

33년 기술로 감싼 품질 ‘1등주의’ (주)목양산업

1990년 처음 문을 연 (주)목양산업(대표이사 김성두)은 스파우트 파우치를 비롯한 삼방 스

텐딩포장지, 백인박스(Bag-In-Box · B.I.B), 자동롤포장지, 기타 맞춤형포장지 및 플라스틱제 품을 생산·공급하는 포장지 전문 업체다.

포장재 제조 기술을 집약한 33년 노하우를 밑거름 삼아 ‘품질과 신뢰를 추구하는 기업’으로 자리매김하고 있는 목양산업은 고객의 마음을 먼저 생각하고, 끊임없이 변화하는 시대의 흐름에 부응하는 포장재를 생산함으로써 업계에 신뢰를 쌓고 있다. 체계적인 생산이 가능한 대량생산 설비 구축, 단가 경쟁력 확보, 꾸준한 사후관리 등 대한민국을 대표하는 포장재 기업이 되고자 최선을 다하고 있다.

1992년 국내 최초 백인박스 개발을 시작으로 포장 효율화를 이룩한 목양산업은 현재 경기도 광주 신축공장으로 이전해 보다 체계적이고 청결한 제조 환경에서 만든 최상의 포장지로 고객에 보답하고 있다. 확고



▲ (주)목양산업 김성두 대표이사

Report of the KOPA Member Companies

한 기업철학과 지속적인 제품 개발로 신뢰할 수 있는 고품질의 포장재를 생산해내는 것을 제1의 목표로 삼고 있다.

IMF 위기 딛고 다시 일어서기까지

1990년 사출회사인 (주)한국화성(사출공장: 부천 소재)을 인수하면서 설립된 목양산업은 2년 뒤 국내 최초 백인박스 국산화에 성공, 1994년에는 산업자원부 장관상인 우수포장 상품 최우수상을 수상하는 등 업계에 이름을 조금씩 알리기 시작했다.

하지만 갑작스럽게 IMF 외환위기가 닥쳐오면서 회사는 한 차례 위기를 맞아야만 했다. 당시 백인박스의 주요 거래처가 법정 관리에 들어가

게 되면서 관련 업계가 쇠퇴하기 시작했다.

하지만 위기 뒤에는 기회가 있었다. 김성두 대표이사는 “2000년 전후로 프랜차이즈 시장에서는 매장별 소스 맛의 균일화에 대한 요구가 본격적으로 증가하기 시작했다”면서 “당시에만 해도 치킨 양념소스를 주방에서 만들어야 했는데 레시피를 알고 원재료를 다 알려줘도 매장마다 맛이 달라 소비자 불만이 제기됐다. 이에 프랜차이즈 본사에서는 소스를 만들어 공급하기 시작했다. 이로 인해 소스 전문 식품회사들이 생겨나기 시작했고, 스파우트 파우치 수요도 같이 늘어나게 됐다”고 전했다.

매마침 스파우트 파우치 양산설비를 갖추고 있



▲ 목양산업 회사 전경



▲ 목양산업 제품군. 사진 왼쪽 위부터 시계방향으로 삼방파우치, 스탠드 파우치 및 스파우트 파우치, 자동롤포장지, 백인박스

있던 목양산업은 이 때를 놓치지 않고 납품을 시작했다.

특수 포장지 및 액상 포장지 제조로 사업영역을 점차 확대해 나가며 다시 일어설 수 있었다. 이를 기반으로 2003년에는 성남공장으로 확장해 스파우트 파우치를 본격적으로 생산하며 활력을 되찾았다.

이후 2009년 법인전환, 2020년 현재 위치인 경기도 광주공장으로 확장 이전할 수 있었다. 돌파구 마련에 고심하던 당시 김종섭 전 대표(현 김성두 대표 부친)가 IMF 위기를 잘 견뎌내며 기반을 다져놓았던 것이 지금껏 사업을 영위할 수 있게 된 배경이 되었다.

'주력' 스파우트 파우치, 더욱 정교하게 가다듬다
 목양산업의 대표적인 생산제품은 소스용 스파우트 파우치다. 다른 음료용, 리필세재용 스파우트 파우치보다 소스용 스파우트 파우치는 매우 다양한 소스가 95도 안팎의 고온에서 충전되고, 대부분 매우 저온에서 급격히 냉각되어야 하는 환경이다. 게다가 pH가 낮아서 파우치 내면과 화학적으로 반응하거나 또는 기름 성분이 많아 침투가 잘되는 소스도 있어 불량률이 매우 높은 시장 중 하나로 꼽힌다.

특히 스파우트 파우치는 경질의 사출물인 스파우트와 연질의 포장지가 서로 쥘린 형태로 두개 사이의 접착 불량률이 많이 발생된다. 이토록

Report of the KOPA Member Companies

다루기 까다로운 제품군임에도 불구하고 스파우트가 없는 파우치보다 사용 편의성이 높기 때문에 시장에서는 수요가 지속적으로 발생한다.

성장기에 돌입한 목양산업은 무리한 외연 확장보다 주력인 스파우트 파우치 상품을 더욱 정교하게 가다듬는 길을 선택했다. 더욱 세밀한 시스템을 갖추어 불량률을 최소화하는 데 온 힘을 쏟았다. 덕분에 업계에서 신뢰를 쌓아갈 수 있었다.

김성두 대표이사는 “현재 파우치 개별로 각각 다른 번호를 부여하고, 각 파우치 개별로 생산

조건을 실시간으로 저장하는 시스템을 구축했다”면서 “이 시스템을 나머지 공정에도 적용하여 자사에서 생산하는 모든 파우치에 적용하려고 한다. 이렇게 되면 자사에서 출고되는 모든 파우치의 불량 추적이 매우 정교해지고, 좀 더 높은 수준의 품질을 유지할 수 있을 것으로 기대하고 있다”고 전했다.

목양산업에서 생산하는 파우치의 대부분은 식품회사에 출고된다. 그중 70% 이상이 투명한 무지 파우치이거나, 일부분만 인쇄가 있는 파우치이다 보니, 필름생산이나 필름 합지 시 발생하는 벌레, 머리카락, PE탄화물 등의 이물질 혼



▲ 목양산업 공장 내부 모습

입 불량에 쉽게 노출된다. 특히 벌레나 머리카락 불량은 아무리 불량률이 낮아도 납품 수량이 늘어나면 늘어날수록 피할 수 없는 불량이다. 하지만 이러한 불량 1~2건으로 인해 문제가 발생된다면 식품업체에 지속적으로 납품할 수 없게 된다.

불량률에 따라 납품할 수 있느냐 없느냐가 결정되기 때문에 목양산업은 제품 생산 후 검사 시스템을 확고히 다지기 위해 인력과 장비에 아낌없이 투자했다. 사내 마련된 기업부설연구소에서는 더 높은 수준의 스파우트 파우치 안정성을 확보하기 위해 매일 같이 여러 가지 테스트를 진행 중이며, 다양한 파우치 재질의 생산조건을 지속적으로 최적화하고 있다.

김 대표이사는 “카메라 2대가 장착된 검품기로 원단 검사를 하고, 선별작업자 9명이 생산하는 거의 모든 제품을 전수검사하고 출고한다”면서

“이렇게 전수 검사한 지 올해로 9~10년 정도 되었는데 처음에는 굉장히 부담이었지만 각 식품회사 품질 담당자분들이 타 회사 제품과 비교 시 자사 제품의 품질이 더 우수하다고 인정받을 수 있었던 계기가 된 것 같다”고 말했다.

젊은 회사로 탈바꿈...미래 위한 '시설·인재 투자'로 내실 다져

김성두 대표이사는 현재 경기도 광주공장으로 확장·이전하면서 본격적으로 대표직을 맡아 회사를 운영하고 있다. 2011년 목양산업에 정식으로 입사 후 정확히 10년 뒤인 2021년 대표직에 오르면서 근무환경에 조금씩 변화를 주기 시작했다.

일과 생활간 균형에 적극 지원하다보니 자연스럽게 직원들의 근무태도가 긍정적으로 바뀌기 시작했고, 매년 평균 약 20% 매출상승을 일궈내는 등



▲ 사내직원식당 모습

Report of the KOPA Member Companies

매출에도 좋은 영향을 끼쳤다.

김 대표이사는 “신축공장 이전 당시 기준으로는 무리하게 대지와 건물, 부대시설 및 각종 기계장치에 180억 정도 투자했다. 그러나 우리 공정에 맞게 신축공장을 설계하다보니 매우 효율이 높은 공정 및 작업자 동선을 확보할 수 있었고, 쾌적한 환경에서 작업자들이 근무할 수 있게 됐다”면서 “품질 audit시에 만점을 받은 경우가 있을 정도로 공장 환경이 깨끗해 여러 식품회사 담당자분들에게 좋은 평가를 받아 3년 만에 매출이 2배로 늘었다. 건평 2400평 공장이 벌써 비좁아지게 되어 현재 제2공장을 검토 중에 있다”고 설명했다.

인재를 관리·육성하는 데에도 심혈을 기울이고 있다. 먼저 근로시간은 주52시간제 안정화를 위해 오전 8시 30분부터 오후 7시에서 오후 6시까지로 1시간씩 단축했다. 근로시간 단축으로 감소한 임금은 회사에서 100% 보전수당으로 지급했다. 근로환경도 적극 개선했다.

휴식에 집중할 수 있도록 안락하게 휴게실을 개·보수하고 사무실에는 공기 청정 및 살균 기능이 있는 전열 교환기를 설치해 쾌적한 환경을 조성했다.

이로 인해 근무기간이 늘어나게 되면서 퇴사율 감소를 비롯해 생산성 향상, 품질 향상 등의 효과가 이어지고 있다. 덕분에 가장 최근인 2022년과 2023년에는 경기도 일자리우수기업 인증을 비롯해 이음일자리사업에 선정되었으며, 올해 고용노동부 강소기업으로도 선정됐다. 현재는 경기도 유망중소기업과 가족친화인증기업 등도 심사

사 중에 있다.

이외에도 정밀 건강검진 지원(임직원 가족 포함, 150만 원 상당), 전 직원 오후 간식 제공 및 생일 선물 지급, 출퇴근 차량 운행, 법정 의무 휴게시간 외 추가 휴게시간 보장, 자유로운 연차사용 및 반차 시행, 사업장 내 스크린골프 연습실 구축, 사내 멘토링 위한 비용 지원 및 전 직원 면담제도 운영, 정기적인 직무 역량 향상 교육 진행 및 포장기술관리사 교육 등 다양하게 지원하고 있다. 직원들 역시 회사와 관련한 교육이라면 적극적으로 참여하고, 서로 돕는 등 일하기 좋은 문화를 스스로 형성해가고 있다.

김 대표이사는 “다양한 복지 덕분에 현재 관리자 대부분이 20~30대인 MZ세대로 구성되어 있다. 업무 능력과 직무 만족도가 동시에 상승해 평균 근속연수도 늘고 있으며, 사내 분위기 역시 밝게 개선됐다”며 “앞으로 직원 집중 근로시간 지정(오전 9시 30분~11시, 오후 3시~4시 30분), 시차출퇴근제, 사내 야외 휴게공간(사내 카페) 공사, 장기근속자 대상의 리프레시 여행 지원(숙소 및 교통비) 등 더욱 적극적인 복지를 검토하고 있다”고 밝혔다.

빛나는 조연으로...작지만 강하고 단단한 회사로 '성장'

김성두 대표이사가 이토록 내실을 다지는 데 집중하는 이유는 단가보다는 품질을 우선시하고, 선제적 대응으로 착실하게 회사를 키워나가는 것이 가장 중요하다고 판단하기 때문이다.

김 대표이사는 “무엇보다 중요한 것은 불량이 발



▲ 2022년 시무식 및 대표이사 취임식에서 사내 직원들이 모여 단체사진을 찍고 있다.

생했을 때 대응력이다. 언젠든 불량은 나오기 마련인데 담당자가 얼마나 기민하게 행동하느냐가 중요하다”며 “회사나 매출규모에 비해 인원이 많은 편인 것도 고객사에 피드백을 신속하게 주기 위함이다. 국내 업계에서 ‘포장지’ 하면 목양이 먼저 생각날 수 있도록 노력하겠다”라고 말했다.

원대한 비전이나 목표도 좋지만, 매년 10% 이상 매출신장이라면 정량적인 것은 충분히 만족한다는 생각이다. 김 대표이사는 “개인적으로는 회사 외형적인 비전·목표보다 중소기업이지만 직원들이 대기업 부럽지 않게 근무할만한 회사를 만들고 싶다”고 전했다.

마지막으로 업계가 함께 발전할 수 있도록 개인적으로도 연구를 게을리하지 않겠다는 입장이다.

포장지 회사이다 보니 식품회사나 의료·제약

회사 등에서 움직이는 큰 트렌드를 잘 읽어내고, 또 그 흐름을 빠르게 따라가는 것이 필요하기 때문이다.

김 대표이사는 “코로나19가 거의 종식된 현재 ‘친환경’ 포장지에 대한 관심이 더욱 가속화되고 있다. 시대 흐름에 관련학과와 국내기업들이 더욱 노력하고 협업해, 유럽이나 미국, 일본 등 선진국의 핵심기술이나 원료에 최대한 의존하지 않았으면 한다”면서 “일부 식품회사 관계자나 일반인 입장에서는 ‘포장지’ 하면 단순 비닐, 껌테기 같은 부수적인 것으로만 생각하는 분들이 많다.

메인 콘텐츠가 아니다 보니 주인공은 될 수 없겠지만, 맛있고 안전한 식품 섭취를 위해 ‘빛나는 조연’인 연포장이 있다는 사실을 전 국민에 인식시키는 날이 올 때까지 최선을 다하겠다”고 전했다. [R]