

뉴 트렌드의 선두두자

치어팩 국내 최초 공급



이 상 열

대왕인터네오날(주) 대표이사

최근 국내 기업들은 근간의 불황을 새로운 글로벌 마케팅 전략 전술로써 탈출하여 새로운 도약을 맞이하고자 노력하고 있다. 글로벌 선두기업은 상품시장 경쟁력과 요소시장 경쟁력으로 성공의 승패가 좌우된다.

시기적절한 새로운 아이템과 마케팅으로 상품시장과 요소시장 틈새를 파고들어 글로벌 기업으로서 대성공을 거두기 위해선 경영자의 뛰어난 안목과 판단력은 필수사항이다.

지난해 롯데제과는 빙과 제품인 '설레임'으로 460억 원의 매출을 기록했다.

이는 한해 매출규모가 1조원에 육박하는 빙과 시장에서 매출 1위인 롯데제과 월드콘(470억)에 이은 순으로 그 규모는 상상을 초월한다.

2003년 출시 이후 대성공을 거둔 '설레임'은 제품용기인 튜브형식의 치어팩 채택이 중요한 성공요인으로 손



▲ 대왕인터네오날(주)가 국내 최초로 공급한 치어팩



▲ 대왕인터내쇼날(주)의 중국 현지 공장

짧히고 있다.

빙과 시장에서 파격적이고 신선한 용기로 소비자들에게 다가간 치어팩 용기는 그야말로 출시 이후 대히트를 쳤다.

이 치어팩 제품을 국내에 처음 소개하면서 물량의 90% 이상을 공급, 생산하고 있는 업체가 바로 대왕인터내쇼날(주)(대표이사 이상열)이다. 시대 흐름에 발맞춰 글로벌 변화에 성공한 대왕인터내쇼날은 해외진출 성공사례로도 주목받고 있다.

일본 호소가와사에서 개발한 치어팩을 지난 97년 국내에 소개하면서 본격적으로 해외 합작회사로 사업을 시작하

게 된 대왕은 국내 유일하게 치어팩을 생산할 수 있는 기술적 인프라를 갖추고 있다.

대왕은 치어팩 뿐 아니라 SIP(Sleeve In Pouch), FB(Flat Bottom) 파우치, FC(Fancy Cut), SUP(스탠드 업 파우치), Round Bottom 파우치, 커피 Valve 등을 공급, 제품의 우수성을 인정받아 시장에서 높은 매출을 기록하며 성공의 박차를 가하고 있다.

SIP 제품은 호소가와사에서 처음 개발하여 2002년 일본을 시작으로 상업화된 제품으로 씨리얼, 스낵, 크래커, 초콜릿 등의 과자류와 인스턴

트커피나 차종류에 적합한 포장재이다.

이 제품은 선명하고 깔끔한 인쇄가 가능하고 지퍼가 부착되어 있어 내용물 고유의 향이 오래 보존되어 반복해서 사용할 수 있다. 특히 진열공간이 좁아 고민하고 있는 세븐 일레븐 등 편의점의 요구에 따라 개발된 바, 안정된 사각형 모양으로 상품 진열시 공간활용도를 극대화할 수 있다.

FB 파우치는 독특한 사각형의 바닥으로 만들어진 제품으로 제품자체가 세워지는 셀프 스탠딩 파우치로 전시효과가 탁월하며 진열시 공간을

DAEWANG

적게 차지하는 장점이 있다.

FC는 호소가와사의 특수기술로 처리되어 절단면이 없으며 주로 스틱형 제품의 포장에 적합하며 지퍼가 부착된 파우치에도 적용 가능하다.

SUP는 손쉽게 세울 수 있어 전시효과가 뛰어나며 스내용기에 적합하다. 특히 중국, 베트남, 필리핀 등 OEM 업체에 필요한 파우치를 대왕의 중국공장에서 직접 공급하므로 가격과 납기면에서 매우 유리하다.

Round Bottom 파우치는

독일 Nittel 사가 개발한 액체물, 점착성 물질, 분말, 그레놀 제품 등을 완벽하게 보관, 수송할 수 있는 대형 내장비닐 포장재로써 세계적인 화학 및 제약회사에서 사용하고 있다.

커피 Valve는 호소가와사에서 새로이 개발한 One Way 커피 밸브로써, 기존의 제품보다 가격이 저렴하고, 부착이 용이하여 유럽 및 일본시장에서 인기가 높다.

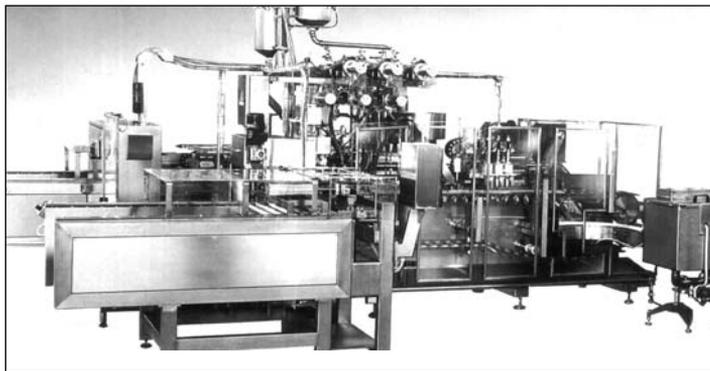
현재 대왕은 일본, 필리핀, 이탈리아 등 포장재 전문회사들과 합작으로 중국에 생산공장인 (유)신안포장을 설립,

주주로서 실질적인 경영에 참여하고 있다.

4개국의 필요한 기술을 접목해 국적과 상관없이 합작회사로서 제품을 생산하고 있는 대왕인터내쇼날은 포장업체로서는 드물게 글로벌 기업의 선두투자 역할을 하고 있는 셈이다.

새로운 개념의 비즈니스를 창출한 이상열 사장은 일찍부터 탁월한 안목과 사업판단력으로 소비자들이 필요로 하는 아이템을 누구보다도 빨리 캐치(catch)하여 국내에 공급하면서 경쟁력을 키워왔다. 특히 그는 (주)선경(현 SKC)에서 1976년부터 84년까지 합성수지사업부 수출업무분야에 근무한 경험을 토대로 포장과 무역을 접목시킨 해외진출 사업을 꾀하였다.

시기적절한 새로운 컨셉의 선진국 포장을 발굴하여 국내에 소개하고, 보다 경쟁력을 갖추기 위해 공장을 중국 현



▲ 대왕인터내쇼날(주)이 공급하고 있는 치어팩 고속충진기(CHP-6H-8H)



◀ 대왕인터네셔널 (주)의 코리아팩 2006 참가 당시 모습

지에 둔 것도 포장을 무역의 하나로 생각했기에 가능한 일. 이 사장은 “중국 현지 공장은 인쇄기, 라미네이팅기, 사출기, 증착기 등 일괄 생산할 수 있는 모든 시스템을 갖추고 있어 철저한 품질 관리를 할 수 있는 것이 가장 큰 장점”이라며 “제품은 아웃소싱을 통해 중국에서 생산하고 있지만 원단은 반드시 국내 기업의 원자재를 사용하고 있다”고 말했다.

새로운 컨셉의 포장을 공급하며 글로벌 기업으로서 그 위상을 떨치고 있는 대왕은 포장업체에서는 단연 돋보이

는 21세기가 원하는 기업형이 아닐 수 없다.

영업이 따로 필요 없을 정도로 유명세를 타고 있는 대왕이지만 새로운 분야에 대한 도전으로 인해 어려움이 많았던 것은 사실.

이 사장은 “뉴 트렌드를 국내 포장산업에 소개시키기 위해서 고객에게 제품에 대한 데이터와 증빙자료를 수없이 제시하며 설득하기도 했다”며 “10여년간 해왔던 노력이 조금씩 빛을 발하고 있어 큰 보람을 느끼고 있다”고 말했다.

앞으로 이사장은 “지속적인 R&D투자로 신제품 개발에

주력하겠다”며 “기술력에 대한 산업재산권 확보로 고객니즈를 극대화 시키는 기업으로 도약하겠다”고 포부를 밝혔다. 또한 최종 공정 설비를 국내에 도입해 직접 한국에서 제품을 납품할 수 있도록 최신 자동화 시스템을 갖출 계획이다.

고정관념을 깬 비즈니스를 통해 뉴 트렌드를 창조해나가는 대왕인터네셔널. 탁월한 경영을 앞세워 포장시장을 장악하고 있는 대왕인터네셔널의 또다른 도전을 기대해 본다. [K]

이한얼 기자