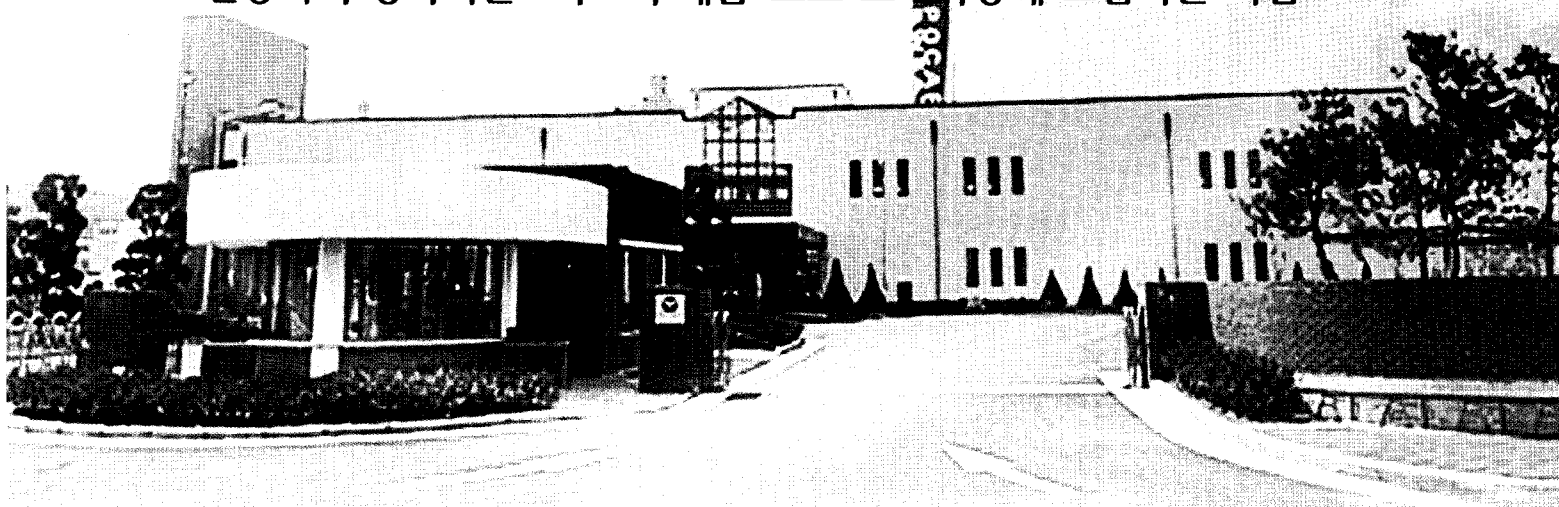




동아오츠카

“건강까지 생각하는 ‘최고의 제품’으로 고객사랑에 보답하는 기업”



개요

- 회 사 명 : 동아오츠카 주식회사
- 설 립 일 : 1979년 3월 2일 동아제약(주) 식품사업부에서 분사
- 대표이사 : 강정석(姜廷錫)사장
- 주요사업 : 음료제조 판매업
- 자 본 금 : 660억
- 매 출 : 2006년 1,748억 원, 2007년 2,150억 원
- 임직원수 : 1,200명
- 주 소 : (서울사무소) 서울 동대문구 용두동 249-1번지
- 홈페이지 : www.donga-otsuka.co.kr

회사연혁

- 1979. 03 동아제약(주) 식품사업부에서 독립
- 1980. 03 청주 제 2공장 준공
- 1987. 07 일본 오츠카제약과 자본 합작
- 1992. 04 캔제품 생산시설 증설 (1,000CPM 생산능력)
- 1992. 05 동아오츠카주식회사로 사명 변경
- 1993. 07 청주공장 P.E.T LINE 증설
- 1995. 04 청주공장 DRINK LINE 증설 (1,000BPM 생산능력)
- 1996. 06 칠서 제 3공장 준공
- 1998. 09 ISO 9001 인증 획득
- 1999. 10 국가고객만족도 음료부문 1위 수상
- 2002. 10 국가고객만족도 음료부문 1위 수상(2번째)
- 2003. 10 국가고객만족도 음료부문 1위 수상(3번째)
- 2004. 01 한국 PL 경영대상 수상
- 2006. 01 포카리스웨트, 아미노벨류, 국가대표 공식음료 선정(~2008)
- 2007. 10 국가고객만족도 음료부문 1위 수상(4번째)
한국산업의 고객만족도(KCSI) 스포츠/탄산음료 부문 1위 수상 (5년연속)

동아오츠카(주)는 동아제약 그룹사로서 1971년 ‘오란씨’를 발매한 이후 1979년 동아제약 식품사업부에서 분리, 별도 법인으로 발족하여 동아식품 주식회사를 설립하게 되었고, 1987년에는 동아제약과 일본 오츠카(大塚)제약이 자본 및 기술 합작을 통하여 동아오츠카로 재탄생하였으며, '80년대 말부터 2009년 현재에 이르기까지 괄목할만한 고도 성장을 이룩하여 식품업계의 유망회사로 발돋움하고 있다.

동아오츠카는 “고객의 건강을 가장 먼저 생각하고, 고객의 생각을 존중하며 항상 감사하는 마음으로 보답하고자”하는 ‘고객제일주의’ 정신을 전 종업원이 가슴 깊이 인식하고, '80년 청주에 제 2공장을 준공한데 이어 '96년에는 경남 칠서 공단에 제 3공장을 준공하는 등 끊임없는 연구와 투자로 제품의 다양화와 소비자의 요구변화에 따른 건강지향적 기능성 음료 시장을 개척해 왔다.

주요 제품으로는 체내에 물보다 빨리 흡수되는 ‘포카리스웨트’, 식이섬유음료인 ‘화이브미니’, 저탄산과즙음료 ‘데미소다’ 등이 있으며, 최근에는 검은콩으로 만든 웰빙 차음료인 ‘블랙빈테라티’와 첫 번째 우려낸 녹차의 짙은 맛을 버리고 두 번째 우려낸 녹차만을 담은 ‘두 번째 우려낸 녹차만 담았다’ 및 ‘건강미인차’ 등의 기능성음료를 출시하여 국내시장에서 많은 사랑을 받고 있다.



제품이념

건강을 생각하는 음료, 철저한 품질관리로 정성을 다하는 동아오츠카



좋은 품질의 제품은 우수한 생산시설과 이를 다루는 사람들의 정성에 의해 만들어 집니다. 특히 인간의 건강과 깊은 관계가 있는 식품이야말로 철저한 품질 관리 하에 생산되어야 합니다.

동아오츠카는 원재료 선별부터 제조공정, 최종생산에 이르기까지 최신 장비에 의한 이화학 테스트 및 미생물 실험 등을 통해 더 나은 품질의 제품을 생산하고 있습니다. 또한 지역물류체계의 확립과 제품의 원활한 공급을 통해 지역경제 발전에 기여하고, 급변하는 기업환경에 능동적으로 대처하기 위해서 안양, 청주, 칠서공장에 최신 생산설비를 갖추고 있습니다.



“기업의 사회적 책임을 완수하는 것이요”

“고객에게 최고의 만족을 주는 것이요”

“우리의 복지를 향상시키고”

“계속 발전하여 음료업계의 초우량 기업을 지향하는 것이다.”

환경의 변화

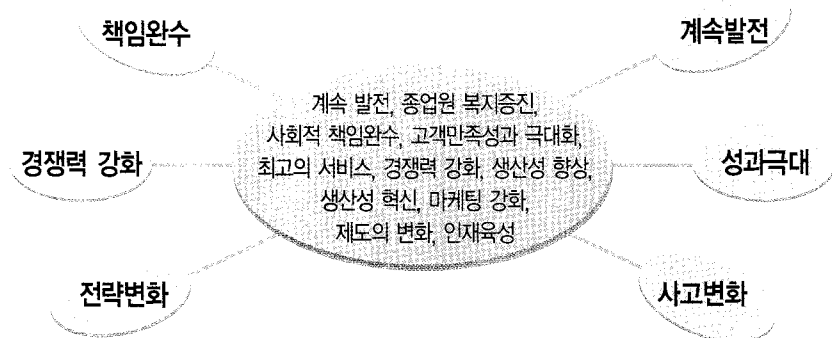
기술혁신에 의한 첨단 상품의 개발, 소비자 욕구의 다양화, 경영 다각화에 의한 경쟁 심화 등 외부환경 변화와 조직의 성장, 직무의 다양화, 시대변화에 따른 개성을 중시하는 종업원의 의식변화 등 내부환경 변화에 따라 회사가 변화하지 않으면 살아 남을 수 없다.

회사의 변화

체계적인 교육을 통해 인재를 육성하고 환경변화에 따른 제도의 신속한 변화, 마케팅전략 강화 및 생산성 혁신이야말로 가장 기본적인 대응책이다.

회사의 발전

회사의 생산성을 향상시키고 고객이 원하는 것이 무엇인가를 정확히 파악하여 요구하는 상품과 최고의 서비스를 제공하는 것이 곧 성과의 극대화를 이룩하는 것이고 회사발전의 길이다.



외부환경-기술혁신의 가속화/시장의 변화/경쟁 심화
내부환경-조직의 성장/직무의 다양화/종업원 의식변화