

### '인터넷 전도사' 에서

### '전자지불 전도사' 로..

이니시스 이금룡 대표

“노병은 죽지 않는다. 다만 잠시 사라질 뿐...” 이 말은 태평양 전쟁의 영웅 더글라스 맥아더 장군이 남긴 유명한 말이다.

한 때 '인터넷 전도사' 로 불리며 한국을 세계 속의 인터넷 강국으로 등극시킨 닷컴 신화의 주역, 오프라인에서 같고 닷컴 마케팅 파워를 21세기의 화두인 온라인 분야에서 유감없이 발휘하며 '한국의 이베이'라 할 수 있는 인터넷 경매전문 사이트 옥션을 부임 1년도 되지 않아 코스닥에 입성시킨 경영의 달인, 벤처 1세대로서 벤처산업을 한국 경제의 주축으로 키워 낸 장본인이자 한국 벤처의 산증인 이금룡(53).

닷컴의 버블논쟁과 함께 우리의 뇌리 속에서 잠시 사라졌던 그가 침묵의 시간을 깨고 닷컴 부활의 전주곡을 울리며 전자지불 대행업체 이니시스의 전문경영인으로 우리 곁에 돌아 왔다.

“현재 시가 500억원 이니시스의 가치를 임기 3년 안에 5000억원이 넘는 견실한 벤처기업으로 키워 놓을 것입니다”라고 자신있게 말하는 이니시스의 이금룡 대표. 한국을 세계제일의 인터넷 강국으로 이끌며, 인터넷 경매전문 사이트인 옥션을 한국을 대표하는 인터넷 업체로 성장시킨 그의 경영능력을 생각한다면 임기 3년 안에 회사 시가총액을 10배 이상 늘리겠다는 말이 예사롭게 들리지 않는다.

국내 전자지불 업계 1위를 고수하고 있는 이니시스를 3차레에 걸친 탈바꿈의 과정을 통해 회사를 업그레이드시킨다는 것이 그의 계획이다. 그 첫 번째 탈바꿈으로 상반기 중 각종 기업간전자상거래(B2B) 사이트를 하나로 묶은 B2B 메가포털 사이트를 출범시킬 계획이다. 현재 B2B 마켓플레이스협의회 회장을 겸하고 있는 이 대표는 “일반 소비자를 상대로 하는 현재의 전자지불 서비스보다 한 차원 업그레이드 된 전자지불 시장이 탄생할 것”이라고 예고했다.

나머지 두, 세 번째 탈바꿈에 대해서 이 대표는 말을 아꼈지만 오프라인의 각종 결제를 온라인으로 끌어들이는 노력과 함께 세계적인 기

업과 전략적인 협력을 통해 해외시장을 개척할 것이라는 정도로 큰 틀에서의 구상을 피력했다.

#### 이윤은 시장을 키워 창출하는 것

1998년 11월에 설립된 이니시스는 국내에 지불결제대행이라는 새로운 형태의 사업 모델을 선보여, 자체 개발 브랜드인 이니페이로 굴지의 국내 대기업을 제치고 시장 점유율 33%를 확보해 전자지불서비스 분야의 대표 기업으로 자리매김 하고 있다.

현재 지불서비스인 이니페이를 통해 거래되는 규모는 2001년 1조 원을 돌파한 뒤, 작년에는 1조 2000억으로 증가하는 등 지속적으로 상승 중이며, 현재 이니시스로부터 전자지불서비스를 받는 사이트는 예스24, YBM시사, 엔씨소프트, SK텔레콤 등 대형사이트를 비롯해 6000여 개에 달한다. 이니페이 서비스는 쇼핑물 외에 인터넷 빌링, 기업간 전자상거래(B2B), 콘텐츠 유료화, 티켓예매, 공과금납부 등 다양한 영역에 적용할 수 있어 성장 가능성이 높다. 현재 신용카드, 휴대전화, 계좌이체 등 다양한 지불수단을 한 번에 서비스 하는 통합지불·정산시스템을 서비스 중이다.

이 대표는 “점차 치열해지는 시장에서 살아남기 위해서는 시장영역을 스스로 확대하면서 진화해야 한다”는 입장을 피력하며 한정된 규모의 시장에서 과열경쟁은 저가수주로 이어져 기업 생존력을 스스로 약화시킨다고 주장한다. 그래서 이 대표는 이니시스의 향후과제를 결제대행(PC)분야 1위라는 경쟁력을 유지해나가면서 해외시장 진출 및 공공부문 지불대행, PDA 및 휴대폰 전화를 이용한 소액결제 확대 등 새로운 확장모델을 이용한 시장확대에 두고 거래규모와 수익성측면에서 지속적인 성장세를 이어간다는 전략을 세우고 있다.

이는 한정된 시장에 새로운 콘텐츠의 제공을 통해 시장을 확대하고

여기서 새로운 이윤을 창출해야한다는 그의 적극적이고 공격적인 경영마인드의 일로라 할 수 있다.

### '선구자 정신'은 흔들리지 않는 사업정신

이 대표는 지난 1977년 삼성물산 공채 17기로 입사한 '삼성맨' 출신이다. 지난 1998년 삼성물산의 인터넷사업부장을 맡아 그 해 8월 삼성물산의 인터넷쇼핑몰인 '삼성몰'의 문을 열었다. 이듬해인 1999년 3월에는 직접 미국으로 건너가 세계적인 전자상거래업체인 아마존과 전략적 제휴를 맺는 등 짧은 시간에 삼성몰을 업계 선두자리에 올려놓았다.

삼성물산의 인터넷사업을 이끌던 이 대표가 지난 1999년 9월 당시만 해도 이름이 크게 알려지지 않은 인터넷벤처기업인 '인터넷경매(현 옥션)'의 사장으로 자리를 옮기자 관련 업계 사람들은 모두 놀랐다. 그 때만 해도 대기업에서 잔뼈가 굵은 50대의 '선세대'가 패기있고 어찌 보면 무모할 정도로 저돌적인 벤처기업을 잘 이끌 수 있을지 의문을 제기하는 사람들이 많았다. 더욱이 인터넷 창업의 붐이 일고 있을 당시 창업보다 전문경영인의 길을 택한 것에 의아해 했다.

그러나 이 대표는 옥션에 부임한 지 1년이 못 돼 회사를 코스닥시장에 등록시켰으며 하루 경매액이 10억원에 육박하는 국내 제일의 전자상거래 사이트로 끌어 올렸다. 뿐만 아니라 세계최대의 온라인 경매업체인 이베이와의 M&A를 통해 회사가치를 높이며 주변의 우려를 한 방에 불식시켰다. '인터넷 전도사'라는 별명도 이런 과정에서 자연스럽게 그를 따라 다니게 되었다.

"인터넷 사업의 인프라가 전혀 구축되지 않은 상황에서 사이버 경매시장이라는 새로운 분야를 선택했을 때 주변의 우려도 많았지만 그럼에도 불구하고 옥션을 선택하게 된 것은 사업이란 남들이 개척하지 않은 분야에서 새로운 가치를 창조하는 것이라고 생각했기 때문입니다"라고 말하는 이 대표는 자신이 사업을 하면서 변함없이 지켜 온 신념을 한 마디로 '선구자 정신'이라고 정의 내렸다.

이니시스의 대표직을 흔쾌히 수락하게 된 것도 국내 최초 전자지불결제라는 새로운 사업영역에 대한 매력 때문이라고 말하는 이 대표는 영락없는 벤처인 그 자체이다.

### 벤처, 고객지향적 경영마인드 도입 절실

지난 1월 6일자로 이니시스 대표로 부임한 이 대표는 '스톡옵션의 사나이'로도 유명하다. 지난 1999년 9월 삼성물산 인터넷사업팀장(이사)에서 옥션 대표로 옮길 때 20만주 스톡옵션(주식매수선택권)을 받은 데 이어, 이번에도 이니시스 127만3600주를 받았다. 실제 이 대표는 지난해 10월 옥션 20만주를 행사해 현재 수십억대 평가익을 보고 있다.

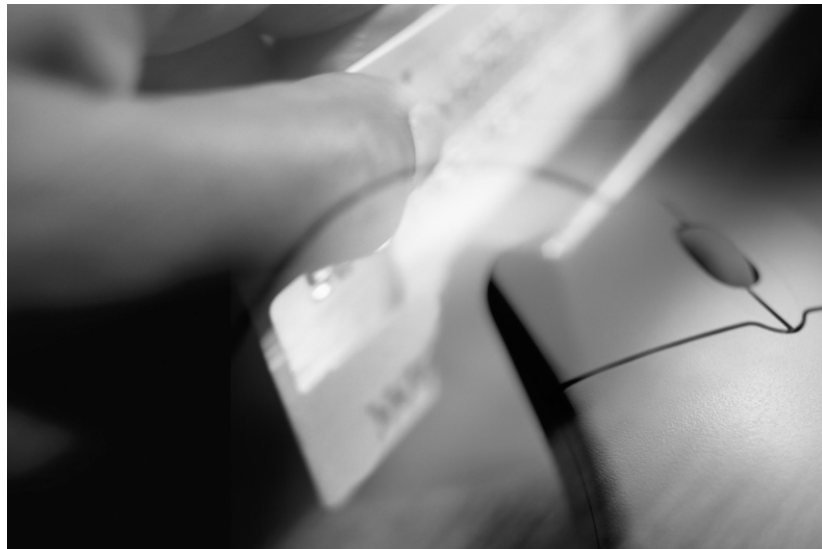
그가 회사를 맡고 나서 이니시스 주가가 출렁거렸다. 그의 대표 취

임이 알려지기 시작한 올 초 1월 2일과 3일 연속 상한가를 기록했다.

"쇼핑몰도 이제는 공개키기반구조(PKI) 인증서 방식으로 가야 합니다"라고 이 대표는 주장한다. 옥션의 CEO로 있으면서 최고의 인터넷 경매회사로 만든 그였기에, 언뜻 이해가 가지 않는 대목이다.

전자상거래 인증수단으로 PKI기반 인증서 방식을 도입하면, 고객은 거래시 별도로 인증서를 다운로드 받아야 하기 때문에 상당히 불편하다. 금융감독원은 전자상거래에 공인인증서 도입을 검토하고 있지만, 대부분의 쇼핑몰들은 이런 이유로 반대하고 있다. 그 역시 이런 이유로 삼성몰 시절 (SET방식이 보안성에서 앞선다는 것을 알았음에도) 기존 방식인 SSL을 고수했다.

그러나 그는 변했다. 이는 고객의 눈높이를 소중하게 생각하는 그의 철학과 맞닿아 있다. 또 전자상거래 비즈니스의 확장성에 대한 굳



은 신념과도 맥을 같이한다.

"전자상거래도 일종의 유통산업이자 인터넷산업입니다. 실정에 맞는 유통 지식을 제 때에 습득하는게 중요하며 너무 앞서 가지도 뒤처 지지도 않게 고객의 눈높이를 맞추는게 중요하지요. 이니시스 역시 전면에 나서지는 않지만 전자상거래를 지원하는 전자지불업체로서 할 일이 많다고 생각합니다."

시대가 변하고 고객의 취향이 변하는 만큼 고객 서비스도 변해야 한다는 이 대표. 오프라인에서 잔뼈가 굵은 그가 온라인에서 더 큰 성공의 결실을 맺을 수 있었던 것은 고객을 먼저 생각하고 고객을 위한 서비스를 제공해야한다는 고객지향주의적 경영마인드에서 비롯된 것이 아닐까. 이런 점은 우리 벤처인 모두가 배워야 할 부분이다. 벤처인 모두가 고객지향적 경영마인드를 가진다면 이제 벤처 위기론이란 말은 사라지지 않을까....