

“수산기자재 40년 한우물... 국내 1위 넘어 글로벌 도전장”

메트로가 만난 기업인

공 경 석 (쥬대일 대표)

84년 창업 국내 첫 해수냉각기 개발 국내 30만대, 日서 연간 6000대 팔려 세계 첫 ‘활어 수송 컨테이너’ 만들어 최근 20억 규모 제품 납품계약 체결 인건비·사료비 절감 미래형 양식장 ‘K-스마트 아쿠아팜’ 개발에 도전



공경석 대표가 부산 기장 정관에 있는 본사에서 마당에서 웃으며 포즈를 취하고 있다.

모든 것이 최초였다. 해수냉각기가 그랬고, 활어 수송 컨테이너가 또 그랬다.

미래 먹거리로 새롭게 투자하며 연구 개발(R&D)하고 있는 ‘K-스마트 아쿠아팜’이 가시화되면 이것 역시 국내 양식업의 역사를 새로 쓰게 된다.

공경석 대표가 84년 창업, 40년 업력을 자랑하며 국내 1위의 수산기자재 회사로 우뚝선 쥬대일이 이젠 글로벌 시장을 공략하며 세계로 뻗어나갈 준비를 단단히 갖추고 있다.

“(한국에선) 골목대장이 됐으니 이젠 글로벌 시장으로 나가야 한다. 대일은 수산기자재분야에서 한우물을 파며 성장해왔다. 우리가 성공사례를 계속 만들어야 한다는 사명이 있다. 시장이 커지면 더 많은 사람이 들어와 판을 키울 것이다. 그러면 우리나라의 연간 시장도 선진화될 수 있다.”

부산 기장 정관에 있는 대일 본사에서 만난 공경석 대표의 말이다.

공 대표는 10여년 전 개발해 성공했지만 최종 사업화까지 가지 못한 ‘활어 수송 컨테이너’를 최근 다시 만들기 시작했다. 비싼 돈을 주고 항공기로 나르던 활어를 컨테이너에 싣고 배로 수송하면 가격도 저렴하고 더 많은 양을 운반할 수 있지 않을까 생각해 도전한 제품이다.

활어 수송 컨테이너는 대일이 세계 최초였다. 그때가 2009년이다.

제품을 세상에 알려야 했던 공 대표는 무모한 일이라는 주변의 우려에도 불구하고 광어를 자신이 만든 활어 수송 컨테이너에 싣고 태평양을 횡단했다. 경



공경석 대표가 본사 소름에서 자신이 개발해 만든 해수냉각기를 설명하며 기념촬영을 하고 있다.

남 거제에서 광어 2t을 부산까지 옮긴 후 부산에서 배에 싣고 16일을 가 미국 로스앤젤레스(LA)까지 닿은 것이다.

“사람들은 활어가 100% 다 죽는다고 했다. 하지만 생존률은 86%로 대성공이었다. 그러나 당시 미국측 파트너가 약속한 계획을 틀면서 제품을 세상에 내놓지 못했다.”

공 대표는 본사 건너편에 ‘대일 K-스마트 아쿠아팜 연구센터’를 만들었다. 이곳은 15년만에 다시 활어 수송 컨테이너로 세계 시장을 노크하는 전진기지다. 국내에서 벌써 가시적 성과가 나타나고 있다. 전남의 한 지자체와 대당 2억5000만원씩하는 제품을 8대 납품하기로 계약을 체결한 것이다.

이와 함께 공 대표가 새롭게 도전하는 ‘K-스마트 아쿠아팜’은 5세대 무선 통신망과 드론, 빅데이터, IoT, 자동사료급이기 등의 기술을 망라한 미래형

양식장이다. 대일은 이미 양어장, 양식장 등에 제품을 납품하며 35년 이상 노하우를 쌓아왔다.

자신이 하지 않으면 안 되겠다는 사명감으로 뛰어들어 대규모 돈을 투자해 시작한 것이 바로 스마트 아쿠아팜이다.

“양식장 인력의 70% 가량은 먹이를 주는 일에 투입된다. 하지만 고령화와 저출생으로 노동력은 부족하다. 외국인력을 쓰는 것도 쉽지 않다. 양식장을 자동화하면 인건비를 절약할 수 있을 뿐만 아니라 사료비도 30% 가량 절감할 수 있다. 스마트 아쿠아팜은 먹이주기 뿐만 아니라 수온 조절, 수질 측정 및 정화 등이 모두 자동으로 이뤄진다.”

공 대표는 현재 한국수산기자재협회 장도 겸하고 있다. 연관 산업과 관련 기업들을 활성화시키는 것이 결국 우리 어업을 살리는 길이라 믿고 활동하고 있다. 그가 공들이고 있는 ‘수산기자재

산업 육성법’ 제정이 대표적이다.

공 대표가 회사를 창업하고 우연한 기회에 개발해 80년대 중반 제품화에 성공, 효자가 된 해수냉각기 역시 국내 최초였다. 당시 일본제가 판치던 시장을 국산으로 완벽하게 탈바꿈시켰다.

“초기엔 제품에 하자도 많고 시장이 제대로 형성되지 않아 고생을 했다. 하지만 끊임없는 연구개발 끝에 품질이 좋아졌고 일본, 미국 등 해외 시장도 뚫었다. 해수냉각기는 지금까지 국내에서만 30만대 가깝게 팔렸다. 일본에선 현재 가장 많이 팔리는 해수냉각기가 우리 회사 제품이다. 연간 5000~6000대가 현지에서 팔리고 있다(미소).” 해수냉각기에 관련한 일본에서 한국산이 완전히 역전한 셈이다.

대일은 2003년에는 ‘100만불 수출의 탑’, 2012년에는 ‘300만불 수출의 탑’을 각각 수상했다.

어린 시절 발명가 에디슨을 꿈꿨던 공 대표는 수산기자재 분야에선 국내 1위 기업을 이끄는 CEO이자 엔지니어가 됐다. 현재 대일이 갖고 있는 특허만 80건이 넘는다.

“돈도 제대로 못버는데 자꾸 투자만 하는 것 같아 임직원들에게 미안하다. 당장 모든 것을 풍족하게 해줄 순 없지만 구성원들에게 꿈과 비전을 먼저 주고 싶다. 수산기자재 분야의 글로벌 기업이 돼 구성원이 모두 행복할 수 있도록 만들 것이다. 미뤄뒀던 증권시장 상장도 향후 다시 도전할 계획이다. 사장이 돈 욕심 없으면 그 돈은 결국 다 직원들에게 가는 것이다.”

/글·사진=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

‘9월 동행축제’ 해외까지 확장... 28일 개막

베트남 하노이서 29일 개막 특별행사 수출상담회 열고 팝업스토어 마련 국내 전국 46개 축제·행사와 연계

소비 활성화를 위한 ‘9월 동행축제’가 이달 28일부터 32일간 국내외에서 다양하게 펼쳐진다.

특히 개막 특별행사가 베트남 하노이에서 29일 열린다. 해외서 개막행사는 처음이다.

25일 중소기업부에 따르면 베트남 특별행사는 현지에서 진출한 롯데와 손잡고 개막식을 포함해 국내 우수 중소기업·소상공인들이 참여하는 수출상담회와 소상공인제품 팝업스토어를 하노이 롯데호텔과 롯데몰 웨스트레이크에서 연다.

수출상담회와 팝업스토어에선 베트남 유망 수출품목(화장품, 식품 등)을 현지에서 선보이고 온라인 플랫폼(소피, 지마켓글로벌) 판매를 통해 국내 우수 중소기업·소상공인 제품의 아세안 시장 개척을 지원한다.

베트남 동행축제 개막식에는 국내 소상공인 50개사의 화장품, 헬스제품 등을 전시 판매하는 전용 매장도 문을 연다.

온라인 판매는 글로벌 유통플랫폼 8곳(아마존, 타오바오, 라쿠텐, 쇼피 등)에서 우수 중소기업 800여 개사 제품을



오영주 중기부 장관(가운데)이 모델들과 9월 동행축제를 알리고 있다.

대상으로 할인 프로모션을 한다.

아울러 9월5일부터 8일까지 예정된 ‘2024 자카르타 국제 프리미엄 소비재전’과 연계해 판촉전을 펼친다.

9월 동행축제는 문화·예술, 관광, 음식 등을 주제로 다채롭게 열리는 전국 46개 지역 축제 및 행사와 연계해 중소기업·소상공인 제품 판촉전을 연다.

▲전북 ‘무주반딧불축제(8월31~9월8일) ▲경북 ‘문경오미자축제(9월13~15일) ▲전남 ‘영광불갑산상사화축제(9월13~22일) ▲울산고래축제(9월26~29일) ▲대전뽕축제(9월28~29일) 등이 대표적이다.

전통시장에선 추석 차례상장보기 부

담을 펼 수 있도록 농림축산식품부, 해양수산부와 함께 160여 곳 시장에서 국산 농축산물, 수산물·수산가공품 구매시 온누리상품권 환급행사도 펼친다.

또한 전국 시장의 500여 점포 상품을 온라인 플랫폼(네이버, 우체국쇼핑, 현대이슈, 배민)에서 최대 30% 할인 판매한다. 신한카드와 협력해 55곳 시장 내 7000여 점포에선 2만원 이상 결제하면 5000원 적립 혜택도 받을 수 있다.

이와 함께 11월 ‘코리아 세일 페스타(코세페)’와 연계해 위해 코세페에 참여하는 대형유통사(7개)가 보유한 인프라를 제공받아 중소·소상공인 제품 기획전을 5월(5곳)보다 많은 12곳에서 열린다.

주요 민간 온라인 쇼핑몰 및 정부·지자체 운영 공공쇼핑몰 총 70여 곳과 T·라이브커머스 등에서 할인쿠폰 발행(최대 50% 할인), 타임 특가, 특별할인전 등도 진행한다.

오영주 장관은 “소비자가 기대하는 9월 동행축제를 준비하고 있다”면서 “국민 여러분께서 추석 연휴와 축제기간 가까운 지역상권 및 전통시장과 지역축제에 들러 즐기시면서, 중소기업·소상공인 제품도 저렴하게 구입하는 등 동행축제에 힘을 보태주시길 바란다”고 밝혔다. /김승호 기자

해외수출 소상공인의 경쟁력 향상을 위한 업무협약



(왼쪽부터) 중소기업부 원영준 소상공인정책실장, 동반성장위원회 박치형 운영처장, 소상공인시장진흥공단 박성호 이사장, 한진 조현민·노삼석 사장이 업무협약을 맺고 기념촬영을 하고 있다. /소진공

소진공·동반위, 소상공인 해외수출 지원

한진과 경쟁력 향상 업무협약

소상공인시장진흥공단, 동반성장위원회가(한진과 손잡고) 소상공인 해외수출을 돕는다.

25일 소진공과 동반위에 따르면 지난 23일 서울 마포 드림스퀘어에서 한진과 ‘해외수출 소상공인의 경쟁력 향상을 위한 업무협약’을 체결했다.

협약은 해외에 진출했거나 예정인 소상공인의 수출확대를 위한 상생협력체계 구축을 위해 마련했다.

앞으로 각 기관은 ▲소상공인의 국내·외 물류활성화를 위한 상생협력체계 구축 ▲해외수출 선정 소상공인 대상 국내 통관 및 현지 배송체계 지원 ▲해외 온·오프라인 유통망을 활용한 소상공인 해외진출 프로그램 등을 협력 추진하기로 했다.

특히, 한진이 보유하고 있는 각국의 물류기지를 무상 활용해 해외 수출 시 발생하는 물류 보관비용을 절감할 수 있도록 지원한다.

아울러 수출물류비를 원가수준에서 제공해 소상공인의 비용 부담을 최소화함으로써 소상공인이 해외 시장에 쉽게 진출할 수 있는 발판을 마련한다.

박성호 소진공 이사장은 “소상공인의 성장 촉진을 위해서는 내수를 넘어 해외진출 등의 판로확대가 필요하다”면서 “이번 협약을 계기로 해외진출을 희망하는 소상공인이 어려움을 겪지 않도록 각 기관과 협력해 전방위적으로 지원하겠다”고 밝혔다. /김승호 기자