

고객 입맛맞는 제책기 생산 '올인'

인쇄 후가공 분야인 제책 공정. 자르고(재단), 접는(접지기) 과정을 거쳐 하나의 완제품이 나오는 최종 출구 역할을 담당한다. 인쇄물이 편집과 기획 등의 프리프레스 작업을 거쳐 출력소에서 작업물이 떠나면 최종적으로 남은 단계가 바로 제책 단계다. 보여주고자 하는 인쇄물의 최종 모습을 표현한다. 특히 정합 등을 포함한 제책 공정 분야 중에서도 무선철기는 인쇄물의 걸표지를 씌우는 작업이다. 사람으로 비유하자면 옷을 입히는 공정 단계로 시각적인 효과가 극대화돼야 하고 무엇보다도 세밀하고 간소한 작업이 요구된다. 아무리 고품질의 용지를 사용하더라도 이를 소비자가 선뜻 받아들이지 못하면 상품 가치는 당연히 감소할 수밖에 없다.

이러한 걸표지 마무리 작업을 탄탄한 설계 작업을 통해 맞춤형으로 공급하는 업체가 있다. 전자동 무선철기 전문 제작 공급 업체인 한성기계(대표 한승학)다. 주력으로 공급하고 있는 기종은 무선철 제책기. 자동이송장치 등 기본적인 주물 제작부터 원형 디자인, 컨베이어 시스템에 이르기까지 공정에 투입되는 제

작 업무를 다양하게 소화하고 있다.

한발 앞선 기술 노하우

●●● 1994년에 설립된 이 업체는 6콤마 무선철 제책기(HS-815C)를 주력 기종으로 내세우며 인쇄 후가공 분야에 이름을 알리기 시작한다. 당시만 해도 국내에서 내놓으라고 하는 무선철 제책기 제작, 공급 업체는 손에 꼽을 정도. 시기적으로 봤을 때 접지기 등 다른 후가공 기종들에 비교해 인쇄사들의 수요가 그리 많지 않았던 시기였다.

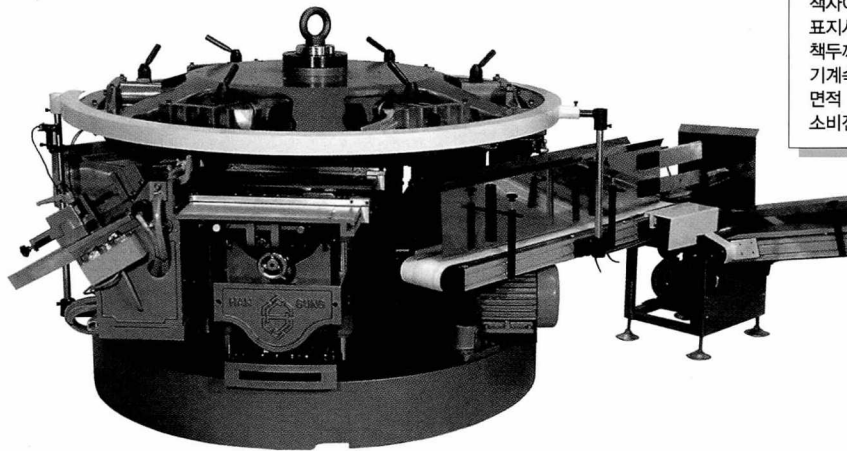
한승학 사장은 향후 다가올 인쇄 시장의 핵심은 '첨단 IT 시대에 맞는 기종 출시'라고 내다보고 무선, 즉 온라인으로 작업이 가능한 기종을 선택했다. 물론 여기에는 1980년대 초반부터 한 제책업체의 A/S팀에서 기술자로 근무했던 경험과 노하우가 결정적인 역할을 했다. 또 이를 바탕으로 소비자, 즉 인쇄사를 운영하던 사람들이 어떠한 점을 불편하게 생각하고 있는 지에 대한 고려가 선행됐다.



한승학 사장이 무선철 제책기 조립과정을 점검하고 있다



2000년도 'KIPES' 전시회의 부스 모습



6콤마 무선철제책기(HS-815C)

책사이즈	최대 : 420×310mm	최소 : 120×90mm
표지사이즈	최대 : 520×420mm	최소 : 180×120mm
책두께	2~60mm	
기계속도	3500C/H	
면적	1500mm(W)×920mm(h)	
소비전력	8kW	

캠 등의 탄탄한 부품 개발에 진력을 다한 지 2년뒤인 1996년, KIPES(국제인쇄산업전)에 HS-815C를 출품하면서 제품 개발에만 투입되던 자본이 수익으로 창출되기 시작했다. 창립 초반부터 한성기계의 무선철 제책기를 구입한 소비자들이다. 다른 구매자를 연결시켜주는 창구 역할을 했기 때문이다. 소량이었지만 맞춤형 무선철 제책기에 대한 소비자들의 끊임없는 주문으로 이어졌다. 하지만 단지 이익을 내는 데에만 연연하진 않았다. 시장은 바라보는 것이 아니라 만들어가는 것이라는 한 사장의 철학이 이윤이 발생하면 다시 부품 연구 개발비로 연결시키는 근원지 역할을 했다.

이듬해인 1997년, 국내에서 꾸준한 판매고를 올리던 이 업체는 태국을 비롯한 동남아시아에 수출을 개시한다. 당시만 해도 국내는 달러 등 외환보유고가 현저히 낮아 IMF 외환위기 사태를 겪고 있던 시기였다. 하지만 1년전(1996년)에 계약했던 외국 업체들이 결제하기 시작하면서 달러가 들어오기 시작했다. 내수 시장을 통한 마케팅에 의존했던 시스템에 변화가 일기 시작한 것이다. 이를 토대로 '해외 수출로 확보'와 '내수 시장 안정성'이라는 두 마리 토끼를 잡으며 탄탄한 업체로 거듭나는 발판을 마련하게 된다. 창립 4년만에 연 평균 40대를 제작, 공급하는 업체로 거듭난 것이다.

더 작고 더 편리하게

●●● 한성기계는 단지 무선철기를 공급하고 이에 대한 수익으로 운영하는 체제를 고수하지 않았다. '소비자의 요구를 꿰뚫고 있어야 한다'는 기치를 그대로 기계 제작에 적용하며 다른 업체와의 차별화를 선언하고 나선 것이다. 이를 위해 이 업체는 고객들의 성향과 시장의 흐름을 파악하기 위해 KIPES 전시회(1998년)에 참가했다. '우물 안 개구리'의 시야에서 벗어나기 위해서였다. 이 전시회를 기점으로 한 사장은 작업자의 환경이

기계 구입에서 가장 중요한 변수라고 판단했다고 한다. 즉 작업 공간을 많이 차지하지 않고 시간과 비용을 절감할 수 있는 방안 모색이 무엇인지 고민할 수 있었던 자성의 시간이 됐다.

기본 중의 기본을 실천하는 계기로 이어진 것이다. 이를 위한 사장은 전시회 부스를 찾아오는 고객들을 대상으로 끊임없이 면담하고 때로는 작업장을 직접 방문해 애로 사항에 대한 점검을 하고 이를 철저히 분석하기 시작했다. 문제는 기계가 아니라 작업 공정과 환경에 있었던 것. 정합·무선철기·삼면 재단기로 이어지는 제본 라인의 효율성이 생산 물량과 품질에 가장 큰 영향을 끼친다는 것을 직접 피부로 느낀 것이다. 이에 대한 답은 간단했다. 공정 작업은 그대로 유지하면서 작업 환경이 좁은 공간에서도 무선철 제책기를 도입해 사용할 수 있는 기종의 공급이 최우선이라는 것. 이 깨달음은 곧 실천으로 옮겨졌다. 불필요하게 작업장을 차지하는 부품들을 최대한 작고 부드러운 원형 디자인으로 설계하고 각 라인별 주물 제작을 다시 설계하는 작업에 돌입했다. 물론 기존에 작업을 하던 방식을 한 순간에 바꾸기는 쉽지 않았지만 장기적인 사업 운영을 통해 기초 설계부터 다지기 시작했다. 예상은 적중했다.

컨베이어 무선 자동 이송장치 등이 작업장을 차지하는 시스템 라인을 부담스러워 외주를 주던 인쇄사들이 직접 무선철 제책기를 도입하기 시작한 것이다.

도털 인쇄시스템으로 변모해가는 시장을 고객(인쇄사)들이 먼저 주지하며 이에 대한 구입 문의 전화가 쇄도하기 시작했다. 효율성이 우선적으로 고려된 기계 제작에 사업 운영을 맞추다 보니 구전에 의한 자연스러운 마케팅도 급물살을 타기 시작했다. 압축 장치 등의 부품 개발에 더 많은 투자를 하게 된 것은 물론이다. 장기적인 안목을 고려한 사업 운영이 빛을 발하기 시작했다. 이런 과정을 거치다 보니 더 치밀하게 구상된 제책 온라인 시스템이 개발돼 어떠한 정합 공정과도 연동이 가능한 무선

철 제책기를 제작할 수 있게 됐다.

품질관리의 핵심은 설계

●●● 이 같은 분위기는 또 압축·폴질·소음방지 장치 등의 부품들에 대한 기본적인 공정 실험의 변화로 이어져 투입되는 인쇄물의 양과 질에 대해 다양한 시험이 강화됐다. 즉 정확한 압축이 이뤄지지 않으면 기포가 생기는 현상이라든지 풀 문음 현상, 소음 및 떨림 방지에 대한 캠의 설치 문제가 완벽하게 해결된 뒤에야 완제품으로 모습을 드러냈다. 이 업체가 가장 중요하게 생각하는 단계는 따로 있었다. 바로 설계다.

완벽한 설계를 중시하다 보니 첫 번째 변화가 찾아왔다. 기계 수명의 연장으로 이어진 것. 기초가 잘 닦여진 설계 덕분에 과거 10년전과 비교했을 때 현저히 낮아진 기계 교체율을 보이게 된 것이다. 이는 또 사후관리에도 많은 변화를 가져왔다.

인쇄사로부터 간단한 조립과 교체가 가능한 볼트의 구입 희망 외에는 별다른 요구 사항이 없었다. 업체에서 발생하는 고장 빈도수가 줄어드니 기계 제작에만 열을 올릴 수 있는 환경이 자연스럽게 구축됐다. 이러한 작업·공급 환경을 바탕으로 현재 이 업체를 통해 무선 철기를 공급받고 있는 업체들은 해군 인쇄창 등 품질 관리가 까다로운 관공서가 주류를 이룬다. 철저한 공정을 거친 기계 공급과 사후관리가 인정을 받았기 때문이다. 한 사장은 이에 대해 “까다로운 단계를 거치면 작업 당시에는 수많은 손길이 필요해 작업자 입장에서 보면 번거롭지만 그만큼 정밀도가 높은 기계들을 출시할 수 있다”며 “이는 또 사후관리에도 많은 영향을 미쳐 기계를 구입한 업체들이 믿고 찾을 수 있는 또 하나의 마케팅 전략이 됐다”고 강조했다.

신뢰는 신뢰를 불러와

●●● 한 사장은 “단기적으로 보면 당장은 통장 잔고에 미련이 가기 마련이지만 장기적으로 보면 고객들이 더 중요하다”고 밝혔다. 또 무리한 마케팅 방법을 취하지 않고 단 한명의 고객이라도 집중할 수 있는 여유가 생겼다고 한다. 이렇다보니 한번 인연을 맺은 고객은 또 자연스럽게 다른 구매자를 연결 시켜줬다. 시너지 효과로 이어져 자연스러운 마케팅 전략이 이뤄진 것이다.

제책 범위도 한몫했다. 원형 디자인을 바탕으로 얇은 책자부터 전화번호부까지 넓은 제책 영역을 소화하면서 한정된 고객 보다는 다양한 구매층이 자연스럽게 형성된 것이다. 한 사장은 “수많은 시행착오를 거쳐 다양한 대처 방안을 갖게 된 것이 주효했다”고 밝혔다. 또 “한번 고객은 우리에게 평생 고객이다”고 덧붙였다.

이 같은 한 사장의 경영 운영과 철학 덕분에 전국에 공급돼 있는 한성기계의 무선철기는 대략 300여대. 사후관리에 특별히 신경을 쓰지 않아도 될 만큼 품질이 우수하다.

하지만 투입되는 물량과 작업물의 성격에 따라서 변수가 많은 기종이라 주말에도 부품 교체에 대한 업체의 요구가 있으면 언제든 달려간다. 시·공간을 가리지 않는 사후관리는 기본이라는 한 사장의 지론 때문이다. 그의 이러한 철학은 공급하고 있는 무선철 제책기에서도 나타난다. 현재 공급하고 있는 기종은 HS-815C. '815' 라는 액면상의 숫자는 단지 숫자에만 국한되지 않는다. 광복절을 기념하는 의미로 붙인 것이다. 단순한 설계로부터의 독립, 간단한 조립에서 독립, 팔고 그만인 사후관리에서의 독립 등 많은 의미를 내포하고 있다. 결국 이 업체의 원동력은 지금까지 고질적으로 이어져 온 모든 관행으로부터의 독립을 의미하는 것이다. 이러한 이유 때문인지 이 업체로부터 무선철 제책기를 구입했던 업체 중 잔고장으로 인해 불만을 제기하는 업체들이 드물다. ‘정직한 기계가 정직한 고객을 만난다’는 한성기계의 운영 철학이 설계부터 조립, 납품 등 전 과정에 배어 있기 때문이다. (장홍일기자)

한.마.디. | 한승학 사장

제책부분 온라인화 최선

“인쇄업이 한 단계 더 성숙하기 위해서는 제책 부분의 온라인 시스템 구축이 시급합니다.”

한승학(48) 사장은 1994년부터 현재에 이르기까지 15년이 넘는 세월동안 무선철 제책기만을 제작하고 있다.



한 사장은 “정합기 등 제책 라인이 구비돼 있지 않으면 이제는 더 이상 고객의 수요를 이끌어 낼 수 없고, 외주를 통한 사업 운영만으로는 자체 파이를 키울 수 없다”라며 “어떠한 제책 라인 과 작업장 환경에도 응용과 설치가 가능한 기종의 보급이 선행돼야 한다”고 밝혔다. 또 “첨단화 시대에 맞는 인쇄업으로 진보하기 위해서는 이 같은 환경을 선택이 아닌 필수로 받아들여야 한다”고 부연했다. 향후 계획에 대해 그는 “온라인 시스템이 더욱 활성화될 것은 자명한 사실이다”며 “디자인 부문에 집중적으로 투자해 각 사업체의 환경적응에 뛰어난 기종이 출시될 수 있도록 만전을 기할 것”이라고 강조했다.

강원도 홍천이 고향인 그는 1980년부터 1994년까지 15년동안 무선철 제책기 전문 제작업체인 영광정밀(현 영광정공)에서 A/S 엔지니어로 근무한 바 있다.