

정확한 트렌드 분석을 통한 세계 시장 도전 (주)진우아이앤피

레토르트 · 건조식품용 · 제과류 · 커피 · 티백 · 냉장 냉동식품류 파우치, 건강기능식품... 다양한 식품에 적용 가능한 기능성 식품포장 필름과 100% 재활용할 수 있는 친환경 단일소재 파우치 등은 (주)진우아이앤피의 주력 제품들이다.

(주)진우아이앤피는 올해 변화하는 식품 시장 트렌드에 대응하는 제품을 선보이며 유저들로

부터 호응을 얻고 있다.

레토르트 파우치에 관심이 높은 유럽 바이어들을 중심으로 해외 바이어들의 사전 문의와 상담이 잇따라 성과로 이어질 것으로 기대하고 있다.

(주)진우아이앤피는 급변하는 시장 상황에도 연구개발과 수출 분야에서 성과를 통해 굳건하게 자리를 지키며 세계 시장으로 뻗어가고



▲ 김영선 (주)진우아이앤피 대표이사

있다. 이 중심에는 30여 년 간 (주)진우아이엔피를 이끌고 있는 김영선 대표이사의 남다른 노력이 있었다.

“지난 30년 간 끊임없는 도전으로 얻은 창의적이고 특화된 기술로 뛰어난 제품을 생산하기 위해 노력하고 있다”는 포장인 김 대표이사를 만나 그동안의 이야기를 들어보았다.

세계로 이끈 앞선 변화와 도전정신

글로벌 기업이 목표인 (주)진우아이엔피는 해외 바이어 상담을 통한 판로개척을 위해 기회가 있을 때마다 전시회에 참가했으며 2018년부터 17년간 말이 통하지 않아도 해외로 달려갔다.

특유의 자신감과 영업능력으로 무장한 (주)진우아이엔피는 미국과 싱가포르, 멕시코, 캐나다로 뻗어 나갔다. 식품포장 기술 수출을 중심

으로 미국과 싱가포르에 매출액의 25~30% 규모로 공급하고 있다. 여기에 준불연재 분야 등 안전에 관련된 상품으로 계약체결을 마친 유럽과 미국 시장에도 (주)진우아이엔피 제품 공급이 확대될 예정이다.

“우리나라 포장 기술은 세계적인 수준으로 우수한 편으로 바이어와의 상담에서 유리하게 작용돼 성과로 이어지기도 한다. 사돈에 팔촌, 학연, 지연 등 인맥 영업을 하는 우리나라 영업시스템과 달리 선진국을 대상으로 하는 영업에서는 바이어들이 선택할 수 있도록 우수한 품질을 보여주면 된다”고 자신감을 보인 김 대표는 “말이 통하지 않는 러시아에 가서 열리는 필름을 판매하는 등 수출, 연구개발, 공장 운영을 통한 차별화된 상품 출시로 국내 시장에서 경쟁하기보다 세상은 넓고 할일이 많은 해외로 눈을 돌렸다”고 말했다.



▲ 경기도 광주의 (주)진우아이엔피 본사 전경

Report of the KOPA Member Companies

산업재 분야 비중 높여 올해 매출 30~40%↑ 목표

연포장 분야에서 출발한 (주)진우아이앤피의 사업 비중은 포장분야 8, 2021년 뛰어든 산업재 분야 2로 운영되고 있다.

특수 분야로 분류되는 산업재 분야에 매출성장 비중을 더 많이 두고 연내 1대1로 조정할 예정으로 올해 매출 30~40% 성장을 목표로 하고 있다.

김 대표는 “연포장 분야 시장 규모는 늘어나고 있지만 그 만큼 경쟁이 치열해지고 있어 미래 성장을 위해 산업재 분야로 눈을 돌렸다”고 설명했다.

동시에 회사 초기부터 위험부담이 있음에도 쉽지 않은 투자와 집중을 과감하게 하여 연구개발과 무역부문에서의 성과에도 큰 기대를 하고 있다. 연구개발과 무역은 매출의 각각 15%, 20~30% 정도다.

김 대표는 “무역부문에 가장 많은 투자를 하고 있으며 이를 뒷받침하기 위해 R&D에 투자하는 부분이 엄청나다. 고객이 만족할 상품을 지속적으로 만들기 위해 연구개발을, 고객을 찾기 위해 무역을 한다”고 밝혔다.

우주로 가는 기술 목표...사업 영역 확대

김 대표는 첫 직장으로 우연히 연포장 회사에 입사하면서 연포장 분야와 인연을 맺었다. 퇴사후 30대에 창업한 (주)진우아이앤피의 모태는 1992년 진흥화학으로 출발했다.

이후 우주로 가는 기술이라는 가치를 담은 사명 (주)진우아이앤피로 변경하고 2000년 경기도 광

주에 마련한 사옥에 첨단설비를 갖춰 주로 식품, 제약, 화장품 세 분야의 전자·기능성 포장재 등을 생산하고 있다.

2020년에 준공한 충북 음성공장에서는 산업용 포장재, 가구 표면재, 가전 강판용, 벽지, 준불연재 등 첨단소재 생산으로 사업을 확대했다. 여기서 멈추지 않고 이곳에 2021년 부설연구소까지 설립하면서 (주)진우아이앤피가 우주로 향해 가기 위한 면모들이 더해가고 있다.

김 대표는 “미래 포장산업을 염두에 두고 우주식품 포장 기술 개발 등 우주로 방향을 정했다. 사명도 우주로 가는 기술을 의미하는 이름으로 변경했다”고 말했다.

연구개발 집중 투자한 산업재 분야 성과

소소하게 진행되던 pvc 등 산업재 연구개발이 음성공장 시설이 들어선 후 급물살을 타면서 준불연재와 방염재 관련 분야에서 괄목할 성과가 나왔다. 쉽지 않은 과정을 거쳐 한국소방기술원으로부터 KFI 실내장식물의불연/준불연재료 인증서(데코시트&인테리어 필름, 2022년)에 이어 친환경 환경표지 인증서(데코시트&인테리어 필름, 2023년), HB 건축자재인증(친환경 준불연 PET 데코시트&인테리어 필름, 2024년 2월)를 받았다.

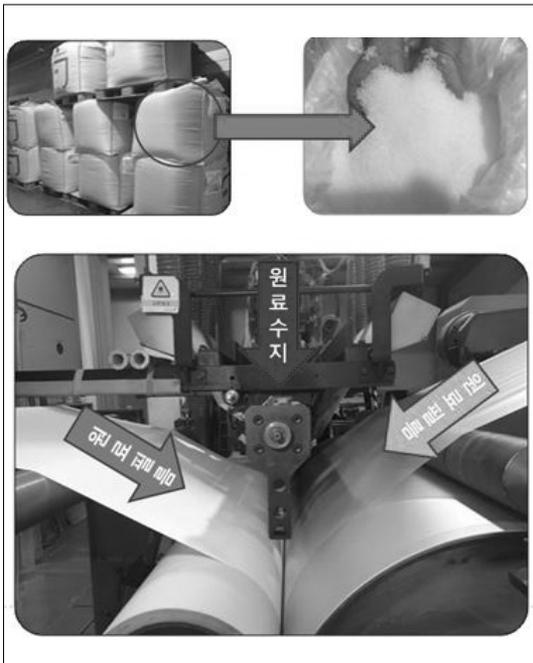
김 대표는 “음성공장에 시설 투자 후 준불연재를 연구개발해서 인증을 받았다. (주)진우아이앤피가 차별화된 기술로 개발한 준불연재료 (피난·방화구조 등의 기준에 관한 규칙 제24조제 4항에 따른 건축물의 내부마감재료[불연재료 및

준불연재료)에 직접 시공하는 경우에 한함)를 출시할 예정이다.

대기업과 손잡고 관련 프로젝트를 진행 중이다. 열정을 쏟고 실험하고 특허를 내고 국가가 인증하는 기관에서 인증을 받고 대기업이 선택하게 만든 모든 과정이 쉽지 않았다. 말로 다 설명할 수도 없고 설명해도 알기 쉽지 않을 것이다. 준불연재 분야에서 (주)진우아이앤피가 선두이며 중요한 이슈”라고 자랑했다.

눈앞 이익만 고려, 손해는 눈덩이...성장 전략=제품

제조 과정에서 저가의 질 낮은 포장재를 선택해 아꼈다고 생각했는데 납품 과정에서 일부 제품의



▲ 고품질 필름 생산(원료 수지를 필름형태로 녹여 원료필름 라미네이팅) 제조공정

파손으로 반품 등 이미지에도 영향을 미쳤다. 눈앞 이익만 고려하다 오히려 손해가 눈덩이처럼 불어나기도 했다.

지나치게 저가경쟁을 하던 시대는 가고 질 좋은 제품, 합리적인 가격의 거래를 하는 시대가 왔으며 이에 따른 결과물들이 나오고 있다는 걸 누구보다 잘 알고 있는 김 대표는 (주)진우아이앤피의 성과를 뒷받침하고 있는 것은 품질과 기술이라고 자신 있게 강조했다.

김 대표는 “저렴하면서 질 좋은 제품은 없다. 미국, 유럽, 일본 선진국은 이미 겪었던 중국의 지나친 저가경쟁에서 벗어나기 위해 노력하고 있다. 가족이 사용하고 먹는 음식을 포장하거나 병을 고치는 약을 포장하기 때문에 제 가격을 주고 안전한 제품을 적용해야 된다. 포장지에서 문제가 발생하면 생명에 심각한 영향을 미치는 리스크를 안고 그냥 만들 수 없다. 일부 경영인이나 기업 시스템에서는 당장 눈앞 이익만 보며 더 큰 손해는 보지 못하고 이 부분을 분석, 관리해야 되는데 안했다”고 지적했다.

앞선 변화와 도전 플렉소 인쇄로 연계

김 대표의 한 발 앞선 변화와 도전은 플렉소 인쇄로 이어졌다.

20년 전 해외의 플렉소 인쇄를 하는 한 업체를 방문한 김 대표는 당시 그라비아 인쇄에서 플렉소 인쇄로 바뀌어야 한다고 강조했다.

그라비아 인쇄는 인쇄물 회수 과정에서 여러 직원들이 많은 시간동안 유기용제 냄새를 맡고 페인트, 잉크 등 오염물질이 옷에 튀어 작업자의

Report of the KOPA Member Companies

환경이 좋지 않아 인력이 점점 줄어들 것으로 예상되지만 플렉소 인쇄는 버튼 하나로 5분 만에 모든 잉크의 회수 및 세척이 가능한 것을 확인하고 생산방법의 변화를 시도했다.

김 대표는 “그라비아 인쇄는 서서히 줄어 나가야 된다. 특수 제품을 제외한 연포장 식품 포장지의 다량 생산은 유럽, 미국의 인쇄 환경 같은 구조로 가지 않으면 안 된다. 20년 전 이 부분을 강조했는데 변화가 없다가 최근 1~2년 사이 확산되는 분위기지만 이미 너무 늦었다. 그럼에도 변화하지 않으면 안 된다. 한 번 사용 후 쓰레기 통으로 버려지는 인쇄물보다 내용물이 중요하다. 최종 소비자가 사용하는 포장지의 글씨를 알아볼 수 없어 불편하다고 하면 글씨를 잘 알아볼 수 있도록 제작하고 홍보가 잘 되는 디자인으로

바뀌야 된다. 플렉소 인쇄에 맞게 변경해야 된다”고 목소리를 높였다.

5~6년 전에는 (주)동양잉크와 함께 수많은 실험 과정을 거쳐 기존 설비에 에탄올 100%를 사용해 잉크를 개발했고 이 잉크를 (주)진우아이앤피에서 사용 중이다.

창의·내실·신의를 사훈으로 내실경영

지속적으로 성장 가능한 기업이 되기 위해 2007년 투명·원칙·책임 경영을 선포하고 환경경영도 목표로 정했다. 서로 믿으면 모두 성장할 것으로 보고 창의, 내실, 신의의 사훈도 내걸었다.

무엇보다 경쟁력을 높이기 위한 직원복지에 힘쓰고 있는 김 대표는 40여명 직원들에게 돌아갈 가장 큰 복지를 실현하기 위해 더 나은 환경에서 직



▲ 출고 전 완제품 실험 제조과정

원들이 일할 수 있도록 복지법인 설립도 준비 중이다.

김 대표는 “사훈을 내걸 당시 이 약속들을 남들에게 보여줄 수 있을까 싶었다. 지금은 신의라는 구조로 흘러가지 않으면 안 되는 시대가 왔다. 많은 선진국의 기업들을 보고 느낀 점이 많다. 정직과 원칙이 더 빠르고 유익하다. 신뢰가 없으면 일시적으로는 소득이 오르고 성장이 빠른 듯 하지만 시간이 갈수록 리스크에 의해 불필요한 낭비가 발생해 성장을 저하시킨다. 이 일환으로 직원들 복지 중 월급, 연봉이 가장 중요하다. 연봉, 근무시간 단축, 행복하고 안전한 회사를 만들기를 추구한다”고 말했다.

다수 해외 기업 보고 듣고 벤치마킹

해외 기업들을 보고 들은 풍부한 경험들을 바탕으로 벤치마킹도 했다. 경영, 생산, 관리 등 기업운영 시스템을 마련해 변함없는 신뢰로 즐거

운 경영을 하는 일본의 100년 기업이 인상적이었다고 강조했다.

김 대표는 “일본 기업 탐방 기회가 많았다. 보통 60년~100년 역사를 가진 기업이 많았다. 한 제조 회사는 20~30년 전 기계부품을 보유하고 있었다. 돈을 받고 판 제품에 대한 책임과 변함없는 신뢰로 즐거운 경영의 선순환을 하고 있었다. 공짜가 아니라 고장 나서 못 고치면 출장비를 주는 AS시스템이 마련돼 있었다. 반면 물건 팔 때 고객에게 아주 친절하게 잘 하다가 팔고 나면 못 본 체하는 우리나라의 일부 기업의 경우 더 이상 발주도 오지 않고 성장이 멈추는 경우를 종종 봤다. 돈을 받고 하는데도 이런 시스템을 만들지 않으니까 기업이 지속적으로 운영되기 어렵다”고 꼬집었다.

시스템을 갖춘 이태리의 한 중소기업에서도 차별화된 문화를 경험했다. 새로운 변화를 쫓아가는 것도 좋지만 기존에 있는 것에서의 적당한



▲ (주)진우아이앤피 생산 제품들

변화도 필요하다고 강조했다.

10월에 거래하는 남의 거래를 빼앗아 성장하려면 결국 10월 아래 가격에 거래해야 가져올 수 있는 저가경쟁이 불가피하다는 사실을 알고 있는 김 대표는 남의 것을 빼앗아 성장하지 말고 시스템을 마련해 창의적인 상품으로 성장하기를 기대했다.

김 대표는 “이태리의 한 중소기업은 전세계 5곳의 공장을 운영하고 있었다. 이 기업은 시스템을 만들고 원칙을 지켰기 때문에 즐겁고 행복하고 안정적인 경영을 하고 있었다. 결국 경영인의 정신에서 나온 것으로 해석된다. 회장도 사장도 현장에 없지만 책임자가 책임지고 각자 맡은 일에 최선을 다해 열심히 일했다. 반면 우리나라는 전세계 5곳을 보유하고 있는 중소기업을 찾기 쉽지 않은데다 책임자가 없으면 비합리적인 행동을 하는 사회 문화가 고쳐지지 않아 적합한 시스템 가동이 어려워 보인다”고 지적했다.

철저한 시스템 관리로 경쟁력 향상

(주)진우아이앤피는 시스템에 의해 운영되고 있다고 해도 과언이 아닐 정도다. 하나부터 열까지 운영 시스템을 갖추고 시간 낭비를 줄였고 어떤 직원이 와서 일을 해도 진행 가능할 정도라고 한다.

김 대표는 “현장을 확인하고 사전 직원 교육을 월 1회 정도 진행하고 있다. 고객 전화로 발주가 진행될 경우 발주서를 만든다. 과거에는 팩스로, 현재는 메일로 요구하고 있다. 적절한 대응을 못하면 여러 통의 전화를 주고받으며 서로 시간낭

비를 하게 돼 퇴근이 어려워진다. 이 경우를 대비해 (주)진우아이앤피에 맞는 시스템을 만들었다. 라벨링시스템, 체크시스템, 표준견본시스템, 칼라매칭시스템, 동판관리 메뉴얼 시스템 등 수천만가지를 시스템화 했다. 생산하는 것과 적합한 시스템을 만드는 것이 경쟁력이다. 개선을 위한 시스템을 만들면 새로운 직원이 출근해도 일이 진행된다. 이런 철학을 갖고 오랫동안 경영해야 된다. 선진국 일부 기업들은 시스템을 만들어 경쟁력을 향상시키고 있다. 하루아침에 만들어지는 것이 아니다. 시간이 많이 걸려 포기하기도 한다. 2세들도 골치 아프니까 안해요라는 식이다. 사장은 돈 벌면 이 작업을 멈추고 직원들은 힘들어서 이직한다. 시스템화 하면 편리하다는 것을 알면서도 못하는 이유”라고 말했다.

신뢰 준 기업인으로 평가받아 만족...기업 유지 포부

특별하기보다 지금처럼만 잘하자. 남한테 피해나 손해를 주지 말자. 남의 것 빼앗아 성장하는 것은 의미 없다. 이로움을 주자는 것이 평소 신념인 김 대표는 연포장 업계에 몸 담은 30여 년간 신뢰를 주는 기업인으로 평가받고 있다고 자부했다.

김 대표는 “창업 당시 사장 기질이 있다고 판단했다. 사업가가 운명 같았다. 계획성과 도전정신이 있는 스타일이다. 뭘 했어도 성공했으리라 자부한다. 30년간 한 분야에서 일하면 프로가 되어야 한다. 자신감이 있어야 된다. 함께 일하면서 동반성장을 했다. 남에게 신뢰를 줬다고 평가받는 부분에 대해 만족한다. 제품을 팔아주는 고객

사만 파트너가 아니라 자재를 공급하는 기업도 파트너다. 승부를 걸고 차별화해서 성공하고 싶다. 그동안 성장이 저조했던 것으로 판단된다. 달려갈 곳이 많다”고 했다.

그러면서 기업이 유지되는 것이 바람이다.

김 대표는 “2세 경영을 하든 전문 경영인이든, M&A가 되든 100년, 200년 기업이 유지되는 것이 바람이다. 시스템, 기술력, 차별화된 기술·노하우 등이 있을 때 기업이 유지될 것”이라고 강조했다.

기준·기회·협·소통 문화 자리 잡기를 기대

고객사와의 거래에서 기준이나 협의, 상담, 소통 없이 기회를 박탈하는 문화가 개선되기를 기대했다. 성장을 늦어지게 한 정부의 각종 규제에 대한 아쉬움도 표했다.

김 대표는 “경기가 어려우니까 여러 가지를 분석하여 제품을 구매하게 되는데 저렴하게 구입한 줄 알았지만 더 큰 손해를 본 경우도 있다. 물건을 구매할 때 적당한 가격을 줘야 된다. 신뢰 가는 기업인지, 위생적으로 잘 만드는지 검증, 분석한 뒤 거래하고 한 번 거래하면 지속적으로 거래하길 원한다. 가격이 안 맞으면 협의하고 품질 기준서에 미달되면 개선을 요구하는 등 개선할 기회가 있는 문화가 자리 잡기를 기대한다. 그런데 파트너와의 관계에서 기준 없이 경영인의 마음에 의해 기존 거래처보다 상대적으로 저렴하면 느닷없이 거래처가 변경되거나 가격경쟁을 부추기고 트집 잡아서 클레임 거는 경우가 있는가 하면 파트너로서 대표자와의 기

술 상담을 하는 경우는 거의 없고 대체로 말단 직원에게 맡긴다. 꼬투리를 잡아 상대방에게 손해를 떠넘기려고 한다. 소통이나 협력 방안에 대한 경청을 하는 경영인이나 책임자가 있는가 하면 이야기조차 듣지 않으려고 하는 담당자들이 있다. 국내 패키징, 식품, 제약 회사들의 이전의 거래 행태였다. 문제가 생기면 토론해서 개선, 개발하면 되는데 모든 과정들이 무시되는 것이 아쉽다. 일시적으로는 성장할 수는 있어도 중장기적으로는 그들도 죽는 길이다”라며 기회, 협의, 소통 문화가 자리 잡기를 기대했다.

플렉소 인쇄 설비로의 전환을 통해 파트너로서 관련 분야 이해와 연구를 바탕으로 동반성장에 대한 기대감도 나타냈다.

김 대표는 “여유 있는 기업들은 안정적인 플렉소 인쇄 설비로 전환하고 식품 회사들은 포장지 분야에 대한 공부를 하길 기대한다. 내용물을 보존하는 기능은 식품이 아니라 포장지가 하고 있다. 그런 포장지를 갑의 입장에서 주문하고 행동하기보다 디자인이나 포장지를 만드는 과정에서 일하고 경영하는 사람들의 어려운 입장도 생각해 주는 분위기가 조성되기를 희망한다. 갑과 을이 협력했을 때 성과가 날 수 있다. 갑의 입장에서 갑의 입장으로 끝나지 않고 개선되기를 기대한다”고 말했다.

이어 “건축인허가, 환경 등 관련 규제가 비합리적으로 발목을 잡았다. 정부의 각종 규제에 의해 시행착오를 거쳤고 성장이 10년은 늦어진 것 같다. 정부의 각종 규제가 합리적으로 개선되기를 바란다”고 말했다. 