

부품·소재 수출 Leading Company 선정업체(III)

(주)아모텍



- 대표 자 : 김병규
- 주 소 : (415-863) 경기도 김포시 통진면 수참리 189-4
- 전 화 : 031-989-0506
- 팩 스 : 031-989-3377
- 홈페이지 : www.amotech.co.kr
- e-mail : amecsl@chollian.net

▶ 회사개요

- 설립년도 : 1994. 10. 19
- 종업원수 : 250명
- 매출액('00) : 12,000백만원
- 주요생산품목 : 아몰스코아, 칩바리스터, 세라믹부품 브러쉬리스 DC모터
- 주요 수출국 : 대만, 홍콩, 중국, 미국 등

▶ 회사소개

아모텍은 1994년 설립 이래 신소재를 바탕으로 한 정보통신, 에너지 관련 부품소재의 핵심기술 개발과 동 산업의 기반 마련을 위하여 끊임 없는 연구개발 활동을 전개해 왔다.

낙후된 국내 부품소재 분야의 고유기술 개발을 목표로 끊임없는 연구결과 꿈의 신소재라 불리우는 아몰포스코어 제조 기술의 국내 최초 개발(세계4번째)이라는 쾌거를 이루었고, 세라믹Chip부품과, 고주파 부문에서는 정보통신 관련 핵심 부품의 기술개발을 토대로 국내시장은 물론 세계 시장에서도 선진 다국적 기업과 당당히 경쟁하고 있다.

또한 에너지 관련 모터 부문에서는 미래형 BLDC모터의 고유모델을 개발하여, 효율 및 각종 특성에서 그 기술력을 모터산업의 선진국인 일본, 독일 등에서도 인정받고 있다.

▶ 생산제품의 특징 및 기타 주요사항

- 정보통신 및 에너지 관련 제품생산업체로 Amorphous Core류(PC, Server, Telecom등에 적용), Chip Varistor Ceramic Antenna, Ceramic Filter(핸드폰, PDA, 통신 관련기기에 적용), BLDC Motor류(산업 및 가전용제품 등에 적용)
- 이들 제품들은 공히 첨단기술력을 바탕으로 선진다국적 기업과 경쟁하여 수출은 물론 수입대체 효과도 큼
- 국내외 40여건의 특허보유, 70여명의 연구원 확보, 국책연구과제 수행 등 제품관련 핵심원천 기술을 확보

■ 성공사례

신소재를 바탕으로 한 부품, 소재 에너지 분야의 Global Leading Company를 향하여...

(주)아모텍은 1994년 10월 낙후된 국내 부품 소재 산업의 경쟁력 확보 및 부품소재, 에너지 분야의 Global Leading Company를 목표로 설립되었다. 설립 이후 오랜기간 연구개발 활동을 전개하여 국내 최초, 세계에서는 4번째로 “꿈의 신소재”로 불리는 Amorphous(비정질 연자성 합금-액체 상태의 금속을 급속히 냉동시켜 얻는 신소재로 분자가 불규칙한 구조를 갖고 있어 전기적, 자기적 성질이 우수한 새로운 금속소재) 제조기술을 확보하였다. 또한 고주파, 세라믹 부품분야에서는 급성장하고 있는 정보통신 분야의 핵심 부품인 Chip Varistor, Ceramic Antenna, Ceramic Filter, Dielectric Resonator 등을 생산하고 있다. 한편 에너지 분야에서는 당사만의 독특한 구조를 갖고 있는 미래형 BLDC Motor를 개발하여 그 성능의 우수성을 모터의 선진국인 일본 및 독일에서도 인정받고 있다. 이러한 당사의 제품군들은 공히 원천 핵심기술력을 바탕으로 한 제품들로서 21세기 미래산업을 주도하는 환경, 에너지, 정보통신 분야에 Focus를 맞추고 있다. 이미 경제분야에서 나라간의 국경은 의미없는 물리적 구분이다. 정보통신, 운송 수단의 눈부신 발전에 힘입어 세상은 Global화되어 지역간, 국가간의 영역이 무너지고 있으며, 기업은 세계를 무대로 무한경쟁을 벌이고 있는 실정이다. 전 세계가 시장이며, 세계를 무대로 경쟁력을 갖지 못한다면 기업은 살아남을 수 없는 환경으로 접어들고 있다.

아모텍은 창업초기부터 이러한 경제환경 하에서 경쟁력을 확보하여 성장할 수 있도록 조직을 구성하고 전략을 수립하였다.

아모텍의 제품군들은 세계적인 다국적 기업들이 시장을 선점하고 있는 산업분야에 속해 있다. 이러한 조건을 극복하고자 아모텍은 먼저 21세기를 대비하는 경영전략으로 기술, 영업, 조직적인 측면에서 기술의 세계화, 영업의 세계화, 조직의 스피드화라는 모토를 설정하였다. 비록 중소 벤처기업이지만 세계시장에서 인정받지 못하면, 기업이 영속할 수 없다는 전제아래 첫째 목표를 기술의 세계화로 설정하였다. 이미 일본, 유럽, 미국 등의 선진 다국적 기업이 장악하고 있는 부품소재분야에서 경쟁력의 근본기술을 갖지 못하고는 시장의 선택을 받을 수 없을 것이다.

아모텍은 우수한 자체 연구인력의 개발, 활동은 물론, 학교 연구소 및 국내외 연구기관과의 공동 또는 위탁개발, 정부재원 정책과제의 수행들을 통하여 해당 분야의 원천기술을 확보할 수 있었으며 또한 그 개발시기를 단축할 수 있었다. 그 결과 기술한 바와 같이 국내 최초로 Amorphous 제조기술을 확보하여 다양한 종류의 Amorphous Core류를 제조하여 국내시장의 90% 이상의 대부분을 장악하고 있으며, 세계적인 PC OEM 메이커 시장인 대만을 비롯한 아시아 및 유럽, 미국 등에 수출 실적을 올리고 있다. 또한 세라믹, 고주파 분야에서 세라믹 칩부품 및 필터류, 세라믹 안테나, 고주파 부품, 다양한 제품을 개발 생산하고 있는데 Chip Varistor의 경우, 국내 시장을 독점하다시피한 일본의 다국적 부품기업과 경쟁하여 국산화를 통한 수입대체 및 적용제품을 통한 간접수출효과를 얻고 있다. 한편, 에너지 분야에서는 세계적인 환경, 에너지 절약의 추세에 맞춘 미래형 BLDC Motor(고효율, 소도체어, 고속 특성 및 경박단소화 가능)를 개발하여 국내 굴지의 L사 반도체 Clean Room용 납품 Project를 수주하여, 2001 상반기에 완성하였으며, 일본의 다국적 가전 및 산전업체에 다양한 모델

의 BLDC Motor 수출을 통하여 기술력을 인정받고 있다.

둘째, 영업의 세계화, 초기 시장에서 아모텍의 위상은 매우 미미한 실정이었다. 높은 기술과 브랜드 인지도를 바탕으로 한 세계적인 다국적 경쟁은 어려울 수 밖에 없었다. 이러한 시장에서의 영업활동의 한계를 아모텍은 자체 영업 인력의 능력이용, 전문 Agent의 활용, 외부전문가의 영입을 통하여 극복하였다. 제품의 특성상 기술영업이 이루어져야 하므로 대부분의 자체 영업인력은 연구소출신으로 제품을 가장 잘 아는 직원으로 구성하여 Customer에 대하여 기술 서비스 및 대응이 가능하도록 하였다. 이와 더불어 지역별, 제품별 전문 Agent와의 제휴를 통하여 시장의 정보를 얻고, 흐름을 파악하여 효율적인 영업활동을 추진하였다. 한편으로는 관련 세계적인 다국적 기업의 마케팅 인력을 영입하여 미국, 유럽, 홍콩에 현지 사무소를 운영하며 세계시장에서의 영업전략을 보다 전문적이고도 효과적으로 추진하고 있다.

셋째, 조직의 스피드화, 이 역시, 세계적인 다국적 기업과의 경쟁에서 살아남기 위한 아모텍만의 비교우위를 갖고자하는 전략이다. 고객의 다양한 요구 및 시장의 빠른 변화에 순발력있게 대응하기에는 대기업의 한계가 있고, 아모텍의 경우, 작은 조직의 특징인 빠른 의사결정과 유연한 대응력을 활용하여 제품, 시장규모, 지역 등에 있어서 틈새시장공략과 Customer 대응에 있어 영업은 물론 개발, 생산이 영업활동의 초기단계부터 밀착 대응으로 고객의 Needs를 개발단계에서 Before Service가 될 수 있도록 한다는 것이다. 급변하는 기술과 시장에서의 발빠른 대응으로 아모텍의 장점을 활용하는 것이다. 개발제품 및 시장의 선택도 이러한 측면에서 접근하여 빠른 속도로 아모텍만의 고유영역을 넓혀가고 있다.

대만시장의 Amorphous Core 수출

다음으로 아모텍의 초기 해외시장 개척에 있어서의 한가지 사례를 설명코자 한다. 특별히 성공 사례라고 하기에는 극적인 점은 없으나, 회사로서는 나름대로 최선을 다해 좋은 결과를 얻을 수 있었던 경우로서 소개하고자 한다.

아모텍은 Amorphous Core를 개발하여 1997년도 초기에 대만 시장에 진출하고자 했다.

Amorphous Core의 용도가 다양하기는 하지만, 아모텍이 Focus를 맞춘 것으로 Application으로는 PC, Server용 SMPS였고, 지역으로는 이들제품의 생산이 활발하고 지역적, 정서적으로 한국과 가까운 대만이었다.

아모텍의 진입 초기의 대만시장의 상황을 살펴보면, 아직 Amorphous Core의 시장이 완전하게 성숙된 단계가 아닌 상태에서 D사 등 4~5개 대형업체에서 시장의 60% 정도를 장악하고 있었으며, 나머지 약 40%의 시장을 중소기업이 난립하고 있는 실정이었다. 사실 아모텍은 제품의 품질에는 자신감이 있었으나, 회사의 인지도 측면에서는 경쟁사인 세계적 다국적 기업과는 비교가 되지 않았다.

또한 대만시장의 SMPS를 사용하는 주요 대기업 군은 이미 다국적기업인 일본의 D사 미국의 H사가 장악하고 있어 현실적으로 아모텍이 진입하기에는 어려운 형편이었다. 이에 따라 아모텍은 장기적 Step by Step 전략으로 접근하였다. 업체에는 제품의 sample을 제공함으로써 회사 Brand 인지도 높이기와 전문 Agent를 통한 업체공략을 꾸준히 병행하였고 각종 전시회에 참석하여 시장의 동향과 회사 알리기에 주력하였다.

그 결과 PC시장에 Pentium III가 출시되며 대만시장의 기존의 소규모 업체도 Amorphous Core를 사용할 것이라는 판단 아래 증저가용 Amorphous Core로 시장공략에 나섰다. 그 결과

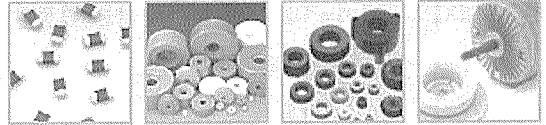
당사는 대만시장에서 40%의 Market Share를 갖고있는 중소기업체 시장의 약 90%를 점유할 수 있게 되었다. 이를 통해 아모텍은 매출액의 증대 뿐만 아니라 해외영업의 중요한 경험을 축적시킬 수 있는 계기가 되었다. 또한 시장에서의 아모텍 제품의 Brand를 알릴 수 있는 계기가 되었을 뿐만 아니라 꾸준한 매출물량의 확보로 제품 품질의 안정성을 확보할 수 있었다. 무엇보다도 안정된 매출을 통한 생산기술 및 품질의 향상, 개발능력의 증대는 시장 공략의 큰 힘으로 작용하였다. Agent 및 회사의 영업, 기술인력을 동원하여 여러차례의 Engineering Seminar를 개최하고 이를 통해 제품의 품질과 회사의 능력을 적극 홍보한 결과 마침내 거래를 시작하게 되었다.

현재는 대만시장의 모든 주요 고품질 SMPS업체와 거래관계를 확대해 나가고 있으며, 대만 전체시장의 약 40%를 장악하게 되었다. 또한 당사의 특징은 다른 다국적 경쟁업체가 고품질의 SMPS시장의 집중하고 있는 반면 이원화된 마케팅 전략을 갖고 고품질 시장에서는 품질로 중저가 시장에서는 가격으로 경쟁력을 확보하고 있다. 이는 시장의 변화를 완충할 수 있는 당사만의 중요한 전략으로 2000년도부터 시작된 PC시장의 침체로 주요 경쟁 다국적기업이 큰 타격을 입었음에도 불구하고 당사는 가격과 품질의 양면을 적절히 활용함으로써 시장의 어려운 환경을 극복해 나가고 있다.

현재는 명실공히 Amorphous Core분야에 있어서는 세계적인 Maker로서의 위상을 갖고 있다고 자부하고 있다.

Chip Varistor 사례

이 내용은 직접적인 수출효과보다는 수입대체 효과와 적용 제품의 수출증대로 인한 간접수출 효과를 보이고 있는 사례로 소개하고자 한다.



아모텍이 생산하고 있는 Chip Varistor는 과전압 방지용 소자로 배터리가 쓰이는 모든 전자제품(핸드폰, PDA, Notebook, 캠코더 등)에 적용되는 부품이다. 세계적으로 개발에 성공한 기업은 많지만 양산에 성공한 기업은 극히 적은제품으로 지금까지는 일본의 다국적 부품 제조기업이 세계시장은 물론 국내 수요의 대부분을 장악하고 있었다.

아모텍은 이미 수년 전에 개발에 성공하여 시장에서 양산 노하우를 축적한 결과 2000년부터 국내 굴지의 핸드폰 Maker에 일본의 부품기업과 대등한 품질로서 경쟁하여 수요량의 약 90%를 납품, 대체하는 실적을 이루었고 그 결과 다른 주요 국내 기업에서도 당사 제품을 적용하는 결과를 얻어내게되어 2001년도에는 전년 및 연초대비 초고속 매출 신장율을 보이고 있으며, 이 같은 추세는 향후에도 지속될 것이다. 이는 직접적인 수출은 아니지만 수입대체 효과는 물론 적용된 제품의 수출증대로 인한 간접 수출효과로 의미가 있다고 할 수 있다. 이렇듯 세계적인 다국적 기업이 주도하고 있는 제품을 생산하고 있는 아모텍이 해외 및 내수시장에서 나름대로의 영역을 확보하고 급격히 성장해 갈 수 있는 것은 다음의 근본적인 전제가 있어 가능했다.

아모텍은 이미 기술한 바와 같이 초기 R&B전문기업으로 출발을 하였다. 이는 시장의 Global화에 따라 세계적으로 기술의 경쟁력을 확보하지 못하는 기업은 성장할 수 없다는 이유 때문이다. 아모텍은 지금까지의 개발능력에 안주하지 않고 미래를 향한 한발 앞선 기술개발을 통하여 "기술의 아모텍"으로 세계시장에서 인정 받을 수 있도록 최선을 다할 것이다.

자화전자(주)



- 대표 자 : 김상면
- 주 소 : (363-922) 충북 청원군 북이면 현암리 7-6
- 전 화 : 043-210-7114
- 팩 스 : 043-214-0117
- 홈페이지 : www.jahwa.co.kr
- e - mail : webmaster@jahwa.co.kr

▶ 회사개요

- 설립년도 : 1981. 4. 25
- 종업원수 : 479명
- 매출액('00) : 90,800백만원
- 주요생산품목 : PCM, PTC Thermistor, OA부품
- 주요 수출국 : 중국, 일본, 말레이시아, 영국, 독일 등

▶ 회사소개

1982년 국내 최초로 브라운관 및 모니터의 핵심부분인 PCM(전자빔접속장치) 국산화에 성공하였으며 기술개발에 전력, 20여종에 해당하는 전자부품 및 소재 국산화를 이룩하였다.

기존 일본에서 전량 수입에 의존해오던 박형페라이트/금속분말 전자파흡수체를 국산화하여 안정적으로 공급하고 있고, 정부 및 산학연의 연구개발체계를 적극활용, 30여명의 연구인력을 확보하여 기술개발에 전력 매진하여 고전류 보호용 정온도 측정센서 개발 등 19개 정부 기술개발사업 추진과 EMI 제어용 자성흡수체 등 6개의 신기술개발 사업을 추진하였다.

▶ 생산제품의 특징 및 기타 주요사항

- P.C.M(Purity Convergence Magnet) : 브라운관의 BEAM 보정에 사용, 전자총 넥크부분에 장착되어 전자빔을 조절함
- P.T.C(Positive Temperature Coefficient)Thermistor : 정온발열용 반도체 소자용으로 TV, 모니터 및 난방기기, 통신기기용으로 이용
- Plastic Magnet : 고성능 정밀모터 및 자동차 센서용 부품, 기타 범용으로 활용되며, 기술의 고도화로 각종 전기·전자 제품에 많이 응용됨
- Rubber Magnet : 유연성 및 가공성이 좋고 소형 및 완구문구류에 적용하며, 모터 주로 DY보정용으로 사용
- Nd-Fe-B계 Bonded Magnet : 에폭시와 원료를 압축 성형한 제품이며 자기 방향의 구성이 자유자재로 가능하며 각종 모터 및 센서용으로 사용
- OA 부품 : 복사기 및 FAX, 레이저 프린터에 적용되며 선명한 화상을 좌우함
- EMI : 인체에 유해한 전자파를 차단하며 각종 전자제품의 전자파를 차폐함
- Vibration Motor : 초소형 정밀모터로 PCS, CDMA 등 통신기기에 사용되며 진동을 이용한 모터

■ 성공사례

자화전자(주)는 1981년 4월 25일 설립되어 올해로 창사20주년을 맞게 되었다. 자화전자(주)는 기술개발을 최우선 과제로 하여 매년 30%~40% 이상의 매출성장률을 보이고 있으며, 회사의 주력 품목인 P.C.M은 세계시장의 40%, PTC Thermistor는 세계시장의 20%이상을 점유하고 있다.

국내 주요 거래 업체로는 삼성, LG, 대우, 현대 등 13개 가전, 산전, 자동차업체, 그리고 해외 업체로는 대만의 중화연관, 프랑스의 SAGEM, ALCATEL, 일본의 NEC, SONY, TOSHIBA, MATSUSHITA, 미국의 RCA, LEXMARK 등 세계적인 기업에 매출액의 85%이상을 수출하고 있다.

자화전자(주)는 시장환경 변화에 대한 능동적인 대응과 정보 습득을 통해 고객의 Needs에 대응하며 우수한 기술력을 바탕으로 매출액 증대를 통해 국내 뿐 아니라 세계속에 자화전자의 제품의 브랜드 이미지를 향상시켜 왔다.

특히, 98년도는 신개발 전자부품 콘테스트 최우수상 수상, '98벤처기업 전국대회에서 대상인 동탑산업훈장 수상 및 2000년 5,000만불 수출탑 수상 등을 통해 대외적으로 전자부품과 통신기기 부품의 우수기업으로 인정을 받을 수 있도록 그 역할을 증대시키고 있다.

자화전자(주)의 수출성공사례는 다음과 같다.

부저생산량 세계1위 일본업체 공략사례

일본 STAR정밀은 핸드폰에 사용되는 부품인 부저를 세계 우수 핸드폰업체에 공급하고 있는 세계시장점유1위 업체로서 지금까지 품질우선주

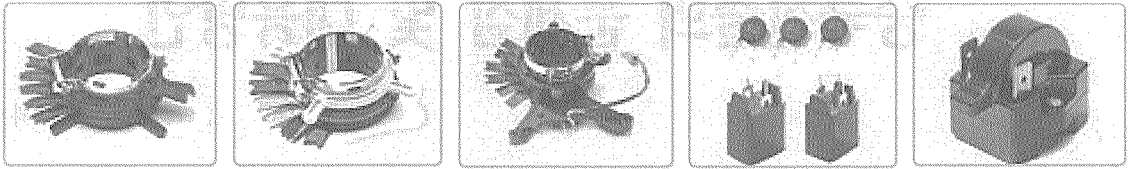
의로 일본부품 업체로부터 전량 MAGNET를 공급을 받아 사용한 업체였다. 동사는 이전부터 HOME PAGE 등을 활용하여 지속적인 동사의 품질, 회사규모에 대해 PR을 하여왔으며 가중되는 일본업체의 원가부담 등을 인식하여 STAR정밀에 동사의 제품을 지속적으로 소개하여 왔다. 품질면에서 보수적인 STAR정밀(100% 일본부품사용)에 대해 동사는 판매가격도 중요하지만 품질이 가장 중요하다고 판단하여 3차례에 걸친 품질공정심사에서 일본업체보다 우수한 품질 SYSTEM 등에 후한 점수를 취득하게 되었다. 또한, 가격경쟁면에서도 동사가 보유하고 있는 해외현지공장의 활용방안, 원가 경쟁력방안 등에 대해 충분한 PR이 되어 승인용 제품이 1차에 통과되고 가격적인 MERIT를 줌으로서 현재 STAR정밀에서 생산중인 부저용에 동사의 MAGNET가 2002년 상반기에는 약 60%이상 사용될 예정으로 있다.

동사로서는 여기에 만족하지 않고 일본업체보다 품질, 가격경쟁에 월등히 앞설 수 있는 체제를 재정비하여 시장 점유율을 80%이상 확대될 수 있도록 최선을 다하고 있다.

세계브라운관 점유율 1위업체

중화연관사와의 거래

중화연관은 대만업체로서 생산공장을 대만, 중국, 말레이시아, 영국 등에 가지고 있는 브라운관(TV, MONITOR용)을 생산하는 세계 1위의 다국적 기업체로서, 동사가 PCM을 생산시 PARTNER로서 현재까지 유지하고있는 고객이다. 90년대 중반까지만 하더라도 PCM의 생산업체로서는 일본업체가 전 세계 시장의 60%이상을 점유하고 있는 상황이었다. 당시 세계 PCM 진출 시장은 일본업체들이 주를 이루고 있었으며, 중



화연관사 또한 동사가 점유율 20%대부터 시작, 지속적인 신제품 개발로 대응, 제품의뢰가 접수 되었을 때 자체보유 기술인 원자재기술, 금형설계, 제작기술 등을 활용, 경쟁사업체보다 하루라도 빨리 수요업체에서 신규브라운관설계에 동사 제품을 검토할 수 있도록 적극 대응해왔다.

당시 중화연관사와 일본브라운관 업체가 특허 문제로 분쟁이 발생하여 이를 해결하기 위해서는 동사 부품인 PCM제품의 개발이 급선무였으며, 그 과제를 해결하기 위해 당사는 금형으로 이루어져야 하는 제품이지만 경쟁사보다는 하루라도 빨리 대응해야한다는 방침하에 경영진을 필두로 밤낮을 잇고 수작업으로 SPL을 제작하였고, 그 결과 개발된 제품을 동사의 특허로 보유하게 됨에 따라 동사제품을 40%대에서 100%로 사용케 되는 중요한 계기가 되었다.

이 사례는 신규업체개발도 중요하지만 고객의 욕구를 만족시켜줌에 따라 점유율을 대폭 확대함과 아울러 매출에서도 엄청난 파급효과를 가져올 수 있다는 중요한 것을 일깨워준 사례이다.

자화전자(주)는 현재의 제품생산 규모와 마케팅

팅에 만족하지 않고 지속적으로 신제품을 개발할 계획으로 있다. 이미 40종 150여 품목을 국산화 대체 개발한 축척된 기술을 바탕으로 이동통신 기기의 소형화 추세에 따라 초소형 진동모터, 차세대 이동통신 서비스인 IMT-2000 CDMA용 단말기 부품 Duplexer, CDMA의 Cellular Phone용 RF Switch 모듈을 연구 개발하여 IT산업 생산대열에 진입하고 있으며, PCR대전 Roller와 ADD 전파흡수체를 양산할 계획을 갖고 있다.

이제는 기술개발의 침병에서 시장개척의 선두자로 Marketing의 활성화를 위해 e-Marketing에 관심을 가지고 있다. 이미 고객의 관심 파악을 통한 Customized된 제품 개발, 새로운 고객 발굴을 위해 TEAM원들간에 정보공유로 매출증대에 기여하고 있는 실정이다.

21세기 세계적인 정보통신부품기업을 목표로 2000년말 기준 자본금은 89억원, 매출액은 906억원, 종업원은 450명의 중견기업으로 성장할 수 있도록 자화전자의 침병 역할을 했던 Marketing은 2001년 매출목표 1,000억원을 달성하기 위해 노력하고 있다.