



“동공 변화로 졸음운전 감지하는 차별화 기술”

졸음운전으로 아찔한 경험을 한 운전자들이 적지 않다. 졸기 시작했지만 이를 깨닫지 못하고 몇 초가 흘러가면 위험에 처할 확률이 높다. 벤처기업인 다나로그가 개발한 '뷰메이트'는 운전자가 졸기 시작하면 이를 감지해 경고음을 울려주는 '졸음운전 경보시스템'이다. 배운성 다나로그 대표는 “최근 일본 대형 자동차 관련업체와 납품 계약을 맺고 수출을 시작했다”고 밝혔다.

◆“경쟁자 없는 시장 발굴”
배 대표는 1986년 대우통신에 입사해 자동차 관련 부서에 오랫동안 근무했다. 2000년대 초 회사를 그만두고 사업을 시작했다. 당시 수요가 높고 있던 내비게이션 시장에 뛰어들었다. 2004년 내놓은 제품이 현대오트넷을 통해 판매한 ‘폰터스이지’다. 디지털이 아닌 아날로그 패널을 쓰고, SD카드 용량을 줄여 가격을 10만원대로 떨어뜨린 이 제품은 30만원대 고가 대부분이던 시장의 판도를 바꿔놓았다.

한때 폰터스이지 등 내비게이션 매출이 연 600억원을 넘기도 했다. 하지만 2009년 환율변동상 품 키코(KIKO)에 가입해 큰 손실을 보고 사업을 그만뒀다. 이후 배 대표는 무선충전기, 터치패드 등을 제조하는 회사에 사장으로

일했다. 하지만 자동차 관련 제품에 대한 미련을 버릴 수 없었다. 그는 2013년 다시 회사를 차렸다. 자동차 관련 신규사업을 찾기 시작했다. 내비게이션과 블랙박스는 이미 수백 개 업체가 난립해 있어 진입이 불가능했다. 배 대표는 “자동차와 관련이 있고, 경쟁자가 거의 없는 시장을 연구한 끝에 찾아낸 것이 졸음운전방지시스템”이라고 설명했다.

40년 가까이 전자 쪽에 일한 배 대표는 협력업체를 찾아다녔다. 광학기술에 대해 자문을 받고, 영

안경·선글라스 써도 인식 H 자동차 관련 업체에 납품 내비게이션 연동 제품도 출시

상과 센서기술을 협업으로 확보했다. 회로개발, 제품생산과 마케팅은 다나로그가 직접 담당했다. 배 대표는 “벤처기업이 모든 기술을 다 보유하는 것은 불가능하다”며 “협업이 많은 문제를 해결해왔다”고 말했다. 2014년 초 첫 번째 뷰메이트 모델을 선보였다. ◆사용자 편의성 높여
하지만 이 제품에 대한 소비자 반응은 신통치 않았다. 운전자의 눈



배운성 다나로그 대표가 졸음운전 경보시스템 '뷰메이트'의 작동원리를 설명하고 있다. 김용준 기자

꺼풀이 움직이는 것을 인식해 경보음을 울려주는 방식이었지만 정확도가 떨어졌다. 주·야간, 계절별, 안경착용 여부에 따라 눈꺼풀이 내려오는 것을 제대로 인식하지 못했다. 운전석에 앉은 후 시스템이 운전자를 인식할 때까지 30초가량 기다려야 했지만 소비자들은 이 시간을 기다려주지 않았다. 새 제품 개발을 시작했다. 눈꺼풀이 아닌 동공의 변화로 졸음운

전 여부를 판단할 수 있도록 한 것이 가장 큰 변화였다. 눈에 보이지 않는 빛을 쬐 안경이나 선글라스를 착용했을 때도 인식할 수 있도록 했다. 머리가 기울어져도 경보음이 울리도록 했다. 배 대표는 “졸음운전 감지 정확성을 높이고, 사용자 환경을 개선한 것이 특징”이라고 설명했다. 설치하는 핸들과 계기판 사이 공간에 할 수 있도록 해 운전자 시야를 가

리는 문제를 해결했다. 다나로그는 최근 자동차 관련 제품을 판매하는 일본의 대형 양판점에 납품을 시작했다. 배 대표는 “기술력을 중시하는 일본 업체가 제품을 선택한 것은 시장에 다나로그 제품을 대체할 경쟁제품이 거의 없기 때문”이라고 강조했다.

다나로그는 최근 내비게이션 아이나비와 연동할 수 있는 제품도 시장에 내놴다. 배 대표는 “뷰메이트와 블랙박스, 내비게이션 등이 합쳐진 컨버전스 제품을 확대할 계획”이라고 말했다. 다나로그는 내년 초 트럭과 버스용 제품을 내놓을 예정이다.

김용준기자 junyk@hankyung.com

◆‘이달의 으뜸중기 제품’은 이메일(art@hankyung.com)로 신청받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요. ◆이달의 으뜸중기 제품 △두코-골프거리 측정기 070-4228-1711 △하나텔콤-아이빔블랙박스 (031)427-0611 △다나로그-뷰메이트 (031)704-8951 △누르면빠지는콘센트-윈터탈탈콘센트 (062)572-9999

“홈베이킹 업계 1등 비결은 유기농 재료와 동영상 강의”

이영진 브레드가든 대표



“대기업 틈새에서 살아남아 20년째 홈베이킹(가정용 제과제빵) 업계 1위 자리를 지키고 있습니다. 그동안 브레드가든 홈베이킹 강좌를 들은 사람들만 20만명에 달합니다.” 이영진 브레드가든 대표(사진)는 “가격은 다소 비싸지만 유기농 밀가루를 쓰는 등 고품질과 다양한 노하우가 경쟁력”이라며 이같이 말했다. 브레드가든은 프리미엄스 같은 재료와 도구, 제빵기 등 가전제품, 포장재료, 서적, DIY 강좌 등 홈베이킹 제품과 콘텐츠를 생산·유통하는 국내 최초의 홈베이킹 회사로 이 분야 1위다.

이 대표는 원래 물리학도였다. 서울대 물리학과를 졸업한 뒤 독일 유학을 갔다가 유럽의 홈베이킹 문화에 빠져들었다. 식품영양학을 공부하러 온 지금의 아내(정주연 연구개발실장)도 만났다. 귀국 후 한국원자력안전기술원에서 일하면서 1995년 대학 연구단지에 부업 삼아 국내 최초의 홈베이킹 가게 ‘브레드가든’을 열었다. 유럽에서 재료를 들여와 팔았고, 제과제빵 강좌도 했다. 대덕연구단지에는 유학시절 홈베이킹을 접해본 이들이 많았고, 당시 신도시 아파트를 중심으로 빌트인 오븐도 보급되기 시작했다. 시기를 잘 타 서서히 입소문이 났다. 연구원을 관두고 본격적으로 사업에 뛰어들었다. 아내는 제품 개발을 맡았다. 전국에 가맹점 27

곳을 내며 승승장구했으나 곧 위기를 맞았다. CJ제일제당 삼양사 등 대기업에서 프리미엄스 제품을 내놓기 시작한 것. 제도약을 위해 회사를 대대적으로 정비했다. 경기 성남시에 공장 짓고 제조를 시작했다. 매장을 직영 형태로 바꾸며 숫자를 줄였고, 이마트 등 대형마트와 현대백화점 판교점 등에 입점했다. 이 대표는 “제품이 4000여개로 홈베이킹은 다품종 소량 생산이 특징”이라며 “강좌를 들은 소비자들끼리 자연스럽게 제품을 구매하도록 매장을 구성했다”고 설명했다. 20년이라는 업력에 비해 매출은 100억원으로 적은 편이다. 최근엔 중국의 프리미엄 슈퍼마켓인 시타라이프와 올레샵에 입점해 고급 브랜드 전략을 펴고 있다. 이 대표는 “2020년엔 세계 3대 홈베이킹 회사로 성장하고 싶다”고 말했다. 김정은기자 likesmile@hankyung.com

CJ헬스케어, 中에 1000억규모 신약수출 계약

차세대 역류성식도염 신약 초기 계약금 1850만달러



강석희 CJ헬스케어 대표(왼쪽)와 바오치류 웨이신 대표가 기념촬영하고 있다.

CJ헬스케어(대표 강석희)는 중국의 소화기 전문제약사 웨이신과 역류성 식도염 치료제 ‘CJ-12420’의 개발·상업화에 관한 기술수출 계약을 체결했다고 25일 발표했다. 초기 계약금 1850만달러와 상업화 단계에 따른 성과보수(마일스톤) 등 총 계약금 규모는 9179만달러(약 1031억원)다. 중국 제품 출시 이후 로열티는 별도로 받는다. 이번 계약은 국내 제약사의 중국의약품 수출 가운데 최대 규모다.

웨이신은 중국에서 CJ-12420의 개발과 허가, 생산·판매 등 상업화에 대한 독점적 권리를 보유한 회사다. CJ-12420은 세계에서 연간 4조원어치가 팔린 아스트라제네카의 역류성 식도염 치료제 ‘네시움

의 뒤를 잇는 차세대 치료제를 겨냥해 개발 중인 신약이다. 임상시험 결과, 넥시움보다 약효 발현시간은 세 배가량 빨라지고 약효 지속시간은 최대 12시간으로 두 배 이상 증가한 것으로 나타났다. 기존 약품에는 없는 야간의 위산분비 억제 기능도 있어 상업적 가능성이 높다는 게 CJ헬스케어 측의 설명이다. CJ헬스케어는 2010년 일본의 연구개발 벤처인 라클리아로부터 초기물질형태로 도입해 개발에 착수했다. 현재 국내에서 2018년 출시를 목표로 임상 3상시험을 하고 있다. CJ헬스케어는 이번 중국 수출

이 해외 진출의 촉매제가 될 것으로 기대했다. 중국 항궐양 시장은 3조원 규모며 최근 5년간 연평균 성장률이 25%에 달할 정도로 급격한 성장세를 보이고 있다. 신약이 출시되면 중국에서 연간 3000억원 이상의 매출을 올릴 것으로 전망하고 있다. 강석희 대표는 “이번 수출 계약으로 글로벌 대형 신약 가능성을 확인할 수 있게 됐다”며 “혁신 신약으로 출시되는 시기가 다국적제약사의 발매 시점과 큰 차이가 없기 때문에 글로벌 시장에서 경쟁이 가능할 것”이라고 말했다. 김형호기자 chsan@hankyung.com

중소 컨설팅 정보 ‘한눈에’ 오늘부터 플랫폼 서비스

정부와 지방자치단체가 지원하는 중소기업 컨설팅 사업 정보를 종합적으로 살펴볼 수 있는 ‘중소기업 컨설팅 플랫폼’(www.smbacon.go.kr) 서비스가 26일 시작된다. 플랫폼을 통해 정부와 지자체의 컨설팅 사업 정보를 창업과 벤처, 판로와 수출 등 분야별로 파악할 수 있고 컨설팅 지원사업 신청·평가도 할 수 있다. 컨설팅 대학원의 교육과정 등 학사일정과 대학원 산업조사·논문 등 전문자료를 찾아볼 수 있다. 컨설팅 관련 협회의 전문교육과정 관련 정보도 얻을 수 있다. 이현동기자 gray@hankyung.com

모십니다

M&A 및 기술거래 활성화 세미나

기술보증기금과 한국경제신문사가 ‘M&A 및 기술거래 활성화를 위한 플랫폼 구축 방안’ 세미나를 엽니다. 이만희 창조경제연구회 이사장이 ‘상생형 M&A 활성화 방안’, 김용 테에스인베스트먼트 대표가 ‘M&A 시장현황 및 활성화 방안’을 발표합니다. 황태석 기술보증기금 TB사업실장은 ‘기보 기술거래 플랫폼 구축현황’ 등을 설명합니다.

- 일시: 11월6일(금) 오후 2-4시
- 장소: 서울 명동 은행회관 2층 국제회의실
- 참가대상: 인수합병(M&A) 및 기술거래에 관심 있는 중소기업, 공공(민간)기관 관계자
- 접수: 홈페이지에서 선착순 250명(www.kibo.or.kr)
- 문의: 기술보증기금 기술평가부 (051)606-7631

주최: 기술보증기금·한국경제신문 후원: 금융위원회

세상에서 가장 쉬운 SNS 입문서 가 나왔다!

박부장의 신나는 리얼다큐 SNS 정복기

“SNS 세상에서 나만 이렇게 두터지는 것은 아닐까? 이 값비싼 스마트폰으로 문자나 카톡만 해도 되는 것일까?”

카톡밖에 모르던 박부장의 심기일전, SNS 세상에서 새로운 미래를 만나다!

중장년층에게 SNS는 여전히 낯설고 두려운 대상이지만, 언젠고 한 번은 극복해야 할 대상이다. 사업도, 취미도, 인맥도 스마트폰과 SNS를 통해 이뤄지고 있기 때문이다. 스마트폰과 SNS에 대한 낯설과 두려움을 떨치고 첫걸음을 시작하려는 이들에게, 이 책은 작지만 큰 용원이 될 것이다.

7일 SNS 마스터링 계획

- DAY 1: SNS로 비즈니스를 소개 받는다
- DAY 2: SNS의 연동을 만든다
- DAY 3: SNS의 기본을 다룬다
- DAY 4: SNS의 활용을 다룬다
- DAY 5: SNS의 마케팅을 다룬다
- DAY 6: SNS의 커뮤니케이션을 다룬다
- DAY 7: SNS로 비즈니스를 소개 받는다

- 현직 중장년부가 직접 도전하며 정복한 리얼 SNS 정복기!
- 이야기를 들듯, 감의를 들듯 따라하다보면 어느새 나도 SNS 전문가!
- 읽고 따라하기만 하면 누구나 일주일 만에 SNS를 정복할 수 있다!
- 단순한 취미를 떠나 생존의 도구로서 SNS를 알아야만 하는 이들을 위한 단 한 권의 책!

한스미디어 Tel.02-707-0337 | Fax.02-707-0198