

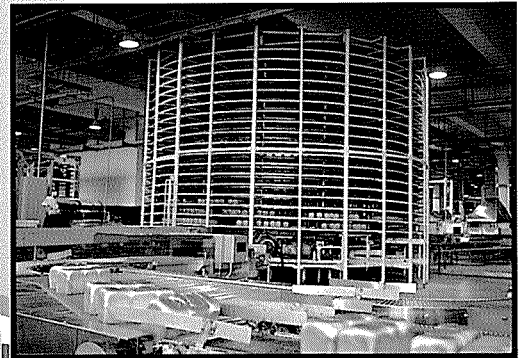
삼립 GF

국제적 식품회사로 발돋움 한다

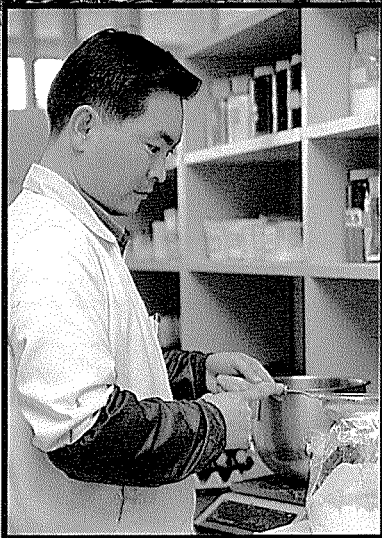
삼립식품이 종합 식품회사라는 의미의 삼립 GF로 회사명을 바꾸고

시화 공장 이전을 계기로 제2의 창업의 발판을 구축했다.

총 800억원을 투자, 대지 1만4,600평에 연건평 1만5,600평의 규모를 자랑하는 삼립GF는 빵, 케이크 14개 라인 외에 습면, 만두 등을 생산할 수 있는 생산시설을 갖추고 있어 앞으로의 행보가 주목되고 있다.



시화공장의 특징은
완전자동화 생산라인,
생산과 운반이
자동화시스템으로 구성돼 있다.



제빵연구소,
삼립GF 히트상품의 탄생이
이곳에서 이뤄진다.

800억원투자 연건평 1만5,600평 규모에 완전 자동화 생산 구비

제빵 양산업체인 삼립식품이 제2의 창업을 선언했다.

27년간의 가리봉동 시대를 마감하고 지난 3월3일 경기도 시화공단으로의 이전과 함께 회사명을 삼립GF로 바꾸고 국제적인 식품 전문 회사로 거듭나기를 선언한 것이다.

이번 삼립GF의 제2의 창업은 많은 의미를 지닌다. 1945년 국내 최초의 양산업체로 출발해 선두를 지켜온 삼립GF가 세계화·국제화 시대를 맞아 기존의 대표적 상품인 빵 이외에도 습면, 만두 등 다양한 제품을 생산하는 식품 전문회사로의 새로운 탄생을 의미하기 때문이다.

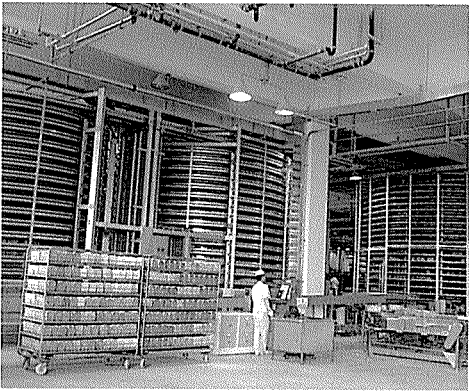
이에 따라 이번에 시화공단으로 이전해 새 모습을 선보이는 삼립GF는 생산과 관리, 사원 복지 시설면에서 국제적 식품 회사로서의 면모

를 가지고 있다.

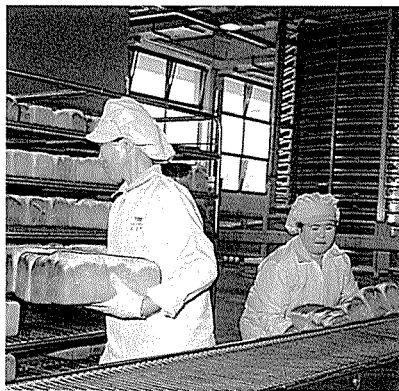
먼저 지난 93년 8월 착공해 1년 6개월의 공사를 거쳐 탄생한 삼립 GF는 총 공사비 800억 원이 소요됐으며, 대지 1만4,600평에 연건평 1만5,600평의 2층 건물로 웅장한 규모를 자랑한다. 단일 제빵 공장으로는 세계 최대 규모라는 것이 삼립GF측의 설명이다.

이를 반영하듯 완전 자동화 생산라인체제를 구축한 삼립GF는 1층에 일반빵 3개 라인과 페이스트리 1개, 햄버거 1개, 식빵 2개, 호빵 1개 라인을 갖추고 있으며, 2층에는 일반빵 소형라인 2개, 케이크라인 4개로 총 14개 라인으로 구성돼 있다.

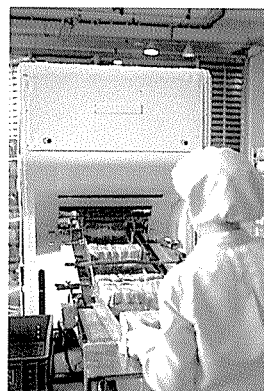
이 생산 라인에서 기존 제품과 함께 '쉐마빵뜨', '신테라'의 고급 제품이 생산되고 있으며, 이외에 생산 라인에서 삼립GF가 판매 비중을 높여 갈 습면과 만두 등의 제품이 생산되고 있다.



1



2



3

1. 1층 보관창고. 각층에서 생산된 제품이 이곳에 집결돼 운반된다.
2. 고급제품의 철저한 생산과 보관. 운반이 삼위일체가 돼야 한다.
3. 자동슬라이서기계. 생산된 제품이 균일하게 분할돼 포장단계를 거친다.

이외에 삼립GF 시화공장은 주요 생산라인을 제외하고 방대한 규모만큼 넓은 공간으로 구성되어 있는데 1층은 재료 창고 보관과 2층에서 생산되는 제품을 최종 정리, 보관하는 곳이며, 2층에 22명의 연구원이 있는 연구소와 홍보실, 경리과, 깨끗하게 꾸며진 식당 등 사무실이 자리하고 있다.

자동화 생산라인 외에 다양한 복지시설을 구비한 혼합형 건물

따라서 시화공장은 완전 자동화 라인의 생산과 이를 뒷받침하는 관리 업무 체계가 이상적으로 접목된 혼합형의 형태라 할 수 있다.

이밖에 삼립GF 시화공장의 또다른 특징으로 들 수 있는 것이 거대한 생산 규모에 걸맞게 다양한 복지공간을 갖추었다는 점인데 냉난방 시설, 기숙사, 복지관, 탁아소, 미용실, 이발소 등을 갖추어 쾌적한 근무 조건을 갖추고 있다.

특히 3월말 가리봉동 공장에 남아 있는 생산 인원이 합류해 사용하게 될 기숙사는 6층으로 남녀 400명을 수용할 수 있는 규모이며, 샤워실과 세탁실, 노래방 시설이 구비돼 현장 근무를 끝낸 근로자들이 안락한 여가 시간을 가질 수 있게 됨으로써 재충전을 통한 근로의욕 고취의 밑거름이 되고 있다.

현재 삼립GF는 대 히트 상품 '누네띠네'와 신제품 '초코레스'를 생산하는 대구공장도 청주공장, 본공장을 포함해 2,500명이라는 대 식구를 거느리고 있다.

그리고 가리봉동의 잔류 인원이 3월말 시화공장에 합류하면 1층과 2층 각각 300명으로 나눠진 600명의 생산인원이 국제적인 식품 전문회사 삼립GF를 이끌어 나가게 된다.

이렇듯 많은 생산 인원과 국내의 대표적 제빵 업체답게 삼립GF는 지난해 93년 대비

11.6% 성장한 1,267억원의 매출을 기록, 40.3%의 시장 점유율을 보이며 선두 업체로서 자리를 굳건히 지키고 있다. 이렇게 삼립GF가 선두를 지킬 수 있었던 것은 끊임없는 연구 개발과 그에 따른 히트 상품의 판매 호조라 할 수 있다.

최근의 예만 들더라도 1992년에 출시된 '누네띠네'는 대 히트를 기록해 한때 하루 판매량이 7,000상자에 이른 적도 있으며, 현재도 3,000~4,000상자의 판매량을 보여 매년 100억원의 매출을 올리는 효자 상품의 역할을 담당하고 있다.

이런 명성을 뒷받침하듯 누네띠네는 중국과 일본 등 해외로 수출돼 중국에서만 '아프리카트'라는 상품명으로 1년간 1만~1만5,000여개의 판매량을 기록하고 있는 상태이다.

또 '하이먼' 역시 10년이 지난 현재도 사랑받는 인기 제품으로 각광받고 있으며, 올해 2월에 출시된 '누네띠네'와 유사 제품인 '초코레스'도 현재 1일 1,500 상자의 판매고를 기록하고 있는데 히트 상품으로서의 가능성을 보이고 있어 앞으로 삼립GF는 1일 3,500 상자로 생산량을 늘릴 예정이다.

빵 비중줄이고 습면, 만두 등 생산확대, SSF'95운동 전개

삼립GF는 5년전까지만 해도 빵류가 매출의 80%를 차지했으나 이 부문의 점유비를 낮추고 습면, 만두, 라면 등의 매출 점유비를 확대해 나갈 계획이다. 이는 삼립GF가 포함하고 있는 식품 전문회사로서의 영역을 확대해 나가기 위해서이다.

또 이번 시화공장 이전으로 대규모 생산 시설을 갖추는데 이어 생산 제품의 원활한 유통을 위해 다원화된 물류 체계를 구축할 계획이다.

즉 대방동과 군포, 시화를 잇는 물류 유통 및 영업 시스템의 3원화 구성으로 소비자의 다양한 기호와 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 체계를 확립해 새로운 소비자의 창출에 나선다는 구상이다.

이밖에 세계화 시대에 앞서가는 기업으로 자리잡기 위해 삼립GF는 95년도 경영 슬로건, 일명 S.S.F '95운동을 전개하고 있다. 이 운동은 첫째 제품의 고급화(Superior products)운동으로 신기술, 새로운 생산라인으로 제품력을 향상시키고 신제품 개발, 고부가가치를 통해 매출 이익을 극대화 하자는 것으로 정의할 수 있다.

둘째로는 관리의 전문화(Specialization of Management)운동으로 업종 전문화를 통해 초우량 기업을 지향하고, 관리 운용의 전문화, 자기 개발을 통한 개인 능력의 전문화로 기업 경영의 효율을 극대화 시키는 내용으로 집약할 수 있다.

마지막으로 사원의 가족화(Family) 운동으로 복지 향상과 사원들이 한 가족이라는 의식을 심어줌으로써 궁극적으로 소비자 만족을 극대화하자는 운동이다.

이에 따라 삼립GF는 현대적이고 자동화된 설비로 생산성을 더욱 향상시키고 고급 품질의 제품 생산에도 주력할 것으로 보인다. 또 소비자에게도 좀 더 신속하고 우수한 제품으로 다가갈 고객 만족을 다할 것으로 보이며, 수출 강화에도 힘써 해외시장 공략에도 나설 계획이다.

따라서 현재 5개년 계획으로 구성하고 있는 발전 계획이 실현되면 삼립GF는 국내 식품 업계 선두는 물론 국제적으로도 단단한 위치를 구축한 종합 식품 회사로서의 면모를 갖추게 것으로 보여 향후 발전상이 기대되고 있다.

(글 민경식) 