

1권

열정의 길

(대학생 창업)

CONTENTS

| CONTENTS |

프롤로그

Part 1. 창의

- (주)아트쉐어 (정지혜) _ 010
- (주)와이브레인 (이기원) _ 020
- 엔트리코리아(주) (김지현) _ 032

Part 2. 발견

- B&P (김민정) _ 046
- KBM (이상원) _ 058
- (주)로하 (김경문) _ 070
- (주)아모리스트 (시신비, 장혜진) _ 082

Part 3. 패기

- 호피플 (배현길) _ 096
- (주)제주지앵 (강규언) _ 106
- 산마을영농조합법인 (양식환) _ 118

결코
끌 수 없는
열정으로
삶을
살아라

셰익스피어

| 프롤로그 |

“한번 시작해볼까?”

우리의 김창업 씨는 지금 선택의 기로에 서 있습니다.

오랜 고민과 두근거림 속에 미래에 대한 희망을 살짝 얹은 후, 한 발을 슬쩍 내딛습니다.

하지만 내딛는 순간에도 발을 디딜까 말까. 조금 뒤로 빼까, 앞으로 확 내밀까 갈등합니다.

누군가에게 떠밀어서 가는 길이 아니라서 더욱 그렇습니다. 오롯이 내 판단과 내 결심으로 가는 길이기에 사무칠 정도로 고독한 고민을 합니다.

창업은 쉽지 않습니다.

성공하는 창업은 더더욱 쉽지 않습니다.

그렇기 때문에 많은 정보를 모아야 하고 오랜 시간 준비를 해야 합니다.

창업은 취업의 대안이 아닌 내 삶을 제대로 경영 하겠다는 출사표입니다.

그래서 성공 창업으로 향하는 길을 먼저 걸어가 본 선배들의 한마디는 때로 돈 주고도 사지 못하는 귀한



자산이 될 수 있습니다.

성공 창업을 향해 선배들이 걸어간 길은 그들의 선택이 이어져서 만든 흔적입니다. 깊은 고민과 실수, 때로는 실패 후에 다시 재도전하며 얻은 값진 흔적들입니다.

김창업 씨는 이제, 그 길을 하나하나 걸어가 보려 합니다. 길 위에서 만난 선배들에게 그들의 노하우와 경험을 물어보고, 생생하게 살아 있는 이야기들을 들어보려 합니다.

우리 창업 씨가 처음으로 걸어갈 길의 이름은 “열정의 길”입니다.

뛰어난 창의력으로 새로운 시장을 발견하고 젊음이 가진 패기로 그 시장을 향해 뛰어드는 대학생들. 그들의 젊은 시간을 대변하는 한 단어 “열정”, 가슴 한 구석이 활활 타오를 정도로 두근거리는 그들의 성공을 향한 이야기 속으로 한번 들어가 봅니다.

자! 창업 씨의 길에 동행 하실래요?

창업 씨가 누구를 만날지 기대되지 않나요?



創意倉

열정의 길 ∞ 창의

나에게 창의성은 안 먹고는 살 수 없는 약과 같다.

-세실 B. 드밀-



- 기업명 : (주)아트쉐어
- 대표명 : 정지혜
- 주요사업 : 아트상품
- 대표번호 : 070-7501-7861
- 홈페이지 : www.artshare.kr

**Project Title**

창업선도대학
창업아이템
사업화

“예술로 가득한 세상”

세상의 모든 예술을 내보내는 곳.

아트쉐어가 만들어갈 미래이다.

정
지
혜
**jung
G
haye**

예술, 손 안으로 들어오다

“대중들이 예술을 편하게 접하는 계기를 마련해주고 싶었어요. 그래서 저희 회사 슬로건이 ‘손에 닿는 예술’이에요.”

아트쉐어의 정지혜 대표와 김준상 팀장은 ‘손에 닿는 예술’이라는 슬로건을 매일매일 현실로 만들기 위해 고민하는 사람들이다. 동국대 조소과를 졸업한 두 사람은 척박한 환경 속에서 창작활동을



하는 신진 작가들이 작품활동에 전념할 수 있도록 길을 열어주고 싶었다. 그래서 신진 작가와 대중을 연결해주겠다는 마음으로 아트쉐어를 만들었다. 일종의 예술 플랫폼인 셈이다.



예술이란 것이 어렵다고만 생각했던 대중들은 아트쉐어를 통해 보다 편하게 작품을 접하게 되고 이는 다시 구매까지 연결된다.

즉, 신진 작가는 안정된 수입을 보장받고 대중들은 다양한 예술작품을 만나면서 긍정적인 선순환 체계를 만들어가게 되는 것이다.

시작은 아무 것도 없었다

대학 시절부터 연인이었던 정 대표와 김 팀장의 창업 도전은 아트쉐어가 처음이 아니었다.

학교 나닐 때 창업론이라는 수업을 들으며 구체적인 비즈니스를 꿈꿨고 곧 티셔츠 사업을 시작했다. 하지만

첫 사업은 실패로 돌아갔다. 이어서 도전한 두 번째 사업은 스마트폰 케이스였다. 학교 다닐 때부터 고민해 았던 ‘예술작품과 실생활의 접점을 찾아보자.’라는 부부과도 맞아떨어지는 아이템이기도 했다. 아이템을 찾았으나 문제는 자본이었다. 이때 손을 내밀어 준 곳이 동국대학교의 창업선도대학 창업아이템 사업화 프로그램이었다.

“그 사업에 선정된 덕분에 시제품을 제작할 수 있었고, 현재의 콘셉트 제품들까지 만들 수 있었어요.”



창업의 길은 생각보다
더 어려웠다.
창업선도대학의
창업아이템 사업화
프로그램이 없었다면
여전히 힘겹게 고비를
넘어가고 있었을 것이다.

창업선도대학 창업아이템 사업화 프로그램은 지금까지 딱 한 번 받은 정부 지원이었고, 이 덕분에 아트쉐어가 존재할 수 있었다. 그렇지만 시작부터 큰 호응을 얻지도, 점포에 입점하는 것도 쉽지는 않았다. 하지만 좌절은 없었다. 수없이 시도한 끝에 지금은 텐바이텐(10x10), KT&G 상상마당 등 여러 곳에 입점할 수 있게 되었다.

그리던 중 우연히 파워 블로거 한 분이 남겨준 리뷰가 네이버에 노출이 되었고, 실시간 검색어에



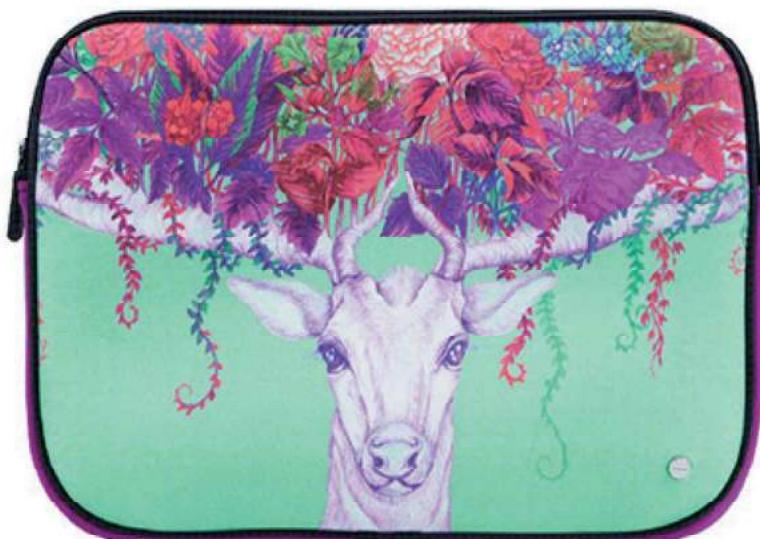
오르는 행운을 얻었다. 그 이후 사업은 승승장구하기 시작했고, 지금은 인사동에 1호점, 전대에 2호점을 오픈했다. 징직원은 6~7명, 아르바이트생까지 하면 10~13명 정도에 월매출 1억~2억 원으로까지 규모가 성장했다.

조금씩, 한 걸음씩

아트쉐어가 어느 정도 궤도에 올랐나고는 하지만 두 사람은 여전히 목마르다. 처음에 구상했던 신진 작가의 작품을 접할 수 있게끔 하는 플랫폼에 대한 꿈 때문이다. 그래서 신진 작가들의 작품을 세상에 알리기 위한 활동으로 1년에 한 번씩 작품전시를 할 수 있도록 지원하고 있다.

아트쉐어는 스마트폰 케이스나 IT관련 액세서리뿐만 아니라 작가들의 가치관을 보다 깊이 느낄 수 있는 상품을 더 개발하고 싶어 한다. 올해 여행용 캐리어를 시작으로 나중엔 가방, 양말, 장갑 등 많은 분야로 진출할 계획이다.





생활 속의 예술. 이제는
맘껏 누리세요.

여전히 고민을 많이 해야 하는 시장이기에 두 사람은 아직도 실수를 한다고 한다. 하지만 그것을 계기로 성장하고 발전할 수 있기 때문에 괜찮다고 했다.

“잃을 게 없어요.”

시작할 때부터 아무것도 없었기에 지금도 잃을 것이 없다고 말하는 두 사람. 이것이 지금의 아트쉐어를 있게 만든 건 아닐까.



- 기업명 : (주)와이브레인
- 대표명 : 이기원
- 주요사업 : 웨어러블 헬스케어
- 대표번호 : 02-501-2879
- 홈페이지 : www.ybrain.com



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 뇌파로 새 세상을 발견하다 ”

뇌의 무궁무진한 가능성을 현실로 만드는 것.
와이브레인이 개척해 나가는
시장이다.”

이
기
원

Lee
Ki won

우연을 필연으로

삼성연구소 장학생으로 카이스트 박사과정을 마치고
삼성에서 일하던 촉망받던 인재. 박사과정 때 연구한
내용으로 상도 받고 세계인명사전에도 올랐다. 이렇게
화려한 이력을 가지고 안정된 직장생활을 할 수도
있었지만 삼성에서 과감히 뛰쳐나왔다. 무엇이 그를
세상 밖으로 나오게 만든 것일까?



이기원 대표가 직장을 그만 둔 이유는 자신의 꿈을 실현하고 싶었기 때문이다. 자신만의 기술로 제품을 만들어 많은 사람들이 사용하게 만드는 꿈 말이다.

꿈을 이루기 위해 기회를 보딘 중 우연한 만남을 계기로 창업을 시작하게 되었다.

지인의 소개로 만난 두 사람. 두 사람은 이미 창업진흥원에서 선정한 창업과제를 수행 중이었다. 한 사람은 뇌파를 분석해서 사람의 상태를 파악하는 연구를, 다른 한 사람은 미세한 전기자극을 가해 특정 뇌기능을 조절할 수 있는 제품을 개발중이었다. 그리고 이 대표는 휴대기기를 더 작게, 더 싸게 만들어 대중화 할 수 있는 기술을 가지고 있었다. 세 사람이 만나 이야기를 나누면서 프로젝트 아이템이 구체화 됐다.

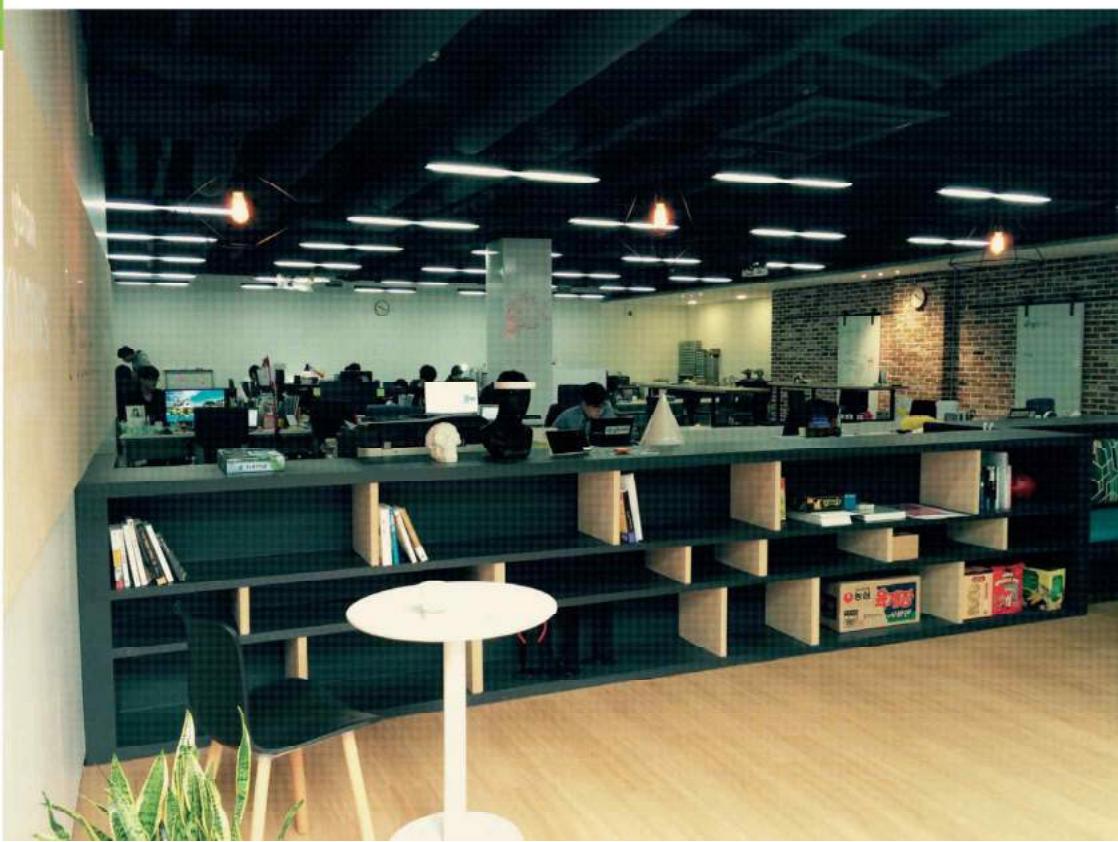
“이 프로젝트에 참여하게 되면 제가 꿈꾸던 현실을 만날 수 있을 거란 생각이 들었어요. 제가 할 수 있는 일도 명확했고요. 그래서 이야기를 나눈 그날 퇴사를 결심하게 됐죠.”

순수한 마음으로

중소기업청의 ‘연구원 특화 예비기술창업자 육성사업’은 사업을 시작할 때 큰 도움이 됐다. 당장 눈에 보이는 결과물이 없는 상태였지만 가능성을 보고 선정 해주었기 때문에 좋은 환경에서 마음 편하게 준비할 수 있었다. 그렇다고 해서 사업이 순탄하지만은 않았다.

아마 이것저것 따졌으면 못했을 거예요. 해보자!라는 마음을 먹은 순간 곧장 실행에 옮겼기에 가능했던 거죠.

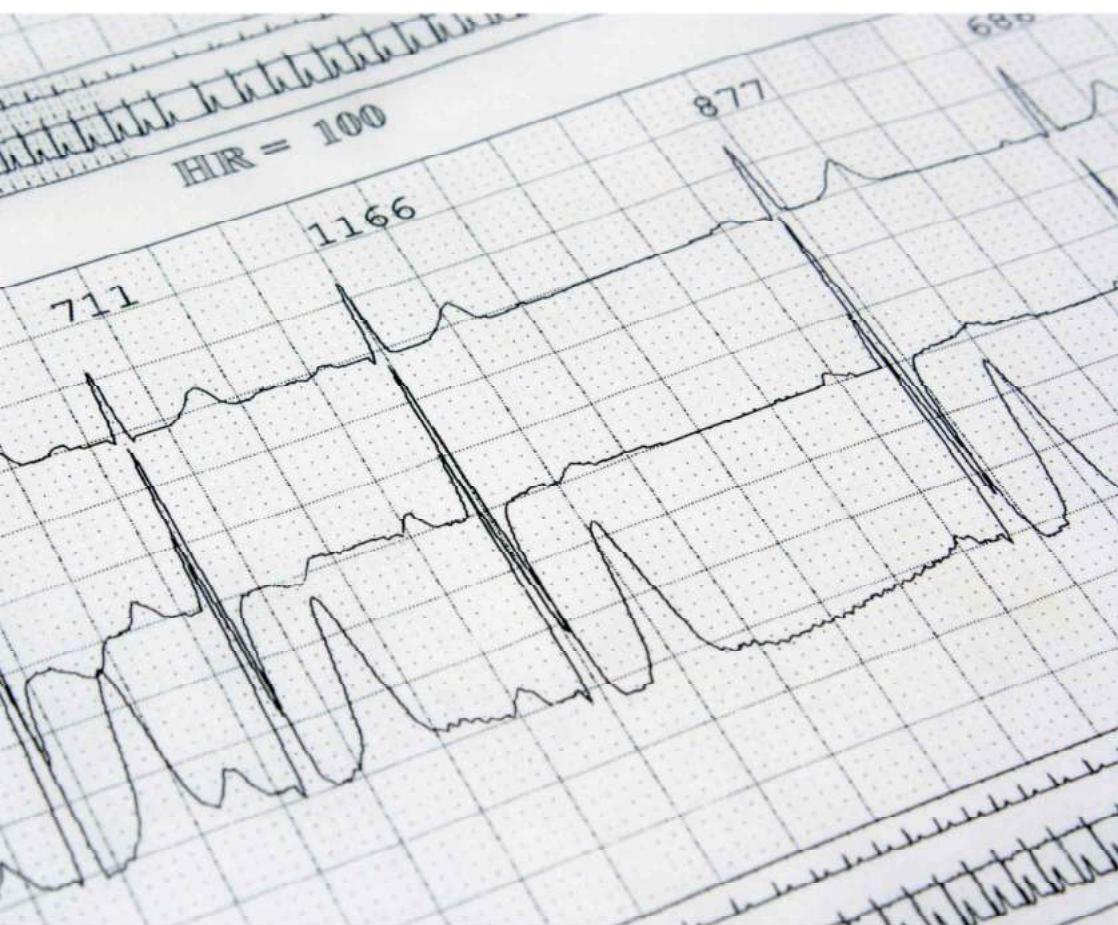
“돌이켜보면 아무것도 모르는 상태에서 열정과 의지만으로 시작했기 때문에 해낼 수 있었어요.”



와이브레인은 의료기기 플랫폼 회사다. 그래서 다른 사업과 달리 상대적으로 더 많은 준비가 필요했다. 제품디자인 파트너, 특히 파트너, 법과 관련된 법무법인, 임상을 위한 병원 파트너십, 임상을 관리하는 회사, 원격으로 자동화된 진단, 원격 모니터링 및 치료를 위한 소프트웨어 플랫폼 등을 준비해야 했다. 식약청 인허가와 GMP(Good Manufacturing Practice, 우수건강기능식품 제조 및 품질관리기준) 인증을 받기 위해 표준화 된 생산라인도 구축해야 했다. 이 모든 것을 제대로 준비하기 위해 이 대표는 직접 몸으로 부딪혀가며 배웠다.

현재 와이브레인은 29명의 직원을 두고 있다. 본사는 대전에 있으며 서울에 부설연구소가 있다. 주요 병원에서 근무하는 의사 3명을 의료 자문위원으로 두고 있고, 임상실험을 위한 파트너 병원이 14개 정도로 탄탄하게 자리를 잡아나가고 있다.





명확하게 필요한 기술

현재 와이브레인이 하는 일은 큰 시각에서 보면 뇌 상태를 이해하고 뇌 기능을 최적화하는 일이라 할 수 있다. 센서를 가지고 뇌파를 분석해서 뇌 상태를 실시간으로 파악함으로써 질환 또는 컨디션을 체크하고 있다. 뇌 상태를 정확히 이해하게 되면 이를 바탕으로 미세 전기자극을 가해 특정 뇌기능을



조절할 수 있다. 뇌를 건강하게 만들거나 효율적으로 움직일 수 있게 하는 것이다.

뇌 상태 진단에 도움이 되는 기기와 치매완화를 위한 와이밴드를 만드는 것도 이러한 이유에서이다.

와이밴드는 조기 치매완화를 위한 목적으로 만들어진 제품이다. 와이밴드는 환자가 특정시간에 치료를 받을 수 있게 알람으로 알려준다. 그리고 와이밴드를 착용할 때, 정상적으로 착용했는지 알려주고 나서 피부접촉을 인식해 자동으로 치료를 시작한다.



치료하는 동안 뇌에서 일어나는 움직임은 모두 기록되어 100일간 저장된다. 휴대폰과 연동이 가능해 바로바로 의사나 보호자에게 환자가 잘 사용하고 있는지 여부를 알려준다.

후속버전은 뇌파 센서를 통합하여 집에서도 상태 변화를 체크할 수 있도록 하는 데 초점을 맞추고 있다. 이를 통해 뇌 기능이 좋아지고 있는지, 어떤 날 뇌 상태가 안 좋은지 등을 파악할 수 있다.

“와이브레인은 계속해서 뇌 상태를 이해하고, 뇌 기능을 더 건강하고 더 좋게 만들 수 있는 일을 하려고 합니다. 지금은 치매에 집중하고 있지만 우울증, ADHD 등 더 많은 분야로 진출할 계획입니다. 중국에는 많은 사람들이 값싸고 쉽게 구매할 수 있는 의료기기를 만드는 것이 목표입니다. 우리의 기술이 의사, 환자, 보호자 모두에게 도움이 되기를 바랍니다.”

많은 사람들이 편하게 사용할 수 있는 의료기기를 만드는 것이 목표예요.

와이브레인은 뉴로사이언스, 임상, 임상을 할 수 있는 파트너십, 디바이스 개발, 소프트웨어 플랫폼,

그리고 생산까지 동시에 할 수 있는 세계에서 유일한 회사라는 자부심을 가지고 있다. 차후로 실시될 비즈니스에서 그들의 가치가 증명될 수 있기를 바란다.





- 기업명 : 엔트리코리아(주)
- 대표명 : 김지현
- 주요사업 : SW-learning 플랫폼
- 대표번호 : 070-8162-7090
- 홈페이지 : www.play-entry.com



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“영화감독에서 소프트웨어 개발자로”

언어는 소통의 수단이기도 하지만

사고 체계의 규칙이기도 하다.

엔트리코리아는 새로운 언어를 통해

세상과 소통할 수 있도록

도와주고 있다.”

김
지
현
**kim
ji-hyun**

시대의 변화를 읽어내다

포털사이트에서 엔트리코리아(주)의 김지현 대표를 검색해보면 조금은 특이한 이력이 나온다. 바로 영화감독. 김 대표는 고등학교 때부터 여러 영화제에서 수상을 하고, 초대를 받은 촉망받는 영화감독이었다. 그런데 왜 영화가 아니라 소프트웨어와 관련된 길을 선택하게 된 것일까?

“돌이켜보면 무언가를 만들고, 그것을 남에게 보여주는 것을 좋아했던 것 같아요. 어릴 때는 영화만이 유일한 길 인줄 알았지만 여러 경험을 통해 그게 아니라는 것을 깨닫게 됐습니다.”



관심 있는 분야를 파고 들었더니 조금씩 영역이 넓어졌습니다. 그렇게 새로운 세상을 발견하게 된 거죠.

어린 시절 김 대표가 사용할 수 있는 도구는 카메라였다. 늘 카메라로 영상을 찍어 남들에게 보여주곤 했다. 그렇게 상도 받고 영화제에 초청도 받으면서 자연스레 영상 관련 대학에 진학했다. 그리고 운명처럼 소프트웨어 분야를 만났다.

우연히 듣기 된 웹 프로그래밍과 관련 수업에서였다. 그쪽 분야에 점점 관심이 가다보니 일반 영상보다는 미디어아트, 디지털퍼포먼스와 같은 작업을 많이 하게 됐다. 결국 소프트웨어에 대해 더 깊이 공부하기 위해 대학원에 진학했다.

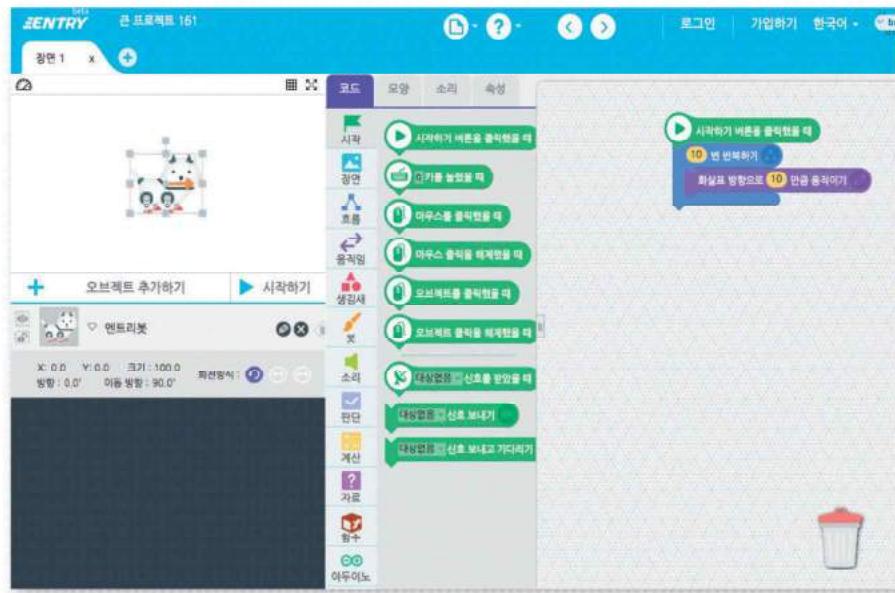
“대학원에 들어가기는 했지만, 생소한 분야였기 때문에 공부하는 데 많은 어려움을 겪었어요. 프로그래밍을 배워두면 앞으로 살아가는 데 도움도 되고, 원하는 프로그램을 쉽게 만들 수 있겠다고 생각했지만 배우기가 너무 힘들었죠. 이 분야를 쉽게 가르쳐주는 곳이 그 당시에는 없었거든요.”

시작은 지원사업을 통해

'영화를 찍듯 보다 쉬운 방법으로 소프트웨어를 배울 수는 없을까'라는 고민에서 시작된 아이디어였다. 구체화를 시킬 방법이 없으니 그저 번뜩이는 아이디어로만 계속 김 대표에게 머물러 있는 아이템이었다.

아이디어를 사업으로 발전시킬 수 있는 방법을 찾아 길을 해매고 있을 때, '연구원 특화 예비기술창업자 육성사업'을 우연히 알게 됐다. 김 대표는 지원사업을 통해 자금부터 시작해시 킨설팅, 교육 등 여러 가지 도움을 받을 수 있었고 거기다 중소기업청의 TIPS 사업도 선정되어 투자를 받게 되었다. 이렇게 다방면의 지원을 받기 시작하면서부터 비로소 본격적으로 사업을 진행할 수 있게 됐다.





로직이 중요하다

김 대표는 소프트웨어의 핵심이 단지 컴퓨터 언어를 배우는 것이 아니라 로직을 배우는 것이라고 한다. 즉, 컴퓨터가 알아들을 수 있는 규칙성 있는 언어를 학습해야 하는 것이다.

하지만 이 언어를 새로 만들어서 학습하는 것은 위험부담이 크다. 그래서 김 대표는 이미 검증된 ‘언어’를 벤치마킹했다. 엔트리코리아에서 사용하고 있는 ‘언어’는 미국 MIT에서 개발한 스크래치(Scratch)라는 교육용 프로그램이다. 프로그램의 효용성을 증명하기 위해 베트남 호치민 사범대학교와 하노이과학기술대학교와 MOU를 맺어 대학생들을 가르치고 있다. 교육을 받은 대학생들은 인근 초, 중, 고등학생들에게 엔트리를 교육함으로써 소프트웨어 교육의 씨앗을 뿌리고 있다.

그들도 나처럼

창업할 때 두렵지 않았나는 질문에 김 대표는 솔직히 왜 두렵지 않았겠냐고 대답했다. 우리나라의 창업 환경상 창업에 실패하면 재기하기 힘들다는 인식이 뿐리 깊게 박혀 있었기 때문이다. 그때, 김 대표가 가지고 있던 두려움을 날려버린 것은 회사 책꽂이에 적혀있던 한 문장이었다.

“Life is venture or nothing(인생은 모험인거나 아무것도 아니거나).”

그래서일까. 엔트리코리아는 지금도 무궁무진한 모험의 세계를 향해 나아가고 있다. 그리고 지난 6월 5일, 결국 새로운 세계의 문을 열었다.

누구나 소프트웨어를
마음껏 다루는 세상.
멋지지 않나요?



네이버와의 M&A를 통해 교육용 플랫폼인
엔트리를 오픈소스로 공개하고 교육
공공재로 활용하기로 했기 때문이다.
이로써 한국 소프트웨어 교육의 생태계는
중요한 전환점을 맞이하게 되었다.
그리고 엔트리코리아의 새로운 모험도
이제 다시 시작되고 있다.

인생은 모험이거나 아무것도 아니거나
일테니까 그들의 행보는 앞으로도 계속 될
것이다.





發見

열정의 길



발견

발견은 다른 모든 이들이 똑같이 보는 것을 보면서
뭔가 다른 것을 생각하는 데 있는 것이다.

-알버트 폰 센트 기오르기-



- 기업명 : B&P
- 대표명 : 김민정
- 주요사업 : 건축용 패널
- 대표번호 : 032-564-5853
- 홈페이지 : www.bestpanel.kr



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“ 건축시장을 누비는 작은 여장부 ”

레드오션과 블루오션은 개념일 뿐,
의지를 가지고 달려드는 사람에게는
그저 하나의 바다처럼 넓은
'시장'일 뿐이다.

김민정
kim min jeong

문제를 기회로

”

처음부터 건축업에 뜻이 있어서 일을 시작한 건 아니었다. 고등학교 때 건축현장에서 종사하시던 아버지를 돋기 위해 CAD를 배웠다. 그리고 대학에 와서 아르바이트를 구할 때, 이왕이면 경험 있는 분야에서 일을 하자는 생각에 건축업계에 발을 들여놓았다.

5년간 외장패널 시공업체에서 일을 하면서 여러 문제점을 발견한 김 대표는 마침내 개선할 수 있는 방법을 직접 찾아보기로 결심했다. 그러던 중 김 대표에게 드디어 기회가 찾아왔다.

“학교가 창업선도대학으로 지정되지 않고 창업아이템 사업화 프로그램이 없었다면, 아마 지금의 B&P는 존재하지 않았을 수도 있어요.”

여성이라는 선입견, 자본에 대한 걱정, 아이디어에 대한 검증 등 창업을 위해 넘어야 할 산은 많았다. 모든 것이 도전이었고 이를 정면으로 마주할 자신이 없었다. 그런데 학교가 창업을 지원하는 창업선도대학으로 선정됐고, 혹시나 하는 마음으로 창업아이템 사업화에 지원했는데 신정된 것이다.

“선정되었을 때 나를 믿어주는 누군가가 있다는 생각이 들었어요. 덕분에 자신감이 생겼어요.”

창업아이템 사업화
지원사업에 선정된 건
저에게 “넌 할 수 있어”
라는 대답과 같았아요.





기회가 곧 위기, 위기가 곧 기회

하지만 사업이 처음부터 쉽지는 않았다.

“세상물정을 몰랐어요.”

하나하나 배워가며
사업의 체계를 만들어
갔습니다. 그때 알았죠.
사업도 잘 하려면 많이
배워야 한다는 것을요.

5년간 일하면서 월급도 차곡차곡 모았다.
창업선도대학 창업아이템 사업화 프로그램의 도움도
받았으며, 기술보증기금의 보증을 통해 연 2,9%의
저금리로 필요한 자금을 모두 융자받았다. 하지만
인건비, 생산비, 마케팅 및 홍보비 등 생각한 것보다
많은 지출이 필요했다. 사업이 인정화될 때까지
버텨야한다는 것은 알고 있었으나 그 시간이 생각보다
길어졌다.

경험을 통해 인건비 절약과 외주용역 비용에 균형을
이뤄야 한다는 것을 깨달았다. 그렇게 하나하나
배워나가며 보완점과 합의점을 찾아가는 것이 곧
사업이었다. 오히려 걸림돌이라 생각했던 여자라는
약점이 의외의 강점이 되어주었다.

제품홍보를 위해 박람회에 참석하는 경우가 많은데 박람회에 있는 수백 개의 업체들 중, '아, 그 젊은 어사장이 했던 그 부스?'라는 식으로 기억을 하는 사람들이 많았다. 단 한 번 마주쳤을 뿐인데 인상 깊게 여기게 된 것이다.



믿음을 바탕으로

김 대표가 건축업에 뛰어 들고 나서 가장 크게 느낀 점은 생각한 것 보다 훨씬 건축시장의 분위기가 보수적이라는 것이다.

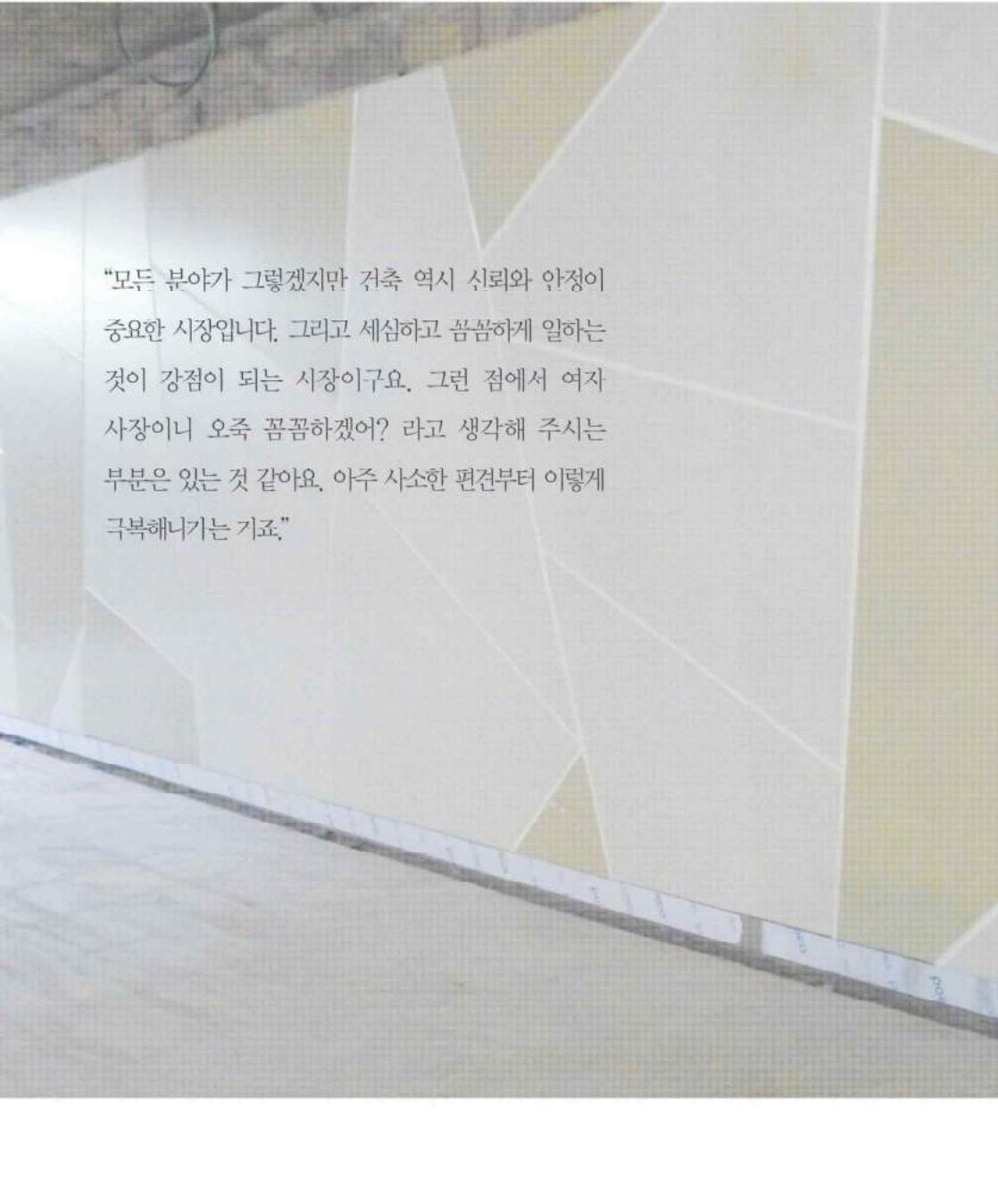


새로운 제품을 납품하기 위해 대기업에서 PT를 하다보면 ‘국내 30대 기업 중 납품한 곳이 있는가?’ 우리에겐 그런 조건이 필요하다.’는 질문을 많이 받는다. 김 대표가 내놓은 제품은 좋지만 쉽게 받아들이려고 하지 않는 것이다.

김 대표는 이러한 건축시장의 보수적인 분위기를 바꾸고 싶어 한다. 지금은 불경기라 건축시장이 침체돼 있는 상황이다. 이러한 시기에 B&P에서는 단가가 낮고 시공하기 쉬운 제품을 선보이고 있다. 납품 실적보다는 제품 자체를 보고 사용해 준다면 보수적인 건축시장도 변할 수 있다고 김 대표는 믿고 있다.







“모든 분야가 그렇겠지만 건축 역시 시리와 안정이 중요한 시장입니다. 그리고 세심하고 꼼꼼하게 일하는 것이 강점이 되는 시장이구요. 그런 점에서 여자 사장이니 오죽 꼼꼼하겠어? 라고 생각해 주시는 부분은 있는 것 같아요. 아주 사소한 편견부터 이렇게 극복해나가는 기죠.”

김 대표는 처음 시작할 때부터 아이템에 대한 자신감은 있었다고 했다. 현장에서 얻은 불편함을 개선할 것이라는 믿음이 있었기 때문이다. 단, 수익을 내기까지 좀 시간이 걸릴 것이고 그 시간을 잘 버텨내는 것이 사업을 성공으로 이끌 것이라 믿는다고 했다.



- 기업명 : KBM
- 대표명 : 이상원
- 주요사업 : 야구매니지먼트 앱 개발
- 대표번호 : 02-6093-4322
- 홈페이지 : www.kbmgroup.co.kr



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“야구 마니아, 모여라!”

노는 것도 치열하게, 창업도 치열하게 했다.

가장 잘하는 것과 즐거운 일이 동일해진 순간,
사업이 성장하기 시작했다.”

이
상
원

Lee
SanG won

잘하는 건 야구와 노는 것뿐

이성원 대표는 초·중·고 12년간 야구선수 생활을 했다. 하지만 대학교 1학년 때 허리디스크로 야구를 그만두자 갑자기 앞길이 막막해졌다. 그러던 중에 우연히 학교에서 개최한 모 기업 대표의 성공스토리 강연을 듣게 되었다. 이 대표는 용기를 내어 편지를 써 보냈고, 그 정성 덕분에 그 기업 대표와 만남의 자리를 가질 수 있었다.



머리로 아무리 굴려봐야
답은 나오지 않습니다.
실천이 중요하죠.

기업 대표가 해준 조언은 유용했고 좋은 말도 많았지만 그중 딱 한마디가 이 대표의 심장을 뛰게 만들었다.

“생각만 하지 말고, 일단 하고 싶으면 해봐.”

당시 이 대표의 나이는 20대 초반. 야구만큼이나 노는 것을 좋아했던 그는 그렇게 창업에 첫발을 내딛게 되었다.

하고 싶은 것을 하기 위해서.

두 번의 도전, 두 번의 성공. 그리고…

어머니에게 200만 원을 빌려 시작한 파티사업은 재미있었다. 사람을 모으는 것도, 즐겁게 놀면서 할 수 있다는 것도 매력적이었다. 큰 호텔에서 하는 파티까지

맡아서 할 정도로 승승장구했지만 언제까지나 봄날일 수는 없었다. 이 대표는 파티문화가 점점 시들어져 가는 것을 느끼고 과감히 사업에서 손을 떼고 광고대행업을 시작했다. 주유소에서 나눠주는 세자권의 94%가 회수된다는 사실을 근거로 한 광고대행업이었고 이 역시 어느 정도의 성공을 거뒀다. 주변의 사소함을 놓치지 않고 남보다 조금 더 관찰하고, 조금 더 생각해서 얻어낸 생활 속에서의 발견. 그 조그만 차이가 이 대표를 성공으로 이끈 것이다.

Come Back Homeground

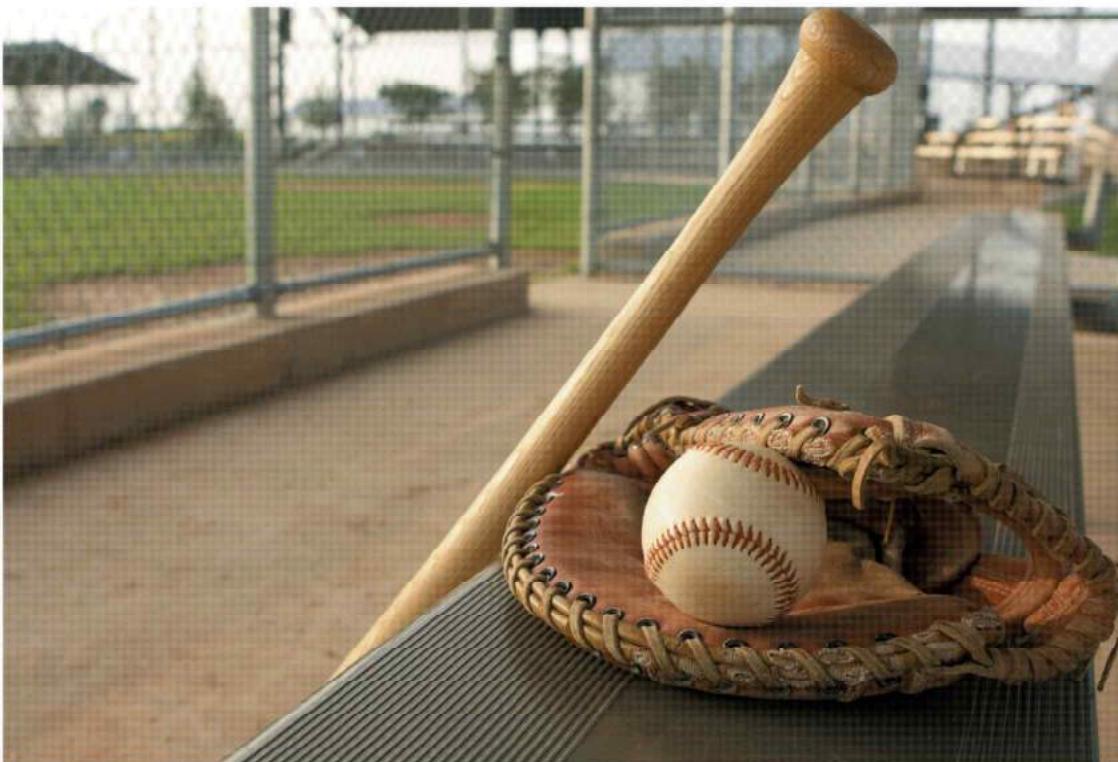
두 번의 도전과 두 번의 성공을 거둔 이 대표는 이제 새로운 도전을 하고 있다. 돌고 돌아 결국 친정 같은 야구로 회귀한 것이다.



KBM(Korea Baseball Management)은 지난 12년간 야구선수로 생활해오면서 직접 겪고 느낀 것을 바탕으로 어린 선수들, 학부모, 코치 간의 갈등을 해결하고 아마추어 야구를 활성화하는 데 도움을 주는 것을 목표로 시작한 사업이다.

이 대표는 두 번의 사업 경험을 통해 작은 것부터 시작해야 한다는 것을 몸으로 깨달았다. 그래서 리틀야구 시장부터 문을 두드렸다. 이 시장이 결국 사회인 야구 40만의 시장으로 이어진다는 생각 때문이었다.

선수와 학부모, 코치 사이의 소통을 원활하게 도와주는 '매닛(Manit)'이라는 애플리케이션은 그렇게 태어났다. 애플리케이션을 개발할 때 창업선도대학의 창업아이템 사업화 프로그램에 신정되어 다양한 도움을 받았다. 특히 아이디어가 구체적인 제품으로 나오기까지 면밀하게 이루어진 멘토링이 큰 도움이 되었다. 미처 생각하지 못했던 부분에 대한 조언들을 통해 시각을 넓힐 수 있었다.





사람이 하는 일이다

사용자의 목소리를 귀
기울여 듣는 것 만큼
중요한 게 어디있겠어요.

그곳에서도 많은 멘토를 만났다. 그래서일까. 이 대표는 결국 모든 일은 사람 중심으로 돌아간다는 말을 자주 했다.

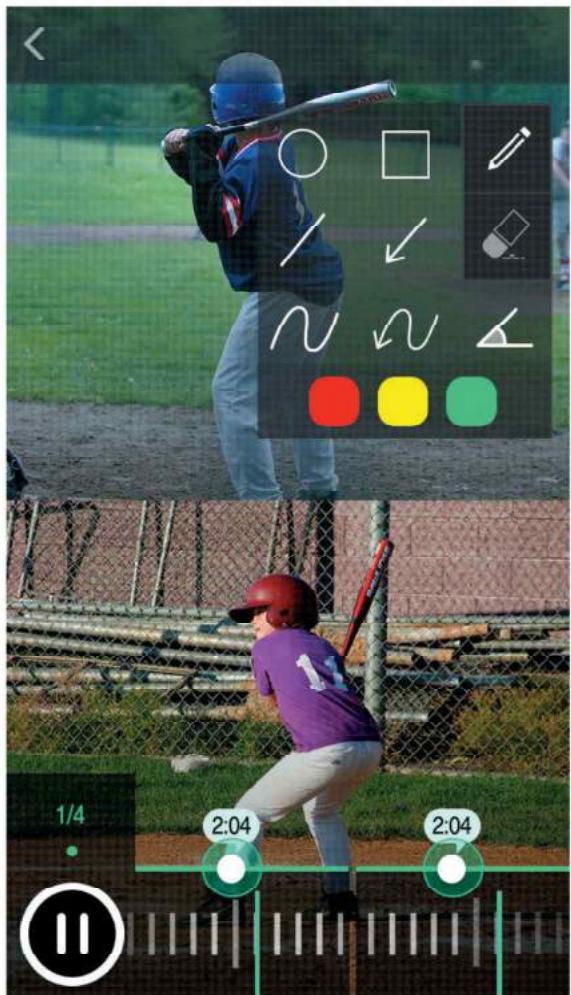
“사람이 없으면 기업도 없어요.”

이 정신은 함께 일하는 동료뿐 아니라 고객에게도 적용된다.

같은 마음으로 고객들에 대해서도 많은 신경을 쓴다. 다른 기업도 마찬가지겠지만, KBM은 고객이 없으면 존재할 수 없는 회사다. 그래서 이 대표는 고객들이 원하는 것을 정확히 알아내기 위해 고객들과 대화하는 것을 무척 소중하게 생각한다. 지금 개발하고 있는 ‘모션 캠’도 고객 필요를 충족시키기 위한 아이템 중 하나이다.

야구를 배우고 싶어 하는 사람들이 모션 캠을 이용해 자신의 스윙자세를 촬영해 온라인에 영상을 업로드하면, 업로드 된 동영상에 이 대표가 개발한 딥러닝 기술을 활용하여, 자동으로 종목과 문제점을 분석하고 그에 맞는 코치까지 추천해준다. 그러면 고객은 추천받은 코치에게 알맞은 코칭을 받으면 되는 것이다.

이 대표는 2018년도까지 야구뿐만 아니라 골프와 테니스까지 온·오프라인에서 통합서비스 하는 것을 목표로 삼고 있다. 나아가 글로벌 기업으로 성장해 해외에서 한국야구를 배우고 싶어 하는 사람들, 국내에서 해외야구를 배우고 싶어 하는 사람들을 연결해주는 통합플랫폼 개발도 목표로 하고 있다. 이 목표가 이루어지면 우리나라 사람들이 타이거우즈에게 골프를 배울 수도, 외국인들이 박찬호에게 야구를 배울 수도 있게 되는 것이다. 이 꿈같은 일의 실현을 위해 이 대표는 오늘도 열심히 달리고 있다.





- 기업명 : (주)로하
- 대표명 : 김경문
- 주요사업 : 온·오프라인 추모 서비스
- 대표번호 : 070-7353-8495
- 홈페이지 : www.roha.kr



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“인생의 마지막 흔적을 기록하다

수고로움을 짊어지는 곳, 로하.

고인을 추모하는 새로운 방식을
제안하고 있다.”

김경문
kim
kyung
moon

우연히, 그러나 운명처럼

(주)로하의 김경문 대표는 친구 따라 우연히 창업지원 사업에 지원을 했고, 선정이 되었다. 그리고 자연스럽게 창업자의 길로 접어들게 되었다.

“졸업할 때쯤 20대 내내 꿈꿔왔던 교수의 꿈을 이루기 위해 미국석사유학을 준비했습니다. 그런데 모든 수속과정을 마치고, 유학을 준비하던 제게 문제가 생겼죠. 현지에서의 생활비를 하나도 마련하지 못했거든요. 그러던 어느 날, 우연히 포스터 하나를

보게 되었어요. 창업지원사업에 대한 포스터였어요. 지원금만 받으면 된다는 친한 친구들과 사업지원을 준비하게 되었어요. 그런데 준비를 하는 과정에서 좀 더 알아보니 단순한 자금 지원이 아니라 교육이나 다른 프로그램으로 창업을 도와주더라고요. 그동안 준비한 것도 있어서 끝까지 해보지! 라고 마음먹고 열심히 준비했고 결국 선정이라는 좋은 결과를 얻었죠.”

처음에 지원사업에 제출하려고 생각했던 아이디어는 고인의 아이디나 개인정보를 정리해주는 일명 디지털 유산관리에 관한 사업이었다. 그런데 국가 개인정보보호법이 바뀌어 아이핀이나 주민등록번호에 대한 규제가 강화되어서 사업 진행이 쉽지 않았다. 사업 내용의 보완과 변화가 필요했다. 다각도로 고민하고 다듬어서 새로운 사업아이템을 고안해냈다.

B.N.S. & ROHA Communication
사) 정신대 문제 대책 부산 협의회

업무 협약식(M.O.V.)

2014. 4. 2.



발상의 전환이 곧 로하의 시작

그가 창립신도대학에 지원한 아이템은 기존의 사업아이템을 완전히 다른 방향에서 해석한 것이었다.

추억을 가치 있게
남겨주는 것, 그게
핵심이죠.

'고인의 정보를 지원하는 것이 아니라 좀 더 소중하게
남겨주는 것'



로하의 시작이었다.

“세상에 남아있는 가족들과 친구들에게 하지 못한 말을 글이나 영상으로 남겨서 서비스를 제공하자는 생각이었습니다. 현재 고인에 대한 자서전, 영상, 그리고 추모 사이트를 판매하고 있습니다.”





고인의 기억을 간직하게 해준다는 발상으로 시작한 로하는 2014년 1월부터 5월까지 총 3,200만 원의 계약을 따냈다. 2015년에는 매출목표를 1억 4,000만 원으로 보고 있다. 외부투자를 받은 적은 없고 현재 예비사회적 기업에 선정되었다.

로하라는 이름은 영어로는 Road to Heaven. 즉, '천국으로 가는 길'의 약자이고 한자로는 '수고로울로, 짚어질 하'를 써서 '수고를 우리가 짚어진다.'라는 뜻을 가지고 있다. 이름처럼 로하는 죽음을 준비하는 사람들에게 삶의 행복을 선물하고 싶어한다.



천국으로 가는 길의 수고로움을 짚어지다

“죽음이 그저 슬프기만 한 것이라면 저희 사업은 될 수가 없습니다. 외국 장례식을 보면 장례식장에서 마냥 울고만 있지는 않아요. 노래도 하고 춤도 추면서 고인과의 추억을 되새기고 나누곤 하죠. 모두에게 공평한 것이 죽음이잖아요. 그 죽음을 맞이하는 문화도 이제는 좀 변해야 한다고 생각해요. 새로운 추모문화를 만드는 것, 그게 우리 회사의 비전입니다.”

웰다잉에 대한 긍정적인
모델을 만드는 것이
저희의 최종 목표입니다.

마지막으로 김 대표는 창업을 하려는 이들에게
진심어린 조언을 남겼다.

 <p>다음 세상에서 - 유미선 詩</p> <p>그대가 아름다운 장미꽃이 된다면 난 수수한 양계꽃이 되었으면 좋겠다.</p>	<h2>장옥선 님 장례안내</h2> <p>[반조] 부산 해운대 베방워 장례식장</p>	<h2>파스함을 퍼트리던 삶</h2> 
<p>그대 나로 인해 더욱 아름다움을 품을 수 있는 그런 양계꽃이 되었으면 좋겠다.</p> <p>다음 세상에서 그대가 꽉고 예쁜 새가 된다면 난 가지 무성한 나무가 되었으면 좋겠다.</p> <p>세상 어디를 갈 수 있는 그대를 늘 기다리며 살아가야 하겠지만</p>	<p>[발언] 2015년 1월 20일 금요일 오전 9시 백방워 장례식장</p> <p>[장장] 부산영락공원</p>	<p>[장지] 부산영락공원</p> <p>온화한 마음의 할머니이자 항상 웃음을 미급던 한 명의 사람</p>



卷之三

www.sciencedirect.com/journal/00222833

卷一百一十一

한국어 | English | 中文 | 日本語

www.korean.go.kr

중국어학회 웹사이트

要的問題是哪個？



听读教材与练习册合集

우리가 당신을 그리워 할 것입니다.

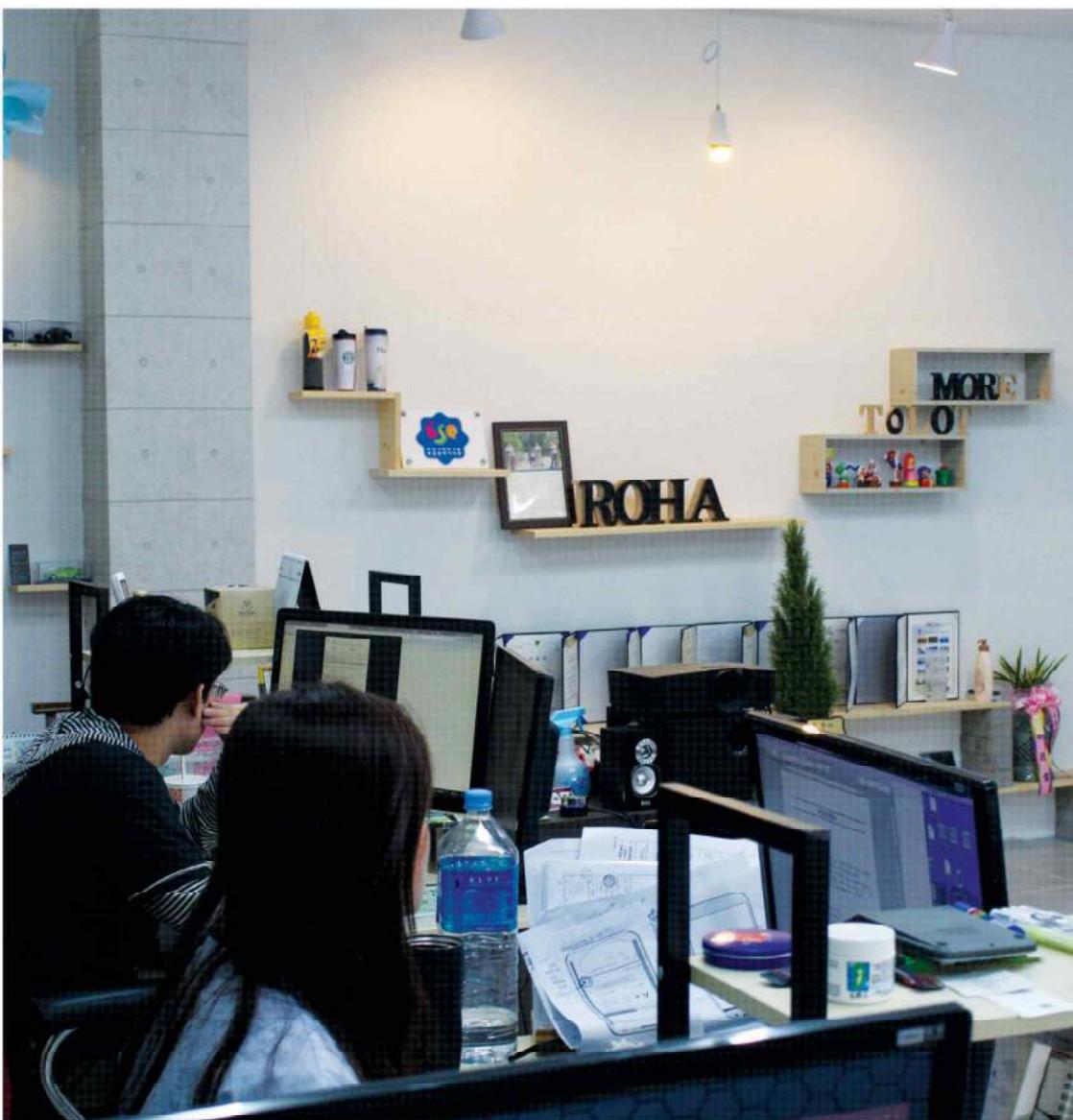
한 가정의 따뜻한 아미나이자 주위의 온화한
경구였던 단신, 당시 면 길을 폐내고 계셨습니다.
그리고 1900년 부산의 한 부유층 집에서 태어난
사람들의 속속 빠져 태어났습니다. 부산여상을
제작한 후 어려운 전쟁 중에 태어난 이였던 그에게
생명은 이루어 한 평생 껌벅이 살았습니다.
그는 솔직하고 고집스러운 성격으로 일과 삶을
국계에 그리고 묶는 일로 일과 세상을 잘 혼자
나누었습니다. 이제 더 나은 세상에서, 선과 나쁜
영역에서 항상 사랑해주세요. 이후 함께 편히
쉬시기 바랍니다.



고민이 보워피사에서 해제하던 시점의 경향입니다. 보통 관행적으로 이용되는 가족이나 친구에게도 많은 노후준비와 경제적인 안정, 예상하는 미래에 대한 기분이 풍靡하고 고개를 푸시거나 허리에 턱을 차거나 하는 행동을 볼 수 있습니다. 그래서 그 대로 고개나 눈에 노후준비로 고민하는 행동은 많지 않은 것 같습니다. 여기서 차이가 드로이드와 휴대전화에서 차이가 있는 점은 노후준비에서 오직으로 보면 노후준비에 대한 책임을 갖습니다. 반면 노후준비를 주제로 고민하는 사람은 다른 행동을 연습하는 듯한 느낌을 받았습니다. 그리고 노후준비에 대한 책임을 맡았습니다. 이후 재무 및 녹는 계약을 기다리면서 영세한 제작자로서 배우를 하여 가수 대회를 하지 못하는 일들이 많았습니다.

“최근에 페이스북에서 ‘나는 정부자금을 포기했다.’라는 제목의 글이 올라온 것을 봤습니다. 저는 그 글을 보면서 ‘지원받는 게 얼마나 고마운 일인지 아는가?’라고 외치고 싶었어요. 다른 사람들이 그토록 원하던 것을 내가 받은 것이라고 생각해 보십시오. 그것이 얼마나 귀한 돈인지 알게 될 것입니다. 그리고 실패를 두려워하지 않았으면 좋겠어요. 새로운 생각으로 얼마든지 다시 시작하면 되니까요.”







- 기업명 : (주)아모리스트
- 대표명 : 서신비, 장혜진
- 주요사업 : 화장품, 화장품용기
- 대표번호 : 070-4197-1111
- 홈페이지 : www.leilani.co.kr



Project Title

청년창업사관학교

서 장
신 혜
비 진

sinbee
Haejin
jang

“여자의 마음을 읽은 화장품”

생각만으로 머무르게 두지 않고
실천으로 옮겼다.

그렇게 두 친구의 도전이 시작되었다.

동갑내기 단짝 친구, 일을 벌이다

“우리 창업해볼래?”

자다가 봉창 두드리는 소리였다. 멕시코 여행 중에 창업이라는 단어가 나오다니. 그런데 두 여대생의 태도가 사뭇 진지했다. 정말 일을 벌릴 모양이었다. 두 사람의 눈빛은 아세톤이 담긴 커다란 플라스틱 통에 꽂혀 있었다. 두 저자의 패기 넘치는 도전이 시작되려는 참이었다.



생활의 발견을 놓치지
않은 결과였다.

아세톤 통과 화장 솜은 여행 내내 일행을 따라다녔다.
한창 매니큐어를 바를 때니 충분히 이해는 갔다.
하지만 부피가 크고 보관이 번거로운 게 문제였다.
보스턴대학교 경영학과에서 만나 단짝 친구가 된
장혜진, 서신비 대표는 생각했다.
'부담 없이 가지고 다닐 수 있는 네일 리무버 어디
없나?'

마침 그해 가을 MIT에서 창업경진대회가 열린다는
소식을 들었다. 그녀들은 실용적인 네일 리무버를
만들어보기로 의기투합했다. 그리고는 떡하니 대상을
거머쥐었다.

진짜 일은 다음 해 겨울방학 때 터졌다.
중소기업진흥공단의 청년창업사관학교를 알게
된 게 시작이었다. 부모님이 난리가 났다. 개강이
일주일 앞으로 다가왔는데 갑자기 창업을 하겠다고
하니 당연한 반응이었다. 하지만 두 사람의 결심은
확고했다. 미국으로 가서 휴학계를 내고, 짐을
바리바리 싸들고 기어이 한국으로 돌아왔다.
그녀들에게는 절대 놓칠 수 없는, 놓치고 싶지 않은
기회였다.

서로를 다독이며 이겨낸 굴곡의 시간

다행히 선정자 명단에 두 사람 이름이 나란히 새겨졌다. 아모리스트를 세우고 본격적으로 네일 리부퍼 개발에 들어섰다. 그러나 기쁨도 잠시, 점점 기대한 벅과 마주하게 되었다. 그녀들에게는 모든 게 낯설었다. 제조업에 대한 지식과 경험은커녕, 회사 생활도 한 번 해보지 못했기 때문이었다. 야근이 생활화된 지 몇 달, 그렇게 아모리스트의 첫 번째 작품, ‘핸디톡’이 개발됐다. 반응이 꽤 괜찮았다.

‘2012 피츠비그 국제발명전시회’에 핸디톡을 내놓았고, 수상의 영예를 안았다. 바이어의 연락이 줄을 이었다. 청년창업사관학교 우수기업으로 선정돼 1년 동안 추가지원도 빙계 됐다. 하지만 비싼 가격과 네일숍의 성행으로 사업을 접어야했다. 청년창업사관학교 2년차 아이템은 샤워볼과 바디워시를 한 손에 들고 다닐 수 있는 휴대용 샤워볼 케이스 ‘미니’였다. 시장반응은

좋았지만 생각보다 매출이 적었다. 무기력해질 법도 했지만 두 대표는 B2C 사업에 도전해보기로 의견을 모았다. 그래서 만들어진 것이 '레이라니(Lei Lani)', 아모리스트의 대표 화장품 브랜드다.



노력으로 이뤄낸 드라마틱한 반전

레이아니 브랜드를 세상에 내놓으면서 두 대표는 포지셔닝에 특별히 신경 썼다. 스키, 로션 등 일반적인 제품보다는 미백크림, 천연비누, 보디오일, 페이스오일, 여성청결제 등 기능성이 특화된 제품 위주로 개발하기로 했다. 경쟁력 확보를 위한 최선의 선택이었다.

판매루트도 소셜거머스 보다는 자사 홈페이지 위주로 가기로 했다. 제품력을 믿고 한 선택이었다. 홍보 역시 페이스북을 활용해서 최소한의 자금으로 최대 효과를 내는 방법을 택했다. 처음에는 별 반응이 없었다. 그런데 브랜드를 론칭한 지 한 달 정도 지난 5월의 어느 날, 저녁을 먹고 있는데 갑자기 친구들한테 전화가 걸려왔다.

“너희들 제품 포스팅이 사방으로 공유되고, 댓글 달리고, 난리가 났어.”





심장이 콩닥거리기 시작했다. 사무실에 들어와 주문 페이지를 열었다. 눈시울이 붉어졌다.

새로 고침 버튼을 누를 때마다 주문량이 실시간 상승하고 있었다. 그날 밤새 제품을 포장한 뒤 다음 날 배송을 맡기기 위해 다시 사무실을 찾았다. 전날 포장한 것 이상의 주문이 들어와 있었다.



트렌드와 찰나의
순간을 발견하는
20대의 센스가 빚어낸
결과다.

2013년 800만 원 언저리를 머물던 매출이 작년 10억 원으로 수직 상승했다. 매출의 95% 이상이 자사 홈페이지에서 발생한 것이어서 더 의미가 컸다. 일속이 모자라 직워을 더 고용했다. 일에 치여 정신없이 바빠도 자꾸만 웃음이 나왔다. 드라마틱한 반전이었다.

배움을 통해 단단한 성장을 꿈꾸다

아모리스트는 지금 총 3개의 브랜드를 운영 중이다. 작년부터 인기가 급상승해시 20대 이하 여성층으로부터 두터운 사랑을 받고 있는 ‘레이라니’, 캔들이나 방향제를 만들 때 쓰는 프레그린스 오일을 B2B 형태로 판매하는 오일 도매 브랜드 ‘러브캔들’, 변기용 방향제 ‘아이푸’가 바로 그것이다. 러브캔들과 아이푸 모두 아직 대중들에게 잘 알려지지는 않았지만 꾸준히 매출이 오르고 있는 실속파 브랜드다.

브랜드가 다수인 데에는 활발한 아이디어 회의도 한몫했다. 직원들과 격의 없이 의견을 주고받다 보면 좋은 아이템이 튀어나왔기 때문이다.

아모리스트는 최근 해외진출에 관심을 두고 있다. 법인을 설립해 직접 판매하는 방식이 아닌 대행업체를 통한 판매를 먼저 시도해볼 생각이다.

“회사를 이끌어가는 자리에 있지만 저희 둘 다 아직 모르는 게 정말 많아요. 지금도 배워가는 과정이라고 생각하고요. 이 시간을 바탕으로 아모리스트가 한층 더 단단하게 성장할 수 있도록 최선을 다할 거예요. 늘 지켜봐주시고 응원해주세요!”





霸氣

열정의 길 ∞ 패기

사업의 목적에서 올바른 정의는 단 하나밖에 없다.
그것은 고객창조이다.

-피터 드러커-



- 기업명 : 호피풀
- 대표명 : 배현길
- 주요사업 : 시뮬레이터 및 게임개발



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“로봇으로 중국을 품에 안다”

언어가 다르다는 것도,
멀리 떨어져 있다는 것도 문제가 아니었다.
문제는 망설이는 마음.
단지 그것 뿐이다.”

Bae
현
길
H
Yun

중국이 품속에 들어오다

군 제대 후 계속해서 전공 공부를 하던 배현길 대표. 그가 활동하던 동아리는 인덕대학교 내 창업동아리 중 하나였고, 자연스럽게 교수님과 창업과 관련된 이야기를 자주 나누게 되었다. 학교가 대한민국 전문대 중 유일하게 중소기업청이 지원해주는 ‘거점형 창업선도대학’에 선정된 덕분에 배 대표는 남들보다 조금 더 빠르게 창업을 위한 빌관을 마련할 수 있었다.

그러던 중 ‘한중대학생 창업연맹’이란 프로그램에 참여하게 되었고, 그곳에서 지금의 파트너인 쑨밍레이를 만났다.



북경대학생인 쑈밍레이이는 중국 각지에서 열리는 ‘국제수중로봇대회’의 주최 측인 북경대학교 연구팀에 속해 있는 연구원이었다. ‘국제수중로봇대회’는 배 대표가 꾸준히 공부했던 뷔야와 밀접한 관련이 있는 분야여서 쑈밍레이이와 대화가 잘 통했다.

쑨밍레이이는 대회가 끝난 이후에도 계속 연락을 취하면서 배 대표와 대회를 알리고 발전시키는 방법에 대해 논의했고, 그렇게 친해진 두 사람은 결국은 공동창업을 하기에 이르렀다.

“중국은 시장의 규모도 크고, 계속 성장하고 있어서 평소에도 무한한 가능성의 땅이라고 생각하고 있어요. 그리고 중국에서 매년 열리는 수중로봇대회는 이미 자리가 잡혀 있어 안정적인 상태였어요. 게다가 학교에서 진폭적으로 지원해주고 있는 상태고, 중국에서도 지원을 받을 수 있다는 말에 시작하게 됐죠.”

불안한 마음이 없었던 것은 아니었다. 그러나 한·중 공동창업은 한국에서 뿐만 아니라 중국에서도 지원을 받을 수 있다는 장점이 있었다. 그래서 다른 것에 신경 쓸 필요 없이 연구에만 몰두할 수 있었다. 또한, 창업하기 전부터 받았던 창업교육에서 교수님이 해주신 말씀도 그가 창업을 하는 데 큰 힘이 되었다.

“너희들처럼 젊은 나이에 잃을 게 뭐가 있어?”

그랬다. 그는 지금 폐기 넘치는 젊음을 가지고 있었다.

처음에는 국내도 아닌 해외와 협작, 창업을 한다는 것이 걱정도 됐다. 하지만 지금 아니면 언제 도전할 수 있을까라는 마음이 더 컼다.

시작이 반이다

호피풀에서 하고 있는 사업은 수중로봇대회에서 사용할 새로운 시뮬레이션과 교육용 로봇을 제작하는 것이다.

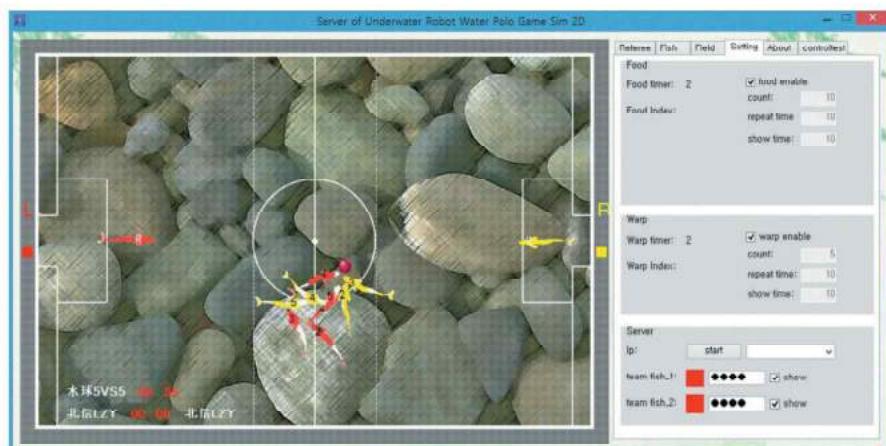
배 대표가 이 사업을 시작하기 전에는 단순히 대회 참가자들이 미리 코딩해온 인공제어소스를 시뮬레이션에 입력해서 대전(大戰)하는 방식이었다. 여기에 배 대표는 새로운 장르를 접목시키고자 했다.



‘무미건조한 대전(大戰)을 흥미진진하게 만들자’라는 목표로 아이디어 회의를 진행 하던 중 대회 참가자가 스마트폰을 이용하여 실시간으로 대회에 참가한다면 보다 흥미롭고 재미있을 것이라는 결론을 내렸다. 즉, 대회참가자들은 자신들이 설계한 인공지능으로 제어되는 수중로봇들과 함께 플레이를 하는 것이다. 예를 들어, 스포츠 시합을 할 때 관중들이 단순히 지켜보는 것이 아니라, 직접 그 스포츠 시합에 뛰어들게 만드는 것이다. 사람대신 로봇을 이용한다는 점이 다를 뿐이었다. 동업자인 쑨밍레이도 아이디어에 적극 호응을 보였다. 멀리 떨어져 있어도 같은 시장을 본 두 사람이기에 함께 할 수 있었던 것이다.

한국과 중국이라는 공간적 제약이나 의사소통에서 오는 문제점을 하나하나 해결해가는 것도 사업의 과정이었다. 호피플은 창업 후 약 1년 동안은 프로그램을 개발하는 데 주력했다. 지원받은 자금의 대부분을 소프트웨어와 하드웨어 개발에 쓴 덕에 현재 프로그램 개발은 완성 상태고 올해 7월에 열리는 대회에 출시 예정이다.

시장에는 크게 두 가지 분야로 나누어 진출할 예정인데 하나는 중국, 미국, 캐나다 등에 시뮬레이션 프로그램과 로봇을 패키지로 묶어 이 분야를 공부하는 사람들에게 교육용으로 판매하는 것이다. 이 아이템은 현재 중국회사와는 MOU를 맺은 상태다. 다른 하나는 바로 게임이다. 추후에는 스마트폰으로 할 수 있는 간단한 게임을 제작하여 어플리케이션으로 출시할 계획이다.





배 대표는 지금 준비하고 있는 사업이 자리를
잡고 안정된 길에 접어들면 현재 중국에서 열리는
수중로봇대회에 한국에 있는 대학들도 참가할 수
있는 길을 열어주고 싶다고 말했다. 또한 중국에서만
개최되고 있는 수중로봇대회를 한국에서도 개최해서
인재를 카우는 데 앞장서는 일도 꿈꾸는 중이다.

중국이라는 넓은 시장,
그 이후의 세계 시장을
발판으로 삼을 젊은
패기가 꿈틀거리는
중이다.

그의 패기는 이제 한국을 넘어 세계로 뻗어나가고
있다.



- 기업명 : (주)제주지엠
- 대표명 : 강규언
- 주요사업 : 제주 감귤맥주



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“ 세상을 흥겹게 할 감귤맥주”

다양해진 맥주 시장에 또 하나의
'즐거운 맥주'가 더해진다.

감귤향이 매력적인 제주지앵의 감귤맥주가
바로 그것이다.”

강
규
언
**Kang
Gyuneon**

제주의 이미지를 부각시키는 최고의 아이템, 감귤

강규언 대표는 오래 전부터 맥주제조에 대한 꿈을 품고 맥주를 만들어 왔다. 그러던 중에 우연히 샷포로 맥주에 관한 다큐멘터리를 보았다. 샷포로 맥주가 샷포로를 대표하는 상품이라는 대목이 눈길을 끌었다. 제주를 대표하는 맥주를 만들면 어떨까? 그 물음표 끝에 감귤맥주에 대한 아이디어가 떠올랐고, 창업

공모전에 지원했다. 제주 도지사상과 제주 개발공사 사장상을 받았다. 그것이 제주지앵의 시작이었다.
하지만 감귤 관련 아이템은 이미 차고 넘친다. 왜 굳이
감귤을 택해야 했는지 궁금해 하자 강 대표는 고개를
끄덕이며 말했다.



“제주도는 감귤 관련 아이템이 많죠. 특히 음식이 많은데 딱히 제주도민들의 입맛에는 맞지 않는 것 같아요. 그래서 처음에는 꽃이나 과일 등을 이용해서 맥주를 만들었어요. 하지만 아무도 이렇게 만든 맥주를 마시고 ‘제주도’라는 이미지를 떠올리지 않더군요. 결국 돌고 돌아 감귤맥주를 만들게 되었지요.”

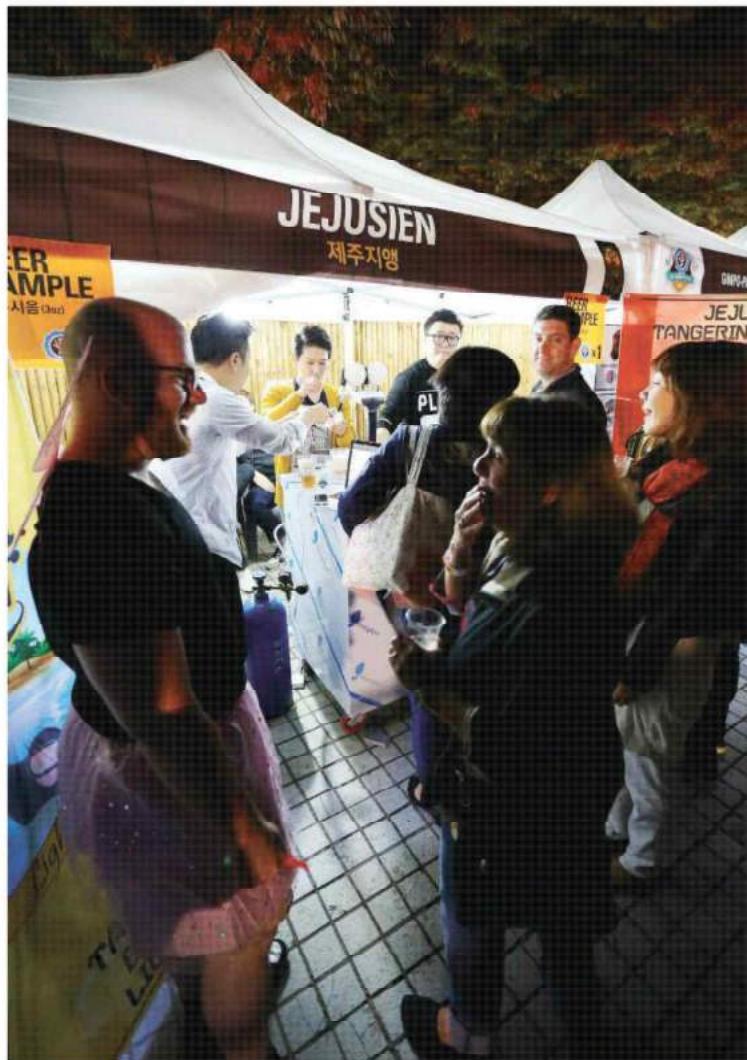


‘주세법 개정’이 사업성을 선물하다

창업할 때 아이템만큼 중요한 것이 사업성이다. 좋은 아이템으로 획기적인 상품을 만든다 해도 사업성이 없다면 결국 실패하고 만다. 그렇다면 강 대표는 어떤 부분에서 사업성을 발견할 수 있었을까? 그는 우선 수상 자체가 자신감을 북돋아주었다고 말했다. 그리고 완화된 주세법 시행령 개정안은 강 대표에게 사업을 위한 선물이니 다름없었다. 하지만 모든 문제가 해결된 것은 아니었다. 이제는 사업화가 문제였다.

“대학생 시절에는 자본도 없고 사회경험도 없었습니다. 그러던 중 창업선도대학 육성사업 프로그램이 제주 창업지원단을 통해 운영된다는 것을 알게 되었습니다. 덕분에 창업을 시작할 수 있었던거죠.”

주세법 개정으로
소규모의 술 제조가
가능하게 되었습니다.
법이 개정되면서
사업 기회가 만들어진
셈이죠.



위기를 넘어 미래로

“위기야 많았죠. 지원받은 금액 4,000만 원으로는 맥주 설비를 살 수 없었거든요. 결국 김포의 ‘에너지’이라는 인삼맥주를 생산하는 김포파주인삼농협을 찾아갔어요. 친절하게 설명해주신 것뿐 아니라 공장도 빌려주셨죠. 그렇게 빌린 공장에서 만들다보니 제주 맥주를 김포에서 만들고 있는 거예요. 공장을 제주에 지어야겠다는 결심을 한 것도 그 때문이죠. 아, 판매량 예측이 어려운 것도 저희의 큰 고민입니다. 작년 9월에 코엑스에서 열린 산학협력엑스포의 페스티벌에 참가해서 맥주를 팔았습니다. 맥주 통 하나를 케그라고 하는데, 10케그를 가져갔어요. 다 못 팔 줄 알았는데, 이틀 만에 동이 나고 말았죠. 바로 다음 달에는 용산 진쟁기념관에서 GKBF(great korean beer festival)라는 행사를 했어요. 그때도 10케그를 가져갔는데 이번에는 많이 남았어요. 11월에 코엑스에 열린 ‘서울국제식품산업전’에서는 무료로 나누어주었는데도 3~4케그 밖에 안 나갔습니다. 올해 처음으로 참가한 행사는 ‘씨 페스티벌’이었는데 얼마나 가져갈까 고민하다 6케그를 들고 갔어요.





그런데 불티나게 팔려서 4일 동안 16케그가 나갔어요. 그때까지 생산한 물량이 다 나가버린 거죠. 그래서 마지막 날은 아예 판매를 못 했어요. 고민 끝에 맥주를 마시기에 적합한 시기가 따로 있다는 결론을 내렸습니다.”

젊음이 있다면, 패기 있게 도전하라!

누군가의 성공담을 듣고 멘토링을 받는 것도 중요하지만 저는 그 무엇보다 중요한 게 '스스로 도전' 하는 거라고 생각합니다. 경험만큼 큰 자산은 없으니까요.

강 대표의 이야기를 들으며 상상을 해보았다. 10년 후, 감귤맥주가 크게 성장해 한라산 소주 정도로 자리를 잡는 날, 강 대표는 제주도의 대학생이나 예비 창업자들에게 어떤 노하우를 얘기해 주고 있을까. 하지만 강 대표의 대답은 의외였다. 자신은 특별한 노하우가 없다고 말한다. 그저 젊음과 패기를 자산이라 믿으며 도전했다고 한다. 누군가의 성공담을 듣고 따라서 하는 것이 아니라, 스스로 도전하며 넘어지고 일어남을 반복하며 자신만의 노하우를 쌓는 것이 중요하다는 것이다.



제주지앵의 사무실은 제주도에 있다. 감귤맥주는 아직도 김포에 있는 공장에서 생산 중이다. 제주도에 공장을 짓고 있는 중이고, 7일쯤에 완공될 예정이다. 제주도 공장이 완공되면 그때부터는 제주도에서도 생산과 영업을 시작할 수 있을 것이다.

“이번에 제주도 공장이 완공되면 생산지가 제주도와 비제주권으로 나뉘는데, 수도권과 제주도 두 군데에서 생산 및 판매를 할 계획입니다. 슬로건은 ‘제주도에 오면 꼭 마셔야 하는 맥주’, ‘제주도가 아니어도 마실 수 있는 맥주’입니다.”

‘감귤맥주’가 제주도를 대표하는 맥주가 될 날이 다가오고 있다. 감귤맥주가 제주도뿐만 아니라 수도권에서도 먹을 수 있는 제주 맥주가 되기를, 제주도 하면 떠오르는 맥주가 되기를 바란다.



- 기업명 : 산마을영농조합법인
- 대표명 : 양석환
- 주요사업 : 머루 곡물바, 머루초콜릿, 도라지 청 등
- 홈페이지 : www.산마을.com

산마을영농조합법인 Interview



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“머루, 도라지로 잡은 도시인 마음”

깨끗하고 품질 좋은 먹거리가 가진 경쟁력은 점점 더 강해지고 있다.
특히 기능적으로 훌륭한 작물일 경우 더 그렇다.”

양석환
Yang Seok-hwan

실패를 딛고 일어서다

우연히 무주라는 지역에 가게 되었다. 그리고 외지인들이 관광지로 유명한 무주에 많이 방문한다는 것을 알게 되었다. 그런데 관광수입은 속박으로 한정되어 있었다. 그래서 농작물을 활용해 관광자원으로 활용할 수 있지 않을까 하는 생각을 했다. 산마을영농조합법인이 탄생하는 순간이었다.



양석환 대표는 전북 무주에서 생산되는 머루와 천마, 도라지를 원료로 강정과 초콜릿, 크런치 등 건강식품을 만들고 있다. 그가 만든 건강식품은 날개 돌친 듯 팔리고 있다. 하지만 처음부터 승부했던 것은 아니었다.



4년 전에 그는 커피숍을 창업했었다. 빚을 내서 시작했지만 결과는 좋지 않았다. 돌이켜 보니, 사전지식이나 시장조사 없이 시작했던 것이 문제였다. 그것을 계기로 창업에 대해 진지한 마음을 가지게 되었다. 양 대표는 준비에 준비를 거듭한 후에 다시 한번 마음을 다잡고 도전해보기로 했다.

이번에는 시장조사부터 했다. 무주에는 관광상품이 와인 하나밖에 없었다. 그래서 무주의 대표 특산품인 머루를 창업 아이템으로 삼았다. 천연 과일인 머루로 먹거리를 만들면 구입을 할 것인지 설문조사를 했다. 설문조사를 통해 수도권 주부층을 공략하면 승산이 있다는 결과도 얻었다.

산마을영농조합법인이 탄생하고 나서 양 대표의 창업 아이템은 머루에서 머물지 않았다. 무주의 또 다른 생상품인 도라지를 재배한 마을들이 판매처를 찾지 못하는 모습을 보고 도라지 가공식품을 만들었다. 도라지가 미세먼지에 특효가 있다는 소문이 나면서 판매량이 급증했다. 이제 도라지는 무주지역 마을들의 주요 소득원으로 부상했다.

양 대표는 준비에 준비를 거듭한 후에, 다시 한번 마음을 다잡고 도전해보기로 했다.

정부에서 손을 내밀다

양 대표가 가공식품을 개발하기는 했지만, 가공에 대한 전문가는 아니었다. 공장을 짓고 제품을 만들기까지 정말 오랜 시간이 걸렸다. 제품의 품질이 일정하지 않았기 때문이었다. 양 대표가 제품개발에 힘들어 하고 있을 때, 정부의 지원정책이 손을 내밀었다.

“정말 힘들었는데, 국가에서 기회를 주었죠. 중소기업청의 창업지원을 받아 4,900만 원 정도 지원금을 받았습니다. 제품 생산이 힘들 때 지원을 받기 시작해서 그 자금으로 도라지를 매입하고 공장설비를 갖추고 제품을 생산하는 데 많은 도움이 되었습니다. 이어서 생물산업진흥원에서 진행하는 고부가가치식품개발사업에 선정되어 저희 도라지 제품을 특허 등록할 준비도 하고 있습니다.”



양 대표는 정부의 지원으로 도움을 받은 것은 자금뿐만이 아니라고 말했다. 지원사업을 통해 비슷한 분야에서 창업한 사람들을 많이 만날 수 있었는데, 이프라 구축이나 네트워크적인 부분에서 큰 도움이 되었다고 했다.

“창업선도대학인 전주대학교를 통해 동종업계의 분들을 만나 정보를 교환하는 것이 큰 도움이 됐습니다. 다른 업종의 분들에게도 여러 가지 정보를 얻었습니다. 그리고 자금적인 부분 외에도 멘토링을 받으면서 기업가 마인드라는 게 무엇인지, 회사를 어떻게 운영해야 하는지에 대한 개념을 잡을 수 있었습니다. 창업 후발주자들에게 국가의 지원을 받을 수 있는 방법을 먼저 알아보라고 말해주고 싶어요. 그런 것들을 잘 알아야 창업에 성공할 수 있다고 생각합니다.”

지원사업은 단순히
자금적인 도움을 받는
것이 목적이 아닙니다.
그 안에서 만들어지는
인적자원은 자금보다
훨씬 큰 도움입니다.

농촌 마을이 웃다

산마을영농조합법인은 기업일 뿐만 아니라 마을공동체이기도 하다. 마을 농가가 농작물의 공급원이 되어주면 산마을영농조합법인은 제품을 가공하거나 판매를 하는 것이다. 한마디로 마을 공동체적 기업이라고 할 수 있다.





실제로 마을 사람들과 가족처럼 일하는 것이 큰 도움이 됐다. 우선, 원재료를 저렴한 가격에 매입할 수 있었다. 그리고 마을 분들이 오프라인으로 판매하고 있던 이프리가 있어 고정 고객 확보가 수월했다.

“현재, 마을 분들과 같이 창조적 마을 만들기라는 농림부의 사업을 진행하고 있습니다. 무엇보다 마을 분들과 가깝게 일하는 것이 가장 큰 도움이 되는 것 같습니다.”

산마을영농조합법인은 농촌 마을 사람들과 더불어 호흡하고 있다. 앞으로도 농촌 마을의 생기를 찾아주는 역할을 잘 해내며, 건강하게 성장하는 기업체가 되기를 기대한다.

열정의 길

발행처	중소기업청 (www.smiba.go.kr) 창업진흥원 (www.kised.or.kr)
발행일	2015. 7. 9
진행	주식회사 몽키랩
기획 및 원고	이야기 고리 (고영리)
디자인	TIM (하이삭 심동아)

2권

혁신의 길

(교수·연구원 창업)

CONTENTS

| CONTENTS |

프롤로그

Part 1. 준비

- (주)힐세리온 (류정원) _ 010
- (주)아이에스엠아이엔씨 (진승민) _ 020
- (주)알티스트 (손동환) _ 032
- (주)파인컴퍼니 (채희성) _ 042

Part 2. 끈기

- (주)네이처전 (장석윤) _ 054
- (주)셀리제코스메틱 (김유미) _ 064
- (주)드라크마 (서희암) _ 074

Part 3. 노력

- (주)더에스 (이민구) _ 086
- (주)레이디아솔루션 (박재우) _ 096
- 에스에이치 (임대식) _ 108
- (주)예인직업전문학교 (정은영) _ 118

경험은
가장
훌륭한
스승이다
다만
학비가
비쌀
따름이다

T. 칼라일

| 프롤로그 |

대학생들의 창의적인 발견, 그 안에 펼떡이며 숨 쉬는 패기를 만난 김창업 씨는 큰 힘을 얻었습니다. 하지만 불타오르는 열의만으로 창업을 할 수 있는 것은 아닙니다. 그것을 김창업 씨는 누구보다 잘 알고 있습니다. 과감하게 도전하는 것이 젊은이의 특권이라면 좀 더 경험이 쌓인 후에 하는 창업은 중년의 특권입니다.

우리나라에는 뛰어난 인재들이 많이 있습니다. 땅과 바다에서 얻을 수 있는 자원은 부족할지 모르지만 지혜와 지식을 갖춘 인적자원은 그 어느 나라보다도 풍부합니다.

이러한 인적자원을 연구자원으로 활용하는 것은 무척 중요한 일입니다. 그러나 보다 더 중요한 것은 연구의 결과물을 경제에 연결시켜 이익을 창출하는 것입니다.

여기서의 이익은 단순히 돈을 말하는 것이 아닙니다. 사장될 위기에 처해 있는 지적자원의 적극적인 활용이고, 이를 통한 경제의 활성화가 달린 문제이며,



더 나이가 고용과 관련 산업발전에도 지대한 영향을 주는 “작지만 큰 시작”을 말합니다.

김창업 씨는 지금, 그 길을 걸어간 선배들을 만나보려 합니다.

우리 창업 씨가 두 번째로 걸어갈 길의 이름은 “혁신의 길”입니다.

오랜 준비를 통해 끈기 있게 시장이 만들어지기를 기다리고, 없는 시장은 노력을 통해 만들어 낸 사람들. 각 분야에서 전문성을 갖추며 연구해 온 사람들이 만들어낸 성공 창업으로 가는 길입니다. 전문가들이 자신 있게 말해주는 성공 창업으로 가는 길.

자! 이번에도 창업 씨와 함께 걸어 가봅시다!



準備

혁신의 길



준비

준비에 실패하는 자는 실패를 준비하는 것이다.

-벤자민 프랭클린-



- 기업명 : (주)힐세리온
- 대표명 : 류정원
- 주요사업 : 모바일 의료기기 및 모바일 앱
- 대표번호 : 070-7582-6326
- 홈페이지 : www.healcerion.com



Project Title

청년창업시관학교

“**돈으로 환산할 수 없는 생명**

의사로서의 경험이 없었다면
제품의 필요성도 몰랐을 것이고
개발을 해야겠다는 생각도
못했을 것이다.”

Ryu
Jeongwon
류정원

**휴대용 무선 초음파 진단기
‘소논(SONON)’의 탄생**

2011년 가을, 만삭의 산모가 류정원 의사가
일하는 응급실로 실려 왔다. 숨을 쉬지 못하는
긴박한 상황이라 산부인과도 없는 병원 응급실로
찾아온 것이다. 게다가 이 부부는 의사소통

조차 어려운 지체장애인이었다. 그래서 환자의 상태를 가늠해볼 방법이 없었다. 아무런 정보가 없었기에 할 수 있는 건 심폐소생술 밖에 없었다. 심폐소생술로 위기는 넘겼지만 빨리 큰 병원으로 옮겨야 했다. 구급차에 옮겨 큰 병원까지 가는 시간은 고작 10분. 류정원 의사는 그 시간이 10년처럼 느껴졌다고 한다. 결국 세상을 떠난 산모를 보며 ‘의사들이 각자 초음파 진단기기를 들고 다니면서 환자의 문제를 바로 파악한다면 더 많은 환자들을 살릴 수 있지 않을까’ 생각했다.

사실 이전에도 휴대용 초음파 진단기는 있었다. 하지만 제품의 크기가 크고 유선으로 작동되는 것이었다. ‘소논’은 주머니에 쑥 들어갈 정도로 작고 무선으로 작동하며 어플리케이션을 통해서도 영상을 확인할 수 있는 제품이다. 더불어 힐세리온은 어플리케이션으로 건강을 체크하고 관리할 수 있는 시스템을 구축하는 일도 하고 있다. 류 대표는 모바일 헬스케어 시장이 이제야 태동하고 있다고 말한다.

당시에 휴대용 초음파 진단기가 있었다고 하더라도 결과가 달라졌을 거라 장담 할 수는 없어요. 다만, 그런 위급한 상황에서 환자의 상태를 좀 더 빨리 파악할 수 있었다면 어땠을까하는 아쉬움은 있죠. 적어도 장비가 없어서 아무것도 할 수 없었다는 탄식은 나오지 않았으면 좋겠다는 거죠.

의술과 기술, 그리고 좋은 마음

세계 최초로 무선인터넷을 사용해 초음파 영상을
전송하는 ‘소노’은 그 잠재력을 인정받아 2013년
소프트뱅크벤처스, 마젤란기술투자, 엠벤처투자 등
벤처캐피털과 길병원에서 20억 원을 투자받았다.
그리고 작년에는 기존 투자자와 산업은행까지 더해
40억 원을 추가로 유치했다. 신생기업의 가능성만을
보고 진행된 과감한 투자였다.





2014년 미국에서 열린 모바일헬스전시회와 올해 1월 두바이에서 열린 아랍헬스전시회 등에서도 글로벌 기업 관계자들이 헬세리온을 찾아와 큰 관심을 보였다.

“기존 헬스케어 시장은 미국처럼 기초과학 수준이 높고 자본도 많은 나라가 선도했지만, 모바일 헬스케어라면 IT기술이 발달한 우리나라도 해볼 만한 시장이라 생각합니다. 현재 소는은 국내 식약처 의료기기 인증과 유럽 의료기기인증(CE MDD)을 받았고, 미국 의료기기인증(FDA)등을 준비하고 있는데, 향후 브릭스 시장도 공략할 예정입니다.”

H.I.T

(Humanism, Innovation, Trust & Partnership)

“첫 창업을 할 때에는 프로페셔널리즘이 있었어요. 무조건 실력이 좋은 사람, 뛰어난 아이디어, 많은 지분이 성공의 지름길이라고 생각했죠. 하지만 아니었어요. 성공을 할 때는 분위기가 좋지만 위기가 오면 각자의 삶을 위해 회사를 나가버리죠. 그래서 생각했어요. 가치관 경영이 답이겠구나. ‘언제 어디서나 소중한 생명을 지키고, 편안한 삶을 누릴 수 있도록 세상을 변화시킨다.’가 저희 회사의 가치관입니다. 아직은 작은 벤처기업이지만 전 세계의 의료불균형을 해결해 보자고 직원들과 의기투합하고 있죠.”

좋은 가치관을 가지고
세상을 바라보며
회사를 운영하고
싶습니다.

힐세리온은 철저한 권한위임(empowerment) 방식으로 운영되고 있다. 직원들은 자신의 판단에 따라 빠르고 능동적으로 업무를 처리한다. 다만 회사의 핵심가치인 H.I.T(Humanism, Innovation, Trust & Partnership)에 입각해야 한다. 입사를 할 때 HIT를 지켜나갈 것이라는 서약서도 쓴다고 한다.



“직원들에게 이렇게 말했어요. ‘90% 이상의 벤처는 망한다. 우리도 망할 수 있다. 다만 우리가 만든 제품이 우리의 미션대로 어딘가에서 누군가의 엄마를, 누군가의 남편을, 누군가의 아이를 구했다고 한다면 그 자체로 의미가 있지 않을까. 이렇게 가치관을 가지고 경영을 하니 회사의 방향성이 명확해지더라고요. 직원들도 목적이 확실하니 풍랑이 일어도 배에서 떠나지 않아요.”

아프리카에서 들려온 노력의 결실

“성공한 후에 돋겠다는 생각보다는 우리가 도울 수 있는 만큼 돋자는 생각을 가지고 평소 NGO단체와 긴밀하게 연락을 주고받았어요. 그러던 중에 장분의 이메일 한 통이 날아들었습니다. 아프리카에서 두 의사가 보내온 편지였어요. 아프리카의 재단을 통해서 ‘소논’ 2대를 아프리카에 있는 의사에게 후원해 줬었거든요. 당신들이 보내온 제품을 너무나 잘 쓰고 있고, 고맙다는 말을 전한다는 내용이었어요. 창업 3주년 기념식 때 사원들에게 이메일을 공유했어요. 정말 뿌듯하고 짜릿한 순간이었죠. 돈 버는 것에 혈안이 되기보다는 우리가 생각하는 가치를 실현하자는 생각이 낳은 결과물이었던 거죠.”

류 대표는 한껏 들뜬 표정으로 말했다. 세상에는 많은 기업들이 있다. 기업은 시장의 원리에 따라 이익을 내야 하는 집단이다. 힐세리온 역시 제품을

판매해 이익을 내는 기업이다. 하지만 단순히 이익을 내는 것에서 그치지 않는다. 돈으로 환산할 수 없는 생명을 살리는 일에 앞장선다. 돈 중심이 아닌, 사람 중심의 기업이라면 마땅히 신뢰하고 지지해야 옳지 않을까.





- 기업명 : (주)아이에스엠아이엔씨
- 대표명 : 진승민
- 주요사업 : 첨단 분광응용 기술을 응용한 이료기기
- 대표번호 : 042-860-7493
- 홈페이지 : www.iism.co.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 혈관 읽는 남자 ”

다수의 특허와 연구원으로서의 경험,
그리고 시장을 깨뚫어 보는 통찰력까지.
삼박자가 딱 맞았다.

”

jin
seung
min

진
승
민

혈관을 읽는다고?

“어린 조카가 아파서 병원을 갔는데 간호사들이 혈관을 못 찾아 애를 먹더라고요. 그때 혈관을 좀 더 빨리 찾을 수 있으면 환자도 의료진도 좀 더 편할 수 있지 않을까 생각했습니다.”

열정이 있는 사람들은 남들보다 어떤 일에 대한 동기를 빠르게 찾아낸다.

동기가 부여되는 것이 아니라 자체적으로 생성되는 것이기 때문이다. 동기와 열정이 만나면 때로는 놀라운 일이 벌어지는데 (주)아이에스엠아이엔씨의 혈관탐지장치 역시 그 놀라운 일의 일부라고 할 수 있다.

연구원이었던 진승민 대표는 빛을 이용해서 혈관을 볼 수 있는 방법에 대한 특허 외에 다수의 파생 특허를 가지고 있었다. 자신의 기술을 이전할 기업을 찾다 결국, 가장 잘 아는 사람이 만드는 것이 좋겠다는 생각에 창업을 결심했다.



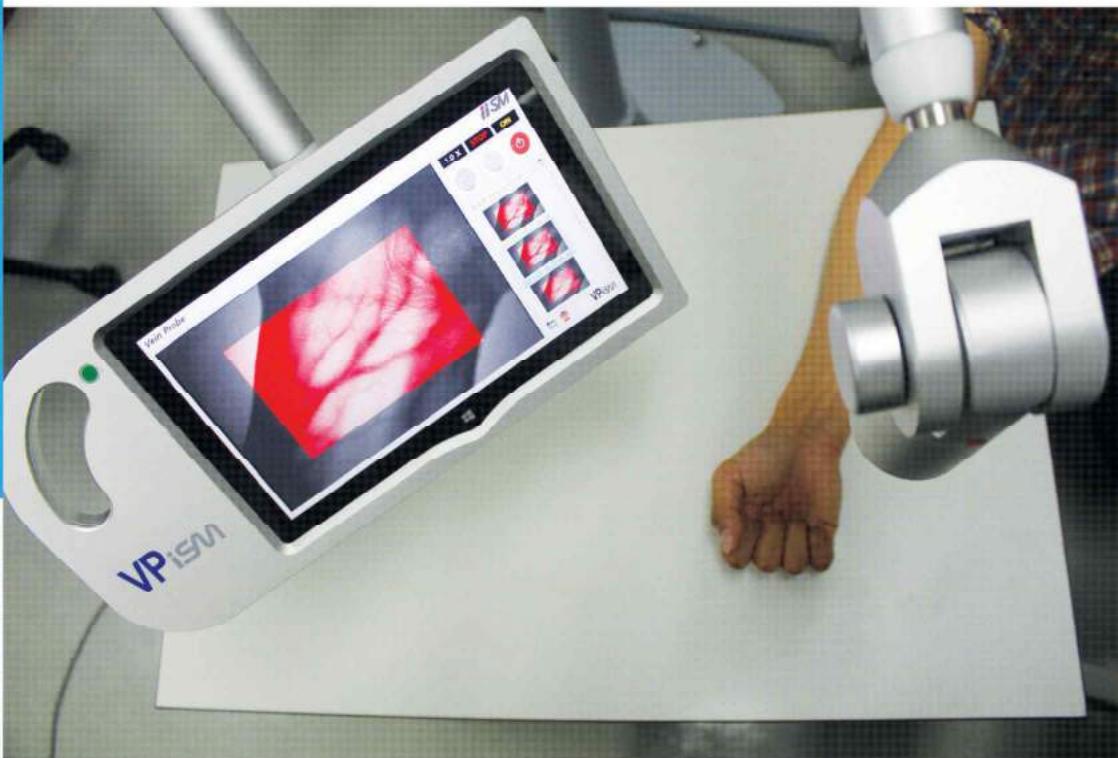
앞선 준비, 아이디어에서 제품까지

혈관을 빨리 찾는 것은 긴급한 수술 상황 등에 아주 유용한 기술이다. 정확한 응급조치가 가능하기 때문이다. 또한, 정말 혈관 영상으로 혈관을 정확히 선택함으로써 반복적이거나 잘못된 주사 시술을 방지할 수 있다.

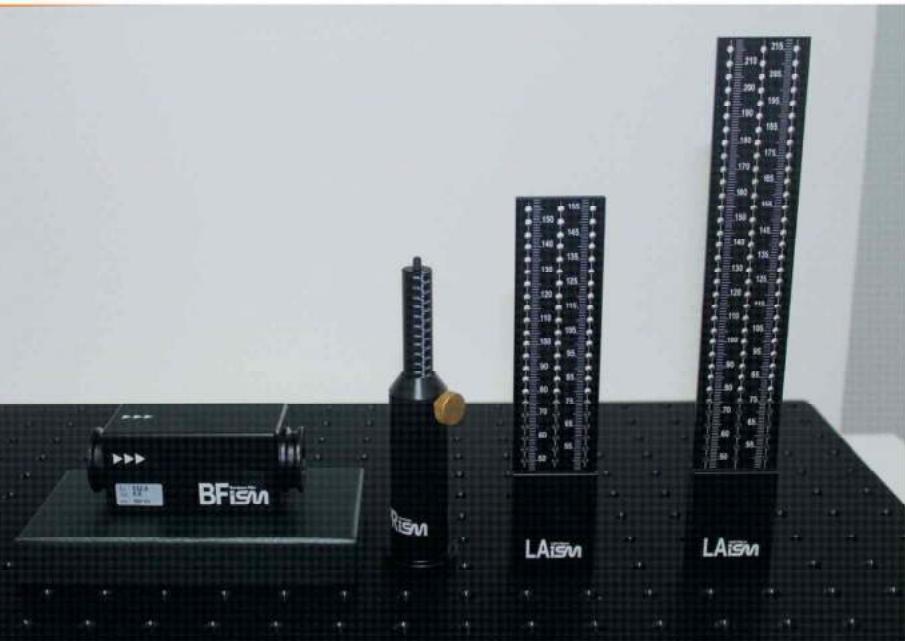
다양한 분야에 응용도 가능하다. 현재 성형외과의 보톡스나 필러 시술, 하지정맥 진단 및 시술전후 비교, 혈관조영 카테터 삽입 등의 혈관 시술, 한의원 등의 침 시술에도 적용하여 사용하고 있다.

진 대표는 아이디어 구상부터 사업화까지 빠르게 이루어냈다. 그것이 ‘연구원 창업의 장점’이라고 밀한 그는, 연구원 창업은 하나의 아이템으로 창업을 하는 것이 아니라 원천기술을 뿌리로 하기 때문에 여러 분야로 가지를 뻗을 수 있다고 했다. 기술을 가지고 창업을 하기는 했지만 쉬운 일은 하나도 없었다. 자금에서부터 현실적인 행정업무까지 매 순간 극복해나가야 할 것 투성이었다. 하지만 고민했던 사금문제는 의외로 쉽게 해결할 수 있었다. 창업지원사업에 선정된 것이다.

처음, 혈관을 찾는 것을 목적으로 개발한 기술이었지만 역으로 보니 혈관을 피해야 하는 각종 시술에도 큰 도움이 된다는 것을 알게 되었다. 사업 기회가 넓어진 셈이었다.



“초기에는 창업진흥원의 지원사업 중 연구원특화 예비기술창업자 육성사업에 지원을 했죠. 처음에 6,000만 원을 지원받고 추가적인 성과를 보이면 4,000만 원을 더 지원받는 형식인데, 저희는 1억 원을 모두 받았습니다. 이것을 기반으로 엔젤 펀드 투자를 1억 2,500만 원 받았습니다. 이후에



투자연계멘토링 과제로 2억 원을 받으면서 단색화장치를 만들 수 있었습니다. 단색화장치는 빛 속에서 임의의 파장과 파장 폭의 단색광만을 추출하는 광학장치로, 분광 분석, 바이오토티닉스, 산업용 검사 장비 등에 활용됩니다.”



연구원 창업, 전략과 조직을 준비하라

현재 아이에스엠아이엔씨에서 일하는 사람은 총 5명, 매출 규모는 작년 4,400만 원, 올해 1억 원 정도 예상하고 있다. 의료기기는 단가가 높기 때문에 많은 양의 주문이 들어오지는 않고 개인적인 판매도 어렵다. 그래서 처음부터 해외 수출을 염두에 두고 만드는 중이다.

진 대표는 연구원 창업에 관심 있는 후배들이 있다면, 기꺼이 창업을 추천하고 싶다고 말했다. 연구원 창업은 기술 중심의 벤처 창업이 가능하고, 아이디어가 제품이 되는 데 유리하다. 아이디어가 제품으로 탄생하기까지 짧게는 1년 정도의 기간이 소요된다. 창업을 하는 경우에는 의사결정이 비교적 빠르기 때문에 소요기간이 짧아진다.

기술과 기업가 정신이 만나면 성공 벤처로의 길이 한결 빨라진다. 그래서 연구원 창업은 여타 다른 창업보다 더 매력적인 부분을 가지고 있다



“창업을 준비하는 연구원 후배들에게 말해주고 싶습니다. 아이템도 중요하지만 전략, 조직에 관해 준비하는 게 좋다는 사실을요. 저는 사업하기 전, 몇 년 동아 컨설팅 분야의 사람들과 함께 일했던 경험이 있습니다. 그 덕분에 경영전략을 짜고 비전제시, 조직관리를 하는 데 어려움이 없었습니다.”

자신의 지식을 활용, 세상을 더 좋게 만드는 데 일조 하려는 그에게서 성공 창업인이 가야 하는 길을 만난 듯했다.



- 기업명 : (주)알티스트
- 대표명 : 손동환
- 주요사업 : 실시간 운영체제
- 대표번호 : 042-860-0500
- 홈페이지 : www.rst.co.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 기차는 RTOS를 싣고 간다 ”

RTOS는 고신뢰성 운영체제로
안전이 우선인 비행기나 기차 등이
한 치의 오차도 없이
안정적인 운행을 할 수 있도록 해준다.”

손동환
Son Dong-hwan

**우리 기술, 우리 체제의 RTOS
슬슬 시동을 켜다**

스마트폰이 없는 하루를 상상해보자.
스마트폰의 기본기능인 전화는 물론 음악감상,
사진찍기, 인터넷검색에 각종 채팅 및 SNS까지 아무
것도 할 수 없는 하루. 아마 십 분만 지나도 초조하고
조마조마해질 것이다.

사실, 위에서 말한 기능들을 각각 수행할 수 있는 별도의 기계들은 이미 존재한다. 음악은 MP3나 라디오를 통해 들을 수 있고 사진은 카메라로 찍는다. 컴퓨터를 통해 각종 온라인 활동을 할 수 있는 것은 물론이다. 그런데 어느 순간부터 이 모든 기능들이 손 안에 들어오는 휴대전화 안에서 동시다발적으로 이루어지기 시작했다.

비로 임베디드(Embedded) 시스템 덕분이다. 임베디드(Embedded)란 ‘끼워 넣다’라는 뜻으로 컴퓨터 시스템에서는 ‘내장된 혹은 탑재된’의 의미로 이해할 수 있다. 어떤 제품이나 솔루션에 추가로 끼워 넣어 특정 작업을 수행하도록 운영하는 일종의 OS다. 그래서 임베디드 시스템에서 가장 중요한 것은 안정성이다. 각 프로그램들이 서로 충돌하지 않고 운영될 수 있도록 해야 하기 때문이다.

실시간 운영체제를 만드는 일은 이미 대중화된 기술이다. 하지만 그중에서도 한 치의 오차도 허용하지 않는 고신뢰성 운영체제, 이른바 RTWORKS(고신뢰 시스템을 위한 실시간 운영체제)까지 만드는 회사가 바로 (주)알티스트, 한국전자통신연구원의 연구원 출신인 손동환 대표가 이끄는 벤처기업이다.



“저희가 주 타깃으로 하는 시장에서 무엇보다 중요하게 여기는 건 신뢰성입니다. 우리 제품은 항공이나 국방, 철도 같은 분야에 쓰이거든요. 조금만 잘못되어도 큰 사고가 나기 때문에 신뢰와 안정성은 무엇보다 중요합니다.”

이 같은 고신뢰성 운영체제를 지원하는 업체는 현재 알티스트 외에 국내에 단 한 곳. 이제 막 발을 들여놓는 단계다. 지금까지는 외국산 OS를 주로 써온 셈인데 최근 국산 OS에 대한 수요가 늘면서 정부도 기술개발을 적극 장려하고 있다. 하지만 인천과 직결되는 시스템이기도 해서 시장은 보수적인 편이다.

수입차가 망가지면
부품 수급에서부터
수리까지 오랜 시간이
걸리는 것처럼 수입된
시스템에 따른
최적화가 어렵습니다.
반면 국산은 충분히
이런 것들이
가능합니다.

누가 씨앗을 싹 틔우는가

손 대표는 원래 한국전자통신연구원(ETRI)에서 임베디드 시스템을 연구했다. 연구소에서 개발한 RTOS를 무기체계에 탑재하기 위해 방위사업청과 국방과학연구소(ADD)를 설득했지만 한국전자통신





연구원(ETRI)에서 체계개발에 직접 참여하는 것은 불가능했다. 연구만 하거나 기술이전을 하거나 둘 중 하나였다. 그러나 직접 참여도, 기술이전을 통해 사업화할 기업을 설득하는 것도 성공하지 못했다. 아주 좋은 기술임에도 불구하고 애써 개발한 기술이 사장될 위기에 처한 것이다. 낙담하긴 했지만 손 대표는 이 과정에서 무기체계 RTOS의 시장성을 발견할 수 있었다.

다양한 분야에 맞게 프로그램을 변형할 줄 알아야 함은 물론이고 기본적인 개발기술을 모두 갖춘 기술 연구원만이 창업할 수 있다는 것도 매력적이었다.

차분히 창업을 준비하던 중 기회가 왔다. 국내 기술 적용을 최우선 조건으로 내건 한국항공 우주산업(KAI)의 핵심개발 과제에 참여하게 된 것이다. 경쟁사 제품과의 평가 끝에 한국전자통신 연구원(ETRI)의 기술력이 좀 더 높은 점수를 받았다. 여기에는 예비창업 과정에 들어간 손 대표에 대한 신뢰도 한몫 했다.

창업 새내기의 뜨거운 심장박동

2013년 12월, 알티스트는 자본금 1,500만 원의 1인 기업으로 출발했다. 하지만 채 1년도 되기 전에 자본금은 3,000만 원으로, 직원은 7명으로 늘었다. 앞서 언급했듯이 알티스트의 대표제품은 고신뢰를 요구하는 운영체제 RTOS, 국방 무기체계, 항공전자, 철도차량, 원자력발전소 등 'Safety-Critical' 시스템에 사용되는 컴퓨터를 위한 실시간 운영체제(RTOS)다. 이미 미연방항공청 인증기준인 DO-178B Level A Certifiable를 획득하고 항공표준인 ARINC653 지원, 그리고 한국항공우주산업(KAI)의 무인항공기에 탑재되어 성공적인 비행시험도 마쳤다. 차근차근 길을 닦아 나아가고 있는 것이다.

성공 창업을 위해 손 대표는 다양한 사람들에게서 많은 것을 배워야 한다고 했다. 하지만 배움보다 더 중요한 것은 그 배움을 본인에게 맞게 적용하는 것이라는 말을 전했다. 그리고 마지막으로 플랜B를 세워야 한다고 했다. 여러 상황을 고려해 나름 밀도

3년간 동료들과 호흡을 맞춰가며 개발하고, 미국 FAA의 인증 과정을 거쳤습니다. 그렇게 KAI의 기준들을 만족시키며 개발된 RTOS(Qplus-AIR)가 2013년 2월에 고흥에서 비행시험에 성공했을 때는 정말 가슴 벅차더군요.”

있게 준비한다고 하더라도 막상 창업을 하고 나면 예상대로 흘러가지 않기 때문이다.

기술을 기반으로 한 네트워킹과 플랜 B, 그리고 신뢰. 이 세 가지 방향키를 잡고 열심히 운항 중인 알티스트. 모두가 안전하고 편안하게 사는 세상을 만드는 데 알티스트의 기술이 큰 역할을 할 것이라고 믿는다.



- 기업명 : (주)파인컴퍼니
- 대표명 : 채희성
- 주요사업 : 관제 및 제어 S/W 개발 공급
- 대표번호 : 042-933-9337
- 홈페이지 : www.pinesns.co.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 목표점을 향해 쏴라 ”

배수진을 치고 나아가는 자를 이길 것은
아무 것도 없다.

창업은 목표점을 향해 끊임 없이
전진해 가는 과정이다.”

채
희
성
Chae Hee Sung

창업에 마음이 끌리다

(주)파인컴퍼니 채희성 대표는 연구원으로 사회생활을 시작했다. 한국전자통신연구원(ETRI)이 그의 첫 직장이었다. 그리고 2014년 과감히 퇴직을 결정했다. 채 대표가 근무했던 한국전자통신연구원(ETRI)에는 창업 휴직제도(3년 휴직, 평가 후 3년 연장 가능)가 있었기 때문에 군이 퇴직을 하지 않아도 창업은 가능했다.

그런데도 퇴직을 선택한 이유를 묻자 이런 대답이 돌아왔다.

“안 그래도 창업을 하기 전 여러 선배들을 만나 조언을 구했어요. 창업 휴직을 지원하고 나간 연구원들 중 대부분이 실패를 하고 다시 한국전자통신연구원(ETRI)으로 돌아온다고 하더군요. 여러 가지 이유가 있었지만, 제가 생각하기에 그들이 실패한 가장 큰 이유는 절박함이 부족하다는 것이었어요. ‘실패를 해도 다시 되돌아갈 곳이 있다.’라는 안일함이 무의식 중에 머릿속에 남아 있었기 때문이죠. 그리고 열핏 길게 느껴지는 3년이라는 휴직 기간도 실제로 사업을 해 보면 순식간에 지나간다고 하더라고요.”

그래서 2014년 퇴직을 선택하고 창업한 것이 파인컴퍼니였다.

사실 파인컴퍼니 이전에 제 대표가 조언을 하며 후배와 함께 해오던 회사가 있었다. 파인S&S라는 회사이다. 파인S&S의 사업분야는 방위산업분야의 유도무기 시뮬레이터였다. 특히 관심을 가지고

장미빛 미래가
보장된 학부생과
대학원생들이
기득권을 버리고 IT
기업을 창업하는 것을
보고 연구자로서의
삶보다는
사업가로서의 삶에
더 관심을 가지게
되었다.

개발한 것은 무인정찰기였는데, 무인정찰기에는 여러 가지 센서를 융합해서 위치를 탐지하거나 움직임을 제어하는 기술이 필요했다. 채 대표가 연구원으로 있으면서 계속 해오던 일이 바로 로봇 즉위 및 자율수행을 위한 센서 융합관련 연구였다.

군사용 무인항공기가 주로 하는 일은 감시와 정찰이다. 따라서 안정적으로 감시를 할 수 있는 영상 시스템이 필요하다. 공중에서 지상의 물체를



판별하기 위해서는 줌 기능을 이용해야만 한다. 그런데 비행 도중 줌 기능을 사용해 지상을 촬영하면 영상이 많이 흔들리게 된다. 그렇지만 방송용 무인항공기와는 달리 군사용 무인항공기는 줌을 사용할 때 흔들림을 방지할 수 있어야 하고, 더불어



원하는 목표를 자동으로 추적할 수 있는 기능이 있어야 한다. 이처럼 영상센서의 시선을 안정화하고 자동추적을 가능하게 하는 시스템을 짐발시스템(Gimbal System)이라고 부른다.

채 대표는 로봇 관련 기술을 여기에 적용, 정보를 안정적으로 얻을 수 있는 짐발 시스템을 개발했다. 그가 개발한 짐발 시스템은 야간이나 악천후 등 정찰이 어려운 상황에서도 선명한 영상을 얻을 수 있게 했고 이를 분석, 활용할 수 있도록 영상처리 소프트웨어도 함께 개발, 적용시켰다.

이 외에 하나 더 개발한 시스템은 유도 무기 훈련 시스템이었다. 유도 미사일의 경우 위낙 고가라서 실제 미사일로 훈련을 하기는 어렵다. 때문에 실제 상황과 동일한 환경에서 연습을 할 수 있는 시뮬레이터가 필수인데 채 대표가 이를 개발한 것이다. 지금은 미사일이 목표물을 정확히 찾아갈 수 있도록 도와주는 시커(seeker, 탐색기)도 개발 중에 있다.

돈 그리고 사람 중에서

체 대표가 한국전자통신연구원(ETRI)을 나와 본격적으로 사업에 임할 수 있었던 것은 그의 열정과 노력 때문이기도 하지만, 중소기업청의 지원도 큰 도움이 되었다.

“ 짐발 시스템을 개발하는 데 생각보다 많은 돈이 들어갔어요. 어찌어찌해서 개발할 자금은 확보를 했는데, 아무리 해도 재료비를 감당하기 어렵더라고요. 그런데 창업지원사업을 통해 1차로 6,000만 원을 지원받아 재료비를 해결할 수 있었어요.”



자금 이외에도 창업진흥원에서 실시한 교육이 많은 도움이 되었다. 채 대표는 그때 들었던 강의 중에 인상적이었던 부분을 들려주었다.

“한 번은 어떤 강사님이 ‘창업을 하는 데 가장 중요한 것으로 아이템, 자본, 인력을 꼽습니다. 이 중에 어떤 것이 가장 중요하다고 생각하십니까?’하고 물더군요. 대부분 자본이 가장 중요하다고 대답하더라구요. 파인S&S를 통한 간접경험이 없었다면 지도 그렇게 생각했을 거예요. 하지만 경험을 해 보니 인력, 그러니까 사람이 가장 중요하다는 생각이 들더군요. 사람이 있어야 아이템도 생기고 돈도 벌 수 있거든요.”

그래서 지금도 신규인력을 채용하는 데 신중의 신중을 기하고 있다. 면접시간이 4시간을 넘기는 것도 예사다. 능력 있는 사람을 채용하고 싶지만 걸림돌도 있다. 방위산업체다 보니, 보안상 홈페이지를 통해서 자세하게 설명하고 홍보하기가 쉽지 않다. 구직하는 사람들은 업체 홈페이지를 통해 많은 정보를 얻기 마련인데, 홈페이지가 부실하다 보니 파인컴퍼니를 미심쩍게 보는 경우가 많다.

회사와 운명을 같이 하고 싶다

“이스라엘에는 세계적인 방위산업체가 많아요. 조그마한 회사인데도 수천억 원대 매출을 올리는 회사들이 꽤 있어요. 국내에는 이런 업체가 거의 없어요. 군사적인 측면에서 우리나라나 이스라엘이나 처한 상황이 비슷한데 방위산업체 숫자는 차이가 엄청나요. 우리나라는 몇몇 대기업에서 방위산업을 독차지 하고 있죠. 그래서 저는 규모가 작은 방위산업체라도 글로벌한 기업으로 클 수 있다는 것을 보여주고 싶어요.”

재 대표의 꿈은 지금 하고 있는 분야에서 세계 최고가 되는 것이다. 그렇다고 해서 대기업처럼 회사의 높이가 커지기를 바라는 것은 아니다. 이스라엘의 방위산업체처럼 높이는 작지만 탄탄한 회사로 성장하는 게 목표이다.

파인컴퍼니가 개발한 소프트웨어들 덕에 우리나라의 국방이 좀 더 튼튼해지고 있는 것은 분명해 보인다. 파인컴퍼니의 선전을 기원한다.

보안때문에 상세한 설명이 힘들지만 그래도 좋은 사람들이 하나 둘 모여들면서 회사가 점점 경쟁력을 갖춰가고 있습니다.



發見

혁신의 길
∞
끈기

만사는 끈기 있게 기다리는 자에게 찾아온다.

-롱펠로우-



- 기업명 : (주)네이처젠
- 대표명 : 장석윤
- 주요사업 : 치아미백제품
- 대표번호 : 042-389-0054



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 하얀 미소를 위하여 ”

원료는 좀 비쌀지 몰라도
제품을 다양화 시킬 수 있고
제조단가도 낮출 수 있다면
한번, 개발해 볼 만하다고 생각했다.

장석윤

Chang
suk youn

30년차 베테랑 연구원. 창업을 꿈꾸다

정든 회사를 나왔다. 꼬박 서른 해 만이었다.
십십하기도 했지만 언젠가 한 번은 겪어야 할
일이었다.

약학대학을 졸업한 (주)네이처젠의 장석윤 대표는
1983년, 럭키중앙연구소(현 LG생활건강연구소)에

연구원으로 입사했다. 초반 10년은 화학 분석 관련 실무를 담당했고, 그 다음 10년은 구강제품 연구팀장을 맡았다. 팀장 시절 그가 도전했던 업무는 치아미백 제품개발. 연구에 연구를 거듭하다보니 치아미백 패지를 개발하는 등 치아미백 제품 분야의 스페셜리스트가 되어 있었다. 회사에서의 마지막 10년 동안 그는 LG생활건강연구소를 이끄는 연구소장으로 있으면서 생활건강 제품개발을 진두지휘했다.

30년간의 직장생활을 마무리 하고 나서는 맘껏 쉬었다. 1년이 지나고 2년 차에 들어서자 몸이 근질거리기 시작했다. 이제는 뭔가를 해야 할 때였다. 마침 콘텐츠 관련 사업을 시작한 지인을 통해 창업진흥원을 알게 되었고 그렇게 방문한 창업진흥원에서 연구원 출신의 창업을 지원해주는 사업이 있다는 것을 발견했다. ‘창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램’이었다. 그야말로 절묘한 타이밍이었다.



생산자와 소비자를 모두 생각한 연구개발

창업을 결정한 후 이제는 세부 아이템을 찾을 차례였다. 치아미백 분야를 연구하며 아쉬웠던 점을 하나둘씩 떠올렸다. 그러다가 번뜩이는 아이디어가 떠올랐다. 안정화된 치아미백 원료를 만들어보자는 생각이었다.

“치아미백할 때 쓰이는 주성분이 바로 과산화수소입니다. 분자량이 작아서 같은 농도일 때 제일 미백 효과가 탁월하죠. 그런데 불안정하다는 단점이 있습니다. 일반 치약 성분과 과산화수소를 합쳐 미백 지약을 만들면, 반응성이 좋은 과산화수소는 다른 성분과 섞여 금세 사라집니다. 그래서 사용할 수 있는 원료에 제약이 많습니다. 저는 바로 이 점에 착안했습니다. 과산화수소를 안정화시킨 치아미백 원료를 만들어보기로 한 겁니다. 성공한다면 맛과 향을 다양하게 만들 수도 있고 단가도 많이 낮출 수 있었으니까요.”

고민을 거듭하던 중 창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램에 선정되었다는 연락을 받았다. 그리고 노력에 대한 대가도 나타났다. 드디어 과산화수소를 안정화시킨 치아미백 원료를 개발한 것이다.

과산화수소의 안정성을 확보할 수만 있다면 함께 사용할 수 있는 원료가 늘어나고, 그렇게 되면 제조 단가와 소비자가격이 낮아질 가능성이 높았다.

장 대표가 개발한 치아미백 원료는 사실, 기존의 과산화수소 원료보다 가격이 다소 비싸다. 하지만 다양한 원료를 사용할 수 있기에 제조단가는 현재보다 훨씬 저렴해질 수 있다. 뿐만 아니라 제품 연구개발에 드는 시간과 비용도 대폭 줄일 수 있다. 이것이 네이처젠의 결과물이 주목받는 이유다.



실질적인 도움을 준 중소기업청의 지원사업

네이처젠을 설립한 후 지난 6개월간 제품개발의 성과를 낼 수 있었던 것은 무엇보다도 중소기업청의 '창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램' 덕분이었다. 창업을 할 수 있는 용기를 준 것은 물론이고 사업선정 후에는 자금에서부터 각종 창업교육까지, 창업과 관련된 모든 사항을 적극적으로 지원해줬다.



자금지원도 도움이 됐지만, 가장 큰 도움을 준 것은 창업교육이었다. 장 대표는 마케팅, 회계, 기술 사업화, 네트워킹, 법인 설립, 디자인 등을 교육 받았다. 특히 작년 8월 말 광주에서 열렸던 'CEO 역량강화교육'은 회사를 운영하는 데 큰 도움이 됐다.

1박 2일 동안 교육을 받았는데 전반적인 내용이 정말 좋았어요.
그리고 이 자리에서 창업 동기들과 많이 친해졌죠.

진부를 깨고 새로움을 만들어가다

아직 창업 초기지만 네이처젠의 시선은 해외를 향하고 있다. 특히 중국은 그 잠재력을 가늠할 수 없을 정도로 거대한 규모를 자랑하는 가능성의 땅이다. 장 대표는 처음부터 중국 진출을 염두에 두고 창업에 뛰어들었다.

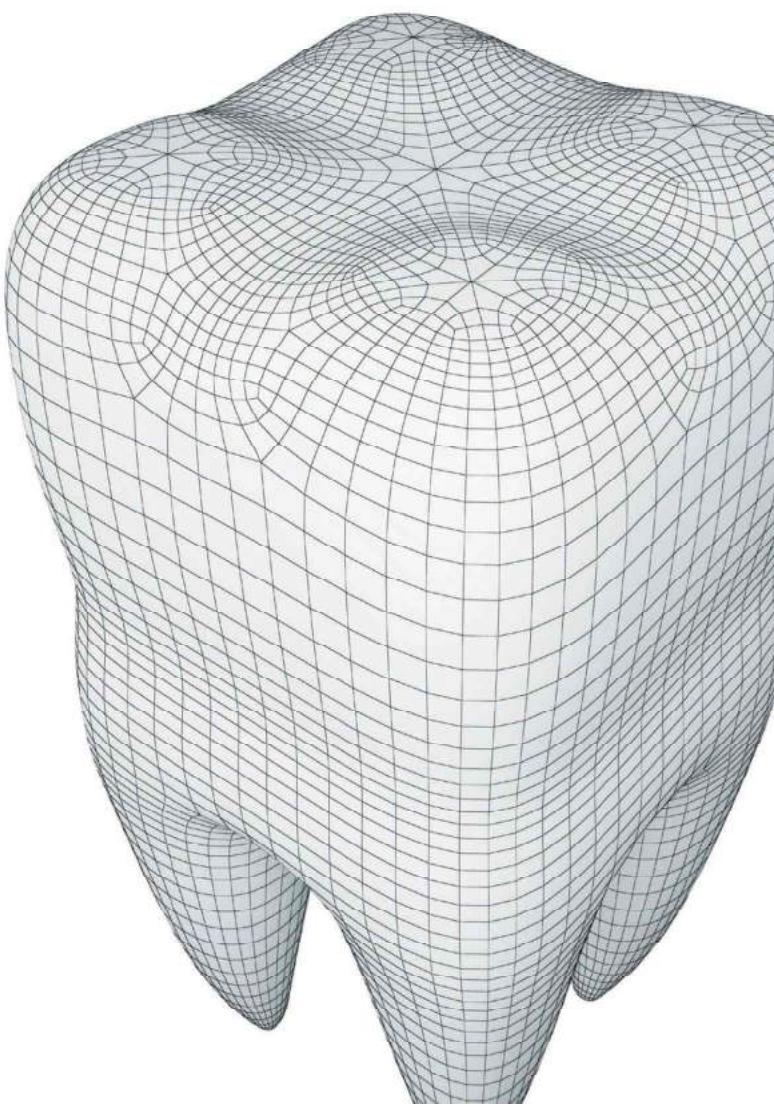
“중국에 가보면 아시겠지만, 어르신들 중에 유난히 치아가 검은 사람들이 많아요. 예전에 많이 썼던 테트라사이클린(Tetracycline)이라는 항생제의 부작용 때문이죠. 그리고 중국인들은 물 대신 차를 많이 마시잖아요. 그래서 치아가 누런 경우가 많아요. 테트라사이클린에 의한 내인성

착색과 차 문화에 의한 외인성 착색. 전 여기에서
치아미백사업의 가능성을 목격했습니다. 추후에
진출한다면 참 재미있을 것 같아요.”

큰 그림을 그리고 있지만, 장 대표는 서두르지
않는다. 네이처젠을 설립하면서 세운 제1원칙이지
모토이다. 인위적인 느긋함이 아니다. 연륜과
경험에서 온 진정한 느긋함이다.

“남들과 똑같은 제품으로, 똑같은 시장에서 싸우고
싶지는 않아요. 혼역 때 미처 적용하지 못한
아이디어와 기술이 정말 많아요. 이것들을 끈기
있게 다듬고 연구해서 제품으로 실현해나갈 겁니다.
그래서 네이처젠을 ‘생활용품 분야에서 기존의
패러다임을 깨고 새로움을 만들어가는 희한한
회사’로 키워나가고 싶습니다. 이것이 제2의 인생을
살아가고 있는 제 최종 목표입니다.”

방긋 웃는 그의 미소가 유난히 하얗게 빛나 보였다.





- 기업명 : (주)셀리제코스메틱
- 대표명 : 김유미
- 주요사업 : 유기농 화장품
- 대표번호 : 1661-1271
- 홈페이지 : www.celrege.com



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 화장품, 제대로 바르고 있습니까?

좋은 원료와 훌륭한 기술.

그리고 제대로 된 제품을 만들겠다는 마음.

더 이상 뭐가 더 필요할까?”

김
유
미

kim
yu
mi

기술을 가진 그녀의 돌직구 창업

15년간 약품을 연구하던 여자가 있었다. 그녀는 아주 우연한 기회에 명품 화장품의 전성분 표시를 들여다보았다. 아는 만큼 보인다고 성분들의 내역을 확인하던 그녀는 이렇게 생각한다. 싱분에 비해 너무 가격이 부풀려져 있다고. 분명 잘못된 일이라는 생각이 들었고, 한번 바꿔보겠다는 마음을 먹었다. 그렇게 화장품 회사를 창업했다.



대기업의
수석연구원으로 있었던
그녀는 항암제의 나노
주사 제형과 마이크로
스피어라는 제조기술을
응용한 제품을
개발하기도 했다.

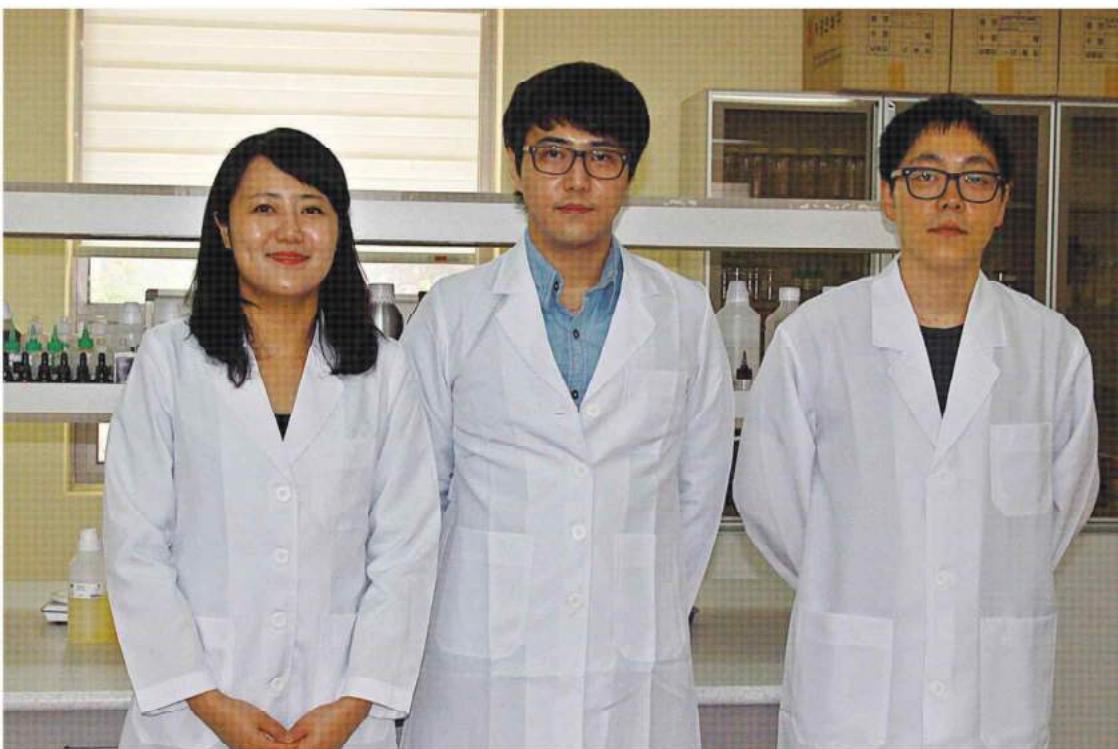
그녀는 우리나라의 유기농 스킨케어 화장품 회사인
(주)셀리제코스메틱의 김유미 대표다.

셀리제(Celrege)는 ‘세포(Cell)’와 ‘재생
(Regeneration)’을 합성한 약어로 실질적인
피부개선 기능을 가진 화장품을 만들겠다는 의지가
담겨있다. 약물전달기술 개발을 전공한 김 대표는
생체재료를 이용해 약물을 효율적으로 인체에
전달하는 기술도 연구했다.

“CJ 제일제당의 연구원으로 있으면서 약물을 우리
몸이 필요로 하는 곳에 제대로 전달하는 나노약물
전달체 개발을 했어요. 한 5년 정도 연구원으로
있으면서 노하우를 많이 쌓았죠. 그런데 제품화
과정이 어렵더라고요. 제품화 할 수 있는 아이템들을
지속적으로 개발해야 했는데 그중에서 화장품이
제품화하기 가장 쉬웠어요. 그래서 연구 중이던
나노입자 기술을 여기에 적용시키면 되겠다고
생각했습니다. 화장품의 전성분 표시를 들여다보게
된 것도 그때고요.”

셀리제코스메틱에서 가장 큰 기술력으로 생각하고 있는 게 바로 ‘오가닉 슈티컬’인데 유기농 식물성 원료를 이용하여 기능성 화장품을 만드는 기술을 말한다. 이미 미국이나 유럽에서는 쓰고 있는 용어이지만 국내에서는 잘 알려지지 않았다. 식물성 유기농 원료로 기능성 화장품을 만들기 위해서는 반드시 흡수기술을 높여야 한다. 김 대표는 나노입자 기술을 적용하면 유기농 원료들이 피부 깊숙이 들어갈 수 있게 만들 수 있다고 생각했다.

“사실 연구소를 나왔을 때, 제 주변에 창업에 대해 아는 분도, 자금도 없었어요. 결국 혼자서 실험실 하나만 차려놓고 실험할 수밖에 없었어요. 그렇게 1년 동안 연구를 하다 보니 저만의 화장품 레시피가 만들어졌어요. 그때 인터넷에서 우연히 창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램의 공고를 보게 됐어요. 좋은 기회라 여겨 지원했고 다행히 선정되어 지원금을 받았죠. 그때부터 본격적으로 회사를 설립하게 됐습니다.”





연구원 창업, 정부지원책을 활용

셀리제는 천연
계면활성제와
식물성 오일, 꽃수와
같은 영양성분이
듬뿍 담긴 원료로
베이스를 제조합니다.
셀리제의 베이스는
피부에 자극을 주지
않으면서도 영양
가득한 국내 유일의
베이스입니다.

성공적인 창업의 길을 걷고 있는 김 대표가 예비 창업자들에게 남기는 당부의 핵심은, 어떤 제품을 개발하거나 사업을 하려고 할 때 소비자에게 어떻게 판매할 것인지를 고려해야 한다는 것이다. 창업을 준비할 때 빠지는 오류 중의 하나가 자신이 가진 아이디어나 기술이 최고면 된다고 생각하는 것이다. 그리니 이 아이디어나 기술을 소비자에게 ‘전달’하는 것이야 말로 사업의 대전제라는 것을 잊으면 안 된다는 것이다.

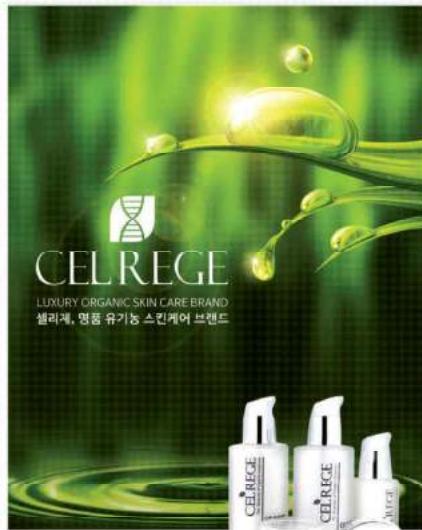
“사업의 기본은 판매라고 생각해요. 최고의 제품이 아니라 소비자에게 맞는 제품을 개발해야 하죠. 또 창업 초기에 창업교육 프로그램도 많이 듣고 지원이나 정부정책을 잘 활용했으면 좋겠어요. 끈기 있게 자기 분야를 파고들면서 주변에 어떤 것을 연결시켜야 좋을지 잘 살펴야 합니다. 그래야 실패를 하더라도 다시 일어설 수 있거든요.”

정직과 열정으로 만나는 고객

셀리제코스메틱의 미래비전은 국내 1위의 유기농 화장품 브랜드가 되는 것이다. 그걸 바탕으로 해외진출을 이루어 글로벌 기업이 되는 것도 목표다. 현재 중국 진출을 위해 판로 개척에 힘쓰고 있다.

“저희 회사의 3대 가치관은 정직, 열정, 고객입니다. ‘정직’하고 질 좋은 제품을 합리적인 가격에 제공하는 것이죠. 더불어 끊임없는 ‘열정’과 도전으로 연구개발을 지속해 트렌드를 선도하는 제품도 만들어가고 싶어요. 그리고 무엇보다도 ‘고객’을 사랑하는 마음으로 화장품을 개발하고 싶습니다.”

셀리제코스메틱의 김 대표가 마지막으로 강조한 말은 정직, 열정, 고객이었다. 가장 평범한 말이지만 셀리제코스메틱의 힘이자 모든 성공 창업의 기본이 되는 말이 아닐까 싶었다.



셀리제는 고객의 소중한 피부를 위해
고품질의 안전한 화장품을 제공해 드립니다.
GMP 제조시설에서 철단기술과 인증받은
유기농원료를 사용하여 생산합니다.



CELREGE 셀리제

(주) 셀리제 코스메틱은 최상의 원료 배합기술과
나노 재형화 기술로 탄생한 연구개발 중심 기업입니다.

- 대표 : 김유미 / 공학박사
- 학력 : 에스큐세스 공과대학 (MIT) 연구원
조지아Tech (Georgia Tech) 연구원
세계이재일제단 수석 연구원

- 셀리제가 사용하는 유기농 원료





- 기업명 : (주)드라크마
- 대표명 : 서희암
- 주요사업 : 소비패턴 어플리케이션
- 대표번호 : 042-389-0056
- 홈페이지 : www.drachma.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“돈에 지혜를 담다”

기회의 신은 뒷 머리가 없다.

일단 지나갈 때 앞 머리라도 확 잡아야 한다.

창업지원사업은

놓치면 상당히 억울한

기회의 신과 다름없다.”

”

서
희
암
Seo
Hee
am

‘합리적 소비’로 향하는 고속도로를 내다

‘돈은 써야 제 맛’이라지만 흥청망청 쓰면 순식간에 고통의 나락으로 떨어지는 법. (주)드라크마는 돈에 지혜를 담기 위해 태어났다. 소비자가 합리적으로 소비할 수 있도록 유도함으로써 그들의 가치분소득, 즉 여윳돈을 늘려주는 것이 이 회사의 1차 목표다. 이를 실현할 수 있는 첫 번째 방법으로 애플리케이션(Application, 앱)을 선택했다. 대중화된

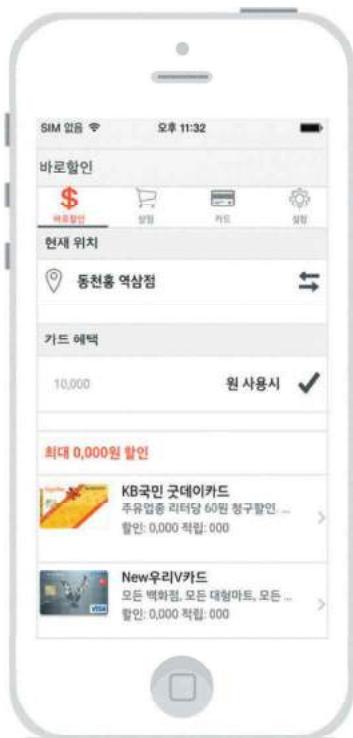
스마트폰을 활용해 손쉽게 합리적 소비패턴을 이어갈 수 있는 앱, '피카(Picka)'를 선보인 것이다. 앱 소개를 부탁하자 서 대표가 주머니를 뒤적이더니 자신의 신용카드 한장을 꺼냈다. 서명란 바로 아래에 붙어 있는 견출지에 혜택을 받을 수 있는 곳이 빼곡하게 쓰여 있었다.

"카드혜택을 가만히 살펴보면 이런 식입니다. 전월 실적에 따라 혜택이 달리지고 횟수도 제한돼 있습니다. 카드종류도 수없이 많아요. 당연히 소비자들은 모든 구매 혜택을 알 수 없고, 이를 놓침으로써 돈을 낭비하게 됩니다. 제가 이렇게 카드에 견출지를 붙여 카드혜택을 기록한 지 벌써 10년이 넘었네요."

서 대표는 잠시 안타까운 표정을 지은 뒤 계속 말을 이었다.

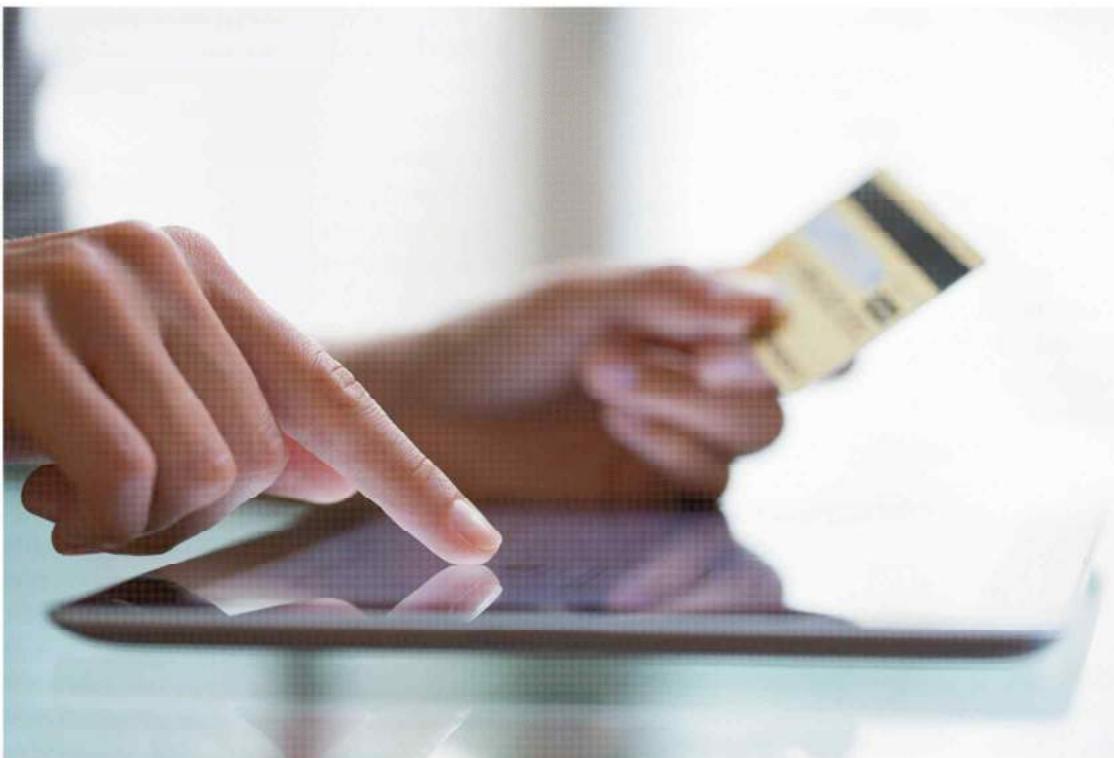
드라크마(Drachma)는 그리스의 화폐 단위예요. 고대 그리스에서 썼던 드라크마 은화의 한쪽 면에는 지혜의 여신 미네르바가 새겨져 있죠. 그런데 왜 하필 지혜의 여신일까요? 고대 그리스인들은 돈을 지혜롭게 써야 한다는 것을 알았던 겁니다. 이런 점이 저희 회사의 방향성과 일치했죠. 회사명을 드라크마로 짓게 된 이유입니다.

“저희가 개발한 피카(Picka)는 복잡하고 다양한 신용카드 구매혜택을 터치 한 번으로 간편하게 활용할 수 있도록 도와줍니다. 뿐만 아니라 사용자의 소비패턴을 분석해 가장 많은 혜택을 볼 수 있는 카드를 찾아주죠. 사용자가 합리적으로 소비할 수 있는 길을 그 무엇보다 쉽고 빠르게 알려주는 겁니다.”



삶의 질을 향상시켜주는 마법, 피카(Picka)

피카(Picka)를 사용하는 가상의 인물 A를 떠올려보자. A는 먼저 평소 자신이 사용하는 카드 종류를 앱에 등록한다. 그 뒤 자신이 즐겨 찾는 B카페에 들어가 앱을 구동한다. 앱은 A의 위치를 파악해 B카페에서 활용 가능한 혜택을 지닌 가드를 찾아 알려준다. A는 지갑에서 해당 가드를 꺼내 혜택을 받는다. 그로부터 일주일 뒤, 꾸준히 피카(Picka)를 사용한 A는 근처 C마트를 찾는다. 물건을 고른 뒤 앱을 켜고 최적화된 카드혜택 정보가 뜨기를 기다린다. 그때 여느 때와는 다른 정보가 눈에 들어온다. 일주일간 소비 패턴을 분석한 결과, 새로운 카드를 사용하는 게 보다 더 많은 혜택을 볼 수 있다는 알짜배기 정보다. A는 즐거운 마음으로 앱이 알려준 카드를 발급받는다. 티끌모아 태산이라고 했던가. 카드를 쓸 때마다 혜택을 받다 보니 나가는 돈이 줄어들고 여윳돈이 늘어난다.



A는 그 돈을 모아 조만간 해외여행을 가려 한다. 피카(Picka)를 만나기 전에는 상상도 할 수 없었던 일이다. 그동안 어웃돈을 늘리려면 소득을 늘려야 하다고 생각했기 때문이다. 서 대표는 A의 사례가 충분히 실현가능하다고 말한다. 지혜로운 소비가 곧 삶의 질 향상으로 이어질 수 있다는 것이다.

“이제 막 앱을 출시한 만큼 사용자를 확보하는 데 주력하려고 합니다. 초기에는 가드사를 통해 수익을 얻지만 향후 매출에서 차지하는 비중은 줄어들 것입니다. 사용자가 일정 수준 이상 모이면 이를 바탕으로 사용자 혜택을 강화시킬 예정입니다. 사용자들은 피카(Picka)가 제시하는 합리적인 소비 정보를 마음껏 누리기만 하면 됩니다. 참 쉽죠?”

드라크마는 앱
사용자에게 따로
사용료를 받지 않는다.
드라크마의 초기
수익은 카드사를
통한다. 앱을 통해
신규 가입 혹은 전환
가입을 하는 경우
카드사로부터 수수료를
받는다는 계획이다.

난관을 헤쳐 나가게 한 원동력, 노력과 끈기

오랜 고민 끝에 피카(Picka)라는 적절한 아이템을 찾았지만 이를 사업화하기 위해서는 체계적인 준비가 뒤따라야 할 터. 그는 각종 창업지원사업에 대한 정보를 수집했다. 그리고 ‘창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램’을 선택했다. 창업지원금이 국내 최대 규모였고, 연구원으로 8년간 근무한 이점을 살릴 수 있었기 때문이다.

“이 사업에 선정된 뒤 본격적인 창업활동에 돌입했습니다. 제반사항을 준비한 뒤 작년 10월부터 올해 3월까지 앱을 개발했어요. 그리고 3개월간 각종 테스트를 거쳤죠. 중소기업청의 지원이 있었기에 최단기간 내에 효과적으로 단계를 밟아나갈 수 있었습니다.”

이제 막 나래를 편 드라크마의 비상. 그 뒤에는 정부의 창업지원책이 있었다. 서 대표는 창업맞춤형사업 연구원 창업 프로그램 선정을 '하늘이 주신 기회'라고 표현했다. 그만큼 창업에 큰 공헌을 했다는 뜻이다.

"요즘 정부에서 창업 활성화 사업을 적극 펼치고 있는데, 창업자 입장에서는 굉장히 고무적인 일입니다. 창업의 기회비용은 두 가지예요. 창업활동을 하면서 돈을 벌지 못하는 데 따른 본인 인건비와 창업 후 제품생산에서 마케팅에 이르기까지 들어가는 위험부담 자본인데, 정부가 후자를 일정 부분 메워주니 창업자로서는 힘이 날 수밖에요."

피카(Picka) 출시로 장도의 첫걸음을뗀 드라크마는 앞으로 반값 생활비 실현, 무상의식주 커뮤니티 설립, 재화의 가치선순환 등 세 가지 원대한 목표를 향해 달려갈 예정이다.

드라크마는
'창업맞춤형사업
연구원
창업프로그램'을
통해 8,000여만
원을 지원받았고,
중소기업진흥공단의
연대보증면제제도를
활용해 2%대의 저리로
1억 원을 융자받았다.

“누군가 제게 ‘창업이 뭐냐’고 묻는다면, 전 이렇게 대답하겠어요. ‘독창적인 생각을 가진 사람들이 사업이라는 형태로 세상에 공헌할 수 있는 기회’라고요. 저는 지금까지 신중히 준비했고, 끈기 있게 노력했어요. 그리고 마침내 창업에 첫발을 내딛었죠. 이제는 본격적으로 제 뜻을 향해 나아갈 때라고 생각해요. 꾱꿋이 나아갈 것이고 반드시 이뤄낼 것입니다. 그게 창업자가 보여야 할 자세라고 생각해요. 지켜봐주세요!”



努力

혁신의 길



노력

끊임없이 노력하라. 체력이나 지능이 아니라
노력이야말로 잠재력의 자물쇠를 푸는 열쇠다.

-원스턴 채칠-



- 기업명 : (주)더에스
- 대표명 : 이민구
- 주요사업 : 초소형 액션카메라
- 대표번호 : 042-389-0049
- 홈페이지 : www.the-s.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“아웃도어 라이프를 즐기는
가장 완벽한 방법”

전문 분야는 더 깊이 공부했고
모르는 것은 모르기 때문에 열심히 공부했다.
그렇게 배워가며 쌓아간 시간은
좋은 제품이라는 결과물로 증명되곤 했다.”

Lee
Win
ing
이
민
구

추억은 방울방울

(주)더에스에서 선보인 ‘더뷰(the VUE1)’는 하늘 위에서, 바다 속에서, 찰나의 행복에 젖은 우리들을 또렷하게 남겨주는 고마운 아이템이다.

‘손 안에 추억과 일상을 담을 수 있는 초소형 액션캠’으로 개발된 더뷰는 30mm 정도의 작은 크기에 방수케이스를 씌우면 수심 45m까지 내려갈 수 있는 신기술을 탑재했다.

더에스의 이민구 대표는 기존의 액션캠 제품들을 분석해 장점은 극대화하고, 단점은 보완하여 언제 어디서든, 누구나 손쉽고 간편하게 추억을 공유할 수 있는 제품과 시스템을 개발했다.



아웃도어 라이프를 즐기는 이들에게 가장 필요한 것은 아마도 어떤 액티비티한 상황에서도 흔들림 없는 사진과 영상을 남겨주는 초소형 액션캠일 것이다.

더구나 더뷰는 무선영상전송을 위해 WIFI 통신(2.4GHz)대역을 이용하며 타 제품과 달리 리모컨에는 적외선 통신기술인 IR시그널을 사용했다. 이는 물속에서도 사진과 동영상을 촬영할 수 있게 할 뿐만 아니라 가격경쟁력도 높여 10만 원대 후반의 가격을 구현할 수 있게 만들어 주었다.

더뷰의 최대 장점은 와이파이 기능이다. 스마트폰에 관련 앱을 다운 받은 후 와이파이 버튼만 누르면 촬영영상을 실시간으로 볼 수 있을 뿐만 아니라 SNS에도 올려 친구들과 공유할 수 있다.

방금 입 맞춘 색색의 물고기들을, 팔랑이는 바람 한가운데서 V자를 그리고 있는 나를, 초록이 그득한 ‘그림엽서’를 가족과 친구들에게 실시간으로 배달하는 것이다. 추억은 방울방울 번지고 나뉘야 제 맛이다.

월화수목금금금의 창업 일상

이 대표는 광주과학기술원(GIST)을 2010년에 졸업하고 3년 동안 한국생산기술연구원과 한국표준과학연구원에서 병역특례를 마친 후 2013년 12월에 창업을 했다. 사실 GIST 졸업생 대부분은 박사학위 취득을 위해 유학길에 오르거나 대기업 연구소에 취업한다. 하지만 이 대표는 GIST에서 광전자관련 정보통신공학을 전공한 경력을 살려 스포츠 카메라 및 라이프 로깅 소형 카메라 시장의 잠재력을 확신하고는 과감히 벤처창업을 선택했다.

“2012년 GIST 석사과정을 마친 후 한국생산기술 연구원과 표준과학연구원에서 전문기술요원으로 근무했어요. 이때 사업아이템과 4,000만 원의 창업자금을 마련했는데, 때마침 정부의 창업지원프로그램이 크게 늘면서 창업의 문을 두드리게 됐습니다.”

더에스의 주력제품은 30mm 이하의 초소형카메라 시장이다. 그리고 스키나 산악자전거, 서핑보드, 스포츠카, 수중잠수 등을 즐길 때 360도 촬영이 가능한 시스템을 구축하는 것을 목표로 최근에는 사물인터넷 기술을 접목해 비행 영상을 촬영할



수 있는 드론용 초소형 카메라 모듈도 개발했다. 현재 이 제품은 국내 드론 제조업체인 바이로봇에 납품하고 있으며 향후 3D 실시간비행 이미지 획득 장치 특허를 바탕으로 신제품 개발에도 나설 계획이다. 이 같은 목표를 위해 이 대표는 광주과학기술원 창업진흥센터에 R&D 부서를 두고 한국전자통신연구원 융합기술연구생산센터와 수원에 마케팅 거점을 확보했다.



세상을 보는 또 다른 눈

아직 경험과 노하우가
많이 부족해요.
이를 보충하기 위해
'월화수목금금금'을
실천하고 있죠.

앞서 언급했듯이 더에스가 가진 초소형 카메라 기술은 드론용 카메라와 액션캠, 3D 스캐닝 로봇에 이르기까지 폭넓혀가고 있다. 해외진출도 노리고 있다. 해외 대기업과 비교해도 손색없는 기술력 덕분에 그동안 해외 브랜드 제품에 한계를 느꼈던 방송계에서 수많은 러브콜을 받고 있기도 하다.

이 대표는 앞으로 무선장난감, 헬리콥터 등 저가 키덜트 시장이 급성장 할 것이라고 보고 있다. 그는 키덜트 시장에서 더에스의 제품이 활약하는 것을 꿈꾸고 있다. 모두가 즐거운 세상, 그 현장을 생생히 기록하고 공유하는 기술, 세상의 누군가는 이런 역할을 꼭 해줘야 한다.

“유통구조나 마케팅, 사업적인 측면에서 더에스는 아직 중소기업이에요. 하지만 국가과제 수주와 꾸준한 R&D 투자를 통해 도약의 발판을 마련하고자 합니다. 소비자들의 의견도 적극 수용해 보다 재미있는 아이디어가 담긴 제품도 만들고요. 제품을 알리는 것도 좋지만, 우선은 모든 사람들이 아웃도어 라이프를 통해 즐거운 추억을 많이 만들었으면 좋겠어요.”

모두의 ‘즐거운 나들이 길’에 더에스의 제품이 또 다른 눈과 기억의 수단이 되는 날까지 이 대표와 더에스는 끊임없는 노력을 쉬지 않을 것이다.





- 기업명 : (주)레이디아솔루션
- 대표명 : 박재우
- 주요사업 : 항공기 감시 레이더 시스템
- 대표번호 : 042-860-1991
- 홈페이지 : www.radar solution.kr



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“레이디로 만드는 질 높은 삶”

직접 눈에 보이지는 않지만
이미 우리 생활에 깊이 들어와 있는 레이다.
레이디를 활용하면
삶의 질이 훨씬 더 높아지게 된다.”

박재우
Park Jaewoo

주차 솔루션도 이젠 레이다

아무리 운전을 잘해도 주차를 어려워 하는 사람이 많다. 이렇게 주차가 고민인 이들을 위한 해결책은 바로 후방 감지 카메라다. 주차공간을 카메라로 보여주고 일맞은 주차 각도까지 제시해주는 좋은 기능이다. 최근에는 후방 감지 카메라의 기능이 많이 향상되어 사각지대까지 완벽하게 인식하고 제어할 수 있도록 도와준다. 이러한 주차시스템에 카메라와 같이 탑재되어 있는 것이 바로 ‘레이디’다. 카메라가

공간을 비춘다면 레이다는 거리를 인식해서 공간을 수치화할 수 있도록 도와준다.

카메라의 부족한 부분을 메우는 레이다 기술은 한창 개발 붐이 일고 있는 무인자동차에도 적용하고 있다. 뿐만 아니라 수위 공간을 광범위하게 파악해서 치량추돌을 방지하는 레이다도 개발되었다. 레이다가 그동안엔 군용이나 특수 분야에만 적용됐다면 이제 안보는 물론 차량용으로도 활용도가 높아지고 있는 것이다. 시장이 생기고 규모가 커지는 것은 당연지사다. 이에 전문가들은 국내 차량용 레이다 시장을 2016년이면 3조원, 세계 시장은 68조에 이를 것으로 예측하고 있다.

국내의 레이다기술 전문 업체, (주)레이다솔루션이 주목받고 있는 이유도 여기에 있다. 박재우 대표가 50이 넘은 나이에 늦깎이 창업을 하게 된 것도 기술력에 대한 확신, 시장성에 대한 믿음 때문이었다.

레이다솔루션(Radar Solution)은 국내 유일의 레이다 전문개발업체입니다. 레이다에 들어가는 각종 핵심기술들은 우리나라가 IT강국이기 때문에 일치감차 가지고 있습니다. 저희는 그걸 통합해 특수한 목적에 맞게끔 시스템을 갖추는 일을 합니다. 국내 최초라고 말씀 드릴 수 있습니다.



창업DNA, 경험과 시간으로 녹여내다

한국전자통신연구원(ETRI)의 부설 천문연구소(지금의 한국천문연구원)와 일반 기업, 다시 한국전자통신연구원을 오가며 오랜 경험을 쌓은 박 대표는 전리충 레이다 연구를 계기로 창업을 결정했다.

“전리충 레이다는 상업성은 별로 없지만 우주와 환경이 비슷한 해양 분야에 적용할 수 있겠다는 생각이 들었죠. 시장조사를 해보니 우리나라 민간기업 중에 레이다를 아이템으로 하는 곳이 거의 없더군요. 다 외국에서 제품을 구입하고 있었어요.”

사업아이템을 확실하게 잡은 그는 잠시 휴직을 하고 연구원 창업에 첫발을 내딛었다. 그리고 2012년 연구원특화 예비창업자 육성사업에

선정되면서 사업은 급물살을 타게 되었다. 한국전자통신연구원(ETRI)으로부터 HF레이디 시스템의 기술이전을 받고, 2014년에는 기술보증기금의 지원도 받았다. 베처기업 인증을 받았음을 물론이다.





라이다를 향해 별을 쓰다

레이더 솔루션이 현재 주력하는 분야는 해양레이이다이다. 해양레이이다는 주파수 대역의 간섭이 심해 레이다 기술 중에서도 가장 어려운 기술에 속한다. 예측불가능한 상황이 우주의 환경과 거의 비슷해 약한 신호 속에서 정보를 얻어내기 위해서는 고도의 기술력을 요한다.



박 대표에 따르면 각국의 보안이 점점 강화되면서 해양레이이다 시스템을 운영하는 국가들이 늘고 있는 추세다. 미국, 스페인, 일본, 대만, 한국 등에서 320여 대의 해양레이이다 시스템을 운영 중이다. 우리나라는 2017년까지 실시간 해수유동정보시스템을 구축하기 위해 총 80여 대의 해양레이이다를 미국에서 도입할 예정이다. 기술 업그레이드를 위해 영국의 해양레이이다 기업과 협약도 체결한 상태다.

그에 따르면 레이다 기술은 응용분야가 넓다.
어떻게 응용하느냐에 따라 사업 분야도 다양해진다.
응용력이 사업 성공의 관건인 셈이다. 때문에
레이디아솔루션에서 해양레이디아 레퍼런스가 생기면
인도, 필리핀처럼 쓰나미의 위험이 있는 나라, 지진
위험이 있는 나라 등 각 나라에 맞는 관측 제품으로
해외시장을 공략할 예정이다.

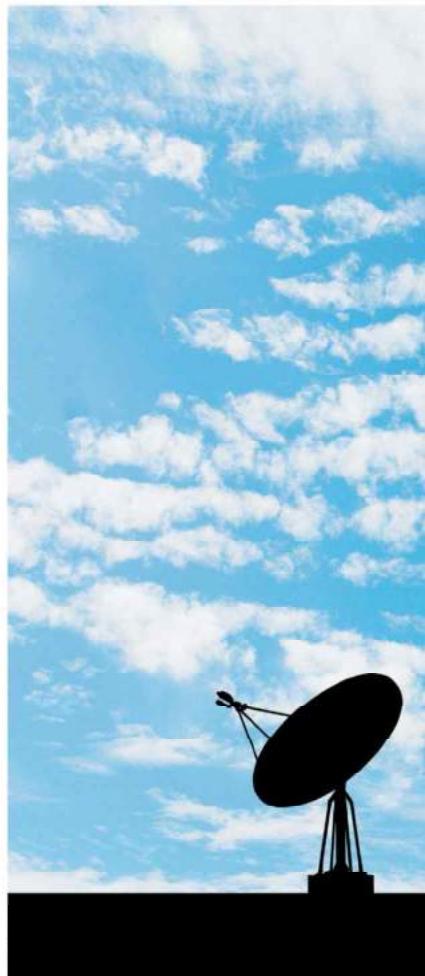
레이디아솔루션은 해양레이디아에 관한 기술을
이전받아 모듈화까지 마치고 제품화도 진행하고
있다. 우리나라는 2017년까지 80대의 해양레이디아가
설치될 예정이다. 그렇다면 레이다솔루션이
궁극적으로 지향하는 종착역은 어디일까?

힘들수록 ‘여기서
굴복하면 이제까지의
노력이 물거품이
된다.’는 생각으로
버텼어요. 무엇보다도
‘인간이 하는 일, 안
되는 일은 없다’라는
긍정적인 마인드를
버리지 않았죠.



“레이이다도 단점이 있습니다. 감지는 할 수 있으나 형상을 볼 수는 없다는 것이죠. 그럼 어떻게 해야 하나? 사진을 찍을 수밖에 없어요. 그런데 사진은 멀리 있는 물체는 찍을 수 없다는 단점이 있죠. 거리뿐만 아니라 야간이나 기상상태 등 수많은 제약이 있어요. 반면에 레이다는 전파이기 때문에 밤에도 낮에도 제한이 없습니다. 저는 이 두 개의 센서가 궁극적으로 같이 가야한다고 생각합니다. 그게 바로 라이다입니다. 레이저와 레이다의 합성어인데 레이저를 이용해 레이다를 만드는 거죠. 레이저가 비싸서 그동안 시도하지 못했는데 레이저가 점점 싸지고 있거든요. 결국은 레이저와 레이다를 합친 라이다가 이 시장의 종착점이 될 것입니다. 그리고 그 종착점은 또 다른 시작점이 되겠지요.”

배수진을 칠 각오 없이 창업을 하진 않았다는 박 대표의 열정은 당분간 레이다와 레이저의 합성인 라이다에서 빛을 발할 듯하다.







- 기업명 : 에스에이치
- 대표명 : 임대식
- 주요사업 : 의약중간체, 원료의약품 신약개발
- 대표번호 : 041-530-1585



Project Title

창업선도대학
창업아이템
사업화

“효소를 활용한 신약 개발의 길”

신약 개발은 아무나 할 수 있는것이 아니다.
전문 지식 뿐 아니라 시장을 읽는 눈까지
고루 갖춰야 가능한 것이 바로
신약 개발이다.”



개발보다 개선

고부가가치 산업 중 가장 대표적인 분야는
제약바이오 분야이다. 신약을 하나 개발하기만 하면
황금알을 낳는 거위를 가지게 되는 것이나 다름없다.
그러나 황금알을 낳는 거위를 누구나 가질 수 있는
건 아니다. 신약개발에는 막대한 비용과 시간이
소비되기 때문이다. 그렇다면 혹시 리스크는 줄이고
이익은 높이는 방법은 없을까?

에스에이치 임대식 대표의 전략을 들어보도록 하자.

임 대표는 창업하기 전, 유명 제약회사의 연구기획실장과 기술기획담당으로 20년간 근무를 했다. 화학분야 전공자로서 평소 새로운 물질에 대한 관심이 많았다. 그러면서 자연스럽게 신약개발에 대한 아이디어를 떠올릴 때가 많았고, 이를 바탕으로 창업을 했으면 좋겠다는 생각을 막연하게나마 가지고 있었다. 그가 본격적으로 창업에 뛰어들게 된 것은 제약회사에서 대학교로 근무지가 바뀌면서부터이다.



터프츠대학

약물개발연구센터의 연구에 따르면, 신약 개발에는 약 26억 달러가 든다고 한다. 이는 현금비용에 시간 비용을 더한 것으로 현금 비용이 13.95억 달러, 시간 비용이 11.63억 달러가 든다고 한다. 이처럼 신약 개발은 아무나 시도하기 어렵고, 실패 했을 경우 후유증도 심하다.

“2013년 3월부터 순천향대학교 자연과학대학 화학과 조교수로서 학생들을 가르치게 됐어요. 산학협력을 통해 산업체와 학교를 연결하는 업무도 병행했습니다. 이런 역할을 하다 보니 점점 창업에 대한 욕구가 솟아올랐습니다. 아마 창업을 오랜 시간 염두에 두고 이런 저런 노력을 기울이지 않았으면 어려웠을 겁니다.”

임 대표가 창업이 이템으로 생각한 것은 항생제를 안정화할 수 있는 화학물질이었다. 효소를 이용해서 항생제를 안정화시키는 물질을 만드는데, 효율적이면서 저가로 만드는 방법을 새로이 개발하면 시장성이 있을 것이라 판단했다.

“제약업계에서는 신약개발을 중요시 여깁니다. 그러나 개인이 처음부터 신약개발 쪽으로 창업을 하는 것은 어려움이 많습니다. 아니, 거의 불가능에 가깝습니다. 그래서 신약개발보다는 기존의 약리물질에 대한 신규 제법을 통한 개량신약, 더 나아가 이를 응용한 복합제 개량신약 개발에 초점을 맞추었습니다. 합성 분야뿐 아니라 신약개발 전 과정에 대하여 오랜 경험을 쌓아왔기 때문에 잘 연구해보면 괜찮은 아이템이 나올 것이라 확신했습니다.

적절할 때 내밀어 준 도움의 손길

그러나 창업의 꿈에 부푼 임 대표에게 끊임없는 난관이 기다리고 있었다. 순천향대학교의 교원인사규정 제9조 겸직금지 조항에 저촉되어 창업을 할 수 없게 된 것이었다. 학교로서나 임 대표로서나 어떻게 할 수 있는 방법이 없었다. 그런데 2014년 순천향대학교가 창업선도대학으로 지정되면서 상황이 바뀌었다. 순천향대학교는 창업선도대학에



선정되면서 산학협력단의 규정을 수정했다. 교수의 벤처기업(실험실 창업) 운영규정 제4조에 겸식을 허용하는 조항을 삽입한 것이다. 임 대표는 바뀐 규정 덕분에 창업을 할 수 있었다. 고민했던 공간 문제도 학교에서 예비창업자 공간과 기업부설연구소 공간 중 일부를 지원해준 것으로 해결했다. 지금 역시 창업지원단의 창업아이템 사업화지원 자금 7,000만 원과 산업체공동연구 자금 3,400만 원을 지원받아 해결할 수 있었다.



이외에도 임 대표는 중소기업청의 산학융합 연구마을사업에 선정되어 1억 1,800만 원을 지원받을 수 있었다. 연구개발 자금문제를 해결한 임 대표는 연구에 박차를 가했다. 그리고 드디어 항생제 안정화 물질에 대한 기존의 제조법보다 시간과 비용을 절약할 수 있는 새로운 제조법을 개발했다. 효소를 이용한 제조법인데, 이 방법을 이용하면 제조과정에서 나오는 폐기물도 상당부분 줄일 수 있었다.

최종 목표는 신약개발

에스에이치는 2014년 5월 23일에 창업을 했는데 창업한 해에 7,500만 원 정도의 매출을 올렸다. 정부 지원금(7,000만 원)보다 많은 매출을 지원받은 그해에 올린 것이다. 고용 인원도 초창기 1명에서 현재 4명으로 늘었다. 임 대표는 정부 지원금에 대해 다음과 같은 견해를 밝혔다.

“외부투자 대신 정부 지원금을 받았기 때문에 마음 편히 기술개발을 할 수 있었다고 생각합니다. 외부에서 투자를 받았다면 부담감 때문에 오히려 기술개발이 더디거나 실패했을지도 몰라요.”

임 대표는 현재 신규 합성법으로 제조한 물질을 양산하는데 박차를 가하고 있다. 그리고 이를 이용하여 신장독성 저해 복합제 신약에 대한 기초 연구를 마친 상태로 현재로써는 전임상 또는 임상단계 이전에 제약회사에 기술을 이전하는 것을 목표로 삼고 있다. 그리고 회사가 어느 정도 자리를 잡으면 신약개발을 하겠다는 계획도 가지고 있다. 든든한 미래계획을 밝히던 임 대표가 성공 창업을 희망하는 사람들에게 조언을 건네주었다.

“화실한 목표와 책임감을 가지고 창업을 했으면 좋겠습니다. 구체적인 목표와 직원들에 대한 책임감이 없으면 창업에 성공할 확률이 낮아집니다. 실패 했을 때의 상실감도 더 크고요. 가장 중요한

그가 개발하고 있는 신약들도 획기적인 것을 발명하기 보다는 기본을 다지되 좀 더 좋게 만든다는 ‘기본’ 진리에 충실한 것들이 아닐까 생각해본다.

것은 다른 사람의 말에 귀를 기울일 줄 알아야 한다는 겁니다. 자신의 고집만 내세우면 시야가 좁아질 우려가 있습니다.”

그리고 그는 마지막에 이렇게 덧붙였다.

“흔한 말이지만 노력 없는 결과는 없습니다. 아주 사소한 것이라도 노력하기를 게을리 하지 마세요.”





- 기업명 : (주)예인직업전문학교
- 대표명 : 정은영
- 주요사업 : 기술 및 직업교육
- 대표번호 : 02-2602-7888
- 홈페이지 : www.yeihedu.com



Project Title

청년전용창업자금

Jeong Eun young

정은영

미용으로 시작했지만

이제는 뷰티 산업의 A부터 Z까지를
망라하고 있다.

전문인의 오랜 노력이 만든 결과이다.

전문 미용 직업인 양성을 모토로

(주)예인직업전문학교 정은영 대표는 미용인이었다.
기뻐하는 손님들을 바라보며 보람과 긍지를 얻었다.
어느 정도 경력이 쌓이자 염색제, 펌제, 각종 화장품,
네일아트제 등 미용 관련 용품들의 공통점이 눈에
들어왔다. 바로 화학제품이라는 것이었다.

“미용 교육으로 세상을 아름답게”

”

화학 성분의 특징을 잘 알고 있으면 그에 꼭 맞게 제품들을 활용할 수 있을 거라는 데에까지 생각이 뻗쳤다. 공부가 절실히 필요했다. 그래서 그녀는 1998년 대학교의 문을 두드렸다.

그리고 내친 김에 2004년, 대학원에 들어가 석사 및 박사과정을 차례로 밟아나갔다. 처음 생각했던 대로 환경화공학과에서 뷰티공학을 전공했다. 공학박사가 되자 학생들을 가르칠 기회가 생겼다. 하지만 기능과 실용 사이의 벽 앞에서 답답함을 느껴야만 했다.



‘미용은 곧 기술이자
실용 학문’이라는
제 생각을 버릴 순
없었어요. 제 꿈을
실현시키려면 어쩔 수
없이 학교를 벗어나야
했어요. 전문 미용
직업인 양성을 목표로
하는 교육기관을
창업하기로 결심했죠.

“마치 ‘커리큘럼의 벽’에 둘러싸인 느낌이었어요.
학생들은 실전에서 써먹지 못할 것들을 배우는 데
상당한 시간을 소비하고 있었어요. 그러다보니 정말
필요한 기능들이 채 손에 익기도 전에 사회로 진출할
수 밖에 없었죠. 학생들 입장에서는 현장에서 직접
부딪치면서 배우는 것 외에 별다른 도리가 없었던
거죠.”

한편 미용학과 학생들을 고용한 업체도 그들
나름대로 고충을 겪고 있었다. 현장에서 필요한
기술과 노하우를 교육해야 했기 때문이다. 열악한
현실은 ‘사회초년생은 가르쳐야 하는 존재’라는
인식을 낳았고, 이는 곧 일부 업체들의 ‘열정
페이’로까지 이어졌다. 안타까운 일이었다.

고통을 딛고 만들어낸 놀라운 성장세

2011년 3월, 병원 내 기업부설연구소로 적을 옮긴 정 대표는 본격적인 창업 준비에 돌입했다. 연구소 안에서 제품 R&D 과정을 체험하고, 창업 관련 자료를 쌓아나갔다. 공부와 시장조사도 병행했다. 정 대표가 세우려는 교육기관의 콘셉트는 명확했다. 모든 게 갖춰진 미용시설을 토대로 우수한 교수진을 영입해 최고의 미용 아티스트를 양성하는 것이었다. 생각보다 많은 자금이 필요했고 무거운 마음으로 자금을 조달할 수 있는 방법을 찾아다녔다. 그러던 어느 날, 인터넷으로 정보를 검색하던 정 대표의 눈빛이 빛났다. 청년전용창업자금을 발견한 것이다.

“구세주를 만난 것 같은 기분이었어요. 무작정 중소기업진흥공단 서울지역본부로 찾아갔죠. 각종 준비를 거쳐 마침내 직업훈련기술교육기관 자격으로 청년전용창업자금을 지원받을 수 있었어요.”

마른 땅에 단비가 내린 셈이었다. 정 대표는 지원받은 자금으로 2개 강의실 임대료와 운영비를 충당했다. 그리고 2012년 9월, 교수진 네 명과 함께 예인미용직업전문학교의 문을 활짝 열어젖혔다. 본격적인 출발을 알리는 신호탄이었다.



일반인을 대상으로 강의를 진행하며 끈기 있게 준비한 예인미용직업전문학교는 고용노동부로부터 직업훈련기관으로 인증 받을 수 있었다. 실업자, 재취업자, 경력 단절 여성, 새터민, 이직 희망자 등을 대상으로 하는 계좌제 과정을 본격적으로 운영하면서부터 살림살이가 한층 나아졌다.

2012년 7,000만 원을 조금 넘던 매출액이 다음 해부터 3억 5,000만 원으로 훌쩍 뛰어올랐다. 수강생 수가 2013년 50여 명에서 2014년 100여 명으로 두 배가량 늘었고, 누적 졸업생 수는 300명을 넘어섰다. 정직원 수도 11명으로 확충했다.



“끈기 있게 자기
분야를 파고들면서
주변에 어떤 것을
연결시켜야 좋을지 잘
살펴야 합니다. 그래야
실패를 하더라도 다시
일어설 수 있거든요.”

대안학교인 예인미용예술학교, 자체 운영 미용실인 ST뷰티센터, 미용 제품을 연구 개발하는 기업부설연구소, 무료로 운영하는 전문취업상담센터 등을 잇달아 선보이며 시설을 3개 층으로까지 확대했다. 올해 5월에는 사업 확장을 위해 예인직업전문학교로 법인 전환했다. 실로 놀라운 성장세다.

졸업생들의 선전이 곧 경쟁력이다

예인직업전문학교는 6월 현재 헤어미용, 피부미용, 네일아트, 메이크업, 두피관리 등 미용과 관련된 대부분의 분야를 가르치고 있다. 미용기술뿐만 아니라 경영, 회계, 서비스 마인드, 재무, 인사관리 등 창업에 필요한 제반 지식을 두루 섭렵할 수 있도록 커리큘럼이 짜여 있다.

정 대표는 여기에 더하여 올해 기술사업화 과정도 신설했다. 현장 경험을 하며 개발한 기술이나 제품에 대한 특히 출원 방법, 이를 사업화하는 과정, 정부의

창업지원사업 지원과 계획서 작성법 등 단순 창업을 넘어 더 큰 영역으로 사업을 확장시킬 수 있는 실질적인 지식과 노하우를 전수한다.

받은 도움 돌려주는 '종합뷰티센터' 구축하고파

“수강생이든 일반인이든 보나 나은 곳에 취업시키려고 노력하고 있어요. 특히 취업 후 능력에 걸맞은 대우를 받을 수 있도록 하기 위해 센터장님의 면접에 동행하기도 하세요. 많은 도움을 받았으니 저도 도움을 드려야죠.”

기업의 성장을 넘어 사회공헌활동까지 적극 펼쳐나가고 있는 정 대표는 낙낙한 마음씨만큼이나 포부도 원대하다. 헤어숍, 피부숍, 네일아트숍, 메이크업숍, 부설연구소, 교육기관 등을 하나로 모은 '종합뷰티센터'의 구축과 미용 외에 다른 분야의

직업교육도 병행할 생각이다. 법인으로 전환하며
'미용'이라는 글자를 뺀 이유도 여기에 있다.

오늘도 예인직업전문학교는 그렇게 유일무이한
뷰티산업의 선봉기지로 자리를 굳혀 나가고 있다.



혁신의 길

발행처	중소기업청 (www.smiba.go.kr) 창업진흥원 (www.kised.or.kr)
발행일	2015. 7. 9
진행	주식회사 몽키랩
기획 및 원고	이야기 고리 (고영리)
디자인	TIM (하이삭 심돈아)

3권

도약의 길

(여성 등 창업)

CONTENTS

| C O N T E N T S |

프롤로그

Part 1. 성장

- (주)수빈홈아트 (오수빈) _ 010
- (주)어린이가천재 (김정선, 권용) _ 022
- 위즈온협동조합 (오영진) _ 032

Part 2. 인내

- 제이엠그린 (이정미) _ 046
- 동현제화 (김영완) _ 058
- 푸르메다 (석보영) _ 070
- 손아트 (손민정) _ 082

Part 3. 전환

- 이츠에이치알 (이희진) _ 096
- 주식회사 유라이크코리아 (김희진) _ 108
- (주)도이라 (마소영) _ 118

성장은
뜻밖의
어둠
속에서도
도약할 때
이루어진다

헨리 밀러

PROLOGUE

| 프롤로그 |

오랜 노력과 전문분야가 만나 큰 에너지를 만들어내는 것. 김창업 씨는 교수와 연구원 출신의 창업가들이 만든 멋진 혁신의 결과들을 만났습니다.

그러다 문득 궁금해졌습니다.

젊음이라는 힘으로, 자신의 전문분야를 살린 강점으로 성공 창업의 길을 걷는 선배들 말고 정말 힘겹게 이 자리까지 걸어 온 사람들은 없을까.
편견과 싸우기도 하고 제도와 싸우기도 하며 하루하루를 전쟁 치러내듯 그렇게 달려온 선배들은 없을까 하는 의문이 생겼습니다.

그래서 김창업 씨는 지금, 그 어렵고 힘난한 길을 걸어간 선배들을 만나보려 합니다.

자신의 약점을 강점으로 변화시키고 단계마다 극복과 도전정신으로 천천히 성공 창업을 향해 걸어온 선배들 말입니다.

우리 창업 씨가 세 번째로 걸어갈 길의 이름은 “도약의 길”입니다.



이 길에는 맨땅에 헤딩하듯 도전하고 인내하며
천천히 성장해 온 성공 창업의 과정이 있습니다.
세상의 시선을 전환시키고 그렇게 새 시장을 만들어
가는 사람들, 그런 사람들을 만나보려 합니다.

한 걸음 한 걸음 쉽지는 않았지만 각자 자기만의
방식으로 성공 창업으로 가고 있는 도약의 길.

자! 이번에도 창업 씨와 함께 걸어가 주실 거죠?





成長

도약의 길



성장

위대한 일을 위해서 대단한 도전이 필요하지 않다.
단지 순간순간의 도전이 모여 위대한 일을 이루어간다.

-모션코치-



- 기업명 : (주)수빈홈아트
- 대표명 : 오수빈
- 주요사업 : 빨래건조대
- 대표번호 : 055-762-0700
- 홈페이지 : www.sbhomeart.co.kr

SUBIN HOME ART Interview



Project Title

청년창업시관학교

“남편보다 편한 빨래건조대”

시작은 빨래건조대였지만 끝은 알 수 없다.

생활 속에서 만날 수 있는 다양한 제품들이
수빈홈아트를 통해
끝없이 나올 것이 분명하므로.

”

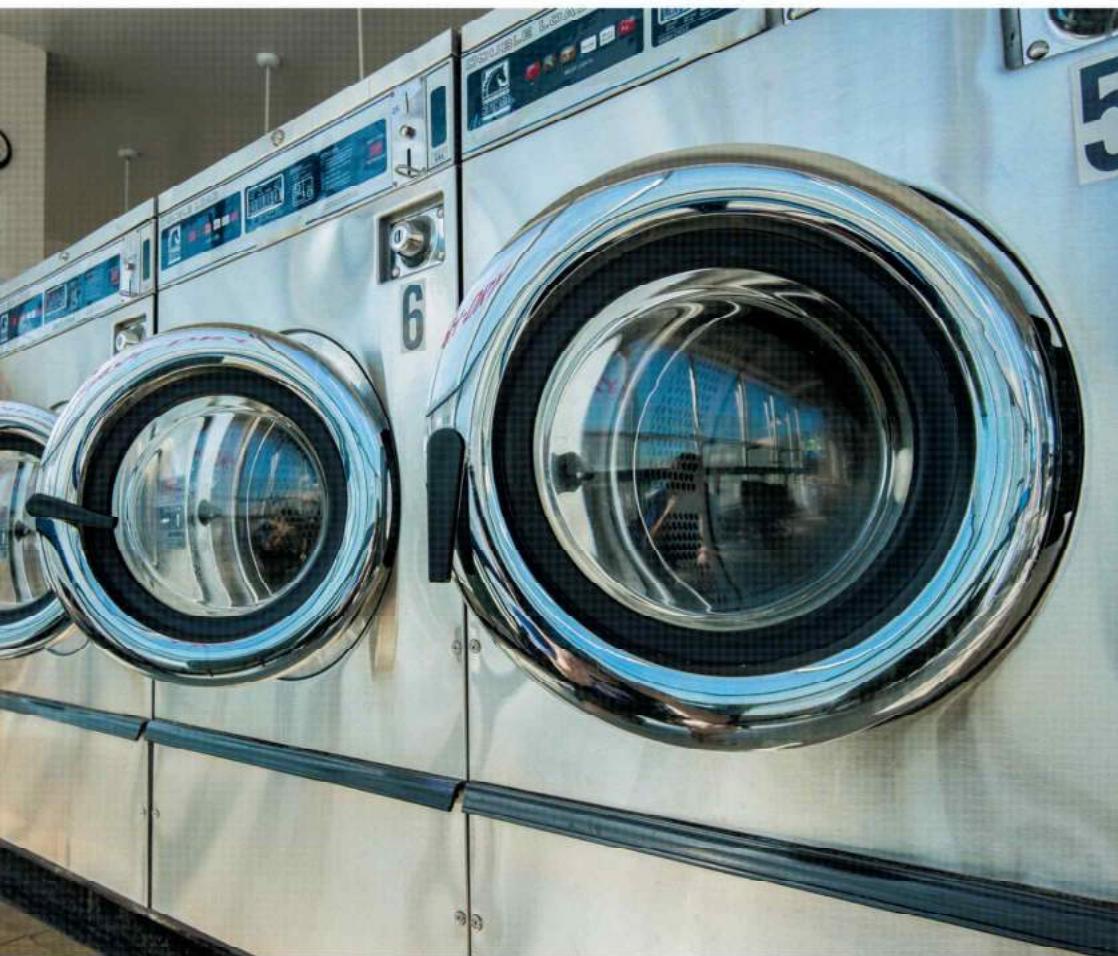
허리 펴고 일하는 세상

오
수
빈
하
우
수
빈
하

빨래는 세탁기가 하지만 너는 것은 일일이 사람이 손으로 해야 한다. ‘중국 주부가 빨래를 널기 위해 평생 52만 번이나 허리를 숙인다.’는 통계가 있을 정도지만 누구도 ‘빨래 널기’에 대한 의문은 가지지 않았다. 불편함은 인지하되 변화시키려는 노력이 없었던 것이다. (주)수빈홈아트의 오수빈 대표가 없었다면 우리는 여전히 불편함을 감내하고 빨래를 널고 있었을 것이다.

“제가 맏이거든요. 빨래를 널 때마다 불편했어요. 개선할 방법을 찾다가 대학 때 ‘발명과 특허’라는 수업을 들으면서 그때부터 개발을 시작했습니다. 제 아이디어를 특허로 내고나니 실제로 판매를 하고 싶더라고요. 당시 다니던 대학교에서 최초로 창업 동아리를 만들어 활동하기도 하고, 창업캠프나 창업 경진대회도 참가하며 견문을 넓혔죠.”







건조대계의 갤럭시 S

수빈홈아트의 ‘남편보다 편한 건조대’라는 이름은 귀에 쏙 들어온다. 이름만 들어도 기존 건조대의 불편을 개선한 제품이라는 생각이 든다. 편리한 제품인데다 친근한 이름까지 달고 나와 ‘건조대계의 갤럭시 S’라는 별명도 붙었다. 이렇게 친근한 제품명을 짓기 위해 오 대표는 발바닥에 불이 나게 돌아다녔다.

“몇 개의 후보들을 적어서 설문조사를 했어요. 찜질방이나 동네 주민들, 교내에 청소하시는 아주머니께 물어보고 다녔죠. 그 당시엔 거의 창업에 미쳐있었다고 해도 과언이 아니었어요. 그때 가장 많은 표를 얻은 게 ‘남편보다 편한 건조대’였어요.”



주부들을 상대로 한 온라인 이벤트와 오프라인에서 판매는 성공적이었다. 게다가 중소기업진흥공단에서 주최하는 제품 설명회에 참가해 이마트 층으로부터 선주문을 받게 되었다. 그 덕에 전국 매장에 납품하며 월 800대 이상의 판매실적을 올리고 있다.

이처럼 수빈홈아트는 타겟 층의 필요를 정확히 분석하고 이를 활용한 아이디어 덕분에 많은 고객을 확보했다. 그리고 ‘5년 안에 작은 공장을 마련하고 싶다’는 바람도 이루어졌다. 오수빈 대표의 남은 소망은 수빈홈아트가 세계로 뻗어나가는 것이다. 이제 막 시작된 중국시장 진출을 기회삼아 차근차근 이루어나갈 계획이다.

온라인 블로그를 통해
이벤트를 진행했을
때의 반응은 기히
폭발적이었다.
오죽하면 블로그
운영자가 “이렇게 좋은
반응은 처음”이라며
놀랐을 정도였다.



정부 지원만으로 생존하기는 힘들다

오 대표는 정부 지원사업인 청년창업사관학교의 1기 졸업생이다. 정부 지원사업은 아이디어와 특허는 있었지만 자본과 경험이 전혀 없던 오 대표에게 꽤나 유용한 기회였다. 그녀는 청년창업사관학교를 통해 자금지원을 받았고, 졸업 후에도 국내외의 각종 전시회 참가뿐 아니라 동영상 홍보자료나 전단지, 리플렛 등에 관한 지원을 받았다. 그러나 이 이상의 지원을 바라서는 안 된다는 것이 오 대표의 생각이다.

“일반적으로 지원을 받는 사람 중 대부분이 살아남지 못해요. 좋은 기회를 누렸음에도 불구하고 그걸 충분히 활용하지 못하는 거죠. 단순히 지원받는 것에만 급급하고 그걸 알토란같이 분배해서 쓰지 못해서 그래요. 지원에만 목을 매면 안 되고 그것으로 어떻게 클 것인지 고민하고, 빨리 자리를 잡아야 해요. 사실 빨래 건조대는 누구나 집에 가지고 있는 물건이고, 경쟁업체들도 상당하잖아요? 이런



환경에서 수빈홈아트가 지금까지 살아남은 이유는 다른 건조대와 확실한 차별성이 있었기 때문이라고 생각해요.”

사실 제조분야에 헐헐단신 뛰어들어 살아남는 일은 만만한 일이 아니었다. 특히나 제조업 분야는 오랜 시간 현장에서 일한 사람들이 많았다. 20대의 어린 여자가 도전하기에는 어려움이 많은 분야였다. 가족들의 반대도 있었고 주변의 우려도 있었지만 그녀는 기어이 모두를 설득하고 창업을 했다. 그리고 이제는 빨래 진조대를 넘어 홈아트 영역까지 사업을 넓혀나가고 있다. 생활에 도움이 되는 소소하지만 중요한 제품을 만들고 싶다는 오 대표, 그녀의 도전이 참 아름답다.



- 기업명 : (주)어린이가천재
- 대표명 : 김정선, 권용
- 주요사업 : 창작 캐릭터를 이용하여 상품 개발
- 대표번호 : 02-511-0292
- 홈페이지 : www.clan-c.com



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“튼튼한 공동체, 건강한 캐릭터”

김
정
선

권
용

내가 행복하지 않으면
남을 행복하게 만들어 줄 수 없다.
즐거운 기업문화를 먼저 만들려고
노력한 까닭이 여기 있다.”

Kim Jung sun
Kwon Yong

철없는 대표들이 만드는 살아있는 공동체

아동 캐릭터 회사에서 일하던 동료가 만나 창업한
(주)어린이가천재, 이곳에는 비정규직이 없다. 27명의
직원 모두가 정규직이다. 어느 기업이든 비정규직이
한둘은 있기 마련인데 말이다. 여기에는 두 대표
(김정선, 권용 대표)의 공통된 철학이 자리하고 있다.

“철이 없다 생각될 수도 있지만 즐겁게 일하고 싶었어요.”

이들이 상품개발 못지않게 고민하는 것은 ‘어떻게 하면 직원들이 더욱 즐겁게 근무할 수 있을까’이다. 아이들에게 상상과 즐거움을 전달하는 캐릭터를 개발하려면 직원들이 먼저 유쾌한 문화를 즐겨야 한다는 것, 그래서 생활 속에서 판타지를 즐기는 문화. 이것이 한국의 기업문화에서는 찾아볼 수 없는 공동체의 모습이 아닐까 싶었다.

이런 사람들이 모여 ‘다른 회사에서 찾을 수 없는 가치 있는 상품’을 만들고 있다. 어린이가 현재는 2015년 현재 국내시장뿐만 아니라 프랑스, 중국, 일본, 대만, 미얀마 등 해외시장에서도 활발하게 성장해 나가고 있다. 여기에는 매년 20% 이상의 매출 증가를 이끄는 일등공신이 존재한다. 바로 건강한 생각으로 부터 만들어진 캐릭터, ‘클랜씨(clan-c)’가 그것이다.





건강한 캐릭터, 클랜씨(clan-c)

클랜씨는 감자 같은 얼굴형에 알파벳 C모양의 눈을 가진, 홍조 띤 얼굴의 캐릭터다. 캐릭터의 탄생에는 재밌는 에피소드가 빠질 수 없다. 디자인 콘텐츠 개발 담당지인 김정선 대표는 창업을 위해 캐릭터 이미지를 고민하고 있었다. 그러던 어느 날 스코틀랜드 퀼트 문화 관련 다큐멘터리를 보게 되었고 그날 꿈에 스코틀랜드 퀼트 문화들이 스쳐 지나갔다. 새벽에 잠에서 깬 김 대표는 떠오르는 이미지를 스케치해서 다음 날 권용 대표에게 스케치를 보여주었다.

“단순하고 귀여운 이미지였는데, 예감이 좋았어요.”

어린이가천재는 상품제작에 대한 모토를 영국의 문학가이자 미술가인 ‘윌리암 모리스(William Morris)’의 심미적이고 실용적인 철학사상에 두고 있다. ‘꼭 필요하거나 정말 예쁘거나(necessary or beautiful)’라는 브랜드 모토가 그것이다. 실생활에



꼭 필요하거나 혹은 정말 예뻐서 가격과 상관없이
갖고 싶은 상품을 만드는 것이 목표인 것이다.
어린이가천재가 상품을 시장에 출시하기까지는
3년이라는 시간이 걸렸다. 시장을 파악하고
리스크에 대한 대안을 마련하는 데 이 시간은
결코 헛되지 않았다. 2011년 8월, 클랜씨 브랜드를
론칭하고 판매를 시작한 뒤 한국콘텐츠진흥원 주관
사업과 중소기업진흥공단 해외 민간 네트워크에
사업에 연이어 선정되면서 국내뿐만 아니라 해외
시장으로 나아갈 수 있는 기회를 얻었다.

‘꼭 필요하거나 정말 예쁘거나’라는 브랜드 모토가 한국을 넘어 아시아, 유럽의 문을 두드리게 된 것이다.

현재 중국, 일본, 프랑스에서 직영매장이 운영 중이며 이탈리아를 비롯한 주변 국가에 방문하며 사업 지역을 넓히려 하고 있다. 나아가 캐나다와 미국까지 매장 확장을 계획하고 있다.

어디에도 없는, 한 번도 본 적 없는

건강한 캐릭터가
건강한 세상을
만들다고 믿는다.

하지만 매번 승승장구했던 것은 아니다.

캐릭터를 개발하고 국내시장에 첫선을 보일 때까지 오랜 공을 들였지만 해외시장 진출에 대해서는 준비가 거의 안 된 상태였다. 빠르게 성장하고 변화하는 해외 시장은 이들에게는 낯선 곳이었다. 시장 경험이 부족했던 탓에 중국시장의 문화와 흐름을 이해하지 못해 생긴 거래상의 어려움도 적지 않았다.

비록 시장의 흐름을 파악하지 못하고, 리스크에 대한 관리가 부족했던 점은 인정할 수밖에

없었지만 이 과정에서 얻은 것도 많았다. 우선 자체 브랜드인 클랜씨를 좋아해주는 소비자들이 있다는 사실이었다. 경영은 조금 어렵더라도 회사가 면커있지 않고 도약할 수 있는 힘은 어리이가처재를 믿어주는 소비자들로부터 나온다는 사실도 깨닫게 되었다. 어려운 상황에서도 국내외에서 클랜씨를 찾아주었고, 이런 바이어들의 취향을 만족시킬 수 있는 상품을 제작해야겠다는 의지를 다졌다.



회사의 모토를 꺼지 않겠다는 뚝심으로 일하다보니 자연스럽게 기회가 왔다. 2014년 중소기업진흥공단 주최 해외 민간 네트워크 사업에 지원하여 당당히 선정된 것이다. 해외로의 첫 출발은 프랑스였다. 프랑스 사업 운영자를 만나 클랜씨 브랜드 제품을 소개했고, 브랜드로서의 가치를 인정받아 합작을 해보자는 권유를 받게 되었다. 특별한 마케팅도 없었다. 그저 순수하게 제품 디자인만으로 생활 디자인 강국 프랑스 시장에 진출할 수 있었다. 이는 김정선, 권용 두 대표가 그간 일관성 있게 지향해온 기업 경영방침의 결과였다.



튼튼하고 건강한 클랜 만들기

“스코틀랜드 관련 다큐멘터리를 본 후 캐릭터를 만들었잖아요. 그래서 저희 캐릭터 이름에도 스코틀랜드에서 씨족을 뜻하는 클랜(clan)이라는 단어가 들어가요. 어린이가천재도 클랜의 성격을 가지고 있죠. 씨족, 가족보다 더 가까운 공동체는 없잖아요.”

이상적인 공동체는 상상 속에 존재한다. 상상하는 것을 만들어 내고, 현실화하는 것이 어린이가천재가 꿈꾸는 것이다. ‘이상적인’이라는 단어가 거칠할 필요는 없다. 회사 공동체 모두가 행복하면 된다. 행복이라는 단어는 가까운 곳에 있다. 그리고 그 행복을 함께 쫓는 공동체인 어린이가천재는 이상적인 공동체까지는 아닐지 몰라도 튼튼하고 건강한 공동체임은 확실하다.

• 별 • 없 • 는 • 온 • 라 • 인 • 세 • 상

WEZON



- 기업명 : 위즈온협동조합
- 대표명 : 오영진
- 주요사업 : 전통시장 마케팅솔루션
- 대표번호 : 042-825-5078
- 홈페이지 : wezon.co.kr



Project Title

스마트창작터

“ 인생은 아름다워 ”

시간이 없다는 말은 핑계다.

시간은 누구에게나 공평하다.

다만 그 시간을 어떻게 활용하느냐의
문제인 것이다.”

오
영
진
O Yeong Jin

두 배 빠른 인생의 시계, 그 박자를 즐기다

위즈온의 오영진 대표는 근이영양증이라는 희귀질환을 앓고 있다. 근이영양증은 어느 시점부터 근육세포가 점점 파괴되어 악화되다가 결국은 죽게 되는 병이다. 그는 어릴 때부터 다른 아이들처럼 잘 뛰지 못했고, 중학교에 진학하면서부터 휠체어를 탔다. 중학생이었던 그에게 죽음의 공포가 찾아온 것은 같은 병을 앓고 있던 친구가 증세가 악화되어

하늘나라로 먼저 가면서였다. 그때 처음으로 근이영양증을 앓고 있는 이들의 평균수명이 20대 초반이란 걸 알았다. 충격이었다. 세상에 대한 미움과 죽음에 대한 두려움이 자라났다. 하지만 두려움 때문에 인생을 허비할 수는 없었다. 오 대표는 지금을 행복하게 채우는 일에 몰두하며 꿈을 키워나갔다.

“죽음을 두려워하기 보다 현재의 삶을 더 가치 있게 사는 것이 중요하다고 생각했어요. 이 생각이 사회적기업을 만들겠다는 생각으로 이어졌죠. 비록 장애를 가지고 있지만, 이것 역시 삶의 일부로 생각하고 있어서 그런지 대수롭지 않게 여기고 있어요.”

수줍고 내성적인 성격에 혼자서 책만 보던 아이는 세상과의 단절보다 소통을 원했다. 그래서 긴 시간 가족을 설득해 대학에 들어갔다. 학교생활은 생각보다 힘들지 않았다. 웹디자인을 전공한 그의 성적은 평균 학점 4.38. 쉽게 얻을 수 있는 점수가 아니었다.

장애가 정말 ‘장애’가 되는 순간은 그 사실 앞에 좌절하고 아무 것도 하지 않을 때이다.

“애초에 비장애인 친구들을 이기기는 어렵다고 생각했어요. 그래서 어떤 과목이든 과제를 내 주면 남들 하나 낼 때 저는 항상 두 개씩 냈어요. 홈페이지를 만들라고 하면 서로 다른 스타일로 두 가지를 제출하는 식이었죠. 그런 저를 보고 교수님들이 좋게 평가해주셨던 것 같아요. 제 입장에선 집안 반대를 무릅쓰고 입학한 대학이기에 열심히 해야 했고요. 매 순간이 도전이었죠.”



장애를 안고 취업하기, 그리고 창업하기

오 대표는 현실적인 사람이다. 작가의 꿈을 접은 것도 그것으로는 먹고살기 힘들 것 같다는 판단에서였다. 그는 자신에 대해 잘 알고 있었고, 스스로의 능력으로 삶을 꾸려나가야 한다는 신념도 있었다.

“일단 장애인은 일반회사에 들어가서 일을 하는 것 자체가 굉장히 어려워요. 면접 기회조차 주지 않는 경우가 대부분이니까요. 면접이 가능하다고 해도 저의 경우는 실제로 매일 휠체어를 타고 그 회사에 다닐 수 있을지 파악해야만 했어요. 엘리베이터가 있어도 계단을 이용해야만 이동할 수 있는 경우도 있고, 지하 주차장을 통해서만 건물 진입이 가능하기도 하거든요. 심지어는 화장실까지 확인을 해야 해요.”

하지만 오 대표의 꿈은 취업에 있지 않았다. 시간이 얼마 남지 않았다고 말하는 그에겐 사회에 도움이 되고 싶은 일을 하고 싶다는 열망이 꿈틀내고

있었다. 스스로의 문제를 해결하는 일을 넘어 다른 사람들에게 비전도 제시하고 싶었다. 모두가 ‘자신만의 꿈’을 꿀 수 있는 차별 없는 세상이 됐으면 좋겠다는 것이 그의 바람이었다. 그 바람은 또 다른 도전으로 이어졌다.

“일반인들도 성공하기 힘들다는 창업을 장애인이 하는 것은 무리다. 쉬운 길을 두고 왜 굳이 어려운 길로 가느냐는 등 반대의견이 많았어요. 하지만 사회에 도움이 되는 일을 해보고 싶었기 때문에 제 문제를 스스로 해결해 보고 싶다는 말로 설득했어요. 막상 창업을 하다 보니 감내해야 할 일들이 많았지만 ‘스스로 문제를 해결하고, 행복한 조직을 만들어간다’는 신념으로 이겨나갈 수 있었어요.”

누구에게나 친절한 인터넷 세상을 위하여

위즈온(WEZON)은 영어로 ‘우리 함께(WE) 열정(Zest)을 갖고 온라인에서 불을 밝히자(ON)’를 줄인 것으로 ‘청년들의 열정이 모인 사회적기업’을 뜻한다. 위즈온은 인터넷 홈페이지를 비롯해 스마트폰 애플리케이션을 개발하고 회계장부를 디지털 시스템으로 전환하는 일을 하고 있다. 하지만 그보다 더 큰 의미를 두고 하는 일이 바로 장애인의 인터넷 사용을 손쉽게 하기 위해 추진하는 웹접근성 사업이다.

“웹접근성 사업은 모든 사람들이 정보를 취득하는 데 있어 어려움을 느끼지 않도록 하는 것이 목표입니다. 구체적으로는 홈페이지를 제작할 때 정부에서 추진하고 법령을 만든 웹접근성 표준안을 맞추는 작업을 하고 있습니다. 시각장애인을 위해 모든 이미지에 설명을 넣어야 하고, 마우스를 사용할 수 없는 지체장애인을 위해 키보드만으로 홈페이지 이용이 가능하도록 하는 등 지켜야 할 규약이 많아요. 예컨대 홈페이지에 달력 기능을 하나 추가할



경우에도 웹접근성을 준수하기 위해 일반 프로그램 소스들을 쓰지 않고 직접 설계와 프로그램 개발까지 진행해요. 이런 부분 때문에 작업량이 많아지죠. 시간도 1.5배 정도 더 걸립니다.”

웹접근성이 지켜지지 않으면, 시각장애인의 경우 리더기라는 소프트웨어가 설명글을 읽어줄 수 없어 홈페이지 이용이 불가능하다. 다시 말해 정보습득 자체를 하지 못하는 경우가 생기는 것이다. 때문에 차별 없는 온라인 사회를 위해서는 웹접근성 표준안을 맞추는 일이 반드시 필요하다.

협동조합으로 삶의 질을 높이다

위즈온의 직원들은 주로 20대 중반에서 30대 중반으로 대부분 젊은 층이다. 장애인과 비장애인 비율도 반반씩이다. 이들은 모두 위즈온협동조합의 조합원들이다. 이곳의 구성원들은 능력에 따라 차등을 두긴 하지만 대체로 수익을 비슷하게 나눈다. 의사결정이나 위기관리도 같이한다. 서로의 경험을 통해 안정적인 일자리가 절실했던 이들은 월급을 많이 가져가는 것보다 의료비 지원 등 복리후생을 강화하는 데 힘을 쏟자는 데도 의견을 같이 했다. 사회적기업가 정신이나 협동조합의 의미에 대해 정확하게 이해하지 못한 채 사업을 진행하다 보니 내부 조합원들끼리 의견충돌이 생기는 경우도 있지만 의견을 조율하고 합의점을 찾기 위한 노력을 꾸준히 하고 있다.

위즈온의 사업영역은 ‘모두를 위해’ 점차 확장되어 가고 있다. 이는 멘토들의 협력과 인맥을 통해 이루어지고 있다. 예를 들어 지역의 전통시장 관련 프로그램을 기획하고 기술지원을 해주면 그곳에서

파생되는 인맥들이 새로운 일을 맡기는 형식이다.

협력사업 등 공동프로젝트를 하는 과정에서도 선순환구조가 만들어지고 있다. 대표적인 예가 ‘열리책장 프로젝트’다. 청각장애인을 위해 쉬운 수화콘텐츠로 제작된 영상을 즐길 수 있는 ‘디지털 도서관 구축 사업’에 무상으로 기술력을 제공했다. 시각장애인을 위한 ‘도서녹음서비스’는 이미 구축했으나 저작권 문제로 오픈하지 못하고 있다. 유튜브의 콘텐츠에 청각장애인용 자막을 입혀 제공하는 서비스도 있다. 이런 노력 덕분일까? 회사가 있는 대전지역에서만 무려 100여 곳의



기관 및 단체가 위즈온의 IT서비스를 받고 있다.
2014년에는 취약계층을 고용하는 등 사회적 공헌을
인정받아 고용노동부 장관 표창을 받았다.

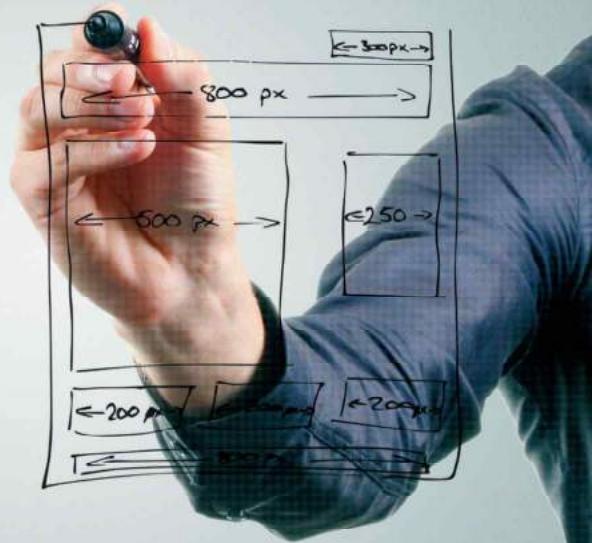
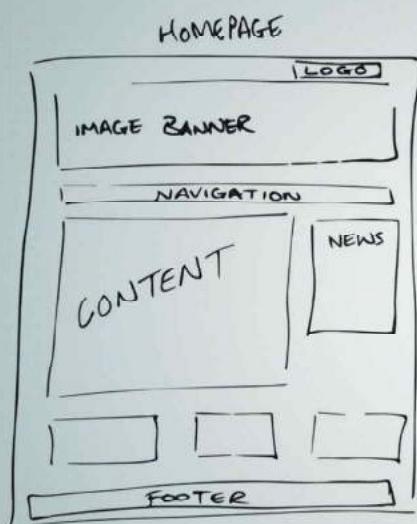
카르페 디엠! 지금의 행복을 불드세요!

오 대표에게는 특정 롤모델이 없다. 그에겐 일상의 영역에서 배울 점을 찾을 수 있는 사람들이 모두 롤모델이다. 요즘 그는 위즈온이라는 기업의 소셜 미션, 정체성에 대해 고민을 많이 하고 있다. 사회적기업의 특성을 살리는 것도 중요하지만, 사회 문제에 대한 고민도 더 깊어져야한다고 생각한다. 그래서 요즘은 시민단체에서 활발하게 활동하는 이들을 멘토로 여기고 있다.

자신의 능력과 기술을 끊임없이 나누어야 하는 사람. 타고난 공공의 마인드를 제대로 꾸려가고 있는 그가 후배들을 위해 해줄 이야기는 바로 ‘행복’이다.

글쎄요, 저만큼 절박한 사람이 또 있을까
싶기는 하지만 저는
감사해요. 절박함이
저를 움직이는
원동력이 되어
주었으니까요.

“불편한 부분이 있는 사람이 창업을 결심한다는 건, 그만큼 강렬한 열망과 절박함을 가지고 있다는 거 아닐까요? 때문에 제가 어떤 조언을 해줄 입장은 아닌 것 같아요. 그래도 굳이 조언을 하자면 ‘행복’이라는 말을 꺼내고 싶어요. 행복을 위해서 지금 하고 있는 일을 끝까지 끌들라고 말입니다.”





忍耐

도약의 길



인내

재능보다 훈련, 열정, 행운이 우선이다.
그러나 이보다 더 중요한 것은 인내심이다.

-제임스 볼드윈-



- 기업명 : 제이엠그린
- 대표명 : 이정미
- 주요사업 : 냉동보관용기 알알이쓰
- 대표번호 : 070-7715-9189
- 홈페이지 : www.jmgreen.co.kr



Project Title

1인 창조기업
마케팅 지원사업

“쏘옥! 창업시장으로 빠져 나온
아이디어”

힘이 들면 몸이 먼저 알아챘다.

하지만 힘든 몸을 이끌어주는 건 역시,

하고자 하는 마음과

해내려는 의지였다.”

”

Lee Jung Mi

가만히 있으면 아무도 도와주지 않는다

주부로 살면서 느끼는 불편함을 개선시킬 수 있는 아이디어들은 많았다. 그리고 그런 아이디어들이 어느새 제품이 되어 나오는 것을 보면 신기했다. 하지만 아이디어로 무엇을 어떻게 해야 할지 처음에는 몰랐다. 평소 신문 보기를 즐겨하고 좋은 내용이 있으면 스크랩을 해두곤 하던 이정미

대표는 어느 날 신문을 보다 상공회의소를 찾아가면 되겠다는 생각을 했다. 그녀의 아이디어를 들은 상공회의소에서는 특허를 내보라며 특허사무소를 소개해주었다. 하지만 특허출원비가 너무 비쌌다. 고민 끝에 매월 10만 원씩 모아서 특허 출원을 하고 치근치근 창업을 준비해 나갔다.

새벽 4시에 일어나 신문을 정독하고, 아이들 도시락을 챙기면서 출근하는 생활을 10년 넘게 지속했다. 엄마와 아내, 직장인으로 각 역할에 충실히 살면서 끊임없이 인내하고 때를 기다렸지만 지금 문제만큼은 어떻게 풀어낼 방법이 없었다.

시제품을 만들어보고 싶어 백빙으로 알아보던 중 뜻밖의 행운이 찾아왔다. 아니, 그녀가 열심히 준비를 하고 있었기 때문에 기회가 찾아왔다고 하는 것이 맞겠다. ‘여성발명협회’에서 시제품을 만들 자금을 지원해 주었던 것이다. 그녀는 지원금을 받아 시제품을 제작하여 2008년에 제품을 가지고 전시회에 나갔다.

창업으로 가는 길은
인내의 연속이었다.





수원여자대학교 벤처캠퍼스와 1인 창조기업 지원사업

창업을 시작한 순간부터는 더 많은 고민이 이어졌다. 자금 마련부터 홍보까지 신경 쓸 일들이 한두 가지가 아니었다. 일이 너무 힘들어 놓아버리고 싶은 순간도 있었지만, 포기란 있을 수 없었다. 이 대표는 힘들 때마다 가족들을 떠올리며 마음을 다잡았다.

가족만큼이나 이 대표에게 힘을 준 것은 중소기업청의 1인 창조기업 마케팅지원사업과 경기지방중소기업청의 공동보육실, 창업보육센터 지원사업이었다. 특히, 1인 창조기업 마케팅 지원사업은 이 대표에게는 정말 큰 힘이 되었다. 이제 막 사업을 시작하는 입장에서 받은 마케팅 지원은 기업 운영에 숨통을 뒤웠다.

지원을 받고 수원여자대학교 벤처캠퍼스에 입주하게 되면서부터 안정적으로 아이디어를 생각해 내고 원하는 제품을 만들 수 있게 되었다. 제이엠그린은 이곳에서 점점 규모를 키워나갔다. 1층에서 2층, 2층에서 3층으로 올라갈수록 공간은 더욱



확장되었다. 연구실과 저장실, 그리고 제품 포장 공간 등 점점 더 많은 공간이 필요했다. 빌딩 한 층을 다 써야 할 만큼 회사는 발전의 발전을 거듭했다. 직원도 더 뽑았고, 아들과 딸까지 힘을 합쳐 엄마를 도왔다.

기족 얘기에 얼굴이 흰해지는 이 대표였지만 홀로 사업을 끌고 오면서 고통스러운 순간도 많았다고 한다. 작년에는 피로누적으로 실명의 위기까지 올 정도로 모든 것이 어려웠다.

우리 제품이 한국의 얼굴이라는 자부심을 가지고

하지만 꾸준히 노력한 결과 제이엠그린은 2014년, 월마트 진출이라는 쾌거를 이뤄냈다. 월마트에 입점한 제품은 ‘알알이쏙’이라는 제품이었다. 마늘이나 생강 등을 일렸다가 손쉽게 조금씩 빼서 쓸 수 있게끔 한 제품이다. 처음에는 담당자가 ‘과연 이게 경쟁력이 있을까’ 의구심을 보였다고 한다.





그래서 이 대표는 일단 제품을 가져가서 사용해 보라고 권했고 실제로 제품을 사용 해 본 담당자가 그 진가를 알아보고 계약을 추진하게 된 것이다. 지금은 월마트 온라인숍까지 진출해서 수출의 물꼬를 트고 있다.

사실 제이엠그린은 월마트에 입점하기 전부터 홈플러스와 롯데마트를 비롯한 대형마트에 납품하고 있었다. 주부들의 반응은 폭발적이었다. 비슷한 제품들이 많았지만, 제이엠그린의 제품처럼 사용하기 편리한 제품은 없었다. 이런 인기에 힘입어 2013년에 매출 7억 원을 달성했다.

2015년 그녀의 목표는 중국과 동남아시아 시장 진출이다. 올 초, 그렇게 진출하기 힘들다는 일본 시장에 품질 하나로 진출했다. 다른 나라라고 못할 리 없다. 이 대표는 앞으로 좋은 제품을 계속 개발하고 수출해서 글로벌 기업으로 성장하는 발판을 마련하려 한다.

이 대표는 자신처럼 좋은 아이디어를 가지고 있는 주부와 창업을 생각하고 있는 사람들에게 정부에서 지원하는 사업들을 잘 살펴보라는 조언을 아끼지 않았다. 그녀는 우리나라처럼 세밀한 부분까지 도와주는 정부는 많지 않다고 강조했다. 심지어 이 대표는 힘든 일이 있을 때면 중소기업청 비즈니스지원단을 찾아가 자문을 받기도 한다.

현재도 새로운 제품을 연구 중이라는 이 대표는 모두를 놀라게 할 결과물을 조만간 공개할 예정이라고 한다. 또 어떤 참신한 제품이 나올지 벌써부터 기대된다.

불편함을 개선하려는 마음, 그리고 실행에 옮기는 추진력이 곧 창업의 시작이다.





- 기업명 : 동현제화
- 대표명 : 김영완
- 주요사업 : 이음새가 없는 원피스형 커스텀 여성구두 개발
- 대표번호 : 070-4115-1716
- 홈페이지 : www.dhshose.com

DONGHYUN SHOEMAKING Interview



Project Title

창업맞춤형사업화
지원사업

“ 구두 장인의 사뿐한 걸음 ”

아름다운 구두를 만들고 싶었다.

하지만 그보다 편한 구두를 만들고 싶었다.

두 마리 토끼를 잡는 것이 쉽지는 않았지만,
결국 해냈다.”

김
영
완
kim young wan

시간이 느리게 흐르는 곳

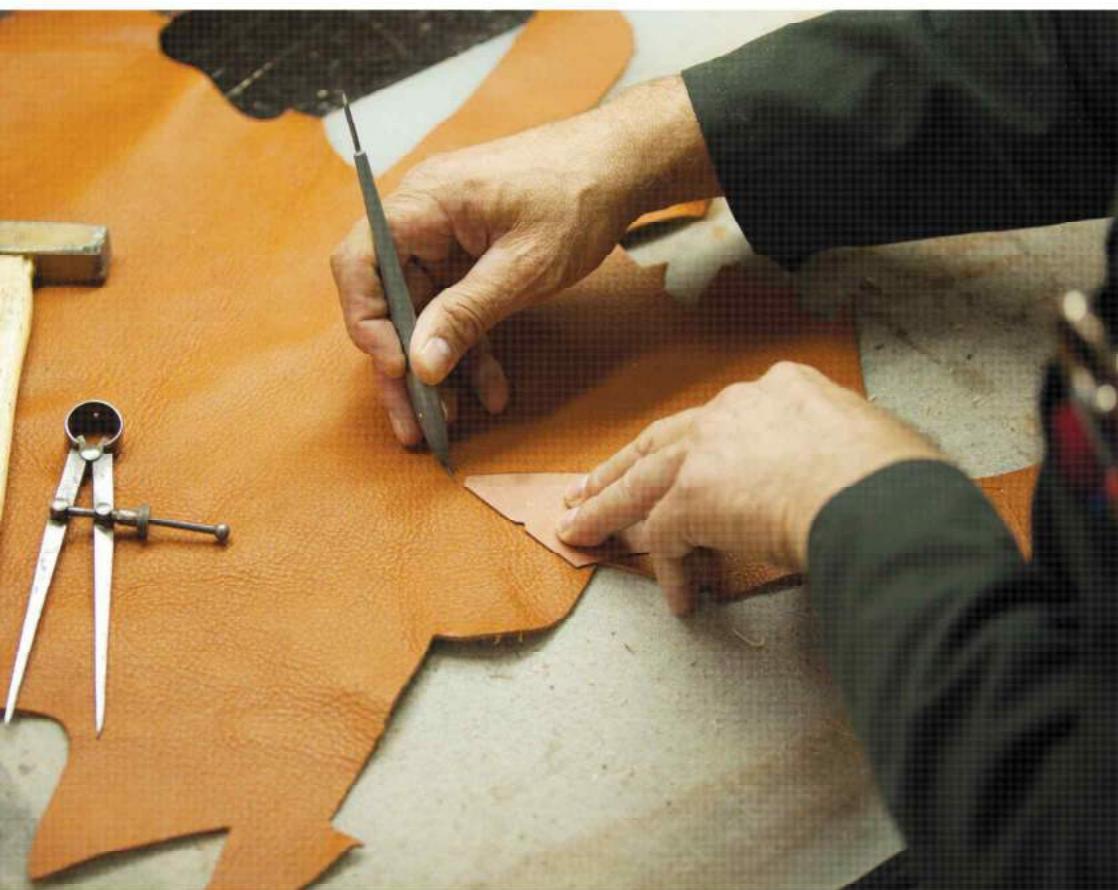
동현제화의 김영완 대표는 오랜 세월 동안 구두를 만들어 오고 있는 동네인 성수동의 구두 장인들을 대표한다고 말해도 손색없을 만큼의 오랜 경력을 가지고 있다. 구두 만드는 일을 40년 넘게 하고 있으니 명장이라 불러도 이상할 것이 없다. 그가

이토록 오랫동안 구두를 만들어 온 이유는 단순하다. 자신이 만든 아름다운 구두를 볼 때의 성취감 때문이다. 자신이 만든 구두를 받아 들고 만족해하는 고객의 모습 또한 이 일을 손에서 놓지 못하는 이유이다.

그렇다고 김 대표가 지기만족에만 빠져 산 것은 아니다. 그는 남들이 만들지 못하는, 생각하지도 못하는 구두를 만들고자 노력했다. 그러나 머릿속에 있는 생각을 실물로 구현하는 것은 쉬운 일이 아니었다. 밤낮으로 가죽을 두드리고 늘리는 일을 수십 년 반복하고 나서야 조금씩 감이 잡히기 시작했다. 가죽을 마치 민두피처럼 자유자재로 틀에 입힐 수 있게 되자 자신의 생각대로 제품이 만들어지기 시작했다. 세계 최초로 이음새가 보이지 않는 구두를 만들어 낸 것이다.

김 대표는 세상 그 누구와 견주어도 부끄럽지 않을 기술을 갖게 되자 이를 사업화하고 싶다는 생각을 했고, 마침내 중소기업청 '창업맞춤형사업화 지원사업'에 도전, 사업화 자금을 마련했다.





발상의 전환이 이뤄낸 절반의 성공

하이힐만 고집하는 사람들이 있을 정도로 하이힐은 매력적인 구두이다. 신는 사람뿐 아니라 만드는 사람 입장에서도 하이힐은 극도의 아름다움을 표현할 수 있다는 점에서 늘 도전정신을 불러일으키는 아이템이기도 하다.

김 대표 역시 하이힐에 관심이 많았다. 정확히 말하면 구두의 뒷부분에 관심이 많다고 하는 게 맞겠다. 그는 여성 구두의 뒷부분이 대부분 비슷한 모양을 하고 있다는 것이 마음에 들지 않았다. 그래서 가죽을 잘라 붙이는 대신, 가죽을 그대로 코팅해서 입힌 것 같은 느낌이 들도록 하는 기술을 개발했다. 여기에 아웃도어 신발의 기능성을 접목시켰다. 땀을 잘 배출하면서도 방수가 가능한 구두를 만들어낸 것이다. 이렇게 해서 세계 최초의 기능성 하이힐이 김 대표의 손에서 탄생하게 되었다. 그런데 제품화를 하자니 또 다시 자금문제에 부딪쳤다. 이번에는 기술보증기금의 도움을 받았다. 저리로 자금을 대출받아 안정적으로 연구를 할 수

오랜 시간 한 우물만
파 왔던 전문가였기에
보이는 것들이 있었다.
새로운 아이디어는
숙성된 장인의 손을
거쳐 명품으로
태어났다.

있게 됐다. 아직 갈 길이 멀기는 하지만, 발상의 전환만으로도 절반의 성공을 이룬 셈이라 할 수 있었다.





한국의 미(美)를 입히다

동현제화가 출범한 브랜드인 ‘쟁이’에는 많은 의미가 담겨 있다. 우선, 영원히 구두 장인으로 남고 싶다는 의지가 담겨 있고 장인으로서의 신념을 끝까지 지키겠다는 결심도 들어있다. 그는 손수 브랜드 이름을 짓고 디자인까지 해서 신발 밑창에 수를 놓았다.

그가 갖은 고생을 하며 만들어낸 플랫 슈즈에는 아름다운 매화가 그려져 있다. 전문 화가에게 의뢰하여 그려 넣은 것이다. 모양만 예쁜 것이 아니다. 가죽을 두드리고 밀어서 만든 신발이라 가볍고 편하다. 게다가 구두 뒤편에 이음새가 없어 새 신을 신어도 뒤틀리지가 까질 염려가 없다. 이처럼 이태리 명품 구두와 비교해도 손색이 없는 구두들이지만, 홍보와 마케팅 부족으로 뛰어난 제품이 사장되는 경우가 많다는 것은 안타까운 일이 아닐 수 없다.

“평생 구두만 만들 줄 알았지 이걸 어떻게 파는지는 몰랐죠. 막상 세계 최초의 신발을 만들었지만 어디에 내놓아야 할지 몰랐습니다. 당시, ‘구두와 장인’이라는 구두협회가 있었는데 협회 회장님이 제가 만든 신발을 보고는 감탄을 하며 앞장서서 도와주었습니다. 덕분에 롯데백화점과 성수동 장인구두판매점에 입점하여 제품을 팔 수 있게 됐습니다. 다른 수제화에 비해 비싸긴 하지만, 그만큼 지의 작품을 알고 찾아주는 분들이 있어서 얼마나 고마운지 모릅니다.”

그가 만든 신발이 비싼 이유는 제작에 시간이 많이 걸리기 때문이다. 패턴 제작을 할 때에도 고심에 고심을 거듭하기 때문에 대량으로 제품을 만들어 낼 수 없다. 기성화뿐만 아니라 다른 수제화에 비해서도 고가이기 때문에 여러 브랜드의 구두가 판매되는 곳에서는 경쟁력을 가지기가 힘들다. 그래서 김 대표는 ‘쟁이’만으로 오롯이 채워 넣을 수 있는 브랜드숍을 내는 것이 꿈이다. 다행히 다양한

박람회를 통해 제품의 진가를 알아주는 손님들이
온라인 쇼(www.dhshose.com)을 통해 주문을
하거나 조합이 운영하는 쇼에서 구두를 사가고 있다.





장인정신은 옛 것을
고수하는 것이 아니라
여전히 깊은 마음으로
도전하고 노력하는
데서 나온다.

“내가 하지 않으면 아무도 나서지 않을 것이라 생각하니 그만둘 수가 없었습니다. 일종의 사명감까지 들었습니다. 세상의 그 어떤 구두 장인도 제가 만든 제품을 만들지 못할 겁니다. 그만큼 제가 가진 기술에 자신이 있습니다. 자금이 없을 때 중소기업청의 도움을 받아 얼마나 다행인지 모릅니다. 그 돈이 없었으면 이렇게까지 해내지 못했을 것입니다. 지금도 주변의 도움을 받아 열심히 노력하고 있습니다.”

현재 서울시는 성동구청에서 서울숲까지 이어지는 구두 특화 상권을 조성할 계획을 가지고 있다. 김 대표는 구두 특화 상권이 조성되면 이곳에 자신만의 브랜드숍을 내려 한다. 자신의 가게에서 자신의 제품을 인정해주는 고객과 만나고 싶다는 김 대표의 소박한 바람이 꼭 이루어질 수 있기를 바란다.



- 기업명 : 푸르메다
- 대표명 : 석보영
- 주요사업 : 차음료
- 대표번호 : 1899-8808, 031-282-8977
- 홈페이지 : www.purumeda.com



Project Title

선도벤처연계
창업지원사업

“ 차를 사랑한 여자 ”

향긋한 차 한 잔이 얼마나 사람을 편안하고
행복하게 하는지는
차를 마셔 본 사람만이 알 수 있다.”

석보영
Boyoung
Suk

경험이 재산

석보영 대표는 예전부터 차 애호가였다. 창업을 하기 전 여러 회사에서 차와 관련된 패키지 디자이너로서 일을 해왔다. 커피를 다루는 회사에서도, 패션 회사에서도, 무역회사를 다닐 때도 늘 차를 마셨다. 한 번은 직장 상사로부터 ‘너는 꼭 차 선생 같다.’라는 말을 들을 정도로 차를 좋아하고 차에 대한 지식도 해박했다.

어느 회사를 다니더라도 맡은 분야는 디자인 이었지만, 늘 차와 관련된 일을 했다. 그러면서 은연중에 ‘디자인 일을 그만두면 차와 관련된 일을 하고 싶다.’라는 생각을 하게 되었다.

규모가 큰 디자인 회사와 패션 회사에 다니면서 소비자의 소비패턴에 눈을 뜨게 되었고 그러면서 소비자가 어떻게 상품을 선택하게 되는지 호기심을 가지게 되었다. 이후 여러 회사를 다니면서 디자인과 상품기획, 자금운용 및 인사관리까지 다양한 경험을 쌓았다. 물론 힘들지 않았다면 거짓말일 것이다. 하지만 언젠가는 이 모든 경험이 훗날 무슨 일을 하건 도움이 밑거름이 될 거라 생각하고 인내했던 시간이었다.

2007년 농약 파동 때의 일이다. 관련된 다른 회사들은 하향세를 탔으나, 석 대표가 몸담고 있는 회사만은 꾸준히 성장했다. 상품이 좋았던 까닭이다. 그때 석 대표는 상품기획의 힘을 느끼게 됐다.

경험이 결국 자산이
된다는 말, 맞는
말이더라고요.





회사는 성장했지만, 차와 관련된 농가에서는 계속해서 안 좋은 소식이 들렸다. 농부의 딸이었던 석 대표는 그것이 가슴 아팠다. 그래서 석 대표는 단순히 ‘차’라는 상품만 가지고 승부를 하는 게 아니라 거기에 뭔가 추가되면 경쟁력이 생기지 않을까 하는 생각을 했다.

그 단순한 생각은 석 대표를 대학원으로 이끌었고 본격적으로 차 공부를 하기 시작했다. 대학원에 들어가기 전에도 흔히 볼 수 있는 아카시아 꽃, 쥐똥나무 꽃, 찔레꽃 등 다양한 꽃을 가지고 혼자 집에서 취미생활처럼 연구하고 실험을 하곤 했던 석 대표는 대학원에 입학하자마자 담당 교수에게 ‘저는 화(花)차를 만들고 싶습니다.’라는 포부를 당당히 밝혔다.

기회가 스며들다

워킹맘으로 시작한 석사과정은 힘들었다. 하지만 배움에 대한 열정으로 박사과정까지도 밟게 되었다. 박사과정을 하는 동안 동국대학교가 창업선도대학으로 선정되었고 평소 석 대표를 눈여겨보던 한 동문선배가 석 대표에게 창업을 권유했다. 엄두가 나지 않아 처음엔 거절했다.

그러다가 창업 관련 정보를 수집해보니, 창업선도대학 뿐만 아니라 선도벤처연계 창업지원사업 등 중소기업청에서 지원하는 다양한 사업이 있다는 걸 알게 되었다. 선도벤처연계 창업지원사업에 지원한 석 대표는 2013년에 선정되었고 이후 여성발명협회 은상, 농림축산식품부 장관상 등을 수상하며 가능성을 인정받기 시작했다.

뿐만 아니라 경기도 여성능력개발센터에 입주하면서 본격적으로 힘을 받게 되었다.



생각한 대로

석사과정을 밟을 때까지만 해도 석 대표는 창업이나 사업에 대한 생각을 가지고 있진 않았다. 단지 주변 사람들이 식어버린 차의 떫은맛이 싫다고 버리는 걸 보고 식어도 맛있는 차는 없을까, 혼자 집에서 취미생활처럼 연구하고 실험해서 만든 차를 대량 생산하려면 어떻게 해야 할까, 차도 쉽고 맛있게 즐길 순 없을까 등 평소 안타깝게 생각했던 것들을 개선해보고 싶었을 뿐이었다.

그러다 발견한 것이 굴꽃이었다. 다른 꽃에 비해 양이 많고 매년 60~70%는 속아내야 한다고 했다. 게다가 수익이 없다는 이유로 감귤나무 자체도 베어 버리다는 기사를 읽고 감귤 꽃을 활용한 차를 연구하기 시작했다. 그리고 결국 화자가공기술에 대한 특허까지 내면서 제품화에 성공했다.

푸르메다를 창업하고 처음 나온 제품은 ‘나애(愛)홍차’와 ‘나애(愛)녹차’다. 두 제품 모두 가공된 차에 굴꽃을 혼합해 석 대표만의 기술로 2차 가공한 제품들이다. 이 제품들은 실제로 석 대표가 느낀 차에 대한 아쉬운 점들을 개선했다. 식어도 맛있고, 대량 생산도 가능하며 대중들이 쉽게 차를 즐길 수 있게 만들어졌다.

현재 ‘나애(愛)차’시리즈를 포함해 총 7개 정도의 제품이 출시돼 있다. 혼자 시작한 사업이 지금은 2명의 직원과 함께 총 3명이 사업을 하고 있고, 지난해 연매출 1억 2,000만 원을 달성했다. 지금은 의왕시에 공장을 계약할 정도로 성장했다.





자연향이 가득한 곳

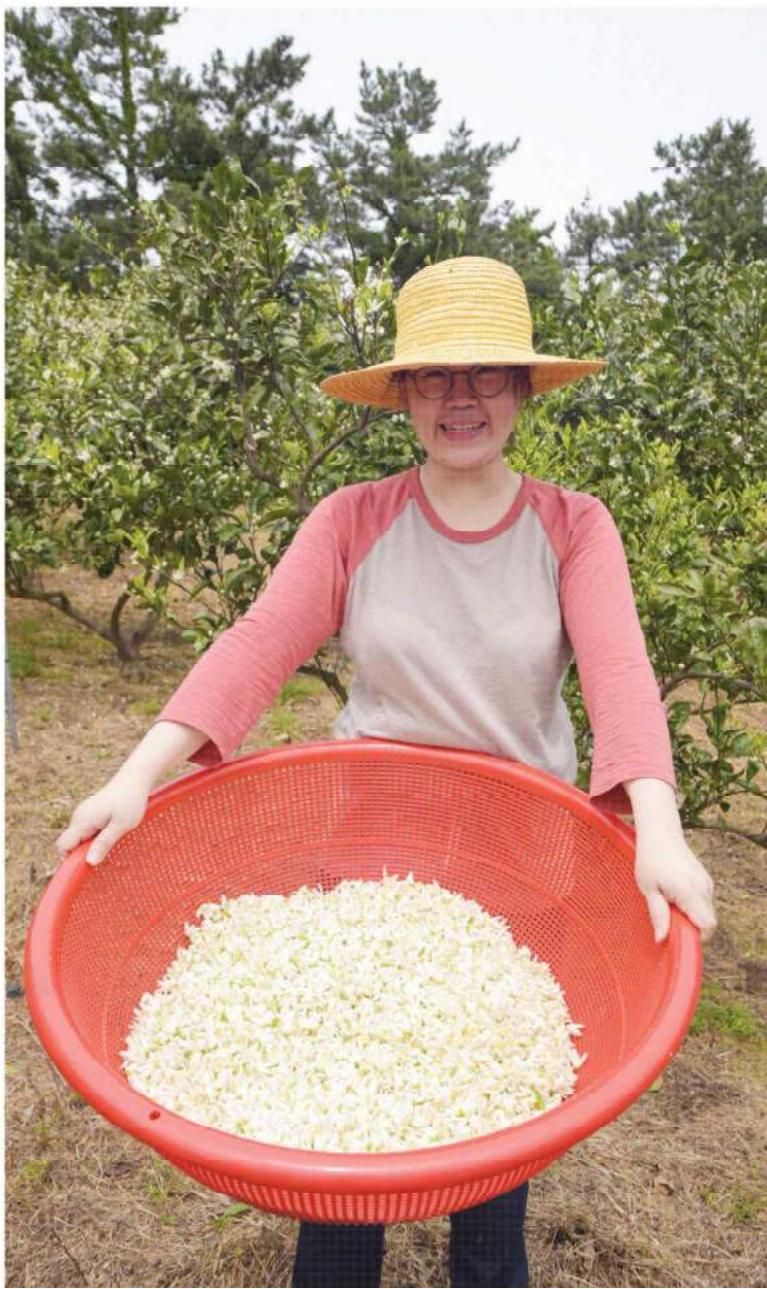
“아직도 저는 열심히 뛰어야 해요.”

푸르메다를 성장시키기 위해 분주한 석 대표. 그에게 몇 가지 소망이 있다.

국내에서 생산되는 수많은 차들을 ‘한국의 차’ 하나로 묶어 세계 시장에 수출하는 것이다. 또한 가능하다면 푸르메다의 원료가 다른 분야에 진출하길 바란다. 예를 들면, 나애(愛)홍차 아이스크림 같이 푸르메다의 원료로 만들어지는 다른 상품들이 개발되기를 바란다.

석 대표는 마지막으로 푸르메다만의 색을 가진, 자연향이 가득한 찻집을 열고 싶다고 밝혔다. 그 말을 듣고 상상을 해봤다. 요즘처럼 날씨 좋은 어느 한가한 오후에 자연을 담은 찻집에서 마시는 한 잔의 차. 그 차가 나애(愛)홍차라면 어떨까.

차 시장은 정말 넓어요. 그리고 아직 맛있는 차의 매력을 모르는 사람은 많구요. 그들에게 차의 매력을 알리는 것. 그게 제 소명이에요.





- 기업명 : 손아트
- 대표명 : 손민정
- 주요사업 : 한글 패턴 디자인 상품
- 대표번호 : 02-322-5055
- 홈페이지 : www.sonart.co.kr



Project Title

1인 창조기업
마케팅 지원사업

“한글의 아름다움을 전파하다”

너무 흔해서 고마움을 느끼지 못하는
공기처럼
훌륭함을 간과하고 넘어가는 것들이 있다.
그중 가장 대표적인 것이 바로
한글이다.”

손
민
정
Son
Min-jeong

외국인만 놀라는 우리 한글

“제품을 처음 보는 사람들도 한글 디자인을 무척
만족스러워 해요. 익숙한 한글이 이런 모습으로
제품에 디자인된다는 것이 신선하게 느껴진다면서
감탄하는 사람도 있죠. 그런데 막상 제품을 구입할
때는 멈칫 하더라고요. 외국인에게 주는 선물로는
더할 나위 없이 좋지만 자신이 쓸 만큼 매력적이지는

못하다는 거죠. 지인의 어린 딸에게 한글 디자인이 들어간 우산을 선물한 적이 있는데 그 아이가 친구들에게 우산이 이상하다며 놀림 받았다는 말을 듣고 충격을 받았어요.”

손아트 손민정 대표는 생활 한복을 입고 다소곳한 말투로 토로하듯 말했다. 어쩌면 생활 한복도 마찬가지일지 모른다. 한복의 아름다움을 인정하면서도 막상 내가 한복을 입고 돌아다닌다고 생각하면 어색할 수도 있겠다는 생각이 드니 말이다.

정말 가치있는 우리
것인데, 왜 우리는
그 가치를 존중하지
못하는 것일까요.

늦깎이 대학생이 되다

도전하는 자가 용기 있는 자라고 했던가. 손 대표는 마흔 넷이라는 나이로 홍익대학교 시각디자인학과에 입학했다. 원래는 84학번으로 입학했었지만 집안 형편이 좋지 않아 1학년 1학기를 마치고 휴학했다고 한다. 한참을 돌고 돌아 재입학한 것이다.

학기 초에는 모든 게 즐거웠다. 학생식당에서 밥을 먹는 것조차 감격스러웠을 정도였다. 처음에는 그저





수업만 잘 따라갔으면, 민폐만 끼치지 말았으면
이라는 생각이었고 그래서 더 열심히 했다. 그러던
중 디자인론 수업과제로 '한글을 적용한 작품 사례
연구'를 수행하면서 한글을 만났다.

한글을 디자인적인 관점에서 접근해 보았다. 우선
인터넷에 한글을 디자인적으로 접근한 사례가
있는지 찾아 봤지만 아무런 자료도 발견할 수
없었다. 다행스럽게 안상수 교수로부터 수업을
들었던 인연으로 많은 도움을 받게 되었다.
대학시절 내내 한글 디자인에 대한 연구를 하고,
졸업작품전까지 한글을 주제로 삼아 발표했다. 이
과정에서 손 대표는 외국인들이 한글의 우수성을
높게 평가한다는 사실을 깨닫게 되었다. 한글로
디자인된 제품을 만들면 우리나라뿐만 아니라
외국에도 판로를 개척할 수 있으리라는 확신을
얻었다.

독보적인 한글 디자인 제품

손 대표가 디자인에만 열정을 쏟은 것은 아니었다. 좀 더 복합적인 한글 제품을 만들어내기 위해 동양화를 복수 전공하고 옷 만드는 법과 염색하는 법도 방학 때마다 배웠다.

한글 디자인을 입힌 다양한 제품들은 이런 손 대표의 다양한 경험과 어우러져 세상에 나오게 되었다. 우산, 스가프, 조각보 등은 졸업전시회와 동시에 제품화시켜 공모전에 출품했다. 그 결과 한글 디자인을 입힌 제품이 세종대왕기념사업회가 주최한 한글문화상품공모전에서 세종대왕상을, 세계여성발명대회에서는 금상을 수상하게 되었다.

손아트의 제품은 다양한 문구들이 현대적인 한글 디자인으로 상품에 덧입혀져 있다. ‘o,ㅁ,ㅅ’을 상징하는 동그라미, 네모, 세모를 기하학적 무늬로 새긴 제품과, ‘사랑해요’, ‘고마워요’, ‘꽃보다 아름다워’ 등 잔잔한 문구부터 아이돌 그룹인 2ne1의 노래 제목 ‘내가 제일 잘 나가’까지 개인 취향에 맞는 여러 문장의 제품이 있다. 싸이의 ‘강남스타일’ 우산도 제작했다.



세계에서 인정받는 한글

“텔레비전에서 외국인들이 입은 옷에 세탁, 향우회 등 아무런 의미도 없는 단어들이 쓰인 옷을 입고 있는 것을 봤어요. 외국인들이 그 뜻을 이해한다고 생각해 보세요. 그래서 손아트 제품에는 ‘웃으면 복이 와요’, ‘행복 가득, 웃음 가득’ 같은 덕담부터 시 구절까지 좋은 의미를 가진 문구를 넣었어요.”

손아트 제품은 공항 면세점, 인사동 관광기념품점, 국립박물관 기념품점, 서울역 등에서 관광 기념품으로 팔리고 있다. 한류의 영향으로 많은 사람들이 제품을 찾지만 고가여서 그런지 생활용품보다는 주로 장식용품이 판매되는 실정이다. 그래서 사람들의 인식을 바꾸기 위해 한글 디자인 부직포 가방이나 안경닦이 수건 등 저가 제품 개발에도 힘쓰고 있다고 한다.

버버리나 루이비통 등의 세계적 브랜드들은 고유의 패턴이 있다. 사람들 머릿속에 각인이 된 패턴들은 브랜드를 대표하는 형용사처럼 활용된다. 거리를





걷다보면 이러한 명품 브랜드들을 자주 만난다. 3초에 한 번씩 볼 수 있다고 해 '3초 백'이라고도 하는 세계적 브랜드들처럼 '3초 한글 디자인 상품'을 만들고 싶은 것이 손 대표의 꿈이다. 이를 위해 먼저 해야 할 일은 한글 디자인을 패턴화하는 것이다. 현재 완성된 패턴들을 보완하고 다듬어 고부가가치의 제품을 만드는 것이 목표다.

귀한 자산을 가지고
있음에도 불구하고
그것의 가치를 모르는
것이 가장 안타깝다.

2013년에는 1인 창조기업 마케팅지원사업에 신청해서 지원을 받았고, 2014년 창조경제박람회에서 국무총리 표창을 받았다. 하지만 앞으로 나아가야 할 길이 멀다. 한시적인 인정보다는 지속적인 사랑을 받아야 하기 때문이다.

외국인들이 먼저 인정한 우리 한글은 팝박과 조롱을 당하면서 긴 세월을 버텨왔다. 인어 자체가 인내의 언어인 셈이다. 홀로 한글을 연구하며 디자인화 시키려는 손 대표 역시 노력과 인내로 지금까지 왔다. 창업을 하기에 늦은 나이, 한글에 대한 국민들의 무관심, 외국인들에게만 특별한 한글. 이제는 손 대표 혼자 고군분투하기보다 국가와 국민 모두가 한글을 사랑하고 애용해야 하지 않을까 싶다.





車換

도약의 길



전환

현실이 중요한 것이 아니라
당신이 그것을 어떻게 해석하고 무엇을 하느냐가 중요한 것이다.

-웨인 다이어-



- 기업명 : 이츠에이치알
- 대표명 : 이희진
- 주요사업 : 인사노무관리앱
- 대표번호 : 070-8614-8212
- 홈페이지 : www.hr-design.co.kr



Project Title

스마트창작터

“ 손 안에서 해결하는 노무관리

상생.

고용주와 고용인의 관계는

갑을관계가 아닌

상생 관계가 되어야 한다.”

”

이
희
진
Lee Hee Jin

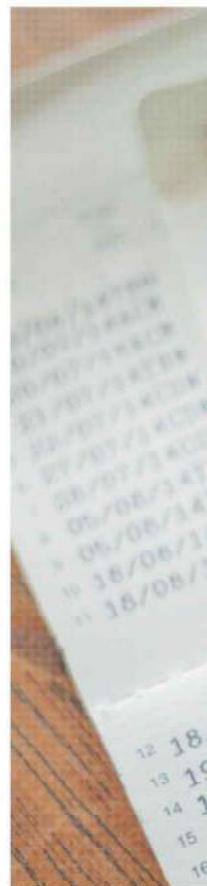
누구에게나 사정은 있다

30세 이하의 청년 실업자들이 늘어나고 있는 것은 어제 오늘의 일이 아니다. 서울노동권익센터가 2015년 5월 발간한 〈통계로 본 서울의 노동 : 산업, 고용, 취약노동자 구조〉에 따르면 전국의 청년층

실질실업률은 30.9%, 서울지역 청년층 실질실업률은 31.8%에 달하는 것으로 나타났다. 특히 25~29세 취업자 수가 감소했으며 청년층 대부분이 200만 원 미만의 임금을 받는 것으로 나타났다.

아르바이트생의 경우, 시급이나 주급마저 못 받고 나오는 경우도 적지 않다. 대부분 고용주와의 갈등으로 인해 발생한다. 정식채용이 아닌 구두계약이 많고 법적인 지식이 없다 보니, 억울하게 돈을 받지 못하고 일을 그만두게 되는 것이다. 물론 모든 고용주가 그런 것은 아니다. 역으로 고용인 때문에 낭패를 당하거나 손해를 보는 고용주도 있다.

이 같은 사정을 가장 잘 파악하고 있는 것은 노무사다. 이츠에이치알의 이희진 대표는 노무사 시절 부당한 대우를 겪디다 못해 자신을 찾아온 수많은 단기 근로자들을 보며 마음이 편치 않았다. 그래서 어떻게 하면 이들을 효과적으로 도와줄



수 있을까 수없이 고민했다. 그저 노무사 일만
착실히 해도 뭐라 할 사람이 없었지만, 그녀의 마음
한구석에는 억울한 사람을 돋고 싶다는 생각이
자라나고 있었다.

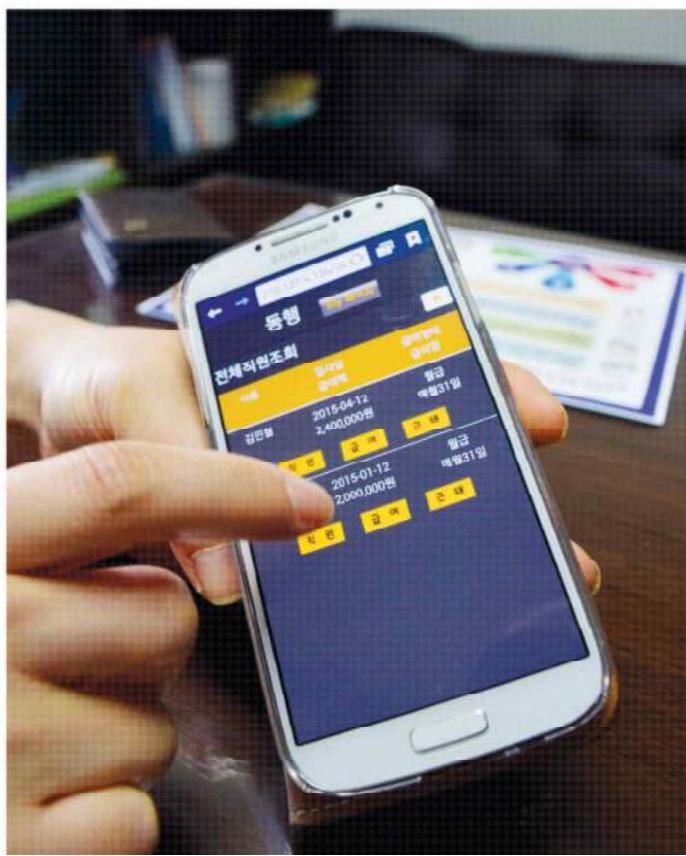


우연히 찾아온 창업 기회

이 대표에게는 고용주와 고용인 사이에서 흔히 발생하는 임금문제와 근태문제 등을 해결할 수 있는 아이디어가 있었다. 그리고 아이디어를 현실화시킬 수 있는 기회는 갑자기 찾아왔다.

“대학교에 근무하는 친구로부터 전화가 왔어요. 중소기업청에서 대학생들의 창업을 지원해주는 프로그램이 있는데, 졸업자도 된다고 하더군요. 노무사로서 새로운 분야의 창업을 생각하던 중, 이런 정보를 듣고는 평소 고민하던 아이디어를 후배와 함께 정리해서 지원을 했고 선정이 된 거죠. 요즘에는 대학마다 창업지원부서가 있어서 젊은이들의 창업을 적극적으로 지원하고 있더군요. 여성으로서, 그것도 나이가 들어서 사업을 하려니 조금 두렵긴 했지만 제가 고안해낸 애플리케이션에 대한 믿음이 있었어요. 만약, 선정되지 않았더라도 다른 방법으로 도전했을 겁니다. 다행히 정부지원을 받아 아이디어를 현실화할 수 있었습니다.”

이 대표는 미국에서 중소기업을 대상으로 성공한 임금관련 앱을 보고 힌트를 얻었다. 원래는 대기업 대상의 프로그램으로 개발된 앱이었지만 틈새시장을 노린 개발자의 아이디어로 대박을 터뜨렸다. 사실,





우리나라에서도 중소기업이나 대기업 근로자를 위한 임금 소프트웨어는 굉장히 많다. 하지만 그에 비해, 20명 미만의 소규모 영세기업을 대상으로 하는 프로그램은 없었다. 그래서 개발한 것이 ‘알페이(Allpay)’란 앱이다. 처음에는 디자인을 생각하지 않고 기능만 신경 쓰다가 안정화 단계에 오르면서 디자인까지 깔끔하게 바꾸었다.

고용주를 위한 최고의 아이템

편의점, 주유소 혹은 작은 카페들은 정규직보다는 아르바이트, 시간제 직원을 주로 고용하고 있다. 이런 형태의 비즈니스가 기하급수적으로 늘다 보니 피해사례도 적지 않다. 노무사로서 누구보다 이를 잘 알고 있던 이 대표는 ‘알페이’가 이런 문제들을 해결하는 데 큰 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

‘알페이’는 쉽게 말해 채용부터 근태관리, 급여계산, 퇴직금 계산까지 가능한 앱이다. 스마트폰뿐만 아니라 PC에서도 사용 가능하므로 기록한 데이터를 종이에 프린트해 근로자의 히스토리를 한눈에 볼 수 있다는 장점이 있다. 또한, 근로계약서(채용관리), 직원명부관리(채용일 연락처 수행업무 근무기간), 근태(근무일-휴일-근로시간), 퇴직관리(퇴직금-4대 보험 등), 사업주가 반드시 지켜야 할 노동법 등의 정보를 제공하고 있다. 사업주는 간단한 조작만으로 이 모든 기능을 실행할 수 있다. 계산하는 것 자체가 어렵고 자신이 없다면 그녀와 동료들이 만든 ‘알페이’가 큰 도움이 될 것이다.

이 대표의 노무사 경험이 녹아있는 ‘알페이’는 관계자들로부터 호평을 받고 있다. 특히, 달력을 이용해서 만든 근태관리 시스템은 가장 인기 있는 기능이다. 해당 날짜를 눌러 고용인이 일을 하지 않은 날을 표시할 수 있으니 굳이 달력에 빨간 동그라미를 표시하지 않아도 된다.

고용주와 고용인이 모두 편안하게 자신의 권리를 지키며 일 할 수 있도록 하는 것. 이즈에이치알의 궁극적인 목표이다.



‘사업주’와 ‘근로자’ 모두가 행복하기를

“어딘가에 소속되고 시급이든 주급이든 노동의 대가를 받게 되는 순간 법적인 부분이 작용합니다. 4대 보험도 가입할 수 있고, 주 15시간 이상 1년 이상 근무하면 퇴직금도 받을 수 있습니다. 이걸 모르고 퇴직하는 직원이 너무 많죠. 물론, 사업주가 모르는 경우도 있습니다. 이외 주당 40시간 이상 초과근무를 하면 시간외 수당이 지급되어야 합니다. 또한 시간제 근로자의 경우 사업주와 근로자가 최초 근로하고자 약정했던 근로시간에서 초과되는 경우 연장근무시간에 대해서는 약정 금액의 50%를 가산해서 지급해야 한다는 법이 있지만 모르는 사람들이 아주 많아요. 그리고 1주간 꼬박 일을 했을 경우에는 반드시 휴일수당도 지급해야 합니다.”

이 대표는 앞으로 여성노동자를 위한 앱을 개발하고 싶다고 했다. 구체적으로는 육아휴직을 비롯하여 직장 내 성희롱, 산전휴가 등을 포함한 기능적인 애플리케이션을 개발하는 것이 목표이다. 이를 실현하기 위해서는 ‘알페이’가 성공해야

한다. 대한민국 최초로 소상공인과 영세기업 및 중소기업을 위해 만든 인사노무 관리앱 ‘알페이’가 승승장구 할 수 있기를 기원한다.

사업주도 근로자도
모르기 때문에 그냥
넘어가는 부분들이
분명 존재한다. 권리는
알아야 쟁길 수 있는
법. 이즈에이치알은 그
점을 잘 알고 있다.





- 기업명 : 주식회사 유라이크코리아
- 대표명 : 김희진
- 주요사업 : NFC를 활용한 마케팅 서비스
- 대표번호 : 1661-8868
- 홈페이지 : www.ulikekorea.com



Project Title

선도벤처연계
창업지원사업

“기술 접목으로 찾아낸
‘마케팅 블루오션’”

재미와 흥미를 느껴 관심을 가졌던 것이
창업의 아이템이 되었다.
즐기는 자를
누가 이길 수 있겠는가.”

”

김
희
진

jin

재미에서 사업성을 발견하다

kim Hee Jin

영국 유학이 창업의 발단이었다. 2009년, 김희진 대표는 머나먼 타국에서 공부하면서 여러 국적의 친구들을 사귀었다. 한국에 돌아오니 그들이 그리웠다. 한창 ‘페이스북’ 붐이 일던 시기였다. 페이스북을 이용해 친구들과 자주 연락을 주고받던 그녀는 생각했다. ‘이거 참 재미있네!’

그렇게 SNS에 대한 관심이 생겼고 자연스레 각 매체의 특성과 차이점, 장단점을 분석하기 시작했다. 학부 때부터 컴퓨터공학을 공부하며 박사과정까지 끝내게 된 김 대표는 RFID(radio frequency identification, 전자태그) 기술과 그 갈래 중 하나인 NFC(Near Field Communication, 근거리 무선통신 기술)를 연구하고 있었다. 연구를 하면서 페이스북도 하다 보니 문득 '두 기술을 접목해보면 어떨까' 하는 생각이 들었다.

"NFC와 SNS를 접목시키면 소셜 마케팅에 활용할 수 있겠더라고요. 곧장 관련 연구를 시작했고, RFID를 이용한 소셜 마케팅 서비스 개발을 주 내용으로 하는 논문을 써나갔죠. 주변 지인들에게 조언을 들으면서 사업의 방향성을 짐을 수 있었죠."

이때 개발한 서비스는 Online to Offline 서비스, 즉 O2O 서비스였다. 온라인과 오프라인을 실시간으로 연결해 기업의 홍보 마케팅을 펼칠 수 있는 아이템이었다. 곧바로 특허도 출원했다. 우여곡절 끝에 서비스 제반사항을 구축한 뒤 다음

단계를 진행해갔다. 업체들에게 홍보물을 돌리고 소개 자료를 뿐였으나, 서비스를 사용해보겠다고 나서는 업체는 쉽사리 나타나지 않았다. 1년 어의 힘든 시간이 흐른 뒤 2012년 5월 드디어 낭보가 날아들었다.

“참담한 기분에 허우적거리고 있는데 제안 하나가 들어왔어요. ‘NIKE The Chance’라는 오디션 행사에 저희 서비스를 활용해보고 싶다는 것이었죠. 정말 뛸 듯이 기뻤어요. 오래 기다려온 만큼 열심히 준비했고, 무사히 행사를 끝내게 됐죠. 성공적인 첫 번째 성공의 증거가 만들어진 순간이었죠.”



소비자와 기업에게 제공하는 즐겁고 편리한 마케팅

입소문은 순식간에 퍼져나갔다. 세계 굴지의 스포츠기업 나이키의 행사를 성공적으로 끝마쳤으니 어찌 보면 당연한 결과였다. 에이전시가 이런저런 제안을 보내줬다. 김 대표는 필리핀 마닐라 오션파크, 필리핀 보라카이 네스티비치 페스티벌 등 국내외 기업의 행사 5개에 서비스를 제공했다.

“국내에 O2O 소셜 마케팅 서비스를 제공하는 곳이 저밖에 없었으니 많은 제안을 받았죠. 당시에는 법인 설립 전이었고, 서비스를 알리는 게 우선이라고 생각해서 하드웨어 지원비 정도만 받고 무상으로 서비스를 제공해줬어요. 대신에 저는 이력을 쌓아갔죠. 돈은 안 받았지만 윈윈이라고 생각하면서 최선을 다해 업무에 임했습니다.”

특히 필리핀 마닐라 오션파크에서의 서비스가 가장 큰 초기 자산이 됐다. 초기 버전이었기에 버그 등 불안정한 부분이 많았는데, 1년 가까이 일을

진행하면서 서비스를 안정화할 수 있는 데이터를 충분히 얻게 된 것이다. 법인 설립 전 기업을 대상으로 서비스를 제공해본 경험은 고스란히 빼와 살이 됐다. 덕분에 김 대표는 자신감을 가지고 2012년 10월, (주)유라이크코리아를 선보일 수 있었다.

(주)유라이크 코리아에서
현재 제공중인
서비스는 두가지이다.
B2B 사업모델인
'uLike',
B2C 사업모델인
'하루 세 번'이
바로 그것이다.

김 대표가 창업하는 데 일등공신 역할을 톡톡히 했던 'uLike'는 NFC와 SNS를 활용한, 대한민국 어디에서도 볼 수 없었던 O2O 소셜 마케팅 서비스다. 'uLike' 서비스를 이용하기 위해서는 NFC 태그와 리더기만 있으면 된다. 기업은 행사 전 리더기에 원하는 홍보문구나 이미지, 홍보영상 등을 입력한다. 그 뒤 미리 정해놓은 시나리오에 따라 참가자들에게 NFC 태그를 나눠주고, 리더기를 행사장 곳곳에 설치해놓는다.

행사 참가자는 최초 1회에만 SNS를 로그인해서 NFC 태그와 연동한다. 그 후 행사장 곳곳에 설치돼 있는 리더기에 발급받은 NFC 태그를 터치하면, 그것만으로도 업체가 사전에 작성해둔 문구, 이미지, 영상 링크 등 다양한 콘텐츠가 터치한 참가자 자신의

SNS에 실시간으로 업데이트된다. 행사 참가자는 최초 SNS 연동, 태그 터치 외에는 아무것도 할 게 없다. 그저 행사를 즐기기만 하면 된다.

한편 기업은 참가자가 리더기에 태그 하는 것만으로도 엄청난 마케팅 효과를 가진다. 참가자가 NFC를 터치만 하면, 미리 입력해놓은 다양한 종류의 홍보 콘텐츠가 해당 참가자 SNS에 실시간으로 업로드 되고, 그것이 SNS상의 친구들에게 공유되면서 확산되기 때문이다.

이후 'uLike'를 통해 지속적인 SNS 광고를 하기 원하는 광고주를 위해 '하루 세 번' 이라는 B2C 모바일 광고 플랫폼도 만들었다. 사용자가 스마트폰에서 회원가입을 하고 앱을 켜면, 기업의 제품이나 브랜드의 광고를 사용자의 SNS로 포스팅할 수 있다. 대신 사용자는 포스팅 건당 일정액의 보상을 받는다. 포스팅 내용은 지식콘텐츠화되어 있기 때문에 거부감이 없다. 이 또한 DAU(Daily Active Users, 일별 서비스 이용자 수) 회원 수가 증가하고 있어서, 매출 또한 점점 상승하고 있는 추세이다.

참가자에게 행사의
색다른 재미를 주고,
기업에게 효과적인
소셜 마케팅 서비스를
제공하는 것,
이것이 바로
'uLike'의 본질이다.

한 발 앞선 걸음으로 미래를 향해 나아가다

김 대표는 중소기업청에서 주관하는 2014 서도벤처역계 창업지원사업에 선정되어 많은 도움을 받았다. 이 사업을 통해 김 대표는 여성 사업가가 공동대표로 있는 IT벤처기업과 관계를 맺은 뒤, 한 달에 네 번, 사업에 대한 이야기를 나누며 시행착오를 많이 줄일 수 있었다.

“자금도 8,000만 원 정도 지원받아서 요긴하게 썼어요. 만약 이 사업이 없었더라면 지금까지도 한참 해매고 있었을지 몰라요. 지금길로 달려온 기분이에요. 저도 회사를 더 키워나가서 창업 후배들에게 이런 도움을 줄 수 있었으면 좋겠어요.”



정부의 창업 지원사업과 더불어 김 대표에게 큰 힘을
불어넣어준 이들이 있다. 바로 가족이다. 김 대표의
아버지는 섬유 사업을 해오고 계시는 사업가이다.
처음에는 박사과정 잘 밟고 있던 딸이 사업하는 것을
탐탁지 않게 생각하셨지만, 이제는 사업 선배로서
많은 조언과 격려를 아끼지 않는다. 남편 또한
묵묵히 그녀 곁을 지키며 든든한 버팀목이 되어주고
있다. 김 대표는 “이 자리를 빌려 고맙다는 말을
전하고 싶다”며 행복한 미소를 지었다.



유라이크코리아는 ‘uLike’를 본격적으로 해외에 진출시키려 준비하고 있다. 브라질, 필리핀 등 SNS 액티브 유저가 많은 나라가 그 타겟이다. 한편으로는 사업 확장도 준비하고 있다. 바로 IoT(사물인터넷) 기술을 활용한 축산 헬스케어 서비스다.

“스타트업, 특히 IT 기업은 새로운 길을 개척하지 않으면 뒤처지게 마련이에요. ‘uLike’가 그랬던 것처럼, 앞으로도 한 발 앞서 시장과 기술을 살펴보고 다양한 도전을 통해 그 분야를 선도하는 서비스를 만들어가고 싶습니다.”

(주)모이라
MOIRA INC



- 기업명 : (주)모이라
- 대표명 : 마소영
- 주요사업 : 멀티 식물 재배기
- 대표번호 : 031-281-8091
- 홈페이지 : www.moirakorea.com

27/1

MOIRA Interview



Project Title

선도벤처연계
창업지원사업

“우리 집에 나만의 텃밭을

내 손으로 직접 키워 먹는 것 만큼
믿을 수 있는 것이 또 있을까.
바이오팜은 그런 소비자의 마음을
고스란히 읽어낸 제품이다.”

마소영
Ma so young

믿을 수 없다면

요즘, 많은 유기농·친환경제품들이 시장에서 유통되고 있다. 이에 따라 정부에서는 품질 표시제, 인증마크 등을 도입해서 소비자들의 선택을 돋고 있다. 그러나 이를 전적으로 신뢰하기 어렵다는 소비자가 많다. 언론 매체를 통해 유기농·친환경제품이 아닌 것을

유기농·친환경제품으로 속여 판다는 기사가
심심찮게 보도되고 있기 때문이다.

농가 입장에서도 곤란함을 겪기는 마찬가지이다.
아무리 몸에 좋고, 맛이 좋은 농작물을 재배해도
판로가 마땅지 않기 때문이다. 사람들에게 널리
알리기 위해서는 홍보를 해야 하는데, 이에 따른
비용이 만만치 않다. 비용을 들여 홍보를 한다
하더라도 홍보비용을 제품가격에 반영할 수밖에
없으므로 가격 경쟁력이 떨어지게 된다.

정녕 소비자와 생산자의 간격을 좁힐 방법은 없는
걸까? (주)모이라의 마소영 대표는 이러한 문제를
해소할 수 있는 제품을 세상에 내놓았다. 식물재배기
바이오팜(Bio Farm)이 바로 그것이다.

“시중에서 유통되고 있는 유기농·친환경 농산물은
가격이 비싸서 소비자들이 선뜻 집어 들기 힘듭니다.
그런데 아무리 비싼 농작물이라 하더라도 씨앗과
모종은 비싸지 않습니다. 그렇다면 소비자가 직접
씨앗이나 모종을 키워 먹으면 싼값에 안심할 수 있는
농작물을 섭취할 수 있죠. 생산자는 씨앗이나 모종을
공급해서 매출을 올리면 되고요.”

이거 하나면 돼

“물론 요즘 들어 베란다나 옥상에 간단한 구조물을 설치하여 농작물을 직접 재배하는 가정이 꾸준히 늘고 있다는 것은 잘 알고 있어요. 하지만 키우기가 쉽지 않죠. 그리고 시계절 재배를 할 수도 없고요. 그런데 손쉽게 365일 재배할 수 있는 제품이 있다면 어떻겠어요?’”



싱싱하고 깨끗한 농작물을 365일 섭취할 수 있다니.
이 얼마나 구미가 당기는 말인가. 어떻게 그럴 수
있는지 제품의 원리가 궁금했다.

“LED를 활용해서 작동하는 원리입니다. 바이오팜은
제배기 하나로 수경재배, 토경제배, 즉 수경토경
동시 재배가 가능한 멀티 재배기입니다. 재배작물은
상추, 브로ccoli, 케일, 허브와 같은 모종 및
토경작물, 수경재배 작물인 콩나물, 숙주, 알파피,
무 새싹 등과 같은 새싹작물, 베섯과 같은 습도는
물론이며 빛의 밝기에 민감한 작물까지 재배할 수
있습니다.”



한마디로 만능 재배기라는 말이 아닌가. 그런데 이게
다가 아니었다.

“그밖에 장미, 프리지아, 수선화(구ぐ류), 난과 같은
관상용 화훼류도 재배할 수 있습니다. 그러니까
바이오파은 단 하나의 재배기로 소비자가 재배
하고자 하는 일반작물 및 특용작물을 키울 수 있는
가정용 복합 재배기라 할 수 있습니다.”

마치 작은 농장 하나를 집에 들여 놓는 것과 같은
효과였다. 바이오파은 집안 어디에나 손쉽게 설치할
있고, 인테리어 용도로도 사용할 수 있다. 특히
아이들이 바로 곁에서 작물이 자라는 과정을 관찰할
수 있으므로 교육도구로 활용할 수도 있다. 자연
기습기능, 공기 청정기능이 있어 건조한 실내 공간을
쾌적하게 만들어줄 수도 있다. 식물 재배기라는
간단한 요소에 보다 다양한 기능을 담은 발상의
전환이 놀라웠다.

기업을 키우는 건 소비자다

제품을 개발하기까지 수많은 고난이 있었겠지만, 마 대표는 말을 아꼈다. 다만, 모이라의 제품이 세상의 빛을 볼 수 있게 만들어 준 중소기업청의 선도벤처연계 창업지원사업에 대해 고마움의 말을 전했다. 선도벤처연계 창업지원사업은 선배 벤처기업이 보유한 기술과 마케팅, 그리고 인프라를 비탕으로 후배 창업가를 발굴하고 육성하는 사업이다.

“중소기업청의 선도벤처연계 창업지원사업의 도움이 아니었다면 바이오파는 머릿속에서 맴돌다 사라져버렸을 거예요. 어떤 일이든 처음 한 발을 내딛는 게 가장 어렵다고 하는데, 선도벤처연계 창업지원사업 덕분에 발걸음을 뗄 수가 있었어요.”

거듭 특별한 위기가 없었냐고 묻자, 마 대표는 웃음 띤 얼굴로 대답했다.

모든 일에는 반드시
위기가 존재한다.
어떻게
극복하느냐에 따라
위기인지 기회인지가
달라질 뿐이다.



“새로 시작하는 기업은 항상 위기를 겪을 수밖에 없죠. 그렇지만 정부에서 각종 지원사업을 펼치고 있어서 위기 상황에서 많은 도움이 돼요. 아. 그리고 보니 이런 지원을 받을 기회를 놓치는 걸 위기라고 할 수 있겠네요.”

모이라는 연구와 영업분야에서 총 4명이 일을 하고 있다. 아직은 자리를 잡아 나가는 단계다. 바이오팸에 대한 소비자의 인식 역시 자리를 잡아나가는 단계다. 제품홍보 차 박람회에 나가면 소비자들은 이런 저런 쓴 소리를 아끼지 않는다.

“제 시각에서 보면 바이오팸은 만능 재배기입니다. 그런데 소비자들은 ‘이렇게 키워서 언제 먹어’, ‘진짜 이렇게 클 수 있니?’, ‘에게, 이런 용도로밖에 못 써?’라는 말을 합니다. 맞는 말입니다. 식물을 키우는 것은 기계가 아니라 사람이기 때문입니다. 식물이나 동물이나 관심과 애정을 쏟는 민큼 자랍니다. 우리 제품은 그런 사람의 마음을 식물에게 잘 전달하고자 할 뿐입니다.”

소비자들의 관심과 애정이 모이라에게도 쏟아져 회사가 쑥쑥 성장하기를 바란다.





도약의 길

발행처	중소기업청 (www.smiba.go.kr) 창업진흥원 (www.kised.or.kr)
발행일	2015. 7. 9
진행	주식회사 몽키랩
기획 및 원고	이야기 고리 (고영리)
디자인	TIM (하이삭 심돈아)

4권

확장의 길

(본 글로벌 창업)

CONTENTS

| CONTENTS |

프롤로그

Part 1. 상상

- (주)엔코스 (홍성훈) _ 010
- (주)아이디인큐 (김동호) _ 022
- (주)플리토 (이정수) _ 032

Part 2. 실천

- (주)투아이피 (김태정) _ 044
- (주)고미 (MEGAN BOWEN) _ 056
- (주)위셔리 (이종근) _ 068
- (주)피에나 (강미선) _ 080

Part 3. 통찰

- 말랑스튜디오(주) (김영호) _ 094
- (주)지도 (서한석) _ 106
- Space Mingler (김희욱) _ 116

한때는
불가능하다고
생각한
것이
결국에는
가능한
것이
된다

K. 오브라이언

PROLOGUE

| 프롤로그 |

알고는 있었지만 참 쉽지 않은 것이 성공 창업으로 향하는 길이라는 것을 김창업 씨는 점점 깨달아갑니다.

정말 많은 준비가 필요하고 넘어도 넘어도 시련은 계속 됩니다.

하지만 그만큼 다양한 지원들이 마련되어 있고, 도움의 손길을 찾을 수 있는 방법이 많다는 것도 알았습니다.

김창업 씨는 이렇게 고군분투하며 성공 창업의 길을 달려 나가는 사람들을 만나며 문득 궁금해졌습니다.

우리나라에서 사업하는 것도 이렇게 힘든데, 나라 밖 세상에 도전하는 사람들은 대체 어떤 마음으로 하고 있는 걸까?

그래서 한번 찾아가 보기로 했습니다.

우리가 보지 못했던 새로운 시장을 발견하고 해외에서 국내로 길을 놓은 사람에서부터 국내보다는 세계를 향해 창업 영토 화장의 출사표를



던진 사람. 그리고 다양한 글로벌 경험을 활용하여
블루오션 시장을 활짝 연 사람들까지.

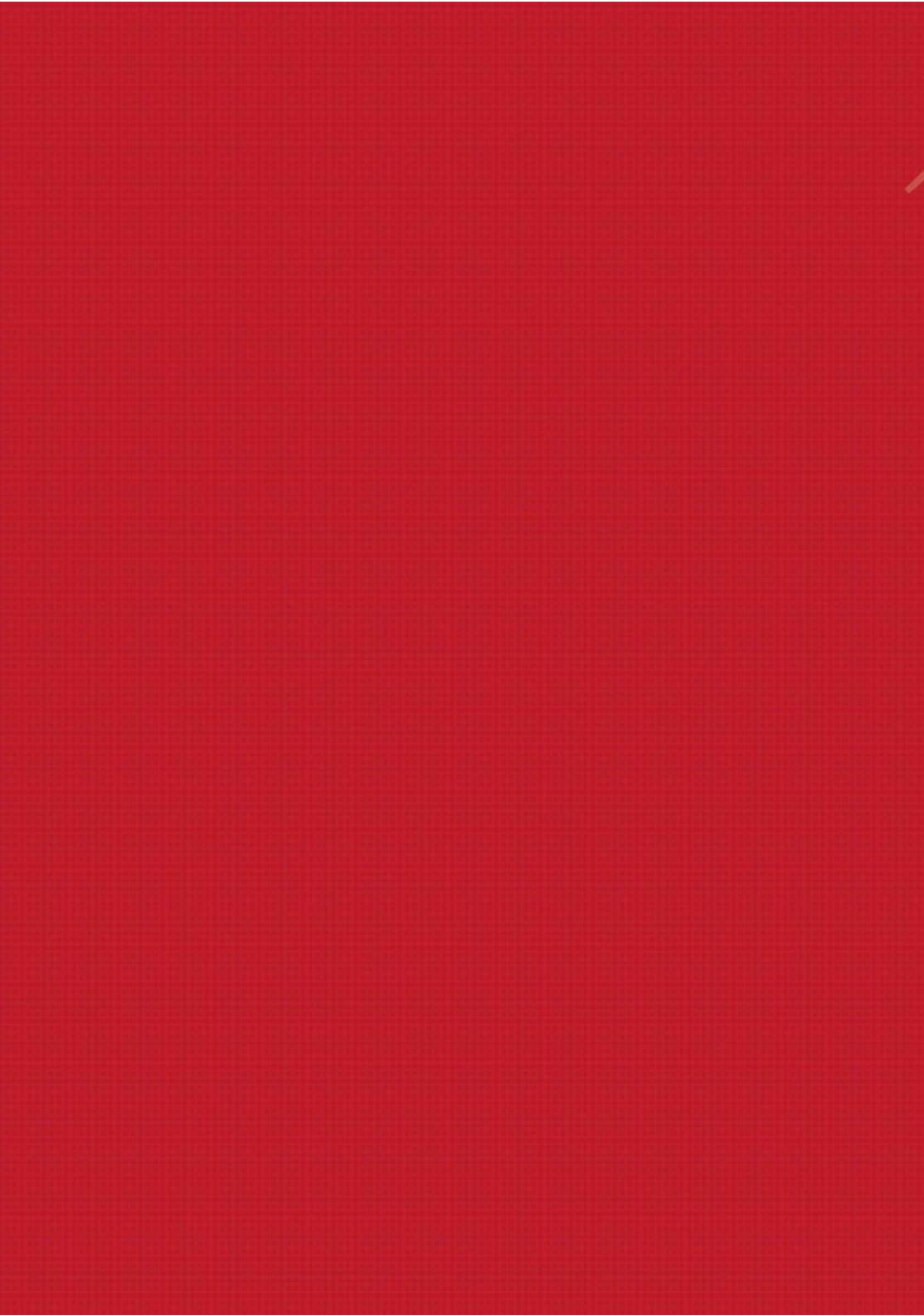
우리 창업 씨가 이번에 걸어갈 길의 이름은 “화장의
길”입니다.

이 길을 가는 분들은 남들과는 다른 상상력으로
새로운 시장을 발견합니다. 거기에 머무는 것이
아니리 직접, 그 시장 속으로 뛰어들이 창업을
실천한 사람들. 그들에게는 남들과는 다른 통찰력과
추진력이 있었습니다.



‘국내는 좁다! 세계가 내 길이다!’를 외치며 야심차게
성공 창업의 길로 들어선 사람들.

자, 이번에는 창업 씨와 함께 세계로 나가 볼까요?



想像

확장의 길



상상

세계를 지배하는 것은 상상력이다.

-나폴레옹-



- 기업명 : (주)엔코스
- 대표명 : 흥성훈
- 주요사업 : OEM/ODM전문, 마스크팩
- 대표번호 : 031-376-7045
- 홈페이지 : www.ancors.co.kr



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“미의 가치를 여는 열쇠, 엔코스”

미의 역사는

인류의 역사와 그 시작이 같다고 해도
과언이 아니다.

아름다움의 가치를 알기에
매진할 수밖에 없었다.”

”

홍
성
훈

Hong
Seong
Hoon

화장품 밖에 몰랐다

엔코스의 홍성훈 대표는 창업을 준비하면서 그 어느
분야보다 오랜 역사를 지닌 화장품을 선택했다.
차별화된 아이템 개발에 강점이 있었기 때문에 성공
가능성이 높다고 판단한 것이다.

Hong
Seong
Hoon

“대학교 졸업 후, 처음 취직한 곳이 병원의 일회용 수술포나 수술 가운을 취급하는 회사였어요. 대부분 부직포로 만든 제품이었죠. 그래서 자연스럽게 많은 원단업체들과 접촉하게 되었고, 다양한 원단을 알게 됐습니다. 이때, 마스크 팩 역시 부직포 원단으로 만들어진다는 것을 알게 됐죠.”

뭔가를 해야 한다는 생각은 했지만 그 ‘뭔가’가 무엇인지는 알 수 없었다.

당시만 해도 마스크 팩이 다양하지 않았다고 한다. 홍 대표는 원단에 대한 지식을 이용해 착용감이 뛰어난 경쟁력 있는 마스크 팩을 만들 수 있지 않을까 생각했다. 그 때부터 화장품에 대한 공부를 시작했다. 화장품에 대한 공부를 하면 할수록 차별화된 마스크 팩에 대한 확신이 서기 시작했다. 그래서 동료 한 명과 창업을 했다.

순탄하게 성공하는 회사는 없다. 창업 7년 만에 280억 원 이상의 매출을 달성한 엔코스 역시 그 출발은 순탄치 않았다. 2008년 동업자가 일을 만들어 놓고 도망가는 바람에 회사와 빚을 동시에 떠맡게 되었다. 홍 대표는 의도치 않게 2009년부터 CEO로 첫발을 딛게 되었다. 홍 대표는 막막했다.





승부수를 띄워야 한다는 생각은 있었지만 무엇을 어떻게 해야 할지 몰랐다.

결국은
사람이었다.

그러나 위기는 계속 되었다. 사람을 잘 믿는 홍대표의 성격 때문이었을까. 사업을 시작하고 많은 사기를 당했다. 리스크에 대처할 수 있는 장치조차 마련하지 못했기 때문에 눈뜨고 당할 수밖에 없었다. 하지만 매출 50억 원이 넘어가면서부터는 좋은 사람들과의 만남이 늘어나기 시작했다.

재작년 안성에서 오산으로 회사를 이전할 때의 일이다. 사업이 번창하면서 현재 부대표가 운영하던 회사를 인수하게 되었고, 전 직원에 대한 고용승계를 단행했다. 그러나 이로 인해 인건비 부담이 커지게 되었고, 옆친 데 덮친 격으로 홈쇼핑 쪽 일을 진행하다가 사기를 당하면서 또 한 번의 위기가 찾아왔던 것이다. 하지만 평소 교류하던 경쟁업체 대표 두 분의 도움으로 위기를 극복할 수 있었다. 홍 대표는 배신을 하는 것도 사람이고, 도움을 주는 것도 사람이라는 걸 다시 한번 깨닫게 되었다.

아이디어는 생활 속에 존재한다

엔코스는 톡톡 튀는 아이디어와 디자인으로 큰 각광을 받고 있다. 품질뿐만 아니라 대중들로부터 제품의 아이디어와 디자인에 관심을 받을 만한 상품을 만들어야 한다고 생각하기 때문이다. 그래서 홍 대표는 지금도 직접 아이디어의 발굴과 제품 디자인에 회사가 가진 역량을 집중하고 있다. 가격 경쟁력은 떨어지겠지만, 그렇다고 원성도 높은 제품을 추구하는 것을 포기할 수 없기 때문이다.

이런 가치관 아래, 엔코스는 20명 이상의 연구원을 두고 있다. 국내 마스크 회사 중에 20명 이상의 연구원이 근무 중인 회사는 엔코스가 유일하다. 지금도 20여 명의 연구원들은 제품의 품질 향상을 위해 새로운 마스크의 개발을 진행 중이다.

홍 대표가 요즘 들어 예민하게 보고 있는 시장은 바로 중국이다. 한류 바람을 타고 중국인 관광객이 늘어나 시장규모가 비약적으로 커졌기 때문이다. 중국시장 진출을 위한 판매전략을 짜고 있던 엔코스는 2014년 글로벌창업 활성화사업에 선정이

되었고 중국시장으로의 길을 여는데 힘을 얻게 되었다.

“5천만 인구도 중요하지만, 10억 인구라는 큰 시장을 노리는 건 기업인으로서는 당연한 거죠. 저희는 중국뿐 아니라 태국에서도 인기가 많습니다. 매출도 늘고 있죠. 덩달아 러시아에도 주문이 들어오고 있습니다. 물론 아직은 중국에 중점을 두고 있죠.”



중국과 거래를 시작하며 화교들과 친해진 그는
화교들을 통해 문화적 충격을 받았다고 한다.

“우리나라는 가게 하나가 잘 되면 인근에 똑같은
것을 파는 가게들이 생겨요. 서로 피터지게 싸우다
살아남는 사람이 승자가 되는 거죠. 그런데 화교들은
경쟁을 하면서도 누군가 파산하게 되면 가게를
인수해 주거나 도움을 주기 위해 노력하죠. 이런
점은 본받아야 해요. 제가 경쟁업체 사장님들에게
도움을 받은 것처럼, 경쟁은 하되 서로 협单纯的
행태는 버려야 한다고 생각해요.”

홍 대표는 500원 권 지폐 하나로 조선소를 세운
정주영 회장을 멘토로 삼고 있다고 한다. 맨바닥에서
시작해 커다란 기업을 일궈 대한민국을 세계에
알린 기업인이기 때문이다. 그래서 그 역시 미래의
엔코스를 세계적인 기업으로 만들기를 꿈꾼다.



“저의 목표는 엔코스가 미국의 3M, 존슨&존슨처럼 한국을 대표하는 기업으로 성장하는 것입니다. 고객 모두의 만족을 넘어 재미와 감동을 선사할 수 있는 종합 뷰티 컴퍼니로 만드는 것이지요.”



아름다움의 진짜 가치를 아는 곳, 엔코스가 그의
희망대로 종합 뷰티 컴퍼니가 되어 세상을 아름답게
만들 날이 머지 않았음을 믿는다.





- 기업명 : (주)아이디인큐
- 대표명 : 김동호
- 주요사업 : 리서치 플랫폼(오픈서베이)
- 대표번호 : 02-3019-7800
- 홈페이지 : www.idincu.com



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“ 세상의 모든 통계”

내게 맞는 정보 수집과 이를 활용한 통계는
 특별한 사람들만 진행하는 것이 아니다.
누구나 편하게
 통계자료를 접할 수 있게 하는 것.
 아이디인큐가 만들어 가고 있다.

”

김
동
호

kim
kelvin

반보 앞섰을 뿐이었다

“일종의 우발적 창업이었죠.”

남보다 조금 일찍 사회생활을 시작한 김동호 대표. 그는 회사 생활 3년차인 2011년 초, 모바일 벤처시대가 도래하는 것을 두 눈으로 똑똑히 지켜봤다. 스마트폰이 폭발적으로 보급되어 모바일 시장에 대대적인 변화의 바람이 불고 있었다. 정부의

정책 역시 변하고 있었다.

이렇게 급변하는 시장의 흐름을 보며 김 대표는 가슴이 뛰었다. 모바일 벤처기업 대표들 대부분이 그와 비슷한 나이라는 점도 동기 부여가 됐다. 그는 결국 회사를 그만두고 창업 전선에 뛰어들었다.

아이디인큐는 ‘아이디어 인큐베이터’의 줄임말이다. 다양한 아이디어들을 실현시켜보자는 뜻에서 만든 이름이다. 김 대표와 뜻을 함께 한 멤버들은 그동안 불편했던 것들에 대한 생각을 나누었다. 그중 하나가 지금의 오픈서베이였다. 오픈서베이 이외에도 지금 성행하고 있는 매달 애플리케이션이라든가 중고관련 물품 서비스 등이 있었다.

그들은 세 가지 아이디어를 동시에 진행했다. 그러나 모두 함께 오픈서베이에만 매달려도 될까 말까한 상황에 자신감만으로 달려 들었으니 어느 하나도 성공하지 못한 것은 당연한 일이었다. 결국 멤버들은 하나의 아이디어에만 집중하기로 했다. 그리고 어떤 아이디어를 선택할지를 놓고 깊은 고민에 빠졌다.

선택과 집중.
창업 초기에 꼭
필요했던 과정이었다.

보는 관점이 다르다

당시 아이디어는 크게 두 가지로 나눌 수 있었다.
오픈서베이를 제외한 나머지 두 아이디어는
B to C(회사 대 고객) 서비스였고, 오픈서베이는



B to B(회사 대 회사) 서비스였다. 팀원들은 머리를 맞대고 B to C 서비스를 잘할 수 있을 것인지, 아니면 B to B 서비스를 잘할 수 있을지를 판단한 후 오픈서베이에 주력하기로 했다.



리서치산업은 기본적으로 보수적인 산업이다. 상위 10위 안에 드는 리서치회사들 중 가장 젊은 회사가 창업한 지 15년 된 회사일 정도로 신생업체가 성장하기 힘드 환경인 것이다.

기존 리서치회사들은 사람과 사람이 만나 조사를 하는 방법을 고수하고 있었다. 그만큼 인력과 시간이 많이 들었다. 김 대표는 정보통신기술을 이용하면 시간과 경비가 절약되리라는 생각을 했다. 그래서 전체 구성원 50%를 개발인력으로 배치했다. 3~5% 정도를 개발인력으로 두고 있는 다른 회사와 비교하였을 때 파격적인 인력의 배치였다.

이러한 김 대표의 시도는 현장에서 그 힘을 발휘하기 시작했다. 기존의 방식으로는 전국 규모의 소비자 조사를 하는 데 있어서 한 달 이상 걸리는 리서치를 1시간 만에 해 낼 수 있게 된 것이다.

통찰과 아이디어의 장, 용산회의실

아이디인큐에는 ‘용산 회의실’이라는 이름의 장소가 있다. 지금도 매일 이곳에서 회의가 진행된다.

“처음 용산에서 2,000만 원을 가지고 시작했을 때 지금 이 회의실만한 크기의 사무실에서 시작했어요. 그래서 이 회의실 이름을 ‘용산 회의실’이라고 지었어요.”

자본금 2,000만 원으로 시작한 아이디인큐. 당시 팀원들 중에 창업을 해본 사람은 아무도 없었다. 아무것도 모르는 그들에게 중소기업청이 손을 내밀었다. 중소기업청의 지원을 받아 3주 동안 샌프란시스코에서 관련 분야 수업을 듣고 네트워킹 프로그램에도 참여하면서 많은 것을 배울 수 있었다. 그러나 자금이 문제였다. 사업을 시작하고 얼마 지나지 않아 2,000만 원의 자본금은 흔적도 없이 사라지고 말았다. 이후로는 마이너스 통장을 쓰며 베틸 수밖에 없었다. 이를 악물고 버텨나가고 있을 때, 나행히 회사의 철학과 사업방향에 공감과

관심을 보인 투자자를 만나게 되었다. 열악한 환경과 처우에도 불구하고 아이디인큐의 비전을 보고 합류하는 인재들도 하나둘 생겨났다. 덕분에 아이디인큐는 조금씩 성장할 수 있게 되었다. 현재 아이디인큐의 직원은 30여 명 정도이다. 연간 매출액은 수십억 원을 돌파했고 매년 두 배 이상 성장해나가고 있다.

“삼성, 애플, 구글 등은 그들 나름의 철학이 있었기 때문에 IT 전쟁에서 살아남을 수 있었습니다.”

The screenshot shows the mobile application interface for 'open survey'. At the top left is the logo 'open survey'. On the left side, there's a sidebar with various navigation options: 서비스 소개, 상품 소개, 이용 방법, 고객 사례, 고객 체계, What's NEW (including links to Press Release, Open Survey, Case Studies, and News & Events), 조사 미리하기 (Survey Preview), 풍습 세밀하기 (Windusi Seomul), and 결과 제출하기 (Result Submission). The main content area has a light gray background. It features a large button labeled '소비자에 대한 빠르고 정확한 이해' (Fast and Accurate Understanding of Consumers) and '국내 1위 모바일 리서치 오픈서베이' (Domestic No. 1 Mobile Research Open Survey). Below this is a search bar with fields for '어린이' and '비행번호 (검색 이동)', and a green '가입하기' (Join) button. To the right of the search bar is a large smartphone icon displaying a survey form with questions and answer options. At the bottom of the screen are several icons: 데이터 센터 (Data Center), 매년 소개 (Annual Introduction), and 신뢰도 소개 (Reliability Introduction).

김 대표가 한 말이다. 그렇다면 아이디인큐의 철학은 무엇일까? 바로 ‘누구나 더 나은 판단을 할 수 있도록 소통의 방법을 혁신한다.’이다.

아이디인큐가 시장에 나타나기 전, 국내에서 리서치를 정기적으로 의뢰하는 회사는 천여 개가 채 안 됐다. 그러나 가격과 시간부담을 낮춘 아이디인큐의 리서치방식이 나타나자 고객사는 기하급수적으로 늘어났다. ‘더 나은 판단을 할 수 있도록 소통 방법을 혁신’ 함으로써 ‘누구나’ 부담 없이 리서치를 의뢰할 수 있게 된 것이다.

아이디인큐의 고객사는 현재 700여 개 정도다. 그 중 200여 개는 아이디인큐와 일하기 전에 한 번도 리서치를 의뢰해본 적이 없던 회사다.

다음 단계로

리서치 과정은 크게 세 단계로 나눌 수 있다. 첫 번째는 질문, 두 번째는 데이터 수집, 세 번째는 데이터 해석이다. 현재까지 아이디인큐의

강점은 데이터수집 부분이었다. 앞으로는 데이터를 수집하고 분석해서 그것을 해석하는 부분까지 서비스할 예정이다. 앞으로 4~5년 후면 아이디인큐에 의뢰를 하는 동시에 결과까지 뽑아낼 수 있는 단계에까지 이르게 될 것이다.

“아이디인큐의 리서치 방식이 시장에 변화를 줄 수 있다면 그것만으로도 의미가 있다고 생각해요. 리서치의 본질은 유지하면서 데이터를 수집하고 새로운 결과 전달방식을 만들어 내는 것. 그것이 아이디인큐의 목표입니다. 스마트폰은 최첨단 시대의 주역입니다. 이를 이용해 리서치의 본질은 유지하되 고객들의 효용을 극대화하는 작업들을 멈추지 않을 것입니다.”

그가 수집하는 수많은 정보들이 시장을 어떻게 변화시켜 나갈지 사뭇 궁금해진다.



- 기업명 : (주)플리토
- 대표명 : 이정수
- 주요사업 : 소셜 번역 플랫폼(플리토)
- 대표번호 : 070-7552-0142
- 홈페이지 : www.flitto.com



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“언어 장벽이 없는 세상”

굳이 외국어를 배우지 않아도
의사소통이 가능하다면?
아마 언어 스트레스만 없어도
좀 더 편한 세상이 되지 않을까.”

이정수 대표는 구웨이트에서 태어나 미국,
영국에서 자라고 학교는 사우디아라비아에서
다녔다. 이 대표와 그의 가족은 해외 각지를 오가며
대부분의 의사소통을 영어로 생활하는 등 글로벌
패밀리로서의 삶을 살아 왔지만, 이 대표를 처음

남다른 언어 감각

보는 사람들은 그가 5개 국어에 능통한 사람이라는 사실을 잘 깨닫지 못한다. 그가 한국어를 완벽하게 구사하기 때문이다. 그렇게 외국에서 오래 살다 왔으면서 어떻게 한국어를 잘 하냐고 물어보니 한국에 온 지 17년이나 됐는데 못하는 게 이상한 것 아니냐고 되묻는다.

영어권 국가에서 3년만 살다 와도 혀가 꼬이는 사람들이 있는 반면 유년시절의 대부분을 외국에서 지냈는데도 이 대표처럼 한국어를 완벽하게 구사하는 사람도 있다. 물론 이 대표가 가족의 빈대를 무릅쓰고 한국에서 고등학교와 대학교를 다녔기 때문에 한국어를 완벽하게 구사하는 것일 수도 있다. 그렇지만 그가 언어에 대해 남다른 재능을 가지고 있다는 점도 무시할 수 없다. 언어와 관련된 분야에서 창업한 것도 그의 DNA에 잠재되어 있는 언어 감각 덕분인지 모른다.

글로벌 시대에 이미
영어는 필수 언어가
되어버렸다. 영어
외에 중국어나 일본어,
프랑스어, 독일어 등
제 2외국어
하나 정도는
구사해야 한다는
'언어스트레스'는
누구나 가지고 있을
것이다.

아이디어를 독촉하는 세상

규율보다는 하고 싶은 일에 매진했던 대학 4년 동안 자신의 의지대로 사회경험을 쌓은 이 대표의 머릿속은 사업에 대한 아이디어로 가득 차있었다. 특히, 여러 가지 사업 아이템 중에서도 언어와 관련된 비즈니스를 꼭 해보고 싶었다.



“그래서 번역 회사를 차렸어요. 2년 정도 운영하고 대기업 입사시험을 봤는데 다 합격을 한 거에요. 그런데 곰곰이 생각을 해 보니 제가 중동에서 자랐다는 이유로 뽑은 것 같더라고요. 입사를 하게 되면 중동으로 내 보낼 것이 물 보듯 뻔했어요. 그래서 어느 기업을 갈까 생각하다가 사우디아라비아에 지사가 없는 SK텔레콤에 입사했죠. 입사해서는 벤처투자팀에 들어갔어요. 이때 배운 경험과 인연을 맺은 사람들이 아니었으면 지금의 플리토는 없었을 거예요. 이곳에 다닐 때 사내벤처 공모를 통해 2명의 친구를 만났는데, 그들이 저와 함께 회사를 창업한 멤버들입니다.”



플리토는 이 대표가 언어의 장벽을 없애고 싶다는 마음에서 세운 회사다.

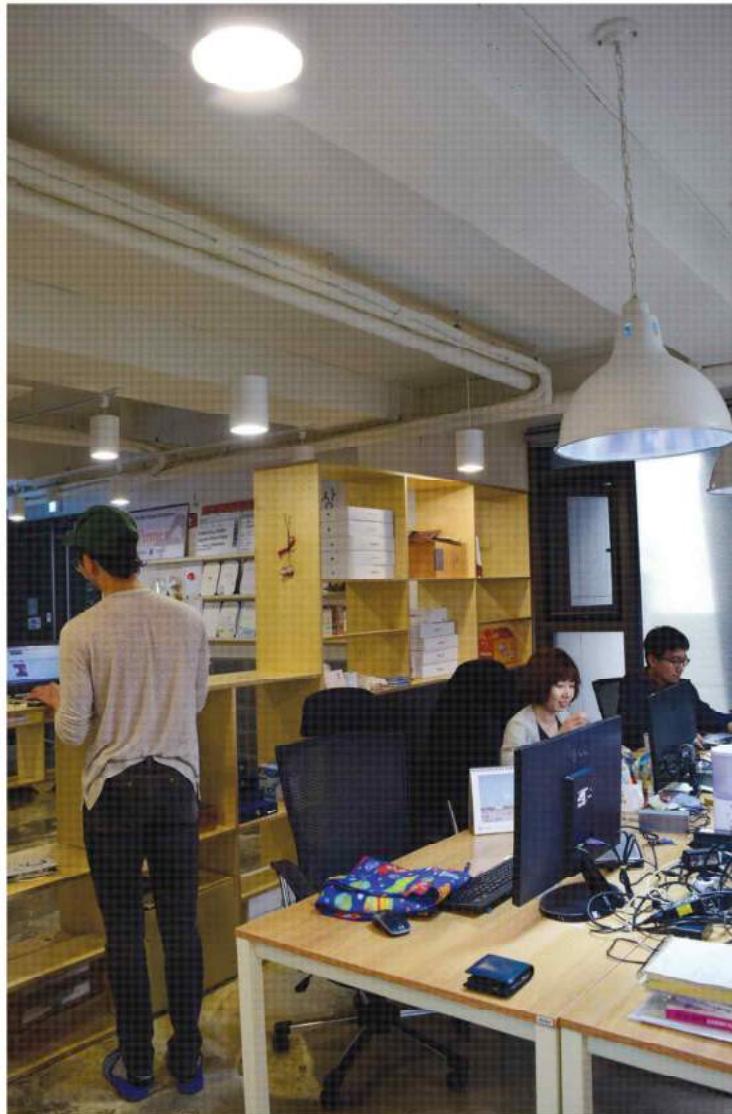
“당장 이 외국어의 뜻을 알고 싶으데 난감했던 적 없으세요? 전문 번역사에게 의뢰하기에는 그리 어려운 문장이 아닐 경우가 특히 그렇죠. 그래도 정말 궁금해서 전문 번역사에게 의뢰를 하면 시간과 비용이 많이 들게 되죠. 최근 들어 번역에 대한 수요는 점점 늘어나고 있는데 시스템은 10년, 20년 전에 비해 크게 변하지 않았죠. 그래서 새로운 번역 시스템을 만들고자 차린 회사가 플리토입니다.

플리토는 일종의 번역 플랫폼입니다. 요즘은 전문 번역사는 아니더라도 외국어를 잘하는 사람이 많잖아요. 이런 사람들과 번역을 필요로 하는 사람들을 연결시켜 주면 어떨까 생각한 것이죠. 번역을 해주는 사람들에게는 대가로 현금처럼 사용할 수 있는 포인트를 지급하는 거죠.”

고객의 ‘니즈’가 불러 온 폭발적인 성장

플리토의 회원 수는 현재 413만 명에 이른다. 이 중 90% 정도는 외국인이며, 17개국의 언어로 번역 서비스를 하고 있다. 17개 언어를 각기 다르게 짹을 지어주면 272개의 짹이 생성된다. 이런 식으로 번역된 것들이 하루 30만 건에 이른다. 이는 데이터베이스에 저장되어 궁금한 말을 검색하면 다양한 예문을 보여준다.

플리토는 2013년 글로벌창업 활성화사업을 통해 받은 지원금으로 사업을 시작했다. 지금의 플리토를 있게 한 종잣돈이 비로소 마련되었던 것이다. 이듬해에는 R&D사업에 선정되어 2억 원을 지원받았다. 그의 머릿속에 들어있는 무궁무진한 아이디어를 실현하기 위해 꼭 필요한 지원금이었다. DSC 인베스트먼트로부터 받아낸 첫 투자 후 그의 아이디어는 본격적으로 펼쳐졌다. 당시에는 그의 아이디어를 한국에서 실현시키기가 어렵다는 판단이 들어, 런던의 구글 캠퍼스에 있는 테크스타즈(Techstars)로 가서 인큐베이팅을



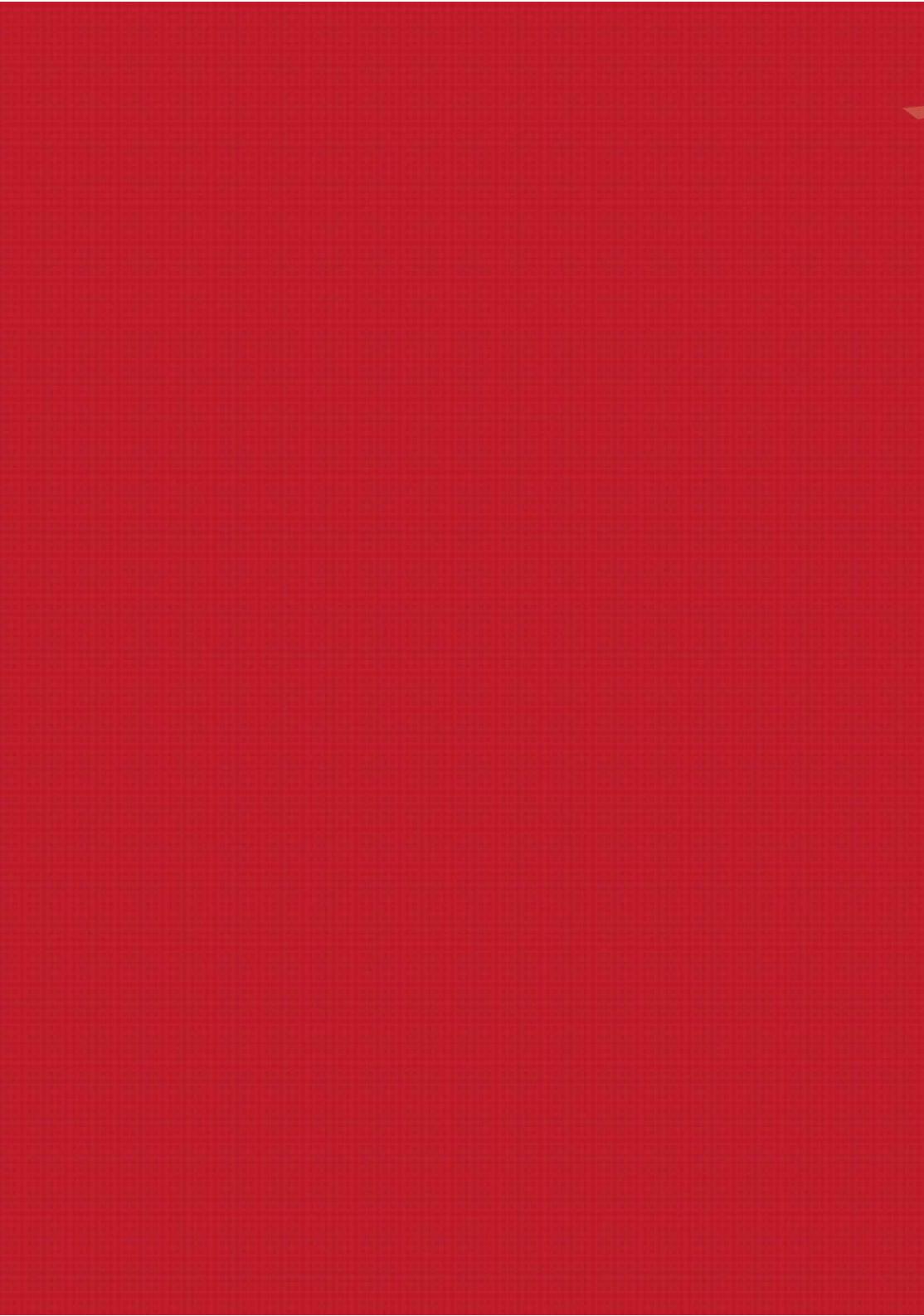
받게 되었다. 이후 실리콘밸리 투자유치기업으로 선정되어, 아시아 최초로 페이스북 본사에서 투자유치를 진행하기도 했다. 2013년에는 실리콘밸리에 사무실 개업 이래 스타트업을 대상으로 진행되는 국내외 다수의 행사에서 큰상을 받으며, CNN과 국내 공영방송에 소개되기도 했다.

2014년 7월, 구글은 번역기의 기능을 업그레이드하기에는 한계가 있다고 시인했다. 세계 곳곳의 번역가들의 지적 능력이 빅데이터로 모여야만 완벽한 통역이 가능하다는 것이었다. 지금 플리토가 하고 있는 일이 바로 그것이다. 따라서 플리토가 개척할 수 있는 시장은 앞으로 더욱 넓어질 전망이다. 플리토는 번역을 넘어 가상현실(AR)을 통한 통역과 자동 번역 시스템도 개발할 예정이라고 한다. 여기서 더 나아가 사라져가는 소수 민족의 언어까지 데이터베이스화할 예정이다.

플리토의 번역 서비스는 데이터베이스가 축적된 지난해 중순부터 본격적인 수익이 발생하기 시작했다. 현재 월 매출액 1~2억 원 정도인데, 수익금은 웹사이트의 디자인 개선 및 서비스 개발에 투입되고 있다. 올 상반기가 지나기 전에 세련된 디자인의 플리토 웹사이트를 만나볼 수 있을 것이다.

“제 꿈은 단순해요. 세상 사람들이 자유롭게 의사소통하고 정보를 교환하는 거예요. 이것이 제 꿈이자 플리토의 비전입니다.”





實踐

확장의 길



실천

당장 실천에 옮길 수 있는 것이 아니라면
미래에 대한 얘기는 의미가 없다.

-E.F. 슈마커-



- 기업명 : (주)투아이피
- 대표명 : 김태정
- 주요사업 : 글로벌 핫라인 시스템
- 홈페이지 : www.2ipco.com

2IP Interview



Project Title

글로벌창업
활성화사업
외국인 기술창업
프로그램

“당신의 개인정보는 얼마입니까?”

어렵고 복잡하면

소비자들의 호응을 얻기가 쉽지 않다.

싸고, 편하고 쉬워야

대중들의 선택을 받을 수 있다.”

”

김
태
정

kim
Taedong

PC통신, 사이버 공간으로의 여행기

김태정 대표는 ‘한 수 앞서가는 사람’이 있다. 대학시절 ICT산업에 관심을 갖기 시작하면서 앞서가는 사람의 자질을 갖추기 시작했다. PC통신 하이텔에서 활동하며 네트워크 관련 지식들을 쌓아나갔다. 더불어 PC통신 분야의 지식 전파와

산업발전을 위한 저술활동도 전개해 나갔다. ‘마이크로소프트웨어’라는 대표적인 IT 잡지에서 제 1필진으로 활동하기도 했다. 당시 제1필진에는 안철수, 김유식 등이 포진되어 있었다. 김 대표는 네트워크에 대한 뛰어난 통찰력을 인정받아 대학생임에도 불구하고 한국IBM에 입사했다.

“한국IBM에서 13년 정도 근무했어요. 그런데 중 회사가 위기를 맞았는데, 오랫동안 함께 일하던 간부들이 하루아침에 해고 됐어요. 그 모습을 보고 충격을 받았죠. 이대로 멈춰있을 수 없다, 공부를 해야겠다는 생각이 들었어요.”

부동산 대학원, MBA과정 등 다양한 공부를 한 김 대표는 미국으로 건너가 공부와 사업을 병행했다. 미국 영주권을 따고 가족들을 정착시킨 후 정작 자신은 역 기러기 아빠가 되어 한국으로 돌아왔다. 미국과 한국을 오가며 다양한 일들을 했지만 결국 사이버스페이스라는 고향이 그를 자석처럼 끌어당겼다.

그는 지금도 ‘공부하지 않으면 결국 도태된다’라고 이야기 한다. 새로운 것을 받아들여 체화하려면 끊임없는 공부는 필수이다.

‘한 수 앞서가는’ 것보다 ‘하나의 존재’가 더 중요하다는 명제를 바탕으로, 사이버 공간이 가져다주는 진정한 가치 실현의 사명을 가지고 사이버 여행전문가로 돌아온 것이다.



쉽게 가입하고, 쉽게 사용하고, 저렴할 수 있을까

여행전문가는 어떤 역할을 해야 할까. 무엇보다 여행자들이 원하는 것을 충족시켜야 한다. 그렇다면 여행자들은 무엇을 원할까. 좋은 경치를 구경하고, 맛있는 것을 먹고, 편하게 이동하고, 오래 기다리지 않고 여행하는 것이 아닐까 싶다. 사이버 여행전문가인 김 대표의 생각도 이와 같았다.



당시 현대자동차라는 대기업에서 일하고 있었지만 정작 미국 영주권자인 해외동포였기에 신용카드를 만들 수 없었다. 그때 처음으로 자신처럼 타국에서 일하는 외국인 노동자들은 어떤 불편함을 가지고 있을까를 상상해 보았다. 어렵지 않게 답이 나왔다. 바로 돈과 외로움이었다. 사랑하는 내 가족과 짠 가격에 통화하고 싶다는 것이 외국인 노동자들의 소망이었다.

“경제가 빈약한 나라에서 온 외국인 노동자들은 국제전화를 사용할 때 불편함이 커요. 비싸기도 하고요. 막상 연결이 되어도 통화 상태가 나쁘거나 갑자기 끊기는 경우도 있죠. 어떻게 하면 좋을까 고민하게 됐고, 1년 동안 전문가들과 함께 스터디를 했어요. 오랫동안 스터디를 하면서 좋은 아이디어들은 특허를 내기도 했죠. 그러다보니 확신이 생겼어요. 쉽게 가입하고, 쉽게 사용하면서도 저렴한 글로벌 핫라인을 만들 수 있다고요.”

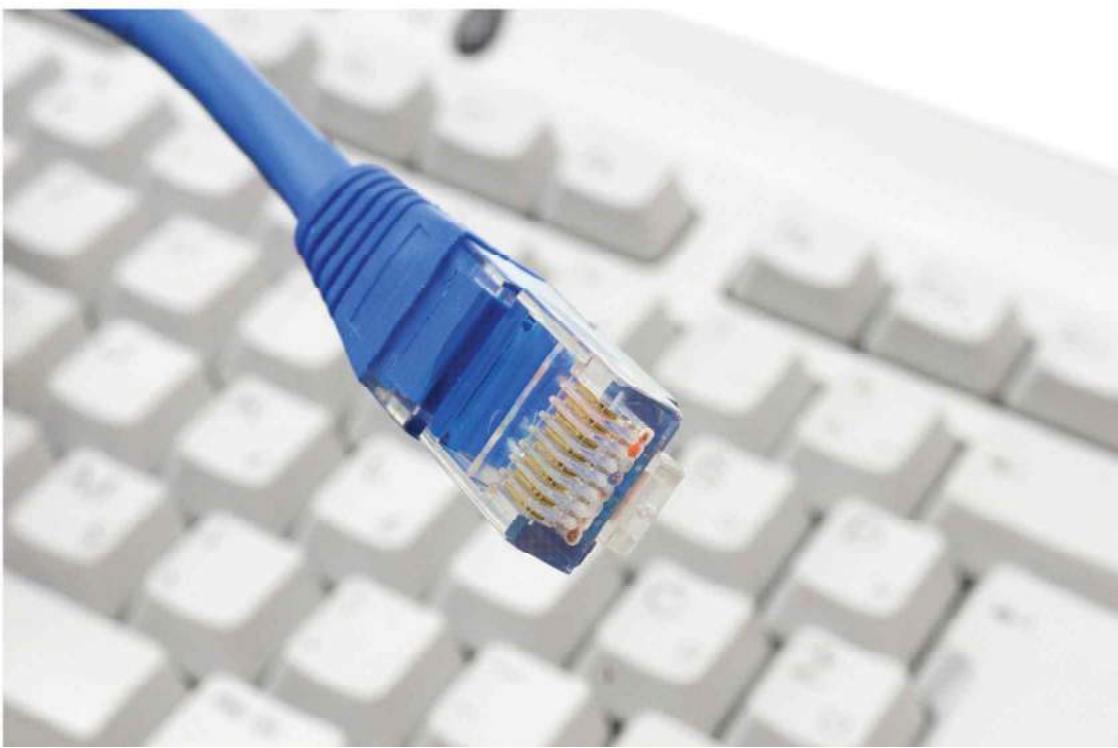
확신은 있었지만 사업을 선뜻 시작할 수 없었다. 미국에 있는 가족들을 부양하기 위해서는 회사에 계속 다녀야 했기 때문이다. 그러나 중소기업청 주최 2014년 글로벌창업 활성화사업의 외국인 기술창업 프로그램에 선정된 이후로 결심이 섰다. 김 대표는 다니던 회사를 그만두고 창업했다. 그만큼 확신이 있었다.

개인정보는 돈으로 환산할 수 없다

투아이피에서 개발한 제품은 글로벌 헛라인, 즉 인터넷을 기반으로 한 1:1 통신이다. 얼핏 생각하면 전화기 솔루션으로 보일 수도 있다. 하지만 투아이피의 제품은 여타의 통신 서비스와는 전혀 다른 목표를 지향한다.

“앞으로는 전화나 문자메시지는 거의 무료가 될 겁니다. 어차피 다 공짜가 된다면 문제는 이겁니다. 누가 더 질 좋은 서비스를 제공할 것인가. 하지만 이것만으로는 부족해요. 정작 중요한

것은 사생활과 개인정보를 어떻게 보호할 것인가 혹은 내 개인정보를 얼마나 보호받을 수 있는가입니다. 소통의 공간이 사이버스페이스로 향하면서 개인정보가 높은 가치를 지니게 될 겁니다. 요즘 사람들은 개인정보 보안과 사생활 침해에 대해서 너무 관대해요. 일상에서는 그렇지 않으면서 사이버스페이스에서는 너무 쉽게 자신의 정보를 공유하죠.”



네트워크의 특성을 이용해 질 좋은 통신 서비스를 제공하면서 더불어 보안과 사생활 보호를 완벽하게 제어하는 것이 김 대표의 목표다.

무모한 도전? 긍정적인 마인드!

하늘을 날고 싶다는 생각을 가지고 비행기를 만든 라이트 형제. 그들은 무모했던 것일까, 하늘을 날 수 있다는 긍정적인 마인드를 갖고 있었던 것일까.

“라이트 형제는 과학자가 아니라 기술자였어요. 하늘을 나는 게 꿈이었죠. 자신들의 신념을 믿었던 겁니다. 생각해 보세요. 비행기를 만들었어요. 누군가 타 봐야 하잖아요. 타면 죽을 게 뻔한데 그걸 누가 타겠어요. 사람들은 무모한 도전이라고 조롱하고 반대했어요. 하지만 결국 날았잖아요. 날 수 있다는 긍정적인 마인드가 있었기 때문이에요. 부정적인 측면만 생각하면 아무 것도 할 수 없고 발전할 수도 없어요.”

긍정적인 마인드로 투아이피는 네트워크 환경이 좋지 않은 중국을 첫 타깃으로 결정했다. 중국은 해외로 나가는 통신이 많이 막혀 있다. 그나마 대도시인 상해에서는 큰 문제없이 테스트가 끝났다. 3일 동안 아침, 점심, 저녁 매 1시간씩 통화를 해보았는데 성공적이었다. 그 다음은 심양이었다. 국제전화 카드사업으로 성공한 중국의 사업가가 아이템에 관심을 보여 하얼빈 근처인 심양을 방문했다. 상해에서 성공한 사례가 있었기 때문에 김 대표는 여유만만했다.

통화 테스트는 다음 날 아침 10시에 하기로 했다. 김 대표는 전날 저녁을 먹고 호텔에 들어와 간단하게 테스트를 해보려고 한국으로 통화를 시도했다. 그런데 어쩐 일인지 연결이 되지 않았다. 한국의 동료에게 문제를 해결해서 1시간 후에 통화를 시도해 보자고 했지만 2시간이 지나서야 개인 휴대폰으로 전화가 걸려 왔다. 통신 네트워크가 차단되어 있는 것 같다는 것이었다. 이것저것 시도해 봤지만 연결은 되지 않았고, 한국에서도 방법을 찾아내지 못했다. 급한 마음에 호텔 책상 밑에 있는 네트워크 선을

뜯기 시작했다. 수많은 포트를 하나하나씩 뜯어 연결시켜 보았다. 시간은 어느 새 새벽 4시. 연결이 가능한 포트는 찾아냈지만 코드를 완전히 바꿔야했다. 2시간에 걸쳐 코드 바꾸는 작업이 진행됐고 통화에 성공하는 순간, 해가 떴다. 예상보다 좋은 통화 음질과 함께 지평선에서는 해가 떠오르고 있으니 감격에 겨워 자신도 모르게 탄식이 흘러나왔다.

테스트 세팅을 하고 옷을 갈아입으니 잠시 후 중국인 사업가가 도착했다. 테스트는 휴대전화와 투아이피의 제품을 동시에 켜 놓고 실시되었다. 휴대전화로 국제통화를 하는 것보다 좋은 통화 음질에 놀란 중국인 사업가는 5분 정도 테스트를 하더니 1만 대 구매계약을 결정했다.

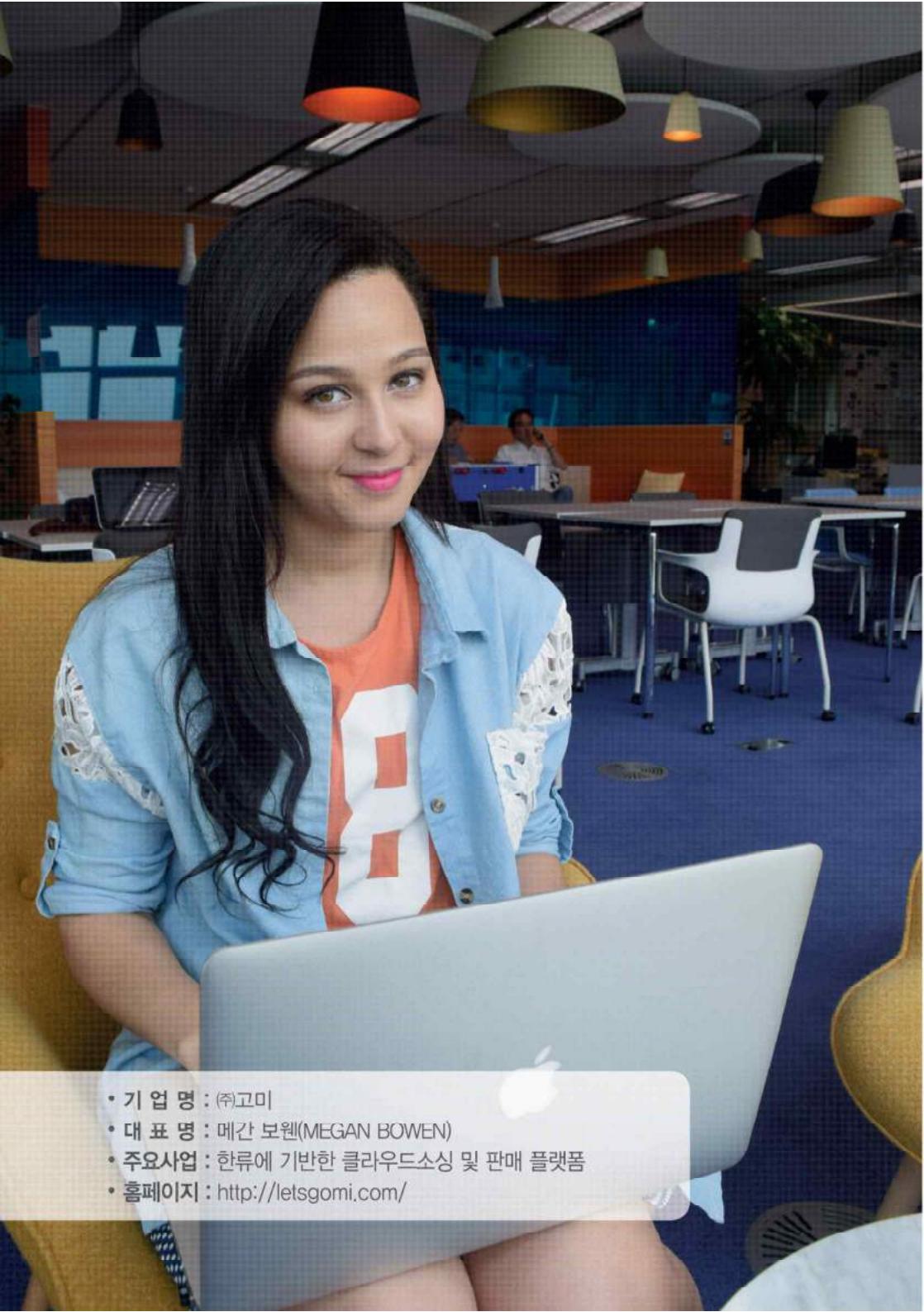
“휴대폰이 보급되면서 지역번호가 무의미해졌죠. 마찬가지로 IP를 가지고 통신을 하면 국제번호도 무의미해질 거예요. 사이버세계에서는 지역 중심이 아닌 개인이 중심이 될 겁니다. 개인을 기준으로 안전하고 편리한 사이버스페이스를 만드는 것이 저희 투아이피의 목표입니다. 이제 시작입니다.

심양에서의 그날 밤은
지금도 잊지 못한다.
마치 인생 파노라마를
압축해서 돌린 것처럼
숨가빴던 순간이었기
때문이다.

사람들에게 안전하고 편리한 사이버세상을
여행하도록 만들어 줄 겁니다.”

김 대표가 가지고 있는 무모한 도전정신과 긍정적인
마인드는 분명한 이유를 가지고 있었다. 통신
서비스에 새로운 바람을 일으킬 투아이피. 지금보다
앞으로의 성장이 더욱 기대된다.





- 기업명 : (주)고미
- 대표명 : 메간 보웬(MEGAN BOWEN)
- 주요사업 : 한류에 기반한 클라우드소싱 및 판매 플랫폼
- 홈페이지 : <http://letsgomi.com/>

GOMI Interview



Project Title

글로벌창업
활성화사업
외국인 기술창업
프로그램

메
간
보
웬

Bowen
Megan

“사이버 공간 속 푸른 눈의 대한민국 외교관”

외국인 기술창업 프로그램을 통해

한국에 대한 사랑이 남다른 외국인들이
창업하는 사례가 늘어나고 있다.

”

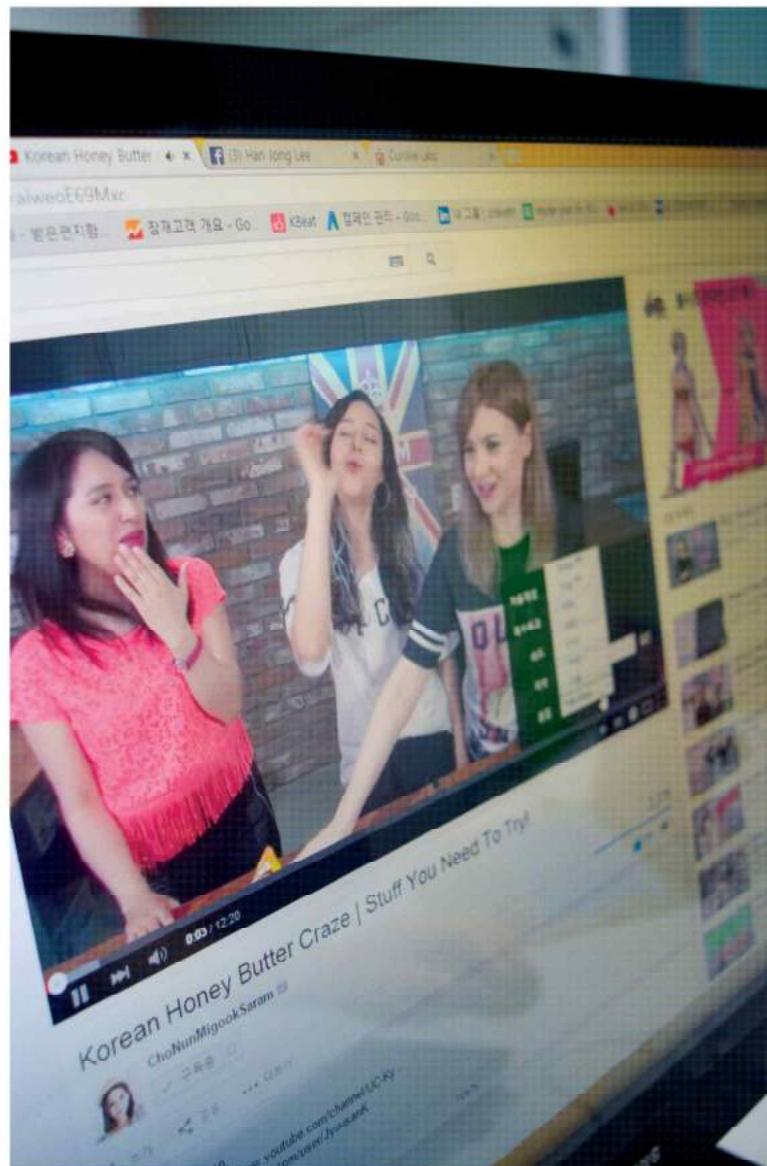
멀고도 험난한 외국인 창업

한국인이 외국에서 창업을 하고 운영해나가기 쉽지 않은 것처럼 외국인이 한국에서 사업을 시작하고 운영하기란 쉬운 일이 아니다. 한국인 스폰서의 도움을 받거나 혼자 하거나인데 둘 다 쉽지는 않다. 믿을 만한 사람을 만나는 것도, 각종 허가를 받는 것도 외국인이라서 어려운 부분이 있는 까닭이다.

이처럼 한국에서의 창업에 어려움을 겪는 외국인들을 위해 외국인 기술창업 프로그램이 신설되었다. 이 제도는 창업 성공 가능성이 높은 외국인을 엄선하여 그들의 능력을 마음껏 펼칠 수 있도록 창업비자와 사업화 지원을 제공하는 제도이다.

이 비자를 받기 위해서는 한국어를 이해할 수 있어야 함은 물론, 한국에서 사업을 하고자 하는 의지와 목표가 뚜렷해야 한다. 대상자로 선정되면 멘토링뿐만 아니라 사업과 관련한 다양한 트레이닝을 받게 된다.

고미(GOMI)의 메간 대표는 2년 전부터 사이버공간에서 한국을 알리는 홍보대사 역할을 해 왔다. 그녀는 한국에 관심이 많은 고정 팬들을 수십만 명 확보했다. 현재 활동하고 있는 외국인들 중 이 비자를 받고 활동하는 이들은 채 10명이 되지 않는다.



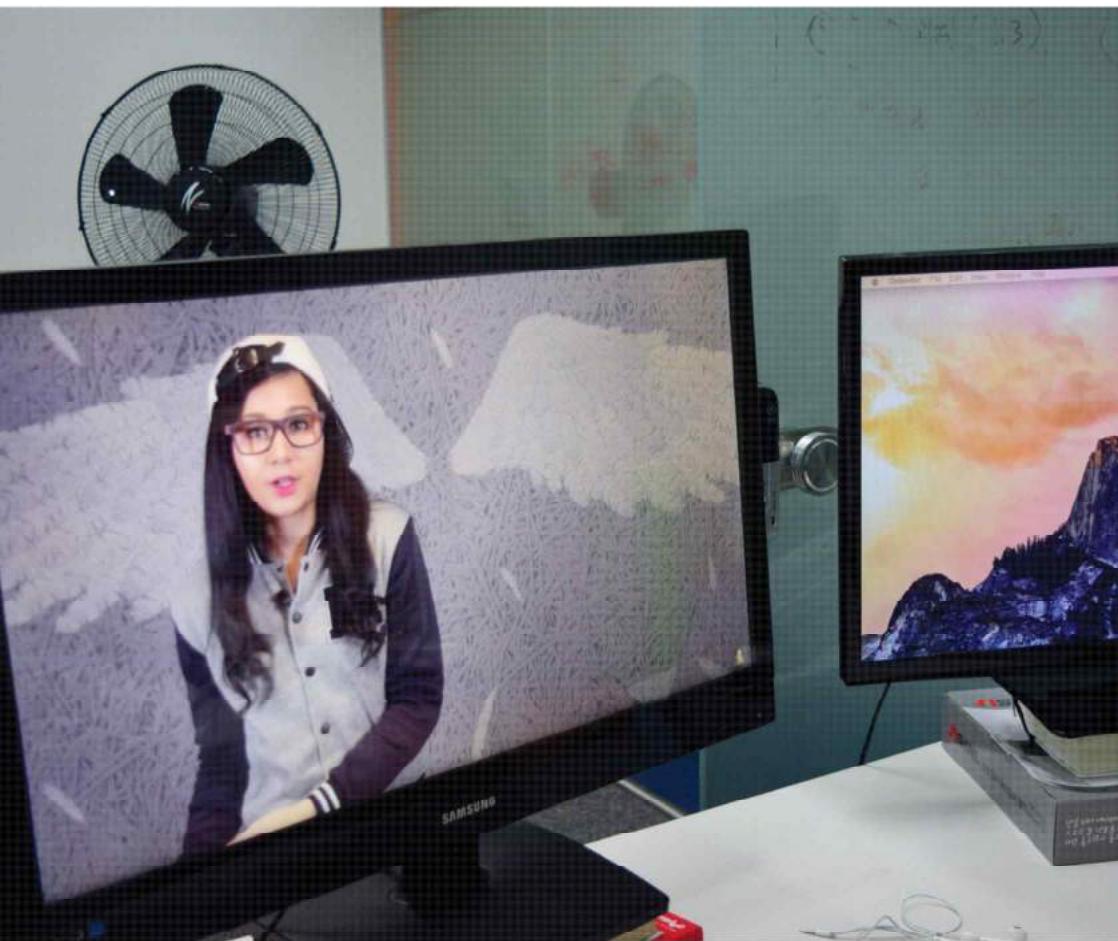
확고한 한국사랑

(주)고미의 메간 대표는 2014년 외국인 창업비자 (D-8-4)를 획득한 후, 영어를 가르치던 선생님에서 한국을 알리는 유튜브 스타로 활약하고 있다.

에틀랜타 출신으로 한국에 대해 잘 모르던 그녀가 담백한 한국 음식의 매력에 빠져 한국에 오게 된 건 2012년의 일이다. 한국이 좋아서 왔지만 모든 것이 낯설었다. 한국에 오기 위해 영어교사란 직업을 택했지만, 그녀의 적성에 맞는 일은 아니었다. 아이들을 가르치는 것은 보람 있었지만, 매일매일 빈복되는 일상이 그녀를 따분하게 했다.

그래서 재미있는 일을 찾다가 유튜브를 통해 외국인들에게 한국을 알리는 일을 하기 시작했다. 그녀는 자신이 한국을 좋아하는 이유를 다양한 영상으로 만들어 유튜브에 올렸다. 주로 한국의 패션, 뷰티, 음식, 여행지 등을 외국인들에게 소개했다.





“단순히 취미로 시작한 건 아니에요. 제 자신을 위한 새로운 기회의 수단이었기 때문에 열심히 했어요. 적극적으로 홍보하고 알리지 않으면 기회는 쉽게 오지 않으니까요. 한국을 좋아해서 왔고 한국의 음식과 패션을 좋아하니까 그것들 위주로 소개했어요. 지금은 고미를 통해 다양한 중소기업의 프로모션이나 패션숍의 옷을 소개하는 등 여러 가지 활동을 하고 있어요. 방송은 EBS에서 영어회화 프로그램을 하고 있는데, 오후 시간대 TV를 틀면 아마 제가 나올 거예요. 매일 나오는 방송이거든요. 제가 음식을 좋아하니까 맛집 소개는 빼놓지 않고 있어요. 특히 담백한 한국 음식이라면 어디든지 찾아가요.”



독학으로 배운 한국어, 한국 문화

자신의 생각을 망설임 없이 술술 풀어내는 메간 대표. 한국어학당 한 번 다녀본 적 없는 그녀의 한국어 능력은 놀라울 정도이다. 그리고 이러한 그녀의 열정을 보고 현재의 사업을 할 수 있도록 도와준 사람이 바로 KBEAT의 조준성 대표다. 조 대표는 유튜브에서 활약하고 있는 메간이 마음에 들었다. 그래서 메간에게 한류 콘텐츠를 이용해 시장을 개척해 보자는 제안을 했다. 메간은 조 대표를 처음 만났을 때부터 신뢰할 수 있는 사람이라 생각했고 사업 제안을 받아들였다.

막상 시작하니 어려운 점이 한두 가지가 아니었다. 우선 비자에 관한 문제가 큰 걸림돌이었다. 빙법을 찾던 중, 조 대표는 중소기업청 외국인 기술창업 프로그램 공고를 보고 사업 참여를 권유했다. 메간은 이를 통해 창업비자를 획득하고 국내에서 사업 활동을 하는 데 아무런 지장이 없게 되었다. 덕분에

메간 대표는
외국인들을 철저히
멀리하고 한국
사람들을 가까이 했다.
드라마도 열심히
시청했다. 그러면서
자연스럽게 한국어를
배웠다.



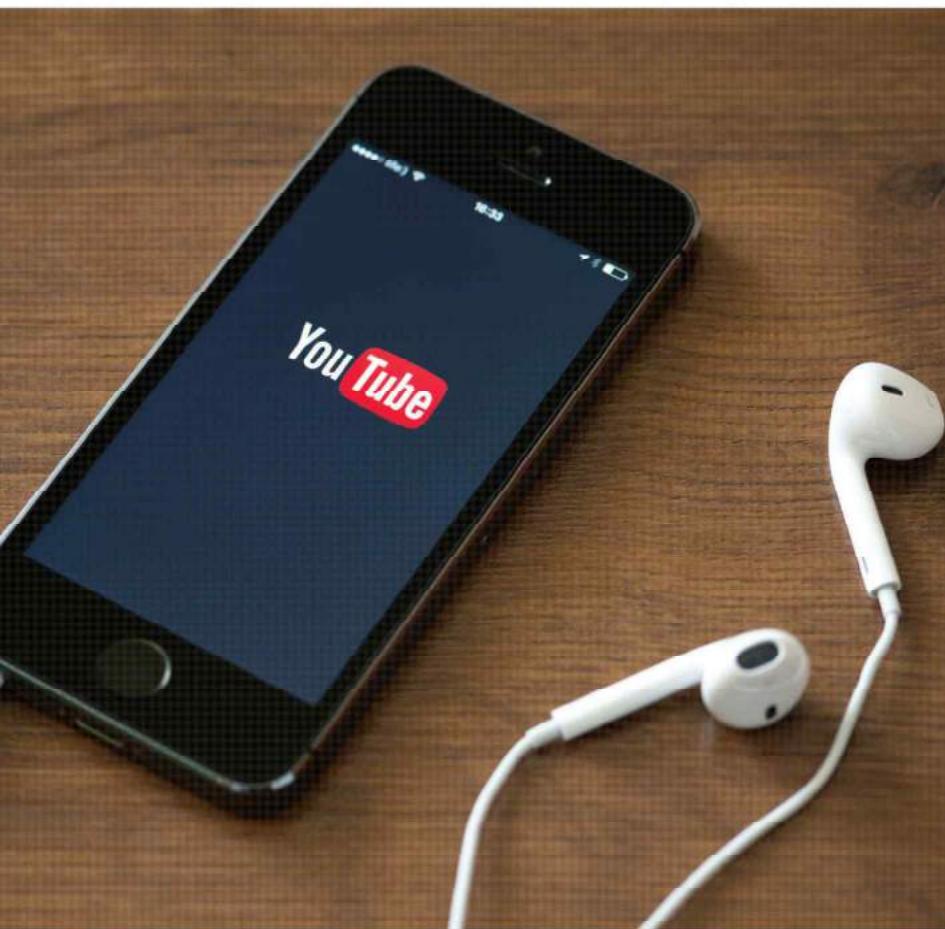
지금도 메간 대표는 온라인 상에서 한국의 음식과 패션, 화장법 등을 활발하게 알리는 민간 외교관 역할을 톡톡히 하고 있다.

“저는 정말 한국이 좋아요. 그래서 좋아하는 것을 위한 모든 일을 할 거예요.”

앞으로의 꿈을 묻자 메간 대표가 이렇게 대답을 한다. 우문현답이었다.

한국과 외국을 이어주는 가교역할을 하고 싶다는 그녀는 지금, 고미가 한류 소개의 허브로 성장할 수 있을 거라는 크지만, 실현 가능한 꿈을 꾸는 중이다.







청년 창업과 중국 비즈니스

일시 2004년 4월 24일(금) ~ 25일(토)

장소 경상대학교 산학관 201호

주최 경상대학교 산학관부설센터

주요 강연

• 김기현 교수 (한국외대)

• 김민기 교수 (경상대)

- 기업명 : (주)워셔리
- 대표명 : 이종근
- 주요사업 : 미디어 및 소셜 큐레이션 기반의 E-Commerce
- 대표번호 : 070-4038-2560
- 홈페이지 : wishary.com



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“소원이 이루어지는 가게”

호랑이를 잡으려면
호랑이 굴에 들어가야 한다.
하지만 그 전에 호랑이에 대해
잘 알아야 함은 물론이다.
그가 처음부터 중국을 택한 이유였다.

이종근 Lee Jongkeun

미래를 바라보고 내린 결정. 그리고 시작

전략적인 선택이었다. “왜 하필 중국이냐? MBA는 미국이지!” 다들 이렇게 얘기했다. 허나 이종근 대표의 의지는 확고했다. 쉬이 가늠하기조차 힘든 스케일의 시장이 손짓하고 있었고 그는 그곳에서 창업을 하리라 마음먹었다.

이 대표는 중국에서 마음을 나눈 동업자를 만났고, 현지인들을 대상으로 사업을 펼쳐나갔다. 실패와

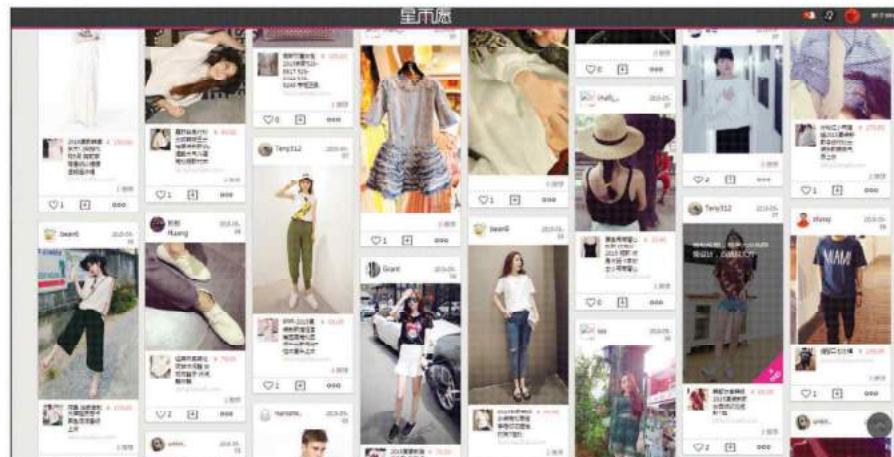
고난을 넘고 또 넘으며 믿음을 현실로 치환해나갔다.
(주)위셔리의 행보, 이것이야말로 진정한 'Born in Global'이었다.

2011년, 이 대표는 과감히 사표를 던지고 세상 밖으로 나왔다. 그리고 그해 9월, 중국 상해에 있는 CEIBS(China Europe International Business School)에 입학했다. MBA 과정을 밟기 위해서였다. 모두가 말렸지만 중국에서 창업을 하고 싶다는 마음에 주저 없이 실천으로 옮겼다.

그의 선택은 탁월했다. 학업과 창업 준비를 병행하면서 동기생들과 활발하게 교류했고, 비슷한 생각을 가진 사람들과 보내는 시간이 점점 늘어갔다. 그리고 마침내 다섯 명이 남았다. 모두 이 대표처럼 중국 시장의 가능성을 높이 보고 상해에 온 이들이었다. 한국인 세 명, 중국인과 인도인 각각 한 명으로 구성된 다국적 연합군은 마침내 2012년 9월, 중국과 한국에 법인을 세우고 하나로 뭉쳤다. 이들은 한국의 우수한 상품과 기술, 서비스를 중국, 인도 등

모두가 YES라고 할 때
과감히 NO라고 하며
자기의 길을 선택하는
것이 바로 선견지명이
아닐까.

이른바 '빅 마켓'에 안착시키는 것을 사업목표로 삼고 준비에 돌입했다. 위셔리의 시작이었다.



WISHARY

Join thousands of people using Wishary to get tips tailored to your style. Already have an account? [Log in here](#).

Sling in some Attitude!

[preeti | May 8, 2015 | FashionTrends](#)

What is it that makes a woman if clothes make a man? A bag, most definitely! This is because; they aren't just fashionable but also compact, versatile and functional. What more could you want from a bag?

[Read more](#)

4 Indian Ethnic wear trends for Women

[preeti | May 7, 2015 | FashionTrends](#)

Despite the heavy Western fashion influence in every women's wardrobe, ethnic clothes have always found a place to retain its charm and significance in the Indian women's fashion couture.

Trending Now

[10 Fun Ways To Wear Plaid Shirts!](#)

[Lady, Discover Your Style Persona](#)

[Get fashionable With Polka Dots Dress](#)

‘공부’와 ‘실패’로 ‘현지인의 옷’을 입다

‘성공 창업을 일구겠다.’는 야망으로 출발했지만 두려움은 상상 이상으로 컸다. 낯선 나라에서 사업을 시작하려니 관련법에서부터 문화, 사람들의 성향, 실제 시장상황 등 이는 것이 별로 없었기 때문이다. 그래서 가장 먼저 시작한 것이 바로 ‘공부’였다.

“최대한 빨리 서비스를 개발해 시장 반응을 살펴보려고 했어요. 현지인이 아닌 만큼 실제로 부딪쳐가면서 교훈을 얻는 게 가장 빠른 길이라고 생각했죠. 인도의 한 회사에 외주제작을 맡겼고, 2013년 7월에 프로토 타입을 시범적으로 서비스하게 됐습니다.”



페이지를 누르자마자
어디서든 열리는 우리
나라와는 달리 중국은
아주 간단한 페이지
하나도 열리는 데 수
분 넘게 소요되곤 했다.
양 국의 인터넷 환경이
다르다는 것을 간과한
것이다.

하지만 시범 서비스는 중국인들에게 외면당했다. 원인은 명확했다. 한국 냄새가 너무 짙게 배어있었던 것이다. 기반 시설이 열악하기에 인터넷 속도는 대도시를 제외하고는 혼자하게 느렸다. 때문에 기능을 최소화 하는 것이 중요했다. 실패를 통해 얻은 교훈은 참으로 값졌다. 위셔리는 내부 개발팀을 구성해 현지 사정을 고려하며 서비스를 개선해나갔다. 그 사이에도 작은 실패가 끊임없이 이어졌지만 누구 하나 실망하는 이는 없었다. 실패의 진정한 가치를 누구보다도 잘 알고 있었기 때문이었다.

“실제로 비즈니스 모델이 수시로 바뀌었어요. 그만큼 힘들기도 했죠. 하지만 그럴 만한 가치가 있었어요. 중국시장의 속살을 가감 없이 엿볼 수 있었거든요. 실패가 ‘외국인의 때’를 벗기고 ‘현지인의 옷’을 입혀준 셈입니다.”

꿈과 소망을 이뤄주는 ‘특급 서비스’

위셔리(Wishary)는 ‘Wish’에 장소 접미사 ‘ary’를 접붙여 만든 조어로, ‘꿈과 소망이 이루어지는 장소’라는 뜻을 지니고 있다. 이들이 제공하는 서비스의 면면을 살펴보면 왜 이런 사명을 지었는지 금방 해답이 나온다.

지능형 검색엔진을 기반으로 한 구매 중개 서비스가 위셔리의 사업 모델이다. 이렇게 얘기해서는 이해가 쉽지 않으니 예를 들어보자.

중국인 A씨는 어느 날 우연히 드라마 〈별에서 온 그대〉를 보게 됐다. 평소 패션에 관심이 많던 그녀는 전지현이 16회에 입고 나왔던 분홍색 코트가 마음에 쏙 들었다. 컴퓨터 앞으로 달려가 ‘별 그대 전지현 분홍색 코트’로 검색해봤지만 제품정보는 쉽게 눈에 띄지 않았다. 결국 그녀는 위셔리가 론칭한 사이트 ‘星雨愿(www.xingyuyuan.com)’에 전지현이 분홍색 코트를 입고 나온 장면을 캡처한 뒤 사이트에 접속하고 이미지를 업로드 한다. 그러자 신기한 광경이 펼쳐졌다. 중국 네티즌들이 ‘이 옷 B사의

P코트야!'라며 제품정보를 알려주는 것도 모자라, P코트를 구매할 수 있는 이커머스(e-commerce) 페이지 목록이 화면에 주르르 뜨는 것이었다. 이보다 빠르고 편리한 쇼핑이 또 있을까. ‘星雨愿’ 덕분에 A 씨는 클릭 몇 번으로 그토록 원하던 P코트를 손에 넣을 수 있었다.

처음에는 소셜 큐레이션 서비스에 가까웠지만 지금은 소셜 큐레이션 서비스에서 진일보하여 이미지의 패턴과 메타데이터를 분석해 동일하거나 비슷한 제품을 찾아내는 지능형 검색엔진으로 중무장했다. 사용자가 네티즌들의 답변을 기다리지 않고도, 이미지 파일만 올리면 실시간으로 원하는 구매정보를 얻을 수 있게 된 것이다.

발전에 발전을 거듭하고 있는 서비스만큼이나 회사의 규모도 확장하고 있다. 동업자 다섯 명에서 시작한 위셔리는 이제 25명의 직원을 둘 정도로 성장했다. 2014년 8월부터 ‘星雨愿(www.xingyuyuan.com)’이라는 브랜드로 중국에서 본격적인 서비스를 시작한 네 이어, 같은

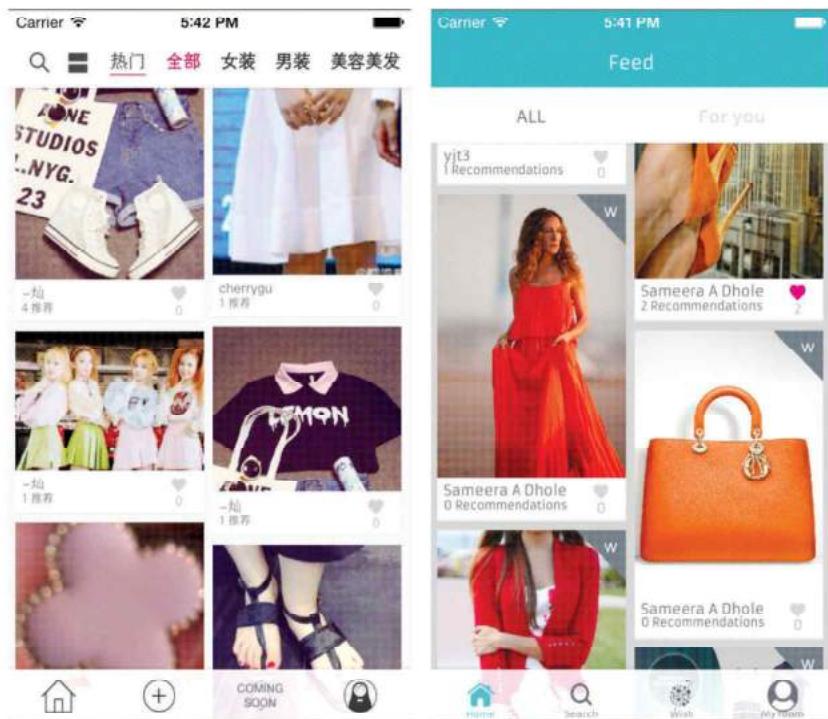
해 11월에는 인도(www.wishary.com)에서 서비스를 오픈했다.

올 해 3월에는 중국, 6월에는 인도에서 애플리케이션을 출시했다. 현지 이커머스 업체 15곳과도 계약을 체결했다. 두 나라를 합쳐 가입 회원만 20만 명. 하루 평균 3천 명이 방문하고 그중 10%가량이 위셔리 서비스를 통해 물건을 구매한다. 올 연말까지는 1일 방문자 3만 명 정도를 예상하고 있다.

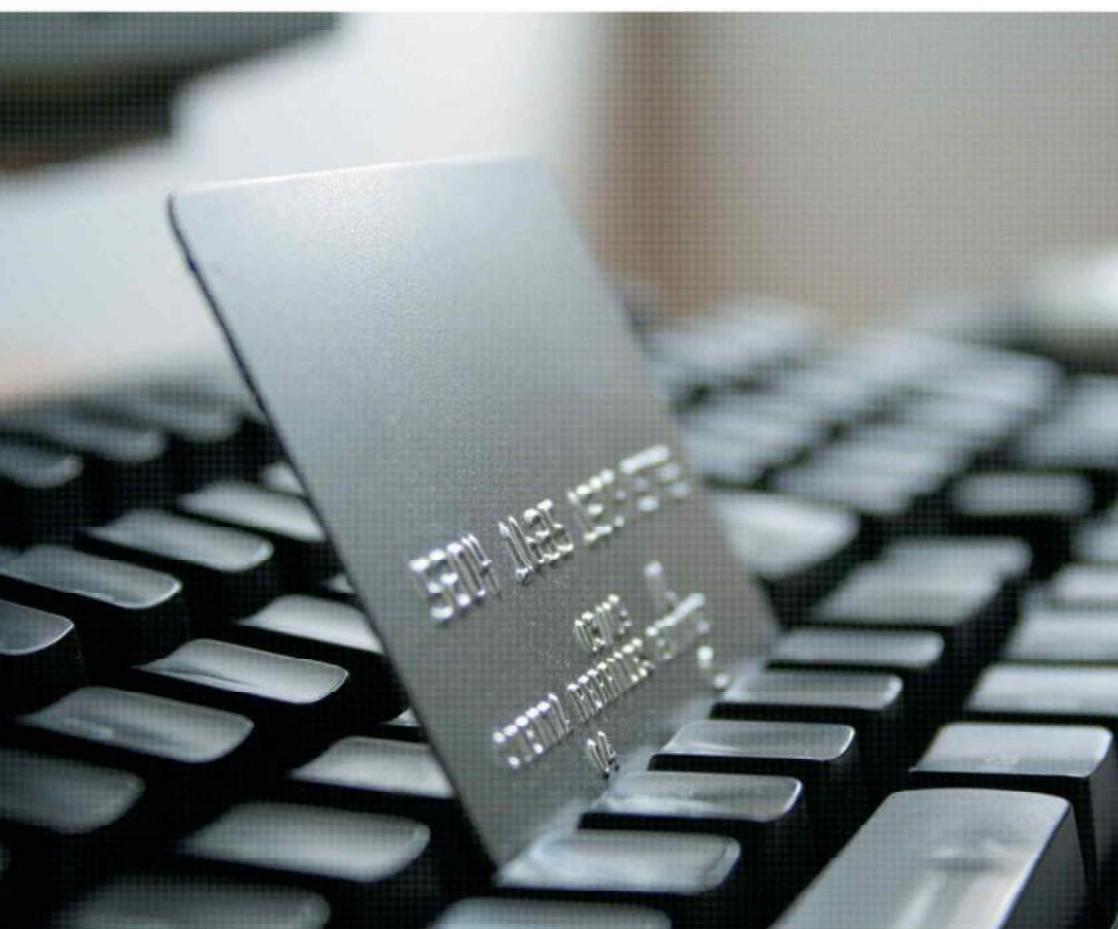
‘제3의 한류’를 향해 힘차게 나아가다

위셔리가 여기까지 오게 된 데에는 정부의 창업지원 사업이 큰 역할을 했다. 중소기업청의 글로벌창업 활성화사업에 선정돼 3개월간 현지에서 보육 프로그램을 진행했고, 정보통신산업진흥원에서 주관하는 소프트웨어전문창업기획사에 참여해 지능형 검색엔진을 개발하는 데 큰 도움을 얻었다.

“중국과 인도에는 창업지원사업이라는 개념 자체가 없어요. 그에 비하면 우리나라는 예비창업자들에게 정말 많은 지원과 혜택을 제공하고 있죠. 창업에 대한 사회적 분위기도 긍정적으로 바뀌었고요. 만약 이런 사업들이 없었다면 훨씬 더 많은 시행착오를 겪었을 거예요. 앞으로도 적극적으로 창업지원사업에 참여할 생각입니다.”



현지에서 직접 창업하는 'Born in Global'은 창업 후 해외진출을 모색하는 'Born to Global'에 비해 엄청난 고통이 따른다. 그러나 위서리는 "그 정도 시도는



충분히 해볼 가치가 있다”고 말한다. 아니, 말을 넘어 직접 행동으로 보여주고 있다. 그래서 위셔리의 도전과 노력은 그 자체로 감동적이다.

“경험해본 결과 현지 창업은 분명히 한국에서의 창업보다 힘듭니다. 뼈를 깎는 노력이 뒷받침되지 않으면 실패하기 십상이에요. 이쯤에서 ‘창업의 모토는 도전’이라는 사실을 상기할 필요가 있어요. 철저히 준비하고 과감히 실천한다면 현지 창업도 성공 가능성이 높다고 생각합니다. 그러니 용기를 가지고 도전해보세요. 충분히 그럴 만한 가치가 있는 일입니다. 창업은 실천입니다.”

이제 위셔리는 또 다른 한류를 상상한다. 드라마, K-POP에 이어 한국의 상품과 서비스를 외국에 퍼트리는 ‘제3의 한류’를 일으키겠다는 포부다. 위셔리가 일으킬 새로운 한류의 바람. 상상만 해도 가슴이 시원해진다.



- 기업명 : (주)피에나
- 대표명 : 강미선
- 주요사업 : 분유 제조기
- 대표번호 : 02-555-0690
- 홈페이지 : www.mypiena.com



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“자동 분유기로 엄마를 편안하게”

분유를 타기 위해 쓰는 시간을
하루에 한 시간이라고 할 때,
일주일이면 일곱 시간, 열흘이면 열 시간이다.
그 시간만 절약해도 엄마로서는 큰 수고를
더는 것이다.”

강
미
선
Kang
Michelle

물음표를 느낌표로 바꿔놓은 엄마

아기가 올면 엄마는 어느 때고 일어나야 한다.
그리고 부엌으로 가서 주전자에 물을 담고, 끓을
때까지 기다린다. 몸은 고되지만 면역력이 약한
아이에게 아무 물이나 먹일 수는 없는 노릇이다.
팔팔 끓인 물을 40℃ 정도까지 다시 식혀서 분유를
타야한다. 끓이고, 식히고, 분유를 넣고 훈들어서

먹이는 과정은 간단해 보이지만 결코 그렇지 않다. 이런 일을 하루에도 예닐곱 번은 반복해야 한다. 분유 타다가 하루가 다 가는 느낌이다. 몸조리하기도 힘든 상황에서 분유 타는 작업은 그 자체로 힘들다. 그렇다고 미리 타 놓을 수도 없다. 혹시나 상할까 걱정이 되기 때문이다. 귀찮지만 아이를 위해 어쩔 수 없이 감내하는 것이 바로 엄마의 마음이다.

누구나 느끼는 불편이었다. 다만 그 불편을 어떻게 개선할까 고민하지 않았을 뿐이었다.

강 대표도 출산 직후 이런 상황에 놓였다. 하지만 보통 엄마들과 다른 점이 있었다. 항상 물음표를 떠올리며 물음표를 느낌표로 만들기 위해 분주히 노력했다. (죽피에나는 이런 수고에 의해 태어났고, 역사상 유래가 없는 제품을 만들어냈다. 바로 '피에나 분유 메이커'다.

육아에서 발견한 사업 아이템

강 대표의 머릿속에는 항상 ‘성공’이라는 단어가 자리 잡고 있었다. 남들과 다른 세상을 살아보고 싶었고, 그만큼 열심히 노력했다. 1998년 삼성전자 반도체연구소에 입사했을 때도 마찬가지였다.



신입사원 집체교육에서 당당히 1등을 차지했고, 전체 회식 때 “삼성전자 최초의 여자 이사가 되겠습니다!”라는 포부를 밝히며 임직원들의 뉴도장을 확실히 받았다.

그곳에 있었던 3년 동안 강 대표는 누구보다 열심히 메모리 설계 업무에 임했다. 그러던 중 캐나다의 한 메모리 회사로부터 연락이 왔다. 그녀를 스카우트하고



싶다는 이야기였다. 새로운 도전을 좋아하는 그녀로서는 거절할 이유가 없었다. 강 대표는 남편과 함께 연고 하나 없는 캐나다로 향했다.

‘한누 해 정도 새로운 일을 배워보자’는 생각으로 갔던 그곳에서 강 대표는 무려 9년 동안 머물렀다. 퇴근을 일찍 하는 캐나다의 특성상 저녁 시간은 오롯이 그녀의 몫이었다. 남편과 함께 ‘어떤 일을 해볼까’ 고민하다가 삼성전자 입사 전부터 가슴속에 품고 있었던 ‘창업’이라는 단어를 꺼내들었다. ‘언젠가는 내 사업을 펼쳐보리라’고 막연하게 생각하던 터였다. 새로운 곳에서 새로운 공부가 시작됐다.

“인근 대학에서 비즈니스 영어, 비즈니스 매니 등을 배웠어요. MBA 관련 책도 탐독하고, 수시로 관련 세미나를 찾아다녔죠. 평소에 정말 하고 싶어 하던 공부를 하니 신나고 재미있더라고요.”

그러던 중 천사가 찾아왔다. 2003년, 아기가 태어난 것이다. 그런데 출산 후 컨디션이 악화됐다. 남편과

강 대표, 둘만 있는 상황이었기에 더 힘들었다.
베이비시터의 도움도 받았지만 저녁 이후 시간에는
남편과 강 대표가 아기를 돌봐야 했다.
시간이 흘러 건강이 회복된 어느 날, 강 대표는
남편과 함께 힘들었던 그 시절을 떠올렸다. '분유
타는 기계라도 있었으면 좋았을 텐데…'라는
이야기가 무심결에 나왔다. 강 대표는 그 한마디를
놓치지 않았다. 곱씹고 또 곱씹기를 며칠. 그녀는
남편에게 말했다.

"여보, 우리 분유 타는 기계 만들어보지 않을래요?"

막연한 상상이 현실이 되는 순간이었다.



새하얀 도화지 위에 그려낸 제품, ‘피에나 분유 메이커’

사업성 검토가 이어졌다. 특허를 검색해보니 관련 특허가 있었지만 내용이 추상적이어서 별 상관이 없을 거라는 판단이 들었다. 마침 한국에서는 창업 붐이 불어 닥치고 있었고, 정부에서도 창업 지원책을 속속 내놓고 있었다. 강 대표 가족은 청운의 꿈을 안고 한국으로 향했다. 2009년이었다.

그때만 해도 강 대표는 외부에 사업성 검토를 요청한 적이 없는 상태였다. 당연히 ‘내 아이디어가 정말 괜찮나?’하는 의문이 들었다. 그래서 귀국하자마자 중소기업청에서 주관한 여성창업경진대회에 참가했다. 결과는 대상. 기대 이상의 성과였다.

많은 격려와 기대를 받고 시작했지만 어느 스타트업이 그렇듯, 강 대표 역시 시제품 개발에 많은 애를 먹었다. 녹록치 않은 시간이었다.

“인류 역사상 분유 타는 기계는 존재하지 않았어요. 모든 걸 새하얀 도화지에서부터 출발해야 했죠. 그러나보니 외주업체와 갈등이 많았어요. 생전 처음

보는 제품을 개발하려니 여간 어려운 게 아니었죠. 수시로 ‘이러면 양산 못한다.’는 소리를 들어야 했어요. 그래도 어떻게든 제품개발을 진척시키려고 노력했죠. 그리고 끝내 ‘피에나 분유 메이커’가 나왔어요. 감격스러운 순간이었죠.”

뛰어난 제품력으로 아시아 시장 노리다

4년. 제품개발에서부터 양산체제를 갖추기까지 걸린 시간이었다. 포기하고 싶었던 때도 많았다. 그러나 강 대표는 끝내 시련을 이겨냈다. 그 사이 그녀는 한국과 미국에 피에나 법인을 만들었다. 최대 시장 중 하나인 미국에서 제품력을 인정받고 싶었던 것이다.

피에나는 작년 말, 미국에 초도생산제품을 수출했다. 컨테이너 박스 한 개 분량, 시가 1억 원 어치였다. 사용자 반응도 괜찮았다. 블로그, 커뮤니티, SNS를 타고 서서히 입소문이 번져나갔다. 언론에서도 피에나 분유 메이커 출시를 조명하며 큰 관심을

보였다. 좋은 징조였다. 허나 상상을 초월한 마케팅 비용이 발목을 잡았다. 결국 마케팅 비용이 많이 드는 미국시장보다는 중국 등의 아시아 시장을 먼저 공략하기로 했다.

관심은 쪽발적이었다. 일본의 샤프전자, 중국의 하이얼 등 거대 전자업체가 OEM 방식으로 제품을 납품해줄 것을 제안했다. 하지만 고심 끝에 거절했다. 당장의 이익에 눈이 멀어 OEM 납품을 한다면 피에나 분유 메이커가 그쪽의 제품군 중 하나로 편입될 게 불 보듯 뻔했기 때문이다. 대신 강 대표는 매일유업과 OEM 납품 계약을 맺는 동시에 자체 브랜드로 중국에 진출하기로 마음먹었다.

“매일유업은 분유를 만드는 업체잖아요. 피에나 분유 메이커와 주요 타깃이 정확하게 일치했죠. 그래서 매일유업이 설립한 유·아동 전문 기업 ‘제로투세븐’에 OEM 납품을 하는 한편, 우리 자체 브랜드로 중국시장에 도전장을 내밀기로 했습니다.”

피에나, 혁신을 상상하다

피에나가 중국 진출을 결심한 결정적인 이유는 2014년에 참여한 중소기업청의 글로벌창업 활성화사업 때문이었다. 자금을 지원받지는 않았지만 그 이상을 얻었다. 중국 진출에 관한 멘토링은 물론, 현지 바이어들과의 비즈니스 자리를 수시로 마련해줬던 것이다.

2015년 7월부터는 중국 전역에 본격적으로 제품을 출시할 예정이다. 이와 동시에 한국에도 제품을 출시해 트렌드 세터 역할을 수행하고 있는 한국 엄마들의 반응을 살필 생각이다.

피에나 분유 메이커는 버튼 하나로 물을 알맞은 온도로 데워주고 가루를 섞어 자동으로 젖병에 분유를 담아준다. 2분 남짓의 짧은 시간 동안 모든 과정이 이뤄진다. 그간 수많은 시행착오를 겪으며 만들어낸 기기이기에 제품력은 둘째가라면 서립다. 강 대표가 성공을 자신하는 이유다.

엄마들이 편해지면
그만큼 가정도
편해져요.
행복해지는 거죠.
제가 만든 제품이 한
가정을 행복하게
하는 것.
생각만 해도 너무
신나는 일 아닌가요?

올해는 유난히 좋은 소식이 많이 들려왔다. 지난 2월 한국투자파트너스로부터 10억 원을 투자받았다. 또한 세계 10대 디자인 회사로 꼽히는 김영세 대표의 이노디자인과 손잡고 차기 제품 3개를 공동으로 개발, 올 연말에 2개 제품을 출시하기로 했다. 짧지 않은 시간 동안 피땀 어린 노력과 실천으로 피에나는 여기까지 왔다. 이제는 날개를 활짝 펴고 하늘로 날아오를 때다.

“창업, 사실은 정말 힘들었어요. 그래서 이제는 누구에게도 쉽게 창업하라는 소리를 못해요. 하지만 현실에 순응하고 물음표를 느낌표로 바꿔볼 노력조차 하지 않는다면, 세상에 혁신은 존재하지 않을 겁니다. 저희는 앞으로도 특화된 소형 가전제품을 만들어갈 겁니다. 이 분야에서의 혁신을 주도해나갈 거예요. 이게 저와 12명 임직원들이 상상하는 피에나의 미래입니다.”



洞察

확장의 길



통찰

부족한 건 돈이 아니라 미래에 대한 통찰력이다.

-샘 월튼-



- 기업명 : 말랑스튜디오(주)
- 대표명 : 김영호
- 주요사업 : 알람서비스를 통한 컨텐츠 유통 서비스(알람몬)
- 대표번호 : 02-562-4100
- 홈페이지 : blog.malangstudio.com

MALANG STUDIO Interview



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“세계가 반한 알람몬”

윽박지르고 강압적으로 지시하는
업무 체계에서는
결코 좋은 아이디어가 나올 수 없다.
즐겁게 상상할 수 있는 곳으로
회사를 꾸려나가려는 이유이다.”

김
영
호
**kim
yeong
ho**

뜬 구름을 잡으려 한 미국 진출

풋풋한 5명의 대학생이 스타트업의 꿈을 실현하기로 결심했다. 20대의 열정이면 못할 것이 없었고 잘 만들면 ‘대박’을 터트릴 거란 기대도 있었다. 당시 리더는 김영호 대표였다. 그는 휴학을 하고 직장 생활을 몇 년 하다가 복학을 준비하던 중 창업의 문을 두드렸다.

열심히 개발했고, 결과물도 만족스러웠다. 그러나 현실은 녹록치 않았다. 투자자들의 반응이 시큰둥했고 로드맵을 전면 수정해야 했다. 완벽하기보다는 실용적이고 현실적인 앱을 개발해야 했다.

멤버들은 메모장과 알람, 그리고 캘린더 기능 중 한 가지를 선택해 개발하기로 했다. 최종적으로 선택된 것은 알람. 멤버들은 알람 기능에 '펀(FUN)'의 요소를 더한 앱을 출시했다. 이것이 바로 '알림몬'이다. '알림몬'은 출시 6개월 만에 국내 알람 앱 1위를 달성했다. 그리고 글로벌 K 스타트업 선발대회 우수상, 구글 초이스상, 청년기업가대회 인기상을 단숨에 휩쓸었다.

알림몬의 성장에도 불구하고 국내에서 흔쾌히 투자를 하겠다고 나서는 이가 없었다. 능력 있는 젊은이들이라는 것은 인정을 하는 분위기였지만, 어느 정도 해보다 안 되면 포기할 것이라는 우려 때문이었다. 이러한 분위기에서 만난 사람이 글로벌창업 활성화사업을 통해 멘토로 인연을 맺게 된 DSC인베스트먼트의 하태훈 상무였다.





lang

김 대표는 하 상무로부터 법인설립을 권유 받고 '말랑스튜디오(www.malangstudio.com)'를 설립한 후 비로소 체계적인 운영을 시작했다.

'유연'하게 대처하는 '말랑' 스튜디오의 애틀류드

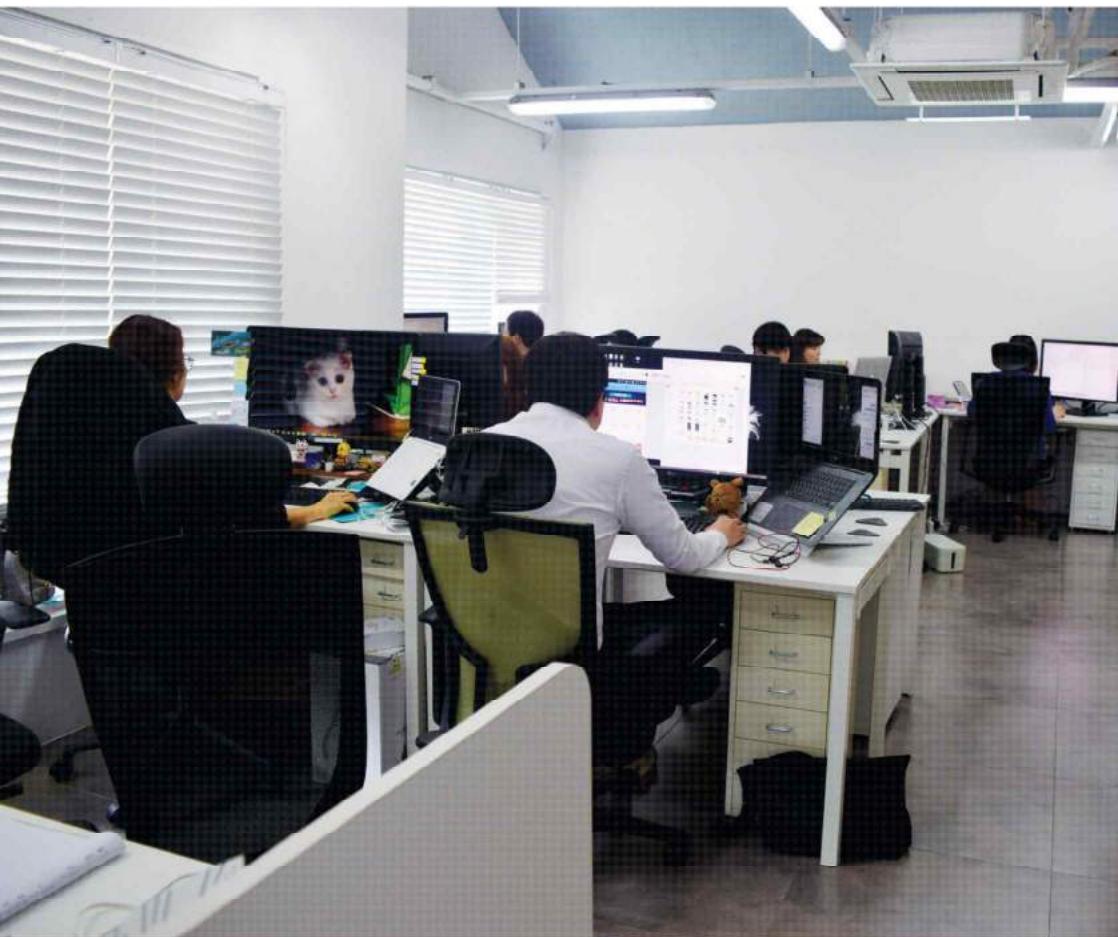
소프트웨어를 다루는 공학도 출신답게 기업의 작명은 비교적 단순화시켰다. 이름이 단순해야 사람들이 기억하기 쉬울 것이라 생각했다. 그래서 어느 상황에시든 유연하게 대처하고, 소프트웨어를 다루는 회사라는 것을 부각시키기 위해 '말랑스튜디오'라고 이름을 지었다.

사무공간은 강남의 주택가에 임었다. 지상 2층, 지하 1층의 주택이었다. 김 대표가 빌딩 대신 주택을 택한 이유가 있었다. 그는 '공간이 자유를 압도한다.'는 말을 굳게 믿고 있었다. 그래서 집처럼 편한 곳에서 일을 하고 싶어 주택을 얻은 것이었다.

직원들 역시 김 대표의 선택에 만족해했다. 회사에 출근한다는 느낌 보다는 일을 마치고 집으로

생각은 말랑하게
하지만 일은 똑
부러지게 하는 것.
말랑스튜디오의 힘은
외유내강에 있다.







돌아가는 느낌이 들어서 좋다고 했다. 김 대표는 방에서 방으로 옮겨 다니며 직원들과 의사소통을 했다. 그는 생각은 말랑말랑하게, 직원들의 복지는 단단하게 챙겼다. 기업이 잘 되기 위해서는 사람이 가장 중요하다는 것을 잘 알고 있었기에 수직적인 관계보다는 수평적인 관계를 유지하려 애썼다. 그런 의미에서 대표만의 공간을 따로 두지 않았다. 그는 직원들과 어울려 일을 하는 게 좋았다.

“돈보다 사람이 더 중요합니다. 직원들의 꿈과 상상이 이곳에서 이루어졌으면 좋겠어요. 더불어 직원들이 즐겁게 회사생활을 했으면 합니다. 직원들이 즐겁게 일을 해야 회사도 성장할 수 있으니까요.”

김 대표는 회사가 단단하게 얹힌 그물조직처럼 보이기보다는 탄력 넘치는 한 덩어리 같은 느낌이 들도록 공간을 구성했다. 회사 곳곳에 직원들의 쉼터가 있고 열려 있는 공간이 많다. 마당에는 그릴까지 구비되어 있어 간간이 직원들과 바비큐 파티를 즐기기도 한다.

더 높은 도약을 위해

2015년 4월, 엘로모바일(yellow mobile)은 말랑스튜디오를 인수했다. 자회사가 된 말랑스튜디오는 전략적 제휴를 통해 20억 원의 투자를 유치했다. 엘로모바일이 대주주가 됨으로써 말랑스튜디오의 애플리케이션이 해외로 진출하기가 쉬워졌다.

엘로모비일이 무작정 투자를 한 것은 아니었다. 말랑스튜디오는 창업 1년 만에 월간 손익분기점을 뛰어넘은 것 이외에도 ‘알람몬’이 전 세계적으로 900만 다운로드를 달성하고 있었다. 말랑스튜디오의 앱을 이용하는 사용자 역시 2,200만 명, 월간 사용자는 400만 명을 넘어서고 있었다.

2014년 12월에는 중국 ‘MARS IT 인터넷 창신창업대회’에서 베스트 크리에이티브를 수상했고, 문화체육관광부로부터 해외진출유공포상 창업신인부문 표창을 받는 등 국내 및 해외로부터 인정을 받고 있었다.

'알람몬' 이외에 '1km', '비스킷', '다이어터', '플라바', '지하철' 등 다양한 앱을 가진 '말랑스튜디오'와 엘로모바일의 결합은 애플리케이션 업계에서 세세이션을 일으켰다.

현재 '알람몬'은 광고가 주 수입원이지만, 10대와 20대를 타깃으로 하고 있어 캐릭터 디자인 개발도



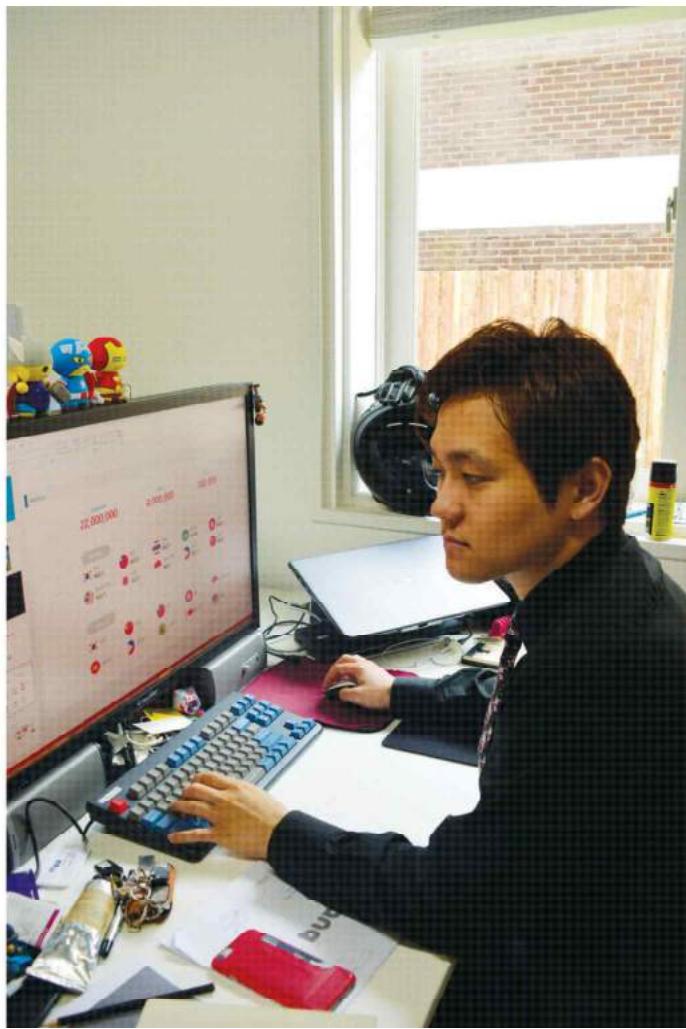
중요시 하고 있다. 디자이너를 지속적으로 충원해서 기존의 캐릭터를 업그레이드하고, 새로운 캐릭터를 개발하는 중이다.

‘알람몬’은 샤오미가 직접 접촉을 해왔을 정도로 중국에서의 인지도가 높다. 중국에는 지사까지 설립해서 저변을 넓히는 데 더욱 힘쓰고 있고 태국을 비롯한 동남아시아지역, 브라질을 비롯한 남미지역을 공략하는 데도 힘쓰고 있다. 우선은 아시아에서 3년 안에 1등 업체로 올라서는 것을 목표로 삼고 있다.

“말랑스튜디오는 과감한 추진력과 실행력을 가지고 있습니다. 우리의 상상이 현실이 될 수 있도록 실천하고 노력할 것입니다.”

김 대표는 자신뿐만 아니라 직원들에게 ‘매일 실패’ 할 것을 요구한다. 실패를 통해 대처하는 방법을 배우기 위해서이다. 이를 습관화 하면 문제가 생겼을 때 유연한 대처가 가능하다고 믿는다. 그래서 그는 실패가 두렵지 않다.

그가 말하는 실패는
좌절을 위한 것이
아니라 실패의
경험을 통한 능동적
위기 대처를 위한
예방주사와 같은
개념이다.





- 기업명 : (주)직토
- 대표명 : 서한석
- 주요사업 : 걸음걸이, 자세교정 웨어러블(ZIKTO Walk)
- 대표번호 : 070-4104-9458
- 홈페이지 : www.zikto.com



Project Title

글로벌창업
활성화사업
외국인 기술창업
프로그램

“몸에 차는 나만의 개인병원”

생활 속 불편함에서 새로운 찾아낸

동찰력이 빛을 발했다. 그들은 이를 실현시킬
만한 베이스를 가지고 있었다.

”

suh David hansuk

서
한
석

행복하기 위해 창업의 씨앗을 틔우다

행복하지 않았다. 대기업에 다니면서 높은 연봉과
부러움의 시선을 꽤나 많이 받고 있었음에도 말이다.
이대로는 안 되겠다 싶어 회사를 뛰쳐나왔다.
그러자 멈춰 있던 심장이 달음박질쳤다. 매 순간이
힘들었지만 힘든 줄도 모르고 내달렸다. 그렇게 1년.
(주)직토는 전 세계의 주목을 한몸에 받는 웨어러블
스타트업으로 발돋움했다.

대학 졸업 후 김경태 대표는 LG전자, 서한석 CFO(최고재무책임자)는 신한금융투자, 김성현 CTO(최고기술책임자)는 SK텔레콤에 각각 자리를 잡았다. 남들처럼 열심히 일했고, 회식에도 참여했고, 주말이면 늘어지게 낮잠도 잤다. 어디서는 볼 수 있는 평범한 삶이었다. 그러던 어느 날 김 대표와 서 CFO가 모인 자리에서 창업이라는 단어가 불쑥 튀어나왔다. 눈빛이 하나로 연결되자마자 누가 먼저랄 것도 없이 사업 아이디어를 브레인스토밍하기 시작했다. 그리고 그해 11월, 서울시 중구의 한 카페에서 지인 소개로 김 CTO를 만났다. 그는 8만 달러에 이르는 전액 장학금을 받기로 하고 미국 듀크대학교 MBA 과정에 합격한 상태였다. 아까울 법도 한데 김 CTO는 이 만남을 계기로 MBA 진학을 과감하게 포기했다. 서로 대화를 나누면서 더 높은 비전을 발견한 것이다.

삼국지의 도원결의처럼
뜻이 맞는 세 사람이
모이자 아이디어가
샘솟았다. 그 자체로
삶이 펼떡이는 것처럼
신이 났다.

“그때 당시는 저희 셋 다 직장을 다니고 있었어요.
하루 종일 앓아서 일만했죠. 그러다보니 목이
빼근하고 허리가 아프더라고요. ‘직장인이라면
누구나 겪는 이 고통을 없앨 수 있는 방법은 없을까?’

고민하기 시작했죠. 그리고 마침내 이 문제를 웨어러블 기기로 풀어보자는 데 의견을 모았어요.”

생활 속 불편함에서 새로운 통찰력이 빛을 발했다. 그들은 이를 실현시킬 만한 베이스를 가지고 있었다. 김 대표는 LG전자 선행기술연구소에서 생체 신호를 처리하는 업무를 맡고 있었고, 김 CTO는 SK텔레콤 헬스케어사업부에서 헬스케어 관련 업무와 모바일 보안 분야를 담당하고 있었다. 여기에 전문적 금융 지식을 체화하고 있었던 서 CFO까지 있으니 두려울 게 없었다. 삼총사는 2014년 4월, 전격적으로 퇴사하며 생각을 실천에 옮겼다. 그리고 그들만의 회사(주)직토를 설립했다.



걸음걸이에서 가능성을 발견하다

목적지는 정했지만 안내해줄 지도는 따로 없었다. 그래서 세 사람은 먼저 목과 허리가 아플 때 인간의 신체에 어떤 변화가 오는지를 궁금했다. 수많은 관련 의학 논문을 열람했다. 여기에서 발견한 키워드가 바로 ‘걸음걸이’였다.

“목과 허리가 아프면 먼저 걸음걸이에 변화가 온다는 걸 알게 됐어요. 제대로 걸을 수 없게 되는 거죠. 걸음걸이를 통해 파킨슨병 초기 진단까지 가능하다는 논문을 보면시 ‘사람에게 걸음걸이가 이렇게 중요하구나’라는 것을 새삼 느낄 수 있었어요. 그래서 저희는 생각했죠. ‘바른 자세로 걸으면 건강에 도움이 되겠구나. 그렇다면 걸음걸이를 코치해주는 기기를 만들면 좋겠네! 한번 만들어보자!’라구요.”

아키(Arki).

직토가 개발할 웨어러블 기기의 프로젝트명이었다. 걸음의 양뿐만 아니라 질까지 측정하고 분석하여 보다 적극적으로 사용자의 건강을 증진시켜주는

제품을 만들고 싶었다. 헬스케어 웨어러블 기기라면 마땅히 이 정도는 해야 된다고 생각했다.

그러나 곧 거대한 장벽에 부딪쳤다. 걸음걸이를 연구하는 기관이 전무하다시피 했던 것이다.

이래서는 아기가 제공하는 서비스를 분석하고 검증할 방법이 없었다. 수소문 끝에 한 곳과 연이 닿았다. 서울아산병원 척추측만증센터였다.

척추측만증 고위험군 환자들은 수술이 필수적인데, 수술 받기 하루 전에 아기를 착용하게 하고 걸음걸이를 분석했다. 그리고 이를 일반인의 걸음걸이와 대조해보는 것으로 연구 결과를 삼았다. 결과는 성공적이었다. 아기는 두 실험군을 명확하게 구분해내었고, 이는 고스란히 데이터로 축적됐다.

“정말 의미 있는 진진이었습니다. 현재도 척추측만증 고위험군 환자들의 수술 전과 후를 비교하는 연구를 진행하고 있습니다. 앞으로도 척추측만증센터와의 공동 연구를 이어나가서 걸음걸이를 보다 정교하게 분석할 수 있는 데이터를 만들어나갈 계획입니다.”

‘진짜’ 헬스케어 웨어러블 기기, 직토 워크

직토는 각고의 노력 끝에 개발해낸 아기에게 ‘직토 워크(Zikto Walk)’라는 정식 이름을 부여했다. 직토 워크에는 몇 가지 핵심 기능이 있다.

먼저 잘못된 걸음을 걸을 때마다 진동으로 알려주고 그 정보를 모아 걸음걸이 패턴 파악이 가능하게끔 하는 진동 알림기능이다. 그리고 직토 워크를 차는 손이 왼손이냐 오른손이냐에 따라 신체 균형 정보를 분석해서 알려주는 기능도 있다. 여기에 신체 밸런스를 위한 운동까지 제인해주며 사용자의 건강에 실질적인 도움을 준다.

“직토 워크는 길을 걸을 때마다 얼마나 잘 잤는지, 얼마나 잘 먹었는지, 잠은 어떻게 잤는지를 종합적으로 알려줍니다. 사용자의 몸이 아프기 전에 건강을 유지할 수 있도록 돋는 예방 의학적인 측면이 있죠. 기존의 유사 제품과는 차원이 다른, 진정한 의미의 헬스케어 웨어러블 기기인 겁니다.”



그들이 내일을 기다리는 이유

직토에 대한 세간의 관심과 믿음은 엄청나다. 2014년 11월, 미국 최대 크라우드 펀딩 사이트 ‘킥스타터(Kickstarter)’에 캠페인을 진행해 1억 8천만 원 상당의 선주문 매출을 올렸다. 또한 지금까지 무려 2,500여 대가 선주문 물량으로 팔려나갔다. ‘스타트업의 월드컵’이라 불리는 덴마크 코펜하겐 창업경진대회(Creative Business Cup 2014)에 한국 대표로 출전, 수상하며 12만 달러 상당의 현물을 지원받기도 했다.

상황이 이렇게 되자 투자기관들의 투자 문의와 소프트뱅크, 이베이, 아마존 등 거대 유통업체들의 러브콜이 이어졌다. 지난 4월에는 ‘네이버 라인(LINE)’과 홍보 및 판매 관련 파트너십을 체결했다.

직토에게는 창업지원사업이라는 또 하나의 성장판이 있었다. 중소기업청이 주최하는 글로벌창업 활성화사업이 바로 그것이다. 직토는 본 사업을 통해 제품 영상제작과 시제품 제작비용을 제공받음으로써, 이후의 킥스타터 캠페인을 진행하는 데 큰 도움을 받았다.

지금까지 정부에서 받은 지원 규모는 국책과제를 포함해 총 8억여 원. 이를 통해 하드웨어를 개발하고 양산하는 데 드는 엄청난 비용을 상당 부분 충당할 수 있었다.

직토는 앞으로 대형종합병원 및 보험사와 연계한 통합 헬스케어 솔루션을 만들어나갈 예정이다. 헬스케어 시장의 무한한 확장성을 통찰한 후 그려낸 청사진이다. 이미 보험사와는 직토 워크의 데이터를 토대로 보험 계리처리 모델을 현실적으로 변경하는

작업을 진행 중이다. 첫돌을 갓 넘긴 스타트업이 이 정도의 성과를 얻으리라고 누가 상상이나 해봤을까. 직토는 ‘스타트업의 신화’를 만들어가고 있다.

“직장에서는 월급을 기다렸지만, 지금은 내일을 기다립니다.”

김경태 대표가 모 인터뷰에서 했던 말이다.

직토의 임직원들에게도 스타트업을 이끌어간다는 것은 너무나도 힘든 일이었다. 하지만 그들에게는 이 과정 자체가 즐거움이다. 스스로 원해서 이 일을 시작했고, 불침주야 노력하고 있고, 이에 합당한 성과를 거두고 있기 때문이다. 그래서 직토 식구들의 행복은 지금 이 순간에 있다.





- 기업명 : 스페이스밍글러
- 대표명 : 김희우
- 주요사업 : 스마트폰, 스마트워치, 디바이스를 활용한 분실 도난 방지 기술

SPACE MINGLER Interview



Project Title

글로벌창업
활성화사업

“ 개인도 창고를 가질 수 있다면

다양하게 시도해보고 싶었다.

아이디어를 내서 할 수 있는 모든 것은

창업의 아이템이 될 수 있다 생각했으므로.”

”

김
희
우

Kim
Bruce

‘공유경제(Sharing Economy)’의 눈으로
바라본 개인 창고

전체 가구 중 1/4이 1인 가구인 시대. 이들을 위한 맞춤형 상품들이 속속 등장하고 있지만, 개인 물품을 보관할 수 있는 개인 창고(Self Storage)는 턱없이 부족하다. 개인 창고 수요가 늘고 있는 것은 아이러니하게도 1인 가구를 위한 도시형 생활주택 보급이 늘어나면서부터다. 1인 가구를 위해 저렴한 소형 평수를 공급하는 것은 좋았으나, 공간이

협소하다 보니 물건을 놓아 둘 공간이 마땅치 않았기 때문이다.

이처럼 개인 창고에 대한 수요는 기하급수적으로 늘어나고 있지만, 공급하는 업체의 수는 턱없이 부족하다. 김희욱 대표는 바로 여기에서 사업성을 발견했다. 저렴한 개인 창고를 공급한다면 성공 가능성이 높다고 봤다.

사실 김 대표는 덴마크 공업대학교에서 교통, 물류 전공의 석사과정을 밟고 있다. 유학생이면서 혼자 창업을 시도한 것이다. 유학생이라는 상황에서 마주한 여러 불편함이 창업의 시작이었다. 현실적으로 마주한 불편들을 개선하기 위해 이런 저런 상상을 한 것이 창업 아이템이 된 것이었다.

김 대표는 우선, 덴마크의 개인 창고 업체를 분석했다. 덴마크 등 유럽의 개인 창고는 창고를 필요로 하는 사람들에게 각 가정의 여유공간을 임대하는 형태이다. 에어비엔비, 우버 같은 공유경제를 바탕으로 하는 기업이 등장하는 것에 발맞춰 새로 생겨났다.

얼마 전에는 호떡을 직접 만들어 파는 덴마크 유학생으로 매스컴에 소개되었을 정도로 그는 다양한 방법으로 자신의 아이디어를 펼쳐 보이는 중이다.

김 대표는 각 업체마다 어떤 사이즈의 저장 공간을 보유하고 있는지, 임대료는 얼마나 받는지, 각 업체의 점유율은 얼마나 되는지를 분석했다. 소비자의 입장에서 어떤 점이 불편하고, 개선할 부분이 있는지도 따져보았다. 분석 결과, 우리나라에도 가정의 유휴 공간을 활용한 개인 창고 임대업의 전망이 밝다는 판단을 내렸다.





문제는 해결하라고 있는 것이다

사실 ‘공유’는 세계적인 트렌드이다. 이미 에어비앤비 (공간 공유 형식의 숙박)의 경우 창업 몇 년만에 가장 성공한 벤처 중 하나로 우뚝 섰다.

그러나 공유경제를 바탕으로 한 개인 창고 임대업을 해보려 하니 법적인 부분이 문제가 됐다. 우리나라에는 공유경제를 바탕으로 한 스타트업들에 대한 법적인 규제를 하고 있었기 때문이었다.

예를 들어, 차량을 가진 사람과 차량이 필요한 사람을 연결해 주는 우버 택시의 경우 우리나라에서는 불법으로 규정하고 있다. 우버가 영업을 시작하겠다고 발표하자, 서울시는 2015년 1월 2일부터 서울 시내에서 우버 택시가 영업하는 것을 신고하면 최고 100만 원의 포상금을 지급한다고 밝혔다. 서울시가 우버 택시 단속의 근거로 내세운 것은 〈여객운수사업법〉 제81조(자가용 자동차의 유상운송 금지) 1항, 사업용 자동차가 아닌 자동차를 유상으로 운송용으로 제공하거나 임대하여서는 안 된다는 조항이다. 이외에도 운전기사의 신분이 확실하지 않아 이용자의 안전을 담보할 수 없다는 점, 교통사고를 당했을 때, 보험 보장이 불확실하다는 점 등을 이유로 들었다.

법적인 문제뿐만 아니라 공유경제 모델에 대한

사람들의 인식이 부족한 것도 문제였다. 사실 우리나라뿐만 아니라 전 세계 사람 모두 사적인 공간에 누군가가 끼어드는 것을 꺼려한다. 그런데 자신의 차량과 집을 다른 사람들과 공유하는 우버 택시나 에어비엔비 같은 서비스는 어떻게 성장일로를 달리고 있을까? 그것은 사적인 영역보다 공적인 이익을 더 중요하게 여기는 사람들이 많기 때문이다. 개인 소유의 차량이나 주택은 주인이 사용하지 않는 동안은 버려져 있는 것이니



다름없다. 이것은 먹지도 않을 음식을 냉장고 속에 저장해 두는 것과 같다. 공익의 측면에서 보자면 이 음식은 배고픈 사람들에게 나눠 주는 게 옳다. 우버 택시나 에어비엔비는 이와 같은 뉴으로 서비스를 시작했기 때문에 성공을 거둘 수 있었던 것이다. 따라서 법적인 문제를 해결하고 공익적인 측면을 사람들에게 널리 알릴 수만 있다면, 개인의 유휴 공간을 타인에게 빌려주는 서비스는 성공할 가능성이 높았다.



셀프 스토리지(self storage)의 패러다임을 바꾸다

김 대표는 사업 프로세스를 더욱 정교히 가다듬었다. 우선 큰 가닥은 개인 소유의 공간이나 창고에 대한 정보를 한 자리에 모아 정보를 교환할 수 있도록 온라인에서 서비스하는 것으로 잡았다.

이를 위해 유유 공간을 가지고 있는 호스트가 정확한 정보를 제공할 수 있도록 모바일 기기로 사진을 찍고 길이, 높이, 넓이 등의 정보를 기록하고 등록할 수 있는 기능을 개발했다. 창고가 필요한 사람들이 마음에 드는 곳을 발견했을 때, 예약결제(Amazon, Paypal)시스템을 이용하여 온라인 결제를 할 수 있는 서비스도 구축했다. 그리고 단순히 공간만 대여하는 것이 아니라 개인이 등록한 창고에 보유한 물건들을 주제별로 모아 공유하거나 임대가 가능하도록 하는 기능도 개발했다. 사용자와 수요자가 일정을 자유롭게 조절할 수 있는 기능 역시 개발했다.





이와 같이 아이디어를 구체화하는 데는 다른 10개의 스타트업 팀들과 함께 한 액셀러레이터 프로그램이 많은 도움이 됐다. 각 스타트업의 아이디어에 대한 사업성을 검토하고 사업계획을 수립하기 위해 비즈니스 모델 워크숍, 린 스타트업(Lean Startup) 워크숍 등 다양한 워크숍에 참여하기도 했다. 이를 통해 고객 개발, 가치제안, 채널, 고객관계, 수익구조, 비즈니스의 단계적 계획방법 등을 배울 수 있었다.

스페이스밍글러는 현재 예비창업단계에 있기 때문에 매출이 없다. 그렇지만 김 대표의 꿈은 결코 작지 않았다.

“셀프 스토리지(self storage)는 개인과 기업에게 필요한 물품보관 장소를 제공하는 공간임대 사업입니다. 따라서 물류 분야 중 하나로 볼 수 있죠. 그런데 지금까지의 물류보관서비스는 기업을 상대로 제품을 보관하는 창고의 개념에 지나지 않았습니다. 그러나 앞으로는 유휴 공간을 이용한 맞춤형 개인 창고 형태로 발전하게 될 것입니다. 스페이스밍글러는 이러한 변화의 중심에 서서



단순히 물품을 보관하는 장소만이 아닌, 물건을 공유하고 판매까지 할 수 있는 대표적인 플랫폼으로 자리 잡을 것입니다.”

다양한 그의 도전이 머나먼 나라, 덴마크에서 좋은 결실로 나타날 수 있게 되길 바란다.



학장의 길

발행처	중소기업청 (www.smiba.go.kr) 창업진흥원 (www.kised.or.kr)
발행일	2015. 7. 9
진행	주식회사 몽키랩
기획 및 원고	이야기 고리 (고영리)
디자인	TIM (하이삭 심돈아)