

정문 30年사



TOP & GLOBAL

세상을 여는 미디어, 정문의 30년이 함께해 왔습니다.







그림으로 보는 정문 30년사



국내계열사



제이엠텔레콤(JMT)

JMI의 미래, IT산업을 이끌고 있는 JMT는 정보통신 부문의 종합 EMS(Electronic Manufacturing Services)사업을 진행하고 있습니다. 우수한 설비와 기술을 기반으로 고품질의 제품의 생산하고 있으며 현재 중국 해외 법인(정문전자유한공사)에서도 공동 진행하고 있습니다. 경쟁사보다는 늦게 LCD생산을 시작 했지만, 결코 뒤지지 않는 생산성 향상과 제품의 질적 향상을 이루었습니다.



정문출판(JMP)

JMI의 모체가 되는 정문출판은 30여 년의 전통을 자랑하는 전문 인쇄 업체입니다.



비손시스템

SI 업체로 컨설팅 및 프로그램 개발 관련 업체로 고객가치의 극대화, 업무 효율화 및 경비 절감, 기업의 효율적인 생산활동 지원 및 기업환경 개선, 사용자의 편리성과 업무 효율화를 돕고 있습니다.



(주)엑선

(주)엑선은 2004년 MST사와 제품공급에 대한 전략적 제휴를 맺고 반도체 산업에 진출하였습니다. 국내 유일의 Air chiller 생산 기업인 엑선은 삼성전자, 하이닉스, 동부하이텍 등 종합반도체회사와 국내 20여개의 반도체 부품 및 장비 회사와 비즈니스를 펼치고 있습니다.



(주)텔인포스

유무선 통신시스템을 개발한 기반 기술을 바탕으로 최근의 기술 발전 방향인 임베디드 리눅스, ARM 코어 기반 하드웨어 플랫폼 등을 이용한 멀티미디어 단말기 개발 및 무선 랜을 포함하는 유무선 통신시스템 설계 기술을 상호 유기적으로 결합하여 유무선 통신시스템 기술과 멀티미디어 단말 기술을 융합 (Convergence) 하는 제품

해외 법인

성공적인 내수시장의 확보를 바탕으로 GLOBAL 경영체제를 지향하는 JMI는 2001년부터 미국(멕시코)을 시작으로 중국(소주/위해)은 물론 최근에는 슬로바키아에 현지법인을 설립하였습니다. 국내 미디어/디스플레이 분야 선두기업 JMI! 이제 세계 속의 JMI로 거듭나겠습니다.



JMI SK s.r.o (슬로바키아)

설립일 : 2004년 7월

주요사업 :

- Printing
- Kit A'ssy

주요거래처 :

삼성전자(SHE), 대우, 성지



JMT SK s.r.o (슬로바키아)

국내 제이엠텔레콤(주)가 출자한
슬로바키아 해외법인으로
유럽 LCD TV 시장 선점을 위하여
LCD Panel module 생산



PT. JMIN (인도네시아)

설립일 : 2006년 4월

주요사업 :

- CD Replication
- Kit A'ssy

주요거래처 :

삼성전자(SEIN), YUCHA 외



정문전자유한공사(중국/소주)

설립일 : 2002년 11월

주요사업 :

- LCD Panel module
- 반도체 module
- MS AR/Printing

주요거래처 :

삼성전자(AM LCD/반도체사업부)



정문전자유한공사(중국/위해)

설립일 : 2004년 2월

주요사업 : - Kit A'ssy

주요거래처 : 삼성전자 프린팅(사)



JMInformation,INC /미국 JMIMX S.A de C.V / 멕시코

설립일 : 2001년 10월

주요사업 :

- MS AR / MS Embedded Store
- Printing
- Kit A'ssy

주요거래처 : MS, LG, HP, ASUS 외

1,443^명

종업원 수

1976년 정문사에서 출발한 JM은 2007년 현재 본사에만 총 143명의 종업원이 근무하고 있다. 정보통신사업(JMT)의 시작으로 회사가 분사(分社)되며 2000년에는 종업원 수 430명까지 늘어났다. 또한 2001년 미국 법인을 시작으로 해외법인의 설립이 가속화되면서 해외 법인에 근무하는 종업원의 수는 총 1,300명에 달한다. 해외 법인의 인원은 현재에도 증가하고 있는 추세이다.

12,603^{백만원}

수출 실적

1993년 5억 1,500만 원에서 시작한 JMI의 수출 실적은 2007년에 126억 300만 원을 달성했다. 2002년과 2003년에 최고 수준의 수출 실적을 달성한 후, 국내 거래처의 해외 진출이 가속화되면서 국내에서 공급하는 수출 물량은 감소세이나 각 해외 법인이 현지 공급을 담당하고 있다.

9개

계열사 편입

1998년에 JMT 설립, 2001년에는 미국 법인이 설립되었다. 이후 미디어체인과 액션 등의 계열사와 중국 소주 법인(정문전자유한공사), 위해 법인(위해정문전자유한공사), 슬로바키아 법인, 인도네시아 법인을 추가 설립하여 JMI 모기업 외에 총 9개의 계열사를 거느리고 있다.

산자본 보는 정문 30년사

158,031백만원

매출 실적

매출 실적은 꾸준히 증가하여 1993년에 34억 6,300만 원, 2007년 현재 JMI와 해외법인을 합쳐 총 매출이 1,580억 3,100만 원에 이른다. JMI는 2001년부터 해외 현지법인을 설립하면서 현지 공급을 담당함은 물론, 현지 시장을 공략하여 매출을 증가시키고 있다. 최근 가장 괄목할 만한 곳은 중국 소주 법인(정문전자유한공사)으로서 기존 LCD 모듈 사업 외에 2007년 하반기에 삼성전자와 반도체 모듈 공급 계약을 추가로 체결하면서 매출의 급신장세를 보이고 있다. 현재까지는 중국 소주 법인만 1년에 한 번씩 JMI 본사와 연결 재무제표를 작성하고 있으나 2011년에는 국제회계기준(IFRS) 도입이 예상되면서 모든 해외 법인과의 연결 재무제표가 예상되고 있다. 그만큼 국내는 물론 해외 법인의 향방이 매출의 중요한 요인으로 작용할 예정이다.

40 회

수상 내역

1993년에 현대전자 대표이사로부터 <표창패 우수상>을 수상한 이후 삼성전자, 문화체육부, 대한 인쇄문화협회 등의 발령청에서 다수의 상을 수상한 바 있다. 1998년에 JMI 정광훈 회장이 대통령으로부터 민주평화 통일자문회의 위원으로 위촉되었으며, 이후 <성실납세 대통령상> 또한 수상하였다. 더불어 JMI 기술연구소의 활약에 힘입어 2000년 과학기술부로부터 <DVD Disc 제조 국산 신기술 인정상>과 <IR 52 장영실상>을 받았으며, 같은 해에 산업자원부로부터 <부품·소재 기술상 장려상> 등 화려한 수상 실적을 기록하고 있다.

72,000 천원/년

120 시간/년

사회봉사

정광훈 회장을 비롯하여 많은 임직원들이 설립 이래로 나눔의 삶을 실천하고자 봉사의 시간을 갖고 있다. 동신대학교, 한일장신대학교, 영광염산전자공고 등에 장학금과 불우이웃성금을 꾸준히 기부하고 있으며, JMI의 임직원들은 삼성전자 협성회와 함께 매월 셋째 주에 봉사활동을 진행하고 있다. 또한 코스닥이 주최하는 안면 기형 어린이를 지원하는 행사에도 매년 참여하고 있다. 이와 더불어 사내 동호회인 <사랑 나눔 동호회>를 결성해 불우이웃에 대한 관심과 사랑을 실천하고 있는 중이다.

27^건

특허 보유 현황

JMI 기술연구소는 2000년에 <디브이디 디스크의 데이터 기록 및 재생 방법>에 대한 특허를 출원한 이후 광디스크, 도광판 등에 관한 수많은 특허를 보유하고 있다. JMI는 현재 국내 특허 15개, 해외 특허 1개 등은 물론, 상표와 디자인에 관한 특허를 다수 보유하고 있다.

산자본 보는 정민 30년사

286,500^{천개}

CD 생산 수량

JMI의 마이크로소프트 AR 사업은 1993년부터 시작되었다. 그러나 당시는 MS OS가 CD로 공급을 시작하면서 외주를 통해 진행하였다. JMI에서 본격적으로 CD 자체 제작을 시작한 것은 1996년부터였다. 그해에 200만장을 시작으로 11년 후인 2007년 현재에는 2억 8,650만의 제작을 기록하고 있다.



도전의 30년 초일류 JMI로 거듭나길 JMI를 넘어 세계로

기업이 가지고 있는 힘은 사람들과 만들어가는 미래에 대한 비전이라고 생각합니다. JMI 역시 창업 당시에 함께한 파트너들과 미래를 향한 꿈에 도전한 JMI인들이 있었기에 어려움 속에서도 현재의 기틀을 만들어 왔습니다. 국내 최초로 마이크로소프트사와의 AR 사업을 전개하면서 출발한 JMI는 차별화된 노하우를 통해 전문 기업으로 성장해 왔습니다. 그 와중에 경영체질 개선과 고수익 가치경영, 글로벌 경쟁력 확보 등의 꾸준한 노력을 기울여 왔으며 그러한 노력이 오늘의 JMI를 있게 하고 더 나아가 미래의 JMI를 만들 것이라는 확신을 갖고 정문 30년사를 발간하게 되었습니다.

기업사관 과거를 반추하고 우리 기업이 자리한 현재를 생각하여 새롭게 마주할 미래를 계획한다는 점에서 단순한 기업 역사의 기록만은 아닐 것이라 생각합니다. 이 책은 미디어, 디스플레이 분야의 발전 과정에 관심이 있는 후학들에게 참고자료가 될 것이며 업계의 문화를 이해하는 데도 많은 도움이 되리라 생각합니다.

종합 미디어 분야를 선도하고 있는 당사의 기술력은 이미 대외적으로 높은 평가를 받았습니다. DVD 도입 시점부터 관련 부문의 개발을 인정받아 각종 상을 수상한 바 있으며, 여러 국책 과제를 진행하면서 많은 성과도 이루어 왔습니다. 이러한 JMI의 성장사(成長史)는 모든 임직원들이 합심하여 쌓은 결과입니다. 그러나 지금의 시장 환경은 이러한 성과를 자축할 여유를 주지 않고 새로운 전략과 변화를 요구하고 있습니다. 임직원 각자의 능력과 각오를 재정비하여 세계적인 기업들과의 본격적인 경쟁을 준비할 때입니다.

이제 목표는 세계 일류 기업입니다. JMI는 이미 2001년부터 미국, 중국, 슬로바키아, 인도네시아 등지에 진출한 해외 법인들이 그 짧은 시간에도 불구하고 업계를 놀라게 할 만큼 높은 수익과 사업 성과를 달성해 나가고 있습니다. 더불어 JMI는 지난 세월 동안 이어 온 노사화합을 원동력으로 강한 도전정신과 창의적 사고, 혁신 의지를 발휘해 'JMI Vision 2010'을 발표했습니다. 2010년 매출 1조 원과 영업이익 1,000억 원 달성이라는 전략 목표를 이루고 미래를 선점함으로써 21세기 초일류 기업 실현이라는 비전과 지속 가능한 성장을 도모하기 위함입니다. 이러한 도전과 노력으로 JMI의 역사는 100년, 아니 그 이상의 미래를 바라보며 이제부터 다시 새롭게 뛰는 기업이 되고자 합니다. 이 모든 발자취에 지난 30년간 JMI의 발전을 위해 헌신하고 JMI를 이끌어 왔던 임직원들의 노고가 있었음을 감사드리며, 아울러 그동안 JMI를 격려하고 응원해 주신 모든 분들에게 진심으로 감사드립니다.



미디어 시대의 선두 기업, JMI의 내일을 시작하며

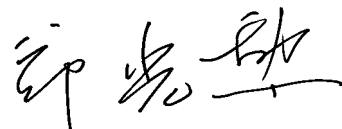
10년이면 강산이 변한다고 합니다. 그 10년 세월을 세 번이나 거듭하면서 오늘 JMI는 이 나라 경제발전의 작은 디딤돌이 되었다고 자부합니다. 당사가 창업 이래 오늘에 이르기까지 30여 년의 세월을 원만하게 맞을 수 있게 된 것은 고객 여러분, 그리고 임직원 여러분의 성원과 이끌어주심 덕분입니다. 돌이켜 보건대 지난 30년의 세월이 결코 평탄한 길만은 아니었습니다. 정치적 불안정도 있었고 사회의 변화도 있었으며 또한 적지 않은 불황의 파도도 있었습니다. 그때마다 임직원 분들의 슬기로운 노력과 회사에 대한 책임감으로 이겨냈고 발전으로 이어져 오늘에 이르렀다고 생각합니다.

또한 JMI는 창립 이후 수많은 일과 다양한 변화 속에서 빠른 성장의 길을 걸어왔습니다. 그 과정에서 체질강화는 곧 경쟁력이라는 신념으로 끊임없는 기술개발을 통하여 실력과 능력을 키우고 이를 바탕으로 부가가치를 극대화하기 위해 노력했습니다. 이러한 노력은 앞으로도 지속될 것이며 안정된 경영을 바탕으로 회사의 모든 역량을 결집하여 중단 없는 성장 정책을 추진할 것입니다. 앞으로의 경영환경은 지금보다 더 빠른 변화와 심화된 경쟁 속에 놓이게 되므로 지식경영을 바탕으로 끊임없는 개선, 개발, 혁신도 꾀할 것입니다. 오늘의 좋은 여건에 안주하다가는 어떤 우량기업도 내일을 기약할 수 없습니다. 항상 내일을 준비하는 기업만이 살아남을 수 있습니다.

그 동안 우리 JMI는 신규 투자와 사업 확장 등으로 계속 전진해 왔습니다. 또한 앞으로도 더욱 체질을 개선하고 강화하며 무엇보다 인간을 아끼고 인류를 사랑하는 기업이 되고자 노력할 것입니다. 그것은 바로 지난 30년 동안 JMI를 애써 가꾸어 주신 분들의 존귀한 노고와 사회에 대한 보답의 길일 것이며 이는 곧 국가 산업 발전에 기여하는 뜻이기도 할 것입니다. 무엇보다 지금 이 순간에도 회사 업무에 전념하고 계신 임직원 여러분과 업무에 충실할 수 있도록 가정에서 보이지 않게 성원해 주시고 내조해 주시는 임직원 가족 여러분께 심심한 감사의 말씀을 드립니다. 그러한 노력들이 없었다면 아마도 오늘의 JMI는 존재하지 않았을 것이며 이것이 그동안 30여 년의 역사 속에서 JMI가 성장할 수 있었던 원동력이라 생각합니다. 과거에도 그랬고 현재에도 그러하듯이 시대를 앞서나가는 기업, 미디어 시대를 이끌어나가는 선두기업으로서 우리 JMI는 미래를 향해 그렇게 전진할 것입니다.

감사합니다.

JMI주식회사 회장 정광훈



목 차



■ 그림으로 보는 정문 30년사

■ 숫자로 보는 정문 30년사

■ 발간사

■ 기념사

■ JM Photo Essay _____ 16

■ JM 발자취 _____ 60

제1장

태동기 : 창립과 기반 구축

제1절 창업 당시의 시대적 배경 _____ 66

제2절 창업주 정광훈 회장의 발자취 _____ 73

제3절 정문출판사의 태동 _____ 79

제4절 정문출판주식회사로의 법인화 _____ 85

제2장

성장기 : 미디어 전문 기업으로의 변모와 새로운 도전

제1절 디지털 미디어 전문 기업으로서의 첫출발 _____ 96

제2절 섬김과 믿음을 실천하는 기업 _____ 108

제3절 고속 성장과 사세 확장 _____ 115

제4절 종합 미디어 시장 선도를 위한 노력 _____ 126

제3장

제1도약기 : 글로벌 전진기지를 위한 초석

제1절 변화하는 기업 환경과 개방화 _____ 142

제2절 수출 시대를 여는 참병 _____ 151

제4장

제2도약기 : 미래 가치를 위한 첨단 기술 개발

제1절 변화와 혁신으로 경영 체계 개선 _____ 176

제2절 21세기 정보화 산업의 주역으로 우뚝 서다 _____ 189

■ JM 현황

제1장 JMI

제1절 기업 개요	208
제2절 인사관리	211
제3절 생산 및 품질 관리	222
제4절 연구 개발	232
제5절 JMI Vision 2010	239

제2장 JMP(정문출판)

제1절 인쇄와 미디어 산업	246
제2절 인쇄 출판 문화의 새 장을 열다	252

제3장 계열사

제1절 제이엠텔레콤(주)	262
제2절 비손시스템	275
제3절 (주)텔인포스	285
제4절 (주)엑션	289

■ 부록

그룹 C.I.	296
임원현황	297
JMI 조직도	298
연혁	300
수상실적	301
정관	302
대차대조표	313
손익계산서	317
자본금 변동 상황	320
생산설비 현황	321
관계회사 현황	322
해외법인 재무상황	323
편찬후기	326

JM PHOTO ESSAY



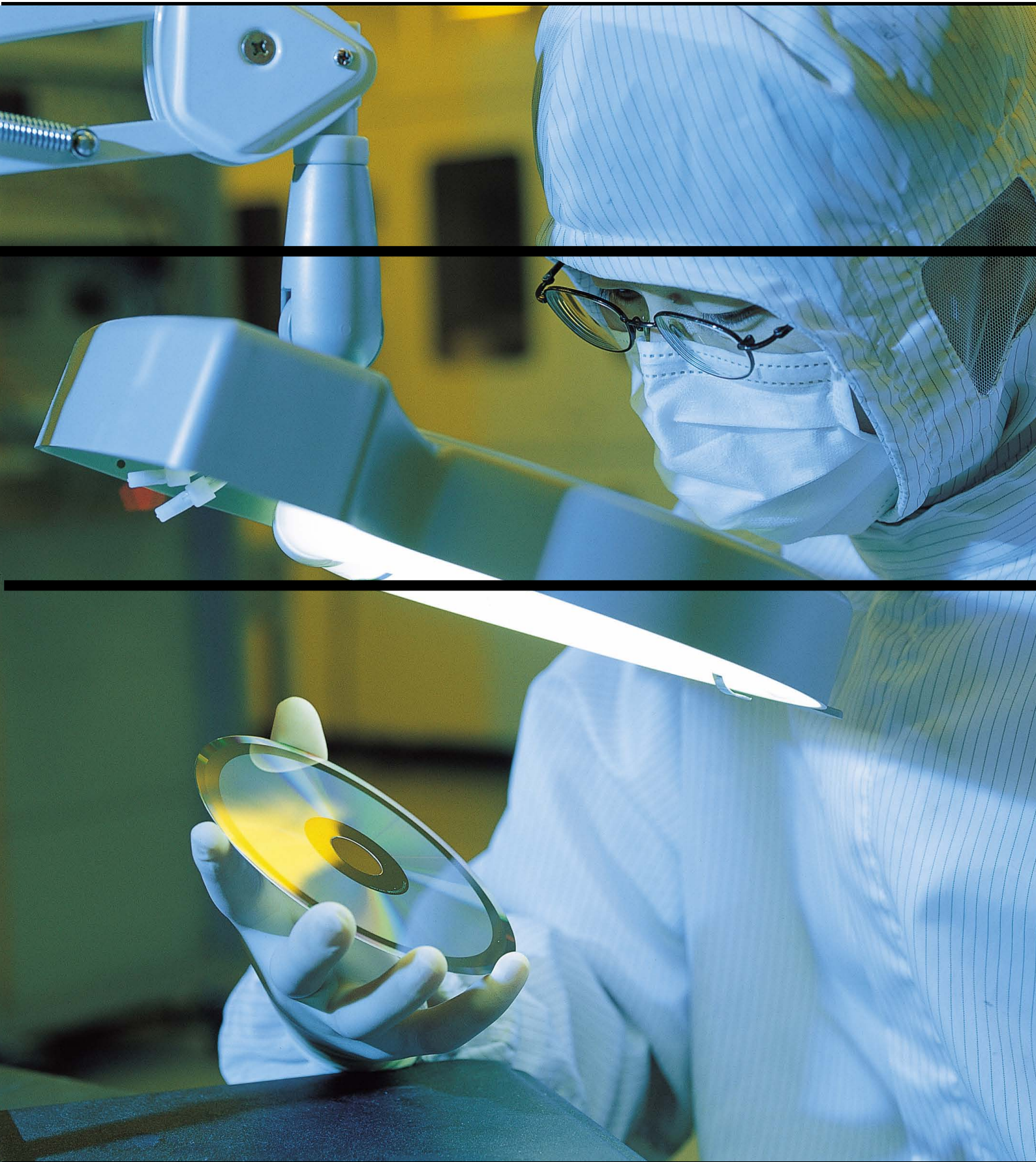
차세대 글로벌 리더, JMI

제이엠아이(주)는 국내시장의 성공을 토대로 선진 기술과 노하우를 집약하여 이제는 세계시장을 공략하고 있습니다.

글로벌 경영체제의 구축과 적극적인 비즈니스를 통해 국제시장에서도 그 경쟁력을 확보해 나가고 있습니다.

JMI가 전 세계 미디어 시장의 차세대 글로벌 리더로 앞서 가겠습니다.

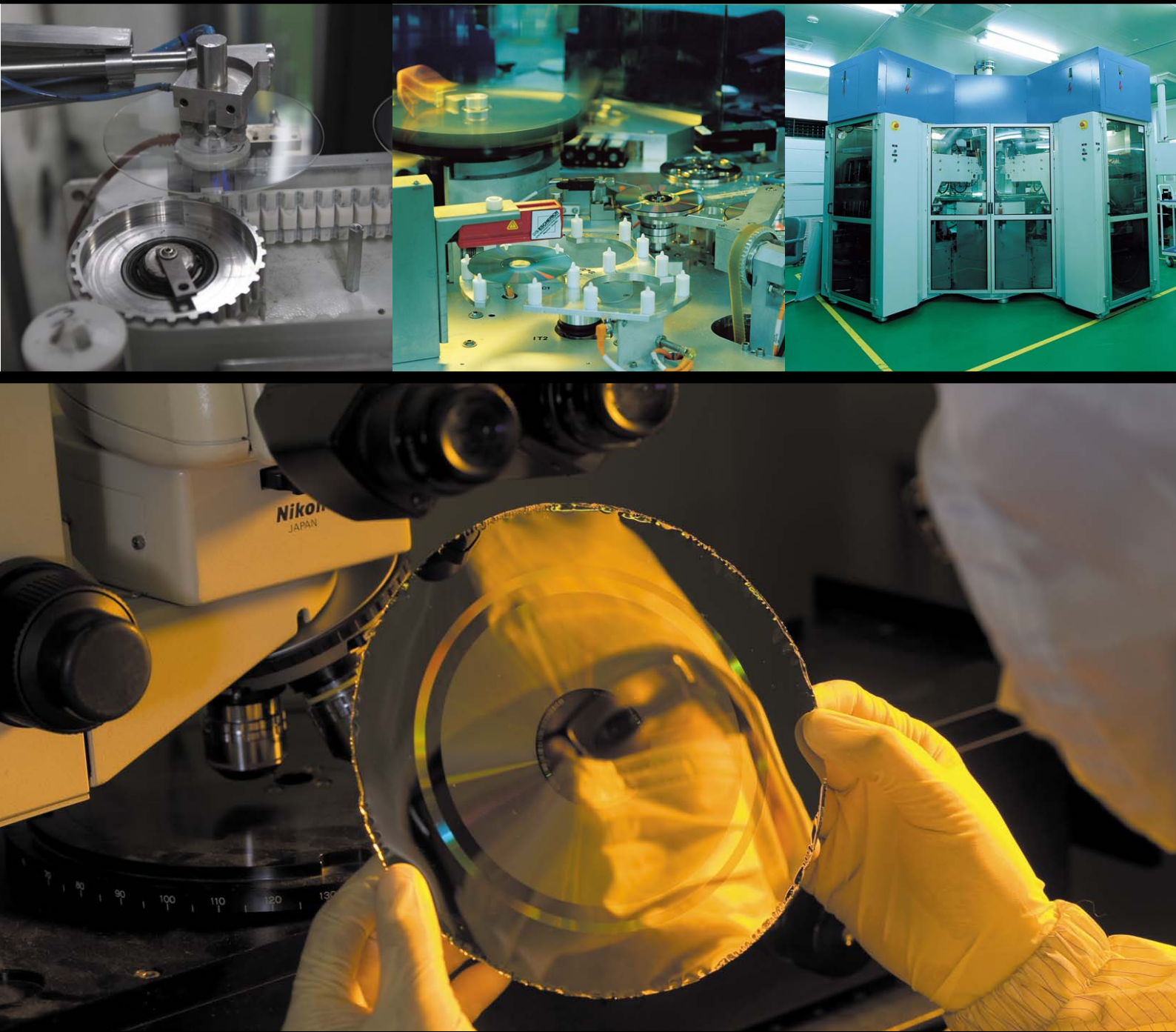




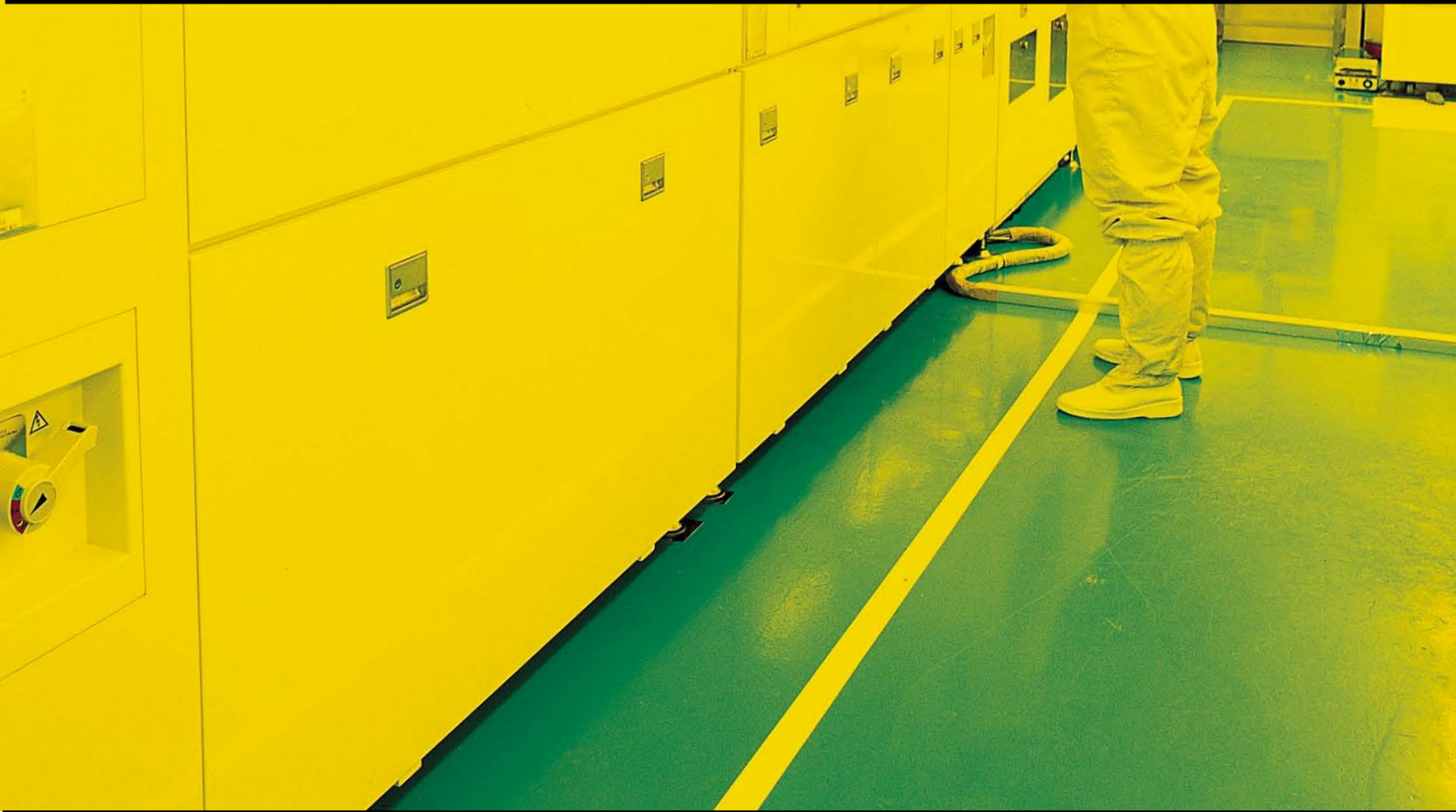
세계 최고를 지향하는 차별화된 미디어 기술과 노하우의 산실, JMI

1997 기술연구소를 설립, 2년 이상의 연구 과정과 57억원의 개발비를 투자하였으며,

‘고배속 드라이브 기능 점검용 DVD ROM Disc’ 와 DVD 스택퍼를 개발하였다.









국내 최초, 최고를 자랑하는 미디어 기술

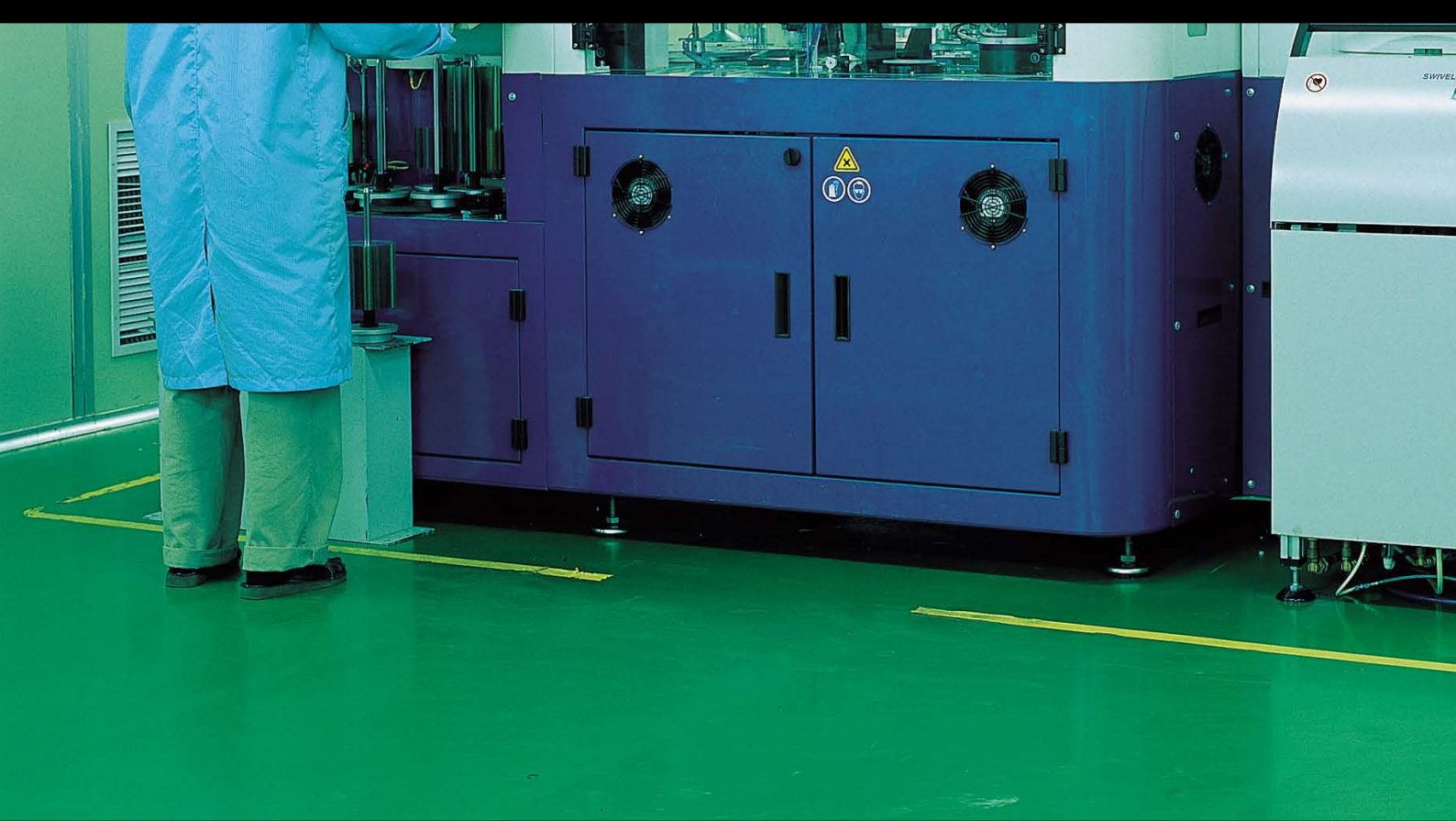
JMI는 2004년 12월 국책 사업으로 진행되었던 'Blu-Ray Disc'를 국내 최초로 개발, 차세대 광학 저장매체의 역사를 새롭게 썼습니다. 또한 CD & DVD 미디어 제작의 핵심기술인 Stamper 기술은 특허를 획득, 국내 최고의 위상을 확고히 하고 있습니다.

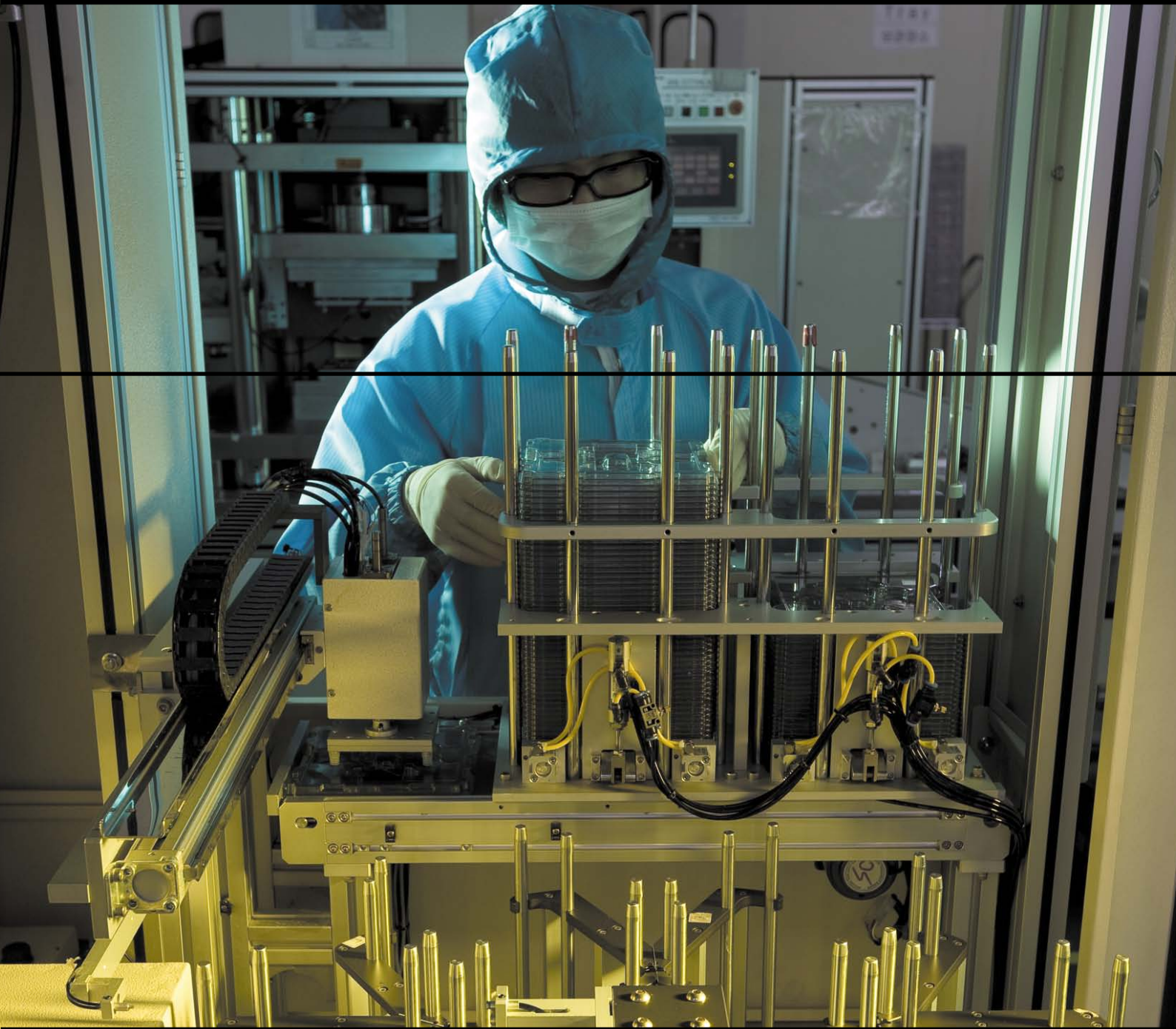


차세대 광학 저장매체의 상징, 블루레이 디스크의 개발을 성공시킨 JMI

블루레이 디스크는 직경 120mm 크기에 25GB의 데이터 저장용량을 가진 광학저장매체로 기존 DVD보다 5배 이상의 저장 용량을 갖고 있으며, FullHD 화질의 동영상을 2시간이상 저장할 수 있는 차세대 광학저장매체이다.

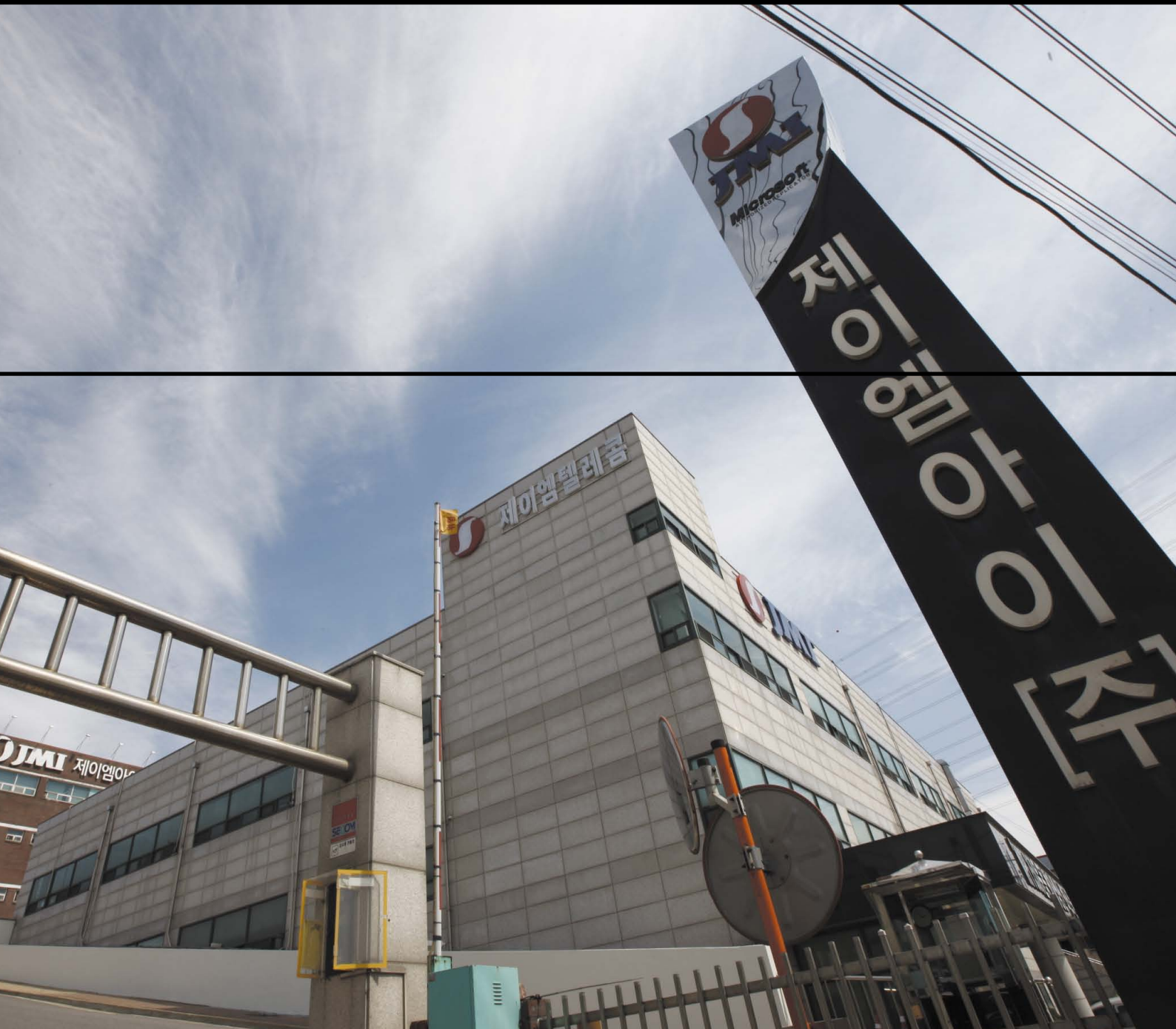






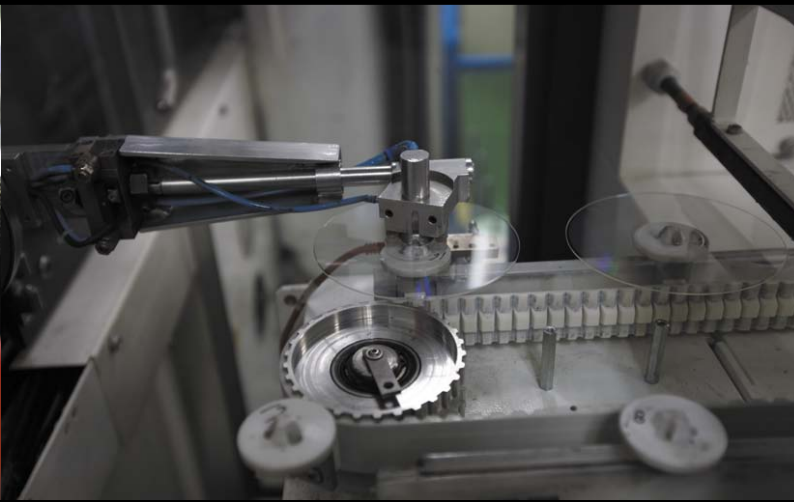
국내외 최대 생산 라인과 하이테크 디지털 기술로 품질 1위를 지켜가는 JMI

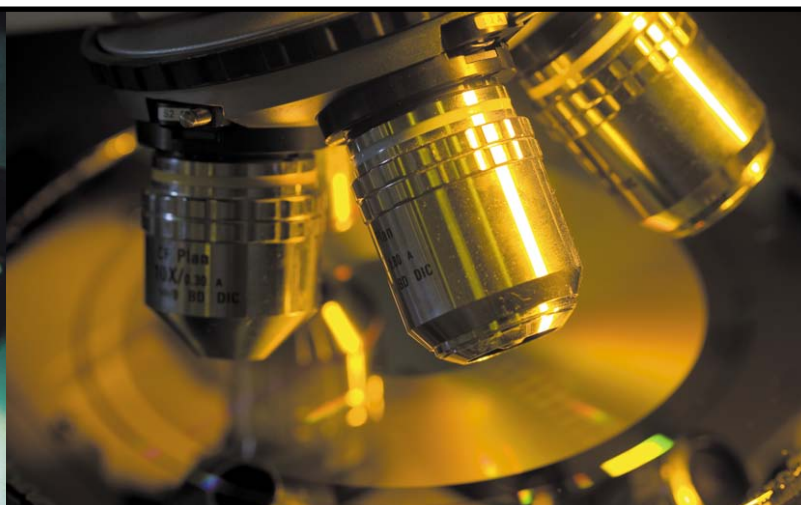
21세기 프론티어 국책 사업의 일환으로 '나노 메카트로닉스 기술 개발 사업'의 세부 주관기관에 선정되었다.
미디어 생산 관련 노하우와 연구진들의 노력에 따른 획기적인 성과로서 새로운 저장매체 개발이라는
중요한 의미를 지니고 있다.

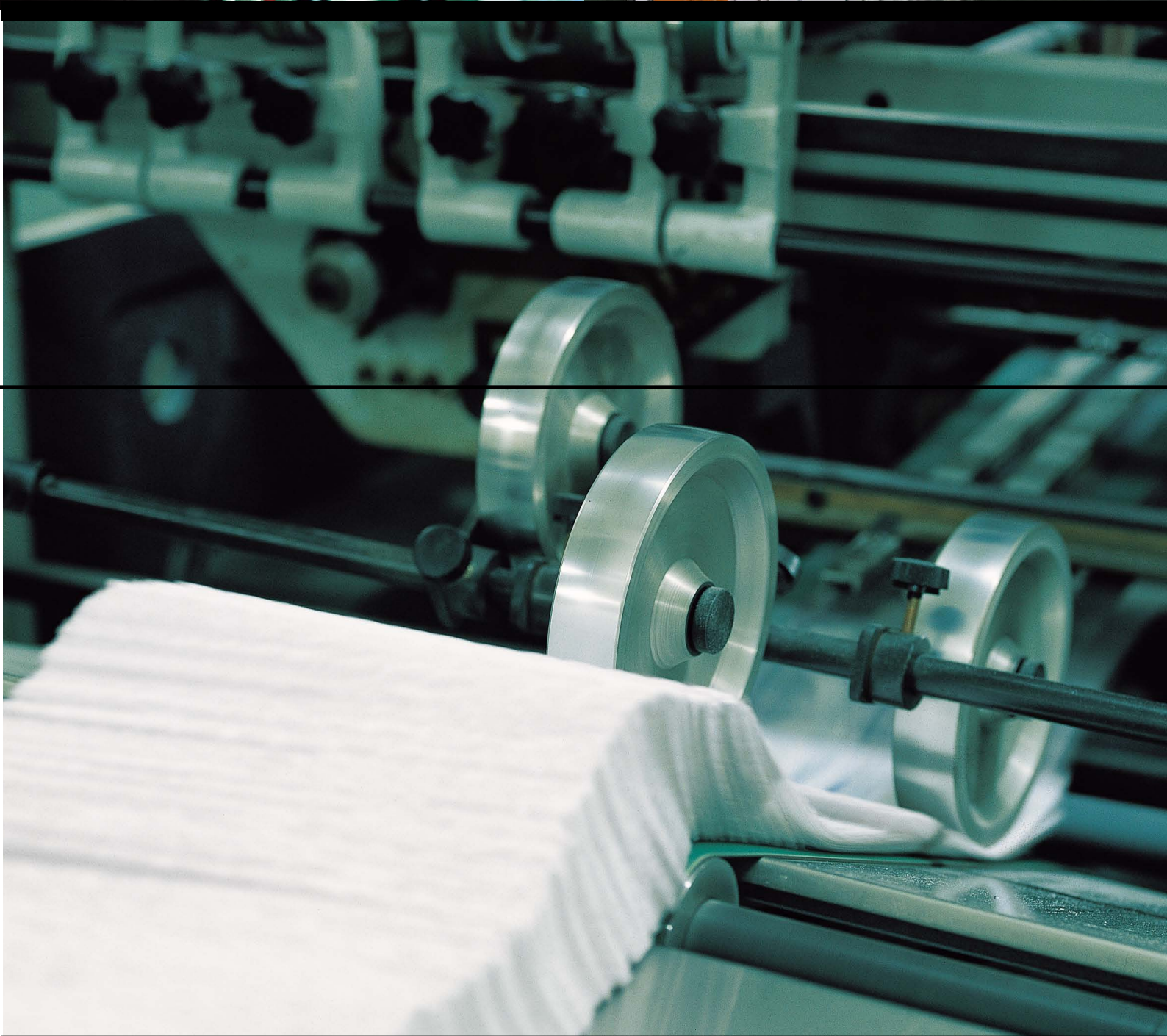
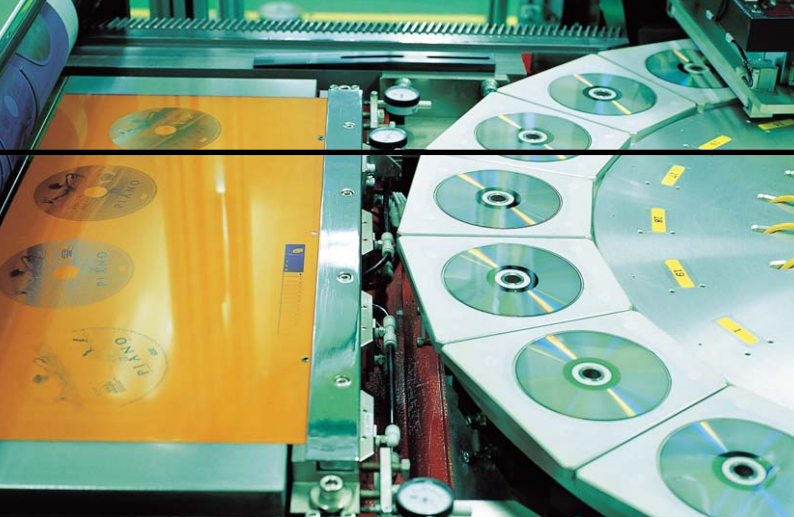


생산량과 기술을 겸비한 미디어 토털 솔루션

JMI는 미디어 인쇄는 물론 MS OS S/W, 영상, 음반 매체의 생산 공정과 유통에 필요한 토털프로세스를 통해 최고의 솔루션을 제공합니다. JMI의 미디어 사업은 국내의 최대 생산 라인을 통한 생산량 1위, 하이테크 디지털 기술을 통한 품질 1위를 자랑하고 있습니다.



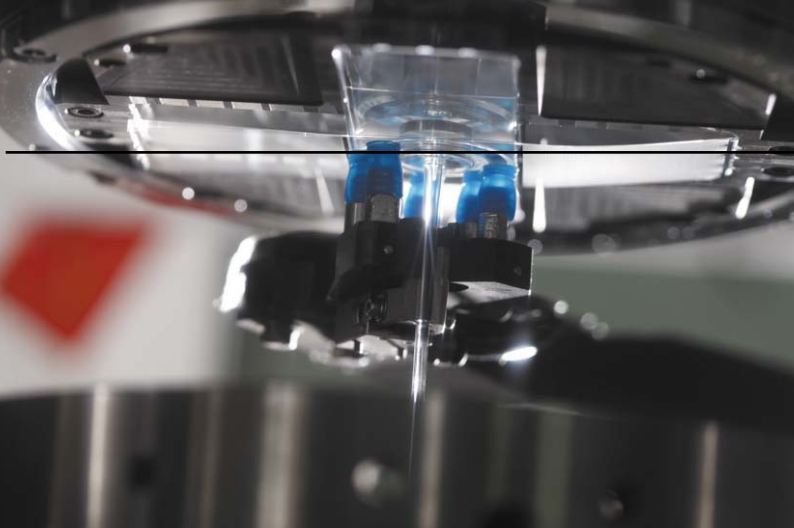




토틸 프로세스를 완비한 원스톱 서비스

미디어 전문 업체 JMI는 최고의 기술력과 설비를 갖추고 철저한 품질과 납기관리에 만전을 기하며 미디어 기술 개발에서부터 라이선스, 제작, 포장, 납품 등에 이르는 토틸 프로세스를 제공함으로써 One-stop 서비스를 지향하고 있습니다.

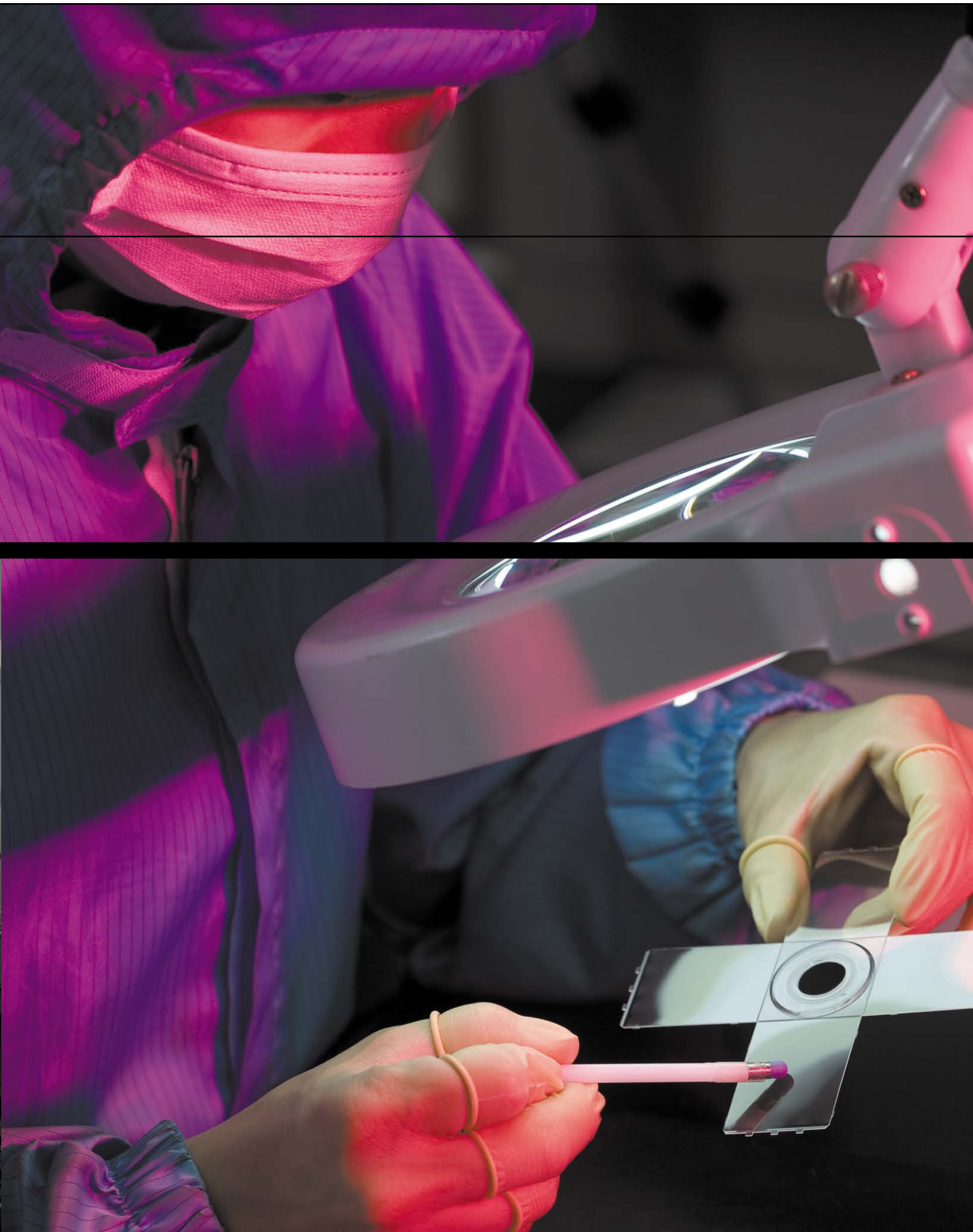




새로운 성장 동력, 도광판(LGP)사업

제이엠아이는 2004년 하반기부터 신규 사업으로 준비해 온 도광판(LGP/Light Guide Panel)에 대해 모든 양산 설비를 갖추고 본격 생산 체제에 돌입하였다.







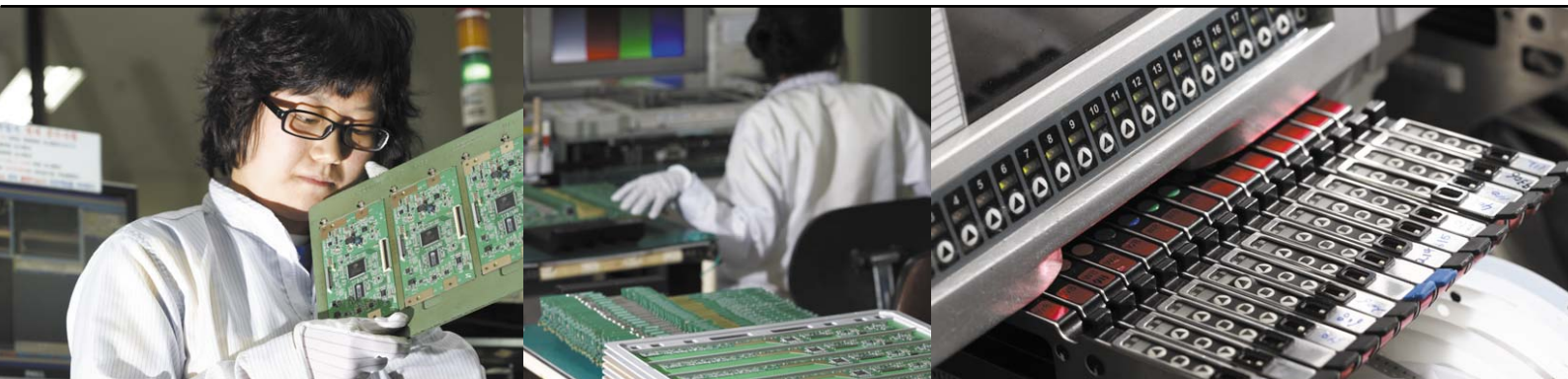
감동이 있는 최고의 품질과 서비스, JMT

제이엠텔레콤(주)의 기업 정신은 '하나된 경영'입니다. 이는 최선의 서비스로 최고 품질의 제품을

공급함으로써, 고객은 물론 임직원들과 행복을 함께 나누고자 하는 '나눔의 정신'과

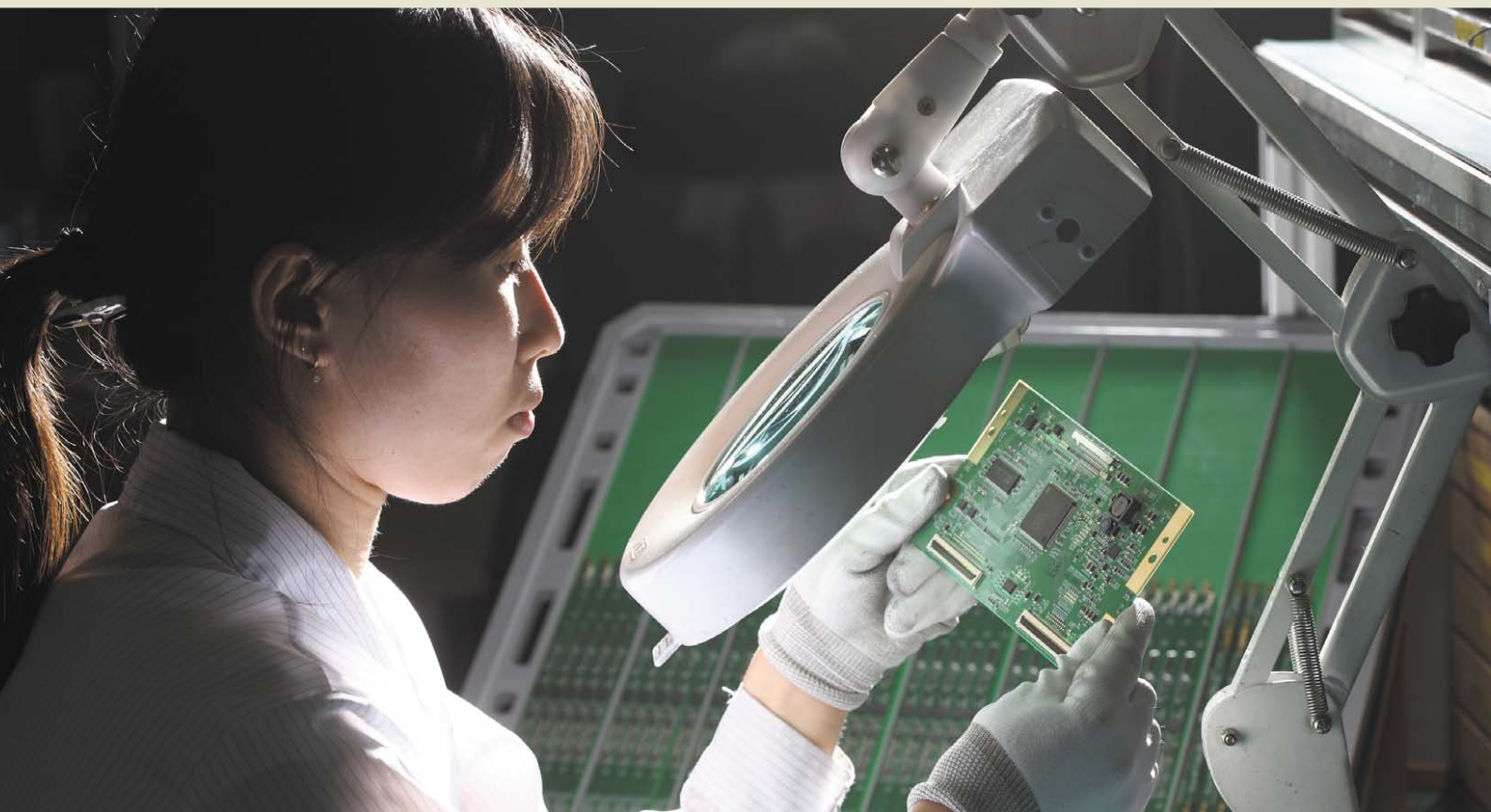
'모두가 하나'라는 공동체 의식이 결합된 표현으로 고객 감동을 실천하고자 하는 JMT의 마음입니다.

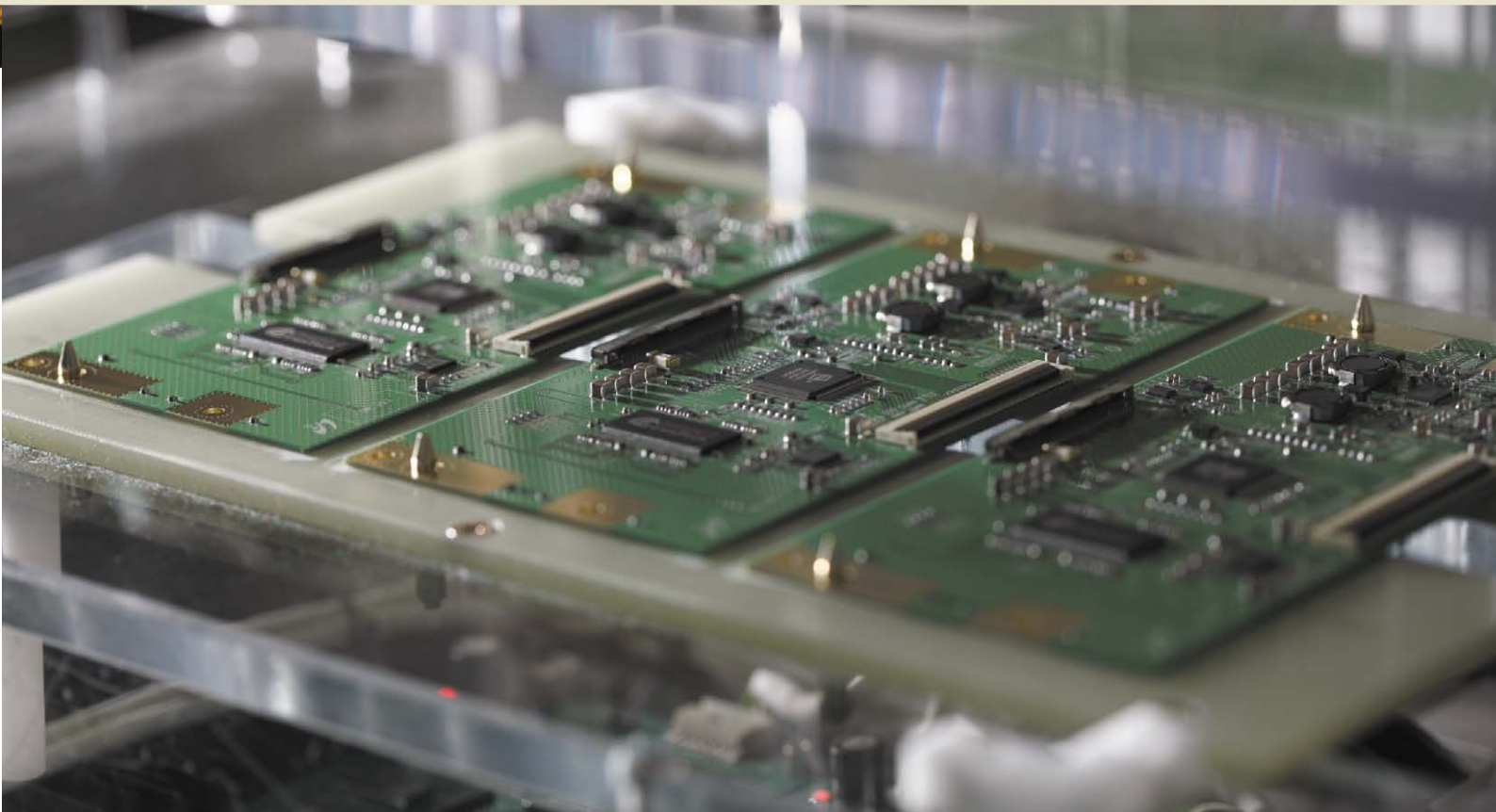




고품질의 하이테크 디지털 기술

JM의 미래, IT 산업을 이끌고 있는 JMT는 미래 지향적인 사업 시스템과 High- tech Digital 기술을 선도하며, 정보통신 부문의 종합 EMS(Electronic Manufacturing Services) 사업을 진행하고 있습니다.
우수한 설비와 기술을 기반으로 오늘도 생산성 향상과 제품의 질적 향상을 위해 노력합니다.

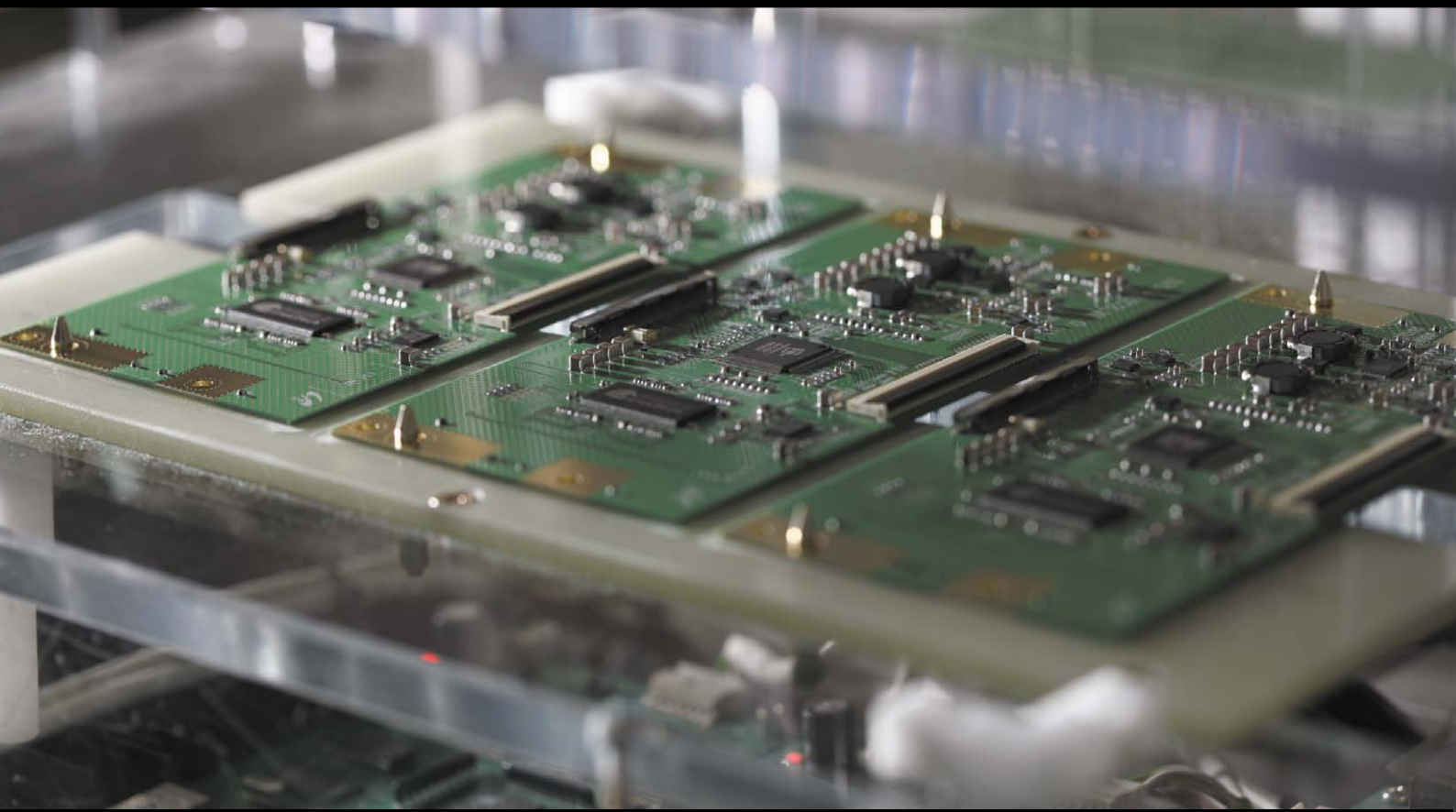


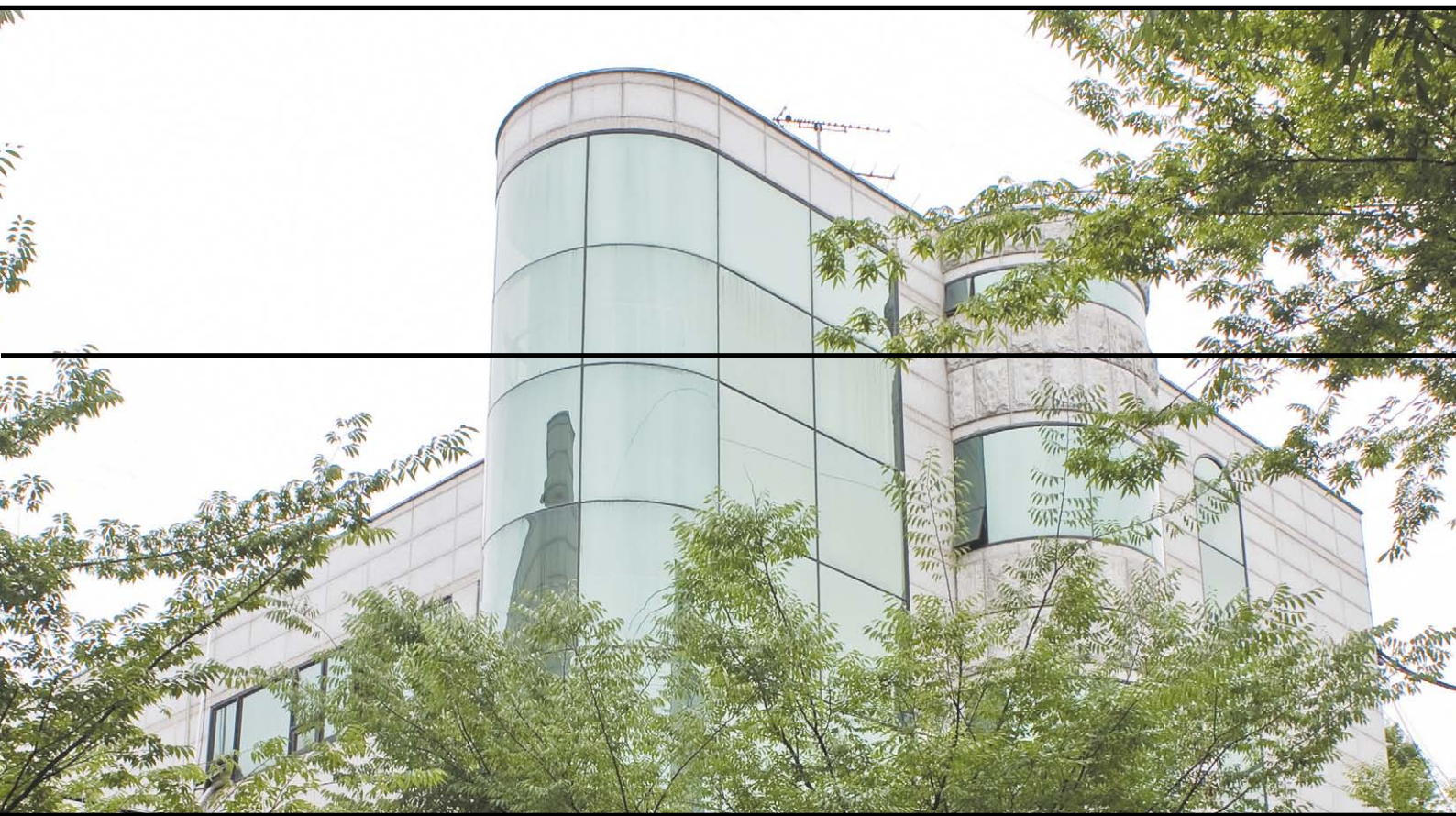




최선의 서비스와 최고의 품질로 고객 감동을 실천하는 JMT

TFT LCD Module 구동 보드, 유무선 LAN 장비, 위성 방송 수신을 위한 Set-top Box의 조립 생산을 하고 있으며
납을 전혀 사용하지 않는 PB-Free 기술 적용을 위한 기술력 확보와 장비 투자를 진행하고 있습니다.





30년 전통의 JMI 모체, 정문출판

JMI의 모체가 되는 정문출판은 30여 년의 전통을 자랑하는 전문 인쇄 업체입니다.

1976년 '정문사' 라는 이름으로 시작된 이래 ISO 9002 인증 획득, 기획-편집-인쇄에 이르는
토탈시스템으로 국내 인쇄문화를 선도해 왔습니다.







JMI를 이끌어 가는 하나된 힘! JMI 시너지!

글로벌 경영 체제를 지향하는 JMI는 2001년부터 미국(멕시코)을 시작으로 중국(소주, 위해), 슬로바키아, 인도네시아에 현지법인을 설립해 나가고 있습니다.
우리나라 미디어/디스플레이 분야 선두 기업 JMI! 이제 세계 속의 JMI로 거듭나겠습니다.





세계 일류 기업을 향해
글로벌 경영 체제를 지행하는 JMI





무한 경쟁의 글로벌 세상, JMI가 앞장섭니다

“喜, 信, 共”이라는 모토를 바탕으로 JMI의 도약과 미래, 비전을 만들어갑니다.

고객과 직원 모두 즐겁고, 기술력과 경쟁력이라는 믿음의 바탕 위에, JMI의 꿈과 미래가 펼쳐집니다.

무한 경쟁력을 갖춘 JMI의 도약과 함께하십시오.









국내 최고의 미디어 전문 업체로서 위상을 떨쳐온
JMI의 지난 시간들





차세대 신기술 개발과 해외시장 개척으로
국내 미디어 업계의 위상을 드높인 JMI









미디어/디스플레이 분야의 선두 주자로 뛰어온 JMI



JMI의 미래를 열어가는 힘! JMI 피플!

JMI는 변화와 혁신, 소통, 열정을 기본 모토로 전 임직원의 역량과 마음을 모아

JMI의 내일과 세계 미디어 산업의 미래를 위해 노력하고 있습니다.

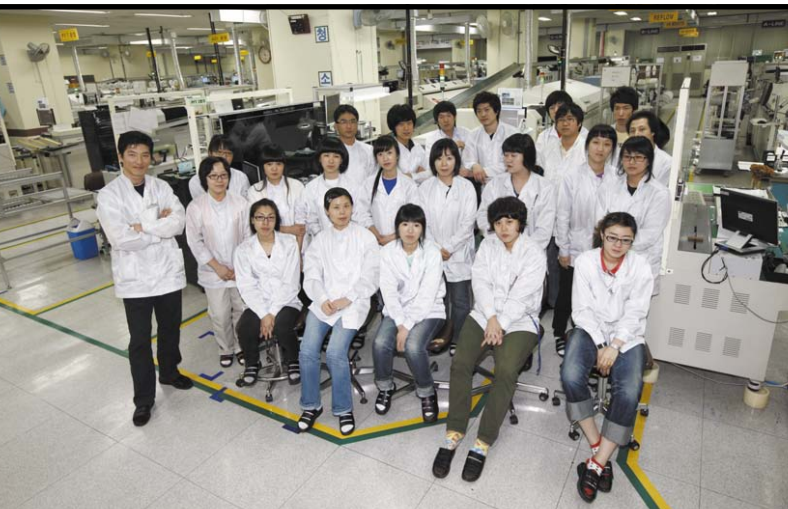
JMI People은 글로벌 미디어 산업의 미래를 열어가는 JMI의 진정한 힘입니다.







변화와 혁신, 소통과 열정으로 JMI의 어제와 오늘,
그리고 내일을 이끄는 JMI 피플



JMI를 넘어 세계로,
글로벌 미디어 산업의 내일을 열어가는 JMI 피플 파워

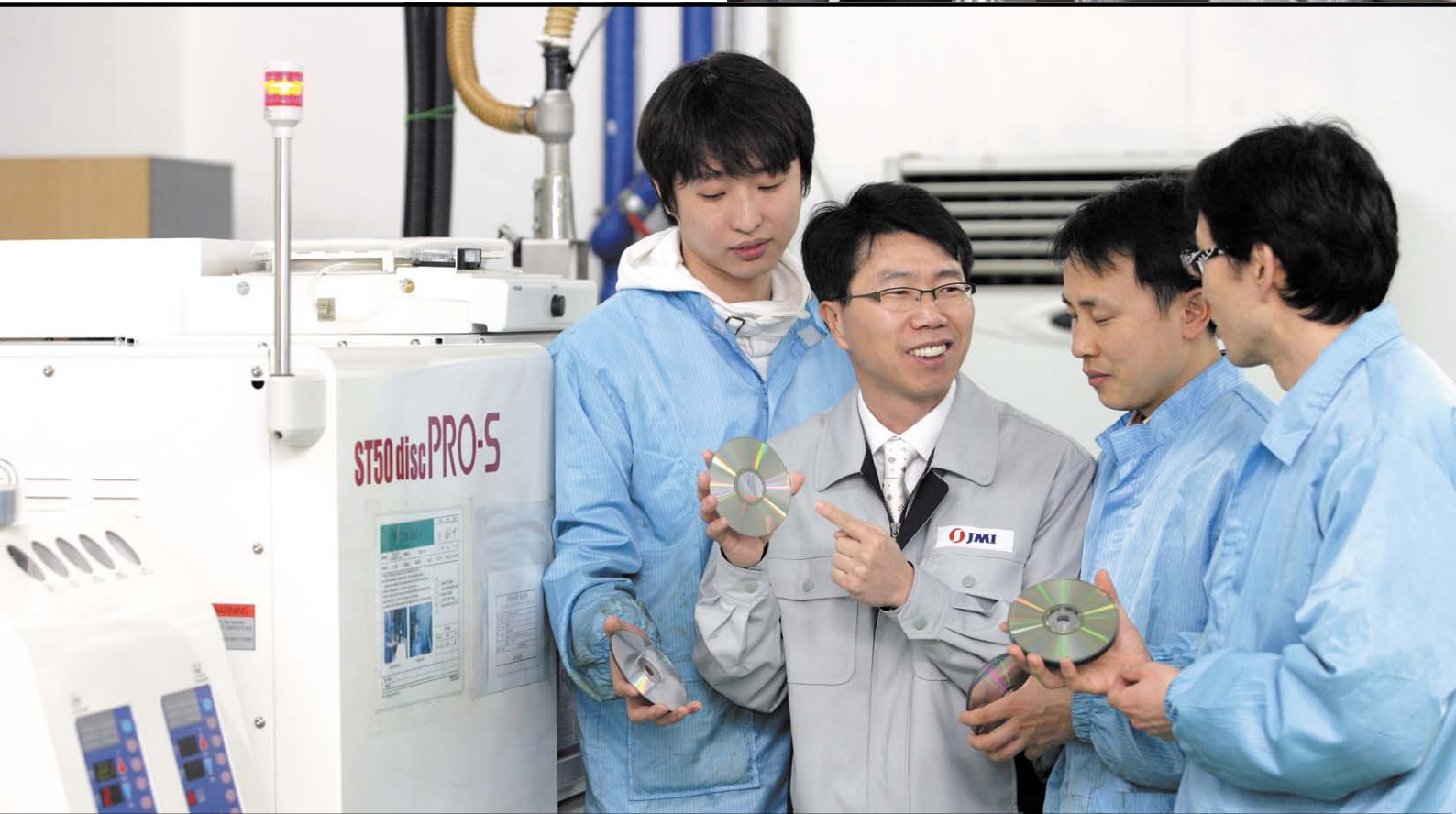
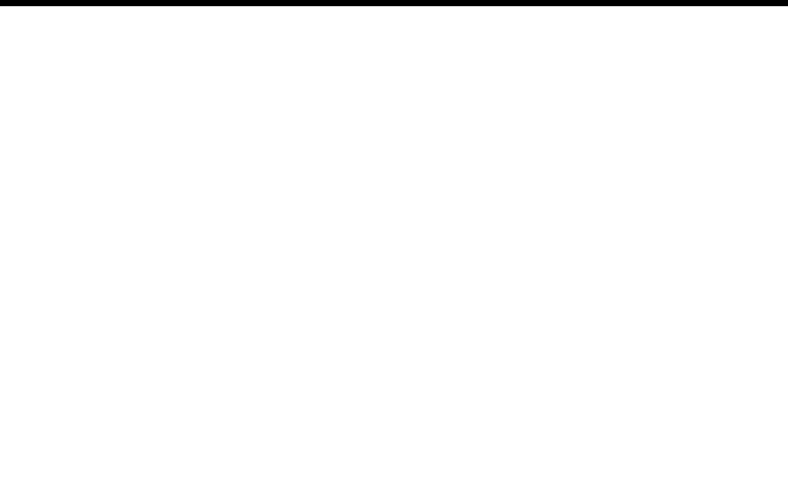




미래를 선도하는 IT 리더

이제는 IT입니다. 인쇄·출판, 미디어 사업으로 성장해 온 JMI는 첨단 IT 산업을 통해 미래를 만들어 가고 있습니다.
JMI가 보유한 IT 기술력은 국내외 특허와 실용신안 등을 통해 인정받고 있으며
IT 리더로서의 위상을 다시 한 번 확인시킵니다.





JM 발자취

제1장 태동기 창립과 기반 구축

제1절 창업 당시의 시대적 배경

1. 냉전 체제에서 데탕트 시대로

1970년대는 한반도 주변 정세에 많은 변화가 일어난 시기였다. 제3세계의 대두와 급성장 등으로 각 국가의 이해가 맞물리면서 서서히 미국과 소련 중심의 냉전 체제가 지각 변동을 일으켰기 때문이다. 이 즈음의 국제 정세는 이데올로기의 대립보다는 경제 불황을 타개하려는 국가 이익에 초점이 맞춰지면서, 기존의 미국과 구소련의 양극 체제에서 다극 체제로 변모해갔다. 끝날 것 같지 않던 베트남 전쟁이 평화 회복에 관한 파리회담을 열고 종식된 것도 이 시기였다. 제2차 세계 대전 이후 일어난 베트남전 역시 아시아 정세에 많은 영향을 미쳤다. 베트남전에 투입된 미 지상군은 54만 명, 당시 전비(戰費)가 288억 달러에 이르는 세계대전 이후 최대 규모의 전쟁이었다. 우리나라도 한국전 당시 우방국이었던 타이, 오스트레일리아, 필리핀, 뉴질랜드 등과 함께 참전했으나 결과적으로는 성공하지 못한 전쟁으로 남았다. 미군이 패망한 후 북 베트남은 남 베트남을 침공하여 사회주의 정권으로 통일하였고, 라오스와 캄보디아 역시 동반 공산화되었다. 이에 불안을 느낀 아시아 5개국이 각국의 정치·경제력 강화를 기반으로 하는 안전보장기구화 조직의 움직임을 보인 것도 이때부터다.

한편 1965년부터 베트남전에 파병한 우리나라는 군사 물자 구매, 전시 보험 수수료, 용역 계약, 군인들의 송금, 상품 수출 분야에서 총 5억 4600만 달러를 벌어들여 당시 어려운 한국 경제에 적지

않은 도움을 보냈다. 무려 13년간이나 지루하게 끝났던 베트남전은 미국 내에서 반전과 자유를 표방하는 움직임을 만들어냈다. 기존 체제에 대한 저항과 혼란스러운 시대를 반성하는 이러한 운동은 1960년대부터 전 세계로 퍼져나가 이색적이면서도 새로운 문화 형태로 자리잡았다. 당시 시대 정신을 주창하던 우리나라 젊은이들에게도 영향을 미쳐, 통기타와 포크송으로 대변되는 70년대를 장식하기도 했다.

1970년, 미국은 아시아 안보에 관한 새로운 외교 전략에 따라 우호국과의 협력을 강조하는 닉슨 독트린을 발표하였다. 아시아의 대미 의존도를 줄이고 탈아시아 정책을 표방하게 된 것이다. 이 선언을 계기로 미국은 한국전 이후 21년 동안이나 관계가 소원하던 중국과 대화를 재개하게 된다. 곧바로 소련과의 무역 협정도 체결했다. 이어 1972년 미국의 닉슨 대통령이 모스크바와 베이징을 방문하면서 미·소 간의 데탕트가 실현되고 긴장 완화 분위기가 조성되었다. 이러한 데탕트의 물결은 유럽에서도 도미노 현상을 불러왔다. 서독과 소련이 불가침 조약을 맺고 동서독이 동시에 국제연합에 가입하는 등 긴장 완화의 분위기가 최고조에 이르렀다.

남북관계에 있어서도 변화의 물결이 나타났다. 서울과 평양에서 동시에 7·4 남북 공동성명이 발표된 것이다. 남북한 당국이 국토 분단 이후 최초로 통일과 관련하여 합의 발표한 역사적인 공동성명인 셈이다. 7·4 남북 공동성명은 자주, 평화, 민족 단결이라는 3대 원칙을 밝히고 남북 양 당국이 통일을 위해 노력하겠다는 것을 국내외에 선언함으로써 대한민국 분단사에 새로운 장을 열었다. 그러나 결과적으로는 남한의 10월 유신과 북한의 사회주의 헌법 채택 등의 정치적 의도로 그 빛을 잃게 되었으니 안타까운 일이 아닐 수 없다.

2. 석유파동과 세계 불황

1960년대 후반부터 세계 경제가 불황 국면으로 접어들었다. 당시 미국은 주한미군을 감축하고 한국전 이후 꾸준히 시행해 왔던 우리나라에 대한 무상 경제원조를 중단하는 일련의 경제 조치를 단행했다. 구조적으로 대미 경제 의존도가 높았던 한국은 경제적인 어려움에 봉착할 수 밖에 없었다. 이어 1973년에 일어난 제1차석유파동으로 원유가가 네배나 오르게 되면서 서구 사회는 물론 국내 경제에도 심각한 타격을 미치게 된다. 1973년 중동전쟁이 발발하자 페르시아 만의 석유 수출

국들은 OPEC회의에서 원유 생산량을 25% 감산하고 원유고시가격을 17% 인상했다. 중동전쟁에서 석유를 정치적인 무기로 사용할 것을 선언한 셈이다. 기간산업의 대부분을 석유에 의존하고 있는 서방세계의 경제는 제품 가격의 상승으로 세계적인 불황과 인플레이션을 만연시켰다. 결과적으로 석유 파동은 선진국뿐 아니라 개발도상국의 경제성장 둔화를 가져왔다. 석유 파동으로 인해 오펙(OPEC:석유수출국기구)은 국제 석유 자본이 독점하고 있던 원유 가격의 결정권을 장악하게 되었고, 자원 민족주의를 강화시키는 결과를 초래했다.

이후 1978년 2월 OPEC은 다시 원유 가격을 14.5%로 인상하고, 이란 역시 국내 정치와 경제적인 혼란을 이유로 석유 생산을 대폭 감축시키고 수출을 중단하는 사태가 발생하게 된다. 제2차석유 파동이 시작된 것이다. OPEC 산유국의 기준 유가가 최고 59%나 폭등하고 세계경제가 극도로 침체됐다. 오이시디(OECD:경제협력개발기구) 선진국들의 경제 성장률이 급격히 떨어졌고, 특히 우리나라 총 수출의 75%를 차지해 온 최대 시장 미국의 경기 하락이 심했다. OECD 전체의 경상수지는 석유파동 이전의 흑자에서 1979년 322억 달러의 적자를 기록했고, 개발도상국들의 적자는 505억 달러로 늘어나게 될 정도였으니 당시의 경제 위기는 가히 핵폭탄 격이었다. 한국 경제 역시 제1차 석유 파동 때와는 비교할 수 없는 타격을 받았다. 한국이 2차 석유파동 당시 더 심각한 피해를 받은 것은 석유 의존도가 높은 중화학공업에 중점을 두었기 때문이다. 50년대와 60년대 석탄 중심의 에너지 소비 구조는 조금씩 석유 중심으로 바뀌어 1962년 9.8%에 불과한 석유 의존도가 1978년에는 63.5%까지 증가했다. 이처럼 우리 경제의 석유 의존도가 높아지다 보니 석유 가격의 급상승으로 인한 충격이 클 수 밖에 없었다.

석유 위기는 세계적인 경제 침체를 가져왔을 뿐만 아니라, 선진국이 자국 경제를 위해 보호무역주의를 강화하는 결과를 불러 일으키기도 했다. 결국 유가 인상과 맞물려 보호무역 장벽이 대두되는 등 세계 경제가 이중고(二重苦)를 치르게 된 것이다. 경제 성장의 둔화, 국제 수지의 악화, 물가 상승, 산업 및 고용의 둔화를 나타낸 석유 위기는 짧은 기간 동안이었지만, 전 세계에 가장 큰 영향을 미친 경제 위기였다고 할 수 있다. 이후 인류는 석유를 대체할 만한 자원에 대해 고민하기 시작했고, 한국도 오일 쇼크로 야기된 경제 혼란에서 탈피하기 위해 많은 힘을 기울였다. 두 차례의 석유파동을 겪은 한국은 이후, 지금까지의 확대 성장 위주의 노선을 수정하여 인플레 없는 안전 성장 위주로 정책 방향을 선회하게 되었다.



1970년 시작된 새마을운동은 근면, 자조, 협동을 기본정신으로 하여, 경제개발5개년계획과 더불어 우리나라 경제 성장의 원동력이 되었다

3. 1970년대 한국 경제

한국전쟁 이후 한동안 우리나라는 1인당 국민소득이 아프리카의 수많은 저개발국가를 밀도는 수준이었다. 그러나 1960년대부터 시작한 개발 정책에 힘입어 농업 국가에서 공업 국가로 탈바꿈하고 경제를 점차 회복해 갔다. 이 무렵 한국은 제한된 천연자원과 경제 성장의 경험 부족 등의 여러 불리한 조건에도 불구하고 괄목할 만한 성과를 일구어내고 있었다.

1962년부터 시작된 경제개발5개년계획은 전력과 석탄 등 에너지 자원을 개발, 확보하는데 총력을 기울였다. 이 시기의 경제 성장률은 연 7.8%를 달성하여 애초의 목표를 상회하기도 했다. 1967년의 제2차경제개발5개년계획은 화학, 철강, 기계 공업 건설에 의한 산업의 고도화와 7억 달러 수출 달성, 기술 수준과 생산성 향상에 중점을 두었다. 특히 수출지향형 개방 체제로의 이행을 적극 추진하여 수출이 크게 신장됐다. 한국은 1967년 가트(GATT:관세 및 무역에 관한 일반 협정) 가입 이후 자유무역체제를 잘 활용해 국제 사회에서 단기간 내에 성공적으로 무역을 확대하고 고도 성장을 이룩한 국가로 인식되고 있다. 1971년은 제2차경제개발계획이 마무리되는 해이기도 했는데,

수출 실적이 당초 목표했던 7억 달러를 초과하여 10억 달러를 돌파했다. 이 기간 동안 연평균 경제 성장률이 11.6%를 기록하였으니 성공적인 계획이었다고 할 수 있다. 석유 파동과 세계 불황으로 대내외 여건이 매우 나빴음에도 불구하고 한국 경제의 고성장이 가능했던 것은 오일쇼크 때문에 파생된 국제 수지 적자 문제를 해결하기 위해 수출에 더욱 박차를 가하고 자본 도입을 늘렸기 때문이다.

세계 경제 불황으로 국내 기업이 어려움에 처하게 되었을 때 정부는 1972년 긴급명령 8·3조치를 발표하기도 했다. 이른바 8·3조치는 대출 금리를 인하하고 기업들의 비과세 감면 대상을 대폭 확대했는데, 이러한 조치는 일반 기업에 대한 전례 없는 특혜와도 같았다. 즉 기업 사채의 조정, 신용 보증 제도의 확충, 각종 조세의 지원, 공금리 인하 등 기업에 대한 포괄적인 지원책이었던 것이다. 8·3조치는 60년대에 외자와 간접 금융에 의존해 이룩된 고도 성장에 따른 부작용을 제거하고 고금리의 사채로부터 기업의 부담을 경감시키려는 정부의 의지가 담긴 것이었다. 이와 때를 같이하여 정부는 1972년 제3차경제개발5개년계획을 실시하였다. 그 기본 원칙을 성장, 균형, 안정으로 하고 제1, 2차경제개발 과정에서 파생된 여러 가지 과제들을 해결해 나가며 성장 기반의 재정비를 모색했다.

1970년대 우리나라 경제지표

연도	인구(천 명)	수출무역수지(억 달러)	수입무역수지(억 달러)	경제성장률(%)	1인당 GNP
1970	32,241	8.35	19.84	7.6	252
1971	32,883	10.68	23.94	9.4	289
1972	33,505	16.24	25.22	5.1	319
1973	34,103	32.25	42.40	13.2	396
1974	34,692	44.60	68.52	8.2	542
1975	35,281	50.81	72.74	7.1	594
1976	35,849	77.15	87.74	15.1	803
1977	36,412	100.46	108.11	10.3	1,012
1978	36,969	127.11	149.72	9.8	1,396
1979	37,534	150.55	203.39	7.2	1,644

자료 - 한국은행 (주요경제지표)

한편으로는 새마을운동이라는 독특한 지역사회개발 운동으로 국가 발전을 꾀하기도 했다. 새마을 운동은 근면, 자조, 협동을 기본 정신으로 1970년 제창되었고, 71년부터는 전국적 범위로 확대됐다. 이 운동은 생활 태도 혁신과 소득 증대를 통해 낙후된 농촌의 근대화를 취지로 정부의 주도 아래 이루어졌다. 처음에는 담장 보수, 마을 진입로 넓히기 등의 농어촌 환경 개선 작업을 효과적으로 시행했지만 점차 도시 기반 조성과 경제 난국 극복의 운동으로까지 발전해갔다. 새마을운동은 그러나 관 주도로 진행되는 과정에서 국민들의 자발적인 참여보다는 정부의 개입에 의한 강제성을 띠었기 때문에 상대적으로 의미가 퇴색되었다고 할 수 있겠다.

근대화의 추진과 더불어 사회 기반시설 건설 또한 활발하게 진행되었다. 경인고속도로와 경부고속도로가 건설되고 포항종합제철공장이 건설된 것도 이 시기였다. 특히 경부고속도로는 서울에서 부산까지의 전 노선을 1일 생활권으로 묶어 건국 이래 최대의 공사로 기록되었다. 전체적으로 볼 때 1970년대는 한국 경제 도약의 발판을 공고히 다져온 시기라고 할 수 있다. 경제 발전을 아무도 믿으려 하지 않았던 세계 최빈국에서 신생 공업국의 대열에 당당히 올라섰다는 평가는 물론, 1970년대 말에는 아시아 성장국가의 모델이었던 말레이시아의 경제를 추월하기에 이르렀던 것이다. 그러나 이러한 고도성장의 이면에는 부작용도 적지 않았다. 수출 지향형 정책은 저임금 노동 인구를 양산해 빈부의 격차가 심화되었고, 공업화 위주의 정책 또한 농촌의 피해를 초래했다. 유신체제를 지탱하는 버팀목 역할을 했던 새마을운동도 70년대 말, 정부의 정책이 변경되어 농축산물 가격 하락과 돼지 파동, 쌀 수매가 동결 등의 문제가 발생했다. 이는 농가의 부채를 불러왔고, 탈농·이농 현상이 속출하는 계기가 되기도 했다. 국민총생산은 크게 늘어났지만 국민 복지와 삶의 질이 비례 발전해 왔다고 보기 어려운 것이 사실이다. 1970년대 한국은 여러 가지 과제와 더불어 성장과 분배의 갈림길에서 많은 변화를 요구 받고 있었다.

인생은 새로운 출발과 도전의 릴레이

미국 대학의 오랜 졸업식 전통 중에는 외부 유명 인사를 초청해 축사를 듣는 행사가 있다. 1900년경부터 시작된 이 전통 행사에는 대통령부터 사업가, 예술인에 이르기까지 다양한 연사들이 초대되어 왔다. 이들은 모두 새롭게 펼쳐지는 인생 항로의 도전과 출발에 대해 졸업생들에게 의미 있는 메시지를 전달해 주었다. 에드워드 호프만의 저서 <세상을 다 가져라>에도 소개된 바 있는 명사들의 졸업식 축사는 비단 학생들뿐 아니라 현대를 살아가는 모든 이들을 위한 조언이자 덕담이다. 꿈의 공장 할리우드의 대표적인 영화 감독 스티븐 스필버그는 말한다. “가장 위대한 업적은 왜? 라는 아이 같은 호기심에서 탄생한다. 마음속에 있는 어린아이를 포기하지 말라.” 상상력과 동심을 잃지 않은 이 영화 감독은 끝내 영화 <E.T>를 만들어 거장의 반열에 올랐고, 다시 한 번 미래를 향해 지금도 계속 도전 중이다.

미국 연예계 스타 중 가장 극적인 인생의 반전을 이뤄낸 사람은 방송인인 오프라 윈프리이다. 오프라 윈프리는 “우연히 일어나는 일은 없으니, 신성한 소명을 발견하고 그것에 감사하라”라고 충고했다. 가난한 빈민 출신 흑인이다 사생아, 게다가 버림 받은 미혼모였던 윈프리는 비참한 현실 속에서도 자신을 포기하지 않았고, 이제는 전 세계 1억 4천만 시청자에게 영향을 미치는 방송인이 되었다.

아울러 미 대선 후보에도 올랐던 존 매케인은 “인생의 갈림길에서, 혹은 순간순간마다 선택하는 법을 배우라”라고 권고한다. 할아버지와 아버지가 모두 사성(四星) 장군이었던 군인 집안에서 태어난 매케인은 베트남전에서 험난한 시련을 맞았다. 해군 전투기 조종사였던 그가 하노이에서 격추되어 중상을 입고 포로로 잡혔던 것. 베트남 군은 협상의 대가로 매케인을 석방하려 했으나, 그는 아버지의 가르침에 따라 협상 제의를 거절하고 만다. 매케인은 고문 당하고 5년간 독방에 감금되었지만, 결국 명예를 지키고자 했던 자신의 선택 덕분에 훗날, 영웅이 되어 화려하게 부활했다.

세월의 지혜가 깃든 인생 대가들의 언어는 이것만이 아니다. 매킨토시 개발자이자 애플사의 신화로 불리는 스티브 잡스는 스탠퍼드 대 축사에서 이렇게 말했다. “애플사에서 해고된 것은 내 인생 최고의 사건이었다. 그 일을 계기로 나는 초심자의 마음으로 돌아갈 수 있었고, 자극을 받아 최고의 창의력을 발휘하여 더 큰 성공을 거두었다. 또한 체장암 선고 후, 하루하루를 삶의 마지막 날처럼 최선을 다해 살았다” 인생은 흑자들이 말하는 것처럼 늘 출발과 실패, 그리고 새로운 도전이 되풀이 되는 레이스와도 같다. 이들의 조언이 보석과도 같은 것은 각기 자신의 분야에서 두각을 나타내어서가 아니라, 실패와 좌절의 순간을 이겨내고 현재에 우뚝 서 있기 때문이다. “펼치지 않은 꿈은 태양 아래 던져진 건포도와 같다”라는 랭스턴 휴스의 시 구절처럼, 성공을 가늠하는 것은 얼마나 많은 도전을 실행하느냐에 따라 달려 있다. 미래는 여전히 열려 있고, 우리의 역사는 아직 끝나지 않은 현재진행형이다.

제2절 창업주 정광훈 회장의 발자취

1. 출생과 성장

정광훈(鄭光勳) 회장은 1946년 10월 23일, 부친이 근무하던 전라남도 나주시 노안면 영평리 나주 대정국민학교의 사택에서 부친 정덕면 씨와 모친 오남교 씨의 장남으로 태어났다. 나주는 고려시대 때 문하시중을 역임한 정가신 외 조선시대의 신숙주, 신말주, 홍천경 등이 학문을 닦으며 교유하던 곳이다. 나주시 노안면 영평리는 문화재 자료 제 93호로 지정된 설재서원(雪齋書院)이 있는 곳으로, 정광훈 회장은 고려의 명신인 설재(雪齋) 정가신의 후손이기도 하다. 노안면 영평리는 전형적인 농촌의 공기 맑고 산세가 좋은 지역으로, 이곳에서 유년 시절을 보낸 정 회장 역시 또래 아이들이 그렇듯 친구들과 들판에서 뛰어 놀며 어린 시절을 보냈다. 금성산으로 산토끼를 잡으러 간다며 해질녘까지 귀가하지 않아 어머니의 걱정을 듣기도 하고, 마을 어귀에 있는 나무에서 은행을 따다가 구워먹는답시고 옷소매를 훌랑 태워 야단을 맞기도 했다. 동네에서도 이름난 장난꾸러기였지만, 동생들을 챙길 때는 의젓한 만형의 면모를 유감없이 발휘했다.

그러던 중 민족사의 아픈 상처인 한국전쟁은 단란했던 정광훈 회장의 일가에도 큰 영향을 미쳤다. 6·25 전쟁이 한창이었을 때 가족 모두가 피난 길에 나서다 정 회장을 잃어버린 것. 경남 하동의 악양초등학교 교장이었던 부친은 6·25 발발 이후 미처 부산으로 피난하지 못하고 인공 치하에서 생존을 위해 부득이 인민군에게 협조한 전력이 있었다. 때문에 국군이 진주하게 되면서 혹시 있을

지 모르는 보복을 피해 먼저 피신할 수밖에 없었다. 전쟁이 더욱 가열화된다는 소식을 접한 나머지 가족들은 그제서야 급히 피난길에 나서게 되었다. 세 살 터울이었던 어린 누나와 정광훈 회장은 발이 부르트도록 걸어야 했고, 겨우 두 살이었던 여동생은 어머니 등에 업혀 무작정 길을 나섰다. 그렇게 수천 명의 사람들이 때를 지어 북새통을 이룬 피난길, 갑자기 하늘에서 총알세례와 포격이 쏟아지기 시작했다. 옆에서 총탄에 쓰러지는 사람들을 눈 앞에서 목격한 피난민들은 비명을 지르며 뿔뿔이 흩어져 버리고 말았다. 그야말로 아비규환이 따로 없었다. 정 회장과 가족들 역시 이리 뛰고 저리 뛰는 사람들 틈바구니에서 우왕좌왕하다가 서로의 손을 놓치고 말았다. 이로 인해 정 회장은 가족들과 떨어지게 된 것이다.

당시 5세에 불과했던 정 회장은 가족들과 헤어져 혼자 거리를 배회하던 중, 낯선 부부의 손에 이끌려 따라가게 된다. 다행스럽게도 마침 자녀가 없던 부부는 정 회장을 아들처럼 여기고 따뜻하게 보살펴 주었다. 그러나 어린 아들을 잃어 버린 정 회장 부모의 심정은 속이 까맣게 타들어 갈 수밖에 없는 상황이었다. 어린 아들이 살았는지 죽었는지 혹은 어디서 굶고 있거나 앓는지 늘 컷전을 때리는 아들의 울음소리에 가족들은 피가 마르는 듯 했다. 하지만 전쟁의 소용돌이 속, 부모 형제의 생이별이 비일비재 했던 시절이라 수많은 고아들 중 정 회장을 찾는 일이 쉬울 리 없었다. 고향에 돌아온 정 회장의 조부와 모친은 피난길 곳곳을 찾아 다니며 정 회장을 수소문했다. 포탄과 총알이 쏟아지는 와중에도 부친이 근무하던 학교와 불타고 있는 사택을 찾아보기도 하고, 미친 듯이 사방팔방을 돌아다니기도 했지만 그 어느 곳에서도 정 회장을 찾을 길이 없었다.

그러던 중 화개 부근의 개울가 빨래터 아주머니들에게서 생김새가 비슷한 아이가 이웃 마을에 살고 있다는 이야기를 듣게 되었다. 여러 정황상 목매게 찾아 다니던 아들이 틀림없었다. 혹시나 하고 찾아가 본 그 집에서 드디어 다섯 살배기 아들과 해후하게 된 어머니와 할아버지는 어린 정 회장을 끌어안고 울음을 터트렸다. 뒷산에서 밤과 도토리를 주워 집으로 들어서다 어머니를 만난 정 회장은 한동안 영문을 몰라 멍하니 서 있다가 이내 곧 어머니를 알아보곤 닭똥 같은 눈물을 뚝뚝 흘렸다. 그렇게 경남 하동에서 고향인 나주까지 살살이 뉘지고 다닌 지 석 달 후, 정 회장은 비로서 그리운 가족들과 재회할 수 있게 됐다.

전쟁의 상흔은 비단 이일 뿐만이 아니었다. 일본강점기부터 국민학교장을 역임하던 부친은 미처 피난하지 못해 인공 치하에서 어쩔 수 없이 미미한 협조 행위를 했다는 이유로 한동안 숨어 지내

야만 했다. 모친 역시 수난을 겪었다. 교육자 생활을 할 수 없었던 부친 대신 모친이 가족의 생계를 책임지다시피 했고, 관계 당국의 조사와 고문을 묵묵히 이겨내야만 했던 것이다. 전쟁이 평범한 보통 사람들의 삶을 직·간접적으로 유린할 수 있다는 건 분명 비극이었다. 때문에 정광훈 회장은 경제적으로는 어려운 학창 시절을 보냈지만, 장남으로서 가족에 대한 책임감을 더욱 절감하게 되었다. 이러한 집안 분위기는 소년 정광훈의 성격 형성에도 많은 영향을 끼쳤다. 매사 적극적이고 명랑했던 정 회장이었지만, 자신이 바로 서지 않으면 집안을 일으킬 수 없다는 걸 항상 유념하고 있었다. 중, 고등학교에 진학 할 무렵엔 가족들의 생활도 안정을 찾아갔지만 정 회장은 안주하지 않고 미래에 대한 꿈을 키워 나갔다. 학업과 생활을 위해 자강불식(自強不息) 하는 한편, 어떤 자리에서도 없어서는 안 될 사람이 되자고 마음 먹곤 했다. 이러한 다짐은 후일 그가 사회에 나가 부딪치고 깨어지면서 사업을 일구기까지 겪게 된 숭한 시련을 이겨내는 자양분이 된 셈이다.

2. 사회인으로서의 수련기와 사업 구상

나주와 경남 하동에서 유년기와 청소년기를 보낸 정광훈 회장이 난생처음 서울로 상경한 것은 1967년경. 당시 군 제대 후 좀 더 넓은 곳에서 사회 생활을 해야겠다고 마음먹은 정 회장은 큰 누이에게 받은 800원을 들고서 무작정 서울행을 감행했다. 서울에 올라온 뒤, 낮에는 학원에서 일을 하고 밤에는 공부를 하는 그야말로 주경야독의 생활이 시작된 것이다. 버스 차비까지 아껴 가며 미래를 위해 한 푼 두 푼 저금도 해 나갔다. 그렇게 조금씩 자리를 잡아가던 정 회장에게 고향에서 들려온 소식은 절망스러운 것이었다. 서울로 상경할 때 800원을 꼭 쥐어주면서 용기를 북돋아 준 큰 누이가 폐결핵을 앓고 있다는 소식이었다. 정 회장이 방황하거나 미래에 대한 고민으로 잠 못 이룰 때마다, 늘 그의 꿈과 장래를 믿고 큰 힘이 되어 주었던 누이였다. 폐를 절개하는 수술을 앞둔 누이를 위해 고민할 것도 없이 지금까지 모아온 돈을 전부 고향으로 보냈다. 때문에 무엇보다도 당시하고 있던 학원일보다 안정적인 정식 직장이 필요했다.

그러던 중 정 회장의 성실함을 눈여겨보던 회사에서 입사 제의를 해왔다. 출판사에서 직장인으로서의 첫출발을 시작하게 된 것이다. 입사 초기에는 단순한 행정 일을 보다가 나중에는 원고가 들어오면 다시 깨끗하게 정리해서 옮겨 적는 업무를 도맡아 하게 됐다. 책 만드는 일이 적성에도 제법 맞았다. 모든 원고를 손으로 일일이 수작업 해야 했던 당시, 정 회장의 필체는 유난히 돋보였다.



1967년 서울로 상경한 정광훈 회장은 1976년 정문사를 설립, 인쇄업계에 첫 발을 내딛었다.

출판사에 들어온 원고들의 글씨체가 뒤죽박죽인데다가 알아보기 어려운 상태인 경우가 많았는데, 정 회장이 다시 옮겨 정리를 하고 나면 한눈에 쏙 들어올 정도로 깔끔해졌던 것. 주변에서는 그가 정리한 원고를 보고 정 회장이 오랫동안 서예를 배웠을 것이라고 짐작할 정도였다. 그도 그럴 것이 정 회장은 유명한 문장가이자 역사학자였던 조부로부터 글씨를 배운데다가, 교육자 집안에서 자란 덕분에 글을 다듬고 정리하는 것은 누구보다도 자신있었기 때문이다.

정 회장의 빼어난 솜씨가 소문이 나자 비교적 규모가 큰 출판사에서도 제의가 들어왔다. 시집과 학습지의 글씨를 쓰고 교정하는 일이었다. 글씨를 다듬는 것은 물론이고 잘못 쓰여진 맞춤법도 일일이 다 고쳐잡았다. 그러다 보니 점차 전문 서적의 일감이 늘어났다. 나중에는 교수들의 논문까지 맡아서 일하기 시작했고, 청탁 받는 원고의 양도 점차 많아졌다. 일감이 넘쳐 새벽을 넘기는 일이 부지기수였지만, 아무리 많은 일을 해도 피곤한 줄을 몰랐다. 이름이 알려지는 만큼 성취감도 남달랐던 것이다. 정 회장이 지칠 새도 없이 일에 몰두할 수 있었던 것은 가족들 때문이기도 했다. 가족은 언제나 그가 열심히 살게끔 만드는 동기부여의 대상이자 원동력이었다. 목돈을 마련하고자 열심히 앞만 보고 달려왔던 저변에는 시골에 살고 있는 가족들을 불러와야 한다는 일념이 컸다.

그 이듬해에는 드디어 그동안 따로 떨어져 살던 가족들 모두 서울에 정착할 수 있게 되었다. 온 가족이 함께 모여 살게 된 것이다. 정 회장이 몇 푼의 돈을 들고 낯선 서울 땅에 홀로 상경한 지 3년만의 일이었다. 정 회장의 인생에 새로운 전환이 되었던 것은 서울사대부속국민학교의 행정직에 발을 들여놓게 되면서부터다. 서울사대부속국민학교는 당시 박 정희 대통령 아들이서부터 대한민국의 내로라하는 권력자들의 자제들이 다니던 학교였던 터라 재정적으로 풍부했다. 따라서 직원들에 대한 복지나 처우 조건도 만족할 만한 수준이었다. 안정적인 직장에 등지를 틀게 되니 정 회장 역시 더욱 경제적으로 자리를 잡아갔다. 그럼에도 불구하고 이에 만족하지 않고, 학교 행정 업무를 보면서 퇴근 후엔 따로 일을 받아 원고 작업을 계속했다. 그렇게 서울사대부속국민학교에서 4년 여를 보낸 어느 날, 정 회장은 또 다른 목표를 세웠다.

이 자리에서 이렇게 안주할 것이 아니라 더 큰 일에 도전해 보고 싶다는 생각이 스멀스멀 고개를 들었다. 내 자신이 중심이 되어 주체적인 삶의 계획을 다시 세우고 내 사업을 일구어 내는 일, 그것이 정 회장의 새로운 구상이었다. 마침 서울대학교를 비롯해 각급 학교 등 할 것 없이 원고 일도 맡아 한 터라 인맥도 탄탄했다. 꾸준히 쌓아 온 신뢰와 든든한 인간 관계는 무엇과도 바꿀 수 없는 자산이었다. 그 자산을 믿고 용기를 내기로 했다. 그렇게 정 회장은 서울시 중구 을지로에 등지를 틀고 책상 하나만 놓은 채 첫 사업을 시작하게 되었다.

나눔은 세상을 아름답게 만드는 힘

세계적인 부호들의 기부 활동 소식이 자주 들린다. 무엇보다 투자의 귀재라 불리는 워렌 버핏의 35조 원 기부는, 진정한 노블레스 오블리주가 무엇인가를 여실히 보여 준다. 전 재산 중 85%에 달하는 35조 원을 자선 단체에 기부한 것이다. 굶주리고 고통 받는 이들을 위해 자신이 일궈 온 재산의 대부분을 내놓았다는 점에서 지구촌의 많은 사람들이 감동 받고 있다. 세계 1위의 재력가인 빌 게이츠 역시 꾸준한 기부 정신을 보여 온 CEO이다. 게이츠는 그동안 에이즈, 결핵, 말라리아 퇴치 등 빈곤 국가의 질병 개선에 거액의 재산을 기부해 왔다. 이에 질세라 애플 컴퓨터의 스티브 잡스, 영화배우 성룡 또한 기부 행렬에 동참했다. 할리우드의 여배우인 안젤리나 졸리는 배우 활동으로 버는 수입의 삼분의 일을 꼬박꼬박 내놓는다. 국내의 기업들도 예외는 아니다. 삼성과 유한양행도 사회 환원을 실천하고 있는 대표적인 국내 기업이다. 사회 명사들의 기부 행렬이 꼭 자발적인 것만은 아니라 할지라도, 나눔의 철학을 일깨우는 순기능을 하고 있다는 점에서 의미가 크다.

많이 가진 자들만이 기부를 할 수 있는 것은 아니다. 기독교 NGO단체인 월드비전(Worldvision)에는 날마다 수많은 편지가 도착한다고 한다. 저소득개발국가의 아이들을 국내의 후원자들과 연결시켜 주기 때문이다. 이들 후원자들은 주로 평범한 서민들로서, 한 달에 작게는 몇천 원에서부터 크게는 이만 원 정도의 액수를 기부한다. 우리나라에서는 차 한두 잔 값의 돈이 지구 다른 쪽의 어느 나라에서는 한 생명을 살리는 큰 돈이 된다. 후원자 한 명이 아프리카 땅의 아이 한 명을 한 달 동안 입히고 먹이며 공부시킬 수 있는 것이다. 후원자들은 생면부지의 저소득개발국가 아이들에게 또 다른 아빠, 엄마가 되어 그들과 애정이 듬뿍 담긴 편지를 주고 받는다. 일생 동안 행상을 하며 살아오신 할머니가 소년소녀 가장들을 위해 씌짓돈을 보내고, 폐지를 모아 생활하면서 평생 구두쇠로 사신 할아버지가 익명으로 통장을 내놓는다. 이 같이 아름다운 기부는 우리 주변에도 얼마든지 존재하고 있다.

미국에서는 기부가 하나의 문화로 자리잡은 지 오래됐다. 미국의 아이들은 유치원 때부터 기부 교육을 받는다. 교사들은 아이들에게 종이돈을 나누어 주며 각자 기부하고 싶은 곳은 어디인지, 또 그 돈을 어떻게 쓰는 것이 바람직한지를 물어본다. '어떻게 버느냐' 만큼 '어떻게 쓰느냐'는 것도 중요하기 때문이다. 작은 실천 하나하나가 모여 세상을 변화시키 듯, 작금의 기부 도미노 현상은 고무적인 일이 아닐 수 없다. "기부는 단순히 돈을 내놓는 일이 아니다. 세상에서 가장 보람 있게 돈 쓰는 방법을 깨닫는 일이다."라는 새넌 세인트 존의 말을 새삼 떠올리게 되는 요즘이다.

제3절 정문출판사의 태동

1. 맨몸으로 뛰어든 인쇄 출판업

1970년대 서울 을지로와 충무로 일대에는 기존의 인쇄업체들이 포진해 있었다. 그러나 당시 우리나라 전체 경제규모가 그리 크지 않았던 것처럼, 인쇄업계 또한 영세한 업체가 대부분이었다. 광명인쇄공사와 삼화인쇄주식회사, 그리고 동아출판사와 교학사 등 4색도까지 동시 분해되는 스캐너를 갖춘 대형 회사도 있었지만, 90%는 경영 규모가 지극히 작은 회사들이었다. 따라서 자체적인 설비를 가지고 운영하는 업체는 거의 드물었고 공정별로 분업화된 형태가 많았다. 소규모 업체들이 각각 프린트 타자와 제판, 인쇄, 제본 등의 고유 영역으로 나뉘어 꾸려가는 시스템이었다. 정광훈 회장은 1976년 3월부터 준비를 시작하여 동년 6월, 당시에 수작업으로 진행되던 공판타자 프린트 분야의 편집 기획 일을 시작으로 인쇄업계에 발을 들여놓았다.

자본금이 없었던 터라, 을지로에 있는 남의 사무실 한편을 얻어 명함을 찍고 영업부터 뛰었다. 밑바닥에서부터 다시 시작한다는 각오였다. 당시로서는 비싼 전화기를 들여놓을 엄두가 나지 않아 이 역시 남의 사무실 전화를 빌려 쓸 수밖에 없었다. 그야말로 아무것도 없이 ‘정문사’라는 이름만 내건 상태였다. 인쇄 설비 시설을 가지고 있지 않았던 정 회장은, 기획을 하고 수주를 따내어 분업 설비를 갖춘 업체에 하청을 주는 방식을 택했다. 지금으로 말하면 외주제작 시스템을 이용하여 차분히 기반을 닦아 나간 셈이다. 그러나 현재의 대량 인쇄와는 달리 활자를 하나하나 뽑아 수작



1970년대 을지로와 충무로 일대에는 소규모 업체들이 운영하는 영세한 인쇄업체들이 대부분이었다. 최초 정문사 자리.

업으로 인쇄를 하던 시기여서 인쇄 물량은 극히 소량에 지나지 않았다. 분량이 적을 때는 수십여 권, 많아 봐야 몇백여 권 정도였다. 그러다 보니 초반에는 생각만큼 현금이 들어오질 않았다. 당장 종이 살 돈을 마련하기 위해서라도 돈을 빌려야 했다. 당시 정 회장에게는 담보로 잡힐 만한 재산도, 설비를 갖춘 공장도 없어서 선뜻 돈을 빌려 주겠다고 나서는 사람이 없었다. 하지만 정광훈 회장은 포기하지 않고, 자신의 성실성을 있는 그대로 보여주어 상대로 하여금 굳건한 믿음이 생기도록 하는 자세로 일관했다.

그러자 한번 지켜보겠다며 소액의 돈을 빌려주기도 하고 재료나 일감을 외상으로 해 주는 사람이 생겨났고, 이를 계기로 정 회장은 신용이 또 하나의 경쟁력이 될 수 있다는 각오로 신발끈을 동여맸었다. 조금이라도 수금이 되면 꼬박꼬박 이자와 원금을 불입하고, 어떤 상황이 와도 정해진 날짜를 어기지 않았다. 비단 빌린 돈뿐만이 아니었다. 구매한 제품, 외주업체에 주어야 할 대금 등은 생활비를 못 가져 가는 한이 있어도 정확한 날짜에 지불했다. 때론 수금이 되지 않은 일들도 많았지만 일절 내색하지 않았고, 자신을 믿고 도와준 업체들에게 그저 묵묵히 약속을 이행해 나갔다. 예상했던 대로 효과는 컸다. 이후부터는 정 회장의 말 한마디에 열 일을 제쳐두고 정문사의 일을



1976년 설립 당시, 정문사가 위치했던 충무로 건물의 현재 모습.

최우선으로 해주는 업체들이 늘어났다. 일도 점차 많아지기 시작했다. 더러는 소개에 소개를 받았으며 수주를 맡기기도 했다. 신뢰라는 것은 결국 오랜 기간 보장 받을 수 있는 가장 큰 보증수표와 같은 것이었다. 이때부터 정 회장은 드디어 번듯한 사무실도 낼 수 있었고, 굳이 판로 개척에 나서지 않아도 일감이 넘치게 되었다.

또 이즈음에는 대기업과도 거래를 시작했다. 대기업의 첫 수주를 받은 것은 현대건설로부터였다. 당시 한 지인이, 자신이 강의하던 한국경영개발원의 강의 자료를 맡아 보라고 권유한 것에서 시작하여 현대건설의 사내 교육 교재를 맡아 하게 된 것이다. 정 회장은 대형 수주를 따 낸 것도 처음이었지만, 영세한 정문사가 제때에 바로 업무를 처리할 수 있을지에 대해서도 걱정이 됐다. 그러나 이번 기회를 놓치게 되면, 다음 기회 또한 멀어질 수밖에 없을 것이라는 판단을 내렸다. 기회가 왔을 때 주저 없이 도전해 보는 것. 그것은 정광훈 회장의 평소 생활신조이기도 했다.

2. 정문사에서 정문상사로

첫 대형 수주인 한국경영개발원과 현대건설의 사내 교재를 맡게 되자, 정문사는 눈코 뜰 새 없이 바쁜 나날이 계속됐다. 정광훈 회장은 물론 서너 명의 직원들 역시 밤을 새워 일하는 날이 부지기수로 늘어난 것이다. 이 시기에 정광훈 회장으로서는 절대 잊을 수 없는 사건도 일어났다.

여느 때와 마찬가지로 정 회장과 직원들은 저녁 9시가 되도록 귀가하지 못하고 인쇄 물량을 정리하고 있었다. 다음날 아침 일찍 납품해야 할 물량이었기에 거의 모든 작업을 마치고 막바지 제본 상태만 점검하면 될 상황이었다. 이때 옆 건물에서 사람들의 다급한 고함 소리가 들리기 시작했다. 아닌 밤중에 홍두깨라더니 하필이면 정신 없이 바쁜 이때 화재가 난 것이었다. 정 회장은 물론 정문사의 직원들이 달려나가 불을 끄기 위해 이리저리 뛰어 다녔지만, 이미 불길이 걷잡을 수 없는 지경에까지 이르렀다. 자칫하다가는 정문사의 건물과 납품 물량까지 전소될 판이었다. 아직 불이 옮겨 붙지 않은 제품들을 급히 옮기고, 한편으로는 불길을 잡기 위해 동분서주 하느라 정신이 하나도 없을 정도였다.

082

결국 서너 대의 소방차가 출동하고 한바탕 소동을 벌이고 난 뒤 화재 사건은 일단락되었지만, 난장판이 되어버린 납품 물량을 다시 작업하는 일이 큰 문제였다. 납품해야 할 제품이 현대건설 정주영 회장의 조찬 강의 교재라서 더욱 마음이 급했다. 어렵게 잡은 대기업 거래처를 화재로 인해 잃을 수는 없는 일이었기 때문이다. 어쩔 수 없는 사고였지만 정 회장은 납품 시간을 꼭 지키고 싶었다. 다시 재작업을 하여 발등에 떨어진 불을 꺼야 하는 상황이었으나, 화재로 전기까지 나가버린 상태라 더더욱 난감한 일이었다. 전기가 들어 오지 않으니 기계를 돌릴 수도 없는 일이었다. 정 회장과 직원들은 하는 수 없이 납품 물량을 들고 전기가 있는 곳으로 뛰어가 비 오듯 땀을 쏟아가며 재작업에 돌입했다. 드디어 새벽 4시, 전기가 다시 들어와 기계를 돌리고 밤을 꼬박 세우고 나서야 약속했던 아침 7시까지 겨우 납품을 맞출 수가 있었다. 이런 정문사의 프로 정신은 이후, 다른 대기업의 수주를 줄줄이 불러왔다. 삼성, 삼보, 대우, 현대 등의 기업들과 파트너가 되어 사세를 점점 확장해 나간 것이다. 까다로운 거대 기업과의 작업은 힘들기는 했지만, 정문사가 일취월장(日就月將)할 수 있는 계기가 돼 주었다.

특히 1970~80년대에 걸쳐 한국 경제 부흥의 견인차 역할을 했던 ‘중동 건설 붐’은 정문사에게 또

다른 도약의 발판을 제공했다. 당시 중동 지역에 가장 활발하게 진출했던 현대건설의 ‘공사 시방서’를 정문사가 단독으로 맡아 진행했기 때문이다. 시방서는 각종 재료와 공사 방법을 제시한 규정서인 만큼, 한 치의 실수가 있어서는 안 되고 때론 촌각을 다투며 제본을 마쳐야 하는 일이 많았다. 수주를 맡기는 기업 입장에서는 철저히 납품 약속을 지키는 정문사가 가장 제격이라는 판단을 내린 것이다. 현대와의 인연은 계속 이어져 당시 경쟁적으로 건설되었던 아파트 입주에 관한 카탈로그 주문도 쉼도했다. 인지도가 높아지고 각종 주문이 밀려오자 정광훈 회장은 시설을 증설하고, 전문 기술 인력을 증원했다. 계약 조건에 맞는 시설이 확보되자 좀 더 규모가 큰 공개 입찰에도 참여하게 됐다. 이에 정광훈 회장은 1983년 7월 1일, 상호를 정문사에서 ‘정문상사’로 개명하고 컴퓨터 시스템을 완비하기에 이른다.

時테크와 삶의 여유

세월은 누구에게나 공정하게 주어진 자본금이다.

이 자본을 잘 이용한 사람에겐 승리가 있다. -아부난드

늘 분주하고 정신 없어 보이는 사람이 있다. 바쁘게 살아가는 것 같지만 이루어 놓은 건 별로 없는 사람들. 성공을 향해 열심히 달려가는 것 같지만 늘 시간이 모자라 보인다. 그리고 이들은 성공한 사람들을 보며 그들의 여유를 부러워한다. 그러나 성공한 자들이 가진 여유는 그들이 단지 승자이기 때문만은 아니다. 애초에 시간에 쫓기기보다는 스스로가 시간을 창조하고 조절하여 많은 양의 일도 여유롭게 해내는 능력이 있었기에 성공의 대열에 들어선 것이다. 실제로 주위를 돌아보면 하루를 48시간처럼 사는 이들이 생각보다 많이 있으나 이들 모두가 시간을 효율적으로 쓰고 있는 것은 아니다. 그들 중 한 부류는 쫓기듯 바쁘게 사는 통에 다른 어떤 것도 돌아볼 여유가 없는 이들이고 다른 한 부류는 똑같이 바쁘게 살면서도 한결 행복하고 여유로운 표정을 갖고 있다. 시간에 초조하게 조바심치는 이들보다는 여유있는 마음으로 시간을 다스리는 사람이 유리해질 것은 자명한 이치이다. 중요한 것은 단순히 부지런히 많은 일을 해내는 것이 아니라 얼마나 능동적으로 시간을 관리하여 같은 시간에 두 배의 효과를 내느냐 하는 것이다. 그래야만 일에도 사람에게도 여유로운 마음을 가질 수 있기 때문이다.

성공을 위해서는 시간을 쪼개 자투리 시간을 활용하는 단순한 시테크의 개념만으로는 부족하다. '시간을 허비하지 말자'라는 명제에 짓눌리다 보면 오히려 시간에 쫓기어 사는 패자가 되기 쉽다. 시간을 낭비하지 않으면서 삶의 여유를 가지려면, 우선 무엇을 위해 달리는가를 명확히 해야 한다. 내가 원하는 것이 무엇인지 정확히 짚어보고 어떻게 얼마만큼의 노력을 강구해야 하는지에 대해 되도록 정확한 계획표를 만들어보자. 또한 일의 우선순위를 정하여 꼭 해야 할 일부터 하되 생략해도 될 만한 것은 과감하게 정리하는 것이 좋다. 업무가 끝난 시간에 잔업을 처리하는 것이 좋은지 고객관리를 하는 것이 좋은지 꼼꼼히 따져보고 더 큰 시너지 효과를 내는 것이 어느 쪽인지 결정해서 한 쪽은 과감히 포기해야 한다. 또한 무엇보다 기억해야 할 것은 일할 때 못지 않게 쉴 때도 물입이 필요하다는 점이다. 폭 자고 일어나야 상쾌한 아침을 맞이할 수 있듯이 질 높은 '쉴'이 있어야 일의 효율성도 높아진다. 속도전의 시대에 살고 있는 현대인들은 노는 일에 대해 죄책감을 가지기 쉽다. 그러나 스트레스를 줄이기 위해서는 신나게 노는 것도 일 못지 않게 중요하다. 누적된 스트레스와 피로를 없앤다면 일의 효율성도 높아져서 같은 시간에 더 큰 효과를 낼 수 있을 것이다.

제4절 정문출판주식회사로의 법인화

1. 필동 사옥 완공과 자동화 시스템 구축

인쇄업계는 예나 지금이나 수주 산업이라는 특성상, 국내외의 경기 동향에 민감한 영향을 받을 수 밖에 없다. 1980년대 초반까지 세계적인 불황으로 심각한 원가 인상 압박이 있었지만, 원가 절감과 경영 혁신을 위한 인쇄업계의 시설 도입과 기술 혁신 노력은 꾸준히 계속되었다. 또 이즈음에는 최신 인쇄 시설을 대거 도입함으로써 업계 발전의 촉매제가 되었고 도심의 인쇄소들이 도시형 업종으로 정착되어 업계의 지위 향상을 위한 새로운 전기가 마련되었다. 80년대에 들어서는 정보 산업 시대로 들어서면서 인쇄 기술의 향상은 물론 인쇄의 종류가 매우 다양해지고 품질 역시 고급화되면서 인쇄 범위도 크게 확대되었다. 특히 컴퓨터가 도입되면서 인쇄물의 수요량도 급격히 늘어나게 됐다.

그러나 최신 시설 도입이 활성화됨에 따라 기술 인력 부족 현상도 심화됐다. 기초 지식을 갖추고 전문적으로 인쇄기를 다루는 현장 인력이 부족한 실정이었다. 이러한 여건에서 인쇄업체가 안정과 성장을 동시에 구축하는 길은 실정에 맞는 체질 개선을 빨리 이루어내는 길밖에 없었다. 주변 환경의 변화를 적극 수용하며 대처하고 경기에 상관없이 매출을 유지할 수 있는 전략을 수립, 실천해 나가야 했다.



정문출판주식회사는 1991년 4월 중구 필동에 인쇄 공정 토털시스템을 갖춘 본사 사옥을 완공, 인쇄 프로세스를 디지털화하였다.

이에 1985년 3월, 정문상사는 정문출판주식회사로 법인화하면서 전문 기술 인력 양성에도 부단한 노력을 기울였다. 더불어 인쇄기 등의 각 장비들도 자동화 체제로 전환했는데, 이는 첨단 시설 확충과 기술 인력의 조화를 꾀하면서 좀 더 체계적이고 합리적인 작업 공정을 불러왔다. 신속하고 빠른 전달을 위해서 적은 시간 투자로 최대의 효과를 거두고 있는 셈이었다. 정광훈 회장의 업계 동향에 대한 발 빠른 대처는 정문출판주식회사를 대형 인쇄회사들과 어깨를 나란히 하는 인쇄산업의 주춧돌로 키워냈다.

1990년 이렇게 약진을 거듭하던 정문출판주식회사는 중구 필동에서 본사 사옥 기공식을 갖게 되었으며 1년 뒤인 1991년 4월 드디어 전 인쇄 공정의 토털시스템을 완벽하게 구비한 본사 사옥으로 이전하게 되었다. 또한 매킨토시 시스템을 도입한 것은 그 이듬해인 1992년 3월이었다. 컴퓨터를

활용한 첨단 기술이 비약적으로 발전하면서 이를 접목시킨 인쇄 분야의 기술도 인쇄산업에 많은 도움이 됐다. 정문출판주식회사는 매킨토시 시스템을 도입하면서 지금까지 해왔던 수작업을 디지털로 조작하여 시간 단축과 경비 절감 효과를 극대화했다. 매킨토시를 이용하여 컬러 영상을 원색 분해, 입력 및 편집, 교정 등의 인쇄 출판물을 기획 단계에서 제판 공정까지 일괄처리하게 되었다. 품질과 성능이 뛰어난 레이저 프린터가 보편화되면서 경인쇄물 시장이 축소되는 역기능도 있었다. 기존의 시스템과 방식에서 벗어나지 못한 일부 업체들은 도산을 면치 못했던 것이다. 그러나 정문출판주식회사는 신속 정확한 출력 및 입력용 단말기를 보유하였기에 전혀 타격을 입지 않았다. 오히려 정부 중앙부처와 국내 굴지 기업들의 각종 출판 인쇄물을 대량 공급했다. 특히 1992년 총선과 대선 때에는 당시 국민당의 출판물을 거의 독점 공급하기도 했다.

이후 세밀한 정밀도를 자랑하는 Agfa 1등급 기계를 사용하고 전문 부문 스크린인 FM Screen, Round 및 각종 스크린 인쇄 제판을 지원하는 장비를 추가 도입했다. 정문출판사의 이러한 발전은 타자, 제판, 인쇄, 제본이라는 단계적 공정을 거치던 기존의 인쇄 개념을 바꾸면서 작업 공정을 단순화하고 새로운 신규 인쇄물의 창출까지 가능하게 했다.

한편, 인쇄 기술의 발달로 인쇄물 수요자들의 기호도 훨씬 다양해졌다. 특히 문화 수준이 높아지면서 인쇄물의 소비 경향도 단순히 의미만 전달하던 기존 양식에서 탈피해 질적인 고급화를 추구하게 되었다. 즉 단순히 내용이 풍부한 인쇄물보다는 사진과 시각적 효과를 담아내는 인쇄물을 선호하게 된 것이다. 이에 따라 정문출판사도 시각의 고급화를 꾀하면서 고도의 기술로 완벽한 필름을 제작하는 전문가들을 양성하였다. 더불어 기획자의 의도에 맞춰 정보를 비교 분석하고 역량있는 전문 디자이너들을 구성해 아이디어와 표현력을 극대화시켜 인쇄의 질을 향상시켰다. 정문출판주식회사의 자동화는 빠른 정보와 고품질화를 선도하며 인쇄 산업 발전에 건인차 역할을 톡톡히 하고 있는 중이다.

2. 인쇄 문화 창달에 기여

당시로서는 최신식 컴퓨터 시스템을 완비하고 사업이 정상 궤도에 올랐던 1993년, 정문출판사는 이미 종업원 수가 120명을 넘어서는 거대 출판사가 되어 있었다. 인쇄업계가 과당 경쟁 속에 부침



정문출판 정광훈 회장은 인쇄 문화 창달에 기여한 공로를 인정받아 1997년 문화체육부 장관으로부터 우수문화인 표창을 받았다.

을 거듭할 때, 작은 사무실 한편에서 시작한 정문출판사는 꾸준한 성장세를 이뤄왔던 것이다. 정 회장이 이처럼 동네 인쇄소에 불과했던 회사를 탄탄한 중견기업으로 끌어 올릴 수 있었던 것은 무엇보다 품질에 대한 경쟁력을 키워왔기 때문이다. 관련 업체가 5천여 개에 달해 경쟁이 치열한 반면 영세성을 면치 못하는 국내 인쇄산업의 특성상 정문출판사의 차별화된 전략은 주효했다. 즉 철저한 납품 약속을 지킨 것과, 저렴하나 고품질을 유지해 온 것이었다.

또 복잡한 인쇄 전 과정의 합리적인 규정화와 양식화를 위하여 동종업체 타회사의 시스템을 비교, 분석하는 등의 노력도 게을리하지 않았다. 이렇게 습득된 지식은 회사 전 직원들에게 교육되었고, 인쇄 과정의 일원화로 비용 및 시간 절감의 효과도 가져왔다. 게다가 작업 공정이 위험하기로 유명한 인쇄업체이지만 지난 수십 년간 무재해를 기록해 산업 안전 분야에서도 모범을 보이고 있다.

이러한 정문출판사의 발전과 노력이 빛을 발한 것은 1997년 9월 10일, 정 회장이 문화체육부 장관으로부터 우수문화인 표창패를 받으면서부터다. 이를 필두로 1997년 9월 14일, 대한인쇄문화협회 장으로부터 인쇄문화의 날 감사패를 받았고, 다시 2000년 8월 24일 우수 인쇄 문화인 감사패, 2001

년 5월 7일 한국신문학인협회에서 우수 자문위원 추대패를 받았다. 정문출판사의 각종 수상은 이에 그치지 않아, 2002년 6월 29일과 2002년 12월 10일 다시 우수 인쇄인 감사패 등 각종 상을 더했다.

무엇보다 고무적인 것은 1999년 6월에 정문출판사가 경기 지역 인쇄업계 최초로 ISO9002인증 획득에 성공한 것이었다. ISO9002 인증 획득은 정문출판사의 기술력을 증명하는 보증수표였다. ISO9002 품질 인증은 회사가 세계적인 권위를 인정받았다는 뜻이기 때문이다. 실제로 대기업과 거래를 하다 보면 그 물량들이 수출되는 경우가 많은데, ISO인증은 국제적인 품질을 보장하는 것이기 때문에 정문출판사의 인지도 역시 그만큼 올라가게 된 것이다.

이때부터 고양된 전 직원의 사기와 합리적인 공정에 기반을 두고 국내뿐 아니라 해외시장에도 적극 진출하게 되었다. 또한 회계, 생산, 판매 등을 컴퓨터로 총괄 통제하는 전 사적 자원 관리인 ERP 까지 완전히 구축해 회사 내 모든 관리 시스템을 네트워크화했다. 정문출판사는 디자인 연구 개발에 더욱 힘을 쏟아 21세기 지식산업의 선두 주자를 꿈꾸며, 이와 더불어 제품의 품질과 서비스, 공정관리, 고객 만족을 지금보다 더 향상 시키기 위해 여전히 질주 중이다.

하나도 어렵지 않은 훌륭한 상사되는 비결

아무리 난다 긴다 하는 실력을 가진 사람이라도, 실력만으로는 부족한 것이 사회생활이고 조직 생활이다. 특히 직장 내에서 좋은 상사, 훌륭한 상사가 되는 것은 능력만 가지고는 어렵는 일이다. 동료들과의 좋은 관계는 직장 내 스트레스를 해소하고 업무 효율을 높이는데에도 큰 도움이 된다. 제너럴 일렉트릭(GE)의 고문이자 야후 파이낸스의 칼럼니스트인 람 차란은 훌륭한 상사가 되는 비결은 '대화'에 있다고 말한다. 교감을 통해 직원들의 잠재력을 발산시키고, 부하 직원들의 고민을 어루만질 수 있어야 한다는 것. 그렇다면 부하 직원들에게 존경 받는 상사가 되는 방법은 무엇일까.

첫째, 잘 들어주는 사람이 되라

상사가 자신의 말을 무시한다고 생각할 때 직원들은 스스로를 비하하게 된다고 한다. 따라서 개인 면담이나 이메일 등을 활용하거나, 점심을 함께 나누며 상대와 교감하는 시간을 가질 필요가 있다. 부하 직원이 어떤 업무상의 고민을 가지고 있는지, 이를 위해 도와줄 것이 있는지에 대해 관심을 갖고 다가가는 것이 중요하다. 내 말에 귀 기울이는 사람이 있을 때 그 사람의 자존감도 높아짐은 물론이다.

둘째, 상대를 소중히 여긴다는 인상을 주는 것은 필수

그 사람이 조직에서 얼마나 중요한 사람인지 느끼게 해주어야 한다. 부하 직원이 하는 일이 조직에서 얼마나 필요하고 중요한 일인지 주지시킬 필요가 있다. 이는 자기가 맡은 업무에 대한 책임감을 높이는 효과를 가져온다. '내가 이 조직에서 필요 없는 사람'이라는 자책감보다 차라리 '내가 없으면 안 된다'라는 착각을 하는 것이 낫다.

셋째, 칭찬은 고래도 춤추게 한다

고래조차 신나게 만드는 칭찬, 하물며 부하 직원에게는 두말할 것도 없다. 업무수행을 훌륭하게 해내었다면 반드시 칭찬을 해 주어야 한다. 상사의 칭찬 한 마디에 직원은 더욱 분발하게 마련이다. 구체적이고 공개적으로, 결과보다는 과정을 칭찬해 주는 것이 더 중요하다.

좋은 리더는 부하 직원들을 잘 독려할 줄 아는 사람이다. 또한 상대의 마음을 움직이는 대화의 법칙은 그리 어려운 게 아니다. 약간의 관심과 노력은 직원들에게 열정과 희망을 심어 주는 좋은 상사, 훌륭한 상사가 되는 좋은 매개가 되어 줄 것이다.



마음가짐을 바꾸면 일이 즐겁다

권영우 부회장

정문출판사에 입사한 것은 오랜 군인 생활을 마감하고 난 직후였다. 벌써 25년도 넘는 옛날 이야기다. 당시 나는 주로 영업 활동을 했는데, 주요 거래처는 유명한 대기업들이었다. 잘 알다시피 수주를 주는 ‘갑’과 그것을 수행해야 하는 ‘을’의 관계는 동일할 수 없다. 알게 모르게 한 쪽은 당당해지고 한 쪽은 위축되는 것이 갑과 을의 관계이지 않은가.

그날도 나는 여느 때와 같이 갑의 사무실에 가서 납품 문제를 상의하고 있었다. 그런데 유독 그 날은 담당자의 지적이 내내 거슬리고 불쾌하게 느껴졌다. 지금 생각해 보면 납품 받는 기업의 담당자 입장에서 꼼꼼하게 체크하는 것이 오히려 당연한 것이었는데도, 그때는 자존심이 상한다는 생각밖에 들지 않았다. 아마, 딱딱한 군 방식에 젖어 있어서 갑의 태도에 맞추는 방법을 몰랐던 게 아닌가 싶다. 몇 번의 뼈빠한 언성이 오가고 끝내 참지 못한 내가 “당신들에겐 물건 안 팔겠다”라며 자리를 박차고 나와 버렸다. 실로 엄청난 일을 저지르고 만 것이다. 당시 사장이었던 정광훈 회장님이 동분서주 하며 일궈 놓았던 거래처인데, 내가 뭐라고 단번에 그 어려운 거래를 끊어버렸나 싶어 지금 생각해도 웃음이 난다.

물론, 정문출판사가 발각 뒤집힌 것은 말할 나위도 없었다. 갑 회사의 담당자가 사장님께 전화를 해서 직원 교육 똑바로 시키고, 앞으로 우리 회사에 물건 넣을 생각하지 말라며 통보한 것이다. 사장님은 그 담당자에게 정중하게 사과드리고 오라고 했지만, 젊은 혈기에 나는 죽어도 그 것만은 못하겠다고 버텼다. 한번도 남에게 저자세로 살아본 적이 없기에 차라리 책임지고 사표를 내겠다는 심정이었다. 당시 사장님은 더는 재촉하지 않으시다가 며칠 후 조용히 불러내 소

주를 사주시며 말씀하셨다.

“고객은 까다로울 권리, 야단칠 권리가 있다. 그들이 만족할 때까지 노력하고 수용해야 하는 것은 우리가 당연히 해야 할 책임이고 의무이다. 그들도 누군가에겐 을의 입장에서 일을 진행하고, 또 우리도 누군가에겐 갑의 입장에 서지 않는가” 고개를 끄덕이지 않을 수 없는 얘기였다. 나는 감정을 털어버리듯 술 한잔을 비우고 그 다음날 갑의 담당자를 찾아가 진심으로 사과했다. 재미있는 것은 서로 고성을 주고 받던 그 담당자와, 이후로는 찰떡 같은 관계가 되었다는 거다. 업무와 관련 없이도 퇴근 후에 만나 소주 한잔 기울이는 사이로 발전한 것이다.

마인드를 긍정적으로 바꾸고 나니 일에도 더 탄력이 붙었다. 한 달이면 보름을 꼬박 밤 새워야 할 정도로 바쁜 시절이었지만, 가장 에너지 넘치게 일했던 시기가 아닌가 싶다. 마감을 맞추기 위해 한 마디로 발바닥에 불이 나도록 뛰어다녔다. 한 번은 청와대에 팸플릿을 납품한 적이 있었는데, 납품 차가 떠나고서야 심각한 오타가 발생했다는 걸 알게 됐다. ‘대통령 ○○○’이라는 글자가 들어가야 하는데 가운데 ‘통’ 자가 빠진 채 ‘대령 ○○○’ 이가 된 것이다. 다른 것도 아니고 명색이 대통령 직위가 아닌가! 휴대폰이 없었던 시절이라 당장 다른 차를 몰고 달려나가 납품 차량을 뒤쫓았다. 한참이나 추격전을 벌인 끝에야 겨우 물량을 회수해 수정한 뒤, 다시 납품할 수 있었다. 마치 첩보전을 방불케 했던 사건이었다. 당시엔 등골이 오싹했지만, 지금 생각해보면 그 일도 추억의 편린이다. 잠이 모자라 버스 안에서 꾸벅꾸벅 졸기가 예사였는데도 재미있게 일하던 시절이었다. 일에 미쳐 몰두하고 그것을 완성해 냈을 때의 희열, 그것만큼 나는 경험이 어디 있겠는가!

JM 발자취

제2장 성장기

미디어 전문 기업으로의
변모와 새로운 도전

제1절 디지털 미디어 전문 기업으로서의 첫 출발

1. 정보 미디어 산업의 발달

세계 최초의 컴퓨터인 에니악(Eniac)이 등장한 것은 1946년이였다. 에니악은 각종 대포의 탄도 계산표를 만들기 위해 미 육군탄도연구소의 조언으로 펜실베이니아 대학의 연구원들이 만들었다. 에니악은 제2차세계대전 중에 발달한 과학기술에 힘입어 제작된 것으로 무게 30톤, 소비전력 120kw의 거대한 기계였다. 그러나 에니악은 기억용량문자가 100여 자에 한정되는 초보 수준이었다. 게다가 6,000개의 스위치가 달려 있어 조작하기도 무척 힘들었는데, 프로그램의 호환성이 없어 프로그램을 바꿀 때마다 그 많은 스위치의 연결을 처음부터 다시 해야 하는 불편함이 컸다.

덩치가 산만한 컴퓨터 수준에서 개인용 컴퓨터 시대로 발전한 것은 1976년, 애플사가 8비트짜리 가정용 컴퓨터를 내놓으면서부터였다. 1983년 인텔이 16비트의 286 프로세서를 출시하면서 컴퓨터는 더욱 대중화 조짐을 보였다. 1985년의 32비트 기반 386 프로세서는 지금 우리가 알고 있는 컴퓨터의 모습을 갖춘 것이다. 이후 1989년 등장한 486에 이어 1993년 펜티엄 출시로 각 가정에 컴퓨터가 널리 보급된다.

우리나라에 컴퓨터를 이용한 정보산업이 등장한 것은 1960년대 중반으로 외국에서 컴퓨터가 처음 도입되면서부터였다. 1967년, 경제기획원 조사통계국이 우리나라 최초로 IBM 컴퓨터를 도입



1970년대 중반 이후 국내 기술로 '세종1호' 라는 컴퓨터를 직접 개발하면서 컴퓨터 산업의 국산화가 서서히 진행되었다.

한 것을 기점으로 국영기업체와 금융기관 등의 사무자동화가 정착하게 됐다. 그동안 수작업에 의존해 오던 업무를 신속하고 능률적으로 처리하게 되면서 컴퓨터의 도입이 늘어났고 관련 산업도 발전하게 된 것이다. 1970년대 들어서자 정부의 제조업 육성과 이에 따른 중화학공업의 발전에 힘입어 컴퓨터 보급이 더 활발해졌다. 이전까지는 정부나 공공기관 등에서 사용하던 정도였지만, 1974년에 접어들면서 민간기업의 컴퓨터 도입이 붐을 이뤘다. 사무자동화로 경영 혁신이 이뤄지면서 70년대 중반 이후에는 단순히 외국에서 컴퓨터를 도입해 사용하는 단계에서 생산 단계로 발전해 나갔다. 당시 한국과학기술연구원에서 '세종1호' 라는 컴퓨터를 직접 개발한 것을 시작으로 세계 OEM 시장에서 부품을 구입해 와 국내 기술로 컴퓨터를 조립하는 등 컴퓨터산업의 국산화가 서서히 진행되었다.

1980년대에 들어서면서는 세계 주요 선진국의 정보산업이 하드웨어 위주에서 소프트웨어 중심으로 이동해 가고 있었다. 더불어 우리나라 정보산업계는 삼보컴퓨터가 국산 퍼스널 컴퓨터를 개발하면서 국내의 생산업체들이 대거 등장했다. 80년대 우리나라 컴퓨터산업의 도약은 90년대의 강력한 산업적 토대를 갖추게 되는 역할을 톡톡히 하게 된다. 특히 개인용 컴퓨터 산업을 주도한 것

은 청계천 상가를 중심으로 한 중소기업체들이었는데, 이에 자극을 받은 금성사(현 LG전자), 삼성전자, 대우전자 등 대기업이 일제히 컴퓨터 사업에 신규진출, 청계천 상가 군소 기업들의 강력한 라이벌로 등장하여 산업적 위용을 갖추게 되는 시기였다.

소프트웨어 중 하나인 콤팩트 디스크(Compact disc), 즉 CD는 1982년 소니사와 필립스사에 의해 개발된 후 1980년대 중반부터 보편화되었다. 휴대하기 편리하게 만들어진 CD는 데이터를 전자적으로 기록하고 디지털 형식으로 저장된 오디오, 비디오, 텍스트 등 여러 가지 정보를 재생할 수 있다. 초창기의 CD는 저장된 데이터를 오로지 읽을 수만 있었지만 새로운 기술 개발을 통해 현재는 사용자들이 원하는 데이터를 기록, 소거, 재생을 할 수 있는 기능도 갖추게 되었다. CD-ROM은 백과사전, TV, 게임, 내비게이션에 등 폭 넓게 이용되고 있으며, 또한 CD-ROM의 등장은 전자출판물 탄생을 가져 오게 됨으로써 종이로 된 인쇄출판물보다 보관과 이동이 쉬워 전자출판이라는 새로운 사업 영역을 가져오는 계기가 되었다. 게다가 많은 정보량에도 불구하고 가격이 저렴할 뿐 아니라 영상과 음향까지 지원하고 있어, 이미 전자신문과 전자출판물이 출판계를 주도해 나갈 것이라는 관측이 대두 되고 있다.

CD 제품의 특징과 활용		
제품명	특징	활용 분야
CD-DA (CD-Digital Audio)	일반 음악용 오디오 오디오용 플레이어와 CD-ROM 드라이브에서 재생	오디오 분야
CD-ROM (CD-Read Only Memory)	컴퓨터에서 사용하는 저장매체로 CD 와 같은 크기 안에 680MB의 용량을 저장할 수 있다.	정보의 기록
CD-ROM XA (CD-ROM Extended Achitecture)	CD-ROM의 확장판으로 멀티미디어를 위해 오디오와 화상 압축 기능 추가	정보의 기록
CD-WORM or CD-R (CD-Write Once Read Many)	읽기만 하는 CD-ROM에서 단 한 번 데이터를 저장할 수 있는 기능 부여	정보의 기록, 저장
Photo CD	사진의 이미지를 CD에 담아 고화질로 영구 보관 할 수 있다.	사진의 저장
CD-RW (CD-Rewritable)	데이터 재생/기록/소거 기능이 부가된 CD	
자료 : 출판문화와 잡지 저널리즘 (대광문화사) / JMI 기술연구소		

CD에서 좀 더 발전한 형태의 DVD는 같은 크기의 디스크에 더 많은 정보를 저장할 수 있어서 영화를 저장하고 재생하는 데에도 주로 사용되고 있다. 1996년부터 DVD 플레이어와 영화 소프트웨어가 발매되기 시작했는데, 화질 역시 선명하여 기존의 방송용 화면과 견주어도 손색이 없다. DVD 1매의 기록 용량은 일반 CD의 6~8배 정도로서 고화질의 영화를 담을 수 있는 영상매체일 뿐 아니라 판독전용 컴퓨터 기억 장치인 CD-ROM의 차세대 판인 DVD-ROM으로서도 사용될 수 있다. DVD-ROM은 최대 8개 국어의 음성을 지원할 수 있으며, 32개 국어의 자막을 처리할 수 있다. 또한 DVD 플레이어는 DVD 타이틀 외에 기존 음악 CD는 물론 비디오 CD도 재생이 가능하다. 지금도 생산업체들의 기술개발로 더욱 다양하고 성능이 높아진 기록매체들이 등장하고 있어 빠르게 대중화될 전망이다.

2. 선견지명, 그리고 실행

필동 사옥으로 이전하고 전 시스템의 자동화를 이루면서 정문출판주식회사는 안정기에 접어들었다. 1992년에는 이미 정부 중앙부처와 국내 굴지 기업들의 각종 출판인쇄물을 도맡다시피 공급하게 되었다. 1976년, 남의 사무실 한쪽을 빌려 어렵게 시작한 사업이었지만, 십수년 만에 다른 판로를 개척하지 않아도 될 만큼 탄탄한 인쇄출판회사로 성장한 것이다. 그러나 인쇄출판사는 안정적이긴 하지만 그만큼 피동적인 경영을 유발할 수 밖에 없다는 점에서 정 광훈 회장의 고민이 시작됐다. 인쇄업체의 수주 경쟁은 아직 치열하지만 경기 동향에 너무 민감한 분야이었고, 무엇보다 미래 가치가 크지 않은 산업이었다. 때문에 좀 더 큰 구상을 모색해야 할 때라는 생각이 들었다. 마침 그때는 정문출판사와 많은 거래를 하고 있던 현대전자에서 컴퓨터사업에 공을 들이고 있는 시점이었다. 자연스레 정문출판사에서 컴퓨터 운영 체제에 대한 책자를 맡던 중이었다. 미국 마이크로소프트사가 개발한 각종 소프트웨어를 한글판으로 만들어 현대전자 등의 컴퓨터업체에 공급하고 있었던 것이다. 하지만 그 과정에서 소소한 문제가 발생했다. 저작권 문제 때문에 MS 즉, 마이크로소프트사가 허가한 업체에서만 책자를 출판할 수 있다는 통보를 해 온 것이다. 그러나 한국에는 아직 MS사와 정식으로 계약한 업체가 없었다. 유일한 방법은 MS사와 계약한 싱가포르의 한 업체에서 소프트웨어를 수입해 와서 다시 인쇄, 출판하는 수밖에 없었는데, 이는 빠른 시간 내에 바로 공급할 수도 없을 뿐만 아니라 여차하면 재고를 떠안을 수 있는 부담을 안고 있었다.

정 회장은 MS사와 정식 계약을 맺고 한국에서 직접 책자를 공급하는 방안을 강구하기 시작했다. 그러나 상황이 쉽지만은 않았다. MS사에서는 책자와 함께 디스켓과 CD도 한꺼번에 공급할 수 있는 업체를 원했던 것이다. 당시 정문출판사는 책자만 인쇄, 출판할 뿐이었지, 정보통신 미디어 방면으로는 아무런 노하우가 없었다. 디스켓을 만드는 기술도 공장도 전무한 실정이었다. 상황이 이러하니 MS사와 정식 계약을 체결하려면 넘어야 할 산이 한두 개가 아니었다. 무엇보다 디스켓과 CD 공장을 설립하려면 초기 시설 자금이 가장 큰 문제였다. 공장을 짓고 설비를 도입하려면 금융 기관에서 최소한 수 십억 원의 대출이 필요한 상태. 정문출판사의 필동 사옥과 정 회장 자신의 집을 모두 담보로 걸어야 가능한 얘기였다.

당연히 주위의 반대가 이어졌다. 회사에서는 지금의 출판사만 꾸준히 유지하여 안정적인 길을 걷자는 의견이 대세였고, 지금까지 묵묵히 내조해 왔던 아내조차도 너무 큰 모험이 아니냐며 우려했다. 그러나 정광훈 회장은 곧 전자출판의 시대, 더 나아가 미디어 산업이 세상을 바꿀 것이라는 예측이 머리에서 떠나지 않았다. 세상은 무서운 속도로 진화하고 발전해가는데, 안전하고 익숙한 것에만 안주할 수가 없었다. 어차피 CD-ROM은 컴퓨터 사용자가 늘어나면 날수록 충분히 시장성이



1980년대에 들면서 세계의 정보산업이 소프트웨어 중심으로 이동하며 콤팩트디스크(CD)는 전자출판물의 시대를 열었다.

있을 것이고, 방대한 정보량과 다양한 지원체계로 인해 곧 보편화되리라는 확신이 들었다. 종이 인쇄물은 오랫동안 지식과 정보를 대량 생산하여 널리 전파시킴으로써 문명 발전에 지대한 공헌을 했다. 그러나 이제 종이 인쇄물은 답보 상태에 이르렀고, 앞으로는 CD와 DVD가 전자출판물 시장을 주도해 나갈 것이라는 믿음을 지울 수가 없었다. 시대의 흐름을 빠르게 읽어내는 일, 그것이야말로 가장 중요한 CEO의 자질이라는 게 정 회장의 생각이었다. 더불어 글로벌 경제 시대를 맞아 세계 유수의 업체들과 각종 교류를 하고 선의의 경쟁을 통해 더 넓은 세상으로 진출해 보고 싶은 욕심이 생겼다. 국내에서 성공한 출판사에만 머무르지 않겠다는 각오였다. 정광훈 회장 일생일대의 가장 큰 결심이자 최고의 배팅을 시작한 셈이다.

3. 세계 최고 소프트웨어 기업 MS사와 AR 독점 계약

정광훈 회장은 그동안 쌓아 온 정문출판의 기술과 신용을 바탕으로 MS사의 AR(Authorized Replicator)계약에 도전하기로 했다. MS사의 AR이란 MS사의 소프트웨어를 받아서 컴퓨터 생산업



정문출판주식회사는 1993년 3월 MS AR 계약을 최초 체결한 이후, 현재까지 MS AR 관계를 지속적으로 유지해 나가고 있다.

체를 위한 MS 소프트웨어 생산기지로, CD-ROM과 매뉴얼 등으로 미디어화하여 생산 판매하는 회사를 말한다. MS사는 자사의 소프트웨어를 수록한 각종 미디어의 불법 복제를 방지하고 표준제품을 시장 가격에 기초하여 대량 생산이 가능하도록 전 세계에 40여 개사의 AR만을 지정 계약, 정확한 정품으로 안정적인 공급을 꾀하고 있다. 전 세계 컴퓨터산업의 상징으로 일컬어지는 MS사와의 AR, 즉 공식미디어화 생산업체 계약 체결을 위해서는 까다로운 그들의 요구를 충족시키는 게 우선이었다.

먼저 기존의 디스켓을 만들던 회사와 기술 제휴를 통해 안정적인 기반을 구축해야 했다. 이에 정광훈 회장은 신뢰할 수 있는 국내의 회사를 물색하는 한편, MS 소프트웨어의 한국 내 공급권을 맡아겠다는 일념으로 오랜 준비 작업에 들어갔다. 정문출판사뿐 아니라 몇 개의 역량 있는 업체가 경쟁하는 만큼 MS 본사의 심사기준에 한 치의 오차도 허용될 리 없었다. 파트너십을 유지할 국내의 디스켓 공급 회사를 선정하고 전문 그룹의 자문을 통해 연구하는 등 MS의 국내 공급업체로 손색이 없을 만큼 만반의 태세를 갖추나갔다.

1993년 3월, 정문출판사가 보낸 모든 자료를 검토한 미국 MS 본사에서 마침내 미팅 날짜를 통보해 왔다. 고무적인 신호였다. 다른 경쟁업체들을 마다하고 정문출판사를 선택하겠다는 뜻이나 마찬가지였기 때문이다. 물론, 최종적인 결정은 내려지지 않았기 때문에 아직은 안심할 수 없는 상태였다. 정광훈 회장이 직접 미국 애너하임으로 날아가 MS 측 담당자와 협상을 해야만 했다. 정 회장은 미팅 날짜를 잡아놓고 유명한 번역회사에 부탁해 경험이 많은 통역가를 수소문했다. 전문적인 자료와 용어를 실수 없이 통역하려면 같은 정보통신분야의 사람이 필요했다. 통역자로 선발된 사람은 다행히도 미국 버지니아 공대에서 박사 학위를 수여 받은 사람이었다. 미리 만나서 대화를 나눠보니 능숙한 영어 실력은 물론이려니와 소프트웨어 산업에 대한 지식도 박학(博學)하기가 이를 데 없었다. 이 정도라면 정 회장의 의중을 상대 회사 측에 충분히 전달할 수 있는 인물이라는 생각이 들었다.

그러나 모든 준비를 마치고 통역가와 함께 출국하려던 찰나, 전혀 예상치 못한 문제가 공항에서 발생했다. 공학도로서 전문가적인 식견을 갖추고 있어 마냥 든든하게 여겼던 통역자의 미국 비자에 문제가 있었던 것이다. 유학생 비자를 가지고 있던 통역자가 비즈니스 비자로 미처 바꾸지 않았기 때문에 생긴 문제였다. 국내 공항에서부터 통역가의 미국 출국이 막혀버렸다. 비상사태였다.

이미 MS 본사에서는 미팅 장소인 애너하임으로 담당자가 출발한 상태였다. 당장 내일 아침에 미팅 시간이 잡혀있는데 노련한 전문 통역가 없이 중요한 협상을 시작한다는 것은 무모한 일이었다. 공항 한복판에서 정 회장과 회사 간부들 사이에 긴급 회의가 열렸다. 어설픔게 협상에 임하여 망신을 당하느니 양해를 구하고 다음 기회로 미루자는 의견과 무조건 가서 자료만이라도 보여줘야 한다는 의견으로 나뉘었다.

정 회장은 결국 얼굴만 비추고 오는 한이 있더라도 약속을 지켜야 한다는 쪽으로 결론을 내렸다. MS 본사 담당자와의 첫 약속부터 미룰 수는 없는 일, 특히나 국제 비즈니스 업계에서 이는 엄청난 결례에 속했다. 이보다 더한 난관이 있더라도 정문출판사의 신용을 위해서라면 반드시 가야만 했다. 일단 비행기를 타기는 했지만, 그 긴 비행시간 내내 정 회장의 얼굴이 밝을 리가 없었다. 그나마 다행인 것은 미국 LA에 지인이 살고 있다는 점이였다. 정 회장은 첫 목적지인 LA에 내리자마자 부랴부랴 지인을 통해 통역가를 다시 수소문했다. 이미 시간은 늦은 오후, 몇 시간 동안 불편한 마음을 안고 호텔에서 마냥 기다리고 있을 즈음에 사람을 구했다는 연락이 왔다. 통역을 맡게 된 사람은 어렸을 때 미국에 이민 온 한국계 미국인이어서 그나마 한시름 놓을 수 있었다.

정 회장은 다음날 애너하임 호텔의 회의실에서 MS 담당자와의 협상에 들어갔다. 예상했던 대로 상대방은 간간하고 철두철미했다. 자료 한 줄 한 줄 행간의 의미 하나 놓치는 법 없이 예리하게 분석하고 정 회장의 의견을 물었다. 문제는 통역가가 완벽한 영어를 구사하는 사람이었으나 전문적인 용어는 하나도 이해하지 못한다는 점이였다. 전문적인 용어가 하나씩 나올 때마다 그게 무슨 뜻인지 오히려 한국말로 정 회장에게 물어오는 통에 매우 난감한 상황이 되었다. 정광훈 회장은 등에서 식은땀이 줄줄 흘렀다. 국제 계약을 이렇게 해도 되나 싶어 머리 속이 터질 것만 같았다. 하지만 건성으로 진행할 사안이 아니었다. 이번 계약을 위해 주위의 수많은 반대를 무릅쓰는데다, 전 재산을 걸고 오랜 준비를 해왔다. 어쨌든 정문출판사의 앞날에 도움이 되는 방향으로 계약을 성사시켜야 했다.

오전 일찍 시작한 협상은 자리를 옮겨 오후 늦게까지 계속되었다. 통역가가 알지 못하는 부분은 처음부터 끈기 있게 하나씩 설명해 주고, MS 담당자와 이견이 생길 때에는 정 회장이 직접 그림과 도면을 그리고, 영어와 한국말을 섞어가며 설득해나갔다. 하루가 영겁의 시간처럼 느껴지는 순간이었다. 그렇게 꼬박 하루 가까이 걸린 피말리는 협상 끝에 MS 담당자는 드디어 미팅 내용을 요약

해 계약서를 작성하자는 제의를 했다. 끝까지 최선을 다하는 정 회장의 성실한 자세를 높이 산 것이다. 결국 마이크로소프트사는 한국 내 자사 공급업체의 파트너로 정문출판사의 손을 들어줬다. 국내 유수의 경쟁업체인 8개 사와의 치열한 경쟁 끝에 마침내 AR 계약을 따낸 것이다.

4. 정문정보주식회사의 출범

한국 내에선 유일하게 MS사의 AR 계약을 따내자 정광훈 회장은 정문정보주식회사를 설립하고 금융기관에서 50억을 차입했다. CD-ROM 공장을 짓고 설비를 도입하기 위해서이다. 주위의 우려 반 기대 반 속에 전 재산을 담보잡혀 얻어낸 사업자금이었다. 자본이 마련되자 당장 양천구 신월동에 디스켓 공장부터 만들었다. 그러나 처음 시도한 사업이다 보니 초반엔 제품 불량도 발생하기도 했다. 조금이라도 문제가 있는 제품은 손해를 감수하더라도 전부 폐기시켰다. 시행착오를 예상하기는 했지만 책자만 만들어 납품하던 예전과는 전혀 차원이 다른 비즈니스였다. 출판사만 운영하던 때와는 비교할 수 없을 만큼 몇 곱절 힘이 들었다. 더군다나 동업 형태를 유지하던 업체는 따로 분리해 나가기를 원했다. 계속되는 고가의 설비 투자도 부담스러웠고, 동업 형태에 따른 의견 조율이 쉽지만은 않았기 때문이다.

동업자는 정광훈 회장에게 회사에서 손을 떼고 싶으니 자신이 가지고 있던 모든 지분을 정 회장이 사는 게 어떻겠느냐며 제안을 해왔다. 만약 정 회장이 거절한다면 자신이 정 회장의 지분을 사들여 다른 형식으로 사업 구도를 전환해 보고 싶다는 의견을 내기도 했다. 당혹스러운 일이었다. 정 회장 입장에서는 동업자의 지분을 사들여 아직은 시행착오를 겪고 있는 이 사업을 홀로 지속해 나간다는 것이 무리라는 생각이 들었다. 그렇다고 지분을 팔고 다른 일을 도모하는 것은 더욱 내키지 않았다. 어렵게 결정을 내리고 주위의 걱정까지 들어가며 도전한 사업을 이렇게 쉽게 정리할 수는 없었다. 힘들더라도 어떻게든 꾸려가야 한다는 생각이었다.

결국 정광훈 회장은 상대 측 회사에게서 나머지 지분을 사들이고 홀로서기에 나섰다. 지금 당장은 어려워도 다가오는 새로운 21세기는 정보와 컴퓨터의 시대가 될 것을 믿어 의심치 않았기 때문에 내린 결정이었다. 이러한 정 회장의 예측은 정확히 맞아떨어졌다. 주요 컴퓨터업체들이 디스켓이나 CD-ROM 드라이브를 필수 사양으로 채택하면서 수요가 폭발적으로 늘어난 것이다. 텍스트와



정문정보주식회사는 주변의 많은 반대를 무릅쓴 정광훈 회장의 과감한 결단과 21세기 미래 산업 예측의 산물로 탄생하였다.

사진뿐 아니라 음향까지도 보존할 수 있고, 통신 네트워크 통해 전송할 수 있으며 정보 검색과 접근이 빠르다는 장점이 있어 사용이 날로 확대되었다. 이와 더불어 초반의 부진을 만회하고자 품질 향상에 더욱 박차를 가하면서 제품 역시 불량률이 현저히 감소하기 시작했다.

최고의 인재와 품질을 앞세워 CD를 세계각지의 고객에게 공급할 수 있게 된 것이다. 신월동 공장에서 CD 복제설비 2 Line으로 시작한 정문정보는 후에 동일 업계 최대 규모인 7 Line으로 증설하게 된다. 이러한 정 회장의 탁월한 경영 능력과 사업 수완은 1993년 숭실대학교 총장으로부터 중소기업인상을 받음으로써 인정받기에 이르렀다. 후에 국내 최대 디지털미디어업체로 떠오른 정문정보 주식회사의 출범은 이렇게 정광훈 회장의 승부 근성과 산업의 흐름을 놓치지 않는 안목 속에 탄생하게 된 것이다.

유능한 리더가 되려면 유머 감각을 먼저 키워라!

전 세계의 지도자나 유명 기업의 CEO들을 보면 유머 감각이 뛰어난 사람들이 많다. 사람들을 통솔하고 이끌어가는 데에는 카리스마 못지 않게 뛰어난 유머도 좋은 전략이 될 수 있기 때문이다. 사람들은 재미 있는 강의나 설교에 곧잘 빠져들고 또한 유머 감각을 가진 사람에게 호감을 느끼게 마련이다. 이같은 세 태를 반영하듯 서점가에도 <웃기는 리더가 성공한다> <성공하는 리더를 위한 고품격 유머> <우리는 웃 기는 리더를 존경한다> 등의 많은 유머 지침서가 봇물을 이루고 있다. ‘웃기는 리더가 성공한다.’의 저자 인 김진배 유머 강사는 ‘웅변을 대신하는 유머’ ‘반전을 이끌어내는 유머’ ‘희망을 만들어내는 유머’ 를 갖춘 리더가 가장 먼저 앞서갈 수 있다고 강조한다.

리더에게는 자기의 생각을 정확히 표현할 줄 아는 능력이 필요하다. 그것은 말을 길게 하거나 전문용어 를 많이 쓴다고 이루어지는 것은 아니다. 자기가 하고자 하는 말을 간결하게 요약해서 표현할 수 있어야 한다. 그럴 때 가장 큰 위력을 나타내는 것이 유머이다.

“미국의 경제 상황을 판단하는 기준은 세 가지다. 경기침체는 이웃이 실직했을 때, 불황은 내가 실직했 을 때, 경기회복은 카터가 물러났을 때”

이 말은 1980년 대통령 선거에 나선 레이건이 청중들 앞에서 한 말이다. 이 한 마디의 유머 속에는 실로 많은 내용이 함축되어 있다. 침체에 빠진 미국 경제, 사람들의 자기중심적 기준, 그리고 경기침체는 카터 의 무능함 때문이라는 신랄한 비판. 이것이 경쟁자인 카터에게는 그 어떤 웅변보다 더 날카로운 화살이 되었음은 말할 나위가 없다.

바로 이것이 유머가 갖는 탁월한 표현 기능이다. 또한 리더는 다수의 사람들을 이끄는 위치에 있는 만큼 공개적인 비난에 직면할 때가 종종 있다. 그런 상황에서 흥분하고 화를 내는 모습을 보이면 리더의 권위 는 실추되고 만다. 뛰어난 리더가 되려면 어떤 상황에서도 흔들리지 말고 그것을 반전시킬 수 있는 여유 를 갖춰야 한다. 이때 유머 감각을 활용하면 직접적인 대응보다 훨씬 탁월한 효과를 가져올 수 있다.

링컨이 의회에서 한 야당의원으로부터 “당신은 두 얼굴의 이중인격자다.”라는 비난을 받은 적이 있다. 그러자 링컨은 억울하다는 표정으로 이렇게 반문했다.

“만일 나한테 얼굴이 두 개라면 왜 이렇게 중요한 자리에 이 얼굴로 나왔겠습니까?”

링컨은 미국 역사상 손꼽히는 추남 대통령이다. 뼈쩍 마른 몸에 못생긴 얼굴로 유명했던 것이다. 하지만 경쟁자들이 끊임없이 그의 외모에 대해 시비를 걸었음에도 불구하고 그는 화를 내기는커녕 자기의 외모를 유머의 소재로 활용했다. 못생긴 외모를 내세워 나는 이중인격자가 아니다 라고 맞받아치는 링컨 앞에서 야당의원은 더는 공격할 말을 찾기 어려웠을 것이다.

레이건 역시 마찬가지였다. 1984년 미국 대선 때 레이건 선거 캠프의 가장 큰 과제는 레이건이 대통령이 되기에는 너무 늙었다는 인식을 극복하는 것이었다. 경쟁자인 먼데일 후보가 줄곧 레이건의 ‘고령’을 문제 삼고 공격했기 때문이다. 그는 어떻게 그 공격을 받아냈을까? 바로 TV 토론에서 레이건의 재치가 드러났다.

먼데일 : 대통령의 나이에 대해 어떻게 생각하십니까?

레이건 : 나는 이번 선거에서 나이를 문제 삼지 않겠습니다.

먼데일 : 그게 무슨 뜻입니까?

레이건 : 당신이 너무 젊고 경험이 전혀 없다는 사실을 정치적 목적에 이용하지 않겠다는 뜻입니다.

레이건은 이 토론으로 삽시간에 미국 전역을 웃음 바다로 만들었다. 먼데일이 집요하게 제기하는 나이 문제를 절묘하게 상대에 대한 공격 수단으로 바꿔 버렸기 때문이다. 선거 이후의 평가에 의하면 이 유머는 레이건 당선에 커다란 역할을 했다고 한다.

한편, 리더의 가장 큰 역할은 사람들에게 비전을 제시하는 일이다. 이를 위해서는 자기 자신이 먼저 희망을 잃지 않는 낙관적인 사고를 지니고 있어야 한다. 쉽게 절망하고 쉽게 포기하는 사람은 아무리 뛰어난 능력을 가지고 있더라도 좋은 리더가 될 수 없다.

“좀 웃으시오, 그리고 부하들에게도 웃음을 가르치시오. 웃을 줄 모른다면 최소한 빙글거리기라도 하시오.” 이는 처칠이 제1차세계대전 때 폭탄이 떨어지는 전장의 참호 속에서 부하장교에게 했던 말이다. 목숨이 경각에 달린 전쟁터에서도 웃음을 잃지 말아야 한다는 처칠의 생각이야말로 그를 위대한 리더이자 탁월한 유머리스트로 만든 원동력이라 하겠다. 역경의 상황에서도 마르지 않는 유머. 그것은 명실상부한 리더의 자산이며 하나의 조직을 희망으로 이끌어가는 원천이다.

제2절 섬김과 믿음을 실천하는 기업

1. 경건함과 베푸는 삶을 지향하는 CEO

“이러므로 너희가 더욱 힘써 믿음에 덕을, 덕에 지식을, 지식에 절제를, 절제에 인내를, 인내에 경건을, 경건에 형제 우애를, 형제 우애에 사랑을 공급하라”

한 기업의 회장이기에 앞서 독실한 신앙인이기도 한 정광훈 회장은, 위와 같은 베드로후서 1장 5~7절 말씀을 늘 가슴에 새기며 살아왔다. 더불어 정 회장은 ‘성실과 신의’ ‘변화를 예측하고 조류를 앞서가는 자세’와 함께 ‘하나님의 경영’ 이렇게 세 가지 경영철학을 가지고 있다.

정 회장이 신앙생활을 하게 된 것은 부인 강혜숙 여사를 만나게 되면서부터다. 강혜숙 여사는 크리스천 계통의 학교를 졸업한 독실한 기독교인이었다. 생활 습관에서부터 행동 하나하나에 이르기까지 하나님의 말씀대로 실천하고 따르는 삶을 지향하였다. 정 회장은 처음에는 강혜숙 여사의 권유도 있고 교회에 나가 좋은 말씀을 듣는 것도 나쁘지 않을 것 같아 가끔 짬을 내어 예배에 참석하는 것이 전부였다. 그러나 1978년, 정 회장의 결혼식 주례를 목사님이 맡아 주도하게 되면서 서서히 신앙인의 삶 속으로 들어가게 되었다. 목상을 하면서 사업의 방향을 세우고 어려운 일이 있을 때에는 역경을 이겨 낸 성경 속의 인물들을 통해 지혜를 배웠다.

비즈니스를 하다 보니 세속적인 틀을 벗어나기가 많이 어려웠지만, 그럴 때마다 더욱 중심을 잡고



경건함과 베푸는 삶을 지향하는 정광훈 회장은 독실한 크리스천으로 믿음과 신앙 안에서 기업 문화를 만들어가고 있다.

반성을 통해 자신을 돌아보면서 예수님의 가르침을 실천하려 애썼다. 뿐만 아니라 믿음을 가지기 전에는 인간관계가 피상적으로 보고 느끼는 것에 따라 이루어졌는데, 신실한 마음을 갖게 되면서 부터는 자신도 모르는 사이 경쟁하는 상대에 대해서도 오히려 이해하고 그를 위해 기도하는 생활 태도가 생겼다. 사업문제로 고난에 봉착했을 때도 마찬가지였다. 고민을 놓고 기도를 하고 나면 자연스러운 치유능력을 가진 것처럼 마음이 편안해지고 문제에 대한 해결방안이 생겨났다. 실로 놀라운 변화였다. 자신을 비우고 마음을 열어 예수 그리스도를 맞을수록 빈 공간이 은총으로 채워 지는 듯 했다.

정광훈 회장이 생각하는 그리스도인의 참된 자세는 “세상의 빛과 소금이 되라”는 말씀을 늘 염두에 두고 살아가는 것이다. 이는 믿음을 가진 자들의 사명을 간결하고 명확하게 나타내는 말이기도 하지만, 무엇보다 이 세상 안에서 어떤 모습으로 살아야 한다는 실천적인 의미를 담고 있는 말이기 때문이다. 이 세상 안에 어떻게 녹아들어가야 하고 또 어떤 빛으로 세상을 밝게 비춰야 하는지에 대한 스스로의 진지한 물음은 정 회장의 삶 전체를 관통하는 성찰로 연결되었다. 특히 경쟁에 치우치면 서로를 무너뜨리게 되며 하나의 목표로 향하는데 걸림돌이 되므로 화합 함심하여 선한

목적을 이루어야 한다는 말씀은 정 회장의 사업에 많은 도움이 되었다. 큰 자가 작은 자를 돌봐주고 많이 가진 자가 적게 가진 자에게 몫을 나눠주어야 한다는 말씀을 실천하게 된 것이다.

정 회장은 현재 인생의 후반을 설계하면서 주위 사람들에게 자신이 일궈온 기업을 분배하는 작업에 서서히 착수 중이다. 진정한 리더십의 권위는 쟁취하는 것이 아니라 나누어 줄 수 있을 때 더 빛을 발하는 법이기 때문이다. 때문에 후위 사업자를 독려하고 자신이 가진 노하우를 전수해 더욱 발전된 기업의 확장을 도모하고 있다. 또한 그가 그래왔던 것처럼 형제 가족과 자녀들 역시 힘든 환경을 극복하고 끝없는 불굴의 도전을 통해 하나님의 축복을 대대로 이어가게 하는 것이 그의 가장 큰 바람이다. 지금도 명절 때를 비롯한 집안의 대소사가 있는 날이면 가족들이 모여 함께 기도로 시작하고 기도로 행사를 마친다. 모태 신앙을 가진 자녀들 역시 독실한 신앙생활을 유지하고 있다.

기업 문화도 마찬가지이다. 정문정보에는 매월 1회 50여 명의 회원이 함께 예배를 보는 신우회가 있다. 이는 믿음의 기업으로 거듭나고자 노력하는 정 회장의 지론에서 비롯됐다. 현재 교회에서 안수집사와 실업인 선교회 회장의 직분을 맡고 있는 그는, 매주 수요일 QT 시간에 하는 묵상과 간증 예배 또한 참석하고 있다. 정광훈 회장은 더불어 타지에 나가 복음을 전파하는 해외 선교사들도 돕고 있다. 척박한 사역지에서 오직 믿음 하나만으로 온갖 열악한 환경을 딛고 사역하는 선교사들에게 멀리서나마 힘을 보태기 위해서다. 담임목사를 따라 교인들을 인솔하고 다녀온 카자흐스탄, 중국 등의 해외 선교 활동에도 열심이다. 오늘이 있는 것은 자신이 누구보다 뛰어났다거나 교육 수준이 높아서가 아니라 오직 순간순간 성실한 삶이 있었고, 이곳까지 인도해 준 하나님이 계셨기에 가능했다고 말하는 정광훈 회장. 정 회장은 오늘도 하나님의 권능의 손을 붙잡고 항상 경건한 삶을 사는 기업인, 섬김과 믿음을 다하는 기업인이 되기 위해 최선을 다하고 있다.

2. 진리와 사랑의 메시지 가득한 생명샘 교회

37년간 교회를 다니며 큰 은혜를 받았지만, 자신의 능력으로 오늘을 이룬 것으로 자만할 때가 많았다는 정광훈 회장은 그러나 4년 전 용인으로 이사하게 되면서부터 다니게 된 '생명샘 교회'에서 겸허한 자세를 배우게 됐다고 한다. 생명샘 교회의 담임목사인 박승호 목사를 만나면서 인생관과

종교관에 더욱 많은 변화가 생겼다. 박승호 목사의 설교는 인생의 새로운 의미를 찾는 진리의 말씀과 가족, 이웃 사랑의 메시지를 강조하기 때문이다.

대한예수교장로회인 생명샘 교회는 경기도 용인시 마북동에 위치한 교회로서 박승호 담임목사 외에도 부목사인 이진수, 이성찬, 김기영 목사가 예배를 인도하고 있다. 1994년 7월 17일 창립된 이후 지속적인 수련회를 통해 교회 내적인 성숙을 이루던 중, 2003년 5월 25일 새 예배당에 입당함으로써 오늘에 이르고 있다. 교회 창립 이후 지금까지, ‘세상을 이기는 믿음을 키우는 교회’ ‘왕 같은 제사장으로 사역케 하는 교회’라는 생명샘 교회의 창립 목적에 따라 모든 교인들이 순종하는 예수 그리스도의 제자가 되기 위해 노력하고 있다.

장로회신학대학 신학과와 장로회신학대학원 목회 상담학과를 졸업한 박승호 담임목사는 모스크바 장신대 객원 교수의 사역도 섬기고 있으면서 ‘크리스찬 문학지’의 등단 시인이기도 하다. 뿐만 아니라 박승호 목사는 1991년 목회자 성경연구회를 설립하여 지금까지 60 차례의 목회자 성경 세미나를 통해 한국 교회를 섬기고 있으며, 2004년에는 미국 지역에 달라스 목회자 성경연구회가 설립됨으로써 사역의 범위를 넓혀가고 있다. 그의 목회 철학은, 경건한 삶을 추구하는 개인의 영성 생활, 그리스도의 생명을 확산시키는 생명운동 외에도 성령의 교통을 나누는 것이다. 이는 봉사와 나눔을 통해 그리스도의 사랑을 실천하고 더욱 널리 전파하기 위해서다.

더불어 생명샘 교회는 아버지 학교, 부부 치유, 결혼 예비 학교, 자녀 마음 이해하기 등의 강좌를 개설해 성도들의 고민과 아픔을 공유하고 해결 방안 또한 함께 모색해 나가고 있다. 특히 치유 사역에 많은 노력을 할애한다. 그 중에서도 내적 치유는 전인 치유와 영적 성숙을 목적으로 말씀과 성령님의 능력에 의지하여 이루어지는 사역이다. 인간의 신체 및 심리적인 질병과 문제는 자신이 잘 느끼지 못하는 과거의 내적인, 감정적, 영적인 상처로 인한 상한 감정, 죄, 영적인 문제와 밀접한 관계가 있기 때문에, 내적 치유 사역을 통해 교회의 본분을 더하는 것이다. 더불어 상처가 있는 사람들, 혹은 가정 내의 문제나 영적인 고민 등을 안고 있는 성도들을 위해 전문성을 가진 사역자들을 적극 발굴, 양성하고 있다. 내적 치유는 영적인 성숙을 위해서도 꼭 필요한 것이라는 게 박승호 목사의 생각이다.

또한 생명샘 교회는 지역 사회 문제에 적극적인 역할을 담당한다. 결혼, 사고, 실직 등 지역 주민

들의 애·경사를 챙기고 극빈자의 생활 보호, 경로잔치 지원 등을 꾸준히 실시하고 있는 것. 용인 지역의 복음화에 주력할 뿐 아니라 다양한 활동을 통해 지역의 필요를 채워주는 역할을 하는 것이다. 한마디로 지역 사회를 책임지는 교회인 셈이다. 생명샘 교회는 ‘그 작은 자가 천을 이루게 하소서’라는 교회의 표어처럼 이웃들의 마음에 따스한 빛을 밝히는 생명의 샘이 흐르는 교회를 지향하고 있다. 정광훈 회장이 생명샘 교회에 출석하게 되면서 보다 더 큰 마음의 평안을 얻게 된 것도 이와 같은 특별한 사역이 있었기 때문이다.

따라서 정광훈 회장은 주님의 말씀 안에서 더욱 견고한 신앙과 믿음을 다지기 위해 장로 선출 선거에 출마했다. 한 기업의 회장으로서 시간과 노력, 헌신 그리고 물질을 더해 주님의 말씀대로 낮은 곳에 있는 자들을 위해 더 열심히 뛰겠다는 다짐의 표출이었다.

“내 안에 거하라, 나도 너희 안에 거하리라(요한복음 15:4~7)”는 말씀을 되새기며 적극적으로 예수님의 복음을 전하리라 마음먹었던 것. 정 회장은 장로 선거에 출마하면서 첫째 그 작은 자는 천을 이루는 능력 배양, 둘째 예수님 닮은 제자 육성, 셋째 세계 선교 비전 등을 이야기했다. 또한 “나는 함께 장로된 자요.”라는 베드로 사도의 고백과 같이 장로는 목회자의 동역자라는 것을 강조하며 ‘참 장로상’을 제시했다. 그 결과 정광훈 회장은 2007년 2월 생명샘 교회의 장로 선출 선거에서 3분의 2이상의 득표를 이뤄내어 같은 해 12월 16일에 장로로 임직, 주님의 도구와 일꾼의 소명을 받았다. 정광훈 회장과 권순화 집사 2명이 장로로 피택된 것이다. 또한 2008년부터는 치유사역 팀장을 새롭게 맡으면서 생명샘 교회는 물론 외부 교회에도 1년에 10회씩의 강연을 다니고 있다. 정 회장의 치유 사역은 분노와 중독, 그리고 용서에 관한 문제 등 우리가 살면서 흔히 당면하게 되는 현실적인 문제들에 대해 성령님의 치유 능력을 우리 내면의 상한 마음에 적용함으로서 치유, 회복, 성숙으로 이끌어 가는 전문성이 요구되는 사역이다. 정회장은 더불어 사고전환 및 자기확신을 심어주는 ‘자기확신 프로그램(ASOL)’ 또한 강의하고 있다. 정광훈 회장은 이를 작아지고 낮아지며 겸손한 삶을 살아가도록 지혜와 사랑으로 충만해지라는 주의 은총이라 말하며 오늘도 독실한 신앙생활을 이어가고 있다.

Tip Story

성공하는 삶은 ‘성공적인 교제’ 에서 시작된다

사회에서 성공하기 위해서는 무엇이 가장 중요할까? 한 취업 사이트에서 대학생 432명을 대상으로 설문 조사를 실시한 결과 인생 성공 전략에 ‘NQ(Network Quotient), 즉 공존인맥지수가 가장 중요하다는 응답이 42.6%로 1위를 차지했다. NQ는 새로운 네트워크 사회에서 우리 모두가 잘 살기 위해 갖추어야 할 공존의 능력을 말한다. 한 마디로 나 혼자가 아니라 누군가와 더불어 살아가는 능력이다.

사람들과 좋은 관계를 맺는 것이 왜 그토록 중요할까? 하나님은 세상을 창조하실 때부터 아담을 만드신 후, 그의 동반자인 하와를 만드셨다. 우리가 사람들과 더불어 교제하는 것을 허락하신 것이다. 사람은 원하든 원하지 않든 태어날 때부터 죽을 때까지 누군가를 만나며 살아간다. 인생은 관계이며 인생의 아름다움은 교제와 교류 속에 있다. 그 교제가 단절되면 근심하게 되고 고독과 외로움에 빠지게 되는 것이다. 그러므로 성공적인 삶을 살아가려면 하나님이 주시는 사람을 만나고 그에 따른 성공적인 교제를 유지해 나가야 한다.

성경 속에는 성공적인 교제를 나누는 아름다운 사례가 많이 있다. 다윗과 요나단은 서로가 상대방을 위해 자신을 내어 줄 만큼 우애 깊은 친구 사이였다. 요나단은 다윗에 대한 지극한 사랑을 가졌기에 사울 왕에게 다윗을 위해 변호하고 위기에 처한 다윗을 끝까지 도왔다. 이후에 요나단은 아버지 사울 때문에 전쟁에 나갔다가 전사하고 말았지만, 다윗은 우정을 생각해 요나단의 아들 므비보셋에게 온갖 사랑을 주었다. 평생 다윗의 아들을 보살피고 그를 돌보았던 것이다.

또한 진정한 스승과의 만남이 하나님께 영광이 되는 경우도 있다. 디모데는 바울에게 친아들 못지 않은 특별한 사람이었다. 루스드라라는 곳을 방문하게 된 바울이 디모데를 만나게 된 것은 우연이었다. 기적을 행하고 복음을 전파하다가 모진 핍박을 받고 구사일생으로 목숨을 건진 바울의 모습은, 어려움을 모르고 살아온 디모데에게는 무척 인상적인 것이었다. 이 만남을 통해서 그리스도를 영접하게 된 디모데는 자신에게 새 생명을 불어 넣어준 영적 아버지 바울의 극진한 사랑을 받으며 제자 훈련을 받게 되었다. 서로의 부족함을 채워주며 조화를 이뤘고 아비를 섬기듯 바울을 섬겼다. 바울이 순교한 후에 바울의 사역은 디모데에 의해 움직여지고 세워졌다. 두 사람의 아름다운 인간관계는 곧 바로 하나님 나라의 확장으로 이어진 것이다.

이렇듯 하나님은 사람을 통해 일하신다. 또 협력하여 선을 이루시는 분이다. 교제에 있어 갈등이 생기는 것은 내 생각과 내 욕심 챙기기에 골몰하기 때문이다. 이기적인 마음을 버리고 상대를 대하다 보면 성공

적인 사회 생활을 위해 하나님이 나에게 주신 좋은 관계를 오래도록 유지할 수 있는 것이다. 바람직한 NQ(공존지수)를 높이기 위해서는 다음과 같은 마음가짐을 갖는 것이 중요하다.

1. 우선순위를 세우라. 일 순위는 항상 기도로 정하라. 예수님께서서는 우선순위의 분명한 삶을 사셨다. 일 상에서 기도가 최우선이셨던 것.
2. 기도 파트너를 만들라. 기도의 네트워크는 크리스천만이 가질 수 있는 막강한 힘이다.
3. 스케줄을 짜라. 누구에게나 공평하게 주어진 24시간을 소중하게 생각하고 효율적으로 사용하라.
4. 먼저 인사를 건네라. 사귀의 첫째 원리다. 먼저 건네는 인사가 인간관계를 원활하게 한다.
5. 옷을 잘 입어라. 첫인상이 매우 중요하다. 늘 단정하고 깨끗한 옷을 입어서 자신의 가치를 높여라.
6. "감사합니다"와 "미안합니다"에 인색하지 말라. 속으로만 생각하고 있다면 상대방에게 예의도 모르는 사람이라는 편견을 심어줄지도 모른다.
7. 너 자신을 발견하라. 일 주일에 한 시간이라도 혼자 조용히 생각하는 시간을 가져라.
8. 고민을 나눌 수 있는 사람이 되라. 주변에 상담이 필요한 동료가 있다면 귀를 열고 들어주라. 그리고 희망을 심어주라.
9. 옛 친구들을 챙겨라. 새로운 네트워크를 만드느라 지금 가지고 있는 최고의 자산을 소홀히 하지 말아라.

제3절 고속 성장과 사세 확장

1. 경기도 화성군 동탄면 사옥 부지 매입

주요 컴퓨터업체들의 CD와 디스켓 수요가 늘면서 정문정보의 서울 신월동 공장은 바쁘게 돌아갔다. 삼성, LG, 삼보 등의 거래 업체에서 주문 물량이 넘쳐나, 정 회장은 물론 직원들이 매일 20시간 이상을 일해도 납품 기일을 맞추기가 빠듯할 정도였다. 야근은 물론이고 휴일도 따로 없었다. 이처럼 주문이 많고 그에 따른 일이 늘어나다 보니 공장이 협소해 신월동 사옥은 마치 시장터를 방불케 했다. 잡다한 물건들과 납품해야 할 제품들이 공장 주변에 어지럽게 쌓여 있는 일은 예사였다. 무엇보다 시급한 과제는 화물용 엘리베이터가 없어 직원들이 직접 자재를 들고 4층까지 오르락 내리락해야 한다는 점이었다. 그러다 보니 직원들의 체력 저하는 물론이고 납품하는데도 많은 시간이 소요됐다. 당장 개선해야 할 문제였다.

이때부터 정광훈 회장은 새로운 공장을 건설하기 위해 전국을 돌아다니며 부지를 물색하기 시작했다. 처음에는 인천에 조성된 남동공단을 염두에 두고 바로 조사에 착수했다. 당시 남동공단은 이미 2단계 조성 사업을 마친 상태인데다 영상, 정보 통신, 컴퓨터 주변기기 등의 첨단 벤처기업이 신규 입주하고 있어 수도권 최대 규모의 국가 산업 단지로 알려져 있었다. 그러나 정회장이 직접 발품을 팔아 현지를 돌아다니고 정보를 구하다 보니 명성에 비해 기반 시설 관리가 미흡하다는 결론이 나왔다. 게다가 주요 거래 업체들과도 위치상으로 떨어져 있어 물류 시간이 촉박했다.



정문정보주식회사는 1995년 경기도 화성시 동탄면 영천리 122-5에 사옥 부지를 매입하고 1년여 간의 공사에 돌입했다.

결국 여러 후보지를 두고 회의를 한 결과 경기도 화성의 동탄 지역이 제일 적합하다는 판단을 내렸다. 이는 동탄 지역이 삼성전자 라인에 대한 근접 공급을 강화할 수 있을 뿐더러, 당시 한창 공사 중이던 인천 국제공항과도 가까워 해외 기업들과의 교역을 확대하는데도 유리하기 때문이었다. 이에 정문정보주식회사는 1995년 6월 26일, 경기도 화성시 동탄면 영천리 122-5번지에 사옥 부지를 매입하고 당장 공사에 착수했다. 일 년이 넘는 공사를 마치고 드디어 1996년 7월 31일, 고대하던 정문정보주식회사의 새 사옥 준공식이 화려하게 열렸다. 준공식에는 전 임직원과 그 가족들은 물론 각 협력업체 관계자들과 국내 굴지 기업의 내로라하는 간부들도 전부 참석하였다. 성대한 준공식이 끝난 후 정광훈 회장은 번듯하게 우뚝 서 있는 새 사옥을 바라보며 눈물을 글썽거렸다. 이렇게 정문정보주식회사가 20년 만에 고속 성장을 이룬 이면에는 묵묵히 제자리에서 열심히 일하며 정회장을 믿고 따라 와 준 전 임직원들의 귀한 땀과 노력이 있었기 때문이었다.

정문정보주식회사는 서울 중구 을지로 골목 구석의 조그만 사무실 한 편에서 첫 사업을 시작한 이래 필동 사옥, 신월동 사옥을 거쳐 화성시 동탄면 영천리에 거대한 사옥을 가진 중견 그룹으로 당당히 서게 된 것이다. 이후 사세가 점점 더 확장되어 1년 6개월 만인 1997년 12월 27일, 새 사옥은



1996년 7월 31일 정문정보주식회사의 새 사옥 준공식이 협력업체 관계자 및 대기업 간부들이 참석한 가운데 열렸다.

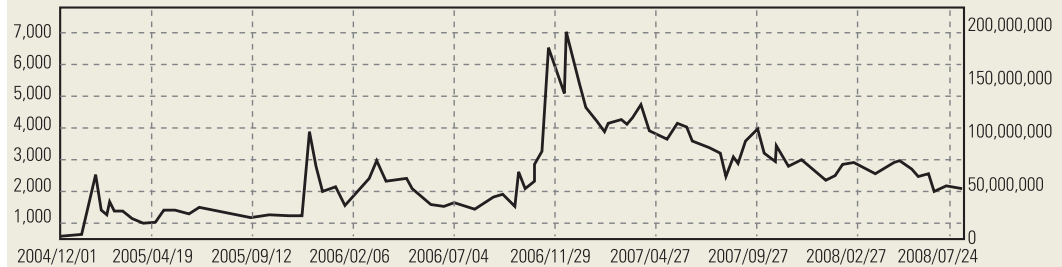
다시 공사에 돌입, 1 개 층을 더 증축하게 되었다. 뿐만 아니라 1999년 9월에는 영천리 120 - 6번지와 9번지 토지 300여 평을 4억 9천 만원에 추가 매입하고, 다시 2002년 10월에 매입가 10억 2,000 만 원을 지불하고 120 - 12 번지 2,900여 평을 매입하였다. 확장 공사는 여기서 멈추지 않고 계속되어 2003년 4월에 120 - 23번지 300여 평, 2005년 6월에 628 - 15 번지 40여 평을 각각 3억 원과 5억 2,000만 원에 추가 매입하였다.

한편 사옥 부지 1500여 평은 2006년, 한국도로공사 측에 40억 원을 받고 매각했다. 한국도로공사가 2010년 말 완료를 목표로 경부고속도로 기흥 ~ 판교 구간의 만성 교통체증 해소와 고속도로 진, 출입 원활을 위해 수원 요금소(IC) 개량과 기흥 IC 이설을 비롯한 기흥 ~ 판교 간 차로 확장 공사를 긴급 발주하기로 했기 때문이다. 이 과정에서 시세차익이 발생, 정문정보 자산 재정비에 적지 않은 도움이 되기도 했다. 따라서 도로공사 수용 후, 현재 정문정보주식회사의 화성시 동탄면 영천리 사옥은 가설건축물인 천막창고 3,438.8㎡(1,042.06평)와 컨테이너 258㎡(78평)을 포함, 총 2만 3,567 ㎡(7,128평)이며 대지면적은 2만 9,907㎡(9,046평)을 가지고 있다

2. 코스닥 상장과 IMF 체제 위기 극복

1990년대 초 인쇄매체가 더는 기록장치에서 ‘주류’ 역할을 유지하기 힘들 것이라는 정광훈 회장의 판단은 정확했다. 정문정보주식회사는 1993년 설립과 동시에 미국 마이크로소프트사의 AR 공급업체로서 컴퓨터 OS PROGRAM CD, 매뉴얼 등을 생산해 PC 업체에 공급하면서 하루가 다르게 승승장구해 나갔다. MS의 윈도 95, 윈도 98, 윈도 ME, 윈도 XP에 필요한 모든 CD-ROM 소프트웨어를 생산해 낸 것이다. 그 결과 소프트웨어 생산 및 패키징 분야에서 토털 솔루션을 제공하는 국내 최대 기업으로 성장했다. 정문정보는 특히 많은 정보기술 회사들이 벤처를 내걸고 명멸을 거듭하고 있는 가운데 매출 상승과 흑자 행진을 계속해 관련 업계의 관심을 끌었다. IT 업체들이 대부분 힘든 상황을 보내는 동안 정문정보가 꾸준한 성장세를 기록할 수 있었던 것은 MS사를 비롯한 거래 업체 간의 강한 신뢰성 구축에 있었다. 또한 1996년부터 가동된 화성 동탄 공장에서 하드웨어는 물론 소프트웨어 패키징에 이르기까지 모든 공정을 온라인으로 일괄 처리할 수 있는 인프라를 구축해 놓았기 때문에 가능한 일이었다.

제이엠아이 [033050] - 코스닥시장/제조업



일자	종가	대비	거래량(주)	거래대금(백만)	시가	고가	저가
2007/06/21	3,870	10	939,995	3,630	3,825	3,930	3,785
2007/06/20	3,860	230	1,559,379	6,245	4,150	4,150	3,850
2007/06/19	4,090	45	2,518,126	10,559	4,200	4,305	4,070
2007/06/18	4,045	105	1,796,496	7,294	4,000	4,120	3,960
2007/06/15	3,940	10	929,858	3,657	3,975	3,980	3,900
2007/06/14	3,930	20	1,030,861	4,115	4,000	4,060	3,920
2007/06/13	3,950	30	983,421	3,898	3,985	4,035	3,900
2007/06/12	3,980	30	2,168,414	8,865	4,130	4,200	3,970
2007/06/11	4,010	150	1,725,256	6,875	3,920	4,075	3,880
2007/06/08	3,860	110	1,300,859	5,115	3,970	4,030	3,860

이러한 기술력과 성장에 힘입어 정문정보는 1997년 5월 20일 코스닥 시장에 등록했고, 1997년 8월 18일부터 주식 매매를 개시했다. 설립해인 1993년부터 꾸준히 흑자를 기록해 온 정문정보인 만큼 대외적인 신인도를 인정받은 것이다. 정문정보주식회사는 1993년 사업 첫해 총 매출액 35억 원을 시작으로 1994년 1백 20억 원, 1995년 2백 35억 원, 1996년 3백 50억의 매출을 기록했다. 그러나 1997년 우리나라가 외환위기를 겪게 되자, 디지털 미디어 분야에서 국내 최대의 생산과 매출 실적을 달성한 정문정보주식회사에도 브레이크가 걸렸다.

대한민국이 국제통화기금에 구제금융을 요청해야만 했던 이른바 IMF 시대가 된 것이다. 종합주가지수는 2백대까지 내려갔고 국가 신용등급은 바닥을 쳤다. 외환 위기는 사람들에게 크나큰 충격으로 다가왔고, 그 충격은 우리에게 과거와 똑같은 방식으로 미래의 길을 계속해서 순탄하게 달릴 수 없다는 지극히 자명한 교훈을 던져주는 듯 했다. 언제까지라도 끄떡없이 안전할 것 같았던 대기업과 금융 기관의 연쇄 부도가 줄을 이었고, 고실업, 고물가, 고금리, 고환율의 경제 상황이 이어졌다.

참으로 암울한 시기였다. 당시 대부분의 국민들이 이루 말할 수 없는 고생을 겪어야 했던 것처럼, 정문정보 역시 많은 어려움을 이겨내야만 했다. 위낙 내실을 키워왔던 탓에 다른 기업들처럼 도산하거나 실업자를 양산하지는 않았지만, 국가의 총체적 위기 앞에 정문정보 또한 허리띠를 잔뜩 졸라매어야 했다. 당시 살아남은 기업들은 대대적인 명예퇴직과 권고사직 작업을 단행했다. 대기업도 예외는 아니었다. 인건비라도 줄여야 할 상황이었던 것이다. 정광훈 회장 역시 고민이 아닐 수 없었다. 거래 업체들의 어려운 사정으로 주문량이 감소하고 공장 가동률도 예전 같지 않은 상황에서 정문정보의 인원을 그대로 유지한다는 것은 적지 않은 부담이었다.

그러나 정 회장은 고뇌 끝에 용단을 내렸다. 힘들더라도 함께 끝까지 가보자는 결론을 내린 것이다. 그 대신 정 회장 본인은 물론 모든 임직원들의 상여금과 연·월차 수당, 회식비 등의 반납이 이루어졌다. 회사가 정상 궤도를 찾을 때까지 기꺼이 다같이 고통분담을 나누기로 했다. 외환위기로 인해 그렇게 모두가 힘겨운 노력을 하고 있을 때, 정문정보에 또 한 번의 위기가 닥치는 사건이 일어났다. 채 2년이 안 된 사옥에 화재가 발생한 것이다. 사옥의 옥상에서 용접을 하다가 일어난 일이었다. 사옥이 신월동에 있었던 시절에도 한 차례 화재를 경험한 적이 있었지만, 이번 불은 그 때와는 비교할 수 없을 만큼 타격이 컸다. 출하하기 위해 쌓아 놓은 매뉴얼과 키보드가 전소해 버리고 사옥의 일부도 화마에 휩쓸려 버렸다.

불운은 그것에서 끝나지 않았다. 어렵사리 납품한 물량에 품질 사고까지 겹쳤다. 그동안 최고 수준의 기술력과 시스템을 갖춘 전문 업체로서의 위상을 확고히 해왔기에 그에 따른 자부심이 높았는데 이번 일로 오점을 남기게 된 것이다. 얹친 데 덮친 격, 그야말로 삼중고였다. 절치부심 하던 정 회장은 전 직원을 불러 모았다. 그는 '어려운 시기라는 것을 잘 안다. 그러나 이 어려움은 우리만의 것이 아니라 나라 전체가 겪는 것이므로, 조금만 더 인내하고 제자리에서 맡은 바 소임을 다하다 보면 다시 웃을 수 있는 날이 반드시 오게 되어 있다' 며 직원들을 독려했다. 그리고는 직원들과 똑같이 화재가 난 사옥의 청소와 뒷정리를 맡았다. 하루라도 빨리 정상가동을 하기 위해서 일요일에도 나와 못 쓰게 된 사무가구를 들어내고 청소를 했다. 직원들 역시 불 타 버린 사옥 대신 설치한 임시 천막을 오가며 업무를 수행했다.

이 일이 있은 후 제품의 품질 또한 불량률 제로에 육박하게 됐다. 정 회장의 진심 어린행동에 직원들도 새로이 각오를 다잡은 터였기에 가능했다. 이후 다시 국가의 신용등급이 서서히 상향 조정되고, 주가지수가 연일 상종가를 경신한 것처럼 정문정보도 끊임 없는 노력으로 난국을 타개해 나갔다. 주문량도 예전처럼 늘어났고, 공장 가동률도 쉴 새 없이 이어졌다. 다시 흑자 전환으로 돌아서자 정문정보주식회사는 IMF 체제 위기 때 모든 임직원들이 반납했던 상여금과 각종 수당을 다시 돌려주었다. 정문정보는 또 회사의 경영 상태를 투명하게 공개하기 시작했다. 회사의 손익, 투자 계획, 경영전략, 비전 등이 그대로 전달되는 것은 물론이다. 경영 정보를 공유하면 직원들은 회사와 일체감을 느끼게 되고 이것이 자발적인 참여 유도로 이어지기 때문이다.

정문정보의 매출은 외환위기 때인 1997년 3백억 원, 1998년 286억 원으로 전년 대비 줄어들었지만 여전히 흑자를 냈다. 2000년에는 처음으로 1,028억 원의 매출에 30억 원의 순이익을 달성했다. 코스닥 시장이 활황으로 돌아선 1999년 12월에는 정문정보 주가가 최고 2만 700원까지 올라 관련 업계를 깜짝 놀라게 하기도 했다. 극심한 경기 침체로 대다수 IT업체들이 어려움을 겪었던 2001년에도 매출 931억 원과 순이익 4억 원을 거두며 위기에 강한 회사의 진면모를 여실히 보여주었다. 이에 정문정보주식회사는 주식시장에서도 중장기 투자에 유망한 종목으로 인식되고 있다.



정문정보주식회사는 아리랑구조조정기금으로 1백억 원의 외자 유치에 성공함으로써 수익성, 안정성, 성장성을 인정받았다.

3. 성장성 인정받은 100억 원의 외자 유치

정문정보가 외환 위기의 터널을 지나오면서도 비교적 큰 타격 없이 고성장을 이룰 수 있었던 이면에는 아리랑구조조정기금으로부터의 외자유치도 한몫을 했다. 기업구조조정 펀드는 미국 등지에서는 이미 90년대 초반부터 활기를 띠어왔는데, 이는 일반 금융펀드와는 달리 대개 1년 이상의 장기간 동안 기업에 직접 투자하는 방식의 성격을 가지고 있다. 기업구조조정 전문회사는, 당장은 어려움을 겪고 있지만 성장 잠재력이 높은 기업에 투자하거나 아예 기업을 사들여 정상화시킨 뒤 주식을 되파는 등의 방법을 통해 수익을 올린다. 이러한 전문 회사들은 자체 자금을 이용하거나 전용 펀드를 구성해 투자자금을 확보하는데, 선진국에서는 이미 일반화된 투자 기법이지만 국내에서는 국제통화기금 사태를 계기로 주목받기 시작했다.

즉, 우리나라의 구조조정기금은 지난 1998년 외환 위기 이후 재무구조 악화로 어려움을 겪고 있는 중소·중견기업을 지원하기 위해 설립된 투자기금이다. 외환위기 체제를 전후해 기업 부실이 심화되면서 부도업체가 1997년 월 평균 1,430여 개 회사로 늘어났고, M&A(기업인수합병)를 위해 시

장에 매물로 나오는 업체도 상당수에 달하는 등 기업 환경이 최악의 국면에 처해 있었기 때문이다. 극심한 신용 경색으로 인해 우량 중소기업들까지 도산하는 사태에 직면하면서 정부 주도하에 성장성 있는 우량 중견, 중소기업의 단기적 현금 흐름 압박 요인을 해소하고 재무구조를 개선하여 성장 기반 구축을 지원하고자 특별히 설립된 투자기금인 것이다.

정부는 1998년 10월 은행과 보험 회사 등의 25개 국내 금융기관들이 컨소시엄을 구성해 펀드를 만들어 1조 6,000억 원을 출자하도록 해 이른바 4대 구조조정기금을 조성했다. 그리고 기금 운용의 투명성과 효율성을 높인다는 명분 아래 외국계 회사에 기금의 운용을 맡겼다. 기업구조조정기금은 기업 부채의 만기를 연장해 주거나 회사채 주식을 매입하는 방식으로 운용됐으며, '서울부채조정기금' '한강구조조정기금' '무궁화구조조정기금' '아리랑구조조정기금' 등 4개로 구성되었다. 이러한 구조조정 기금들은 뮤추얼펀드 형태의 페이퍼 컴퍼니(Paper Company)로 자산관리 회사에 위탁하여 관리하도록 하고 있었다. 기금을 신청한다고 해서 모든 기업들이 혜택을 받을 수 있는 것은 아니었다. 기금의 투자 대상 기업은 기술력이 우수한 중소, 중견기업, 첨단산업기업, 수출 비중이 높은 기업, 금융기관의 퇴출 등으로 최근 1년간 매출의 8% 이상의 받을 어음을 받지 못한 기업 등이었다.

투자 대상 유가증권은 일시적으로 자금 압박을 받고 있으나 사업 전망이 양호한 기업체가 신규로 발행하는 만기 1년 초과 회사채, 잔여만기 1년 미만의 국내금융기관 차입금 및 국내에서 발행한 원화표시채권 또는 1년 이상의 고금리 장기채무 상환용 전환사채와 주식 등이다. 투자한도에 대한 가이드라인은 투자자산 중 채권과 주식의 최소 비율이 10% 이상, 동일 회사에 대한 투자한도가 총 자산의 10% 이내, 지분율 50% 미만이다. 또한 독점 규제 및 공정 거래에 관한 법률에 의한 6~30대 대규모 기업 집단에 속한 기업에 대한 투자는 기업구조조정기금 자산의 50% 미만을 유지해야 한다. 이렇듯 아리랑구조조정투자기금 대상으로 선발되기 위해서는 까다로운 위 조건들을 모두 갖춘 회사여야만 했다.

기금을 투자 받기 위해 정광훈 회장과 임원진은 회사의 재무 상태를 투명하게 공개하고 주력 사업에 대한 각종 보고서를 국책은행인 산업은행에 제출했다. 비슷한 사정의 동종 업계 회사들 역시 마찬가지였다. 기금을 유치하게 되면 신규 투자계획이 가시화되고 성장 기반을 더욱 공고히 할 수 있는 계기가 되므로 결코 놓칠 수 없는 기회였다. 오랜 준비와 노력 끝에 드디어 1999년 3월 3일,

정문정보주식회사는 구조조정기금 중에서 미국계 SSBT사가 신주발행형식으로 출자한 산업은행 산하의 아리랑구조조정기금으로부터 1백억 원, 즉 당시 환율로 8백 30만 달러의 외자를 유치했다. 정문정보의 납입자본금은 55억 원이었다. 아리랑구조조정기금의 지분율은 20% 선이었고, 이후 각각 두 번씩의 유상증자와 무상증자를 실시했다. 이를 통해 정문정보의 신규 투자 자금을 확실히 마련한 셈이었다. 까다로운 기준의 구조조정기금을 통해 외자를 유치할 수 있었던 것은 정광훈 회장의 노력도 노력이었지만, 이는 무엇보다 정문정보의 수익성과 안정성 및 성장성을 인정받았기에 가능한 일이었다. 이로써 정문정보는 새로운 사업 기반을 확고히 다질 수 있게 되었다.

4. 독일 베텔스만사와의 해외 합작

1999년 정문정보주식회사는 세계적인 미디어기업인 독일의 베텔스만사와의 합작에 성공함으로써 다시 한번 관련 업계를 놀라게 했다. 베텔스만사는 각종 미디어 상품을 생산해 온라인과 오프라인을 통해 공급하는 제작, 공급 및 서비스 회사로서, BMG 음반사업, 베텔스만 클럽뿐 아니라 독일 내에 유수의 방송국까지 거느리고 있는 거대 그룹이다. 이러한 유명 글로벌 기업이 먼저 정문정보에 접촉을 해온 것이다.

당시 정문정보는 1996년부터 마이크로소프트사의 전산전문교재(MOC) 사업을 병행, 국내 전산교육기관 등에 독점 공급하고 홍콩에까지 진출한 상태였다. ‘베텔스만 클럽’이라는 출판사를 가지고 있는 베텔스만사 역시 유럽 지역에 MS의 전산 교재를 공급하고 있었다. 홍콩뿐 아니라 더 많은 국가로의 판로 확대를 준비하고 있었던 정문정보로서는 베텔스만사의 합작 제의가 반가울 수밖에 없었다. 같은 사업을 진행하고 있는 두 회사는 사실 경쟁관계에 있는 것이나 마찬가지였지만, 합작을 통해 시너지 효과를 거둘 수 있을 것이라는 계산이 나왔다. 정문정보의 강점은 비교적 가격이 저렴하다는 점이었고, 베텔스만은 선진 경영기법을 가지고 있다는 점이 합작을 결정하게 된 주요 배경이었다.

마이크로소프트사에서도 적극 주선했다. 당시 한국에는 전사적 자원관리시스템인 ERP 시스템을 이용하는 기업이 극히 일부였는데, 이미 ERP시스템을 도입하는 등 선진적인 모델 시스템을 가진 베텔스만의 노하우가 정문정보에게도 도움이 되리라는 예측 때문이었다. 이에 정문정보는 2000

년 6월 23일, 베텔스만사와 싱가포르에서 해외합작법인설립 계약을 체결했다. 합작회사 지분은 베텔스만사 51%, 정문정보주식회사가 49%였다. 이미 1999년 7월 5일 싱가포르 지사(납입자본금 60만 싱가포르 달러)와 호주 지사(납입자본금 40만 오스트리아 달러) 설립을 통해 동남아시아 시장 공략을 준비해 왔던 정문정보는 베텔스만사와의 싱가포르 합작으로 인해 일본, 호주, 뉴질랜드, 필리핀, 브루나이, 말레이시아, 인도네시아, 홍콩 등의 11개 국가에 추가 진출하게 된 것이다. 이는 당시 큰 이슈가 되었다. 시장에서의 기업 가치는 주식 가격을 통해 반영되는 법. 세계적인 대기업이 상대적으로 알려지지 않은 한국의 자그마한 회사와 계약을 체결했다는 뉴스가 알려지자 정문정보의 주가는 하늘 높은 줄 모르고 치솟았다. 한때 정문정보주식회사의 주가가 2만 5,000원 대로 폭등하는 효과를 낳기도 했던 것이다. 이로 인해 당시 정문정보는 MS 전산전문교재 수출을 폭넓게 확장시킬 수 있었다. 그러나 두 회사 간의 합작은 정문정보가 49%의 지분을 베텔스만 측에 매각하는 것으로 2년 만에 막을 내렸다. 가고자 하는 방향이 서로 상충했던 것. 큰 의견 충돌이 있었던 것은 아니었지만 합작회사의 CEO를 어느 쪽에서 맡을 것인가 하는 등의 소소한 갈등이 대두되기도 했다. 결국 정문정보가 지분 매각을 결정하게 된 것은 아직은 해외 합작에 대한 경험이 별로 없었고, 그동안 베텔스만 측에서 영업, 재정 관리 등의 전체적인 시스템을 관장하고 있었기 때문이었다.

베텔스만과 결별 후 싱가포르의 회사 운영을 독자적으로 해나가야 한다는 것에 적지 않은 부담도 있었다. 매각 협상을 하는 과정에서 베텔스만은 M&A에 노획한 전략을 보여주었다. 이미 베텔스만사는 M&A에 대해 많은 경험이 있었고, 협상 과정을 어떻게 진행해야 유리하다는 것을 너무도 잘 알고 있었다. 여러 조율 과정을 거치면서 약간의 불리함을 감수하기도 했고 사업을 진행하면서 주도권을 빼앗겼다는 점은 충분히 아쉬움이 남았지만, 정문정보로서는 나름의 교훈을 얻는 계기가 되었다. 노련한 베텔스만이 단기수익추구형이었다면 정문정보는 경영방식의 개선을 위한 경영다각화형이었던 것.

당초 예상했던 큰 매출 이익을 거두지는 못했지만, 결과적으로 정문정보 또한 얻은 게 많았다. 베텔스만의 선진 경영기법과 M&A에 대한 노하우 등을 엿볼 수 있었던 것이다. 이후 정문정보도 그룹 전체에 ERP 시스템을 적용해 각 업무들을 전산화하고 세분화하여 업무 효율 극대화 효과를 가져왔다. 더불어 베텔스만사와의 합작 경험을 토대로 이후 100% 정문정보주식회사만의 지분을 투자해 해외법인 설립을 가속화했다.

Tip Story

TV가 퇴근 후 시간을 좌우한다

책의 진짜 좋은 점은 정서의 경작지라는데 있다. 아니 오히려 정신의 수목과도 비슷하여 몇 년, 몇 세대씩 이어가며 해마다 새로운 잎사귀를 낳고, 그 잎 하나하나가 주문의 표시 같이 기적을 낳는 능력이 있다.

- 토마스 칼라일 -

영아기와 유아기의 아이들을 장기간 TV 앞에 노출시키면 아이의 지능 발달이 늦어진다는 이야기가 있다. 눈을 맞추고 엄마와 놀이를 하기 보다는, 멍하니 TV 화면만 들여다보고 있으니 학습능력이나 이해력이 저하된다는 것이다. 두뇌를 활용할 여지없이 일방적으로 시각과 청각의 이미지를 주입시키게 되는 것이어서 아이들에게 좋은 영향을 미치기는 어렵다는 뜻이다. 게다가 과도한 TV 시청은 활동성을 위축시켜 인간과 인간 사이의 유대 비율을 떨어트린다.

물론 TV가 역기능만 있는 것은 아니다. 안방에서 편안히 앉아 세상의 지식과 정보를 제공받을 수 있고, 좋은 프로그램을 통해 다양한 삶의 방식을 접할 수도 있으니 말이다. 누가 뭐래도 TV는 이미 대부분 사람들의 삶 속 깊이 자리하고 있다. 아침에 일어나 습관적으로 TV를 켜고, 저녁에도 집에 돌아와 TV를 켜지 않으면 뭔가 허전하다. 역기능을 주장하건 순기능을 주장하건, TV가 우리의 일상을 지배하고 있는 것은 부인할 수 없는 사실인 것이다. 한 마디로 TV 중독의 시대다.

그러나 평일에는 되도록 멀리하는 것이 바람직하다는 사실은 자명하다. 이유는 시간 활용의 비효율 때문이다. 한번 TV를 보기 시작하면 오후 시간엔 아무것도 못하고 하루를 마감하게 돼 버린다. 퇴근 후에 특별히 학원 같은 곳을 다니는 직장인을 제외하곤 누구나 마찬가지일 것이다. 집에 와서 씻고 저녁 먹고 TV 드라마 한두 편 보고 나면 금방 자정이다. 꼭 챙겨봐야 할 만큼 좋아하는 프로도 아닌데 TV를 켜놓고 있다 보면 바보처럼 아무 생각 없이 화면 속으로 빨려 들어가는 것이다. 이런 사이클이 지속된다 보면 아무리 사회생활 경험이 많은 사람이라도 정작 자기경쟁력은 떨어지고 만다. 변화의 시대에 뒤처지지 않으려면 계획을 세워 TV 시간을 제한하는 것이 바람직하다.

막상 TV를 멀리하면 제법 적지 않은 시간이 온전히 자신의 것으로 남는다. 가뜰이나 하루 종일 일에 시달린 몸. 피곤함 때문에 학원에 다니거나 무엇을 공부하기가 여의치 않다면 그동안 미뤄두었던 책을 하나씩 독파해보자. 독서의 저력은 시간이 갈수록 배가되어 책을 많이 읽는 사람들은 학습능력이나 이해력이 높을 수밖에 없다. 특히 지적 능력은 다독의 소산이다. TV 볼 시간을 줄여 자신을 정서적, 정신적으로 챙기는 게 백 번 이득이 될 수밖에 없는 이유다. 그러나 적지 않은 사람이 여가의 대부분을 TV 시청으로 소비하느라 독서와는 점점 멀어지고 있다. 당신은 어떤가. 혹시 나도 모르게 퇴근 이후의 시간을 온통 TV에 저당 잡고 있는 것은 아닌가?

제4절 종합 미디어 시장을 선도하기 위한 노력

1. DVD ROM Disc 기술 국산화 성공

MS 비즈니스가 궤도에 오름에 따라 정문정보주식회사는 기존에 진행해 온 MS AR 사업과는 별도로 고부가가치 신규사업으로의 모색을 진행해왔다. 탄탄한 MS 사업 기반 위에 보다 고성장분야인 정보통신 장비, 멀티미디어 사업으로의 전환을 시도하기로 한 것이다. 이미 미디어 매체가 VHS에서 CD로 급변하는 모습을 보였고, 당시의 CD를 대체할 고용량, 고화질의 DVD(Digital Versatile Disc)가 전 세계적으로 1996년부터 등장하기 시작했다. DVD는 기존 오디오나 CD보다 여러 가지 뛰어난 장점을 가지고 있었다.

DVD는 MPEG2(Moving Picture Expert Group 2) 화상압축기술을 채택해 면당 135 ~ 142분에 해당하는 비디오 오디오 데이터 기록이 가능한 대용량 저장매체다. CD의 저장 용량의 약 7배인 4.7GB의 기본 용량을 가지고 있는 것이다. 또 DVD의 규격에는 양면 기록, 이중층 기록이 가능한데 양면 이중층 기록의 경우에는 17GB라는 초대용량을 가질 수 있다. 영화를 담은 CD가 DVD의 대명사이며 영화관에서나 접하게 되었던 돌비시스템 등의 음향효과를 낼 수도 있다. 그야말로 DVD 기능은 PC 사용자들을 매료시키기에 충분했던 것. 이같은 장점에도 불구하고 국내에는 DVD가 보급되지 않았는데 그 이유 중 하나는 아직 DVD 대량생산이 불가능해 DVD 기술과 산업이 외국에 비해 덜 발달됐기 때문이었다. 일본, 미국, 대만, 홍콩 등의 경우 DVD가 빠르게 대중화된 반면 국내에는 DVD 디스크 제조업체도 없는 실정이었다.



1997년부터 정문정보기술연구소를 설립하고 국내 최초로 DVD 생산 설비를 갖추었고 재생 시 발생할 수 있는 ‘끊김’ 현상을 자체 기술로 해결하며 그 기술력을 인정받기 시작했다.

정문정보는 이러한 시장변화 흐름을 놓치지 않고 적극 대처, 고부가가치를 창출하고자 1997년부터 기술연구소를 설립하고 국내 최초로 DVD 생산 설비를 갖추기 시작했다. DVD, 즉 디지털 비디오 디스크는 당시 미래가치가 상당히 큰 사업이자 정문정보의 핵심 전략사업이었다. DVD 재생기는 삼성과 LG 등 국내 전자업체가 생산하고 있는 반면, 그 기반이 되는 DVD 자체는 당시까지 국내에서 생산하지 못하고 있었다. 난해한 제조방법 등 진입장벽이 높아 겨우 시험 생산 단계에 머물렀던 것이다. 2000년, 정문정보 부설 기술연구소는 단순히 DVD를 생산하는 것에 그치지 않고 DVD를 재생할 때 발생할 수 있는 ‘끊김’ 현상을 자체 기술로 해결함으로써 그 기술력을 인정받았다.

DVD 디스크는 용량에 따라 DVD 5, DVD 9, DVD 10, DVD 18 등 4가지로 구분된다. 이 중 용량이 가장 적은 DVD 5를 제외한 나머지는 이중구조로 데이터를 저장한다. DVD 디스크를 돌려 데이터를 재생시킬 때 DVD 판독기는 아래층부터 데이터를 읽고 이후 처음으로 되돌아와 이중으로 이동한다. 처음으로 되돌아올 때 데이터 재생이 연속으로 이루어지지 않고 화질에 문제가 생기는 현상이 바로 ‘끊김’ 현상이다. 정문정보는 DVD에 내장된 정보를 읽을 때 원점으로 되돌아가지 않고

이층으로 직행하도록 하는 기술을 개발함으로써 ‘뿔김’ 현상을 방지했다., 즉 역트랙 이동 기술 (Opposite Track Pass)을 개발해 낸 것이다.

국내 최초로 Player 생산시 이용되는 ‘번인(Burn-in) DVD’ 도 생산해냈다. 뿐만 아니라 같은 해인 2000년에 기능점검용 DVD 제조기술을 100% 국산화하는데 성공했다. 정문정보가 개발한 ‘고배속 드라이브 기능 점검용 DVD ROM Disc’ 제조 기술은 DVD 드라이브나 플레이어 테스트에 필수적인 디스크로 당시까지 국내는 물론 해외에서도 공개된 기술이 없는 고부가가치 핵심기술이었다. 독자기술로 상품화에 성공한 이 DVD 디스크는 정문정보가 1998년, 1999년 약 2년간에 걸쳐 총 35억 원의 연구개발비와 9명의 전문인력을 투입, 세계에서 세 번째로 개발한 것으로 지난 2000년에 처음으로 국산화를 이루었다.

정문정보가 개발한 핵심기술은 크게 세가지이다. 기술 개발 내용으로는 균일한 감광제와 두께 조절 기술, 내압상승을 억제하는 스트레스 제어기술, 자체 개발한 수지를 이용하여 자연확산과 회전 확산을 혼합한 본딩 도포 기술 등 디스크가 최적의 균일성을 갖도록 해 주는 핵심기술이다. 이 제품은 디스크의 상층과 하층을 접할 때 발생하는 편차를 최소화시킨 것이 특징이다. 일반 DVD가 7.5% 이상인 신호의 떨림을 6.5% 이내로 낮춰 성능 비교 평가에서도 품질 우수성이 확인됐다. 이는 고도의 기술적인 노하우와 첨단 제조 설비 없이는 생산이 불가능한 부가가치가 높은 분야이다.

2000년 당시 이 제조기술은 일본 업체인 아벡스(ABEX) 및 티악(TEAC) 등 두 개 회사가 세계 시장을 독점하고 있었다. 정문정보는 이들 제품과 동등 이상의 품질 수준을 확보한 데 이어 가격경쟁력은 1/4 수준으로 우위를 확보한 셈이었다. 국내기업으로는 유일하게 DVD 라인을 구축한 정문정보는 다시 한 번 기술력의 우위를 확인하게 된 것이다.

2. DVD 스탬퍼 개발

‘고배속 드라이브 기능 점검용 DVD ROM Disc’ 기술 개발에 성공한 정문정보 기술연구소는 같은 해인 2000년 DVD 스탬퍼를 개발해냈다. 2년 이상의 연구 과정과 35억 원이 넘는 스탬퍼 제작 장비 구입을 비롯해 총 57억 원의 개발비를 투자한 끝에 이뤄낸 쾌거였다. DVD Disc를 대량 생산해



‘고배속 드라이브 기능 점검용 DVD ROM Disc’ 기술 개발에 성공한 정문정보기술연구소는 같은 해인 2000년 DVD 스탬퍼를 개발해냈다.

내기 위해서는 DVD 스탬퍼가 반드시 필요하다. DVD 스탬퍼 역시 당시 정문정보가 국내에서는 처음으로 개발했다.

스탬퍼는 제조자 코드(Manufacturer's Identical code)를 담고 있기 때문에 광학 미디어 제작 단계에서 매우 중요한 핵심 자재이다. 마스타 CD/DVD가 콘텐츠의 내용을 담고 있는 원본이라면, 스탬퍼는 마스타를 이용하여 대량 복제하기 위한 금형인 셈이다. DVD 스탬퍼는 니켈이 주성분으로 이루어진 원판으로 수명은 스탬퍼 1장당 디스크 5만장 이상 복제 가능하다. 직경 $138 \pm 0.01\text{mm}$, 두께 약 $290 \pm 10\text{micron}$ 으로 규격되어 있고 내경은 CD와 CD-R 스탬퍼 $34.000 \sim 34.015\text{mm}$, DVD 스탬퍼 $22.000 \sim 22.015\text{mm}$ 로 구성되어 있다. 형상자체는 광디스크(CD/DVD)와 동일하고 고객 자료가 입력되어 있으므로 음반용 스탬퍼의 경우는 신호측정기 상에서 재생도 가능하다. 일반적인 CD나 DVD의 재료는 ‘폴리카보네이트’라는 물질로 산과 열에 잘 견디는 특성이 있다. 이 폴리카보네이트를 녹여 액체로 만든 뒤 스탬퍼를 이용해 디스크를 사출 성형해내는 것. 여기에 반사층을 입히고 이 반사층을 보호하는 보호층을 만들면 CD나 DVD가 완성되는 것이다.

스탬퍼의 제조 과정

정문정보주식회사 기술연구소가 개발해 낸 스탬퍼는 정교한 개발 과정 끝에 탄생했다. 스탬퍼 만드는 과정을 마스터링(Mastering)이라 하는데, 이는 크게 프리마스터링(Premastering)과 마스터링(Mastering)으로 나뉜다. 프리마스터링은 아날로그 신호를 디지털 신호로 변환해서 데이터가 담긴 DLT나 CD-R등의 마스터 소스(Master Source)를 만든다. 마스터링은 우선 글래스(Glass)를 이용해 유리의 표면을 세척하여 깨끗하게 한 뒤 말리는데, 유리 원판은 지름이 180mm ~ 220mm, 두께 6mm를 주로 많이 이용한다. 이렇게 만들어진 글래스 마스터는 전기적으로 부도체이기 때문에 표면에 얇은 니켈(Ni)을 입혀 전도체로 만들어야 한다. 이것을 Metallising(성막)과정이라고 부른다. 글래스 마스터에 니켈 도금 처리를 한 뒤 떼어낸 것이 파더(Father), 파더에 다시 니켈 도금한 뒤 분리한 것이 마더(Mother), 마더에 다시 니켈 도금한 뒤 분리한 것이 선(son) 또는 스탬퍼(stamper)이다. 도금 처리 장치에서 나온 각각의 Father, Mother, Son은 스탬퍼의 형상을 갖추고 있지 않으므로 복제과정에서 바로 사용할 수 없다. 이러한 상태들을 스탬퍼가 아닌 Shell 상태라 하고 스탬퍼 형태로 만들기 위해 후처리공정(Finishing)을 통해 원하는 모양으로 편칭하고 후면을 연마하면 스탬퍼가 완성되는 것이다.



정문정보주식회사 기술연구소는 DVD Rom Disk 기술 국산화 성공에 이어 DVD 스탬퍼 개발에도 성공했다.

정문정보주식회사가 만든 이 DVD 스탬퍼는 미국 회사인 MPO Iberica사 제품과 비교해 봐도 에러가 적게 발생해 동등한 품질을 가지고 있었다. 그러나 가격은 150만 원으로 350만 원 정도인 미국 제품보다 월등한 가격 경쟁력이 있었다. 게다가 정문정보의 스탬퍼는 어떤 DVD 재생기와도 호환이 가능해 미국, 일본, 대만은 물론 국내에서 생산되는 DVD 재생기와 PC 탑재형 DVD-ROM 드라이브에서 재생될 수 있는 특징을 지니고 있다. 정문정보는 지금까지 수입해온 DVD 스탬퍼를 개발함으로써 수입대체에 따른 외환 절감은 물론 국내 DVD 시장이 확대되는 파급효과를 가져왔다. 물론 처음부터 고품질의 DVD 스탬퍼를 만들어낸 것은 아니다. 초기엔 경험 부족으로 수율이 50%도 되지 않았다. 그러나 각고의 노력과 시행착오 끝에 수율을 90%까지 끌어올렸으며, 이는 DVD 선진국인 미국의 MPO 이베리카사와 비슷한 수준이었다. 정문정보는 DVD 디스크뿐 아니라 DVD 스탬퍼 개발을 국내 최초로 성공시키면서 디지털 미디어 분야의 독주를 예고하고 있었다.

3. 각종 수상으로 인정받은 차세대 멀티미디어 기술

국내의 디지털 시장을 석권한 정문정보는 2000년 7월 19일 'DVD 스탬퍼'를 개발해 내어 <장영실賞>을 수상했다. <장영실 상>은 국내 산업계 기술 개발 장려를 위해 과학 기술의 독창성, 기술적 중요성이 인정되는 제품에만 주어지는 상이다. 한국산업기술진흥협회, 매일경제신문사가 주관하고 과학기술처 장관이 수여하는 이 상의 제정 목적은 국내 기업과 연구소 등의 기술개발을 촉진하고 산업 기술 혁신의 풍토 조성을 위한 것이다. 시상 대상은 국내에서 개발된 신기술 개발 제품 중 심사 시기 전 1년 동안에 실용화한 제품으로 독창성, 경제성, 기술적 중요성 등을 인정받은 우수한 개발 제품에만 주어진다. 자체 연구소 설립이 채 10년이 되지 않는 정문정보로서는 자부심을 가질 만한 일이었다.

또한 같은 해에 KT 마크와 산업자원부 장관상을 수상했을 뿐 아니라 역시 같은 2000년, 데이터 기록 방식을 혁신해 오디오와 비디오의 끊김 현상을 방지하고 지연 간을 6분의 1로 줄이는 데 성공한 공로로 <부품 소재 기술상>을 수상했다. <부품 소재 기술상>은 우리나라 산업의 근간을 이루고 있는 국내 부품 소재 산업의 육성을 위하여 산업자원부가 2000년부터 장은공익재단의 재정 후원으로 우수 기술 유공자를 발굴, 포상하는 국내 산업 부문의 최고 기술상이다. 이러한 의미있는 상을 정문정보가 첫 해 수상을 하게 된 것이다.

2001년 7월에는 ‘KMP 마크’를 획득하고 ‘유망 중소기업’에 선정되었다. 2002년에는 또 ‘고배속 드라이브 기능 점검용 DVD ROM Disc’ 제조기술로 ‘신기술인증(NT)’을 획득했는데, 이는 당시 관련 업계에 커다란 반향을 불러온 핵심기술이었다. 신기술 인증은 국내에서 최초로 개발된 기술도는 제품의 품질, 성능 및 제조 공정을 평가하여 우수한 제품 및 기술에 대해서는 신기술 마크(NT)를 부여하는 제도로써 한국기술 표준원이 시행하고 있다. 국내 최초 신기술로서 상품화한 지 3년 이내의 제조기술 및 식품, 의약품, 자동차 등의 완성품이 인증 대상으로서 NT 신기술 및 제품은 홍보, 판로, 자금 등의 지원을 받는다.

정문정보의 각종 수상은 계속되어 2003년에도 <신기술 실용화 대통령 산업 포장>을 수훈했다. 정문정보가 국내의 각종 첨단 관련 기술상을 수상한 것은, 타 업체와 차별화된 경쟁력을 갖추고 오랜 연구와 준비 작업 끝에 독자기술로 그 우수성을 인정 받았기 때문이었다. 정문정보의 수상 경쟁력이 비단 기술 분야에만 국한되는 것은 아니다. 1998년에는 보건복지부 장관으로부터 ‘감사패’를 받았다. 꾸준히 이웃을 돌보고 기부활동을 해온 것에 대한, 말 그대로 감사의 표창이었던 것이



정문정보주식회사 정광훈 회장이 DVD 스템퍼 개발 공로를 인정받아 2000년 장영실 상을 수상하고 있다.

다. 정광훈 회장과 정문정보는 그 동안 나주시 노안면 면사무소와 한국장애인연맹에 선행을 베풀어 왔다. 어려운 사람들을 돕는 것이 ‘정도 경영’의 한 방법이라고 생각했기 때문이다. 염산전자공업고등학교, 동신대학교, 한일장신대에 기부금을 보내는 것도 같은 이유에서이다. 가정 형편 때문에 학업을 중단하는 학생들이 없었으면 하는 바람으로 시작하게 된 것이다. 이외에도 대한예수교 장로회 생명샘 교회를 비롯, 타지에 파견되어 복음을 전파하는 선교사들에게도 기부금을 보낸다. 사단법인 한몽 교류진흥협회에 내는 기부금은 몇 년 전 정광훈 회장이 몽고 선교를 다녀오면서 결심하게 됐다. 순박하고 때문지 않은 사람들이 좀 더 윤택한 생활을 했으면 하는 마음에서다.

또 다른 종류의 수상은 2000년 3월 3일, 대통령으로부터 〈성실경영 성실납세 대통령상〉을 받은 것이다. 정광훈 회장은 처음 사업을 시작할 때 성실과 정직의 자세를 기본 바탕으로 사업을 하겠다고 결심했었다. 투명한 경영을 해나갈 때 더욱 튼튼하고 내실있는 회사로 발전해 나갈 수 있다고 굳게 믿기 때문이다. 성실히 납세의 의무를 실천하고 연구 열정을 불태우는 직원들이 있는 한, 정문정보주식회사의 수상 소식은 앞으로도 계속 들려올 것이다.

4. 체계적인 자원 관리를 위한 ERP 시스템 도입

베텔스만사와 결별한 정문정보는 비록 2년 남짓의 짧은 경험이었지만 거대 그룹과의 합작을 통해 전체적인 회사 조직을 제도화하고 기존의 시스템을 혁신해야 한다는 숙제를 안게 되었다. 사업규모 확대를 위해서라도 좀 더 발전적이고 능동적인 조직의 정비가 필요했는데, 아직 체계적인 시스템이 미흡하다는 결론이 나왔기 때문이다. 정문정보는 그동안 로컬 서버 시스템을 구축해 사용 중이었으나 이는 정보 취합 및 결산 지연, 실시간 정보 공유, 업무 전산화 등에 한계를 지니고 있었다. 또한 협력업체와의 원활한 시스템 커뮤니케이션에 애로사항도 곳곳에서 나타나게 되었다. 따라서 차기 시스템은 협력업체와의 인터페이스와 성능, 확장성, 신기술 등을 고려해야 했다. 때문에 정광훈 회장의 지시에 따라 경영기획팀이 이러한 문제점을 해결하고 사업 규모 확대에 따른 정보시스템 지원 체계 강화를 목적으로 2000년부터 정보화 추진 계획을 준비하게 되었다.

우선은 롤모델이 될 만한 거래 업체 기업의 시스템을 눈여겨봤다. 이미 업계에서도 베텔스만과 삼성의 정보 인프라 구축은 체계적이기로 유명했는데, 특히 삼성의 경영혁신, 인력관리, 성과관리, 감사업무 등은 경영 전반에 걸친 혁신이 일회적으로 그치지 않도록 잘 제도화 되어있었다. 삼성 특유의 정보 인프라 역시 시스템 경영의 특성을 잘 보여주었다. 삼성은 1999년부터 ERP(전 사적

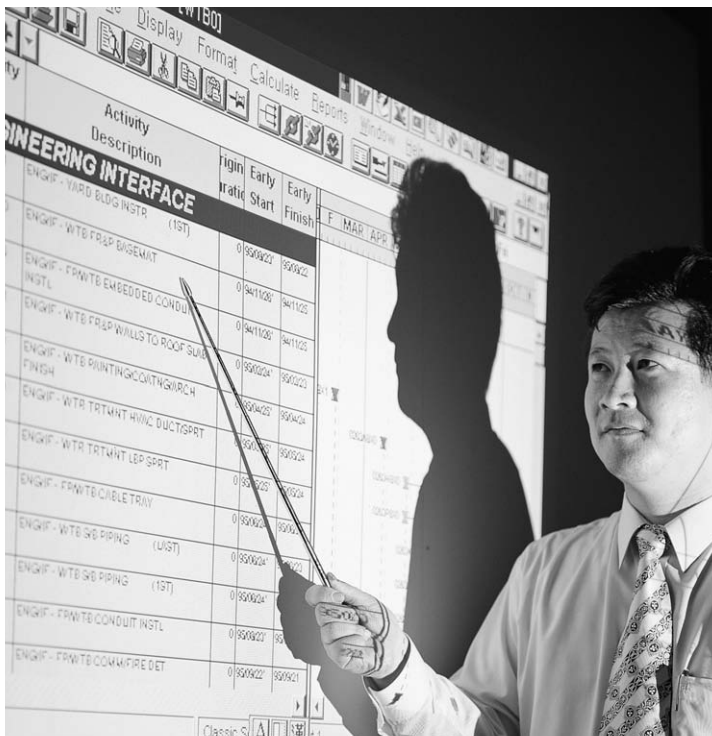
자원관리시스템)을 구축했는데, 그 효과는 대단한 것이었다. 재고 물량이 평균 4조 1,000억 원에서 2조 300억 원으로 줄고 미회수 채권도 절반 가량으로 줄일 수 있었던 것. ERP, 즉 전 사적 자원관리시스템이란 기업의 인적 및 물적 자원을 관리하는 대형 소프트웨어를 말한다. 기업용 전산시스템은 초기에 재고관리나 업무과정과 같은 생산계획 수립에 중점을 뒀으나 최근에는 인사, 회계 등의 전체 관리로 확대돼 왔다. ERP 시스템은 오라클 등 외국의 기업용 소프트웨어 공급업체들이 세계적인 기업들의 업무 과정과 조직을 연구해 이를 소프트웨어에 담아 경영 혁신을 이룰 수 있도록 한 것이다.

정문정보는 납품업체 등 외부 파트너 등과 정보를 공유해야 할 필요성이 점차적으로 증가함으로써 웹 기반의 ERP 구축이 절실했다. 이러한 사례들로 인해 정문정보 역시 정보전략 컨설팅을 통하여 마스터플랜을 수립한 후 지식 정보 시스템과 ERP 시스템을 구축하기 시작했다. 회사현황을 정확히 알고 현업의 업무손실률을 최대한 줄일 수 있을 것이란 계산 때문이었다. 하지만 프로젝트 초기에는 리스크 부담이 컸다. 초기 시스템 구축 자금만 총 20여 억 원 이상이 필요한데다가 효율성에 대한 확신도 장담하기 어려운 상태였다. 하지만 적극적인 Microsoft사의 협력으로 꾸준히 파일럿 테스트를 통해 어려움을 해소해나갔다. 그리고 이러한 ERP 시스템은 2001년 2월 완료하여 현재 운영 중에 있다. 프로젝트 완료 후 일반 사원들을 대상으로 여러 차례 교육을 실시했고, 이제는 사용자들이 자연스럽게 용이한 업무 처리가 가능해져 새로운 시스템에서 얻어지는 장점과 효율성을 체감·인식하고 있다. 또한 프로젝트 완료 후 월별, 분기별 결산을 진행한 결과, 기존에 수십일이 걸리던 결산과정을 훨씬 빨리 단축시킬 수 있었다. 이렇게 구성된 시스템은 웹서비스가 가능해 사용자들은 어느 곳에 위치하든지 PC·PDA·노트북 등을 통해 자유롭게 이용할 수 있어 보다 편리한 업무 및 정보 관리가 가능해졌다. 뿐만 아니라 전산관리자 입장에서는 그동안 관리의 어려움을 겪었던 영업·물류, 인사·회계, 생산·자재 등 기업 전반에 걸친 리소스 관리(Enterprise Resource Management)에 대해서도 데이터베이스 관리가 용이해졌다.

정문정보의 ERP 시스템은 거의 대부분의 비즈니스 프로세스를 지원하고 있어 이러한 시스템 구축 완료로 생산 및 외주 관리 시스템의 생산입고, 물류관리 시스템의 재고 및 납품 정보, 마케팅 & 영업시스템의 매출 및 채권 정보와 판매계획, 구매 및 자재관리 시스템의 매입 및 채무 정보와 자재 조달, 물량 계획 시스템의 판매·구매·생산 계획이 모두 웹 기반 하에서 이루어지게 됐다. 또한 이와 같은 시스템 구축 완료로 인해 회계 및 수익성 분석, 성과평가 등을 실시간으로 처리할 수

있게 됐으며 납품업체 간의 수·발주를 웹으로 공유시켜 줌으로써 보다 효율적인 업무 환경으로 전환될 수 있게 했다. 이는 기존 로컬 단위로 구성돼 있던 서버가 중앙 서버를 중심으로 네트워크로 연결돼 시스템 통합·정보공유 분석·실시간 정보공유가 웹으로 가능해졌기 때문이다. 또한 웹 기반의 ERP 시스템 구축으로 모바일 기반의 영업관리도 수월해졌다는 것이 시스템 구축의 가장 큰 특징이다.

정리하자면 이러한 ERP시스템 구축으로 정문정보주식회사가 얻을 수 있는 기대효과는 크게 두 가지. 첫째, 업무처리 효율성 증대를 말할 수 있다. 이를 통해 업무처리 프로세스, 데이터의 표준화와 시스템간 분산 처리되던 데이터의 전사 통합관리가 가능해졌으며 관련 업무처리 정보의 실시간 공유, 다양한 분석 정보의 확보 및 의사결정 지원을 할 수 있게 됐다. 둘째, 기업간 협업체계의 기반 확보다. 따라서 향후 e-비즈니스 및 경영 환경 변화에 유연하게 대응할 수 있으며 e-트랜스포메이션을 위한 정보시스템 인프라를 구축할 수 있게 됐다. 따라서 프로세스 통합 정보 시스템 활용으로 신속반응 할 수 있는 조직, 그리고 부서별 전문성을 전 사 차원에서 공유할 수 있는 기업으로 거듭날 수 있었던 것이다. 무엇보다 ERP시스템 도입 이후 직원들의 자긍심이 커지고, 특히 데이터의 중요성을 인식하는 사내 문화가 정착되었다는 점이 장점으로 평가되고 있다.



베델스만사와의 합작을 통해 체계적인 자원 관리 필요성을 절감한 정문정보는 2001년 2월 ERP 시스템을 구축, 현재까지 운영 중이다.

ERP 시스템의 특징과 활용

통합자원관리

ERP 시스템의 가장 큰 특징 중의 하나가 영업, 생산, 구매, 재고, 회계, 인사 등 기업의 모든 프로세스를 통합적으로 관리해 준다는 것이다. 기업에서는 ERP 시스템을 통해 비즈니스에서 발생하는 모든 자료를 한 곳에서 처리함으로써 정보 시스템의 전 사적 최적화를 추구할 수 있게 되고, 다양한 측면의 정보를 공유함으로써 기업의 의사 결정에 중요한 정보를 제공해 주기도 한다. ERP 시스템은 모든 업무 프로세스가 연계되어 있기 때문에 회계지향 시스템이라고도 한다. 예를 들면, 제품의 판매와 관련된 회계 처리를 주 거래처 원장과 총계정 원장에서 실시간 처리함으로써 효율적인 회계 처리를 지원해 준다. 더불어, ERP 시스템은 업무의 통합과 재편성이 용이하기 때문에 고객 지향 업무 체계를 편성할 수 있다. 그리고 ERP 시스템은 변화하는 경영환경에 신속하게 대처할 수 있도록 판매, 생산, 회계, 인사 등 모든 사업 모듈에 대한 변경이 가능하다.

표준화된 프로세스 적용 및 BPR

BPR(Business Process Reengineering)이란 '할 수 있는 것'에서 '해야 하는 것'으로의 혁신적인 사고 전환을 통해 회사 업무 처리 프로세스를 목적 추구형, 병렬 처리형 등으로 혁신시킴은 물론 이와 관련된 기반구조(Infrastructure) 및 기술(Technology), 조직화(Organization)를 동시에 혁신시켜 기업의 경쟁력을 세계 초일류 수준으로 끌어올리는 기법이다. ERP 시스템은 표준화된 참고사항에 기반한 정보 시스템이다. ERP 시스템 개발은 세계에서 가장 성공적인 기업의 업무 프로세스에 기반해 참고모델을 개발하고, 이 참고모델을 ERP 시스템을 도입하는 기업들을 대상으로 주문제작함으로써 ERP 시스템을 구축하게 된다. 그러므로 ERP 시스템을 도입하는 것 자체가 BPR을 추진하는 것이고, 결국 기업의 업무 프로세스의 혁신을 가져오는 것이다.

타 기종 시스템과의 연동 가능

ERP 시스템은 기업의 레거시 시스템과 연동이 가능하고 더불어 그룹웨어와도 연동이 가능하다. 이는 ERP 시스템이 다양한 업무 프로세스를 지원하기 때문이다. 예를 들면, 전자 결제 시스템을 내장한 그룹웨어의 경우, 이는 ERP 시스템 내의 회계 모듈과 연동되기 때문에 기업의 모든 시스템을 연동시켜 사용할 수 있게 된다.

확장 및 연계성

ERP 시스템은 개방형 구조를 채택하고 있기 때문에 커넥터(Connector)와 어댑터(Adapter)를 이용해 시스템의 확장 및 연계가 가능하다. 또한 시스템 플랫폼도 특정 하드웨어와 소프트웨어에 의존하지 않고 다양한 운영체제나 데이터베이스에서 운영할 수 있는 인터페이스를 가지고 있다. 반면 기존의 정보 시스템의 경우 폐쇄적 구조로 다른 시스템과 연동을 위해서는 대규모 수적 작업이 필요하거나 또는 처음부터 새로운 시스템을 구축해야 하는 문제점이 존재한다.

글로벌 대응이 가능

글로벌 기업에서 출시하는 ERP 시스템은 다국적 언어 지원 기능을 내포하고 있기 때문에 전 세계에 산재한 본사와 지사를 갖춘 기업들에게는 매우 유용하다. 예를 들면, ERP 시스템에서 사용하는 언어 또는 메뉴 기능에 차이가 있지만, 회계처리, 업무처리, 회계관리, 제품구매 등 일반적인 업무와 관련된 모든 데이터를 통합적으로 처리할 수 있다. 이는 ERP 시스템이 어떤 특정 국가에 특정 기업의 표준 프로세스를 구현시켜 놓은 것이 아니라 각 사업별 유형에 따라 가장 모범적인 프로세스를 내장하고 있기 때문이다.

의사결정을 위한 다양한 정보 제공

ERP 시스템은 기업의 모든 정보자원을 통합 데이터베이스를 이용해 관리하기 때문에 기업의 의사결정에 필요한 정보를 추출하고자 할 경우 매우 유용하다. 즉 경영자 입장에서 핵심 정보를 추출함에 있어 다양한 정보 시스템으로 정보를 추출하는 것이 아니라 하나의 ERP 시스템 내에서 정보를 추출함으로써 빠르고 정확하게 정보를 추출할 수 있다.

〈자료 : 대한상공회의소〉



새로운 분야에서 기술력 인정 받을 때, 가장 짜릿하다

이재숙 상무 / 기술연구소

138

2000년 7월을 잊을 수가 없다. DVD 스탬퍼 개발에 성공한 대가로 정문정보가 장영실 상을 수상했을 때였다. 아마 JMI에 입사해서 가장 큰 자부심을 느꼈을 때가 아닌가 싶다. 물론 스탬퍼 외에도 많은 개발을 이뤄냈고 그만큼 수상도 했지만, 그때가 가장 기억에 남는다.

당시 DVD 스탬퍼의 국내 개발사례가 전혀 없었기 때문에 많은 과정을 새로 연구해야만 했기 때문이다. 그만큼 고생이 많았다. 당시 우리 연구소가 생긴 지 얼마 되지 않았던 터라 시행착오도 여러 번 있었다. 매일 밤 늦도록 연구와 테스트를 되풀이하느라 눈이 튀어나올 지경이었다. 연구원들 모두 만성피로에 눈은 쾅하지, 어깨는 천근만근이지 정말 힘들었을 것이다. 그렇게 쫓고 쫓기는 업무에도 불구하고 다음날 아침이면 또 멀쩡해져 오로지 개발에만 몰두했다. 그래서 우리는 서로를 슈퍼맨이라고 치켜세워준다.

제품 개발 당시 가장 어려웠던 애로사항은 스탬퍼를 금형에 부착해 사용할 때, 로봇이 DVD를 꺼내는 공정에서 DVD 스탬퍼와 DVD가 함께 떨어지는 것이었다. 이해곤, 임진명 연구원 등 모든 부서원들이 달라붙어 아무리 테스트를 해도 이 부분이 영 해결이 안 됐다. 하지만 불가능이 어디 있겠는가. 결국 스탬퍼에 봉산을 추가로 배합해 연성을 증가시켜 문제를 짚 해결해냈다. 그런데 하나를 해결하고 나니 또 다른 문제가 생겼다. 이번에는 클라우즈(Clouds)가 나타나 신

호를 현저히 저하시키고 미관이 좋지 못한 현상이 발생했다. 다시 절치부심하며 연구에 연구를 거듭해 방법을 찾아냈다. 이 문제 역시 초음파 세정이나 자외선 세정법을 활용해 이를 제거해냈다. 이렇게 2년 동안 연구한 끝에 결국 개발에 성공했을 때는 ‘드디어 우리 손으로 해냈구나’ 싶어 기분이 날아갈 것만 같았다. DVD 스탬퍼가 국내 기술과 산업에 미치는 영향은 그만큼 커다란 것이었으니까.

현재도 지속적인 DVD의 업그레이드가 이루어지고 있고, 벌써부터 이를 대체하기 위한 각종 미디어 매체의 개발을 전 세계적으로 진행하고 있다. 다들 아시다시피 우리 연구소는 짧은 역사에도 불구하고 벌써 굵직굵직한 국책과제를 여러 건이나 유치했다. 각 회사의 연구소마다 국책과제를 유치하기 위해 전쟁 아닌 전쟁을 벌이는데, 평균 경쟁률이 어마어마하다. 이미 新 기록 매체의 공동개발에도 활발하게 참여하는 등 여전히 연구원들은 에너지가 넘치고 있다. 앞으로도 꾸준히 독자적인 기술력을 보유하여 제이엠아이주식회사의 경쟁력을 강화하는 데 중추적인 역할을 할 것이다. 우리 슈퍼맨들은 새로운 분야에 도전할 때면 평소 켜가던 눈동자가 언제 그랬느냐는 듯 다시 반짝 반짝해진다.

JM 발자취

제3장 제1도약기

글로벌 전진기지를 위한 초석

제1절 변화하는 기업 환경과 개방화

1. 급변하는 기업 판도

국내외를 막론하고 기업 환경은 빠르게 변화하고 있었다. 자유무역을 지향하는 우루과이 라운드(Uruguay Round) 체제가 1995년부터 발효되면서 무역과 투자 활동이 급격히 개방되었다. 자유무역이 확대되고 국가 간의 문화 교류가 보편화되면서 경제의 세계화도 더욱 촉진되고 있는 것은 물론이었다. 기업 경영이 세계화 추세에 접어들면서 국가 간의 경제활동에 있어서 점차 국경의 개념이 사라지고 있었던 것. 기업의 국제적인 협력이 절실해지면서 산업 구조 조정도 국제적인 분업 형태로 나타나고 있는 상황에서 세계시장도 단일시장으로 형성되고 있는 셈이었다. 이미 이 같은 활동은 다국적 기업에서 보편화되었지만, 점차 규모가 작은 기업들도 국내외 시장을 동일시하는 현상이 늘어나게 되었다.

이러한 추세는 1990년대 들어서면서부터 시작되어 2006년 현재에는 우리나라의 해외직접투자(총 투자기준) 규모 5,185건, 107억 3,100만 달러를 기록했다. 이는 전년에 비해 건수는 18.1%, 금액은 63.7%가 각각 증가한 것으로 연간 투자 실적은 사상 최초로 100억 달러와 5,000건을 넘어섰다. 업종별로는 제조업이 투자액 50억 6,700만 달러(2,261건)로 전년대비 38.5% 증가하여 투자 주도 업종으로서의 위치를 유지하였으나, 광업(14억 2,700만 달러), 건설업(6억 7,700만 달러), 부동산업(5억 2,100만 달러)도 투자액의 전년대비 증가율이 200%를 상회하며 투자가 크게 활기를 띠었다. 이

는 외환 위기 이후 기업들이 높은 임금과 잦은 파업, 각종 규제 등을 피해 공장을 해외로 옮기는 경우도 증가됐기 때문이다. 이미 세계적인 개방화의 물결과 팔목할 만한 국내 경제의 성장과 더불어 소득수준이 높아지면서 제조업들의 기업 여건은 점점 악화되고 있었다. 최근 수년 사이에 제품의 평균 수출단가가 떨어지는데 반해 국내 임금은 많이 올랐으며 잇따른 노사분규로 산업 현장은 어지러웠다. 이 같은 국내 제반 여건의 악화로 국제 경쟁력이 급격히 떨어짐에 따라 거래 관계를 유지하고 있는 고정 바이어들의 지속적인 오더 수주를 위해서는 가격경쟁력이 있는 해외 공장 확보가 가장 시급한 문제로 대두되었던 것. 이에 따라 국내에서는 제조업계가 한계에 와 있다고 판단한 많은 기업들이 그 활로를 해외에서 찾아야 한다는 결론을 내렸다. 원자재를 확보하고, 저임금과 저생산시설을 이용하기 용이하기 때문에 장기적인 안목에서 생산 기지를 해외로 이전하는 기업이 우후죽순으로 늘어난 것이다.

이와 같은 상황에서 정부 또한 한국이 현재 자본 유입이 증가하여 원화가치가 고평가되고 수출기업들의 경쟁력이 약화되고 있다는 인식을 하게 됐다. 따라서 정부는 해외투자 활성화를 통하여 해외시장 개척, 해외투자 수익 증대 등을 목표로 정책을 수립하였다. 기업의 해외진출을 보다 쉽게 지원하여 우리의 경제활동을 넓혀 나가는 것을 목표로 국내 기업의 ‘해외진출의 활성화 및 해외투자 확대 방안’을 발표하게 된 것. 그 주요 내용으로는 해외 부동산을 포함한 직접투자 규제완화, 해외펀드 투자 확대, 금융권의 해외진출, 해외 사업 타당성 조사 등의 내용을 담고 있다. 아울러 중소기업 전용 정보망을 구축하여 대기업과 중소기업의 공동진출을 적극 유도하여 수주 확대를 도모하는 한편, 점차적으로 프로젝트 공동 발굴, 수주 교섭 등 현지 수주 활동 지원 사업도 펼칠 계획이다. 정부가 이처럼 뒤늦게라도 중소기업의 해외진출을 독려하는 이유는 다음과 같은 점에서 중소기업의 역할이 점점 더 중요해지고 있기 때문이다.

중소 기업은 유망 분야에 대한 진출을 신속한 의사 결정을 통해 전략적으로 이동 가능하기 때문이다. 대기업은 전반적인 기업 이익의 전략에서 의사결정을 하지만 중소기업은 한정된 부문에서 전문적인 노하우로써 전략적 이동으로 유연하게 대처할 수 있기 때문이다. 그리고 중소기업은 상품이나 서비스의 이동이 기민하고, 금융 조달이나 자원의 확보에서도 신속히 대처할 수 있기 때문에 대기업보다 성장과 발전의 기회를 더 많이 포착할 수 있다. 또한 무엇보다 중요한 것은 중소기업의 건실한 성장과 사업 환경에 대한 역동적인 적응력으로 곧 바로 국가 경제의 건실성과 역동성으로 직결되기 때문에 국가에서 중시하지 않을 수 없다는 점이었다. 이처럼 중소기업의 국제화 내지

세계화는 이미 역사적인 추세로서 빠른 속도로 진행되고 있는 것이 현실이다.

더블유티오(WTO:세계무역기구)의 개막과 함께 세계 경제는 자유무역과 국경 없는 경제의 형성을 통한 세계화의 진전이 이루어지면서, 규모에 관계없이 국제시장에서 세계의 일류 기업들과 경쟁하여 품질 또는 가격 측면에서 우위를 확보해야만 생존할 수 있게 되었다. 이런 환경 속에서 우리 기업들은 제품 중심의 세계화뿐 아니라 자원 중심의 세계화를 요구받고 있었으며, 대외적인 경영 환경의 변화에 따라 우리 기업도 적자생존의 상황에서 살아남을 전략이 필요하게 된 것이고, 바로 그 전략으로 경영의 세계화가 거론되었던 것이다.

2. 성공적인 현지화 전략

2000년대 들어와서는 세계화의 거대한 흐름 속에서 더욱 더 산업과 경제의 현지화가 동시에 진행되고 있었다. 이는 다음과 같은 요인이 작용하고 있기 때문이었다.

첫째, 기업 조직의 변혁이다. 1980년대 이후 노동의 본질이 개인 노동에서 단체 노동으로 변화됐고, 기업 간부 중심의 권력은 고객 권력으로 전환했다. 이 같은 환경 변화에 적응하기 위해서는 단일화를 추구하는 세계화 속에서도 개별화를 중시하는 현지화 전략을 동시에 추진할 필요성이 커진 것이다.

둘째, 시장 역할의 강화를 꼽을 수 있다. 경제의 세계화가 진전되면서 시장의 기능이 강화됐고 자원의 전 세계적 이동 과정에서 시장 신호의 역할이 키워드로 떠올랐다. 아이엠에프(IMF:국제통화기금), 아이비아르디(IBRD:국제부흥개발은행), WTO와 같은 세계적 범위의 조직이 여전히 역할을 하고 있는 가운데 지역경제 일체화를 추구하는 조직의 역할도 강화되고 있다. 시장의 필요성 때문이다. 시장경제가 지리적 확장의 경향을 보였고 국경에 구애받지 않게 되면서 더 많은 인구가 그 영향권에 들게 됐다.

셋째, 경제 활력의 증가다. 오늘날 세계는 국가와 국가, 지역과 지역 간 경쟁이 종래 자연자원의 천부적 비교우위에서 새로운 네트워크에 기반한 경쟁우위로 바뀌고 있다. 규모가 있고, 혁신적인 생산활동이나 연구 개발(R&D), 기술혁신과 확산 등은 모두 특정 지역에 집중해 나타나고 있다. 세계적인 범위에서 일부 지역은 독특한 혁신 시스템과 산업 클러스터 요건, 요소 요건, 경쟁 요건, 시장 요건의 상호작용으로 산업 현지화에 적합한 경제 환경을 창조하고 있다.

넷째, 다국적기업의 세계적 확장 속의 현지화 전략이다. 경제 세계화 시대의 다국적 기업들은 전 세계적 확장의 압력을 받는 동시에 현지에 뿌리를 내려야 하는 압력도 동시에 받고 있다. 다국적 기업의 투자 결정은 종종 경쟁우위를 가진 지역 산업 클러스터에 집중하는 경향이 있다. 소니의 전 세계적 현지화가 그 사례다. 다국적기업들은 갈수록 진출국 기업과의 협력을 중시하게 되고 현지 경제와 각종 형태의 네트워크를 이루게 된다. 동시에 다국적 기업들은 지역 네트워크를 이용해 끊임없이 새로운 파트너를 찾고 현지 공급상의 효율을 높임으로써 생산과 교역 비용을 줄여 자신의 경쟁력을 키워간다.

다섯째, 기술혁신의 현지화 추세다. 지식의 혁신과 확산은 이제 지역 내 장기 협력관계의 수립과 현지 기업과의 상호 신뢰를 바탕으로 하면서 세계화 속의 현지화를 끊임없이 발전시키는 요소로 작용하고 있다.

이 밖에도, 경제의 세계화 하에서 산업 현지화 경향은 무역의 제한, 문화의 차이, 민족 감정, 기술의 융합 같은 여러 요인의 영향도 받고 있다. 과거의 시장과는 달리 현대는 시장, 정부, 비용, 정보와 인터넷 혁명 등 여러 가지 요인으로 인해 산업 및 시장의 세계화가 이루어지고 있다. 그러나 무



미국 멕시코 현지법인은 해마다 워크숍을 개최하여 애사심을 키우고, 동료애를 느낄 수 있는 프로그램을 진행하고 있다.

터내고 해외에 진출했다가 낭패를 보게 된 기업들도 적지 않았다. 지역 타당성 조사나 타 문화에 대한 깊은 분석 없이 우선 뛰어들고 봤기 때문이었다.

기업이 해외 진출을 하기 위해서는 표준화와 함께 이를 수반한 글로벌 전략이 요구된다. 그러나 이를 위해서는 각국의 서로 다른 문화적 환경에 적응해야 하는 큰 과제를 수반한다. 각국에서 원자재, 부품 등의 조달을 확대하고 인력 구성 면에 있어서도 현지인의 비중을 늘림으로써 투자기업이 현지에 제대로 뿌리를 내리도록 하기 위해서는 현지화가 가장 급선무인 것이다. 현지에서의 경제적 변화에 적극적으로 대처하고 현지 사회와의 유기적인 성장을 도모할 수 있을 때 기업의 발전이 가능된다고 해도 과언이 아니기 때문이다. 특히 인력의 현지화가 관건이었다. 본사가 파견하는 인력은 최소화하고 가능한 현지인을 많이 고용하는 것이 바람직한 것. 그러나 현지법인의 경영은 문화적 차이, 환경의 다양성, 통제 불가능한 변수의 존재, 높은 불확실성 등으로 인해 국내에서의 기업경영보다 어려운 것이 사실이었다. 특히 인사관리 면에서의 갈등을 겪을 수 있는데 현지의 관습과 문화적인 배경에 대한 이해가 부족하고 단순히 자국의 경영방식을 그대로 적용시키려고 할 때에는 마찰이 일어나게 된다.

따라서 해외투자 기업의 효율성을 높이기 위해서는 현지의 관습, 문화 등을 충분히 파악하고 거기에 알맞은 경영기법을 개발하는 등 국제경영 능력을 키우지 않으면 안 되고 이것이 바로 현지화와 직결되는 과제라고 할 수 있다. 현지화를 위해서는 국제 기업의 조직화라는 점에 착안하여 현지의 정부 권력 구조, 사회 구조 및 문화 구조에 주목할 필요가 있다. 현지 정부 관료기구의 의사결정권이 상부에 의해 일방적으로 흐르고 있는가, 상대적으로 하부에 이양되어 있는가, 또한 가족구조는 어떻게 구성되어 있는가에서부터 사회구조 문제, 즉 각 사회 계급의 경제 상태, 인종, 문화, 교육수준 등의 차이점과 계급 간의 이동 등에 이르기까지 면밀한 사전 조사와 분석이 필요하다.

다음으로 이와 같은 문화적, 관습적 차이에 효과적으로 대응하는 방법을 체득하는 문화적 감수성 훈련 등의 현지 적응 교육을 동반해야 한다. 또한 현지 생산 및 판매 목적으로 개발도상국에 진출하는 경우에는 문화적 거부감 해소를 위한 사회공헌 활동이 효과적일 수 있다.

정문정보주식회사 또한 수많은 기업들이 그러하였듯이 해외진출 초기에는 경험 부족으로 어려움을 겪었으나, 여러 가지 시행착오의 과정을 거치면서 철저한 현지화와 기술 인력의 양성, 인근 업체와의 정보 교환을 나누는 등 현지 실정에 맞는 경영을 펼침으로써 성공적인 해외 법인을 운영하

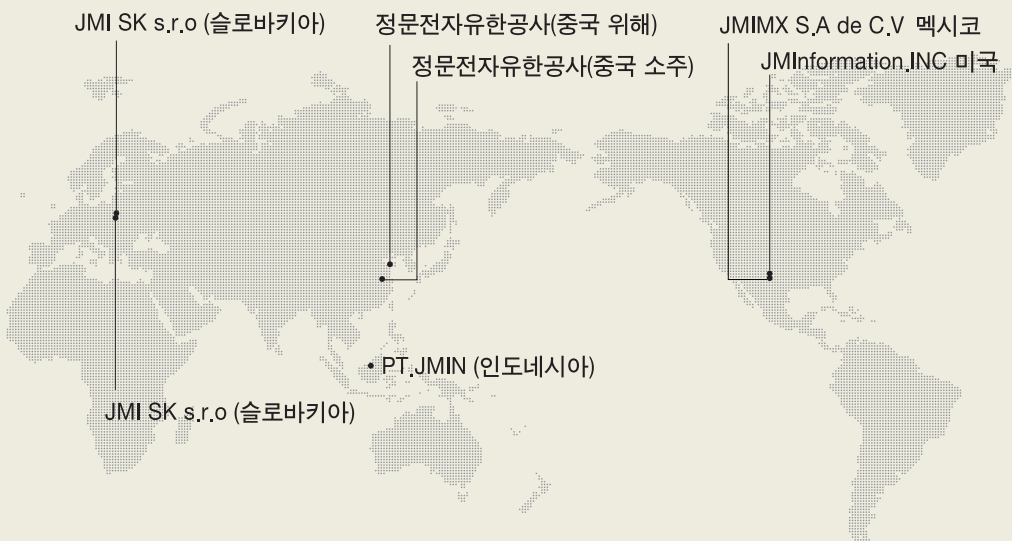
게 되었다. <자료 : 대한상공회의소>

3. 정문정보주식회사의 글로벌 네트워크 구축

세계화 추세에 따른 기업 환경에 발맞춰 해외 진출을 고민하던 정광훈 회장은 장기적인 안목에서 생산기지를 해외로 이전하는 것이 대세라는 결론을 내렸다. 일단은 원자재와 전문인력은 본국에서 공급하되, 부자재 및 기능 인력은 현지에서 충당한다는 계획이었다. 그리고 장기적으로는 해외 생산기지를 늘려 나가면서 원자재 조달의 국제화를 도모하고, 자재, 생산, 판매의 통합 관리 체제를 구축함으로써 경쟁력 우위의 기반을 다진다는 원대한 구상을 가지고 있었다. 따라서 삼성전자, LG전자, LG-IBM 및 기타 PC 제조회사를 대상으로 사업을 전개해 온 정문정보는 그 영역을 국외로 확대, 전개해 나갈 계획을 세웠다.

그러한 일환으로 제일 먼저 설립된 곳이 미국 현지법인 및 멕시코 공장이다. 이 법인은 2002년 12월, 멕시코 지역의 MS AR권을 획득하게 되면서 멕시코는 물론 북미 지역을 대상으로 AR 비즈니스를 진행할 수 있는 발판을 마련하였으며, 2003년 9월에는 Embedded store 사업권도 획득하여 활

Business Network



발한 사업을 진행하게 되었다. 이어 2002년 11월에 설립한 중국 소주 법인은 LCD 구동보드 생산 및 종합 EMS(Electronic Manufacturing Services) 사업을 진행하고 있다.

중국 법인은 국내 계열사인 (주)제이엠텔레콤과 같이 최근 수요가 급증하고 있는 LCD 관련 핵심 보드를 생산하며 탁월한 기술과 완벽한 생산 시스템을 구축하고 있다. 또한 2004년에 들어서는 중국 위해 법인 및 슬로바키아 법인을 설립하였다. 각각 현지 KIT Assembly와 인쇄 포장 사업을 진행하고 있으며, 슬로바키아의 경우 현지에 인쇄 포장 사업으로 최초 진출하는 국내 기업으로 그 기대효과가 크다고 할 수 있었다. 정문정보가 먼저 물꼬를 트고 나자 국내의 많은 인쇄 포장 기업들이 정문정보를 따라 슬로바키아를 비롯한 해외에 진출하게 되었다. 뿐만 아니라 인도네시아 법인이 2006년 7월, 설립을 마치고 현재 가동 중이다.

물론 해외 법인을 설립하고 수익을 창출하기까지는 많은 어려움과 난관이 있었다. 미흡한 사전조사로 인해 현지에 뿌리내리지 못하고 법인의 철수를 심각하게 고민하기도 했었다. 그러나 정문정보는 좌절의 시간을 딛고 일어서서 훗날 성공적인 현지법인의 기틀을 점차 만들어 나갔다. 정문정보는 일련의 시행착오를 통해 전체적인 경영 마인드를 새롭게 구축하고, 지금은 ‘현지 문화를 이해하는 경영’을 지속적으로 유지하고 있다.

모든 일은 사람이 이루어 내고 만들어 가는 것인 만큼 사람 자체와 그 사람이 속한 사회의 문화를 먼저 이해해야 하며, 회사의 분위기도 그들의 풍토와 문화를 적절히 고려해야 한다는 것이 정문정보의 깨달음이었다. 인도네시아처럼 더운 동남아국가 사람들의 행동이 느리다든지 중국 같은 사회주의 국가에서는 정해진 시간 내에 부과된 일만 하고 조금만 일이 늘면 회사를 그만뒀 버리는 등 나라에 따라 문화적인 간극이 있었지만, 그들의 정서와 사회적인 풍토를 이해하는 방향으로 모든 문제를 해결함으로써 현지인과의 큰 마찰 없이 해외법인을 운영해 오고 있는 것이다.

또한 교육 훈련을 통해 기술과 업무 처리 방법 등을 전수함으로써 빠른 시일 내에 현지인이 독자적으로 업무를 수행할 수 있도록 하고 있다. 이처럼 해외 공장 직원들에게 기술을 전수하고 생산공정의 조기 안정을 도모하고 있으며, 이후에도 지속적인 교육 훈련을 실시하여 상대적으로 낙후되어 있는 해외 공장의 기술력 향상에 노력하고 있는 것이다. 상대적으로 인건비가 저렴한 현지인의 고용을 늘리고 본사 파견 인원을 감축함으로써 생산부대비용을 줄여 원가를 절감할 수 있기 때문이다.

한편, 현지인들에게도 승진의 기회를 부여함으로써 사기 진작에도 큰 도움이 되고 있다. 업무 능력에 따라 관리자와 생산팀장 등을 현지인 중에서 선발하고 있으며, 적절한 포상 등도 지급하고 있다. 이러한 현지 직원의 간부화는 직원들의 애로사항이 잘 반영되고 갈등의 소지를 완화시켜 노사관계의 안정을 꾀할 수 있는 큰 장점이 되고, 나아가서는 품질 향상과 생산성 및 효율성 증대에도 많은 도움이 되고 있다.

이렇듯 정문정보 주식회사는 내수시장의 건실화를 통해 해외시장 공략을 지속적으로 진행할 기반을 다져왔다. 각 해외법인은 진출 2~3년 사이에 괄목할 만한 성장의 모습을 보이면서 외형 성장은 물론 높은 수익성을 보이고 있다. 2005년 중반기 이후 전 해외법인이 흑자 경영 체제에 진입, 짧은 시간에 큰 성과를 일구어내었고, 2007년부터는 해외법인에서 총 2,000억 원 매출에 약 100억 원의 수익이 기대되고 있다. 이러한 정문정보의 글로벌 경영을 위한 만반의 준비는 적절한 시기에 해외 투자를 추진하여 생산기지를 다변화함으로써 결과적으로 급변하는 기업 환경 속에서 국내 제조업의 위기를 기회로 바꾸는 계기를 마련하게 되었다.

시간의 주인이 되려면 우선순위를 정하라

시간 관리에 철저하기로 유명한 경영학자 피터 드러커는 자신의 책에서 '시간'을 '단 하나의 참다운 보편적인 조건'이라고 정의했다. 부유하든 가난하든, 많이 배웠든 많이 배우지 못했든, 어린이든 노인이든, 그 누구에게든 하루는 24시간으로 단 1초의 오차도 없이 정확하게 주어지기 때문이라. 요즘 세상에 바쁘지 않은 사람이 없지만, 놀랍게도 시간관리에 능숙한 사람은 정작 자신이 바쁘다고 생각하는 경우가 드물다고 한다. 부처님 손바닥 안의 손오공처럼, 내 마음대로 시간을 요리할 수 있는 비결이 궁금하지 않은가? 보다 여유로운 삶을 원한다면 시간 관리 다섯 가지 비결에 주목하라.

첫째, 일의 우선순위를 정하라. '선택'과 '집중'이 관건이다. 자기 자신에게 어떤 일이 더 중요한지 판단해 우선순위를 정하고, 중요한 일부터 시작해 가장 덜 급한 것을 마지막으로 선택해야 한다. 그리고 한번에 한 가지씩 처리하면 효율이 높아지고, 각각의 순간에 집중할 수 있을 것이다. 이미 많은 사람들이 경험하고 검증한 방법이므로 실천 여부가 성패를 좌우한다. **둘째, 부지런히 메모하라.** 작은 포스트잇을 활용한 메모법만으로도 책 한 권이 탄생할 정도로 메모는 시간관리에 있어서 가장 중요한 습관임에 틀림없다. 메모야말로 보이지 않는 시간의 흐름을 눈으로 확인할 수 있고, 시간을 운용하는 기반이 되기 때문이다. 그러니 작은 수첩, 다이어리 등을 휴대하여 일정은 물론 좋은 글귀, 눈에 띄는 물건, 머릿속에 떠오르는 아이디어 등을 그때그때 기록해 놓자. **셋째, 시간을 15분, 30분 단위로 쪼개 써라.** 일명 마감효과라 할 수 있다. 3시간 단위의 계획보다는 15분, 30분 단위로 구체적이고 세분화된 계획을 세워 하나하나 마감해 가면 허투루 쓰는 시간이 줄어들게 된다. 자투리 시간을 얼마나 규모 있게 채우느냐가 바로 시간의 주인이 되는 지름길. 또 머리와 체력도 리듬을 탄다는 사실을 기억하라. 50분 일한 뒤 10분 휴식은 신체리듬과 지성리듬에 상향곡선을 그리게 해 준다니, 휴식도 시간 계획에 처음부터 포함시키는 것이 좋다. **넷째, 자신이 좋아하는 시간대를 마음껏 활용하라.** 활용하는 시간대가 언제인가는 그리 중요하지 않다. 아침형 인간이건 올빼미형 인간이건 사람마다 집중이 잘 되는 시간대, 자기가 좋아하는 시간대가 모두 다르게 마련이다. 소중한다고 생각되는 일은 그 시간대를 공략하라. 새벽이든 밤이든 가장 편한 시간대에 일했을 때 능률이 오르는 건 당연지사. 그것이 결국 귀중한 시간을 버는 것과 같다. **다섯째, 고요한 명상 속에서 미래의 시간을 설계하라.** 사람의 인식이란 매우 주관적이고 또 자의적으로 판단되는 경향이 있으므로, 매일 잠자리에 들기 전 하루를 돌아보며 정리하는 과정이 필요하다. 소중한 중요한 것을 빠트리지는 않았는지, 얼마나 알차게 보냈는지를 점검하다 보면 낭비되는 시간이 줄어들고 순간순간 집중하는 힘이 생긴다. 명상하는 습관이 성공하는 사람들의 특징으로 꼽힌다는 것을 잊지 말 것. 자, 지금부터 '시간의 주인'이 되는 연습을 시작해 보자.

제2절 수출 시대를 여는 침병

1. 미국 멕시코 현지 법인

생산 기지의 첫 해외 진출을 고민하던 정문정보는 곧바로 미국에 현지법인을 세울 것을 결정했다. 당시 주 거래처이던 삼보컴퓨터가 이미 미국과 멕시코에 법인을 설립했던 터라 정문정보 측에 동반 진출을 제의해 왔던 것. 해외법인 운영에 대한 경험이나 노하우가 없었던 정문정보에게는 시기적으로 빠른 감이 있었으나, 이번 기회가 시장을 확대할 수 있는 계기가 될 것이라 판단하고 급히 미국에 진출하게 되었던 것이다. 그리하여 정문정보 미국 멕시코 현지법인은 2001년 7월, 사무실 직원 5명을 시작으로 멕시코의 후아레스(JUAREZ) 지역에 등지를 틀게 되었다. 삼보컴퓨터의 사무실 하나를 빌려 입주를 하게 된 형태였다. 미처 내밀한 사전조사가 이루어지지 않았던 탓에 법인을 설립하기까지에는 갖가지 난관과 시행착오가 많았다. 설립 절차가 워낙 까다로웠던 데다가 애초 산정했던 투자비용은 턱없이 부족한 실정이었다. 여러 차례 부침을 거듭하고 나서야 가까스로 공장 부지를 얻고 직원을 증원하면서 2001년 10월에 미국 현지법인(JM Information Inc)과 멕시코 현지 공장(Macquiladora & Prosec)을 설립하고 비즈니스를 시작할 수 있었다. 점차 기계 설비 투자를 증설하고 직원들도 들어가자 조금씩 사업이 정상화되어 갔다.

특히 2002년 11월 획득한 MS AR 사업권으로 인해 큰 전기를 마련할 수 있었으며 이를 발판으로 사업 초기의 부진을 어느 정도 해소해 나갈 수 있었다. 이즈음 미국 멕시코 법인이 주력했던 사업



미국 멕시코 법인 연혁

- 2001년 7월 삼보 요청에 의해 Juarez, Mexico 에 회사 투자
- 2001년 10월 정문정보 미국 지사 JM Information Inc, 법인 설립
- 2001년 11월 멕시코 건물 입주 (총 공장부지 78,000sqf에 빌딩 32,000sqf)
- 2001년 12월 멕시코 Macquiladora & Prosec 법인 설립
- 2002년 1월 삼보 Juarez 비즈니스 시작
- 2002년 8월 신규 비즈니스 LG전자 멕시코 공장과 거래
- 2002년 12월 멕시코 Micro Soft AR 승인
- 2003년 7월 MS Embedded AR 승인 (전세계 4개 업체만 인정)
- 2003년 10월 신규 비즈니스 Wistron과 거래 시작 (모 회사인 Acer의 멕시코 지사)
- 2005년 8월 신규 비즈니스 Honeywell과 거래 시작
- 2005년 8월 신규 비즈니스 Asus와 거래 시작 (TPI for HP Computer)
- 2005년 12월 신규 비즈니스 Tatung와 거래 시작 (TPI for HP Computer & Hidachi TV)

은 크게 세가지. 첫째, 삼보, LG, MS 등 업체에 납품하는 전자제품 매뉴얼 인쇄물 생산이다. 인쇄물의 경우 멕시코 현지 업체에 비해 납기나 품질이 우수하여 고부가가치를 창출 할 수 있는 부분이었다. 2002년 하순부터 멕시코 레이노사에 위치한 LG TV 공장에 인쇄 매뉴얼을 공급하면서부터는 물량이 꾸준히 증가해 LG 레이노사의 인쇄물 전량을 미국 멕시코 법인이 취급하고 있었다. 둘째는 MS Embedded Store 사업이다. 이는 2003년 9월부터 개시된 PDA 등에 사용되는 자재를 전 세계 약 40여 개 거래선에 미주 지역 독점 업체로서 공급하는 사업이었다. 셋째는 SCM(Supply Chain Management) 비즈니스인 Packaging 대행 서비스. 주 고객은 삼보컴퓨터로 HP와 컴팩컴퓨터에 들어가는 Component들에 대해서 Packaging하는 서비스이다. 미국 법인은 자동화된 QC Line의 도입으로 장기적인 사업 발전에 적극 투자하며, 안정적인 납품 시스템의 정착화로 삼보, HP와의 공고한 거래관계를 가지고 있었다. 법인 설립 때부터 진행해 왔던 이 사업은 사업 초기에 비해 약 7배의 매출 신장이 일어난, 수익 실현에 가장 큰 부분을 차지하는 핵심사업이었다.

이렇듯 조금씩 안정적인 기반을 쌓아가던 미국 법인은 다시 한 번 진퇴양난의 고비를 맞게 되었다. 2005년 5월, 당시 국내 2위의 PC업체였던 삼보컴퓨터가 경영난을 이기지 못하고 법정관리를 신청하게 된 것이다. 삼보는 지난 1981년 국내 최초의 PC를 개발, 해외수출로 당치를 키웠지만, 무리한 사업 확장이 실패하면서 실적이 급격히 악화됐다. 삼보는 700여 명의 직원 중 10%를 감원하기로 하고 안산의 본사 사옥 매각을 시도하는 등 구조조정에 착수했으나, 결국 자금 압박을 견디지 못해 법정관리를 신청하고야 말았다. 삼보와의 거래가 매출의 커다란 비중을 차지하던 미국 법인 역시 직격탄을 맞게 됐다. 법인 진출 초기의 갖은 어려움과 부진을 벗어나 이제 제법 건실한 사업 구도로 돌아섰는데 생각지도 않았던 복병을 만나고 만 것이다.

삼보가 미국에서 철수하고 나자, 정문정보도 완전 철수를 심각하게 고민해야 했다. 적자가 예상되는 당시의 구도로는 법인을 계속 유지해 나가는 것이 무의미했기 때문이다. 정도연 법인장과 주재원들이 본국과의 의견 조율을 통해 잔류나 철수나를 의논하고 있을 때 관세를 바꿀 만한 또 다른 기회가 찾아왔다. 기존에 거래 관계가 없던 다른 기업들이 납품 의사를 타진하며 접촉해 왔던 것이다. 정문정보 미국 법인의 공장이 있는 멕시코의 후아레즈는 NAFTA(북미자유무역협정)에 따라 전 세계 주요 PC 업체들이 집산되어 있는 곳이었다. 따라서 후아레즈에 속속 신규 진출하는 기업들이 늘어나면서 거래가 발생하기 시작한 것. 이미 거래를 지속하고 있었던 HP 등 기업들과의 납품 물량도 더욱 많아졌다. 이로서 한때 철수를 논의하던 미국 법인은 또 한차례 전기를 맞이하게

된 셈이다. 사업 구도가 다시 정상화되면서 기존 거래선과의 공고화 작업, 신규 거래선과의 개발로 수익 개발에 더욱 박차를 가할 수 있었고, 규모가 더욱 커지게 되었다.

미국 멕시코 법인은 현재 법인장으로 재직하고 있는 정도연 이사 아래 김일진 공장장과 한국의 주재원 6명, 현지 스텝 71명이 근무하고 있다. 미국 멕시코 법인은 해마다 양 법인의 직원들이 모여 인근의 휴양 도시를 찾아 워크숍을 갖고, 업무 절차 및 비용 절감을 위한 토론과 분석을 통해 업무 효율을 높이고 애사심을 키우는 시간을 갖는다. 각자 준비한 자료로 프레젠테이션을 하고 열띤 공방과 의견을 나누며 자기 발전의 기회로 삼는 것이다. 또한 워크숍의 마지막 날에는 직원들이 모여 함께 하이킹과 미니 골프 시합을 열어 평소 쌓여 있던 업무 스트레스를 풀고 더욱 큰 동료애를 느끼고 있다. 미국 멕시코 법인의 이러한 행사는 매우 생산적이어서 현지 직원들과 주재원들을 하나로 묶어주는 든든한 구실을 하고 있다는 평을 받는다. 미국 멕시코 법인은 이와 같은 조직 문화에 힘입어, 2005년 삼보 사태로 인해 힘든 고비를 넘기고 난 후부터는 매출 규모가 커진 만큼 3년째 높은 흑자를 기록하고 있다.

특히 MS Embedded Store 사업은 PDA 시장 수요가 늘어남에 따라 Embedded 제품의 수요 또한 증가하고 있다. 이는 향후 PDA시장으로 사업을 확장할 수 있는 전기가 되고 있다. LG Manual 사업 역시 다양한 제품으로 인해 불가피하게 발생하는 불용 cost의 최소화 및 적기 납품 체제의 확립으로 사업을 정착화시켰다. 또한 멕시코 후아레스에는 Foxconn, WISTRON, ASUS 등의 신규 PC 생산 업체들이 투자를 진행하고 있는 중이어서 잠재적인 신규 고객층이 형성되어 있으며, 동 거래선들과의 인쇄 Manual 및 MS OEM 사업을 개발하고자 지속적인 협의를 진행하고 있는 중이다. 그 외 Thomson 등과의 인쇄 Manual 사업, 미주 지역 CD 사업 개발 등을 중요 사업 추진 방향으로 설정하고 신규 거래선 개발에 역점을 두고 있다. 미국 멕시코 현지법인은 정문정보주식회사 최초의 해외투자법인으로서 급격한 매출 신장의 견인차 역할을 담당해 왔다. 설립 초창기에는 여러 가지 어려움으로 고전하기도 했지만, 이 곳에서의 경험은 이후 정문정보의 성공적인 해외투자에 큰 밑거름이 되었다.

2. 중국 소주 법인

2002년, 정문정보의 주 거래처인 삼성전자는 보다 높은 생산성을 위해 중국 진출을 본격화하고 있었다. 당시 중국의 상해, 소주, 항주 등은 경제적 영향을 받을 수 있는 전략적 위치에 자리하고 있어 중요 기업 기지로 급부상하던 터라 한국 투자가 가장 밀접한 지역으로 손꼽히고 있었다. 특히 소주는 건축 비용, 노동자 임금, 인프라 사용 요금 등 여러 측면에서 주변의 상해보다는 저렴하고 제조업 기술 등을 보유한 인적자원이 풍부했다. 중국은 국가의 선진화를 위한 시범기지로 ‘소주 공업원구 개발사업’을 추진하여 경제자유구역을 형성했는데, 이러한 소주 경제자유구역은 과감한 제도 개선을 통해 연간 50% 이상 급성장하고 있었다. 따라서 ‘소주 삼성전자유한공사’ 법인명을 내걸고 중국에 냉장고, 세탁기, 에어컨 등 각종 가전제품을 수출하던 삼성전자는 2002년 9월 정문정보에게 소주 진출을 제의하기에 이른다.

이에 정문정보는 2002년 11월, 중국 소주에 현지법인(정문전자유한공사)을 설립하고 소주 공업지구에 건평 1,800평의 공장을 세웠다. 그리하여 2003년 5월부터 본격적인 라인 가동을 하고 2003년 7월부터 삼성전자유한공사와 거래를 시작하게 된 것이다. 이미 미국 멕시코 법인의 경험이 있어 해외법인 설립과 운영에 대한 노하우를 축적한 데다가, 외국 기업에 대한 중국 정부의 협조로 정문정보유한공사의 출발은 순조로운 편이었다. 더군다나 소주공업지구는 다른 외국 기업들도 많이 진출해 있었던 지역이어서 사전정보 취합이 용이했고, 인프라 역시 훌륭히 갖춰져 있었다.

그러나 현지 직원들과의 융합은 쉽지 않았다. 제일 처음으로 봉착한 문제는 언어장애. 회사 성립 초기라 통역 인원이 몇 명 되지 않아, 한국 주재원들이 현지 직원들에게 업무사항을 전달하려 할 때면 커뮤니케이션에 어려움을 겪었다. 영어, 중국어, 한국어를 섞어 대화를 나누고 심지어는 손짓등의 제스처로 표현할 수밖에 없었는데, 지시사항을 내려놓고 나중에 확인을 해 보면 전혀 다른 엉뚱한 일을 벌여놓은 경우가 종종 생겼던 것이다. 상하 서열관계가 분명한 우리 조직문화와는 달리 상급자와 하급 직원 사이에 존칭이나 예의 등의 별다른 구분을 두지 않는 중국인들의 정서도 난감한 문제였다. 현지 종업원들은 한국 주재원들이 직급 차이에 따라 존칭을 쓰고 예를 갖추는 것을 잘 이해하지 못했다. 오랜 사회주의 특성상 같은 조직 내에서는 특별한 구분 없이 행동하는 것을 당연하게 여겼던 것. 일을 잘못 처리하는 경우, 야단을 치는 것조차 쉽지 않았다. 현지 직원들은 지적을 받으면 모욕을 당하는 것으로 오해를 하고 이를 감정적으로 받아들이 업무에 지장을 초

래했다. 때문에 법인 진출 초반에는 남궁환 총경리 등을 비롯한 한국 관리자들이 현지 인원을 통솔하는데 적지 않은 애를 먹었다.

그러나 무엇보다 가장 큰 문제는 조금만 조건이 좋으면 다니던 직장에 미련 없이 사표를 내던지고 자리를 옮겨버리는 ‘티아오차오’ 문화였다. 티아오차오란 직장을 옮기다, 바꾸다 라는 뜻으로서, 많은 현지 종업원들이 책임감보다는 임금이 높은 회사로 철새처럼 옮겨 다니는 일이 비일비재했다. 이러한 문제는 일종의 고질병처럼 뿌리 박혀 있어서 외국 기업뿐만 아니라 중국 정부에서도 고심하는 부분이었다. 거의 유행이 되다시피 한 ‘티아오차오’로 많은 외국 기업이 고민에 빠졌다.

중국 소주 정문전자유한공사 연혁

2002년 11월	중국 소주(Suzhou)시에 정문전자유한공사 설립
2003년 7월	삼성전자(주) SESC와 거래 시작 (Blade-II Docking, DC/DC Board)
2003년 5월	삼성전자(주) DELL AUDIT PASS
2003년 7월	EFM · NETWORK IP · TIME 생산 시작
2003년 10월	ERP 시스템 SAPR3 가동
2003년 10월	ISO9001 품질 인증 취득
2003년 11월	삼성전자(주) SESC 소주 법인 NOTE PC MAIN BOARD 시생산
2003년 12월	삼성전자(주) SESC 소주 법인 LCD 사업부 MODULE 생산 AUDIT PASS
2004년 4월	AMLCD 총괄 모듈 생산 → 당사 도급 진행
2005년 3월	LCD MODULE TV CTRL PBA 한국역수출 생산 시작
2005년 4월	ISO14001 환경 인증 취득
2005년 4월	소주 법인 2공장 공장 완공
2005년 5월	삼성전자 LCD ECO Partner 인증
2005년 8월	LCD module 월 생산 70만 개 돌파
2005년 10월	삼성가전 L/F 인증 획득
2006년 9월	LCD module 월 생산 85만 개 돌파
2007년 5월	LCD Module 월 생산 100만 개 돌파
2006년 9월	중국정부(공업원구)로부터 선진우수기업표창 <문명단위>
2006년 10월	은행협회로부터 신용우수기업 표창
2007년 10월	삼성반도체 Memory module 계약



특히 현지에 진출한지 얼마 되지 않은 외국 기업에게는 여간 힘들고 당황스러운 숙제가 아닐 수 없었다. 소주 법인을 관리하고 있는 남궁환 총경리와 최용범 상무 이하 각 관리부서장들은 머리를 맞대고 방법을 강구하기 시작했다. 되도록이면 현지인들의 정서를 인정하고 가급적 그들의 애로 사항과 고민에 귀를 기울이되, 효율적으로 생산능력을 제고시키는 방안을 생각하고 또 생각했다. 따라서 직원들의 자율성과 적극성의 배양을 중시하여 직원들이 업무에 대해 열정적이며 책임지는 자세를 가지도록 독려하였다. 표창과 징벌 제도를 통해 직원들의 업무 능력을 고취시키고, 정문전자자유한공사의 청사진을 구체적으로 제시하여 열심히 일하는 직원들은 회사와 함께 얼마든지 같이 커나가고 발전할 수 있다는 점을 상기시켰다.

그러자 현지 직원들 사이에서도 조금씩 변화가 일어났다. 점차 조직의 생리를 이해하고 회사의 마인드를 따라오려고 노력하게 되었던 것. 현지 중국인 관리자들을 필두로 다른 일반 직원들 역시 업무에 대한 엄숙함과 상급자에 대한 존중, 그리고 부하에 대한 관심과 지도 체계를 이해하고 회사에 대한 긍지를 느끼기 시작했던 것이다. 이처럼 빠른 현지 적응과 사업 전개로 정문전자자유한공사는 성공적인 해외진출의 모범 사례가 되어가고 있었다.

현재 진행하고 있는 주요사업은 TFT LCD Module 구동 보드 생산. 컴퓨터 모니터, 디지털 TV 등으로 급속 보급되고 있는 차세대 디스플레이인 TFT LCD Module을 구동 하는 핵심부품인 구동 Board를 조립, 생산하고 있다. 또한 IP 공유기 생산을 위한 각종 시험 장비 및 조립 라인을 갖추고 유무선 초고속통신망 전송장비(무선 LAN 및 XDSL Modem)를 조립, 생산하고 있다. 뿐만 아니라 삼성컴퓨터 메인보드를 생산함으로써 다시 한 번 정문전자유한공사의 기술 및 관리 능력을 인정 받게 되었으며, SMT 부분에서 기술 향상을 위한 교두보를 확보하게 되었다.

초기 시설 투자 등 비용의 발생으로 인해 2003년에는 46억 원의 매출에 2억 9천만 원의 당기 순손실이 발생했으나, 2004년부터는 AMLCD의 양산 및 가전 관련 공급 증가로 매출 및 수익이 증가세로 돌아섰다. 2006년 11월에는 정문전자유한공사가 MS AR site로 추가 등록됨에 따라 중국 현지를 대상으로 하는 AR 사업도 진행할 수 있게 되었다. 이로써 정문정보주식회사는, 국내 본사와 미국 현지법인(JM Information, INC), 그리고 중국을 축으로 하는 정문전자유한공사가 AR site로 등록되어 Global AR Business 네트워크가 확립된 셈이다. 정문전자유한공사는 곧바로 생산 라인을 구축하여 2007년부터 본격적인 생산을 진행하게 되었다. 정문전자유한공사는 2006년 누적 매출액이 620억 원에 이를 정도로 중국 진출의 성과가 가시화되고 있다.



또한 정문전자유한공사는 2006년 말, 삼성 LCD사업부의 중국 추가 진출에 대응하기 위해 5,500평 규모의 신규 공장을 증설했다.

따라서 현지법인 차원에서 활발하고도 다양한 여러 사업을 추진 중이다. 일단은 한화로 약 20억 원 규모의 현금 배당을 실시하였다. 또한 현재 중국 주식시장 상장을 추진하고 있는데, 예정대로 상장될 경우 현지법인의 중국 증시 상장의 첫 사례가 될 것으로 보고 있다. 이를 위해 최근 국내 한 증권사의 중개로 중국 대형 증권사와 실무 접촉을 갖고 구체적인 검토에 들어갔다. 중국 증권시장은 향후 5년 내 규모가 10배 이상으로 확대될 것으로 전망되고 있다. 특히 2008년 북경 올림픽을 앞두고 본격적인 주가 턴어라운드 시작됐다는 평가를 받는 등 분위기가 무르익어 가고 있다. 증시 상장의 가장 큰 목적이 자금 조달이라는 점을 고려할 때 현지 증시 상장은 원활한 자금 조달과 기업 신인도 제고 등의 효과를 거둘 것으로 기대되고 있다. 중국 증시 상장을 위해서는 공모 요건과 상장 요건을 별도로 갖춰야 하며, 중국증권감독위원회(CSRC)가 회사 규모 등을 고려해 상장 거래소를 선택하기 때문에 이를 위한 준비가 한창 진행되고 있다.

또한 정문전자유한공사는 2006년 말, 삼성 LCD 사업부의 중국 추가 진출에 대응하기 위해 5,500평 규모의 신규 공장을 증설했다. 이처럼 성공적인 해외 진출의 토대를 착실히 다지고 있는 덕분에 중국 정부가 수여하는 문명단위 표창을 수상하기도 했다. 정문전자 유한 공사는 월 평균 매출액이 50억~60억 원 선으로, 2007년 840억 원 매출에 20억 원의 순이익을 올렸다. LCD 모듈의 월 출고량은 이미 85만 대를 돌파한 상태이다. 해외 진출이 곧 생존력 강화이며 원가 절감, 경쟁력 제고라는 명제를 안고 중국 소주에 진출한 정문전자유한공사의 현지화 노력이 서서히 그 투자의 값진 결실을 보여 주고 있다. 한편 2007년 10월에는 삼성전자 반도체사업부와 반도체 모듈 관련 신규 계약을 체결하면서 매출 및 수익의 급신장을 보이고 있다. 반도체모듈 사업의 시작으로 정문전자유한공사는 2008년부터 월 400억 원 이상의 매출을 기대하고 있다.

최근 정문전자유한공사는 재도약을 위한 발판을 마련하고 있다. 그 첫 번째가 삼성전자와의 반도체 모듈 공급계약의 건이며 또 다른 하나는 이미 진출한 바 있는 인쇄사업의 본격적인 확대이다. 삼성 LCD 사업부와와의 기존 LCD 모듈 사업이 그동안 정문전자유한공사의 기반사업이었다면 이번 반도체 모듈 사업은 신성장 동력이 될 사업 아이템이다. 삼성전자의 반도체 모듈은 2007년 10월경 계약이 체결되었으며 초기 월 150만 대 생산이 가능한 설비를 구축한 이후 2008년 중반기 이후 월 250만 대 생산이 가능할 수 있도록 투자를 계획하고 있다. 인쇄사업의 경우 도시바와의 계약을 통해 2008년부터 본격적인 생산 및 공급이 진행될 예정이다.

한편 삼성전자와 함께 정문전자유한공사는 중국 소주 지역에서 성공한 국내 우수 기업으로 평가되고 있으며 산, 학 기관 및 코스닥 시장의 주요 연수 코스로도 주목받고 있다.

3. 중국 위해 법인

2004년에 들어서도 정문정보의 해외 진출은 계속되었다. 2004년 2월 19일 중국 산둥성 위해 지방에 1,200평 규모의 건물을 임대하여 현지법인(위해 정문전자유한공사)을 설립하게 된 것이다. 이는 삼성전자 프린팅사업부(SST) 및 위해 전자단지의 수요량 급증에 따른 발빠른 대처이다. 이로써 중국에는 이미 설립하여 운영 중인 정문전자유한공사(소주)와 위해 현지법인의 양대 체제로 사업이 진행되게 되었다. 위해 법인은 주요 생산품목인 인쇄물과 CD는 본사에서 구매하고, 그 외 코드류 등을 현지에서 구매하여 ACCESSORY 포장 작업을 한다. 초기 자본금은 30만 달러이며, 프린터 액세서리 KIT를 현지 생산, 공급 하는 것이 주된 사업 내용이다.

위해는 한국과 가장 가까우면서 기후 조건과 환경 또한 비슷하여 한국인 및 교포들이 많이 살고 있는 곳이다. 한국 기업이 주로 진출한 사업은 복장, 피혁회사 등이었고, 고기술산업개발구인 삼성전자가 속해 있는 지역은 삼성전자 협력회사가 주요 진출기업이다. 먼저 진출한 한국 기업들이 많아서 위해 법인의 주재원들은 여러 자문을 구하며 많은 도움을 받을 수 있었다. Line 설치 및 생산준비를 하여 업체 승인을 받고 거래처 등록을 하여 그 해 7월 첫 생산을 시작하였으며, 8월부터 본격적으로 납품을 하기 시작하였다. 진출 초기 본국 주재원들은 현지 통역으로 인해 예상치 않은 어려움을 몇 가지 겪었다. 비록 언어적인 불편함은 있었지만, 현지 종업원들과 가족 같은 분위기에서 법인을 이끌어가던 중 현지 통역이 문제를 일으킨 것이다. 현지 통역은 법인의 모든 업무를 통역을 통해 전달한다는 약점을 이용하여, 부서의 현지인 관리자 3명을 선동하기 시작했다. 납득하기 어려운 고객의 임금인상을 요구한 것. 현지 종업원들과의 커뮤니케이션에 애로를 겪는 외국계 기업이라는 점을 악용하여 터무니 없는 조건을 요구한 것이다. 본국의 주재원들이 각 부서의 관리자들과 대화를 시도했으나 정작 내밀한 의사 전달을 책임져야 할 통역이 중간에서 대화 자체를 차단해버리니 문제 해결이 될 리가 없었다. 급기야 통역의 사주를 받은 부서 관리자들은 업무를 중단해 버리는 사태에까지 이르렀다. 납품 일정은 급하고 생산은 더더지니 입술이 바짝 말랐지만, 그들의 말도 안 되는 요구를 전부 들어줄 수는 없는 일이었다. 더욱이 회사가 상식적이지 않은 주장을 모두 들어주게 된다면 나쁜 선례를 남길 것이 틀림없었고, 이는 결과적으로 법인의 존폐



중국 위해 정문전자유한공사 연혁

- 2004년 2월 중국 위해시에 정문전자유한공사 설립
- 2004년 5월 ERP 시스템 SAPR3 가동
- 2004년 8월 삼성 SST와 거래 시작
- 2005년 8월 SOCI 인증마크 B등급 획득
- 2005년 11월 ECO-PARTNER 인증 획득.
- 2006년 1월 생산량 20만 개 돌파.

여부까지 걱정해야 할 큰 문제였다. 수일을 고민 끝에 결국 주재원들은 문제를 일으킨 현지 통역과 부서장들을 모두 해고시키고야 말았다. 이후 현지 종업원들이 회사의 방침과 현실을 이해하는 계기가 되어 더는 임금으로 인한 분란이 일어나지 않게 되었다.

그러나 현지 종업원으로 인해 발생한 문제는 이것뿐 만이 아니었다. 다혈질인 현지인 통관 담당자

가 같은 사무실에 근무하는 또 다른 현지인과 융화하지 못하고 계속해서 분란을 일으켰던 것이다. 몇 차례 경고와 다독임으로 화해를 시키고 다툼을 종료했지만, 이 통관 담당자의 자숙은 그리 오래 가지 못했다. 얼마 안 되어 또 다시 사업장 내에서 큰 싸움을 벌인 것이다. 원활한 업무 관리를 위해 결국 사직을 권고할 수밖에 없었는데, 정작 큰 문제는 그 이후에 터지게 되었다. 사직을 하게 된 통관 담당자가 통관 업무에 가장 중요한 삼성전자와의 납품계약서인 수책 4권을 가지고 잠적해 버린 것이다. 이 수책이 없으면 납품은 고사하고 자재 수입도 불가능해진다. 뿐만 아니라 분실 시에는 세관으로부터 막대한 벌금을 납부해야 하는 중요한 서류였던 것. 따라서 위해 법인이 발각 뒤집히는 긴박한 상황이 발생한 것이다. 통관 담당자와는 연락도 안 되고 같은 현지 종업원들도 통관 담당자의 전화번호를 아는 사람이 없었다. 발만 동동 구르던 본국 주재원들은 결국 열일 제쳐두고 통관원이 살고 있는 동네를 수소문하여 동네 어귀에서 날이 저물 때까지 몇 시간이고 기다리는 수밖에 없었다. 이렇게 끼니도 거른 채 잠복하고 기다리던 중, 겨우 저녁 늦게 집에 돌아오는 통관 담당자를 만나 수책을 되찾을 수 있었다. 이런 크고 작은 사건을 겪어가며 주재원들은 조금씩 중국 현지생활에 적응해 가고 있었다.

위해 법인이 진출한 지 2년차 되던 해부터는 매월 삼성으로부터 품질 AUDIT를 받게 되었다. 그런데 3월 처음 받게 되는 품질 AUDIT에서부터 연속 3회 C등급을 받아 경고조치를 받고야 말았다. 그 동안 구미공장에서 AUDIT 경험을 쌓아 온 바탕으로 나름대로 준비를 하여 무사히 통과할 것이라는 생각을 했었는데, 전혀 예측하지 못한 결과가 나온 것이다. 현지 품질 담당자의 미숙한 처리로, 처음 실시하는 AUDIT에 대한 삼성전자 품질 현지인 담당자의 원칙적인 실사에 미처 대응하지 못하여 좋지 않은 결과를 초래했던 것. 이 같은 상황에서 2005년 6월에 경영혁신 차원에서 본사 JMT에서 근무하던 류 정석 부장이 위해 법인 법인장으로 발령받아 부임하게 되었다. 이로 인해 분위기 쇄신 및 조직 정비를 하여 품질개선에 박차를 가하고 위해 법인도 점차 안정화에 접어들었다.

류정석 법인장이 부임한 후, 처음으로 실시한 사항이 현지 직원들의 직무기술서(본인 업무 매뉴얼)를 작성토록 지시한 것이었다. 그러나 현지 직원들은 1주일이 지나도 본인이 하고 있는 일을 구체적으로 작성하지 못하였다. 이는 뚜렷한 목표를 가지고 조직 생활을 영위하는 본국의 주재원들과 달리 유유자적한 생활태도와 습관에 젖어 있는 현지 종업원들의 인식을 드러낸 것이었다. 따라서 류정석 법인장은 본사에서 양식지와 샘플을 입수하여 보여주며 작성 방법을 지도한 후, 새로운

업무 분장과 본인 업무의 개선을 실시하였으며 우수 인력 채용 및 문제 직원에 대한 구조조정에 돌입하였다. 이로 인해 조직 문화가 점차적으로 개선되었으며 품질도 좋아져서, 2005년 8월에는 삼성에서 실시하던 품질 평가에서 우수등급인 B등급을 획득했다. 또한 납입 준수율 100%를 달성해 안정적인 사업 기반을 확보하게 되었다.

이를 바탕으로 위해 정문전자유한공사는 직원들의 사기 진작을 위해 2005년부터 단합행사를 꾸준히 실시하고 있다. 그 첫 출발로 2005년 10월, 석도라는 지역에 있는 철차산에서 전 직원 56명이 등반대회 겸 단합행사를 가졌다. 중국 현지 종업원들은 이 같은 행사에 무척 호응이 높았다. 때문에 이후로는 단합행사가 더욱 활성화되어 2006년 5월에는 연태에 있는 성진산을 등반하고 근처에서 열리고 있는 앵두축제에 참석하였으며, 11월에는 위해 시내에 있는 와룡산을 등반하고 회식을 가지는 등 적극적으로 전 직원들의 화합을 지속해나가고 있는 중이다. 이와 같은 행사 외에도 현지 직원들을 위한 여러 가지 복리후생 정책이 진행되고 있다. 생일을 맞은 직원을 위해 생일 당일 케이크 지급을 시작으로 분기별 전체 회식, 부녀절 행사, 상·하반기 체육대회 및 야유회, 연말 송년회 등을 실시하고 있다. 이러한 행사들은 류정석 법인장이 부임하면서부터 현지 직원들과 약속한 사항으로써, 종업원들은 이를 통해 애사심을 고취시키고 간혹 일어날 수 있는 갈등을 봉합시키는 훌륭한 매개로 삼고 있다. 이와 함께 위해법인 류정석 법인장은 부임한 지 8개월 만에 위해 삼성 프린터사업부 협성회(32개 회사) 모임 총무를 맡으면서 활발한 법인 업무를 진두지휘하고 있다. 뿐만 아니라 한인상공회 고기술구 총무, 제왕축구동우회 부회장 등을 맡으면서 많은 대내외적인 활동을 하고 있다.

중국 위해 정문전자유한공사에는 류정석 법인장 외 영업 구매 관리를 담당하는 이해준 차장, 제조 품질을 담당하는 황인수 과장, 그리고 현지 직원 52명이 근무하고 있다. 진출 초기인 2004년과 2005년에는 각종 투자비용으로 인해 각각 매출액 10억 5,000만 원에 1억 4,000만 원 적자, 44억 7,000만 원에 2,100만 원의 적자 손실 운영이었으나, 3년차인 2006년부터는 매출액 50억 원에 3,800만 원의 흑자로 돌아서며 향후 가속화될 법인의 성장을 예고하고 있다.

4. 슬로바키아 법인



슬로바키아 법인 연혁

- 2004년 7월 법인 설립
- 2004년 9월 삼성 슬로바키아 DVS 사업부와 KIT 분야 전량 공급 계약 체결
- 2004년 10월 삼성 헝가리 파워코드 관련 공급 계약 체결
- 2004년 11월 삼성 슬로바키아 프린팅 사업부 공급
- 2004년 12월 대우 폴란드사와 VMI Service 계약 체결
- 2005년 1월 삼성 슬로바키아 VD 사업부와 인쇄물 공급 계약 체결
- 2005년 5월 ERP System, SAP SBO 가동 시작

2001년 미국 멕시코, 2002년 중국 소주, 2004년 중국 위해로 진출을 전개해 온 정문정보는 2007년 7월, 슬로바키아에 현지법인(JMI SK s.r.o)을 설립하였다. 슬로바키아 진출은 주요 거래처인 삼성 전자의 프린터, VD, DVS 사업부의 슬로바키아 진출에 따른 동반진출로 향후 감소 추세인 국내 인쇄 물량으로 인한 대체효과 및 비교 경쟁 우위인 인쇄산업의 해외진출로 경쟁력 강화를 도모하기

위한 것이다.

슬로바키아 법인이 위치한 갈란타는 슬로바키아의 수도 브라티슬로바에서 70km 정도 떨어진 거리에 위치하고 있으며, 주변 20km~40km 거리에 7~10여 개의 삼성전자 협력업체들이 포진해 있다. 슬로바키아 법인은 삼성전자 거래 사업부의 해외 진출에 따른 상호 Win-Win Partnership 전략에 따라 진출해 설립 초기에는 기존 국내 매출이 해외로 이동된 것이었으나, 현재는 적극적으로 새로운 매출을 개척해 나가고 있다. 따라서 국내 인쇄업계의 저마진 탈출 방안으로 고마진 창출 효과를 예상하고 있다. 동구권 유일의 한국 인쇄업체로 절대적 우위 경쟁력을 사전 확보해 놓은 상태이다.

슬로바키아 법인의 설립을 통해 정문정보는 동유럽 진출의 교두보를 확보하게 된 셈이다. 이에 따라 2007년 8월, 앞으로 증가할 인쇄 물량에 대비해 하이텔베르그 2색기를 증설한 바 있다. 이는 최신 모델로서 기존 대비 25% 이상 수용량을 늘릴 수 있을 것으로 전망되고 있다. 이와 더불어 2007년식 일제 Osako 중철기도 설비하였으며 이로써 더욱 완벽한 설비를 갖춘 셈이다. 또한 슬로바키아 법인은 2007년 4월부터 인쇄물 공급과 관련하여 HP사와 본격적으로 접촉을 시작하였다. 근래 들어 더욱 가시화되고 있는 HP 사업 건은 현재 업체 선발을 목전에 두고 있으며 슬로바키아 법인은 총 10개 업체와 경쟁을 하고 있다. 업체 선발에 있어 엄격한 심사를 거치는 HP사와 같은 글로벌 기업과의 사업은 여러 의미를 내포한다. HP사와의 거래가 성사된다면 슬로바키아 법인은 세계를 무대로 한 발짝 더 나아감을 의미하기 때문이다. 때문에 슬로바키아 법인은 곧 다가올 HP사와의 거래를 성사시키기 위해 모든 노력을 기울이고 있다. 현재 조영출 법인장 외 황성경(영업), 박중길(공장장), 윤종선(생산), 조남영(생산), 한학선(생산), 조희환(생산) 등 8명의 주재원이 근무하고 있다. 슬로바키아 법인은 설립 3년 차 년도인 2006년부터 재무적 성과가 가시화되면서 당해년도 73억 원 매출에 11억 원의 당기 순이익을, 2007년도에는 129억 원 매출에 21억 원의 당기 순이익을 달성하면서 괄목할 만한 성장세를 보이고 있다.

5. 인도네시아 법인

정문정보주식회사의 여섯번째 해외 법인이 된 인도네시아 법인(PT. Jeong Moon Information Indonesia)은 지난해인 2006년 7월 1일 설립을 마치고 출발하였다. 메인 등록업체인 삼성전자의



인도네시아 법인 연혁

2006년 7월 회사 설립

삼성 KIT a'ssy 납품 및 중국 유차 신관전자 CD 물량 공급

Epson, MS AR 등 신규 사업 진행

현지화에 발맞춰 신규 시장성 확보에 주력하기 위해 설립된 인도네시아 법인의 주요사업은 CD 생산 및 KIT 조립이다. 정문정보 98%, 정윤대 대표이사 1%, 그리고 현재 인도네시아 법인의 관리를 맡고 있는 김태성 법인장 1%의 지분 참여율로 설립되었다. 먼저 공장 부지를 위해 시장조사를 한 후 주 거래업체인 삼성과의 거리, 납품 시간, 주위 환경 등을 감안하여 부지를 선정하였고, 인도네시아 공인중개사를 통해 임대료가 아닌 매입을 하였다.

정문정보 해외법인의 후발 주자인 인도네시아 현지법인은 총괄업무를 지휘하고 있는 김태성 법인

장을 위시하여 설비 팀 담당인 유명만 대리, 프린팅 담당인 심상만 사우 등이 주재원으로 근무하며 현지 종업원 40여 명을 관리하고 있다. 정문정보 인도네시아 법인이 위치하고 있는 곳은 인도네시아 최고의 공업단지로 구성되어 있는 짜카랑이라는 곳이다. 이 공업단지 역시 외자유치 계획 아래 정부주도적으로 조성된 곳으로 많은 해외 기업이 진출해 있는 도시다. 때문에 산업 인프라가 잘 구성되어 있었고, 무엇보다 가장 큰 매력은 값싼 노동력이 무궁무진하다는 점이었다. 해외 법인 중에서도 가장 낙후되어 있음에도 불구하고 자카르타 인근 짜카랑은 뜻밖에도 도심 교통량이 많고, 경제 활동이 활발한 곳이었다. 그래서 정문정보의 해외 진출 기지로서 인도네시아를 선택하는데 큰 어려움은 없었다.

인도네시아는 1만 4,000여 개 섬으로 이루어진 국가로 인구 2억 3,000만 명에 달하는 풍부한 노동력과 석유, 천연가스 등의 에너지 자원, 니켈, 주석, 보크사이트 등의 광물 자원, 그리고 산림 자원 등을 지닌 자원 대국이다. 정치 외교적으로는 국익 중심의 실용적인 독립 외교 노선으로 전환하여 서방국가 및 아시아 국가와의 협력체제를 강화하고 있었다. 이와 함께 인도네시아 정부는 지속적인 경제개발을 추진하는데 있어 외국인 투자의 필요성을 인정하고 이미 1980년 후반부터 외국인 투자 조정위원회(BKPM)를 설치하는 등 외국 기업의 투자를 적극적으로 장려하고 있었다. 또한 100% 외국인 투자를 인정하지 않고 반드시 현지 파트너를 두어야 했던 합작 시스템을 폐기하고, 90년대 중반부터는 현지 해외 기업의 투자법이 바뀌어 외국 기업의 100% 투자가 가능해지게 되었다. 이러한 사회 인프라에 힘입어 정문정보는 신속하게 인도네시아 법인 설립을 결정할 수 있었다. 그러나 설립 과정이 일사천리로 진행된 것만은 아니었다. 법인 설립을 위해 주재원들은 말도 많고 탈도 많은 인도네시아에서 온갖 고생을 감수해야만 했다. 선진 사회 시스템과는 거리가 확연한 뒷돈 거래와 불합리한 프로세스는 아직 갈 길이 먼 개발도상국의 면면을 적나라하게 드러냈기 때문이었다. 법인 설립 허가를 받기 위한 길은 그야말로 고난의 연속이었다. 인도네시아 정부는 외자유치를 위해서 외자에 대해 광범위하게 문호를 개방하고 있었으나, 한편으로는 자국민을 보호하기 위해 아직도 수많은 업종에 대해서 외국인 투자를 규제하고 있었다. 통산 2년마다 대통령령으로 투자규제업종을 공표하고 있을 정도. 인도네시아 투자를 원하는 외국인은 반드시 투자희망업종이 외국인 투자허용업종인지 규제업종인지를 먼저 확인 후에 투자허가서 종류를 결정하여야 했다. 외국 투자허가서는 인도네시아 자카르타 소재 투자조정원(BKPM), 각도의 지방투자조정원(BKPMA), 혹은 해외 인도네시아 대사관과 관세청 등에서 발급하고 있었는데, 그 기준이라는 것이 모호하기 짝이 없는데다가 하루가 멀다하고 이해할 수 없는 이유들로 인해 번복되기 일쑤였다.

주채원들의 고민도 이 지점에서 시작되었다. 법인을 설립하기 위해서 반드시 취득해야 하는 보세 허가서가 아무런 이유 없이 진행되지 않고 있었던 것. 사전에 취해야 할 모든 준비 과정과 구비해야 할 서류는 당연히 전부 문제 없이 끝내놓은 상황이었다. 하루라도 빨리 일은 시작해야 하는데 언제까지 발만 동동 굴리고 있을 수는 없는 일, 아무리 기다려도 답이 없자 법인장은 허가서가 나오지 않는 이유라도 알고자 서류대행업체 직원을 대동하고 직접 관세청을 찾아갔다. 몇 시간을 기다린 끝에 관세청 담당자를 만났으나, 다시 좀 더 기다리라는 답변만을 되풀이했다. 그러나 여기서 물리칠 수는 없었다. 언제 나오는지 확실하게 날짜라도 알려달라며 끈질기게 담당자를 재촉했다. 그제서야 서류가 마음에 들지 않는다는 답변이 돌아왔다. 서류가 미흡해 허가서를 내 줄 수 없다는 것. 인도네시아 법인은 이미 관세청에서 요구하는 조건의 서류를 한 치의 부족함 없이 전부 제출했던 터라 기가 막혔지만, 다시 인내심을 가지고 “그러면 무엇이 부족한지 얘기해 달라, 다시 준비하겠다”라며 한 치도 물리서지 않았다. 그러자 담당자가 은근 슬쩍 돈 얘기를 꺼냈다. 애초부터 서류에 대한 얘기는 핑계였을 뿐, 정작 그들이 바라는 건 따로 있었던 것이다. 인도네시아에 진출하기 전부터 뇌물과 뒷돈 거래가 공공연하게 이루어진다는 이야길 들어서 어느 정도 예상을 하긴 했지만, 직접 피부로 느끼는 공무원 사회의 불합리와 부정부패는 생각보다 훨씬 심각했다. 관세청장을 직접 만나겠다고 한바탕 소란을 겪은 후에 이 문제는 일단락되었지만, 주채원들에게는 본국의 실정과 엄청난 괴리를 느끼게 해 준 사건으로 깊게 남아 있게 되었다.

이러한 우여곡절 끝에 간신히 허가서를 받고, 건물 완공 후 기계가 설치되면서 공장 가동을 위해 현지 신문에 사원을 모집한다는 공고를 냈다. 수백 명이 원서를 내고 회사로 찾아올 정도로 지원자가 몰렸으나, 이들 중 40여 명을 서류심사 및 인터뷰를 거쳐 선발하였다. 개개인의 경력 및 실무능력을 분석한 후, 간단한 인성검사 및 최종 면접을 통해 선발하였던 것. 그러나 꼼꼼한 기준을 세워 인력을 뽑았음에도 불구하고 현지 종업원들과의 마찰은 피해 갈 수 없었다. 일에 대한 열정, 습관, 자부심 등이 한국인의 그것과는 무척 달랐던 것이다. 아날로그적인 생활 습관이 몸에 배인 현지인들에게 디지털 형식의 업무 습관을 요구하는 데에는 한계가 있었다. 현지인들의 대부분이 이슬람교 신자들이다 보니 일하다가도 몇 번씩이나 기도하러 달려나가는 일이 종종 생겼다. 본국 관리자들은 그들의 생활이나 다름 없는 종교활동을 존중하는 의미로 기도하는 시간을 양해해주긴 했지만, 때로는 그들의 행동이 이해되지 않을 때가 많았다. 그러다 일의 능률이 떨어지지 않을까 염려되기도 했다. 하지만 휴식시간을 준다는 생각으로 그들의 문화를 이해해줌으로써 화합을 이

끌어낼 수 있었다.

이뿐만 아니라 인도네시아인들 상당수가 시간 관념이 희박하고 성취욕에 대한 집념이 약한 편이어서, 부단한 교육 훈련 설득과 아울러 일정량의 권한이양을 통해 책임감을 불러일으키는 것이 선결과제였다. 이와 같은 관점에서 중간 관리자급을 현지인 체제로 육성, 부문별로 명확한 책임과 권한을 이양해 나갔다. 또한 제안 제도를 실시하여 참여의식을 고취시키는데 노력하였다. 아직은 약간의 어려움이 남아 있지만, 이 역시 부단한 노력과 끊임없는 교육 수행으로 조금씩 나아지고 있는 실정이다. 외국 기업의 입장에서 인도네시아에서 사업을 영위해 간다는 것은 이처럼 많은 난관을 헤쳐가는 과정과 다름없었다. 심지어는 수련을 하는 기분으로 업무를 수행하기도 했지만, 그만큼 성취감이 남달랐다.

인도네시아 법인 주재원들은 열악한 상황 속에서도 점차 현지에 적응해 가며 사업을 발전시켜 나가고 있다. 법인이 설립된 지 채 한 해도 지나지 않았지만, 2007년부터는 안정권으로 진입하여 기대보다 더욱 빨리 수익을 낼 수 있었다. 신규 시장성 확보에 주력하여 그 첫 번째 목표로 일본 기업인 엠손 측과 접촉해 나가는 등의 노력을 기울였다. 이러한 결과로 2007년 설립 2차년도에 들어서 자마자 44억 원 매출에 4억 원의 당기 순이익을 달성할 수 있었다. 인도네시아 법인은 법인이 자리 잡기까지 숏한 도전과 극복 과정을 훌륭히 마친 지금, 고수익 사업을 위한 법인으로 만들어가기 위해 전 직원이 합심하여 구슬땀을 흘리고 있다.

글로벌 기업들의 성공전략

글로벌 기업들의 성공 전략 중, **첫째는 끊임없이 연구하는 것이다.** 세계 최고의 화장품 기업인 로레알은 화장품은 과학이라는 경영이념을 바탕으로 동종 업계에서는 보기 드물게 연구 개발에 집중 투자하는 모습을 보여 준다. 2003년에는 경쟁업체의 2배에 해당하는 4억 8,000만 유로를 R&D에 투자하였고, 연구 인력도 2,860명으로 늘렸다. 이러한 투자를 바탕으로 인종과 국가를 막론하고 피부 타입에 맞는 다양한 화장품을 개발, 세계시장 점유율을 확대하고 있다. 글로벌 식품기업 네슬레는 'Life Venture' 라는 펀드를 통해 R&D를 지원함으로써 안정적인 기업의 연구 개발 활동을 보장하는 장치를 마련해 놓았다. 이 펀드의 총 규모는 약 1억 4,000만 유로로 2002~2004년 간 8건의 프로젝트에 투자한 바 있다. **둘째는 현지화 전략을 구축하는 것이다.** 세계적인 건설 엔지니어링 기업 벡텔의 현지 밀착경영은 지난 이라크전 후 복구 사업 주주 시 큰 힘을 발휘하기도 했다. 이 회사는 중동 각국 정부의 고위관리 및 재계 인사들과의 네트워크를 효과적으로 활용하는 동시에 현지 사정에 정통한 지역 전문가를 전문 경영인으로 고용, 핵심 기술만을 자사에서 제공하고 그 외에는 대부분 현지 하청업체를 이용함으로써 큰 비용절감 효과를 보았다. 또한 로레알은 시장, 인종, 성별, 나이에 따른 철저한 현지화를 추구하는 전략을 실시하고 있다. 각국에 퍼져 있는 감각분석연구소와 소비자 테스트센터를 통해 나라별 특성, 문화 및 현지 소비자의 요구와 취향에 맞는 현지화 정책을 통해 제품을 개발하는 것이다. **셋째는 전략적 제휴를 도모하라는 것이다.** 중국의 상하이기차는 구주, 미주, 아태지역 등에 걸쳐 총 70개의 합자기업을 설립하여 1998년 5,800만 달러에 불과하던 동남아시아의 완성 차 및 부품 수출 규모를 2003년 3억 4,900만 달러로 40%나 증가시켰고, 2004년에는 5억 달러 이상의 수출 규모를 달성한 것으로 추정되고 있다. **넷째는 지속적인 변화와 혁신을 도모하는 것.** 영국의 유통기업 테스코는 변화하는 환경에 적응하기 위해 지속적인 변화와 혁신을 추구한 대표적 기업이다. 영국 내수시장이 포화상태에 이르자 신속히 전 세계를 대상으로 한 기업운영 포트폴리오를 구성, 현재는 전체 매출의 절반 이상을 해외에서 창출하고 있다. 또한 e-commerce 분야에서도 다른 경쟁기업보다 한걸음 먼저 진출하여 현재 영국 소비자들이 가장 많이 찾는 전자상거래 사이트로 자리잡는 등 향후 급속한 팽창이 예상되는 영국 전자상거래 시장 선점에도 성공한 것으로 평가되고 있다. **다섯째는 윤리 경영의 중요성을 자각하는 일이다.** 윤리 경영의 중요성이 커지고 있다. 분식회계로 미국 사회를 크게 뒤흔들어 놓았던 엔론 사태에서 보듯이 투명하지 못한 기업 운영은 주가 하락 및 그룹 이미지에 씻을 수 없는 치명적인 오점을 남기게 된다. 이는 깨끗하고 정직한 기업 지배 구조가 여전히 중요한 문제임을 일깨워 주는 사건이 아닐 수 없다. 성공적인 다국적 기업들은 항상 단순한 글로벌화, 즉 한부분만 차지하는 전략을 사용하지 않는다. 오히려 그들은 경제적 통합과 국가적 적응성의 적절한 균형을 찾고자 한다. 이러한 사례 등을 거울 삼아 전략을 세워 간다면 머지 않아 글로벌 기업, 더 나아가 초국적 기업으로 발돋움할 수 있을 것이다.



일하는 엄마의 모습을 보여주는 것도 교육이다

권기정 과장 / ㈜제이엠아이

어느덧 입사 10년차가 됐다. 뒤돌아보니 시행착오도 많았고 아쉬운 점도 많았다는 생각이 든다. 한때는 직장생활과 육아, 살림을 병행하는 것이 힘들어서 회사를 그만둘 생각도 했었다. 일하는 엄마들은 아마 다들 그러한 고민에서 자유롭지 못할 것이다.

그때는 일이 주는 혜택과 장점보다는 바쁘게 사는 데서 오는 스트레스에 더 민감하게 반응할 때였다. 하루에도 몇 번씩 집에 들어왔을 것인가 말 것인가로 머리가 터질 정도로 고민했던 시기였다. 그러나 당시 마음을 다잡고 다시 열심히 뛰게 된 것은 회사의 배려 덕분이었다. 특히 사장님께서 여러 가지 좋은 말씀과 격려를 해 주셨다. 덕분에 지금은 그때 그만두었으면 후회할 뻔 했다면 가슴을 쓸어내리곤 한다. 모르긴 해도 일하는 엄마로 사는 직장 여성에게 우리 회사처럼 마음을 써주는 곳은 드물 것이라고 자신한다. 동종 업계에서는 아마 가장 좋은 환경이 아닐까 싶다.

특히 회사에 대한 자부심을 느끼게 된 것은 회장님과 사장님의 배려 때문이다. 두 분은 현장에도 자주 방문하셔서 주부 직원들에게 혹시 힘든 점은 없는 지, 요즘 근황은 어떤 지를 허물없이 물어보신다. 직원들에 대한 애정과 관심이 없다면 말처럼 쉬운 일은 아니라고 생각한다. 아직도 아이들이 어려서 여전히 바쁘고 신경써야 할 일이 많지만 조금 더 크면 일하는 엄마를 자랑스러워할 것이라고 믿는다. 열심히 사는 엄마의 모습을 보여주는 게 교육적으로도 바람직하지 않을까.

물론 이제는 업무 자체도 눈 감고도 할 수 있을 만큼 숙련됐고 경력이 쌓인 만큼 여러 노하우도 터득해서 예전보다는 직장과 가정의 양립이 훨씬 수월해졌다. 문제는 오히려 너무 능숙해져서 알게 모르게 타성에 젖게 된다는 점이다. 때문에 매너리즘에 빠지지 않으려 노력한다. 그러기 위해서는 나 역시 회사가 강조하는 것처럼 늘 변화를 모색하려 노력해야겠다는 생각이 든다. 고인 물은 썩게 마련이니까 말이다.

10여 년간의 제이엠아이 생활을 통해 많은 경험과 깨달음을 얻었다. 또한 과거의 시행착오가 있었기에 지금의 노련한 나로 발전할 수 있었다는 생각도 든다. 어려운 점이 전혀 없는 것은 아니지만, 누가 뭐라 해도 직장은 훌륭한 자기 훈련의 배움터이다. 그리고 지금의 훈련은 무엇보다 나중에 든든한 기초와 자산으로 돌아오게 되는 것 같다. 커가는 아이들에게도 자연스럽게 이러한 점을 보여 주고 알려 줄 생각이다.

JM 발자취

제4장 제2도약기 미래 가치를 위한 첨단 기술 개발

제1절 변화와 혁신으로 경영체제 개선

1. 정운대 대표이사 체제로의 전환

정문정보주식회사는 2004년 3월, 정운대 대표이사를 새로 추대하였고 재정비를 시작했다. 상호 역시 '정문정보주식회사'에서 '제이엠아이주식회사(JMI)'로 변경했다. 정운대 대표이사는 현대그룹에서 오랫동안 일한 뒤, 2000년 10월부터 정문정보에 합류하게 되었다. 경영학을 전공하고 대기업의 전문화된 시스템에서 착실히 비즈니스 역량을 쌓아 온 그가 강조하는 것은 '인화'와 '화합'이다. 사장과 직원 간의 거리감을 좁혀 회사를 더욱 빠르고 활발하게 만들어가야 한다는 것이다. 분석하고 통찰하는 것보다 배려하고 지속적인 관심을 쏟는 노사관계가 더 큰 업무의 효율을 낼 수 있다는 이야기다.

이러한 정운대 대표이사의 새로운 리더십은 근본적으로 개인적 품성에 기인한다. 자신을 낮추고 상대를 존중하며 배움에 대한 열정으로 긍정적 에너지를 항상 유지해 온 바탕이 바로 그의 지론이자 품성인 것. 경영 행위의 근간이 바로 직원들의 열의를 이끌어내는 것이라는 그는 직원들과의 친화를 위해 함께 하는 시간을 많이 가지려고 노력한다. 기업을 위해 도전하는 직원들이 있을 때 기업의 가치가 극대화된다고 믿기 때문이다. 이와 같은 신념 때문에 정운대 대표이사가 가장 매진하는 부분 또한 인재 육성이다. 직원 개개인의 능력을 이끌어내야 하며, 이러한 인재 육성이 가능한 조직 환경을 만들어내는 것이 관건이라는 것이다. 다양성과 다변성의 시대 조직은 획일적인 명



2004년 정문정보주식회사는 제이엠아이주식회사로 사명을 변경하는 한편, 정윤대 대표이사 체제로 새롭게 출범했다.

령과 지시에 순응하는 인재보다 조직원 스스로 경영 환경의 변화를 읽고, 보다 고부가치 창출을 위해 창의적인 발상과 도전적인 자세로 조직간의 시너지 효과를 극대화 하기 위해 헌신적으로 참여하는 인재를 요구하고 있기 때문이다.

더불어 정윤대 대표이사는 한 기업의 리더가 되기 위한 조건을, 첫째 외부 환경과 내부 환경을 모두 고려해 세우는 유연한 목표라고 말하고 있으며, 둘째는 그 목표를 유연하게 수정할 수 있지만 가치는 바꾸지 않아야 한다는 점, 즉 일관된 가치관 정립이 중요하다고 말한다. 또한 그는 제이엠아이의 대표이사로 선임되면서 벤처기업이나 중소기업의 발전 방향을 위해서는 새로운 패러다임이 필요함을 주장했다.

현재의 경영 환경은 정보화의 급격한 발전으로 과거의 경영 환경보다 다양하고 복잡한 기업 환경이라고 할 수 있다는 것. 제품의 라이프사이클은 시간 단위로 변해 가고 어제의 기업 환경이 오늘에는 적용되지 않는 것이 현실이다. 과거에는 생산 요소에 의해 결정되었던 제품의 가격이 지금은 구매자의 구매 의사에 따라 결정되는 시대로 바뀌고 있다. 이와 같이 경영 환경이 어려울수록 핵

심역량의 구축, 주요 고객 확보, 주력 사업 중심의 사업 전개 등 기본업무에 충실한 기업이 경쟁력을 갖게 된다. 새로운 환경이나 시대에는 보다 효과적인 경영 환경 수립이 요구되는 것. 경영 환경이 다양하고 복잡해질수록 잘 갖추어진 조직을 구비한 기업들이 외풍의 영향을 덜 받는 것이 사실이다. 건실한 정보화 구축, 튼튼한 조직 역량, 핵심 기술의 확보 등 사업 전개를 위한 기초를 잘 다진 기업은 그렇지 못한 기업에 비해 성장 가능성이 높다고 할 수 있다. 또한 차별화와 경쟁력도 중요한 요소 중 하나다. 고객들의 눈에 명확하게 차별적으로 비춰져야 할 뿐만 아니라 경쟁사의 전략과 비교해서 경쟁력을 확보할 수 있어야 한다. 변화에 적응하는 기업과 그렇지 못한 기업 간의 차이는 분명하다. 지금의 기업 환경은 빠른 속도로 디지털화되고 있다. 이제 변화의 적응은 기업의 선택 문제를 넘어서 기업 성장의 결정 요인으로 작용할 것이다.

때문에 정윤대 대표이사 체제의 제이엠아이주식회사는 투명 경영, 고객선도 경영, 디지털 정보화 구축으로 글로벌 경영을 실현하는 것을 목표로 하고 있다. 그러므로 기업 내부적으로 모든 직원들이 회사의 경영 환경을 투명하게 확인할 수 있는 신뢰감을 바탕으로 하는 투명 경영을 실현하고자 한다. 제이엠아이는 실시간으로 회사의 경영사항을 모든 임직원이 공유하고 있으며, 이에 발생할 수 있는 문제 역시 공개하여 효과적으로 대처해 나가고 있다. 개선 사항, 추진 사항, 업무에서 발생하는 여러 문제, 주요 경영성과 등을 언제든지 확인할 수 있는 것. 기업 입장에서 조직 구성원은 회사를 성장시켜 나가는 또 하나의 고객이기 때문이다. 즉 조직을 움직이는 것은 조직원들이고 그 조직원들은 회사에 대한 신뢰감을 바탕으로 움직인다는 것. 최근 임직원 모두 스스로를 되돌아 볼 수 있는 ‘임원윤리강령’을 채택한 것도 그 일환이다.

정윤대 대표이사는 수요를 충족시키기 위한 사업은 지양한다. 그보다는 시장이 요구하는 솔루션이 무엇인지를 미리 예측하고 그에 필요한 제품을 제시함으로써 솔루션 개발을 부추길 수 있는 사업, 즉 수요를 창출해 나가는 사업을 지향한다. 이처럼 정윤대 대표이사 체제로의 변화는 제이엠아이주식회사의 더욱 발전된 모습을 예고하고 있었다

2. 변화와 혁신의 경영이념

1960년대 미국의 100대 기업 중에는 약 20%만이 1990년대까지 살아남았다. 또한 일본의 경우

1950년대와 1980년대 사이에 대기업의 30%만이 생존했었으며, 한국도 1960년대 10대 기업 중 현재 삼성과 LG, 현대만이 살아남았다. 이런 현실에도 불구하고 자기 업계에서 세계 1위를 고수해 온 초일류 기업들은 매순간 어김없이 닥쳐오는 위기 속에서도 끊임없이 변혁을 이루어왔기 때문에 지금껏 변함없이 세계 정상 of 자리를 유지할 수 있었다. 이는 기업의 생존 전략도 무조건 강한 기업만이 능사라는 고정관념에서 탈피하여 경쟁력을 갖춘 기업으로 전환이 필요하다는 의미로, 오래 살아남기 위해서는 기업들의 변화와 혁신이 요구된다는 뜻이기도 하다. 현대의 기업들은 자본비용과 인건비 등 원가비용의 상승, 소비 부진 및 고용 부진에 따른 사회적 비용의 증대와 같은 수많은 악조건의 도전을 받고 있다. 이러한 도전에서 승자로 살아남으려면 수동적 대안이나 과거의 경영전략으로는 역부족이다.

인류 역사 속에서 변화는 늘 계속 되어 왔고 변화는 도전의 기회를 만들어왔다. 변화(Change)와 혁신(Innovation)은 선택이 아니라 이제 기업 성장과 번영을 위한 필수조건인 것이다. 변화를 주도하는 혁신 리더가 국경 없는 무한경쟁 시대의 최후의 승자가 된다는 것은 너무도 자명한 사실이다. 모든 기업은 언제나 새로운 에너지가 샘솟도록 하기 위해 변화하고 또 변화해야 한다. 그런 점에서 비즈니스 자체는 곧 변화와 혁신을 의미한다. 과거에도 그래왔지만, 정운대 대표이사가 취임하고 난 뒤에도 제이엠아이가 목표를 이루어내기 위해 내세우는 경영이념은 변화와 혁신이다.

제2기 체제를 맞은 제이엠아이의 성공적인 변화관리를 위해 정 대표이사가 강조하는 핵심관리 요소는 다음과 같다. 변화와 혁신 과정에서 나타날 수 있는 저항과 면역 관리, 위기의식 공유를 통한 참여 유도, 혁신을 주도할 수 있는 팀 만들기, 변화 후의 모습 및 구체적인 전략을 수립하고 전파하는 비전, 혁신 참여를 독려하기 위한 성과와 보상체계의 연계, 혁신 지향의 기업문화 정착과 같은 활동들이 그것. 그동안 많은 기업들이 변화와 혁신에 실패하는 이유는 조직 내 저항과 면역에 대한 사전대응 부족과 자사의 특성과 체질을 고려하지 않고, 무분별하게 외부의 유행 기법만을 도입했기 때문이다. 따라서 성공적인 변화와 혁신을 위해서는 경영자의 참여와 지도, 그리고 이를 성공적으로 추진해 나갈 수 있게 자사 고유의 특성에 맞춰 장기적인 전략을 꾸준히 추진해나가는 것이 주효하다.

또한 비전 제시를 통해 전 직원에게 미래와 꿈에 대한 희망을 심어 주는 것 역시 빼놓을 수 없는 요소이다. 변화와 혁신을 성공적으로 이루어냈을 때 회사와 임직원이 어떤 모습으로 발전할지를 알려줌으로써 왜 변화와 혁신에 적극 동참해야 하는지에 대한 동기부여를 심어주는 것이다. 전



정윤대 대표이사는 변화와 혁신을 강조하며 다양한 동기 부여를 통해 변화와 혁신 경영을 가시화하였다.

직원의 한결같은 참여 없이는 변화와 혁신이 그저 구호로만 끝날 수 있기 때문이다. 이러한 변화의 흐름에 발맞춰 제이엠아이가 강조하는 중추적인 기본은 효율적 조직의 개편과 관리 시스템 구축을 시작으로 해외시장을 공략하는 것, 그리고 R&D 육성을 통한 신규 사업 아이템 개발이다. 기업을 조직하여 시간이 흐르고 조직 규모가 커지면 부문 간, 부서 간 통합에 조정의 시간이 걸리고 의사소통에 장애가 발생한다. 지나치게 많은 계층을 가진 조직 구조는 그로 인해 좋은 기획들이 지연되기도 하고 적당히 수정되어 원래의 뜻을 알 수 없는 경우가 생기는 것. 또한 각 부문과 부서는 자신의 제한된 영역에만 관심을 가지고 조직 전체 차원인 목표에 대해서는 무관심해지는 현상이 생긴다.

때문에 정윤대 대표이사 체제 전환 후 제이엠아이는 무엇보다 먼저 체계적인 관리 시스템 구축은 물론 과감한 구조조정을 통해 조직을 재정비했다. 변화하는 시장 상황에 신속히 적응할 수 있을 만큼 유연하고, 어떤 경쟁사와도 경쟁할 수 있을 만큼 비대하지 않은 조직이 바로 '단순한 조직'이기 때문이다. 또한 마케팅 부족과 가격경쟁력 저하로 인해 협소한 국내시장을 넘어서 해외시장으로 기반을 넓혀가는 작업을 진행하고 있다. 이와 함께 제이엠아이는 해외시장 공략을 목표로 R&D

기획, 평가, 관리, 전문역량을 확충해 R&D 투자 효율성을 높이고, 가시적 성과 창출을 위해 2007년도 예산 확대에 힘쓰는 등 R&D를 적극 육성할 계획이다. 제이엠아이는 현장에서 필요로 하는 정책을 만들고 변화와 혁신을 바탕으로 한 역동적 사업 추진을 통해 미디어 산업 발전의 든든한 디딤돌로 자리매김해 나가고 있는 중이다.

3. 품질 경영 혁신을 위한 6 시그마

제이엠아이는 ‘6 시그마 기법’을 경영에 도입하여 전 직원의 과학적인 사고와 혁신을 바탕으로 더욱 수준 높은 품질 개발을 위한 노력을 아끼지 않고 있다. 일찍부터 6 시그마 운동을 도입한 삼성 등의 협력업체 벤치마킹을 통해 제이엠아이만의 6 시그마를 정립하기 위한 전사적인 혁신 활동의 기본 축을 만든 것이다. 이미 한국표준협회에서 수여하는 6 시그마 인증을 여러 차례 받기도 했다. 6 시그마란 제품의 에러 발생률을 100만 개당 3.4회로 한다는 아주 높은 차원에 목표를 두고 있는 전 사적 경영혁신 활동이다. 기존의 100PPM 경영을 훨씬 뛰어넘는 20세기의 마지막이자 21세기를 준비하는 일류 기업들의 각광받는 경영혁신 기법인 것. 또한 6 시그마는 단순히 품질관리 부문에만 머무는 것이 아니라 마케팅, 엔지니어링, 서비스 등 경영 활동 전반을 대상으로 하고 있다.

6 시그마 기법은 Motorola의 정부용 전자기기 사업 부문에서 근무하던 Mikel J. Harry에 의해 1987년 창안되었다. Harry는 어떻게 하면 품질을 획기적으로 향상시킬 수 있을 것인가를 고민하던 중 통계 지식을 활용하자는 착안을 하게 되었다. 이 통계적 기법과 제품 품질에 대한 위기감에서 1970년대 말부터 사내에 공유되어 온 품질개선 운동과 결합하여 탄생한 것이 바로 6 시그마 운동이다. Harry는 1990년 Motorola 사내에 설치된 Motorola 대학 내에 ‘6 시그마 인스티튜트’를 열고 연구를 거듭하여 6 시그마 개념에 의한 높은 수준의 엔지니어링 기법을 개발해 나갔고, 관련 기술을 체계화하여 수준 높게 발전시켰다. 그 결과 6 시그마는 Motorola 이외의 기업에도 적용 가능한 경영기법으로 확립되었으며 제품 품질 또한 획기적으로 좋아졌다. 이후 많은 기업들이 이를 성공적으로 적용했거나 적용 중에 있는 셈이다.

6 시그마 운동은 제이엠아이에서도 업무에 대한 사고방식의 전환을 불러왔다. 무조건 열심히 일하는 것보다는 효율적으로 일하도록 하는 방식이 그 것. 6 시그마 활동은 제품을 생산하는 제조 방

식에서부터 구매 오더를 작성하는 방식까지 모든 작업에서 발생할 수 있는 에러를 줄이는 데 도움이 되고 있다. 제이엠아이의 6 시그마의 경영품질 운동은 종래의 품질 운동이 추구했던, 제품과 생산 공정에만 국한하지 않고 모든 관리 시스템과 서비스의 전 분야에까지 적용함으로써 경영관리의 총체적 프로세스에 내재된 모든 종류의 불량 요소를 제거하고 관리 시스템의 착오로 유발되고 있는 경영손실을 획기적으로 극소화시키는데 역점을 두고 있다.

21세기는 흔히 무한경쟁의 시대라 불린다. 이는 경쟁이 기업 경영의 전 분야에 걸쳐서 장소와 시간의 구애됨이 없이 벌어진다는 의미. 무한경쟁의 시대에는 기업 경쟁력이 단순히 코스트를 줄이거나 품질을 향상시키는 것만으로 높아지지 않는다. 따라서 과학적인 분석 기법을 사용하여 제품과 서비스 및 전 관리 프로세스를 분석, 개선하여 무결점에 가까운 품질 수준으로 향상시킴으로써 조직의 손실을 줄이고 이윤을 극대화시켜야만 총체적으로 경쟁력을 올릴 수 있는 것이다. 일례로 제이엠아이는 시스템 안정화를 위해 ERP PP 모듈의 정확도를 과거의 80% 수준에서 92% 수준까지 개선하고, 매월 200여 건 이상의 Backlog가 발생하여 원가 및 재고 오류가 생기자 Bom의 소요량을 통계적 데이터를 통해 이를 개선했다.

Define → Measure → Analyze → Improve → Control 단계를 거치는 6 시그마는 제이엠아이에선 Define 단계에서 COPQ/재무성과 산출 및 프로젝트 팀트릭스, 고장유형별 영향 분석 및 중요 X인자 발굴의 순서로 진행하였다. Improve 단계에서는 먼저 대안창출 계획안을 짜고 진행을 하여 이전 전기 Process 변경 이후, 미 이전 전기로 인한 Backlog는 1%에서 0.3%로 개선사항을 창출할 수 있었다. 그리고 NON DOE 및 Improve를 통해 개선된 내용의 유지관리를 위한 Control 단계의 성과를 총 금액으로 보면 5,100만 원이고, PPM Level로 보면 1만 9,000PPM의 개선 성과를 보았다. 이 같은 성공으로 제이엠아이는 6 시그마를 통해 막연히 알고 있던 원인을 비교적 정확한 통계적 데이터 및 다양한 툴을 이용하여 개선했으며 6 시그마 철학으로 인해 사고의 전환을 이뤄낼 수 있었다. 또한 6 시그마는 특정 부문의 개선이 아니라 경영 전반을 대상으로 한 혁신 활동이다. 제이엠아이는 이를 해외 법인에도 그대로 적용했다. 대부분의 기업들은 본국에서 파견된 기술자가 일정한 시간을 두고 현지 채용 인력을 교육해 가며 생산 프로세스를 바꿔간다. 그러나 6 시그마로 전 개할 경우 사전에 완벽하게 디자인된 생산 시스템을 그대로 이용해 곧바로 조업에 들어갈 수 있는 것이다. 한 마디로 회사 전 부문의 수준을 측정할 수 있는 통계적인 툴을 통해 비효율적인 업무를 최대한 제거하고 가장 적절한 업무 프로세스를 고안해 내는 것이다. 특히 이 같은 방식은 생산현

장은 물론 구매, 판매, 총무, 회계 등 간접 부문에서도 큰 효과를 낼 수 있는 장점이 있다.

6 시그마는 경영 능력이 검증된 최고 경영자가 뚜렷한 목표를 향해 강력한 추진력을 동원할 때 전사적인 효과를 낼 수 있는 운동이다. 때문에 21세기형 경영기법으로 불리는 6 시그마는 바로 무한 경쟁 시대 최상의 무기로 각광받고 있다. 품질혁신과 고객만족을 달성하고 기업경영 성과를 향상시키고자 하는 제이엠아이의 이러한 노력은 6 시그마 운동과 함께 계속될 전망이다.

4. 내실 경영의 강화

제이엠아이는 2002년부터 2004년까지 사상 최대의 경영 실적을 올리며 고공 행진을 했다. 이러한 경영 성과는 내수경기가 불황의 나락에서 좀처럼 벗어나지 못하는 가운데 이룩한 값진 결과였다. 그러나 실질적인 경상이익은 오히려 마이너스였다. 2000년대 초반까지는 국내의 여타 기업과 같이 제이엠아이드도 신규 설비투자에 필요한 자본을 금융권에 의존하는 전형적인 차입금 의존형 기



2004년까지 적자를 기록하던 제이엠아이주식회사는 2005년부터 흑자로 전환, 2006년에는 498억 원의 매출 실적을 달성하였다.

업이었다. 이는 사업으로 벌어들인 수익의 대부분을 이자로 충당해야 하는 고질적인 재무상의 문제를 안고 있었다.

특히 2003년과 2004년은 자금적으로 무척 어려운 해였다. 설립 이후 누적되어 왔던 장기 부실 재고가 수십 억 원의 적자를 양산했고, PC 시장 자체의 상황도 그리 좋지 않았다. 뿐만 아니라 AR 사업은 주요 공급처가 PC 제조회사인 만큼 PC 경기의 변동에 영향을 받을 수밖에 없었다. 납품하는 회사에서는 계속해서 단가 인하를 요구하였고, 사업 다각화가 추진됨에 따라 전체 조직의 규모가 커지면서 임직원의 인원이 최고조에 달해 그만큼 임금 부담도 가중되었다. DVD에 대한 투자비용도 날로 늘어 총 200억 원 이상이 소요됐다. 뿐만 아니라 CD에 대한 원천기술은 필립스가 가지고 있어서 그에 대한 로열티를 수십억 원씩 지불해야 했던 터라 여러모로 자금이 부족하던 시기였다. 그런 와중에서 2004년 나노메카트로믹스 사업의 일환으로 블루레이 디스크를 개발하고 나자, 제이엠아이의 주가가 치솟기 시작했다. 600원대에서 4,000원대까지 올라간 것. 호기가 찾아온 것이다. 제이엠아이의 주식은 무려 20일 동안 연속 상한가를 기록했다. 이즈음에 기존 발행한 해외신주인수권부사채의 전환행사로 단기간에 127억 원의 자금이 들어오게 되어 제이엠아이 재무구조의 완화를 가져오게 되었다. 이와 더불어 부실 재고를 파악해 정리하고 기존의 조직을 축소했으며, 보고와 결재 단계도 대폭 줄이는 등 획기적인 업무 간소화 및 의사결정의 신속화를 꾀하였다. 이와 함께 회사의 기업신용등급 상승과 차입금의 상환은 경영실적 호전에 큰 역할을 했다. 이에 따라 2002년 541억 원에 달하던 부채 비율은 2006년 현재 164억 원으로 크게 감소했고, 매출액은 498억 원에 당기 순이익이 73억여 원에 달했다.

이처럼 경영실적이 대폭 호전된 것은 매출액 증가에 따른 매출 총 이익의 증가 외에 재무구조 개선에 따른 금융 비용 감소가 크게 작용했기 때문이다. 또한 개선된 재무구조는 수익의 일부를 재투자할 수 있게 함으로써 설비의 고성능화, 연구개발의 가속화가 급격히 진전되었다. 이와 더불어 제이엠아이는 윤리경영의 토대를 더욱 공고히했다. 기업윤리를 강화함으로써 고객에게 신뢰받는 초우량 기업으로 발전하기 위한 토대를 마련하고, 모든 업무를 투명한 기준과 세계적 표준에 따라 처리하고 공정한 거래 관계를 유지함으로써 기업의 투명성을 구현하여 존경받는 기업으로 거듭나겠다는 각오를 다진 것이다. 이처럼 제이엠아이는 2002년부터 2004년까지 3개년간의 과거 부실화 요인을 제거하고 이를 모두 재무에 반영해 2005년 흑자전환에 성공하게 되면서, 향후 새로운 도약의 발판을 마련하게 되었다. 2007년에는 429억 원의 매출에 44억 원의 당기 순이익을 달성하였다.

발행 주식의 내용

일자	원인	증가(감소)한 주식의 내용				증(감)자 후		증자비율
		종류	수량	주당액면가격	주당발행가격	자본금	배정방법	
93.02.20	설립자본	보통주	10,000주	10,000	10,000	100,000		
94.08.10	유상	보통주	20,000주	10,000	10,000	300,000	주주배정	200%
95.12.14	유상	보통주	20,000주	10,000	10,000	500,000	주주배정	67%
97.04.17	유상	보통주	42,800주	5,000	5,000	714,000	주주배정	43%
97.04.30	무상	보통주	599,194주	5,000		3,709,970	주주배정	420%
99.03.03	유상	보통주	357,143주	5,000	28,00	5,495,685	주주배정	48%
99.08.09	무상	보통주	439,654주	5,000		7,693,955	주주배정	40%
99.08.28	액면분할	보통주		500		7,693,955		
99.10.22	유상	보통주	5,385,768주	500		10,386,839	주주배정	35%
99.12.31	주식배당	보통주	2,077,368주	500		11,425,523	주주배당	10%
00.06.15	유상	보통주	4,570,210 주	500		13,710,628	주주우선	20%
00.06.15	무상	보통주	8,226,377주	500		17,823,816	주주배정	30%
00.10.14	유상	보통주	1주	500		17,823,817	3자배정	
00.11.13	액면병합	보통주	17,823,817주	500		17,823,817		
01.03.22	주식배당	보통주	1,781,525주	1,000		19,605,342	주주배당	10%
05.01~12	신주인수권	보통주	8,952,060주	1,000		28,557,402	신주인수권	
06.01~03	신주인수권	보통주	2,854,280주	1,000		31,411,682	신주인수권	
06.04~06	신주인수권	보통주	1,167,660주	1,000		32,579,342	신주인수권	

5. 흑자로 전환되는 재무 회계 구조

2004년까지 만성 적자를 기록했던 제이엠아이는 2005년 흑자를 기록하면서부터 경영에 더욱 탄력을 받게 되었다. 해외 진출의 성과가 가시화되면서 2005년과 2006년에 각각 593억 원, 498억 원의 매출을 달성하였다. 특히 2004~2006년은 해외로 진출한 제이엠아이 해외법인이 실질적인 수익을 창출해 나가는 중요한 시기였다. 2001과 2002년, 먼저 진출하여 활발히 영업을 진행 중이던 미국법인과 중국 소주 법인은 2005~2006년에 들어서서 안정적인 모습을 보이며 본격적으로 수익창출을 해 나가고 있었다. 2004년 7월에 설립된 슬로바키아 법인 역시 초기 투자부담에 따른 손실을

만회하고 2005년부터 팔목할 만한 성장을 통해 고수익을 달성해 나가고 있으며, 최근 2006년 7월에는 인도네시아에도 진출을 하였다.

이 중 중국(소주)과 슬로바키아 법인은 2004년부터 지분법 적용을 하게 되었으며, 미국 법인은 2005년부터, 인도네시아 법인은 2007년부터 반영하고 있다. 사업 초기 투자에 따른 손실 등으로 2004, 2005년의 해외 법인의 실적은 당사의 지분법 평가 손실요인으로 작용하기도 하였으나 2005년 중반기 이후 전 해외 법인의 경영상태가 흑자구조로 전환됨은 물론 높은 수익을 달성하면서 2006년도에는 지분법 평가에 따른 이익으로 약 28억의 수익이 발생했다.

2005년은 위에서 거론한 바와 같이 주요 거래처의 해외 진출에 따라 내수 물량 축소로 매출액은 전기 대비 7.3% 감소한 593억 원을 달성하였으나 2002년~2004년까지 장기불용재고의 차감 및 내부 부실요인을 모두 기 반영하고, 체계적인 원가 및 비용 절감 등의 노력에 따라 전체적으로 각각 14.5억 원의 영업이익과 4.5억 원의 당기 순이익을 달성하면서 흑자전환에 성공하였다. 이를 발판으로 2006년은 수익성 저조 사업 부문의 과감한 구조조정, 계속된 원가 비용 절감 노력과 함께 전 해외 법인의 수익증대의 효과로 인하여 498억 원의 매출과 32.5억 원의 영업이익, 81.8억 원의 경상이익, 72.7억 원의 당기 순이익을 달성하면서 수익 개선을 통한 고성장의 계기를 마련하였다. 2007년은 429억 원의 매출, 25.6억 원의 영업이익, 62.4억 원의 경상이익, 43.5억 원의 당기 순이익을 달성하였다. 한편 제이엠아이의 주식은 기명식 보통주로서 1주당 액면 금액은 1천 원이며, 발행 주식의 총수는 3,257만 9,342주이다.

요약 재무 정보

(단위 :백만원)

구분	2007년	2006년	2005년	2004년	2003년
유동자산	20,322	27,610	29,505	40,987	37,879
당좌자산	18,616	25,240	26,353	35,276	30,864
재고자산	1,706	2,370	3,152	5,711	7,015
고정자산	51,135	38,927	40,632	40,420	39,140
투자자산	22,703	16,358	16,601	16,724	14,971
유형자산	21,326	21,969	23,254	22,646	23,799
무형자산	919	600	777	1,050	370
자산총계	71,457	66,537	70,137	81,407	77,019
유동부채	15,051	13,000	25,514	44,949	36,206
고정부채	434	986	2,281	7,376	8,397
부채총계	15,485	13,986	27,795	52,325	44,603
자본금	32,579	32,579	28,557	19,605	19,605
자본잉여금	12,898	11,679	11,679	11,679	11,679
자본준비금	(-)2,964	(-)71	(-)407	(-)3,083	(-)3,083
재평가적립금	(-)148	(-)889	199	(-)981	(-)15
이익잉여금	13,607	9,254	2,313	1,862	4,230
자본조정		(-)960	(-)208	(-)4,064	(-)3,098
자본총계	55,972	52,552	42,342	29,082	32,416
매출액	42,903	49,779	59,304	63,963	98,579
영업이익	2,558	3,255	1,455	(-)1	(-)1,556
경상이익	6,235	8,181	452	(-)2,043	(-)5,325
당기순이익	4,353	7,276	452	(-)2,367	(-)4,488

오늘의 열정은 내일의 성취

2006년 신조어 사전에는 ‘샐러던트’라는 말이 올라와 있다. 이 말은 샐러리맨과 스튜던트의 합성어로 공부하는 직장인을 뜻한다. 학교를 졸업하면서 공부와는 안녕을 고했던 많은 직장인들이 다시금 새벽잠을 설치며 학생으로 돌아온 것이다. 이는 날로 경쟁이 치열해 가는 사회 속에서 자기계발의 노력 없이는 살아 남기 힘들다는 깨달음 때문이다.

리쿠르팅업체인 잡 코리아의 조사에 따르면 이런 주경야독의 생활을 하는 직장인이 전체의 69.5%로 10명 중 7명이나 되었다. 또한 직장인의 평균 자기계발 비용은 연간 289만 원 선으로 매달 월급에서 24만 원 정도를 자기계발을 위해 재투자하고 있는 셈이다. 이렇게 노력과 비용을 들여서 가장 많이 공부하는 것은 역시 외국어 회화로 46.9%가 외국어 공부를 하고 있다고 대답했다. 직장인들이 가장 이루고 싶어 하는 새해 소망 역시 자기계발이라고 하니 공부하는 직장인은 그야말로 대세가 아닐 수 없다. 그러나 새벽잠을 쫓아 버리고 여가시간을 쪼개가면서 공부를 한다는 것은 말처럼 쉬운 일은 아니다.

공부에는 왕도가 없다고 하지만 기왕 샐러던트의 길에 들어섰다면 길잡이가 될 몇 가지 사항들을 점검해 보는 것도 좋을 것이다. **우선 뚜렷한 목표가 있어야 한다.** 10년 후 즈음의 자신의 모습을 생각해 보고 그러한 모습에 도달하기 위해 자신에게 필요한 것은 무엇이고, 부족한 점은 무엇인지 충분히 고민해 봐야 한다. 단순히 남들이 다들 하니까, 혹은 배워두면 좋겠지 하는 마음으로 시작했다가는 낭패를 보기 쉽다. 인쿠르트의 이광석 대표도 “자기계발에 대한 강박관념 때문에 뚜렷한 목표 없이 무작정 공부에만 매달리는 직장인들이 있는데, 그러다가는 아무런 소득 없이 몸과 마음도 지치기 십상이다. 여러 분야에 매달리기 보다는 자신만의 전문성을 살릴 수 있는 분야를 공략해야 한다”라고 말한다.

미래에 대한 밑그림을 그려보고 그에 따른 목표를 정했다면 어떻게 실천할 것인가에 대한 **자기계발계획서를 작성해 보는 것이 좋다.** 계획서를 작성해 봄으로써 목표를 더욱 분명히 하고 직장 내에서의 단계별 목표를 설계하고 성공의 밑거름으로 삼는다. 실례로 캐나다의 임페리얼 상업은행 (Canadian Imperial Bank of Commerce)에서는 모든 직원이 입사 직후 자기계발계획서를 작성해야 한다. 이와 같은 자기계발계획서에 대한 평가결과는 곧 인사나 임금 책정 등의 보상 시스템을 통해 철저히 피드백되고 있다.

마지막으로 **가장 중요한 것은 역시 실천이다.** 뚜렷한 목표와 꼼꼼히 작성한 계획서를 가졌어도 제대로 해 내지 못한다면 아무 소용이 없으니 말이다. 일과 공부를 병행해야 하는 샐러던트는 시간과 비용에 대한 압박을 가장 많이 받는다. 누구에게나 평등하게 흐르는 시간을 잘 활용하려면 부지런함이라는 정도 외에는 다른 길이 없다. 자투리 시간도 놓치지 않는 근면, 성실이 최고이다. 그리고 학원비나 교재비 등의 비용이 부담스럽다면 인터넷을 적극 활용하는 것이 좋다. 시간과 장소를 가리지 않고 반복해서 공부할 수 있으며 무료로 이용할 수 있는 강좌도 많이 있다. 톰 피터스는 “위대함과 평범함의 차이는 자기 자신을 매일매일 재창조할 수 있는 상상력과 열망을 갖고 있느냐 없느냐에 따른 것.”이라고 했다. 열정을 다해 살아낸 오늘의 시간은 내일의 성취감으로 돌아올 것이다.

제2절 21세기 정보화 산업의 주역으로 우뚝 서다

1. 나노메카트로닉스 국책 사업 주관기관 선정

1999년 TEST DVD 개발을 시작으로 출범한 제이엠아이주식회사 기술연구소는 짧은 역사에도 불구하고, 굵직한 국책 사업을 여러 차례 유치하는 개가(凱歌)를 올렸다. 그 중에서도 21세기 프론티어 국책 사업의 일환으로 진행되는 ‘나노 메카트로닉스 기술 개발 사업’의 세부 주관기관에 선정된 것은, 그간의 미디어 생산 관련 노하우와 연구진들의 노력에 따른 획기적인 성과로서 새로운 저장 매체 개발이라는 중요한 의미를 지니고 있는 것이었다.

‘나노메카트로닉스’란 나노 크기의 물질로 이루어진 재료, 공정, 장비 등을 개발하는 분야로서 10억 분의 1을 나타내는 접두사 나노와 기계공학과 전자공학을 결합한 메카트로닉스의 합성어이다. 나노 기술 발달과 함께 21세기 들어 기술 선진국들이 주목하고 있는 공정 기술이다. 미세가공기술을 기반으로 나노 크기의 물질이 새로운 물리, 화학적 기능을 갖도록 하는 기술이며 초소형 정밀 기계 기술을 이용하여 나노 단위의 산업용 부품 제조를 위한 기술 및 장비 개발을 목표로 한다. 나노 기술은 근본적으로 원자 혹은 분자를 하나씩 제어하는 기술이므로 환경 측면에서 나노 구조체, 소자 또는 시스템을 제조하는 과정에서 소비되는 자원의 손실을 최소화할 수 있는 가장 경제적이고 친환경적인 기술이다. 학문적 측면에서는 원자, 분자현상의 해석, 조작, 응용(제품화)을 위해서는 수학, 물리, 화학, 의학, 전자, 재료 등 여러 분야의 학문 또는 기술이 복합적으로 결합되어야 하는 연구 분야로서 기존의 단일 학문에 의한 연구로 성과를 기대할 수 있는 분야는 아니다. 산업적

측면에서 나노 기술은 단순히 기존 기술의 연장선상이 아닌 과학기술적 한계를 뛰어넘을 수 있는 잠재력이 큰 기술이기 때문에 어떤 분야에서의 나노 기술 실현은 기존 시장을 완전히 대체하거나 신규 시장을 창출할 수 있는 잠재력이 큰 기술이다.

이미 일찍부터 이를 정책 사업으로 선정한 미국, 일본 등은 관련 기술을 개발하는 여러 연구기관에 많은 자금을 지원하고 있었다. 한국도 21세기 프론티어 연구 개발 사업 가운데 하나로 나노메카트로닉스를 선정하여 과학기술부 아래 나노메카트로닉스 기술개발사업단을 운영 중이다. 최근 10년간 우리나라의 연구 개발 총 투자 규모는 10년 전에 비하여 3배 이상 증가하여 2000년 기준으로 세계 8위의 투자 규모를 달성하였으며, 2001년에 이르러서는 총 연구비 투자 규모가 15조 원(전체 GDP의 3%) 이상으로서 선진국 수준에 다가가고 있다. 정문정보가 참여한 나노메카트로닉스 사업은 국가적 전략사업으로 추진되어 2002년 7월 출범하였다.

이 사업은 총 3단계 10년(2002년 ~2012년)을 기간으로 하며 나노 단위에 이르는 극미세 산업용 부품을 제조하기 위한 공정 기술 및 공정 장비를 개발하여 나노 기술 실용화를 앞당기는 것이 사업목표였다. 1단계에서는 100nm급(나노미터 : 10억 분의 1미터) 선풍 구현을 목표로 나노메카트로닉스 기반기술 및 인프라를 구축하고, 2단계에서는 응용기술 개발을 통해 보다 가능성 높은 기술로 다변화하고, 3단계에서 본격적인 실용화 기술로 발전시켜 뚜렷한 시장을 확보하는 것이 최종 목표이다. 제이엠아이주식회사는 2002년 7월부터 과학기술부 주관 하에, 연세대학교, 한국기계연구원, 강원대학교, ETRI와 함께 나노메카트로닉스 사업을 공동으로 개발, 진행해 왔고 결국 2년이 넘는 공동 연구 기간을 거쳐 2004년 12월, 드디어 ‘블루레이 디스크(Blu-ray Disc)’ 개발을 완료해 내기에 이른다. ‘블루레이 디스크’는 정보 저장과 재생에 청색 레이저를 이용하는 기술로 만든 한 단계 업그레이드 된 DVD로서, 나노메카트로닉스 기반기술 개발의 획기적인 결과물이었다. 1차 단계 세부 과정 중 제이엠아이는 Optical Storage Media 부분을 중점 과제로 삼고 연구를 진행해 왔으며, 이번 25GB(150nm) 개발에 성공한 것이다.

따라서 2004년 12월 28일, 서울 르네상스 호텔에서 나노메카트로닉스사업단의 나노사출성형공정 기술 개발 부문 정책 사업 공동개발과 관련, 1차 개발 완료에 따른 발표회가 열렸다. 발표회는 과학기술부는 물론이고 함께 공동연구개발에 참가한 4개 업체와 한국표준연구원, 각 대학 관련 연구진, 기타 국가기관 연구원들과 언론 취재진이 참석하는 등 성황을 이뤘다. 이러한 연구 성과를

바탕으로 2005년 ~ 2008년에 진행하는 2단계 사업에서는 제이엠아이가 사업세부주관기관으로서 연세대학교, 한국기계연구원 외 4개 기관과 같은 산·학·연을 연계하는 연구팀을 구성하여 주도해 나가게 되었다. 이에 따라 2005년 4월 28일 공동연구팀과 킥오프 미팅(Kick-Off Meeting)을 갖고 다시 본격적인 연구 개발 사업에 뛰어들었다. 사업 2단계에서는 '50nm급 패턴사출성형공정 및 응용기술개발'을 목표로 3년 간의 연구가 현재 진행 중이다. 향후 2008년부터 시작될 3단계의 연구과정도 순차적으로 진행할 예정이다.

제이엠아이는 물론 정부와 관련 단체 역시 나노메카트로닉스 사업을 통해 세계 일류의 나노메카트로닉스 기술을 확보하여 원천기술을 제공함으로써, 기술 간 융합 혹은 연계에 중요한 역할을 할 것으로 기대하고 있다. 무엇보다 나노 기술 연구 개발의 기반이라고 할 수 있는 장비 기술을 자체 확보함으로써 현재 대부분 수입에 의존하고 있는 고가의 연구 개발 장비를 국산화할 수 있으며 이를 통해 독자적인 기술 자립화의 발판을 확보할 수 있을 것으로 짐쳐진다. 이렇듯 제이엠아이는 MS AR 사업, 미디어 사업을 기반으로 사내 연구소의 기술 개발 활동을 통해 차세대 광기록매체를 개발하는 등 새로운 부가가치를 창출해 나가고 있다.



제이엠아이지식회사 기술연구소는 2004년 12월 블루레이 디스크 개발에 성공, 역사적인 블루레이 디스크 시연회를 개최하였다.

JMI 기술연구소 나노 목표 및 실적

1단계 목표

UV-Laser를 이용한 나노 스탬퍼의 제작 및 나노 성형품 상용화 기술 개발 (성형정밀도 : 스탬퍼 대비 10% 이하)

1차년도 목표 : UV-laser를 이용한 나노 pattern 제작

- 나노 Pattern 제작 기술 분석
- 나노 스탬퍼 및 사출 성형 환경 연구
- 나노 구조물의 환경 인자에 따른 정밀도 영향 연구

2차년도 목표 : 트랙피치 320nm/최소구조물150 nm급 나노패턴의 Stamper 제작 기술 및 사출성형 공정 최적화

- 트랙피치 320nm/최소구조물150 nm급 Stamper 요구조건 연구
- 나노 성형체 및 Stamper 상관성 연구
- 트랙피치 320nm/최소구조물150 nm급 Stamper 제작
- 트랙피치 320nm/최소구조물150 nm급 사출성형 공정 최적화

3차년도 목표 : 나노 광 부품 제작 기술 개발

- Blu-Ray 상용화 요구조건 연구
- Blu-Ray 제작 (시제품 제작)
- 나노 사출성형된 Blu-Ray 신뢰성 연구
- Blu-Ray용 Cover Layer 공정 개발 및 Blu-Ray 시작품 시연

2단계 목표

50nm급 고밀도 저장매체 및 기능성 표면 제품 제작을 위한 스탬퍼 제작 및 나노 사출성형 기술 개발

1차년도 목표 : 50nm급 Pattern 스탬퍼 제작 기술 개발 및 나노 공정 특성 분석

- 대량생산을 위한 스탬퍼 제작 및 균일화 기술 개발
- 박막 PR 형성 기술 개발
- 스탬퍼 후가공 기술 개발
- 성형 조건(온도, 압력, 시간 등)에 따른 패턴 전사 특성 해석
- 공정 조건(온도, 전류밀도 pH)에 따른 Nano Electroforming 공정 특성 분석
- 금형 가열 및 냉각 제어 시스템 개발

2차년도 목표 : 50nm급 Pattern 스탬퍼 및 사출 성형 제품 품질 안정화 기술 개발

- 대량생산을 위한 공정 및 금형 안정성 확보 기술 개발
- Family 스탬퍼용 마스터 제작 기술 개발
- 다단 사출 / 압축성형 공정 최적화
- Nano Releasing 기술 개발
- 제품 변형 최소화를 위한 초정밀 온도 측정 및 제어 기술 개발
- 고세장비 사출 성형을 위한 금형 가열 / 냉각 기술

3차년도 목표 : 50nm급 Pattern 제품 응용기술 개발

- 50nm급 Pattern 고밀도 저장매체 개발
- 사출 성형 금형 내구성 및 안정성 검증
- 수직 정력 Nano 구조체를 이용한 Sub 50nm 패터닝 기술 개발
- Nano Pattern을 이용한 기능성 표면 제품 개발

2단계 실적

논문 게재 (국내 13건, 국외 4건)

- 국내 : 블루레이 디스크의 커버레이어 스핀코팅 시 챔버각에 따른 안전화된 폴리머 거동에 관한 연구(이해근, 손성기, 신흥규, 조기철, 김병희) 외 12건
- 국외 : Analyses and Comparison for stable cover layer Thikness Distribution of Blu-ray Disc in Spin coating Process, 외 4건

학술 발표 : 국내 19건, 국외 14건

- 국내 : 100nm급 Pattern 전사성 향상을 위한 나노 사출성형 공정 최적화(이해근, 손성기, 이종훈, 이재숙) 외 18건
- 국외 : Fabrication of Highly Ordered Nano Patterned Master by using Anodic Aluminum?Oxidation (신흥규) 외 13건

특허 출원 : 국내 14건, 국외 1건

- 국내 : Hybrid 나노 패턴을 갖는 기능성 표면 제품 및 그 제조 방법 외 13건
- 국외 : CONTINUOUS LITHOGRAPHY APPARATUS AND METHOD USING?ULTRA VIOLET?NANOIMPRINTING

특허 등록 : 국내 4건, 국외 1건

- 국내 : 블루레이 디스크 외 3건
- 국외 : MOLDING SYSTEM FOR MOLDING MICRO PATTERN STRUCTURE HAVING MICRO HEATING ELEMENT AND METHOD FOR FABRICATING MOLD?INSERT FOR MOLDING MICRO PATTERN STRUCTURE USED THEREIN

2. 차세대 광학저장매체 블루레이 디스크(Blu-ray Disc)

블루레이 디스크는 직경 120mm 크기에 25GB의 데이터 저장용량을 가진 광학저장매체로 기존 DVD보다 5배 이상의 저장 용량을 갖고 있으며, HDTV급 화질의 동영상을 2시간 이상 저장할 수 있는 차세대 광학저장매체이다. 이미 일본과 미국 유수의 업체들이 이 표준을 채택한 가전제품을 선보이고 있고, 국내에서도 삼성전자와 LG전자에서 블루레이 디스크를 자사의 기술표준으로 정하고 관련 제품을 출시하고 있다. 블루레이 디스크는 기존의 적색 레이저를 이용한 CD, DVD와는 달리 파장이 낮은 파란색의 레이저를 이용한 저장매체로 DVD보다 업그레이드된 기술이다. 2005년 지상파 방송의 디지털 방송을 시작으로 DMB 서비스 등과 같이 HDTV 방송의 영역이 점차 넓어지고 있다. 현재 사용되는 DVD로는 디지털 방송의 영상을 겨우 20~30분 정도 녹화하는 수준이다. 실제로 HDTV의 데이터 전송 속도는 25Mbps, 현재 DVD의 전송 속도는 고작 10Mbps 수준으로 데이터 전송 속도가 늦다. 이런 다양한 문제들을 해결하기 위해 등장한 것이 바로 차세대 DVD로 일컬어지는 블루레이 디스크이다.



나노 사출성형공정기술을 응용해 제이엠아이 연구팀이 개발한 카트리지가 필요 없는 블루레이 디스크.

블루레이 디스크는 파장 405nm의 청색 레이저를 이용하여 기존 CD나 DVD와 같은 크기(직경 12cm)의 광디스크에 DVD(4.7GB)의 약 5배 용량인 25GB의 대용량을 갖추고 있어 화질이 DVD보다 선명한 HD급 영상을 2시간 이상 녹화할 수 있는 광학 저장 방식이다. 다시 말해 블루레이 디스크는 말 그대로 청자색 레이저를 사용하는 데에서 그 명칭이 유래되었다. 광디스크에 사용되는 레이저는 크게 파장에 따라 서로 다른 특성을 갖는 여러 색을 나타내게 된다. 기존의 DVD 드라이브에 쓰이는 레이저는 650nm의 빛 파장을 갖는 빨간색 레이저이다. 파란색 레이저인 블루레이 디스크는 이보다 더 작은 405nm의 파장을 사용한다. 빛 파장이 낮아서 더 가는 레이저를 쓰는 만큼 더 높은 밀도로 기록을 할 수 있다. 또한 블루레이 디스크의 트랙 간격(Track Pitch)은 320nm이며 이는 DVD가 740nm인 것에 비하면 트랙의 간격이 2배 정도 좁다. 블루레이의 기록 용량은 단일 레이어의 경우 25GB, 더블 레이어일 경우 50GB이다. 기존의 DVD에 비해 5배 가량 용량이 크다.

이런 고용량은 블루레이가 차세대 저장매체로 부상하고 있는 핵심적인 이유이다. 이때 전송률도 초당 36Mbps이며 디스크의 지름은 12cm이다. 두께는 1.2mm로 우리가 흔히 사용하는 CD나 DVD와 같지만 덮개 층 두께가 0.1mm로 얇다. 이런 이유 때문에 디스크가 쉽게 오염되거나 손상되기 쉽다. 이를 방지하기 위해 블루레이 디스크에는 반드시 카트리지가 필요하였다. 따라서 카트리지로 인한 단점을 제거하기 위한 노력들이 이루어지고 있었다. 이런 취급의 까다로움을 해소하기 위해 카트리지가 필요 없는 블루레이 디스크가 최초 국내 기술로 개발된 것이 바로 제이엠아이가 개발해 낸 블루레이 디스크이다. 기존의 블루레이 디스크보다 한층 발전된 것이며 이 블루레이 디스크는 카트리지가 없고 표면을 하드 코팅 처리하여 광학 특성 품질을 떨어뜨리지 않으면서 3H 이상의 경도를 가지는 것은 물론 정전기 방지 효과까지 있었다.

특히 제이엠아이 연구팀이 개발한 블루레이 디스크는 나노 사출성형공정기술을 응용한 제품으로 150nm급 구조물을 90% 이상의 전사성을 확보해야 하며 각 구조물간의 편차도 10% 이하로 관리해야 하는 고난이도 기술이라는 점에서 주목받았다. 연구원들은 특히 블루레이 디스크 커버레이어 두께 편차 최소화 기술에 전력을 다했다. 블루레이 디스크의 커버레이어 두께는 이 제품의 생산 기술에 있어 중요한 인자이다. 이러한 커버레이어는 스핀코팅 기술을 이용하여 제작한다. 그러나 스핀코팅은 원심력에 의한 가공 방법으로 끝단 edge 부위에 둔덕 발생을 초래하게 되는 것이 문제였다. 제이엠아이 연구원들은 이러한 둔덕 편차를 고르게 하기 위해 기관의 형상 가공을 통해 두께 편차를 최소화하는 기술을 연구하였다. 블루레이 생산 시 블루레이의 데이터가 저장되지 않

는 부위에 형상가공을 진행하였다. 즉 Plain, trench, step, chamfer의 형상가공을 주어 스핀 코팅 시 일어나는 둔덕 발생량을 실험과 측정을 통하여 확인하였다.

이 연구는 결국 블루레이 디스크의 두께 편차를 최소화함으로써, 블루레이 디스크의 끝단의 기록 밀도와 재생 밀도를 높일 수 있었다. 제이엠아이가 개발에 성공한 것과 비슷한 시기에 일본의 TDK에서도 굽혀도 손상되지 않는 블루레이 디스크를 내놓으면서 블루레이의 단점을 보완해 가고 있다. 오는 2010년까지 세계 DVD 시장은 치열한 경쟁이 예상된다. 블루레이는 일본의 히다찌, 마쓰시다전기산업, 파이어니어, 샤프, 소니, 필립스전자, 톰슨, 그리고 한국의 삼성전자와 LG전자가 대거 선택하고 있는 국제표준. 이처럼 많은 업체들이 지지하고 있어 국내외 많은 기업들이 영상녹화 매체로는 물론 컴퓨터, 카메라, 캠코더 등과 같은 부분에 탑재할 것으로 예상되고 있다.

3. 새로운 성장 동력, 도광판(LGP) 사업

제이엠아이는 2004년 하반기부터 신규 사업으로 준비해 온 도광판(LGP/Light Guide Panel)에 대해 모든 양산 설비를 갖추고 본격 생산 체제에 돌입하였다. 도광판은 액정표시장치(LCD) 화면 빛의 양을 일정하게 유지하는 백라이트유닛(BLU) 부품. TFT-LCD에 의한 표시는 그 자체가 비발광성이기 때문에 빛이 없는 곳에서는 사용이 불가능하다. 이러한 단점을 보완하여 어두운 곳에서의 사용이 가능하게 할 목적으로 정보표시면을 균일하게 면조사하는 장치가 백라이트유닛이다. TFT-LCD에 있어서 반드시 필요한 핵심 부품이라 할 수 있다.

도광판은 이러한 백라이트유닛 BLU의 휘도와 균일한 조명 기능을 수행하는 부품 액정 표시 장치 LCD 내에서 빛을 액정에 인도하는 BLU 안에 조립되어 있는 플라스틱 사출물을 말하며, 냉음극 형광 램프 CCFL에서 발산되는 빛을 LCD 전체 면에 균일하게 전달하는 역할을 하는 부품 중의 하나이다. LGP의 원리는 일정한 빛의 광원을 LGP 내로 삽입하여 그 빛을 원하는 범위만큼 펼치는 것이다. 그런데 단순히 그냥 두면 이 빛이 LAMP 주위만 밝게 되니까 LGP에 Pattern을 이용하여 LAMP 부위와 LAMP와 멀리 떨어진 부위의 빛을 유사하게 만들어 주는 것이 LGP의 핵심기술이라 할 수 있다. 이는 해당 패턴의 사이즈와 패턴 밀도 등으로 조절을 해주고 있으며, 해당 패턴 내에 입사되는 빛의 난반사 등을 이용하여 LGP에 전반적으로 골고루 빛을 분포시키고 있는 것이다.



도광판 사업은 블루레이 디스크와 더불어 미래 제이엠아이주식회사를 이끌어 갈 새로운 성장 동력으로 떠올랐다.

JMI 도광판 제품군

구 분	용 도	규 격	주요거래처
모바일폰용 소형	휴대폰 BLU용 (삼성전자)	1.72"	이라이콤
		1.88"	이라이콤
		1.90"	이라이콤
		2.00" (0.45T)	이라이콤, 대성전기
		2.00" (0.70T)	이라이콤
		2.12"	금호전기
		2.22"	금호전기
		2.00" (0.30T)	대성
		2.20 (0.2T)	대성
		1.26 (0.2T)	다안전자

이번 양산이 시작된 도광판(LGP)은 제이엠아이 기술연구소가 대전 한국기계연구원(KIMM) 산하의 지능형정밀기계연구부 나노 공정 그룹팀과 공동연구를 수행하여 개발에 성공한 것이다. 도광판 관련 핵심기술은 광학저장매체제조에 사용되는 기술 중 핵심이 되는 초정밀 스탬퍼 가공기술과 나노 사출 성형 공정기술이다. 연구원들은 양산 LGP 금형 안정화를 위해 열화상 카메라를 이용하여 금형 온도 분석 및 제어를 측정해 가며 연구하였다. 또한 마이크로 LGP의 전사율 향상을 위하여 다양한 조건으로 사출 성형을 실험하였다. 이러한 과정 끝에 제이엠아이는 기존에 보유하고 있던 기술의 극대화를 통해 소형 Display 제품에 적용되는 도광판 개발을 완료하였다. 최근 들어 BLU 생산 업체인 이라이콤에 납품이 시작되었으며 현재 월 300만 개 생산 능력을 완비해 본격적으로 생산, 공급하고 있다.

제이엠아이 기술연구소에서 개발한 도광판은 기존 제품 대비, 많은 장점을 가지고 있다. 첫째, 광원(LED : Light Emitting Diode)에 대한 특성을 파악하여 출사되는 광특성과 도광판 내로 입사하는 광분포도를 시뮬레이션 과정을 통해 최적화된 광경로를 분석하여 광학 패턴으로 설계한다. 이로 인해 기존 방식 대비 약 20% 이상의 휘도(밝기) 향상 효과를 가지고 있으며 개발에 필요한 시간이 단축되어 고객의 요구에 빠르게 대응할 수 있다. 둘째, 제이엠아이가 기존 보유한 스탬퍼 가공기술과 나노급 사출성형공정기술을 통해 제품의 품질에 영향을 주지 않고 미세 패턴 전사가 가능함으로써 우수한 광특성을 갖고 있다. 또한 기존에 사용하던 PMMA 수지 대신 폴리카보네이트 수지를 이용하므로 우수한 내구성을 갖게 되었고, 4 - 캐비티 사출 성형 방식을 적용하여 제품을 생산하며 빠른 사이클 타임(약 8초 이내)을 가짐으로써 가격경쟁력은 물론 단기간에 고객이 요구하는 제품을 대량생산할 수 있다는 장점을 지녔다. 셋째, 생산된 제품의 도광판 관련 품질 시스템은 광학저장매체 생산 품질 시스템을 통해 제품의 품질을 평가하므로 제품의 정확성 및 안정성을 제공할 수 있다. 위와 같은 기술로 개발에 필요한 개발기간 최소화를 이룩하였으며 타 업체에 대응할 기술경쟁력도 갖추게 되었다.

제이엠아이는 이러한 기술들을 바탕으로 제품의 경량화, 고휘도화, 원가 절감 등에 대한 연구 개발을 지속적으로 수행해 나가고 있다. 도광판은 현재, 주로 휴대폰업체에 공급하고 있지만 향후 노트북 PC 등 중대형 제품으로 시장을 확대할 계획이다.

4. 나노 기술 국내외 정책 및 연구 동향

최근 몇 년 동안 나노 기술(NanoTechnology)은 세계적인 큰 흐름으로 자리잡으며 발전해 왔다. 미국이 지난 2000년 NNI(National Nanotechnology Initiative)를 선포한 이후 일본, 유럽 등에서는 차세대 미래기술로서 나노 기술에 대한 투자를 꾸준히 증가시켜 왔다. 세계 각국은 미래산업에 대한 주도권을 확보하기 위한 전략으로 나노 기술을 채택하였으며 각각의 분야에서 맹렬히 경쟁하고 있다. 여러 선진국들이 이토록 나노 기술에 매진하는 이유는 무엇일까.

그것은 나노의 응용분야가 무궁무진한데다가 인류의 생활을 180도 바꿔놓을 가능성이 있기 때문이다. 1나노미터(1nm)는 머리카락 굵기의 10만분의 1에 해당된다. 원자 하나의 크기가 대략 0.2nm 정도이므로 나노 크기라는 것은 원자 수십 ~ 수백 개 정도의 크기를 말하는 것이라 할 수 있다. 그러므로 초미세 기술은 모두 나노 기술이라고 보아도 무방하다. 이같은 장점으로 인해 나노 기술은 생명공학에서 가전제품, 각종 생활용품에까지 빠른 속도로 적용되고 있는 것이다. 나노메카트로닉스 기술은 생산성 높은 나노 공정 기술의 개발이 나노제품의 저가화로 이어져 많은 사람들이 나노 기술의 혜택을 누릴 수 있도록 하는데 기여할 것으로 예상되고 있다. 수십 내지 수백 나노미터 스케일의 구조물을 안정적으로 양산할 수 있는 공정 기술은 반도체 등의 극미세 부품에 적용되어 지고 있으며 기술 선점을 위해 선진국을 중심으로 연구개발에 박차가 가해지고 있다.

미국의 나노 기술 정책은 백악관 내의 국가과학기술위원회와 과학기술정책실에서 주도하고 있으며 매년 나노 기술 개발 계획 조정작업을 한다. 대략 10여 개 정부부처에서 나노 기술 개발에 참여하고 있으며 2004년도에는 9억 달러 이상의 연구비가 투입되었고 이는 미 연방정부 전체 연구 개발비의 0.6%에 해당한다. 미국 정부는 끊임없이 기초연구비를 증가시키고 있으며 동시에 과학적 연구성과에 초점을 맞춘 나노 소재 · 소자 등 9개 세부기술분야에 투자를 아끼지 않고 있다.

일본은 미국이 NNI를 발표한 이후 곧이어 2001년에 기본계획을 수립하고 나노 소재 · 소자 등 5개 전략 분야에서 미국과 경쟁해 오고 있다. 특히 재료 기술에 대한 튼튼한 기초기술을 확보하고 있는 일본에서는 나노 기술 재료 분야 추진전략을 확정하여 ‘국제산업경쟁력의 강화와 지속적인 경제발전’, ‘환경에너지문제, 저출산 고령화 사회 대비’ 그리고 ‘국가안전보장’ 등 일본사회의 요구 사항에 맞는 중점영역을 설정하고 5~10년 후의 실용화 및 산업화를 목표로 추진하고 있다. 또한



나노메카트로닉스 기술개발사업단에 참여하고 있는 제이엠아이주식회사는 전시회에 참가, 선진 나노 기술력을 선보였다.

산업계에서는 종합상사형 모델, 기업 내 벤처 모델 등 새로운 비즈니스 모델을 통하여 나노 기술의 실용화를 착실히 전개하고 있다.

유럽 지역은 유럽연합(EU) 차원의 프로그램뿐만 아니라 영국·독일·프랑스 등 각국에서 자체적으로 NT를 중점 연구 분야로 정하고 수년간 수천억 원을 투입할 계획이다. 반도체기술이 그리 강하지 않은 유럽에서는 그 한계를 미리 설정하고 나노 기술이 충분히 이를 뛰어넘을 수 있을 것으로 간주, 기술선점을 위해 일본 예산의 두 배가 넘는 과감한 투자를 하고 있다. 특히 EU가 중요시하고 있는 분야는 나노 과학과 나노 기술로 컴퓨터 자동설계에 의한 다기능 재료를 만들어 내는 생산기술이며 또한 환경과 에너지를 고려하고 있는 점이 다른 나라들과의 차별성이라고 할 수 있다.

우리나라도 예외가 아니다. 2001년 ‘국가나노 기술종합발전계획’을 수립하고 연구 개발 및 고급 인력 양성에 몰두하고 있다. 특히 과학기술부는 국가나노 기술개발추진전략을 총괄하면서 국내의 나노 기술 환경에 능동적으로 대처하고 미래 성장가능성 및 신산업혁명을 주도할 수 있는 핵심

기초, 원천기술 개발에 주력하고 있다. 현재 정부는 나노 분야에서 ‘나노메카트로닉스기술개발사업단’, ‘나노소재기술개발사업단’, ‘테라급나노소자개발사업단’을 운영하고 있다. 이 사업은 3단계(2001~2004년, 2005~2007년, 2008~2010년)로 진행되고 있으며 ‘나노메카트로닉스기술개발사업단’은 현재 제이엠아이가 참여하고 있는 중이다. 2002년 12월에는 ‘나노 기술개발촉진법’을 제정함으로써 나노 기술 촉진의 법적 근거를 마련하였고, 2003년 12월에 산·학·연 나노 기술 전문가를 중심으로 ‘나노기술연구협의회’가 창립되면서 나노 기술 연구를 위한 법·제도적 장치마련 및 인적 네트워크 구성 등 효율적인 연구 개발 추진체제를 구축해 나가고 있다.

인프라 구축 및 연구 개발 등 다양한 정책을 시도함에 따라 논문, 특허 등 나노 기술 관련 연구 성과도 증가 추세(KISTI 조사자료)에 있다. 구체적으로 살펴보면 SCI급 해외 주요 저널 발표 논문은 40% 이상의 연평균 증가율을 보이며 세계 8위에 올랐고, 특허 또한 연평균 35%의 증가율을 나타내고 있다. 특히나 정보전자 등 IT 관련 나노 기술은 반도체 나노 공정을 기반으로 상대적 우위 확보가 가능하고 반도체 선평제어기술 등은 세계적으로 경쟁력이 인정된다. 나노 기술은 반도체 메모리를 비롯해 배터리 연료 등으로 활용 분야가 갈수록 넓어지고 있다. 삼성전자는 최근 D램 공정에 90 나노 기술을 적용해 양산에 돌입, 세계 최초로 ‘나노 D램 시대’를 열었다. 나노 기술은 지난해부터 삼성전자의 플래시메모리 양산에 활용됐으나 D램에 적용한 것은 이번이 처음이다. 이에 따라 삼성전자는 90 나노 D램 초기 양산을 통해 차세대 나노급 D램 시장을 선점할 수 있게 됐으며, 기존 공정기술에 비해 생산량을 약 40%나 늘릴 수 있어 시장 지배력을 한층 강화할 수 있게 됐다. 삼성전자는 올해 말에 90 나노 DDR2 제품의 양산을 시작하는 등 D램 전 제품으로 90 나노 공정을 확대한다는 전략이다.

국내에서는 향후 메모리소자와 디스플레이 분야의 나노 기술이 큰 주목을 받게 될 것이라 점쳐지고 있다. 초기 나노 소재 시장은 디스플레이, 센서에서 시작해 섬유, 바이오 등으로 확산될 예정이다. 나노 기술은 아직 태동기 기술이기는 하지만 다가오는 2010경에 1조 달러에 이를 것으로 예상되며 이 시기에 약 200만 명의 전문인력이 필요할 것으로 전망된다. 나노메카트로닉스 기술은 우리나라가 미래 선진국으로 가는 토대를 제공하는 동시에 막대한 경제적 창출을 제공할 것으로 전망되고 있다.

나노 기술 해외 연구동향

- 미국** NNI 성과 계승, 신 나노 기술 전략 수립
- 국가 나노 기술 전략 수립, 재정적, 법적 지원 가속화
 - NNI 추진 5년 만에 정부 예산 배증 (2001년 4억 6,400만불 → 2005년 10억 8백만불)
 - 나노 기술 개발 체계적 지원을 위한 나노 기술연구개발법 제정 (2003년 11월)
 - NNI의 제2기 나노 기술 전략 수립 (2004년 12월)
 - 나노 기술 인프라 구축 - 나노 기술센터 설립지원, 대형 연구시설 및 장비 확충
 - 과학재단(NSF) - 나노 전문센터 2003년 10개 → 2004년 17개
 - 나노 인프라네트워크(NNIN) 확대 운영
 - 에너지부(DOE) - 5개 대형 나노팩 건립
 - 국과과학재단(NSF) - 향후 5년간 1,500만 달러 투자, 나노 기술교육센터 설립
- 일본** 소 재부품 분야에서 세계 최고 기술경쟁력 확보, 유지
- IT 등 다른 분야와 융합 연구 프로젝트 지원 본격화
 - 연구투자비 증가 - 2001년 3억 9,600만불 → 2004년 9억 4,000만불
 - 융합분야 연구 개발 2005년도 최우선 연구분야 선정
 - 나노 기술 연구시설 및 장치 구축의 지속적 지원
 - 나노 기술 종합지원 프로젝트 - 2005년 24억엔
 - 교토 나노 기술클러스터, 나노 기술 정보 교류를 위한 Kyo-Nano운영
- 중국** 나노 기술 강국을 위한 구체적 목표 설정
- 나노 기술 육성 체계 구축을 위한 '국가나노과학기술발전요강' 수립
 - 나노 기술 제품화 촉진을 위한 '나노 기술인증위원회' 설치 (2004년 2월)
 - 미국, 유럽과 국제협력 가속화
 - 중국·핀란드 나노세균연구합작센터 설립 (2004년 3월)
 - 항주시에 미국 캘리포니아 나노 기술연구소 분원 설치 (2005년 2월)
- 유럽** 신 나노 기술 전략 수립, 연구 인프라 조성, 산업화 모색
- EU 신 나노 기술 전략 수립
2010년까지 나노 기술연구개발 투자규모 3배 이상 확대
세계 최고 수준의 인프라 시설 구축
 - 독일 나노 기술 산업화에 초점
기술집약형 중소기업의 나노 기술 개발 지원사업(Nano Chance) 추진
 - 프랑스 국가 나노 기술 연구사업을 통한 기초연구 지원
우수센터 네트워크 등을 통한 연구개발, 시설 및 네트워크 구축 사업 전개
연구개발 및 산업화의 거점으로 그레노블에 MINATEC구축
 - 영국 산·학·연 공동연구 및 마이크로 나노 기술(MNT) 네트워크 구축

〈자료 : 정문정보주식회사 기술연구소, 한국의 나노 기술연구개발 현황(한국과학기술기획평가원), 나노 기술 정책 및 연구동향, KISTI〉

Tip Story

화끈하게 도와주고 부드럽게 거절하라

공적이든 사적이든 누군가의 부탁을 거절하기란 쉬운 일이 아니다. 친밀한 관계를 기반으로 할 경우에는 더욱 그렇다. 부탁하는 입장에서는 단칼에 싫다고 잘라버리는 사람은 정나미가 떨어지게 마련이다. 그러나 부탁하는 사람의 마음을 상하지 않게 하면서도 거절하는 방법은 얼마든지 있다. 부득이하게 거절해야 할 상황이라면 그냥 곤란하다는 말로 끝내지 말고 그 이유를 확실하게 말해주는 것이 좋다. 그리고 거절하는 것에 대해 양해를 구하라.

가령 상사나 동료가 업무적인 일을 부탁하면 '지금 맡고 있는 일을 수행해야 하기 때문에 시간적인 여유가 없다. 당신이 부탁한 일과 지금 일을 동시에 하려면 양쪽 일 다 제대로 마무리하기 어렵다. 미안하지만 이것부터 끝내고 다시 하면 안될까.' 라고 하는 것이 바람직하다. 아마 대부분의 사람들은 수긍하고 동의할 것이다. 후배에게도 마찬가지다. 후배의 업무처리가 마음에 들지 않는다면 일단 고쳐야 할 점을 일목요연하게 지적해 주어야 한다. 그리고 나서는 반드시 칭찬거리를 찾아와 후배의 의욕을 북돋아주자.

예를 들면 이런 식이다. "이번 일은 실효성이 부족하니까 이런저런 점을 수정했으면 좋겠다. 하지만 너는 아이디어가 좋으니 조금만 더 연구하면 얼마든지 신선한 아이템이 나올 것이다." 후배 입장에서도 비록 일단은 거절당했다 할지라도 결국 기분 좋게 상사를 이해하게 될 것이다. 또한 그리 어렵지 않은 부탁이라면 바로 해결해 주는 것이 낫다. 어차피 손해보는 일도 아니고 내 역량에서 충분히 할 수 있는 일이라면 미적거리지 말고 흔쾌히 수락하라. 개인적인 대인관계도 그렇지만 사회생활을 영위함에 있어서 가장 중요한 것은 신뢰와 믿음이다. 부드럽지만 분명하고 확실한 이미지는 그 믿음과 신뢰를 공고히 하는 디딤돌이 된다. 도와줄 땐 화끈하게 도와주고 거절할 땐 부드러운 말투로 거절하라. 거절의 노하우를 현명하게 활용한다면 한층 더 돈독해진 대인관계를 형성할 수 있을 것이다.



변화와 혁신 없이는 미래도 없다

interview / 정윤대 대표이사 / (주)제이엠아이

2004년 3월, 대표이사에 취임하고 나서부터 쉽 없이 달려왔다. 그래도 여전히 아쉬운 점, 계획만큼 미처 챙기지 못했던 숙제들이 많은 듯 하다. 할 일은 너무 많은데 시간은 기다려주지 않고 쏜살같이 뿌리치듯 지나간다는 말을 실감할 정도이다. 제이엠아이라는 조직의 수장이 되면서 스스로에게 다짐한 계획들이 있었다. 그것은 글로벌 전략에 맞춰 성장에 드라이브를 걸겠다는 것과 덕이 있고 윤리가 철저한 회사, 지속적인 성장을 하는 회사를 만들어가겠다는 다짐이었다. 제이엠아이의 전신인 정문정보주식회사는 무에서 유를 창조하다시피 한 회사이었지만, 고속성장을 위해 앞만 보며 달려오다 보니 그 과정에서 간혹 놓치고 있는 부분들이 있다는 것을 알게 되었다.

그래서 취임 후 제일 먼저 한 일이 조직의 재정비와 부실 재고 정리, 재무 구조 정비 등이었다. 유기적인 성장에 집중하기 위해서는 반드시 거쳐야 할 작업이었기 때문이다. 변화와 혁신 활동의 큰 틀은 사업 포트폴리오의 변화, 소프트웨어 변화 등에 있다고 생각한다. 이런 일련의 변화와 혁신 활동은 지속적인 성장과 성과를 이루기 위해 취해야 할 필수 조치이다. CEO나 경영진이 과거의 성공에만 안주해, 새로운 것이나 변화를 받아들이는 노력을 게을리하는 것은 결국 회사의 발전에 걸림돌이 되고 만다. 한번 이뤄낸 성공에 자만하고 만족해 하면 새로운 도전에도 제동이 걸릴 수밖에 없다. 또한 불규칙적인 변화에 대응을 못하고 오직 일관된 기준 관념에

만 사로잡힌다면 미래를 위해 한 발자국도 나아갈 수 없을 것이다. 이를 방지하기 위해 조직 내에서도 개방과 창의력을 중시하는 문화를 만들려고 노력하고 있다.

또한 사내 직원들은 물론, 외부 인사에 이르기까지 변화와 혁신을 제안하는 목소리를 늘 경청하기 위해 다양한 채널도 마련하고 있다. 여러 사람들의 아이디어와 생각이 모일 때 참신하고 성공적인 전략과 역량이 발생될 수 있기 때문이다. 앞으로의 경영자들은 독단적으로 리더십을 발휘하는 것보다는 글로벌 경영 환경에 맞게 지혜와 아이디어를 조절하며 적극적으로 참여하는 태도가 바람직하다고 본다. 그러기 위해서는 항상 긴장의 끈을 놓지 않고 조직의 이해 당사자들과 더욱 많은 대화를 나누어 갈 생각이다. 또한 우리 조직 현실과 체질에 맞는 혁신 프로그램도 지속적으로 추진해 나갈 것이다. 노사의 구별 없이 제이엠아이 사람들, 그 자체가 지금의 제이엠아이를 가능하게 하였으며, 향후 높은 성장세를 지속시킬 수 있는 원동력이 될 것이라고 확신한다.

공식에 맞춰진 그림만을 그리는 아카데미 그룹을 거부하고 새로운 학파를 창조해 내었던 인상파 화가처럼, 미개척 분야 연구에 뛰어들어 DNA 구조를 밝혀 낸 연구자처럼 우리 모두 질풍노도와 같은 열정과 도전정신이 필요한 때이다.

JM 현황

제1장 JMI

제1절 기업 개요

1. 기업 현황

사명 : 제이엠아이주식회사 (JEONG MOON INFORMATION CO., LTD / JMI)

설립일자 : 1993년 2월 20일

경영진 : 대표이사 정윤대

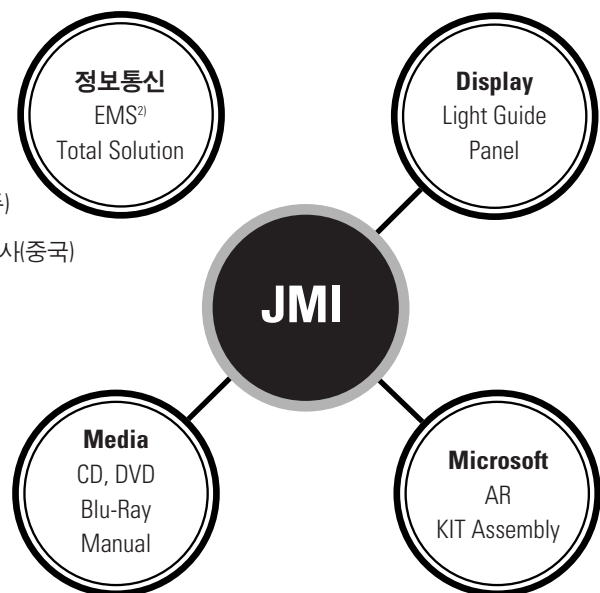
소재지 : 경기도 화성시 동탄면 영천리 122-5

임직원 수 : 180명

코스닥상장 : 1997년 8월 18일

제이엠텔레콤(주)

정문전자유한공사(중국)



2. 경영방침

1. 신상품 연구개발 및 신규 사업 진출
2. 현장중심의 경영
3. 인재육성을 통한 역량 강화
4. 해외 마케팅 역량 강화
5. 종업원 만족도 향상

3. 사훈

서로 돕는 우리!

예수님의 섬김의 정신을 실천하자.

“인자가 온 것은 섬김을 받으려 함이 아니라 도리어 섬기려 하고…….” (막 10:45)

고객 제일 우리!

“고객은 항상 옳다”라는 고객 제일의 정신으로 고객만족을 실현하자.

세계 속의 우리!

“땅 끝까지 이르러 증인이 되리라” (행 1:8)

전 세계를 시장으로 하여 선한 영향력을 끼치자.

4. 추진 사항

R&D의 육성

기존 DVD, Stamper 관련 기술은 물론 사출성형 공정기술 및 신소재 개발에 대한 집중 연구, 개발

사업 다각화

우수 기술 보유 유망 중소기업에 대한 투자 및 육성을 통한 사업 아이템 다각화 (액션 등)

해외투자 확대

기존 5개 해외 법인의 안정화 및 공격적인 마케팅 전개, 베트남, 동유럽 등 신규 시장에 대한 검토 및 진출

관계회사 지원

국내, 해외 법인에 대한 효율적인 관리시스템 구축 및 운영

지역사회 봉사

성공적인 사업 전개에 따른 이익의 사회환원을 위한 노력

5. 핵심가치

성실 정직, 윤리, 근면을 바탕으로 최상의 기술, 품질, 가격, 서비스 경쟁력을 확립

창의 호기심과 끊임없는 탐구력으로 신기술 창조

도전 포기하지 않는 도전정신으로 TOP GLOBAL SCM 구축

행복 가정, 회사, 사회의 삼락 행복 추구

제2절 인사관리

1. 기본 방향

제이엠아이는 ‘인재는 바로 기업의 힘’이라는 모토로 조직 안팎의 업무 추진력과 조직생활의 이상적인 조화를 갖추고자 노력하는 인재를 선호해 왔다. 품질과 서비스뿐 아니라 인간관계를 바탕으로 시장을 이해하고 이끌어가는 선도적 위치에서의 리더 역할 또한 중요한 기업의 요소이기 때문이다.

이를 위해 제이엠아이는 국내에서 뿐만 아니라 해외시장에서의 경쟁에서도 결코 뒤지지 않는 능력을 갖추도록 유연하고 신축적인 기업 문화를 기반으로 직원 개개인의 잠재력과 창의성을 위해 다양한 인사제도 육성 프로그램을 시행하고 있다. 글로벌, 지식 정보 산업 사회에 맞추어 지속 가능한 경쟁 우위를 확보하기 위해서는 개개인을 존중하며 잠재적 능력을 향상시킬 뿐만 아니라 조직과 개인의 조화로운 발전 추구를 목표로 하고 있다. 이러한 시대 상황의 변화는 향후 전문 능력을 지닌 인재, 변화를 주도하는 인재, 투명한 가치관과 조직관을 지닌 인재, 인간미가 넘치는 인재를 요구하고 있으며 회사의 관리와 육성 아래 우수한 인재 확보 성과를 거둘 수 있는 것이다. 이에 제이엠아이는 다음과 같은 新 인사관리 시스템을 도입하여 창의적이고 유연한 인재를 선발하고 있다.

新 인사관리 제도의 효과

첫째	개인 존중의 능력 개발 시스템 정착 사원의 개성을 존중하고 미래를 설계할 수 있는 조직체계의 정비, 자기주도적 능력 향상과 발휘를 적극 지원, 다양하고 전문화된 인재의 양성
둘째	커뮤니케이션 촉진을 통한 조직의 활성화 리더십의 배양과 권한 이양을 통한 실질적 커뮤니케이션 촉진, 정보 공유의 활성화 창의적이고 도전적인 인재의 육성과 조직 활성화를 통한 밝은 조직 문화 형성
셋째	능력과 업무 중심의 처우, 보상 체계 확립 업적과 능력에 대한 체계적 평가로 자율적 경쟁의 원리 도입 능력 향상에 따른 처우 개선과 업적에 상응하는 보상실현으로 사원의 동기 유발
넷째	진취적인 조직 문화 창달 경쟁력의 원천인 사람 중심의 인사노무관리 혁신 자율과 창의가 숨쉬는 조직 구축

이처럼 제이엠아이의 인사 방향은 확고한 인재상을 확립하여 제시함으로써 동일한 가치관을 공유한 우수한 인재들이 등용되고 성장함으로써 향후 지속적인 기업 발전의 원동력을 확보해 나가고 있다.

2. 인사, 교육 제도

제이엠아이의 인사관리는 인재 중시라는 이념에 따라 이에 적용할 근본 원칙을 세움으로써 적정성과 공정성을 확보하는데 중점을 두고 있다. 채용과 면직, 복무관리, 급여관리, 승격 및 승진, 표창 및 징계에 관한 규정 및 이에 따라 운영, 시행하고 있는데 사안에 따라 여러 세부사항이 포함된다.

채용

채용 제도에 있어서는 매년 11월, 다음해 2월 졸업예정자를 대상으로 대졸 신입사원을 선발하는 정기 공개채용제도와 결원 및 신규 인력의 충원이 필요한 경우 즉시 실시되는 상시 채용제도가 병행되고 있다. 사원의 신규 채용은 소정의 자격을 갖춘 자 중에서 공개채용 시험에 의하여 채용함을 원칙으로 하며, 만 40세 미만인 자를 대상으로 한다. 다만, 인사 발령권자가 필요하다고 인정할 때는 예외로 할 수 있다. 또한 신규 채용 사원의 수습기간은 발령일로부터 3개월이며 단 특수한 경력, 자격이 있는 자에 대해서는 그 기간을 단축 또는 면제할 수 있다.

사원의 신규 채용에 있어서는 학력 및 성별의 제한을 두지 않으나, 해당 분야의 전문지식을 요하거나 직무의 특성상 필요한 경우에는 자격증, 면허증 등 인사 발령권자가 필요하다고 인정하는 자격이 있는 자를 우선으로 채용할 수 있다. 채용 절차와 관련해서는 기본 절차인 서류전형, 면접, 신체검사, 채용의 과정 중 서류 또는 면접을 현업 부서와 함께 진행하는 현장 중심의 채용 방식을 취하고 있으며, 상대적으로 중요한 면접에서도 기존의 집단 면접 형태에서 벗어나 일대일 면접, 직무면접, 토의면접 등 다양한 형태의 면접을 개발 실시하고 있다. 이러한 절차에 의해 정식 채용된 직원은 직책의 요구자격과 개인의 기능, 적성 및 경력 등을 고려하여 적재적소에 배치하고, 직원의 정년은 55세를 초과할 수 없도록 규정하고 있다.

승진

사원의 승호는 일정한 근속기간이 충족된 후 인사고과의 결과와 연동되는 변동승호를 적용함을 원칙으로 하고 있다. 사원의 승격은 인사고과의 결과에 따라 행함을 원칙으로 하며 인사위원회의 심의는 매년 1월 1일 실시하고 있다.

승격과 관련된 용어는 다음과 같은 세 가지가 있다. 첫째, ‘표준승격연수’. 표준적인 능력을 가지고 보통 정도의 능력 개발에 도전하여 업무를 수행하는 사원이 걸리는 근속연수를 말한다. 둘째, ‘최장승격연수’. 표준승격연수 이내에 승격되지 못하더라도 일정한 기간 내에는 승격을 시키는 근속연수를 말한다. 셋째, ‘특별승격’. 표준승격연수 이내라 하더라도 최근 3년 연속 고과 결과 S등급을 받은 경우 상위 자격 등급으로 승격하는 것. 승호의 기준은 다음과 같다. 고과 결과 S등급을 받는 경우 2호봉 승호한다. 고과 결과 A, B, C등급을 받는 경우, 1호봉 승호한다. 고과 결과 D등급을 받는 경우, 승호를 정지한다. 이와 같은 승진 업무는 인사팀에서 주관하고, 평가의 공정성 제고를 위한다면 평가를 위한 방법으로 인사팀에서 구성된 인사평가위원회와 부서장들로 구성된 부문평가위원회를 동시에 운영하여 최대한 공정한 평가가 이루어지도록 하고 있다.

고과와 포상

각 부서장은 소속 사원 중 승격소요연수와 인사고과 결과를 충족하고, 상위 직급을 감당할 직무능력이 있다고 인정되는 자를 승격심사 대상자로 내신한다. 다만, 승격소요연수가 다소 부족하더라도 특별 승격의 대상이 되는 우수한 사원은 별도로 추가 내신할 수 있다. 인사팀장은 매년 12월 중순까지 승격후보자의 명부를 작성하여 이를 대표이사에게 제출하여야 하며 이를 접수한 대표이사는 인사위원회에 승격대상자를 회부한다. 이후 인사위원회는 승격대상자의 제반 인사사항을 확

승격소요연수와 고과결과의 반영기준

직군	승격	승격기준		
		인사고과	상사추천	체류연수
사무직	이사대우			
	차장 → 부장	최근 3년 연속 85점 이상	√	4년
	과장 → 차장	최근 2년 연속 85점 이상	√	3년
	대리 → 과장	최근 2년 연속 80점 이상	√	3년
	주임 → 대리	최근 2년 연속 80점 이상	√	2년
	대졸 → 주임	-	√	2년
	전졸 → 주임	-	√	3년
	고졸 → 주임	-	√	4년
기능직	과장 → 차장	최근 2년간 85점 이상	√	3년
	대리 → 과장	최근 2년간 80점 이상	√	3년
	주임 → 대리	최근 2년간 75점 이상	√	2년
	사원 → 주임	-	√	4년
생산직	승격대상에서 제외			

포상기준표

포상명	포상대상	포상내용	포상시기
공로상	추천대상 : 임원급을 제외한 전 사원, 입사한 지 2년 이상된 자, 최근 1년간 탁월한 업적 수행자, 평생 직장의식을 가진 자 추천부문 : 영업 부문(매출증대와 신시장개척에 지대한 공로가 있는자) 관리지원 부문(경영합리화 추구로 혁신적인 업무개선과 원가 절감, 사 무능률 증대에 큰 기여를 한자)	상패, 부상 인사고과의 가점 (규정에 따름)	창립기념일 연초시무식
사장상	1) 2년 이상 근속한 자로서 2) 장기간에 걸친 노력으로 회사 발전에 공로가 큰 자 3) 매출신장 및 이익증대에 공이 큰 자 4) 업무 개선 및 경영합리화에 크게 공헌한 자	상장 및 부상 인사고과의 가점 (규정에 따름)	수시
본부장상	1) 매 건별 공헌이 있는 자에 포상 (신규사업 전개, 신규시장 개척 및 우수 고객 개발, 신상품 개발, 상대적 단일 대형계약 체결 또는 단일계약 대형이익 성취, 회사 시스템 개선 및 효율화 회사 추진 운동 참여도) 2) 제안상	상장 및 부상 인사고과의 가점 (규정에 따름)	수시
기타	1) 2년 이상 근속한 자로서 2) 건전한 기업 문화 구현에 기여하고 회사 업무에 충실한 자 3) 대외적으로 회사의 명예를 드높인 자 4) 기타 이에 준하는 사실이 있는 자	“	“

인하고 승격 심사를 거친 후 자격등급별로 책정된 정원의 범위 내에서 승격자를 결정한다.

또한 사원의 포상 내역은 개인별로 관리 보존하며, 포상의 종류, 기준에 따라 승격 총점에 가산점을 주며 해당연도 연말우수사원 포상은 승격 심사 시부터 적용한다. 고과와 포상의 평가단계는 목표수행과 평가, 평가 후 활용의 단계로 구성되어 있다. 상사는 육성 면담 후 평가를 시행하며 평가된 업적, 능력, 의무 및 근무 태도 점수를 종합하여 연봉결정이나 승격, 포상 심사, 교육 등에 기초 자료로 활용하고 있다.

교육 훈련

제이엠아이는 직원들에게 자질 향상과 근로의욕 고취를 목적으로 직무 및 기술 향상 등의 다양한 일반 교육 훈련을 실시하고 있다. 또한 급속히 변화하는 경영 환경과 기술 발전을 선도하기 위해 지속적인 교육 훈련을 실시하는 제이엠아이의 교육은 신규 채용자 훈련, 기능자 양성, 업무상 필요한 지식의 습득, 안전 위생에 관한 교육, 민주적·문화적 사회인을 육성하기 위한 방향으로 진행되고 있다. 매년 겨울이 되면 중점 관리사항으로 부각되고 있는 소방안전관리를 위해 관련업체 담당자의 입회 하에 전 사업부를 대상으로 하는 소방훈련을 비롯, 도전적이고 창의적인 사고를 이



끌어내기 위한 한마음 전진 대회와 같은 행사에 이르기까지 많은 조직활성화 교육이 이루어진다. 이 밖에도 경영혁신활동을 위한 필수요건으로 부각되고 있는 6 시그마 교육, 노사합동 수련회와 워크숍, 유명 강사의 강의 또한 자주 이루어져 개인과 조직의 비전을 다지는 계기를 마련한다. 교육 방법으로는 국내 위탁 교육, 사내 강사제 및 교육 이수제, 전사적 품질관리(TQC) 교육 훈련, 직무 교육(OJT) 등이 있다. 이러한 의미있는 프로그램을 매개로 제이엠아이는 전 임직원이 소속감을 느끼며 함께 미래 성장 발전상을 그려나가고 있다.

〈국내 위탁 교육〉

회사의 업무 수행에 필요한 지식 및 기술의 습득 또는 연구 등을 위하여 임직원을 외부기관에 위탁, 교육시키고 있다. 국내 위탁 교육은 업무 수행 향상을 위해 전문적인 교육기관과 연구소 등에서 실습 및 훈련을 통해 소정의 업무 교육 과정을 이수하는 업무 연수와 기술 연구를 위한 학술 연구의 형태가 있다.

〈전 사적 품질관리(TQC) 교육 훈련〉

제이엠아이는 전사적 품질관리에 관한 교육 훈련을 실시함으로써 임직원 모두가 품질 관리적인 사고방식을 생활화하고 업무 개선을 능률적으로 추진하여, 기업의 체질 개선 및 경영목표의 효과적 달성을 도모하고 있다. 전 사원이 합리적인 사고방식과 각종 관리기법을 생활화할 수 있도록 교육 훈련 과정을 계속적으로 연구 개발하여 조직적으로 실시하고 있다.

〈강사 초청 교육〉

사내 강사 초청 교육은 교육의 질적 효과를 극대화하기 위한 제도로, 신입사원들에게 체계적인 전문지식을 제공하여 전문 기능인을 육성하는 한편, 효과적이고 능률적인 강의를 통해 올바른 근무 자세를 체득시키기 위한 제도이다. 또한 문화나 프로인의 삶에 대한 주제로 교육이 실시되는 등 비업무 분야에서도 교육이 이루어진다. 운영 범위는 신입사원 입문 교육, 관리자, 감독자를 대상으로 한 계층별 교육뿐만 아니라 사업장 내 품질관리 기초와 응용 과정, 전산교육 등의 전문 교육에 적용된다.

〈직무교육(OJT)〉

직무교육(On the Job Training)이란 일상의 업무를 통한 능력개발 활동이다. 이는 사원으로 하여금

직무 수행에 필요한 태도를 갖출 수 있도록 개별적인 관계를 형성하여 계획적, 조직적, 지속적으로 가르치고 지도하는 육성 방법이다. 직무교육의 시행목적은 지식, 기능, 태도의 향상으로 기업이 성장, 발전하고, 가르치고 배우는 기업 풍토의 조성이 목적. 이 교육 또한 조직의 활성화에 기여하고 있다.

3. 복리후생

직원들의 사기양양과 복지향상을 위해 제이엠아이는 후생복지 제도에 만전을 기하고 있다. 퇴직금 제도, 휴가 제도에서부터 사원들이 안심하고 근무에 임할 수 있도록 보건관리 제도 또한 운영하고 있다. 이 밖에도 휴가비, 귀향여비, 중식 제공, 종업원들의 과외활동을 지원해 주는 동호회 지원 등의 각종 제도를 시행하고 있다.

보건의료 지원

매년 2월부터 10월 사이에 정기적으로 혈액검사와 같은 건강진단, 암 검사 등의 정밀진단을 포함한 종합검진을 회사 정책적 차원에서 지원하고 있으며, 회사가 필요하다고 인정되는 종업원에 한해 특별 신체검사를 실시, 임직원 개개인의 건강을 위해 최선을 다하고 있다. 정기 신체검사의 경우, 사무관리직과 기술직 사원은 격년제로 실시하고 있으며, 근무 환경이 좀 더 타이트한 생산직 사원들은 1년마다 정기적으로 신체검사를 실시하고 있다.

휴가

임직원들의 휴가는 법정휴가, 유급휴가, 경조휴가, 병무, 기타 휴가 등으로 구분하고 이를 유급으로 실시하고 있다. 또한 회사는 1년간 8할 이상 출근한 사원에게 15일의 연차휴가를 주며 규정에 의한 휴가를 이미 사용한 경우에는 그 사용한 휴가일수를 15일에서 공제한다. 이에 더해 회사는 2년 이상 근로한 사원에 대하여는 규정에 의한 휴가에 최초 1년을 초과하는 계속근로년수 매 2년에 대하여 1일을 가산한 연차휴가를 준다. 연차휴가는 사원의 청구가 있는 시기에 주며, 미사용 연차에 대해서는 통상임금으로 지급한다. 그리고 임신 중의 여성 사원에 대해서는 산전·후를 통하여 90일간의 보호휴가를 주고, 당 사원의 요구가 있을 때에는 경미한 업무로 전환시켜주는 등의 배려를 하고 있다.

취미 서클 운영 지원

제이엠아이는 사내 도서관을 운영, 문화생활은 물론 향시 지식 습득을 생활화할 수 있는 분위기를 조성하고 있다. 또한 매주 목요일 오후 6시부터는 3층 대회의실에서 완벽한 스크린 및 음향시설을 갖추고 최신 영화 및 우수 영화를 DVD로 상영하고 있다. 그리고 회사에서 문화이용권을 구매, 임직원의 신청에 따라 관람이 가능하도록 하고 있다.

이 밖에도 직원들의 건전한 여가활동과 취미활동을 지원하기 위해 다양한 동호회를 구성, 운영하고 있다. 이는 직원들이 근무환경을 떠나 야외에서 서로의 취미를 공유하고, 직원 간 의사소통의 기회가 주어져 직장 생활의 이해 증진에 많은 도움이 되고 있다. 동호회는 사원이면 누구나 가입할 수 있도록 개방되어 있으나, 다만 동문회, 향우회, 학연, 혈연 및 기타 특정한 이해관계의 모임은 동호회로 인정하지 않고 있다. 산악 동호회, 축구 동호회뿐 아니라 가장 활발히 운영되고 있는 탁구 동호회에 이르기까지 회원 간의 친목도모를 통해 공동체 의식을 함양할 수 있도록 회사는 매년 예산을 책정, 적극 지원하고 있다.



공조회 및 경조지원팀 운영

의료보험, 국민연금, 산재보험, 고용보험 등의 법정 보험료뿐 아니라 공조회 운영을 통하여 직원 간 상부상조와 동료의식을 고취할 수 있도록 별도의 경조지원팀을 구성, 지원을 한다. 당 사원의 애·경사뿐 아니라 직계 가족의 경조사 시에도 경조금 및 경조휴가를 제공하여 사원들의 부담을 덜어주는 것이 목적이다. 또한 조직에서 고락을 함께 나누었던 직원이 질병 등으로 투병을 할 경우, 제이엠아이는 물론 전 계열사가 동참하여 모금운동을 벌이고 따뜻한 온정을 나눈다.

조식 및 중식 제공

제이엠아이는 사내 부설 식당을 운영하여 직원들에게 중식은 물론, 조식 또한 제공하고 있다. 이는 중소기업에서는 흔치 않게 시행하는 제도로써 바쁜 출근시간 때문에 조식을 거르는 사원들의 건강을 위한 것이다. 이에 따른 모든 경비는 제이엠아이가 자체적으로 부담하고 있다.



통근 차량 지원

제이엠아이는 직원들의 출·퇴근을 위한 통근 차량을 지원하고 있다. 영업 활동을 위한 차량 지원 뿐만 아니라 통근 버스를 운영함으로써 직원들의 복지는 물론 정부의 차량운행 감축정책에도 기여하고 있다. 이는 사원들의 교통비 부담을 덜어주고, 출근시간을 효율적으로 사용할 수 있도록 하는 제도로 거주지가 비슷한 직원들 8~10여 명이 팀을 이루어 운영되고 있다. 기존의 만원 버스에 시달리던 형태에서 벗어나 좀 더 여유로운 출·퇴근이 이루어지므로 직원들의 호응이 높은 제도이다.

4. 노조 활동

제이엠아이 노동조합은 한국노총 금속노련 경인지부 산하 노동조합으로 1997년 창설되어 현재 송해광 위원장이 노동조합을 이끌고 있다. 노동조합은 조합원의 권익을 옹호하는 주 임무에 충실하면서도 때로는 회사의 발전을 위하여 희생을 아끼지 않았다. 조합원의 지속적인 권익 신장이 보장되기 위해서는 회사도 함께 성장, 발전하지 않으면 불가능하다는 신념으로 회사 발전의 선두에서 그 역할을 훌륭히 수행하였기 때문이다. 경영진도 이 같은 적극적이며 진취적인 노동조합의 활동에 대하여 자율성을 최대한 보장하였으며, 회사 운영에 관한 노동조합의 의견을 실제 경영현장에 반영함으로써 노와 사로 분리된 개별적인 주체가 아닌 회사를 구성하고 있는 동일한 구성원으로서 상호 보완적인 역할을 수행하고 있다. 통상적인 노사관계에 있어 과거의 문제에서 발단이 되는 경우가 대부분인 반면 제이엠아이의 노동조합과 경영진은 미래지향적인 의사 결정에 보다 치중하였기 때문에 문제 해결에 좀 더 집중할 수 있었다. 그 결과 근로자의 권익은 경영진의 약속대로 지속적으로 향상되었으며, 1990년 이후의 다른 기업에서는 그 유래를 찾아보기 힘든 무(無)분규라는 새로운 역사를 창조하고 있다. 이는 노사 공히 신뢰와 참여를 통해 상호협력적이고 생산적인 노사관계를 유지해 온 것이 비결이었다.

대표적인 노사 화합 사례로 회사가 IMF 외환위기로 어려움에 봉착했을 때, 노동조합은 임금동결 및 상여금 100% 반납, 출장비 축소, 경조금 지급 기준 축소, 경비 절감 등을 통해 노조가 위기 극복의 주체가 되어 협력을 아끼지 않았다. 노와 사는 대립하는 대상이 아니라 함께 성장해야 할 동반자임을 잊지 않는 것이야말로 신 노사문화 정착의 기본이라는 생각 때문이었다. 제이엠아이는 매

년 정기 노사협의회 및 수시로 확대 간담회를 개최하여 전 분기 경영실적 및 다음 분기 사업계획 등 회사 경영 전반에 대한 설명으로 노동조합의 적극적인 참여 및 회사정책의 협력을 유도하고 있으며, 매년 임금, 단체 협상 체결 시 회사 경영상태를 상세히 보고하여 합리적인 대안이 제시될 수 있도록 하고 있다. 정기적인 사업장 대표와 직급별 간담회를 통해 경영에 대한 질의 응답 및 건의 사항 청취 등 대화의 장을 마련하여 경영정보를 공유하고, 직원들의 자발적이고 적극적인 경영 참여를 촉진하고 있기도 하다.

또한, 노사관계의 기본은 원활한 대화에서 출발한다는 인식 아래 경영진은 근로자들의 다양한 고충과 욕구에 귀 기울이고, 현장순회를 통한 의견청취, 사내 인터넷 게시판 운영 등으로 경영정보 공유를 통한 올바른 기업경영 이해의 기회를 지속적으로 제공하고 있다. 이 밖에 관리 감독자 이상 참여하는 부서별 월간 실적 보고회(경영성과 및 생산 실적 발표회)를 통해 임직원 누구나 회사의 경영과 부서의 목표, 실적을 파악할 수 있는 제도적 장치를 마련하고, 노사가 모두 참여하는 위크숍을 해마다 개최하여 저명한 사외 강사를 초빙, 국내외 현황을 이해할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 위크숍과 토론을 통해 기업의 나아갈 방안을 함께 모색하고 경영진과의 대화의 시간을 마련하여 경영 전반에 대한 질의 응답시간을 가짐으로써 노사간의 이해와 협력을 공고히 다져가고 있다.

또한 매년 노동조합 창립기념일에는 정기총회와 체육대회를 갖고 노조의 설립을 축하하는 화합의 장을 마련하여 모두 함께 자축하는 시간을 갖는다. 이렇듯 투쟁보다는 대화로 모든 문제점을 풀어나가다 보니 회사에 평화가 정착되고 노사가 하나되어 지속적인 성장을 이루어나가는 것이다. 이는 근로자의 의식 수준을 높이고 기업의 경영 환경을 이해시킴으로써 생산활동에 자발적인 참여를 유도할 줄 아는 현명한 경영진과 회사가 어려울 때에는 분규 대신 스스로를 희생하면서까지 최 대한 협력을 실천할 줄 아는 노조원들이 이룩한 바람직한 신 노사문화로 자리잡고 있다.

제3절 생산 및 품질 관리

1. 생산

생산 자동화 시스템

제이엠아이주식회사는 현재 미디어 부문(CD, Stemper, 인쇄), 디스플레이 부문(LGP), MS MR 부문(AR, KIT Assembly)의 생산 및 공급을 하고 있다. 이들 사업은 모두 자가 소유 형태인 본사 사업소에서 생산, 관리되고 있다. 생산 체제를 효율적으로 관리하기 위해 제이엠아이는 과감한 생산 설비 투자를 주저하지 않았다. 시설 면에서는 내부의 제품을 보관하기 위한 입체 창고를 마련하고, 입출고 시 제품을 운반할 자동 적재대와 컴퓨터 등을 설치했다. 또한 미디어 부문을 위한 복제 설비를 동일 업계 최대 규모인 7라인으로 증설했다. 기기 도입을 마친 후에는 전산 지원을 단계적으로 진행함에 따라 모든 공정상의 재고를 금액으로 환산, 관리자가 즉시 조회할 수 있도록 하였다.

이렇게 생산 자동화를 이룩한 뒤 제이엠아이는 생산 시설의 가동 현황과 설비 상태에 관한 정보를 통해 누적된 생산량을 바로 조회하고 작업 배분에서 적정 수준을 유지하여 품질관리 면에서도 완벽을 기할 수 있게 된 것이다. 입력된 자료를 기초로 한 완제품 원부자재의 재고관리가 원활하게 되어 생산원가를 줄이는 등 생산 공정상의 이익을 가져온 것은 물론이었다. 판매관리 측면에서 거둔 효과로는 수주에 따라 생산되고 있는 완제품, 반제품의 생산 현황 및 재고를 즉시 파악하여 수주 변경 시 대체가 가능하도록 했고, 정확한 생산과 출하 일정을 예측할 수 있었다. 또한 재무관리

측면에서도 제품 단위별로 생산원가가 자동으로 계산되었기 때문에 사전에 원가를 관리할 수 있었으며, 공정 단위별로 생산 원가를 미리 계산하여 경영계획을 수립하게 되었다. 이 밖에도 공정한 자동 품질제어 시스템으로 조기에 불량 원인을 규명함으로써 제품의 고부가가치화를 이룩하게 되었다. 또 기술 축적을 바탕으로 한 고품질의 제품 개발은 수출 향상에 기여했으며, 전 공정의 통합 제어 시스템과 관리전산 시스템의 통합 전산화 구축에 의한 합리적인 생산관리는 효율적인 경영체제를 확립하는 데도 큰 보탬이 되었다.

생산 실적

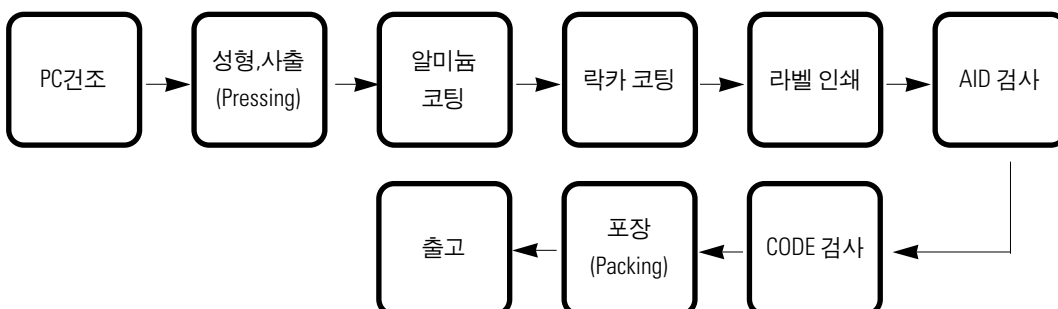
(단위 : 천SET,백만원)

품 목	사업소	2007년		2006년		2005년	
		수량	금액	수량	금액	수량	금액
컴퓨터주변기기(KIT)	본사	1,710	16,578	2,225	19,527	3,784	24,171
MS 제품군		8,729	3,119	5,264	2,048	5,293	2,832
미디어(CD 외)		43,458	7,323	47,319	6,980	41,185	8,211
매뉴얼		80,152	2,194	67,500	1,851	37,435	2,594
정보통신 기기				13	126	3,255	2,855
기타			5,561		10,423		10,355
합 계			34,775		40,955		51,018

제품 공정 과정

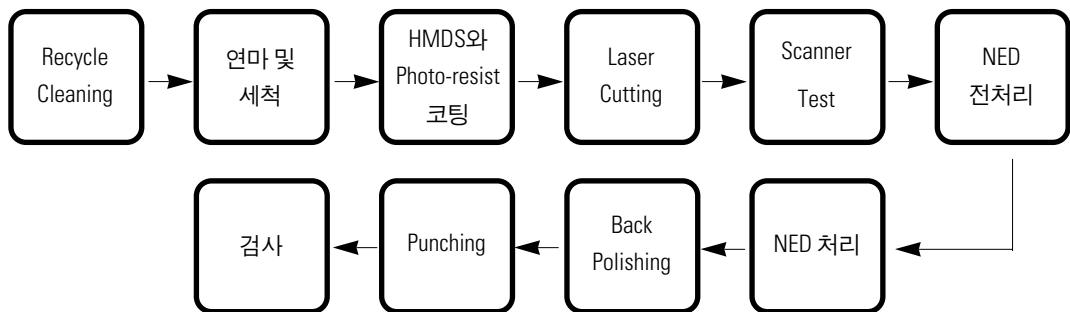
〈CD / DVD〉

설립 이래 미국 MS사의 공식 AR 업체로 선정된 제이엠아이는 모든 PC에 제공되는 MS OS Prgram의 미디어화에 따라 CD 생산을 시작하였으며 이를 기반으로 각종 음반, 영상 관련 CD 제작에 관한 기술 및 설비 등 모든 노하우를 구축하게 되었다. 미디어 사업의 기본인 CD 제작을 기반으로 하여 새로운 광기록 매체인 DVD 제작은 물론 차세대 기록매체에 대한 연구, 개발에 모든 역량을 기울이고 있는 중이다. CD 지원 Part로는 첫 번째 공정부터 마지막 공정까지 책임지는 Q.A, CD 생산에 없어서는 안될 Stamper 제작을 담당하는 Mastering, 생산된 CD를 인쇄하는 인쇄, 마지막 공정한 CD 포장 팀이 있다.



〈Stamper〉

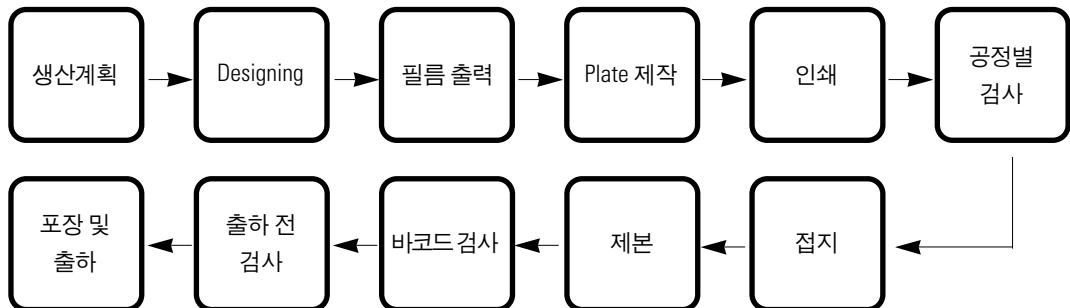
CD와 DVD 및 기타 기록매체 등 첨단 멀티미디어 제품의 생산을 위해서는 Stamper 공정이 절대적으로 필요하다. Stamper는 CD나 DVD의 원판 구실을 하는 것으로 대량 복제를 가능하게 하는 고도의 정밀도와 기술을 요하는 제품이다. 이러한 Stamper는 먼저 글래스로 세정 후 잔조물을 제거하고, 그 위에 Photo - resister를 도포하여 레이저로 신호를 기록하고 현상 Pit를 형성하는 과정을 거친다. 그 위에 니켈 박막을 형성하여 도금한 뒤 글래스로부터 박리하여 부착한 Photo - resister를 제거하여 가공하면 완성된다.

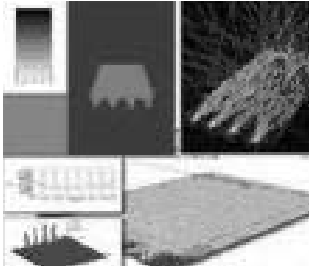


224

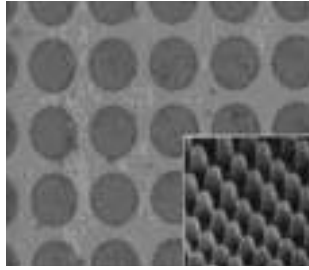
〈인쇄〉

현재 본사 공장은 물론 서울 중구에서 정문출판(주)이 활발한 인쇄사업을 진행하고 있으며, 해외 미국 법인, 슬로바키아 법인에서도 인쇄사업의 진출이 이루어지고 있다. 우수한 품질과 납기 준수는 인쇄사업의 생명인 만큼 고객 감동의 소프트웨어 시스템을 갖추고 디자인, 필름 출력, 인쇄, 제본 기술 부문에서 최고를 지향하고 있다.





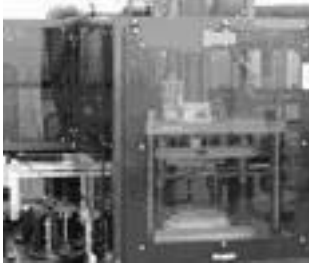
1. 패턴 설계 및 시뮬레이션



2. 금형 제작 및 스탬퍼 가공



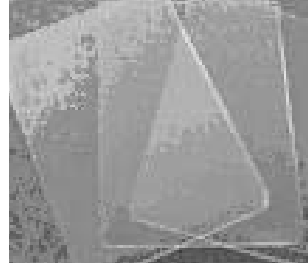
3. 도광판 사출성형



4. 도광판 커팅



5. 도광판 검사



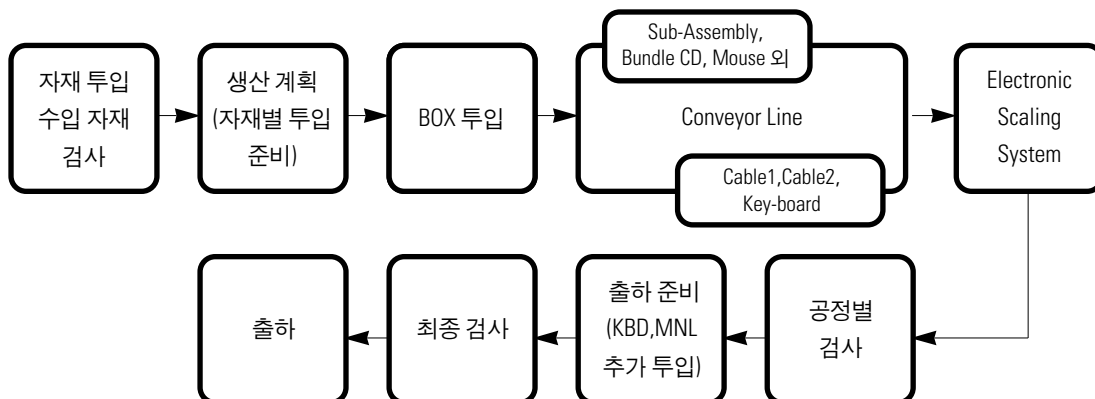
6. 완성된 도광판

〈도광판(LGP)〉

광원에서 발산된 광의 방향을 2차원 평면에 고루 분산시켜 도광판 상부로 광 경로를 바꾸어 주는 부품이다. 즉 일차원 점광원을 연광원으로 바뀌주는 부품으로 도광판에 각인되어 있는 패턴을 통해 화면 전체에 빛을 분포시켜 주는 역할을 한다.

〈KIT Assembly〉

제이엠아이는 MS AR 사업을 진행하면서 PC 제조회사의 기타 컴퓨터 부품 등을 소프트웨어 및 매뉴얼 등과 함께 Package하여 공급하고 있다. 다품종으로 진행되는 컴퓨터 산업의 특성상, 매일 출고되는 수많은 제품의 생산과 포장을 한 치의 오차도 없이 처리하는 것은 전체 라인을 일관되게



작업하는 첨단 시스템 덕분이다. 특히 컴퓨터 하드웨어와 함께 소프트웨어까지 ONE-BOX로 패키징하여 소비자에게 공급하는 KIT Assembly 공정은 고도의 다양한 기술력과 시스템의 결합으로 이루어지는 컴퓨터 물류 유통의 핵심공정이다.

KIT 생산부는 총 4개의 Part로 구분되어 있다. 삼성 KIT Part와 LG Part, 그리고 MS 자재나 DVD, CD 포장을 담당하는 포장 Part, 마지막으로 H/P Part가 있다. 전 자재에 대한 스캔 투입과 깔끔한 작업장을 자랑하는 H/P Part는 최종 Assembly 작업을 하는 곳이다. 제이엠아이는 본격 가동한 ERP 시스템을 통해 오더에서 출하까지의 모든 과정을 전산화하여 통제 관리하면서 보다 효율적인 KIT 생산 체제를 구축하고 있다.

2. 품질 관리와 자재 관리

제이엠아이는 품질 관리 운동을 추진하여 생산 현장에서의 검사와 공정 관리 중심의 불량 예방을



통한 품질 향상에 힘써왔다. 불황에도 흔들림 없는 기업의 지속적인 성장을 뒷받침하기 위해서는 보다 효과적인 품질 관리 활동을 강화해야 한다고 판단했기 때문이다. 품질목표를 설정하고 개발, 설계에서 생산, 판매에 이르기까지 상호 유기적인 관련을 맺고 이를 총체적으로 추진하는 고객 지향적인 품질 경영 체제로의 전환이 필요하게 된 것이다. 이에 따라 제이엠아이는 전 사적 품질 관리 운동을 전개하여 회사 발전과 경영목표를 효과적으로 달성하고, 기업 체질의 지속적인 혁신을 추진하여 21세기를 선도하는 기업으로 한 발짝 더 나아가게 되었다. 제품의 질, 업무의 질을 꼼꼼히 점검하고 따져 본 뒤 더욱 체계적인 현장 검사를 시행하게 되었던 것. 이로 인해 불량률이 현저하게 감소함은 물론 고객사에게도 믿음과 신뢰를 얻어 삼성, 삼보, LG 등의 회사에서 수여하는 우수 협력업체 감사패를 수상하게 되었다.

이를 계기로 구매, 자재 관리에도 많은 변화를 가져오게 되었다. 제이엠아이의 주요 구매 품목은 마우스 외의 컴퓨터 주변기기, 인쇄에 필요한 지류, 통신장비인 PCB, 폴리카보네이트 종류인 LEXIN 등이다. 이는 총 구매 부분의 80%를 차지하고 있다. 제이엠아이 자재관리부는 이러한 주요 원재료를 적정가에 구매하고 효율적인 물류 관리 측정을 통해 원가절감에 기여하고 있다. 또한 전 산시스템을 이용, 재고관리기법을 도입하여 재고 확인 시간을 획기적으로 단축하였으며 정확한 재고 운영으로 적기 공급을 도모하고 있다. 물류관리팀과 구매관리팀으로 구성되어 있는 자재관리팀은 2003년 7월 통합으로 한 부서가 되었다. 생산계획에 따라 자재를 불출하고 700여 평이나 되는 창고의 원·부자재를 정확한 통계로 관리하고 있는 것.

구매부서는 김한기 대리를 주축으로 삼성 KIT / LG KIT 번들 자재 구매, 미디어 관련 및 포장 관련한 일반 자재 구매, 외자 자재 구매, LCD / 셋탑 박스 회로 / 기구물 자재 구매 등 이렇게 각기 다른 품목과 담당자들이 자재의 소요량 산출(수량) 및 입고 일정을 거래 업체의 생산계획에 차질이 없도록 각자 맡은 바 최선을 다하며 최대한 결함이 발생하지 않도록 자재 조달을 관리하고 있다. 또한 기타 유관 부서와 긴밀한 협조 등을 통해 원활한 업무 흐름을 전개하고 있다. 구매 부서의 자부심은 1년에 1자격증 취득하기 운동을 전개하고 있다는 것이다. 현재 부서원 중의 70%가 국가공인 구매, 자재 관리자 자격증을 취득하였으며, 또한 물류관리팀 역시 모든 부서원이 현재 지게차 면허를 취득하였다.

또한 자기계발을 위해 매년 초마다 자재 관리 및 통신 교육을 신청하여 공부하며 능력을 키우고

있다. 이처럼 자재 관리부서는 자율적으로 목표를 정하고 개선해 나가는 조직문화를 정착시킴으로써 주인의식과 일체감으로 업무 개선 및 제안 활동을 생활화하고 물류업무의 효율화를 도모하고 있으며, 혁신 조직의 기업문화가 정착되도록 핵심적인 역할을 하고 있다. 또한 고객이 필요한 시점에 맞춰 항상 제품을 공급할 수 있도록 맞춤형 자재/구매 흐름을 지향하고 있다.

품질 환경 경영 방침

제이엠아이는 보다 안전하고 엄격한 품질관리를 위해 2004년 7월 5일, 품질 환경을 위한 경영 방침을 수립했다. 이후 2005년 11월 10일 변경점 Process 구체화, 2007년 3월 27일 현 실제 업무에 따른 문서의 배치, 2007년 10월 2일 각 부분별 업무 Process 구체화의 세차례 개정을 거쳐 왔다. '제품 내 환경관리물질 운영규칙'은 제이엠아이가 생산하는 제품의 부품/ 원자재/ 포장재/ 배터리 등에 함유되어 있는 환경관리물질을 파악하고, 해당 물질의 사용금지 및 제한규정에 따라 부품/원자재를 개선하여 인체 및 환경에 부정적 영향을 미치지 않는 제품 개발을 목적으로 만들어진 것이다. 이는 상품화를 목적으로 개발하는 모든 구성부품(포장재, 원부자재 포함)에 적용되며 적용범위 및 세부 기준은 해당 환경관리 물질별로 별도 규정된다.

〈환경친화적 경영체제 정립〉

제품, 활동, 서비스로 인한 환경 영향을 최소화하기 위하여 환경경영시스템을 구축하고 유지 발전시킨다.

〈환경법규 준수〉

국내외 환경 관계 법규 및 기타 요건을 준수하고 환경 오염 예방 활동을 강화하여 환경 관리 수준을 향상시킨다.

〈환경경영 투명성 유지〉

당사의 환경 방침은 필요시 대내외 이해관계자에게 공개하며 계약자 및 협력업체들에게도 환경 관련 규정을 준수토록 선도한다.

〈제품환경 안전성 확보〉

상품화를 목적으로 하는 모든 제품의 모든 구성품은 해당 물질의 사용금지 및 제한 규정에 따라 인체 및 환경에 부정적 영향을 미치지 않는 제품을 개발한다.

3. 구미 지사

제이엠아이 구미 지사는 1999년 9월 경북 구미시 임은동에 설립되어 현재에 이르고 있다. 구미 지사는 컴퓨터와 프린터, 마우스 등의 부품을 조립하는 생산 라인을 갖추고 있다. 구미 공장은 구미1공단 옆에 위치해 있으며, 지상 2층 연면적 1,900m²의 규모로 종업원은 20여 명이 재직하고 있다. 구미사업장은 특히 '삼성 디지털프린팅 사업부'라는 제1고객을 상대로, 프린터에 적용되는 부품 소재를 공급받아 액세서리를 ASSEMBLY해서 납품하는 공장이다.

설립 이후 꾸준히 삼성의 LBP(레이저)와 INKJET(잉크젯) 프린터를 생산 납품하였으며, 2005년 당시에는 최고의 품질을 자랑하던 레이저 컬러 프린터(Laser Color Printer)의 최상위 업그레이드 버전을 출시, 생산하였다. 또한 매년 수십 종의 신규 모델을 생산하여 세계 각국으로 수출하였다. 그러나 2005년도부터 프린팅 사업이 어제의 경쟁력 있는 주력사업에서 점차 하락세를 맞이하고 있는 추세로 접어들면서 구미지사도 답보적 상태의 국면에 처하기도 했다. 삼성 디지털프린팅 사업부의 국내 공장의 해외 이전이 공표, 결정지어짐에 따라 현재는 국외 3 Vender(SST 소재 JMI 위해 법인, GMD



위해, SESK)와 국내 2 Vender(JMI 구미, GMD SCM)로 크게 양분되어 운영하고 있다. 프린팅 사업이 다소 주춤하고 있어 구미 지사 역시 원가 절감과 비용 절감의 노력 속에 분투하고 있는 것은 사실이지만, 다른 업종과 마찬가지로 프린팅 사업도 신규 모델이 생성되어 파급 효과가 크면 클수록 호황을 이루는 업종이기에 다시 곧 정상궤도에 오를 것으로 보인다. 이를 위해 제조업의 특성을 딛고 신규 판로 및 영업 부문에도 주력을 다할 계획이다. 또한 신속한 정보의 수집과 동향 파악을 수행하여 경쟁사와의 경쟁에서 승리하기 위해 구미 지사의 임직원들은 오늘도 최선을 다하고 있다.

4. 판매 및 영업

예전과 달리 현대 사회에서는 더욱 분석적인 시스템 영업이 요구되지만, 시대를 초월해 변하지 않는 영업방식이 있다면 능동적, 적극적인 자세를 잃지 않는 태도라 할 수 있다. 현재 제이엠아이 영업팀은 순수 OEM 영업을 하고 있지만, 동종 업계의 경쟁이 치열하기 때문에 수동적인 관리만으로는 오더를 수주하기가 쉽지 않다. 거래처의 급한 오더 물량을 맞추기 위해 생산이 빨리 진행되도록 상시 점검해야 함은 물론이고, 생산 및 각 공정을 이해하지 않고는 영업을 원활하게 해나갈 수 없기에 신규 사양 체크, 생산 과정부터 품질 문제까지 회사 각 부서의 전반적인 기술 및 업무에 대한 이해도 터득해야 한다. 한 마디로 수주 단계에서 원가 분석에 이르기까지 영업 담당이 손 안 대는 일이 없는 셈이다.

이러한 영업관리 Part는 2003년 8월, 기존 영업관리팀과 ERP Master팀이 영업팀에 흡수되며 통합되었다. 처음에는 ERP Master 업무와 영업관리 업무가 나뉘어 있었지만, 영업관리의 효율적인 운용을 위해 각 영업 사원이 한 담당업체를 처음부터 끝까지 관리할 수 있도록 업무를 통합하여 재분장했다. 그 결과 좀 더 빠른 업무 진행과 능력 계발을 할 수 있는 제도적 장치가 마련된 것. 제이엠아이 영업관리의 시작은 영업활동으로 수주받아 온 오더에 ERP CODE를 부여하여 제품을 생산할 수 있도록 하는 것이다. 그 후 수주받아 온 제품을 출하시키고 영업 활동으로 발생된 매출을 최종 관리하는 것. 2004년에는 판가하락, 환율문제 등 대내외적으로 영업 환경이 어려워 영업실적이 다소 부진했으나, 2005년을 기점으로 다시 활발하게 수주 작업이 이루어지고 있는 중이다.

제이엠아이 영업팀은 또한 국내시장이 공급 과잉으로 기업 간 시장 경쟁이 치열해지고 시장개방

에 따른 외국 업체의 국내 진출이 늘어남에 따라 해외영업을 강화할 계획이다. 이미 해외 법인의 진출과 생산기지의 국제화로 토대가 마련된 만큼 해외사업 확대와 수출시장의 모색에 주력하고 있다. 또한 향후, 세계 각국에 거미줄처럼 이어지는 판매망을 구축하고 거점별 시황 변화를 통합 분석하여 단기 및 중장기의 판매 계획을 위해 시장조사 작업을 거친 후 세계 시장 공략에 나설 계획이다.

제4절 연구개발

1. 기술연구소

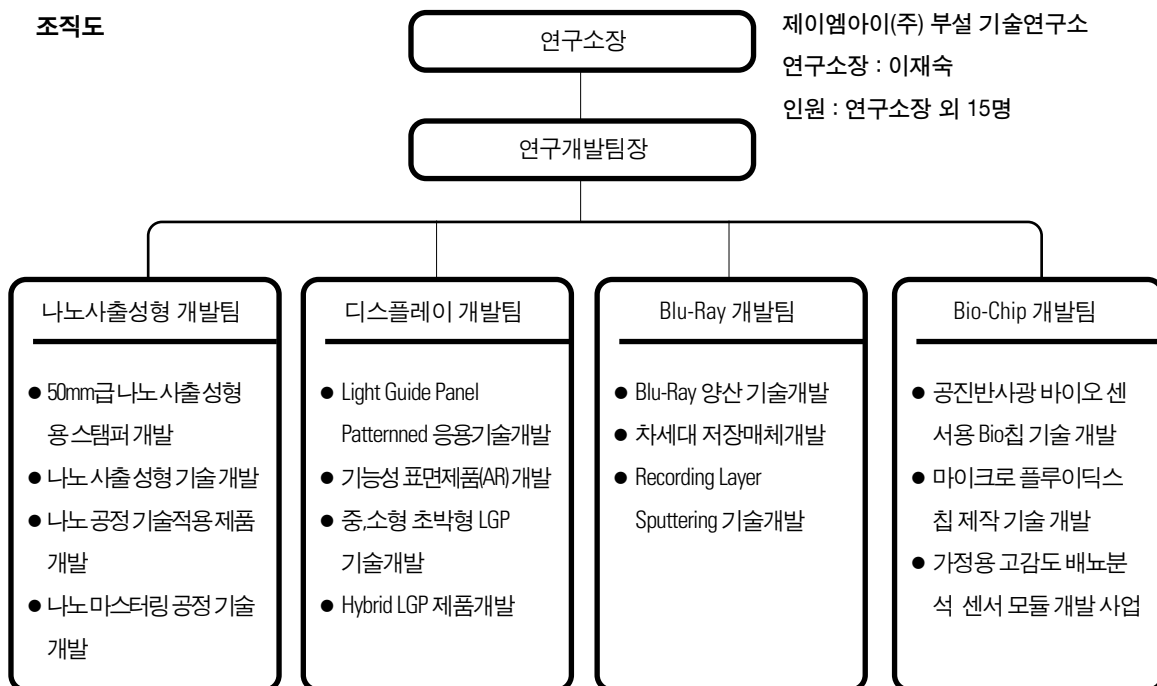
정보 미디어산업의 글로벌 경쟁이 심화됨에 따라 세계시장을 선점할 수 있는 세계 최초, 최고의 기술 확보를 위해 차세대 전략 기술과 미래 신기술 발굴이 시급하다. 핵심 원천, 기초 기술력 확보와 고부가가치 창출을 위한 소프트웨어, 서비스 등 기술 개발 강화가 필요하다. 따라서 기술 수요에 능동적으로 대처하기 위한 연구개발 투자가 적극적으로 이뤄져야 할 것이다. 오늘날의 기업경영에 대한 평가는 그 기업이 인간환경 내지는 기술환경에 어떻게 적응하는가에 따라 달라지고 있다. 세계 각국의 기업이 새로운 경영원리를 전략적으로 도입하려는 것 또한 같은 맥락에서 풀이할 수 있다.

1990년대 들어 전 세계에 첨단 기술의 개발 경쟁이 본격화되고 정보화 기술이 급진전하면서 기술 보호주의가 심화되는 등 기술환경이 급변하기 시작했다. 아울러 국제적으로 기술제휴와 공동개발이 강화됨에 따라 우리나라 기업들도 이에 대한 주도권을 선점하고자 노력하고 있다. 기업의 사명은 값싸고 품질 좋은 제품을 생산해 공급함으로써 인간의 삶을 윤택하게 하며, 이를 통해 얻는 수익으로 기업을 발전시키고 조직에 속한 직원들의 생활을 안정시키는 데 있다. 그리고 그 사명에 부합하기 위해서는 무엇보다 우수한 제품을 생산하기 위한 첨단 기술의 개발이 급선무라고 할 수 있다. 제이엠아이는 첨단 기술 개발을 위해 다양한 연구개발 기능을 갖추고 있는데, 그 중심에는 사내 부설 기술연구소가 자리하고 있다. 기업이 발전할 수 있는 최우선의 지름길이 기술력의 신장

에 좌우된다는 것을 깊이 절감한 제이엠아이는 많은 투자를 통해 기술연구소를 설립했다. 이로써 제이엠아이(주) 부설 기술연구소는 1999년, 유능한 연구인력과 전문화된 기술을 바탕으로 출범을 맞이하게 되었다.

설립 당시 4명의 단출한 인원으로 시작한 기술연구소는 현재 이재숙 연구소장을 필두로 총 14명의 연구원이 배치되어 가족적인 분위기의 화합을 바탕으로 다양한 연구활동을 전개하고 있다. 따라서 조직적이고 체계적인 기술 연구의 기틀을 마련할 수 있었으며, 시장 확대와 수출 증대를 위한 신제품의 개발에 주력할 수 있게 되었다. 다소 짧은 역사에도 불구하고 제이엠아이 부설 기술연구소는 상품화 과제와 핵심 기술 확보에 매진해 다수의 성과를 수행해 내었다. 2004년 12월 카트리지가 없는 형태의 블루레이 디스크(Blu-ray Disc)를 개발 완료하여 선보인 바 있으며, 현재 생산 판매 중인 도광판(LGP), DVD 스탬퍼 등 역시 연구소에서 새로운 제조방식을 도입하여 개발을 완료하였다. 이로 인해 KT 마크 인증, 장영실 상, 부품소재 기술상, 신기술 실용화 산업 포장 수훈 등 다수의 수상을 하였고, 여러 가지 정부출연기술개발 사업에도 참여하게 되었다. 이 외에도 자체기술개발 사업인 'Prismless LGP' 개발과 정부출연기술개발 사업인 '부품소재기술지원사업' 과

조직도



‘21세기 프린터기술개발사업’을 진행하고 있어 주식회사 제이엠아이의 발전은 물론 국가경쟁 기술력 확보의 일원이 되고자 불철주야 노력하고 있다.

제이엠아이(주) 부설 기술연구소는 그동안 많은 자체기술개발과 국가 정책연구사업에 참여하여 이를 바탕으로 하는 인적, 물적 네트워크를 구축하였으며 또한 신규 연구 개발을 수행하여 제이엠아이의 미래 가치를 실현해 나가고 있다.

2. 연구개발 실적

- 2000년 6월 국내 최초 JMI DVD Disc 개발. KT 마크 획득
- 2000년 7월 국내 최초 JMI DVD Stamper 개발. 장영실 상 수상
- 2000년 12월 국내 최초 JMI Burn-In DVD Disc 개발. 부품/소재 기술상 수상
- 2002년 3월 국내 최초 JMI Test DVD Disc 개발. NT 마크 획득
- 2003년 3월 특허 취득 ‘복제방지 광디스크 및 그의 제작 방법’ / MASTERING 작업시 시간 측에 대해 인위적인 시간 간격을 발생시켜 광디스크 레코더의 기록 가능 시간보다 많은 양의 데이터를 수록하여 원본 광디스크 제작, 레코더가 복제광디스크 기록 시 기록이 불가능하도록 함. 우선 MS사의 제품 및 PC GAME 업체 제품에 적용, 궁극적으로 기술 표준화를 통한 모든 S/W에 적용 제작했다.
- 2003년 5월 특허 취득 ‘디브이디 디스크의 데이터기록 및 재생 방법’ / 디브이디 디스크(DVD DISC)의 데이터 기록 및 재생 방법에 관한 것으로서, DVD DISC의 데이터 신호를 읽을 수 있도록 하부 하프디스크의 경우 시계방향으로 DVD 신호를 기록하여 읽을 수 있게 했다. 그리고 상부 하프디스크의 경우 반 시계 방향으로 DVD 신호를 기록한 후 사출성형을 하여 상부 하프디스크를 뒤집어 DVD신호를 외주에서 중앙으로 읽어 들이도록 하여 레이어 0을 읽는다. 이후 레이어 1을 읽어들이는 경우 픽업 레이저빔이 상부 하프디스크의 DVD 신호를 읽어들이기 위해 위치를 재설정함으로써 발생하는 시간 지연을 방지하여 영상신호 및 음성신호가 일시 중단되는 현상을 미연에 방지하는 효과를 가짐.
- 2003년 12월 특허 취득 ‘디지털 비디오 재생기기의 기능점검용 디지털 비디오 디스크의 제조

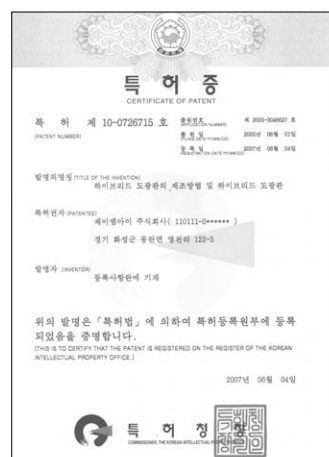
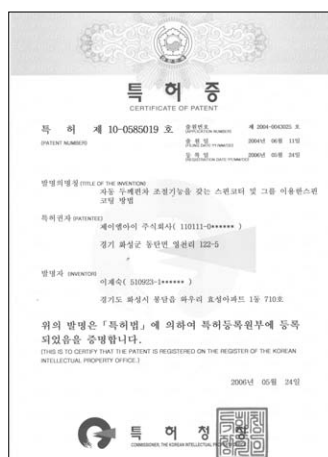
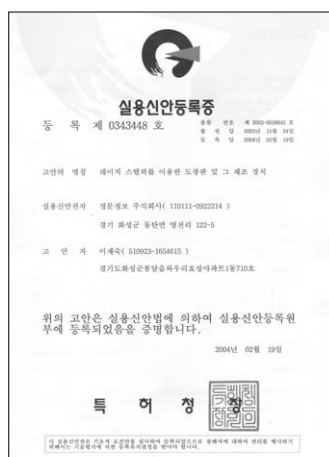
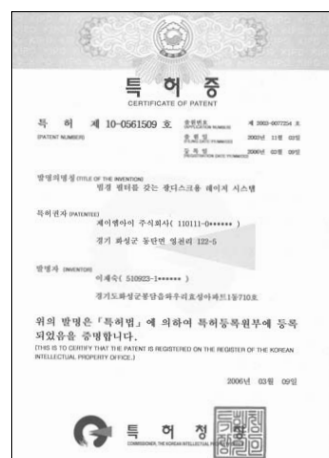
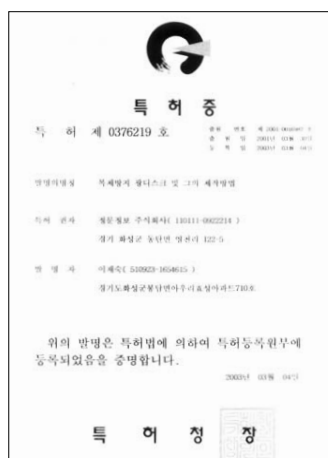
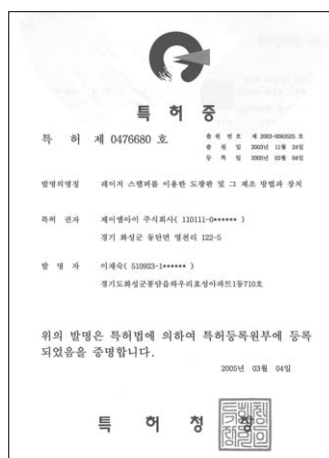
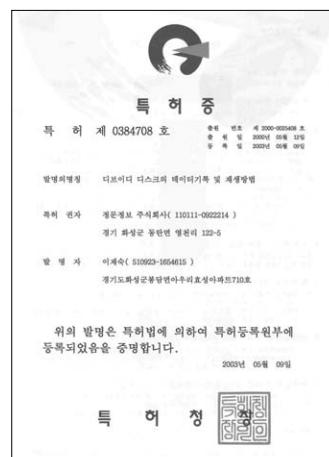
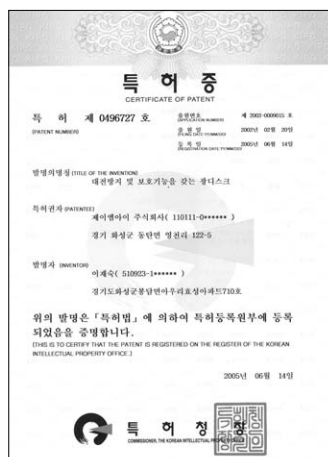
시 챔버분위기 설정 방법' / DVD-ROM Drive 및 DVD Player의 기능점검항목 등을 측정하여 평가 시 빠르고 정확한 Lead-In Time으로 신속한 Disc 검사 기능을 가진다. Disc의 모든 영역으로의 접근 가능한 Full-Access 기능과 어느 영역이든 임의대로 Jumping하여 접근할 수 있는 Random Access 기능. Outer-DTR(Data Transfer Rate)이 16X 이상으로 구현되는 기능. 16X DVD Drive(DVD-5 경우 전송도는 3.84m/s) 검사 시, DVD Disc가 외주 쪽에서 약 22.08MB의 데이터 전송을 받는다. 이는 48X의 CD의 경우 7.2MB 데이터 전송에 비해 약 3배 이상의 데이터를 받는 만큼 고속 회전하는 환경을 견뎌야 하고 이때 발생하는 열에 영향이 없어야 함. 상기의 기능을 지원하는 DVD 디스크의 재생 방법 및 제조 방법에 관한 특허이다.

- 2004년 12월 블루레이 디스크 개발. 과학기술부 나노메카트로닉스 사업단 1단계 과제 성과물(1단계 : 2002년 4월~2005년 3월) 150나노급, 기존 DVD의 저장용량의 5배 이상의 저장용량 (25GB급)
- 2005년 3월 특허 취득 '레이저 스탬퍼를 이용한 도광판 및 그 제조 방법과 장치' / 본 발명은 레이저 스탬퍼를 이용한 도광판 및 그 제조 방법과 장치에 관한 것으로 더욱 상세하게는 광원이 투광 가능한 아크릴 재질로 구성되는 도광판용 기관 내에 다수 개 형성되어 완제품 형태로 절단 가능한 장치이다. 레이저로 직가공되는 레이저 스탬퍼의 반전 요철 패턴을 전사시켜 형성된 요철 패턴을 일측 표면에 구비하는 것을 특징으로 하는 레이저 스탬퍼를 이용한다. 도광판과 레이저 직가공이 가능한 레이저 스탬퍼를 제작하는 레이저 스탬퍼 제작부, 또한 제작된 레이저 스탬퍼에 의하여 도광판용 기관 및 도광판을 대량으로 성형하는 도광판 제작부를 포함하되, 레이저 스탬퍼는 아크릴 계열의 재질로 구성되는 기관을 사출성형공정에 이용한다. 레이저 스탬퍼를 이용한 도광판 제조 장치 및 이를 이용한 도광판 제조 방법에 관한 특허이다.
- 2005년 4월 특허 취득 '도광판 제조용 스탬퍼의 제작 방법' / 글래스를 턴테이블의 위에 장착한 후 턴테이블과 함께 회전시키면서 니들(Niddle)을 이용하여 글래스의 위에 감광수지를 도포하는 단계와 입력될 패턴의 이미지 파일을 신호제어 컴퓨터를 이용하여 레이저를 On/Off하는 방식으로 제어한다. 이로써 이미지 파일에 있는 이미지 데이터를 감광수지에 기록하는 단계와 레이저에 의해 노광된 감광수지를 현상공정에 의해 제거하는 단계, 이온 에칭 방식으로 글래스에 패턴을 식각 하는 단계, 세척공정을 수행하여 감광수지를 제거하고 전주공정을 수행하

는 단계, 글래스에서 박리하여 도광판용 스템퍼를 얻는 단계를 포함하여 이루어진다. 레이저를 이용하여 미세 패턴을 기록함으로써 제작비용은 낮추면서도 제품의 품질을 고도화 및 정밀화시킬 수 있는 도광판 제조용 스템퍼의 제작 방법을 제공한다.

- 2005년 6월 특허 취득 ‘대전방지 및 보호기능을 갖는 광디스크’ / 광디스크의 보호막층을 레이저층이 조사되는 층에 보호막 층을 형성시키고, 광디스크의 경우 높은 개수구 값을 이용함으로써 스캇 직경을 보다 작게 좁히는 것. 이로써 작아진 피트 크기 및 트랙패스에 대응하여 정확한 데이터를 읽어들이 수 있도록 함으로서 광디스크를 보호함은 물론 광디스크를 재생시키는 재생기의 수명을 연장시킬 수 있도록 하는 대전방지 및 보호기능을 갖는 광디스크에 관한 기술이다.
- 2006년 3월 특허 취득 ‘빔경 필터를 갖는 광디스크용 레이저 시스템’ / 기록밀도가 상이한 다수의 광디스크를 마스터링하기 위해 사용되는 광디스크용 레이저 시스템에 있어서, 광디스크 상에 접속되는 빔경을 광디스크의 종류에 따라 조절해 주기 위한 빔경 필터를 구비하되, 상기 빔경 필터는 사용자의 회전조작에 의해 입사되는 빔경을 선택적으로 통과시키는 것을 특징으로 한다. 이러한 빔경 필터를 갖는 광디스크용 레이저 시스템에 관한 것으로서, 본 발명에 따르면 빔경 필터에서 사용하는 광디스크의 종류에 따라 빔경을 선택하는 간단한 작업만으로 하나의 레이저 시스템을 이용하여 다양한 광디스크를 마스터링할 수 있다. 뿐만 아니라 광디스크 종류별로 각각 레이저 시스템을 구비하는 경우 발행하는 비용 상승이나 작업의 어려움 등 여러 문제점을 해결할 수 있으며, 이중 광디스크 마스터링시 레이저 시스템 교정에 필요한 시간을 최소화할 수 있는 효과가 있다.
- 2006년 5월 특허 취득 ‘도광판 제조용 금형 및 그로부터 사출 성형된 도광판’ / 도광판 제조용 금형은 도광판이 사출 성형되는 금형에 있어서 소정 두께의 원형 베이스 금형과 100~120도 사이의 온도를 유지한다. 이와 동시에 내부에 상기 원형 베이스 금형의 원주 방향을 따라 원형으로 형성되어 액상 냉각재가 흐르게 되는 냉각 라인이 구성되어 상기 원형 베이스 금형에 장착되는 금형코어 및 도광판 성형을 위하여 상기 금형코어에 주입된 사출 원료가 접하는 면에 도광판으로 전사됨. 이렇게 전사된 후 반전요철 패턴이 형성되어 상기 금형코어에 고정된 십자형 스템퍼를 포함하여 구성되는 것을 특징으로 하는 도광판 제조용 금형 및 그로부터 사출 성형되는 십자형 도광판에 관한 것

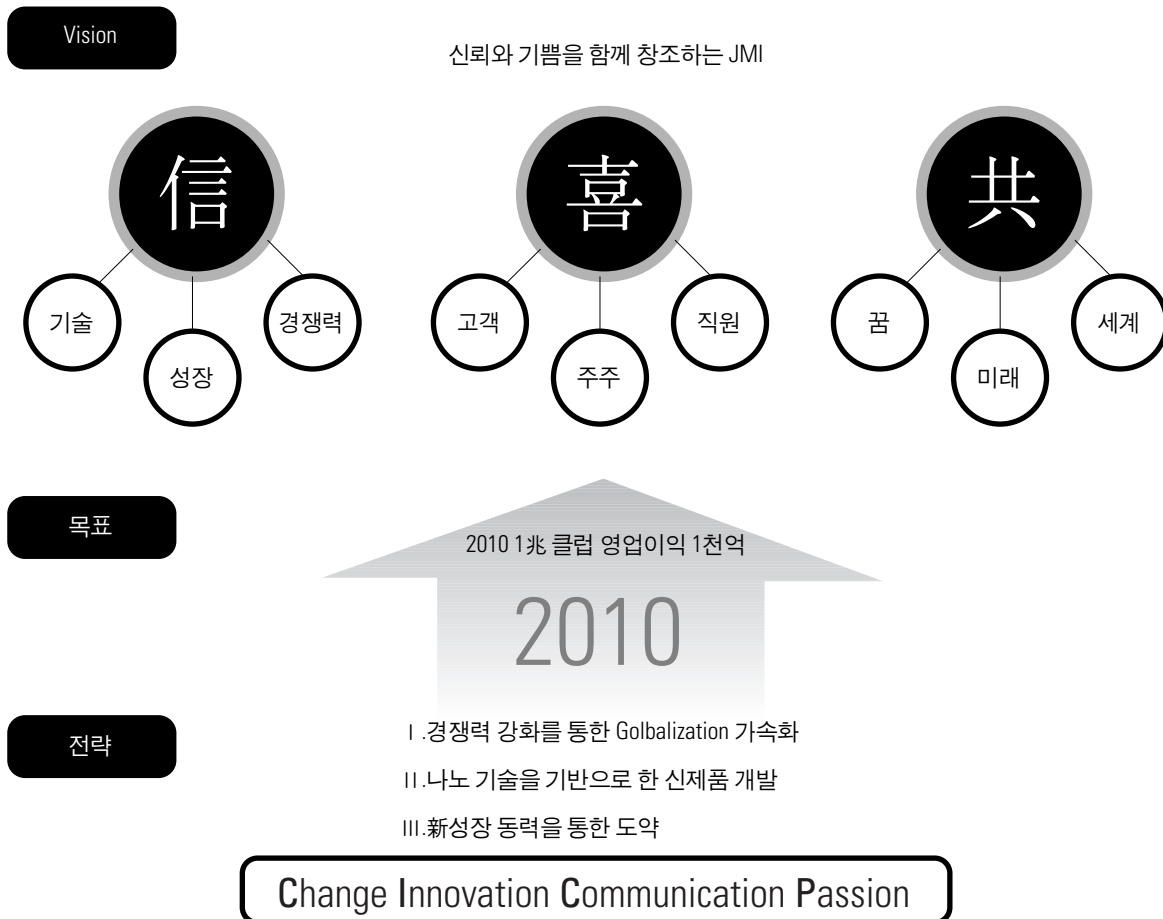
- 2006년 5월 특허 취득 ‘자동 두께 편차 조절기능을 갖는 스핀코터 및 그를 이용한 스핀코팅 방법’ / 디스크의 커버 레이어 제조 시, 레진의 토출압, 스핀코터의 회전수, 속도 등을 자동 조절하여 두께 편차를 최소화하고 생산 수율을 향상시키기 위한 특허이다. 레진이 도포되어 코팅막을 형성한 디스크의 두께를 측정하고, 측정된 두께 측정 데이터를 피드백하여 두께편차를 자동 조절하는 컨트롤러가 구비되어지는 것이 특징. 상기 컨트롤러는 상기 회전축 및 상기 노즐과 결합되어 초기값으로 설정된 코팅프로필에 따라 상기 회전축 및 상기 노즐을 제어하여 스핀코팅을 실시한 후 스핀코팅된 디스크의 두께를 측정하고, 미리 저장되어진 조건함수를 이용하여 측정된 두께 측정 데이터가 두께 편차 범위 이내인지 여부를 판별한다. 이는 판별 결과에 따라 상기 코팅프로필을 재설정하는 것을 특징으로 하는 자동 두께 편차 조절기능을 갖는 스핀코터 및 그를 이용한 스핀코팅 방법에 관한 것.
- 2007년 6월 특허 취득 ‘하이브리드 도광판의 제조방법 및 하이브리드 도광판’ / 하이브리드 도광판의 제조방법 및 하이브리드 도광판에 관한 것이다. 특히 나노 패턴을 갖는 기판으로 이루어진 메탈 마스터의 표면에 마이크로 패턴이 일체로 성형되어지도록 함으로써 빛의 난반사율을 활성화시켜 광효율을 높일 수 있도록 했다. 아울러 굴절률이 다른 매질을 통과하는 과정에서 산란된 빛이 나노미터의 유도발광패턴을 통해 다시 반사되어지도록 함으로써 광량의 증가로 인하여 광손실을 줄일 수 있도록 한 것이다.
- 2007년 8월 특허 취득 ‘블루레이 디스크’ / 블루레이 디스크에 관한 것으로서, 특히 기판의 표면에 증착된 반사 레이어를 보호하는 기능을 갖도록 상부에 코팅되어지는 폴리머로 이루어진 커버 레이어의 외측 단부 상부인 가장자리에 둔덕(딤프;Dump)이 발생되지 않도록 했다. 이로써 균일한 두께로 펼쳐지도록 하여 데이터의 저장 공간을 더 확보함과 동시에 그 품질을 높일 수 있도록 하고, 아울러 불량률 줄여 전체적으로 생산수율을 높일 수 있는 블루레이 디스크를 제공하는데 그 목적이 있다.



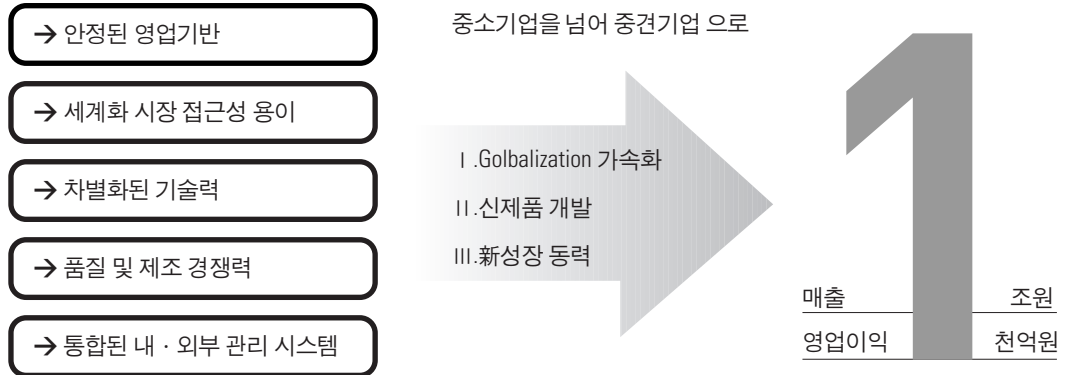
제5절 JMI Vision 2010

1. 체계도

출판, 인쇄 매체로 출범하여 30년간 성장을 거듭해 오고 있는 제이엠아이는 2010년 중소기업을 넘어 중견기업으로 성장하기 위해 제2의 창업을 한다는 각오로 'JMI Vision 2010' 을 발표하였다.



2. 목표설정 배경



JMI “Vision 2010 매출 1조 원, 영업이익 1,000억 원 달성”을 발표한 것은 기술중심의 기업으로 체질을 개선하기 위한 것으로 세부실행전략으로는 현 사업의 안정성을 기반으로 하여 경쟁력 강화를 통한 Globalization 가속화, 나노 기술에 의한 신제품 개발, 新성장 동력 확보로 요약된다.

JMI가 Vision 2010을 달성하기 위해 역점을 두고 있는 분야는 나노 기술을 통한 신제품 개발로 나노 사출 성형기술을 응용한 NIT와 NBT로 구분할 수 있으며, 그 성장성이 주목될 부분이다. 또 하나 역점을 두고 있는 분야는 친환경 반도체 제품으로 기존의 프레온 가스, CO₂ 등 환경 유해 가스를 대체할 수 있는 순수 압축 공기를 이용하는 제품으로서 기능성에서 기존의 냉각장비보다 우수하며 설치 및 유지보수가 쉽다는 장점을 가지고 있다. 또한 CICP(Chang / Innovation / Communication / Passion)의 기본 기업문화를 통해 설정한 2010년 목표는 현 중소기업에서 중견기업으로 발전해 나가고자 하는 JMI 그룹의 의지이다. 더불어 지혜경영, 지식경영, 정보경영, 공유경영을 통해 성장 전략을 모색할 예정이다. 즉 지속적인 연구개발과 이를 통한 신성장 동력 신사업 발굴, R&D 강화, 보유자산 가치 상승, 그리고 해외시장 확대로 글로벌 경영체제를 확립해 나가는 것이 비전 목표 달성의 주요 이슈 사항이 될 전망이다.

JMI는 “흥, 信, 共”이란 경영이념을 바탕으로 고객, 주주, 직원들을 위한 상호존중과 신뢰, 동시에 기술중심의 기업으로 끊임없이 변화하고 있다.

3. 추진 전략

- ① 경쟁력 강화를 통한 Globalization의 가속화
- ② 나노 기술을 기반으로 한 신제품 개발
- ③ 新성장 동력을 위한 도약

2010년 비전 목표 설정의 배경은 위 세 가지 추진 전략과 1.안정된 영업기반 2.세계화시장 접근성 용이 3.차별화된 기술력 4.품질 및 제조 경쟁력 5.통합된 내·외부 관리시스템 등의 세부 사항으로 구성되었다.

Nano Biz 부문

〈NIT (Nano + Information Technology)〉

미래 유망 신기술 산업 6T 중 NT(나노 기술)와 IT(정보 기술)가 접합된 기술을 NIT라고 한다. NT의 기술 중 하나인 나노 패터닝 기술을 이용하여 나노급 패턴을 제작하고, 이를 나노 사출성형 기술을 통해서 나노급 크기의 구조물을 구현하고, 그 제품을 IT 기술에 접목시키는 기술이다. JMI는 현재 나노 패턴을 이용하여 나노 AR(Anti- Reflection 눈부심 방지 효과) 기능을 부여하는 기술을 개발하였다. AR은 외부에서 들어오는 광의 반사량을 절감시킴으로써 내외부에서 사용되는 디스플레이 제품의 경우 빛의 반사에 의해 눈이 부시거나 화면상에 나오는 문자 등을 읽을 수 없는 문제점을 해결하는 기술이다. 기존 습식 코팅 방법이나 건식 코팅 방법은 화학 반응 및 유해가스의 발생 공정 및 제조상 고비용의 문제로 인하여 그 활용성이 크게 떨어지는 단점이 있으나 당사는 기술 친환경적이면서도 저비용으로 생산이 가능하다는 것이 가장 큰 장점이다

〈NBT (Nano + Bio Technology)〉

LOC 란 'Lab On a Chip'의 약자로 칩 위의 실험실이라고 불리며 별도의 기기 없이 칩 안에서 일련의 실험이 가능한 형태로 제작되며 이러한 바이오칩은 내부에서의 흐름 제어를 위한 미세한 패턴 및 유로, 바이오 콘텐츠, 바이오칩으로 구성된다. 미세 패턴 및 유로의 제작은 나노·기술을 이용하여 제작되어 칩으로 구현하게 된다. 이처럼, 나노 기술과 바이오 기술이 융합된 NBT 기술의 한 응용분야가 바이오칩이라 할 수 있다. JMI에서는 심근경색 진단, 암 진단이 가능한 진단용 바이오 칩, DNA 검출이 가능한 바이오 센서용 바이오칩을 한국전자통신연구원, 분당 서울대병원 등과

공동으로 연구 개발을 추진하고 있다.

친환경 반도체 공정 제품

현재 사용되고 있는 반도체 냉각 장치는 프레온, 이산화탄소 등 환경 유해 물질을 냉매로 사용하고 있어 지구 온난화 등 많은 문제점을 발생시킨다. JMI 계열사인 (주)엑선의 냉각 장비는 압축 에어를 이용한 방식으로 유해 물질이 없는 친환경 공정 제품으로 성능 및 기능성에서 기존의 냉각 장비보다 우수하며 설치 및 유지보수가 쉽다는 장점을 가지고 있다. 또한, 유해 가스를 실시간으로 분석하여 주는 적외선 가스 분석 장치는 눈에 보이지 않는 오염물질로부터 안전하고 쾌적한 환경에서 작업을 할 수 있도록 하는 'IR Guard' 라는 제품을 개발하였다. 현재 삼성반도체, 하이닉스와 같은 국내 반도체업체에 품질 평가를 완료하여 납품을 진행 중이며, 2010년에는 매출 200억 원, 영업이익 70억 원을 달성할 것으로 예상된다.

JM 현황

제2장 정문출판

제1절 인쇄와 미디어산업

1. 인쇄 출판의 역사

인류는 수많은 세월 동안 발전과 변화를 거듭해왔다. 그 중 기록의 역사는 가장 중요한 문명 발달 과정이라고 할 수 있다. 인류사(人類史)에 남겨진 기록의 첫 시작은 구석기시대부터였다. 인간의 근원적인 욕망인 의사소통과 생활상을 표현하고자 했던 욕구는 동굴의 벽화를 통해 표출되었다. 동굴에 그려진 동물 모양 등은 상징적인 의사전달 표현방법이었던 것이다. 선사시대 말엽에 와서는 이러한 의사표현이 더욱 구체화되었는데, 그림문자들을 통해 도형이나 몇 개로 연결된 기호로 메시지를 주고받았다. 그후 인류가 점점 발달할수록 이러한 문자들은 더욱 체계화되어 표의문자(表意文字)로 대체된다. 표의문자는 말이나 음성까지 전달하지는 못했지만 표시(表示)를 통해 충분히 의미를 내포할 수 있었다. 신석기시대에 이르러서 이 표의문자가 상업교류에 이용되고 국가 체제를 이루면서는 문자가 권력의 도구로 이용되기 시작했다.

본격적으로 문자가 활발히 사용된 것은 기원전 3100년경 고대 이집트에서 상형문자가 나타나면서부터이다. 이 무렵 고대 이집트 상형문자에는 무려 5,000여 개의 기호가 존재했는데 단어마다 개념과 음성, 음절을 담고 있었다. 문자가 발달하면서 고대 이집트인들은 파피루스로 만든 종이에 잉크를 묻혀 글을 쓰기도 했다. 파피루스는 나일강 습지에서 자라는 갈대의 일종으로서 가볍고 부드러워 그 전에 사용하던 점토판에 비해 훨씬 실용적이었다. 한편 중국 한자에 대한 기록은 기원

전 2,200년경으로 추정된다. 가장 오래된 한자는 갑골문자(甲骨文)로 은 왕조시대 문자로 알려졌다는데, 대나무 다발에서도 문자 기록이 발견되었다. 중남미에서는 기원전 8세기경 마야 문명과 더불어 상형문자가 출현했다.

알파벳은 기원전 14세기경 탄생되었는데 총 30자의 문자기호가 쓰였다고 전해진다. 문자가 대중화되기 시작하고 각 지역에서 종이가 널리 보급되면서 그만큼 학문이나 지식의 속도도 빠르게 발전해갔다. 종이가 발명 되기 이전에는 주로 대나무나 기타 다른 나무들을 쪼개, 여러 개를 묶은 서적 형태의 필사본만이 존재했었다. 종이는 중국의 채륜이 발명했다고 전해 내려오고 있는데, 실용적이고 가벼운 종이가 등장하자 필사본보다 훨씬 신속하게 책을 만들어냈다. 즉 종이 발명은 인쇄술 발달에 지대한 공을 세운 셈이다. 이렇게 보급된 종이에 목판으로 인쇄한 뒤 서적으로 발간하기 시작했는데, 중국의 <금강경>과 일본의 <백만답다라니경>이 세계에서 가장 오래된 목판인쇄물로 한동안 알려지기도 했다. 그러나 751년경 간행된 <무구정광대다라니경>이 한국에서 발견되면서 이 학설이 뒤집어졌다. 명확한 제작시기에 대해서는 학자들 간에 이견이 있기도 하지만, 현재는 대부분의 학계에서 가장 오래된 목판인쇄물로 인정받고 있다. 여기서 비롯된 목판인쇄술이 발전하면서 고려시대의 <팔만대장경>을 탄생시켰고 조선시대 초기까지 널리 활용됐다. 즉 <무구정광대다라니경>은 우리 인쇄문화의 뿌리이며 시초인 셈이다.

그 뒤 1377년 고려 우왕 3년에 불조직지심체요절이 금속활자로 발명되면서 또 다른 혁신이 일어났다. 금속활자는 목판인쇄보다 기술적으로 월등한 것으로서 고르고 규칙적인 글자 모양과 앞뒷면으로 인쇄가 가능하다는 점, 그리고 신속하게 다른 원문에 사용되었던 활자들을 재활용할 수 있다는 점에서 인쇄문화의 눈부신 발전을 가져왔다. 유럽에서 금속활자가 발명된 것은 1455년. 구텐베르크라는 금속세공가에 의해서였다. 구텐베르크는 금속활자를 사용, <42행성서> 180부를 발행했는데 이를 계기로 이후 서적 간행은 급물살을 타게 된다. 1500년대 유럽에서 총 1~2,000만 부에 이르는 서적이 발행된 것으로 알려져 있으니 당시로서는 실로 방대한 양이 아닐 수 없다. 유럽 전역에서 미사경본, 기도서 등을 찍어냈고 이어 문학 작품의 출판도 확산됐다. 그리스 로마 작가들의 작품뿐 아니라 연구논문집과 법률서 등도 발간되기에 이르렀고 16세기에 와서는 도서출판물이 대폭 증가하여 약 2억 부에 이르는 서적들이 간행되었다. 때문에 서양에서는 최초의 금속활자 발명가가 구텐베르크라고 알려져 있었으나, 그보다 빠른 최초의 금속활자는 우리 민족의 <불조직지심체요절>였다. 이러한 사실은 1972년 유네스코의 발표에 의해 공인화되었다. 한국이 구텐베르크보다 앞

서 금속활자 인쇄술을 창안, 실용화한 것이 세계문화사에서 공식적으로 인정받게 된 것이다.

이후 인류의 인쇄문화는 근대식을 도입하면서 더욱 다양한 형태로 발전되어 갔다. 우리나라 최초의 근대식 한글 활자는 고종 17년에 성경을 인쇄하면서부터이다. 그리고 1882년 일본에서 수동식 활판인쇄기가 도입되면서 신문발행업무를 관장하는 박문국을 설치하고, 근대식 활판인쇄기로 최초의 신문인 〈한성순보〉를 발행하게 되었다. 1900년에는 인쇄국을 설치하고 1909년 6월에 인쇄공장과 제지공장, 발전소 설비 등이 부설됐다. 우리나라를 비롯한 동양의 근대 인쇄술은 서구 세력의 확장과 기독교의 선교활동으로 전파되었는데, 당시 우리는 조선왕조의 오랜 쇠국정책으로 인해 뒤늦게 일본 등지로부터 간접 수입하게 되었다. 우리 선조들이 세계에서 가장 먼저 금속활자를 발명한 것에 비하면 안타까운 일이 아닐 수 없다.

그러나 광복 이후 우리의 출판문화는 새로운 시대를 맞아 활기를 띠었다. 광복되던 해에 을유문화사, 민중서관, 탐구당 등 45개 출판사가 등록되었고, 다음해에는 150개, 그 다음 해인 1947년에 이르러서는 570개의 출판사가 탄생했다. 이른바 출판문화의 전성시대가 개막된 것이다. 동·서양을 막론하고 인쇄기술 혁명과 출판의 발전은 인류문명을 가속화시키고 풍요롭게 만들었다. 동물 뼈와 조개껍질에 그림을 그려넣었던 구석기시대에서부터 디지털 인쇄와 특수 인쇄가 탄생한 현재에 이르기까지 기록 보존과 지식 정보의 보급은 언제나 인간의 역사와 궤를 같이해 온 것이다. 인쇄산업은 정보, 생활 산업으로서 중요한 근간을 차지하면서 지금도 계속 발전 진화해 가고 있는 중이다.

2. 현대 인쇄의 종류



데칼 인쇄

디지털 실크 인쇄 종류로서 비닐이나 PC 등 실크 인쇄용 필름 매체. 아무런 가공이 없이 직접 인쇄 가능한 디지털 인쇄 요법. 내수성 및 내마찰성이 좋아서 실외 배너 광고나 실내 대형 포스터 인쇄에 적합하다.



CD 타이틀 인쇄

미디어 발달과 동시에 인쇄 기술 또한 많은 발전을 이루었다. 영화나 음반 CD, DVD 등의 제품에 하는 인쇄 요법이다.



용기 인쇄

스크린 인쇄의 한 종류로서 플라스틱, 유리, 금속 등 폭넓은 소재에 인쇄 가능하다. 주로 공업 분야에 이용한다.



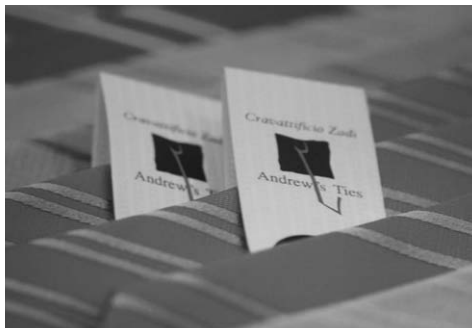
오프셋 인쇄

종이 위에 표현할 수 있는 모든 인쇄물은 오프셋 인쇄로 가능하다. 카탈로그, 잡지, 책자, 광고 홍보물, 포스터, 캘린더, 포장지, 관광용 인쇄물 등이 오프셋 인쇄에 포함된다.



직물 인쇄

천에 천연 컬러를 입히는 나염은 천의 빛깔과 형태를 더욱 아름답게 꾸며주고, 색이 변질되지 않고 오래도록 유지된다. 때문에 옷, 깃발, 넥타이 등에 다양한 형태로 인쇄가 가능하다.



택 인쇄

옷이나 제품의 상표에 인쇄하는 것. 흔하게 사용되지만 가장 인쇄하기 까다로운 기술이다.



금속인쇄

알루미늄, 양철판, 스테인리스판 등의 금속판에 인쇄하는 특수 인쇄이다. 인쇄 방식은 성형법에 따라 다르지만, 주로 오프셋 방식을 사용한다. 금속 보호 효과와 컬러 인쇄를 통해 상품을 화려하게 장식하는 역할을 한다.



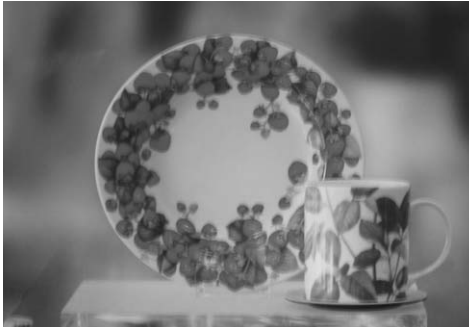
컬피트 인쇄

CURL - FIT는 거의 모든 곡면체에 원하는 패턴으로 인쇄가 가능한 획기적인 특수 전사 시스템이다. 일정한 무늬가 인쇄되어 폴리비닐알코올 필름 수면상에 띄우고 필름 위에 피전시물을 담금으로써 수압을 이용하여 특수 전사하는 인쇄법이다.



윤전인쇄

인쇄 속도가 빨라 분초를 다투는 신문이나 주간지, 또는 교과서와 같이 많은 부수를 제작할 때 사용하는 인쇄이다. 하지만 속도가 빠른 만큼 한 번의 실수에도 손실률이 크며, 소량 제작에는 사용하지 않는다.



도자기 인쇄

무연, 무카드늄 청정 도자기 인쇄용 안료 사용. 섭씨 750~850도의 넓은 소성대에서 발광성이 뛰어나며, 전사상의 안료는 유기질 화합물인 매용제(Flux) 없이도 도자기 인쇄가 가능하다.



마그네틱 인쇄

마그네틱 성분을 안료로 사용한다. 기존에는 마그네틱 필름을 용지에 부착했지만, 제작 단가가 비싸 요즘에는 마그네틱 잉크를 주로 사용한다. 자성물질 안에는 여러 가지 정보를 담을 수 있으며, 각 문자의 판형을 MLCR(자기잉크 문자 판독장치)에 걸어서 분류한다. 신용카드나 주차권, 통장 등에 널리 사용된다.



우편물 인쇄

일정서식의 사무용 인쇄물의 총칭. 1.필기처리용 - 각종 구입 신청 용지, 배부, 송달, 의뢰, 전표 등. 2.컴퓨터 처리용 - 컴퓨터에 데이터를 입력한 후, OCR, OMR 용지에 출력한다.

제2절 인쇄 출판 문화의 새 장을 열다

1. 기업 현황 및 연혁

기업 개요

사명 : 정문출판주식회사 (JEONG MOON Publishing CO.,LTD)

사업분야 : 편집기획 / 광고 디자인 / 인쇄 / 옵셋

설립일자 : 1976년 2월 18일

경영진 : 대표이사 정윤곤

소재지 : 서울특별시 중구 필동 3가 62-7호

핵심가치

앞서가는 아이디어와 디자인

다양한 주문을 소화하는 전문성 추구

아름다운 마무리, 신속한 납품

첨단 장비를 이용한 고난도 작업 수행

정문출판 주식회사 연혁

- 1976년 2월 정문사 창설
- 1983년 7월 정문상사로 개명
- 1983년 10월 컴퓨터 시스템 완비
- 1985년 3월 정문출판 주식회사로 법인화
- 1987년 12월 토털 프린팅 시스템 완비
- 1990년 6월 중구 필동에 본사 사옥 기공식
- 1991년 제본 온라인 시스템
- 1991년 3월 본사 사옥 완공
- 1991년 4월 신축 사옥으로 이전
- 1992년 3월 매킨토시 시스템 도입
- 1992년 3월 정문정보(주) 설립
- 1992년 9월 정문 패키지 설립(포장 시스템 완비)
- 1994년 4월 일본 동경 JMI Japan 설립
- 1995년 11월 성동구 상왕십리 이전
- 1997년 8월 정문정보(주) 코스닥 상장
- 1997년 10월 필동 제2사옥 착공
- 1998년 6월 필동 제2사옥 준공
- 1998년 7월 필동 제2사옥으로 이전
- 1999년 2월 싱가포르 지사 설립
- 1999년 3월 2색, 4색 Roland로 교체
- 1999년 6월 ISO9002 인증 획득
- 1997년 7월 호주 지사 설립
- 2001년 멕시코 지사 설립
- 2002년 국제청장상 수상
- 2003년 슬로바키아 지사 설립
- 2003년 문화관광부장관상 수상

2. 정문출판주식회사의 오늘

제이엠아이 사업의 모체는 지금까지 한결같이 인쇄업계를 지키고 있는 정문출판(주)이다. 1976년 '정문사'로 출발한 현재의 정문출판주식회사의 제이엠아이 인쇄사업은 1993년 MS AR 사업권 획득의 기반이 되었으며 이후 지속적으로 우수한 기술력 및 설비를 확보하고 있다. 정문출판주식회사는 문화와 지적 생산 분야에서 30년 동안 한우물을 파왔다. 즉 고객이 원하는 제작물을 생산하고 고객감동을 통한 사업의 지속적인 발전을 위해 첨단 기기와 소프트웨어 시스템을 갖추고 전문성을 길러왔던 것. 이러한 노력이 바탕이 되어 오늘날 정문출판주식회사는 광고기획, 디자인, 편집, 원색 분해, 필름 출력, 제판, 인쇄, 제본에 이르기까지 토털 시스템을 구축하기에 이르렀다. 이후 지식산업의 하드웨어 격인 CD와 DVD 등을 생산 공급함으로써 오랜 사업기반인 출판, 인쇄 분야의 사업 영역을 디지털 정보화 시대로까지 확장하고 있다.



또한 2004년 7월에는 슬로바키아 지사를 설립하여 기대 이상의 실적을 거두고 있으며, 현지 기업체 및 주변 국가 기업체와 국내 기업 현지 지사들의 반응 역시 긍정적이어서 수출 증대에도 이바지하고 있다. 이에 정문출판은 문화산업의 비약적인 발전에 따라 유행과 시장이 빠르게 변화함을 체감하고, 시장이 원하는 것이 무엇인지 한발 앞서서 느끼고 고객과 함께하는 영업활동을 전개하고 있다.

정문출판주식회사는 자체 기획 편집 시스템을 갖추고 사보, 월간지, 단행물 등의 기획 및 편집에서부터 카탈로그, 브로슈어, 포스터, 광고 등의 기획과 디자인, 캘린더, CD, DVD 기획 제작 등 기업에서 요구되는 각종 시각적 매체의 생산활동을 전개하고 있다.

정문출판사의 가장 큰 경쟁력은 무엇보다 맨 파워에 있다. 기획 및 편집 분야 전문가와 디자이너로 구성된 맨 파워를 구축하고 있어, 자료에 대한 철저한 조사 분석과 그에 따른 기획 아이디어, 고도화된 편집디자인을 통해 홍보 효과와 마케팅 성과를 거둘 수 있는 최고의 지적 산출물을 생산해내고 있는 것. 뿐만 아니라 아이디어와 디자인을 뒷받침하는 첨단 장비를 갖추고 출력, 분해 업무를 수행하고 있다. 인쇄의 질적 향상을 위해서 용도에 따라 크기를 조절하여 고해상도의 색분해를 진행하고 있으며, 다양한 서체를 완벽하게 구비하여 디자인의 우수성을 확보하고, 작업 능률도 크게 향상시키고 있는 것이다. 게다가 30년 노하우의 제판 분야는 인쇄 품질을 좌우하는 또 하나의 사업분야로 꼼꼼함과 섬세함, 그리고 인쇄를 요구하는 작업이다. 정문출판사는 이러한 제판 업무를 첨단 시설과 직원들의 기술력을 바탕으로 완벽한 필름 작업을 해내고 있다. 끊임없는 기술의 개발로 인쇄 품질을 고급화하고 있으며 작업 시간도 크게 단축시키고 있는 것. 인쇄산업의 선진국인 독일에서 들여온 컴퓨터화된 첨단 원색 인쇄기를 비롯하여 자동 옅색 인쇄 시설을 갖추고 우수한 디자인의 제작물을 생산하고 있어 고급 디자인물의 제작은 물론 까다로운 주문의 디자인물도 완벽히 인쇄해낼 수 있는 시스템이 강점이다.

또한 세계적인 품질 경영 기준인 ISO9001:2001과 ISO9001:2000을 인증받아 글로벌 기준에 한 치의 모자람 없는 경쟁력을 갖추고 있다. 정문출판사는 오늘도 가격과 품질에 있어서 고객이 만족하고 감동할 수 있도록 온 정성과 기술력을 쏟아 붓고 있다.

3. 자체 브랜드 진행 전략

30여 년의 세월을 지나오는 동안 정문출판사의 영업 환경에도 많은 변화가 생겼다. 1990년대 말까지만 해도 인맥과 입소문에 의한 수주가 대부분이었지만, 이제는 직접 거래처를 선정하여 공격적인 영업전략을 수행해오고 있다. 프레젠테이션을 통한 공개입찰에 참여하여 다른 업체들과 나란히 경쟁하고 있는 것이다. 거래처 제품의 적용 기술, 특성, 호환성, 장점 등을 설명하려면 당연히 정문출판사의 기획자들도 최소한 그 분야의 준 전문가급은 되어야 했다. 특히 입찰견적서 작성 및 제품 설명 프레젠테이션 등을 할 때에는 더욱 더 고도화 된 능력이 필요했던 것. 예전에 비해 업무 영역이 훨씬 다양하고 넓어진 것이다. 의류 회사의 일을 진행할 때는 모델 피팅에서부터 모델 선정, 취재, 기획까지 전부 정문출판사에서 도맡아 할 정도이다.

정문출판사는 이처럼 활발한 영업전략 구축으로 인해 수많은 거래처와의 관계를 공고히하고 있지만, 이에 만족하지 않고 자체 브랜드 진행에도 힘을 기울이고 있다. 그 첫출발로 학습서인 <한국 漢字 검정 시험>을 발행했다. 한자는 우리의 문화와 역사를 기록하는 수단이 되어왔으며 언어 생활에도 절대적인 영향을 미쳐왔다. 또한 한자를 공통 문자로 사용하는 중국, 일본 등과의 교류도 점점 많아지고 있어 한자와 한문의 학습은 오늘날에도 여전히 유효하며 앞으로도 더욱 강화해야 할 부분이라고 판단되었기 때문이다. 이에 국가공인한자능력검정 기관인 한국평생교육평가원에 서 실시하는 ‘한국한자검정시험’을 위한 학습서를 내놓게 된 것이다. 정문출판사의 ‘한국 漢字 검정 시험’은 여타 학습서와 비교하여 독특한 장점을 지니고 있다.

첫째, 학습자의 진도와 이해도를 고려하여 능력에 따라 일정한 분량을 나누어 익힐 수 있도록 급수별 한자를 배정한 것. 둘째, 기존의 한자 검정 시험이 학교에서의 한문 교육과 많이 유리된 점을 고려하여 최대한 교과과정과 합치될 수 있도록 한자를 배정하고 학습 요소도 그에 맞추었다. 셋째, 한자어의 제시, 연습문제, 기출문제 등을 다양하게 제시함으로써 이 책 한 권만으로도 원하는 급수를 취득할 수 있도록 구성하였다. 넷째, 다양한 그림과 자원에 대한 설명, 옛이야기와 만화 등을 통해 재미있게 한자를 학습할 수 있게 만들었다는 것이 정문출판사의 첫 브랜드인 이 책의 장점이다.

브랜드 전략의 이점은 정문출판사의 기존 이미지를 활용하여 신규 시장에 진출할 수 있다는 데 있

다. 지금껏 쌓아 온 정문출판사의 긍정적인 이미지를 통해 소비자들이 신제품에 대해 지각하는 위험을 줄여줌으로써 신뢰감을 획득할 수 있기 때문이다. 정문출판사는 〈한국 漢字 검정 시험〉의 약진을 통해 인쇄 출판업계에서의 경쟁력을 얻고 더 나아가 후속 작업들도 속속 진행해 나갈 예정이다.

4. 향후 추진 계획

국내 인쇄산업은 근래 들어 업체 간의 과당경쟁과 기능인력난, 비 전문업체의 영역 침식 증대 등 안팎으로 많은 어려움을 겪고 있다. 여기에는 임금 및 원부자재 가격 상승으로 제조원가가 오르면서 대외 경쟁력마저 약화되고 있는 실정이다. 게다가 인쇄업체들은 생산설비 확장으로 가격경쟁 위주의 물량 확보에만 치중해 왔다. 이러한 결과가 가격덤핑과 채산성 악화를 불러온 것. 이와 같은 당면 문제를 해소하고 새로운 발전을 모색하기 위해서는 인쇄업계의 자구 노력도 중요하지만, 관련 업계의 유대강화와 협력체제를 구축하면서 공동 대응해 나갈 때 보다 큰 효과를 거둘 수 있다. 원부자재가 뒷받침되어야 제품을 생산할 수 있는 것이 제조업의 특성이지만 그 중에서도 특히 인쇄는 원부자재업체와의 긴밀한 협력관계 없이는 발전이 어려운 업종이기 때문이다.

따라서 정문출판은 관련업계와의 상호협력을 강화하고 변혁의 시대에 걸맞는 갖가지 경영기법들을 유기적이고 효율적으로 재구축해 나가는 리엔지니어링을 구축해 나갈 계획이다. 또한 외국의 인쇄업체들과 정보와 기술 자료들을 상호교환하고 교류하는 등 공동발전을 모색하고 있다. 인쇄업계의 국제교류는 ‘아시아인쇄기술포럼(FAGAT)’과 ‘세계인쇄인회의(WPC)’ 등이 새로운 전기를 마련했다. 이 회의들은 각 국가별 인쇄인 간에 인쇄 관련 정보와 인적 교류 등을 통해 발전해왔는데, 우리나라를 포함해 전 세계 국가의 수백 명의 인쇄인들이 모여 인쇄 관련 대규모 국제행사로 치른다. 한국 인쇄업체들도 이러한 행사들에 참여하면서 국제교류가 더욱 활발해졌다. 우리나라와 외국의 인쇄인들이 상호 방문하면서 협력 방안을 논의하고 업체 시찰을 하기도 했다.

이미 슬로바키아 법인, 미국 멕시코 법인을 통해 기술력을 인정받은 바 있는 정문출판은 이러한 교류를 통해 해외시장을 좀 더 공격적으로 개척해 나갈 계획이다. 이는 정문출판사의 인쇄기술의 우수성을 널리 알리고 국제 무대에서의 위상을 제고 할 수 있다는 점에서 향후 거대한 시장으로 확대 할 수 있는 계기가 될 것이다.



우리나라 인쇄사업을 주도해 온 JMI의 모체인 정문출판의 정윤곤 대표이사

또한 현재에는 인쇄 영역도 점차 확대되어 처음에는 주로 종이에만 국한되었던 것이 더욱 다양한 소재로까지 발전하였고, 이제는 어디에나 인쇄를 할 수 있게 되었다. 인쇄는 종이에 하는 것이라는 종래의 개념이 달라지고 있는 것이다. 오늘날의 인쇄는 관련 기술과 기자재의 발전에 힘입어 물과 공기를 제외하고는 어느 것에나 인쇄를 할 수 있을 정도로 크게 발전하였다. 이제 인쇄는 수많은 분야에서 활용되면서 인간 생활을 보다 풍요롭게 하고 산업발전에도 기여하고 있는 것이다. 이러한 특수 인쇄를 활용한 인쇄물은 매우 다양하다. 유리컵이나 도자기 등에 화상을 새긴 전사 인쇄, 음료나 주류 캔에 활용되는 제관 인쇄, 철판 등의 금속판에 활용되는 금속 인쇄뿐 아니라 복제 방지 목적으로 활용되는 홀로그램 인쇄에 이르기까지 특수 인쇄는 앞으로 그 활용도가 점점 더 증가하고 발전하여 미래의 인쇄사업을 주도해 나갈 전망이다. 이에 정문출판사도 지금의 부분 공정에 머물렀던 특수 인쇄 비중을 조금씩 증대시켜 새로운 판로를 개척하고 전통에서 현대, 그리고 미래까지 아우르는 지식산업을 선도해 나갈 계획이다.

JM 현황

제3장 계열사

제1절 제이엠텔레콤주식회사 (JMT)

1. 기업 현황 및 연혁

기업 개요

사명 : 제이엠텔레콤주식회사 (JMTelecom CO., LTD)

설립일자 : 1998년 6월 1일

경영진 : 대표이사 정광훈

소재지 : 경기도 화성시 동탄면 영천리 122-6

코스닥상장 : 2007년 10월 12일

제이엠텔레콤(주) 연혁

- | | |
|----------|-------------------|
| 1998년 6월 | 제이엠텔레콤(주) 설립 |
| 2001년 1월 | SAP R/3 ERP 공식 가동 |
| 12월 | ISO 9002 인증 획득 |
| 2002년 1월 | 기업 부설 연구소 설립 |
| 9월 | 삼성전자 SQCL 인증 |



- 11월 실용신안 등록 (모드 전환형 자동 충전기)
- 2003년 4월 LCD 사업 시작 및 TFT Team 결성
- 2003년 4~8월 SMT 및 후공정 2개 LINE Setup
- 월 10만 개 생산 시스템 구축
 - 삼성과 연계된 시스템 구축으로 실시간 생산 현황 파악
- 2003년 9월 사업부 체제 전환
- 생산 제품의 특성에 맞는 사업부 체제로의 전환 (3개 사업부로 분리)
- 2003년 10월 SMT 및 후공정 7개 LINE Setup
- 월 30만 개 생산 시스템 구축
- 2004년 2월 SMT 및 후공정 7개 LINE Setup
- 월 50만 개 생산 시스템 구축
 - Gate Line Setup
- 2004년 5월 후공정 인라인화 완료
- 월 55만 개 생산 시스템 구축 (생산성 10% 향상)

2004년 7월 경쟁력 향상을 위한 TFT Team 결성
삼성과 전문 컨설팅 업체와 연계한 MPI350 진행
사급에서 도급으로 진행

2004년 10월 LCD Board 500만 대 생산 돌파

2005년 2월 ISO14001 인증

4월 LCD Board 1,000만 대 생산 돌파

9월 LCD Board 1,500만 대 생산 돌파

10월 ERP 운영 동상 수상 (삼성전자)

11월 삼성전자 경쟁력 향상 우수상 수상 (삼성전자)

2006년 1월 LCD Board 2,000만 대 생산 돌파

6월 삼성전자 천안 상반기 품질 최우수상 수상 (삼성전자)

7월 LCD Board 2,500만 대 생산 돌파

11월 LCD Board 3,000만 대 생산 돌파

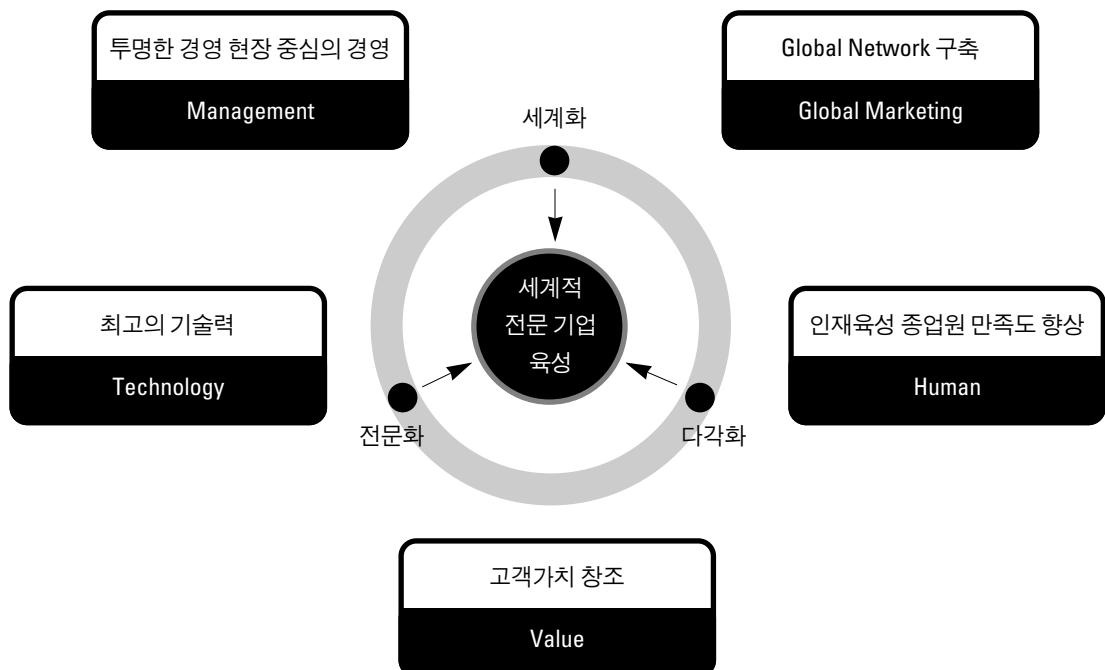
2007년 3월 납세자의 날 성실 납세 표창 (수원세무서)

LCD Board 3,500만 대 생산 돌파

10월 코스닥 상장

264

2. 경영이념



3. 사업 구조

제이엠아이와 같은 경기도 화성시 동탄면 영천리에 위치한 제이엠텔레콤(JMT)은 정보통신 부문의 EMS(Electronic Manufacturing Services) 사업을 진행하고 있다. 즉, 디지털 정보통신산업의 발달과 더불어 유무선 통신 분야, 위성방송 분야, 정보기기 분야 등 관련 제품을 생산하는 첨단 자동화 라인을 구축하고 고품질의 제품을 생산, 공급하고 있는 것. 우수한 설비와 기술을 기반으로 제품을 생산하고 있는 JMT의 주요사업은 현재 중국 소주에 위치한 제이엠아이의 해외 법인(정문전자유한공사)에서도 공동 진행하고 있다.

JMT의 사업 내용은 첫째, TFT LCD Module 구동 보드 생산이다. 컴퓨터 모니터, 디지털 TV 등으로 급속하게 보급되고 있는 차세대 디스플레이인 TFT LCD Module을 구동하는 핵심부품인 구동 Board를 조립, 생산하고 있다. 이들 Board는 날로 치열해가는 디스플레이 제품의 해상도 향상 및 무결점 제품을 위한 핵심부품으로 300PPM 이하의 품질을 유지하고 있다. 둘째, 디지털 위성방송 수신기(Digital Satellite Receiver) 생산. 디지털 위성방송 수신을 위하여 필요한 Set - top Box에 대하여 FTA, CI, CAS 제품 및 PVR Set - top Box 등 다양한 제품을 조립 생산하고 있다. 아울러 회사 고유의 모델을 개발, 생산함으로써 디지털 위성방송 수신기 분야에 대한 기술력을 축적하여 차세대 제품 개발을 위한 보루 역할을 확보해 나가고 있다. 디지털 위성방송 수신기는 NOKIA사 제품과 대만, 홍콩의 4~5개 회사를 제외하면 전부 한국 회사가 시장을 주도하고 있다. 이러한 추세에 힘입어 2005년 초부터 수출 유망 품목으로 급부상했으며, 앞으로 시장이 더욱 팽창할 것으로 예상되어 JMT의 수출 역시 가속도가 붙을 것으로 전망되고 있다. 셋째, 유무선 초고속통신망 전송장비 생산이다. ADSL, VDSL Modem, DSLAM 장비 및 무선 LAN 장비 생산을 위한 각종 시험 장치와 조립 라인을 갖추고 이들 제품을 조립, 생산하고 있다. 이 중 LCD 관련 사업의 비중이 가장 높은 편이다. 또한 JMT는 향후, 사업을 진행하면서 무연납 사용의 필수화를 함께 진행해 나갈 계획이다. 납이 인체에 유해하고 환경오염에도 지장을 초래하기 때문에 조만간 납이 사용되는 전자제품은 생산할 수가 없으며, 판매도 불가능하다. 따라서 일부 선진국에서는 벌써 납이 포함되지 않는 제품을 시판하고 있다. JMT는 이미 납을 전혀 사용하지 않는 Lead-Free(PB-Free) 기술 적용을 위한 기술력 확보 및 장비 투자를 진행하고 있다. 또한 LCD 사업 제품의 다양화 및 소형화를 추진할 계획이다. 제품의 소형화로 BGA 사용이 점차 늘어남에 따라 JMT에서도 BGA 실장 기술 및 검사 장비 확보를 추진 중이다. 그리고 보다 높은 경쟁력 확보와 물류 비용의 감소를 위한 통합 물류 이동

시스템을 만들고 있는 중이다.

JMT의 이와 같은 강점은 지난 2006년, 매출 427억 원에 순이익 43억 원을 달성하게 했다. JMT는 또한 약 20억 원을 출자해 2007년 6월 30일에 슬로바키아 현지 법인을 설립했다. 이는 LCD 모듈 사업의 유럽 시장 확대에 따른 것. 현재 세계 TV 시장에서 유럽이 차지하는 점유율이 50%가 넘기 때문이다. 2009년에는 LCD TV가 약 3,300만 대 규모로 성장할 것이라 전망되고 있다. JMT 슬로바키아 현지 법인은 2008년 2월부터 라인 가동이 예정되어 있으며, 월 36만 대 이상 생산이 가능한 상황이다. 이렇게 시시각각 변화하는 환경에 대처하기 위해 JMT는 현재의 수준에 만족하지 않고 빠르고 적극적인 대처로 시장을 선도하고 있다.

4. LCD 사업의 개요와 진행 과정

현재 모바일 디스플레이 산업의 선두주자는 TFT-LCD(Thin Film Transistor-Liquid Crystal Display)이다. TFT-LCD는 휴대폰은 물론 텔레비전과 컴퓨터, 노트북, PDA, 의료기자재, 네비게이션 등 가장 많은 분야에서 사용되고 있다. LCD는 두 개의 얇은 유리판 사이에 고체와 액체의 중간 물질을 액정에 주입해 상하 유리판 위 전극의 전압 차로 액정 분자의 배열을 변화시켜 명암을 발생시키는 소자로 구동방법에 따라 능동 매트릭스와 수동 매트릭스로 나눌 수 있다. 그 중 TFT는 능동 매트릭스에 속한다. 화면의 떨림이 적고 콘트라스트나 응답 속도 등이 더 우수한 장점을 지니고 있어 각광받고 있다. TFT-LCD는 1인치 크기의 휴대폰용 LCD부터 100인치 크기의 초대형 LCD까지 만들 수 있다. 우리가 사용하는 휴대폰 디스플레이는 대부분 TFT-LCD를 사용하는 것. PMP나 DMB TV 등 손 안의 엔터테인먼트 역시 LCD 없이는 존재하지 않는다. PDP나 AMOLED도 많은 장점을 가지고 있지만 TFT-LCD는 보다 다양한 활용성과 화질의 장점을 가지고 세계 디스플레이 산업을 주도해 가고 있다.

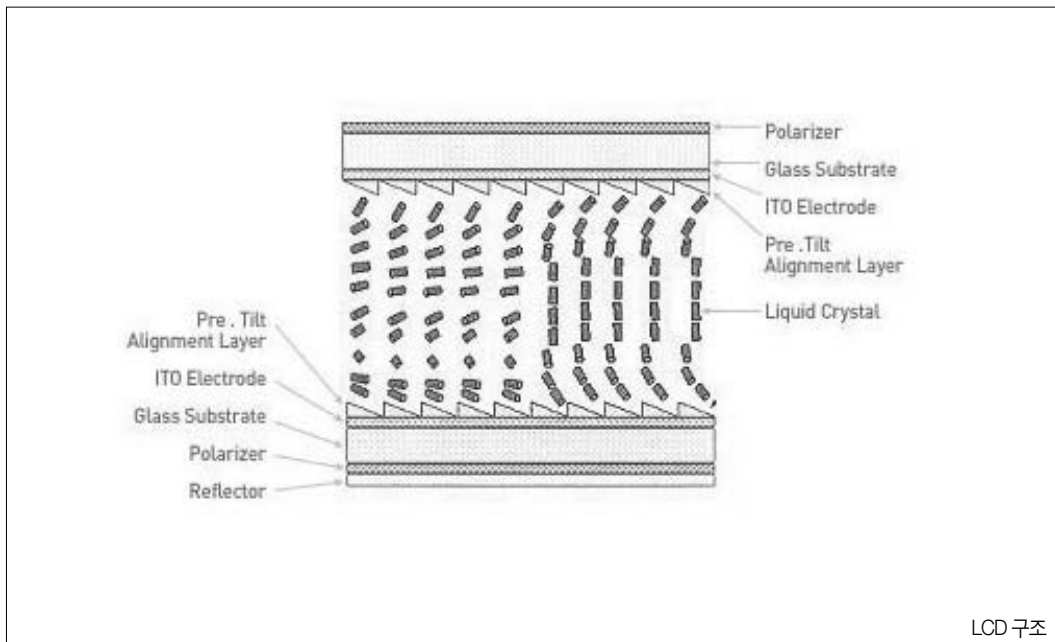
JMT LCD 사업부는 2003년 8월 18일, 15인치 Source 200개를 생산하기 시작하여 지금의 사업부로 성장하였다. 처음 LCD 사업에 진출했을 때에는 적지 않은 초기 투자비용과 LCD 생산의 기술력 부재 등의 이유로 많은 어려움과 반대에 봉착했으나, JMT는 과감한 판단과 투자를 멈추지 않았다. 그 결과 JMT는 비록 경쟁사 보다는 늦게 LCD 사업에 뛰어들었지만, 현재는 선두 업체에도 결코

뒤지지 않는 생산성 향상과 고품질 목표를 달성해내고 있다. 혹자들의 부정적인 예측에도 불구하고 빠른 시일 내에 이러한 경쟁력을 달성할 수 있었던 저변에는 LCD 잠재력 및 시장성의 정확한 조사, 과감한 투자, 시장 변화에 따른 발빠른 대처가 주효했다고 볼 수 있다.

무엇보다 큰 성공요인은 JMT 전 임직원들의 최고를 지향하는 마음가짐이 있었기 때문이다. 임직원들의 이 같은 노력은 LCD의 생산성 향상뿐만 아니라 품질적인 면에서도 비약적인 발전을 가져왔다. LCD 생산 초기, 1180PPM의 불량률이 현재는 거의 제로에 가까운 불량률을 보이면서 품질면에서도 경쟁 회사를 능가하는 저력을 보여왔다. JMT는 이에 만족하지 않고 MPI 350운동(생산성 향상 30%, 불량률 감소 50%, 고객 유실(0%))으로 경쟁력 강화 및 혁신 활동에 총력을 기울이고 있다.

LCD 구조

LCD의 구조는 유리기관 사이에 액정이 위치하고 빛의 편광성을 이용하기 위해 편광판을 양 Glass 기관에 올린 상태로 되어있다. 여기서 LC의 방향성을 주기 위해 비틀림 각을 만들게 된다. LCD는 비틀림 각과 이용하는 광Mode에 따라 TN과 STN으로 구분한다.



LCD 구조

LCD의 원리

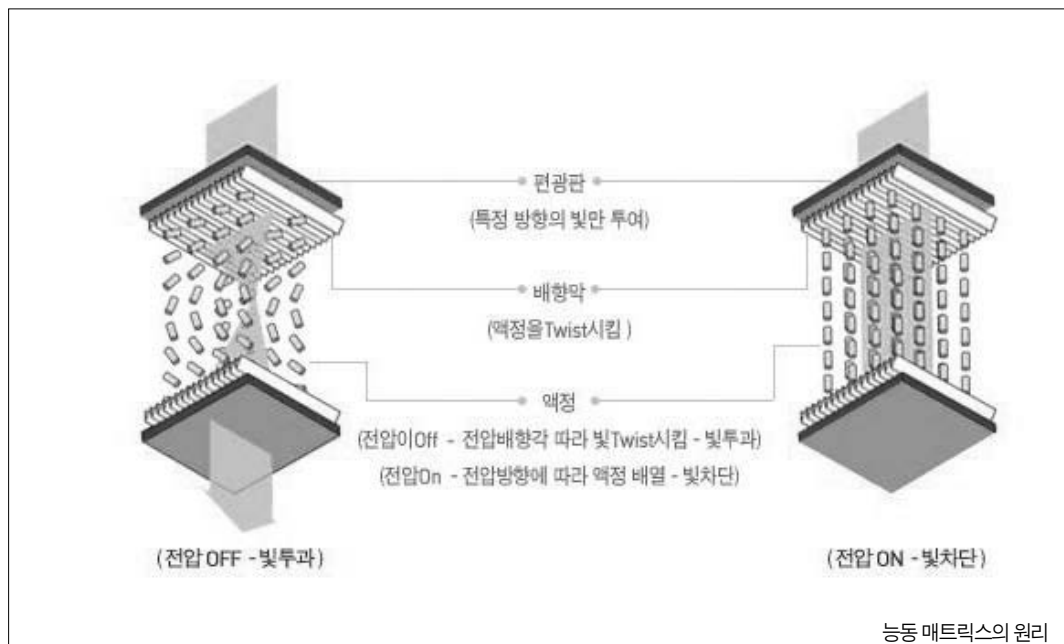
액체와 고체의 중간적인 특성을 가지는 액정의 전기, 광학적 성질을 표시장치에 응용한 것이다. 액체처럼 유동성을 갖는 유기분자인 액정이 결정처럼 규칙적으로 배열된 상태를 가진 것으로, 분자배열이 외부 전계에 의해 변화되는 성질을 이용하여 표시소자로 만든 것이 액정 디스플레이 (LCD)이다. 이는 구동방식에 따라 수동 Matrix와 능동 Matrix로 나눌 수 있다.

〈수동 매트릭스〉

Common 전극과 Data 전극을 XY형태로 배치하고 그 교차 부분에 순차적으로 신호를 가하여 Display하는 방식이다. TN, LCD가 여기에 속하며, 표시량이 많은 용도에 STN, 시계나 계산기 등 표시량이 간단한 용도에 TN이 사용된다.

〈능동 매트릭스〉

각 화소에 공급되는 전압을 조절하는 스위치로서 트랜지스터를 사용한다. 독립적으로 화소를 제어하기 때문에 라인간섭에 의한 Crosstalk이 없고 화질이 깨끗하게 표시된다. 현재 모니터, 노트북 PC에 사용되는 대부분의 것이 이 방식에 속한다.



SMT 개요

SMT란 표면실장 기술(Surface Mount Technology)로서 인쇄회로기판(Printed Circuit Board)위에 납을 인쇄하여 그 위에 Chip 부품을 장착, Reflow를 이용해서 인쇄회로기판과 리드 부품 간의 접합을 하는 기술을 말한다.

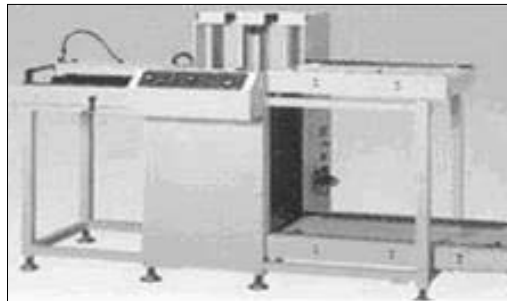
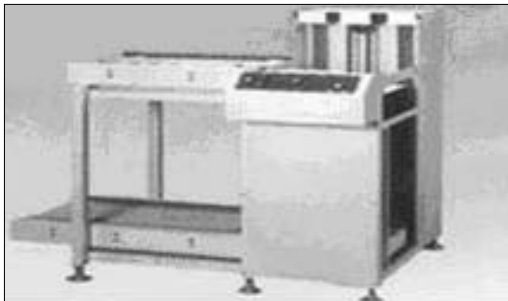
SMT 공정

SMT 공정 방법은 크게 세 가지로 나뉜다.

1. 인쇄(Print) 공정 : Screen Printer를 사용하여 인쇄회로기판의 Land 위에 적정량의 Solder Paste를 공급하는 것을 말한다
2. 장착(Mount) 공정 : Solder Paste 또는 Chip Bond가 공급된 인쇄회로기판 위에 부품을 실장하는 것을 말한다.
3. 납땜(Reflow) 공정 : Chip 부품이 실장된 인쇄회로기판에 적정량의 열을 가하여 부품과 인쇄회로기판을 접합하는 기술을 말한다.

SMT 주요설비

1. LOADER : 메거진에 PCB(인쇄회로기판)를 적재하여 투입하는 역할을 한다.



2. Screen printer : Metal Mask(스텐실)을 이용하여 인쇄회로기판에 적정량의 Solder Paste를 도포하는 역할을 한다.



3. CHIP MOUNTER : SOLDER PASTE가 인쇄된 PCB(인쇄회로기판) 위에 전자부품을 실장하는 역할을 한다.



4. REFLOW : 페이스트 상태의 SOLDER를 적절한 온도 PROFILE을 통하여 납땜하는 역할을 한다.



5. JMT 코스닥 상장

JMT는 지속적인 성장 추세 속에 증권선물거래소의 상장 요건을 충족시켜 코스닥 상장 심사에 최종 통과되었다. JMT는 지난 2007년 6월 28일 코스닥 상장 예비심사 결과 증권선물거래소에서 최종심사에 통과되었고, 9월 14일에 코스닥 상장을 위한 '제이엠텔레콤(주) 기업설명회'를 실시하였다. 이어 코스닥 상장을 위한 청약이 10월 2일, 4일 이틀간 진행되었으며 10월 12일, 드디어 매매 개시를 시작하게 된 것이다. JMT의 공모주 청약 최종 경쟁률은 25.73대 1을 기록하며 마감되었다. 청약증거금은 369억 원이고, 청약주수는 1,029만 3,660주였다.

JMT의 상장은 많은 뜻을 내포한다. IT 업종의 부진이 심각한 시기에, 약 26대 1이라는 청약률은 JMT의 미래가 기대 이상이라는 의미이기 때문이다. 업계 최고 수준의 PBA(인쇄회로기판에 표면 실장 공정을 거친 제품 ; Printed Circuit Board) 생산 능력 및 기술력을 인정받았기에 가능했던 것

으로 풀이된다. JMT는 지난 1998년 정문아트씨티라는 상호로 첫출발을 시작했다. CD 등 미디어 제품의 기획과 유통을 목적으로 설립되었던 것. 그러나 지난 1999년 전자제품과 부품 제조업을 정관에 추가하면서 부품 제조업에 발을 들여놓았고 지난 2001년 3월 현재의 이름으로 변경했다. 2002년 삼성전자 컴퓨터사업부에 메인보드를 납품한 것을 시작으로 IT 부품 사업을 본격화했고 LCD-PBA 사업으로 보폭을 넓히게 되었다.

JMT는 그동안 LCD 패널용 부품 PBA 제조기업으로서 노트북 및 모니터, LCD TV에 들어가는 핵심 LCD 패널용 PBA를 자체 생산, 유관 분야 시장 점유율 1위 기업으로 당당히 등극했다. 삼성을 주요 공급처로 확보하고 있으면서, 슬로바키아 진출로 LCD-TV 본고장인 유럽 공략에 나선 것도 코스닥 시장의 기대감을 높일 수 있는 계기가 되었다. JMT가 세심한 기술집약형 수준이 요구되는 LCD 패널용 PBA 분야에서 선두를 유지할 수 있는 이유는 기술 기반의 R&D 인프라를 확보하고 있었기 때문이다. JMT의 선진화된 공정관리 시스템과 전 제품의 추적성 관리를 비롯, 공정 및 품질 관리 부문은 핵심 경쟁력으로 이미 업계에 정평이 나있다.

JMT의 자량은 이뿐만 아니다. 삼성 협력사 품질 QBR 평가에서 3년 연속 1위를 고수하고 있으며





동종 업계 최초로 ERP(Enterprise Resource Planning) 시스템인 SAP R/3를 구축, 체계화된 기업 정보화 인프라를 확보하고 있다. 생산 제품의 불량발생 제로화에 도전하고 있음은 물론이다. 이에 JMT는 2007년을 해외 진출 용전의 해로 삼았다. 현지 시장을 세밀하게 분석하여 2011년에는 1,700억 원의 매출을 달성하는 것이 최우선의 목표이다. 또한 현재의 슬로바키아를 거점으로 삼은 뒤 유럽 지역을 공략하고 이후 미주 시장 진출에도 박차를 가할 계획이다.

지금의 세계 디스플레이 산업은 대형 LCD 산업 중심으로 재편되고 있는 상황. 따라서 JMT의 도약도 한층 가속화될 것이라는 전망이다. 타사보다 빠른 해외시장 대응력, 삼성과의 탄탄한 파트너십을 통해 해외 생산 네트워크를 구축하고 있는 만큼 JMT의 미래는 밝을 수밖에 없다. 자체 브랜드로 세계를 움직이는 기업으로 거듭날 것이라는 JMT. 새로운 글로벌 시장의 중심에서 미래의 PBA 산업을 이끌어 갈 JMT의 노력과 다짐, 그리고 웅대한 포부를 전 업계가 주목하고 있다.

6. '1억 불 수출의 탑' 기업으로 선정

2007년 11월 30일, 제이엠텔레콤은 제44회 무역의 날 '1억 불 수출의 탑' 기업으로 선정되어 관련 상을 수상하였다. 1억 불 달성은 2006년 7월부터 2007년 6월까지 1억 892만 달러의 수출로 인한 것이다. 이는 제이엠텔레콤이 지난해 대비 37% 성장이라는 개가를 올린 것에 따른 결과이다. 2007년 10월, 코스닥 시장에 상장된 제이엠텔레콤은 지난 2004년 매출액 490억 원, 2005년 1125억 원, 2006년 1150억 원 등 매년 꾸준한 성장세를 이어왔다. LCD Module을 생산하는 제이엠텔레콤은 업계를 리드하는 기술경쟁력 확보를 위해 지속적인 연구 개발을 실시한 결과, 공정관리 시스템(PAS)을 개발하는 등 생산, 품질, 검사에 관한 종합 기술을 확보함으로써 수상의 영예를 안을 수 있었다. 이 밖에도 ERP시스템인 SAP R/3를 도입, 정보화 시스템을 구축함으로써 경영의 투명성을 확립하는 동시에 SCM과 연계하여 무재고 및 품질혁신 등 안정된 기술 경쟁력을 구축하고 있으며 기술 개발을 위해 끊임없이 노력하고 있다.

제이엠텔레콤은 해외시장 개척에 더욱 매진, 2007년 6월 말 슬로바키아 현지에 진출하면서 본격적인 글로벌 기업으로 성장할 준비를 마쳤다. 슬로바키아 법인은 세계 LCD TV 시장의 50%를 차지하고 있는 유럽 시장을 공략하기 위한 전략적 기지이자 향후 미주 진출 시험장의 역할도 담당하고 있다. 글로벌 PBA 토털솔루션 전문화기업으로 세계시장을 선도하고 세계적인 기업으로 도약해 나가는 것이 최종 목표. 제이엠텔레콤은 LCD 패널 PBA사로서 높은 기술력 및 안정적인 인프라 구축을 인정받아 국내에서는 유일하게 삼성전자와 동반 진출하게 되었다.

7. 슬로바키아 현지 법인 설립(JMT SK s.r.o.)

현재 세계 시장에서DML LCD TV 시장 점유율은 유럽 50%, 미주 25%를 차지하고 있으며 일본의 많은 생산 업체들도 유럽에 진출하고 있는 추세이다. 한편 2009년 LCD TV 시장 수요는 약 3,300만 대로 성장할 것으로 전망되고 있다. 이에 대처하기 위하여 제이엠텔레콤은 2007년 6월 유럽 시장의 중심으로 각광받고 있는 슬로바키아 현지에 삼성전자와 함께 진출하였다. 이와 관련된 슬로바키아 해외 법인 투자는 2007년 07월부터 본격 진행되고 있다. 참고로 세부적 투자내용은 다음과 같다.



	07년 하반기	08년 상반기	08년 하반기	09년 상반기	투자총액
토지	10 억				10 억
건물	15.5 억	21 억	30 억		66.5 억
장비	21.5 억	38.5 억	25 억	25 억	110 억
기타투자	1.7 억	7 억			8.7 억
반기별 투자금액	48.7 억	66.5 억	55 억	25 억	195.2 억

위와 같은 투자를 통하여 본격적인 라인 가동은 2008년 2월부터 진행되어 초기 월 30만 대의 생산이 가능하며, 향후 2009년부터는 월 54만 대 수준의 생산이 가능한 설비의 추가 도입을 계획하고 있다.

항목	월생산량	연생산량	매출액
2008년	300,000	300,000	600억원
2009년	540,000	6,400,000	1,100억원

제2절 비손시스템

1. 기업 현황 및 연혁

기업 개요

사명 : 비손시스템 (Pishon System)

설립일자 : 2003년 7월

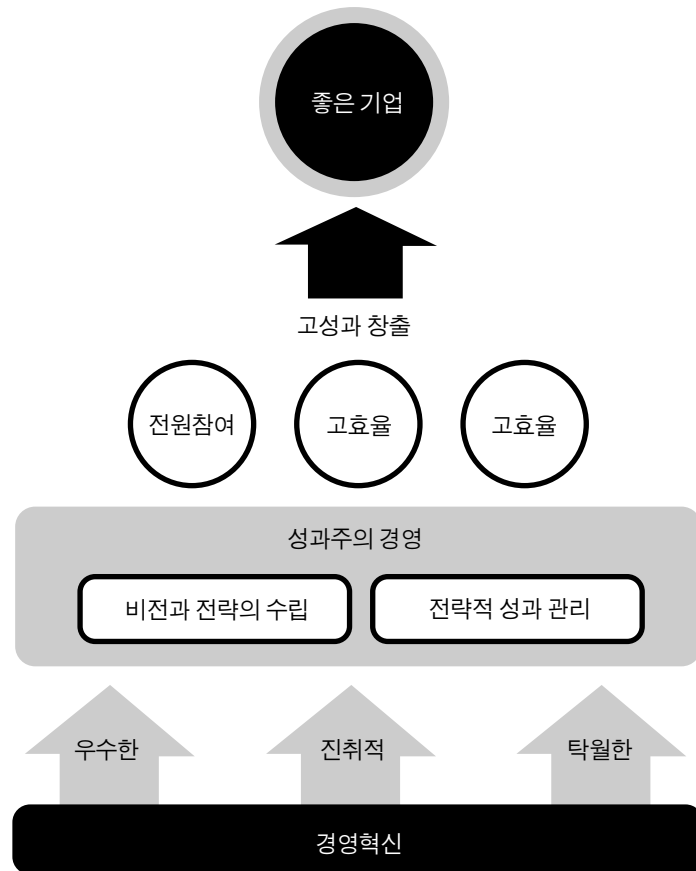
경영진 : 대표이사 송원석

소재지 : 경기도 화성시 동탄면 영천리 125-1

핵심 가치

변화와 혁신을 통한 좋은 서비스의 창출과 제공

고객의 신뢰로 성장하는 기업



276

비손시스템 연혁

2000년 SAP R/3 System 구축 조직(정보기술실) 구성 (비손의 모태)

2001년 JMI ERP (SAP R/3) 구축 및 본격 가동

JMI 누락방지 및 품질보증시스템 구축

2002년 JMT, 엘피스 SAP R/3 구축

JMIMX ERP 및 공정관리 시스템 구축

JME 공정관리 시스템 구축

JMI LG / 삼보 생산관리 시스템 구축

JMT Docking / PCB 보드 오 장착방지 시스템 구축

2003년 Datastream 파트너 계약

JME ERP SAP R/3 구축

비손시스템 법인 분리 : JMI 정보 기술실 → 비손시스템(주)

2004년 PAS Solution 6개 사 공급 (삼성전자 LCD 사업부 협력사 외)

JMT, 태산INC, 연이정보통신, 대성엘텍, JAE, JME PAS Solution 개발

중국 위해 정문전자 ERP 구축

2005년 ITNC21 SBO ERP 구축

JMI 슬로바키아 법인 SBO ERP 구축

JMI, JMT, 코미코, SCM ERP 프로그램 개발 및 구축

KTI PAS Solution 공급

JMI 관계사 화상회의 시스템 구축

2006년 경영 컨설팅 & 교육 서비스 개시

BPR, 6 시그마, 경영진단, 총 원가, Q-COST, 경영혁신 부문 JME ERP SAP R/3 확장 구축 (신규 공장)

JMT 생산 / 품질관리 시스템 구축

2. 경영이념

경영이념

고객의 가치 극대화를 위한 서비스 개발 및 제공

3. 경영 컨설팅과 IT의 융합

2003년 7월에 탄생한 비손시스템은 공정관리, ERP, 웹 프로그램 개발 및 기간 시스템 아웃 소싱, 네트워크 등의 H/W 구축 및 컨설팅을 주요사업으로 하는 IT 업체이다. 비손이라는 어원은 에텐 동산의 4대 강 중 하나로서 '자유롭게 흐른다'라는 뜻을 가진 첫 번째 강 이름. 이는 주어진 자연의 유에서 새로운 유를 창조하는 인간의 잠재의식을 일깨우고 더욱 자극하여 창의력을 개발한다는 회사의 정신을 바탕으로 이 사회에 새로운 희망을 주며 세계 속에 우뚝 솟고자 하는 의미를 담고 있는 것이다. 비손시스템은 Solution, R&D 사업팀으로 구성되어 있으며 Solution 사업팀에서는 SAP Business One과 SM 사업을 추진하고, R&D 사업팀에선 신규 Solution 개발 및 미래전략 사업 육성 (EAM, RFID, 문화 콘텐츠 등)을 위한 연구 개발 및 기술제휴를 하고 있다.

비손시스템의 사업 영역은 SM 사업과 Solution 사업으로 크게 나눌 수 있는데, SM 사업은 ERP 시스템을 기반으로 JMI의 업무 증진과 발전을 위한 시스템, PC, 네트워크 등등의 전산 시스템과 ERP Solution을 제공하고 있다. Solution 사업은 총 세 부분으로 나뉘는데, 미국 Datastream사의 EAM Solution인 Datastream7i와 MP2, SAP사의 Business One, MES 시스템인 PAS 등의 기업용 Application Solution 사업을 펼치고 있다. EAM(Enterprise Asset Management) Solution Datastream7i는 업계에서 유일한 웹 아키텍처의 자산관리 시스템으로, 협업을 지원하는 보다 많은 툴과 고급형 기능을 제공하고 있으며, 설비자산 유지보수, 구매, 생산성에서 예산, 프로젝트 기획, 자산배치에 이르는 모든 분야에서 개선된 기능을 제공하고 KPI 모니터링, 산업별 표준에 근거한 예방 유지보수, 설비 부품관리 및 재고관리를 위한 강렬한 툴을 제공하는 Solution이다. SAP사의 Business One은 중소기업을 위한 경제적인 Solution으로 신속한 구축 기간, 기업의 업무 단절 최소화, 누구나 쉽게 사용 할 수 있어 부서 간 커뮤니케이션이 원활해진다는 특징이 있으며 세계적으로 4,000여 고객이 도입해서 사용하고 있는 Solution이다. 이에 비손시스템은 대보시스템과 협업 관계를 체결하고, SAP Business One 컨설팅 사업을 펼치고 있다.

또한 PAS는 생산 공정 관리 및 ERP 시스템을 기반으로 축적된 노하우를 활용하여 개발된 시스템으로 자재관리, 공정관리, 품질관리, 출하관리 모듈로 구성되어 있다. PAS 시스템의 특징으로 영어와 한국어를 지원하고 있으며 다양한 제품 공정을 관리할 수 있도록 능동적인 프로세스, 실시간 장비효율과 생산지표, 다양한 보고서 툴 제공 및 ERP 시스템과의 연계 모듈을 제공하고 있다. 최근에는 ERP 시스템으로 지원이 안 되는 현업의 업무 시스템 전산화를 개발하고 구축하여 업무 효율 및 경영의 질 향상에 주력하고 있다. 비손시스템의 기업이념은 고객의 가치 극대화를 위한 서비스 개발 및 제공. 때문에 싸고 좋은 서비스의 창출과 제공을 위해 끊임없이 노력하여 앞서가는 테크놀로지의 초석이 되는 것이 목표이다.

4. 비손시스템의 사업 구조

IT 컨설팅

기업 경영에 있어서 IT의 중요성은 날로 커지고 있으며 과거 서비스 제공의 수동적인 역할에서 기업의 가치를 창출하는 능동적인 역할로 점차 변화해가고 있다. 날로 성장하는 고도 정보통신화 사회에서는 보다 정확하게 선진적 IT 기술을 도입해 조기 효율 가동을 도모하는 것이 고객의 수익 향상의 지름길인 셈. 비손시스템 IT Consulting은 IT는 물론 고객 사업의 비전 및 경영전략에 대한 깊이있는 이해를 바탕으로 고객 IT 시스템의 효율적이고 효과적인 구축과 발전 전략을 제공한다. 이에 비손시스템은 선진적인 IT 기술의 도입과 이것에 의해 발생하는 여러 가지 리스크를 해결할 수 있는 솔루션 및 서비스를 제공하는 것으로 고객 기업의 IT화 추진을 통해 수익 향상에 공헌하고 있다.

- ERP 컨설팅 - ERP 구축, ERP Upgrade, ERP 단위 시스템 개발, ERP 교육
- 솔루션 컨설팅 - 자산관리 시스템, 공정관리 시스템, SAP Business One, SAP R/3

경영 컨설팅

〈BPR (Business Process Reengineering)〉

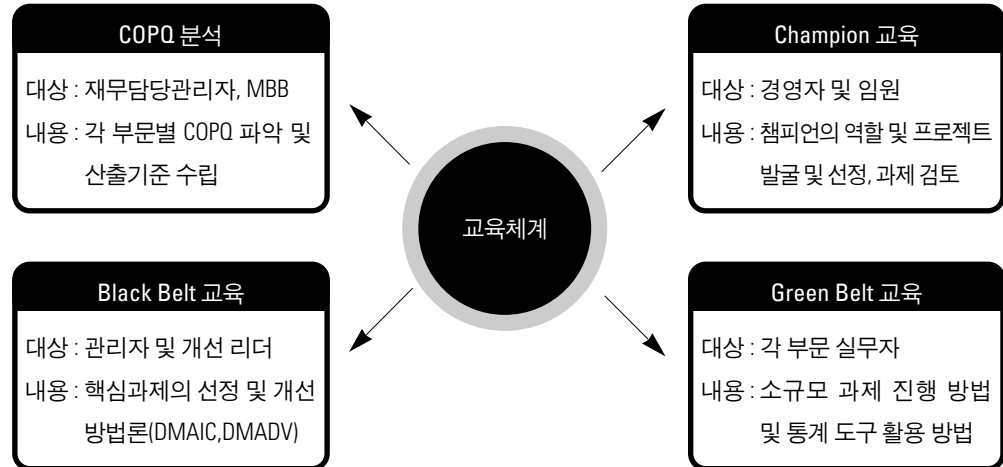
요즘과 같이 빠르게 변화하는 시대에는 업무 프로세스도 지속적인 변화를 주어야 한다. 고객사의 업무 프로세스가 얼마나 고객과 경영의 가치 창출에 기여하도록 구성되어 있는지 진단한 후, 프로세스를 경영성과 극대화를 위하여 처음부터 근본적으로 변화를 기하여 재구축한다.

- 기초진단 ⇒ 세부진단 ⇒ 개선설계 ⇒ 재 구축

〈6 시그마〉

Speed, Cost, Quality 측면의 만성적이고 고질적인 문제의 개선을 위해서는 체계적이고 철저한 솔루션이 필요하다. 고객만족과 수익성을 획기적으로 개선하기 위해서는 6 시그마가 적격. 6 시그마로 고객사의 문제를 정확히 진단해 COPQ 분석, 경영진 교육, 핵심 개선 리더 양성 및 전 종업원의 변화를 이끌어낸다. 6 시그마는 많은 기업들에게 조직 문화와 경영성과의 큰 변화를 주고 있다.

- 전 부문 COPQ 분석 ⇒ 경영진 교육 ⇒ 핵심과제 도출 ⇒ 교육과제 수행



〈Q-COST〉

회사의 내부와 외부의 손실비용에 대한 정확한 파악이 원가 경쟁력의 기초가 된다. 이에 비손시스템은 회사의 품질 관련 모든 비용을 체계적으로 파악하여 비용 손실을 정확히 인식하게 컨설팅 해 주고 있다. 특히 제품 품질에 관련된 실패 비용은 매출 손실이 아니고 이익의 손실이라는 것을 제대로 인식시켜 품질 관련 손실을 최소화한다.

- 예방비용 - 품질기획, 분임조 활동 등의 예방활동 비용
- 평가비용 - 검사, 체크 등의 활동에 관련된 비용
- 실패비용 - 내부 실패비용, 외부 실패비용

〈출장 교육〉

모든 기업들이 경영혁신을 외치며, 제품과 프로세스의 혁신을 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 이 중에서도 가장 선결해야 하는 것이 경영혁신의 3대 축 중의 한 가지이자 원동력인 종업원의 교육과 훈련이다. 경영혁신은 3P 혁신이라고 할 수 있는데 3P란 제품(Product), 업무 절차(Process), 사람(Person)을 뜻한다. 좋은 제품은 좋은 프로세스 과정을 거쳐서 만들어지고, 그 프로세스는 사람이 운영하는 것. 그러므로 비손시스템은 다양한 형태의 교육 프로그램을 제공하여 능동적인 조직원들을 배출하는데 역점을 두고 있다.

교육 분야 6 시그마, 고객만족 경영, Q-COST와 COPQ, SPC(통계적 공정관리),
DOE(실험계획법), 변화와 혁신(전 사원/부문별)

〈아웃소싱〉

‘IT Outsourcing’이란 기업이 핵심역량에 경영자원을 집중하고, 전문성 활용 또는 경비절감 등의 전략적 목적을 갖고 정보 시스템의 설계부터 운영, 의사결정까지를 전문적이고 효율적인 외부 전문업체에 일임하여 외부 자원을 효과적으로 활용하는 경영전략이다. 비손시스템은 축적된 기술 및 풍부한 SM 경험을 바탕으로 고객의 전산 자원에 대한 안정적인 정보 서비스를 제공하고, 고객사를 위한 시스템의 기획, 개발, 운영, 전략수립, BPR 등 전반적인 정보시스템 서비스를 제공한다. 비손시스템의 IT Outsourcing 서비스는 ITSM(IT Service Management) 전략으로 급변하는 환경변화에서 고객의 Performance 극대화, 생산성 향상, IT 비용의 절감 서비스를 제공한다.

〈ITSM (IT Service Management)〉

유지보수 통합관리 시스템 구축으로 고객과 파트너의 안정성, 신뢰성 확보 및 운영 효율성 재고와 유지보수료의 현실화를 꾀할 수 있다.

유지보수 통합관리	축적된 노하우의 데이터베이스화, 유지 보수 인원의 역량 증대
	문제 발생 예방, 신속한 장애처리로 가용성 확보
	고객, 파트너의 정기적인 교육, 운영 개선 기회 도출, 서비스 품질 향상

5. 비손 시스템의 솔루션

Datastream 7i

Datastream은 효율적인 설비(자산)관리 EAM 솔루션이다. Datastream의 7i 제품은 지금까지의 EAM 솔루션들 중 기술적 측면에서 가장 발전된 솔루션이며, 사용이 간편한 GUI 인터페이스와 다양한 구성 옵션들을 제공하고 있다. Datastream은 2001년 10월 Datastream 7i가 출시된 이후, 다양한 고객사에 해당 프로그램을 구현하여 엄청난 성공을 거두고 있으며, 현재 500여 신규고객들이 Datastream 7i를 자신들의 EAM 솔루션으로 선택하고 있다. 오늘날, 전 세계적으로 Datastream 제품들을 사용하는 고객들의 수는 7만여 개 기업에 달하고 있다. Datastream 7i 시스템은 자산 장비의 추적, 모니터링, 작업 오더 계획 및 스케줄링, 자원 추적, 재고 모니터 등을 시스템화한다.

Datastream 7i 구축 목적

- 예방비용 통합 시스템을 구축함으로써 기존 데이터베이스와 링크되는 유지보수 정보를 지원한다.
- 모든 종류의 자산을 통합관리(Centralized management)함으로써 자산 이용 효율성을 개선
- 재고, (조달) 프로세스를 관리하여 과다한 항목들과 재고/안전재고 보유에 들어가는 비용을 절감
- 완벽한 자산(설비) history 추적
- 규정 및 감사에 의한 통제를 강화 (cGMP, 21 CFR Part11, Part 820, ISO9000 등)
- KPI(주요실적지표) 실적을 모니터링할 수 있는 즉각적인 실시간 모니터링 도구 세트를 제공
- 산업별 표준(포물라)에 근거하여 재고 수준을 설정하고, 소비 패턴을 분석할 수 있도록 함으로써 확보하고 있어야 할 예비 부품 수량을 줄인다.
- 자산 관리, 재고 및 구매의 모든 측면에 관한 보고서 및 그래프를 작성하도록 하고 경영진은 이렇게 제시된 데이터를 근거로 현재의 방식들을 분석한 후 향후 개선점들을 파악할 수 있게 된다.

SBO(SAP Business One)

SBO는 빠른 구축, 합리적인 비용의 강력한 ERP 솔루션이다. 가장 빠른 시간에, 가장 적은 비용으로 중소기업이 필요로 하는 모든 기능을 갖추 수 있는 통합 비즈니스 관리 솔루션인 것. 재무, 판매, 구매, 재고, 영업기획관리, 고객관리, 생산, 인사 등의 기능을 알차게 구성한 통합 시스템으로 필요한 정보를 제공한다. 이에 따라 의사 결정은 신속하고 정확해지며, 모든 비즈니스 기회에 효과적으로 대응할 수 있어 기업 성장 속도가 빨라지는 효과가 있다.

〈SBO의 주요 기능〉

비즈니스 관리

- 재무관리 : 계정과 목표, 분개 및 분개장 문서, 환율 차이 및 환산 차이, 예산, 원가회계, 재무관리 및 회계 관련 보고서 등 모든 재무관련 업무를 처리한다.
- 자금관리 : 입금, 수표, 선 지급, 예금 등 모든 금융 거래를 관리한다.
- 판매관리 : A/R 모듈을 사용하여 판매견적, 판매 오더, 납품, 반품, A/R 선금요청, A/R 송장, 판매분석, 미결제품목 리스트 등 전체 판매 프로세스를 처리한다.
- 구매관리 : 공급업체와의 협상, 구매 요청에서 오더, 자재의 납품 및 수령 송장 처리 등의 전체 구매 프로세스를 관리할 수 있다. 구매 어플리케이션은 공급업체로부터의 자재 오더에서 수령 송장 처리에 이르는 프로세스를 관장한다.
- MS 아웃룩과의 통합 : 마이크로소프트 아웃룩과 완벽하게 통합되어 일정, 연락처, 작업 등을 동기화할 수 있다.

고객 관계관리(CRM)

- 영업 기회 관리 : 처음 시점부터 계약이 완료되기까지의 모든 영업 기회 정보를 기록한다.

비즈니스 파트너 관리 : 고객 및 공급업체, 채널 등 주요 비즈니스 파트너들의 정보, 관련 활동 내용, 회계전표, 영업기회 분석 등을 관리한다.

- 서비스 관리 : 계약, 서비스 계획, 고객 활동 내용 추적 등 고객 서비스 관련 주요 내용을 관리한다.

생산

- 생산관리 : 제품에 대한 BOM을 정의하고 생산 오더를 생성, 유지한다.
- 자재량 소요계획 (MRP) : 단계별 마법사 기능이 MRP에 적용되어 누구나 쉽게 자재량 소요 계획을 시뮬레이션 할 수 있고 예측을 기반으로 소요량을 계산할 수 있다.
- 재고관리 : 재고량 수준, 품목관리, 가격표, 특별할인가, 창고 간 품목 이동 등을 관리한다.

경영정보

고객 및 협력업체의 채무, 판매, 현금 흐름, 고객활동, 재고량, 재무제표, 가격 결정, 고객 정보 등 기업의 주요 경영정보를 보고서로 작성한다.

〈SAP R/3〉

SAP R/3은 데이터와 프로세스의 강력한 통합 ERP 솔루션이다. SAP(Systems, Applications and Productions in Data Processing)社は 세 명의 엔지니어에 의해 1972년 독일 맨하임(mannheim)에 설립되었다. 궁극적으로 통합된 비즈니스 솔루션(Integrated Business Solution)을 위한 표준 패키지 제작을 목표로 사업을 전개하여 왔으며, 그 이후 기업의 비즈니스 프로세스를 통합하여 관리할 수 있는 패키지 개발에 전념, 그 결과로 R/2에 이어 분산환경을 지원하는 R/3 상품을 선보이게 되었던 것. 현재 독일 Walldorf에 본사가 위치하고 있으며 전 세계 50여 개 국에 지사가 있다. SAP는 전세계 ERP 시장의 40% 이상을 점유하고 있으며 전 세계 S/W 회사 중 순위 3위에 올라와 있고, Inter-Enterprise Software Solutions 분야 세계시장점유율 1위를 차지하고 있다. 120여 개 이상의 국가에 1만 3,000 이상의 고객을 확보하고, 2000년 6월 현재 종업원수는 2만 2,900여 명에 이르고 있다.

R/3 특징 및 적용

R/3는 필요한 모든 업무 기능을 처리하고 사용자를 기술적인 응용 프로그램과 연결시키는 모듈로, 완벽한 업무용 솔루션을 제공하여 조직의 전략적인 업무 관리를 위한 전반적인 시스템을 형성한다. R/3는 논리적으로 관계가 있는 것을 함께 연결한다. 거래 관련 과정 체인이 기능 시퀀스를 자동실행시키는 것. 작업 중복과 데이터 과잉을 없애고, 일상적인 작업을 최적화하고 통합된 작업 성능으로 전통적인 노동 인력을 대체한다. 일반적으로 크

계 ACCOUNTING (FI, CO, AM, PS), LOGISTICS (MM, PP, SD, PM, QM), HUMAN RESOURCES (HR) 모듈로 구성되어 있으며, 통합 데이터 모델(EDM:Enterprise Data Model) 위에 ACCOUNTING 중심으로 통합되어 있고 최적화하기 위한 New Dimension Products(확장기능)으로 적용이 가능하다. 최근 솔루션 간 통합 기능을 강화하고 NetWeaver라는 인프라 아키텍처를 도입하면서 그 명칭을 mySAP ERP 로 변경, 그간의 제반 기술을 통합하여 고도의 기술성을 자랑하는 mySAP Business Suite 를 제공하고 있다.

PAS

PAS는 효율적인 SMT 생산공정관리 솔루션이다. 편리하고 효율적인 공정관리, 다양한 제품 생산 프로세스 적용이 특징이며 공정관리, 품질관리, 장비효율, 생산성 관리를 주요 내용으로 하고 있다. 다양한 보고서 틀 제공 및 ERP시스템과의 연계 모듈을 자랑하고 있다.

LCD 관리 프로그램

- PCB 보드에 자재를 장착한 이력을 조회할 수 있는 모듈 : 자재의 장착, Reel change, 회수에 대한 이력 관리가 가능하다. 기존에 지정한 Feeder 번호와 자재코드가 맞지 않을 경우 메시지를 보여줌으로써 잘못된 자재를 장착하는 오류를 줄일 수 있다. Reel Change 시에도 잘못된 자재로 장착되는 오류를 줄일 수 있다.
- 작업 중인 PCB 보드의 공정상의 흐름을 관리하여 위하여 데이터를 입력하는 모듈 : 각 공정을 통과하면서 발생하는 불량 수를 기록, 관리가 가능하며 작업자와 작업시간 관리가 가능하다. 불량이 발생한 경우에는 별도의 관리를 거쳐 다시 투입되게 된다.
- PCB 보드의 작업이력을 확인하는 모듈 : 작업된 PCB 보드에 관계된 오더번호, 작업 수량, PCB Lot 번호, 작업이력을 한눈에 확인할 수 있다. 각 공정 중에 발생한 불량 내역도 확인 가능하며 불량 발생시 생성된 Bonus Lot의 번호도 확인 가능하다.

제3절 (주)텔인포스

1. 기업 개요

사명 : 텔인포스 (TELINFOS CO., LTD)

설립일자 : 2002년 12월 27일

경영진 : 대표이사 김준모

소재지 : 서울시 구로구 구로 3동 188-5 키콕스벤처센터 210호

285

2. 경영 이념

신뢰와 미래 개척

3. IT 강국 견인할 전문 R&D 기업

(주)텔인포스는 정보통신 부문에 있어서 독창적이고 우수한 기술력을 보유한 전문 R&D 기업이다.

2005년 7월에 처음 JMI와 인연을 맺게 되었다. 두 회사의 동반자적 관계는 새로운 기술력을 통해

사업 아이템을 발굴하고자 하는 JMI의 의지가 현실화되는 중요한 계기가 되고 있다. 현재의 정보 통신산업은 디지털화로 인하여 정보, 통신, 가전기기를 융합하는 디지털 컨버전스 시대가 도래하고 있다. 따라서 JMI의 인프라 기반 생산 기술과 텔리포스의 유무선 통신기기 및 멀티미디어 기기 개발 기술을 상호결합하여 자체 브랜드화한 제품의 출시를 통해 새로운 부가가치의 창출을 이룰 수 있도록 한 것이다. (주)텔리포스는 2002년 12월 서울이동통신연구소에서 독립, 기존 개발 인력들이 주축이 되어 설립하였다. 기존의 유무선 통신 시스템을 개발한 기반 기술을 바탕으로 하여 최근의 기술 발전방향인 임베디드 리눅스, ARM 코어 기반 하드웨어 플랫폼 등을 이용한 멀티미디어 단말을 개발하고 있다.

또한 2006년 8월에는 국내 유일의 위치 정보 기간망 사업자인 '한국위치정보주식회사'와 공동 개발하여, 실외는 물론 실내에서도 반경 1m의 정밀한 위치 추적이 가능한 휴대용 위치 추적 장치(Homing device)의 국산화에 성공했다. 이 휴대용 위치 추적 장치는 기존의 반경 15~50m 까지 추적이 가능한 위치 정보 전용 지상파 LBS망의 정밀성을 높이기 위해 개발한 것으로, 지상파 LBS망을 이용하는 모든 단말기의 위치를 실내에서도 반경 1m까지 추적할 수 있는 장치다. 현재 GPS를 이용한 위치추적단말기가 시판 중이지만 측정범위가 비교적 넓고 실내나 지하에서는 전혀 추적이 안 되는 단점이 있어 주로 외부에서 사용하는 차량에만 일부 적용 가능할 뿐더러 단말기 자체가 고가에 거래되고 있어 정작 정확한 위치 추적이 필요한 보안업체 및 위급상황에는 사용되지 못해 왔다. 또, 실내외에서 모두 가능한 정밀위치추적장치는 지상파 LBS를 이용한 위치 추적 기술을 처음 상용화한 이스라엘의 ITURAN(NASDAQ:ITRN)사에서 먼저 선보인 바 있지만, 무게도 무겁고 가격도 비싸 많이 보급되지는 못했다. 그러나 텔리포스가 개발에 성공한 위치 추적 장치는 무게 1.715kg에 본체 크기가 도시락 한 개 정도(237(L)×130/95(W)×45(T)mm)에 불과하고 조작장치를 단순화해 누구나 손쉽게 사용할 수 있도록 제작되었다. 8월 중 상용화를 앞두고 있는 지상파 LBS 기반의 차량용 위치정보 단말기와 대인용 위치정보 단말기의 위치를 모두 추적할 수 있는 장점이 있다. 이는 정밀한 추적이 가능해 보안과 재난구조 분야에 큰 도움을 줄 수 있는 것으로, 소방 방재청, 경찰청 등 관공서에도 공급과 관련된 협의가 진행 중에 있다.

이와 같이 텔리포스의 제품 개발 개념은 단순화되고 경쟁이 치열한 시장보다 텔리포스의 강점인 유무선 통합 시스템 기술과 멀티미디어 단말 기술을 결합한 제품군을 개발해서 새로운 시장을 창출하는 것이다. 이를 통해 경쟁업체보다 반걸음씩 앞서 시장을 주도적으로 발전시키며 블루오션

(Blue Ocean) 영역에서 마케팅을 할 수 있도록 하는 것. 또한 기존부터 수행해오던 통신 네트워크 제품 개발, 무선 통신과 관련된 전파 분석 등은 제품 기능 및 성능을 고객의 필요에 의해 항상 최적화시키도록 하여 고객의 요구가 제품에 즉각 반영되는 시스템을 구축함으로써 기존 시장을 지속적으로 점유, 확대할 수 있도록 하고 있다. 또한 JMI와 형성된 관계를 바탕으로 텔인포스와 JMI 관계 회사 상호 간의 장점을 잘 결합하여 독창적이고 매력적인 제품을 개발에서 생산, 판매까지 일원화함으로써 최고의 제품을 최적의 가격으로 시장에 출시하도록 했다. 이를 통해 시장 지배력을 확보할 수 있었다.

텔인포스의 경영철학은 신뢰와 미래개척이다. 외적으로는 한 번 고객은 영원한 고객이 될 수 있도록 신뢰받는 기업이 되는 것이고, 내적으로는 조직원 상호 간의 독려와 인정으로 만족할 수 있는 기업이 되는 것이다. 또한 기술 변화에 능동적으로 대처하여 끊임없는 기술 개발을 통해 정보통신 산업을 선도하고 급변하는 미래를 개척하는 것이 목표이다.

4. 사업 영역

멀티미디어 단말

〈디지털 액자(E-FRAME : Digital Picture Frames)〉

디지털 이미지를 별도의 인화과정 없이 고해상도 TFT-LCD 화면을 통해 감상 할 수 있는 기기. 동영상, MP3 등의 Home Multimedia Service 제공

주요 기능

7inch TFT LCD (800 X 480) / 정지 화상 Display (JPEG) / Slide Show / 배경음악 (MP3) / 동영상 (DivX, XviD) / 서브리미널(잠재의식) 음향 지원 / 시계모드, 알람, 시간 예약 등 / Wireless Lan 지원 (USB) / USB, Ethernet, IrDA

〈휴대용 멀티미디어 플레이어(PMP : Portable Multimedia Player)〉

MP3, WMA, ASF, OGG 등의 파일 포맷을 지원하며 MPEG1/2/4 등의 동영상의 Decoding/Encoding이 가능한 HDD 내장형 휴대용 멀티미디어 플레이어. 정보통신부 우수 신기술에 선정(2005년 12월 정보통신부 IT 마크 획득).

주요 기능

MMSP21 (MagicEyes사) Chip - Set / 운영 시스템(OS) : Linux / 4inch TFT LCD / Touch Screen / Windows 화면 지원
/ 고용량 HDD 내장

유무선 통신 시스템

〈XDSL 원격 시험 장비〉

인터넷 통신 사업자와 가입자 PC의 원격 접속에 의한 자동 고장진단 및 장애 처리가 가능하여 사업자의 운용비용의 절감과 고장 민원처리의 단순화를 유도하는 장비.

주요 기능

IBM 405EP (PowerPC 계열) Chip-Set / 운영 시스템 (OS) : Linux

〈WLAN AP(IEEE 802.11a / b / g Tri-mode)〉

2.4GHz 대역 IEEE 802.11 b / g 및 5GHz 대역 IEEE 802.11a를 동시 지원하여 최대 54Mbps 고속 전송이 가능한 Wireless LAN AP(Access Point).

주요 기능

IBM 405EP (PowerPC 계열) Chip-Set / 운영시스템 (OS) : Linux / IEEE802.1x 기능 수용

무선망 솔루션

한국 환경에 적합한 전파(Radio Wave Propagation) 예측 모델 개발을 위하여 2003년부터 정보통신부 전파연구소(RRL) 및 한국전자통신연구원(ETRI)과 공동으로 협력하여, 다양한 무선 LAN, D-TV, IMT-2000 주파수 대역 등에 대해 전파를 측정하고 측정 결과를 통해 전파 특성을 분석.

제4절 (주)엑선

1. 기업 현황 및 연혁

기업 개요

사명 : 주식회사 엑선(Exorn CO. LTD)

설립일자 : 2004년 12월

경영진 : 대표이사 김영훈

소재지 : 경기도 화성시 동탄면 영천리 122-5

회사 연혁

2004년 12월	법인 설립
2005년 3월	법인 사업장 이전 (경기 용인시 처인구)
2005년 4월	1차 특허 출원 (LCD E - Chuck)
2005년 7월	엔지니어링 사업부 신설 (Liquid N2 construction)
2005년 8월	공사팀, 고객지원팀 신설 (System integration)
2005년 9월	2차 특허 출원 (LCD Etcher)
2005년 10월	중소기업청 신기술 사업 수행 과제 선정 (LCD E - Chuck)
2005년 12월	3차 특허 출원 (Air Chiller System)



2006년 2월 벤처 신기술 혁신 기업 선정(한국산업기술평가원)

2007년 4월 Gasmon 특허 등록, 사업장 이전(화성시 동탄면 영천리 122-5)

2007년 10월 Air Cooling System TASS 특허 등록

2008년 5월 환경경영시스템 인증 ISO 14001:2004

2. 경영 이념

사람중심 경영

기술중심 경영

고객중심 경영

3. 환경을 책임지는 종합 반도체기업

(주)엑선은 독일 MST - Technology사와 제품 공급에 대한 제휴를 맺고 2004년 반도체산업에 뛰어들었다. 엑선은 MST사로부터 환경 감지 전문 기술을 이전받아 삼성전자, 삼성전기, 하이닉스, 동부전자 등 국내 종합 반도체회사와 비즈니스를 넓혀가고 있다. 국내 유일의 Air Chiller 생산 기업으로서 반도체 생산업체에 환경 감시 시스템의 납품과 선진 기술을 응용한 사업을 진행중인 것. 엑선은 2006년에 이미 국내의 반도체 대기업들로부터 대체 에너지를 이용한 유독물질 변환 장치의 자체 기술을 인정받았다. 또한 해외 판매를 위해 2007년 4월 현재, 중국 최대의 메모리 반도체회사인 SMIC와 일본의 NEC 등에서 장비의 성능 평가가 진행 중이다. 뿐만 아니라 적외선을 이용한 특수 물질의 측정, 유독 물질의 안전한 이송을 위한 특수 장비의 연구개발을 수행하고 있다.

신기술 출원 등의 연구 개발에 아낌없이 투자하고 있는 엑선의 경영이념은 바로 환경중심 경영, 고객중심 경영, 기술중심 경영이다. 김영훈 대표이사 아래 자본금 5,000만 원, 직원 5명으로 출발한 엑선은 지속적인 연구 개발만이 첨단 반도체산업을 주도할 수 있다는 신념으로 반도체 장비전문업체로 성장해왔다. 2007년 4월에는 (주)제이엠아이의 투자를 받아 국내 최고의 반도체 장비 업체로 도약할 수 있는 확실한 기반을 다지게 됐다. 엑선의 상품 및 개발품은 지구 온난화 방지를 근간으로 온실가스와 특성 유독가스의 사용이 많은 반도체 장비 시장에서 단연 두각을 나타내고 있다.

이를 바탕으로 현재, 반도체 생산 5개 국 - 미국, 일본, 중국, 대만, EU - 을 대상으로 한 2건의 핵심 보유 기술의 특허 보호를 위하여 PCT 국제특허가 진행 중이며, 금년 말부터 본격적인 매출 신장이 기대되고 있다. 쾌적한 환경을 위한 초일류 제품의 생산, 최고 수준의 품질을 바탕으로 고객에게 신뢰받을 수 있는 기업이 되겠다는 것이 엑선의 다짐이다.

4. (주)엑선의 주력 제품 “IR-GUARD”

IR-GUARD는 분자에 적외선을 투과시키면 각 분자별로 반응하는 고유의 파장이 존재한다는 사실을 적용한 분석장비이다. 그 동안 FT-IR은 산업계와 의학계에서 다방면에 사용되어 왔으나 고가

의 투자비용과 유지비용, 정성분석용으로 적용에 한계가 있는 단점을 안고 있었다.

IR-GUARD는 이러한 단점을 보완하여 저가의 가격과 유지비용이 소요되면서도 정성 및 정량분석을 동시에 수행할 수 있는 더 한층 진보된 분석기기이다. 이러한 기능 보완을 위하여 액션은 하드웨어와 소프트웨어를 동시에 개선하였다. 가장 중요한 것은 국내 최초의 국산화 제품이라는 것이다.

2년 여의 연구 개발 기간을 거쳐 2008년 7월 11일 액션은 Hynix 반도체 WUXI 법인으로 첫 장비를 출하하였고, 추가로 유수의 대기업과 반도체 line 적용을 위한 공동 프로젝트를 수행하고 있다.

향후 IR-GUARD는 반도체 및 LCD 분야 뿐만 아니라 각계의 산업현장과 연구소, 정밀의료 분야, 특히 화학물질을 많이 사용하는 작업장에서 유용하게 사용될 것으로 예상된다. 눈에 보이지 않으면서 실제로 대기 내부에 존재하는 분자의 성분과 함량을 측정함으로써, 유해성분의 검출과 대처 방안 확보를 위한 포괄적인 환경보전과 예방에 선두 제품으로 두각을 나타낼 것이라 예상된다.

참고로 관련 제품의 세계시장 규모는 3,000억 원, 국내시장규모는 500억 원으로 평가되고 있으며, 국내뿐 아니라 해외를 포함한 대상으로, 2010년 JMI 2010 PROJECT의 확고한 자리를 차지하기 위해 영업활동에 박차를 가하고 있다.



부록

그룹 C.I.

심볼마크는 미디어의 시초, 문명의 시작을 상징하는 파피루스 두루마리 형상과 현대의 미디어를 상징하는 정원을 이용하여 미디어의 역사와 현재, 나아가 미래에 대한 비전을 담고자 했습니다.

두루마리의 형상은 기술 혁신과 글로벌화를 추구하는 (주)JMI의 J를 상징하기도 합니다.

로고타이프는 (주)JMI의 신뢰와 건실함, 강직한 기업 이미지를 효과적으로 전달할 수 있도록 고딕 계열의 굵은 세리프체로 디자인하였습니다.

심볼마크의 붉은색은 (주)JMI의 열정과 에너지를 상징합니다. 로고타이프의 색은 기업 이미지와 적합한 푸른색을 사용하였는데 이는 심볼마크와 상반된 색을 사용함으로써 보다 강한 시각적 효과를 전달하고자 합니다.

296



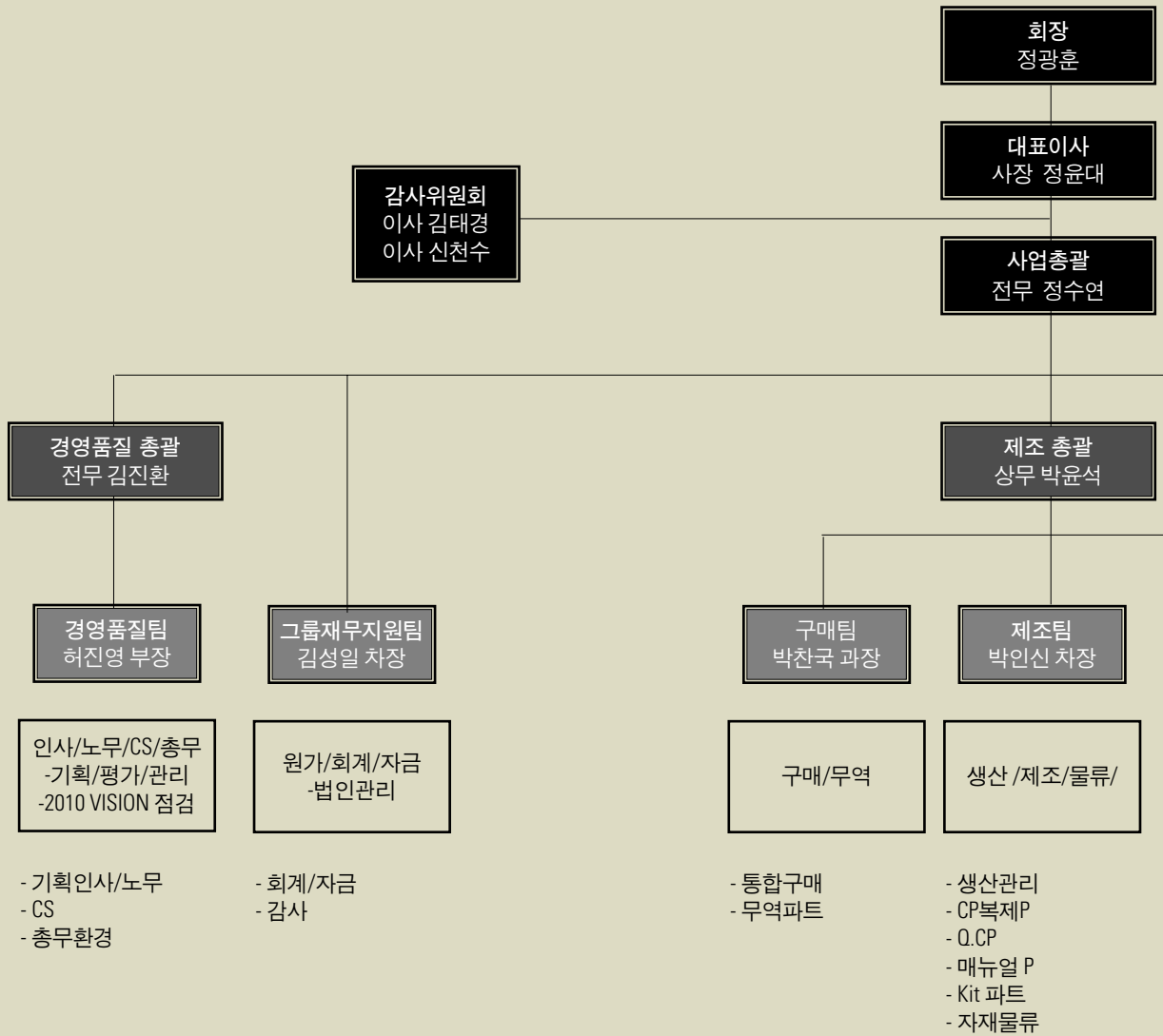
임원 현황

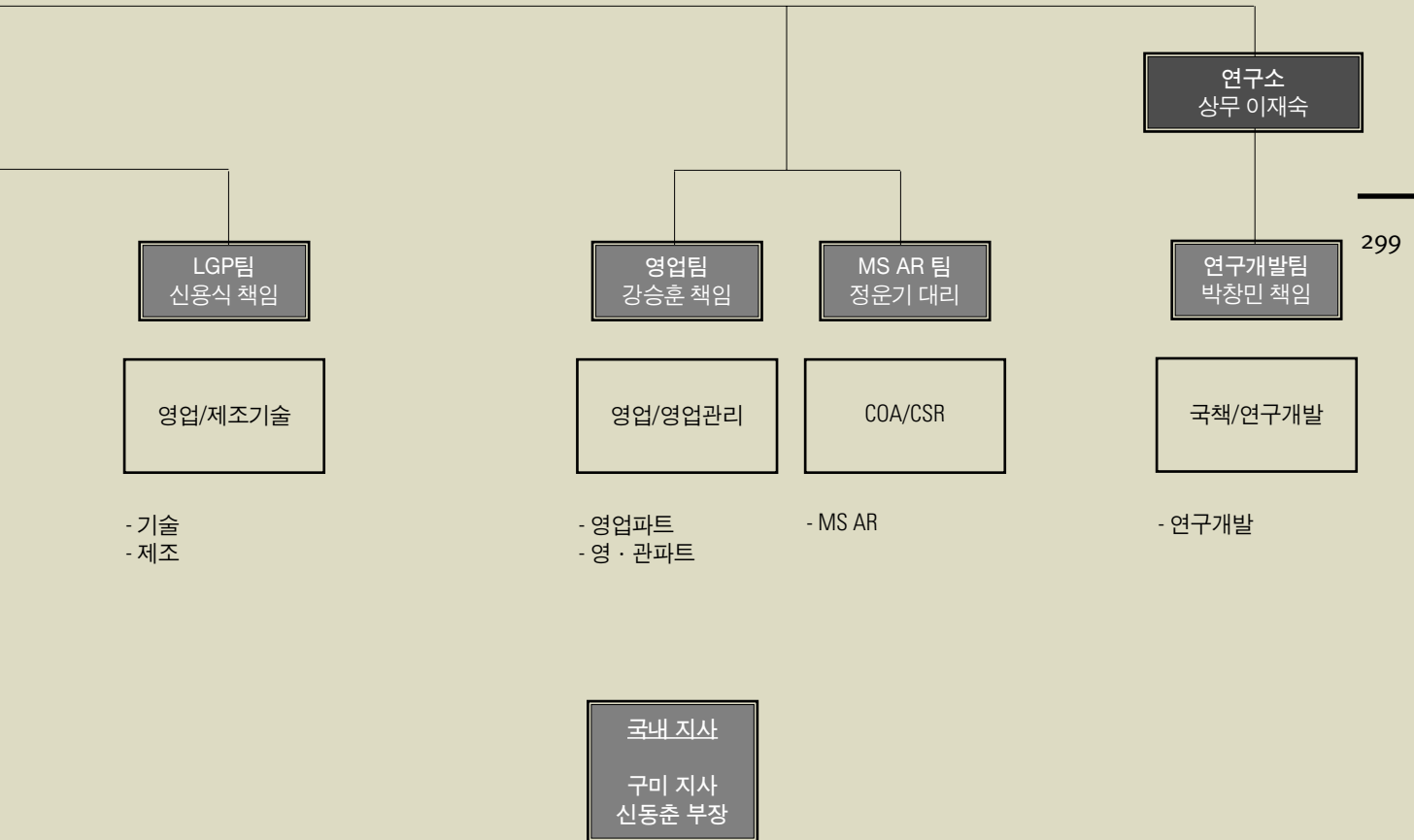
제
회

직명(상근여부)	등기임원여부	성명	생년월일	약력	담당업무	비고
대표이사(상근)	등기임원	정윤대	63.5.27	현대자동차	총괄	2007년 중임
이사(상근)	등기임원	이재숙	51.9.23	호남정유(주)	품질,연구	2008년 중임
사외이사(비상근)	등기임원	최성락	39.10.18	국립경찰대 교수, 을묘건설 상임고문	사외이사	2007년 중임
사외이사(비상근)	등기임원	김태경	52.7.1	수원세무서, 경인세무법인 대표 세무사	사외이사	2007년 선임
사외이사(비상근)	등기임원	신천수	68.3.1	법무사	사외이사	2007년 선임
상무(상근)	미등기임원	박윤석	57.8.13	삼성토탈(주)	제조총괄, 연구소	-
전무(비상근)	미등기임원	김진환	61.6.17	씨엔아이 대표	총괄,감사	-

JMI 조직도

298





연혁

1993년 03월	정문정보(주) 설립, MS사와 AR 계약
1996년 04월	CD 생산 시작
1997년 08월	코스닥 시장 등록
1997년 09월	문화체육부 장관상 수상
1998년 07월	벤처기업 선정(중소기업진흥공단)
1998년 12월	보건복지부장관 감사패 수상
1999년 03월	100억 원 외자유치(아리랑구조조정기금)
1999년 12월	기술연구소 설립
1999년 12월	DVD 생산 개시
2000년 03월	대통령상 수상(조세의 날)
2000년 06월	KT 마크 획득 DVD Disc 제조 기술(과학기술부장관)
2000년 07월	IR52 장영실상 수상 DVD Stamper(과학기술부장관)
2000년 12월	부품소재기술상(산업자원부장관)
2001년 02월	ERP(SAP R/3) 본격 가동
2001년 06월	유망중소기업 선정(경기도 중소기업청)
2001년 07월	KMP(Korea Millenium Products)마크 인증 DVD Disc, DVD Stamper (한국디자인진흥원)
2001년 10월	미국 현지법인 설립(JMInformation.INC), 멕시코 현지 공장 설립(JMIMX S.A de C.V)
2002년 03월	NT 마크 인증(고배속 드라이브 기능 점검용 DVD Disc 제조 기술)
2002년 11월	중국 현지법인 설립(정문전자유한공사)
2002년 12월	산업협력대상수상(산업자원부장관)
2002년 12월	미국 현지법인 멕시코 지역 MS AR권 획득
2003년 03월	특허 취득(복제방지 광디스크 및 그의 제조방법)
2003년 05월	특허 취득(DVD 디스크의 데이터 기록 및 재생 방법)
2003년 09월	멕시코 법인 Embedded store 사업권 획득
2003년 11월	신기술 실용화 산업포장 수훈(대통령)
2004년 02월	중국(위해) 현지법인 설립 - 위해정문전자유한공사
2004년 03월	상호변경 “제이엠아이 주식회사(JMI)”
2004년 07월	슬로바키아 현지법인 설립 - JMI Sk s.r.o.
2004년 12월	Blu-ray Disc 1차 개발.
2005년 02월	LGP(Light Guide panel) 양산 시작
2005년 04월	나노메카트로닉스 사업 세부주관기관 선정.
2006년 03월	창립 30주년 (정문사 설립 - 1976년)
2006년 04월	인도네시아 법인 설립 (PT. JMIN)
2007년 02월	(주)지피피 출자 (전자제품 생산, 유통 판매)
2007년 04월	(주)엑선 출자 / LGT 0.3T 개발, 생산 시작
2007년 09월	정문전자유한공사 출자 (\$5,500,000)
2007년 10월	관계사 제이엠텔레콤㈜ 코스닥 상장
2008년 03월	정문전자유한공사 출자 (\$3,000,000)

수상 실적

1993.03.03	우수상 표창패	현대전자 대표이사
1994.09.29	우수협력회사 감사패	현대그룹 회장
1995.03.28	우수협력회사 감사패	현대전자 대표이사
1995.12.07	우수협력회사 감사패	삼성전자 정보기기 본부장
1996.05.20	우수후원 감사패	한국지체장애인협회장
1996.12.20	표창패 일반자재분과	현대건설 협력업체 협의회
1997.09.10	우수문화인 표창패	문화체육부 장관
1997.09.14	인쇄문화상	대한인쇄문화협회장
1997.12.24	100PPM 품질 인증	중소기업청장
1998.07.01	민주평화통일자문회의 위원위촉	대통령
1998.12.16	불우이웃돕기 감사패	보건복지부 장관
1998.12.18	우수협력업체 패창패	현대건설 협력업체 협의회
1999.08.30	우수상패	서울대학교 경영대학장
1999.12.19	품질경영시스템 인증	한국품질인증센터
2000.03.03	성실경영, 성실납세 대통령상	대통령
2000.06.15	KT 마크 인증(DVD DISC)	과학기술부 장관
2000.07.02	우수협력업체 감사패	삼보 컴퓨터 대표이사
2000.07.22	IR52 장영실상 수상(DVD Stamper)	과학기술부 장관
2000.08.24	우수인쇄 문화인 감사패	대한인쇄문화협회장
2000.12.15	부품, 소재 기술상 장려상	산업자원부 장관
2001.05.07	우수 자문위원 추대패	한국신문학인협회
2001.06.01	유망 중소기업 선정	중소기업청장
2001.07.06	Supplier's Award	삼성전자 대표이사
2001.07.19	KMP(Korea Millennium Products) 마크 인증	산업자원부 장관
2002.03.06	우수협력회사 은상 포상	삼성전자 대표이사
2002.03.09	NT 마크 인증	산업자원부 장관
2002.05.08	기업부설 연구소 인증	한국산업기술진흥협회장
2002.06.29	우수자문위원 감사패	한국신문학인협회
2002.09.13	인쇄문화상	대한인쇄문화협회장
2002.12.10	우수인쇄인 감사패	대한인쇄조합연합회
2002.12.11	산업자원부 장관 표창패	산업자원부 장관
2002.12.30	우수협력회사 감사패	LG전자 대표이사
2002.12.31	우수시민 공로패	나주 시장
2003.03.19	우수상공인 표창	산업자원부 장관
2003.11.01	신기술 실용화 산업포장 수훈	대통령
2004.05.25	2004년 경기도 모범납세 직장 선정	경기도지사
2006.09.18	6 시그마 우수사례 포상	삼성전자 디지털 미디어 대표
2006.07.28	제5회대한민국이머징우수기업상	TEST DVD 서울경제신문사

정관

제1장 총칙

제1조(상호) 당 회사는 제이엠아이 주식회사라 부른다.
영문으로는 JEONGMOON INFORMATION CO., LTD.(약칭 JMI)라 표기한다.

제2조(목적) 당 회사는 다음 사업을 경영함을 목적으로 한다.

1. 출판 및 인쇄업
2. 디스켓 제작(컴퓨터) 및 판매업
3. 콤팩트 디스크 복제 및 판매업
4. 정보통신기기 및 부품 제조업
5. 액정표시장치 제조업
6. 부동산 임대업
7. 유통업
8. 수출입업
9. 전자상거래업
10. 용역업
11. 생명공학관련 개발 및 제조업
12. 나노 기술 개발 및 제조업
13. 교육 서비스업
14. 교육용 매체자료 기획 및 제조업
15. 신재생에너지 및 관련설비사업
16. 각 항의 부대사업 일체

제3조(본점의 소재지 및 지점 등의 설치)

- ① 당 회사의 본점은 경기도 화성군 내에 둔다.
- ② 당 회사는 필요에 따라 이사회의 결의로 국내외에 지점, 사무소, 출장소 또는 공장을 둘 수 있다.

제4조(광고방법) 당 회사의 광고는 서울특별시내에서 발행하는 일간 매일경제신문에 게재한다.

제5조(회사가 발행할 주식의 총수) 당 회사가 발행할 주식의 총수는 80,000,000주로 한다.

제2장 주식

제5조(회사가 발행할 주식의 총수) 당 회사가 발행할 주식의 총수는 40,000,000주로 한다.

제6조(1주의 금액) 당 회사가 발행하는 주식1주의 금액은 금1,000원으로 한다.

제7조(회사의 설립 시에 발행하는 주식총수) 당 회사는 설립 시에 50,000주의 주식을 발행하기로 한다.

제8조(주식의 종류) 당 회사가 발행할 주식은 기명식 보통 주식과 기명식 우선주식으로 한다.

제9조(우선주식의 수와 내용)

- ① 당 회사가 발행할 우선주식은 의결권이 없는 것으로 하며, 그 발행 주식의 수는 200,000주로 한다.
- ② 우선주식에 대하여는 액면금액을 기준으로 하여 년 9%이상 12% 이내에서 발행 시에 이사회가 우선배당율을 정한다.
- ③ 보통주식의 배당율이 우선주식의 배당율을 초과할 경우에는 그 초과분에 대하여 보통주식과 동일한 비율로 참가시켜 배당한다.
- ④ 우선주식에 대하여는 당해 사업 년도에 있어서 소정의 배당을 하지 못한 경우에는 누적된 미 배당분을 다음 사업 년도의 배당 시에 우선하여 배당한다.
- ⑤ 우선주식에 대하여 소정의 배당을 하지 아니한다는 결의가 있는 경우에는 그 결의가 있는 총회의 다음 총회부터 그 우선적 배당을 한다는 결의가 있는 총회의 종료 시까지는 의결권이 있는 것으로 한다.
- ⑥ 당 회사가 유상증자 또는 무상증자를 실시하는 경우 우선주식에 대한 신주의 배정은 유상증자의 경우에는 보통주식으로 무상증자의 경우에는 그와 같은 종류의 주식으로 한다.
- ⑦ 우선주식의 존속기간은 발행일로부터 3년으로 하고 이 기간 만료와 동시에 보통 주식으로 전환된다. 그러나 위 기간 중 소정의 배당을 하지 못하는 경우에는 소정의 배당을 완료할 때까지 그 기간을 연장한다. 이 경우 전환으로 인하여 발행하는 주식에 대한 이익의 배당에 관하여는 제11조의2의 규정을 준용한다.

제10조(주권의 종류)

회사가 발행할 주권의 종류는 壹주권, 五주권, 壹拾주권, 五拾주권, 壹百주권, 五百주권, 壹仟주권, 壹萬주권의 8종으로 한다.

제11조(신주인수권)

- ① 당 회사의 주주는 신주발행에 있어서 그가 소유한 주식수에 비례하여 신주의 배정을 받을 권리를 가진다. 그러나 주주가 신주인수권을 포기 또는 상실하거나 신주배정에 단주가 발생하는 경우에 그 처리방법은 이사회결의로 정한다.
- ② 이사회는 제1항 본문의 규정에 불구하고 다음 각 호의 경우에는 이사회결의로 주주 외의 자에게 신주를 배정할 수 있다.

1. 증권거래법 제2조 및 제8조의 규정에 의하여 신주를 모집하거나 인수인에게 인수하게 하는 경우.
2. 발행하는 주식 총수의 100분의 20 범위 내에서 우리사주 조합원에게 신주를 우선 배정하는 경우.
3. 증권거래법 제189조의3의 규정에 의하여 이사회결의로 일반공모증자방식으로 신주를 발행하는 경우
4. 증권거래법 제189조의4의 규정에 의하여 주식매입선택권의 행사로 인하여 신주를 발행하는 경우
5. 증권거래법 제192조의 규정에 의하여 주식예탁증서(DR) 발행에 따라 신주를 발행하는 경우
6. 긴급한 자금의 조달을 위하여 국내,외 금융기관 또는 구조조정기금에게 신주를 발행하는 경우

7. 상법 제 418조 제2항의 규정에 따라 회사가 신기술의 도입, 재무구조 개선 및 영업 등 회사의 경영상 목적을 달성하기 위하여 신주를 발행하는 경우.
8. 주권 액면 병합 시 1주 미만의 단주로 인하여 병합되지 못하는 장애 분의 병합을 위해 그 부족분을 충족시키기 위하여 특정인에게 신주를 발행하는 경우
9. 근로자복지기본법 제32조의 2의 규정에 의한 우리사주매수선택권의 행사로 인하여 신주를 발행하는 경우
10. 신주인수권의 포기 또는 상실에 따른 주식과 신주 배정에서 발생한 단주에 대한 처리방법은 이사회의 결의로 한다. 제11조의2(신주의 배당 기산일) 당 회사가 유상증자, 무상증자 및 주식배당에 의하여 신주를 발행하는 경우 신주에 대한 이익의 배당에 관하여는 신주를 발행한 때가 속하는 영업 년도의 직전 영업 년도 말에 발행된 것으로 본다. 제11조의3 (일반 공모 증자 등) ①당 회사는 발행주식총수의 100분의30을 초과하지 않는 범위 내에서 증권거래법 제189조의3의 규정에서 정하는 방법에 따라 이사회의 결의로 일반공모증자 방식에 의한 신주를 발행할 수 있다. ②당 회사는 발행주식총수의 100분의30을 초과하지 않는 범위 내에서 증권거래법 제192조의 규정에 따라 이사회 결의로 주식예탁증서(DR)를 발행할 수 있다. ③당 회사는 발행주식총수의 100분의30을 초과하지 않는 범위 내에서 경영상 필요로 국내, 외 금융기관 또는 구조조정기금에 게 이사회 결의로 신주를 발행할 수 있다. ④제 11조 제2항 제7호의 규정에 따라 발행하는 신주는 발행주식총수의 100분의 30을 초과할 수 없다. 일반공모 증자의 경우에는 증권거래법 시행령 제84조의 5와 유가증권의 발행 및 공시 등에 관한 규정 제57조 제2항에 따라, 제3자배정증자의 경우에는 유가증권 발행 및 공시 등에 관한 규정 제 57조 제2항에 따라 발행가격을 산정하여야 함. 제11조의4(주식매수선택권)
 - ① 당 회사는 임직원에게 발행주식총수의 100분의15의 범위 내에서 증권거래법 제189조의4의 규정에 의한 주식매수선택권을 주주총회의 특별결의에 의하여 부여할 수 있다. 다만 증권거래법 제189조의 4 제3항의 규정에 따라 발행주식 총수의 100분의 10범위 내에서 이사회 결의로 주식매수선택권을 부여할 수 있다.
 - ② 제1항의 규정에 의한 주식매수선택권 부여 대상자는 회사의 설립, 경영, 해외영업 또는 기술혁신 등에 기여하거나 기여할 수 있는 회사의 임,직원 및 증권거래법 시행령 제84조의 6 제1항이 정하는 관계회사의 임,직원으로 한다. 다만, 회사의 이사에 대하여는 이사회의 결의로 주식매수선택권을 부여할 수 없다. 또한 증권거래법상의 최대주주와 주요주주 및 그 특수관계인에게는 주식매수선택권을 부여할 수 없다. 다만, 회사 또는 증권거래법 시행령 제 84조의6 제1항이 정하는 관계회사의 임원이 됨으로써 특수관계인에 해당하는 자(그 임원이 계열회사의 비상근임원인 자를 포함한다.)에게는 주식매수선택권을 부여할 수 있다.
 - ③ 제1항의 단서의 규정에 따라 이사회 결의로 주식매수선택권을 부여한 경우에는 그 부여일 이후 소집되는 주주총회의 승인을 얻어야 한다.
 - ④ 주식매수선택권의 행사로 교부 할 주식(주식매수선택권의 행사가가격과 시가와의 차액을 현금 또는 자기주식으로 교부하는 경우에는 그 차액의 산정기준이 되는 주식을 말한다.)은 기명식 보통주식으로 한다.
 - ⑤ 주식매수선택권을 부여하는 임직원의 수는 재직하는 임,직원의 100분의50을 초과할 수 없고, 임원 또는 직원 1인에 대하여 부여하는 주식매수선택권은 발행주식총수의 100분의10을 초과할 수 없다.
 - ⑥ 주식매수선택권을 행사할 주식의 1주당매수가격은 주식매수선택권을 부여 주주총회 특별 결의일을 기준일로 하여 상속세 및 증여세법의 시가상정방식에 따라 결의일(부여일) 이전 2개월, 1개월 및 1주간의 거래량 가중평균 종가를 산술 평균한 가격으로 하되 이 가격이 액면가에 미달할 경우에는 액면가로 한다.
 - ⑦ 주식매수선택권을 부여받은 자는 제1항의 결의일로부터 2년 이상 재임 또는 재직한 날로부터 5년내에 권리를 행

사할 수 있다. 다만, 제1항의 결의일로부터 2년 내에 사망하거나 정년으로 퇴임 또는 퇴직 기타 본인의 귀책사유가 아닌 사유로 퇴임 또는 퇴직한 자는 그 행사기간 동안 주식매수선택권을 행사할 수 있다.

⑧ 다음 각 호의 1에 해당하는 경우에는 이사회 결의로 주식매수선택권의 부여를 취소할 수 있다.

1. 주식매수선택권을 부여받은 임직원이 본인의 의사에 따라 퇴임하거나 퇴직한 경우
2. 주식매수선택권을 부여받은 임직원이 고의 또는 과실로 회사에 중대한 손해를 끼친 경우
3. 회사의 파산 또는 해산 등으로 주식매수선택권의 행사에 응할 수 없는 경우
4. 기타 주식매수선택권 부여계약서에 정한 취소사유가 발생한 경우

⑨ 주식매수선택권의 행사로 인하여 발생한 신주에 대한 이익 배당은 제11조 2의 규정을 준용한다.

제11조의 5(주식의 소각)

① 당 회사는 이사회의 결의로 발행주식 총수의 100분의 10 범위 내에서 주주에게 배당할 이익으로 주식을 소각할 수 있다.

② 제1항의 규정에 의한 주식은 회사가 자기주식을 취득하여 소각하는 방법으로 한다.

제11조의 6(우리사주매수 선택권)

① 회사는 주주총회의 특별결의로 우리사주조합원에게 발행주식총수의 100분의 15 범위 내에서 근로자복지기본법 제32조의2의 규정에 의한 우리사주매수선택권을 부여할 수 있다. 다만, 발행주식총수의 100분의 10 범위내에서 이사회의 결의로 우리사주매수선택권을 부여할 수 있다. ② 우리사주매수선택권의 행사로 발행하거나 양도할 주식은 기명식 보통주식으로 한다.

③ 조합원별 우리사주매수선택권은 우리사주매수선택권 부여일을 기준으로 연간 6백만원(행사가격을 기준으로 산정한다)을 초과할 수 없다.

④ 우리사주매수선택권을 부여받은 자는 제1항의결의일부터 6월 이상 2년 이하의 기간 이내에 권리를 행사할 수 있다. 다만, 제1항의 결의로 그 기간 중 또는 그 기간 종료 후 일정한 행사기간을 정하여 권리를 행사하게 할 수 있다.

⑤ 우리사주매수선택권의 행사가격은 근로자복지기본법 시행규칙 제11조의2의 규정이 정하는 평가 가격의 100분의 80이상으로 한다. 다만, 주식을 발행하여 교부하는 경우로서 행사가격이 당해 주식의 권면액보다 낮은 때에는 그 권면액을 행사가격으로 한다.

⑥ 다음 각호의 1에 해당하는 경우에는 이사회의 결의로 우리사주매수선택권의부여를 취소할 수 있다.

1. 우리사주매수선택권을 부여받은 우리사주조합원이 고의 또는 과실로 회사에 중대한 손해를 끼친 경우
2. 회사의 파산 또는 해산 등으로 우리사주매수선택권의 행사에 응할 수 없는 경우
3. 기타 우리사주매수선택권 부여계약에서 정한 취소사유가 발행한 경우

⑦ 우리사주매수선택권의 행사로 인하여 발행한 신주에 대한 이익의 배당에 관하여는 제11조의 2의 규정을 준용한다.

제12조(명의개서 대리인)

①당 회사는 주식의 명의개서 대리인을 둔다.

② 명의개서 대리인 및 그 사무취급 장소와 대행업무의 범위는 이사회 결의로 정하고 이를 공고한다.

③ 당 회사의 주주명부 또는 그 복본을 명의개서 대리인의 사무취급 장소에 비치하고 주식의 명의개서, 질권의 등록 또는 말소, 신탁 재산의 표시 또는 말소, 주권의발행, 신고의 접수, 기타 주식에 관한 사무는 명의개서 대리인으로 하여금 취급케 한다.

④ 제3항의 사무취급에 관한 절차는 명의개서 대리인의 유가증권의 명의개서대 행등에 관한 규정에 따른다.

제13조(주주 등의 주소, 성명 및 인감 또는 서명 등 신고)

① 주주와 등록 질권자는성명, 주소 및 인감 또는 서명 등을 제12조의 명의개서 대리인에게 신고하여야 한다.

② 외국에 거주하는 주주와 등록 질권자는 대한민국 내에 통지를 받을 장소와 대리인을 정하여 신고하여야 한다.

③ 제1항 및 제2항의 변동이 생긴 경우에도 같다.

제14조(주주명부의 폐쇄 및 기준일)

① 당 회사는 매년 1월 1일부터 1월31일까지 주주권리에 관한 주주명부의 기재 변경을 정지한다.

② 당 회사는 매년 12월 31일 최종의 주주명부에 기재되어 있는 주주를 그 결산기에 관한 정기 주주총회에서 권리를 행사할 주주로 한다.

③ 당 회사는 임시주주총회의 소집 기타 필요한 경우 이사회의 결의로 3월을 경과하지 아니하는 일정한 기간을 정하여 권리에 관한 주주명부의 기재 변경을 정지하거나 이사회의 결의로 정한 날에 주주명부에 기재되어 있는 주주를 그 권리를 행사할 주주로 할 수 있으며, 이사회가 필요하다고 인정하는 경우에는 주주명부의 기재 변경 정지와 기준일의 지정을 함께할 수 있다. 회사는 이를 2주간 전에 공고하여야 한다.

제3장 사채

제15조(전환 사채의 발행)

① 당 회사는 사채의 액면 총액이 오백억원을 초과하지 않는 범위 내에서 다음 각 호의 경우 이사회의 결의로 주주의 자에게 전환사채를 발행할 수 있다

1. 일반 공모의 방법으로 전환사채를 발행하는 경우

2. 상법 제513조 제3항 후단의 규정에 따라 신기술의 도입, 재무구조 개선 등 회사의 경영상 목적을 달성하기 위하여 전환사채를 발행하는 경우.

② 제1항의 전환사채에 있어서 이사회는 그 일부에 대하여만 전환권을 부여하는 조건으로도 이를 발행할 수 있다.

③ 전환으로 인하여 발행하는 주식은 보통 주식으로 하고 전환 가액은 주식의 액면금액 또는 그 이상의 가액으로 사채 발행 시 이사회가 정한다.

④ 전환을 청구할 수 있는 기간은 당해 사채의 발행일 익일부터 그 상환 기일의 직전일까지로 한다. 그러나 위 기간 내에서 이사회의 결의로써 전환 청구기간을 조정할 수 있다.

⑤ 전환으로 인하여 발행하는 주식에 대한 이익의 배당과 전환사채에 대한 이자의 지급에 관하여는 제11조의 2의 규정을 준용한다.

제16조(신주 인수권부 사채의 발행)

- ① 당 회사는 사채의 액면 금액이 오백억원을 초과하지 않는 범위 내에서 주주 외의 자에게 신주 인수권부 사채를 발행할 수 있다.
- ② 신주 인수를 청구할 수 있는 금액은 사채의 액면 총액을 초과하지 않는 범위내 에서 이사회가 정한다.
- ③ 신주 인수권의 행사로 발행하는 주식은 보통 주식으로 하고, 그 발행 가액은 액면금액 또는 그 이상의 가격으로 사채 발행 시 이사회가 정한다.
- ④ 신주 인수권을 행사할 수 있는 기간은 당해 사채 발행일 익일부터 그 상환 기일의 직전일까지로 한다. 그러나 위 기간 내에서 이사회 결의로써 신주 인수권의 행사 기간을 조정할 수 있다.
- ⑤ 신주 인수권의 행사로 인하여 발행하는 주식에 대한 이익의 배당에 관하여는 제11조의 2의 규정을 준용한다.

제17조(사채 발행에 관한 준용규정) 제12조(명의 개서 대리인), 제13조(주주등의 주소 성명 및 인감 또는 서명등 신고), 제14조(주주명부의 폐쇄 및 기준일)의 규정은 사채 발행의 경우에 준용한다.

제4장 주주총회

제18조(소집시기)

- ① 당 회사의 주주총회는 정기 주주총회와 임시 주주총회로 한다.
- ② 정기 주주총회는 매 사업년도 종료 후 3월 이내에, 임시 주주총회는 필요에 따라 소집한다. 제19조(소집권자) ①주주총회의 소집은 법령에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 이사회 결의에 따라 대표이사가 소집한다.

제19조(소집권자)

- ① 주주총회의 소지는 법령에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 이사회 결의에 따라 대표이사가 소집한다.
- ② 대표이사가 유고 시에는 제35조 제2항의 규정을 준용한다.

제20조(소집통지 및 공고)

- ① 주주총회를 소집함에는 그 일시, 장소 및 회의의 목적사항을 총회일 2주간 전에 각 주주에게 서면 또는 전자문서로 통지를 발송 하여야 한다.
- ② 의결권있는 발행주식총수의 100분의 1이하의 주식을 소유한 주주에 대한 소집통지는 2주간전에 주주총회를 소집한다는 뜻과 회의 목적사항을 서울특별시내에서 발행하는 매일경제신문 및 한국경제신문에 2회이상 공고함으로써 서면에 의 한 소집통지에 갈음할 수 있다.
- ③ 당 회사가 제1항 및 제2항에 따라 주주총회의 소집통지 또는 공고를 하는 경우에는 증권거래법 제191조의10 제3항에서 규정하는 회사의 경영참고 사항을 통지 또는 공고하여야 한다. 이 경우 회사의 경영참고사항을 정보통신망에 게재하고, 회사의 본 지점, 명의개서대행회사, 금융감독위원회, 한국증권협회에 비치하는 경우에는 통지 또는 공고에 갈음할 수 있다.
- ④ 당 회사가 제1항의 규정에 의한 소집통지 또는 제2항의 규정에 의한 공고를 함에 있어 회의의 목적사항이 이사의 선임에 관한 사항인 경우에는 이사 후보자의 성명, 약력, 등 증권거래법 시행령이 정하는 후보자에 관한 사항을 통지 또는 공고하여야 한다.

제21조(소집지)

주주총회는 본점 소재지에서 개최하되 필요에 따라 이의 인접 지역에서도 개최할 수 있다.

제22조(의장)

- ① 주주총회의 의장은 대표이사로 한다.
- ② 대표이사 유고시에는 제35조의 제2항의 규정을 준용한다.

제23조(의장의 질서유지권)

- ① 주주총회의 의장은 그 주주총회에서 고의로 의사진행을 방해하기 위한 언행을 하거나 질서를 혼란케 하는 자에 대하여 그 발언의 정지, 취소 또는 퇴장을 명할 수 있으며 그 명을 받은 자는 이에 응하여야 한다.
- ② 주주총회의 의장은 의사진행의 원활을 기하기 위하여 필요하다고 인정할 때에는 주주의 발언의 시간 및 회수를 제한할 수 있다.

제24조(주주의 의결권) 주주의 의결권은 1주마다 1개로 한다.

제25조(상호주에 대한 의결권제한)

당 회사, 모회사 및 자회사 또는 자회사가 다른 회사의 발행주식총수의 10분의 1을 초과하는 주식을 가지고 있는 경우 그 다른 회사가 가지고 있는 당 회사의 주식은 의결권이 없다.

제26조(의결권의 불통일행사)

- ① 20이상의 의결권을 가지고 있는 주주가 의결권의 불통일행사를 하고자 할 때에는 회일의 3일전에 회사에 대하여 서면으로 그 뜻과 이유를 통지하여야 한다.
- ② 회사는 주주의 의결권의 불통일행사를 거부할 수 있다. 그러나 주주가 주식의 신탁을 인수 하였거나 기타 타인을 위하여 주식을 가지고 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

제27조(의결권의 대리행사)

- ① 주주는 대리인으로 하여금 그 의결권을 행사하게 할수 있다.
- ② 제1항의 대리인은 주주총회 개시전에 그 대리권을 증명하는 서면(위임장)을 제출하여야 한다.

제28조(주주총회의 결의방법)

주주총회의 결의는 법령에 다른 정함이 있는 경우를 제외하고는 출석한 주주의 의결권의 과반수로 하되 발행주식총수의 4분의 10이상의 수로 하여야 한다.

제29조(주주총회의 의사록)

주주총회의 의사는 그 경과의 요령과 결과를 의사록에 기재하고 의장과 출석한 이사가 기명날인 또는 서명하여 본점과 지점에 비치한다

제5장 이사, 이사회, 대표이사

제 1 절 이 사

제30조(이사의 수) 회사의 이사는 3명 이상 10명 이내로 하고 사외이사는 이사총수의 4분의 1(또는 1인)이상으로 한다.

제31조(이사의 선임)

- ① 이사는 주주총회에서 선임한다.
- ② 이사의 선임은 출석한 주주의 의결권의 과반수로 하되 발행주식총수의 4분의 1 이상의 수로 하여야 한다.
- ③ 2인 이상의 이사를 선임하는 경우 상법 제382조의 2에서 규정하는 집중투표제는 적용하지 아니한다.

제32조(이사의 임기)

- ① 이사의 임기는 3년으로 한다. 그러나 그 임기가 최종의 결산기 종료 후 당해 결산기에 관한 정기 주주총회 전에 만료될 경우에는 그 총회의 종결 시까지 그 임기를 연장한다.
- ② 보궐선임된 이사의 임기는 전임자의 잔여기간으로 한다.

제33조(이사의 직무)

부사장, 전무이사, 상무이사 및 이사는 대표이사(사장)를 보좌하고, 이사회에서 정하는 바에 따라 회사의 업무를 분장 집행하며, 대표이사(사장)의 유고시에는 위 순서에 따라 그 직무를 대행한다.

제34조(이사의 의무)

- ① 이사는 법령과 정관의 규정에 따라 회사를 위하여 그 직무를 충실하게 수행하여야 한다.
- ② 이사는 선량한 관리자의 주의로서 회사를 위하여 그 직무를 수행하여야 한다.
- ③ 이사는 재임 중 뿐만 아니라 퇴임후에도 직무상 지득한 회사의 영업상 비밀을 누설하여서는 아니된다.

제35조(이사의 보수와 퇴직금)

- ① 이사의 보수는 주주총회의 결의로 이를 정한다.
- ② 이사의 퇴직금의 지급은 주주총회결의를 거친 임원퇴직금지급규정에 의한다.

제 2 절 이 사 회

제36조(이사회회의 구성과 소집)

- ① 이사회는 이사로 구성한다.
- ② 이사회는 대표이사(사장) 또는 이사회에서 따로 정한 이사가 있을 때에는 그 이사가 회일 2일전에 각 이사에게 통지하여 소집한다.
- ③ 제2항의 규정에 의하여 소집권자로 지정되지 않은 다른 이사는 소집권자인 이사에게 이사회 소집을 요구할 수 있다. 소집권자인 이사가 정당한 이유 없이 이사회 소집을 거절하는 경우에는 다른 이사가 이사회를 소집할 수 있다.

④ 이사전원의 동의가 있을 때에는 제2항의 소집절차를 생략할 수 있다.

제 37 조(이사회 결의 방법)

- ① 이사회 결의는 이사 과반수의 출석과 출석이사의 과반수로 한다.
- ② 이사회는 이사의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 이사가 동영상 및 음성을 동시에 송·수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것을 허용할 수 있다. 이 경우 당해 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 본다.
- ③ 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못한다.

제38조(이사회 의사록)

- ① 이사회 의사에 관하여는 의사록을 작성하여야 한다.
- ② 의사록에는 의사의 안건, 경과요령, 그 결과, 반대하는 자와 그 반대이유를 기재하고 출석한 이사가 기명날인 또는 서명하여야 한다.

제39조(위원회)

- ① 회사는 이사회내에 다음 각 호의 위원회를 둔다
 - 1. 감사위원회
 - 2. 사외이사후보추천위원회
- ② 각 위원회의 구성, 권한, 운영 등에 관한 세부사항은 이사회 결의로 정한다.
- ③ 위원회에 대해서는 정관에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 정관 제36조 내지 38조의 규정을 준용한다.

제40조(상담역 및 고문) 당 회사는 이사회 결의로 상담역 또는 고문 약간 명을 둘 수 있다.

제 3 절 대 표 이 사

제41조(대표이사의 선임) 대표이사는 이사회에서 선임한다.

제42 조(대표이사의 직무) 대표이사는 회사를 대표하고 회사의 업무를 총괄한다.

제6장 감사위원회

제43조(감사위원회의 구성)

- ① 회사는 감사에 갈음하여 제 39조의 규정에 의한 감사위원회를 둔다.
- ② 감사위원회는 3인 이상의 이사로 구성하고, 총 위원의 2이상은 사외이사이어야 한다.
- ③ 감사위원회는 필요한 경우 회사의 비용으로 전문가의 조력을 구할 수 있다.

제44 조(위원장의 선임과 위원의 해임)

- ① 감사위원회는 그 결의로 위원회를 대표할 위원장을 선임하여야 한다.
- ② 감사위원회의 위원의 해임에 관한 이사회 결의는 이사총수의 3분의 2이상의 찬성으로 하여야 한다.

제45 조(감사위원회의 직무)

- ① 감사위원회는 회사의 회계와 업무를 감사한다.
- ② 감사위원회는 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시주주총회의 소집을 청구할 수 있다.
- ③ 감사위원회는 주주총회에 외부감사인 후보를 제청한다.
- ④ 감사위원회는 그 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에 대하여 영업의 보고를 요구할 수 있다. 이 경우 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때, 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 때에는 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있다.
- ⑤ 감사위원회는 제1항 내지 제4항 외에 이사회가 위임한 사항을 처리한다.

제46조(감사록)

- ① 감사위원회는 감사에 관하여 감사록을 작성하여야 한다.
- ② 감사록에는 감사의 실시요령과 그 결과를 기재하고 감사를 실시한 감사위원회 위원이 기명날인 또는 서명하여야 한다.

제7장 계산

제47조(사업년도)

당 회사의 사업년도는 매년 1월 1일부터 12월 31일 까지로 한다.

제48조(재무제표와 영업보고서의 작성, 비치 등)

- ① 당 회사의 대표이사는 정기주주총회 회일의 6주간 전에 다음의 서류와 그 부속명세서 및 영업보고서를 작성하여 감사위원회에 제출하여야 하며, 다음 각 호의 서류와 영업보고서를 정기총회에 제출하여야 한다.
 1. 대차대조표
 2. 손익계산서
 3. 이익잉여금처분계산서 또는 결손금처리계산서
- ② 감사위원회는 제1항의 서류를 받은 날로부터 1주간 내에 감사보고서를 대표이사에게 제출하여야 한다.
- ③ 대표이사는 제1항 각 호의 서류와 그 부속명세서를 영업보고서 및 감사보고서와 함께 정기 주주총회 회일의 1주 간전부터 본사에 5년간, 그 등본을 지점에 3년간 비치하여야 한다.
- ④ 대표이사는 제1항 각호의 서류에 대한 주주총회의 승인을 얻은 때에는 지체없이 대차대조표와 외부감사인의 감사의견을 공고하여야 한다.

제49조(외부감사인인 선임)

회사가 외부감사인인 선임함에 있어서는 주식회사의 외부감사에 관한 법률의 규정에 의한 감사인선임위원회(또는 감사위원회)의 승인을 얻어야 하고, 회사는 외부감사인인 선임한 후 최초로개최되는 정기주주총회에 그 사실을 보고하여야 한다.

제50조(이익금의 처분)

당 회사는 매 사업년도의 처분전 이익잉여금을 다음과 같이 처분한다.

1. 이익준비금
2. 기타의 법정적립금
3. 배당금
4. 임의적립금
5. 기타의 이익잉여금처분액

제51조(이익배당)

- ① 이익의 배당은 금전과 주식으로 할 수 있다.
- ② 이익의 배당을 주식으로 하는 경우 회사가 수종의 주식을 발행한 때에는 주주총회의 결의로 그와 다른 종류의 주식으로도 할 수 있다.
- ③ 제1항의 배당은 매 결산기말 현재의 주주명부에 기재된 주주 또는 등록된 질권자에게 지급한다.

제52조(배당금지청구권의 소멸시효)

- ① 배당금의 지급청구권은 5년간 이를 행사하지 아니하면 소멸시효가 완성한다.
- ② 제1항의 시효의 완성으로 인한 배당금은 이 회사에 귀속한다.

대차대조표

계정과목	2007년		2006년	
I. 유동자산	(20,322,217,251)		(27,610,525,894)	
(1) 당좌자산	(18,615,776,813)		(25,240,320,281)	
1. 현금및현금등가물	11,502,518,990		3,818,195,306	
국고보조금	56,018,962	11,446,500,028	61,110,458	3,757,084,848
2. 단기금융상품		3,489,750		2,943,339,450
3. 단기매도가능증권		665,825,093		325,440,000
4. 만기보유증권-단기		300,000,000		300,000,000
5. 매출채권	4,920,230,339		6,396,904,729	
대손충당금	81,226,670	4,839,003,669	502,757,51	5,894,147,219
6. 유동성장기매출채권			144,642,796	
대손충당금	-	0	38,746,434	*105,896,362
7. 단기대여금		29,700,000	824,788,800	
8. 미수금	1,251,968,579		10,839,878,718	
대손충당금	190,312,334	1,061,656,245	190,786,264	10,649,092,454
9. 미수수익	106,836,541		279,008,173	
10. 선급금	90,809,767		44,422,503	
대손충당금	1,078,990	89,730,777	0	44,422,503
11. 선급비용		32,585,730		108,758,299
12. 이연법인세차		40,448,980		8,342,173
(2) 재고자산	(1,706,440,438)		(2,370,205,613)	
1. 제품	527,006,771		651,641,249	
평가충당금	4,203,456	522,803,315	14,928,982	636,712,267
2. 원재료	1,070,276,459		1,670,141,629	
평가충당금	14,738,747	1,055,537,712	87,511,673	1,582,629,956
3. 미착품		128,099,411		150,863,390
II. 비유동자산	(51,134,990,805)		(38,927,079,666)	
(1) 투자자산	(22,702,870,117)		(13,108,153,535)	
1. 장기금융상품		2,600,117,462		2,232,072,164
2. 매도가능증권		442,889,857		1,537,112,570
3. 만기보유증권		50,000,000		350,000,000
4. 지분법적용투자주식		19,509,712,798		8,888,818,801
5. 장기대여금		100,150,000		100,150,000
	0			

계정과목	2007년		2006년	
(2)유형자산	(21,326,082,861)		(21,968,826,593)	
1.토지	7,876,169,518		7,876,169,518	
2.건물	14,391,978,019		14,454,277,579	245,155,618
감가상각누계액	2,859,058,547	11,532,919,472	2,519,941,574	11,934,336,005
3.기계장치	12,457,314,821		12,094,168,674	
집기비품	136,089,274			
국고보조금	206,140,687		192,330,847	
공구와기구	237,264,720			
감가상각누계액	11,042,937,200	1,208,236,934	10,351,247,316	1,550,590,511
차량운반구	21,928,863			
4.차량운반구	183,221,422		229,314,221	
건설중인자산	155,000,000			
감가상각누계액	162,439,305	20,782,117	227,296,459	2,017,762
5.시설장치	3,595,293,296		3,423,635,896	
국고보조금	4,448,429		9,424,639	
감가상각누계액	3,371,967,091	218,877,776	3,231,604,284	182,606,973
6.비품	3,170,212,151	3,091,097,123		
국고보조금	20,105		42,596	
감가상각누계액	3,040,639,087	129,552,959	2,942,068,531	148,985,996
7.공구와기구	789,877,795		1,010,501,743	
국고보조금	34,546,397		66,191,521	
감가상각누계액	570,787,313	184,544,085	673,690,394	270,619,828
8.건설중인자산		155,000,000		3,500,000
(3)무형자산	(919,024,344)		(599,734,564)	
1.개발비	1,478,660,495		983,279,219	
국고보조금	559,636,151	919,024,344	383,544,655	599,734,564
(4)기타비유동자산	(6,187,013,483)		(3,250,364,974)	
1.이연법인세자산				897,595,949
2.보증금		476,964,297		452,493,297
3.장기매출채권			723,213,980	
대손충당금		0	104,607,080	618,606,900
4.장기미수금	6,553,231,043	0	1,426,081,349	
현재가치할인차금	843,181,857	5,710,049,186	144,412,521	1,281,668,828
자산총계		71,457,208,056		66,537,605,560
부채				
Ⅰ.유동부채	(15,051,200,053)		(12,999,906,453)	

계정과목	2007년		2006년	
1.매입채무		1,943,134,026		2,431,976,628
2.단기차입금		0		2,500,000,000
3.미지급금		1,819,806,363		5,305,659,510
4.선수금		0		472,920,753
5.예수금		45,036,100		67,243,610
6.미지급비용		17,187,590		20,414,219
7.미지급법인세		442,161,931		1,107,900,133
8.유동성장기부채		715,990,738		1,093,791,600
9.전환사채	11,136,000,000		0	
전환권조정	1,591,187,339			
사채상환할증금	681,612,288			
사채할인발행차금	158,541,644	10,067,883,305	0	0
부가세예수금		0		
II.비유동부채		(433,654,096)		(985,643,368)
1.장기차입금		0		715,990,738
2.퇴직급여충당금	655,372,240		584,465,390	
국민연금전환금	1,176,700		1,444,000	
퇴직보험예치금	645,765,379	8,430,161	550,168,760	32,852,630
3.임대보증금		260,800,000		236,800,000
4.이연법인세부채		164,423,935		
부채총계		15,484,854,149		13,985,549,821
자본				
I.자본금		(32,579,342,000)		(32,579,342,000)
1.보통주자본금		32,579,342,000		32,579,342,000
II.자본잉여금		(12,897,874,864)		(11,679,476,211)
1.주식발행초과금		11,467,561,867		11,467,561,867
2.기타자본잉여금		1,430,312,997		211,914,344
III.자본조정		(△2,964,110,050)		(△71,736,330)
1.자기주식		△2,964,110,050		△71,736,330
IV.기타포괄손익누계		(△147,964,556)		(△888,745,021)
1.매도가능증권평가이익		0		8,409,067
2.매도가능증권평가손실		△18,443,618		-18,722,810
3.지분법자본변동		491,494,303		402,021,607
4.부외지분법자본변동		△621,015,241		△1,280,452,885
V.이익잉여금		(13,607,211,649)		(9,253,718,879)

계정과목	2007년	2006년
1.법정적립금	313,000,000	313,000,000
2.임의적립금	1,548,590,551	1,548,590,551
3.미처분이익잉여금	11,745,621,098	7,392,128,328
자본총계	55,972,353,907	52,552,055,739
부채와자본총계	71,457,208,056	66,537,605,560

손익계산서

(단위 : 원)

계정과목	2007년	2006년
I. 매출액	42,902,961,228	49,779,315,786
1.제품매출	42,902,961,228	49,779,315,786
II. 매출원가	34,889,217,220	41,060,457,843
1.기초제품재고액	636,712,267	824,259,217
2.당기제품제조원가	34,775,308,268	40,954,602,602
계	35,412,020,535	41,778,861,819
3.타계정대체액	0	81,691,709
4.기말제품재고액	522,803,315	636,712,267
III. 매출총이익	8,013,744,008	8,718,857,943
IV. 판매비와관리비	5,455,574,248	5,464,018,107
1.급여와임금	1,627,006,250	1,989,753,150
2.퇴직급여	168,375,657	363,228,812
3.복리후생비	339,308,029	353,808,563
4.여비교통비	2,562,810	1,203,760
5.통신비	52,463,167	58,285,118
6.수도광열비	18,535,968	17,033,243
7.세금과공과	62,771,267	152,757,727
8.임차료	299,141,487	286,329,662
9.감가상각비	86,977,971	97,650,061
10.수선비	9,380,000	1,824,000
11.보험료	124,568,661	44,214,69
12.접대비	75,678,601	62,197,988
13.광고선전비	16,150,000	4,650,000
14.수출제비	231,007,239	321,555,183
15.연구비	408,274,052	482,190,131
16.소모품비	64,272,291	62,800,689
17.차량유지비	170,072,539	172,079,000
18.도서인쇄비	11,288,309	4,848,290
19.교육훈련비	7,311,339	12,771,977
20.출장비	62,138,463	116,312,440
21.지급수수료	763,794,422	544,763,518

계정과목	2007년	2006년
IV. 판매비와 관리비		
22. 무형자산상각비	0	175,772,754
23. 운반비	206,478,273	22,865,22
24. 대손상각비	574,024,569	54,303,751
25. 리스료	73,419,284	58,241,274
26. 잡비	573,600	2,577,100
V. 영업이익	2,558,169,760	3,254,839,836
VI. 영업외수익	4,834,141,036	8,613,602,153
1. 이자수익	666,813,278	679,094,921
2. 수입배당금	18,607,371	10,275,051
3. 외환차익	504,518,541	763,818,834
4. 외화환산이익	146,855,915	63,769,921
5. 단기매도가능증권처분이익	0	79,636,848
6. 유형자산처분이익	284,191,119	4,029,366,967
7. 지분법평가이익	2,898,871,989	2,787,010,219
8. 장기매도가능증권처분이익	171,919,000	38,000,000
9. 장기투자증권감액손실환입		0
10. 수입수수료	99,507,810	100,456,000
11. 잡이익	42,856,013	62,173,392
VII. 영업외비용	1,157,139,230	3,687,598,734
1. 이자비용	430,800,318	890,941,460
2. 매출채권처분손실	0	0
3. 외환차손	386,749,021	1,009,601,916
4. 외화환산손실	34,265,789	465,677,649
5. 기부금	20,932,837	20,100,000
6. 유형자산폐기손실	2,000	122,000
7. 유형자산처분손실	37,607,198	28,970,109
8. 단기투자자산처분손실		8,060,000
9. 개발비감액손실	0	175,772,787
10. 재고자산폐기손실		
11. 재고자산평가손실		
12. 장기투자증권감액손실	19,999,000	663,596,410
13. 장기매도가능증권처분손실	0	16,003,400
14. 매출할인	0	

15.법인세추납액	0	0
VII.영업외비용		
16.지분법평가손실	140,046,130	0
17.기타의 대손상각비	72,487,563	393,602,391
18.잡손실	14,249,374	15,150,612
VIII.경상이익		
	6,235,171,566	8,180,843,255
IX. 특별이익		
X. 특별손실		
XI.법인세차감전순이익		
	6,235,171,566	8,180,843,255
XII.법인세비용		
	1,881,678,796	904,633,976
XIII.당기순이익		
	4,353,492,770	7,276,209,279

자본금 변동 상황

(단위 : 원, 주)

주식발행일자	발행형태	발행한 주식의 내용				
		종류	수량	주당액면가액	주당발행가액	비고
1993년 02월 20일	-	보통주	10,000	10,000	10,000	설립자본금
1994년 08월 10일	유상증자(주주배정)	보통주	20,000	10,000	10,000	
1995년 12월 24일	유상증자(주주배정)	보통주	20,000	10,000	10,000	
1997년 04월 17일	유상증자(주주배정)	보통주	42,800	5,000	5,000	
1997년 04월 30일	무상증자	보통주	599,194	5,000	5,000	
1999년 03월 03일	유상증자(제3자배정)	보통주	357,143	5,000	28,000	아리랑구조조정기금
1999년 08월 09일	무상증자	보통주	439,654	5,000	5,000	
1999년 10월 22일	유상증자(주주배정)	보통주	5,385,768	500	1,340	
2000년 03월 23일	주식배당	보통주	2,077,368	500	500	
2000년 06월 15일	유상증자(주주우선공모)	보통주	4,570,210	500	1,630	
2000년 06월 15일	무상증자	보통주	8,226,377	500	500	
2000년 10월 14일	유상증자(제3자배정)	보통주	1	500	1,950	
2001년 03월 22일	주식배당	보통주	1,781,525	1,000	1,000	
	신주인수권행사	보통주	4,540,900	1,000	1,000	2005년1월~3월
	신주인수권행사	보통주	518,960	1,000	1,000	2005년4월~6월
	신주인수권행사	보통주	778,440	1,000	1,000	2005년7월~9월
	신주인수권행사	보통주	3,113,760	1,000	1,000	2005년10월~12월
	신주인수권행사	보통주	2,854,280	1,000	1,000	2006년1월~3월
	신주인수권행사	보통주	1,167,660	1,000	1,000	2006년4월~6월

생산설비 현황

단위 : 천원

자산항목 : 토지

(단위 : 백만원)

사업소	소유형태	소재지	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기도 화성 동탄 영천 122-5,6,9외	2,248	715	
본사		경기 화성 동탄 영천 120-12,16,17,18,19,23,26	12,456	1,830	
본사		경기 화성 동탄 영천 122-3,4,5,6	19,547	4,019	
본사		경기 화성 동탄 영천 123-1	431	267	
본사		경기 화성 동탄 영천 125-1	240	14	
-		전남 고흥군 영남면 우천리 산 162	44,926	149	
지점		경북 구미 임은동 318-2	1,559	561	
-		광주 광산 도덕 346	2,829	266	
본사		주유지 매입 628-15	124	55	
합계				7,876	

자산항목 : 건물

(단위 : 백만원)

사업소	소유형태	소재지	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기 화성 동탄 영천 120-6	416.05	202	
		경기 화성 동탄 영천 122-5	12,495.41	7,371	
		D동 건물	4,489.98	1,763	
		"경기 용인 기흥 고매리 359 동성A 101-202"	84.97		
		D동 건물 증축분	1,685.43	818	
		경기 화성 동탄 영천 120-23	1,610.82	31	
		경기 화성 동탄 영천 120-12		788	
지점	자가	경북 구미 임은 318-2	1,776	559	
합계			11,532		

자산항목 : 기계장치

(단위 : 백만원)

사업소	소유형태	소재지	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	CD설비	SET	338	-
		인쇄설비		68	-
		KIT설비		174	-
		LGP설비		252	-
		기타		376	-
		합계		1,208	-

생산설비 현황

자산항목 : 차량운반구				(단위 : 백만원)	
사업소	소유형태	소재시	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기 화성 동탄 영천 122-5		21	
합계				21	

자산항목 : 시설장치				(단위 : 백만원)	
사업소	소유형태	소재시	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기 화성 동탄 영천 122-5		218	
합계					

자산항목 : 집기비품				(단위 : 백만원)	
사업소	소유형태	소재시	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기 화성 동탄 영천 122-5		129	
합계				129	

자산항목 : 공구와 기구				(단위 : 백만원)	
사업소	소유형태	소재시	구분 ^m	07년말 장부가	비고
본사	자가	경기 화성 동탄 영천 122-5		185	
합계				185	

관계회사 현황

회사명	설립연도	상장/등록여부	지분율	비고
제이엠아이(주)	1993.2	코스닥상장	-	MS AR업체, 출판, 인쇄,CD 등 기록매체 생산,KIT Assembly 등
정문출판(주)	1976.2	비상장	-	인쇄사업
제이엠텔레콤(주)	1998.6	코스닥상장	-	정보통신 기기, EMS사업 (최대주주 및 특수관계인이 100% 출자)
JMInformation.INC	2001.1	비상장	100%	KIT,MANUAL 현지 공급, Embedded store
정문전자유한공사	2002.11	비상장	100%	LCD Board류 등 EMS 사업(중국현지법인/소주)
위해정문전자유한공사	2004.2	비상장	100%	KIT, 인쇄(중국현지법인/위해)
JMI SK s.r.o.	2004.7	비상장	62%	KIT, 인쇄(슬로바키아현지법인)
PT. JMIN	2006.4	비상장	100%	CD, KIT(인도네시아현지법인)
(주)엑선	2007.4	비상장	51%	반도체 공정장비

해외법인 재무상황

정문전자유한공사

(단위 : 백만원)

과 목	2007	2006	2005	2004	2003
(유동자산)	23,948	14,095	12,156	15,554	4,572
*당좌자산	16,421	10,531	8,036	11,247	3,319
*재고자산	7,527	3,564	4,120	4,307	1,253
(고정자산)	23,541	9,567	8,260	6,715	5,238
*투자자산	-	-	-	-	-
*유형자산	23,167	9,367	7,988	6,374	4,768
*무형자산	374	200	272	341	470
자 산 총 계	47,489	23,662	20,416	22,269	9,810
(유동부채)	24,924	13,957	12,350	16,090	6,511
(고정부채)	6,148	1,292	1,377	1,556	-
부 채 총 계	31,072	15,249	13,727	17,646	6,511
(자본금)	12,136	6,353	4,346	3,858	3,593
(자본잉여금)	7	-	-	-	-
(이익잉여금)	4,274	2,060	2,343	765	-294
자 본 총 계	16,417	8,413	6,689	4,623	3,299
매 출 액	84,063	62,015	53,145	28,880	5,497
영업이익	1,794	2,035	2,457	1,497	-287
경상이익	2,124	1,984	1,575	1,121	-294
당기순이익	1,968	1,836	1,575	1,121	-294

위해정문전자유한공사

(단위 : 백만원)

과 목	2007	2006	2005	2004
(유동자산)	1,470	1,437	1,174	852
*당좌자산	1,318	1,218	905	632
*재고자산	152	219	269	220
(고정자산)	96	105	54	72
*투자자산	-	-	-	-
*유형자산	66	70	33	26
*무형자산	30	35	21	46
자 산 총 계	1,566	1,542	1,228	924
(유동부채)	1,250	1,333	1,072	747
(고정부채)	-	-	-	-

부 채 총 계	1,250	1,333	1,072	747
(자본금)	319	298	312	313
(자본잉여금)	-	-	-	-
(이익잉여금)	-3	-89	-154	-136
자 본 총 계	316	209	158	177
매 출 액	6,755	4,999	3,729	972
영업이익	83	34	-20	-149
경상이익	88	38	-20	-149
당기순이익	88	38	-20	-149

슬로바키아

(단위 : 백만원)

과 목	2007	2006	2005	2004
(유동자산)	4,732	3,389	1,699	549
*당좌자산	3,644	2,405	536	143
*재고자산	1,088	984	1,163	406
(고정자산)	2,487	1,561	1,551	1,492
*투자자산	-	-	-	-
*유형자산	2,397	1,522	1,262	1,152
*무형자산	90	39	-	-
자 산 총 계	7,219	4,950	3,250	2,041
(유동부채)	2,275	2,155	2,249	2,453
(고정부채)	154	527	-	-
부 채 총 계	2,429	2,682	2,249	2,453
(자본금)	3,059	2,641	2,452	301
(자본잉여금)	-	-	-	-
(이익잉여금)	1,731	-373	-1,451	-713
자 본 총 계	4,790	2,268	1,001	-412
매 출 액	12,924	7,347	2,728	169
영업이익	2,780	1,118	-919	-799
경상이익	2,622	1,118	-919	-799
당기순이익	2,068	1,118	-919	-799

미국

(단위 : 백만원)

과 목	2007	2006	2005	2004	2003
(유동자산)	2,514	2,275	1,280	1,259	1,485
*당좌자산	2,161	1,847	835	967	1,144
*재고자산	353	428	445	292	341
(고정자산)	1,301	1,198	1,433	1,584	1,624

(고정자산)	1,301	1,198	1,433	1,584	1,624
*투자자산	-	-	-	-	478
*유형자산	1,304	927	886	934	1,146
*무형자산	-	2	-	-	-
자 산 총 계	3,815	3,473	2,713	2,843	3,109
(유동부채)	550	1,154	1,121	966	847
(고정부채)	63	-	-	-	690
부 채 총 계	613	1,154	1,121	966	1,537
(자본금)	1,876	1,859	2,026	2,088	2,396
(자본잉여금)	-	-	-	-	-
(이익잉여금)	1,326	460	-434	-211	-824
자 본 총 계	3,202	2,319	1,592	1,877	1,572
매 출 액	6,996	7,457	2,899	5,219	4,174
영업이익	992	1,323	-199	483	16
경상이익	1,017	1,340	-227	499	16
당기순이익	611	905	-227	498	16

인도네시아

(단위 : 백만원)

과목	2007	2006
(유동자산)	854	969
*당좌자산	759	718
*재고자산	95	251
(고정자산)	1,010	945
*투자자산	14	13
*유형자산	970	932
*무형자산	25	-
자 산 총 계	1,863	1,914
(유동부채)	862	1,303
(고정부채)	-	-
부 채 총 계	862	1,303
(자본금)	740	720
(자본잉여금)	-	-
(이익잉여금)	261	-109
자 본 총 계	1,001	611
매 출 액	4,390	824
영업이익	537	-112
경상이익	537	-109
당기순이익	415	-109

편찬후기

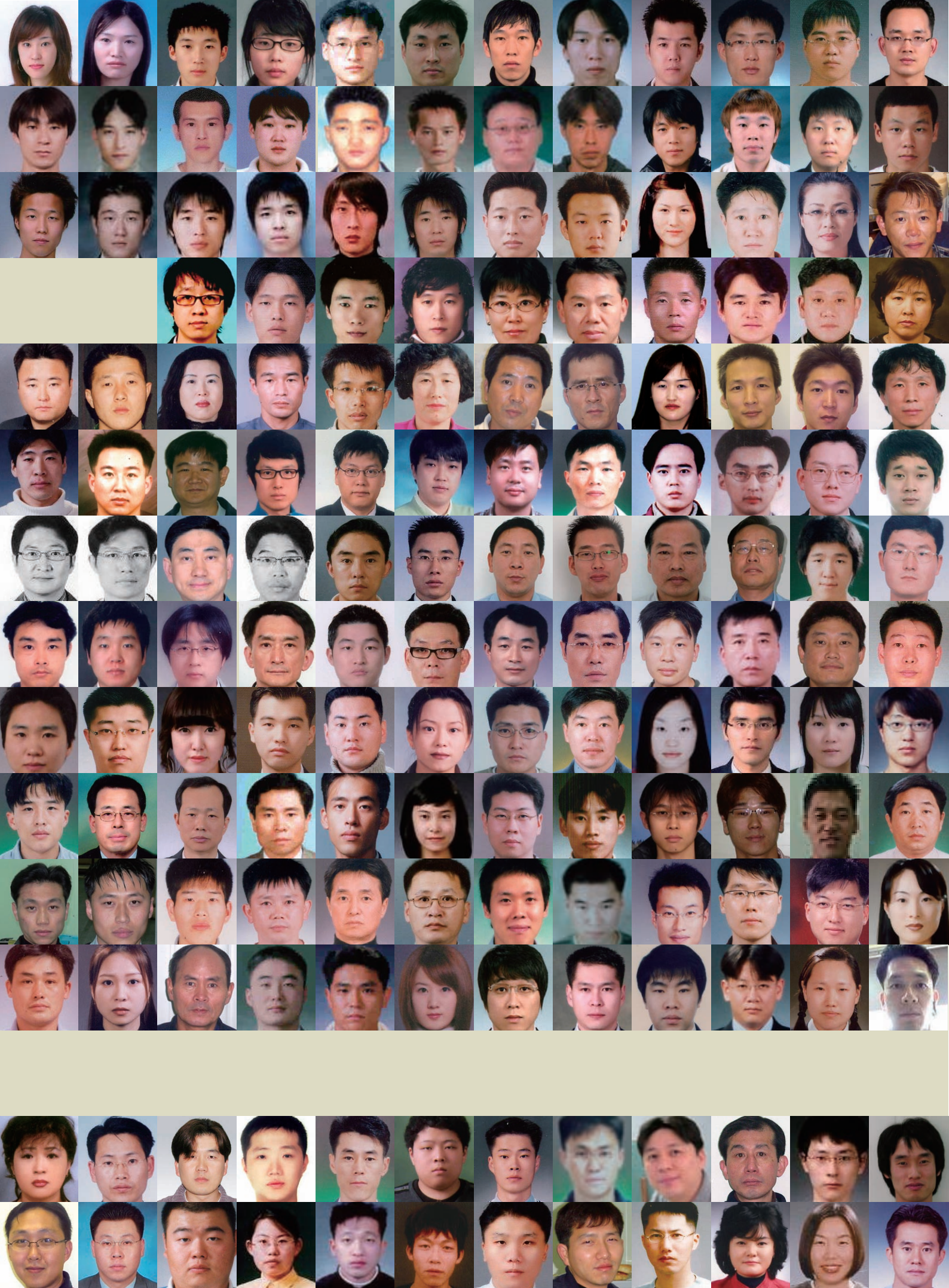
기업사란 과거를 반추하고 우리 기업이 자리한 현재를 생각하여 새롭게 마주할 미래를 계획한다는 점에서 단순한 기업 역사의 기록만은 아닐 것이라 생각합니다. 이 책은 미디어, 디스플레이 분야의 발전 과정에 관심이 있는 후학들에게 참고자료가 될 것이며 업계의 문화를 이해하는 데도 많은 도움이 되리라 생각합니다.

종합미디어 분야를 선도하고 있는 당사의 기술력은 이미 대외적으로 높은 평가를 받았습니다. DVD 도입 시점부터 관련 부문의 개발을 인정받아 각종 상을 수상한 바 있으며 여러 국책과제를 진행하면서 많은 성과도 이루어 왔습니다. 이러한 JMI의 성장사(成長史)는 모든 임직원들이 합심하여 쌓은 결과입니다. 그러나 지금의 시장 환경은 이러한 성과를 자축할 여유를 주지 않고 새로운 전략과 변화를 요구하고 있습니다. 임직원 각자의 능력과 각오를 재정비하여 세계적인 기업들과 본격적인 경쟁을 준비할 때입니다.

기업사란 과거를 반추하고 우리 기업이 자리한 현재를 생각하여 새롭게 마주할 미래를 계획한다는 점에서 단순한 기업 역사의 기록만은 아닐 것이라 생각합니다. 이 책은 미디어, 디스플레이 분야의 발전 과정에 관심이 있는 후학들에게 참고자료가 될 것이며 업계의 문화를 이해하는 데도 많은 도움이 되리라 생각합니다.

종합미디어 분야를 선도하고 있는 당사의 기술력은 이미 대외적으로 높은 평가를 받았습니다. DVD 도입 시점부터 관련 부문의 개발을 인정받아 각종 상을 수상한 바 있으며 여러 국책과제를 진행하면서 많은 성과도 이루어 왔습니다. 이러한 JMI의 성장사(成長史)는 모든 임직원들이 합심하여 쌓은 결과입니다. 그러나 지금의 시장 환경은 이러한 성과를 자축할 여유를 주지 않고 새로운 전략과 변화를 요구하고 있습니다. 임직원 각자의 능력과 각오를 재정비하여 세계적인 기업들과 본격적인 경쟁을 준비할 때입니다.







정문 30년사

발행인	정윤대
발행일	2008년 12월 20일
발행처	제이엠아이주식회사 경기도 화성시 영천리 122-5 031-376-9494
제작기획	제이엠아이주식회사 031-371-9119
편집기획	미디어체인 02-2277-7364
디자인	플러스81스튜디오 02-542-0810
인쇄	제이엠아이주식회사 031-376-9494
사사편찬위원장	정윤대
사사편찬팀장	이성준
편찬실무	정육창
원고집필	정영희
사진	이범진
교정교열	손태경
