

UC 탐방 -

다
우
시
텍

한
부
영

대
표

드넓은 렌즈 시장을 좁힌 (Zoom in) 하다

카메라폰 렌즈 시장의 강자로 떠오른 디오스텍의 성장세가 갈수록 높아지고 있다.

선명한 렌즈 속 세상만큼이나 뚜렷한 족적을 업계에 남기고 있는 디오스텍. 한부영 대표에게 듣는 성공스토리는
고성능, 고효소 렌즈처럼 실감난다.

작

은 렌즈 하나로 넓은 세상을 조망하는 벤처기업이 있다. 카메라폰 렌즈와 모듈을 전문적으로 생산하는 디오스텍이 그 주인공이다. 설립 3년 만에 국내 카메라폰 렌즈 시장을 석권하고, 매년 100%의 성장률을 기록하는 등 쾌속질주 중이다. 11월만 해도 무려 450만대의 카메라폰 단말기에 디오스텍의 렌즈가 장착됐을 만큼 카메라폰 렌즈계 베스트셀러로 단단히 군림하고 있다.

렌즈로 특화, 카메라폰 렌즈로 집중

디오스텍의 고속성장 비결로 첫손에 꼽히는 것은 단연 우수한 기술인력이다. 국내 최대 광학기업인 삼성테크윈 출신 엔지니어들로 구성된 렌즈 기술에 관한 한 글로벌 최고 수준임을 자부하기 때문이다. 이들을 규합해 벤처라는 무한기회의 땅으로 이끈 이가 바로 한부영 대표이다. “원래는 카메라를 개발해 주는 R&D회사로 출발했습니다. 이후 카메라폰 시장이 급성장하면서 우수한 렌즈 제조 경쟁력을 살려 렌즈 개발과 제조에 뛰어들었습니다. ‘선택과 집중’ 전략을 펼친 덕분에 국내 카메라폰 렌즈 시장에서 46%의 점유율을 확보할 만큼 급성장할 수 있었습니다.”

이른바 설계연구 용역을 맡는 서비스업에서 제조업으로 탈바꿈하게 된 것이다. 방향을 선회한 것에는 두 가지 계기가 작용했다. 지적재산권을 제대로 보장받지 못하는 현실, 그로 인해 R&D회사 운영에 한계를 느끼게 됐다.

다행히도 제조분야로 진출하자마자 뜻밖의 행운이 찾아왔다. 카메라폰이 등장하기 시작하면서 새로운 방안을 모색하던 디오스텍의 돌파구가 되어준 것이다. 기본적으로 렌즈 제조기술에 대한 노하우가 뒷받침되었기에 절호의 기회를 살리는 것도 가능했다. 2003년 하반기부터 기술 개발에 매달려 이듬해 양산에 들어갔고, 단숨에 선발주자들을 제치고 당당히 1위 자리를 꿰찼다.

“디오스텍은 렌즈의 핵심기술인 설계기술, 금형개발, 제조기술에서 두루 탁월합니다. 이것이야말로 경쟁사들과 격차를 만드는 요인이죠. 현재 매출의 90%를 담당하는 주력제품 카메라폰 렌즈는 세계 시장 1위도 넘보고 있을 만큼 수출에 호조를 보이고 있습니다.”

휴대폰 단말기 업체들이 대부분 중국에 생산기지를 확보하고 있는 탓에 디오스텍의 해외 공략도 중국을 거점으로 한다. 중국에 법인을 설립한 것을 시작으로, 일본에서는 에이전트와 계약을 맺음으로써 공략대상을 점차 동북아시아로 확대한다는 전략을 가지고 있다.

시행착오를 발판 삼아 힘차게 도약

디오스텍의 성장은 우수한 기술인력이 발판이 되었지만, 한부영 대표는 그 인력들의 기를 살려주는 것이 기술개발의 또다른 원동력이라고

생각했다. 무엇보다 한부영 대표의 사무실 입구에 붙어있는 ‘고충상담실’이라는 표지판은 매우 이색적이다. 권위적인 모양새를 스스로 벗어 던지고, 직원들에게 손을 내밀고자 한대표가 직접 제안했다. 누구라도 드나들 수 있는 열린공간으로서 제 역할을 톡톡히 해내고 있는 고충상담실은 이제 어엿한 디오스텍의 ‘아이디어 산실’로 자리매김하고 있다. 동시에 직원들의 등록금, 의료비를 지원하는 것은 물론 초과이익성과제를 운영해 사기진작 효과를 높이기도 한다. 초소형 렌즈를 만드느라 늘 눈이 피로한 생산직 직원들을 위해서는 영양제를 챙겨주거나 휴게실에 안마기를 설치하는 등 곳곳에서 배려가 묻어난다.

그가 실천하는 열린경영의 배경에는 한 번의 창업 실패라는 뼈아픈 경험이 자리하고 있다.

“디오스텍 전에도 회사를 창업한 적이 있어요. 경험과 자금 부족으로 1년 만에 합병하고 말았죠. 2년간 와신상담하며 준비한 결과, 디오스텍 창업에 도전할 수 있었습니다.”

우수한 인력만을 믿고 창업을 감행했던 한대표는 시행착오를 겪은 후에야 경영을 대하는 시각에 변화를 느꼈다. 인력과 함께 자본, 시장이 동시에 갖춰져야 함을 배운 셈이다. 실패를 계기로 직원들에 대한 책임감도 한층 견고해져, 포기하지 않고 다시 일어날 수 있는 원동력으로 작용했다.

올해로 창립 3주년을 맞은 디오스텍은 연이은 경사에 한껏 고무된 상황이다. 지난 10월 열린 벤처주간에서 벤처기업대상 국무총리상을 수상함으로써 기술력과 성장 가능성에 대해 공식적인 인정을 받았기 때문이다. 또 초소형 카메라폰용 자동초점 VCM 모듈 개발에 성공해 업계의 주목을 받고 있을 뿐 아니라, 12월 중순쯤 코스닥 등록을 앞두고 있어 또 하나의 블루칩 등장을 예고하고 있다.

세계적 렌즈 메이커는 디오스텍 차지

앞으로는 ‘화상의 시대’라는 것이 한대표의 생각이다. 화상대화가 이미 실현되고 있으며, 유비쿼터스 라이프가 발달하는 데에도 화상은 필수적인 요소로 부각될 것이기 때문이다. 따라서 디오스텍은 화상 시대의 핵심이 될 렌즈의 성능개선에 초점을 맞추고 미래를 준비 중이다. 보다 선명하고 질 높은 렌즈를 만들어 IT시대의 블루오션을 찾아 나서겠다는 계획이다.

“저희는 자체적으로 설계, 금형개발, 제조가 가능하기 때문에 시장의 요구에 즉각 대응할 수 있는 것이 장점입니다. 따라서 기존 아이টে를 지속하면서 신규아이টে 개발에도 승부수를 띄울 전략입니다.”

손에 겨우 잡힐 만큼 작은 렌즈 속에 넓디넓은 세계를 담아내려는 디오스텍의 야심찬 포부야말로 벤처다운 기상이 아니고 무엇이겠는가. ‘디오스텍’이라는 네 글자가 렌즈의 세계적 메이커로 선명히 기억되는 날이 올 때까지 한부영 대표와 직원들의 담금질은 계속될 것이다.