

동문 기업탐방 조서윤 (78 화학)/(주)다원디자인 회장

인테리어 업계 ‘미다스의 손’

잘 나가는 기업은 유독 사무실 인테리어를 중시한다. 공간에 따라 일하는 사람의 창의력과 성과가 달라지기 때문이다. 구글, 구찌 코리아, 네이버, 넥슨, 도이치뱅크, 삼일회계법인, JW 메리어트... 이런 굵직한 기업들의 국내 사무실 인테리어를 모두 한 기업이 담당했다. 바로 조서윤 회장(78 화학)이 이끄는 (주)다원 디자인이다. 편집자

좋아하는 일 하기 위해 화학에서 디자인으로 과감히 전공 선회 공간을 아름답게 ‘고객감동’... IMF 위기를 기회로 ‘실력과 승부사’

다원 디자인은 오피스 디자인을 전문으로 시작했지만 지금은 호텔, 리테일, 교육, 복지까지 영역을 다양하게 확대했다. 2013년 베트남 법인을 시작으로 해외사업도 넓혀 현재는 인도, 필리핀, 사이판, 인도네시아에도 네트워크를 만들었다. 창립 25년째인 올해 매출 2,300억 원을 넘었으며 직원도 260명에 달한다. 인테리어 업계의 삼성전자인 셈이다.

그의 이력은 이채롭다. 화학과 인테리어는 연결이 쉽지 않다. 그는 본인의 뜻대로 충실히 살다 보면 충분히 경쟁력 있는 자신을 발견할 수 있다고 강조한다. 그 자신이 그랬다.

“화학과가 싫지는 않았지만 공식 외우는 게 힘들었습니다. 대학을 다 마치지도 않은 채 미국 유학길에 올랐지요. 인테리어가 좋았고, 그래서 선택했습니다. 내가 원하는 게 무엇인지 알고 실천하는 삶을 살고 싶었거든요. 다행인지, 운명인지 인테리어와 과학이 아예 별개는 아니었어요. 공간감을 활용해야 하는 인테리어는 예술적 감각뿐 아니라 수학적, 과학적 감각도 필요하더군요”

졸업 후 플로리다와 뉴욕 디자인회사에서 7년 반 동안 실무를 경험하고 귀국한 조 회장은 1995년 7월, 3명의 직원과 함께 다원 디자인을 창업했다. 창업 1년 6개월 만에 IMF라는 거대한 역풍을 맞았지만, 오히려 기회로 삼았다. 당시 한국에 쏟아져 들어온 외국계 금융회사들을 집중적으로 공략해 연달아 수주에 성공한 것이다. 물론 열심히 한다고 다 성공하는 것은 아니다. 창업 이후 지금까지 연속 흑자를 이어온 다원 디자인의 탄탄대로에는 그만한 이유가 있을 것이다.



“우리의 강점은 단연 ‘디자인’입니다. 기업의 정체성을 최대한 공간 속에 녹여내려고 하지요. 그 부분이 업무의 창의성이 강조된 스마트오피스의 트렌드와 맞아 떨어진 것 같아요”

그가 중요하게 생각하는 기업 철학은 ‘고객의 가치’다. 인테리어나 건축의 디자인이란 결국 우리가 사는 공간을 아름답게 창조해 내는 일이다. 사람이 중심이 되어 깊이 있는 소통과 공유의 미학을 실현시킬 수 있는 수준 높은 ‘공간’을 고객에게 선물해주려고 노력한다.

기업목표 또한 그 철학에 맞닿아 있다. 그는 자신이 평생을 바쳐 일군 회사를 앞으로도 평안하게 성장시킨 후 믿음만한 후계자에게 계승하여 지속경영이 이뤄지는 것이 꿈이라고 한다. 경영의 고객은 직원이다. 직원들에게 그보다 가치 있는 일은 없다.

IMF와 글로벌 금융위기까지 수많은 파도를 넘어온 조 회장은 전 세계의 경제를 얼어붙게 한 코로나19 사태에 대해서도 마찬가지다. 이번 위기 역시 기회가 될 수 있다고 말한다.

“코로나 19로 인해 안전이 보장된 범위 내에서 공간 활용을 극대화하려는 요구가 생겨나고 있어요. 새로운 요구에 부응하면 새로운 시장을 선점할 수 있습니다. 지금 가장 집중적으로 연구하는 일입니다”

