



INTERVIEW

【한국물류산업을
이끄는 CEO ④】

이 원 영

(주)한진 대표이사

「원조 택배업체로서 국내 택배시장을 업그레이드 할 수 있도록 리드할 것」

(주)한진은 올해로 창립 60주년을 맞이한다. 보통 기업의 생명이 10년을 넘기지 못하는 것이 태반이지만 60년이라는 긴 세월동안 종합물류기업으로 성장하면서 대한민국의 대표 물류기업으로 자리매김 해오고 있다.

한진은 그동안의 보수적인 경영을 탈피, 공격적인 경영전략을 추구하면서 글로벌 물류기업으로 탈바꿈한다는 계획이다. 올 하반기 부터 중국시장 공략에 역점을 둔다는 것이다.

국내 최고의 수송역사와 글로벌 물류 인프라를 자랑하는 한진은 그동안 내수중심의 영업에서 벗어나 영업 반경을 확대하는 이른바 '글로벌 물류경영'에 시동을 걸고 있다.

그 시발점은 중국 청도교운육해국제화운주식유한공사와 합자계약을 맺고, 올 하반기부터 본격화 될 중국 내 3PL 시장 공략!

창립 60주년을 맞이하는 한진의 글로벌 경영전략에 대해서 이원영 (주)한진 사장으로 부터 들어본다.

- 한진이 올해 창사 60주년을 맞아 사내 중장기 비전을 공모한다고 하는데, 이를 두고 업계에서는 '열린 경영'이라는 평가입니다. 이에 대해 설명해 주시고, 현재 경영진이 구상하는 중장기 비전이 무엇인지 궁금합니다.

▶ 사내에서 중장기 비전을 공모하는 것은 열린·참여(현장) 경영의 일환이라고 말할 수 있습니다. 현재 국내외 경영환경은 빠르게 변화하고 있습니다. 특히 물류산업의 환경변화는 더욱 치열하다 할 수 있을 것입니다.

이러한 변화의 시기에서 전 종업원의 비전에 대한 공유는 그 어느 때 보다 중요하다 할 것입니다. 왜냐하면 비전은 한진을 구성하고 있는 협력업체를 포함한 모든 조직원들이 회사가 가고자 하는 한 방향으로 같이 생각하고 움직이게 해주기 때문이죠.

비전, 즉 꿈은 공유되어야 하고, 공유된 꿈은 각자의 역할을 이해하고 실천할 수 있게 해주기 때문입니다. 그래야만 지금과 같은 경쟁 속에서도 또는 앞으로 더 치열해질 경영환경 앞에서 한진의 새로운 60년을 창출 할 수 있다고 생각합니다.

특히 이번 비전 공모에는 조직의 구성원들이 생각하는 물류산업의 미래를 그리고 신입사원의 신선한 아이디어를 많이 끌어 낼 수 있을 것으로 기대합니다.

뿐만 아니라 경영진도 같이 참여하는 그리고 같이 공유하는 관점에서 경험과 통찰을 통한 의견을 제시하고 있습니다.

다만 현재까지 한진이 진취적이고 창조적으로 과거 60년을 이끌었던 것과 마찬가지로, 앞으로의 60년 도 전세계의 물류를 이끌어 가는 게 저희의 목표입니다.

- 한진이 그룹차원에서 중국시장에서의 3PL사업을 적극 추진하고 있는 것으로 알고 있는데 구체적인 시기/규모/방향에 대해 말씀해 주십시오.

▶ 그룹 차원에서 계획하고 있는 것은 ㈜한진 사장인 제가 언급할 사항은 아닌 것 같고, 그룹사의 네트

워크와 물류 노하우를 연계한 차별화된 서비스를 구상하고 있다는 수준으로만 말씀 드리겠습니다.

당사의 중국사업은 2003년에 인천지역을 중심으로 포워딩화물 사업을 개시하여 같은 해 청도지역에 영업소를 신설하였고, 올해에는 청도지점으로 승격시켜 산하에 위해, 대련, 상해지역에 영업소를 설치하는 등 적극적인 시장공략을 하고 있습니다.

특히 청도지역에는 지역내 우수한 물류업체인 청도 교운육해국제화운주식유한공사와 합자조인식을 개최하여 현지법인을 설립, 금년 하반기 부터 본격적인 영업을 개시할 계획입니다.

이 합자기업은 중국내 진출한 한국기업과 한국시장의 진출을 계획하는 중국기업에게 선진 물류서비스인 3PL서비스를 제공함으로써 중국 내와 해외지역에 대한 통합 물류서비스를 제공할 계획입니다.

- GS그룹이 물류계열사를 통해 GS홈쇼핑의 물량을 처리할 것이라는 견해가 지배적인데, 이에 대한 대책을 말씀해 주십시오.

▶ GS홈쇼핑과 당사는 사업 초기부터 지금까지 원만한 파트너십을 유지하고 있습니다. 오는 2006년 GS홈쇼핑 물류센터 이전은 자체 물류창고를 보유하여 운영하겠다는 정책적 결정으로 택배사 이용여부와는 직접적 관계가 없으며, GS홈쇼핑 측은 계속 당사에 대한 신뢰를 표시하고 있어 크게 우려할 사항은 아니라고 판단하고 있습니다.

당사에서는 서비스 질이 모든 것을 결정할 것으로 믿고, 프로세스 개선을 통해 현재보다 한단계 올라선 서비스로 계속 파트너십을 유지하도록 최선을 다할 것입니다.

- 국내에서는 아직 화주와 물류업체가 동등한 관계이기 보다는 갑과 을의 관계로 인식되고 있습니다. 이에 대한 사장님의 생각과 이를 개선하기 위한 정부와 기업이 각각 어떠한 노력을 해야 하는지 말씀해 주십시오.

▶ 그 동안 국내 물류시장은 공급자 중심에서 사용

자 중심의 시장으로 재편되었을 뿐 아니라, 물류기업의 난립으로 서비스수준에 대한 평가가 없이 단순 기능별 서비스제공에 대한 가격덤핑 등이 만연하였습니다.

아울러 화주기업은 물류협력체제에 대한 인식 부족으로 전략적 경쟁요소가 아닌 단순 비용절감의 차원에서만 물류를 인식하는 경우가 많았으며 장기적, 전략적 관점에서 협력관계를 구축하려는 노력이 부족했던 것이 사실입니다.

그러나 최근 시장에서의 경쟁우위 확보를 위해 노력중인 기업들은 물류파트너십을 통한 제휴가 재고 감소, 리드타임단축, 고객서비스 향상 등을 통해 기업 경쟁력 강화와 기업의 부가가치를 창출하는 데 주요한 원동력임을 인식하게 되었습니다.

따라서 과거 개별 기업단위로 물류 운영체제를 구축하여 시장에 대응하던 것이 시장 경쟁의 심화로 인해 개별기업의 물류관리 차원에서 공급체인(Supply Chain) 전체 차원으로 확대되고 이에 따라 SCM 경영의 핵심 성공요소 중에서 공급체인 내 주체간의 파트너십 또는 Strategic Alliance의 중요성이 무엇보다 큰 핵심 성공요소라고 보고 있습니다.

이런 추세 변화가 확산된다면 머지 않은 장래에 국내 기업들도 SCM경영의 전략적 파트너로 3PL기업들을 인식하게 될 것이라고 생각합니다.

이렇게 되어야만 고객기업은 핵심업무에 경영자원을 집중하고 비핵심업무에 대해 전략적 파트너인 3PL기업을 활용함으로써 치열한 시장 경쟁 환경에 유연하게 대응할 수 있을 것입니다.

그리고 이런 인식전환을 위해서는 우선 정부의 역할이 클 것입니다. 정책 측면에 있어서는 화주중심의 지원책도 중요하지만, 물류를 산업으로 인식하여 물류경쟁력을 떨어뜨리는 각종 규제를 철폐하고 글로벌 경쟁력을 갖춘 물류기업 양성을 위해 범국가적 지원정책을 펼쳐주었으면 좋겠습니다.

- 내년부터 시행될 중물업과 관련해, 정부는 올해 상반기중 인증기준을 마련한다는 방침아래 최근

그 기준을 변경하기도 했습니다. 이에 대해 사장님은 어떻게 생각하시는지, 한진은 어떤 준비를 하고 있는지 말씀해 주시기 바랍니다.

▶ 정부가 추진하고 있는 동북아물류 로드맵 자체가 구호에 그치고 있다는 느낌을 받고 있습니다. 상황만 건설의 지연 등 가시화되는 것이 매우 부진합니다.

지난해 화물유통촉진법이 개정되면서 '종합물류업(이하 중물업)'의 발판을 마련했지만 아직 세부적인 인증기준안과 세제지원 방안이 결정되지는 않은 상태입니다. 시행시기도 오는 2006년 1월로 당초 계획보다 6개월 늦어졌습니다. 지난해에 이어 올해에도 물류업계로 부터 많은 '기대'와 '우려'를 동시에 받을 최대 이슈임에는 틀림이 없을 것으로 보입니다.

애초 중물업 육성 방향의 핵심은 '공급자(물류회사) 위주가 아닌 수요자(화주기업) 중심의 지원정책'을 강화를 통해 '화주기업의 능동적인 물류시장 참여를 유도' 하겠다는 점이었습니다.

또 '물류비개선' 및 '물류경쟁력확보'를 위한 선행 과제로 수송·보관·하역 등 일괄적인 물류수행이 어려운 전통적인 물류산업의 시장구조를 과감히 개혁, 향후 3자물류 서비스 중심으로 '원스톱 물류체계'를 구축하겠다는 의지였습니다.

그러나 언제부터인가 중물업은 '대기업 중심의 육성정책으로 인한 중소기업 형평성 문제', '2자물류와 3자물류의 갈등', '자산형과 비자산형의 경쟁' 등으로 그 본연의 색깔이 변화하기 시작했습니다.

생각해 보면 04년 3월 '국가물류체계개선안'이 발표될 때만 하더라도 국내 물류업계는 별다른 반응을 보이지 않았습니다. 그러나 3개월 뒤인 6월 동북아시대위원회가 '전문물류기업 육성방안'을 들고 나왔을 때에는 분위기가 틀려졌습니다.

그 이유는 물류업에 대한 직접적인 '세제지원 혜택' 및 '규제완화 정책'이 돋보였기 때문이죠.

이때 발표된 자료만 하더라도 정부의 '물류육성책'은 업계 전반적인 '종합선물세트'와 같았습니다. 이 결과 '물류산업'은 그 동안 제조업 뒤에 가려진 서

러움에서 점점 벗어나는 계기가 됐으며, 현 정부가 물류산업에 대한 육성 의지가 보다 구체화되는 발판을 마련하게 됐다는 평판을 받은게 사실입니다.

그러나 최근 발표된 05년 '종합물류기업 인증제 추진방향'을 살펴보면 전통적인 물류산업 구조를 개혁하고, 선진화된 물류산업을 육성하기 위한 개혁적 성향은 돋보이지만 구체적인 인증시스템(안)에 있어서는 진입장벽이 너무 낮아져 '종물업 인증' 자체의 경쟁력을 떨어트렸다는 문제점을 안고 있다고 봅니다.

결국 시장상황은 제자리 걸음을 하면서 종물업이라는 인증서만 대량 발부되는 상황이 초래된다면, 의미 없는 제도 도입에 국력을 낭비하고 물류기업들의 진만 빼는 꼴이 되지 않겠느냐는 우려의 소리도 있습니다.

- 향후 한진의 사업전략에 대해 말씀해 주십시오.

▶ 한진이 지향하는 것은 생활 속에서 고객에게 더 나은 삶을 창조할 수 있는 물류서비스를 제공하는 것입니다.

3PL사업의 경우 고객기업의 물류경쟁력 강화를 위한 지원체제를 구축하고 특히 프로세스 개선 컨설팅 능력과 물류정보시스템, 효율적인 물류자원 운영능력, 글로벌 서비스를 제공하기 위한 사업역량 확보에 전력 투구할 생각입니다.

이에 저희 (주)한진은 산업별 전문가와 글로벌 물류 핵심인재 양성 차원에서 3단계의 Advanced 3PL Education Program을 실시하고 있으며, Optimized SCM Solution을 제공하기 위해 다양한 IT Solution을 구축 중입니다.

또한 이미 진출한 미국, 중국 등에서 글로벌물류사업을 활발히 전개하고 있으며 향후 유럽지역에도 진출하기 위해 열심히 준비 중입니다. 이런 노력을 통해 고객기업에게 Integrated Logistics Service 제공능력을 갖춘 전문 3PL기업으로서의 위상을 보여주는 것이 바로 진정한 전략적 파트너의 모습이라고 생각합니다.



택배의 경우 '서비스에 대한 신뢰'가 모든 것을 결정할 것입니다. 당사로서는 분명 프로세스 개선을 통해 현재보다 한단계 올라선 서비스로 승부수를 띄울 계획입니다.

이를 위해 고객의 다양한 니즈에 부합하도록 수도권 지역 당일배송 시스템을 구축하고 있습니다. 이를 통해 신선도를 유지해야 하는 식품류 및 긴급화물 등에 대한 쉐한진만의 탄탄한 네트워크를 기반으로 당일택배를 강화할 계획입니다.

특히 경쟁사 대비 당일택배를 활성화 하기 위한 조치로 올해부터 오토바이(일명 오토바이 집하서비스)와 택배를 접목한 서비스를 통해 1시간 내 집하를 가능하게 하는 등 차별화된 상품 개발에 주력하고 있습니다.

이를 통해 (주)한진은 국내 택배업계 1위 탈환을 노리고 있으며, 머지않은 장래에 원조 택배업체인 한진택배가 국내 택배시장을 다시 한번 업그레이드 할 수 있도록 리드할 것입니다. **물류**

