

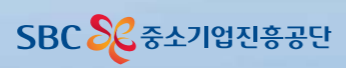
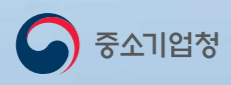
중소기업 사업전환 · 무역조정 지원사업 우수사례집

새로운 도약을 위한 변화의 기회  
사업전환에 답이 있다!

새로운 도약을 위한 변화의 기회  
사업전환에 답이 있다!

중소기업 사업전환 · 무역조정 지원사업 우수사례집

중소기업청  
SBC 중소기업진흥공단



새로운 도약을 위한 변화의 기회

사업자간호원에 답이 있다!

# CONTENTS

## 01

### 사업전환·무역조정 CEO의 성공스토리

#### 1. 유통에서 제조로 전환하여 기업의 가치를 높이다

- (주)성지포크   박성연 대표	11
- (주)에이치피앤씨   김홍숙 대표	17
- (주)대일   이성복 대표	23
- (주)해천글로벌   박호균 대표	29
- 한스틸(주)   양재영 대표	35

#### 2. 고객의 마음을 읽고 사업전환 성공의 지름길을 열다

- (주)금성지앤씨   안호균 대표	43
- (주)티앤지세경   김민호, 김기철 대표	49
- (주)마바산업   구효정 대표	55
- (주)청진이앤씨   박명진 대표	61
- 농업회사법인 주식회사 봉산식품   장재식 대표	67
- 한울   김학중 대표	73

#### 3. 신기술, 신제품 개발로 미래 시장을 선도하다

- (주)그인   김태정 대표	81
- (주)금강씨엔텍   김영재 대표	87
- (주)대경이앤씨   박성원 대표	93
- (주)도건시스템   김보근 대표	99
- (주)이씨스   김용범 대표	105

#### 4. 시장 트렌드를 반영하여 가치를 창출하다

- (주)대성메디칼   양용호 대표	113
- (주)우드피아   임현무 대표	119
- (주)유니폴리   이원재 대표	125
- (주)이아이라이팅   장명기 대표	131
- (주)제이에스그린푸드   전금성 대표	137

#### 5. 세계 시장에서도 밀리지 않을 경쟁력을 확보하다

- (주)새롬코스메틱   김은호 대표	145
- (주)필립인텍스   양윤석 대표	151
- 세원목재(주)   홍기오 대표	157
- (주)대동요업   박진철 대표	163

## 02

### 지원제도 소개

사업전환 지원사업	173
무역조정 지원사업	179
기타 지원사업	185
기업활력제고를 위한 특별법	195

01 /

사업전환 · 무역조정  
CEO의 성공스토리

01 유통에서 제조로 전환하여  
기업의 가치를 높이다

02 고객의 마음을 읽고 사업전환  
성공의 지름길을 열다

03 신기술, 신제품 개발로  
미래 시장을 선도하다

04 시장 트렌드를 반영하여  
가치를 창출하다

05 [무역조정] 세계 시장에서도 밀리지 않을  
경쟁력을 확보하다

# 1

유통에서 제조로 전환하여  
기업의 가치를 높이다



**도매에 가공을 더해 비상의 날개를 달다!**

(주)성지포크 | 박성연 대표

**제조를 통해 미래 성장동력을 확보하다!**

(주)에이치피앤씨 | 김홍숙 대표

**유통과 제조의 시너지로 브랜드를 살리다!**

(주)대일 | 이성복 대표

**구매-가공-수출 전 단계를 관리함으로써 자생력을 높이다!**

(주)해천글로벌 | 박호균 대표

**자체 제작의 역량으로 더 높은 부가가치를 창출하다!**

한스틸(주) | 양재영 대표

(주)성지포크

# 도매에 가공을 더해 비상의 날개를 달다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)성지포크 _ 박성연 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	육류 도매업 / 기타 육류 가공 및 저장처리업
설립연도	2011년
종업원수 (2015년 기준)	7명
매출액 (2015년 기준)	16,088백만원
소재지	경기도 이천시 부발읍 중부대로1390번길 141

# (주)성지포크

박성연 대표



“작은 일을 제대로 해야 큰 일을 잘 할 수 있다.

조그마한 일에도 최선을 다했다”

박성연 대표는 2011년 육류도매 업체인 (주)성지포크를 창업했다. 육류도매 회사에 근무한 경험을 바탕으로 젊은 CEO로 새 출발을 한 것이다. 회사는 쾌속질주 하였다. 하지만 도매만으로는 한계가 있었다. 2015년 박성연 대표는 또 한 번의 도전을 하게 된다. 육류를 가공해 판매하는 육류가공 및 저장처리업으로 사업전환을 시도한 것이다. 현재 (주)성지포크는 하루에 120톤의 육류를 가공, 판매하고 있다. 마음속에 꿈꾸던 회사를 현실로 만들어 나가고 있는 것이다.

## 도매업만으로는 한계가 있다

박성연 대표는 젊은 CEO다. 이 때문에 거래처를 방문하면 직원으로 오해하는 경우가 잦다. 처음 보는 사람은 젊은 나이에 사업체를 운영하는 박성연 대표를 금수저라고 생각할 수도 있다. 하지만 박성연 대표의 오늘은 그가 맨손으로 이뤄낸 결과다. 박성연 대표는 (주)성지포크를 창업하기 전 육류도매 업체의 직원으로 근무하며, 1톤 트럭에 박스육(부위별로 포장해서 박스에 담은 돼지고기)을 싣고 거래처로 가서 제품을 배달하는 일을 했다. 당시에도 박성연 대표의 행동은 남달랐다.

“다른 배달기사들은 제품을 거래처에 배달만 하고 갑니다. 하지만 저는 제품을 갖고 가면 냉장고를 정리한 후 고객이 제품을 바로 꺼내서 사용할 수 있도록 한 후에야 거래처를 나왔습니다.” ‘될 성 부른 나무는 떡잎부터 다르다’ 는 말처럼 창업을 하기 전부터 박성연 대표는 주인정신을 갖고 일한 것이다. 육류도매 업체의 직원으로 근무하며 현장의 경험을 쌓은 박성연 대표는 2011년 지금의 회사인 (주)성지포크를 창업하게 된다.

육류도매업은 가공한 돼지고기를 유통, 도매하는 일을 말한다. 육류를 가공하고 판매하는 육가공 저장 처리는 돼지사육농가에서 원료돈을 구입하는 일부터 시작한다. 원료돈을 도축장에 의뢰해 부내장을 제거하고 나면 돼지를 가공공장으로 가져와 부위별로 절단한 후 포장해서 판매하게 된다. 이 과정에서 부내장을 제거한 돼지를 가공공장으로 가져와 부위별로 절단, 포장하는 것은 가공시스템이 갖춰진 업체에서만 할 수 있다. (주)성지포크의 경우 앞 단계의 가공은 저장처리업이 가능한 업체에 위탁가공을 하고, 가공을 마친 부분육을 유통 도매하는 업무를 진행했다.

(주)성지포크를 창업한 후 2년은 직원 없이 박성연 대표 혼자 사업장을 꾸려 나갔다. 도축장에서 찾아온 돼지를 가공공장에 위탁가공을 맡기고, 부분육으로 가공을 마치면 이를 싣고 거래처로 배달하였다. 낮에는 배달, 저녁에는 경리 업무를 처리하는 날들이 반복됐다. 하지만 육류도매 업체에 직원 시절부터 몸에 익힌 꼼꼼한 고객관리와 서비스 정신은 당시에도 유용하게 활용되었고, 빠른 시간 안에 눈부신 성장을 거둘 수 있었다. 매출은 2012년 9억 원, 2013년 41억 원, 2014년 65억 원으로 빠르게 성장하였다.



## 육류가공도 직접 하자

매출이 늘면서 직원을 4명으로 충원했다. 하지만 육류도매업만으로 성장하는 데는 한계가 분명했다. 사업을 영위하는 과정에서 오는 불편함도 있었다. 다른 가공 공장에 위탁가공을 맡길 경우 (주)성지포크의 가공육은 항상 우선순위에서 밀리기 일쑤였다. 가공공장의 입장에서는 어쩔 수 없는 일이겠지만 (주)성지포크의 제품을 기다릴 대형마트와 정육점, 식당 등을 생각하면 박성연 대표는 늘 마음이 편치 않았다.

‘문제를 해결할 수 있는 방법은 가공공장을 짓고 직접 육류가공을 하는 방법 밖에 없었다. 육류도매업에서 한발 더 나아가 가공까지 하는 육가공업체가 되어야 한다’ 는 판단이 서게 된 것이다. 때마침 사업전환을 결심할 무렵 박성연 대표는 이천에 있는 공장이 경매로 나왔다는 정보를 듣게 됐다. 곧바로 경매에 참여해 현재 (주)성지포크가 있는 공장을 매입하였다. 그러나 해당 공장은 육류가공과는 거리가 먼 업체였고, 매입 후 육류가공을 위한 시설 투자를 통해 공장을 새롭게 지어야만 했다. 하지만 박성연 대표는 공장 매입을 위해 보유하고 있던 자금을 모두 사용한 상태였기에 공장 신축 자금을 새롭게 구해야 하는 막막한 상황이었다.



“여기 저기 알아보다 중소기업진흥공단에서 사업전환 지원사업을 한다는 사실을 알게 되었습니다. 방문해서 공장을 짓고 싶는데 시설 자금이 부족하다는 말씀을 드렸고요, 그때 인상 깊었던 것은 직원들이 어떻게든 지원 해주려고 노력하는 모습이었습니다. 저는 지푸라기라도 잡는 심정으로 간 것이었는데 직원들의 성의 있는 모습에 감동을 받고 돌아왔습니다.”

드디어 2015년, 사업전환 지원사업의 승인이 났고, 자금 지원을 받았다. 해당 자금은 시설 설비 공사를 위한 계약금과 직원들의 신규 채용비용으로 요긴하게 사용되었다.



## 맛있고 신선한 고기로 고객을 사로잡다

이후 (주)성지포크는 육류 숙성을 위한 투자 등 시설 공사를 통해 우수한 환경 속에서 육류를 가공할 수 있는 토대를 갖추는데 심혈을 기울였다. 육류의 가공은, 부내장을 제거한 돼지를 발골한 후 성형을 하고, 진공 및 포장하는 과정으로 이뤄지는데 특히, 숙성된 맛을 결정하는 진공 과정이 중요하다. (주)성지포크에서는 압축을 통해 진공 시 공기가 들어가지 않도록 밀폐를 한다. 그 다음 뜨거운 물과 찬물에 번갈아 들어가는 수축기에 넣는다. 특히 수축기는 박성연 대표가 직접 고안, 업체에 의뢰해 제작했다.

밀폐된 상태에서 뜨거운 물에 넣었다가 찬물에 넣으면 더 강하게 수축되는 효과가 있다. 또한 미생물과 접촉할 조그마한 틈도 없기 때문에 고기가 신선도를 오래도록 유지할 수 있는 장점이 된다. 또한 박스육을 보관할 때 쌓아놓으면 냉기가 아래로 내려가 제일 밑에 있는 박스육의 고기가 축축해지는 경우가 발생하는데, 이 경우 고기의 질이 떨어질 수 있다. 박성연 대표는 이 문제를 해결하기 위해 대처시스템을 만들어 박스를 각 칸에 넣도록 하였다.



“고기는 가공을 어떻게 하느냐에 따라 맛이 달라진다는 생각으로 작고 세밀한 부분에서도 고기의 맛을 향상시키기 위한 설비를 구축하기 위해 노력했습니다.”  
 현재 (주)성지포크는 하루에 120톤의 육류를 가공해 판매하고 있다. 특히 숙성을 제대로 한 덕분에 ‘맛있다’ 는 반응이 자자할 때면 박성연 대표는 그간의 고생을 싹 잊는다.

(주)성지포크는 영업에 있어서도 솔직함을 주요 무기로 삼는다. 돼지고기 등급표를 거래처에 공개하고, 거래처에서 원하는 고기를 직접 선택하도록 하고 있는 것이다. 이런 원칙에 힘입어 빠른 시간 안에 대형마트와 식당 등 고정거래처를 늘려 나갈 수 있었다.

“우리가 이름을 들으면 모두 아는 회사들도 처음부터 큰 회사는 아니었을 겁니다. 그 회사들도 어려움을 극복하고 사업을 성장시켰겠죠. 힘들 때마다 ‘큰 회사도 처음부터 큰 회사는 아니었다. (주)성지포크가 큰 회사가 안 되리라는 법은 없다’ 고 되뇌입니다. 정직과 신용을 바탕으로 한다면 (주)성지포크 역시 성장, 발전할 수 있으리라 생각합니다. 그 날을 위해 최선을 다할 것입니다.”

앞으로 (주)성지포크는 CI와 BI를 만들어 제품의 브랜드화를 진행할 계획이다. 이를 통해 고객에게 (주)성지포크의 이름을 각인시키고 내실 있는 업체로 성장하기 위한 발걸음을 계속해 나갈 것이다.

Interview CEO의 Kick!

「고객 맞춤형 서비스를 하라!」

사업을 하면서 돼지고기를 좋아하는 취향에도 지역적인 차이가 있다는 것을 알게 되었다. 대전은 목살 등 구워 먹는 고기를 선호하고, 대구는 수육 등 삶아 먹는 고기를 좋아하는 특성이 있었다. 또한 거래처마다 선호하는 고기가 제각각 달랐다. 거래처에서 선호하는 고기를 기억하고, 거래처에 고객맞춤형으로 고기를 제공하였다. 고객 만족도가 당연히 올라갔다.



(주)에이치피앤씨

# 제조를 통해 미래 성장동력을 확보하다!

회사정보

기업명 _ CEO	(주)에이치피앤씨 _ 김홍숙 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	의약품 도매업 / 완제 의약품 제조업
설립연도	2005년
종업원수 (2015년 기준)	66명
매출액 (2015년 기준)	8,690백만원
소재지	충청북도 진천군 진천읍 초평로 175

# (주)에이치피앤씨

김홍숙 대표



“번번이 제조에 발목이 잡혔다.  
제조는 반드시 해야하는 일이었다”

(주)에이치피앤씨는 화장품과 의약품 유통 도매업을 통해 사업을 영위하는 업체다. 주로 병원 피부과나 클리닉에 화장품을 유통하며, 메디컬 코스메틱 시장 개척에 힘써왔다. 하지만 제조 없이 도매업만으로 기업을 성장시키는 데는 한계가 있었다. 김홍숙 대표는 제조라는 뿌리를 내려야 단단한 나무로 성장할 수 있다는 결론과 함께 제조업으로 사업을 전환하였다. 사업전환 후 2년 차인 현재 오송생명과학단지 내에 있는 (주)에이치피앤씨의 공장에서는 화장품과 의약품, 의외약품을 생산하고 있다. (주)에이치피앤씨가 만든 화장품 브랜드인 THELAMICOS(테라비코스)는 메디컬 코스메틱 시장을 선도하며 해외 수출을 위한 바쁜 행보를 계속하고 있다.



## 메디컬 코스메틱 제품을 처음 알리다

최근 들어 병원의 피부과나 클리닉, 에스테틱에서 판매하는 메디컬 코스메틱 시장의 성장세가 두드러지고 있다. 한국보건산업진흥원에 따르면, 국내 일반 스킨케어 시장은 매년 4%의 성장률을 보이는 반면 메디컬 코스메틱은 해마다 15%씩 성장하고 있는 것으로 나타났다.

김홍숙 대표는 우리나라에 메디컬 코스메틱이라는 말이 없던 1993년, 메디컬 코스메틱 제품 유통 도매업을 최초로 시작한 인물이다. “1993년 회사를 창업하고 가방에 해외 메디컬 코스메틱 기업이 만든 모이스처라이저와 클렌징을 들고 전국의 피부과로 영업을 다녔습니다. 당시는 메디컬 코스메틱 제품이 거의 알려지지 않았을 때라 어려움이 많았습니다.”

김홍숙 대표는 전국으로 영업을 다니며 사세를 키워나갔고, 이를 바탕으로 직원도 25명까지 총원하였다. 2005년에는 법인전환을 통해 의약품의 유통 도매업도 시작했다. 그런데 회사가 성장할 무렵이면 번번이 좌절의 쓴맛을 보았다.

“타사가 제조한 제품을 대리점권을 통해 유통 도매하는 시스템이었는데, 회사의 모든 역량을 투입해 시장 내에서 인정받고, 상당한 매출로 연결되기 시작하면 제조사에서 제품의 공급을 중단하거나 대리점권을 회수해 갔습니다. 하루아침에 판매할 제품이 없어지는 거죠.”

김홍숙 대표는 이러한 위기를 반복적으로 겪으면서 회사 경영을 그만 두고 싶은 마음도 들었다고 한다. 하지만 자신을 믿고 바라보는 직원들을 생각하면 그럴 수 없었다. 다시 심기일전해 알레르기 치료제인 알러지논정과 여드름 치료제인 듀오크린액, 탈모치료제인 케라민 캡슐을 판매하면서 의약품 도매업과 화장품 판매업을 지속해 나갔다.



## 유통 도매업으로는 성장에 한계가 있다

하지만 2013년, 매출은 몇 년 동안이나 65억 원 가량으로 정체되어 있었다. 김홍숙 대표는 유통 도매업만으로 회사를 성장시키는 데 한계가 있다는 것을 뼈저리게 느낀 순간이었다고 회상했다. ‘이렇게 지속할 수는 없다. 제조의 뿌리를 단단히 내려야 성장, 발전할 수 있다. 내 브랜드로 열매를 맺자’ 는 결심과 함께 2013년 11월, 화장품 제조업으로 업종추가를 실시했다. 이어 2014년 2월 기업부설연구소를 설립, 10월에는 오송생명과학단지 내에 공장을 완공하였다. 이와 더불어 화장품 제조를 위해 24시간 물을 살균하는 정제수 시스템을 구비하고, 믹서, 호모 장비 등 화장품 제조를 위한 준비를 마쳤다.

그러나 제조업으로 사업전환을 하기 위해 가장 중요한 것은 자금문제였다. 김홍숙 대표 역시 자금의 필요성에 대해 알고 있었지만 예상치보다 훨씬 많은 비용이 들어가자 자금 마련에 고심을 거듭할 수밖에 없었다. 그러던 중 중소기업진흥공단의 사업전환 지원사업을 알게 되었다. 이를 통해 김홍숙 대표는 자금지원을 받았고, 인력 보강 문제도 중소기업진흥공단의 도움으로 해결할 수 있었다.

“제품을 개발할 연구원 15명과 공장을 가동할 인력을 채용해야 했는데, 지방에 있는 중소기업에 오려는 사람이 드물었습니다. 인력을 충원한다고 해도 이직을 하는 경우도 잦았고요. 이 문제도 중소기업진흥공단에서 추천해준 내일채움공제를 통해 해결할 수 있었습니다.”

## 피부 질환자를 위한 우수한 제품

2014년 인력 충원과 공장 준공 등 제조업을 위한 준비를 마친 후 2015년부터 본격적으로 공장을 가동할 수 있었다. 이에 따라 (주)에이치피앤씨의 브랜드인 THELAVICOS(테라비코스)도 런칭하였다.

“화장품이 한 생명이 태어나 안락하고 행복한 인생을 살아가기 위한 생활필수품인 것처럼 테라비코스도 행복한 피부를 위한 필수품으로 인정받는 것이 최종 목표입니다.”

기업부설연구소에서 개발한 (주)에이치피앤씨의 화장품은 상당히 우수한 평가를 받고 있다. 메디컬 코스메틱 제품의 경우 피부질환이나 좋은 피부를 원하는 사람들이 사용하는 제품이므로 제품의 질에 상당히 민감하다. 또한 피부과에서 치료 보조제용으로 사용을 권장하는 제품이므로 제품에 대한 신뢰성도 필요한데, (주)에이치피앤씨의 보습제는 피부과 의사들로부터 좋은 제품으로 손꼽힌다.

“보습제만 잘 발라도 피부 질환 가운데 절반은 치료가 됩니다. 보습제는 보습력을 얼마나 오래 유지하는가가 관건이에요. 저희는 보습력을 오래 유지하기 위해 크림과 로션의 중간 타입으로 제형을 만들었어요. 그래서 흡수율이 좋고, 촉촉함이 오래 유지됩니다.”

또한 피부 타입별로 기능성 화장품과 미백, 주름 개선 등의 기능성을 갖고 있는 제품을 생산, 판매하고 있다. (주)에이치피앤씨의 제품은 현재 서울아산병원, 고대병원, 건대병원, 연세의료원 등의 피부과나 피부 클리닉을 통해 판매하고 있다. 의외 약품으로 라비덤 헤어 케어 토닉과 삼푸와 먹는 탈모약인 케라민도 제조, 판매하고 있다.

## 회사 성장 동력은 수출!

(주)에이치피앤씨의 제품은 효용성을 중요시한 제품들이 많다. 그 중 하나가 비타민 C앰플이다. 비타민C 파우더와 농축세럼을 이중구조로 분리된 용기에 넣어 사용할 때 마다 펌프를 눌러 사용할 수 있다.

“비타민C의 경우 농축세럼 속에 섞여 있는 상태에서 오래두면 비타민C 효능이 산화가 되는 문제점이 발생합니다. 이에 저희가 개발한 제품은 사용 전에는 이중 구조로 분리된 용기에 별도로 있다가 사용할 때마다 펌프를 눌러 사용하도록 했습니다.” 이렇듯 (주)에이치피앤씨는 어떻게 하면 고객에게 효과 있는 제품을 줄 것인가 늘 고민했고, 그 결과 세심하면서도 좋은 제품을 개발하는 긍정적인 배경으로 작용했다.

(주)에이치피앤씨는 국내보다 해외 수출을 목표로 하고 있다. 이를 위해 중소기업진흥공단에서 주관하는 퓨처스 클럽에 가입해 각종 수출지원박람회에 참여 중이다. 해외 수출 계약도 상당히 진행되었다. 오송 화장품뷰티산업 엑스포 당시 충북도지사 배석 하에 말레이시아 AIM사와 연간 1,000만 달러, 중국의 하남화석공사와 연간 300만 달러 수출 계약을 성사하였다. 또한 싱가포르 업체와 수출 상담을 진행 중에 있으며, 중국 수출을 위해서 8개 품목에 대한 위생허가를 받아 놓은 상태다. 아울러 태국과 인도네시아의 수출을 위해 스파샵을 중심으로 공략한다는 세부 계획도 세우고 있다.

“지금 사업전환 2년차인데 빠르게 안정화되는 추세입니다. 2016년에는 매출 107억 원을 달성하였습니다. 현재 계약한 물량이 본격적으로 수출되는 2017년에는 200억 원 정도의 매출이 예상됩니다. 앞으로의 목표는 중국 메디컬 코스메틱 시장 진출입니다. 중국은 K-뷰티에 관심이 많습니다. 그것과 연계해 우리나라 메디컬 코스메틱 제품의 우수성을 알리고 싶습니다.” 제조의 뿌리를 단단하게 내린 (주)에이치피앤씨는 오늘도 세계를 향해 힘차게 나아가고 있다.

Interview CEO의 Kick!

「수출박람회를 활용하라」

중소기업진흥공단이나 각 지자체에서 진행하는 수출박람회는 무조건 참여해야 한다. 해외 바이어들을 만날 기회가 흔치 않은 중소기업에게는 수출박람회는 반드시 잡아야 하는 기회다. 그리고 이를 통해 만난 해외 바이어를 공장으로 초대해 공장투어를 진행했다. 잔손이 많이 가는 일이지만, 작은 노력이 계약과 연결되는 효과를 발휘하기도 한다.



(주)대일

# 유통과 제조의 시너지로 브랜드를 살리다!

회사정보

기업명 _ CEO	(주)대일 _ 이성복 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	비알콜음료 도매업/기타 비알콜음료 제조업
설립연도	2004년
종업원수 (2015년 기준)	43명
매출액 (2015년 기준)	19,994백만원
소재지	충청북도 음성군 금왕읍 금율로 220-35

## (주)대일

이성복 대표



### “경영자는 올해 매출이 아니라 내년도 매출을 고민하는 사람이다”

기업 경영이 어려운 이유 가운데 하나가 끊임없이 성장해야 한다는 점이다. 매출이든, 시스템이든 지속적으로 성장해야 한다. 시장 환경이 끊임없이 변화하고 있으므로 그 템포를 맞추기 위해서는 성장이 이뤄져야 하는 것이다. (주)대일은 청량음료 도매업을 하며, 안정적으로 사업을 운영했다. 그러나 이성복 대표는 도매업만으로 성장을 계속할 수 있는가라는 물음을 스스로 되뇌었다. 지속적인 성장을 위해서는 제조업 전환을 통해 음료를 직접 제조하고 판매해야 한다고 결론을 내린 이성복 대표는 사업전환을 결정하게 된다. 결과적으로 이성복 대표의 전략은 매우 탁월했다. (주)대일의 브랜드인 ‘참맑은’ 이 청량음료 시장에서 괄목할 만한 성과를 나타내고 있는 것이다.

### 2004년, 직원 1명으로 시작

(주)대일은 2004년 청량음료 도매업으로 사업을 시작했다. 청량음료 도매를 선택한 이유는 단순했다. 청량음료는 대한민국 인구 가운데 남녀노소 가리지 않고 마시기 때문에 시장이 크다는 점이 주요했다. 이성복 대표는 시장이 큰 만큼 판매하기 쉬울 것이라 판단하고, 직장생활을 그만둔 후 3,500만 원의 자본금으로 회사를 차렸다. “가장 어려웠던 점은 (주)대일이라는 회사를 알리는 것이었습니다. 슈퍼마켓과 편의점 등 한 곳 한 곳 찾아가 영업하며 거래처를 늘려 나갔습니다. 결혼식장이나 장례식장처럼 규모가 큰 곳은 우편물 발송을 통해 회사를 알렸죠.”

처음 회사를 시작할 당시 직원은 한 명이였다. 낮에는 이곳저곳을 다니며 영업을 하고, 밤에는 가족과 함께 틈새시장에 보낼 홍보물을 준비하는 날들이 계속됐다. 그러나 소규모 점포부터 결혼식장 등의 대규모 업체들은 기존 거래처가 있었기 때문에 그들과의 관계를 끊고 (주)대일과 거래를 하도록 만들기 위해서는 제품을 저렴하게 공급하는 방법 밖에 없었다. 이 경우 이윤이 적게 남는 문제가 있었지만, 신규 회사가 겪어야 하는 어쩔 수 없는 ‘통과의례’ 이기도 했다.

하지만 ‘시작이 반’ 이라는 옛 말처럼 몇 년 동안 발품을 팔며, 거래처를 늘려가니 차츰 자리가 잡히기 시작했다. (주)대일에 음료를 발주하는 곳이 늘어나면서 안정적인 성장을 이루게 됐다.

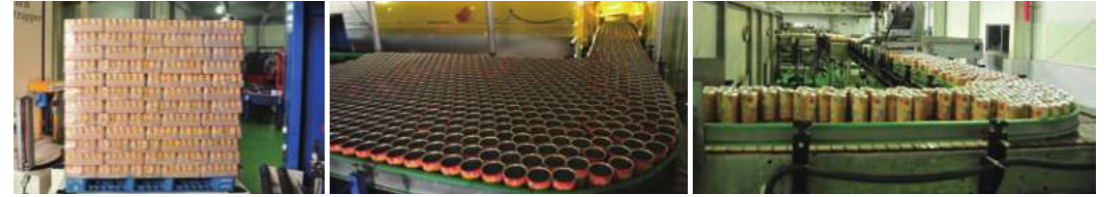
사업적인 변화도 이뤄냈다. 채널 영업확대를 위하여 치킨과 피자를 주문할 때 함께 배달되는 업소용 음료수를 전문으로 판매하는 업체를 인수한 것이다. 또한 유흥업소와 노래방으로 유통망을 넓히기 위해 유흥업소만 전문적으로 상대하는 업체도 인수했다. 여기에서 자판기만 전문으로 하는 업체도 인수하는 등 거래처 다각화를 통해 기존에 소규모 업체와 결혼식장, 장례식장 등 외에 더 많은 고객들을 확보할 수 있는 포석을 마련했다.



### 유통은 어느 정도 자리가 잡혔다. 그 다음은?

유통 도매업을 통한 성과는 지속적으로 쌓여 나갔다. 그러나 도매업이 잘 되는 것과 별개로 이성복 대표의 머릿속에 ‘그 다음은?’ 이라는 물음표가 쌓여 나갔다.

“제가 생각하는 경영자는 오늘과 내일의 매출을 고민하는 사람이 아니라 내년 혹은 그 후의 매출을 고민해야 하는 사람입니다. 그런 면에서 본다면 단순히 유통업의 성공에 만족할 것이 아니라 제조를 통해 나만의 브랜드를 갖고 기업 경쟁력을 키워나가는 것이 옳은 방법이 아닌가라는 생각을 하게 됐습니다.” 현재가 아니라 미래를 위한 경쟁력을 확보하기 위해서는 제조업으로의 사업전환이 필요하다는 판단을 하게 된 것이다.



그즈음 운도 따라주었다. (주)보성 F&B라는 청량음료 제조업체를 인수하게 된 것이다. (주)보성 F&B는 녹차와 옥수수수염차 등의 캔 제품을 제조, 판매하는 회사로 녹차와 옥수수수염차의 시장점유율이 40~50% 정도 되었다. 이성복 대표는 새롭게 제조업체를 차리는 것보다 기존에 있던 회사를 인수하는 것이 유리할 것이라는 판단이 들면서 (주)보성 F&B를 인수하였다. 이제 (주)대일은 자체 공장에서 자체 브랜드를 통해 청량음료를 생산할 수 있게 됐다.

음료제조회사를 인수하고 제조업을 시작하면서 가장 어려웠던 점은 자금이었다. 청량음료 도매업을 할 때는 재고로 7~8억 원 정도의 제품을 확보하고 있으면 충분했다. 하지만 제조업을 시작한 후에는 20억 원 정도의 제품을 확보하고 있어야만 했다. 여기에 이성복 대표는 이 기회를 토대로 사업을 확장하고 싶은 마음도 있었다. 그때 이성복 대표에게 도움을 준 곳이 중소기업진흥공단이다.

“사업전환 지원사업 가운데 가장 좋았던 점은 자금지원을 빠른 시간 내에 해주었다는 것이었습니다. 적기에 지원을 해주는 것이 관건인데, 행정절차에 따라 늦어지는 경우도 있어서 필요한 시기에 지원을 못 받는 경우도 있습니다. 그런데 중소기업진흥공단의 사업전환 지원은 빠른 시간 내에 승인이 났고, 자금지원도 신속하게 이뤄져 실질적으로 큰 도움을 받았습니다.”



2015년 중소기업진흥공단의 사업전환 자금지원을 받으면서 이성복 대표를 힘들게 했던 유통성 자금 문제도 해결 되었다. 이를 통해 이성복 대표를 비롯한 전 직원들은 생산과 영업에만 집중하며 온 힘을 다해 열심히 일했다. 무엇보다 불량률을 최소화하고, 거래처에 물건이 끊이지 않도록 철저한 관리를 이어나가자 성과도 나타나기 시작했다. 현재 (주)대일은 ‘참맑은’이라는 브랜드로 녹차와 옥수수수염차의 시장 점유율을 60~70%까지 높인 상태이다. 2년 전 (주)보성 F&B를 인수할 때 40~50%였던 시장 점유율에서 20% 상승한 것이다. 매출 또한 20% 정도 상승하였다. 직원도 유통 도매할 때의 40명에서 늘어나 현재는 50명으로 늘었다.

## 수출과 펠트 음료 제조, 도전은 계속된다

현재 (주)대일은 기존에 하던 유통 도매업은 도매업대로, ‘참맑은’ 브랜드로 제조업은 제조업대로 하고 있다. 제조업으로 사세가 확장한 이후에도 유통업에 대한 애정은 계속되고 있는 것이다. 지난 13년 동안 쌓아온 신뢰와 약속이 앞으로 계속 이어져야 한다고 믿는 이성복 대표는 매일 아침 7시면 1톤 트럭을 갖고 유통점에 물건을 구매하러 오는 도매업자에게 영수증을 직접 끊어주고 있다. 이 일은 처음 사업을 시작하던 13년 전부터 지속해오는 일 중 하나다. 처음 사업을 시작하던 당시의 첫 마음을 유지하기 위한 이유도 있고, 그들로부터 요즘 소비자들이 원하는 음료 트렌드를 읽을 수 있어 상당히 도움이 되기도 한다.

요즘 이성복 대표가 가장 관심을 기울이는 것은 수출 계약이다. 현재 우리나라 청량음료의 판매는 캔음료의 판매가 좋고, 펠트 음료의 판매가 늘어나는 추세로 캔음료만을 제조, 판매하는 (주)대일 입장에서는 유리한 시장 환경이 아니다. 하지만 동남아시아의 경우 펠트 음료보다 캔음료의 판매 비율이 더 높다. 그러므로 캔음료에 대한 인기가 좋은 동남아시아는 (주)대일에게 기회의 땅이다. 이에 따라 (주)대일은 동남아시아로의 수출을 위한 루트를 개척하기 위해 노력하고 있다.

이성복 대표는 여기에 그치지 않고 기회가 된다면 펠트 음료 제조를 통해 회사의 경쟁력을 키워나가고 싶다. 유통 도매업에서 제조업으로, 그 다음 수출로 경쟁력을 높여나가겠다는 (주)대일. 지금까지 이뤄온 (주)대일의 성장력으로 볼 때 수출과 펠트 음료 제조에서 커다란 두각을 나타낼 일도 머지않아 보인다.



(주)해천글로벌

# 구매-가공-수출 전 단계를 관리함으로써 자생력을 높인다!

### 회사정보

기업명 _ CEO	(주)해천글로벌 _ 박호균 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	수산물 도매업/ 수산물 냉동품 제조업
설립연도	2007년
종업원수 (2015년 기준)	33명
매출액 (2015년 기준)	34,568백만원
소재지	부산광역시 서구 원양로 111

### Interview CEO의 Kick!

#### 「공격적인 투자를 두려워하지 마라!」

많은 경영자들이 공격적인 투자를 두려워한다. 혹시라도 실패하면 생길 수 있는 피해가 너무 크다고 생각하는 것이다. 맞는 말이다. 하지만 적기에 투자가 이뤄지지 않아 실패하는 사례도 많다. 나는 공격적으로 투자하고, 이를 감당하는 방법으로 사업을 확장해왔다. 과정이 힘들기는 했지만 그때마다 방법을 찾아 해결할 수 있었다. 공격적으로 투자할 타이밍을 놓치면 시장에서 그대로 사라질 수 있다는 것도 명심해야 할 점이다.



# (주)해천글로벌

박호균 대표



## “자금 부담 때문에 사업전환을 망설였지만, 사업전환으로 제2의 도약을 이뤘다”

(주)해천글로벌은 참치선박으로부터 원어를 수급해 유통, 도매하는 사업을 하였다. 매출은 높았지만 냉동창고와 가공공장이 없는 상태에서 사업을 영위한 까닭에 수익률이 늘 발목을 잡았다. 그러던 중 2011년 동일본대지진으로 인해 일본 수출길이 막히면서 막대한 손해를 보게 되는 일이 발생했다. 이에 박호균 대표는 사업전환의 결단을 내릴 수밖에 없었다. 냉동창고와 가공공장을 짓고 참치 입고부터 가공, 냉동, 수출에 이르는 종합 시스템을 구축하는 등 사업전환의 노력을 기울이자 박호균 대표의 예상은 적중했다. (주)해천글로벌은 사업전환 1년 후 전년대비 매출 50% 성장이라는 성과를 나타내며 승승장구 중이다.



### 매출은 좋았다. 그러나 수익은 낮았다

(주)해천글로벌은 참치선박으로부터 원어를 수급해 참치를 유통, 도매하는 사업을 영위하였다. 국내는 유통 도매상에게, 해외는 중국과 일본, 베트남 등지에 주로 판매되었다. 업계에서 성실히 사세를 확장해 나간 (주)해천글로벌은 2012년 한국무역협회로부터 1천만불 수출탑을 수상할 만큼 그 능력을 인정받기도 했다. 그러나 늘어나는 수출에 비해 수익면에서는 늘 고전을 면치 못했다.

참치를 안정적으로 확보하기 위해서는 참치선박과 참치 어획물을 수급하는 계약을 장기간으로 해야 한다. 배 한 척이 조업한 물량을 전량 구매해야 하는 경우가 잦았기에 물량은 계속적으로 늘어났고, 이에 따라 과잉재고 문제가 발생하였다. 더욱이 어획한 참치를 판매하기 전까지 냉동창고에 보관해야 하는데, (주)해천글로벌의 경우 자사 냉동창고가 없어 임대해 사용해야만 했다. 그러다 보니 냉동창고 보관료가 눈덩이처럼 불어나 참치를 판매해도 이윤이 낮을 수밖에 없었다.

가공공장이 없는 것도 문제였다. 참치는 원어 상태보다 부위별로 절단, 가공해서 판매하는 것이 수익면에서 유리하다. 하지만 (주)해천글로벌은 가공공장이 없어 다른 공장에 의뢰해 가공하다 보니 가공공장을 소유한 업체와 수출 물량이 겹칠 때면 (주)해천글로벌의 가공은 매번 우선순위에서 밀리기 일쑤였다. 이 때문에 수출이 지연되는 일이 빈번했다. 또한 임가공비를 지불하고 나면 이윤도 턱 없이 낮아졌다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 (주)해천글로벌 전용 냉동창고와 가공공장을 준공하는 것 밖에 방법이 없었다. 그러나 이를 위해서는 수십억 원의 자금이 필요하였다. 박호균 대표 역시 워낙 많은 자금이 필요한 만큼 그동안 쉽사리 결단을 내릴 수가 없었다.



## 자생력을 길러 헤쳐 나가자

그러다 사업전환을 결심하게 된 결정적인 사건이 발생한다. 2011년 3월 동일본 대지진이 발생하면서 강진과 쓰나미로 인해 원전사고가 터진 것이다. 그 사건으로 인해 일본 내 참치 유통이 중단되면서 (주)해천글로벌의 일본 수출 역시 전면 중지되었다. 당시 (주)해천글로벌의 임대 냉동창고에는 2,400톤의 참치가 있었다. 일본의 원전 사고로 수출길이 막혀 판매할 곳이 없어지면서 수출을 기다리던 참치는 냉동창고에 장기간 보관될 수밖에 없었다. 보관료는 눈덩이처럼 불어나 한 달 적자만 20억 원이 발생했다.

“만약 가공공장만 있었다면 참치머리나 뱃살을 가공해서 유통을 할 수 있었을 겁니다. 그렇게만 해도 50%의 손해만 봤을 텐데, 냉동창고와 가공공장이 없으니 도무지 뭘 해볼 도리가 없었습니다.” 그 순간 박호균 대표는 냉동창고와 가공공장을 만들어야겠다고 결심했다. 기존 냉동창고와 가공공장이 없다는 것이 이윤이 낮다는 점에서 아쉬웠을 뿐이지만, 이 사건으로 인해 냉동창고와 가공공장은 역경이 터졌을 때 이를 헤쳐 나갈 수 있는 힘이 될 것이라는 점을 뼈저리게 느낀 것이다.

## 입고, 보관, 가공, 수출에 이르는 종합 시스템

2013년 냉동창고와 가공공장을 착공하였다. 그러나 문제는 자금이었다. (주)해천글로벌이 생각한 공장은 입고, 보관, 가공, 수출에 이르는 종합 시스템을 구현하는 공간이다. 이를 위해서는 수십억 원의 자금이 필요했다. 마침 중소기업진흥공단 사업전환 지원사업이 있다는 것을 알고 있었던 박호균 대표는 담당 직원들로부터 (주)해천글로벌의 성과와 냉동창고 필요성에 대한 공감을 이끌어 내며, 공장 신축자금과 시설설비 자금을 지원받았다.

마침내 지원금으로 (주)해천글로벌만의 냉동창고와 가공공장이 준공됐다. 부산 감천항에 위치한 냉동창고의 경우 하역장부터 리프트 시스템을 적용해 참치 원어가 편리하게 들어오는 최신 시스템으로 이뤄져 있다. 냉동시스템 역시 최첨단 제품인 ‘파스칼에어’이다.



다른 업체 냉동시스템의 경우 프레온이나 암모니아 등을 냉매로 활용한다. 이에 반해 ‘파스칼에어’는 공기만으로 압축과 팽창을 반복하면서  $-60^{\circ}\text{C}$ 에서  $-110^{\circ}\text{C}$ 까지 초저온을 실현한다. 냉매 및 냉동오일이 필요 없는 공기형 제습냉각이므로 소비전력이 절감되어 기존 대비 40% 이상의 에너지를 절약할 수 있다. 특히 냉매를 사용하지 않으므로 이로 인한 탄소배출이 없어 친환경적이다.

## 이제 본게임이 시작됐다 더욱 전진이다

(주)해천글로벌의 냉동창고와 가공공장은 입고부터 수출까지 종합적으로 이뤄지는 시스템이 갖춰져 있다. 이에 따라 참치 원어가 입고되면 꼬리를 잘라 등급을 매긴 후 선별 과정을 거친다. 이후 등급별로 나뉜 참치는 가공공장으로 입고해 머리를 절단하게 된다. 이후 뼈와 껍질, 지느러미 등을 없애는 표피제거를 하고, 바이어가 원하는 형태로 또 다시 절단되어 포장된 후 냉동창고에 보관한다.

무엇보다 위의 과정은 매우 위생적으로 처리된다. 소독과 금속검출기 등의 공정을 거칠 뿐만 아니라 원료 처리부터 가공, 보존, 유통까지 전 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 차단하도록 제조 공정이 관리되고 있다.

이렇게 생산된 제품은 국내의 유통 도매상이나 일본의 가네도모, 후쿠이찌, 베트남의 틴흥, 중국은 중로원양컴퍼니에 수출된다. (주)해천글로벌의 수출 물량은 전체 매출의 75%를 차지하고 있다.

일반적으로 사업전환 후 단기기간에는 순이익을 내는 것이 쉽지 않다. 하지만 (주)해천글로벌은 사업전환 1년 후 전년대비 50% 성장을 이뤄냈다. 2014년에는 214억 원, 2015년에는 345억 원의 매출을 올렸다. 2016년에는 3분기까지 350억 원으로 400억 원을 무난히 넘길 것으로 예상하고 있다.



“따지고 보면 냉동창고와 가공공장을 지은 것뿐인데, 많은 것이 바뀐 것 같습니다. 직원들 역시 원어 구매, 선별, 가공, 수출까지 모든 것을 할 수 있다는 것에 자부심을 느끼고 있습니다.”

하지만 (주)해천글로벌은 아직도 목 마르다. 가야 할 길이 많이 남았다고 생각하기 때문이다. 우선 ‘참치=일본’이라는 관념을 깨고 싶다. ‘참치=해천’이라는 관념이 생길 수 있도록 힘차게 뛸 생각이다. 그리고 박호균 대표는 참치 입고부터 가공, 냉동, 수출 등의 현 사업구조에서 그 앞 단계인 참치의 어획도 직접 하고 싶다는 큰 계획을 품고 있다. 참치 선박을 구매해 ‘해천’ 이름을 단 선박들이 세계의 바다를 누비는 비전을 갖고 있는 것이다. (주)해천글로벌은 어획-입고-가공-냉동-수출의 완벽한 종합 시스템을 갖추는 그날을 희망하며 오늘도 힘차게 뛰고 있다.

Interview CEO의 Kick!

「불황에 버티는 힘이 진짜다」

불황기가 되면 경기가 나쁘다는 말로 위안을 삼으려는 것 같다. 그러나 불황기에 버티는 기업이 진짜 기업이다. 이를 위해서는 기업이 헤쳐 나갈 수 있는 힘을 자력으로 갖고 있어야 한다. 나 같은 경우 냉동창고와 가공공장 준공 시 소요 자금 때문에 고민이 많았다. 하지만 어려울 때 과감하게 결단해야 하는 것이 경영자의 자리다. 과감하게 결단하고, 과감하게 앞으로를 준비하라!



한스틸(주)

# 자체 제작의 역량으로 더 높은 부가가치를 창출하다!

회사정보

기업명 _ CEO	한스틸(주) _ 양재영 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	1차 금속제품 도매업 / 그외 기타 금속가공업
설립연도	2011년
종업원수 (2015년 기준)	12명
매출액 (2015년 기준)	3,300백만원
소재지	경기도 안양시 동안구 평촌대로 239, 419호 (비산동, 메트로칸)

# 한스틸(주)

양재영 대표



“사업을 접을까도 생각했습니다만,  
제조는 시도도 안 해봤다,  
다시 한번 해보자 마음 먹었습니다”

현재 한스틸(주)은 복공판, H형강 등의 철강재를 생산해 판매하고 있다. 2011년 창업 후 철강재 제조 업체에서 생산한 철강재를 유통, 도매하는 사업을 영위하다가 2015년 철강재 제조업체로 사업을 전환하였다. 사업전환 후 H형강 생산 분야에서 좋은 성과를 거둬 인천공항 세관 물류창고 공사에 사용된 H형강 3,000톤, 정동진 썬크루즈 호텔 건설 공사에 사용된 H형강 3,000톤을 생산, 납품하는 성과를 올렸다. 2017년에는 지하차도 공사 시 가설도로 위에 설치하는 복공판 영업을 활발하게 진행해 사업을 안정시킬 목표이다.

## 건설경기 하락에 따른 위기의식

2011년 창업한 한스틸(주)은 건물을 지을 때 뼈대가 되는 철강재를 유통하는 업체로 철강재 제작업체로부터 철강재를 구입해 건설사에 납품하는 구조로 사업을 영위해 왔다. 유통수익이 주로 이윤이 되는 구조로 그 폭이 넓지 않은 단점이 있었지만, 양재영 대표 1인 회사로 운영되는 만큼 두레건설 등의 중소 건설사에 철강재를 납품하면서 사업을 꾸려나갔다.

그러던 중 2014년, 건설업 경기가 침체되면서 한스틸(주)에 위기가 왔다. 거래하던 업체 중 한 업체가 부도를 맞았고, 공사가 취소되면서 철강재 구매를 중단하는 업체들이 늘어난 것이다. 2013년 28억 원이던 매출은 급기야 2014년 말 7억 원으로 떨어졌다. 무려 20억 원이 곤두박질한 것이다.

“건설경기가 워낙 하락한 탓에 시장 전망이 어두웠습니다. 사업을 접어야 하나 고민도 했죠. 그런데, 유통도매만 했지 제조는 시도도 안 해봤다, 직접 제조해서 납품을 한다면 수익이 훨씬 높으므로 제조를 해보자, 제조를 한 후에 사업을 접어도 늦지 않을 것이라는 생각이 들었습니다.”



## 다시 시작해보자

뜻이 있는 사람에게 길이 있다는 말처럼 길도 열렸다. 지인 가운데 당진에서 철강재 제조공장을 운영하는 사람이 있었다. 그분으로부터 생산공장을 맡아서 운영해보지 않겠느냐는 제의가 왔다. 월 3,000톤 이상의 철강재 가공 능력을 갖추고 있는 공장이었다. 반가운 제의였다. 생산공장을 짓고 설비를 채우기 위한 자금이 없는 상태에서 세상에 돌도 없는 기회였다.

바로 기존 철강재 유통도매업에서 철강재 제조업으로 업종전환을하기로 결정하였다. 건물을 지을 때 뼈대가 되는 철강재의 경우 철강의 원재료가 되는 원밤을 현대제철이나 동국제강에서 구입한 후 건설 도면에 맞게 절단하고 용접해서 페인트를 칠한다. 그 다음 현장에서 설치할 수 있도록 구멍을 뚫는 드릴링을 통해 설치가 용이하도록 만든다. 지인의 생산공장에서 근무하던 직원 10명을 고용하면서 양재영 대표에게 딸린 식구가 생겼다.

당장 직원들 월급을 지급해야 했기에 자금이 절실했다. 중소기업진흥공단의 사업전환 지원사업을 알게 된 건 행운이었다. 인터넷을 보다가 사업전환 지원이 있다는 사실을 알게 되었다. 그 다음날 바로 중소기업진흥공단을 찾아갔다. 지원 신청 후 전문위원과 함께 당진에 있는 생산공장으로 가서 철강재 제조업에 대해 설명하고, 지원사업을 승인해주면 반드시 사업을 성공시키겠다는 의사를 피력하였다.

“회사의 실적면에서는 상당히 열약했습니다. 하지만 저의 진심과 직원들의 성실성을 눈 여겨 보신 것 같습니다. 지원 승인이 난 후에는 특허나 인증 등 회사의 가치를 높일 수 있는 부분을 고민하라고 조언해주셨습니다.”



## 납기와 품질관리, 두 축을 단단하게

건설회사를 방문해 영업을 시작했다. 철강재 납품은 건설회사에서 공사하고자 하는 건물의 도면을 주면 그 도면에 맞춰 철강재의 견적을 작성해 고객사에 보낸다. 견적 협의가 완료되면 철강재 수량에 맞춰 생산, 납품하는 과정으로 이뤄진다. 2015년 사업전환 지원사업 승인이 난 후 좋은 납품처가 생겼다. 인천공항 세관 물류창고 공사에 사용될 H형강 납품 의뢰가 들어온 것이다. 무려 3,000톤의 H형강 납품이었다.

“H형강을 가공하기 위해서는 우선 원밤이 필요합니다. 현대제철이나 동국제강 등 철강회사에서 원밤을 구입한 후 그것을 절단하고 용접해야 합니다. 아마 중소기업진흥공단의 지원자금이 없었다면, 원밤을 구매할 자금이 없어서 제품을 생산할 수 없었을 겁니다. 그런 면에서 지원사업은 한스틸(주)의 첫 거래 물꼬를 터준 셈입니다.”

인천공항 세관 물류창고 공사 이후 납품 문의가 줄을 이었다. 당진 주변의 창고 공사에 사용되는 H형강을 납품한데 이어 GS건설 쿠웨이트 가교 공사에 사용되는 H형강을 가공해 납품하였다. 얼마 전에는 정동진 선크루즈호텔 공사에 들어간 H형강 3,000톤을 납품하기도 했다. 열 명 남짓의 인원이 단기간에 많은 제품을 납품하기란 힘들 일이다. 양재영 대표는 ‘내 회사다’ 라는 마음으로 함께 해준 직원들의 도움이 있었기에 가능했다고 말한다.

“원밤 절단은 기계가 하지만, 치수 재고, 용접하는 등 잔손이 가는 부분이 많습니다. 초반에는 생산 시간이 오래 걸렸습니다. 그래서 야근이나 특근을 할 수밖에 없었는데, 직원들이 무조건 납기를 지켜야 한다는 마음으로 임하면서 생산 시간을 단축할 수 있었습니다.”

철강재 납품에서 가장 중요한 것은 납기와 품질관리다. 한스틸(주)은 품질관리만 하는 직원 2명을 따로 채용해 품질관리를 실시하고 있다. “건설현장에서 사용되는 만큼 도면에 맞는 길이와 용접을 위한 구멍이 정확하게 뚫려 있어야 합니다. 작업에 만전을 기하긴 하지만, 사람이 하는 일이라 길이가 달라지는 경우도 있습니다. 이런 문제를 방지하기 위해 반드시 품질관리 직원이 세세히 살펴본 후 납품을 하도록 했습니다.”

## 부가가치가 높은 복공판 생산을 늘리자

사업전환 초기 한 달에 2,300만 톤을 생산하던 물량은 현재 4,000톤으로 늘어났다. 생산량이 늘어나면서 매출도 늘었다. 2015년 매출은 33억이고, 2016년에는 3분기에 33억 원이 넘었으니 4분기까지 하면 40억 원 이상 할 것으로 보고 있다.

2016년에는 복공판의 생산, 납품도 진행했다. 복공판은 지하철도 공사 시 가설도로 위에 설치하는 철강 제품이다. 기존에 복공판을 제작하는 회사에서 함께 해보지 않겠냐는 의뢰를 받고 복공판을 생산하였다. 복공판을 제작, 납품하면서 복공판이 부가가치가 높은 제품이라는 사실을 알게 되었다. 또한 경쟁업체가 많지 않고, 주로 지하철 건설본부 등의 관급 공사가 대부분이라 결제가 빠르게 진행된다는 장점도 있었다.

“2016년은 기존에 복공판 생산업체의 의뢰를 받아서 생산만 한 것인데요. 앞으로는 저희가 직접 발주처에 영업해서 납품을 수주할 것을 목표로 하고 있습니다.”

복공판을 영업할 직원들을 채용해 복공판쪽으로 본격적으로 뛰어들 생각이다. 태국에 계획된 지하철 공사가 많다는 정보를 듣고 지금은 태국 수출을 성사시키기 위해 여러 루트를 통해 알아보고 있다. 한스틸(주)은 사업전환 지원사업을 통해 성장의 디딤돌을 얻었다. 이 디딤돌을 바탕으로 유망 받는 중소기업에서 유망한 중소기업이 되기 위해 힘차게 뛰고 있다.



# 2

## 고객의 마음을 읽고 사업전환 성공의 지름길을 열다

### Interview CEO의 Kick!

#### 「납기를 목숨처럼 여겨라」

건설현장의 경우 상당히 급박하게 돌아간다. 오늘 도면을 주고 내일까지 견적을 달라는 경우가 많다. 그 경우 나는 밤을 새워서 견적을 쓴다. 납기도 상당히 짧다. 그래서 직원들이 야근과 특근을 하는 경우도 잦다. 하지만 납기는 고객과의 약속이기 때문에 나와 우리 직원들은 납기를 목숨처럼 여겼다. 힘들지만 우리의 성실성을 고객사에서도 인정해 지속적으로 인연이 이어지는 효과를 만들고 있다.



고객사의 요구에 맞춘 One-Stop 시스템 구축으로 업계의 선두에 서다!

(주)금성지앤씨 | 안호균 대표

바이어의 마음을 사로잡아 완제품 생산의 기반을 다지다!

(주)티앤지세정 | 김민호, 김기철 대표

직원 역량 개발을 통한 고객 맞춤화로 사업 범위를 확장하라!

(주)마바산업 | 구효정 대표

고객 요구에 대한 기민한 대응을 바탕으로 시장을 선도하다!

(주)청진이앤씨 | 박명진 대표

연관 분야 진출을 통해 리스크는 줄이고 고객 만족도는 높이다!

농업회사법인 주식회사 봉산식품 | 장재식 대표

자체 제작으로 고객편의를 제고하고 다양한 수요에 대응하다!

한울 | 김학중 대표

(주)금성지앤씨

# 고객사의 요구에 맞춘 One-Stop 시스템 구축으로 업계의 선두에 서다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)금성지앤씨 _ 안호균 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	도장 및 기타 피막처리업 / 기계장비 조립용 플라스틱제품 제조업
설립연도	2003년
종업원수 (2015년 기준)	38명
매출액 (2015년 기준)	10,367백만원
소재지	경상북도 칠곡군 왜관읍 공단로5길 46-16

# (주)금성지앤씨

## 안호균 대표



### “원가절감과 생산의 효율성을 위해 One-Stop 시스템으로 가야 한다”

(주)금성지앤씨는 주로 알루미늄 금속물을 코팅하고, 벽걸이 TV 백커버 표면처리업을 영위하는 업체다. 그러던 (주)금성지앤씨에 위기가 닥쳤다. 벽걸이 TV 제조 과정 중 백커버 표면처리업 공정이 삭제된 것이다. 이에 대안으로 찾은 것이 자동차램프 하드코팅이었다. 이후 5년 동안 자동차램프 하드코팅 사업을 이어오던 (주)금성지앤씨는 자동차램프 제조의 한 공정만을 하는 것이 아니라 자동차램프 생산의 전 공정을 담당하는 One-Stop 시스템을 구축해야 한다는 판단이 섰다. 이에 사업전환을 통해 자동차램프 생산의 One-Stop 시스템을 구축했고, 지금은 현대기아차와 쌍용자동차의 협력업체로 등록, 자동차램프를 생산·납품하고 있다.



### 갑작스럽게 닥친 위기, 자동차램프 하드코팅으로 타개

1999년 금성산업으로 창업한 (주)금성지앤씨는 기술력을 인정받아 LG 전자 벽걸이 TV의 백커버를 코팅하고 칼라를 입히는 협력업체로 선정되는 등 안정적으로 사세를 확장해 나갔다. 그러던 2006년, 위기가 발생했다. 벽걸이 TV 백커버의 표면처리 공정이 삭제된 것이다. 기존 벽걸이 TV 백커버를 만든 후 후공정으로 (주)금성지앤씨에서 담당하던 표면처리 공정이 진행되었는데, 벽걸이 TV 백커버 생산 시 금속물에 필름지를 올려서 코팅하는 방식으로 바뀌면서 (주)금성지앤씨가 담당하던 표면처리업 공정 자체가 필요 없게 된 것이다.

LG전자 외에 별다른 납품처가 없던 (주)금성지앤씨는 하루아침에 경영 위기에 직면했다. 이에 따라 벽걸이 TV 말고 다른 제품의 표면처리를 해야 한다는 필요성이 발생했다. 그때 안호균 대표의 눈에 들어온 것이 자동차램프였다. 당시 자동차에 장착된 램프는 주행속도가 늘어나면 자외선을 받아 렌즈가 뿌옇게 되고, 모래먼지를 받으면 렌즈가 변색되는 현상이 발생하였다. 이 경우 자동차램프의 선명도가 떨어지게 되는데, 최악의 경우 사고가 발생할 위험이 높아질 수밖에 없다. 이런 이유로 2008년부터 전 차종의 자동차램프에 하드코팅을 하는 것이 법안으로 확정되었다.

### 자동차램프 생산의 처음부터 끝까지 One-Stop 시스템으로 사업전환

2008년, 시장의 가능성을 확인한 (주)금성지앤씨는 곧바로 자동차램프 하드코팅 업무에 착수했다. 자동차램프의 경우 시간이 지나도 렌즈의 색이 변하지 않도록 하는 하드코팅이 중요하다. 하드코팅 공정에서 가장 중요한 노하우는 전체를 균일하면서도 안정감 있게 도포하는 것으로 도포가 균일하게 적용되지 않을 경우 램프 투과율에 문제가 생기므로 주의를 기울여야 한다. 렌즈 위에 도포 하는 작업은 자칫 잘못될 경우 렌즈가 흐릿해 보일 수 있기 때문이다.



## 장비 재가공을 통한 고품질 확보

2015년 경북 성주에 신축공장을 지었다. 각 공정에 필요한 설비를 구입하는 한편, 공정이 필요로 하는 기술력을 습득하는데 중점을 두었다. 사출성형의 경우 설비를 제품에 맞게 재가공하는 것이 중요하다. 사출성형 과정에서 원재료가 타지 않으면서 램프의 투과율이 최대가 되는 적정 온도를 찾아내는 것이 핵심으로 적절한 온도를 찾고, 온도에 맞게 장비를 고정시켜야 한다. (주)금성지앤씨는 직원들과 함께 수십 차례의 테스트를 통해 최대의 효율을 갖고 있는 온도를 찾아내었고, 그것을 적용시켰다.

(주)금성지앤씨의 경우 도포 후에도 기존 렌즈처럼 투명하고 맑게 보이는 기술을 가지고 있어 고객사로부터 빠르게 인정받을 수 있었다. 2013년, 자동차램프 하드코팅을 5년여 하자 안호균 대표는 또 하나의 생각이 들기 시작했다. 바로 사업전환이다.

자동차램프의 제조공정은 ‘램프 원재료 입고→사출 성형으로 렌즈 부품 생산→빛을 모아 발생하는 진공증착→렌즈의 색변화를 차단시켜주는 코팅→각 공정의 완성된 부품으로 램프 조립 후 점등검사 후 출하’의 순서로 이뤄진다. 자동차램프의 제조과정 가운데 (주)금성지앤씨가 담당하는 업무는 렌즈의 색변화를 방지하는 하드코팅뿐이었다. 렌즈 부품을 다른 업체로부터 받아와서 하드코팅을 하다 보니 원가가 올라가고 불량률이 높아지는 문제가 발생했다.

“여러 가지 문제점을 나열하다보니 자동차제조사에서 각 업체에게 공정을 나눠서 하기보다 한 업체를 통해 처음부터 끝까지 생산을 완료하는 것이 좋겠다고 생각했습니다. 자동차램프 전체 생산을 통해 원가절감과 생산관리, 고객의 요구, 회사의 경쟁력 등 모든 분야에서 긍정적인 효과가 나타날 것이라고 판단했습니다.”

고민 끝에 안호균 대표는 자동차램프 전체를 생산하도록 사업전환을하기로 결심했다. 이 같은 안호균 대표의 결정에는 중소기업진흥공단 전문위원들의 추천도 한 몫 했다. 전문위원들은 공정의 범위를 점차 넓혀가야 한다는 추천을 했다. 2014년 사업전환 지원사업을 신청하고, 건축과 설비, 운전자금을 지원 받았다. 1차로 사출성형을 업종 추가하였고, 2차로 진공증착을 추가하였다.



현재 자동차제조사에서 원하는 것은 자동차 제조에 필요한 도면을 협력업체에 주면 공정이 One-Stop으로 이뤄져 완제품이 나오는 시스템이다. 하지만 중소기업의 경우 시설 부족의 이유로 그렇게 못 하는 경우가 대부분이다. 하지만 (주)금성지앤씨는 사업전환을 통해 자동차램프의 사출성형부터 램프조립까지 전 공정을 할 수 있는 시스템을 갖춰 놓았다. 경북에서 이런 시스템을 갖춘 업체는 1차사를 빼고는 (주)금성지앤씨가 유일하다.

## 시스템 구축과 품질력을 바탕으로 자동차제조사로부터 인증서 획득

자동차제조사의 경우 품질과 불량률 등 원하는 요건을 충족한 협력회사에 한해 인증서를 발급하고 있다. (주)금성지앤씨는 사업전환 전인 2009년 표면처리 공정에서 인증서를 받았고, 사업전환 후에는 각 공정의 기술력을 빠르게 안정화시켜 다시 한 번 인증서를 받았다. 이후 2016년 현대기아차로부터 SQ인증서, 쌍용자동차로부터 SSQ 인증서를 받으며 기술력을 인정받고 있다.

“인증서를 받은 회사에 한해 자동차제조사의 생산 시스템에 등록됩니다. 어떤 차종의 생산이 필요할 경우 자동차제조사에서 시스템에 등록된 협력업체 리스트를 보고 생산을 의뢰하는 방식으로 진행되죠.”





인증서 취득 전에는 자동차제조사로 찾아가서 영업을 했지만, 이제 인증서를 통해 자동차제조사에서 연락이 오기 때문에 생산 수주가 훨씬 수월해졌다. 현재 (주)금성지앤씨는 현대차의 아반떼, 기아차의 스포티지, 쌍용차의 코란도와 티볼리의 자동차램프를 생산·납품하고 있다. 사업전환 전인 2013년 17명이던 직원은 현재 68명으로 늘어났다. 매출도 월등하게 늘어 2013년 75억 원이던 매출은 현재 110억 원 가량이다.

(주)금성지앤씨는 지금까지의 성과를 바탕으로 앞으로는 독자적인 자동차램프를 개발하는 것을 목표로 하고 있다. 장기적으로는 코넥스부터 시작해 코스닥에 상장하는 것을 목표로 하고 있다.

Interview CEO의 Kick!

「고객사의 요구에 발빠르게 움직여라!」

처음 사업을 할 때는 공정 하나를 잘 하는 것으로도 수주가 가능했다. 하지만 고객사에서 전체 공정을 One-Stop으로 완결하는 시스템을 원하는 흐름이 감지됐다. 변화를 두려워해 우물쭈물 하다가는 미래를 보장할 수 없다. 사업의 구조나 시장의 트렌드는 항상 변화한다. 그 변화를 예민하게 바라보고 한 발 먼저 사업구조를 변화시키는 기민함이 필요하다.



(주)티앤지세정

# 바이어의 마음을 사로잡아 완제품 생산의 기반을 다지다!

회사정보

기업명 _ CEO	(주)티앤지세정 _ 김민호 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	자동차 엔진용 부품 제조업 / 내연기관 제조업
설립연도	2012년
종업원수 (2015년 기준)	75명
매출액 (2015년 기준)	8,000백만원
소재지	경상남도 진주시 상대로120번길 8

# (주)티앤지세정

김민호 대표



“나를 키운 건 팔 할이 열정이다.

80%의 열정이 나머지 20%를 채워  
100%의 성공을 만들었다”

(주)티앤지세정은 엔진부품을 제조해 해외에 수출할 만큼 우수한 기술력을 인정받은 업체다. 이에 김민호 대표는 십 년 동안 엔진부품을 제조하며 쌓은 노하우를 바탕으로 엔진부품이 아니라, 직접 엔진을 생산해보자는 결론에 도달했다. 정체는 현재에 머무는 것이 아니라 퇴보라는 신념으로 사업전환의 도전을 시작한 것이다. 이를 위해 기존에 거래해오던 미국 엔진업체로부터 기술습득을 받고, 제품 개발에 매진한 결과 발전기용 천연가스엔진 개발에 성공하였다.



## 조그만 가능성에도 모든 걸 쏟아 부었다

현재 발전기용 천연가스엔진을 제조하는 (주)티앤지세정은 농기계 소음기 제조업체로 시작하였다. 국내 업체들로부터 제품을 의뢰받아 생산하던 중 2004년 진주시 시장개척단의 일원으로 미국을 방문해 미국 엔진제조업체인 PSI의 담당자를 만나게 되면서 (주)티앤지세정은 새로운 가능성을 발견하게 된다.

(주)티앤지세정은 그곳에서 회사를 소개하고, 함께 일하고 싶다는 의사를 전하였다. 한국으로 돌아와서도 꾸준히 연락하며 지내던 어느 날, PSI의 담당자로부터 엔진부품을 만들어보지 않겠냐는 의뢰가 들어왔다. 도면만으로 엔진부품을 만드는 것이 쉬운 일은 아니지만, (주)티앤지세정은 이 기회를 놓칠 수 없었다. 이에 밤낮으로 매달려 6개월 만에 엔진부품을 만든 후 미국으로 보냈다.

“엔진부품을 만들기 위한 설비도 없던 때라 고생이 많았습니다. 협력업체들의 도움을 받아 설비를 준비할 수 있었고 정말 고생고생하면서 엔진부품을 만들었습니다. 완성품을 만들어 미국으로 보냈는데, ‘조금 잘못된 부분이 있지만, 아주 잘 만들었다. 조금만 수정하면 좋은 제품이 될 것 같다’는 답변을 받았습니다. 6개월 간의 노력이 헛된 것은 아니었구나 싶어 기뻐했습니다.” 그때 만든 제품이 엔진의 핵심 부품인 제너레이터 핸들 어셈블리이다. 설비도 제대로 갖춰지지 않은 상태에서 엔진부품을 만든다는 것이 결코 쉬운 일이 아니었지만, 그 일을 계기로 열정이 있다면 어떤 환경도 극복할 수 있다는 교훈을 얻었다.



## 현재에 머무는 건 정체가 아니라 퇴보다

제너레이터 핸들 어셈블리를 2005년 미국에 수출하면서 자동차 엔진부품, 농기계 엔진부품, 중장비 엔진부품 등의 제조의뢰가 이어졌다. 대내외의 신임을 받으며 성실하게 일하자 2012년 매출은 40억 원으로 올랐고, 직원은 30명까지 늘어나 그 해에 법인 전환을 하였다. 그러자 김민호 대표이사의 마음에 또 하나의 열정이 꿈틀거리며 올라오기 시작했다. 그동안 (주)티앤지세정은 생산의뢰를 받은 기업으로부터 도면을 받아서 엔진부품을 제조하는 일을 하였다. 강산이 변한다는 10년 동안 엔진부품 제조의 한 우물만 팠으니 엔진부품 제조의 노하우와 기술력이 차곡차곡 쌓여있는 상태였다.

“현재에 머물러 있다면 그것은 정체가 아니라 퇴보라고 생각해요. 10년 동안 엔진부품을 만들었으니 이제 우리 회사 이름으로 된 엔진을 만드는 도전을 시작해야 될 때라고 판단했습니다.”

이에 김민호 대표는 자동차 엔진용 부품 제조업에서 내연기관 제조업으로의 사업 전환을 결심하고 2,300평 부지에 공장을 짓기 시작했다. 2014년에는 엔진제조 기술을 이전받기 위해 오랫동안 신뢰 관계를 맺고 있던 미국의 업체로 가서 기술을 습득하고 왔다. 그러나 문제는 엔진제조에 필요한 핵심부품을 어디서 구매하는지, 엔진기술의 핵심인 배출가스 규제는 어떻게 맞추어야 하는지 등 핵심 노하우였다. 그러한 핵심 노하우는 미국 업체도 알려주지 않았기에 김민호 대표는 직접 부품 구매처까지 발로 뛰어야 했다.



## 시설투자와 부품 구입으로 엔진개발의 탄력을 받다

한국으로 돌아온 후 본격적으로 엔진개발에 착수했다. 공장은 완공했지만, 엔진개발을 위한 추가 설비와 부품 구입이 필요했다. 하지만 이미 공장 건설을 위해 많은 자금이 들어간 상태에서 추가 자금을 마련하는 것은 쉽지 않았다. 혹시 지금까지 준비한 엔진개발이 제대로 진행되지 못 하는 것은 아닐지 마음을 졸이던 찰나 중소기업진흥공단에서 사업전환 자금지원을 한다는 사실을 알게 되었다. 곧바로 자금지원을 신청하였고, 자금지원이 이뤄져 기술개발에 필요한 엔진블록과 전장 부품을 구매할 수 있었다.

추가 설비를 갖춘 후 엔진개발은 탄력을 받았다. 마침내 2015년, 발전기용 천연가스엔진 개발에 성공하였다. 타사에서 개발한 기존 디젤 발전기의 경우 기름을 사용하기 때문에 매연이 발생한다. 또한 기름을 채워두기 때문에 보관 기간이 길어지면 기름이 부패돼 발전기가 필요한 순간에 활용하지 못 하는 경우도 있었다. 그러나 (주)티앤지세정이 개발한 발전기용 천연가스엔진은 도시가스를 사용하기 때문에 깨끗하고 소음이 없다. 또한 도시가스관에 바로 연결하면 되므로 사용이 간편하다는 장점도 있다.

## 열정은 가능성을 여는 열쇠다

발전기용 천연가스엔진 개발에 성공한 후 해외 업체들에게 (주)티앤지세정이 만든 제품을 소개하는 메일을 발송하였다. 메일발송은 처음부터 영업적인 욕심을 부리고 성급하게 다가가기보다 정서적인 친근감으로 지속적으로 연락하자는 생각에서였다. 그러자 차츰차츰 제품에 대한 문의가 들어오기 시작했다. 문의가 들어오면 50% 이상의 가능성이 생긴 것이다. 문의에 대한 답변은 최대한 세밀하게 진행됐다. 이를 토대로 발전기용 천연가스엔진의 우수성을 확인한 업체들과의 계약이 줄을 이었다. 2015년 남미와 미국, 중국 수출에 이어, 2016년에는 미국과 멕시코, 볼리비아, 이탈리아에 수출하였다. 2015년 매출이 80억 원이었는데 그 가운데 20억 원이 사업전환 후 개발한 발전기용 천연가스엔진에서 이뤄졌다. 2012년 30명이던 직원은 현재 75명으로 늘어났다.

김민호 대표이사가 사업전환의 성공 포인트로 뽑은 것은 열정과 투자이다. 자사의 브랜드로 된 엔진을 제조하고 말겠다는 열정을 통해 늘 골칫거리였던 추가 시설투자가 중소기업진흥공단의 사업전환 자금으로 해결됐던 것처럼 말이다. 2016년 (주)티앤지세정은 한 번 더 사업전환 자금지원을 받았다. 지원받은 자금으로 엔진을 조립하기 위한 생산시설을 추가 구입하였다. 이를 바탕으로 김민호 대표는 발전기용 천연가스엔진 제품의 라인업을 더욱 확대해나갈 예정이다. 김민호 대표의 최종 목표는 자동차 엔진 제조이다. 나아가서는 자동차도 직접 만들어보고 싶은 꿈이 있다. 가능할 것이라고 판단하고 있다. 그런 자신감은 오늘 (주)티앤지세정을 발전시키는 동력이 되고 있다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「투자를 통한 성장이 관건이다!」

중소기업의 경우 한 단계 뛰어오르는 도전을 두려워한다. 시설 투자와 직원 총원 등 자금이 뒷받침되어야 하는 일이기 때문이다. 하지만 나는 투자도 열정이라고 본다. 시설에 대한 투자, 전문 인력에 대한 투자 없이는 결과를 이뤄낼 수 없다. 엔진제조를 위한 시설을 투자하였고, 전문지식과 영어에 능통한 직원을 총원하였다. 시설과 직원이 있으니 그 다음은 열정만 쏟아 부으면 이뤄질 수 있는 일이었다. 투자를 통한 성장을 두려워해서는 안 된다.



## (주)마바산업

# 직원 역량 개발을 통한 고객 맞춤화로 사업 범위를 확장하라!

### 회사정보

기업명 _ CEO	(주)마바산업 _ 구효정 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	그외 기타 플라스틱 제품 제조업 / 시각 디자인업
설립연도	2015년
종업원수 (2015년 기준)	26명
매출액 (2015년 기준)	3,314백만원
소재지	울산광역시 북구 산성로 40, 아파트형공장 907호

# (주)마바산업

## 구효정 대표



“우리라고 단순 디자인만 하라는 법은 없다.  
도전해보자”

(주)마바산업은 현대자동차 협력업체로 자동차 데칼 제조와 시공, 상용차 도색을 위한 레터링 도면 설계와 마스킹 원단 시공 등을 담당하는 업체다. 그러던 중 구효정 대표는 레터링 도면을 만들던 단순 디자인에서 한발 더 나아가야겠다고 결심, 사업전환을 실시하게 된다.

이에 자동차 외관디자인부터 마스킹 원단 제작까지 한 번에 가능하도록 사업 범위를 확장하는 동시에 업무 효율성과 직원의 역량까지 향상시키는 성과를 나타냈다. 더불어 매출 증가까지 기록하며, 사업전환을 통해 상당히 긍정적인 효과를 이뤄내고 있다.

## 레터링 도면을 설계하는 단순 디자인

(주)마바산업은 1994년 마바데칼로 시작해 자동차 데칼을 제조, 시공하며 사업을 영위하였다. 그러던 중 1995년, 현대자동차 협력회사로 등록되면서 현대자동차 순정 데칼을 생산하고, 차체나 시트에 부착하는 시공 업무를 담당하고 있다. 여기에 버스나 트럭 등의 상용차 도색을 위한 레터링 도면을 설계하고, 마스킹 원단을 부착하는 등의 업무도 주요 사업이다.

버스나 트럭의 경우 승용차처럼 한 가지 색으로 도색된 경우는 거의 없고, 차체마다 조금씩 외관디자인이 다르다. 이를 위해 각각의 외관디자인에 맞게 도색작업을 해야 한다. 이때 도색을 하기 위해 차체의 정확한 사이즈에 맞춰 설계도면을 만든 레터링 도면이 필요하다. 이 레터링 도면을 통해 마스킹 원단을 제작하고, 마스킹 원단 위에 도색을 하면 의도한 자동차 외관 디자인이 완성되는 것이다.



(주)마바산업에서 진행한 레터링 도면 설계 작업은 전문적인 디자인 업무는 아니었다. 현대자동차나 전문디자인업체에서 자동차 외관 디자인을 하면, 이를 보고 각 상용차의 차체 사이즈에 맞춰 가로, 세로, 넓이 등의 사이즈를 지정해서 설계하는 단순 디자인 업무였다. 즉, 도장 업무가 원활하게 이뤄질 수 있도록 자동차 외관 디자인을 차체의 설계 도면으로 만드는 단순 작업을 했던 것이다.

“회사에 디자이너가 7명 있는데, 모두 시작디자인과를 나온 디자이너들입니다. 그런데 어느 날 그런 생각이 들더라고요. 누구는 자동차 외관 디자인을 하고, 누구는 레터링 도면을 만드는 단순 디자인 업무를 한다는 건 문제가 있다. 현대자동차의 차들은 전 세계를 다니는데, 자신이 디자인한 차가 전 세계를 다니는 기회를 만들어주는 것도 내가 해야 할 몫이 아닌가라는 생각이었습니다.”



## 우리로 디자이너가 있다. 상용차 외관 디자인을 시작하다

기업은 단순히 이익을 창출하고 돈을 버는 목적만 있는 것은 아니다. 기업에서 근무하는 구성원의 발전을 이끄는 것도 경영자가 해야 할 몫 가운데 하나다. 이에 따라 구효정 대표는 사업전환을 통해 디자이너들의 역량을 이끌어 내야겠다고 판단했다. 사업전환을 결심한 이유는 또 있었다. 해외 상용차의 경우 외관 디자인이 상당히 화려하고 고급스럽다. 하지만 우리나라 상용차의 경우 그렇지 못 한 것이 사실이다. 이에 외관 디자인이 화려하고 멋스럽다면 고객사인 현대자동차의 매출 증대에도 도움이 될 것이라는 확신이 섰다.

(주)마바산업의 경우 레터링 도면 설계와 마스킹 원단 제조 등의 시스템을 이미 갖춰 놓은 상태로 디자이너들의 역량만 향상된다면 해외 상용차 못지않도록 고급스럽게 만들 수 있다는 자신감도 있었다.

이에 따라 2015년 시각디자인업을 추가하고, 사업전환 지원사업을 신청하였다. 지원사업을 신청한 후 가장 먼저 한 일은 단순 디자인 업무를 하던 디자이너들이 자동차 외관 디자인을 할 수 있도록 실력을 키우는 일이었다.



“디자인컨설팅업체 대표를 우리 회사의 고문으로 모셨습니다. 그리고 직원들을 한 달 동안 그 회사에 파견을 보내 자동차 외관 디자인 실무를 배우도록 했습니다.”

한 달 후 복귀한 직원들은 익혀온 자동차 외관 디자인을 완성할 때 마다 고문에게 보내 피드백을 실시했다. 이러한 과정의 반복을 통해 직원들의 역량을 발전시킬 수 있었다. 더불어 해외 자동차 트렌드도 분석하였다. 해외 자동차들의 경우 화려함과 고급스러움에 포커스를 두는 경우가 많은데, 이를 적용하기 위해서는 마스킹 원단 제작 시 크롬과 울트라 메탈 등 고급스러운 원단이 필요하다. 다른 업체의 경우 크롬과 울트라 메탈이 기존에 사용하던 원단보다 비싸다는 이유로 꺼렸지만 (주)마바산업은 과감히 투자를 결정, 고급스러운 원단을 사용하였다.

자동차 외관 디자인은 앞으로 전진하는 듯한 스피드한 느낌이 중요하다. 이를 구현하기 위해서는 3D 디자인을 구현할 디자인 프로그램이 필요하였다. 중소기업진흥공단에서 지원해준 사업전환 자금은 이러한 프로그램과 원단을 구입하는데 유용하게 사용되었다.

## 고객사가 요구하지 않아도 적극적으로 제안하라

(주)마바산업은 사업전환을 통해 모든 준비를 마친 후 현대자동차 상용차 10대에 자동차 외관 디자인부터 레터링 도면, 마스킹 원단 시공까지 전 공정을 완료하고 실제 차를 완성했다. 이후 현대자동차 측 직원들에게 완성된 차를 선보였다.

“백번 우리가 잘 할 수 있다고 설득하는 것보다 한 번 눈으로 보여주는 게 낫다고 판단했습니다. 현대자동차 직원들이 공장으로 내려와서 실제 차를 보고 깜짝 놀라더라고요. 만족도가 상당히 높아 자동차 외관 디자인부터 시공까지 계약하는 성과를 올렸죠.” 현대자동차 입장에서 (주)마바산업이 자동차 외관 디자인까지 담당하는 것은 업무 효율성 측면에서 상당히 이로울 수밖에 없다.

“자동차 디자인용역업체에서 디자인을 할 경우 도색 과정에 대한 이해도가 떨어지다 보니 도장 작업 시 여러 번의 수정과 보완 작업이 발생하게 되고, 디자인업체와 의견충돌 또한 빈번합니다. 그런데 우리 회사 디자이너들은 공정 과정에 대한 이해가 높으므로 부딪힐 부분이 없으니 업무 효율성이 뛰어나죠.” 현재 (주)마바산업이 제작, 시공한 외관 디자인은 현대자동차 메가트럭, 마이티 등에 적용되어 판매되고 있다.

## 사업전환 후 직원들이 능동적으로 변했다

(주)마바산업의 고급스러우면서도 역동적인 자동차 외관 디자인은 현대자동차뿐 아니라 고객들에게도 좋은 반응을 얻고 있다. 이미 출고된 차를 공장으로 갖고 와서 시공을 해달라고 한 사례도 늘고 있기 때문이다. 덕분에 매출도 늘어나, 1994년 회사 창업 후 20년 동안 고정적이었던 매출은 사업전환 후 20% 이상 상승하였다. 하지만 구효정 대표가 매출 증대보다 더욱 뿌듯한 것은 직원들의 변화다.

“기존에 레터링 도면 디자인을 할 때는 직원들이 ‘내 일은 여기까지’ 라는 생각이 있었어요. 수동적이었죠. 하지만 노력하면 달라진다는 것을 알게 된 이후에는 능동적으로 생각하고 고객사에 더 좋은 것을 제안하기 위해 노력하고 있습니다.”

현재 (주)마바산업은 일주일에 하나씩 제안서를 쓰고 있다. 다른 기업체에 끊임없이 (주)마바산업을 알리기 위해서다. 아울러 해외 진출에도 박차를 가해 현재 혼다 베트남과 협의를 진행 중에 있다.

“사업전환을 희망하시는 분들이라면 시장에서 성공할 수 있는 포인트를 정확하게 보고 추진하라는 조언을 드리고 싶습니다. 그게 경영자가 갖춰야 할 혜안이겠죠. 그 혜안을 기르는 게 문제일 텐데, 오래, 깊게 고민하다보면 길이 보이더라고요.”



### 「고객사의 매출 증대를 위해 고민하라」

수동적으로 수주를 받기 기다리는 것보다 고객사의 매출 증대 방법을 고민하고 적극적으로 제안하는 자세가 필요하다. 내 경우 해외 상용차처럼 외관 디자인이 화려하면 고객들에게 어필이 될 것이라 판단하고 적극적으로 제안하였다. 앞서서 수주를 받으려는 사람에게 수주를 줄 고객사는 없다.

(주)청진이엔씨

# 고객 요구에 대한 기민한 대응을 바탕으로 시장을 선도하다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)청진이엔씨 _ 박명진 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	수로, 댐 및 급·배수시설 건설업 / 콘크리트관 및 기타 구조용 콘크리트제품 제조업
설립연도	1994년
종업원수 (2015년 기준)	40명
매출액 (2015년 기준)	19,494백만원
소재지	경상북도 성주군 용암면 성암로 1154-22

# (주)청진이엔씨

박명진 대표



## “기존 노하우를 살리되 시장 전망이 유망한 아이템을 찾아야 한다”

(주)청진이엔씨는 주로 관에서 용역을 주는 토목 공사를 시행하며, 사업을 영위하였다. 하지만 SOC 공사 물량이 줄면서 업무 수주에 한계가 왔다. 이에 따라 기존에 하던 건설업의 노하우를 살리면서도 시장 전망이 좋은 PC제품 제조로 사업을 전환해야 했다. 현재 (주)청진이엔씨는 업무 완결성을 위해 PC제품 납품과 함께 시공까지 하고 있다. 고객만족도도 높아 2016년에는 포스코건설과 그린 파트너십 사업협약을 체결하는 등 승승장구 중이다.

## SOC 공사가 줄면서 타격이 왔다

(주)청진이엔씨의 전신인 청진종합건설은 1994년 종합건설회사로 창업하였다. 주로 시, 군의 배수로 정비, 하천 정비, 도로 정비 등의 토목 공사를 시행하였다. 성주군청이나 김천시청 등 관에서 용역을 주는 공사의 입찰에 참여해 공사를 수주했다. 하지만 해가 갈수록 건설공사 입찰이 줄어들었다. 과거 SOC 사업이 많을 때는 공사물량이 많았지만, 어느 정도 시·도의 정비가 완료되면서 지자체에서 발주하는 공사 물량에 한계가 온 것이다. 여기에 업무 수주의 대부분이 입찰을 통한 방식이다 보니 입찰에 성공했다고 해도, 그 다음의 입찰에 성공하리라는 보장이 없다는 점도 위기감으로 다가왔다. 2011년 매출은 119억 원을 기록하며 나쁘지 않은 성과를 나타냈지만 박명진 대표의 생각은 달랐다.

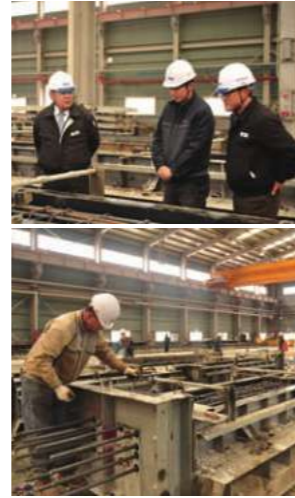
“기존의 수주 잔량과 이익 잉여금으로 현상을 유지할 수는 있었습니다. 그러나 그렇다고 해서 우리가 안심할 수 있는가에 대한 근본적인 고민이 있었습니다. 여력이 있을 때 다른 사업 아이템을 준비하지 않으면 사업전환의 기회마저 잃을 것이라고 판단했습니다.”



## 시장에서 인기가 좋은 PC제품, 더구나 경쟁자도 없다

이후 전환할 아이템을 고민하기 시작했다. 이왕이면 기존에 건설업을 영위하며, 쌓은 노하우를 발휘할 수 있는 일로 접근하고자 했다. 그때 주목한 것이 PC(Precast Concrete, 프리캐스트 콘크리트) 제조업이다. PC는 기둥, 보, 바닥판을 철제 거푸집을 통해 생산한 콘크리트 구조물이다. 예전에는 현장에서 콘크리트 타설을 통해 기둥, 보, 바닥판 등의 구조물을 만들었지만, 몇 년 전부터 공장에서 미리 만들어 현장에서 시공만 하는 PC제품이 좋은 반응을 얻고 있었다. PC제품의 범위는 상당히 광범위해서 벽체, 기둥, 바닥판, 공동구 등 콘크리트로 만드는 모든 구조물이라고 보면 된다. PC제품 생산은 제조업이기에 안정적으로 회사를 운영할 수 있다는 점에서 제격이었다.

“PC제품을 제조하는 회사 가운데 큰 회사가 없다는 것도 사업전환을 결심한 계기였습니다. 작은 기업들이 산재해 있는 상황이라 우리가 열심히 노력하면 경쟁에서 이길 수 있을 것이라 판단했습니다.”



## 제조에서 시공까지 책임진다

2012년 종합건설회사에서 PC 제조업으로 업종을 바꾸면서, 회사의 이름을 (주)청진이엔씨로 변경하였다. 이어 같은 해 경북 성주군 용암면에 공장을 신축했다. 콘크리트를 생산하기 위한 플레이트 설비를 갖추고, 골재 저장소를 만들었다. 크레인 등의 장비도 구입하였다. 이후 2013년 중소기업진흥공단 사업전환 지원사업에 신청하였고, 승인이 난 후 자금 지원을 받았다. 해당 자금은 제품 개발을 위한 원자재 구입과 신제품 개발 비용으로 사용됐다.

공장 신축이 마무리된 2014년부터 본격적으로 건축 PC제품 생산을 시작했다. 아파트 지하 주차장 벽체와 옥상 조형물에 들어가는 구조물이 주를 이뤘다. PC제품은 기존에 현장에서 콘크리트 타설을 통해 구조물을 만드는 것과 달리 공장에서 제작한 제품을 현장에서 시공만 하는 것이기 때문에 시공이 쉽고, 제품의 질이 우수하다. 무엇보다 공사기간을 단축할 수 있다는 점에서 고객들의 호응도가 높았다.

“원래 처음에 사업전환을 할 때는 PC제품만 제조할 계획이었습니다. 그런데 사업을 영위하다보니 제품 납품과 함께 시공까지 맡아 달라는 요구가 많았고, 그것이 기회가 되어 PC제품의 시공에도 참여를 시작하게 됐습니다.”

매출로 따지면 제조 매출이 시공 매출 보다 훨씬 많은 부분을 차지했지만 납품부터 시공까지 책임지면서 업무의 완성도와 고객 만족을 높일 수 있었다. (주)청진이엔씨는 사업전환 후 포스코건설과 삼성물산의 아파트 지하주차장 벽체 납품과 시공을 진행했다. PC 제품은 저탄소공법으로 만들어지기 때문에 온실가스가 저감되는 효과가 있다. 이러한 효과를 인정받아 (주)청진이엔씨는 2016년 5월 포스코건설로부터 온실가스 저감 등 사업효과가 우수한 협력사 중 동반성장 효과가 기대되는 회사로 선정돼 ‘그린 파트너십 사업협약’을 체결하였다.



## 기술 개발로 제품의 수준을 끌어 올린다

(주)청진이엔씨는 토목PC도 생산하고 있다. 토목PC는 철도 침목(철도 레일을 받치고 있는 콘크리트 구조물), 배수시설에 들어가는 공동구 등의 제품을 말한다. 특히 토목PC 가운데 (주)청진이엔씨의 기술력이 돋보이는 제품이 있다. 바로 케이블 트러프이다. 케이블 트러프는 철도 침목 옆에 있는 콘크리트 구조물로 그 안에는 각종 통신선과 전력선 등이 들어가게 된다. 기존 케이블 트러프의 경우 트러프 안에 통신선과 전력선 등의 선을 함께 넣는 까닭에 선들이 꼬여서 오류가 나는 경우가 잦았다. (주)청진이엔씨는 이 문제를 해결하기 위해 케이블 트러프 안의 구조를 손가락 모양으로 만들어 각각의 선이 개별적인 공간에 들어가도록 했다. 별도로 나뉜 공간에 선이 들어가는 만큼 선이 꼬일 염려가 없다.

“이 제품을 개발하기 전에 호남고속철도 건설 계획이 잡혀 있었습니다. 케이블 트러프의 경우 철도 레일 선만큼 깔려야 합니다. 엄청난 길이죠. 호남고속철도 구간 중 일정 부문만 수수해도 사업 가치가 좋을 것이라고 판단해 연구 개발을 진행하였습니다.”

기술개발연구소에서 혼신의 힘을 기울여 제품 개발을 한 결과 (주)청진이엔씨는 해당 제품으로 특허도 내고 호남고속철도 공사에 납품, 시공하는 성과를 거뒀다. 우수한 제품 생산과 고객 만족을 위한 성실한 시공으로 (주)청진이엔씨의 매출은 나날이 늘어나고 있다. 2015년 매출은 194억 원으로 사업전환 전인 2012년 보다 100억 원이 늘어났다. 직원 역시 사업전환 전 20명에서 40명이 늘어나 현재 60명이다. 하지만 수치적인 성장 보다 눈에 보이지 않는 성장이 크다는 점에서 사업전환에 대한 만족도가 높다.

“제대로 된 경쟁을 할 수 있다는 점에서 가장 좋습니다. 종합건설업을 할 때는 공사 용역이 시장에 나오지 않으면 일을 만들어볼 방법이 없었습니다. 하지만 제조는 시장의 흐름을 보면 어떤 아이템을 개발해야겠다는 길이 보입니다. 그때나 지금이나 사업하기 쉬운 환경은 아니지만 우리의 노력에 따라 결과를 만들어 갈 수 있다는 점에서 만족합니다.”

(주)청진이엔씨는 2015년 에코청진과의 합병을 통해 보도블럭을 제조, 시공하는 블록사업도 진행 중에 있다. 박명진 대표는 앞으로 PC사업부와 블록사업부 두 축을 건강하게 키워 PC제품 제조의 리더로 자리매김하겠다는 비전을 품고 있다.



농업회사법인 주식회사 봉산식품

# 연관 분야 진출을 통해 리스크는 줄이고 고객 만족도는 높이다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	농업회사법인 주식회사 봉산식품 _ 장재식 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	과실 및 채소 절임식품 제조업 / 기타 과실 · 채소 가공 및 저장처리업
설립연도	1990년
종업원수 (2015년 기준)	16명
매출액 (2015년 기준)	1,562백만원
소재지	강원도 인제군 인제읍 인제로112번길 36-30

## Interview CEO의 Kick!

### 「오늘 괜찮다고 내일을 자만하지 마라」

사업전환 전 실적으로 따지면 매출이 나쁜 편은 아니었다. 하지만 그것에 만족해 내일을 고민하지 않는다면 경영자라고 할 수 없다. 사업은 완결성을 가져야 한다. 한 부분이 아니라 처음부터 끝까지 완결성을 갖고 있어야 경쟁에서 이길 수 있다. 그런 점에서 제조와 시공을 함께 하는 것으로의 사업전환은 백번 잘 한 결정이었다.



# 농업회사법인 주식회사 봉산식품

장재식 대표



“김치제조업은 하루가 다르게 침체되었다.  
기존의 설비로 할 수 있는 사업에 주목했다”

농업회사법인 주식회사 봉산식품(이하 봉산식품)은 1990년 군부대 김치 납품을 바탕으로 강원도 인제에서 창업한 회사다. 하지만 시간이 흐르면서 계약 방식이 수의계약에서 경쟁 입찰 방식으로 바뀌었고, 이에 따라 경쟁 입찰에서 봉산식품과 같은 중소기업이 대기업에 이기기는 쉽지 않았다. 봉산식품의 김치 제조 매출은 점점 떨어졌고, 장재식 대표는 결단을 내릴 수밖에 없었다. 기존 설비들을 활용하면서도 사업전환이 가능한 농산물 전처리업으로 전환을 실시하기로 결정한 것이다. 현재 봉산식품은 음식 재료를 고객의 요구에 맞게 가공해서 납품하는 농산물 전처리를 통해 해피브릿지 등의 프랜차이즈 업체에 제품을 납품하고 있다.

## 군부대 김치 납품을 목표로 창업

강원도 인제군에 있는 봉산식품은 1990년 장재식 대표의 아버지가 군부대 김치 납품을 바탕으로 창업한 회사다. 과거에는 군부대에 김치를 납품할 수 있는 조건 가운데 하나가 군부대 인근 60km 이내에 있는 업체였다. 해당 조건에 맞는 업체에 한 해 수의계약을 통해 김치를 납품할 수 있었던 것이다. 하지만 장재식 대표가 아버지에 이어 봉산식품을 운영하기 시작한 2000년 즈음부터 계약 방식이 경쟁 입찰로 바뀌었다. 경쟁 입찰의 경우 봉산식품과 같은 작은 회사가 대기업이나 이름이 알려진 김치 제조회사와의 대결에서 이길 수 있는 방법은 별로 없었다. 시장의 흐름이 이렇게 되면서 봉산식품의 군부대 김치 납품은 절대적으로 줄어들기 시작했다.

상황이 이렇게 되자 새로운 거래 업체를 찾아 나서야 했지만, 군부대 외에 다른 납품처를 찾는 것도 어려웠다. 현재 대부분의 우리나라 식당의 경우 일부를 제외하고, 90% 이상이 중국산 저가 김치를 밑반찬으로 사용하고 있다. 우리나라에서 만든 김치를 먹는 곳은 군부대와 학교 급식뿐이다. 그런데 그마저 계약방식이 경쟁 입찰로 바뀌게 되면서 봉산식품의 설 자리는 점점 줄어들었다.

## 경쟁 입찰로 시장의 논리가 바뀌었다

“사업전환 지원제도가 있다는 사실은 알고 있었습니다. 2014년 사업전환에 대해 고민하던 당시에 사업전환 설명회가 있어서 참석했습니다. 그 자리에서 회사의 상황을 허심탄회하게 이야기했습니다.”

장재식 대표는 전문위원과 상담을 통해 그동안 생각했던 농산물 전처리 사업으로의 전환을 이야기했다. 농산물 전처리는 음식 재료를 고객의 요구에 맞게 가공해서 납품하는 사업으로 식당이나 프랜차이즈 업체에서 필요로 하는 농산물을 고객의 요구에 맞는 방식과 분량으로 가공 포장해 납품하는 것을 말한다. 장재식 대표가 그동안 막연하게나마 농산물 전처리로의 사업 전환을 생각한 것은 김치 제조 과정에서 사용한 세척기, 배합기, 진공포장기 등의 설비를 그대로 사용할 수 있기 때문이었다. 김치 제조와 농산물 전처리 제조에 필요한 시설은 70% 정도가 겹쳤기 때문에 몇 개의 설비만 구입하면 농산물 전처리 사업을 시작하는 것이 가능했다.



하나 더, 그동안 김치 제조업을 하며 익힌 노하우를 바탕으로 신선한 농산물을 구입하고, 그것을 가공하는 방법에 대한 이해가 높다는 점도 주요했다. 이런 설명을 들은 중소기업진흥공단 전문위원은 농산물 전처리로의 전환이 좋은 기회가 될 것이라며 격려했다. 곧바로 사업전환 지원사업을 신청하고 승인을 받았다.



## 농산물을 가공해 납품하는 농산물 전처리업

장재식 대표는 사업전환 자금지원을 통해 농산물 전처리를 위한 진공포장기와 금속 검출기 등의 설비를 구입했다. 또한 그동안 김치 제조업체로 굳어진 회사 이미지를 전환하기 위해 ‘자담채’라는 B를 만들었다. 김치 제조업 당시 갖고 있던 ‘내린천 김치’라는 기업 이미지에서 벗어나 자연을 담은 채소라는 의미의 ‘자담채’를 통해 고객에게 더욱 가까이 다가가고 싶은 장재식 대표의 마음이 담긴 B이다.

사업전환 후 가장 어려운 것은 제품을 납품할 업체를 발굴하는 일이었다. 프랜차이즈 업체의 경우 기존에 거래하던 업체가 있기 때문에 새롭게 진입하기가 쉽지 않았다. 그럴 때 봉산식품이 고객에게 할 수 있는 것은 바로 성실을 바탕으로 한 신뢰였다.

“처음에는 아주 적은 양을 납품하라는 경우도 부지기수였습니다. 하지만 그런 과정이 있어야 고객과 봉산식품의 신뢰가 단단해질 것이라고 생각해 아무리 적은 수량이라고 해도 거절하지 않고 납품했습니다.”

실제로 봉산식품이 있는 강원도 인제에서 한 업체의 물류센터가 있는 경기도 광주까지 매일 양배추 열 개를 납품한 경우도 있었다. 기름 값도 나오지 않는 수익이었지만, 봉산식품은 3개월 동안 하루도 빼놓지 않고 납품을 하였다. 하지만 이렇게 쌓은 신뢰는 더 많은 물량의 납품으로 이어졌다. 어려운 과정에서도 성실하게 임하는 봉산식품의 자세가 고객에게 감동을 준 것이다.



## 성실과 신뢰로 프랜차이즈 업체에 납품

이처럼 힘든 시간을 거쳐 발굴한 업체가 해피브릿지 협동조합이다. 해피브릿지 협동조합은 ‘국수나무’와 ‘화평동 왕냉면’, ‘도교 스테이크’ 등의 프랜차이즈를 갖고 있는 회사이다. 국수나무의 경우 전국에 500개 매장을 갖고 있다. 현재 봉산식품은 해피브릿지 협동조합에 음식 재료를 납품하면서 사업이 안정세를 찾고 있다.

또한 신세계 푸드에도 농산물을 납품을 하고 있다. 신세계 푸드의 경우 더 많은 농산물을 납품하라는 제의가 들어왔지만, 안타깝게도 급속냉동기나 동결건조기 등의 시설을 갖추지 못해 현재 응할 수 없는 상황이다. 하지만 2014년 사업전환 이후 빠른 시간 내에 고객으로부터 신뢰를 받고 있는 만큼 앞으로 성장 가능성은 매우 높다고 할 수 있다.

한편, 2016년 여름, 극심한 가뭄으로 인해 농산물 가격이 크게 인상되면서 봉산식품에도 힘든 순간이 찾아왔다. 당시 보통 5천 원으로 살 수 있었던 배추 한 마의 가격이 무려 3만원까지 치솟은 것이다. 하지만 봉산식품은 이미 계약을 맺은 만큼 가격 인상에 대한 그 어떤 언급도 없이 손해를 감수하면서까지 약속된 제품을 납품하였다. 장재식 대표는 고객들을 위한 믿음과 신뢰를 유지하는 것이 더욱 중요하다고 생각했기 때문이다. 그 결과, 배추를 납품받은 업체로부터 배추 외에 다른 물량을 지속적으로 납품하라는 제안을 받게 된다.

이런 노력을 통해 현재 봉산식품은 2014년 사업전환과 비교해 100% 매출 성장을 기록했다.

장재식 대표는 만약 김치 제조업을 계속했다면 봉산식품은 매우 큰 위기에 봉착했을 것이라 확신한다. 김치 제조업에서 농산물 전처리로 변경을 통해 봉산식품은 사업전환을 성공적으로 이뤄낼 수 있었다.

봉산식품의 목표는 ‘자담채’ 라는 브랜드를 고객에게 더욱 알리는 것이다. 믿고 맡길 수 있는 회사라는 이미지를 각인시켜 매출도 올리고, 고객의 사랑도 풍부하게 받고 싶다. 봉산식품의 15명의 직원은 누구보다 성실하게 임한다는 각오로 오늘도 최선을 다하고 있다.



한울

# 자체 제작으로 고객편의를 제고하고 다양한 수요에 대응하다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	한울 _ 김학중 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	포장용 플라스틱 성형용기 제조업 / 주형 및 금형 제조업
설립연도	1999년
종업원수 (2015년 기준)	10명
매출액 (2015년 기준)	619백만원
소재지	경기 포천시 소흘읍 호국로 389-30

## Interview CEO의 Kick!

### 「시설 투자는 최소한으로 시작해도 된다」

사업전환을 고민할 때 쉽게 결정을 내릴 수 없는 이유는 시설 투자비 때문이다. 처음부터 완벽하게 갖춰 놓고 시작하면 좋겠지만, 이는 중소기업 입장에서 쉽지 않다. 내 경우 최소한의 시설을 갖춰 놓고 스텝바이 스텝으로 하나씩 더 구입하는 방법을 사용했다. 초기 투자비가 부담스럽지 않은 정도에서 시작하고, 최소의 비용으로 최대의 매출을 올리는 것이 현명한 방법이라고 본다.



# 한울

김학중 대표



## “생산의 효율성을 높이면 매출 증가는

자연스럽게 이뤄진다”

한울은 플라스틱 포장용기 생산업체다. 플라스틱 포장용기는 포장용기의 모양을 만드는 금형 위에 플라스틱 원단을 올려놓고 기계로 찍어내는 과정을 통해 만들어진다. 그동안 한울은 금형제작 업체에서 만든 금형을 가져와 플라스틱 포장용기를 생산하였다. 그러나 금형제작을 위한 시간이 소요되면서 업무 효율성이 떨어지는 문제가 발생했다. 이에 김학중 대표는 2013년 금형제조까지 직접 함으로써 업무 효율성을 높이기로 한다. 사업전환 후 금형제작부터 플라스틱 용기 생산까지 함께하며 시너지를 높였고, 그 결과 생산성이 향상되는 결과를 가져왔다.

## 플라스틱 포장용기 생산의 한우물을 파다



한울은 1999년부터 플라스틱 포장용기를 생산하고 있다. 플라스틱 포장용기는 용기의 모양을 만드는 금형 위에 플라스틱 원단을 올려놓고 기계로 찍어내는 과정을 통해 만들어진다. 이렇게 생산된 플라스틱 포장용기는 대부분의 품목에서 다양하게 사용되고 있다.

종류도 다양해 제품의 모양대로 포장을 하는 Bister, 포장물이 흔들리지 않게 고정을 시켜주는 Clam Shell 등이 있으며, 작업용 공구 등을 정리할 수 있는 Tray도 플라스틱 포장용기이다. 딸기를 비롯한 과일을 위한 식품 포장용 Tray도 한울의 생산품 중 하나이다.

문제는 딸기처럼 식품을 포장하는 플라스틱 용기만 해도 거래처가 요구하는 모형이 제각각이다보니 각각의 금형이 필요하다는 것이다.

매달 한울에서 고정적으로 플라스틱 포장용기를 제작하는 업체만 30~40곳, 일 년에 한 두 번 주문하는 업체까지 합하면 일 년에 거래하는 업체만 150~200개에 달한다. 플라스틱 포장용기 종류로 따지면 몇 천 가지가 된다. 이 경우 각각의 포장용기에 맞는 금형으로 플라스틱 포장용기를 생산하게 된다.

“금형을 제작하기 위해서는 우선 포장용기 생산을 의뢰한 업체와 어떤 모양으로 만들 것인가를 상의한 후 금형제작 업체로 가서 금형제작을 의뢰합니다. 금형이 나오면 시제품을 만들어서 생산을 의뢰한 업체에 보여주죠. 이 경우 한번에 OK가 되면 곧바로 회사로 돌아와 플라스틱 포장용기 생산에 들어가면 되지만, 그렇지 않을 경우가 많습니다. 생산을 의뢰한 업체와 보완점을 협의한 후 다시 금형제작 업체로 가서 수정하고, 금형제작이 완벽하게 이뤄지면 이걸 회사로 가져와서 플라스틱 포장용기를 생산하게 됩니다.”

모든 포장용기마다 각각의 금형을 제작해야 하다 보니 김학중 대표는 한 달에 20일 가량은 금형제작 업체로 나가 금형제작과 관련한 협의를 진행해야 했다. 다행히 회사 내부에서는 포장용기 생산을 관리, 감독하는 책임자가 있어 제품 생산은 별다른 문제 없이 이뤄졌지만, 금형제작을 위한 시간 투자가 상당히 필요했다.



### 우리가 금형제작까지 하자

금형은 생산을 의뢰한 업체의 돈으로 지불된다. 김학중 대표는 만약 이것을 금형 제작 업체에 의뢰하지 않고 한울이 직접 생산한다면 보다 적은 금액으로 금형제작이 가능한 장점이 있으리라는 생각이 들었다. 시간뿐만 아니라 금액까지 절감된다면 고객 만족이 올라갈 것은 당연지사였다. 이에 김학중 대표는 금형제조업으로 사업전환을 하기로 결정, 2013년 중소기업진흥공단에서 사업전환 지원사업을 신청하였고, 시설자금과 건축자금을 지원 받아 포천에 300평 규모의 공장을 신축했다.

또한 금형제작을 위한 머시닝센터도 구입했다. 머시닝센터는 금형의 원자재인 알루미늄 합금을 금형의 모양대로 깎아주는 기계다. 머시닝센터에 금형의 도면을 입력하면 머시닝센터가 각종 공구를 활용해 알루미늄 합금을 금형의 모양대로 깎아낸다. 머시닝센터가 금형의 도면에 맞춰 필요한 공구를 자동으로 교체하면서 깎아내기 때문에 우수한 품질의 금형을 제작할 수 있는 것이다.



머시닝센터는 김학중 대표가 판매업체로부터 직접 배워서 가동했다. 머시닝센터를 처음 사용하다보니 미숙함으로 인해 잦은 실수가 발생하고, 제품의 완성도가 떨어졌지만, 김학중 대표는 포기할 수 없었다. 기계 작동법에 의문이 생길 때 마다 판매업체와 기존 금형을 제작했던 업체에까지 문의하는 열정을 드러내며 머시닝센터 작동법을 익혀나갔다. 그러자 낯설었던 머시닝센터도 어느새 김학중 대표의 손에 익숙해지기 시작했다.

설비도 재정비 했다. 중소기업진흥공단에서 지원해준 사업전환 자금으로 자동진공성형기, 압공기, 프레스 등의 설비를 갖췄으며, 노후한 설비의 교체로 다시 한 번 도약할 수 있는 기반이 마련됐다.



### 비용절감, 가격 경쟁력 확보, 시너지를 높인다

2015년 머시닝센터를 활용한 금형제작이 익숙해지면서 한울에서 자체 제작한 금형으로 플라스틱 포장용기를 생산할 수 있게 되었다. 한울에서 금형제작부터 플라스틱 포장용기까지 전 공정이 가능해지자 많은 점이 달라졌다.

우선 시간을 절약할 수 있게 되었다. 또한 기존 한울과 금형제작 업체, 생산을 의뢰한 업체를 오가며 의견을 조율했던 것과는 달리 한울과 생산의뢰 업체가 직접 협의를 진행할 수 있어 생산의뢰 업체의 의견을 듣고 곧바로 대처할 수 있는 여력이 갖춰진 것이다.



두 번째로는 제조비용이 절감되었다. 한울에서 직접 금형을 제작하면서 기존 금형 제작 업체에서 요구한 금액보다 한결 적은 금액으로 금형을 제작할 수 있었다.

“업무 진행도 빠르게 되고, 가격도 절감되니 고객의 만족도가 올라간 것은 물론이지요. 또한 이런 점은 저희 회사에 대한 만족도와 직결돼 고객들이 만족감을 많이 표시하셨습니다.”

업무의 시너지가 생기면서 회사의 경쟁력이 올라갔고, 이를 통해 영업도 한결 수월해졌다. 빠른 시간 안에 다른 회사보다 저렴한 가격으로 금형제작부터 플라스틱 포장용기까지 납품이 가능하다는 사실이 알려지면서 기존 거래업체들이 다른 업체를 소개해주는 경우도 늘어났다.

“사업전환을 하면서 매출이 상승하고 있습니다. 20여 년 가까이 회사를 운영하면서 가장 매출이 높을 때가 10억 원이었는데, 지금은 그것보다 조금 적지만 사업의 시너지가 올라가면서 성장 가능성이 충분하다고 판단하고 있습니다. 이를 바탕으로 앞으로도 고객의 신뢰를 얻기 위해 최선을 다할 것입니다.”

한울은 기존 거래처 외에 더 많은 고객을 사업전환을 통해 확보한다는 계획이다. 또한 직원들이 보다 편안한 상황에서 안정감 있게 일할 수 있도록 배려함으로써 더욱 규모 있는 회사를 만들어 나갈 방침이다.



# 3

## 신기술, 신제품 개발로 미래 시장을 선도하다

### Interview CEO의 Kick!

#### 「체계적이며 규모 있는 성장에 주력하라」

회사 경영에서 가장 경계해야 할 것 중 하나는 주먹구구식 운영이다. 올바른 회사 경영을 위해서는 적기에 투자하고, 직원들에게 올바른 업무 분배를 하며 회사를 투명하게 운영하는 노력이 필요하다. 금형제작과 포장용기 사업이라는 두 가지 축으로 시너지 효과를 올릴 준비를 마쳤다. 보다 체계적이고 규모 있는 회사로 성장하기 위해 주력할 방침이다.





트렌드에 맞는 신규업종을 발굴하라!

(주)그인 | 김태정 대표

하이테크 기술로 유일무이한 기업이 돼라!

(주)금강씨엔텍 | 김영재 대표

신기술 개발로 기업의 체질을 강화하라!

(주)대경이앤씨 | 박성원 대표

미래 시장에 선제적으로 진입하라!

(주)도건시스템 | 김보근 대표

블루오션 속으로 헤어쳐 들어가라

(주)이씨스 | 김용범 대표

(주)그인

# 트렌드에 맞는 신규업종을 발굴하라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)그인 _ 김태정 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	간판 및 광고물 제조업/구조용 금속판제품 및 금속공작물 제조업
설립연도	2007년
종업원수 (2015년 기준)	10명
매출액 (2015년 기준)	1,501백만원
소재지	경기도 의왕시 경수대로 361-9 인현빌딩 2층

## (주)그인 김태정 대표



### “기존에 있던 것이 아닌,

내가 길을 만든다는 생각으로

신규업종에 도전해야 한다”

(주)그인은 건설현장의 가설펜스와 안전사인물을 디자인해 시공, 설치하는 사업을 하였다. 그러던 2012년, 김태정 대표는 공공장소가 금연구역으로 지정될 것이라는 신문 기사를 보게 됐다. 전 국민이 금연을 할 수는 없을 테고, 그렇다면 앞으로는 흡연부스가 필요할 것이라는 아이디어가 떠올랐다. 본격적으로 흡연부스를 만들고 영업을 시작했지만, 자금 부족의 문제에 직면했다. 이에 김태정 대표는 사업전환 자금지원을 받았고, 이를 통해 제품 개발과 영업 마케팅을 지속한 결과 흡연부스 납품 계약 체결을 늘려갈 수 있었다.

## 옥외광고사인 디자인 전문회사로 시작

(주)그인은 2007년 옥외광고사인 디자인 전문회사로 업계에 이름을 알렸다. 이후 대우건설의 서수원푸르지오 현장, 현대건설의 서남부플랜트 현장 등 다수의 현장에 가설펜스를 디자인하고 설치하는 일을 주로 진행하였다. 이에 김태정 대표의 성실함과 남다른 추진력으로 1인 기업으로 시작한 (주)그인은 2012년, 직원이 6명으로 늘어나게 된다.

“옥외광고사인의 경우 매 건마다 새로운 장소에, 그곳 현장의 규격에 맞춰 새롭게 디자인하고 시공, 설치하는 일입니다. 각 건설현장의 특색에 맞춰 업무가 진행되다보니 디자인이나 설치 등의 작업이 매번 다릅니다. 몇 년 동안 매번 새로운 결과물을 만드는 일이 반복되자 고정적인 제품을 만들어 활용하는 사업구조가 필요하다는 생각이 들었습니다.” 또한 건설경기가 위기에 빠지면서 용역을 수주할 건설현장이 줄어드는 흐름도 사업전환의 필요성을 높였다.

## 공공구역 금연지정 기사를 보며 흡연부스의 필요를 감지하다

“2012년 신문을 보는데, 앞으로는 공공장소가 금연구역으로 지정된다는 기사가 있었어요. 전 국민이 금연을 할 수는 없을 테고, 그렇다면 흡연부스가 필요할 것이라는 아이디어가 떠올랐습니다.”



흡연부스 제조에 관심을 갖게 되면서 김태정 대표가 주목한 것은 흡연부스 내 정화 시스템이었다. 당시 흡연부스를 만드는 업체는 한 두 업체에 불과했고, 그 업체들의 경우 흡연부스 설치에 필요한 자재 등 외형에 초점을 맞추는 경우가 대부분이었다. 하지만 김태정 대표는 흡연부스 사업의 성공 여부는 흡연부스의 정화 시스템에 핵심이 있다고 판단했다.



## 돈이 아니라 가치를 판매하라

또 하나, (주)그인은 안전체험관을 설계, 제작, 시공하는 사업도 하고 있다. 안전체험관이란 건설현장, 산업현장, 소방현장 등의 현장에서 실제 근무하는 사람들이 맞닥뜨리는 공간 환경을 조성해놓고, 그 속에서 어떤 프로세스로 근무를 해야 안전한가를 알려주는 체험 공간을 말한다. 이 사업의 경우 지자체나 관공서에서 설계와 시공에 대한 입찰을 진행하고 업체에서 용역을 수주하는 방식으로 진행된다. (주)그인은 현장 근무자들의 눈높이에 맞는 설계를 통해 2016년 8월 수원소방서, 안양소방서, 강원소방학교, 경기소방학교, 광주과학기술연구원의 안전체험관 용역을 수주하였다.

“흡연부스나 안전체험관의 경우 다른 업체들은 금속구조물로 접근하는 것 같습니다. 하지만 우리는 흡연부스는 자체정화를 통해 비흡연자들이 담배 냄새를 맡지 않는 것에 중점을 두었습니다. 안전체험관의 경우 소방서나 건설현장 등 실제 현장에서 닦칠 수 있는 위험을 방지하는 것에 중점을 두었고요. 단순히 돈을 버는 것이 아니라 제품이 갖고 있어야 하는 가치에 주목한 것이 매출로 이어지는 효과를 내고 있습니다.”

사업전환 전 15억 원에 머물러 있던 매출은 올해 이미 15억 원을 훌쩍 넘어 2016년 매출은 30억 원으로 예상되고 있다. (주)그인은 앞으로도 안전과 환경에 기여해 우리나라가 편안하고 안전한 환경에서 생활할 수 있도록 만드는 일에 일조할 것을 비전으로 삼아 힘차게 뛸 계획이다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「남들이 가지 않은 길을 가라!」

처음 흡연부스를 만들겠다고 했을 때 우려의 시선이 많았다. 당시 흡연부스를 만드는 업체는 한 두 곳뿐이었다. 시장도 생성되지 않은 상태였다. 나는 그것이 장점이라고 판단했다. 남들이 간 길을 따라가면 질해도 중간 밖에 가지 못 한다. 안전체험관도 마찬가지다. 어려움이 있어도 남들이 가지 않은 길을 내가 뚫는다고 생각하면, 시장 선점이라는 결과를 낼 수 있다.



(주)금강씨엔텍

# 하이테크 기술로 유일무이한 기업이 돼라!

### 회사정보

기업명 _ CEO	(주)금강씨엔텍 _ 김영재 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	공기조화장치 제조업 / 산업용 오븐, 노 및 노용 버너 제조업
설립연도	1998년
종업원수 (2015년 기준)	29명
매출액 (2015년 기준)	11,318백만원
소재지	경기도 안양시 만안구 일직로106번길 38

# (주)금강씨엔텍

김영재 대표



“시간이 지나면서 경쟁기업이 등장했다.

다른 기업이 쉽게

따라오지 못 할 기술 개발이 필요했다”

공기조화장치 제조업체인 (주)금강씨엔텍의 주력 사업은 크린룸 설치와 시공이었다. (주)금강씨엔텍은 반도체 공장이나 제약회사에 미립자의 침입이나 사고발생을 방지하는 크린룸을 설계하고, 시공하는 사업을 하였다. 그러던 중 경쟁업체가 등장하면서 수익이 감소했다. 이에 따라 (주)금강씨엔텍은 다른 기업이 따라오지 못하는 하이테크 기술을 개발, 태양열을 이용한 공조시스템으로 총 사용량 가운데 30%를 태양열로 활용함으로써 에너지비용 절감에 탁월한 제품을 생산하고 있다.

## 정밀 산업 현장의 맞춤 시스템 크린룸

1998년 창업한 (주)금강씨엔텍은 공기조화장치 제조업으로 사업을 시작했다. 건물의 냉난방시 덕트(Duct)를 통해 각 층에 냉난방이 공급되는데, 이를 위한 설계와 시스템을 구축하는 것이 공기조화장치이다. 또한 (주)금강씨엔텍은 크린룸 설계와 시공도 했는데, 이것이 매출에서 가장 큰 부분을 차지했다. 반도체, 전자통신, 의약품 등의 생산 현장의 경우 먼지나 미생물이 제품에 들어가면 제품의 불량 발생 가능성이 커진다. 미세한 칩들이 연결된 반도체에 작은 티끌이라도 들어가면 오류가 발생하게 되는 것이다. 특히 의약품 제조과정의 경우 미생물이 들어가면 치료에 문제가 발생하기도 한다.

이를 위해 반도체 등 정밀 전자 공장이나 의약품 제조 공장에서는 미립자의 침입이나 발생을 차단하는 크린룸에서 제품을 생산하고 있다. (주)금강씨엔텍은 크린룸을 설계하고, 크린룸 안에 외부에서 작업자가 들어올 때 오염물질을 세정하는 에어샤워, 무균 상태의 작업대인 크린 벤치, 청정한 공기를 유지시켜주는 헤파필터 등을 설치하는 크린룸 사업을 하였다. 더불어 냉난방 설계를 통해 작업자들이 쾌적한 환경에서 근무할 수 있는 공기조화시스템을 설계, 시공하는 사업을 하였다.

그동안 (주)금강씨엔텍은 호치민 삼성전자 가전사업부, 동아제약, 대웅제약, 인천검역본부, 광주보건환경연구원 등에 크린룸을 설계하고 시공하는 사업을 주로 진행했다. 이에 2011년 12월 백만불 수출탑을 달성하는 성과를 올렸다.

## 경쟁기업의 등장으로 낮아진 수익

“크린룸 사업을 처음 시작했을 때는 경쟁기업이 없었습니다. 시간이 지나면서 설계가 보편화되기 시작했고, 크린룸 사업에 진출하는 기업이 늘어났습니다. 가격 경쟁이 일어나면서 가격을 인하할 수밖에 없었죠. 그러다보니 물량을 수주해도 단가가 안 맞더라고요.” (주)금강씨엔텍은 기술력이 더욱 필요한 사업을 진행해야겠다고 판단했다. 하이테크 기술을 개발해 다른 기업이 쉽게 따라올 수 없는 기술과 제품을 개발해야 한다고 판단한 것이다.

(주)금강씨엔텍은 태양열을 통한 에너지 절감 사업에 주목했다. 태양이라는 자원은 누구나 사용할 수 있고, 무한하게 사용할 수 있다. 이를 활용한다면 이산화탄소 배출 저감과 비용 절감이라는 효과를 거둘 것이라는 판단이 섰다. 2010년 (주)금강씨엔텍은 기존에 보유하고 있던 공조시스템에 태양열을 활용하는 시스템을 개발하기로 했다. (주)금강씨엔텍의 기술개발연구소에는 박사들로 구성된 6명의 연구원이 있다. 이들이 2년 동안 매달려 개발한 것이 바로 ‘태양열을 이용한 공조시스템’이다.

(주)금강씨엔텍이 개발한 태양열 공조시스템은 진공관을 통해 태양열을 흡수한다. 진공관은 2시간 정도면 200도까지 올라가게 된다. 그 열매체를 기존 공조시스템에서 사용되던 냉각기와 냉각탑 대신에 개발된 공랭식 실외기 안에 넣고, 이를 통해 냉난방을 하는 획기적인 시스템이다. 쉽게 말해 진공관이 태양열을 흡수하고, 이를 통해 냉난방을 하는 시스템인 것이다. 태양열 공조 시스템을 사용할 경우 총 발생열량에서 태양열 기여도는 30%이다. 자연에서 얻은, 비용이 전혀 들지 않는 태양열을 통해 매달 30%의 에너지비용이 절감되는 효과를 나타낸다. (주)금강씨엔텍은 2012년 2월 태양열을 이용한 공조시스템을 특허 출원하였다.



## 태양열 공조시스템으로 에너지 비용 절감

기술 개발이 어느 정도 이뤄지면서 태양열 공조기를 생산하기 위해 공장을 이전하였다. 이 과정에서 중소기업진흥공단 사업전환 지원사업이 큰 힘이 되었다. 공장 이전을 위한 시설 자금과 운전자금을 지원 받고 2013년 9월 지금 위치해 있는 경기도 안양시로 본사와 공장을 이전했다. 겨울임에도 (주)금강씨엔텍의 내부는 상당히 쾌적했다. 건물 바닥에 관을 설치하고, 그 속에 온수를 넣어 공간을 데우는 복사난방을 하기 때문이다.

“히터를 사용하면 공기가 건조해져서 가슴기를 트는 경우를 자주 볼 수 있습니다. 하지만 복사난방의 경우 온도와 습도를 유지하기 때문에 건조함이 없습니다. 보일러가 복사난방 방식이에요. 사무실은 건조하지만, 집은 건조하지 않다는 걸 생각하면 이해가 갈 겁니다.”

(주)금강씨엔텍에 설치된 복사난방도 태양열을 이용한 시스템이다. 이 정도 기술력을 보유하기까지 그동안 (주)금강씨엔텍이 R&D에 투자한 시간과 비용은 상당하다. 중소기업 입장에서 상당히 부담스러운 비용과 시간이었지만, (주)금강씨엔텍 구성원들은 새로운 시장을 스스로 개척한다는 생각으로 몰입했다. 이 과정에서 전 세계 태양열과 에너지 관련 논문은 거의 다 봤다고 해도 지나치지 않을 정도. 이런 열정을 통해 (주)금강씨엔텍은 크린룸용 태양열 공조시스템 개발에 성공하였다. 외부 과제를 받아서 수행한 ‘에너지 절약 크린룸 시스템’은 에너지 절약 효과가 더욱 높다.

“크린룸의 경우 일반 구조보다 기계 설비가 더 많이 들어가기 때문에 에너지비용이 더 많이들어갑니다. 하지만 에너지 절약 크린룸 시스템의 경우 태양열을 활용해 30%의 비용을 절감해주므로 사업주 입장에서는 상당히 이익이 됩니다.”

(주)금강씨엔텍은 의약품 전문기업인 휴젤에 에너지절약 크린룸 시스템 설치를 완료했다. 에너지 절약 크린룸의 경우 설치비용은 기존 크린룸보다 비싸지만, 매달 30%씩 에너지비용이 절감되므로 3년이면 설치비용을 회수할 수 있다. 한번 설치한 후 10년, 20년 장기간 사용한다는 점에서 에너지절약 크린룸은 사업주에게 상당히 유용한 시스템이다.



## 에너지 절감 전문기업이라는 비전

(주)금강씨엔텍은 많은 장점을 가진 기업이다. 공조시스템 설계와 시공을 동시에 하는 회사는 거의 없다. 하지만 (주)금강씨엔텍은 설계와 시공 모두를 할 뿐만 아니라 호치민과 하노이에 공장이 있어 수출에도 상당히 유리하다. 이런 장점을 바탕으로 (주)금강씨엔텍은 베트남 영업에 더욱 박차를 가할 예정이다.

“태양열 공조시스템의 경우 동남아 시장이 더욱 전망이 좋습니다. 일 년 내내 더우니까 더 많은 태양열을 얻을 수 있고, 일 년 내내 더우니까 공조시스템이 더욱 필요하죠. 베트남을 기지 삼아 동남아 시장을 공략할 계획입니다.”

개발과 생산을 위한 초석이 갖춰진 지금 (주)금강씨엔텍은 이제부터 시작이라고 말한다. 에너지 절감 전문 기업이 되겠다는 힘찬 포부를 갖고 있다. 어려운 길을 선택하고, 숭한 노력 끝에 제 궤도에 올려놓은 (주)금강씨엔텍의 미래에 뜨거운 서광이 비추지기를 바란다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「열정과 고집을 가져라」

태양열을 이용한 에너지 절감 시스템을 개발하겠다고 했을 때 많은 이들이 말렸다. 하지만 새로운 기술과 제품을 개발하고 성공시켜 보겠다는 열정과 고집이 있었다. 나는 이를 기술자로서의 아집이라고 생각한다. 한창 힘이 들 때는 '네가 죽나 내가 죽나 해보자' 라는 마음까지 있었다. 나는 사업에도 이렇게 극한까지 가는 열정이 필요하다고 본다.



(주)대경이앤씨

# 신기술 개발로 기업의 체질을 강화하라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)대경이앤씨 _ 박성원 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	일반전기 공사업 / 교통 신호장치 제조업
설립연도	2002년
종업원수 (2015년 기준)	23명
매출액 (2015년 기준)	4,477백만원
소재지	대전광역시 서구 월드컵대로484번길 147-42

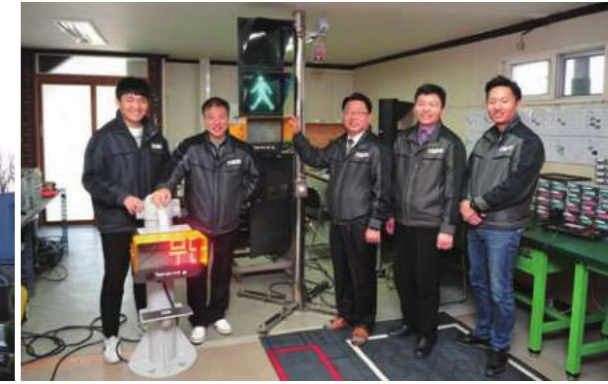
# (주)대경이앤씨

박성원 대표



## “중소기업이 믿을 건 기술 개발 뿐이다”

(주)대경이앤씨의 시작은 교통신호기 설치공사와 유지보수 사업이었다. 박성원 대표는 입찰을 통해 용역을 수주하는 방식으로 회사를 꾸려나갔지만, 성장이 지속 가능한가에 대한 고민이 늘 있었다. 박성원 대표는 거듭된 고민 끝에 교통신호 관련 신기술을 개발해 특화된 제품을 만들어야 한다는 결론을 내렸다. 이에 사업전환 후 R&D에 집중한 결과 ‘횡단보도 다중 이중 객체 검지기술’을 개발하고, 산업통상자원부로부터 ‘신기술(NET) 인증’을 취득했다. 이 기술을 통해 개발한 ‘보행자 음성안내 장치’와 ‘보행자 자동인식 장치’는 조달청으로부터 ‘우수제품지정서’를 받는 쾌거를 이뤄냈다.



## 시작은 미약했다

2002년 창업한 (주)대경이앤씨는 교통신호기를 설치하는 공사업무와 유지 보수 업무를 수행했다. 대중에게 교통신호를 알리기 위해서는 교통신호기와 제어가 필요하다. (주)대경이앤씨는 교통신호기 제작 업체로부터 제품을 구입해 전기, 통신 등을 연결하고 교통신호기가 올바르게 작동하도록 하는 설치와 유지 보수 업무를 담당하였다. 이는 제조가 아닌 일반전기 공사업으로, 지자체에서 교통신호기 설치와 유지보수 입찰이 나오면 입찰에 참여해 용역을 수주하는 방식으로 사업이 영위되었다. 그러나 입찰이 영업의 대부분을 차지하면서, 지속가능한 성장을 담보할 수 없는 문제가 발생했다.

“당장 사업을 진행하는데 있어서는 별다른 문제가 없었지만, 안정적인 성장과 미래비전을 생각한다면 문제가 있었죠. 이를 타개하기 위한 방법을 고민하다가 우리가 잘 알고, 가장 잘 할 수 있다고 판단한 교통신호 관련 업무에 도전하기로 결심했습니다.”

박성원 대표는 새로운 사업을 고민하던 2013년, 중소기업진흥공단을 방문해 컨설팅을 받았다. 그 자리에서 사업전환 지원사업이 있다는 사실을 알았을 때 한 줄기 빛을 만난 것처럼 반가웠다고 박성원 대표는 추억했다. 교통신호 관련 기술을 개발하기 위해서는 자금과 인력이 절실한데, 지원자금이 기술개발의 종잣돈이 되어 줄 것이라는 확신이 들었기 때문이다.





## 횡단보도 안전사고를 예방하는 기술로 한계를 뛰어넘다

2013년 사업전환을 신청한 후 기업부설연구소를 설립하고, 연구 인력을 충원하였다. 그리고 그동안 교통신호기 설치 업무를 하면서 고민해왔던 횡단보도 안전사고 예방에 필요한 제품을 개발하기로 결정했다.

횡단보도 안전과 예방에 필요한 제품은, 누구도 해보지 않은 업무였기에 연구원을 조차 연구개발 기간이 얼마나 걸릴 것인지 예상하지 못했다. 주변에서는 중소기업이 기술개발에 몰두하는 것은 위험부담이 크다며 우려하였다. 그럴 때마다 (주)대경이앤씨의 직원들을 하나로 모은 것은 ‘횡단보도 안전사고를 예방하는 제품은 반드시 필요하며, 우리가 꼭 개발해 내야 한다’ 는 확고한 목표였다. 이에 기존 개발했던 아이템을 버리고, 다시 처음부터 시작하기를 수차례 반복한 끝에 마침내 2016년, ‘횡단보도 다중 이종 객체 검지기술’ 을 개발하는데 성공했다.

횡단보도 앞에는 인도를 걷어가는 보행자도 있고, 횡단보도를 건너기 위해 신호를 기다리는 횡단대기자도 있다. ‘횡단보도 다중 이종 객체 검지기술’ 은 횡단보도 앞에 있는 사람이 횡단대기자인지, 아니면 횡단보도 앞을 지나가는 보행자인지를 횡단보도 앞에 설치된 카메라 영상을 통해 분석하고, 분석한 데이터를 교통신호기에 알려주는 기술이다. 교통신호기가 보행자의 행동을 인지하고 있으므로 횡단보도 안전사고를 예방하는 원천기술이 될 수 있다. (주)대경이앤씨는 해당 기술을 통해 2016년 4월 산업통상자원부로부터 ‘신기술(NET) 인증’ 을 취득하였다.



## 안전사고 예방과 불필요한 비용을 감소시키는 스마트한 기술

(주)대경이앤씨는이 기술을 바탕으로 ‘보행자 음성안내 장치’ 와 ‘보행자 자동인식 장치’ 를 제품화하는데 성공하였다. ‘보행자 음성안내 장치’ 는 보행자 신호가 적색신호일 때 보행자가 차도에 진입하면 전광판 및 위험안내방송을 통해 보행자가 안전한 대기영역으로 이동하도록 안내해 사고를 예방하는 장치로 녹색신호 동작 시에는 신호가 켜졌음을 음성으로 안내한다.

‘보행자 자동인식 장치’ 는 조금 더 스마트하다. 횡단보도에 보행자가 없을 경우 차량신호로 운영하고, 횡단 대기자가 있을 경우에만 보행신호등을 점등하는 시스템이다. 야간이나 도심지 외곽에는 횡단보도에 보행자가 없을 경우도 많다. 이럴 경우 굳이 보행신호등이 들어올 필요가 없다. 그동안에는 횡단보도에 횡단대기자가 있는지, 없는지를 알 수 없어서 일정 시간이 지나면 자동으로 보행신호가 점등되었지만, ‘횡단보도 다중 이종 객체 검지기술’ 은 횡단대기자를 인식할 수 있으면서 대기자가 있을 때만 보행신호를 점등하는 것이 가능하다. 이로써 시간과 연료 등 불필요한 비용을 감소시킨다는 점에서 상당히 획기적인 제품이다.

## 기술이 좋다면, 기술이 영업을 해준다

“매년 횡단보도에서 발생하는 사고는 줄어들지 않고 있습니다. 무단횡단 사고는 뉴스의 단골 소재이며, 뺑소니 사고 목격자를 찾는 플랜카드 역시 흔히 목격되고 있습니다. 이러한 위험에서 안전한 횡단보도를 이용할 수 있도록 하는 우리 제품은 시민의 안전을 위해 반드시 필요한 제품이 될 것입니다.”

(주)대경이앤씨 박성원 대표의 말처럼 횡단보도의 안전사고를 예방하는 ‘보행자 음성안내 장치’ 와 ‘보행자 자동인식 장치’ 는 우수성을 인정받아 2016년 9월 조달청으로부터 ‘우수제품지정서’ 를 받았다. 또한 11월에는 산업통상자원부에서 주관하는 ‘신기술 실용화 대회’ 에서 장관 표창을 받는 쾌거를 이루었다.

이에 머무르지 않고 (주)대경이앤씨는 제품의 우수성을 알리기 위해 각종 전시회에 참가해 제품에 대한 홍보에도 박차를 가하고 있다. 9월에는 경기도 주최 미래첨단 교통안전 엑스포에 참가했고, 11월에는 대한민국안전산업박람회에 참가했다. 현재 다수의 지자체들과 계약 체결을 진행하고 있다.

“새로운 기술과 제품에 대한 갈증은 많은 기업이 공통적으로 갖는 마음일 겁니다. 하지만 시간과 비용 문제 때문에 중소기업 혼자 감당하기에는 어려움이 많습니다. 그럴 때 손을 내밀고 등을 밀어준 중소기업진흥공단의 사업전환 지원사업이 참 고맙습니다.”



(주)대경이앤씨는 앞으로의 비전으로 'ONE - TOP - TEN' 을 꼽는다. ONE은 직원 각자가 자신을 발전시켜 개인과 회사의 발전을 이루는 것이고, TOP은 보행자 안내 시스템분야에서 3년 이내에 국내 TOP 기업이 되는 것이다. TEN은 해외 선진 10개국에 보행자 안내 보조장치를 수출하는 것으로 이를 통해 (주)대경이앤씨는 보행자 안내 보조장치의 세계적인 리더가 되고자 한다.

Interview CEO의 Kick!

「두려움 없이 역량을 집중하라!」

새로운 사업을 실행에 옮기는 것은 매우 큰 모험이다. 모험에 따른 두려움도 크다. 이 두려움을 극복하기 위해서는 회사가 가장 잘 할 수 있는 부분에 집중하는 것이 필요하다. 우리는 가장 잘 아는 교통신호와 교통안전 분야에 역량을 집중하였고, 그 결과 지금까지 없던 획기적인 신기술과 신제품 개발에 성공할 수 있었다.



(주)도건시스템

# 미래 시장에 선제적으로 진입하라!

회사정보

기업명 _ CEO	(주)도건시스템 _ 김보근 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	일반전기 공사업 / 구조용 금속판제품 및 금속공작물 제조업
설립연도	2011년
종업원수 (2015년 기준)	11명
매출액 (2015년 기준)	4,891백만원
소재지	전라남도 나주시 산포면 신도산단길 51-21

## (주)도건시스템

김보근 대표



“두렵기도 했죠. 하지만 문제가 생길 때마다  
배운다는 생각으로 접근하자 실마리가 풀렸습니다”

(주)도건시스템은 태양광 발전소 전기공사업을 하며 사업을 영위했다. 그러나 신재생에너지 사업이 유망하다는 점에서 태양광 발전소의 전기 공사만 하는 것은 늘 아쉬운 일이었다. (주)도건시스템은 유망 사업에 선도적으로 진입해 업계 1인자가 되자는 각오로 태양광 발전소 사업으로 전환을 실시하게 된다. 태양광 발전소 사업주 유치→인·허가 등록→태양광 발전소 시공→유지, 관리까지 모든 업무를 진행하기로 한 것이다. (주)도건시스템은 사업전환을 통해 2015년 매출이 50% 상승하는 결과를 이뤄냈다. 하지만 매출보다 발전 가능성이 큰 태양광 발전소 사업을 선도한다는 점에서 (주)도건시스템은 더 큰 비전을 갖게 됐다.

### 태양광 발전소 전기 공사업으로 첫 발

2011년 창업한 (주)도건시스템은 일반 전기공사업을 하며 회사를 운영했다. 전기공사업이지만, (주)도건시스템의 업무 분야는 다른 전기공사업체와는 조금 다르다. 태양광 발전소 시공에 필요한 전기공사업을 주요 사업으로 하기 때문이다.

“기존의 전기 분야는 이미 포화 상태라 후발업체가 진입하기에 한계가 있습니다. 하지만 태양광 발전소 분야는 경쟁 기업이 많지 않은 분야라 태양광 발전소 전기 공사로 특화해 운영하였습니다.”

태양광 발전소는 두 종류로 나뉜다. 하나는 태양광 발전소를 설치해 전력을 만들고 이 전력을 자신의 집이나 건물에서 사용하는 것이다. 또 다른 하나는 태양광 발전소에서 발전된 발전광을 한전 등의 전력회사에 판매하는 것이다. 이 경우 태양광 발전소 사업을 하는 사업주의 건물이나 토지에 태양광 발전소를 설치해야 하는데, (주)도건시스템은 태양광 발전소 시공을 위한 전기 공사업무를 담당하였다.

태양광 발전소 사업을 하기 위해서는 사업을 할 사업주가 군청으로부터 인·허가를 받아야 한다. 서류 제출 후 인·허가가 이뤄지면 태양광 발전소 건립을 위한 공사를 진행하게 되는 것이다. 이후 공사가 완료되면 발전광을 판매할 한전과 전력수급 계약을 맺고, 계약 체결이 완료되면 매달 발전이 된 전기에너지를 한전에 판매한 후 사업주는 한전으로부터 돈을 지급 받는 과정이 진행된다.

## 선제적으로 진출해 업계 1위가 되자

태양광 발전소 사업 가운데서도 (주)도건시스템은 전기공사업과 유지, 보수 부분을 맡고 있었다. 3~4년 동안 같은 사업을 영위하다보니 김보근 대표는 조금씩 다른 생각이 들기 시작했다. 전 세계적으로 에너지 자원 고갈의 문제점이 드러나고 있지만 우리나라 신재생 에너지 분야의 발전은 여전히 미비한 상황이라는 것이다. 하지만 환경 문제가 갈수록 심각해지면 해당 분야의 발전 가능성이 크다는 것은 분명했다. 이에 따라 김보근 대표는 전기공사라는 작은 부분만 담당할 것이 아니라 태양광 발전소 사업주 유치, 시공, 유지 관리까지 전 분야를 담당하며 시장을 선도하는 것이 좋겠다는 판단이 들었다. 떠오르는 시장에 선제적으로 뛰어 들어 업계 1위가 되는 것이 미래를 위한 투자라는 확신이였다.

“사업 전환을 고민할 때 두렵기도 했습니다. 그러나 앞으로 다가올 미래를 다른 사람보다 빠르게 배워 나가고 준비한다는 생각으로 시작한다면 어려움을 극복할 수 있을 것이라고 생각했습니다.”

사업전환을 결심한 (주)도건시스템은 2015년 태양광 발전소 사업의 첫 시작인 사업주 유치부터 마지막 단계인 유지, 관리까지 모두 직접 하기로 결정, 본격적으로 태양광 발전소 사업을 하기 위해 태양광 구조물을 만드는 작업에 착수했다. 태양광 발전소의 메인 기계인 모듈과 인버터는 제조업체로부터 구입하지만, 기둥이 될 태양광 구조물은 (주)도건시스템에서 제작해야 한다. 이를 위해서는 공장이 필요했다.



예전부터 사업전환에 관심이 있었기 때문에 중소기업진흥공단에서 사업전환 지원 사업을 한다는 사실을 알고 있었던 김보근 대표는 중소기업진흥공단 사이트에 들어가 지원사업의 자격을 확인한 후 신청하였다. 사업전환 승인이 난 후 나온 전환 자금으로 광주에 있던 공장을 나주신도산단으로 이전했으며, 태양광 구조물 제작에 필요한 커팅기와 용접기, 드릴 머신도 구입했다.

## ‘급하게’ 보다 ‘정확하게’

태양광 발전소 사업은 태양광 발전소를 할 사업주를 유치하는 것이 첫 번째 시작이다. 아직까지 많이 알려진 분야가 아닌 까닭에 태양광 발전소에 관심이 있는 사람을 찾는 것이 가장 어렵고도 중요한 일이다.

“사업주 유치를 위해 전남권 전 지역에서 홍보 활동을 했습니다. 태양광 발전소 사업을 통해 발전광을 판매함으로써 얻을 수 있는 수익적인 부분을 설명하는데 주력했죠.”

태양광 발전소를 설치하면 한 달에 2000kw(킬로와트) 정도의 발전광을 생산할 수 있다. 이 발전광을 한전에 판매하면 150~200만 원 정도의 돈을 받게 된다. 처음 태양광 발전소를 설치하기 위해서는 초기비용이 발생하지만, 한전과 12년 장기계약을 통해 매달 고정수익을 얻을 수 있다는 점에서 수익성이 보장된 사업이라고 할 수 있다.

(주)도건시스템은 사업주가 초기 설치비용이 부담스러울 수 있다는 것을 알기에 인허가부터 유지보수까지 전 과정을 진행함에 있어 거품을 뺀 견적을 제시하였다. 또한 조금이라도 관심을 보이는 사업주가 있으면 거리에 상관없이 찾아가 직접 설명했다. 전 방위적인 홍보와 직원들의 노력 덕분에 (주)도건시스템은 태양광 발전소 사업주를 유치할 수 있었다. 이후 군청에 태양광 발전소 인·허가 대행과 태양광 발전소 시공, 발전소 유지 관리까지 원스톱으로 진행했다.

“가장 어려웠던 점이 인·허가 대행업무였습니다. 전기 공사를 하던 직원들이 서류를 취급하는 업무를 했으니 어려움이 많았죠. 하지만 ‘급하게’ 보다 ‘정확하게’ 라는 마음으로 임하면서 한 단계 한 단계 올라갔습니다. ‘처음 하는 것이니 모르는 게 당연하다. 하다보면 익숙해질 테니 당황하지 말라’ 고 하면서 사기를 끌어 올렸습니다.”

## 명실상부한 태양광 발전소 전문기업으로 거듭나자

(주)도건시스템은 태양광 발전소 모니터링 시스템을 통해 유지, 관리의 수준을 한 단계 끌어 올렸다. 태양광 발전소에서 발전광이 만들어지는 양을 컴퓨터와 휴대폰을 통해 실시간으로 체크하는 시스템을 개발해 고객이 요구하지 않아도 항상 태양광 발전소가 문제없이 돌아가고 있는가를 확인한 것이다. 특히 KT와의 업무협약을 통해 KT의 서버를 사용함으로써 더욱 안정적인 모니터링 시스템을 갖추었다.

인·허가부터 태양광 발전소 시공, 유지관리까지 원스톱으로 이뤄지면서 태양광 발전소 사업주들의 만족도는 상당히 높아졌다. 여기에 회사 대표가 직접 주변 사람들에게 태양광 발전소의 장점을 홍보하자 태양광 발전에 대한 문의도 쇄도했다. 이를 바탕으로 사업전환 전과 비교해 매출이 50% 향상할 정도로 빠른 시간 안에 제 궤도에 안착하였다.

현재 (주)도건시스템은 모듈과 인버터 등 태양광 발전소에 들어가는 메인기계는 직접 제조하지 않고 있지만 앞으로는 연구 개발을 통해 메인기계까지 직접 만드는 것을 목표로 하고 있다. 명실상부한 태양광 발전소 전문기업으로 거듭 나겠다는 포부다. 이를 통해 신재생에너지, 그 중에서도 태양광 발전소 사업이 더욱 발전하는데 일조하겠다는 바람을 갖고 있다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「최적의 업무 시스템을 만들어라」

기존에 전기 공사만 하던 직원들이 인·허가 등의 서류 업무를 진행해야 했다. 중소기업의 경우 직원의 역량을 끌어올리는 것도 경영자의 능력이다. 효율성을 위해 각 파트별로 나눠 업무를 추진하는 것이 효과적이라고 판단했다. 시간이 흐르면서 각 파트별로 업무 능력이 향상되었고, 사업주들도 만족하기 시작했다. 업무 효율성을 높인 업무 분장에 관심을 기울이길 바란다.



(주)이씨스

# 블루오션 속으로 헤엄쳐 들어가라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)이씨스 _ 김용범 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업 / 기억장치 제조업
설립연도	2008년
종업원수 (2015년 기준)	9명
매출액 (2015년 기준)	6,301백만원
소재지	인천광역시 연수구 갯벌로 55

## (주)이씨스

### 김용범 대표



“사업으로 돈을 버는 것뿐만 아니라  
희망찬 내일을 만들어가는  
비전이 필요하다고 판단했습니다”

(주)이씨스는 글로벌 반도체 회사와 대리점 계약을 맺고 국내 IT 제조사에 반도체 칩을 유통하는 사업을 하였다. 그러나 반도체 칩 유통은 수익이 낮은 것도 문제였지만 그보다 기업의 미래 발전을 담보할 수 없다는 더 큰 문제가 있었다. (주)이씨스는 이러한 과제를 해결하기 위해 기업의 미래 성장이 가능한 제조업으로 사업을 전환했다. 현재 (주)이씨스는 미래 성장 가능성이 큰 자동차와 바이오 시장의 제품 개발을 통해 매출 상승의 효과와 더불어 기업의 지속성장이라는 일석이조의 효과를 거두고 있다.

## 유통업 대신 가슴 뛰는 일을 하자

2008년 7월 창업한 이씨스로직은 컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업을 하였다. 특히 반도체 칩 유통이 매출의 상당 부분을 차지하였다. IT 제조사에서 반도체 칩은 제품의 기술력을 좌우하는 핵심 부품이다. 이 경우 많은 IT 제조사들은 글로벌 반도체 회사에서 개발한 반도체 칩을 사용하는 경우가 대부분이다.

(주)이씨스는 글로벌 반도체 회사인 Energy Micro, Infineon Technology, Premo 등과 대리점 계약을 맺고 국내에 반도체칩을 유통하였다. 반도체 칩이나 소프트웨어 등의 도매업은 매출 측면에서 수익이 크지 않다. 시장이 고속성장을 할 때는 유통의 수익이 좋지만, 이미 역성장 상태로 들어선 우리나라 상황에서 유통을 통한 이윤은 낮을 수밖에 없다. 하지만 김용범 대표가 주목한 것은 수익적인 면보다 기업이 성장하기 위한 동력이었다.



“유통, 도매업무가 단순하지 않습니까. 제품을 가져와서 팔고 수익을 얻는 것이죠. 그런데 저는 우리 스스로의 자력으로 제품을 개발하고 사업적으로 성공시키는 동력이 필요하다고 생각했습니다. 직원들도 일을 하면서 단순히 돈만 버는 것이 아니라 자신의 업을 통해 하나하나 이루고 희망찬 내일을 만들어가는 것이 필요하다고 판단했습니다.”

사업적인 수익이 아니라 개인과 회사의 성장이라는 점에서 유통업보다는 제조업이 필요하다고 판단한 것이다. 그러면 어떤 사업 아이템을 개발할 것인가. 그것에 대해서도 김용범 대표는 신중을 기했다.

## 자동차와 바이오, 두 시장에 주목하다

사업을 전환하려 할 때 많은 기업에서는 기존에 하던 업무와 연계된 업무를 하려고 한다. 이는 시장과 상황에 대한 특성을 알고, 위험에 선제적으로 대비할 수 있기 때문이다. 물론 이것이 그릇된 것은 아니다. 하지만 김용범 대표는 시장성에 더욱 주목했다.

“새로운 사업에 도전할 때 대부분의 경우 진입장벽이 낮은 것을 선택하려는 마음이 강합니다. 두려우니까요. 그런데 진입장벽이 낮다는 건 이 사람, 저 사람 다 할 수 있다는 것을 의미합니다. 그럼 레드오션이 금방 오고, 시장이 포화돼 또 사업 전환을 해야만 합니다. 진입장벽이 높더라도 시장성이 뛰어난 사업을 해야 해요. 블루오션은 노력한 사람만이 얻는 기회죠.”

당장의 어려움보다 5년, 10년 후의 미래를 보고 방향을 설정하는 것이 중요하다는 의미다. 김용범 대표는 두 개의 시장에 주목했다. 하나는 자동차시장, 또 다른 하나는 바이오 시장이다. 자동차는 현재도 호황일 뿐 아니라 전기자동차에 힘입어 미래 성장 가능성 역시 매우 크다. 바이오 시장은 백세시대의 도래로 인해 현재 발전 가능성이 가장 큰 시장이라 할 수 있다.

(주)이씨스는 자동차와 바이오 시장이라는 두 축을 두고 제품을 개발하기로 했다. 반도체 칩을 유통하기 위해서는 판매하는 칩에 대한 이해가 있어야 한다. (주)이씨스는 그동안 기술에 대한 이해를 바탕으로 IT 제조사에 오히려 판매하는 칩을 어떻게 활용하면 되는가에 대한 조언이 가능할 정도로 기술 이해 수준이 높아진 상태였다. 이처럼 핵심 부품에 대한 이해가 높기 때문에 기술 개발에 성공할 수 있으리라는 자신감 또한 있었다.

## 혈당 측정기로 바이오 시장에 도전장

제품 개발 자금을 마련하기 위해 2013년 중소기업진흥공단 사업전환 지원사업을 신청했다. 당시 중소기업진흥공단의 직원들은 자동차와 바이오 시장에 도전하겠다는 (주)이씨스에게 발전 가능성이 큰 시장이라며 격려를 아끼지 않았다. 또한 승인 결정도 빠르게 처리해 주어 (주)이씨스는 적기에 도움을 받을 수 있었다.



그러던 중 (주)이씨스에게 혈당 스트립(혈당 시험지) 제조업체로부터 혈당 측정기를 개발해보지 않겠느냐는 제안이 들어오게 된다. 한때 (주)이씨스는 혈당 측정기의 핵심 부품을 유통한 적이 있었다. 혈당 측정기는 혈액 내 혈당의 양을 측정하는 진단기기로 당뇨병 및 관련 질환 관리를 위해 널리 쓰이는 장치이다. 더구나 당뇨병 환자의 지속적인 증가로 혈당 측정기 시장은 규모가 성장하고 있는 추세였다. 무엇보다 (주)이씨스는 혈당 측정기 핵심 부품에 대한 이해가 높으니 잘 만들 수 있을 것이라는 주변의 응원도 상당히 자신감을 가질 수 있었다.

혈당 측정기 시장은 당뇨병 환자의 증가로 지속적으로 늘어나고 있다. 세계 혈당 측정기 시장은 연평균 4.7%씩 성장하고 있다. (주)이씨스가 찾던 미래에도 지속 성장하는 제품이었다. (주)이씨스는 바로 혈당 측정기 개발에 들어갔다. 기술연구소에서 제품을 개발하며 시행착오가 있긴 했지만, 그동안 혈당 측정기 핵심 부품을 유통하며 쌓은 기술적 이해를 통해 어렵지 않게 제품을 개발할 수 있었다.

## BLDC 모터 컨트롤 모듈 개발

또한 자동차에 들어가는 BLDC 모터의 컨트롤 모듈도 개발했다. 차량에는 난방과 환기, 냉방 등을 통해 차량의 실내를 쾌적하게 유지해주는 차량 공조시스템이 들어가 있다. 차량공조시스템의 핵심 역할을 하는 것이 바로 BLDC 모터이다. 종전에는 DC 모터를 사용했으나 최근에는 수명이 길고 에너지 효율이 높은 BLDC 모터가 많이 사용되고 있다.

(주)이씨스는 한국전자제품연구원으로부터 ‘BLDC 모터 제어 기술’을 이전 받아서 컨트롤 모듈을 개발했다. BLDC 모터에 부착하는 이 컨트롤 모듈은 BLDC 모터의 탄소 배출을 줄이고, 효율성을 높이는 역할을 한다. (주)이씨스는 BLDC 모터에 컨트롤 모듈을 붙여서 한온과 두원공조 등의 모터 제조업체에 납품을 하고 있다. 모터 제조업체에서 완료된 모터를 자동차회사에 납품하는 과정을 통해 생산이 이뤄진다. (주)이씨스의 컨트롤 모듈이 들어 있는 제품이 체어맨과 렉스턴이다.

“자동차는 개발 기간이 상당히 길어서 테스트 후 실제 양산까지 몇 년이 걸립니다. 중소기업 입장에서 성과가 빨리 나타나니까 조금 답답하기도 했습니다. 하지만 자동차는 한번 양산을 시작하면 생산이 종료될 때까지 들어가는 거니까 성과 측면에서는 아주 뛰어납니다.”

2013년 사업전환 이후 매출은 해마다 늘어나고 있다. 2013년 52억 원이던 매출은 2015년 63억 원이었다. 2016년은 100억 원이 넘을 것으로 예상하고 있다. 또한 기존에는 IT분야 전문업체이자 관계사인 (주)이씨스로직과 사업영역이 다름에 따라 협업 형태로 운영해왔으나 (주)이씨스로직의 사업영역이 넓어짐에 따라 (주)이씨스와 합병을 진행하여 이를 통해 회사의 규모와 역량을 더욱 확충하였다.

이처럼 사업전환이 성공할 수 있었던 포인트로 (주)이씨스는 '기존 유통 백그라운드+자체 확보한 기술력의 콤비네이션' 이라고 판단하고 있다. 기존에 유통을 하면서 핵심 칩과 부품 등에 대한 이해를 바탕으로 기업개발연구소의 노력이 더해진 결과라고 보는 것이다.

김용범 대표는 앞으로 가야 할 길이 멀다고 생각한다. 우선 지금은 쌍용자동차의 차량에 들어가는 BLDC 모터 컨트롤 모듈을 현대기아차 등 전 차종에 들어가도록 한다는 계획이다. 이를 위해 현재 현대기아차 납품을 위해 샘플을 제출하고, 테스트를 진행하고 있다. 혈당 측정기 역시 글로벌 경쟁력을 확보해 해외에 수출할 것을 목표로 하고 있다. 쉽게 가기보다 힘들더라도 가치 있는 시장에 진출하려는 (주)이씨스의 해안에 박수를 보낸다.

\* 사업전환 승인을 받은 (주)이씨스로직이 (주)이씨스에 흡수합병(2016.11.25자)되어 변경된 사명으로 사례 소개

# 4

## 시장 트렌드를 반영하여 가치를 창출하다

Interview CEO의 Kick!

### 「 쉽게 할 수 있는 사업은 하지마라 」

쉽게 할 수 있는 사업은 그만큼 경쟁자가 많다. 어렵고 힘든 사업은 진입하기 어렵지만, 한번 진입하면 수요가 많다는 장점이 있다. 또한 시장의 가치가 어느 정도인가를 끊임없이 고민해 사업전환 아이템을 결정해야 한다. 5년, 10년 후에도 성장할 수 있는 사업을 선택하기를 권한다. 가는 과정이 고통스럽더라도 시장과 사업의 가치를 믿고 끈기 있고, 다부지게 가길 바란다.







**시대가 변하면 업종도 변해야 한다!**

(주)대성메디칼 | 양용호 대표

**넓은 시장에서 제대로 된 경쟁을 하라!**

(주)우드피아 | 임현무 대표

**한 우물이 마르면 다른 우물을 파라!**

(주)유니폴리 | 이원재 대표

**R&D 투자는 결코 손해보지 않는다**

(주)이아이라이팅 | 장명기 대표

**틈새시장을 공략하라!**

(주)제이에스그린푸드 | 전금성 대표

(주)대성메디칼

# 시대가 변하면 업종도 변해야 한다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)대성메디칼 _ 양용호 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	그외 기타 분류안된 섬유제품 제조업 / 부직포 및 펠트 제조업
설립연도	1996년
종업원수 (2015년 기준)	25명
매출액 (2015년 기준)	3,400백만원
소재지	전라북도 익산시 황등면 원신기길 46

# (주)대성메디칼

양용호 대표



## “과거의 업종이 미래의 우리를 책임지는 건 아니다”

(주)대성메디칼은 화장솜과 탈지면 등 위생용 섬유제품 제조업체이다. 창업 초기는 불황이 없을 정도로 가파르게 성장했지만, 원료와 부자재 가격이 상승함에 따라 순이익이 점점 떨어지는 위기에 직면하게 되었다. 더불어 인체에 무해한 제품을 찾는 소비자의 트렌드 변화로 화장솜과 탈지면 등 화학부직포 시장이 줄어들고 면부직포 시장이 늘어나는 것도 문제였다. 하지만 위기는 기회이기도 하다. 당시 면부직포를 생산하는 업체는 국내에 단 한 곳 밖에 없었다. 떠오르는 시장에 도전하기로 한 (주)대성메디칼은 2013년 면부직포 제조로 사업전환을 하였고, 본격적인 생산이 이뤄진 2015년에는 사업전환 전보다 매출이 50% 성장하였다.



## 처음은 활황, 그러나 시대가 변했다

(주)대성메디칼의 첫 시작은 1996년이였다. 1996년 대성제면이라는 상호로, 화장솜과 탈지면 등 위생용 섬유제품 제조업을 하였다. 처음 창업했을 당시만 해도 화장솜과 탈지면 등의 위생용 섬유제품은 불황이 없을 정도로 생산라인의 가동률이 좋았다. 이에 따라 2003년 (주)대성메디칼로 상호를 바꾸고 2010년에는 법인으로 전환하였다. 이를 토대로 (주)대성메디칼은 화장솜과 탈지면 제조를 통해 연매출 20억 원을 올리며 국내 경쟁사들 중 최고라는 평가를 듣기도 했다. 그러나 원료와 부자재 가격이 상승하면서 순이익은 점점 하락곡선을 탔다. 2000년대 후반부터는 소비자의 생활수준이 향상되면서 일반적인 형태의 기존 화장솜이 아닌 스킨수 등 기능이 추가된 경쟁제품이 등장한 것도 매출 하락에 영향을 미쳤다. 매출 곡선이 계속 꺾이자 양용호 대표는 더 이상 화학부직포 시장을 고집해서는 사업이 어렵다는 결론을 내렸다.



“새로운 시장에 진출을 위해서는 자금이 필요하므로 납품처로부터의 결제가 원활해야 합니다. 그런데 저희가 납품하는 화장품 관련 소모품 유통상도 영세한 업체라 결제가 원활하지 않았습니다. 그래서 자금 회수에 대한 불안함이 늘 있었죠. 그렇기 때문에 더 이상 새로운 시장 진출을 미룰 수 없다는 위기감이 들었고, 2013년 새로운 품목에 도전하기로 마음먹었습니다.”



### 새롭게 떠오르는 면부직포 시장 진출

새로운 품목을 찾아보던 중 단연 눈에 띄는 것이 면부직포였다. (주)대성메디칼이 가능성이 추가된 화장솜에 밀리게 된 데에는 인체에 무해하면서 피부 보호에 효과가 있는 고급 제품을 찾는 소비 심리를 읽지 못했기 때문이라는 판단이 섰다. 면부직포의 경우 화학부직포로 만드는 화장솜, 탈지면과 달리 100% 면(Cotton)을 사용하기 때문에 유해한 물질이 들어가지 않는다. 친환경적인 제품이 각광 받음에 따라 기존에 화학부직포로 만들던 화장솜 시장을 면부직포가 50% 가량 점유한 상태였다. 또한, 당시 면부직포를 제조하는 업체가 한 업체뿐이라는 사실도 매력적이었다. 이제 막 떠오르는 시장과 경쟁업체가 많지 않다는 장점을 두고 봤을 때 면부직포 제조로 사업전환을 하는 것이 마땅했다.

면부직포 제조를 위해 섬유 업계에서 40년 이상 근무한 전문가를 회사의 기술고문으로 영입하였다. 양용호 대표는 전문가를 기술고문으로 모셔온 후 천군만마를 얻은 기분이었다고 회상했다. 그러나 또 하나의 문제는 자금이었다. 면부직포 생산 라인을 도입하려면 많은 자금이 필요하다. 이에 기술고문과의 협의를 통해 생산규모를 줄이고, 기계 설비의 주요 부품을 수입해 직접 만듦으로써 시설투자비를 절감하기로 하였다. 마침내 2013년 말 중소기업진흥공단으로부터 시설자금과 운전자금 지원을 통해 시설설비를 갖추 수 있었다.

### 면부직포를 생산하는 국내 업체는 단 3곳

“중소기업진흥공단에서 자금 지원뿐 아니라 회사의 인력관리, 생산관리법 등을 컨설팅해주셨습니다. 컨설팅이 진행됨에 따라 직원들의 생각이 점차 바뀌기 시작했습니다. 기존에는 ‘시키면 해야지’ 라는 생각이 강했는데, ‘내가 해야지’ 라는 긍정적인 마인드를 갖고 업무에 임하면서 주인정신이 생겨났습니다.” ‘회사가 발전해야 자신도 발전한다’ 는 생각으로 직원들 스스로 5S운동을 하기 시작했다. 정리, 정돈, 청소, 청결, 습관을 뜻하는 5S운동은 공장 시설을 매일 관리함으로써 업무에 임하는 마인드를 새롭게 하는 운동이다.

전 직원이 한마음으로 노력해서 2014년 7월 면부직포 시제품을 출시하고, 9월부터 본격적인 생산에 돌입하였다. 영업은 기존에 화장솜을 사용하던 거래처를 먼저 공략해 면부직포를 사용하도록 권유하였다.

“면부직포가 우수하다는 건 알고 있었지만 거래처에서도 제품 수급 문제 때문에 선뜻 바꾸지를 못 했던 거죠. 전 세계적으로 면부직포를 생산하는 업체는 몇 군데 없습니다. 우리나라에서도 우리 회사를 포함해 세 개 업체 밖에 없습니다. 우리가 면부직포를 생산한다는 사실이 알려지면서 역으로 우리를 찾아오는 화장솜 제조업체도 늘고 있습니다.”



### 기존 업은 기존대로 미래를 위한 준비는 준비대로

현재 (주)대성메디칼에서 생산하는 면부직포의 60%는 우리나라 화장솜 제조시장의 80%를 점유하고 있는 업체에 납품하고 있다. (주)대성메디칼은 이에 그치지 않고 해외 시장 개척을 위해 기존 화학부직포를 수출하던 업체에 샘플을 보내며 의견을 조율하고 있다. 긍정적인 대화가 오가는 업체가 몇 군데 있어서 올 연말부터는 해외 수출도 이뤄질 것으로 예상된다.

이에 따라 매출도 가파르게 성장해 2013년 24억 원이던 매출은 본격적으로 면부직포를 생산하기 시작한 2015년에는 34억원으로 뛰어 올랐다. 직원 역시 늘어나 사업전환 전인 2013년 20명이던 직원이 현재는 28명으로 증가했다. 2016년에는 상반기 매출만 16억 원으로 2015년 대비 40% 이상 성장할 것으로 예상되고 있다.

(주)대성메디칼은 면부직포로의 사업전환 성공과정을 통해 한 가지 배운 것이 있다. 끊임없이 트렌드에 맞는 제품을 개발하기 위해 노력해야 한다는 사실이다. 기존 사업은 기존 사업대로, 새로운 제품에 대한 준비는 준비대로 해야 한다는 점을 각인하는 계기가 됐다. 요즘 (주)대성메디칼은 앞으로의 미래를 위해 준비하는 것이 있다. 바로 '면부직포에 항균 기능을 추가한 기능성 제품' 연구이다. 2년 동안 중소기업진흥공단 과제에 참여해 항균 기능이 추가된 면부직포 원단을 개발할 예정으로, 해당 과제를 성공적으로 수행한다면 항균 기능이 첨가된 면부직포 제품을 생산할 수 있을 것으로 보인다.

“중소기업, 그 중에서도 소기업이 다른 사업을 시작한다는 건 쉬운 일이 아닙니다. 하지만 중소기업진흥공단의 지원과 직원들의 혼연일체된 힘으로 성공을 거둘 수 있었습니다. 저는 제가 아니라 우리 직원 모두가 (주)대성메디칼을 이끌어 가고 있다고 생각합니다. (주)대성메디칼을 이끌어 가는 모든 사람들이 행복한 미래를 만드는 것이 바람이자 앞으로의 목표입니다.”



(주)우드피아

# 넓은 시장에서 제대로 된 경쟁을 하라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)우드피아 _ 임헌무 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	기타 목재가구 제조업 / 주방용 및 음식점용 목재가구 제조업
설립연도	2004년
종업원수 (2015년 기준)	27명
매출액 (2015년 기준)	4,740백만원
소재지	경기도 파주시 광탄면 장지산로316번길 182

### Interview CEO의 Kick!

#### 「지시가 아닌 동기부여가 필요하다!」

시간에 쫓기듯 사업전환을 하면 성공을 할 수 없다. 사전에 충분한 검토와 준비로 사업전환을 준비해야 한다. 또한, 경영자와 직원이 하나의 생각으로 움직이는 것이 중요하다. 직원들에게 '이것을 해야 한다' 는 일방적인 지시가 아니라 '이것을 하는 것이 나에게도 도움이 된다' 는 동기부여가 된다면, 직원을 스스로 능동적으로 생각하고 한발 먼저 행동하게 된다. 직원들의 능동성이 사업전환 과정에서 큰 힘이 되었다.



# (주)우드피아

임헌무 대표



“작은 시장에서 경쟁하는 것은 한계가 있다.

큰 시장에서 다양한 제품으로

넓은 고객층을 확보해야 한다”

(주)우드피아는 100% 국내 생산을 하는 원목가구 업체이다. 2008년 아동가구 브랜드인 ‘우드피아’를 출시한 후 전국 70개 대리점에서 아동가구를 판매 중에 있다. 그러나 출산율 저하에 따라 아동가구 시장이 점점 축소되는 데다, 대형 가구 브랜드까지 아동가구 시장에 뛰어들면서 경쟁이 과열되는 문제가 발생했다. 이에 임헌무 대표는 어려움을 해결하기 위해 더 넓은 시장으로 진출하기로 결정하고 성인가구를 제조, 판매하는 사업전환을 실시했다. 드디어 2015년, 성인가구 브랜드인 ‘뮤즈데코’를 출시했고, 다양한 제품 생산과 폭넓은 고객층 확보라는 두 마리 토끼를 잡고 있다.

## 자연을 담은 친환경 원목가구

(주)우드피아는 2004년 아동가구 제조업체로 창업을 하였다. 처음에는 PB(Particle Board, 파티클 보드)라고 지칭되는 합성목으로 가구를 생산하였다. 그러나 2008년 아동전문 가구브랜드인 ‘우드피아’를 출시하면서, 친환경 원목으로만 가구를 만들기 시작했다. 원목은 PB에 비해 가격이 3배 이상 비싸다. 하지만 아이들을 위한 제품인 만큼 자연친화적인 원목과 인체에 무해한 도료를 이용해 친환경 제품을 만들기로 결정한 것이다. 슬로건도 ‘자연을 담은 원목가구’로 정하며, 소비자에게 친환경적인 가구임을 어필하였다.

친환경제품을 생산하기 위해서는 생산 환경도 친환경적이어야 한다. (주)우드피아는 실내공기 오염 저감과 유해물질 저감을 인정받아 2011년 업계 최초로 ‘완성품 친환경 인증’을 획득하였다. 다른 업체들이 해외에서 OEM 방식으로 제조하는 것과 달리 (주)우드피아는 100% 국내에서 생산한다. 이런 점은 소비자로부터 높은 신뢰를 받아 (주)우드피아의 제품은 현재 전국에 있는 70개 대리점에서 판매되고 있다. 이에 힘입어 2011년 (주)우드피아의 매출이 상승곡선을 유지할 때는 한 해 매출만 약 60억 원이었다. 하지만 여러 가지 상황과 맞물리면서 조금씩 매출이 하락했고, 2013년 매출은 52억 원으로 급감하였다.

## 오늘 걷지 않으면 내일을 뛰어야 한다

매출이 하락한 이유는 무엇일까? (주)우드피아는 가장 큰 이유로 아동가구 시장의 축소라고 진단했다. 혼인율과 출산율이 하락하면서 아동인구가 줄어든 점이 매출에 직접적인 영향을 끼친 것으로 판단한 것이다. 더불어 소비자의 요구 패턴이 변한 것도 매출 감소의 이유 중 하나였다. 과거에는 자녀가 초등학교에 들어갈 무렵이면 침대와 책상, 책장을 풀세트로 구입해 아이의 방을 꾸며주었다. 세트 구매가 주를 이룬 것이다. 그러나 어느 순간부터 세트 구매가 아닌 단품 구매로 바뀌었다. 또한 과거에는 책이 전집으로 나오는 경우가 많아 전집을 넣을 책장이 필요했지만 최근에는 도서관을 이용하고, 날권 위주로 구입하면서 책장의 구매율도 떨어졌다.

대형 가구 브랜드들이 아동가구시장으로 진출해 아동가구 시장의 경쟁이 치열해지는 것도 문제였다. 전체 가구 시장에서 아동가구는 15%, 성인가구는 80%를 차지하고 있다. 이에 임헌무 대표는 15%의 시장에서 경쟁을 감당하는 것이 아니라 아예 큰 시장으로 가서 제대로 된 경쟁을 해보자는 판단을 내렸다.

“그즈음에 성인가구 시장에도 변화가 있었습니다. 1~2인 가구 비중이 늘어나면서 테이블, 식탁, 의자 등의 판매가 늘어나기 시작한 거죠. 그동안 아동가구 시장에서 쌓은 경험을 바탕으로 성인가구 시장에 도전하자고 마음 먹었습니다.”

(주)우드피아의 사무실에는 ‘오늘 걷지 아니하면 내일은 뛰어야 한다’ 는 문구의 액자가 있다. 임헌무 대표는 사업전환을 결심하던 때 그 말이 절실하게 와 닿았다고 회상했다. 이후 임헌무 대표는 더 큰 위기가 오기 전 어려움에 대비하자는 결심으로 성인가구 시장에 뛰어들기로 한다.

## 디자인 트렌드 분석 후 제품 개발 시작

하지만 대형브랜드의 공격적인 마케팅과 가격경쟁력에 맞서기란 쉬운 일이 아니었다. 자금력이 부족한 상황에서 신제품 개발비와 제작비를 감당하는 일이 어렵다 보니 사업전환 역시 현실적인 문제로 미룰 수밖에 없었다. 그때 결정적으로 사업전환의 계기를 마련해준 것이 중소기업진흥공단의 사업전환 지원사업이었다.



사업전환 지원사업에 신청하고 2013년 승인이 났다. 승인이 난 후 곧바로 성인용 식탁과 테이블 등 신제품 개발에 박차를 가했다. 직원 또한 5명을 총원해 6개월 동안 전국 가구전시회와 인테리어 카페, 블로그 등을 보면서 소비자들이 원하는 디자인 트렌드를 조사했다. 당시 시장은 북유럽 인테리어가 인기를 끌면서 모던하고 깔끔한 디자인에 대한 요구가 강했다.

시장 조사 등 발로 뛰어 얻은 자료들을 토대로 임헌무 대표는 소비자의 트렌드와 원목의 모던한 느낌을 더한 가구를 제작한다면, 성인가구 시장에서 충분히 승산이 있겠다는 자신감이 들었다. 이에 디자인 개발과 샘플 개발에 들어가는 동시에 성인가구를 생산하기 위한 와이드 기계 설비를 확충하였다. 가장 신경을 쓴 것은 원목의 수급이었다. 기존에 아동가구를 만들 때는 미송을 사용했다. 미송은 색상을 내기 좋은 특성 때문에 아동가구에 적합하다. 하지만 성인가구는 고급적 원목의 색상을 살리되 단단해야 한다는 특성이 있다. 이 경우에는 단단한 재질의 엘더나 오크나무가 적합하다. 원목이 수급되지 못 한다면 생산에 차질이 생기게 된다. (주)우드피아는 그동안 거래해온 인적 네트워크를 활용해 목재상으로부터 엘더와 오크나무를 안정적으로 수급할 수 있었다.

## 제품에 장인정신을 담는다

모든 준비를 마치고 2014년 성인 혼수가구 브랜드인 ‘뮤즈데코’ 를 출시하였다. 현재 (주)우드피아는 옷장과 서랍, 식탁, 의자, 테이블 등 모든 성인가구를 생산하고 있다. 뮤즈데코 역시 원목으로 만든 친환경 제품이다.

“몇 년 전부터 이케아와 같은 글로벌 기업과 동남아에서 만든 저가 제품이 많이 들어오고 있습니다. 하지만 가구는 1~2년 쓰고 말 것이 아니라 오랜 기간 써야 하는 것인 만큼 견고한 원목가구를 사용하는 것이 좋습니다. (주)우드피아는 100% 국내에서 제작한 원목가구라는 점을 적극 홍보하고 있습니다.”

현재 뮤즈데코는 전국에 있는 (주)우드피아의 70개 대리점에서 아동가구 브랜드인 우드피아와 성인가구 브랜드인 뮤즈데코를 함께 판매하면서 많은 장점을 얻고 있다.

“기존에 우드피아에 대한 신뢰가 좋았습니다. (주)우드피아에서 만든 제품이라면 믿을 수 있다는 반응이 오더군요. 뮤즈데코가 출시 후 6개월이 지나면서부터 어느 정도 판매를 기록한 것을 보면 그동안 쌓은 우드피아의 신뢰가 한 몫 했다고 할 수 있죠.”

또한 아동가구를 구입하려 왔다가 성인가구를 구입하는 경우가 잦아 사업전환은 다양한 상품 제조와 넓은 고객층 확보라는 두 마리 토끼를 잡는 기회가 되었다. 현재 아동가구와 성인가구의 매출은 6:4로 아동가구의 판매가 조금 더 우위에 있다. 하지만 뮤즈데코가 짧은 시간 동안 인정을 받은 만큼 더욱 성장할 것이라고 보고 있다.

“아마 사업전환을 하지 않았다면 기존에 갖고 있던 (주)우드피아의 브랜드를 지켜 내기 힘들었을 겁니다. 사업전환은 아주 잘한 결정이었습니다.” 원목가구만을 생산, 판매하는 (주)우드피아는 제품의 완성도에 많은 자부심을 갖고 있다. 앞으로도 장인정신이 담긴 최고의 제품을 만드는 것을 목표로 삼고 있다. 또한 최상의 품질을 끊임없이 개발하는 기업으로 남고 싶다는 바람을 전했다.



(주)유니폴리

# 한 우물이 마르면 다른 우물을 파라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)유니폴리 _ 이원재 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	산업용 비경화고무제품 제조업 / 플라스틱 선, 봉, 관 및 호스 제조업
설립연도	1986년
종업원수 (2015년 기준)	41명
매출액 (2015년 기준)	5,326백만원
소재지	대구광역시 달서구 성서4차첨단로 160-10



### 「사업전환 전 충분한 조사 기간을 가져라」

남이 잘 된다는 사업을 쫓아 떠밀리듯 사업전환을 하는 것은 위험하다. 기존 사업 영역에서 활용할 수 있는 제품을 찾되 꼼꼼한 시장조사와 마케팅 조인, 이익 창출 계획 등을 통해 어느 정도 계획과 로드맵이 정리된 후 사업전환에 들어가야 실패를 예방할 수 있다.

# (주)유니폴리

이원재 대표



“고무제품 생산만 30년을 했는데,  
플라스틱 제품 생산을 못 하겠나”

(주)유니폴리는 1986년부터 오링과 패킹 등의 고무제품을 생산해온 업체다. 제품 단가가 하락하는 등 좋지 않은 상황에서도 우직하게 사업을 영위한 (주)유니폴리였지만 고객사들이 고무제품 외에 플라스틱 제품을 찾기 시작하자 (주)유니폴리 역시 위기가 찾아 왔다. 여기에 생산 환경이 열악해 직원들의 이직이 잦은 문제도 회사의 어려움을 더했다. 이에 이원재 대표는 기존 고무제품과 함께 선, 봉, 관 등의 플라스틱 제품을 함께 생산하기로 결심했다. 사업전환 후 작업 환경이 개선되면서 직원들의 사기도 올라갔다. 매출 역시 사업전환 전과 비교해 20% 상승하는 효과를 나타냈다. 이와 같은 성과와 더불어 12월에는 100만불 수출탑 수상이라는 영예를 얻었다.



## 수익은 낮아지고 작업환경은 열악하고



(주)유니폴리는 1986년 대구오링이라는 회사명으로 시작했다. 대구오링이라는 기업명에서 알 수 있듯 오링과 패킹 등 자동차 제조 시 사용되는 고무부품을 생산하였다. 오링과 패킹의 가격은 상당히 저렴한 편으로 제품 당 몇 십 원에서 몇 백 원 정도다. 이 금액은 이원재 대표가 1986년 사업을 처음 시작하던 30년 전과 동일하지만 부품의 단가가 인하되면서 수익성은 점점 떨어져 왔다. 여기에 열악한 작업 환경을 버티지 못하는 직원들은 회사를 그만두기 일쑤였다. 고무제품의 경우 작업 과정에서 불과 열을 사용하다보니 생산 환경이 열악할 수밖에 없다.

“고무제품만 생산했으므로 고객이 제품을 선택할 수 있는 폭이 좁았습니다. 요즘은 플라스틱으로 만든 제품이 많이 생산되는 추세다보니 우리 제품의 경우 고객의 선택에 한계가 있었습니다.” 해외 수출기업의 바이어들도 플라스틱 제품을 생산하지 않느냐는 문의가 이어지면서 제품을 다각화할 필요가 늘어났다. 이원재 대표는 고민 끝에 선, 봉, 관, 호스 등의 플라스틱 제품을 생산하기로 결정했다. 이렇게 결정한 데에는 플라스틱이 고무보다 작업 환경이 좋고, 생산 관리 역시 쉽다는 장점도 한 몫 했다. 고무와 함께 플라스틱을 제조하는 고무 플라스틱 복합 업체로 나아가기로 한 것이다.





### 고무 플라스틱 복합 생산업체로 전환

플라스틱 제품을 생산하기 위해서는 기존 공장보다 더 넓은 공간이 필요했다. 낙후된 환경을 벗어나야 할 필요도 있었으므로 공장 이전이 시급했다. 이에 (주)유니폴리는 중소기업진흥공단에 사업전환 지원사업을 신청하였다. 공장의 낙후된 모습을 본 전문위원들로부터 ‘사업을 전환하기로 한 것은 옳은 결정이다. 30년 이상 한 우물을 파신 만큼 플라스틱 제조 역시 잘 할 것’이라는 응원의 말도 들었다. 시설자금을 지원 받은 후 기존에 있던 대구광역시 성서2차단지의 공장을 떠나 성서4차단지로 이전하였다. 동시에 플라스틱 제품 제조에 필요한 플라스틱 사출기도 구입했으며, 고무제품을 제작했던 노후 장비도 새롭게 정비 하였다.

2013년 새 공장으로 이전을 마친 후 기업명을 대구오링에서 (주)유니폴리로 바꿨다. 기존에는 회사명에 오링이 포함된 까닭에 고무제품을 만드는 기업 이미지가 강했다. 하지만 플라스틱 제품을 만들게 된 만큼 세련된 느낌을 줄 수 있는 (주)유니폴리로 사명 변경을 결정한 것이다. 중소기업의 경우 제품력은 곧 생존이다. 경험을 통해 독자적인 제품의 중요성을 아는 이원재 대표는 제품 개발을 위해 직원들에게 전폭적인 지원을 아끼지 않았다.

“플라스틱 제품의 경우 어떤 소재를 사용하느냐가 관건입니다. 다른 회사에서는 어떤 소재를 사용하는지 파악하기 위해 국내외를 막론하고 플라스틱 제품 전시회는 모두 다녔습니다.”



아울러 플라스틱 제품 생산을 담당할 직원 10명을 충원해 직원을 30명에서 40명으로 늘렸으며, 시장 조사를 통해 새로운 제품을 개발하기 시작했다. 하지만 쉽지 않았다. 이원재 대표는 당시 기존 고무제품은 고무제품 대로 생산하면서 플라스틱 제품 개발을 하느라 직원들이 상당히 힘들었다고 회상했다. 하지만 이전 공장에 비해 생산 환경이 좋아지면서 직원들의 의욕이 높아졌고, 이를 통해 조금씩 성과가 보이면서 플라스틱 선, 관, 봉, 호스 등을 생산할 수 있었다.

### OEM은 안 한다

이원재 대표는 제품 생산에 자신감이 생기면서 플라스틱 제품 영업에 만전을 기했다. 우선 기존 고무제품을 납품하던 회사를 중심으로 (주)유니폴리에서 플라스틱 제품까지 생산 한다는 사실을 알렸다. 하지만 거래처를 확보하는 것은 쉽지 않았다. 플라스틱 사출기 등 플라스틱 생산 기계가 돌아가지 않은 날이 있을 정도로 이원재 대표나 직원들 모두에게 힘든 시기가 계속됐다. 그즈음 자동차부품회사의 하청으로 생산 제의가 들어왔다. OEM 생산을 의미하는 제안이었다. 하지만 이원재 대표는 단칼에 거절했다.

“OEM 생산을 하게 되면 기계는 돌릴 수 있죠. 충분하지는 않아도 공장의 운영 지금은 별 수 있고요. 근데 그렇게 한번 OEM 생산에 발을 들이면 거래처 개발이 안 됩니다. OEM으로도 회사는 굴러가니까 거래처를 확보하려는 노력에 소홀해지게 되는 거죠.”

이원재 대표는 지금 당장 힘들더라도 영업을 통해 거래처를 확보하고, 거래처에 직접 납품하는 구조가 장기적으로 회사 발전에 필요한 일이라는 판단을 내린 것이다. OEM 생산을 거절한 후 이원재 대표는 납품을 위해 더욱 이곳저곳을 뛰어다녔다.

운전자금이 한계에 다다른 상황에서 거래처를 발굴하기까지 어려움이 많았다. 그때 중소기업진흥공단을 통해 다시 한 번 운전자금 지원을 받게 된다. 이를 통해서 사업전환 초기 어려움을 겪은 (주)유니폴리는 위기를 슬기롭게 헤쳐나갈 수 있었다.

“특히 두 번째 지원이 정말 고마웠습니다. 시설이 완비돼 있더라도 영업활동을 할 자금이 없으면 흔들릴 수 있거든요. 그런 점에서 시설자금 외에 연속적인 지원이 필요합니다. 운전자금 지원을 통해 시간과 여유를 갖고 영업활동을 했다는 점이 가장 만족스럽습니다.”

## 티끌 모아 이룬 100만불 수출탑

계속된 영업활동을 통해 (주)유니폴리는 자동차부품업체와 낙농회사에 플라스틱 선과 봉을 납품할 수 있었다. 기존에 고무제품을 납품하던 업체에서도 플라스틱 제품 납품 계약이 이어지면서 회사 운영 역시 활기를 띠었다. 매출 비중 역시 플라스틱 제품이 고무 제품보다 높아져 현재 고무와 플라스틱 제품 판매 비율은 4:6이다.

“사업전환 전에 비해 매출이 20% 향상하였습니다. 하지만 더 기쁜 것은 공장의 환경이 좋아지면서 직원들의 얼굴도 밝아졌다는 겁니다. 작업 환경이 깨끗해지니 직원들이 일할 맛이 나는 것 같습니다. 저 역시 직원들의 업무 환경을 개선해주었다는 자부심이 있습니다.”

(주)유니폴리는 2016년 12월 한국무역협회로부터 100만불 수출 달성탑을 받았다. (주)유니폴리의 100만불 수출탑은 의미가 남다르다. (주)유니폴리의 제품은 단가가 낮은 까닭에 100만불을 달성한다는 것이 결코 쉬운 일이 아니다. 그야말로 티끌 모아 태산을 이룬 것이라 할 수 있다.

(주)유니폴리는 사업전환을 통해 제품을 다각화한 만큼 앞으로 더욱 발전 가능성이 높다고 보고 있다. 향후 경쟁력이 있다고 판단되는 미국 시장 수출을 통해 경쟁력을 높여나갈 계획이다. 자사의 경쟁력을 키워나가기 위해 OEM 생산의 유혹을 뿌리치는 (주)유니폴리의 우직한 모습을 보며 많은 중소기업이 흔들리지 않고 제 갈 길을 가길 바라본다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「 멀고 길게 가려면 납품처와 직거래하라 」

우리 회사는 30년 동안 오링과 패킹 등 고무제품만 생산하였다. 한우물을 판 것이다. 하지만 우물이 메마르기도 하더라. 그럴 때는 다른 우물을 파 새로운 품목에 도전하는 것도 방법이다. 또한 OEM 생산의 유혹에 빠지지 말기를 권한다. OEM 생산이 당장 회사를 운영하는 데는 도움이 될지 몰라도 장기적인 관점에서 회사의 도움단기가 되지는 못 한다. 멀고 길게 가려면 납품처와 직거래 하는 시스템을 구축해야 한다.



(주)이아이라이팅

# R&D 투자는 결코 손해보지 않는다

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)이아이라이팅 _ 장명기 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	액정 평판 디스플레이 제조업 / 전구 및 램프 제조업
설립연도	2007년
종업원수 (2015년 기준)	26명
매출액 (2015년 기준)	8,798백만원
소재지	인천광역시 서구 정서진8로 63

# (주)이아이라이팅

장명기 대표



## “R&D 비용이 아깝다고 생각한다면 그 회사의 내일은 없다”

(주)이아이라이팅은 카지노용LCD의 백라이트를 생산해 미국에 수출하는 업체다. 그런데 (주)이아이라이팅에서 생산하던 주력 모델이 단종되면서 가장 큰 매출처가 사라지는 위기에 처했다. 그때 대안으로 떠오른 것이 LED 조명 사업이었다. 기존에 소량만 생산했던 LED 조명 제품을 주력 제품으로 확대하기로 한 것이다. 그동안 기업부설연구소에서 LED 조명 기술과 제품개발에 대한 데이터가 축적된 상태라 사업전환이 용이할 것이라는 자체 판단도 있었다. 그 결과 (주)이아이라이팅은 현재 일본 메이저 조명업체와 매출의 90%를 수출 계약으로 거두고 있다.

### 주력 생산 모델이 단종되다

2007년 창업한 (주)이아이라이팅은 광원(빛)분야의 특화된 기술력을 활용해 카지노용LCD에 들어가는 백라이트를 생산, 납품하였다.

“카지노용LCD의 경우 화면이 밝고 강렬해야 합니다. 주목성을 높이기 위해서는 휘도(밝기)가 높아야 하죠. 타사의 제품이 휘도가 100이라면, 우리 제품은 그 열 배에 가까울 만큼 높아 고객의 만족도가 높았습니다.”

(주)이아이라이팅의 카지노용LCD 백라이트는 미국으로 수출돼 2012년 80억 원의 매출을 올렸다. 그런데 문제가 발생했다. (주)이아이라이팅이 제조하는 카지노용LCD의 최종 바이어는 미국 업체였는데, 업체의 회장이 사망하면서 그 회사가 다른 회사에 매각된 것이다. 이런 일련의 흐름 속에서 (주)이아이라이팅이 주력으로 생산하던 카지노용LCD 모델이 단종되고 말았다.

카지노용LCD는 다른 제품에 비해 진입장벽이 높다. 또한 다른 업체와의 중복거래가 허용되지 않는다. A라는 회사와 거래하다가 B라는 회사와 거래하는 것이 용인되지 않는다. 결국 (주)이아이라이팅은 주력 모델 생산이 중단되면서 매출이 곤두박질하기 시작했고, 2013년에는 매출이 50억 원까지 하락하는 위기를 맞았다.

## 중소기업의 힘은 R&D에서 나온다

카지노용LCD의 매출이 전무해지면서 (주)이아이라이팅은 다른 사업 아이템을 모색해야만 했다. 그때 대안으로 떠오른 것이 LED 조명 사업이었다. (주)이아이라이팅은 기존에도 LED 조명 제품을 생산했지만 카지노용LCD가 부가가치면이나 시장경쟁력에서 LED 조명 보다 높다보니 카지노용LCD 생산에 중점을 두었다. 매출 비중으로 따지면 카지노용LCD가 95라고 한다면, LED 조명 사업은 5에 해당할 정도로 미비했다.

수익적인 측면은 그러했지만 (주)이아이라이팅은 카지노용LCD와 LED 조명 등 광원과 관련한 다양한 기술과 제품을 개발할 수 있는 능력이 충분한 업체였다. 이는 창업 초기부터 기술부설연구소를 설립하고 광원 관련 연구를 꾸준히 진행해 왔기 때문이다.

“한국 중소기업의 경우 대기업에서 개발한 제품의 부품을 생산, 납품하는 경우가 많습니다. 그래서 대기업의 정책이 어떻게 되느냐에 따라 중소기업의 존폐가 갈리게 되죠. 이걸 방지하기 위해서는 중소기업 스스로가 개발기업이 되어야 한다고 생각합니다.”

이런 이유로 (주)이아이라이팅은 창업 초기부터 기술부설연구소에 연구원 8명을 채용하고 매년 매출액의 20%를 R&D 분야에 투자해왔다. 이런 선제적인 투자는 회사가 위기에 처한 순간, 곧바로 사업 아이템 전환이라는 움직임을 가능하게 하였다. 기존에 LED 조명을 생산한 만큼 LED 조명 생산 시설도 이미 갖춰져 있는 상태였기 때문에 사업전환을 든든히 뒷받침 했다.

(주)이아이라이팅은 2009년 ‘공공기관 LED 조명 사업’ 을 수주해 납품한 적이 있었다. 당시 공공기관의 조명을 LED 조명으로 교체하는 용역을 따기 위해 수 십 군데가 넘는 업체가 입찰에 참여하였고, (주)이아이라이팅 역시 고효율 구조로 설계한 LED 조명을 통해 용역을 수주한 바 있다.

당시 (주)이아이라이팅은 LED 조명 제품 개발과 생산은 당장 시작해도 될 정도였지만, 회사의 운영자금이 발목을 잡았다. 그러나 2015년 상황이 달라졌다. 중소기업진흥공단에 사업전환 지원사업을 신청하면서 자금 지원을 받았고, 부족한 자금을 융통할 수 있게 됐기 때문이다.



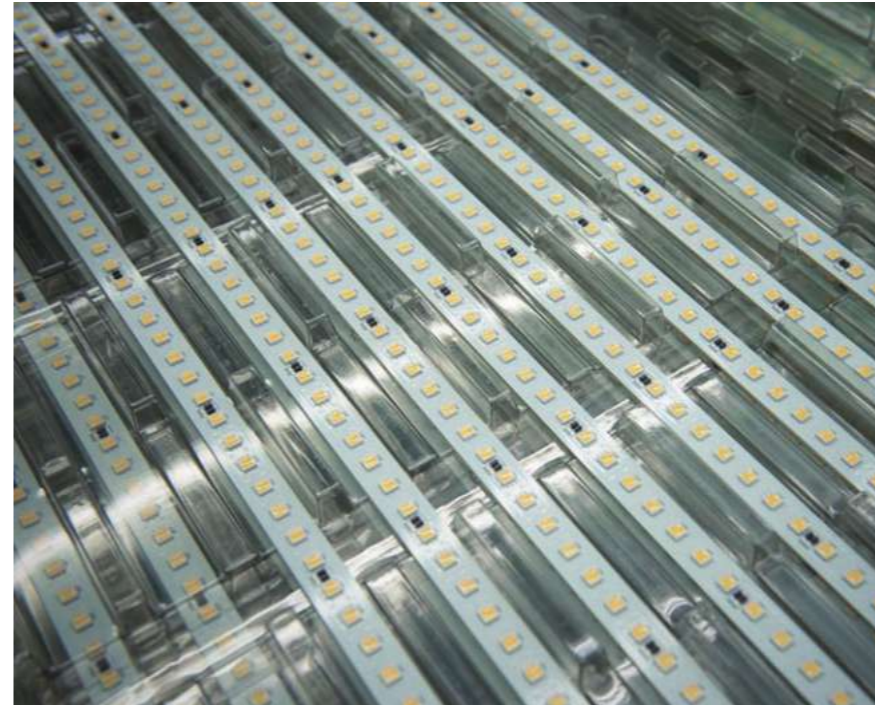
## 생산 전 시장조사로 매출처 예상

장명기 대표는 LED 조명 기술과 생산 시설은 이미 보유하고 있으므로 어떻게 LED 조명 사업을 확장할 것인가를 고민했다. LED 조명은 주로 빌딩을 지을 때나 건물을 리모델링할 때 설치한다. 이에 연속적으로 이뤄지는 것이 아니기 때문에 월별로 고정 거래처를 확보하기가 쉽지 않다. 따라서 내수 영업만으로는 변동성이 너무 크다는 문제가 있었다. 장명기 대표는 고민 끝에 해외 조명업체와의 계약을 통해 고정 거래처를 만들자는 결론을 내렸다.

일본의 유명 조명업체인 엔도가 바로 해외 바이어들과의 협의를 통해 계약을 체결한 업체다. 일본은 LED 조명 시장이 굉장히 광범위하게 형성돼 있다. 제품군도 다양해 여항 위에 설치하는 LED, 식음료코너에 있는 LED 등 일상과 관련된 곳곳에 LED 조명이 설치돼 있다.

“LED 조명의 경우 조명이 설치되는 위치나 목적에 맞게 빛의 파장대를 설정해줘야 합니다. 이를 위해서는 기술에 대한 이해가 완벽하게 뒷받침되어야 하죠. 우리의 경우 기술력과 생산력이 함께 하나까 고객사의 신뢰가 상당히 견고합니다.”

현재 (주)이아이라이팅은 매출의 90%가 해외 수출에 달할 만큼 고정적인 매출을 거두고 있다. 그렇다고 해서 내수 판매를 게을리 하는 것은 아니다. 국내의 경우 LED 조명 브랜드인 ‘블랙터치’ 시리즈를 생산, 판매 중에 있다. ‘블랙터치’는 무드등, 취침등 등 감성조명 형태로 와인잔, 달걀 형태 등 다양한 모양으로 이뤄진 개성 있는 제품이 많다.



## 자외선살균램프 제품 개발 도전

사업전환 하기 전인 2013년 50억 원으로 떨어졌던 매출은 2014년 80억 원, 2015년 90억 원으로 뛰어 올랐다. 인원 역시 1.5배 늘어 현재 직원은 35명이다. 하지만 이런 수치적인 것보다 장명기 대표가 사업전환의 성과를 기뻐하는 이유는 다른 데에 있다.

“갑자기 모델이 단종 되면서 위기를 맞았을 때, 모든 직원이 뚝뚝 뭉쳐 위기를 넘길 수 있었습니다. 그때 슬기롭게 대처하지 못했다면 아마 인원을 감축해야 했을 겁니다. 당시에 근무하던 직원들이 현재 모두 함께하고 있다는 사실에 매우 자부심을 느낍니다.” 장명기 대표는 견뎌준 직원들과 함께 새로운 제품 개발을 위해 다시 한 번 준비 중에 있다. 현재 ㈜이아이라이팅의 사업은 크게 세 개의 부분으로 나뉜다. LCD, LED 조명, 마지막으로 자외선 살균램프이다. LED 조명사업은 수익성이 좋은 사업이 아니다 보니 부가가치가 좋은 자외선 살균램프 분야로 영역을 확장한다는 계획이다.

이에 따라 ㈜이아이라이팅은 물과 공기를 살균하는 자외선살균램프를 개발하기 위해 10억 원을 투자했다. 투자된 돈이 많은 만큼 기술력도 빼어나 자외선살균램프의 수명이 3만 시간에 달한다. 이는 해외 업체가 제작한 자외선살균램프의 몇 배에 달하는 수치이다. 또한 현재 국내에서 자외선살균램프를 생산하는 업체는 ㈜이아이라이팅이 유일하다. “환경과 건강에 대한 관심이 높아지면서 자외선살균램프가 각광받을 것으로 예상됩니다. 사업의 축을 LCD, LED 조명, 자외선살균램프의 세 축으로 가져가되 앞으로는 자외선 살균램프쪽을 더욱 확장해나갈 계획입니다.” 중소기업에게 R&D에 대한 노력보다 더욱 중요한 것은 없다는 것을 알려주는 기업이 ㈜이아이라이팅이다.



### Interview CEO의 Kick!

#### 「기술개발이 곧 무기다」

중소기업에게 R&D는 재산이다. 기술이 없으면 버틸 힘이 없어진다. 또한 제조쪽 사업이라면 영업과 마케팅에 대한 사전조사도 진행해야 한다. 기술개발 시 영업과 마케팅에 대한 조사를 병행하면 제품 제조에 대한 답을 더욱 확실하게 내릴 수 있을 것이다.



(주)제이에스그린푸드

# 틈새시장을 공략하라!

### 회사정보

기업명 _ CEO	(주)제이에스그린푸드 _ 전금성 대표
기존업종 / 전환(추가)업종	기타 가공식품 도매업 / 천연 및 혼합조제 조미료 제조업
설립연도	2007년
종업원수 (2015년 기준)	22명
매출액 (2015년 기준)	6,965백만원
소재지	충청북도 진천군 덕산면 초금로 927-56

# (주)제이에스그린푸드

## 전금성 대표



“시작은 수익구조 개선을 위한 노력이었다.  
그러자 틈새시장이 보이기 시작했다”

(주)제이에스그린푸드는 대형할인점에 약 80개의 음식점을 직영 또는 위탁으로 운영하였다. 한창 할인점이 호황일 때는 (주)제이에스그린푸드의 매출 역시 상승장구했다. 하지만 할인점 간 경쟁이 치열해지면서 수익이 감소하기 시작했다. 당시 경쟁업체들은 외형 확장을 통해 어려움을 타개하고자 했으나, 전금성 대표는 보다 근본적인 변화가 있어야 한다고 판단했다. 소스류 개발과 제조를 통한 사업전환이 바로 그것이었다. 성공적인 사업전환 후 (주)제이에스그린푸드는 친환경소스류 개발에 성공했고, 현재 할인점과 식품기업에 납품 중에 있다.

## 해가 갈수록 감소한 수익

2007년 창업한 (주)제이에스그린푸드는 대형할인점에서 약 80개의 음식점을 직영 또는 위탁으로 운영하였다. 주로 분식점과 국수매장 등이었다. 할인점이 한창 호황일 때는 월 평균 약 8억 원의 매출을 올리며 이름을 알렸다. 그러나 시간이 흐르면서 업체 간의 치열한 경쟁과 수수료 상승으로 수익구조가 하락세를 띄기 시작했고, (주)제이에스그린푸드의 성장세 역시 한풀 꺾이게 됐다. 여기에 대형할인점 휴무일로 인해 매출마저 큰 폭으로 감소하기 시작했다. 당시 (주)제이에스그린푸드의 경쟁업체들은 이런 위기를 외형확대를 통해 극복하고자 했다. 하지만 전금성 대표의 생각은 달랐다.

“수익이 감소되는 상황에서 외형을 확대하는 건 오히려 독이 될 수 있다고 생각했습니다. 이에 저는 조금 다르게 접근했습니다. 바로 원가 절감이었죠. 당시 80개 음식점에서 사용하는 소스비용으로 매월 3,500만원~4,000만원이 들어갔습니다. 이 고정비만 줄여도 수익감소 부분을 충당할 수 있을 거라 판단했습니다.”



소스 개발을 통한 수익개선이라는 새로운 방법을 내놓은 것이다. 이런 판단에는 전금성 대표가 요리강사 출신이라는 사실도 한 몫 했다. 자신이 갖고 있는 노하우를 통해 소스를 개발하고, 이것을 80개 음식점에서 사용한다면 원가를 절감할 수 있다고 확신한 것이다.



그 후 소스개발을 위한 시장조사에 들어갔다. 그런데 그때 전혀 다른 것이 눈에 들어왔다.

“소스개발을 위한 시장조사를 하다 보니 소스류를 개발하고 제조하는 시장 자체에 상품성이 있다는 생각이 들더라고요. 1인 가구가 늘어나고 맞벌이가 대세가 되면서 간편하게 먹을 수 있는 음식에 대한 욕구가 늘어날 거라 봤습니다. 또한 요리에 대해 두려움을 갖고 있는 사람이 많으니 소스만 넣으면 요리가 완성되는 제품을 개발해서 판매하면 어떨까 라는 생각이 들었습니다.”

소스류 시장의 가능성에 눈뜨기 시작하면서 소스류를 제조하고 판매하는 제조업으로의 변화를 결심한 것이다.



## 소스류 제조, 판매로 전환

된장찌개, 청국장찌개 등 요리의 기본 베이스가 되는 소스류를 개발하는 것은 어렵지 않았다. 전금성 대표가 갖고 있는 요리강사의 노하우를 활용한다면 맛도 좋고 영양도 좋은 소스류를 충분히 개발할 수 있었기 때문이다. 이에 따라 식품연구소를 개설해 함께 제품을 개발할 직원도 충원하였다. 식품연구소의 역할은 집에서 하는 것처럼 맛있고 건강한 소스를 개발하는 것이었다.

“요리를 못 하는 사람들의 경우 요리에 대한 막연한 두려움이 있습니다. 요리에 자신이 없어서 요리를 시도하지 않는 경우가 많죠. 그런 분들을 위해 우리가 개발한 소스를 넣고, 채소 몇 가지만 넣으면 집에서 만든 것처럼 맛있는 음식을 먹을 수 있도록 하는 것을 목표로 삼았습니다. 이에 소스 개발에 전폭적인 노력을 기울였습니다.”

집에서 만드는 음식의 경우 건강을 생각해 조미료를 최소화한다. 전금성 대표 역시 조미료는 최소한으로 하고, 대신 채소 육수를 통해 감칠맛을 살렸다. 채소 등의 재료를 풍성하게 넣은 소스 개발을 통해 제육볶음 양념, 고등어조림 양념, 순두부찌개, 강된장, 다용도 맛간장 등의 제품을 개발하였다.



제품을 개발하는 동시에 소스류 제조를 위한 공장도 지었다. 식품류를 제조하기 위해서는 HACCP 인증, 유기농인증 등 식품안전 기준을 맞추는 것이 중요하다. 이런 인증이 완벽하게 갖춰지지 않을 경우 대형할인점과 식품회사에 제품을 납품하는 것이 불가능하기 때문이다. 이에 따라 (주)제이에스그린푸드는 공장을 짓는 한편 HACCP 인증을 받는데 주력했고, 유기농인증 등의 인증을 받게 됐다. 이어 2013년 2월 공장 역시 준공되며, 성공적인 사업전환 준비를 마쳤다. 사업을 전환할 경우 사업전환 초기에는 납품할 곳이 없어 애를 먹는다. (주)제이에스그린푸드도 마찬가지였다. 그 순간 도움의 손길을 내민 곳이 중소기업진흥공단이었다.



“제조를 처음 하다 보니 너무 힘들었습니다. 중소기업진흥공단에 가서 사업전환 지원사업을 신청할 때도 과연 될까라는 의구심이 먼저 들었어요. 그런데 담당자께서 유통에 잔뼈가 굵은 회사인 만큼 제조에서도 잘 할 거라고 격려해주셔서 용기를 얻었고, 승인이 난 후 제품개발과 영업에 더욱 매진할 수 있었습니다.”

제조로 전환하면서 직원이 20명으로 늘어났다. 직원 관리에 대한 노하우도 전무했던 상태에서 중소기업진흥공단에서 직원관리에 대한 컨설팅을 해준 것도 큰 도움이 되었다.

## 친환경 유기농소스 생산이라는 틈새를 보다

사업전환 준비를 모두 마친 전금성 대표는 대형할인점과 식품기업에 직접 제품을 들고 찾아가 제품의 우수성을 어필하였다. 특히 블라인드로 진행된 테스트에서 (주)제이에스그린푸드의 소스가 대기업의 어느 회사 소스보다 맛있고, 가격도 저렴하다는 인정을 받기도 했다. 이 과정에서 (주)제이에스그린푸드에서 자체 개발한 유기농 친환경소스 제품에 대한 반응이 좋았다.



“건강에 대한 관심이 높아지면서 유기농, 친환경 제품에 대한 수요가 높아지고 있습니다. 처음 사업전환을 할 때 틈새시장인 소스류 개발, 제조로 접근한 것처럼 소스류 제품 가운데에서도 틈새시장이라 할 수 있는 친환경 유기농 제품에 집중해야 한다고 생각했습니다.” 친환경과 유기농소스라는 틈새시장을 접근한 것은 좋은 결과를 만들어내 현재 (주)제이에스그린푸드는 친환경유기농기업인 초록마을에 친환경 소스류 7종과 유기농 소스 3종을 납품하고 있다.



(주)제이에스그린푸드의 현재 매출액은 70억 원이다. 금액으로 보면 기존에 할인점에 입점한 음식점이 호황을 이룰 때와 비슷한 정도이다. 하지만 전금성 대표는 사업전환을 하지 않고 기존에 하던 음식점 경영만 계속했다면 사업에 실패했을 것이라고 말한다. 사업이 침체되었을 때 틈새시장을 보고 다른 시장으로 전환한 것이 그만큼 주요했다는 설명일 것이다.

현재 (주)제이에스그린푸드는 안정된 성장세를 바탕으로 해외 시장 진출을 위해 노력하고 있다. 또한 생산성 향상을 위해 자동포장설비 시스템도 갖출 예정이다. 이를 위해 2016년 중소기업진흥공단의 지원을 받아 현재 진행 중에 있다. 11월 말 자동포장설비 시스템까지 완료되면 (주)제이에스그린푸드의 생산은 더욱 날개를 달 전망이다. 그 날개를 바탕으로 더 맛있는 소스를 개발해 많은 사람들에게 행복한 식탁을 전해주고 싶다는 것이 (주)제이에스그린푸드의 따뜻한 바람이자 비전이다.

Interview CEO의 Kick!

「철저하게 준비해 틈새시장에 뛰어 들어라!」

회사가 위기에 빠지면 경쟁자들은 다양한 해법을 내놓는다. 해법 가운데 무분별한 외형확장은 말리고 싶다. 회사에게도 경영자에게도 독이 되는 선택이다. 나는 외형확장 대신 수익구조를 개선하기 위해 노력하였고, 그 과정에서 틈새시장을 발견할 수 있었다. 하늘이 무너져도 솟아날 구멍이 있다는 말처럼 어딘가 분명히 틈새시장이 있다. 틈새시장에 집중한다면 비상할 기회가 생긴다.



# 5

## [무역조정] 세계 시장에서도 밀리지 않을 경쟁력을 확보하다





**특이하게, 특별하게, 차별화하라!**  
(주)새롬코스메틱 | 김은호 대표

**위기가 와도 포기는 없다!**  
(주)필립인텍스 | 양윤석 대표

**사업구조 개선으로 수익성을 높여라!**  
세원목재(주) | 홍기오 대표

**비싸도 구입할 수밖에 없는 제품을 만들어라!**  
(주)대동요업 | 박진철 대표

(주)새롬코스메틱

# 특이하게, 특별하게, 차별화하라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)새롬코스메틱 _ 김은호 대표
무역조정 제품	헤어화장품(염모제)
무역조정 지정일자	2014.11.20
관련 FTA	한-EU
설립연도	2012년
종업원수 (2015년 기준)	50명
매출액 (2015년 기준)	6,277백만원
소재지	경기도 연천군 연천읍 연군로 119

# (주)새롬코스메틱

## 김은호 대표



“중소기업이 믿을 건 차별화다.  
 뭐 하나라도 달라야 한다”

(주)새롬코스메틱은 2012년 1월 5일 설립하여 자체브랜드인 ‘seraz’ 를 통해 헤어염모제, 헤어오일, 샴푸, 린스 등 헤어 제품을 생산, 판매하고 있다. 동남아 시장으로의 수출을 기대했지만 성과를 거두지 못했고, 한-EU FTA 발효 후 유럽산 화장품의 국내 유입으로 수익성이 악화되던 차에 중소기업인 흥공단의 무역조정지원사업을 접하게 되었다. 무역조정지원기업으로 지정된 후 헤어전문제품 외에 바디스킨 등 제품 구색을 다변화하고 경쟁업체가 만들지 않는 특화된 제품 개발에 성공하였다. 그 중 하나인 특허출원제품 ‘다중공간을 이용한 파우치’ 는 LG생활건강에 납품하는 성과로 이어졌다.

## 한-EU FTA로 인해 가중된 어려움

(주)새롬코스메틱 김은호 대표이사는 창업 전 미용재료상을 운영한 경험을 바탕으로 자체브랜드인 ‘seraz’ 를 만들어 헤어염모제, 헤어오일, 샴푸, 린스 등 헤어 제품을 생산, 미용도매상들에게 제품을 판매하면서 사세를 늘린 후 2012년 (주)새롬코스메틱을 창업하였다. 점차 수출을 늘려가며 태국과 베트남 등 아시아지역에 수출도 진행하였다. 하지만 매출과 영업이익은 감소하였다. 2013년 매출 66억원, 영업이익 7억원의 경영성 결과가 2014년에는 매출이 61억원, 영업이익은 5억원으로 줄어들게 되었다.





## 기존 제품의 불편함을 개선하라!

FTA 발효에 따라 국내·외 시장에서의 경쟁이 날로 치열해져 간다는 점이 안타까웠다. 안타까운 이유는 하나 더 있었다. 연구소를 만들 형편이 안 돼 우리만의 기술이 있는 제품이 아닌 이미 시장된 오픈된 기술을 갖고 제품을 만들다 보니 우리만의 특화된 제품이 없어 매출을 성장시키는 데 한계가 있었다.

동남아 시장에 기대를 걸고 이를 활용한 시장확대로 매출을 늘리고, 그 수익으로 기술개발을 하려던 계획이 물거품이 되었기 때문이었다. 그러다 수출기업인협의 회 회의에 참석하기 위해 중소기업진흥공단을 방문하면서 무역조정지원사업이 있다는 사실을 알게 되었다. 곧바로 신청을 하고, 2014년 11월 무역조정지원기업 지정 통지를 받았다.

지정 후 무역조정지원자금 용자를 통해 기업부설연구소를 설립하고 연구인력 6명을 채용하였다. 그리고, (주)새롬코스메틱만의 차별화된 제품을 개발하기 위해 고심하였다. 기존 헤어 제품이 갖고 있던 불편함은 무엇인지, 그것을 해결할 방법은 무엇인가를 고민하였다. 그것에 중점을 두고 개발한 것이 ‘다중공간을 이용한 파우치’ 였다.

헤어염모제(염색약)의 경우 염색제인 1제와 산화제인 2제를 동시에 섞어 염색을 해야 한다. 헤어염모제의 특성상 지금까지 나온 모든 염모제가 이 방식으로 제조, 판매되었다. 하지만 1제와 2제를 섞어야 하는 방식에 번거로움을 느낀 소비자들이 많았다. ‘다중공간을 이용한 파우치’ 는 포장용기 안에 막이 있어서 1제와 2제가 별도의 공간에 있다. 소비자가 파우치를 뜯으면 1제와 2제가 동시에 나오기 때문에 1제와 2제를 별도로 섞는 과정이 필요하지 않다. 편안하게 염색할 수 있다는 의미에서 상표명을 ‘떠난’ 이라고 지었다. 특허등록을 한 이 제품은 2016년 9월부터 LG생활건강에 OEM 방식으로 납품하고 있다.

## 품목 다변화로 선택의 폭을 늘렸다

품목 다변화도 하였다. 헤어제품만 하던 제품 영역에서 벗어나 스킨, 로션, 에센스 등 색조를 제외한 전 화장품을 생산하도록 하였다. 품목을 다변화하면서 화장품 브랜드인 ‘luvskin’ 을 런칭하였다. 현재 ‘luvskin’ 은 베트남에서 브랜드샵을 개설해 판매하고 있다. 베트남의 경우 1년 동안 브랜드샵을 지속한 업체에 한해 프랜차이즈를 허용한다. 2017년부터는 베트남 내 여러 지역에 ‘luvskin’ 브랜드샵을 개설해 운영할 방침이다.

무역조정지원기업 지정 후 (주)새롬코스메틱이 가장 중점을 둔 것은 차별화였다. 중소기업이 경쟁에서 이기기 위해서는 특색 있는 무언가가 필요하다고 판단한 것이다. 기존에 있던 헤어브랜드 ‘seraz’ 의 패키지를 새롭게 만든 것도 차별화를 위한 전략이었다. 젊은 소비자들에게 잘 알려진 팝아티스트 작가 키세링과의 콜라보레이션을 통해 ‘seraz’ 의 패키지를 리뉴얼하였다. 패키지 디자인의 변화를 통해 소비자의 눈에 잘 띄도록 차별화하였다.

팩에 자석을 붙인 마스크팩도 개발하였다. 자석에는 혈액순환을 돕는 작용이 있는데, 혈액순환이 잘 되면 마스크팩의 에센스 흡수가 더 잘 되리라는 판단으로 팩에 자석을 붙이는 아이디어를 상품화한 것이다.

마스크팩은 중국에서 화장품 단일 제품 가운데 가장 많이 판매되는 제품이다. 중국 시장 진출을 목적으로 만든 이 제품은 현재 중국 바이어들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 중국에도 특허출원을 한 이 제품은 이르면 올 연말부터 중국에 수출할 예정이다.

## 해외 수출은 계속된다

수출도 늘러가고 있다. 중소기업진흥공단에서 하는 시장개척단으로 가서 바이어를 만나고, 경기도 시장개척단으로도 나가 바이어와의 만남을 늘려 나갔다. 이를 통해 중국 화장품업체인 루이본에 '떠난' 을 수출하기로 계약하였다. 중국 수출을 위한 위생허가도 받았으므로 곧 수출이 진행될 것으로 보인다. 현재 매출 가운데 30%는 수출에서 발생할 만큼 꾸준히 수출을 늘러가고 있다.

무역조정지원사업을 신청한 2014년 61억원이던 매출은 2016년 70억원으로 증가할 것으로 예상하고 있다. 지금 논의되는 해외 업체들과 계약이 원활하게 체결되고, LG생활건강의 OEM 매출이 반영될 2017년에는 140억원으로까지 매출을 올릴 것으로 예상하고 있다. 그렇게 되면 직원 총원도 필요하므로 현재 55명인 직원도 앞으로 10명 이상 총원할 방침이다.

현재 (주)새롬코스메틱의 화장품 브랜드인 'luvskin' 을 태국과 베트남으로 수출을 진행하고 있는데, 동남아시아의 다른 국가에도 수출하는 게 1차적인 목표이고, 장기적으로는 더욱 차별화된 제품 개발에 집중해 (주)새롬코스메틱만이 만들 수 있는 독특한 제품을 최대한 보유하는 것이 목표이다. 독특함으로 승부하는 (주)새롬코스메틱이 보여줄 미래가 기대된다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「특화된 무엇이 있어야 한다」

중소기업이 시장에서 승부를 보기 위해서는 기존의 전통적인 제품으로는 어렵다. 제품이 특이하다면지, 가격이 싸다면지, 최초던지 특화된 무언가가 있어야 한다. 중소기업 입장에서 가격을 싸게 하는 것은 무리가 있으므로 특이한 제품이나 최초의 제품을 개발하라고 권하고 싶다. 특이한 무언가가 있어야 가격도 제대로 받을 수 있고 바이어와의 협의도 원활하게 이끌어 갈 수 있다.



(주)필립인텍스

# 위기가 와도 포기는 없다!

## 회사정보

기업명 _ CEO	(주)필립인텍스 _ 양윤석 대표
무역조정 제품	LED 다운라이트
무역조정 지정일자	2015.11.3
관련 FTA	한-EU
설립연도	2008년
종업원수 (2015년 기준)	12명
매출액 (2015년 기준)	1,586백만원
소재지	전라남도 순천시 이수로 238

# (주)필립인텍스

양윤석 대표



“미래는 오늘 우리가  
무엇을, 어떻게 하는가에 따라 달라진다”

(주)필립인텍스는 2008년 11월 7일 설립하여 상업용과 주택용 LED 조명기구를 제조해 판매하였다. 그러나 한-EU FTA 체결 이후 관세가 인하되면서 다국적기업이 브랜드 파워와 막강한 자금력으로 시장점유율을 확대하는 문제가 발생하였다. (주)필립인텍스는 무역조정지원사업을 통해 고효율 기술에 대한 특허출원과 인증을 통해 제품에 대한 공신력을 높였다. 이를 바탕으로 판로를 개척하였고, 국내 대기업과 파트너십을 체결해 국내 시장에서 입지를 넓혀가고 있다.

## LED 조명산업에 들어온 빨간불

LED 조명은 높은 에너지 효율로 인해 세계적으로 사용을 권장하거나 대체하는 법안이 마련·시행되고 있다. 우리나라 역시 산업통상자원부를 중심으로 2015년까지 전체 조명의 30%를 LED 조명으로 전환하는 ‘1530 프로젝트’를 추진해 왔다. 이런 국가 에너지 정책 덕분에 LED 조명기구의 전망은 밝은 편이었다.

(주)필립인텍스도 기업규모는 작은 편이었으나 유통업체와 공사업체를 통해 소비자에게 인지도를 높여가며 안정적으로 회사를 성장시키고 있었다. 그런데 한-EU FTA 체결 이후 (주)필립인텍스의 성장에 빨간불이 들어왔다.

LED 조명기구의 경우 philips(네덜란드), osram(독일), GE(미국) 등의 다국적기업이 세계적으로 높은 인지도를 보유하고 있는 상황에서 한-EU FTA 체결로 관세가 인하되면서 제품의 마진율이 높아지자 공격적인 마케팅을 통해 제품의 시장점유율을 높여갔다. 이에 반해 국내 제품의 경쟁력은 점차 떨어지기 시작했다. 다윗과 골리앗의 싸움에서 중소기업이 당해낼 재주가 없었다. (주)필립인텍스 역시 매출이 떨어지는 위기에 직면하였다.



### 앉아서는 위기를 극복할 수 없다, 방법을 찾자

(주)필립인텍스 양윤석 대표이사는 ‘국내 제품의 경쟁력이 약화되고, 매출이 떨어진다고 해서 앉아서 당할 수는 없다. 어떻게든 위기를 극복할 방법을 찾아야겠다’고 다짐한다.

타사 LED 제품의 경우 120도 각도로 빛을 확산하지만 (주)필립인텍스의 제품은 빛을 180도로 확산시키는 고효율 기술을 보유하고 있었고 이러한 기술을 활용할 방법을 모색하던 중 중소기업진흥공단 담당자로부터 타사 대비 LED 관련 다수의 특허기술을 갖고 있는 만큼 이를 잘 활용하면 경쟁에서 우위를 차지할 수 있으리라는 조언을 들었다. 또한 무역조정지원자금을 받을 수 있다는 안내까지 받았다. 천군만마를 얻은 기분이었다. 고효율의 제품을 개발하고 판로를 다양하게 개척하면 못 할 것도 없다는 확신이 들었다.

사업적으로 위기인 것은 분명했다. 하지만 “미래는 오늘 우리가 무엇을, 어떻게 하는가에 따라 달라진다”는 말이 있듯이 수동적으로 다국적기업에 의해 시장점유율이 줄어들고 있다고 좌절하는 것이 아니라 우리 브랜드 이미지를 고급스럽게 고취시키고 적극적으로 돌진하자는 결론에 도달할 수 있었다.



### 뛰면서 고객이 찾도록 만들어라

중소기업진흥공단의 조언을 들은 후 바로 인력수급 계획과 기술수급 계획, 설비 추진 계획과 판로확보 계획이 담긴 FP(FOUR PLAN)를 계획하고 실천에 들어갔다. 2015년 11월 3일 산업부로부터 무역조정지원기업으로 지정받은 후 1차 무역조정지원자금을 융자받았다. 이 자금을 바탕으로 (주)필립인텍스의 자체브랜드인 ‘FEEL9’ 고효율제품 6종과 매입형 및 고정형 LED 등기구에 대한 KS 인증을 획득하였다. KS 인증은 제품의 신뢰성을 높여주는 한편 마케팅적으로도 충분히 활용할 수 있다. 판급시장 진출을 위해 조달등록 및 나라장터 종합쇼핑몰에 ‘FEEL9’ 제품 6종을 등재하였다.

2015년 12월 7명이던 직원은 판로를 확보하기 위해 영업과 마케팅 담당 직원을 충원하면서 현재는 12명으로 늘어났다. 판로 확보를 위해 수출시장의 신규 판로를 개척하고, 관공서, 공공시설물, 건설사 등에 납품제안을 통해 공격적인 마케팅을 추진하였다. 양윤석 대표이사는 ‘판로를 개척하려면 일단 뛰어야 한다. 우리 회사를 누가 찾아주지 않을까 앉아서 기다리지 말고, 일어서서, 뛰면서’를 되내이며 적극적으로 판로 개척에 나섰다.

더불어 제품에 대한 기술 개발도 계속하였다. 브랜드 인지도로 밀어붙이는 다국적 기업에 (주)필립인텍스의 제품이 기술로는 밀리지 않는다는 것을 보여주기 위해 고효율 전등 개발에 대한 기술 개발 투자를 통해 소비자들의 니즈를 충족하고자 노력하였다.

## 기회를 기적으로 만든다

노력이 더해지자 기회가 기적처럼 생겨나기 시작했다. 공공시설물 납품이 성사되었고, 건설사 납품이 활기를 띄기 시작했다. 2014년 12억원이던 매출이 2015년 15억원이 되었다. 2016년에는 22억원을 달성할 것으로 예상하고 있다. 올해 4월에는 LG전자 Lighting 사업부와 대리점 계약을 체결해 필립인텍스 자체에서 LG전자 LED 조명을 공급받아 판매하기 시작하였으며, 2017년에는 여기서 한발 더 나아가 LG전자 Lighting 사업부와 파트너십 계약을 체결해 자체 브랜드인 'FEEL9' 제품을 공급, 판매할 계획을 추진하고 있다. 현재는 늘어나는 생산량을 충당하기 위해 광양시에 있는 익신산업단지에서 자가공장 설립을 진행하고 있다.

이런 좋은 흐름을 이어가기 위해 2016년 9월 2차 무역조정지원자금을 융자받았다. 이 자금을 통해 시험설비를 추가하는 등 기술개발을 지속 추진하고 있으며 직원 충원을 통해 더욱 내실을 기할 방침이다.

다국적기업이 마케팅으로 밀고 들어오면서 어쩌면 가장 힘든 시기가 될 수 있었던 상황에서 무역조정지원사업을 통해 재도약할 수 있는 힘을 얻을 수 있었고, 위기를 기회로 만든 저력으로 앞으로는 'FEEL9' 을 유통시키는 대리점을 확보해 우리의 품질 혁신 제품을 소비자에게 전하고 싶은게 (주)필립인텍스의 바람이다. 향후 (주)필립인텍스는 해외에 진출해 대한민국의 LED 조명기구가 세계 우수 회사에 뒤지지 않는다는 사실을 알리고 싶다는 비전을 갖고 있다. LED 조명 사업을 먼저 시작한 선진국에 LED 조명기구를 수출하고 싶다는 바람이 현실이 되길 바라는 마음으로 오늘도 뛰고 있다.



### 「 믿을 건 제품력이다! 」

사업 성공의 관건은 결국 제품력이다. 한-EU FTA 체결 후 다국적기업이 밀려 들어올 때는 좌절감이 심했다. 그러나 제품력으로는 다국적기업에 밀리지 않을 자신이 있었다. 고효율 제품 개발에 끈질기게 매달렸고, 이를 인정받기 위한 인증을 받는데 집중하였다. KS인증 등 우리 제품의 우수성이 인정을 받아 대기업에서 파트너십을 체결하자는 제의가 왔다. 다윗과 골리앗의 싸움이라 할지라도 제품력이 확실하다면 승부를 해볼 여지는 충분하다.

세원목재(주)

# 사업구조 개선으로 수익성을 높여라!

## 회사정보

기업명 _ CEO	세원목재(주) _ 홍기오 대표
무역조정 제품	소나무 제재목
무역조정 지정일자	2014.5.14
관련 FTA	한-칠레
설립연도	2006년
종업원수 (2015년 기준)	12명
매출액 (2015년 기준)	5,121백만원
소재지	전남 영암군 삼호읍 산단서부로 31

# 세원목재(주)

홍기오 대표



## “한-칠레 FTA로 사업환경이 바뀌었다.”

내 이야기가 될지 몰랐다”

세원목재(주)는 2006년 9월 22일 설립하여 뉴질랜드 수입원목을 토틸판이나 각재 등으로 가공해 판매하였다. 그런데 한-칠레 FTA 발효 후 제재목 가공이 완료된 완제품이 국내에 들어오면서 건축자재상들이 유통업자들로부터 제재목을 직접 구입하기 시작했다. 주 매출처였던 건축자재상와의 거래가 줄어들면서 세원목재의 매출은 급락하였다. 중소기업진흥공단의 무역조정지원사업을 신청하고 사업 구조를 개선하기로 결정하였다. 건축자재상과의 거래를 줄이고 수익률이 좋은 건축회사와 직거래를 하기로 했다. 또한 한옥자재와 합판 등 부가가치가 높은 품목으로 사업을 다변화하면서 매출을 증대해 나가고 있다.

## 한-칠레 FTA 후 시장 환경이 달라졌다

세원목재(주)는 수입원목을 소나무제재목으로 가공해 판매하는 회사로서 뉴질랜드에서 수입된 원목을 흙막이 공사 시 흙이 내려오는 걸 방지하는 토틸판이나 각재 등의 건설내장재로 가공해 건설자재상에 판매하는 방식으로 사업을 영위하였다. 2006년 창업 후 꾸준히 매출을 늘려 2013년에는 매출을 50억원으로 성장시켰다. 수입목을 소나무제재목으로 가공하는 일은 특별한 기술이 필요한 일이 아니다. 따라서 기술 개발보다 건축자재상이나 건축회사에 영업, 마케팅 활동을 하는 것이 중요하다. 세원목재의 경우 건축 자재상들과의 오랜 거래를 통해 건축 자재상들을 고정 거래처로 두고 있었다. 건축자재상이 매출의 90%, 건설회사가 매출의 10%를 차지하였다.



그런데 2014년 시장 상황에 큰 변화가 발생하였다. 한-칠레 FTA 발효 후 우리나라로 칠레산 원목이 들어오는 것이 아니라, 제재목 가공이 완료된 완제품 형태로 들어오기 시작했다. 즉, 우리가 하던 재단과 가공 과정이 완료된 완제품이 수입된 것이다. 수입된 칠레 제재목의 경우 세원목재(주)가 생산한 제재목 보다 가격이 저렴했다. 또한 칠레산 원목이 워낙 양질이므로 제재목 역시 상당히 단단했다. 이런 장점에 힘입어 건축자재상들이 유통업자들을 통해 칠레산 제재목을 직접 구입하기 시작했다.



거래하던 건축자재상들이 유통업자에게 직접 제재목을 구입하는 걸 보면서 굉장히 당황스러웠고 언론을 통해 FTA가 체결되면 시장 환경이 달라질 것이라는 얘기를 듣기는 했지만, 그것이 세원목재(주) 당사자 얘기가 될 것이라고는 생각지도 못했다. 하지만 좌절하고 있다고 해서 달라질 것은 없었다. 일단 급한 불을 꺼야 했다. 2014년 중소기업진흥공단의 무역조정지원사업을 통해 운전자금을 지원받아 급한 불을 끌 수 있었다. 그리고 사업을 정비할 방법을 고민하기 시작했다.



## 유통 단계를 축소해 수익률을 높이자

세원목재(주)가 찾은 방법은 수익구조 개선이었다. 건축 자재상과 거래를 할 경우 매월 고정적으로 매출을 올릴 수 있다는 장점이 있다. 특별히 영업을 하지 않아도 건축 자재상에서 제재목을 구입해 가므로 고정적인 매출이 가능했다. 하지만 결제가 늦고 때로 어음으로 결제가 이뤄져 수금조건이 불안정하다는 단점도 있었다.

홍기오 대표이사는 '건축 자재상과의 거래를 줄이고 수익성을 높이는 방법으로 전환하자' 는 결단을 내렸다. 결제가 불량한 건축자재상에는 제재목을 판매하지 않기로 했다. 그리고 상대적으로 결제가 좋은 건축회사에 직접 영업을 하기 시작했다. 건축회사에 직접 영업할 경우 건축자재상이 갖는 마진을 줄일 수 있기에 세원목재(주)와 건축회사와의 직거래는 둘 모두에게 도움이 되었다. 그동안은 고정적인 매출을 확보하기 어렵다는 점에서 꺼렸지만 수익성을 높이기 위해서는 건축회사와의 직거래가 답이었다. 기다리는 영업보다 직접 찾아가는 영업을 택한 것이다. 고정 거래처와의 거래를 끊고 새롭게 영업을 시작해야 했으므로 한동안은 매출에 타격이 왔다. 하지만 멀리 보고 길게 가기로 하였다. 당장 실적이 나지 않아도 건축회사에 꾸준히 영업을 하였다. 다행히 무역조정지원사업을 통해 받은 자금 덕분에 영업활동을 하며 회사를 안정적으로 운영할 수 있었다.

## 품목 다변화로 부가가치를 상승시키다

또한 품목을 다변화하였다. 기존에는 토틸판이나 각재 등 건축내장재를 가공, 판매했지만 부가가치가 높은 품목으로 다변화하기로 하였다. 그때 눈에 띈 것이 한옥자재였다. 자연과 함께 하는 삶에 관심이 높아지면서 한옥에 대한 관심이 늘어나고 있는 만큼 틈새시장을 노려보자고 생각한 것이다. 마침 건축주가 한옥을 지으면 정부에서 지원을 해주는 '행복마을 사업' 이 호남지역에서 진행될 예정이었고 그 소식을 듣고 영업을 한 결과 '행복마을 사업' 에 한옥자재 납품을 하게 되었다.



한옥자재 가공의 경우 기존 제재목을 가공할 때와 기계와 공정 등이 동일하므로 추가 설비도 필요 없었다. 중소기업진흥공단에서 지원해준 무역조정지원자금으로 미국에서 다그라스라는 원자재를 수입한 후 가공해 납품하였다. 작업공정의 생산성을 높이기 위한 노력도 하였다. 한옥자재를 가공하려고 하는데, 기존에 사용하던 기계와 높이가 맞지 않았다. 선반 이동방식을 개선해서 기존 기계를 활용할 수 있었고 '생산량을 향상시킨 가공장치' 로 2016년 4월 특허까지 냈다.

대부분의 시장이 완전경쟁시장에 가까워지며 경쟁이 그만큼 치열해지고 있다. 제재목의 경우는 기술력에서 크게 차이가 나는 업이 아니기 때문에 수익구조 개선과 품목 다변화가 중요할 것이다.





## 회사의 체질이 건강해졌다

무역조정지원 이후 세원목재(주)는 많은 것이 바뀌었다. 한 달에 건설자재와 한옥 자재로 판매하는 제재는 1500m³. 정체되었던 매출은 2015년 51억원으로 회복되었고 체질은 상당히 개선되었다. 무역조정지원 전에는 매출의 90%가 건축자재상, 10%가 건축회사였지만, 지금은 건축자재상이 20%이고 건축회사는 80%이다. 결제가 안정적인 건축회사와 직접 거래하면서 수익성도 높아지고 결제도 안정적으로 이뤄지고 있다. 기존 거래처와 거래를 끊고 새로운 거래처를 확보하는 것이 두렵기도 했지만 직원들이 회사의 사업구조 개편에 흔들림 없이 따라주고 ‘한번 해보자’ 는 생각으로 뭉친 것이 큰 힘이 되었다.

무역조정지원사업 전 10명이던 직원은 현재 12명으로 충원되었다. 그 직원들과 함께 세원목재(주)는 앞으로 더욱 부가가치가 좋은 품목으로 제품을 다각화하려고 한다. 이를 통해 지속적인 수익률 개선으로 매출을 늘려 나가는 것이 목표이다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「익숙함에 매몰되지 마라」

사업을 하다보면 결제가 좋지 않은 거래처도 고정 매출을 위해 내치지 않고 끌고 가는 경우가 있다. 나 역시 그랬다. ‘오래 거래했으니깐’, ‘익숙한 거래처니깐’ 라는 생각으로 함께 왔다. 하지만 장기적으로 봤을 때 이는 회사의 성장을 저해하는 걸림돌이다. 익숙한 것을 버리고 수익성을 높이는 방법에 주목하고 집중하라!



(주)대동요업

# 비싸도 구입할 수밖에 없는 제품으로 만들어라!

### 회사정보

기업명 _ CEO	(주)대동요업 _ 박진철 대표
무역조정 제품	점토기와
무역조정 지정일자	2014.11.10
관련 FTA	한-EU
설립연도	1989년
종업원수 (2015년 기준)	83명
매출액 (2015년 기준)	7,141백만원
소재지	경상북도 청도군 금천면 명포길 165-30

# (주)대동요업

박진철 대표



“가격으로 승부하면 골병만 든다.

가격요소를 상쇄하는 제품을 개발해야 한다”

(주)대동요업은 1989년 9월 9일 설립하여 경북공, 남해 보리암 등의 기와 공사에 제품을 납품할 만큼 기술력이 뛰어난 회사다. 하지만 유럽 기와업체들의 물량공세로 인해 매출이 감소하였다. 고민을 거듭하다 해결책은 특화된 기술력 밖에 없다는 결론을 내렸다. 제품 개발 비용을 충당하기 위해 중소기업진흥공단의 무역조정지원사업을 신청하였고, 무역조정지원기업으로 지정받은 후에는 신제품 개발에 혼신을 기울였다. 그 결과 ‘역류방지가 가능한 경량 한식토기와’를 개발완료하였다. 시장의 반응도 좋아 신규 거래처를 성큼성큼 늘려가는 중이다.

## 기와의 함께 50년, 제품은 자신 있다

(주)대동요업은 기와와 함께 한 역사가 50년 가까이 되는 기업이다. 1974년 시멘트 기와 사업을 하던 박진철 대표이사의 부친이 1989년 점토기와 생산업체인 (주)대동요업을 창업했고, 박진철 대표이사가 2010년부터 대를 이어 (주)대동요업을 이끌고 있다. 나이는 젊지만 박진철 대표이사는 이미 실력을 인정받은 전문가다. 점토기와는 흙을 가공하고, 가공된 흙을 성형해 건조시킨 후 1,100도 온도의 가마에서 굽는 방식으로 만들어진다. 제작 외공 자격증을 갖고 있는 문화재 기능인이 전국에 15명 있는데, 그 중 한 명이 박진철 대표이사이며, (주)대동요업의 직원으로도 문화재 기능인이 2명 더 근무하고 있다.



(주)대동요업은 오랜 경험과 축적된 기술력으로 점토기와 업계에서 상당히 인정을 받고 있다. 롯데부여리조트의 108m 원형회랑에 있는 대와, 청와대 춘추관 및 담장공사에 들어간 40여 만장의 기와가 (주)대동요업의 주요 제품이다. 또한 총주 범주사, 경북공, 수덕사, 남해 보리암에도 점토기와를 납품하였다.

## 유럽 기와업체의 물량공세

2006년부터 들어오기 시작한 중국산 저가기와가 시장을 휩쓸고 난 후 2010년부터는 동남아산 기와들이 들어오기 시작했다. 오랜 경험을 갖고 있는 유럽 기와업체들이 동남아를 생산기지 삼아 대량으로 생산해 우리나라에 수출하기 시작한 것이다. 유럽 기와업체의 오랜 경험과 동남아산 저임금을 바탕으로 제품의 질도 우수하고 가격도 저렴한 제품이 들어오기 시작했다. 한-EU FTA 체결 후 더 많은 수입기와가 들어왔다. 2006년 한 해에 들어오던 수입기와가 10만장이었다면, 2014년에는 무려 1,200만장이 수입되었다. 10년도 안 된 사이에 120배가 늘어난 것이다. 수입기와의 이 같은 물량공세 속에서 ㈜대동요업은 문화재 공사에 납품할 정도로 기술력은 우수했지만 매출은 하락하였고, 가스비와 인건비 상승으로 인해 수익 역시 감소하였다.



## 가격이 아닌 제품으로 승부하자

이대로 물러설 수는 없었다. 점토기와 시장을 다른 나라에 내줄 수는 없었다. 또한 점토기와를 통해 앞으로 해보고 싶은 일도 많았다. 마음을 다잡고 중소기업진흥공단에 찾아가 무역조정지원사업을 신청하였다. 다행히 2014년 11월 10일 무역조정 지원기업으로 선정되었다.

(주)대동요업은 이 기회를 다시 한번 신발끈을 동여맬 발판으로 삼기로 했다. 우선, 지원 자금을 활용하기에 앞서 생산 여건들을 정비하였다. 유럽 기와업체의 경우 경험이나 기술력이 좋기도 하지만 가장 큰 차이는 시설이기에 노후된 황토 프레스와 컨베이어벨트를 교체하여 최신 시설로 바꾸었다. 이로써 낙후되어 있는 건조실을 온도와 습도를 자동으로 조절하는 시스템으로 교체하였다. 황토 운반에 필요한 포크레인과 지게차도 바꾸고, 기업부설연구소를 설립하였다. 수입 기와에 대응할 방법은 제품력이 월등해 가격이 비싸더라도 구입할 수밖에 없는 제품을 만드는 것이라고 판단했기 때문이다.

무역조정지원자금을 본격적으로 활용한 것은 기본적인 생산 여건을 정비한 이후 핵심 기술을 개발하는 단계부터였다. 총 450백만원의 운전자금 용자지원을 통해 신제품 개발 및 제품생산용 원부자재 구입 용도로 활용하여 '역류방지가 가능한 경량 한식토기와' 개발을 진행하였다. 또한 당시에 국토부의 R&D사업으로 진행된 '신한옥 프로젝트'에 명지대학교 한옥기술개발연구단과 함께 참여함으로써 해당 기술을 개발하는 데에 많은 도움을 받을 수 있었다. 기존 한식기와의 경우 배수성이 떨어져 기와 사이로 비가 새어 들어오는 문제가 있었다. 하지만 새로 개발한 '역류방지가 가능한 경량 한식토기와'는 기와 테두리 안쪽에 2중턱을 주어 빗물이 원활하게 흘러내리도록 하였다. 또한 기와의 맞닿는 부분이 걸 수 있도록 설계된 기와 시공 시 가볍게 누르기만 하면 윗기와와 아랫기와가 맞물리게 된다. 각 기와들이 결합되어 있으므로 내진성도 좋고, 기와 사이사이로 물이 들어올 가능성도 줄어든다. 기존 KS 규격에서 요구하는 강도와 흡수율, 동파 내구성은 그대로 두면서 중량까지 가볍기 때문에 건물에 하중 부담을 덜어주게 된다. 현재 (주)대동요업은 '역류방지가 가능한 기와'의 특허등록까지 마친 상태다.

무역조정 지원을 통해 개발한 제품은 성형하는 금형기술이 따라오지 않으면 만들 수 없는 제품으로 박진철 대표이사는 금형기술 개발을 위해 사용한 기와가 10만장이 될 정도로 개발에 노력한 결과 이 금형기술 역시 '걸림 기능을 가지는 부와'라는 이름으로 특허등록을 할 수 있었다.



## 월등한 기술력은 고객도 안다

(주)대동요업의 '역류방지가 가능한 경량 한식토기'는 수원한옥기술원과 오죽헌 한옥단지에 20여 만장 납품되었다. 신제품 개발을 바탕으로 (주)백마종합건설, (주)서현건설, (주)에스아이종합건설, (주)현영 등 신규 거래처도 늘어났다. 아직 신제품이 출시된 지 얼마 지나지 않아 현재 매출은 2014년 무역조정 지원을 신청하던 당시와 비슷한 75억 정도지만, 시간이 지나면 매출이 오를 것으로 예상하고 있다.

현재 (주)대동요업의 일차적인 목표는 매출액 증대이다. 신제품에 대한 시장의 반응이 좋은 만큼 영업과 마케팅을 집중해 매출액을 증대시킬 목표이다. 또한 '역류방지가 가능한 경량 한식토기'를 수출해 우리나라 점토기와의 우수성을 세계에 알리고 싶다. 어느 정도 회사가 성장한 다음의 비전은 기와의 특수성을 활용해 기와의 아름다움을 많은 이들에게 알리는 것이다. 회사 인근에 박물관이나 전시장을 만들어서 우리나라 기와의 아름다움을 널리 알리고 싶다는 비전을 꿈꾸고 있다.

### Interview CEO의 Kick!

#### 「특허나 디자인 등록으로 특허된 무기를 만들어라!」

한-EU FTA 체결 후 수입기위가 밀물처럼 들어올 때 당황스러웠다. 하지만 도태되면 안 된다는 생각으로 이를 악물었다. 거대기업과 싸우기 위해서는 우리만의 특허된 무기가 있어야 한다고 판단했다. 그래서 기술 개발에 매진했고, 특허등록이나 디자인등록 등 특허된 무기를 만들었다. 지금 우리가 보유한 특허 등록은 5개, 디자인등록은 10개다. 전쟁터에서 승리할 우리의 무기다.



02 /

## 지원제도 소개



01 사업전환 지원사업

02 무역조정 지원사업

03 기타 지원사업

04 기업활력제고를 위한 특별법

# 1 사업전환 지원사업

# 사업전환 지원사업

## 사업목적

경영여건 변화로 인해 현재 영위 업종에서 새로운 업종으로의 전환을 모색하는 중소기업을 대상으로 자금, 컨설팅 등을 연계지원하여 경쟁력 강화와 산업구조의 고도화 촉진

## 사업전환의 정의 및 유형

중소기업이 현재 운영하고 있는 업종의 사업을 폐지 또는 축소·유지하고 새로운 업종의 사업을 운영하는 것

\* 별도 기업을 설립하여 새로운 사업을 개시하는 창업과는 구별됨

### 사업전환의 개념 및 유형

구분	사업전환내용	전환비중
업종전환	현재 영위업종 사업 폐지 → 새로운 업종으로 전환	3년내 완전전환
업종추가	현재 영위업종 규모(매출 또는 상시근로자) 축소 또는 유지 → 새로운 업종 추가	3년내 30% 이상

- \* 제조업 ↔ 서비스업 업태전환도 사업전환에 포함
- \* 새로운 업종의 기준 : 한국표준산업분류상의 제조업은 세세분류(5단위), 서비스업은 소분류(3단위)가 다른 업종
  - 제조업 예시) 일차전지 제조업(28201) → 축전지 제조업(28202)
  - 서비스업 예시) 가정용품 도매업(464) → 기계장비 도매업(465)
- \* 사업전환 실시기간 : 승인일로부터 3년 이내 (1회에 한해 1년 이내 연장 가능)
- \* 사업전환비중 : 전환·추가된 업종의 매출액 또는 상시근로자수가 전체에서 차지하는 비중

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## 사업전환계획 승인 신청대상

- 승인신청일 현재 3년 이상 계속하여 사업을 운영하고 있는 중소기업
- 상시 근로자수가 5인 이상인 자
- 현재 영위하고 있는 업종 중에서 전체 매출액의 35% 이상을 차지하는 사업을 사업전환 대상으로 하는 자
- 새로이 영위하거나 추가하고자 하는 업종이 제조업 및 \* 서비스업에 해당하고, 중소기업 정책자금 융자계획 공고의 정책자금 융자 제외대상 업종으로 전환하려는 자가 아닐 것
  - \* 서비스업은 한국표준산업분류상의 “농업, 임업 및 어업, 광업, 제조업, 전기·가스·증기 및 수도사업, 건설업”을 제외한 업

## 승인 제외대상

- 사업전환계획 승인의 탈락일 또는 취소일로부터 6개월이 경과하지 아니한 업체
- 휴·폐업중인 업체
- 승인신청일 현재 사업전환계획 업종의 최초 매출발생일로부터 1년 이상이 경과한 자.  
다만, 승인신청일 현재 시제품 또는 내부사용제품으로 개발하여 전체 매출액의 5% 이내인 경우는 매출로 미간주



## 사업전환용자

### ● 신청대상 : 사업전환·사업재편 승인기업

- \* 용자신청은 승인일로부터 5년 이내 가능

### ● 용자범위

#### - 시설자금

- 생산설비 및 시험검사장비 도입 등에 소요되는 자금
- 정보화 촉진 및 서비스 제공 등에 소요되는 자금
- 공정설치 및 안정성평가 등에 소요되는 자금
- 유통 및 물류시설 등에 소요되는 자금
- 사업장 건축자금, 토지구입비, 임차보증금
  - \* 토지구입비는 건축허가가 확정된 사업용 부지 및 산업단지 등 계획입지의 입주계약자 중, 6개월 이내 건축착공이 가능한 경우에 한함
- 사업장 확보(매입, 경·공매)자금
  - \* 사업장 확보자금은 사업영위 필요에 따라 기업당 3년 이내 1회로 한정 지원

### ● 용자조건

#### - 대출금리

- 대출금리(기준금리) : 정책자금 기준금리(변동)

#### - 대출기간

- 시설자금 : 8년 이내(거치기간 3년 이내 포함)
- 운전자금 : 5년 이내(거치기간 2년 이내 포함)

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

#### - 대출한도

- 업체당 연간 70억원 이내(운전자금은 연간 5억원 이내)

- \* 단, 수출향상기업(최근 1년간 직수출실적 50만불 이상이며 20% 이상 증가), 최근 1년간 10인 이상 고용창출 기업, 최근 1년간 10억원 이상 시설투자기업(금회 포함)의 운전자금은 연간 10억원 이내

#### - 용자방식

- 중진공 직접대출 또는 금융회사 대리대출

## 사업진행절차



## 컨설팅지원

- 지원대상 : 「중소기업기본법」상의 중소기업 (과제별 세부 지원 대상 구분)
- 지원내용 : 경영·기술 컨설팅(경영전략, 인사조직, 마케팅/영업, 재무/회계, 고객만족, 글로벌경영전략(FTA), 생산혁신, 품질, 정보기술, 에너지/녹색경영, R&D, 사업전환 등)
- 지원조건

구분	정부지원금	지원비율	전환비중
중소기업 컨설팅사업	최대 30백만원	과제규모에 따라 30 ~ 65%	최대 6개월 (2개월 추가연장, 1회)

\* 지원조건, 지원절차 등은 중소기업 컨설팅 지원사업(공고)을 준용

## 문의처

- 중소기업진흥공단 재도약성장처(본사) : 055)751-9623
- 각 지역본부 : 1357(중소기업통합콜센터)

# 2

## 무역조정 지원사업

# 무역조정지원사업

## 사업목적

자유무역협정(FTA) 이행으로 피해를 입었거나 입을 것이 확실한 중소기업에 대하여 융자 및 컨설팅 지원을 통해 해당 기업의 피해 최소화 및 극복을 지원

## 신청대상

- 신청자격 : 제조업 또는 서비스업 영위 업력 2년 이상 기업 중,

### ① 무역조정지원 (융자 컨설팅)

- 자유무역 협정(FTA) 상대국으로부터의 수입증가로 매출액 등이 10% 이상 감소하였거나 감소가 예상되는 기업

### ■ 무역조정지원기업 지정요건

구분	사업전환내용	전환비중
무역피해를 입었을 경우	지정신청일 이전 2년 이내	- 6개월 또는 1년간의 총 매출액 또는 생산량이 그 직전년도 동일기간과 비교하여 10%이상 감소 - 또는, 영업이익, 고용, 가동률, 재고 등을 종합적으로 고려한 피해가 상기 피해에 상당한 경우
무역피해를 입을 것이 확실한 경우	지정신청일 이후 1년 이내 발생할 것으로 예상	- 6개월 또는 1년간의 총 매출액 또는 생산량이 그 직전년도 동일기간과 비교하여 10%이상 감소가 예상되는 경우 (단, 영업이익, 고용, 가동률, 재고 등의 변화를 종합적으로 고려함)

### ② 경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅

- 자유무역협정(FTA) 상대국으로부터의 수입증가로 매출액 등이 5% 이상 감소하였거나 감소가 예상되는 기업

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## ■ 경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅지원 요건

구분	사업전환내용	전환비중
무역피해를 입었을 경우	지정신청일 이전 2년 이내	- 6개월 또는 1년간의 총 매출액 또는 생산량이 그 직전년도 동일기간과 비교하여 5%이상 감소 - 또는, 영업이익, 고용, 가동률, 재고 등을 종합적으로 고려한 피해가 상기 피해에 상당한 경우
무역피해를 입을 것이 확실한 경우	지정신청일 이후 1년 이내 발생할 것으로 예상	- 6개월 또는 1년간의 총 매출액 또는 생산량이 그 직전년도 동일기간과 비교하여 5%이상 감소가 예상되는 경우 (단, 영업이익, 고용, 가동률, 재고 등의 변화를 종합적으로 고려함)

## 지원절차

### ① 무역조정지원 (융자 컨설팅)



\* 융자지원 전 무역조정계획 적합성 확인

## ② 경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅



## 지원내용

## 가. 융자지원

## ① 융자대상

- FTA체결 상대국으로부터 무역피해가 인정되어 무역조정지원기업으로 지정받은 기업
  - \* 융자신청은 산업통상자원부의 무역조정지원기업 지정일로부터 3년 이내

## ② 융자지원 범위

- 시설자금
  - 무역조정계획의 이행에 필요한 설비투자 및 입지확보 등에 소요되는 자금
    - \* 토지구입비는 건축허가(산업단지 등 계획입지의 입주계약자 포함)가 확정된 사업용 부지 중 6개월 이내 건축착공이 가능한 경우에 한함
    - \* 사업장 확보자금은 사업영위 필요에 따라 업체당 1회로 한정 지원
- 운전자금
  - 무역조정계획의 이행에 필요한 원부자재 구입비, 생산비 및 부대비용, 판로 및 시장개척비, 개발관련 비용, 인건비 등
  - 기타 무역조정과 관련한 기업경영에 소요되는 경비

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## ③ 융자조건

- 대출금리 : 연 2.1% 고정금리 적용
- 대출기간
  - 시설자금 : 8년 이내(거치기간 3년 이내 포함, 담보부 대출)  
6년 이내(거치기간 3년 이내 포함, 신용 대출)
  - 운전자금 : 5년 이내(거치기간 2년 이내 포함, 담보부·신용 대출)
- 대출한도 : 업체당 연간 45억원(수도권을 제외한 지방소재기업은 50억원)
  - \* 운전자금은 연간 5억원 이내
  - \* 단, 수출향상기업(최근 1년간 직수출실적 50만불 이상이며 20% 이상 증가), 최근 1년간 10인 이상 고용창출 기업, 최근 1년간 10억원 이상 시설투자기업(금회 포함)의 운전자금은 연간 10억원 이내

## ④ 융자방식

- 중진공(직접대출) 또는 금융회사(대리대출)에서 신용, 담보부 대출

## 나. 컨설팅 지원

※ '무역조정 컨설팅'과 '경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅' 지원을 통합 운영

## ① 지원대상

- (무역조정 컨설팅) FTA체결 상대국으로부터 무역피해가 인정되어 무역조정지원기업으로 지정받은 기업
  - \* 컨설팅신청은 산업통상자원부의 무역조정지원기업 지정일로부터 3년 이내
- (경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅) 매출액 등이 5% 이상 감소한 기업 중 중진공 무역조정심사위원회로부터 승인을 받은 기업

## ② 지원내용

- 무역조정계획 실행 및 무역피해 극복에 필요한 경영·기술 전 분야

## ③ 지원한도

- (무역조정 컨설팅) 기업당 연간 40백만원 이내(3년간 다회)
- (경영안정 및 경쟁력 확보를 위한 컨설팅) 기업당 40백만원 이내(1회에 한함)

## ④ 지원비율 : 컨설팅 소요비용의 80%

## ⑤ 컨설팅 지원 분야

분야	세부 지원내용
경영·기술 분야	경영 및 기술(생산) 전반을 대상으로 문제가 되는 특정분야(요소)에 대한 개선방안 도출 및 실행방안 제시 생산관리, 품질관리, R&D, 영업, 마케팅, CRM, 인사관리, 재무관리, 원가관리, 유통·물류, 정보화, 각종 인증 등

## 문의처

- 중소기업진흥공단 재도약성장처(본사) : ☎ 055-751-9622
- 중소기업 통합콜센터 : 전국 어디서나 국번없이 ☎ 1357

## 3

## 기타 지원사업

# 01. 사업전환 지원센터

## 연혁

- '중진공 사업전환지원센터'를 시범운영기관으로 지정('06.8)
- '중소기업사업전환지원센터'를 중소기업진흥공단에 설치('08.4) 운영
  - \* (설치근거) 「중소기업 사업전환 촉진에 관한 특별법」 제6조

## 사업내용

- 중소기업 사업전환계획의 수립지원 등
- 사업전환계획승인 신청접수, 현장실사 등 종합진단\*, 자금, 정보제공 및 컨설팅 지원 및 사업전환 승인기업, 사후관리, 이행실적조사 등
  - \* 종합진단은 전문기관(중진공) 직원 1명, 외부전문가 1명이 중소기업현장실사를 통해 상황을 진단하고 승인, 용자, 컨설팅, 정보제공 등 연계지원
- 유희설비의 유통정보 제공 및 거래알선

## 문의처

- (문의) 중소기업진흥공단 재도약성장처 / 055-751-9623
- (지역별) 중소기업진흥공단 각 지역본(지)부 사업전환지원센터

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

지역본(지)부	전화	지역본(지)부	전화	지역본(지)부	전화
서울 (양천구)	02)6678-4122	충북 (청주시)	043)230-6814	전남 (무안군)	061)280-8033
서울동남부 (서초구)	02)2156-2204	충북북부 (충주시)	043)841-3615	전남동부 (순천시)	061)724-1403
서울북부 (중구)	02)769-6415	전북 (전주시)	063)210-9922	부산 (사상구)	051)630-7445
인천 (연수구)	032)450-0526	전북서부 (군산시)	063)460-9822	부산동부 (해운대구)	051)784-3626
인천서부 (서구)	032)450-0573	대구 (북구)	053)601-5293	울산 (남구)	052)703-1127
경기 (수원시)	031)259-7928	경북 (구미시)	054)476-9324	경남 (창원시)	055)212-1373
경기동부 (성남시)	031)788-7404	경북동부 (포항시)	054)223-2044	경남동부 (김해시)	055)310-6616
경기서부 (안산시)	031)496-1013	경북남부 (경산시)	053)212-3333	경남서부 (진주시)	055)756-3064
경기북부 (고양시)	031)920-6735	강원 (춘천시)	033)259-7635	제주 (제주시)	064)751-2056
대전 (서구)	042)866-0142	강원영동 (강릉시)	033)655-8875		
충남 (천안시)	041)621-3684	광주 (광산구)	062)600-3011		

## 중소기업진흥공단 지역본(지)부의 관할구역

지역본(지)부	관할구역
서울지역본부	양천구, 강서구, 관악구, 구로구, 금천구, 동작구, 영등포구
서울동남부지부	서초구, 강남구, 강동구, 광진구, 성동구, 송파구
서울북부지부	강북구, 노원구, 도봉구, 동대문구, 서대문구, 성북구, 은평구, 종로구, 중구, 중랑구, 마포구, 용산구
인천지역본부	연수구, 계양구, 남동구, 부평구, 부천시
인천서부지부	서구, 동구, 남구, 중구, 강화군, 옹진군, <b>김포시</b>
경기지역본부	수원시, 안성시, 오산시, 용인시, 평택시, 화성시, 과천시, 안양시, 의왕시, 군포시
경기동부지부	광주시, 구리시, 남양주시, 성남시, 이천시, 하남시, <b>가평군</b> , 양평군, 여주군
경기서부지부	시흥시, 광명시, 안산시
경기북부지부	고양시, 동두천시, 양주시, 의정부시, 파주시, 포천시, 연천군, <b>김포시</b>
강원지역본부	춘천시, 원주시, 양구군, 영월군, 인제군, 정선군, 철원군, <b>평창군</b> , 홍천군, 화천군, 횡성군, <b>가평군</b>
강원영동지부	강릉시, 동해시, 삼척시, 속초시, 태백시, 고성군, 양양군, <b>평창군</b> , <b>정선군</b>
대전지역본부	대전시, <b>세종시</b> , <b>공주시</b> , 계룡시, 논산시, 보령시, 금산군, 부여군, <b>서천군</b> , <b>청양군</b> , <b>옥천군</b> , <b>영동군</b> , <b>당진시</b> , <b>예산군</b>
충남지역본부	천안시, 서산시, 아산시, <b>당진시</b> , <b>예산군</b> , 태안군, 홍성군, <b>공주시</b> , <b>세종시</b>
충북지역본부	주시, 보은군, 영동군, 옥천군, 진천군, 증평군, 청원군, 음성군
충북북부지부	충주시, 제천시, 괴산군, 단양군, 음성군
전북지역본부	전주시, 남원시, 무주군, 순창군, 완주군, 임실군, 장수군, 진안군, 정읍시, 익산시, 김제시
전북서부지부	군산시, 고창군, 부안군, <b>서천군</b> , <b>익산시</b>
광주지역본부	광주시, <b>나주시</b> , 담양군, <b>영광군</b> , <b>장성군</b> , <b>함평군</b> , 화순군
전남지역본부	무안군, 목포시, 강진군, 신안군, 영암군, 완도군, 진도군, 해남군, <b>영광군</b> , <b>함평군</b> , <b>나주시</b> , <b>장흥군</b>
전남동부지부	순천시, 광양시, 여수시, 고흥군, 곡성군, 구례군, 보성군, <b>장흥군</b>
대구지역본부	대구시, <b>고령군</b>
경북지역본부	구미시, 김천시, 문경시, 상주시, 안동시, 영주시, <b>고령군</b> , 군위군, 봉화군, 성주군, 예천군, 의성군, 칠곡군
경북동부지부	포항시, 경주시( <b>외동읍</b> , <b>내남면</b> , <b>산내면</b> ), 영덕군, 영양군, 울릉군, 울진군, 청송군
경북남부지부	경산시, 영천시, 청도군
부산지역본부	사상구, 강서구, 동구, 부산진구, 북구, 사하구, 서구, 영도구, 중구
부산동부지부	해운대구, 금정구, 남구, 동래구, 수영구, 연제구, 기장군
울산지역본부	울산시, 경주시( <b>외동읍</b> , <b>내남면</b> , <b>산내면</b> ), <b>양산시</b>
경남지역본부	창원시, 의령군, 함안군, 창녕군
경남동부지부	김해시, 밀양시, <b>양산시</b>
경남서부지부	진주시, 거제시, 사천시, 통영시, 거창군, 고성군, 남해군, 산청군, 하동군, 함양군, 합천군
제주지역본부	제주시, 서귀포시

\* 굵은 글씨체는 지역본(지)부의 복수 관할 지역

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## 02. 사업전환·무역조정 세제지원

### 세제지원 알선

- 수도권 과밀지역 이외에서 업종전환(100%) 또는 50%이상 업종추가시 전환사업 발생소득에 대한 법인세 · 소득세 50% 감면
  - \* 당초 '12년말 일몰예정이던 조항이 '20년말(공장신설시)까지 연장됨
- **(취지)** 사업전환으로 신규설비투자 등 투자비용 부담이 있는 사업전환 초기 기업의 조세부담을 줄여 고부가가치 전략업종으로의 원활한 전환을 지원
- **(기대효과)** 기업 생애주기(Business Life Cycle) 초기단계에서 과세특례는 중소기업의 투자비용 부담을 경감시키고 신규 투자를 유발

## 사업전환 / 무역조정 기업의 조세특례

- 사업전환 중소기업 및 무역조정지원기업에 대한 세액감면 요건(조특법 33조의 2)
  - ① 5년이상 계속 경영하는 중소기업 및 무역조정지원기업
  - ② 2018.12.31(공장 신설시 2020.12.31)일까지
  - ③ 수도권 과밀억제권역 밖에서
  - ④ 제조업, 과학기술서비스업 등 28개 업종(조특법 제6조 3항)으로 전환
  - ⑤ 사업전환일\* 이후 최초 소득이 발생한 과세연도와 다음 과세연도로부터 3년 이내까지(총 4년간)
    - \* (100%전환) 양도 또는 폐업일로부터 1년(공장신설시 3년) 이내 전환
    - \* (업종추가) 추가한 과세연도의 다음 과세연도로부터 5년 이내에 전환비중을 50%이상으로 확대
  - ⑥ 전환사업에서 발생하는 소득에 대한 법인세 소득세의 50%감면

## 무역조정기업의 조세특례

- 무역조정지원기업에 대한 과세특례 요건(조특법 33조)
  - ① 무역조정지원기업이(무역조정지원에 관한 법률 제6조)
  - ② 제조업, 과학기술서비스업 등 28개 업종(조특법 제6조 3항)으로 전환하기 위해
  - ③ 전환전사업용 고정자산을 양도하고 양도일부터 1년 이내에 전환사업용 고정자산을 취득시
  - ④ 매각에 따른 양도차익은 당해연도에 익금불산입, 3년후, 3개 사업연도 동안 익금산입
- 과세특례 선택사항
  - ① 양도가액으로 (기계장치 취득시) 양도소득세 50% 감면
  - ② 양도가액으로 (사업장 건물 및 부속토지 취득시) 과세이연

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## 03. 중소·벤처기업 자산거래 중개장터 (중고몰)

**JOONGGOMALL(중고몰)** : 기계설비, 공장 원자재, 무형자산의 거래를 지원하는 온라인 종합포털 사이트(www.joonggomall.or.kr)

### 주요서비스

- 다양한 매각/매입 유휴자산 정보 제공
  - 기계설비, 공장, 원자재, 무형자산의 매각/매입 정보 제공
- 직거래, 입찰경매, 역경매를 통하여 자산 거래
- 기계설비, 공장 원자재, 무형자산의 자산가치 감정 전문가 정보제공
  - 한국감정평가협회와의 연계를 통한 감정전문가 POOL 구축
- 유관기관\*의 유휴자산 정보 제공
  - 유관기관의 다양한 유휴자산에 대한 정보 확보 및 등록
  - \* 한국자산관리공사, 신용보증기금, 발명진흥회 등

### 서비스 절차





## 04. 구조개선전용자금

### 사업개요

- **목적** : 부실징후 중소기업에 대한 구조개선전용자금 지원을 통해 조기정상화 및 재도약 기회 부여
- **지원대상** : 다음 각 호 중 1가지 이상의 요건을 충족하는 기업
  - 은행권 추천 경영애로 기업
    - 기업신용위험 평가결과 B, C 등급으로 분류된 기업
    - 은행권 자체프로그램에 의한 워크아웃 추진 기업
  - 중진공 및 신·기보 지정 경영애로 기업
  - 채권은행협의회운영협약 또는 기업구조조정촉진법에 의한 워크아웃 추진 중소기업
  - 전국은행연합회의 “신용정보관리규약”에 따라 연체, 대위변제·대지급, 부도, 관련인 정보 등록기업 또는 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 회생계획 인가기업(회생인가 종결 후 1년 이내 기업 포함) 중 강력한 자구노력(자산매각, 대주주 감자 등) 추진기업 및 회생계획을 성실히 수행하고 있는 기업
  - 진로제시 컨설팅 결과 ‘구조개선’ 대상으로 판정된 기업

### 자금요건(중진공 직접대출로 운전자금 지원만 가능)

- **대출금리** : 정책자금 기준금리(변동)
- **대출한도** : 기업당 연간 10억원이내(3년간 10억원 이내)
- **대출기간** : 담보부 대출 5년(거치 2년), 신용대출 5년(거치 2년)

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

### 서비스 절차



### 문의 및 신청안내

- (문의) 중소기업진흥공단 재도약성장처 : 055-751-9632
- (신청 및 접수) 중소기업진흥공단 각 지역본부 : 1357(중소기업통합콜센터)

# 4

## 기업활력 제고를 위한 특별법

# 기업활력제고를 위한 특별법

## 개요

- 기업들의 사업재편과 관련한 「상법」, 「공정거래법」 등의 각종 규제와 세제문제 등을 한 번에 해결해 주어 기업이 신속하게 사업재편을 할 수 있도록 도와주는 3년 한시 특별법(‘16.8.13 시행)
- 과잉공급 분야 기업들의 부실화를 사전에 차단하고 국내 산업의 경쟁력을 강화할 것으로 기대

## 적용대상

- 신사업 진출, 과잉공급 해소 등을 위해 추진하는 다양한 사업재편을 지원하며, “과잉공급 업종”에 속한 “정상기업”에 대해 적용

### 사업재편의 유형(예시)

합병	복수의 회사를 하나의 회사로 합하는 사업재편 - 중복투자 방지, 경영합리화 등을 위해 추진
분할	하나의 회사를 2개 이상으로 나누는 사업재편 - 경영위험 최소화, 책임경영체제 확립 등을 위해 추진
영업양수도	회사의 특정 사업부문을 양수·양도하는 사업재편 - 주력사업 집중, 재무건전성 강화 등을 위해 추진
주식의 포괄적 교환·이전	주식 총수를 교환·이전해 완전자회사를 만들기 위한 사업재편 - 순환출자 해소, 기업지배구조 개선 등을 위해 추진

사업전환 지원사업

무역조정 지원사업

기타 지원사업

기업활력제고를 위한 특별법

## 지원절차

### 승인절차

### 활용 예시

#### ① 주무부처 사전상담

- 철강업계 대기업인 A사는 자사의 핵심역량을 강화하기 위해 특수강 사업부문을 분리하여 중소기업인 B사에 이관하는 사업재편계획을 마련
- 이후 A사와 B사는 철강산업의 주무부처인 산업통상자원부와 사전상담

#### ② 사업재편계획 신청

- A사와 B사는 산업통상자원부에 사업재편계획 신청
- 사업재편 계획 신청 시 공정거래위원회의 기업결합 심사도 동시에 개시

#### ③ 주무부처 검토 (1개월)

- 산업통상자원부는 양사가 제출한 사업재편계획의 타당성·실현가능성·과잉공급 여부·특례지원사항 등을 검토

#### ④ 심의위원회 심의 (1개월)

- 산업통상자원부는 검토결과를 사업재편계획 심의위원회에 상정하고, 심의위원회는 산업통상자원부 검토결과를 심의

#### ⑤ 주무부처 승인

- 심의위원회 심의 종료시 산업통상자원부는 지체 없이 해당 사업재편계획 승인여부를 A사와 B사에 통보

#### ⑥ 사업재편(3년)

- 사업재편계획을 승인받은 경우, A사와 B사의 사업재편에 대해 절차간소화, 세제지원 등의 특례 제공

## 관련 특례

### ● 「상법」상 사업재편 절차 간소화

- 이사회 결의만으로 할 수 있는 사업재편 확대

- \* 소규모 분할 제도 신설로 자산총액 대비 10% 미만의 사업부문 분할 용이
- \* 소규모합병 적용대상 및 간이합병 적용대상 확대

- 주주총회 절차 간소화

- \* 주총 소집 통지·공고기간 및 채권자의 이의제출기간 단축 등으로 사업재편 소요기간 최대 44일 단축

### ● 「공정거래법」상 각종 규제 완화

- 기업결합심사에 관한 특례

- \* 사업재편계획을 주무부처에 제출한 시점에 자동으로 공정거래위원회의 기업결합심사가 개시된 것으로 간주

- 상호·순환출자 제한 규제에 관한 특례

- \* 자산총액 5조원 이상 기업집단 내 계열사 간 상호·순환출자 해소기간이 6개월에서 1년으로 연장

- 지주회사 규제에 관한 특례

- \* 지주회사가 자본총액 2배 이상의 부채를 보유할 수 없도록 한 규제가 3년간 유예

### ● 세제 및 자금 등 지원

- 세제지원

- \* 사업재편 과정에서 발생하는 각종 조세(양도차익 법인세, 증여세 등)에 대한 이연·감면

- 재정자금 지원

- \* 사업재편계획을 승인받은 중소·중견기업의 사업재편에 대해 재정자금이 지원

- 근로자에 대한 안전망 제공

- \* 창업·재취업교육, 직업능력개발훈련 등 승인기업 근로자의 전직 지원

새로운 도약을 위한 변화의 기회  
**사업전환에 답이 있다**

- 발행일 2016. 12
- 발행처 중소기업진흥공단  
T. 055)751-9624
- 제작 한국기업지식연구원  
T. 02)866-9187
- 디자인·인쇄 (주)한국광고미디어센터  
T. 02)3664-4009