



공장 내부야말로 이익을 만들어내는 원천(源泉)이 있다

鈴木 了/ 大和그라비아(주) 임원 · (주)DG엔지니어링 대표이사
김 지 만 / 화신기계공업(주) 기획실장

본고는 일본 大和그라비아(주) 임원이자 (주)DG엔지니어링 대표이사인 鈴木 了 씨가 일본 포장 타임지에 연속으로 기재한 칼럼으로 화신기계공업(주) 김지만 기획실장이 번역했다. 본고를 통해 일본 포장업계 현황을 살펴보고, 그라비아 인쇄 업계에 당면한 문제점을 해결해 나가는데 도움이 되기를 바란다.

- 편집자 주 -

③ 로스 삭감으로 이어지는 환경 대책

5S, 6S라는 것이 있어, 「정리」, 「정돈」, 「청소」, 「예의범절」, 「습관」이라는 단어를 많은 회사의 사훈(社訓)으로 걸어 놓고 있다. 그렇지만 나는 2S, 즉 「정리」, 「정돈」으로 충분하다고 생각한다.

정리라는 것은 「물건을 버리는 기술과 용기」, 정돈이라는 것은 「필요한 물건만을 바로 옆에 놓아 두는 것」으로, 공구(工具) - 기계 수리, 보수 관리(maintenance), 개조, 개선 등」과 「도구(道具) - 작업에 필요한 도구이며 커터 나이프, 줄자, 테이프 등」을 구별하여 잘 사용하면

2S는 달성되는 것이다.

10종류의 6각 렌치(wrench) 중에 사용하고 자 하는 렌치를 고를 때, 한번에 찾을 수 있는 사람은 10명 중 반도 되지 않는다.

그 이유는 공구(工具)라고 보기 때문이다. 그것을 도구(道具)라고 생각할 필요가 있다.

전신주에 올라가서 작업하는 전공(電工)은 하나하나의 펜치랑 스패너(spanner)를 가지러 가기 위해 매번 올라가거나 내려가지는 않는다. 처음부터 필요한 물건을 가지고 올라가기 때문이다.

대공도구(大工道具 : 제품을 만들 때 쓰는 도구)를 대공공구(大工工具 : 기계를 수리 할 때 쓰는 공구)라고 말하지 않는 것과 같다.

정리 정돈 2가지 만이라도 잘 되어 있으면, 청소와 청결은 되어 있는 것이나 마찬가지이다.

또 하나는 예의범절이다.

이것은 습관이나 룰(rule), 도덕(moral), 매뉴얼이라고 하는 것을 포함하며, 정해진 일을 얼마만큼 제대로 지속할 수 있는지를 가리키는 것이다.

「일본어에서 しつけ(시쯔케 : 예의범절)라는 말이 있는데 여기에서 'しつ' 와 'け' 사이에 'づ' 를 덧붙이면 'しつづけ(시쯔쯔케 : 계속)' 로, '계속하다' 라는 의미가 된다.」는 말처럼 물도 지속적으로 충실히 하는 것이 중요하며, 정리 정돈을 계속해 나가는 것이 공장의 제품 생산 관리의 본 모습이 아닐까 생각한다. 당사는 1998년 5월에 ISO 9001을, 1999년 11월에는 ISO 14001의 인증을 취득했다.

시비(是非)는 있지만 한 마디로 단정하기는 어렵다. 9001의 인증이 정말로 공장의 이익, 품질·생산성 향상에 이어지고 있는가를 자문하고 바로잡는 시기가 아닌가 싶다.

인증이 자기 만족을 얻기 위함이 아닌가.

토요타는 그 이상의 것을 이루어 왔기 때문에, ISO와 품질·생산성 향상과는 관계가 없다라고 말한다. 개인적으로, ISO 9001은 회사에 있어 꼭 좋은 것만은 아니라고 생각한다. 9001의 인증을 취득했다고 해서 클레임(claim)은 줄었다고 할 수 있을까.

제로(zero)가 되었다고 할 수 있을까?

이와 반대로 늘고 있는 것은 아닌가. 단, 환경 ISO는 다르다.

법규제를 준수하고, 산업폐기물인 로스·미스의 불량품을, 환경 대책으로 어떻게 줄여갈 것인가.

그것이 5%, 10%라고 하는 허용 로스를 제품화(製品化)하여, 이익을 창출하는 것으로 이어진다.

로스·미스에 대한 발생 원인이 이러니저러니, 대책서가 어떻다라고 지적도 하고 있지만, 정말로 원인을 찾고 있는 것인가.

그것을 발견해 내지 못하고 있기 때문에 결과적으로 같은 문제의 발생을 수없이 반복하고 있는 것이 아닌가.

트러블(trouble)과 클레임(claim)이 없다면, 우리들 업종은 웃음이 끊이지 않을 정도로 이익을 낼 수 있는 사업이다. 그러나 현실에서는 이익은 고사하고, 이익을 토해내서 기업 경영의 근간(根幹)마저 뒤흔드는 사태에 직면하고 있는 것이다. ㉒

월간 포장계는 포장업계에 유익한
최신 기술 및 정보를 제공하고 있습니다.

정기구독 및 광고 문의는
(사)한국포장협회 편집실로 해주십시오.

TEL. (02)2026-8655~9
E-mail : kopac@chollian.net