지식경제부 보도자료	http//www.mke.go.kr
'12년 4월 6일(금) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.	
문의 : 안전품질정책과장 김남정, 나기형 연구관(507-7434)	

한국식 명품, "이렇게 만들자" !

100개 기업 CEO, 한자리에 모여 열띤 토론

– 제2회 명품창출 포럼 포스트 타워에서 개최 –

□ 한국 고유의 프리미엄 명품창출에 뜻을 세운 100개 우량기업 CEO와 전문가들이 6일 오전 서울 포스트타워에 다시 모였다.

○ 서로의 경영 노하우를 공유하고 상호협력하자는 취지로 지난 2월초 '명품창출포럼'이 결성된 바 있다.

□ 이번 포럼에는 신개념 아웃도어 상품을 전 세계에 수출하는 (주)블랙야크(대표 강태선)와 염분 섭취가 인체에 해롭다는 인식을 제조기술의 과학화로 극복한 (주)인산가(대표 강윤세)의 기업경영 사례발표가 있었다.

○ 등산 의류와 배낭으로 세계시장 진출 초기 거듭된 실패에도 불구하고 지속적인 연구개발과 디자인 혁신을 통해 이제는 글로벌 시장에서 각광받는 아웃도어 제조기업이 된 (주)블랙야크의 성공 스토리와,

○ '짜게 먹으면 건강에 해롭다'는 사회적 인식에 맞서 오히려 '짜게 먹어야 건강에 이롭다'는 창조적인 역발상으로 미네랄 함유 죽염을 개발해 기업 존폐위기를 극복하고 소금시장을 새롭게 개척하고 있는 (주)인산가의 경영사례가 소개되었다.

○ 회원기업들은 두기업의 구체적인 위기극복 및 판매확대 사례에 공감하면서 자신들의 각오를 다짐과 아울러 서로 배우고 도울 점이 많다는 의견을 적극 피력했다.

□ 또한 포럼에서는 회원기업의 벤치마킹 대상으로 글로벌 명품기업의 품질철학과 명품경영전략을 소개하는데, 이날은 공작기계 콘트롤러 전문 생산기업인 '화낙'(FANUC, 일본)의 경영전략을 국민대 김주현 교수가 소개했다.

○ 화낙은 핵심부품의 표준화로 공급의 원활화를 추구하고, 현장 엔지니어 대상 전문교육을 통해 현장 기술자가 화낙 제품 사용에 익숙해지도록 했으며, 부품판매에 그치지 않고 공작기계 업체에 SW를 개발·공급하고 컨설팅 서비스까지 제공하는 등 치밀한 경영전략을 통해 세계시장의 50%를 점유하는 글로벌 리딩 컴퍼니로 성장할 수 있었다고 한다.

□ 포럼 회장인 박성철(72) 신원그룹회장도 개회사를 통해 글로벌 명품 창출이야 말로 우리기업이 세계 속으로 도약할 수 있는 새로운 돌파구라며,

○ 명품창출포럼이 제조업을 넘어 전 산업을 아우르는 교류의 장으로 역할하면서 명품 한류라는 새로운 시대를 열어가는 디딤돌이 될 수 있도록 회원사 모두가 적극 참여하여 함께 노력하자고 당부했다.

참고 1 「제2차 명품창출 포럼」 조찬회 개최계획(안)

1. 목 적

○ 세계적 명품을 창조하기 위해 노력하고 있는 중소기업간 네트워크 구축 및 상호부조의 場 마련(지난 2.1 창립총회 개최)

2. 조찬회 개요(안)

○ 일시/장소 : '12. 4. 6(금), 07:00~09:00 / 포스트타워(10층 대회의실)

○ 참 석 자 : 정회원(100명) 및 학계, 대기업 임원 등 약 120여명

○ 조찬 내용 : 기업 명품화 추진사례 발표(2건) 및 질의응답·토론 등

○ 주최·주관 : 지식경제부 기술표준원·한국표준협회

3. 세부일정

시 간	내 용	비 고
07:00~07:30 (30')	·참석자 등록 및 조찬	사회자
07:30~07:35 (05')	·개회사	회 장
07:35~07:45 (10')	·글로벌 명품 기업의 소개(명품 매거진)	김주현 교수
07:45~08:35 (55')	·기업 사례발표 및 질의응답·토론 * (주)블랙야크-아웃도어 상품 / (주)인산가-명품죽염 제조	강태선 대표 김윤세 대표
08:35~09:00 (25')	·포럼 활성화 방안 토의 / 폐회	사회자

※ 사회자 : 장수돌침대 대표 최창환(부회장)

참고 2 발표자 및 기업현황·사례발표 요약(블랙야크, 인산가)

□ 블랙야크 - 발표자

성 명	강 태 선 (姜太善)	생년월일	'49년 4월 25일(64세)	
출신지역	제주도 서귀포	현재주소	서울 강남구 압구정	
직 위	(주) 블랙야크 / (주)동진레저 대표이사(회장)			
경 력	(前) 서울시체육회 감사 (現) 서울시산악연맹 명예회장 (現) 한국스카우트 서울남부연맹 연맹장 (現) 제주대학교 겸임교수			
학 력 사 항				
제주 오현고등학교('68)	탐라대학교('07)	동국대학교('09)		

□ 기업 현황

기업명 / 위치		서울시 금천구 가산동 60-11 스타밸리 3층
전년도 매출 / 자본금		약 3,048억원(2011) / 3,586백만원
종업원 수		220명
운영 브랜드	아웃도어	블랙야크, 마운티아
	등산용품	카리모어, 마모트, 듀오백배낭(듀오패드)
	운 동 화	트래블워킹화(3ZONE)
해외진출 현황		중국, 몽골, 유럽, 미국 등

□ 사례발표 요약

구 분	내 용		
발표자	(주)블랙야크 강태선 대표	업종	아웃도어 제품
발표제목	「히말라얀 오리지날」 글로벌을 향한 강한 집념으로 최상의 품질과 디자인 혁신을 이룬 아웃도어 제조기업 스토리		
발표 주요내용	■국내 순수기술로 세계정상 브랜드들과 맞서기 위해 야심차게 등산용 제품을 출시했지만 브랜드 파워에 밀려 해외시장 선점 실패 - 각종 등반대회에 대표가 직접 출정 및 등반대원 후원을 통하여 자사 브랜드를 전문 산악인에 부각 - 지속적으로 총매출의 7~8%를 기술개발에 투자, 최고의 품질 추구 * 아웃도어 의류 최초로 무봉제(바느질 없이) 등산의류를 개발 등 ■'12년 3월에 발표된 「컨슈머 리포트」 추천제품 선정 ■'13년 「글로벌 Top5」를 목표로 아웃도어 본고장 미국·유럽 시장 진출		
시사점	■실패를 두려워하지 말고 연구개발과 디자인을 혁신하라 ■특정 집단을 목표로 집중 공략하여 시장을 확장하라 ■국내 시장에 안주하지 말고 글로벌 최고를 목표로 경영하라		

□ 인산가 - 발표자

성 명	김 윤 세(金倫世)	생년월일	'55년 6월 2일(57세)	
출신지역	경남 咸陽	현재주소	경남 함양군 함양읍	
직 위	(주)인산가 대표이사(회장)			
경 력	(前) 佛敎신문 편집부 기자, 차장 (現) 광주대학교 대체의학과 겸임교수 (現) '주간함양'신문 회장 (現) 한국전통인술연합 회장			
학 력 사 항				
仁山가문에서 四書三經 및 諸子百家 등 漢學 공부				

□ 기업 현황

기업명 / 위치		경상남도 함양군 수동면 화산리 1250-17
전년도 매출 / 자본금		약 150억원(2011) / 1,700백만원
종업원 수		100명
운영 브랜드	죽 염	인산죽염
	장 류	인산죽염, 고추장, 된장
	미용품	인산바디 6종 셋트
해외진출 현황		미국

□ 사례발표 요약

구 분	내 용		
업체명	(주)인산가, 김윤세	업종	생활용품, 죽염류
발표제목	"짜게 먹어야 건강에 이롭다" 역발상으로 소비자의 인식을 바꾸어가는 죽염사업 이야기		
발표 주요내용	■천일염 즉, 미네랄함유 소금으로 세계적인 명품죽염을 만들어내 마음 놓고 짭짤한 식생활을 가능하게 한 위대한 소금장수의 죽염사업이야기로, ■'짜게 먹으면 해롭다'는 그릇된 인식에 맞서, 소금문제의 본질은 「소금의 양이 아니라 질」의 문제임을 제기하며 세상의 편견에 맞서 새로운 인식을 심어가는 벤처기업 25년 사업이야기 ■좌절과 위기 속에서도 연구개발을 통하여 명품 죽염 개발 - 제조공정의 혁신을 통한 자죽염(붉은색 죽염) 생산기술 개발 ■지리산 둘레길에 건강수련원을 건립하여 연 2천명 건강교육		
시사점	■위기에 처할수록 기술혁신과 과학화에 투자하라 ■염관리법, 식품위생법 등으로 각종 규제에 위축되지 말고 다양한 제품개발로 기업의 활로를 모색하라. ■소비자와의 교감을 통한 신뢰구축으로 시장 개척에 매진하라		

참고 3 명품 포럼 회장 인적사항

1 기본정보

성명	박 성 철 (朴 成 喆)	
생년월일	1940. 6. 24 (72세)	
출신지역	전남 신안군 자은면 고장리 270번지	
現 주소	서울시 서대문구 북아현동 1-1209	
직위	(주) 신원그룹 대표이사 (회장)	

2 학력 및 경력사항

학력 사항			
학위	학교	학과	수료년도
고등학교	목포고등학교	-	'62.2
학 사	한양대학교	행정학과	'98.2
석 사	고려대학교/서울대학교	경영대학원/행정대학원	'83/'87
명예박사	전남대학교	경제학	'97

경력 사항			
기간	경력	기간	경력
'73~現	(주)신원 대표이사	'97~'98	한국의류산업협회장
'81~現	한국무역협회 이사	'98~'04	제8대, 제9대 한국섬유산업연합회장
'94~現	극동방송 이사	'98~現	전경련 운영위원회 회원
'94~現	국민일보 사외이사		

3 기업현황

기업명 / 위치		(주) 신원그룹 / 서울시 마포구 도화동 532 신원빌딩
전년도 매출		약 6,000억원
종업원 수		국내 650명, 국외 2만명
운영 브랜드	여성의류	베스띠벨리, 씨, 비키, 이사베이
	남성의류	지이크, 지이크파렌하이트, 반하트옴므
	구두잡화	세스티
	명 품	브리오니
해외진출 현황		미국, 중국, 과테말라, 베트남, 인도네시아 등

참고 4 회원사 명단 (지역별 위원회 구성)

☐ 총120명 : 기업 대표(정회원) 100명, 학계(준회원) 20명

제1분과 : 경기동부(11개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	(주)장수산업	최창환	회장
2	대원계전	윤병두	사장
3	㈜벧엘엔지니어링	김상돈	대표이사
4	국제통신공업㈜	김성조	대표이사
5	서광공업㈜	김윤철	대표이사
6	신성솔라에너지	이완근	회장
7	켐트로닉스	김보균	대표이사
8	㈜거동기업	김태연	대표이사
9	㈜제모피아 쥬얼리	임성재	대표이사
10	(주)코맥스	변우석	부사장
11	하나에버텍㈜	소수일	대표이사

제2분과 : 경기중부(10개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	기보스틸㈜	최승욱	대표이사
2	범우화학공업(주)	이종구	대표이사
3	㈜대창	김옥렬	대표이사
4	에이스기계㈜	이철	대표이사
5	동남석유공업㈜	노충석	대표이사
6	㈜해성아이다	양영대	대표이사
7	천세산업㈜	이충구	대표이사
8	기양금속공업㈜	배명직	대표이사
9	LS산전㈜	최종웅	사장
10	㈜오쿠	송영현	사장

제3지역 : 경기남부(10개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	HJ산전㈜	홍성희	대표이사
2	㈜에너토크	조재찬	대표이사
3	우리산업㈜	김정우	대표이사
4	㈜홍진HJC	홍완기	회장
5	시몬느	박은관	회장
6	오토리브(유)	원재희	전무이사
7	(주)삼진엘앤디	정현태	사장
8	한국맥널티㈜	이은정	대표이사
9	원진테크㈜	한진섭	대표이사
10	신한열교환기공업(주)	신양묵	대표이사

제4지역 : 영남북부(6개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	인산가	김윤세	대표이사
2	한국OSG(주)	정태일	회장
3	㈜모든넷	신순희	대표이사
4	㈜ST원창	채영백	대표이사
5	대홍밀텍㈜	진덕수	대표이사
6	㈜고아정공	김원석	대표이사

제5지역 : 영남남부(8개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	휴롬엘에스	송해복	대표이사
2	실버레이㈜	전병옥	대표이사
3	㈜삼화텍	이정열	대표이사
4	쿠쿠전자㈜	구본학	대표이사
5	(주)학산	이원목	대표이사
6	㈜일성엔지니어링	김삼두	대표이사
7	한국특수형강(주)	신판국	대표이사
8	트렉스타	권동칠	대표이사

제6지역 : 서울남부(10개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	㈜이브자리	고춘홍	대표이사
2	(주)금영제너럴	이금기	대표이사
3	신원그룹	박성철	회장
4	㈜보끄레머천다이징	이만중	회장
5	㈜농협목우촌	김용철	대표이사
6	청호나이스㈜	조희길	전무이사
7	코오롱인더스트리	박동문	대표이사
8	삼광유리	황도환	대표이사
9	휠라코리아㈜	윤윤수	대표이사
10	일동제약	이정치	대표이사

제7지역 : 서울서부

NO	업체명	회원명	직위
1	㈜현주인테크	송경애	대표이사
2	㈜영풍필텍스	남복규	대표이사
3	㈜테르텐	이영	대표이사
4	㈜일성종합기계	지영배	대표이사
5	티브이로직㈜	이경국	대표이사
6	㈜에니텍시스	홍사혁	대표이사
7	(주)블랙야크	강태선	대표이사
8	한일전기㈜	김영우	대표이사
9	㈜싸인텔레콤	박영기	대표이사
10	㈜스페이스인코	장진호	대표이사
11	㈜상보	김상근	대표이사
12	우암코퍼레이션	송혜자	대표이사
13	㈜경동나비엔	최재범	대표이사

제8지역 : 서울북부(11개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	(주)필룩스	노시청	대표이사
2	이건만AnF	이건만	대표이사
3	㈜밀레니엄 영우	안영국	대표이사
4	한전산업개발(주)	김영한	대표이사
5	㈜페프	정주권	대표이사
6	케이투코리아	정영훈	대표이사
7	도레이첨단소재㈜	이영관	대표이사
8	금호전기㈜	박명구	대표이사
9	㈜바이콤	주영두	대표이사
10	대림통상㈜	이재만	대표이사
11	(주)슈가버블	소재춘	사장

제9지역 : 인천권(12개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	오성듀랄루민㈜	김현길	대표이사
2	쉴드라이프코리아㈜	이명신	대표이사
3	헵시바(주)	이명구	대표이사
4	㈜한영넉스	한상민	대표이사
5	유신정밀공업㈜	송경식	대표이사
6	(주)대한솔루션	권충호	부사장
7	㈜에씨테크	조시남	대표이사
8	동화기업㈜	김홍진	대표이사
9	와토스코리아㈜	송공석	대표이사
10	㈜청우하이드로	안상구	대표이사
11	아이에스테크놀러지㈜	유갑상	대표이사
12	㈜경인기계	구태형	부사장

제10지역 : 중부권(9개 기업)

NO	업체명	회원명	직위
1	나노윈㈜	이회영	대표이사
2	협화전기공업㈜	김희태	대표이사
3	㈜알디텍	최승환	대표이사
4	㈜한국피이엠	오진환	대표이사
5	㈜태극레포츠	최원종	대표이사
6	㈜리홈	강태융	부사장
7	㈜엘시시	백성천	대표이사
8	젠한국	김영태	회장
9	한국도자기	김영신	대표이사

붙임 5 명품 매거진 2호(3월 발행)

글로벌 명품 매거진 知彼知己 2

공작기계 CNC 장치의 글로벌 리딩 컴퍼니, '화낙'(FANUC)

화낙(FANUC)은 공작기계 핵심부품인 CNC(Computerized Numerical Control) 개발을 주도해 온 공작기계 산업의 살아있는 역사로 불린다. 1970년대 이후 현지 법인화를 적극 추진하고 공작기계 부품의 표준화, 소프트웨어 개발, 컨설팅 등을 통해 세계시장에서의 지위를 굳건히 지키고 있다. 현재 화낙은 전 세계 공작기계 CNC 장치 시장의 약 50%를 점유하고 있는 리딩 컴퍼니로서의 위상을 공고히 하고 있다.

기사제공 | 기술표준원

공작기계는 금속 또는 비금속재료 등을 가공하여 자동차, 선박, 항공기 등의 정밀한 부품을 만드는 기계다. 화낙(FANUC)은 이 같은 공작기계의 핵심으로 불리는 CNC(Computerized Numerical Control) 장치를 생산하는 기업이다. 또 공작기계의 servo 역할을 하는 서보 모터(Servo Motor)도 직접 공급하고 있다.

CNC 장치는 절삭공구를 입력된 프로그램에 따라 자동으로 제어해 재료를 정밀한 부품으로 가공할 수 있도록 한 장치다. CNC 장치에는 가공하고자 하는 부품의 지수, 형상, 가공정밀도 등을 프로그램화하여 입력할 수 있는 마이크로 컴퓨터가 내장되어 있다. 다시 말해, CNC 장치는 PC의 CPU(중앙처리장치)와 메모리를 합친 '두뇌'에 해당된다. CNC 장치가 공작기계 가격의 높은 비중(25~35%)을 차지하는 이유다.

화낙의 역사가 곧 CNC 장치의 역사

제품 생산을 위한 재료 가공은 선사시대부터 시작됐다. 인간은 사냥과 농사를 위해 돌을 뾰족하게 다듬어 썼다. 이것도 사람들이 구멍을 뚫기 위해 회전하는 막대기를 이용했다는 것이 고고학자들을 통해 입증된 바 있다. 현대 공작기계의 발전은 산업혁명과 밀접한 관계가 있다. 1763년경 증기기관을 설계한 영국의 제임스 와트(James Watt). 그러나 당시, 그는 증기기관을 제작할 수 없었다. 증기가 피스톤 주위로 빠져나가지 않도록 실린더 구멍을 설계도면대로 정확하게 가공할 수 있는 공작기계가 없었기 때문이다. 그러다 1775년경, 존 윌킨슨(John Wilkinson)의 수력 보링 머신이 개발되면서 제임스 와트는 비로서 자신이 설계한 증기기관을 조립할 수 있었다. 수력 보링머신이 최초의 현대적 공작기계였던 것이다.



Efid 센서 CNC

CNC장치가 개발되기 이전만 해도 공작기계는 작업자의 숙련도에 따라 가공제품의 정밀도와 품질이 좌우되었다. 하지만 공작기계에 CNC 장치를 장착하면서부터 상황은 달라졌다. 공작기계에 설정된 프로그램에 따라 자동으로 가공되어 작업자는 조작 방법만 숙지하고 있으면 미숙련공이라 해도 정밀하고 균일한 품질의 제품을 가공할 수 있게 되었다. 뿐만 아니다. 한 사람이 여러 대의 공작기계를 운전할 수 있어 인당 생산성을 향상시킬 수 있게 되었다.

화낙의 CNC 장치를 장착한 공작 기계에 대한 기업의 선호도가 높은 이유는 화낙의 CNC 장치 프로그램의 안전성에 기인한다. 국내 자동차 업계 관계자에 따르면, "공작기계의 CNC 프로그램에 문제가 발생할 경우 값짐을 수 있는 대량 부적합품이 발생한다"며 "공작기계의 가지는 CNC 프로그램의 정밀도와 문제를 미연에 예방할 수 있는 안전 장치"라고 조언한다. 이에 대해 화낙은 "공작기계를 본질적으로 가동하기 전에 자동으로 프로그램을 체크하는 기능이 자사 CNC 장치에 내장되어 있다. 따라서 프로그램의 오류를 미리 발견할 수도 있고, 또 프로그램이 변경될 경우 그 내용이 적합한지를 체크하는 기능인 '자동 오류 감지' 장치를 통해 사전에 문제를 차단하고 있다"고 설명했다.

화낙의 역사는 공작기계 핵심부품인 CNC 장치 개발의 역사로 대변된다. 화낙이 만들어 낸 CNC 장치가 세계시장을 주도한 까닭이다. 이러한 역사에는 지금도 활발히 활동하는 엔지니어 이나바 세이우에몽(現 명예 회장) 박사가 있다. 화낙은 일본의 전자업체인 후지쯔(Fujitsu)가 통신사업을 벗어나 신 사업을 전개하기 위해 1956년에 설립한 신규 사업부서에서 출발했다. 당시 후지쯔는 도쿄대에서 정밀기계공학을 전공한 이나바 세이우에몽(이하 이나바) 박사를 팀 리더로 임명하여 신규사업을 맡겼다. 그는 MIT가 CNC 공작기계의 전 단계인 NC 공작기계의 실용화에 성공했다는 사실을 알고, 'NC 시스템을 신사업으로 삼아야 한다'며 경영진을 적극적으로 설득했다. 이때 화낙은 CNC 장치 산업에 첫발을 내딛게 됐다. 1972년 후지쯔는 화낙의 사업이 어느 정도 정상화되었다는 판단 하에 별도 자회사로 분리했다. 이 때부터 화낙은 고객을 위한 상품 개발을 통해 외부고객층을 넓히면서 빠르게 성장하기 시작한다.

협소한 시장을 기회로 전환한 '화낙'

화낙이 처음부터 승승장구한 것은 아니다. 기술팀 출범(1954년) 이후 10여년간 기술개발에 몰두해 기술력에는 자신이 있었다. 문제는 NC 공작기계 시장이 협소해 적자가 발생한다는 데 있었다. 이에 화낙은 이나바 박사를 중심으로 '적자 대책 위원회'를 구성하여 대책을 마련했다. 그 대책으로 첫째, 기술 경쟁력이 떨어지는 프로세스 제어부문(대규모 공장의 제어)에서 철수했다. 둘째, 내부 자원이 과다하게 소요되고 수익성이 낮은 특별 주문품의 수주를 중지시켰다. 화낙은 적자 해소를 위한 대책으로 상품이는 기술이는 영역을 좁혀 부가가치가 높은 분야에 집중 투자하는 전략을 추진해 나갔다. 좁은 분야의 기술에 승패를 걸어 고수익 창출의 기회를 확보한 셈이다. 화낙은 항상 새로운 기술로 다른 회사보다 앞서 나가기 위해 좁은 분야를 선택하여 꾸준히 추진하는 경영전략을 펼쳤다. 또한 연구개발, 제조, 사무관리 등 각 부문을 합리화하여 항상 안정된 이익을 지속적으로 확보할 수 있는 기업 체질 정착에 전력을 다하고 있다. 이러한 노력으로 화낙은 필요 자금 모두를 자기 자금으로 충당하고 있다.



1. "기술에는 역사가 있다. 그러나 엔지니어에게 과거는 없다. 항상 창조가 있을 뿐이다." 첨단자인 이나바 박사의 말로 화낙의 연구 개발에 대한 기본 자세를 단적으로 표현해 준다고 2. 화낙의 CNC 장치를 장착한 선반

한편, 엔지니어 출신인 이나바 박사가 추진한 관리부문의 정립은 이후 화낙의 경영 전략 토대인 '임원 임명 전 판매본부 근무제' 라는 제도를 탄생시켰다. '임원 임명 전 판매본부 근무제'는 말 그대로 화낙에서는 임원이 되기나 임원 예정자라면 반드시 일정기간 판매부문을 거쳐야 한다는 제도다. 이 제도는 현재도 계속 지켜지고 있다.

수평형 국제화 전략으로 글로벌 마켓 점유율 높여

1970년대에 들어서면서 일본의 CNC 공작기계 수출이 확대되고 CNC에 대한 조립, 생산, 판매, 보수(A/S) 등 시장이 활성화되었다. 이 때를 놓치지 않고 화낙은 CNC 장치를 수요자에게 원활하게 공급하고 보수하기 위해 세계 각국에 현지법인을 설립하는 '수직형 국제화'에 박차를 가했다. 동시에 글로벌 기업들과 기술제휴를 통해 선진화된 기술을 습득해 나갔다. 그러나 1980년대에 접어들면서 국제 간 경쟁이 치열해지고 무역 마찰, 지역 간 블록화 등이 심화되면서 경제 환경이 변화하자 새로운 국제화 전략이 필요했다. 화낙이 기존의 '수직형 국제화' 전략에서 '수평형 국제화' 전략을 추진한 배경이다. '수평형 국제화' 전략은 전략적 파트너와의 합작회사를 통한 연구개발, 제조, 마케팅 등의 비용을 분담하는 것으로, '최상의 경쟁력을 갖추었다고 해도 혼자서는 글로벌 시장에서 살아남기가 어렵다'는 점을 간파한 산물이다.

수평형 국제화 전략을 추구하던 화낙은 1990년대 들어 새 국면에 접어들게 된다. 아시아 국가의 경제가 급성장하면서 공작기계 시장도 덩달아 급속히 신장되기 시작한 것. 아시아 시장 공략에 나선 화낙은 아시아 지역을 '진흥시장'이라는 '시장성'에 국한시키지 않고 '글로벌 생산체제의 거점'이라는 두 가지 목적으로 접근했다. 이러한 전략은 현재, 화낙이 전세계 공작기계 CNC 장치 분야의 50% 점유를 이끄는 원동력이기도 하다. 한국만 해도 한국 화낙의 시장 점유율은 80% 이상인 것으로 추정되고 있다. 그만큼 화낙은 이 분야의 강자로 인식되고 있다.

리딩컴퍼니 견인차, 부품 표준화와 마니아층 형성

화낙이 CNC 장치의 리딩컴퍼니로 도약하는 데는 몇 가지 혁신과 전략이 있다.

첫째, CNC 장치 주요 부품의 글로벌 표준화이다. 화낙은 CNC 공작기계에 들어가는 주요 부품을 전 세계적으로 표준화시켰다. CNC 장치를 개발한 곳은 미국이다. 그러나 미국의 공작기계 업체들은 필요한 CNC 부품을 자체 조달하는 데 그쳤다. 즉, 기계 부품이라는 핵심 기술력을 외부에 판매하려고 노력하지 않았다. 또 독일 지멘스처는 유럽 외 지역의 판매에 적극적이지 않았다. 그러나 화낙은 달랐다. 처음부터 자체적인 공작기계 사업을 진행하지 않았기 때문에 CNC 부품을 싸게 널리 공급하는 것을 핵심사업으로 선택했다. 때마침, 1970년대 일본 경제는 빠르게 성장했고 수출 호조로 기계에 대한 수요가 증가했다. 마치 현재 중국과 같이, 생산성 향상을 위한 CNC 기반의 공작기계에 대한 수요가 증가하여 화낙은 좋은 기회를 맞은 것이었다.



둘째, 공작기계를 직접 운전하는 엔지니어를 화낙의 마니아로 유인했다. 시발점로 엔지니어를 '화낙맨'로 만든 것이다. 당시만 해도 여러 CNC업체가 개발한 다양한 프로그래밍 언어가 서로 호환되지 않아 엔지니어들이 어려워했다. 이 점에 주목해 화낙은 프로그램밍 언어인 'G코드'를 개발해 엔지니어를 공략했다. 화낙은 자사의 G코드를 확산시키기 위해 자체 교육시설을 갖추고 엔지니어들을 대상으로 무료교육을 실시했다. 또 제어프로그램 모듈과 라이브러리를 지속적으로 공급했다. 화낙은 일반적으로 설비 구매에 있어 엔지니어의 역할이 매우 중요하다는 것을 염두에 두고 엔지니어들이 화낙의 CNC를 더 쉽게 사용할 수 있는 환경을 구축한 것이었다.

셋째, 소프트웨어 개발과 컨설팅사업이다. 화낙은 기계 부품을 파는 것에 그치지 않고 공작기계 업체에 소프트웨어를 개발해 주고 컨설팅을 실시함으로써 매출을 올리는 전략을 선택했다. CNC 공작기계는 하드웨어보다는 가공 정밀도나 생산성 등으로 경쟁력을 평가한다. 소프트웨어 수준이 경쟁력을 좌우하는 것이다. 이는 결국 CNC 장치와 G코드라는 프로그래밍 언어를 개발한 화낙이 공작기계 업체의 소프트웨어 개발을 주도할 수 있게 한 요인이다.

소프트웨어 개발과 컨설팅 사업은 기존 고객과의 관계를 더욱 돈독하게 한다. 동시에 많은 정보를 축적하게 한다. 화낙은 이렇게 축적된 정보를 바탕으로 또 다른 고객의 소프트웨어 개발 및 컨설팅에 대한 수요를 창출할 수 있었다. 게다가 소프트웨어 개발과 컨설팅 사업은 유지 보수에 따른 수요로 이어져, 경기에 민감한 화낙의 사업에 안정성을 가져다 주는 경쟁력이 되고 있다.

*[글로벌 명품매거진 3호에서 소개할 명품은 '페스토(Festo)'의 공압기기입니다]