

“엑스레이로 나노급 불량 검출… 100년 부품·장비社 목표”

메트로가 만난 기업人

‘엑스레이 검사장비’ 쎄크 김종현 대표

“쎄크”는 엑스레이 검사장비 1위 기업이라고 자부한다.”

산업용 엑스레이 검사장비, 선형가속기, 주사전자현미경 등 산업용 검사장비 전문 제조업체인 쎄크 김종현 대표가 최근 논란이 되고 있는 자동차 배터리 검사장비로 세계 시장 진출을 준비하고 있다.

엑스레이 검사장비는 방사선을 활용해 고해상도 이미지와 빠른 고속 촬영 등으로 반도체 칩 및 전기·전자 부품 등의 미세한 불량을 공정 단계에서 잡아내는 기기다.

쎄크는 검사장비를 구성하는 엑스레이 발생장치를 지난 2006년 국내 최초로 개발했다. 이후 쎄크의 혁신 기술은 차세대 차량용 배터리 검사장비로 자리매김하며 연 매출액의 약 65%를 차지하고 있다.

특히 쎄크는 엑스레이 검사장비를 구현하는 방식 중 하나인 인라인·에이엑스 아이(In-line AXI) 시스템에 하이브리드 오픈튜브를 탑재해 초고속 검사와 고정밀, 고배율 등에서 세계 최고 수준 사양을 확보 중이다. 이를 통해 모바일용·전기차용 이차전지 검사 시장에 대응하는 등 차별화된 경쟁력 확보에 나선다.

쎄크는 주사전자현미경에도 심혈을 기울이고 있다. 주사전자현미경은 미세전자빔을 정해진 영역에 주사해 미세형태 및 조직 구성 등 물질의 표면정보를 관찰하는 측정 장비다.

특히 일반 주사전자현미경과 동일한 성능을 구현하면서도 소형화시킨 탁상형을 2006년 국내 최초로 개발 및 상용화에 성공했다.

김 대표는 탁상형 주사전자현미경에 대해 “쎄크의 설립 30주년 기념 신모델로 2021년 상반기 세계 시장 장악할 제품”이라며 자부심을 나타냈다.

김 대표의 자부심에는 회사의 든든한 인재들이 있었다.

경기 수원시 권선구 산업로에 위치한 쎄크 본사. 로비에 들어서자 젊은 직원들이 분주하게 다니는 모습이 눈에 들어온다. 로비를 비롯한 제조 현장과 데모센터 등에도 젊은 직원들이 일에 몰두한 모습을 쉽게 찾아볼 수 있다.

김 대표는 1991년 쎄크를 설립한 이후 젊은 인재들의 영입을 위해 끊임없이 노력해오고 있다. 쎄크가 지난 2016년 수원 3단지로 사옥을 옮긴 이유도 인재 영입을 위해서다.



김종현 쎄크 대표가 수원 본사에서 엑스레이 검사장비에 대해 설명하고 있다. /이노비즈협회



쎄크의 산업용 엑스레이 검사장비

국내 첫 엑스레이 발생장치 개발 고정밀 등 기술력 세계 최고 수준 ‘소부장 강소기업 100’에도 선정

젊은 인재 채용위해 사옥까지 옮겨 “최고, 정도, 신의로 기술개발 정진”

김 대표는 “젊은 친구들이 중소기업 취업을 꺼리는 경향이 있어 채용에 항상 아쉽움이 있었다”며 “좀 더 쾌적한 환경으로 사옥을 옮기면 젊은 친구들이 거부감을 덜 느끼지 않을까 하는 마음도 있었다”고 설명했다.

김 대표의 적극적인 인재 영입 의지로 쎄크는 현재 178명의 임직원과 함께

성장하고 있다.

쎄크의 지난 2019년 매출은 348억원으로 가시적인 성과를 기록했다.

2020년 매출도 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에도 불구하고 긍정적일 전망이다. 김 대표는 “제조업 전체가 위축되다 보니 올해 투자가 10% 줄긴 했지만 300억원은 돌파할 것으로 예상된다”며 미소를 보였다.

이처럼 젊은 인재들과 쎄크가 힘을 합쳐 개발 중인 장비의 매출이익률은 평균 약 43% 수준에 이른다.

쎄크는 매출 대비 연구 투자 비율 14%, 연구개발 인력 40% 이상 등 적극적인 투자를 이어오고 있다.

이를 기반으로 쎄크는 지난해 중소벤

처기업부의 ‘소부장 강소기업 100’에 올랐다.

김 대표는 “오늘날 쎄크를 있게 한 비결은 ‘최고, 정도, 신의’를 통해 핵심 기술 개발에 정진해 왔기 때문”이라며 “내년에는 설립 30주년을 맞는 해인 만큼 그간 축적한 우수 기술을 바탕으로 전자기·마이크로파 등 신규 사업을 지속 확장, 첨단 기술과 부품·장비 중심의 100년 이상 생존하는 기업으로 성장하겠다”고 강조했다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

삼표시멘트, 시멘트 반제품 3억톤 돌파

국내 시멘트 단일공장 최초 아파트 1500만가구 짓는 물량

삼표시멘트가 ‘클링커’ 누적 생산량 3억 톤(t)을 돌파했다. 이는 지난 1957년 강원도 삼척공장을 가동한 지 63년 만으로 클링커 누적 생산량 3억 t 달성을 국내 시멘트 단일 공장 기준으로 처음이다.

클링커란 시멘트의 반제품으로, 분쇄하면 최종 시멘트 제품이 된다.

1일 삼표시멘트에 따르면 57년에 삼척공장을 첫 가동한 이후 39년 만인 지난 1996년 누적 클링커 생산 1억 t를 달성했다. 이어 2007년 2억 t를 넘어섰고 올해 3억 t 기록을 세웠다.

3억 t의 클링커는 아파트 1500만 가

구를 지을 수 있는 물량이다. 또 지구 18바퀴에 해당하는 75만km 도로(2차선)를 건설할 수 있는 분량이다.

삼표시멘트가 1억 t를 생산하는데는 39년이 걸렸지만 기술개발과 설비 확충 등을 통해 추가 2억 t는 24년 만에 달성했다. 올해 12월에는 시멘트 누적 생산량 3억 t 넘을 것으로 예상된다.

삼표시멘트는 국내 최초로 시멘트 산업에 진출해 아시아 최대 규모의 단일 공장을 갖췄다. 여기에 60년 이상 축적된 기술력이 결합돼 삼표시멘트의 제품은 세계적으로 인정 받아왔다.

삼표시멘트의 경쟁력은 2015년 10월 삼표그룹 합류 이후 배가됐다. 레미콘, 시멘트, 골재 등으로 이어지는 수직계열화로 이어지는 그룹의 장점을 살려

고객의 여러 요구사항을 한번에 충족시킬 수 있는 패키지 영업으로 펼치고 있다. 여기에 설비와 연구·개발에 대한 투자를 늘리면서 원가를 절감해 나가고 있다. 인수 첫 해인 2015년부터 지난 5년 간 폐열발전소 인수, 운송용 선박 구입, 설비증설·보수 등에 매년 500억원 이상의 CAPEX(설비투자비용)를 사용해 왔다.

물류 혁신도 계속되고 있다. 삼표시멘트는 삼척공장을 비롯해 인천, 부산, 울산, 포항, 창원 등 11개 해안 유통기지와 9개의 내륙 유통기지를 통해 효율적인 물류 네트워크를 구축했다. 또 11척의 시멘트 운송선을 운영하며 적기 공급 능력은 물론, 원가 경쟁력에서도 앞서고 있다. /김승호 기자

휴테크 안마의자 ‘카이 RES7 아트모션’ 출시

AIR 3D 아트모션 마사지 탑재

휴테크산업이 안마의자 카이 RES7 아트모션(사진)을 출시했다고 1일 밝혔다. 카이 RES7 아트모션은 휴테크 프리미엄 라인업 카이(KAI)의 ‘RE’ 시리즈 대표 안마의자다.

휴테크 AIR 3D 아트모션 마사지는 마사지 모듈 후면에서 에어 방식으로 최대 10cm까지 고탄성 마사지 볼의 범위를 선사한다. 총 7단계에 걸쳐 마사지 모듈의 깊이감과 속도를 제어해 섬세한

마사지도 지원한다.

음파진동 마사지 수법도 더 세분화했다. 마사지 전용 음원 64가지를 적용해 신체 골격과 근육 특징에 따라 디테일한 음파진동 마사지를 제공한다.

특히 카이 RES7 아트모션에는 음파진동, 뮤직싱크, 신체 부위별, 테마별 자동 마사지프로그램 총 29가지를 탑재했다.

휴테크 디자인연구소에서 자체 개발 및 조색한 ‘얼티밋 블레이’ 색상도 적용했다.



한편 휴테크는 15일까지 카이 SLS9 임페리얼 블루 및 최근 출시한 카이 RE 7 등 총 6가지 안마의자를 최대 32% 할인된 가격에 선보인다. 자세한 사항은 휴테크 홈페이지에서 확인할 수 있다. /백지연 기자

한샘, 한샘몰 입점 통해 중소가구社와 상생

‘모벨카펜터’ 소파·테이블 첫 입점

한샘은 자사 온라인몰 ‘한샘몰’에서 한국가구산업협회 회원사의 첫 한샘몰 입점 판매를 시작하며 중소 소상공인과의 상생 협업에 본격 나선다고 1일 밝혔다.

‘한국가구산업협회’는 가구산업의 발전과 업계의 동반성장을 위해 설립된 기구로 가구·인테리어 관련 제조, 유통사 등 전국에 100여개의 회원사를 두고 있다. 한샘은 첫 번째 입점 업체 ‘모벨카펜터’를 시작으로 지속적인 회원사 입점을 확대해 나간다. ‘모벨카펜터’는 국내 중소 디자인 가구업체로 한샘의 온라인몰 ‘한샘몰’에서 트렌디한 디자인의 소파와 테이블 등을 선보인다.

한샘은 한국가구산업협회뿐만 아니라 노력하고 있다. /김승호 기자



라 경기도청의 중소기업 육성 산하 기관인 ‘경기도주식회사’와 사회적 기업을 지원하는 비영리공익재단 ‘아름다운 가게’와 협업해 소상공인들의 ‘한샘몰’ 입점 판매를 지원하는 등 상생을 위해 노력하고 있다.

/김승호 기자

‘카카오 비즈보드’ 올해의 브랜드 선정

카카오는 지난달 30일 동국대학교에서 열린 한국광고학회 주관 ‘올해의 브랜드상’ 시상식에서 ‘카카오 비즈보드’가 올해의 브랜드로 선정됐다고 밝혔다.

특정 상품이나 기업이 아닌 광고 플랫폼이 ‘올해의 브랜드상’을 받은 것은 처음이다.

2019년 5월에 클로즈베타 서비스를 시작해 2019년 10월부터 오픈베타 서비스를 진행 중인 ‘카카오 비즈보드’는 카카오톡의 채팅목록 템을 활용해 마케팅 액션과 차별화된 브랜드 경험을 제공하는 카카오의 비즈니스 서비스 브랜드다. /체윤정 AI 전문기자 echo@