

Cover Story



이레전자산업(주) 대표이사

**“디지털 디스플레이
기술의 새로운 표준 만들 터”**



1.이레전자산업은 한국 차세대 10대 성장동력 산업의 꽃인 디지털TV와 최첨단 CDMA 단말기를 개발,생산하고 있는 IT전문 기업으로 알고 있습니다. 지난 한해를 돌아 본 소감은?

2000년 LCD 모니터, 2002년 PDP 그리고 2003년에는 LCD TV 시장에 진입함으로써 '첨단 정보 디스플레이 제품의 개발', '고품질의 종합 서비스 유지' 와 '새로운 가전 유통시장의 교두보 확보'라는 목표를 세우고, 전세계 시장을 무대로 신규 틈새 시장 개척 및 적극적인 OEM/ODM 시장 공략을 위해 발 빠르게 움직인 결실이, 지난 2003년 한해를 통해 1000억원 대를 넘어선 매출 성과를 이루는 중요한 기반이 되었다고 생각합니다.

1990년 창업이래 초창기 통신기기부문인 휴대용 무선전화기 및 휴대폰 충전기 사업을 거쳐 2000년 사업다각화의 하나로 CDMA 단말기 생산 및 디지털 디스플레이 사업 분야를 중심으로 집중적인 마케팅을 펼친 때가 바로 어제 같기만 합니다. 그만큼 정신 없이 앞만 바라보고 달려 왔다는 표현이 절로 실감이 납니다.

2.지난해 경영성과와 전망은?

우선 사내외적인 큰 사안들을 정리하여 말씀 드리겠습니다. 가장 의미 있는 수치로는 2003년 전사 매출 1042억원 달성으로, 그 중 해외수출 금액이 미화 5,300만불에 달하여 전체 매출의 65%를 차지하였습니다.

독일 베를린에서 열린 가전전문 전시회인 IFA 전시회(8.29~9.3)에 독립 부스를 설치하여 참가했는데, 전시회가 열리기도 전에 대량으로 PDP(6대)를 도난 당하는 사고가 발생하여 현지 언론에서 집중 조명이 되는 호재(?)를 맞기도 하였으나, 무엇보다도 효과적인 바이어 상담을 통해 많

은 성과를 거두었다는 점입니다. 또한, 국내에서 2003 한국 전자전 (10/8~10/12) 참가를 통해 독특하면서도 수려한 터널형 디자인의 전시관을 운영하여 많은 관람객들의 놀라운 시선과 탄성을 자아냄과 동시에, 다양한 현장 이벤트를 통하여 재미난 볼거리와 기념품을 선사하여 기업 이미지를 한층 높이는 성과를 거두었습니다.

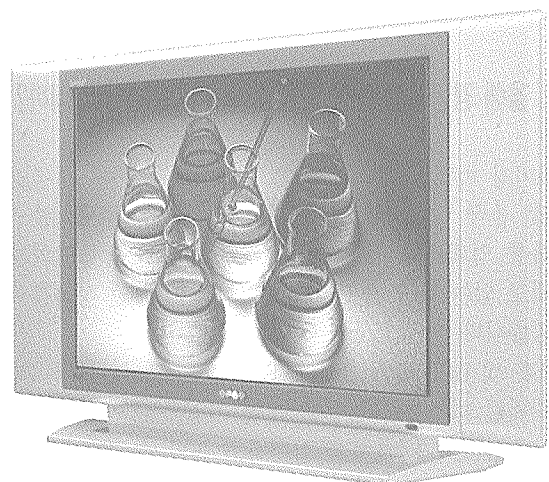
더불어 폭주하는 주문량과 늘어만 가는 조적을 효율적으로 관리하기 위한 내실 경영기반 구축의 일환으로, 10개의 SMT 라인에 3개의 라인을 연초에 추가 증설하여 총 13개의 SMT 라인을 갖추었고, 본사 및 이트로닉스에 월간 5천대 규모의 PDP 전용 2개 라인을 설치하여 가동 중에 있어 보다 적극적인 대응이 가능하게 되었습니다. 또한 사내 전산망 효율성 제고를 위하여 여러 대의 서버기능을 통합하여 관리할 수 있는 IBM iSeries e-서버 시스템 장비 증설을 통해 안정되고 효과적인 전사관리 기반을 구축하였습니다.

끝으로, 인켈 브랜드의 홈시어터 등의 오디오 부문, 중계기와 단말기 생산의 통신 부문 사업을 펼치고 있는 이트로닉스에 대한 전략적 M&A 진행을 통해, 향후 인수 결과에 따라 양사 간에 높은 시너지 효과를 거둘 수 있을 것으로 보고 많은 노력을 기울이고 있습니다.

올 2004년도엔 전사 매출 2000억원 대를 목표로, 보다 다양한 마케팅 채널을 활용한 시장확대 및 기업 이미지 구축, 새로운 아이템 개발 등을 통하여 디지털 디스플레이 중심의 전문 개발 기업으로 자리매김하는 한해가 될 것입니다.

3. 2004년 전자산업 경기를 전망해 본다면?

메모리/반도체의 강세 및 IT/전자 산업의 지속적인 성장 및 확대를 점쳐보며, 그 중 디지털 디스플레이와 관련한 산업에 있어 하드웨어 뿐만 아니라 소프트웨어를 비롯한 다양한 콘텐츠 기반의 산업을 중심으로 매우 큰 폭으로 빠르게 성장할 것으로 보입니다.



[LCD TV]

전반적인 세계 디스플레이 전자 제품 시장의 흐름은 첨단 정보 디스플레이 제품을 중심으로 다변화하고 있는 추세로, 초기 시장 대비 급속한 성장세의 흐름을 지속적으로 유지해 나갈 것으로 전망하고 있어 해외 디지털 TV시장 공략에 보다 큰 비중을 두고 집중적인 마케팅을 한다는 계획입니다.

올해 새로이 두각을 보이는 첨단 디스플레이 제품으로 초고화질의 다양한 사이즈 및 사양의 LCD TV 모델을 준비하고 있으며, 또한 PDP, LCD TV의 경우 직접 디지털 방송 수신이 가능한 모델을 출시할 예정으로, 향후 국내외 가전 유통 시장 및 버티칼 시장에 있어서도 적극적인 마케팅을 펼칠 계획입니다.

또한, LCD 모니터의 경우 장기적으로 지속되고 있는 PC 수요의 감소, 경기침체로 모니터 시장의 증가세는 둔화될 것으로 예상되나 LCD모니터의 증가세는 계속 이어질 것으로 예상하고 있어, PC 모델의 슬림화 경향과 대화면 및 다양한 기능을 선호하는 소비자의 요구를 반영한 신제품을 중심으로 적극적인 마케팅을 펼칠 계획입니다.

4. 2004년 경영방침은?

궁극적으로는 '글로벌 경쟁체제 구축의 해'로 말씀드릴 수 있습니다.

첫째, QCD를 고려한 전사적 경영혁신 활동을 통해 글로벌 경쟁력을 확보한다는 것과,

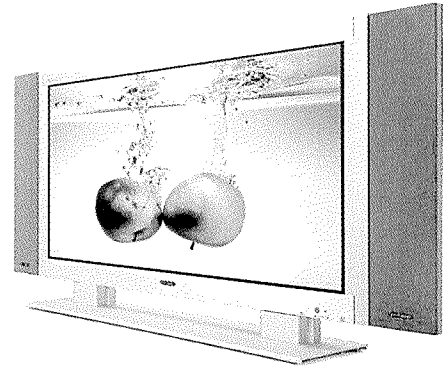
둘째, 사업부별 차등 성과 관리를 통해 사업부제 시스템을 안정적으로 정착시킨다는 것,

셋째, e-프로세스의 조기 구축을 통한 실시간 효율적 경영정보 관리를 정착시킨다는 목표를 세워, 빠르게 변화하는 세계시장에 능동적으로 대응할 수 있는 사내의 경쟁력을 배양하고자 합니다.

5. 올해 경영에서 가장 중점을 둘 사항은 무엇입니까?

이머징 마켓인 최첨단 LCD TV의 경우 현재 미국과 유럽 및 중국 등 40여개국의 해외시장의 유명 시스템 업체 및 유통 업체들과 시장개척을 위한 활발한 공급협약이 진행되고 있는 만큼 초기 시장점유에 가시적인 성과를 거두고 있습니다.

PDP 및 LCD TV, 그리고 TFT-LCD 모니터를 중심으로 한 디지털 디스플레이 전문 개발 기업으로 안주하지 않고, 고객 중심의, '고객가치'를 실현하고 높일 수 있도록 기업의 제반 경영활동의 실천을 통해, 제품의 기본적인 품질에서부터 대내외 고객만족을 넘어 고객의 생활 속에서 함께 할



[PDP TV]

수 있는 기업, 내실 있는 기업, 믿음직한 세계적 기업으로 오래도록 자리할 수 있도록 노력하고자 합니다.

6. 글로벌 마케팅 전략은?

현재 당사는 현재 디지털TV 제품군을 중심으로 PDP와 LCD-TV제품을 국내시장 뿐 아니라 전세계 30개국 60여개 업체에 수출하고 있습니다.

전년도 전체 매출의 내수:수출 비율은 15:85, 디스플레이 부문의 비중은 62%대로 전사 매출 구조의 안정적인 포트폴리오를 구성하였습니다.

또한 이머징 마켓(Emerging Market)인 디지털TV 시장에 있어, PDP TV에 이은 LCD TV 출시를 계기로 본격적인 시장 선점 및 확대를 이루게 되었으며, 작년도 수출의 주 무대였던 유럽지역의 매출비중은 디스플레이 수출부문 중 수량은 50.5%, 매출액 47.5%를 차지할 만큼 급속한 성장을 이루었습니다.

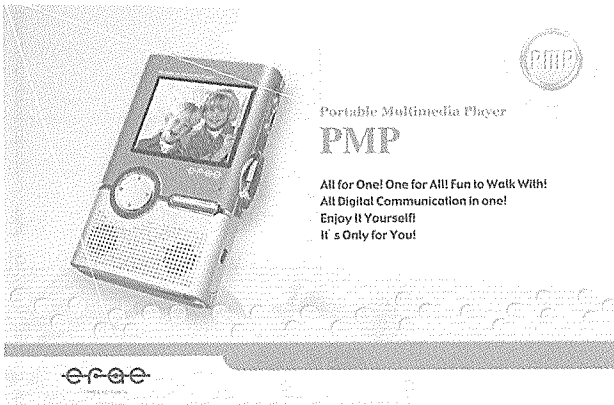
올해 유럽지역의 수출 예상은 미주 및 기타 지역의 시장 확대에 따라 부문내 비중은 약 30%대로 줄어드는 반면 전반적인 금액과 수량은 큰 폭으로 확대될 것으로 보며, 따라서 전체적으로는 당사의 올해 2004년 디지털TV 수출 목표액인 1억불 달성은 무난할 것으로 기대하고 있습니다.

지난 1월 27일에는 유럽 까르푸사에 올해 2월부터 2개월 치 수출물량만 1,300만불 상당의 수출계약을 체결하였으며 앞으로도 지속적인 수주를 예상하고 있습니다.

또한 디지털TV시장의 본무대인 미국시장의 본격 공략을 위해 적극적인 해외 전시회 참가 및 공격적인 마케팅을 중심으로 바이어 및 업체들과 많은 접촉을 하고 있습니다. 이들 업체와의 거래가 성사될 경우에는 유럽 시장의 연간 공급규모를 능가할 것이라고 예상하고 있습니다.

전반적으로 디스플레이 부문에 있어선 철저한 틈새시장 발굴을 위한 제품개발 및 현지 시장 공략에 유리한 ODM/OEM, SKD/CKD 비즈니스 파트너를 적극적으로 활용한다는 전략입니다.

더불어 정보통신부문의 이동통신단말기 사업과 충전기 사업부문 또한 지속적인 시장 성장세 및 첨단 제품화에 따른 수요 증가를 나타내는 마켓 트렌드에 따라 안정된 매출을 이루리라 예상하고 있으며, 장기적으로는 글로벌 EMS(Electronics Manufacturing Service:전자제조전문서비스) 업체로의 도약을 위해 당분간 내부시스템 기반 구축에 중점을 두고 전개할 계획입니다.



[휴대용 멀티미디어 플레이어]

7. 금년 특별히 전략적으로 추진할 사업이 있다면?

올해에는 CDMA 단말기 수익형 사업에 기반하여 디지털TV 세계시장의 공략을 보다 적극적으로 확대해 나아가는 해로 삼을 것입니다. 또한 첨단 IT기술이 접목된 다양한 콘텐츠 기반의 디스플레이 신제품들을 개발하여 올 상반기 중으로 이들 디지털 컨버전스 제품(예: PMP (Portable Multimedia Player, 휴대용 멀티미디어 플레이어 등)을 출시할 계획입니다.

8. 해외투자 및 생산기지 이전 계획은?

유럽, 미주 등 해외 수출에 있어 하나의 걸림돌이 되고 있는 높은 관세장벽을 피하기 위한 해외 현지생산체제 구축을 적극적으로 검토 중에 있으며, 2004년 중 두 곳 이상의 해외 현지 생산기지를 가동시킨다는 계획을 갖고 있습니다.

9. 글로벌 경쟁력 확보 방안은?

초기 시장 형성을 거쳐 비약적인 성장산업으로 대두되고 있는 FPD 산업에 있어, 대기업 중심의 브랜드 마케팅

시장과 차별되는, 중소기업의 취약한 쟁점들을 통하여 새로운 경쟁력을 모색하고 방향성을 찾고자 하는 노력이 무엇보다도 중요하다고 생각합니다.

중소기업 중심으로 이루어져 있는 대만의 경우 디스플레이 관련 업체의 수가 우리나라의 10배 정도로, 우리나라와 달리 유관 산업의 정보 공유와 인프라가 유기적이라는 게 커다란 강점으로 작용하고 있습니다. 또한 IT 산업간 인력의 이동도 잦은 편으로 상호 정보의 흐름이 자연스럽게 이전되는 효과가 매우 크며, 일본 기업과의 전략적 기술 제휴, 적극적인 해외 현지 판매 라인 구축 등 빠른 속도로 성장하고 있는 다크-호스이기도 합니다.

현재 FPD 산업에 있어서 이러한 대만 등 여러 경쟁 기업과 국가들의 발 빠른 시장 점유로 인해 급속히 시장을 빼앗기고 있는 실정입니다.

우리가 어렸을 때 자라면서 형제들의 옷을 물려 받았던 기억들은 누구나 가지고 있을 것입니다. 과거 국내 대기업이 영위해 오던 ODM/OEM 비즈니스를 국내 중소기업들에게 물려주어 기업간 상호 협력 관계를 공고히 함으로써 우리나라 기업들이 세계 1등 디스플레이 강국으로 진정 자부할 수 있는 면모를 갖추었으면 하는 바램입니다.

'한국전자산업진흥회'에선 정부와 재계에 있어 '정보의 가교 역할'을 수행하는 기관으로 잘 알고 있습니다. 세계 최강의 디지털 선진국으로 자리매김할 수 있도록 앞으로 많은 조언과 관심을 부탁드립니다.

10. 끝으로, 이레전자산업의 주요 제품을 소개해 주신다면?

올해 새로이 두각을 보이는 최첨단 디스플레이 제품으로 초고화질의 다양한 사이즈 및 사양의 LCD TV 모델을 준비하고 있습니다. 또한 PDP, LCD TV의 경우 직접 디지털 방송 수신이 가능한 모델을 출시할 예정으로, 향후 국내외 가전 유통 시장 및 버티칼 시장에 있어서도 해외 디지털 TV시장 공략에 보다 큰 비중을 두고 집중적인 마케팅을 한다는 계획입니다. LCD 모니터의 경우 PC 모델의 슬림화 경향과 대화면 및 다양한 기능을 선호하는 소비자의 요구를 반영한 신제품을 중심으로 전개할 예정입니다. ●

Digital TV : 1. PDP TV - 42", 50", 60"

2. LCD TV - 17", 20", 26", 30", 32", 40"

TFT-LCD Monitor : 14.1", 15", 17", 19"

디지털 컨버전스 제품 : PMP (휴대용 멀티미디어 플레이어)