



# 비밀번호로 차 문 열어 ... 키 없어도 걱정 '뚝'

자동차에 키를 두고 문을 잠근 경험이 누구나 한 번쯤은 있다. 차 안에 어린이이라도 있으면 여간 당황스러운 일이다. 현관문은 요즘 디지털 도어록으로 많이 바뀌어 이런 일이 드물다. 비밀번호만 누르면 열리기 때문이다. 하지만 자동차는 여전히 키를 쓴다. 키의 형태만 바뀌었을 뿐 몸체에 늘 지니고 다녀야 한다. 노대성 비스로 사장은 "차 키로부터 사람들을 해방시키기 위해 자동차용 디지털 도어록을 개발했다"고 말했다.

◆"키 하나면 여러 명이 사용 가능"

'이달의 으뜸중기 제품'에 선정된 비스로의 자동차 디지털 도어록은 비밀번호만 누르면 차 문이 열리는 장치다. 차 앞유리 안쪽에 이 장치를 부착한 하면 작동한다.

비밀번호는 최소 4개에서 최대 10개까지 설정할 수 있다. 밖에서 누군가 불우려가 있다면 가짜 번호를 눌러 혼란을 줄 수도 있다. 예컨대 '1111'을 비밀번호로 설정했다면 '333111'을 누르는 식이다. 이 경우 앞에 '333'은 가짜 번호고 뒤에 '1111'만 장치가 인식해 문이 열린다.

야구에서 감독이 가짜 사인과 진짜 사인을 섞어 내는 것과 비슷하다.

비밀번호 입력은 차 앞유리 바깥면에 하면 된다. 유리를 매개체로 손가락의 정전기가 흘러 번호가 입력되는 원리다. 비나 눈이 와도 오작동하지 않게 설계했다. 차 리모컨이나 키로 문을 잠갔을 때 비밀번호로 문을 열 수 있다. 숫자판에 LED 조명을 넣어 어두운 곳에서도 사용할 수 있다.

이 장치는 야외 활동을 많이 하는 사람에게 특히 유용하다. 캠핑이나 낚시, 수영 등을 할 때 차 키를 분실할 위험이



노대성 비스로 사장이 "자동차도 집 현관문처럼 비밀번호를 눌러 열 수 있는 디지털 도어록을 달면 편리하다"며 제품을 설명하고 있다. 안재광 기자

## 차 안에 부착해 앞유리서 터치 정전기 감지 ... 비 와도 오작동 없어

있어서다. 어린이를 차에 두고 내릴 때도 쓸 수 있다. 차 키로 시동을 걸어 문체 에어컨이나 히터를 작동시킨 뒤 비밀번호를 눌러 문이 열린다. 뒤 비밀번호 발생하면 키가 없어도 문을 바로 열 수 있다. 노 사장은 "요즘은 자동차를 구입하지 않고 공유해서 타는 게 세계적으로 유행인데 디지털 도어록을 쓰면 차 키가 없어도 문을 열 수 있다"고 말했다.

◆20년간 전자제품 개발 노하우

이 장치를 개발한 노 사장은 20여년간 전자제품 개발이란 한우물을 파온 엔지니어다. 일본에서 항공기계 분야 박사학위를 받은 그는 국내 한 대기업에서 5년여

동안 연구개발(R&D)업무를 하다 2000년 창업했다.

첫 사업 품목은 휴대폰 카메라 관련 장치였다. 회사를 키워 2006년 다른 회사에 매각한 뒤 2008년 재창업에 나섰다.

자동차 디지털 도어록은 2년간 개발해 2010년 처음 시장에 내놨다. 미국 자동차회사 포드가 디지털 도어록을 내장한 모델을 일부 팔고 있지만 별도로 장착하는 장치는 없었다.

노 사장은 "수요가 분명 있는데 제품을 알리지 못해 판매를 못 하는 게 안타깝다"고 말했다. 모든 운전자가 이 장치를 필요로 하지는 않지만 꼭 필요한 사람이 있을 것이라는 얘기다. 이 때문에 그가 요즘 가장 신경쓰는 것도 제품 홍보다.

그는 요즘 유튜브 등 동영상 사이트에 홍보 영상을 만들어 올리고 반응을

보는 데 가장 많은 시간을 할애한다. 블로그나 소셜네트워크서비스(SNS) 등도 주요 마케팅 수단이다.

안재광 기자 ahnjk@hankyung.com

◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이매일(art@hankyung.com)로 응모 받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.

◆이달의 으뜸중기 제품=△대동에 프렌디의 드림록 (031)919-1359 △비스로의 자동차 도난방지 엔진락 (031)491-0226 △에스티씨의 보안용 컬러 카메라 (042)536-6761 △인사이트프라이의 와트드림 070-4624-6993

출근 대신 별도 집무실서 경영  
美서 임원들과 글로벌 전략회의  
경쟁사 벤치마킹으로 빠른 추격

## 한샘, 삼성과 닮았네

올 1분기 사상 최대 실적

국내 1위 가구업체 한샘은 최근 1분기 실적을 발표했다. 이케아가 국내에 진출한 뒤 첫 분기 실적이다. 매출은 전년 동기 대비 28% 늘어난 3691억원, 영업이익은 24% 증가한 278억원이었다. 1분기 기준으로 사상 최대 실적이다. 3월 한 달만 놓고 보면 매출 1400억원으로 월별 최고치를 기록했다. 하지만 최근 실적 관련 회의에서 아무도 '신기록'을 거론하지 않았다. 오히려 목표를 달성하지 못했다는 반성이 나왔다. 이유를 물으면 경영진은 모두 비슷한 대답을 했다. "앞으로 10조원, 20조원 나아가 100조원대 회사를 향해 가는 과정일 뿐"이라고 덩덤하게 말했다.

업계에서는 이런 한샘을 '가구업계의 삼성전자'로 부른다. 2위 업체(현대바트)보다 매출이 2배 이상 많은 정도로 '독보적 1위'라는 점에서 붙여진 것이지만 실제 과거 삼성전자와 비슷한 점이 적지 않다.

우선 경영방식이다. 이권희 삼성 회장은 출근하지 않고 주로 별도 집무실인 영지원에서 일했다. 과거 '문단의 승자'로 불렸던 삼성의 큰 흐름을 보고 삼성이 갈 길을 제시했다. 한샘 창업자인 조창걸 명예회장(사진)도 본사로 출근하지 않는다. 서울 종로구 원서동 디자인센터에서 일한다. 언론 인터뷰도 하지 않는다. 조 회장은 이곳에서 한샘의 미래를 고민하고, 필요할 때마다 큰 그림을 제시한다.

최근 한샘은 미국 뉴욕으로 모든 임원과 주요 팀장들을 불러모았다. 글로벌업체들을 보고 한샘의 약점을 보완하자는 취지였다. 이 회의는 1993년 삼성 신경영의 출발을 연상시킨다. 프랑크푸르트 선언으로 알려졌다. 이 회의는 로스앤젤레스에서 열렸다. 이 회장은

미국시장에서 어떤 대접을 받고 있는지 보여주는 것으로 개혁을 시작했다. 두 사람 모두 불가능해



보일 것 같은 미래를 얘기한다는 점도 비슷하다. 이 회장은 당시 "모든 제품이 세계 1위를 해야 살아남을 수 있다"고 했다. 하지만 이 말이 현실이 될 것이라고 생각한 사람은 거의 없었다.

조 회장은 자본금 200만원으로 야공회를 개조해 신식 부역을 만드는 사업을 시작할 때 '세계적 주방가구 회사'를 비전으로 내걸었다. 당시 이 말에 귀 기울이는 사람은 없었다.

그는 최근 한샘의 미래에 대해 "한샘은 도시를 변화시키고, 나아가 새로운 도시를 개발하는 회사로 성장해야 한다"고 말했다. 도시개발은 조 회장이 사재를 출연해 만든 연구재단의 핵심과제이기도 하다.

두 회사 모두 벤치마킹을 중시하는 것도 닮았다. 삼성전자를 상징하는 '빠른 추격자 전략'의 핵심은 벤치마킹이다. 삼성은 소니 등 전자업체뿐 아니라 P&G 등에서도 많은 것을 배웠다. 한샘은 세계 최대 가구업체 이케아를 벤치마킹했다. 이번 뉴욕 전략회의에서도 미국의 대표적인 가구업체와 견제 업체들을 벤치마킹해 다양한 아이디어를 가져왔다.

업계 관계자는 "과격적 인센티브 시스템, 협력업체에 대한 철저한 관리, 새벽까지 회의하며 품질을 논하는 품질 중시도 과거 삼성을 연상시킨다"고 말했다. 실제로도 한샘은 삼성을 벤치마킹 모델로 삼아 글로벌 전략을 수립하고 있다.

김용준 기자 junyk@hankyung.com

## 중동시장 진출 중소기업 모집

중소기업중앙회는 6월6일부터 13일까지 쿠웨이트 사우디아라비아 등을 방문하는 중동시장 개척단에 참가할 기업을 모집한다.

중동 진출을 희망하는 15개 중소기업으로 개척단을 꾸릴 예정이다. 참가를 희망하는 업체는 오는 28일까지 중소기업중앙회 국제통상실 글로벌 마케팅팀에 신청서를 내면 된다.

김태환 중소기업중앙회 국제통상실장은 "새로운 수출지역으로 급부상하고 있는 중동시장 개척단은 한국 경제의 외연을 넓힐 것"이라고 말했다.

이현동 기자 gray@hankyung.com

## 공공기관, 올 중소기업 제품 80조원 구매한다

올해 국가 지방자치단체 공공기업 등 공공기관의 중소기업 제품 구매 규모가 역대 최대인 80조1734억원으로 정해졌다. 전체 공공구매액의 70.2%다. 지난해(78조290억원)보다 2.8% 늘어난 것이다.

중소기업청은 국무회의에서 이 같은 안을 심의·의결했다. 21일 발표했다. 한정호 중소기업청장(사진)은 "공공구매 시장의 중소기업 제품 구매를 꾸준히 늘려 2017년 85조원으로 확대할 계획"이라고 말했다.

기술개발 제품, 여성 및 장애인기업 제품 등 우선구매대상 제품의 구매 목표도 높였다. 기술개발 제품 구매액은 지난

해 2조6200억원에서 22.1% 늘어난 3조2000억원으로 정했다. 구매 목표율은 권장구매율(10%)보다 높은 11.8%다. 하반기 판로지원법 개정을 통해 권장구매율을 법정 의무율로 변경할 계획이다.

여성기업 제품 구매 목표는 전년(5조4900억원)보다 4% 많은 5조7300억원, 장애인기업 제품은 같은 기간(8000억원) 대비 25.0% 늘어난 1조원으로 늘려 잡았다.

이현동 기자 gray@hankyung.com

### 법원 경매부동산의 매각 공고

1. 매각물건의 표시 및 매각조건  
\*경매 2개\*

사건번호	물건번호	소재지 및 면적 [㎡]	용도	감정평가액 최저매각가격 [단위: 원]	비고
2013타경 36390	1	성북구 성북동4길52, 107동 1층 115호 [면적] 280,000,000원	다세대	280,000,000원	공유자우선매수권 [갑구1번우물근지분3분의1전부]
2014타경 16532	1	동구 장동길247, 3층 345호 [면적] 125,000,000원	다세대	125,000,000원	토지양도능력있음 [갑구1번우물근지분3분의1전부]
2014타경 20990	1	서초구 신반포33길15, 105동 13층 1307호 [면적] 850,000,000원	아파트	850,000,000원	연립주택/다세대/빌라
2014타경 13144	1	종로구 숭인동 179-86 지하층 비아포 42.9㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	38,000,000원	공유자우선매수권
	2	동소 179-86 지하층 비아포 19.97㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	20,000,000원	형사재판
	3	동소 179-86 1층 101호 42.90㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	42,000,000원	형사재판
	4	동소 179-86 1층 102호 19.97㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	22,000,000원	형사재판
	5	동소 179-86 2층 201호 42.90㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	47,000,000원	공유자우선매수권
	6	동소 179-86 2층 202호 19.97㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	24,000,000원	형사재판

### 매각물건

사건번호	물건번호	소재지 및 면적 [㎡]	용도	감정평가액 최저매각가격 [단위: 원]	비고
2014타경 13144	7	동소 179-86 3층 301호 42.90㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	47,000,000원	형사재판
	8	동소 179-86 3층 302호 19.97㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	24,000,000원	공유자우선매수권
	9	동소 179-86 4층 401호 58.49㎡ [갑구1번우물근지분3분의1전부]	다세대	61,000,000원	형사재판
2014타경 13296	1	동구 신당동 236-44 3층 301호 23.6㎡	다세대	190,000,000원	형사재판

[상가/오피스텔, 근린시설]

2013타경 16139	1	관악구 광남동324, 1층 102호 [면적] 14,900,000,000원	근린시설	14,900,000,000원	연립주택/상점
2013타경 42756	1	영등포구 양천로24길 63 1층47.65㎡ 2층48.83㎡ 3층47.65㎡ 4층31.34㎡ 5층8.28㎡ [면적] 14.8㎡	고시원	675,105,000원	연립주택, 제1외
2014타경 23219	2	관악구 봉선사로129, 5층 비포도 32.80㎡	근린시설	146,000,000원	146,000,000원

### 서울중앙지방법원 사법보좌관 김중민

어떻게 의욕을 끌어낼 것인가

하이다 그랜드 할바스 · 토리 하긴스 지음 | 강유리 옮김 | 16,000원

### 컬럼비아대학교 인간성향 대탐구

## 시장님만 모르는 동기부여의 비밀!

“인간의 두 가지 동기 성향은 마치 신호등의 빨간불과 파란불 같다. ‘안정지향’은 빨간불, ‘성취지향’은 파란불에 비유할 수 있다. 진지한 주제에 흥미진진하게 끌어가는 이 책에서 손을 뗄 수가 없다!” - 다니엘 핑크, (새로운 미래가 온다) 저자

어떻게 의욕을 끌어낼 것인가

상대의 마음을 움직이는 힘

하이다 그랜드 할바스 · 토리 하긴스 지음 | 강유리 옮김 | 16,000원