

마음커뮤니케이션 온라인에 기반 둔 세계적 인쇄사 지향



2000년 3월 설립, 자본금 16억 원, 임직원 70여명, 벤처기업 인증(제041134233-1-01619호), 이노비즈 기업인증(제6011-0238호) 및 벤처기업 인증 획득, 인쇄종합서비스, 미스터카드 프랜차이즈, 디자인, 인쇄, 카드제작, CD타이틀 제작, S/W개발 및 판매에 이르는 다양한 사업을 펼치고 있는 마음커뮤니케이션(대표 박진만). 거론된 주요 이력만 보더라도 작은 기업이 아님을 알 수 있다. 그런데도 이 회사의 박진만 대표이사는 작고 힘없는 중소기업에 지나지 않는다고 손사래를 친다. 단순한 겸손은 아니다. 글로벌 시장을 무대로 꿈을 실현 시키겠다는 목표를 갖고 있기 때문이다. 원대한 포부를 이루기 위해 바쁘게 움직이는 마음커뮤니케이션은 인간미 있는 IT와 인쇄가 결합된 미래형 종합인쇄회사를 꿈꾸며 고속성장하고 있는 기업이다.

매년 20~30%대 고성장하는 마음커뮤니케이션

마음커뮤니케이션은 설립 이후, 지난해까지 연평균

20~30%라는 높은 매출신장세를 유지해 왔다. 실제로 지난 2003년 전년대비 175% 성장이라는 역대 최고 실적을 기록한 데 이어 해마다 25 ~ 66%에 달하는 성장률을 기록해 왔다. 세계적인 금융위기의 영향을 크게 받은 2009년의 전년대비 -18%의 성장이 없었다면 평균 성장률은 4~50%에 달했을 것이다. 마음커뮤니케이션은 전 임직원이 'GLOBAL PRINTING NETWORK'이라는 비전 실현을 위해 단합해 나가고 있으며 국민생활체육진흥회, GHD코리아 같은 초우량 기업을 고객으로 영입하는가 하면 지난해에는 누적 고객수 10만을 돌파하는 이정표를 세우기도 했다.

마음커뮤니케이션의 경영성과는 사업부문 별로 보면 더 확연히 드러난다. 먼저 '미스터에이' 부문에서 고급인쇄물의 수요가 크게 증가했으며 '미스터시디' 부문에서는 프리미엄 제품이 호조를 보이고 있다. 이는 고급 패키지를 통한 고급화 전략과 커스터마이징 전략이 주효했기 때문으로 회사 측은 보고 있다. '미스터카드'는 안정된 제품 생산과 신제품 개발을

통한 매출 극대화를 꾸준히 실현, 내부 역량강화를 통하여 경쟁력 있는 제품을 개발, 생산하고 있다. 한때의 어려움을 잘 견디어낸 마음커뮤니케이션은 꾸준한 신규고객 유입과 재구매 고객, 우수고객 차별화 서비스로 안정적인 매출을 달성하고 있다. 2011년 들어서도 한 달 평균 1500~2000개에 달하는 신규 고객사가 증가하고 있으며 누적 고객의 재구매율은 40%에 달하고 있다. 연 매출 1000만원 이상 주요고객도 약 2000개사로 전체 고객의 4%에 달하며 최근에는 매출의 약 30%가 국가기관 및 대기업에서 발생할 정도로 디자인 능력과 제품의 수준을 인정받고 있다.



(주)마음커뮤니케이션 박진만 대표는 온-오프라인을 겸비한 글로벌경영을 꿈꾸고있다.

처음부터 세계시장 겨냥한 사업 구상

마음커뮤니케이션이 추구하는 사업 스타일은 전통적인 인쇄산업과 분명하게 다른 면이 적지 않다. 먼저 온라인을 기반으로 하는 것도 그렇지만, 다양한 분야에 걸쳐서 사업을 하기 때문에 조직 관리에 있어 외부인이 보더라도 어려움이 있지 않을까 하는 염려가 살짝 들 정도이다. 그러나 마음커뮤니케이션은 이를 의도적으로 지향한 것이라고 설명한다. 멀티플레이 능력을 육성하는 것은 세계시장을 상대로 도전할 때 너무나 당연한 것이라는 입장이다.

이 같은 원대한 목표를 실현하기 위해서 박 대표는 영업을 익률의 향상을 적극 추진하고 있다. 덩치만 크고 실속이 없는 회사가 되어서는 안 된다는 것이다. 공장 운영의 효율성을 더욱 끌어올려 영업익률을 높이고, 외주가공비를 개선하는 한편으로 전략적인 경영에 불필요한 비용은 과감한 감축을 함으로써 판매관리비를 보다 효율적으로 사용할 계획이다.

이어 지난 2006 ~ 7년 인쇄업계의 전반적인 불황에도 불구하고, 20 ~ 30% 대의 고도 성장률을 달성했던 것처럼, 앞으로도 보다 공격적인 목표를 설정해 고도성장을 반드시 실현시킨다는 계획이다. 물론 무작정 '돌격 앞으로' 를 외치는 것이 아니라 새로

운 비즈니스 전략을 수립하고 추진해 나간다는 방침이다.

설립 이전부터 마음에 품어왔던 글로벌 경영을 반드시 실현하겠다는 의지 또한 여전히 뜨겁다. 이를 위해 마음커뮤니케이션은 언제 얼마를 달성하겠다는 목표를 세우는 것에 못지 않게 작은 것에서부터, 기본부터 착실하게 다져 나가겠다는 계획을 갖고 있다. 국내에서의 굳건한 입지가 없는 글로벌화는 사상누각과 같은 것이므로 국내 시장에서의 강력한 경쟁력을 키우는데 주력할 계획이다. 이와 함께 가까운 곳에 위치한 큰 시장인 중국 및 일본 사업을 더욱 강화해 명실상부한 글로벌 기업으로 도약한다는 계획이다. 또한 외형만 성장할 뿐 철학이 없는 기업이 되지 않기 위해 사회적 책임을 다하

는 기업으로서 다양한 사회공헌 활동도 꾸준히 펼쳐 나갈 계획을 갖고 이를 차근차근하게 실천해 가고 있다.

IT에 바탕을 둔 독창적 비즈니스 개발

마음커뮤니케이션이 온라인을 통한 글로벌사업에 중점을 두고 출발한 회사라고 하지만 국내 오프라인부문에 전혀 관여하지 않는 것은 아니다. 지점을 개설, 고객사DB를 바탕으로 고객들이 많이 분포하고 있는 지역을 중심으로 차레로 서비스 전문 지점을 만들어 가고 있다. 회사 측은 이를 인터넷에서도 오프라인에서도 고객을 찾아가는 회사로서 고객들에 각인되는 것은 물론, 보다 원활한 커뮤니케이션을 가능하게 할 것을 확신하고 있다. 지점의 설치는 지난 2006년 영등포지점을 오픈한데 이어 지난 2009년에 경기남부지점을 오픈했으며 앞으로 상황에 따라 추가적인 오픈도 검토하고 있다.

실력을 갖춘 강소기업의 경영철학

마음커뮤니케이션이 남들이 잘 가지 않는 길을 갈 때 쉬운 일만 있었던 것은 아니었다. 실력을 갖추고 확고한 경영철학이 전제되지 않는다면 전체적인 방향성을 파악하지 못하고 해매

기 쉽다는 것을 잘 알고 있었기에 마음커뮤니케이션은 시대적인 요구이자 흐름의 하나인 검증된 실력을 객관적으로 인정받을 수 있는 이노비즈, 메인비즈를 비롯, 벤처기업인증 등을 적극적으로 추진했고, 관련 인증을 모두 받아내는데 성공했다.

이에 대해 박 대표는 정부의 정책 방향에 맞게끔 시대적인 흐름을 함께 한다는 점에서 인증을 취득하는 것은 자연스러운 것이라고 생각했고 유무형의 회사 자산을 성장시키고 성장 동력과 계기를 찾을 수 있었다고 그 의미를 설명했다.

마음커뮤니케이션은 설립이후 초창기부터 경영원칙을 지켜오고 있다.

첫째, 고객과의 신뢰를 위해 언제나 정직한 마음 둘째, 나 보다는 주위를 먼저 배려하는 연대하는 마음 셋째, 남보다 한 발 앞서 미래를 대비하는 준비하는 마음 넷째, 단 한명의 고객도 소중히 여기는 감사하는 마음 다섯째, 모두가 웃을 수 있는 세상을 만드는 행복한 마음의 다섯 가지 마음가짐을 정하고 이를 실천하기 위해 많은 노력을 기울여 왔고 지금도 그 마음가짐은 변함이 없다.

특히 연평균 30%대라는 놀라운 성장을 했지만 고객의 사랑과 신뢰 없이는 불가능한 것이었으며 내부적으로는 직원들의 애사심과 업무에 대한 열정이 있었기에 가능했다.

UV인쇄기 개발하고 씨앗 명함 등 런칭

마음커뮤니케이션은 지난해 말 비닐 인쇄시장에 환경 친화적이고 가격 경쟁력까지 갖춘 친환경 자동제어 비닐 UV 인쇄기 'MVP1100(특허출원 제0122803호, 제0122804호)'을 출시했는데 이는 온오프라인을 막론하고 인쇄회사로서는 매우 이례적인 것이었다. 더욱이 간단한 탁상형 간이 기계도 아니고 개발기간이 약 3년에 수억 원에 달하는 개발비용이 들었다는 점에서 그 의미는 남다를 수 밖에 없었다.

마음커뮤니케이션이 개발한 MVP1100은 기존의 그라비아 인쇄방식이 동판 제작과정에서 환경오염물질이 배출되고 많은 비용이 발생하는데다가 벤젠이나 톨루엔 등의 유기용제 잉크의 사용으로 지구온난화 및 오존층파괴의 원인이 되는 VOC(휘발성 유기화합물)도 배출되고 있는 것에 비하면 여러 가지 면에서 획기적인 장점을 갖고 있는 장비이다.

'MVP1100'은 최소 500매부터 생산이 가능하고 시간당 1만매를 생산할 수 있다. 동판 없이 마스터 페이퍼나 P/S판을 사용하여 동판제작과정에서 발생하는 환경오염물질의 배출을 차단했으며, 동판제작에 드는 비용을 최소 100분의 1 이상으로 절감하는 일거양득의 효과를 거뒀다. 또한 무기용제 잉크(UV)의 사용으로 VOC배출을 원천 차단함으로써 환경 친화적이고 해당업계 작업자의 건강까지 보호할 수 있게 되었다.



MVP1100 UV비닐 인쇄기

MVP1100은 자체 자동제어 시스템을 개발하여 작업공정의 단순화와 정밀한 비닐 인쇄가 가능해졌고, 제조원가까지 절감할 수 있는 효과를 얻었다. 또한 대량 비닐인쇄뿐만 아니라 다 품종 소량인쇄가 가능하며 PP, PE 봉투와 OPP 봉투 및 택배용 비닐, 테이프 등도 생산 가능하다. 더불어 정밀한 인쇄 그라데이션까지 표현할 수 있다.

한편, 마음커뮤니케이션의 대표브랜드인 미스터에이(www.mra.co.kr)는 최근 자신만의 개성을 표현하는 동시에 자연을 사랑하는 마음을 담은 '씨앗명함'을 출시했다. '씨앗명함'은 기존 미스터에이 카드명함에 자신을 알리는 다양한 표현을 기입한 후 명함 하단 끝부분에 씨앗줄을 감는 녹색신 기술을 접목하고 있다.

'씨앗명함'은 사람과 자연을 소중히 여기는 '미스터에이'와 '초록의 꿈'의 만남으로 탄생했다. 씨앗명함을 흙에 꽂아 두고 물을 주면 며칠 뒤 예쁜 새싹이 나오게 되며 씨앗에서 자라나오는 새싹을 볼 때마다 명함의 문구나 이미지를 동시에 보게 되어 마케팅 효과를 누릴 수 있다. 가히 파격적인 발상이라고 할 수 있으며 발상의 전환이라고 말할 수 있다. 씨앗명함에 대해 방대현 부사장은 "새로운 사람과 사람의 만남은 명함에서 시작된다"며 "이 명함에 생명을 불어 넣어 씨를 틔움으로써 서로의 관계가 더욱 특별해 졌으면 하는 바람이다"라고 전했다. 씨앗명함은 미스터에이에서 온라인으로 구매 할 수 있다.

뿐만 아니라 마음커뮤니케이션은 굿네이버스와 함께 사회공헌 캠페인 협약식을 가지고 '미스터에이(www.mar.co.kr)' 사이트에서 가장 많이 판매되고 있는 명함을 주문할 경우, 한 통당 300원의 수익금을 굿네이버스에 기부해 국내외 빈곤아동을 위한 기금으로 사용하고 있다. 명함뿐 아니라 CD, 봉투, 스티커, 상자 등 다양한 인쇄물로 점차 확대해 시행할 계획도 갖



사업부 전경



창립 멤버로 마음커뮤니케이션을 지키고 있는 방대현 부사장

고 있다. 세계시장을 바라보는 눈은 창업 이래 10년 이상 변하지 않는 마음커뮤니케이션이 추구하는 경영목표이자 철학이다.

그래서 다음 행보에 더 많은 관심이 가는지도 모른다. ⊙

김상호 부장 kshulk@print.or.kr

차 한잔

"10만 고객과 함께 세계 인쇄시장 진출할 터"

설립 10주년을 보냈는데 그 동안 소감에 대해 말씀해 주세요.

- 바쁘게 사업을 하느라고 딱히 10주년을 감상할 여유는 없었습니다. 다만, 가끔씩 참가하는 청년벤처기업가 모임에 가면 처음에는 또래들이었는데 이제는 그 모임에서 원로급의 대우를 받고 있다는 점이 달라진 점이라고 생각합니다.

최근 누적거래처의 숫자가 10만개를 넘어선 것으로 알고 있습니다. 그 비결이 어디에 있다고 보는지요.

- 인터넷을 기반으로 하여 소량다품종에 집중하는 비즈니스에 집중했기 때문이라고 생각합니다. 그리고 고객들의 요구에 대해 신속하게 반응할 수 있도록 노력한 것도 적잖은 영향을 끼쳤다고 생각합니다. 그러나 무엇보다도 부족함이 있어도 저희 회사와 브랜드를 아껴주신 고객들의 사랑이 가장 큰 힘이었다고 봅니다.

인터넷을 기반으로 한 사업을 결심한 동기에 대해 말씀해 주세요.

- 지난 2000년에 사업을 시작하면서부터 인쇄와 IT를 결합시키는 사업을 해야겠다고 마음을 먹었습니다. 무엇보다도 시간과 장소, 심지어 국가에도 제약받지 않는 인터넷 비즈니스야말로 21세기에 어울리는 사업이라고 생각했습니다. 물론 이런 구상을 현실화하려면 적지 않은 어려움 있다는 것은 잘 알고 있었습니다. 특히 외국에서 서비스를 실제로 개시하기 위해서는 언어 장벽과 현지 시장 파악하는데 개별기업의 능력만으로는 한계가 있기 때문에 일단

은 국내에서 온라인사업을 전개, 회사를 키운 다음에 투자를 유치하는 단계를 밟아서 세계 시장에 도전할 계획 세웠습니다. 그러나 금융권과 몇몇 공공기관에서 인쇄업종을 사양산업으로 간주하면서 지원을 해주지 않아 투자 유치에 실패하곤 해서 그 당시에는 낙담을 하기도 했습니다만 결과적으로 보면 세계시장을 상대로 사업을 하는데 많은 노하우를 축적하는데 도움이 되었다고 생각합니다.

직접 인쇄장비를 개발, 생산한 이유는 무엇인지, 또 앞으로 그 부문에 대한 구상은 어떤 것인지요.

- MVP1100의 개발로 다품종 소량 생산이 가능해졌고 기업의 사회적 책임(ISO26000)이 강조되는 이 시대에 친환경 사람중심의 인쇄가 가능해졌는데 가장 큰 자부심을 느낍니다. 그러나 무엇보다도 저희 회사가 지향하고 있는 소셜네트워크를 통한 새로운 시장창출과 관리라는 측면에서 저희 장비를 구입하는 고객들을 네트워크화 하여 '승자 독식'을 벗어나 사업의 광역화와 협력 체제를 확립하고자 합니다. 적어도 저희 인쇄기를 사용하는 고객들은 온라인사업이 갖는 메리트를 느낄 수 있으리라 자부합니다.

앞으로의 사업 구상을 말씀해 주세요.

- 저희 마음커뮤니케이션은 고객의 고객만족을 통한 고객비즈니스 성공을 지향합니다. 실무적으로는 통합적으로 컨설팅하고 관리 할 수 있는 파트너가 되고자 합니다. 모든 영역을 눈 스톱으로 처리할 수 있는 노하우와 인력을 갖추고 고객과 함께 성장하는 회사가 될 것입니다.