

# 신개념 PC 오디오 NewQ 골드

서 용 구\*

1998년에 설립된 (주)뉴큐 시스템은 컴퓨터 액세서리가 전무한 국내에서 'PC 오디오' 라는 틈새제품으로 PC/오디오 퓨전형 시장을 개척하여 주목을 받고 있는 유망 벤처기업이다. 제품 디자인의 아웃소싱과 해외 수출에 힘입은 초기 성공에도 불구하고 틈새 시장에서 잠재수요층을 어떻게 고객으로 만들 것인지에 대하여 박사장은 심각하게 고민하고 있음을 알 수 있다. 본 사례를 통해 혁신제품을 개발한 한 벤처기업이 틈새시장을 키우기 위해 고민하고 있는 생생한 체험과 관련 이슈를 학습할 수 있다.

2001년 6월초 일요일 아침, 여느 때처럼 이른 아침에 일어난 박석기 사장은 자신의 서재에서 깊은 생각에 잠겼다. 식구들이 자고 있는 시각이지만 그에게는 이 시간이 자료검토와 사업구상을 위한 의사결정의 소중한 시간이었다.

## 박석기 시장의 고민

그는 그 동안 스크랩한 오디오 시장 관련 기사들을 한 장씩 넘겨보았다.

『 '미니오디오, 소리가 아닌 디자인으로 승부한다.'

이 같은 현상은 그 동안 오디오가 사운드를 중시하는 대형 추세였다면 최근에는 방에 놓고 혼자서 음악을 감상하는 토크 튀는 디자인을 중심으로 한 패션오디오가 인기를 얻고 있기 때문이다. 업계 관계자는 "국내 컴포넌트 시장은 연간 70만대, 총 2500억원 규모로 이중 미니컴포넌트의 비중도 점차 커지고 있다" 며 "특히 미니오디오의 주 구매층인 젊은 고객들은 소리보다 색상과 디자인을 중시하고 있다" 고 설명했다. 』

『 '국산 중견 오디오 전문업체 대리점 급감'

중견 오디오 전문업체들의 대리점 수가 급격히 줄어들고 있다. 중견 오디오 전문업체의 전속 대리점들이 IMF 이후 경영난으로 도산하거나 업종을 전환하는 등 3년전 1200여개에 달하던 전속 대리점이 올해 280여개로 급속히 줄어들면서 유통시장에서도 오디오 전문업체의 입지가 갈수록

\* 숙명여자대학교 경영학부 조교수

위축되고 있다.』

위 기사들은 국내 전통 오디오 시장이 이미 포화되어 성장 잠재력을 잃어가고 있음을 보여준다. 하지만 시장에서는 여전히 국내외 14개 이상의 업체들이 각축을 벌이고 있으며 이들 업체는 군소난립의 PC시장과는 달리 대기업 주도의 시장이다. 이들은 월 7만여대 규모의 국내 오디오 시장에서 모델당 1000~2000대를 판매하면 성공이라는 평가를 받으면서 경쟁하고 있고, 최근에는 디자인으로 승부 할 수 있는 초미니 컴포넌트 개발에 전력을 다하고 있음을 보여주고 있다.

박석기 사장은 이번에는 퍼스널 컴퓨터(PC)에 관련된 기사를 넘겼다.

『 '컴퓨터 보유율 꾸준히 증가' 』

95년 이후 컴퓨터 보유율은 계속 증가하는 추세를 보이고 있다. 특히, 퍼스널 컴퓨터는 95년 이후 보유율이 꾸준히 증가하여 98년 현재 전체 가구의 48.5%에 이르고 있다. 다만 97년도부터 그 증가폭이 다소 감소하고 있는 추세를 보이고 있다. 이는 97년부터 데스크탑을 구입하는 대신 노트북 컴퓨터를 구입하는 사람의 비율이 3%대로 증가한 것에 기인한 것이라고 볼 수 있다.』

『 '컴퓨터 장착기기의 다양화 가속' 』

2001년 현재 컴퓨터에 모뎀(71.3%), CD-ROM DRIVE(70.2%), 사운드 카드(66.2%)를 장착하는 것이 보편화되고 있는 것으로 나타났다. 이밖에도 TV수신카드, MPEG카드 등 멀티미디어 기능을 갖춘 관련기기들의 장착율이 점차 증가하고 있다. 이러한 현상은 노트북 컴퓨터에서도 마찬가지로 나타난다. 이는 컴퓨터의 멀티미디어화와 PC통신/인터넷의 이용률 증가의 영향으로 컴퓨터에 장착하는 기기의 종류가 점점 더 다양해지고 있다고 볼 수 있을 것이다.』

## PC 시장, 오디오 시장 어느쪽으로?

오디오 시장과는 달리 PC 시장은 시장 성장성이 꾸준히 커지고 있다. 또한 우리 나라 PC 시장에서는 조립식 PC와 브랜드 인지도가 높은 대기업 PC가 공존하고 있는 시장 특성을 보여주고 있다.

"NewQ 골드"는 PC 오디오이다. PC 오디오 시장은 최근까지는 전혀 존재하지 않았던 시장으로 일종의 퓨전형 틈새시장이라고 평가할 수 있다. 대기업의 진출이 없었기에 NewQ가 국내 아니 세계에서 유일한 PC 오디오 업체라고 할 수 있다. 그러나 박석기 사장은 이에 만족할 수 없었고, 지금이 뉴큐 시스템이 가야할 방향에 대한 중대한 결정을 내려야 할 때임을 알고 있었다.

틈새 시장의 강자로 계속 남으면서 NewQ골드의 후속 신제품 개발에 주력을 할 것인가, 아니

면 PC 오디오의 모태인 '카 오디오'시장으로 진출 할 것인가, 아니면 PC 오디오와 함께 각종 PC 액세서리를 개발할 것인가?

## NewQ시스템의 성장 대안

전반적인 오디오 업계의 침체 분위기에도 불구하고 상대적으로 경기의 영향을 덜 받는 구매층은 신세대와 신혼부부이다. 오디오의 주 소비층이 신세대로 변화하면서 거실보다는 소비자의 방안에 놓고 혼자 들을 수 있는 스타일의 오디오가 인기를 얻고 있는 것이다. 이러한 소비자의 변화로 인해 오디오 업계는 초미니 컴포넌트를 제조, 판매하고 있지만, 박석기 사장은 신세대와 신혼부부층을 PC 오디오 구매층으로 끌어들이 수 있다고 확신했다. 신세대는 구매여 오디오로 음악을 듣지 않는다. PC로 작업을 하면서 음악을 듣거나 단순히 음악을 위해 PC를 켜기도 하기 때문이다.

<PC 이용의 주용도>

오락/게임/음악감상	79 %
교육/학습	38.6 %
개인 정보 관리	20.7 %

자료: 한국전신원(2000)

즉 예전에는 음악 감상을 위해 오디오를 구매했지만 이제는 PC 하나로 이 모든 것을 충족하려고 한다. 그러므로 PC 오디오 시장은 오디오 구매층을 흡수할 수도 있고 기존에 PC 음질에 불만을 가지고 있는 소비자들을 신규고객으로 끌어들이 수도 있다. 하지만 소비자들은 PC오디오 제품 자체에 대한 인지도가 매우 낮았다. 보다 많은 수요를 창출하기 위해서는 전사적인 홍보가 필요했지만 신생 벤처기업으로써 회사의 자금을 제품 개발이 아닌 광고 및 홍보에 투자하기란 쉬운 일이 아니었다.

그렇다면 카 오디오로의 진출은 어떨까? 뉴큐 시스템의 가장 큰 장점인 그래픽 이퀄라이저는 카 오디오를 연상시킨다. 기술상으로는 문제가 될 것이 없었다. 또한 자동차 시장은 내수뿐만 아니라 수출을 할 수도 있다. 하지만 카 오디오는 지금까지 뉴큐 시스템이 걸어온 길과는 전혀 다르다. 만일 카 오디오 시장으로 진출한다면 철저한 시장조사가 필요하고 새로운 유통 채널과 제휴선도 개척해야 하는 어려움이 있다.

마지막 방향으로 PC 오디오와 더불어 PC 액세서리까지 생산하여 제품 라인 확대를 생각해 볼 수 있다. 21세기에서 PC는 더 이상 작업 효율 극대화를 위한 도구가 아니다. 종합 가전제품 역할과 인간에게 무한한 즐거움을 주는 여가 활용 방법으로도 기능하기 때문이다. 또한 "1 인 1

PC" 시대가 멀지 않았고 소비자들이 핸드폰이나 자동차를 꾸미듯, PC를 꾸민다면 PC 액세서리 시장 진출도 가능성이 있어 보였다.

박석기 사장은 이 세 가지 대안에 대해서 골똘히 생각하다가 이 문제는 직원들과 함께 풀어야 할 문제라고 생각했다. 우선, 각 대안에 대하여 충분한 리서치와 사전 조사를 실시한 뒤 회사 임원들과 같이 고민해서 결정하기로 마음먹었다. 어느새 서재 창문으로는 아침 햇살이 따사롭게 비취지고 있었다. 따뜻한 햇살을 받으며 그는 잠시 지난 3년을 회상해 보았다.

### (주)NewQ 시스템의 탄생과 성장

1997년 12월은 대한민국 국민 모두가 춥고 어두운 계절로 기억하고 있을 것이다. 박석기(39) 사장 또한 다니던 직장이 부도가 나서 실업자 대열에 끼게되었다. 박사장은 자신이 오갈 데 없는 신세가 된 것보다도 고생 고생하면서 개발한 제품이 세상의 빛을 보기도 전에 IMF라는 거대한 어둠에 묻히게 된 것이 너무 억울했다. 걱정 어린 눈빛으로 지켜보는 가족을 뒤로 한 채, 그는 서울 외곽에 있는 한 공원에서 매서운 바람을 맞으며 깊은 상념에 잠겼다.

“이대로 다른 회사에 취직해서 인주 할 것인가, 아니면 개발중인 제품에 내 인생 모든 것을 걸 것인가”.

그는 도전을 택했다. 다행히 그의 옆에는 같은 뜻을 이루고자 하는 동료들이 있었고 전 재산이라고 할 수 있는 퇴직금과 전세금을 모아 PC용 오디오를 가지고 벤처기업을 차리기로 결정하였다.

### 험난한 출발과 미국에서의 설립

벤처기업의 시작이 대부분 그렇지만 NewQ시스템의 출발도 험난했다. 97년 12월 전 직장이 무너지면서 박석기 사장 등 창립직원 4명은 강정철 이사의 아파트에 모여 이대로 주저앉을 수는 없다는 생각 끝에 개발중인 제품을 가지고 미국 행 비행기를 탔다. 이들 모두가 멀티미디어 컴퓨터 분야에서 17년 이상의 경력을 가지고 있는 베테랑이기에 제품에 대한 확신 하나만은 자신이 있었다.

그러나 당시 우리 나라는 지난 40년간 최악의 경제상황인 IMF가 시작되었고, 박석기 사장을 비롯해 모두가 전 직장에서 받은 퇴직금과 전세 보증금으로 겨우 시제품을 완성한 수준이었다.

직원들의 마지막 희망을 등에 지고 LA공항에 도착한 박석기 사장은 근처에 허름한 숙소를 정하고 고물 자동차를 한 대 빌렸다. 우선 특히 진행부터 알아보면서 변호사를 얻어 사업 전략을

수정, 보완하고 L.A에 사는 교포들을 만나면서 투자자를 모색하기 시작했다. 처음에는 사기꾼으로 오해받기도 했지만 이래저래 연이 닿는 사람들을 만나는 가운데에서 교포 사업가의 제안이 들어왔다. 하늘이 주신 기회라고 생각하고 NewQ에 관심이 있는 소액 투자자를 모집하여 미국 땅 L.A에서 Neowave International을 한국에서는 Neowave Korea를 설립하여 1차 마케팅에 돌입했다. 그 결과 NewQ의 중요 부품의 하나인 3D Surround chip 생산 업체인 SRS사의 부사장 마이클의 도움으로 11월에 개최되는 라스베이거스 컴덱스 쇼에 출품이 가능하게 됐다. 개인용 멀티미디어 컴퓨터에 오디오를 접목시키는 신개념의 PC 오디오 NewQ의 상품성을 알아보기로 한 것이다.

## 컴덱스(1)쇼를 통한 데뷔

컴덱스 전시회는 NewQ가 세상에 인사를 하게 된 의미 깊은 행사였다.

“사실 쇼가 열리는 바로 전 날에도 어느 공간에서 홍보를 해야 할 지 그 누구도 말해주지 않았습니다. 못하는 것은 아닌가하고 불안해했죠. 첫날 오전에, SRS사 측에서 North 홀에 있는 당사 부스에 들어와도 좋다는 연락이 왔을 때야 비로소 안도의 한 숨을 쉴 수가 있었습니다.” (홍동국 차장)

컴덱스에서는 NewQ와 아직 연구 단계인 NewQ 골드도 선보였다. NewQ 골드는 시제품 NewQ의 기능과 디자인을 한 단계 버전 업 한 것으로서 당시 19개국 600여 업체 바이어들이 모두 출시만을 기다리며 수출 상담만도 70여 건에 달했다.

전시회 기간에 소액투자자들로부터 모아진 17만 5천불 중에 회사 설립 자금만을 제외하고는 모두 제품 개발에 6개월 동안 주력한 결과 2차 제품 NewQ 골드를 손안에 쥐게 되었고 또한 한국에서 Neowave Korea를 NewQ 시스템으로 법인 전환했다.

컴덱스에서 얻은 성공과 2차 제품의 출시로 NewQ 시스템의 직원들은 다소 자신감을 얻었지만 아직 큰 성과가 없었기 때문에 월급도 몇 달 동안 받지 못하고 밤샘을 하는 등 고난의 연속이었다.

---

1) 세계 최대 규모의 컴퓨터 및 인터넷 관련 비즈니스 쇼인 '컴덱스 (Comdex)' 는 일본 소프트뱅크 손정의 회장이 인수한 세계 최대의 IT(정보기술) 비즈니스 쇼로 99년 행사에 전세계 22만여 명의 바이어와 참관객들이 참가했다. 컴덱스 쇼는 MS 휴렛팩커드(HP) 넷스케이프 야후 등 무명의 벤처기업들이 일약 스타로 떠오른 데뷔무대로도 유명하다.

## 세빗2)에서의 기대하지 않았던 성과

98년 12월 테크노마트 컴퓨터 문화 축제에 참가하여 내수시장의 판로를 개척하는 한편, 마케팅팀에서는 세계 최대 컴퓨터 전시회인 '99 독일 하노버 세빗에 나가기로 결정, 수정된 2차 제품 NewQ 골드와 1차 제품 NewQ를 가지고 독일로 향했다. 컴텍스 전시회처럼 개별 부스도 배정 받지 못한 채 대우통신 컴퓨터에서 하나씩 탑재한다는 것만으로 출발을 결심한 강행군이었다.

그러나 쇼가 시작되는 순간, 일방적으로 대우 측에서 대우와 관계되지 않는 업체는 부스에서 멀리 떨어져 있으라는 통보가 왔다. 손님들은 NewQ를 보고 물어도 보지만 대우 직원들이 알 리가 없었다. 손님들이 제품에 대해 궁금증을 풀지 못하고 지나치는 모습을 멀리서 지켜만 봐야 했던 NewQ 시스템 직원들의 마음은 참참하기만 했다.

그러나 전시회 중반 무렵부터는 NewQ를 보기 위해 수많은 인파가 몰려들었고 뒤늦게 사태를 파악한 대우 직원들도 부랴부랴 제품의 데모 요령 및 설명을 배우고 바로 세일즈에 들어갔다.

얼마나 많은 사람들이 왔는지 바이어 명함 처리만 해도 돌아와서 일 주일 이상 걸렸다. 게다가 가져간 3000장 이상의 팜플렛이 부족해서 한국에서 긴급 우편으로 7000장을 추가로 보내는 헤프닝도 벌어졌지만 그것도 동이 날 정도로 주목을 끌었다. 요르단의 왕족, 독일의 기간 산업 투자가, 이집트의 컴퓨터 회사, 메르체데스 에어로 시스템, 이스라엘의 벤처 투자, 스위스의 볼복스 오디오 회사, 함부르크의 벤처 투자 단지 등 셀 수도 없이 다양한 국가의 많은 바이어들이 방문했다. 이들 중 3번 이상 방문한 사람들이 대부분이었고, 네델란드에서는 마지막 날에 아예 제품을 통째로 사가기도 했다.

전시회 취재 차 온 한국의 기자는 도대체 어떤 제품이 길래 이렇게 사람이 많은 지 궁금했다고 한다. 심기가 급한 라틴계 바이어는 전시회가 끝나자마자 한국 본사로 오기도 했다.

"4월부터는 구입을 원하는 전자우편이 쏟아져 들어와 주문을 제 때 생산하지 못할 정도였습니다" 라고 박 사장은 말했다.

한 마디로 세빗 전시회의 효과는 대단했고 훗날 NewQ의 마케팅 전략의 방향을 "전시회를 최대한 이용하자!"라고 정할 만큼 그 위력은 컸다.

2) CeBIT은 Center for Bureau of Information and telecommunication의 약어이다. 해마다 3월경에 독일 하노버 메세에서 개최되는 세계 최대 정보 및 통신 기기 박람회로서 '미국에는 컴텍스, 독일에는 세빗'이라 불린다. 컴퓨터와 소프트웨어 부문에 주력하는 컴텍스와는 달리 유무선 네트워크(Network), 디지털 및 온라인 이동 통신 등 통신분야에 주력하고 있다. 컴텍스와는 대조적으로 매우 실체적이라는 평가를 받고 있다. 컴텍스 쇼가 최신 기술, 최근 개발품을 선보이는 기술 경연장이라면 세빗 쇼는 이미 소개된 제품과 기술을 놓고 바이어들이 구체적인 구매 상담을 벌이는 곳이다. 컴텍스에서 세계의 기술 추세를 감지할 수 있다면 세빗에서는 시장 환경변화를 가늠해 볼 수 있다.

## 국내시장 런칭(launching)과 디자인 소싱

박 사장은 98년 말 국내 상황을 다음과 같이 말했다.

“수출만이 살 길이었죠. IMF시대에 국내 시장의 상황은 더욱이 그랬습니다. 일 년 간 모두가 제 2의 독립군 정신으로 수출에만 매달렸고 그 시절에는 전 직원이 모여 회식 한번 못했습니다. 다행히 99년 초부터는 국내 내수시장이 서서히 고개를 들고 있었습니다. 우선 1차 제품인 NewQ가 53개 전국 유통점에서 선보였지만 판매실적은 기대 한 것만큼 좋지는 못했습니다. 그러나 2차 제품인 NewQ 골드를 본 소비자들의 반응은 달랐죠. 매우 호의적이었습니다.”

또한 NewQ 골드를 엘렉스 컴퓨터와 디오시스에서 OEM방식으로 자사 PC에 탑재되어 판매하면서 점차 대중성을 확보했다. 엘렉스사는 그 동안 맥켄토시만 취급하다 PC사업에 뛰어들면서 차별화 정책으로 NewQ시스템의 제품을 이용하기 시작했고 이를 계기로 일반인에게 급속도로 알려지게 되면서 매출도 증가하게 됐다.

“2000년에는 삼성 전기와 전략적 제휴를 맺었습니다. 벤처 바람이 불면서 전략적 제휴를 하는 경우가 많았지만 대개가 동종업계와 하는 것이었지, 저희처럼 대기업과 하는 일은 드물었습니다. 운이 좋았다고 생각합니다. 왜냐하면 저희가 미국이나 유럽 시장에 진출하려고 할 때, 바이어가 묻는 것이 있습니다. ISO 9000을 받았는지, 혹은 공장 실사를 나가도 되는지, 아직은 시장에 알려지지 않았기 때문에 겪는 절차이지요. 하지만 삼성과 전략적 제휴를 했다는 것 하나만으로도 더 이상 묻지 않고 저희와 계약을 하려하더군요. 뿐만 아니라 삼성전기의 명성과 영업망, 마케팅 네트워크를 이용 할 수 있고 전체 매출액의 5%를 로열티 대가로 받습니다. 또 공동 마케팅을 하기 때문에 광고 측면에서도 이익을 볼 수 있습니다. 단점을 말하자면 아무리 NDA(Non Disclosure Agreement)방식으로 철저히 계약서를 쓰더라도 대기업의 컨트롤을 무시할 수는 없다는 점입니다.”

NewQ 시스템은 OEM방식으로 또는 제휴를 통해서 안정을 찾고 있었지만 시중에는 자금난 경색이 기업에게 큰 부담감을 주고 있었다.

“호조 속에서도 걸림돌은 있었습니다. 펀드가 문제였죠. 자금난에 허덕이는 것은 비단 벤처기업만이 아닐 것입니다. 대기업조차도 돈을 찾아 동분서주하고 있는 실정이었으니까요.”

그 당시 정부는 첨단기술과 첨단산업을 육성하여 경제 구조를 고도화하기 위해 벤처기업 창업 마인드 조성과 육성 발전책으로 기존 법률과는 별도로 특별법 제정을 준비하고 있었다.

NewQ는 이와 같은 정부 정책을 시기 적절하게 활용할 수 있었다.

1998년 KIDP(한국산업디자인진흥원)의 디자인 개발비 지원을 받을 수 있었고 아울러 계명대학교 예술학부 형제윤 교수를 소개받을 수 있었다. KIDP는 벤처 지원정책의 일환으로 기술과 시장성을 겸비한 기업에게 디자인 개발비 명목으로 50%를 보조해 주었던 것이다. 이렇게 KIDP를 연결고리로 형제윤 교수와 6개월간 제품 연구 개발에 매진한 결과 NewQ 골드를 출시 할 수 있었다.

1999년에도 정부의 정책 지원을 받을 수 있는 기회가 왔다. 기술신용보증기금에서 마련한 중소기업시설자금대출을 통해 당시 11%를 웃돌던 이율을 8% 저리로 적용하여 1억 5천만 원을 대출 받은 것이다. 이를 98년에 받은 디자인 개발비와는 다르게 생산 및 시설 투자로 유용하게 쓸 수 있는 소중한 기금이였다.

## NewQ 골드의 개발

### 소비자 기호 변화를 상품화

컴퓨터의 대중화가 이루어지면서 PC의 용도가 단순 워드 작업에서 멀티미디어로 전환되는 시점을 NewQ 시스템은 정확하게 포착했다.

“이제 컴퓨터가 하나의 종합 가전제품으로까지 발전하는 시대가 올 것입니다. 성급한 예측이 아니냐는 분들에게 저는 젊은이들의 변화하는 생활 패턴을 눈여겨보시라고 하고 싶습니다. 이미 이들은 영화관에 가는 대신에 영화전문전용 사이트에 접속을 하고 TV도 컴퓨터로 보고, 라디오도 컴퓨터로 듣습니다. 심지어는 전화통화도 헤드폰을 이용해 컴퓨터로 하지 않습니까?”

박석기 사장의 말처럼 이미 신세대 사이에서는 컴퓨터 하나로 전화, 라디오, TV, 비디오를 대신하려는 움직임이 일어나고 있었다. 이와 같은 변화는 업계에서도 일어나고 있었다. 디지털 콘텐츠 분야별 업체수를 보면 온라인 게임이나 영화, 음악과 같은 오락 및 여가활동 콘텐츠의 수가 월등히 많고 매출액도 크다.

<디지털 콘텐츠 분야별 업체수 및 추정 매출액>

(단위) :백만원

	업체수	온라인 콘텐츠 매출액		콘텐츠 권련 매출총액	
		합계	업체평균	합계	업체평균
전 제	1,202	410,600	342	1,269,055	1,056
일반 PC	384	130,420	341	382,972	1,000
온라인 게임	206	120,802	586	137,105	666
교 육	188	53,975	287	123,571	657
영 화	112	23,358	209	222,175	1,984
음 악	105	16,279	155	195,880	1,866
e-book	86	7,011	82	142,863	1,661
신 문	121	58,755	486	64,489	533

자료:한국소프트웨어진흥원, 정보통신정책연구원(2000)

그러나 컴퓨터가 아무리 발달하여도 쫓아가지 못하는 것이 몇 가지 있다. 그중 사운드에 관한 부분이 특히 그런데, 컴퓨터의 CPU가 빠르고 메모리가 많아도 스피커로 출력되는 음질은 어쩔 수가 없기 때문이다. 특히 컴퓨터 매니아들에게는 현재 컴퓨터 사운드는 더욱 불만족스럽다. 또한 PC상에서 작동하는 춤 연습게임 DDR이나 무료 전화 서비스가 인기를 끌면서 음질에 아쉬움을 느끼는 네티즌들이 증가하고 있다. 이렇게 컴퓨터의 기능에 음향을 중요시하는 분위기가 확산되면서 오디오 시스템은 인터넷 방송 즐기기의 핵심으로 간주된다. 3)

“기존 PC의 기본 사양만으로는 만족할만한 음질을 내기가 어렵습니다. PC에 내장된 사운드 카드는 보통 TV에 비해 음질이 떨어지기 때문이죠. 음질뿐만 아니라 출력이 낮아 답답함을 호소하는 네티즌도 상당수입니다. 음질을 높이고자 제품을 알아보면 컴퓨터에 대한 지식이 없는 일반인들에게는 복잡하고 어려워서 쉽게 포기하게 만듭니다. 만일 장치 설치에 가까스로 성공해도 작업 중에 불편함을 느끼기가 다반사죠.

이와 같은 번거로움 덜어주기 위해 만들어진 틈새 상품이 바로 NewQ 골드입니다. 저희가 개발한 PC오디오 기기 ‘NewQ 골드’는 PC의 음질을 오디오 수준으로 향상시킨 제품으로 NewQ 골드와 PC를 케이블로 연결시키면 설치가 끝나는데 인터넷 방송, 음악감상, 네트워크게임, DVD 등 PC상에서 이뤄지는 작업을 모두 지원할 수 있습니다.

즉, 사운드카드에 장착되어 있는 앰프나 스피커가 제구실을 못하면 컴퓨터가 아무리 좋아도 최상의 소리로 들리지 않습니다. 잠시 얘기를 바꿔 말하자면, 컴퓨터용 스피커는 대부분 컴퓨터를 구입할 때 공짜로 끼우는 제품에 만족했지만 얼마 전부터는 웃돈을 주더라도 고급 스피커를 구입

3) 사람과 컴퓨터(1999.9), 네오웨이브 NEWQ.

하는 사람들이 많아졌다고 합니다. 이만큼 컴퓨터에서 음악을 즐기는 사람들이 많아졌다는 것을 의미하고 PC오디오 시장도 클 수 있다고 할 수 있죠.”

## PC 오디오 시장에서 독점적 지위 확보

“NewQ 폴드는 5.25인치 베이(Bay)에 설치하는 본체와 사운드 카드에서 여러 신호를 받는 인터페이스 카드로 구성돼 있습니다. 전면에 장착된 VFD(Vacuum Fluorescent Display)를 사용한 디스플레이 패널은 다양한 색을 사용해 사운드는 물론 눈까지 즐겁게 해줍니다. 외형은 마치 카오디오를 연상시키는데, 컴퓨터 기능을 이용하는 게 아니라 제품 자체에 내장된 기능을 이용해 사운드 카드로부터 나오는 신호를 받아 이를 변환시켜 스피커를 통해 출력해주는 역할을 합니다.

한 마디로 사운드 카드와 스피커를 하나로 묶는 역할을 하는, 즉 사운드 카드를 위한 전용 앰프라고 할 수 있죠. 그런 까닭에 제품을 베이에 설치하고 케이블을 연결하는 것이 설치의 전부이며 컴퓨터에 의존하는 것은 본체의 12V 전원 외에는 없습니다.”

박석기 사장의 말처럼 NewQ 시스템은 컴퓨터 액세스리가 전무한 국내 PC업계에 순수 국내 기술로 그래픽 이퀄라이저를 개발했다. 사실 NewQ 시스템의 제품은 세계 최초로 개발한 개인용 컴퓨터에 멀티미디어 기능을 확장시켜주는 3D 서라운드 이퀄라이저이기 때문에 국내는 물론 해외에서도 독보적인 위치를 갖고 있다고 해도 과언은 아니다. 따라서 경쟁업체라는 표현보다는 경쟁 제품군이라고 말하는 것이 더 정확하다.

우리가 컴퓨터로 소리를 듣기 위해서는 PC안에 기본적으로 있는 칩으로도 가능하지만 다양한 음질을 원하는 소비자들은 사운드 카드를 이용한다. 이보다 더 고음질의 것을 추구하는 고객들은 별도로 앰프나 고가의 스피커를 구매하는 것이 일반적인 현상이었다.

## 제품 확대 전략

NewQ 시스템은 98년 1세대 제품인 NewQ로 시작하여 99년 2세대 NewQ 폴드를 국내시장에 출시, 성공을 거두었다. 2세대 제품의 연장선으로 NewQ 폴드 DSP와 현재 전원을 켜지 않고도 라디오 기능이 가능한 NewQ Platinum까지 총 4종의 PC 오디오 제품을 만들었다.

이들 제품의 성능을 बे가시키기 위해서는 주변기기의 역할이 중요하다. 따라서 NewQ는 차세대 컴퓨터 신제품을 위하여 그리고 본격적인 멀티미디어 환경구축을 위하여 컴퓨터 주변기기로까지 그 영역을 확대해 나가고 있다. 마케팅팀에서는 사운드 카드와 스피커시장조사에 들어갔고 제품 연구 개발에도 착수했다.



를 빼는 번거로움을 없애준다.

PC Adapter DAP은 2000년 시장에 출시되어 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있다. PC Adapter DAP은 인터넷 무료 전화 사용 시 헤드셋과 스피커, 사운드 카드를 간편하게 연결하는 아이디어 상품으로 컴퓨터 혹은 책상에 붙여 사용할 수 있으며, 기존의 컴퓨터 본체 뒤에 있는 사운드 카드 스피커 단자

“NewQ 시스템은 신제품을 출시할 때, 디자인과 더불어 컴퓨터 주변기기를 적극 이용하여 상품개발에 박차를 가할 것입니다. 또한 이번 Retail Vision 쇼 4)에 참여하여 기존의 내장형이 아닌 외장형도 선보일 예정입니다. 노트북이 생활화되는 시점에서 컴포넌트 제품의 출시는 예정된 것이었습니다. 또 예전에 컴퓨터를 구입하여 5.25인치 베이이 없는 소비자들도 NewQ를 사용할 수 있게됐습니다.”라고 박석기 사장은 신제품 개발 및 제품 확대에 대한 배경을 설명하였다.

## NewQ 시스템의 디자인 경영

### 회사 및 제품 로고 이미지



NewQ 시스템의 로고는 간결하면서도 눈에 띄는 모양을 갖추고 있다. 각각의 문자는 ‘헤르비카’와 ‘파인체’로 구성되어 있다.

NewQ 시스템이 처음 생긴 년도는 IMF체제로 들어선 1998년 초, 이때 회사를 창업하게 되었고 회사 이름 또한 새롭게 시작하자는 의미에서 NEW와 Q를 합성했고, 다른 뜻으로는 새로운 품질(New와 Quality)을 의미하기도 한다.

로고에서의 NewQ는 위에 설명한 바와 같고, N에서의 삼각형 형태는 새로움을 더욱 강조하기

4) 매해 봄, 가을 두 번 미국에서 열리는 Retail vision show는 기존 전시회와는 다른 성격의 것이다. 제품을 일정기간 동안 해당 부스에 진열하면서 바이어를 만나는 것이 아니라 컴퓨터 제조 및 주변기기 관련 구매 담당자들이 사전에 약속 날짜를 정하고 호텔을 빌려 상호 관심 분야의 업체끼리 만나서 회의를 진행하는 형태의 쇼이다.

위함이고 Q에서의 빨간 색 원의 형태는 팍 찬 느낌을 상징하고자 한 것이다.

빨간 색은 일반적으로 '정열, 적극성'을 말한다. 이것은 끊임없이 제품 연구하고 소비자에게 능동적으로 서비스하고자 하는 NewQ 시스템의 마인드를 표방하고 있다.

제품명과 모델

제 품 명	NewQ	NewQ 골드	NewQ 골드 DSP	NewQ PLATINUM
model number	NewQ1379	NewQ2379	NewQ 2679D	NewQ 3379

NewQ의 제품은 NewQ, NewQ 골드, NewQ 골드 DSP, NewQ 플래티넘으로 발전하고 있다. 각 제품에 해당되는 모델명은 1379, 2379, 3379인데 이 일련의 숫자 나열에도 남다른 의미가 있다. 예를 들어 살펴보면 최초의 상품은 NewQ이고 모델명은 NewQ 1379이다. 1/3/7/9/가 의미하는 바는 다음과 같다.

예) NewQ 1/3/7/9/

1 / first generation

3 / 3D SRS(surround sound)

7 / 7 band equalizer

9 / 만수(滿數), 가득 찬 느낌. 즉 제품의 완결성을 뜻한다.

## USP(Unique Selling Point)의 창출

### 아웃소싱을 통한 제품 디자인

현재 NewQ는 사내 디자인 실이 따로 없기 때문에 100% 아웃소싱을 하고 있다. 디자인의 중요성을 인식 못해서가 아니라 오히려 그 어느 기업보다도 제품의 생명력이라고 할 수 있는 디자인에 대해 비중을 두고 있기 때문이라고 한다. 그런데도 아웃소싱이라는 방법을 택한 이유는 박석기 사장의 디자인에 대한 강한 프로 정신 때문이다. 박석기 사장은 1년에 6개월 가량을 미국에서 지낸다. 그곳에서 수많은 전시회와 많은 제품을 보면서 느낀 것은 디자인만이 살길이라는 점이다.

“21세기는 예전처럼 한 브랜드가 시장을 독점하는 일은 없을 것입니다. 제가 미국의 여러 전

사회에서 본 것은 이제 제품에서 기능과 가격으로 경쟁하는 시기는 지났다는 것입니다. 소비자는 디자인에 특별한 것이 있다면 가격 부담을 기꺼이 치릅니다. 디자인을 지배한 기업이 그 제품이 속한 시장을 선도하는 기업이 될 것입니다.”

이런 전략을 실천하기 위해 NewQ는 박사장의 특별 지시로 아웃소싱에 들어갔다.

“아웃소싱의 장점은 우선 급변하는 시장에 좀더 탄력적으로 대응할 수 있다는 것입니다. 이 시대 최고의 전문가에게 디자인을 의뢰함으로써 자칫 우물 안 개구리 식의 디자인이 아니라 까다로운 소비자의 입맛에 꼭 맞는 제품개발을 하자는 것이죠. 또한 전문가가 하는 디자인은 언제나 신선한 아이템으로 소비자를 즐겁게 해줍니다. 아무래도 사내에 있는 디자이너는 자신도 모르게 타성에 젖어 버릴 수가 있기 때문입니다. 뿐만 아니라 외주 디자이너는 함께 일하면서 정보 교환의 창으로도 활용될 수 있습니다.

두 번 째 이유를 들자면 아직은 벤처기업이기에 자금이 넉넉하지 않는 것이 사실입니다. 따라서 아웃소싱을 하므로 해서 인건비의 부담을 줄이면서 그것을 제품의 가격 하락으로까지 이끌어 가는 장점도 있습니다. 따라서 NewQ의 가격은 소비자들에게 결코 부담스러운 것이 아닙니다. 이것은 몸집 불리기가 아닌 실속 경영의 성과물이라고 할 수 있습니다.”

## 제품 컨셉과 홍보전략

NewQ 골드는 아이디어로 출발한 제품이다. 사실 컴퓨터의 음향을 최고급으로 보완하려고 시도한 기업은 여럿 있었다. 하지만 모두가 사운드 카드와 스피커의 독립된 기능만을 따로 향상시켰고 이렇게 되자 각각의 상품의 가격만 비싸져서 대부분의 소비자는 “고음질=고가”라는 등식을 받아들여지게 됐다. 하지만 NewQ 골드는 사운드 카드와 스피커의 기능을 중재하는 인터페이스 카드이다. 게다가 모든 제품에서 100%호환이 된다.

NewQ 시스템의 홍보 전략은 다음처럼 다양하게 전개되고 있다. 우선 신제품 출시, 수출 현황과 같은 근황을 신문에 1달에 2번씩 꾸준히 기사를 보내고 있다. 또한 상품이 컴퓨터 오디오이니 만큼 국내 12군데 PC잡지에 고정 광고를 하고 있다. SBS 라디오에 인기 개그 맨 심현섭씨를 기용 광고를 한 적도 있고 유명 사이트 'naver.com'과 'hangame.com'에 배너 광고를 하고 있다.

한편 최근 대학생, 사회 초년생 등 마니아 층을 중심으로 DVD 열풍이 불면서 'DVD방'도 인기를 끌고 있는데 이런 추세를 발빠르게 인식한 NewQ는 “NewQ 체험방”을 서울지역 대학로의 명소인 마로니에 공원 쪽에 위치한 “천상천하유아독존”이라는 대형 PC방에 만들었다. PC방에서는 온 라인 게임이나 집에서는 속도가 느려서 영화와 영상을 즐기려는 고객이 많다. 따라서 고객들은 PC방에서 NewQ 골드를 통해 소리의 감동을 느낄 수 있다. 이곳에서는 또한 이벤트를 마련하여 10명을 무상으로 제품을 주고 수기를 받고 있다. 소비자의 구전 효과를 최대한 활용하자는 것이다.

## 스피드 경영과 환경을 사랑하는 벤처

NewQ의 박석기 사장은 미국 출장 중일 때가 많다. 직원들은 해외전화를 이용하기보다는 모든 의사소통을 사장님과 인터넷으로 한다. 또한 대기업에서처럼 수직적인 상하관계는 없다. '사원이 대리에게 대리가 차장에게 차장이 이사에게' 이처럼 비효율적인 것이 아니라 사원이라 하더라도 사장님의 결재가 필요하다면 망설임 없이 보고가 올라간다. 따라서 의사결정의 기간은 매우 빠르게 진행된다.

"NewQ 시스템은 모두가 사장이고 동시에 직원이다. 또한 모두가 전문가이기도 하다. 그만큼 우리의 실력은 대단하다. 모두가 마음껏 일한다. 그리고 업무 환경 개선을 위해 최선을 다할 것이다." 박석기 사장의 말에는 직원 사랑과 남다른 자부심이 묻어 있었다.

마지막으로 눈앞의 수익성에만 급급한 기업이 많은 것 우리 나라의 현실이지만 NewQ는 환경보호에 대한 남다른 철학을 가지고 있다. 흥동국 차장은 회사의 환경보호 실천에 대해 다음과 같이 말하고 있다.

"제가 독일에서 공부를 하고 와서 인지 독일인들의 철저한 자연보호 주의를 배우고 싶습니다. 그들은 정말 끈적이라도 자연을 아끼거든요. 그래서 저희 제품의 포장류는 스티로폼이 아닌 종이입니다. 그것도 재생 종이이죠. 또 회사에서도 이면지의 생활하는 물론 분리수거도 비교적 잘 되고 있는 편입니다. 결재 할 때도 종이 문서가 아닌 메일을 이용합니다. 아마 저희 회사 휴지통에서 구겨진 흰 종이를 찾기는 힘들 겁니다."

## 뉴큐의 향후 도전

박석기 사장은 (주)뉴큐 시스템이 나아가야 할 방향에 대해서 다음과 같이 말하고 있다.

" '디자인'이라는 단어를 들으면 평범한 사람들은 '눈에 보이는 어떤 것을 예쁘게 한, 혹은 튀게 장식한 그 무엇'이라고 되새길 것입니다. 하지만 제 생각은 조금 다릅니다. 시각 효과는 기본이고 사용자가 편리하게 이용할 수 있도록 기능을 재구성하고 제품의 환경을 개척해 나가는 것이 21세기 디자인이라고 생각합니다. 이것이 곧 뉴큐가 추구하는 디자인 경영 철학이고요.

뉴큐는 이제 내장형에서 외장형으로 상품 전환 시대를 맞이합니다. 따라서 바이어에서 개별 소비자와의 접촉도 신경을 써야하죠. 조립 컴퓨터에 익숙한 우리 소비자를 위해 용산에 대리점을

개설하고 유통망도 확장하려고 합니다. 뿐만 아니라 지금처럼 전시회와 제휴를 통한 계약도 우리의 몫입니다. PC오디오 시장도 유럽의 영국, 이태리와 미국 남서부 지역으로까지 확장하려고 합니다.”

다양한 판매 채널 확대와 더불어 뉴큐는 PC오디오 제품의 음질 향상을 위하여 주변기기 연구 상품화에 심혈을 기울인 결과 최근 PC에서 음향을 돌비사운드까지 끌어올릴 수 있는 사운드 부품의 개발도 성공적으로 마무리했다. 박사장은 이제 본격적인 성장을 앞에 두고 있는 벤처기업 사장답게 당찬 뉴큐의 미래 모습을 그리고 있었다.

## 참고문헌

- 전자신문, '네오웨이브 3D서라운드 이퀄라이저 출시,' 1999.7.
- 전자신문, 'LG전자 미니컴포넌트 인기,' 2001.5.
- 한국전자신문, '미니오디오 디자인경쟁치열' 2001.4.
- 한국경제, '3차원 서라운드 이퀄라이저 개발' 1999.2.
- 사람과 컴퓨터, '3D 서라운드 이퀄라이저 개발' 1999.2.
- 마이크로 소프트, '3D 서라운드 이퀄라이저, NEWQ' 1999.2.
- 사람과 컴퓨터, '네오웨이브 NEWQ' 1999.9.
- PC line, '네오웨이브 NewQ' 1999.9.
- 한겨레신문, '인물 NewQ 시스템 박석기 사장' 1999.8.
- 내외경제, 'NewQ 시스템 개발 세계 20여 개국서 주문쇄도' 1999.8.
- 마이크로 소프트, '이젠 사운드를 눈으로도 즐긴다.' 1999.9.
- how PC, 'NewQ 시스템 NewQ 골드' 1999.9.
- 서울전자신문, 'PC오디오 'NewQ' 인기 급상승' 2000.1.
- 한국경제, "'NewQ 시스템' 박석기 사장' 2000.1.
- 스포츠 서울, '이제 컴퓨터야 오디오야.' 2000.1.
- 동아일보, '사운드카드 음질 불만 팬 PC전용 오디오 기기 연결' 2000.2.

## 부 록

### 1) 일반현황

(1)설립연도 : 1998년 2월

(2)자 본 금 : 19억원

(3)임직원 수 : 19명

(임원 4명, 개발 6명, 마케팅 및 디자인 2명, 관리 3명, 영업 3명, 인턴 1명)

(4)사업분야 : PC오디오, PC주변기기, LCD모니터용 AD보드

(5)주요제품 : PC오디오(NewQ, NewQ 골드, NewQ 골드 DSP, NewQ 플래티넘)

PC 어댑터 DAP, LCD보드

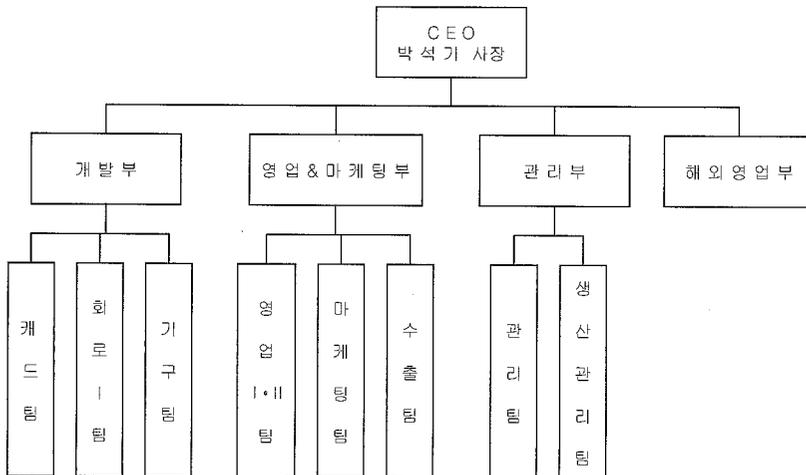
(6)특 허 권 : 컴퓨터용 이퀄라이저 장치

① 등록일자 : 2000년 3월 4일

② 내 용

본 발명은 개인용 컴퓨터의 사운드 카드의 출력음에 입체음향효과를 부가하고 출력음의 주파수 특성을 사용자가 자기의 취향에 맞도록 임의로 조절할 수 있을 뿐 아니라 사용자에게 음향의 출력 상태를 시각적으로 보여줄 수 있는 컴퓨터용 이퀄라이저 장치에 관한 것이다.

### 2) 조직도



3) 연혁

1998. 02.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Newwave Korea 설립</li> <li>-NewQ1379, 2379 Gold &amp; 3379에 대해 한국/미국특허 출원</li> <li>· 미국현지법인 네오웨이브 설립</li> </ul>
1998. 10.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (주)뉴큐 시스템으로 법인 전환</li> </ul>
1998. 11.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '98 COMDEX Show에 NewQ1379 출품</li> </ul>
1999. 01.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '99 CES Show에 NewQ1379 &amp; 2379 Gold 출품</li> </ul>
1999. 02.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '99 Cebit Show에 NewQ1379 &amp; 2379 Gold 출품</li> </ul>
1999. 05.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국/미국 의장 등록 획득 및 상표등록 진행</li> </ul>
1999. 06.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중소기업진흥공단에 의해, 중기청 우수 벤처 기업 확인</li> </ul>
1999. 07.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중소기업청 주관 우수 제조 및 수출업체로 지정</li> <li>-중소기업진흥공단</li> </ul>
1999. 10.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세일 DIY 컴퓨터와 NewQ2379 Gold 납품 계약 체결</li> </ul>
1999. 11.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국산업 디자인 진흥원 주관 대한민국 베스트 10 디자인 상품진 선정 (뉴큐골드)</li> <li>-'99 COMDEX Show에 NewQ2379 Gold와 NewQ2379 Gold DSP 출품</li> <li>· 중소기업 은행 기술개발시범 기업선정</li> </ul>
2000. 01.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 니쇼 전기(Nissho Elec.)와 연간 450만불 체결</li> </ul>
2000. 03.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 삼성전기와 제조, 판매, 마케팅 전략적 제휴 체결</li> <li>· 한국통신 ADSL PC패키지 판매업체 나바 통신과 전략적 제휴 체결</li> </ul>
2000. 04.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (주) 삼성전자 서비스 및 (주) Metaland와 판매 계약 체결</li> </ul>
2000. 12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 벤처기업 확인서 취득 -서울지방중소기업청장</li> </ul>

4) 요약 대차대조표/손익계산서

요약 대차대조표

항목	1999. 12	2000. 12
유동자산	780	2,684
고정자산	153	325
자산총계	933	3,009
유동부채	284	579
고정부채	0	50
부채총계	284	629
자본금	744	1,938
자본잉여금	0	599
이익잉여금	-95	-157
자본총계	649	2,380

(단위: 백만원)

요약손익계산서

항목	1999. 12	2000. 12
매출액	1,397	2,320
매출총이익	267	505
영업이익	-	-
영업외수익	60	138
영업외비용	35	39
경상이익	-73	17
특별손익	-	-
당기순이익	-73	17

(단위: 백만원)

## New Concept of PC-Audio : NewQ Gold

YongGu Suh  
(Sookmyung Women's Univ.)

### 〈Abstract〉

The case deals with a venture company's market development process with special emphases on design outsourcing and a niche market. NewQ System has developed the new product called 「NewQ Gold」 that can be positioned as a PC-audio. As the personal computer is becoming rapidly perceived as a multi-media appliance rather than as a tool for the use of the Internet and type writing, there seems to be a great market potential for the machine that can be enhanced the sound quality of the personal computers with a reasonable price. The options concerning how we can develop the potential demands into an effective market are presented. In addition, the issues of strategic alliances and product design are expected to be discussed in the following case.

Keywords: niche market, PC-Audio, market creation, design outsourcing.