

책에 예쁜 날개를 달아 드립니다!

인쇄 후가공 분야에서 제책 공정은 상품의 가치를 끌어 올리는 역할을 한다. 완벽한 기획, 편집 실무가 끝나고 최고급의 CMS(Color Management System) 장비를 도입해 고급 인쇄물을 출력하더라도 적절한 꾸밈 작업이 없다면 상품 가치가 떨어진다. 최종 단계인 만큼 그 어떤 작업 공정보다도 정밀한 제작 공정이 뒤따른다. 현재 전 세계적으로 수많은 제책 공정 기술이 쏟아져 나오고 있지만 일괄적인 방법을 통해 통일되기에는 한계가 있다. 이는 각 나라별로 출시하는 책의 두께 및 고객이 요구하는 방식이 다르기 때문이다. 또 종이의 크기나 콤프레셔 기술 등 작업 전반에 투입되는 요소들에 의해 많은 차이를 보인다. 이러한 제책 분야에서 작업 공정의 합리화를 추구하고 고객에게 맞춤형 기종을 선보이고 있는 업체가 있다. 표지날개 접지·재단기 전문 제작, 공급업체인 동우기계(대표 장석천)다.

위기는 곧 기회

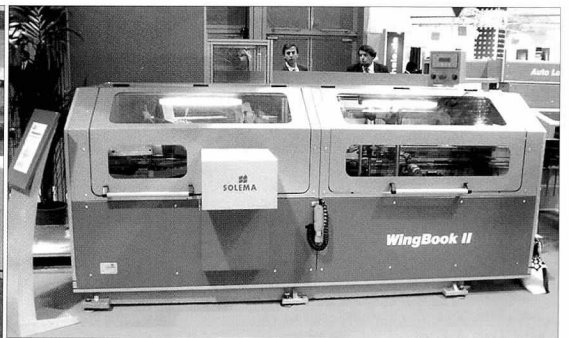
동우기계는 말 그대로 '위기' 라는 상황을 떠안고 출발했다. 1978년도에 설립된 이 업체는 장석천 사장의 형님이 사업체를 이끌어 왔지만 1980년대에 들어서면서 경영상의 난조를 보였

다. 서비스 산업이 활황을 보이면서 일반 중소기업은 정부의 지원 정책으로부터 외면을 받았고 수출은 고사하고 내수 시장까지 힘든 운영이 반복됐다. 결국 1980년대 중반 휴지 조각으로 돌아온 어음을 막지 못해 부도를 맞게 됐다. 하지만 이 때 장 사장은 오히려 호기로 생각했다. 일반 제조업이 아닌 인쇄 후가공 부문의 특수 기종이라는 점에 매력을 느꼈다고 한다.

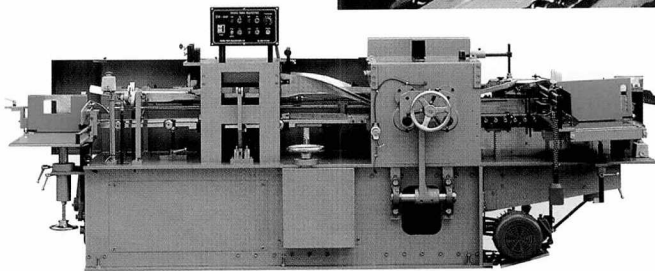
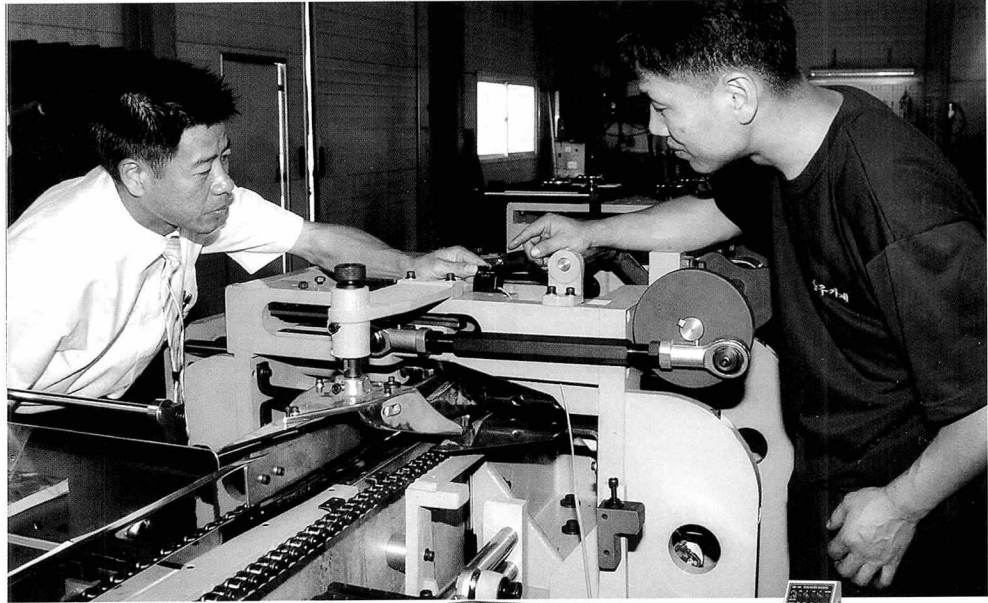
1987년, 막대한 부채와 경영난을 안고 서울특별시 마포구에 새롭게 등지를 튼 이 업체가 넘어야 할 산은 많았다. 잃어버린 고객들과 빚 청산, 그리고 기술 개발에 대한 부담감 등 모든 것들이 악재로 다가왔다. 하지만 장 사장은 자신이 있었다.

바로 표지 날개 접지라는 인쇄 후가공 부문이 대내외적으로 경쟁력을 갖출 수 있는 장점이 더 많았다고 생각했기 때문이다. 이는 곧바로 실행에 옮겨져 거품을 제거하는 작업이 시작됐다. 불필요한 작업 공간을 없애고 최소한의 작업 공간만 남겼다. 볼트 등 불필요한 부품의 처분도 망설이지 않았다. 기계 제작에 투입되는 기술 개발비를 제외하고는 건축 재정을 선언했다.

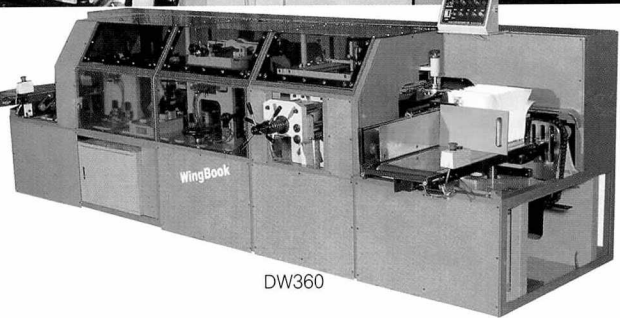
이런 과정을 거치다보니 차츰 누적됐던 빛이 눈에 띄게 줄기 시작했다. 1990년대 초반 인력 감축을 시작하고 서서히 접지 재



▲ 해외에서는 'WING BOOK'으로 더 유명하다
 ▲ 한 바이어가 인쇄기자재 박람회에서 부스를 방문, 관람하고 있다.



DW410



DW360

단에 대한 기술 개발을 시작하게 되면서 경영 시스템이 안정적으로 자리를 잡았다. 그래도 동우기계의 접지 재단기를 외면했던 고객들의 관심을 이끌어 내기에는 한계가 있었다. 내부적인 정비에 주력하다보니 대외 마케팅은 소홀해질 수밖에 없었기 때문이다. 이를 극복하기 위해 장 사장은 불필요한 비용을 줄이고 내수 시장의 판로를 마련키 위한 작업에 들어간다. 자신의 월급은 다시 회사의 자본으로 환원했다.

탄탄함은 자부심에서

1995년을 기점으로 이 업체는 차츰 경영상의 안정을 찾아가게 된다. 내부적인 악재와 내수 시장의 재진입을 목표로 끊임없이 운영상의 고삐를 늦추지 않았다. 선반 가공 등의 하청 업체에게는 아무리 어려워도 현금으로 결제했다. 이렇다 보니 접지 재단 시 투입되는 전력 모터 등이 점차 안정적으로 납품됐다. 내수 시장도 서서히 반응을 보였다. 충무로 등 인쇄 후가공 기기 밀집 지역에서 문의가 이어지기 시작했다. 현금이 회수되니 자연스럽게 완제품의 접지 재단기 수도 증가했다.

그러나 또 위기가 찾아 왔다. 국내 산업 전반을 뒤흔들었던 IMF 외환위기에 제조업 전체가 흔들리기 시작했다. 인쇄 기종을 취급하는 제조업도 이를 피해갈 수는 없었다. 그나마 내수 시장의 진입이 조금씩 진전을 보이던 상황에서 또 하나의 벽이 앞을

가로막은 것이다. 수출에 대한 부담도 커져만 갔다. 환율 인상폭으로 기계를 개발해 완제품으로 수출을 할 때마다 오히려 적자의 폭은 늘었다. 하지만 여기서 멈출 수는 없었다. 수억원대의 부도가 난 공장을 정상 가동할 수 있게 만들었던 시간과 비용을 생각하면 눈앞이 아찔했다. 그는 경쟁력을 내세울 수 있는 제품 개발이 시급했다고 판단했다. 무리한 확장은 하지 않고 독일에서 개최되는 DRUPA 등 각종 전시회에 발품을 팔아 돌아다녔다. 이미 생기를 잃은 내수 시장과 수출 판로보다는 경쟁력이 뒷받침된 기술 확보가 우선이라고 판단했다. 또 날개 접지 부문에 대한 철저한 D/B를 구축, 분석하기 시작했다. 3년뒤인 2000년. 'DW' 라는 브랜드의 표지 날개 접지기는 해외 시장에서 반응을 보이기 시작했다. 재단에서 압축까지 일괄적으로 처리되는 기술력이 검증을 받기에 이른 것이다. 이 무렵 해외 전시회에서 만난 한 에이전트가 장난삼아 붙여 준 'wingbook'은 DW(360, 410) Series 보다 더 인지도가 높은 브랜드가 됐다. 자연스럽게 내수 시장의 벽도 낮아졌다. 시간당 4천번의 고속 회전이 가능한 생산성과 6~50mm까지 재단 두께를 소화하는 다양성이 소비자들로부터 호평을 이끌어 내기 시작했다.

'wing(날개) book(책)'

2001년이 지나면서 제품에 대한 신뢰가 국내·외에서 본격적

으로 인정을 받기 시작했다.

품질에 대한 자부심도 자연스럽게 형성됐다. 깨끗하고 공정한 거래를 할 수 있는 마음의 여유도 생겼다. 기술적인 보완에도 만전을 기울였다.

꺾인 표지를 눌러주는 프레싱 장치부터 자동 체인화가 장착돼 있는 에어 방식까지 작업자가 손쉬운 공정을 처리할 수 있는 기술 개발에 주력했다. 특별한 마케팅 전략이 필요치 않았다. 일단 한번 구입해 간 소비자들이 다시 믿고 거래를 원했다. 파본 발생률이 감소해 수주물에 대한 납품 기일이 더 정확해졌다. 작업자는 또 간단한 버튼 조작 하나만으로 두꺼운 책자까지도 정교한 재단을 할 수 있는 기술력을 제공받았다.

이러한 이유로 국내에서도 이제는 'wingbook'이라는 브랜드 명이 낯설지 않게 그 명성을 굳히기 시작했다. 표지의 미감과 선명도에 대한 기술적인 제작 공정을 이제는 소비자들이 먼저 알아주기 시작한 것이다. 장 사장은 "우연히 한 에이전트가 붙여준 애칭이 이제는 DW 시리즈를 능가하는 유명세를 보유하게 됐다"며 "우리가 원천적으로 보유하고 있는 기술은 책에 날개를 달아주는 역할을 하는 것"이라고 강조했다. 또 "마지막 작업 공정에 적용되는 기술인만큼 더 정밀한 기종들이 출시될 수 있도록 최선을 다할 것이다"고 말했다. 이 업체는 또 인터넷 시대가 요구하는 온라인(www.wingbooks.com) 사업에도 진력을 쏟았다. 오프라인을 통한 고객과의 만남은 한계가 있다는 것을 수많은 전시회 참가를 통해 깨달았다. 이를 통해 접지와 재단에 적용되는 공정 절차 및 기본 단가 공개 등 고객과의 유대 강화에 힘쓰고 있다.

합리적인 운영 최선

이 업체는 4년전인 지난 2001년 마포에 있던 사업장을 경기도 파주에 위치한 제본협동화단지로 이전했다. 고객에게 고품질의 기종들을 공급하는데 주력하기 위해서다. 정합·접지·재단으로 이어지는 제책 과정에서 시간과 비용을 절감하고 새롭게 제시되는 공정 기술들을 실시간으로 받아들이기 위해서다.

현재 접지기 전문 제작 업체인 광창기계 등을 비롯해 총 7개업체가 입주를 마쳤거나 준비 중에 있다. 내부 운영에도 변화를 줬다. 간단한 주물 설계에 의한 조립보다는 세계적인 접지 재단 설계를 소화할 수 있는 전문 기술자들로 보강했다. 기술 습득의 효과적인 분출을 위해 자율재량권도 부여했다. 자신이 맡은 분야는 자신이 책임져야 한다는 장 사장의 지론이 한몫했다. 이런 이유로 이 업체가 제작, 공급하고 있는 접지 재단기는 리콜 회수가 거의 제로에 가깝다. 하지만 가장 주안점을 두고 있는 분야는 따로 있다. 바로 완벽에 맞춤형 기계의 공급이다. 도입하는 업체들의 전력 공급이나 기장의 경력에 따라 많은 차이를 보이는 인쇄 후가공 분야의 특수성 때문이다. 이를 위해 사용자의 입장이 최우선적으로 고려된 기계 제작에 주력하게 됐다.

전원 차단기 및 체인 방식이 자동으로 제작되는 것은 바로 이러한 연유에서다. 이렇다 보니 각 도입 업체들의 전력 공급 등

다양한 작업 환경에 대한 분석이 자연스럽게 이어졌다. 또 이에 대한 노하우가 쌓이다 보니 금지 불량률의 원인과 파손율에 대한 미래예측까지 가능하게 됐다. 고객들의 작업 환경이 파악되자 직원들의 생각도 많은 변화가 생겼다고 한다. '이 기계를 내가 사용한다면'이라는 원초적인 접근법이 그대로 기계 제작에 응용되기 시작한 것이다.

'믿음'이라는 마케팅

이러한 기계 제작과 공급 방식뿐만 아니라 장 사장이 운영 철학의 최선봉으로 내세우고 있는 것이 있다. 바로 마케팅에 신앙을 접목시키는 것. 한번 동우기계를 선택한 사람은 다시 찾을 수 있게 만들어야 한다는 그의 지론이 묻어 있다.

절실한 기독교 신자인 그는 단지 기계를 팔고 이를 수리하는 업체는 한계가 있다고 말한다. 미래를 생각한다면 믿고 거래할 수 있는 확신을 심어 줘야 한다는 것. 1년에 판매하는 기종의 수량과 믿음은 반드시 비례한다는 것. 이 때문인지 동우기계는 특별한 마케팅이나 홍보 전략이 따로 존재하지 않는다. 기업이 먼저 고객을 찾는 것이 아니라 고객이 자신에게 맞는 해당 업체를 선정하고 이를 구입하는 것이 당연한 원리라는 것이다. 해외에서도 자신이 생겼다. 중국과 유럽을 비롯해 전 세계에 현지 에이전트를 한명씩을 보유할 만큼의 판로도 탄탄해졌다. 이를 바탕으로 공격적인 해외 마케팅에 전념할 수 있었다. <장홍일 기자>

한.마.디 | 장석천 대표

"온라인 마케팅에 주력"



"고객의 소중한 책이 그 가치를 최상으로 끌어올릴 수 있는 기술 개발에 최선을 다하겠습니다."

장석천(49) 동우기계 사장은 1987년부터 18년 동안 표지 날개 부문의 접지 재단기를 개발해 온 기술자로서의 소

감을 이렇게 밝혔다. 현재 동우기계가 출품한 접지 재단기는 인쇄 후 가공 시장에서 흔하게 볼 수 있을 정도로 점유율이 높다. 주력 기종은 New DW-410. 시간당 4천회의 고속회전이 가능하며 까다롭기로 유명한 절곡선 성형장치도 장착돼 있다. 장 사장은 "순수한 국산 기술이 접목된 기종이 해외 시장에서 꾸준한 반응을 보이고 있는 만큼 온라인 분야도 적극적인 마케팅이 이뤄질 수 있게 홈페이지를 중점적으로 다듬을 계획이다"고 강조했다.

충남 예산이 고향인 그는 또 "한번 거래한 고객과의 믿음이 끝까지 이어질 수 있게 소신있는 사업을 운영하겠다"고 부연했다.