IBK창립 60주년
IBK기업은행,
중소기업과 함께한 60년,
함께할 60년
P.02

SPECIAL THEME
빅블러 시대,
'業'의 경계가 사라지다
P.12

THE NEW KOREA
안전한 대한민국을 위한
SOC 디지털화
P.30

POLICAST
2021 하반기
중소기업 경영 이슈와
정책 방향
P.44

2021. August. Vol_197

IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT

대한민국 유일의 중소기업 CEO를 위한 경제·경영 전문지

이달의 CEO

오덕근 ㈜서울에프엔비 대표
최고의 품질은 나로부터, 푸드테크를 구현하다



콜라스틴 데일리 젤리스틱

서울에프엔비가 출시한 콜라스틴 데일리 젤리스틱은 물이 첨가되지 않은 무수공법과 젤리스틱의 탄력을 최대화한 EF공법의 푸드테크를 활용하고 있다.

IBK경제연구소
IBK Economic Research Institute

CONTENTS

2021. August. Vol_197



30
The New Korea
안전한 대한민국을 위한
SOC 디지털화



34
Case Study
위기관리 능력이
곧 회사의 성패를 가른다

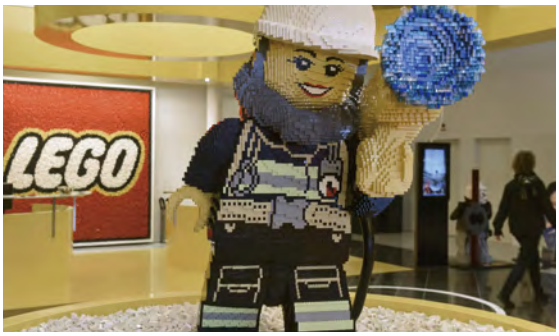
시론 01
원자재 가격 상승에 시름 깊은 기업 현장

IBK 창립 60주년 02
❶ IBK기업은행, 중소기업과 함께한 60년, 함께할 60년
❷ IBK BEST RECORD
❸ 혁신과 포용으로 중소기업과 함께하는 IBK
60년의 미래와 역할을 담론하다

Topic 10
BIZ & Economy Topic

Special Theme 12

빅블러 시대, '業'의 경계가 사라지다
❶ 빅블러 시대, 협쟁의 의미와 대응 전략
❷ 기술혁신으로 스스로의 영역을 파괴하다
❸ 경계 없는 시대, 고객과 사업모델로 대응 전략 구축



Cover Story 24
오덕근 ㈜서울에프엔비 대표
최고의 품질은 나로부터, 푸드테크를 구현하다

IBK Exploring 36



IBK가 만난 이달의 기업들

㈜숨비
㈜에스에이티
㈜해피엘앤비
산동금속공업㈜

Start-up 38
IBK창공人❶ ㈜로보프렌 김영식 대표
IBK창공人❷ ㈜이미지블 임현균 대표

BIZ Lecture 40
중소기업의 성장 동력 M&A에서 찾아라

Global BIZ Focus 42
인도네시아, 한국과의 협력 방향은?

Policast 44
2021 하반기 중소기업 경영 이슈와 정책 방향

Economic Review 46
한눈에 읽는 경제 동향

Digital & BIZ 50
강소기업으로 가는 길 '클라우드 트랜스포메이션'

Company Issue 52
근로시간 단축 청구권은 어떻게 대응해야 하나?

Staff Training 54
비대면 근무 환경 속 직원의 딥 워크를 위한 전략

Tax Focus 56
기업구조조정 시 받을 수 있는 지원에는 무엇이 있나?

CEO Essay 58
강소기업 되려면 창의성·진취성·결실 있는 행동 삼박자 맞아야

발행일 2021년 8월 10일(통권 제197호) **등록번호** 서울중 라 00429 **발행인** 윤종원 **편집인** 조봉현 **발행처** IBK기업은행(www.ibk.co.kr) **주소** 서울특별시 중구 을지로79(을지로2가)
Tel 02-729-6520 **Fax** 0505-077-0850 **기획** IBK경제연구소 **편집·디자인·제작** 한국경제매거진㈜ 02-360-4816 **인쇄소** 타라TPS **문의** 02-360-4816

※〈IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT〉의 저작권은 IBK기업은행에 있습니다. IBK기업은행의 동의 없이 무단으로 이 책에 실린 모든 글과 그림, 사진을 사용할 수 없습니다. ※**비매품**

원자재 가격 상승에 시름 깊은 기업 현장



IBK경제연구소 소장
부행장 조봉현

경제 회복 흐름에 대한 기대감도 잠시, 델타 변이가 확산하고 있는 가운데 기업 현장에서는 원자재 수급난과 가격 인상으로 인한 생산 차질, 납기 곤란 등의 리스크로 기업의 경영 활동에 적신호가 켜졌다. 이에 따라 생산자물가는 10년 만에 최장 기간 오름세를 이어가고 있다. 최근 IBK경제연구소가 코로나19 회복과 원자재 상승에 따른 중소기업 영향에 대해 조사한 결과를 발표했는데, 매우 흥미롭다. 중소제조 기업의 56.4%가 코로나 19 이후 경영 회복 시기를 2022년으로 꼽았다. 또한 최근 원자재 가격 상승으로 중소기업의 89.8%가 경영에 영향을 받았다고 응답했다.

문제는 중소기업의 상당수가 원자재 가격 상승을 판매 가격에 반영하지 못해 영업 손실이 불가피해졌다는 점이다. 특히 원자재 수급 애로 및 가격 인상 현상은 단기간에 해결될 문제가 아니기 때문에 기업의 부담이 가중되고 있다.

이를 해결하기 위해서는 정부를 비롯한 각 경제주체가 선제적으로 대비책을 내놓아야 한다. 사실상 기업의 자체적인 노력만으로는 해결할 수 없기 때문이다. 정부와 지원기관은 중소기업의 코로나19 위기 극복과 원자재 가격 상승에 따른 애로사항을 해소하기 위해 중소기업 업종별로 맞춤형 금융·비금융 종합 서비스를 적극 강화해 나가야 할 것이다. 원자재 가격 인상만큼 납품가에 반영하는 원가연동제 도입, 원자재 수급 애로를 완화하기 위한 공동구매와 신규 판로 지원, 원자재 구매금융 보증·정책금융 등 정책적 지원도 필요하다.

중소기업 스스로도 자구책을 마련해야 한다. 원자재 수급 전망을 예측해 원자재 비축 물량을 조절하고, 공동구매나 제휴사와 협력을 확대하는 등 안정적인 원자재 조달 체계를 마련하는 다각적인 대책을 강구해야 한다. 변화를 준비하는 기업은 위기를 기회로 바꿀 수 있다. 그것이 혁신이다. 혁신경영을 통해 직면한 난관을 극복하고 새로운 미래에 대응하는 전략이 매우 중요한 시점이다.

IBK 창립 60주년

IBK기업은행, 중소기업과 함께한 60년, 함께할 60년

IBK기업은행은 지난 60년 동안
'중소기업금융'이라는 국가적 소명 아래
대한민국 경제 발전의 견인차이자,
중소기업의 든든한 동반자로서 함께 성장의 역사를
써왔다. 이제 그간의 경험을 자양분으로
디지털·글로벌 경쟁력을 갖춘
초일류 금융그룹을 향해 전진하고 있다.



1961~1997
창립과 성장 토대 마련

중소기업 전문 정책금융의 출범

1960년대 정부의 산업화 정책이 본격화되자 중소기업 육성이 필수적인 과제로 부상했다. 중소기업 전문 금융기관이 절실하다는 시대적 요구에 부응해 1961년 8월 1일, 중소기업은행(現 IBK기업은행)이 출범했다.



설립 당시 서울 종로구 견지동 본점 전경(1961.8.1일)

중소기업 지원 체계화 및 확장

중소기업 육성 및 지원은 중소기업상담소 설치, 중소기업수출증진안내센터 운영, 중소기업금융채권 발행 등을 통해 점차 체계를 갖추었다. 중소기업 제품 상설전시장 개장, 중소기업 CEO를 위한 교류의 장 마련 등으로 지원의 폭도 확대했다.


중소기업상담소 설치(1962.3.1일)


중소기업수출증진안내센터 개설(1969.1.9일)

금융 시스템 개선과 해외 거점 구축

기업은행은 SWIFT(Society for Worldwide Inter-bank Financial Telecommunications)망 개통, 종합온라인 시스템 가동 등으로 금융 시스템을 개선했다. 또한 국책은행 최초의 해외 지점인 뉴욕지점을 개설하며, 해외에 진출한 중소기업 지원을 본격화했다.



뉴욕지점(1990년)



뉴욕지점 개점(1990.11.8일)

1998~2010
경제 위기 극복과 대전환

위기를 이겨낸 중소기업 육성의 소명

IMF 외환위기, 글로벌 금융위기 등 국가적 경제 위기 상황 속에서 시중은행들과 다르게 중소기업 대출을 획기적으로 확대하며 책임을 다했다. IMF 외환위기 때에는 중소기업 대출은 2조 원 순증했으며, 글로벌 금융위기 때에는 전체 은행권 중소기업 대출의 91%를 도맡아 중소기업 유동성 위기 극복을 이끌어냈다.



우리경제 되살리기 새출발 다짐대회(1998.10.1일)





수지 IT센터 설립 당시 전경과 내부(2005.10월)

조직 혁신과 IT 시스템 구축

2000년대에는 사업부제를 도입하고 조직 구조를 혁신했으며 국내외 동시 상장이라는 성과를 올렸다. 또한 국내 최초로 차세대 시스템을 가동하고 IT센터를 구축하며 금융의 패러다임 전환을 이끌었다.

고객만족을 위한 종합금융그룹으로의 도약

'고객이 주어인 은행, IBK'로 거듭난 IBK기업은행은 고객만족 의지를 표명했다. 본점 1층에 중소기업인 명예의 전당을 마련하여 중소기업인의 사기를 높였으며, 창업 지원 및 일자리 창출 등으로 서비스를 고도화해 종합금융그룹으로 도약했다.



뉴 CI 선포식(2007.1.4일)

2011~2021
초일류 금융그룹을 향한 변화

이미지 재구축 및 위상 변화

'국민 모두가 거래할 수 있는 은행'이라는 슬로건으로 각 분야(개인고객 수·기업고객 수·스마트뱅킹 고객 수)의 연간 100만 명(개) 순증을 일컫는 'IBK기업은행 그랜드슬램'을 달성해 IBK기업은행의 위상을 제고했다.



IBK기업은행 그랜드슬램 달성
(2013.12.26일)

동반자금융과 글로벌 경쟁력 확보

기업의 성장과 함께 장기적 발전 토대를 다지기 위해 IBK BOX, IBK창공創工 등의 혁신사업을 수행했다. 또한 IBK인도네시아 은행 출범 등 5대양 6대주에 글로벌 네트워크를 확보해 글로벌 경쟁력을 높였다.



IBK창공 마포 개소식(2017.12.19일)


IBK인도네시아 은행 업무 모습

혁신금융과 바른경영을 통한 지속가능 성장

코로나19 위기로 어려움을 겪는 중소기업과 소상공인을 위해 '소상공인 초저금리 특별대출'로 1%대 금리의 자금을 공급했으며, 중소기업을 대상으로 총 1,000억 원 규모의 특별금융지원을 실시했다. 혁신경영을 선언하며 금융주치의 역할을 통한 맞춤형 종합지원과 함께 준법·윤리경영으로 고객에게 언제 어디서나 편리한 금융, 믿고 거래할 수 있는 은행으로 거듭났다. 나아가 디지털 전환에 대응하며 ESG경영을 추진하면서 지속가능 성장을 향해 가고 있다.



2020 전국 영업점장 회의 중 혁신경영 선포(2020.7.27일)



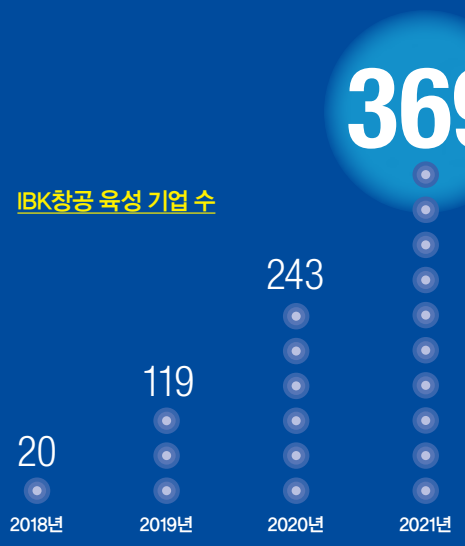
코로나19 관련 금융지원 현장간담회(2020.2.13일)

IBK 창립 60주년

IBK Best Record

'고객의 성공 날개, 대한민국 최고의 종합금융그룹 IBK'를 지향하며 걸어온 60년, IBK기업은행이 빚어온 기록들을 살펴보자.

IBK창공 육성 기업 수



주 2021.6월 기준 단위 개

고객 수

기업고객

2,001,954

개인고객

16,052,162

주 2021.6월 기준 단위 명

기업금융 대출 점유비

은행권 1위

30.6%

주 2020년 기준

중소기업 대출 점유비

은행권 1위

23.1%

주 2020년 기준

중소기업 대출

은행권 최초

180조 원 돌파

주 2020년 기준

국내 점포 수 변동 추이

31
1961년

633
2021년

주 2021.6월 기준, 본점 영업부 제외 단위 개

국외 점포 수 변동 추이

1
1980년

59
2021년

주 2021.6월 기준, 본점 영업부 제외 단위 개

IBK 창립 60주년

혁신과 포용으로 중소기업과 함께하는 IBK

60년의 미래와 역할을 담론하다

IBK 창립 60주년을 기념해 지난
60년간의 발자취와 성과를 돌아보고
앞으로 나아갈 방향을 제시하는 좌담회를 개최했다.
전문가들을 모셔 IBK기업은행의 앞으로의
역할과 중소기업 발전에 대한 의견을 들어보았다.



참석자

조봉현 IBK경제연구소 소장·부행장
곽수근 서울대학교 명예교수
강삼권 ㈔벤처기업협회 회장
노용석 중소벤처기업부 창업진흥정책관
정구용 인지컨트롤스(주) 회장

조봉현 IBK경제연구소 소장(이하 조 소장) IBK가 창립 60주년을 맞이했습니다. IBK에 대한 평가 및 나아가야 할 방향에 대한 의견을 듣고 싶습니다.

곽수근 서울대학교 명예교수(이하 곽 교수) IBK가 지난 60년 동안 중소기업 발전에 가장 큰 역할을 했다고 생각합니다. 앞으로도 IBK가 글로벌 은행으로 발전하기 위해서는 중소기업을 위한 정책금융의 효과가 높아질 수 있도록 해야 합니다. 그러기 위해서는 중소기업에 대한 정보를 집적하고, 전문적 분석 능력을 제고해야 하며 중소기업의 현장을 이해하기 위한 소통 능력을 키우는 데 집중해야 할 것입니다. 또한 빅데이터 시대에 상응해 스마트 금융 경쟁력을 제고하기 위해 적극적으로 투자하고, 경영 악화를 예방할 수 있도록 빅데이터 분석의 활용도를 높이는 것도 중요하다고 봅니다.



조봉현 IBK경제연구소 소장·부행장

강삼권 (사)벤처기업협회 회장(이하 강 회장) IBK는 그동안 중소기업에 특화된 국책은행으로서 중소벤처기업이 어려울 때 '비 올 때 우산을 뺏지 않는' 동반자 역할을 해 왔습니다. 다만 국책은행의 특성 때문인지 과거에는 민간은행에 비해 변화와 혁신에는 다소 소극적이지 않았나 생각합니다. 기업인 관점에서 IBK가 앞으로 더욱 혁신적인 모습으로 혁신벤처기업에 대한 많은 관심과 지원을 해주었으면 하는 바람입니다.

노용석 중소벤처기업부 창업진흥정책관(이하 노 정책관) 코로나19 시기의 IBK는 위기상황에 직면한 피해 소상공인을 위해 다양한 대출 상품과 프로그램을 진행해 왔습니다. 최근 제2벤처 붐이 도래함에 따라 IBK도 모험자본 생태계 조성과 핀테크, 블록체인 등 유망 분야의 혁신스타트업 발굴과 육성에 힘을 더 보태주길 바랍니다.

정구용 인지컨트롤스(주) 회장(이하 정 회장) 당사도 창립 후 40여 년 동안 IBK와 함께해 왔고, 적극적인 지원 덕분에 오늘과 같이 성장할 수 있었습니다. 앞으로도 광고에 나오는 것처럼 세상을 바꾸는 기업들을 위해 기업금융주치의로서 아낌없는 지원과 조언을 바랍니다.

조 소장 현재 소속 분야에서 가장 중요하게 생각하는 중소기업 문제, 해결 방안, 아이디어와 이에 따른 은행과 정부의 역할에 대한 여러분의 생각이 궁금합니다.

곽 교수 중소기업은 대기업과 달리 인프라를 스스로 구축하기가 어렵습니다. 중소기업을 위한 혁신생태계가 구축되고 수평적·수직적 협력 환경이 조성되기 위해서는 대기업, 중소기업 지원기관, 정부, 그리고 금융 및 투자 생태계가 힘을 모아야 할 것입니다. 은행은 중소기업과의 금융 거래를 스마트화하기 위해 노력해야 하며, 중소기업이 스마트금융



곽수근 서울대학교 명예교수



강삼권 (사)벤처기업협회 회장



노용석 중소벤처기업부 창업진흥정책관



정구용 인지컨트롤스(주) 회장

기술을 혁신하는 데 활용할 수 있도록 도움을 줘야 한다고 생각합니다.

강 회장 벤처기업이 신규 자금을 조달하는 방법을 보면 대부분 정부 정책자금이나 은행 등의 융자에 의존하고 있고, 투자 유치 등 직접금융을 통한 자금 조달은 미미합니다. 일반 중소기업의 간접금융 쏠림 현상은 더 심해지고 있는 상황이고요. 이에 따라 은행은 벤처 투자와 같은 혁신금융을 확대하고 다양한 직접금융 상품을 개발해 혁신벤처기업을 대상으로 한 마케팅을 강화해야 할 것입니다.

노 정책관 대기업에 비해 상대적으로 자원이 열악한 중소기업이 급격한 환경 변화에 선제적으로 대응할 수 있도록 지원하는 것이 핵심입니다. 이를 위해 중소벤처기업부는 중소기업 옴부즈만과 연계한 규제 개선 등 지원 체계를 정비함으로써 변화된 환경에서 경쟁력 제고를 위한 중소기업의 신사업 진출과 혁신을 촉진할 계획입니다. 은행에서도 이 부분에 적극 참여했으면 합니다.

정 회장 다양한 학자들이 정의하는 기업가 정신의 의미를 함축해보면 결국 '모험과 도전'을 뜻합니다. 그러나 이 시대의 기업가란 적은 임금을 주고, 많은 노동을 시키며, 비정규직을 고용하는 나쁜 사람들로 매도되는 듯한 분위기가 형성되어 있습니다. 세계 최고 수준의 임금과 각종 규제의 틀 속에서 어떻게 일자리를 만들고, 새로운 일에 도전할 수 있을지 우려되는 부분입니다. 자유로운 분위기 속에서 기업이 성장하고 그에 따라 젊은이들의 꿈도 익어갈 수 있는 사회로 정부가 분위기를 전환할 필요가 있다고 생각합니다.

조 소장 최근 ESG경영, 디지털 트랜스포메이션DT이 화두입니다. 해당 현안에 대해 중점적으로 고려해야 하는 부분이 무엇인지 의견을 구하고 싶습니다.

곽 교수 은행이 ESG경영을 해야 하는 이유는 크게 두 가지입니다. 하나는 외부에서의 요구이고, 다른 하나는 은행 자신의 지속가능한 가치를 높이기 위해서입니다. 은행은 이제 ESG에 대해 명확히 인식하고, 관련된 책임의식을 바탕으로 은행의 사업 전략이 ESG 관점으로 이루어지도록 유도해야 합니다. ESG경영은 기존의 근시안적인 프레임을 깨고 은행의 시너지를 활용해 새로운 사업 기회를 만들어내는 데도 도움을 줄 것이라 생각합니다.

강 회장 ESG경영은 중소벤처기업에 중요한 화두지만 대기업에 비해 여력과 역량이 부족해 정부나 관련 기관의 세심한 지원이 필요합니다. 이제 디지털 역량은 기업의 경쟁력인 동시에 생존 전략입니다. 벤처기업은 4차 산업혁명 관련 핵심 기술을 바탕으로 산업 간 융합, 기술 간 융합의 기술 공급자 역할을 수행할 것입니다. 정부의 디지털 뉴딜 정책에도 벤처기업의 첨단 기술과 혁신 역량이 중요한 역할을 수행할 것으로 기대하고 있습니다.

노 정책관 중소벤처기업부는 글로벌 메가트렌드로 부상한 ESG에 대한 중소기업계의 애로사항을 청취하고 ESG경영 활성화를 위한 정부의 지원 방안을 업계와 함께 고민하고 있습니다. 최근 대기업이 협력사 선정 시 ESG경영 수준을 평가하는 등 ESG가 중소기업 경영에도 직접적인 영향을 미치고 있습니다. 중소기업이 ESG를 부담으로 느끼지 않도록 인식 개선과 함께 각종 인센티브 방안을 적극적으로 도입할 예정입니다.

정 회장 ESG와 디지털 트랜스포메이션은 이제 기업에게는 피할 수 없는 현실이 되었습니다. 세계가 탄소중립화를 위해 탄소국경세를 부과하겠다고 선언하는 등 환경 개선에 적극적으로 나서고 있습니다. 이로 인해 수출을 많이 하고 있는 당사도 수출품의 현지화를 깊이 고민하는 등 ESG경영 활성화를 위한 적극적인 준비를 하고 있습니다.

Q. 중소기업 연구에 대한 방향성과 연구가 활발히 이루어져야 할 분야 등에 대해 조언을 부탁드립니다.

앞으로 중소기업 연구는 데이터 기반의 분석 연구 중심으로 중소기업을 둘러싼 환경에 미치는 요인들에 대한 관계 분석이 정기적으로 행해져야 합니다. 그러기 위해서는 기업들에 대한 데이터의 시계열 통계자료를 축적하는 것이 급선무입니다. 금융기관들의 정보 공유와 기업고객의 데이터를 활용한 연구·분석도 매우 중요합니다. 대학의 연구자들에게 연구·분석을 의뢰하는 것도 산학협력 차원에서 바람직한 방향이라고 생각합니다.



곽수근 서울대학교 명예교수



강삼권 ㈔벤처기업협회 회장

Q. 벤처기업의 성장 기반 마련을 위해서 금융 방식은 어떻게 변화해야 한다고 생각하시나요?

벤처기업의 경영 애로사항을 조사한 결과를 보면, '자금조달·운용 등 자금관리 애로'가 75.4%로 가장 높게 나오고 있습니다. 그런데 더 우려되는 부분은 대부분 융자 중심으로 이루어졌다는 점입니다. 이러한 구조를 벗어나기 위해서는 벤처 투자와 같은 직접금융 상품의 확대와 다양화를 통한 혁신금융을 촉진하는 제도적·정책적 노력이 필요합니다. 융자 중심에서 직접금융으로 전환되기 위해서는 혁신기업에 대한 가치평가가 제대로 이루어져야 하는데 아직 이 부분에 대한 시스템이 부족해 개선해 나가야 합니다.

Q. 어느 때보다 정부의 역할이 중요한 시기라고 보입니다. 대표적인 금융지원 정책은 무엇일까요?

기술성과 사업성이 우수한 중소기업에 시중은행 자금 대비 장기 및 저리로 융자하는 중소기업 정책자금이 가장 대표적입니다. 올해도 중소기업 정책자금은 총 5조4,100억 원 규모로 성장단계별로 창업기(2조2,500억 원), 성장기(2조4,100억 원), 재도약기(7,500억 원)로 구분해 운영하고 있습니다. 특히, 올해 정책자금은 국가적 어젠다인 한국판 뉴딜(디지털, 그린, 지역균형) 지원을 강화하기 위해 2조6,000억 원의 총액목표제를 설정해 보다 적극적으로 지원을 계획하고 있습니다.



노용석
중소벤처기업부 창업진흥정책관



정구용 인지컨트롤스(주) 회장

Q. 주52시간 근무, 최저임금 인상 등 중소기업 경영 환경 변화에 따른 애로사항은 무엇인가요?

2018년 6월 주52시간제에 대한 정책이 발표 난 직후 대규모 집단 사표가 접수되었습니다. 사표를 낸 사원은 "아직 아이가 젊고 어려서 일을 더 해야 한다"며 주52시간제를 시작하지 않는 작은 회사로 이직하겠다는 이야기였습니다. 경영자와 근로자의 관계가 적대적인 분위기가 되어서는 안 된다고 생각합니다. 급격한 최저인금 인상은 물가 상승과 함께 오히려 일자리를 줄어들게 해 부정적인 효과를 낳을 수도 있다는 점을 고려해서 정부가 순차적으로 진행했으면 합니다.

BIZ & Economy Topic

1

한국무역협회, 중소기업계 물류 지원

한국무역협회가 해상·항공 수출 물류를 종합 지원하는 채널 '회원사 화물 예약 데스크'를 운영한다. 데스크에서는 최근 무역협회와 MOU를 맺고 물류 애로사항 해소에 앞장서는 포스코, SM상선, 대한항공 등의 중소기업 전용 선복 및 항공화물 공간 지원사업을 안내한다. 포스코는 세계 7개 권역, 80여 개 항만에 정기 출항하는 자사 벌크화물 선박의 유휴 공간을 제공한다. SM상선은 연말까지 부산에서 미국 LA로 가는 컨테이너선 내 중소기업 전용 화물 공간 30티이유TEU를 제공한다. 대한항공도 연말까지 매주 2회 인천~LA편 화물기에 편당 3톤의 중소기업 전용 공간을 지원한다.



2

중소기업 가업상속공제 요건 완화 발의

현재 국내 중소기업 창업주의 고령화로 인해 10년 내 중소기업의 약 3분의 1이 세대교체를 앞두고 있다. 이에 중소기업 가업상속공제 요건을 완화해야 한다는 목소리가 높아지고 있다.

이와 관련해 김경만 더불어민주당 의원은 7월 7일, 중소기업 가업승계를 활성화하기 위해 가업상속공제 요건을 완화하는 내용의 '상속세 및 증여세법 일부 개정법률안'을 대표 발의했다. 김 의원이 대표 발의한 '상속세 및 증여세법 일부 개정법률안'은 시행령에 규정되어 있던 가업상속공제 피상속인과 상속인 요건을 일부 완화해 법률에서 정하도록 했으며, 공제 사후 요건도 완화하는 내용을 담고 있다.

3

중소벤처기업부, 중소기업 ESG 인센티브 도입 예정

권칠승 중소벤처기업부 장관은 "민간과 적극적으로 협력해 중소벤처기업이 ESG에 부담을 느끼지 않도록 인식 개선과 인센티브 방안을 적극적으로 도입할 예정"이라고 밝혔다. 권 장관은 7월 8일 서울 대한상공회의소 체임버 라운지에서 열린 중소기업인들과의 간담회를 통해 "협력사가 아닌 중소기업도 대기업의 ESG 촉진을 위한 지원을 받을 수 있도록 대한상공회의소와 중소기업중앙회가 함께 고민해 달라"고 당부했다.



중소벤처기업부, 창업 기업 50곳 지원

중소벤처기업부는 7월 6일부터 28일까지 '창업 도약 패키지 대기업 협업 프로그램'에 참여할 기업을 모집했다. 이 프로그램은 SK이노베이션, 네이버클라우드, CJ와 손잡고 중기부의 사업화 자금과 대기업 인프라를 활용해 업력 3~7년의 창업 기업 성장을 돕는다. 프로그램은 에그 프로그램(SK이노베이션), 이웃 프로그램(네이버클라우드), 씨앗 프로그램(CJ) 등 세 가지로 구성되었다. 각 프로그램은 친환경, 클라우드·AI, 식품 기술·물류·콘텐츠 분야의 창업 기업을 지원한다. 지원 대상은 세 분야를 합쳐 총 50곳을 선정, 선정된 곳에 사업화 자금 최대 3억 원을 비롯해 교육, 컨설팅, 인프라, 판로, 투자 등 종합적인 지원이 이뤄진다.



내년 최저임금 5.1% 인상, 중소기업·소상공인 업계 반발

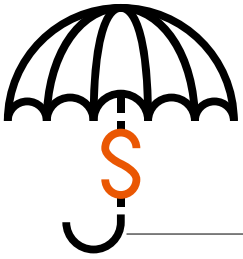
7월 13일 최저임금위원회는 내년 최저임금을 시간당 9,160원으로 5.1%(440원) 인상하기로 결정했다. 내년 최저임금의 월 환산액(원 노동시간 209시간 기준)은 191만4,440원이다. 이에 중소기업·소상공인 업계가 내년 최저임금 5.1% 인상에 대해 강한 유감을 나타냈다. 중소기업중앙회는 7월 13일 '2022년 최저임금 결정에 대한 중소기업계 입장문'을 통해 "중소기업계는 참담함을 느끼며 강한 유감과 함께 분노를 금할 수 없다"고 밝혔다.





대체공휴일 확대 최소화 요구

중소기업계는 정부가 최근 제정한 '공휴일에 관한 법률' 시행령에 대해 대체공휴일 확대를 최소화해야 한다고 주장했다. 공휴일법에 따르면 30인 이상의 기업에 대해서는 바로 대체공휴일이 확대되지만, 5인 이상 30인 미만 기업의 경우에는 내년 1월 1일부터 적용된다. 이에 중소기업중앙회는 "50인 미만 중소기업에 대해 주52시간제가 시행되고 있고, 30인 미만 중소기업의 경우 내년 1월부터 대체공휴일 확대가 적용되면 조업시간 부족으로 인한 생산 차질과 급격한 인건비 증가가 불가피하다"고 어려움을 호소했다.





중소기업 하반기 여전히 흐림

중소기업계는 하반기 경기도 여전히 부정적일 것으로 예상했다. 중소기업중앙회가 지난 7월 4일 발표한 '업종별 중소기업 경영 애로 및 2021 하반기 경기전망 조사'에 따르면, 하반기 기업경기전망지수는 91.6으로 상반기(77.6)보다 14포인트 상승했다. 하반기 중소기업건강도지수SBHI는 100 이상이면 긍정적으로 응답한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음을 나타내며, 100 미만이면 그 반대를 뜻한다. 이번 조사 결과를 보면 상반기 조사보다 부정적인 예상을 답변한 기업의 비율은 감소했으나, 여전히 긍정적인 예상보다는 부정적인 예상을 하는 기업이 많음을 알 수 있다.

빅블러 시대, '業'의 경계가 사라지다

코로나19 사태로 인한 비대면의 일상화는 전방위적인 디지털 전환DT을 불러왔다. 그리고 디지털 전환은 '빅블러Big Blur' 현상을 가속화하고 있다. 산업 간 경계가 무너지며, 서로 대척 지점에 있던 기업들이 손을 잡고 '협력'과 '경쟁'이 동시에 진행되고 있다. 개방형 시대가 된 지금, 이 시대의 생존 전략은 무엇인가?

빅블러는 '경계융화가 일어나는 현상'을 의미한다. 좀 더 구체적인 정의는 '소비자 역할, 기업 관심사, 서비스 역할, 비즈니스모델, 산업 장벽, 경쟁 범위의 여섯 가지 측면에서 동시다발적인 힘이 작용하며 생산자-소비자, 소기업-대기업, 온·오프라인, 제품-서비스 간 경계융화를 중심으로 산업과 업종 간 경계가 급속하게 사라지는 현상'을 의미한다. 2013년 〈당신이 알던 모든 경계가 사라진다(조용호 지음)〉에서 최초로 제시되었으며 4차 산업혁명 시대, 비즈니스모델의 대충돌을 일으키는 현상이라는 맥락으로 설명되고 있다. 우리가 흔히 사용하는 스마트폰만 생각해봐도 빅블러를 쉽게 이해할 수 있다. 전화 통화만 가능하던 휴대전화 기능에 카메라와 음악 재생 기능을 넣게 되면서 디지털카메라나 MP3플레이어와의 경계가 무너졌다. 이후 스마트폰으로 진화하면서 PC와의 경계도 무너지고 있다. 이제 극장의 경쟁자는 또 다른 극장이 아니라 넷플릭스이며, 마트의 경쟁자는 지역 내 다른 마트가 아니라 이커머스 업체들이다. 이처럼 산업 간 경계가 사라지는 지금, 우리에게 어떤 전략이 필요한지 알아본다.

Point 1.
빅블러 시대, 우리는 어떤 대응을 해야 하는가?

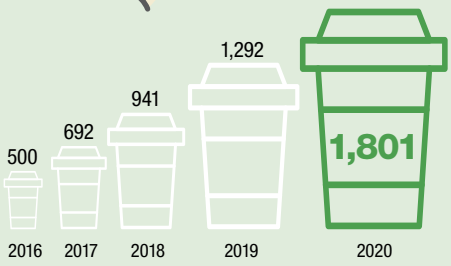
Point 2.
스타벅스와 네이버는 어떻게 금융권에 진출했을까?

Point 3.
경계융화 시대에 고객은 어떻게 변화하고 있는가?

'빅블러' 현상의 핵심은 업의 확장이다. 스타벅스가 사이렌 오더를 통해 금융권에 진출한 것처럼 말이다. 업을 확장하기 위해서는 상이한 업종의 기업 간 합종연횡이 불가피하다. 이때 기준으로 삼아야 할 것은 스마트화, 친환경, 서비스다. 이 세 가지의 지향점을 가지고 우리는 고객의 변화를 민첩하게 파악해 새로운 사업 모델을 만들어내야 한다.



주요 핀테크 기업 넘어선 스타벅스 선불충전금



단위 억 원 **자료** 스타벅스 코리아

020 Online to Offline

온라인과 오프라인을 ICT 기술로 연결

배달의 민족, 요기요, 여기어때, 우버, 에어비앤비, 카카오택시 등

040 Online for Offline

온라인과 오프라인의 완전한 결합

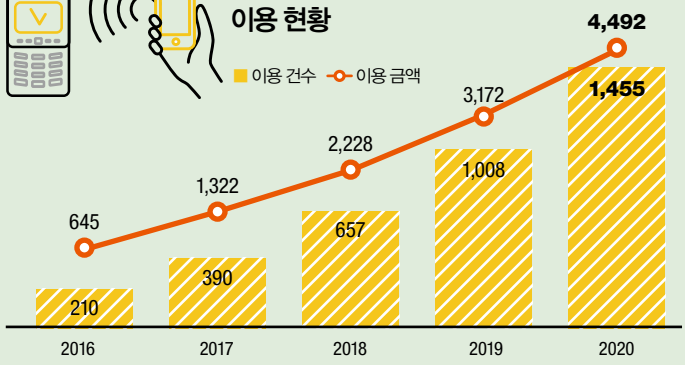
아마존고, 다방케어센터, 호텔여기어때, 야놀자코텔KOTEL 등

편의점 부가서비스 이용률

- **택배 발송 38%**
- ATM기 **33%**
- 교통카드 충전 서비스 **22%**
- 택배 수령·보관 서비스 **18%**

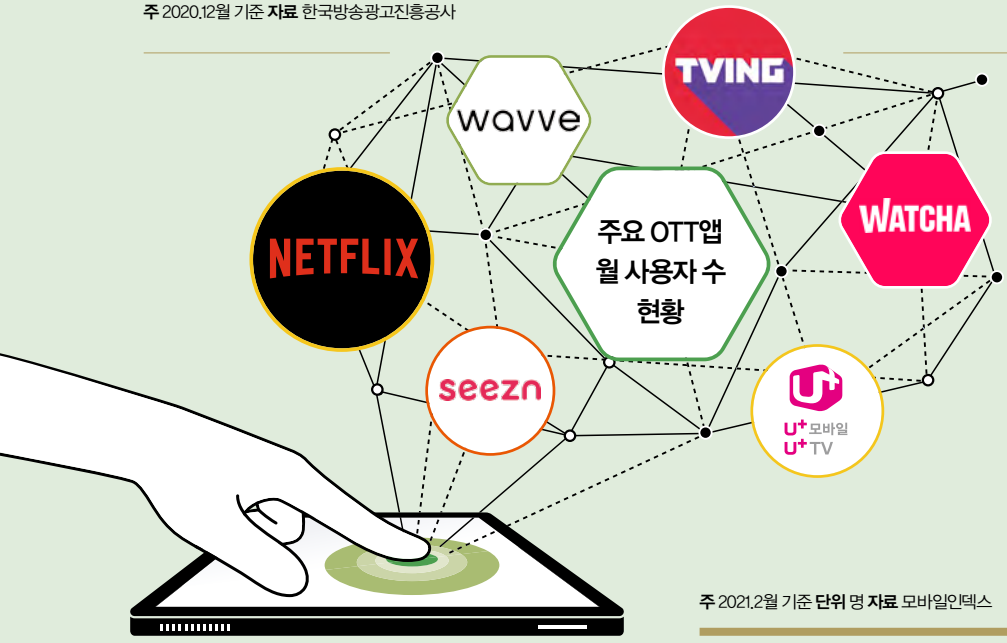
주 2020.12월 기준 **자료** 한국방송광고진흥공사

간편결제 서비스 이용 현황



단위 억 원·만 건 **자료** 한국은행

주요 OTT앱 월 사용자 수 현황



넷플릭스	1,001만
웨이브	395만
티빙	265만
U+모바일TV	213만
시즌	168만
왓챠	139만

주 2021.2월 기준 **단위** 명 **자료** 모바일인덱스



Column Summary
1 빅블러의 지향점, 스마트·친환경·서비스
2 기술·산업 간 융합으로 영역 파괴
3 빅블러 시대, 생존 방식은 데이터 활용·공유

친환경 플라스틱을 활용해 제품을 만드는 레고 레고는 브랜드 역사상 처음으로 재활용 플라스틱으로 제작한 브릭 프로토타입을 제시하며 친환경 기업으로 거듭나기 위해 노력하고 있다.

빅블러 시대, 협쟁의 의미와 대응 전략

현재 우리 사회에는 단순한 블러를 넘어 '빅Big'블러 현상이 산업계 곳곳에서 나타나고 있다. IoT, 핀테크, AI, 드론 등 혁신적인 IT 기술이 등장하면서 산업 간 경계가 점차 모호해지고 있다. 경계가 사라지고 있는 지금 우리는 무엇을 준비해야 하는가?

PHOTO **한경DB**

일상에 편재한 융합의 양상들

앨빈 토플러가 기술의 융합을 통해 새로운 가치를 창출하는 시대의 도래를 예측한 지 20여 년이 지났다. '융합의 시대'는 미래학자의 연구 보고서나 기술혁신을 주도하는 특정 그룹에서 사용하는 언어가 아닌 인류가 체감하는 삶의 변화를 대변하는 용어로 자리 잡고 있다.

인터넷 검색 정보를 제공하는 플랫폼은 우리의 성향을 파악해 역으로 상품을 제안하는 쇼핑 플랫폼이 되어 가고 있다. SNS는 이제 텍스트나 사진뿐 아니라 금전까지 거래할 수 있도록 영역을 넓혀 가고 있다. 영상, 음악, 지도 등 특화된 서비스를 제공하는 디바이스는 ICT와 접목해 새로운 경험을 제공하지 않으면 도태되는 상황에 이르게 되었다.

지난 5년간 빠르게 발전한 데이터 활용 기술이나 ICT와의 결합은 기술과 산업 간 융합을 가속화시켰을 뿐 아니라 앞으로 일어날 산업의 지형을 예측하기 어려운 상황으로 이끌고 있다. 더구나 코로나19의 확산으로 인해 빠르게 활성화된 통신, 유통, 지능정보 플랫폼의 주도권 확보가 산업 리더십의 성패를 가르게 되었다. 이러한 플랫폼상에서 이종 산업들은 더욱 용이하게 융합됨

으로써 새로운 산업적 기회를 확보해 나가고 있다. 이 가운데 산업 간 경계가 허물어지는 현상을 지칭하는 '빅블러'는 융합의 가속화로 인한 산업적 결과라 할 수 있다. 언급한 바와 같이 지능정보 등 ICT를 통한 기존 제품의 디지털화가 주로 지칭되나 본질적으로 '빅블러'는 전 산업과 업종에서 일어나는 현상이며, 기존 산업에서도 광범위하게 발생하고 있다.

빅블러, 지향점은 무엇인가?

그렇다면 '빅블러'의 주목할 만한 지향점에는 어떠한 것들이 있는가? 대표적으로 스마트화, 친환경화, 그리고 서비스화 등을 언급할 수 있다.

Smart

D.N.A.(Data, Network, AI)로 요약되는 ICT의 진보는 스마트폰, 5G, 이커머스* 등 혁신적인 게임 체인저Game Changer 기술들과 함께 우리 삶의 방식을 바꿔 놓았다. 상대적으로 제품의 수명주기가 길고 누적성이 높은 기계 산업 등 제조업 역시 ICT와의 융합을 통해 효율성을 제고하고 부가가치를 높임으로써 산업적 기회를 얻고 있다.

Eco-friendly

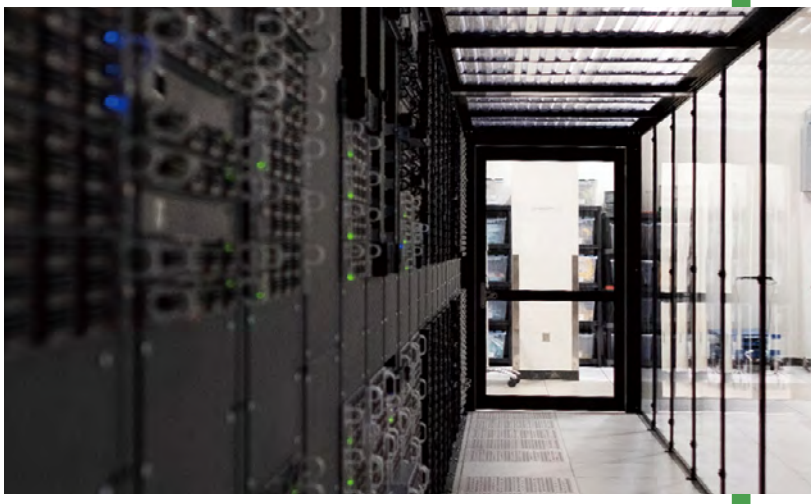
친환경화는 글로벌 환경 규제와 더불어 주력 산업들의 지속가능성을 위해 논의가 부상하고 있는 지향점이다. 탄소 저감이나 친환경 소재 기술은 더 이상 특정 산업만의 연구 주제가 아니다. 기계·철강·수송·전자·서비스 산업은 '2050 탄소중립'이라는 국가 명제하에 앞으로 더욱 높은 수준의 환경 규제에 직면하게 될 것이다.

강력한 환경 규제는 기술 간 새로운 방식의 접목을 유도한다. 친환경 전기자동차 기술의 발전으로 인해 자동차는 배터리 이외의 공간을 대폭 절약할 수 있게 되었다. 이는 차량 플랫폼상에 엔터테인먼트 등 새로운 융합 비즈니스를 가능하게 하는 기회로 이어진다. 재활용 플라스틱 산업은 친환경 소재를 요구하는 생활 산업 전반과 결합해 새로운 창출의 기회를 얻게 되었다.

Service

서비스화는 제조 과정뿐 아니라 유통, 판매, 유지보수 등 전 주기에서 무형의 가치를 창출하는 것을 말한다. IBM의 사례가 대표적인데 매출의 절반이 컴퓨팅 관련 컨설팅, 소프트웨어 솔루션 등 서비스 부문에서 창출되고 있다. 기존 사업 영역의 경계가 무의미해진 셈이다. 이를 통해 완성된 제품 자체의 판매가 제품의 기능을 판매하는 개념으로

* 우리나라에서 이커머스의 유통시장 비중은 40%를 넘어섰으며, 이는 글로벌 평균(14%)보다 높은 수준(2020.12월)이다.



컴퓨터 제조에서 컨설팅, 소프트웨어 솔루션 등의 분야로 진출한 IBM IBM은 금융과 통신 분야에 특화된 클라우드 서비스에 집중하며 매출의 절반이 컴퓨팅 관련 컨설팅, 소프트웨어 솔루션 등 서비스 부문에서 창출되고 있다.

변모하기도 한다. 이러한 서비스화는 소비자의 요구를 분석하고 만족시키기 위한 지능정보 툴을 확보하는 것이 필수적이다. 특히 최근 급속히 활성화되고 있는 데이터 플랫폼 산업과 마이데이터를 비롯한 데이터 규제의 개선 움직임은 서비스화된 제조업의 부가가치를 더욱 높여줄 것이다.

역으로 서비스 산업 역시 실물 산업과의 연계를 모색하고 있다. 유통 플랫폼은 오프라인 매장과 물류 인프라를 통합해 시너지를 창출하고 있다. 모바일 공유 서비스 역시 제조업과 연계해 밸류체인을 컨트롤하고 새로운 비즈니스 모델 확보에 집중하고 있다. 이러한 오프라인을 위한 온라인Online for Offline, O4O 형태는 온·오프라인, 서비스·제조 산업 간 경계를 더욱 희미하게 하고 있다.

빅블러 현상의 유형은 어떻게 나타나는가?

빅블러 현상은 크게 '기술융합'과 '산업융합'으로 구분된다. 이것을 각각 다시 '가치 창출형'과 '가치 추가형'으로 구분함으로써 총 네 가지 유형으로 분류할 수 있다.

기술-산업융합의 주요 유형



기술융합-가치 창출형

기술혁신으로 기존 한계를 뛰어넘는 유형을 말한다. 대표적인 사례로 완전자율주행 기술을 들 수 있는데, 이는 센서·반도체 소재 기술과 AI를 통한 상황 인지·판단 기술뿐 아니라 도로 정보와 차량 간 소통·제어 기술을 결합한 것이다. 이는 이전에 구현하지 못한 기술적 지향점을 가능하게 했다.

기술융합-가치 제고형

기존 제품의 가치를 새롭게 제고하는 유형이다. 대표적인 예로 바이오 플라스틱 기술을 들 수 있다. 석유화학 공정 기술을 바탕으로 생분해성을 감안한 바이오 생산 기술을 융합해 생산하는 것이다. 이를 위해 화학 공정과 생물학적 기술 간 융합 인력이 참여해 시너지를 창출하고 있다. 또한 효소, 생활용품, 화장품 등 기능성 제품을 생산하는 기업과의 연계를 통해 융합을 촉진하고 활용을 극대화하는 추세다.

산업융합-가치 창출형

이종 산업 간 제품 또는 서비스 융합을 통해 새로운 수요를 발견해 시장을 창출하는 유형이다. 코로나19에 따른 사회적 거리두기로 매출이 대폭 감소한 영화관 업계가 e스포츠, 오페라를 상영하는 등 타 영역의 콘텐츠를 접목한 것을 예로 들 수 있다. 이처럼 타 산업과의 융합을 통해 새로운 시장 수요를 발굴하고 있다.

산업융합-가치 제고형

산업 간 융합을 통해 기존 시장을 강화하는 유형이다. 코로나19로 언택트 라이프스

타일이 일상으로 자리 잡으며 온라인 유통 산업은 2020년 전년 동기 대비 18.4% 성장하며 기존 시장이 한층 더 강화되었다. 기존 소매와 요식 업계가 물류 업계와 배달업과 융합해 온라인 유통 산업의 가치를 한 단계 업그레이드시켰다.

우리는 경쟁할 것인가, 협력할 것인가?

그렇다면 이러한 변화의 흐름 속에서 기업의 대응 방향은 어떠해야 하는가? 무엇보다 변화하는 경쟁 상대에 대한 새로운 접근이 요구된다. 주지하다시피, 빅블러 현상으로 인한 산업 간의 경계 감소는 그들 간 구분 기준과 정의를 무의미하게 할 수 있다. 그러므로 중장기적인 기업 경쟁 대상에 대한 재정의가 필요하다. 산업 간 경계 감소는 경쟁자 범위 확장과 다르지 않다. 그것을 읽어내는 능력을 키우고 다가오는 거대 융합 시장에 대비해야 할 것이다. 예컨대, 물류 업체는 동종 물류 업체와 경쟁하기보다 전자상거래 업체와 협력·재편을 통해 새로운 시장을 확보할 수 있다. 이 경우 새롭게 진입한 시장에 있는 업체들이 가진 경쟁력과 전략에 대한 선제적인 파악이 중요하다.

경쟁 상대의 변화는 경험하지 않은 도전인 동시에 지속적인 성장을 가능하게 하는 기회다. 그러므로 기업이 가진 SWOT(강점, 약점, 기회, 위협 요인)를 바탕으로 강화하고자 하는 경쟁력이 무엇인지 면밀히 파악해야 한다.

그러나 경쟁보다 중요한 것은 협력이다. 빅블러나 융합이라는 용어보다 중요한 것은 협력과 새로운 비즈니스 기회 탐색이라는 기업의 본질적 활동이다. 빅블러 현상의 가속화에 대응하기 위해 기업은 개방적 협력이 필수 요소다. 가치사슬의 변화는 수요와 부가가치 창출 지점의 이동을 의미한다. 포트폴리오의 혁신이나 기술의 확보 없이 수요의 변화를 따라갈 수는 없다. 예를 들어 강화되는 환경이나 물질의 규제에 대응하거나 소비자와의 접점이 모바일 공간으로 이동한다면 그에 적합한 기술을 접목하는 방안을 강구해야 한다.

동시에 융합의 핵심은 데이터임을 재인식해야 한다. 융합을 통한 새로운 부가가치는 이종 영역의 데이터 결합에서 시작한다고 봐도 과언이 아니다. 이미 통신과 금융, 제조, 유통, 의료 등 다양한 데이터들이 융합을 통해 새로운 부가가치를 창출하고 있다. 더 다양한 분야에서 시장을 확대하기 위해서는 산업 간 데이터 결합이 활발하게 일어날 수 있는 환경이 조성되어야 하며, 기업은 데이터의 활용과 공유가 빅블러 시대에 경쟁력의 핵심임을 인지해야 한다.

미래차 글로벌 시장 전망



전기차
2,600만 대(2030년 기준)



자율주행차
1조1,204억 달러(2035년 기준)



공유차
7,000억 달러(2030년 기준)



기존 자동차 시장
9,136만 대(2019년 기준)

자료 블룸버그·한국은행





김선재 한국과학기술기획평가원 연구위원
서울대 전기컴퓨터공학부 박사이며, 삼성종합기술원 선행 반도체 R&D 분야 전문연구원을 거쳐 현재 한국과학기술기획평가원 재정투자분석본부 연구위원으로 활동하고 있다.

기술혁신으로 스스로의 영역을 파괴하다

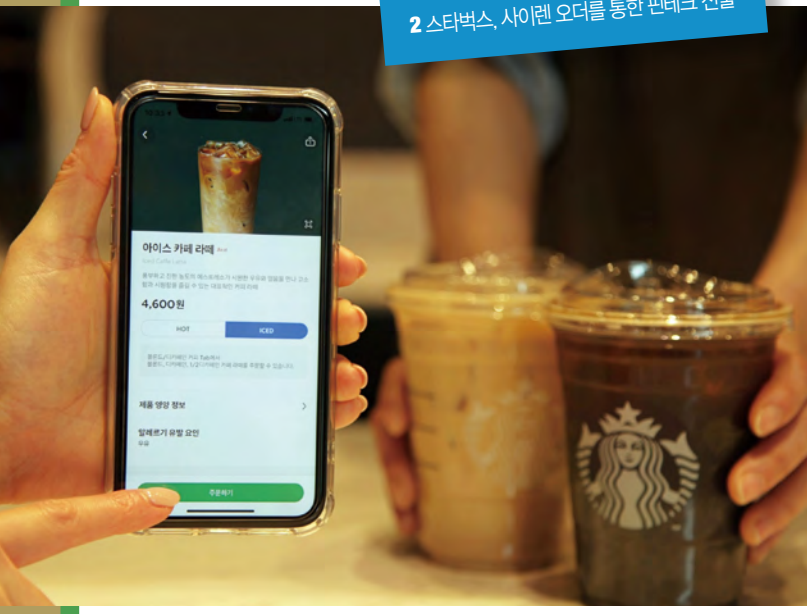
누군가는 혁명이라고도 말하는 빅블러의 흐름 속에서 기업들은 자신들의 산업 영역을 뛰어넘고 있다. 그 대표적인 사례를 통해 빅블러 현상에 대해 알아본다.

WRITER **강호문** PHOTO **한경DB**

4차 산업혁명의 기술이 만들어낸 융합

AI, ICT, 빅데이터 등 4차 산업혁명 기술의 등장은 빅블러 현상을 가속화시키고 있다. 산업 영역 간의 융합이 이뤄지고 있으며, 이로 인해 전에 없던 새로운 가치를 만들어낸다. 때로는 기존 판매자와 소비자, 서비스와 제품, 오프라인과 온라인 등 각자 분야에서 고유하게 주어졌던 역할에 경계가 없어지고 있다. 그중에서 기술력을 바탕으로 금융 부문에 입성한 빅블러의 대표적 사례인 스타벅스와 네이버를 들여다보자.

Column Summary
1 네이버, 데이터를 통해 쇼핑 플랫폼 강화
2 스타벅스, 사이렌 오더를 통한 핀테크 진출



핀테크 기업으로 변화하는 스타벅스 사이렌 오더를 통해 스타벅스는 선결제카드를 만들어냈고, 이제 그 예치금을 바탕으로 핀테크 기업으로 변신을 꾀하고 있다.

Case 1.

포털과 쇼핑, 두 마리 토끼를 잡은 네이버

[서비스] 네이버는 스마트스토어를 통해 국내 대표 포털 기업에서 이커머스의 성장세를 이끄는 '종합 쇼핑 플랫폼'으로 도약했다. 여기에 멈추지 않고, 코로나19로 인해 온라인 쇼핑 수요가 급증함에 따라 브랜드 스토어, 물류 파트너십, 라이브커머스 등 기존 경쟁력을 강화하기 위해 신규 서비스를 선보였다. 특히 네이버페이인 간편결제 서비스를 통해 쇼핑계 강자로 등극하는 동시에 금융권 진출의 발판을 마련했다. 현재 네이버는 포털에서 쇼핑 플랫폼으로, 그리고 다시 핀테크 분야로 영역을 확대해 나가는 중이다.

[현황] 네이버의 영역 확장은 포털 서비스로서 구축해 온 데이터의 활용 덕분이다. 스마트스토어 판매자들에게 AI 기술 기반의 데이터와 분석 툴을 제공

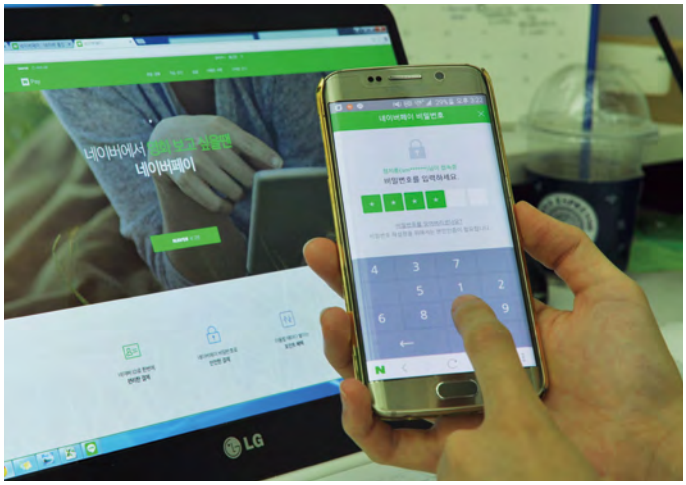
Case 2.

은행을 꿈꾸는 커피 회사, 스타벅스

[서비스] 고객들은 스타벅스 앱에서 제공하는 사이렌 오더를 통해 매장에 방문하기 전에 음료를 미리 주문할 수 있게 되었다. 스타벅스의 사이렌 오더는 편리함과 신속함으로 고객들의 충성도를 높일 수 있었다. 스타벅스는 사이렌 오더의 성공을 바탕으로 다양한 실험을 시작했다. 국내에서는 앱에 차량번호를 등록해 드라이브스루 매장 이용 시 고속도로의 하이패스처럼 자동 결제되는 시스템을 갖췄다. 미국 스타벅스에서는 사이렌 오더로 미리 주문한 뒤 매장을 찾으면, 음파로 스마트폰을 인식해 음료를 내주는 서비스를 제공하고 있다.

해 상품, 판매, 속성 등 다양한 데이터베이스를 확보하고, 이를 고도화된 추천 서비스로 제공한다. 이러한 서비스에 힘입어 2020년 말 41만 개의 스마트스토어를 보유하게 되었으며, 스마트스토어 결제자 수는 2,000만 명을 돌파했다.

2020년 스마트스토어 거래액은 26조8,000억 원으로 2019년 대비 38% 상승했다. 2016년 이베이가 1위를 달성한 뒤로 2017년부터 현재까지 네이버가 쇼핑 플랫폼 강자의 위치를 지키고 있다. 네이버는 이에 멈추지 않고 쇼핑 편의 서비스를 더욱 강화해 나가는 중이다. 대표적인 예로 소비자의 편의성을 높이는 '나중에 결제', 생필품 '특가 창고' 등이다.



진화하는 간편결제 네이버페이 서비스 네이버는 네이버페이를 통해 종합 쇼핑 플랫폼으로 한 차례 변화했으며, 네이버통장 등의 출시를 통해 핀테크 시장까지 진출하고 있다.

[융합] 2020년, 네이버페이의 거래액이 4분기 7조8,000억 원을 기록, 이용자 수는 1,470만 명에 달한다. 또한 2012년 3월 네이버는 신세계그룹과 상호 지분 교환을 통한 파트너십을 구축했다. 이마트의 자사주 1,500억 원, 신세계인터내셔날 주식 1,000억 원, 총 2,500억 원 규모의 지분을 교환한 것이다. 이와 함께 네이버는 간편결제 서비스인 '네이버페이'와 연계해 네이버통장을 출시하며 핀테크 시장으로의 진출을 알렸다. 네이버는 기존 금융권과 협력해 '최고 연이율 3%'를 주는 등 다양한 금융상품을 기획해 출시하고 있다.

NAVER

[현황] 국내에서 사이렌 오더를 활용하는 방문객은 고객 4명 중 1명꼴로 나타났다. 또한 미국에서는 애플페이보다 스타벅스 충전금의 결제금액이 더 많은 것으로 조사되었다. 스타벅스 선불카드 안에 현금 보유량도 시중은행과 비교해 손색이 없을 정도다. 스타벅스는 지속적인 확대를 위해 자동충전 기능 서비스를 도입해 고객들이 매번 충전해야 하는 번거로움을 덜었다. 이같은 서비스는 스타벅스에 수익 개선과 다양한 투자 자산의 여력을 선물했다.

이 서비스를 이용하는 고객들의 빅데이터가 쌓이면서 새로운 마케팅을 계획할 수 있는 정보로 활용되었다. 고객의 음료 취향, 충전 패턴, 주요 이용 매장 등의 정보를 확보해 맞춤형 상품을 추천하고, 추천 알고리즘은 더욱 견고해져 신제품 개발에도 쓰이고 있다.

[융합] 전 세계 매장에서 사이렌 오더의 이용률이 높아지면서 스타벅스는 디지털 결제 시스템을 보유하며 금융업으로의 진출 가능성을 확인했다. 스타벅스의 공식적인 자료는 아니지만, 업계에서는 사이렌 오더의 이용률이 높아지면서 카드에 충전된 액수를 약 20억 달러(약 2조4,000억 원) 규모로 추정하고 있다. 막대한 현금 보유액을 바탕으로 스타벅스는 2018년 아르헨티나 은행 방코 갈리시아Banco Galicia와 파트너십을 맺고 오프라인 은행 '커피 뱅크Coffee Bank'를 오픈하며 핀테크 시장에 문을 두드렸다. 업계는 이것을 시작으로 스타벅스가 본격적으로 자산운용업에 진출한다면 전통 금융업에 미치는 영향이 상당할 것이라고 분석한다. 실제로 스타벅스는 암호화폐 등 디지털 자산결제 실험 등을 꾸준히 진행 중이다.

STARBUCKS®

경계 없는 시대, 고객과 사업모델로 대응 전략 구축

빅블러는 메가트렌드가 되었다. 소비자와 생산자의 경계, 작은 것(스타트업)과 큰 것(대기업)의 경계, 만질 수 있는 것과 없는 것 간(온·오프라인 간, 제품과 서비스 간)의 경계가 무너지고 있다. 이 시대의 생존 전략을 알아보자.

PHOTO **한경DB**

Column Summary

1 고객·시장을 통해 판단 후 조직구조 변화 우선
2 민첩한 고객의 패턴 예의 주시
3 플랫폼 유무·시장의 크기·고객과의 소통이 관건



현대자동차그룹의 보스턴다이내믹스가 만들어낸 4족 보행 로봇 현대자동차그룹은 보스턴다이내믹스를 인수하며 로봇 개발 사업에 본격적으로 진출했다. 궁극적으로 현대자동차그룹은 모빌리티 플랫폼 회사로 거듭나고자 한다.

경계 붕괴 시대 생존을 위한 조건

빅블러는 이제 메가트렌드에서 현실에 뿌리를 내리며 일상에 정착되고 있다. 그 예는 우리 주위를 둘러봐도 쉽게 파악할 수 있다. 이커머스 절대 강자로 부상한 쿠팡의 시가총액은 해당 업종의 주요 대기업 몇 개를 합한 것보다 커졌다. 100조 원가량의 시총을 자랑하는 쿠팡은 신세계, 이마트, 현대백화점, 롯데쇼핑을 모두 합한 것의 7배가 넘는다. 카카오뱅크도 상장 후 시총이 30조 원 이상으로 신한, KB 등 4대 금융그룹의 시총을 조만간 넘어설 것으로 예상된다. 특히 지난해 이후 비대면 기반의 서비스가 폭증했으며, 이제는 교육도 온라인으로, 자동차도 모빌리티 서비스를 이용한다. 또 딥페이크 기술을 활용한 가상 인플루언서, 온라인 부캐놀이장이 된 메타버스 등 현실세계와 가상세계의 경계가 점점 사라지고 있다.

'경계 붕괴'라는 표현 자체는 파괴적으로 들리지만 소비자 입장에서 본다면 경계의 사라짐은 더 나은 세상을 의미한다. 혁신의 본질이 파괴가 아닌 가치 창출이라는 측면에서 본다면 경계가 사라진다는 것은 기존에 없던 새로운 방식의 출현과 가치를 얘기하는 것이다. 기업 입장에서 이를 전략적으로 활용하지 않으면 장기적으로는 직접적인 생존의 위협 상태에 몰릴 수도 있다. 그러면 우리 조직을 보호하던 벽들이 사라지는 가운데 우리는 어떤 대응을 해야 할까? 간단히 요약하면 빼기, 더하기 등 사칙연산으로 알아볼 수 있다.

− 고객 가치와 무관한 부분을 덜어내기

경계가 사라지면 업계의 변화가 일어나는 것처럼 보이지만, 최종적으로는 고객 쪽의 변화가 동반되어야 그 변화가 하나의 산업으로 정착할 수 있다. 기업마다 자신들의 업을 다시금 정의해보고 조직 내에서 고객 가치에 기여하지 않는 부분을 덜어내는 것이 가장 먼저 해야 할 일이다.

+ 최소 유효 시장의 확보

기업은 변화하는 가운데에서도 운행을 멈출 수 없다. 달리면서 자동차의 부품을 바꿔야 하는 운명을 타고난 것이다. 따라서 운행을 위한 최소한의 지속적이고 안정적인 현금의 흐름을 만드는 것이 중요하다. 큰 시장에서의 경쟁도 필요하지만 일차적으로는 기업 운영을 가능하게 하는 단단하고 지속가능한 시장을 확보하고 지키는 것이 선결되어야 한다.

× 확장 가능한 구조 만들기

기업은 생존을 넘어 성장을 꿈꾼다. 특히 경계융화 시대에 변화에 유연하게 대응하면서도 성장의 궤도를 타기 위해서는 사업이 확장 가능한 구조로 이루어져 있는지를 살펴봐야 한다. 다시 정의된 업의 거점 시장을 기반으로 수평적·수직적 확장을 통해 기존 시장이 아닌 고객이 끊임없이 갈망하던 새로운 시장을 탐색하고 연결해 가는 것이 필요하다.

÷ 기존 조직과 별도로 상시적인 혁신 파이프라인 구축

기존 조직의 구성원들은 새로운 사업을 고민하기에는 너무 바쁘다. 그렇다고 경영진만 새로운 비즈니스 모델을 고민하기에는 경계 붕괴의 속도가 너무나 빠르다. 특히 MZ(밀레니얼+Z) 세대 등의 이해가 점점 더 중요해지는 시장 상황에서는 다른 접근이 필요하다. 신사업모델을 발굴할 전담 조직을 꾸리는 것도 방법이고 사내에서 육성된 혁신 코치들이 기존 조직의 신사업을 지원

유통 업계 빅블러 현상

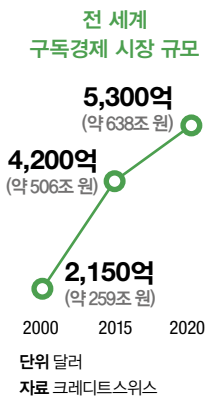
유형	구분	주요 사례
디지털 컨버전스	온라인 서비스	신세계 'SSG닷컴', 롯데 '스마트픽'
	O4O	야놀자 모텔 프랜차이즈
플랫폼 전략	편의점	부가서비스 다변화(택배, 금융, 커피 등)
	드러그스토어	판매 품목 확장(패션잡화, 식음료 등)
	생활용품점	다이소 중고폰 판매
PB 상품 전쟁	편의점	매출 비중 30% 돌파
	대형 마트	이마트 '데이즈', '피코크' 약진
	온라인 쇼핑	패션, 간편식 출시

하는 것도 괜찮다. 필자의 경험에 의하면 회사 내 핵심 인재나 리더직급들을 대상으로 새로운 아이디어를 받고 기존 업무 시간의 일부를 해당 아이디어를 발전시키고 시장에서 검증하는 단계에 쓰도록 해야 한다. 이처럼 인재 양성과 기업 성장이라는 두 마리 토끼를 잡는 것을 지향하는 것이 바람직하다.

고객으로부터 실마리를 찾기 위한 전략

고객은 답을 가지고 있다. 단지 스스로가 답을 가지고 있는 걸 정확히 모르고 있을 뿐이다. 어떠한 솔루션을 원하는지 정확히 파악하거나 들을 수 없는 상황이라면 고객과의 소통이 도움이 된다. 고객이 현재 특정한 상황에서 어떠한 문제를 가지고 있는지 이야기를 나눌 수 있기 때문이다.

즉, 고객에게 물어야 할 것은 솔루션이 아니라 현재 가지고 있는 문제다. 고객은 언어적·비언어적 측면, 기능적·정서적·사회적 측면, 가격적·가치적 측면에서 종합적으로 받아들이고 기업의 제품 제안에 반응하기 때문이다. 그래서 고객이 제품 제안에 대해 어떻게 느끼고 반응하는지를 소통하는 것이 관건이다. 설문조사에서 구매를 원한다고 답해도 그중 80%는 실제로 구매하지 않는다는 것만 봐도 고객과의 깊이 있는 상호작용을 통해서만 그 실체와 의미를 파악할 수 있다. 고객을 살펴보는 방법으로 어떤 것이 있을까? 여러 방법이 있지만 그중 두 가지로 요약해본다.





오프라인으로 영역을 확대하는 구글 구글은 온라인 플랫폼에서 오프라인으로 영역으로 확장하며, 올해 6월 미국 뉴욕에 오프라인 스토어를 오픈했다.

제대로 질문하기

초기에 통찰을 얻기 위한 목적으로 가장 좋은 질문은 언제나 '왜Why'다. 이를 통해 고객의 동기, 열망, 행동의 이유, 근거, 인생철학, 사회적 배경 등이 드러난다. 무엇을, 어떻게와 관련된 질문도 고객에 대한 이해를 풍성하게 만들고 구체적인 그림을 그릴 수 있도록 해준다.

실험하고 반응 보기

인간관계에서도 말이 아닌 그 사람의 행동을 보는 것이 더 확실한 방법이다. 고객에 대한 이해로부터 나온 가설을 검증해보는 것은 항상 기업 입장에서 대단히 유용한 결과를 낳는다. 고객이 원한다고 했지만 실제로는 다른 반응이 나올 수도 있고 그 반대일 수도 있기 때문이다. 그래서 기업과 고객 사이의 가상 실험실 환경을 세팅하고 운용하는 노하우를 터득하는 것이 필요하다. 이를 통해 지속적인 실험과 반응을 반복하면서 답을 찾아야 한다.

빅블러 비즈니스 모델을 찾아가는 전략

경계융화를 뜻하는 빅블러 시대에는 대기업이든 중소기업이든 비즈니스 모델의 변화와 유연한 전략을 가져갈 수 있어야 지속 성장이 가능하다.

필자가 지난 10년간 해 온 일이 기업들의 비즈니스 모델 변화 과정에 도움을 주는 것이지만 여기서는 한정된 지면의 특성상 몇 가지 전략을 제시하고자 한다. 현재 우리 기업이 하는 일들을 대입해보면 빅블러 시대에 어느 정도 부합하는 방향으로 가고 있는지 판단해볼 수 있을 것이다.

Strategy 1. 플랫폼을 가졌는가?

플랫폼 기업들이 시장을 지배하고 있다. 2020년 12월 기준으로 미국 주요 500개 기업 중 단 7개의 플랫폼 기업이 전체 기업 가치의 25%를 차지하고 있다. 플랫폼 접근을 고객 유형과 제품 유형별 수익 여부의 조합으로 판단하면 된다.

Strategy 2. 큰 시장과 관계하는가?

시장을 지배하는 기업들은 기본적으로 고객의 큰 문제를 해결한다. 또한 고객과의 관계를 직접 형성할 수 있도록 멤버십, 구독 등을 통해 장기적으로 고객과 연결되는 비즈니스를 추구한다. 구독의 경우 고객에 대한 데이터가 시장에서 기업 쪽으로 흘러들어오는 경로가 구축되기 때문에 기업을 보다 지능적으로 변화시킨다.

Strategy 3. 고객과 소통하는가?

고객과의 소통이 요즘만큼 중요해진 때도 없다. 고객을 팬으로 만들기 위해서는 기업 또는 제품의 세계관에 대해 끊임없이 소통해야 한다. 이는 ESG 기반 가치 소비, 팬덤 문화에서도 여실히 드러난다. 상시적으로 연구·개발, 마케팅에 고객을 참여시키고, 쌍방향으로 소통할 수 있는 방법을 찾는 기업들이 성장할 수 있는 시대다.

빅블러 비즈니스 모델 체크리스트

첫 번째 전략
플랫폼을 가졌는가?

- ☐ 수요자와 공급자의 중간에서 플랫폼을 제공하는가?
- ☐ 고객을 저가·체험 제품으로 유인한 후 유료 제품 구매로 전환시키는가?
- ☐ 우리 제품을 보완해주는 파트너들과 함께 가치를 공유하는 생태계를 가졌는가?

두 번째 전략
큰 시장과 관계하는가?

- ☐ 고객의 큰 문제(다수 고객, 고가 지불 의향)를 해결하고 있는가?
- ☐ 유통채널을 경유하지 않고 고객과 직접 연결된 채널을 가지고 있는가?
- ☐ 고객과의 일회성 거래가 아닌 지속적인 관계 기반의 사업 모델을 가지고 있는가?

세 번째 전략
고객과 소통하는가?

- ☐ 외부 파트너, 전문가, 고객이 연구·개발에 상시적으로 참여하는가?
- ☐ 외부 파트너, 전문가, 고객이 대외 마케팅에 상시적으로 참여하는가?
- ☐ 고객과 쌍방향으로 소통할 수 있는 체계를 적극적으로 활용하고 있는가?



조용호
더이노베이션랩(주) 대표
현재 비즈니스 모델 ZEN 마스터이며 '기하급수 인생학교' 교장으로 활동하고 있다. 한양대 겸임교수와 국가정보전략위원회 전문위원을 역임했다.



㈜서울에프엔비

최고의 품질은 나로부터, 푸드테크를 구현하다

자신들보다 큰 규모의 회사에서 제안이 들어왔을 때 이를 거절하는 일은 쉽지 않다.
하지만 당당히 'NO'를 외치는 기업이 있다. 바로 서울에프엔비다.
어디에 내놔도 뒤지지 않는다는 제품에 대한 자신감 때문이다.
이는 최상의 원료와 정직한 공정으로 최고의 품질을 만들고자 하는 그들의 진심에서 기인한다.

WRITER **강태성** PHOTO **이소연**

서울에프엔비는 일반 식품 기업이 아닌 푸드테크 기업이다. 대기업은 다품종 대량생산만 가능한 데 반해 서울에프엔비는 다품종 소량생산이 가능하도록 설비를 특화했다. 강원도 횡성과 원주공장 두 곳에 구축한 설비만 해도 33대에 달한다. 이 설비만으로 서울에프엔비는 만족하지 않았다. 우유나 요구르트와 같은 유제품의 유통기한을 늘리기 위해 아셉틱 무균충전 시스템Aseptic Filling System을 도입하며 도약의 발판을 내딛었다. 지난해 원주공장에 스마트팩토리를 구축해 생산성도 높였다.

이러한 노력의 결과는 우유와 가공유, 두유, 과채주스, 커피, 건강식품 등 420여 종의 제품 생산으로 이어졌다. 매출도 해마다 25%씩 성장하며 2020년에는 1,100억 원 이상의 매출을 올리며 승승장구하고 있다.

[STRATEGY]
특화된 설비만이 살길

2005년 설립 당시, 오덕근 대표는 '대기업이 할 수 없는 걸 만들어야 한다'는 목표 아래 다품종 대량생산 체제가 아닌 다품종 소량생산이 가능할 수 있도록 설비를 특화시켰다. 그 전략이 오늘의 서울에프엔비를 만들었다.

Q 서울에프엔비가 상대 회사를 고를 수 있게 된 비결은 무엇인가요?

A 다품종 소량생산이 가능한 설비를 구축한 것이 변화의 핵심이었습니다. 회사 설립 당시부터 대기업의 경우 다품종 대량생산 시스템이기 때문에 다품종 소량생산이 가능한 설비를 구축한다면 승산이 있다고 판단했습니다. 제가 파스퇴르에서 생산하고 관리하는 일을 했기 때문에 소량생산에 적



오덕근

㈜서울에프엔비 대표

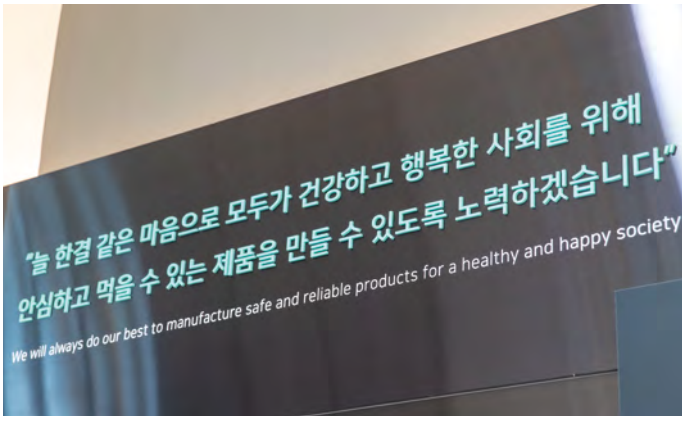
합한 기계가 어떤 것인지 남들보다 빠르게 파악할 수 있었습니다. 물론 대기업도 가능한 설비지만 그들은 규모 면에서 굳이 돈을 투자해서 새롭게 이러한 설비를 갖출 필요가 없었을 겁니다. 저희는 1개 라인에서 15개 종류의 제품을 생산할 수 있고, 심지어 유제품을 생산하다가도 패키지 제품 생산이 가능합니다. 유가공 업계에서 주문자상표부착생산OEM부터 제조업자개발생산ODM까지 가능한 곳이 많지 않은데, 서울에프엔비는 모두 가능하기 때문에 독보적일 수 밖에 없습니다.

Q 설비투자를 하려면 자금 고민이 가장 우선시되었을텐데, 그 부분은 어떻게 해결하셨나요?

A 이익이 생기면 미래를 준비하는 설비투자와 꼭 필요한 인원 채용을 지속해 왔습니다. 사실 회사가 성장하다 보면 신규 사업에 진출하는 곳도 종종 있습니다. 하지만 저는 서울에프엔비가 세계 최초의 길을 걷고 싶은 희망을 목표로 하기 때문에 한 길을 꾸준하게 가야만 했습니다. 개발부터 생산의 모든 단계에서 빈틈이 생기지 않도록 까다로운 기준을 설정하고 전 임직원이 노력한 결과 현재 저희 서울에프엔비가 성장을 이루어낼 수 있었습니다. 지금도 길게는 2년, 짧게는 1년마다 설비를 계속 업그레이드하고 있습니다.

Q 어느 정도 설비를 구축하면 안주하게 되는데 계속해서 투자하는 이유는 무엇인가요?

A 일례로 저희는 2010년에 아셉틱 무균충전 시스템을 도입해 미생물이 들어가지 않도록 100% 무균 처리해서 제품을 만들고 있습니다. 무균 처리를 하면 세균이 증식되지 않기 때문에 유통기한을 획기적으로 늘어 상온보관이 가능하다는 장점이 있어요. 우유나 커피는 유통기한 때문에 냉장고에 넣어야 한다는 일반적인 상식이 저희 제품에는 통하지 않습니다. 태국이나 말레이시아 등에 수출할 때 평균 3주 정도 걸리는데 모두 상온보관으로 제품을 수출하고 있습니다. 설비에 투자하면 투자할수록 제품의 품질을 올릴 수 있으니 당연히 안주할 수가 없는 거죠.



품질우선주의를 추구하는 서울에프엔비 건강하고 행복한 사회를 이루고자 하는 목표로 서울에프엔비는 제품을 만들고자 노력하고 있다.

[DRIVING FORCE]
성장의 주춧돌, 자사 브랜드

서울에프엔비는 서울우유, 남양유업, 매일유업, 빙그레, 코카콜라 등 메이저 회사와 OEM으로, 이마트, 홈플러스와는 PB 상품을 개발해 ODM으로 안정적인 사업을 운영해 왔다. 하지만 오덕근 대표는 2012년 자사 브랜드를 만들기 시작했다. 성공이 보장되지 않았지만 자사 브랜드가 없다면 지속 성장이 불가능하다고 판단했기 때문이다.

Q OEM과 ODM만으로 안정적인 운영이 가능한데도 자사 브랜드를 출시한 이유는 무엇인가요?

A 자사 브랜드 개발은 1차적으로 다양한 제품을 만들 수 있는 능력이 생기게 되는데, 생산능력이 넓어지면 OEM과 ODM 분야 모두를 아우를 수 있다는 장점이 있습니다. 2차적으로는 자사 브랜드가 있어야만 회사가 지속적인 성장이 가능해집니다. 2012년에 1L 우유 '이안애'를 시작으로 자사 브랜드 제품을 지속적으로 론칭했는데, 이러한 노력 덕분에 자력으로 해외에 진출할 수 있게 되었습니다.

Q 제일 먼저 수출한 제품이 자사 브랜드 제품인가요?

A 2014년에 국내 최초로 태국에 RTD[Ready To Drink]컵 커피를 수출하기 시작했습니다. 당시 태국의 유가공 회사 더치밀[Dutch Mill] 대표가 한국 기업과 협력하기 위해 업체를 찾던 중 저희 회사를 방문했습니다. 방문하기 전에 블라인드 테스트로 저희 회사 제품의 맛을 본 후 찾아왔다고 하더라고요. 그렇게 태국에 '아라버스'라는 이름으로 수출하게 되었어요. 맛과 품질이 좋은 커피를 생산하는 능력을 갖추었기 때문에 해외 진출의 계기가 된 것이라 생각합니다. 그 후로 호주, 미국, 캐나다, 홍콩 등 10개의 나라에 진출하게 되었습니다.

Q 자사 브랜드가 성공을 거둔 가장 큰 이유는 무엇일까요?

A 소비자의 니즈 파악과 발상의 전환 덕분이라고 생각해요. 저희 회사가 서울우유와 OEM을 시작한 '목장의 신선함이 살아 있는 요구르트'도 당시만 해도 마시는 제품이 없을 때였습니다. 떠먹는 제품이 일반적이었는데, 우리나라 사람들은 떠먹는 것조차 귀찮아한다는 걸 파악하고, 마셔보면 어떨까 하는 생각에서 만들게 되었어요. 그 제품이 소비자와 통한 거죠. 저희 대표 제품 중의 하나인 '패밀리 요구르트'도 같은 맥락에서 제품을 출시하게 되었습니다. 요구르트 하면 굉장히 적은 용량만 있는데 이 부분에 소비자들이 좀 더 큰 것을 원하는 니즈가 있다고 판단을 해 국내 최초로 750㎖ 용량의 요구르트를 개발했어요. 가격은 저렴한데 양이 많으니 소비자들의 호응이 굉장히 좋았습니다.



오덕근 대표 생각 직원이 주체가 되는 회사

오덕근 대표는 CEO의 회사가 아닌 '직원이 주체가 되는 회사'를 만드는 것이 꿈이다. 그래서 오 대표는 설립 초기부터 직원들의 복지에 대해 체계적인 지원 시스템을 구축해 '이안애 직장 어린이집' 운영을 비롯해 출산장려금, 노부모부양금 등 다양한 형태의 복지 시스템을 갖추고 있다. 설립 초기부터 현재까지 근무하는 직원이 상당수에 이른다.



친환경 제품 개발에 박차를 가하는 서울에프엔비 빨대가 필요 없는 커피, 종이빨대를 사용한 두유 등 지구를 생각하는 친환경 제품을 지속적으로 개발 중이다.

[BIG PLAN]

이미 준비된 ESG 지표

서울에프엔비는 요즘 화두가 되는 ESG 경영 환경을 만들기 위한 별도의 노력을 기울이지 않아도 된다. ESG의 지표를 이미 만들어 놓은 상태이기 때문이다. 환경을 생각하는 제품, 협력업체와의 윤리경영, 사회공헌 활동까지 오래전부터 진행해 오고 있다.

Q 최근 화두가 되는 ESG로부터 서울에프엔비는 자유로운 것 같아요.

A 그렇다고 볼 수 있습니다. 현재 무균 패키지 제작부터 빨대 없이 마시는 커피나 종이빨대를 사용해서 마시는 두유 제품 등 친환경 제품을 계속해서 개발하고 있습니다. 또 올해 원주공장에서 음료 파우치를 친환경적으로 제작하는 에콜린Ecolean 설비를 국내 최초로 도입해 테스트를 진행하고 있어요. 거래처에 매년 명절 때마다 거래처의 자금 해소를 위해 납품 대금을 미리 지급하는 등 윤리경영 부분에도 심혈을 기울이고 있습니다. 사회공헌의 일환으로 매년 1회 횡성군 게이트볼 대회를 개최하고 지역 농산물을 구입해 지역 농민 돕기 운동과 원주시와 횡성군 불우이웃돕기 지원 등을 진행하고 있습니다.

Q 대표님이 생각하는 ESG에 대한 생각이 궁금합니다.

A ESG가 화두라고 해서 지표를 만들기 위해 보여주기 식으로 하는 경영은 진정한 ESG가 아니라고 생각해요. 안 보이는 곳, 가령 제품을 만드는 전 과정에서 가스를 LPG로 사용하고 폐수 처리 과정에서도 약품을 넣는 게 아니라 미생물을 통해 정화하는 방식으로 제품을 생산하면서 실천하는 게 진정한 ESG의 실천이라고 생각합니다. 제품의 전 생산과정에서 이런 부분을 염두에 두고 진행하고 있습니다.

Q 앞으로의 목표는 무엇인가요?

A 저는 돈을 많이 버는 '부자 회사'가 아니라 '직원과 오래 함께할 수 있는 회사'를 만들고 싶어요. 원주공장에 스마트팩토리를 구축한 것도 결국 직원들이 좀 더 편하게 일할 수 있도록 하기 위해서입니다. 제품을 생산하는 건 기계지만 제품을 개발하고 질을 높이는 건 결국 사람입니다. 그래서 최고의 품질을 만들어내는 직원들이 주체가 되는 회사, 모든 임직원들이 이곳에서 행복을 느낄 수 있도록 하는 것이 저의 목표입니다.

* 산림 자원을 보호하고 지속가능한 산림경영을 확산하기 위해 설립된 국제 NGO인 FSC Forest Stewardship Council에서 구축한 산림경영 인증 시스템.

기업 연혁

2020	대한민국 최고의 경영대상 수상 강원도 일자리대상 최우수 수상 제2공장 원주 [F2] 가동 제2공장 원주 식품의약품안전처 건강기능식품 (GMP) 인증
2019	서울에프엔비 수출 유망 중소기업 선정 중소기업벤처기업부 '2019 글로벌 강소기업 선정'
2018	노사문화대상 국무총리표창 수상 서울에프엔비 패밀리기업 선정 LOHAS 인증(이안애 더 내추럴 우유)
2017	중소기업 유공자 포상 대통령 표창장 수상 제54회 무역의 날 '삼백만불 수출의 탑' 수상 서울에프엔비 수출 유망 중소기업 선정(중소기업청)
2016	강원경제인대상(창조기업상) 수상
2013	ISO 22000 식품안전경영시스템 인증
2010	HACCP 축산물·식품 인증
2008	2008 횡성 IT밸리 신축공장 입주 및 이전
2007	서울에프엔비로 법인 전환 기술보증기금 벤처기업 선정
2005	서울에프엔비 설립



㈜서울에프엔비 아셉틱 무균충전 시스템

서울에프엔비의 아셉틱 무균충전 시스템은 음료 생산의 전 공정을 무균 환경에서 운영하는 음료 충전 시스템이다. 음료가 가지고 있는 영양소의 파괴를 적게 하고, 원재료를 순간 살균 후 즉시 냉각해 음료 고유의 맛과 향을 그대로 살려주는 서울에프엔비만의 차별화된 시스템이다. 이와 함께 6겹 무균 종이팩을 사용해 다양한 내용물을 상온에 유통할 수 있으며 유통기한을 획기적으로 늘렸다. 업계 최초로 100% FSC 인증*을 받은 무균팩을 사용하고 있다.

SEOUL F&B

서울F&B

서울에프엔비 생산 제품 수

420여 종

글로벌 시장 제품 진출 국가 수

10개국

2020년 사회공헌 지출 금액

약 **7,800**만 원

직원 복지 지원 금액

약 **12**억 원

제2공장 원주기업도시

바이오 헬스케어 플랫폼 구축

정부, SOC 디지털화 적극 추진

정부는 '국민안전 SOC 디지털화'를 추진하며, SOC 시설들에 스마트 재난 예방·대응 시스템을 구축하기 위해 2025년까지 국비 14조 원이 넘는 예산을 투입할 계획이라고 밝혔다. 손명수 전 국토교통부 제2차관은 지난해 11월 경제지에 실린 'SOC 디지털화, 미래를 위한 준비' 기고문에서 정부 사업은 크게 두 가지 트랙으로 추진된다고 소개하고 있다. 교통이나 수자원 등의 핵심 시설들을 재해·재난으로부터 안전하게 관리하는 것과 다른 하나는 도시를 디지털화하고 스마트 물류 체계를 구축하는 것이다.

안전하고 스마트한 핵심 시설 관리

SOC는 대부분 국민 생활의 기반이 되는 시설로 사고가 나면 대형 사고로 이어진다. 상시적이고 실시간으로 관리가 필요한 이유다. 이에 정부는 SOC의 디지털화를 통해 사각지대에서 일어나는 사고 등을 방지하고 효율적으로 관리하고자 한다.

정부는 우선 도로, 철도, 교량, 비탈면 등에 IoT 센서를 부착하는 사업을 시행한다. 이 센서는 시설물에서 진행되는 이상 변화를 실시간으로 알려주고 각종 데이터를 수집한다. 수집한 데이터를 통해 선제적인 사고 예방은 물론, 유지보수 비용을 절감할 수 있

안전한 대한민국을 위한 SOC 디지털화

한국판 뉴딜의 10대 과제 중 하나인 '국민안전 SOC 디지털화'는 4차 산업혁명 기술의 총집합체라고 볼 수 있다. 이 사업은 기존 사회간접자본Social Overhead Capital, SOC에 AI, IoT, 5G 통신기술을 접목해 효율적인 재난 예방과 대응 시스템을 마련하는 것을 목표로 한다. 안전한 대한민국을 위한 SOC 디지털화의 현주소를 진단해본다.

WRITER **강호문**　PHOTO **한경 DB**

SOC



서울미래 모빌리티센터 관제실
SKT가 서울시에서 운영되는 차량과 보행자, 교통 인프라 등 모든 것을 5G로 연결하는 '서울시 C-ITS' 실증사업 상용화에 돌입했다.

다. 갑작스러운 폭우나 사고로 인명 피해를 일으킬 수 있는 하천과 터널에는 CCTV를 장착해 보강한다. 지난해 9월에는 인제양양 터널에 설치된 터널원격제어 장치에 대한 시연이 진행되기도 했다. 한국도로공사는 터널 내 비상상황 자동인식 시스템과 진입 차단, 도로전광표지 표출 등 원격제어 시스템을 갖췄다. 터널원격제어 체계를 구축함으로써 터널 내 위급한 상황이 발생할 경우 신속하게 대응할 수 있게 되었다.

가장 흥미로운 부분은 자율주행을 위한 도로의 디지털화다. 정부는 전국의 주요 도로에 차량과 사물 간 원격통신이 가능하도록 기지국과 센서를 설치하고, 3차원 입체정밀 도로지도를 만들어 차량과 도로 간 협력주행 체계를 구축할 계획이다.

정부가 목표한 대로 2027년까지 이러한 도로 체계가 완성되면 우리나라는 세계 최초로 자율주행의 상용화에 필요한 인프라를 갖추게 되는 것이다. 실제로 차세대 지능형 교통정보시스템C-ITS은 올해 수도권을 시작으로 2025년까지 일반국도 및 4차로 이상 지방도로부터 구축된다.

SOC 디지털 전략 로드맵

현재		미래	
아날로그식 국가 인프라 관리		스마트한 국가 인프라 관리 체계 구축으로 국민 안전 확보 및 신산업 창출	
성과 지표	**2020년**	**2022년**	**2025년**
C-ITS	고속국도 85km(2%)	고속국도 2,085km(51.2%)	고속국도 4,075km(100%)
상수도 스마트 관망	광역상수도 기본계획 수립	광역상수도 39개	광역상수도 48개
	지방상수도 기본계획 수립	지방상수도 161개	
재난대응 조기경보 시스템		510개 소	

자료 한국판 뉴딜 누리집

도시에서 물류까지 디지털 혁신

새로 조성되는 도시는 계획 단계부터 디지털이 고려된다. 교통, 방범 등 CCTV와 연계된 통합 플랫폼을 구축한다. 산업공단에는 환경 규제 흐름 안에서 더 세밀한 관리가 이루어질 수 있도록 시스템을 도입할 방침이다. 실시간 안전 교통·방범 관리 통합관제센터, 노후한 산업단지의 유해 화학물질 유출·누출 원격 모니터링 체계가 대표적이다. 코로나19로 항공과 물류는 극과 극의 모습으로 양상이 달라졌다. 이에 정부는 스마트 운영 기법을 도입한다. 인천국제공항을 비롯한 전국 모든 공항에 비대면 탑승수속 시스템을 구축해 접촉을 줄이는 동시에 탑승 시간을 최소화한다.

또한 로봇과 드론 배송을 활용한 스마트 물류 시범 도시와 자동화 설비를 갖춘 스마트 물류센터를 전국에 확충해 물류 기업의 생산성을 높이고 물류 산업 종사자들의 근무 여건도 개선해 나갈 계획이다. 도심 내 공동물류와 지하 운송도 청사진에 포함되어 있다. 정부는 초연결 물류 공급망 구축을 통해 신산업 창출 효과도 기대한다고 밝히고 있다.

디지털화의 또 다른 장점은 기존 토목 사업 위주의 경기부양책과 차별점이 분명하다는 것이다. SOC 디지털화는 안전사고 방지와 경기 부양이라는 두 마리 토끼를 한번에 얻을 수 있을 것으로 보인다.

2021년도 예산



SOC 분야 23.2

도로	7.3
철도·도시철도	6.9
해운·항만	1.8
수자원	1.3
지역·도시	2.4
물류·항공·산단	3.4

단위 조 원 **자료** 기획재정부

공항

전국 15개 공항에는 생체정보를 활용한 비대면 탑승수속 시스템을 2022년까지 마련한다. 탑승권, 신분증, 지문, 얼굴 등이 하나로 결합된 '원One-ID' 생체인식 기술이 핵심이다. 탑승부터 출발장 진입, 보안검색 등을 비대면 과정으로 전환할 수 있는 것이 최대 장점이다. 정부는 이 시스템이 구축되면 인천공항 기준 출국 소요시간이 36분에서 26분으로 10분가량 단축될 것으로 기대하고 있다.

철도

철도에 도입되는 기술은 IoT 센서다. 상시 점검이 가능한 스마트 관리 체계를 구축한다. 스마트 철도 관리 체계의 역할은 고장을 사전에 감지하는 것이다. 대형 사고로 이어지는 철도의 안전을 위해 차상·무인 자동검측 시스템을 구현해 사전 예방 및 안전 관리를 구현한다. 특히 모든 철로에 전기설비 IoT 센서가 설치되어 실시간 상태를 진단하고 다자간 대용량 데이터 통신이 가능한 4세대 철도 무선망이 구축된다.



스마트 기술, SOC의 안전을 책임지다

SOC 디지털화는 스마트 관리 체계와 실시간 모니터링 체계 등이 핵심이다. 이를 통해 안전하고 효율적인 SOC를 완성하는 데 목적을 두고 있다. 분야별로 어떤 기술들이 도입되는지 알아본다.

도로

C-ITS가 확대된다. 이 시스템에는 지능형 교통 체계 시스템, 교통정보 수집·소통 관리 시스템, 스마트 CCTV 사고관제, 스마트 신호 체계 등이 포함되어 있다.

국가어항

현장 점검 중심의 아날로그 방식으로 관리되는 국가어항에 계측 센서·원격 모니터링 기술 등을 활용한 디지털 관리 시스템을 구축한다. 먼저, 2023년까지 국가어항 3개 소를 대상으로 시범사업을 추진한 후 전국 국가어항 110개 소로 확대해 나갈 예정이다.

수재해 예방

우리나라 하천은 국가하천과 지방하천으로 구분된다. 정부는 국가하천을 대상으로 배수시설 자동·원격제어 시스템과 CCTV 기반의 실시간 모니터링 체계를 구축해 수재해 예방 능력을 제고할 계획이다. 여름에는 홍수가 발생하고, 다른 계절에는 가뭄으로 건천이 생기는 기후 특성에 맞춰진 제어 시스템은 내외 수위계와 CCTV, 원격제어용 원격단말장치RTU 등으로 구성되어 수위를 관측하고 그 결과에 따라 배수문 작동 여부를 관리한다.

***댐** 2025년까지 국가 댐 37개 소에 드론 기반 안전 점검, 디지털 트윈 플랫폼 등을 통해 선제적으로 장마철 재해 예방 시스템을 갖출 계획이다.



지하를 탐색하는 AI 로봇, 시민 안전을 지키다

정우석 한국전자통신연구원 재난안전지능화융합센터장

한국전자통신연구원ETRI은 SOC 디지털화 사업 중 하나인 '노후 지하공동구 관리 체계를 고도화하기 위한 플랫폼 개발'을 주관한다. 현재 ETRI는 디지털 트윈, 메타버스, 빅데이터, AI 등 첨단 ICT 기술을 활용한 재난안전 지능화 기술개발에 매진하고 있다.

재난의 나비효과에 대응하는 최선책

ETRI 재난안전지능화융합센터에서는 5년 전부터 복합재난과 관련한 모델링과 시뮬레이션 관련 연구를 진행해 왔다. 현재 재난안전지능화융합센터는 '지하공동구 화재재난지원 통합 플랫폼' 과제를 총괄하고 있다. 지하공동구는 도심지 지하에 전기, 통신, 상수·중수, 난방, 쓰레기 수송관 등 시민들이 편리한 도심 생활을 영위하기 위한 생명줄과 같은 라이프라인을 수용하는 국가 중요 시설물이다.

정우석 ETRI 재난안전지능화융합센터장은 "디지털 트윈, AI 등의 첨단 기술을 접목해 ETRI가 총괄 기관으로 서울시립대, 한국건설기술연구원, 한국조명ICT연구원 등 총 21개 연구기관이 연구·개발 업무를 수행하고 있다"고 설명했다. 정 센터장이 이끄는 이 사업은 지하공동구에서 발생하는 다양한 현상을 분석해 사소한 사고가 재난으로 확산되는 것을 예측·예방한다. 또한 이러한 예방 조치에도 불구하고 재난이 발생하게 되면 조기에 대응해 재난 확산을 억제한다. 더 나아가 재난이 확산되면 재난 상황에 맞는 최선의 방법으로 대응함으로써 피해를 억제하는 기술을 개발하고 있다.

보이지 않는 곳까지 안전을 책임지는 기술

ETRI는 지난 4월 초, 청주 오창 공동구에 있는 전력구 전구간에 AI 로봇 2대를 설치해 지하공동구 무인순찰 서비스를 제공하며 화재 재난 조기 예측 및 사전 대응을 위한 현장 정보를 수집하고 있다. AI 로봇은 기존 순찰자가



지하공동구 화재재난지원 통합 플랫폼 과제 지하공동구 무인 순찰 및 초동대응을 위해 AI 로봇이 운행하며 수집한 정보 화면이다.

1일 1회 3시간 소요되는 순찰 작업을 1일 8회 30분 순찰함으로써 순찰 업무의 효율성을 증대시켰다. 또한 소수 인력으로 사각지대 없이 지하공동구를 관리하기 위해 지하공동구 현장과 관리사무소가 유기적으로 연계되고 자동화된 안전관리 서비스를 제공한다. 센터는 지하공동구 현장과 동일한 3D 공간 정보 구축도 완료했다. 이는 수직 및 수평 오차 면에서 세계 최고 기술을 보유하고 있는 미국 구글, 독일 히어사와 유사한 고정밀 공간 정보다. 해당 기술들은 2023년 상반기까지 개발해 하반기부터 현장에 적용해 정확성·안정성 등에 대한 서비스를 제공하고 기술 고도화를 추진할 예정이다.

앞으로 센터는 안전한 대한민국 건설에 일조하며, 개발된 기술들이 관련 산업 분야로 확산되어 재난 안전 분야의 경쟁력 강화를 넘어 선도할 수 있는 게임체인저가 되고자 한다.



위기 관리 능력이 곧 회사의 성패를 가른다

탄탄한 대기업일지라도 위기에 봉착했을 때 어떻게 관리하고 대처하느냐에 따라 운명의 명암이 갈리게 된다. 최근 이커머스와 포털 기업이 위기에 부실하게 대처해 소비자들에게 지탄을 받고 있다.



What

연이은 사고 무엇이 문제인가?

D사는 2010년 8월에 창업하며 신속한 배송과 차별화된 마케팅 전략을 통해 급속도로 성장해 나갔다. 하지만 지난해 코로나19의 공포로 전 국민이 두려움에 떨고 있을 때, D사의 물류센터에서 확진자가 계속 나오면서 사회적 이슈가 되었다. D사는 뒤늦게 성명서를 발표했으나 변명으로 일관해 문제를 더 키웠다. 또한 올해 6월에는 경기도 소재 물류센터에서 대형 화재 사고가 발생하면서 화재를 진압하던 소방관이 사망하는 사건이 일어났다. 일본 욱일기 판매, 쇼핑몰에 입점한 판매자의 죽음 등 사회적 논란이 끊임없이 양산되고 있다.

Why

왜 초기에 대응하지 않았나?

물류센터 코로나19 확진자 발생에 대한 논란은 초기 대응이 미흡했다는 데 있다. 확진자가 나왔는데도 계속 물류센터를 가동했고 통보는 한참 후에 이루어졌다. 또한 다른 유통 업체들이 확진자가 다녀간 후 사업장을 폐쇄한 것과는 달리 24시간 이상 운영하며 폐쇄하지 않았다. 화재 사건 역시 물류센터에서 화재가 발생한 상황에서도 직원들에게 근무지를 이탈하지 말라는 현장 관리자의 지시가 있었다는 말이 흘러나왔다. 특히 물류센터 내 현장 근로자들의 휴대전화 소지 금지 정책도 화재 발견자가 화재 신고를 할 수 없게 만들었다.

How-to

위기 관리, 시나리오별 대응이 필요하다

물류센터 화재 당일 창업자가 대표이사직에서 물러났다는 소식이 알려지면서 '중대재해처벌법*'을 피하기 위한 것이 아니냐는 비난이 일며, 소비자들의 회원 탈퇴가 이어졌다. 물류 담당 직원들의 코로나19 감염과 물류센터 화재 등 D사의 연이은 악재는 예견된 상황이었는지도 모른다. 성장에만 급급한 나머지 사고에 대해 직시하지 못한 탓이다. 위기 관리를 어떻게 인식하고 사전에 준비하며 위기 상황 발생 시 얼마나 효과적으로 대응하느냐가 중요하다. 사전에 잠재적인 위기 가능성을 분석해 여러 시나리오를 만들어보는 것이 대응 능력을 향상시키는 데 큰 도움이 될 수 있다.

위기 발생 시나리오도 상황별, 기간별 가능성으로 나눠 만들고 이로 인한 파급효과들을 분석해 놓는 것이 좋다. 특히 위기 발생의 사각지대를 수시로 모니터링해 위기 발생의 신호를 최대한 체크해야 한다.

*** 중대재해처벌법**

정식 명칭은 '중대재해처벌 등에 관한 법률'로 산업재해를 줄이고 안전보건 확보 의무를 위반해 1명 이상 사망하는 산업재해가 발생할 경우 사업주와 경영책임자에게 '1년 이상의 징역 또는 10억 원 이하의 벌금', 부상 및 질병에 대해서는 '7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금'을 부과하는 법률이다.



What

직원의 죽음, 무엇이 문제였나?

최근 국내 대표 인터넷 기업 A사 40대 남성 직원이 사망한 채 발견되었다. 경찰은 타살 의혹이 없기 때문에 자살로 거의 확정 지었으나 고인의 메모에 따라 직장 내 괴롭힘 등의 혐의가 있었는지를 추가 조사 중이다. A사 직원들의 말에 따르면 고인은 주말이나 야간에도 시간과 관계없이 고강도 업무에 시달렸고 현장에 있던 메모에도 고인이 평소 업무상 스트레스를 많이 받았다는 내용이 있었다. 또한 고인이 다른 직원들과 나눈 메신저 대화 내용을 노조가 공개하면서 후폭풍이 거세지고 있다.

Why

직원의 죽음, 왜 일어난 것인가?

고인이 사망하게 된 원인이 특정인에게 있다는 얘기가 나오고 있는데 가해자로 알려진 직원은 과거부터 평소 언어 사용이 바르지 못하고, 조직 관리에 문제가 많아 퇴사를 했다가 주요 임원의 라인을 타고 다시 입사했다고 한다. 재입사하는 과정에서 내부 반발이 있었음에도 불구하고 회사는 중간관리자나 팀원들의 의견을 배제한 채 일방적으로 경영진에서 채용을 밀어붙였다. 그 후로 많은 불만이 터져 나왔지만 불만을 제기했던 직원들이 오히려 이직하거나 퇴출당했다.

How-to

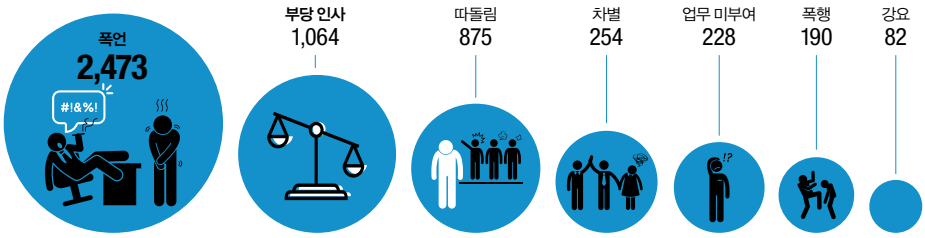
수평적 조직 문화, 리더가 만든다

A사는 인사팀을 통해 같은 직급이나 연차의 소수 인원들을 선발해 의견을 수렴하고 경영진에게 전달하는 제도를 운영하고 있다. 내부 직원들이 익명으로 각종 고충이나 민원을 이야기할 수 있는 플랫폼도 별도로 운영 중이다. 하지만 그러한 제도는 표면적인 것이었을 뿐 수평적인 조직 문화가 정착되지 못했던 것이다. 결국 무늬만 혁신이었다. 수평적인 조직 문화는 제도가 해결해주는 것이 아니다. 리더들이 어떤 역할을 해주느냐에 달려 있다.

결국 제도도 사람이 운영하는 것이라는 사실을 다시 한 번 되새겨봐야 한다. 특히 A사의 경우 포털에서 쇼핑까지 아우르며 급격한 성장을 이루어냈다. 그럴수록 A사의 리더는 창업 초기와 현재의 상황이 달라졌음을 인지해 리더의 역할을 달리했어야 한다.

사업 내용의 변화만큼이나 조직의 변화도 빠르게 이루어지기 때문에 회사의 상황과 규모에 맞게 리더십에도 변화를 줘야만 직원과 리더 모두가 만족할 수 있는 결과물을 만들어낼 수 있다.

직장 내 괴롭힘 사건 접수 현황



단위 건 **자료** 고용노동부



임성준 악어디지털 이사
다음(현 카카오)과 네이버에서 일을 했으며, 현재 악어디지털 이사로 활동하고 있다. 저서 〈스타트업 아이템 발굴부터 투자 유치까지〉를 펴냈다.



IBK가 만난 이달의 기업들

윤종원 IBK기업은행장은 혁신적인 아이디어와 기술로 승부하는 혁신 기업들을 방문해 대표들과 만남을 가졌다. 윤 행장은 "세상을 바꾸는 기업들을 위해 스마트, 친환경, 융·복합 등 미래 신산업 혁신 지원을 강화하고, 중소기업의 디지털 전환을 위해 노력하겠다"고 약속했다.







4차 산업혁명 기술의 선두주자 ㈜숨비

숨비는 산업용 드론, 해상인명구조용 드론, 드론관제 시스템 등 다수의 특허를 보유한 혁신 기업으로 2019년 IBK기업은행의 모험자본을 투자받아 유인드론PAV 상용화를 위한 순수 국내 기술개발을 진행하고 있다. 오인선 숨비 대표는 "AI와 드론의 융합 등 4차 산업혁명의 핵심 기술개발을 위한 투·융자 복합 금융지원이 더 활성화되기를 바란다"고 건의했다.

지식재산권으로 성장하는 ㈜에스에이티

에스에이티는 디스플레이 제조업체로 2차 전지 소재를 개발하기 위해 지난해 IBK기업은행에서 지식재산IP 담보 대출을 지원받아 소재 개발에 성공해 현재 양산을 앞두고 있다. 소진석 에스에이티 대표는 "IBK기업은행의 저리 IP금융지원을 통해 에너지 사업 R&D에 힘을 쏟을 수 있어서 회사가 지속 성장하고 있다"고 말했다.

윤 행장은 "여신 구조와 금융지원 방식을 미래지향적으로 바꿔 혁신 기업의 성장을 뒷받침하는 데 노력할 것"이라며, "앞으로도 현장을 방문해 기업의 애로사항을 지속적으로 청취할 것"이라고 밝혔다.

숨비는?

AI 기반 자율비행 및 통합관제 시스템 전문 기업이다. '해양인명구조 시스템'을 주축으로 무인멀티콥터, 무인비행기, 무인헬리콥터 등의 기술개발을 통해 '재난안전 통합관리 시스템' 구축에 힘써 오고 있다.

에스에이티는?

평판디스플레이 본딩Bonding 시스템 전문 기업으로 출발해 디스플레이 장비부터 에너지저장장치ESS, 배터리 소재 등 에너지 산업으로 사업을 다각화했다. 최첨단 장비 제조 기술력을 바탕으로 글로벌 리더로 꾸준히 성장 중이다.

품질과 뚜렷한 경영철학으로 성장하는 ㈜해피엘앤비

해피엘앤비는 생활의료기기를 비롯해 일회용 개별포장 방식의 화장품을 개발하며 세계 시장에서 기술력을 인정받고 있다. 김두성 대표는 "인도, 필리핀 등 주요 수출국가의 코로나19 확산으로 의료기기 수출에 애로가 있었다"며, "지난해부터 새로운 분야에 투자해 올가을 신제품을 출시할 예정인데, 적극적인 지원을 바란다"고 전했다.
윤 행장은 "기업의 경영·재무 상황을 종합 진단한 후 맞춤형 지원 프로그램을 제시하는 'IBK 금융주치의 프로그램'이 도입되면 도움을 드릴 수 있겠다"며 "코로나19가 빨리 종식되어 해외 수출이 더욱 활발해지길 바란다"고 밝혔다.





사업 다각화로 위기를 극복하는 산동금속공업㈜

산동금속공업은 최근 유가 변동 등 환경 변화에 대응하기 위해 모터 제작 기술을 보유한 관계사와 M&A를 통해 친환경 전동 골프카트 등으로 사업을 다각화했다. 지난해 코로나19 때문에 매출이 60% 이상 줄어드는 등 일시적인 어려움을 겪은 산동금속공업은 주력 제품에 안주하지 않고 다양한 제품을 개발해 외부 환경 변화에 적극적으로 대응하고 있다.
윤 행장은 "최근 시행한 '코로나19 극복 중소기업 지원 프로그램'을 활용해 일시적으로 어려움을 겪는 기업과 혁신기업의 성장을 적극 지원하겠다"고 밝혔다.



해피엘앤비는?

바이오·헬스케어 기업으로 '인류의 건강 증진과 아름다움의 완성'을 목표로 다양한 생활의료기기를 선보인다. 해피엘앤비는 세계인과 함께하는 기업이 되기 위해 자연건강, 정도경영, 연구·개발, 사회봉사를 실천하고 있다.

산동금속공업은?

금속공업계 선도 기업으로 유전시추용 배관장치와 전동기 부품을 생산해 대기업에 납품하고 있다. 유전시추장비 시장에 뛰어들어 자체 기술력으로 시추용 배관장치를 개발해 전 세계 산유국에 수출하고 있다.



부산 4기

㈜로보프렌

김영식 대표

시간의 가치를 지키는 스마트 위치 정보 서비스

로보프렌은 같은 시간을 더욱 효율적으로 사용할 수 있도록 IT 기술을 바탕으로 '시간의 농도'를 높일 수 있는 서비스를 제공한다. 그 첫 번째가 스마트팩토리 자원 관리를 위한 스마트 위치 정보 서비스다.







Question

01. 로보프렌의 실내 위치 정보 솔루션 개발 배경에 대해 소개해달라.

02. 기존 작업 환경에서 가장 크게 변화한 핵심 기능은 무엇인가?

03. 현재 스마트팩토리 시장 상황을 생각했을 때 로보프렌의 성장 가능성은 어떠한가?

04. 앞으로의 계획은 무엇인가?

홈페이지 www.robofrien.com

PHOTO **이소연**

Answer

01. 스마트 위치 정보 서비스는 기차역에서 영감을 받았다. 출장을 위해 기차를 타러 갔는데, 출구를 헤매다 기차를 놓친 경험이 있었다. 실내에도 GPS와 같은 내비게이션이 있다면 다양한 문제를 해결할 수 있겠다는 생각이 들었다. 이 과정에서 소모되는 많은 사람의 시간을 획기적으로 단축할 수 있을 것이라는 확신도 들었다. 그래서 최근 스마트폰에도 탑재되는 'UWB[Ultra Wideband]'라는 실내 위치 측위 기술을 빠르게 확보해 개발하게 되었다.

02. 기존의 스마트팩토리에 UWB 기술 기반의 실시간 실내 위치 측위 시스템을 도입한다면 넓은 부지에서 고정밀 측위가 가능하게 되어 보다 효율적인 작업 환경이 구축될 것이다. 대표적으로 재고 및 자원 관리가 실시간으로 가능해진다. 이를 통해 넓은 스마트팩토리 내에서 자원의 위치 파악이 용이해져 자원을 찾는 데 소요되는 시간을 대폭 줄일 수 있기 때문이다.

03. 현재 스마트팩토리 시장의 약 80% 정도가 시설 투자 비용 부담으로 인해 스마트화 기초 수준에 머물고 있으며, 실시간 위치 정보 서비스를 도입하지 못해 효율적인 자원 관리가 불가능한 실정이다. 로보프렌은 이러한 문제를 해결하기 위해 스마트팩토리 공급 기업에 집중했다. 스마트팩토리 공급 기업이 보유한 기존의 생산관리시스템[Manufacturing Execution System, MES]에 우리의 실시간 위치 정보 기술을 연동함으로써 합리적인 가격으로 관제 효율을 증가시킬 수 있다. 기술적 고도화를 원하지만, 비용이 부담되는 공장이 증가함에 따라 저비용의 실용적인 서비스가 경쟁력이 될 수 있어 성장의 가능성이 높다.

04. 스마트팩토리, 스마트오피스 등 다양한 산업군에 더욱 효율적인 업무 환경을 제공할 수 있도록 시장을 점차 확대해 나갈 예정이다. 나아가 로보프렌은 일상 속 모든 곳에서 편리하고 효율적인 삶을 누릴 수 있도록 '시간의 가치를 지킬 수 있는 기업'으로 거듭나고자 한다.

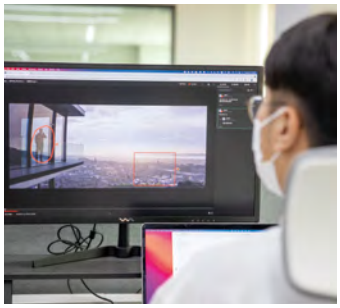
구로 6기

㈜이미지블

임현균 대표

크리에이티브 커뮤니케이션을 위한 협업 툴

다량의 광고와 콘텐츠가 생산되는 지금, 콘텐츠 프로바이더와 클라이언트의 효과적인 커뮤니케이션이 어느 때보다 중요하다. 이미지블은 크리에이티브 창작 과정을 체계적으로 관리할 수 있는 협업 툴을 개발한다.







Question

01. 이미지블의 설립 배경은 무엇인가?

02. 이미지블 서비스의 특징과 강점은 무엇인가?

03. 창업 과정에서 어떤 어려움을 겪었나?

04. 올해 매출 및 앞으로의 계획은 어떠한가?

홈페이지 www.imgibble.com

Answer

01. 모바일 광고 업체 제작을 하면서 배너 및 광고 크리에이티브 작업의 협업 과정이 매우 비효율적이라는 사실을 발견했다. 특히 다양한 종류의 협업 소프트웨어가 생겨나는 가운데 영상 등 광고 크리에이티브 작업을 위한 커뮤니케이션 및 협업 서비스가 부재한 점에 착안해 사업을 시작하게 되었다. 초기에는 이미지 작업만 하다 이제 영상을 포함한 버전으로 영역을 확대했다.

02. 영상 및 크리에이티브 관련 프로젝트 커뮤니케이션의 비효율적인 작업 과정을 줄이고, 작업 시간을 크게 단축시킬 수 있다. 영상의 경우 특정 시점(타임코드)에 피드백을 남길 수 있고, 이미지는 확대 및 축소를 통해 정확한 메시지를 남길 수 있는 등 직관적인 피드백이 가능하다. 또한 메신저와 비슷한 채널 구조로 되어 있어 피드백을 체크리스트로 활용하거나 작업 단계별로 각 자산을 관리할 수 있다. 히스토리 및 버전 관리도 가능하다.

03. 국내에는 구독형 기업 소프트웨어 서비스Software as a Service, SaaS 시장이 활성화되지 않아 적절한 멘토, 투자자 등의 도움을 받기 쉽지 않았다. 이러한 사내 SaaS 도입에 대한 인식 부족이 때로는 사업 확장의 걸림돌이 되기도 한다. 소프트웨어의 핵심은 일하는 과정을 효율적으로 만들어주는 것이다. 하지만 필드에서 미팅을 하다 보면 아직도 많은 회사들이 유료 소프트웨어 도입에 따른 지출보다는 노동력과 시간 리소스에 더 투입하는 방향을 선호한다는 것을 체감한다. 소프트웨어의 도입에 열린 문화가 되기를 희망한다.

04. SaaS 서비스의 경우 구독 관련 매출 지표인 연간반복매출Annual Recurring Revenue, ARR이 핵심성과지표KPI인데 올해는 약 4억 원 정도를 달성하는 게 목표다. 오디오 등 지원 크리에이티브의 종류를 늘리고, 모바일 환경에서 보다 편리하게 사용할 수 있도록 서비스를 고도화하고 있다. 국내를 넘어 일본 및 동남아를 시작으로 글로벌 시장으로 진출할 예정이다.

중소기업의 성장 동력 M&A에서 찾아라

중소기업의 생존 전략이자 성장 전략으로서 M&A는 매우 필요한 경영 전략이다. 하지만 아직 우리나라의 경우 M&A가 주로 대기업에서만 이뤄질 뿐 활성화되지 않은 상태다. 정부는 스타트업과 벤처기업 등의 M&A 확대를 위해 지원을 강화하고 있다.





2021년 상반기 국내 기업 M&A 현황

인수 형태	인수사	피인수사	배경
중소기업 → 중소기업	무신사	29cm(에이플러스비)	고객 카테고리 확대 및 플랫폼 고도화
		스타일쉐어	
중소기업 → 중견기업	한앤 컴퍼니	남양유업	남양유업이 가진 기술력 기반으로 이미지 제고 및 실적 반등 기대
	성정	이스타항공	이스타항공: 비상 경영 체제와 기업회생 절차 진행 성정: 관광객 유치를 통한 종합 레저 기업으로의 도약
대기업 → 중소기업	카카오	지그재그	이커머스 사업 분야 강화
	신세계	W컨셉 (더블유컨셉코리아)	이커머스 사업 분야 강화
	KT	뱅크샐러드	마이데이터 사업 면허 및 핀테크 개발 인력 확보로 금융데이터 사업 강화
	카카오 게임즈	세나테크놀로지	스포츠 커뮤니케이션 플랫폼 영역 개척을 위한 발돋움
대기업 → 중소·중견기업	SK 에코 플랜트	환경시설관리 기업 (클렌코, 대원그린에너지, 새한환경, 디디에스)	친환경 신기술 활용 폐기물 처리 고도화·선진화를 통해 환경 기업으로의 도약
대기업 → 중견기업	호반건설	대한전선	안정적 수익, 해외 인프라 기대
	신세계	이베이코리아	이커머스 사업 분야 강화

자료 중소벤처24

현재 M&A는 기술 기반 기업(스타트업과 벤처기업)을 중심으로 확대되는 가운데 한국벤처캐피탈협회나 중소벤처기업부, 그리고 언론 자료에 의하면 신성장 동력이 필요한 대기업의 성장 전략으로서 기술 기반 중견·중소기업과의 인수·합병이 눈에 띄게 증가했다. 다른 한편으로 중견·중소기업의 기술 기반형 중소기업 인수도 눈에 띈다. 특히 온라인 플랫폼 인수에 박차를 가하며 이커머스 사업 분야를 강화하는 추세다.

M&A의 중요성과 필요성

현재의 기술적 변화 속도가 빠른 4차 산업혁명 환경에서 일정 규모 이상의 중견·중소기업과 대기업들은 글로벌 경쟁력 강화와 신성장 동력 발굴에 기술 기반 중소기업을 인수하는 M&A를 적극적으로 활용하는 분위기다. 기술 기반 중소기업의 경우 엑시트Exit 전략으로 M&A를 보다 적극 활용해야 한다. 최근 쿠팡의 상장으로 기업공개IPO를 통한 엑시트에 벤처 업계의 이목이 쏠렸지만, 실제 이런 경우는 극히 드물다. 스타트업이 가장 많이 만들어지고 성공하는 미국에서도

초기 투자를 받은 스타트업 중 IPO에 성공한 곳은 0.1%에 불과하다.

초기 투자를 받은 미국 스타트업 4곳 중 1곳이 엑시트에 성공하고, 이 중 97%는 M&A를 통해 엑시트한다. 반면 우리나라는 IPO가 전체 엑시트의 36.7%를 차지한다. M&A로 투자금을 회수하는 기업은 0.5%에 불과하다. 엑시트 가능성을 높이는 건 스타트업의 원동력 확보와 직결된다. 만년 적자인 스타트업이 유니콘으로 성장하는 배경에는 엑시트에 대한 기대감이 있기 때문이다.

M&A 지원센터를 통한 M&A

M&A를 주관하는 기관 없이 회사 자체적으로 M&A 진행 시 자료 준비, 즉 매각정보 안내서[IM] 및 재무현황보고서 등의 준비는 필수적이다. 자료가 준비되지 않으면 거래 자체의 신뢰성 확보가 어려울 수 있으며, 여러 거래 상대방을 상대해야 할 경우 체계적·효율적 대응이 어렵기 때문이다.

이때 중소기업의 경우 M&A 지원제도를 이용하는 것이 바람직하다. 먼저 매출액 대비 연구인력개발비 투자 비중이 5% 이상인 중소기업은 전략적 제휴를 통한 M&A가 유리하다. 주식 교환을 통한 이익의 발생 부분에 대해서는 주식 처분 시까지 양도소득세의 과세를 이연받을 수 있기 때문이다.

기술혁신형 내국 법인의 경우 2021년 12월 31일까지 합병된 법인이 인수한 법인에 지급한 양도가액 중 기술가치평가액에 따라 100분의 10에 상당하는 금액을 해당 사업연도에 공제해준다. 물론 한시적인 제도지만 이를 활용해보면 효과적인 M&A를 진행할 수 있다.

TIP. M&A 진행 시 전략적 프로세스

Step 1. 명확한 동기

M&A를 하려는 동기가 있어야 한다. 즉, '왜 M&A를 해야 하는가?'에 대한 물음이 있어야 하고 어떤 대상을 인수할지에 대한 명확한 동기가 있어야 한다.

Step 2. 전략 수립

동기를 파악했다면 어떻게 해야 하는지 전략을 수립하는 것이다. 인수·합병 추진안을 수립하고 기업 성장을 위한 중점 분야를 선정하며, 객관적인 내부 능력에 대해 검토하고 실무 추진팀을 구성해야 한다.

Step 3. 목표 기업 선정

해당 산업에 대한 트렌드 분석, 그리고 기업에 대한 경쟁력 요소를 잘 파악해 M&A의 대상 목표 기업을 잘 선정해야 한다. 이때 전문기관을 활용하는 것이 중요하다. M&A 교섭을 시작하고 대상 기업에 대해서 가치평가를 한다. 가치평가를 할 때는 회사가 제시한 자료를 근거로 가치를 평가하지만 현금흐름할인법[DCF] 방식으로 할지, 순자산가치[NAV](=청산가치) 방식으로 할지 등 방식의 차이가 있으므로 그에 대해 미리 사전적 합의를 해야 한다.

Step 4. 실사 후 배타적 교섭권

이후 실사를 거치게 되는데 3~6개월 동안 일정 기간에 서로가 배타적 교섭권을 가져야 한다. M&A 진행은 거래 상대방은 새로운 사업에 발을 들여놓는 시발점이 되는 경우가 많으므로 거래 상대 회사의 의사결정이 3개월 이상 길어지는 경우도 많다. 이러한 상황을 충분히 이해해야 상대 회사를 재촉하는 상황이 줄어들 수 있다. 구조조정이 진행 중인 기업의 경우 급한 마음에 상대 회사를 자꾸 재촉하는 경우가 있는데, 이는 오히려 거래를 방해하는 요소로 작용할 수 있다.

M&A 지원센터

기관	홈페이지
기술보증기금	www.kibo.or.kr
㈔벤처기업협회	www.venture.or.kr
삼일회계법인	www.pwc.com/kr
㈔한국중견기업연합회	www.fomek.or.kr
신용보증기금	www.kodit.co.kr
㈔한국M&A협회	www.mna.or.kr
IBK기업은행	www.ibk.co.kr
㈔한국벤처캐피탈협회	www.kvca.or.kr
㈔한국M&A투자협회	www.mnai.kr

자료 중소벤처24



김경환
성균관대 글로벌창업대학원장(교수)
창업지원단 부단장, (재)아셈중소기업친환경혁신센터 이사로 활동 중이이다.
한국기술거래소 M&A 사업본부장, 전 산업클러스터 학회장 등을 역임했다.

인도네시아, 한국과의 협력 방향은?

인도네시아 인구는 세계 4위이며, 경제 성장도 다른 동남아시아 국가를 압도한다. 그만큼 역동적인 변화가 예상되는 가운데 인도네시아는 해외에 문을 열며 투자를 적극적으로 유치하고 있다.

PHOTO **한경DB**



'한-인도네시아 CEPA서명식' 한국과 인도네시아는 2020년 12월에 한-인도네시아 CEPA 협약을 체결했다.



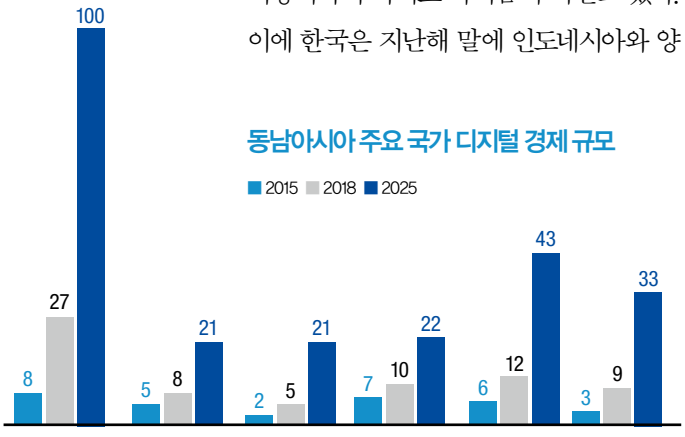
아세안 국가 중 인구 규모가 가장 큰 인도네시아는 최근 디지털 경제가 급속히 성장하면서 잠재력이 큰 수출 시장이자 투자지로 다시금 주목받고 있다. 이에 한국은 지난해 말에 인도네시아와 양자 간 포괄적 경제동반자 협정CEPA을 정식 서명하고 올해 내에 발효할 예정이다.

인도네시아는 2020년 기준 인구 2억7,300만 명으로 세계 4위다. 인도네시아 통계청에 따르면 올해 초 기준 Z세대는 전체 인구의 27.94%, 밀레니얼 세대는 25.87%로 둘을 합치면 총인구의 과반에 해당한다. 현재 그들이 인도네시아의 경제를 이끌어 가고 있다.

디지털 경제 성장 1위, 투자 매력도 높아

인도네시아 시장에서 먼저 주목할 부분은 디지털 경제의 활성화다. 아세안 지역의 디지털 경제는 코로나19 이전에도 세계에서 가장 빠른 성장세를 보였다. 인도네시아의 인터넷 이용자는 2019년 기준 1억5,000만 명을 넘어섰으며, 2020년에는 37%의 디지털 소비자가 새로 유입되었다. 2020년 인도네시아 디지털 경제 규모는 440억 달러로 아세안 최대이며, 앞으로도 매년 23%씩 성장할 것으로 추정된다. 디지털 경제로의 전환을 견인하는 대표적 특징 중 하나로 스타트업의 활성화를 빼놓을 수 없다. 인도네시아 스타트업은 2010년 이후 빠르게 성장해 현재 2,400여 개 기업이 활동하면서 '실리콘 발리Silicon Bali'를 형성했다. 인도네시아 정부 또한 ICT 기반의 스타트업 육성을 위해 '선 허용 후 규제'라는 '규제 샌드박스'를 도입하고 스타트업과 투자자에게 각종 세제 혜택을 제공해 왔다. 디지털 인구 유입의 증가로 전자상거래, 온라인 콘텐츠 시장 등 디지털 기반의 시장 매력도가 전반적으로 높아졌다. 이뿐만 아니라 디지털 은행과 대출, 결제 등 핀테크 영역은 금융 접근성이 낮은 인도네시아 특성상 큰 성장이 기대된다.

동남아시아 주요 국가 디지털 경제 규모



주 2025년은 전망치 **단위** 십억 달러 **자료** 구글 · 테마섹

Benefit

한-인니 CEPA 체결, 한국 경제 이점

지난 12월 18일에 한-인도네시아 CEPA 체결 후 국내 수출기업들의 이점이 많아진 상황이다. 한-인니 CEPA는 기존 한-아세안 FTA에 비해 2019년 수입액 기준 4.8%포인트, 품목 수 기준으로는 11.9%포인트나 개방 수준이 높다. 한-인니 CEPA 발효 시, 인도네시아는 한국 수입품목의 92.1%, 2019년 수입액 기준으로는 93.5%에 달하는 품목의 관세를 철폐하게 된다.

구체적인 품목별로 살펴보면, 플라스틱 및 고무제품과 자동차부품은 인도네시아 인구 및 소득 증가로 지속적인 성장이 기대되는 품목이다. 한-인니 CEPA가 발효되는 즉시 이들 품목에는 무관세가 적용되면서 해당 업종의 기업들이 수혜를 입을 것이다.

철강제품 역시 추가적인 관세 인하에 따른 수출 증가가 기대된다. 기존 한-아세안 FTA에서는 철강제품의 양허 수준이 대체로 낮았던 데다 최대 15%에 이르는 관세율이 적용되었는데, 한-인니 CEPA가 발효되면 7~15년간 단계적 철폐에 따른 관세 인하 효과가 나타난다. 특히 일본은 인도네시아와의 경제협력협정EPA 체결 시 도입한 특정용도면세제도User Specific Duty Free Scheme, USDFS 덕분에 자동차, 전기·전자 산업으로 일본산 철강을 공급하는 수입업자들이 무관세 혜택을 받아 왔다. 아직 구체적 시행 규정이 발표되지는 않았으나, USDFS 제도는 한-인니 CEPA에도 도입될 예정이다. 이 경우 그간 한-아세안 FTA상 양허에서 제외된 우리 고급 철강제품 중 특히 자동차용 강판(냉연, 열연, 도금강판), 전자제품 소재 강판(도금강판) 등 총 104개(2억5,000만 달러) 품목이 즉시 무관세 혜택을 받을 수 있을 것으로 전망된다.

인도네시아 수출 5대 품목



석유제품
1,101



철강판
673



합성수지
558



편직물
404



반도체
390

주 2019년 기준 **단위** 백만 달러
자료 한국무역협회

Point

인도네시아 진출 시 알아두어야 할 사항

인도네시아 정부는 외국인 투자 유치를 늘리기 위해 외국인 지분 제한 규제 완화, 법인세 면제 등 다양한 정책을 시행하고 있다. 2020년 11월에 제정된 일명 '옴니버스법'도 외국인 투자 확대 및 이를 통한 일자리 창출 정책의 일환이다. 올해 2월 외국인 투자 개방 사업 분야를 상세히 규정한 대통령령 제10호 규정이 공포되었는데, 인도네시아 진출을 염두에 둔 기업이라면 눈여겨볼 필요가 있다. 이미 인도네시아와 무역 및 투자 관계가 있는 기업들은 연내 발효 예정인 한-인니 CEPA를 전략적으로 활용하고, 빠른 속도로 성장하고 있는 디지털 경제를 기회로 삼아야 할 것이다.

인도네시아와의 무역 및 투자 확대에 있어 강점과 기회만 존재하는 것은 아니다. 인도네시아는 인구의 약 87%가 무슬림이고, 음식, 예절 등 사회 문화적 요소가 매우 다양한데, 이러한 국가 고유의 특성이 무역 및 투자 전략을 수립할 때 적절히 고려되어야 한다. 또 인터넷 이용 인구가 증가했지만, 디지털 인프라 확충 및 개선이 요구되는 상황이라는 점도 염두에 두어야 한다.

마지막으로, 세계적으로 보호무역주의 기조가 강화되면서 인도네시아도 한국과 같은 수출국을 대상으로 반덤핑, 세이프가드 등 무역구제 조치를 다수 발동하는 추세다. 인도네시아 또한 세계 주요국으로부터 무역구제 조치의 타깃이 되고 있으며, 2020년 한 해 동안 미국과 인도에서는 인도네시아를 상대로 각각 6건, 4건의 반덤핑 조사를 개시한 바 있다. 아세안 직접투자가 급증하면서 인도네시아를 상대로 한 제3국 경유 유형의 우회 덤핑 조사 리스크도 존재한다. 인도네시아와 무역 및 투자 관계가 있거나 추진 중인 기업이라면 인도네시아 안팎으로 취해지는 무역구제 조치 현황에 대해서도 주의를 기울여야 한다.



김경화
한국무역협회
통상지원센터 수석연구원
서울대 국제대학원 박사로
KPMG 삼정회계법인
차장을 거쳐 한국무역협회
통상지원센터
수석연구원으로 근무 중이다.

2021 하반기 중소기업 경영 이슈와 정책 방향

백신 접종이 시작되면서 전 세계 경기가 빠르게 회복되던 중 델타 변이와 원자재 가격 상승, 금리 인상 등의 리스크 요인이 부상하며, 하반기 경제의 불확실성을 가중시키고 있다.

PHOTO **한경DB**

2021년 하반기 세계 경제가 예상보다 더 빨리 코로나19 충격에서 회복되면서 인플레이션, 금리 인상 등의 부작용을 불러와 새로운 리스크 요인이 되고 있다. 산업 측면에서는 비대면·디지털 산업과 함께 서비스·비내구재 업종 등이 회복되고 있다. 국내 중소기업 경기는 국내외 경제의 빠른 회복과 함께 일부 개선되고는 있으나, 대기업과 중소기업 간 격차가 여전하고 업종, 지역, 규모 등에 따라 중소기업 간에도 양극화 현상이 두드러진다.



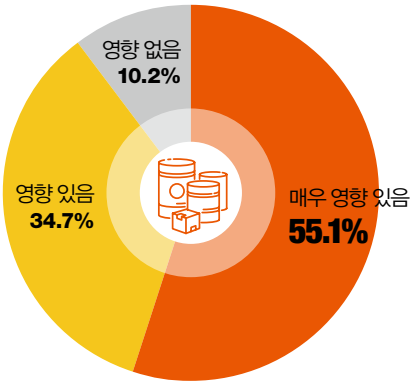
경기 회복에 찬물을 끼얹은 원자재 가격 상승 전 세계적 경기 회복에 따른 수요 증가로 원자재 가격이 상승해 중소기업들의 영업이익 손실이 불가피해졌다.

국내외 경기와 연동해 2021년 하반기 중소기업 경영 측면에서 가장 우려되는 요인은 원자재 가격과 금리 상승이다. 제조업, 건설업 등 재료비 비중(각각 47.2%, 30.8%)이 높은 업종, 특히 1차 금속과 같이 재료비 비중이 60.8%에 달하는 업종과 대기업 협력 중소기업은 원자재 가격 상승을 납품 단가에 반영하는 데 한계가 있어 어려움이 예상된다. 한국은행의 기준금리 인상 예고 등으로 인한 하반기 시장금리 상승 요인도 코로나19 충격으로 회복하지 못한 중소기업에게 어려움을 가중시킬 전망이다.

원자재 가격 상승, 중소기업 직격탄

IBK경제연구소에서 지난 6월 실시한 '코로나19 회복과 원자재 상승에 따른 중소제조업 이슈 조사' 설문 결과를 살펴보면, 중소제조기업의 절반 이상(56.4%)이 코로나19 이전 상황으로 경기가 회복되는 시점을 2022년으로 전망하고 있다. 경영 회복에 미칠 가장 중요한 외부요인으로 원·부자재 가격 인상(70.9%)을 꼽았다. 이에 따라 중소기업들은 하반기 경영 회복을 위해 원가 절감 등 비용 관리 강화(55%)를 최우선 전략으로 추진할 계획이다. 금융기관에 희망하는 지원책은 금리 인하, 대출 연장 등 융자 조건 완화가 68.5%로 가장 높았고, 추가적인 유동성 공급도 40.4%의 중소기업이 요구했다. 실제로 원자재 가격 상승이 경영에 영향을 미쳤다고 응답한 기업 비율이 89.8%에 해당했다. 상승한 원자재 가격을 반영하지 못하고 제품 가격을 현 상태로 유지할 경우 영업이익이 19.8% 감소한다는 응답이 나왔다.

원자재 가격 상승에 따른 영향



자료 IBK경제연구소

소상공인·중소기업 다각적 지원 마련

정부는 코로나19로 어려움을 겪는 소상공인·중소기업의 경영 회복을 위해 추경을 통해 2021년 하반기에 4조8,000억 원을 지원할 방침이다. 소상공인 손실보상 제도화, 소상공인 희망회복자금, 청년희망사다리 패키지 및 폐업 지원, 지역상권 지원 대책을 중심으로 추경예산을 집행할 것이다.

특히 '소상공인 지원법' 개정에 따라 집합금지·제한조치로 인해 법 공포 이후 발생한 소상공인의 손실을 보상하는 소상공인 손실보상 제도는 하반기 가장 핵심적인 정책 지원 수단이다. 현재 이 제도는 심의위원회를 거쳐 보상 대상에 중소기업도 포함이 가능하다고 하니, 중소기업들은 제도에 대한 자세한 내용을 확인해볼 필요가 있다.

지난 7월 정부는 추경예산 집행과 더불어 국내외 경기 회복세에 발맞춰 중소벤처기업 지원을 위한 하반기 경제정책 운영 방안을 발표했다. 10대 분야로 구분해 소상공인·중소기업을 위한 법제도 개선 과제와 혁신성장 지원을 위한 투·융자 금융지원 등을 포괄하고 있다. 또 수출 중소기업의 물류 애로를 해소하고, 중소기업 ESG경영 지원에 대한 분야가 새롭게 추진되는 정책으로 눈여겨볼 만하다. 다만, 앞서 2021년 하반기 중소기업 경영 이슈로 부각된 원·부자재 가격 상승에 따른 중소기업 애로에 대한 정부의 추가적 고민은 필요해 보인다.

2021년 중소벤처기업부 하반기 경제정책 운영 방향

분야	주요 정책 내용
소상공인 맞춤형 패키지	• 소상공인 손실보상 제도화 • 기존 피해 소상공인에 대한 차등 현금 지원 • 노란우산 신규 가입 지원 및 긴급자금 공급 확대
폐업 소상공인 지원 및 소상공인 경쟁력 강화	• 브릿지 보증 지원 확대 • 폐업 점포 재도전 장려금 지원 대상 확대 • 소상공인 크라우드펀딩 시범사업 등 포스트 코로나 시대 소상공인 경쟁력 강화 지원
CVC, 복수의결권 등 벤처육성 제도적 기반 확충	• 일반 지주회사의 기업주도형 벤처캐피털CVC 제한적 보유 허용 시행 • 비상장 벤처기업의 복수의결권 제도 입법화 추진 • 벤처기업 주식매수 선택권 제도 개편 검토 • '벤처기업법' 일몰기한 폐지 및 지원 제도 전면 재정비 등
혁신 분야 창업 지원 및 국내 벤처 생태계의 글로벌화 추진	• 신산업 창업 촉진을 위한 세부 시행규정 마련 • 콘텐츠 스타트업의 자금 지원 강화 • 2,000억 원 이상의 글로벌 투자펀드 조성 • 해외 진출 엑셀러레이팅 지원 확대
내수 진작 3대 패키지	• 온누리상품권 3,000억 원 추가 발행 • 전통시장 활성화를 위해 '시장 가는 날' 지정 및 혜택 확대 • 대한민국 동행세일 비대면 추진
규제자유특구 안착 및 확대	• 하반기 특례기한 종료되는 39개 실증사업 규제법령 신속 정비, 사업 중단 방지를 위한 임시허가 전환·특례연장 병행 • 특구 실증성과의 사업화 촉진을 위한 자금, 판로 등 연계 지원 강화
제조업의 디지털 전환	• AI, 데이터 기반의 제조 혁신 및 제조 스마트화를 위한 가이드라인 마련 • 스마트공장 선도 모델 확산을 통한 미래 비전 제시 • R&D를 통한 스마트 제조 선도 모델 확산 지원
청년 창업 및 재직 청년 지원	• 역동적인 청년 창업 생태계 조성을 위한 단계별 지원 강화 • 중소·중견기업 재직 직원의 목돈 마련을 위한 지원 지속 강화
수출기업의 물류 애로 해소	• 민관 합동 수출입 물류 종합대응센터 운영 • 중소·중견기업 화주 중심으로 선적 공간 확보 등 지원 • 운임 급등에 따른 수출 중소기업 물류비 지원 강화
중소기업 ESG 확산	• ESG 관련 정보를 집약적으로 제공하는 정보 플랫폼 구축 • 중소기업 대상 ESG경영 컨설팅 및 교육 강화, ESG경영 우수 기업에 대한 인센티브 마련

자료 중소벤처기업부

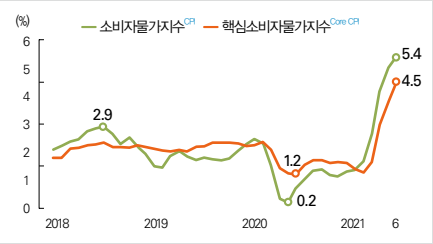


서경란
IBK경제연구소
중소기업·산업연구실장
현 대통령 직속
4차산업혁명위원회 위원,
전 청와대 중소벤처비서관실
행정관으로 일했다.

한눈에 읽는 경제 동향

USA

소비자물가지수



주 전년 동월 대비 **자료** 미국 노동통계국BLS

6월 소비는 양호하나, 공급망 차질이 지속되며 생산은 부진, 소비자물가는 13년 만에 최고치

소매판매는 시장 예상치(–0.3%)를 상회하며 전월 대비 0.6% 증가했다. 가장 큰 비중(21.3%)을 차지하는 자동차 및 부품 판매(–2.0%)가 자동차 공급 차질로 감소했음에도 증가 전환하며 소비심리가 회복 중이다.

※ 소매판매(%, 전월 대비): 7.6(2021.1) → –2.9(2) → 11.3(3) → 0.9(4) → –1.7(5) → 0.6(6)

※ 업종별(%, 전월 대비): 백화점 5.9, 가전 3.3, 의류 2.6, 음식서비스 1.8, 건축자재 –1.6, 자동차·부품 –2, 가구 –3.6 등

※ 소비자심리지수(pt, 1985=100, 콘퍼런스보드): 87(2021.1) → 115(3) → 120(5) → 127(6)

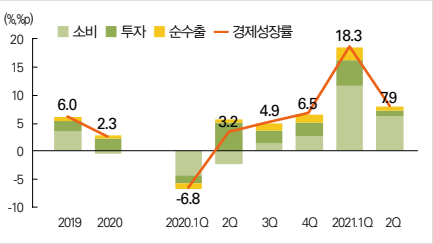
산업생산은 전월 대비 0.4% 증가하며 증가세가 둔화했다. 이는 반도체 부족에 따른 자동차 및 부품(–6.6%) 생산 차질이 지속되면서 제조업 생산(–0.1%)이 부진했기 때문이다.

※ 산업생산(%, 전월 대비): 1.1(2021.1) → –3.1(2) → 2.7(3) → 0(4) → 0.7(5) → 0.4(6)

이러한 공급망 병목현상의 지속과 경제활동 재개에 따른 수요 증가로 6월 소비자물가는 전년 동월 대비 5.4% 증가하며 약 13년(5.4%, 2008.8월) 만에 최고치를 기록했다.

China

경제성장률 및 성장 기여도



주 전년 동기 대비 **자료** 중국 국가통계국

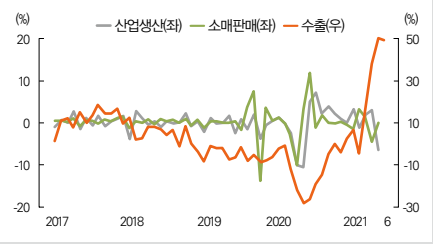
2분기 경제성장률은 전년 동기 대비 7.9%, 5분기 연속 플러스 성장 기록

2021년 2분기 경제성장률은 전년 동기 대비 7.9%로 코로나19 확산 여파로 마이너스 성장을 기록했던 2020년 1분기(–6.8%) 이후 5분기 연속 플러스 성장을 시현했다. 다만 기저효과 완화, 5월 광둥성 등을 중심으로 한 지역 감염 확산으로 인해 전분기 대비(18.3%) 성장 폭은 크게 축소되었다.

6월 주요 경제지표도 대체로 견조한 흐름을 보였다. 생산, 소비, 투자는 증가세는 소폭 둔화되었지만 여전히 양호한 흐름이며, 수출은 전월보다 증가 폭이 확대되었다. 산업생산은 제조업 생산(8.7%) 호조세 지속으로 전년 동월 대비 8.3% 증가했고, 소매판매는 화장품(13.5%), 통신기기(15.9%) 등에서 늘어 전년 동월 대비 12.1% 증가했다. 고정자산투자도 전년 동월 대비 12.6% 늘었다. 수출은 아세안(33.1%), EU(27.2%) 등에서 늘어 전년 동월 대비 32.2% 증가했다.

Japan

산업생산·수출·소매판매



주 전월 대비, 수출은 전년 동월 대비 **자료** 일본 경제산업성·재무성

방역조치 장기화 영향으로 경기 회복 지체

일본의 5월 산업생산은 전월 대비 6.5% 줄며 3개월 만에 감소 전환했다. 이는 글로벌 반도체 공급 부족과 3월 발생한 일본 반도체 기업 르네사스 일렉트로닉스사의 공장 화재로 인해 자동차 생산(–19.4%)이 크게 줄어든 영향이다. 또한 3차 긴급사태 선언(4.25~6.20일)으로 내수 부진이 이어져 5월 소매판매는 전월 대비 0.3% 감소했다. 코로나19 확산세가 지속되며 긴급사태 선언 등 방역 조치 장기화로 불확실성은 지속될 전망이다.

※ 산업생산(%, 전월 대비): 3.1(2021.1) → –1.3(2) → 1.7(3) → 2.9(4) → –6.5(5)

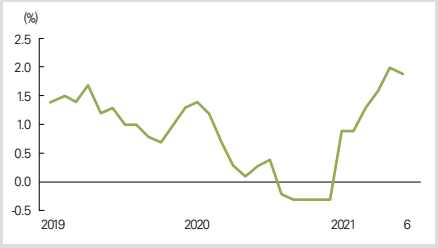
※ 소매판매(%, 전월 대비): –1.7(2021.1) → 3.1(2) → 1.2(3) → –4.6(4) → –0.3(5)

6월 수출은 글로벌 경기 회복에 따른 해외 수요 증가로 전년 동월 대비 48.6% 증가하며 4개월째 두 자릿수 증가율을 기록했다. 업종별로는 자동차(102.8%) 및 자동차부품(114.8%) 등에서 크게 늘었고, 지역별로는 對미국(85.5%), 對EU(51.1%)에서 늘며 회복세를 견인했다.

※ 수출(%, 전년 동월 대비): 6.4(2021.1) → –4.5(2) → 16.1(3) → 38.0(4) → 49.6(5) → 48.6(6)

Eurozone

소비자물가지수



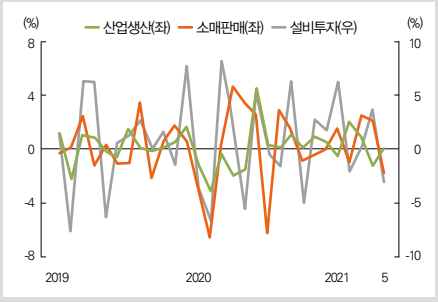
주 전년 동기 대비 **자료** 유로스타트Eurostat

인플레이션 우려 지속, ECB는 완화적 통화정책 유지

지난 5월, 소비자물가지수 상승률(전년 동기 대비)이 2018년 10월 이후 31개월 만에 처음으로 2%대를 기록한 이후, 6월에도 1.9%로 여전히 높은 수준을 유지하면서 인플레이션에 대한 우려가 본격화되는 모습이다. 이러한 흐름을 반영해 유럽중앙은행ECB도 올해 인플레이션 전망을 0.4%포인트 상향(6월)했고, 인플레이션 목표도 종전의 '2%보다 약간 낮은 수준'에서 '2%'로 변경(7월)했다. 그럼에도 최근 물가 상승은 에너지 가격 급등(12.5%) 등에 따른 일시적 현상이며, 내년에는 물가 상승률이 낮아질 것이라는 ECB의 견해에는 변함이 없어 보인다. 실제로 에너지를 제외한 다른 부문의 물가 상승률은 0.8%로 안정세를 보였다. 이에 올해 중 금리를 인상할 가능성이 높을 것으로 관측되는 한국과 달리, 유로존은 테이퍼링이나 금리 인상과 같은 통화 긴축을 조기에 시행하지는 않을 것으로 예상된다. 하지만 독일 등 일부 회원국에서 인플레이션 압력에 대응이 필요하다는 주장도 있어 향후 통화정책이 어떤 방향성을 가질지 주목된다.

Korea

산업활동



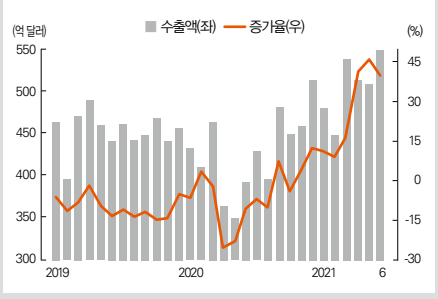
주 전월 대비, 계절 조정 **자료** 통계청

소비·투자는 다소 주춤한 반면 고용 개선은 지속

5월 전 산업생산은 광공업(−0.7%)과 서비스업(−0.2%)이 모두 감소했음에도 불구하고 백신 구입에 따른 공공행정(8.1%) 증가로 전월 대비 0.1% 증가했다. 제조업은 반도체 수급 차질로 자동차 조업이 중단되며 자동차 중심으로 생산(−1.0%)과 출하(−0.2%)가 감소했고 재고(0.1%)는 소폭 늘었다. 평균가동률(73.8%)은 전월 수준을 유지했다. 설비투자는 기계류(−3.0%), 운송장비(−4.5%)가 모두 줄며 전월 대비 3.5% 감소했다. 소매판매도 의복, 신발 등 준내구재(−8.8%) 소비가 기저 영향으로 전월 대비 1.8% 감소했다.

6월 취업자 수는 전년 동월 대비 58만2,000명 늘며 전월에 이어 회복세를 이어가고 있다. 업종, 연령, 종사자 지위 등 여러 부문에서 개선세가 뚜렷하지만, 1년 이상 지속된 방역 여파로 고용원이 있는 자영업자(−8만4,000명)와 도소매업(−16만4,000명) 등 일부 산업의 고용 부진은 지속되는 모습이다. 15세 이상 고용률(61.3%)은 전년 동월 대비 0.9%포인트 증가했으며, 실업률(3.8%)은 전년 동월 대비 0.5%포인트 하락했다.

수출



주 전년 동월 대비 **자료** 관세청

6월 수출 39.8% 증가, 수출액 4개월 연속 500억 달러 돌파

6월 수출은 전년 동월 대비 39.8% 증가하며, 8개월 연속 수출이 증가했고, 수출액 548억 달러로 6월 수출액 실적 중 1위를 기록했다.

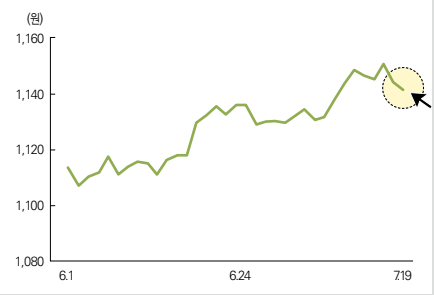
지역별로는 중국(14.3%)으로의 수출이 8개월 연속 증가했고, 미국(51.9%)과 EU(65.3%)로의 수출도 10개월 연속 증가했다.

품목별로는 반도체(33.8%) 수출이 2개월 연속 100억 달러를 돌파하며 12개월 연속 증가했고, 승용차(62%) 수출도 북미, EU 지역으로의 수출 호조 덕분에 6개월 연속 두 자릿수 증가율을 기록했다. 자동차부품(107.2%) 역시 호조세를 이어갔다.

7월 1~20일까지의 수출 역시 반도체, 승용차, 석유제품 등이 모두 크게 늘며 전년 동기 대비 32.8% 증가하는 등 수출 호조세가 이어지고 있다. 조업 일수를 감안한 일평균 수출은 전년 동기 대비 32.8% 증가했다.

Exchange Rate

원/달러 환율 동향



주 매매기준율 **자료** 한국은행

7월 원/달러 환율은 1,140원대 상회(2021.6.30일 1,130원→7.19일 1,141.1원)

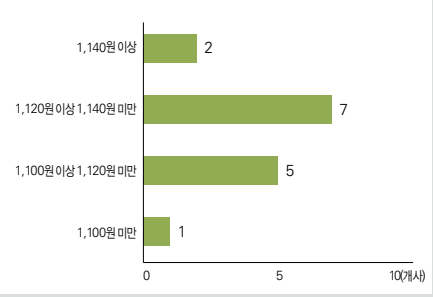
6월 1,130원으로 마무리했던 원/달러 환율은, 국내 코로나19 확진자 급증 및 미국 등 주요국 인플레이션 우려 같은 불확실성이 부상함에 따라 한때 1,150원을 돌파하는 등 빠르게 상승하는 모습을 보였다.

8월 원/달러 환율은 불확실성에 따른 상승 압력 속 높은 변동성 예상

국내외의 코로나19 재확산세가 당분간 진정되기 어려울 것으로 예상되고, 주요국의 인플레이션 우려도 지속적으로 제기되는 가운데 8월에도 불확실성은 여전히 외환시장을 자극할 것으로 보인다. 이에 따라 원/달러 환율은 1,150원을 상회하는 등 높은 수준을 유지할 가능성이 높다. 하지만 한국은행의 기준금리 인상 가능성, 위안화의 견조한 흐름 등이 하방 압력으로 작용해 1,140~1,150원대를 중심으로 상승과 하락을 반복하는 높은 변동성을 보일 수도 있다.

상승 요인	하락 요인
① 델타 변이 등 코로나19 확산세 지속 ② 주요국 인플레이션 우려	① 한국은행 금리 인상 가능성에 따른 원화 가치 상승 ② 견조한 위안화 흐름

주요 IB 환율 전망



주 2021년 3/4분기 말 **자료** 블룸버그

2021년 3/4분기 말 환율 전망은 1,119원

블룸버그에서 실시하는 주요 IB(15개사)의 2021년 3/4분기 말 원/달러 환율 전망은 평균 1,119원으로 조사되었다.

다만 '1,120원 이상 1,140원 미만'으로 전망한 IB가 웰스파고(1,120원)와 JP모건체이스(1,135원) 등을 포함해 7개사로 가장 많았다. '1,100원 이상 1,120원 미만'으로 전망한 IB는 바클레이스(1,110원) 등을 포함해 5개사로 다음 순으로 많았다.

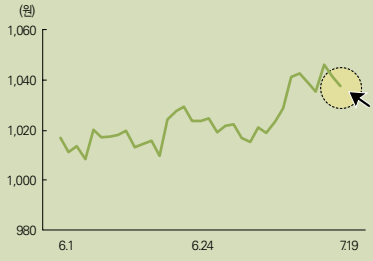
최소값은 1,075원, 최대값은 1,145원으로 나타났다.

2021년 4/4분기 말 환율 전망은 1,111원

2021년 4/4분기 말 원/달러 환율에 대해 주요 IB들은 평균 1,111원으로 전망했다. 환율 전망치의 최소값은 1,030원, 최대값은 1,150원으로 나타났다.

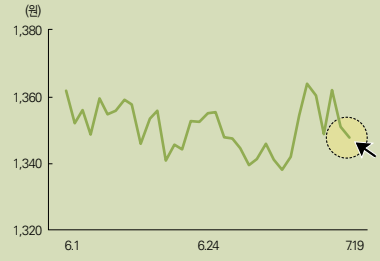
* 환율 전망 응답 시기: 2021.6.22.~2021.7.14일

원/100엔 환율 동향



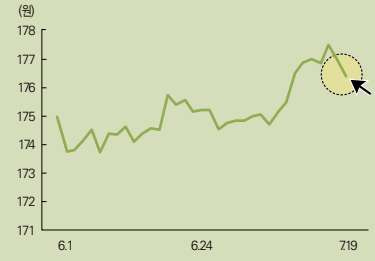
주 서울외국환중개 고시 기준 **자료** 한국은행

원/유로 환율 동향



주 서울외국환중개 고시 기준 **자료** 한국은행

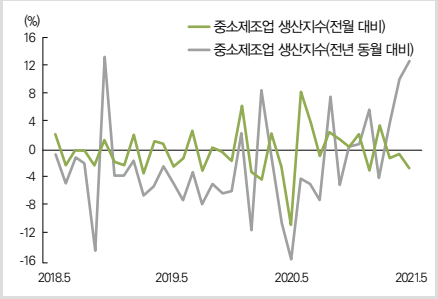
원/위안 환율 동향



주 매매기준율 **자료** 한국은행

Small Business Trends

생산



자료 통계청

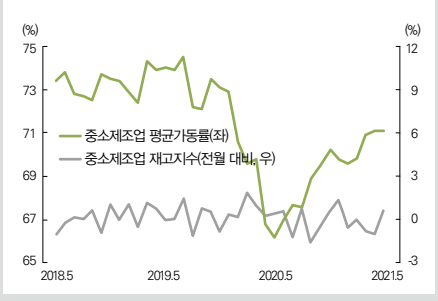
생산, 전월 대비 감소

2021년 5월 중소제조업 생산은 전월 대비로는 2.5% 감소했으며, 전년 동월 대비로는 12.6% 증가한 것으로 나타났다. 업종별*로는 전월 대비 반도체(5.3%), 전기장비(3.4%), 의료정밀광학(5.2%) 등에서 증가했으나, 자동차(–6.6%), 기계장비(–5.6%), 전자부품(–3.1%) 등에서 감소했다. 전년 동월 대비로는 반도체(26.9%), 자동차(32.1%), 기계장비(18.8%) 등에서 증가했으나, 기타 운송장비(–11.1%), 의약품(–3.2%), 영상·음향기기(–34.9%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

*업종별 생산증감률은 중소기업, 대기업을 모두 포함한 수치임.

*2020년 1월 생산자료, 연쇄지수 작성 방법에 따른 최근 가중치 변경 및 연간보정, 계절조정 작업으로 인해 2000년 이후 시계열이 변경되었음(통계청).

가동률 및 재고



자료 중소기업중앙회·통계청

가동률, 전월 대비 보합

2021년 5월 중소제조업 전체 평균가동률은 전월 대비 보합한 71.1%를 기록했다. 세부적으로는 소기업(5~49인)은 0.2%포인트 하락했고, 중기업(50~299인)은 0.3%포인트 상승했다.

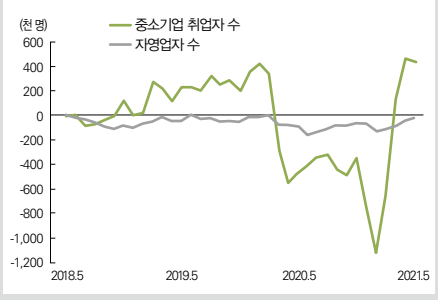
재고, 전월 대비 증가

2021년 5월 중소제조업 재고는 전월 대비 0.6% 증가했다. 업종별*로는 전월 대비 전기장비(6.8%), 화학제품(4.5%), 기계장비(1.4%) 등에서 증가했으나, 반도체(–9.5%), 자동차(–2.2%), 1차금속(–1.4%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

*업종별 재고증감률은 중소기업, 대기업을 모두 포함한 수치임.

*2020년 1월 재고자료, 연쇄지수 작성 방법에 따른 최근 가중치 변경 및 연간보정, 계절조정 작업으로 인해 2000년 이후 시계열이 변경되었음(통계청).

고용



주 전년 동월 대비

자료 통계청

취업자 수, 전년 동월 대비 증가

2021년 5월 중소기업* 취업자 수는 전년 동월 대비 44만5,000명이 증가했다. 세부적으로는 종업원 수 5인 미만 중소기업에서 21만4,000명, 5인 이상 299인 이하 중소기업에서 23만1,000명이 증가해 전체 중소기업 취업자 수는 2,472만4,000명으로 나타났다.

*중소기업은 종업원 수 299인 이하.

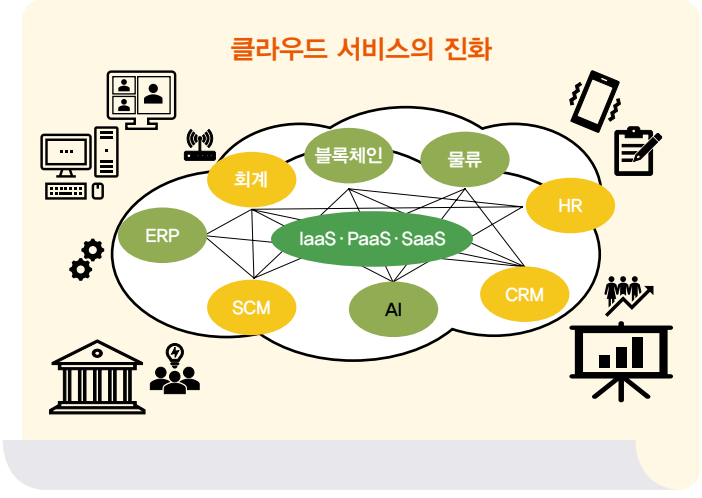
자영업자 수, 전년 동월 대비 감소

2021년 5월 자영업자 수는 전년 동월 대비 1만4,000명이 감소해 558만7,000명을 기록했다.



강소기업으로 가는 길 ‘클라우드 트랜스포메이션’

코로나19의 사회적 거리두기로 일상이 고립되거나 단절될 것 같았지만 그렇지 않았다. 정보기술로 사람과 사람, 그리고 사회와 연결되었다. 이것이 가능하게 된 데는 4차 산업혁명의 기술이 중심에 있다. 우리가 디지털 전환을 서둘러야 하는 이유로 그 첫걸음이 클라우드 도입이다.



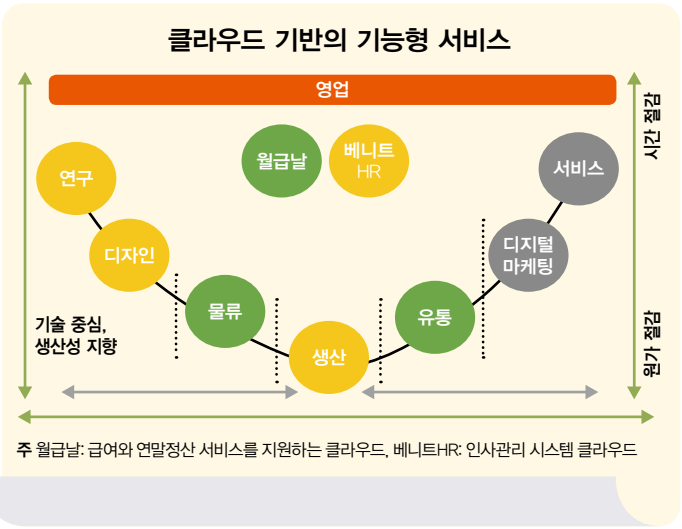
클라우드 전환, 디지털 트랜스포메이션의 시작

디지털 전환의 특징은 물리 환경과 가상 환경을 융합하는 온·오프의 믹스다. 실물경제는 가상경제를 만들고 다시 가상경제는 실물경제를 리드하고 있다. 이러한 환경 조성의 핵심은 클라우드 서비스다. 클라우드란 말 그대로 ‘정보기술의 다양한 자원을 하나의 전기, 수도와 같은 유틸리티로 사용하는 것’을 말한다. 내가 원하는 만큼의 컴퓨터를, 저장장치를, 네트워크를 또는 서비스를 사용한 만큼 지불하는 시스템이다. 서비스로 확장되면 전사적자원관리ERP 시스템, 고객관리CRM 시스템, 공급망관리SCM 시스템, 회계 시스템, 인사HR 시스템, 물류 시스템, 마케팅 시스템 등을 선택해 사용할 수 있게 된다.

그동안 대기업의 생산 원료 확보에서부터 완제품 제조 등의 수직적 업종 장악력, 제품 생산에서 물류와 유통 및 대리점, 직영점의 수평적 프로세스 완성의 장점이 각각 해체

되고 있다.

프로세스에서 해체된 기능들은 하나의 기업으로 발전해 클라우드 기반으로 다시 서비스된다. 대기업 조직은 팀 단위 혹은 셀 단위로 재편되고, 위계 중심의 상하관계가 수평적으로 변환되고 있다. 중소기업은 이러한 변화의 대응에서 우위를 점할 수 있게 되었고, 새로운 기회와 활용에서도 유리한 면이 생겼다. 예를 들면 IT를 클라우드 서비스로 전환하면서 정보기술 업무 담당자를 재배치하는 등의 일이 대기업보다 상대적으로 어렵지 않다. 따라서 중소기업은 손쉽게 핵심에 집중할 수 있다.



주 월급날: 급여와 연말정산 서비스를 지원하는 클라우드, 베니트HR: 인사관리 시스템 클라우드

핵심에 집중하고 비용을 절감한다

클라우드 서비스의 활용 덕분에 제한된 리소스를 가진 중소기업 본연의 핵심과 강점에 집중할 수 있게 되었다. 정보기술 시대에 맞는 환경을 구현하기 위한 시간적·기술적 노력과 인력 배치와 수급 문제가 자유로워진다. 언제 어디서나 필요한 만큼의 비용을 지불하기에 비용을 절감할 수 있다. 새롭게 대두되는 AI 개발 환경과 구현 또는 테스트도 서비스형 소프트웨어SaaS인 솔루션 클라우드를 통해 검증해볼 수 있다. 해외로 확장되는 다양한 서비스는 글로벌 클라우드로 쉽게 구현할 수 있다.

클라우드 시대의 중소기업은 스스로의 가치를 재정립할 필요가 있다. 지금의 시대는 제품에서 서비스로 전환되고 있기 때문이다. 새로운 가치에 맞는 제품 전략, 서비스 전략, 차별화 전략에 집중하고 클라우드를 통한 고객과의 직접 연결, 소비자와의 연결, 니즈의 연결이 더 중요한 시점이다. 이는 고객 맞춤형, 개인화 서비스를 만들 수 있고 보다 유연한 가격 정책을 구사할 수 있다.

클라우드를 활용하고 고객의 가치 서비스에 집중하고 있는 사례가 당근마켓이다. 당근마켓은 기존과 달리 소수의 인원으로 기업을 운영하며 본연의 가치를 재정립하면서 발전하고 있다. 기존의 중소기업도 마찬가지다. 클라우드를 활용해 자신의 핵심 사업을 강화하고 가치를 재정립해 변화에 대응하고 미래를 준비해야 한다. 그렇다면 대기업이 가진 대량 생산의 장점을 중소기업의 맞춤형 생산의 강점으로 상쇄하며 고객을 직접 관리해 나갈 수 있다.

코로나19로 앞당겨진 4차 산업혁명은 새로운 기술과 혁신적 서비스를 요구한다. 새로운 4차 산업혁명은 기존 질서가 재편됨을 의미한다. 새로운 질서와 서비스의 출현은 기존 시장의 진통을 수반한다. 중소기업의 뉴노멀은 디지털 전환의 도전과 응전 속에서 발전하게 된다. 그 기회의 출발점은 클라우드 트랜스포메이션일 것이다.



최형광 숭실대
AI-SW융합학과 교수
숭실대 AI-SW융합학과, 소프트웨어학부에서 강의 중이며 4차 산업혁명의 비즈니스 모델 및 관련 기술에 대한 연구와 자문을 수행하고 있다.

근로시간 단축 청구권은 어떻게 대응해야 하나?

가족 돌봄 등 근로시간 단축 제도는 육아기 근로시간 단축의 경우와 같이 급여 수준에 비례해 감소할 수 있는 점 등에서 현재까지는 활용 빈도가 높지 않다. 하지만 전면 허용이 되면서 중소기업은 주52시간제와 함께 이중고를 겪을지도 모른다.



근로시간은 최초 근로계약 시 근로자와 사용자 간 합의에 의해 정해지므로, 이를 단축하기 위해서는 양 당사자의 의사 합치가 필요하다. 따라서 근로자가 근로시간 단축을 원한다 하더라도 사용자의 동의 없이 일방적으로 근로시간 단축을 요구할 수 없다. 다만, 모성 보호를 위한 '육아기 근로시간 단축'(남녀고용평등법 제19조의2), '임신기 근로시간 단축'(근로기준법 제74조 7항)과 같은 경우에는 근로자의 근로시간 단축 청구권이 인정되어 왔다. 최근에는 가족 돌봄 등을 위한 근로시간 단축 제도가 신설되어 적용되고 있어 해당 제도에 대한 세부 내용을 다뤄본다.

Q 근로시간 단축 제도의 구체적인 내용은 무엇인가요?

근로자가 가족 돌봄 등 특정 사유로 근로시간 단축을 신청하는 경우 사업주는 특별한 사정이 없는 한 허용해야 한다. 2020년부터 300인 이상 기업 및 공공기관에 적용되었으며, 2021년에는 30인 이상 300인 미만 사업장에 적용되었다. 2022년부터는 30인 미만 사업장에도 일률적으로 적용된다. 해당 제도의 주요 내용은 다음과 같다.

구분	주요 내용
청구 사유	① (가족 돌봄) 가족의 질병, 사고, 노령으로 인해 그 가족을 돌봐야 하는 경우 * 가족: 근로자의 조부모, 부모, 배우자, 배우자의 부모, 자녀, 손자녀 * 돌봄: 질병, 사고, 노령으로 한정(그 외 자녀 양육은 해당되지 않음) ② (본인 건강) 질병이나 사고로 인한 부상 등으로 자신의 건강을 돌봐야 하는 경우 * 신체 건강뿐만 아니라 정신 건강 등 포함 가능 ③ (은퇴 준비) 만 55세 이상의 근로자가 은퇴를 준비하기 위한 경우 * 사유: 재취업, 창업, 사회공헌 등 다양한 사유로 활용 가능 ④ (학업) 근로자의 학업을 위한 경우 * 학교 정규교육과정, 근로자의 자율적 직업능력개발훈련, 일정 자격 취득, 과정의 수료를 위한 교육과정 참여 등이 해당 * 독학, 단순 취미활동, 사업주 주도의 직업능력개발훈련은 허용되지 않음
사용 기간	• 최초 신청: 1년 이내 • 합리적인 이유가 있는 경우 추가 2년 연장 가능(1회 한정) (단, '학업' 사유는 연장 의무 제외)
단축 근로시간	• 주당 15~30시간으로 근로시간 설정

Q 단축 근로 신청을 거절할 수 있나요?

허용해야 하는 것이 원칙이나, 다음과 같은 경우에 사업주는 거부 사유를 서면으로 통보하고 신청을 거부할 수 있다. 대신, 해당 근로자에게 휴직을 사용하게 하거나 그 밖의 조치를 통해 지원할 수 있는지를 협의해야 한다.

① **계속근로기간이 6개월 미만인 근로자** 근로시간 단축 개시예정일 기준으로 재직 기간이 6개월 미만인 자에 대해서는 거부할 수 있다.

② **대체인력 채용이 불가능한 경우** 고용센터에 구인 신청을 하고 대체인력을 채용하기 위해 14일 이상 노력했으나 대체인력을 채용하지 못한 경우에는 거부할 수 있다. 다만, 센터의 직업소개에도 불구하고 정당한 이유 없이 2회 이상 채용을 거부하는 경우는 제외된다.

③ **사업 운영에 중대한 지장을 초래하는 경우** 업무 성격상 근로시간을 분할해 수행하기 곤란하거나 정상적인 사업 운영에 중대한 지장을 초래하는 경우로서 사업주가 이를 증명하는 경우에는 거부할 수 있다.

④ **이미 사용한 날로부터 2년이 지나지 않은 경우** 근로시간 단축 기간이 끝난 후 다른 사유로 다시 단축 신청을 하더라도 2년 이내에는 단축을 허용할 의무가 없다.

업무 성격상 근로시간 분할 수행이 곤란한 경우

대체인력 배치 등의 방법으로 근로시간을 분할해 업무를 수행하는 것이 곤란한 경우나 근로시간을 단축하면 업무 수행이 단절되어 사업의 계속적 영위가 곤란한 경우 등.

정상적 사업 운영에 중대한 지장을 주는 경우

근로자의 근로시간 단축으로 그 사업장의 업무능률이나 성과가 평상시보다 현저하게 저하되어 상당한 영업상 불이익을 가져올 것이 염려되거나 그러한 개연성을 엿보이는 사정이 있는 경우 등(기업의 규모, 업무량 증대, 근로자가 담당하는 업무 성질 등을 종합적으로 고려).

Q 어떠한 절차를 거쳐야 하나요?

근로자는 단축 개시예정일의 30일 전까지 사용자에게 신청서를 제출해야 한다. 근로 단축 개시예정일 전 30일을 남기지 않고 근로시간 단축을 신청한 경우 사업주는 신청일부터 30일 이내로 근로시간 단축 개시일을 지정해 허용할 수 있다.

근로 조건의 주요 부분이 변동되므로 임시적인 새 계약서를 작성하거나 부속서 형식으로 근로조건 일부를 변경하는 서면에 양 당사자가 서명토록 하는 방안 등을 거칠 필요가 있다(근로계약서 변경 절차). 사업주는 근로시간 단축을 신청한 근로자에게 해당 사유를 증빙할 수 있는 자료 제출을 요구할 수 있다. 한편, 가족 돌봄 등을 위한 근로시간 단축 기간은 종료 예정일이 정해져 있지만, 단축 기간 중이라도 종료해야 하는 사유가 발생하면 근로자는 복귀해야 한다.

Q 근로시간 단축 기간 중 근로 조건은 어떻게 정하나요?

해당 기간 동안은 '단시간근로자'에 해당하므로 근로시간에 비례한 근로 조건을 설정할 수 있다. 통상임금을 근로시간에 비례해 조정할 수 있으며, 연차휴가 또한 근로시간에 비례해 시간 단위로 발생시킬 수 있다. 해당 기간 중에는 연장근로를 요구할 수 없으나 근로자가 명시적으로 청구하는 경우에는 주12시간 범위에서 연장근로를 시킬 수 있다.

그리고 해당 기간은 평균임금 산정 기간에서 제외해 퇴직금 등 산정에 불이익이 없도록 해야 한다. 사용자는 단축 근무 요청 이유로 불리한 처우를 할 수 없다. 단축 기간이 종료되면 전과 같은 업무 또는 같은 수준의 임금을 지급하는 업무로 복귀시켜야 한다.



이재민
행복한일 노무법인 노무사
그룹사, 공공기관, 협회, 외국계, 금융권, IT·제조업, 서비스업, 노동조합 등 다수의 조직에 책임자문을 상시 수행하고 있다.



비대면 근무 환경 속 직원의 딥 워크를 위한 전략

생산적인 재택근무를 위해서는 직원들의 자발적인 업무 몰입과 참여를 높이는 것이 핵심이다. 직원의 업무 몰입도를 높이고 적극적인 참여를 이끌어내는 방법에 대해 알아보고자 한다.

재택 및 원격근무와 같이 비대면으로 일하는 것이 새로운 업무 방식으로 빠르게 자리 잡고 있다. 코로나19로 시작된 재택근무가 업무 효율 및 생산성 향상에 긍정적이라 생각해 비대면 근무를 적용하는 기업이 늘고 있다. 그런데 꼭 긍정적이기만 할까? 이동 시간 단축이나 사무실 운영 경비 절감 같은 비용적인 측면에서는 이득이지만 생산성에 영향을 미치는 직원들의 업무 몰입도를 따져본다면 효과는 물음표라고 할 수 있다.

몰입에 방해되는 요소들이 회사 내에서 함께 일을 할 때보다 훨씬 많기 때문이다. 그렇다면 비대면 근무 환경에서 직원들의 업무 몰입도를 높이려면 어떤 방법이 효과적일까?

How To 1 To-be를 강조하라

기업의 리더가 직원에게 업무에 몰입하라고 할 때, 몰입이라는 행동보다는 그런 행동을 하는 사람이 되라고 '정체성'을 강조하는 편이 훨씬 효과적이다. 미국 캘리포니아대의 행동심리학자 크리스토퍼 브라이언 교수 연구팀이 재미있는 실험을 수행했다. 연구팀은 실험 참가자들에게 거짓말을 하면 돈을 준다고 약속했다. 이때 한 그룹에는 "거짓말Cheating을 하지 마세요"라고, 다른 그룹에는 "거짓말쟁이Cheater가 되지 마세요"라고 말을 했다. 이때 어떤 말을 들은 그룹이 거짓말을 덜 했을까? 후자였다. '거짓말쟁이'라는 정체성을 강조한 그룹이 '거짓말'이라는 행동을 강조한 그룹보다 훨씬 거짓말을 적게 했다.

무엇을 강조하느냐에 따라 서로 다른 결과가 나온 것이다. 되어야 할 정체성To-be을 자극하는 것이 해야 할 행동To-do 그 자체를 자극하는 것보다 행동 변화의 효과가 크다는 것을 잘 보여주는 연구 결과다.

따라서 직원들이 업무에 몰입하게 만들려면 "몰입하세요"라고 행동 자체를 강조하는 것보다 "몰입하는 직원이 되어주세요"라고 정체성을 강조하는 편이 효과적이다. 이 방법은 몰입뿐만 아니라 다른 행동의 변화를 이끌어낼 때도 효과적이다. 예를 들어 직원들이 책임감을 갖고 일하기를 원한다면 "책임감을 가지세요"라고 말하는 것보다 "책임감 있는 직원이 되어주세요"라고 정체성을 자극하는 게 더 효과적이다. 이를 재택근무에 적극 활용하면 도움이 될 수 있다.

How To 2 일과 주거 공간을 분리하라

집에서 일하더라도 일하는 장소는 구분하게 하는 것이 업무 몰입에 효과적이다. 실제로 여러 재택근무 관련 조사에서 보면 업무 효율을 떨어트리는 데 환경적인 요인을 많이 꼽고 있다. 예를 들어, 서재나 거실의 일부 공간을 특정한 뒤 업무는 그 지정된 장소에서만 하도록 하는 것이다. 개인적인 일과 회사 업무를 같은 공간에서 처리하는 것은 우리 뇌에서 기억을 담당하는 해마에 부담을 주고, 몰입에도 방해가 되기 때문이다.

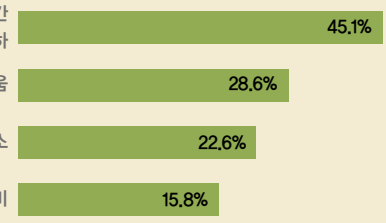
〈아내를 모자로 착각한 남자〉의 작가이자 유명한 신경과학자 올리버 색스Oliver Sacks는 아예 업무 종류별로 다른 장소에서 일하는 게 효과적이라고까지 말했다. 예를 들어 서로 다른 두 가지 프로젝트를 동시에 수행하고 있다면 집 안에서도 각 프로젝트를 수행하는 공간을 별로도 배정해 일하라는 것이다.

장소와 결합해 기억하는 해마의 작동 원리에 따라 다른 공간에 들어서는 것만으로도 이전 작업에는 뇌의 리셋 버튼이, 새로운 작업에는 스타트 버튼이 눌러지면서 보다 빠른 시간에 업무에 몰입해 생산성 향상이 가능해지기 때문이다.

How To 3 적절한 수행과제를 부여하라

몰입을 위해서는 적당히 도전적인 과제를 부여해야 한다. 우리 뇌는 자신의 능력보다 쉬운 과제를 수행할 때는 몰입하지 않고 딴생각을 하기 쉽기 때문이다. 뇌를 몰입 상태에 빠지게 하는 신경전달물질 중 하나로 노르에피네프린Norepinephrine이 있다. 집중력과 판단력을 높여 뇌의 활동을 비약적으로 상승시켜주는 물질이다. 이 물질이 분비되기 위해서는 적당한 긴장이 필요하다. 따라서 업무 몰입도를 높이고 싶다면 직원들의 현재 능력보다 조금 높지만 노력하면 충분히 달성할 수 있는 수준의 도전적인 과제를 부여하는 게 좋다. 뇌과학 연구에 따르면 자신의 능력보다 약 4% 정도 높은 일을 수행할 때부터 몰입 상태에 들어가게 된다고 한다. 다만 과제가 너무 어려우면 업무 수행 수준을 오히려 떨어뜨린다는 점을 주의해야 한다. 즉, 적당한 수행과제나 일정한 미션을 통해 리더가 직원들의 몰입도를 유지시켜줄 수 있도록 해야 한다.

재택근무 시 업무 효율성이 떨어지는 이유



주 복수 응답 **자료** 오픈서베이

비윤리적 행동 억제 실험



사람들에게 즉흥적으로 숫자를 선택하라고 물어봤을 때 대부분 짝수보다 홀수를 선택한다. 이 질문을 행동을 강조하는 A그룹과 정체성을 강조하는 B그룹에게 홀수와 짝수를 물어봤을 때 A그룹은 짝수와 홀수를 반반 정도로 대답하고, B그룹은 즉흥적인 대답과 비슷한 비율을 나타낸다. 즉, B그룹이 A그룹보다 비윤리적 행동 억제 가능성이 높다.



이수민 SM&J파트너스 대표
성균관대 법학과를 졸업하고 서울대 경영전문대학원에서 석사학위를 받았다. 현대경제연구원, 현대자동차에서 경력을 쌓고, 연구와 강의 중심 교육컨설팅사인 SM&J파트너스를 운영하고 있다.



기업구조조정 시 받을 수 있는 지원에는 무엇이 있나?

코로나19 이후 급변하는 경영 환경에 맞춰 기업들은 합병이나 법인 전환 구조조정과 같은 다양한 변화를 꾀하고 있다. 이때 기업이 받을 수 있는 세제 지원 제도에 무엇이 있는지 알아본다.

CASE 1 중소기업의 통합에 대한 양도소득세 등의 이월과세

Q **A대표는 갑(법인)과 을(개인)을 동시에 운영하는데 코로나19 등으로 운영이 부담되어 두 회사를 통합하려고 한다. 하지만 통합으로 발생하는 세금 문제로 계속 고민만 하고 있다. 과연 방법은 없는 것인가?**

A 중소기업(소비성 서비스업 제외) 간의 통합으로 인해 소멸하는 기업의 업무에 사용하던 사업용 고정자산을 통합 법인에 양도하는 경우 사업용 고정자산에 대한 양도소득세는 이월과세*된다. 양도세는 통합 법인이 매각할 때 납부해야 하고, 사업용 고정자산에 대한 취득세는 75% 감면되며, 소멸 법인의 대한 감면 승계 및 미공제 세액 승계가 가능하다. 지원 요건은 다음과 같다.

첫째, 통합으로 소멸되는 사업장의 사업주가 통합 법인의 주주여야 한다.

둘째, 사업자가 통합으로 취득하는 주식가액이 소멸하는 사업장의 순자산가액 이상이어야 한다.

셋째, 통합 법인이 소멸하는 사업장의 주된 자산을 모두 승계하고 사업의 동일성을 유지해야 한다.

넷째, 소멸되는 사업장은 설립한 후 1년이 경과되어야 한다.

유의사항 통합 법인이 소멸되는 중소기업으로부터 승계받은 사업을 5년 이내에 폐지하거나 통합으로 취득한 법인 주식을 5년 이내에 50% 이상 처분하는 경우 양도세 및 취득세 추징.

*** 이월과세**

소멸되는 사업장의 사업용 고정자산을 통합 법인에 양도하는 시점에 양도세를 과세하지 않고, 이를 양수한 통합 법인이 해당 자산을 양도할 때 소멸되는 사업장의 중소기업자가 부담할 양도세 상당액을 법인세로 납부하는 것.

CASE 2 사업 전환 무역조정지원기업에 대한 과세특례

Q **중소기업을 운영하는 C대표이사는 중국과의 FTA로 인해 매출에 큰 피해를 입어 다른 업종으로의 전환을 고려하고 있다. 오랫동안 하던 사업의 업종을 어쩔 수 없이 전환해야 하는데, 받을 수 있는 혜택이 있을까?**

A 무역조정지원기업*으로 지정된 기업이 업종을 전환하기 위해 종전 사업용 고정자산을 2021년 12월 31일까지 처분하고 1년 내에 전환 후 사업에 직접 사용할 사업용 고정자산을 대체 취득한 경우 종전 사업용 고정자산을 양도함에 따라 발생한 양도차익에 대해서 과세특례를 적용할 수 있다.
법인은 전환 전 사업용 고정자산을 양도함에 따라 발생한 양도차익에 대해 산출된 과세이연** 금액을 해당 사업연도에 익금불산입 하고 3년 거치, 3년 분할로 익금산입 한다. 개인은 전환 전 사업의 사업용 부동산의 양도가액으로 ▲전환 사업의 사업용 부동산을 취득하는 경우에는 양도차익에 대해 산출된 일정 금액을 과세이연 하고, ▲전환 사업의 기계장치를 취득하는 경우 사업용 부동산에 대한 양도세액을 최대 50% 감면받을 수 있다.

유의사항 사업 전환을 하지 않거나 전환 사업개시일로부터 3년 이내에 해당 사업을 폐업하거나 해산하는 경우 이자상당액(연 9.125%)을 가산해 법인세 또는 양도세를 납부.



*** 무역조정지원기업**

'무역조정지원에 관한 법률' 제6조에 의거 FTA 실행으로 인해 기업이 심각한 피해(직전 연도 동일 기간과 비교해 매출액 또는 생산량 등이 10% 이상 감소)를 입었거나 입을 것이 확실한 경우로 무역조정지원기업으로 신청해 지정된 기업.

**** 과세이연**

기업의 원활한 자금 운용을 위해 자산을 팔 때까지 세금 납부를 연기해주는 제도.

CASE 3 법인 전환에 대한 양도세 이월과세

Q **개인 회사를 운영하는 B대표는 매출처의 권유 및 절세를 고려해서 법인 전환을 하고 싶지만, 오랫동안 사업장으로 사용하고 있는 부동산의 양도세 부담이 커서 법인 전환을 계속 미루기만 하고 있다. 법인 전환 방법은 무엇일까?**

A 개인 기업(소비성 서비스업 제외)이 개인사업장의 순자산가액* 이상의 법인으로 전환함에 따라 현물 출자 또는 사업 양수·양도한 사업용 고정자산에 대한 양도세가 이월과세 된다. 개인에서 전환된 법인이 사업용 고정자산을 매각할 때 납부하고, 전환된 법인으로 사업용 고정자산의 명의 이전 시 취득세는 75% 감면(부동산 임대 및 공급업을 제외)되며, 소멸된 개인 기업의 잔존 기간에 대한 감면 승계 및 미공제 세액을 승계할 수 있다.
법인 전환에서 주의할 점은 새로 설립된 법인의 자본금은 기존 개인사업장의 시가로 평가한 자산에서 부채를 차감한 금액인 순자산가액 이상이어야 한다.

유의사항

1. 시가를 평가한 순자산가액 이상으로 설립된 법인의 설립등기일부터 5년 이내에 승계받은 사업을 폐지·승계 고정자산의 2분의 1 이상 처분(임대)하거나 법인 전환으로 취득한 주식을 50% 이상 처분 시 이월과세 된 양도세를 추징.
2. 5년 내 정당한 사유 없이 해당 사업을 폐업하거나 해당 자산(임대 포함) 또는 주식을 처분하는 경우 경감된 취득세 추징.



*** 순자산가액**

전환일 현재 시가로 평가한 사업용 자산의 합계액에서 사업 관련 부채(충당금 포함)의 합계액을 공제한 금액.



정현주 세무법인세일 화성지점 대표세무사
전 IBK기업은행 기업지원 컨설팅부 수석세무사로 근무하며 중소기업 가업승계 컨설팅을 100회 이상 진행한 바 있다.

강소기업 되려면 창의성·진취성·결실 있는 행동 삼박자 맞아야

일본 수출 규제는 오히려 우리나라의 염원인 '기술 독립'의 계기를 마련해주었다. 하지만 아직 우리나라에는 강소기업이 많지 않다. 작지만 강한 회사를 만들기 위해서 무엇이 필요한지 이야기해보고자 한다.



* 기업 경영을 일군 CEO의 사연을 공모합니다.
제출 및 문의 sh961443@hankyung.com

몇 년 전 일본 기업인이 우리 회사를 찾아왔다. 일본 화학 업체가 인천 가좌동의 작은 기업을 찾은 것은 놀라운 일이었다.

그 회사 대표가 방문한 이유는 한국에서 실제 지반을 단단하게 구축해주는 화학제품을 생산할 수 있는지 확인하기 위해서였다. 지인을 통해 샘플을 접한 뒤 물어물어 찾아왔다는 것이다. 현장을 확인한 뒤 우리 제품을 수입하기 시작했다. 일본은 한국보다 지반이 약해 건물 공사나 지하철 공사 때 지반을 강화해야 한다. 지반을 강화하는 것을 '그라우팅 공법'이라고 부르는데, 이때 우리 제품이 사용되고 있다.

필자가 창업한 영일화성은 중소기업이다. 종업원이래야 20명 정도지만, 우리는 '강소기업'이라는 소리를 듣는다. 1979년 창업 이후 40여 년이 흘렀지만 적자는 2008년 원자재 파동기에 단 한 번 냈을 뿐이다. 발명 특허 등 지식재산권을 17건 보유하고 있고, 앞서 말했던 것처럼 일부 제품은 일본으로 수출한다. 우리 회사가 작지만 강한 기업이라는 소리를 듣기까지에는 세 가지 이유가 있다.

첫째, 창의성이다.

기업이 지속적으로 성장·발전하기 위해선 현재에 충실해야 하는 것은 물론 미래 지향적인 의식 개혁과 창의력이 필요하다. 경쟁사보다 우월한 제품을 내놓기 위해선 창의적인 개발이 있어야 한다.

둘째, 진취적 사고다.

현대는 속도전의 시대다. 앞서가는 정보와 지식을 습득하고 이를 실현하고자 하는 진취적 사고 의식이 부족하면 경쟁 대열에서 뒤처질 수밖에 없다. 이를 뒷받침할 수 있는 진취적인 기업 문화가 필요하다.

셋째, 결실 있는 행동이다.

아무리 노력을 많이 해도 결실이 없으면 평가를 받기 어렵다. 이는 책상에서의 공부를 통해 나온 게 아니다. 평생 직장생활과 사업을 통해 실전에서 몸으로 터득한 것이다. 필자의 사회생활은 직장생활 20년, 기업 경영 40여 년으로 집약된다. 직장생활은 세 곳에서 했다. 첫 번째 직장에서는 공원으로 입사해 공장장으로 승진했다. 서울 신도림동이다. 지금은 이곳이 고층빌딩과 백화점, 아파트 단지로 변했지만, 당시에는 연탄공장, 화학공장 등 공장이 즐비한 곳이었다. 두 번째 직장에선 부장으로 근무했다. 세 번째는 부사장으로 재직하다가 창업했다. 46세인 1979년 영일화성을 창업한 뒤 하루도 빠짐없이 출근해 작업복 차림으로 일했다.

창업을 준비하는 예비 창업자에게 전하고 싶은 말이 있다. 많은 사람이 "돈이 없어 창업을 못 한다"는 말을 한다. 하지만 필자의 경험으론 '돈 갖고 창업하면 실패율이 높고 돈 없이 창업하면 실패율이 낮다'는 것이다. 돈보다 먼저 신용과 능력을 길러야 한다. 국내 창업 실태를 보면 벤처기업이든 일반 기업이든 창업 후 1년을 가지 못하고 폐업되는 경우가 50%에 달한다. 그 이유는 능력과 신용보다 돈이 앞서기 때문이다. 필자 역시 신용을 바탕으로 창업했다. 영일화성榮一化成이란 상호는 '우리나라에서 제일가는 화학제품으로 성공하고 싶다'는 의지를 담고 있다. 이런 진취적인 생각에 하나 덧붙이면 '이타적인 생각'이 중요하다. 단 하나의 제품이라도 혼자 이뤄낼 수 있는 건 없다. 고객이 있어야 하고, 원·부자재 납품 업체가 있어야 한다. 임원은 물론 개발자, 생산자, 품질관리자가 있어야 한다. 이 삼박자가 척척 맞아야 한다. 모든 사람을 진심으로 대할 때 비로소 신제품이 나오고 제품 품질이 향상된다. 환경도 생각하고 근로 조건도 생각해야 한다. 이를 포괄하는 정신이 '이타성'이다.

'이기적인 사고'로는 단기간에 이익을 남길지 몰라도 장수하긴 힘들다. 이해관계를 넘어 더 나아가 사회를 생각해야 한다. 최근 ESG라는 말이 유행하고 있는데 이것의 근본도 이해관계자와 사회를 배려하라는 의미인 듯하다. 이타성을 가지고 정도를 걷는다면 작아도 강한 회사를, 유망한 스타트업을 일궈낼 수 있을 것이다.



김종영 ㈜영일화성 회장

1933년 황해도 연백에서 출생해 올해로 89세다. 김 회장은 도전에 나이가 없다는 것을 보여준다. 고졸로 사회생활을 시작한 뒤 강소기업을 일궈내고 75세에 숭실대에 입학했다. 내친 김에 석사를 거쳐 80대 중반에 박사학위를 땄다. 기업을 경영하면서 10년 만에 학사·석사·박사과정을 마쳤다. 5권(일부는 공저)의 저서를 집필하기도 했다.

㈜영일화성은

인천 가좌동에 있는 화학제품 생산 중소기업이다. 종업원 20명에 공장 부지면적은 3,300㎡ 규모다. 대표 제품은 가용성규산염, 콜로이달 실리카졸, 폴리초산비닐PVAc 접착제 등이다. 가용성규산염(일명 물유리)은 토목, 건축, 주조, 제지, 세라믹, 내화물 제품들의 원재료 및 결합재로 사용된다. 콜로이달 실리카졸은 정밀주조, 내화물, 세라믹, 도료 등에 들어간다. PVAc는 목가공 및 지류 접착제 등으로 공급된다.

(2021.6월 현재)

"평생 무료로 쓰는
결제단말기가 있다고?"

어디서 그런 POS가 나와?



BOX POS, 이럴 때 유용합니다

배달·운송
음식점, 커피숍, 트럭, 오토바이 배송 등

출장·시공
인테리어, 커튼, 벽지, 악기수리, 기타출장 등

넓은 매장
의류, 액세서리, 식자재, 미용실 등

새로운 결제수단 대비
카카오페이, 네이버페이, 제로페이 등
새로운 결제수단의 리더기 구입 대체

BOX POS, 이렇게 좋습니다

손쉽게! 간편결제/POS모드
금액 입력 후 카드를 갖다 대기만 하면 끝!
손쉬운 결제 뿐만 아니라 메뉴관리, 테이블 주문관리 등
POS에 특화된 기능도 함께 사용 가능합니다.

한눈에! 매일매일 판매리포트
한눈에 보이는 재무리포트를 통해 카드매출부터 입금확인까지!
총 판매액과 시간대별 고객 수도 함께 확인하세요!

누구나! 사장님·직원 통합사용
사장님과 직원분이 본인 핸드폰에 설치해
다 함께 통합 사용이 가능합니다.
단, 직원용은 결제기능만 가능(결제 취소, 매출 확인 불가)

한번에! 금융서비스 연계
신용대출, 정책자금, 계좌개설 등
IBK의 다양한 금융서비스를 연계해 이용하실 수 있습니다.

신청절차 정말 간단합니다

① 앱 설치
아래 3가지 방법 중 하나
- QR코드를 스캔하여 설치
- 사이트 주소 'pos.ibkbox.net' 방문
- 구글 플레이스토어에서 'IBK BOX POS' 검색

② 회원가입
SMS 본인인증
+ 비밀번호 설정

③ 이용신청
2영업일 내
KIS정보통신 해피콜

IBK기업은행에서.

IBK기업은행이 만든 모바일 POS 앱 하나면
가게 안에서도 밖에서도, 사장님도 직원도,
스마트폰으로 결제 받을 수 있습니다.
지금 바로 다운로드 받아보세요.

준법감시인 심의필 제 2021-2366호 (2021.06.21) 게시기한 : 2022.06.20 출급번호 : EZ01077

· 계약을 체결하기 전에 서비스설명서 및 약관을 반드시 확인하시기 바랍니다. 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제19조 제1항에 따라 일반금융소비자는 IBK기업은행으로부터 충분히 설명을 받을 권리가 있으며, 그 설명을 이해한 후 거래 하시기 바랍니다. · IBK기업은행은 금품·향응을 받지 않습니다. 윤리경영 위반 사실이나 개선이 필요한 경우 신고해주시기 바랍니다.(☎02-729-7490, e-mail : ibkethics@ibk.co.kr)

참! 좋은 은행 IBK기업은행

IBK 60 YEARS

일상에선 개인카드로,
비즈니스 할 땐 법인카드로
경계 없는 CEO 라이프를
한 장의 카드에!

한 장의 카드로
두 가지 세상을 산다





CEO *dual* 카드

**단 한 장으로 CEO의 일과 삶,
모든 순간 품격이 되다!**

CEO의 라이프를 완성하는 혜택

Dual 개인카드와 기업카드를 한 장으로 결합

CEO 토탈서비스 골프, 여행 등 CEO가 선호하는 프리미엄 혜택 제공(개인)

Air Money 포인트 국내외 항공권·국내 골프장 그린피 결제 가능(개인·기업)
기업카드로 결제해도 개인에게 포인트 적립

발급대상 : 개인 + 기업 지정자

※ 단독발급은 개인카드만 가능

브랜드 및 연회비

Dual(개인+기업) Master 23만원, BC(국내전용) 22.4만원

개인 Master 22만원, BC(국내전용) 21.5만원

기업 Master 1만원, BC(국내전용) 0.9만원

※ 자세한 내용은 IBK고객센터(☎1566-2566)에 문의

· 연체이자율 : 회원별, 이용상품별 약정금리 + 최대 3%(법정 최고금리 20% 이내) ※ 단, 연체발생시점에 약정금리가 없는 경우는 아래와 같이 적용합니다. · 일시불 거래 연체 시 : 거래발생시점의 최소기간(2개월) 유이자 할부금리 · 무이자 할부 거래 연체시:거래발생시점의 동일한 할부 계약기간의 유이자 할부 금리 · 그 외의 경우 : 약정금리는 상법상 상사법정이율과 상호금융가계자금 대출금리* 중 높은 금리적용 *한국은행에서 매월 발표하는 가장 최근의 비은행금융기관 가중평균대출금리(신규 대출기준) · 상환능력에 비해 신용카드 사용액이 과도할 경우, 귀하의 개인신용평점이 하락할 수 있습니다. · 개인신용평점 하락 시 금융 거래와 관련된 불이익이 발생할 수 있습니다. · 일정기간 원리금(또는 대출금, 납부대금 등)을 연체할 경우, 모든 원리금을 변제할 의무가 발생할 수 있습니다. · 신용카드 발급이 부적정한 경우(연체금 보유, 신용점수 등 낮음) 카드발급이 제한될 수 있습니다. · 카드이용대금과 이에 수반되는 모든 수수료를 지정된 대금 결제일에 상환합니다.

여신금융협회 심의필 제 2021-C2b-05495호(2021.06.25) 준법감시인 심의필 제 2021-2301호 (2021.06.15) 게시기한 : 2024.06.14 · 이 안내장은 2021.06.15일 현재 기준이며, 개별 상품에 관한 자세한 문의는 거래 영업점 또는 IBK고객센터(☎1566-2566)를 이용하여 주시기 바랍니다. · 카드 이용 시 제공되는 포인트 및 할인혜택 등의 부가서비스는 카드 신규출시(2021.06.25) 이후 3년 이상 축소, 폐지 없이 유지됩니다. · 상기에도 불구하고, 다음과 같은 사유가 발생한 경우 카드사는 부가서비스를 변경할 수 있습니다. ① 카드사 또는 제휴업체의 휴업·파산·경영상의 위기 또는 천재지변이 발생한 경우 ② 제휴업체가 카드사의 의사에 반하여 해당 부가서비스를 축소하거나 변경 시, 당초 부가서비스에 상응하는 다른 부가서비스를 제공하는 경우 ③ 부가서비스를 3년 이상 제공한 상태에서 해당 부가서비스로 인해 상품의 수익성이 현저히 낮아진 경우 · 카드사가 부가서비스를 변경하는 경우에는 부가서비스 변경 사유, 변경 내용 등을 사유발생 즉시 아래 고지 방법 중 2가지 이상의 방법으로 고지해 드립니다. 특히 부가서비스를 3년 이상 제공한 상태에서 해당 부가서비스로 인해 상품의 수익성이 현저히 낮아져 부가서비스를 변경하는 경우에는 6개월 전부터 아래 고지방법 중 1가지 방법으로 매월 고지해 드립니다. " 개별고지 방법 : 서면, 우편, 또는 팩스에 따른 서신전달, 전화, 전자우편 또는 이에 준하는 전자적 의사표시, 그 밖에 상대방에 의사를 표시하였다는 사실을 객관적으로 입증할 수 있는 방법 중 하나 · 필요이상으로 신용카드를 발급받으신 경우 회원님의 신용등급 또는 개인신용평점, 이용한도 등에 영향을 미칠 수 있습니다. · 통 상품과 관련하여 자세한 문의는 거래 영업점 또는 고객센터(☎1566-2566)로 문의주시기 바라오며, 상품기업 후 민원이 있을 경우 거래 영업점, 금융소비자지원부(☎080-800-0119) 또는 인터넷 홈페이지(www.ibk.co.kr)에 문의할 수 있습니다. 영업점 등을 통해 은행에 접수된 민원은 특별한 사정이 없는 한 14영업일 이내에 처리함을 원칙으로 하되, 기한 연장 시 이에 대해 안내드리도록 하겠습니다. 또한 요청이 있는 경우 민원처리진행상황을 안내받으실 수 있으며, 금융소비자는 본 상품에 대해 당 은행과 분쟁이 있는 경우에는 금융소비자보호법 제36조 제1항에 따라 금융감독원(국번없이 ☎1332)에 분쟁조정을 신청할 수 있습니다. · IBK기업은행은 금품·향응을 받지 않습니다. 윤리경영 위반 사실이나 개선이 필요한 경우 신고해주시기 바랍니다. (☎02-729-7490, e-mail : ibkethics@ibk.co.kr)

※ 계약을 체결하기 전에 상품(서비스)설명서 및 약관을 반드시 확인하시기 바랍니다.
※ 일반금융소비자는 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제19조 제1항에 따라 IBK기업은행으로부터 충분히 설명을 받을 권리가 있으며, 그 설명을 이해한 후 거래하시기 바랍니다.

IBK기업은행

IBK 60 YEARS

"이 회사들을 눈여겨봐주세요"

몇 년 후엔 100대 기업에 들어갈 수도 있습니다



*실제 IBK기업은행이 육성하는 혁신기업 CEO 명함

저력있는 루키들이 주목받는 시대로-

세상을 바꾸는 기업들

× IBK기업은행

IBK기업은행은 1,500여 개의 혁신기업에 1조 5천억 원의 모험자본을 지원하고 있습니다