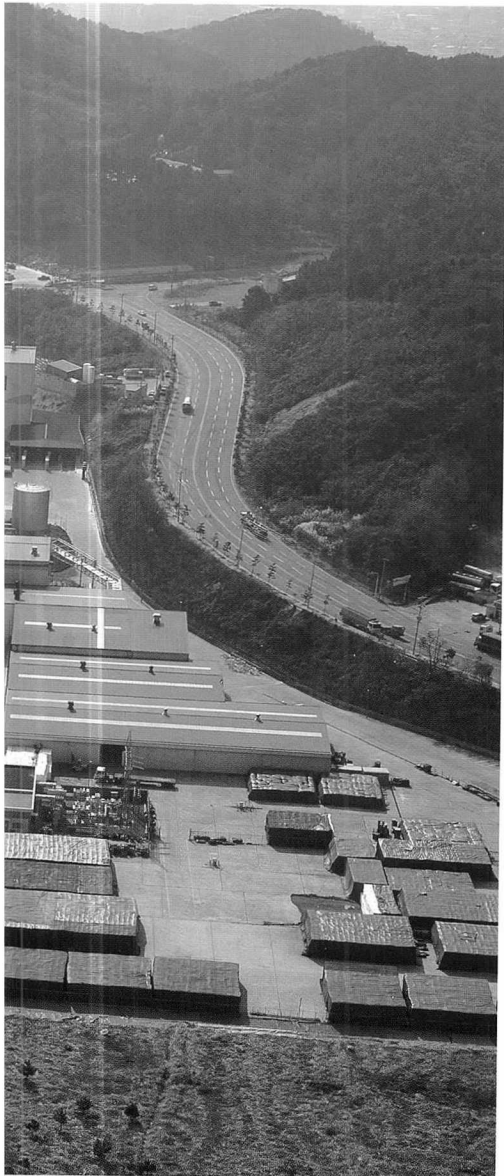


하이퍼 브랜드 · 엑스프리로 또한번 제지업계 바람

1958년 설립, 제지산업 기술 선도
한국 제지(주)(대표이사 전 원중)는 1958년에 설립된 이래 백상지, 아트지 등 고급 인쇄용지를 전문으로 생산해 온 기업으로서 품질 개선과 기술 개발에 주력, 국내외에서 널리 인정받고 있다.
 한국제지에는 국내 최초라는 수식어가 유난히 많이 붙어 다닌다.
 1970년대부터 우표용지, 승차권 용지 등 수많은 지종을 국내 처음으로 개발했으며 1982년에는 '천년의 중

이'라 불려질 만큼 내구성이 뛰어난 '중성지' 제조기술을 국내 최초로 개발하여 전 지종에 적용하였다.
 또한 1993년에는 국내 최초로 더블코팅 아트지를 개발, 생산하였으며 1994년에는 국내 제지업계에서 처음으로 ISO9002 인증을 획득했다.
 뿐만 아니라 2000년에는 국내 제지업계 처음으로 ERP 시스템을 구축했다. 더욱이 2004년 8월말에는 기존 아트지의 수준을 한 차원 향상시킨 국내 최고의 프리미엄(Premium) 아

트지인 엑스프리(X-PRI)를 개발, 출시했다.
 WTO 체제가 출범한 이래 국가 간의 국경없는 경쟁은 무한으로 치닫고 있다. 또한 범인은 물론 단위 사업장 간의 경쟁력까지 점점 더 중요시되고 있다.
 이런 세계적 추세에 맞춰 한국제지는 보다 나은 국제경쟁력을 갖추기 위해 연간 17만톤 생산규모의 PM4호기를 2005년말까지 온산공장 내에 증설한다는 계획이다. PM4호기가



증설될 경우 한국제지의 연간 생산 능력은 50만톤을 상회하게 된다.

자율경영이 최고의 경영철학

수입 대체 산업의 육성을 통한 국민 경제의 자립 기반 조성, 민족 문화 창달과 교육 발전에 기여, 국내 지류 시장의 안정화라는 창업정신으로 한국제지는 설립됐다.

특히 2000년 이후부터 한국제지는 각 부문의 시스템을 정비함으로

회사연혁

- 1958년 2월 한국특수제지공업주식회사 설립
- 1966년 12월 한국제지주식회사로 상호 변경
- 1971년 6월 기업 공개로 주식을 한국증권거래소에 상장
- 1989년 8월 온산공장 준공, 쌍방식 초지 1호기 신설
- 1993년 4월 온산공장 더블코터 신설, '더블아트지' 생산 개시
- 1994년 6월 업계 최초 ISO 9002 인증 획득
- 2000년 11월 업계 최초 ERP시스템 구축
- 2001년 8월 온산공장 초지 3호기증설, '하트지' 시리즈 생산
- 2004년 8월 프리미엄 아트지 엑스프리 출시



전원중 대표이사

- 1970년 9월 연세대학교 화학공학과 졸업
- 1998년 3월 (주)효성 T&C 대표이사 사장
- 1999년 11월 한국제지(주) 입사
- 2000년 3월 한국제지(주) 제7대 사장 취임

써 자율경영이라는 경영철학을 다지기 위해 적극 매진했다.

먼저 2000년부터 2001년까지는 시스템화 가치추구와 비용 절감에 주력한 경영혁신 창출을 위해 노력했으며 2002년에서 2003년까지는 창의적이고 능동적인 인재를 육성함으로써 조직역량 강화에 힘을 모았다.

이를 기반으로 올해부터 2005년까지는 기업가 정신, 지식투자, 밝은 일터 만들기 사업을 통해 자율경영 풍토를 확실히 구축한다는 방침이다.

환경까지 생각하는 온산공장

온산 공장은 최첨단 생산 설비와 효율적인 경

영시스템을 구축한 것은 물론 환경 보호에도 앞장서고 있다.

울산광역시 온산공업단지 내 24만 평방미터에 들어선 온산공장은 완전 자동화 설비가 구축됐으며 환경경영의 차원에서 폐수처리 및 공해방지 시설을 도입, 쾌적한 작업 환경의 모범을 보이며 미래형 제지공장의 면모를 과시하고 있다.

온산공장은 현재 총 3대의 초지기(Paper Machine)와 2대의 코팅기(Coater)를 갖추고 있다. PM1과 PM2는 모두 핀란드 발멧(Valmet)이 설계하였으며 PM1(1989년)은 트윈 와이어 포머(Twin wire-Former)타입, PM2(1995년)는 갭포머(Gap-Former) 타입의 고속 자동화 설비

한국제지의 힘은 자율경영에서 비롯

이다. 2001년 8월에 완공된 PM3는 후물아트지와 고부가가치 특수지(Specialty Paper) 전용으로 설계됐으며 초지 및 코팅 작업이 온라인으로 연결되어 아트지 생산작업이 끊임없이 한번에 이루어진다. 뿐만 아니라 4 Head On-line Double-Coater를 채용하여 국내에서는 최초로 양면 더블 코팅 후물 제품을 생산하고 있다.

이와 같이 초지 1·2·3호기의 기계별 전문화를 이룬 온산공장의 연간 생산능력은 초지능력 36만톤, 코팅 능력 25만톤이며 2005년말 17만톤 규모의 PM4호기가 증설되면 연간 생산능력은 50만톤 이상으로 늘어난다.

상생의 노사관계 ... 2년연속 무교섭 타결

상생의 노사관계를 잘 보여 주고 있는 한국제지. 사내 주요 정보를 공유함으로써 투명경영을 실천하고 노사간의 관계도 상하 관계가 아닌 대등한 관계로 인정하는 전 사장의 경영방침이 뒷받침된 결과다.

이를 위해 한국제지는 매월 경영실적을 사내 신문에 공개하고 주요 현안에 대한 정보도 공유하고 있다. 공장에서 개최되는 임원회의에 전 사장이 참석해 경영문제를 직접 논의하기도 한다. 뿐만 아니라 전 사장은 수시로 영업 및 공장 현장을 방문하고 이메일을 통한 대화의 길을 열어줌으로써 사원들과의 거리감을 좁히고 있다. 정보 공유를 통해 노사간의 신뢰가 조성되고

능률과 성과에 따른 공정한 분배도 갈등 없이 추진할 수 있다.

이러한 노력들로써 한국제지는 올해의 임금단체협상도 지난해에 이어 2년 연속 무교섭으로 타결했다. “책임이 수반되는 자율경영은 인간에 초점을 둔 경영으로, 여기에는 노사나 상하가 있을 수 없다. 결국 개인의 창의성이 살아나고 또 그만큼 성장할 수 있도록 다양성을 인정하는 유연한 조직을 만드는 것이 기업의 경쟁력을 구축할 수 있는 근본이다”라는 전 사장 경영마인드가 열매를 맺은 것이다.

하이퍼(Hiper) 통합 브랜드 설립

향후 한국제지가 생산하는 모든 제품에는 하이퍼(Hiper)라는 브랜드가 붙여진다. 최종소비자가 제한적이라는 한계에 따라 브랜드마케팅의 불모지로 여겨졌던 인쇄용지업계 현실을 감안하면 통합브랜드 정책은 새로운 도전이자 모험이다.

한국제지는 ‘아트지는 더블아트지, 복사용지는 크린카피플러스, 후물지는 하트지’ 등의 개별 브랜드 마케팅 전략을 사용했었다. 그런데 지난 8월말 프리미엄 아트지 엑스프리의 시장출시를 계기로 브랜드에 대한 새로운 이미지가 창출과 향후 글로벌 기업 성장의 발판을 삼는다는 목표로 통합 브랜드화를 추진하고 나선 것이다.

하이퍼는 고품질종이라는 뜻의 하이 퀄리티페이퍼(High Quality Paper)의 약자로서 최고를 향한 열정과 진취성을 담고 있다. 큰 새가 활짝 날개를

편 모습을 형상화한 상징은 더 큰 세상을 향해 출발하는 도전의 표현이다. 한층 강화된 글로벌 마케팅으로 세계최고의 기업, 최고의 제지브랜드로 성장하겠다는 도약의 의지를 담고 있다.

하이퍼 브랜드의 체계 및 색상

하이퍼 브랜드는 제품을 6군으로 나눠 각기 다른 색상으로 상표를 구분하고 있다. 또한 평판 크라프트 포장지도 기존의 붉은색 무늬에서 청록색으로 바꿨다. 상표에 표시된 6가지 색상은 빨간색을 기본으로 빨간색과 파란색이 섞인 보라, 빨간색과 흰색이 합쳐진 분홍, 파란색과 검정색에서 나온 군청, 빨간색과 검정색이 만들어낸 자주, 노란색과 파란색이 창조한 녹색이 하이퍼 브랜드 각 제품군별 상징색으로 지정됐다.

엑스프리로 프리미엄 시장 선도 기대

1993년 국내 최초로 더블아트지를 생산하며 아트지 기술 개발을 선도해 온 한국제지는 그동안 축적된 기술과 노하우를 바탕으로 1년여간의 연구 끝에 개발한 고품격 아트지 엑스프리(X-PRI)를 통해 프리미엄 아트지 시장을 선도하겠다는 계획이다. 엑스프리는 “Excellent Print Paper”라는 의미로 지난 3월 임직원을 대상으로 한 브랜드명 공모에서 선정된 이름이다.

국내 제지업체들은 1990년대 후반부터 경쟁적으로 최신식 도공설비를 도입, 지속적인 도공기술 개발에 매진

하였다. 그 결과 2000년대에 들어 서면서부터는 각 사의 설비와 기술적 격차가 줄어들면서 아트지의 품질 차별성도 사라지는 측면이 있었다. 또한 도공지 생산분야는 설비 과잉으로 인해 수요량을 초과하는 생산능력을 보유하게 되면서 가격 경쟁도 점차 치열해져 가고 있는 상황이다.

이러한 영업환경 속에서 한국제지는 지속적인 영업이익 창출을 목표로 고품질 아트지 개발 프로젝트를 진행했다.

스토라 엔소(Stora Enso)나 사피(Sappi)와 같은 외국제에 비해 국내 아트지의 품질이 다소 떨어진다는 사실을 인정할 때, 종이 수입 무관세 시대로 접어들어 후 수입아트지가 국내 시장을 잠식하는 상황을 극복하기 위해서는 세계 경쟁력을 갖춘 제품이 필요하다는 뚜렷한 동기가 있었기 때문이다.

Hiper

엑스프리 제품기획 및 타깃 시장
엑스 프리 아트지는 스토라 엔소의 프리미엄 제품인 센추라(Centura)급의 품질을 목표로 개발되었다. 이 제품의 개발 개념은 다음과 같다.

1. 하이 브라이트니스(High Brightness) : 세계 최고 색감의 수퍼 프리미엄 아트지
2. 하이 콘트라스트(High Contrast) : 디지털 시대가 요구하는 살아있는 색채 표현
3. 하이 스무스니스(High Smoothness) : 2%의 하이라이트(Highlight) 망점까지도 표현이 가능한 고품질성(300선 이상의 고정쇄 인쇄 가능)
4. 하이 프린터빌리티(High

Printability) : 컬(Curl)이 없고 잉크수리성이 뛰어난 종이

주요 목표 시장은 고품질을 필요로 하는 화보집, 카탈로그, 캘린더 시장 및 선진국의 프리미엄 아트지 시장이다.

현재 엑스프리 아트지는 180g/m² 이상의 후물 아트지만 생산, 판매하며 점차적으로 박물 지류로도 확대할 계획이다. 특히 기존 국내 아트지와 차별성을 강조, 엑스프리가 수입지 시장을 대체하고 국내 시장에 굳건하게 자리매김할 수 있도록 영업본부뿐만 아니라 전임직원이 최선을 다 하겠다는 방침이다. 아울러 새로운 품질, 새로운 대표 브랜드의 출시와 더불어 서비스도 한 차원 거듭나겠다는 의지로 A/S, T/S 및 품질조기경보체제를 한층 강화하고 홍보와 마케팅 활동도 활발히 전개할 예정이다.

(조갑준 차장)



제품군	지 중 명	상표색상
백심지	유광지, 반유광지, 유광지미색, 하트유광 등	군청
중질지	크린학습지미색, 모닝노트플러스 등	녹색
특수지	M-매트지, M-매트자연색, 청캔트지, 크린카피플러스 등	분홍
아트지	더블아트, 더블스노화이트, 더블아트W, 백과사전용지, S-스노우/연미 엑스프리 아트지	빨강
가공특수지	라벨지(편), N-내수라벨지(편) 등	자주
		보라