

스타트업 성공이야기

CONTENTS

생각의 각도가 다르다 — 창업

12 **파티게임즈** 게임을 파티처럼 즐기다
18 **아이디인큐** 모바일 리서치, 새 시장을 열다
24 **플리토** 구글보다 정확하게 번역하다
30 **핀콘** 유저들의 의견을 경청해 좋은 게임을 만들다
36 **큐키** 모바일 오타 수정 앱, 전 세계가 열광하다
42 **말랑스튜디오** 알람몬, 세계인의 아침을 깨우다
48 **더하이브** 레드오션에서 블루오션을 창출하다
54 **레저큐** 대한민국 할거리 갈거리를 한 곳에 모으다
60 **헬스웨이브** 메디컬, 애니메이션을 만나다
66 **키즈노트** 종이 없는 스마트 알림장, 아빠가 만들다
72 **모코플렉스** 모바일 광고시장에 작은 거인이 등장하다
78 **아이에스엘코리아** 스마트 전자 칠판, 스크린 위에 썼다 지웠다
84 **아이디어오디션** 창의적인 아이디어, 누구나 실현할 수 있다
90 **프레도** 블록 장난감, IoT(사물인터넷)와 융합하다
96 **진스랩** 희귀병 진단 키트, 세계로 진출하다
102 **앰페코** 태양광 에너지 신소재, 경쟁력을 확보하다

생각의 속도가 다르다 — 성장

110 **데브시스터즈** 국민 게임, 코스닥 신데렐라 되다
116 **에스엔유프리시젼** LCD 핵심 장비 개발에 기술보국 정신을 담다
122 **코나드** 네일 아트계의 혁명, 세계로 뻗어나가다
128 **크루셜텍** 간편한 조작 뒤엔 월등한 기술력이 있다

생각의 온도가 다르다 — 후배 재투자

136 **옴니텔** 모바일 방송에서 모바일 커머스로, 도전은 계속된다
142 **메디아나** 의료기기 전문 기업, 실적으로 기술을 증명하다
148 **아이온 커뮤니케이션즈** 세계 100대 소프트웨어 서비스 기업을 꿈꾸다
154 **미래나노텍** 원천기술이 힘이다
160 **스마일게이트** 상생을 위해 내일에 투자하다
166 **제닉** 마스크팩으로 세계를 평정하다
172 **유누스** 지원받던 기업에서 지원하는 기업으로 변신하다

생각의 강도가 다르다 — 재도전

180 **동우에이앤이** 한국 애니메이션의 자존심을 지키다
186 **엔토피아** 정직한 실패로 새로운 성공을 이루다
192 **케이피전자** 결코 희망은 사라지지 않는다

생각의 각도가 다르다

세상에 없던 **창의적인 아이디어**로
벤처 창업의 꿈을 이룬 기업들

여성 게임 유저 타깃 전략이 제대로 적중

아기자기한 캐릭터게임으로 연매출 3,000억원

카페경영 게임 '아이러브커피' 개발한 모바일 게임 벤처기업 ㈜파티게임즈

창 업 일 2011년 1월
대 표 자 이대형



재미있는 파티처럼
SNS 플랫폼을 기반으로
재미있고 누구나
쉽게 접할 수 있는
게임을 만든다

전 세계적 스테디셀러, 아이러브커피

코스닥이 들썩였다. 1조 원 가까운 돈이 몰렸다.

설립 4년차의 모바일 게임회사 파티게임즈가 지난 11월 21일 코스닥시장에 직상장 했다. 일반인 대상으로 실시한 공모 청약 결과 최종 경쟁률 735.99대 1을 기록했고, 청약 증거금은 9,185억 원이 몰렸다. 여기에 그치지 않고, 상장 후 이틀 연속 상한가를 기록하며 화려한 신고식을 마쳤다. 연일 최고가를 경신하며 고속 성장하던 파티게임즈는 지난 28일 한때 공모가 1만 3,000원의 3배가 넘는 4만 원까지 주가가 치솟기도 했다. 그만큼 시장에서는 이 회사의 성장성을 높게 점치고 있다는 뜻이다.

파티게임즈는 귀엽고 아기자기한 캐릭터를 이용해 게임 이용자가 직접 커피 매장을 경영하는 스토리로 전개되는 소셜 네트워크 게임 아이러브커피를 개발한 모바일 게임업체다. 2012년 8월 카카오를 통해 론칭한 이 게임의 유저는 국내에만 1,200만 명에 이르고 전 세계적으로 누적 다운로드 수는 2,000만 건이 넘는다. 누적 매출도 500억 원을 돌파했다. 인기 모바일 게임의 평균 수명이 약 8.7개월이라는 점을 감안하면, 베스트셀러를 넘은 스테디셀러라는 찬사가 결코 아깝지 않다.

2012년 10월 '대한민국 모바일앱 어워드' 으뜸앱을 수상하기도 했던 아이러브커피의 성공에 힘입어 파티게임즈는 설립 첫해부터 이익을 발생시켰다. 2013년에는 270억 원이 넘는 매출액과 91억 원의 영업이익을 올렸다. 설립 이후 3년간 매출액과 영업이익의 연평균 성장률은 각각 832%, 1,706%에

달한다. 파티게임즈의 개발력을 눈여겨본 중국 최대 인터넷 업체 '텐센트'는 2014년 5월 200억 원을 투자하며 2대 주주로 떠올랐다.

후속 게임들도 잇달아 성공

파티게임즈는 아이러브커피의 성공에만 만족하지 않고 '아이러브파스타', '숲 속의 앨리스' 등 후속 게임을 속속 내놓았다. 신규 게임의 개발에서 퍼블리싱(영업)까지 직접 맡은 이 회사는 10여 종의 게임을 보유한 종합게임사로 거듭나게 됐다. 파티게임즈는 주로 '개발'에 국한됐던 게임업체의 비즈니스 영역을 '퍼블리싱'으로까지 확대함으로써 더욱 안정적인 사업기반을 구축할 수 있었다는 것이 전문가들의 분석이다.

아이러브커피의 차기작으로 지난 3월 론칭한 '아이러브파스타' 역시 이탈리아 베니스를 연상시키는 게임 배경과 건물, 다양한 게임 시스템 등으로 전작 못지않은 호평을 받으며 출시 2주 만에 100만 다운로드를 기록했고, 지금까지도 높은 인기를 이어가고 있다. 특히 최근에 선보인 '숲 속의 앨리스'는 아이러브커피 핵심 개발진이 직접 개발한 게임으로 초반부터 인기몰이에 나섰다. 론칭 하루 만에 카카오 게임 하기와 애플 앱스토어 인기순위 1위, 구글 플레이 무료 인기순위 2위에 올랐고 출시 보름 만에 100만 다운로드도 달성했다.





파티게임즈는 세계 최고의 경쟁력을 보이는 여(女) 성향 게임 외에도 '해피스트릿', '무한돌파삼국지', '쉽팜인슈가랜드', '드래곤파티', 'SD건담배틀스테이션' 등 다양한 장르의 게임 라인업을 구축했다. 이처럼 단일 게임에 편중되지 않은 포트폴리오 전략 역시 파티게임즈가 꾸준한 실적 호조를 이어가는 성공 요인 중 하나이다.

보유 게임 현황

- 아이러브커피
- 숲속의 앨리스
- 해피스트릿
- 무한돌파삼국지
- 쉽팜인슈가랜드
- 드래곤파티
- SD건담배틀스테이션

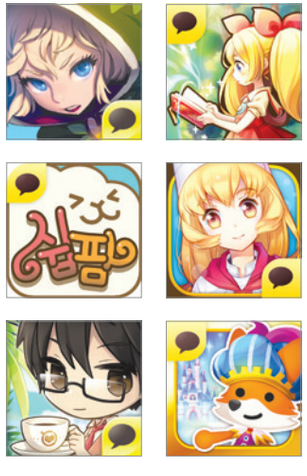
벤처펀드의 17억 원 투자 이후 본궤도

아이러브커피의 탄생 뒤에는, 회사 설립자인 이대형 대표의 개인 적 경험이 숨어 있다. 서울대 컴퓨터공학과 졸업 후 해외 게임회사인 EA 서울지사에 다니던 그는 겸업으로 커피전문점을 오픈한 적이 있다. 덕분에 여성들의 로망이 커피전문점을 하는 것이라는 사실, 케이크나 과자의 매출도 커피만큼 많다는 사실을 알게 되었다. 이 대표는 그때의 기억을 게임으로 만들었고, 당시 히든 유저(Hidden User)였던 여성 유저를 주요 타깃으로 한 전략이 제대로 적중했던 것이다.

파티게임즈가 그동안 달려온 길이 순탄하게만 보이지만,



나름의 우여곡절도 있었다. 처음 입주한 사무실이 너무 좁아 직원 수보다 책상 수가 적었던 것. 궁여지책으로 오전반 오후반을 나누어 한 책상을 두 사람이 쓰기도 했다. 또 회사가 아직 스타트업 수준이었을 때는 직원 한 명 뽑는 일도 쉽지 않아, 입사를 망설이는 직원과 그 부모님을 직접 만나 설득한 적도 있다고 한다. '2013년 고용 창출 100대 우수기업'으로 선정된 바 있는 파티게임즈로서는 일종의 '흑 역사'에 해당하는 에피소드인 셈.



그러던 중 정부의 **모태펀드**가 출자하여 조성된 벤처펀드로부터 17억 원의 투자를 유치할 수 있었다. SL인베스트먼트와 서울투자파트너스, 두 벤처캐피탈로부터 각각 10억 원과 7억 원을 투자 받은 파티게임즈는 한 달여 뒤 만천하에 보란 듯이 아이러브커피를 내놓기에 이른다.

2015년, 글로벌 게임업체로의 도약

국내에서 실력과 신뢰, 두 가지를 모두 검증받은 파티게임즈는 2015년 목표를 글로벌 성공에 두고 있다. 국내는 Well-made 게임 위주로 서비스할 예정이다. 자체 제작한 게임을 2개 이상 출시하고, 그동안 퍼블리싱 사업으로 축적된 경험을 활용하여 성공 가능성이 높은 중소 개발사의 게임을 엄선하여 퍼블리싱 한다는 계획을 세우고 있다.

가장 역점을 두는 지역은 중국 시장이다. 스마트폰 보급률이 높아지면서 중국에서도 모바일 게임 이용자들이 급속히 늘어날 것으로 보기 때문이다. 중국은 아이러브커피를 표절한 '커피러버' 등의 짝퉁 게임이 큰 인기를 끌었던 곳으로, 그만큼 성공 가능성이 높은 시장이다. 게다가 중국 최대의 인터넷 기업이자 글로벌 메신저 '위챗'을 보유한 텐센트와의 든든한 파트너십도 강력한 기회요인이다.

파티게임즈는 2015년 2개 이상의 타이틀을 중국 최대 인터넷 기업인 텐센트를 통해 서비스할 예정이다. 이를 위해 중국지사를 설립하였고, 해외에서도 통하는 글로벌 게임사로 도약하기 위해 일보 일보를 착실하게 내딛고 있다. S



모태펀드
창투사 등 민간 운용사가 조성하는 중소벤처기업 투자펀드에 출자하는 종자돈(seed money) ('14.10, 정부 출자 1조 8,341억 원, 조성 9조 299억 원) ☎ **문의 : 042-481-4419**

모바일 리서치 최초 상용화, 국내 점유율 1위

설문조사를 스마트폰으로, 오픈서베이

새로운 시장 개척해낸 기술기반 모바일 벤처기업 ㈜아이디인큐

ID|INCU

창 업 일 2011년 2월
대 표 자 김동호



누구나 더 나은 판단을 내릴 수 있도록 소통하는 방법을 혁신하는 리서치 플랫폼을 열다

새로운 리서치 문화를 만든 아이디인큐

기존의 설문조사는 시간이 오래 걸린다. 짧게는 3주, 길면 한 달. 돈도 많이 든다. 1,000명 대상으로 2,500만 원까지 들기도 한다. 그래서 일부 대기업을 제외하고는 선뜻 설문조사를 의뢰하기 어려웠다. 이것이 우리가 아는 리서치에 대한 상식이었다. 적어도, '오픈서베이'라는 이름의 모바일 서비스가 등장하기 전까지는.

오픈서베이는 모바일 리서치를 최초로 상용화한 국내 1위 업체인 '아이디인큐'가 사용하는 브랜드 이름이다. 30만 명의 패널과 자동분석 엔진을 기반으로 전국 규모의 설문조사도 3시간이면 완료한다. 패널들이 아주 쉽게 참여할 수 있고 그에 따른 보상도 받기 때문에, 24시간 이내 응답률이 무려 90% 이상이다.

시간과 비용을 획기적으로 단축시켜 주는 이 회사의 모바일 리서치에 대한 시장의 반응은 폭발적이다. 2014년 현재 RB코리아, 한국쓰리엠, 다음카카오, 현대카드 등 600여 기업이 아이디인큐에게 일을 맡긴다. 국내 모바일 리서치 시장의 80%를 점유하며 압도적 1위로 자리매김했다. 2013년에는 국내 리서치 회사 최초로 조달청과 공급계약을 체결, 공공 부문에도 조사 서비스를 제공하고 있다. 작년 한 해에만 1,200건 넘는 프로젝트를 수행했고, 매출액은 전년 대비 400% 성장했다.

아이디인큐의 성장성과 시장 지배력이 워낙 강력한 만큼, 엔젤투자는 물론 대규모 기관투자도 대거 몰리고 있다. 소

프트뱅크벤처스, KTB네트워크, 스톤브 릿지캐피탈, 신현성 티켓몬스터 창업자, 유제일 위메프 공동창업자, 조용범 페이스북 한국지사장 등으로부터 누적 60억 원을 투자 받았다.

기존 리서치 회사의 10배에 이르는 기술투자

"아이디인큐가 기존 리서치 회사와 가장 차이 나는 점은 기술 인력의 비중입니다. 저희 회사는 임직원의 절반이 엔지니어인 반면, 기존 회사들은 5% 미만인 경우가 대부분입니다. 즉, 기술에 대한 투자 비중이 10배 이상 높은 거죠."

김동호 대표의 설명대로, 이 회사의 기술력은 독보적이다. 장기적 관점에서 기술투자를 적극적으로 늘려온 덕분이다. 입소문을 듣고 찾아오는 고객이 늘고 있기 때문에, 프로젝트 수주를 위한 영업 인력은 극히 소수에 불과하다. 나머지는 서비스를 최적화하고 분석 툴을 자동화하는 일에 매진한다. 지난 4월에는 스마트폰을 통해 다양한 데이터를 통합적으로 수집 · 분석하는 원천기술에 대한 특허를 취득하기도 했다. 오픈서베이의 기술력을 다시 한 번 증명한 것이다.

보다 빠르게, 보다 정확하게,
보다 합리적으로

- 빠른 결과 ›
- 정확한 조사 ›
- 합리적인 비용 ›

기업 특이사항

국내 점유율	기업 고객 수	(연간) 프로젝트진행 수	소비자 패널
80%	650+	1,500+	330,000+

* 국내 1위 모바일 리서치 회사

창업 타이밍이 아주 좋았던 점도 아이디인큐 성공 요인의 하나이다. 제2의 벤처 붐이 절정에 달하던 당시는 청년창업의 호기였다. 또 스마트폰 사용자가 2천만 명을 넘어서면서 모바일 리서치라는 새로운 문화가 새싹을 틔울 만반의 준비가 갖춰져 있었던 것이다.

실리콘밸리에서 찾은 창업의 실마리

연세대 산업공학과 06학번인 김 대표가 막연하게 창업에 관심을 갖게 된 데는 두번의 계기가 있었다. 2006년 대학생 창업경진대회에 참가해 미국 UCLA에서 1주일 동안 들었던 기업가 정신에 대한 연수와, 2008년 교환학생으로 실리콘밸리 지역의 새너제이 주립대에 갔을 때 들었던 '글로벌 기업가 정신'이라는 수업이었다.



창업의 직접적 계기는 2010년 곰플레이어로 유명한 '그래텍'에서 일할 때 찾아왔다. 신규 서비스 개발을 맡은 김 대표는 마침 소비자 조사를 의뢰할 입장이 되었다. 기존 리서치 회사와 일을 해보니, 지나치게 비싸고 또 너무 느리다는 문제점을 발견했다. 이걸 한번 해결해보자고 결심한 그는, 2011년 2월 고등학교 동기 두 명과 함께 자본금 2천만 원으로 아이디인큐를 설립했다.

"작은 사무실에서 라면만 먹으며 일했던 기억이 납니다." 실제로 창업을 결심하고 한 달도 안 돼 법인설립을 했으니 대단히 빠르게 움직였던 셈이다. 여러모로 운도 따랐다. 친구가 링크를 걸어줘 우연히 알게 된 **글로벌 청년창업 활성화사업**의 수혜 대상으로 선정되었다. 자본금 지원도 지원이지만, 더 실질적인 도움이 되었던 것은 '사람을 만나게 해주는 것'이었다. 이 사업을 통해 투자자를 소개받았고, 함께 할 인재를 얻기도 했고, 미국 실리콘밸리로 날아가 3주간 현장체험도 할 수 있었다.

글로벌 청년창업 활성화 지원

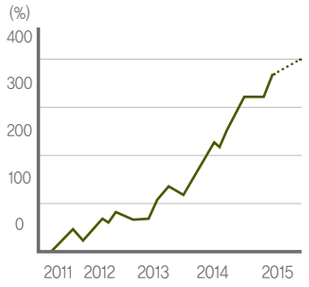
창업단계부터 해외 진출을 목표로 하는 (예비) 창업자를 대상으로 해당 국가의 유수 창업 보육기관과 연계하여 창업공간, 컨설팅, 시제품 제작 등을 지원(최대 5천만 원, '14년 예산 33억 원)

☎ **문의 : 042-481-8914**

가장 영향력 있는 리서치 기업의 꿈

최근 국내에서는 기술 기반 벤처들이 두각을 나타내고 있다. 투자사들의 눈길도 그쪽으로 꽂혀 있다. 아이디어에 의지한 스타트업은 금세 모방 서비스가 등장하지만, 기술 기반 스타트업은 모방이 어려워 성장성이 크기 때문이다. 특히, 아이디인큐처럼 종전에 없던 새로운 시장을 만들어낸 경우, 그 성장성은 거의 무한대에 가깝다고 해도 그리 틀린 말이 아닐 것이다.

성장그래프(2011 ~ 2014)

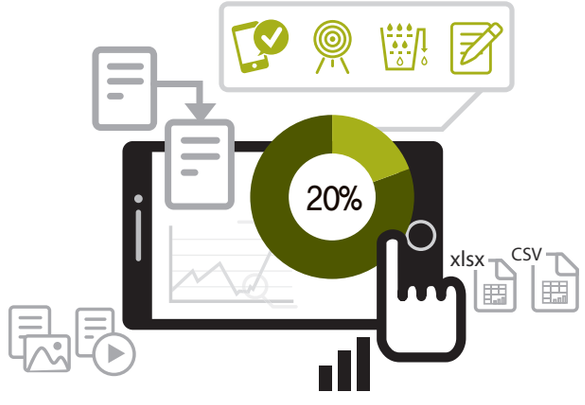


* ('13) 12년 대비 4-5배 성장
* ('14) 13년 대비 2-3배 성장

실제로, 지난해 아이디인큐에서 수행한 프로젝트 중 1/3은 이전에 비용 부담 때문에 설문조사를 진행할 수 없었던 기업들이 의뢰한 것이다. 기존 리서치보다 시간은 10배나 빠르면서 가격은 절반도 안 되는 모바일 리서치가 아예 신규 수요층을 창출해냈음을 의미한다.

현재 국내의 모바일 리서치 시장은 매년 2배 이상 성장하고 있다. 작년에는 1,500개 규모였지만 3, 4년 후에는 약 7~8천 개로 증가할 것이다. 모바일 리서치 시장이 커질수록, 시장 점유율 80%의 1위 업체인 아이디인큐의 성장 폭도 커진다. 아이디인큐는 내년에 3,000건의 설문조사를 목표로 세우고 있다. 대표적인 시장조사 기업인 닐슨이 1,500건 정도의 프로젝트를 수행하고 있음을 감안하면 엄청난 숫자다.

김 대표는 아이디인큐의 미래를 자신했다. "현재 같은 성장 속도라면 2015년에는 한국에서 가장 영향력 있는 리서치 기업이 될 것입니다." S



170개국 370만명이 함께 쓰는 소셜 번역 플랫폼

구글보다 정확한 번역 절대 강자

집단지성을 활용하여 어떤 언어든 실시간으로 가장 알맞게 번역하는 기업 ㈜플리토

Flitto

창 업 일 2012년 9월
대 표 자 이정수



집단지성을 활용하여 세상의 모든 컨텐츠를 번역할 수 있는 소셜 번역 플랫폼으로 언어의 장벽을 관통하다

번역 서비스의 새로운 강자, 플리토

구글 번역기의 등장은 하나의 혁명이었다. 외국어를 잘 모르는 사람도 다른 나라의 신문과 자료를 읽을 수 있게 해줬다. 서로 다른 언어를 쓰는 사람들끼리 의사소통이 가능해졌다. 비록 번역의 정확도가 떨어지고 문장이 어색하기는 했지만 말이다. 그래서 수많은 사람들이 구글 번역기를 일상생활 속에서 널리 사용하기 시작했다.

그런데 '플리토'에 의해 구글 번역기의 자리가 빠르게 대체되고 있다. 지난 2013년 9월 처음 선보인 플리토는 사용자들끼리 서로 번역을 주고 받을 수 있는 소셜 번역 플랫폼이다. 번역을 의뢰하는 사람이 원문을 올리면, 그 언어에 능통한 사람들이 실시간으로 번역해서 보내준다. 사람이 직접 번역을 하는 만큼 오역이 거의 없는 데다 번역료도 극히 저렴하다. 마치 네이버의 '지식인'처럼 집단지성의 힘을 활용한 이 서비스 덕분에, 사람들은 이제 세상의 모든 콘텐츠를 번역할 수 있게 된 것이다.

플리토의 번역 서비스는 전 세계 170여 개국에 370만 명의 사용자를 확보하고 있다. 한국어, 영어, 중국어(간체/번체), 일본어뿐 아니라 스페인어, 프랑스어, 아랍어, 독일어, 러시아어, 포르투갈어, 이탈리아어, 인도네시아어, 태국어, 베트남어, 힌디어, 터키어까지 17개 언어를 지원한다. 국제적으로 통용되는 중요 언어는 거의 모두 번역이 가능한 것.

창업한 지 2년 만에 플리토는 어느덧 번역 시장의 새로운 강자로 우뚝 섰다. 아시아 최초로 페이스북 본사에서 IR을

진행하였다. 국내는 물론 러시아의 기업에서도 인수 제의를 받았으며 여러 국가에서 단말기 Preload 대상 앱으로 추천을 받았다. 또한 CNN에서 한국을 방문하여 세 번이나 촬영하여 갔고 'Korean Tech Giants'라는 제목으로 전 세계에 소개되기도 했다. 2014년 하반기부터는 매출도 발생하기 시작해, 현재 월 1~2억 원의 매출을 올리고 있다.

참가하는 대회마다 우승 또 우승

플리토는 그동안 다수의 창업경진대회에 참가했고, 모두 우승을 휩쓸었다. 미래창조과학부 주최 '스타트업 2013' 우승, 이스라엘에서 열린 '스타트 텔 아비브(Start Tel Aviv)' 우승, 스위스 제네바에서 열린 '시드스타스 월드 컴티션(Seedstars World Competition)' 우승에 이르기까지. 그리고 대만 타이페이에서 열린 아시아 최대 규모의 스타트업 컨퍼런스인 '2014 아이디어 쇼'에서 참신하면서도 완성도 높은 서비스와 글로벌 성장 가능성을 인정받아 심사위원 대상을 수상했다.

올해 여름에는 우리나라를 찾은 프란치스코 교황의 공식 트위터를 한국어로 번역해 제공함으로써 화제가 되기도 했다. "전문 번역은 비싼 데다 느리고, 구글의 자동번역기는 정확하지 않다는 단점이 있다." 이 대표는 플리토의 성공 요인을 '실시간 번역'과 '정확도' 두 가지로 요약했다. 영어를 번역하는 경우는 보통 1~3분 내외, 다른 외국어도 5분 안팎으로 번역이 올라온다. 앞뒤 문맥을 고려하지 않고 단어만 번역하는 자동번역기와 달리 문맥과 뉘앙스, 문화가 반영된 생생한 번역을 제공하기에 SNS의 번역에 안성맞춤인 점도 큰 강점이었다.

서비스 사용자



그 결과 네이버, 구글 등 다양한 기업체와 정부기관이 플리토의 고객이 되었다. 한류 연예인들도 세계 각국에 퍼져있는 팬들과의 소통을 위해 플리토를 적극적으로 사용하고 있다. 국내 3대 연예 기획사 중 한 곳인 JYP는 플리토에 투자를 하기까지 했다. 이 밖에도 업무상 외국어를 사용해야 하는 직장인, 해외 진출을 준비하는 스타트업, 외신 기사를 번역하고자하는 언론사 등이 모두 플리토를 사용하고 있다.

다양한 멘토링을 제공받아 시행착오 최소화

이 대표는 쿠웨이트에서 태어나 16살 때까지 미국, 영국, 사우디아라비아 등 해외에서 자랐다. 대학 졸업 뒤에는 SK 텔레콤에 입사해서 스타트업에 투자하는 일을 담당했다. 성장 과정에서 자연스럽게 외국어에 관심을 갖게 되었고, 자신이 불편하게 느꼈던 것을 해결하기 위하여 언젠가는 언어로 인해 생



기는 문제를 해결하고 싶다고 생각했다. 그래서 집단지성 번역 서비스를 기획했지만, 처음부터 창업을 꿈꾸었던 것은 아니다. 누구든 이 아이디어를 실현시켜 주었으면 좋겠다는 생각에 인터넷에 자신의 아이디어를 공개하기까지 했지만 아무도 하려고 하지 않았다. 2011년, 이스라엘에 출장 갔던 그는 '플리토! 꿈을 이루자'라고 적은 쪽지를 '통곡의 벽'안에 집어넣고 마음을 굳혔다.

2012년 9월, 회사 동료 2명과 함께 플리토를 창업했다. 정부의 지원과 다양한 멘토링을 제공받았고 이를 통해 다양한 국가에 진입하는 데 시행착오를 줄일 수 있었다. 스타트업은 순조로웠다. 그 해에 '테크스타스 런던'의 인큐베이팅 프로그램에 아시아 회사로는 최초로 선발됐다. 벤처캐피털인 'DSC 인베스트먼트'로부터 초기 자금 8억 원을 받았다. 2013년에는 정부가 선정한 창조경제 대표기업과 실리콘 밸리의 **글로벌 청년창업 활성화 지원** 프로그램 대상으로 선정됐다.

글로벌 진출

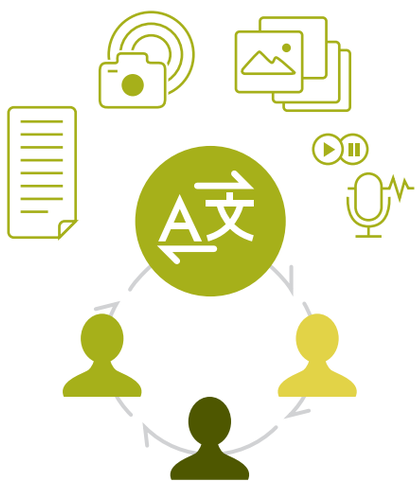


* 이 외에 러시아어, 포르투갈어, 이탈리아어, 인도네시아어, 태국어, 베트남어, 힌디어, 터키어까지 17개 언어를 지원한다.

100조 원대 번역 시장의 선도 기업을 목표로

플리토의 비전이 무엇인지 물었을 때, 이 대표는 다음과 같이 대답했다. "언어의 장벽은 인류가 생겨난 이래로 지금까지 존재하고 있습니다. 유사 이래 한 번도 없어지지 않았던 이 장벽을 무너뜨릴 수 있다면 우리가 불러일으킬 변화는 어마어마할 것으로 예상합니다. 이러한 변화를 한국의 기술로 선도하고 싶고, 장기적으로는 세계 모든 사람들이 '번역하다'라는 말 대신 '플리토하다'라는 말을 사용하게 만들고 싶습니다."

현재의 번역 시장은 온 오프라인을 합쳐 40조 원대 규모이지만, 아직 키 플레이어(key player)가 없다. 게다가 4년 후에는 약 100조 원대로 성장할 전망이다. 책이나 보고서처럼 전통적인 번역 수요는 물론이고 스타들의 SNS, 음성, 텍스트, 이미지 등 새로운 영역의 번역 수요도 폭발적으로 증가하는 추세다. 이 거대한 번역 시장의 선두주자가 되기 위해, 플리토는 지난 9월부터 유럽과 중국, 중동 지역에서 광고와 마케팅 활동을 진행하고 있다. 사용자 1,000만 명을 목표로, 플리토는 쉼 없이 전진하고 있다. S



글로벌 청년창업 활성화 지원

창업단계부터 해외진출을 목표로 하는 (예비)창업자를 대상으로 해당 국가의 유수 창업보육기관과 연계하여 창업공간, 컨설팅, 시제품 제작 등을 지원(최대 5천만 원, '14년 예산 33억 원)

☎ 문의 : 042-481-8914

모바일에서 PC까지 강력한 게임 유저 흡인력

글로벌 인기 RPG 모바일 게임, 헬로히어로

모태펀드가 탄생시킨 압도적 재미와 퀄리티의 모바일게임 개발기업 ㈜핀콘

FINCON

창 업 일 2012년 7월
대 표 자 유충길



최고의 RPG 모바일 게임을 만들기 위해 최고의 개발자들이 새로움에 도전하다

모바일 RPG의 대명사, 헬로히어로

'핀콘'이라는 회사가 있다. 아마 많은 사람들에게 낯설 것이다. 심지어 게임을 좋아하는 사람들에게조차도. 핀콘이 만들고 서비스하는 게임은 이 세상에 단 하나 뿐이기 때문이다. 글로벌 게임 '헬로히어로'가 그것이다.

핀콘은 2012년 7월 창립된 스타트업 게임회사다. 작년 2월 국내에서 카카오를 통해 헬로히어로를 처음 선보였다. 헬로히어로는 한 달 만에 '대한민국 모바일앱 어워드' 으뜸앱을 수상했고, 두 달째에는 구글 플레이 최고 매출 앱 3위에 오르며 국내 대표 모바일 RPG(Role Playing Game)로 자리잡았다.

국내에서 기반을 다진 핀콘은 신속하게 해외 공략에 나섰다. 현재 헬로히어로는 12개 언어로 서비스되고 있다. 글로벌 160여 개국에서 인기순위 상위에 랭크되었다. 전 세계에서 1,470만 다운로드 이상, 일본, 중국, 룩셈부르크, 필리핀, 아르헨티나 등 40여 개국에서는 당당히 RPG 장르 1위를 기록하기도 했다. 페이스북을 통해 활발한 SNS마케팅을 전개하며 10여 개월 만에 '좋아요' 360만을 돌파했다. 그 밖에 iOS, 안드로이드, 페이스북 등 다수의 플랫폼에서 게임의 완성도를 인정받아 유저평점 4.5 이상의 높은 점수를 기록 중이다.

현재 핀콘의 연 매출액은 수백억 원대에 달한다. 게임 · 증권업계 관계자들은 핀콘의 기업공개(IPO) 및 코스닥 상장이 곧 이루어질 것으로 보고 있다.

최고의 게임을 만든 최고의 개발자들



헬로히어로의 최대 성공전략은, 사람 그 자체이다. 핀콘은 2009년 대한민국 게임대상에서 대상을 비롯해 5개 상을 휩쓴 'C9'의 개발자 유충길 대표 및 그와 함께 일했던 동료들이 만든 회사. 함께 창업한 11명의 경력을 합치면 100년이 넘을 만큼, 게임업계에서 날고 기는 베테랑들이다.

그 결과 헬로히어로의 재미와 퀄리티는 압도적이다. "수많은 아류작들이 출시됐지만, 완성도 면에서 아직 헬로히어로를 능가하는 게임은 본 적이 없다"라고 말하는 사람을 찾는 것은 그리 어렵지 않다. 게다가 헬로히어로는 유저들의 의견을 경청하고 수렴하여 꾸준히 업데이트하는 회사로 정평이 났다. 스타트업임에도 불구하고 업계 최초로 이용자 간담회를 개최했으며 마케팅, 이벤트, 광고 등 모든 면에서 빠르게 대응하고 있다. 초기 운영 면에서 아쉬운 점이 있었던 것도 사실이지만, 시간이 지날수록 유저들의 전폭적인 사랑을 받았던 이유가 여기에 있다.

글로벌 진출

한국 · 일본 · 대만 · 중국 · 태국

* 애플 앱스토어 1위
* 전 세계 안드로이드 마켓 5위

핀콘은 국내에서는 카카오 플랫폼을 선택했지만, 해외에서는 전 세계인과 즐길 수 있도록 페이스북 연동을 선택했다. 모바일에만 국한되지 않고 PC버전의 서비스를 통해 최대 다수의 이용자를 끌어 모은 것이다. 아울러 160여국 가운데 일본, 중국 등 5개국을 제외한 나머지 모든 국가에서 현지 퍼블리셔 없이 직접 서비스를 진행함으로써 자체 사업역량을 강화할 수 있었다.

보이지 않는 든든한 힘, 모태펀드

유 대표는 모바일 게임 개발자이자 게임 마니아다. 대학교 2학년 때 게임회사 아르바이트를 시작한 이후 지금까지 약 20년을 게임업계에서 잔뼈가 굵어 왔다. 하지만 창업은 그것



과는 별개의 문제. 그는 창업과 관련한 정보가 무지한 상태에서 의욕만 가지고 나온터라, 동료들에게 실패를 안겨줄까 봐 많은 고민을 했다. 그래서 관련 정보와 자료를 수집하는 데 더욱 집중했다. 또, 지인의 추천으로 한국콘텐츠진흥원 산하 글로벌게임허브센터라는 곳에서 입주사를 모집한다는 것을 알게 되어 개발에 적당한 사무실 공간을 확보할 수 있었다.

투자 유치를 할 때도 마찬가지. 이제 막 창업을 준비하고 있던 유 대표에게 번듯한 기획서 한 장 있지도 않았고, 변변한 대표작 하나도 있을 리 만무했다. "어떤 게임을 만들고 싶은가?"라고 투자를 심사하는 케이큐브벤처스의 임지훈 대표가 물었을 때, 유 대표의 대답은 "좋은 게임을 만들러 나왔다"는 말이 전부였다고 한다. 그럼에도 불구하고 케이큐브벤처스는 핀콘의 가능성을 믿었고, 단 두 번의 만남 끝에 3억 5천만 원의 투자를 집행했다.

지극히 당연한 얘기지만, 정부의 **모태펀드**가 출자하여 조성된 펀드를 운용하는 케이큐브벤처스가 투자한 이 3억 5천만 원의 자금은 오늘의 헬로히어로 탄생의 모태가 되었다. 11명에 불과하던 회사가 56명의 어엿한 중견 벤처기업으로 성장하기까지는, 보이지 않는 곳에서 든든하게 받쳐주는 여러 힘들이 있었던 것이다.

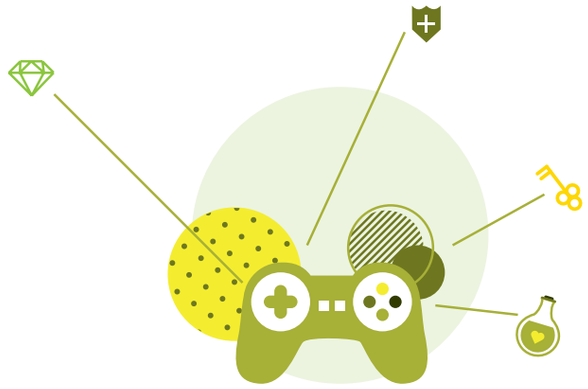
모태펀드
창투사 등 민간 운용사가 조성하는 중소벤처기업 투자펀드에 출자하는 종자돈(seed money) ('14.10, 정부 출자 1조 8,341억 원, 조성 9조 299억 원)
☎ 문의 : 042-481-4419

RPG 분야의 세계 1위 기업을 목표

불과 2년 만에 이만큼의 성과를 거두었다면 잠시 숨 돌릴 여유를 즐길 법도 하다. 게다가 지난주에는 헬로히어로가 미국 앱스토어에서 RPG, 액션 장르 1위를 차지했다는 낭보도 전해지지 않았는가. 다른 곳도 아니고 세계 1위 마켓인 미국에서 일어난 일이라면, 그 의미는 각별할 것이다. 그러나 핀콘 사람들은 이미 헬로히어로 라이브서비스 인력을 제외하고는 차기작 개발에 뛰어들었다고 한다.

"저희와 유사한 영국의 '킹닷컴'이라는 회사가 '캔디크러쉬사가'라는 게임으로 세계 정상에 올랐고, 핀란드의 '수퍼셀'이라는 회사는 '클래시오브클랜' 이라는 게임으로 장르 1위에 올랐습니다. 일본의 '경호'라는 회사도 '퍼즐앤드래곤'이라는 게임으로 전 세계 장르 1위에 올라 있고 모두 연 매출 1조원 이상을 기록하고 있습니다. 저희 핀콘은 RPG 분야에서 세계 1위 기업이 되는 것이 현재의 목표입니다."

앞으로 핀콘은 어디까지 성장하고 발전할 것인가. 한국의 콘텐츠가 세계시장의 정상에 선다는 것은 실로 가슴 설레고 흥분되는 일이 아닐 수 없다. Ⓢ



세계인이 신나게 즐기는 스마트폰 타이핑

손가락으로 살짝 밀어 편리하게 오타 수정

세계 최초 오타수정 앱 개발 IT벤처기업 **㈜큐키**

keukey™

창 업 일 2013년 7월
대 표 자 김민철



신나는 키보드 경험
재밌는 타이핑 경험을
세상 모든 사용자에게
전해주다

일본 산텍에 이어, 미국 실리콘밸리도 추가 투자 유치 예정

'낭중지추(囊中之錐)'라는 속담이 있다. 재주가 뛰어난 사람은 실력을 드러내지 않아도 저절로 남의 눈에 띈다는 뜻이다. 지난 9월 1일 세계 최초의 오타 수정 앱을 출시한 ㈜큐키가 바로 그 주인공이다.

큐키(Keukey)는 스마트폰 사용자들이 오타를 편리하게 수정할 수 있도록 해주는 입력장치 솔루션이다. 문자를 보내다 보면 작은 화면 때문에 오타가 생기는 경우가 많다. 손이 큰 사람들이라면 특히 빈번하다. 기존에는 오타가 생기면 백스페이스를 연속해서 누르거나 커서를 이동시켜 해당 글자를 지우고 다시 입력해야 했다. 하지만 큐키는 이런 불편을 줄여준다. 오타 뒤에 정확한 단어를 입력한 뒤 키보드를 아래로 한번 쓸어주면 저절로 수정되기 때문이다. 예를 들어 '고맙습니다'를 '고맙스빈다'로 잘못 입력한 경우. 일부러 지울 필요 없이 바로 뒤에 '고맙습니다'를 치고 손가락으로 문지르면 끝이다.

이 참신하고도 편리한 앱에 대한 반응은 무척 뜨겁다. 한국 및 미국의 구글 플레이스토어에서 석 달여 만에 24,000다운로드를 돌파했다. 일본 1세대 IT기업인 산텍(SANTEC)은 지난 5월 30만 달러(3억 원)를 선뜻 투자했다. 정식 서비스가 시작되기도 전에, 우연히 본 홍보동영상 하나만으로 투자를 결정했다는 점에서 큰 화제가 되었다. 큐키는 산텍과 총판 계약을 맺고 일본시장 진출에 박차를 가하고 있다. 아직 구체적인 내용을 밝힐 수는 없지만, 일본의 대기업 여러 곳과 계약을 앞두고 있다고 한다. 또 미국 실리콘밸리에서도 후속 투자를 검

토 중이다. 전문가들에 따르면, 큐키의 현재 기업가치는 창업 초기와 비교해 약 8배 정도 뛰어오른 것으로 추산된다. 단돈 백만 원으로 창업한 회사에서, 최소 수십억 원의 몸값을 가진 회사로 급성장하고 있는 셈이다.

일단 성공하면 큰 성과를 거두는 '기술 기반 벤처'

시간이 지날수록 큐키의 활약상은 점점 커지고 있다. 지난 9월 큐키는 미국 실리콘밸리에서 열린 'beGLOBAL2014' Top 10 기업에 선정되었다. 'beGLOBAL'은 정부가 국내 스타트업의 글로벌 인지도를 높이고 해외 투자유치와 현지 시장 진출을 지원하기 위해 2013년 처음 시작한 컨퍼런스로, 흔히 '스타트업 등용문'으로 통한다.

11월에는 유럽 최대의 스타트업 컨퍼런스인 '슬러시 2014'에 파견되었고, 연달아 세계 최대 창업 생태계 축제인 '스타트업 네이션스 서밋 2014(Startup Nations Summit 2014)'에도 참가하였다. 45개국 46개 대표 스타트업이 총 10만 달러의 상금을 놓고 격돌하는 '월드 스타트업 컴피티션'에서 우리나라 대표로 선발된 회사 또한 다름 아닌 큐키였다.

이처럼 큐키가 주목받는 이유는 무엇일까. 진입장벽이 매우 높고, 일단 성공만 하면 큰 성과를 거둘 수 있는 '기술 기반 벤처'이기 때문이다. 국내 벤처의 상당수는 '이용자 서비스 기반'이며, 수익을 내는 경우도 거의 커머스나 게임 서비스에 한정된다. 외국의 경우 다수의 기술기반 벤처들이 소위 '대박'을 터뜨리는 반면, 국내의 기술 기반 벤처는 극히 부진하다. 큐키의 희소가치는 그래서 더 돋보인다. 오랜 시간 공을 들여 개발한 '패턴 매칭 알고리즘'을 적용한 큐키는 사전에 있는 표준어로만 오타를 수정할 수 있는 것이 아니라 '넘사벽', '지못미', '안알랴줌' 등 사전에 없는 유행어, 축약어, 비속어로 바꾸는 것도 가능하다. 특히 천지인 키보드에서 같은 글자의 연속 입력에 무척 편리하다. 사람들이 많이 쓰는 'ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ'를 예로 들어보자. 기존에는 'ㅋ'과 띄어쓰기를 무한 반복해서 눌러야 했다. 그러나 큐키는 'ㅋ'을 입력한 뒤 손가락을 오른쪽으로 밀면 같은 글자가 반복해서 입력된다. 이 핵심기술과 관련, 이미 국내에서만 등록특허 5건과 출원특허를 갖고 있다. 해외 시장을 겨냥해 미국 특허 3건, 일본 특허 2건도 출원 중이다.



오타를 순쉽게 고칩니다
오타를 순쉽게 고칩니다 손
오타를 손쉽게 고칩니다

기업 수상경력

- 모바일창업코리아 2014 슈퍼스타 M7 대상
- 2014년 beLAUNCH 입상
- 2013년 본투글로벌 컨퍼런스 동상

우연한 시작, 그리고 적시적소의 지원

많은 위대한 발명들이 그러하듯, 큐키의 아이디어도 우



연하게 시작되었다. “업무상 스마트폰 주로 다뤘는데, 오타가 너무 많았어요. 시간 낭비를 줄일 해결책을 고심하다 보니 아이디어가 떠올랐죠.” 서울과학고와 카이스트 전산학과 졸업 후 대기업에서 약 7년간 일했던 김민철 대표는 동기동창인 조상희 CTO를 찾아가 의논했다. 당시 모바일앱 개발사를 운영하던 조 CTO는 오타 수정이라는 아이디어를 접하자마자 “그래, 바로 이거야!”라며 무릎을 쳤고, 이를 곧장 앱으로 구현해 냈다.



이후로는 일사천리였다. 다음커뮤니케이션 창업자 출신의 이택경 대표가 운영하는 엔젤투자사 ‘프라이머’로부터 시드머니를 투자 받아 큐키를 공동 창업했다. 창립 한 달 만인 2013년 8월에는 민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)에 선정되어 정부로부터 5억 원을 지원받았다.

충분한 자금 여력을 바탕으로 기술 고도화에 집중한 결과는 크고 작은 성과로 돌아왔다. 2013년 ‘본투글로벌’ 컨퍼런스 동상, 2014년 ‘beLAUNCH’ 입상, ‘모바일 창업 코리아 2014’ 슈퍼스타M7 대상까지. 그중에서도 2014년 6월 ‘모바일 아시아 엑스포 2014’에서 받은 ‘관객상’은 사용자들이 직접 준 상이기에 특별히 큰 의미를 지닌다 하겠다.

민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)
엔젤투자사, 초기 VC 등 민간이 선발하고 투자한 창업기업에게 R&D, 창업자금 및 해외마케팅 등을 지원(최대 10억 원, ‘14년 예산 218억 원) ☎ **문의 : 042-481-4498**

keukey™

큐키의 목표는 글로벌, 무대는 해외시장

큐키의 세계 도전은 이제부터 시작이다. 전 세계 스마트폰에 큐키가 기본 탑재되도록 하는 것이 그들의 궁극적인 목표이다. 이를 위해 B2C시장에서는 이미 12개 지원 언어를 개발한 상태이며, 앞으로 30개로 확대할 예정이다. 또 일본을 필두로 장기적으로는 미국 등 글로벌 B2B시장에도 직접 진출하려 한다. 단말기 제조사는 물론 구글 · 애플 등의 OS 제조사, 라인 · 카카오톡 같은 SNS 사업들도 큐키의 잠재적인 고객으로 보고 있다. 나아가서는 웨어러블 분야까지 진출할 계획이다.

최근 뜨고 있는 제품인 스마트워치의 경우, 텍스트 대신 보이스를 지원하는 방안도 구체적으로 검토하고 있다. 단순한 오타 수정 기능을 넘어서는 디자인, 사운드 등 다양한 측면에서 즐거움을 제공하는 각종 부가기능 개발에도 힘을 쏟고 있다. “신나는 키보드 경험, 재밌는 타이핑 경험을 큐키 사용자들에게 드리고 싶습니다.”

김 대표는 자신이 궁극적으로 추구하는 것은 ‘빨간 칼국수 이어폰’과 같은 서비스를 만드는 것이라고 설명한다. 모든 사람들이 ‘검은 색에 가는 선으로 된 이어폰’만을 쓸 때는 상상조차 못했던 아이디어. 하지만 지금은 ‘빨간 색에 두껍고 납작한 선으로 된 이어폰’이 트렌디함, 즐거움, 남다름의 아이콘처럼 받아들여지고 있는 것처럼. S

게임을 해야 소리가 꺼지는 귀여운 캐릭터 알람

1,700만 세계인의 아침을 깨우는 알람몬

매년 600%씩 성장하는 스마트폰 알람 앱 개발기업 ㈜**말랑스튜디오**

malang

창 업 일 2011년 5월
대 표 자 김영호



언어, 문화 차이를 극복한 '재미'라는 가치를 접목하여 전 세계의 아침을 깨우다

출시 6개월 만에 '국민 알람' 등극

자명종이 필수품이던 시절이 있었다. 불과 십여 년 전이다. 지금은 많이 달라졌다. 사람들은 머리맡의 스마트폰에서 울리는 알람에 아침잠을 깬다. 그래서 스마트폰 제조사들은 경쾌한 왈츠부터 강력한 대포소리까지 수십 종류의 알람 앱을 기본으로 제공한다. 그로도 만족하지 못하는 사람은 앱스토어를 검색하여 주르르 쏟아지는 숱한 앱 중 하나를 선택하면 된다. 이는 알람 앱 시장이 그만큼 경쟁이 치열한 전쟁터임을 뜻한다. 특히 후발주자의 경우, 수많은 경쟁자를 제치기란 거의 불가능에 가깝다.

이러한 맥락을 이해한다면, '알람몬'이 내놓은 스코어는 실로 놀랍다. 알람몬은 '말랑스튜디오'라는 신생 스타트업이 개발한 인기 알람 앱이다. 2012년 1월 한국 시장에 출시된 지 불과 6개월 만에 카테고리 1위에 등극하며 '국민 알람' 반열에 올랐다. 이후 중국, 일본, 대만 등 아시아권을 중심으로 글로벌 시장에 적극 진출하며 연 평균 600%의 고성장을 거듭해 왔다. 심지어는 지구 반대편에 있는 브라질에서도 알람몬을 사용한다. 현재 알람몬의 다운로드 수는 국내 300만여 명을 포함해 전 세계적으로 총 1,700만 건에 이른다. 해외지사를 설립하지 않고도, 광고비 한 푼 쓰지 않고도, 지구촌 각국에서 1,700만 명의 소비자를 갖고 있는 것이다.

알람몬은 각종 상도 휩쓸었다. SKT 티스토어 어워드 '디자인 혁신상', 글로벌K 스타트업 '우수상', 'Google Choice', 제2회 청년기업가대회 '인기상'과 '특별상', 스타트업 배틀 코리아 최우수상, KMA 제2차 베스트앱 공모전 '혁신상' 등등.

그리고 올해 4월, 기업가치 1조 원을 자랑하는 벤처기업 옐로모바일(대표 이상혁)로부터 20억 원의 대규모 투자를 유치하는 데 성공함으로써 말랑스튜디오는 주위 스타트업들의 부러움을 한 몸에 받았다.

언어, 문화 차이를 극복한 힘은 '재미'

스마트폰의 알람 기능은 아침에 일어나기 힘든 사람들에게는 '또 하나의 고통'이다. 잠이 부족한 상태에서 시끄럽기만 한 알람은 짜증의 대상이다. 이와 달리, 알람몬은 알람이 울리면 귀여운 캐릭터가 등장하는 간단한 게임을 해서 알람을 종료하도록 만든 앱이다. '게이미피케이션(게임이 아닌 분야에 게임 방식을 도입해 행동과 관심을 유도)' 방식을 도입한 것이다. 여기에 다양한 사운드와 캐릭터가 더해져, 단순히 울리기만 하는 알람을 사용할 때보다 일어나기가 훨씬 수월해진다.

전 세계인들이 가진 공통적인 문제를 해결하는 '페인킬러'의 기능에 '재미(Fun)'라는 가치를 접목한 알람몬의 성공은 그러므로 충분히 합리적인 결과이다. 고객의 니즈를 정확하게 파악하고 이를 제품으로 만듦으로써 언어, 문화, 습관의 차이도 극복할 수 있었다. 실제로 알람몬은 한국보다 오히려 해외에서 인기가 더 많다고 한다. 지원하는 언어도 한국어를 포함해 영어, 중국어 등 총 14개나 된다.

글로벌 청년창업 활성화 지원
창업단계부터 해외진출을 목표로 하는 (예비)창업자를 대상으로 해당 국가의 유수 창업보육기관과 연계하여 창업공간, 컨설팅, 시제품 제작 등을 지원(최대 5천만 원, '14년 예산 33억 원)
☎ 문의 : 042-481-8914

글로벌 진출



23억 원 투자 유치에 성공

김영호 대표는 이 회사를 2011년 창업했다. 아직 '말랑스튜디오'라는 이름도 없었고, 방 두 칸짜리 월세방에서 대학생 5명이 모여 개발에만 매달렸다. 사업은 기대만큼 진척이 없었다. 이런저런 대회에서 받은 상금도 다 떨어져, 다음 달 월세를 내기도 어려워졌다. 김 대표는 시간 날 때마다 대리운전, 강사 일 등을 해가며 버티고 있었다.

그러던 중 정부의 **글로벌 청년창업 활성화 지원** 프로그램에 도전했고 최종 상위 5개 팀에 들었다. 'DSC인베스트먼트'



로부터 투자 약정을 받았고, 3개월 과정의 실리콘밸리 진출 프로그램에 참가할 기회도 얻었다. 아쉽게도 미국 진출은 실패로 끝났지만, 당시 프로그램의 심사위원이자 멘토였던 DSC인베스트먼트 하태훈 상무를 만난 것은 큰 행운이었다.

한국으로 돌아오고 얼마 뒤엔 2억 원 투자가 이루어졌다. 앞서 언급한 옐로모바일의 투자금 20억 원을 합해 23억 원에 이르는 거액을 투자받았다는 것은, 말랑스튜디오의 사업성이 그만큼 높음을 고스란히 보여준다. 물론, 올해 5월 **창업맞춤형사업화 지원** 프로그램 대상으로 선정되면서 정부로부터 지원받은 3천만 원도 글로벌 챌린지의 소중한 자산이 됐다.

미국 실패의 경험을 바탕으로 김 대표는 해외마켓을 철저하게 분석했다. 그리고 중국과 동남아, 브라질 진출에 성공했다. 중국은 특히 중요한 지역이었다. 2012년 '바이두'와 글로벌 프로모션 및 중국 퍼블리싱 협약을 체결했다. 그리고 2013년 중국 모바일 앱 경진대회에서 2등상을 수상하면서 중국 시장 공략이 본격화됐다. 중국 휴대폰 업체 '샤오미'와도 파트너십을 맺고 알람을 공동 개발 중이다. 샤오미 캐릭터가 탑재된 '알람몬 for 샤오미'가 곧 출시될 예정이다. 이러한 노력의 결과로 중국에서만 1,000만 건 넘는 알람몬 다운로드가 이루어졌다.

창업맞춤형사업화 지원
예비창업자 또는 창업초기기업(창업후 1년 이내)에게 창업자가 선택한 창업지원기관을 통해 시제품 제작, 인건비 및 마케팅 등을 지원(최대 50~100백만 원, '14년 예산 499억 원)
☎ 문의 : 042-481-4409

캐릭터를 통한 세계시장 공략의 꿈

전 세계에서 알람몬을 다운로드 받은 사람은 1,700만 명이 넘는다. 국가마다 차이는 있지만, 월간 사용자 수는 200만 명 수준이다. 안정적으로 증가하는 추세여서 더욱 희망적이다. 앞으로의 목표는 데일리 유저(1일 사용자 수)를 100만 명으로 늘리는 것이다.

언어와 문화적 차이가 덜한 캐릭터를 이용해 세계시장을 공략함으로써 알람몬을 트랜스미디어의 성공적 사례로 만드는 것도 김 대표의 목표이다. 대표적으로 일본 시장이 여기에 해당한다. 김 대표는 최근 헬로키티 판권 계약을 하는 등 다양한 캐릭터를 도입해 일본 시장을 개척할 생각이다. S



혁신 아이디어로 승부하는

세계 최초의 USB 충전식 전동 드라이버

레드오션이었던 전동공구 분야에서 블루오션을 창출한 기술벤처 ㈜더하이브

THE HIVE
Innovative Power Tool Expert Group

창 업 일 2012년 1월
대 표 자 이상민



일하는 사람도,
만들어 내는 전동공구도,
회사도 모두 싱싱하다.
이젠 세계를 놀라게 하자!

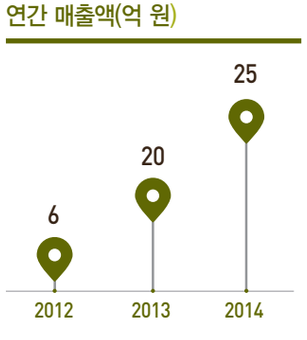
보쉬도 이케아도 반한, 더하이브의 기술력

약 10㎝의 초소형 크기에 세계가 반한 초대형 아이디어를 담은 한국 기업이 있다. '더하이브'가 바로 그 주인공. 이 제품의 가장 큰 강점은 편리함과 휴대성이다. 노트북, 자동차, 휴대폰 충전기 등 USB 포트가 있는 곳이라면 어디서든 쉽게 충전해서 무선으로 쓸 수 있다. USB로 충전하니까 힘이 약할 거라고 생각한다면 오해다. 여성의 손 안에 쏙 들어올 정도로 작지만, 프라이팬 바닥에 구멍을 뚫을 정도로 강력하다. 90분이면 충전되고, 400여 개의 나사를 조이고 풀 수 있다.

전동 공구에 USB 충전 방식을 적용한 것은 더하이브가 세계 최초다. 국내는 물론 미국 · 독일 · 일본에서도 특허를 출원했다. 2012년 미국 피츠버그 발명전시회 금상, 서울 국제발명전시회 준 대상을 수상했다. 2013년 유럽 수출에 꼭 필요한 CE, RoHS, KC, FCC 등의 인증을 획득하고 벤처기업으로 등록했다. 이어 2014년에는 ISO 9001과 ETL 인증을 획득하였다. 세계적인 품질을 객관적으로 공인받은 셈이다.

더하이브의 우수성을 알아본 글로벌 기업들의 반응은 폭발적이다. 세계 1위 공구업체인 BOSCH도 더하이브와 기술제휴를 체결했다. 2014년 한 해에만 미국 Sears, 이탈리아 D'Media Group, 프랑스 Bricorama, 일본 Aucsale 등 대형 유통 체인들과 수십억 원어치 공급 계약을 맺고 1차 납품까지 진행했다. 국내에서도 최근 굵직한 성과들이 가시화되고 있다. 올해 12월부터 COSTCO에 입점하고, 글로벌 가구브랜드 IKEA의 프로모션 상품으로 계약이 추진 중이다. 2015년에는 이마트에서도 판매될 예정이다. 2012년 6억이던 매출도 올해

는 4배 이상 성장한 25억에 달할 전망이다.



개발은 책으로 하는 것이 아니다

이 기발한 제품은 당시 서울시립대학교 건축학과 재학생이던 이상민 대표의 머리에서 나왔다. 군 제대 후 어느 IT기업에서 잠시 일하던 그는 A/S 기사들이 굉장히 불편하게 주먹드라이버를 사용하는 것을 보며 'USB 충전식' 제품을 떠올리게 됐다고 한다.

페이스북 창업자인 마이클 저커버그는 이미 유명해져 영화도 제작되었는데, 동갑내기인 자신은 책상 앞에 앉아 있는 것이 너무나 한심하게 느껴졌다. 결국 그는 3개월 만에 회사를 그만두고 창업 전선에 뛰어들었다. 먼저 사업계획서를 만들어 여러 창업경진대회에 참가했다. 참신한 아이디어에 사업 가능성도 높았던 전동드라이버는 많은 대회에서 입상했다. 이 대표는 금세 청년 창업의 '샛별'로 떠올랐다.

글로벌 진출



하지만 그는 전동공구에 대한 전문 지식도 없었을 뿐더러, 그 어디에서도 전동공구 전문가를 찾기가 어려웠다. 청계천과 인터넷쇼핑몰에서 구입한 부품들을 직접 글루건으로 붙여 만든 조잡한 시제품을 들고 중소기업진흥공단의 북미 무역사절단에 동행했다. 그런데도 미국 바이어들은 놀랍다는 반응이었다. 자신감을 얻어 본격적으로 사업화에 나섰지만 또 다른 난관이 놓여있었다. 작은 배터리와 모터를 사용하다 보니, 작업시간이 길어지면 과부하로 배터리가 터지는 문제가 생겼던 것이다.

안정적인 생산 방법이 필요했다. 전국을 발로 뛰며 수많은 전문가와 관련학과 교수들을 찾아다닌 끝에, 2012년 초 어느 설계회사의 도움으로 제대로 된 시제품을 내놓을 수 있었다. 레드오션인 전동공구 분야에서 'USB 충전식'이라는 블루오션을 창조해낸 이 대표는 그래서 지금도 "개발은 책으로 하는 게 아니다"라는 철칙을 고수하고 있다.



정부 지원을 통해 '어린 나이'라는 최대 약점 보완

대표가 직접 해외영업을 뛰는 것은 빅 바이어들에게 신뢰를 주는 요인이었다. 중국 제품의 가격경쟁력은 절대 이길 수가 없고, 일본의 기술력 이미지를 이기기도 힘든 상황에서 그가 보여줄 수 있는 것은 한국인의 장점인 빠른 대응이었다. 바이어들을 만날 때 항상 1-day 피드백의 원칙을 지켰다. 어느 나라의 납품업체보다도 친절하고 세세하며, 정직한 회사라는 것을 보여준 것이 크게 유효했다.

하지만 그것만으로는 부족했다. 청년 창업가의 가장 큰 장점은 젊음이지만, 가장 큰 단점은 어리다는 것이다. 달리 말하자면, 바이어에게 신뢰를 주기가 매우 어렵다. "정부의 지원을 받는다면 그런 단점을 어느 정도는 커버할 수 있어요. 금액보다 중요한 것은 '정부의 서포트를 받는다'는 사실 자체입니다." 이 대표의 설명대로 더하이브의 2012년 매출은 6억 원이었으나 정부가 운영하는 **청년창업사관학교**에 입소한 이후 2013년에는 매출이 20억 원으로 급증했다. 마케팅, 서비스, 기술개발, 생산 시스템 구축 등 종합적인 지원을 받은 것도 큰 도움이 됐다.

스타트업에 상당히 부담스러운 해외특허 출원 비용도 정부지원으로 해결했다. 또 청년 창업 자금, 성장 공유형 자금, 기술신용보증기금의 창업 보증 등을 활용해 제조업으로서의 기반을 마련했다. 해외시장에서 인지도를 넓힐 수 있는 기회도 여러 차례 제공받았다. 피츠버그 발명전시회에서 BOSCH와 연결되었고, 동경 기프트쇼에서는 일본 DIY 홈센터의 빅 바이어들과 연결되었다.





청년창업사관학교
청년기술창업자에게 창업공간, 창업교육 및 전문가 코칭 등 사업계획 수립부터 개발 · 사업화까지 창업의 전 과정을 일괄 지원하는 기관(최대 1억 원) ☎ **문의 : 042-481-3960**

더하이브의 목표는 '세계를 놀라게 하는 회사'

USB 전동 드라이버는 더하이브의 1차 제품에 불과하다. 앞으로 전동공구 분야에서만 12가지 제품을 출시할 예정이다. 장차 바이오 분야로 영역을 확장시킨다는 계획도 세우고 있다. 일본 등 해외 바이어들의 요청으로, 더하이브는 이제 선박 화물 운송비가 저렴한 부산에 사무실과 공장을 내고 본격적인 글로벌 챌린지에 나섰다. 일하는 사람도, 만들어 내는 전동공구도, 회사도 모두 싱싱한 더하이브. 누군가 그의 꿈은 무엇인지 물으면, 이 대표는 망설임 없이 대답한다.

"세계를 놀라게 하고 싶습니다. 그리고 세계에서 영향력 있는 일간지에 인터뷰를 하게 되었을 때, '나를 보고 놀랄 필요는 없다. 대한민국에서 나는 지극히 평범하고, 그런 인재들이 모인 나라가 대한민국이다.'라고 반드시 이야기하고 싶습니다." S

대한민국의 재미있고 맛있는 곳을 모두 모아

구매부터 예약까지 레저 서비스를 한 번에

토털 레저 커머스 서비스 '할리팩토리' 개발 **㈜레저큐**

LEISURE Q 대한민국 레저 큐레이션서비스

창 업 일 2013년 3월
대 표 자 문보국



대한민국 방방곡곡
구매부터 여행까지!
모든 할거리 갈거리
총집합!

국내 최초의 레저 큐레이터, 레저큐

주 5일제는 온 국민의 라이프스타일을 바꾸어 놓았다. 주말이나 연휴 때면 사람들은 집을 나서고 도로는 차량으로 넘쳐난다. 유명 관광지의 레포츠 시설과 숙박시설은 예약조차 힘들 정도다. 캠핑, 글램핑, 수상레저, 레일바이크, ATV, 서바이벌게임 등 레저문화가 다변화되면서 성수기가 따로 없이 벌어지는 현상이다. 즐거움 뒤에는 스트레스가 따른다. 번거로운 준비 과정을 요구한다. 어디로 놀러갈지, 펜션은 어디가 좋은지, 몇 시간씩 인터넷 검색은 필수적이다. 장비 렌탈, 입장권 구매, 펜션 예약까지 모두 따로따로 진행하는 불편도 이만저만이 아니다.

그 모든 것을 스마트폰으로 한 큐에 해결해주는 회사가 등장했다. 국내 유일의 레저 서비스 전문 플랫폼 기업, '레저큐'가 그곳이다. 2013년 3월 설립된 이 회사는 '할리팩토리'라는 온라인 예약 자동화 서비스를 론칭하여 뜨거운 인기몰이를 하는 중이다. 1월 1일부터 9월 22일까지 16,466명의 고객이 이 서비스를 이용하고 총 거래액은 22억 원을 넘어섰다. 월 평균 2억 원이 넘는 실적이지만, 갈수록 상승세가 가파르다.

이처럼 놀라운 경영성과는 정부의 선도벤처 연계 창업지

선도벤처 연계 창업지원
예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 성공한 선배벤처기업의 노하우를 전수하고 선배기업의 인프라를 활용할 수 있도록 지원(최대 9천만 원, '14년 예산 75억 원) ☎ **문의 : 042-481-8920**

원 프로그램에 참여하여 만나게 된 성공한 선도벤처이자 예비 창업자를 지원하는 엔젤투자자인 '다산네트웍스'에 힘입은 바 크다. 창업 초기자금부터 막대한 비용과 전문성이 요구되는 IT 기반 온라인 솔루션 구축까지, 다산네트웍스는 다각적인 기술 투자를 제공하여 이 회사의 창업을 지원했다.

그리고 올해 8월, 레저큐는 '소프트뱅크벤처스'로부터 10억 원 투자 유치에 성공하며 매스컴에서 화제가 되기도 하였다. 아이디어와 시장가능성이 뛰어난 스타트업을 다수 발굴하여 투자하고 있는 소프트뱅크벤처스는 일본 최고의 갑부로 우뚝 선 손정의 회장이 이끄는 일본 소프트뱅크의 한국 자회사이다.

2,000여 곳의 레저 · 숙박 업체와 제휴

지금까지 국내에는 레저 서비스를 한 곳에서 종합적으로 제공하는 커머스가 없었다. 그런 상황에서 등장한 최초의 커머스인 만큼, 수많은 여행과 레저 마니아들이 할리팩토리에 열광하는 것은 당연하다. 체험, 레포츠, 관광지, 테마파크, 펜션 등 5가지를 하나의 패키지로 묶은 할리팩토리는 우리나라 곳곳의 아름다운 곳, 재미있는 곳, 맛있는 곳을 소개하는 토털 커머스 서비스를 제공한다.

특히 지난 8월에 모바일 웹을 정식으로 오픈하여 고객들이 더욱 편리하게 할리팩토리를 이용할 수 있게 되었다. 대관령 양떼목장, 동강 래프팅, 강촌 레일바이크와 같은 국내 대표 관광지, 레포츠 서비스만을 큐레이팅하고 온라인과 모바일을 통해 서치, 결제, 티켓팅까지 모든 과정이 불과 5분 안에 끝난다.

"가끔 현장에서 추가요금을 요구하는 경우도 있잖아요. 그럴 땐 황당하죠. 근데 할리팩토리는 가격도 투명하고 바가지 쓸 일이 없어서 좋아요. 컴퓨터 앞에 하루 종일 앉아서 입장권이랑 펜션이랑 검색하고 예약하던 것을, 이제 스마트폰으로 몇 분이면 끝낼 수 있다는 게 가장 편리합니다."

직접 서비스를 접해본 이용자들의 반응은 더욱 호의적이다. 업계 최저 수준의 가격과 편리함에 높은 점수를 주고 있다.

청년의 꿈을 후원하는 스마트벤처창업학교

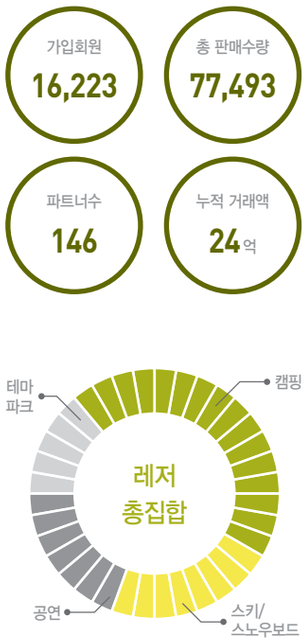
레저큐를 설립한 문보국 대표는 고향이 제주인데다, 서울대학교에서는 체육교육학을 전공했다고 한다. 자연스레 레



저분야 전반에 관심을 갖고 있던 그는 전공을 바탕으로 한 직업을 물색하던 중, 틈나는 대로 레포츠를 즐기곤 했다. 그런데 막상 예약을 하려면 장비 렌탈부터 시작해 근처 숙박시설 찾는 일이 번거로웠고, 업체 입장에서도 낙후된 예약절차와 홍보의 어려움 등 많은 고민이 있다는 사실을 알게 되었다.

이에 문 대표는 이용자와 공급자 모두의 불편함을 해결할 수 있는 모바일 기반 레저 서비스를 착안, 2013년 레저큐를 설립했다. 코이카 국제협력요원으로 베트남에서 함께 근무했던 남도현 씨 등 또래 친구들과 함께였다. 그는 창업 이후 매일 창업넷(www.startup.go.kr)을 여는 것으로 하루를 시작했다. 정부에서 마련하는 각종 포럼에 참가했고, 올해 3월에는 정부에서 9천만 원의 자금은 물론 선도벤처기업의 성공 노하우까지 전수받을 수 있었다.

기업 특이사항



레저큐와 할리팩토리의 진화는 현재진행형

아직 할리팩토리는 부족하다. 무에서 유를 창조하는 과정인 만큼, 더 완벽해져야 한다. 그래서 레저큐는 남보다 더 노력하고 있다. 유저들에게 더 많은 상품을 제안하기 위해 현재까지 300여 개의 핵심 레저 · 숙박업체와 제휴를 맺었지만, 앞으로 그 숫자를 더욱 빠르게 늘려가 2017년까지 국내 대다수 레저상품을 포함하는 약 2,000여 개의 상품라인업을 계획하고 있다. 특히 '모바일을 통한 최상의 여행레저경험 제공'을 궁극적인 지향점으로 삼아, 에어드론 촬영과 같은 하이퀄리티 콘텐츠 정보와 위치 기반 서비스, 개인화 서비스 개발에 자원을 집중하고 있다.

이와함께 현재 개발된 B2B 타겟의 커머스 솔루션에 대해서도 지속적인 연구 개발과 보급을 통해 자체적인 IT인프라를 확장해 나갈 계획이다. '대한민국 할거리 갈거리'를 모두 담는다는 레저큐의 목표를 한 걸음 앞당기기 위하여, 오늘도 할리팩토리의 진화는 진행 중이다. S



유명 · 대형병원이 진료와 상담에 활용

의사 에니메이터가 설명으로 처방하는 하이차트

이해하기 쉬운 만화 컨텐츠 중심의 헬스케어 벤처기업 ㈜**헬스웨이브**

HealthWave

창 업 일 2009년 5월
대 표 자 정희두



의료계의 혁명!
이제는 어렵지 않은
혁신적인 헬스케어
애니메이션 설명처방

신개념 의료 애니메이션, 하이차트

대학병원이나 종합병원에 가본 사람이라면 누구나 경험했을 것이다. 30분씩, 1시간씩 기다려 힘들게 의사선생님을 만났지만, 막상 상담하는 시간은 길어야 2~3분. 환자 입장에서는 뭔가 억울하다. 설명 부족, 소통 부족이라고 느낄 수 밖에 없다. 의사의 입장도 별반 다르지 않다. 국내 의료체계의 현실상, 대형병원의 의사들은 30분 당 10명의 환자가 예약되어 있다. 모든 환자에게 자세하고 친절한 설명을 해준다는 것은 불가능하다. 비슷한 내용을 반복해서 설명하는 일도 보통 스트레스가 아니다.

2009년 창립된 '헬스웨이브'는 이러한 페인 포인트(Pain Point)를 간단하게 해결해주는 '하이차트' 서비스를 개발한 헬스케어 분야의 유망기업이다. 하이차트는 어려운 의료 정보를 환자들이 알기 쉽게 애니메이션으로 제공하는 세계 최초의 '설명처방' 프로그램이다. 의사가 스마트폰으로 애니메이션을 전송해주면, 환자와 보호자는 이를 편리하게 확인하고 주변 사람과도 공유할 수 있다.

현재 서울대병원, 삼성서울병원, 울산대병원, 강남차병원 등 대형 병원과 유명 전문병원 17곳이 병상 수에 따라 최고 500만 원까지의 사용료를 지불하며 하이차트 프로그램을 환자진료 및 상담에 활용하고 있다. 국내는 물론 미국 최고의 의료기관인 존스홉킨스 병원 의료진들과도 이비인후과, 성형외과 등의 분야에서 환자교육 애니메이션을 제작중이며, 일본, 싱가포르, 인도, 말레이시아 등의 의료진들도 시범사업에 참여하고 있다.

의사 애니메이터가 만든 기업, 헬스웨이브

헬스웨이브를 세운 정희두 대표는 서울대학교병원 외과 전공의 출신이다. 안정된 소득과 사회적 지위가 보장된 의사라는 직업을 갖고 있던 그가 창업이라는 모험을 선택하게 된 계기는 무엇일까.

"꼬박 10년 동안 의사를 하면서, 전 세계 모든 의사가 똑같은 질병과 수술에 대한 설명을 매일 반복하고 있다는 것을 알게 되었습니다. 전문적이고 복잡한 의료 정보를 좀 더 쉽게 설명해줄 수 있는 매체의 필요성을 절감했죠."

정 대표는 애니메이션에 주목했다. 미술학원을 운영하는 어머니의 영향으로 어릴 때부터 그림 그리는 환경에 있었고, 의사가 되어서는 '의료계의 이원복'을 꿈꾸기도 했던 그였다. 공중보건의사 시절, 직접 그림을 그려가며 설명을 해주면 환자와 보호자들이 더 쉽게 이해하고 좋아하는 것을 알게 되었다. 환자들이 이해하기 어려운 의학용어 대신, 애니메이션으로 설명을 처방하면 좋겠다는 문제의식을 갖게 되었다. 조류독감이 전국을 강타한 2003년, 충북 음성의 보건소에서 공중보건의사로 있을 때 질병관리본부와 공동으로 조류독감 대처법을 알리는 만화를 제작하는 일을 했던 경험도 그가 창업을 결심하는 데 영향을 미쳤다.

기업 특이사항

'마크로젠'
7억 원 투자

'케이큐브벤처스'
5억 원 투자

중기청 TIPs
(글로벌시장형
창업사업화 R&D)
5억 원 지원

12억 원의 투자 유치, 5억 원의 정부 지원

헬스웨이브 창업 후, 정 대표는 직접 애니메이션 제작팀을 운영하고 서비스 시스템을 개발했다. 의학, 애니메이션, IT 등 여러 분야에 대한 깊은 지식이 없다면 엄두도 낼 수 없는 일이다. 하지만 사업은 현실이었고, 현실은 생각보다 더 냉정했다. 전문의가 참여한 고품질 애니메이션이었음에도 가치를 제대로 인정받지 못했다. 환자의 이해를 돕기 위해 애니메이션 사용료 정도는 내겠다는 의지와 예산을 가진 병원도 당시에는 없었다.

파산을 일주일 앞둔 2010년, 기적이 일어났다. 유전체 분석업체 '마크로젠'의 서정선 회장이 선뜻 7억 원을 투자해온 것이다. 그리고 때마침 스마트폰이 급속도로 보급되면서, 드디어 하이차트의 진가가 빛을 발하기 시작했다. 이 서비스가 의료 IT 분야의 혁신을 가져올 것이라고 판단하여 정부의 **모태펀드**가 출자하여 조성된 자금을 운용하는 벤처캐피탈인 '케이큐브벤처스'는 올해 2월 헬스웨이브에 5억 원을 투자했다.

모태펀드
창투사 등 민간 운용사가 조성하는 중소벤처기업 투자펀드에 출자하는 종자돈(seed money)
('14.10, 정부 출자 1조 8,341억 원, 조성 9조 299억 원)
☎ 문의 : 042-481-4419



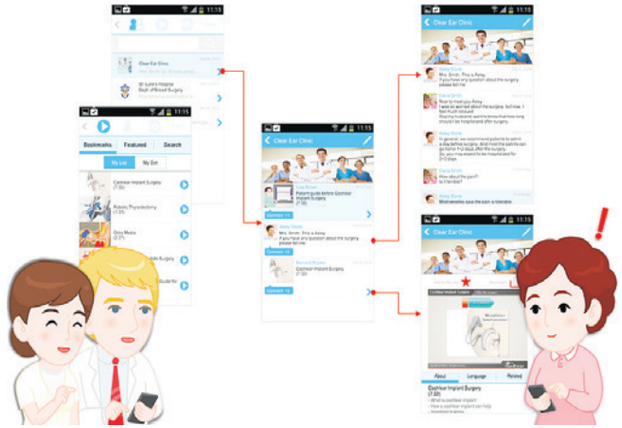
정부정책을 적극적으로 활용한 것도 큰 도움이 됐다. 보건복지부가 추진한 소비자건강정보 개발 사업, 국방부의 감염병 교육용 멀티미디어 콘텐츠 개발사업 등에 참여했다. 작년에는 민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)에 선정, 5억 원의 R&D자금을 지원받아 글로벌 애니메이션 설명처방 시스템을 개발 중이다.

숱한 난관을 돌파하며 차곡차곡 내공을 쌓아온 결과, 헬스웨이브는 이미 서비스의 토대를 세계 최고 수준으로 구축한 상태이다. 특히 이해하기 쉬운 구성과 풍부한 콘텐츠는 하이차트의 최대 장점이다. 설명처방 서비스를 위해 지금까지 제작해 놓은 의료애니메이션만도 1,200편 이상인데, 지금도 빠르게 그 편수가 증가하고 있다. 또한 국가건강정보포털 등 정부 연구과제를 수행하는 과정에서 4,000컷 이상의 메디컬 일러스트레이션, 800편 이상의 건강정보 및 의학용어 애니메이션도 제작한 경험이 있다.

글로벌 헬스케어 기업을 목표로

미국에서 투자 1순위는 헬스케어 벤처기업이다. 반면 국내의 헬스케어 시장은 아직 작다. 그래서 헬스웨이브는 미국을 필두로 글로벌 시장 진출을 적극 추진하고 있다. 지난 6월 미국 현지법인을 설립했다. 또 9월에는 샌프란시스코에서 열린 '비글로벌 2014 (beGLOBAL 2014)' Top 10 기업으로 선정되어 '스타트업 배틀'에 참가했다. 각국의 유망 스타트업들이 참가하는 이 대회는 흔히 '글로벌 스타트업 등용문'으로 일컬어진다.

시스템 및 콘텐츠의 고도화에도 다각적인 노력을 기울이고 있다. 지난 8월, 전 세계의 의사와 환자가 서로 소통할 수 있는 글로벌 SMS 어플리케이션 '헬스브리즈'를 출시한 것이 대표적이다. 이 앱은 헬스웨이브의 글로벌 헬스케어 플랫폼을 한 단계 끌어올릴 것으로 기대를 모으고 있다. 현재 2개의 벤처캐피털사와 약 24억 원 규모의 후속투자 유치도 무리없이 진행하고 있다. S



민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)
엔젤투자사, 초기 VC 등 민간이 선발하고 투자한 창업기업에게 R&D, 창업자금 및 해외마케팅 등을 지원(최대 10억 원, '14년 예산 218억 원) ☎ **문의 : 042-481-4498**

아빠가 필요해서 직접 만든

종이대신 스마트폰으로 쓰는 알림장 앱

국내 1위의 영 · 유아 모바일 플랫폼 전문기업 ㈜키즈노트

kids note

창 업 일 2012년 4월
대 표 자 최장욱, 김준용



대한민국 1등
스마트 알림장으로
국내 영유아 보육환경을
크게 바꿔놓았다

해마다 3배씩 성장하는 키즈노트

대한민국에는 이제 2가지 어린이집이 있다. 키즈노트를 쓰는 어린이집, 그렇지 않은 어린이집. 이렇게 표현하면 조금 과할 지도 모르지만 그만큼 키즈노트는 국내 영유아 보육환경을 크게 바꿔놓고 있다. 그것도 스마트 알림장이라는, 작지만 기발한 아이디어 하나로.

키즈노트는 최근 몇 년 간 전국의 어린이집과 유치원에 속속 도입되고 있는 '스마트 알림장'이라는 새로운 시장을 개척한 서비스의 이름. 기존의 종이 알림장을 빠르게 대체하며 바야흐로 대세로 자리매김하는 중이다. 현재까지 전국 5만여 영유아 보육기관 가운데 약 14,000곳이 키즈노트와 제휴했다. 전체 어린이집과 유치원의 28%에 해당하는 숫자다. 심지어는 일본, 미국, 호주, 중국, 베트남, 말레이시아, 체코 등 세계 7개국 한인 어린이집에서도 사용 중이라고 한다. 가입자 증가 추세 못지않게 서비스 활성화의 속도도 놀랍다. 사용자 재방문율은 99%에 달한다. 지금 이 순간에도, 20만 명의 학부모들이 매일 평균 3번씩 방문하는 인기 서비스인 것이다.

그동안 거둔 가시적 성과도 다양하다. 2012년에는 미국 퀄컴벤처스가 주관하는 '큐 프라이즈'의 본선 진출 팀을 가리기 위한 한국 예선전인 'beLAUNCH' 스타트업 배틀에 참가, 국내 150개 이상의 팀 중 TOP20 기업으로 선정되었다. 2013년에는 국내 최대 창업경진대회인 '실전창업리그-슈퍼스타V 우수상'을 수상했다. 특히 2014년 들어서는 한국어린이집총연합회와 한국유치원총연합회로부터 유일하게 공식 인증을 받는 쾌거를 이루었다. 또 서울 중구청, 성북구청, 노원구청, 부산 부

산진구청등과 '스마트보육환경구축'을 위한 협력을 함으로써, 키즈노트의 공신력을 부쩍 높이는 계기가 되었다. 종이 알림장, 가정통신문 등이 불필요해짐에 따라 절약할 수 있었던 종이를 쌓으면 북한산 높이에 이른다는 이야기도 자못 흥미롭다.

부모의 마음으로 만든 것이 성공요인

세계 최초의 스마트 알림장 키즈노트는 백신연구소 ㈜안랩에서 특급 개발자로 일하던 최장욱 대표의 작품이다. 노원구의 한 어린이집에 다니는 딸의 책가방에 담겨 있는 종이 알림장을 보고 '모바일로 바꿀 방법은 없을까'를 고민한 것이 계기였다. 프로토타입을 만들어 딸이 다니던 어린이집에서 첫 테스트를 진행했다. 일상의 불편함을 발견한 아버지가 부모의 마음으로 만든 전형적인 생활밀착형 서비스라 할 수 있다.

그 결과로 탄생한 키즈노트는 부모, 교사, 원장의 세 주체가 모두 필요로 하는 서비스라는 평가를 받는다. 그동안 많은 맞벌이 부부들은 저녁에 종이 알림장을 보기 전까지는 아이의 하루 활동을 알 수가 없었다. 이제는 아이가 감기약을 복용했는지, 밥은 제때 챙겨 먹었는지 스마트폰으로 즉시 확인할 수 있어 안심이다. 준비물도 미리미리 챙겨둘 수 있어 편리하다. 교사 입장에서도 장점이 많다.

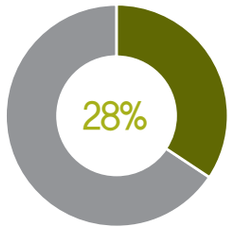
우선 손으로 알림장을 작성하는 불편함이 사라진다. 아이 한 명당 평균 7분 정도 걸리던 알림장 작성 시간도 약 2분으로 줄어든다. 이렇게 단축된 시간에 아이들을 더 잘 돌볼 수 있게 해주는 것이다. 부모가 알림장을 확인했는지, 공지사항은 잘 전달되었는지, 전화로 일일이 물어보는 번거로움도 없애준다. 원장 역시 홈페이지 운영 등 어린이집 업무 전반을 스마트폰으로 해결할 수 있어 좋다. 사진과 댓글로 쌍방향 소통이 가능한 키즈노트는 어린이집의 신뢰도와 선호도에도 큰 영향을 끼친다. 실제로 인천의 한 어린이집의 경우 키즈노트를 도입한 뒤 학부모들 사이에 입소문이 퍼지면서 대기원생 수가 3배로 늘었다고 한다.

기업 특이사항

* 아이 한 명 당 평균 알림장 작성시간



* 키즈노트와 영유아 보육기관 제휴율



청년창업펀드

성공 벤처기업 등과 공동 출자('14년 2,918억 원)하여 청년 창업 기업(창업 3년 이내)에 전문적으로 투자하는 펀드

☎ 문의 : 042-481-4419

카카오 청년창업펀드 유치의 성공사례

키즈노트의 사업 잠재력을 가장 먼저 알아보고 성공의 길로 이끌어준 것은 바로 선배 벤처기업인이었다. 창업 석 달만인 2012년 7월, 카카오의 김범수 의장이 출자한 엔젤투자사 '케이큐브벤처스'가 단 두 번의 만남으로 3억 원을 선뜻 투자한 것이다. 하지만 이후의 발걸음이 탄탄대로였던 것만은 아

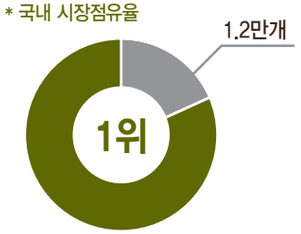


니다. 무료 서비스라는 점 때문에 적절한 수익모델을 찾기가 어려웠던 것. 자칫하면 아까운 기술이 사장되는 최악의 경우도 배제할 수 없는 환경이었다. 하지만 스마트 알림장 서비스가 빠르게 성장하는 것을 지켜본 케이큐브는 "더 많은 후배기업들에게 기회를 주기 위해 같은 회사에는 2번 투자하지 않는다."는 원칙을 깨고 2014년 4월 키즈노트에 대한 5억 원의 후속투자를 결정했다. '벤처 선순환 생태계 조성'에 앞장서는 선도벤처의 진가가 발휘되는 순간이었다.

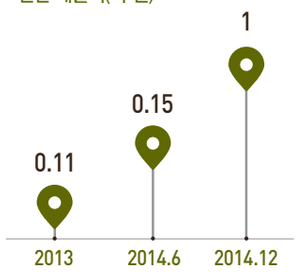
겹경사라고나 할까. 같은 시기에 키즈노트는 **민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPS프로그램)**에 선정되어 5억 원의 정부출연금을 받게 되었다. 창업 2년 간, 총 10억 원이라는 거액의 자금을 확보하면서 더욱 탄탄한 서비스 운영 및 확장이 가능해진 것이다. 한편으로는 매스컴의 집중적인 보도도 큰 도움이 되었다. 'KBS파노라마' 등 여러 프로그램에 키즈노트가 소개되면서 시장점유율이 껑충 뛰어올랐다. 키즈노트 덕분에 원아모집이 수월해졌다는 원장들의 목소리가 커지기 시작했다. 2014년 7월 가산디지털산업단지에서 열린 '젊은 CEO들과의 창고간담회'에서는 대통령 앞에서 키즈노트를 직접 소개하는 기회를 얻은 뒤에는 주변의 신뢰감도 커지고 직원들의 자긍심도 부쩍 높아졌다.

기업 특이사항

* 국내 시장점유율



* 연간 매출액(억 원)



민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)
엔젤투자사, 초기 VC 등 민간이 선발하고 투자한 창업기업에게 R&D, 창업자금 및 해외마케팅 등을 지원(최대 10억 원, '14년 예산 218억 원) ☎ **문의 : 042-481-4498**

kids note

대기업을 넘다, 글로벌로 나아가다

육아 분야는 '황금알을 낳는 거위'로 보는 사람들이 많다. 스마트 알림장 시장을 탐내는 후발주자도 적지 않다. 처음에 2명이던 인원이 14명으로 늘어나는 동안, 열 개 넘게 유사 앱이 출시되었다. 그중에는 4대 그룹 안에 드는 대기업의 앱도 포함된다. 결과는 어땠을까. 키즈노트의 아성은 요지부동이었다. 결국 서비스를 종료한 유사 앱도 3개나 된다.

그럼에도 불구하고, 키즈노트는 아직 헤쳐 나가야할 길이 많이 남아있다. 최대 과제는 국내에서 안정적인 수익모델을 만들어내는 것. 그리고 나아가 해외시장 진출을 적극 추진하여 제 2막을 준비하는 것. 물론 말처럼 쉽지는 않은 일이다. 그래서 최 대표는 요즘 유료 서비스인 프리미엄 버전, 키즈노트를 해외에서도 원활히 쓸 수 있는 글로벌 버전 등 각종 확장 서비스의 개발에 여념이 없다. 아주대 총학생회장 출신으로 영업과 마케팅을 총괄하는 김준용 공동대표는 전국의 보육기관 및 학부모들을 찾아다니며 서비스 확산에 힘을 쏟고 있다.

또 키즈노트가 올해 초에 전격 영입한 맥킨지 전략컨설턴트 출신 차윤지 COO(최고운영책임자)는 국내외 대기업과 서비스 제휴 협상을 하는 등 발 빠른 사업개발을 진행 중이다. S

거대기업 따라잡은

모바일 광고 통합 플랫폼 솔루션 애드립

글로벌 진출 시동거는 모바일 광고 트래픽 국내 1위 기업 **㈜모코플렉스**

mocoplex

창 업 일 2011년 5월
대 표 자 박나라



글로벌 시장 진출을 할 수 있는 플랫폼으로 평가받는 우리나라 모바일 광고 솔루션 기업이다

국내 최초의 모바일 광고 플랫폼 개발

과거에는 TV, 신문 같은 전통 매체가 광고시장의 대세였다. 2000년대 들어 컴퓨터와 인터넷의 보급으로 그 자리를 온라인 광고가 대체하기 시작했다. 이 시장은 구글, 네이버, 다음 같은 거대 포털과 언론사 사이트들 위주로 움직였다. 영향력이 떨어지는 중소 규모 사이트는 광고 노출이나 수익 등에서 절대적으로 불리했다. 그러나 스마트폰의 등장은 모바일 광고의 급팽창을 가져왔고, 기존 온라인 광고시장을 위협하기에 이르렀다. 대형 포털 외에도 경쟁력 있는 앱이 여럿 출시되었다. 전 세계적으로 수백 만, 많게는 수천 만 명의 사용자를 확보한 이들 앱에 광고주들이 주목하는 것은 너무도 당연한 일이다.

새로운 금맥으로 떠오르는 모바일 광고시장. 그 중심에 '모코플렉스'가 있다. 2011년 5월 창업한 모코플렉스는 수많은 앱을 하나의 네트워크로 묶어주는 국내 최초의 모바일 광고 통합 플랫폼인 '애드립'을 개발한 스타트업이다. 애드립을 이용하면 광고주 입장에서는 더 많은 앱에 광고가 노출되기 때문에 이득이고, 매체사 입장에서는 개별 광고주를 일일이 섭외하는 불편 없이 지속적으로 광고를 올릴 수 있기 때문에 폭발적인 인기를 모으고 있다. 현재 애드립을 이용하는 제휴사만 1,800개가 넘고 연동된 앱은 6,800여 개 이상이다. 이용자들이 모바일 광고에 노출된 횟수, 즉 페이지뷰도 한 달에 100억 건에 달한다.

모바일 광고시장의 강자인 구글의 '애드몹', 퓨처스트림 네트웍스의 '카울리', 다음커뮤니케이션의 '아담' 등을 따라잡고 모바일 광고 트래픽 점유율 국내 1위 기업으로 우뚝 선 이

회사는 매년 500%씩 성장 중이다. 올해 매출액은 60억 원으로 예상된다.

29억 원의 투자 유치

창업한지 얼마 되지도 않은 회사에 거액을 선뜻 투자하려는 벤처캐피탈이나 엔젤기업이 많다는 것은 그만큼 기술력과 성장성이 높은 유망주라는 증거이다. 모코플렉스는 2012년 애드립을 론칭한 이후 최근까지 본엔젤스벤처파트너스, 엔텔스, IMM인베스트먼트, 사이버에이전트 등으로부터 총 29억 원의 투자를 유치한 바 있다.

이 회사가 거둔 성과는 많은 부분 '빠른 시장 진입'에 기인한다. 광고시장은 거대 포털의 영역이라는 고정관념 때문에, 다른 스타트업은 모바일 광고시장에 진입하는 것을 시도조차 하지 못했다. 이러한 틈새를 놓치지 않고 경쟁사들보다 먼저 시장에 뛰어들어 적절한 시점에 좋은 제품을 낸다는 전략이 주효했다.

또 하나의 결정적인 요인은 '빅 데이터를 활용한 타겟 마케팅'에 있다. 개발자 출신 CEO인 박 대표가 모바일 앱 이용자나 웹 방문자의 이용행태, 방문경로, 광고효과 등을 실시간으로 추적하고 분석할 수 있는 'RAT(Real-time Ad Tracker)'라는 솔루션을 직접 개발했다. 이를 활용하면 광고주는 각 채널들의 효용성을 정확하게 알 수 있다. 또 맞춤형 광고에 의한 가장 효율적인 타겟 마케팅이 가능하다. 게다가 비용은 무료.

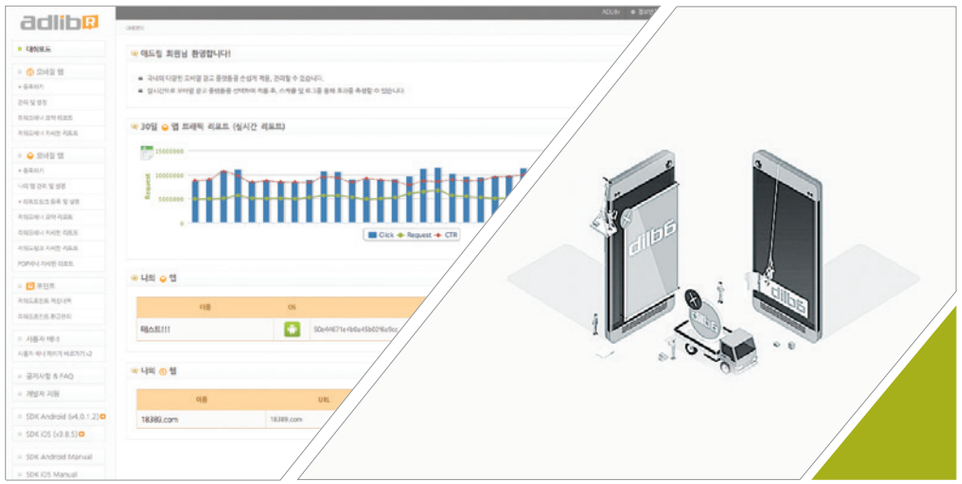
기업 특이사항

Publisher Network	MoM Traffic	Daily Impression	Daily Click
6,800+	12%	8B	27M

선도벤처 연계 창업지원
예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 성공한 선배벤처기업의 노하우를 전수하고 선배기업의 인프라를 활용할 수 있도록 지원
(최대 9천만 원, '14년 예산 75억 원)
☎ 문의 : 042-481-8920

여러 번의 창업으로 담금질된 개발자 CEO

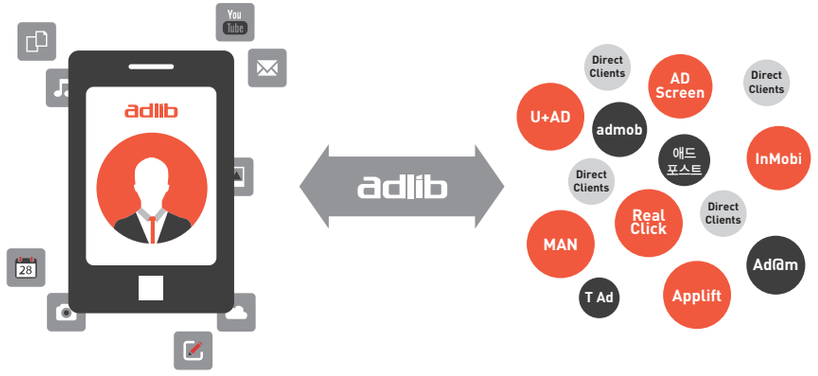
엔지니어 출신의 박 대표가 창업을 성공으로 이끌기까지는 다방면의 지원에 힘입은 바 크다. 우선 2012년, 2013년 연속으로 **선도벤처 연계 창업지원**사업에 선정되어 자금 지원을 받을 수 있었다. 미래글로벌 창업지원센터를 통해 다양한 회계, 법률 등의 지원을 받은 것도 시행착오를 줄이는 데 도움이 된 것이 사실이다. 하지만 그보다 더 큰 자산은 21살이라는 어



린 나이에 스타트업을 시작해서 여러 차례의 실패와 성공을 겪으며 호된 담금질의 과정을 거친 것이었다.

그렇다면 '모바일 광고 플랫폼'이라는 아이디어에 착안한 계기는 무엇일까. 박 대표는 대학에서 컴퓨터공학과를 졸업한 후 그래텍에서 병역특례로 군 복무를 대신했다. 그곳에서 함께 일하던 최병민 씨와 힘을 합해 2007년 '오픈베이'라는 중고장터를 열었다. 그 당시 독일에서 시작되어 전 세계적으로 한창 유행을 타던 'Penny Auction', 한국식으로 표현하자면 '10원 경매'와 유사한 방식을 국내에서 처음 시도한 것이었다.

오픈베이는 한 달 매출이 5억 원을 넘기기도 할 정도로 인기를 끌었다. 하지만 뭔가 잘못 됐다는 자각에 이르게 되었다. 광고를 집행하는데 몇 천만 원씩 돈이 들어가는데, 그 돈이 전부 포털업체로 가는 것이었다. 매출이 아무리 많이 발생해도 수익률은 극히 낮을 수밖에 없는 구조였다. 광고주, 앱 개발자, 매체사까지 모두가 이득을 얻는 윈-윈 전략에 충실한 애드립의 탄생에는 바로 그러한 현실에 대한 문제의식이 깊숙이 깔려 있었다.





글로벌 모바일 광고 플랫폼의 꿈에 도전하다

정보통신정책연구원(KISDI)에 따르면 글로벌 모바일 광고시장의 규모는 2013년 약 13조 4천억 원에서 2017년까지 약 43조 원대로 성장할 전망이다. 4년 동안 세 배가 넘는 성장이다. 모바일 광고에 대한 관심은 글로벌 IT 기업들의 연이은 스타트업 인수로 이어지고 있다. 최근 들어 야후, 페이스북, 트위터 등이 각각 모바일 광고 업체 인수를 발표했다. 특히, 모코플렉스는 우리나라의 모바일 광고 솔루션 기업 중에서 유일하게 한국을 거점으로 해외로 확장시킬 수 있는 플랫폼으로 평가받는다. 그러므로 이 회사가 글로벌 시장 진출을 목표로 하는 것은 지극히 타당하다.

"전 세계적으로 유명한 모바일 앱 중에는 알고 보면 한국인 개발자가 만든 것이 많습니다. 한국은 그 어느 나라보다 모바일 분야에 대한 참신한 아이디어와 탄탄한 기술력을 갖췄습니다."라고 말하는 박 대표. 그의 꿈은 지속적인 기술 개발과 서비스 출시로 글로벌 시장에서도 인정받는 모바일 광고기업이 되는 것이다.

올해 9월, 도쿄에 지사를 설립한 데 이어 일본 광고플랫폼 '애드인테'와도 서비스를 연동했다. 이는 애드립의 글로벌 모바일 네트워크를 더욱 강화하고 일본 비즈니스를 본격화하는 시발점의 역할을 할 것이다. 아울러 북미, 동남 아시아 시장 진출도 목표로 하고 있다. S

진짜 칠판처럼 스크린 위에 썼다 지웠다

세계 최초로 터치되는 전자칠판 빅노트

모든 스크린을 전자칠판으로 만들어주는 인터렉티브 솔루션 전문기업 **㈜아이에스엘코리아**

ISL

창 업 일 2013년 9월
대 표 자 권돌



혁신적 인터렉티브 솔루션 기술을 기반으로 글로벌 No.1 인터렉티브 커뮤니케이션 서비스를 만드는 젊은 기업이다

손에 들고 다니는 전자칠판 '빅노트'

요즘 전자칠판을 사용하는 학교와 학원, 사무실이 늘고 있다. 앞으로 전국의 모든 교실은 스마트 스쿨로 바뀌고, 하얀 분필 가루 폴폴 날리던 칠판은 완전히 사라질지 모른다. 최신 IT기술을 교육에 접목한 스마트 러닝은 세계적 추세. 다만 기존의 전자칠판의 도입비용이 약 1,000~1,500만 원에 달할 만큼 고가인 탓에, 국내에서의 스마트 러닝 구축사업은 일시 중단된 상태에 있었다.

인터렉티브 솔루션 전문회사 '아이에스엘코리아'의 '빅노트'는 이러한 문제를 해결하고 적은 비용으로 전자칠판 시스템을 구축할 수 있게 해주는 제품이다. 무게 230g의 카메라와 전자펜으로 구성되어 휴대가 간편한 빅노트는 가상 화면에 터치가 가능한 세계 최초의 전자칠판이다. 이 제품은 기존의 빔 프로젝터나 TV 등 모든 스크린을 전자칠판으로 사용할 수 있게 해주며, 그 스크린 위에 진짜 칠판처럼 쓰고 지우는 것이 가능하다. 무엇보다 큰 장점은 저렴한 가격. 기존 전자칠판 1대 도입 비용으로 20~30개 교실에 전자칠판을 도입할 수 있다.

2013년 9월 창업한 아이에스엘은 1년여의 짧은 기간에 두드러진 성과를 거두고 있다. 작년 'Seoul T-Stars 2013' 투자오디션에서 입상한 뒤 SBA(서울산업진흥원), 벤처캐피털 2개사 등으로부터 총 13억 원을 투자받았다. 또 ㈜인프라웨어와 기술개발 협력 MOU를, 국내 최대 사설 교육기관인 ㈜엠피디에이와 '차세대 스마트 러닝 시스템 구축' MOU를 체결하였다. 특히 지난 9월에는 SK텔레콤과 국내 총판 계약을 체결하고 50억 원 구매협약을 맺어 업계의 화제가 되었다.

선도벤처 연계 창업지원사업을 통해 창업

아이에스엘은 권돌(CEO), 윤준선(COO), 두 명의 창업자가 공동으로 설립한 회사이다. 두 사람은 1999년 1차 벤처 붐 시기에 각각 창업을 하였으나 경험 부족으로 실패를 한 경험을 가지고 있다. 첫 번째 창업의 실패 후 10여 년간 권 대표는 제품개발 및 기술개발 분야에서, 윤 부사장은 사업설계 및 경영기획 분야에서 전문성을 강화시키며 언젠가 다가올 재창업의 기회를 차근차근 준비하였다.

권 대표는 이 시기 전자칠판 회사에 입사하여 영업활동을 하던 중 사업화의 가능성을 처음 발견했다. 소프트웨어 칠판으로 대체하고 몇 가지 기능을 추가하면 사용 편의성을 높이면서 가격도 낮출 수 있어 대박을 터뜨릴 수 있겠다는 판단이었다. 그러나 회사는 그의 제안에 긍정적이지 않았다.

회사를 뛰쳐나와 새로운 전자칠판 개발을 시작했다. 약 2년간의 우여곡절 끝에 개발에 성공, 본격적인 창업에 나섰다. 2년 뒤 소프트웨어 전자칠판 개발을 끝내고 본격적인 사업화를 결심했다. 2013년 3월 권 대표가 정부의 선도벤처 연계 창업지원사업에 선정되고, 이 사업 운영기관의 담당자 소개로 윤 부사장을 만나면서 둘은 의기투합, 그 해 9월에 아이에스엘을 공동설립하기에 이른다.

기업 특이사항

- 2014 SK텔레콤 국내총판
- 2014 ㈜인프라웨어와 기술개발 협력
- 2014 러시아,키르키즈스탄, 카자흐스탄수출

선도벤처 연계 창업지원
예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 성공한 선배벤처기업의 노하우를 전수하고 선배기업의 인프라를 활용할 수 있도록 지원
(최대 9천만 원, '14년 예산 75억 원)
☎ 문의 : 042-481-8920

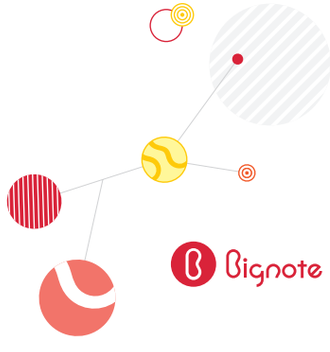
SK텔레콤과의 다각적 협력관계 구축

막상 창업은 했지만, 생산부터 판로까지 모든 것이 막막했다. 다행히 SK텔레콤의 창업지원 프로그램인 '브라보! 리스타트'의 지원으로 아이에스엘은 본궤도에 올라설 수 있었다. 이 프로그램은 대기업과 중소기업의 동반 성장, 그리고 창조경제의 실질적 뒷받침을 위해 SK텔레콤이 작년 5월 처음으로 도입했다.

여타의 창업지원 프로그램들이 청년층을 중심으로 운영되는 데 비해, '브라보! 리스타트!'는 40대 이상 중장년층을 지



원 대상으로 한다. SK텔레콤은 아이에스엘의 혁신적인 기술력을 높이 사 과감한 투자를 결정했다. 스마트 러닝 등으로 커지는 전자칠판 시장의 가능성을 보고 승부수를 던졌다. 국내 총판 계약, 50억 원 구매협약 체결과 동시에 2억 원을 지원했다. 공통 사업전략을 수립하는 한편 기업고객 대상 총판 체계까지 구축했다. 사업화에 필요한 자금 뿐만 아니라 가장 중요한 유통까지 해결된 셈이다.



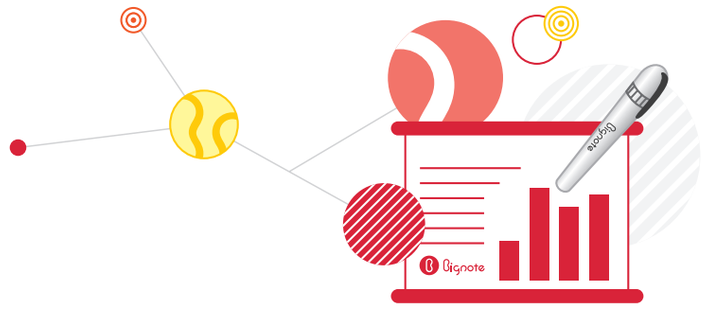
이 같은 협력관계는 다양한 분야에서 구체적인 성과로 나타나기 시작했다. 상하이 모바일 아시아 엑스포(MAE), 월드 IT쇼 전시회 등에 참가하여 SK텔레콤과 공동 전시를 하는 기회까지 제공받을 수 있었다. 최근에는 웅진씽크빅 직영 유치원들에 대한 빅노트 공급이 성사되기도 했다.

세계 최초의 기술로 글로벌 진출 가속화

국내의 스마트 스쿨 보급현황은 미국이나 일본 등 선진국은 물론이고 중국, 터키, 브라질 등 신흥국보다도 낮은 수준이다. 아이에스엘은 지난 9월 빅노트 V1.5의 공식 출시를 기점으로 국내에서의 시장 지위를 굳히기 위한 본격적인 영업 및 마케팅에 박차를 가하고 있다. 글로벌 시장에서는 러시아 · 키르키즈스탄 · 카자흐스탄 수출 MOU 체결, 일본의 글로벌 기업 엑세스와 30억 규모의 인도네시아 – 베트남 수출 협약 체결, 중국 유치원 프랜차이즈 업체와의 시범도입 계약 등을 통해 해외진출을 가속화하고 있다. 일본 및 중국을 우선 공략지역으로 하고, 이어서 미국 및 유럽으로 점차 영역을 넓혀간다는 계획이다.

현재는 빅노트 V1.6, V1.9, V2.0 등 차기 출시 예정인 제품개발이 한창이다. 단순한 전자칠판 제품 판매가 아닌, 관련 기술을 결합한 원격 회의 시스템 솔루션과 각종 콘텐츠의 서비스 등 다양한 사업도 준비 중이다. 아울러 국내외 소외지역의 교육 인프라 보급, 유니세프 후원과 같은 공익적 활동을 통해 함께 하는 세상을 만드는 데도 꾸준히 기여하려 한다.

기존 전자칠판 관련 빔 프로젝터 제품의 대부분을 일본과 대만 회사가 장악하고 있는 현실에서, 세계 최초의 인터렉티브 기술력을 기반으로 '메이드 인 코리아'의 도전장을 당당하게 내민 회사. 최근 2~3개 벤처캐피탈사와 진행 중인 총 20억 원 규모의 추가 투자 유치가 성사되면, 아이에스엘은 더욱 힘차게 세계로 날아오를 것이다. S



돈 없어도 사업 몰라도 아이디어만 있다면 누구나 OK

사람들의 생각이 실현되는 아이디어오디션

집단 지성 모아 아이디어 구체화, 제품화 연결해주는 협동조합형 창업 플랫폼기업 ㈜아이디어오디션

IDEA AUDITION

창 업 일 2012년 8월
대 표 자 김광호



누구나 창의적 아이디어를 자유롭게 창업, 상업화 할 수 있는 아이디어 실현 플랫폼

대한민국 창업 플랫폼, 아이디어오디션

수 년 전부터 오디션 프로그램이 인기다. 가수부터 아나운서까지 종류도 다양하다. 그중에서도 유난히 눈에 띄는 오디션이 있다. 평범한 사람들의 아이디어를 상품화하거나 창업으로 연결시켜 주는 사이트 '아이디어오디션'이 바로 그것이다.

아이디어오디션(www.ideaaudition.com)은 ㈜아이디어오디션이 2012년 11월에 개설한 개방형 창업 플랫폼의 이름. 회원으로 가입한 200여 명의 전문가 집단과 2만여 명의 네티즌들이 집단지성을 발휘하여 각 아이디어의 시장성을 평가하고 보완할 점을 제시하며, 자유롭게 발전시켜 나가는 '크라우드 소싱(Crowd Sourcing)' 방식을 취하고 있다. 아이디어 제안, 시장 조사, 디자인 개발, 시제품 개발, 생산 및 유통사 선정 등 창업의 A에서 Z까지 모든 과정이 한 곳에서 이루어진다.

11월 28일 현재 17,178건의 아이디어가 응모되고 95,380명이 참여할 만큼 호응이 높다. 이 가운데 29건이 완제품으로 출시되었고 지식재산권으로 119건이 등록되는 성과를 거두었다. 상품화된 아이디어는 현대홈쇼핑, 쿠팡 등의 유통채널을 통해 만나볼 수 있다. 3개의 컵이 달려 음식끼리 섞이지 않는 '곰발접시'와 접시에 홈을 파서 기름이 쏙 빠지도록 한 '블랙홀'이 짝을 이룬 '오리엔탈 브런치 세트'가 대표적이다. 이 세트는 지난 8월 27일 현대홈쇼핑에서 판매 개시 50분 만에 1,200세트 완판기록을 세워 1억 원의 매출을 올리며 본격적으로 이름이 알려졌다. 이후 현대백화점 스트리트 상품으로 입점하는 데 성공, 하루에 50~80만 원의 매출을 올리고 있다

고 한다.



무한상상 국민창업 프로젝트

현대홈쇼핑의 '오리엔탈 브런치 세트' 판매는 정부의 창조경제 실현 계획의 일환으로 공동 기획한 무한상상 국민창업 프로젝트에서 나온 것이다. '생활 속의 아이디어 하나로 온 국민 누구나 창업할 수 있는 시대'를 만들자는 취지로 작년 7월에 처음 시작됐다. 이를 위해 중소기업청은 현대홈쇼핑, 아이디어오디션, 창업진흥원과 협약을 맺었다. 아이디어오디션 상품을 현대홈쇼핑에서 판매하기로 하되, 협약의 취지에 따라 판매수수료는 받지 않는다. 대신 아이디어 등록자, 아이디어를 발전시킨 네티즌, 전문가, 제조업체 등에게는 매출액의 약 7%에 해당하는 수익금이 분배된다.

무한상상 국민창업 프로젝트의 진가는 해외에서도 인정하기 시작했다. 지난 9월 일본 현지 기업 세이와(Seiwa)와 파트너십 협약을 체결함으로써 아이디어오디션 플랫폼 해외 수출의 첫 물꼬를 텄다. 또 11월에는 일본 최대의 아이디어 제품 유통회사 '도큐핸즈'에 아이디어오디션 상품이 진열되기 시작했다. 아울러 아이디어오디션 플랫폼의 일본어, 러시아어 버전 출시도 추진되는 중이다.







무한상상 국민창업 프로젝트

일반 국민의 상상력 및 아이디어가 사업화 될 수 있도록 "아이디어 사업화 플랫폼(아이디어오디션, www.ideaaudition.com)"을 구축하여 국민 누구나 참여가 가능하며, 아이디어가 사업화 될 경우 발생된 수익의 일부를 아이디어 제안자 등에게 배분

☎ 문의 : 042-481-4535

아이디어오디션 운영회사, ㈜아이디어오디션

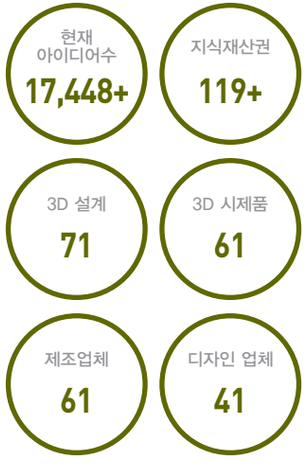
'아이디어오디션'이라는 아이디어는 ㈜아이디어오디션 김광호 대표의 개인적 경험에서 출발했다. 김 대표의 어머니는 메모홀더와 펜홀더가 합쳐진 아이디어 상품을 발명했지만, 판로가 없어 투자비용을 몽땅 날릴 판이었다. 어머니의 가슴앓이를 옆에서 지켜보며 한 가지 아이디어를 떠올렸다. 개인이 가진 좋은 아이디어를 전문가 멘토 시스템을 통해 상품으로 만들고 판로까지 해결해주는 크라우드 소싱 서비스를 개발하는 것이었다. 그는 아이디어를 비즈니스 아이템으로 구체화시켜 중소기업청 사업 아이디어 공모전에 제출했다. 10:1의 치열한 경쟁을 뚫고 사업 지원 대상으로 선정되었다. 이후 아이디어



오디션이라는 회사를 설립하고, 아이디어오디션 사이트를 정식으로 오픈했다.

그렇게 해서 탄생한 아이디어오디션의 아이템 1호는 김 대표 어머니가 발명한 '클립볼'이다. 전문가와 바이어, 투자자 등의 심사 및 멘토링을 거쳐 출시된 지 한 달 만에, 클립볼은 판매량 10만 개를 달성하는 대박상품이 되었다. 이로써 전업주부였던 김 대표의 어머니는 연 매출 2억 원대의 CEO로 변신하는 데 성공했다.

기업 특이사항



아이디어오디션의 성공전략

아이디어오디션의 최대 경쟁력은 아이디어 제공자, 디자인회사, 제조업체, 네티즌, 전문가 평가단들이 수익을 나누는 협동조합 형태라는 점이다. 즉 아이디어가 성공했을 때 모두가 로열티를 공유하는 구조이기 때문에 자발적 참여를 유도하기에 용이하고, 창업 실패에 대한 부담도 훨씬 적다. 또 네티즌과 전문가들이 서로의 아이디어들을 검증하고 보완하는 과정에서 좋은 아이디어도 더욱 좋아질 수 있는 시스템이다.

즉, 아이디어오디션은 참신한 아이디어가 있지만 자본과 창업 준비가 부족한 사람들을 위한 최고의 상품화 기회이다. 남녀노소, 성별, 국적, 학력에 관계없이 대한민국 사람이라면 누구나 참여할 수 있고 성공할 수 있는 창업 플랫폼인 것이다. 특히, 아이디어오디션은 타 공모전에 비해 '진입장벽'이 낮다. 간단한 스케치 등 아직 구체적이고 정교하지 않은 아이디어라도 집단지성의 도움을 받아 상품화가 가능하다.

만약 누군가 좋은 아이디어를 가지고 있다면 그 사람이 가장 먼저 할 일은 아이디어오디션에 회원 가입을 하고 아이디어를 등록하는 것이다. 이후 아이디어를 제품화할 지, 창업화할 지 선택해야 한다. 제품화는 아이디어를 전문기업에 파는 것이다. 직접 사업을 하는 부담을 떠안지 않고 매출에 따른 일정 수익만 받으면 된다.

자신의 아이디어로 직접 사업을 하고 싶다면 창업화를 선택하면 된다. 네티즌과 전문가들의 평가를 거쳐 창업화 아이템으로 선정되면 창업진흥원의 멘토링 캠프를 통해 다양한 창업교육을 받을 수 있다. 시장성, 구체화 가능성 등의 평가를 통과해 아이디어가 최종 선정되면, 정부로부터 최대 5,000만 원까지 창업자금을 지원받을 수 있다. S



놀이와 공부를 넘나드는 완구와 IoT 기술의 융합

언어 및 연산학습용 지능형 블록

가지고 놀면 학습데이터가 쌓이고, 이를 다시 학습 컨텐츠로 고도화하는 선순환 플랫폼 확장 ㈜프레도

창 업 일 2014년 4월
대 표 자 김관석



블록 완구에
사물인터넷 IoT 기술을
적용하여 제조한 스마트
블록, 새로운 교육
플랫폼을 만들다!

블록완구 + IT + 교육콘텐츠 + 사물인터넷 = ?

블록 완구에 IT를 접목시켜, 놀기만 하면 공부가 된다? 얼핏 평범한 블록과 차이점이 없어보이는 지능형 블록. 영어 단어가 쓰인 블록들을 연결해 문장을 완성하자 원어민의 발음과 정답임을 알려주는 화면이 나온다. "I" "am" "a" "princess" 신기한 마음에 어순을 바꾸어 연결해 보았다. "I" "a" "am" "princess" 그러자 이번엔 땡! 소리와 함께 "어디가 문제인지 다시 한번 해보자~" 재도전 메시지가 들린다. Play & Learn, Do!를 의미하는 ㈜프레도의 영문명 PLEDO. 그 이름처럼 지능형 블록을 두고 장난감과 교재의 구분은 무의미해 보인다.

쌓기 놀이 장난감으로 활용되던 기존 블록 완구에 IT와 교육 콘텐츠, 사물인터넷(IoT) 기술을 융합했다. 영어공부 뿐이 아니다. 숫자와 기호를 이용해 수식을 완성하거나 한자가 쓰인 블록으로 사자성어 공부를 할 수도 있다. 오감을 자극하는 놀이를 통해 언어의 구조와 사칙연산의 원리를 쉽게 배울 수 있게 한 것이 바로 지능형 블록이다.

수 년전, 아들이 한글 공부하는 것을 보고 블록을 통한 학습방법을 처음 떠올렸다. "ㄱ"이 쓰인 블록과 "ㅏ"가 쓰인 블록을 연결하면 "가"를 알려주는 식. '왜 하필 블록이었습니까?'라는 질문에 "아이들이 가장 좋아하는 장난감이니까요." 김 대표의 답은 짧지만 명쾌했다.

그동안 스마트 기기로 아날로그식 유아교육을 대체하려는 시장의 시도가 없었던 것은 아니었지만, 결과는 실패였다. 이에 대해 김 대표는 "두뇌가 활발하게 발달하고 있는 아이들

은 오감을 동원해 보고, 듣고, 만지며 놀아야 합니다. 스마트 기기가 아날로그 장난감을 대신할 수는 없다고 생각합니다. 스마트 기기는 보조재로 활용하는 것이 효과적입니다."라고 견해를 밝혔다.

하루를 3등분 하는 남자

휴일도 없이 매일 새벽 5시에 일과를 시작하는 김 대표는 하루를 3등분해 산다. 벤처 1세대 멘토링센터(미래창조과학부가 지원)를 통해 만나게 된 IT창업 전문가 윤정자 멘토는 수개월간 그의 멘토링을 진행하면서 ㈜프레도의 성공을 확신했다.

05:00~10:00 – 각종 공모전 준비, 10:00~18:00 – 제품개발 및 미팅, 18:00~22:00 – 상품 및 마케팅 기획. 시간활용을 극대화하는 열정적인 그의 모습을 보았기 때문이다. 설립 1년이 안되는 작은 기업 ㈜프레도가 불과 수개월 만에 일구어 낸 성과는 웅골차다. 창업선도대학 합격, 벤처1세대 멘토링 지원사업 합격, 1인 창조기업 지원사업 합격, IoT기업가 육성사업 합격, 대기업 창업 인큐베이팅 프로그램 합격, 언론사와의 50억 마케팅 지원계약 성사까지. 요즘은 15kg쯤 되는 지능형 블록 패키지를 큰 가방에 넣고, 대중교통으로 서울, 인천, 경기도 등에 있는 다양한 기업체를 돌아보는 것이 김 대표의 일과라고 한다.

무엇이 그를 이렇게 열정 넘치게 만들었을까. 그는 오랫동안 꾸어온 자신의 꿈과 목표를 이야기했다.

기업 특이사항

- '14.5. 창업선도대학 창업사업화 지원
- '14.6. 벤처 1세대 멘토링 지원사업
- '14.7. 미래부 'IoT기업가 육성사업'
- '14.10. 산학연 R&D과제
- '14.11. 미래부 주최 IoT전시회 수상

"돈 걱정없이 전통문화와 공예기술을 배울 수 있고, 연구와 발전까지 충분히 지원하는 학교를 만들어 국가와 사회에 보탬이 되고 싶습니다. 그러기 위해선 당연히 돈이 필요하죠. 다시 말해, 먼저 이 지능형 블록이 성공해야 합니다."

받는 것보다 쓰는 것이 중요한 정부자금

초기 스타트업에게는 원래 있는 것보다 없는 것이 많다. 없는 것들 중에서도 가장 없는 것은 바로 자금. 김 대표는 창업한 달 만에 중소기업청 **창업선도대학** 창업아이템 사업화에 최종 합격해 5,500만 원을 지원받았다. "정부자금을 테스트 자금이나 쉽게 써도 되는 돈이라 생각하면 절대 좋은 결과가 나오지 않습니다." 지원을 받는 것보다 받은 지원을 어떻게 활용하느냐가 더 중요하다는 김 대표의 철학은 확고했다. '정부자금과 내 밑천을 합쳐서 생각해야 한다. 상용화까지 내다보는 종

창업선도대학
예비창업자 또는 창업 1년 미만 대상으로 창업교육 – 시제품제작 – 마케팅 등 사업화 전과정을 패키지로 지원하는 전문기관 (사업화 자금 최대 7천만원, '14년 예산 508억원)
☎ 문의 : 042-481-3960



합적인 자금전략을 수립해야 한다.' 그의 지출 원칙에서는 묵직한 진지함이 느껴졌다. 아이디어와 상용화기술에 집중하던 그에게 필요한 것이 또 있었다. 바로 어린이들에게 매력적으로 다가갈 수 있는 예쁜 디자인. 중소기업청의 **1인 창조기업 마케팅 지원** 사업을 통한 캐릭터 기반 CI와 BI의 제작은 성공적으로 마무리 되었다.

홍보와 마케팅은 언론사의 지원을 받았다. 50억 원의 현물 지원 계약이 성사되었다. 양산용 부품 조달과 상용화를 위한 기술개발은 미래창조과학부가 함께 했다. IoT 글로벌협의체에 소속된 국내외 기업과의 비즈니스 매칭 기회를 지원받아 인텔과는 협력 계약을, SKT와는 업무협력 계약을 체결할 수 있었다.

가지고 놀수록 데이터가 쌓인다

지능형 블록은 단순히 정답과 오답을 알려주는 장난감이 아니다. 놀이를 통한 자녀의 학습 상황이 데이터화되어 교사와 부모에게 전송되고, 이는 교육정보로 유용하게 활용된다. IoT(사물인터넷)기술 덕분이다. 내 아이의 정보만을 말하는 것이 아니다. 전 세계의 어린이들이 ㈜프레도의 지능형 블록을 가지고 놀수록, 가치있고 의미있는 '빅데이터'가 쌓이게 된다.

그리고 쌓인 데이터를 이용해 더 효과적인 서비스와 컨텐츠를 만들 수 있다. 그렇게 판매된 서비스와 컨텐츠는 소중한 데이터가 되어 다시 돌아온다. 빅데이터를 이용한 새로운 서비스와 컨텐츠가 계속 개발될 것이고, 데이터의 축적도 지속될 것이다. 지능형 블록을 중심으로 한 어린이 학습 생태계가 선순환을 그리며 성장하게 되는 것이다.

아울러 김 대표는 지능형 블록을 플랫폼화할 것을 예고하며, 이를 통해 선순환 생태계로의 개방 계획을 밝혔다. 표준화와 글로벌 시장 진출이 용이한 아이템 지능형 블록. 김 대표는 "어느 나라 아이들이건, 영어와 덧셈 뺄셈을 배우는 것은 똑같다"고 말하며 "수백조원에 달하는 글로벌 유아교육 및 학습 시장에 진출해 세계적인 기업으로 성장하는 것"을 목표로 정했다. S







1인 창조기업 마케팅 지원

우수 사업 아이템을 보유한 1인 창조기업에게 마케팅 및 홍보에 필요한 비용의 일부(80%)를 지원(1천만 원 내외, '14년 예산 50억 원)

☎ 문의 : 042-481-4554

청년창업사관학교 1기 우수 기술 벤처기업

본격 해외 진출하는 희귀병 DNA 진단키트

아이디어와 기술력의 젊은 바이오 벤처 기업 **㈜진스랩**

GLS 주식회사 진스랩

창 업 일 2008년 11월
대 표 자 장욱진



최고의 생명공학관련 아이디어와 기술력으로 세계 진출을 하다

희귀유전질환과 풍토병 연구로 틈새시장 공략

의학 연구소와 병원에 외국산 제품보다 좋은 제품으로 알려진 국산 "유전자 활용 DNA 진단키트"가 있다. ㈜진스랩의 대표 제품이다. 진스랩은 희귀유전질환이나 뎅기열과 말라리아 같은 특정지방 풍토병을 집중 연구한다. 영리한 틈새시장 공략으로 매년 20% 이상의 성장과 꾸준한 영업이익을 달성 중이다. 장욱진 대표는 고려대학교 생명공학대학원을 졸업하고 국내 바이오벤처 1호 기업의 해외영업부에서 10여 년간 근무했다. 업계 네트워크를 다지는 시간이자 산업의 흐름을 읽는 눈을 뜨게 해준 경험이었다. 몸 담았던 회사가 성장하는 것을 보면서 '내 사업을 해보자'는 꿈을 키웠다.

둘째 아이가 태어나자마자 회사를 그만 두었다. 가족의 반대에 2년만 참아달라는 약속으로 일단 동의를 얻었다. 동료와의 진지한 논의 끝에 동업으로 사업을 시작했다. 장 대표가 연구소장을, 영업맨 출신인 동업자가 대표를 맡았다. 하지만 대리점 영업으로 자금을 불리는 것에만 몰두하는 당시 대표와 이견이 좁혀지지 않아 결별했다. 그의 남은 자본금이라곤 전세자금이 전부. 아내를 설득해 아이들을 데리고 처가에 들어가 살았다. 그렇게 마련한 자금으로 다시 사업을 시작했다. 혼자서 제품도 개발하고 영업도 뛰었다. 선배들과 교수님들의 도움을 받으며 사업은 조금씩 기반을 닦아나갔다. 전 직장에서 함께 사업의 꿈을 꾸던 동료들도 합류했다.

진스랩의 기술력은 협업하던 가톨릭대 성모병원의 대표 박사를 연구소장으로 영입하며 크게 발전했다. 연구중심의 회사로서 본격적인 제품 개발을 시작하게 된 것.

기술력 좋은 회사가 망하는 이유

"사려는 이가 없으면 아무리 세계 특허를 받은 제품이라고 해도 수명이 길 수 없습니다. '맨땅에 헤딩'은 창업할 때 가장 경계해야 할 오류이지요."

수많은 창업기업들이 기술만 믿다 사라진다. 기술력을 과장해 자금을 받아 제품을 양산하지만 결국 팔 데가 없어서 망하는 것이다. 장 대표는 기술 개발에 앞서 충분한 사전 조사로 수요를 파악할 것을 강력히 권한다. 허나 돌다리를 두드려 가며 건너도 피할 수 없는 위험 또한 있기 마련. 고비 때마다 정부의 지원책을 적극 활용해 위기를 기회로 만들었다. 사업 초기, 전세자금을 동원하는 등 자금 확보에 많은 어려움을 겪던 장 대표는 중소기업진흥공단에서 운영하는 청년창업사관학교에 1기로 입교했다. 창업 기업을 위한 정부 지원책을 이용하면 정부 사업에 우선 선정될 수 있고 국내는 물론 해외의 판로를 개척할 때에도 도움을 받을 수 있다.

진스랩은 청년창업사관학교 목표과제였던 '특수 유전질환의 DNA 진단키트' 개발을 성공적으로 수행, 이후 중소기업청, 보건복지부 등 다양한 부처의 국책과제도 따내며 이를 생산과 판매로 연결시켰다. 6년간 외부 투자 없이도 꾸준한 매출 증가와 고용창출이 가능 했던 비결인 셈이다.

2014년에는 청년창업사관학교 글로벌진출 지원 사업에 선정되었다. 국내시장을 발판으로 해외로 눈을 돌린 것. 해외진출에 필요한 수출 마케팅 교육 등 여러 지원을 받고 있는 진스랩은 올해 매출 목표를 작년(17억 원) 대비 80% 성장한 28억으로 잡으며 수출 기대감을 보이고 있다.

기업 특이사항

- '13.8 코스닥기업 인포피아에 인간 백혈구 유전형 진단키트 기술이전
- '14.5 아산병원 유전자 DNA 추출방법 기술이전 사업화 성공
- '15. 초 미국DNA LINK 슬라이드로부터 유전자 추출 키트 OEM 납품 예정

아빠는 사업 확장 중

세 딸을 둔 아빠, 장 대표의 최근 관심사는 투자유치이다. 창업 이래 현재까지 외부 투자를 받지 않고 성장해왔으나, 이제는 확장을 위한 투자가 필요한 시점이라고 판단. 관련 업무에 집중하고 있는 중.

진스랩은 세계적인 바이오 기업과 좋은 조건의 투자계약을 앞두고 있다. OEM 생산을 통한 소재 납품건 협의도 진행중이다. 코스닥 상장 기업에 기술이전을 해주는 조건으로 기술이전비와 10년간의 로얄티에 대한 계약을 했고, 아산 병원에서는 거꾸로 기술이전을 받아 제품 사업화에 성공해 식품의약품안정청에 등록을 하는 등 활발한 기술교류에도 노력 중이다.



그동안 진스랩의 고객은 병원이나 연구소의 박사님들뿐이었지만, 일반 소비자를 위한 제품도 출시했다. DNA 액자가 그것. 엄마와 아빠의 유전자가 하나하나씩 아이한테 들어가는 모습을 볼 수 있다. 한 가족의 뿌리를 알 수 있는 기념품으로 가족임을 증명할 수 있는 생물학적인 증명서인 셈이다. 세 딸 아이의 얼굴을 보는 것으로 하루를 시작한다는 장 대표. 아빠의 사랑이 담긴 기획물이다.

글로벌 10대 분자 진단 회사를 꿈꾸다

청년창업사관학교 글로벌진출 지원 사업 선정에 몇 달 앞선 2013년 10월. 진스랩은 말레이시아에 MDX biotechnology라는 합작 벤처사를 설립하여 동남아 진단시장 진출을 위한 기반을 구축했다. 공동 브랜드를 만들어 더운 지방에서 많이 발병하는 질병에 대한 진단 키트도 함께 개발 중. 이미 말레이시아 현지 연구소에 수족구 바이러스와 결핵균 진단키트를 수차례 공급해 호평을 받은 바 있다. 20여 가지 진단 관련 시약도 수주해 둔 상태이다.

동남아는 한류와 정치적인 이유로 미국, 일본보다 대한민국에 호의적이라고 한다. 말레이시아 합작 기업을 필두로 필리핀, 인도네시아, 호주까지 빠르게 진출할 수 있을 것으로 기대하는 것은 물론, 인구의 60%가 이슬람교도인 말레이시아에서의 경험을 활용해 다른 이슬람권 국가까지 사업 지역을 넓힐 계획을 갖고 있다.

"㈜진스랩의 비전은 글로벌 10대 분자 진단회사를 만들어 가는 것이고 목표는 5년 내에 코스닥 시장에 상장해서 세계로 뻗어갈 수 있는 발판을 만드는 것입니다." 창업 이래 6년간 적지 않은 위기를 극복해온 젊은 CEO의 성공을 향한 신념과 열망을 담은 포부이다. S



청년창업사관학교
청년기술창업자에게 창업공간, 창업교육 및 전문가 코칭 등 사업계획 수립부터 개발 · 사업화까지 창업의 전 과정을 일괄 지원하는 기관(최대 1억 원) ☎ **문의 : 042-481-3960**

New Frontier in Biotechnology
Genes Laboratories

중국의 저가공세 극복할 고부가가치 원천기술

원가 절감하는 태양전지 신소재 개발

소재 제조부터 발전 설비 시공까지, 태양광 전문기업 ㈜앰페코

앰페코 mpeco

창 업 일 2012년 5월
대 표 자 허장은



태양광, 화학,
전자재료 사업을 바탕으로
인류사회 발전에 공헌하는
글로벌 에너지 기업

저비용 고효율의 신소재 개발 성공

차세대 신성장 동력, 무한 에너지원으로 태양 에너지가 각광받고 있다. 태양광 산업 시장은 현재 해마다 150% 성장 중이며, 2013년 말 기준, 전 세계에 원자력 발전소 35개 발전 용량의 태양광 발전 설비가 설치되어 있다. 허장은 대표는 태양전지 중에서도 전극, 전극 중에서도 그 재료에 집중한다. 그동안 태양전지 전극의 재료는 고가의 은(Ag)으로 만든 페이스트(전지에서 전해액의 취급이 용이하도록 만든 풀 같은 물질)였다.

동종업계 모두가 원가를 절감하고자 은(Ag)을 대체할 방법 찾는 데 많은 노력을 기울였다. 경쟁사를 포함한 기존의 기업들은 은(Ag)을 완전히 사용하지 않는 것은 힘들다 판단하여 대개 수십%의 은과 구리를 혼용하는 방법을 연구했다. 하지만 앰페코의 신소재에는 은이 전혀 쓰이지 않고 대신 구리가 사용된다. 전기적 신뢰성과 에너지 생산효율을 놓치지도 않았다. 말 그대로 저비용 고효율의 재료를 개발하는 것이다. 가공 상의 이점으로 적용가능 범위도 더 넓어져 시장에 미치는 효과가 클 것으로 예상된다.

앰페코는 구리로 은을 대체하는 기술로 특허를 받고 상용화를 진행 중이다. 태양에너지 개발 원가를 30% 절감 가능하며 원가절감이 절실한 경기 불황 상황이 오히려 호재로 작용할 예정이다. 태양전지 전극용 페이스트 시장은 태양광 에너지 산업의 규모가 커지는 것에 따라 2012년 3조 규모에서 오는 2017년에는 4조 5천억시장으로 성장할 것으로 전망된다. 구리 페이스트 선두 개발사로서 신소재 시장에 독과점 진입이

예상되며, 2020년에는 전체 페이스트 시장의 20% 점유가 목표이다. 해외고객사로부터 신소재 페이스트 제품을 매년 10톤씩 공급하는 구매의향서를 받았다. 연간 천만불 규모이다.

중국에게 내준 시장, 앰페코가 찾아오겠습니다

만화영화 우주소년 아톰. 주먹을 뻗은 채 하늘을 나는 로봇이 주인공 아톰이다. 태양광 에너지 전문 기업 앰페코의 허장은 대표는 아톰을 좋아하는 소년이었다. 아톰은 어떤 연료를 에너지로 쓰길래 우주까지 날아갈 수 있는 걸까? 궁금증 끝에 꼬마는 태양 에너지에 관심을 갖게 되었다. 허장은 대표는 고려대학교 금속공학과에서 태양전지에 대한 연구로 석사학위를 취득했다. 이후, 삼성전자에 입사해 반도체 및 태양광 분야 R&D를 담당 후, LG전자에서는 태양광 사업전략과 해외영업마케팅팀에서 근무했다. 명실공히 태양광 전문가이다.

기업에 근무하는 동안 태양광 사업이 중국에 뒤처지는 것을 지켜보았다. 기술적 우열이 뚜렷한 반도체 분야와 달리, 태양광 부문은 국가별 기술 수준의 차이가 크지 않았기 때문이다. 기술적 차별성이 크지 않은 태양광 시장은 가격에 민감해졌고, 저가 공세를 펼치는 중국 업체들이 시장점유율을 올렸다. 그 결과 2014년 현재, 중국은 전 세계 시장의 70%를 차지했다.

하지만 가격에 민감하다는 것은 기술적으로는 특별한 경쟁자가 없다는 뜻이기도 하다. 허 대표는 확실한 기술이면 시장을 선도할 수 있다고 판단한다.

기업 특이사항

- '12. 7 중국 글로벌 화학기업 제품 국내 판매계약 체결
- '13. 1 대만 글로벌 태양광 기업과 태양전지 전극재료 구매 LOI 체결(연간 천만불)

연간 매출액(억 원)



정부 지원책 활용 비법 대공개

성장하고 있는 태양광 산업이지만 아직은 비교적 높은 제조원가 때문에 화석 연료, 원자력 등 기존 에너지원들과 정면으로 경쟁하기에는 부족한 실정이다. 그동안 각국의 태양광 기업들은 정부의 보조금 제도를 통해 사업을 해왔다. 다시 말해 경기가 나빠 정부 보조금이 줄어들면 그만큼 기업의 손실로 직결된다는 뜻이다. 일개 기업으로서 어쩔 수 없는 부분이 많은, 경기 의존성이 높은 시장이었다.

그런데 최근 화석연료 에너지의 원가 상승으로 태양광 에너지와 원가 차이가 줄어드는 추세이다. 경기 부침과 독립적으로, 대등한 경쟁과 성장의 가능성이 가까워지고 있다. 원가 요인과는 별도로, 환경적 요인도 영향을 미친다. 각국에서는 산업 관련 법과 정책을 통해 녹색성장 동력원으로 태양광 산업을 적극 지원하고 있다. 앰페코는 3년이 안되는 짧은 기간



동안 태양전지 전극에 관한 특허 2건을 등록했다. 벤처기업에도 선정되었다. 이 바쁜 행보는 정부의 중소기업 지원책이 함께 했다. 기술보증기금의 R&D 개발자금 보증을 통해 창업 초기 사업 자금을 확보했다. 기술보증기금에서는 창업단계에 맞추어 기술 개발 자금, 시제품 생산에 필요한 자금, 사업화와 양산에 필요한 자금을 지원해준다.



정부의 **창업맞춤형사업화 지원**에도 참여했다. 대상으로 선정되면 크게 두 가지의 지원을 받을 수 있다. 자금과 교육이다. 창업 사업화에 필요한 자금을 최대 5,000만 원까지 지원한다. 뿐만 아니라 기업 운영에 필요한 회계, 법률 등 교육 프로그램과 멘토링이 창업 각 단계에 맞추어 이루어진다. **창업인턴제도**를 이용하여 인력문제도 해소할 수 있었다. 다각도로 정부 지원을 다양하게 활용할 수 있었던 노하우를 묻자 허대표는 주저없이 답했다. "지속적으로 문의했습니다."

창업맞춤형사업화 지원
예비창업자 또는 창업초기기업(창업후 1년 이내)에게 창업자가 선택한 창업지원기관을 통해 시제품 제작, 인건비 및 마케팅 등을 지원 (최대 50~100백만 원, '14년 예산 499억 원)
☎ 문의 : 042-481-4409

창업인턴제(Venture for Korea)
예비창업자에게 선배 벤처기업 현장 근무(인턴) 기회를 제공하여 실무 습득을 통해 성공적인 창업을 지원(인턴비용 최대 80만원, 사업화 자금 최대 1억 원, '14년 예산 50억 원) **☎ 문의 : 042-481-4426**

2050년 세계 에너지 100대 기업이 목표

허장은 대표에게 요즘 큰 이슈는 태양광 에너지의 다운스트림 영역에서 역량을 강화할 방법을 모색하는 것이다. 이를 위해 얼마 전 LG전자와 태양광 전문점 계약을 했다.

태양광 산업은 크게 업 스트림과 다운 스트림으로 나뉜다. 업 스트림은 에너지 생산 전까지의 단계로 부품이나 소재를 다루는 영역이다. 앰페코의 기존 주력사업, 즉 태양전지 소재는 업 스트림에 포함된다. 다운 스트림은 그다음 단계로, 발전소 설계와 건설, 운영 등을 맡는 사업이다. 영업이익율 면에서는 업 스트림에 비해 다운 스트림 영역이 월등하다.

앰페코는 소재 제조업을 기반으로 다운 스트림에 진출해 태양광 발전 시설 시공업을 보다 전문적으로 사업화할 예정이며 2016년에는 해외진출도 계획중이다. 내년 2015년 5월이면, 창업한지 만 3년이 된다. 지금까지는 여러 분들에게 도움을 받았다면 2015년은 협력사들과 함께 성장할 수 있는 발판을 마련하려 한다. 2050년에는 세계 에너지 100대 기업이 되겠다고 말하는 앰페코. 오늘도 정직과 신용을 원칙으로 청정에너지를 누구나 자유롭게 쓸 수 있는 세상을 만들어가기 위해 노력중이다. S

생각의 속도가 다르다

남보다 앞선 **독보적 기술력**으로
하이웨이를 달리고 있는 벤처기업들

게임을 넘어 캐릭터를 이용한 컨텐츠와 머천다이징까지

모바일 게임 쿠키런으로 세계를 질주

'코스닥 신데렐라'로 떠오른 글로벌 게임 벤처 기업 ㈜데브시스터즈

DEVSISTERS

창 업 일 2007년 5월
대 표 자 이지훈, 김종흔



개발자들이 맘껏 새로운 게임을 만들어낼 수 있는 창조자들의 천국.

국민게임에서 월드게임으로, 쿠키런

모두가 놀랐다. 아무리 핫한 회사라고 해도, 이 정도일 줄은 누구도 몰랐다. 코스닥 상장 첫날 주당 가격 77,000원까지 형성. 시가총액은 자그마치 8316억 원. 청약 증거금으로 몰린 자금만 해도 4조원 규모로 올해 상장한 코스닥 기업 중 단연 1위. 각종 매스컴에서는 '코스닥 신데렐라'라는 찬사를 쏟아냈다. 모바일게임 '쿠키런'을 만든 회사 데브시스터즈의 이야기이다.

데브시스터즈의 신화는 지난 2013년 4월 카카오톡을 통해 '쿠키런'이라는 모바일 게임을 출시한 것이 그 출발점이다. 5일 만에 다운로드 수가 100만을 넘으며 흥행돌풍을 예고했다. 그 해, 회사는 '쿠키런 for Kakao'의 성공에 힘입어 매출 613억 원, 당기순이익 223억 원이라는 경이적인 성공을 거두었다.

올해 2월에는 라인을 통해 해외 버전을 출시하며 2차 성장을 시작했다. 라인 쿠키런은 출시하자마자 일본, 대만, 태국 등 아시아 각국을 휩쓸다시피 했다. 9개국에서는 애플 앱스토어 1위, 2개국에서는 구글 플레이스토어 1위에 오른 것이다. 현재 쿠키런의 전 세계 누적 다운로드 수는 카카오와 라인을 합쳐 6,500만 건이 넘는다.

또, 쿠키들이 출시될 때마다 이를 활용한 장난감, 학용품 등 머천다이징 상품도 폭발적 인기다. 쿠키런을 소재로 한 교양만화는 국내 대형서점의 아동서적 코너에서 도서판매 상위권을 기록한다. 동남아 지역에서는 쿠키런 과자가 판매된다.

딱지, 인형, 문구도 매번 완판 행진을 이어간다. 쿠키런은 단순히 모바일게임을 넘어 IP (지적재산권)로서도 높은 가치를 가졌다는 평가를 받는다.

꾸준한 업데이트로 지속적인 동기부여

창업 초기 12명이던 회사의 직원 수는 현재 약 60여 명. 매출 규모에 비추어볼 때는 많지 않은 인력이다. 소수의 힘으로 어떻게 이처럼 놀라운 성공을 거둘 수 있었을까. 가장 큰 요인은, 쿠키런이라는 하나의 게임을 지속적으로 업데이트하여 시리즈 형식으로 출시하는 사업전략을 택했기 때문이다. 쿠키런은 한 달에 평균 3~4회의 업데이트로 이용자들에게 지속적인 동기부여를 한다. 소수 핵심 프로젝트와 기존 흥행작 유지보수에 주력하는 이러한 방식은 많은 장점을 지닌다. 보다 안정적 운영이 가능하며, 높은 수익성을 가져다준다.

게임성 측면에서도 뛰어나다. 캐주얼 러닝 게임의 단점은 반복적인 플레이로 인해서 쉽게 지루해지는 것이다. 쿠키런은 캐릭터, 펫, 보물 등을 조합할 수 있는 형태의 창의적인 게임 연출효과로 이를 잘 극복하고 있다. 디자인적 요소 역시 쿠키런 성공에 크게 작용하였다. 누구나 쉽게 접근할 수 있도록 직관적인 UI로 설계되었다. 처음으로 게임을 접하는 사람, 심지어 스마트폰이 익숙지 않은 사람조차도, 단순한 스토리와 귀여운 캐릭터를 주무기로 내세운 이 게임의 재미에 금방 빠져든다.

기업 특이사항



‘쿠키런 for Kakao’ 2천만 이상 다운로드 달성

구글 플레이 1위 달성

일자리창출펀드를 통해 경영위기 극복

데브시스터즈는 NHN에서 개발업무 등을 하던 이지훈 공동대표가 2007년 설립했다. 그는 아이폰의 등장을 지켜보면서, 모바일 및 SNG(소셜 네트워크 게임) 시장에 기회가 있을 것으로 판단했다. 창업을 결행한 후 수십 개의 게임과 유틸리티 앱 등을 출시하면서 모바일 시장의 기회를 탐색했다.

2008년 벤처기업 인증을 획득했다. 2010년에는 생강빵 캐릭터를 내세운 모바일게임 ‘오븐브레이크’를 미국 시장에 선보였다. 20여 개국에서 2,000만 건의 누적 다운로드를 기록하는 등 나름대로 성공적이었다. 대한민국 최초의 모바일게임 회사 ‘컴투스’에서 10억 원을 투자 받았다. 이어 정부의 모태펀드가 출자하여 조성된 **일자리창출펀드**로부터 20억 원의 투자 유치가 이루어졌다. 이러한 경험들은 이 대표의 경영철학에도 상당한 영향을 끼쳤다.



일자리창출펀드
일자리 창출 효과가 높은 성장 단계의 중소 · 벤처기업에 전문적으로 투자하는 펀드
☎ 문의 : 042-481-4419



“선도벤처기업 그리고 모태펀드로부터 투자를 받아 성공한 만큼, 신생벤처들이 사업에 문의를 해올 때 함께 성장하며 도움을 줄 방법을 찾기 위해 노력하고 있습니다. 개발자들이 맘껏 새로운 게임을 만들어낼 수 있는 ‘창조자들의 천국’을 만들고 싶습니다.”

세상을 즐겁게!
더 넓은 곳에서, 더 많은 사람들에게,
더 오랜 시간동안

오븐브레이크의 성공은 인재들을 얻는 데도 결정적으로 기여했다. 스탠포드 대학에서 MBA 취득 후 실리콘밸리의 벤처캐피털에서 심사역으로 일하던 김종흔 대표가 데브시스터즈에 합류했다. 그리고 병역특례업체로 선정되어 다수의 우수 인력을 채용할 수 있었다. 이 때 합류한 인재들은 현재까지도 핵심 개발자로서 회사 성장에 큰 역할을 수행하고 있다.

그러나 새로 개발하던 게임이 흥행에 실패하면서 데브시스터즈는 한때 어려운 시절을 겪기도 했다. 직원들에게 월급을 주기도 힘든 상황까지 갔다. 결국 세계 시장에서 어느 정도 인지도를 확보한 오븐브레이크를 다듬어 쿠키런으로 재출시하기로 하고, 카카오 게임사업부와 계약을 맺었다. 2013년 4월 출시된 ‘쿠키런 for Kakao’로 데브시스터즈는 화려하게 부활했다.



‘슈퍼마리오’ 같은 글로벌 메가 게임이 목표

모바일게임 분야의 각종 기록들을 모두 갈아치우고 있는 데브시스터즈는 앞으로 해외시장 공략에 더욱 공을 들일 계획이다. 연말연시쯤 위챗과 QQ 메신저가 탑재된 중국 버전의 쿠키런을 출시한다. 2015년 초에는 미국과 유럽을 포함한 글로벌 버전의 ‘쿠키런2’도 선보인다. 명실상부한 글로벌 메가 게임을 탄생시켜 추가적인 성장의 디딤돌을 마련하겠다는 뜻.

더불어, 막대한 글로벌 쿠키런 이용자 풀을 활용한 크로스 프로모션 마케팅 등에 역량을 집중할 예정이다. 쿠키런의 귀여운 캐릭터들로 다양한 장난감과 학용품 등을 만들어 수익을 창출하는 등 쿠키런 지적재산권(IP)의 가치를 키워갈 것이다. 쿠키런의 롤모델이라 할 수 있는 슈퍼마리오나 포켓몬스터처럼 사랑받는 캐릭터들을 구축하는 것. 그것이 바로 데브시스터즈의 목표이자 전략이다. S



‘기술보국’를 외치는 교수 사장님

세계 최초로 LCD 핵심 측정장비 개발

최고수준 원천기술로 핵심장비 국산화에 힘쓰는 글로벌 TOP장비기업 **에스엔유프리시전㈜**

SNU PRECISION

창 업 일 1998년 2월
대 표 자 박희재, 박춘재



세계 최고 수준의 핵심원천기술을 보유하고 있는 글로벌 Top 장비회사!

LCD 측정장비 세계시장 점유율 90%

이 회사에 대해서 이야기할 때는, 가장 먼저 이 사람을 언급하지 않을 수 없다. 서울대학교 기계항공공학부의 간판급 교수, 광학 측정 분야에서 세계 최고의 권위자, 그리고 산업통상자원부 R&D전략기획단 단장이라는 명함도 갖고 있는 사람. 바로 에스엔유프리시전(SNU Precision)의 박희재 대표이다. 영국 맨체스터공대에서 박사학위를 취득하고 모교로 돌아와 교수로 일하던 무렵이었다. 그는 IMF라는 사상 초유의 사태를 지켜보면서 기술보국, 사업보국의 심정으로 창업을 결행했다. 한국의 반도체 기술이 막 세계를 석권하기 시작했지만, 그 핵심기술과 장비들은 여전히 선진국이 장악하고 있던 시대였다.

1998년 2월 서울대학교 1호 벤처기업으로 설립된 에스엔유는 초기부터 나노급 초정밀 측정기술에 매진했다. 다수의 특허를 취득하며 기술기반을 다져나갔다. 이를 바탕으로 2002년 LCD 핵심 측정장비인 PSIS(Photo Scanning Inspection System)를 세계 최초로 개발하는데 성공했다. 세계시장 점유율 90%라는 절대 아성을 구축한 PSIS는 지식경제부로부터 세계일류 상품으로 지정되기도 했다. 하지만 에스엔유는 여기에 만족하지 않고 OLED, 태양광 등의 제조장비로까지 영역을 넓혀나갔다.

OLED 제조장비에서도 최강자로 등극

특히 차세대 디스플레이로 일컬어지는 OLED 시장은

삼성이 90% 이상을 점유하는 등 우리나라가 강국이지만, 정작 유기증착장비를 포함한 핵심장비는 전량 수입에 의존하고 있는 실정이었다. 각고의 노력을 기울인 에스엔유는, 마침내 OLED제조에 쓰이는 '유기증착장비(Evaporation)'를 국내 최초로 상용화하는 데 성공했다. 그리고 2013년, 이 분야를 수년 간 과점해오던 일본 업체들을 누르고 중국으로부터 잇달아 장비를 수주했다. 대당 수백억 원을 호가하는 고부가가치 시장에서 새로운 글로벌 리더가 탄생하는 순간이었다. 에스엔유는 이를 기리는 기념비를 아산공장 앞에 세웠다. 기념비의 앞면에는 '국내 최초 5.5세대 증착장비 해외 출하 기념'이라는 문구가, 뒷면에는 박 대표를 포함한 전 임직원의 이름이 새겨져 있다.

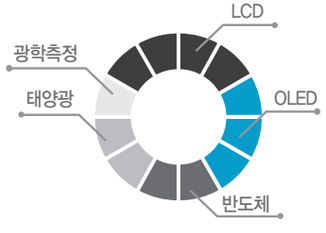
"땀은 언제나 정직하다. 결과는 노력을 배신하지 않는다."

창립 16년 만인 2013년, 에스엔유는 사상 최대 규모인 매출 1,013억 원을 달성하였다. 성공한 벤처기업의 기준치로

글로벌 진출



사업분야



인식되는 '1,000억 원 벤처기업'에 에 진입한 것이다. 광학 설계, 메카트로닉스, 나노 메트롤로지, 나노 기반측정 등 4개 분야에서 세계 최고 수준의 핵심원천기술을 보유한 회사. 에스엔유의 고속성장 신화 뒤에는 연구개발 중심의 창업정신이 있다. 지금도 전체 인력의 20%를 R&D 인력으로 두고, 매출액의 10% 이상을 R&D에 투자하고 있는 것은 바로 그 때문이다.

1달러에 담긴 기술보국의 창업정신

박 대표가 태어나서 처음으로 접한 서적은 동화책이 아닌 천자문이었다고 한다. 농부이자 한학자였던 부친의 영향으로 '부모에 효도하고, 나라에 충성하자'는 생각을 뼛속 깊이 새기며 성장했다. 그래서 누군가 붙여준 그의 애칭은 '장비업계의 이순신'이다. 그만큼 남다른 애국심을 가진 CEO라는 뜻이다. 그가 교수로 재직하던 1998년 당시 에스엔유를 창업한 이



유도 외화를 벌어들여 나라에 봉사하기 위함이었다. 그의 애국심을 보여주는 또 하나의 사례는 박 대표의 대학 연구실과 회사 집무실에 걸려 있는 1달러짜리 표구다. 창업 1년 만에 드디어 스웨덴으로 첫 수출을 하게 되었을 때, 그 첫 1달러를 출금하여 표구를 한 것이다. 그간 국가와 국민이 만들어준 달러로 국비유학을 했는데, 이제 첫 수출을 하여 달러를 벌게 된 감격. 아울러 기술로써 나라에 보답하겠다는 기술보국의 정신이 그 안에 고스란히 담겨 있다.

박 대표는 세계에서 처음 개발한 기술이나 장비들을 직접 영업하였다. 그러나 고객사들은 이름도 생소한 회사, 트랙레코드(수주실적)가 낮은 이 회사를 문전박대하기 일쑤였다. 공신력 있는 전시회 참여가 시급했다. 고객사의 담당자들을 자연스레 만날 수 있어, 매우 높은 마케팅 효과를 거둘 수 있기 때문이다.

이런 와중에 한국무역협회에서 개최하는 해외 전시회 한국관에 참여하는 기회를 얻게 되었고, 그 인연을 거름 삼아 국내외 유수 LCD 패널 제조사로부터 LCD 검사장비를 수주할 수 있었다. 이후 정부의 **월드클래스300 기업**으로 선정되어 R&D를 3년 연속 지원(3년간 30억원) 받아 기술혁신에 주력중이다.

월드클래스300 기업 지원

매출액 400억 이상 1조원 미만 중소 · 중견기업이 글로벌 진출을 할 수 있도록 R&D(최대 연 15억 원, 5년간), 해외마케팅 등을 지원('14년 예산 646억 원) **☎ 문의 : 042-481-6835**

Global Top 장비회사를 향한 새로운 도전

"실패를 두려워하지 않고, 기회에 최선을 다합니다."

대학에서 핵심기술을 개발한 후, 대학 인력과 함께 기업을 만들고 일으켜온 박 대표. 그는 누구보다 치밀한 연구자이지만, 동시에 도전적인 벤처기업인의 DNA를 가진 사람이다. 창업 당시인 1998년에는 대학교수가 현직에서 직접 창업을 하는 것이 제도적으로 불가능 하였다. 하지만 그는 절대 포기하거나 에둘러가지 않았다. 국무총리실 직속의 규제개혁위원회에 4페이지 분량의 제안서를 팩스로 보냈다. 대학교수 창업에 대한 정부 차원에서의 법적, 제도적 지원을 요청하는 내용이었다.

그로부터 1년 뒤, 대학교수 및 연구원의 학내 창업이 가능하도록 벤처기업특별조치법이 제도화되었다. 박 대표는 공식적으로 대표이사에 취임하여 본격적인 기술사업화에 나섰다. 창업 다음의 지속경영을 위해서는 R&D가 꼭 필요하고, 이것이 성장의 모멘텀이 된다는 믿음을 한결같이 실천해 왔다. 박 대표와 에스엔유는 그동안 괄목할 성과를 내왔다. 그러나 현재의 자리에 안주하지 않는다. 시선은 더 높고 먼 곳을 향하고 있다.

이미 세계 최고 수준에 도달한 LCD와 OLED 그리고 신사업으로 각광받는 태양광 분야에서 고른 성장을 달성하는 한편, 외산 의존도가 높은 반도체 장비 사업을 고도화하기 위하여, '글로벌 Top 장비회사'로의 도약이라는 목표를 이루기 위하여. 꿈은 끝나지 않았고, 가슴은 여전히 뜨겁다. S

국제발명품 대회 석권, 세계시장 1위

스탬프로 콕 찍는 손쉬운 네일아트

127개국 3,000여개의 매장으로 독자브랜드 수출하는 기업 **㈜코나드**

KONAD
Stamping Nail Art

창 업 일 2002년 1월
대 표 자 최대통



전 세계
120개국 이상이 인정한,
네일아트계 사상 가장
놀라운 제품을 발명했다

뷰티 업계 역사상 가장 놀라운 발명품 중 하나

최근 5년 간 세계시장 점유율 1위를 한 번 이상 기록한 국내 기업은 모두 187개. 그중에는 뷰티 업계 사상 가장 놀라운 발명품 중의 하나라는 '스탬핑 네일아트 킷'을 세계 최초로 개발한 코스메틱 전문업체 '코나드'의 이름도 포함되어 있다. 이 회사의 대표 화장품인 스탬핑 네일아트 킷은 전문가의 도움 없이도 혼자서 손쉽게 손톱을 꾸밀 수 있는 제품이다. 이미지 플레이트에서 원하는 이미지를 선택해 스탬프로 찍기만 하면 네일아트가 연출된다. 무독성 천연 성분이라 인체에 무해하고 비타민E와 칼슘을 첨가한 고농축 바이오 소재를 사용, 손톱이 부러지거나 갈라지는 현상을 방지해 준다.

코나드는 이 기술로 미국 피츠버그 국제발명품박람회 금상, 독일 뉘른베르그 국제발명품박람회 은상, 서울 국제발명품박람회 금상, 한국 신지식인협회 신지식인상, 지식 서비스 최우수 기업 등을 수상했다. 또 다수의 국내외 특허등록, 지식경제부 세계일류상품 선정, ISO14001 인증 획득 등 온갖 최초, 최고라는 타이틀을 모두 가지고 있다.

코나드는 국내보다 국외에서 더 알아준다. 매출액의 97%를 수출이 차지하기 때문이다. 화장품 선진국이라고 일컬어지는 프랑스, 독일, 미국, 일본 등 127개국의 3,000여 매장에서 독자 브랜드로 판매되고 있다. 세계 최대 화장품 브랜드인 로레알과 프랑스 명품 브랜드 세포라에도 납품하였다. 대만에서 2006년 실시된 인지도 조사에서는 일본 시세이도를 누르는 결과가 나왔을 정도다.

세상에 없던 제품, 새로운 시장을 만들어내

스탬핑 네일아트 킷을 만들어낸 주인공은 이 회사의 창업자인 최대통 대표이다. 최 대표는 1998년 미국 출장을 갔을 당시 50m 간격으로 네일숍이 있는 광경, 그런데도 여성들이 줄을 서서 기다리는 모습을 봤다. 한국에는 네일아트, 네일숍이라는 개념조차 없을 때였다. 그때 떠오른 생각이 '더 쉽고 빠르고 저렴하면서도 섬세하게 네일아트를 할 수 있는 방법은 없을까'였다. 그는 귀국하자마자 제품 개발에 착수했다. 시장조사를 해 본 결과 미국과 유럽에선 네일아트가 여성미용의 하나로 자리 잡고 있었다. 날씨가 더운 동남아시아 지역에서도 네일아트는 인기를 모으고 있었다. 국내에선 어렵겠지만 해외에서는 시장성이 충분하겠다는 확신이 들었다.

기존에 존재하지 않던 것을 만들어내다 보니 모든 과정이 새로운 시도였다. 2년 동안 숱한 시행착오를 거쳤다. 세트 제품을 10만 개, 20만 개씩 생산했다가 어느 한 곳에서 하자가 발견돼 전량을 폐기처분하는 아픔도 겪었다. 그런 나날을 거쳐, 완벽한 품질의 제품을 처음 세상에 내놓았다. 최 대표는 제품 개발 초기부터 해외시장 우선 공략을 염두에 뒀다. 먼저 해외에서 인지도를 얻고, 국내시장으로 들어오는 전략을 취했다. 대다수 기업들과는 정반대의 길, 역발상의 전략을 선택한 것이다. 코나드의 성공 뒤에는 이처럼 치밀한 마케팅 전략이 있었다. 그리고 그 전략은 적중했다.

글로벌 진출 * 전 세계 120개국 이상 수출



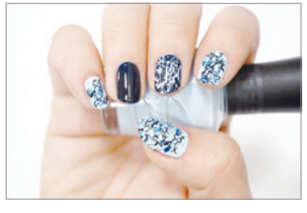
전체 직원 중에 25%가 R&D 인력

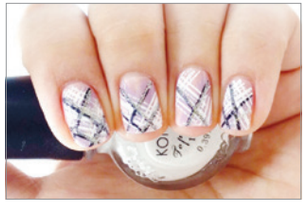
스탬핑 네일아트 킷은 세계 1위로 우뚝 서 있다. 그러나 코나드는 여전히 품질 향상이 최우선이다. 몇 년 전 인천 공장을 신축하며 제품 생산라인을 모두 교체했다. 연구소도 따로 마련했다. 전체 인원의 25%는 신제품과 신기술을 연구하고 개발하는 전문가들이 차지한다. 그러한 노력의 결과, 네일



폴리쉬 업계에서는 최초이자 국내 화장품 업체에서는 19번째로 CGMP(우수화장품 제조 및 품질관리 기준) 승인을 획득할 수 있었다.

코나드가 현재 생산, 판매 중인 상품은 1천여 점이 넘는다. 스탬핑 네일아트 킷뿐 아니라 기초 화장품, 메이크업 제품도 꾸준히 내놓고 있다. 이 분야의 제품들도 모두 CGMP 인증을 얻은 생산라인에서 만들어진다. 이 제품의 또 다른 장점은, 자체 기술로 개발해 특허 받은 스탬핑 네일아트 전용 폴리쉬를 사용한다는 점이다. 일반 네일 폴리쉬보다 점성이 5배 이상 높기 때문에 스탬핑을 하기에 가장 적절하며 빨리 건조돼 누구나 손쉽게 이용할 수 있다.





해외에서 굳건한 위상을 확보한 뒤에는 국내 고객들에게도 코나드 제품을 알려야 할 시기가 왔다. 그렇다고 막대한 광고비를 투자하기 어려워 온라인 매체에 체험단 위주의 입소문 마케팅을 꾸준히 해왔지만, 바로 효과를 볼 수 없었다. 그러던 중 중소기업청 홍보 마케팅 지원을 받게 되었다. KBS, MBN 등 방송에서 코나드 제품의 핵심가치를 간결하게 설명해주는 방송을 하게 되었던 것이다. 많은 호응이 있었고, 국내 박람회 참가 시에는 방송에서 코나드 제품을 먼저 접하고 찾아온 고객들의 호기심 어린 질문들이 쏟아졌다. 국내시장에서 써 나가고 있는 또 하나의 성공 스토리는 이렇게 시작되었다.

2등보다 더 노력하는 1등

스탬핑 네일아트가 처음 선보인 지 12년. 일명 카피 제품이 시장에 쏟아져 들어오고 있다. 저급한 품질의 짝퉁을 그럴 듯해 보이게 만들어 싼 값으로 소비자들을 현혹하고 있다. 그에 대응하여 코나드는 새로운 아이디어와 제품 리뉴얼, 제품군 확장 등에 전력하는 중이다. 광고비를 아껴 품질 향상에도 계속 투자, 제품의 질로 승부할 생각이다.

하지만 꼭 뷰티 산업이 아니더라도 수출할 수 있는 아이템, 세계 사람들을 상대로 한국의 브랜드를 알릴 수 있는 일이라면 언제든지 도전해볼 생각이다. 독특한 발상을 많이 내놓는 최 대표의 머릿속은 말 그대로 아이디어 뱅크다. '고흐의 작업실'이라는 초상화 자판기가 그의 작품이다. 고궁의 수문장 교대식도 그의 아이디어를 서울시가 채택한 것이다. 그는 지금도 여전히 새로운 아이디어를 찾아 나서고 있다. 그가 요즘 가장 눈여겨 보는 시장은 중국이다. S



모바일기기에서 마우스 역할하는 입력 솔루션 최초 개발 · 상용화

오바마폰 블랙베리 성공의 숨은 주인공

지문인식 기능 추가 개발 성공, 관련특허 694건, 강력한 기술력을 보유한 기업 **크루셜텍㈜**

First Mover Leading Input System CrucialTec

창 업 일 2001년 4월
대 표 자 안건준



세계 시장을 선도한다!
모바일
입력 솔루션 전문기업

블랙베리 신화의 힘, 크루셜텍

버락 오바마 대통령이 애용한다고 해서 '오바마폰'이라고도 불렸던 '블랙베리' 열풍은 대단했다. 캐나다 BlackBerry 社가 만든 스마트폰인 블랙베리는 정중앙에 OTP(Optical Trackpad)를 채택해 사용자에게 간편한 조작감을 제공하여 큰 인기를 끌며 초기 스마트폰 시장을 이끌었다. 보안성이 뛰어나 미국에서는 지금도 정부, 공공기관, 기업체 증권가 등에서 비즈니스용으로 각광받고 있다. 바로 이 블랙베리의 OTP를 만든 회사가 바로 크루셜텍이다.

크루셜텍은 모바일 입력 솔루션 전문기업이다. 모바일기기에서 PC의 마우스와 같은 기능을 수행하는 OTP를 세계 최초로 개발, 상용화하였다. 휴대폰에서도 PC와 유사한 웹 서핑 환경을 만들어보자는 아이디어가 그 시발점이었다. 이후 OTP는 블랙베리, SEC, HTC 등의 휴대폰에 탑재된 데 이어 HP, 모토로라, 소니, 샤프 등에도 제품 공급을 이어갔다. 현재 글로벌 시장점유율 98% 이상을 유지하며 전 세계 1위의 독점적인 지위를 점유하고 있고, 국내에서도 세계일류 상품 선정, 코스닥 히든 챔피언 선정 등 일약 스타기업으로 떠오르며, 무려 3,000억 원에 가까운 매출을 달성했다.

위기도 있었다. 스마트폰 입력방식이 터치식으로 바뀌는 바람에 블랙베리가 추락하자, 함께 성장통을 겪기도 했다. 그럼에도 크루셜텍은 위축되지 않고 새로운 시각으로 OTP를 응용한 제품 개발에 박차를 가하여 OTP에 지문인식 기술이 추가된 입력장치인 BTP(Biometric Trackpad)의 세계 최초 개발에 성공했다. BTP 역시 세계일류 상품에 선정되었고, 최근

열린 '제 14회 모바일 기술대상'에서는 '미래창조과학부 장관상'을 수상하며 그 기술력과 시장지배력을 다시 한 번 인정받았다.



세상에 없는 것을 만드는 First Mover

남들이 가지 않는 길을 걸어온 기업. 연평균 154%씩 쾌속질주를 거듭해온 성장기업. 불과 10년 만에 세계 최고의 자리에 올라선 강소기업. 지금의 크루셜텍을 만든 근간은, 세상에 없는 제품을 창조하기 위하여 세상에서 가장 먼저 움직인 First Mover의 경영이념이다. 크루셜텍은 새로운 트렌드에 부합하는 차세대 아이템을 끊임없이 도출하여 현 사업에 적용하는 시스템을 구축하고 있다. '새로운 것을 향한 도전'에 무한대로 열려있다. 이를 위해 누구나 언제든지 아이디어를 가져와 의논할 수 있도록 모든 임직원에게 CEO의 집무실을 개방하고 있다.

특히 크루셜텍의 기술경영, 특허경영은 중소 · 중견기업에서 찾아보기 힘들 만큼 독보적이다. 창업 이후 14년 동안, 시설 및 R&D에 1,000억 원 가까운 금액을 투자하여 월등한 기술력을 확보했다. 또 OTP와 BTP 관련 특허도 694건 이상 출원하며 강력한 진입장벽을 구축해놓았다. 제조업체이지만 BTP의 통합솔루션인 IC · 알고리즘 · 패키징 등 3가지 기술을 모두 제공할 수 있는 세계 유일의 회사라는 점도 장점이다. 크루셜텍은 모바일에 최적화된 IC와 알고리즘을 보유하고 있고, 패키징의 경우 OTP 3억대 양산의 노하우를 바탕으로 높은 양산수율과 특허장벽을 구축하고 있다.

중소기업 기술혁신개발사업
글로벌 전략품목 및 미래 성장유망 분야 등의 기술개발지원을 통해 중소기업의 성장동력 창출 및 사업화 촉진을 지원(2년간 최대 10억 원, '14년 예산 2,470억 원)
☎ 문의 : 042-481-4451

정부지원을 성장의 동력으로 적절하게 활용

삼성전자 연구원 출신의 안 대표가 2001년 설립한 크루셜텍은 당시 세계가 주목한 광나노 패키징 기술을 개발하며 화려한 출발을 했다. 초창기 수주금액이 1,300억 원에 이를 정도로 호황기를 누렸으나 IT버블의 붕괴로 창업 1년 반 만에 실적이 제로 상태가 되었다. 어려운 시기였지만 정부의 각종 지원과 크루셜텍의 모든 역량을 연구 개발에 쏟아 부어 2006년 OTP를 세계 최초로 개발했다.

그 때 받은 정부의 지원이 중소기업청 **중소기업 기술혁신개발사업**으로 '초소형 광 포인트 디바이스 개발' 과제를 들고 참여해 지원금 2억 6,000만 원을 받을 수 있었다. 사업에 참



여한 2007년에만 해도 52억 원에 불과했던 매출액이 2011년 2,695억 원으로 50배 이상 늘었고, 과제 수행에 따른 등록 특허와 연구개발 인력도 지속적으로 증가했다. 이후 2013년과 2014년에는 **월드클래스300 기업**으로 선정되어 R&D 15.2억 원을 지원받아 기술력 강화에 박차를 가하고 있다. 한편, 크루셜텍은 동반성장위원회의 대 · 중소기업 협력재단 산하 기술임치센터에서 운영하는 '기술임치제도'를 적극 활용하고 있다. 기술임치제도란, 기업의 핵심 기술 자료를 신뢰성 있는 기관에 보관해두고, 특정 상대방에게만 그것을 교부해주는 제도다. 중소기업 입장에서는 핵심기술의 유출을 걱정할 필요가 사라지고, 대기업 입장에서는 협력업체가 폐업하더라도 해당 기술을 안정적으로 사용할 수 있는 이점이 있다. 크루셜텍은 모든 BTP 핵심기술을 기술임치센터에 임치해두고 있다. 이로써 회사가 보유한 원천기술을 공인, 보호받으면서도 고객사에게 BTP 솔루션을 보다 안정적으로 제공할 수 있게 되었다.

월드클래스300 기업 지원

매출액 400억 이상 1조원 미만 중소 · 중견기업이 글로벌 진출을 할 수 있도록 R&D(최대 연 15억 원, 5년간), 해외마케팅 등을 지원('14년 예산 646억 원)

☎ 문의 : 042-481-6835

글로벌 진출



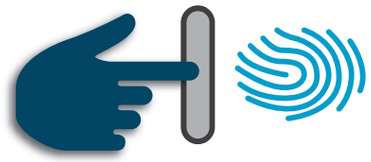
* 글로벌 시장점유율 98% 이상을 유지하며 전 세계 1위의 독점적인 지위를 점유



큰 회사가 아니라, 좋은 회사가 목표

최근 보안이 핫이슈로 떠오르면서 이를 보완할 솔루션으로 지문인식이 각광받고 있다. 애플의 스마트폰 아이폰6를 비롯하여, 지문인식 센서를 채택한 스마트폰이 잇따라 출시되면서 크루셜텍을 향한 러브콜도 쇄도하고 있다. 그러나 크루셜텍은 이에 만족하지 않고 새로운 내일을 준비하고 있다. 기존의 사업이 모바일(Mobile) 중심이었다면, 이제는 탈 모바일(Non-Mobile)로의 신속한 전환을 염두에 두고 연구개발에 매진하고 있다. 그 일환으로 IT업계 최대의 화두인 IoT(사물인터넷)에서 제기되는 보안 이슈를 해결하는 핵심 열쇠로 BTP를 연결시키는 비즈니스를 구상 중이다.

궁극적으로 크루셜텍은 'Big Company'가 아닌 'Good Company'를 만드는 것이 목표다. 굿 컴퍼니란 단순히 외형적인 성장만을 추구하는 것이 아니라 시스템에 의해 성장하는 기업이다. 회사의 모든 분야가 유기적으로 움직이고, 훌륭한 기술로 세상을 편리하게 하며, 늘 사회적 책임을 잊지 않아 타 기업에 모범이 되는 회사이다. S



생각의 온도가 다르다

성공의 열매를 후배기업과 나누며
따뜻한 벤처 선순환 생태계를 만드는 기업들

모바일 방송에서 모바일 커머스로 또 한번 도약

착한 M&A로 과감한 주력사업 전환

순이익은 상승 주가는 순항중 변치않는 벤처정신의 모바일 전문기업 ㈜옴니텔

omnitel

창 업 일 1998년 8월
대 표 자 김경선



모바일 방송과
커머스의 새로운 만남!
세계 최초 이동통신
환경에 방송개념을 도입한
'모바일 방송'

모바일 커머스로 이어지는 성공신화

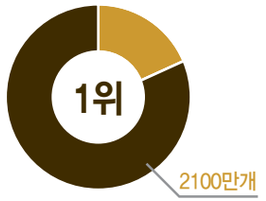
핸드폰을 통해 길에서도 DMB(Digital Multimedia-Broadcasting)시청이 가능한 세상이 된지 벌써 오래다. 방송 시청뿐 아니라 보고 있는 방송과 관련된 부가정보와 편성표, 지난 방송 다시보기 등의 VOD도 금방 찾아볼 수 있다.

1989년 무선통신 업계에 첫발을 들인 김경선 대표는 PCS(개인휴대통신서비스) 연구팀과 무선호출(삐삐) 통신사의 연구소를 거치며 모바일의 핵심 기술을 섭렵, 시야를 넓혀갔다. 그리던 중 휴대폰을 통해 문자나 오디오로 각종 생활 정보를 마치 방송처럼 전송하는 서비스를 구상했다. 그는 당시 3대 통신사 중 한 곳에 근무 중이었던 선배에게 이 아이디어를 제안했다. 그리고 이 선배는 전폭적인 지지와 함께 김 대표에게 창업을 권한다. 요즘 말로 '대박' 아이템이었던 것이다. 김 대표는 "1998년, 퇴직금 8천만 원으로 역삼동에 작은 사무실을 냈죠. 그야말로 밤낮없이 세상에 없던 서비스를 만드는 것에 매달렸습니다."라며 그때를 회상한다.

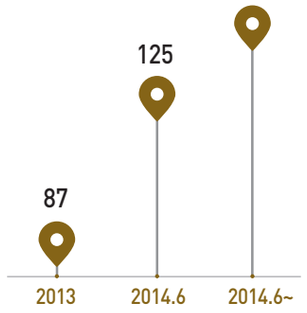
마침내 1999년 7월, 핸드폰을 통해 뉴스 · 증권 · 연예 · 날씨 등 각종 정보를 전송해주는 최초의 모바일 방송 서비스가 모습을 드러냈다. 그리고 2002년, 김 대표는 '모바일 방송', '모바일 콘텐츠'라는 증시 사전에도 없던 사업명을 당당히 코스닥에 등록시켰다. 모바일 콘텐츠 코스닥 1호 기업의 탄생이었다. 그의 다음 도전은 DMB였다. 모바일 통신 노하우를 접목해 시청자들에게 차별화된 경험을 제공하겠다던 그는 벤처기업 최초로 지상파 DMB 사업권을 따내는데 성공한다. 그리고 그가

말했던 방송 통신 결합형 콘텐츠는 스마트폰 시대를 맞아 옴니텔이 개발한 어플리케이션 '스마트DMB'로 실현되었고, 현재 2100만 명이 이용중이다. 하지만 시장 포화라는 변화 속에서 옴니텔의 사업은 정체기를 맞게 된다. 수익구조의 재편이 필요했던 김 대표는 '모바일 쿠폰' 사업으로 눈을 돌렸다. 매년 66%, 가파른 성장세를 보이고 있는 5천억 원대의 시장. 새로운 도전이었다. 우량 모바일 쿠폰 업체 인수를 계획했다. 하지만 자금이 부족했다.

국내 시장점유율



연간 매출액(억 원)



M&A 매칭펀드 30억 원 유치로 우량기업 인수 성공

신사업을 계획하던 중견 벤처 옴니텔과 실력과 열정 대비 인지도와 인프라가 절실했던 ㈜이스크라의 결합은 정부의 적극적인 투자와 지원 속에서 이루어졌다.

한국벤처투자㈜에서 운용하는 M&A 매칭펀드 투자를 유치해 30억 원의 자금을 마련한 ㈜옴니텔이 전원 고용 승계, 이른바 착한 M&A를 통해 모바일 쿠폰 기업 ㈜이스크라 인수에 성공한 것이다.(2013년 12월, 총 인수자금 60억 원) ㈜이스크라는 GS리테일, 코리아세븐, CJ CGV 등 생활밀착형 서비스 브랜드와의 제휴를 통해 매년 100% 가까운 성장을 해온 업계 강자였다. 이들의 만남은 예상대로 최적의 시너지로 이어졌다. 2014년 상반기 기준으로 이미, 옴니텔의 매출은 전년도 매출 87억 원 대비 150%성장하였으며, 수익 측면에서도 -36억 원이던 영업이익이 +8억 원으로 흑자 전환되었다. 물론 주가도 상승했다.

M&A 매칭 펀드
중소벤처기업이 M&A를 하는 경우 필요한 인수대금의 일부를 투자 형태로 공급하는 펀드('14년 300억원) ☎ **문의 : 042-481-8953**

"미래 가치를 내다 본 중소기업청과 벤처창투, 그리고 사업자인 저희 옴니텔과 이스크라, 모두가 윈윈하는 이상적인 결과를 얻은 것에 기업인으로서 감사할 따름입니다." "중소기업 육성에 적극적으로 나서준 정부의 현 정책이 더욱 활성화되어 기업인들이 청년 일자리 창출 등에 기여할 수 있는 기회가 이어지길 바랍니다."

후배 벤처 양성은 상생을 위한 최상의 투자

김경선 대표는 2014년부터 또 다른 직함을 갖고 있다.



바로'교장 선생님'이다. 옴니텔은 올해로 2년째 중소기업청과 창업진흥원이 주관하는 **스마트벤처창업학교**를 운영하며 앱, 콘텐츠, 소프트웨어 분야의 우수 청년 창업팀을 발굴해 아이템 개발, 창업, 사업화에 이르는 전 과정을 지원하고 있다. 창업에 필요한 자금 또한 팀당 최대 1억 원까지 지원한다. 졸업 후에도 창업팀의 성장이 본 궤도에 안착할 수 있도록 투자 연계, 글로벌 진출, 마케팅 및 판로 개척에 이르는 지원을 멈추지 않는다.

100여 명의 강사와 멘토진을 구성해 미래의 CEO들을 지원하고 있는 김경선 교장은 "스타트업의 성패는 결국 사람입니다."라고 이야기하며 "옴니텔와 같은 1세대 벤처에게 후배 양성은 공적 책임으로서의 의미가 있습니다. 또한 '벤처 인큐베이팅'은 유망 사업주들과의 '파트너십과 네트워크'를 미리 다지는 것으로, 비즈니스적으로도 효과적인 투자이죠. 윈 – 윈의 상생 구조입니다. 이것이 선배이자 스승, 사업 파트너로서 옴니텔이 창업학교에 뛰어든 이유입니다." 라고 설명했다.

실제 2013년 창업학교 1기 40개의 창업팀 졸업생은 41건의 지식재산권을 획득했고, 그 중 11곳은 총 20억 원 규모의 국내외 투자를 받는데 성공했다. 그리고 2014년, 2기 50개팀의 창업과 사업이 진행중이다.

스마트벤처창업학교

지식서비스 분야 예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 창업공간, 창업교육, 전문가 코칭, 개발 · 사업화 자금 등 창업 전과정을 지원하는 기관(최대 1억 원, 예산 135억 원) ☎ **문의 : 042-481-4580**

과감한 재도약의 밑천은 벤처정신

2000년대 초, '모바일 방송'이란 용어가 신문지상에 오르내리지도 않던 시절이었지만, 김 대표는 휴대폰이 방송과 융합할 것임을 확신했고, 그의 예측은 적중했다. 이번엔 모바일 커머스, 그 중에서도 모바일 쿠폰 사업에 주목한다. 옴니텔은 2013년 12월 ㈜이스크라 인수 이후, 주력사업 부문을 모바일 컨텐츠 및 솔루션에서 모바일 쿠폰으로 전환했고, 2014년 8월 카카오선물하기 입점을 시작으로, B2B에서 B2C로의 모바일 쿠폰 사업 영역 확대, 해외 진출 계획 등 짧은 기간 동안 가시적인 성장을 이끌어냈다. 매출도 빠른 회복세를 보이고 있다.

김경선 대표는 과감한 도전과 발빠른 포트폴리오 재편의 밑천으로 벤처정신을 꼽으며 이렇게 덧붙인다. "옴니텔의 '모바일 퍼스트'는 이제 또 시작입니다. 지난 16년간 그래왔던 것처럼 말이죠." S

방송도 보고, 친구에게 선물도 하고~
모바일 방송과 커머스의 새로운 만남!


코넥스 1호 상장에서 코스닥 유망주로

환자감시장치 세계최고 원천 기술 보유

전 세계 80여개국으로 수출하는 토종 의료기기 전문기업 ㈜메디아나

MEDIANA

창 업 일 1995년 6월
대 표 자 길문종, 김응석



생체신호측정기술을
세계적으로 인정받고 있는
국내 최고의
의료정보 관리 솔루션!

글로벌 스탠다드에 맞춘 기술력과 생산시설

환자감시장치. 어감이 아름답지는 못한 이 장치는 무엇일까? 작은 모니터, 그 안에 검정색 바탕화면, 몇 개의 파동이 흘러가는 그래프와 몇 개의 숫자. 파동이 멈추고 삐-- 소리가 나면 의료진이 다급하게 달려오는 장면을 TV에서 본 적이 있을 것이다. 드라마에 가끔 등장하는 이 장치의 이름이 바로 환자감시장치. 환자의 심박수, 혈압, 혈중 산소포화도, 체온 등 생체 신호를 측정해 환자의 상태를 의료진에게 실시간으로 제공하는 장치이다.

위의 드라마의 다음 장면은 대개 전선이 연결된 넓적한 무언가를 의사가 양손에 움켜쥐고, 초조한 표정으로 모니터를 바라보며 의식이 없는 환자의 가슴에 충격을 주는 장면으로 이어진다. 의사가 탈진해 갈 바로 그 무렵! 드디어 모니터에 파동이 되살아나고, 의사는 그제서야 땀을 닦는다. 그때 의사의 손에 들려있었던 것을 심장제세동기라 부른다. 갑자기 멈춘 심장에 전기 에너지를 전달해 심장 활동을 정상화시켜 인명을 구하는 장치이다.

길문종 회장이 1993년 설립한 ㈜메디아나는 국내에서 환자감시장치 판매량 1위, AED(자동 심장제세동기) 조달 판매량 1위를 기록하고 있다. 의료기기 전문기업인 ㈜메디아나는 특히 환자감시장치에 있어 세계 최고의 원천기술을 보유중이다. 메디아나는 20년 가까이 ODM(제조업자 개발생산) 방식으로 해외 유명 기업에 의료기기를 수출해왔다. 미국의 코비디언, 스위스의 쉴러, 일본 후쿠다덴시 등 글로벌 의료기기 기업들이 주요 고객사이다. ODM은 안정적인 매출을 견인해 주

는 효자 비즈니스지만, 이들 의료기기 기업과 ODM 거래를 하기 위해서는 1년 가량 까다로운 검증을 거쳐야 했다. 물론 품질관리도 만만하지 않았다. 전체 인력의 1/4 이상이 연구 · 개발 인력, R&D 비용으로 해마다 매출액의 10%가량을 재투자했다. 그렇게 ODM으로 내공을 다지는 동안 메디아나의 기술력과 생산설비 수준은 세계적으로 성장했다. 하지만 ODM만으로는 수익성을 끌어올리는 데 한계가 있었다. 거래처의 납품단가 인하 압박 때문이었다.

2007년, 메디아나는 자체 브랜드를 처음 선보인다. 당시 매출 비중은 ODM이 8, 자체 브랜드가 2 정도. 그리고 불과 4년 만인 2011년, 자체 브랜드의 매출이 ODM 매출을 추월하며 수익성이 크게 향상되었다. 적극적인 해외시장 개척의 결과도 준수했다. 일본과 미국, 러시아, 벨기에 등이 주요 수출국이었고, 80여 개 국가에 대리점망이 구축되었다. 매출 중 수출이 차지하는 비중은 2013년, 77%까지 늘어났다.



글로벌 진출

* 다수 해외 진출로 2천 만불 수출('13.7)



코넥스가 없었다면 아직 코스닥에 입성하지 못했을 것

㈜메디아나는 2013년 7월 1일 코넥스(Korea New Exchange)상장 후, 약 1년 3개월 만인 2014년 10월 7일 코스닥으로 이전 상장했다. 그동안 중소기업의 자금조달은 은행대출 등에 편중되어 있었다. 이는 높은 부채 비율과 과도한 이자부담으로 이어져 기업에게 위협이 되었던 것이 사실이다. 코넥스는 '주식발행을 통한 자금조달 생태계'를 조성하기 위해 개설된 중소기업전용 신시장이다. 중소기업의 실정에 맞추어 진입방법을 다양화하고 진입요건도 최소화하였다. 두차례 코스닥 상장을 추진했다가 실패를 경험했던 길 대표는, 상장에 대한 막연한 두려움이 있었다고 한다. 하지만 대표주관사인 KB투자증권의 권유로 우선 코넥스에 상장할 것을 결정했고, 코넥스 1호 기업이 되었다. 코넥스 상장사로서 경험한 합동 IR이나 공



시교육 등은 회사의 부족한 부분을 채우는데 큰 도움이 되었다. 이전 상장 기업의 모범사례로 남을 수 있도록 노력을 약속한 길 대표는 "코넥스가 없었다면 메디아나는 아직 코스닥 시장에 입성하지 못했을 것"이라고 말한다.

투자자들이 인정하는 실적이 꾸준히 성장하는 회사

1989년 메디슨(현 삼성메디슨)에 입사해 4년간 해외를 돌며 국제영업 경험을 쌓은 길문종 회장. 이 경험을 바탕으로 1993년 창업에 나섰다. 서울 논현동에 방 한 칸을 얻고 야심차게 시작한 창업 첫 달. 하지만 한 달 내내 아무 일도 하지 못했다. 길 대표는 이때부터 해외 의료기기 전시회를 공략하며 적극적인 영업을 하기 시작했다. 글로벌 기업들을 대상으로 자료를 만들어 딜러들을 직접 찾아다니며 회사를 키웠다. 2001년과 2002년에는 코스닥 상장에서 연달아 낙방하기도 했다. 그리고 코스닥에 상장되기까지 13년이 더 걸렸다. 그는 낙방 당시, 상장에 성공한 기업들의 흥망성쇠를 지켜보며 투자에 대한 귀중한 결론을 깨달았다. 결국 투자자들이 인정하는 회사는 실적이 꾸준히 성장하는 회사라는 사실이 그것이었다.

㈜메디아나의 코스닥 상장 첫날 종가는 5850원. 상장 시초가 보다 8.16% 하락한 채로 장을 마쳤다. 그러고도 이틀을 더 주가는 내려앉았다. 혹독한 신고식이었다. 길 대표는 "주가가 흔들리더라도 결국 반영되는 것은 실적이라는 믿음이 있기 때문에 크게 낙심하진 않았습니다."고 말한다. 그리고 그로부터 두 달 만에 주가는 85% 가까이 뛰어올랐다. 실적으로 답을



내놓겠다는 길 대표의 이야기가 시장에 통한 것이다. 메디아나의 2013년 연간 매출과 영업이익은 332억 원, 36억 원으로 2012년 동기 대비 각각 15%, 87% 늘었다. 2014년 3분기까지의 매출과 영업이익도 지난해 같은 기간보다 15%, 10%씩 성장했다.

새 공장, 새 사업으로 몸집 키울 것

상장을 통해 들어온 약 90억 원의 공모자금에 대해 길 대표는, 우선 40억 원 가량을 2015년 1분기에 착공 예정인 원주 문막 2공장 설립에 사용하겠다고 한다. 미래 먹거리를 이야기하는 길 대표는 거침이 없었다. 의료정보 관리시스템 개발에도 힘써온 ㈜메디아나. 어느새 의료 장비 생산 업체에서 솔루션 공급업체로 사업영역을 넓히며 업계의 주목을 받고 있다. IT기술과 의료기기를 접목한 원격진료장비, 개인용 건강관리장비, 가정용 자동제세동기 사업을 중심으로 2019년까지 매출 1,000억 원, 영업이익 200억 원을 달성하리라는 목표에서 기술에 대한 자신감이 느껴진다.

"현재 주력상품인 환자감시장치 시장은 인구고령화로 더욱 성장할 것이고, 국내 심폐소생술 교육확대로 심장제세동기의 수요도 늘어날 것으로 전망합니다."라고 말하는 길 대표는 "수술실과 응급실에서 사용되는 소모품 비즈니스를 새롭게 시작할 것이며, 의료관련제품 수입유통 사업도 재개해 몸집을 키울 것"을 강조했다. 갈 길이 바빠 보이지만 목적지가 멀어보이지는 않는 메디아나의 행보에서 토종 기업의 저력이 엿보인다. S

기업 컨텐츠 관리 솔루션 한국·일본 점유율 1위

선도벤처 기업으로 적극적인 후배양성

실패 후 재창업, 해외진출과 R&D에서 해답을 찾은 IT전문기업 **㈜아이온 커뮤니케이션즈**

I-ON communications

창 업 일 1998년 6월
대 표 자 오재철



콘텐츠 관리 시스템
업계를 선도하는
글로벌 표준 기능을 개발,
대한민국 대표
콘텐츠 관리 솔루션!

아이온 커뮤니케이션즈의 고객은 품질에 대해 묻지 않는다

품질면에서는 전 세계에서 가장 까다롭다고 하는 일본에서 1등을 한 한국 기업이 있다. 10년 동안의 끊임없는 두드림 끝에 일구어낸 1등이었다. MicroSoft사도 IBM도 제쳤다. 기업 컨텐츠 관리 솔루션(CMS) 한국·일본 점유율 1위 기업 아이온 커뮤니케이션즈. 아이온 커뮤니케이션즈의 고객사들에겐 공통점이 하나있다. 품질에 대해 문의하지 않는다는 것이다. 품질에 대해서 만큼은 아무도 의심하지 않을 만큼 이미 충분히 투자했다는 의미로 생각해도 좋다. 2014년 3월, 아이온 커뮤니케이션즈는 자사 CMS에 대해 한국정보통신기술협회로부터 소프트웨어 품질인증(GS)을 획득한다.

CMS를 이용하면 웹사이트 전문가가 아니어도 웹콘텐츠 제작이 가능하다. 블로그나 미니홈피를 만들 수 있게 해주는 프로그램을 생각하면 된다. 그것보단 복잡하겠지만 말이다. 낯선 용어지만 우리가 흔히 이용하는 은행, 방송국, 통신사, 학교, 언론사 등 다수의 국내 민간기업과 공공기관의 웹사이트가 이 CMS를 이용해 서비스를 제공하고 있다.

글로벌을 강조하는 소프트웨어 업체는 많다. 하지만 실제 해외시장에서 성과를 낸 기업은 손에 꼽힌다. 미국 1위 케이블회사 CommScope사도, 말레이시아 건설교통부도, 아이온 커뮤니케이션즈의 CMS를 사용한다. 인도네시아와 베트남에도 진출했다. 일본에서는 모든 관련 프로젝트에 초대를 받는다. IT에 있어, 우리에게는 이미 익숙한 것들이지만 해외에서는 도입 초기인 것들이 많이 있다. 재창업의 오 대표에게 이러

한 상황은 해외 진출은 기회를 넘어 생존본능이지 않았을까? 국내 고객보다 해외 고객을 많이 둔 아이온 커뮤니케이션즈의 누적 수출액은 2,000만 불 이상. 매년 200만 불이 넘는 수출을 꾸준히 기록하고 있다. 창업과 매각, 그리고 실패 후 재창업 끝에 재기에 성공한 그의 목표는 3년 내 300만불 수출의 탑을 수상하고 30여 나라에서 비즈니스를 하는 것이다.

대학생 창업가와 IMF, 그리고 신용불량자

글씨를 유난히 못쓰던 오 대표는 어릴 때부터 컴퓨터를 좋아했다. 컴퓨터를 이용하면 누구나 똑같이 쓸 수 있어 야단맞을 일이 없었으니 말이다. 하지만 그는 색약 때문에 이공계를 포기하고 경영학과에 진학한다. 컴퓨터에 대한 미련을 버리지 못하고 프로그래밍에 관한 책 14권을 쓸 정도의 실력을 독학으로 쌓았다.

대학졸업 후 그는 취업 대신 컴퓨터 분야 전문 컨설팅 업체를 차렸다. 그렇게 창업에 뛰어들었던 그는 3년 동안 키운 회사를 한메소프트(미도파로 유명한 대농그룹에 인수됨)에 M&A 시킨다. 1996년도, 당시 그의 나이 28살이었다. 사업을 매각한 오 대표는 인수사인 한메소프트의 브레인 역할을 하며 기획실장을 거쳐 기획이사까지 승진했다. 그리고 국내 최초의 검색엔진, 국내 최초의 쇼핑몰, 자바 기반의 그룹웨어 등 당시로서는 파격적인 기술들을 개발했다. 잘 나가던 젊은 벤처인이었다. 하지만 모기업인 대농그룹의 부도는 불가항력이었다. 이어 IMF라는 국가적 시련까지 덮치자 한메소프트는 사실상



정리 수순에 들어가게 된다. 벌려놓은 사업을 추스릴 새도 없었다. 오 대표는 신용불량자로 전락한다.

재창업과 재기의 몸부림. 그리고 성공

오 대표는 재창업을 시도했다. 1999년이었다. 그때 창업했던 회사가 현재까지 이어지고 있는 아이온 커뮤니케이션즈. 국가 전체가 어려웠던 시기, 창업을 '저질러버린' 오 대표는 당시 직원들에게 월급을 20만 원밖에 주지 못한 채 13개월을 함께 버티면서 인생에 있어서 가장 괴로운 시간을 보내야했다. 이제는 '그 고난의 시간이 오늘을 있게 한 밑거름이었노라.' 말할 수 있지만 말이다.

닷컴 열풍은 얼음장 같았던 고난의 시간도 녹여냈다. 수많은 웹사이트가 생겨났고, 대형화 되어가는 웹사이트는 체계



적인 관리 시스템을 필요로 하게 되었다. 웹 콘텐츠 관리에 대한 개념조차 없던 시절, 닷컴 열풍은 차차 사그라들고 있었지만, 콘텐츠가 폭증하는 기업들에게 아이온 커뮤니케이션즈의 콘텐츠 서버는 인기가 높았다. SK텔레콤 등 다수의 굵직한 기업 고객을 확보했다. 벤처창업투자사로부터 투자도 유치했다. 25억이었다. 이를 바탕으로 디지털 자산 관리 솔루션과 방송 콘텐츠관리, 멀티콘텐츠 아카이빙, 전자문서관리 솔루션 등 아이템을 확대할 수 있었고 포트폴리오를 갖춰 재기에 성공할 수 있었다.

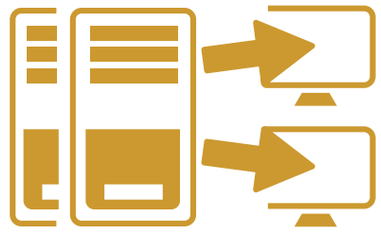


지속적인 R&D 투자와 후배양성을 통한 동반성장

오 대표는 최근 미래창조과학부의 글로벌 기업가 정신교육 프로그램 중 실리콘밸리 현지 과정 참여차 미국에 다녀왔다. 스탠포드대 디스쿨(d.School)의 창조 · 혁신 방법론인 '디자인씽킹(Design Thinking)'교육, 현지 전문가의 1:1 비즈니스 전략 멘토링, 잠재성 있는 현지 비즈니스 파트너와의 미팅 등으로 구성된 일정이었다. "이번 프로그램 참여가 내게는 새로운 파괴와 전환, 그리고 재도약의 기회가 될 것으로 생각합니다."며 참여 후기를 밝힌 그는 향후 아이온 커뮤니케이션즈의 지사 설립 혹은 글로벌 창업에 대해 진지한 고민을 시작했다고 한다. 오 대표는 중소기업청과 ㈔벤처기업협회에서 실시하는 선도벤처 연계 창업지원 사업에 적극적으로 참여하고 있다. 선도벤처인 아이온 커뮤니케이션즈가 후배 창업자에게 공간과 컨설팅, 견학의 기회를 제공한다. 지난 4년간 매해 3팀 이상의 창업자들이 아이온 커뮤니케이션즈의 멘토링을 지원받았다.

지난 시절, 가르쳐 주는 사람이 없어 시행착오를 모두 직접 겪어야 했던 오 대표. 후배 창업자들은 같은 고생을 하는 일이 없도록 해주고 싶다는 바람에 창업부터 재기에 이르는 경험과 지식을 아낌없이 나누어주고 있다. 또한 유망 스타트업의 서비스와 아이온 커뮤니케이션즈가 보유한 솔루션을 연계해 선후배 벤처기업이 동반성장하는 모델을 만들겠다는 의욕도 불태우고 있다.

"소프트웨어는 재미없고 어려운 대신, 비전이 있다고 생각합니다. 소프트웨어는 우리의 꿈을 현실로 만들 수 있는 도구이기 때문입니다." 오 대표는 마지막으로 소프트웨어에 대한 자신의 생각을 이렇게 정리했다. S



선도벤처 연계 창업지원

예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 성공한 선배벤처기업의 노하우를 전수하고 선배기업의 인프라를 활용할 수 있도록 지원(최대 9천만 원, '14년 예산 75억 원) **☎ 문의 : 042-481-8920**

순수 국내기술로 만든 디스플레이용 광학필름

LCD를 생산하는 모든 나라에 수출

거대기업의 독점분야에 도전해 세계 1등이 된 벤처기업 ㈜미래나노텍

MNtech

창 업 일 2002년 7월
대 표 자 김철영



살아 숨쉬는
전 세계 디스플레이용
필름시장 TOP기업

LCD를 생산하는 모든 국가에 수출

이제 어디서나 흔히 볼 수 있게 된 LCD TV. 그것을 밝고 선명하게 보기 위해서 꼭 필요한 부품이 바로 광학필름이다. 전 세계 6大 디스플레이 생산기업 전부에 광학필름을 납품하는 세계 유일의 기업이 있다. 미래나노텍이 그 주인공.

2002년 김철영 대표는 광학필름을 아이템으로 정해 창업한다. 당시 이 디스플레이용 광학 필름은 국내 어느 기업에서도 만들지 못하는 제품이었다. 전량 수입에 의존해 LCD TV를 만들었다. 거대 기업 3M의 독점 아이템. 당연히 무척 비쌌다. 국내 기업들이 도전하지 않았던 것은 아니다. 하지만 어떤 재료로 어떻게 만드는지 공개된 것이 전무한 실정, 거듭된 실패, 국내에 전문가가 없는 것은 당연한 일이었다. 필름의 원단만이라도 구하기 위해 해외까지 뒤졌으나 소득이 없었다. 김 대표는 결국 필름 원단부터 직접 만든다.

그렇게 2년 여가 흐른 2004년. 순수 국내기술로, 프리즘시트와 확산시트를 통합시킨 광학필름인 'UTE(Utility Enhancement Sheet)' 개발이 성공한다. 독자적인 공정과 제품 개발로 이룬 성과이다. 확산과 집광 기능을 광학필름 한 장으로 동시에 수행. 저전력화와 슬림화를 요구하는 시장의 변화에 최적인 제품이었다. 가격경쟁력에 품질경쟁력까지 갖추었다. 이를 시작으로 창업 10년 만에 연매출 3,000억 원을 기록하며 세계시장 점유율 1위를 달성할 수 있었다. 현재 LCD를 생산하는 한국, 일본, 대만, 중국 등 모든 국가에 수출되고 있는 미래나노텍의 제품이다.

직장 생활 통해 구체화한 기업가의 꿈

폭풍처럼 몰아쳤던 벤처붐이 사그라들던 2001년. 삼성 SDI 중앙연구소와 중앙일보 경영기획실에 근무하며 안정된 삶을 보장받던 김 대표는 모두를 놀라게 하며 창업을 결심하고 직장을 그만둔다. 초등학생이 되기 전부터 꾸던 사업가가 되겠다는 꿈을 실행하기 위해서였다. "막연했던 꿈이 직장생활을 통해 조금씩 구체화가 되더라고요. 기술, 사업마인드, 인적 네트워크 등이 갖춰지면서 자신감도 생겼고. '아! 내가 창업을 해야겠다.' 어느 순간 영감이 왔습니다."

바로 창업을 하지는 않았다. "누군가 기술을 독점하고 있지만, 성장 가능성이 높아 제가 파고 들어가면 성공할 수 있는 것을 찾아내려 했습니다." 아이템 고민만 8개월 이상. 그렇게 선택한 것이 디스플레이용 광학필름이었다. 제품을 개발하는 2년 동안 연구개발에만 집중했다. 금전적인 어려움은 당연. 그때, 국내 한 대기업에서 러브콜을 보낸다. 하지만 조건이 있었다. 개발기술이전. 계약서에 선뜻 사인하지 못했다. 이익배분

기업 특이사항

- '07. 10 코스닥 상장
- '10. 11 1억불 수출탑 수상
- '12. 4 코스닥 히든챔피언 선정(3회 연속)
- '12. 5 지식경제부 월드클래스300 선정
- '12. 12 연 매출 3천억 돌파
- '13. 11 중국 판매법인 (MNTECH SHANHAI)설립
- '12. 벤처활성화 유공 동탑산업훈장 수상
- '13. 코스닥시장 공시우수법인 수상

사업영역

- 디스플레이 필름 및 플레이트
- 터치스크린용 ITO 및 메시 솔루션
- 자동차 및 건물용 윈도우필름
- 교통안전용 재귀반사시트

에서 매우 불리했기 때문이다. 계약 전날밤까지 잠을 이루지 못하고 고민을 거듭했다. 오로지 미래만 보고 결심하고 계약서에 사인을 했다.

과감한 결정은 옳았다. 회사는 재정적 안정을 찾아 연구와 개발을 지속할 수 있게 된다. 오늘의 미래나노텍을 있게 한 결정적 사건이다. 이후 2005년 부터는 본격적으로 국내 대형 전자업체에 납품을 시작하면서 승승장구하기 시작한다. 매출은 2005년 153억 원에서 2006년 629억 원으로 한 해 사이 네 배 이상이 되었다.

전문기업의 본질은 원천기술 확보

그러나 곧 위기가 닥쳤다. 광학필름에 대한 3M의 특허가 끝나면서 글로벌 대기업들이 경쟁 제품을 쏟아낸 것. 위험



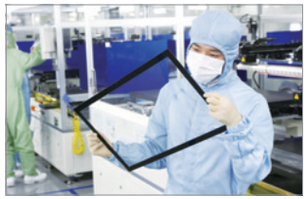
해질 수도 있겠다는 생각이 몰려 왔다. 매출은 전년대비 63%가 내려 앉았다. "고민 없이 성과에 취해 있을 때 위기가 온다는 것을 절감했습니다." 다시 본질인 원천기술 확보에 매달린 끝에 여러 기능을 한데 갖춘 '복합멀티필름'을 개발해 위기를 벗어날 수 있었다. 기술력의 중요성을 새삼 깨달았던 시간이다. 미래나노텍 총 직원 600여 명 중 1/3이 연구원이고 대기업 못지않게 기술개발에 투자하는 것은 바로 그 때문이다. 미래나노텍 종합 연구소에서는 현재 진행 중인 R&D 프로젝트가 20건이 넘는다. 그리고 프로젝트는 실제 성과로 돌아오고 있다.

대표적인 것이 대형 터치 필름. 스마트폰이나 태블릿PC에서 쓰는 '터치' 방식이 곧 컴퓨터에서도 사용될 것으로 보고 투자를 시작했다. 이어 마이크로소프트(MS)가 컴퓨터의 화면 터치를 가능케 한 새 운영체제를 발표한다. 예상은 다시 적중. 미래 나노텍은 낮은 저항값으로 반응속도가 빠른 대형 터치 필름을 꾸준히 연구생산 중이다. 세계시장을 선도할 다양한 제품들이 이 곳에서 만들어 질 것으로 기대된다.









1. 디스플레이용 필름 및 플레이트
2. 교통안전용 재귀반사시트
3. 자동차 및 건물용 윈도우 필름
4. 터치스크린용 ITO 및 메탈 메시 솔루션

고민하는 사람만이 미래를 열 수 있다.

과거에는 비용 우위를 찾아 우리나라를 탈출하는 기업이 많았다면 앞으로는 젊고 역량 있는 기업이 기술 우위를 바탕으로 해외시장을 집중 공략해야 한다고 강조하는 김 대표. 하지만 현지 정보 부족, 마케팅 역량 미흡 등이 중소기업의 현실이기도 하다. 그는 해외시장을 겨냥하고 있는 초기 수출기업들에게 정부와 공공기관의 지원채널을 이용하라고 조언한다.

MNtech
미래나노텍(주)

"저희도 도로교통표지판 사업을 진행하면서 많은 도움을 받아 좋은 성과를 거둘 수 있었습니다." 나라마다 교통규제나 반사 시트의 규격, 요구사항이 각기 다르고 관련 업체에 대한 자료도 부족한 상황이었다. 이때 국가별로 진출해 있는 중소기업청과 KOTRA의 협조를 받아 다양한 정보를 활용할 수 있었다. 정부의 도움과 8년에 걸친 연구 끝에 기존과는 다른 방식의 필름개발에 성공한다. 현재 도로표지판용 필름을 생산하는 업체는 3M을 포함해 세계적으로 단 3 곳뿐이다.

개발된 제품을 활용하여 지역 주민들이 어두운 밤거리를 안전하게 다닐 수 있도록 교통안전용 재귀반사시트와 어깨띠, 그리고 농기계용 반사 스티커를 제작하여 기부했다. 지역 내 초등학교 주변 도로에는 교통표지판을 무상 지원할 계획이다. '고민하는 사람만이 미래를 열 수 있다' 미래나노텍의 사훈은 김 대표의 경영철학을 품고 있다. 고민을 거듭해 '창의력'을 발휘해야 글로벌 경쟁에서 살아남을 수 있다는 것. 그의 성공 비결이자 미래나노텍의 원동력이다. S

터치스크린용 ITO 및 메시 솔루션



벤처 · 창업 선순환 생태계 조성에 앞장선

선도벤처기업, ㈜스마일게이트

청년창업 지원위해 중소기업청과 300억원 펀드조성, 투자 프로그램 Orange Farm 운영

Smilegate®

창 업 일 2002년 6월
대 표 자 권혁빈



뛰어난 기업의 잠재력을 발휘하여 글로벌 기업으로 성장할 수 있도록 돕는 전문 투자사

발빠른 중국진출, 초대박 게임의 탄생

스마일게이트는 2002년 설립되어, 최근 5년간 매년 2배 이상의 높은 매출신장을 이루어낸 게임 개발 벤처기업이다. 2013년 매출은 총 3,760억 원, 영업이익은 2,550억 원에 달한다. 90%이상의 매출이 콘텐츠의 직접 수출과 글로벌 현지 서비스를 통해 달성된 것. '크로스파이어', 이 총쏘는 게임이 스마일게이트의 대표 히트작이다. 대학 시절부터 세계에서 통하는 소프트웨어를 만들고 싶었다던 권혁빈 대표는 졸업 후, 취업 대신 교육 소프트웨어 서비스 회사 창업을 선택한다. 기업체 직원들을 위한 온라인 e러닝 서비스였다. 그리고 곧 실패한다. 경쟁자가 너무 많은 상황에서 가격 덤핑을 하는 회사까지 생기는 바람에 도저히 회사를 유지할 수 없었기 때문.

크게 실망했지만, 곧 마음을 잡고 두 번째 창업에 나선다. 이번엔 온라인 게임 회사였다. 글로벌 무대 진출을 최우선으로 염두해 선택한 아이템이었다. 개발진과 숱한 밤을 세운 끝에 2006년 슈팅(총싸움) 게임 '크로스파이어'를 세상에 내놓았다. 첫 결과는 기대에 미치지 못했다. 성공한 경쟁작들을 넘어서는 것은 쉬운 일이 아니었다. 이런 게임에 많은 시간과 노력을 투자해 점수를 쌓은 사람들은 내용이 비슷한 새 게임을 하려고 들지 않았다. 또 다시 회사를 말아먹을 위기.

그때 만난 중국의 인터넷 회사가 텐센트이다. 지금은 구글과 아마존에 이은 세계 3대 인터넷 기업이지만, 당시의 텐센트는 중국 내 2~3위권의 메신저 회사였다. 2008년, 텐센트가 게임 사업을 막 시작하려던 때에 의기투합하여 중국 진출을 결정한다. 다행히 경쟁자가 없었다. 시장을 선점해야 한다는 생

각으로 서둘렀다. 이제는 500만 명이 동시 접속하는 게임이 된 크로스파이어. 500만 명은 부산의 인구를 다 합친 것보다도 많은 숫자이다.

청년 창업 지원하는 Orange Farm 프로젝트

스마일게이트는 게임 만드는 것에서 시작한 사업영역을 게임 퍼블리싱과 투자 사업으로 확장하며 미국, 중국, 동남아 등에 해외 거점을 마련. 글로벌 기업으로 성장 중이다. 2010년부터 후배 스타트업의 성장을 위한 직간접적인 투자를 하고 있는 스마일게이트. 2013년에는 중소기업청과 함께 300억 원 규모의 **청년창업펀드**를 조성했고, 이어 서강대학교와 인재 양성 및 산학 협력을 위해 파트너십도 구축했다. 2014년에는 건강한 청년 창업 생태계 구축을 위한 프로그램의 일환으로 'Orange Farm'이 출범한다. 열정을 상징하는 오렌지(Orange)와 농장(Farm)의 합성어. 창의력과 도전정신을 가진 스타트업을 발굴, 육성하여 사업화와 투자까지 체계적으로 지원하는 시점이다. 지역기반 청년창업 활성화를 위해 Orange Farm_Busan도 추진 중이다. 그 밖의 지역에서도 산학 협력을 통해 청년 창업 열기의 확산을 선도한다.

단순히 어려운 후배들을 돕기 위해서 하는 일만은 아니다. 반짝이는 아이디어를 가진 신생 기업을 발굴해 제2, 제3의 '대박'을 기대하는 실리적인 목적도 있다. 가능성을 가진 젊은 기업과의 전략적 연합을 통해 선순환의 혜택을 나누자는 것이 권 대표와 스마일게이트의 목표.

청년창업펀드
성공 벤처기업 등과 공동 출자('14년 2,918억 원)하여 청년 창업 기업(창업 3년 이내)에 전문적으로 투자하는 펀드
☎ 문의 : 042-481-4419





성장한 스타트업이 후배 스타트업을 돕고, 지원받은 후배 기업이 성장하면 투자회수가 가능하다. 이것은 재투자로 이어져 선순환을 이루며 '건강한 창업 생태계' 가 마련된다. 이것이 스마일게이트의 지향이다.

발굴 · 육성 · 투자연계까지

Orange Farm에 선정된 스타트업과 예비창업자에게는 창업의 기반이 되는 기업 입주 공간과 기본 사무관련 서비스가 지원된다. 사업자 등록을 마치고 본격적인 사업시작이 임박한 스타트업에게는 6~15인이 사용할 수 있는 사무 공간에 개별 냉난방과 잠금장치까지 제공, 예비창업자에게는 Open Space 형태의 공간을 내준다. 원칙적으로 1년간 임대보증금, 월임대료, 관리비 전액 무상. 개발 · 사업 · 투자유치 · 법률 · 회계 등 기업 운영에 필요한 분야별 멘토링도 상시 지원한다. 현업 실



무자를 통해 유선과 이메일을 통해 도움을 받는데, 사안에 따라서는 직접 미팅도 가능하다. 국내외 시장 개척을 위해 스마일게이트의 '글로벌 비즈니스 네트워크'의 활용기회도 제공된다.

Orange Farm 입주자들에게는 3개월에 한 번씩 열리는 리뷰데이에 참석할 의무가 있다. 선배 기업가와 업계 전문가들을 멘토로 초청해 사업 방향 및 개발 성과를 공유하는 행사이다. 풍부한 경험과 전문성이 있는 선배들로부터 중간 점검을 받는 셈. 자문과 조언도 구할 수 있는 것은 물론이다.

이것은 중요한 투자 유치의 기회이기도 하다.

Orange Farm은 중소기업청과 함께 조성한 300억 원 규모의 청년창업펀드를 비롯, 연계 가능한 모든 수단을 통해, 선정된 스타트업과 예비창업자에게 '투자 유치 기회' 를 제공하려 노력한다.

글로벌 진출



스스로 성장할 수 있는 인프라 지원이 목표

하지만 모든 입주 스타트업에게 투자가 '전제'되는 것은 아니다. 일정액을 보장하는 약속은 하지 않는다. '스스로 성장할 수 있는 인프라' 를 제공하여 스타트업과 예비창업자가 자생(自生) 할 수 있는 환경을 만드는 것이 스마일게이트의 청년창업 지원 목적이기 때문.

스마일게이트는 현정부의 청년창업지원 기조에 적극적으로 발맞추고 있으며, 협력과 상생으로 함께 성공하는 아름다운 비즈니스 구조, 그것을 위해 잠재력을 가진 예비기업가들과 전략적 협력관계를 확대해 나가는 중이다. S



수용성 하이드로겔 기술로 해외에서 먼저 성공

1초에 한 개씩 팔리는 1초 마스크팩의 신화

기술력 뛰어난 창업 기업 발굴, 지원하는 멘토 벤처기업 ㈜제닉

창 업 일 2001년 9월
대 표 자 유현오



마스크 팩계
세계시장 점유율 1위.
상처치료제로 개발된
수용성 하이드로겔
마스크팩!

대박의 비결은 발상의 전환

세계시장 점유율 1위. 마스크팩 시장의 절대 강자. 세계를 평정한 마스크팩이 있다. 언니 누나의 화장대에 한두 번쯤 보았던 말캉말캉한 겔 타입의 마스크팩이 바로 제닉의 제품이다. 제닉의 마스크팩은 2007년, TV홈쇼핑에 첫 선을 보였다. 이후 최장수, 최다 판매 등 신기록을 수립하며 누적 판매액이 3,200억에 달하는 초대형 히트작이 되었다. 제닉의 수용성 하이드로겔 기술은 국내 특허는 물론 미국, 러시아, 일본, 중국에 특허등록을 마쳤다. 장영실상, NET 인증, 한국고분자학회 벤처기술상, 한국공업화학회 대주기술상 등을 통해 그 기술력도 객관적으로 인정받는다.

2001년 작은 사무실에서 유현오 대표 1인 기업으로 문을 연 제닉은 열정과 역발상을 통해 위기를 극복하며 2011년 코스닥 상장, 벤처 천억 클럽에 가입할 만큼 폭발적인 성장을 했다. 현재의 제닉을 있게 해준 수용성 하이드로겔 기술은 원래 붙이는 상처치료제로 개발된 것. 대학시절 호주로 떠난 배낭여행에서 여행경비가 떨어졌던 유 대표는 공사 현장에서 아르바이트를 하게 된다. 열기 속에서 일을 하니, 밤에 잠을 잘 수 없을 정도로 얼굴이 화끈거리고 따가웠다. 그때 호주 현지인들이 냉장고에 넣어두었던 적신 수건을 얼굴에 덮어주었는데, 피부가 빠르게 진정된 경험을 아이템 삼아 사업에 도전한 것이다.

초기 자본금은 짧은 직장생활로 모은 돈이 전부. 상처치료제는 의약품이었기 때문에 제품개발에 많은 비용과 시간이 들었다. 비용과 시간의 소진은 곧 고난으로 다가왔다. 하이드

로겔을 포기할 수 없었던 유 대표는, 상처에 붙이려던 제품으로 피부미용팩으로 만든다. 의약품개발에서 미용제품개발로의 과감한 변경. 국내 마스크팩 시장 점유율 30%, 마스크팩 No.1의 '1초 마스크'는 이렇게 탄생했다.

해외시장에서 성공해 국내로 금의환향

사업 아이템을 마스크팩으로 변경한 뒤, 힘들게 제품 개발에 성공했지만 시장의 벽은 너무나 높았다. 문전박대 당하는 것은 일상. 어렵게 제품 기능에 대해 설명할 기회를 잡아도 중소기업의 이름없는 제품을 구입하려는 소비자는 없었다. 시간은 흐르고 사업자금도 바닥이 보였다. '뭐라도 해야 한다!' 절박한 마음뿐이었다. 정부에서 중소기업 해외진출을 지원해준다는 소식을 접한 유 대표. 그 길로 당장 시장개척단 사업을 신청한다. 중소기업청 해외진출 지원 사업 중의 하나였다. 기술로는 미국 시장에서 이길 수 있을 것 같았다. 석 달간 미전역의

기업 특이사항

- 국내 마스크팩 시장 점유율 1위
- 세계 최초 수용성 하이드로겔 마스크팩 출시
- 마스크팩 매출 3,000억 원 달성
- 세계일류상품 인증 획득
- 소비자만족 자율관리 프로그램 (CCMS) 인증 획득
- 연예인 화장품 부문 매출 1위

전시회를 돌았다. 허나, 중소기업에게는 미국 시장의 진입장벽도 만만치 않게 높았다. 현지인들에게 하이드로겔 마스크팩에 대해 끊임없이 설명해 일단 관심을 이끌어냈다. 기술도 인정받는다. 그리고 현실이 된 미국시장 진입. 중소기업청의 도움이 주효했다.

성공적인 미국 진출은 또 하나의 큰 기회가 되었다. 미국에 시장조사를 온 국내 업체 담당자의 눈에 띄어 금의환향 격으로 국내시장 진출을 이루게 된 것. 높기만 했던 국내시장의 진입이 해외에서의 성공을 바탕으로 이루어졌다. 한국으로 돌아온 유 대표는 제조공장을 임대해 OEM(주문자 상표 부착 생산), ODM(제조업자 개발생산) 사업을 시작한다. 그 무렵 TV홈쇼핑을 통해 '셀더마 하이드로겔 마스크'를 런칭했다. 유통채널로 TV홈쇼핑을 선택 한 이유는 간단했다. 제품을 보여주면서 판매할 수 있는 곳이기 때문. 방송시간 내내 소비자에게 제품에 대해 설명하고, 시연 모습도 보여줄 수 있다. 뜨거운 소



비자의 반응을 체감하기까지 오래 걸리지 않았다. 기술은 있으나 마케팅 비용은 없었던 제닉의 생각이 적중한 것. 연일 매진, 덩달아 OEM, ODM 주문도 쇄도했다. 물량을 감당 못할 정도로 주문량이 밀려들었다.

genic
ONE and ONLY,

교만으로 얻은 큰 깨달음, 초심으로 돌아가다

승승장구하던 제닉과 유 대표에게 또 한번의 위기가 찾아온다. 사업이 어느 정도 진행되고, 입소문을 통해 마스크팩 사업이 자리를 잡아갈 무렵, 종합 화장품 회사로 무리한 확장을 시도한 것이 위기의 원인이었다. 유 대표는 그것을 '교만으로 인한 실패'라고 회상한다. "뭐든지 다 잘 되던 시절이었습니다. 소위 말하면 어깨에 힘이 들어가 있었던 거죠. 초심을 잃고, 보여지는 것에 현혹되었습니다."

화장품 시장에 대한 정밀한 분석과 전략없이 수십 종의 화장품을 개발하고 인기 스포츠선수를 모델로 기용하며 사업을 키웠다. 결과는 추락이었다. 큰 손실은 말할 것도 없었고, 내리막길은 가파랐다. 생각할수록 극복의 방법은 하나였다. "초심". 긍정 마인드로 무장하고 다시 처음부터 시작했다. 겸손한 마음으로, 시장에 처음 진입했을 때로 모든 것을 돌려놓았다. 임직원들이 함께 해 주었기에 가능했다. 다 바꾸었다. 제닉 사무실 곳곳에 아직도 붙어 있는 표어. '잊지 말자 2006. 2007' 큰 실패의 쓰디 쓴 경험을 약으로 생각하며 초심을 잃지 말자는 의미이다.

이젠 제가 엔젤투자자입니다

1인 기업인으로 어려움을 극복했던 경험이 있는 유 대표는 요즘 초기 창업자와 대학생들을 위한 멘토링 활동을 활발히 하고 있다. 경험을 바탕으로 기업가 정신 강연에도 열심이다. 벤처기업협회 부회장, 한국 청년기업가정신재단 이사는 유 대표의 또 다른 직함. 자금이 넉넉하지 않았던 유 대표가 비용이 많이 드는 제조업을 시작할 수 있었던 것은 "엔젤투자자" 덕이다. 일면식도 없던 선배가 운영하는 회사를 무작정 찾아갔다. 직원들의 명절선물로 마스크팩을 팔아 볼 작정이었다. 선배는 열정적인 유 대표의 모습과 실제 제품을 보고, 아무 조건없이 거금을 투자해 주었다. 선배의 엔젤투자금을 기반으로 제닉은 사업성을 증명할 수 있었고 이후 금융기관의 전환사채, 벤처캐피탈의 투자로 이어졌다.

"엔젤투자는 '선순환' 되어야 하는 기업의 사회적 책임"

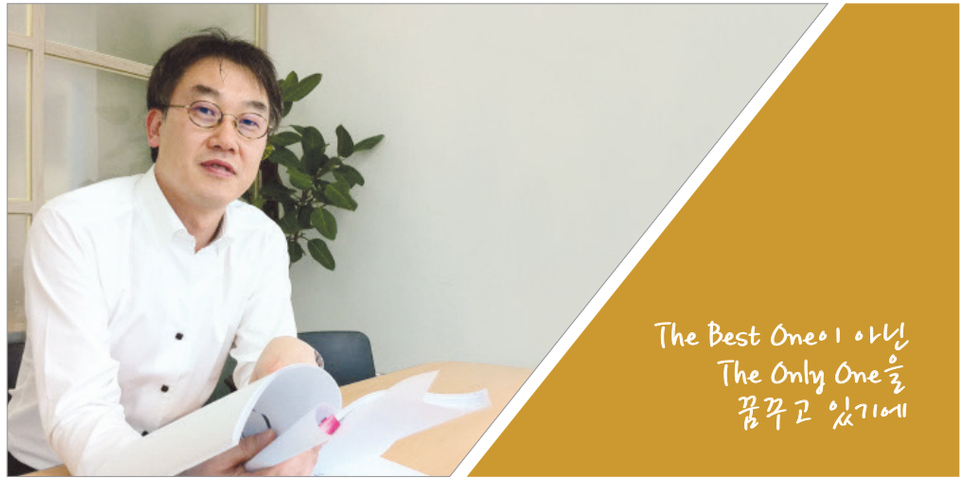
스스로가 엔젤투자 성공사례의 롤모델인 유 대표는 투자금만큼 중요한 것이 엔젤투자자의 역할이라고 말한다. 현재 제닉은 한국벤처투자협회와 공동으로, 기술력이 뛰어난 창업 기업을 발굴하여 멘토링과 엔젤투자를 진행 중이다. 지난 2012년 제닉은 본격적인 중국시장 진출을 시작했다. 중국법인 설립과 위생허가 등록 등 준비도 마쳤다. 특허기술 '하이드로겔'도 용도를 다양화할 것이다. 제닉은 지속적인 R&D를 통해 타 분야의 적용에 계속 도전 중이다. S

창업 지원받던 벤처 창업자에서 2년 만에 선도벤처로

창업기업과 선도기업 간 동반성장에 앞장

빅데이터 솔루션과 IoT(사물인터넷)기술로 글로벌 진출 꿈꾸는 벤처기업 **㈜유누스**

창 업 일 2010년 3월
대 표 자 황성욱



국내 이동통신사의 주요 인프라 및 웹기반 서비스 플랫폼 구축과 컨설팅 등 다양한 환경의 ICT 기반 융복합 사업을 주도하고 있다

애플 앱스토어 1위, 4주 만에 80만 다운로드

유누스의 슬로건은 'The Invisible Communications'. 유누스가 만든 솔루션에는, 제공하려는 기술 뿐 아니라, 그 기술이 전달되는 수단과 과정들 속에 이미 유저의 만족이 고려되어 있다. 기술은 늘 새로워지고, 소프트웨어도 곧 구식이 되지만 유저에게 전달되는 유누스의 고객만족 의지는 변하지 않는다는 뜻이다. 이러한 경영방침과 맥을 함께하는 주력사업 두 가지를 소개한다.

2012년, 구글은 샘플 채취용 면봉도 내과병원과의 연락도 없이 전 세계의 독감유행을 정확하게 예측했다. '빅 데이터' 덕분이다. 검색어 수천억 개를 분석해 '감기'와 관련된 45개의 단어들을 찾아내, 이를 분석함으로써 독감의 유행 수준을 예측하는 시스템을 개발한 것이다. '빅데이터'와 함께 IoT(사물인터넷)도 삶을 바꿔 놓을만한 획기적인 기술이다. 사람이 조작하지 않아도 망으로 연결된 기기들이 알아서 작동한다. 각각의 스마트 기기들이 서로 통신하여 사용자의 개입없이도 필요성을 스스로 판단해 작동하는 Always-on 서비스를 말한다.

빅데이터 분석 솔루션 BEANs와 IoT를 이용한 광고 플랫폼 캐시버거가 유누스의 핵심 사업이다. 이러한 ICT(Information and Communications Technologies) 기술의 진보가 사회, 경제적으로 풍부한 부가가치를 생산할 것이며, 아직 경험해보지 못한 새로운 시대를 현인류에게 열어 줄 것이라 유누스의 황성욱 대표는 전망한다. 유누스는 한국관광공사의 '대한민국 구석구석', 'Visit KOREA' 등의 앱을 개발해 출시한지 일주일 만에 애플 앱스토어 1위, SKT 앱스토어 4위에 올랐으며,

오픈 4주 만에 80만 건의 내려받기를 기록한 대표적인 스마트폰 앱 개발사이기도 하다.

창업지원 받은 2년만에 선도벤처

중소기업청이 운영하는 선도벤처 연계 창업지원사업이 주목받고 있다. 이 사업을 통해 선배 창업자의 도움을 얻어 기술개발 노하우를 전수받고, 물적 기반을 지원받아, 투자유치나 시제품 개발에 성공하는 창업기업이 적지 않다. 단순히 든든한 선배노릇만 하는 것이 아니라 새로운 창업 지원 모델로 자리를 잡아가는 중이다.

본 사업을 통해 창업한 회사는 2011년 30개에서 2012년 50개로 늘어났다. 2013년에는 84개 사업자를 선정하고 총 75억 원을 지원사업에 활용, 누적 164개사의 초기 창업자와 예비창업자를 지원하여 창업 100%, 신규 고용 429명, 매출 382억 원의 성과를 일구었다. 1개의 회사로 보자면, 2억 3,300만 원의 매출과 2.6명의 고용을 창출 한 것. 이 같은 성공 뒤에는 선도벤처와의 협업, 외부 투자유치가 중요한 역할을 했다. 선배와 투자자들이 안정적인 신생 벤처 기업 성장에 발판을 마련해준 것이다.

기업 특이사항

- '13. 4 한국관광공사중문 모바일 웹 서비스 개발
- '13. 12 KTDS New Portal 구축사업
- '13. 8 CJ CGV 영화예매 App 리뉴얼 개발
- '14. 4 한국관광공사 영/중문 모바일 서비스 개선 및 운영

선도벤처 연계 창업지원

예비창업자 및 창업 3년 이내 기업에게 성공한 선배벤처기업의 노하우를 전수하고 선배기업의 인프라를 활용할 수 있도록 지원(최대 9천만 원, '14년 예산 75억 원) ☎ **문의 : 042-481-8920**

선도벤처연계사업으로 ㈜인피니트헬스케어의 지원을 받던 유누스는 매출 180억 원을 달성한 빅데이터 소프트웨어 전문기업으로 성장했다. 그리고 2013년에는 2년 만에 창업자에서 선도벤처로 변신한다. 제도 운영 이후, 최초이자 유일한 사례이다. 지원받던 기업에서 지원하는 기업으로 2년만에 신분을 전환한 유누스는 선도벤처 지정 첫해에 1개 기업 멘토링을 시작으로 2014년에는 2개 기업을 멘토링하며 후배 양성에 투자를 늘리고 있다.

유누스는 ICT시장의 시대적 요구에 순응만 하거나, 시장적 경쟁우위를 우선으로 좇는 것을 경계한다. 시장에 끌려다니기 보다 능동적으로 시장을 이끌기 위해서 후배양성을 핵심과제로 상정하여 조직의 역량을 과감하게 투자하고 있다.



빅데이터와 IoT를 이용한 서비스에 주력

유누스는 모바일 비즈니스 태동기 때의 경험과 그간 축적해온 인프라를 활용하여 오프라인과 온라인을 넘나들며 기존의 방식을 개선하고 신규사업을 개척해 나가고 있다. 축적한 기술력을 바탕으로, 이동통신 사업자, 단말기 제조사들과의 긴밀한 협업을 통해 어플리케이션, 플랫폼 서비스를 개발을 하는데 주력하고 있다.

유누스는 NFC(근거리무선통신)를 이용한 교통 및 유통 관련 서비스를 제공하는 ㈜티모넷(대표 박진우)과의 업무 제휴를 통해 IoT를 활용한 광고플랫폼 개발에 성공했다. NFC태그가 있는 곳에 자신의 핸드폰을 접촉하면 광고 시청을 통해 수익을 적립할 수도 있고, 정보도 제공받을 수 있는 서비스이다. 수익은 티머니로 적립되어 교통비로 사용하는 것이 가능하다. BEANs솔루션은 대용량의 데이터를 수집, 가공, 분석, 시각화 할 수 있는 유누스의 자체 솔루션이다. 특히 해외 진출에 기대가 크다. 중국과 러시아와 업무 협의 중.

빅데이터 솔루션



포항에 IT&M 연구소 개소

유누스는 지속 가능한 성장의 기반을 조성하기 위하여 2011년 3월 포항에 IT&M연구소를 개소했다. 지역 한계를 극복하고 자신의 꿈과 목표를 얼마든지 달성할 수 있는 시대라 생각하는 유누스. 창의적인 생각과 성실한 태도를 가진 젊은 도전자들에게 지역의 한계는 의미가 없다고 말한다. 유누스는 야망을 꿈꾸는 도전자들에겐 기회의 땅이다. 유수 대학 및 유관기관과 산학연 협력체계를 구축하며, 신성장 동력을 발굴하고 사업화해 지역과 사회에 기여하는 사업 모델을 연구하고 있다.

이제는 형님 벤처, 성공한 기업으로서, 선도벤처 기업 활동의 가장 큰 축인 후배기업양성을 통해, 경험과 역량을 전수한다. 창업기업과 선도기업간의 동반성장을 통해 창조경제 혁신에 앞장서는 유누스는 기술력과 생산력을 공유하며 창업상생모델에 이바지한다. S



생각의 강도가 다르다

실패를 자산으로 더 강하게 단단하게,
오뚝이처럼 우뚝 일어서는 기업들

기업회생 절차가 진행되는 중에

스파이더맨 · 헐크 수주로 재도약 전기마련

시련을 기회로 만든 세계 10대 애니메이션 제작기업 **동우에이엔이㈜**

DONGWOO ANIMATION & ENTERTAINMENT

창 업 일 1991년 3월
대 표 자 김영두



세계 10대 애니메이션 제작사로 인정되어 우리나라 애니메이션 산업의 발자취와 맥을 같이하고 있다

다시 시작되는 동우의 신화

배트맨, 뉴 아기공룡 둘리, 닌자거북이, 그리스로마신화 – 올림포스가디언... 한국인이라면 모르는 사람이 없을 정도로 유명한 애니메이션 작품들이다. 유희왕, 스쿠비 두, 빨간망토 차차, 프리즘스톤과 같은 이름도 어른들에게는 낯설지 모르지만 젊은 세대에게는 매우 친숙할 것이다. 지금까지 나열한 작품들의 공통점은? 모두가 동우의 손을 거쳐 탄생한 작품들이라는 사실이다.

서울 구로구에 본사가 있는 동우에이앤이(옛 동우애니메이션)는 1991년 설립된 국내 1위의 애니메이션 제작사이다. 2002년에는 미국에서 발간되는 애니메이션 잡지로부터 세계 10대 애니메이션 제작사 중 하나로 선정되며 성가를 높였다. 2000년 이후에는 매년 100억 원대의 매출을 올렸다. 영업이익률도 20%대를 기록할 정도로 잘 나가는 회사였다. 그러나 2000년 기술신용보증기금으로부터 받은 120억 원의 자금이 사채로 전환되면서 해마다 8~9억 원의 이자를 내게 됐다. 엎친 데 덮친 격으로, 야심차게 진행하던 '마테오 극장판'과 '아기 둘리 극장판'에 엇박자가 생겼다. 경기침체 속에서 송도애니파크를 추진하는 등 무리한 투자로 유동성 위기를 겪던 동우는 결국 올해 4월 법원회생절차 신청 및 회생컨설팅을 신청했다.

일대 충격적인 사건이었지만, 동우의 진가가 드러난 것도 역시 이때부터다. 9월 서울중앙지법으로부터 기업회생 인가를 받은 동우는 본격적인 정상화의 길에 나섰다. 직원들은 흔들림 없이 자리를 지켰다. 오랫동안 파트너로 일해온 미국, 일본, 유럽의 메이저 제작사들로부터 굵직한 일감이 쏟아졌

다. 30억 원을 투자한 야심작임에도 1년 넘게 난항을 겪던 '프리즘스톤 시즌2'도 드디어 9월 1일 첫 방송을 탔다. 바야흐로, 더 큰 도약의 전기가 마련된 것이다.

한국 애니메이션의 자존심을 지켜온 동우

조금 더 구체적으로 살펴보자. 설립 후 최대 위기를 맞은 동우에 가장 먼저 도움의 손길을 내민 곳은 일본의 완구업체 '타카라 토미 아츠'였다. 이 회사는 동우가 심각한 자금난에 빠졌다는 소식에 오히려 자사의 일감은 물론 협력사의 일감까지도 몰아주었다고 한다. 마블코믹스, 드림웍스 등 미국의 애니 제작사들도 오랜 신뢰가 있었던 동우의 원군이 되어 주었다. 헐크, 스파이더맨, 터보와 같은 세계적인 작품들을 수주하는 낭보가 이어졌다. 그들이 동우를 이토록 신뢰하고 지원하는 까닭은 무엇일까? 한국 애니메이션 업계를 20년 넘게 대표해 온 동우의 실력과 철학을 누구보다 잘 알기 때문이었다. 1980년대까지 우리나라는 OEM 방식 하청제작을 주로 해온 '세계적인 애니메이션 하청기지'였던 것이 현실이다.

동우의 김영두 대표도 19살 어린 나이에 일본에서 하청을 받아 동화를 그리고 채색을 하는 회사에 취직하며 애니메이션계에 첫 발을 들였다. 하지만 그는 동우를 설립한 뒤 연간 250편 이상의 콘텐츠를 기획 · 제작하고, 2001년부터는 다수의 창작애니메이션을 만들었다. 또 2003년에는 국내 최초로 '유니미니펫'을 중국 CCTV에 수출했다. 특히 2004년 동우가 출품한 '아프리카 아프리카'가 세계 3대 애니메이션 축제 중 하나인 도쿄 애니메이션에서 영예의 그랑프리를 수상하는 쾌거

기업 특이사항

제41회 무역의 날 '1,000만불 수출의 탑' 수상

2004년 도쿄 애니메이션 그랑프리 수상

글로벌 진출

미국

〈드림웍스〉
* 헐크
* 스파이더맨
* 터보

일본

〈Do Entertainment〉
* 프리즘스톤
* 프리파라

를 이루었다. 이 대회는 2002년의 수상작은 미야자키 하야오 감독에게 노벨상을 안겨준 '센과 치히로의 행방불명'이었을 정도로 권위를 인정받는다. 한국을 '그림 공장' 취급받던 세계의 시선은 크게 달라지기 시작했다. 동우의 역사는 우리나라 애니메이션 산업의 발자취와 맥을 같이한다고 말해도 결코 과언이 아니다.

"널려있는 게 콘텐츠입니다. 디즈니 작품 봐요. 우리가 다 아는 얘기잖아요. 단지 어떻게 영상에 담아내느냐가 문제죠. 이번에 상을 탄 '아프리카 아프리카'도 마찬가집니다. 아프리카가 굶주리고 있다는 사실을 모르는 사람은 없잖아요."

사업성이 떨어지는 창작 애니메이션과 국제공동기획 작품에 치중하며 한국 애니메이션 콘텐츠의 경쟁력을 키워온 사람. 김 대표는 그러한 공로를 인정받아 지난 7월 국내 최고의 권위를 자랑하는 'SICAF2014 애니메이션 어워드' 수상자로



선정된 바 있다.

법정관리를 전화위복의 계기로

이렇게 화려한 과거와 견주어보면, 정부의 도움으로 기업회생 절차를 밟고 있는 동우의 오늘은 초라할지 모른다. 한때 700명이 넘던 동우의 직원 수도 현재는 고작 40명에 불과하다. 그러나 김 대표는 자신의 선택이 백번 옳은 것이었음을 확신한다. 정부가 지원한 기업회생컨설팅을 받고나서 "마치 오랜 암덩어리를 제거하는 기분이었어요. 회생컨설팅 사업부에서 나온 분들은 마치 제집 일인 양, 꼼꼼히 법정관리 절차에 세밀한 부분까지 점검하고 해결책을 찾아나가 주셨죠. 회생절차 소요비용 3천만 원을 지원받은 것도 적잖은 도움이 되었습니다."라는 말처럼, 동우는 요즘 종합검진을 통해 예전보다 점점 더 건강을 찾아가고 있는 중이다.

만약 회사가 회생절차 및 컨설팅을 신청하지 않았다면, 세계 메이저 제작사들과의 제휴를 통해서 축적한 애니메이션 노하우는 물론 회사가 보유한 토종 캐릭터까지 상실했을 것이다. 국내 애니메이션계에도 큰 손실이 발생하고, 산업의 활력 감소는 불 보듯 뻔한 상황이었다. 이번 경험을 전화위복의 계기로 삼을 작정이라는 김 대표. "앞으로 수익성이 낮은 OEM 제작 비중을 더욱 낮추고 창작 및 국제공동기획 작품 비중을 계속 높여 가겠다"고 밝혔다.

최근 들어 동우의 앞길에는 몇 가지 청신호가 켜졌다. 무엇보다도, SBS에서 방영 중인 '프리즘스톤 시즌 2' 반응이 생각보다 더 좋아서 안팎의 기대감이 적지 않다. 걸그룹 '카라' 멤버들을 모티브로 만들어 화제가 된 이 작품은 2012년 4월부터 1년 간 인기리에 방영되었던 '프리즘스톤'의 후속편이다. 동우는 애니메이션 방영과 동시에 라이선스 사업도 적극 진행한다는 계획이다. 프리즘스톤 시즌1의 라이선스 상품은 150종이며, 시즌2는 200여 종으로 확대된다.

9월부터는 '꿈의 라이브 프리즘스톤'의 영상 판권 사업을 시작했다. 회생절차 진행 중에 공동제작 계약을 체결한 '프리파라'의 경우, 이미 애니메이션 제작 매출이 발생하고 있음은 물론 2015년부터는 영상 판권을 통한 부가수익도 기대된다.

S



기업회생컨설팅

회생 가능성이 높다고 인정된 중소기업에 대해 전문가를 통해 법원의 회생절차 신청부터 회생 계획인가까지 상담 · 절차 대행 등을 지원(최대 3천만 원, '14년 예산 12억 원) ☎ **문의 : 042-481-6846**

제1회 경기-DKU Fail Conference 대상 받은 정직한 실패

재창업지원금 8억여 원 받아 다시 시작

접시 없는 위성방송 시대를 여는 DCS장비 제조업체 ㈜**엔토피아**

NETWORKUTOPIA NTOPIA

창 업 일 2012년 8월
대 표 자 이재용



사물인터넷을 기반으로 따뜻한 기술, 감성기술을 선도하는 모바일 회사이다

역동적으로 성장하는 기업, 엔토피아

"대한민국 가정집에서 접시안테나가 사라진다."

아직은 논란이 있지만, 전문가들은 '접시 없는 위성방송' 시대가 열리는 것은 시간 문제라고 보고 있다. DCS(Dish Convergence Solution) 장비만 있으면, 접시 모양의 수신 안테나를 집집마다 설치하지 않고도 위성방송을 볼 수 있기 때문이다. 설치비용도 저렴하고, 초고속인터넷망을 이용하기 때문에 음영지역에서도 고품질 방송을 볼 수 있다.

2012년 설립된 엔토피아는 바로 이 DCS 장비를 주력으로 꾸준히 성장하고 있는 방송통신장비 제조업체다. 종합 유선방송사업자와 각급 학교가 주요 고객이다. 특히 KT스카이라이프에는 1차 협력업체인 '유파인테크놀러지'를 통해 상업용 셋톱박스를 독점 공급하고 있다. 첫 해에 2억 6,000만 원이었



던 매출은 이듬해 12억 7,800만 원으로 껑충 뛰었다. 올해 예상 매출액은 30억 원에 이른다. 작년 9월에 벤처기업 인증을 받으면서 인지도가 상승한 덕에 대외 영업력도 강화됐고, 그동안 등록한 특허는 8개나 된다. 지금까지는 OEM 회사였지만, 조만간 여기에서도 벗어나게 된다. 자사 브랜드와 특허기술이 적용된 제품이 3가지 이상 출시를 앞두고 있기 때문이다. 현재 수주된 금액으로도 2015년에 200% 성장하는 역동적인 회사, 바로 엔토피아다.

재창업자금 지원으로 자가 공장까지 확보

이만하면 누가 봐도 잘 나가는 회사지만, 엔토피아는 한 차례 사업 실패 경험이 있는 이재용 대표가 10년 만에 재창업한 기업이다. 2002년 크리스털 생활용품 도매업체 다산을 운영하던 이 대표는 영업부진으로 몇 달 만에 회사를 폐업해야만 했다. 이후 관련 업계에서 생산관리 업무를 하며 성실하게 생활했지만, 마지막으로 재직했던 회사가 경영이 어려워지면서 등 떠밀리다시피 퇴사해야만 했다. 그는 함께 직장생활을 하던 동료들과 합심하여 2012년 엔토피아를 설립했다. 하지만 과거 사업 실패로 인한 신용 상의 문제로 은행권 이용이 불가능해 초기 자금조달 등에 많은 어려움을 겪어야만 했다. 다행히 정부가 재창업자금을 지원한다기에 반가운 마음에 얼른 신청했다.

재창업자금 지원을 받으려면 일정한 기준을 갖춰야만 한다. 무엇보다 '정직한 실패'를 했는지가 중요하다. 고의 부도, 회사자금 유용, 사기 등 부도덕한 폐업은 철저히 가려낸다. 사업의 성공 가능성, 우수 기술 보유 여부 등에 대한 평가도 중요시한다. 이 대표는 그 모든 조건을 충족하는 케이스였다. 사업 실패 후 10년 이상 동업종에서 성실히 근무하여 관련 기술 및 시장현황에 대한 이해도가 높은 점, 과거 함께 근무하던 직원들 간의 유기적인 업무협조로 창업 초기임에도 사업기반이 비교적 잘 정립돼 있는 점, 또 고정 거래처를 확보하여 꾸준한 매출향상이 기대되는 점 등이 높은 평가를 받았다.

마침내 재창업자금 지원이 결정되었다. 막다른 골목에서 재기의 동아줄이 내려온 것이다. 2013년, 운전자금 1억 원을 지원받아 창업 초기 사업운영의 터를 다졌다. 올해 들어서는 운전자금 2억 5,000만 원, 시설자금 5억 800만 원을 추가로 지원 받으며 자가 공장까지 확보할 수 있었다. 그는 5년 내에 지원 받은 자금을 모두 상환하고 직원들의 미래까지 책임질 수 있는 탄탄한 기업으로 성장시키겠다는 포부를 다지고 있다.

기업 특이사항

- HD급 Skylife Modulator
- DSC (Dish Convergence Solution)

'정직한 실패'를 극복한 사람의 '성실한 성공'

이 대표는 요즘 무엇보다, 서로 다른 기술을 가진 회사들을 네트워킹해서 더 좋은 융합제품을 만들어가는 데 몰두하고 있다. 예를 들어 최근에 벤처 3개사를 네트워킹해서 개발하

재창업자금

예비 재창업자 및 재창업한 지 7년 이내 기업을 대상으로 운전자금 및 시설자금 융자(최대 45억 원, '14년 예산 500억 원)

☎ 문의 : 042-481-4530

고 올 8월 울산경찰청에 시공을 완료한 'LED스마트제어시스템'은 그러한 노력이 낳은 대표적인 성과물이다. LED 제품을 잘 만드는 회사, 소프트웨어 기술을 가지고 있는 회사, 그리고 시스템(하드웨어) 엔지니어링을 잘하는 엔토피아, 이렇게 3개 사가 융합한 결과 전혀 새로운 제품, 부가가치가 훨씬 더 높은 지능형 시스템을 만드는데 성공한 것이다.

이러한 노력과 공로를 인정받은 그는 얼마 전 중소기업융합중앙회장 표창을 받았고, 경기벤처융합교류회에 가입하여 총무를 맡아 활동 중이기도 하다. 또 11월에는 경기도 중소기업지원센터와 단국대학교 창업지원단이 주관한 '제1회 경기 – DKU Fail Conference'에서 대상의 영광을 안기도 했다. Fail Conference는 충실히 창업을 준비한 창업경험자의 실패담을 공유하고 그로부터 배움을 얻음으로써 재도약의 기회를 모색하기 위해 열리는 행사이다. '실패담 나누기'는 세계적인 트렌드이기도 하다. 미국 실리콘밸리에서는 실패학, 실패 비즈니스, Fail Conference가 유망 사업 모델로 각광받고 있다. 일본의 자동차 회사 혼다는 매년 '올해의 실패 왕'을 선발해 그

개발제품 소개



해 가장 혁신적인 도전과 실패를 경험한 연구자에게 100만 엔을 지급한다. 독일의 BMW 역시 직원들이 혁신적인 아이디어를 낼 수 있도록 매달 '이 달의 가장 창의적인 실수상'이라는 이색적인 시상식을 연다.

엔토피아의 비전, 초연결 사회의 선도기업

지금 IT업계 최고의 유행어는 단연 사물인터넷(IoT, Internet of Things) 또는 만물인터넷(IoE, Internet of Everything)이다. 시스코의 존 챔버스 회장에 의하면 만물인터넷은 '인터넷이 그 동안 제공해 온 혜택을 10배 이상 늘려줄 수 있는 인터넷의 미래 모습'이다. 사전적인 의미로는 '인터넷을 기반으로 모든 사물을 연결하여 상호간에 정보를 소통하게 해주는 기술 또는 서비스'를 지칭한다. 그리고, 이재용 대표는 엔토피아의 향후 비전을 이렇게 설명했다. "M2M(Machine to Machine), 유비쿼터스를 지나 요즘은 IoE, IoT, 초연결사회가 화두입니다. 저희 엔토피아는 따뜻한 기술, 감성기술을 선도하는 'WITH(Warm IoT Hybrid) 모바일' 회사가 되겠습니다." S



재기중소기업경영자 힐링캠프 참여를 계기로

360도 회전용 슬립링 개발, 연매출 5억 원

재창업 성공, 작지만 큰 희망 전자부품 제조기업 **케이피전자**

KP Electronic
Korea Pulse
케이피전자

창 업 일 2011년 6월
대 표 자 박승자



실패와 시련의 연속에도 불구하고 이끌어온 전자제품의 핵심부품 360도 회전용 슬립링

케이피전자의 작은 성공 스토리

경기도 김포시에 위치한 케이피전자는 어디서나 흔히 볼 수 있는 소규모 제조업체다. 주로 생산하는 품목은 약 500여 종의 전자제품에 사용되는 케이블 커넥터 및 케이블 아쎄이(Ass'y=Assembly, 완제품 전의 상태). 거창하고 화려한 사업 아이템도 없고, 내세울 만한 실적도 가지고 있지 않다. 직원이라고 해봐야 박승자 대표 외에 고작 몇 명뿐이다. 그런데도 사람들은 이 작은 회사에서 큰 희망을 본다고 말한다. 케이피전자의 작년 매출액은 5억 5천만 원, 올해는 그보다 좀 더 많은 10억 원의 매출을 올릴 것으로 예상된다. 정부의 지원으로 2011년 재창업한 회사, 패자부활전을 거쳐 어렵게 재기한 회사 입장에서는 결코 작다고 할 수 없는 금액이다.

360도 회전용 '슬립링'이라는 제품을 독자 기술로 개발하는 데에도 성공했다. 관련 특허도 3건이나 등록한 상태이고, 올해도 추가로 2건의 특허 출원 중이다. 슬립링(Slip-ring)은 일종의 회전형 커넥터이다. 회전하는 장비나 기기에 전원을 공급할 때, 전선이 꼬이거나 끊어지지 않도록 해주는 역할을 한다. 헬리콥터와 자주포 같은 방산용, 굴착기나 풍력발전기 같은 산업용, 또는 로봇청소기나 CCTV 등의 전자제품에 이르기까지, 지속적인 회전을 하는 기기라면 어디든 들어가는 핵심 부품이다.

케이피전자가 개발한 360도 회전용 슬립링은 CCTV용이다. 최근 수년 간 CCTV는 엄청난 속도로 보급돼 왔고 앞으로의 이 추세는 꾸준히 유지될 것으로 보인다. 그런 만큼 CCTV용 슬립링도 향후 시장 전망이 밝은 분야로 평가되고 있

다. 지금까지는 주로 OEM 방식으로 슬립링을 생산, 납품했지만 9월부터는 자체 브랜드인 'KP슬립링' 제품을 출시하고 본격적인 영업에 나섰다.

23년 관록의 CEO 박승자 대표

케이피전자의 창업자인 박승자 대표는 여러 차례의 TV 출연과 매스컴 보도를 통해 뭇 사람들에게 깊은 인상과 감동을 남겼다. SBS 스페셜 '사장님의 눈물'에 나와 그녀가 들려준 인생 스토리는 파란만장 그 자체였고, KBS의 '국회의원, 대기업, 소기업 행복찾기 대토론'에 출연해서는 갖은 풍상을 겪어낸 중견 경영자로서의 면모를 유감없이 보여준 바 있다. 우리나라 제조업체에서는 보기 드문 여성 CEO인 박승자 대표. 그녀는 두 번의 사업 실패, 대형 교통사고 등 온갖 고난을 딛고 재기에 성공한 오뚝이 같은 사업가다. 그녀는 1990년 음반판매업으로 첫 사업을 시작했으나, 불황으로 곧 접었다. 다시 케이피전자의 전신인 '인기텍'을 설립했다. 자동차부품 납품으로 연평균 매출이 20억 원에 달하기도 하고 나중에는 컴퓨터부품을 개발해 미국 수출까지 했다. 그러나 1997년의 외환위기로 회사는 부도가 났다. 살던 집과 공장을 처분해 '빚잔치'를 하고 남은 얼마의 돈으로 낡은 지하공장을 얻어 다시 사업을 시작했다.

이후 다시 승승가도를 달렸다. 7년 만에 빚을 다 갚고 2007년에는 공장을 확장, 이전했다. 그러나 무리한 사업확장으로 실패하면서 회사는 결국 2010년 말 부도 처리되고, 박 대표는 16억여 원에 달하는 빚에 시달리게 됐다. 한때는 우수여성 모범기업인으로 표창을 받을 만큼 잘 나가는 CEO에서 순식간에 신용불량자 신세로 전락했다. 몸도 마음도 피폐해진 상태에서 운전 중에 기절, 대형 교통사고를 당한 적도 있었다. 빚독촉 때문에 가족 해체의 위기까지 겪어야만 했다.

기업 특이사항

- 2012 중소기업진흥공단 재창업자금 (운영자금)
- 2013 중소기업진흥공단 재창업자금 (시설자금)
- 2013 재창업전용기술 개발사업 시행 (완료)
- 2013 중소기업청 · 우리은행 : 중소기업 재도전 수기 및 UCC 우수상

우울증을 극복하고 다시 출발선에 서다

사업 실패 후, 극심한 우울증으로 병원 치료를 받을 만큼 실의에 빠졌던 나날. 문득 박 대표는 인터넷 검색창에 '재기'라는 단어를 입력했다. 우연히 본 중소기업청 사이트에서 실패 경영자에 대한 **힐링캠프식 재기교육**을 재기중소기업개발원을 통해 실시하고 있는 것을 발견하게 되었다. 박 대표는 밑바닥에서 다시 시작하기로 결심하고, 경남 통영 죽도에 있는 개발원으로 떠났다. 4주 과정의 재기중소기업경영자 힐링캠프에 참여했다. 전문가들의 강의와 산속 1인 텐트 생활, 명상 등의

힐링캠프식 재기교육
중소기업 경영자를 대상으로 4주간 합숙을 통해 자아성찰, 심리치유 등 재기의 기반을 다질 수 있도록 교육 실시(교육비 전액 무료, 연 4~5회)
☎ 문의 : 042-481-4530



프로그램을 통해 자신을 돌아보고, 또 세상과 맞설 각오를 단단하게 다졌다.

캠프를 마치고 나온 박 대표는 재창업에 나섰다. 하지만 문제는 돈이었다. 박 대표는 중소기업진흥공단의 문을 두드렸다. **재창업자금**을 지원받기 위해서다. 정부는 중소기업진흥공단을 통해 재창업기업들의 경영을 돕기 위해 창업자금을 지원하고 있다. 단비 같은 자금을 지원받은 박 대표는 회사 이름을 '케이피전자'로 바꿔 재창업에 성공했다. 주변의 도움도 컸다. 재창업 당시 한 푼도 없는 상황에서 일감과 선수금을 주는 거래처도 있었다. 물량을 발주 받고도 자재 대금이 없어 발을 동동 구를 때 미리 송금부터 해준 고마운 기업도 여럿이었다. 일감이라도 많이 밀어주는 게 돕는 길이라며 내부에서 작업하던 물량을 밀어주던 회사도 있었고, 해외에 수출할 수 있는 길을 터준 사장님도 있었다. 그 결과 열 군데가 넘는 거래처가 생기고 매출도 꾸준히 상승하고 있다.

새로운 도약의 전기 마련

경영 역량과 기술 역량을 강화하기 위한 노력도 각별했다. 중소기업진흥공단의 재창업아카데미와 재창업역량강화교육, 중소기업 기술주도형 R&D 기본/고급교육 등을 수료했다. 특히 2013년은 재창업한 케이피전자에게 있어서 매우 뜻 깊은 해였다. 중소기업 대상 R&D기술개발사업 과제에 도전하여 받은 기술개발자금 1억 원을 밑거름으로 CCTV 360도 회전용 '슬립링'을 개발한 것이다. 뿐만 아니라 ISO14001과 ISO9001 인증을 획득하고 8월에는 드디어 벤처기업 등록에도 성공할 수 있었다.



제조업체에서, 그것도 전자업체에서 여성 CEO가 20년 넘게 기업을 경영한다는 것은 극히 드문 일이다. 그러나 박승자 대표는 실패와 시련의 연속에도 불구하고 23년째 기업을 이끌어오고 있다. 좌절하고 포기하지만 않는다면 결코 희망은 사라지지 않는다는 것을, 박 대표는 실증적으로 보여주고 있다.

재창업자금
예비 재창업자 및 재창업한 지 7년 이내 기업을 대상으로 운전자금 및 시설자금 융자(최대 45억 원, '14년 예산 500억 원)
☎ 문의 : 042-481-4530



성큼성큼 스타트업 성공이야기

발행처 중소기업청(www.smba.go.kr)
창업진흥원(www.kised.or.kr)

발행일 2014. 12. 30

기획 및 진행 조창상

크리에이티브 디렉터 안소영

디자이너 이민지 / 박지은

작가 박종우 / 김민수

교정 & 교열 최혜정

펴낸곳 **브이컴**
주소 서울시 강남구 삼성로 119길 23
전화 02) 3461-2950 | **팩스** 02) 3461-2951