

인터뷰

## “내비게이션 일체형 DMB단말 주력 육성”

글 | 심우성 기자(아이티타임스)



서정근 JAS 대표

무선통신장비 전문업체 중앙시스템(JAS, www.jasteletech.com) 서정근(46) 대표는 지난해 대표이사로 부임한지 1년만에 매출을 2배로 끌어올려 유명해진 바 있다.

특히 지난 7월에는 세계 최초로 내비게이션과 위성DMB가 접목된 차량용 위성단말기 ‘하이온(Hyon)’을 출시, 차량용 위성DMB 단말기 시장에 뛰어들어 휴대폰 대비 미진했던 차량용 시장에 활기를 불어넣고 있다.

이 제품은 셋톱박스가 필요 없는 7인치 와이드 TFT-LCD 일체형으로, 사용자가 직접 간단하게 설치할 수 있도록 편의성을 최대한 배려한 것이 특징.

특히 DMB/GPS 듀얼안테나 일체형을 내장해 DMB방송 수신뿐 아니라 터치스크린 방식의 자체 내비게이션까지 활용할 수 있는 기능이 돋보인다. 또한 FM 송출기능 내장으로 별도의 설치가 필요 없이 차량의 스피커를 이용해 살아있는 음질을 느낄 수 있으며, MP3P·동영상·포토 플레이어 등 다양한 멀티미디어 기능을 지원한다.

이외에도 리모콘 기능, 휴대폰 연결기능, SD메모리 슬롯 등이 제공되며 4GB용량의 하드디스크도 탑재됐다.

### “품목 다변화만이 살길”

서 대표는 “중계기와 함께 DMB를 회사 주력상품으로 키울 예정”이라며 “올 연말 출시를 목표로 지상파DMB 단말기 개발에도 한창”이라고 말했다. 차량용과 전용단말기로 나눠 개발 중이라고.

“중앙시스템은 중계기 매출이 전체매출의 95%를 차지하고 있었습니다. 올해 이를 50%까지 낮출 예정입니다.”

서 대표는 부임 이후 ‘품목 다변화’를 최우선 과제로 선정하고 16명의 연구 인력을 52명으로 늘렸다.

“16명의 엔지니어들이 모두 중계기 분야여서 새로운 서비스를 시작할 엄두가 나지 않았다”는 서 대표는 “중계기 기술에 기반한 다양한 응용기술을 위해서는 연구인력이 반드시 필요했고, 회사가 어려워도 이것만은 관철시켜야 했다”고 설명했다.

현재 중앙시스템은 정규직 118명의 전체직원 중 52명이 엔지니어. 연말까지 이를 50%선까지 끌어올릴 예정이라고 서 대표는 밝혔다.

서 대표가 지난해 승부수를 띄운 품목은 GPS크래들. 지난해 이를 통해 70억원의 매출을 올리는데 성공했다. 또한 수출에도 집중했다. 인도와 인도네시아에서 중계기로만 50억원의 매출을 올렸으며, 타지역 수출도 지속적으로 타진 중이다. 지난해 중앙시스템은 중계기 부문에서만 230억원의 매출성과를 얻었다.

이 같은 성과로 서 대표는 부임 1년만에 전년대비 100%가 넘는 매출달성에 성공하게 된다. 매출뿐만 아니라 15억원의 성장흑자를 기록, R&D인력 증가와 직원 사기진작 전략의 의미있는 결실로 이어졌다.

“부임 당시 내 전략이 옳은 것인지 고민이 참 많았다”는 서 대표는 “회장 이하 전직원이 나를 믿고 따라준 것이 좋은 성과를 이뤄낸 힘이었다”며 “첫 CEO 경험임에도 불구하고 성공적인 데뷔를 해 기분이 좋다”고 소감을 밝혔다.

## 외형보다는 마진 높은 회사

중앙시스템의 전문CEO가 된 서 대표의 경영철학이 바로 마진 높은 회사 이다.

서 대표의 지론은 간단하다. “수익구조가 없는 사업은 안한다”는 것. 이익 없이 단지 외형 불리기에만 급급한 사업은 과감히 포기하겠다는 것이다. 그간 SK텔레시스로부터 위탁생산해온 깡팔터 역시 마진이 없어 잠정중단한 상태.

또한 중계기도 중국업체들의 저가 공세로 시스템 뿐만 아니라 가정용 중계기인 ‘홈피터’에 주력할 예정이다. 아직 낮은 분야이기는 하나 통신환경이 발달되지 못한 국가에서는 활성화가 가능할 것으로 서 대표는 전망하고 있다.

‘홈피터’는 현재 미국 스프린트PCS가 유일하게 사용하

고 있을 정도로 초기시장 단계여서 승산이 있다는 계산이다. 특히 경쟁업체가 거의 없어 일반 중계기와는 다르게 마진이 높은 분야로 서 대표는 기대가 크다.

서 대표는 지난해가 회생 기반을 다진 한해였다면 올해를 재도약의 원년으로 꼽고 있다. 이를 위해 서 대표가 준비하고 있는 분야는 참으로 다양하다.

중앙시스템은 위성DMB사업자인 TU미디어의 공식 단말기 제조업체로서 2005년7월 차량용 위성DMB 단말기를 출시하여 고객으로부터 선풍적인 사랑을 받고있다.

경쟁업체 대비 출시가 조금 늦춰진 것에 대해 서 대표는 “내비게이션을 접목기 위한 것”이라고 답했다. 타사들이 준비하지 못한 내비게이션 기능을 탑재해 경쟁력을 높이기 위한 ‘전술’인 셈이다.

‘마진이 낮은’ 중계기는 상대적으로 비중을 낮출 예정이다. “비중을 줄인다고 매출을 줄이는 것은 아니다”는 서 대표는 “중계기에 대한 의존도를 2003년 95%에서 2004년 70%까지 낮췄으며 올해 50%까지 낮추면서도 매출은 200억원을 올릴 예정”이라고 강조했다.

지난해 주력으로 떠오른 GPS크래들 역시 올해 수출목표로 50억원을 잡고 있을 정도로 많은 투자를 하고 있다.

최근 중앙시스템은 RFID(전자태그)에도 뛰어 들었다. 태그와 리더간 신호증폭기 개발은 물론 태그와 리더를 단일 부품화하는 작업도 병행할 예정이다.

서 대표는 이를 통해 2008년까지 1000억원 매출을 목표로 하고 있다. 올해 내부역량을 키워 400억, 내년 600억원을 달성하면, 내심 2007년경 1000억 돌파도 욕심내고 있다.

서 대표가 구상하고 있는 또 하나의 무기는 콘텐츠. 와이브로 시대가 열리면 발생될 다양한 애플리케이션을 대비해 자체 콘텐츠팀을 구성, 이를 준비하고 있기도 하다.

마지막으로 CEO로서 경영철학을 물었다. “좋은 CEO는 정직해야 하며 독단적이지 말아야 하고 자원을 적재적소에 배치할 수 있어야 한다”는 답이 돌아왔다. 서 대표는 현재 비서가 없다. “쓸데없는 지출을 최대한 줄이기 위해서”라는 서 대표는 “남들에게 내세우기 위해서가 아닌 오로지 회사의 앞길만을 생각하겠다”는 말로 인터뷰를 끝냈다. ☐