0.사업전환 내지 2009.1.5 8:19 AM 페이지2

사업전환!
성공을 향한 새로운 도전에
중소기업 여러분과 함께 하겠습니다

지난 해 닥친 글로벌 금융위기로 인해 중소기업은 힘든 한해를 보냈습니다. 그 위기의 끝을 정확히 예측할 수 없는 상황입니다. 그리고 하루가 다르게 진보하는 기술, 쉴새없이 변화하는 소비자의 기호, 그리고 가속화되는 글로벌 경쟁구조 등으로 우리 중소기업은 변화의 한 가운데 서 있습니다. 이를 극복하기 위한 방안으로 새로운 수익원을 찾아 고부가가치형 업종으로 옮겨가는 사업전환에 대한 관심이 높아지고 있습니다.

지난 10여년전 IMF의 위기를 기억하고 있습니다. 작지만 강한 중소기업들은 지속된 내수부진, 수익성·채산성 악화 등에 대응하여 조직개편, 사업분야 조정, 재무조정 등의 구조조정을 추진하였으며 새로운 수익원을 창출하고 주력업종의 수익성 저하에 대응하기 위해 고부가가치형 사업으로의 전환을 추진하면서 우리 경제의 도약을 견인하였습니다.

이러한 중소기업 사업전환 정책수요에 대응하기 위해 2006년 3월 「중소기업 사업전환 촉진에 관한 특별법」이 제정되고 중소기업청은 중소기업진흥공단은 사업전환지원센터로 지정하고 본격적인 사업전환지원사업을 추진하였습니다.

중소기업청과 중소기업진흥공단은 2006년 9월 사업개시 이후 2008년까지 총 509개업체의 사업전환계획을 승인하고 2,538억 원의 정책자금 융자와 22억 원의 컨설팅, 그리고 56억 원의 기술개발자금을 지원하였습니다.

지난 한 해 사업전환을 성공적으로 추진하고 있는 26개 중소기업에 '성공으로 가는 지름길'을 물었습니다. 사업전환을 하려면 새로운 사업아이템 선정 및 추진시기 결정, 자금조달, 새로운 인력 및 시설 도입 등 준비해야 할 것이 한두가지가 아닙니다. 사업전환을 꿈꾸지만 섣불리 실행에 옮기지 못하는 것도 이 때문입니다. 이런 가운데 여기에 소개된 사업전환 성공담과 시행착오는 현재 새로운 사업진출에 골몰하는 중소기업 경영자에게 나침반 역할을 하는 귀중한 자료라고 할 수 있을 것입니다.

경영환경이 변했다고 소중한 중소기업의 미래를 포기할 수는 없습니다. 변화에 대한 적극적인 대처와 준비는 빠를수록 좋을 것입니다. 우리 중소기업

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:19 AM 페이지 4

진흥공단은 '새로운 꿈이자 새로운 도전인 사업전환'에 노력하고 있는 중소기업의 Success Supporter로 항상 자리하겠습니다.

끝으로 최근의 금융위기 등으로 비롯된 숨가쁜 경영 일정에도 불구하고 귀중한 시간을 내 취재에 응해주신 중소기업 경영자분들께 진심으로 감사의 말씀을 드리며, 여러분의 새로운 도전이 반드시 성공하길 바랍니다.

2009년 1월 1일 새해 아침에

중소기업진흥공단 이사장

목

차

업종추가 01

발상의 전환이 성공을 부르다

에스와이글로벌(주) … 제2의 도약은 사업전환에서부터 010
(주)티지오엘 … 사업전환의 성공키워드 '강한 추진력' 018
(주)푸른중공업 … 사업전환으로 해양레저의 꽃 '활짝' 026
샘솔정보기술(주) … 도전하라, 움직여라, 변화하라 034
한국모노레일(주) … 세계인의 레저생활을 책임지다 042

업종추가 02

고유 브랜드로 세계를 누비다

(주)아이에스텍 … 사업전환이 비상을 위한 도움닫기 052
(주)케이에스엠 … 회사를 살린 사업전환 060

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:19 AM 페이지6

동양이앤에스 … 섬유업계의 새로운 성공 모델 068
(주)댐코 … 신용카드단말기, 세계를 접수하다 076
(주)다우산업 … 사업전환으로 새로운 기회를 낚아채다 084
(주)스카이007 … 제조업으로 전환하고 '쑥쑥' 성장 092
풍신섬유(주) … 매출도 10배, 고용도 10배 성장 102
(주)씨와이씨 … 섬유산업의 새로운 희망을 짜다 110
아이케이(주) … 사업전환 2년 만에 시장 20% 점유 118
유니챌(주) … 꿈의 아이디어, 사업전환으로 활짝 126
세은철강(주) … 유통의 노하우, 제조로 꽃 피우다 134
(주)테라에프에이 … 스텝 바이 스텝, 사업전환의 모범 교과서 142

업종추가 03

새로운 기술이 새로운 기회를 만들다

정테크 … 연계지원 통해 절삭가공 업체로 변신하다 152
비룡전자(주) … 대기업 시장에 뛰어든 겁 없는 도전 160
(주)티에스 … 사업전환 아이템이 세계를 열었다 168
(주)비피에스 … 끊임없이 변화를 꿈꾸는 열정 176

품목추가

하나 더 만드니 꿈이 보이다

금강산업(주) … 30년 자물쇠 노하우, 도어락 시장을 뚫다 186
(주)동진H&F … 신공장, 신제품으로 화려한 변신 194
(주)성광기연 … 선박용 성형기 국산화로 수입대체 효과 202
심포니에너지(주) … 대한민국 신재생에너지 시대를 열다 210
(주)오씨티 … 위기를 기회로 만드는 힘 '품목추가' 218

부록

사업전환 지원사업 안내

226

We've DNA

업종추가 01



발상의 전환이 성공을 부르다

"사업전환이라고 해서 모든 것을 엎고, 거창하게 새로 시작하는 것은 아닙니다. 위기와 어려움은 때로 아주 가까운 곳에서 해결의 실마리가 풀리기도 합니다. 기존에 지니고 있었던 기술과 장비를 알토란같이 적극적으로 활용해 새롭게 변신한 기업을 소개합니다."

에스와이글로벌(주)

회사 개요

설립일	1980년
대표	윤시한
기존사업	섬유임가공(기모, 샤링)
추가업종	건축마감재 '흡음재'
매출규모	70억 원(2008년 예상)
소재지	경기도 양주시 광적면 덕도리 565-4
홈페이지	www.syglobal.kr

제2의 도약은 사업전환에서부터

'먼데서 찾지 말고 가까운데서 찾아라'. 에스와이 글로벌(주) 사업전환이 보여준 성공 키워드다. 섬유임가공전문업체로서 오랫동안 쌓은 노하우와 남다른 생각을 접목해 독특한 사업 아이디어를 냈으며, 그것이 성공적인 결과를 보여주고 있다. 특히 원자재 확보에 따른 중소기업들의 부담이 갈수록 커지면서 사업 환경이 어려워지고 있는 상황에서 기존 사업에서 나오는 폐기물을 원자재로 재활용했다는 점에서 업계는 물론이고 정부로부터도 주목을 받고 있다. 섬유가공 시 발생하는 천연원료를 건축 마감재인 '흡음재'로 재탄생시킨 것은 그야말로 획기적인 발상의 전환이었다. 그들의 사업전환에 금융권은 '아니다'라며 고개를 흔들었지만 중진공은 적극적인 지원에 나섰다.

We've DREAM 업종추가의 핵심은 발상전환에서부터

기업이 위기에 처했을 때 이를 슬기롭게 극복할 수 있는 열쇠는 기업 내부에 있다. 다시 일어서는 기업은 그 열쇠를 찾아 잘 활용한 경우이고 무너지는 기업들은 단지 그것을 찾지 못했을 뿐이다. 기업 내부에 있는 잠재력을 아이디어화해 제2의 도약을 추진하고 있는 기업이 있다. 지난 27년간 섬유임가공전문업체로 성장해온 에스와이글로벌(주)(구 대일섬유)가 그 주인공이다.

이 회사는 1980년 창업한 이래 (주)신원, 광림 등의 기업에 기모, 샤링 등의 섬유임가공을 전문적으로 해왔다. 업력이 오래된 만큼이나 매출은 70억 원대를 유지하고 직원 수도 90여 명에 달하는 등 동종업계에서는 규모가 제법 큰 기업이었다. 그러나 10년이면 강산도 변한다는 말을 입증이라도 하듯 섬유업계는 최근 10여 년간 급격한 변화의 바람이 불어 닥쳤다. 섬유업체들의 공장 해외이전에 따른 물량감소, 석유 등 원부자재 단가와 인건비의 동반상승으로 인해 2000년대 들어 성장둔화 시기를 맞이할 수밖에 없었다.

정말 돌파구가 없는 걸까? 2005년 회사 경영진은 고민을 하다가 놀라운 아이디어 하나를 발견하게 된다. 주력 아이템이었던 기모는 직물 가공법의 하나로 천을 이루는 섬유를 긁거나 뽑아 천의 표면에 보풀이 일게 하여 천의 감촉을 부드럽게 하거나, 천을 두껍게 보이도록 하여 태를 곱게 하는 한편 때로는 보온력을 높여준다. 이 과정에서 솜 형태의 다량의 천연섬유가 나오는데, 이를 폐기물로 처리했다. 에스와이글로벌은 바로 이 폐기물을 재활용하여 획기적인 신제품을 개발하겠다는 목표를 세웠다. 기존사업을 재활용하는 것이나 다름없는 신사업이므로 그야말로 반짝이는 아이디어인 셈이다.

We've NEW ITEM 금융권 'No' 중진공 'Yes'

기모에서 발생하는 면섬유를 활용하여 만들고자 한 신제품은 건축 내장재의 하나인 '흡음재'다. 다목적 강당이나 교실, 체육관, 공연장, 영화관, 터미널 등 많은 사람들이 이용하는 시설의 경우 소리가 밖으로 빠져나가지 못하고 울림 현상을 만들어낸다. 이러한 특성 때문에 소리를 흡수할 수 있는 흡음 설비는 필수다. 흡음재는 대부분 나무껍질과 시멘트를 혼합한 목모 보드와 폴리에스틸 부직포를 원료로 만든 아트보드가 시장을 이끌었다. 2005년 연구소설립을 시작으로 개발에 본격적으로 뛰어든 에스와이글로벌은 소재의 차별화를 통해 친환경제품을 표방하고 기존 제품들에 비해 높은 흡음력을 갖추고자 다양한 노력을 기울였다. 연구개발과 디자인 인력을 신규 채용하고 2006년 5월 CNS코튼 흡음보드 특허획득과 함께 양산을 준비했다.

하지만 이처럼 업종추가를 통한 신제품 양산이 실타래 풀리듯 막힘없이 잘 풀린다면 좋겠지만 자금, 인력, 마케팅 등 여러면에서 취약한 구조를 지닌 중소기업으로서는 애로점이 시시각각 나타날 수밖에 없다. 에스와이글로벌 역시 2005년 개발 초기부터 매년 연간매출의 7~8% 정도를 신규사업에 투자하다보니 양산을 앞둔 시점에서는 자금문제가 가장 시급했다. 자금 융자를 위해 기존 거래은행들을 찾아다녔지만 하나같이 거절당했다. 신규사업의 성공여부가 불확실하다는 이유 때문에 대출을 해 주지 않았던 것. 우연히 중진공 경기북부지역본부를 통해 사업전환지원제도에 대한 정보를 알게 되고 2007년 업종추가 사업전환승인을 얻어 2억 원의 운전자금을 지원받을 수 있었다.

이와 관련해 이상엽 부사장은 "업종추가로 인한 신제품 개발에 따른 경제적 부담이 컸다. 금융기관은 자금 융자를 허락하지 않았지만 중진공의 사업전환지원제도는



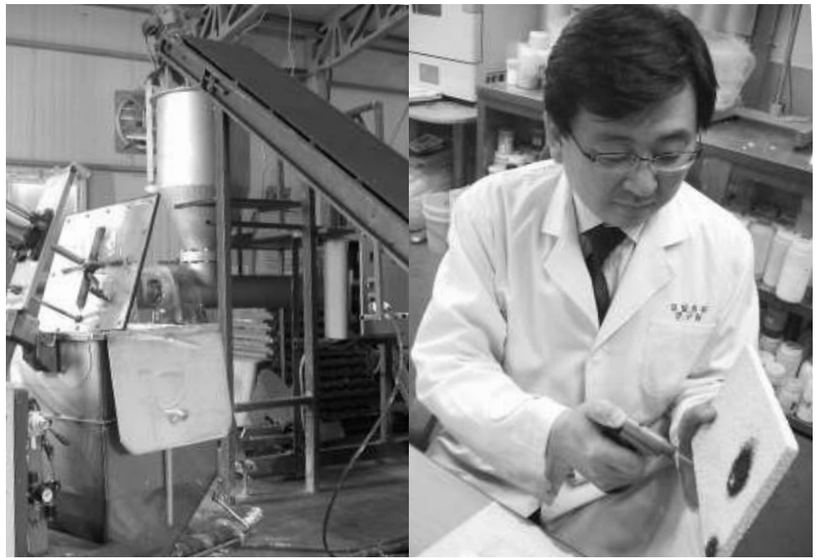
석유임가공에서 건축마감재로 사업전환을 한 에스와이글로벌

우리의 업종추가에 적극적인 지원을 해주었다"며 이를 계기로 시대 변화에 맞는 정부의 지원정책에 큰 신뢰를 갖게 되었다고 전했다.

We've APPROACH 마케팅과 조달시장 개척에 힘써

에스와이글로벌의 업종추가는 기존의 사업을 유지하면서도 신규투자 비용을 최대한 줄이고 원료, 시설, 연료 등에서 기존에 확보하고 있던 자원을 재활용했다는 점에서 사업전환의 성공적인 모델로 여겨진다.

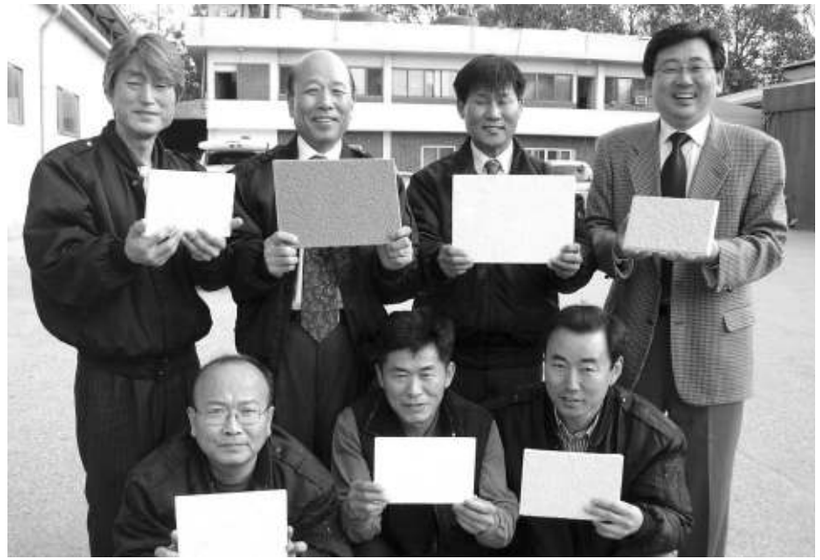
3년에 걸쳐 탄생시킨 완제품인 흡음보드 'CNS보드'는 기존제품에 비해 흡음력이 높고 친환경제품이며 시공 또한 경제적이라는 장점을 지니고 있다. 원료는 폐기물



업종추가를 하면서 기존의 사업장 중 남는 공간을 활용했다(왼쪽) 흡음 및 타지 않는 CNS보드(오른쪽)

을 재활용했고 공장은 기존의 창고 건물을 활용했다. 또 흡음재 제조과정에서 배기가스의 폐열이 신제품 건조실을 통과하게 함으로써 별도의 벙커C유를 사용하지 않아 에너지절약과 연료비용 절감 효과도 거두었다. 또한 기술개발 및 품질향상을 위해 한국폴리텍 바이오대학을 통해 압출성형 시 수분을 줄이는 기술을 확보했고 한국섬유소재가공연구소와 공동연구도 추진했다. 자금과 전체 진행과정에서의 애로점은 중진공과 손을 잡았고 기술과 품질은 대학과 연구소를 적극 활용하였으니 신사업을 위한 네트워크 구축에 남다른 부지런함과 열성을 보여준 셈이다. 물론 이 같은 노력들이 하나로 합쳐졌기에 양질의 차별화된 제품을 선보일 수밖에 없었던 게 아닐까.

하지만 아무리 좋은 신제품을 개발해도 마케팅에 성공하지 못하면 무용지물이다. 기존 제품 생산업체들과의 시장경쟁에서 이긴다는 것은 그리 쉬운 일이 아니었다.



자체 아이디어로 제품개발에 성공한 까닭에 웃음이 끊이지 않는 직원들

더욱이 섬유임가공전문업체가 건축내장재 사업을 추가한 것인 만큼 시장에서의 대외적인 인지도 부족은 물론 제품 효능의 차별화를 입증시키기가 어려웠다. 그래서 품질의 우수성을 인정받고자 다각적인 노력을 기울였다. ISO 9001, ISO 14001 인증, 친환경 건축자재(최우수등급)인증, KFI 난연2급(준불연재) 인증, 기술혁신형기업(INNO-BIZ)인증, GR마크 획득 등을 통해 제품에 대한 신뢰를 확보하려는 노력을 기울였다.

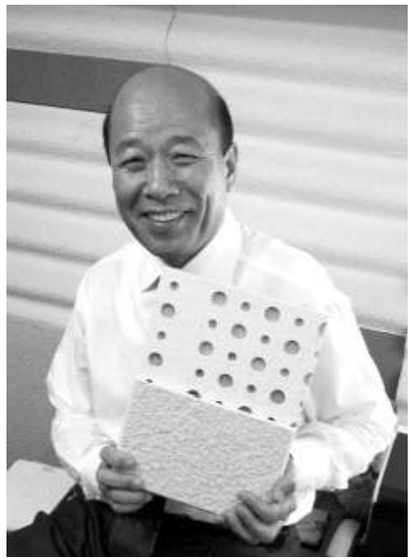
이로 인해 조달청 우수제품으로도 선정되었다. 마케팅 담당자들은 소문을 듣고 찾아오는 고객들에게 실제로 제품에 가스불 시험을 하면서 검은 그을음은 생기지만 타들어가지 않는다는 것을 눈으로 보여주기도 했다. 중진공 또한 품질향상을 위한 연구개발과 원활한 양산 시스템구축 및 마케팅 등을 위해 지난해에 이어 올해에도 3억 원의 사업전환자금을 추가로 지원해 주었다.

에스와이글로벌의 다양한 노력과 지원 시스템이 가동된데다 친환경을 추구하는 시대적 분위기와 품질에서의 현격한 차별성 및 장점을 인정받자 내수시장에서 새로운 다크호스로 떠올랐다.

We've EFFECT 유명영화관 납품 등 올해에만 매출 20억 원

개발 첫 해인 2006년의 경우 매출 68억 원 중 7억 원에 불과했던 신제품 매출 비중은 2007년에 63억 원 중 12억 원으로 증가했고 올해의 경우 70억 원 중 20억 원을 차지할 전망이다.

지금까지 총 100여 개의 학교와 기업 체육관, 66곳의 종교시설, 35곳의 지자체 및 기업 단체의 시설에 납품했다. 특히 CJ CGV왕십리 멀티플렉스 영화관에 납품된 것은 제품에 대한 자신감을 실어주는 한편 향후 마케팅에서 경쟁우위 확보에 중요한 요인이 될 것으로 기대된다.



발상의 전환으로 신제품을 개발한 윤시한 대표

올해에는 초기 제품인 CNS코튼보드보다 효능이 업그레이드된 CNS-RONDO보드를 개발, 판매중이다. 이 제품은 보드에 다수의 구멍을 내어 흡음력을 0.65(10T)로 향상시켰다. 또 습기와 누수에도 지장이 없고, 다양한 형태의 제품생산이 가능하며, 경제적 시공이 이루어진다는 것도 장점이다. 시장 공략을 위해 다시 한번 차별화를 기한 것이다. CNS코튼흡음보드의 판매에 가속도가 붙기 시작했으니 기존사업은 포기할 것인지가 궁금했다. 윤시한 대표는 "기모와 샤링 사업은 확대하지 않을 뿐이지 그대로 이어가면서 원료나 에너지활용에 있어서 신규사업과의 연계를 통한 시너지효과를 최대한 활용할 작정이다"라면서 다만 신제품에 힘을 실어 줄 생각이라고 말했다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 경기북부지부 **이영철**과장

원자재 부담 없고 기존 사업과의 시너지 효과 커

가장 중요한 성공요인은 요즘 같이 원자재 부담이 큰 상황에서 원자재 자체가 기존산업에서 나오는 **폐기물을 재활용했다**는 점과 확보가 용이하다는 점이다.

두 번째로는 **기존의 공간, 인력, 설비 등을 적극 활용하여 투자 비용 부담을 덜었다**는 것이다. 그리고 또 다른 성공요인 하나는 정부조달시장을 집중적으로 공략했다는 것. 이 때문에 1년 반이라는 짧은 기간에 100여 개의 학교에 납품할 수 있었다.

이미 매출이 발생하고 있고 향후 매출이 크게 기대됨에 따라 에스와이글로벌의 사업전환은 향후 1~2년 이내에 성공적으로 안착할 것으로 보인다. 이에 따라 내년에도 일부 연계지원을 할 예정이다. 쿠폰제 컨설팅을 통해 생산성향상과 사업안정을 도모하는 한편 수출이 이미 결정되어 물량이 급증할 것으로 예상됨에 따라 수출에 필요한 운영자금과 생산설비 1대 추가에 따른 비용을 지원해야 할 것으로 내다보고 있다. 또 윤 대표를 포함한 임원진들의 사업 경험이 풍부하여 신규 사업을 추진함에 있어서 한결 수월하게 이끌어가고 있는 것 같다. 에스와이글로벌의 흡음재는 아이디어 또한 발상의 전환이 가져다준 결과여서 지켜보는 것만으로도 즐거운 일이다.

(주)티지오엘

회사 개요

설립일	2003년
대표	조준희
기존사업	영상 보안장비 설치 및 유통
추가업종	영상 음향기기 제조업
매출규모	200억 원(2008년 예상)
소재지	서울시 영등포구 신길동1351-3 천록빌딩 2층
홈페이지	www.tgolinc.com

사업전환의 성공 키워드 '강한 추진력'

제조업을 한다고 해서 자체적으로 완벽한 생산설비를 갖출 필요는 없다. 아웃소싱으로도 얼마든지 가능하다. 하지만 자금력과 기술 그리고 인재는 반드시 필요하다. 소위 벤처로 성장하는 기업들은 이 같은 논리에 고개를 끄덕인다. (주)티지오엘의 꿈은 제조업을 통해 자체브랜드의 완제품을 팔겠다는 것이었다. 하지만 창업 초부터 가능한 일은 아니었다. 기술은 있어도 자금력과 인재 확보는 시간이 걸리는 일이었다. 그래서 초창기에는 유통업으로 회사의 기반을 구축했고 이어서 제조업으로 사업전환을 했다. 처음부터 여유자금을 넉넉하게 확보하고 창업하는 회사가 몇이나 되겠는가. 이 회사도 마찬가지였다. 다만 이들 뒤에는 중진공의 사업전환지원시스템이 있었다.

We've DREAM 우리가 만든 제품으로 성장하겠다

'애'는 작게 낳아 크게 키워라'는 말이 있다. 기업도 마찬가지다. 굴지의 대그룹도 처음에는 작은 상회에서 출발했듯이 기업의 출발도 작게 시작해서 조금씩 키워가는 것이야말로 중소기업의 성공 모델이다.

(주)티지오엘의 출발도 그랬다. 전자, 영상 등의 전문가들이 모여 창업을 했지만 시작은 유통업이었다. 공학박사이자 대기업 연구원 출신인 조준희 대표가 관련분야 전문가인 지인들과 뜻을 같이하여 지난 2003년 사업을 시작한 티지오엘은 창업 후 3~4년간 영상보안장비인 CCTV를 설치 및 판매해왔다. 노래방에 설치된 첨단영상음향시스템인 '팅가박스(Tinga Box)'가 주력 판매제품으로 초기 사업 안정화에 많은 기여를 했다. 하지만 시장의 낮은 진입장벽으로 인한 경쟁사의 다수 출현으로 과잉공급 현상이 발생하면서 이익율은 떨어지고 장기적인 사업발전을 위해서는 대체 아이템 발굴이 절실했다. 물론 조 대표의 장기적인 마스터플랜에는 유통업에서 비전 찾기가 아니라 제조업을 통한 자체브랜드 확보로 성장하겠다는 야망이 담겨 있었다.

이런 상황에서 2006년에 개발하게 된 동영상 제작장비 MVR 2000은 사업전환을 부추겼다. 당시 개발 노하우를 바탕으로 초저가형 동영상 제작장비 MVR 2001을 개발 및 생산하여 동영상을 간단히 제작하고, 제작된 동영상을 인터넷 포털 등에 등록하는 서비스를 제공하여 매출증대 및 수익개선을 이루겠다는 목표를 갖게 된 것. 이를테면 MVR 2000 개발프로젝트는 업종추가를 통한 제조업으로의 사업전환을 위한 강력한 동기부여가 된 셈이다.

게다가 조 대표를 비롯한 젊은 이사들의 도전정신은 결코 쉽지 않은 유통업에서 제조업으로의 변신을 추구하게 만들었다.



창업 초기에는 영상보안장비인 CCTV를 설치 및 판매하면서 제조업을 위한 기반을 다졌다.

We've NEW ITEM 노하우로 '차량용 CCTV시스템' 개발

티지오엘이 업종을 추가하면서 선택한 첫 번째 아이템은 차량용 CCTV시스템이다. 이미 관련전문가들이 모였고 유사프로젝트를 통해 노하우를 얻은 터라 제품개발에는 큰 어려움이 없을 것으로 예측됐다. 하지만 양산을 위해서는 자금과 실무 기술인력 확보가 요구되었다. 물론 양산을 직접 하려면 공장 확보와 설비구축에 따른 비용투자가 막대했지만 그나마 생산은 아웃소싱으로 해결하는 쪽을 택했다.

티지오엘의 기술인력들은 기술개발, 영업, 설치까지 전체를 아우르는 전천후 인력인 것이 특징. 신규사업을 위해 기술인력을 늘렸다. 하지만 기술개발 및 인건비, 마케팅 등에 따른 최소한의 자금이 확보되어야 하는데 제조 업력이 없다보니 금융권 융자는 그리 쉬운 일이 아니었다. 재무 담당자는 2006년 매출이 17억 원인데다 유통업으로 발생한 매출인 만큼 이를 근거로 금융권 대출을 받기 힘든 것은 어쩌면 당연한 일이었는지도 모른다고 당시를 회상했다.

늘 가장 일찍 출근하고 가장 늦게 퇴근할 만큼 사업에 대한 열정이 강한 조준희 대표는 자금으로 인한 진퇴양난의 상황에서 '칼자루를 잡았으면 무라도 쳐야 하는 게 아닌가?'라는 뚝심을 갖게 되었다고 한다. 고민 끝에 그는 자구책으로 각종 중소기업지원제도를 두루두루 알아보았고 그 덕에 중진공에 사업전환지원제도가 있다는 것을 알게 되었다고 한다. 그 덕분에 2007년 사업전환 승인과 함께 1차적으로 중진공 사업전환지원자금 1억 원을 지원받았고 이어서 차량용 CCTV시스템 사업이 본격화되었다.

We've APPROACH 개발과 동시에 버스회사에 대량 납품

차량용 CCTV시스템은 대중교통인 시내버스에 장착되는 것으로 KT의 최첨단 네트워크 기술과 연계시킨 새로운 시스템이다. 정면과 내부 3면이 동시에 동영상으로 촬영되는 시스템으로 하드용량이 대용량이어서 1주일간의 영상이 저장되며 저장한 영상은 별도 저장한 후 다시 저장기능을 이어갈 수 있다. 차내 사고 영상은 물론 도로상에서의 사고발생 시 과실 책임 여부를 명확하게 판단할 수 있는 기록이 남게 된다. 또 운전자가 급브레이크를 밟거나 과속 등이 차량운행 기록계에 남게 된다. 이는 사고위험을 줄이고 운전자의 운전습관을 교정시키며 연비를 절감하는 등의 효과가 있다.

차량용 CCTV시스템은 2007년 하반기부터 버스회사에 대량 납품되면서 매출을



첨단영상 음향시스템 '팅가박스'

발생시켰다. 제조업에 의한 매출 발생인 만큼 일단 사업전환의 결과가 성공적이라는 자체평가를 갖게 되었다. 운행중인 시내버스 수를 감안하면 그야말로 대박(?)을 터트린 일이니 샴페인 뚜껑을 열어도 될 만한 감격적인 일이었다. 하지만 티지오엘은 여기서 끝내지 않았다. 사업다각화를 위해 2007년 하반기에는 그야말로 파격적인 신제품인 '와이브로(Wibro)PC방'을 개발한 것이다.

'와이브로(Wibro)PC방'이란 쉽게 말해 인터넷 PC방을 버스에 옮겨놓은 것과 같다. 버스 운전자석 뒤편에 무선 PC가 장착되어 있어 버스 승객들이 신용카드, 교통카드, 전자상품권 등으로 사용요금을 계산하면 가정에서나 PC방에서 인터넷을 활용하는 것과 똑같이 활용이 가능하다. 인터넷을 통한 다양한 정보 활용은 물론이고 워드문서작업까지 가능하다. 좌석버스, 시외버스, 관광버스, 통근버스, 택시 등에 설치 가능하여 충격에도 잘 견디는 특수화면으로 만들어진 것도 장점이다. 이미 인터넷



제조업으로 변신하면서 자사 제품이 나오자 직원들의 분위기는 한층 고무되어 있다.

을 생활화하고 있는 10대 후반부터 40대 초반까지가 주고객이 될 전망이다. 이 제품은 올 초부터 서울의 선진그룹 소속 버스 100여 대에 설치되어 시범 운영 중에 있다. 이처럼 '와이브로(Wibro)PC방'의 사업화에 따라 2008년 초 2억 원의 사업전환자금을 추가로 지원받기도 했다.

We've EFFECT 올해 매출 200억 원 예상

사업전환의 성공적인 진입은 눈에 띄게 매출 변화를 일으켰다. 지난 2005년에 5억 원, 2006년에 17억 원에 불과하던 매출이 2007년에는 차량용 CCTV시스템 판매로 인해 80억 원을 기록했으며 2008년의 경우 추가 신제품인 와이브로 PC방 등의 매출



사업전환 아이템인 '와이브로(Wibro)PC방'

이 더해져 약 200억 원대에 달할 것으로 예상된다. 회사로서는 사업전환에 의한 제조업으로의 변신으로 놀라운 성공을 보여준 셈이다.

하지만 신제품 개발 판매는 이익만이 아니라 국가 사회적인 차원에서도 긍정적인 영향을 미쳤다. 차량용 CCTV시스템 등장으로 인해 기존에는 좀처럼 줄어들지 않았던 버스사고에 의한 소송문제가 급격히 줄어들고 있다는 것이다.

이는 일선 경찰관들의 현장경험에서 나온 말이라고 한다. 그런가하면 와이브로 PC방은 국내 첨단 정보통신에 의한 대중문화와 정보활용 기회를 더욱 향상시키는 결과를 가져올 것으로 기대하고 있다. 이외에도 최근 2년간 10여 명의 신규인력채용으로 고용증대에도 한 몫을 했다.

한편 2006년부터 최근 2~3년간 급속도로 성장하고 있는 회사에 대해 직원들조차

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 서울지역본부 **최원우** 센터장

만능 CEO의 열정과 젊은 조직이 피운 꽃

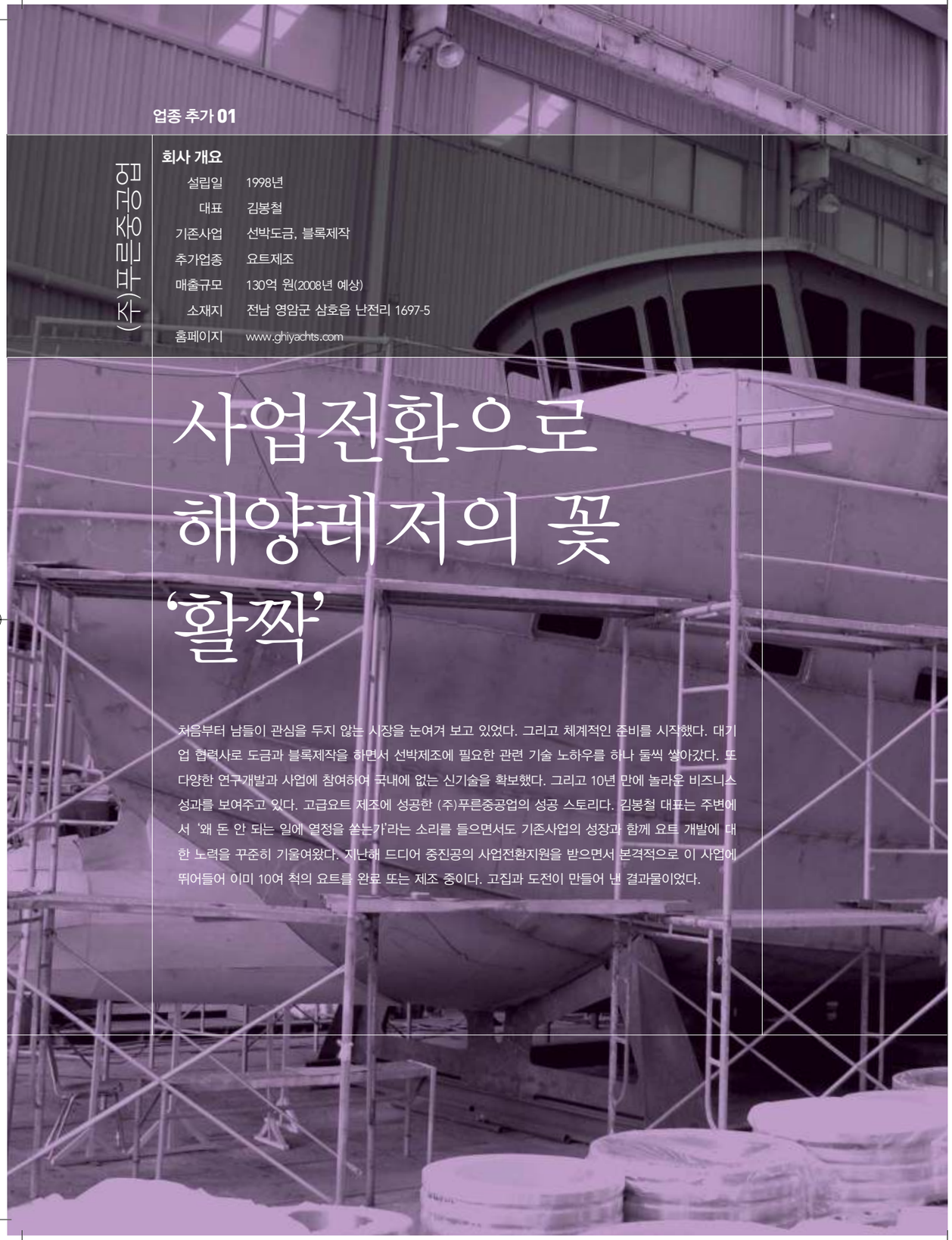
이 회사의 가장 큰 장점은 사장을 비롯한 임원진이 전자 정보통신 분야의 인재들이어서 유통업에서 제조업으로의 변신이 한결 수월했지만 사업다각화 추진 속도도 매우 빠르게 진행되고 있다는 점이다. 이를테면 임원진이 기술 노하우를 갖고 있어 관련사업의 추진에 대한 결정력이 빠르다는 얘기다.

또한 만능 CEO의 활약, 조직력, 시기적절한 아이템 선택 등이 사업전환 성공 요인이다. 첫째, 조 대표의 경우 공학박사로서 기술 노하우 외에도 적극적인 성격으로 **영업력까지 갖추고 있는데다 리더십도 강하다**. 작은 조직에서는 CEO의 다양한 능력이 회사를 성장시키는 데 큰 힘이 된다. 둘째, **조직이 젊고 직원 수가 많지 않다**. 그래서 단결력이 강하고 사업추진 시 내적인 갈등이 없으므로 진행속도가 매우 빠른 편이다. 셋째, 정보화 트렌드에 적합한 아이템들로 현실성이 강하다는 특징을 지니고 있다.

성공하는 기업은 대부분 리더인 CEO와 조직이 강하다. 역사는 짧지만 사업전환과 다각화를 위한 추진력에 강력한 힘을 발휘하고 있는 티지오엘은 이 두 가지 특징을 모두 지닌 보기 드문 회사다.

놀라움을 감추지 못하고 있는 상황이다. 조 대표는 "정부에서 추진하는 공공자금을 활용할 수 있는 기회를 부여받아 여유 운영자금을 확보한 것은 기업운영전반에 안정적인 수익구조를 창출해내고 매출증대를 가져 오는 한편 기업의 실질적 성장을 가져온 원동력이 되었다. 이 같은 중소기업지원정책은 기업들에게 현실적인 도움이 된다"고 말했다.

티지오엘은 사업전환과 다각화에 의해 탄생시킨 두 가지 아이템 외에도 버스의 환경에너지사업분야인 CNG/LNG 엔진 개조사업과 버스부품 공동구매서비스 (www.navis.net) 등의 사업을 통해 더욱 큰 성장을 목표로 하고 있다.



(주)푸른중공업

회사 개요

설립일	1998년
대표	김봉철
기존사업	선박도금, 블록제작
추가업종	요트제조
매출규모	130억 원(2008년 예상)
소재지	전남 영암군 삼호읍 난전리 1697-5
홈페이지	www.ghiyachts.com

사업전환으로 해양레저의 꽃 '활짝'

처음부터 남들이 관심을 두지 않는 시장을 눈여겨 보고 있었다. 그리고 체계적인 준비를 시작했다. 대기업 협력사로 도금과 블록제작을 하면서 선박제조에 필요한 관련 기술 노하우를 하나 둘씩 쌓아갔다. 또 다양한 연구개발과 사업에 참여하여 국내에 없는 신기술을 확보했다. 그리고 10년 만에 놀라운 비즈니스 성과를 보여주고 있다. 고급요트 제조에 성공한 (주)푸른중공업의 성공 스토리다. 김봉철 대표는 주변에서 '왜 돈 안 되는 일에 열정을 쏟는가'라는 소리를 들으면서도 기존사업의 성장과 함께 요트 개발에 대한 노력을 꾸준히 기울여왔다. 지난해 드디어 중진공의 사업전환지원을 받으면서 본격적으로 이 사업에 뛰어들어 이미 10여 척의 요트를 완료 또는 제조 중이다. 고집과 도전이 만들어 낸 결과물이었다.

We've DREAM 10년 전부터 요트사업에 관심을 두다

경기에 임할 때 먼저 기초체력을 탄탄하게 다지면서 경쟁 상대와 주변상황을 파악한 후 나만의 주특기를 살려서 본격적인 게임에 들어가야 한다. 이것이 패배율을 최소화하고 승리확률을 높이는 비결이다. 사업도 마찬가지다. 무작정 덤볐다가는 십중팔구 코가 깨지고 나만의 차별화된 전략이 부족하면 경쟁상대에게 밀려나기 십상이다. 이런 비즈니스의 논리를 알고 사업을 추진하는 기업이 있다. 전남 목포 대불공단에 자리한 (주)푸른중공업이 그렇다. 신선하고 비전있는 차별화된 아이템인 요트사업에 박차를 가하고 있는 푸른중공업. 전략적이고 체계적인 경영계획이 돋보이는 기업이다.

해양대학교를 졸업하고 기관사 활동과 상선 사업 분야에 몸 담아온 김봉철 대표. 그는 지난 1998년 선박과 철의장 부품 융융아연도금과 선박용 파이프 가공 그리고 선박용 블록을 생산하는 푸른중공업을 세웠다. 설립 당시에는 용융아연도금업체수가 손가락으로 꼽을 만큼 적었던데다 기술력이 뛰어나 삼호중공업 협력업체로 꾸준히 성장했다.

하지만 그 이면에는 김 대표의 또 다른 야망이 숨어 있었다. 기관사 출신인 그이기에 국내에서는 좀처럼 활성화 되지 않고 있는 요트를 제대로 만들어 보겠다는 것이었다. 따지고 보면 김 대표의 전략은 아주 치밀하고 꼼꼼했다. 선박과 관련된 다양한 기술 노하우를 쌓은 후 21세기 레저산업의 한 축이 될 요트를 직접 만들면 시기적으로나 업력으로나 제대로 맞아떨어지는 사업아이템이라는 판단을 한 것이다. 게다가 용융아연도금은 선박산업의 호조에 따라 2000년대에 들어서면서 다수의 업체들이 시장에 뛰어들어 시장경쟁이 불 붙은데다 최근에는 원자재와 도금을 동시에 해

결하는 일체형 기업들이 등장하면서 도금 하나만으로는 경쟁력이 떨어지는 상황이었다. 이런 점에서 볼 때 도금사업으로 사업기반과 기술을 다지면서 한편으로는 요트개발을 위한 연구노력을 지속적으로 해 온 푸른중공업으로서는 앞을 미리 내다 본 전략이었다.

We've NEW ITEM 기존사업 통해 요트 관련기술 확보

우리나라의 경우 요트산업은 이제 시작에 불과하다. 해양레포츠 산업이 아직 발달하지 않은데다 요트제조업에 뛰어드는 업체들도 소수에 불과한 상황이다. 우리나라 조선산업이 세계 1위를 달리는 것과는 상반된 면모다. 현재 요트제조를 하는 업체는 국내에 두 세곳밖에 없는데, 이들 업체가 제조하는 요트는 FRP 1~2인용이다. 하지만 최근 FRP요트는 폐선처리 시 재활용이 불가능하다는 이유로 이미 호주 같은 나라에서는 입항 불가 조치가 취해진 상황이다.

그래서 장기적으로 시장 활성화가 어려울 것이라는 전망이다. 이에 따라 푸른중공업은 FRP가 아닌 스틸과 알루미늄 요트를 제조하고 있다. 또 기존의 업체와는 크기부터가 달라 현재 수십 명의 인원이 타고 파티를 열수 있을 정도의 크기인 길이 32미터의 요트를 만들고 있는 중이다.

요트개발이 처음 시작된 것은 2001년. 목포대학교와 산학연공동기술개발 컨소시엄사업에 참여하여 '50feet 요트 풍력계산 및 감항성'과 '해양레저선박의 선형개발' 등을 수행한 데 이어 중소기업청의 기술혁신개발사업에 참여하여 '강선 요트 개발', '고급요트의 인테리어디자인 및 생산시스템 개발', '고급요트의 표면페어링 기술개발' 등의 과제를 수행해왔다.



2011년이 되면 요트에서만 1,800억 원대의 매출이 예상된다.

기존사업을 통해서는 선박관련 뼈대 기술을 구축하고 연구개발과제를 통해 세부적인 기술노하우를 다져온 것이다. 이로 인해 사업전환을 위한 기본준비를 완벽하게 한 셈이었다.

2007년에 요트사업에 본격적으로 뛰어든 푸른중공업은 그해 3월 업종추가 사업승인을 받고 9월에 43피트급 알루미늄 요트 1척을 수주 받아 제작에 나섰다. 하지만 새롭게 시작하는 사업인 만큼 회사로서는 감당해야 할 어려움이 있었다. 자금과 전문인력이 그것이었다.

We've APPROACH 지원 덕분에 자금, 인력, 기술 모두 해결

가장 큰 문제는 인력이었다. 기존의 직원 중 일부를 요트사업부로 이동시키고 디자



중진공의 사업전환지원뿐만 아니라 해외인력도입지원을 통해 해외전문가로부터 기술지도도 받고 있다.

인을 위해 이공계 출신 전문인력 3명을 채용했다. 또 뉴질랜드에 거주하고 있던 경력 20년의 교포 요트전문가 문정태 부장을 생산총괄 담당자로 채용하여 총 26명의 사업팀을 구성했다. 하지만 이로써 인력문제가 해결된 것은 아니었다. 계약 - 설계(디자인) - 절단 - 조립 - 인테리어 순으로 이어지는 요트제작 과정 중에서 가장 어려운 부분은 디자인이며 시간이 가장 많이 소요되는 부분은 인테리어다. 레저용 요트의 경우 디자인과 인테리어가 고객의 욕구를 충족시키지 못하면 제조사의 인지도와 신뢰는 치명타를 입게 된다. 하지만 국내의 경우 관련산업이 초기 수준이다보니 전문인력 확보는 아주 어려운 일이었다. 다행스럽게도 캐나다 출신의 요트설계 및 제작 전문가 Stoyanove Stoyankirilov를 기술이사로 확보한 후에야 제작에 들어갈 수 있었다.

요트제작을 위한 과정 중 도금 절단 가공 조립 등은 기존인력 활용과 설비활용으로 해결했다. 하지만 그 외의 부분에서는 새로운 인력과 설비가 필요했고 이는 곧 비용부담으로 이어졌다.

이때 중진공 사업전환지원제도를 통해 전환지원자금 5억 원과 원부자재자금 3억 원을 지원받았다. 또한 인테리어 부분의 전문인력 확보 및 전반적인 기술지도가 부족함에 따라 사업전환지원을 담당했던 중진공 전남지역본부 김의선 부장은 9월부터 11월까지 사업전환컨설팅을 연계지원하는 한편 해외인력도입사업을 통해 네덜란드의 요트 인테리어전문가 Van Der Hidde Dong Yee Han으로부터 기술지도를 받도록 지원했다.

이 같은 다각적인 노력에 대한 선물일까. 같은 해 12월 싱가폴 Roderick John Stel로부터 62피트급 파워요트 한척을 수주 받게 되었다. 일이 술술 풀린다는 말은 바로 푸른중공업의 요트사업과 같은 경우를 두고 하는 말이 아닐까 싶을 정도로 사업전환이 비교적 순조롭게 그리고 희망적인 프로젝트로 진행되었다.

We've EFFECT 수주 호조로 2011년 1,800억 원 예상

김봉철 대표가 요트사업에 대한 포부를 갖고 다양한 연구개발과제에 참여하는 등 열정을 쏟고 있을 때 주변에서는 말이 많았다고 한다. "돈 안되는 사업을 왜 하려는 지 이해가 안된다"는 식으로 눈총을 주는가하면 "김 사장 고집이 너무 세다"는 말이 터져 나왔다. 하지만 김 대표는 그들의 말에 관심을 두지 않았다. 오히려 더 강력한 의지를 보이며 추진력을 과시했다. 결과는 어떠한가?

요트는 크기와 용도에 따라 그 가격이 다르긴 하지만 보통 한 척에 5억 원에서 10억 원 정도에 팔린다. 물론 20억 원에 달하는 것도 있다. 대당 가격만 비싼 게 아니다. 일반제조업의 순수익이 6~8%라면 요트는 20%이상으로 부가가치가 높은 사업



요트는 대부분 레저용이기에 내부 인테리어가 매우 중요하다.

이다.

푸른중공업은 2007년에 이어 2008년 들어서도 50피트급 알루미늄요트 카타마란(쌍동선) 1척을 Funcost사로부터 수주받아 제작하는 한편 11월 중순에는 첫 수주 받았던 알루미늄 요트(16~20인승) 제조가 완료되어 고객사에 인도되었다. 현재 제작중인 요트는 8척에 이르며 오는 2009년 말까지 60억 원 이상이 될 전망이다. 그런가하면 업종추가에 의한 사업전환은 2011년에 완벽하게 마무리가 되어 이즈음이면 요트 제조에서만 1,800억 원대의 매출이 달성될 것으로 내다보고 있다.

쉽게 뛰어들 수 없는 분야인 요트제조업에 뛰어들어 이처럼 성공적인 결과를 드러내며 희망을 찾고 있는 김 대표는 직접 해외 곳곳을 찾아다니며 영업을 하고 전문인력을 찾아내는 등 그 누구도 흉내내기 힘든 열정을 불살랐다.

그는 이번 사업전환과 관련해 "우리나라의 고급요트산업을 선진국 수준으로 이끄는 견인차 역할을 하게 된 것이 무엇보다도 보람된 일이다. 누군가는 해야될 일을 선도적으로 해 나가는 것은 많은 시련이 따르지만 자부심을 갖게 되는 일인 만큼 현재의 결과에 만족스럽다"고 밝히면서 "중진공의 사업전환지원제도가 이렇게 큰 힘이 될 줄은 미처 몰랐으며 다른 중소기업들도 적극적으로 활용하는 제도가 되었으면 한다"고 전했다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 전남지역본부 **김의선** 부장

CEO 추진력과 중진공 연계지원 '찰떡궁합'

푸른중공업의 사업전환 성공 이유는 첫째, **사장의 전문가적 노하우와 추진력**이다. 기관사 출신의 사장은 요트사업을 시작하기 전에 이미 다양한 전문가적 지식과 경험을 갖추고 있었으며 목표를 정하면 이를 추진하는 카리스마가 아주 강해서 국내 기술력으로는 힘들었던 신사업 분야를 개척할수 있었다는 점이다.

둘째는 **미래지향적인 시기적절한 아이템**이었다는 점이다. 고급요트산업은 이미 외국의 수요가 충분한데다 향후 국내에도 확산 될 해양레저시대를 선도하는 한편 충분한 시장성을 갖고 있어 시장선점 효과를 볼 수 있기 때문이다.

그리고 세 번째는 중진공의 연계지원이 한 몫을 거들었다는게 솔직한 의견이다. 자금, 기술지도, 인력, 수출지원 등 다양한 지원정책을 연계시켜 지원함으로써 도중에 막힘없이 사업을 추진할 수 있었다.

3면이 바다인 우리나라의 자연환경을 고려할 때 앞으로 동해, 서해, 남해 바다 위에 요트가 떠다니는 일은 반드시 다가올 것이다. 그때 수입산 요트가 아닌 푸른중공업의 요트가 떠 있는 모습을 기대하는 것은 생각만 해도 즐겁다.

업종 추가 **01**

샘솔정보기술(주)

회사 개요

설립일	1999년 6월
대표	양태준
기존사업	통합상황관제시스템
추가업종	DID(Digital Information Display)
매출규모	136억 원
소재지	서울시 구로구 구로3동 222-7 코오롱디지털타워빌란트 208호
홈페이지	www.semsol.co.kr

도전하라, 움직여라, 변화하라

철도청, 서울메트로, 인천국제공항, 대전지하철 등 공공장소 뿐 아니라 SKT, KTF 등 일반 대기업까지 종합 상황관제 시스템을 납품해 온 샘솔정보기술은 이 분야의 기술을 이끄는 선도기업. 샘솔정보기술의 성장 배경에는 대형 SI 업체와 IT소기업 사이에서 상황관제라는 블루오션 시장을 선점한 아이디어 덕분이다. 업계에서 리딩기업으로 인정받는 샘솔정보기술이 또 한 번의 성장을 위해 새로운 아이디어를 개발, 도전했다고 해서 관심을 모았다. 더욱이 이번 도전에는 중진공의 사업전환지원을 받아 필요한 설비와 연구에 집중 투자했기 때문에 그 효과가 더욱 기대된다. 게다가 제품 개발에 그치지 않고, 제품에 필요한 각종 콘텐츠까지 함께 개발에 성공, 다시 한 번 리딩기업의 자리를 굳건히 지켰다.

We've DREAM 완벽하지 않으면 샘솔이 아니다

우리는 언제 어디서 어떤 일이 생길지 모른다. 아침마다 기상예보를 확인하는 것도 그날 하루를 대비하기 위한 최소한의 노력이다. 개인이 일기예보를 살피는 것과 마찬가지로 국가에서는 재난방지를 위해, 각 기업체에서는 종합상황을 손쉽게 파악하기 위해 통합상황관제시스템을 운영한다. 만일의 사태를 대비하기 위한 중요성이 높아지면서 이 분야도 주목을 받아왔다.

통합상황관제시스템의 선도기업인 샘솔정보기술(주)은 1999년 창립한 이래 ISO9001 인증을 획득하고, 기술혁신형 중소기업(INNO-BIZ) A 등급에 선정되는 등 뛰어난 기술력을 인정받고 있다. 철도청, 서울메트로, 인천국제공항 및 대기업 등에 대규모 납품을 진행하며 성장했다.

"상황관제라는 블루오션 시장을 발견한 것이 성장의 열쇠였습니다. 뿐만 아니라 최적의 정보기술 인프라를 통해 첨단의 기술력을 보유한 것도 지속적인 성장의 원동력이 되었다고 생각합니다."

샘솔정보기술의 양태준 대표는 창업 초기부터 성장을 위한 기본 인프라 구축에 각별히 신경을 썼다. 기본기가 튼튼해야 지속적인 성장이 가능하기 때문이다. 특히 첨단 기술은 그만큼 좋은 인재에서 나오기 때문에 인재경영에 초점을 두었다. 회사의 성장보다 각 개인의 성장을 통해 회사는 자연스럽게 성장해 나가야 한다는 그의 철학으로 창사 초기 뽑은 신입사원과 함께 성장하는 기업문화를 만들었다. 덕분에 현재 전 직원은 각자 맡은 바 분야에서 최고의 전문가로 거듭났다. 이것은 샘솔정보기술의 성장에 아주 중요한 포인트다. 직원을 최고의 전문가로 키워내는 회사, 이 회사에 대한 신뢰가 높아지는 것은 당연한 결과다. 무엇보다 기술혁신에 대한 의지가

높은 것이 최고의 경쟁력이 되어 성장을 이끌었다.

"저희는 완벽주의를 지향합니다. 제품도 완벽하게 생산하고, 서비스도 완벽하게 하려고 노력합니다. 제품의 특성상 조금이라도 문제가 생기면 비상사태가 일어날 수 있기 때문에 그 어느 분야보다도 완벽함이 요구됩니다."

양 대표의 말처럼 상황관제시스템이라는 것이 한 화면이라도 전원이 꺼지면 비상사태가 일어날 수 있기 때문에 전 직원이 격주 근무를 시행하며 항시 비상대기 하는 등 고객만족에 최선을 다하고 있다.

양 대표는 지금까지의 성과는 시작에 불과하다고 한다. 새로운 블루오션 시장을 개척하기 위한 노력은 계속된다.

We've NEW ITEM 먼저 뛰어드는 사람이 임자다

"사업을 하는 사람이란 다 마찬가지에요. 끊임없이 새로운 아이템을 개발하고, 성공의 발판을 마련하기 위해 고민을 반복하고 있지요. 시장에서 요구되는 새로운 제품은 없는지, 수입에 의존하는 제품을 국산화 시킬 수는 없는지, 모든 것이 대상이 될 수 있습니다."

신규 아이템 개발은 중소기업에게는 숙명과도 마찬가지라는 양 대표. 한 가지 아이템으로는 독보적인 기술을 보유했다고 해도 언젠가는 경쟁업체가 생기기 마련이고, 어느 제품이든 성장 한계선도 존재하기 때문이다.

샘솔정보기술이 기존의 관제시스템에서 사용하던 디스플레이 장비에 관심을 기울인 것은 자연스러운 일이다. 영상매체가 아날로그에서 디지털로 변하면서 디스플레이 장비도 변하는 것은 당연한 일.



사업전환 덕분에 DID 제품 관련 매출이 꾸준하게 늘고 있다는 양태준 대표

DID(Digital Information Display), 즉 디지털 영상 표출 장비는 쉽게 말하면 집에서 사용하는 LCD TV가 산업용으로 확장된 것으로 이해하면 된다. DID광고용 DISPLAY 시장은 LCD 패널 가격하락으로 고해상도 중대형 크기의 수요가 증가되고 있다. DID 제품은 기존에 일본에서 수입하는 패널인 큐브를 대체할 수 있는 아이템이어서 수익성도 기대되는 제품이다.

"기존에는 큐브 제품을 사용했습니다. DID 시장은 크게 멀티타입과 스탠드 단독형 둘로 나뉘는 데 관제실에서 멀티타입을 사용한 거죠. DID 제품을 사용하면 한 면을 기준으로 기존 큐브에 비해 단가가 1/5로 비교할 수도 없을 만큼 저렴해요. 영상매체의 변화로 산업용 패널시장도 변화할 수밖에 없어요."

흔히 멀티타입은 모니터링이나 관제실에 주로 쓰이고, 스탠드형은 호텔이나 병원 로비, 회사 등에 설치된다. 제품 하나 만으로도 사용이 가능하며, 제품을 여러 가지

형태로 조립할 수도 있어 적용분야가 상당히 다양하다는 것이 장점이다. 시장의 변화는 이미 예견된 일, 성공은 도전하는 자의 몫이다.

We've APPROACH 우리의 지식검색창은 '중진공'

"통합 관제시스템은 관공사나 대기업 등 고객이 한정되어 있었습니다. 틈새시장이긴 했지만, 시장이 한정적이라는 한계가 있었죠. 2010년을 기점으로 정체기에 들어설 것으로 예상되기 때문에 이래서는 안 되겠다는 결론을 내렸습니다. 경쟁은 날마다 치열해지는데 이익은 올리기 쉽지 않고 전환의 때가 되었다고 생각했어요."

관제시스템을 운영하다 보니 가장 밀접하게 접하는 제품이 모니터다. 기존 사업과 연관성이 있는 제품을 추가하는 것이 사업전환의 부담도 덜고, 시너지 효과도 볼 수 있기 때문에 DID 제품으로 눈을 돌렸다. 양 대표는 사업전환을 시작하기에 앞서 먼저 중진공에 전화를 걸어 상담을 요청했다. 제조 경험이 없었기 때문에 공장 설립, 시설 설비 등에 대해 모르는 것 투성이었다. 기존의 고객이 한정적이었기 때문에 시장 접근법도 서툴렀다.

요즘 젊은 세대들이 지식이 필요할 때 지식검색을 이용하듯 양 대표의 지식검색창은 '중진공'이었다. 창업 이후 회사가 어려움을 겪을 때 마다 큰 버팀목이 되어준 것도 중진공이었기에 양 대표는 중진공이라면 믿을 수 있었다. 사업전환자금 20억원을 지원받아 오산에 공장을 세우고, 관련 시설을 설치함과 동시에 사업전환 컨설팅을 받았다.

"사업전환지원 코디였던 최원우 센터장이 제품을 만들면 어디에 팔 것인지를 물어본 적이 있어요. 사업전환과 제품 출시에 너무 매달렸던 탓일까요, 그 질문을 들었는데 머릿속이 하얘지는 거에요. 제품을 만들면 팔 수 있을 거라고 너무 당연하게 생각해왔던 거죠."

생산, 마케팅에 대한 지식이 없던 터라 알짜배기 교육이 되었다. 머리로만 구상해온 아이디어를 시장에 어떻게 접목해야 하는지를 배울 수 있는 시간이었다. 양 대표는 LCD 패널공급사인 삼성전자와 기술적인 제휴를 진행하여 70인치 LCD TV를 상용화 하는 데 성공하자 자신감이 붙었다.

곧 110인치 제품도 출시될 예정이다. 가장 밝은 별의 이름을 딴 '시리우스'라는 이름으로 고객들에게 자신있게 선보인 제품이다. 제품 개발로만 그쳤다면 샘솔정보기술이 리딩기업이라고 불리지 못했을 것이다. 여기에서 한발 더 나아가 하드웨어뿐 아니라 콘텐츠 개발에도 나섰다.

"대부분이 하드웨어와 콘텐츠를 별개라고 생각합니다. 우리는 제조업체니까 제품만 생산하면 된다라고 말하는데, 이 두 가지가 접목되어야 완벽한 하나의 유무형의 가치를 지닌 제품이 완성되는 겁니다. 그래서 우리는 이 두 가지를 동시에 지원하는 회사가 되기로 생각했어요."

샘솔정보기술은 이러한 콘텐츠를 개발하기 위해 별도의 연구소도 갖췄다. 이로써 영상 관련 원스톱 서비스를 제공할 수 있게 되었다. 한 번 더 생각하고, 한 번 더 개발하는 노력 덕분에 남보다 앞서가는 회사가 될 수 있는 것이다.

We've EFFECT 대한민국 1등이 세계 1등이 된다

"하드웨어는 경쟁이 치열하기 때문에 콘텐츠 개발, 프로그램 지원까지 모든 것을 책임지는 토탈 솔루션 업체로 탈바꿈했습니다."



사업전환 아이템으로 개발한 DID(디지털 영상 표출 장비)

DID 제품관련 매출도 꾸준히 오르고 있다. 개발 직후 인천공항, 대한지적공사 등에 DID 모니터 및 솔루션을 공급하였으며, 올해는 증권선물거래소(KRX), 한미약품의 자회사인 한미IT와 병의원 등에 제품 공급을 체결했거나 협의 중에 있다. 새로운 계약이 체결될 때 마다 양 대표는 사업전환을 통해 얻은 소중한 성공 기회라고 생각한다. 기존 사업에 안주해 있었다면 상상하지 못했을 수 많은 기회를 자연스럽게 접할 수 있기 때문이다.

사업전환 이후 올해 DID 매출은 약 30억 원. 제품 매출보다 더 든든한 에너지가 될 직원들도 16명이나 충원했다.

"사업전환을 통해 회사의 전체 규모가 커졌습니다. 30명의 직원 수가 어느새 46명으로 늘어났으니 그만큼 우리에게 필요한 전문가를 확보한 셈이죠. 전문가가 늘어난 만큼 새로운 아이디어 개발은 계속될 것이라고 기대합니다. 누구나 우리의 고객이 될 수 있기 때문에 할 수 있는 일은 무궁무진합니다."

양 대표는 앞으로 수출에 주력할 계획이다. 해외에 있는 자동차 공장에 설치해 본

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 강원지역본부 **최원우** 센터장

목표를 향해 달려가는 의지 돋보여

양태준 대표와 처음 통화를 하면서 중소기업이 어려울 때 가장 먼저 생각나는 곳이 중진공이라는 얘기를 들었을 때 큰 보람을 느꼈다. 솔직담백한 양 대표의 말에 보다 많은 업체에게 힘을 실어줘야 겠다는 생각이 들었다.

샘솔의 사업전환 첫 번째 성공요인은 **사업에 대한 CEO의 정확한 판단력**이다. 통합관제시스템 사업이 갖는 시장의 한계를 정확히 파악한 양 대표는 기술 축적 없이는 곧 한계에 부딪히게 될 것이라고 생각했다. 기존 사업에서 사용하던 제품에서 힌트를 얻어 신규 사업 아이템을 추가해 시장을 확대시킨 능력이 대단하다.

두 번째 성공요인은 **전 직원의 의지력**이다. 회사 분위기 좋기로 유명한 샘솔정보기술. 언제나 자유로운 분위기에서 일하되 최고의 성과를 얻어내기 위해 노력했다. 제조업에 대한 개념이 정확하지 않은 데도 불구하고 전 직원의 사업전환에 대한 성공의지가 돋보였다는 의미다. '한 번 해보자'는 기운이 펄펄 넘쳐 컨설팅도 잘 소화해내고, 사업전환도 기대 이상의 성과를 올렸다.

결과 반응이 아주 좋다. 세계적으로 앞선 기술을 보유한 만큼 '샘솔'의 브랜드로 세계시장에서 충분히 승산이 있다고 생각한다. 또 2010년까지 DID 제품 생산을 안정화 시킬 예정이다. 그쯤이면 DID 제품만으로도 250억 원의 매출을 올리게 될 것으로 예상된다. 1,000억 원 매출 기업으로 성장하는 것이 지금 가장 큰 목표라는 양 대표의 꿈을 이룰 수 있는 가장 큰 원동력이 DID 제품이 되어 주리라 믿어 의심치 않는다. 대한민국 1등이 세계 1등이 될 수 있다는 희망, 샘솔정보기술이라면 충분히 가능하다.

한국모노레일(주)

회사 개요

설립일	1993년 11월
대표	황무영
기존사업	모노레일시스템
추가업종	하이벨로(레일바이크)시스템
매출규모	120억 원
소재지	강원 원주시 문막읍 반계리 2227
홈페이지	www.monorail.co.kr

세계인의 레저생활을 책임지다

기찻길을 달리는 자전거가 있다? 시원한 바람과 맑은 공기는 필수, 봄에는 꽃 구경, 가을에는 단풍 구경까지 덤으로 할 수 있는 자전거가 화제다. 바로 정선에 있는 레일바이크다. 폐광 철로를 활용한 레일바이크는 올 한해 30만 명의 관광객이 다녀갈 것으로 예상되는 만큼 유명 관광지로 급부상했다. 아무도 생각하지 못했던 버려진 철로를 화려하게 부활시킨 장본인은 한국모노레일(주). 모노레일 전문 업체의 노하우로 탄생시킨 또 하나의 작품이다. 작품을 만들 때 시의적절하게 가장 든든한 힘이 되어준 것은 다름아닌 중진공의 사업전환이었다.

We've DREAM 레저관광산업의 새로운 지평을 열다

한국모노레일 황무영 대표의 경영철학은 '꿈과 즐거움'이다. 1993년 창업 이후 급경사지 화물승객운반용 모노레일을 생산, 설치하는 전문업체로 성장한 이 회사가 건축, 토목 뿐 아니라 레저관광 산업으로 관심을 기울이는 것은 황 대표의 경영철학을 살펴보면 어쩌면 당연한 결과다. 모노레일에 관한 수많은 특허기술을 보유하고 있는 한국모노레일은 건축, 토목, 레저관광산업 등 모든 분야에 걸쳐 많은 실적을 갖고 있다.

"모노레일은 철도에 비해 회전반경이 짧고, 사람들 수송하기에도 좋아요. 얼마든지 레일 길이를 연장할 수도 있습니다. 물론 긴 구간은 철도가 더 효율적이지만 중소형 교통수단으로는 모노레일이 더 많은 장점을 갖고 있어요. 그래서 관광지에서 선호하는 수단입니다."

놀이동산에서 본 모노레일만 떠올린다면 오산! 한국모노레일의 출발은 농업용이었다. 차나 경운기 등 다른 교통수단이 오르기 힘든 곳에 모노레일을 설치했다. 특히 과수원에서는 모노레일이 없으면 안 될 정도로 보급이 되어있다고 한다. 골프장이나 관악산 연주암, 오대산 상운사 등 사찰에도 설치되어 있으며 고지대의 군부대에도 부식을 나르기 위한 수단으로 모노레일이 운행되고 있다. 2007년 6월부터 운행을 시작한 삼척 대금굴 모노레일은 관광 모노레일의 또 다른 출발을 알렸다.

강원도 삼척시가 4년간 175억 원을 투입해서 개발한 1,610미터에 달하는 최고의 동굴인 만큼 자연을 훼손하지 않기 위해 공사도 산업용 모노레일을 설치해서 할 정도로 친환경을 고집했다. 누구나 쉽고 편리하게, 그리고 안전하게 볼 수 있다는 것은 모노레일의 가장 큰 장점이요, 매력이다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:20 AM 페이지44

We've NEW ITEM 독특한 아이디어, 독특한 아이템이 승부수

황 대표는 기존 모노레일이 갖는 수송 능력 및 수송 거리 등의 한계를 돌파하고 싶었다. 아이디어의 출발은 간단했다.

"지방에 보면 폐선된 철도들이 간혹 있잖아요? 그것을 보고 아이디어를 떠올렸어요. 철길 위를 기차가 아닌 것으로 달릴 수는 없을까? 아름다운 자연을 훼손하지 않는 방법은 없을까? 이 두 가지 문제를 놓고 고민하다보니 자전거를 변형해보는 것이 좋겠다는 생각이 들었어요. 철길 위를 자전거로 달린다고 생각하니 왠지 낭만도 있는 것 같았습니다."

한국모노레일은 기존의 노하우를 십분 발휘해 레일바이크 시스템을 개발했다. 기존 폐철로를 이용한 레일바이크는 전 세계 어디에서도 찾아볼 수 없는 독특한 아이템. 자전거 패달을 밟아 이동하기 때문에 레저스포츠도 겸하고 있다. 물론 두 발이 동력이 되기 때문에 이산화탄소 발생 등의 환경오염 문제와도 거리가 멀다. 철로를 활용하기 때문에 가끔 '땡땡땡땡'하는 신호에 맞춰 차단기가 내려오면 잠시 대기해야 한다. 처음 레일바이크를 설치하고 시범적으로 운영할 때 지나가는 사람들의 시선을 한 몸에 받은 기억도 있다.



사업전환지원을 통해 사업으로 구체화할 수 있게 된 하이벨로 시스템 조감도



삼척의 레일바이크 조감도

정선군 북면 구절리에서 아우라지까지 약 7.2km를 운행하는 레일바이크는 2006년 7월 1일부터 2007년 6월말까지 딱 1년 동안 16만 명이 탑승했다. 초기 1년의 수입은 약 12억 원. 그러나 지역경제 파급효과는 60억 원 이상을 올렸다. 이처럼 지역경제 파급효과도 톡톡히 보고 있어 이제는 정선 관광의 든든한 효자품목이 되었다. 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 레일바이크의 성공사례를 벤치마킹하려는 지자체가 늘어나고 있다.

레일바이크시스템을 갖추면서 한 단계 도약한 한국모노레일은 다시 한 번 도약을 꿈꿨다. 기존 철도가 없는 곳에서도 레일바이크를 할 수 있게 하는 방법을 고민했다. 특히 우리나라는 산악지대가 많아 경사지를 활용하는 장비나 장치가 필요한 경우가 많다는 점에 착안했다.

"모노레일은 라인이 하나잖아요. 철도는 2개이고. '그럼 모노레일을 2개 설치하면 철도레일의 장점을 갖출 수 있지 않을까?'하는 생각이 떠올랐어요. 그렇다면 활용범위도 넓어지고, 가치도 높일 수 있지 않겠어요? "

그러한 아이디어에서 출발한 것이 '하이벨로'시스템이다. 하이벨로는 토목공사가 필요 없는 현장맞춤식 레일설치로 지형을 원형 그대로 유지한다는 것이 가장 큰 특징이다.

또한 높이 조절은 물론 커브도 원하는대로 만들 수 있다. 어디든 설치가 가능할 뿐 아니라 원하는 만큼 길이 연장도 가능하고, 왕복이 가능해 많은 사람들이 빠르고

편리하게 이용할 수 있다. 간단한 유지보수로 시설관리가 쉽다는 것도 장점이다. 새로운 여가문화 아이템이 될 것이 분명했다.

We've APPROACH 보다 빠르게, 보다 쉽게 사업전환에 성공

"새로운 사업 아이디어를 구상하고, 도전할 때 가장 중요한 것은 '타이밍'입니다. 시장이 수용할 수 있는 적기가 있고, 자금 확보가 용이한 적기가 있어요. 이 모든 것이 타이밍입니다."

이런 의미에서 한국모노레일은 정확한 '타이밍'에 새로운 도전을 한 셈이다. 하이벨로 시스템 아이디어를 구체화시켜 나가던 과정에서 중진공과 인연을 맺게 되었기 때문이다. 2007년 중진공 주관으로 진행된 제16차 ABS 발행건으로 중진공 강원지역본부와 업무를 추진하게 된 것이 계기가 되었다. 신규 사업에 대한 소개를 듣던 윤달순 대리가 사업전환지원사업을 소개해 주었다.

"저희에게 딱 맞는 지원제도였어요. 하지만 그때 가장 큰 힘이 되었던 것은 윤 대리가 '이 아이템 재미있네요!'라고 해 준 것이었어요. 내부에서는 될 것 같다고 생각했지만 외부의 반응도 중요하잖아요? 정말 고마웠습니다. 성공 아이템이 될 것이라며 적극적으로 추천도 해주고, 여러모로 도움도 많이 받았어요."

가장 큰 문제는 하이벨로 시스템이 전무후무한 아이디어라는 것이다. 정확한 업종명도 없고, 적용할 수 있는 관련법도 없어 관계기관이나 지자체의 협조를 얻는 것도 쉬운 일이 아니었다. 하나하나 일일이 어떤 시스템인지, 파급효과와 장점에 대해 설명해야 했다.

물론 사업전환지원 신청서를 작성할 때도 어려움이 있었다. 다행히 이러한 어려



문경 가은 오픈세트장에 설치된 모노레일(왼쪽)과 삼척대금굴을 운행하는 모노레일(오른쪽)

움을 파악한 윤 대리가 유사한 업종명이나 관련법을 찾아주거나 서류 작성을 도와주는 등 적극적으로 지원해 주었다. 오히려 황 대표가 미처 파악하지 못했던 문제점들도 미리 발견해서 알려주기도 했다. 중진공 담당 코디들의 많은 경험과 노하우, 그리고 체계적으로 갖춰진 시스템이 큰 도움이 되었다.

"레일바이크의 성공을 발판으로 또 하나의 아이템을 준비할 때 가장 중요하게 생각했던 포인트는 사업전환의 시기였습니다. 우리가 지금이다! 라고 판단했던 시점에서 중진공의 사업전환자금 지원을 받을 수 있었기 때문에 하이벨로 개발에 박차를 가할 수 있었어요. 예상보다 훨씬 빨리, 수월하게, 그리고 가장 좋은 타이밍에 성공하게 되었습니다."

We've EFFECT 세계인의 '하이벨로'를 향해

"저희의 모든 노하우를 집약해서 만든 시스템이 하이벨로입니다."

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:20 AM 페이지 48

황 대표는 하이벨로 시스템에 대단히 만족하고 있다. 세계 최초의 아이디어이기 때문에 세계 특허도 획득했다. 하이벨로의 첫 스타트는 영암군이다. 올해 말부터 영암군 마한 문화공원 내에 국내 최초로 하이벨로 시스템이 도입될 예정이다. 이후 삼척시 해안선과 영암군 영산강변, 인천대공원, 서울 하늘공원 등에서 하이벨로의 도입을 검토하고 있으며, 일본 및 미국 등지에도 하이벨로 시스템을 수출할 계획이다. 이미 해외에서도 많은 관심을 보이고 있다. 하이벨로 매출은 2009년에 40억 원을 시작으로 2010년까지 총 매출 140억 원을 달성할 것으로 예상되며, 전체 매출의 30% 가량을 하이벨로가 차지할 것으로 기대된다.



모노레일 모형을 앞에 두고 사업을 설명 중인 황무영 대표

황 대표는 무엇보다 중진공의 정책자금을 받게 되어 개발한 아이템이다 보니 회사의 신인도가 높아지는 계기가 되었다고 말한다.

"그동안 잘 몰라서 이용하지 못했던 중진공의 다양한 중소기업지원사업을 접할 수 있어 큰 보탬이 되었습니다. 앞으로 중진공과 함께 많은 사업에 동참해 혼자는 할 수 없는 일을 같이 이뤄내는 기쁨도 느끼고 싶어요. 중소기업으로 든든한 동반자를 만나게 된 셈이죠."

하이벨로의 빠른 개발 성공은 회사 전체의 성장을 빠르게 이끄는 원동력이 되었다. 국내 뿐 아니라 세계 시장에서 당당히 경쟁력을 갖춘 최고의 회사가 될 수 있는 힘을 얻은 것이다. 한국모노레일의 비전은 세계 최고의 친환경 도심교통시스템을 만들어 나가는 것. 이는 모노레일과 하이벨로의 장점을 조합하고, 새로운 기술을 접목하여 인간을 위해 저렴하고, 쉽고, 안전하고, 친환경적인 도심교통시스템을 개발해 보급하는 것이다. 또한 전국 각지 및 전 세계 곳곳에 하이벨로 시스템을 설치하고 하이벨로 동호회를 조직하여 세계적인 새로운 레저문화로 '하이벨로'를 발전시키는 것이 목표다.

꿈과 즐거움을 찾는 황 대표의 아이디어는 무궁무진하다. 제방이나 해변에서는 돛을 이용한 하이벨로나 GPS를 연결한 하이벨로 등 다양한 아이템으로 발전시킬 계획이다. 전 세계에 하이벨로 클럽을 만들고, 그 중심에는 대한민국이 우뚝 서는 꿈도 꾸고 있다. 한국모노레일의 변화는 곧 경쟁력이다. 앞으로의 변화와 도전이 기대되는 이유다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 강원지역본부 **윤달순** 대리

기발한 아이디어와 추진력 돋보여

처음 하이벨로 시스템에 대해 얘기를 들었을 때 재미있는 아이디어라는 생각이 들었다. 무엇보다 정선의 레일바이크 성공사례가 있었기 때문에 더욱 확신을 가질 수 있었다.

한국모노레일의 첫 번째 성공요인은 **세계 최초로 시도된 독창적인 아이디어**라는 점이다. 전국 모노레일 설치 노하우를 보유한 업체답게 앞서가는 기술력과 반짝이는 아이디어를 합쳐 레일바이크, 하이벨로 등 틈새시장 공략에 성공했다. 그 결과 국내 뿐 아니라 세계에서도 관심을 기울이는 하이벨로 시스템을 국내 최초, 아니 세계 최로로 개발했다.

두 번째 성공요인으로는 **CEO의 적극적인 추진력**이다. 처음이라는 것은 도전할 만한 가치가 있긴 하지만 수없이 많은 난관을 헤쳐 나가야 하기 때문에 어려움이 많은 것이 사실이다. 적극적인 추진력 없이는 중도에 포기할 수도 있는데, 한국모노레일은 이를 거침없이 추진해 혁혁한 성과를 이끌어 냈다.

We've DNA

업종추가 02



고유 브랜드로 세계를 누비다

"

기업을 하는 CEO라면 누구나 같은 꿈을 꿉니다. 우리 회사 고유의 이름표를 단 제품을 만드는 것이 그들의 꿈입니다. 제조업이라는 험난한 바다에 뛰어들어 온갖 어려움을 헤쳐내고 자식 같은 제품을 세상에 내놓은 기업이 있습니다. 힘든 시기를 고유 브랜드로 이겨낸 그들의 사업전환 도전기를 들려 드립니다.

"

업종 추가 **02**

(주)아이에스텍

회사 개요

설립일	1995년
대표	공영삼
기존사업	금형
추가업종	전기, 전자제품
매출규모	70억 원(2008년 예상)
소재지	광주광역시 북구 월출동 970-27

사업전환이 비상을 위한 도움닫기

한 젊은 중소기업인이 있다. 그는 일할 때마다 늘 대중가요 '거위의 꿈'을 불렀다.사람들은 그 이유를 몰랐다. 하지만 최근 그 비밀이 드러났다. 그가 운영하는 금형전문회사 (주)아이에스텍이 올해 놀라운 일을 벌였다. 온수매트를 개발하여 완제품 시장에 도전한 것이다. 이 제품은 국내는 물론 이미 수출시장에까지 뛰어들었다. 그가 꿈꾸던 거위의 꿈이 드디어 비상을 시작한 것이다. 업종추가가 바로 그 핵심이었다. 여기에 중진공의 사업전환지원이 한몫을 거들었다. 자체브랜드를 단 완제품으로 세계 시장에서 뭔가를 보여주겠다는 (주)아이에스텍의 내일이 더욱 궁금해지기 시작했다.

We've DREAM 자체브랜드를 단 제품으로 성공한다

"그래요 난, 난 꿈이 있어요 그 꿈을 믿어요 나를 지켜봐요. 저 차갑게 서 있는 운명이란 벽 앞에 당당히 마주칠 수 있어요."

인순이가 부른 '거위의 꿈'을 떠올리게 하는 사람이 있다. 금형분야에 뛰어들어 20여 년간 오직 한 우물만 파온 올해 서른 일곱살의 젊은 사장 공영삼 대표. '금형박사'로 불릴 정도로 관련 노하우가 대단한 사람이다.

그의 꿈은 무겁고 차가운 쇳덩이 금형이 끝이 아니다. 금형은 너무 무거워서 안고 날아갈 수 없지만 제품은 세계 어디든지 가슴에 안고 날아다닐 수 있기 때문에 그의 꿈은 자체브랜드를 단 제품으로의 성공이다. 그가 지금 거위의 꿈을 조금씩 일구어 가고 있다.

광주시 월출동 첨단산업단지에 자리한 (주)아이에스텍은 지난 2000년 금형업계에서 잔뼈가 굵은 공영삼 대표가 창업한 회사다. 세상이 어떻게 돌아가는지조차 모를 만큼 어린 시절부터 금형업계에 뛰어들어 경력과 노하우를 쌓은 후 회사를 설립했다. 그 자체만으로도 그는 주변사람들로부터 성공했다는 말을 들었다.

하지만 그의 꿈은 따로 있었고 잠시 숨겨져 있었을 뿐이다. 큰 욕심 없이 일에만 빠져 사는 공 대표는 창업 이후 냉장고, 세탁기 등의 백색가전과 농기계 벤처기업의 신제품 및 개발기술 금형을 제조했다. 양산제품이 아니기에 직원 수와 규모를 크게 늘려야 할 이유가 없었다. 그래서 실속경영을 통해 작지만 기술력 강한 중소기업으로 키웠다.

하지만 최근 몇 년간 국내 백색가전의 수익성 악화와 더불어 원부자재가 상승 및 인건비 동반상승으로 수익성이 악화되고 인력구조조정 등의 여파로 인해 아이에스텍

의 성장도 제자리걸음을 했다. 거위의 꿈(?)을 실현하겠다고 다짐했던 공 대표는 결심을 했다. '기회는 이때다'라고 마음 먹고 새로운 업종추가를 통한 완제품시장에 도전장을 내밀었다.

We've NEW ITEM 전기매트의 단점을 해결한 온수매트로 승부

(주)아이에스텍이 선택한 신제품은 온수매트였다. 여전히 전기매트가 널리 사용되고 있지만 전자파 등의 우려에 따른 소비자들의 욕구는 차별화된 매트를 요구했고 이에 따라 몇 년 전부터 온수매트가 등장했다. 온수매트는 형태는 기존의 전기매트와 같지만 전기가 아닌 온수로 열을 발생시키기 때문에 소형 보일러가 필수다. 따라서 매트와 보일러가 함께 있어야 한다.

하지만 기존에 우후죽순처럼 나와 있는 제품들은 대부분 저가형으로 고장이 잦고 소음이 발생하는 문제점을 안고 있었다. 특히 소음문제는 야간에 가정에서 사용하는 특성 상 반드시 해결해야 할 과제였다. 하지만 영세하기만 한 온수매트 업체들이 한때 반짝 장사를 한 후 사라지는 식의 관행이 지속되면서 기술 업그레이드는 뒷전으로 밀려나 있었다.

아이에스텍은 개발 시 바로 이 점에 주안점을 두었다. 제품개발에 필요한 기술은 그다지 어렵지 않았다. 가장 중요한 것이 디자인과 금형개발인데 기구설계-금형설계-가공-조립 등은 자체기술로 가능했고 시제품 테스트까지의 전 과정에 필요한 생산시스템도 갖추고 있었다. 디자인에도 많은 공을 들였기 때문에 언뜻 보면 소형 로봇청소기처럼 외관이 깜찍하고 산뜻했다.

이쯤 되면 성공이나 다름없지만 문제는 있었다. 온수매트에 대한 체계적인 정보



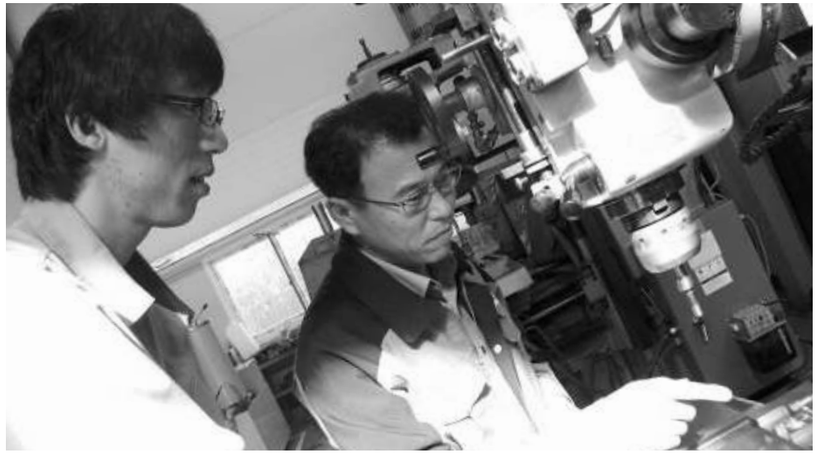
아이에스텍이 사업전환 아이템으로 개발한 온수매트와 보일러

와 자료를 확보하고 있는 업체나 기관이 없는 만큼 작은 나사 하나하나까지 일일이 발품을 팔아야만 구할 수 있었다.

공 대표와 함께 개발 주축이 되어 움직인 최을기 상무는 "이러한 과정 때문에 불필요한 시간과 노동력이 낭비되었다. 물론 다 확보한 후에는 나름대로 큰 자산이 되었지만 지나온 과정은 머리를 흔들 만큼 힘들었다"며 당시의 애로사항을 털어놓았다. 또 다른 한 가지 문제는 자금이었다. 개발과정에서 R&D 자금이 무려 3억 원이나 들어갔다. 양산과 제품 업그레이드를 위해서는 2억여 원의 추가 자금이 필요했다. 자금이 확보되지 않으면 사업전환의 기간만 길어지고 회사로서는 그만큼 힘들어질 수밖에 없는 상황이었다.

We've APPROACH 디자인, 품질, 가격경쟁력 확보에 주력

아이에스텍은 지난 2006년 말 하남공단에서 지금의 첨단산업단지로 이전했다. 이때 중진공의 지원을 받았고 이로 인해 사업전환지원제도에 대한 정보도 접하게 된 경



아이에스텍의 기존사업은 금형제조였다.

우다. 이에 따라 양산을 앞두고 2007년 말 중진공으로부터 1억 원의 사업전환자금을 지원받았다.

2008년부터 품질과 디자인이 특화된 온수매트 'ECO'를 양산해 국내시장은 판매전문회사를 통해 시판하고 일부는 일본으로 수출했다. 완제품 시장에 뛰어들 경우 가장 큰 어려움은 마케팅이다. 하지만 마케팅 이전에 더 큰 난제가 발생했다. 2007년 개발 당시에 비해 생산원가가 30% 이상 늘어난 것이다. 명품이 아닌 이상 제품이 아무리 좋아도 시장에서 통용되는 가격이란 한계가 있는 법이다. 다행스럽게도 조립만 아웃소싱을 하고 생산시설을 자체확보하고 있었고 금형을 직접 개발하는 회사이기에 원가상승에 따른 어려움을 생산공정에서의 비용절감을 통해 어느 정도 해결할 수 있었다. 일례로 동종 경쟁업체에 비해 1/3 정도로 원가와 시간을 단축시킬 수 있었다.

여기에 내수만이 아니라 수출시장까지 동시에 공략한다는 전략을 세웠다. 제품가격이 저가가 아니므로 장기적으로 볼 때 내수보다는 수출시장에서의 판매증가가 기대되기 때문이다. 이에 따라 일본 수출 제품의 품질 업그레이드에 주력했다. 그 덕분에 2008년 8월 사업전환사업의 기술혁신자금을 지원받아 완성품의 핵심부품인 BLDC IMPELLER PUMP의 품질을 향상시킴으로써 경쟁력을 확보했으며 이로 인해 판매량도 계획보다 20% 이상 높일 수 있는 계기를 마련했다.

We've EFFECT 'Made in Korea'를 실현할 메이커 'ISTEC'

아이에스텍의 2006년 매출액은 총 7억 원에 불과했으며 2007년 역시 7억3천만 원에 그쳤다. 그러나 온수매트 판매로 인해 올해에는 20억 원에 달할 전망이다. 이 중 13억 원이 신제품 매출로 예상된다. 더 나아가 2009년에는 전체 매출이 60억 원까지 달성될 수 있을 것으로 보인다.

수출의 경우 2008년은 1억 원에 그쳤지만 일본 소비자들의 욕구에 부응하는 품질



조립만 아웃소싱하고 금형설계를 비롯해 모든 생산시설을 확보하고 있다.



직원 수는 적지만 단합이 잘돼 가족같은 분위기로 일한다.

향상으로 내년에는 크게 늘어날 전망이다. 또한 업종추가에 의한 신제품 개발로 직원 수도 3명 더 늘어나 11명이 되었는데, 예상대로 매출 증가가 이루어진다면 내년에는 10여 명의 인력을 더 채용해야 할 전망이다.

사업전환의 성공적인 진행과 관련해 공 대표는 "중소기업이 완제품 시장에 제품을 내놓는 것은 정말 쉽지 않은 일이다. 우리 회사 역시 여러 가지 장점은 있지만 자체 힘만으로는 어려운 점이 많았다. 공장 이전 때부터 지금까지 지속적으로 연계지원을 해주고 있는 중진공이 있기에 새로운 비전을 찾을 수 있었다"고 전했다.

아이에스텍은 이번 업종추가에 의한 완제품 시장 진입에 힘입어 앞으로도 틈새시장 공략이 가능한 차별화된 가전제품을 개발하겠다는 각오다. 특히 내수보다는 수출시장을 겨냥할 수 있는 제품을 만들어 'ISTEC'이라는 브랜드를 확산시킬 계획이다. 기존사업을 유지하면서 신규사업에 뛰어들어 성공하려면 무엇보다 아이템 선택과 신속한 대응이 필수다. 이런 점에서 볼 때 아이에스텍은 두 가지 조건을 잘 갖춘 회사임에 분명하다. 또한 기술력과 생산설비 확보도 탄탄한 경쟁력의 버팀목으로 작용했다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 광주지부 **정성택** 과장

자체생산시스템 확보 및 CEO의 설계 노하우 탁월

공 대표는 아이디어만 있으면 뭐든지 만들어낼 수 있을 만큼 현장경험이 풍부한 젊은 CEO다. 늘 **현장위주의 경영을 추구하는 모습**이 대외적으로 좋은 이미지와 신뢰를 주고 있다. 또한 공 대표는 직접 아이디어를 찾아 사업화를 위해 사전에 충분히 검토를 한 후 본격적으로 뛰어드는 편이다. 이 같은 철저한 사전준비가 시행착오를 줄여 사업전환도 신속하게 진행된 것이라고 본다. 또 **다양한 특허와 기술노하우, 생산 시스템을 확보**하고 있어 신제품 개발 시 시간과 비용을 크게 줄일 수 있었다.

이번 사업전환 성공에 이어 아이에스텍은 내년 초에 또 하나의 신제품을 출시할 예정이다. 이미 개발이 끝난 상황이어서 내년에는 올해 개발된 신제품 온수매트와 함께 자체브랜드 시장을 한층 더 강화해나갈 것으로 기대된다.

업종 추가 **02**

(주)케이에스엠

회사 개요

설립일	1992년
대표	김경락
기존사업	프레스, 판금
추가업종	전기온풍기, 제빙기
매출규모	16억 원(2008년 예상)
소재지	인천시 서구 왕길동 128-152
홈페이지	www.ksmw.co.kr

회사를 살린 사업전환

오르막길이 있으면 내리막길이 있다. 하지만 다시 또 오르면 된다. 경영은 도전이며 넓은 시장은 성공하는 자의 식탁이다. 성공과 실패 그리고 다시 재기로 대역전의 기회를 맞이한 (주)케이에스엠. 이 회사는 요즘 신이 났다. 남들은 하나도 힘든데 자체 브랜드를 단 두 가지 신제품이 출시되어 판매되고 있기 때문이다. 하지만 이 회사도 급격한 시장환경 변화로 한때는 매출규모가 내려앉았고 부채도 늘어났다. 위기상황에서 공장을 매각하여 부채를 정리하고 규모를 축소시켰다. 50명이던 직원은 7명으로 줄었다. 하지만 좌절하지 않고 다시 일어섰다. 전기온풍기 '에콜로(ECOLO)'와 제빙기 '네오트(Neot)'가 바로 이 회사의 재기 성공작이다.

We've DREAM 비전은 찾기 나름이다

성공, 추락, 부활로 이어지는 역사는 사람이든 기업이든 한편의 드라마 같은 일이다. 이는 아주 특별한 일처럼 보이지만 실제로 우리 주변에서 일어나고 있다. 한 중소기업이 있었다. 화려했던 시절도 있었다. 하지만 그 시절은 가고 존립 그 자체가 힘든 시기가 왔다. 인정하고 싶지 않은 상황이었지만 현실이었다. 하지만 포기하지 않았다. 다시 일어서기 위해 새로운 길을 선택했고 그 선택은 지금 부활을 꿈꾸게 하고 있다.

금형 및 제품설계 전문가였던 김경락 대표가 1992년에 창업한 (주)케이에스엠은 컴퓨터와 통신기기 부품 프레스와 판금사업을 중심으로 꾸준히 성장했다. 2000년에는 직원 수 50여 명에 연매출 40억여 원을 올리는 회사로 인천남동공단에 공장만도 두 개 동이나 확보하고 있었다.

하지만 그 후로 시장변화는 급물살을 탔다. 제품 완성업체들의 해외이전과 중국산 저가제품의 내수시장공략, 거래업체의 지속되는 납품단가 인하 요구, 시장경쟁의 격화 등으로 인해 2002년에는 매출이 20억 원대로 내려앉았고 부채도 늘어났다. 위기상황에 봉착한 것이다. 공장 한 개 동을 매각하여 부채를 정리하고 규모를 축소시켰다. 하지만 그것만으로는 문제가 해결되지 않았다.

비전이 보이지 않으니 뭔가 새로운 변화가 필요했다. 일단 김 대표는 남동공단의 공장을 완전히 매각하고 직원 7명만 데리고 지금의 서구 왕길동 매립지 인근 공단으로 이전했다. 남은 자금으로 6,600평방미터의 부지를 구입하여 공장 건물을 짓고 기존의 사업 일부를 이끌어갔다. 이때부터 김 대표는 사업전환 아이템을 모색하기 시작했다. 획기적인 변화가 없이는 아무것도 안 된다는 절박한 심정이었다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:21 AM 페이지62

We've NEW ITEM 온풍기와 제빙기 두 마리 토끼를 잡자

김 대표가 택한 변화는 업종추가를 통한 사업전환이었다. 단 그는 아이템 선정 시 몇 가지 기준을 정했다. 자체 브랜드를 내걸 수 있는 제품이어야 하며 기존의 기술을 접목시킬 수 있어야 한다는 것 그리고 안정적인 매출이 발생하는 아이템이어야 한다는 것이었다. 2005년에 그는 전기온풍기와 제빙기 두 가지를 신규사업 아이템으로 정했다.

프레스와 판금기술 및 인력을 확보하고 있는데다 자체 브랜드를 달고 틈새시장을 공략하기에 좋은 사업이며 겨울과 여름 서로 상반된 계절성 제품이므로 서로 엇갈리며 비수기를 대체할 수 있었기 때문이다.

또한 제빙기는 당시만 해도 수입제품이 시장의 50%를 차지할 정도여서 제품의 차별화만 기하면 내수시장에서의 성공이 한결 빠를 것이라는 기대를 갖게 했다. 더욱이 국민소득 2만 달러 시대에 접어들면 제빙기 시장은 본격화되므로 장기적으로 볼 때 성장이 예약된 아이템이나 다름없다.

2006년 먼저 온풍기 개발에 들어갔다. 기존의 제품과 차별화된 제품을 개발하는 기간은 그리 오래 걸리지 않았다. 개발전문인력과 경험 부족 등으로 인해 많은 시행착오를 겪긴 했지만 1년 만에 제품 양산에 들어갈 수 있었다. 이 즈음 두 번째 제품인 제빙기 개발에 착수했다. 하지만 먼저 개발한 제품이 시장에서 매출을 발생하기도 전에 또 다른 제품 개발이 진행되었으니 자금난에 봉착할 수밖에 없었다. 총 개발비용 12억 원 중 이미 절반 이상이 투자된 상황이었다. 게다가 온풍기 양산에 들어갔지만 신규제품에 대한 정확한 수요예측의 실패와 이로 인한 재고부담으로 인해 운전자금에 어려움을 겪고 있었다.



전기온풍기 '에콜로(ECOLO)'는 6단계 센서기능을 통해 차별화를 기했다.

이 때까지만 해도 중진공의 지원제도나 정책을 활용하지 않고 있던 김 대표는 매스컴을 통해 우연히 중진공 역할에 대해 알고 난 뒤 중진공 인천지역본부를 찾아가 상담을 의뢰했다. 이것이 계기가 돼 사업전환 승인을 받고 그해에 운전자금 1억5천만 원을 지원받았다.

We've APPROACH 사업전환 연계지원으로 제품양산에 박차

케이에스엠은 사업전환 운전자금 지원 덕분에 자칫하면 포기할 뻔했던 제빙기 개발에 속도를 낼 수 있었다. 동시에 전기온풍기 '에콜로(ECOLO)' 마케팅에도 힘을 내게 되었다. 이미 대기업 제품들이 시장을 잠식하고 있는 상황이어서 마케팅이 그리 쉬운 일은 아니었다.

하지만 전국에 20여 개의 총판을 확보하면서 온풍기 판매량이 늘기 시작했다. 여기에 6단계 센서기능을 통한 안전장치 실내자동온도감지기능과 무연소방식, 저소음



제빙기는 최근 두바이, 사우디 등 해외에도 샘플이 나가 있다.

설계 등을 강점으로 내세우면서 차별화를 기했다.

또 2007년 말에는 제빙기 '네오트(Neot)' 개발을 완료하고 판매에 들어갔다. 제빙기의 경우 기존의 막강한 경쟁업체로 인해 시장 진입이 어려웠던 아이템이었다. 때문에 많은 중소기업들이 시장에 도전장을 냈지만 도중하차하는 일이 비일비재했다. 개발 양산에 따른 자금력 부족과 마케팅 실패가 주요 원인이었다. 하지만 케이에스엠의 경우 자체기술 및 제조 능력을 갖추고 있는데다 제품디자인 전문가인 김 대표의 노하우가 접목되어 세련된 디자인의 다양한 모델이 동시에 탄생했다. 이 제품 역시 전국 총판과 대리점 20여 곳을 확보하여 시장에 뛰어들었다. 문제는 마케팅이었다.

제품 판매가 활성화되기도 전에 기존업체로부터 특허관련 소송이 들어왔다. 신뢰와 기술 노하우를 자존심으로 여겼던 김 대표로서는 당당하게 소송에 응했고 그 결과 케이에스엠의 진실이 확인되었다. 하지만 이 일로 김 대표의 마음고생은 더없이 컸고, 마케팅 활동도 제대로 펼치지 못했다.

케이에스엠은 2007년에 이어 사업전환 연계지원으로 올해에도 운전자금 1억 원을 지원받아 원부자재구매 등에 활용하면서 매출 성장을 일궈냈다. 사업전환 시 매출이 본격적으로 발생할 때까지 운전자금이 유지가 되어야 한다. 도중에 자금이 부족해지면 그 사업은 빛도 보지 못하고 물거품이 될 수밖에 없다. 이런 점에서 볼 때 2년간 두 차례에 걸친 중진공의 운전자금 연계지원은 매우 효과적이었다는 게 김 대표의 평가다.

We've EFFECT 100억 원대 매출 가능한 효자 아이템

"사업전환을 하지 않았다면 밥 굶을 뻔 했죠. 위기에서 사업전환을 선택한 것 그리고 사업전환지원제도를 적극적으로 활용한 것은 최근 5년 동안 제가 한 것 중 가장 잘한 일이라고 생각합니다."

김 대표는 사업전환지원제도에 대해 만족스러워 했다. 결국 케이에스엠이 업종추가로 개발한 전기온풍기 '에콜로(ECOLO)'와 제빙기 '네오트(Neot)'의 판매액은 올해 매출 16억 원 중 6억 원에 달했다. 지난해의 경우 불과 1억 원에 그쳤지만 올해부터



생산라인의 자동화를 통해 생산인력을 최소화시켰다.



위기상황에서 사업전환을 실시해
자체 브랜드 제품을 두가지나 개발한 김경락 대표

는 시장 진출이 안정적으로 이루어져 매출이 급상승하고 있는 것이다.

온풍기는 20~170만 원 선, 제빙기는 78~290만 원 선으로 결코 저가제품이 아니며, 제빙기의 경우 내수시장에서 국산 제품 규모가 70%로 확대된데다 수요처의 지속적인 증가가 예상되고 있다.

게다가 건설현장에서 사용되는 이동식 대용량 제빙기 개발로 차별화된 시장도 공략 하고 있어 앞으로의 시장 점유율은 더욱 확대될 것으로 보인다. 이쯤 되면 성장과 추락이라는 과정을 거쳐 제2의 성공시대를 열고 있는 것이 확실하다.

그런가하면 현재 얼음정수기와 의학산업용 특수제빙기도 개발하고 있는 중이다. 2009년에 국내에서 열리는 식품기기전시회에서 신제품을 선보일 예정이며 내년의 경우 기존사업의 매출은 10억 원, 업종추가에 의한 매출은 16억 원(제빙기 10억원, 온풍기 6억원)으로 총 26억 원을 예상하고 있다. 특히 제빙기는 향후 100억 원대까지 매출이 증가할 수 있는 효자아이템이 될 것으로 기대된다.

현재 마케팅의 다각화를 통해 최근 두바이, 사우디, 필리핀 등 해외수출시장에 제빙기 샘플이 나가 있는 상황이며 내년부터는 본격적으로 해외수출이 이루어 질 것으로 내다보고 있다.

역전의 성공 드라마는 어느 기업이든지 만들 수 있다. 하지만 무너지는 것은 순식간이며, 다시 일어서기란 그리 쉬운 일이 아니라는 점에서 케이에스엠의 최근 5년은 한편의 멋진 성공 드라마가 아닐 수 없다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 인천지역본부 **시호문** 과장

CEO의 강력한 의지, 공급망 확보가 관건

케이에스엠의 성공요인은 첫째, 임가공업(기존의 영위업)이 아닌 자사제품 제조 및 판매에 대한 **CEO의 강력한 의지**다. 두 번째 성공요인은 사업전환제품의 개발과 초기 시장진입에 대응할 수 있는 **여유있는 자금력을 보유**하고 있었다는 점이다. 또 세 번째로는 오랜 사업 경험을 통해 **공급망(외주생산업체, 부품공급선 등)을 효율적으로 구축**할 수 있었던 점이다.

한 가지도 아닌 두 가지 제품을 동시에 개발한 것은 물론이고 중소제조업체로서는 꿈이나 다름없는 자체브랜드를 달고 시판한다는 점에서 케이에스엠의 사업전환은 갈채를 보낼만하다. 더욱이 아직까지는 재고물량에 대한 부담도 없으며 제빙기 '네오트(Neot)'의 경우 차별화된 틈새시장을 집중공략하는 전략을 펼치고 있다. 이런 케이에스엠의 오늘을 보면 '고진감래(苦盡甘來)'라는 고사성어가 잘 어울리는 기업이 아닌가 싶다.

동양이앤에스

회사 개요

설립일	1991년
대표	이경식
기존사업	연사제조 및 실가공
추가업종	원단편조
매출규모	15억 원(2008년 예상)
소재지	부산광역시 강서구 송정동 1737-1
홈페이지	www.dyeagle.co.kr

섬유업계의 새로운 성공 모델

때돈을 벌지는 못했지만 섬유업계에서 잔뼈가 굵어 이제 나이 60을 눈 앞에 둔 섬유업계 산증인이다. 하지만 시대변화는 인생의 3분의 2를 업계에 쏟은 그의 발등을 잡았다. 중국산 저가제품의 시장공세는 원단전문가로서 어렵게 일군 그의 사업체를 뒤흔들었다. 그는 새로운 변화를 스스로 선택했다. 자체브랜드를 단 완제품 시장에 대한 도전이 바로 그것이었다. 위기에 피하지 않고 오히려 새로운 아이템으로 당당하게 도전한 주인공은 동양이앤에스의 이경식 대표였다. 항균은사 개발과 함께 항균제품을 개발하여 자체 브랜드인 'SILVER HEALTH TEX'로 국내외 시장에 출시했다. 과정은 길고 어려웠지만 결과는 성공이다. 힘들고 어려운 기로에서 중진공 사업전환제도가 힘이 되어 주었다.

We've DREAM 시대에 맞는 차별화된 신제품이 필요하다

부산 녹산공단에 자리한 동양이앤에스의 비전은 '차별화된 아이템으로 고부가가치를 추구한다'는 전략이다. 항균원단, 항균신발깔창, 항균패드, 욕창방지용 패드 등의 고부가가치의 신제품 개발로 새로운 희망을 찾고 있는 동양이앤에스는 예전에는 한번도 한 적이 없었던 해외시장 공략을 위한 외국 전시회 참가 및 마케팅에 적극 나서고 있는 중이다.

동양이앤에스는 본래 재봉사를 주력제품으로 생산하는 연사제조 및 실가공전문업체다. 지난 1991년에 설립해 재봉사로 업계에 발을 내딛은 후 생산, 영업 등을 두루두루 거치면서 40여 년간 오직 한 길에만 몸 담아온 이경식 대표의 인생 열매 같은 것이었다. 업계 전문가답게 이 대표는 신발, 의류, 커텐 등에 사용되는 재봉사 및 자수사 등을 연사 등의 공정을 거쳐 생산하면서 꾸준히 성장을 거듭했다. 그 결과 인도네시아, 베트남, 중국 등으로 수출이 늘어나면서 1998년에는 중소기업진흥공단 지정 수출 유망중소기업으로 선정되는가 하면 2000년에는 직원 수 20명, 매출규모 20억 원으로 개인 사업으로서는 꽤 알차게 성장했다.

하지만 2000년에 들어 서면서 섬유 경기는 침체기를 맞이했고 이에 따라 동양이앤에스도 흔들리기 시작했다. 중국산



동양이앤에스는 앞으로 은사제품으로 일본시장을 공략하겠다는 전략이다.



동양이앤에스는 원래 연사제조 및 실가공전문업체였다.

저가제품들의 수입으로 인한 과열경쟁으로 내수시장의 수요가 감소했고 원사가격의 인상폭에 비해 제품단가에 반영되는 폭이 적어 수익성 악화로 이어졌다. 이 같은 위기 앞에서 섬유업계에 평생을 몸담아온 이 대표는 사업을 포기해야 하는 것은 아닌지 갈등을 했다. 매출은 급감하고 인건비는 상승하는 상황에서 적자 운영을 할 수는 없었다. 그렇다고 사업을 포기하는 것은 자존심과 오랜 경력이 허락하지 않았다. 이때부터 이 대표의 새로운 도전이 시작되었다. 차별화된 신제품을 개발하자는 것이었다.

We've NEW ITEM 자체 브랜드를 달다

경력이 탄탄한 이 대표는 자신의 노하우와 회사의 원사가공 기술을 합쳐 차별화된 원사 및 제품개발에 초점을 맞추었다. 다름 아닌 항균 은사와 자체 브랜드를 내건 제품개발이었다. 하지만 인력이 풍부하지 않은데다 개발에 따른 비용문제 등을 무시



항균원사로 만든 신발깔창(왼쪽)과 'SILVER HEALTH TEX' 라는 자체 브랜드의 항균은사패드(오른쪽)

할 수 없는 일. 물론 하루아침에 이루어지리라는 기대는 하지 않았지만 신제품 개발까지 무려 5년이라는 시간이 걸렸다.

은사개발 이전에 먼저 2001년에 동부산대학 산학협력을 통해 국내 최초로 전기가 통하는 실인 '도전사'를 개발했다. 그리고 이어서 2002년에는 녹산공단으로 신축 확장 이전을 꾀했다.

그 후로도 항균은사개발은 지속되었다. 순은 가루를 입힌 고급 원사로 여기에 진드기를 제거하여 아토피성 피부에 항균효과를 주는 기능, 악취제거, 수분을 흡수시키고 이를 빨리 건조시키는 '쿨에버' 기능 등을 추가시키는 작업이었다. 의외로 자체개발은 빨랐지만 이를 상품화시키기 위한 과정과 양산까지의 준비는 그리 쉽지 않았다.

결국 2004년에 실용신안등록 출원에 이어 2005년에는 'SILVER HEALTH TEX' 상표등록도 마쳤다. 하지만 제품이 소비자들로부터 인정받고 신뢰받으려면 시험성적서가 필요했다. 이로 인해 테스트 기간이 길어졌다. 개발 후 양산과정까지 시간이 길어진다는 것은 사실 사업전환을 성공적으로 이끄는 데 가장 큰 걸림돌이나 마찬

가지였다.

게다가 양산을 하려면 설비투자가 필수인데 이도 문제가 됐다. 특히 원사를 생산하는 외주업체들의 경우 규모가 영세하여 자체설비 능력이 없으므로 이에 따른 지원이 필수였다. 당시 동양이앤에스에 수시로 방문하여 기술지도에 많은 도움을 주고 있었던 중진공 부산지역본부 박충환 부장은 자금으로 애로를 겪고 있는 이 대표에게 중진공이 실시하는 사업전환지원제도를 소개했다. 이것이 결국 터닝포인트가 되었다.

We've APPROACH 국내외서 품질인증 받은 기술

2006년 동양이앤에스로 상호를 변경한 후 기술평가와 SANITIZED LICENCE 등록을 마친후 FITI(시험연구원)에서 부직포 및 원사 항균 시험성적서를 받았다. 2007년 6월에 사업전환 승인을 얻어 원자재구입을 위한 운전자금 3억 원을 지원받았다. 그야말로 숨통이 확 트이는 일이었다.

2006년부터 이미 항균은사는 일부 판매되었지만 항균원사로 만든 신제품은 개발만 해놓고 양산이 늦어지고 있었기 때문이다.

항균신발깔창은 소비자 가격이 8,000원에서 1만 7,000원대로 고가가 아니어서 할인점에서 판매가 이루어지기 시작했다. 하지만 욕창방지용 패드나 항균패드 은사 등은 고가인 것이 문제였다. 국내에서 일반소비자를 타깃으로 하기에는 10만~20만 원대에 달하는 가격이 부담스러울 수밖에 없는 것. 하지만 특수 원자재가 차지하는 가격을 무작정 낮출수만도 없는 입장이었다. 제품은 고부가가치 신제품이지만 수용의 한계에 부딪히게 된 것이다.



자동화 설비가 갖추어진 공장

그래서 동양이앤에스는 가까운 일본의 소비자들을 마케팅 타깃으로 삼았다. 깐깐한 일본 소비자들에게 이름없는 한국 중소기업의 제품이 그냥 먹혀들어갈 리가 없었다. 그래서 이 대표는 올해 초 일본 시험기관에 항균력 시험성적서를 의뢰했고 결과는 매우 좋게 나타났다. 일본제품의 경우 진드기 근접율이 50% 이상이면 합격선으로 인정받는데 동양이앤에스의 제품은 무려 78%로 나타났다. 여기에서 용기를 얻은 이 대표는 지난 9월 동경에서 열린 '제35회 동경국제복지전시회'에 제품을 들고 나갔다. 이로 인해 전시회 기간 동안 28개 업체 담당자들과 심도 깊은 상담을 할 수 있었고 그 후 순식간에 일본시장에 홍보가 되는 쾌거를 올렸다.

We've EFFECT 2009년 매출 40억 원 기대

일반 소비자를 대상으로 하는 제품은 무엇보다 품질에서 인정받아야 한다. 국내외

에서 제품에 대한 우수성을 인정받은 항균원단, 항균패드, 욕창방지용패드, 신발깔창 등은 2007년부터 본격적으로 매출을 발생시키고 있다. 2007년의 경우 매출 8억5,000만 원 중 50%가, 2008년은 매출 15억 원 중 70%가 사업전환에서 만들어 낸 신제품에서 발생한 매출이다.



제품 차별화를 위해 국내외에서 품질인증을 받기위해 다양한 사험성적서를 받아 낸 이경식 대표

현재 이 제품들은 신발깔창이 GS리테일숍 95개 매장에 입점해 있으며 항균패드는 이마트 20개 점에 입점해 있다. 또 항균원단, 항균패드, 욕창방지용패드 등은 일본으로도 수출되고 있다. 일본수출시장의 경우 월 3억 원대가 될 전망이다. 이에 따라 내년의 경우 매출은 더욱 급증하여 40억 원대에 달할 것으로 전망된다.

매출증가는 일단 기업의 수익성과 성장을 위해 매우 중요한 부분이다. 그러나 사업전환은 자체브랜드를 확보한 매출 증대라는 점에서 그 의의가 더욱 커 보인다. 물론 이 같은 결과를 만들기까지는 그만한 사연이 있었다.

이와 관련해 이 대표는 "신제품 하나를 출시하는 데는 많은 자금과 시간 그리고 절차를 필요로 한다. 국내에서 진드기 검사를 통한 시험성적서 하나 받아내는 데만도 170만 원이 들어갔다. 게다가 일본에서도 시험성적서를 받아내느라 시간과 비용이 소요됐다. 중소기업으로서는 모든 과정이 여간 힘든 게 아니다"라고 그간 힘들었던 것에 대한 속내를 들춰냈다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 서울지역본부 **박충환** 부장

CEO의 노하우와 품질의 차별화

사업화에 성공하기까지 몇 년동안 지켜보았다. 열악한 환경에서 자체브랜드를 단 완제품 시장에 도전한다는 것은 무에서 유를 창조하는 일이나 다름없을 만큼 어려운 일인데 대단한 일을 해 냈다고 생각한다.

성공 요인 하나는 **CEO의 노하우와 도전정신**이다. 이 대표의 경우 원사 분야에서는 자타가 공인하는 베테랑인 만큼 연구개발부터 상품화에 이르기까지 전반적인 과정을 직접 이끌었던 것. 특히 도중에 많은 어려움이 있었지만 목숨 걸고 뛰어들었을 만큼 열정적으로 임해 결국에는 성공적인 결과를 만들어냈다는 점이다.

그리고 또 한 가지는 **제품의 차별화**다. 친환경제품, 실버용품은 앞으로 성공할 수밖에 없는 차별화된 아이템이다. 다만 품질력에서 뛰어나지 않으면 그만큼 추락의 길도 빠른 사업이다. 하지만 동양이앤에스의 제품은 트렌드에 맞춰 흉내를 내는 상품이 아니라 품질력에서 월등히 뛰어난 인정받는 제품이라는 점에서 향후 장기적인 성공도 기대된다는 것이다.

섬유업계야말로 2000년대를 넘어서면서 우여곡절이 많은 대표적인 업계다. 아이템과 품질의 차별화 그리고 고급화가 없으면 살아남기 힘든 분야이기 때문이다. 하지만 작지만 강한 기업 동양이앤에스는 성공 스토리를 만들었다. 이들의 사업전환 성공이 특별한 이유는 침체된 섬유업계의 새로운 성공 모델이라는 점 때문일 것이다.

하지만 그는 "중진공의 사업전환지원자금은 우리에게 큰 힘이 되어주었다. 개발부터 양산까지 실제 소요된 자금은 5억 원이 넘는다. 그나마 중진공에서 3억여 원의 자금을 지원받았기에 우리 사업이 빛을 보게 되었다. 여간 고마운 일이 아니다"라며 사업전환지원 수혜자로서 감사의 뜻을 전한다고 했다.

(주)댐코

회사 개요

설립일	1990년
대표	윤은석
기존사업	LCD PNL, SMT설비수출도매
추가업종	신용카드단말기 제조업
매출규모	160억 원(2008년 예상)
소재지	경기도 안양시 동안구 평촌동 126-1 두산벤처다임 919호
홈페이지	www.demco.co.kr

신용카드단말기 세계를 접수하다

신제품을 1년 만에 개발했고 그리고 6개월 만에 수출물량이 선적되었다. 이미 해외에서 다수의 업체들이 경쟁을 벌이고 있는 시장을 단 1년 6개월 만에 제조부터 수출까지 뚫었다는 것은 놀라운 일이 아닐 수 없다. 무엇보다도 기술력을 확보하는 일과 해외시장 마케팅은 단기간에 이루어지는 일이 아니기 때문이다. 이 같은 성공스토리를 만들어낸 주인공은 다름 아닌 유통업만 17년간 일관해오다가 유무선 신용카드단말기를 제조하여 해외수출시장에 뛰어든 (주)댐코다. 국내기업으로는 세 번째로 PCI 협회가 요구하는 보안규칙을 충족시킨다는 국제인증인 'PCI -PED'를 받아 'Demco SP7'이라는 자체 브랜드의 신용카드단말기를 개발하여 수출에 성공한 것이다. 대기업도 아닌 중소기업에서 이 같은 성공일지를 만들어내기란 쉽지 않은 일이다.

We've DREAM 해외시장 겨눌 수출 아이템을 찾다

제조기반 없이 수출만 한다는 것은 시장변동 시 대처능력이 부족할뿐만 아니라 수익성도 한계가 있기 마련이다. 한때는 1천만 달러 수출탑까지 수상했지만 수익성 저하에 따라 새로운 분야의 완제품을 직접 개발·제조하여 올해부터는 해외시장 마케팅에 나선 기업이 있다. 유무선 신용카드단말기를 제조하고 있는 (주)댐코가 그렇다.

지난 1990년에 설립된 댐코는 지난 17년간 국내 대기업에서 생산한 산업용 TV LCD PNL과 인쇄회로기판인 SMT 인라인 설비를 유럽지역에 수출해온 기업이다. 2007년 수출규모가 약 131억 원에 달했으니 결코 작은 규모는 아니었다. 게다가 유럽지역 독점판권까지 확보하고 있었기에 유럽지역 마케팅에서는 나름대로 막강한 파워를 구축하고 있었던 셈이다. 하지만 역사와 매출규모가 수익성까지 책임져주지는 못했다. 최근 수출 수익성이 저하

지는 못했다. 최근 수출 수익성이 저하됨에 따라 자체적으로 개발·제조한 제품으로 시장을 공략해야만 장기적인 비전이 있다는 결론을 내리고 2007년부터 새로운 사업진출을 위해 준비에 들어갔다.

그간 수출경험을 통해 마케팅력은 확고하게 갖추었기에 어떤 아이템을 개발하느냐가 관건이었다. 댐코가 선택한 것은 POS용 유무선 신용카드단말기.



댐코는 지난 17년간 산업용 TV LCD PNL과 인쇄회로기판인 SMT 인라인 설비를 유럽에 수출했다.

언뜻 생각하면 이미 시장에 보편화된 제품인데 하필이면 신용카드단말기를 아이템으로 삼는지에 대해 의문이 생길 것이다. 실제로 이 회사의 신사업 진출을 바라보는 누군가는 그런 우려를 했을 일이다.

하지만 바꿔 생각하면 도소매 유통업을 자그마치 17년이나 한 회사가 그렇게 보편화된 시장에 뛰어들 리가 있겠는가. 이들에게는 사전에 꼼꼼하게 준비한 차별화된 전략이 숨어 있었다.

We've NEW ITEM 인서트형 유무선 신용카드단말기 개발

댐코가 개발 타깃으로 삼은 제품은 우리가 현재 흔히 사용하는 신용카드단말기가 아니다. 기존의 단말기는 마그네틱이 접착된 부분을 세로 또는 가로로 기계에 대고 긋는 방식이다. 하지만 유럽이나 남미는 다르다. 카드를 기계에 대고 긋는 형태가 아니라 삽입시키는 인서트(Insert)형이다.

기존단말기의 경우 사용 시 마그네틱 손상에 따른 문제점과 무엇보다도 개인정보가 노출되는 단점을 지녔다. 하지만 인서트형은 이 같은 단점을 개선시킨 형태다. 국내의 경우 향후 이 같은 카드단말기를 사용하게 될 것으로 보이지만 지금 당장은 시장성이 없다. 단말기 형태가 변하면 신용카드 또한 고객정보가 칩으로 내장된 카드로 바뀌어야하기 때문이다. 하지만 세계적으로 3조 원에 달하는 시장인 만큼 이미 선발업체들이 있긴 하지만 시장성은 충분하다고 판단했다.



댐코가 개발한 삽입시키는 인서트형 신용카드단말기(왼쪽, 오른쪽)와 기존의 신용카드단말기(가운데)



신제품 개발과정에서 가장 힘들었던 것은 국제인증인 'PCI-PED'을 받는 것이었다.

이에 따라 2007년 5월 연구개발 인력 6명을 채용하여 본격적인 연구개발에 들어갔다. 문제는 해외수출제품이기 때문에 반드시 받아야 하는 인증이 있었다. 그것은 PCI 협회가 요구하는 보안규칙을 충족시킨다는 국제인증인 'PCI-PED'다. 워낙 고도의 기술력을 요구하는 분야라서 연구인력들이 밤새워 일하기를 밥 먹듯이 했지만 결코 쉽지 않았다. 몇 차례의 불합격을 거쳐 2008년 4월에서야 EMV Level 1, 2인증을 거쳐 최종적으로 'PCI -PED'인증을 받아낼 수 있었다. 국내기업으로서는 세 번째였다.

이미 선발업체들이 경쟁하고 있는 시장인 만큼 제품출시는 하루가 급했다. 하지만 자금이 문제였다. 연구개발에 쏟은 돈만도 적지 않은데 시설투자를 위한 자금이 없이는 양산이 불가능했다. 이때까지만 해도 댐코는 중진공의 다양한 지원정책에 대해 전혀 모르고 있었다. 제조기반 없이 수출만 해오다 보니 더욱 그랬다. 하지만 한시가 급한 상황이어서 일단 부딪혀보자는 마음으로 중진공의 문을 두드렸다. 이와 관련해 백현성 관리부장은 "4월에 중진공에 사업전환계획을 신청하였는데 다행히

일이 신속히 진행되었다. 사업전환진단을 거쳐 계획승인 후 맞춤 연계지원으로 사업전환자금 1억 원을 받아 제조업 기반을 구축할 수 있었다"고 했다.

We've APPROACH 자금에 이어 컨설팅까지 지원받아

개발을 시작한 지 1년 만에 모든 문제를 다 해결한 댐코는 5월부터 양산에 들어갔다. 제품은 유무선 2종으로 'Demco SP7'이라는 자체 브랜드를 달고 출시되었다. 이렇게 되기까지에는 직원도 20명에서 33명으로 늘어났고 비용도 6억여 원이나 들어갔다. 제품을 만들어낸 것만으로 사업전환이 성공적으로 끝난 것은 아니다. 다음은 마케팅이다. 이미 유럽지역 마케팅에서 파워를 지닌 기업이지만 전세계 판매망 구축에도 만전을 기했다. 유럽은 이태리 밀라노에 'DWE', 미주지역은 미국 마이애미에 'Demco America', 중동에는 'Saha' 'Iran' 등을 설립했다. 특히 유럽의 경우 영업 인력만 20여 명으로 구성된 맨파워를 자랑한다.

탄탄한 마케팅 파워는 수출계약으로 나타났다. 중남미 신용카드결제단말기 전문유통업체인 B사와 3년간 1,200만 달러, 이탈리아 2,200만 달러, 이란 660만 달러 등 지속적으로 수출계약이 이어졌다. 이는 10월 이전까지 이루어진 계약 결과이며 마케팅 효과가 본격적으로 나타나는 하반기 이후의 매출은 엄청난 규모가 될 것으로 전망된다. 개발착수에서부터 제품 수출계약 선적에 이르기까지 불과 1년 반도 걸리지 않았다. 대기업도 쉽지 않은 댐코의 이 같은 신속한 사업전환은 연구개발 능력과 조직력 그리고 마케팅 능력 삼박자가 척척 맞았기 때문에 가능했다.



기술개발에 1년 정도의 기간이 소요됐다

We've EFFECT 자체 브랜드로 올 한해만 2만 5천 대 수출

이란 SAHA사와 계약한 2만 대 중 초도물량 2,000대가 10월 말 선적을 위해 생산을 완료하였으며 3,000대는 현재 생산 준비 중에 있다. 이로써 댐코는 올 한해만 약 2만 5천 대의 단말기를 수출하게 될 전망이다.

이에 따라 2007년 131억 원이었던 매출액이 올해는 160억 원으로 증가할 전망이다. 이중 사업전환품목인 유무선 신용카드단말기 매출이 25억 원에 달할 전망이다. 그런가하면 내년에는 전체 매출 중 기존사업매출보다 더 많은 60%가 단말기 매출이 될 예정이다. 이쯤 되면 사업전환추진은 원활히



사업전환품목인 유무선
신용카드단말기 매출이 25억 원에 달한다.



연구개발 인력들의 탄탄한 기술력이 사업전환의 성공을 앞당겼다.

이루어지고 있다고 평가해도 무리가 없다.

사업전환의 성공적인 진행과 관련하여 윤은석 대표는 “기존사업의 경우 매출은 높았으나 최근에는 경비 제하고 나면 남는 게 없는 장사였다. 하지만 유무선 신용카드단말기는 우리가 직접 제조한데다 수출로 판매되기 때문에 마진율이 높은 만큼 순수익도 크다” 면서 만족스러움을 전했다. 또한 윤 대표는 “수익성도 좋지만 더욱 자랑스럽고 자부심을 갖게 하는 것은 우리 브랜드로 수출되고 있다는 점이다”라고 말했다.

하지만 맴코의 성장은 신용카드단말기 외에도 또 하나의 아이템이 엔진 역할을 할 전망이다. 단말기 성공에 힘입어 대기업이 생산하는 일반 LCD TV 화면에 후가공을 하여 외부에서 반사되어 잘 보이지 않는 것을 광학적으로 보완한 신제품인 야외용 LCD화면 ‘솔라뷰(Solarview)’를 개발했다. 내수시장의 경우 이미 지난 9월에

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 경기지역본부의 **이태성** 부장

기술, 마케팅, CEO 3박자가 척척

앞으로 수출물량이 크게 증가할 것으로 예상됨에 따라 그에 따른 자금이 소요될 것이라는 게 맴코의 입장이다. 이에 따라 수출지원자금과 같은 관련 자금을 연계시켜 나갈 계획이다. 또한 **기술인력 확보를 통한 발 빠른 기술력 보유, 마케팅 부분에서의 철저한 사전준비, CEO의 풍부한 경영 및 영업능력** 등이 성공요인이다.

신제품을 만들어 내수시장에서 인정받는 것도 쉽지 않은 일이다. 하물며 이미 시장이 형성되어 있는 제품으로 해외시장을 공략하여 시장진입에 성공한 데 이어 향후 높은 매출성장도 앞두고 있으니 실로 대단한 일이 아닐 수 없다. 더욱이 세계적으로 불황의 어두운 그림자가 짙게 깔린 요즘과 같은 상황에서의 이 같은 수출 성공은 뜨거운 박수를 받기에 충분하다.

지하철 1, 3, 4호선에 옥외용 42인치 제품을 출하했으며 해외수출에도 박차를 가하고 있는 중이다. 그간 구축해온 해외영업망을 적극 활용하여 신용카드단말기와 함께 시너지효과를 거두겠다는 전략이다.

유무선 신용카드단말기 제조 인증인 ‘PCI -PED’인증을 받은 기업은 세계에서 50여 사에 달한다. 후발주자이기는 하지만 기술력이나 생산능력에 있어서 자신감을 갖고 있는 맴코는 향후 3년 이내에 세계 톱5로 올라서겠다는 야망을 갖고 있다. 세계 전체시장은 넓은 편이지만 특히 규모가 크고 신용카드시장이 이제 막 확대되고 있는 남미의 경우 집중 공략하면 승산이 있을 것이라는 전망이다. 또한 단말기와 병행하여 쏠라뷰 생산을 늘리면서 제조업 기반을 확고하게 구축시켜 브랜드 메이커로서 세계시장을 주도해보겠다는 꿈을 갖고 있다.

(주)다우산업

회사 개요

설립일	1996년 8월
대표	박종관
기존사업	플라스틱 사출품(계량기 커버 등)
추가업종	OEM 조립생산(모터보호용 배선용차단기)
매출규모	36억 원
소재지	충북 청원군 북이면 신대리 249번지

사업전환으로 새로운 기회를 낚아채다

플라스틱 사출부품 업체가 사업전환 두 달만에 모터보호용 배선용차단기를 만들어 냈다. 게다가 매달 5억 원 가량의 매출을 올리며 회사의 성장세를 이끌고 있다. 모두가 어렵다고 할 때 과감히 도전한 결과다. 무엇보다 공장 매입부터 제품 출시까지 숨가빴던 그 시간을 지탱해준 건 완제품을 향한 전 직원의 열정. 그리고 사업전환을 할 수 있도록 원동력이 되어 준 중진공 덕분이다.

We've DREAM 최고의 품질을 만들기 위해 전진

"처음 시작부터 지금까지 무엇보다 품질에 대한 끊임없는 노력으로 지금까지 달려왔습니다. 플라스틱 사출 제품 생산업체로서 경쟁력을 갖추기 위해서는 최고의 품질 밖에 없으니까요. 최고의 품질이 재산이요, 신뢰를 뜻합니다."

충북 청원군에 위치한 다우산업은 플라스틱 사출제품을 전문으로 생산하는 업체로 모기업인 LS산전(주) 및 협력사에 계량, 계전, 차단기 부품 등을 공급해 왔다. 1996년에 사업을 시작했을 때 100% 수출에 주력했다. 그 당시 내수시장은 활황이었고, 수출은 반대로 어려웠다. 그러나 외환위기를 겪으면서 위기가 곧 기회가 되었다. 다우산업은 외환위기로 환율이 올라 오히려 매출이 오르고, 회사가 성장하는 계기가 되었다.

다우산업은 협력사 가운데 후발 주자로서 모기업의 신뢰를 쌓기 위해서는 다른 무엇보다 품질이 좋아야 한다고 생각했다. 박종관 대표는 품질 향상을 위해 지속적인 교육과 품질 회의는 물론이고, 품질에 대한 데이터를 기계별, 개인별, 품목별로 매시간 뽑아 문제점을 발견하고 개선 노력을 기울였다. 정확한 납기는 기본 중의 기본이었다. 박 대표가 전 사원에게 늘 강조하는 말이 있다. 바로 누구나 영업적인 마인드를 지녀야 한다는 것. 여러 가지 공정이 차례대로 순서에 맞춰 진행되는 업체의 성격상 다음 공정에서 대기하고 있는 사람이 바로 지금 작업자의 고객이라는 생각을 가지라는 이야기다. 이는 작업 태도에 중대한 영향을 미칠 수 있다. 전 직원이 자신의 고객을 만족시키기 위해 노력한다면 이는 곧 품질 향상으로 이어진다. 게다가 이런 적극적인 마인드는 작업의 재미도 느끼게 하고 능률도 향상시켰다.

"품질만큼 중요하게 여기는 것이 즐거운 일터가 되도록 하는 것입니다. 직원들이

일하는 것이 재미없으면 그 결과야 불을 보듯 뻔하지 않습니까? 재미있으면 집중해서 좋은 제품을 만들 수 있습니다."

박 대표는 일을 하면서 느끼는 가장 큰 보람은 바로 목표한 바를 성취하는 것이다. 어떤 과제나 목표를 향해 열심히 노력한 결과를 맛 본 사람은 그 쾌감을 잊지 못할 것. 이러한 성취감을 맛 본 사람들이 모여 있는 곳이 다우산업이다. '진인사대천명'이라고 했다. 자기가 최선을 다하고 하늘의 뜻을 기다려야 한다는 뜻이다. 박 대표는 최선을 다해 노력하면 모든 사람들이 감동을 받을 수밖에 없다고 한다. 함께 일하는 동료들로부터, 그리고 고객으로부터, 감동을 불러일으키는 것, 그것이 곧 신뢰이자, 최고의 상이라고 생각했다.

We've NEW ITEM 변화가 있어야 기회가 온다

"지금까지 어느 정도 안정적으로 성장을 해왔지만, 단순 사출품 생산으로는 사업의 한계를 느끼게 되었습니다. 게다가 유가나 원자재 가격 상승으로 원가에 대한 부담도 점점 커졌습니다. 결국 단순 부품 업체는 경쟁력이 떨어질 수밖에 없는 구조이기도 하구요."

박 대표는 가장 잘 할 수 있는 일이 무엇인가 고민을 했다. 섣부르게 뛰어들기에는 위험부담이 크기 때문에 다우산업이 가진 기술력과 노하우, 경험 등을 충분히 고려하며 아이템 선정에 신중을 기했다. 무엇보다 기존의 사업처럼 단순 부품 생산의 한계를 벗는 것이 첫 번째 목표였다. 이 두 가지 요소를 종합해 보니 부품을 조립해 완제품을 만들어 보는 것이 가장 현명한 선택이라는 결론을 내렸다. 박 대표는 '생각은 신중히, 결단은 과감하게, 행동은 재빠르게' 해야 한다고 생각했다.



다우산업에서 출시하는 제품

완제품 생산으로 사업 아이템을 결정하고 모기업에서 개발품이 있을 때 마다 제안서를 냈다. 그러나 부품만 생산할 때와 달리 완제품에는 1,000가지가 넘는 부품이 들어가기 때문에 쉽지 않았다. 일단 부품 조달이 가장 큰 문제였다. 부품이 확보되지 않으면 완제품을 생산할 수 없기 때문이다. 부품 조달은 곧 납품 업체와의 관계 및 자체 관리 능력 문제가 병행된다. 부품 생산이야 기술력으로 가능하지만, 완제품 생산은 기술력 뿐 아니라 전체적인 관리 기술도 필요하다. 박 대표는 관련 업종 인재들을 확보하면서 모기업으로부터 기술지원도 꾸준히 받았다.

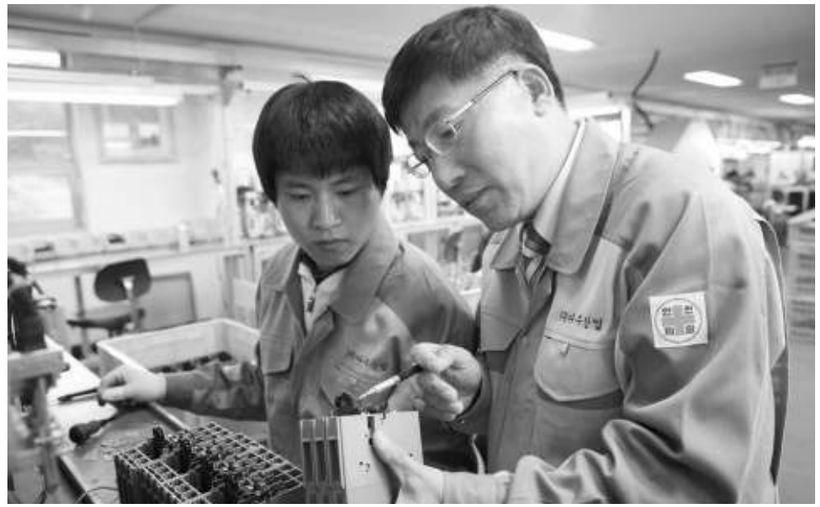
We've APPROACH 중진공의 책임지는 서비스에 감동

"보통은 사업전환지원을 받은 후 진행을 하잖아요? 저희 같은 경우는 일단 저지르고 수습한 경우입니다."

다우산업은 완제품 생산공장을 먼저 사고, 계약을 따 낸 후 중진공 사업전환자금



완벽한 시설을 갖춘 덕분에 안정궤도에 올라 선 생산 시스템



수시로 현장에서 제품을 체크하는 박종관 대표

을 신청했다. 그 이유는 올해 초 중진공의 최병채 사업전환 코디를 만난 자리에서 우연찮게 꺼낸 한 이야기 때문이다.

"한참 자재 가격이 올라 힘든 시기가 있었어요. 그때 이미 완제품 생산 공장을 세울 계획을 갖고 있던 터라 주변에 마침 괜찮은 창고가 있길래 공사를 해서 공장을 만들려고 한다는 이야기를 했어요. 그랬더니 최병채 코디가 차라리 경매로 나온 쓸 만한 공장을 찾는 것이 어떠냐는 이야기를 했죠."

듣고 보니 전체 공사비보다 경매로 나온 공장을 구입하는 것이 비용이 더 적게 들었다. 그날부터 경매 사이트를 이 잡듯이 뒤진 결과 맘에 쏙 드는 공장을 발견했다. 그렇게 구입한 것이 지난 6월이다. 그때만 해도 막연히 완제품을 생산해야 한다는 생각 뿐, 구체적인 계획조차 없었다. 기회는 바로 찾아왔다. 7월 초 모기업인 LS산전에서 모터보호용 배선용차단기를 만들어 보겠냐는 제안이 들어왔다. 박 대표는 주저 없이 '예스'라고 답변을 했다. 그 무렵 중진공의 사업전환자금도 받았다. 무작정 질러본 일이라지만 모든 과정이 타이밍이 절묘하게 맞아 떨어졌다. 전체 직원이 여름휴가도 반납하고 밤낮으로 매달렸다. 공장 시설을 설치하고, 가동하면서 물류시스템 개선 등에 관한 컨설팅도 받았다. 바쁘게 변화하는 다우산업에 터보엔진을 달아준 격이었다. 관리업무를 담당하는 직원들의 관리 능력이 몰라보게 향상했다. 이는 곧 생산성 향상으로 이어져 가시적인 성과로 나타났다. 기업이 성장하기 위해서는 생산뿐만 아니라 관리 능력도 향상시켜야 했다.

"아직 시작 단계에 불과합니다. 운전자금도 생각보다 많이 소요돼서 앞으로 더욱 신경을 써야 할 것 같아요. 다행히 제품 생산 단계는 안정궤도에 접어들었습니다. 이제 본격적인 체질 개선으로 양보다 질을 향상시키는 데 주력할 예정입니다. 컨설팅을 받고 보니 더욱 욕심이 납니다. 공정개선, 원가절감, 품질 등에 대한 개선이 필요하다는 것을 절실히 깨달았어요."

박 대표는 사업전환에 있어 타이밍이 좋았다고 생각한다. 사실 올해 초 최병채 코

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:21 AM 페이지90

디로부터 경매로 나온 공장을 구입하는 것이 좋겠다는 조언이 없었다면 이러한 결과를 보지 못했을 것이다. 중진공의 각종 지원제도에 대해 미처 몰랐다는 박 대표는 중소기업들이 중진공 문턱을 자주 이용할 것을 당부했다.

We've EFFECT 매출 100억 원을 향한 꿈, 현실이 되다

"처음에 부품 업체가 완제품을 만들겠다고 했더니 다들 믿지 않았어요. 쉽게 보다가 큰 코 다친다는 사람도 있었지요. 하지만 8월 초에 정상 가동하기 시작한 공장에서 매달 5억 원 가량의 매출을 올린다면 믿을 수 있겠어요?"

공장이 가동되고, 제품이 출시되던 날 박 대표 뿐 아니라 전 직원들은 날아갈 것 같았다. 마치 오랜 시간 산고를 겪은 산모가 마침내 첫 아이를 품에 안았을 때의 감격 같았단다. 2007년 매출액은 40억 원. 지금 상태만 유지해도 내년에는 매출 100억 원대의 회사가 된다. 박 대표의 소박한 꿈은 매출 100억 원을 이루는 것. 그래야 회사라는 조직의 기본을 갖출 수 있다고 생각하기 때문이다. 기본을 갖춰야만 내외적으로 어려움을 겪어도 버틸 힘이 생긴다. 자신만의 회사가 아닌 다우산업의 가족들을 위한 회사가 되기 위해서라도 이루고 싶었던 꿈이다. 신규 공장이 생기면서 22명의 새로운 가족도 생겼다.



사업전환으로 출시한 제품을 소개하는 박종관 대표

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 충북지역본부 **최병채** 지도위원

꾸준한 노력과 적절한 타이밍이 성공 원동력

박종관 대표에게서 전화가 한 통 걸려왔다. 사업전환 이후 모기업인 LS산전에서 협력업체 1순위 S클럽에 들어갔다는 소식이었다. 이는 협력업체 중에서도 상위 20위 안에 드는 업체를 말하는 것으로 그만큼 다우산업의 기술력과 품질이 인정 받았다는 결과여서 무척 뿌듯했다.

다우산업 사업전환의 첫 번째 성공요인은 **꾸준한 내부혁신 노력**이다. 벌써 3년 째 내부혁신사업을 진행 중인 다우산업은 사업전환 이후 체질개선을 위해 더욱 박차를 가하고 있다. 규모가 커질수록 내실을 다지지 않으면 금새 무너지기 마련. 이러한 위험요소를 일찌감치 파악하고 규모와 함께 내실이 동반 성장할 수 있도록 꾸준히 노력하고 있다. 체력이 좋아야 마라톤을 완주하듯이 2~3년 전부터 기본개념을 충실히 지키면서 내부조직을 탄탄히 쌓아온 것이 사업전환을 계기로 그 성과를 제대로 보여주고 있다.

두 번째 성공요인으로는 **적절한 타이밍과 CEO의 추진력**이다. 사업전환을 결심하고도 고민하다가 시간을 보내는 업체들도 부지기수. 박 대표는 사업전환에 대한 필요성을 인식하고 일사천리로 일을 진행했다. 다행히 공장매입, 물량수주, 자금지원의 타이밍이 잘 맞아 떨어지면서 기대 이상의 성과를 올렸다. 제조조립 업체가 매출 100억 원을 올리기 쉽지 않은데, 내년이면 무난히 달성할 것으로 보인다.

운영자금 조달의 어려움으로 잠 못 이뤘던 날들, 신규사업으로 전환하는 데 온 에너지를 쏟아 부었던 지난 여름, 이제 와서 돌아보면 힘든 시간도 많았지만 그만큼 행복한 일도 많았다는 박 대표. 완제품을 만들고 싶었던 꿈도, 매출 100억 원대의 회사로 키우고 싶었던 꿈도 머지않아 완성될 것이기 때문이다. 이는 도전정신이 있었기 때문에 가능한 결과다. 이제 다음 목표는 다우산업의 브랜드를 내건 제품 생산이다. 부품생산 업체에서 OEM 완제품 업체로, 이제는 품질이나 공정기술에 대한 노하우를 축적해 다우산업만의 경쟁력있는 제품을 만들 차례다.

(주)스카이007

회사 개요

설립일	2004년
대표	곽형근
기존사업	전자상거래, 도소매업
추가업종	화장품 제조업
매출규모	23억 원(2007년)
소재지	강원도 춘천시 퇴계동 1020-1 301호
홈페이지	www.sky007.com

제조업으로 전환하고 '쑥쑥' 성장

이름부터 예사롭지 않다. '스카이007'. 하늘높이 날아올라 007처럼 은밀하고 세심하게 소비자에게 파고든다는 전략을 담았다고 한다. 고객만족으로 회사를 만들어가는 스카이007은 화장품을 판매하는 온라인 쇼핑몰이다. 입소문을 타고 화장품 전문쇼핑몰로 자리를 잡아가자 고객들이 스카이007의 제품을 요청하기 시작했다. 곽형근 대표도 판매만으로는 한계가 있다고 느끼던 차에 제조에 눈을 돌리게 되었다. 고객의 요구, 회사의 필요성을 만족시키기 위해 중소기업진흥공단의 문을 두드렸다. 그 결과 스카이007은 더 높이 날 수 있는 힘을 얻었다.

We've DREAM 고객만족 100%를 향해 달린다

통통 튀는 젊음이 생동하는 공간이 바로 (주)스카이007이다. 홈페이지도 그렇고, 사무실도 마찬가지다. 화장품을 만드는 업체라 그런지 사무실에 들어서자마자 한쪽 벽을 가득 채운 꽃그림부터 눈을 즐겁게 하고, 향기도 가득해 기분이 좋아진다. 책상 앞에 앉아있는 직원들의 얼굴에도 웃음꽃이 만발해 있고, 밝은 목소리로 인사를 건넨다. 무슨 비밀이 있는 곳일까? 궁금해진다.

비밀은 곽형근 대표를 만나면서 바로 풀어졌다. 유쾌함 그 자체인 곽 대표는 즐겁게 일해야 고객도 즐거워진다고 생각한다. 고객만족 100%를 목표로 달려온 업체다운 자세다.

"2004년에 법인으로 전환하면서 화장품 전문 쇼핑몰로 자리를 잡았어요. 98년에 우리나라에 할인마트가 생기기 시작할 무렵에 앞으로 온라인이 새로운 시장으로 자리 잡을 것이란 생각이 들어서 온라인 시장을 공략하게 되었습니다. 대자본에 맞설 수 있는 가장 합리적인 선택이었지요. 유통의 변화에 대해 감을 잡았던 겁니다."

그의 예상은 적중했다. 요즘 온라인쇼핑몰의 구매력은 오프라인과 대등하거나 오



스카이007이 직접 만들고 있는 색조전문 브랜드 '삐아'(왼쪽)과 남성용 브랜드 '레쉬트'(오른쪽)



오픈 게시판 형태로 운영하는 스카이007 사이트

히려 앞서 나가기도 한다. 온라인쇼핑몰 초기에는 곽 대표가 직접 배달을 했다. 소비자의 반응이 궁금했고, 어떤 사람들이 구매하는지 알고 싶어서였다. 고객의 요구에 따라 회사가 능동적으로 대처하는 것이 가장 큰 경쟁력이라는 곽 대표는 스카이007의 아이디어 뱅크는 바로 고객이라고 한다.

판매자의 입장이 아닌 소비자의 입장에서 생각하기에 한번 쇼핑몰을 이용한 고객들의 발걸음이 이어지는 것은 당연한 결과라고 할 수 있다. 그래서인지 90% 이상이 단골손님이다.

스카이007하면 정성 가득한 커다란 택배가 유명하다. 고객이 주문한 제품 외에 고객에게 맞는 타입의 샘플을 넉넉하게 챙겨준다. 제품 하나에 6~7개의 샘플은 기본이다. 샘플이라고 해서 작은 샘플 2종 세트라고 생각해서는 큰 오산. 주문 고객의 피부타입을 세심하게 고려해서 샘플을 선정하고, 경우에 따라서는 고객에게 전화를 걸어 피부 상담을 한 뒤 샘플을 챙겨주기도 한다.

소비자에게 감동을 주는 것이 스카이007 마케팅의 핵심이기 때문이다. 포장에 정



스카이007 대표제품들

성을 가득 담는 것도 같은 이유에서다. 간혹 쇼핑몰 사이트에 회사나 제품에 대한 악플이 올라올 경우 단골 고객들이 알아서 처리(?)해준다. 당당하게 오픈 게시판 형태로 운영하는 것은 제품에 대한 자신감, 고객에 대한 신뢰가 바탕이 되지 않으면 어려운 일이다.

We've NEW ITEM 스카이007 제품을 출시하라!

스카이007의 회원들은 약 20만 명. 판매전문 쇼핑몰이었지만, 점차 회원들이 '스카이007 자체 화장품을 만들어주세요'하는 의견을 내놓기 시작했다. 이는 꾸준히 이용해 온 단골회원들이 스카이007을 신뢰한 결과다. 곽 대표 또한 유통만 해서는 한계가 있다는 사실을 잘 알고 있던 터였다. 스카이007은 온라인쇼핑몰 중 성공한 경우지만 취급하고 있는 브랜드 상품의 치열한 가격경쟁 때문에 이익이 점차 감소하는



자체 개발한 자사 브랜드로 해외박람회에 참가했다.

추세다. 현재의 유통 구조상 앞으로 마진은 점점 적어질 것이 뻔했다. 최근 소비자들이 브랜드보다는 제품의 품질을 중요시 하는 성향도 스카이007로서는 해볼 만한 요소가 되었다. 게다가 '고객이 원하면 무엇이든 한다'는 곽 대표였기에 주저할 것 없이 과감하게 제조업에 뛰어들기로 결심했다.

"유통에 대해서는 자신 있었지만, 화장품 제조에 대해서는 전혀 몰랐습니다. 소비자가 가장 원하는 제품이 무엇인지를 파악하고, 그러한 제품을 만들 수 있는 방법을 알기 위해 화장품 제조업체와 연구소를 찾아 다녔어요."

이때 만난 사람이 황보영 연구실장이다. 처음 곽 대표와 만난 자리에서 그의 열정에 반했다는 황보영 실장. 곽 대표가 제조사 입장이 아닌 소비자 입장에서 생각하고 말하는 것이 인상적이었다고 한다.

"반드시 소비자가 원하는 것을 만들어 낼 것이라는 믿음이 있었어요. 그래서 함께 일하게 되었습니다."

곽 대표는 황보 실장과 손을 잡고 새로운 아이템 개발에 박차를 가했다. 스카이007에서 단골회원들이 가장 원하는 제품 라인업은 색조와 남성 화장품이었다. 처음부터 종합화장품 제조 회사는 무리, 선택과 집중을 통해 경쟁력을 갖출 수 있는 제품을 우선적으로 개발하기로 했다.

그 당시 한창 동물성 오일이 문제로 대두되었다. 천연소재에 대해 고민하던 중에 해양 소재 제품으로 콘셉트를 잡고, 기능성 화장품에 주력했다. 제품 원료부터 용기까지 콘셉트에 충실한 제품을 만들기로 했다. 굴 추출물, 불가사리 추출물 및 각종 천연원료에 대해 연구했다. 스카이007의 새 아이템이 커다란 경쟁력이 될 것이라는 자신이 있었다.

We've APPROACH 사업전환 이후 180° 달라지다

화장품 제조업으로 사업전환을 하기로 결정은 했지만, 자금이 문제였다. 20만 명의 단골회원과 유통판매망이 확보되어 있었지만, 가장 중요한 것은 제품의 품질이었다. 제품의 품질은 곧 자금투자와 연결되는 부분. 곽 대표는 이러한 문제에 대해 중진공 강원영동지역본부의 김낙언 부장에게 털어놓았다.

의외로 김 부장에게서 손쉬운 답변이 돌아왔다. 바로 중진공의 사업전환지원자금에 대한 정보를 얻게 된 것이다. 스카이007이 제2의 도약을 꿈꾸는 그 시점이 바로 사업전환을 받을 수 있는 기회였다.

사업전환에 필요한 자금 1억 원을 지원받고, 시설투자에 대한 초기 부담을 줄이기 위해 제품에 대한 콘셉트 및 디자인은 본사에서 담당하고 나머지는 모두 외주가공 형태로 진행하기로 했다.

대부분의 자금을 신제품 연구개발에 투자했다. 최고의 품질로 고객 만족을 이끌어내기 위해서다. 이러한 자체 브랜드 제품생산이 기업 이익을 극대화하고, 장기적인 성장과 발전의 기틀도 마련할 수 있다는 생각에서다. 지금은 자금지원 뿐 아니라 사업전환 컨설팅도 받고 있다.

"아직 저희는 조직이 제대로 갖춰진 편은 아닙니다. 고객에 맞춰 능동적으로 회사를 운영하는 것이 모토이기는 하지만, 조직형태를 갖춰나갈 시간적 여유가 부족했어요. 하지만 제조업을 추가하면서 조직이 형태를 갖춰야 제대로 성장해 나갈 수 있다는 것을 알았습니다."

그래서 처음부터 하나하나 배워나간다는 자세로 컨설팅을 받고 있다. 그동안 유통만 담당하던 업체에서 제조업을 한다니, 무모한 도전이라 여길 수도 있었지만 곽 대표는 포기하고 싶지 않았다.

중진공의 사업전환 덕분에 그 무모할 것만 같았던 도전을 이뤄내는 데 큰 힘을 얻었다. 자사 브랜드 제품이 처음 나왔을 때는 아이를 낳은 것처럼 기뻤다고 한다.

이렇게 탄생한 것이 색조 전문 브랜드 삐아와 남성용 화장품 레쉬트. 자사 제품을 들고 2006년 시카고 박람회에 참가했던 감동은 말로 표현할 수 없다. 제품을 만들 때 가장 중요하게 여겼던 것이 '고객이 원하는 것'이었다. 기존의 남성용 화장품이 대부분 덜어 쓰는 제품이 많았는데, 스카이007은 펌핑 용기를 사용했다. 위생적이고, 사용하기 편리하기 때문이다. 이 모든 아이디어는 고객에게서 얻은 것이다. 그야말로 살아있는 정보와 니즈를 그대로 흡수해서 생산해내는 시스템이다.

"사업전환 이전과 이후로 회사를 나눌 수 있어요. 이전에는 어느 정도 매출 한계선이 있고 일정 수준을 유지하는 정도로 운영을 했어요. 하지만 사업전환 이후에는 고속성장도 기대해 볼만하다고 생각합니다."

사업전환으로 50여 가지의 아이템을 생산, 출시하고 있지만 올해까지는 마케팅의 체계를 잡아나가는 기간으로 생각하고 있다. 이미 조금씩 입소문이 나고 있어 몇몇 제품들은 인기제품들로 속속 성장하고 있지만, 본격적인 판매 개시는 2009년으로 잡고 있다.

We've EFFECT 대한민국 대표 브랜드로 성장할 계획



스카이 007의 곽형근 대표

"사실 기대 이상의 효과를 보고 있습니다. 제품 출시하고 약 6개월 정도 반응을 기다려 보자 했었는데 2달만에 그 반응이 즉각 왔어요. 신기하기도 하고 재미있기도 하네요. 회사 입장에서도 사업전환 이전보다 수십 배 이상 이익을 창출하고 있어요."

스카이007의 저력은 대단했다. 2007년 23억 원의 매출액을 올렸는데 올해 9월 이미 지난해 매출액을 넘어서 29억 원을 올리고 있다. 지난해 23억 원 중 57%에 해당하는 13억 원의 매출이 사업전환으로 올린 성과다.

비록 매출액에 있어서는 눈에 띄게 오르진 않았지만 이익률을 따져보면 얘기가 달라진다. 2006년 이익률이 2.3% 정도에 그쳤는데 사업전환 이후 14~155%로 눈에 띄게 성장하고 있다. 아직 본격적인 광고나 마케팅을 하지 않았는데도 불구하고 이

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:21 AM 페이지100

런 성과를 보인 것이다.

전성분 표시제가 공시되는 것도 스카이 007에 있어서는 반가운 뉴스다. 같은 성분이 들어갔는데 얼만큼 가격 차이가 나는지 소비자가 직접 비교해보고 선택할 수 있다. 같은 성분으로 더 좋은 품질의 제품을 싸게 판매한다면 시장에서 충분히 승산이 있는 게임을 펼칠 수 있지 않겠는가.

사업전환 이후 신규인력도 5명이 보강되었는데, 계속 충원하고 있다. 화장품을 좋아하는 사람이 우선순위다. 실제로 5년 이상 스카이007의 단골회원이었다가 입사한 직원도 4~5명이나 있다.

"내년에는 무척 바빠질 것 같아요. 우선 종합중앙연구소와 공장을 설립할 예정입니다. 기초 · 색조 종합화장품 제조 및 물류단지를 조성할 구체적인 계획을 세우고 있어요. 연구인력도 확충해 기술력도 높일 예정입니다. 우리만의 전문성을 확보하는 것이 가장 중요하다고 생각해요. 일본에 현지판매 법인도 설립하고, 무역협회에 수출전략사무소 지점도 내면서 본격적인 수출을 시작할 계획입니다. 3년 안에 상장을 목표로 하고 있기도 해요."

계획만 들어도 얼마나 바쁠지 예상이 된다. 이러한 체계를 잡아가는 것과 동시에 고기능성 한방화장품도 출시할 예정이다. 그래서 스카이007은 고기능성 한방화장품 연구개발에 30%는 투자할 계획이다. 이는 끊임없이 새로운 제품을 출시할 힘을 축적하겠다는 이야기와 같다. 뿐만 아니라 마케팅도 본격적으로 진행해 소비시장을 공략할 예정이다.

"현재는 제조 매출과 유통이 55 : 45 정도의 비율로 유지되고 있지만, 앞으로는 제조 분야를 더 많이 키워 나갈 예정입니다."

사업전환을 통해 한 단계 업그레이드 된 스카이007. 기존 판매유통 업체에서 제조업체로 탈바꿈하며 수출시장까지 진출하며 그 효과를 톡톡히 보고 있다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 강원영동지역본부 **김낙언** 코디

'고객만족'이 사업전환의 발판

스카이007을 보면서 신뢰와 열정이 있으면 못 할 일이 없다는 생각이 들었다. 유통업체에서 제조업체로 전환하는 과정이 쉽지 않은데, 목표를 결정하고, 결과를 향해 열심히 뛰는 모습이 인상적이었다.

'고객만족 최우선'을 모토로 한 곽 대표의 마인드가 성공의 탄탄한 발판이 되었다고 생각한다. 곽 대표는 사업초기부터 한 번 인연을 맺으면 충성 고객이 될 수 있도록 많은 노력을 아끼지 않았다. 이러한 충성 고객이 스카이007의 가장 큰 재산이다.

사업전환의 성공요인으로는 **온라인 매체의 특성을 효과적으로 파악하고, 영업에 적극적으로 활용**한 점을 꼽을 수 있다. 온라인 쇼핑몰은 무엇보다 신뢰가 중요하다. 오프라인 매장에서는 고객이 직접 눈으로 보고, 만져보고 판단할 수 있지만, 온라인은 화면으로 보는 것이 전부이다. 그만큼 신뢰성이 중요한 것. 한 번 구입한 고객을 두 번, 세 번 방문하게 하고, 고정 고객으로 만드는 것이 중요하다. 또한 온라인 입소문은 파급력이 대단하다. 한 명의 고객에게서 신뢰를 잃는다면 온라인 쇼핑몰에게는 치명타가 될 수도 있다. 이러한 점을 간파하고 있는 곽 대표는 무엇보다 고객 만족을 중시, 고객과의 신뢰 구축에 가장 많은 노력을 기울였다.

두 번째로는 **고객의 눈높이**를 유지한 점이다. 사업전환에 대한 결정적인 계기가 되었던 것이 고객들의 지속적인 요구였다. 그동안의 신뢰를 바탕으로 고객들이 원하는 스카이007 제품 출시를 바라는 고객들이 늘어났던 것이다. 고객에게 꼭 필요한 제품을 만들어 보고 싶다는 곽 대표는 사업전환에 있어 '고객의 눈높이'를 가장 중요하게 생각했다. 신제품 연구개발에도 고객들로부터 다양한 아이디어를 적극적으로 수렴하여 반영한다.

'고객만족'이란 일방적인 노력으로는 얻어내기 힘들다. 고객이 원하는 부분을 제대로 파악해서 제품을 출시하고, 또 그 반응에 따라 즉각 변화할 수 있어야 한다. 이는 단기간에 얻을 수 있는 에너지가 아니다. 오랜 시간 서로가 쌓아온 신뢰를 바탕으로 한 결과다. 사업전환을 계기로 스카이007이 화려한 꽃을 피우길 기대해 본다.

풍신섬유(주)

회사 개요

설립일	1991년
대표	박능창
기존사업	섬유제직
추가업종	니트류 생산
매출규모	6,969만 원
소재지	대구 달서구 월암동 1-50

매출도 10배 고용도 10배 성장

오직 '섬유' 한 길로만 정진해 온 풍신섬유. 대한민국 최고의 섬유제직전문업체를 꿈꾸며 섬유산업을 이끌었으나 중국 및 동남아의 저가물량 공세와 불황에 어려움을 겪으며, 결국 공장 가동까지 멈추는 시련을 겪었다. 하지만 절대 포기하지 않았다. 경쟁력 있는 분야를 찾아 섬유산업을 이끌어 가기 위해 다시 일어섰다. 고급 니트류 전문업체로 탈바꿈한 풍신섬유. 사업전환 1년 만에 100억 원대의 매출을 올리는 업체로 성장했다. 사업전환으로 회사가 다시 살아났다.

We've DREAM 힘들다고 '품질'을 포기할 수는 없다

"순수 제직전문업체로 최고가 되는 것을 목표로 시작한 풍신섬유, 그 정신은 변함이 없습니다."

이는 풍신의 모체인 명신직물 창업자 이규삼 회장으로부터 이어져 내려져오는 경영 철학이다. 풍신섬유는 출발할 때부터 확실한 방향을 정했다. 염색, 가공을 제외하고 제직만 전문으로 하기로 한 것. 염색, 가공 등의 단계를 제외한 오직 제직전문이기 때문에 모든 완제품 업체들이 원단을 사러 오게 된다. 오히려 시장을 더욱 넓게 확보할 수 있는 것이다. 1991년에 W.J.L 156대와 싸이징기 2대를 갖추고 섬유제직 위주인 명신직물 성서공장으로 시작한 풍신섬유는 그 후 1997년 풍신섬유(주)로 법인전환을 하며 새로운 시대를 열었다. 그러나 중국 및 동남아산 저가 섬유가 들어오면서 가격 경쟁력이 떨어져 어려움을 겪기 시작했다.

"2003년 말에 중국 공장에 다녀왔습니다. 대체 어떻게 만들기에 가격차이가 나는 걸까 하구요."

현지에 답사를 다녀온 박능창 대표는 입이 떡 벌어졌다. 불량품을 거르지도 않고 전부 납품을 하는 것이 아닌가. 오히려 거래처에서는 박 대표에게 그렇게 해서라도 단가를 맞춰달라고 요구를 해왔다. 이건 아니라는 생각이 들었다. 그동안 쌓아온 기술력과 노하우로 품질을 높여 왔는데, 이제 와서 포기할 수는 없었다. 차라리 공장 가동을 멈추는 것이 현명하다는 결론이었다.

결국 대대적인 구조조정을 통해 풍신섬유는 가족 같던 직원들을 내보내고, 싸이징기 2대만 남기고 제직시설은 매각 및 폐기했다. 무려 1년 6개월이나 공장 문을 닫는 힘든 선택을 할 수 밖에 없었다. 활발히 돌아가던 기계의 엔진 소리가 멈춘 공장

은 삭막했다. 휑한 공장을 보는 것만으로도 힘든 시간이었다.

하지만 박 대표는 지난 몇 년간 어려움을 겪어오면서도 섬유산업에 대한 희망만은 버리지 않았다.

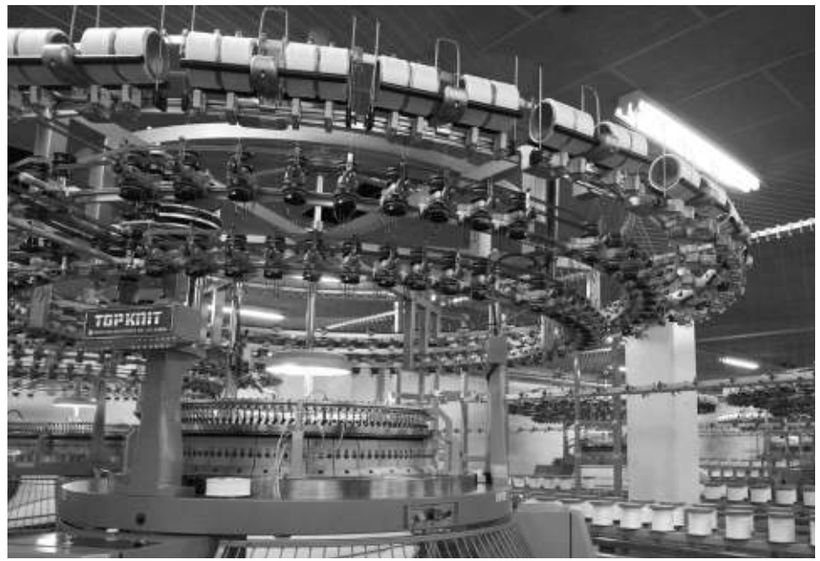
We've NEW ITEM 니트류로 새로운 시대를 준비하다

"공장 문을 닫았지만 결코 포기한 것은 아니었어요. 더 큰 도약을 위한 숨고르기라고 할까요. 어떻게 하면 다시 시작할 수 있을지 고민했습니다. 분명히 섬유산업이 중국 쪽으로 넘어갔다 해도 품질에는 자신이 있었기 때문에 한국 업체가 경쟁력이 있을 것이라고 생각했어요. 어떤 제품으로 승부를 거느냐가 관건이었습니다."

박 대표는 보유하고 있는 기술 노하우를 활용할 수 있는 방안을 염두에 두고 다각도로 생각했다. 그러던 중 니트류 생산에 눈을 돌리게 되었다. 이때 니트류가 기존의 섬유제직보다 생산량이나 종류 면에서 비교할 수 없을 정도로 유리하다는 것을 알게 되었다.

특히 계열사와 원재료를 공동구매할 수 있어 타 제직업체보다 좋은 조건으로 구매가 가능했다. 기존의 큰 틀에서 벗어나지 않으면서도 획기적인 생산방식과 다양한 제품을 생산할 수 있고, 기존의 각 계열사들과의 시너지 효과도 거둘 수 있는 최선의 선택이라고 할 수 있었다.

게다가 기존의 니트류 업체들이 대부분 영세하다 보니 과감하게 설비를 투자하면 틈새시장 공략이 될 것이라는 판단이 들었다. 일단 섬유제직 업체였기 때문에 공장이나 시설을 크게 교체할 필요가 없었다. 새로운 사업을 시작할 때 이는 상당히 큰 도움이 된다. 그만큼 초기 부담금과 위험요소가 줄어들기 때문이다. 필요한 제직설



풍신섬유는 사업전환자금을 지원받아 고급 니트를 생산할 수 있었다.

비와 싸이징기만 교체하면 당장 제품 생산이 가능했다.

무엇보다 섬유제직에 있어서 준비공정이 중요한 데 이에 관해서는 오랜 노하우를 보유하고 있었다. 기존 거래처도 있었기 때문에 판매루트도 어느 정도는 확보할 수 있었다. 최신식 니트 머신 20대와 준비시설인 연사기 53대를 갖추고 고급 니트를 생산하기 시작했다.

이미 풍신섬유의 니트류는 바이어나 대구 지역에 있는 후공정 업체들에게도 좋은 품질로 인정받고 있다. 후발업체로서 상당히 빠른 시간 안에 시장에 진입한 것이다. 이는 최고의 품질을 지향하는 박 대표의 철학 때문이다.

우선 가장 좋은 원사를 들여와 철저한 준비공정을 거친다. 준비 과정에서 원사간의 궁합이 맞지 않을 수도 있는데, 풍신섬유는 기존에 사용하던 원사였기 때문에 제직 조건에 대한 정확한 데이터를 보유하고 있어 시행착오 과정을 대폭 줄이는 것이

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:21 AM 페이지106

가능했다. 또한 원가를 줄이기 위해 함유량이나 밀도 등을 빼거나 변형시키지 않는다. 밀도를 100이라고 한다면 정량을 딱 맞춰 생산해낸다. 좋은 제품은 누구나 알아보기 마련이다.

We've APPROACH 진단부터 진행까지 원스톱 지원

"고급 니트류로 신규 아이템을 정하고 사업을 추진해나갈 때였습니다. 과감하게 사업전환을 결정하고 추진했지만 자금이 문제였습니다. 우연히 중진공의 사업전환 자금에 대해 알게 되었어요. 이 지원을 받을 수 있다면 사업전환에 박차를 가할 수 있겠다는 생각에 바로 다음날 아침 일찍 찾아갔습니다."

박 대표가 중진공 대구경북지역본부를 찾아갔을 때만 해도 사업전환에 대해 정확히 알지 못했다. 막연히 도움이 되지 않을까 하는 마음이었다. 방문 상담을 통해서 그 당시 풍신섬유에 가장 필요한 지원이라는 사실을 알게 되었다. 처음에는 섬유업 자체에 대한 막연한 우려로 주위에서 사업전환 성공 여부에 대해 우려를 표했다. 박 대표 역시 '섬유'에 관해서 정부지원을 받을 수 있으리라고는 큰 기대를 하지 않은 것이 사실이다.

하지만 박 대표에게 한번 힘내서 성공시켜 보자고 용기를 북돋아준 것은 중진공의 송진수 부장이었다. 사업전환 과정에서 고비가 있을 때 마다 중진공에 도움을 요청했다. 그때마다 적극적으로 각종 정보를 제공해주거나, 사업전환 성공사례, 실패사례를 통해 조언도 아끼지 않았다. 자금 지원으로 설비를 갖췄다면, 상담을 통해 경영의 힘을 얻었다고 해도 과언이 아니다.

풍신섬유의 경우 이미 사업전환이 추진되고 있었기 때문에 필요한 기계를 구입하기 전까지 사업승인을 받기 어려웠다. 다행히 송 부장의 노력 덕분에 1차분 기계 입고 전에 사업타당성 검토와 자금 신청 등을 마칠 수 있었다.



최고의 품질을 지향하기 때문에 제품 검수도 꼼꼼하게 진행한다.

2007년 4월에 생산라인 구축 등에 필요한 순수 설비자금 5억 원, 운전자금 3억 원 등 총 8억 원을 지원받고 사업전환에 박차를 가했다. 원재료 비용이 많이 차지하는 특성상 운전자금이 더 많이 필요했다. 2008년에 시설자금 1억 원과 운전자금 5억 원을 추가로 지원받았다.

"다시 기계가 돌아가고 제품이 생산되었을 때 정말 기뻤습니다. 너무 반가워 중진공 송 부장님에게도 와서 들어보라고 했죠. 기계소리가 즐거운 음악소리처럼 들렸습니다. 창업주인 회장님도 매일 아침마다 나와 직접 빗자루를 들고 청소를 하셨어요."

무엇보다 기뻤던 것은 떠났던 직원들이 돌아온 것이다. 다시 공장을 가동하면서 퇴사한 직원들을 우선 채용했다. 다시 시작해 보자며 의기투합했던 그 날의 감동을

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:21 AM 페이지108

잊을 수 없다고 한다. 기계소리와 함께 직원들의 웃음소리가 공장을 가득 메웠다. 박 대표는 사업전환에 대해 고민하고 있는 업체가 있다면 과감하게 결정하고 투자하라고 전한다.

"가능성이 보이면, 과감히 도전하는 것이 필요합니다. 과연 사업전환이 가능할지 고민하다 보면 아무 것도 할 수 없어요. 이 때 중진공의 도움을 꼭 받으세요. 사업전환 진단부터 진행과정까지 원스톱으로 지원을 받을 수 있기 때문입니다."

We've EFFECT 매출도 10배, 고용도 10배 성장

풍신섬유의 과감한 결정과 투자는 매출향상으로 이어졌다. 2006년 10억 원에 불과하던 매출액이 새로운 사업에 뛰어든 2007년에는 60억 원으로 급성장한 것. 올해는 110억 원 정도로 예상된다.

"직원들도 많이 늘어났어요. 2005년에 관리직 3~4명 정도에 불과했는데, 지금은 50명의 직원들이 한 식구가 되었습니다. 대부분 생산현장 인원들이 충원되었습니다. 회사가 바쁘게 돌아갈수록 고용도 증대될 수 있겠죠?"

올해에는 기존의 싸이징기도 폐기하고 한층 업그레이드된 니트 기계 2대를 더 구매해 총 20대의 생산시설을 갖췄다. 풍신섬유에서 보유하고 있는 니트 머신은 기존의 W.J.L 보다 가격 면에서는 약 20%정도 비싸나 생산량은 약 10배 정도 많다. 따라서 현재의 20대로 기존의 200대 이상의 효과를 볼 수 있는 것. 또한 니트 머신의 기술발달로 이전에 불가능하던 제품의 생산까지 가능해지는 등 앞으로의 발전도 매우 기대된다.


사업전환 이후 매출이 10배 늘었다는 박능창 대표

이제 풍신섬유는 명실상부한 니트 전문업체로 자리를 잡았다. 이미 고용증대와 수출 증진 등의 목표가 일차적으로 완료된 상태. 이제는 이 기반을 활용해 세계 제일의 니트 전문기업으로 발돋움 하는 일만 남았다. 추가적인 시설 투자와 연구개발 등에 매진하고 해외수출시장 개척에 박차를 가할 것이다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 대구경북지역본부 **송진수** 부장

30년 경력의 기술과 노하우가 성공 요인

30년간의 섬유제직 노하우를 포기할 수 없다는 박 대표의 말에 섬유산업에 대한 열정을 느꼈다. 풍신섬유는 발전 가능한 전문분야 아이템과 노하우, 거래처 확보까지 철저히 준비해서 사업전환을 시도하려는 업체였다.

풍신섬유의 성공 요인은 **섬유제직 기술의 경험과 노하우를 최대한 활용**했다는 점이다. 사업전환에 있어 안전성과 발전성을 가장 중요시했던 풍신섬유는 자신들의 기술과 노하우를 가장 잘 활용할 수 있는 아이템을 선정했다. 그래서 제직에 가장 기본이자 핵심이 되는 원사를 준비할 때에도 노하우를 바탕으로 시행착오를 겪지 않고 제품을 생산해 낼 수 있었다.

두 번째 성공요인으로는 **기존 거래처 확보로 단기간에 안정적인 매출을 올렸다**는 점이다. 신규 사업을 시작할 때는 거래처 확보가 가장 중요하다. 좋은 제품을 만들고도 판매할 방법이 없으면 무용지물이 되기 때문이다. 이런 점에서 풍신섬유는 기존 거래선을 활용해 시장 진입에 빠르게 성공했다. 영업 관리 활용이 뛰어난 편이다. 풍신섬유의 노하우와 기술력, 기존거래선 확보라는 3박자가 맞물려 성공적인 사업전환을 이뤄냈다고 할 수 있다.

업종 추가 **02**

(주)씨와이씨

회사 개요

설립일	2001년 11월
대표	김영하
기존사업	원단검사업
추가업종	염색가공
매출규모	8억 4,000만 원
소재지	경기도 시흥시 정왕동 1700-8 시화공단 1바 409

섬유산업의 새로운 희망을 짜다

섬유산업이 사양산업이라는 것은 큰 착각. 섬유야말로 인류가 존재하는 한 영원히 지속 성장 가능하다. 다만 생산 공장이 신흥개도국으로 이전할 뿐이다. 전 세계적으로 해마다 섬유 소비량은 늘어나고 있다. 이제 한국의 섬유업체들이 가야할 길은 분명하다. 고기능성의 경쟁력있는 제품의 선두주자가 되는 것. 이미 한국의 섬유기술은 세계 3위 안에 들 정도로 우수하다. 섬유산업을 우리 경쟁 산업으로 탈바꿈할 기회가 왔다. (주)씨와이씨는 일찌감치 회사의 방향을 고기능성 특수 분야로 설정, 대한민국 최고가 곧 세계 최고라는 자부심으로 제품을 생산한다. 지금의 자리에 오르기 위해 씨와이씨는 '사업전환'을 선택했다.

We've DREAM 섬유업계의 희망으로 부활하다

"마린보이 박태환 선수 아시죠? 그 선수가 입는 수영복들은 첨단 기술이 접목된 고기능성 제품입니다. 그런 원단을 생산하는 업체라고 하면 이해가 쉽죠."

시화공단에 위치한 (주)씨와이씨는 섬유가공 전문기업으로 그 중에서도 화이트를 전문으로 생산한다. 주력 제품으로는 반도체 클리너를 생산하며 의류용으로는 고기능성 첨단제품의 기능성 원단을 생산한다. 주로 운동선수들이 착용하는 기능성 제품으로서 특히 수영복의 경우 착용감을 높이고, 물의 저항력을 감소시키는 등의 고기능성 제품을 생산하고 있다. 반도체 클리너의 경우 삼성, 엘지, 하이닉스 등 국내 유수의 반도체 생산업체에 공급하고 있다. 기능성 의류의 경우 신규설비 투자로 효성과 코오롱, 삼성물산과 긴밀한 관계를 유지하며 신제품을 개발하고 있다.

그동안 화이트 섬유에 대한 지속적인 제품개발과 생산기술 정립으로 고부가가치 제품양산 체제정립, 섬유의 고질적인 시화 및 불균염, 오염 등 고객의 요구에 부응하고 기술향상을 위한 노력과 선진기술을 확보한다는 목표로 달려왔다. 또 김 대표는 고부가가치 제품을 생산하기 위해 설비증설과 연구개발에 투자를 아끼지 않았다.

"중국이나 동남아시아의 섬유와 차별화 전략을 세우는 것이 중요합니다. 섬유산업이 수출 효자 노릇을 할 수 있는 기회는 얼마든지 있다고 생각합니다."

김 대표는 섬유산업의 부흥을 꿈꿨다. 혼자만의 바람이 아닌, 섬유산업의 희망이자 현실이 되길 원했다. 일단 염색단지 공장매입을 시작으로 새로운 기반을 정립하고 공장 가동과 부가가치의 제품 생산으로 섬유에 대한 새로운 패러다임을 조성하는 데 성공했다. 섬유산업의 틈새 시장공략 및 중국의 저가 물량공세 차단과 품질 및

기술로 경쟁력을 확보했다. 또 기존의 기술축적을 토대로 새로운 신제품 개발과 중소기업의 장점인 신속하고 정확한 제품개발을 통해 초기능성 제품을 개발했다. 이로써 중저가 시장에서 고부가 가치 제품으로서의 제품생산 전환을 리드하는 업체로 자리 잡고 있다.

We've NEW ITEM 기능성섬유 개발로 틈새시장 공략

씨와이씨의 역사는 크게 두 단계로 구분된다. 창업초기부터 2006년 공장 이전까지가 첫 단계, 공장 이전 이후 현재까지가 두 번째 단계다. 김 대표는 제일합섬에 입사해 17년간 섬유에 대한 모든 것을 정식으로 배웠다. 최종 가공까지 전 분야를 아우르는 지식과 경험을 쌓은 셈이다.

"2000년에 사업을 시작하면서 제조업을 하고 싶었지만, 현실적으로 어려움이 있었어요. 그래서 당장 시작할 수 있는 원단 검사분야로 사업을 시작했습니다. 모든 원단이 생산되면 검사 단계는 필수로 거쳐야 하니까요."

원단검사 업체를 운영하면서 2년 동안 제조업을 시작할 발판을 마련했다. 신생 업체가 2년 만에 자가 공장을 갖는다는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 그만큼 빠른 성장세를 보인 것이다. 하지만 매출은 한계가 있었다. 매출의 한계를 극복하기 위해서는 원단 검사만으로는 어려웠다. 김 대표는 2006년에 공장을 이전하면서 동시에 설비투자를 실시했다. 본격적인 제조업체로 탈바꿈하기 위한 선택이었다.

"염가공 설비를 갖추고, 화이트 전문공장 클린너 사업장으로 공장을 가동했습니다. 대부분 10년 이상된 기계설비로 생산하기 때문에 품질과 생산량 한계가 고질적인 문제였지요. 이러한 문제를 해결하기 위해 최신설비를 갖춰 효율을 극대화하는



사업전환지원 덕분에 화이트가공 생산에 적합한 설비를 도입했다.

것으로 기존 업체와의 차별화를 두었습니다."

씨와이씨의 섬유 관련 기술을 가장 잘 활용할 수 있는 것이 염색, 가공 분야라는 판단에서였다. 기존에는 화이트가공만 전문으로 하는 업체가 드물기 때문에 틈새시장이 될 수 있었다. 특화된 제품을 개발해 경쟁력을 갖추었다. 일반 칼라 염색을 하는 업체가 화이트 염색을 병행하다 보면 오염이 많이 나올 수밖에 없다. 불량률이 20~30%나 나온다는 것은 수익성에 상당히 마이너스 요소다. 화이트 전문공장이라면 불량률 제로에 도전할 수 있어, 경쟁력을 확보하게 된다. 특히 반도체 클리너의 경우 20~30종류의 검사규격이 있기 때문에 전문성이 더욱 요구되는 분야이다. 결국 화이트 전문 공장으로서 스포츠 웨어 등 기능성 섬유제품 생산에 적합한 설비를 도입했다. 씨와이씨는 반도체 클리너와 스포츠 기능성 제품 생산이라는 틈새시장의 전문분야를 개척해 한국의 섬유산업의 가능성을 재확인했다.

We've APPROACH 업그레이드를 위한 필수 선택

"2006년에 설비투자를 실시한 것이 첫 번째 사업전환이었고, 올해 8월에 2차 사업전환을 실시했습니다. 2차는 중진공의 지원을 톡톡히 봤습니다. 진작 알았으면 좋았을 텐데요."

김 대표는 고군분투하며 사업전환을 시도했다. 2006년 공장 이전 당시에는 사업전환에 대해 알지 못했던 것이다. 회사에 다니면서 모았던 적금도 탈탈 털었고, 집도 팔아서 온 식구가 단칸방 신세를 지기도 했다. 돈을 끌어 올 수 있는 곳이라면 전부 끌어 모았다. 첫 번째 사업전환으로 제조업을 시작하면서 반도체 클리닝 제품 생산에 주력했다. 그러나 사업 초기에 비해 클리너의 단가가 계속 떨어지고 있어 수익률이 높지 않았다. 그래서 김 대표는 '고기능성 제품'이라는 아이템으로 또 한 번의 사업전환을 계획했다. 때마침 중진공으로부터 사업전환을 지원하는 자금이 있다는 정보를 얻었다. 씨와이씨에게 딱 필요한 지원이었다. 김 대표는 어떻게든 기회를 잡고 싶었다고 한다. 다행히 올해 8월 중진공 서부지부 시설자금 활용으로 설비를 증설했다. 어렵게 자금을 모았던 때를 생각하면 진작 중진공 자금지원에 대해 알지 못했던 것이 너무 아쉬울 따름이다.

"자금지원으로 기계도 새로 들이고, 고기능성 제품 개발에 박차를 가할 수 있어서 많은 도움이 되었습니다. 그리고 사업전환지원을 받다보면 여러 가지 서류를 준비해야 하는데, 보고서 제출 같은 서류 작성부터 재무재표 보는 방법, 기업의 향후 5년간의 발전 계획 등에 대해 제대로 배울 수 있는 시간이 되었습니다. 현장에서 바쁘게 일하다 보면 그러한 부분이 부족할 수 있잖아요? 중소기업 대표들이 업그레이드 될 수 있는 교육적인 효과도 톡톡히 봤어요."

We've EFFECT 매출의 80%가 사업전환 품목에서 발생

"고부가가치 제품은 경쟁력이 있어요. 중국에서 생산하는 제품은 불량률이 너무 높아서 한국이나 일본으로 다시 돌아오고 있어요. 그 기회를 잡아야지요."

보통 우리나라 섬유산업의 경우 70%가 의류, 30%가 산업자재를 차지하고 있다. 그러나 선진국의 경우 이와 반대다. 산업자재가 70%를 차지한다. 산업용은 활용범위가 어마어마하다. 신발부터 커텐, 벽지, 자동차 내장재 등 모든 생활 제품에서 쓰이고 있다고 해도 과언이 아니다. 한국도 점차 선진국형 구조로 구조조정이 이루어지고 있다. 그래서 씨와이씨도 점차 산업자재로 넓혀나갈 생각이다. 김 대표는 중진공의 사업전환제도에 대해 더 많은 중소기업들이 정보를 얻고, 지원받기를 원한다.



수시로 제품의 품질을 체크하는 김영하 대표(왼쪽)

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:22 AM 페이지 116

무리하게 은행 빚 빌려서 이자 갚다 쓰러지는 업체들도 많다. 사업전환에 대해 직접 홍보를 하고 다니는 자칭 사업전환 홍보 전도사다.


정책지원제도를 적극적으로 활용했다는 김영하 대표

"일단 중진공의 문을 두드리라고 말해줍니다. 만약 당장 사업전환을 받지 못한다 해도 다음에 또 기회를 잡을 수 있거든요. 내가 직접 찾아다녀야 합니다. 모르는 것은 물어보고, 어려우면 도와달라고도 하구요. 내 발품 판 노력에 대한 보상, 그 이상은 충분히 거둘 수 있습니다. 저도 사업전환을 받으면서 알게 되었지만, 각종 지원이 많은데, 몰라서 못 받는 업체들이 수두룩해요."

김 대표는 중진공에서 발간한 정책지원제도와 관련된 책자를 챙겨, 필요한 중소기업 대표들에게 주기도 한다. 섬유클러스터라는 동종업종 활동 뿐 아니라 이업종 교류회도 참석해 많은 정보를 얻고 있다. 특히 이업종을 통해 통합적인 사업을 구상할 수도 있다. 섬유는 이업종교류가 활발한 분야이기 때문이다.

"섬유와 IT가 접목된다고 생각해보셨나요? 만약 옷을 입었을 때 온도체크, 심장, 비만 체크 등이 된다면 이것이 바로 IT기술이 접목된 기능성 옷이죠. 이러한 기능을 접목시키기 위해서는 금형사출도 필요할 수 있으니 다양한 이업종교류가 바람직하다고 생각합니다. 또 한번 세상을 깜짝 놀라게 할 만한 신제품을 개발하는 것이 목표입니다. 물론 섬유산업에서 말이죠."

씨와이씨의 지난해 매출액은 8억 원. 올해 설비를 갖추었으니 내년부터 본격적인 매출 증대가 이루어질 것으로 보인다. 현재 약 80% 가량이 사업전환품목이 차지하고 있다. 올해 12억 원, 내년은 20억 원 이상이 충분하리라 예상한다는 김 대표. 2010년까지 매출 50억 원을 목표로 한다. 끊임없이 설비를 증설하고, 연구개발을 통해 제품을 향상시켜 나갈 계획이다.

사업전환을 통해 신규인력 10여 명도 채용했다. 화이트 전문공장과 별도로 칼라염색 전문 기능성 공장도 설립할 예정이다. 김 대표의 계획은 무궁무진하다. 세계적인 스포츠 의류 브랜드에 제품을 납품하는 날이 머지않았다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 경기서부지역본부 **김동훈** 코디

경험과 노하우에서 시너지 효과 얻다

김영하 대표는 섬유만 25년을 한 베테랑이었다. 섬유에 대한 기본지식부터 전체 공정에 대한 경험, 섬유시장에 대한 분석 능력까지 골고루 갖추고 있었고 섬유산업으로 성공할 수 있다는 의지가 대단했다.

씨와이씨가 사업전환에 성공할 수 있었던 첫 번째 요인은 **오랜 경험과 노하우를 살린 참신한 아이디어**다. 섬유회사에서의 경험을 바탕으로 고부가가치의 섬유시장을 파악하고, 화이트를 전문으로 하는 선택과 집중이 돋보였다. 기능성 제품의 가능성을 미리 타진하고, 연구개발을 앞장서서 할 수 있었던 것도 김 대표의 오랜 경험과 노하우를 살린 아이디어의 승리라고 본다.

두 번째 성공요인으로는 **기존사업과의 시너지 효과를 제대로 살린 것**이다. 보통 사업전환을 통해 매출액의 30%를 얻으면 성공이라고 보는데, 씨와이씨의 경우 80% 이상을 차지할 만큼 대성공을 거두었다. 이는 기존 원단 검사업을 그대로 살릴 수 있는 신규아이템을 선정한 것이 핵심이었다. 어차피 자사에서 생산하는 제품도 검사 과정을 거쳐야 하기 때문에 안정된 품질을 유지할 수 있었으며, 비용 절감의 효과도 톡톡히 봤다. 개발계획을 잘 세운 덕분에 상승효과가 컸다.

아이케이(주)

회사 개요

설립일	2002년 3월
대표	윤석규
기존사업	철강재 도소매
추가업종	프리보드 제조
매출규모	556억 원
소재지	경기도 고양시 일산동구 마두동 990-3
홈페이지	www.iksteel.com

사업전환 2년 만에 시장 20% 점유

친환경이 대세다. 건축자재 시장에도 친환경이 주목받고 있다. 아이케이의 윤석규 대표는 친환경을 화두로 한 건축자재 시장의 변화를 주목하고, 친환경적이면서 저렴한 새로운 개념의 건설자재 개발을 위해 매진해 왔다. 건설자재 유통으로 자금을 확보한 그는 지난 3년 동안 100억 원을 투자해 새로운 소재의 제품 개발에 성공했다. 화재에 강하고 친환경적인 신개념 단열재 프리보드가 그 주인공이다. 물론 제조업으로 전환하는 과정에 필요한 자금과 컨설팅이 없었다면 프리보드는 아직 시중에 출시하지 못했을 지도 모른다.

We've DREAM 즐겁게 일하는 세계적인 건축자재 기업으로

경기도 일산의 잘 가꿔진 주택가와 큰 길 사이에 위치한 아이케이(주). 깔끔한 첫 인상의 건물에 들어서면 회사라기보다는 카페를 연상시키는 작은 연못이 가장 먼저 눈에 띈다. 졸졸졸 흐르는 물소리와 향긋한 풀냄새에 어느새 입가에는 미소가 지어진다.

이는 '고객과 직원 모두를 만족시키는 것이 좋은 회사'라는 윤석규 대표 이사의 철학 때문에 특별히 신경 써서 가꾸고 있는 회사의 정원이다.

스틸하우스 및 단열재, 구조재 등 건축자재 전문기업인 아이케이는 2002년에 단 3명의 직원으로 출발, 현재 100여 명이 넘는 직원과 매출 1,000억 원을 바라보는 회사로 성장했다. 창업부터 지금까지 퇴사자가 없다는 이색적인 기록도 보유하고 있는 곳. 화사한 회사 분위기만큼 직원들의 표정도 밝다.

윤 대표는 단열재 시장에 대한 가능성을 믿고 회사를 설립, 세계적인 건축 자재



프리보드 라인이 설치된 오창공장

박람회 참가 모습

업체로 키워나갈 계획이라고 한다. 그리고 그 출발점으로 과감하게 신개념 단열재 제품 연구개발을 선택했다.

We've NEW ITEM 불에 안타는 스티로폼!

전체 단열재 시장의 약 70%를 차지하고 있는 EPS 샌드위치 패널은 그라스울이나 폴리우레탄에 비해 취급이 용이하고 재활용이 가능하며, 저렴한 가격으로 그 시장이 급속도로 발전했다. 하지만 가장 큰 취약점은 바로 화재에 약하다는 것.

"2002년 씨랜드 참사나 얼마 전 반도체 공장에서 화재가 났던 사건들이 있잖아요. 그런 사고들을 보면서 화재가 빼앗아가는 것이 얼마나 크고 무서운지를 뼈저리게 느꼈어요."

윤 대표는 이런 화재 뉴스를 접할 때 마다 EPS 샌드위치 패널의 약점을 보완할 제품이 없을까 고민해왔다. 화재가 나면 모두 타버리는 국내 공장이나 물류창고를 보고 너무 안타까웠다. 마침내 지난 3년간 100억 원을 들여 아이케이만의 특허 무기질 난연액을 스티로폼에 투입할 수 있는 기술 개발에 성공했다. 물론 불에 아주 안타는 것은 아니지만 불을 붙이면 스스로 꺼질 정도다.

이 획기적인 제품의 이름이 바로 '프리보드'다. 프리보드는 화재에 강한 준불연성 단열재 및 패널용 심재로서, 시공성이 뛰어나고 경제적인 건축단열재다. 지난해 지식경제부에서 난연 2급의 준불연성 스티로폼 패널로 공인받았다. 샌드위치 판넬의 불연 단열재 의무사용으로 건축법이 개정되면서 아이케이의 신제품 개발은 더욱 탄력을 받았다.

프리보드는 주로 공장이나 물류센터 같은 창고의 외벽에 사용되는 건축자재다.



사업전환 아이템으로 개발한 준불연성 단열재 및 패널용 심재 '프리보드' 자동화라인

이들 건물의 외벽은 보통 밖에는 철판을 대고 그 속은 스티로폼으로 채워진다. 하지만 스티로폼은 화재가 발생하면 불이 쉽게 옮겨 붙고 유해가스가 많이 발생한다. 그래서 폴리우레탄을 사용하기도 하지만 이것은 스티로폼보다 값도 비싸고 무거운 단점이 있다.

그런데 난연액이 투입된 프리보드는 스티로폼과 무게 차이가 없고 화재에도 강하다. 프리보드는 화재에 강할 뿐 아니라 에너지도 10% 이상 절약할 수 있다. 현재 국내 단열재 시장을 선점하기 위해 대기업과 기술협력을 통해 다양한 색깔의 철판을 개발해 프리보드와 결합한 상품을 출시했다.

또한 두께 5cm의 프리보드 한쪽 면에 아예 철판을 덧대 공사현장에서 간편하게 외벽으로 시공할 수 있도록 했다. 대부분 회색 위주인 공장 및 물류창고 외벽이 다양하게 바뀔 날이 머지않았다. 프리보드 제조 전 과정이 특허로 등록되어 있어 앞으로 수익성도 기대된다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:22 AM 페이지122

We've APPROACH 사업전환지원이 전환점이 되다

프리보드의 성공에는 사업전환이라는 커다란 전환점이 있었다. 우레판 접착제, 샌드위치 판넬 등 각종 건축자재로 사용되는 철강재 도소매업으로 시작한 아이케이. 건축물에 있어 화재는 언제나 조심해야 할 부분이다. 윤 대표는 불에 타지 않는 제품을 개발하기로 결심했다. 그 때가 2006년이다.

"도소매 업체가 제조업을 시작하니 난관이 한 두 개가 아니었어요. 당장 제조를 할 수 있는 공장도 필요했고, 연구개발도 해야 했어요. 기계 라인 하나에 30억 원 가량이 필요했으니, 어마어마한 자금이 필요하기도 했지요."



시설자금 17억 원을 지원받아 생산라인을 구축했다.

우선 자체 자금으로 오창에 있는 공장을 인수했다. 공장은 인수했지만 시설자금은 턱없이 부족했다. 처음에는 은행의 문을 두드렸다. 제조업 부분은 성공 여부가 미지수였던 데다 장기적인 자금을 빌리는 것은 무리였다.

자체 조달 자금으로는 이미 한계에 도달했던 상태였기 때문에 어떻게든 자금을 마련해야 했다. 자칫 모든 계획과 노력이 물거품이 될 지도 모른다는 생각에 윤 대표는 밤잠을 이루지 못할 정도였다. 이번에는 중진공 경기지역본부를 찾아갔다. 맨땅에 헤딩하는 심정이었지만, 방법이 없었다. 그때만 해도 아이케이가 도소매 업체로 분류돼 있었기 때문에 지원이 어렵다는 답변을 들었다. 제조업 중심으로 지원이 된다는 것이었다. 낙심하고 발길을 돌렸는데, 중진공 직원으로부터 반가운 전화 한 통을 받았다.

"도소매 업체라도 제조업 분야로 전환을 하겠다면, 그 용도에 딱 맞는 사업전환 자금이 있다는 얘기를 해주었습니다. 제조시설에 대한 자금지원을 받아보겠냐는 겁니다. 이렇게 반가운 소식이 또 있을까요?"

마침 3,500평 규모의 오창 공장을 인수한 덕분에 충북지역본부에 다시 한 번 문의할 수 있는 기회를 얻었다. 다음날 오창으로 내려갔다. 사업전환 신청이 가능한지 여부에 대해 실사를 받기 위해서였다. 꼼꼼히 실사를 마치고, 사업전환 아이템에 대한 브리핑까지 마친 후 지난해 7월 사업전환지원을 받을 수 있게 되었다. 이후의 과정은 일사천리로 진행되었다.

프리보드 개발에 가장 중요한 것은 '기계설비'였다. 연구개발로 나온 기술을 실현할 기계 설비를 갖추기 시작했다. 기계 하나의 길이가 120m 가량 되고, 한 라인 설치에 30억 원이 들어갔다. 모두 5개 라인 정도가 필요했으니, 초기 투자비용이 엄청났음을 알 수 있다. 설비 뿐 아니라 연구개발에도 막대한 자금이 필요했다. 생산라인 구축을 위한 시설자금 17억 원을 지원받아 아주 요긴하게 사용했다.

We've EFFECT 매출액 750억 원 달성, 직원 100명 채용



'프리보드'를 선보이는 윤석규 대표

"사업전환이라고 해서 전혀 다른 부분으로 도전한 것이 아니라 샌드위치 판넬 소재를 유통하다가 그 중 한 소재를 집중적으로 제조하기 때문에 기존의 업종을 발전시킨 형태라고 보면 되요. 기존에는 다른 회사의 제품만 쓰다가. 이제는 직접 생산한 제품을 쓰게 된 것이죠."

"원래 한 업종에서 시장 점유율이 0인 업체가 20%를 차지하려면 적어도 5년 넘게 걸릴 텐데 불과 2년 만에 20% 이상의 점유율을 차지하게 된 것은 중진공의 자금지원이 큰 도움이 되었습니다."

건설자재 유통으로 시작한 아이케이는 현재 프리보드를 비롯한 단열재, 지붕재, 외장재 및 스틸구조물인 프라이 등 건축자재 전반을 취급한다. 3년여의 시간을 들여 이뤄낸 노력으로 아이케이는 1조 원 규모인 단열재 시장을 내년이면 30% 정도 점유할 것으로 예상된다.

매출액은 2007년에 560억 원을 달성했으며, 올해에는 750억 원은 무난히 돌파할 것으로 보인다. 시장점유율만 향상된 것이 아니다. 회사 전체의 볼륨도 크게 향상되었다. 도소매만 할 때는 작은 단독주택에서 10여 명의 직원이 일을 했다. 유통업의 특성상 큰 건물이나 관리인원이 많이 필요 없었기 때문이다. 지금은 제조업으로 분야를 넓힌 뒤 직원이 100여 명으로 대폭 늘었다. 본사 건물 뿐 아니라 오창 공장을 세웠고, 최근 양주와 부여에도 공장을 갖추고 있다. 양주와 부여가 본격적으로 가동이 되면 더 많은 인력을 채용할 예정이다.

또한 복합패널로는 처음으로 산업자원부의 NEP(New Excellent Product) 인증을 받았다. 건축 내외장재 관련 120여 개의 특허를 보유하고 있는 아이케이는 이제까지 개발한 기술을 성장 엔진으로 세계 최고의 기업으로 발돋움할 계획이다. 프리보드의 성공을 발판으로 제2, 제3의 신소재를 계속 개발해 나갈 예정이다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 충북지역본부 **최병채** 지도위원

컨설팅지원도 성공의 키포인트

불에 타지 않는 스티로폼을 개발했다는 이야기를 듣고 우리나라에 꼭 필요한 아이템이라는 생각이 들었다. 각종 화재 사고를 겪는 중소기업들을 볼 때 마다 안타까운 마음이 들었기 때문이다.

아이케이의 첫 번째 사업전환 성공요인은 **시장에 필요한 아이템 선정**이다. 건축법 개정으로 더욱 주목을 받게 된 프리보드는 시장에 꼭 필요한 제품이었다. 기존의 EPS 판넬의 장점은 그대로 유지하고, 화재에 취약한 부분을 보완해 획기적인 제품을 생산한 것이 사업전환의 성공 기틀이 되었던 것이다.

두 번째 성공요인으로는 **적극적인 사업전환 컨설팅 참여**이다. 중소기업에게 자금 만큼 필요한 지원도 없지만, 장기적으로 보면 컨설팅도 매우 중요한 지원 분야이다. 회사의 내부 체질을 개선하고, 핵심 역량을 강화하기 위해 컨설팅은 꼭 필요한데 많은 업체들이 컨설팅보다는 자금에만 치중하는 경향이 있다. 생존경쟁에서 살아남을 수 있는 힘을 키워주는 것이 컨설팅이다. 아이케이는 컨설팅을 충실히 수행하면서 내부혁신에 힘쓴 덕분에 보다 더 쉽고 빠르게 사업전환에 성공했다.

유니챌(주)

회사 개요

설립일	2003년 7월
대표	안종길
기존사업	휴대폰 UI(User Interface) 솔루션 개발
추가업종	전자사전
매출규모	32억 원
소재지	서울시 금천구 가산동 에스제이테크노빌 1104호
홈페이지	www.unichal.com

꿈의 아이디어 사업전환으로 활짝

영어단어가 궁금할 때 사전을 찾아보지만 번거롭고 귀찮은 것이 사실이다. 그렇다고 찾아보지 않으면 뜻을 모르고, 일일이 찾으며 책을 읽거나 공부를 하기에는 흐름이 끊기기 일쑤다. 이러한 불편함을 한 번에 해결해줄 수 있는 신개념 자동사전이 출시됐다. 간단한 클릭 한 번만으로 단어의 의미와 발음을 동시에 제공하는 딕쏘(dixau)가 그 주인공이다. 모바일 IT 전문기업인 유니챌(주)가 지난 2여 년에 걸친 개발과 6개월의 알파, 베타 테스트를 거쳐 출시한 딕쏘는 기존의 종이사전이나 전자사전의 번거로운 인터페이스 대신 클릭 한번으로 컴퓨터 모니터에 사전 내용을 보여주는 새로운 개념의 사전이다. 딕쏘의 아이디어를 실현하기 위해 가장 필요했던 것은 전문가의 진단과 자금. 이 두 가지 문제를 해결하기 위해 중진공의 문을 두드렸다.

We've DREAM 기술혁신이 생명이다

"모바일 정보기술 분야에서는 최고의 인재들이 모인 곳이라는 자부심을 갖고 일하고 있습니다. 세계 최고의 전문기업으로 성장하기 위해 연구원들이 밤낮으로 연구개발에 몰두하고 있습니다."

차세대 휴대폰, DMB, 휴대인터넷 분야의 리더를 지향하는 유니챌(주)은 혁신적인 솔루션, 앞서가는 기술개발을 통해 모바일 정보기술 분야에서 명실상부한 세계 최고의 모바일전문기업으로 발돋움하고 있다.

2003년 창립 이후 휴대폰 공통 UI(User Interface)솔루션 용역 개발을 수행하면서 꾸준히 성장해왔다. 공통 UI란 사용자의 편의를 위해 휴대폰에 내장되어 있는 전화번호부, 일정관리, 편리기능, 블루투스 등 기본적인 기능을 말한다. LG전자의 공동 UI협력업체로 약 80% 이상의 제품을 유니챌이 담당하고 있으니 그 기술력과 품질을 짐작할 수 있다.

유니챌의 가장 큰 경쟁력은 80여 명의 연구인력이다. 안종길 대표는 무엇보다 연구개발에 몰두하기를 좋아하는 사람들만 채용했다고 한다. 좋아하는 일을 마음껏 할 수 있는 환경을 만들어 줄 자신이 있었으며 그런 사람들이야말로 유니챌을 성장시킬 수 있는 가능성이 있다고 믿었기 때문이다.

또한 유니챌은 기존의 휴대폰 카메라 모듈기술, 휴대폰 내장사전 개발, 임베디드 기기 제작 기술 및 ETRI와의 연계 기술 개발 경험을 보유하고 있는 등 높은 기술력을 확보하고 있다. 유니챌은 이처럼 연구중심 기업으로, 지속적인 기술혁신을 통해 핵심 특허를 확보하고 원천 기술을 자체 보유하였으며 이를 바탕으로 해외시장 진출 또한 준비하고 있다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:22 AM 페이지128

We've NEW ITEM 문자인식기술을 영어사전에 접목하다



사업전환 아이템인 '딕쏘' 광고

세계 공통어인 영어는 공부하는 학생 뿐 아니라 직장인, 가정주부 등 누구에게나 친숙한 언어이자 평생 넘어야 할 거대한 장벽 같은 존재다. 시험을 위해서, 취직을 위해서 늘 영어공부를 해야 할 뿐 아니라 실생활에서도 영어를 보고 듣고 써야 할 경우가 점차 많아지고 있다. 이때 가장 어려운 부분이 단어. 단어만 알고 있어도 의미를 대충이나마 파악하기 쉬워진다. 모르는 단어가 나오면 보통 세 가지 방법 중 하나를 선택하게 된다. 첫째, 사전을 찾는다. 둘째, 영어 잘하는 사람에게 물어본다. 셋째, 모르고 넘어간다. 자, 이 중에서 가장 확실한 방법은 사전을 찾는 것이지만 여간 불편하고 귀찮은 것이 아니다.

"집에서 아이가 영어공부를 하면서 모르는 단어가 나오면 일일이 물어봤어요. 그 모습을 보다가 사전처럼 정확하지만, 간단하게 단어를 찾을 수 있는 방법은 없을까? 고민하게 되었습니다."

그렇게 탄생한 것이 바로 모르는 단어에 대고 간단하게 클릭만 하면 단어의 의미와 발음을 동시에 제공하는 신개념 자동사전 딕쏘다. 이처럼 간편한 검색이 가능해진 것은 유니챌이 보유하고 있는 이른바 '문자인식기술'에 기반한 것으로, 이 기술은 카메라로 단어를 촬영하고 그 영상 정보를 PC에 전달해 인터넷 브라우저 화면에서 검색 결과를 보여주는 것이 그 핵심이다. 딕쏘는 일반 전자사전과는 달리 이미 내장된 사전 콘텐츠 이외에도 사용자가 필요한 사전을 선정할 수 있어 검색 기능면에서 탁월한 성능을 발휘한다.

현재 검색 가능한 웹사전은 17개. 특히 다양한 네티즌의 참여로 만든 온라인 백과사전은 물론 고유명사, 신조어, 약어처럼 일반 전자사전에서 검색하기 힘든 다양한 정보까지 검색할 수 있다. 딕쏘의 단어 인식률은 현재 약 95% 정도로 딕쏘에 내장된 가이드를 모르는 단어의 첫번째 알파벳 시작점에 정확히 일치만 시켜도 이보다 더 높은 인식률을 기대할 수 있다. 이 밖에 딕쏘는 약 1만 8천여 개의 영어단어를 정확한 발음으로 녹음, 내장하여 인터넷 사전에서 별도로 발음듣기 기능을 설정하지 않아도 클릭과 동시에 단어의 발음을 들을 수 있다.

"딕쏘는 사전을 뒤적이거나 전자사전처럼 키패드에 단어를 입력하는 과정 없이 단어를 빨리 검색할 수 있어 문맥의 흐름을 놓치지 않고 학습의 집중력과 이해력을 높이고 독서의 즐거움도 배가시켜 줄 것으로 확신합니다."



클릭만 하면 되는 전자사전 '딕쏘'

안 대표의 말처럼 앞으로는 사전 찾는 법이 서투른 초중고교 학생, 논문 준비로 원서를 많이 읽어야 하는 대학원생, 원서 읽기가 벅찬 샐러던트에게 매우 유용한 사전이 될 것이다. 지난 2월 중순 첫 선을 보인 딕쏘는 선풍적인 관심과 화제를 불러일으키고 있다. 제품 출시 이후 곧 듀얼사전 기능과 데스크탑 사전 기능을 추가하는 등 꾸준히 기술을 향상시키고 있어 그 반응이 더욱 뜨겁다. 듀얼 사전 기능은 클릭 한 번으로 영한사전과 구글 검색, 영한사전과 영영사전, 영한사전과 백과사전 등 서로 다른 두 개의 사전을 동시에 모니터 상에 보여준다. 영한사전 옆에 구글이나 위키피디아의 검색 내용을 같이 보여줌으로써 사용자는 단어가 가진 사전적 의미 외에도 구체적인 단어의 사용 사례와 그림 등의 이미지 정보를 함께 이해할 수 있다. 데스크탑 사전 기능은 인터넷 연결이 되어 있지 않거나 인터넷 속도가 느린 경우에 컴퓨터에 설치된 사전 프로그램을 활용할 수 있다.

We've APPROACH 꿈의 아이디어, 중진공을 통해 실현

"연구전문 기업으로 시작했지만, 시장에 한계가 있었어요. 자체 기술력으로 제품을 생산하는 것이 좋을 것 같다며 시작한 것이 딕쏘의 출발이었습니다."

처음에는 '아이디어'뿐이었다. 수차례 연구개발을 반복하면서 마침내 프로트 타입까지 만드는 데 성공했다. 아이디어를 구체적으로 실현하게 된 것이다. 자체적으로 테스트 해 본 결과 클릭 한 번으로 영어단어를 쉽게 찾을 수 있다는 것은 분명히 큰 매력이 되리라는 자신감이 생겼다. 하지만 사업성에 있어서는 확신을 갖기 어려웠다. 무엇보다 제조업에 대한 경험이 전혀 없어 선뜻 시작하기가 쉽지 않았다. 안 대표는 전문가들의 냉정한 평가를 받아보기로 결심했다. 공정하고 객관적인 판단을



딕쏘를 사용하고 있는 안종길 대표

받을 수 있는 방법을 찾던 중 중진공의 사업전환에 대해 알게 되었다.

"이거다 싶었어요. 설령 자금지원을 받지 못한다 해도 전문가들에게 평가를 받을 수 있는 좋은 기회가 될 것 같았습니다."

사업전환을 신청한 후 전문가들에게 꼼꼼한 평가를 받았더니 전체적인 의견 방향은 '긍정'이었다. 쓰기 어려울 것 같다는 부정적인 의견도 있었지만, 유용한 제품으로 시장성이 확보될 것이라는 긍정적인 의견이 대세를 이뤘다. 사업전환에 필요한 컨설팅, 재고 및 회계 관리, 영업, 마케팅 등 전반적인 분야에 대해 전문가들로부터 솔직한 의견을 들을 수 있었다. 사업전환 신청 덕분에 안 대표는 전문가 평가와 자금 지원까지 한 번에 확보할 수 있었다. 안 대표는 사업전환을 위해서 필요한 시설 및 운전자금 8억 9,000만 원을 중진공으로부터 지원받아 딕쏘 영업점 및 AS센터를 구축하였으며, 사업전환 컨설팅도 수행하였다.

"제조업이 처음이어서 재고 및 회계 관리에 대해 집중적으로 컨설팅을 받았습니

다. 마케팅, 영업에 대해서도 컨설팅을 받았어요. 처음에 막막하기만 하던 문제들이 하나씩 해결되니 자신이 붙었습니다. 중진공 김양호 과장님이 새로운 정책이나 지원제도가 있으면 수시로 알려줘서 필요할 때 마다 적절히 도움을 많이 받고 있습니다."

안 대표는 제조업으로 확장하면서 새롭게 눈을 뜬 기분이다. 정부의 지원이 이렇게 요긴한지도 처음 알았단다. 사업전환을 하는 도중에 '이업종교류회'도 소개받아 한 달에 한 번씩 모임에 참석하고 있다. 다른 업종의 대표들끼리 만나서 전체 업계 동향이나 중소기업이 당면한 문제 등을 허심탄회하게 이야기를 나눌 수 있어 큰 도움이 된다. 사업전환 신청을 계기로 인연을 맺은 중진공 덕분에 처음 시작하는 제조업에 무사히 진입했을 뿐 아니라 든든한 지원군도 얻은 셈이다.

We've EFFECT 제조업에 자신이 생겼다

"이제 시작입니다. 그동안 광고나 마케팅 없이 입소문을 통해 시장의 반응을 살폈으니 본격적인 마케팅을 개시할 때가 되었습니다. 내수시장 뿐 아니라 수출에도 전력을 다할 생각입니다. 앞으로 할 일이 아주 많을 것 같아요."

조심스럽게, 그러나 자신 있게 안 대표는 말했다. 그도 그럴 것이 제품 출시 직후부터 반응이 뜨겁기 때문이다. 인터넷을 통해서만 제품을 판매했는데도 벌써 1만 대 이상의 제품이 판매가 되었다니 그 인기가 대단하다. 솔직히 안 대표가 예상했던 것보다 기대 이상의 성과다. 처음에는 전자사전 시장이 한 해에 300~400억 원인데 그 중 5% 정도만 차지해도 성공이라고 생각했다. 그런데 판매되는 추이와 반응을 볼 때 앞으로 50%까지도 기대해볼 만 하겠다는 자신이 생겼다.

무엇보다 세계 최초의 제품이기 때문에 국제 특허 2건도 출원 중이고, 기본방식

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 서울동남부지역본부 **김양호** 과장

철저한 준비와 최고의 아이디어로 이뤄낸 값진 결과

사업전환을 신청하겠다고 해서 안 대표를 처음 만났을 때 깜짝 놀랐다. 하나부터 열까지 철저하게 준비를 해 왔기 때문이다. 더욱 놀랐던 것은 아이디어가 나온 지 2달 만에 프로토 타입까지 개발한 상태였다. 과연 기술력이 있는 업체다웠다.

유니챌의 첫 번째 성공요인은 **기발한 아이디어와 기술력의 찰떡궁합**이다. 누구나 원했지만 기존에는 없었던 신개념의 전자사전은 그야말로 최고의 아이디어. 게다가 아이디어를 실현할 수 있는 독보적인 기술력으로 사업전환에 성공했다.

두 번째 성공요인으로는 **철저한 준비성**이다. 처음 제조업을 시작하는 회사인데도 불구하고 시장조사도 충분히 하는 등 만반의 준비를 했다. 제품 출시 이후 바로 본격적인 판매에 나서지 않고 네티즌의 반응을 살피는 것도 이러한 준비의 연장으로 볼 수 있다. 철저한 준비로 아이디어와 기술이 더욱 빛을 발할 수 있도록 하는 것이 유니챌의 가장 큰 장점이자 경쟁력이다.

까지 전부 다 국내에서 특허로 등록되어 있다. 어디에 내놓아도 자신있는 경쟁력을 확보한 셈이다. 안 대표의 철학은 '항상 최고의 제품을 만들고 최고의 서비스를 하자'는 것. 이를 위해서는 자신이 하고 싶은 일을 해야 한다고 생각한다.

"누가 억지로 시켜서 한다면 그 결과가 어떻겠어요? 몰입해서 할 때 최고의 결과가 나옵니다. 일에 빠져 있는 것이 사랑에 빠지는 것 못지않은 즐거움이 될 수도 있어요. 연구개발에 몰입하는 사람들로 이루어진 유니챌, 앞으로도 최고의 제품을 만들기 위해 더욱 노력할 것입니다."

첫 출발이 아주 좋다. 딕쏘의 성공을 발판으로 제조업에 자신이 붙었다는 안 대표. 이제부터 시작이라는 그의 발걸음이 누구보다 힘찬 이유는 어려울 때 항상 도와줬던 든든한 중진공과 남보다 앞서갈 수 있는 열정이 있기 때문이다.

세은철강(주)

회사 개요

설립일	2003년 11월
대표	최병호
기존사업	파이프 도매
추가업종	단열이중보온관용 PE자켓파이프 제조업
매출규모	95억 원
소재지	경기도 안양시 만안구 석수동 368-3

유통의 노하우 제조로 꽃 피우다

우리가 살고 있는 도시는 촘촘하게 짜여진 파이프라인으로 연결되어있다. 네트워크처럼 연결된 수도나 가스, 지역난방이 그러하다. 이미 유럽 등에서는 보편화되었지만 우리나라에서는 신도시 붐이 일어나면서 지역난방이 등장했다. 예전에는 남는 열로 온수를 사용했다면, 이제는 항상 온수를 사용할 수 있도록 시스템을 갖춘 것이다. 개별온수에 비해 가격도 저렴해서 계속 보급이 늘어나고 있다. 이 때 중요한 것은 파이프를 통해 온수가 이동되는 동안 얼마나 에너지를 보호할 수 있느냐는 것. 세은철강은 기존 파이프 도매에서 이러한 에너지를 보호할 수 있는 단열이중보온관용 PE자켓파이프 제조업으로 사업영역을 확장했다.

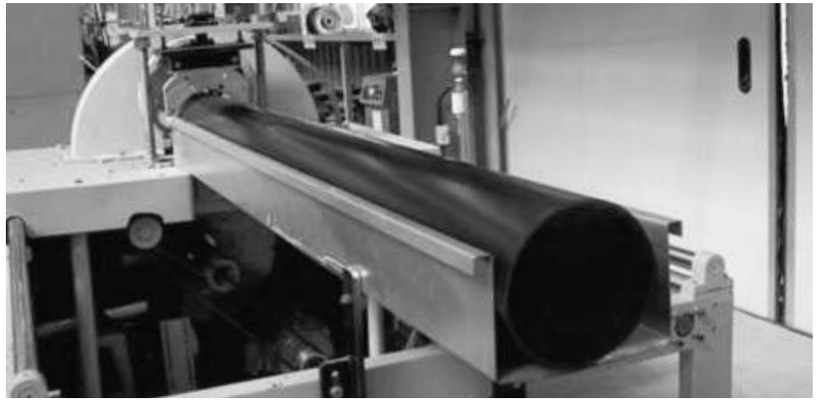
We've DREAM 끊임없는 자기계발은 중소기업의 생명

"스틸 파이프 도매로 사업을 시작했지만 사업전환이나 확장에 대한 가능성을 열어두고 항상 좋은 아이디어가 없을까 고민하고 있습니다. 현재에 안주하고 있으면 안 되잖아요? 끊임없이 발전하기 위해서 노력하는 것이 중요합니다."

세은철강(주)의 최병호 대표는 변화를 생명이라고 여긴다. 2003년 11월 창업 이후 짧은 시간 동안 90억 원 가까이의 매출을 올리는 데는 이 같은 최 대표의 경영철학이 근간을 이루고 있다. 주로 아파트나 산업플랜트에 들어가는 스틸 파이프를 판매하는 업체로 가장 중요한 것은 '잘 팔 수 있는 능력', 즉 영업적인 능력이다. 그래서 무엇보다 세은철강의 제품은 믿을 수 있다는 신뢰를 얻는 데 주력했다. 지난 4~5년 간 탄탄하게 쌓아온 영업망은 세은철강에 대한 신뢰도를 반영하는 거울이라고 볼 수 있다. 최 대표 뿐 아니라 세은철강의 전 직원이 정직하게 땀 흘린 노력으로 거머쥔 결과다. 뿐만 아니라 최 대표는 각종 건축 관련 전시회를 빠지지 않고 찾아다니는 것으로 유명하다. 좋은 아이템을 찾고 개발하는 것이 세은철강의 경쟁력이기 때문이다. 그러던 중 최 대표는 2006년 독일 전시회에서 한 가지 번뜩이는 아이디어의 제품을 발견했다.

We've NEW ITEM PE피복 특수관으로 플러스 알파를 노리다

"유통업은 한계가 있어요. 기존 파이프 유통업은 이미 과다경쟁으로 수익성이 떨어지고 있었고, 건설업의 경기 악화도 불안한 요소입니다. 그래서 늘 마음 한 구석에



사업전환 아이템으로 개발한 단열이중보온관용 PE자켓파이프

제조업에 대한 불씨를 남겨 두었던 차에 에너지와 관련된 파이프 제품을 접하게 되었습니다. 이중보호관이라고 생각하면 됩니다. 기존에 판매하던 강관제품과 동반 매출 효과도 볼 수 있어서 일석이조였어요. 바로 저거다 싶었죠.“

최 대표는 독일 전시회를 다녀온 뒤 곧바로 신규아이템 개발에 착수했다. 신규 아이템인 단열이중보온관용 PE자켓파이프는 온수를 수송하거나, 스팀을 수송할 때 반드시 필요한 제품. 쉽게 말해서 온도를 유지하면서 먼 거리를 수송할 수 있는 역할을 담당한다. 즉 에너지를 보호하는 장치다. 짧게는 발전소에서 각 가정까지, 지역에 따라서는 부천 열병합발전소에서 아파트까지 온수나 스팀을 수송하는 강관제품에 필수적으로 따라 붙는다. 기존에 판매하던 강관제품과는 바늘과 실 같은 관계다. 압력이나 온도 때문에 단열이중보온관용 PE자켓파이프만 설치해서는 안 된다. 강관 외부에 단열이중보온관용 PE자켓파이프를 삽입하는 구조. 그 사이 보온재 역할은 우레탄 폼을 사용한다. 세은철강으로서는 하나의 제품을 개발해서 두 가지 사업을 동시에 판매할 수 있는 셈이었다. 최 대표가 보온관에 관심을 기울이고 있었던 것은 그 시장성에 비해 제품을 만드는 회사가 한정되어 있었기 때문이다. 에너지 절감 때문에 앞으로 적용될 범위가 점차 넓어질 것은 분명했다. 남보다 서둘러 시장에 진입하는 것이 중요했다.



신규 아이템은 기존에 판매하던 강관제품과 동반 매출 효과도 볼 수 있어서 일석이조

“지역난방에서 시작했지만 다양한 파이프 생산이 가능합니다. 상하수도관, 가스관에도 같은 이치가 적용되지요. 신규 아이템 개발로 회사 전체에 플러스알파를 얼마든지 기대해도 좋아요. 소중한 에너지, 아끼는 것이 중요한 일 아니겠어요?”

세은철강은 제품 생산 뿐 아니라 시공분야까지 진출할 계획이다. 단열이중보온관용 PE자켓파이프, 이 한 아이템으로도 할 일이 아주 많다는 최 대표는 벌써부터 신규기술을 활용한 다음 목표를 구상 중이다.

We've APPROACH 사업전환에서 해답을 찾다

“단열이중보온관용 PE자켓파이프를 개발하기 앞서 우선 중진공 사이트에서 자금 지원 내역을 체크했습니다. 우리에게 필요한 정책자금이나 지원이 있을 것 같았거든

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:22 AM 페이지138



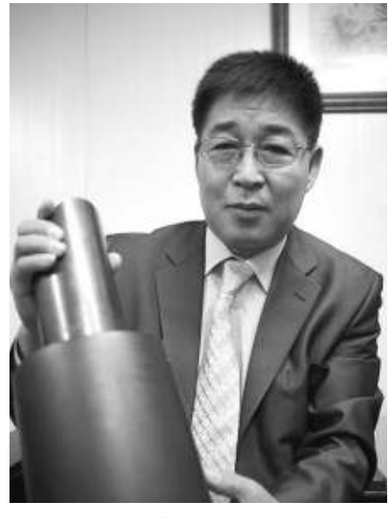
10억 원의 시설자금을 지원받아 마련한 PE파이프 생산공장

요. 사업전환자금이 우리에게 필요한 부분이라고 생각하고 충남지역본부에 연락을 했습니다. 제조업은 유통과는 다른 구조였기 때문에 도움을 요청할 수 밖에 없었습니다."

최 대표는 충남지역본부의 최환준 과장과 황인상 대리를 만난 것이 신규 아이템 개발에 결정적인 역할을 했다고 한다. 유통업에서 제조업으로 전환하는 모든 과정을 중진공의 도움으로 진행했기 때문이다. 단열이중보온관용 PE자켓파이프 제품을 생산하기 위해 필요한 자금 30억 원 중 15억 원은 자제자금으로 조달하고 나머지 부족한 부분은 중진공 사업전환자금으로 해결했다. 10억 원의 시설자금을 지원받아 보령 공장에 PE파이프 생산라인을 설치하고, 생산에 필요한 원부자재구매자금 5억 원도 지원받아 사업전환에 박차를 가할 수 있었다. 또한 사업전환컨설팅을 통해 신규사업에 대한 경영계획을 세울 수 있었다.

"처음에 기계 세팅하고 시행착오를 많이 겪었습니다. 설치하고 완벽한 제품이 나오기까지 어려움이 많았어요. 만족할 만한 제품을 만들기까지 시운전하는 과정이 반복되었습니다. 지난해 연말에 자금을 받아 공장 설비라인을 구축했는데 이러한 시행착오 과정이 오래 걸려 올해 4월에서야 본격적인 매출을 올렸습니다."

세은철강의 박인지 과장이 중진공 홈페이지에 글을 하나 올렸다. 충남지역본부 최환준 과장을 '추천합니다' 코너에 소개한 것이다.



신규 아이템을 소개하는 최병호 대표

"처음에 충남지역본부 구조고도화센터를 방문해서 최환준 과장님과 상담을 하면서 투자비용 뿐만 아니라 제조업을 하는 데 있어서의 문제점 해결과 방향을 잡아갈 수 있었습니다. 사업전환 업체에게 꼭 필요한 부분이라고 생각해요. 게다가 처음 시도하는 일이라 잘 모르는 부분이 많았는데, 최 과장님이 친절하게 설명을 잘 해주셨습니다."

박 과장은 평소 중진공의 문턱이 높을 것이라는 선입견이 있었다고 한다. 그러나 최 과장 덕분에 잘못 생각하고 있었다는 것을 알았다. 혹시라도 이런 생각을 하고 있는 사람이 있지 않을까 하는 마음에 글을 올리게 되었다고 한다. 현장에서 중소기업의 애로사항에 귀 기울여주고, 업체보다 더 열심히 뛰어주는 중진공 지역본부 사람들에게 조금이나마 감사의 뜻을 전하고 싶기도 했다.

'최환준 과장님은 늘 친절하게 상담해주셨습니다. 여러 차례에 걸친 방문과 전화로 힘들었을 텐데도 불구하고, 사업전환에 대해 항상 웃는 얼굴과 밝은 목소리로 상담해 줘 큰 도움이 되었습니다. 현재 원활한 생산과 출하로 높은 수익을 창출하고 있

으며 어려운 경기 속에서도 안정적인 매출확보와 이익을 볼 수 있어서 다시 한번 감사의 마음을 전하고자 칭찬합니다. 세은철강을 믿고 지원해준 만큼 더욱 더 열심히 하여 사업전환으로 성공한 기업의 사례가 되도록 노력하겠습니다.'

중진공 홈페이지에 올린 이 글은 박 과장 뿐 아니라 세은철강 전 직원의 마음이다.

We've EFFECT 더 큰 모습, 사업전환에서 이루다

"지난 4월에 첫 매출을 올렸습니다. 이상없이 첫 제품이 나오자 그때야 마음이 좀 놓이더군요. 사업전환을 시작한 이후 꽤나 마음을 졸이고 있었나 봅니다. 그리고 드디어 지난달에 3억 원이 넘는 매출을 올렸습니다. 이익이 숫자로 나왔을 때는 첫 제품 출시를 볼 때와 또 다른 감회를 느꼈어요. 고정적으로 매달 5억 원 정도는 매출을 올릴 것으로 기대하고 있습니다."

최 대표는 내년에는 전체 매출액이 160억 원 정도는 무난하리라고 예상하고 있으며, 그 중 신규 아이템에서 60억 원의 매출을 기대하고 있다. 이는 PE파이프관을 이중보온관 제조업체에 납품할 수 있는 자격인 한국지역난방공사 열배관처에 제품승인을 올해 상반기에 받았기 때문이다. 지금까지 투자에 올인했다면, 이제는 매출을 올릴 수 있는 시간인 것이다.

또한 사업전환 컨설팅을 통해 전반적인 경영효율성이 향상되어 매출에도 영향을 끼칠 것으로 보인다. 신규 아이템을 선정하거나 사업전환을 할 때 가장 중요한 것은 시장 확보다. 아무리 좋은 제품을 만든다 해도 판로가 없다면 그야말로 무용지물에 불과하다.

최 대표는 기존에 세은철강이 강관유통에 경험이 있는 매출처가 확보되어 있는

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 대전충남지역본부 **황인상** 대리

성공적인 사업전환의 힘은 기술과 신용

사업전환을 지원할 당시에도 꽤 규모가 큰 회사였다. 꾸준히 성장해 오면서 확보한 거래처도 확실했기 때문에 신규 아이템의 시장 진입도 어느 정도 가능성이 높은 상태에서 시작할 수 있었다. 특히 동종 업계에서도 좋은 평판을 받는 업체여서 인상 깊었다.

세인철강이 사업전환에 성공할 수 있었던 첫 번째 요인은 **오랫동안 쌓아온 영업 판매망의 활용과 기술력을 근거로 한 영업력**이다. 세은철강의 신규 아이템은 무엇보다 영업력이 성공의 관건인 제품. 기존에 확보하고 있던 영업 판매망을 적극적으로 활용해 매출 향상에 큰 도움이 되었다. 게다가 기술력을 근거로 영업을 했기 때문에 신용도가 높았다.

두 번째 성공요인으로는 **CEO의 적극적인 노력**이다. 최 대표는 사업전환 성공을 위해서 직접 두 발로 뛰어다녔다. 대표의 확고한 의지는 직원들에게도 전달되어 '사업전환에 사활을 걸어보자'는 한 마음으로 단결해 성과를 이뤄냈다.

상황에서 그 거래처가 이 제품을 쓰고 있기 때문에 판로개척에 용이했다. 이미 일정 고객도 확보 되었고, 매출 규모도 확보되어 있어 성공 가능성이 더욱 기대된다.

"기존 제품은 마진이 크게 없었어요. 신규 아이템을 통해 이익률이 9~10월에 많이 증가해서 수익구조가 안정되고 있습니다. 기존에 직원이 7명이었는데, 보령 공장에 8명의 직원을 충원해서 점차 회사의 규모도 커지고 있어요. 사회에 꼭 필요한 일을 하는 회사, 좋은 회사로 변신하는 데 사업전환이 중요한 터닝 포인트가 될 것으로 기대합니다."

유통업에서 제조업으로 무사히 안착한 최 대표는 또 다른 변화와 발전을 위해 오늘도 힘차게 달려간다.

(주)테라에프에이

회사 개요

설립일	2003년 5월
대표	홍성관
기존사업	미쓰비시 서보모터와 PLC 등 자동화부품 도소매
추가업종	공장자동화 설비제조
매출규모	40억 원
소재지	대전시 유성구 탑립동 826번지
홈페이지	http : //www.terafa.co.kr

스텝 바이 스텝 사업전환의 모범 교과서

공장 자동화설비 도소매 업체였던 (주)테라에프에이. 창업 4년 만에 공장자동화 설비 제조업으로 변신에 성공했다. 도매업으로는 시장의 한계성을 느낀 홍성관 대표는 제조업에 대한 아무런 지식 없이 무모한 도전을 하게 된 것. 자금도 부족했고, 기술, 노하우도 부족했다. 회사는 제조업을 시작할 기반조차 없었다. 그 때 홍 대표의 선택은 오직 하나 중진공이었다. 사업전환자금 지원으로 부족한 운영자금을 충원했고, 제조업에 필요한 모든 기초를 중진공의 도움을 받으며 완성해 나갔다. 하나부터 열까지 착실하게 사업전환 컨설팅을 받으며 '제조업체의 정석'을 걸었다. 그 결과는 대성공이다.

We've DREAM 긍정적인 마인드가 테라에프에이의 큰 장점

"저희 회사는 아주 작은 도소매 업체였습니다. 미쓰비시 서보모터와 PLC 등 자동화부품을 주로 유통시키는 것이 전부였습니다. 이제 겨우 사업전환해서 제조업을 시작한 신생업체인데요. 내세울 만한 것이 하나도 없는데, 인터뷰해도 괜찮은지 모르겠네요. 허허허"

(주)테라에프에이의 홍성관 대표는 연신 부끄러워했다. 3일 전에 이사를 온 터라 정리도 끝나지 않은 사무실이라며 어수선해서 죄송하다는 말도 몇 번이나 반복했다. 하지만 이제 막 제조업의 발을 뗀 업체라고 해도 올해 80억 원의 매출을 바라보고 있는 내실 있는 기업이다.

작년 대비 2배 성장, 전체적인 경기가 위축되고 있는 요즘 같은 때 그 성장세가 더욱 두드러진다. 다니던 회사를 그만두고 2003년 창업을 시작할 때 주변에서 다들 말렸다. 위험한 선택이라는 것이 이유였다.

"뭐, 지금까지 살면서 살기 좋다는 이야기는 들어보지 못한 것 같아요. 언제나 경기가 안 좋다고 하지요. 그렇다고 위축만 되어 있어서는 아무것도 되지 않아요. 사업도 하고, 수출도 하고, 공장도 짓고 해야 하지 않겠어요? 이제 대부분의 공장은 자동화설비를 갖추고 있잖아요. 공장을 짓는 한, 설비는 필요하기 때문에 자동화설비 도매업으로 시작했습니다."

홍 대표와 잠시라도 이야기를 나눠보면 매사에 긍정적인 성격이라는 것을 금방 느낄 수 있다. 긍정적인 마인드가 있었기에 누군가는 해야 한다면 자신이 해보겠다는 마음으로 출발한 사업이다. 그래서인지 2003년 창업 이후 큰 기복 없이 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

We've NEW ITEM 우리 제품을 만들어 보자, 도전 시작!

"자동화설비 도소매로 큰 욕심 없이 시작한 사업이었지만, 한계가 있더라구요. 매출도 들쑥날쑥하고 수익성도 점점 낮아지고 있다는 것을 알았습니다. 그리고 개인적으로도 우리 기술로 제품을 만들어 보면 어떨까 하는 마음이 들었어요."

최근의 제조업은 다품종 소량 생산이 추세다. 이는 설비제조를 하는 업체로서는 반갑지 않은 소식이다. 제품마다 설비를 바꾸거나 라인을 변경해야 하는데, 그 주기도 빨라져 능동적으로 대처하기 쉽지 않다. 당연히 마진도 적어진다. 그래서 그동안 팔기만 하던 제품을 직접 만들어 보자는 결심을 했다. 앞으로 발전 가능성을 따져봤을 때도 도매업보다는 제조업이 더 전망이 밝았다.

모든 산업의 기반인 제조업을 활성화시키는 데 일조하고 싶은 바람도 있었다. 홍 대표는 그간 축적된 기술을 바탕으로 자동화장비를 개발해서 납품하면 기존보다 시장이 확대되어 매출이 증대되고 수익성도 향상시킬 수 있다는 결론을 내렸다.

We've APPROACH 중진공이 차려놓은 밥상에서 성공

줄곧 도매업을 해오던 회사가 직접 제품을 만드는 일은 쉽지 않았다. 제품에 대해 전반적인 지식이 있다 해도 어떻게 설계를 하고, 만들어야 하는지도 몰랐고, 당연히 제조에 대한 노하우가 있을 리 만무했다.

"제조업을 해야겠다는 결론을 내렸는데, 방법이 막막한 거에요. 제가 너무 무식하게 덤벼들었던 거죠. 그래도 어쩝니까? 한번 시작한 일, 어떻게든 끝을 봐야지요."



4억 원을 지원받아 생산설비를 확충했다.

홍 대표는 제조업을 향한 순수한 열정으로 과감하게 뛰어든 셈이다. 도움을 요청할 곳이 딱 한군데 떠올랐다. 바로 중진공이었다. 아는 사람도 없었고, 생전 가 본적도 없었지만 일단 무작정 찾아갔다. 그 자리에서 최환준 과장을 만났다.

"자동화 기계를 만들고 싶다고 말씀 드렸어요. 그런데 기술도 없고, 제조 경험도 없다고 솔직하게 털어 놓았죠. 제조업을 시작할 수 있도록 도와달라고 부탁했어요."

홍 대표의 설명을 듣고 나서 최 과장이 사업전환제도를 소개해줬다. 지금 테라에프에이에게 가장 필요하고, 적절한 지원제도라는 것이다. 자금 지원도 받을 수 있고, 필요하면 제조공정에 대한 컨설팅도 받을 수 있다는 말에 홍 대표는 눈이 커지고 귀가 번쩍 뜨이는 기분이었다. 이제는 주저할 시간이 없었다. 바로 사업전환사업을 신청하고 본격적으로 덤벼들었다.

더군다나 사업전환을 추진하면서 필요한 총 금액 6억 원 중 2억 원은 자체자금으로 조달하여 생산설비를 확충하였으나 나머지 자금이 부족했던 차에 2007년 8월 중진공으로부터 4억 원의 자금지원을 받게 되었다. 원재료 구매자금, 인건비 등 운전



사업전환 아이템인 공장자동화 설비라인

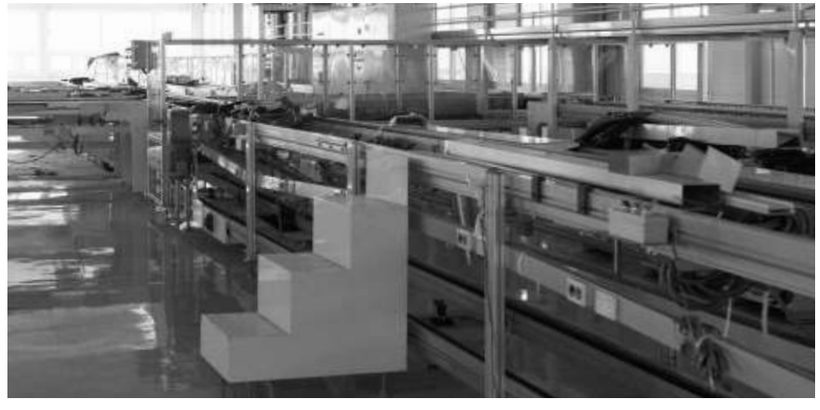
자금이 없어 생산설비를 갖추고도 가동을 못할지도 모른다는 불안감이 있었는데, 말끔히 해소가 되었다.

그 당시 회사 매출액이 20억 원. 홍 대표는 그 정도 규모의 업체가 4억 원 이라는 큰 자금을 빌리기 쉽지 않음에도 불구하고, 정부지원 덕분에 받을 수 있었다고 생각한다. 은혜를 입었다고 밖에 설명이 안 된단다. 그래서 더욱 책임감을 느끼고, 사업전환이 성공할 수 있도록 차근차근 진행해 나갔다.

자금만 문제가 아니었다. 도매업을 했던 업체라 사무실에 서류라고는 거래명세서 뿐이었다. 사업에 대한 기본 서류조차 구비하지 못한 상태. 이러한 문제도 중진공을 통해 해결해 나갔다.

"과외받는 학생의 기분이었습니다. 아는 것이 하나도 없으니 선생님 말씀을 잘 들었죠. 저희 회사의 선생님은 최환준 과장님이십니다."

사업전환 아이디어를 구체화시키고, 전체적인 계획 및 설계도 최 과장의 도움을 받아 진행했다. 제출 서류 하나하나도 세세하게 지도를 받았다. 아직까지도 어려운 점은 없는지 체크해주고 있다. 홍 대표 역시 고민이 생기면 최 과장에게 전화부터 걸



사업전환 이후 매출이 2배 가량 늘었다.

게 된다.

홍 대표는 컨설팅과 교육을 받으면서 자연스럽게 제조업으로 구색을 갖추게 되었다고 한다. 잘 차려 놓은 밥상에서 맛있게 먹었을 뿐이라는 말처럼 전문 컨설턴트와 최환준 과장의 지도를 잘 따랐을 뿐인데 어느 새 목표에 도달한 것이다.

"자고 일어나니 스타가 되었다는 것이 바로 이런 것이구나 싶어요. 한참 공부를 마치고 나니 어느새 제조를 활발히 하고 있는 업체로 변신해 있더군요. 혼자 사업전환을 시도했더라면 시작하자마자 포기했을지도 몰라요. 중진공 덕분에 쉽게 사업전환에 성공했습니다."

We've EFFECT 사업전환이 성장의 기폭제

"사업전환이 우리 회사의 기폭제가 되었습니다. 그간의 성장세와는 비교할 수 없을 만큼 폭발적으로 성장하고 있어요. 사실 이 정도까지는 예상하지 못해서 놀라울 뿐

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:22 AM 페이지 148

입니다. 앞으로 기대해도 좋을 것 같습니다.”


사업전환이 성장의 기폭제가 되었다는 홍성관 대표

지난 해 사업전환 이후 전체 매출액이 40억 원을 기록하며 폭발적인 신호탄을 쏘아 올렸다. 2006년 22억 원의 매출에 비해 2배 가량의 성장을 보였다. 이처럼 매출의 급성장은 신규사업이 추가되었기 때문이기도 하지만 사업전환 컨설팅을 통해 전반적인 경영효율성이 향상된 것도 이유다.

올해는 약 80억 원의 매출은 무난히 달성할 것으로 보인다. 현재 기존 사업과 신규 사업의 매출 규모는 50 대 50. 앞으로는 신규 사업 쪽의 매출이 향상될 것으로 기대하고 있다. 뿐만 아니라 내년에는 창업 6년 만에 매출 100억 원을 올릴 것으로 예상된다. 더군다나 테라에프에이 생산제품이 기존에는 대부분 수입에 의존해 왔기 때문에 매출신장에 따라 수입대체효과가 점진적으로 커질 것으로 보인다.

전체적인 회사의 규모도 확장되고 있다. 사업전환 이후 5명의 설계 및 개발 담당 직원을 충원했으며, 제조 설비를 갖춘 유성구 탑립동으로 이사를 한 것도 그러한 이유에서다.

“아직은 시기상조이지만 내년쯤에는 자가 공장을 갖고 싶어요. 이번에 이전할 때도 자가 공장을 갖출까 고민했었는데, 중진공 최 과장님이 아직은 위험한 단계라며 말리더군요. 듣고 보니 맞는 말 같았어요. 늘 이런 식으로 어려울 때 마다 도움을 받고 있습니다. 어려워만 보였던 사업전환을 무사히 마치는 데 중진공이 있어서 든든했습니다. 앞으로도 잘 부탁드릴께요.”

홍 대표는 사업전환 성공에 힘입어 내년부터 더욱 공격적으로 영업을 할 계획이다. 어려운 경기의 악재를 피하는 방법으로 정면 돌파를 선택한 것이다. 사업전환이 커다란 기폭제가 되었다는 홍 대표의 다음 목표가 궁금해진다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 대전충남지역본부 **최환준** 과장

CEO의 마인드가 성공 디딤돌

처음 만났을 때 무슨 일이 있어도 제조업을 해보겠다는 홍성관 대표의 말이 인상 깊었다. 그런데 도매만 해오던 업체라 경영의 기본 틀조차 제대로 갖추고 있지 않았다. 하지만 열정과 목표가 확실했기에 분명히 해 낼 것이라고 믿었다.

제조업을 하기에는 당장 사업 기반이 제대로 갖춰지지 않았던 테라에프에이였지만, 그 누구보다 열심히, 그리고 최선을 다해 사업전환 컨설팅을 충실히 따라온 모범생이 바로 홍 대표였다. 테라에프에이가 사업전환에 성공할 수 있었던 첫 번째 성공요인은 **적극적인 사업전환에 대한 의지**였다. 제조업을 하기 위한 기반형성이 급선무였다. 기본적인 생산계획, 품질 개선, 자료 및 각종 테스트 등 제조업체에게 필요한 부분이 많다. 이러한 생산시스템을 갖춰야 하고 직원들의 마인드 개선도 따라줘야 했다. 이런 부분에 대해 교육을 많이 했는데 열심히 따라왔다.

두 번째 성공요인으로는 **CEO의 정직한 사업 마인드**였다. 시스템을 갖추면서 수주도 많아지고 제조 매출도 향상되었으나 홍 대표는 컨설팅을 게을리 받는다거나 편법을 써서 매출을 늘리려고 하지 않았다. 정직하게 열심히 자신의 목표인 제조업체로 향하려는 노력이 대단해 보였다. 무엇보다 홍 대표의 마인드가 성공의 기초가 되었다. 세세한 부분까지 의논하고, 조언이나 충고를 잘 받아들이는 유연한 사고를 지녔으며, 매사 긍정적인 성격의 홍 대표였기에 사업전환에 성공할 수 있었다.

We've DNA

업종추가 03



새로운 기술이 새로운 기회를 만들다

"현대 경영의 힘은 변화에서 비롯된다고 합니다. 적절한 시기에 적절한 변화가 있어야 영속성을 유지할 수 있습니다. 혹 지금의 상태가 안정적이라고 그대로 머물러있다면 더 이상의 비상은 없습니다. 고난의 길이 보이지만, 새로운 기술에 공을 들인다면 고난의 깊이 만큼 새로운 성장의 기회가 열립니다. 지금 그 기업들을 만나러 갑니다."

정테크

회사 개요

설립일	2000년
대표	정문호
기존사업	금형제조
추가업종	절삭가공(기계가공)
매출규모	8억 원(2008년 예상)
소재지	경남 양산시 덕계동 매곡리 984-29

연계지원 통해 절삭가공 업체로 변신하다

창업 9년차로 업력도 짧고 직원 수도 9명에 불과한 소기업 '정테크'. 이 회사는 몸집은 작지만 야무진 체질로 변화에 빠르게 대처하여 새로운 성장기틀을 마련한 회사 중 하나다. 자동차 신차종 개발 금형을 전문적으로 제작해온 금형전문업체이지만 성장 침체를 체감하자 정문호 대표는 발 빠르게 업종추가를 통한 사업전환을 시도했다. 조직이 슬림한 만큼 오히려 기동력이 빨라서 진행도 한결 속도를 냈다. 여기에 중진공 울산지역본부의 체계적인 사업전환지원시스템이 기업에 새로운 성장발판을 마련해주었다. 회사의 매출은 증가하고 다각적인 시스템구축을 통한 체질개선으로 제2의 도약을 시작하고 있다.

We've DREAM 발빠른 대처로 변신을 추구하다

'빠른 대처로 작지만 알차게 성장하는 기업' 정테크는 이런 말이 아주 잘 어울리는 회사다. 양산시 덕계동 그린공단에 자리한 이 회사는 총 직원 수 9명의 소기업. 회사의 규모 또한 그리 크지 않다. 3백여 평의 대지위에 마치 전원주택처럼 자리한 작은 사무동과 150여 평의 공장동 건물은 누가 보아도 알뜰하게(?) 지어진 그 모습에 '예쁜 회사'라는 말이 저절로 나올 정도다. 정테크는 대기업 금형개발사업부에서 20여 년간 실무와 영업으로 경력을 쌓은 정문호 대표가 지난 2000년에 설립했다. 창업 이래 최근까지 자동차 신차종 개발 금형을 제작해 온 금형회사였다. 지난 8년간 개발 제작해온 금형은 50여 벌 정도가 된다. 회사규모와 직원 수에 비하면 나름대로 알차게 성장해 온 경우다.

2000년대가 되면서 국내 전 산업분야에 중국의 물량공세가 영향을 미치고 있다. 금형역시 예외는 아니어서 중국을 비롯해 베트남, 인도 등지로 제조시장이 확대되



작은 회사지만 실속있는 경영에 힘입어 알찬 기업으로 성장하고 있다.

고 있는 상황이다. 이 같은 금형시장의 변화와 최근 몇 년 사이 자동차 신모델 개발 수요가 감소하면서 이 회사의 매출은 4~5억 원대에서 더 이상 증가하지 못하고 성장둔화 현상을 보였다. 이에 따라 새로운 돌파구를 찾고 있던 정 대표는 2007년 들어 기존의 사업은 그대로 유지하되 기계가공 업종을 추가하기로 결정하고 방산과 반도체분야의 절삭가공에 관심을 쏟았다.

정 대표는 대기업 근무 경력이 많은데다 기계가공에 대한 노하우도 탄탄해 작업물량을 확보하는 일은 그리 어렵지 않았다. 문제는 자금이었다. 1억 원대에 달하는 장비인 MCT 구입과 원자재구매자금이 우선 확보되어야 했다. 규모도 작은데다 업력이 짧은 회사 입장에서는 투자자금 앞에서 갈등을 하지 않을 수가 없었다. '1억 원에 달하는 큰 자금을 어떻게 확보해야 될까?' 이런 고민으로 시간을 끌고 있던 정 대표에게 쓸만한 정보가 유입됐다.

We've NEW ITEM 업종추가로 기계 절삭가공 선택

울산, 양산 지역에서 오랫동안 근무했음에도 불구하고 정 대표는 중진공의 역할에 대해 그다지 잘 알고 있지 못했고 활용도도 낮았다. 하지만 지인 중 한 사람이 돈 걱정에 빠져있던 그에게 '중진공에서 다양한 지원제도를 운영하니 한번 찾아가보라'는 제안을 했고 실이라도 잡고 싶은 절박한 상황에서 그는 당장 중진공 울산지역본부를 찾아갔다.

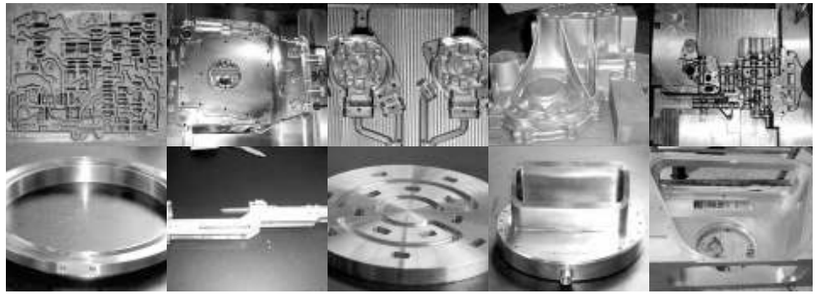
자금을 지원받을 수 있다는 기대를 갖고 방문을 하긴 했지만 정 대표로서는 사실 50% 정도의 가능성만 믿었다고 한다. 하지만 의외로 중진공의 문턱은 높지 않았다. 안면이 전혀 없는 직원들과의 상담이었지만 정 대표의 고민은 아주 쉽게 전달되었



방산제품은 안정적인 매출을 가져다 주지만 품질력이 매우 중요하다.

고 상담직원은 사업전환지원제도에 대해 상세하게 설명해주었다. 이때 만난 담당자가 한수훈 부장이었다. 상담 후 곧 '기계 절삭가공'으로 업종추가 승인신청서를 제출하여 현장실사를 받았고 2007년 7월 드디어 사업전환 승인을 받아냈다. 이렇게 하여 업종추가를 위한 준비는 끝났다. 하지만 아무리 기계금속 분야 금형 및 가공기술 노하우를 지닌 전문가라고 할지라도 작은 회사에서 두 가지 사업을 이끈다는 게 말처럼 쉬운 일만은 아니었다.

정 대표는 "우리가 새롭게 선택한 아이템은 반도체와 방산분야 부품 절삭가공이었다. 자신감을 갖고 도전을 했지만 막상 사업을 펼치다보니 쉽지만은 않았다. 이런 상황에서 초창기에 양산 준비를 할 때 한수훈 부장이 많은 도움을 주었다. 금형분야에 대해서도 잘 알고 있어서 회사 측 입장을 잘 파악했고 절삭가공분야에 대한 기술 관련 자료와 책을 구해다 주는 등 많은 관심을 갖고 도와주었다"면서 자금지원 외에도 쿠폰제 컨설팅을 연계시켜 준 것도 고마운 일이었다고 전한다.



'기계 절삭가공'으로 사업전환을 한 후 새롭게 마련한 기계 설비

We've APPROACH 자금에 이어 컨설팅까지 지원받아

정테크의 사업전환은 여느 회사들에 비해 비교적 빠르게 진행되었고 안착도 빠른 편이다. 새롭게 추가된 이 회사의 아이템은 크게 두 가지로 하나는 반도체 장비부품인 CHAMBER, INSERT, HOOP, HEATER등 주요부품에 대한 개발단계의 시제품 가공 및 양산품 가공이며 다른 하나는 방산제품으로 차세대 소총 XK4 소화기부품 가공이었다.

신규 사업을 위해 공장내 레이아웃을 변경하여 기존사업과 신규 사업의 생산라인을 각각 구축하고 본격적인 가동에 들어가기까지 소요된 비용은 약 5억여 원. 이중 2억 8,000만 원은 중진공의 사업전환지원제도를 통해 지원받았다. 1억 원은 절삭가공에 필요한 핵심장비인 MCT를 구입하는 데 사용했고 1억 8,000만 원은 원자재구매자금으로 사용했다. 또한 절삭가공을 위한 전문 인력 2명도 채용했다.

이렇게 하여 본격적인 생산에 들어갔지만 애로점이 뒤따랐다. 자금 문제는 중진공의 지원으로 숨통이 트였지만 기존사업에 비해 다품종 소량생산체제로 인해 종류가 많아지다 보니 품질관리에 따른 문제점들이 하나 둘씩 나타났다. 사실 직원 수 10여 명도 안 되는 작은 회사에서 방산제품을 가공한다는 것 자체가 놀라운 일이었다. 정 대표의 인적 네트워크와 기술노하우가 그 무기이긴 하지만 풍부하지 않은 인력으로 고도의 기술력과 품질력을 감당해낸다는 자체가 대단한 일이었으니 이와 같은 문제점은 어쩌면 당연한 일이었는지도 모른다. 또 올 들어 유가상승과 환율 등으로 인해 모든 게 인상되다 보니 후발업체로서 기존의 경쟁사들보다 조금이라도 더 저가에 양산을 해야 하는 데 따른 부담도 커졌다.

회사가 작다보니 정 대표가 애로점을 다 끌어안고 해결해야만 했다. 자금지원 후 수시로 업체를 방문하여 사업전환 진행사항을 지켜보던 한 부장은 정 대표에게 맞춤연계지원의 하나로 쿠폰제 컨설팅을 제안했다. 가공공정의 생산관리 및 품질관리 개선과 원가절감을 위한 개선 활동이 반드시 필요했기 때문이다.

이에 따라 2008년 6월부터 11월까지 총 20MD에 걸쳐 전문가로부터 컨설팅을 받았다. 컨설팅을 받으면서 품질개선과 원가절감의 효과가 눈에 띄게 현실로 나타났다.

이와 관련해 정 대표는 "중진공의 사업전환지원 시스템은 매우 효과적이었다. 자금지원에서 끝나는 게 아니라 컨설팅까지 연계 지원하는 것에 매우 놀라웠고 기업을 살리는 실질적인 지원이라는 것을 피부로 느꼈다"고 말한다.

We've EFFECT 전체 매출 중 75%가 업종추가서 발생

정 테크가 절삭 가공하는 신규품목은 총 15종류에 달한다. 소량다품종 체제이기 때문에 순식간에 대박(?)을 내는 그런 사업은 아니다. 그러나 기존 금형사업이 침체되면서 발생하는 매출 부족분을 채워주는 것은 물론이고 전체매출 증가에도 효자 노릇을 하고 있다.

사업 첫해인 2007년의 경우 매출 5억 원 중 60%에 달하는 3억여 원이 절삭가공에서 발생한데 이어 2008년에는 총 8억 원의 전체매출 중 75%가 업종추가 아이템인 절삭가공부문에서 발생했다. 특히 방산제품은 경기변동에 따른 변화가 없이 꾸준히 안정적인 매출을 올리는 시장이므로 장기적으로 볼 때 이번 사업전환은 성공적이라는 게 회사측의 자체평가다. 이뿐만이 아니다. 이 회사는 내년부터 중공업 엔진부품 개발에도 나설 예정이다. 이에 따라 2009년 매출 규모는 10억 원이 넘을 것으로 예상된다.


20여 년간 실무와 영업으로 경력을 쌓은 정문호 대표

한편 정테크의 사업전환은 매출만이 아니라 기계가공 전문업체로서 경쟁력을 확보하고 성장기반을 확고하게 다지는 일도 동시에 이루어졌다. 2007년 ISO 9001 취득에 이어 2008년에는 이노비즈 인증취득, 클린사업장 인증, 벤처기업 인증도 확보한 것이다.

지난 2년간 업종추가를 통한 사업전환을 준비하고 시행하면서 그야말로 정신없이 뛰느라 시간가는 줄도 모르고 지냈다는 정 대표. 그는 "워낙 소규모 인력으로 사업을 이끌다보니 사장이라는 직책을 떠나 1인 5역을 하면서 움직였다. 과정은 힘들었지만 이제는 안정적인 매출을 유지하는 단계로 올라서고 있어 매우 만족스럽다. 만일 사업전환 준비를 하지 않았더라면 우리 회사의 매출 상황은 매우 악화되어 있었을 것이다. 도움을 필요로 하는 기업에게 실질적이면서도 체계적으로 지원을 해준 중진공의 사업전환지원제도에 대해 진심으로 감사해하고 있다"면서 더 많은 중소기업들이 이 제도를 통해 성장의 발판을 마련했으면 한다고 전한다.

작지만 야무진 기업 정테크. 정테크는 기존의 금형사업은 향후 전체매출의 10% 선으로 유지하고 나머지는 업종추가 아이템인 절삭가공으로 채워나가겠다는 입장이다. 이미 사업전환 아이템이 매출의 75%를 차지할 만큼 단 2년 만에 괄목할만한 결과를 보여주며 사업전환 본보기가 되고 있다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 울산지역본부 **한수호** 부장

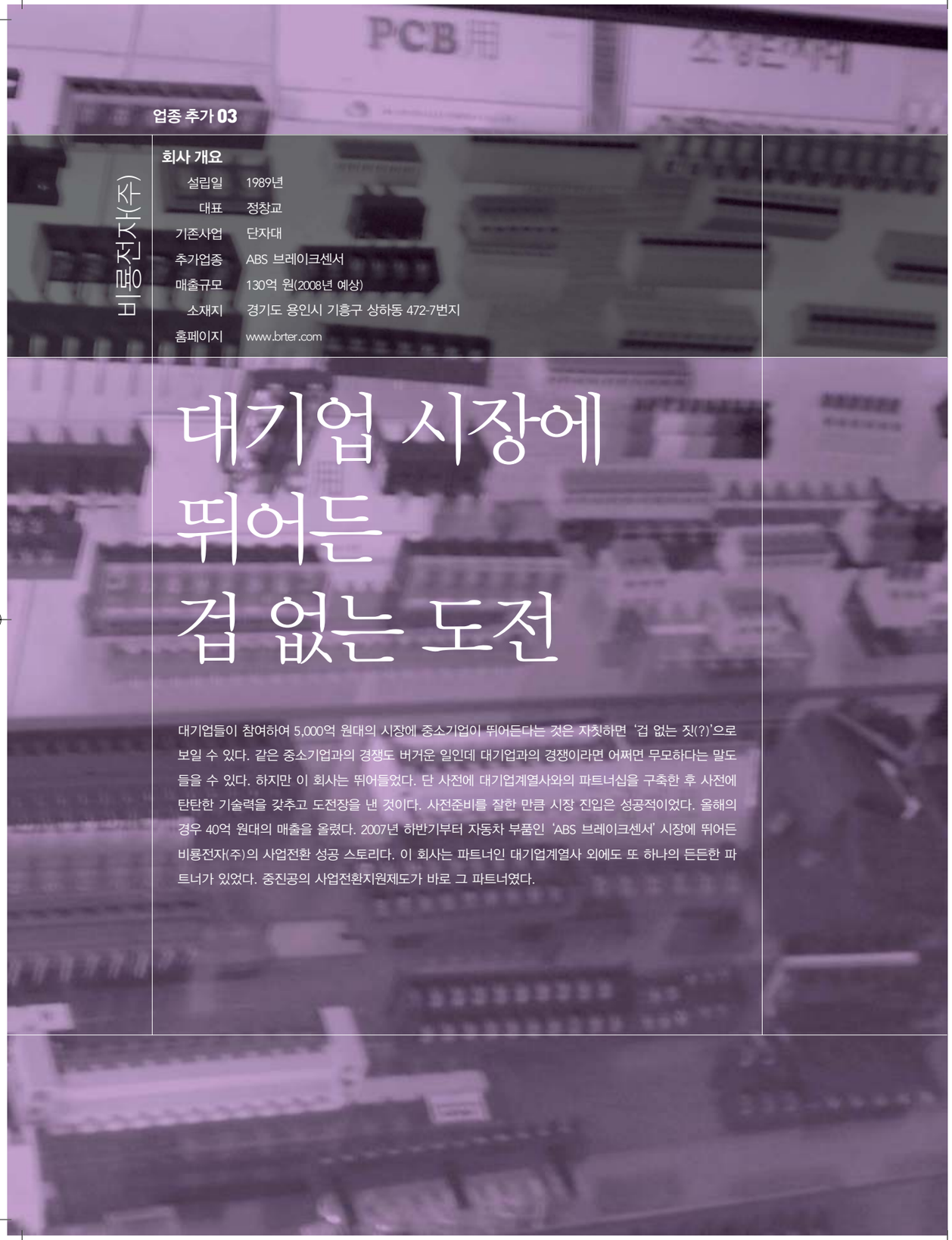
CEO의 돋보이는 영업력과 조직력이 힘

정테크의 강점은 규모의 기업보다는 실속있는 기업경영을 추구한다는 점이다. 사업전환이 신속하게 그리고 성공적으로 진행되고 있는 데는 두 가지 이유가 있다.

첫 번째 성공요인은 **CEO의 노하우**다. 정 대표의 경우 금형, 기계 분야의 기술 노하우도 두루 갖추고 있는데다 인맥이 넓어 영업력 또한 강하다는 것이다. 따라서 신규사업 아이템을 정할 때도 자신이 직접 영업력을 확보한 후 뛰어들어 규모 있는 거래처로의 안정적인 납품을 가능케 했다는 점이다.

그리고 다른 한 가지는 조직의 특성이다. 정테크는 능력 있는 **핵심직원들로만 조직이 짜여져 있어 1인 다역을 해낸다**. 직원이 많으면 사업전환에는 걸림돌이 되기도 한다. 불필요한 직원은 정리를 해야 하는 경우도 있다. 하지만 정테크는 워낙 핵심인력만 모여 강한 조직력을 발휘하다 보니 인건비 부담도 적고 신규 사업으로 인한 마찰이나 인력난은 문제가 되지 않았다. 비근한 예로 사무실에 앉아서 일하는 사람은 사무직 여직원 단 한명 뿐이다.

인원은 소수정예 분대에 불과하지만 방산제품을 가공하는 그야말로 일 잘하고 기술력 강한 실속만점의 기업 정테크. 이 회사에게는 '똑똑한 중소기업'이라는 닉네임이 어울린다.



업종 추가 **03**

비룡전자(주)

회사 개요

설립일	1989년
대표	정창교
기존사업	단자대
추가업종	ABS 브레이크센서
매출규모	130억 원(2008년 예상)
소재지	경기도 용인시 기흥구 상하동 472-7번지
홈페이지	www.brter.com

대기업 시장에 뛰어든 겁 없는 도전

대기업들이 참여하여 5,000억 원대의 시장에 중소기업이 뛰어든다는 것은 자칫하면 '겁 없는 짓(?)'으로 보일 수 있다. 같은 중소기업과의 경쟁도 버거운 일인데 대기업과의 경쟁이라면 어쩌면 무모하다는 말도 들을 수 있다. 하지만 이 회사는 뛰어들었다. 단 사전에 대기업계열사와의 파트너십을 구축한 후 사전에 탄탄한 기술력을 갖추고 도전장을 낸 것이다. 사전준비를 잘한 만큼 시장 진입은 성공적이었다. 올해의 경우 40억 원대의 매출을 올렸다. 2007년 하반기부터 자동차 부품인 'ABS 브레이크센서' 시장에 뛰어든 비룡전자(주)의 사업전환 성공 스토리다. 이 회사는 파트너인 대기업계열사 외에도 또 하나의 든든한 파트너가 있었다. 중진공의 사업전환지원제도가 바로 그 파트너였다.

We've DREAM 끝없이 도전하는 회사 '꿈은 이루어진다'

'변하지 않으면 무너진다'는 것을 너무도 잘 알기에 그간 다양한 아이디어 제품을 개발하면서 변신을 꾀했다. 하지만 실패는 아니었는데도 불구하고 이렇다 할만한 빛을 발하지는 못했다. 하지만 '이번 만큼은 확실한 변화를 매출로 보여 주겠다'는 각오로 사업전환을 시도한 비룡전자(주). 그간의 다양한 경험에서 쌓인 노하우 덕이었을까. 한눈에 그 결과가 드러나는 성공을 거두었다.

지난 1989년에 설립되어 20여 년의 업력을 가진 비룡전자는 자동차, 통신기기, 가정용전자, 방산장비, 산업용 전자전기 등 각종 단자대 즉 일명 '터미널블록(Terminal Block)'을 전문적으로 개발 생산해오고 있는 업체다. 창업 당시 정창교 대표는 부품제조업을 하기에는 어려웠던 시절이었기에 나름대로 자부심을 갖고 창업하여 일본 후지(FUJI)전기, LS 산전 등 굵직한 거래처들에 대량 납품하면서 꾸준한 성장세를 유지해 왔다.

하지만 터미널블록은 국내산업의 변화와 중국제품에 따른 저가공세 등으로 중국, 대만 등에 비해 경쟁력이 약해졌다. 몇 년 전만해도 매출 60~70억 원대를 유지한 기업인 만큼 당장 무너지거나 크게 흔들릴 정도의 허약한 체질을 지닌 회사는 아니었다. 그렇지만 변화는 필요했다.

정 대표 역시 이미 몇 년 전부터 품목추가나 업종추가에 의한 사업전환의 필요성을 절감했다. 그래서 그간 실외기가 없는 수냉식에어콘, 공기청정기등을 개발하여 틈새시장을 공략하면서 일부 사업을 진행해 왔다. 특히 정 대표는 뭐든지 새롭게 개발하고 시작하는 것을 좋아하여 일단 일을 저지르고 보는 경우였다. 하지만 시장진입이 그리 쉽지만은 않았다. 가전제품의 경우 워낙 메이저급 회사의 제품 브랜드 인



비룡전자가 사업전환 아이템으로 개발한 자동차 속도조절 센서인 ABS 브레이크센서

지도가 높은 까닭에 중소기업제품에 대한 신뢰가 하루 아침에 형성될 리가 없었다. 그래서 당장 매출상승이라는 효과를 거두지는 못했다. 이 같은 상황에서 매출은 정체되고 인력은 그대로 유지해야 하니 한마디로 획기적인 변신을 하지 않으면 안되었다. 이에 따라 2006년 말부터 대량생산과 수요가 보장되는 자동차제품에 관심을 갖고 개발에 들어갔다.

We've NEW ITEM ‘ABS 브레이크센서’ 시장에 뛰어들다

비룡전자가 야심을 갖고 선택한 아이템은 자동차부품 중 속도조절 센서인 ‘ABS 브레이크센서’다. 브레이크를 밟았을 때 스스로 자가 진단하여 커브길이나 경사진 길



사업전환자금으로 5억 원을 지원받아 시설장비를 구축했다.

에서 미끄럼과 사고 방지 기능을 한다. 과거의 경우 고급차종에만 사용했으나 최근 들어서는 일반 차종에도 보편화되고 있는 추세다. 이미 대기업도 뛰어들고 있는 연 5,000억 원대의 거대한 시장이다. 게다가 에어백과 마찬가지로 기능에 있어서 생명과 직결되는 부품인 만큼 장기적인 관점에서 볼 때 전망이 밝은 아이템이 아닐 수 없다.

시장 전망은 한눈에 보이지만 문제는 기존의 경쟁업체들의 파워가 워낙 강해 중소기업 단독으로는 시장진입이 쉽지 않은 분야라는 것이었다. 따라서 제품개발과 생산은 직접하고 마케팅은 대기업계열사인 I가 맡는다는 조건하에 2006년 말부터 I사 연구소와 함께 본격적인 공동개발에 들어갔다.

양산 전단계까지의 개발과정은 그리 오래 걸리지 않았다. 가장 시급한 문제는 양산을 위한 설비와 금형, 원자재 구입 등에 따른 비용이었다. 더욱이 이 신사업에 소

요되는 비용이 총 20억여 원에 달하는 만큼 중소기업인 비룡전자로서는 부담스러운 일이 아닐 수 없었다.

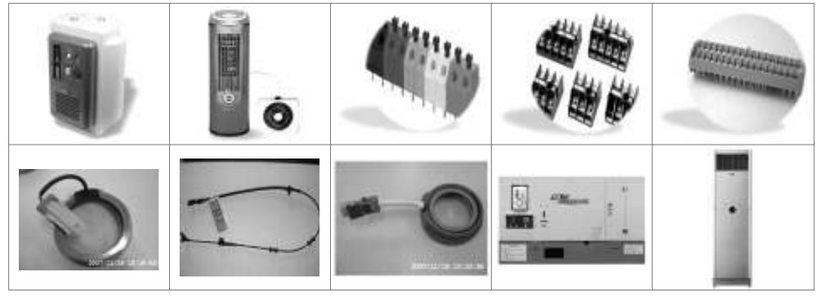
2007년 상반기 무렵, 비용 걱정을 하고 있을 당시 용인디지털산업진흥원내 기업 CEO 모임에 참여하고 있었던 정 대표는 모임을 통해서 우연한 계기에 중진공 담당자로부터 사업전환지원제도에 대한 정보를 얻게 됐다. 지원제도가 있는 것조차도 모르고 있던 그로서는 듣던 중 반가운 소리가 아닐 수 없었다. 따라서 정 대표는 업종추가를 통한 사업전환 승인을 얻어 그해 하반기에 5억 원의 자금을 지원받아 시기적절하게 활용할 수 있었다.

We've APPROACH 지원자금으로 생산장비 및 원자재 확보

사업전환자금지원 덕분에 1억 원이 넘는 장비를 확보하는 한편 금형비용 충당에도 도움이 돼 2007년 5월부터 양산에 들어가기 시작했다. 하지만 양산 과정에서도 애로점이 발생했다.신규사업은 모험이나 다름없기에 개발과정이나 양산 시 얘기치 않은 비용이 많이 소요됐다.

이로 인해 그때그때 대응하느라 힘들었다고 한다. 또 처음 시작하는 사업이다 보니 노하우가 부족해서 초기 4개월간은 불량으로 인한 시간과 인력낭비는 물론 원자재 비용 손실도 매우 컸다. 지금이야 안정적인 생산을 하고 있지만 당시로서는 하루하루가 살얼음판을 걷는 상황이었다. 그나마 다행인 것은 인력 활용면에서 기존의 사업부에 있던 인력 일부를 정리해고 없이 신사업부에 투입시켜 사내 조직의 흔들림이나 인력문제가 없었다는 점이다.

또한 기존의 주력사업인 터미널블록을 그대로 유지하면서도 먼저 개발된 신제품



비룡전자의 기존제품과 사업전환 이후 새롭게 개발한 제품들

인 에어컨과 세탁업소용유기용제 회수기, 공기청정기 등의 마케팅도 동시에 추진해 오는 등 다각적인 노력을 기울였다.

인력이 부족한 중소기업으로서는 다양한 제품에 대해 동시에 마케팅을 하기란 쉽지 않은 일. 하지만 다양한 노력을 기울여 오면서 대기업과의 경쟁을 피한 틈새시장을 하나 둘씩 파고 들었다. 개발 첫 해인 2007년 하반기부터 안정적인 생산을 하면서 매출을 발생시켰다. 'ABS 브레이크센서'는 향후 계속 성장할 아이템이지만 지금까지는 주로 외국자동차에 장착되는 A/S 제품이다 보니 대부분이 수출이다. 승용차 한 대에 보통 4개의 관련 센서가 들어가는데 차종이 많다보니 현재 생산 종류만도 70여 종에 달한다.

We've EFFECT 매출의 30%가 사업전환 아이템에서 발생

중소기업이 대기업 위주로 움직이는 기존 시장을 뚫고 들어가기란 쉽지 않은 일이다. 이런 점에서 볼 때 마케팅 걱정을 크게 하지 않아도 되는 비룡전자로서는 여간 다행스러운 일이 아닐 수 없다. 이번 사업에서 파트너십을 갖고 함께 진행한 I사가

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:23 AM 페이지166



새로운 것을 만들기 좋아하는 정창교 대표

마케팅을 책임지고 있기 때문이다.

실제로 이런 장점으로 인해 양산과 동시에 신제품의 매출은 곧 나타났다. 사업전환아이템인 ABS용 브레이크센서는 이미 2007년에 20억 원의 매출을 올렸으며 올해는 40억 원의 매출을 달성시킬 것으로 보인다. 예상 매출규모가 130억 원임을 감안할 때 약 30%정도가 신규아이템에 의한 매출인 셈이다. 내년의 경우에는 170억 원대를 목표로 하고 있으며 ABS용 브레이크센서가 기존의 주력사업인 터미널블록의 매출을 능가할 것으로 내다보고 있다. 이쯤 되면 사업전환은 성공적이라고 할 수 있다.

모험정신이 강해 뭐든지 새로운 것을 만들기 좋아하는 정 대표는 "이미 여러 가지 신제품을 자체개발하여 양산을 시도했지만 마케팅에서 어려움이 많았던 게 사실이다. 하지만 ABS용 브레이크센서는 마케팅에서의 어려움이 없어 판매실적이 바로 나타나고 있어 매우 만족스럽다."고 밝히면서 그는 "그간 중진공의 지원제도를 여러 차례 활용하기는 했지만 사업전환지원제도에 대해서는 모르고 있었는데, 이를 알게 돼 큰 도움이 되었다. 중소기업을 위한 실질적인 지원이란 바로 이런 경우를 두고 하는 말 같다"며 사업전환지원제도가 다른 중소기업들에게도 잘 활용되어 중소기업의 위기 극복과 성장에 도움이 되기를 바란다고 전했다.

한편 최근 ABS용 브레이크센서를 적용하는 자동차 모델이 늘어나는 추세다. 따라서 곧 국내자동차 회사에서도 적용될 것으로 기대되고 있다. 내년의 경우 현대, 대우가 ABS용 브레이크 센서를 장착한 차량을 양산할 것으로 전망됨에 따라 관련 매출이 크게 상승할 것으로 내다보고 있다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 경기지역본부 **이태성** 부장

철저한 사전 준비와 CEO의 노하우가 키워드

비룡제품의 기존제품인 터미널블록의 경우 시장경쟁이 치열한 분야로 이번 사업전환의 선택은 매우 현명한 일이었다.

비룡전자의 사업전환 성공요인으로 두 가지를 꼽는면 하나는 **사업전환 준비의 철저함**이다. 대기업 계열사와 손을 잡고 공동개발을 통해 새로운 분야의 기술을 확보하는 한편 마케팅에서 확실한 라인을 사전에 구축해 놓았다는 것이다.

또 다른 한 가지는 **CEO의 사업경력**이다. 19년간 사업을 해 오면서 생산, 기술, 인력 등 다방면에서 관리능력과 신속한 대처능력을 갖고 있었기에 대량생산 아이템으로의 사업전환임에도 불구하고 계획대로 잘 진행시켜올 수 있었다는 것이다.

이런 비룡전자를 보면 참 부지런한 기업이라는 말이 저절로 나온다. 일찍 일어나는 새가 벌레를 먹는다는 말이 있다. 남보다 부지런하게 움직이기 때문에 아이디어도 많고 그로 인해 팔 수 있는 제품도 많은 회사가 바로 비룡전자다. 이렇듯 장점이 많은 비룡전자이기에 제2의 도약은 따놓은 당상이라고 생각한다.

업종 추가 **03**

(주)티에스

회사 개요

설립일	1999년
대표	임승수
기존사업	자동화기기
추가업종	옥내 상수관 진단 세척 갱생 사업
소재지	인천광역시 남동구 남촌동 612 34B 1L

사업전환 아이템이 세계를 열었다

기존사업이 힘들면 새로운 돌파구를 찾는 것은 당연한 일이다. 다만 어떻게 찾아서 어떤 방식으로 진행할 것인가가 중요하다. 정부가 주도하는 개발과제에 참여할 경우 기술에 대한 인정은 물론 개발 비용도 절감할 수 있다. 남들이 관심을 주지 않았던 노후 수도관 갱생사업으로 사업전환을 추진해온 (주)티에스는 누가보아도 현명했다는 말을 하지 않을 수 없다. 난관이 많았지만 끈질긴 집념으로 개발과제 참여기업으로 선정되었고 결국 신기술 확보와 신사업 진출이라는 결과물을 얻게 되었다. 자금난으로 힘들었을 때에는 중진공의 사업전환지원제도도 한 몫을 했다.

We've DREAM 신시장 개척이 살 길이다

한 가지만 잘 하라는 법은 없다. 능력이 된다면 남보다 먼저 선점하여 더 큰 성공을 추구하는 것이 비즈니스다. 더욱이 요즘처럼 경제 트렌드가 시시각각 변하는 시대에는 한 발 먼저 뛰어들어야 도태되지 않는다.

인천 남동공단에 자리한 (주)티에스는 창업한 지 올해로 10년을 맞이하는 자동화 장비제조 중소기업이다. 대기업에서 15년 동안 설비관리업무를 해온 임승수 대표가 지난 1999년에 설립한 이래 자동화기기 기술을 이용해 인쇄회로기판 제조에 사용되는 솔더링(soldering) 설비를 생산해왔다. 특히 임 대표는 국내에서는 자동납땜 분야의 권위자로 통할 만큼 베테랑이어서 관련 사업을 이끄는 데 큰 무리가 없었다. 하지만 기술 노하우가 탄탄한 기업일지라도 시장 환경변화에는 발 빠른 대응력이 요구된다. 최근 내수 경기침체로 인해 주요 수요산업에서의 설비투자가 유보되고, 국

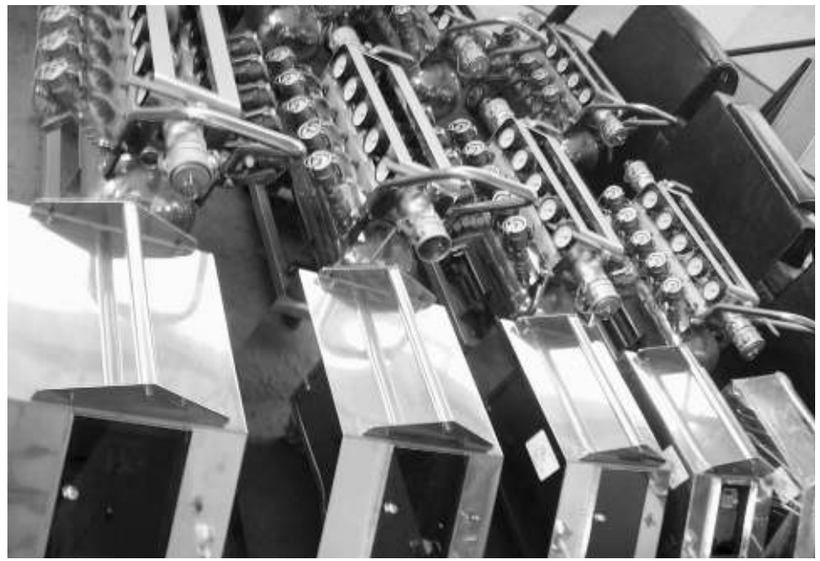


창업한 지 올해로 10년을 맞은 티에스

내에서의 인건비 부담으로 인해 생산 공장들의 해외이전이 증가됨에 따라 솔더링 설비 역시 매출 감소가 불가피했다. 따라서 수익성도 지속적으로 악화되었고 사양산업이라는 분위기가 확산되었다. 이쯤 되면 기업으로서는 새로운 돌파구를 찾는 일이 필요했다. 과거 사업과 대기업 근무경력이 풍부한 임 대표로서는 시장의 흐름파악이 빠를 수밖에 없었다. 기존사업의 침체를 극복해줄 수 있는 신종사업을 찾던 중 일본의 지인을 통해 알게 된 수도 관련 사업에 관심을 갖기 시작했다. 이 아이템으로 사업전환을 해야겠다는 결정을 내린 때가 2004년이다.

We've NEW ITEM '노후 수도관 갱생사업' 매력에 빠져들다

임 대표는 "수돗물이야말로 국민 건강을 책임져주는 가장 안전하고 좋은 물이다. 그럼에도 불구하고 생수 시장이 확대되면서 가격도 만만치가 않다. 이 때문에 최근 각 지자체별로 수돗물을 상품화시켜 시판하면서 수돗물 홍보에 나서고 있다"고 밝히면서 수돗물에 대한 이 같은 이미지 변화에 티에스는 나름대로 큰 공을 세운 기업이라고 자신있게 말한다. 그만한 이유가 있기 때문이다. 20년 전에 일본에서는 수도관 갱생사업이 한창이었다고 한다. 수돗물이 아무리 안전한 물이라 할지라도 수도관이 노후되면 녹물이 발생하기 마련이어서 '볼텍스 기류를 이용한 노후배관 갱생사업'이 추진된 것이다. 당시 일본에서 이 기술을 배워온 시공업자들이 90년대 후반 한 동안 국내에서 수도관 갱생사업을 벌였다. 하지만 업체간의 경쟁만 심하고, 불량시공이 늘면서 품질에 문제가 발생하자 아예 국회에서 법을 만들어 관련사업을 중단시키는 사태까지 발생하기에 이르렀다. 그 후 최근까지 수도관은 교체가 아니면 다른 방법이 없어 녹물이 발생해도 마땅한 대처 방안이 없었다. 특히 가정용 수도관의 경우 옥



수도관 갱생사업에 필요한 생산장비

내에 들어가 있어 교체가 쉽지 않아 상수도 관련 사업처에서는 아무리 좋은 물을 공급해도 사용자인 가정에서는 질 좋은 수돗물을 공급받지 못하는 상황에 처해있는 게 우리의 현실이다.

이같은 상황에서 티에스는 옥내 상수관 진단 세척 갱생사업에 뛰어들었다. 이로 인해 2005년 12월 환경부가 추진하는 'Eco-STAR' 수처리 선진화 사업단 제 4주관 참여기업(2단계 1차년도)으로 참여하게 되었다. 이어서 2006년 6월에는 동일 프로젝트의 2단계 2차년도에 참여했고 2007년 6월에는 3단계 1차년도에도 참여했다. 이 같은 환경부 연구개발사업 참여로 '고품질 수돗물 공급을 위한 관망시스템 최적관리기술 개발'과제를 완성시켰다. 따라서 티에스는 옥내급수관 갱생장비의 제조 및 갱생공법을 개발하게 되었고 그 과정에서 '옥내급수관 갱생공법'은 2007년 4월 NET 인증을 받기도 했다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:23 AM 페이지172

We've APPROACH 사업전환자금 지원으로 신기술에 도전

티에스는 'Eco-STAR' 수처리 선진화 사업단으로 참여하는 과정에서 여러 가지 문제를 해결하느라 맘고생, 돈고생을 해야 했다. 신기술 사업인 만큼 장비를 국산화시켜야 했다. 콤프레셔, 연마기, 코팅기, 진단내시경, 도장기 등을 개발하는 일은 무에서 유를 창조하는 일이었다. 다행스럽게도 연마기 도장기 진단기기는 기존에 보유한 자동화기기 기술이 많이 접목되어 한결 수월했다. 하지만 가장 힘들었던 점은 무엇보다도 사업단 프로젝트 기업으로 선정받는 과정이었다.

2005년 당시 5개월간은 밤잠도 제대로 자지 못했다는 임 대표는 '사업단에 참여하고자 프리젠테이션을 할 때 사업단측이 우리 회사를 쉽게 인정하지 못했다. 그도 그럴것이 자동화기기만 만들어 온 회사가 전혀 성격이 다른 사업에 참여하겠다고 하니 쉽게 이해가 되지 않는 일이었던 것 같다. 하지만 우리는 이미 오래전부터 일본의 관련기술 전문가를 통해 기술노하우를 확보하고 있었고 자체개발한 기술도 있었다'며 어려웠던 순간을 회상한다. 과정은 힘들었지만 결국 티에스는 사업단을 이해시키고 설득시켜 선정업체가 되었다.

이런 과정을 거쳐 2007년 9월 사업전환 준비작업을 마치고, 옥내급수관 갱생장비의 제조업과 갱생 시공업을 업종 추가하여 사업전환을 추진하기 시작했으나 자금 문제가 뒤따랐다. 연구개발 및 장비개발 등에 50억여 원이 소요되는 사업인 만큼 고민거리가 아닐 수 없었다. 정부지원도 있었지만 자체개발자금이 최하 30억 원은 필요했다.

티에스는 중진공 인천지역본부를 찾아가 담당자와의 상담을 통해 사업전환지원사업에 대해 알게 되었고 승인을 거쳐 원부자재자금 등 사업전환에 소요되는 운영



신사업에 필요한 장비들을 자체 기술력을 응용해 직접 개발했다.

자금 4억 원을 지원받았다. 중진공 지원에 힘을 받은 티에스는 본격적인 사업전환을 추진하고자 압축공기를 만드는 콤프레셔를 비롯해 연마기, 코팅기, 진단내시경 등 장비개발 및 확보에 들어갔다. 한 팀의 장비만 갖추더라도 최소 2~3억 원이 소요되는 일이었던 만큼 중진공의 지원자금은 요긴하게 사용되었다.

We've EFFECT 오직 티에스만이 할 수 있다

티에스가 개발한 옥내급수관 갱생관련 신기술은 일본의 기술보다 한 수 위다. 작업과정은 수도꼭지를 제거한 후 배관 녹 제거작업을 한 후 코팅처리를 하고 마지막으로 내시경검사를 한 후 복구한다. 간단한 듯 하지만 실제로는 복잡한 과정을 거쳐야 한다. 배관 녹제거는 규사를 이용 공기회전 즉 볼텍스 기류를 통해 녹과 불순물을 제거해야하며 코팅처리는 접착력이 강한 1차 코팅에 이어 표면을 매끄럽게 하는 2차 코팅을 해야 한다. 이 같은 작업에 소요되는 시간은 2일 정도다. 일본 기술과의 차별화는 수도관의 두께에 있다. 일본은 수도관의 직경이 50mm에서만 가능하지만 이



사업전환을 통해 신제품을 개발한 임승수 대표

회사가 개발한 기술은 5mm까지 가능하다. 국내 가정용 수도관의 경우 보통 15mm 이므로 이 같은 기술노하우는 대단한 것이다.

이 같은 기술력은 'Eco-STAR' 수처리 선진화 사업단으로 참여해 이미 수도관 갱생의 효과를 눈으로 보여주는 한편 대외적으로 공개가 된 터여서 남은 일은 사업화하는 것이었다. 따라서 티에스는 올해 둔촌주공아파트와 미성아파트 400여 가구에 시범사업을 실시했고 현재 안양의 모 군부대에서도 사업을 시행중이다. 가정 수도관 갱생사업은 30평형 가정을 기준으로 할 때 100~110만원의 비용이 발생한다.

서울시의 경우 공사비의 80%(최대 60만 원 이내)를 지원하는 조례가 마련되어 향후 이 공사를 희망하는 수요는 예측 불허라는 말이 나올 정도로 많을 것으로 예상된다. 게다가 많은 지자체들이 조례를 만들어 서울시가 추진 중인 수도관 갱생지원사업과 유사한 사업을 추진할 것으로 예상됨에 따라 2009년 초부터는 본격적인 매출이 발생할 것으로 기대되고 있다.

수도관 교체 및 갱생사업은 전문업체가 아니면 불가능한 사업이다. 현재로서는 국내에서 수도관갱생사업이 가능한 업체는 티에스밖에 없는 셈이다. 따라서 이 회사는 시범사업과 대대적인 홍보를 통해 수도관 갱생과 수돗물의 중요성을 알리는 한편 일부는 직영을 하되 지사를 모집하여 전국적으로 사업을 확산시킬 계획이다. 지사의 경우 300여 개는 필요하다는 게 티에스의 예상이다. 하지만 국내 시장이 전부가 아니다. 임 대표는 "적용대상은 무궁무진하다. 장기적으로는 해외로 사업을 확대해 나갈 계획이다. 일례로 추운 지역의 경우 난방배관이 노후화되어 있고 엉망이다. 세계 어느 나라에도 없는 기술을 확보한 만큼 다각도에서 사업을 펼쳐 나갈 생각이다"라며 미래에 대한 희망을 드러낸다.

아무도 가지 않은 길을 혼자서 개척하기란 외롭고 힘든 여정이다. 티에스는 지난 4년 동안 강한 집념으로 수도관 갱생사업을 위한 기술 노하우를 쌓으며 관련기관으로부터 인정을 받았고 사업타당성도 입증해 보였다. 이제 남은 것은 폭발적인 수요를 어떤 방식으로 끌어들이고 어떻게 확대시킬 것인가이다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 인천지역본부 **시호문** 과장

정부 프로젝트에 참여한 것이 적중

티에스의 성공적인 사업전환에는 무엇보다도 **임승수 대표의 카리스마가 큰 몫을 했다**. 임 대표의 경우 한번 결정하면 온 힘을 다해 달려드는 의지가 대단하다. 누구도 흉내 낼 수 없는 투지가 있는데 그것이 그의 카리스마이고 이번 사업전환을 성공적으로 이끈 최대 요인이라고 본다.

또 티에스는 **다양한 기술 노하우를 갖고 있다**. 따라서 이번 사업전환에서도 기존에 보유한 자동화 기기 기술을 새로운 장비개발에 접목시켜 좋은 성과를 거두었다. 이 뿐만이 아니다. 정부 프로젝트 과제에 참여하여 기술개발에 대해 인정을 받은 것도 효과적이었다. 선택한 아이템은 수요가 자연적으로 발생할 수밖에 없다는 점에서 사업성이 높아 앞으로가 더욱 주목 된다.

내년이면 크게 발생할 것으로 예상되는 매출을 접어두고라도 이 회사의 사업전환은 '틈새시장은 아직도 많다'는 것과 '강인한 투지만이 성공을 불러 온다'는 메시지를 전하기에 충분한 듯 싶다.

업종 추가 03

(주)비피에스

회사 개요

설립일	2003년 4월
대표	김칠암
기존사업	TRAY, 휴대폰 케이스 후 가공
추가업종	진공증착(PVD) 멀티코팅
매출규모	78억 원
소재지	경북 구미시 공단동 240
홈페이지	www.bps21.com

끊임없이 변화를 꿈꾸는 열정

플라스틱 용기 생산 업체로 출발한 비피에스는 2005년에 약 23억 원의 매출을 올렸지만 2006년에 56억 원, 지난해에는 78억 원의 매출을 기록했다. 이처럼 짧은 시간 동안 눈에 띄게 급성장한 이유는 사업전환이다. 플라스틱 용기 생산에서 휴대폰케이스 후가공으로, 또 다시 PVD 멀티코팅으로 두 차례 과감하게 업종전환에 도전했다. 이로써 3년 사이에 무려 3배가 넘는 매출 신장을 이루었을 뿐 아니라 7명이었던 직원 수도 현재 85명에 이른다. 비피에스의 성장에 있어 사업전환은 핵심 키워드다.

We've DREAM 성공의 기본은 변화와 도전

"비피에스는 항상 도전합니다. 끊임없이 새로운 가치를 만들고 발전할 것입니다. 멈추지 않고 움직이는 것, 그것이 바로 성공을 향해 가는 기본이 분명합니다."

시원시원한 목소리로 김칠암 대표는 비피에스의 경영방침에 대해 설명했다. 지난 4년 동안 3배 이상 매출액이 향상되었다는 수치를 굳이 거론하지 않더라도 두 번의 사업전환을 거치며 탄탄한 중소기업으로 성장한 과정만 살펴봐도 도전정신과 열정이 느껴진다.

김 대표는 지난 2003년 전자제품을 담는 플라스틱 용기를 만드는 업체로 첫 사업을 시작했다. 코오롱에서 직장 생활을 했던 터라 코오롱이 필요로 하는 용기를 생산해 납품하면 괜찮을 것이란 판단 때문이었다. 초기 2년간은 큰 어려움 없이 유지가



플라스틱 용기를 만드는 업체로 출발한 비피에스



휴대폰 케이스 후가공 작업이 완료된 제품

되었다. 그러나 2005년 코오롱이 관련 사업을 정리하면서 회사가 어려워지기 시작했다. 우연히 LG에 1년간 대량 납품할 기회를 잡아 위기를 모면했지만 그야말로 임시방편일 뿐이었다.

그 때 김 대표는 사업전환의 필요성을 절감했다. 아이템도 하나였을 뿐 아니라 거래선도 단조로워 언제 어떤 위기가 닥칠지 모를 일이었다. 플라스틱 용기를 만드는 아이템 자체가 큰 기술이 필요하지 않아 경쟁력이 떨어진다는 것도 사업전환을 결심하게 된 이유다.

We've NEW ITEM 휴대폰 케이스 후가공으로 도약기 마련

김 대표에게 사업전환은 당연한 선택이었다. 당장 일거리가 없어지자 먹고 살기 위해서 새로운 아이템을 찾는 것이 급선무였기 때문이다. 그러던 중 휴대폰 케이스 후



비피에스는 프레스, CNC가공, 연마 등 모든 공정을 원스톱으로 처리한다.

가공을 담당해 줄 업체를 찾고 있는 노키아의 1차 협력업체인 KH바텍과 손을 잡게 되었다. 핸드폰 케이스 후가공이란 마그네슘 재질의 케이스를 가공해 완제품으로 조립할 수 있는 상태로 만드는 공정을 말한다. 이로써 비피에스는 첫 번째 사업전환을 시도하게 된 것이다. 비피에스는 기존 소규모 휴대폰 업체들과 달리 프레스-CNC가공-연마 공정을 한꺼번에 처리하기로 했다. 이로써 상당한 경쟁력을 확보하게 되었다. 기존 업체들은 공정이 끝난 후 제품을 또 다른 공장으로 넘겨야 하는 시간적, 물질적 비용이 컸다.

비피에스는 모든 공정을 함께 담당함으로써 시간과 비용은 물론 공정간 피드백도 즉각적으로 이루어지도록 함으로써 불량률을 획기적으로 줄일 수 있었다. 불필요한 재고도 쌓이지 않았다. 덕분에 회사는 자리를 잡아갔다. 그러나 여기에서 안주할 김 대표가 아니었다.

"누구나 비용 절감에 대해 고민하잖아요. 저도 마찬가지에요. 휴대폰 케이스 후가공을 하면서 어떻게 하면 비용도 절감하고 보다 더 좋은 품질을 생산할 수 있을지

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:23 AM 페이지180

고민했어요. 민감하게 변화하는 고객의 트렌드를 미리 예측하고 변화를 준비해야 하기 때문이죠."

현대인들에게 필수품인 휴대폰은 교체주기가 점점 빨라진다. 성능 향상도 중요하지만 디자인이나 소재도 큰 몫을 담당하고 있다. 특히 소재는 곧 비용 절감과도 연계가 되기 때문이다. 김 대표는 이 부분에 주목했다. 여기서 얻은 아이디어가 바로 PVD(Physical Vapor Deposition)라는 표면처리 기술이다. PVD는 일반적인 도금이나 스프레이 분사와는 달리 금속, 유리 등 어떤 표면이든 정교하게 코팅 처리할 수 있다. 전기를 이용해 코팅물질을 기체로 만들어 원하는 표면에 고르게 입히는 원리. 코팅 물질은 주로 티타늄을 이용해 환경과 인체에 무해하다는 점도 장점이다. 게다가 흰색을 제외한 모든 색의 구현이 가능하다. 각도에 따라 색이 달라지는 멀티코팅 기술도 개발했다. 휴대폰 케이스 후가공 과정에서 도색 부분까지 접목이 된 것이다. 이와 같은 비피에스의 신규 아이템 개발에 있어 가장 큰 힘은 중진공의 사업전환제도였다.

We've APPROACH 변화의 순간에 중진공이 함께 했다

"저희 회사는 사업전환때문에 성장하고 있다고 해도 과언이 아닐 겁니다. 두 차례의 사업전환이 없었다면 비피에스 자체도 없었을 테니까요."

2006년 휴대폰 케이스 후가공으로 전환할 때 김 대표는 사업전환 자금으로 19억원의 순수시설 자금을 융자받아 공장을 증축할 수 있었다. 또 협력업체인 KH바텍으로부터 기술 인력을 지원 받아 품질을 높일 수 있었다. 가장 어려운 시기에 중진공의 지원이 큰 힘이 되어준 것이다.



비피에스는 사업전환을 통해 신제품을 개발한 후 10배 이상 성장했다.

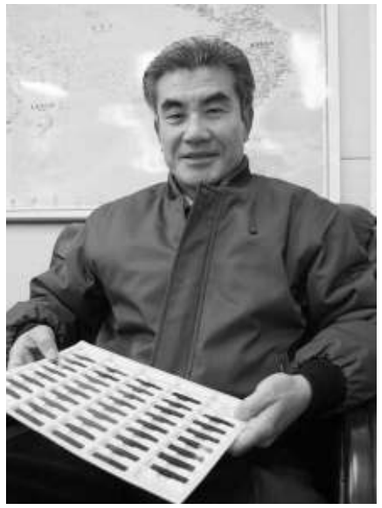
"신규사업으로 전환하려고 보니 설비부터 갖춰야하는데 자금이 부족했습니다. 자금부족으로 좋은 아이템을 가지고도 중도 포기하는 업체들이 많잖아요? 그런 업체들에게 사업전환 지원자금은 단비와도 같습니다."

김 대표는 평소 중진공 홈페이지나 『기업나라』, 『테크타임즈』 등 관련 잡지를 눈여겨보면서 필요한 정보를 수집해 나갔다. 덕분에 사업전환 뿐 아니라 품질혁신과 관련한 컨설팅도 신청해 그 효과를 톡톡히 보고 있는 중이다. 직접 발로 뛰며 찾는 정보도 있지만, 지역본부의 김경환 팀장으로부터 생생한 정보도 많이 듣는다. 처음 사업전환을 시작할 때 두려움이 없었다면 거짓말이다. 그럴 때 김 대표의 고민을 듣고 같이 해결해 주려고 노력한 것이 김 팀장이다. 다른 업체들의 사업전환 성공사례도 들려주면서 든든한 조언자가 되어주었다. 뿐만 아니라 두 번째 사업전환으로 선택한 PVD가 기술적인 한계에 부딪혔을 때 중진공으로부터 기술자문도 받아 해결했다. 김 대표는 휴대폰 케이스 후가공과 함께 PVD 기술을 회사의 주력사업으로 성장시킬 계획이다.

"첫 번째 사업전환은 살아남기 위해서 시작했다면, 2차 사업전환은 중진공의 사업전환을 통해 배운 경험과 지식을 동원해 회사를 업그레이드시킬 수 있는 계기가 되었다고 볼 수 있습니다. 시장을 예견하고 도전할 힘이 생겼다고 할까요? 든든하게 도와줄 중진공이 있기 때문에 거침없이 달려갈 수 있을 것 같습니다."

We've EFFECT 매출 4배, 인력 10배 향상, 초고속 성장 중

2007년 5월 반가운 소식이 들려왔다. '제1회 경상북도 고용대상' 기업 부문에서 비피에스가 대상을 수상한 것이다. 두 차례에 걸친 사업전환을 통해 그 당시 정규직 71명을 채용해 고용을 증대시키고, 산학협력 및 기업부설연구소를 설립, 신기술을 개발하는 등 기업경쟁력 확보에서 높은 점수를 받았다.


사업전환으로 성공한 아이템을 소개하는 김칠암 대표

"사업전환의 성과가 하나씩 나타날 때마다 뿌듯합니다. 이미 사업전환 아이템이 전체 매출의 80% 가량을 차지하고 있어요. 처음 10여 명의 직원이 지금은 100명 정도가 될 정도니 10배 이상 성장을 했어요. 건물도 지금 A동부터 E동까지 5개입니다. 처음에는 한 개로 시작했었죠."

사업이 확장되고, 매출이 증대하는 만큼 회사 전체의 볼륨도 커지고 있다. 불과 4년 사이에 매출액이 4배, 인력이 10배 가까이 늘어난 것은 요즘 같은 시기에 '초고속' 성장이다. PVD 기술은 지난해 특허도 받았다. 이러한 성장에 터보엔진을 달아준 것이 바로 때 맞춰 진행한 사업전환인 것은 두말할 필요가 없다. 김 대표는 사업전환의 성공 포인트로 적절한 타이밍을 꼽았다. 회사가 앞으로 나아가야 할 방향을 정확하게 파악하고 도전해 나갈 때 중진공의 지원이 없었다면 지금과 같은 결과를 보기 어려웠을 것이 분명하다. 절체절명의 위기 상황에서도, 다양한 아이템 확장을 위해 도전할 때도, 필요할 때 마다 중진공의 지원을 받아 그야말로 '일취월장' 성장했다. 변화없이는 도태되기 마련이다. 성장하는 포인트마다 그 핵심에 중진공이 있었음은 분명한 사실이다. 변화를 두려워하지 않는 비피에스의 1년 후는 어떤 모습일지 궁금해진다.

사업전환 성공 포인트

중진공 코디 COMMENT 경북중서부지역본부 **김경환** 팀장

성공의 핵심은 발 빠른 대응력

처음에 플라스틱 TRAY업체였던 비피에스는 10여 명의 직원들이 일하는 작은 회사였다. 그러나 과감하게 사업전환에 뛰어들어 이제는 직원 수 100명에 달하는 기업으로 성장했다. 휴대폰 케이스 후가공업체로 변신한 비피에스는 하나의 아이템으로 고전했던 과거의 경험을 발판삼아 사업전환을 단행했다.

비피에스의 첫 번째 성공요인은 **휴대폰 시장변화에 빠르게 대응한 것**. 요즘 유행의 트렌드는 휴대폰에서 볼 수 있다는 말이 있다. 그만큼 트렌드에 민감하고, 교체 주기가 빠른 제품이다. PVD 기술을 개발한 것도 이러한 변화에 발 빠르게 대처한 것이다. 전체 시장을 예견하고 미리 준비하는 능력이 탁월하다.

두 번째 성공요인으로는 **전체 공정 라인을 한 자리에 모은 아이디어**다. 여러 공장을 거치던 기존의 공정을 한 자리에서 처리할 수 있는 설비를 갖춘 것이 가장 큰 경쟁력이 되었다. 이는 원가절감 뿐 아니라 불량률을 현저히 낮춰 제품의 품질까지도 향상시켰다.

We've DNA

품목추가



하나 더 만드니 꿈이 보이다

"사람, 자금, 시설 등 중소기업은 여러 가지로 부족한 것이 많습니다. 변화에 적극적으로 맞서지 못하는 것도 이러한 여력을 갖추지 못해서입니다. 그럼에도 불구하고 새로운 품목을 하나 더 만들어 위기를 이겨내는 기업이 있습니다. 현상 유지도 벅찬데 어떻게 하나를 더 만드냐고요? 꿈과 희망은 도전하는 기업에게 열려있습니다."

품목추가

금강산업(주)

회사 개요

설립일	1979년
대표	이상익
기존사업	자물쇠제조
추가업종	디지털도어락
매출규모	28억 원(2008년 예상)
소재지	전북 완주군 소양면 황운리 598-3
홈페이지	www.kkind.co.kr

30년 자물쇠 노하우 도어락 시장을 뚫다

'화려하지는 않지만 노하우는 많다', '재주는 많지만 한 가지만 고집한다'. 국내 패드락 자물쇠 시장을 개척하여 30여 년간 오직 한 길만 걸어온 금강산업(주)는 작지만 단단하고 노하우가 많은 회사다. 게다가 장기간 사업을 이끌어온 이상익 대표는 이순(耳順)의 나이에도 변화에 적극적이며 도전을 멈추지않는 기업인이다. 회사나 대표가 이처럼 뚝심이 강하다보니 어떤 위기상황에서도 흔들리지 않는다. 2000년대 들어 패드락 시장의 침체기가 지속되면서 금강산업은 새로운 변신을 꿈꾼다. 단 기존사업을 버리고 새 것을 추구하는 게 아닌 현대판 자물쇠인 '도어락'으로 품목추가에 의한 사업전환을 시도했다. 초기에는 어려움도 따르고 실수도 나타났지만 디자인, 품질, 가격, 유통 등에서 기존제품과의 차별화를 꾀했고 그 결과 시장 진입에 성공했다.

We've DREAM 시대에 맞게 제품도 변해야 산다

오직 한 길만 30여 년째 걸어오고 있는 장인정신이 돋보이는 회사, 힘이 든다고 업종을 바꾸기보다는 제품의 변화로 제2의 전성기를 다시 누리겠다는 회사, 바로 자물쇠제조 전문업체인 금강산업(주)의 얘기다.

가정, 사무실, 공장은 물론이고 오토바이, 자전거, 승용차 등 관리가 필요한 것이라면 자물쇠와 열쇠는 반드시 필요하다. 수백 년 전에도 자물쇠와 열쇠는 존재했고 첨단 정보통신 시대인 지금도 필요한 제품인 만큼 그 수명은 길다. 하지만 시대 변화는 제품과 시장의 변화를 자극한다.

금강산업이 주력해 온 제품은 철판적층형 즉 여러겹으로 철판을 쌓아 자물쇠의 형태를 구성하는 기계식 자물쇠로 일명 '패드락(padlock)'으로 불린다. 일찍이 자체 개발을 통해 특허를 취득하고 창업 이래 그간 30여 종의 제품을 생산하여 전국 200여 개 중도매상을 통해 판매하면서 시장을 선도해 왔다.

한때 이 시장은 5개 메이커가 시장경쟁을 벌일 만큼 치열하기도 했으나 전자정보시대의 도래에 따라 수요가 제자리걸음을 지속함에 따라 경쟁력이 취약한 3개의 업체는 문을 닫았다. 그래서 현재까지 기계식 자물쇠를 만드는 기업은 금강산업을 포함해 단 두 곳 뿐이다.



금강산업에서 최초로 개발 생산한 자물쇠

자물쇠는 당장 사라지지 않는다. 다만 성장하는 분야가 아니라는 것이 문제다. 하지만 IMF시기에는 이변이 일

어나기도 했다. 경기가 어려워지자 수요가 갑자기 증가하는 현상이 나타난 것. 물론 이 같은 현상은 일시적인 것으로 오래가지 않았다.

금강산업은 1984년에 상공부 지정 유망중소기업으로 선정된데 이어 자체 사옥도 지으면서 국내 패드락 업계의 대표주자로 인정받아 온 짱짱한 중소기업이지만 이처럼 시장한계와 제품의 변화 앞에서는 도약을 위한 새로운 아이템의 선택이 불가피했다.

우선 금강산업은 전혀 낯선 업종을 통한 변신보다는 기존의 노하우와 기업 이미지를 그대로 살려나갈 수 있는 쪽을 택했다. 자물쇠와는 형태와 방식에서 다르지만 기능은 한가지인 '디지털 도어락'을 선택했다.

We've NEW ITEM 자체개발한 도어락을 살려라

금강산업의 이상익 대표는 젊은 시절부터 사업을 이끌어온 경영 전문가답게 새로운 것에 적극적으로 대응하고 늘 혁신을 추구하는 스타일의 CEO다. 또 그는 항상 장기적인 비전을 정확하게 제시하는 등 리더로서의 자질도 뛰어난 사람이다. 이런 그가 2005년에 들어서서야 변신을 시작했다면 어울리지 않는 일이다. 이 대표는 이미 2000년대 들어서면서 나름대로 변화를 모색해왔다. 2001년 전자사업부를 개설하여 2004년에 전자광센서카드키를 개발하기도 했다. 하지만 시기적으로 맞지 않은데다 가격은 고가이고 판매는 활성화되지 않았다. 시장성이 낮았던 것이다. 한마디로 이미 한차례 사업전환으로 실패를 한 거나 다름없었다. 그러니 도어락은 품목추가의 두 번째 도전이었다.

2005년 자체 기술력으로 도어락 개발에 들어가 2006년 제품을 탄생시켰다. 일일



고가 원료인 100% 아연을 사용하여 안전성과 견고성을 강화시킨 디지털 도어락

이 기존업체들을 찾아가 도움도 받고 관련기술을 확보하는 등 노력을 기울인 결과였다.

하지만 뒤늦게서야 디자인이 떨어지고 기존 제품과의 차별성이 부족하다는 것을 알았다. 결국 일부 판매되는 수준에 그치고 말았다. 이 같은 과정에서 적잖은 자금을 소진시켰다. 그렇다고 여기서 도어락 사업을 포기할 수는 없는 일이었다. 자금과 기술력 둘 다 문제였다.

그래서 2007년 5월 중진공 전북지역본부를 찾아가 도움을 요청했다. 이 당시 이상규 과장이 담당자로서 상담을 해주면서 사업전환에 따른 지원제도가 있으니 활용해보라는 권유를 했고 곧 사업전환승인 신청 절차를 밟았다.

다행히 승인을 얻어 그 결과 금강산업은 사업전환에 소요되는 시설자금 및 개발자금과 수작업으로 일관했던 기존의 패드락 생산라인 자동화구축에 3억 9,000여만원의 자금을 지원받았다.



여성 근로자들이 많은 만큼 난방, 식사, 출퇴근차량 등 세심한 배려를 아끼지 않는다.

We've APPROACH 디자인과 기능을 강화하다

이미 먼저 개발한 제품에서 드러난 문제점을 해결하고자 금형을 다시 개발하고 디자인 고급화를 위해 전문회사에 의뢰했다. 또 일부부품은 아웃소싱을 함으로써 투자비용을 절감시키는 한편 제품개발기술과 관련하여 전문가의 조언도 받았다. 게다가 장기간동안 패드락 전문업체로서 쌓아온 대외적인 신뢰도를 위해서는 다른 회사들의 제품과는 뭔가 달라야 했다.

따라서 다른 회사들이 제품에 알루미늄이나 프라스틱을 사용한 데 반해 고가인 100% 아연을 사용했다. 안전성과 견고성을 한층 강화한 것이다. 특히 이 제품은 타사제품들과 기능상의 차별화를 위해 비밀번호 입력 시 허수와 함께 입력해도 노출되지 않고 작동하는 센서를 부착하여 '비밀번호 유출방지기능'을 실현시켰다. 이미 먼저 시장에 진출한 기업들이 5개 사나 되는 만큼 완벽한 차별화가 없이는 성공하기 힘들다는 판단에서였다.

2007년 하반기 이 같은 노력을 기울인 결과 그해 12월에 디자인과 품질 등에서 업그레이드된 신제품 디지털 도어락 'D. egis'를 출시했다. 품목추가를 통한 사업전환을 하면서 5억 원대의 비용이 투자되었고 2006년 25억 원이었던 매출은 2007년에 24억 원으로 오히려 내려앉는 일까지 발생했지만 장기적인 비전을 위해 총력을 기울였다.

게다가 이 과정에서 중진공으로부터 생산성향상을 위한 컨설팅도 지원받았다. 2008년에도 지속적으로 이어진 컨설팅을 통해 품질향상은 물론 생산도 체계적으로 잡히는 등 좋은 결과를 얻고 있다.

젊은 혈기로 이번 사업전환 과정에서 열정적인 모습을 보여준 이남형 실장은 "중소기업이 새로운 일을 벌인다는 것은 여러 가지 어려움이 따른다. 하지만 이번 사업전환지원을 맡은 중진공 이상규 과장이 다양한 정보제공과 연계지원에 적극적으로 나서서 도움을 준 것이 큰 힘이 되었다"고 한다.

이 실장은 이 과장이 현장을 방문할 때마다 마치 회사 직원처럼 진솔하게 눈에 보이는 문제점을 하나하나 꼼꼼하게 지적하는 등 세심한 관심을 기울인 것에 매우 감사하다는 입장이다.

We've EFFECT 사업전환 성공이 제2의 전성기 가져올 것

기존사업인 패드락은 시장규모가 확대되지는 않아도 급격히 축소되지는 않는다. 따라서 패드락의 안정적인 매출이 품목 추가 시 소요되는 비용과 인력 그리고 마케팅 등에 든든한 버팀목이 되어준 것은 다행스러운 일이다.



60세의 나이에도 변화의 물결에 적극 대응하는 마인드를 가진 이상익 대표

2008년부터 본격적인 판매에 들어간 금강산업의 디지털 도어락은 회사가 자체적으로 확보한 유통라인인 도어락 전문점 60여 곳을 통해 매월 1,000대씩 판매되고 있는 중이다. 이에 따라 2008년에 발생한 매출 28억 원 중 4억여 원이 디지털 도어락에서 발생했다. 또 수출은 기존에 거래를 해 오던 에이전시를 통해 활발한 상담을 펼치고 있는 중이다. 내년의 경우 관세가 15%대로 줄어들면 수출에서 매출이 크게 일어날 것으로 기대하고 있다.

지난 30여년간 자물쇠와 함께 외길 인생을 걸어온 이 대표는 디지털 도어락의 향후 전망과 관련해 "올해는 기존사업과의 매출 비중이 8대2 정도로 적었지만 2009년은 5대5의 비중으로 성장할 것으로 예상한다"고 전하면서 "품목추가를 통한 디지털 도어락 시장 진입 성공은 우리에게 제2의 전성기를 마련해줄 것이다"라며 사업전환의 성공을 확신하고 있다.

아파트나 오피스텔의 증가는 도어락 시장의 향후 수요를 밝게 내다볼 수 있는 단적인 예다. 실제로 최근 국내외 시장규모는 매년마다 수백억 원씩 증가하고 있는 상황이다. 따라서 전문가들이 보는 시각 또한 이 대표의 전망과 크게 다르지 않다. 금강산업의 사업전환은 성공적일 수 밖에 없다는 입장이다. 물론 향후 지속적으로 다양한 제품개발과 차별화를 추구하는 것은 필수전략이다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 전북지역본부의 **이상규** 과장

품질, 디자인, 유통의 차별화가 성공요인

금강산업의 사업전환은 어찌 보면 엄청난 도전이었다. 이미 시장이 형성되어 경쟁이 벌어지고 있는 시장에 뛰어든 것인 만큼 기존 업체들에 대한 도전장이나 다름없었던 것이다. 그러니 주변에서 걱정을 하는 이들도 적지 않았을 터이다. 그렇다면 어떤 대응 무기가 있었던 것일까?

금강산업의 가장 큰 장점은 **이 대표의 장인정신과 리더십**이다. 오랜 세월동안 패드락 사업을 지속적으로 이끌어오면서 애로점도 있었을 텐데 하나에 대한 집념과 애착을 갖고 꾸준히 패드락 제품 업그레이드를 통해 사업을 유지해온 것은 장인정신이 없으면 불가능하다. 또 공장이 시내가 아닌 농촌지역에 자리하고 있어 자칫하면 이전 또는 축소할 여지가 많은데도 불구하고 종업원들을 인간적으로 잘 다독이면서 큰 문제없이 회사를 이끌어온 것은 이 대표의 리더십이 남달랐기 때문이다.

또한 도어락은 대기업과 선발기업들이 시장을 점유하고 있는 상황에서 **기존제품들과의 차별화**를 기해야 하는데 바로 이 점이 금강산업의 사업전환 성공요인이었다. 금강산업은 후발주자지만 디자인과 품질에서 기존제품들을 능가하는 차별성을 꾀했다. 또 기존시장은 가격적으로 거품이 있는데 이에 휩쓸리지 않고 자체 가격정책을 고수한 것도 잘한 일이다. 업력이 오래된 기업답게 유통은 직판을 하지 않고 60여 개의 전문점에게 맡긴 것도 현명한 선택인 것 같다. 장인정신이 강한 기업일수록, 사업경력이 많은 사장일수록 새로운 선택에는 약한 편이다. 하나에 대한 고집이 강하기 때문이다. 하지만 금강산업과 이 대표는 다르다. 변화의 물결에 적극 대응하는 마인드, 바로 그것이 나이 든 이 회사를 더욱 젊게 변신시켜 주는 요인이다.

품목추가

(주)동진H&F

회사 개요

설립일	1983년
대표	장운환
기존사업	어묵, 햄
추가업종	소시지
매출규모	127억 원(2008년 예상)
소재지	경남 양산시 호계동 849번지
홈페이지	www.56doamuk.co.kr

신공장, 신제품으로 화려한 변신

새롭게 변화를 추구하여 한 단계 업그레이드시키는 데는 적절한 시기와 강한 추진력이 필요하다. 하지만 오래된 기업일수록 자칫하면 그 시기를 놓치기도 한다. 매너리즘에 빠져있기 때문이다. (주)동진H&F는 달랐다. 기존사업이 크게 침체되거나 어려운 상황은 아닐지라도 신규 품목추가로 제품구성을 다양화하여 시장에서의 브랜드 파워를 높이는 한편 공장 신축이전을 통한 품질력 강화를 위해 과감한 선택을 했다. 소시지 품목 추가를 통한 사업전환이었다. 무려 130억 원이 소요되는 엄청난 규모의 프로젝트였지만 빠르게 그리고 알차게 프로젝트를 이끌어 성공적인 결과를 얻었다. 중진공의 사업전환지원제도는 이들의 신속한 변신에 꼭 필요한 지원을 아끼지 않았다.

We've DREAM 품목 다양화와 고급화가 성공을 부른다

'이왕이면 다홍치마' 누구나 다 이대로 하고 싶지만 희망사항으로만 되는 경우가 많다. (주)동진H&F는 그 희망을 현실로 만든 회사 중 하나다. 경남 양산시 호계동에 자리한 동진H&F는 창업된 지 올해로 21년을 맞이하는 식품업체로 어묵과 햄 업체로서는 나름대로 이름이 알려진 기업이다.

어묵제조 및 판매를 시작으로 최근 4년전부터는 육류로 만든 직화햄 시장에 뛰어들었다. 대림수산 진주햄 등과의 OEM 생산은 물론이고 자체브랜드인 '수(秀)'를 내걸고 소매시장에서 인지도를 쌓아왔다. 이에 따라 제품의 종류만도 70여 가지 150종에 달할 만큼 다양하며 동종업계에서 탄탄한 기술력과 역사를 바탕으로 매출 또한 꾸준히 증가추세를 보여왔다.

하지만 최근의 햄·어묵·소시지 시장은 대기업들의 시장진출과 다수의 중소제조업체들의 참여로 그 어느 때보다도 많은 업체들이 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황이다. 특히 식품업계는 소비자패턴의 변화로 고급화·다양화 추세를 맞이하고 있어 품목의



사업전환지원 자금을 받아 13,200 평방미터의 대지위에 신축한 최첨단 공장



소시지생산으로 제품의 다양화를 꾀했다.

다양화와 고급화는 이미 공공연하게 밝혀진 성공 함수로 통한다. 이 같은 상황에서 중소기업들의 경우 변화를 통한 제품 차별화와 수익성 확보는 필수사항이다.

따라서 동진H&F는 품목의 다양화와 생산시설의 현대화를 통해 종합식품회사로 거듭나고자 2006년에 품목추가 아이템 선정과 제품개발 그리고 공장신축 이전 등 총 130억 원이 소요되는 변신 프로젝트를 기획했다. 이어서 같은 해 12월 현재의 산막공단 내에 13,200 평방미터의 공장 부지를 확보했다. 다음은 공장건축과 추가품목 선택 및 개발이었다.

We've NEW ITEM 어묵, 햄에 이어 소시지 7종 개발

동진H&F는 추가품목으로 소시지를 선택했다. 기존의 제품과 생산 프로세스가 유사한데다 부가가치가 높은 소시지를 개발하는 것이 기존의 품목들과의 시너지 효과 등에 적합하다는 판단을 내린 것. 단 완전기계화를 통한 소시지가 아닌 수제 고급 소



기계화를 통한 소시지가 아닌 수제 고급 소시지로 차별화했다.

시지를 개발, 가정용과 고급안주용의 프리미엄급 제품을 목표로 삼았다. 남들은 한 가지만 추진하기에도 힘든데 신제품개발과 공장신축 이전 등을 동시에 추진해야하는 상황이었다.

그래서 지금과 시간이 가장 큰 문제일 수밖에 없었다. 기존의 제품과 프로세스는 유사하더라도 생산설비는 새롭게 구축해야 했고 제품의 차별화를 위해서는 할 일이 한 두 가지가 아니었다.

신제품 개발에 따른 인력확보는 다행스럽게도 수월했다. 관련 분야 제품을 만들던 대기업이 양산지역에서 다른 지역으로 이전해감에 따라 현지거주 및 주변에 거주하는 유휴인력을 활용할 수 있었다.

하지만 공장신축 이전과 설비확충 등에 따른 자금문제는 쉽게 해결할 수 없는 부분이었다. 지난 20년간 사하구 장림동에서 성장을 해오면서 중진공과는 꾸준히 인연을 맺어왔던 터라 중진공 부산지역본부를 찾아가 고민거리를 상담했고 2007년 6월에 사업전환지원제도 절차를 밟아 승인을 얻었다.

그 결과 공장이전 신축 및 생산설비 도입 등 사업전환에 소요되는 설비자금 11억

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:24 AM 페이지198

원을 포함해 총 30억 원을 지원받게 되었고 사업전환을 본격적으로 추진했다. 사실 동진H&의 사업전환 프로젝트는 단순히 품목만 하나 추가하는 것이 아니고 공장이전 신축이 맞물려있어 시간적 경제적인 면에서 계획대로 따라 주지않으면 쉽지 않은 일이었다. 하지만 추진력이 강하고 사업경력이 풍부한 장운환 대표의 리더십이 사업전환에 속도를 내게 만들었다.

We've APPROACH 공장신축과 함께 신제품 양산에 돌입

자금문제는 해결되었지만 공장을 신축하여 이전하는 것과 신제품 양산에 들어가기까지는 여러 가지 어려움이 뒤따를 수밖에 없었다. 신제품개발과 함께 영업망도 확충되어야 하고 신축공장인 만큼 설비 현대화를 통한 HACCP 인증도 받아야 했다. 업력이 짧고 인력이 부족한 기업이라면 이 같은 형태의 사업전환에 걸림돌도 많고 기간도 장기화될 수 밖에 없다.

그러나 동진 H&F는 이 과정에서 CEO의 리더십과 10년 이상 장기 근속한 10여 명의 중간간부들이 능력을 발휘했다. 또 20년이 넘게 다양한 어묵과 햄 등 관련식품을 생산해온 기술 노하우가 있어 제품 개발 자체에는 큰 어려움이 없었다. 따라서 공장신축 이전과 동시에 3개월간 시험생산에 들어갔고 총 7가지의 소시지 제품이 탄생했다.

사업전환 추진 첫해인 2007년의 경우 전 직원이 정신없이 바빴던 한해였다. 이와 관련해 김휘수 생산이사는 "하반기부터 본격적인 양산에 들어갔지만 첫 해는 큰 매출을 올리지 못했다. 공장이전 및 자리를 잡는 과정에서 영업활동을 제대로 할 수 없었기에 아쉬운 점이 많았다. 하지만 만족스러울만한 제품을 생산해냈고 2008년부터



동진H&F는 농림부와 식약청으로부터 HACCP 인증을 받았다.

는 양산과 영업 둘 다 차질 없이 이루어지고 있어 앞으로는 매출을 증대시키는 일만 남은 것 같다"고 전한다.

2008년 6월에는 농림부로부터 HACCP 인증을 받았고 이어서 10월에는 식약청으로부터 HACCP 인증을 받은 동진H&F는 생산현장의 청결은 물론이고 공장 내부 어느 곳을 가더라도 위생과 안전을 최우선시하는 식품회사로 거듭 태어났다. 하다못해 화장실을 가더라도 화장실용 신발이 별도로 마련되어 있고 손 세척 후 건조 및 살균 시스템이 확고히 갖추어져 있을 정도다.

We've EFFECT 사업전환 아이템에서만 매출 35억 원 달성

동진H&F의 사업전환 진행속도를 보면 누구나 놀랄 수 밖에 없다. 공장 신축을 통한 이전과 설비확충 등을 통해 기존제품의 생산에 차질이 없이 신제품도 출시하여 공



장운환 대표는 이번 사업전환이 만족스러웠다고 한다.

장 이전 첫 해인 2007년에 매출 60억 원 중 10억 원이 사업전환 품목인 소시지에서 발생했다.

2008년의 경우 전국에 30여 개의 대리점과 다수의 일반 대형유통점으로 제품이 출시되면서 127억 원 중 사업전환 품목이 차지하는 매출은 38억 원에 달할 전망이다. 이 뿐만이 아니다. 기존의 제품과 함께 어묵, 햄, 소시지가 제품군을 이루면서 유통가에서의 브랜드 파워도 더욱 강해지는 한편 제품상호간 시너지 효과를 발휘할 것으로 기대된다.

특히 품목추가를 통한 신제품 판매로 인해 올해는 OEM 대비 자체브랜드의 생산비중이 50 : 50으로 늘어났다.

그런가하면 공장 신축이전으로 인해 생산성 향상과 품질 향상의 효과도 나타나고 있다. 이전 전의 장림공장과 비교 시 생산시설의 클레임 발생율이 현격하게 줄어들었으며 제품 100만 개 중 불량이 6개 이하로 나타나고 있어 품질에 대한 자신감이 한결 강해졌다.

이 같은 사업전환의 성공적인 결과에 대해 장 대표는 "중진공의 사업전환지원이 없었다면 사업전환이 이렇게 빠르게 진행되지는 못했을 것이다. 기업이 도움을 절실하게 원할 때 신속하게 지원이 되는 사업전환지원 시스템에 다시 한번 놀랐고 중진공에 감사드린다"고 전한다.

한편 동진H&F는 지금까지는 주로 대리점과 유통점들을 통해 마니아층을 형성해 나가고 있지만 앞으로는 학교 급식에도 진출할 계획을 세워놓고 있다. 특히 수제어묵은 취급을 거의 하지 않는 제품인데도 불구하고 과감하게 시도하여 메가마트에서 인기상품으로 통한다. 따라서 학교급식 진출 또한 한결 빨라질 것으로 예상하고 있다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 부산지역본부 **김태환** 과장

기존 기술을 접목한 것이 강점

동진H&F의 장 대표는 25년간 식품회사를 이끌고 온 프로인 만큼 시장 흐름을 빨리 읽어내고 그에 따라 적극 대응하는 능력이 뛰어나다는 평가를 받고 있다. 이번 사업전환의 품목추가 또한 장 대표의 탁월한 판단력이 있었기에 시기적절한 변화를 추구한 게 아닐까 싶다.

동진H&F의 사업전환이 빠르게 안착하게 된 요인은 가장 먼저 **기존 보유기술로 응용이 가능한 품목을 선택했다**는 점이다. 소시지의 경우 햄과 어묵 생산을 통해 쌓여진 노하우를 응용하기에 좋은 제품이기 때문에 연구개발에 따른 어려움이 덜했고 그만큼 개발 시간도 짧게 소요됐다는 것이다.

또 다른 요인으로는 **신공장 및 설비로 인한 철저한 품질관리와 안정적인 생산기반을 구축했다**는 것이다. 공장신축과 최신 생산설비 확보로 인해 농림부와 식약청으로부터 HACCP 인증을 받았으며 이는 대외적으로 품질에 대한 인정은 물론이고 생산력에서의 파워를 확보했다.

이 외에도 동진H&F는 기존의 제품군에 소시지 제품 7종을 합류시킴으로서 시장에서 회사의 제품군이 갖는 마케팅 힘도 강해졌으며 종합식품회사로서의 위상도 높아져 이번 사업전환은 향후 회사 성장의 기폭제가 될 것 같다. 신공장, 신제품으로 화려한 변신을 꾀한 동진H&F의 브랜드 파워를 기대해 볼만 한다.

(주)성광기연

회사 개요

설립일	1990년
대표	차성호
기존사업	유압프레스
추가업종	금속성형기
매출규모	150억 원(2008년 예상)
소재지	경남 김해시 한림면 안하 2002-10
홈페이지	www.skpress.com

선박용 성형기 국산화로 수입대체 효과

10여 년 넘게 한 우물만 파면서 회사의 틀을 다져놓았는데 시장은 성장이 아닌 쇠퇴의 길로 바뀌었다. 매출은 곱감하고 정든 직원들이 회사를 떠나야하는 일도 벌어졌다. 30년 경력을 지닌 차성호 대표로서는 갑자기 자존심 상하는 일이었다. 하지만 다가온 현실을 피하기보다는 제품도 바꾸고 거래선도 새로 찾아냈다. 남들이 하지 못하는 선박용 대형금속성형기를 국산기술로 개발 제작하여 국내는 물론 해외수출까지 일구어냈다. 매사에 실수없이 철두철미하고 파고드는 집념이 강한 차대표의 노하우가 큰 힘을 발휘한 것이다. 물론 많지 않은 직원들이지만 모두 힘을 합했고 중진공의 사업전환 지원시스템도 적극 가동되었기에 그 결과가 더욱 좋게 나타났다.

We've DREAM 기계설계, 유압프레스 노하우가 무기

"사업전환을 한 것이 천만다행이다. 그대로 머물러 있었다면 큰 일 날 뻔했다."

최근 (주)성광기연 차성호 대표는 지인들에게 이런 말을 자주 한다. 기계금속분야 30여 년의 경력을 지닌 베테랑이지만 급격히 변하는 시장흐름 앞에서는 마땅한 답을 구하지 못하고 고민하는 일이 종종 발생한다. 때문에 한때는 위기에 봉착했던 시절도 있었다.

성광기연은 본래 유압프레스 전문회사다. 기계설계분야 전문가인 차 대표가 15년간 중소기업에서 풍부한 경력을 쌓은 후 지난 1990년 프레스사업에 뛰어든 것이다. 2000년대 초까지만 해도 자동차부품을 비롯한 중공업분야의 프레스를 주로 생산, 연매출 20억 원을 올리며 창업 10년 만에 나름대로 자리를 잡았다는 평가를 받았다. 하지만 그 후 관련시장은 발전이 아닌 업체 간 치열한 경쟁으로 인해 침체기로 접어들었다. 부품업체들의 신규투자는 늘어나지 않고 업체 간 경쟁으로 이윤만 저하되는 일이 벌어진 것이다. 내수시장의 경우 거래처가 제한적이다 보니 아이템을 늘리거나 수출을 하지 않으면 주저앉아야 하는 상황이 연출되었다. 결국 2004년에 매출이 10억 원대 미만으로 내려갔고 2005년에는 조금 회복되었으나 큰 비전은 보이지 않았다.

이때부터 사업전환을 모색하기 시작했다. 기존의 생산설비와 기술을 최대한 활용할 수 있는 사업을 하려면 업종전환보다는 품목추가에 의한 신기술 개발이 효과적이라는 판단을 내렸다. 또 사업전환에 앞서 중요한 것은 '시장의 타깃을 어디에 둘 것이냐'였다. 조선분야의 경우 여전히 호황을 맞이하고 있는 상황인데다 김해의 경

우 지리적 여건 상 조선산업 관련 사업을 하기에 적합한 곳이었다. 이처럼 여러 가지 여건을 꼼꼼하게 따진 후 조선업계를 거래 대상으로 삼고 품목추가 아이템 개발에 들어갔다.

We've NEW ITEM 선박용 대형금속성형기로 눈을 돌리다

2005년 말부터 개발에 들어가기 시작한 품목추가 아이템은 선박용 부품을 생산하는 금속성형기였다. 금속을 성형하기 위한 기계라는 점에서는 유압프레스와 다를 게 없었지만 제작방식이나 형태, 크기 등에서는 기존의 유압프레스와는 현격한 차이가 있었다. 특히 선박용 부품을 만들어내는 금속성형기의 경우 국내에는 잘 알려진 기술이 아니었다.

이 분야는 영국이 가장 발전해 있는 상황이었다. 그래서 국내에서는 벤치마킹의 길조차 없었다. 하지만 성광기연은 기계설계 전문가인 차 대표를 중심으로 자체인력으로 기술개발에 나섰다. 2005년부터 2007년 초까지 기술개발이 지속되었다. 기존사업을 통해 쌓은 기술 노하우와 차 대표의 설계능력이 큰 힘이 되었으며 대형중량물 제작방법이나 운송에 따른 구조해석에 있어서는 국립창원대학의 산학기술연구소와 손을 잡고 해결했다. 또 일부 부품개발 시 국내기술력으로는 한계에 부딪혀 일본에 직접 가서 문제해결 방법을 찾기도 했다.

성광기연이 개발한 금속성형기는 기존에 생산하던 유압프레스가 수직형인데 반해 이 기계는 수평이며 또 소형이 아닌 2200톤급의 대형이다. 게다가 선박 외향의 곡선표면 성형이 가능한 곡가공 기술이 필수였다. 대형 금속원자재 곡가공의 경우 기존의 유압프레스로는 불가능했다.



사업전환 연계지원으로 2007년 11월부터 2008년 2월 말까지 쿠폰제 경영컨설팅을 받았다.

그래서 성광기연은 열처리 시 물을 이용한 곡가공 기술을 개발했다. 이렇듯 기술문제는 다 해결했지만 문제는 자금이었다. 개발과정에서 37억 원에 달하는 막대한 자금이 투자되었기 때문이다. 이에 따라 2007년 5월 중진공 경남지역본부를 통해 사업전환사업을 신청하고 승인을 얻어 8억 원의 자금을 지원받았다. 그러나 감당해야 할 또 다른 애로점이 기다리고 있었다.

We've APPROACH 사업전환지원제도 적극 이용

선박용 부품 생산을 위한 대형금속성형기는 길이가 22미터나 된다. 인력면에서는 기존의 생산 및 영업조직을 활용한다 하더라도 이렇듯 제품이 워낙 크다 보니 공장 증축이나 이전이 불가피했다. 또 원부자재 구입 및 생산설비 증설도 요구되었다. 2007년 5월 성광기연은 김해시 한림면 안하농공단지에 5,050평방미터의 부지를 확보한



사업전환을 위해 안하농공단지에 신축건물을 지어 공장을 이전했다.

후 사무동 3층 건물과 2,310 평방미터 크기의 공장동 신축에 들어가 그해 9월 신사옥으로 이전했다. 부족한 자금은 자체 영업이익으로 축적된 것과 지자체 및 금융기관 대출을 이용했다. 특히 공장이 김해시에서 다소 떨어진 곳으로 이전함으로써 직원들의 출퇴근이 불편해졌음에도 불구하고 직원들이 이탈 없이 함께 움직여 인력활용 문제가 발생하지 않은 것도 매우 고무적인 일이었다. 또 대형금속성형기가 22미터에 달하는 대형이어서 열처리 시에도 문제점을 드러냈지만 롤러를 통한 이동방식 등 자체 고안해 낸 새로운 방법을 통해 해결했다.

그런가하면 신공장으로 이전한 후 사업확장에 따른 재무구조조정과 경영관리 능력제고를 위해 그해 11월부터 이듬해인 2008년 2월 말까지 쿠폰제 경영컨설팅을 받는 열의를 보였다. 이는 중진공 사업전환사업의 자금에 이은 연계지원이었다. 이와 관련해 기술부의 김도형 과장은 "사업전환지원을 담당했던 이창돈 과장의 관심과 추천에 의해 컨설팅을 받게 되었다. 여러모로 도움이 되었지만 무엇보다도 경영 마인



대형금속성형기를 만드는 만큼 공장내에서 이동 및 운반 시에도 다양한 노하우가 필요하다.

드 고취와 의식개혁에 매우 효과적이었다. 품목추가와 사업확장으로 인해 다소 해이해질 수 있는 직원들의 의식과 조직관리에 매우 시기적절한 컨설팅이었다"

We've EFFECT 2년 만에 매출 110억 원이나 껑충

사업전환의 성공적인 진행 여부는 신규아이템을 통한 매출 발생이 그 답이나 다름없다. 성광기연은 2008년 11월 현재까지 품목추가로 인해 수주 받은 물량 건수는 무려 10여 건이나 된다. 기계의 대당 가격이 작게는 10억여 원에서 크게는 40억여 원에 달하는 만큼 매출은 눈에 띄게 달라졌다.

2006년 40억 원이었던 연간 매출은 2007년 90억 원을 달성했고 2008년에는 150억 원에 달했다. 하지만 계약 건수에 의한 매출 비중으로 보면 200억 원 이상이 된



성광기연의 연구인력들은 100% 자체기술로 국산화에 성공했다.

다. 2008년의 매출 중 사업전환으로 인한 매출 비중이 전체의 30% 이상을 차지하는 만큼 일단 성공적인 결과다.

사업전환으로 인한 성장 면모는 단지 매출증가만이 아니다. 신공장 확보에 이어 창원대학에서 운영하던 산학기술연구소를 기술개발 완료 후 최근에 자체기술연구소로 이전해왔다. 국내에는 동종업체가 성광기연을 포함해 단 두 곳뿐인 만큼 연구소 인력을 더 확충하여 관련기술을 향상 및 특화시켜 나간다는 방침이다. 또 성광기연의 사업전환이 남다른 것은 수입대체효과를 거두고 있다는 점이다. (주)태광, 한진중공업, HHIC- HongKong, 삼성중공업, 대우중공업, 신우조선, 동호기업 등 선박 관련 부품을 생산하는 기업들의 경우 CNC Roll 프레스 같은 선박제조 시 필요한 치공구들을 기존에는 수입해서 사용했지만 성광기연이 100% 자체기술로 개발함으로써 저가에 기계를 확보할 수 있게 된 것이다.

성광기연의 대형금속성형기는 내수시장만이 아니라 이미 필리핀 등 동남아로도 수출을 하고있다. 차 대표는 "앞으로는 수출에 다각적인 노력을 기울일 예정이다. 중국, 베트남, 인도, 말레이시아 등은 이미 상담을 진행 중이다. 성광기연의 최종 목표는 글로벌시장에서의 강자가 되는 것이다. 세계 최고의 금속성형기계를 만드는 회사로 발전시킬 각오다"라고 전했다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 경남지역본부의 **이창돈** 과장

과감한 추진력과 강한 실행능력 돋보여

위기를 새로운 성장 기회로 만들어 놓은 성광기연. 직원 수 20여 명의 이 작은 회사가 만들어낸 사업전환의 성공은 새로운 아이템 선택과 변화가 중소기업의 미래를 어떻게 바꾸어 놓았는지를 보여주는 단적인 예다.

성광기연의 장점은 우수한 기술력, 생산제품이 중간재 및 부품생산이 아닌 완성품(최종제품)이라는 점, **사업전반에 사용할 수 있는 호환성이 높은 제품**이라는 점, 기업부설연구소 설립과 산학연협력 체계 구축으로 인한 기술노하우 축적, 영업력 상승 등이다. 또 **과감한 추진력과 실행능력**을 높이 살 만하다. 성광기연은 선박건조 치공구를 국산화하면 성공할 수 있다는 확신을 갖고 사업전환을 추진했다. 그래서 과감하게 기존자산 처리를 통해 자가 공장을 신축하여 이전했으며 기계장치 및 유형자산과 소프트웨어 등 각종 치공구들은 기존사업과 호환성이 있어 그대로 사용했다. 또 인력조정 및 확보에 있어서는 사업전환업종이 기존의 업종과 유사하여 기존의 인력을 초기 사업추진에 최대한 활용하는 데 무리가 없었다. 성광기연은 여기서 멈추지 않고 자금지원뿐만 아니라 컨설팅지원까지 연계해 재무 분석을 통한 문제점 개선, 기업역량 강화를 위한 관리능력 함양, 회계 흐름도에 따른 경영시스템 구축, 낭비 제거 및 눈으로 보는 관리 실시, 공장합리화 및 경영합리화를 위한 교육 등도 펼쳤다.

국내에는 유압프레스 제작업체는 무수히 많으나, 조선용 유압기계 전문생산업체는 드물다. 그런데 성광기연은 설계에서부터 제작까지 100% 국내기술로 조선용 유압기계 제작이 가능하다. 성광기연의 수입대체 효과는 단지 기계를 필요로 하는 조선업계만이 아니라 국가적인 차원에서도 경제적인 이익과 기술력 확보라는 성과를 거둔 것이어서 더욱 의미가 크다.

심포니에너지(주)

회사 개요

설립일	2004년
대표	안희철
기존사업	태양광모듈
추가업종	잉곳
매출규모	1,350억 원(2008년 예상)
소재지	광주광역시 광산구 용동 671-2
홈페이지	www.symphonyenergy.com

대한민국 신재생에너지 시대를 열다

자원은 갈수록 고갈되고 환경 역시 파괴되고 있다. 천연에너지 자원이 없는 우리나라는 석유수입량이 세계 4위를 차지하면서도 신재생에너지 사업에서 한발 뒤쳐져 있다. 머뭇거릴 시간이 없다. 자칫하면 석유파동보다 더 무서운 에너지 파동을 수시로 겪어야 할지도 모른다. 이 같은 환경과 에너지 문제의 심각함이 고조되는 상황에서 국가차원에서도 앞으로 효자 대접을 해야할 만한 큰 일을 해내고 있는 기업이 있다. 심포니에너지(주)는 태양광에너지 사업분야에서 자타가공인하는 대한민국 대표기업이다. 이미 태양광모듈 수출은 물론 태양광발전소 건설 등에서 괄목할만한 실적을 드러내고 있다. 심포니에너지가 추구하는 경쟁력확보를 위한 신규 프로젝트에 중진공의 사업전환지원이 이어졌다.

We've DREAM 국내 태양광 에너지산업의 선구자

친환경 에너지사업은 21세기를 이끌어 갈 핵심 사업이라 해도 과언이 아닐 만큼 신에너지로 각광받고 있다. 그 중에서도 무궁무진한 에너지원이 될 태양광산업은 비전이 넘치는 꿈의 사업쯤으로 인식되고 있다. 그간 잠잠했던 미국에서도 최근 실리콘벨리를 주축으로 태양광산업 붐이 일고 있다. 따라서 태양광산업의 세계 시장은 매년 35%의 지속적인 성장을 보이고 있다. 태양광산업의 생산파워는 현재 일본, 중국, 독일, 미국 순으로 나타나고 있으며 우리나라의 경우 전 세계 시장의 2% 미만에 불과할 정도로 아직은 미미한 수준이다. 하지만 향후 이같은 전 세계의 태양광산업 시장에서 우리나라의 위상을 이끌 선도적인 기업이 있다. 국내 시장의 40%이상을 차지하면서 세계 시장에도 진출하여 활발하게 움직이고 있는 심포니에너지(주)가 바로 그 주역이다.

심포니에너지는 지난 2004년 태양광모듈 제조 사업을 목적으로 설립된 기업이다. 태양광모듈 생산공정은 잉곳 - 웨이퍼 - 태양전지 - 모듈 등 크게 4차 공정으로 이어져 완제품인 모듈이 생산된다. 심포니에너지는 창업 이후 모듈생산의 3차 공정 결과인 쏠라 셀(Solar cell)을 세계 1위의 셀 제조사인 독일의 Q-Cells, 일본의 Sharp, 대만의 NSP 및 Gintech 등으로부터 수입하여 4차 공정상의 제조작업을 거쳐 최종제품인 모듈을 생산해왔다. 그 결과 2005년 131억 원, 2006년 337억 원, 2007년 718억 원의 매출 증가 추세를 보이면서 급성장하고 있는 중이며 전체 생산량 중 40% 이상을 유럽시장에 수출했다. 또한 태양광모듈 생산 시공만을 전문적으로 하는 전문업체답게 2006년부터는 태양광모듈, 인버터, 시스템 등 태양광발전소 건설에 필요한 일체의 서비스를 제공하는 이를테면 턴키(Turn-key)수주를 통해 발전소 건설영역에 진출하

여 강진태양광, 영광의 한국쏠렉에너지, 영주의 선우에너지, 봉화/영덕의 포철기연, 해남의 혜인에너지 등의 태양광발전소를 건설했다. 이뿐만이 아니다. 서울시 뚝도정수장내 태양광발전시설을 시공했고 이외에도 민간 및 공공기관을 통한 태양광모듈 납품 및 턴키 시공량을 지속적으로 늘여오고 있다.

자타가 공인하는 국내 최대 업체인 만큼 그간 국내 최대 태양광모듈 100MW 생산라인을 갖추는 한편 국내 최초 국제인증인 TUV, OVE 등을 획득했으며 제품의 품질향상과 생산비용절감을 통한 경쟁력확보, 자체 기술 개발 등 다각적인 노력도 기울여왔다. 하지만 2007년 중반 이후 태양광시장의 급격한 성장은 원부자재의 조달부족 현상을 심화시켰고 이에 따라 사업다각화 및 Value Chain 확장의 필요성이 강하게 요구되었다. 더욱이 해외 업체들에 비해서 뒤늦게 출발한 입장이지만 국내업계를 선도하는 대표주자로서 세계적인 업체들과의 시장경쟁에서 경쟁력 확보는 필수인 만큼 변화가 반드시 필요했다.

We've NEW ITEM 원재료와 가격경쟁력 확보가 급선무

한때 기존 대주주의 타 사업부문 경영악화로 대주주를 교체하는 내부적인 변화를 경험하면서도 성장에는 큰 문제가 없었던 심포니에너지로서는 업종추가에 의한 사업전환을 어려운 일로만 생각하지는 않았다. 발전과 성장을 위한 기반을 더욱 확고히 다지는 일로 여기고 2007년 상반기에 결정을 내렸다. 업종추가 아이템으로 선택한 것은 태양광모듈 생산을 위한 1차 공정인 잉곳과 2차 공정인 웨이퍼를 확보함으로써 원부자재 확보에서의 유리한 입지 구축과 가격경쟁력을 확보한다는 전략을 세운 것이다. 단 잉곳 공정은 자체 해결하고 웨이퍼는 OEM 생산을 택했다. 잉곳 공정은



강진, 영광, 영주, 해남 등에 태양광발전소를 건설했다.

모듈의 주원료인 광물에서 추출한 폴리크리스탈린 실리콘을 궤 형태로 만드는 작업을 말한다. 이를 위해서는 연구개발을 통한 자체 생산 기술력 확보가 필수이며 설비구축 원료확보 등이 필수였다.

원료확보는 수급 불균형으로 인해 일부를 구매하고 일부는 재생원료를 사용하기로 했다. 비용절감을 위해서 직접 구입에 나선 것은 매우 현명한 선택이었다. 기본설비는 중국에서 1차로 2대를 수입했으며 설비자동화에 따른 기능부여 및 프로그램 개발 등은 자체 기술력으로 일구어냈다. 생산과 개발에 각각 2명씩 4명의 신규인력을 확보한 후 국내 태양광 기술분야의 1세대 엔지니어이자 잉곳생산본부장인 기문광 이사의 진두 지휘하에 연구에 돌입했다. 이미 태양광 사업과 관련하여 총 8건의 실용신안과 특허를 등록 또는 출원 중이므로 기술개발 자체에서는 크게 어려움이 없었다. 설비라인을 위한 공장 확보는 기존의 공장 중 여유있는 일부공간을 활용하는 방식을 택했다. 이렇게 보면 업종추가를 통한 사업전환이 쉽게 해결된 것처럼 보일 수도 있다. 하지만 설비와 원료확보 연구개발 등에 수십억 원이나 소요되는 프로젝트다. 매출 규모가 큰 편이긴 하지만 아직은 설립된 지 불과 5년도 채 안된 상황이므



심포니에너지는 국내 태양광모듈 시장의 40%를 점유하고 있다.

로 신규투자에 따른 부담을 갖지 않을 수 없었다. 따라서 사업전환을 결정할 당시 중진공 광주 전남지역본부 정성택 과장을 통해 사업전환승인절차를 밟고 이를 통해 지원을 신청했다. 기존사업을 통해 매출과 이익이 발생하고 있는 만큼 지원을 받는 데는 큰 문제가 없었다. 다만 양산이 시작되기 전까지는 해야할 일이 적지 않았다.

We've APPROACH 자체기술 개발로 시제품 생산

태양광모듈의 1차공정인 잉곳 제조는 사업전환지원자금을 통해 중국으로부터 생산장비 2대를 우선 구입한 후 파일롯 라인을 구축하여 현재 시험 생산 중에 있다. 이미 몇 개월간 시제품 생산을 통해 양산에 큰 문제가 없음을 확인했지만 양산 시점은 2009년 상반기로 내다보고 있다. 원재료인 폴리크리스탈린 실리콘 수급에 차질이 생긴데다 무엇보다 중요한 것은 양산 시 수요측과 공급계약이 체결되어야 하는데 이 문제가 하반기 중에 마무리될 예정이기 때문이다. 잉곳제조사업의 실질적인 책임자



여러 단계로 나뉘어 진행되는 모듈생산공정

인 기 이사는 "우리 회사는 2단계 사업으로 2007년부터 2009년까지 잉곳에 대한 양산능력을 갖추고 3단계 사업으로는 2009년부터 2013년까지 잉곳과 모듈라인의 최적화시스템을 구성하고자 하는 마스터플랜을 세워놓고 있다"면서 "선두 기업들이 외국 기업들이어서 심포니에너지는 기술력 확보와 해외시장 점유에 대한 책임감과 사명감을 갖고 사업을 추진 중이다"라고 말했다.

태양광모듈은 간단한 소비재를 양산하는 것과는 달리 전 세계시장의 변화와 원재료 수급정책 그리고 고도의 기술력 등이 서로 잘 맞물려야만 하나의 성장바퀴가 되어 원활하게 돌아가는 특성을 지닌 사업이다. 따라서 양산과정 절차 또한 까다롭고 복잡한 과정을 거치게 된다. 내년 상반기에 양산하게 되면 그 시기에 맞춰 잉곳 생산장비 8대를 추가로 도입할 예정이다. 또 20여 명의 생산인력도 충원되어야 한다. 심포니에너지는 시기를 조금 기다려야할 뿐 양산에 큰 문제는 없다는 입장이다. 또한 이번 사업전환 프로젝트는 당초 계획이 내년 말까지 꾸준히 이어지는 것으로 계획되어 있어 기존사업에 미치는 문제도 없으며 오히려 회사 전체 매출 증가율은 크게 상승할 것으로 내다보고 있다.

0.사업전환 내지 2009.1.5 8:24 AM 페이지216

We've EFFECT 매출증가는 '따놓은 당상'

이미 태양광산업에 뛰어들어 국내외 시장에서 실적을 드러내고 있다는 것은 그 자체만으로도 절반의 성공은 거둔 것이나 다름없다. 특히 국내에서는 시장을 선도하는 대표기업인 만큼 현재 갖추고 있는 설비와 기술 그리고 인적자원만으로도 심포니에너지는 성장을 위한 담보를 단단히 갖춘 셈이다.

더욱이 세계 태양광 시장은 2008년 7.4기가 와트에서 오는 2012년에는 37기가 와트로 급성장할 전망이다. 이에 따라 태양광 에너지의 핵심설비인 태양전지 및 모듈 생산 시장규모도 2008년 430억 달러에서 2011년에는 1,210억 달러로 증가할 수밖에 없는 상황이다. 이 같은 시장 전망은 심포니에너지의 비전도 밝게 해준다.

매출 규모는 지난해 718억 원에서 올해는 1,350억 원에 달하며 이 중 수출규모는 500억 원에 이를 것으로 예상된다. 수출은 주로 독일, 이탈리아, 스페인 그리스 등 유럽 국가들이 그 대상이다. 하지만 2011년이 되면 매출 3,000억 원 중 1,500억 원(예상 규모) 이상이 수출에서 발생하며 수출대상지역은 독일, 스페인 등 유럽은 물론 미국, 남미로 확산될 것으로 보인다. 이때가 되면 기업의 고용인력 또한 280여 명으로 늘어날 것으로 전망된다.



스페인의 태양광모듈설치현장(왼쪽)과 태양열을 활용하는 일반 가정(오른쪽)

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 광주전남지역본부 **정성택** 과장

아이템 선택과 체계적인 진행이 성공 관건

석유수입량 세계 4위, 에너지 소비량 세계 9위, 에너지 의존도 97%이상 등의 국내 상황을 감안할 때 신재생에너지 분야의 큰 갈래중 하나인 태양광발전은 국가적인 차원에서라도 기술과 산업설비가 반드시 확보되어야 한다. 이 같은 대의적인 명분에 부응하는 회사가 바로 심포니에너지다.

심포니에너지는 **연구 맨파워가 강하다.** 그래서 자체적으로 기술을 잘 해결하는 것 같다. 그리고 **체계적인 조직관리도 여느 회사와는 차별화된 강점**이다. 어떤 상황에서도 즉각 대응이 가능하다. 이는 사업전환 과정에서 매우 중요한 몫을 하는 요인이었다. 또 안 대표는 전문경영인이기 때문에 규모가 큰 기업임에도 불구하고 큰 어려움 없이 잘 이끌어가는 것 같다.

남들도 다 가는 길은 매력이 없다. 신시장을 개척하는 일이야말로 기업들의 벤처정신을 꽃피울 수 있는 단적인 예다. '도전하지 않고 안 된다고 말하지 말라!' 심포니에너지의 사업전환 뒤에는 이런 철학이 담겨있다.

국내외적으로 향후 발전할 수밖에 없는 사업인 태양광모듈사업과 관련해 안희철 대표는 "우리나라의 경우 후발주자인 만큼 다양한 기술 확보가 향후 이 분야의 발전을 앞당기는 중요한 관건이 된다고 본다. 이에 따라 우리 회사는 실리콘 태양전지 핵심기술연구센터, 태양광모듈의 연속적인 인라인 제조기술, CIGS 박막형 태양전지 모듈의 제조기술 개발 및 응용제품개발 등 다양한 개발과제에 대해 연구 중에 있다"고 밝히면서 그는 "중진공의 사업전환지원제도가 중소기업들이 새로운 비전을 찾는데 큰 도움이 되는 제도인 것 같다"고 말했다.

품목추가

(주)오씨티

회사 개요

설립일	2004년 1월
대표	오창욱
기존사업	인쇄회로기판(PCB)
추가업종	인쇄회로기판(PCB)&ASSEMBLY
매출규모	약 38억 원(2007년)
소재지	대구광역시 달서구 신당동 311-33번지

위기를 기회로 만드는 힘 '품목추가'

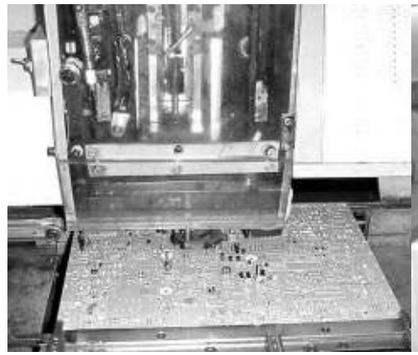
중소기업의 핵심역량은 '기술'에 있다. 하지만 기술경쟁 사회에서 기술력만으로는 살아남기 어려운 것이 현실이다. 회사가 보유하고 있는 기술력을 어떻게 활용하느냐가 경쟁력의 관건인 시대다. 대구 달성공단에 위치한 한 중소기업이 핵심기술을 효율적으로 발전시켜 주목을 끌고 있다. 중진공의 사업전환을 발판으로 기존 인쇄회로기판(PCB) 생산업체에서 ASSY 완제품까지의 일관공정을 보유한 (주)오씨티가 그 주인공이다.

We've DREAM 인쇄회로기판에서 완제품까지

쉴 새 없이 울리는 전화, 계속 이어지는 미팅과 출장으로 정신없는 나날을 보내고 있는 오창욱 대표는 요즘 경기가 안 좋아 힘들긴 해도 일하는 재미를 느끼고 있다고 한다.

"국내에도 수많은 인쇄회로기판(PCB, 이하 PCB) 제조업체가 있지만 저와 같은 핵심 원자재인 동박 적층판(CCL) 분야의 기술자가 창업한 회사는 오씨티가 처음입니다. 기술력 하나 믿고 시작한 일인 만큼 보유한 기술력을 발전시키는 것이 제가 해야 할일이지요. 그런 면에서 바빠도 신나게 일하고 있습니다."

2003년에 설립된 오씨티는 PCB 양산 업체로 출발했다. PCB는 전기절연성 기판 표면 또는 표면과 그 내부에 전기 설계를 근거로 하여 도체 패턴을 도전성 재료로 형성하여 고착시킨 것이다. 최종 완제품 내부의 각종 부품들을 탑재하는 받침대 역할 및 부품들의 신호를 서로 연결시켜 주는 신경회로 역할을 담당한다. 오 대표는 원자재인 동박 적층판(CCL)과 전자제품의 필수 부품인 인쇄회로기판의 기술적인 접합과





오씨티가 사업전환 아이템으로 개발한 ASSY제조설비(왼쪽)와 후처리설비(오른쪽)

보완이 절실하게 필요하다는 생각에 창업을 했다. 물론 오씨티의 처음 시작은 PCB였지만, 일을 하다 보니 점점 욕심이 생겼다. PCB에서 완제품까지의 모든 공정을 갖추고, 나아가 자체 브랜드 제품을 생산하는 꿈을 갖게 된 것이다.

We've NEW ITEM PCB 생산만으로는 성장에 한계

"PCB 생산업체만으로는 한계를 느꼈어요. 현재 전자제품 기초소재가 최종 조립업체에 종속되는 형태이기 때문에 독자적인 기술보유나 안정적인 수요창출의 어려움이 있을 수 밖에 없었습니다."

시장이 한계가 있다는 것은 성장 발전에 있어 한계가 있다는 것과 같은 뜻이다. 4년간 착실하게 성장의 발판을 쌓아온 오 대표지만 이제 새로운 아이템을 개발해야 한다는 것을 온 몸으로 실감했다.

게다가 후발 국가들이 값싼 노동력을 앞세우고, 빠른 속도로 기술을 발전시키며 추격해오고 있는 실정이라 경쟁이 더욱 치열해질 것은 불을 보듯 뻔한 결과였다. PCB 제품을 생산하는 기술력에는 자신이 있었던 오 대표이기에 보유기술을 활용할 방법을 찾기 시작했다. 전혀 새로운 아이템이 아닌 기존 기술을 활용하고, 확장할 수 있는 방법이 가장 효율성이 높을 것이란 판단에서였다.

"PCB에서 MODULE까지의 일관공정시스템을 완성해야 겠다고 생각했어요. 우리가 가진 기술력으로 충분히 승산있는 싸움이 될 것 같았어요. 그런 생각이 떠오르자 바로 이거다 싶었죠."

PCB ASSEMBLY는 인쇄회로기판에 각종 부품들을 프로그램에 의해 탑재 및 조립하여 정상적인 기능을 할 수 있도록 하는 역할을 담당하는 공정이다. 그리고 이러한 과정에서 오 대표가 주목한 것은 친환경 부분이었다. 세계 각국의 환경규제(특히 유럽의 REACH 등)가 심화되고 있는 상황에서 앞으로 개발되는 모든 전자제품은 ROHS(유해물질 제한지침, Restriction of Hazardous Substances)에 적합한 부품을 사용해야 한다. 오씨티의 모든 공정과 부품에 ROHS를 엄격히 적용해야 경쟁력을 확보할 수 있다는 결론을 내렸다.

오 대표는 친환경 부품과 공정을 바탕으로 일관공정 시스템을 완성하면 최종 조립업체와의 공동 및 신속한 제품개발을 통하여 대등한 협력 관계를 가져갈 수 있을 것으로 내다봤다. 또한 전체적인 생산성과 가격 경쟁력의 확보 및 신규 고용창출도 가능할 것으로 확신했다.

We've APPROACH 사업전환제도로 모두 오케이!

사업전환을 추진하기로 결정하였으나, 해결해야 할 문제는 한 두 개가 아니었다. PCB에 대한 기술력은 보유하고 있었지만, 일관공정 시스템을 완성하는 데 필요한 분야의 정보나 지식이 부족했다. 목표는 찾았으나, 방법을 모르는 상태였다. 자금 또한 사업을 본격적으로 추진할 수 없게 발목을 잡는 요소였다.

오 대표는 이 두 가지 문제의 해결방법을 찾기 위해 백방으로 뛰어다녔다. 그러던 중 혹시나 하는 마음으로 중진공 홈페이지에 접속한 것이 이렇게 큰 행운을 불러다 줄지는 몰랐다.

"홈페이지에서 이것저것 찾아보던 중에 사업전환사업이란 것이 눈에 띄었어요. 이거다 싶었지만 한편으로는 가능할까? 걱정이 앞서기도 했었지요. 그때만 해도 실질적인 지원이 어려울 것이라는 생각이 많았어요. 하지만 이것저것 가릴 처지가 아



오씨티의 기존제품인 PCB 제조설비

니었어요. 지푸라기라도 잡아보자 싶은 마음에 과감히 신청을 했습니다. 다행히 사업전환 지원을 받게 되었고, 큰 지원군을 얻은 셈이 되었어요."

중소기업이 신규사업에 진출할 때 가장 문제가 되는 점은 자금 및 수요처 확보인데, 오씨티는 필요자금은 중진공의 지원으로 해결했고, 수요처는 기존사업인 PCB 업체와의 아이템 확보로 해결해 나갔다.

그러나 사업전환에 앞서 자체적으로 실제적인 수익창출이 가능한지에 대한 검토 분석의 어려움이 있어 우선적으로 '원가분석컨설팅'부터 받았다. 결과가 안 좋으면 처음부터 다시 시작할 각오까지 했다. 다행히 컨설팅 결과, 품목추가(ASSEMBLY)를 실시할 경우 기존사업에서도 약 7%의 원가절감이 가능하고, 매출 및 고용확대가 가능한 것으로 판단되었다.

이러한 중진공의 전 방위적인 사업전환지원 덕분에 자신감을 얻은 오씨티는 본격적인 시스템 구축에 집중할 수 있었다. 중진공 대구경북지역본부의 김현우 선임지도원은 수시로 회사를 방문해 전체 진행사항을 체크하고, 어려운 점에 대해 많은 조



오씨티는 PCB에서 ASSY완제품까지 일관공정 시스템을 갖췄다.

언을 아끼지 않았다. 풀리지 않는 문제가 있으면 같이 몇 날 며칠을 고민하고 해결 방법을 찾기 위해 같이 노력했다.

중진공이라는 기관에 대해 어려움을 느끼고 있던 오 대표는 자신이 지금까지 잘못 생각해 왔었다는 고백을 한다. 이로써 오씨티의 전 직원은 PCB에서 ASSY완제품까지의 일관공정을 보유한 기업으로는 국내 및 해외에서도 유일한 기업이라는 자긍심을 갖고 더욱 노력했다.

We've EFFECT PCB에서 ASSY까지 일관공정 보유

오씨티는 현재 국내 최초로 고객으로부터 조립제품의 수주를 받아서 회로설계(CAM 작업)를 통하여 금형을 개발, PCB를 제조하여 해당 부품들을 탑재해서 최종 USER에게 인도하는 일관공정 시스템의 구축이 가능한 업체가 되었다. 기존에는 '설계-



오씨티에서 생산하는 제품 공정 설명도

인쇄회로기판-ASSY-SOLDERING' 공정을 각각의 업체에서 수행하는 형태였으나 이제는 이 모든 과정을 한 자리에서 처리할 수 있다. 처음에는 사업전환에 대한 이해가 부족했던 직원들과 거래처를 설득하는 일이 꽤나 힘들었다.

"지금은 웃으면서 이야기 할 수 있습니다만, 사업전환 초기에는 직원들이 오해를 해, 단체로 사직하겠으니 실업 급여를 받을 수 있도록 해 달라고 요구하여 설명하느라 진땀을 뺀 적이 있습니다. 기존사업을 없애고 신규 사업으로 전환한다고 오해했었어요. 기존거래처 중 일부에서도 같은 오해를 해서 납품물량을 타 업체로 이관하겠다고 해서 설득하느라 힘들었습니다. 지금요? 지금은 그 때 그 거래처가 가장 큰 매출처가 되어 있습니다. 참 재미있죠?"

이러한 갖가지 어려움을 거쳐 지금은 일관공정 시스템을 완벽히 갖춘 업체로 거듭난 것이다. 특히 오씨티는 전 공정·부품의 ROHS 친환경화를 실시하고 있다. 생산정보화(POP) 구축을 완료하여 모든 생산 정보의 실시간 확인 및 설비효율 무작업 시간을 관리함에 따라 생산성도 향상되었다. 일관공정 시스템을 통하여 기존 업체 대비 15% 정도의 원가를 절감하였고, 납기도 크게 단축(5~6일→1~2일)함으로써 경쟁력을 확보할 수 있게 되었다.

2007년 항균필터 부착형 가습기를 개발 완료해 6만 대를 양산하기도 한 오씨티는 현재 2건의 특허출원을 진행 중에 있으며, 자체 브랜드 개발에 박차를 가하고 있다.

"현재 전자부품의 기초원자재인 인쇄회로기판(PCB)부터 ASSEMBLY까지의 모든 공정·부품에 환경규제에 적합한 '신뢰성&경쟁력 확보'가 완료되었습니다. 자체적인 브랜드 개발도 가능해졌어요. 경쟁력에 날개를 단 셈이죠."

2006년 23억 원이던 매출액이 새로운 품목에 진출한 2007년에는 38억 원으로 급성장하였고, 신규사업과 관련하여 인력도 7명이 신규 채용되어 매출과 고용증대 효과를 거두었다. 핵심역량을 바탕으로 신규사업을 확장한 오씨티, 이제부터 시작이다.

사 업 전 환 성 공 포 인 트

중진공 코디 COMMENT 대구경북지역본부 **김현우** 지도위원

과감한 투자와 적극적인 추진력 돋보여

사실 아이템만 보자면 승산이 있을까 걱정이 앞섰다. 하지만 오 대표의 확고한 사업전환 의지를 보면서 가능성을 엿보게 되었다. 역시나 열심히 노력하면 안 되는 일이 없다는 것을 느꼈다.

처음에는 오씨티의 아이템만 보고 반신반의했다. 워낙 경기를 많이 타는 제품이기도 했거니와 불황이라고 여기저기서 아우성을 치며 몸집을 줄이기 바빴던 시기이기도 했다. 하지만 오씨티는 누구보다 사업전환에 대한 의지를 불태우며 노력한 결과 보란 듯이 불황을 넘어 사업전환의 성공을 거머쥐었다.

오씨티의 첫 번째 성공요인은 **과감한 투자로 신규사업 아이템을 추가한 것**이다. 오씨티에서 생산하는 대부분의 제품들은 가전제품이기 때문에 경기에 직접적인 영향을 받는다. 하지만 오 대표는 과감한 투자를 결정했다. 노후된 시설을 정비하고, 풀세트의 최신시설로 갖췄다. 오히려 어려운 시기에 과감히 투자한 것이 결국 회사의 부가가치를 높여주는 기회가 된 셈이다.

두 번째 성공요인은 **CEO의 적극적인 사업추진력**이다. 성실함 그 자체인 오 대표는 평소에도 회사 일에 적극적이기로 유명하다. 사업전환을 업체의 중요한 터닝 포인트로 생각한 그는 몇 배로 더 열심히 적극적으로 뛰어들었다. 직원들이 혼란스럽지 않게 다독이는 것도 그의 몫이었다. 그 결과 과감한 투자와 적극적인 추진력으로 사업전환은 100% 성공을 거두고, 매출 증대에도 한 몫 단단히 하고 있다.

부록

사업전환 지원사업 안내

경쟁이 너무 치열해서
다른 사업으로 바꿀 계획인가요?
새로운 사업을 추가하고 싶다고요?
지금 제품과는 다른 특별한 아이템을
추가하는 것은 어떻습니까?
너무 어렵다고요?
저희가 도와드리겠습니다.



사업 목적

경영여건 변화로 인해 현재 영위 업종에서 새로운 업종으로의 전환을 모색하는 중소기업을 대상으로 자금, 컨설팅 등 시책 수단을 연계 지원하여 중소기업의 경쟁력 제고 및 산업구조의 고도화 촉진

사업전환의 정의 및 유형

사업전환은 경쟁력이 저하된 업종·품목의 사업을 축소 또는 폐지하고 새로운 업종·품목의 사업에 진출하는 것

※ 사업전환은 별도 법인을 새로이 설립하는 창업과 구별

사 업 전 환 의 유 형

구분	적용대상	사업전환 내용	사업전환 비중
업종전환	제조업 및 서비스업	영위업종 사업용 자산 양도 · 폐기 → 새로운 업종 전환	완전전환
업종추가	제조업 및 서비스업	현재 영위업종에 새로운 업종 추가	30% 이상
품목추가	제조업	현재 영위업종 내에서 새로운 품목 추가 (기술, 시설, 공정 등이 달리 요구되는 경우)	30% 이상

- **제조업↔서비스업간 업태 전환도 사업전환에 포함**
- **새로운 업종의 기준** : 한국표준산업분류 상의 제조업은 세세분류(5단위), 서비스업 등 제조업 이외의 경우, 소분류(3단위)가 다른 업종
  - 제조업 예시) 일차전지 제조업(28201) → 축전지 제조업(28202)
  - 서비스업 예시) 가정용품 도매업(464) → 기계장비 도매업(465)
- **새로운 품목의 기준** : 별도로 정하는 제조업 품목분류표(www.kerc.or.kr 참조)에 따른 분류(8단위)가 다른 품목(제조업에 한함)
  - 예시) 금속단조제품 제조업(25912)내에서 철강단조물(25912100) → 비철금속단조물(25912200)
- **사업전환 실시 기간** : 승인일로부터 3년 이내(1회에 한해 1년 이내 연장 가능)
- **사업전환 비중** : 전환·추가된 업종·품목의 매출액 또는 상시 근로자 수가 전체에서 차지하는 비중

사업전환계획 승인 신청 자격

승인 신청 대상

아래 각 호의 요건을 모두 충족하는 자로서 사업전환계획의 승인을 얻은 중소기업

1. 신청일 현재 3년 이상 계속하여 사업을 영위하며, 상시근로자 수가 5인 이상인 중소기업으로 아래 업종조건을 만족하는 기업

현 영위 업종(품목)	전환 진출업종(품목)
모든 업종	제조업 또는 서비스업 (단, 사치·향락·불건전 업종 영위 기업 제외)

* 현 영위 및 전환 진출업종(품목)에 대한 자세한 사항은 2009년 정책자금 공고 및 사업전환 홈페이지(www.kerc.or.kr) 참조

2. 현재 영위하고 있는 업종 또는 품목이 전체 매출액 중에서 35%이상을 차지하는 주력사업이고, 향후 축소 또는 폐지하고자 하는 사업전환 대상이 될 것

신청 제외 대상

1. 사업전환계획 승인의 탈락일 또는 승인 취소일로부터 3개월이 경과하지 아니한 기업
2. 휴·폐업중인 기업
3. 전환 또는 추가하고자 하는 업종 또는 품목에서 이미 매출이 발생한지 1년 이상(신청일 현재)이 경과한 기업

지원시책

1. 사업전환 무료 자가진단 및 계획 수립 지원

- 사업전환 자가진단서비스 제공(www.kerc.or.kr)
- 사업전환계획 수립에 대한 상담 및 보완

2. 컨설팅 지원

- 지원내용 : 사업구조 개편, 신규 아이템 기획, 사업타당성 평가, 신규 사업계획 수립, 신제품 개발 및 M&A 컨설팅 등
- 지원한도 : 업체당 1,600만 원 이내 보조(컨설팅 비용의 65% 이내)

3. 기술개발 지원

- 지원대상 : 사업전환계획 승인기업 및 승인신청 기업
- 지원한도 : 과제당 1억 원 한도 75% 출연(예정)

4. 융자 지원

- 지원대상 : 사업전환 계획 승인기업으로 중진공 자금심사 기준에 부합하는 기업
- 지원내용 : 사업전환에 필요한 시설 및 운전자금
- 대출금리(변동금리) : 공공자금관리기금 대출금리에서 0.7%차감('09년 기준금리)
- 대출기간 : 시설 - 8년 이내(거치기간 3년 이내 포함)
  운전 - 5년 이내(거치기간 2년 이내 포함)
- 대출한도 : 업체당 40억 원(운전자금은 5억 원)
  - 단, 20억 원 이상 시설투자기업의 운전자금은 7억 원

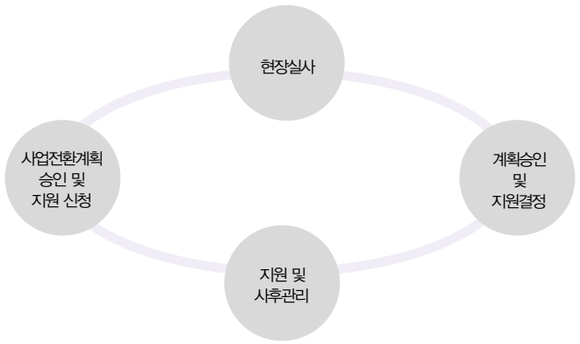
5. 사업전환절차 간소화 지원

- 중소기업 사업전환 촉진에 관한 특별법 제12조 내지 제20조에 의거 주식 교환, 영업양수도 등의 절차 특례 인정

6. 기타 지원

- 관련 법률에 따라 사업전환 추진기업에 세제 지원(조세특례제한법 제33조 및 제33조의 2), 고용안정 및 재직자 능력개발 지원(고용보험법 제15조의 2 및 제16조), 유휴설비 매각정보 제공 등 지원

사업 진행 절차



1. 사업전환계획 승인 및 지원 신청

- 접수기간 : 수시접수
- 신청접수 : 중소기업진흥공단 각 지역본(지)부
- 제출서류 : 사업전환계획 승인 및 지원신청서 등

2. 현장실사

- 현장을 방문하여 신청기업을 진단하고 사업전환계획의 타당성 및 실현 가능성 평가

3. 계획승인 및 지원결정

- 사업전환계획심의위원회를 거쳐 사업전환계획을 승인하고 자금지원 결정

4. 지원 및 사후관리

- 승인기업에 자금, 컨설팅, 사업전환 절차 간소화 등 시책 연계 지원
- 사업전환계획 이행실적 조사

문의 및 신청안내

중 소 기 업 청

지방중기청	전화	지방중기청	전화
서울	02) 509-6755	인천	032) 450-1155
부산·울산	051) 601-5108	강원	033) 260-1614
대구·경북	053) 659-2205	충북	043) 230-5310
광주·전남	062) 360-9112	전북	063) 210-6497
경기	031) 201-6907	경남	055) 268-2517
대전·충남	042) 865-6121	제주도(특별자치)	064) 710-2521~2

중소기업진흥공단(접수처)

사업전환지원센터 ▪ 02-769-6801~5 ▪ 서울시 영등포구 여의도동 24-3

지역본부	전화	지역본부	전화
서울	02) 769-6775	충남북부	041) 621-3687
서울동·남부	02) 2156-2200	울산	052) 703-1100
부산	051) 630-7400	경기	031) 259-7900
대구·경북	053) 601-5300	경기서부	031) 496-1079
경북중·서부	054) 476-9311	경기북부	031) 920-6700
경북동부	054) 223-2040	충북	043) 230-6800
인천	032) 450-0500	전북	063) 210-9900
광주·전남	062) 600-3000	경남	055) 212-1350
전남서부	061) 287-7755~6	강원	033) 259-7600
전남동부	061) 724-1056	강원영동	033) 655-8870~4
대전·충남	042) 866-0114	제주	064) 751-2053~7

- **인터넷 이용안내** 중소기업청 www.smba.go.kr
  중소기업진흥공단 www.sbc.or.kr
  사업전환지원센터 www.kerc.or.kr