



IT환경 변화에 따른 포장업계 제언

IT Industrial environment and Packaging Industry

최근 정보기술(IT) 산업의 선두주자는 스마트폰과 모바일 서비스 등이라 할 수 있다.

진화의 속도나 경쟁의 치열함에 있어서는 정보기술(IT) 부문을 따를 산업이 없을 것이다. 소비자들의 취향 또한 하루가 다르게 변화한다. 이 때문에 IT 업계에서는 진화의 주기 또한 짧을 수밖에 없다. 이러한 IT환경 변화에 따라 국내 포장업계 회원사들도 발 빠른 변화와 선제적 대응이 필요한 때이다.

1977년 상보화학공업사로 출발한 상보는 33년동안 “인쇄 및 코팅” 기술을 기반으로 제품의 용도에 따라 박막코팅 두께를 0.1미크론까지 처리할 수 있는 wet coating process 노하우를 보유하고 있으며, 핵심 기초소재 개발부터 고도의 기술을 필요로 하는 나노코팅까지 일관된 생산체제를 갖추고 특수필름을 전문으로 생산하는 친환경 부품소재 전문기업이다.

(주)상보는 1977년 시작한 미디어 사업이 2000년대 시대적 환경의 변화에 따라 성장이 정체되면서 회사의 새로운 성장동력을 찾던 중 IT산업의 발달과 디스플레이 소재 산업의 비전에 주목했다. 이에 상보가 보유하고 있는 미디어필름과 윈도우 필름에 대한 코팅기술 노하우를 바탕으로 3년간의 개발기간을 거쳐 2003년 광학시트 개발을 완료했다. 이어 BLU시트에 대한 토탈솔루션 업체로 거듭나기 위해 2005년 프리즘시트 개발과 2008년에 복합시트까지 개발을 완료하여 판매 중에 있으며, 현재 일본에서 전량 수입하여 사용 중인 터치스크린용 ITO필름을 대체할 탄소나노튜브 투명전도성 필름을 세계 최초 개발하여 양산인증 준비 중이다.

2010년 매출액은 2009년 1,030억원 대비 55% 증가한 1,600억



김 상 근
(주)상보 대표이사

원의 매출이 예상되어 창사 이래 최대매출 달성을 눈앞에 두고 있다. 대외적으로는 2010년 7월 벤처기업협회에서 개최한 2010년 1,000억 벤처기업으로 선정되어 수상했으며, 2010년 9월에는 수출입은행으로부터 『한국형 히든 챔피언 육성사업』 대상기업으로 선정됐다.

지난 33년을 돌이켜보면 어려웠던 시절이 영화의 한 장면처럼 스쳐 지나간다.

수해로 인한 공장침수, IMF, 일본 업체에서 원자재 공급중단으로 신규사업 중단, 화재 등 많은 어려움이 있었으나 여기서 멈추면 더 큰 어려움에 닥친다는 생각으로 도전을 계속하고 좌절하거나 포기하지 않고 또 다른 도전을 통하여 새로운 비상을 꿈꾸고 있다.

미디어사업을 시작으로 LED와 LCD 핵심소재인 광학필름과, 자동차, 건물 등에 들어가는 윈도우필름, 각종 터치스크린에 사용되는 CNT 투명전도성 필름 세계 최초개발, 플렉시블 염료감응태양전지 개발 등 기본에서 파생되는 사업을 근간으로 지속적인 R&D투자과 기술진보를 통하여 IT핵심 소재 기술의 선두 개발 주자로서 100년 이상 지속되는 기업을 만들기 위해 오늘도 변화와 혁신을 지속하고 있다.

성공했다고 생각하는 순간이 위기라는 말이 있다. 결코 현실에 안주해 멈추면 안된다.

기업은 늘 변화를 꿈꾸어야 한다. 시류를 읽지 못하고 상황에 맞지 않는 변화 시도는 지양되어야겠지만 변화가 없으면 성공도 없다는 사실 역시 주지해야 한다.

온고지신(溫故知新), 즉 옛것을 바탕으로 새

로운 것을 만들어가는 진화가 필요하다고 생각한다.

세계적 장수기업으로 알려진 일본의 노리타케와 독일의 파버 카스텔은 초심을 잃지 않고 자사(自社)의 기본을 바탕으로 변화하고 있다. 즉, 전해져 내려오는 기술이나 노하우를 이용해서 환경 변화에 대응한다는 이야기다. 초창기 제품을 기본으로 하되, 지속적인 R&D를 통하여 더욱 더 뛰어난 제품을 생산하고 있는 것이다. 또한, 기업이 커지면서 사업을 확장함에도 전혀 다른 분야가 아닌 자신이 가장 잘할 수 있는 연관 분야로 확장해 가고 있다.

강한 중소기업이 국가경쟁력을 떠받치고 있는 나라 독일에서는 중소기업이 전체 매출의 3분의 1, 고용의 3분의 2를 차지하고 있다고 한다. 이렇게 작지만 강한 기업을 '히든 챔피언(숨겨진 승자)'이라 한다.

이들 히든챔피언의 특징은 고객 최우선 정책을 가지고 현장경영을 통하여 고객과 상시 소통하며 고객만족을 위해 최선을 다한다. 까다로운 고객과 가까워져야 회사의 기술이 진화하는 것이다.

실패를 두려워하고 끊임없는 싸움에서 이기지 못하면 챔피언이란 타이틀을 얻을 수 없다.

실패는 성공의 한 과정일 뿐이다.

포장 및 인쇄기술의 선진화와 건전한 포장문화를 선도하고 있는 한국포장협회 운영육회장님과 관계자 분들의 건승을 기원하며 한국포장협회 회원사 중에서 많은 '히든 챔피언'이 탄생되기를 기대해 본다. [KO]