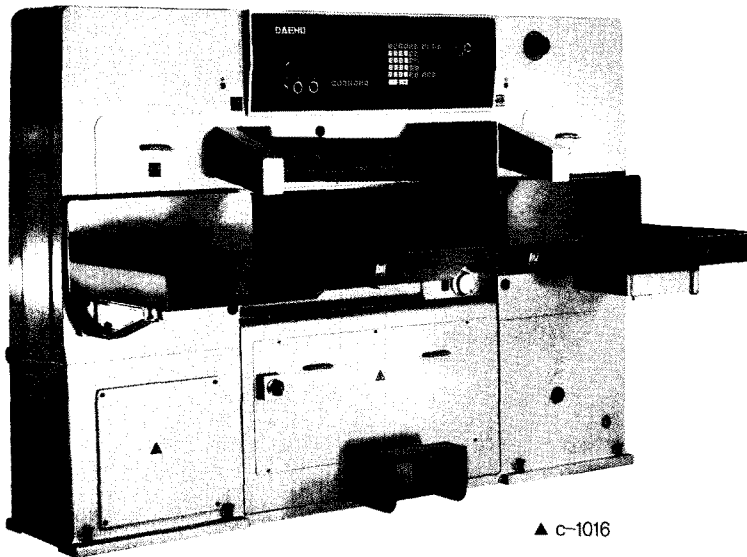
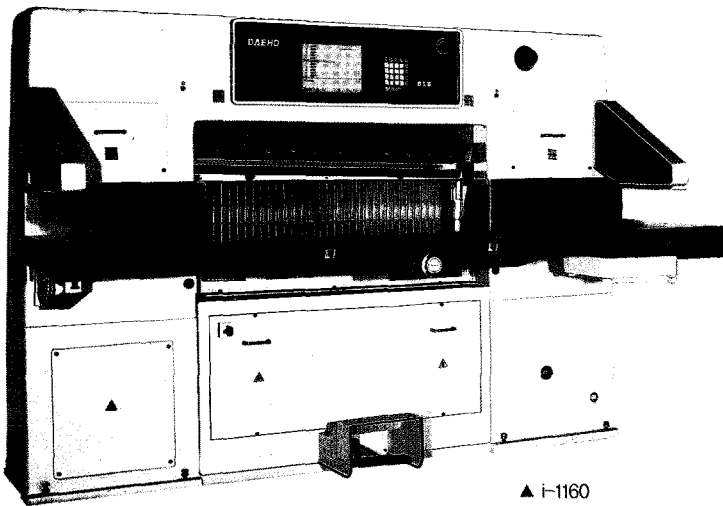


대호기계 서울사무소

수출업무 주도하며 수도권 영업 담당



▲ C-1016



▲ I-1160

해외에서 더 알려진 대호기계

지난 1986년 설립된 대호기계(대표 김남호)는 국내에서도 그 실적을 인정받고 있지만 해외에 더욱 잘 알려진 기업이다. 대호기계는 회사를 설립함과 동시에 처음으로 스프링재단기를 생산한데 이어 유압 재단기, 컴퓨터 재단기, 그리고 국내 최초인 CIP4 공정 지원 재단기(아이커터)에 이르기까지 주로 재단기를 생산해 왔다. 재단기에 대한 개발 및 생산은 자연스럽게 재단 공정에 관련된 주변 장비의 생산으로 이어졌고 현재 국내에서는 유일하게 재단기, 리프트, 추림기, 적재기를 직접 개발 및 생산하는 업체로 자리를 굳히고 있다. 지난 2008년부터는 자동트윈링 제책기를 생산하면서 같은 해에 열린 드루파전시회 및 키페스전시회를 통해 첫 선을 보였으며 현재 국내 캘린더 시장에 널리 보급되어 있다.

수도권 거점 역할 서울사무소

대호기계는 본사 및 생산기지가 대구에 있기 때문에 설립 초기에는 국내 최대 규모의 인쇄업체 밀집지역인 서울, 경기지역에 대한 공략에 어려웠다. 일정수준의 거리적, 시간적 제약으로 재단기 수요가 가장 많은 서울, 경기 지역에 대한 적극적인 영업을 펼치는 것이 쉽지 않았다. 이에 대한 대응방안을 놓고 몇 년간에 걸친 시장조사와 내부 회의를 한 끝에 지난 1992년 1월 서울 충무로4가 사거리에 서울사무소를 열게 되면서 서울사무소의 역사가 시작되었다. 서울사무소는 초기부터 수도권, 강원 지역에 대한 영업 및 A/S를 담당하였으며 대호기계가 본격적인 해외시장 공략을 시작한 90년대 후반부터는 대호기계의 해외 영업 및 수출업무까지 담당했다. 서울사무소의 김상일 소장은 4명의 단출한 인원으로 구성되어 있음에도 불구하고 많은 분야에 걸쳐 다양한 업무를 무리없이 처리해 내고 있는 것은 본사와의 긴밀한 의사소통과 원활한 업무지원이 있었기에 가능하다고 말했다.



◀ 서울사무소 김상일 소장(가운데)과 직원들
▼ 대호기계가 획득한 다양한 인증들

특히, 기술 개발 및 제품 생산, 사후관리에 이르는 모든 영역에서 고객 중심의 솔직한 윤리경영은 서울사무소의 활동영역을 넓혔고 성장을 이끄는 원동력이 되었다.

즉, 기계는 판매 후 바로 소비되는 단순 소비재가 아니라 이를 사용함으로써 지속적으로 새로운 수익을 창출해 내는 생산재이기 때문에 처음 구입할 때의 만족뿐만 아니라 제품을 사용하는 기간 동안 이뤄지는 고객에 대한 안정적인 사후관리는 철저하게 고객 중심이어야 한다는 철학에 따라 생산 되는 모든 재단기에 대한 KCs 안전 인증을 가장 먼저 받은 이유도 이러한 이유로 볼 수 있다.

또한 길게는 10년 이상 사용하는 재단기의 특성상 제품을 구입하는 고객은 단순히 지금 현재의 제품에 대한 끌림 이상으로 제품을 사용하는 동안 생산업체가 사라지지 않고 꾸준히 제품에 대한 관리를 해 줄 수 있는지에 대한 관심을 갖고 있다.

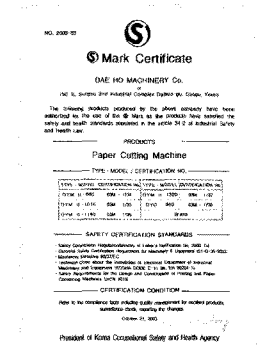
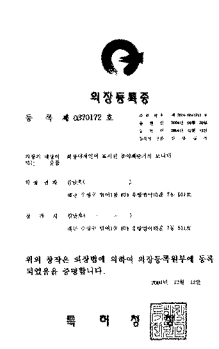
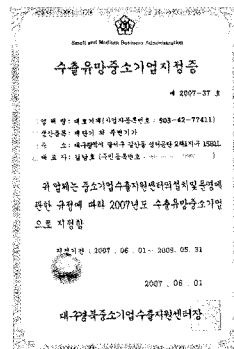
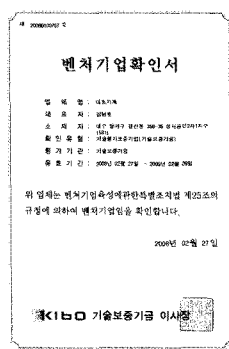
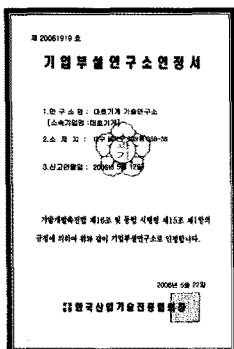
이에 따라 이런 고객의 요구에 부응하기 위해서는 제품을 생산하는 업체는 단기적인 이익만을 좇으려 하기보다는 장기적인 관점에서 윤리적인 경영을 통하여 고객과 함께 지속적으로 성장해 나가야 한다는 것이 대호기계의 경영철학이며 서울사무소의 활동지침이기도 하다.

솔직한 마케팅으로 발전적 변화 추구

지난 92년부터 20년에 가까운 세월동안 서울사무소를 중심으로 지속해온 해외 마케팅의 결과로 대호기계는 현재 독자적인 브랜드로 40여 개국에 재단기를 수출하고 있다. 수출을 통해 제품의 기술력 및 안전성 또한 초창기에 비해 향상되었으며 해외고객들의 반응도 좋아졌음은 물론이다.

이에 따라 해외에서의 브랜드 가치 또한 높아져 해외 수출 초기 '대호'라는 이름을 알리고 인식시키는데 많은 노력을 기울인 덕에 이제는 해외에서 먼저 대호기계를 알고 찾아오는 상황이 되었다. 실제로 대호기계는 프랑스 언론에서 우수한 재단기를 소개하는 특집기사에 주요 업체로 기사화되는 사례를 남길 정도로 그 진가를 인정받기도 했다.

대호기계 서울사무소는 해외 전시회 등을 통하여 세계 40여 개 국에서 마케팅을 펼치고 있는 대호기계의 에이전트뿐만 아니라 아직 진출하지 않은 국가에 대해서도 지속적인 마케팅을 펼쳐 나갈 계획이다. 이와 동시에 대호기계의 터전인 국내 재단기 시장에서의 판매 및 A/S에도 최선을 다하여 기존 재단기 수요 외에 최근 빠르게 성장하고 있는 디지털 인쇄 시장에서의 입지 강화에도 노력을 기울이고 있다.



서울사무소는 대호기계에 있어서 하나의 부서임에도 불구하고 본사가 대구에 위치하고 있기 때문에 그 중요성과 기능이 평면적인 역할에 그치지 않고 있다. 본사에서 지속적인 기술 개발을 통해 최상의 제품을 생산해 내는데 주력하고 있는 것처럼, 서울사무소는 국내외의 기존 거래선을 유지하면서 동시에 신규 시장을 확대 해 왔으며 앞으로도 더욱 박차를 가할 계획이다. 또한 본사와 국내외의 고객 사이에서 고객의 요구를 빠르게 파악하여 신기술 개발의 소스를 제공하는 리서치센터로서의 역할도 잘 수행하고 있다.

원칙과 기술개발로 불황에 정면승부

사실 대호기계는 해외시장에 처음으로 진출할 당시에 손쉽게 단기간의 수익을 얻을 수 있는 OEM방식으로 기계를 납품할 것을 제외받는 일이 많았다. 당시 고민도 있었지만 손쉽게 수출 루트를 확보할 수 있고 빠른 성과를 얻을 수 있는 장점이 있지만, 장기적으로는 해외 업체의 생산기지로 전락하거나 중국 등 신흥 공업국가로 거래처를 빼앗길 우려가 크기 때문에 비용과 시간이 많이 소요된다는 부담에도 불구하고 처음부터 독자적인 브랜드로 해외시장을 두드렸다. 서울사무소가 최일선에서 해외영업망 구축을 위해 동분서주했음은 물론이다. 10여 년이 지난 지금은 세계 40여개 국에 독자적인 판매망을 구축하였으며 대호기계의 해외 영업망에 신규로 참가하려는 해외 업체들이 줄이어 한국을 방문할 만큼 대외적으로 흔들리지 않는 안정적인 브랜드 가치를 이룩해 놓았다. 그렇지만 국내 인쇄업의 경기가 오랫동안 어려움을 겪으면서 인쇄업계와 함께 공존하는 대호기계도 인쇄업계의 불경기에서 영향을 고스란히 받으며 어려움을 겪은바 있다. 불경기라고 해서 예전 호황이었던 시절을 그리워하며 그때의 타성에 빠져서는 결코 그 수렁을 헤어 나올 수 없는 것처럼 인쇄업계의 불경기 속에서도 디지털 인쇄시장은 계속해서 커져가고 있다는 것을 겨냥, 인쇄 후가공 장비를 생산하는 입장으로 계속해서 만들어지는 새로운 시장에 대한 적절하고 신속한 대응을 준비해 왔다. 그렇기 때문에 대호기계는 불경기를 맞으며 제살깎기 식의 가격 경쟁을 하지 않았고 오히려 인쇄업계의 불경기 속에서도 지속적으



▲ 프랑스잡지에 소개된 대호기계

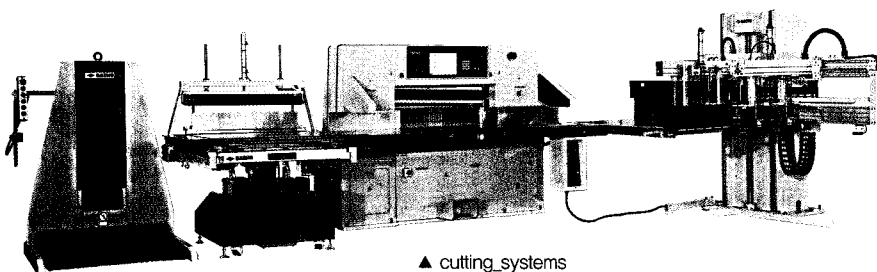
로 신제품을 개발해 지난 2008년에는 국내 최초로 인쇄 자동공정을 위한 CIP4 지원 재단기인 '아이커터'를 개발한데 이어 지난 2009년 11월에는 기존의 보급형 컴퓨터 재단기를 획기적으로 개선한 '씨커터'를 연말에 출시했다. 김상일 소장은 "이런 성과는 단기적인 수익에 급급하지 않고 장기적인 계획을 가지고 불경기 이후를 내다보면서 기술개발에 최선을 다 한데 따른 결실"이라고 말한다.

장비를 생산하는 제조업체가 책임져야 할 시급한 분야가 아니지만 대호기계는 제품 판매뿐만 아니라 고객이 제품을 사용함에 있어서도 보다 안전한 재단기 사용 문화 정착을 위해 지속적으로 노력하고 있다. 안전공단 등에서 개최하는 안전교육강연 및 사업장에서의 홍보를 이어 나가고 있으며 이를 통해 현재 국내에 널리 퍼져 있는 재단기 사용에 대한 안전 불감증을 바로잡고 올바른 재단기 사용 문화를 정착시킴으로써 제품만 판매하는 것이 아니라 고객 중심을 중심에 두고 고객과 동행하는 진정한 윤리경영을 펼쳐가고 있다.

국제적 인증 획득, 인지도 높여

대호기계는 장비 개발을 기획할 때부터 수출을 염두에 두고 있기 때문에 세계적인 성능 및 안전 기준에 대한 인증을 획득하는데 주력해 왔다. 그에 따라 유럽의 안전 CE마크(독일 TUV 공식 인증) 및 우리나라의 국가통합강제안전인증인 KCs 마크를 획득하여 기술력을 인정받고 있다.

특히, CIP4 지원하는 전자동 재단기 아이커터(i Cutter)는 대호기계의 대표 장비로 15인치 TFT-LCD 터치스크린 모니터 및 다국어 지원, 공정별 제목, 관련사항의 텍스트 입



▲ cutting_systems

력 및 저장 기능을 갖고 있다. 비주얼 백페이지 기능을 통해 cip4 공정 작업시 재단물의 삽입 회전 배출 등의 공정을 자동 생성 및 애니메이션으로 표시하며 기계 고장이 발생했을 때, 신속한 문제 발견과 조치가 가능하도록 지원하는 블랙박스 기능, 칼, 윤활유, 오일 등의 교환 시기를 알려주는 기계유지보수 카운터 및 알람, 공정백업 기능을 구비하고 있다.

대호의 대표적인 주변기기인 종이 리프트는 DLS타입, 중

이 리프트, DLF타입 등이 있으며 재단기와 독립적으로 작동되며 재단작업 이외의 다양한 리프트 작업에도 사용할 수 있다. DLF 타입의 경우 재단기의 사이트에 부착, 좁은 공간에도 설치할 수 있다. 종이 추림기의 경우, 재단된 인쇄물을 자동으로 추려 주며 좌우 기울임 방향 및 4단계 기울임 각도 설정, 작업자 보호 전방 센서, 추림 후 공기를 빼주는 스퀴즈 기능 등을 갖추고 있다. ☞

김상호 부장 kshulk@print.or.kr

차한잔_ 김상일 소장

“철저한 고객중심으로 최선 다할 것”

대호기계는 본사가 대구임에도 불구하고 수도권에서의 실적이 좋은 것으로 알려져 있습니다. 비결이 무엇인가요

- 비결이라고 할 것까지는 없겠지만 '원칙'에 충실했다는 것으로 이해해주시면 될 듯합니다. 기술 개발 및 제품 생산, 사후관리의 모든 과정에서 고객을 중심으로 하고 정직하게 고객을 대하는 윤리경영을 철학으로 했다는 것을 말씀드리고 싶습니다. 기계는 이를 이용해 새로운 수익을 창출해 내는 생산재로서 안정적인 사후관리는 물론 철저하게 고객 중심으로 하고자 했고 이런 노력을 서울 및 수도권 고객분들이 인정해주셔서 과분한 칭찬을 받은 것으로 생각합니다.

장비의 애프터서비스는 어떻게 이뤄지고 있는지요

-10년 이상 사용 되는 재단기의 특성을 고려합니다. 제품을 구입하는 고객에게 단순히 지금 현재의 제품에 대한 호감만으로 선택하지 마시고 제품을 사용 하는 동안 생산업체가 꾸준히 제품에 대한 관리를 해 줄 수 있는지에 대한 고려하셔야 한다고 조언합니다. 한편으로는 저희는 고객의 요구에 부응하기 위해 단기적인 판매이익만 추구하지 않고 장기적인 관점에서 고객과 함께 지속적으로 성장해 나가야 한다는 관점으로 애프터서비스에도 최선을 다하고 있습니다. 전문 서비스팀이 순회를 하며 상태의 정도의 서울사무소의 범위를 벗어난다고 판단될 경우에는 본사와 신속한 업무 협조를 통해 고객의 업무공백이 길어지지 않도록 노력하고 있습니다. 이에 비해 실제로는 고장이 아닌데 고객들의 이해가 부족한 경우가 발생하지 않도록 이용에 불편이 없게 하는데도 많은 노력을 기울이고 있습니다.

서울사무소의 장기적 발전방향을 어떻게 생각하는지요

- 사실 경영진에서 말씀할 사항이라고 생각합니다만, 개인적



인 견해를 전제로 말씀드리다면 서울 사무소는 지속적으로 노력 해온 해외 마케팅의 결과로 해외수출의 든든한 인프라를 구축한 만큼 앞으로도 더욱 해외진출을 확대하는데 주안점을 두어야 한다고 생각합니다. 특히 해외 시장에서도 애프터서비스의 소홀함이 없도록 제도적, 기술적인 준비를 철저히 하는데 노력을 할 것입니다. 상황에 따라 적절한 해외업체와의 제휴도 중요하다고 생각하는데 실제로 저희는 미국의 한 재단기회사와 생산품목이 중복되지 않는 분야에서 서로의 브랜드를 공동으로 사용하면서 협력, 서로에게 도움이 되는 좋은 분위기 속에서 협력하고 있기도 합니다.

앞으로도 대호기계의 서울사무소는 국내외의 기존 거래선을 충실하게 관리하면서 동시에 신규 시장을 확대 해 나가는데 앞장설 것입니다. 또한 본사와 국내외의 고객 사이에서 시장의 흐름을 신속히 반영하는 리서치기능도 강화해 나가고자 합니다.