산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

보 도 자 료

희망의 대한민국 http://www.motie.go.kr

2013년 4월 9일(화) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의: 안전품질정책과 나기형 팀장(507-7434), 안드레 사무관(509-7238)

'명품창출 CEO포럼' 해외시장 개척에 나서

– 『한국 e-명품관』을 구축하고, 해외 경쟁사 제품과 『품질비교평가』 프로젝트도 병행해 나가기로...

□ 지난 해 2월 글로벌 경제위기 속에 명품창출로 세계적인 브랜드를 창조하여 도약하고자 100개 기업 CEO가 모여 창립한 『명품창출 CEO포럼』이 9일 오전 팔레스 호텔에서 개최되었다.

□ 8회째인 이날 포럼에서 박성철 회장은(現 신원그룹 회장) 인사말을 통해 우리의 명품을 세계 시장에 알리는 방안으로 '한국 e-명품관'을 운영할 계획임을 밝혔다.

○ 이를위해 국가품질망(www.q-korea.net) 내 '한국 e-명품관'을 개설하여 다양한 회원사 제품군을 중심으로 한 전자 카탈로그(가칭 Masterpiece of Korea)를 게시할 예정이며, 해외바이어들에게 친숙한 '바이코리아'(KOTRA)와 연계로 홍보효과를 높여 전자무역이 가능하도록 운영할 계획임

○ 그리고, 객관적 시험분석기관을 통해 회원사 제품과 해외 경쟁 제품의 품질을 비교·평가하여 제품성능 개선 및 마케팅전략 등에 활용토록 함

* 품질비교·평가 기관은 품목별 전문기관을 공모로 선정할 예정

□ 또, 이날 포럼에는 절삭공구 국산화로 세계적인 기술력을 보유하고 있는 한국OSG(주)의 경영노하우를 공유하는 시간을 가졌다.

○ 기업 경영전략 소개에 나선 정태일 회장(한국OSG(주))은 절삭공구 뿐만 아니라 연삭열처리 기술 등의 국산화로 국내 업계를 선도하고 있으며, 동종 업계 선진 기업인 일본, 독일에 비해 결코 뒤지지 않는 품질경쟁력을 확보하고 있다며,

○ 향후 품질을 최우선으로 한 경영혁신을 바탕으로 우주항공 및 의료용 공구 개발 등 신산업 분야 진출에 주력할 계획이라고 밝혔다.

□ 해외 명품기업의 품질철학과 명품화 전략소개에서는 세라믹 전자부품 세계시장 점유율 1위 기업인 '무라타제작소'에 대한 사례연구 발표가 있었다.

○ 일본의 대표적 글로벌 기업인 무라타제작소는 전자세라믹 부품 특허 세계 1위 보유 기업으로 경쟁사 보다 한발 앞선 신제품 출시로 기술 장벽이 높은 세라믹분야를 선도해나가고 있다.

○ 이러한 성공비결로 ▲'좋은 제품은 좋은 재료로부터'라는 기본원칙충실, ▲고객사의 상품개발을 예측한 선제적 부품 개발, ▲불황에도 변함없는 명품화 전략 고수 등이 주요 요인으로 조사되었다.

□ 포럼에 초대 된 정영선 기획이사((주)브랜드스토리)는 "이야기로 브랜드 만들기"라는 주제 강연을 통해

○ 기업 경영이 생산과 수출에 역점을 두어 왔던 기존 패러다임에서 브랜드 가치를 높이는 스토리텔링을 통한 명품화 전략으로 전환되어야 한다면서,

○ 대표적인 사례로 전통시장인 수원 못골시장의 '문전성시 프로젝트'를 들면서 명품에 담길 이야기 즉, 스토리텔링을 통해 더 큰 부가가치 창출이 일어날 수 있음을 강조하였다.

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 기술표준원 안전품질정책과 안드레 사무관(☎ 02-509-7238)에게 연락주시기 바랍니다.

참고 1 발표자 및 기업현황·사례발표 요약

□ 발표자 - 한국OSG(주) 사례발표

성 명	정 태 일	생년월일	1943. 7. 6.	
출신지역	대 구	현재주소	대구광역시 수성구 만촌동 1356-7 메트로팔레스 201/1102	
직 위	대표이사 / 회장			
경 력	- 한국OSG㈜ 대표이사/회장 (현) - 대구상공회의소 부회장 역임 - 중소기업중앙회 부회장 (현) - 대구경북중소기업협동조합연합회 회장 (현)			

학 력 사 항		
영남대학교 공과대학 기계과 졸업	영남대학교 경영대학원 경영학 석사	영남대학교 경영대학원 경영학 박사

□ 기업 현황

기업명 / 위치		한국OSG㈜ / 대구광역시 달서구 호산동 357-53
전년도 매출 / 자본금		961억원 / 30억원
종업원 수		305명
운영 브랜드	절삭공구	TAP, ENDMILL, DRILL, DIES
해외진출 현황		SK-OSG (중국상해)

□ 사례발표 요약

구 분	내 용		
발표자	정 태 일 회장	업종	절삭공구 제조 및 판매
발표제목	**한 우물 (명품으로의 성장과정)**		
발표 주요내용	Ⅰ. 회사소개 • 회사개요 • 연혁 • 경영이념 등 Ⅱ. 성공스토리 • 끝없는 여정 • 기술의 융합 • 첨단설비의 운영 • 신뢰성 확보 Ⅲ. 비전 • 최첨단 우주항공 가공 공구 개발 • 첨단 의료기기 부품 및 관련 제품 개발		
시사점	• 정도경영의 중요성 인지 • 집중화와 지속적 활동의 중요성 • 도전의 중요성		

□ 발표자 - 글로벌 명품기업 소개

성 명	김 상 필	생년월일	1959. 8. 23	
출신지역	부 산	현재주소	경기도 안양시	
직 위	한국표준협회 QM신뢰성 수석전문위원			
경 력	- LG전자 QA팀장 - KSA전문위원 - 국가품질상(분임조)심사위원			

학 력 사 항		
한국기술교육대학원 경영학 석사	부산대 공과대학 기계공학 학사	

□ 기업 현황

기업명 / 위치		무라타제작소 / 일본
전년도 매출 / 자본금		매출(5,846억엔)/자본금(693억엔) ;2012년3월31일 기준
종업원 수		36,697명(전체)/7,075명(일본 국내) ;2012년3월31일 기준
운영 브랜드 (무라타)	모바일, PC	Filter,SWITCHPLEXER,Module,Sensor,Capacitor etc
	자동차부품	Capacitor, Sensor, Substrate
	가전전자부품	Sensor, POSISTOR, Ionizer, Capacitor, Power Supply
해외진출 현황		세계54개국 해외법인, 해외판매비중(85%)

□ 사례발표 요약

구 분	용		
발표자	KSA 김상필 수석전문위원	업종	세라믹 전자부품
발표제목	**'최소형, 고밀도, 고주파' 세라믹 전자부품을 끊임없이 개발하는 무라타제작소**		
발표 주요내용	전자세라믹 부품분야 특허 세계 1위인 무라타제작소는 세계시장의 50~80%를 차지하는 글로벌 강소기업이다. '무라타제작소가 문을 닫으면 전세계 휴대전화 중 10억대는 그 날로 불통'이라는 말이 있듯이 세계시장에 독보적인 위치를 차지하고 있다. 또한, 세라믹전자부품에서 '타사가 흉내 낼 수 없는 제품과 시스템을 만들어낸다'는 독창성까지 가진 기업이다. 무라타제작소는 교토 기업들 중에서도 탁월한 기술력을 바탕으로 최근 15년간 연결 경상이익 성장률 15% 이상을 기록하는가 하면, 매출의 70%를 점유하는 제품들이 세계 시장점유율 1위를 차지하는 등 이른바 '전자부품업계의 황제'다. 마쓰시타그룹의 나카무라 구니오 사장도 '세계 3대 벤치마킹 대상 중 하나'로 일컬은 기업이기도 하다. 1944년 창업한 이후 지속적인 성장을 하고 있는 무라타제작소의 성장과정과 핵심역량에 대해 알아보고자 한다.		
시사점	우리나라는 현재 전자세라믹 부품분야에서 많은 무역적자를 내고 있는 실정이다. 이를 극복하기 위해서는 국내에도 무라타제작소를 능가하는 기술 및 품질관리 역량을 확보해야 한다.		

□ 강연자 - 명사 특강

성 명	정 영 선	생년월일	1968. 4. 3	
소 속	㈜브랜드스토리	현재주소	종로구 사간동 105-2 출판문화회관2층	
직 위	기획이사			
경 력	– 가톨릭대학교 디지털미디어공학부 겸임교수 – 대통령직속 지역발전위원회 전문위원 – 문화체육관광부 자체평가위원 – 드라마 작가(MBC 미니시리즈 '삼총사', KBS 일요아침드라마 '결혼이야기' 등 – 저서 <나는 이야기 장사꾼이다>			
학 력 사 항				
성심여자대학교 중어중문학과 문학사	가톨릭대학교 디지털미디어공학대학원 공학석사			

□ 특강 요약

구 분	내 용
특 강	**이야기로 브랜드 만들기**
특강 주요내용	기술의 발달로 더 이상 품질만으로 승부를 가를 수 있는 시대가 끝났다. 스토리텔링을 통해 고객의 감성을 움직여야 지갑이 열리는 시대다. 기실, 사람들이 명품을 선망하는 것은 명품 그 자체가 아니라 명품에 담긴 이야기 때문이다. 그러나 정작 중요한 것은 스토리텔링 그 자체가 아니라 스토리텔링 마케팅이다. 전통시장의 콩나물 한 줌도 스토리텔링마케팅을 통해 명품이 될 수 있다. 또한 전통시장과 근처의 문화유산을 연결하여 명품 관광클러스터를 만들 수도 있다. 실제 수행한 사례를 중심으로 스토리텔링을 통해 제품과 공간 등을 명품으로 만드는 원리에 대해 생각해 본다.
시사점	스토리텔링과 스토리텔링마케팅은 다르다. 스토리텔링은 감성적이지만, 스토리텔링마케팅은 냉철한 마케팅 전략을 기반으로 한 스토리텔링이어야 한다.

참고 2 제8차 '명품창출 CEO포럼' 개최 개요

◈ 글로벌 명품기업으로 도약하기 위한 방안을 모색하고 논의 하고자 명품창출 포럼을 개최하고자 함

❑ 포럼 개요

○ **주관 및 후원** : 한국표준협회 · 산업통상자원부 기술표준원

○ **목 적** : 글로벌 명품으로 도전의지를 가진 기업들 간에 경험을 상호 공유하고 **명품창출 분위기를 확산·촉진**

○ **내 용** : 포럼 참여 기업의 성공 또는 실패사례 발표, 글로벌 명품기업 벤치마킹, 명사특강과 **명품창출포럼 활성화 방안 공유**

○ **대 상** : 명품창출CEO포럼 회원 및 준회원 120여명

○ **일 시/장 소** : '13. 4. 9(화), 07:00~09:00
서울 팔래스호텔 스카이볼룸(12층)(서울 서초구 반포동)

○ **프로그램**

시 간	내 용	비 고
07:00~07:30 (30`)	·참석자 등록 및 조찬	사회자
07:30~07:35 (05`)	·개회사	신원그룹 박성철 회장
07:35~08:05 (30`)	·기업사례발표 및 질의응답·토론	한국OSG(주)
08:05~08:10 (05`)	·글로벌 명품기업 소개(무라타제작소,일본)	김상필 전문위원
08:10~09:00 (50`)	·명사 특강	정영선 이사 ((주)브랜드스토리)
09:00~ –	·기념사진 촬영 / 폐회	전원/사회자

※ 사회자 : ㈜장수산업 회장 최창환(수석 부회장)