

커버스토리 (주)골프존 김영찬 대표

신개념 골프문화 창출에 힘쓴다

(주)골프존 김영찬 대표

GOLFZO

주5일 근무제와 여가시간의 활용에 적극적인 현대인의 생활패턴으로 최근 급속도로 성장하고 있는 골프시장. 이제 골프는 더이상 귀족 스포츠가 아닌 대중 스포츠로 자리매김 되어가고 있는 실정이다. 여기에 단순 골프사업을 뛰어넘어 골프산업의 대중화에 힘쓰고 문화사업으로까지 발돋움시키려는 기업이 있다. 신개념 골프문화를 선도하고 있는 기업. 바로 (주)골프존(대표 김영찬, www.golfzone.com) 이다.

글_ 최문선 · 사진제공_ (주)골프존



경험과 관심이 바탕이 된 골프존

평소 골프를 좋아했다는 (주)골프존의 김영찬 대표. 그래서 직접 여러 사람의 머리로 올려주고(첫 라운딩) 레슨도 마다하지 않았다. 그 때마다 대부분의 사람들이 공통적으로 하는 말들이 “어떻게 골프를 쳤는지 잘 모르겠다”였고, 때로는 “본전 생각난다”는 사람도 있을 정도였다. 그것은 김 대표가 첫 라운딩을 돌때도 마찬가지였다. 하지만 그런 경험들이 김 대표에게는 골프를 이용한 사업모델을 발굴하게 된 계기가 되었다. 연습장에서 골프장으로 바로 가는 것은 무리라는 생각을 하게 됐고, 그 중간에 필드를 대응할 수 있는 연습장치가 있으면 좋겠다는 생각에까지 미치게 되었다. 그렇게 골프시뮬레이터를 개발하게 됐고, 자연스럽게 사업모델로 정착하여 지금의 ‘골프존’을 꾸리게 되었다.

김 대표의 생각은 여기서 멈추지 않고, 각각의 개체로 활용되는 시뮬레이터를 연결하는 네트워크사업을 생각하기에 이르렀다. “저는 정보통신분야에 20여 년간의 경험을 가지고 있습니다. 그 중에서도 관심이 많은 분야가 네트워크사업이었죠.”

김 대표는 그의 경험과 관심을 바탕으로 하여 전국의 골프 시뮬레이터를 온라인화하여 여러 가지 이벤트를 개최하게 됐고, 또한 좋은 콘셉트의 개발에도 투자하게 되었다. 하지만 비단 수익만을 창출하기위해 네트워크사업을 진행하게 된것은 아니다. R&D를 기반으로 한 제조 기업에서 Brand Power를 강화한 문화기업으로의 변신을 꾀하기 위해 자연스럽게 온라인화에 관심을 갖게 되었다는 것이 김 대표의 설명이다.

창업초기 어려움을 극복하고, 매출 1천억을 돌파하다

골프존을 설립한 후 사업의 1단계는 기본적으로 제품을 개발하고 출시한 2002년부터 2006년까지로 볼 수 있다. 2002년에 12억 원, 2006년에 120억 원, 이렇게 1단계 5개년 계획을 수립하여 완료하였고, 이때의 성장엔진은 R&D를 기반으로 한 제품이었다고 볼 수 있다. “매출 1천억 원대의 목표를 세운 2단계에서는 성장엔진을 무엇으로 할 것인가를 놓고 고민을 많이 했다”는 김 대표. “제조기업은 하드웨어와 원가가 중요한데 향후 대기업과의 경쟁, 중국과의 저가경쟁 같은 벽들을 뛰어넘어야 하기 때문에 결국은 불가능 할 것이란 판단을 했다”고 말하며 2단계 성장엔진을 제조기업이 아닌 브랜드 파워를 앞세운 문화공간으로 설정하게 되었다고 설명한다. 그렇게 2단계 성장엔진을 설정한 골프존은 2007년 314억, 2008년 드디어 1천억을 돌파했으며 2011년에는 3천 5백억 원의 매출을 목표로 하고 있다. 김 대표는 “이렇게 목표대로 안정되게 천억대 회사로 간다면, 2단계 성장엔진으로 설정한 브랜드파워를 앞세운 문화기업으로 갈 수 있을 것이다”라고 자신감을 드러냈다.

하지만 골프존 역시 현재에 이르기까지 많은 어려움이 있었다. 지난 2000년 창업자금 5,000만 원과 사업계획서를 들고 KAIST창업보육센터의 문을 두드린 후 골프시뮬레이터 개발에 매달렸지만 처음부터 쉽게 풀리는 일은 없었다. 삼고초려의 마음으로 인재를 찾는 것에서부

터 하나하나 직접 개발해야 하는 어려움과 새로움 시장을 개척해야 한다는 부담감이 컸다. 또한 시장에 첫 선을 보인 후에도 소비자들의 반응은 호락호락하지 않았고, 제품개발과 출시를 반복하길 2년 만인 2002년에야 10억 원의 매출을 올릴 수 있었다. “기술개발 과정에서 대덕특구 내 대학과 벤처기업의 큰 도움을 받았고, 끊임없이 인재와 기술개발에 투자했다. 그리고 소비자들이 효과적으로 이용할 수 있는 방법도 많이 고민했다”는 골프존 김 대표는 창업초기 도움을 주었던 많은 분들에게 고마운 마음을 항상 간직하고 있다. 그런 어려움을 겪고 지금의 골프존이 있다고 생각하는 김 대표는 천억대의 매출을 올리고 있는 지금도 작은 것 하나, 매 순간 보람을 느끼고 있다.

인재를 중히 여기는 것이 사업 성공 비결

어려움을 겪은 것은 창업 초기뿐만이 아니다. 단기간에 내외형적으로 높은 성장을 기록한 골프존이지만 이로 인해 조직내부 시스템 및 다양한 부분의 성장통을 겪었다. 하지만 이런 성장통을 임직원들의 단결된 힘으로 이겨나갔다. “기업의 힘은 인재에 있다고 생각한다”는 김 대표는 그래서 직원들의 교육과 복지에 더욱 힘을 쏟고 있다.

골프존은 2006년 42명, 2007년 86명, 2008년 172명, 2009년 현재는 200명의 직원으로 매출과 더불어 직원 수도 빠르게 늘어나는 중이다. 이에 골프존의 인재상에 부합하는 참여와 겸손의 미덕을 가지고, 유연한 사고와 창의력을 가진 인재, 전문지식과 폭넓은 교양을 갖춘 인재, 실패를 두려워하지 않는 도전정신을 갖춘 인재를 영입하며, 전통적 연공서열에 얽매이지 않고 성과, 능력, 태도, 리더십 등에 따라 그에 대응하는 IT업계 최고의 보상 및 개인인의 보직을 부여하고 있다. 또한 사내 외 맞춤형 임직원 교육 지원과 인재양성시스템을 마련하고 있으며, 궁극적으로는 문화기업으로서 면모를 다지며 ‘골프존 문화’, ‘골프존인’을 만들어 가고 있다.

스크린 골프의 시작

처음 스크린골프가 등장한 것은 골프연습장은 통해서다. 골프인구에 비해 턱 없이 부족한 골프장 수와 높은 이용료로 인해 골프장을 찾지 못하는 연습장 골퍼들에게 스크린골프는 현장감과 함께 자신의 샷 구질까지도 정확히 파악할 수 있는 최고의 게임이었다. 3.6평 남짓한 공간에서 3D 입체 시뮬레이션의 골프장 배경으로 샷을 날리며 대리만족을 느끼던 게임이 입소문이 나기 시작하면서 스크린 골프만을 운영하는 숭이 생겨났고, 편안하게 즐길 수 있도록 독립된 공간으로 재탄생한 것이 골프방이다. 국내 스크린골프 시스템은 90년대 말 외국기업을 통해 처음 국내에 소개되었으며, 2000년대 초 국내 벤처기업에 의해 국내기술로 전 시스템을 국산화하는데 성공했고, 이후 기술적인

면에서 세계 최고의 시스템을 자랑하고 있다.

스크린골프 연습장은 일일 평균 15만 명이 이용하는 것으로 추정되며, 전체 이용자는 약 30만 명으로 추정되고 있다. 이렇듯 많은 이들이 찾는 스크린 골프의 장점은 첫째, 사계절 이용이 가능하고, 가상이지만 해외유명 골프장 체험이 가능하다. 둘째, 골프장 실제상황과 같아서 제대로된 연습효과를 볼 수 있다. 셋째, 화면 리플레이가 가능하여 혼자서도 스윙분석을 할 수 있다. 넷째, 비용이 저렴하여 비용에 대한 부담이 없다. 마지막으로 필드를 직접 느낄 수 있으며, 놀이공간을 제공한다.

골프존만의 특별함

골프존이 전국 Market share의 58%를 상회하고 서울 및 수도권 지역의 골프방 80%를 점유하고 있는 몇 가지 이유가 있다. 첫째, 기술력 측면에서 탁월한 체감성과 현실감을 들 수 있다. 그래픽, 80 S/W의 우수성, 스윙플레이트 라이구현기능, 나스모(나의 스윙모션) 등이 경쟁력이다. 특히, 물리학학을 이용한 사실적인 표현으로 페어웨이, 러프, 벙커, 그린 등 각각의 지면 속성값과 스탬프미터 측정으로 그린의 빠르기를 적용하고 바람의 영향에 따른 공의 스핀과 항력의 영향을 자연현상과 동일하게 적용함으로써 타사 제품보다 실제와 같은 현실감을 느낄 수 있다. 둘째, Network가 구축된 문화 공간(여러 가지 대회, 이벤트 등) 셋째, 주기적인 코스 Update, 기능 Upgrade 넷째, 신속·정확한 A/S 체제이다.

현재 골프존에서는 약 90여 개의 국내의 골프코스가 서비스 되고 있으며, 매월 5개(국내코스 : 3~4개, 해외코스 : 1~2개)의 골프코스가 출시되고 있다. 서비스되는 골프코스는 실제 골프장과 계약이 이루어지면 골프코스의 도면과 사진 및 동영상 촬영이 이루어지고, 항공사진까지 포함한 데이터를 이용하여 3D 모델링 작업이 진행되기 때문에 실제 코스와 거의 유사하게 제작되어지고 있다.

김 대표는 골프존을 이 세상에 전혀 없는 새로운 일을 하고 있는 기업이라고 생각하고 있다.

세계 1위 업체로서의 책임감과 자긍심을 가지고 앞으로도 현재와 같이 고객이 무엇을 원하는지 그것에 충실할 것 이라고 말하는 김 대표. “닷컴기업, 문화기업으로 업계 세계 최고의 기업 이되었으면 한다”고 바람이자 목표를 말하는 김 대표의 자신감에 넘치는 표정에서 그가 이루고자 하는 목표와 골프존의 앞날은 언제나 시원한 곳샷일 것이라는 예감을 해 본다.

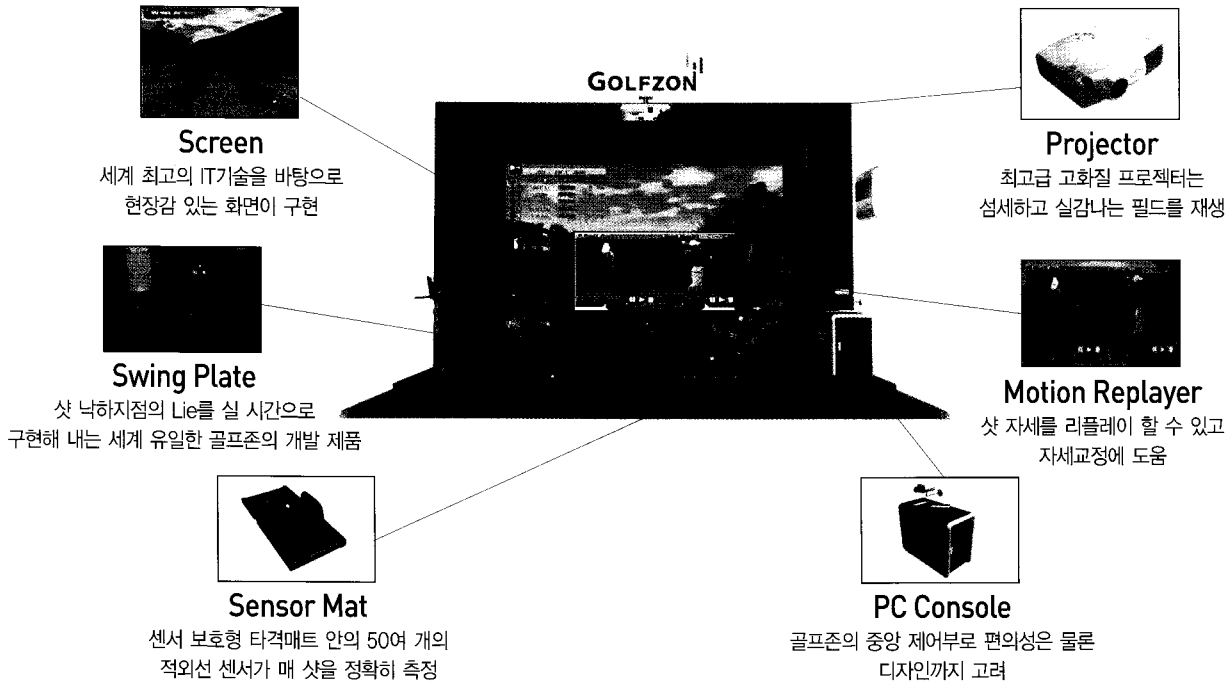
골프존 소개

● 골프 시뮬레이터란?

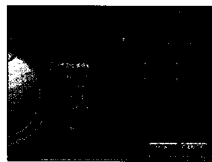
- 'GOLFZON'은 누구나 쉽게 골프를 즐길 수 있도록 개발된 골프 시뮬레이터
- 국내의 열악한 골프환경을 고려하여 실제의 골프를 3D Graphic으로 재현하고 골퍼가 친 공의 움직임을 생생하게 보여주며 홀 아웃까지 라운딩 전체를 즐기도록 개발된 제품으로 이미 검증된 세계 최고 수준의 IT 기술력
- 세계 최초로 개발한, 공이 떨어진 지점의 Lie(경사도)에 따라 그 경사를 매 샷마다 그대로 구현해 주는 자동 Swing Plate 기능
- 매 샷마다 자신의 스윙을 다시 볼 수 있는 스윙모션 Replay 기능과, 게임을 즐기는 동안 최고 수준의 프로 골퍼의 라운딩 실력으로 몰라보게 향상



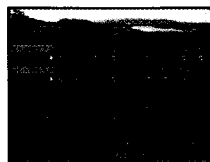
● 제품 구성도



● 제품 기능



다양한 게임 모드
스트로크 플레이, 매치 플레이, 스킨스 게임, 연습장 등



고객지향 라운딩 기능
거리, 속도, 스윙플레이트, 난이도, 바람, 날씨 등을 다양하게 조정



골프환경 선택 기능
거리, 속도, 난이도, 기후, 바람 등 조절 가능



Event Game 기능
장타경기, 니어핀 경기, 퍼팅 경기 등 이벤트 게임 이용 가능



강력한 타구 분석 기능
Ball/Club Path, Ball/Club Speed, Launch Angle, Trajectory 등에 대한 분석



Self Clinic 기능
스윙분석 및 자세교정 기능, 실제 프로의 스윙과 자신의 스윙을 비교하는 Self Clinic 기능