

‘젊어서 강하다’

U S B 메모리 국내 최강자 (주) 메모렛월드

태극마크 물결무늬 USB, 큐빅이 박힌 주얼리 USB, 교통카드 USB, 스폰지밥 캐릭터 USB, 자물쇠 USB... (주) 메모렛월드(대표 최백수, www.memorette.co.kr)의 USB메모리를 소개하자면 일단 숨이 막힌다. 다양한 종류에 독특한 디자인이 한 달이 멀다하고 쏟아져 나오고 있다. 고객의 다양한 니즈를 겨냥한 만큼 '충성고객층'도 두텁다. 국내 USB메모리 시장을 선도하고 있는 (주)메모렛월드를 찾아가봤다.

글_ 김화숙 | 사진_ 김민정





국내 디지털산업의 메카 구로디지털단지. 여기는 USB메모리 전문기업 (주)메모렛월드의 새 보금자리가 있는 곳이다. 지난해 8월 15일 용산 원효로에서 구로로 동지를 옮겼다. 메모렛월드의 구로시대 개막은 기존 문래동 공장과 원효로 본사로 나뉘어 있던 2원 체제를 구로동 사옥으로 한 곳에 집결시킴으로써 개발·생산·판매·고객지원의 '원스톱' 일관체제를 갖춰 업무 효율성을 높였다는 점에서 큰 의미를 갖는다.

메모렛월드만의 경쟁력, 여기 있소이다

메모렛월드는 2007년 설립된 USB메모리 전문기업이다. 젊어서 강하다. 사장도, 이사도, 직원도 모두 젊다. 최백수 사장과 김성민 이사는 올해 서른 넷. 그들의 젊은 생각과 젊은 패기가 USB메모리 분야 국내 시장점유율 30%를 차지하며 업계 1위를 달릴 수 있는 가장 큰 비결이다. 그 다음은 메모렛월드만의 용량과 속도, 디자인, 애프터서비스.

메모렛월드는 현재 32기가급 용량을 갖춘 메모리를 시장에 내놓았으며, 2월초에는 60편 정도 영화를 저장할 수 있는 64기가급 USB메모리를 출시한다. 창립 당시 태극마크 물결무늬로 USB메모리 시장에 새 바람을 일으키며 등장한 메모렛월드는 그 후 대한민국 관광상품인 매

난국죽 USB, 큐빅이 박힌 주얼리 USB, 교통카드 USB, 스폰지밥 캐릭터 USB, 자물쇠 기능이 있는 USB 등 다양하면서도 독특한 디자인의 USB 메모리를 시장에 내놓으면서 고객들로부터 사랑을 한 몸에 받고 있다.

“USB메모리 시장은 이미 많은 모델들이 서로 경쟁하고 있다 보니 업계 선두 자리를 지키려면 좀 더 나은 기능과 디자인으로 승부할 수밖에 없습니다. 그래서 트렌드를 이끌 수 있는 디자인 개발을 위해 디자인 전담부서를 설치했습니다. 고객층이 세분화되고 다양화되다 보니 그들의 입맛에 맞춘 상품 개발이 경쟁력이 되기 때문입니다.”

최백수 사장은 메모렛월드의 신제품 행진은 앞으로도 계속될 것이라며 기대도 좋다고 말한다.

메모렛월드는 좋은 제품 개발만큼이나 좋은 서비스 제공에도 앞장서고 있

다. 자사 3년 내 제품에 한해서는 무상으로 교환해 주고 있으며 편도 택배비를 지원하고 있다. 부주의로 인한 데이터를 무료로 복구해 주는 등 '무한 고객감동 서비스'를 실시하고 있다. 이를 통해 충성고객층이 두터워진 것도 큰 결실이다.

올해 해외시장 진출과

1천억 매출 달성이 목표

메모렛월드에 2009년은 예상롭지 않은 한 해가 될 듯 싶다. 해외시장 개척이라는 도전과 함께 사상 최대의 매출 달성이라는 큰 목표가 기다리고 있기 때문이다. 메모렛월드는 현재 해외 시장 개척을 위해 미국 달라스 코트라 무역관과 협의 중에 있으며, 이 문제가 잘 풀리면 현지 지사화로 해외 수출의 포문을 열 계획이다.

“지난해는 메모렛월드 USB의 해외 시장 진출을 위한 물밑작업을 끝냈다면, 올해는 해외 시장 진출의 원년이 될 것입니다. 이를 위해 해외 전시회도 쫓아다니는 등 부지런히 뛰고 있습니다. 미국, 유럽, 일본을 비롯한 선진국은 물론, 제3세계 국가 등 컴퓨터를 사용하는 곳이라면 세계 어디든 메모렛월드의 도전은 이뤄질 것입니다.”

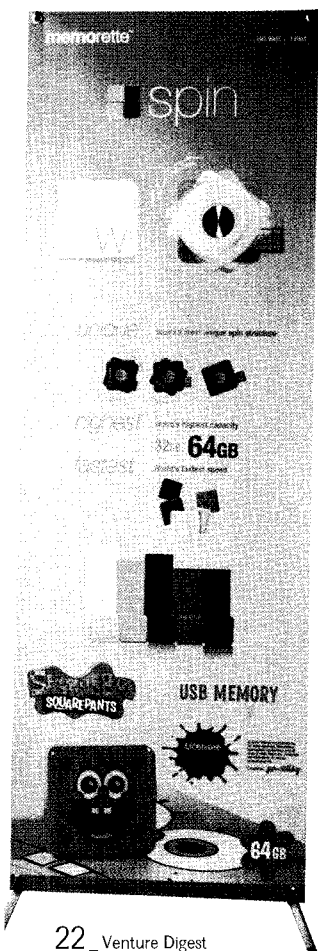
메모렛월드는 어렵다는 경제 불황 속에서도 올해 1천억 원이라는 매출 달성을 목표로 잡고 있다. 지난해 220억 원보다 무려 4배 이상 쉼튼 것. 그 이유를 묻지 않을 수 없었다.

“위기일수록 홍보를 더욱 강화하려는 업체들이 많습니다. 메모렛월드의 경우 선물 판촉용이 매출의 50%를 차지하고 있기 때문에 올해는 그 수요가 더욱 늘어날 것으로 예측됩니다. 스타벅스의 커피 한 잔 값이면 메모렛월드의 USB 하나를 가질 수 있으니까요. 부담스럽지 않은 가격에 세련된 디자인이 세미나, 워크숍 등 기업들의 행사 선물용 제품으로 즐겨 찾는 비결이라면 비결이죠.”

메모렛월드는 선물 판촉용으로 수요가 급증하면서 목적에 맞는 제품 개발에 박차를 가하고 있다. USB에 그 회사의 홍보 광고를 넣는다거나, 요즘 같은 졸업 시즌에는 학교 앨범용이나 졸업선물용을 개발해 내놓고 있다.

SSD는 메모렛월드의 차기 먹을거리

메모렛월드는 올해 SSD 사업부문 기술투자도 확대할 계획이다. 지난해 R&D 기업부설연구소를 개설한 후 장비쪽 투자를 늘려오고 있다. USB메모리 논스톱 생산체제는 물론 플래시 카드 생산 장비도 갖췄다.

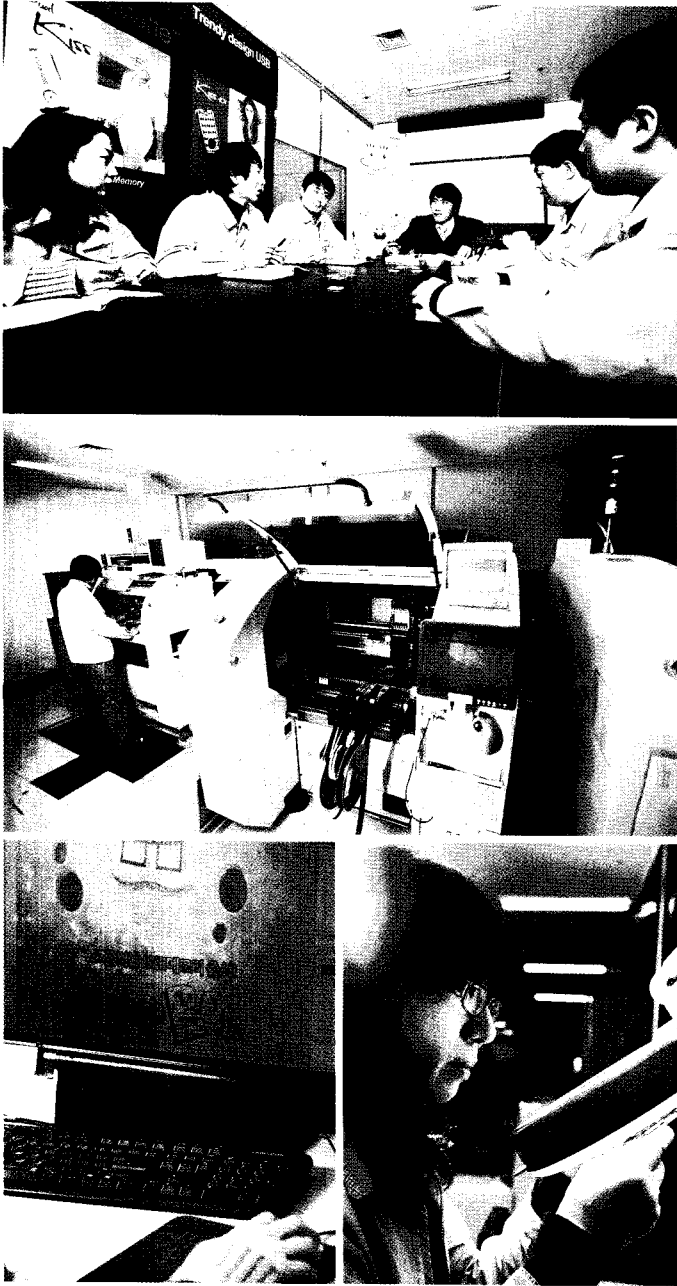


_ 어떻게 사업에 도전하게 됐나?

전라도 정읍 출생으로, 가난한 집의 장남이었다. 등록금이 없어 대학을 포기하고 오로지 돈을 벌기 위해 상경했다. 가방끈 짧은 나에게 누구하나 일자리를 선뜻 내놓지 않았고 결국 용산전자상가 메모리 유통업체에서 70만 원의 보수를 받고 배달맨으로 일했다. 3년간 누구보다도 열심히 뛰어나다녔다. 그 후 '배운 게 도둑질'이라고 용산에서 조그만 회사를 창업해 플래시 메모리, SSD 등을 수입해 판매하게 됐다. 국산 USB메모리에 대한 갈증을 느꼈고 메모렛월드를 창립하게 됐다. 청년실업이 많은 요즘, 나의 도전이 젊은이들에게 조그만 희망이 됐으면 좋겠다.

_ 기업문화를 소개한다면.

직원들의 젊고 창의적인 생각을 가장 높이 산다. 이를 위해 자기 개발비용의 50%를 지원하고 있다. 또 어려운 회사 직원들을 위해 오피스를 제공하고 있다. 크진 않지만 사회 환원 활동도 펼치고 있다. 장애인을 고용해 일자리를 나누고 작년 11월에는 아름다운 재단과 기부협약을 체결해 나눔을 실천하고 있다. 협회나 단체를 지원하는 벤처기업문화도 수상하기도 했다. 직원들과 사회에 대한 감동을 주는 행사를 만들어 가고 싶다.



플래시 카드 분야에서도 국내 1위를 목표로 하고 있다. “HDD가 낸드플래시 SSD로 교체되면서 2013년 가파른 성장세를 주도할 것으로 보여 SSD 사업부문 기술투자를 확대할 계획입니다. 특히 올 1월부터 SSD에 관세 부과가 결정되면서 국내산일 경우 더욱 경쟁력이 생깁니다.” 최 사장은 SSD의 경우 내년부터 이익이 발생하기 시작해 큰 폭의 성장세가 기대된다고, 메모렛월드의 차기 ‘먹을거리’가 될 것으로 기대하고 있다. 국내 USB메모리 시장을 선점한 메모렛월드가 SSD 분야에서도 리딩 컴퍼니로 우뚝 서기를 바라본다.