

# IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT

대한민국 유일의 중소기업 CEO를 위한 경제·경영 전문지

CEO 인터뷰  
김태형 (주)제농S&T 대표이사

## 종자주권 지키기에 앞장서는 토종 기업



수확 시기가 빠르고 저장성 우수한 양파, 킹콩  
전천후 중만생 양파의 차세대 대표주자로  
내병성 및 내함성이 강하고, 비대력이 우수하며  
구고가 높은 원형계 양파다.

September

Vol  
210

2022

#### SPECIAL THEME

코로나19와 MZ세대가 바꾼  
채용 트렌드

P.04

#### ESG ACADEMY

중소기업의  
ESG경영 체계성

P.22

#### COMPANY CHALLENGE

승자독식이 아닌 공존과 협력적 경쟁,  
하이퍼 코퍼티션

P.30

#### TRADE GUIDE

기업하기 좋은 나라  
싱가포르

P.34

# CONTENTS

2022. September. Vol\_210

발행일 2022년 9월 1일(통권 제210호)  
등록번호 서울중 라 00429  
발행인 윤종원  
편집인 조봉현  
발행처 IBK기업은행(www.ibk.co.kr)  
주소 서울특별시 중구 을지로79(을지로27가)  
Tel 02-729-6520  
Fax 0505-077-0850  
기획 IBK경제연구소  
편집·디자인·제작 한국경제매거진㈜  
인쇄소 (주)교학사  
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



찾아보는 이메일 서비스  
구독 신청



〈중소기업 CEO 리포트〉  
자난호 보기

## 01\_ 시론

우리는 왜 비콥 운동에 주목해야 하는가?

## 02\_ COMPANY POLICY

융합신제품 시장 출시의  
애로사항을 해결해드립니다  
규제샌드박스 융합신제품 인증기술 개발



## 04 Special Theme

코로나19와 MZ세대가 바꾼  
채용 트렌드

- ① 중소기업 인력난,  
2023 채용 트렌드로 따라잡기
- ② 하반기 주요 일자리 전망은?  
반도체·전자 화창, 금융·보험 흐림
- ③ 중소기업이 MZ세대 인재를 성공적으로  
확보하는 방법



## 16 CEO Strategy

김태형 (주)제농S&T 대표이사  
종자주권 지키기에 앞장서는 토종 기업

## 28 Venture Biz

IBK창공인 ① 아이핀랩스 유재현 대표

IBK창공인 ② 웰로 김유리안나 대표



## 22\_ ESG ACADEMY

중소기업의 ESG경영 체계성

## 26\_ IBK EXPLORING

IBK가 만난 이달의 기업들

## 30\_ COMPANY CHALLENGE

승자독식이 아닌 공존과 협력적 경쟁,  
하이퍼 코퍼티션

## 32\_ FUTURE REPORT

디지털 헬스케어 산업의 미래, 커넥티드 피트니스

## 34\_ TRADE GUIDE

기업하기 좋은 나라, 싱가포르

## 36\_ POLICAST

9월 시범운영 납품단가 연동제, 첫발을 내딛다

## 38\_ ECONOMIC REVIEW

한눈에 읽는 경제 동향

## 42\_ INDUSTRIAL ESTATE

21세기 첨단 고부가 산업으로 떠오른  
바이오 산업의 심장부, 오송생명과학단지

## 46\_ COMPANY SOLUTION

직장 내 괴롭힘 관련 사용자가  
알아두어야 할 몇 가지 유의사항

## 48\_ TAX FOCUS

조세불복 절차 안내

## 50\_ CEO OPINION

끝없이 도전하고, 의리를 지켜라

## 52\_ IBK POLICY

기업 세무·회계 상담을 실시간으로!  
ONE-POINT 세무·회계 컨설팅

시론



IBK경제연구소 소장

부행장 조봉현

## 우리는 왜 비콥 운동에 주목해야 하는가?

전 세계적으로 비콥 인증(B Corp Certification)을 확산시키고자 하는 이른바 비콥 운동(B Corp Movement)에 대한 관심이 증가하고 있다. 비콥 인증은 주주 중심의 이윤(Profit) 추구 행태에서 벗어나 사회·환경 전반의 이해관계자에게 미치는 긍정적인 혜택(Benefit)을 확대하기 위해 2007년 비영리법인 비랩(B-Lab)이 만든 글로벌 사회적 기업 인증제도다.

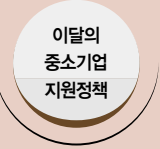
비콥 인증은 지역사회, 고객, 환경, 지배구조, 구성원 영역에서 일정 기준을 충족한 기업에 부여된다. 2007년 이후 미국을 비롯한 주요 국가에서 활발하게 진행되어 현재 약 80개국 5,300개 기업이 참여하고 있으며, 우리나라에서도 중소·벤처기업을 중심으로 약 20개의 기업이 비콥 인증을 받았다.

기업은 왜 비콥 인증을 받으려고 할까? 투자 유치에 도움이 되고 전 세계 비콥 인증 기업들과 네트워크를 구축하는 효과가 있기 때문이다. 무엇보다 직관적인 방법으로 공익성이 검증된 기업이라는 이미지를 구축할 수 있다는 것이 큰 장점이다. 세계 곳곳에서 비콥 운동이 확산될 수 있었던 이유 중 하나는 간단하고 직관적인 평가 방법에 있다. 특히 ESG 영역 별로 다른 인증을 요구하는 국내외 주요 인증과 달리 ESG 영역 전반을 포괄해 인증한다는 점에서 비콥 인증 모델은 참고할 만하다.

우리도 중소·벤처기업에 맞는 한국형 비콥 인증을 준비하면 어떨까? 무엇보다 한국형 비콥 인증은 원칙과 기준을 정립하되, 쉽고 직관적이어야 한다. 또한 기존 인증체계와의 중복 부담을 덜기 위해서 글로벌 ESG 인증 트렌드와 큰 틀에서 부합해야 하지만, 동시에 업종, 지역, 기업 여건 등 국내 상황에 대한 고려도 필요하다.

우리 스타트업을 비롯한 중소·벤처기업 실정에 맞는 한국형 비콥 운동이 확산되어야 한다. 비콥 운동을 모범적으로 실천하는 글로벌 기업이 많이 탄생하기를 기대해본다. 📢

# Company Policy



## 융합신제품 시장 출시의 애로사항을 해결해 드립니다

### 규제샌드박스 융합신제품 인증기술 개발

규제샌드박스 융합신제품 인증기술 개발<sup>R&D</sup>은 규제샌드박스를 신청한 융합신제품의 시장 출시 시 애로사항을 해소하기 위해 기술·인증 기준 개발을 지원하는 사업이다.



01

### 사업 목적 및 내용

규제샌드박스 및 적합성 인증을 신청한 제품에 대한 인증 기준 개발 및 제품 개선 연구를 지원함으로써 융합 신제품을 시장에 출시할 때 규제에 대한 애로를 해소하고, 신시장 창출 및 활성화를 도모하기 위한 사업으로, 규제샌드박스 실증 특례·임시 허가를 받은 융합신제품이 정식 허가를 위해 필요한 인증 기준을 개발한다.



02

### 지원 분야

#### 규제샌드박스 기술 기준 개발

- ☑ 융합신제품의 시장 출시를 지원하기 위해 규제샌드박스 및 적합성인증제도를 신청한 제품에 대한 기술·인증 기준 개발 및 제품의 성능·안전성 개선 연구를 지원한다.

#### 적합성 인증 기준 개발 및 융합신제품 개선 연구 지원

- ☑ 적합성인증제도 신청 품목을 대상으로 인증 기준을 개발하고, 규제샌드박스 및 적합성 인증의 신규 기준을 충족하기 위한 중소·중견기업의 제품 성능·안전성 개선 연구 및 신규 개발 기준의 제도화를 지원한다.

03

### 지원 자격

#### 주관연구개발기관

- ☑ 해당 기술 기준 개발이 가능한 비영리기관 및 중소·중견기업 등
- \* 주관연구개발기관이 기업일 경우 접수마감일 현재 법인사업자여야 하며, 평가위원회(본 연구개발계획서 평가) 개최일 이전에 기업부설연구소를 보유하고 있어야 한다.

#### 공동연구개발기관

- ☑ 주관연구개발기관과 공동으로 사업을 수행하는 기관으로서 기업, 대학, 연구기관, 연구조합, 사업자단체, 의료기관 등 '산업기술혁신 촉진법' 제11조 제2항 및 같은 법 시행령 제11조, 산업기술혁신사업 공통 운영요령 제2조 제1항 제3호·제4호 및 제4의 2호, 9의 2부터 9의 5에 해당하는 기관

04

### 지원 내용 및 지원 조건

**지원 내용** 인증기술 개발(규제샌드박스 기술 기준 개발)

**공모 방식** 지정공모

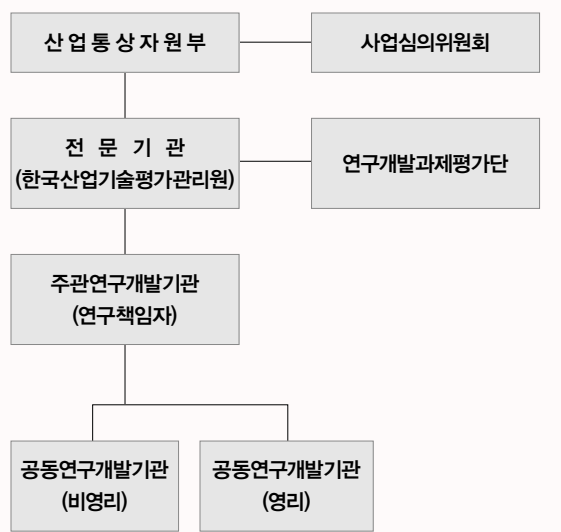
**지원 규모** 사업 기간 12개월 이내, 정부출연금 평균 1.5억 원 내외

**지원 조건** 평가 결과에 따라 지원 여부 결정



05

### 추진 체계



06

### 제출서류 및 문의처



**제출서류** 연구개발계획서, 연구자 참여확인서, 개인정보 제공 및 활용 동의서 등

\* 제출서류 및 관련 규정은 공고문에 따른다.

**사전 공고** ITECH 산업기술R&D정보포털 (itech.keit.re.kr) 지원사업공고 또는 범부처연구지원시스템에서 확인

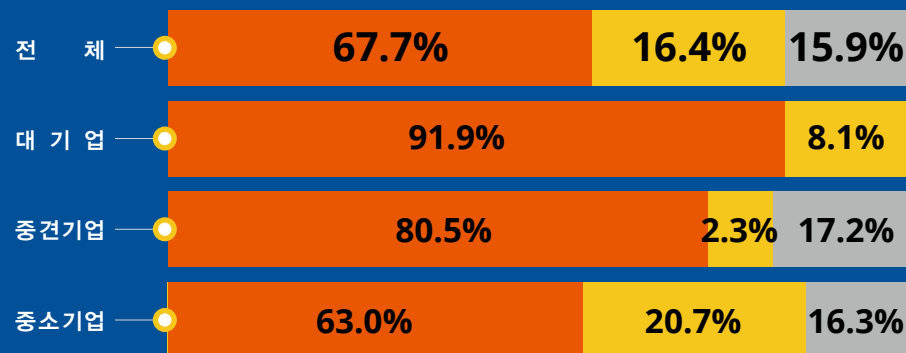
**문의처** 국가기술표준원 인증산업진흥과 043-870-5502

# 코로나19와 MZ세대가 바꾼 채용 트렌드

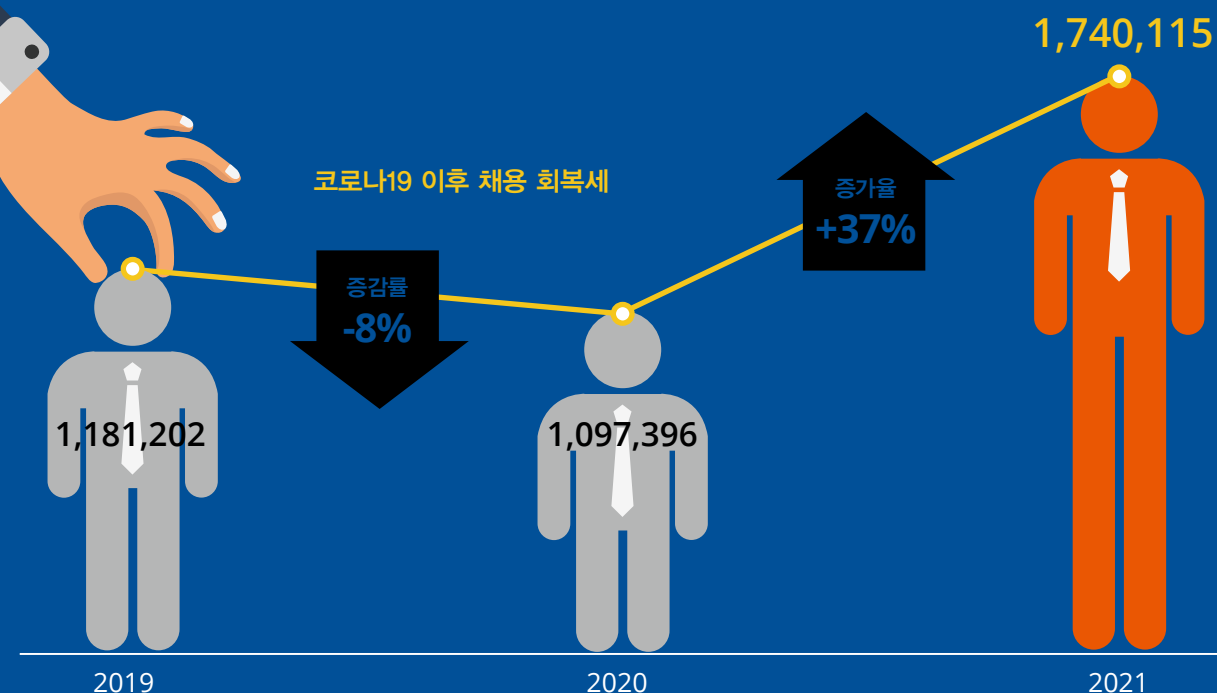
채용은 기업을 소개하는 과정이고, 지원자에게는 자신을 세상에 알릴 기회의  
문이다. 기업과 지원자 모두에게 위기를 기회로 만들 수 있는 순간이다.  
코로나19로 인한 거리 두기가 완화된 이후 취업난을 겪고 있는 중소기업의  
인재 채용을 위해 2022~2023 채용 트렌드에 대해 살펴보고, 기업과 인재  
모두 성장할 수 있는 방안도 알아본다.



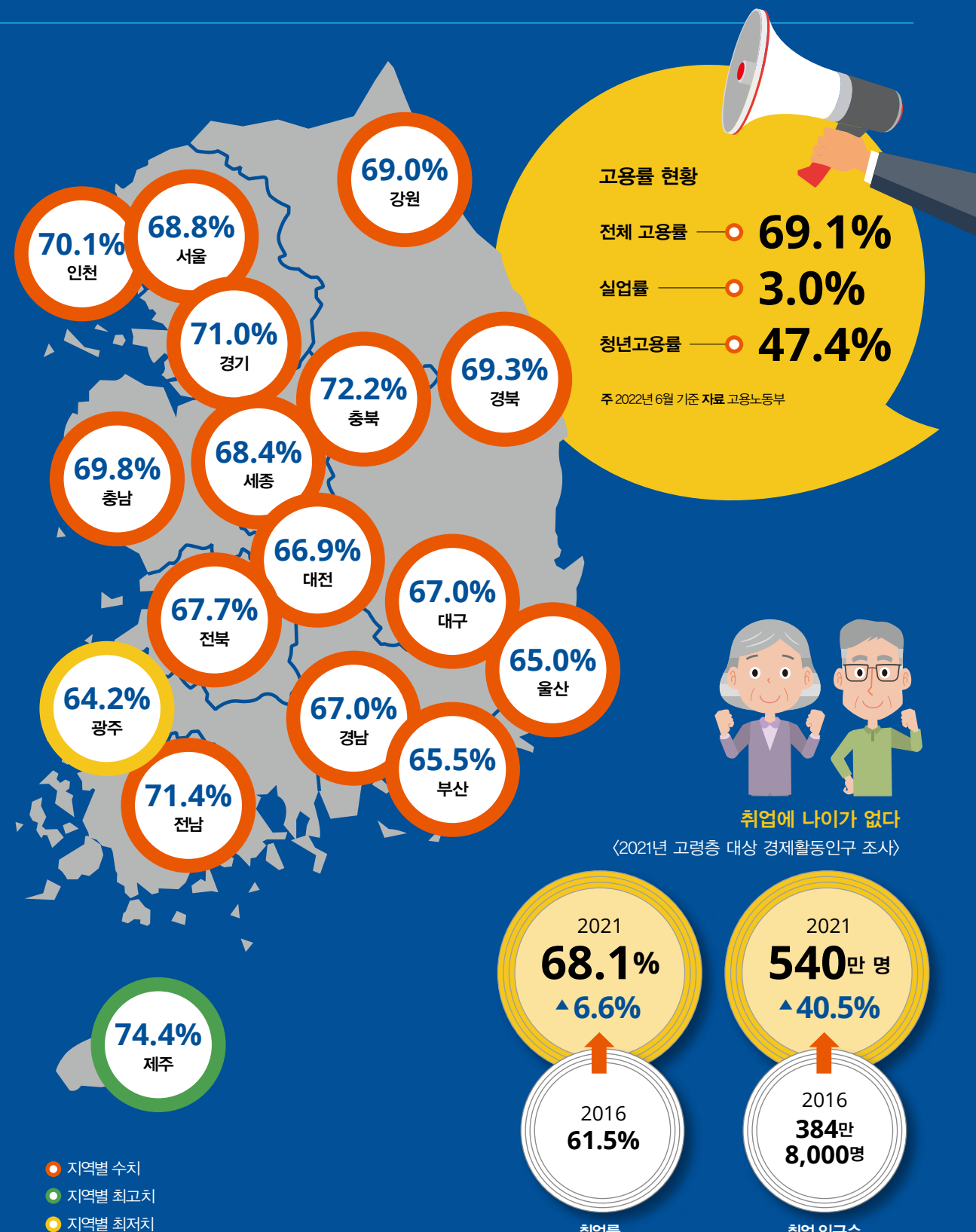
- 채용 계획 있다
- 채용 계획 미정
- 채용 계획 없다



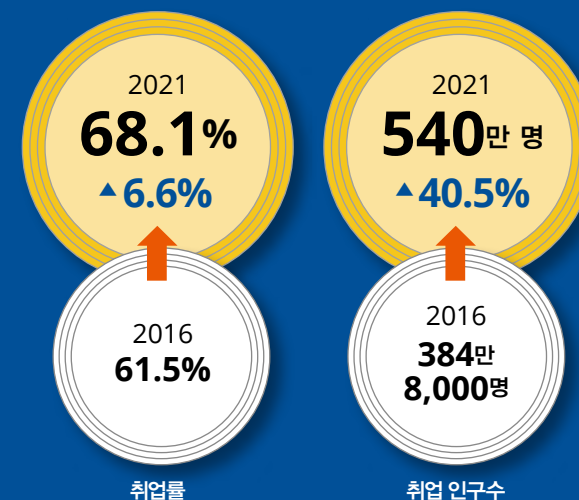
주 국내 기업 567개 사 대상 자료 집코리아



주 3개월(2019~2022년) 채용공고 빅데이터 분석 결과 자료 사람인



취업에 나이가 없다  
(2021년 고령층 대상 경제활동인구 조사)



주 고령층은 55~79세 자료 통계청



윤영돈 윤코치연구소장

단국대 종합인력개발원 초빙교수, 성신여대 경력개발센터 겸임교수 등을 역임했으며, 다양한 취업 현장에서의 컨설팅과 면접관 교육 등을 진행하고 있다.

## 중소기업 인력난, 2023 채용 트렌드로 따라잡기

2020년부터 시작된 코로나19 팬데믹과 MZ세대+Z 세대의 등장은 채용 트렌드를 크게 변화시켰다. 공채가 줄고, 수시가 대세가 되었으며, 신입보다 경력직 채용이 늘어나면서 취업 대신 창업을 선택하는 청년도 늘어났다. 또한 지난해부터 늘어난 비대면 채용 방식도 빼놓을 수 없다. 변화된 채용 트렌드의 핵심을 짚어본다.

코로나19 이후 언택트가 우리의 일상을 깊이 파고들었다. 채용 시장에서 MZ세대가 중심이 되면서 중소기업 채용 트렌드가 급격하게 변화하고 있다. 채용은 기업을 소개하는 과정이고 지원자에게는 자신을 기업에 알릴 수 있는 기회인 문이다. MZ세대는 새로운 경험을 중요시 생각한다. 폴리매스형 인재상, 메타버스 채용, 딥택트 채용, 리버스 인터뷰, ESG 채용, 직원 경험, 워라밸 등 채용 변화를 통해서 경험하는 깊이와 폭이 달라지고 있다.



### 한 우물만 파기보다 다재다능한 인재

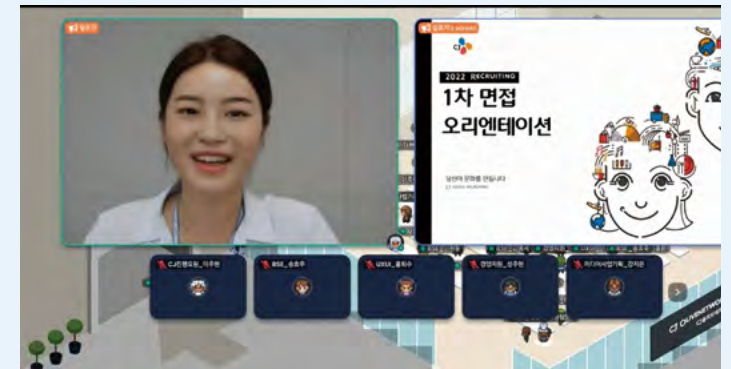
#### 폴리매스형 인재

이제 한 우물을 파는 시대는 지났다. 폴리매스형 인재상이 우리나라에도 등장하고 있다. '폴리매스 Polymath형 인재'란 한 우물만 파는 것이 아니라 다재다능한 사람을 말한다. 정형화하기 어렵고 다양한 지식의 융합이 필요한 문제를 폴리매스형 인재가 해결할 수 있다는 것이다. 폴리매스형 인재는 중견·중소기업에서 바로 실무에 투입할 수 있기 때문에 선호한다. 폴리매스형 인재들이 각각의 분야를 넘나들며 시대를 이끌어 가게 될 전망이다.

### 가상세계에서 자란 인력

#### 메타버스 채용

메타버스 플랫폼 개더타운에서 열린 공개채용박람회가 점차 중소기업으로까지 늘고 있다. 가상세계의 채용박람회는 실제 박람회와 비슷한 방식으로 진행된다. '홍길동' 등 이름표를 단 학생들의 아바타가 부스를 찾아가고, 상담 카드를 작성한 뒤 회사에 대한 설명을 듣느라 분주하다. 원하는 기업의 부스에서 키보드를 누르면, 이름과 휴대전화 번호 등을 적어 낼 수 있는 링크로 연결된다. 부스 앞에는 1~18번까지 순번이 적힌 대기석도 있다. 인사 담당자와의 상담은 실시간 화상대화로 이뤄진다. 지원자 아바타가 인사 담당자의 아바타와 마주 서면 자동으로 화



**가상세계에서 치러지는 면접** 최근 메타버스 채용이 중소기업에서도 늘어나고 있는 추세다. 사진은 2022년 CJ올리브네트웍스 메타버스 플랫폼 개더타운에서 진행한 공개 1차 면접 오리엔테이션에 등장한 버추얼 휴먼(가상인간)의 모습.

면이 연결된다. 건물을 나서 옆 건물로 아바타가 이동하자 체육관처럼 꾸며진 공간에서 공개채용박람회가 열리고 있다. 이제 메타버스 채용박람회, 신입사원 교육, 채용 면접까지 확대되고 있다.

### 관계의 양보다 질로 승부

#### 딥택트 채용

언택트 채용 **Untact Recruiting**을 기업의 입장에서 해보니 양 **Quantity**은 느는데, 실제로 질 **Quality**이 문제가 되었다. 공채에서 수시로 바뀌면서 언택트 채용이 대세가 되었지만 문제는 지원자의 퀄리티가 의문이다. 그래서 언택트 채용에서 딥택트 채용으로 변화하고 있다. '딥택트 **Deeptact**'란 '딥 **Deep**+언택트 **Untact**'의 합성어로 직접 연결하지 않으면서 깊은 관계를 추구하는 것을 말한다. 어떤 연결이든 관계의 양보다 질을 더욱더 중요하게 생각한다. '딥워크 **DeepWork**'는 깊이 있는 몰입과 집중으로 일하는 것을 의미한다. '피상적 작업 **Shallow Work**'으로는 시간만 낭비할 뿐이다. 중소기업 채용도 마찬가지로 딥택트로 바뀌고 있다.





이제 지원자가 역면접하는

### 리버스 인터뷰

면접관의 갑질, 채용 비리 등으로 기업의 이미지에 큰 타격을 입고 있는 상황에서 '역면접' 트렌드가 뜨고 있다. '리버스 인터뷰

Reverse Interview'란 면접관과 지원자의 역할을 바꾼 역지사지의 발상이다. 역면접으로 변화되고 있는 이유는 우수한 지원자일수록 자신의 전문성을 살리고 성장할 수 있는 회사인지 거꾸로 면접을 보고 판단하기 때문이다. 중소기업 채용에서 지원자의 경험을 무시할 경우, 소셜미디어 발달로 인해 불매운동까지 연결될 수 있다.

최근 'MZ세대와 어떻게 일할 것인가?'라는 화두가 제기되고 있다. 그런 의미에서 향후 채용 시장은 점차 '지원자 중심 마켓(Candidate Driven Market)'으로 개편될 전망이다.

환경·사회·지배구조 등  
비재무적 요소가 부각되는

### ESG경영

이제 ESG는 선택이 아니라 필수다. ESG경영이 기업의 채용 문화 개선으로까지 이어지는데는 복합적인 원인이 작용한 것으로 보인다. ESG이란 Environment(환경), Social(사회), Governance(지배구조)의 약자로, 최근 주목받고 있는 가치라고 판단하는 지표다. 우선 오랫동안 이어지는 높은 청년실업률이 사회적인 문제로 자리매김했다는 점에서 'S(Social)'와의 연관성이 높아졌다. 직장을 구하는 데 실패해 좌절하는 청년들이 늘어나고, 이들의 좌절이 사회적인 이슈로 떠오르면서 채용에도 공정의 잣대가 적용되기 시작했다. 이와 더불어 기업지배구조 개선이 강조되면서 주주 및 임직원의 위상이 높아진 것도 'G(Governance)' 측면에서 채용 문화에 대한 점검으로 이어졌다. 최근 채용 과정에서 공정성 확보가 ESG경영의 일부로 자리매김한 것이다. 기업들이 실질적인 ESG경영과는 거리가 있지만, 겉으로는 ESG경영을 표방하는 것처럼 홍보하기도 한다. 이른바 ESG 위상이다. 'ESG 위상(ESG Washing)'이란 'ESG'와 '세탁(White Washing)'의 합성어다. 중소기업의 ESG 채용은 겉으로만 표방하는 것이 아니라 속으로 내재화하는 것이 중요하다. 향후 경기 회복기에 접어들면 ESG 채용에도 중요해질 것이다.

동안 이어지는 높은 청년실업률이 사회적인 문제로 자리매김했다는 점에서 'S(Social)'와의 연관성이 높아졌다. 직장을 구하는 데 실패해 좌절하는 청년들이 늘어나고, 이들의 좌절이 사회적인 이슈로 떠오르면서 채용에도 공정의 잣대가 적용되기 시작했다. 이와 더불어 기업지배구조 개선이 강조되면서 주주 및 임직원의 위상이 높아진 것도 'G(Governance)' 측면에서 채용 문화에 대한 점검으로 이어졌다. 최근 채용 과정에서 공정성 확보가 ESG경영의 일부로 자리매김한 것이다. 기업들이 실질적인 ESG경영과는 거리가 있지만, 겉으로는 ESG경영을 표방하는 것처럼 홍보하기도 한다. 이른바 ESG 위상이다. 'ESG 위상(ESG Washing)'이란 'ESG'와 '세탁(White Washing)'의 합성어다. 중소기업의 ESG 채용은 겉으로만 표방하는 것이 아니라 속으로 내재화하는 것이 중요하다. 향후 경기 회복기에 접어들면 ESG 채용에도 중요해질 것이다.

일과 학습의 균형이 중요한 시대

### 워러벨 전성시대

코로나19는 일과 교육의 균형을 무너트리는 큰 변화를 가져왔다. 이제 '리모트 워크(Remote Work)'가 새롭게 일하는 방식이 되고 그 방식을 학습하지 않으면 도태되고 있다. 따라서 '일과 삶의 균형'보다 '일과 학습의 균형', 워러벨(Work-Learning Balance)이 중요해지고 있다. 이제 일과 학습을 병행하면서 새롭게 일하는 방식을 습득하고 직장 동료와의 협력, 소통, 리더십 등에도 새로운 변화를 가져올 것이다. '체계적인 OJT(On-the-Job Training)'는 '비체계적인 OJT'보다 4~6배 적은 시간을 사용하며 2~8배의 재정적 이익을 안겨준다고 하니 체계적인 현장학습이 무엇보다 중요하다. 코로나19 이후 중소기업이 학습 조직을 꾸리기가 어려워진 상황에서 일과 학습을 병행하는 워러벨 트렌드가 더욱더 확산될 것으로 보인다.



고객보다 직원을 우선하는

### 직원경험 시대

채용 트렌드는 MZ세대가 조직에 어떻게 안착할 수 있는지 고민하는 방향이다. '사용자 경험(UX)', '고객경험(CX)'을 넘어서 '직원경험'이 더 중요해지고 있다. 직원이 채용공고를 보는 순간부터 지원서 작성, 면접, 회사 생활, 퇴직하는 순간까지 보고, 배우고, 느끼는 모든 것이 '직원경험'에 기여한다. '직원경험(Employee eXperience, EX)'이란 직원의 행동을 이끌고 직원들이 조직과 맺고자 하는 관계 또는 유대감을 형성하는 전반적인 활동을 말한다. 결국 외부 고객보다 내부 고객을 어떻게 끌

어들이느냐가 기업의 성패를 좌우한다. 국내에서도 중소기업들이 직원경험에 주목하며, 기존의 인사팀 부서명을 직원경험 부서, 'EX팀'으로 변경하고 있다. 이제는 '고객경험'을 넘어서 '직원경험' 트렌드가 더욱더 강화될 전망이다.

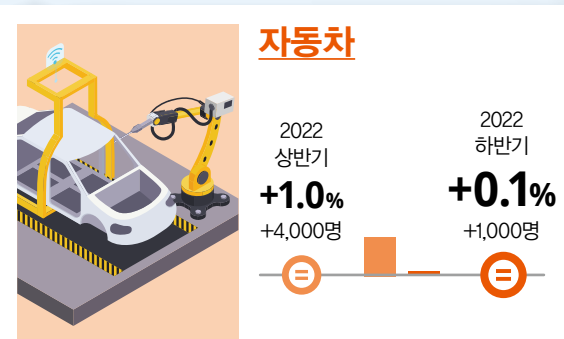
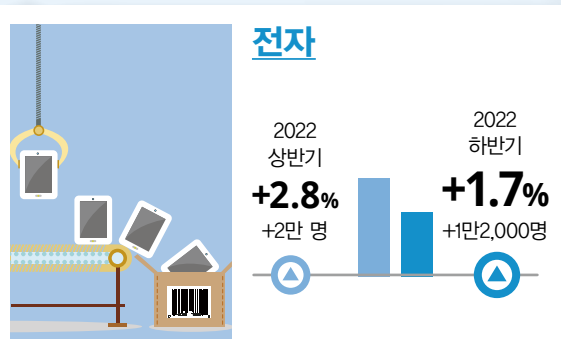
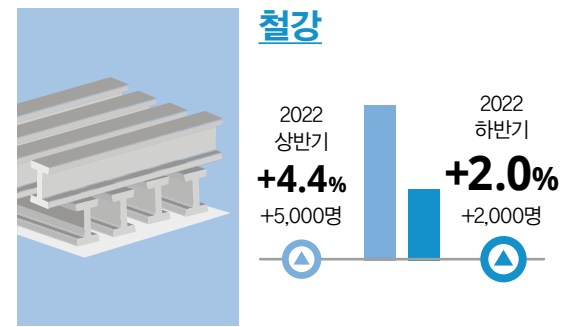
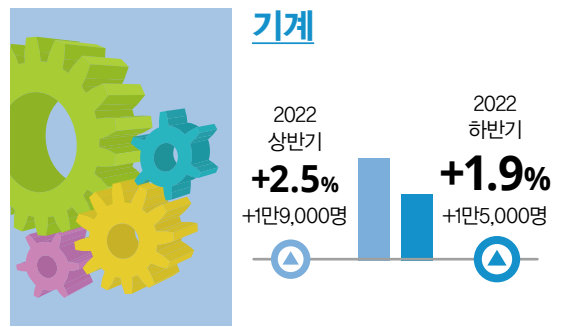
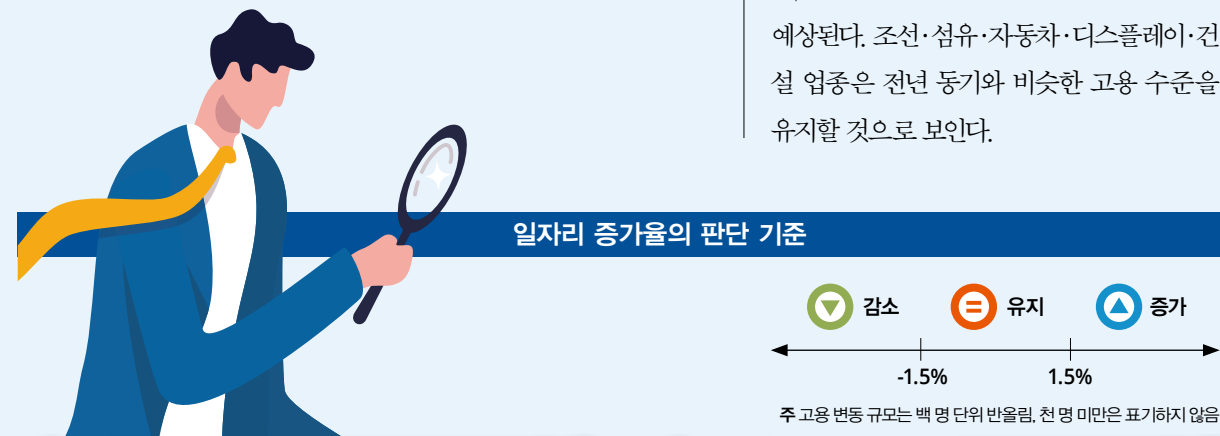
2023년 채용 트렌드를 관통하는 흐름은 '어디서 일하느냐'보다 '어떻게 일하는지'가 더 중요하다. 이 질문이 변화를 대변하고 있다. 코로나19로 인해 '방식(Method)'이 바뀌었다면, MZ세대에게 '경험(Experience)'이 변한다. 즉, 일하는 방식이나 기술에 초점을 맞췄다면, 이제 그 기술을 활용해 어떤 경험을 할 수 있는지로 이동하고 있다. 이제 채용 트렌드는 스타트업뿐만 아니라 중소기업에서도 MZ세대에게 어떤 경험을 할 수 있는지가 더 중요해질 전망이다.

# 하반기 주요 일자리 전망은? 반도체·전자 화창 금융·보험 흐림

한국고용정보원과 한국산업기술진흥원이 공동으로 조사한 '2022년 하반기 주요 업종 일자리 전망'을 살펴보자. 더 자세한 사항은 한국고용정보원 홈페이지(www.keis.or.kr)에서 확인할 수 있다.

고용노동부에서 '2022년 하반기 주요 업종 일자리 전망'을 발표했다. 산업 분야와 업종은 기계, 조선, 전자, 섬유, 철강, 반도체, 자동차, 디스플레이 등 국내 8개 주력 제조 업종과 건설업, 금융 및 보험업에 대한 전망이다.

이들 자료에 따르면 지난해 하반기 대비 기계·전자·철강·반도체 업종 일자리는 증가하며, 금융·보험 업종 일자리는 감소할 것으로 예상된다. 조선·섬유·자동차·디스플레이·건설 업종은 전년 동기와 비슷한 고용 수준을 유지할 것으로 보인다.

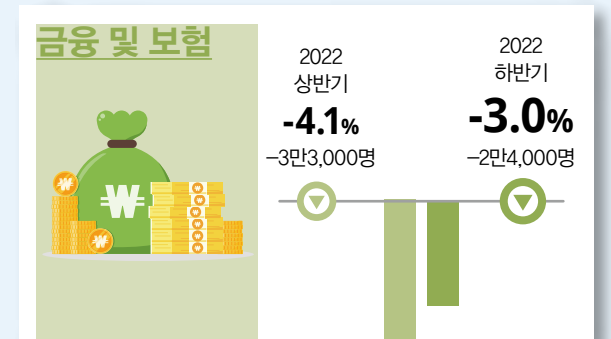
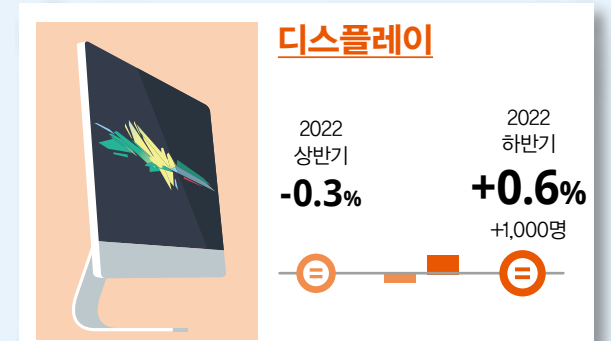
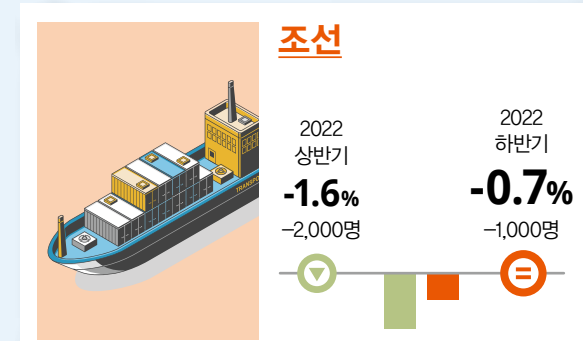
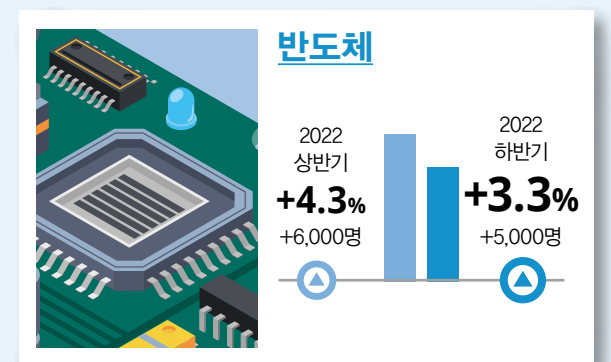
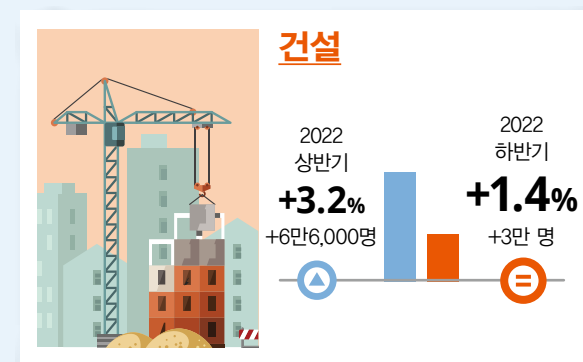


## 코로나19 재확산,

## 물가 상승 속에도 고용 증가 또는 유지

기계 업종은 여러 대내외의 리스크가 있지만 미국과 유럽 인프라 구축과 아세안 지역 제조업 활성화로 수출은 증가할 것으로 예상된다. 조선은 전년 대비 전 세계 선박 발주량 축소에도 액화천연가스 LNG 운반선, 친환경선박 수요가

증가하면서 국내 조선업 고용은 전년 동기 수준을 유지할 것으로 예상된다. 전자는 디지털 전환 가속화 등의 영향으로 고용 증가가 전망되며 반도체 역시 설비투자 증가로 고용이 증가될 것으로 보인다. 다만, 금융 및 보험은 수익성 개선에도 대내외 금융 시장 환경의 불확실성 확대로 고용 감소가 전망된다.



## SUMMARY

- ① 연봉, 비전 등의 이유로 중소기업 떠나는 MZ세대  
② 마케팅적 관점에서 자사만의 채용 브랜드 수립 중요



심숙경 이노HR컨설팅 대표

인재 매칭과 조직 셋업 전문 헤드헌터로 지금까지 1,000여 개 이상의 국내외 기업에 인재를 매칭해 최고의 리딩 기업으로 성장하는 데 기여하고 있다.



**중소·중견기업의 MZ세대 인재 확보하기** 최근 구인난과 채용의 어려움을 겪고 있는 중소기업은 MZ세대 채용을 위해 CEO가 적극적으로 참여하는 기업 문화 확산과 마케팅적 관점에서의 채용 문화 수립이 필요하다.

## 중소기업이 MZ세대 인재를 성공적으로 확보하는 방법

구직자는 많은 것 같은데 기업들은 왜 이렇게 구인난과 채용의 어려움을 호소할까? 그 원인을 살펴보고 중소기업이 MZ세대 인재 유인하고, 유지할 수 있는 방법에 대해 살펴본다.

취업포털 잡코리아가 200여 명의 인사·채용 담당자를 대상으로 '인력 채용 시 어려움을 겪는지'에 대해 조사(2021년)한 결과에 따르면 전체 기업의 60% 정도가 직원 채용에 어려움을 겪는 것으로 나타났다. 채용이 어려운 이유로 대기업과 외국계 기업은 '필요한 스펙을 가진 인재 찾기가 어렵다'는 점을, 그리고 중소기업은 '연봉 수준 맞추기가 어렵다'는 점을 가장 많이 지적했다. 이처럼 이유는 다를 수 있지만 규모와 상관없이 다수의 기업들이 인력 채용에 어려움을 겪고 있다.

### MZ세대를 떠나게 하는 이유

그렇다면 구직자들이 특정 기업, 특히 중소기업에 지원하지 않거나 합격한 후에도 입사를 포기하는 원인은 무엇일까? 구인구직 플랫폼인 사람인의 조사(2020년)에 따르면 합격 경험이 있는 구직자 중 39.2%는 입사를 포기했던 경험이 있었으며, 입사를 포기한 기업의 형태(복수 응답)로는 중소기업(80.8%)이 압도적으로 많았다. 중소기업 입사를 포기한 이유로는 '연봉 등 조건에 대한 불만족'(42.0%)이 1위로 꼽혔다.

그러나 여러 자료들을 종합해보면 낮은 연봉과 복지 수준 외에도 '입사 포기 또는 입사 후 바로 퇴직'의 요인은 다양하다. 예를 들어 △커리어 성장 가능성이 낮아서 △기업 평판이나 비전이 나빠서 △면접 시에 불쾌했던 면접관의 태도 △직무 내용이나 처우 조건이 실제와 달라서 △의사소통이 어려운 군대식의 경직된 조직 문화 △매출 등 오로지 성과만 강조하는 경영진 △당연한 것처럼

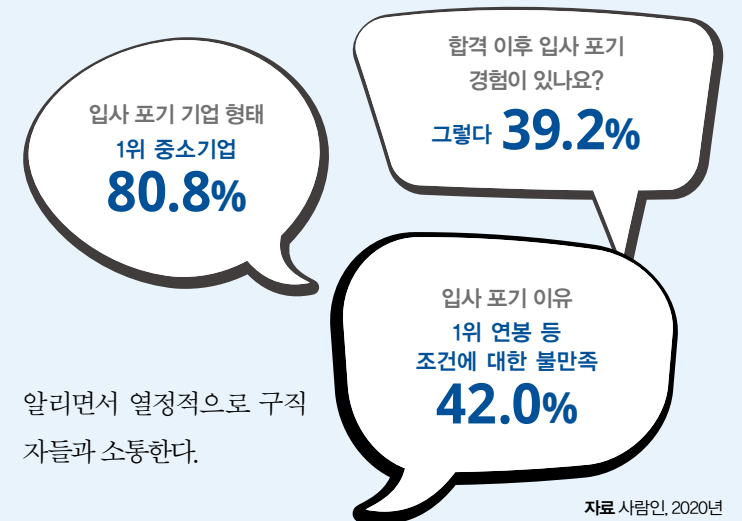
밥 먹듯 요구하는 잔업 △몇몇 사람만 일하는 조직 분위기와 관리 시스템 등이 바로 그 이유들이었다.

사실 최근 몇 년간 채용 트렌드를 이야기할 때 빠지지 않는 키워드는 MZ세대(20~40세)다. 코로나19의 확산으로 인한 '온라인 취업설명회, 화상면접, AI면접 등 비대면 채용 방식'의 확산, 그리고 '수시 또는 상시 채용의 증가' 등도 중요한 화두이긴 했으나, 이러한 변화도 디지털에 익숙하고 직업 가치관이 명확한 MZ세대가 그 중심에 있기에 가능한 일이라고 본다면, 당연히 MZ세대가 가장 중요한 키워드라고 볼 수 있다. 한편 인구 구성 측면에서도 MZ세대는 이미 다수를 점하고 있다. 기업분석 전문 연구소인 한국CXO연구소의 보고(2021년)에 의하면, 전체 경제활동인구의 45%, 대기업 직원의 60%, 스타트업 직원의 80% 정도가 이미 MZ세대다. 또한 국내 100대 기업의 임원으로 재직 중인 MZ세대도 64명이었다. 흔히 채용 시장에서 '갑'이라고 생각되던 대기업들도 이제는 자신들의 강점을 활용해 MZ세대에게 맞는 채용 마케팅을 적극적으로 펼치고 있다.

예를 들어 채용 과정에서는 소셜네트워크서비스 SNS 등을 활용한 구직자 대상 홍보, 온라인 및 메타버스를 활용한 취업설명회 등을, 그리고 채용을 확정된 후에는 이탈 방지와 정착을 돕기 위해 축하선물, 온라인 멘토링, 웰컴파티 등의 프로그램을 운영한다. 모두 MZ세대를 유인하고, 자사만의 채용 브랜드를 알리는 데 열심이다. 스타트업들 또한 예외는 아니다. 이들도 자신들의 강점인 기동력을 발휘해 자사의 비전과 다양한 기회 등을



MZ세대들의 채용 경험 조사



자료: 사람인, 2020년

알리면서 열정적으로 구직자들과 소통한다.

### 임금의 중요성과 채용 간소화

그렇다면 탄탄한 경영 시스템과 역량을 갖춘 대기업이나 젊은 열정으로 똘치 스타트업에 밀리기 쉬운 중소기업의 입장에서는 무엇을 어떻게 해야 하는가?

먼저 마케팅적 사고를 바탕으로 자사의 특성에 맞는 채용 브랜드에 만들어 가는 노력이 필요하다. 더 이상 지원한 구직자를 '선별'한다는 권위적인 입장이나, '이력서가 들어오면 면접을 하겠다'는 수동적 태도가 아닌, 마케팅 관점에서 접근하는 것이 중요하다. 그리고

구직자, 즉 MZ세대들이 원하는 정보를 그들이 원하는 방법으로 효과적으로 알려야 한다. 이를 위해 다음에서 제안하는 요소들을 살펴보고 적절하게 조합함으로써 자사만의 채용 브랜드와 채용 문화를 갖추어 갈 수 있기를 바란다.

**첫째, 정부의 중소기업 지원 정책을 활용한다.** 앞서 언급한 여러 사례에서 보듯이 임금은 중요하다. 특히 MZ세대의 경우 불만이 있으면 그 불만을 표출하고 행동으로 옮기는 경향이 다른 세대보다 상대적으로 강하다는 점을 고려할 때 임금은 중요하게 검토해야 할 항목이다. 직원 보상에 관한 이론 중에는 유보임금 **Reserve Wage**이라는 개념이 있다. 지원자가 기업의 채용오퍼 **Job Offer**를 거절하게 되는 최저 수준의 임금을 뜻하는 용어다. 다시 말해 개인 간 차이는 있겠지만, 지원자 개인마다 유보임금이라는 것이 있어서 회사가 제시한 연봉이 자신의 유보임금보다 낮으면 다

른 조건이 아무리 좋아도 그 기업의 채용오퍼를 받아들이지 않고 유보, 즉 거절한다는 의미다.

안 좋은 소식은 대기업의 높은 연봉과 사회적 분위기 등의 이유 때문에 중소기업 지원자들의 평균 유보임금 수준 또한 상승하고 있다는 점이다. 자신이 생각하는 임금보다 연봉이 낮으면 입사를 하기보다는 플랫폼 종사자나 '엔<sup>N</sup>잡러'로서 활동하겠다는 구직자들도 늘고 있다. 정부에서도 중소기업의 이러한 어려움을 돕고자 여러 지원책을 마련해 시행 중이다. 예를 들어 인재육성형 중소기업 지정사업, 중소기업-근로자 간 성과공유제, 산업기능요원제도, 청년친화 강소기업 등의 정책을 활용해 구직자들의 입사와 장기근속을 유인해볼 수 있다. 그리고 각 지방자치단체에서도 지역 인재의 취업 등을 돕기 위한 제도를 시행 중이다.

**둘째, 채용 절차 등을 간소화·표준화한다.** 중소기업은 대기업에 비해 상대적으로 신속하게 채용 절차 등을 간소화·표준화해 진행할 수 있다. 치열한 경쟁과 오랜 채용 프로세스를 기다리는 것에 어려움을 느끼는 MZ세대들에게 중소기업만의 간소하고 표준화한 채용 프로세스로 친밀감을 갖게 할 수 있을 것이다. 먼저 채용공고 시 회사에 대한 정보와 채용 프로세스를 명확하고 충실하게 제시한다. 여건이 허락한다면 회사의 채용공고를 클릭한 뒤 곧바로 회사 입사지원서로 연결되게 하고, 자기소개서도 회사가 추구하는 핵심 가치나 인재상에 맞도록 간소화하면 좋다. 예를 들어 배달의 민족을 운영하는 우아한 형제들의 자기소개서는 '좋아하는

시나 소설, 노래를 중심으로 한 자신 소개 등 2~3개 항목이라고 한다.

그리고 채용 과정에서 발생할 수 있는 여러 부정적인 요소를 제거하는 것이 필요하다. 예를 들어 지원 직무의 역량 확인과 관계없는 질문, 지원자를 하대하거나 무시하는 듯한 태도 등은 반드시 제거되어야 한다. 그런 점에서 면접관에 대한 교육은 필수다. 상대적으로 규모가 작은 중소기업이라 해도 이런 부정적인 요소는 생각보다 훨씬 빠르고 광범위하게 각종 취업포털이나 취업카페 등에서 회자될 수 있다. 지원자, 특히 MZ세대 지원자들에게 있어서 '존중'은 기본이다.

#### CEO가 참여하는 기업 문화의 변화

**셋째, 직무의 내용을 명확하게 제시한다.** 대부분의 중소기업은 업무가 세분화되어 있지 않다 보니, 수행할 직무에 대한 소개가 두루뭉술하고 전반적인 내용을 모두 담고 있는 경향이 보인다. 때로는 직무 소개가 '영업, 총무 등 전반' 등 단 한 단어에 그치기도 한다. 이 경우, 지원자 입장에서는 업무가 불명확하고 세분화되어 있지 않아 지원을 꺼리거나 본인이 생각했던 직무와 입사 후 실제 직무가 일치하지 않는다는 이유로 퇴직하기도 한다. 회사의 첫인상에 영향을 줄 수 있는 요소이므로 최대한 수행할 직무 내용, 필요한 자격증, 우대사항 등을 친절하고 명확하게 소개해 친근감 있고 원활한 소통이 이루어지는 기업이라는 이미지를 채용 문화에 담을 필요가 있다.

**넷째, 공정성과 기회를 가시화해 보여준다.** MZ세대의 특징 중 하나는 자기 개발이나 성

장에 민감하다는 점이다. 이를 고려했을 때 공정한 기회를 부여하고 다양한 커리어를 개발할 수 있는 기회가 있음을 보여주는 것이다. 예를 들어, 채용 과정에서는 채용 기준과 절차의 공정성을 반드시 지키야 한다. 입사 후에는 업무량과 평가 및 보상에 있어서 직원 간 형평성과 공정성을 개선하는 것, 경험이 누적되고 역량이 높아질수록 더 도전적인 직무가 부여되고 전문가로 성장할 수 있는 점 등을 끊임없이 진솔하게 소통하는 것이 꼭 필요하다. 중소기업에서 자신의 커리어가 정체되는 것이 아니라 성장할 것임을 보여주어야 한다.

**다섯째, 유연한 기업 문화와 조직 분위기를 만든다.** MZ세대는 상대적으로 인정욕구가 크고, 자신의 의견이 무시되는 조직을 싫어한다. 의사소통이 어려운 보수적이고 고압적인 선배들의 자세, 실수를 대중 앞에서 비난하는 조직 문화를 그대로 건넌 MZ세대는 많지 않다. 입사 후 퇴사율이 상대적으로 높은 중소기업에서는 특히 장기근속자들의 성향이 반영된 조직 문화가 많이 관찰된다. 반드시 개인과 회사, 팀과 조직이 열린 마음과 존중하는 마음으로 소통하고 공감할 수 있는 기업 문화를 만들 필요가 있다.

기업 문화의 개발에는 창업주나 최고경영자 **CEO**의 개입이 핵심이다. CEO가 중심이 되어 회사가 추구하는 가치를 진솔하게 주기적으로 소통하는 행동, 존중하는 자세로 유연하게 경청하고 피드백을 하는 행동 하나하나가 기업 문화에 큰 영향을 미친다. 이어 팀장급 이상의 임직원들이 올바르게 행동하도록 관심을 가지고 살펴본다면 그 성공 가능성은 크게 증가할 것이다. 





김태형

(주)제농S&T 대표이사

(주)제농S&T

## 종자주권 지키기에 앞장서는 토종 기업

종자 산업<sup>Seed Industry</sup>은 농산물 재배에 필요한 종자를 생산해 농가에 파는 산업이다.

과거에는 농민들이 직접 수확한 농산물에서 종자를 얻어 다음 해 농사를 위해 사용해 왔지만, 최근 이를 전문적으로 담당하는 산업으로 확대되었다. 전 세계 종자 산업은 미국, 유럽, 일본 등지의 대기업들이 주도하고 있다. 종자 산업은 ‘밭에서 나는 반도체’에 비유될 만큼 고부가가치 산업이다. 제주도에 본사를 둔 제농S&T는 양파, 무, 고추, 수박, 단호박 등 채소 종자를 육성해 공급하며 종자주권을 지키기에 앞장서는 기업이다.

제농S&T는 1968년에 설립된 업력이 54년에 이르는 장수기업이다. 본사는 제주도 제주시 에, 종자연구소는 경기도 안성(양성, 미양)과 전남 해남에 두고 있다.

부지면적 2만3,140㎡ 규모의 안성 양성연구소는 수박, 애호박, 단호박 등 박과류 종자를, 4만9,587㎡ 규모의 안성 미양연구소는 고추, 무, 양배추 외 기타 작물의 종자를 연구한다. 가장 큰 부지인 14만2,149㎡ 규모의 전남 해남 연구소는 양파와 대파 종자를 연구하고 있다. 3,306㎡ 규모의 경기도 평택 소재 종자사업본부는 종자 보관, 생산, 가공 처리 및 영업 관리를 총괄하는 곳이다. 종자사업본부의 창고에 들어서면 향온향습 시설이 설치되어 있어 여름철에도 서늘하다. 이곳엔 각종 종자가 6단 창고에 가득 쌓여 있다.

전체 직원이 157명인 제농S&T의 매출은 2018년 304억 원에서 2019년 275억 원으로 소폭 줄었다가 2020년 318억 원, 2021년 386억 원으로 다시 증가했다. 올해 매출 목표는 425억 원이다. 이 중 종자 매출을 185억 원, 농약 매출을 240억 원으로 잡고 있다. 종자별 매출 비중은 양파 약 30%, 고추 20%, 박과류 20%, 무 10% 순이다. 제농S&T 종자는 중국, 일본, 베트남 등지로 수출하고 있다.

제농S&T는 특히 양파 종자에 강점을 가지고 있다. 양파는 수요가 큰 글로벌 작물이다. 김태형 제농S&T 대표는 “채소 종자 중에서 고추, 무, 배추 등은 각국에서 재배되는 품종이 서로 다르지만 양파는 똑같다”며 “이는 해외 시장 개척 가능성이 그만큼 크다는 것을 의미한다”고 말한다.



### 제주에서 농약 유통으로 사업 첫발

제농S&T는 김 대표의 부친인 고<sup>故</sup> 김귀연 회장이 1968년 제주에서 농약 유통을 하는 개인 기업을 창업하면서 시작되었다. 제주 한림이 고향인 김 회장은 자녀가 3명으로 늘어나자 시골을 떠나 제주시 중심가로 나와 농약 유통을 시작했다. 제농은 제주농약의 약자다.

제주 오현고와 고려대 농대를 나온 김태형 대표는 대학 졸업 후 2년 정도 농약 제조 기업에서 직장생활을 하다가 27세가 되던 1994년 부친이 경영하던 회사에 합류했다. 당시 제농S&T의 연매출은 40여억 원, 인원은 11명 정도의 소기업이었다. 그는 밤낮없이 일했다. 주말도 없이 전국을 다니며 영업전선을 누볐다.

“우리나라 양파 종자 시장에서 국산 종자 점유율은 25% 내외에 불과한데 이 중에서 제농S&T의 종자가 20% 정도를 점유하고 있다. 그간 상품성이 일본산에 미치지 못했지만 다양한 R&D 노력에 힘입어 앞으로 일본산과의 경쟁에서 이길 수 있다는 확신을 갖게 되었다.”

### ‘농업에 종사해서 밥은 먹고 사냐’ 핀잔도

지금은 식량주권 등이 부각되며 농업과 종자 산업의 중요성이 매우 커졌지만 당시만 해도 지인들은 “어찌다 젊은 나이에 귀향해서 농업과 관련된 일을 하느냐”며 혀를 차기도 했다. 때론 “밥은 먹고 사냐”는 핀잔도 들었다. 친구들은 대부분 대기업에서 벼타이를 매고 일할

때였다. 하지만 그는 농업의 중요성, 특히 종자와 농약 등 농업 관련 사업의 중요성을 간파하고 있었다. 8년 정도 경험을 쌓은 뒤 35세가 되던 2002년 1월 대표이사에 취임한 그는 제농의 변신을 꾀했다. 농약 유통에서 한발 나아가 종자 사업에 뛰어든 것이다.

김 대표는 “IMF 외환위기를 계기로 국내 굴지의 종자 기업들이 줄줄이 외국계 거대 기업에 팔려 가는 것을 보고 이 분야에 뛰어들기로 결심했다”고 말했다.

이때부터 그는 숨 돌릴 틈 없이 켄겔음으로 움직였다. 2003년 종자업 면허를 취득하고 채소 종자 육성과 생산에 나서기 시작했다. 2008년에는 농촌진흥청 난지연구소와 협약을 체결했고, 2010년에는 농업회사법인으로 전환했으며, 2011년에는 제주첨단과학기술단지에서 사육을 신축했다. 이어 2012년에는 지식경제부 주관 연구과제사업으로 ‘수출 주도 제주형 소프트웨어 융합 밀폐식 육묘 시스템’을 개발했다. 그해 기업부설연구소도 설립했다. 2013년에는 농림수산축산부 주관 연구과제로 조속생력형 감귤 품종을 개발했다.

이후 양파 품종(YW2, YP600, YP610) 보호등록을 한 뒤 자체 양파 품종 ‘귀옥’을 출시했다. 그 뒤 다수의 품종 등록을 마쳤을 뿐 아니라 기업 인수에도 적극 나섰다. 2016년엔 농업회사법인 양파나라를 인수했고 2020년에는 삼성종묘를 인수했다. 삼성종묘는 수박, 고추, 무, 배추 등을 육성해 온 회사다.

연구·개발 R&D에도 적극 나서 2017년 안성육종연구소(양성면), 2021년에는 생명공학연구소와 남부연구소(해남)를 준공했다. 이 과정에서 사명을 제농S&T로 변경했다.

제농S&T의 특징은 일본산이 장악하고 있는 양파 종자 시장에서 국산 양파 종자의 경쟁력을 키워 왔다는 점이다.

김 대표는 “지금도 양파 종자는 일본이 국내 시장의 약 70%를 장악하고 있다”며 “내수시장을 점차 확대하면서 일본, 중국, 유럽연합<sup>EU</sup> 등지로 시장을 넓혀 가고 있다”고 설명했다. 이들은 파, 수박, 무 등 신품종을 육성해 국내에 보급하고 수출을 확대하고 있다.

### 제농S&T의 강점은 R&D 및 협력

제농S&T는 자체 연구소 및 외부기관과 협력을 통해 종자 개량과 신품종 개발에 적극 나서고 있다. 이를 사례별로 살펴보자.

첫째, 2015년 발광다이오드 LED 조명을 이용한 점목묘 활착 장치를 개발했고 2016년에는 LED 광원장치 및 이를 활용한 ‘표준재배시설 통합관제 시스템’을 개발해 특허를 따냈다.

둘째, 2019년 전라남도농업기술원과 양파 신품종 개발 및 종자 생산·유통을 위한 상호협력 업무협약<sup>MOU</sup>을 맺었다. 양 기관은 이번 협



제농S&T 종자연구소 평택에 자리한 종자사업본부는 종자 보관, 생산, 가공 처리 및 영업관리를 총괄하고 있다.

약을 계기로 양파 유전자원 공유와 신제품 개발, 종자 생산·유통 등 전담을 양파 종자 산업의 허브로 구축하기 위한 기반을 마련하게 되었다.

그동안 전라남도농기원과 제농S&T는 우량 유전자원 공유와 품종 개발에 공동 노력한 결과 품질이 개선된 2종의 품종을 개발, 품종 보호출원 절차를 거쳐 공급하고 있다.

김 대표는 “우리나라 양파 종자 시장에서 국산 종자 점유율은 25% 내외에 불과한데, 이 중에서 제농S&T 종자가 20% 정도를 점유하고 있다”면서 “그간 상품성이 일본산에 미치지 못했지만 다양한 R&D 노력에 힘입어 앞으로 일본산과의 경쟁에서 이길 수 있다는 확신을 갖게 되었다”고 밝혔다.

이런 자신감은 ‘성과’에 기반을 두고 있다. 최근 정부가 골든시드프로젝트 **Golden Seed**

### 김태형 대표의 기업 철학

#### 1. 행동하고 실천하라

중요하다는 생각이 들면 빠르게 투자하고, 거침없이 돌진한다.

#### 2. R&D와 협력만이 답이다

끊임없는 개발, 전문기관과의 협력으로 새로운 경쟁력을 확보할 수 있다.

#### 3. 미래 비전을 잃어라

현재에 안주하지 말고 장기적인 관점으로 새로운 먹거리를 준비해야 한다.



창업  
1968년

본사  
제주시  
종자연구소

경기도 안성(양성, 미양), 전남 해남

종자사업본부  
경기도 평택



주력 제품

양파 종자, 무 종자, 고추 종자, 박과류  
(수박, 애호박, 단호박) 종자 등



인원  
157명



2022년 매출 목표

425억 원

Project, GSP 사업을 통해서 개발한 양파 종자가 일본산을 대체하고 있다면서 5개 제품을 제시했는데, 이 중 3개(봄바람, 비스트, M5)가 제농S&T의 종자였다. 골든시드프로젝트란 농림축산식품부와 해양수산부 등이 추진하는 국가 전략형 종자 R&D 사업이다.

최근 골든시드프로젝트 양파 품종 평가회에서 일본산 종자보다 우수한 평가를 받은 킹콩도 제농S&T의 것이다. 이런 우수한 상품성을 앞세워 제농 S&T는 2017년부터 일본에 자사 양파 종자를 수출하고 있다.

셋째, 올 7월에는 자사 생명공학연구소와 (주)틀젠의 유전자 교정 기술을 이용해 새로운 품종을 개발하기 위한 업무협약을 체결했다. 이를 통해 고추를 포함한 다양한 원예작물에 대한 연구·개발을 하고 고부가가치 종자를 개발해 글로벌 시장을 개척하기로 했다. 또한

R&D 협력에 필요한 유전자 교정 기술과 육종 소재를 공유하고, 새로운 유전자원이 개발되면 품종 육성을 통해 신제품을 확보하는데 함께 노력하기로 했다.

유전자 교정 기술은 인간 유전 질병 치료 외에도 새로운 농작물 개발, 고부가가치 종자 개발에 필요한 육종 기술로 각광받고 있다. 김대표는 “유전자 교정의 원천기술을 갖추고 있는 틀젠과의 협업을 통해 우수한 유전자원을 바탕으로 독창적이고 창의적인 신제품을 개발할 수 있을 것”이라고 말했다.

넷째, 제농S&T는 양파 외에 타 품목에서도 경쟁력이 있다. 흑피수박, 신미계 꽃고추 등이 그 예다. 이전 삼성종묘가 육종한 종자들로, 여전히 시장에서 가치를 인정받고 있다.

김대표는 “조생흑미 등 흑피수박은 국내 시장을 90% 가까이 점유하고 있다”며 “고추 품종 ‘PR 큰얼’은 지난해 대한민국 우수 품종상 대회에서 농림축산식품부장관상을 수상했으며, 무는 중국으로 수출하면서 중국에서 신뢰를 확보해 가는 중”이라고 설명했다.

#### 앞으로의 비전은 생명공학

제농S&T는 ‘생명공학’에 대한 관심이 높다. 전통 육종 기술과 첨단 생명공학의 접목을 통해 고품질 우량 종자를 개발할 수 있다는 구상에서다.

그는 “제농S&T란 이름에서 ‘S’는 삼성종묘의 ‘S’와 종자 **Seed**의 ‘S’를 의미하고, ‘T’는 ‘Technology’의 앞 글자를 딴 것인데, 생명공학이 전통 육종과의 협업을 통해 우수한 종자를 만들어낼 수 있다”면서 “생명공학을 통해 종자 품질을 강화해 국내뿐만 아니라 세계



1968. 01

창업(고 김귀언 회장)

1987. 01

법인 전환

2002. 01

김태형 대표 취임(현)

2003. 05

종자업 취득

2010. 10

농업회사법인 전환

2011. 06

제주첨단과학기술단지에  
사옥 신축

2012. 03

‘수출 주도 제주형 소프트웨어 융합 밀폐식 육묘 시스템’ 개발

2012. 06

기업부설연구소

2014. 03

양파 품종(YW2, YP600, YP610) 보호 등록

2015. 03

LED 조명을 이용한  
점목묘 활착장치 특허 등록

2016. 01

농업회사법인  
양파나라 인수

2017. 07

안성육종연구소(양성면)  
건립

2020. 03

제농S&T로 사명 변경

2020. 06

삼성종묘 인수

2021. 05

생명공학연구소,  
남부연구소(해남) 준공

2022. 07

틀젠과 업무협약  
(유전자 교정 기술 이용한  
신품종 개발)



**생명공학이라는 새로운 비전** 제농S&T는 생명공학을 통해 종자 품질을 강화해 글로벌 기업으로 거듭나겠다는 목표를 세웠다.

에서 이름을 높이는 일도 해보겠다”고 다짐했다.

경기도 안성군 미양면에 생명공학연구소를 완공한 것도 이런 목표를 달성하기 위한 것이다. 이로써 제농S&T의 연구소는 모두 5곳(중부연구소, 중부2연구소, 남부연구소, 생명공학연구소, 제주감귤연구소)으로 늘어났다.

김대표는 “종자 회사가 없으면 인류가 존재할 수 없다”면서 “제농S&T는 물론 우리나라 종자 회사의 역할은 양파 종자와 같이 수입 의존도가 높은 종자의 가격을 지지하는 효과도 분명히 있다”고 말했다. 그는 “국내 육성 종자를 꾸준히 개발해 유전자원의 확보와 수입 종자와의 경쟁에서 우위를 점하고 종자 가격을 안정화시키는 선순환을 통해 농업인들이 종자에 대한 부담 없이 농사를 지을 수 있도록 할 계획”이라고 강조했다. 



신지영 한국ESG연구원 대표

대기업 ESG 전략·기획을 담당했으며, 다양한 현장과 실무에서 얻은 경험을 바탕으로 중소기업부터 대기업까지 ESG 평가, 교육, 컨설팅을 하고 있다.

## 중소기업의 ESG경영 체계성

중소기업에 드리운 ESG경영에 대한 요구가 더욱 확대되고 있다.

많은 산업에서 대규모 기업을 중심으로 ESG경영에 대한 대응이 논의되고 있으나, 중소기업은 ESG경영을 대하는 접근 방법과 방향성을 잡는 과제가 우선이다.

시장 질서에 적용되는 ESG경영에 대한 속도는 더 빠르다. 지속가능경영 글로벌 규제 도입, 지속 가능한 소비의 확대는 중소기업의 자금조달 등 경영 환경에 계속해서 영향을 주고 있다. 특히 대기업의 협력사 대상 ESG 관련 요구사항이 늘어나고 있어 중소기업 또한 ESG경영에 민감할 수밖에 없다. 필자가 컨설팅한 한 중소기업은 2022년 올 상반기 동안 벌써 3개 대기업으로부터 공급망 ESG 평가를 요청받기도 했다.

또 중소기업이나 수출 중소기업의 경우 ESG 성과에 따라 글로벌 기업의 공급망에서 배제될 수도 있는 위험에 직면해 있다. 이를 위해 중소기업은 ESG경영 체계를 수립해야 하는 과제가 있으나, 실질적으로 상당한 어려움이 존재한다. 이번 호에서는 중소기업이 당면한 'ESG 체계성'에 대한 애로사항 및 대안을 함께 살펴본다.

### 중소기업의 ESG경영을 어렵게 하는 요인

세상이 ESG를 중심으로 변한다는 이야기는 끊임없이 들려오는데도 불구하고 중소기업은 이에 대한 대응에 소극적이다. 그러나 빠른 변화에 직면하고 준비 태세에 들어간 중소기업도 마찬가지로 ESG경영에 대한 접근 방향성에 대한 의문을 갖고 안갯속을 걷고 있는 상황은 마찬가지다. 중소기업이 ESG경영을 어려워하는 요인을 살펴보자.

#### 첫째 ▶ 변화를 받아들이지 않으려는 보수성

새로운 경영 패러다임이 세상을 뒤덮고 있다고 하더라도 변화를 받아들이는 조직의 속도는 각자 다르다. 많은 사람들은 대기업의 경우, 충분한 인력과 자본이 있기 때문에 ESG경영에 대한 대비를 하고 있다고 생각한다. 물론 당연히 맞는 말이지만 하다.

그러나 우선적으로 꼽아야 할 차별점은 기업의 환경 변화에 대한 민첩성이 아닐까 싶다. 왜냐하면 사업 환경이 변화하면 그에 따라 기업 내부의 강점과 약점을 분석하고 우리가 무엇을 해야 할까 고민하는 적극성이 그 뒤에 자연스럽게 이어지기 때문이다. 그에 반해 중소기업은 기존에 하고 있는 일 외에 충분한

교육이나 자금 지원 없이 무엇인가를 바꾸어야 한다는 점에서 수동성을 갖는 경우가 많다. 중소기업 스스로 '우리가 대기업도 아닌데 대체 왜?'라는 생각에 젖어 있는 사례를 어렵지 않게 만날 수 있다. 이러한 소극적인 생각은 비단 실무자뿐만 아니라 경영층에까지 녹아 있기도 하다. 왜냐하면 20~30년 정도 된 역사를 가진 중소기업의 경우 예전에는 그러지 않았는데 이제는 이것저것 요구하는 게 많아졌다며 불평한다. 그 회사가 성장해 오면서 겪은 모든 일들도 결국 산업 환경 변화에 맞춘 결과물인데도 매번 변화 대응에 대해 비판적인 자세를 취한다.

이는 결국 기업의 문화가 되어 그 회사의 모든 면에서 새로운 일이 주어질 때마다 저항에 부딪히는 결과와 동시에 일의 결과물이 지연되는 현상으로 이어진다. 이런 현상이 지속되면 사실상 ESG경영의 수준 미달로 인해 자금, 거래 등에서 직접적인 피해에 맞닥뜨려야만 뭔가를 해야 한다는 생각을 하기에 이른다. 즉, 기업의 ESG경영 추진 여부와 방향의 상당 부분을 중소기업 최고경영자(CEO)의 자발적이고 주체적인 결정에 기대할 수밖에 없는 것이다.

#### 둘째 ▶ 단기 지향적 의사결정

중소기업은 기업의 현금흐름을 보며 단기적 의사결정을 하는 경향이 있어 기업의 ESG경영 추진 과정에서 비용 발생 시 ESG경영에 소요되는 자원 투입에 우선순위를 두는 것이 쉽지 않다. ESG경영에 있어 이행하지 않았을 경우 발생할 수 있는 규제 비용이나 영업 손실 등 단기적 영향에 훨씬 더 민감하게 반응하며 비용을 투입할 가능성이 높다. ESG경영 도입

### ESG 경영 도입 시 애로사항



|                  |      |
|------------------|------|
| 전문 인력 부족         | 22.7 |
| 가이드라인 부재         | 16.3 |
| 도입 필요성에 대한 확신 부족 | 10.0 |
| 다양하고 복잡한 평가 기준   | 6.7  |
| 인센티브 부족          | 3.0  |
| 영업기밀 등 과도한 정보 요구 | 1.0  |

단위 % 자료 중소기업진흥공단, '중기 ESG경영 대응 동향 조사'

시 애로사항 중 1위는 비용 부담(37.0%) 측면이다. 그러나 비용 부담을 말하기 전, ESG경영에 대한 내용을 파악하고 우리 조직의 현황을 분석해보려는 시도부터 시작하지 않는다면 비싼 컨설팅을 받는다 하더라도 기업의 경쟁력은 향상되지 않는다.

#### 셋째 ▶ ESG 전담 인력 확보 및 전문성 부재

국내 중소기업은 2019년 기준 100인 미만 사업장이 전체의 87.0%이며 이직 및 퇴직, 일자리 소멸로 실직한 노동자가 전체 30.0% 넘게 나타날 정도로 일자리 안정성이 낮은 편이다. 따라서 중소기업의 업무 분배가 비체계적이며 유동적이고, 겸직이 많아 ESG경영에 필요한 전문성 확보와 체계적인 역할 분장이 어렵다. ESG경영을 도입할 경우 애로사항 중 2위는 전문 인력 부족(22.7%)으로 나타났다. 그러나 이러한 전문 인력 부족 현상은 전 산업에서 나타나고 있는 공통적인 문제이기도 하다. 대기업 또한 마찬가지로 ESG 전문가가 있는 경우가 많지 않으며, 다른 보직에 있던 직원이 새롭게 담당자가 되어 공부해 나아가

면서 일을 만들어 가고 있는 것이다. 결국 또 변화에 대한 기업의 적극성이 이 문제에 대해서도 공통적으로 적용된다.

### ESG경영 체계를 위한 전략 마련

먼저, 관련 규제를 검토하고 내부 현황을 파악해야 한다. 중소기업이 ESG 리포트를 요구받을 때 가장 당황하는 요인 중 하나는 평가사에서 요구하는 비재무적 기업 정보 자료가 체계적으로 관리되고 있지 않다는 점과 ESG 평가는 기업이 제공하는 정보 이외에도 수많은 정보의 총합이라는 점이다.

따라서 중소기업이 ESG 추진에 있어 무엇을 관리해야 하는지 그 범위를 구체화해 정의할 필요가 있다. 우선 국내외 ESG 관련 규제를 알아보아야 한다. 중소기업 대상 ESG 관련 규제는 중요성을 살펴보기 위해 특정 산업에 한해 적용되는 내용과 산업 공통으로 적용되는 내용을 균형 있게 살펴보아야 한다.

또한 체계적으로 ESG경영 현황 및 성과 관리

를 하기 위해 내부 업무 프로세스를 검토하는 것이 중요하다. ESG경영에 따른 실적이 도출된다는 것은 결국 ESG경영 전반에 대한 업무 현황을 파악하고 그 기업이 나아갈 방향성과 단일 직무마다 향상해야 하는 점이 무엇인지 짚고 넘어가야 한다는 의미가 된다. 그래야만 데이터 관리가 가능하다는 전제가 생긴다. 또 ESG 관련 담당자가 바뀐다 하더라도 회사의 ESG경영 관련 업무 프로세스나 표준이 마련된다면 어떤 사람이 그 일을 담당해도 큰 리스크가 되지 않을 수 있다. 결국 ESG 관련 내부 데이터를 체계적으로 관리하는 기업은 연속성 있는 ESG 성과 관리가 가능하며, 규제당국이나 고객사가 관련 데이터를 요구할 경우에도 수월하게 대응할 수 있다.

ESG경영에 필요한 기준 정보는 환경<sup>E</sup>과 사회<sup>S</sup> 영역에서 주로 찾아볼 수 있는데, 예를 들어 환경 영역에서는 온실가스 배출 관련 정보 관리가 필요하다. 사회 영역에서는 임직원 건강 관리를 위해 취급 물질의 유해성 정보를 관리해야 한다. 이와 같이 시설·설비, 물질 및 임직원 정보는 ESG경영에 필요한 데이터를 산출하기 위해 필수적으로 관리해야 하는 기준 정보에 해당한다.

또한 효과적인 데이터 관리를 위해서는 전산 시스템 또는 데이터 플랫폼을 통해 ESG 데이터 관리를 일원화하는 것이 가장 바람직하나, 여건상 가능하지 않을 경우가 많을 것으로 예상되기에 사내 유관 인력에게 담당 데이터의 관리 책임을 분배하고 주기적으로 전체 데이터베이스<sup>DB</sup>를 업데이트하는 형태의 관리가 필요하다. 무엇보다 효과적인 ESG 정보 관리를 위해 최소 연 1회 이상 데이터 현황 파악과

최신화를 하는 것이 중요하다.

어떤 일이는 가장 우선적으로 해결해야 할 과제는 무엇이 부족한지 확인하는 것이다. 그리고 무엇보다 해 나아가야 할지 결정하는 과정이 뒤따라야 한다. ESG경영에 대해 관심을 갖고 있는 중소기업이라면 ESG경영의 글로벌 표준이 있다는 사실을 이미 알고 있을 것이다. 그렇다면 ESG 관련 글로벌 표준이 말하는 경영 수준은 어느 정도인지, 그리고 그에 비해서 가장 먼저 해결해야 할 자사의 과제는 무엇인지 선별해보는 업무가 진행되어야 한다.

또 조직에서 어떤 부서, 어떤 담당자가 하고 있는 일의 종류, 깊이, 그리고 책임과 권한이 어느 정도인지 재확인하는 과정도 중요하다. 그래야 부서별로 추진할 수 있는 일의 윤곽이 드러나기 때문이다. 이러한 프로세스를 통해 중소기업마다 우선적으로 해결해야 할 과제를 선별하고 나면 비용이나 활용 가능한 자산을 검토해야 한다.

### 대외 커뮤니케이션

마지막으로 대외 커뮤니케이션이 중요하다. ESG 정보 공개를 외부 커뮤니케이션을 통해 하는 것은 중소기업에 있어선 ESG 성과를 기반으로 장기적인 기업 가치 향상을 도모할 수 있는 핵심 수단이다. 왜냐하면 ESG경영의 의미 자체가 '이해관계자가 기업에 갖고 있는 니즈를 반영해 경영 전략을 수립하고 이행하는 것'이기 때문이다. 따라서 이해관계자가 기업에 원하는 바를 어떤 방법으로 펼치고 그에 따른 결과를 도출했는가와 동일하게 다루어져야 한다. 결국, 중소기업은 지속가능경영보고서 발간뿐 아니라 홈페이지 내 자사 ESG경



영 현황 공개, 제품 및 기업 설명자료에 ESG와의 연계성을 확대하는 등 다양한 방안으로 중소기업을 둘러싼 이해관계자에게 효과적으로 ESG 추진 성과를 알릴 수 있다. 이러한 선제적인 커뮤니케이션은 다양한 ESG 검증과 평가에 대한 대응력을 갖추는 기본적인 방법이기도 하다. 그래서 중소기업은 우리 조직의 현황을 직시하고 개선해야 하는 점에 대해 전략적 차원으로 다가서는 시각을 갖추는 게 우선이라는 결론으로 회귀한다.

중소기업에도 ESG경영은 기업의 생존과 지속가능성 확보를 위해 필수적으로 추진해야 하는 경영 현안으로 자리 잡았다. 그러나 아직까지 중소기업이 체계적인 ESG 추진에 있어 어디서부터 신경을 써야 하는지는 다소 시간이 소요될 것으로 판단된다. 충분한 지원과 교육이 적용되는 것이 가장 현실적이고 효과적이겠지만, 중소기업 또한 위기의식으로 무장해 새롭게 마련된 시장경제에 적응하려는 노력을 기울여야 한다. 결국 새로운 시장 패러다임에 적용할 수 있는 중소기업의 실질적인 경영 체계부터 실무까지 적절한 대응 전략을 세워 ESG경영의 토대 및 대응 전략을 마련하는 것이 필요하다.

### 중소기업의 ESG경영 체계를 만드는 실무 4대 접근법



### 중소기업 ESG 관리 주요 지표

- 사회**
- 고용 관행
  - 공급망 포함 이동노동·강제노동
  - 차별 및 직장 내 괴롭힘 금지
  - 산업안전보건
  - 지적재산 및 고객정보 보호
  - 제품 안전 및 품질



자료 대한상공회의소



## IBK가 만난 이달의 기업들

지난 8월 12일 윤종원 IBK기업은행장은 강원도 강릉시에서 열린 한국경제학회 창립 70주년 기념 정책 심포지엄에 참석했다. 이번 심포지엄에서 윤 행장은 'IBK기업은행: 국책은행 역할 평가 및 시사점'이라는 주제로 정책금융기관으로서 IBK기업은행의 역할을 제시하고, 앞으로 중소기업을 위한 경제적 지원에 앞장서겠다는 뜻을 전했다.

### 한국경제학회 창립 70주년 기념 정책 심포지엄

#### 신정부 출범 100일, 경제정책의 성과와 과제

윤종원 IBK기업은행장은 지난 8월 12~13일 강릉 세인트존스 호텔에서 열린 '한국경제학회 창립 70주년 기념 정책 심포지엄'에 참석해 '혁신성장과 금융정책'에 대해 발표하고 토론하는 시간을 가졌다.

'신정부 출범 100일, 경제정책의 성과와 과제'라는 주제로 열린 이번 정책 심포지엄은 최근 3고(고물가·고금리·고환율) 현상과 더불어 무역수지 악화, 주식 시장 침체 등 한국 경제가 처한 복합적인 위기 상황을 돌아보고 대응

방안을 모색하기 위한 취지로 마련되었다.

이번 심포지엄에서는 첫날 △환경과 에너지 정책 △산업정책 △통상정책 △혁신성장과 금융정책 등 4개 세션을 통해 출범 100일을 맞는 새 정부 경제정책 방향에 대한 평가가 이뤄졌고, 2일 차 종합세션에서는 정책 과제 및 해법 도출을 위한 논의가 이뤄졌다.

심포지엄에는 추경호 경제부총리, 김소영 금융위원회 부위원장 등이 참석했으며, 윤 행장은 '혁신성장과 금융정책' 세션에서 주제 발표자로 참여했다.



한국경제학회 창립 70주년 기념 정책 심포지엄에 참석한 윤종원 IBK기업은행장 이번 행사에는 추경호 경제부총리, 김소영 금융위원회 부위원장 등이 함께 참여해 출범 100일을 맞는 새 정부의 경제정책 방향에 대한 평가와 정책 과제에 관한 논의가 이루어졌다.

#### 중소기업을 위한 든든한 지원 약속

윤 행장은 'IBK기업은행: 국책은행 역할 평가 및 시사점'을 주제로 한 발표를 통해 중소기업 육성을 위한 국책은행으로서 IBK기업은행의 역할과 방향성을 제시했다. 정책금융의 역할에 관한 이론적 논거들을 바탕으로 "신용 위험이 높고 담보력이 취약해 불리한 여건에 있는 중소기업을 지원하기 위해 국책은행으로서 적극적인 역할이 필요하다"고 강조했다. 정책금융기관으로서 IBK기업은행의 역할로는 △위기 시 금융 시장 안정을 위한 안전판 제공 △금융 접근성 제고 △대출 변동성 완화 △혁신성장과 지속가능성 지원 등을 꼽았다. 윤 행장은 "위기 때 금융 시장 안정을 위한 안전판을 제공하느냐, 경기 대응적으로 자금을 공급하느냐가 정책금융의 중요한 역할"이라며 "IBK기업은행은 주요 경제위기 때마다 시중은행과 달리 기업 대출 비중을 늘리며 시장의 공백을 메꾸는 역할을 했다"고 말했다. 이에 대한 실증적인 근거로 위기 기간 중 대출 점유 비중을 확대했다는 점, 중·저신용 기업에 대한 대출 비중이 높다는 점, 시중은행과 달리 대출이 경기 대응적이라는 분석 결과 등을 제시했다.

또 "업력 7년 이하의 창업 초기 기업이나 중·저신용 기업과 같이 자금 시장 접근이 어려운 중소기업들을 대상으로 자금을 공급하는 데 주력해 왔다"고 밝혔다. 창업·벤처기업에 대한 지원 실적을 제시하며 향후 투자 확대에 대한 의지를 내비치기도 했다. "창업·벤처기업 육성과 관련해 지난 3년간 1조5,000억 원 이상의 모험자본을 지원했고, 앞으로 3년 동안 2조5,000억 원을 지원함으로써 시



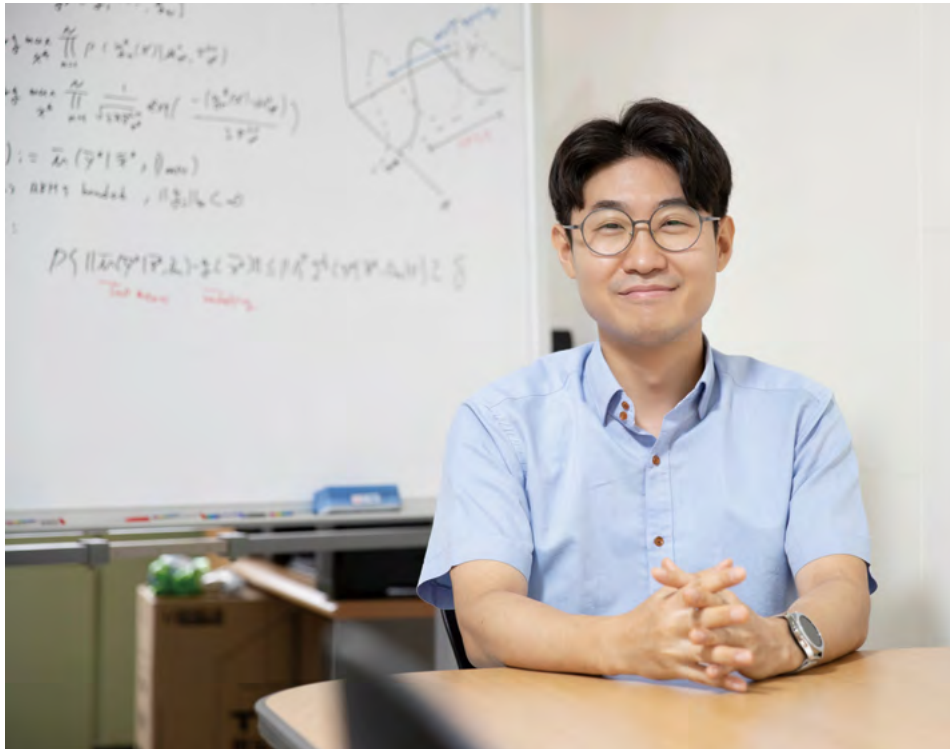
국책은행으로서의 IBK기업은행 역할 윤 행장은 지난 8월 12일에 열린 심포지엄에 발표자로 참석해 정책금융기관으로서 중소기업을 위한 경제적 지원에 앞장설 것을 약속했다.

장에 기여할 생각"이라며 "IBK창공이라는 프로그램을 통해서도 많은 혁신 창업 기업을 지원해 왔고 앞으로도 투자를 늘려 스타트업 육성을 강화할 계획"이라고 말했다.

이어 중소기업 지속가능성 지원의 일환으로 IBK기업은행이 지난해부터 기업의 경영·재무 상태를 객관적으로 분석·진단해 맞춤형 처방을 제공하는 '금융주치의 프로그램'을 시행해 기업진단보고서를 제공하고 있다고 소개하며, 이 프로그램을 통해 중소기업들이 현 상태 및 경쟁력을 객관적으로 파악해 효과적인 성장을 할 수 있도록 도움을 주고 있다고 말했다.

또 윤 행장은 "IBK기업은행의 대출 포트폴리오를 보다 미래 지향적으로 바꾸기 위해 기술금융과 문화 콘텐츠 산업 투자 확대에 힘쓰고 있다"며, "녹색·ESG 전환을 지원하기 위한 IBK BOX, ESG 컨설팅 등 다양한 사업도 활발히 전개 중"이라고 소개했다.

끝으로 윤 행장은 IBK기업은행이 국책은행으로서 여러 운영상의 제약이 있음에도 불구하고 중소기업의 경제적 지위 향상을 도모해야 한다는 책무에 맞게 중소기업 지원에 앞장서겠다는 뜻을 분명히 했다. 



핵심 기술  
답러닝 기반 LBS



시장 성장률  
(2025년 예상)  
**170%** 달성

## 구로 8기

### 아이핀랩스

유재현 대표

### 답러닝 기반 실내 측위 SaaS 개발 기업

#### \*Start-up Introduction

답러닝 기반 실내 위치 추적 서비스형 소프트웨어<sup>SaaS</sup>를 제공하는 스타트업으로 아이핀랩스의 기술은 관성측정센서와 와이파이 신호세기를 융합해 50cm 미만의 오차율로 정확도를 높이면서도 하드웨어를 설치할 필요가 없고, 비지도식 학습 기술 덕분에 원격 서비스 운영이 가능하기 때문에 저가에 사용할 수 있다. 전 세계에서 가장 많은 사람과 사물의 실내 이동 정보 수집을 통해 위성위치확인시스템<sup>GPS</sup> 기술에 버금가는 가치를 확보하는 걸 목표로 하고 있다.



약 10여 년 넘게 한 분야를 연구했고 이제 실내 위치 추적에 대한 전반적인 연구는 상용화가 가능할 만큼 매우 성숙한 단계라고 생각했습니다. 인공지능<sup>AI</sup>의 발전으로 이전에는 불가능했던 정밀하고 경제적인 실내 위치기반서비스<sup>Location Based Service, LBS</sup> 구축이 가능해졌고, 세계적으로 디지털 전환<sup>DX</sup> 사업이 본격화된 지금이 출사표를 낼 최적의 타이밍이라고 생각하고, 아이핀랩스를 시작하게 되었습니다. LBS는 정확성과 경제성이 상용화를 결정합니다. 실내 LBS 사용처마다 조금씩 다르지만 정확성은 50cm~1m 이내로 유지되어야 하며, 도입·유지 비용이 기존 비콘<sup>Beacon</sup> 방식의 설치·운영 비용보다 2배 이상 저렴해야 합니다. 아이핀랩스의 기술은 50cm 오차를 목표로 하고 있고, 설치·운영 비용이 들지 않는다는 장점이 있습니다. 아이핀랩스는 지난 4월 법인을 설립하고 3개월 만에 시드 투자를 마무리했습니다. 현재 개념검증<sup>Proof of Concept, PoC</sup> 실증사업을 건설, 복합물, 보안 관련 대기업 3곳에서 진행하고 있습니다. 실내 LBS의 수요가 수십 년간 꾸준히 지속되어 온 이유는 사용자에서 기존 문제점을 잘 파악하고 있기 때문입니다. 기존의 문제점을 저희가 해결해 시장에서 검증된다면, 국내뿐 아니라 해외 시장에도 진출할 수 있을 것으로 판단합니다.



## 마포 9기

### 웰로

김유리안나 대표

### 대한민국 모든 정책을 한번에!



웰로는 개인화 정책 추천·신청 서비스(웰로)와 기업형 올인원 정부 사업 협업관리 솔루션(웰로비즈)을 개발해 제공하고 있습니다. 두 서비스는 공통적으로 '맞춤 정책·사업을 인지하고, 신청을 돕는 구조'로 되어 있습니다. 기존 서비스가 '알림'까지만 진행했다면, 웰로는 '신청'까지 원스톱으로 할 수 있도록 만든 것이죠. 이러한 단계가 가능하려면 각각 흩어져 있는 정책 자연어 데이터의 수집-처리-분석-매칭 과정이 필요합니다. 각 단계는 단순한 키워드를 넘어 문장의 맥락 인식을 통한 매칭이 필요하며, 자연어 처리 기반 답러닝 기술을 포함해 단계별로 자동화하고 있습니다. 현재는 정책만을 매칭하고 있지만, 그다음 단계의 데이터를 확보하기 위한 기초 단계라고 생각하고 있습니다. 웰로의 경우 정책을 신청한 뒤 수집하는 개인의 정책 수혜 데이터와 만족도 데이터를 토대로 국가의 정책 예산 수립부터 정책 구성에 필요한 원천 데이터를 획득해 나갈 예정입니다. 웰로비즈는 기업이 성장하기 위한 자금 확보 채널로도 확대해 나갈 수 있습니다. 지원사업을 제출할 때의 사업 전략과 필요한 서류들이 투자를 받거나 금융자금을 조달할 때와 다르지 않기 때문입니다. 기업형 서비스는 앞으로 스타트업, 중소기업을 대상으로 자금 확보 비대면 솔루션 및 생산성 전사적 자원관리<sup>ERP</sup> 쪽으로 확대해 나갈 예정입니다.



#### \*Start-up Introduction

웰로는 복지를 뜻하는 Welfare와 안녕을 뜻하는 Hello의 합성어로 '정책으로 개인의 복지를 증진시키자'는 목표로 시작되었다. 정책이 연계된 산업에서 개인, 기업, 국가를 연결하는 거브테크<sup>Gov-Tech</sup> 기업이 되고자 비전을 확대하고 있다. 웰로는 개인의 더 나은 삶과 기업의 생존과 성장, 그리고 국가가 개인과 기업을 위한 정책을 펼치는 데 도움을 주고자 서비스를 론칭하고 성장시켜 가고 있다.



핵심 기술

개인화 정책 추천 및 신청 서비스  
기업형 올인원 정부 사업 협업관리 솔루션



초기 목표 시장 규모  
**6조 6,900억 원**





# 승자독식이 아닌 공존과 협력적 경쟁, 하이퍼 코피티션

하이퍼 코피티션은 협력<sup>Cooperation</sup>과 경쟁<sup>Competition</sup>의 합성어로 산업, 국가, 기술, 기업 규모 등 모든 조건을 초월해 어느 누구와도 협업할 수 있다는 의미다. 하이퍼 코피티션은 컬래버레이션으로 구체화된다. 성공한 컬래버레이션과 실패한 컬래버레이션은 각각 어떤 키워드를 담고 있을까?

## 성공 사례

### 환상의 짝궁이 된 컬래버레이션



#### 성공의 한 톨

- 1 유머스럽고 키퍼한 결과물
- 2 다양한 범주의 업종 간 의외의 조합
- 3 소비자에게 각인된 지속가능성

컬래버레이션이 코로나19로 인한 팬데믹, 그리고 그 이후에도 위기 때마다 거론될 수밖에 없는 이유는 위기가 심화될수록 경쟁으로 인한 손실이 크고, 저마다 살길을 찾고자 비즈니스 간 경계를 허물려고 하기 때문이다. 그런 컬래버레이션의 성공 요인에는 세 가지가 있다.

첫째, 위기를 극복한 컬래버레이션에는 '유머'가 있다. 위기가 아닐 때에는 주로 브랜드와 아티스트와의 협업을 통해 소위 브랜드의 격을 높이고자 하는 사례가 많았다. 하지만 팬데믹 기간에는

소비자들의 흥미를 이끌어낼 수 있는 협업, 그리고 인지도가 높은 타 업종 및 브랜드와 협업해 유머스럽고 키퍼한 결과물을 만든 사례가 더 많았다. 대표적으로 패션 브랜드 F사는 제약사와 협업해 재미있는 캐릭터 패션 아이템을 만들어냈고, 스포츠 브랜드 K사는 맥걸리 브랜드와 협업해 '장수하숯!'이라는 마케팅을 펼치며 대중의 반응을 이끌어냈다.

둘째, 이슈를 만들어낸 컬래버레이션에는 '의외성'이 있다. 의외성은 일반적으로 소비자들이 생각할 수 있는 업종 간, 브랜드 간 조합을 뛰어넘는 무언가를 추구한 것이다. 예를 들어 패션 브랜드와 식당, 레스토랑과 코스메틱 브랜드, 커피와 맥주, 서점과 스포츠 등 업종과 브랜드만 봐서는 감히 상상하기 어려운 다양한 조합이 팬데믹 기간 동안 선보였다. 이를 통해 각 컬래버레이션은 매출 증대, 검색량 증대 등 유의미한 성과를 거두기도 했다.

셋째, 성공한 컬래버레이션은 '지속가능성'을 지향한다. 이 지속가능성은 단지 '가능성'에만 머무르지 않았다. 브랜드 인지도가 높든 낮든 컬래버레이션을 바탕으로 소비자 인식 속에서 잊히지 않고 회자되었고, 매출에도 기여해 기업의 재무 성과에도 긍정적인 영향을 미친 것이다. 잊힐 듯 했던 브랜드를 컬래버레이션으로 되살린 G사 밀가루도 지속가능성의 대표적인 사례다. G사 밀가루는 2018년부터 다양한 컬래버레이션을 진행해 왔는데, 팬데믹으로 많은 사람들이 지치고 새로운 관심을 찾고 있을 때, 제조사와 손잡고 밀맥주를 론칭해 엄청난 열풍을 일으켰다.

## 실패 사례

### 환상의 변종이 된 실패한 컬래버레이션

과유불급이라고 했던가. 소위 선을 넘는 컬래버레이션이 있는가 하면 최근 컬래버레이션이 업계의 만병통치약처럼 사용되면서 문제가 생기고 있다. 하지 말아야 할 컬래버레이션에는 어떤 실패 요인이 있었을까?

첫째, 유머 대신 불쾌함이 있었다. 컬래버레이션은 단순히 2개의 브랜드가 합쳐지는 개념이 아니다. 컬래버레이션을 통해 새롭게 선보인 제품에는 새로운 기능과 효능감이 있어야 한다. 하지만 기계적인 조합으로 오히려 의구심만 자아낸 사례가 있다. 비빔면과 화장품 브랜드, 카레 브랜드와 치약 브랜드가 그것이다. 이 사례를 보면 화장을 하고 양치를 할 때마다 불쾌한 기분이 들 것 같은 생각이 든다. 이런 것을 '환상의 변종'이라고 한다. 더 불어 지나치게 재미만을 추구한 나머지 소비자를 오인하게 만들어 사고의 우려를 낳은 컬래버레이션도 있다. 잉크 브랜드와 커피 브랜드, 우유 브랜드와 로션 브랜드, 구두약 브랜드와 초콜릿 브랜드 등은 특히, 자녀를 둔 부모 소비자의 거부감과 불쾌감을 불러일으켰고, 판매 금지 대상이 되기도 했다.

둘째, 지나치게 많은 컬래버레이션으로 너무 뻘하고 예상된다는 평가를 받는 경우도 있다. 캐릭터

지식재산권<sup>IP</sup>을 활용한 컬래버레이션이 대표적이고, 특정 브랜드에 컬래버레이션이 집중되는 경우 신선함이 사라지면서 큰 효과를 발휘하지 못하는 경우가 많았다. 호랑이 캐릭터로 유명한 M캐릭터, 잔망함을 내세운 L캐릭터 등이 대표적이다. 명품 브랜드 G사는 일본의 대표적인 D캐릭터와 컬래버레이션한 제품을 선보였는데 보기 좋게 실패했다. 이미 D캐릭터를 활용한 패션 아이템이 너무 많았기 때문이다. 컬래버레이션에도 피로감이 있다. 특정 브랜드와 캐릭터에 컬래버레이션이 집중되면 신선함에 한계가 생길 수밖에 없다.

셋째, 비싼 가격으로 가치를 떨어뜨리는 컬래버레이션도 있다. 명품 브랜드 G사는 스포츠 브랜드 A사와 컬래버레이션을 했다. 하지만 결과는 좋지 않았다. 소비자의 반응이 대개 "값이 너무 비싸다" 였기 때문이다. 보통 명품 브랜드가 다른 업종의 브랜드와 협업하면 가격을 높이기보다 낮추기 마련인데, 명품 브랜드 G사는 가격이 상대적으로 저렴한 스포츠 브랜드 A사와 협업하면서 오히려 가격을 높였다. 이는 희소성을 볼모로 소비자의 불합리한 소비를 부추겼다는 비판을 받았다. 결국 이 컬래버레이션은 소비자의 선택을 받지 못했고, 실패한 사례로 남게 되었다.



#### 실패의 한 톨

- 1 불쾌함을 일으킨 만남
- 2 뻘하고 피로감이 느껴지는 사례
- 3 높은 가격으로 인한 반감

# 디지털 헬스케어 산업의 미래, 커넥티드 피트니스

커넥티드 피트니스 **Connected Fitness**는 사용자가 원하는 시간과 장소에서 서비스 제공사가 준비한 온라인 플랫폼에 연결된 운동기구와 모니터를 통해 실시간 코칭을 받으며 운동할 수 있는 서비스를 말한다. 커넥티드 피트니스 시장은 2026년까지 연평균 4.2% 성장이라는 높은 성장세가 예상된다.



피트니스 산업의 미래 커넥티드 피트니스 시장은 코로나19 시대를 타고 성장해 엔데믹 시대에도 한계를 극복하고 종합 디지털 헬스케어 산업으로의 도약을 준비하고 있다.

## 피트니스계의 넷플릭스, 펠로톤

펠로톤 **Peloton**은 구독형 온라인 피트니스 스트리밍 서비스와 커넥티드 피트니스 운동기구를 결합해 판매하는 회사다. 코로나19 팬데믹 훨씬 이전인 2012년 창립해 2014년 사이클과 온라인 스트리밍 서비스를 결합한 제품을 판매하기 시작했고, 이후 러닝머신 등 북미 커넥티드 피트니스 운동기구 시장을 주도하며 2019년 뉴욕증권거래소 **NYSE** 상장에 성공했다.

펠로톤이 본격적으로 이용자에게 주목받기 시작한 것은 코로나19 확산 이후다. 펠로톤의 온라인 스트리밍 피트니스 프로그램을 통

해 오프라인 피트니스 센터에서 운동하는 것과 같은 새로운 경험이 많은 사람의 입소문을 타면서부터다.

펠로톤의 특징은 유튜브가 제작한 영상만 참고할 수 있는 단방향 유튜브 피트니스 영상과 다르게 전문 트레이너가 등장하는 콘텐츠를 독자적으로 만들어 펠로톤을 이용하는 다른 회원과 함께 경쟁하면서 운동할 수 있는 것이다. 그리고 매주 수십 개의 수업이 녹화된 영상 대신 라이브로 진행되는 클래스를 운영하며, 운동을 마치고 나면 펠로톤 서버와 연결된 운동기구를 통해 받은 데이터를 분석해 사용자의 운동 성과와 개선점을 리포트 형식으로 제공해 이용자의 만족도를 높였다.

이런 특징을 발판 삼아 코로나19가 본격적으로 퍼지기 시작한 2020년 3월 이후 단 3개월 만에 100만 명의 회원을 모았고 현재 400만 회원을 보유하고 있다. 단기간에 폭발적인 사용자 증가세는 펠로톤 서비스를 이용할 수 있는 운동기구 공급이 수요를 감당할 수 없을 만큼의 매출 성장을 이끌었다. 같은 해 기업 가치 또한 4배 이상 높이 평가받으며 피트니스계의 넷플릭스라고 불릴 정도로 대표적인 커넥티드 피트니스 기업이 되었다.

## 코로나19 팬데믹 시대에 주목받는

### 홈트레이닝

북미 지역에서 커넥티드 피트니스 산업과 펠로톤 서비스가 주목받았다면 국내는 신한 라이프에서 200억을 투자한 하우핏 **HowFit** 서비스를 눈여겨볼 만하다.

하우핏은 지난해 3월 론칭한 커넥티드 피트니스 플랫폼 서비스로, 구글플레이가 선정한



이원영 IT칼럼니스트

월간 PC라인 편집장을 역임하고 IT와 기술의 새로운 만남을 즐기는 마음으로 칼럼니스트로 다양한 매체에 기고 중이다.

‘2021 올해를 빛낸 자기개발 앱’ 최우수상을 받고 2022년 5월까지 누적 40만 가입자를 확보하는 성과를 거두었다.

하우핏 서비스는 펠로톤과 다르게 별도의 운동기구나 웨어러블 장비 없이도 스마트폰만 있으면 누구나 때와 장소를 가리지 않고 편하게 운동할 수 있는 것이 특징이다. 전문 트레이너가 촬영한 운동 콘텐츠에 인공지능 **AI** 동작 인식 기술을 접목했다. 서비스 이용자가 운동 자세를 정확하게 따라 했을 때 경쾌한 사운드와 애니메이션 효과를 통해 힘든 운동 과정에 재미 요소를 더한 국내 홈트레이닝 서비스다.

월 5,500원의 하우핏 유료 서비스에 가입한 이용자는 유명 인플루언서 트레이너와 실시간 소통하며 1대1 코칭 서비스를 추가로 받을 수 있다. 그리고 이용자에게 맞는 운동을 골라주는 핏 테스트와 동기 부여 차원에서 운동 결과는 리포트를 통해 다른 서비스 이용자와 경쟁할 수 있는 랭킹 서비스가 더해진다.

## 엔데믹 시대, 커넥티드 피트니스 산업의 미래

앞서 살펴본 국내외 커넥티드 피트니스 서비스는 전 세계적으로 코로나19 팬데믹이라는 특수한 시장 상황에서 다른 관련 산업에 비해 돋보였다. 하지만 국가별 이동 제한이 풀리고 사람들이 이전의 일상을 완전히 되찾는 엔데믹 시대에도 과연 이전만큼의 성장세를 이어갈 수 있을지에 대해서는 업계 관계자들마저 물음표를 던지고 있다.

실제 피트니스 산업에 투자한 마이크로소프트 **MS**와 구글 등 관련 기업들이 인력 조정을 통해 서비스를 대폭 축소하고, 대표 기업인

펠로톤의 성장세마저 위드 코로나와 함께 주춤하고 있다. 위드 코로나를 통해 사람들이 이전의 일상을 되찾으며 피트니스 업계 또한 이전의 오프라인 피트니스 시장이 빠른 회복세를 보이며 커넥티드 피트니스 시장이 요동치고 있기 때문이다.

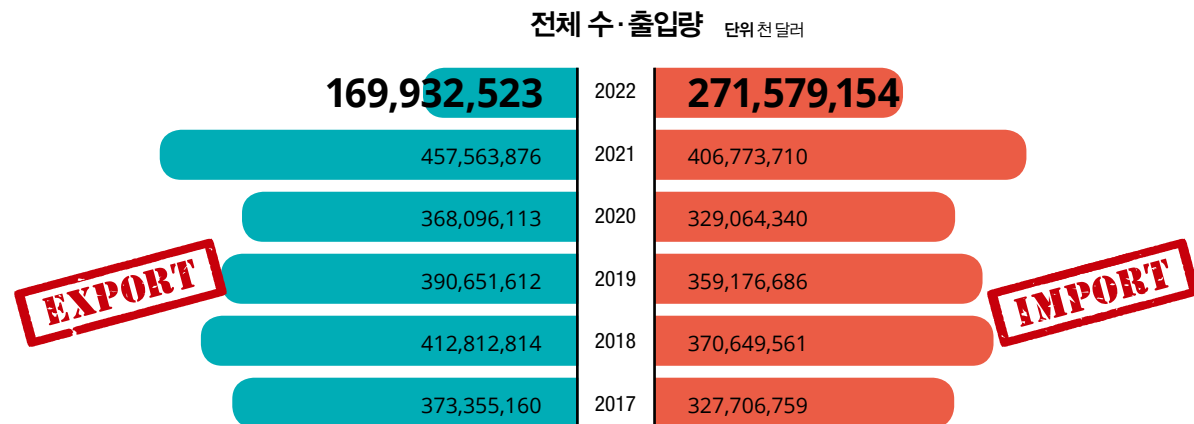
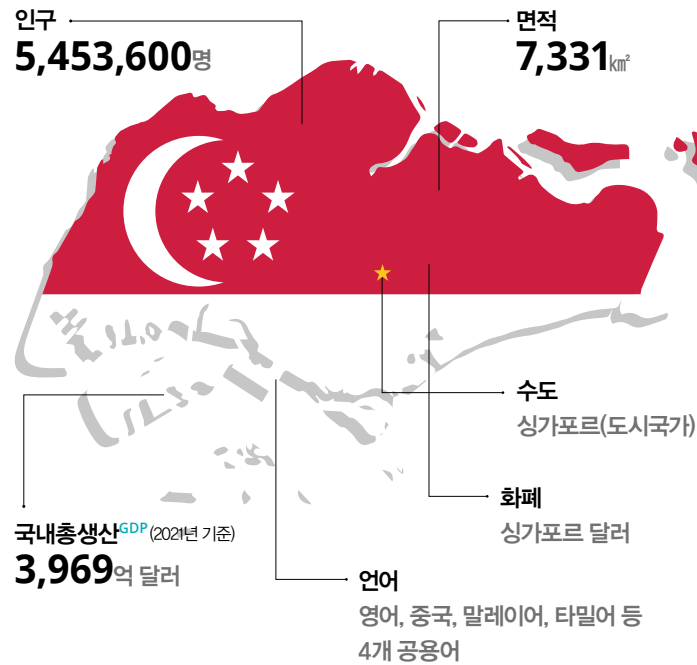
하지만 이전에 경험해보지 못했던 커넥티드 피트니스 서비스의 장점을 맛본 많은 사용자는 좀 더 큰 범위의 디지털 홈트레이닝, 나아가 디지털 헬스케어 시장까지 확대될 것으로 판단된다.

이와 같은 전망은 올해 초부터 성장세가 멈춘 펠로톤의 주가 하락을 기회 삼아 인수에 나선 기업들을 보면 알 수 있다. 피트니스 산업과 거리가 있어 보이는 아마존이나 애플은 펠로톤의 수백만 가입자의 경험과 인수 기업 플랫폼과의 시너지 효과를 노려, 중장기적 관점에서 좀 더 확대된 디지털 홈트레이닝 산업 진출을 노리고 있는 것으로 보인다. 국내 시장 상황도 해외 시장과 맥을 같이한다. 앞서 설명한 신한 라이프가 투자해 론칭한 하우핏을 비롯해 서비스 형태와 성격은 다르지만, 삼성화재, 교보생명과 같은 보험사를 중심으로 피트니스 산업의 한계를 넘어서는 디지털 헬스케어 서비스 확대 전략을 펼치고 있기 때문이다. 올 초부터 삼성화재와 교보생명은 관련 스마트폰 애플리케이션을 발표하고 가입자의 건강 상태까지 고려한 다양한 시도를 통해 사용자를 모으는 중이다.

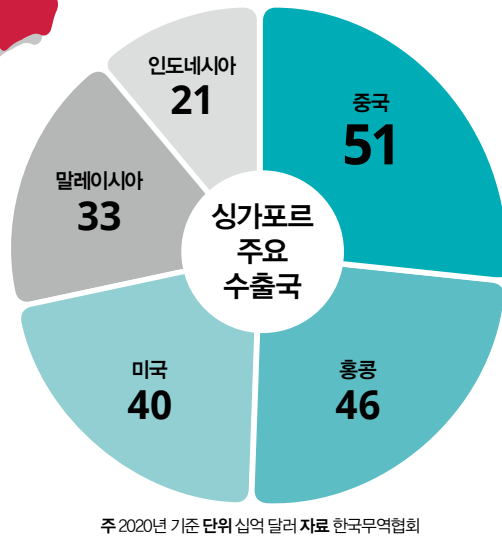
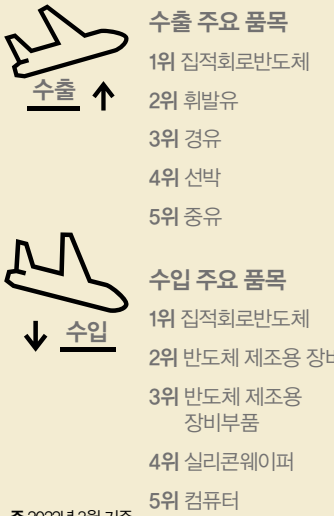
앞으로 다가올 엔데믹 시대에 커넥티드 피트니스 산업의 한계를 극복하고 종합적인 디지털 헬스케어 산업으로 발전해 많은 대중에게 주목받을 수 있을지 기대해볼 적하다. **by**

# 기업하기 좋은 나라 싱가포르

매년 '전 세계 기업하기 좋은 국가'에서 상위에 랭크되어 있는 싱가포르는 우수한 비즈니스 인프라를 자랑하며, 한국과 좋은 교역관계를 유지하고 있다. 대외 의존도가 높아 세계 경제에 많은 영향을 받지만 2022년 꾸준한 경제 회복세를 보이며 정보통신 및 금융, 디지털 솔루션 등의 분야에서 지속해서 성장 중이다.



우리나라와의 교역 현황 순위 및 비중  
수출 8위, 수입 10위



## 소비 성향

싱가포르는 일찍부터 자유무역정책을 채택해 해외 브랜드의 시장 진입이 잦아 외국 브랜드에 대해 거부감을 보이지 않는다. 유명 브랜드 제품을 선호해 일류 브랜드는 비싼 가격을 주고서라도 기꺼이 사지만 인지도가 없는 제품은 저렴하게 구매하길 원하는 경향이 있다. 싱가포르 백만장자의 비율이 매년 꾸준히 전 세계 3위 안에 들고 있는 만큼 럭셔리 브랜드의 소비층이 높고 형성된 곳이기도 하다. 최근 동남아시아 시장의 성장으로 주변국에서 유입되는 외국인 관광객을 통한 고가 브랜드 시장의 성장에 일조하고 있다.



## 한국 상품 이미지

한국에 대한 이해가 높으며 유통되는 식품, 가공식품 및 주류의 종류가 굉장히 다양하다. 한국 식품은 싱가포르 주요 유통 매장인 페어프라이스 [FairPrice](#), 콜드스토리지 [Cold Storage](#), 자이언트 [Giant](#) 등이나 치어스 [Cheers](#), 세븐일레븐 등의 편의점, 온라인식품 판매점 등에서 쉽게 구할 수 있다. 파riba게트, 두끼떡볶이, 네네치킨, 분가 등 한국 유명 음식 프랜차이즈점들이 대거 진출해 있는 가운데, 현지 및 글로벌 음식 업체의 한국 식 메뉴 출시 또한 활발하다.



## 상거래 유의사항

싱가포르 바이어들의 가격 협상 태도는 매우 직설적이며 집요하다. 제품의 가격 결정 구조에 대해 잘 인식하고 있으며 원가 정도로 터무니없는 가격을 제시하기도 한다는 점에 유의할 필요가 있다. 바이어들의 이러한 요구에 화를 내기보다 논리적으로 잘 대응해야 한다. 자신의 제품에 대해서는 시장 동향을 상당 수준 파악하고 있으므로 상담 시 자세히 모르는 사항에 대해 아는 체하는 경우 신뢰를 떨어뜨릴 수 있다는 점에 유의해야 한다.

## 싱가포르 시장 살펴보기

## 아시아 최고의 스타트업이 모인다



동남아의 실리콘밸리 아시아 최고의 스타트업 생태계를 보유하고 있는 싱가포르는 비즈니스 네트워크를 확보할 수 있는 허브로 알려져 있다.

싱가포르는 '동남아의 실리콘밸리'라고 불릴 만큼 글로벌 스타트업 및 이노베이션 테스트베드 생태계가 잘 갖춰져 있다. 매년 스위스 국제경영개발원 [International Institute for Management Development, IMD](#)에서 발표하는 '세계경쟁력지수'에서 싱가포르는 2017년부터 2021년까지 꾸준히 톱5에 들었으며, 2021년에는 전 세계 경제성장률 1위 국가로 선정되었다. 싱가포르는 동남아의 중심지로 자본, 인재, 파트너 네트워크가 집중되어 있기 때문에 비즈니스 네트워크를 확보할 수 있는 허브로 인식되고 있다.

싱가포르에 진출하고자 하는 스타트업의 경우, 싱가포르에 법인을 설립하고 정착하는 것이 시작점이 될 수 있다. 싱가포르에 법인이 있을 경우, 싱가포르 정부에서 제공하고 있는 여러 혜택을 받을 수 있기 때문이다. 코트라 싱가포르 무역관이 개별적으로 접촉한 현지 관계자들 또한 싱가포르 진출의 기본은 현지법인 설립이라고 입을 모은다. 싱가포르에서 활발히 활동하고 있는 골든게이트 벤처스 [Golden Gate Ventures](#)의 앙겔라 토이 [Angela Toy](#)는 해외 진출을 희망하는 스타트업들이 타깃 시장에서 직접 활동하면서 사업을 추진하는 것을 추천한다고 조언했다. 싱가포르 해외법인 설립 시 비용, 직원 채용, 사무실 공간 등에 대한 지원이 필요할 경우에 코트라에서 운영하는 지사화 사업, 민간 컨설팅사 또는 싱가포르 K-스타트업센터 [K-Startup Center, KSC](#)와 싱가포르 IT협력센터 [Korea IT Cooperation Center Singapore, KICC](#)에 문의하면 관련 안내를 받을 수 있다.

제공 코트라 싱가포르 무역관



## 9월 시범운영 납품단가 연동제, 첫발을 내딛다

지난 6월 납품단가 연동제의 법안 발의에 이어 정부는 납품단가 연동제 시범운영을 9월부터 시작한다.

### 원재료 가격 급등으로 인한

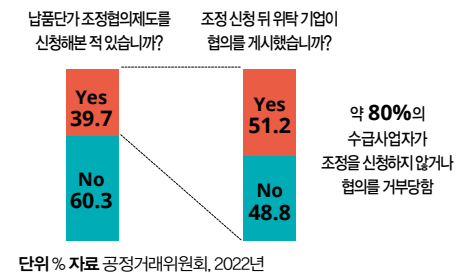
### 중소기업 경영 애로 가중

최근 IBK경제연구소의 '인플레이션에 따른 중소기업 수익성 영향분석' 보고서 결과에 따르면, 소비자물가 1% 상승은 기업의 영업이익률을 0.59% 하락시킨다. 2022년 소비자물가 상승 폭을 3.1%포인트(물가 4.7%)로 가정하면 2022년 말 기업별 영업이익률은 1.8%포인트 감소, 즉 2021년 중소기업 평균 영업이익률이 3.5%인 점을 고려하면 2022년 영업이익률은 1.7%에 불과할 수 있다. 전년 대비 50% 이상 영업이익률이 급감하는 것이다. 특히 이 보고서는 자산 규모가 10억 원 미만의 중소기업은 마이너스 영업이익률이 예상되는 등 수익성 급락 가능성이 있음을 경고하고 있다.

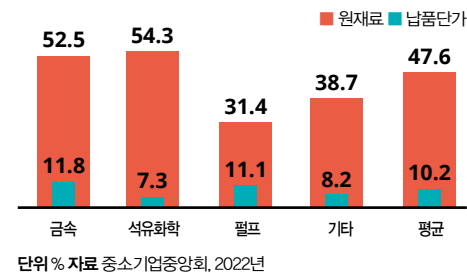
사실 원재료 가격 급등으로 인한 중소기업

기업의 생산원가 상승은 비용 증가로 이어질 수 있으나 기업의 비용 전가 능력이 높으면 인플레이션에 따른 원가 상승분을 판매 가격에 반영해 수익성을 보전할 수 있다. 그러나 즉각적인 판매 가격 상승이나 기업 간 거래<sup>B2B</sup> 관계에서 원재료 가격 상승분을 반영한 납품단가 인상 요구는 어려운 게 현실이다. 따라서 원재료 가격의 급격한 상승은 기업의 수익성에 부정적 요인으로 작용한다. 최근 러시아·우크라이나 전쟁과 중국 봉쇄조치 등에 따른 공급망 충격으로 글로벌 원재료 가격 강세가 이어지고 있다. 코로나19로 힘든 중소기업의 어려움이 가중되고 있는 것이다.

### 납품단가 조정 실태



### 원자재별 원가 및 납품단가 상승률



경영 애로는 최근의 일만이 아니다. 정부는 2008년 글로벌 금융위기발 원재료 가격 급등으로 인한 문제를 해결하고자 2008년 2월 '조정협의제도'를 도입했고, 이후 2010년 11월 법률을 개정해 '하도급대금 조정 신청' 등이 허용되었다. 그러나 원재료 가격 상승분을 사후적으로 협의해야 하는 '납품대금 조정협의제도'의 실효성 부족, 하도급 관계에서 납품대금 요구의 현실적 어려움 등이 지적되며 제도적 한계에 봉착해 왔다.

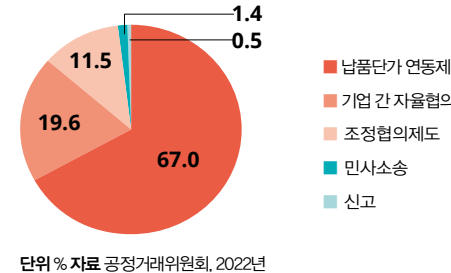
### 납품단가 연동제 제도화의 가속화

중소기업계가 요구하는 가장 효과적인 원재료 가격 상승분 반영 방법은 '납품단가 연동제'로, 원재료 가격 상승분을 납품대금에 의무적으로 반영해 납품하는 기업에 적정 이윤을 보장하는 제도다. 최근 글로벌 공급망 문제로 원재료 가격이 급등하면서 중소기업계의 숙원 과제인 납품단가 연동제에 관한 관심이 높아지고 납품단가 연동제가 신정부의 국정 과제에 포함되면서 지난 6월 법안이 발의되는 등 제도화 기반 마련이 속도를 내고 있다. 정부는 지난 8월 납품단가 연동제 제도화를 위한 업계, 전문가로 구성된 태스크포스<sup>TF</sup>를 발족했다. TF는 현장에서 작동 가능한 특별

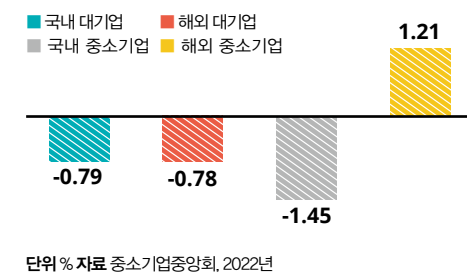
약정서를 마련하고 납품단가 연동제의 목적과 정의, 효력 등에 대해 규정하는 본문과 납품단가 연동에 필요한 사항을 기업이 기재하는 별첨으로 나누어 구성했다. 특별약정서에 기재하는 사항으로는 물품명, 주요 원재료, 가격 기준 지표, 조정 요건, 조정 주기, 납품단가 연동 산식 등이 있으며, 특별약정서를 활용하면 수·위탁 기업이 원하는 납품단가 연동제를 운영할 수 있다. 납품대금 연동제의 본격적인 시행에 앞서 '납품단가 연동 특별약정서'를 활용해 수·위탁 거래 계약을 체결하고 특별약정의 내용에 따라 납품대금을 조정하는 시범운영은 올해 9월부터 시작해 6개월 이후 성과 점검을 할 계획이다. 정부는 시범운영을 통해 중소기업이 정당하게 제값 받는 여건을 조성하고 대·중소기업 간 상생의 생태계를 구축한다는 계획이다.

납품단가 연동제는 정당한 납품대금을 보장해 노동 환경을 개선하고 대·중소기업 간 양극화를 해소하려는 데 꼭 필요한 제도로, 비단 대·중소기업 간뿐만 아니라 중소기업 간 상생 생태계 구축에도 영향이 큰 제도다. 이번 시범운영을 통해 나타난 문제점을 면밀히 검토·보완해 기업들의 자율적인 참여와 지속적인 확산이 추진되기를 기대해본다.

### 가장 효과적인 원재료 가격 상승분 도입법



### 원재료 가격 10% 상승 시 대기업 수요 변화





# Exchange Rate

## 원/달러 환율 동향



8월 원/달러 환율은 1,300원을 상회하며 연고점 경신

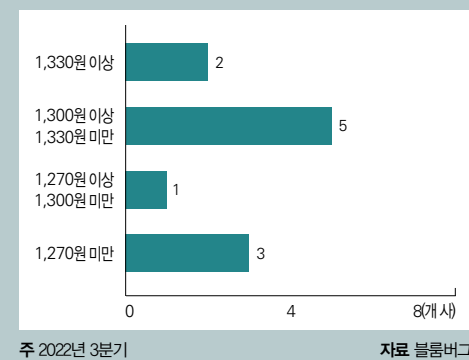
(2022.7.29일 1,304.0원→8.16일 1,303.1원→8.22일 1,326.7원)

8월 원/달러 환율은 미국 연방준비제도 Fed 주요 인사들이 기준금리 인상 의지를 거듭 밝히면서 상승세를 이어갔다. 위안화와 유로화 등 주요국의 통화가 약세를 보이는 점도 영향을 미쳐 원/달러 환율은 연고점을 경신했다.

9월 원/달러 환율은 고환율 추세 지속 예상

9월에도 미국이 기준금리를 50bp 이상 인상할 것으로 예상되면서 달러화 강세는 당분간 이어질 전망이다. 다만, 그동안 물가 상승을 견인했던 가솔린, 중고차 등의 요소가 최근 하락하는 모습을 보여 책سن출 미팅 이후로 달러 강세가 완화될 가능성도 배제할 수 없다.

## 주요 IB 환율 전망



2022년 3분기 말 환율 전망은 1,301원

블룸버그에서 종합하는 주요 IB(11개 사)의 2022년 3분기 말 원/달러 환율 전망은 평균 1,301원으로 조사되었다.

'1,300원 이상 1,330원 미만'으로 전망한 IB가 JP모건체이스(1,310원) 등을 포함해 5개 사로 가장 많았다. 최소값은 1,250원, 최대값은 1,350원으로 나타났다.

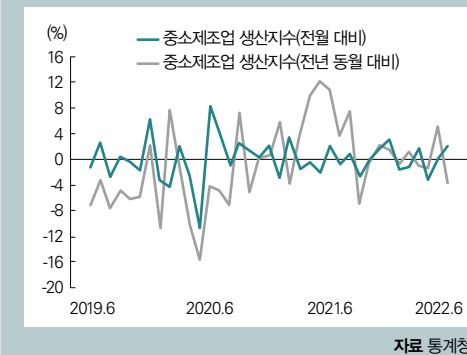
2022년 4분기 말 환율 전망은 1,292원

2022년 4분기 말 원/달러 환율에 대해 주요 IB들은 평균 1,292원으로 전망했다. 환율 전망치의 최소값은 1,220원, 최대값은 1,330원으로 나타났다.

\* 환율 전망 응답 시기: 2022.7.1 ~ 8.19일

# Small Business Trends

## 생산

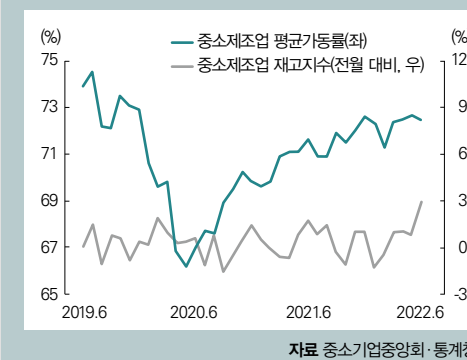


생산, 전월 대비 증가

2022년 6월 중소기업 생산은 전월 대비로는 2.2% 증가했으며, 전년 동월 대비로는 3.6% 감소한 것으로 나타났다. 업종별\*로는 전월 대비 반도체(4.2%), 자동차(7.4%), 전기장비(8.6%) 등에서 증가했으나, 전자부품(-14.4%), 화학제품(-5.2%), 비금속광물(-4.6%) 등에서 감소했다. 전년 동월 대비로는 반도체(23.9%), 기타운송장비(12.9%), 의약품(9.3%) 등에서 증가했으나, 전자부품(-21.5%), 화학제품(-9.3%), 금속가공(-10.4%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

\*업종별 생산증감률은 중소기업, 대기업을 모두 포함한 수치임.

## 가동률 및 재고



가동률, 전월 대비 하락

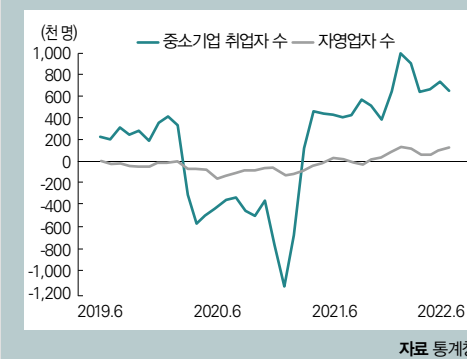
2022년 6월 중소기업 전체 평균가동률은 전월 대비 하락한 72.5%를 기록했다. 세부적으로는 소기업(5~49인)은 0.1%포인트 상승했으며, 중기업(50~299인)은 0.4%포인트 하락했다.

재고, 전월 대비 증가

2022년 6월 중소기업 재고는 전월 대비 2.9% 증가했다. 업종별\*로는 전월 대비 1차금속(12.5%), 반도체(6.0%), 자동차(7.4%) 등에서 증가했으나, 통신·방송장비(-7.3%), 가죽 및 신발(-6.5%), 기타제품(-1.9%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

\*업종별 재고증감률은 중소기업, 대기업을 모두 포함한 수치임.

## 고용



취업자 수, 전년 동월 대비 증가

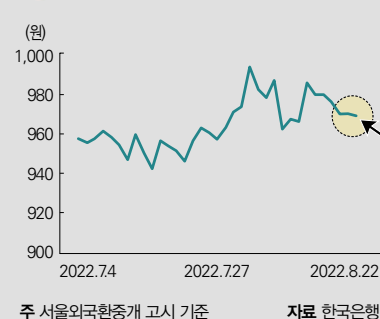
2022년 6월 중소기업 취업자 수는 전년 동월 대비 65만2,000명이 증가했다. 세부적으로는 종업원 수 5인 미만 중소기업에서 3만9,000명 감소, 5인 이상 299인 이하 중소기업에서 69만1,000명이 증가해 전체 중소기업 취업자 수는 2,548만1,000명으로 나타났다.

\*중소기업은 종업원 수 299인 이하.

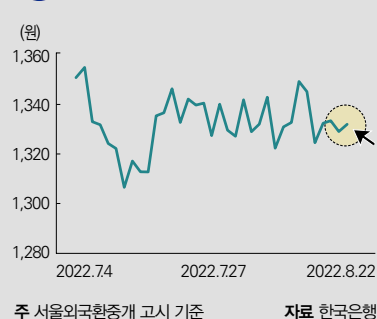
자영업자 수, 전년 동월 대비 증가

2022년 6월 자영업자 수는 전년 동월 대비 12만7,000명이 증가해 570만7,000명을 기록했다.

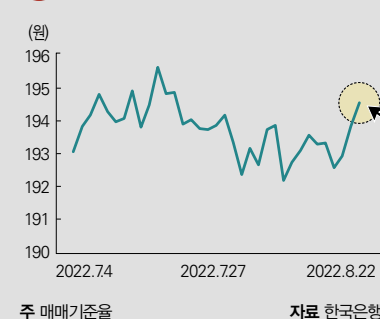
## 원/100엔 환율 동향



## 원/유로 환율 동향



## 원/위안 환율 동향





바이오 전용 국가산단 오송생명과학단지에는 유수의 바이오 기업 등 72개사가 입주해 있으며 바이오·메디컬 허브로 자리매김할 것으로 기대된다.

## 21세기 첨단 고부가 산업으로 떠오른 바이오 산업의 심장부 오송생명과학단지

코로나19 사태는 바이오·제약 산업의 중요성이 얼마나 큰지 보여주는 사례다. 충북에 자리 잡은 오송생명과학단지는 바이오 산업을 이끄는 전진기지로 바이오 산업은 21세기 첨단 고부가가치 산업으로 주목받고 있다.

오송생명과학단지는 교통의 요지다. 산업 활동에 필요한 사통팔달의 양호한 교통 여건을 갖추고 있으며 정부선, 호남선이 분기하는 고속철도 **KTX** 오송역이 단지와 인접해 있다. 경부·중부고속도로와 청주국제공항도 단지 인근에 위치하고 있다.

이곳엔 국내 굴지의 바이오 기업들이 몰려 있을 뿐 아니라 지원기관도 대부분 위치해 있다. 바이오 산업의 심장부라고 할 수 있다.

### 바이오 산업을 위한 핵심 산단

오송생명과학단지는 기존의 전통적인 제조업 중심의 산업단지에서 벗어나 산업단지 지정 및 개발계획 등 기획 단계부터 바이오 산

업 육성에 필요한 산·학·연·관 기능을 집적화시킨 국내 유일의 바이오 산업단지다. 입주 및 공장 설립에 필요한 각종 인허가 지원 기능, 기업에서 필요한 인력 양성 기능, 연구·개발 **R&D** 지원 기능, 제품 생산에서 판매까지 전주기적 지원 체계를 구축한 글로벌 수준의 조건을 갖추고 있다.

이 지역을 관장하는 한국산업단지공단 관계자는 “오송생명과학단지는 2008년 바이오, 의료기기, 화장품 업종을 대상으로 분양을 시작해 현재 유수의 바이오 기업을 비롯한 72개사가 입주해 있다”고 설명하며 “단지 내에는 39만6,694㎡ 규모의 보건의료행정타운과 112만3,967㎡ 규모의 오송첨단의료복합단지가 들어서 있다”고 설명했다. 입주 기업 중에는 제약 기업 32개사(가동 중 31개사, 건설 중 1개사), 화장품 기업 13개사(가동 중 11개사, 건설 중 2개사)가 포함되어 있다.

보건의료행정타운에는 질병관리청, 식품의약품안전처 등 보건 관련 6개 국책기관이 들어섰다. 이들은 제품 개발에 필요한 기업들의 인허가 절차를 신속하게 해결함으로써 입주 기업의 경쟁력을 높일 수 있는 인프라를 갖추

고 있다. 아무리 좋은 제품을 개발해도 인허가가 늦어지면 시장에 출시하기가 어려워지게 담당기관을 한곳에 모아 효율성을 높인 것이다. 오송첨단의료복합단지는 신약개발센터, 첨단 의료기기 개발지원센터 등 각 기관을 중심으로, 바이오를 기반으로 하는 기업과 함께 바이오 신약 및 첨단 의료기기에 대한 R&D를 수행하고 있다.

산단공 관계자는 “오송은 오창과학단지와 대덕연구개발특구가 인접해 있어 바이오기술 **BT**·정보기술 **IT**·나노기술 **NT** 산업이 융합 발전할 수 있는 우수한 입지적 조건을 갖추고 있다”고 설명했다. 입주 기업 근로자들의 정주여건까지 고려해 초등학교, 중학교, 고등학교, 대학교가 들어서 있다. 주거단지, 문화, 레저시설까지 갖춰져 업무, 연구, 생산, 주거 기능을 모두 갖춘 복합단지다.

### 국내 대표 바이오·메디컬 허브를 향한 도전

오송생명과학단지(1단지)의 성공적인 조성을 바탕으로 인근에 오송제2생명과학단지가 330만5,785㎡ 규모로 조성되어 2021년 9월 준공했다. 2단지는 ‘바이오폴리스’라고 불린다. 2단지는 이미 101개 기업에 분양되었다. 이들 기업은 순차적으로 공장을 짓게 된다. 이곳엔 바이오 화장품뿐 아니라 기계 등 1단지보다 더욱 다양한 기업들이 입주하게 된다.

앞으로 오송제2생명과학단지의 입주 기업 및 지원시설 기능이 정상궤도에 오르고 이미 예비타당성 조사를 통과한 661만1,570㎡ 규모의 오송제3생명과학단지까지 조성되면 기존 단지 간 상호 연계를 통해 오송 지역은 명실상부한 글로벌 바이오 산업의 허브 역할을



단지 규모  
**2,595만㎡**



입주 현황  
**72개사**  
가동 기업  
**60개사**

음식료 3개사  
전기전자 14개사  
석유화학 42개사  
(바이오화학품 포함)  
기타 1개사  
건설 준비 중 12개사  
(2022년 8월 기준)



가동 현황  
생산 **6.16조 원**  
수출 **3.79억 달러**  
(2021년 12월 기준)



고용 인원  
**4,298명**  
(2021년 12월 말)  
**4,666명**  
(2022년 6월 말)

자료 한국산업단지공단

하게 될 것으로 기대된다. 3단지는 2025년 착공해 2027년 분양할 예정이다.

산단공은 오송 지역의 바이오 산업을 육성하고 지원하기 위해 △각종 행정적 인허가 업무 지원은 물론 산·학·연·관 네트워크를 통한 R&D와 비R&D 사업을 지원하는 산업단지 경쟁력 강화사업 △오송 지역 산업단지 지원 인프라 확충을 위한 산단 대개조 사업 △기업 지원 맞춤형 사업 등을 통해 오송생명과학단지가 지금보다 더 크게 성장할 수 있도록 노력을 기울일 계획이다.

오송을 한 단계 도약시켜 국제도시로 육성하기 위한 밑그림도 그려지고 있다. 외국의 첨단 기술과 자본을 자유롭게 이용할 수 있는 글로벌 복합 도시로 꾸민다는 내용이다. 물론 이는 중앙부처의 용역 결과가 긍정적으로 나오고 예산이 반영되는 등 여러 절차를 거쳐야 한다.

이는 외국 기업 등이 자유롭게 활동할 수 있는 정주여건 조성에 초점이 맞춰졌다. 기존 경제자유구역인 바이오폴리스와 제3생명과학국가산업단지, 생명과학단지 등과 묶어 오송 바이오밸리를 완성하기 위한 프로젝트다.

제3생명과학국가산업단지에는 충북도와 카이스트 **KAIST**, 청주시가 손잡고 바이오메디컬 캠퍼스타운을 조성하는 방안도 검토되고 있다. 캠퍼스타운이 조성되면 바이오메디컬 분야를 특화한 대학과 병원, 연구소, 창업·상업 시설 등이 들어설 것으로 예상되고 있다. 이들 구상이 실현되면 오송 일대는 바이오에서 한 걸음 나아가 국내 대표 바이오·메디컬 허브로 자리매김할 것이다.

주문형 생체재료 코팅장비 및 용액 분야의 강자

## (주)노아닉스

인체에 삽입되는 카테타 등 의료기기는 체내 삽입 시 염증, 통증 등을 줄이기 위해 얇은 코팅을 한다. 충북 오송에 있는 노아닉스는 이 같은 생체재료 코팅 관련 사업을 영위하는 기업이다. 노아닉스는 의료기기 가운데 특히, 중재기술 의료기기용 친수성(물에 친화성을 나타내는 성질) 코팅장비, 내부 코팅기, 소수성 코팅장비, 페럴린 코팅장비, 약물 코팅장비를 제작하고 있다. 여기에 쓰이는 친수성 코팅액, 항균 코팅액, 항혈전 코팅액을 개발해 장비와 더불어 공급하고 있다. 마치 프린터기기 기업이 프린터와 토너를 공급하는 것과 비슷하다.

최형준 노아닉스 대표는 “노아닉스 제품은 기본적으로 주문 제작”이라며 “외관, 프로그램 제어, 유체 공급장치, 노즐을 고객 사양에 맞춰 제작한다”고 설명했다. 그는 “특히 미세 유체 분야에서 국내 최고의 브랜드를 보유하고 있으며, 박막스프레이 분야에서 독보적인 위치를 갖고 있다”고 덧붙였다.

최근 노아닉스는 전남대학교병원과 ‘의료용 스텐트 및 이의 표면처리 방법’ 기술에 대한 기술이전 계약을 맺었다. 노아닉스는 이번 사업의 제품화 시기를 내년 하반기로 계획하고 있다.



**생체재료 코팅 분야의 독보적 실력** 중재기술 의료기기용 친수성 코팅장비 등을 제작하는 노아닉스는 박막스프레이 분야에서 독보적 위치에 있으며, 의료용 케이블도 공급하고 있다.

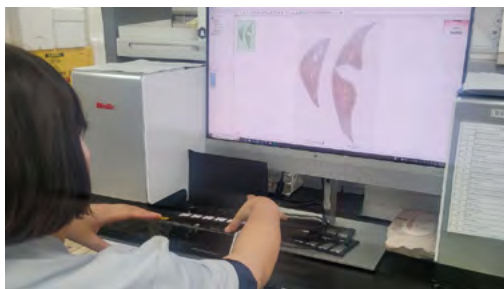
비임상시험의 병리검사 및 병리 관련 제품 연구·개발 기업

## (주)케이피앤티

케이피앤티는 신약, 농약, 화장품 및 화학물질 등의 개발 과정에 필수적인 비임상시험의 병리검사와 병리 관련 제품 연구·개발(비임상 CRO)을 사업모델로 한다. 비임상 CRO로서의 사업 확장 및 현재 국내 비임상시험 시장에서 전량 수입에 의존하고 있는 병리진단용 염색 키트의 자체 개발을 목표로 하고 있다. 이정민 케이피앤티 대표는 대학에서 임상병리학을 전공하고 바이오 기업에서 16년간 근무한 뒤 2015년 12월 케이피앤티를 창업했다. 전체 인원 11명 중 7명이 연구원이고, 그중 5명은 이 분야 경력이 15년 이상 된 베테랑들이다.

비임상 CRO는 인간의 신체와 유사한 조직 특성을 가진 동물을 대상으로 한 특정물질의 실험 대행기관을 뜻한다. 비임상 단계의 핵심은 인체에 미칠 수 있는 독성의 정도와 독성 발현 부위를 알아내는 것이다.

케이피앤티는 2016년 12월 일본 팔마<sup>Falma</sup> 및 쇼에이<sup>Shoei</sup>의 한국 협력업체로 계약을 맺었다. 2017년에는 4건의 병리용품에 대해 특허를 취득했고 벤처기업 인증을 받았다. 실험실용 마스크도 개발했다. 2018년에는 ‘충청북도 청년창업 우수 기업’으로 선정되었고 그해 수출액 18억 원(주로 일본으로 수출)을 달성했다.



**해외 시장을 개척하는 케이피앤티** 케이피앤티는 병리용품의 미국 수출 등 해외 시장 개척을 가속화하고 있으며, 2017년에만 병리용품 4건에 대해 특허를 취득하는 등 연구·개발에 적극적이다.



## IBK기업은행의 오송생명과학단지 입주 기업을 위한 금융 지원책

### ● 안심 고정금리 특별자금

고정금리대출의 금리를 변동금리대출 수준으로 지원하고, 향후 금리안정기 혹은 금리하락기가 도래하면 변동금리로 전환할 수 있는 금리 선택 옵션을 부여하는 상품이다. 고정금리대출에는 최대 1%포인트의 금리 우대를 적용하며, 6개월 주기로 횡수 제한 없이 금리를 변동 혹은 고정으로 전환할 수 있다. 최근 금리 변동성과 고금리가 심화되고 있어 적절하게 활용하면 기업 경영에 상당한 도움이 될 것으로 보인다.

### ● 우량 중소기업 스케일업 프로그램

성장 가능성이 높은 중소기업이 우량 중소기업으로 빠르게 성장할 수 있도록 저금리 신용대출을 지원하는 프로그램이다. IBK기업은행이 정하는 일정 수준 이상의 요건을 충족하는 중소기업이 대상이며, 최대 1.8%포인트의 금리 감면 혜택이 제공될 수 있다. 대출 기간은 1년 이내이지만, 최대 2년까지 연장 가능하다. 혁신적인 기술력과 성장 잠재력을 갖춘 오송생명과학단지의 중소기업들에게 큰 힘이 될 수 있는 상품이다.

### ● 소상공인 성장촉진 설비투자 프로그램

포스트 코로나 시대를 대비해 생산 및 영업활동에 사용되는 사업장 부지 매입·건물 신축·기계 구입 등의 시설 투자가 필요한 소상공인에게 지원되는 상품이다. ‘소상공인기본법’에서 정한 소상공인(부동산 임대 제외)을 대상으로 하며, 디지털 전환, 녹색 전환, 기술 보유, 고용 창출 및 유지, 수출 기업 등의 요건을 1개 이상 충족하는 신용등급 BBB+ 이상의 소상공인은 대출 비율 및 금리 우대를 지원받을 수 있다.

## INTERVIEW

조해균 IBK기업은행 오송지점장



오송생명과학단지에 입주한 중소기업의 금융 지원을 위해 2010년 12월 문을 연 오송지점은 12년 이 지난 현재 여신 거래 기업 863개, 수신 거래 기업 980개, 중소기업 여신 규모 3,200억 원의 중견 지점으로 성장했다. 오송

생명과학단지의 성격에 맞춰 혁신적인 기술력과 성장 잠재력을 갖춘 바이오화장품 중소기업을 지원하는 데 총력을 기울이고 있다. 조해균 지점장과 오송지점의 직원들은 고객 기업과의 신뢰 구축을 위해 찾아가는 맞춤형 금융 서비스를 제공한다. 지속적인 상담과 금융 환경 분석을 통해 각 기업을 둘러싼 변화를 면밀하게 추적 관리하고, 이를 바탕으로 해당 기업에 도움이 될 수 있는 금융 상품 및 서비스를 적기에 제안하기 위해 노력한다. 지난해 여신 거래를 시작한 한 화장품 원료 기업이 노무와 관련된 고민을 털어놓자, 오송지점은 즉시 노무 컨설팅을 통해 노무 진단과 체계적인 개선 방안을 제시해 법률 리스크에 대비할 수 있도록 지원했다. 나아가 이 기업이 올해 오송생명과학단지 제2산단에 공장 신축을 위한 자금 마련에 나서자 ESG경영 성공지원 시설자금대출에 한국은행 정책 자금을 묶어 금리를 낮춘 설계 상품을 제안했으며, 총 소요자금의 절반에 달하는 대출을 지원할 수 있었다. 맞춤형 금융 지원을 위한 오송지점의 뜨거운 열정을 엿볼 수 있는 사례다.

오송지점은 금리, 환율, 물가가 모두 치솟는 이른바 ‘3고<sup>3</sup> 시대’ 속에서 어려움을 겪고 있는 오송생명과학단지 입주 기업을 위해서도 동분서주하고 있다. 최근 국제 정세의 냉각기를 맞아 중국에 제품을 수출하는 화장품 중소기업들의 경영 상황을 한발 앞서 점검하고 지원책을 고심하고 있으며, 선도적인 기술 개발에 힘쓰는 성장성 높은 바이오화장품 새싹기업을 발굴·지원하는 데에도 적극 노력하고 있다.

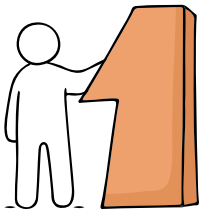
조해균 지점장은 “오송화장품산업단지와 오송제3생명과학산업단지가 추가로 조성되고 있기 때문에, 오송지점은 앞으로 더욱 바빠게 움직일 예정”이라며 “대한민국 첨단 산업을 든든하게 뒷받침하는 데 일조하는 지점이 되기 위해 최선을 다하겠다”는 각오를 밝혔다.



## 직장 내 괴롭힘 관련 사용자가 알아두어야 할 몇 가지 유의사항

코로나19 거리 두기 완화로 재택에서 사무실로 돌아간 근무자들이 많아지면서 직장 내 괴롭힘 관련 사례들이 늘어나고 있다. 이에 직장 내 괴롭힘에 대해 사용자가 알아두어야 할 사항들을 소개하고자 한다.

‘근로기준법’ 제76조의2와 제76조의3의 도입에 따른 이른바 ‘직장 내 괴롭힘법’이 시행된 지 벌써 3년이 훌쩍 넘었다. 얼마 전 고용노동부가 공개한 통계에 따르면 지난 3년간 약 1만9,000건의 신고가 있었고, 그 중 검찰로 송치된 것이 약 400건, 개선 지도를 한 것이 2,500건에 이른다고 발표한 바 있다. 이와 같이 고용노동부에 접수된 신고건 외에도 사내에서 처리하는 사건까지 포함하면 법 시행 이후 직장 내 괴롭힘과 관련한 사항이 무시할 수 없을 만큼 중요한 일이 되었음을 부정할 수 없다.



### 직장 내 괴롭힘에 대한 예방과 발생 시 조치 의무

상시근로자가 10명 이상인 회사의 경우에는 취업규칙을 작성할 의무가 있다. ‘근로기준법’ 제93조는 이러한 취업규칙에 필수적으로 기재해야 할 사항을 정하고 있는데, ‘직장 내 괴롭힘의 예방 및 발생 시 조치 등에 관한 사항’ 또한 그중 하나다. 따라서 취업규칙을 구비하고 있는 회사에서는 직장 내 괴롭힘에 대한 예방 조치와 발생 시 조치사항에 대해 취업규칙에 정해져 있지 않다면 이에 대한 조치사항을 서둘러 구비해야 한다. 취업규칙의 필수적 기재사항을 기재하지 않으면 경우에 따라 500만

원 이하의 과태료가 부과될 수 있기 때문이다. 발생 시의 조치사항에 대해서는 ‘근로기준법’ 제76조의3을 구체화하는 방법으로 사내 프로세스를 마련하고 이를 규정화할 필요가 있으며, 예방 조치 방법에 대해서는 주로 성희롱 예방 교육과 같이 전 임직원을 대상으로 예방 교육을 실시하거나 캠페인 등을 통한 인식 개선 활동 등을 규정할 수도 있다. 다만, 취업규칙의 필수적 기재사항을 마련해 두는 차원에서 형식적으로 규정만 두고 실질적인 예방 활동을 하지 않을 경우에는 직장 내 괴롭힘이 만연한 조직 문화가 될 수 있으므로 보다 적극적인 예방 조치를 취할 필요가 있다.



### 제재 규정의 내용

신고한 자나 피해 근로자 등에 대해 해고나 그 밖의 불리한 처우를 한 사용자에게는 3년 이하의 징역 또는 3,000만 원 이하의 벌금에 처할 수 있다. 실제로 지난 7월 대법원은 직장 내 괴롭힘을 당했다고 신고한 근로자를 출퇴근이 어려울 정도로 거리가 먼 곳으로 전보명령을 한 사용자에 대해 징역 6개월에 집행유예 2년을 선고하기도 했다. 또한 사용자나 그의 배우자, 4촌 이내 친인척이 직장 내 괴롭힘 행위를 한 경우에는 1,000만 원 이하의 과태료가 부과될 수 있으며, 괴롭힘 신고를 접수하거나 인지한 경우 당사자 등을 대상으로 지체 없이 객관적인 조사를 실시하지 않거나 피해 근로자 등에 대해 보호조치를 하지 않는 경우 및 조사 등의 과정에서 알게 된 비밀을 피해 근로자 등의 의사에 반해 다른 사람에게 누설하는 경우에는 500만 원 이하의 과태료가 부과될 수 있다. 특히 비밀을 누설하는 경우에는 누설한 개인에 대해서도 과태료가 부과될 수 있고, 또 사건 조사를 원활히 진행하는 데 지장을 초래하기도 하므로 조사자 및 조사대상자 등과 같이 조사 과정에 참여하거나 보고를 받는 등으로 해당 조사 과정에서 비밀을 접할 수 있는 자들에 대해서는 별도로 교육이나 서약서 작성 등으로 비밀 유지의 중요성을 알리고 미리 주의를 줄 필요가 있다.

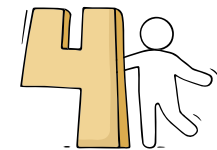


### 노동청에 진정이 접수된 경우의 대처 방법

직장 내 괴롭힘이 발생했을 때에는 사내 처리 절차를 통하는 경우도 있으나, 사내에 신고하지 않고 바로 노동청에 진정을 제기하거나 사내에 신고해 조사 절차를 받았다고 하더라도 이에 불복해 노동청에 진정을 제기하는 경우가 있다.

사내에 신고하지 않고 바로 노동청에 진정을 제기하는 경우나 조사 절차 중인 경우에는 통상 사측에 조사할 기회를 부여하는 경우가 많다. 이때는 최대한 객관적인 조사를 통해 진술서나 조사보고서 등을 작성한 후 제출할 필요가 있다. 필요에 따라 외부 조사기관을 선정해 객관성을 제고할 수도 있다. 다만, 행위자로 지목된 자가 사용자인 경우에는 노동청에서 직접 조사를 실시하기도 하고, 경우에 따라 대표자가 출석해 조사를 받아야 할 수도 있다.

만일 사내에서 조사 절차를 진행해 마무리를 했음에도 이에 불복해 노동청에 진정을 제기할 때에는 조사가 미흡하다고 판단되면 재조사를 명하기도 하고, 외부기관을 통해 재조사를 명하기도 한다.



### 조사 과정에서 피해 근로자 등이 인사 명령을 요구하는 경우

조사 과정에서 사용자는 피해 근로자 등이 자신에 대한 유급휴가 명령, 전보발령 등을 원하거나 행위자로 지목한 자에 대한 전보발령 등을 원하는 경우가 있다. 먼저 자신에 대한 유급휴가 명령, 전보발령 등을 원할 때에는 필요한 경우 그러한 조치를 해야 하며, 이 경우 피해 근로자 등의 의사에 반하는 조치를 하면 안 된다. 그러나 사업장의 여건에 따라 유급휴가나 전보발령 등의 명령을 하는 것이 불가한 경우가 있을 수 있으므로 이에 대해서는 피해 근로자 등과 협의를 통해 그의 의사에 명백히 반하지 않는 한 최대한 할 수 있는 조치를 할 필요가 있다.

한편, 피해 근로자 등이 조사 과정에서 행위자로 지목한 자에 대한 전보발령 등을 원하는 경우에는 조사를 마치고 혐의가 확정되지 않는 한 선불리 인사명령을 하게 되면 부당 인사발령 등에 해당할 소지가 있다. 따라서 이와 같은 요청을 받을 경우에는 원칙적으로 조사 과정에서는 행위자로 지목된 자에 대한 인사 조치가 불가함을 알리고 조사 결과에 따라 조치가 이루어질 수 있음을 설명해야 한다. 

## 조세불복 절차 안내

현실적으로 부당한 법을 적용받았을 경우, 조세불복을 통해 세금을 돌려받을 수 있다. 조세불복이란 '국세기본법' 또는 세법에 의한 처분으로서 위법 또는 부당한 처분을 받는 등 권리 또는 이익의 침해를 받은 납세자가 법적 절차로 구제받는 것을 말한다. 조세불복의 절차와 방법에 대해 알아본다.

### 1 사전 권리구제 절차

국세청에서는 납세자가 세무조사 등으로 과세예고통지를 받고 세금고지서를 받기 전에 미리 세무서장(또는 지방국세청장)에게 통지 내용의 적법성을 심사해줄 것을 청구할 수 있는 '과세전적부심사청구제도'를 운영하고 있다. 과세전적부심사청구제도는 납세자가 세무조사 결과 통지나 감사 결과에 대해 과세예고통지를 받고 과세할 내용에 잘못이나 부당함이 존재한다면 30일 이내에 이의를 제기하는 것으로, 그 내용이 타당한 주장이라고 판단되면 자체 시정을 통해 과세예고는 없던 것이 되고 그렇지 않으면 세금을 고지하게 되어 사후 권리구제 절차를 진행해야 한다.

### 2 사후 권리구제 절차

세금고지서를 받은 후에는 세무서

#### 사전 권리구제 청구 절차



또는 지방국세청에 이의신청을 거쳐 심사청구(국세청) 또는 심판청구(조세심판원)를 할 수 있으며, 이의신청을 하지 않고 바로 심사청구(국세청 또는 감사원)나 심판청구를 할 수 있다.

● **이의신청** 납세자는 90일 이내에 부과된 처분에 대한 이의를 심사·심판청구 전에 세무서장(또는 지방국세청장)에게 청구하는 것으로 청구 후 30일(지방세 90일) 이내에 납세자가 결과 통지 후 또는 결과 통지가 없으면 바로 심사청구 또는 심판청구를 진행할 수 있다.

● **심사청구** 심사청구는 부당한 세금을 부과받은 납세자가 처분기관의 최상급 기관의 장에게 제기하는 불복 절차로 처분 통지를 받은 날부터 90일 이내에 제기해야 하고 기간이 경과했을 경우 법적 절차를 불가하며 고충처리제도를 이용해야 한다.

● **심판청구** 심판청구는 잘못된 세금을 바로



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

잡아 달라고 독립된 기관인 조세심판원에 제기하는 제도로 조세심판원의 결정에는 심판관의 독립성이 보장되어 있다. 심판청구 또한 과세 처분 후 90일 이내에 해야 한다.

● **감사원 심판청구** 국세청의 처분이 부당한 경우 '감사원법'에 의해 감사원에 심사청구를 할 수 있고, 역시 과세 처분 후 90일 이내에 해야 한다. 납세자는 심사청구, 심판청구, 감사원 심사청구 중 1개 제도를 선택해 진행할 수 있으며 선택한 청구 방법 외에 다른 청구는 중복해 진행할 수 없다. 각 청구로 인한 결정을 통지받은 날부터 90일 이내에 행정소송을 제기할 수 있다.

● **조세행정소송** 납세자가 심판 결정 또는 심사 결정에 불복하는 경우 결정의 통지를 받은 날부터 90일 이내에 처분청 소재지 관할 행정법원에 소를 제기해야 한다. 조세소송을 제기하기 위해서는 전심 절차로 심판청구 또는 심사청구를 거치도록 하고 있다.

### 3 국선대리인제도

국세청은 영세납세자가 세금 관련 권리구제제도를 쉽게 이용할 수 있도록 '국선

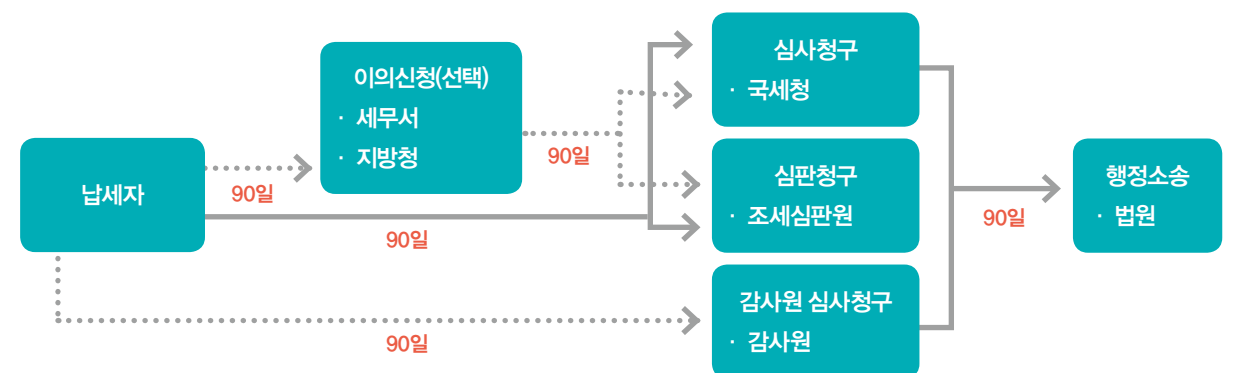
대리인제도'를 운영하고 있다. 지원 대상은 세무대리인 없이 청구세액 3,000만 원 이하(상속세, 증여세, 종합부동산세는 지원 대상에서 제외)의 이의신청·심사청구를 제기하는 개인으로서 보유 재산 5억 원 이하이고 종합소득액 5,000만 원 이하인 자가 대상이다.

● **신청 방법** 세무서에 신청서 제출 또는 국세청 모바일 앱(손택스), 홈택스에서 신청 가능

● **사전 신청(이의신청·심사청구 제기 전 신청)** 영세납세자가 세무서 납세자보고담당관실에 문의해 '불복청구 전 국선대리인신청 신청서'를 작성해 제출하면 관할세무서는 대상 여부를 확인해 국선대리인을 지정하고 국선대리인신청결과통지서를 발송한다. 납세자는 지정된 국선대리인으로부터 불복청구서(이의신청, 심사청구) 작성·보완, 세법 검토 및 자문, 증거서류 보완, 국세심사위원회 의견진술 등 업무 수행에 도움을 받을 수 있다.

● **사후 신청(이의신청·심사청구 제기 전 신청)** 국선대리인 신청 지원 대상인 영세납세자가 세무대리인 선임 없이 이의신청 또는 심사청구를 하면 세무서에서 제도를 안내하고 신청서를 작성해 신청한다.

#### 사후 권리구제 청구 절차



## 끝없이 도전하고, 의리를 지켜라

임도수 보성파워텍 회장은 60년 가까이 전력 분야 외길을 걸어왔고, 80세를 앞두고 에너지신사업이라는 새로운 분야에 도전했다. 그는 기업인이란 미래 먹거리 발굴을 위해 끊임없이 도전해야 한다고 강조한다.

“세월이 유수와 같다”는 말이 있다. 요즘 들어 이를 실감한다. 이팔청춘이 었그제 같은데 어느덧 만으로 84세다. 전기 분야에 종사한 지 60년이 되었고, 내 사업을 시작한 지도 반백년을 눈앞에 두고 있다. 그런데 이렇게 나이를 먹어도 변하지 않는 게 세 가지 있다.

첫째, ‘사업은 끝없는 도전’이라는 생각이다. 필자는 27세이던 1965년 한국전력공사에 취직하면서 전기 분야와 인연을 맺었다. 39세이던 1977년 내 사업을 해야겠다고 마음먹고 창업을 했고 마흔이 되던 1978년 보성물산을 인수해 지금의 보성파워텍으로 키워냈다. 보성과 위텍은 송전 및 배전자재, 전기보호 기기 등을 만드는 기업이다. 철탑, 철구조물 등도 여기에 포함된다.

하지만 사업 환경은 끝없이 변한다. 이에 따라 기업도 변하지 않으면 안 된다. 기업인은 끊임없이 새로운 트렌드를 공부하고 정보를 파악하며 도전에 나서야 한다. 신재생에너지와 에너지신사업에 뛰어든 것은 나이 여든을 눈앞에 둔 시점이었다. 에너지 환경이 변하고 있기 때문이다. 기존의 송·배전 기기, 전기보호 기기만으로는 성장에 한계가 있어 에너지신사업으로 사업 구조를 바꿔 나가고 있다. 여기엔 에너지저장장치<sup>ESS</sup>, 전기자동차 급속충전기, 태양광발전 사업 등이 포함된다. 한전에 최초로 ESS를 납품하기도 했다.

에너지밸리에도 1호 기업으로 문을 열었다. 에너지밸리는 나주혁신도시를 포함해 나주혁신산단과 광주국가산단을 포괄하는 지역을 일컫는 말이다. 이곳에 지난 2017년 공장을 건설했다. 기존 경기도 안산공장을 팔고 이곳으로 공장을 옮겼다. 주 공장인 충주공장에 이어 나주에도 등지를 틀었다. 기존 충주공장에선 발전플랜트, 철골, 철탑, 통신탑 등을 제조하고 나주공장에서는 배전설비용 개폐기, 변압기, ESS용 전력변환장치<sup>PCS</sup> 등을 제조하고 있다.

해외 사업에도 적극 나서고 있다. 글로벌 시대에 국내 시장에만 안주해선 안 되기 때문이다. 정부가 추진 중인 프로젝트에 참여해 해외 진출에 나서고 있다.

둘째, 의리다. 사업을 하면서 가장 중요한 건 의리라고 생각한다. 다른 말로 하면 ‘신뢰’다. 이는 한번 한 약속은 반드시 지킨다는 의미다. 내가 손해를 보더라도 신뢰를 지키는 것이 사업의 기본이다. 약속을 지키다 보면 뜻하지 않게 도움을 받기도 한다.

한번은 이런 일도 있었다. 창업 초기인 1980년 초반 경영에 어려움을

겪은 적이 있다. 수억 원대의 받을 어음을 들고 거래은행에서 할인을 받았다. 그런데 그 어음이 추후 부도가 난 것이다. 당장 갚아야 했지만, 당시엔 갚을 돈이 없었다. 일면식도 없었던 해당 은행 지점장 A씨는 필자에게 사업하기 전에 어디에서 근무했는지 물었다. 그런 뒤 자신의 지인인 B씨(당시 한전 근무)에게 임도수에 대해 알아보았다. 그는 B씨로부터 “임도수는 틀림없는 사람”이라며 “내 집을 담보로 잡혀도 좋으니 그를 지원해줄 수 있으면 지원해 달라”는 얘기를 듣고 지점장 전격로 처리할 수 있는 최대한의 금액을 신용대출로 처리해주었다. 그러면서 해당 지점장은 “자기 집을 담보로 제공할 정도로 의리 있는 사람을 지인으로 둔 사람은 평생에 처음 봤다”고 술회한 적이 있다. 당시 필자는 고마움의 눈물을 흘리기도 했다.

사업은 ‘운칠기삼<sup>運七技三</sup>’이라고 하곤 한다. 필자도 비슷한 생각이다. 하지만 스스로 뼈를 깎는 노력을 하고, 최선을 다한 뒤 하늘의 도움을 기대해야 한다. 그 바탕에는 거래처와의 신뢰가 있어야 한다.

셋째, 건강관리다. 사업도 건강해야 할 수 있다. 건강관리의 핵심은 운동이다. 필자는 지금도 오전 5시면 눈을 뜬다. 알람이 울리기 전 벌떡 일어나 한강변으로 나가 1시간 정도 걷는다. 그다음엔 헬스클럽에 가서 또다시 1시간 정도 근력 운동과 달리기, 거꾸로 매달리기, 각종 기계 체조 등을 한다. 이런 생활을 수십 년 동안 해 왔다. 지인들과 골프도 가끔 즐긴다. 프로조차 평생 한 번 하기도 힘들다는 홀인원을 운 좋게 2번씩이나 했다. 젊을 땐 스코어에 연연해 싱글 스코어를 곧잘 기록했지만, 지금은 지인들과 걸으며 담소를 나누는 재미에 필드를 걷는다. 요즘은 가끔 제주도에 내려가 화초도 가꾸고 맑은 공기를 마시기도 한다. 이 역시 건강관리를 위한 것임은 물론이다.



임도수 회장

1938년 충남 조치원(현 세종시) 출생. 1965년 한국전력공사에 입사해 전력 분야와 인연을 맺은 뒤 60년 가까이 전력 관련 분야 외길을 걷고 있다. 1977년 한전을 퇴사한 뒤 1978년 전력기자재를 생산하던 보성물산을 인수해 대표이사로 취임했다. 1992년 대표이사 회장에 올랐다. 2008년 대표 자리는 아들 임재황 대표에게 넘기고 현재는 회장으로서 회사의 신사업을 이끌고 있다. 전기조합이사장, 안산상공회의소 회장, 대한상공회의소 감사 등을 역임했다. 제20회 전기의날 기념 전기산업진흥추진대회 금탑산업훈장을 비롯해 산업포장, 국무총리표창 등 다양한 상과 훈장을 받았다.

“기업인은 끊임없이 새로운 트렌드를 공부하고 정보를 파악하며 도전에 나서야 한다. 신재생에너지와 에너지신사업에 뛰어든 것은 나이 여든을 눈앞에 둔 시점이었다. 에너지 환경이 변하고 있기 때문이다.”



**보성파워텍(주)은?** 1970년 설립된 전력기자재 생산 기업 보성물산이 모체다. 1978년 보성파워텍으로 재출발한 뒤 철구조물에서 중전기, 철구조, 강구조, 엔지니어링, 에너지신사업 등으로 사업을 확대하고 있다. 충북 충주에 본사 및 3개 공장과 연구소를 두고 있으며 나주에너지밸리에도 공장이 있다. 충주공장에서는 발전플랜트, 건축, 철골, 철탑, 통신탑, 전기보호 기기 등을, 나주공장에선 배전설비용 개폐기, 변압기, 전기차 충전기, ESS용 PCS 등을 제조하고 있다.

## 기업 세무·회계 상담을 실시간으로! One-Point 세무·회계 컨설팅

긴급하게 상담이 필요하지만 대기 기간이 있어 컨설팅을 받지 못한 기업, 기업 세무·회계 관련 궁금증이 있어도  
마땅히 물어볼 곳을 찾지 못한 직원을 위해 준비한 One-Point 세무·회계 컨설팅. 이제는 대기 기간 없이  
법인세, 부가가치세 등 어려운 기업 세무·회계를 IBK컨설팅센터 소속 회계사, 세무사를 통해 실시간으로 상담받을 수 있다.



### One-Point 세무·회계 컨설팅이란?

원거리 소재 등의 사유로 대면 컨설팅이 어려운 중소기업, 소상공인,  
영업점 직원을 위한 기업 세무·회계 전화상담 서비스.

## 01

One-Point  
세무·회계 컨설팅

이렇게  
개선했습니다!

| 현행                                                                                                                     | 개선                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 대기 기간</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>고객과 대면 상담까지 대기 기간 1~2주</li> <li>원거리 소재 시 대기 기간 2주 이상</li> </ul>  | <b>대기 기간 없이 즉시 상담</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>실시간 비대면 상담 진행</li> <li>비대면 상담창구 신설</li> </ul>     |
| <b>② 상담 방식</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>고객 요청 시 영업점을 통해 상담 진행</li> <li>내용 전달 과정에서 오류 발생 가능성 有</li> </ul> | <b>고객이 전문가와 직접 상담</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>고객과 전문가 1:1 매칭</li> <li>정확하고 신속한 상담 가능</li> </ul> |
| <b>③ 대상 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>직원이 기업 세무·회계 질의할 곳 부재</li> <li>업무 처리 시 회계처리 등 궁금증 多</li> </ul>   | <b>영업점 직원도 상담 가능</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>업무 관련 세무·회계 궁금증 해결</li> <li>세무·회계 지식 UP</li> </ul> |

## 02

One-Point  
세무·회계 컨설팅

이렇게  
이용하세요!

### 상담 창구

- ☎ 02-729-7208 (내선 8~7208)
- \* 상담 가능 시간 평일 09:00~17:00(점심시간 12:00~13:00 제외/ 주말, 공휴일 제외)

### 운영 방법

- IBK컨설팅센터 소속 회계사, 세무사가 비대면 상담 진행

### 상담 분야

- 기업 세무 및 회계 (법인세, 부가가치세, 기업승계 등)
- \* 필요 시 최신 판례, 예규 등 제공

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·국내골프장 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, 연체 발생 시점에 약정금리가 없는 경우는 아래와 같이 적용합니다. · 일시불 거래 연체 시: 거래발생 시점의 최소기간(2개월) 유이자 할부금리 · 무이자 할부 거래 연체 시: 거래발생 시점의 동일한 할부 계약기간의 유이자 할부금리 · 그 외의 경우: 약정금리는 상환상 상환정리율과 상호금융 가계자금 대출금리\* 중 높은 금리 적용 \* 한국은행에서 매월 발표하는 가장 최근의 비은행 금융기관 가중평균대출금리 (신규대출기준) 상환능력에 비해 신용카드 사용액이 과도할 경우, 귀하의 개인신용평점이 하락할 수 있습니다. 개인신용평점 하락 시 금융거래와 관련된 불이익이 발생할 수 있습니다. 일정기간 원리금(또는 대출금, 납부대금 등)을 연체할 경우, 모든 원리금을 변제할 의무가 발생할 수 있습니다. · 신용카드 발급이 부정당한 경우(연체금 보유, 개인신용평점 등 낮음) 카드발급이 제한될 수 있습니다. 카드이용대금과 이에 수반되는 모든 수수료를 지정된 대금 결제일에 상환합니다.

준법감시인 심의필 제2022-3750호(2022.07.22) 유효기간(2025.07.21) 여신금융협회 심의필 제2021-C11-05376호 (2021.06.23) · 이 안내장은 2022.04.15일 현재 기준이며, 개별 상품에 관한 자세한 문의는 거래영업점 또는 IBK고객센터(☎1566-2566)를 이용하여 주시기 바랍니다. · IBK기업은행은 금융·항우를 받지 않습니다. 윤리경영 위반 사실이나 개선이 필요한 경우 신고 해주시기 바랍니다. (☎ 02-729-7490, ibkethics@ibk.co.kr)

\* 금융상품 관련 계약을 체결하기 전에 상품설명서 및 약관을 반드시 확인하시기 바랍니다. \* 일반금융소비자는 「금융소비자보호에 관한 법률」 제19조 제1항에 따라 일반금융소비자는 IBK기업은행으로부터 충분히 설명을 받을 권리가 있으며, 그 설명을 이해한 후 거래하시기 바랍니다.

요즘 시국이 시국인지라  
배달 손님이 많아졌거든요

근데 깜빡하고 포스기를 놓고 간 날에는  
손님들도 불편하고  
저도 기름값 두 배로 들고  
참 난감하죠.

근데 IBK BOX POS를 다운받고 나서는  
그럴 일이 없어졌어요

스마트폰은 늘 손에 들고 다니잖아요

# 내 폰을 POS기로

요즘 사장님을 위한 모바일 POS  
IBK BOX POS



## POS 모드

메뉴 관리, 테이블 주문 관리 등  
일반 POS 기능이 모두 가능합니다



## 카드매출 입금확인

가게 매출이 카드사에 정상 매입되었는지,  
대금 입금일은 언제인지 확인 가능합니다



## 간편결제 모드

금액 입력 후 결제할 카드나 스마트폰을  
사장님 스마트폰 가까이 대면 결제 완료



## 일간 재무리포트

일별로, 시간대별로, 메뉴별로  
판매현황을 즉시 확인 가능합니다

준법감시인 심익필 제2022-3135호(2022.06.16) 유효기간(2023.06.15) ※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 거래하시기 바랍니다. · 자세한 문의는 거래 영업점 또는 IBK BOX POS 고객센터(☎02-729-7633)로 문의주시기 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**



구글 플레이 스토어에서  
IBK박스포스 앱 검색하세요