

글로벌 금융전문지 선정  
대한민국 중소기업금융 최우수 은행 賞 3관왕 수상

ASIAMONEY  
Best Bank For SMEs South Korea  
아시아머니 선정, 중소기업을 위한 대한민국 최우수 은행

Global Finance  
Best SME Bank in South Korea  
글로벌파이낸스 선정, 대한민국 최우수 중소기업 전문은행

The Asian Banker  
Best SME Bank in South Korea  
아시아뱅크 선정, 대한민국 최우수 중소기업 전문은행

# 세계, IBK기업은행에 집중하다

변화를 이끄는 IBK기업은행의 중소기업 금융지원으로  
글로벌 초일류 금융그룹의 새로운 미래를 열겠습니다



# CEO REPORT

## CEO STORY

최치원 (썬피앤씨솔루션 대표)  
XR글라스, 현실과 가상을 넘나드는  
창업을 열다





COVER STORY

쥬피앤씨솔루션은 다가오는 미래를 기술력으로 선도하겠다는 꿈을 꾸고 있다.



<중소기업 CEO REPORT> 지난호 보기



찾아가는 이메일 서비스 구독 신청



SPECIAL THEME

- 04 **THEME ①**  
중국 이커머스, 글로벌 전자상거래 시장의 판도를 흔들다!
- 08 **THEME ②**  
한국 유통시장 점령하는 중국 이커머스의 공습



12



18

12 **CEO STORY**  
최치원 (쥬피앤씨솔루션 대표)  
XR글라스, 현실과 가상을 넘나드는 창업을 열다

18 **IBK & START-UPS**  
유성한 대표, 김범수 대표  
정승 대표, 곽호재 대표

22 **IBK EXPLORING**  
IBK가 만난 이달의 기업들

24 **GLOBAL ISSUE**  
중동의 강호,  
이란-이스라엘의 보복전

26 **TREND PICK**  
오늘 날의 신인류 : 잘파세대

30 **INDUSTRY REPORT**  
모듈러 건축: 건설의 제조업화

34 **in FUTURE**  
비만 정복, 새 물결 인다!  
비만 치료제 GLP-1

38 **MONTHLY INSIGHT**  
이길 수밖에 없는 구조를  
만들고 싸워라!  
선승구전 先勝求戰

42 **about TAX**  
개인사업체를 법인으로  
전환하는 방법



24

44 **about LABOR**  
인사 발령, 회사 맘대로 해도 될까?

46 **CEO툰**  
혁신의 아이콘, 애플 스티브 잡스

48 **ECONOMIC REVIEW**  
한 눈에 읽는 경제 동향

50 **IBK SUPPORT**  
중소기업을 위한  
One-Point 경영컨설팅



22



## 중국 이커머스, 글로벌 전자상거래 시장의 판도를 흔들다!

중국 전자상거래 플랫폼의 행보가 심상치 않다. 초저가를 무기로 한국은 물론, 미국·유럽 등의 시장을 공략하며 폭발적인 반응을 얻고 있기 때문이다. 중국 이커머스가 전 세계 시장을 사로잡을 수 있었던 경쟁력을 살펴보고, 국내 기업들이 나아갈 방향에 대해 알아본다.



**서봉교**  
 동덕여대 중국학과 교수  
 LG경제연구원,  
 대외경제정책연구원,  
 삼성경제연구소 등에서  
 중국경제 담당으로 일했으며,  
 현재 동덕여대 중국학과  
 교수로 활동 중이다.



### 오프라인에서 온라인으로 소비 습관의 변화

전자상거래 E-Commerce 플랫폼은 기존 경제 활동의 규칙을 크게 변화시키고 있다. 글로벌 리서치 전문기관 스탯이스타 Statista의 통계자료에 따르면 글로벌 전자상거래 소매판매 Retail E-Commerce Sales Worldwide 거래액은 2015년 1조 5,500억 달러에서 2023년 5조 7,840억 달러로 급증했다. 이 기간의 연평균 증가율 CAGR은 17.7%에 달해 같은 기간 오프라인 소매 판매 증가율을 월등하게 앞서고 있다. 결과적으로 전체 소매판매에서 전자상거래 소매판매의 비중은 2015년 7.4%에서 2023년 19.4%로 3배 가까이 증가했다.

### 국제 전자상거래 플랫폼의 성장

글로벌 전자상거래 플랫폼 공룡들의 성장 속도는 두려울 정도다. 특히 알리익스프레스 AliExpress, 테무 Temu 등 중국 전자상거래 플랫폼의 성장이 눈부시다. 중국은 전자상거래 분야에서 상대적으로 후발주자로 출발했지만 엄청난 규모의 내수 시장과 스마트폰 기반의 모바일 전자상거래로 단계 도약하는 전략 Eap-Prog Strategy 을 성공해 급성장하고 있다. 이에 따라 중국은 전체 소매판매에서 온라인 전자상거래가 차지하는 비중이 2014년 10.6%에서 2022년 27.2%로 3배 가까이 증

### 국제 전자상거래 플랫폼 점유율

\*2023년 9월 기준

1위	Amazon 미국	24%
2위	AliExpress 중국	16%
3위	Shein 중국	9%
4위	Temu 중국	7%
5위	eBay 미국	7%
6위	Whish 미국	3%
7위	Zalando 유럽	2%
8위	기타 기타	31%

자료: Statista(2024)<sup>2)</sup>

가했다. 이는 세계 평균(18.7%)을 훨씬 상회하고 있는 수치로 가히 전 세계에서 전자상거래가 가장 발전한 국가라고 평가될 정도다. 중국은 이러한 로컬 전자상거래의 경쟁력을 기반으로 최근 적극적으로 해외 진출을 추진하고 있다. 2023년 9월 기준 전 세계 소비자들이 '국제 전자상거래'로 가장 많이 이용한 플랫폼은 미국의 아마존으로 24%에 달한다. 2위 알리익스프레스(16%), 3위 쉬인(9%), 4위 테무(7%)와 같은 중국 플랫폼이 그 뒤를 바짝 추격하고 있다.

### 전 세계 소매판매 중 전자상거래의 금액과 비중 추이



자료: Statista<sup>1)</sup>

1) 출처: <https://www.statista.com/study/10653/e-commerce-worldwide-statista-dossier/>  
 2) 출처: <https://www.statista.com/study/61740/cross-border-e-commerce/> (전 세계 4개국 3만 2,510명의 설문 응답 기준)



### 중국 전자상거래 플랫폼의 데이터 경쟁력

최근 한국에서도 알리익스프레스와 테무의 공격적인 시장 진출로 위기감이 고조되고 있다. 중국 전자상거래 플랫폼은 가성비 높은 상품, 무료 배송 혜택, 광고 몰량 공세 등을 앞세워 국내 시장에서 쿠팡 등의 로컬 전자상거래 플랫폼을 위협하는 수준까지 성장했다. 이에 따라 최근 한국 정부에서도 산업통상자원부 산하 전담팀인 온라인 유통 전담 TF를 통해 기획재정부, 공정거래위원회, 관세청 등과 공동으로 대책 마련을 위해 고민하고 있다.

중국 전자상거래 플랫폼에 대한 경고는 미국에서도 제기되고 있다. 2023년 6월 미국 정치인들은 미국에서 서비스되고 있는 중국계 전자상거래 플랫폼이 중국과 연결되어 불법적인 노동 착취, 데이터 도용 등 많은 문제점을 야기하고 있으며, 해외 사업본부를 싱가포르와 같은 중국 이외 지역으로 이전시키면서 진실을 숨기고 있음을 지적하기도 했다.

하지만 지금 우리는 전 세계적으로 영향력을 확대하고 있는 중국 전자상거래 플랫폼의 진정한 경쟁력은 무엇인지, 모바일 기반의 플랫폼 생태계와 이로 인한 미래 산업구조의 재편에 대비해 한국 경제가 어떻게 체질을 개선해야 할 것인지를 고민해야

한다. 자칫 국내 여론에 밀려 중국 전자상거래 플랫폼의 진출을 규제하는 간단한 미봉책으로 대처한다면 한국 로컬 전자상거래 플랫폼의 경쟁력 제고나 온라인 기반의 산업구조 업그레이드에도 도움이 되지 못할 수 있다.

플랫폼은 '자발적인 참여자'들로 구성된 네트워크를 통해 경쟁력을 창출한다. 플랫폼에 참여하는 공급자들은 잠재적인 수요자가 많은 플랫폼을 선호하고, 반대로 수요자들은 공급자가 많은 플랫폼을 선호한다는 네트워크 효과는 플랫폼의 경쟁력을 설명하는 중요한 논리다. 하지만 역설적으로 플랫폼이 이 네트워크 효과를 수익 모델로 연결하는 것은 매우 어려운 일이다. 플랫폼이 참여자들에게 수수료나 연회비, 광고를 통해 수익을 창출하려고 시도하거나 대안적 경쟁 플랫폼이 등장하면서 플랫폼 참여자들이 대규모로 이탈했던 사례는 적지 않다. 플랫폼 대 플랫폼의 경쟁 시대가 되면서 자발적 참여자들을 유인하고, 지속적인 혜택을 제공할 수 있는 역량이 플랫폼의 핵심 경쟁력이 되고 있다. 그렇다면 중국 플랫폼은 앞으로도 한국의 로컬 플랫폼보다 한국 소비자들에게 더 많은 혜택을 계속 제공할 수 있을까? 이 질문에 대한 대답에는 우선 중국과 한국의 제조업 경쟁력, 상품 재고 수준, 물가 상승률 등의 실물 경제의 요소가 중요한 변수가 될 것이다. 하지만 중국 국제 전자상거래 플랫폼 자체의 데이터 경쟁력 역시 그에 못지않게 매우 중요한 변수라는 것을 절대 잊지 말아야 한다. 전 세계에서 실시간으로 진행되고 있는 엄청난 빅데이터의 거래 데이터 관리, 전 세계를 무대로 가장 효율적인 물류·배송·재고의 솔루션 데이터 도출, 광범위한 소비자 데이터에 기반한 공동체 의견 반영(Feedback Loops) 시스템을 구축한 플랫폼의 개발, 맞춤형 추천 서비스와 같은 새로운 수익 모델 도입 등이 플랫폼 데이터 경쟁력의 핵심이다.

예를 들어 보자. 중국 플랫폼은 지난 수년간 클라우드 인프라, 네트워크, 인공지능 소프트웨어 등의 디지털 인프라 분야에서 대규모 투자를 통해 미국 플랫폼을 추격하고 있다. 스태티스타의 통계에 따르면 2021년 말 기준으로 글로벌 인프라 클라우드 IaaS 국가별 매출에서 중국의 비중은 16.0%로 세계 2위를 차지했다. 1위인 미국의 비중(32.2%)과는 여전히 차이가 있지만 3위 독일(3.2%) 등과 비교해 보았을 때 엄청난 격차다. 이러한 투자를 통해 중국의 알리바바, 징둥 등 대형 플랫폼 사업자들은 자체 클라우드 인프라 설비와 전 세계 27개 이상의 해외 데이터 센터 등을 구축하면서 글로벌 데이터 경쟁력을 높이고 있다. 반면 한국의 플랫폼 사업자들은 여전히 아마존(62%)과 마이크로소프트(12%) 등의 해외 플랫폼 사업자들의 클라우드 인프라에 임대료를 지불하며 의존하고 있다. 플랫폼의 데이터 관련 수익 모델에서도 중국의 변화를 주목할 필요가 있다. 한국에서는 중국 정부가 정치적인 이유로 중국 플랫폼을 규제하고 있다고 믿고 있는 사람이 많다. 하지만 지난 수년간 중국 정부는 플랫폼의 데이터 활용 기준, 맞춤형 추천이

나 플랫폼 공정거래와 관련된 규범, 플랫폼 내 인증 관련 규제 등 미국 글로벌 플랫폼과의 경쟁이나 유럽의 GDPR(General Data Protection Regulation) 등 해외 진출에 대비한 제도를 구축했다. 오히려 이 기간 한국에서는 정치적인 논리로 로컬 플랫폼에 대한 규제가 강화되었다. 타다, 뮤직카우 등 혁신적인 플랫폼 비즈니스라고 주목받던 비즈니스가 갑자기 불법적인 비즈니스로 영업을 정지당하고 몇 년간의 소송 후에 합법화되는 일도 있었다.

### 국내 금융사, 국제결제 시장에서 경쟁력 키워야

국제결제(Cross-Border Payment) 영역에서도 중국 플랫폼의 혁신을 주목할 필요가 있다. 전 세계 전자상거래 웹사이트에서 가장 많이 사용되고 있는 국제결제 방식은 미국의 페이팔이지만 중국계 모바일 국제결제 플랫폼도 매우 빠르게 발전하고 있다. 예를 들면 2022년 기준 싱가포르의 국제 전자상거래 결제에서 페이팔은 55%로 1위이지만, 2위 월드퍼스트(26%)와 3위 알리페이(7%)는 중국계 모바일 국제결제 플랫폼이다.<sup>3)</sup> 이는 지난 수년간의 중국 정부의 노력으로 중국의 소액 디지털 국제결제 시스템이 개선된 결과다.

반면 한국 금융사들이 국제 전자상거래 플랫폼의 국제결제에서 차지하는 역할은 미미하다. 해외 결제 수수료, 인증의 편리성, 모바일 기반의 국제결제 인터페이스 등의 측면에서 미국과 중국의 국제결제 솔루션 플랫폼에 한국 금융사들이 밀리고 있기 때문이다. 이런 상황이 지속된다면 한국의 중소기업들은 저렴한 국제결제 수수료를 앞세우는 글로벌 국제결제 플랫폼에 대한 의존도가 높아질 것이고 소비자들은 아마존이나 알리익스프레스 등의 이용을 더욱 확대할 것이다. 



3) 출처: <https://www.statista.com/study/89793/cross-border-e-commerce-in-singapore/>



## 한국 유통시장 점령하는 중국 이커머스의 공습

최근 중국 해외직구 서비스 '알리익스프레스'가 한국 시장에서 몸집을 키우고 있다. 공산품은 물론 의류, 화장품까지 터무니없이 저렴한 가격을 강점으로 경기 불황에 민감하게 반응하는 한국 소비자의 소비심리를 자극하고 있다. 여기에 또 다른 중국 전자상거래업체인 테무, 쉬인까지 국내 영향력을 넓히며 이목을 집중시키고 있다. 위협적인 마케팅으로 한국 공략에 나선 중국 이커머스 기업들이 한국 시장에 어떤 영향을 미칠지 알아본다.



임채운

서강대 경영학과 명예교수

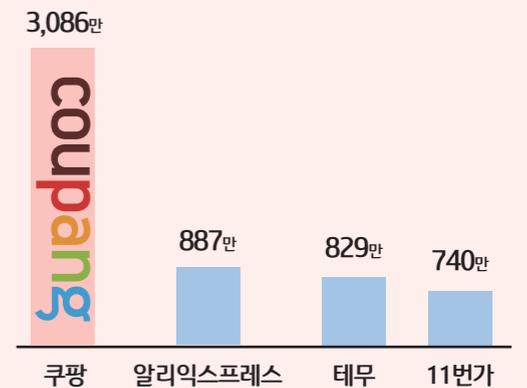
서강대 경영대학 교수로 활동하며 한국경영학회 회장, 중소기업진흥공단 이사장, 한국유통학회 회장을 역임했다.

중국 이커머스의 진격이 무섭다. 국내에 본격적으로 진출한 지 일 년 밖에 되지 않는 중국 직구 애플리케이션의 사용자가 벌써 8백만 명을 넘어섰다. 지난 3월 기준으로 이커머스 시장 월간 활성 사용자 수 MAU는 1위 쿠팡이 3,086만 명, 2위 알리익스프레스 AliExpress가 887만 명, 3위 테무 Temu가 830만 명에 달한다. 종합몰 애플리케이션 순위에서도 알리익스프레스와 테무는 각각 2위와 3위를 차지하며 1위인 쿠팡을 바짝 뒤쫓는 추세다.

먼저 중국 이커머스 업체들에 대해 살펴보자. 미국 아마존에 이어 시가총액 세계 2위 이커머스인 알리바바 그룹의 해외 직구 계열사 알리익스프레스는 현재 150개국에 진출해 유통산업 역사상 세계 최대의 상권을 가진 글로벌 유통 기업이다. 2018년 한국에 진출한 알리익스프레스는 작년부터 본격적으로 한국 시장을 공략하기 시작했다. 현재 화장품, 의류, 식품 등 다양한 영역에 발을 들이는 것은 물론, 지난해 10월에는 한국 제품 판매 채널인 'K-메뉴'를 선보이며 입점 수수료와 판매 수수료를 면제하는 파격적인 혜택을 제공하고 있다. 한편, 테무는 중국 3대 전자상거래 업체 핀둬둬 PDD가 해외시장을 공략하기 위

이커머스 시장 월간 활성 이용자 수

(단위: 명/3월 기준)



자료: 와이즈앱·리테일·굿즈

해 2022년 7월 미국 동부 보스턴에 설립한 온라인 쇼핑몰이다. 테무는 알리익스프레스보다 한발 더 나아가 간 초저가로 중국 소비자들은 물론 미국 등 전 세계 50개국의 소비자들을 공략하고 있다. 패션에 특화된 쇼핑몰 업체 쉬인 또한 저렴한 가격 등을 앞세워 테무와 같이 미국에서 큰 인기를 끌고 있는 중이다.

### 초저가 제품에 대한 우려도 커

중국 이커머스가 놀라운 속도로 사용자 수를 늘린 비결은 초저가 판매에 있다. 중국 쇼핑 애플리케이션에 접속해 가격을 살펴보면 정말 싸다. 알리익스프레스의 '천원마트'는 휴대용 진공청소기, 세차 거품 분무기, 전동칫솔 등을 1,000원대에 판다. 테무의 '번개특가'에서는 50~70% 할인된 가격에 청바지, 운동화, 전자제품과 같이 다양한 제품을 살 수 있다. 이렇듯 중국 이커머스가 제품을 싸게 팔 수 있는 것은 중국 공장이 생산원가도 낮은 데다 해외 직구로 가격이 150달러 이하인 경우 관세와 인증이 면제되기 때문이다. 이런 원가 우위에 더해 미끼용 상품의 가격을 파격적으로 낮게 책정해 고객을 유인하는 전략이 초저가 판매로 나타난 것이다. 하지만 파격적인 가격에 공격적인 마케팅을 앞세운 중국 이커머스에 대한 관심만큼 문제점도 적지 않다. 그중 국내에 판매된 중국 이커머스 제품의 품질 문제는 심각한 수준이다. 최근 인천본부세관이 중국 이커머스에서 판매하는 장신구 제품의 성분을 분석한 결과, 96개 제품에서 국내 안전기준치보다 최소 10배에서 700배에 이르는 카드뮴과 납이 검출되기도 했다. 배송 지연, 가품 유통 등 소비자 피해 역시 늘어나고 있다. 이렇듯 중국 이커머스에 대한 논란이 이어지자 정부도 다양한 대응 방안을 검토 중이다. 지난 3월에는 해외 온라인 플랫폼에도 국내법이 차별 없이 집행될 수 있도록 이들 플랫폼의 전자상거래법 위반 행위에 대한 감시를



강화한다는 '해외 온라인 플랫폼 관련 소비자 보호 대책'을 발표하기도 했다.

### 중국 이커머스 공습에 따른 한국 시장의 영향은?

중국 이커머스의 초저가 공세로 국내 유통업체와 제조업체도 긴장 수위를 높이고 있다. 일각에서는 국내 산업생태계를 붕괴시킬 것이라는 우려도 나온다. 그러나 우려만큼 큰 영향을 미치지 않을 것이라고 예상된다.

중국 이커머스의 성장으로 가장 크게 피해 보는 업체는 중국산 제품을 수입해 국내에서 판매하는 중간상이 될 것이다. 예를 들어 중국에서 생산되는 신발을 수입해 5만 원에 팔던 것을 중국 이커머스를 통해 1만 원에 살 수 있다. 즉 중국 이커머스와 직접 경쟁하는 풀이니 고사 위기를 면할 수 없다. 그 밖에 중국산 직구 제품과 유사한 소비재를 생산하는 제조업체도 피해를 볼 수 있지만 일반용품의 가격 경쟁력은 꽤 오래전부터 중국산에 밀린 상황이므로 그 피해규모는 작을 것으로 추정된다.

특히 중국 이커머스가 소상공인이나 오프라인 유통업체에 미치는 영향은 제한적일 것으로 전망된



다. 쿠팡이나 마켓컬리, 네이버, 11번가 등의 국내 이커머스가 쓸어간 자리에 후발로 진입한 중국 이커머스가 더 잠식할 영역은 많지 않기 때문이다. 이미 사용자 수에서 밀린 11번가나 G마켓, 티몬, 위메프 등은 큰 타격을 입을 것으로 예상되지만 상대적으로 선점우위를 굳힌 쿠팡에 대한 영향은 크지 않다는 것이 지배적인 의견이다. 최근 쿠팡이 와우멤버십 월회비를 4,990원에서 7,890원으로 전격 인상한 것 또한 해외 직구에 한정된 중국 이커머스가 위협적이지 않다고 판단한 자신감이 반영된 것이라고 할 수 있다.

### 차별화된 경쟁력 갖추기 위해 노력해야

현재 쿠팡과 알리익스프레스·테무를 보는 시각은 이율배반적이다. 쿠팡이 독점적 지위를 이용해 납품업체에 과도한 수수료를 부과하고 소비자 월회비를 올리는 것에 대해 비판하면서도 그 대항마로 등장한 중국 이커머스의 성장에는 우려를 표명하고 있기 때문이다.

중국 이커머스가 해외 직구를 넘어 종합소매업을 시작해 국산 제품을 대대적으로 취급하고 고객서

비스를 보강하면 어떻게 될까. 두려워할 것이 아니라 오히려 환영할 일이라 생각한다. 국내 시장을 지배하던 온라인 플랫폼의 독과점력을 해소하는 대안의 역할을 할 것이다. 알리익스프레스가 한국산 상품을 판매하는 'K-베뉴' 채널을 열자 CJ제일제당, 아모레퍼시픽, 유한양행 등이 대거 입점했다. 이렇듯 중국 이커머스가 한국산 공산품과 신선식품까지 구색을 확대해 취급하면 공급업체의 판로가 확대되고 협상력이 높아지는 효과를 가져올 것으로 예상된다. 알리익스프레스가 공급업체들을 유치하기 위해 입점수수료와 판매수수료를 면제해 준 여파로 국내 이커머스 업체들도 판매수수료를 대폭 인하하는 조치를 취하는 것처럼 중국 이커머스가 메기 역할을 할 것으로 기대할 수도 있다. 더 나아가서 중국 이커머스를 통해 중국 시장에 한국 상품을 역직구로 팔 수 있는 기회도 확대될 수 있다. 사드 보복으로 중국 시장이 닫히기 전까지만 해도 국내 소상공인과 중소기업은 중국 시장을 공략하기 위해 알리바바 입점을 목표로 했고 정부도 이를 지원해 주었다. 글로벌 유통망과 자본력을 갖춘 중국 이커머스가 국내에서 소싱 Sourcing하면 이를 교두보로 우리 중소기업이 해외로 진출할 수 있는 판로를 열 수 있다. 그러기 위해서는 당연히 중국산 제품보다 차별적으로 우월한 경쟁력을 갖추도록 노력해야 할 것이다.

우리나라는 수출로 먹고사는 나라다. 제품이나 유통에 외국과의 경쟁을 두려워할 필요가 없다. 중국 이커머스의 국내 진출을 반면교사 삼아 우리 이커머스도 중국 시장에 진출할 전략을 수립해야 한다. 중국 이커머스가 자유롭게 국내에서 활동하는 것과 비례한 호혜적 조치로 중국 정부에 한한령을 풀어 달라고 당당히 요구해야 하는 것이다. 중국 이커머스의 진입을 위협이 아니라 기회로 접근하는 대응 방안이 필요하다. 📌

IBK창공 育성기업

# 최치원 (주)피앤씨솔루션 대표 XR글라스, 현실과 가상을 넘나드는 창을 열다

(주)피앤씨솔루션은 세계 최대 IT 전시회인 'CES 2023' 가상·증강현실 분야에서 혁신상을 수상해 모두를 놀라게 한 기업이다. 현실과 가상의 경계가 사라지는 시대, 최치원 대표는 XR글라스를 통해 다가오는 미래를 기술력으로 선도하겠다는 꿈을 꾸고 있다.



# P&C Solution



창업  
2015년



본사  
서울시 서초구 안남대로  
10길 53, 피앤씨빌딩



인원  
95명



주요사업  
XR글라스, XR시뮬레이터



2023년 매출액  
140억 원



2024년 매출 목표  
250억 원



### 가상세계와 현실을 잇다

“메타버스, XR, VR, 증강현실이란 단어는 이제 더 이상 새롭거나 놀라운 단어가 아닙니다. 현시대에 이미 구현 중이고 미래에는 사회 전반을 움직이는 핵심 산업이 될 거예요. 저희 피앤씨솔루션은 XR 전문회사로서 가상세계와 현실을 이어주는 기술력으로 제품과 솔루션을 공급하는 회사입니다.”

피앤씨솔루션의 최치원 대표의 이력은 조금 독특하다. 회사를 설립하기 전까지 센서 개발자로 일했던 것.

“저는 원래 X-ray나 CT 같은 의료용 장비에 들어가는 센서를 개발하는 연구원이었습니다. 우연히 독일에서 열리는 전시회에 갔다가 거기서 HMD<sup>Head mounted Display</sup>라는 장비를 처음 봤어요. 지금으로 치면 애플의 비전프로 같은 물건이었는데, 저런 걸 만들어보고 싶다고 생각하게 됐죠. 그보다 더 멀리 거슬러 올라가면 어릴 때 봤던 <드래곤볼>이라는 만화에 ‘스카우터’라는 장비를 꼽을 수 있는데요. 안경처럼 착용하면 적의 전투력이 보이는 장비인데 이것도 사실 HMD 계열이에요. 이 생각들이 모여 아이디어를 얻고, 이런 제품을 만드는 회사가 국내외에 거의 없다는 걸 알게 되면서 자연스럽게 창업하게 됐습니다.”

실제로 그가 회사를 세웠던 2015년에는 증강현실, 가상세계라는 단어들만 무성했을 뿐 딱히 시장이랄 게 없었던 때였다. 2010년도에 3D TV가 나왔으니 XR, VR은 너무나 먼 미래의 이야기

였고 언젠가는 필요하지 않을까 생각하는 분위기였다고. 최 대표를 움직이게 한 동력은 하나 더 있다.

“우리나라가 스마트폰을 전 세계에서 제일 잘 만드는 나라잖아요. 그런데 공학도끼리 모이면 자주하는 말이 ‘우리는 세계 1위 기술을 갖고 있으면서도 전자 분야에서는 항상 패스트 팔로워다. 이제는 퍼스트 무버가 되어보자’라는 것이었어요. 그래서 XR, VR 쪽을 파고들면 우리가 좀 앞선 기업이 되고, 선구자적인 나라가 될 수 있다고 생각했습니다. 제가 관련 기술을 습득한 게 있으니까 잘 만들 가능성이 있다고 여긴 거죠.”

### XR글라스, 세상을 혁신하다

홀로 창업한 최치원 대표는 인재들을 영입하면서 본격적인 연구를 시작했고, 국내 F-15K 전투기용 HUD·HMD 개발 사업에 참여하며 관련 기술을 습득해 갔다. 현재 피앤씨솔루션을 대표하는 제품은 XR글라스인 ‘METALENSE 메타렌즈’다. 이 XR글라스는 ‘CES 2023’ 가상·증강현실 분야에서 혁신상을 수상해 세계를 놀라게 한 제품으로, 실제 환경 위에 증강현실을 구현하고 기기에 들어있는 센서를 통해 현실과 XR콘텐츠가 융합할 수 있도록 돕는다. XR글라스의 장점은 타 산업과의 융합 가능성이 그야말로 무궁무진하다는 것이다.



“지금 가장 적극적으로 쓰이고 있는 곳은 국방 분야입니다. 야외훈련은 내용적으로 제한이 많고, 보안 문제도 있는데 XR글라스를 사용하면 실내에서 가상환경으로 훈련이 가능해요. XR글라스는 적을 탐지하고 화력을 유도해서 상대를 제압하는 형태의 훈련에 이용되고 있습니다. 영화 <아이언맨>에서 주인공이 슈트를 입으면 홀로그램처럼 지형 정보, 타깃 위치, 적들의 배치 현황 정보들이 뜨는 것을 XR글라스로도 구현이 가능한 것이죠. 이외에도 의료, 교육, 제조, 물류, 산업 등 사용 범위는 말 그대로 엄청나게 넓습니다.”

인터뷰 도중 자리에서 일어난 최치원 대표가 XR글라스를 가져왔다. 보기에 는 꽤 묵직해 보였는데 써보니 의외로 가벼웠다. 이 정도 무게와 착용감이라

면 일정 시간 쓴 채 훈련하거나 교육을 받는 데 큰 무리가 없어 보였다.

“애플이 비전프로를 출시하고 이를 ‘공간 컴퓨팅’이라고 말했습니다. 내가 있는 실제 공간을 컴퓨터 또는 화면이라고 생각하고 활용할 수 있기 때문인데요. 결국 XR글라스는 스마트폰, 노트북, 컴퓨터의 미래 버전이라고 말할 수 있습니다.”

**세계 최고의 기술력을 향한 여정**

최치원 대표는 피앤씨솔루션의 XR글라스가 국내외에서 극찬받는 이유로 ‘차별화된 기술력’을 꼽았다.

“국내에서 XR기술을 구현하는 회사는 많지만 XR글라스 완제품을 개발한 것은 저희 회사가 유일합니다. 제품의 핵심은 바로 센서인데요. 어떤 동작을 취하든, 어떤 위치에 있든 전부 감지할 수 있습니다. GPS 위치도 받을 수 있고요. 앞에 있는 물체를 3차원적으로 측정해서 부피감, 공간감, 3D 효과를 낼 수 있는 다양한 센서들이 들어가 운용되죠.”



XR글라스는 시인성과 왜곡이 가장 적은 하이엔드 광학 엔진 기술을 사용했고, 퀄컴 CPU를 통한 세계 최고의 하드웨어 성능을 구현 중이다. 특히 퀄컴 라이선스는 전 세계 중소기업 중 피앤씨솔루션이 유일하다. 여기에 공간·제스처 인식이 가능한 센서와 AI 기반 XR SW 솔루션 뿐만 아니라, 고객 맞춤형 기능까지 제공돼 다양한 고객들의 니즈를 수용하는 데 부족함이 없다.

“메타, 애플의 제품은 비디오 패스스루 방식으로, 앞에 카메라를 달아서 모니터를 통해 볼 수 있어요. 하지만 저희는 직접 앞을 보면서 증강현실 콘텐츠를 광학계를 통해 현실에 띄어주는 방식이죠. 쉽게 비교하자면 자동차 운전을 생각하시면 돼요. 도로에서 직접 운전할 때 어느 글라스를 써야 더 편안하게 운전할 수 있을까요?”

현재 피앤씨솔루션의 경쟁상대는 글로벌 시장의 애플, 메타, 마이크로소프트 등을 비롯해 국내에서는 삼성과 LG 정도다. 대기업처럼 거대 자본을 쏟아부은 대량 생산은 불가능하지만 고객사의 니즈에 맞는 커스터마이징 Customize가 가능하다는 점에서는 독보적이다. 실제로 미국 공군에서 열화상 카메라를 추가로 장착해달라는 요구를 받아 현재 작업을 진행 중이다. 이외에도 싱가포르, 핀란드, 스웨덴, 일본 등에서도 XR글라스에 큰 관심을 보이고 있다.

“현재는 출시된 제품들을 계속 고도화하는 게 목표입니다. 안경처럼 웨어러블하게 착용할 수 있는 날까지 계속 경량화하고 축소할 예정이에요.”

최치원 대표에게는 분명한 목표가 있다. 자사 기술로 세계 1등을 해보는 게 첫 번째 목표이고, 두 번째는 자사 제품으로 1호 상장사가 되어 임직원들 모두가 필요한 경제적 수익을 가져가는 것이다. 2024년 250억 매출 목표를 5년 안에 2,000억 원으로 끌어올리고 싶다는 포부를 밝히는 최치원 대표. 꾸준한 기술 혁신과 성장으로 미래 사회를 선도할 준비를 마친 그가 다시 한번 힘주어 말한다.

“고객이 감동할 수 있는 제품과 솔루션을 제공할 것입니다. 지켜봐 주십시오.”



**History**

- 2015
  - 설립
  - 국방 시뮬레이터 체계 개발 사업 수주
- 2017
  - 기술보증기금 투자유치
- 2018
  - 국방 시뮬레이터 시험평가 및 체계 개발 완료
- 2020
  - XR글라스 의료기인허가 취득
  - 가이아벤처 투자유치
- 2021
  - 한국형 아이언비전 국산화 사업 수주
  - 산업은행 외 4개 기관 투자유치
- 2022
  - 한국우주산업개발(KAI) XR글라스 MOU 체결
  - 2022년 우수연구개발 혁신 제품 선정
- 2023
  - CES 혁신상 수상
  - 대통령상 수상
  - KES 혁신상 수상



**• 핵심 기술**  
Smart Profiler, iSensor를 통한 타이어 프로파일 시스템

**• 주요 성과**  
볼보그룹 캠프X와 함께하는 가치증명PoV 프로젝트 진행  
'CES 2024' 혁신상 수상

**반프, 유성한 대표**

## 모빌리티 마지막 아날로그 타이어를 세계 최초 디지털로 전환

반프<sup>BANF</sup>는 차량의 유일한 도로 접촉면인 타이어를 실시간으로 분석해 타이어와 도로 노면 상태를 파악하는 '타이어 실시간 프로파일 시스템'을 만든다. 이 시스템은 운전자에게 편마모 정도 등 타이어 시그널을 종합적으로 모아 분석해 제공함으로써 안전성과 연비 향상에 기여한다.

스타트업 반프는 타이어와 노면의 상태를 실시간 모니터링하는 타이어 프로파일 솔루션으로 차세대 지능형 교통체계(Cooperative-Intelligent Transport Systems, C-ITS) 서비스를 선도하고 있다. 타이어 내면에 부착되는 아이센서<sup>iSensor</sup>는 실시간으로 타이어와 도로 노면 정보를 수집하고, 이렇게 수집된 데이터는 최종적으로 운전자 안전과 연비 효율을 극대화하는 정보로 가공된다.

"200조에 달하는 타이어 시장은 120년이 넘는 역사에도 불구하고 아직 아날로그에 머물러 있습니다. 반프는 타이어의 '디지털 전환'과 이를 통한 자율주행 차량의 타이어 문제를 해결하고자 합니다. 현재 자율주행 체계에서 타이어 안전 담당 기업을 목표로 기술 완성도를 높여 나가고 있습니다."

반프 이전에도 타이어 디지털화 시도는 있었지만, 회전하는 타이어에 부착된 센서의 안정적 전력 공급 문제로 상용화에 실패했다. 반프는 이 문제를 무선 전용 모듈인 스마트 프로파일러<sup>Smart Profiler</sup>로 해결했다. 차량 배터리에 연결해 적은 전력으로 아이센서를 무선 충전하는 것이 반프의 핵심 기술이다.

어려서부터 창업을 꿈꿔온 유성한 대표는 대학 졸업 후 대기업에 들어간 뒤에도 틈틈이 창업하기 좋은 시장을 찾아다니다 타이어 시장에 관심을 가졌다. 그 후 자율주행 도입으로 타이어 안전성이 중요한 과제로 떠오르면서 유성한 대표는 이 문제를 실시간 모니터링으로 해결할 수 있다고 생각했다. 타이어의 공기압·마모도·적재량, 노면의 상황 등을 알면 사고를 줄이고 연비를 개선할 수 있다고 본 것이다.

"공기압·마모도·적재량과 노면 상태 등의 정보를 수집함으로써 사고를 줄일 수 있을 것이라는 확신을 갖게 됐어요. 이를 통해 교통사고 예방에 기여할 수 있는 기술적 해결책이 될 것이라는 확신이 있었습니다."

반프의 독자적 기술은 각 분야 주요 기업으로부터 많은 협업 제안을 받고 있다. 최근에는 국내 스타트업 최초로 볼보 그룹 캠프X와 가치증명PoV 프로젝트를 시작했으며, 세계 최대 규모 ICT 융합 전시회 'CES 2024'에서 혁신상을 수상하는 등 그 저력을 증명하고 있다.

"안전 운전을 위한 1세대 기술이 안전벨트고 2세대가 에어백이었다면, 3세대의 스탠더드는 반프의 타이어 솔루션이 되는 것이 저희의 목표입니다."

국내 유일의 에너지 플랫폼 미디어 컴퍼니, 큐브플래닛은 에너지 스테이션을 중심으로 옥외광고 시장의 미래를 바꾼다는 당찬 포부로 출발했다. 'BOARD 51'<sup>셀프 주유소 전용 주유권 광고</sup>과 'SIGN 51'<sup>셀프 주유소 전용 디지털 사이니지 광고</sup>을 주요 광고매체로 운영하며 현대오일뱅크와 에쓰오일 등 국내 주요 주유소 브랜드와의 콜라보레이션으로도 주목받고 있다.

"BOARD 51"은 주유소에 부착된 광고 지면을 통해 운전자와의 1:1 노출을 시도합니다. 이는 셀프 주유를 하는 운전자에게 최소 5회 이상의 광고 노출을 통해 매체와 고객 간의 효과적인 행동 유도를 가능케 합니다."

또한 'SIGN 51'은 국내 최초의 셀프 주유소 전용 디지털 사이니지<sup>Digital Signage</sup>다. 주유기 양면, 포스기 높이로 설치된 광고는 운전자 눈높이에서 1인당 평균 5분가량의 사이클<sup>Cycle</sup> 맞춤형 개인 광고를 제공하는데, 주목할 점은 지오펜싱 기반의 타깃 운전자 프로파일링이다. 이는 주유소 진입 차량과 운전자에 대한 정보를 분석하고, 옥외광고<sup>OOH</sup> 시스템 기반 실시간 입찰 및 광고 매칭이 가능해 주유소에 방문하는 운전자 각각의 니즈에 부합하는 정교한 맞춤형 개인 광고 서비스를 제공한다.

김범수 대표는 주유·충전을 위한 기존의 주유소를 브랜드와 콘텐츠를 소비하는 미래형 옥외광고 최적의 채널로 주목했다. 디지털 사이니지 기반의 차세대 미디어를 개발·활용해 에너지 스테이션에 접목하고자 한 것. 이에 서울과 수도권 셀프 주유소 기준 2020년 40개소에서 시작한 큐브플래닛의 옥외광고는 2023년 12월에 524개소까지 확장됐으며 설치 매체 수는 7000개에 육박한다. 앞으로 2030년까지 5조 7000억 원의 성장이 예상되는 옥외광고 시장에서 큐브플래닛은 새로운 셀프 주유소 옥외광고라는 거점시장을 창출할 생각이다. 또한 게임 조형물, 그래피티 아트, 팝업 스토어가 어우러진 복합문화공간으로 조성해 브랜드와 콘텐츠를 소비할 수 있도록 변화시킬 계획이다. 단순한 에너지 공급처가 아니라 사람들에게 매력적인 콘텐츠를 제공해 줄 수 있는 미래형 라이프스타일을 주도하는 선두 주자로 나선 큐브플래닛의 행보를 응원한다.

**주식회사 큐브플래닛, 김범수 대표**

## 국내 유일 에너지스테이션 전문 미디어

큐브플래닛은 서울 및 수도권 중심의 셀프 주유소를 거점으로 에너지 스테이션 특화 매체(BOARD 51 : OOH, SIGN 51 : DOOH)를 운영한다. 특히 게임 조형물, 그래피티 아트, 팝업 스토어가 어우러진 복합문화공간의 조성은 기존 주유·충전을 위한 기능 위주에서 브랜드와 콘텐츠를 소비하는 향유의 개념으로 탈바꿈시킨다.



**• 주요 기술**  
BOARD 51, SIGN 51

**• 시장 규모**  
약 3조 9,000억 원(국내)

**• 홈페이지**  
<http://www.cubeplanet.co>



- **주요 제품**  
FCCL(연성동박적층판)
- **응용 사례**  
스마트폰, 반도체, 차량 전장, 디스플레이, 모빌리티 등
- **성장률**  
매년 10% 이상

**(주)씨아이티, 정승 대표**

## 최첨단 구리 혁신 기술을 기반으로 한 FCCL

CIT는 인류가 가장 오랫동안 사용해 온 구리를 첨단 소재로 만드는 기술 스타트업이다. 초연결 시대 고도의 통신 환경에 적합한 5G/6G, 자율주행용 부품, 인공지능용 안테나 등에 사용되는 저유전율 FCCL(Flexible Copper Clad Laminated, 연성동박적층판)을 생산하는데, 기술의 핵심은 1cm 안에 구리 1조 개의 원자들을 인공적으로 정렬하는 데 있다.

세계 우수 기업들은 5G 초고속 통신 생태계 구축을 위해 신소재 개발에 매진하고 있다. 이런 가운데 스타트업 CIT가 5G 이상 초고속 통신이 가능한 차세대 저유전율 FCCL을 개발해 핵심기술이 부족한 국내에서 주목받고 있다.

“차세대 FCCL이란 쉽게 말해 구리를 최첨단 소재로 만드는 기술입니다. 단결정 구조의 구리 박막(Copper Thin Film)을 만드는데요 이는 1조 개의 원자를 표면 정렬하는 ASE 기술을 기반으로 합니다.”

원자 배열이 엉켜있는 자연 상태의 구리 원자를 일렬로 규칙적으로 만들면 전기 전도성을 금보다 무려 40% 가까이 향상할 수 있는데, 이런 구리 박막을 절연체에 증착부착하면 FCCL이 되는 것이다.

“CIT의 FCCL은 PTFE(Poly Tetra Fluoro Ethylene)에 접착제 없이 다이렉트 증착해 초고주파 통신 기기의 주요 부품으로 사용할 수 있다는 장점이 있습니다. 더불어 데이터의 왜곡과 손실 없이 빠르게 유선 전달하는 데 최적화된 표면 특성을 가집니다.”

비유하자면 구불구불한 비포장도로와 장애물 없이 쭉 뻗은 고속도로의 차이다. FCCL은 전자제품에 사용되는 필수 소재로서 연평균 10% 이상 고속 성장 중이다. 이 중에서도 가장 빠른 정보전달이 가능한 고급 제품인 LCP(Liquid Crystal Polymer)는 일본에서만 생산돼 한정된 공급량과 높은 가격이라는 문제가 있었다. 이에 CIT는 기존 LCP 소재보다 더 우수한 데이터 전송효율과 속도를 낼 수 있는 고품질 FCCL을 개발해 소부장(소재, 부품, 장비) 강국인 일본 기업을 능가하고 있다. 절연체(Glass, 사파이어, PTFE 등) 위에 접착제 없이 증착하며 나노 단위의 거칠기를 가지는 초평탄한 표면을 가지는 필름을 만드는 기술인 CIT의 독보적 차별성은 세계 최고 권위의 과학 전문지 네이처(Nature)를 통해 기술 검증까지 된 상태다.

CIT는 정승 CIT 대표와 정세영 CTO(부산대 석좌교수) 두 고수가 만나 대한민국의 소부장 독립을 위해 시작됐다. 초고속 유무선 통신에 꼭 필요한 필수 소재 기술로 고주파 통신 기술의 발전과 글로벌 시장에서 국내 기술력 입지를 굳히고 있는 CIT는 지난 2월에는 미국 하버드 메디컬 스쿨과 의료용 센서 공동 연구 협약을 맺는 등 한국을 넘어 글로벌 기술로 인정받고 있다.

에이오팜의 회사명인 ‘AI Over FARM’은 농업 위의 AI, 더 넓게는 농업 전체에 적용되는 AI라는 의미를 담고 있다. 지속 가능한 농업에 대한 고민과 바람을 담아 고객 중심의 AI를 만들고, 시스템을 설계해 최고 수준의 통합 선별 솔루션을 제공한다. 농산물에 대한 품질 데이터를 딥러닝으로 학습해 자동으로 농산물을 검사하는 시스템인 ‘AIO-VISION(에이오비전)’이 바로 그것.

“농산물의 품질이 좋다, 나쁘다를 정확히 결정짓는 것은 굉장히 어려운 일입니다. 그래서 센서 기반으로 등급을 책정하는 기존의 시스템은 한계가 있습니다. 딥러닝을 기반으로 한 에이오팜의 시스템은 실제 사람과 유사하게 농산물의 품질 등급을 나누는 데 특화돼 있습니다.”

여기에 검사 시스템 구성의 최적화 노후가 접목돼 가격, 기능, 안정성 등의 모든 측면에서 기존 업체들과의 경쟁에서 우위를 지닌다. 에이오팜의 시작에는 곽대표 외에 공동창업자인 강수빈 CTO가 있다.

“창업 아이템을 찾던 중 강 CTO의 부모님이 사과농장을 운영하는데, 사과를 수확하고 선별하려면 많은 일손이 필요하다는 것을 알게 됐어요. 이는 농가의 전반적 현상으로 이 선별 작업을 자동화하면 큰 도움이 되겠다고 생각했습니다.”

포부는 당찼지만, 현실은 혹독했다. 특히 처음 제품이 출시되기 전까지가 가장 힘들었다. “산업현장에서 쓰일 수 있는 AI 기반의 자동화 검사 시스템을 개발하려면 많은 시간과 전문 인력이 필요합니다. 이런 시스템은 제품을 간단히 만들어서 보여줄 수 있는 것이 아니기 때문에 제품이 없는 상태에서 계획만으로 자금을 조달하기가 어려웠습니다.”

그러던 중 중기부의 지원사업과 엔젤투자자를 통해 초기 자금을 조달하며 제품을 생산할 수 있었다. 그 결과 2022년 농식품창업콘테스트에서 최우수상을, 2023년 8월에는 제품의 정식 출시가 가능했다. 그리고 현재는 10개소 이상의 선별 작업장에서 일평균 수십만 개의 농산물이 에이오팜의 시스템을 통해 검사된 후 유통되고 있다. 에이오팜은 2025년까지 올인원 검사 시스템의 개발을 마치고 상용화하면서 30개 작물에 대한 시스템 적용과 글로벌 시장 진출을 목표로 박차를 가하고 있다.

**주식회사 에이오팜, 곽호재 대표**

## 인공지능을 기반으로 한 농산물 자동 선별 시스템

농업인이 필요로 하는 AI 기술을 만드는 에이오팜(AIOFARM)은 AI를 기반으로 농산물 선별을 자동화하고, 선별 단계에서 획득한 농산물의 품질 데이터를 바탕으로 생산자와 소비자를 직접 이어주는 서비스를 제공한다. 이는 기존에 사람이 하던 농산물에 대한 검사 작업을 자동화해 인력난을 해결하고, 일관된 검사로 농산물의 유통 품질을 높인다.



- **주요 기술과 장비**  
농산물 자동화 검사시스템 AIO-VISION
- **시장 규모**  
6,746억 달러(글로벌)
- **홈페이지**  
www.aiofarm.co.kr

## IBK가 만난 이달의 기업들

김성태 IBK기업은행장은 지난 2월 경기도 양주시 소재 중소기업에 이어, 지난 3월에도 인천 남동국가산업단지 소재 중소기업을 방문해 중소기업 지원 방안에 대한 현장의 목소리를 청취했다. 김 행장은 "IBK기업은행은 기업역량을 충분히 펼칠 수 있도록 중소기업에 위한 금융 비금융 지원을 아끼지 않겠다"며 "앞으로도 기업의 애로사항을 청취하며 계속 소통해 나갈 것"이라고 말했다.

(주)우진이엔지

### 품질을 지키고, 사람을 존중하는 기업

세계적인 경기 침체로 미국·유럽·일본·한국 등 세계 곳곳에 값싼 중국산 제품이 쏟아져 들어오며 '제2차 차이나쇼크'가 전개되고 있다. 그야말로 어느 때보다 치열한 무한경쟁의 시대. 이는 철강가공 분야도 다르지 않다. 이러한 상황 속에서도 대형 철강 프레임 제작·공급하는 서정범 (주)우진이엔지 대표는 "중국에서 철강 제품이 많이 들어오고 있지만 우리나라의 차별화된 경쟁력이 있다면 걱정할 필요가 없다"며 자신감을 드러냈다.

우진이엔지는 휠로더 프레임 및 지게차 프레임, 굴삭기 CENTER 프레임 등 각종 중장비의 용접 제판 부품을 생산·공급하는 제조 기업이다. 끊임없는 기술개발로 축적된 기술력과 노하우를 바탕으로 신뢰성 높은 고품질의 제품을 공급하며 플랜트 분야에서 선도적인 역할을 하고 있다.

우진이엔지는 불량률이 낮기로 유명한데, 국내 출렁다리에 들어가는 플랜트 공급의 90%를 담당하는 것만 봐도 알 수 있는 대목이다. 이는 회사를 설립하면서부터 '고품질'을 고집해 온 서정범 대표의 신념 덕분이다. 불량률을 낮추기 위한 유기적인 시스템은 물론, 직원들에게 '열심히 하는 만큼 보답받는 회

사라는 인식을 만들어 준 노력의 결과다.

"지금까지 해 온 것처럼 고품질을 지향하고, 제품을 만드는 직원들을 존중하며 우리나라의 경쟁력을 만들어 나갈 것"이라고 밝힌 서 대표의 말처럼 우진이엔지는 앞으로도 품질을 지키고, 사람을 존중하는 기업으로 더욱 성장해 나갈 계획이다.

(주)우진이엔지는 1984년 창립해 40여 년간 대형 철강 가공시장의 일익을 담당하고 있는 대형 철강 프레임 제조 기업이다. 주요 품목으로는 휠로더, 굴삭기 등의 건설기계를 비롯해 지게차 등의 산업차량, 현수교·거푸집·교소작업차 등의 플랜트 등이다. 특히 최신 특수장비인 PLASMA 절단기, NC 산소절단기, LASER 절단기, CNC레디알 MVC 등과 국내 최대급인 3000·2000톤 CNC 절곡기 등을 보유하고 있다.

기술과 품질을 최대의 자본으로 성장한 우진이엔지는 ISO 9001을 기반으로 한 엄격한 품질관리를 통해 대기업의 1차 협력업체로 다양한 형태의 초대형 절곡 및 제판 등 플랜트 분야에서 선도적인 역할을 하고 있다. 또한 창립 이후 꾸준히 '고품질'을 지향하며 지속적인 연구개발과 생산성 혁신을 통한 고객 만족을 실현 중이다.

### 최고 수준의 기술력으로 새로운 패러다임을 만든다

디지털 시대의 비즈니스를 새롭게 창조하는 디지털 전환은 산업혁명과 같이 중요한 변화의 파동으로 인식되고 있다. 이는 비단 전자기기·IT 산업뿐만 아니라 모든 산업에 해당되는 이야기다. 이러한 관점에서 디지털 잉크젯 프린터 제조 기업 (주)디지아이는 일찌감치 '디지털'에 초점을 맞추고 선제적 대응에 나섰다. 기술력과 품질관리에 대한 노하우를 바탕으로 자체 기술연구소를 보유하고, 전 세계 80여 개국의 판매망을 구축하는 등 디지털 텍스타일 프린터 분야에서 선도적 역할을 하고 있기 때문이다.

지속적인 R&D 투자를 통해 산업용 프린팅 솔루션 분야에서 독보적인 핵심 기술을 확보한 디지아이는 166개 이상 국내외 특허 출원 및 미국 SGIA 올해의 제품상, 장영실상 3회 수상을 통해 차별화 된 노하우와 기술력을 선보이고 있다. 특히 시장의 빠른 변화, 다품종 소량 생산이라는 이 시대의 키워드에 맞춰 고객 맞춤 서비스가 가능한 패키징 프린터와 식품 프린터 등 새로운 인쇄 사업으로 서비스 범위를 확장하는 중이다.

최동호 디지아이 대표는 "다년간의 노력으로 전 세계 판매망을 구축하고 있으며, 체계적인 고객지원시스템을 구축해 고객

(주)디지아이

의 불편을 신속하게 해결하고 있다. 또한 세계 유수의 박람회 에 참가해 디지아이의 기술력과 제품을 세계시장에 알리고 있다"고 전했다.

(주)디지아이는 1985년 창립 이래 디지털 텍스타일 프린팅 분야에서 글로벌 경쟁력을 갖춘 기업으로 성장했다. 지속적인 연구 개발을 통해 산업용 프린팅 솔루션 분야에서 독보적인 핵심 기술을 확보해 왔으며, 이러한 노하우와 기술력을 바탕으로 미국, 이탈리아, 영국, 사우디아라비아 등 전 세계 80여 개국, 3600개 이상의 기업에서 이용되고 있다.

주요 품목은 디지털 텍스타일 프린터, 식품용 프린터, 패키징 프린터이며, 이외 잉크젯 기술을 활용하여 지속 가능한 고객의 가치 창출을 위해 끊임없는 기술 개발과 품질 혁신을 지속함으로써 글로벌 플레이어를 넘어 글로벌 리딩 기업으로 발돋움하기 위한 적극적 행보를 이어가고 있다.

# 중동의 강호, 이란-이스라엘의 보복전

최근 중동의 강국 이란과 이스라엘 간의 군사적 충돌로 인한 중동 분쟁이 격화되는 양상이다. 이스라엘은 4월 1일 시리아 주재 이란 영사관을 공격해 이란혁명수비대 고위급 인사를 살해했고, 이란은 이에 대한 보복으로 같은 달 13일 드론과 미사일로 이스라엘 본토를 공격했다. 이스라엘은 옛새만인 19일 이란의 이스파한 지역을 공격함으로써 양국 간의 '맞대응식' <sup>Tit-for-tat</sup> 보복 대응이 이어지고 있다.



**김강석**  
한국의국어대학교 아랍어과 교수  
한국의국어대학교 아랍어과 교수로 외교부 정책자문위원, 한국중동학회 연구학술이사, 한국일보 칼럼니스트로 활동하고 있다.

## 이란-이스라엘 보복전, 대대체 왜?

중동 현대사에서 이란-이스라엘 관계의 악화는 1979년 이란 혁명으로 거슬러 올라간다. 이란 혁명 후 이란 정부는 미국에 반대하는 반제국주의 노선을 강화하고 혁명을 주도했던 호메이니 이란의 종교가이자 정치가는 이전 샤 이란 팔라비 왕조의 초대 국왕 정권 시기에 우호적이었던 이스라엘과의 외교 관계를 단절했다. 탈냉전과 아랍의 봄을 거치면서 양국의 긴장은 더욱 고조되었다. 특히 2003년 부시 정부가 이라크를 침공하고 사담 후세인 정권이 퇴각하면서 이란에 유리한 중동 지역의 세력균

형이 이루어졌고, 이는 이란에 대한 이스라엘의 위협을 증폭시켰다. 또한 아랍의 봄 시기 이란이 지원하는 친이란 무장단체의 활동 강화는 양국 갈등을 더욱 심화시켰다. 지금까지 이란과 이스라엘의 대결 구도는 주로 레바논의 헤zbollah, 예멘의 후티, 이라크의 인민동원군 <sup>Popular Mobilization Forces, PMF</sup>과 같이 이란과 연계된 대리 세력들이 주도하는 소위 '그림자 전쟁'의 형태로 전개되었다. 이런 맥락에서 이번 이란-이스라엘 군사 충돌은 양국 간 직접적인 본토 공습이 실행된 첫 무력 충돌로 평가된다.

양국은 확전을 피하고자 제한적인 형태의 공격으로 전면적인 충돌을 회피하고 있음에도 갈등이 고조된 주된 이유는 이스라엘-하마스 전쟁 발발의 여파 때문이다. 이스라엘은 하마스의 이스라엘 공습 배후에 이란이 있다고 보며, 이란을 중동 지역의 대리 세력들을 이끄는 소위 '저항의 축' <sup>Axis of Resistance</sup>의 중심 국가로 간주하고 있다. 따라서 이스라엘은 가자 전쟁 <sup>2008-2009년 팔레스타인 자치 정부하의 가자 지구에서 이스라엘과 하마스 간에 일어났던 전쟁</sup> 이후 이란이 연계 세력들을 통해 정치적 영향력을 확대하려 한다며 이란을 향해 공세적 태도를 강화하고 있다.

다행스럽게도 이란-이스라엘 모두 전면전을 피하면서 이번 군사 충돌은 제한적인 형태에서 그쳤다. 무엇보다 중동에서의 군사 개입 회피를 선호하는 바이든 정부는 올해 대선을 앞두고 중동의 확전을 막기 위해 노력하고 있다. 이란 역시 이스라엘과의 전면전을 피하고 대리전을 선호하며 군사적 대응의 수위를 조절하는 중이다.

## 미-중 경쟁 구도 속 신중한 움직임

이번 이란-이스라엘의 보복전이 최악의 군사적 전면전으로 확대되는 것은 피할 수 있었지만 앞으로 중동을 둘러싼 향후 정치 질서의 전개 과정에 다양한 파급효과를 미칠 것으로 전망된다. 이런 관점에서 중동 진출을 가속화하고 있는 중국은 이번 충돌의 여파를 신중하게 지켜보고 있다. 중국은 이스라엘-하마스 전쟁 상황에서 팔레스타인의 대의를 지지했고, 이번 이란-이스라엘 충돌에서도 이란의 입장을 지지하는 노선을 보였다. 이란의 이스라엘 본토 공격을 시리아 주재 영사관 피격에 대한 자위권 차원으로 해석함으로써 미국과는 차별화된 행보를 보인 것이다. 이란-이스라엘 군사 충돌이 걸프 국가들, 특히 사우디아라비

아와 아랍에미리트의 외교 노선에 직간접적으로 영향을 미칠 수 있다는 분석도 제기된다. 사우디아라비아와 아랍에미리트는 이란의 이스라엘 본토에 대한 공격을 우려의 시선으로 바라보았다. 이 때문에 미국은 중국의 영향력을 줄이는 기회로 이 상황을 활용하려 할 수 있다. 미국은 중국이 이란을 지지하는 상황을 통해 이란을 경계하는 걸프 국가들이 미국의 중요성을 재인식할 수 있기를 바라고 있다.

## 중동 안보 불안 이어져

중동의 정치 불안정이 길어지면 서 국제 사회는 문제 해결을 위한 출구 전략을 촉구하고 있다. 하지만 국제 사회의 바람과 달리 가자 전쟁과 연계된 오늘날 중동의 혼란을 수습할 묘수를 찾기가 쉽지 않은 상황이다. 이란-이스라엘 간의 군사 충돌을 포함한 중동의 안보 불안을 완화하기 위해서는 이스라엘-하마스 전쟁의 종결과 함께 근본적으로 팔레스타인 문제의 해결이 필요해 보이기 때문이다. 복잡하게 얽혀 있는 팔레스타인 문제의 해결은 힘든 과제인 만큼 이스라엘의 베냐민 네타냐후 총리가 강조하는 가자 지구의 하마스 완전 제거 목표는 사실상 불가능하다는 평가마저 제기된다.



미국은 변화된 팔레스타인 자치 정부를 창출하고 새롭게 단장한 자치정부가 서안지구와 가자 지구를 모두 통치하는 방안을 논의하고 있다. 이 과정에서 사우디아라비아를 비롯한 걸프 국가들이 가자지구 재건에 참여하는 옵션도 검토되고 있다. 그러나 팔레스타인 자치정부에 대한 팔레스타인 국민의 지지가 약하고 다른 내부 정파가 존재하는 상황에서 이러한 정치적 과정은 매우 험난할 것으로 전망된다. 또한 바이든 대통령과 네타냐후 총리의 상호 불신 속에서 미국-이스라엘 관계도 갈등을 겪고 있어 미국이 이스라엘의 강경한 대응에 변화를 이끌어내기 쉽지 않은 상황이다. 이러한 총체적 혼란 속에서 그나마 해결의 실마리를 찾을 수 있는 관건은 국제 사회의 중재로 이스라엘-하마스 전쟁의 휴전을 조속히 성사시킬 수 있느냐에 달려 있다고 볼 수 있다.

## 오늘 날의 신인류 : 잘파세대

이제 세상의 중심을 MZ로 간주해선 안 된다. M이라 불리는 밀레니얼은 이미 기성세대다. 동시에 X에 가까운 세대다. 이제는 '잘파세대'라 불리는 신인류를 이해해 한다. 그래야만 비즈니스 스펙트럼의 확장을 이룰 수 있다.

### 이제는 MZ 아니고 잘파세대라고?

1977년생 방송인 전현무는 방송을 통해 스스로를 'MZ'라고 칭한다. 사실 그는 1990년대에 새로운 인류라 칭해지던 X세대다. 심지어 스스로를 '트민남<sup>트</sup>랜드에 민감한 남자'라고 우긴다. 사실 여기에는 세대론 접근 상의 인식론적 오류가 있다. 근본적으로 밀레니얼과 Z세대는 완전히 다르기 때문이다. 그 이전 세대, 즉 기성세대로 치부되는 X세대와의 선긋기의 일환으로 M과 Z세대를 한데 묶었고, 결과적으로 'MZ세대'는 새로운 세대로 치부되었다. 하지만 아날로그와 디지털의 경계가 구세대와 신세대를 구분하는 요소라면 밀레니얼은 Z보다는 되려 X와 교집합을 형성한다.

사실 밀레니얼은 1981년생부터 1996년생까지이다 보니 스펙트럼이 넓다. 그럼에도 M세대는 아날로그의 끝자락에서 경험하며 디지털로 전환된 세대다. X세대 역시 청춘 시절에는 아날로그를, 30대를 넘기며 디지털 테크놀로지를 받아들인 사람들이지만 1996년 이후 출생한 Z세대는 아날로그적 라이프스타일에 대한 경험이 전무하다. 그들은 출생과 동시에 디지털을 접했고, 그 테크놀로지의 발전과 함께 성장했다. 전문가들이 Z세대를 두고 '디지털 원주민'이라 부르는 것도 이와 같은 라이프스타일에

의거한다.

Z에 이어 출생한 다음 세대를 흔히들 알파세대라 칭한다. 2010년생부터를 알파로 부르니 이들은 아직은 어린 세대다. 하지만 마냥 어리다고 볼 수도 없다. 2010년생이 이미 청소년에 이르렀으니 말이다. 이제 세대론은 M과 Z를 분리하고, Z와 알파를 한데 묶기 시작했다. 그래서 '잘파<sup>Zalpha</sup>세대'라는 신조어를 만들어냈다. 산업 및 경제 측면에서도 X와 밀레니얼을 실제 구매력 있는 소비자로 분류하고, 잘파세대를 미래 소비자로 칭한다.

럭셔리 브랜드들이 K팝 스타를 글로벌 앰배서더로 선정하고 펼치는 마케팅을 보면 두 소비자군에 대한 차별화 전략이 확실히 보인다. 샤넬을 예로 들어보자. 샤넬은 블랙핑크 제니와 뉴진스 민지를 동시에 앰배서더로 계약했다. 제니는 기존 소비자를 공략하는 핵심 전략이고 민지는 잘파세대에게 샤넬이라는 브랜드를 널리 알리는 역할에 더 가깝다. 바꾸어 말하면 제니를 모델로 내세워 실제 판매를 일으키고 민지를 통해 어린 소비자들에게 브랜드를 인지하게 만드는 전략인 셈이다. 현재로서는 전자가 이끄는 시장의 매출이 더 크다. 하지만 모두가 알고 있다. 잘파세대가 곧 소비의 주력 세대로 완전히 자리할 것이라는 점을 말이다.

### 잘파를 이해하는 새로운 관점

흔히들 잘파세대를 두고 '경제력이 약하고, 자본이 없어 큰 지출이 불가능한 세대'라고 폄하한다. 심지어 가난한 세대라고까지 말한다. 반은 맞고 반은 틀리다. 잘파세대의 선두 그룹에 속한 구성원은 갓 사회 초년생이 된 이들이다. 이들의 수입이 기성세대와 비교할 바는 아니겠지만 스스로 경제적 자립을 일궈 나가고 있는 시점이다. 동시에 이들은 시스템 상 성공을 위해 어린 시절부터 스펙 쌓기, 경제관념 넓히기, 외국어 능력 향상 등 자신을 훈련해 온 세



대다. 그래서 자존감이 강하고 취향이 명확하다. 이 말인 즉슨 어떤 물건이 취향에 부합하고 가지고 싶은 욕망이 생긴다면 결국 구입하고자 하는 특징을 지닌 소비자라는 의미다. 그러니까 Z세대는 이미 소비의 중심축으로 자신들의 입지를 견고하게 하고 있다고 봐야 한다.

그럼 잘파세대 중 알파세대는 어떨까? 이들을 어리다고 '깡보면' 큰코다친다. 알파세대는 베이비 붐 세대와는 달리 저출산 시대의 총아(寵兒)들이다. 통계청 인구동향조사에 따르면 2013년에서 2015년까지 가임 여성 1인당 출산율이 1.10명을 넘어섰지만, 그 이후부터 현재까지는 줄곧 출산율이 감소하고 있다. 2023년 말에는 출산율이 0.6명대 수준까지 떨어졌다는 뉴스 보도도 심심찮게 들렸다. 결혼도 많이 하지 않으면서 부부가 되어서도 여러 이유로 아이를 갖지 않으면서 전통적으로 이어져 오던 사회 시스템 자체의 균열이 생긴 셈이다. 그렇지 않아도 귀한 자식들인데 이제는 더 귀중한 존재가 되었음을 의미한다. 이는 부모들이 귀한 자녀가 원하는 걸 어지간하면 갖게 해주려 마음을 가진다는 뜻이

다. 알파세대는 정작 스스로의 경제력은 없지만 부모라는 든든한 후원자가 버티고 있다고 봐야 한다. 고가 아동복 시장이 지속적으로 커지고 있음을 보면 이게 무슨 말인지 명확하게 이해된다. MZ세대론이 대두했을 때, X세대와 더불어 밀레니얼은 시장의 큰손이었다. 여전히 M은 주력 소비자군에 속한다. 그런 밀레니얼이 저출산 시대의 부모가 되었다. 즉, 알파세대의 소비력은 바로 밀레니얼 부모 세대에게서 나온다는 말이다. 스스로 좋은 것들을 취해왔던 부모가 자녀에게 더 좋은 것을 해주고 싶어 하는 것이다. 알파세대의 경제력은 부모에게서 발현된 것이며 이 때문에 결코 무시할 수 없는 소비 권력을 지녔음을 이해해야만 한다.

#### 유통가도 잘파세대 집중 공략

이제 잘파세대는 반드시 잡아야만 하는 새로운 소비자로 급부상하고 있다. 일단 하루하루가 다르게 가속화되고 있는 디지털 및 IT 산업군은 이들을 결코 놓쳐서는 안 된다. 디지털의 발전 지형도를 누구보다 가깝게 바라보며 성장한 세대이기 때문이다.

한 가지 특징이 있다. 앞서 말했듯 새로운 세대는 각자의 취향을 중시하고 타인의 취향 역시 존중한다. 이 탓에 자신의 취향에 부합되면 돈이든 노력이든 다 쏟아부을 준비가 되어 있다.

누구라도 그러하듯이 인간은 자신이 경험하지 못한 미지의 것에 대해 관심을 가지기 마련이다. 더욱이 잘파세대는 모든 것을 놀이로 결부시키는 특성을 보인다. 잘파세대는 그 어떤 것이든 즐길 수 있는 놀이의 개념으로서 대부분을 받아들인다는 말이다. 그래서 디지털이 아닌 아날로그를, 온라인이 아닌 오프라인에 더 관심을 가진다. 살아오며 경험하지 못했던 것들을 있는 그대로가 아닌 놀이 도구 또는 놀이 공간의 개념으로 접근하는 것이다.

현 시점에서 전개되고 있는 라이프스타일 트렌드를 살펴봐도 그렇다. 대부분의 트렌드가 잘파세대의 놀이로서의 개념에 부합하는 것들로 나아가고 있기 때문이다. 그 대표적 사례가 뉴트로(세로움(New)과 복고(Retro)를 합친 신조어)에서 더 발전한 '뉴리티지' 같은 것들이다. 이는 헤리티지에 새롭다는 '뉴'를 갖다 붙인 신조어다. 작금의 세대가 전혀 경험하지 못한 과거의 것들을 시대 취향에 맞춰 발전시켜 다가가는 행위. 이것에 잘파세대는 열광하고, 또 그것을 온라인으로 끌어들이며 밈(인터넷 상에 재미난 말을 다시 포스팅한 그림이나 사

진을 만들기도 하고 있는 그대로 전파하기도 한다. 전통 음식인 약과를 이용한 간식들이 대박을 터트리기도 했다. 그냥 필요한 물품을 사던 전통시장이 잘파세대에게는 완전히 새로운 놀이터로 다가오기도 한다. 이 탓에 우리에게 시내 중심이라 불리던 명동, 홍대, 종로 등보다는 성수, 용산 등이 핫플레이스로 떠올랐다. 심지어 이렇게 관광지화된 공간보다는 스스로 거주하고 살아가는 '로컬'에 대한 탐방이 확대되고 있는 추이도 보이고 있다. 잘파세대는 치열한 세상 속에서 '갓생'을 산다. 하지만 동시에 스스로에게 주는 휴식이 얼마나 소중한지도 알고 있다. 휴식과 여행 트렌드는 이를 기반으로 변화하고 발전해나가고 있다. 취향이 중요시되는 만큼 휴식이나 여행의 콘셉트가 굉장히 중요해졌다. 동시에 철 지난 것처럼 보이는 X세대 시절 유행 아이템들을 들춰봐야 할 때가 도래했다. 유행이라 불리는 트렌드는 보통 한 세대 주기를 두고 순환한다. 그래서일까? 현 시점의 많은 트렌드들이 X세대의 1990년대를 다시금 주목하는 분위기다. 이때의 것들이 지금의 잘파세대에게는 너무 새롭기 때문이다. 5세대 K팝 아이돌 그룹인 라이즈가 최근 활동 콘셉트를 'Gen X Soft Club'으로 채택한 것만 봐도 잘 알 수 있다. 이 말은 1990년대 중후반부터 2000년대까지 이어지던 X세대에게 각광받았던 패션, 음악, 예술 등의 라이프스타일을 함축해 지칭하는 용어다. 이렇게 현 시대의 완전히 새로운 인류인 잘파세대는 X세대와의 문화적 연결고리를 만들어 가며 라이프스타일을 진화시키고 있다.

만일 당신이 잘파세대에게 먹힐 전략을 찾고 있다면, 30년 전의 어떤 아이템을 어떻게 변화시킬 것인지에 대한 모색이 필요할 것이다. 물론 취향에 부합되는 경험을 제공해야만 한다. 어려운 숙제지만 이것을 풀어낸다면 굉장한 반향을 불러일으킬 것이라 믿어 의심치 않는다. 📌



## 모듈러 건축: 건설의 제조업화 난세에 등장한 신기술

건설업계는 그 어느 때보다도 어려운 시기이자 여러 가지 문제가 복잡하게 얽혀 있는 상황이다. 프로젝트 파이낸싱<sup>PF</sup> 리스크는 시간이 지나면 해결될 수 있지만 근로자 고령화, 안전 및 품질 관련 이슈, 그리고 경제성의 저하 등은 구조적 문제이므로 현재 건설업 사업 구조상 해결점을 찾아내기 어렵다. 결국 다양한 문제를 극복하기 위해서는 새로운 기술의 도입이 필수적이다. 이런 가운데 모듈러 건축은 문제 해결에 유용한 방안 중 하나로 주목받고 있으며, 그 중요성을 인식할 필요가 있다.

### 모듈러 정의

모듈러 건축물은 기존 방식인 현장 시공 방식과 달리 OSC<sup>Off-Site Construction</sup> 시공 등 사전 제작 방식을 채택해 공장에서 일부 지어진 건물들을 가리킨다. 법제<sup>法制</sup>상으로는 모듈러 건축에 대한 보편적인 규정이 없으나 주택법으로는 모듈러 공법으로 건축된 주택을 일정한 요건 하에 ‘공업화 주택’으로 정의하고 있다.

모듈러 건축 재료는 철강, 목조, 프리캐스트 콘크리트<sup>PC</sup> 등으로 구분된다. 철강 모듈러는 산업 시설, 사무실, 학교, 병원, 고층 건물 등 구조적 강도와 내구성이 중요한 대규모 프로젝트에 적합하다. 반면 목조 모듈러는 주거용 건물, 소규모 상업 시설, 임시 구조물, 확장이 가능한 프로젝트에 사용된다. PC 모듈러는 주로 교량과 터널 등에 쓰였지만, 최근 아파트 지하 주차장과 물류센터 등에도 폭넓게 사용되고 있다.

모듈러 건축의 주요 장점으로서는 공기<sup>工期</sup> 단축, 비용 절감, 인력 투입 감소 등을 들 수 있다. 이 건축 방식은 공기<sup>工期</sup>를 최대 50%까지 줄이고, 전체 비용을 최대 20%까지 절감할 수 있으며, 필요 인력을 최대 20~50%까지 줄일 수 있다. 이러한 이점은 건설업계가 직면한 주요 문제점인 생산 가능 인구의 감소, 안전 및 품질 이슈, 그리고 경제성 저하 문제를 해결하는 데 기여할 것으로 기대된다.

### 활용도가 높아지고 있는 모듈러 시장

모듈러 시장은 이미 눈에 띄는 성장을 기록하고 있다. 이는 모듈러 수입 시장을 통해서 알 수 있다. 모듈러 수출 시장은 2022년 기준 177억 달러에 달하며 전년 대비 9.2% 상승을 기록했다. 글로벌 100대 건설 기업을 포함한 전 세계 건설 시장이 같은 기간 6.3% 상승한 것과 비교하면 높은 수치다.

모듈러 수입 시장이 발달한 국가들로는 미국, 프랑



**조정현**  
IBK투자증권 애널리스트  
IBK투자증권에서 리서치센터  
건설 부동산을 담당하고 있다.

스, 캐나다 등이 있다. 해당 국가들의 공통적인 특징은 두 가지다. 첫째, 주변 국가들에 비해 인건비가 높아 건설비용에 부담이 있다. 둘째, 단독주택 주거 비율이 전체 거주 40%를 초과하며, 꾸준한 주택 수요가 담보된 국가들이다. 각 국가의 수입액 성장률은 달러 기준으로 각각 28.6%, 24.6%, 15.3% 등으로 높은 성장률을 기록하고 있다. 미국 모듈러 시장의 성장은 Cavco Cavco Industries, Inc; 이하 Cavco, Skyline Skyline Corporation; 이하 Skyline 등의 기업을 통해 확인할 수 있다. 이들 기업의 매출 규모는 아직은 적지만, 최근 4년간의 평균 성장률 CAGR은 전통적인 주택 업체인 닥터 호튼 D.R. Horton의 22.3%를 상회

하는 27.7%를 기록하며 빠른 성장세를 보였다. 주가 수익률 역시 2023년 1월 1일부터 2024년 4월 7일까지 Cavco와 Skyline이 각각 43.0%와 36.4%를 기록하며 시장 성장에 대한 기대를 보여주고 있다. 전통 건축 방식 대비 모듈러 건축의 수익성도 두 회사가 증명하고 있다. 두 회사의 평균 매출 총이익률 GPM은 최근 5년간 각각 22.2%와 24.6%를 기록했다. 이는 닥터 호튼의 GPM이 23.2%인 것과 유사한 수치다. 그러나 닥터 호튼이 토지 판매 대금까지 포함하고 있음을 고려할 때, 실질적인 주택 제조 이익은 Cavco와 Skyline이 더 높을 것으로 추정된다.



### 우리나라에서는 어떤 모듈러가 쓰일까?

한국에서는 아직 모듈러 산업의 발전이 상대적으로 미미한 상황이다. 이는 건축 관련 규제와 인식, 초기 비용 및 기술적 적응 문제, 그리고 전통적인 건축 방식에 대한 선호 때문이다. 만약 우리나라에서 모듈러 건축 방식이 적용된다면, PC 모듈러 건축이 단기적으로 유망할 것으로 전망된다. 그 이유는 대부분의 주거 공간이 콘크리트 방식의 아파트로 구성돼 있기 때문이다.

PC 모듈러 건축은 사전에 제작된 콘크리트 부품을 현장에서 조립하는 방식으로, 현장의 작업 시간 및 노동력을 대폭 줄일 수 있으며, 레미콘처럼 운송 시간 제약이 없다는 점이 장점이다. 또한 고령화와 같은 사회적 변화와 노동력 부족 문제에도 효과적으로 대응할 수 있다.

우선 레미콘 운송 문제는 PC 모듈러의 성장을 가속할 것으로 판단된다. 레미콘은 전통적인 콘크리트 건축 시 사용되는 화합물이며, 혼합 후 최대 3시간

이내에 사용해야 하는 특성이 있다. 최근 다수의 레미콘 공장은 경기도 외곽으로 이전하며, 레미콘 공장 위치와 현장 간의 차이로 운송비가 증가하고 있다. 따라서 서울특별시 도시정비사업이 본격화 되면 운송 시간 제약에서 자유로운 PC 모듈러는 경제적 이점을 가질 것으로 전망된다.

또한 근로자 고령화는 모듈러 건축의 활성화를 촉진하는 중요한 요소로 작용할 것으로 예상된다. 건설업은 노동 집약적인 산업의 특성을 보이고 있으므로 근로자의 고령화는 산업 생산성 저하에 영향을 미칠 것이다. 건설근로자공제회의 조사에 따르면, 건설 노동자의 평균 연령이 50대로 지속적인 상승 추세를 보이고 있다. 특히 20~30대 신규 진입자 중 약 76.7%가 단순 근로보다는 관리자로서 유입되며 직접적인 시공 작업을 수행하는 근로자들의 고령화는 더욱 가속화되는 중이다.

모듈러 건축은 이러한 문제점들을 해결할 중요한 신기술이다. 다만 건설업계는 안전과 직결되는 자원 투입의 결과물을 다루기 때문에 새로운 기술 도입의 속도는 기대했던 것보다 빠르진 않을 것이다. 그러나 시간이 지남에 따라 변화의 바람은 건설 방식의 혁신을 요구할 것이 분명하다. 여러 문제점이 산재한 건설업은 변화를 향한 대응을 더 이상 미룰 수 없으며, 모듈러 건축은 건설업의 미래 방향성에 중요한 역할을 할 것으로 판단된다. 

# 비만 정복, 새 물결이다! 비만 치료제 GLP-1

미국의 과학 저널 <사이언스>는 2023년을 뒤흔든 과학 성과의 하나로 비만 치료제를 꼽았다. <사이언스>가 주목한 비만 치료제는 ‘글루카곤 유사 펩타이드-1<sup>GLP-1</sup> 계열의 치료제다. GLP-1은 몇 달간 투여했을 때 체중의 10~15%가 줄어드는 등 다이어트 효과가 뛰어나다고 알려졌다. 이에 노보 노디스크사<sup>Novo</sup>가 선보인 삭센다, 위고비를 비롯해 해외 대형 제약사들이 앞다퉀 비만 치료제 시장에 뛰어들고 있다. 미국 내에서 화제를 일으키고 있는 비만 치료제 GLP-1의 효능 및 바이오산업 현황에 대해 알아보고 국내 개발 현황에 대해서도 소개한다.



**유승래**  
동덕여자대학교 약학대학 교수  
중근당 종합연구소  
국민건강보험공단 등에서  
일했으며, 현재 동덕여자대학교  
약학대학 교수로 활동 중이다.

## ‘GLP-1’ 계열 비만 치료제란 무엇인가?

과학 기술이 발달하며 우리 사회 전반에 걸쳐 혁신적 변화가 이루어지고 있다. 보건의료 부문에서도 과거에는 진단이 어렵거나 질환으로 인식하지 않았던 증상에 대해 조기 발견과 적극적 치료의 필요성이 강조되며 보다 건강한 삶을 영위할 수 있는 방향으로 진보하고 있다. 이러한 맥락에서 ‘비만’이 단순히 외모적, 기호적 측면으로만 다뤄지지 않고 전문 치료제의 개발 및 건강보험 급여화 논의로까지 확장되는 과정은 산업과 의료계와 정책 당국에 많은 시사점을 주는 이슈임이 틀림없다. 세계보건기구<sup>WHO</sup>가 발간한 리포트에 따르면, 전 세계 비만 인구는 2022년 기준 약 9억 명을 상회하는데 2030년에는 2배가 넘는 약 19억 명 규모로 증가할 것으로 예상된다. 이에 따라 전문적 비만 치료제들의 시장 규모가 2030년까지 136조 규모에 이를 것으로 전망되는 등 의학적, 산업적으로 큰 영향력을 갖는 질병군으로 손꼽히고 있다. 이처럼 비만은 개인 의지나 생활 습관만으로 해결할 수 있는 대상이 아니라 발병 원인을 연구하고 최적의 치료법을 지속적으로 탐구해야 할 과학 기술의 영역으로 깊숙이 들어와 있다.

비만 치료제 작용기전<sup>作用機轉</sup> 중 약리학적으로 가장 주요한 것은 ‘식욕 억제’와 관련한 것이다. 이는 처음부터 그 자체를 타깃으로 했다가보다 다른 목적으로 사용하려던 약물의 부수적 작용에서 착안한 측면도 있다. 일례로 ‘의료용 대마’에 대한 동물실험 과정에서 식욕 자극에 대한 가능성이 발견돼 비만 치료제 가능성에 대해 고려된 바 있었으나 당시의 의학적 용처와 비만 치료 간의 이질성,

미확인 부작용 우려와 더불어 엄격한 법적 관리가 이루어져야 하는 원료라는 점 등으로 상용화로 나아가지 못했다. 그 외에 2000년대 등장한 대표적 비만 치료제인 ‘시부트라민’ 성분의 경우 약리기전<sup>藥理機轉</sup>상으로는 중추신경계에 작용해 식욕감퇴 및 섭취량 감소를 기대할 수 있었지만 의도치 않은 심혈관계, 뇌졸중 등 치명적 부작용에 따른 사망위험이 부각되며 결국 2010년 초반 시장에서 퇴출당한 바 있다.

중세 약리학자 파라셀수스가 남긴 “모든 약은 곧 독이다”라는 말처럼 특정한 질환에 강력한 효과를 나타내는 의약품일수록 그만큼 미확인된 부작용(독성)으로 다른 질환을 유발할 가능성 또한 상존하기에 신약 개발에 있어 유효성뿐만 아니라 안전성은 과학적, 윤리적으로 매우 중요하다. 그래서 비만 치료제 개발 역시 잠재적 위험<sup>Risk</sup>을 최소화하며 환자와 사회적 편익<sup>Benefit</sup>을 극대화할 수 있는 균형점을 찾는 것이 풀기 힘든 난제였다. 이러한 배경에서 ‘GLP-1’ 계열의 비만 치료제는 매우 혁신적이고 고무적 성과다. 원래는 당뇨병 치료를 목적으로 개발된 성분들이 체중 감량에 탁월한 효과를 보여주며 비만 치료제로서 가능성이 탐색되기 시작했다. ‘GLP-1’이란 ‘글루카곤 유사펩타이드1<sup>Glucagon-like Peptide1</sup>’의 약어로, 우리 몸 안에서 자연적으로 분비되는 호르몬이다. 구체적으로는 음식을 섭취하면 소장에서 분비되는 인크레틴 계열 호르몬 중 하나인데, 비만을 유발하는 각종 요인에 대해 예방 및 치료 효과를 기대할 수 있는 약리기전을 모두 갖추고 있는 것으로 확인되었다. 우선 GLP-1은 혈당을 증가시키는 호르몬인 ‘글루카곤’ 분비를



줄여 포도당 합성을 감소시키고, 혈중 포도당을 흡수하는 역할로 체내 혈당을 적절하게 유지해 준다. 또한 뇌의 포만 증추에 작용해 식욕 억제 및 위장의 연동 운동에도 관여해 소화 속도를 늦추는 역할을 함으로써 궁극적으로 체중감소 효과를 기대할 수 있다. 그렇다면 우리 몸에 이미 존재하는 GLP-1 활성만으로도 유의미한 개선을 기대할 수 있을 텐데 굳이 치료제로서 개발된 이유는 무엇일까? 이는 자연적으로는 우리 몸의 'DPP-4'라는 다른 효소에 의해 GLP-1이 신속히 분해돼 치료가 필요할 정도의 비만 환자에게는 충분한 활성을 기대할 수 없기 때문이다. 따라서 비만 치료제 개발에 있어서는 GLP-1의 활성을 나타내면서도 체내 주입 시 DPP-4 효소에 의해 분해되지 않도록 GLP-1 유사체 형태의 약물로 접근한 결과, 자연적으로는 불과 1~2분 내 소멸하는 반감기를 연장해 하

루 2회 → 하루 1회 → 주 1회 형태의 제제 개발에 성공하게 된 것이다.

#### 글로벌 제약사의 치료제와 개발 동향은?

이와 같은 GLP-1 계열의 비만 치료제로서 전 세계적으로 잘 알려진 성분은 릴라글루타이드, 세마글루타이드, 티르제파타이드 등을 꼽을 수 있다. 이 중 릴라글루타이드와 세마글루타이드는 각각 삭센다™(2014년 FDA 승인)와 위고비™(2021년 FDA 승인)라는 상품명으로 덴마크 제약사인 노보 노디스크사에서 상업화에 성공했는데, 비만 환자의 체중을 평균 5%(삭센다) 내지 15%(위고비) 감소시키는 효과를 입증했다. 가장 최근 2023년 말에는 미국 제약사인 일라이 릴리사가 티르제파타이드 성분의 마운자로™의 FDA 승인을 받아 앞선 2개 제품과 비교해도 체중 감소 효과가 더 클 수 있다는 가능성에 주

목된다. 이들 약제 모두 GLP-1 호르몬과 유사하게 작용, 체내 혈당이 상승할 때 인슐린이 분비되도록 유도해 혈당 상승을 막고 동시에 식욕을 억제한다. 릴라글루타이드 성분은 빅토자™, 세마글루타이드 성분은 오젠퍍™이라는 당뇨병 치료제로 앞서 개발된 바 있다. 같은 성분 의약품이 품목허가상 사용처와 유통공급 채널만 다르다 보니 국가·지역별로는 비만 치료제 정식 허가·사용 이전에 동일 성분 당뇨병 치료제들이 허가 용도 외 사용<sup>Off-Label</sup> 방식으로 처방이 급증하면서 전 세계적 품질 사태가 일어나기도 했다. 한편 GLP-1 계열 치료제들은 당뇨 및 비만 치료뿐만 아니라 다양한 적응증<sup>어떤 약이나 수술로 치료 효과가 기대되는 병이나 증상</sup>으로 확대될 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 최근 노보 노디스크사는 세마글루타이드의 추가 임상결과를 발표하며 당뇨, 비만 외 심혈관 질환에 대한 추가적 효과를 입증했고, 알츠하이머병 등 신경퇴행성 뇌질환에도 치료제 개발 가능성을 확인했다. 이는 GLP-1이 단순히 식욕 억제, 포만감 증대, 인슐린 분비 촉진 등의 역할 뿐만 아니라 체내 말초·중추신경 면역계에 중요하게 작용할 수 있다는 가능성을 시사하는 것이다.

#### 우리나라의 GLP-1 치료제 동향 및 전망은?

글로벌 제약사들의 GLP-1 계열 치료제가 시장에서 주목받으며 국내에서도 유수의 제약사들이 활발히 연구개발에 임하고 있다. 특히 후발주자로서 경쟁력을 갖기 위해서는 새로운 물질 도출뿐 아니라 기존 블록버스터 제품<sup>상업적으로 큰 성공을 거둔 제품</sup>보다 개량된 제제 기술을 접목하거나 환자 편의성을 높이는

등 차별화된 전략이 주효할 것으로 보인다. 일례로 한미약품의 경우 GLP-1 계열의 신규 성분인 에페글레나타이드를 발굴해 2023년 말 임상 3상을 승인받으며 '한국인 맞춤형 비만 치료제 개발'을 슬로건으로 삼고 있다. 앞서 글로벌 제약사가 개발한 치료제들이 서양의 초고도 비만 환자 기준으로 용법 용량이 설계되었다는 점에 착안한 것인데, 한국인 비만 기준(체질량 지수 25kg/m<sup>2</sup>)에 부합한 치료제 개발로 유의미한 성과가 기대된다. 동아에스티도 'DA-1726'로 명명한 새로운 후보물질을 도출해 글로벌 임상 1상을 앞두고 있다. 이 물질은 GLP-1 수용체와 글루카곤 수용체<sup>GCGR</sup>에 동시에 작용하는 이중 기전이다. 미국의 신약 개발 자회사인 뉴로보를 통해 전임상 결과를 미국당뇨학회<sup>ADA</sup>에서 발표했고 전임상에서 세마글루타이드 대비 체중 감소 효과 가능성을 발견한 것이 고무적이다.

종합하면 전 세계적으로 비만 유병인구와 진단·치료에 대한 의학적 수요가 꾸준히 상승하고 있는 상황에서 GLP-1 계열은 종전 시도된 여러 약물의 부작용 이슈를 극복하면서 치료의 새로운 패러다임을 제시했다. 향후 심혈관계, 신경계 질환 등 무궁한 가능성을 안고 진화해 나갈 것으로 보인다. 우리나라에서도 자체 개발 중인 치료제들의 내수 허가 및 글로벌 임상을 통한 해외 진출이 결실을 볼 수 있다면 국가 보건의료 측면에서는 한국인(아시아인) 맞춤형 치료 대안의 확보, 헬스케어 산업 측면에서는 제약부문 선진화 및 글로벌 제약사들과 견주어 위상 제고에 크게 기여할 수 있는 전환점이 될 수 있을 것이다. 📌



손자병법과 전승 전략

이길 수밖에 없는 구조를 만들고 싸워라!  
선승구진 先勝求戰

사람의 몸도 구조가 좋아야 건강하듯 조직도 구조가 좋아야 승리할 수 있는 법. <손자병법> 4편 형에서 이길 수 있는 조직의 구조를 만들기 위한 이야기다.



**박재희**  
인문학공부마을 석천학당 원장  
동양고전을 현대적으로 재해석하여 인문의 세상을 만드는 데 힘을 집중하고 있다.

# 形

## 구조가 경쟁력이다

<손자병법> 4편은 형이다. 전쟁하기 전에 충분히 승산을 분석하고 始計, 시계, 군수물자 확보를 위해 현장에서 조달계획을 세우고 作戰, 작전, 싸우지 않고 이기는 전략을 세웠다면 謀攻, 모공 이제는 이길 수 있는 조직의 구조를 만들어야 한다는 것이다. 형은 <손자병법>에서 강조하는 '이기는 조직의 구조'다. 사람의 몸도 구조가 좋아야 건강하듯 조직도 구조가 좋아야 승리할 수 있다. 뼈대가 탄탄하고 골격이 좋은 구조에 건강한 생활습관을 지니고 있는 사람이 건강하고 오래 살 수 있듯이, 병사들의 사기가 탄탄하고 전략과 공수 攻守의 탁월한 구조로 되어 있는 조직이 승리의 구조를 가질 수 있다.

자연계에서 동물을 관찰하다 보면 몸의 구조를 변화시켜 먹이를 쟁취하는 모습을 볼 수 있다. 목표를 기다릴 때는 철저하게 수비형 구조로 있다가 시간과 공격 방향이 정해지면 구조를 변형해 공격형 구조로 단숨에 먹잇감을 잡아챈다. 탁월한 사냥법을 구사하는 동물일수록 공격하기 전에 이미 먹이를 쟁취할 수 있는 구조를 만들어 놓고 사냥한다. 사냥 기술도 중요하고 사냥 방법도 중요하지만, 먹이를 잡을 수밖에 없는 구조를 만들어 내는 것이 더 중요하다.

기업은 변화에 대응한 구조조정을 통해 새로운 구조를 만들어 내야 한다. 고객의 니즈를 수시로 읽어 내고, 그에 맞는 제품을 빠르게 만들어 낼 수 있는 구조라면 경쟁력 있는 기업이다. 불필요한 조직을 과감하게 축소하고, 취약한 구조에 자원을 투입해 뼈대를 단단히 하고, 원가 절감과 기술개발에 더욱 집중할 수 있는 구조를 수시로 만들어야 한다. '정해진 구조는 없다. 물은 정해진 구조가 없듯이 無常形, 수무상형, 조직도 정해진 구조가 있어서는 안 된다 兵無常形, 병무상형. 물이 지형에 따라 물줄기를 수시로 바꾸듯이 水因地而制流, 수인지이제류, 조직도 적의 변화에 따

라 수시로 승리의 구조를 바꿔야 한다<sup>兵因敵變化而制勝, 병 인적변화이제승.</sup> <손자병법>에서 강조하는 구조조정에 대한 관점이다. 외부적 환경이 수시로 변하듯이 조직도 그 변화에 맞춰 빠른 구조 변화를 이끌어 내야 하고, 기술이 빠르게 발전할 때 내부적 기술도 그에 대응해 발전할 수 있는 변화의 구조를 만든다면 이기는 조직이라 할 것이다.

**싸우기 전에 이기는 구조를 만들어라**

<손자병법>에서는 이기는 군대 승병<sup>勝兵</sup>과 지는 군대 패병<sup>敗兵</sup>의 차이를 아주 간단하게 정의하고 있다. ‘이기는 군대는 싸우기 전 승리의 구조를 만들어 놓고 전쟁을 하고<sup>勝兵先勝而后求戰, 승병선승이후구전</sup>, 지는 군대는 승리구조에 대한 고민 없이 먼저 전쟁을 하고 뒤늦게 구조를 찾는다<sup>敗兵先戰而后求勝, 패병선전이후구승</sup>’는 것이다. ‘선승구전<sup>先勝求戰</sup>’은 야전의 지휘관들이 가장 좋아하

# 先勝求戰

는 손자병법 구절 가운데 하나다. 이기는 군대는 싸우기 전에 이미 승리의 구조를 만들어야 한다는 것이다. 평소에 병사들을 철저히 훈련하고, 무기도 최상의 상태로 유지하며, 다양한 상황에 대비해 철저한 전략을 짜 놓은 군대는 싸우기 전에 이미 승리의 구조를 만들어 놓은 셈이다. 전쟁은 승리하기 위해 무조건 들어가는 것이 아니라, 승리를 확인하기 위해 들어가는 것이다. 기업도 이기는 기업, 승기<sup>勝</sup> 企<sup>企</sup>가 있다. 고객이 필요한 제품을 만들고, 경쟁사보다 높은 기술력을 확보하고, 원가 경쟁력과 영업 경쟁력을 확보한 기업은 이미 승기<sup>勝</sup> 企<sup>企</sup>의 구조로 되어 있는 기업이라 할 수 있다.

**이기는 구조**

<손자병법>에서는 구조의 정의를 댐에서 물이 내려오는 구조에 비유한다. ‘이기는 군대의 병사들은<sup>勝者之戰民, 승자지전민</sup> 마치 천 길 높은 계곡 위에 축적돼 있던 물이 일시에 독이 터져 흐르는 것 같으니<sup>若決積水於千仞之溪者, 약결적수어천인지계자</sup> 이를 이기는 구조, 형<sup>形</sup>의 승리라 한다<sup>形也, 형야</sup>.’ 이 문장을 읽다 보면 여름철 댐의 수문이 열리면서 한꺼번에 물이 쏟아져 내려가는 장면이 떠오른다. 축적된 물의 질량에너지와 쏟아져 내리는 위치에너지의 합이 엄청난 힘과 압력을 만들어 낸다. 이렇게 구조가 강해진 물은 짐재만한 바위도 들어 올리고, 단단한 다리도 끊어 버린다. 전쟁터를 상상해 보면 이렇게 강한 구조로 되어 있는 군대의 병사들은 적과 만나 전투하면서 강한 돌파력과 파괴력을 갖게 될 것이 분명하다. 그러니 어떤 상대가 앞에 있더라도 도저히 대항할 수 없는 이기는 군대가 되는 것이다. 이것이 싸우기 전에 이길 수밖에 없는 구조로 되어 있는 승병<sup>勝兵</sup>이다. 기업이 이렇게 강한 구조로 되어 있다면 그 기업의 경쟁력은 최상이 될 것이다. 잘 훈련된 직원, 잘 짜인 체계적 조직, 원활한 의사소통, 변화에 빠르게 대응하

는 속도감 있는 의사결정, 사기 충만한 현장, 원활한 자금조달능력, 탁월한 기술 경쟁력, 그리고 직원 모두가 기업의 핵심 가치를 공유하는 기업문화 등이 이길 수밖에 없는 구조를 가진 승리의 기업이다.

**고수는 땅을 흘리지 않는다**

이기는 구조를 가진 조직은 너무 쉽게 이긴다. 그래서 대단하거나 멋있어 보이지 않는다. 칭찬이나 환호도 없다. 용맹한 이야기나 극적인 반전도 없다. 특별한 전략도 찾을 수 없고 묘수도 보이지 않는다. 이런 승리를 거둔 조직이 진정한 승리의 고수다. 손자는 쉽게 이길 수밖에 없는 상대와 싸워 질 수 없는 구조를 만들어 승리했기 때문에 고수의 승리는 특별해 보이지 않는다고 말한다. ‘전쟁을 잘하는 군대는<sup>善戰者, 선전자</sup> 쉽게 이길 수 있는 상대와 싸워 이긴다<sup>勝於易勝者也, 승어이승자야</sup>. 그래서 전쟁을 잘하는 군대의 승리는<sup>故善戰之勝也, 고선전지승야</sup> 겉으로 보기에 전략도 명예도 용맹도 공과도 없어 보인다<sup>無智名無勇功, 무지명무용공</sup>. 이유는 전쟁에서 이긴 승리의 방법이 한 치의 어긋남도 없었기 때문이다<sup>其戰勝不忒, 기전승불특</sup>.’ 좋은 구조를 가진 기업도 보기에 평범하다. 그러나 그 평범함 속에는 지지 않는 강한 구조의 경쟁력을 가지고 있다. 요란한 조직일수록 기복이 심하다. 전쟁에서 백 번 모두 이기는 것이 아니라 백 번 모두 지지 않는 것이 중요하다. 백 번 싸워 99번은 이겼으나 한 번 패배함으로써 모든 승리가 물거품이 될 수 있다. 그래서 평소에 기본을 다지고, 지지 않는 구조를 만들어 어떤 상황에서도 패배하지 않는 조직을 만들어야 한다. 구조가 좋으면 경쟁력이 높아지고, 경쟁력이 높아지면 승리는 저절로 다가온다. 구조는 기본에서 나온다. 기본이 무너지면 결국 생존에 실패한다. 기본을 탄탄히 다져 구조를 강하게 하는 것만이 승리하는 조직의 비결이라 할 것이다. 📖

# 개인사업체를 법인으로 전환하는 방법

개인사업자가 소득세의 부담이 큰 경우에는 법인전환에 나설 수 있다. 여기서 '법인전환'이란 개인사업을 법인이 이어받는 것을 말한다. 따라서 개인과 신설된 법인은 단절되는 것이 아니라 연결돼 있으므로 다양한 세무상 쟁점이 발생할 수밖에 없다. 그런데 문제는 법인전환을 대충 시도했다가는 손해를 보는 경우가 많다는 것이다. 이러한 관점에서 법인전환의 장·단점과 법인전환 방법 등에 대해 알아본다.

## 법인사업의 장·단점

법인으로 사업체를 운영하는 경우에 얻을 수 있는 효과는 다양하다. 예를 들어 높은 소득세율(6~45%)보다 저렴한 법인세율(9~24%)의 효과를 누릴 수 있고, 대표이사 급여 등을 비용으로 처리하는 한편 법인을 통한 은퇴자금 등을 마련할 수도 있다. 또한 자녀 등 가족을 주주로 편입시켜 배당 등을 할 수 있고, 상속이나 증여의 관점에서도 유리한 요소가 상당히 많다. 이 외에도 기업의 영속성이 개인보다는 길어질 가능성이 크다는 점도 장점에 해당한다. 다만 법인은 상법 등에서 회사 운영에 대한 규제가 있고, 법인자금 사용에 대한 제약이 있으며, 주식 이동에 따른 다양한 세법상 규제가 많아 관리 비용이 많이 증가한다는 단점이 상존한다.



**신방수**  
세무법인 정상 세무사  
현직 세무사로 20년 넘게 개인과 기업 고객에 대한 각종 세무서비스를 제공하고 있다.  
<중소기업 세무 가이드북> 등 80여 권의 저서가 있다.

## 법인전환의 동기

법인전환은 현재 많은 개인소득세 부담을 줄이기 위해 시도되는 경우가 많다. 앞에서 보았듯 소득세율은 6~45%, 법인세율은 9~24%가 적용되기 때문이다. 예를 들어 현재 개인기업의 1년간 이익이 15억 원이라고 가정하고, 이 경우 소득세와 법인세를 비교하면 다음과 같다. 다른 요소는 무시한다.

구분	소득세	법인세	차이
이익	15억 원	15억 원	-
× 세율	45%	19%	-
- 누진공제	6,594만 원	2,000만 원	-
= 산출세액	6억 906만 원	2억 6,500만 원	3억 4,406만 원

따라서 이러한 상황이라면 법인전환을 적극적으로 시도해 볼 수 있다. 참고로 법인전환을 하면 개인사업체의 사업 내용이 그대로 법인에 승계되는 것이 원칙이다. 예를 들어 거래처나 고용, 조세감면 등을 꼽을 수 있다.

## 법인전환 전에 검토해야 할 것들

법인전환은 전환에 따른 비용 지출이 발생하는 한편, 예기치 못한 세무상 쟁점들이 발생하기 때문에 사전에 검토할 것들이 상당히 많다. 주요 내용을 위주로 살펴보자.

### 첫째, 법인전환을 하면 다음과 같은 비용이 발생한다.

- 결산 비용: 법인전환을 위해서는 개인사업체의 결산이 필요하므로 이에 대한 수수료가 발생한다.
- 부동산이 있는 경우, 감정평가를 받아야 하므로 감정평가 수수료가 발생한다(단, 유한회사는 감정평가를 생략할 수 있다).
- 취득세: 일반적으로 4%가 발생한다. 다만 수도권 과밀억제 권역 내에서 법인설립 시에는 2배로 취득세가 증가될 수 있다. 이 외에 등기 관련 수수료가 발생한다.
- 법인자본금 등록세: 등록된 자본금의 0.4%(과밀억제권역 내는 1.2%)만큼 등록세가 발생한다.
- 채권 할인 비용: 국민주택채권을 매입해야 하며, 이 과정에서 채권 매입가의 10~13% 정도 되는 할인 비용이 발생한다.

### 둘째, 재고자산을 보유한 상태에서 법인전환을 하면 종합소득세가 많이 나올 수 있다.

해당 재화의 시가를 수입 금액으로 보아 소득세를 정산해야 하기 때문이다. 참고로 법인전환 시 부가가치세는 생략되는 것이 일반적이다.

### 셋째, 사업용 부동산을 법인에 이전하면 이때 양도소득세와 취득세가 발생한다.

다만 양도소득세는 향후 법인이 양도할 때로 납부 시기를 이 연시킬 수 있으며(이를 이월과세라고 함), 앞에서 본 취득세는 75% 정도 감면받을 수 있다(단, 부동산 임대업은 감면 제외).

### 넷째, 이익이 많이 나는 개인사업체를 법인으로 전환하면 영업권이 발생할 수 있다.

이때 개인이 받은 영업권 대가는 기타소득(경비 60% 인정)으로 보아 종합과세 하는 것이 원칙이나, 부동산이 포함되면 양도소득세로 보아 이월과세가 적용된다. 한편 대가를 지급한 법인은 무형자산으로 장부에 계상하고 5년간 감가상각비로 비용처리를 할 수 있다.

## 법인전환은 어떻게 하는 것이 좋을까?

법인전환은 통상 연말에 전환해 다음 해부터 법인으로 운영하는 경우가 많다. 그렇다면 구체적으로 어떻게 전환해야 좋을지 재고자산과 부동산을 보유하고 있는 업종 중심으로 살펴보자.

### ① 재고자산을 보유하고 있는 업종

도·소매업종처럼 재고자산이 많은 업종은 법인전환에 따라 발생하는 개인소득세의 부담이 매우 클 수 있다. 따라서 판매촉진 등을 통해 재고자산을 최대한 줄인 상태에서 법인전환을 진행하는 것이 좋을 듯하다.

### ② 부동산을 보유하고 있는 업종

부동산이 포함된 상태에서 법인전환을 하면 개인은 양도소득세, 법인은 취득세 등의 문제가 발생한다. 이때 세법에서 정한 순자산가액 이상으로 자본금을 출자하면 양도소득세는 이월과세를 받을 수 있고, 취득세는 75%까지 감면받을 수 있다. 다만 임대용 부동산에 대해서는 취득세를 감면받을 수 없다는 점에 유의해야 한다(2020년 8월 12일 이후 전환분).

### ③ 기타 서비스업종

재고자산이나 부동산이 없는 서비스업종 등은 법인전환이 아닌 새로운 법인을 설립하는 것이 대안이 될 수 있다. 앞에서 본 법인전환에 따른 실익도 별로 없으며, 불필요한 수수료만 발생하기 때문이다.

# 인사 발령, 회사 맘대로 해도 될까?

직장인 A 씨는 명예퇴직을 거부했다는 이유로 물류창고 관리로 발령이 났다. 물류창고에는 빈 책상 2개가 전부이고, 인터넷이나 전화도 없어 온종일 책상에 우두커니 앉아 있는 것 말고는 할 수 있는 일이 없었다. 이렇게 퇴사를 강요하기 위한 수단으로 인사 발령을 악용하는 경우가 종종 있다. 무제한으로 허용되지 않는 인사 발령 권한, 올바르게 사용하려면 어떻게 해야 할 지 알아본다.



## 장내석

노무법인 예담HR컨설팅  
노무사

노동법률 전문가로서  
근로자와 사용자 간의  
갈등을 조정하고, 기업들의  
인사평가나 보상설계와  
같은 HR시스템에 대해서도  
조언하는 역할을 하고 있다.



봉이 급격하게 깎이는 셈이다. 게다가 가족과 떨어져 지내야 해서 그 우울감도 생활상 불이익에 해당할 수 있다.

### Q 가장 문제가 많이 되는 인사 발령은 무엇인가?

가장 다툼의 소지가 크고 이슈도 되는 발령은 원거리 발령이다. 수도권 근무자가 지방 발령을 받거나 지방 근무자가 서울에 있는 본사 발령을 받는 경우를 들 수 있다.

모 분유 회사에서 있었던 일을 예로 들면, 2002년 광고팀으로 입사한 최 모 씨는 열심히 근무해 입사 6년 만에 최연소 여성 팀장에 올랐다. 그러다 마흔이 넘는 나이에 첫 아이를 출산하고 2015년 육아휴직을 내자 회사가 아무런 통보도 없이 보직을 해임하고, 최 씨가 1년 뒤 복직하자 탕비실 옆에서 근무시켰다. 최 씨는 2017년 노동위원회에 부당 인사 발령 구제신청을 냈고, 회사는 아예 최 씨를 출퇴근하는 데 5시간이 걸리는 천안의 물류창고로 발령을 냈다. 이런 식의 이유 없는 발령은 무조건 부당하다고 인정된다.

### Q 직무를 맘대로 바꾸는 것도 부당한 인사 발령이 될 수 있나?

그렇다. 동일한 근무지 내에서의 직무변경은 생활상 불이익이 거의 없으므로 대부분 정당한 인사 발령으로 인정된다. 하지만 업무상 필요성이 전혀 없는 경우는 부당하다고 인정될 수 있다.

예전에 모 방송국에서 간판급 앵커가 육아휴직 후에 느닷없이 인터넷뉴스부로 발령이 난 적이 있다. 인터넷뉴스부는 뉴스사이드를 관리하는 부서인 만큼 해당 앵커를 그 부서로 보낼 아무런 이유가 없었다. 이는 해당 앵커가 육아휴직 전에 광화문에서 사장 퇴진을 요구하는 1인 시위를 벌이고 거리 서명에 나서는 등 파업에 적극적으로 동참했다는 이유로 보복인사를 한 것이다. 이런 보복성 인사는 부당한 인사 발령에 해당한다.

### Q 지방 발령 같은 원거리 발령이 정당하다고 인정받으려면 어떻게 해야 하나?

무엇보다 업무상 필요성이 인정돼야 한다. 퇴사 등으로 인해 지방에 총원이 필요하고, 서울 근무자의 과거 경력이나 희망 사항 등을 고려할 때 적임자여야 한다. 또한 교통비도 제공하고 사택이나 숙소비 지원 등을 통해 지방 발령으로 인한 생활상 불이익을 최소화해야 한다. 이렇게 사전에 업무상 필요성을 충분히 설명하고, 생활상 불이익을 최소화하면 정당한 발령으로 인정받을 수 있다. 

### Q 인사 발령의 종류는?

전보, 전직, 전배, 전근 등 다양한 용어가 있다. 보통 기업에서는 이들을 혼용해 사용하는 경우가 많은데, 이는 모두 동일기업 내에서 직무나 근무지 또는 직책이 변경되는 것을 의미한다. 반면 타 기업으로의 인사 발령을 의미하는 전출과 전적도 있다. 전출은 기존 회사와의 근로관계를 유지한 채 타 기업에서 근무하는 것으로 파견근무와 유사하다. 전적은 아예 기존 기업과의 근로관계를 종료하고 타 기업으로 이동하는 것을 말한다.

### Q 인사 발령은 회사가 맘대로 보낼 수 있나?

그렇지 않다. 원칙적으로 근무하는 회사가 변경되는 전적과 전출은 반드시 해당 근로자의 동의를 얻어야 한다. 동의는 반드시 서면으로 할 필요는 없지만 향후 논란이 있을 수 있으므로 전적 또는 전출 동의서를 받는 것이 좋다. 다만 전적과 전근 같은 회사 내 발령은 회사의 인사권에 해당하므로 회사가 자유롭게 할 수 있다.

### Q 회사 내 인사 발령은 어떤 경우에 부당하다고 인정되나?

회사 내 인사 발령을 판단하는 기준은 '회사의 업무상 필요성이 근로자의 생활상 불이익보다 커야 한다'는 것이다. 회사의 업무상 필요성에 따른 경우를 예로 들어보면, 영업팀 과장이 퇴사했는데 구매팀 차장이 5년 정도의 영업 경력을 갖고 있고 본인도 영업하고 싶다고 하는 경우를 말한다.

인사 발령으로 인해 근로자가 얻게 되는 생활상 불이익의 경우는 임금이 낮아지거나 근무지가 멀어지는 것이다. 가령 서울 근무자를 전주로 보내면 교통비에 숙소도 구해야하므로 연

# 혁신의 아이콘, 애플 스티브 잡스

시대적 흐름을 이끄는 인물, 그중에서도 특별한 존재가 있다. 단순히 제품을 만드는 것을 넘어, 인류의 삶을 바꾸는 미래를 만들어낸 기업가 스티브 잡스를 소개합니다~!

와아~ 와아~ 와아~

시작은 부모님 차고였지만 이제 애플은 세계적인 기업이 되었습니다.

우리는 정말 대단한 일을 해냈어요. 아이맥, 아이팟, 아이팟 나노, 아이튠즈, 맥북, 아이폰, 패드 등등 수많은 히트작을 선보였죠.

이렇게 혁신적인 성공을 이뤄낸 핵심 요인을 지금 여러분께 공개합니다. 애플을 세계적인 기업으로 성공시킨 핵심 요인 그것은 바로!

무엇을 하지 않을지 결정하는 것이 무엇을 할지 결정하는 것만큼이나 중요합니다. 기업도 제품도 마찬가지죠!

Computer	PDA
Desktop iMac	PowerMacintosh
Portable iBook	PowerBook

진정한 단순함을 추구하려면 정말 심층적으로 접근해야 하죠.

단순함이야말로 궁극적인 차원의 정교함입니다.

애플 수석 디자이너 조너선 아이브



하드웨어, 소프트웨어, 주변기기를 통합하면 동기화가 원활해지고 문제 발생이 크게 줄어들죠. 애플은 사용자 경험을 처음부터 끝까지 책임지기 위해 노력하고 있습니다.

강인한 인상을 남겨라 Impute

사람들은 제품이나 회사의 포장 방식을 보며 회사에 대한 이미지를 가지게 되죠. 아이폰이나 아이패드 상자를 열 때 상자에서 느껴지는 촉각이 해당 제품에 대한 고객의 인식을 결정짓기를 바래요.

오직 최고의 인재만 용인하라 Tolerate only "A" Players

제가 주위 사람들을 대하는 방식이 그리 좋게 보이지는 않을 거예요. 전 무척 냉정하고 까다롭고 하지만 이런 제 모습은 완벽을 향한 열정과 최고의 인재들과 함께 하기 위한 저의 열망에서 비롯된 겁니다.

직접 대면하라 Engage Face to Face

창의성은 즉흥적인 회의에서 비롯되죠. 생각이 떠오르는 대로 무작위 대화를 나눌 때 창의성이 발현됩니다.

지금까지 성공적인 혁신을 하기위한 저의 생각이었습니다. 항상 갈망하고 무척하게 살아가십시오! 이상 마치겠습니다.

단순함과 집중, 열정에 대한 끊임없는 도전은 스티브 잡스가 우리에게 주는 또 다른 혁신으로 영원히 기억될 것 입니다.

# 한 눈에 읽는 경제 동향

## KOREA

### 물가



#### 물가, 상방압력 확대되며 둔화세 약화

3월 소비자물가는 유가 및 농산물 가격 상승 지속으로 전년 동월 대비 3.1% 상승하며 둔화세가 약화됐다. 또한, 중동사태에 따른 유가 상승, 국내 공공요금 인상 등의 상방 리스크가 잠재해 향후 물가 경로의 불확실성이 확대되고 있다.

※ 품목별 상승률(%), 전동비, 2024년 2월→3월): (석유류) -1.5→1.2, (농축수산물) 11.4→11.7

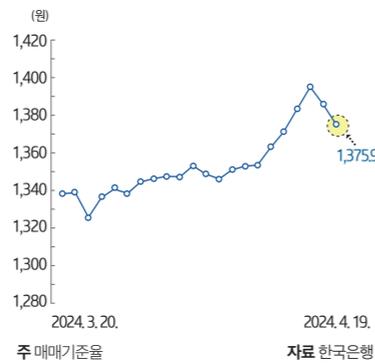
#### 수출, 반도체를 중심으로 6개월 연속 증가

3월 수출은 글로벌 IT경기 개선에 따른 관련 품목\* 수출 증가 등에 힘입어 전년 동월 대비 3.1% 증가했다. 특히 반도체 수출액은 118.3억 달러(34.5%, 전동비)로 2022년 6월(123.5억 달러) 이후 21개월 만에 최대 실적을 기록하며 호조세를 이어갔다.

\*반도체, 디스플레이, 무선통신기기, 컴퓨터SSD

## Exchange Rate

### 원/달러 환율 동향



#### 4월 원/달러 환율은 1,380원선으로 반등

(2024년 4월 1일 1,347.4원→4월 9일 1,353.6원→4월 19일 1,375.9원)  
4월 초 원/달러 환율은 연준의 매파적 발언이 이어지며 5개월여 만에 1,350원대를 돌파했다. 미국 3월 소매판매 지표가 예상치를 상회하며 금리 인하에 대한 기대가 불확실해지는데다, 4월 13일 이란이 이스라엘에 보복을 가하며 중동지역의 긴장감이 최고조에 이르자 안정자산 선호 심리가 확산되어 1,380원 선으로 상승했고, 4월 16일 장중 1,400원에 거래되기도 했다. 원/달러 환율이 1,400원을 터치한 것은 2022년 11월 이후 처음이다.

#### 2024년 2분기 말 환율 전망은 1,342원

블룸버그에서 종합하는 주요 IB(11개사)의 2024년 2분기 말 원/달러 환율 전망은 평균 1,342원으로 조사됐다. 1,340원 이상 1,370원 미만\*으로 전망한 IB가 4개사로 가장 많았다.

\*환율 전망 응답 시기: 2024년 3월 22일~4월 18일

### 원/100엔 환율 동향



### 원/유로 환율 동향

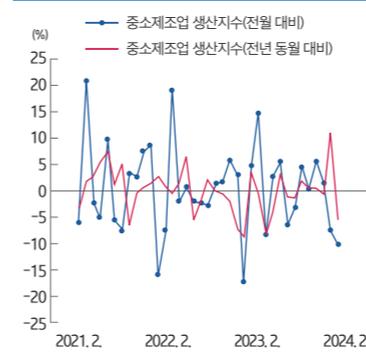


### 원/위안 환율 동향



## Small Business Trends

### 생산



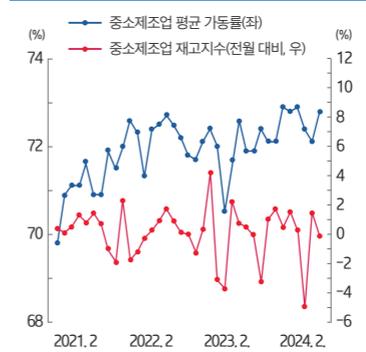
#### 생산, 전월 대비 감소

2024년 2월 중소기업 생산은 전월 대비 10.9% 감소했으며, 전년 동월 대비로도 5.5% 감소한 것으로 나타났다. 업종별\*로는 전월 대비 반도체(4.8%), 기계장비(10.3%) 전자부품(12.5%) 등에서 증가했으나, 통신·방송장비(-10.2%) 담배(-6.2%), 음료(-3.2%) 등에서 감소했다. 전년 동월 대비로는 반도체(65.3%), 전자부품(16.3%), 의약품(18.5%) 등에서 증가했으나 자동차(-11.9%), 전기장비(-17.9%), 기계장비(-8.6%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

\*업종별 생산증감률은 중소기업·대기업을 모두 포함할 수 있음.



### 가동률 및 재고



#### 가동률, 전월 대비 감소

2024년 2월 중소기업 전체 평균 가동률은 전월 대비 0.3%포인트 감소한 71.8%를 기록했다. 세부적으로는 소기업(5~49인)은 0.2%포인트 감소한 68.2%, 중기업(50인~299인)은 0.4%포인트 감소한 75.7%로 조사되었다.

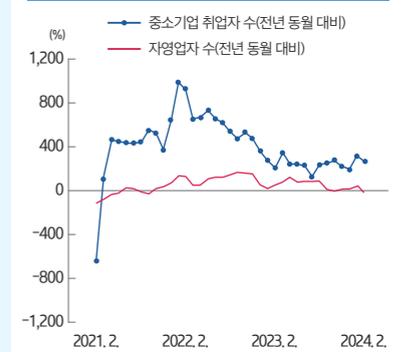
\*2023년 1월 조사부터 신규 표본을 대상으로 한 조사결과임.

#### 재고, 전월 대비 감소

2024년 2월 중소기업 재고는 전월 대비 0.1% 감소했다. 업종별\*로는 전월 대비 전자부품(28.3%), 1차금속(5.3%), 통신·방송장비(20.8%) 등에서 증가했으나, 기계장비(-6.4%), 반도체(-3.1%), 전기장비(-2.2%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

\*업종별 재고증감률은 중소기업·대기업을 모두 포함할 수 있음.

### 고용



#### 취업자 수, 전년 동월 대비 증가

2024년 2월 중소기업\* 취업자 수는 전년 동월 대비 27만 5,000명이 증가했다. 세부적으로는 종업원 수 5인 미만 중소기업에서 3만 9,000명 증가, 5인 이상 299인 이하 중소기업에서 23만 6,000명이 증가해 전체 중소기업 취업자 수는 2,495만 9,000명으로 전년 동월 대비 증가했다.

\*중소기업은 종업원 수 299인 이하.

#### 자영업자 수, 전년 동월 대비 감소

2024년 2월 자영업자 수는 전년 동월 대비 2만 1,000명이 감소해 551만 5,000명을 기록했다.



# 중소기업을 위한 One-Point 경영컨설팅



## ‘One-Point 경영컨설팅’이란?

중소기업 현장에서 관심도가 높은 주제를 선정하여  
‘단기간 특정과업 해결 및 실행’에 집중하는 컨설팅

### 주요내용

#### ① 1위 기업 따라하기 & 경쟁사 비교하기 (경쟁사 대비 강·약점 분석)

**대상:** 성장이 정체된 기업, 경쟁사 현황을 알고 싶은 기업, 경쟁사 대비 강·약점을 파악하고 싶은 기업 등  
**내용:** 유사산업 내 선도기업의 성공 사례를 분석하고, 경쟁사의 핵심 경쟁 요소를 파악하여 경쟁력 향상 방안 마련



#### ② 투자 받고 싶은데... 투자 제안서 준비해볼까? (IR보고서 작성 지원)

**대상:** 신규 투자를 받고 싶은 기업, 투자 제안서(IR보고서) 작성에 어려움을 겪는 기업 등  
**내용:** 투자 유치를 위한 IR자료 구성 및 설계 방법 교육  
기업의 투자 소구 포인트 도출, IR자료 작성 코칭 및 작성 지원 등



#### ③ 우리 회사 영업 잘 하고 있나? (영업역량 진단 및 강화 방안)

**대상:** 매출 정체 및 하락 기업, 영업 역량을 진단하고 싶은 기업,  
영업 역량 강화를 통해 매출 성장이 필요한 기업 등  
**내용:** 영업활동에 필요한 역량을 체계적인 방법으로 진단하여 취약한 부분을 도출하고 해결 방안을 제시

**수행방법** 컨설턴트가 기업에 상주하며 컨설팅 수행(1주 이내)

**신청방법** 거래영업점을 통한 신청

준법감시인 심의필 제2024-2475호(2024.04.29) 유효기간(2025.04.28)  
• 'M&A 중개·주선' 자문계약에 따라 별도의 성공보수가 발생할 수 있습니다. • M&A 희망기업과 외부 자문기관 간의 개별계약에 의한 기업실사 등의 업무와 관련한 별도의 비용이 발생할 수 있습니다.

# IBK 기업은행이 나에게 왔다

중소기업 대출, 이제 비대면으로 신청하세요

집에서 사무실에서 클릭 몇 번이면  
내 기업에 맞는 제안이 찾아옵니다

대출을 위해 하던 수고와 노력  
이제 기업은행이 합니다



준법감시인 심의필 제2024-1560호(2024.03.20) 유효기간(2025.03.19) • 대출통로 BOX 관련 자세한 문의는 BOX 고객센터(☎02-729-7633) 혹은 IBK 고객센터(☎1566-2566)로 연락 바랍니다. • 상환능력에 비해 대출금이 과도할 경우, 귀하의 개인신용평점이 하락할 수 있습니다. • 개인신용평점 하락 시 금융거래와 관련된 불이익이 발생할 수 있습니다. • 일정기간 대출 원리금을 연체할 경우, 모든 원리금을 변제할 의무가 발생할 수 있습니다. • 대출취급이 부정당한 경우(연체금 보유, 개인신용평점 등 낮음) 대출이 제한될 수 있습니다. • 담보 물건, 담보종류 등에 따라 대출조건이 차등 적용되며, 담보물이 부질없을 경우 대출이 제한될 수 있습니다. • 금융상품 관련 계약을 체결하기 전에 상품(서비스)설명서 및 약관을 반드시 확인하시기 바랍니다. • 일반금융소비자는 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제19조 제1항에 따라 IBK 기업은행으로부터 충분히 설명을 받을 권리가 있으며, 그 설명을 이해한 후 거래하시기 바랍니다.



사업자라면 누구나 은행방문 없이 대출신청과 상담이 가능한 비대면 서비스

**OPEN** **O2O** **ONE-STOP**

당행 거래고객이 아니라도  
사업자라면 누구나 이용 가능

온라인으로 신청만 하면,  
은행이 알아서 연락하는 O2O 대출 서비스

복잡하고 다양한 대출심사 서류를  
비대면으로 한 번에 제출



대출신청 바로가기