

# 예비창업패키지

사업 안내 가이드

# 00/ 예비창업패키지

## 01/ 함께 꾸는 꿈

- 테라릭스 007
- 브이룩 010
- 엘에스이노베이션 013
- 비엔시스템 016
- 리더스오브그린소사이어티 019
- 세프홈 022

## 02/ 고객을 찾아서

- 지인인더스 027
- 이스텐드바이오 030
- 미락정푸드 033
- 리드베이션 036

## 03/ 혼자가 아니다

- 진코어 041
- 넷타겟 044
- 모빌린트 047
- 왓섭 050
- 에이엠홀로 053
- 레드윳 056
- 스프링온워드 059
- 천명앤컴퍼니 062

## 04/ 시야를 넓혀라

- 케이몰글로벌 067
- 축제의모든것 070
- 두진프라텍 073
- 딘스플러스 076

## 05/ 기술은 나의 힘

- 써머켓 081
- 지니로봇 084
- 콜로세움코퍼레이션 087
- 보틀웍스 090
- 에버엑스 093
- 블래닛 096
- tAB 099
- HOI 102

## 예비창업패키지 소개

혁신적인 기술 창업 아이디어가 있는 예비창업자의 원활한 창업사업화를 위하여 사업화 자금, 창업교육, 멘토링 등 지원합니다.

### 지원내용

사업화 자금	예비창업자의 창업사업화에 소요되는 사업화자금 지원 (최대 1억원)
창업교육 멘토링	사업화를 위한 창업교육, 현장밀착지원을 위한 전담멘토, PD(Project Director) 매칭지원 등

창업의 시대가 활짝 열렸습니다!  
기회는 도전하는 이에게만 허락됩니다!!

생활 속 불편함이, 작은 아이디어가,  
나를 바꾸고, 세상을 바꿀 수 있습니다.  
창업동행 '예비창업패키지'가 함께합니다!!!



# 01 / 함께 꾸는 꿈

테라릭스

브이룩

엘에스이노베이션

비엔시스템

리더스오브그린소사이어티

세프홈

테라릭스

브이룩

엘에스이노베이션

비엔시스템

리더스오브그린소사이어티

세프홈

“창진원 네트워크,  
투자유치에 큰 도움...  
도전해 볼만”

<테라릭스>

김태영 대표

“당신을 만난 게 최고의 행운입니다!”

테라릭스(舊 퓨얼셀립스) 김태영 대표의 카카오톡 대문 사진에 적힌 소개 글이다. 김 대표의 ‘사람 중심’ 마인드는 회사 경영뿐만 아니라 인생 전반에 녹아 있는 확고한 철학에 가깝다. 3명으로 출발한 회사는 2020년 12월 현재 15명으로 늘어났지만 이탈자는 아직 단 한 명도 없다. 서로가 서로를 믿어주는 마음 없이는 그 무엇도 이룰 수 없다는 김 대표의 신념이 회사 문화에 고스란히 스며들어 있기 때문이다.

“저희 회사가 대도시가 아닌 지방에 설립됐는데, 지금 같이 일하는 분들 중에 이 지역을 연고지로 둔 분은 한 명도



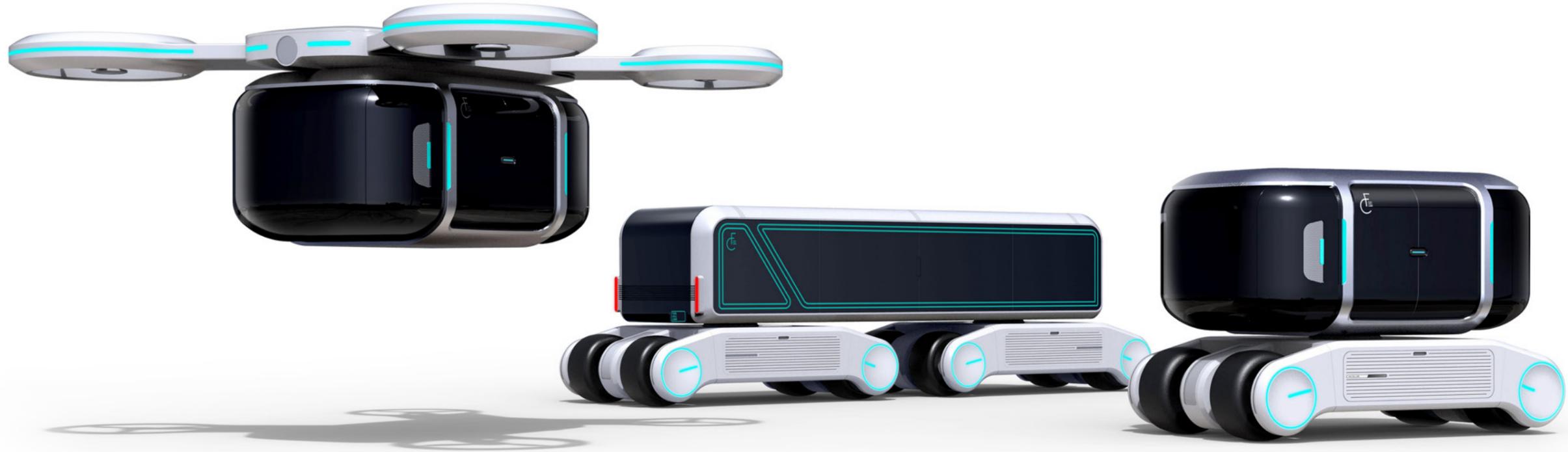
예비창업패키지 사업 안내 가이드



없어요. 원래 살던 터전을 떠나 낯선 곳으로 옮겨 오는 게 쉽지 않은 결정이었을 텐데 저와 회사의 비전을 믿고 결단을 내려주신 거죠. 제 역할은 이런 고마운 분들에게 믿음을 주는 일이라고 생각해요. 저희는 서로 믿어주는 단 한 사람만 있다면 결코 좌절하지 않는 ‘원 팀’입니다. 복지와 처우를 넘어 모든 구성원들이 CEO가 될 수 있도록 최대한 지원한다는 각오입니다.”

테라릭스는 2019년 7월 전라북도 부안군에서 설립됐다. 회사 설립자인 김 대표의 고향은 경상도이지만 부안군에 신재생에너지센터가 자리잡고 있어 창업은 전라도에서 이루어졌다. 신재생에너지센터의 모태는 2003년 설립된 한국에너지공단 부설 대체에너지개발보급센터다. 2,000년대 들어 신재생에너지의 중요성이 부각되면서 관련 법령이 재정비됐고, 부안에서 확대 개편됐다. 센터 내에는 여러 출연기관들이 자리 잡고 있는데 김 대표는 그 중에서 한국에너지기술원과 인연이 깊다.

“2010년 박사학위를 받은 후 한국에너지기술연구원 연료전지실에서 연구원 생활을 시작했습니다. 2013년에는 현대자동차 연료전지팀에서 책임연구원으로 일하다 이듬해 다시 한국에너지기술연구원으로 돌아왔어요. 이후



연구원 내 연료전지실증센터의 연구원과 센터장으로 7년 넘게 근무하면서 창업에 관심을 갖게 됐습니다. 산학협력의 핵심 업무 중 하나가 민간기업을 지원하는 것이다 보니 자연스럽게 창업 생각이 깊어진 것 같아요.”

연구기관의 센터장이라는 직책의 무게감이 상당한 만큼 내려놓는 과정이 쉽지는 않았다. 센터장의 창업 사례가 흔치 않아 선례를 찾기도 어려웠다. 2019년 초 법인 설립을 생각했지만 연구원 허락을 받는 데만 약 5개월이 걸렸다. 우여곡절 끝에 2019년 7월 법인이 설립됐고, 기술보증기금에서 운전·시설자금으로 20억 한도를 보증받으면서 창업의 문이 열렸다.

테라릭스의 핵심 기술은 수소연료전지다. 수소연료전지는 수소와 산소를 원료로 전기를 생산하는 에너지 장치다. 전지 파워팩의 연료(수소)가 외부 공기(산소)를 만나 전기가 만들어지고 물만 배출된다. 기존 화력발전 대비

이산화탄소 배출량이 40%나 적어 대표적인 친환경 에너지 지원으로 주목받고 있다. 김 대표는 KAIST 박사과정 시절 ‘수소연료전지에 미래가 있다’는 사실을 깨닫고 전공을 바꿨다. 이후 일터는 자연스럽게 한국에너지기술연구원으로 연결됐고, 연구원이 소재한 부안이 창업의 주 무대가 됐다.

테라릭스의 주력 비즈니스 모델은 스케이트보드형 연료전지 플랫폼을 활용한 모빌리티 사업, 연료전지 드론을 활용한 서비스 플랫폼 사업 등이다. 스케이트보드형 연료전지 개발은 테라릭스가 세계 최초로 이뤄냈다. 일종의 차량 언더바디 모듈인 스케이트보드 모양의 연료전지를 다수의 캐빈 소유자가 공동으로 이용할 수 있도록 한다는 구상이다. 현대자동차, 두산퓨얼셀 등 대기업의 경우 수소연료전지의 대량생산 체제에 초점을 맞추고 있지만 테라릭스는 스타트업답게 규모보다는 속도에 방점을 찍고 있다. 누구나 가볍고 쉽게 이용할 수 있는 시장을 창출하

겠다는 것. 드론에 주목한 이유도 여기에 있다.

테라릭스가 개발한 드론용 연료전지는 주전원인 배터리를 돕는 보조전원 역할을 맡는다. 파워팩 중량을 20% 이상 경량화 시켰음에도 출력은 2배 넘게 높였고, 가격은 경쟁사 대비 오히려 15% 저렴해 확고한 경쟁력을 갖췄다. 테라릭스의 드론은 2시간 이상 가동이 가능해 고속도로 안전 점검, 하천 오염 관리 등 다양하게 활용될 수 있다. 테라릭스는 이 같은 기술 경쟁력을 인정받아 2020년 중소벤처기업부의 BIG3 분야 중소벤처기업 혁신성장 지원 사업에 최종 선정돼 142억 원의 자금을 확보했다. 이런 성공이 있기까지 창업진흥원의 마중물도 상당히 도움이 됐다고 김 대표는 말한다.

“창업을 준비하는 사람이라면 창업진흥원 지원사업을 대부분 알고 있을 거라고 생각해요. 저도 마찬가지였고요. 다만 저는 예비창업패키지 사업을 통과해야 할 과제

가 아니라 꼭 받아야 할 상(償)이라고 생각했어요. 창업자라면 당연히 받아야 할 개근상, 표창장 같은 거요. 지원 금액은 크지 않지만 금액보다는 선정 후 누릴 수 있는 네트워크가 좋았어요. 저희가 벤처캐피털 등 많은 투자를 받았는데 전북창조경제혁신센터의 도움을 많이 받았습니다. 단순히 지원금이 예비창업패키지 사업의 전부는 아닌 것 같아요.”

그러면서 한 가지 제안도 곁들였다. “많은 창업자들에게 도움을 주는 것도 중요하지만 선정 이후 어떻게 관리하느냐도 아주 중요하다고 생각해요. 선정된 창업자들이 보다 분발할 수 있게 경쟁 시스템을 도입해서 다양한 인센티브를 제공한다면 훨씬 좋은 성과를 이끌어 낼 수 있지 않을까요? 창업진흥원 사업이 더 널리 홍보되는 효과도 부가적으로 누릴 수 있을 겁니다.”

## 창업 후 많은 업무량에 당황... 하나하나 물어보며 해결

### <브이룩>

김하은 대표



브이룩(vlook)은 중고의류 오픈마켓 플랫폼을 운영하는 회사다. 인터넷 플랫폼에 일반 중고의류를 사고팔 수 있는 빈티지샵을 입점시켜 소비자들이 온라인을 통해 다양한 패션 아이템을 거래할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 2019년 8월 브이룩을 창업한 김하은 대표는 독일 유학 시절의 경험이 환경을 생각하는 의류 거래에 대한 뜻을 품게 했다고 했다. 독일에서는 사람들이 SPA 의류 브랜드보다는 빈티지샵을 통해 중고 의류를 활발하게 거래하고 있었다. 독일인들의 이러한 모습에는 환경을 생각하는 소비 의식이 큰 영향을 미치고 있었던 것이다. 한국에서도 환경을 생각하는 소비가 소위 MZ세대를 중심으로 점차 저변을 넓혀갈 것이라고 판단한 김 대표는 창업을 결심했다고 한다.

“저희는 교내에서 사회적 가치를 만들어내는 프로젝트팀으로 활동을 하면서 만났어요. 그러다가 예비창업패키지에 지원을 하였는데 운이 좋게도 선정이 되어 사업 지원금을 받게 되었어요. 저희가 직접 앱을 개발할 수 없어서 고민이었는데 예비창업패키지 사업 지원금을 통해 개발자를 고용하고 시제품이 나올 때까지 금전적으로 도움을 많이 받은 것 같아요. 저희에게는 그 부분이 제일 컸어요.”

상품들이 쉽고 빠르게 대량으로 소비되고 버려지는 환경 위기의 시대에 브이룩은 슬로우 패션(slow fashion)이 해결책이 될 수 있다고 믿는다. 슬로우 패션의 구체적인 실천은 세컨핸즈, 빈티지, 업사이클링 의류 거래다. 브이룩은 빈티지, 세컨핸드 의류에 특화된 중고거래 플랫폼으로 의류의 수명연장을 통한 ‘슬로우 패션(slow fashion)’의 실천을 목표로 하고 있다. SNS와 플랫폼을 결합한 ‘SNS 마켓플레이스’ 형태로 게시물을 올리듯 판매 상품을 올릴 수 있으며, ‘피팅 기능’을 제공하여 구매하고자 하는 의류 사이즈를 구매 전 가능해볼 수 있는 서비스도 제공한다.

“기존의 중고 마켓들은 상품성이 떨어지는 물건을 매매할 때 어려움이 많아요. 저희는 그런 문제를 SNS 형식을 활용해서 해결을 하려고 하고 있어요. 다시 말해 SNS 채널 특성을 활용해 판매자의 참여도를 높여서 낮은 신뢰도를 극복할 수 있다고 봐요. 예를 들면 거래 안전성의 문제라든가 품질 보증 등 떨어지는 상품 매력도를 판매자의 신뢰로 적정선을 맞춰갈 수 있다고 보는 거죠. 그리고 아무래도 중고 의류를 거래하다보니 소비자들의 의식도 중요한 것 같고요. 전체적으로는 의류폐기물 감소에 기여할 수 있는 녹색 플랫폼이라고 생각해요.”

브이룩의 김 대표는 의류 거래 플랫폼을 창업하고 나서 각종 서류작업 뿐만 아니라 공부할 게 많아서 당황했다고 한다. 개발자가 아니었지만 서비스 개발에 대한 기본적인 상식을 알아야했을 뿐만 아니라 서비스 자체도 법적으로 위반하면 안 되는 조항들이 있어서 그때그때 시행착오를 통해 방향을 바로 잡을 수 있었다고 한다.

“아무래도 서류처리 경험이 없었기 때문에 처음엔 막막하게 많았어요. 특히 저는 4대 보험 관련한 업무처리가 제일 힘들었던 것 같아요. 가이드가 없었기 때문에 시행착오를 겪으면서 익혀나갔어요. 사업을 시작하고 겪었던 시련 중 하

나는 함께 하려고 예상했던 개발자 분이 갑자기 일을 못 하시게 됐을 때였어요. 그때 좀 힘들었고요. 어플리케이션을 개발하다보니 개발에 대한 기초지식이나 디자인적으로도 새롭게 배워야 하는 지식들이 있었고 이외에도 경영 쪽으로 회계와 세무, 행정처리 같은 것들을 새롭게 이해하고 실천해 나가는 게 조금 힘이 들기도 했는데 좋은 팀원과 함께해서 힘들지만 그 시간을 이겨낼 수 있었어요.”

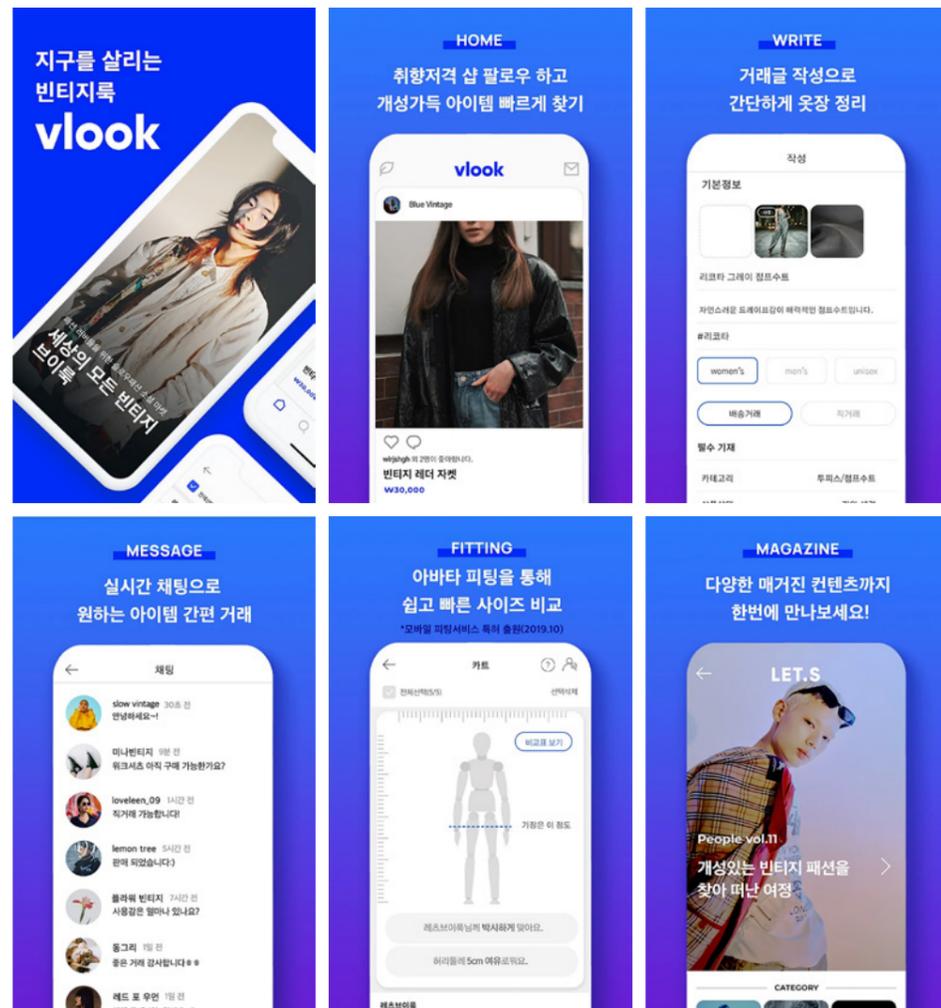
최근 브이룩은 정식 앱을 출시하기 전에 현재 서비스에 대한 피드백을 해 줄 베타테스터를 11월 말부터 12월 초까지 인스타그램 등의 채널을 통해 모집했다. 이들로부터 의견을 받아 서비스를 보완하고 곧 정식 서비스를 론칭할 예정이다.

“예비창업패키지를 지원해서 선정되면 기본적으로 사업비 집행과 관련해서 받으시는 교육내용을 잘 숙지하시고 그때그때 모르는 것은 물어가면서 처리하시는 게 좋을 것 같아요. 저희도 처음에는 전산처리하는 부분이 익숙치 않아서 약간 어려움을 겪기도 했어요. 그래도 저희는 앱 서비스를 만들기 위한 인건비 부분이 제일 컸기 때문에 예비창업패키지가 시작하는 데 큰 도움이 되었어요.

특히 매칭되는 멘토님으로부터는 적극적으로 궁금한 것을 질문하면서 도움을 받는 게 좋을 것 같아요. 사업적으로 가이드를 많이 받았지만 현실적인 실무에서는 또 직접 부딪혀야 하는 부분이 있거든요.”

브이룩은 2019년 10월에는 ‘3차원 모델링 및 아바타를 이용한 가상 핏 예측 서비스 제공 시스템’을 특허 출원하였으며, 2020년 3월에는 기술보증기금 예비창업패키지 ‘최우수 졸업 기업’으로 선정되는 영예를 안았다. 또한 같은 해 4월에는 윤민재단으로부터 투자 유치에 성공했다. 2020년 8월 현재 브이룩은 적극적인 방문 영업을 통해 빈티지샵 30여 곳의 입점을 확보하여 적극적으로 성장을 꾀하고 있다.

“사람에 대한 갈증은 늘 있어요. 하지만 저희가 아직은 작은 스타트업 조직이다보니까 기술적으로 엄청나게 뛰어나고 우수한 팀원이나 스타플레이어를 만날 수는 없다고 생각해요. 그래서 저희가 목표하는 바에 대하여 깊이 공감하거나 관심사가 일치하고 같은 비전을 공유할 수 있는 사람을 만나고 싶어요.”



## 안전장비 분야는 수익성만 따질 수 없어...

### <LS이노베이션>

윤효진 대표



2020년 7월 21일 경기도 용인시 처인구 양지면에 위치한 지상 4층·지하 5층 규모 SLC 물류센터에서 화재가 발생했다. 5명이 숨지고 8명이 다친 대형 사고였다. 화재 경위를 조사한 경찰은 인명피해를 키운 원인 중 하나로 방화셔터 미작동을 지적했다. 불이 난 건물은 화재감지기와 화재수신기, 소방설비로 이어지는 연동시스템을 갖췄지만 물류센터 사용 승인일인 2018년 12월28일부터 작동하지 않은 것으로 조사됐다. 물류센터 관리업체 측이 오작동이 잦다는 이유로 시스템을 꺼놓았기 때문이다.

LS이노베이션의 주력 개발 상품은 ‘지능형 방화셔터’다. 방화셔터가 제대로 작동할 수 있도록 항상 제어하고 점검하는 게 기술 개발의 요점이다. 방화셔터 아래에 쌓인 물건이 사람인지 사물인지 구분해 판단하고 정기적으로 셔터를 내려 작동에 이상이 없는지 스스로 점검하는 등의 기능을 한다. 특이점이 생기면 관리자에게 알람을 보내 직접 점검하도록 한다. 윤효진 LS이노베이션 대표는 “시장 조사를 하려고 큰 건물의 방화셔터를 살펴보니 위기 상황이 오면 큰 일 날 곳이 많았다”고 말했다.

“방화셔터 밑에 이런저런 물건이 쌓여서 셔터가 다 내려올 수 없는 경우가 많았어요. 평소에 방화셔터를 작동할 일이 없으니 마트 같은 곳들은 재고품 등을 쌓아놓게 되는 거죠. 셔터가 잘 작동하지 않는 또 다른 이유는 관리 태만입니다. 대부분 방화셔터는 중앙 컨트롤 시스템으로 작동하지 않아요. 즉, 관리자가 건물의 모든 셔터를 일일이 내려가며 작동 여부를 점검해야 합니다. 하지만 실제로는 법적인 기준에 따라 1년에 한두 번 방화셔터를 점검하는데 그 때조차 몇몇 샘플만 점검해요. 모든 셔터를 내려 보기엔 시간이 너무 많이 걸리니까요. 그래서 사람이 아닌 시스템이 자동으로 점검하는, 지능형 방화셔터가 필요하겠다고 생각했죠.”





LS이노베이션은 지능형 방화셔터로 기술보증기금이 주관한 창업진흥원 예비창업패키지 사업 지원금 5,000만 원을 받았다. 이후 중소벤처기업부 창업성장기술개발 사업 ‘디딤돌 사업’에 선정되었고, 1억5,000만 원의 개발비도 받았다. 하지만 아직 시스템을 시장에 내놓을 때까지는 2년여의 시간이 필요하다는 게 윤 대표의 판단이다. 윤 대표는 또, 시스템이 완성되더라도 판로 개척이 쉽지 않을 것으로 전망했다.

“사실 방화셔터 사업의 가장 큰 난관은 이 땅의 모든 건물주를 설득하는 일입니다. 일어날 가능성이 미미한 안전 사고 때문에 큰 돈을 선뜻 투자할 건물주가 많지 않기 때문입니다. 사업 확장성이 생각보다 미미하다는 얘기입니다. 그럼에도 중소벤처기업부와 창업진흥원은 매출 전망과 상관없이 LS이노베이션에 지원금을 내줬습니다. 나중에 얘기를 듣기론, 국민의 안전과 생명을 위해선 이런 아이템이 꼭 필요하다는 중론이 있었다고 합니다.”

LS이노베이션의 단기 목표는 지능형 방화셔터 시스템이 오작동하지 않도록 감지 정확도를 높이는 것이다. 완제품 출시를 기다리는 동안 윤 대표는 시스템 기술 일부를 다른 신제품에 적용하기로 했다. 그것이 소방용품위치알림 시스템이다.

“소방용품위치알림시스템은 소방용품에 LED와 스피커가 달린 수신 장치를 설치해서 화재가 났을 때 불빛과 소리로 소방용품을 쉽게 찾게 해주는 시스템이에요. 화재 시 경중에 전류가 흐르는 원리를 이용해서 발신 장치에 전원을 공급하고, 동시에 각 소방용품 수신 장치에 화재 시그널을 보내는 원리입니다. 지능형 방화셔터의 통신 기술 일부를 적용해 만든 거예요.”

이와 함께 LS이노베이션이 자체 개발한 화재대피 습식 방연마스크도 매출을 올리는 ‘효자 아이템’이다. 습식방연마스크는 화재 발생 시 유해가스로부터 안구와 호흡기

를 보호해주는 제품으로 물수건의 원리가 적용된 응급 대피용 보조기구다. 2020년 9월 출시한 이후 석 달 간 1억 원 이상의 매출을 올렸다. 병원, 판매시설, 다중이용시설, 교육시설 등에 판매하고 있으며 현재 고객사는 민간 기업 48곳, 학교 22곳, 관공서 및 지방자치단체 48곳 등 총 118곳이다.

습식방연마스크가 매출을 올리면서 채용 인력도 과감하게 늘렸다. 현재 생산 인력만 9명이며 관리 인력과 개발자 등 총 14명을 고용했다. 윤 대표는 “사업을 하면서 가장 힘들었던 점은 능력 있는 인재를 구하는 것이었다”며 “창업진흥원의 지원금으로 팀원 인건비를 사용할 수 있어 큰 도움이 됐다”고 말했다.

방연마스크는 각종 관공서에 기부도 많이 하고 있다. ‘보다 나은 삶과 안전을 위한 혁신적인 솔루션을 만들어 사회에 공헌하는 기업’이라는 LS이노베이션의 경영 철학을 실천 중인 것이다. 윤 대표는 “방연마스크의 경우 매출보다 기부 규모가 더 크다”며 “저희 제품이 널리 쓰이는 게

많은 생명을 구하는 일이라는 사명감을 갖고 개발자들도 힘을 내고 있다”고 말했다. 다만 “자발적으로 안전 장비를 설치하지 않는 분들을 설득하려면 LS이노베이션만의 역부족”이라는 게 윤 대표의 생각이다.

“우리나라에 전혀 없던 마스크나 시스템을 개발하다 보니 모든 기술 기준을 LS이노베이션이 임의로 정해야 했어요. 이를테면 우리가 많이 쓰는 마스크의 경우, 식품의약품안전처가 정한 필터 성능 기준에 따라 KF 수치가 결정되잖아요. 그런데 방연마스크나 지능형 방화셔터는 그런 기준이 법적으로 정해진 게 하나도 없어요. 물론 저희는 안전성을 인정받기 위해 최선을 다하고 있지만 궁극적으로는 지능형 방화셔터 시스템 설치를 의무화하거나 이에 대한 기준이 법안으로 나와야 하지 않을까요. 혹은 사고 손해배상액을 산정하는 보험사가 시스템 설치를 권장하는 등 범국민적인 움직임이 있어야 한다고 생각해요. 그래서 실제 비즈니스 모델도 이런 방면으로 연구 중입니다.”



# 아이템 아닌 문제를 사랑해야... 짧고 강렬한 소개도 중요

## <비엔시스템>

엄요한 대표



비엔시스템은 낮은 비용으로 고객 응답률과 설문정확도를 높여주는 서베이 솔루션과 고객을 위한 플랫폼, 앱 개발을 하는 기업이다. 영문명 BN System은 Blue Nile(청나일강)의 시원(始原)에서 유래했다. 창업자인 엄요한 대표는 청 나일강의 시작 지점인 에티오피아 Bahir Dar에 컴퓨터실을 만들고 2년간 아프리카 대학생들에게 프로그래밍을 가르치며 IT사업을 구상했다.

“대기업, 올림픽조직위원회, IT회사, 컨설팅회사를 거치며 실무 경험을 쌓은 후 회사를 설립했습니다. 조사연구 업계에 근무하며 참여자들의 낮은 응답률과 정확도, 높은 조사 비용 등의 문제를 해결하고자 창업을 결심하였고 기존의 진부하고 딱딱한 설문 방식에서 벗어나 재미를 느낄 수 있는 서비스를 구현하고자 마음먹었습니다. 현재 저희 회사의 팀원은 미국 MBA출신 CFO, 경력 17년차의 개발자를 비롯하여 각 분야 전문가들로 구성되어 있습니다.”

엄 대표는 대기업 퇴사 후 바로 창업을 하지 않고 여러 조직과 스타트업에 경력직으로 이직하여 다양한 경험을 쌓았다. 그는 예비창업패키지에 본격 지원하기 전에 정부의 각종 창업교육을 수강했다. 세무, 노무, 특허, 사업계획서 작성, 정부지원사업, 투자, IT 및 프로그래밍 등 회사 운영

에 필요한 지식을 계획적으로 공부하면서 자신의 아이템 검증에 매달렸다.

“창업자는 아이템에 대해 오랫동안 고민하고 연구한 사람이기 때문에, 점차 본인의 아이템을 사랑하게 되고 이 사업에 대해 잘 알고 있다고 생각하게 됩니다. 그러나 다른 사람에게 사업을 설명해야 할 때 주어진 시간은 매우 짧습니다. 또한, 컨설팅을 해주는 사람들은 보통 경영이나 시장, 투자 분야의 전문가지만, 창업경험이 없거나 그 아이템에 대한 이해가 부족할 수 있기 때문에 반드시 적절한 조언을 해주는 건 아닙니다. 이런 상황에서 창업자가 다른 사람들이 이해할 수 있도록 자신의 사업을 설명 못한다면 일반 소비자도 이해시키기 어렵다는 것을 깨달아야 앞으로 나아갈 수 있습니다.”

나름대로 철저히 준비했다고 생각했지만 자신이 생각한 수요와 실제 시장의 수요가 다를 때가 많았다는 그는 무엇보다 대표로서 시간이 부족하다고 말했다.

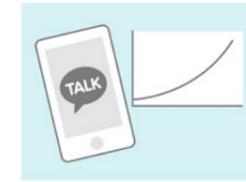
“막상 창업을 하고 처음에는 무엇을 해야 되는지 몰라서 시간이 남는 듯 했지만, 무엇을 해야 하는지 알게 되면 점점 시간, 인력, 자본이 모두 부족하다는 것을 알게 됩니다.



Kesh Survey를 이용하면  
설문지 작성부터 응답까지 간편하게 해결됩니다.



한 번의 작성으로  
온라인과 오프라인 모두 설문 가능



카카오톡으로 설문지를 발송하여  
응답률 증가



개별화된 링크로 설문여부 추적 관리



패널 설문



온라인 서명 가능

다양한 활용도  
- 설문조사  
- 피드백  
- 방문객 명부

[특징]

- 카카오톡 설문 발송  
미응답자 추적 및 재발송  
온라인 서명 가능  
QR코드
- 모든 과정을  
유저가 컨트롤 가능

설문리스트	문제내역	문제내역	해당정보	해당보안정보	회계정보
설문조사 리스트					
설문리스트	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사
설문조사	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사

이 부족한 부분을 대표자가 주말 밤낮없이 일해서 메꾸게 됩니다. 또 영업하기 위해 고객들을 만나서 대화를 하다 보면, 시제품 기획 때는 생각 못했던 진짜 문제의 핵심(Pain point)과 새로운 시장의 수요를 알게 됩니다. 상상하기 어려운 사소하고 디테일한 부분이 있기 때문에 수요자의 입장이 아니면 알기 어렵습니다.”

비엔시스템은 엠 대표가 직장생활을 할 때 만난 동료와 MBA(석사)를 할 때 만난 지인이 팀원으로 함께 하고 있다. 직원 채용시 20대에서 40대까지 다양한 연령과 경험을 가진 인재들로 구성했는데 특히 퍼블리셔 1명을 뽑을 때는 이력서 103개를 검토해서 가장 적합한 인재를 선발했고 지금도 매우 만족하며 함께 근무하고 있다.

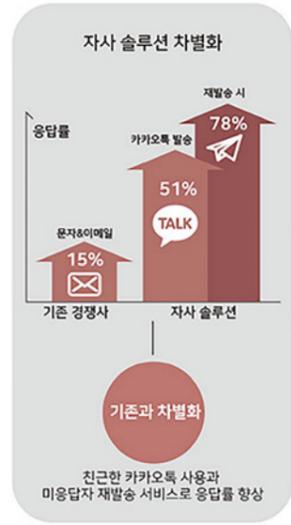
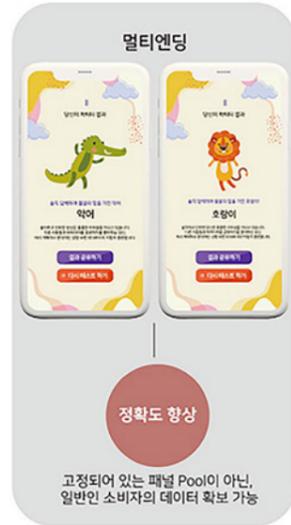
“초기에 팀원이나 인재를 확보하는 것에 어려움이 큼니다. 처음에는 제대로 된 사무실도 없고, 회사의 규모도 작고, 매출도 없어서 언제 사라질지 모르는 상황에서, 대표자의 나이까지 어리면, 구직자 입장에서조차 입사를 다시 한번 고민하게 될 겁니다. 또 운영자금이 부족한데, 이를 확보하기 위해 대표가 해야 할 일이 많습니다. 초기에는 직원 월급 줄 돈도 부족하고, 투자자를 만나도 투자금이 들어올 때까지 3~6개월이 소요되며, 창업지원 사업을 여러 번 지원해야 한번 선정이 될까 말까 하는데, 서류처리와 영업을 하면서 사업계획서까지 쓰는 일은 고통스러울 정도로 힘듭니다.”

엠 대표는 예비창업패키지로 인해 사업에 실패해도 평생 모은 돈을 날리지 않아도 된다는 용기를 얻었고 도전할 수 있었다. 특히 창조경제혁신센터 매니저님께서 최선을 다해 도움을 주셔서 큰 힘이 되었다고 한다.

“예비창업패키지는 예산을 스스로 편성하여 필요한 항목에 조절하며 사용가능하다는 점이 장점이었습니다. 특히 인건비 지원이 컸고요, 다른 창업자를 만날 수 있었던 것도 좋았습니다. 따라서 예비창업패키지 기간 동안에 향후 계획을 미리 세워야 합니다. 즉, 예비창업패키지 기간 동안 시제품 제작에만 몰두할 것이 아니라, 기업에 매출이 발생하고 그 매출로 직원들에게 월급을 줄 수 있도록 회사의 시스템을 갖출 준비를 해야 합니다.”

비엔시스템은 2019년 법인 설립부터 올해까지 불과 1년 사이에 직원 수와 매출이 10배 이상 성장했다. 엠 대표는 단일 사업 아이템이 아니라 고객의 여러 니즈를 충족시킬 수 있도록 홈페이지, 앱 제작, 플랫폼 개발 운영 등 다양한 IT 솔루션도 개발하고 있다.

“시장에는 수요가 있지만 시장규모가 엄청 크지는 않아서 타사가 서비스를 하지 않는 틈새시장을 타겟으로 시장에 진입을 했습니다. 고객사의 말에 따르면 본인들의 니즈에 맞는 서비스를 제공하는 회사를 찾기 어려웠다고 합니다. 일단 시장 진입한 후, 피드백에 맞춰 보완하면서 시장규모가 큰 쪽으로 확장하는 전략을 사용 중입니다. 사업 아이템과 IT개발에 대해서도 전문성과 경험이 많이 쌓였습니다. 내년에는 지금보다 조직 규모를 늘려서 효율성을 높이고, PM중심의 기민한(agile) 조직을 통해, 린 스타트업 방식으로 서비스를 고도화 하고자 합니다.”



## 위기돌파도 사람의 힘으로... 친환경기업 연합체를 목표로

### <리더스오브그린소사이어티>

임관섭 대표

2년간 독일, 영국, 프랑스, 오스트리아, 이탈리아, 노르웨이, 핀란드, 덴마크, 체코, 폴란드, 중국, 미국 등 15개국을 돌며 300여개 친환경 기업을 만났다. 더 나은 친환경 비즈니스 모델을 만들고 싶다는 생각 때문이었다. 대형 마트에 재활용품을 반납하면 이를 현금화 해 바로 마트에서 쓸 수 있는 시스템을 마련한 프랑스 기업 ‘레몬트리’, 유럽의 자전거 전용 길안내 소프트웨어(내비게이션 앱)로 자전거 사용의 편의성을 높인 영국 ‘바이크시티존스’, 어떠한 의사 결정을 할 때마다 항상 환경 문제를 생각했던 독일 사람들... 우리나라와 다른 환경에서 피어난 수많은 친환경기업을 보며 선한 영향력을 끼치는 기업을 만들겠다는 결심을 굳혔다.

임관섭 리더스오브그린소사이어티(LGS) 대표는 대학 시절부터 창업을 꿈꿔온 ‘준비된 CEO’다. 등산을 즐기는 아버지를 따라다니고 국내 곳곳의 자연을 직접 경험하며 자연스럽게 친환경 기업을 꾸려야겠다고 20대 초반부터 쪽 생각했다. 구글, 아마존 같은 영향력 있는 기업을 만들려면 기업 경영을 배워야겠다는 생각에 대학 전공도 건축학에서 경영학으로 바꿨다.

LGS의 정체성은 모호한 듯 명확하다. 환경단체 같은 이름의 LGS의 홈페이지를 방문하면 예쁜 가방들이 가격과 함께 전시돼 있다. 패션 가방 제조·판매 업체인가 물었더니 임 대표는 “IT 기업”이라고 답했다. 녹색기업-가방-IT 이 세 가지를 연결시켜주는 건 QR코드다. LGS의 가방에는 콕(Cog)이라고 부르는 QR코드가 부착돼 있다. 콕으로 편의점 등에서 비닐을 쓰지 않았다는 인증을 하면 LGS가 주는 선물을 받을 수 있다.

“LGS의 가방은 되도록 캔버스나 한지 등 비가죽 소재를 많이 사용합니다. 가죽 제품의 경우 재생가죽이나 인조가죽을 사용하고요. 인조가죽도, 환경을 오염시키는 크롬 등 화학물질 대신 탄닌으로 무두질한 가죽을 채택했어요. 탄닌은 토양이나 물에 오염이 없는 천연소재입니다. 이



렇게 친환경 소재로 만든 패션 가방을 소비자가 구매해 비닐 대신 쓰도록 하는 거죠.”

가방을 비닐 대용으로 사용했다는 영수증 사진 등을 올리면 LGS는 추첨을 통해 치킨이나 편의점, 약국 상품권 등의 선물을 보내준다. 현재까지 LGS의 쿡 시스템을 통해 소비자들이 줄인 일회용 봉투 수는 2020년 12월 기준으로 2,520개다. LGS가 호주 산불(2019~2020) 등 자연 재해 피해 복구나 각종 환경 캠페인에 환원한 금액은 1,800만 원 가량이다. 임 대표는 “이렇게 친환경 활동을 하는 사람들을 우리는 ‘그리더(Greeder)’라고 부른다”고 말했다. 그리더는 ‘녹색(Green) 문화를 만드는 리더(leader)’라는 뜻을 합해 만든 단어다. LGS가 이처럼 신조어를 만들고 새로운 시스템을 도입하는 건 ‘재밌게’ 친환경 활동을 하고자 하는 임 대표의 의도가 담겨 있다.

LGS의 또 다른 특이점은 스타트업 치고 직원들이 많다는 점이다. 4대 보험에 등록된 직원만 10명이며 2020년 12월엔 직원이 20명까지 늘어날 예정이다. 임 대표는 “모든 임직원을 친환경 운동의 리더로 생각하고 있다”며 “팀원들 삶의 만족도를 높이려면 직원을 많이 뽑는 수밖에 없었다”고 말했다. “창업진흥원의 예비창업패키지 사업 지원금 3,000만 원도 모두 인건비로 썼죠. 먹여 살릴 식구가 많다보니 책임감도 커집니다. 요즘은 일주일에 너댓 번은 일하는 꿈을 꾸는데요, 저는 이게 건전한 스트레스라고 생각해요.”

코로나19의 확산은 LGS에도 위기로 다가왔다. 패션 가방은 나갈 일이 없으면 쓸 일도 없는 아이템이다. 매출에 직격탄을 맞을 수밖에 없는 구조다. 판매 실적뿐 아니라 수출에도 제동이 걸렸다. 2020년 2월 말엔 베트남 수출을 논의 중이었는데 베트남 바이어들이 한국에 올 수 없게 돼 무산됐다.

위기를 기회로 만들기 위해 임 대표는 또 다시 해외 온라인 판로를 개척할 인재를 채용했다. 임 대표는 “최근 아마존이나 동남아의 아마존 같은 쇼핑몰 ‘큐텐’ 등의 유통을 책임지고 맡을 터키 분을 뽑았다”며 “일종의 국제 MD”라고 설명했다. 가방의 후속 아이템도 계속 준비 중이다. 임 대표는 “가방 브랜딩이 잘 되면 텀블러 등 좀 더 오래 쓸 수 있는 아이템으로 넓혀나갈 계획”이라고 말했다.



이밖에 임 대표는 한국에 있는 모든 친환경 업체의 연합체를 만들고 싶다는 포부를 밝혔다. 임 대표는 “환경보호는 결코 혼자 할 수 없다”며 “LGS가 우리나라의 친환경 체인을 만들고 그 주축이 되는 게 목표”라고 밝혔다.

“구글과 아마존의 공통점은 수십 개 기업의 연합체를 형성한 것을 토대로 불과 30여년 만에 전 세계적 영향력을 끼치는 글로벌 기업이 됐다는 점입니다. 저희 역시 진짜 환경을 생각하는 녹색기업의 연합체를 만들고 다른 친환경 기업들과 함께 성장하고 싶습니다. 환경보호는 저 혼자서 결코 불가능하니까요. 그 첫걸음으로 서울과 경기도권 위주로 친자연 편집숍을 방문하고, 그 후기를 우리 홈페이지에 공개하려고 합니다. 환경 이슈에 관심 있는 분들이 우리 플랫폼 안에서 관련 소비뿐만 아니라 정보도 공유할 수 있는 플랫폼을 만드는 거죠.”

## 창업 후 매 순간이 위기... 과감한 채용으로 돌파

### <셰프홈>

이건우 대표

직접 요리하기는 어렵고 배달 음식점엔 원하는 메뉴가 없어 답답한 채식주의자, 메뉴 구성이나 요리에 자신 없는 홈파티 호스트, 몸이 노쇠해 운동을 못하는 할머니를 위해 색다른 영양식 레시피를 만들고 싶은 엄마. 공통의 해결책은, 소비자 맞춤형 메뉴를 제안하고 이를 출장 셰프를 통해 구현하는 출장서비스 플랫폼 ‘셰프홈’이다. 홈페이지(www.mariche.co.kr) 혹은 인스타그램으로 신청하면 셰프홈에 소속된 셰프를 부를 수 있다. 메뉴는 ‘내 맘대로’, 가격은 셰프 맘대로 정해진다. 메뉴를 정하기 힘들면 고객의 체질에 맞는 셰프홈 표 레시피를 추천받을 수도 있다.

출장 셰프에 대한 아이디어는 이건우 셰프홈 대표가 대학 시절 한 브런치 레스토랑에서 일한 경험에서 나온 것이다.

“서울 강남구에 있는 유명 레스토랑에서 보조 셰프로 일한 경험이 있어요. 그 가게는 고급 주상 복합 아파트 상가에 위치한 레스토랑이라 고급스러운 이미지를 부각시키는 홍보 전략을 펼쳤어요. 연예인들이 여기서 밥을 먹으며 홍보를 해주기도 하고요. 그런데 어느 날 갑자기 망했어요. 월세도 비쌌고 직원들이 재료도 썩썩 훔쳐가는 등 전반적으로 관리가 부실했던 탓이었던 것 같아요. 그래서 이렇게 낭비하는 고정비용이 없는, 찾아가는 셰프 서비스를 떠올렸죠. 여기에 저희만의 빅데이터 기술을 활용해 각 소비자의 질병유전자를 역추적 하고 체질에 맞는 건강식 레시피를 제공해주는 큐레이션 서비스를 결합한 게 셰프홈의 특징입니다.”

이 대표는 사업 론칭을 위해 유명 셰프 섭외에 나섰다. 당연히 무시당했다. 척 봐도 경험 없고 어려워보이는 사람이 찾아와 듣도 보도 못한 새로운 아이템을 내미니 거부 반응이 먼저 나왔다.

“분당, 판교, 서울 성북동 같은 곳에 위치한 고급 레스토랑의 셰프들을 열심히 만나고 다녔어요.



처음엔 워낙 생소한 이야기라 주의 깊게 듣지 않는 분도 많았어요. 그래도 대부분의 유망한 청년 셰프들이 셰프홈의 서비스가 새롭다는 점을 높게 평가해주는 분들도 있었죠. 플랫폼을 통해 고객을 보다 적극적으로 만날 수 있고, 신메뉴 연구를 위한 피드백도 받을 수 있던 점을 강조했고 덕분에 300여명의 셰프를 셰프홈에 등록시킬 수 있었어요. 한국중찬문화교류협회 회장인 구광신 파크루안 총주방장처럼 우리나라에서 대가로 불리는 분들도 저희 셰프홈 소속이랍니다.”

소비자 반응은 예상보다 좋았다. SNS마케팅 한 달여만에 회원가입자가 1,500명 넘게 늘었다. 실제로 셰프홈 서비스를 경험한 소비자는 가격이 합리적이면서도 만족도는 높았다는 평가를 내렸다. 김 대표는 “대부분 셰프가 정한 음식가격을 보니 4명 기준으로 15만 원 정도”라며 “재료값과 셰프 인건비, 셰프홈의 중개수수료 10%를 포함한 가격”이라고 설명했다.

창업 후 매 순간이 위기였다. 이 대표의 대학 전공분야는 셰프홈 경영과 전혀 상관없는 건축학과 생명공학이다. 프로젝트 관리, 팀 구성, 세무처리, IR, 사업 기획 등 넓은 범위의 업무를 깊게 다뤄야 할 때마다 막막했다. 그럴 때

창업진흥원 예비창업패키지 사업의 교육프로그램 내용을 들춰봤다.

코로나19 유행으로 마케팅을 중단한다는 결정도 예비창업패키지 사업을 통해 만난 멘토와 상의해 결정했다. “멘토가 말씀하시길, 스타트업의 생명은 이미지인데 셰프홈 고객이 함께 음식을 나눠먹다가 전염이 되기라도 하면 이미지에 타격이 클 것 같다고 하셨어요. 결국 제대로 된 론칭은 잠시 미뤘습니다. 코로나19 유행이 종식되고 다시 홍보에 나서면 지금보다 매출이 오를 거예요. 이를 바탕으로 적극적으로 투자도 유치할 생각입니다.”



세프홈의 또 다른 특징 중 하나는 초기 창업 과정에 있는 스타트업 치고 직원을 많이 뽑았다는 점이다. 현재 세프홈 팀원은 모두 5명이고, 그만둔 직원까지 합하면 누적 채용 인원은 9명이다.

“필요한 작업을 외주 줬더니 제가 외부활동 하긴 편하지만 제 의도대로 결과물이 안 나왔어요. 또 변화무쌍한 시장과 트렌드의 속도에 적극적으로 대응해야 하는 스타트업에게는 외주 작업은 맞지 않았죠. 예비창업패키지 사업 지원금이 없었다면 이렇게 과감하게 채용을 밀어붙이지 못했을 겁니다.”

이 대표는 어릴수록 창업하기 좋다는 점을 강조했다. “처음 사람을 만날 때 창업자의 나이가 어리다는 건 아무래도 약점으로 작용합니다. 경험이 부족해 보이니까요. 다만, 꼼꼼하게 계획을 들려드리고 진지하게 사업을 준비하고 있다는 걸 강조하면 그 단점은 오히려 장점이 돼요. 예비창업자 개인의 회복탄력성이 높다는 점도 잊지 마세요. 실패를 해도 잃을 게 별로 없으니까요.”

이 대표는 앞으로 세프홈이 우리나라 외식업계에 반향을 일으키는 돌멩이가 되고 싶다는 포부를 밝혔다. “지금의 외식업은 음식점이 일방적으로 메뉴를 제시하는 폐쇄적인 방식이에요. 다른 업종이 소비자 중심 서비스를 제공하는 방향으로 나아가는 반면 음식점만은 그대로죠. 세프홈은 소비자 개인의 건강과 취향을 고려한 메뉴 제작과 요청이 불편한 점을 해결해 소비자 중심의 외식시장을 만드는 데 이바지하고 싶어요. 숙박, 관광 산업 등 다른 산업과 연계해 해외에도 진출하고요. 세프홈의 진화는 지금부터 시작이니 지켜봐 주세요.”



## 02 / 고객을 찾아서

지인인더스  
이스텐드바이오  
미락정푸드  
리드베이션

지인인더스

이스텐드바이오

미락정푸드

리드베이션

## 연구개발 종자돈 유용... 다양한 분야 소중한 조언도 큰 도움

### <지인인더스>

박종덕 대표

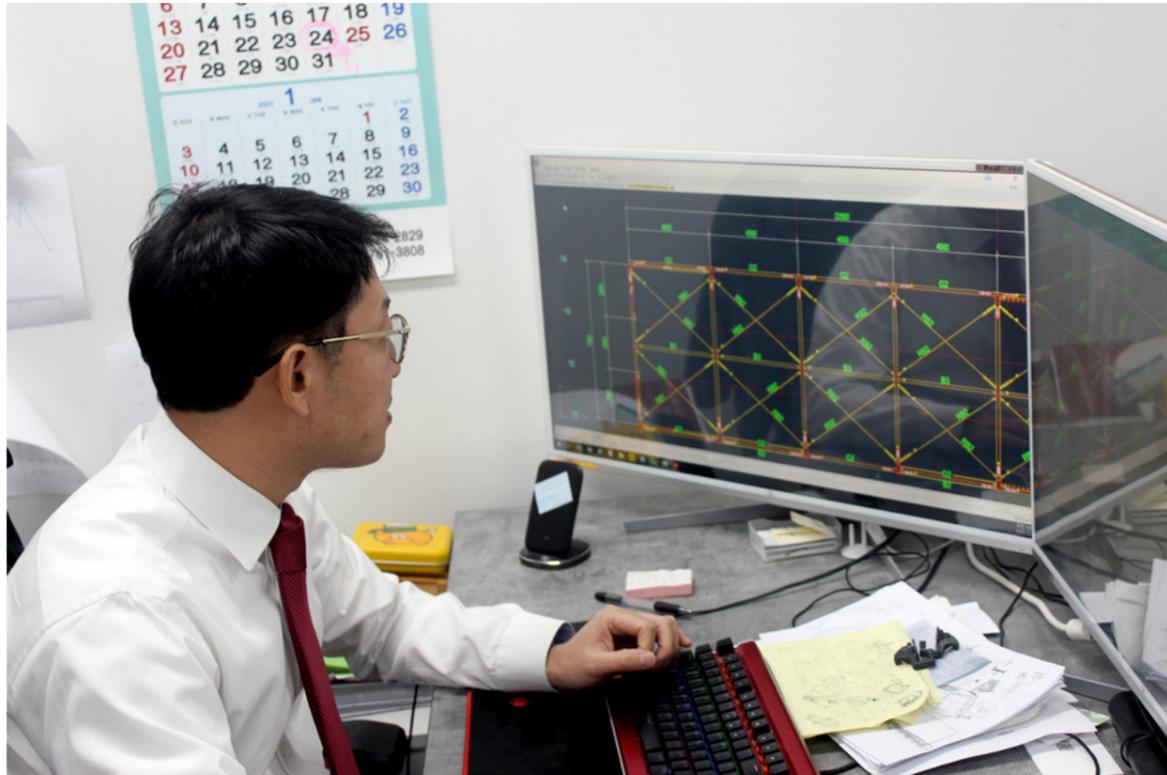


이 땅에 건물을 한 채 짓고 싶은 당신, 가장 먼저 설계사무소를 찾아 원하는 도면을 그린다. 도면이 완성되면 집을 지을 건설사를 물색한다. 이때부터 ‘무한 하청’의 가지치기가 시작된다. 건설사는 건물의 뼈대를 지을 철골 제조사부터 구조, 전기, 소방, 조경 등 건축에 필요한 모든 외주업체를 섭외하고 발주를 준다. 과정이 복잡한 데다 시간도 오래 걸리고 단계별 하청 수수료도 늘어난다.

박종덕 지인인더스 대표의 문제 의식은 여기서 출발했다. 설계 도면에서 철골 중량을 수기가 아닌 자동으로 산출하는 시스템을 구축해 시간과 비용을 줄이자는 취지다. “저희는 각종 건축 데이터들을 기반으로 물량 정확도 100%에 가까운 비용을 산출하는 것을 목표로 합니다. 지인인더스를 통해 견적을 내면 비용이 확 줄어드는 구조를 만드는 겁니다. 저희는 이미 실시간 견적 프로그램으로 특허출원까지 냈습니다.”

박 대표가 이런 아이디어를 얻은 건 12년 간의 직장생활에서였다. 그는 철강업계 영업 분야에 12년간 재직하며, 한국전쟁 이후부터 이어져 온 재래식 건축 유통 구조의 틈새를 파고 들면 사업성이 있을 것이라고 생각했다. 하지만 막연하기만 했던 그의 생각을 구체화시킨 건 창업진흥원의 각종 지원 사업을 준비하면서부터다.

“창업 초기 지인이 해준 이야기가 기억에 남아요. ‘네가 하고 싶은 사업은 너만 생각하는 것이다. 이걸 다른 사람들에게 얘기해 보고 검증을 받아보라’고 했어요. 그래서 시험 삼아 발표한 게 창업진흥원 1인 창조기업 활성화 지원사업과 예비창업패키지 사업 PPT였어요. 돌이켜보면 대학교 때 말고는 앞에서 누군가에게 제 생각을 조리 있게 말할 기회가 없었거든요. 그 자리에



예비창업패키지 사업을 통해 만난 사람들이 건넨 조언도 천금 같았다. 창업진흥원은 지원금과 더불어 멘토링 프로그램과 강의 등을 통해 예비창업자를 돕는다. “제가 여태 사업을 하면서 만난 분들은 동종업계 사람들이었어요. 예비창업패키지 사업 강의를 통해 의류, 요식업 등 다양한 업계 사람들을 만날 수 있었죠. 이 분들에게 특허에 대한 아이디어를 얻었어요. 비밀유지에 대한 질문을 받았는데 제가 대답하질 못했거든요. 그 길로 예비창업패키지 사업 멘토로부터 한국발명진흥회에 있는 분을 소개받았고 특허를 내라는 조언을 들었죠.”

박 대표는 지인인더스의 실시간 물량 견적 프로그램이 시간이 갈수록 정확도를 높여갈 것으로 내다봤다. 박 대표가 갖고 있는 건축 데이터를 프로그램에 입력하고 머신러닝을 기반으로 업데이트가 되다보면 내년쯤엔 물량 예측 정확도가 100%에 달할 것이라는 계산이다. 이에 따라 지인인더스의 매출 역시 급상승 할 것이라고 예상했다. 창업 첫 해인 2019년 6월부터 1년간 매출액은 65억 원을 기록했다.

“저희 프로그램의 중량 예측 정확도가 어느 정도 궤도에 오르면 2023년쯤엔 건축주가 직접 지인인더스에 와서 견적부터 외주까지 모든 하청 업무를 한 번에 해결할 수 있는 시스템을 만들 생각입니다. 이렇게 되면 건축주가 많은 시간과 비용을 절약할 수 있죠. 이 플랫폼으로 1,000억 원 정도 매출을 올리는 게 현재의 목표입니다. 이상적인 목표는 철강업계의 혁신이죠. 여기서 더 나아가, 우리나라와 별반 다르지 않은 해외 건축업계에도 진출하는 것이 제 꿈입니다.”

서 심사위원들에게 제가 생각지도 못한 질문들을 받으며 제 사업에 대해 다시 한 번 돌아볼 수 있는 기회를 얻었죠.”

두 번의 발표가 이루어지는 동안 그는 사업계획을 더욱 갈고 닦았다. 발표 전만 해도 박 대표는 우수한 샵드로잉(설계도면을 구체화 해 실제 시공이 가능한 내용으로 변환하는 작업) 인력 4~5명을 뽑아서 최대한 물량 정확도를 높이기만 하면 사업성이 있다고 생각했다. 하지만 준비 과정에서 많은 사람들과 얘기하며 자동 견적시스템에 대한 아이디어를 떠올릴 수 있었다.

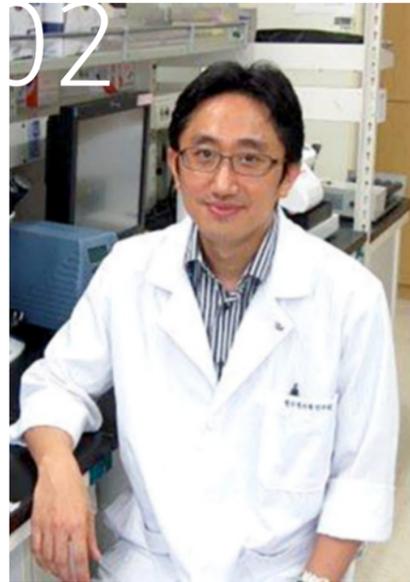
사업 아이템이 좋다고 해서 모든 창업이 성공하는 건 아니다. 박 대표는 “예비창업패키지 사업의 지원금이 아니었다면 내 아이디어를 구현할 수 없었을 것”이라고 말했다. “전주 본사에선 제 아이디어를 구현해 줄 수준의 기술 개발자를 찾는 게 쉽지 않았습니다. 고민하던 차에 예비창업패키지 지원금 5,000만 원이 나왔고, 이 돈으로 서울 구로구에 따로 연구소 사무실을 구했습니다. 그 결과 제가 원하는 훌륭한 개발자 3명을 고용할 수 있었습니다. 이 분들이 4개월 만에 제가 원하는 프로그램을 완성했을 때 정말 눈물이 나올 것처럼 기뻐했습니다. 지인인더스는 1차 시제품을 통해 OEM 방식의 철골 구조물 제작을 병행했고 철골 산출 대기 시간을 3일 이상 단축시켰습니다. 현재는 11곳의 거래처와 업무협약을 통해 시제품 테스트와 1건의 기술이전을 완료했으며 1건의 특허를 출원 중에 있습니다.”



## “스타트업 성장과정 교육 큰 도움… 거시적 안목 중요”

### <이스텐드바이오>

김정현 대표



“눈이 아픈 강아지에게 안약을 넣어본 적 있으신가요? 아마 몸을 흔들며 굉장히 고통스러워 하는 장면을 목격하셨을 겁니다. 이유는 강아지만을 위한 안약이 없다는 데 있습니다. 사람과 강아지의 눈물은 삼투압이나 pH 농도가 달라요. 사람 눈물 pH는 7.4인 반면 동물은 8.05까지 올라갑니다. 사료나 샴푸는 강아지 전용 제품을 쓰면서 의약품은 사람과 같은 걸 쓴다는 게 이상하지 않나요?”

반려견과 사람의 안구·구강 건강을 위한 헬스케어 제품을 개발 중인 이스텐드바이오를 이해하려면 김정현 대표의 특이한 이력을 들여다봐야 한다. 김 대표는 서울대 수의학과에서 학·석·박사 과정을 밟았으며 현재는 전북대 치의학대학교 교수로 재직하고 있다. 수의사이면서도 치의학 지식을 두루 갖췄다는 말이다.

“저는 원래부터 병원에서 아픈 동물을 치료하는 임상 쪽보다는 기초연구를 하는 비임상 쪽에 관심이 많았어요. 박사 학위도 동물실험 쪽으로 받았고요. 사실 동물실험은 사람을 위한 의약품을 개발할 때도 반드시 필요합니다. 그래서 기초연구 단계에선 저 같은 수의사가 필수 인력이죠. 덕분에 비메디컬 계열인 제가 치의대 교수 자리를 얻을 수 있었죠.”

회사 주력 상품인 의약품이 개발되기도 전에 이스텐드바이오가 2020년에만 2억여 원의 매출을 낼 수 있었던 것도 동물실험 덕분이다. 김 대표는 신약개발 과정에서 본 임상 전 동물을 대상으로 하는 비임상 CRO(Contract Research Organization) 실험을 각종 기업에서 위탁받아 진행 중이다. 주로 약효를 검증하는 실험을 수행한다. CRO에서 확보한 자금은 이스텐드바이오의 신제품 개발에 쓰인다. 스타트업이 통상 창업 초기에 지분 투자를 받는 것과 달리 스스로 매출을 내 연구에 재투자하는 선순환이 이뤄지는 구조다. 김 대표에 따르면 비임상 CRO의 경우 가장 큰 기업의

매출이 1,000억 원 대다. 관련 전문지식을 갖춘 김 대표에게 경쟁 업체가 많지 않으면서도 진입장벽이 높지 않은 ‘효자 아이템’이다.

이스텐드바이오가 준비 중인 반려견 안구건조·황반변성 치료제 역시 비교적 단기간 내에 시장에 출시될 전망이다. 품목 허가에 동물실험부터 1~3상 실험을 거쳐야 하는 인체용 의약품은 개발단계부터 시장 출시까지 보통 10여 년이 소요된다. 반면 동물용 의약품은 동물 임상시험 1회로 효능과 독성 여부가 드러나기 때문에 이르면 2년 내 품목허가가 가능하다. 김 교수의 신제품은 현재 동물실험이 진행 중이다. 김 대표는 “3개월 정도의 실험을 거쳐 2021년 초에 결과가 나오면 수의과학검역원 허가를 받아 2021년 내 출시하는 것을 목표로 하고 있다”고 말했다.

이스텐드바이오가 이처럼 차근차근 계획한 바를 수행하는 데는 예비창업패키지 사업의 도움이 컸다. 김 대표는 “전북대 창업지원단이 1박2일 동안 개최한 집합교육 내용부터 멘토 프로그램까지, 가려운 곳을 긁어주는 느낌을 받았다”고 말했다.

Oral Health

Eye Health

Translation Research-based Therapeutics for Human and Animal Health

# ESTEND BIO

ESTEND BIO

인체용 눈건강 건기식



반려동물 전용 안과제제



반려동물 전용 구강제제



“집합교육에서 스타트업의 성장 단계에 대해 설명을 들었어요. 시기별로 어떤 전략을 세워야 하는지 시간 순대로 설명을 들으니 제가 해야 할 일이 명확해지더라고요. 예를 들어 사업 자금이 부족할 땐 어떤 기관에서 지원금을 받을 수 있는 지 등을 알게 됐어요. 창업지원단이 연결해 준 제 멘토는 호원대 산학협력단에 계신 분이었는데, 매달 두세 번씩 저희 직장에도 방문해 주셨고 카카오톡을 통해 이런저런 상황을 상의하기도 했습니다. 저 같은 경우 학교 이름으로 낸 특허의 소유권을 이전하는 문제에 대한 조언을 들은 게 큰 도움이 됐어요. 아무래도 그 분도 학교에 계시다보니 교직원 창업자에게 일어나는 문제들을 꽤 상세히 알고 계시더라고요.”

김 대표는 장기적으로는 사람을 대상으로 한 구강-안구 제품을 개발하는 것까지를 목표로 하고 있다. “수의사에 치대 교수가 웬 안구 의약품까지 발을 넓히나 궁금해하실 수 있어요. 우리 몸에서 액체성분의 타액을 분비하는 기관으로는 대표적으로 눈물샘과 침샘 2군데가 있는데,

이 2개 외분비샘은 여러 면에서 매우 유사해요. 외분비샘에 도움이 되는 소재는 눈물샘과 침샘에 동시에 약효를 보일 수 있을 가능성이 높습니다. 실제로 제가 개발한 소재의 경우에는 눈물샘과 침샘에 모두 작용을 하는 것을 확인했구요. 이 소재가 피부 착색의 부작용이 있는 루테인, 비린 맛에 거부감을 일으키는 오메가3의 단점을 보완 대체할 수 있을 것으로 보입니다.”

이스텐드바이오는 최근 창업진흥원의 예비창업패키지 다음 사업인 초기창업패키지 사업에도 선정돼 지원금 2억 원을 받았다. 김 대표는 이 돈을 앞으로 있을 임상실험에 꾸준히 투자할 계획이다. “사업을 수행하는데 있어 자금은 매우 중요합니다. 하물며 창업을 준비하는 분들에게도 자금 확보 계획을 세우는 건 필수입니다. 예비창업 패키지 사업은 풍족하지는 않지만 어느 정도 도움을 받을 수 있는 부분이 분명 있으니 지원금을 받기 위해 사업 아이템의 구체화, 차별화 전략을 미리 잘 수립해 두면 큰 도움이 될 거예요.”

“창진원 지원의 진가는 인적 네트워크... 위기를 버티는 힘”

<(주)미락정푸드>

권대재 대표

<3일 만에 또 시켜먹었어요 너무 맛나요~>  
-kng9\*\*\*\*

<쭈꾸미 쫄깃하고 탱글탱글 식감 좋고 불향이 살짝 나니 더 좋아요> -배달중독  
<포장도 꼼꼼하고 양도 푸짐했어요. 너무 맛있게 잘 먹었습니다> -hime\*\*\*\*

한 배달 음식 애플리케이션에 등록된 ‘함!!무도 쭈꾸미’의 리뷰는 칭찬일색이었다. 부산 사투리로 ‘한 번 먹어달라’는 뜻의 ‘함!!무도 쭈꾸미’는 부산 가야동에 위치한 배달 전문 음식점이다. 8평 남짓한 이 가게는, ‘외식업계의 선두주자’라는 권대재 (주)미락정푸드 대표의 큰 꿈을 담은 작은 광주리다.

함!!무도 쭈꾸미는 권 대표가 창업한 수산물 가공식품 납



품 업체(BtoB) (주)미락정푸드의 자회사 ‘에이치엠디컴퍼니’가 런칭한 B2C 브랜드다. ‘포장 째로 전자레인지에 돌리는 간편 가정식을 공급한다’는 개념의 (주)미락정푸드는 각종 기업들을 상대로 설립 첫 해인 지난해 11억 원의 매출을 냈다. 올해는 아직 연말이 되기도 전에 매출이 2배 이상 뛰었다. 소비자에게 호평을 듣기 전 이미 업계에서 인정받은 맛이라는 말이다. 쭈꾸미, 오징어볶음부터 꽃게찜, 대하소금구이까지 다양한 메뉴의 레시피는 권 대표가 직접 개발했다.

권 대표는 올해 ‘함!!무도 쭈꾸미’의 문을 열고 프랜차이즈 사업에도 뛰어 들었다. 쭈꾸미볶음의 소스는 미락정푸드가 계약한 OEM 공장에서 대량생산된다. 이 소스는 조만간 광주의 한 음식점에 납품될 예정이다. 배달뿐 아니라 전용 쇼핑몰을 통해 권 대표의 쭈꾸미볶음을 전국에서 판매할 수 있는 작업도 진행 중이다. 체계적으로 규모를 키워나가고 있는 (주)미락정푸드는 ‘외식업=퇴직자의 보험’이라는 편견을 보기 좋게 깨는 사례다.

권 대표는 오래전부터 창업을 구상해왔다. 대학 시절 무역학을 전공한 그는 2009년부터 (주)사조인터내셔널 등 유수의 수산물 가공·유통 업체에서 일하며 사업의 밑



그림을 그렸다. 하지만 창업을 하고, 회사가 아닌 본인의 이름으로 거래처를 찾는 일은 완전히 다른 일이었다.

자본금 500만 원과 아이디어밖에 없던 그 때 권 대표에게 도움을 내민 게 창업진흥원 예비창업패키지 사업이다. 그는 지난해 예비창업패키지 사업을 통해 4,270만 원을 지원받았다. 사업 주관기관인 동아대 창업지원단이 3,500만 원, 부산대 창업지원단이 870만 원을 각각 지



원했다. 지원금은 창업 초기 다양한 메뉴 개발과 생산에 밑거름이 됐다.

권 대표는 “예비창업패키지 사업을 통해 받은 ‘진짜 도움’은 인적 네트워크에 있다”고 말했다. 창업진흥원은 자금 지원뿐만 아니라 강의와 멘토링 제도 등을 통해 예비창업자들을 돕는다. 뿐만 아니라 박수연 동아대 창업지원단 매니저 등 관계자들도 권 대표를 물심양면으로 지원했다.

“지난해 12월 한 음식 유통 업체에 음식을 만들어 납품했는데, 이 업체가 대금 지급을 자꾸 미뤘습니다. 그 때 예비창업패키지 사업 교육을 통해 알게 된 신용보증기금의 매출채권보험(중소기업이 거래처에 외상으로 물품을 납품한 후 거래처 부실에 따라 대금을 회수하지 못할 경우에 대한 손실을 보상해 주는 제도) 덕분에 돈을 받을 수 있었습니다. 보험 가입자가 신용보증기금에 대금 납부가 미뤄졌다는 사실을 알리면 해당 판매기업은 신용보증기

금에서 받은 대출금을 상환해야 합니다. 제 보험 가입 증서를 사장님께 보여드렸더니 결국 대금을 나눠서 주시더라고요.”

2020년 초부터 시작된 코로나19 대유행은 권 대표에게 큰 위기였다. 하청을 주던 업체들이 수주를 줄이기 시작하면서, (주)미락정푸드도 흔들렸다. 이 때 권 대표는 막연하게만 계획했던 프랜차이즈 사업을 본격적으로 밀어붙였다. B2C 사업으로 확장을 시작한 것이다. 코로나 시대에 맞춰 배달전문점으로 아이템을 잡았다. 위기를 기회로 반전시키면서 권 대표는 2020년 말 부산중소벤처기업청장상 대상자로 선정되는 성과도 거뒀다.

“위기가 닥칠 때마다 멘토인 김지윤 네오경영지도법인 대표이사의 말을 떠올리며 마음을 다잡았어요. 김 대표님이 ‘CEO의 길은 불투명하다. 하지만 굳건히 버티고 앞으로 나아간다면 한 걸음 한 걸음이 성과가 돼있을 것이다’라고

말씀하신 게 기억이 납니다. 항상 이 말을 기억하며 ‘실적’이라는 벽돌을 한 장 한 장 쌓아가고 있습니다. 그러다 보면 언젠가는 궁전(큰 기업)이 만들어지지 않을까요.”

권 대표의 목표는 수산물 수입부터 가공, 판매, 유통까지 모든 공정을 책임지는 수산물 기업을 만드는 것이다. “우선은 가맹점을 많이 모집하고 싶어요. 제가 지금 배달 주문을 받아 쭈꾸미볶음을 만드는 데 걸리는 시간은 4분 정도예요. 소스는 이미 제작된 걸 쓰고 현장에서 배합만 잘하면 됩니다. 이렇게 재료 제공부터 조리까지 모든 과정을 촘촘하게 만들어 외식업에 처음 진출하시는 모든 분들께 도움을 주고 싶어요. 가맹점을 바탕으로 전국적 유통망이 짜이면 이를 토대로 저희 제품만을 생산하는 공장을 설립하고 싶습니다. 여기까지 성공한다면 이후엔 우리 제품만 생산하는 공장을 만들고 물류까지 일원화하고 싶어요. 가능하다면 주식시장에 상장도 하고, ‘K(Korea)’ 브랜드를 달아 수출도 하고요.(웃음)”

# “스타트업 생명은 속도… 사업아이템 여러 개 준비해야”

## <리드베이션>

박환희 대표



“면접관에게 성적인 발언을 들었어요. 너무 모욕적이었습니다.”

모 대기업 인사팀에서 10년간 일했던 박환희 리드베이션 대표는 다소 황당한 지원자의 면접 후기를 떠올렸다. 오로지 지원자의 관점에서 쓴, 사실 관계가 다르지만 일일이 반박하기도 어려운 상황을 종종 경험해야 했다. 실제로 한 면접관의 성적 발언을 했다는 의혹은 문제가 커져서 해당 임원이 사내 조사를 받은 적도 있다.

박환희 대표는 “지원자들은 각종 채용 사이트를 통해 기업의 급여, 복리후생 등을 꼼꼼히 들여다 볼 수 있는데 기업은 지원자를 겨우 한두 번 보고 채용을 결정한다”며 “지원자들의 면접 장면을 촬영해 여러 사람이 반복해 돌려보면 이런 허점을 보완할 수 있을 것이라 생각한 게 리드베이션의 시작”이라고 말했다.

면접 대행과 VOD 촬영을 결합한 서비스는 국내 채용시장엔 전혀 없던 아이템이었다. 처음 리드베이션의 아이디어를 들은 기업 인사담당자들은 시큰둥한 반응을 보였다. 굳이 면접을 촬영할 필요

가 있을까 가우뚱하며 낯선 기색을 감추지 않았다. 오랫동안, 야심차게 준비한 만큼 좌절감도 컸다.

창업진흥원 예비창업패키지 사업으로 만난 멘토는 박 대표에게 진심을 담아 위로를 해줬다. ‘혹시나 회사가 잘 안 되더라도 박 대표는 다른 기업에 취직할 수 있다’는 격려의 말이 오히려 반드시 더 잘 돼야겠다고 이를 악 무는 계기가 됐다.

몇 달간 기업의 문을 두드려도 성과가 나지 않자 박 대표는 두 번째 아이템을 꺼내들었다. 지원자들의 자기소개 영상을 제작해주는 일이었다. 여기서 ‘썩팻’이 터졌다. 코로나19 유행으로 비대면 접촉이 늘면서 자기소개영상은 구직자들에게 큰 호응을 얻었다.

“최근 구인구직 사이트에는 첨부파일 항목에 영상도 포함돼 있어요. 이걸 활용하는 지원자는 분명 메리트가 있을 것이라고 생각했죠. 성과는 헤아릴 수 없을 정도예요. 8개월간 취업이 안됐던 구직자가 저희 서비스를 활용한 후 대기업 6곳에 합격했어요. 어떤 친구는 영상으로 충분히 봤으니 1차 면접은 건너뛰고 2차 면접에 오라는 연락을 받았고요. 최근 코로나 사태로 채용을 못하고 있는 항공사에 자기소개 영상을 보낸 한 구직자는 ‘상황이 나아지면 채용을 우선 검토하겠다’는 말을 인사담당자로부터 들었어요.”

박 대표는 이 같은 서비스를 한 지방자치단체의 취업지원프로그램으로 제공하고 있다. 박 대표는 “구직 성과가 좋아서 내년에는 더 계약금액을 올려 단독 제공하기로 했다”고 말했다. 자기소개서 사업이 잘 되는 동안 기업 면접 영상 제작 서비스도 어느 정도 궤도에 올랐다. 2020년 12월 기준 고객사는 60여 곳이 넘는다. 사업이 확장하면서 박 대표처럼 인사 담당 업무를 오래했던 직원도 뽑았다.



## VOD 면접 프로세스

100% 고객사 커스터마이징으로 기획한 면접을 리드베이션 자사에서 직접 진행한 후  
 면접의 모든 과정을 촬영하여 VOD 면접 영상을 제작합니다.  
 고객사는 VOD 면접 영상을 활용하여 최종 면접자 또는 최종 합격자를 선발할 수 있습니다.



상황이 호전됐지만 리드베이션은 안주하지 않았다. 면접 영상 촬영 서비스가 어느 정도 모객에 성공할 때쯤 곧장 세 번째 서비스를 내놨다. 바로 원격 면접 시스템 ‘만나YOU’다. 만나YOU는 박 대표가 직장인일 시절 틈틈이 학원에서 프로그래밍을 배우며 직접 만들었다. 코로나19가 유행하고 비대면 접촉이 늘면서 기업으로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

만나YOU의 경쟁상대는 Zoom Video Communications의 줌(Zoom)과 구글의 구글미트(Google Meet) 정도다. 아직 블루오션이라는 얘기다. 박 대표는 “글로벌 기업의 화상 회의 프로그램은 다국에서 여러 사람이 접속하게끔 서버를 구축했기 때문에 다소 속도가 느리고 보안이 취약한데 반해 ‘만나YOU’는 고화질 4K 카메라를 사용해 해상도가 높고 속도나 보안성 면에서 우월성이 있다”고 강조했다.

2019년 9월 창업해 12월까지 1,000만 원의 매출밖에 내지 못했던 리드베이션은 2020년 들어 8억4,000만 원(추정)의 매출을 기록했다. 박 대표는 “스타트업은 고객의 요구에 따라 빠르게 변화하며 성장해야 한다”며 “이를

위해 사업아이템은 결코 하나만 준비하지 말라”고 조언했다.

“창업 전엔 누구나 내 아이템이 가장 훌륭하다고 생각하는데 그건 착각입니다. 시장에 나가보면 제일 하찮은 게 돼요. 그러면 시장의 요구에 변화할 타이밍을 잘 맞춰야 합니다. 면접 VOD 서비스만 해도 자막을 넣는다든지 화면 배경을 깔끔하게 세팅한다든지 하는 변화는 다 고객들의 목소리를 적극 반영한 덕분입니다.”

리드베이션의 진화는 지금부터 시작이다. 박 대표는 “카카오처럼 누구나 가고싶은 회사를 만드는 것이 목표”라고 말했다. “직원들에게 양질의 복지로 대우하고, 이 인재들은 혁신적인 아이디어를 마음껏 내놓는, 인재양성소 같은 회사를 만들고 싶어요. 업종도 여기서 안주하지 않을 겁니다. 지금은 지원자들의 자기소개 영상을 매력적으로 만들고 있지만 언젠가는 클라이언트의 상품을 직관적으로, 아름답게 설명하는 UX(User Experience·사용자 경험)·UI(User Interface) 디자인 회사로 발돋움하고 싶어요. 매해 성장하는 리드베이션의 모습을 지켜봐 주세요.”

## 03 / 혼자가 아니다

진코어  
 넷타겟  
 모빌린트  
 왓섭  
 에이엠홀로  
 레드윗  
 스프링온워드  
 천명앤컴퍼니

진코어  
 넷타겟  
 모빌린트  
 왓섭  
 에이엠홀로  
 레드윗  
 스프링온워드  
 천명앤컴퍼니

## “원천기술 확보가 기술 창업의 열쇠... 팀워크도 신경써야”

### <진코어>

김용삼 대표

“1인 가구가 늘면서 자연스레 반려동물과 가족처럼 생활하는 인구가 늘어났어요. 특히 요즘 사람들이 반려견과 반려묘를 많이 키우고 있는데 이들의 품종유지를 위해 오랜 기간 근친교배를 하면서 다양한 유전질환이 누적되었어요. 그로인해 유전질환으로 고통 받는 반려동물도 안타깝지만 동시에 자신이 사랑하는 반려동물의 고통으로 보호자들도 시간적, 경제적으로 어려움에 처하고 있어요. 그래서 저는 사람과 더 행복하게 공존할 수 있도록 반려동물의 유전질환을 제거하고 형질을 개선하는 사업을 시작하게 되었습니다.”

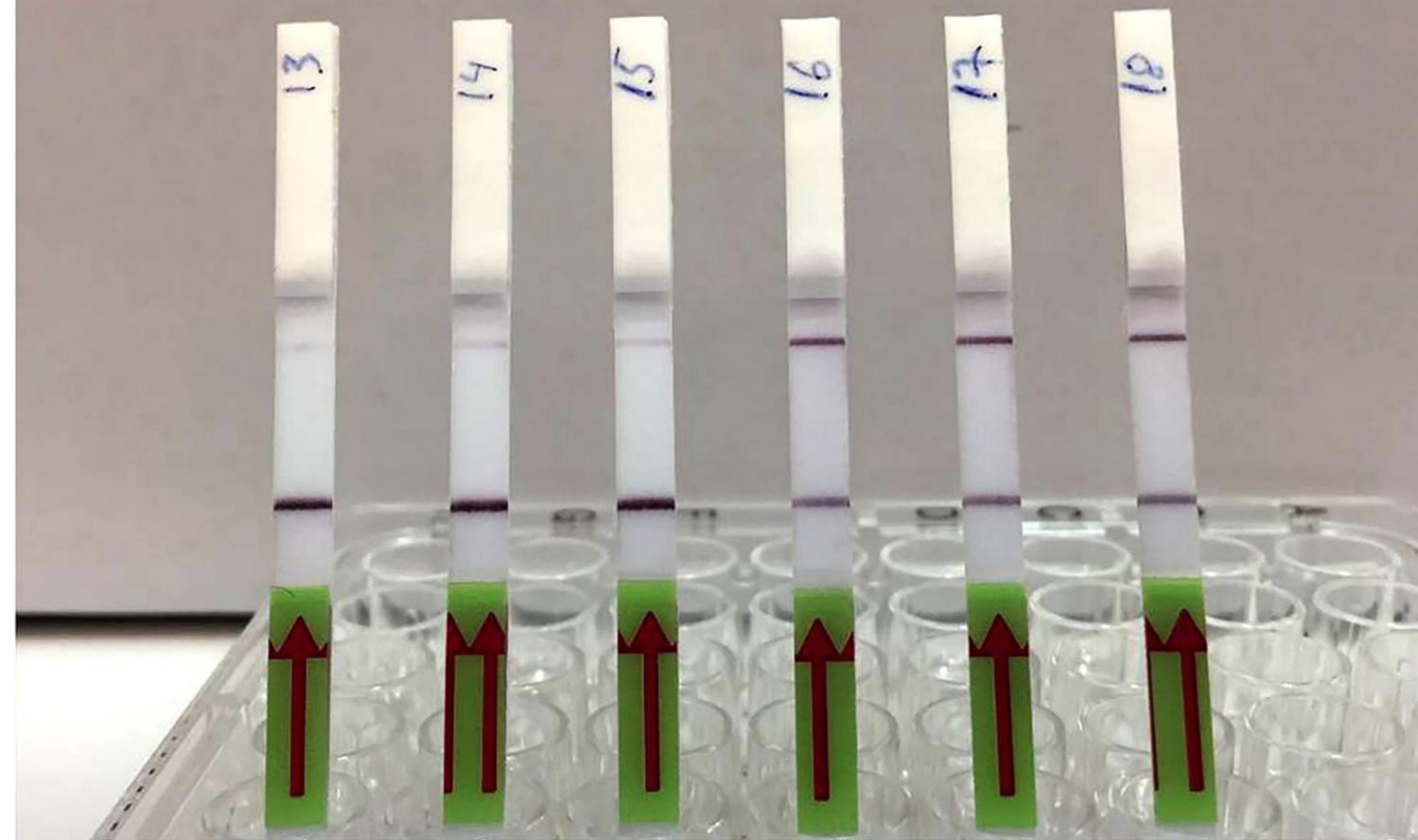
진코어 김용삼 대표는 서울대학교 농화학과 석·박사 출신으로 한국생명공학연구원 소속으로 오랫동안 유전자 가위 기술 연구에 힘써 왔다. 최근 김 대표는 유전자교정연구센터 연구팀 소속으로 기존 CRISPR 유전자 가위 기술의 한계를 극복한 프라임에디팅 기술을 개발했다. 김 대표가 설립한 진코어는 한국생명공학연구원으로부터 유전자 가위기술(UGET, CRISPR-Cas12a, CRISPR-Cas14)을 이전받아 유전자치료제개발, 유용한 동식물 개발 및 다양한 유전자교정 기반 솔루션을 제공하고 있다. 진코어는 대안 치료제가 없는 약 7천여 종류의 유전질환에 유전자가위기술을 통해 근본적인 해법을 제시함으로써 유전질환



으로 고통 받는 환자와 동물들에게 새 삶을 주고 건강을 증진시키고자 한다.

“저희는 세상에 아직 없는 신약(유전자치료제)을 개발하는 회사입니다. 경쟁업체는 국내에 거의 없고 미국에 3~5개 정도의 회사가 있는 상황입니다. 따라서 원천기술을 확보하는 것이 가장 큰 우위를 점하는 열쇠입니다. 저희는 다른 회사와 차별되는 원천기술을 확보하는 것에 중점을





두고 있으며, 그 결과 현재 임상진행 중인 치료제보다 효과가 좋은 치료제를 확보하였습니다.”

2019년 9월 법인을 설립한 김 대표는 같은 해 10월 시리즈A 투자를 성공적으로 유치하고 2020년 9월 현재 한국 기계연구원 외 다수 기업과 기술협력 및 MOU를 체결하였다. 진코어는 몇몇 기업에게 연구용역서비스를 제공하였으며 현재는 특허 출원과 원천기술 개발에 몰두하고 있다.



“우리 회사는 연구개발 중심의 회사라 고객을 아직 많이 상대하지는 않았습니다. 하지만 상대한 소수의 고객 중에는 저희가 제공한 연구용역서비스에 대해 지불금액대비 과대한 서비스를 요구하는 사례들이 있었습니다. 시장은 매우 빠르게 변하고 있어서 그 변화에 따른 기술력을 빠르게 확보하는데 많은 에너지를 쏟고 있습니다.”

연구자에게 창업은 커다란 도전이다. 사업을 막상 시작하고 보니 김 대표는 예상했던 것보다 대표의 역할이 커서 본연의 연구 활동뿐만 아니라 특허출원, 직원채용, 재무관리, 연구공간 및 사무실 확보, 각종 인허가 처리, 정부 과제 수행, 매출관리 등 신경 써야 할 일들이 매우 많았다고 했다.

“대전이라는 위치적 제약으로 인해 낮은 연봉을 제시했음에도 우수인력을 구하기 쉽지 않았습니다. 그리고 채용한 직원의 직무능력과 대표이사가 기대하는 능력과의 차이가 클 때 그 차이를 좁히는 과정이 힘들었습니다.”

학교나 연구소의 경우는 박사님 또는 교수님이 학생을 상대하는 경우이고 대부분은 학생들이 지도교수의 요구에 바로바로 반응하지만 회사는 그러한 반응의 속도가 생각보다 빠르지 않아서 힘들었습니다.”

세계적 수준의 연구성과가 있다고 해서 저절로 사업이 굴러가지는 않았다. 사업을 함께 진행하는 팀원들의 역할이 중요했다. 김 대표는 사업 초기에 팀원들이 내 생각대로 따라올 것이라는 기대를 가졌지만 그러한 기대를 충족시키기 위해선 충분한 소통이 중요함을 느꼈다고 했다.

“훌륭한 팀원은 다양한 역량을 갖추어야 하는 것 같습니다. 일을 빠르게 습득하는 능력, 실수하지 않는 집중력, 기술에 대한 이해도 등이 있을 것입니다. 하지만 그것보다 중요한 것은 회사에 대한 애사심, 연구개발에 대한 열정, 사람들과의 소통능력 등도 갖추어야 할 덕목임을 깨달았습니다.”

예비창업패키지를 통해 연구시설 구축, 필수인력 인건비 지급, 홈페이지 제작, 재료비 지출 등을 해결할 수 있었다는 그는 예비창업패키지는 일반 정부 연구비와는 달리 다양한 용도로 회사의 사정에 맞게 집행이 가능한 점이 최대의 장점이라며 이를 위해서는 사업자금 집행계획을 미리 꼼꼼히 세워 두기를 권했다.

“예비창업패키지 선정을 위한 조건은 크게 두 가지입니다. 첫째 하려고 하는 사업이 정말 사업성이 있는가? 다시 말해 시장이 형성되어 있고 거기서 매출을 낼 수 있는가? 둘째, 그러기 위해 우리 회사는 차별화된 기술이나 아이디어가 있는가입니다. 이 두 가지 측면에 대해 5~7인의 심사위원을 설득하는 것이 필요합니다. 심사위원들이 다양한 분야를 심사하다보니 나의 전공을 아는 심사위원은 일부이며 나머지 비전공 심사위원을 설득하는 것이 중요합니다. 따라서 평이하고 일반인이 알아들을 수 있는 수준에서 프리젠테이션 기술을 익히는 것도 중요할 것입니다.”

# 신약개발 열쇠는 가능성 높은 약물 타겟 발견... 현장의 보수성은 유념

## <네틀타겟>

최민수 대표



네틀타겟은 AI 기술과 시스템생물학을 접목하여 약물의 투약효과를 가상으로 시험하고 질병의 효율적인 치료전략을 시뮬레이션할 수 있는 ‘약물 타겟 발굴 플랫폼’을 개발하고 있다. 현재 제약 산업에서 신약개발은 천문학적 투자 비용과 시간을 투입하여도 임상 단계가 진행될수록 성공 확률이 급격히 떨어지는 리스크를 안고 있다. 성공적으로 신약을 개발하기 위해서는 애초부터 성공 가능성이 높은 약물 타겟 선별이 중요하다.

“어렸을 때 에반게리온이라는 애니메이션을 봤어요. 거대 로봇에 사람이 탑승하여 괴생명체와 싸우는 내용인데요 그 로봇이 일종의 생체병기예요. 인간생체와 기계가 싱크가 되어서 콘트롤하는 게 정말 멋있다고 생각했어요. 그걸 그나마 가장 근접하게 시도해볼 수 있는 학문이 시스템생물학이라고 생각했어요.”

네틀타겟의 최민수 대표는 카이스트에서 학사부터 시작하여 박사로 졸업하기까지 약 10년 간 시스템생물학을 전공하였으며 생체분자네트워크 모델링 및 동역학 분석기술을 개발하고 암세포에 관한 약물 반응 예측 기술을 개발하였다.

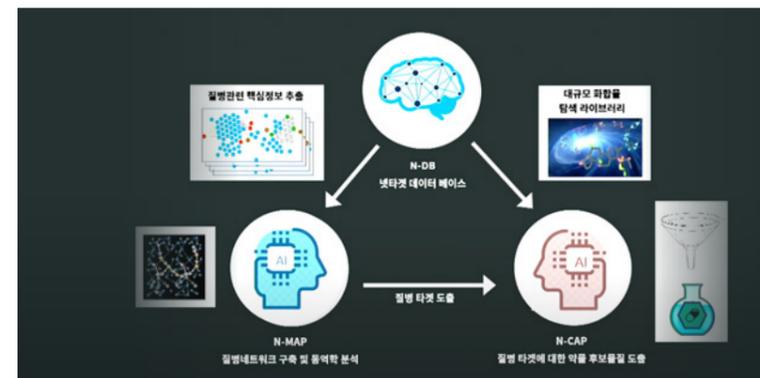
“대학에 가서 실험을 하는데 처음에는 아는 게 없으니 선배들이 하라는 대로만 했거든요. 그러다보면 조금씩 익숙해지고 깨닫게 되는 거죠. 이제 새로운 걸 해볼까라는 생각이 들어 관심 주제에 대해서 논문 검색을 하다보면 내가 알고 있는 영역이 참 좁다는 걸 느끼게 돼요. 또 실험도 효율적으로 하고 싶어지고요. 그런데 실험 자체가 만만치 않아요. 예를 들어 줄기세포를 가지고 실험한다고 하면 일년 내내 휴가도 못 가요. 매일 세포들에게 밥을 줘야하거든요. 그렇게 고생을 해서 인사이트가 나오게 되는데 고생하는 거에 비해서 얻는 결과가 한정적이다보니 점점 효율적으로 실험을 할 수 없을까라는 고민을 하게 되죠. 시스템생물학이 나름대로의 답이었구요.”

네틀타겟의 핵심 사업 아이템인 약물타겟 발굴 플랫폼은 복합적으로 연계된 생물 메커니즘 내에서 약물작용 분석에 특화되어 있다. 김 대표와 같은 연구실 팀원들의 연구 성과가 집적되어 있는 총화라 할 수 있다. 이 플랫폼은 기존의 단편적인 유전자 정보 및 통계분석에 기반한 신약개발 방식의 한계를 극복하는 열쇠가 된다.

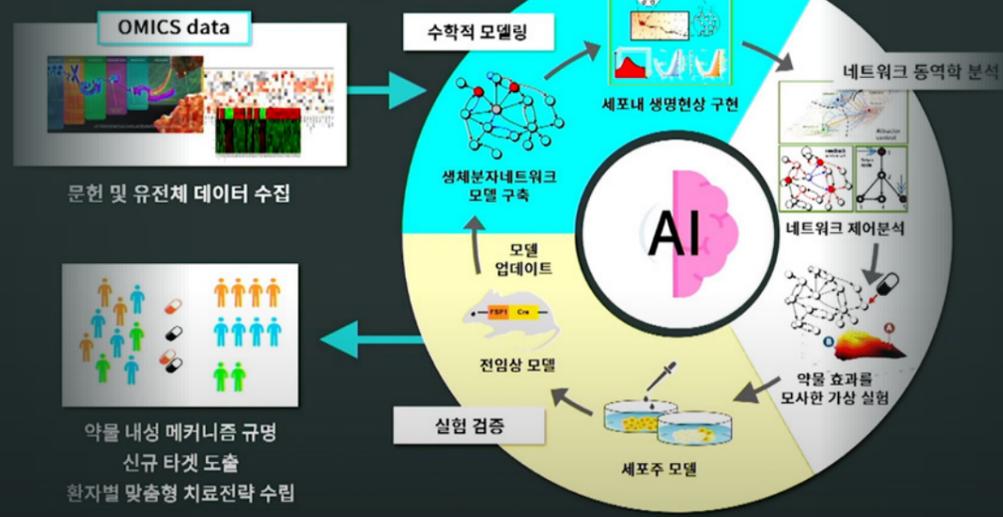
“저 같은 경우는 기본적으로 연구자이지만 창업을 했다고 크게 달라진 점은 없었어요. 좀 더 생활이 액티브해지기는 했죠. 우리 팀이 보유한 기술을 가지고 직접 국내 유수의 신약개발사들과 미팅을 가졌어요. 그런데 저희 생각보다 무척 보수적이시더라고요. 철저하게 실현가능성 위주로 접근해서서 구체적으로 진척되기는 어려웠어요.”

네틀타겟은 국내 제약기업뿐만 아니라 노바티스나 화이자, 사노피 등 글로벌 제약기업들을 고객으로 삼아 신약개발과정에 투입되는 비용을 줄여주고 로열티 및 검증 단계별 기술료 수익을 통해 매출성장을 실현하려고 한다. 국내 유수의 투자사로부터 시드 투자를 받았다.

“투자는 저희와 함께하시는 과학기술자문 교수님의 인맥이 제일 컸던 것 같아요. 특히 이쪽 생명공학 분야는 팀빌딩이 정말 중요한데 기술담당자부터 매니저, 고문에 이르기까지 정말 대단한 라인을 구축한 다른 스타트업도 봤습니다. 그렇게 짱짱하게 구축을 해야 이쪽 분야에서는 경쟁력을 가질 수 있어요.”



AI-enhanced systems biology



자율주행 반도체,  
지금보다 1,000배는 빨라야...  
창업가에게 한 달은 짧아

<모빌린트>

신동주 대표



넷타겟은 코로나로 고통스러웠던 올해에도 본연의 연구에 매진했다. 유방암 치료제로 처방되는 기존 약물의 효능을 높이기 위해 유방암 세포의 자살을 유도하는 치료 타겟을 선별했으며, 이들 조합이 유방암 세포의 생존율을 낮춘 결과를 실험으로 확인했다. 또한 암세포 유형별 약물의 효능을 예측하고, 환자군을 분류할 수 있는 알고리즘을 개발해 국제학술지 'Nature Communications'를 통해 연구결과를 발표하기도 했다.

“예비창업패키지에 지원할 때 어려웠던 점은 아무래도 저희가 기술 기반 창업이다보니 기술적 차별점과 생물학 전문용어를 심사위원분들에게 쉽고 간결하게 전달해야 한다는 거였어요. 그 과정을 거치면서 저희를 타인에게 어떻게 소개해야 할까 더 많이 고민하게 된 점이 좋았어요. 향후 다른 예비창업자들이 도전하신다면 팀빌딩도 중요하고 감성적인 면에서 에너지를 보여주는 것도 좋을 것 같아요. 그리고 제일 중요한 건 일단 해야겠다고 마음 먹었으면 뛰어드는 것 같아요.”

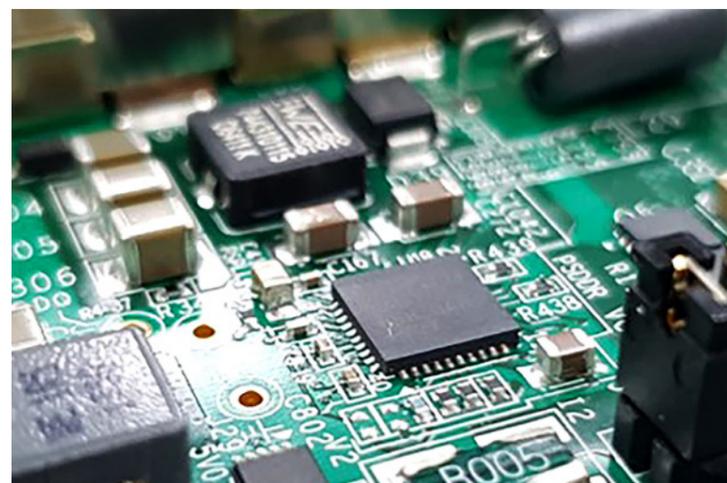
최근 넷타겟은 고형암을 대상으로 새로운 타겟을 도출해 동물실험 수준에서 이를 검증하고 특허를 확보했다. 향후 후보물질로 합성이 가능해지면 기존 약물의 치료 효능을 높일 수 있는 병용요법으로 개발할 계획이다. 넷타겟은 올해 초 바이오텍 쇼케이스에 참여해 글로벌 기업들과도 미팅을 진행했으며 가시적인 성과를 내기 위해 계속하여 협업하고 있다.

모빌린트는 자율주행 시스템 반도체 분야를 개척하고 있는 국내 스타트업이다. 모빌린트의 신동주 대표는 2016년 최적화된 딥러닝 방식으로 이미지와 문자입력을 처리할 수 있는 지능형 반도체(엠티형 NPU)를 세계 최초로 개발했다. 신 대표는 카이스트에서 전기 및 전자공학 학사를 취득하고 동 대학원에서 석사와 박사학위를 취득한 인재다. 딥러닝과 비전 프로세서 ASIC 연구 경력만 5년이 넘고 시스템 반도체 개발과 관련하여 국제 학회 및 저널에 30여 편이 넘는 논문을 발표했을 정도로 관련 분야에 조예가 깊다.

“요즘 사용되고 있는 일반 차량용 반도체는 엔진, 제동장치 등의 조작 및 간단한 운전 보조를 위한 단순한 연산만 수행합니다. 이들은 CPU 기반의 아키텍처인데 단위 연산 성능이 0.1 TOPS 수준에 불과합니다. 이는 차세대 자율주행용 반도체에 요구되는 연산 성능과 비교해 1,000배 이상의 차이라고 볼 수 있습니다. 100 TOPS 정도는 되어야 자율주행용 반도체로 원활히 사용될 수 있죠.”

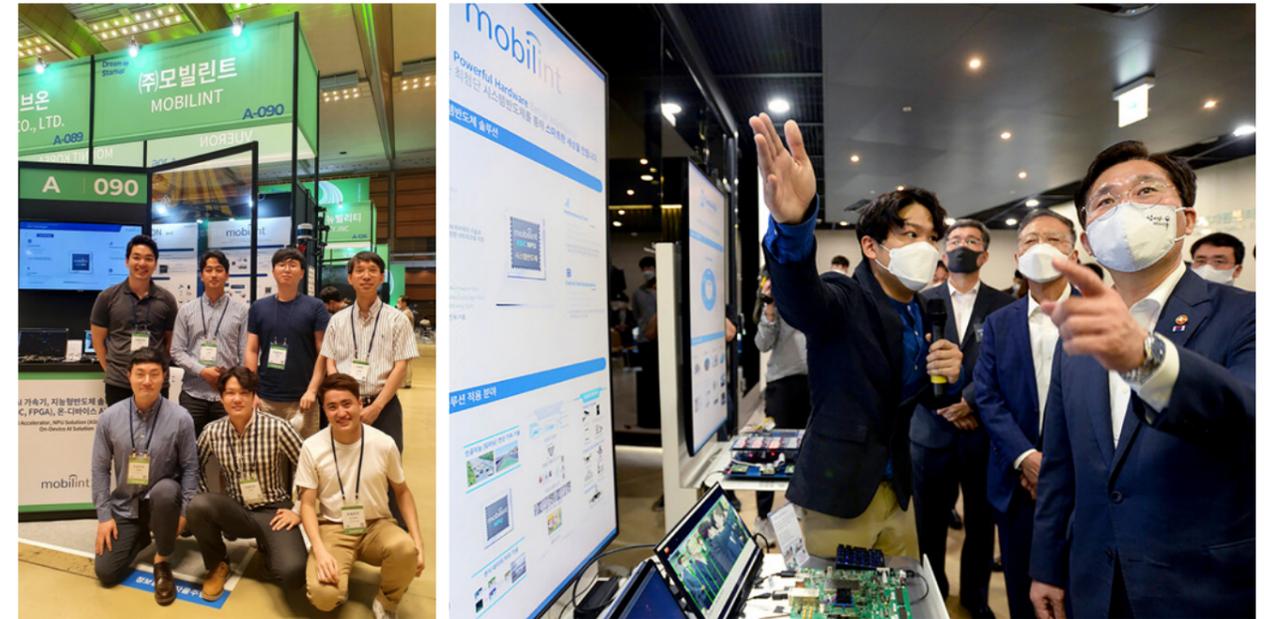
현재 자율주행차는 일론 머스크가 주도하는 테슬라가 세계 시장에서 앞서가고 있다. 빠르게 성장하는 자율주행차 시장에서 특화된 지능형 반도체 리더로 NXP, Infineon 등의 업체들이 존재하나 시장에서 요구하는 제품과 이들 회사의 제품 사이에는 갭이 존재한다.

“사업을 시작하기 전에 3개월이면 충분히 가능할 것이라 생각했던 일들이 6개월 혹은 1년이 넘게 걸리는 경우가 다반사인 것 같습니다. 창업가에게 한 달은 생각보다도 짧습니다. 사업을 하기 전에 고객과 시장을 보고서로만 접하다 보면 해당 고객과 시장이 굉장히 가까이에 있고 좋은 제품만 만든다면 자연스럽게 쉽게 진출이 가능할 것이라 생각이 들게 되는데, 실제 고객과 시장은 그 실체를 찾기가 생각보다 어려운 것 같습니다. 고객이 스타트업의



Powerful Hardware  
Better Intelligence

mobilint



제품을 선택하는 것에는 많은 리스크가 따릅니다. 그 리스크를 인지하고도 고객이 선택할 만큼 경쟁 우위가 있어야만 살아남을 수 있는 것 같습니다.”

모빌린트는 올해 구글이 주관하는 지능형 반도체 성능 검증 대회에서 국내 1위를 차지했다. 지금은 국내 대기업과 지능형 폐쇄회로TV(CCTV), 드론, 자율주행자동차 등에 들어가는 반도체 납품을 추진하고 있다.

“제가 스타트업을 하면서 느낀 것은 우리나라의 정부 정책이 스타트업 지원을 굉장히 많이 해준다는 것입니다. 저희는 아직 2년이 채 안 된 스타트업이기 때문에 아직까지 큰 어려움은 없었지만 이제 곧 본격적인 성과가 나와야 하고 시장에서 수지로 입증해 나가야 하는 시점이 되면 많은 어려움이 있을 것 같습니다.”

모빌린트는 중소벤처기업부로부터 반도체 설계 단계부터 개발·양산 단계까지 맞춤형 지원을 받았다. 특히 설계 단계에서 중기부와 상생협약을 맺은 세계 최대 반도체 설계업체 영국 ARM에서 반도체 설계자산(IP)을 무상으로 제공받았다.

“창업진흥원에서 주관하는 예비창업패키지 사업비 지원이 창업 초기에 가장 큰 도움이 된 것 같습니다. 특히, 다른 정부 사업과 다르게 임대료 또한 비용 지출이 가능해서 초기 스타트업이 필요한 대부분의 비용을 해결할 수 있었습니다. 또한 세미나와 교육, 멘토링도 초기에 큰 도움이 되었고요. 특히 예비창업패키지를 통해 법인 설립 전에 사업비를 지원받을 수 있다는 점이 가장 큰 장점인 것 같습니다. 사업을 하기로 마음먹은 이후에는 법인 설립 초기에 지출되는 비용이 꽤 많을 수 있는데 그런 점에서 큰 도움이 되는 것 같습니다.”

신 대표가 조사한 바에 의하면 국내 차량용 반도체 시장은 해외 의존도가 높아 90% 이상을 수입하고 있다. 본격적인 자율주행 반도체 시장이 열리기 전에 국내 산업 생태계가 조성되어야 하는 이유다. 그는 ASIC 기반의 반도체 구현을 통해 기존의 CPU/GPU 기반 솔루션의 한계를 극복하고 싶다고 했다.

“저희 회사가 다른 경쟁자에 대해 갖는 비교 우위는 AI 반도체 기술력입니다. 오랜 기간 AI 반도체를 연구 개발 해오면서 쌓인 기술력이 저희 경쟁력입니다. 또한, 대부분의 큰 기업들이 서버용 AI 반도체에 보다 집중하고 있는데 반해 저희는 엣지용 AI 반도체에 초점을 맞추고 보다 높은 에너지와 면적 효율을 보이고 있습니다.”

신 대표는 후배 예비창업가들을 위해 애정 어린 조언도 잊지 않았다.

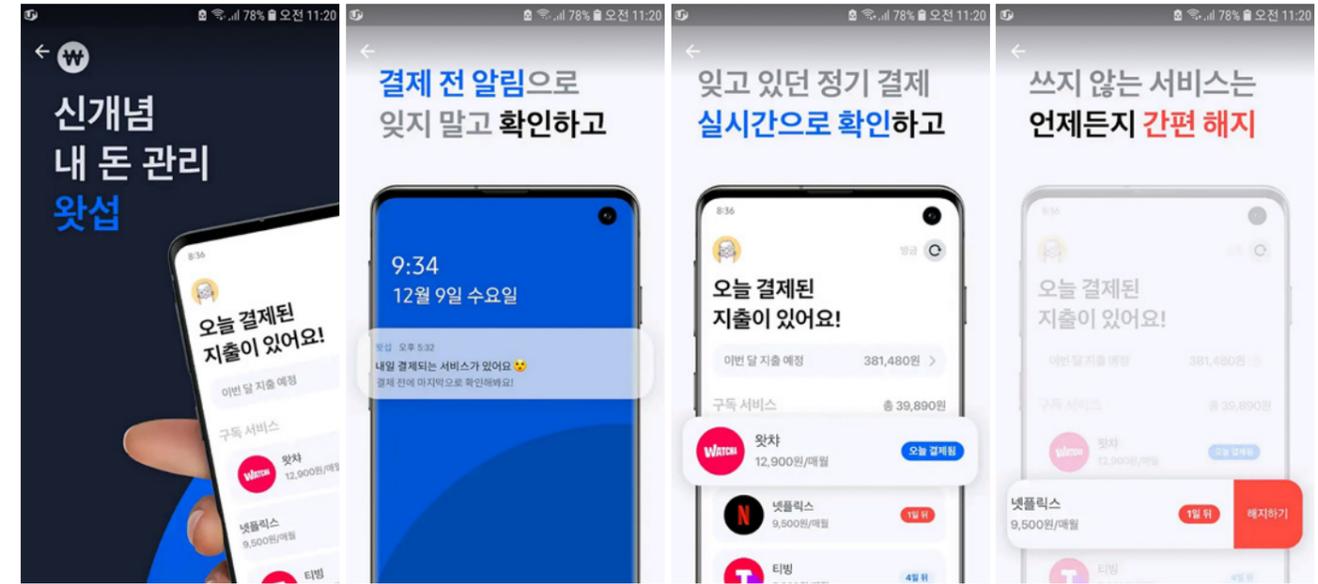
“예비창업패키지 사업 지원을 통해 스타트업 초기의 비용문제가 어느 정도 해결되었으면 엔젤 투자나 엑셀러레이터 투자에 대해 조금 더 여유와 시간을 갖고 검토하시길 추천드립니다. 스타트업 극초기 혹은 설립 전에 엔젤투자나 엑셀러레이터에서 투자를 유치하게 되면 상대적으로 낮은 밸류 때문에 지분이 많이 희석되기 쉽습니다. 초기 자금 마련에는 10% 내외 최대 15% 이내의 지분 희석을 추천드립니다.”

반도체에는 국경이 없다는 신 대표의 말처럼 모빌린트가 국내를 넘어 세계적으로 경쟁력 있는 AI 반도체 기술 기업이 되는 날이 머지않기를 바란다.

# 가설이 틀리면 사업 방향도 틀어야... 멘탈 관리하는 기본

## <왓셋>

김준태 대표



왓셋은 넷플릭스, 유튜브 등 정기적으로 결제되는 구독 서비스와 통신비, 보험료, 세금 등의 생활지출을 통합해서 관리해 주는 서비스를 앱을 통해 제공하고 있다. 왓셋의 김준태 대표는 무료라고 해서 설치했던 앱이 매월 정기적으로 결제되고 있음을 확인하고 이를 해지하려고 했는데 무려 이틀이나 걸려 불쾌했던 경험을 바탕으로 이 사업을 시작했다.

“저는 사업을 시작하기 전에 한 가지 원칙을 세운 게 뭐냐면 명확한 가설을 세워서 빠르게 검증해보자는 것이었습니다. 저는 직장 생활을 하다가 뜻이 있어서 유학을 가려고 했는데 현재 이 사업아이템으로 창업을 해 봐도 너무 좋을 것 같다는 생각이 들었습니다. 그래서 정부의 지원을 받고 시작해 보자고 생각했고 초기에 나올 수 있는 프로토타입을 만드는 데 들어가는 비용을 계산했고요, 만약 제가 예비창업패키지에 지원해서 선정된다면 첫 번째 세운 가설이 1차 단계에선 검증됐다고 보고 무조건 시작하자고 생각했습니다. 하지만 심사에 떨어져서 돈을 받지 못하면 이 아이템이 별로이거나 현실에서 실패할 수 있으니 그러면 아이템을 피벗하던가 정 하고 싶으면 내 돈으로 하자는 생각을 했습니다.”

김 대표는 직장 생활을 10년 이상을 하면서 어느 날 문득 자신의 일처리 방식에 ‘폼(form)’이 생겼음을 느꼈다고 했다. 그 폼으로 스타트업에 했을 때는 별다른 성과를 거두지 못했음을 느끼고 변화하는 시대에 좀 더 잘 대응해야겠다고 새삼 깨달았다고 한다.

“예비창업패키지 지원자들 가운데 어떤 분들은 대본이나 메모지를 보고 발표하시는 경우도 본 적이 있습니다. 예전에 ‘나는 가수다’라는 TV 프로그램이 있었는데 저는 그런 모습이 해당 가수가 가사를 모르고 무대에 오를 것처럼 느껴졌습니다. 그래서 저는 창업자가 무엇을 하고 싶은지 명확한 메시지를 가지고 있어야 하며, 자기가 조사한 데이터를 바탕으로 어떤 청사진을 그려 보여줄

것인지 심사위원에게 잘 전달해야 한다고 생각합니다.”

올해 설까지도 안정적인 사무실이 없었던 왓셋은 교회 카페를 아지트로 삼거나 지인의 사무실 한 칸을 빌려서 쓰기도 했다. 지인 사무실을 활용하니 비용이 안 나가는 장점도 있었지만 눈치가 보여서 모니터를 두 개 놓고 쓰고 싶었는데 그럴 수가 없었다고 했다. 다행히 현재는 공덕에 있는 프론트원에서 공간을 지원받아 안정적으로 입주하여 사용하고 있다. 예비창업패키지 사업 지원금은 모바일 앱 개발과 인건비에 유용하게 활용했다.

“예비창업패키지의 사업비 지원은 상환의무도 없고 무엇이든 시도해 볼 수 있다는 점이 엄청난 매력인 것 같아요. 물론 그 돈만을 보고 유혹을 느끼는 사람도 있을 수 있지만 저는 애초에 예비 창업을 하는 순간부터 나는 내 개인 자금을 얼마나 쓸지, 사업비 지원금은 투명하게 어떻게 관리할지를 생각하고 뛰어들었습니다. 제가 예비창업패키지에서 만난 멘토님은 초기 사업 방향을 정말 잘 잡아주셨던 것 같아요. 제일 좋았던 건 멘탈 관리였는데 끝까지 포기하지 않도록 나아가는 걸 강조하셨어요. 일일이 무엇을 어떻게 하라고 조언해 주시기보다는 꾸준히 제 길을 갈 수 있도록 격려와 믿음을 주셨어요. 저는 그 멘탈 관리가 제일 좋았습니다.”

왓셋에 따르면 올 한 해는 코로나로 인해 고객의 소비 패턴이 변화되면서 쿠팡의 로켓와우와 같은 프리미엄 배송 서비스 구독이 크게 늘었다. 특히 고객들이 OTT 서비스를 한 달에 2~3개 정도는 기본적으로 구독하는 상황이 됐다. 축적된 데이터를 바탕으로 김 대표는 앞으로 왓셋이 토스나뱅크샐러드와 같은 1세대 핀테크 기업을 넘어서 금융의 본질을 업그레이드할 수 있는 2세대 핀테크 기업이 되겠다는 포부를 밝혔다.



## “제자들과 즐겁게 도전... 창진원은 창업자에게 등대 같은 존재”

### <에이엠홀로>

이지석 대표



미국 유학 시절 친하게 지내던 연구실 선배가 회식 자리에서 갑자기 쓰러졌다. 눈앞에서 누군가가 응급실에 실려가는 모습을 본 건 그 때가 처음이자 마지막이었다. 원인은 가짜 술이었다. 가품이 생명을 위협할 수도 있다고 느낀 강렬한 경험이었다.

이지석 에이엠홀로 대표의 본업은 울산과학기술원(UNIST) 화학공학과 교수다. 그는 지난해 제자들과 함께 ‘위·변조 보안 솔루션’을 만드는 에이엠홀로를 설립했다. 위·변조 보안시스템의 가장 대표적인 예는 정품임을 인증하는, 반짝이는 스티커를 떠올리면 된다. 이런 스티커 제작이 이 대표의 전공인 화학공학과 거리가 멀 것 같지만 결코 그렇지 않다. 에이엠홀로만의 기술력으로 기존의 홀로그램 스티커보다 위조방지 능력이 높고 인체 친화적이며 온·습도 변화, 기계적 자극에 안정적인 소재를 사용한 것이 특징이다.

“기존 위조방지 제품군들은 대부분 아날로그 방식으로 제작된 홀로그램 스티커에 의존해 부착위치가 한정되고 디자인도 매우 제한적입니다. 워낙 오래된 원천기술이라, 이를 위조하는 일도 흔해졌고요. 실제로 가품을 사보면 진품 홀로그램 스티커처럼 생긴 반짝이는 스티커가 붙어

있죠. 에이엠홀로는 우리 연구실의 나노 광학 기술을 이용해 가짜 홀로그램 스티커가 적발될 시 즉시 스티커 디자인을 바꿀 수 있게 생산방법을 디지털화 한 것이 특징입니다. 머리카락 두께 정도의 스티커 안에는 사람얼굴이나 싸인 등 다양한 진품을 증명하는 표식을 넣을 수 있게 했습니다.”

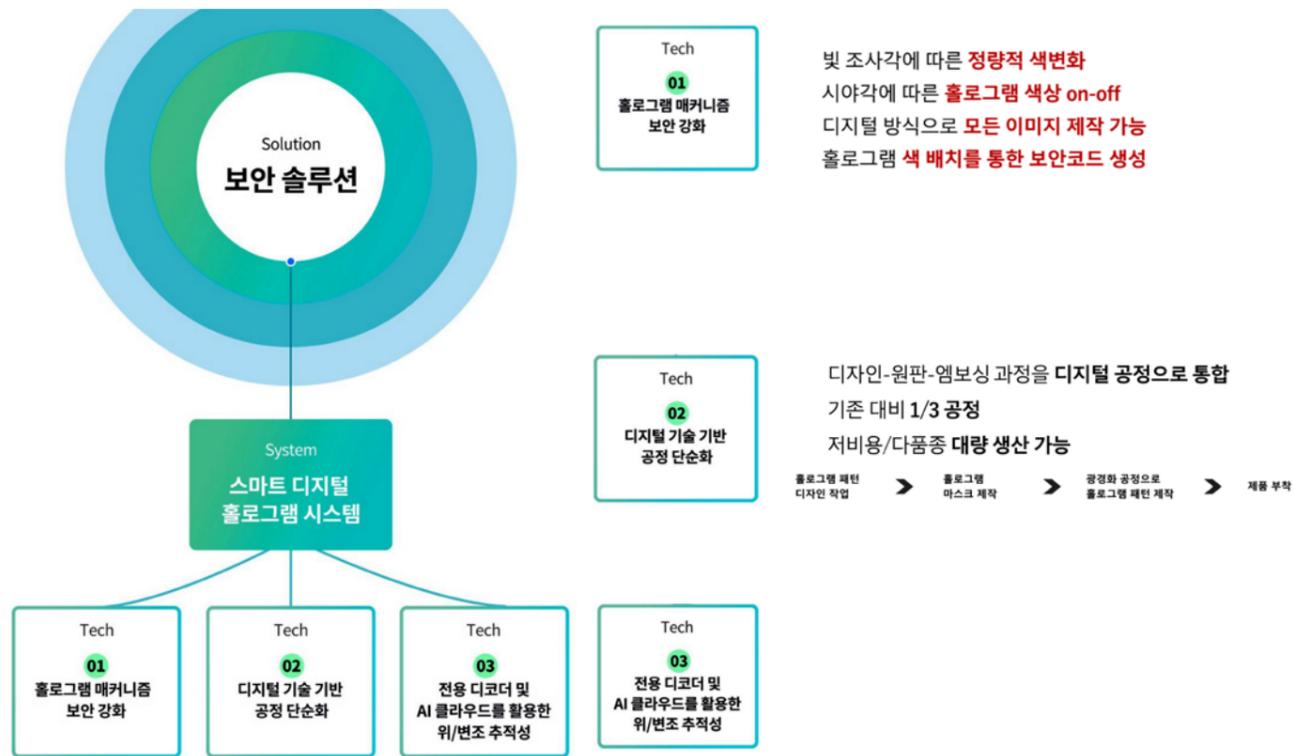
이 대표의 아이디어가 실현될 수 있었던 건, 사업을 권장하는 UNIST의 분위기와 창업에 관심 많은 제자들 덕분이다. “제가 공부한 MIT는 모든 학생들이 창업을 하고 싶어 하는 분위기입니다. 대기업에 취직하려는 한국과는 사뭇 분위기가 다르죠. 그런데 UNIST는 교수와 학생들에게 창업을 상당히 권장하는 분위기에요. 저만 해도 2019년 9월에 회사 문을 열면서 학교 도움을 많이 받았어요. 투자 업계 등 다양한 분야의 사람들을 소개받은 덕에 사업 시작과 동시에 제품 개발에 필요한 자금 1억 원을 엔젤 투자로 마련할 수 있었어요. 창업진흥원 예비창업패키지 사업에도 지원해 7,000만 원을 받았습니니다.”

이 밖에도 에이엠홀로는 다양한 기관에서 투자를 받았다. 중소벤처기업부의 TIPS(Tech Incubator Program for Startup, 민간투자주도형 기술창업프로그램) 사업

“제가 세웠던 가설 중 틀렸던 것은 사람들이 자신이 구독하고 있는 서비스가 많아서 제대로 관리가 안 되고, 그래서 해지를 하고 싶어도 뭐가 어디에 있는지 몰라서 잘 못할 것이다라는 가설이었어요. 예를 들면 넷플릭스를 구독하다가 왓차로 넘어갔는데 넷플릭스 구독해지를 잘 몰라서 그냥 두 개를 동시에 보고 있을 것이다라는 거였죠. 왜냐하면 저는 넷플릭스랑 왓차랑 서비스가 비슷하니까 고객들이 주로 둘 중 하나만 구독할 것이라는 생각이었죠. 그런데 실제로 서비스를 해보니까 그게 아니더라고요. 넷플릭스랑 왓차, 유튜브 프리미엄 세 개를 구독하시는 고객들이 있더라고요. 세 개 서비스에 콘텐츠 차별화가 있어서 고객들이 각기 다른 경험을 하고 있었던 겁니다. 그래서 단순히 고객의 구독 관리 차원을 넘어서 고객의 경험을 업그레이드해주는 것이 더 중요하다는 깨달음을 얻었습니다.”

왓차는 즐겁고 생기 있는 사내 문화를 가꾸기 위해 노력하고 있다. 예컨대 매달 ‘왓샵 독서데이’를 정하여 한 달에 한 번씩 읽고 싶은 책들을 골라서 읽고 있으며 ‘12월의 왓지’는 왓샵 지성인들의 모임의 약자로서 정기적으로 팀원들이 모여 지식을 쌓기 위해 노력하고 있다.





을 통해 5억 원을 유치했고 지금도 본격적인 제품 출시를 위한 투자금 3억 원을 유치하는 과정을 밟고 있다. 아직 매출 없이 시제품도 나오지 않은 테스트 단계임을 감안하면 훌륭한 성과다. 이 대표는 “내가 가지고 있었던 지식과 아이템을 글보다는 눈에 잘 도표나 이미지로 표현하고, 시장성을 산술적 근거로 표현하는 한편, 아이템의 시장 진입 가능성이 높은 점을 강조한 덕에 투자자에게 공감을 얻을 수 있었다”며 “내년 말쯤 시제품이 나오면 더 큰 투자를 유치할 계획”이라고 말했다.

이 대표의 목표시장은 수출, 수입물품이 많은 업계다. 현재는 화장품 업체와 공급에 대해 논의 중이며 담배, 술 등으로 범위를 넓혀갈 계획이다. 궁극적으로는 생체적합성 위변조 방지 시스템까지 개발해 시장에 내놓는 것이 목표다. 이를 위해 아이엠홀로는 FDA가 승인한 ‘먹을 수 있는’ 소재를 기반으로 한 위·변조 방지 시스템도 개발 중이다. 이 대표는 “놀랍게도 생체적합성 위·변조 방지 시스템은 실제로 개발돼 판매된 적이 없고 개발 요구는 매우 많기 때문에 원천 기술 확보나 시장 진입장벽이 낮을 것으로 보인다”고 말했다.

“해외 약 중엔 가짜 제품이 너무 많아요. 잘못 섭취했다간, 앞서 말했던 제 선배처럼 큰일 날 수 있습니다. 그래서 저희는 콘택트렌즈나 성형 보형물, 나아가 의약품에 이 같은 위조방지 시스템이 반드시 필요하다고 보고 있습니다. 예컨대 비아그라처럼 수많은 복제약이 생산되는 의약품에 우리 제품을 삽입해 위조약을 판별할 수 있게 하는 게 제 목표입니다.”

**아이엠홀로 홀로그램**  
소재의 제한이 없고 생체적합성이 필요한 분야에 응용 가능

- 콘택트 렌즈 (Contact Lenses)
- 위조약 Taggants
- 인체 보형물, 인공 장기
- 명품
- 화폐, 상품권

INVESTOR RELATIONS 2020 Light Up Further Ste

이 대표는 아이엠홀로가 공학도들에게 창업의 길을 열어 줄 마중물이 됐으면 좋겠다고 말했다. 이 대표는 “아이엠홀로가 잘 커서 언젠가는 제자들이 회사 주축이 되고 나는 CTO(Chief Technology Officer·최고기술경영자) 정도의 역할만 하고 싶다”며 “지금 회사의 이사와 기술 팀장으로 있는 학생들도 회사 발전에 매우 큰 기여를 하고 있고 향후 이들이 회사의 중심이 될 것이라 믿는다”고 말했다. 이어 “제2, 제3의 아이엠홀로를 만들기 위해 다양한 아이템을 발굴하고 제자들의 창업을 돕고 싶다”고 말했다.

이 대표는 “창업에 닥칠 수많은 어려움에 도움이 된다는 측면에서 제자들에게 예비창업패키지 사업 지원을 추천하고 싶다”고도 했다. “예비창업패키지 사업은 창업을 꿈꾸는 분들에게 ‘등대’같은 존재입니다. 창업 아이템이란 쪽배를 타고 시장이란 어두운 망망대해를 헤쳐 나가야 할 때 방향을 알려주죠. 내가 생각하고 있는 아이디어를 사업화 할 수 있는 경제적 도움뿐만 아니라 예비창업패키지 진행을 통해서 알게 되는 여러 멘토들을 통해 투자를 받을 수 있는 기회도 제공된다는 점에서 매우 좋은 프로젝트라고 생각합니다.”

**TEAM**

회사명	(주)아이엠홀로
설립일	2019. 09. 27
대표	이지석
주요제품	홀로그램 위조보안 방지 제품 생산 및 판매
소재지	울산광역시 울주군 언양읍 유니스트길 50 106동 805호
자본금	20,000,000원

**연혁 (Cor. History)**



## 예비창업패키지 삼수생... “그만둘까 고민될 때 조금만 더 버텨보세요”

### <레드윌>

김지원 대표



김지원 레드윌(ReDWit) 대표는 국내 최고 명문대로 꼽히는 카이스트에서 대학원까지 졸업했지만 돈 들어오는 곳이 없는 백수 생활을 하고 있었다. ‘내가 지금 뭘 하고 있냐’라는 생각도 들었다. 대학원 시절 친구들과 1년 동안 스타트업을 운영했던 경험을 살려 사업 아이디어를 이것저것 떠올려봤다. 노트에 적은 아이디어들을 가지고 대학원 교수님과 선·후배들을 찾아가 의견을 물었다. 다들 한 목소리로 ‘정말 필요하다’고 말한 게 바로 연구노트 사업이었다. 레드윌의 블록체인 기반 전자연구노트 시스템 ‘구노’가 탄생하게 된 순간이다.

그러나 아이디어만 있다고 창업이 딱딱 완성되는 건 아니었다. 김 대표는 창업진흥원 예비창업패키지의 삼수생이다. 첫 번째 지원 당시 서류전형에서 탈락했고, 두 번째 도전에서도 ‘구체적인 내용이 없다’는 심사평을 들으며 쓰디쓴 고배를 마셨다. 당시 함께 지원했던 다른 공모전들도 줄줄이 떨어졌다. 시작도 안 한 사업을 접어야 하나 진지한 고민을 했다.

“말이 좋아 예비창업가이지 사실상 백수였어요. 불안했죠. 주변 사람들은 잘만 되는데 나만 떨어지는 것 같아 좌절했어요. ‘예비창업’이니까 아이디어만 있으면 될 거라 생각했던 게 오산이었죠. 많은 사람들이 지원하기 때문에 그 중에서 돋보이는 무언가가 있어야 했어요. 사업 지원에서 떨어질 때마다 왜 떨어졌는지에 대한 피드백을 적극 수용했어요. 제 사업 아이디어에서 내세운 강점 중 하나가 UI(사용자 인터페이스)를 편리하게 만들겠다는 점이었는데 한 심사위원이 ‘그걸 우리가 어떻게 아느냐’고 하시더라고요. 그래서 디자인 툴을 독학해가며 어떻게든 이미지화하려고 노력했어요. 뽑아주면 이렇게 만들겠다는 걸 시각적으로 보여준 거죠.”

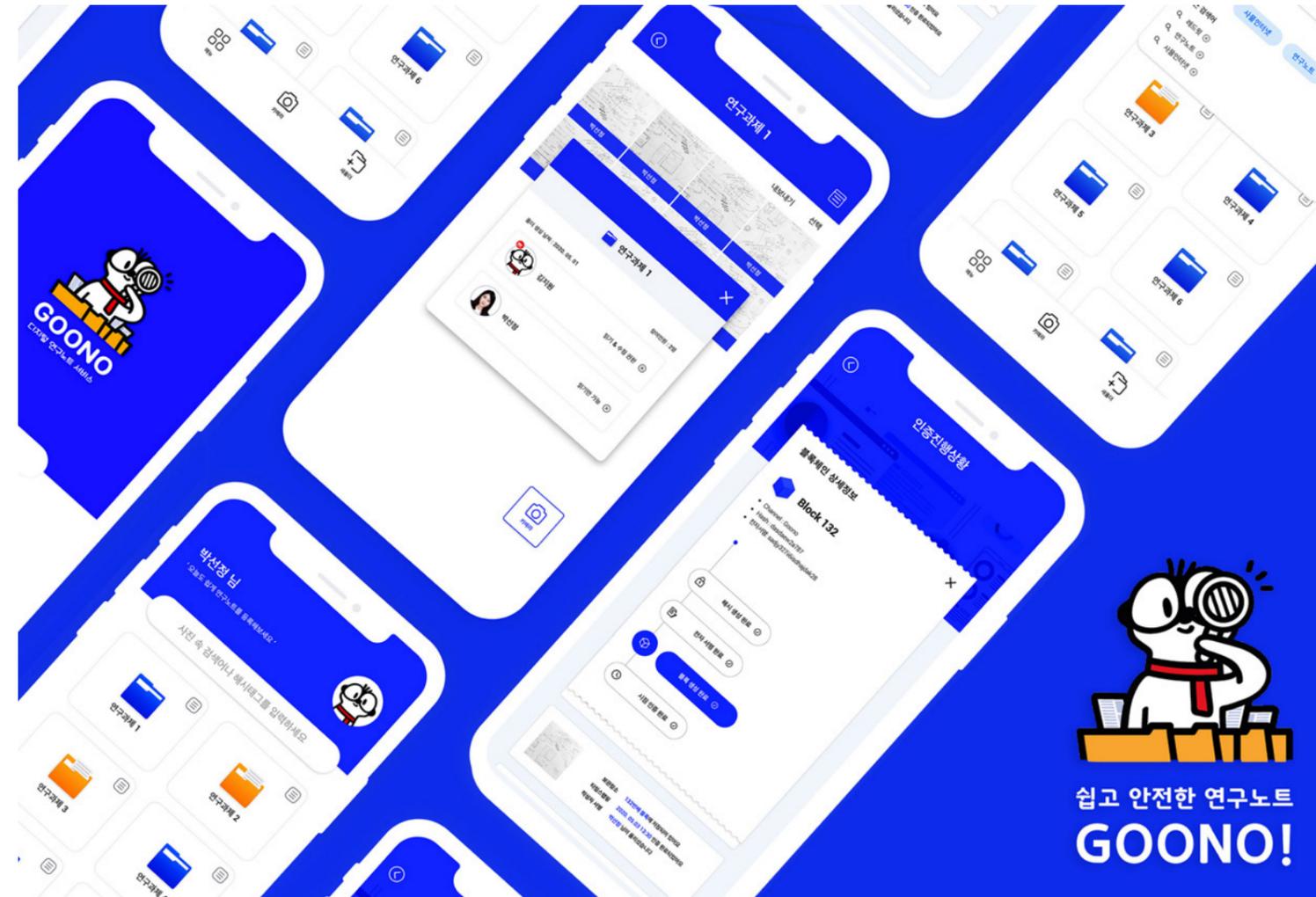
세 번째 도전에서 예비창업패키지 사업에 선정되고 나자 비슷한 시기에 다른 공모전에서도 좋은 소식이 들려오기 시작했다. 예비창업패키지 사업 지원금 5,000만 원은 대부분 인건비로 썼다.

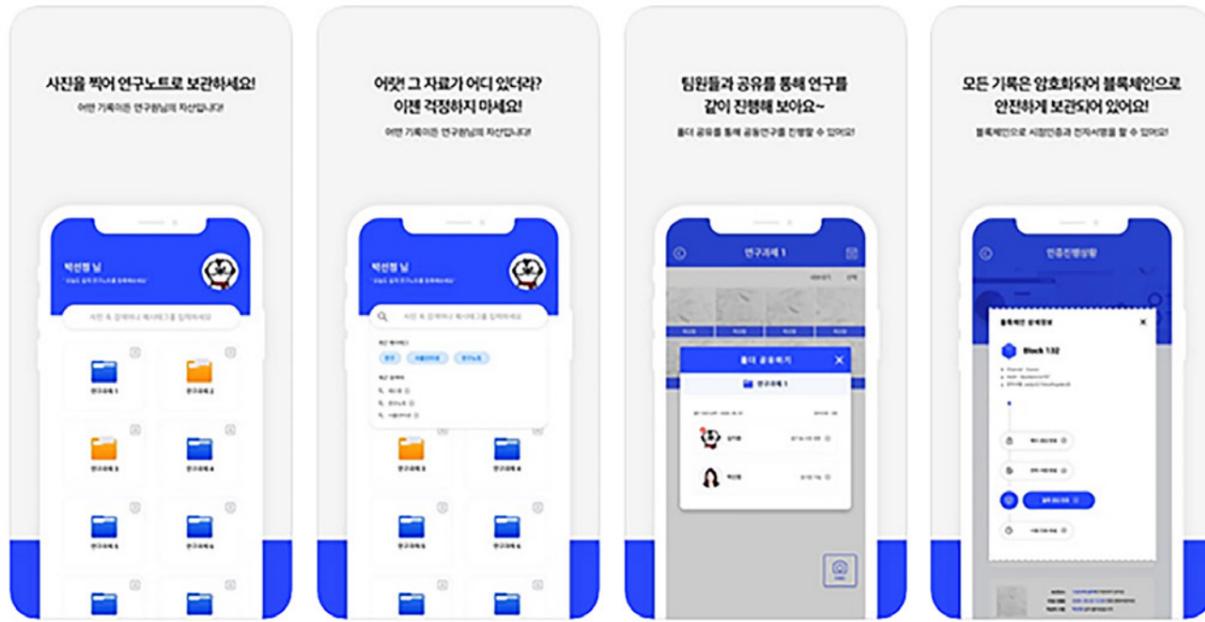
오래 함께 할 팀원들을 모으는 게 중요하다는 생각에 7명의 창업 멤버에게 ‘일정 기간 안정적인 월급을 보장할 테니 열심히 해보자’며 의지를 다졌다. 김 대표는 “같이 창업하자고 하면 안 된다. 사업을 하면 집안 말아먹는다는 인식이 강하기 때문”이라며 “같이 경진대회에 나가보자, 정부 과제에 같이 참여해보자 하면서 친구들을 꼬셨다(?)”고 말했다. 그는 “우수 기업들에서 입사 제의를 받을 정도의 고급 인력들이었기 때문에 집요하게 설득했다”고 귀띔했다.

구노는 정부 과제를 하는 석사 이상 연구원들에게 꼭 필요한 연구노트를 편리하게 작성하도록 도와주는 시스템이다. 김 대표 자신과 대학원 동료들이 연구노트를 작성하면서 겪었던 불편이 사업 아이템이 됐다. 정부 과제 시 지원

에 대한 증빙자료로 연구과정을 기록해야 하는데, 반드시 본인이 써야 하고 제3자가 이를 확인했다는 서명도 받아야 한다. 연구노트를 관리하기가 어려울 뿐 아니라 분류와 검색이 어렵고 복제·조작 등에 대한 불안함이 있었다. 구노는 블록체인 기술을 기반으로 해 복제나 유출 문제를 해결했고, 손으로 쓴 연구노트를 휴대폰으로 찍으면 자동으로 법적 요건을 갖춘 전자연구노트로 만들어준다. 프로그램의 초기 모델을 30명의 사용자가 시험해본 결과 평균 90분 걸리던 연구노트 작성 시간이 1~2분으로 줄고 하루에 작성하는 노트의 수도 평균 0.4개에서 4.4개로 늘었다.

2020년 1월에는 미국 라스베이거스에서 열린 CES(국제 전자제품박람회)의 카이스트 부스에 참여했다. CES와 관련한 기사에서 구노에 대한 이야기가 소개되기도 했다.





“우리만이 이 문제를 해결할 수 있는 이유를 어필했죠”

<스프링온워드>

정새봄 대표



이후 KB인베스트먼트, 디캠프(은행권청년창업재단), 미래 과학기술지주, 본엔젤스, 블록크래프터스 등으로부터 총 9억 원 이상의 투자를 유치했다. 김 대표는 “예비창업패키지 사업 참여자를 대상으로 IR(투자설명회)을 지원해주는 프로그램이 있었는데 거처서 도움을 많이 받았다”고 말했다. 그는 “IR 자료는 기업의 예민한 정보가 담겨 있어 다른 기업의 것을 참고하기가 쉽지 않았다”면서 “구성은 어떻게 하는지, 디자인은 어떤 식으로 만드는지 궁금했는데 컨설팅을 받을 수 있어 좋았다”고 전했다. 그러면서 예비창업자들에게 투자자들을 적극적으로 만날 것을 추천했다.

에 투자자를 만나야 한다고 생각하는 분들이 많은 것 같아요. 하지만 투자를 받고 창업을 준비하면 프로토타입을 더 빨리 만들 수 있고 다음 투자자를 설득하기도 쉬워져요. 예비창업 단계에서도 충분히 투자 유치에 나설 수 있다고 생각해요.”

구노는 따로 광고를 집행하지 않았는데도 애플리케이션 출시 석 달 만에 가입자가 1500여 명으로 늘었다. 2021년 1월에 유료 서비스로 전환할 예정이다. 1인 사용료 정가는 한 달 1만 원이다. 2021년 예상 매출액은 최소 5억 원에서 많게는 15억 원으로 내다보고 있다. 앞으로 공격적인 영업을 펼쳐 국내 연구원의 70% 이상 구노를 사용하게끔 하는 것이 목표다. 향후 연구노트 작성자의 동의 하에 다른 연구원이 연구노트를 구입해서 볼 수 있도록 하는 사업도 구상하고 있다. 김 대표는 후배 예비창업자들에게 마지막 당부했다.

“그만둬야 하나 싶은 순간에 조금만 더 버텨보면 분명 발전하는 시기가 옵니다. 저도 그랬어요. 처음에는 지원서 쓰는 것조차 익숙하지 않지만 하다 보면 요령이 생기고 설득하는 방법도 터득하게 돼요. 주저하지 말고 정부 사업이든 경진대회든 신청하세요. ‘조금만 더 해보자, 더 가보자’라고 마음을 다지면서 나아갔으면 합니다.”

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)이 바꾼 일상 속 풍경들이 있다. 카페에서 여유롭게 앉아 커피 한 잔을 앞에 두고 대화를 나누는 모습은 그 중 하나다. 소상공인 상권정보시스템에 따르면 우리나라의 커피전문점 매장은 2018년 기준 약 9만여 개로, 그 중 70% 이상이 영세 사업자다. 대형 프랜차이즈 카페와 경쟁해야 하는 소규모 카페들은 사회적 거리두기로 인해 매출 급감이라는 타격까지 입었다.

정새봄 스프링온워드 대표는 커뮤니티형 마켓플레이스인 ‘원두(ONEDO)’가 커피 문화를 발전시키는 동시에 영

세 자영업자와 소상공인들이 상생하는 생태계를 조성할 수 있을 것으로 기대한다. 정 대표는 “기존 커피 업계에 온라인과 모바일을 통합한 플랫폼이 없다는 점에 착안해 기획한 서비스”라고 설명했다.

원두는 카페 자영업자(B2B)와 홈카페족 또는 사내 복지로 직원들에게 커피를 제공하는 회사들(B2C)을 모두 고객으로 삼고 있다. 전문적인 고급 커피머신을 무료로 설치해 주고, 유명 바리스타가 로스팅한 원두를 정기적으로 배송해주는 커피 정기구독 서비스 ‘원두데일리’를 운영한다. 구입하기에는 부담스러운 기기를 간편하게 구비할 수 있고 정확한 기계 사용법과 추출 방법도 직접 방문한 전문가에게서 배울 수 있다. 커피머신을 최적의 상태로 세팅해 주고 정기적으로 세척과 유지·관리를 도와준다.

공동구매를 통해 취향에 맞는 다양한 원두를 저렴하게 구입할 수 있다는 것도 강점이다. 5kg 원두 정기구독 시 커피 한 잔을 300원 미만에 마실 수 있다. 정 대표는 “최근 코로나19 확산으로 사회적 거리두기가 강화되면서 외출 없이 집이나 회사에서 안전하고 편리하게 커피를 마시려는 수요가 크게 늘었다”고 말했다. 원두데일리는 빠르게 입소문을 타면서 가입 기업 수가 100곳을 넘었다.



“최근 예비창업패키지 사업 지원자들을 만날 기회가 있었는데 ‘예비창업 단계에서 벌써 투자에 관심을 가져도 되냐’라는 생각을 하는 것 같았어요. 사업이 검증된 다음



정 대표는 창업 전 10년 동안 IT 업계에서 일한 경험이 있다. 모바일 리서치 회사인 오픈서베이의 창립 멤버였고, 경영컨설팅 업체 패스트트랙아시아를 거쳐, 숙박·여가 시장 1위 플랫폼인 야놀자, 소개팅 어플리케이션 회사 아만다에서 일했다. 2018년 둘째 아이를 임신하면서 휴직하는 동안 남편과 대화를 많이 나누게 됐고, 이것이 창업으로 이어지리라고는 정 대표 자신도 예상하지 못했다. “카페 업계에서 10년 정도 일한 남편과 ‘카페 시장은 왜 혁신이 안 됐을까’라는 주제로 얘기를 나누게 됐어요. 그 순간 ‘아, 이건 내가 해야겠다’ 생각이 강하게 들었죠. 이 시장에서 혁신한다면 기회가 크겠다는 확신이 있었어요. 그 전까지 복직만 고민하고 있었는데 창업을 마음먹고 나서 3개월 만에 예비창업패키지 사업에 선정됐고 다시 1개월 만에 법인을 설립했죠.”

‘내가 해야겠다’ 생각이 들고 나서는 망설임이 없었다. ‘어떻게 하면 잘할 수 있을까, 될 때까지 하겠다’는 생각만 했다. 카페 시장의 필드부터 제조, 유통까지 경험이 있는 남편도 동참했다. 전 직장 동료였던 IT 플랫폼 개발자까지 해서 3명이 창업 멤버로 뭉쳤다. 예비창업패키지 사업 지원서에는 ‘우리만이 이 문제를 해결할 수 있는 이유’를 어

필했다. 플랫폼 서비스 스타트업에서의 성공 경험과 브랜딩 및 마케팅 경험, 업계에 대한 뛰어난 이해도를 강조했고, 기존 카페 시장의 혁신되지 않은 부분을 설명하면서 ‘우리가 해결할 수 있다’는 점을 설득했다.

지원금 1억 원은 팀빌딩과 프로토타입 서비스를 제작하는데 사용했다. 아이디어를 검증할 서비스를 외주용역을 통해 만들었고 시장의 니즈를 확인하기 위한 운영비용에도 지원금은 알뜰하게 쓰였다. 예비창업패키지 사업에만 그치지 않고 다른 정부 지원 사업과 투자 유치에도 계속 도전했다. 예비창업패키지 사업의 지원금 외에도 선배 창업가의 멘토링은 창업 과정에서 든든한 힘이 됐다. 초기 서비스를 어떻게 보완해 나가는 게 좋은지 피드백을 받는 것은 물론 다양한 애로사항에 대해 고민 상담도 했다. 정 대표는 “자신의 제품을 믿으라”는 멘토의 조언이 기억에 남는다”고 말했다. 스프링온워드 는 현재 월 4,000만~5,000만 원의 매출을 올리고 있다.

“카페 산업의 새로운 패러다임을 만들고 싶어요. 야놀자를 1위 플랫폼으로 만들었던 성공 경험을 바탕으로 카페 시장의 야놀자를 만들겠습니다.”

가능성이 보이자 와이플래닛, 야놀자, 어센도벤처스, 엔젤매칭펀드 등 4곳에서 6억5,000만 원을 투자했다. 창업진흥원 예비창업패키지 사업 지원금 1억 원 등을 합쳐 총 10억 원의 초기 자금을 확보한 셈이다.

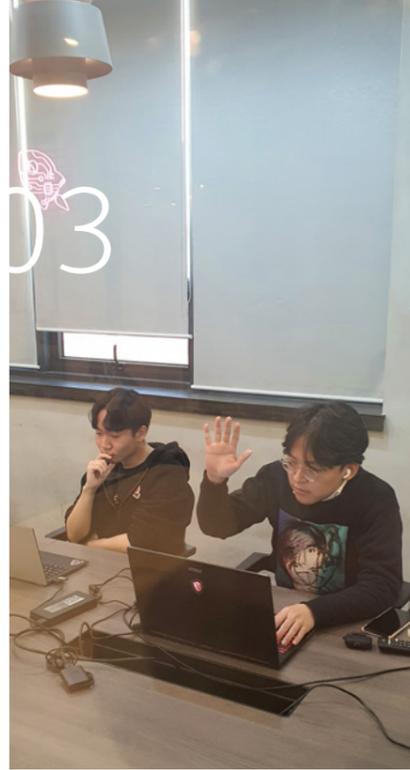
스프링온워드는 2019년 법인 설립 전부터 여성벤처창업 케어프로그램, 대전 이노스타트업 육성 사업 등에 선정됐다. 또 대덕연구개발특구 AI 공공기술을 활용해 독자적인 알고리즘을 개발하고 특허를 출원하며 정식 법인을 설립했다. 설립 당시 한밭대 이노폴리스캠퍼스 지원 사업에서 혁신지원 사업으로 선정돼 유망 비즈니스 모델로 주목받기도 했다. 본격 창업한 뒤에는 창진원의 예비창업패키지 사업에 이어 서울산업진흥원(SBA)의 성장지원 프로그램에도 선정됐다. 기존 카페 사업자들의 이해도가 낮았던 IT 플랫폼과 뉴미디어 콘텐츠를 활용한 차별화된 전략이 주효했다.



# “창업은 다른 선택지가 없는 이가 일상 문제 해결에 나서는 것!”

## <천명앤컴퍼니>

전재현 · 유현재 공동대표



누구나 가끔 묻고 싶을 때가 있다. “하늘이시여, 제 운명은 무엇입니까?” 특히 연말연시에는 해마다 고정비결이나 사주팔자를 통해 다가올 한 해를 가능해보려는 사람들이 넘쳐난다. 용하다는 점집은 이미 몇 달치 예약이 밀려있다는 이야기도 들려온다. 이러한 소비자의 수요를 파악하고 점술 시장을 혁신하겠다고 나선 기업이 바로 천명앤컴퍼니다. 전국에서 가장 잘하는 점술인·역술인을 소개하는 O2O 플랫폼 ‘천명’을 개발했다.

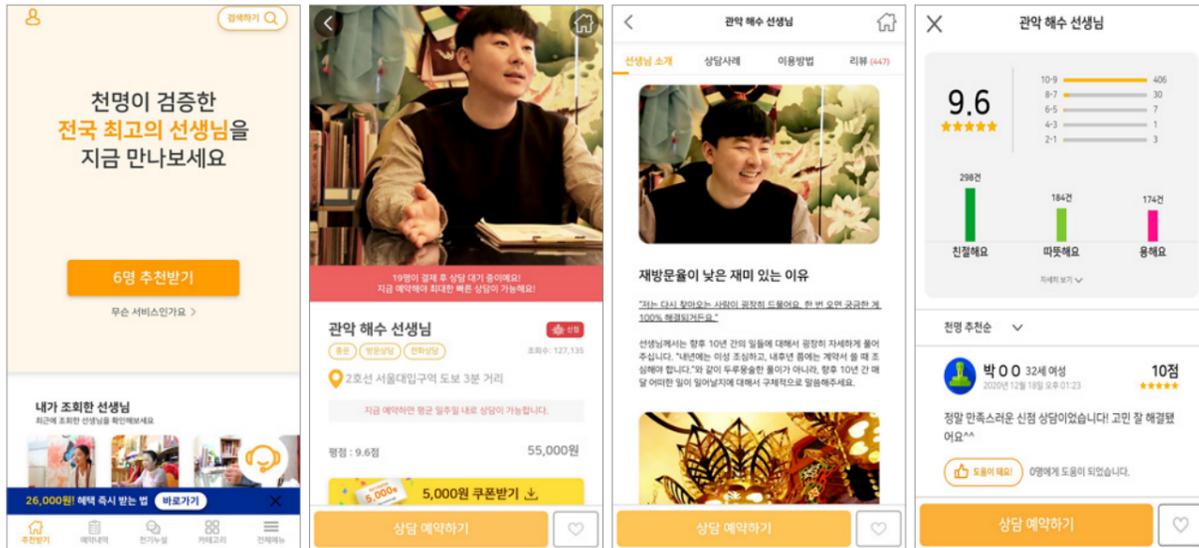
천명앤컴퍼니의 전재현·유현재 공동대표는 고려대학교 재학 시절 IT 기반 창업 학회에서 함께 활동했다. 졸업 후 같은 회사도 다녔다. 남들이 부러워할 만한 글로벌 기업이었지만 두 사람의 마음 한 켠에는 언젠가 스타트업 운영에 뛰어들겠다는 생각이 굳건히 자리 잡고 있었다. 전 대표는 파이낸셜 애널리스트로, 유 대표는 세일즈 부문에서 일한 경험을 바탕으로 의기투합했다. 주말마다 만나 창업을 구체화하기 위한 준비를 해나갔다. 두 사람이 공동 창업에 나서면서 합의했던 부분 중 하나는 사업에 대한 결정을 내리는 데 있어서 근간에는 반드시 데이터가 있어야 한다는 것이었다. 철저한 분석과 증명을 토대로 사업 모델을 구체화했다. 여러 사업 아이템을 후보로 놓고 가능성을 타진해봤다.

후보에 오른 아이템 중 하나가 점술이었다. 유 대표의 어머니가 8년 전 유 대표를 서울대에 보내겠다며 무속인을 찾아갔다가 3,000만 원의 굿 사기를 당한 경험이 계기가 됐다. 유 대표는 “그 바람에 제가 서울대를 못 간 것 같다”며 웃었다. 농담처럼 얘기했지만, 실제로 소비자의 수요와 시장의 잠재적 규모를 분석해본 결과 승산이 있겠다는 판단이 들었다. 두 사람은 ‘모든 걸 걸고 뛰어들어도 되겠다’는 확신이 다시 한 번 생겼다. 전 대표는 “스타트업이라고 하면 사람들은 인공지능(AI), 전기자동차, 자율주행 등 화려한 기술을 이야기하지만, 우리는 시장 자체에 집중했다”면서 “점술 산업의 규모가 약 1조 원 정도인데 시장 내에 경쟁사는 많지 않아 독보적 1등도 가능하다는 믿음이 생겼다”고 설명했다.

프로토타입 웹사이트를 만들고 무작위 광고를 돌렸을 때 많은 유저들이 광고를 통해 유입된 후 최종 결제까지 이어지는 비율이 꽤 높았다. 창업진흥원 예비창업패키지에 지원할 때도 바로 이런 점을 강조했다. 시장 조사 결과, 점집이나 철학관을 찾은 소비자들 가운데 70%가 불만을 경험했는데 이는 입소문에 의존하는 소비자들이 공급자에 대한 정보가 충분하지 않기 때문이라고 봤다. 천명은 소비자의 리뷰와 객관적인 이용 데이터를 통해 용한 점집을 추천하고, 소비자가 천명을 통해 상담을 받게 되면 중개 수수료를 받는 사업 모델을 구상했다.

유 대표는 “사업 초기에 필요한 비용들을 감당할 방법이 없었기 때문에 예비창업패키지 사업에 선정되지 않았다면 첫 발을 떼기 어려웠을 것”이라고 그때 당시를 떠올렸다. 두 공동대표는 예비창업패키지 사업에 선정돼 받은 지원금 4,000만 원을 어떻게 활용하면 다음 시드 투자를 유치할 수 있을지 고민했다. 천명의 서비스가 단순한 아이디어 차원이 아니라 실제로 가능성이 큰 사업이라는 점을 증명해야겠다는 생각을 했다. 지원금은 정식 웹서비스를 만들고 마케팅을 수행하는 데 사용했다. 좋은 팀원을 모으기 위한 인건비로도 활용됐다.

천명이 다루는 서비스는 크게 신점, 사주, 타로 3가지다. 점술인·역술인들을 ‘명인’ 또는 ‘선생님’으로 부르고 있다. 천명은 점집이나 철학관을 찾아다니며 직접 소비자로서 체험해보고, 정확하면 서도 진심으로 고객을 위해주는 명인에게만 제휴 제안을 건넸다. 명인 한 명, 한 명과 제휴를 맺는데 많은 시간과 정성이 들어갈 수밖에 없었다. 하지만 질 좋은 상담을 통해서 사용자의 고민을 해결한다는 비전을 위해 발로 뛰었다고 이들은 전했다. 천명의 2020년 총 매출액은 약 7억 원. 전체 거래액 중 40% 정도가 재구매를 통해 일어나고 있다. 가입자 수는 4만여 명, 제휴한 명인은 150여 명이다.



전 대표는 “일반적으로 점은 1년 한두 번 보는 게 전부일 거라고 생각하지만, 훌륭한 명인을 만나고 좋은 서비스 경험을 얻게 되면 재구매로 이어진다”면서 “방문하는 유저들의 이용 패턴을 하나하나 확인하고 분석해 서비스 개선을 계속 고민하고 있다”고 말했다. 유 대표는 “2년 내에 우리나라에서 최고의 명인에게 상담 받을 수 있는 생태계를 만들자는 목표를 갖고 있다. 전체 점술 시장의 56% 점유율을 달성할 것”이라고 내다봤다. 더 나아가 교육 사업을 통한 자체 명인 배출, 오프라인 프랜차이즈 출범까지도 계획하고 있다. 천명은 스프링캠프로부터 2억2,000만 원의 투자를 받았고, ‘청청콘(선배 청년 창업가가 후배 청년 창업가를 이끄는 창업 콘테스트)’에서 상을 받아 상금 8,000만 원을 받았다.

“저희는 유니콘 기업을 만들겠다는 꿈이 있었기 때문에 창업이 아니면 안 됐어요. 다른 선택지가 별로 없는 사람이 스타트업에 뛰어드는 게 좋은 것 같아요. 대신 리스크가 많은 길이니 만큼 철저한 분석을 통해 성공 가능성을 증명했어요. 흔히 스타트업의 99%가 망한다고 하지만, 성공한 1%만 놓고 보면 실패할 확률이 거의 없어 보이거든요. 매일 마주하는 일상에서 발생하는 문제를 해결하는 게 비즈니스라고 생각해요. 저희가 하는 비즈니스는 고민을 해결하고 싶어 점집이나 철학관을 찾는 사람들에게 좋은 서비스를 추천해 인생을 더욱 희망차게 살아갈 수 있도록 돕는 일입니다.”



## 04 시야를 넓혀라

케이몰글로벌  
축제의모든것  
두진프라텍  
딘스플러스

# 현지 법인 설립 통해 수출 활로 찾아... 로컬마케팅은 덤

## <케이몰글로벌>

김영은 대표



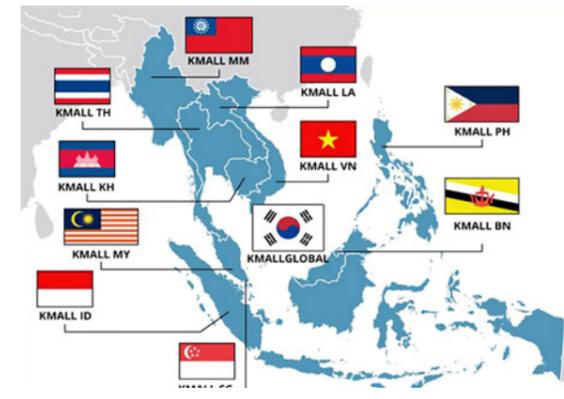
코로나 시대가 되면서 온라인 거래가 일상화되고 있다. 이에 해외쇼핑몰에서 상품을 구입하는 국내 직구족과 함께 국내 쇼핑몰에서 상품을 구입하는 해외 거주자들의 역할도 늘었다. 필리핀에서 온라인 쇼핑몰을 10년 정도 운영한 경험이 있는 김영은 대표는 기존 국내 역직구몰의 한계를 절감하고 2019년 7월, 필리핀 현지 사무소와 풀필먼트를 갖춘 K브랜드 전문 종합 법인인 케이몰글로벌을 설립했다.

“10년 넘게 해외에서 온라인 쇼핑몰을 운영하고 화장품을 직수출하는 경험을 해보니 국내 신규 화장품 업체들이 포화된 내수 시장에서 살아남기가 어려워 해외 판로가 절실하다는 걸 알았어요. 그리고 화장품을 비롯한 뷰티 상

품은 중국 시장에 대한 의존도가 커서 판로를 다변화해야한다고 생각했죠.”

케이몰글로벌은 국내 CJ 제일제당과 식품 공급 계약을 체결하였으며 기존 국내 역직구 쇼핑몰들과 달리 필리핀에 직접 진출하여 현지 자사몰을 통해 판매한다. 김 대표에 의하면 이로 인해 현지 사정에 맞게 로컬 마케팅을 진행할 수 있었고 배송, CS, 결제 등에서 타사에 비해 우위를 점할 수 있었다고 한다.

“기존의 역직구 쇼핑몰의 페이지는 대부분 영문으로만 따로 제작되어 동남아시아 같이 비영어권 국가의 소비자들은 불편함이 있어요. 사람들이 보통 온라인 쇼핑몰 운영비는 오프라인보다 낮을 거라고 생각하는데 오산이에요. 물류비, 상품등록 및 관리비, 마케팅, 판매, 결제관리, CS 및 재고관리 등을 합치면 비용이 상당해요. 필리핀에서 아웃소싱을 하고 인건비를 줄이면 직원 30명 기준으로 월 5천만 원 이상 절감할 수 있어요. 아세안 국가들에 폭발적인 온라인 쇼핑 증가로 많은 쇼핑몰들이 생겨나고 있어요. 하지만 ERP같은 쇼핑몰 통합관리시스템이 아직 없어서 관리에 어려움이 많아요. 그래서 저희 자체적으로 ERP 솔루션을 구축해서 현업에 대응하고 있어요.”

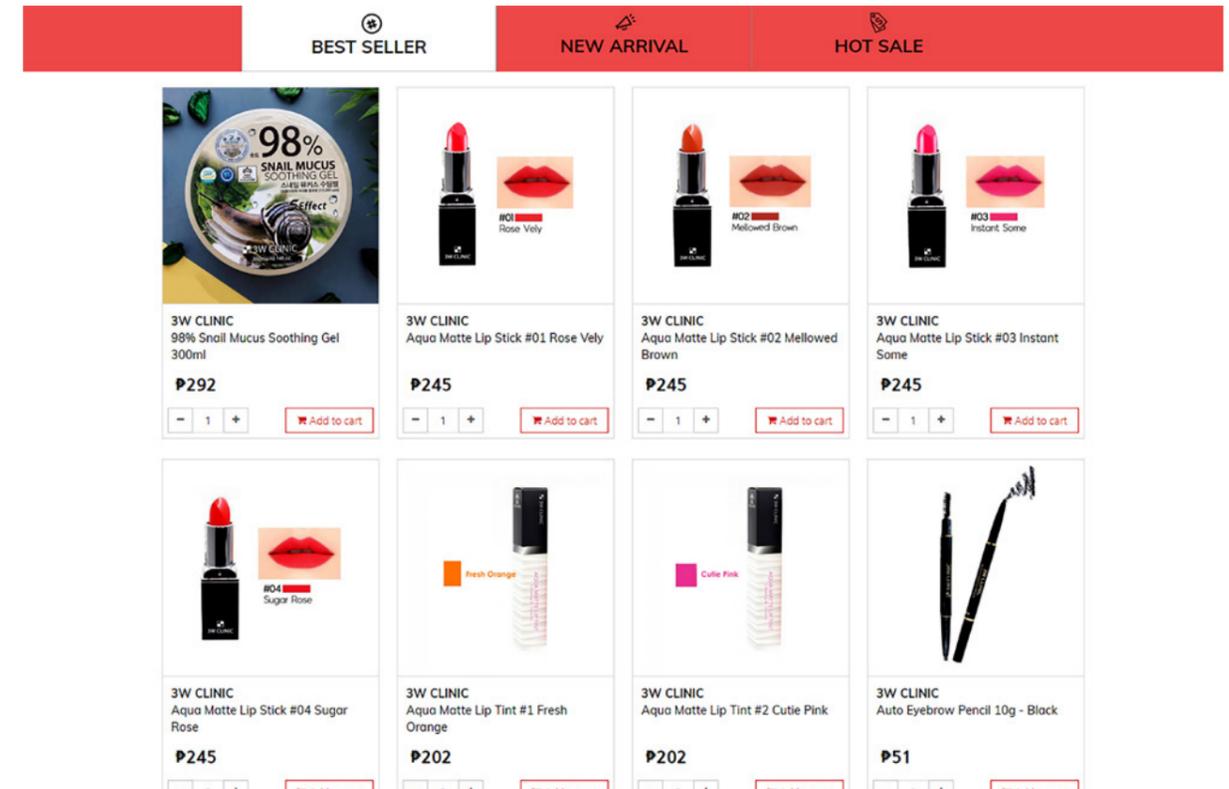
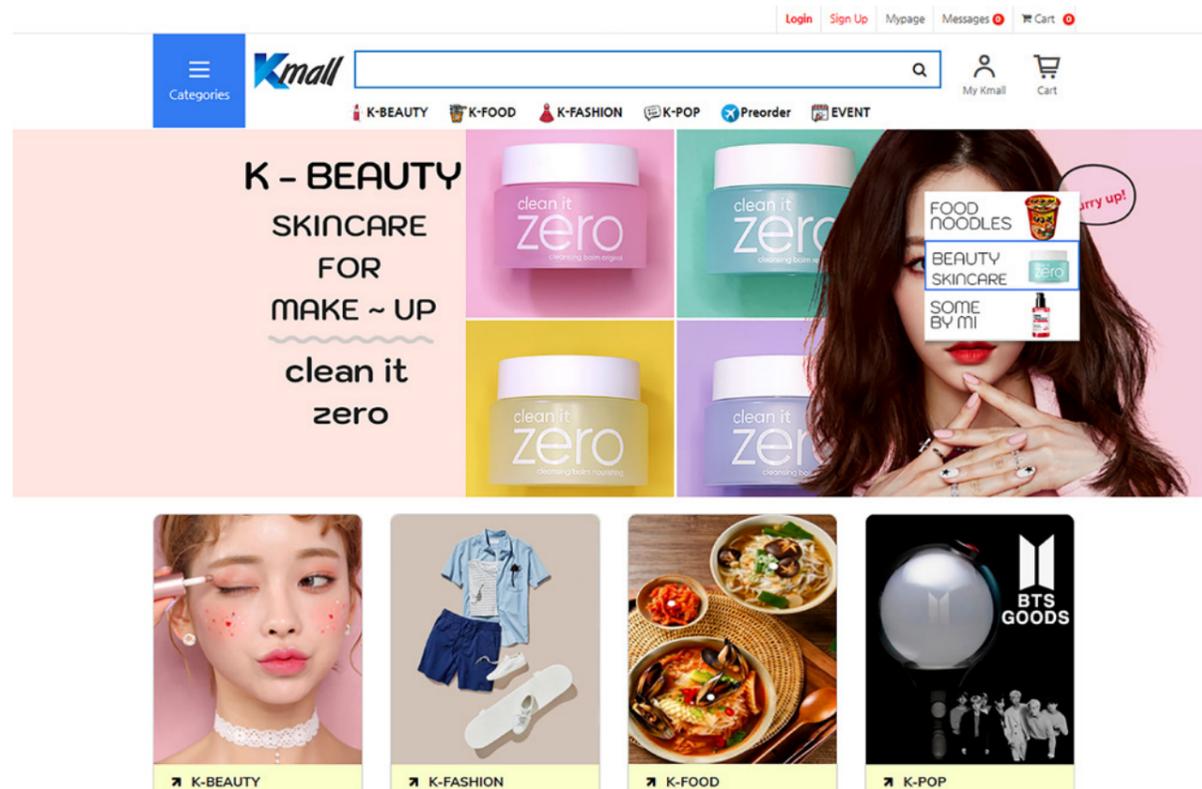
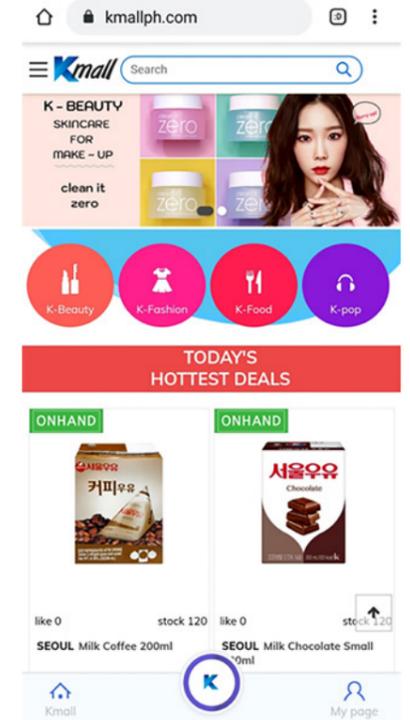


케이몰글로벌 김 대표는 이 사업을 진행하면서 풀필먼트 시스템을 개선하기 위해 끊임없이 고민했다고 한다. 그는 이러한 경험을 바탕으로 재고 효율 극대화를 위한 특허를 출원 중이다. 케이몰글로벌은 SYP(유스업에스와이피투자조합)로부터 시드 투자를 받았다. 이어 2020년 10월에는 와디즈에서 크라우드 펀딩을 성공적으로 마무리했다.

“종종 저희 사업모델이 역직구를 대행해주는 거냐고 질문을 받을 때도 있습니다. 그건 아니고요, 저희는 제품을 직접 매입하고 수출하여 현지에서 재고를 관리하면서 해외 자사몰을 통해 판매하고 있습니다. 해외 진출에는 여러 가지 방법이 있습니다. 첫째는 아마존, 타오바오 같이 현지의 대형 오픈마켓을 통해 판매하는 방식입니다. 비교적 쉽게 시작할 수 있다는 장점이 있지만 마케팅이 제한적이고 판매 수수료, 대행 수수료 등이 추가되며 결제 금액의 회수기간이 판매 시점과 같지 않다는 단점이 있지요. 둘째는 역직구를 이용한 방식입니다. 이 방식은 높은 배송료와 배송기간이 길다는 단점이 있어요. 예컨대 K뷰티 전문 역직구몰에서 15달러 정도 제품을 구매하면 필리핀까지의 국제배송료는 10.5달러이고 배송기간은 7~10일 정도입니다. 끝으로 현지 법인 설립 방식이 있습니다. 현지 법인을 세우면 안정적으로 직접 유통을 할 수 있고 로컬 마케팅을 할 수 있지만 큰 비용과 시간, 철저한 사전계획이 필요하므로 쉽게 실천하기는 어렵죠.”

케이몰글로벌은 필리핀의 foodpanda, lalafood, grabfood 플랫폼에도 한국 식품을 공급하기로 계약하였으며 올해 12월에는 필리핀 내에 kmall 전문 편의점도 오픈할 예정이다. 케이몰글로벌은 2019년 7월 법인 설립 이후 당해 상당한 매출액을 기록한 이후 2020년에는 거의 3배에 가까운 매출 성장을 기록하고 있으며, 기관과 개인으로부터 투자도 유치했다. 지금도 김 대표는 필리핀 현지에서 사업 확장을 위해 발로 뛰고 있다.

“동남아시아 이커머스 시장에서는 배송 결제의 70~90%가 COD 후불제(cash on delivery)로 이루어지고 있어요. 동남아 지역은 은행계정도 신용카드도 없는 인구가 많아서 우리나라와 같은 다양한 결제 수단을 활용할 수 없는 경우가 다반사예요. 현지 자사몰이 필수인 이유죠. 필리핀의 저희 쇼핑몰에서 올해 1월부터 한국 식품 판매를 시작했어요. 코로나가 본격적으로 확산되면서 월 매출이 2,500만 원 이상으로 급격하게 뛰었습니다. lalafood와 grabfood를 통해 배달되는 한국의 라면, 과자, 음료, 냉동식품이 지속적으로 인기를 얻고 있고요. 앞으로 저희 쇼핑몰을 통해 필리핀 소비자들이 한국 문화와 상품을 더욱 사랑해 주셨으면 좋겠습니다.”



# 지역축제는 모두의 꿈이 응축된 소중한 경험... 플랫폼으로 나눌 것

## <(주)축제의모든것>

양희정 공동대표



“우리나라는 축제 상세 일정이 보통 일주일 전쯤에야 공개가 되어 확인할 수 있어요. 물론 지자체 나름의 사정이 있겠지만 상세 일정이 그렇게 늦게 나오면 참가하고 싶었던 사람도 일정이 안 맞아 1년을 또 기다려야 할 수도 있어요. 저희는 지자체와 협업을 통해 저희 플랫폼에서 축제일정, 가볼만한 곳, 숙박정보, 특산물 구매까지 필요한 정보들을 사전에 제공하려고 해요.”

축제의모든것은 안동시와 플래그십스토어 설치를 논의 중이며 임실 학정마을에서 마을체험프로그램의 활성화 방안도 구상 중이다. O4O(Online For Offline) 플랫폼의 운영으로 이미 구축된 오프라인 콘텐츠를 활성화하고 지역경제와의 상생을 도모하고자 한다.

“최근 창업 관련해서 일부기관들에서는 스타트업을 평가할 때 가시적인 제품이나 빅데이터, 인공지능 같은 산업에 더 많은 비중을 두는 것 같아요. 하지만 저는 예비창업 패키지를 준비하면서 지역의 오프라인 산업이 활성화되기 위해서는 플랫폼이 중요하다고 생각했어요. 플랫폼이 있어야 지역의 소상공인들이 특산품을 올릴 수 있고 고객들이 찾아와 소비하면서 선순환이 이뤄질 수 있기 때문이죠. 이런 포인트를 살려 플랫폼을 개발하고 사업화하는 게 얼마나 중요한지 알리는 부분이 좀 어려웠던 것 같아요.”

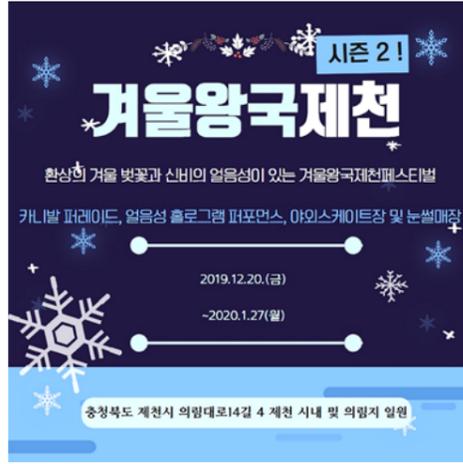
비록 코로나19 여파로 대다수의 국내 축제가 취소됐지만, 축제의모든것은 O4O(Online For Offline) 플랫폼

전국 지자체에서 주관하여 한 해에 열린 축제의 개수는 2015년 행정자치부 기준에 따르면 1만 6,828개이며 이와 관련하여 투입된 중앙과 지방 정부 예산은 8,291억 원으로 추산된다. 이렇듯 지자체들이 지역 홍보와 상권 활성화를 위해 시간과 비용을 쏟아 붓고 있지만 정작 국민들의 기억에 오래 남아있는 축제는 많지 않다. (주)축제의모든것은 전국 축제 정보를 제공하면서 동시에 해당 지역의 소상공인들이 지역특산품을 온라인으로 판매할 수 있도록 커머스 플랫폼을 서비스하는 기업이다.

“2010년부터 아이들 교육을 위해 8년 정도 캐나다에 살게 되었어요. 그때 한인회에서 ‘한국인의 날’ 행사를 도우면서 축제 기획을 조금씩 경험하게 되었어요. 한국으로 돌아와 강원도 어떤 지역의 축제 진행팀으로 참여했는데 현지 소상공인들은 축제에 불만을 품고 있었어요. 의아해서 물어보니 관광객들이 와도 행사장에만 있다가 떠나버리니 실제 경제활동에는 도움이 되지 않는다는 거였어요. 그래서 저는 지역 축제가 해당지역 당사자들에게도 혜택이 될 방법이 없을까 고민하다가 1년 내내 지역 소상공인들이 시공간 제약 없이 판매를 할 수 있는 커머스 플랫폼을 만들어야겠다고 생각하게 됐죠.”

양 대표에 따르면 캐나다에서는 해마다 ‘오타와 블루스 페스티벌’이 열리는데 축제 참가자들은 금방 매진되는 티켓을 구매하기 위해 1년간 준비한다고 한다. 축제가 시작되면 축제 행사장뿐만 아니라 도시 전체 구성원들이 축제를 즐기며 관광객 중에는 축제가 끝난 후에도 집으로 돌아가지 않고 오타와에서 새로운 인생을 시작하는 사람들도 종종 있다고 한다. 양 대표는 정말 신나고 잊을 수 없는 축제, 누군가 다시 가고 싶어 기다리는 축제, 그곳에 살고 싶을 만큼 지역을 온전히 체험할 수 있는 축제가 우리나라에도 많아져야 한다고 했다.





기반의 색다른 오프라인 콘텐츠를 통해 지역경제와의 상생을 도모하고 있다. 올해는 코로나19 때문에 지역 축제가 활성화되지 못했지만 오히려 해외시장 진출로 매출을 올렸다. 올해 초부터 7월 말까지 필리핀, 미국, 일본, 러시아 등 해외에 11억 원 이상의 수출실적을 달성했다.

“작년에는 아프리카돼지열병이 있었고 올해는 코로나19로 인해 거의 모든 축제가 취소됐어요. 무엇보다 국민들의 안전이 우선이지만 한편으로 오랜 시간 축제를 위해 준비한 축제당사자들과 지역 공동체들은 큰 고통을 받았을 것이라 생각합니다. 저희는 앞으로 저희 플랫폼을 통해서 지역 당사자들과 소상공인들에게 도움이 될 수 있는 작은 역할을 맡고 싶어요.”

시작단계에 있는 지역 축제는 인지도가 낮기 때문에 초기 브랜딩에 집중한다. 지역 특산품 대부분이 지자체에서 지원하는 무료디자인 솔루션을 통해 홍보하게 되는데 그러다 보면 특산품의 품질은 훌륭한데도 불구하고 디자인이나 컨셉의 부족으로 고객의 관심을 끌지 못하기도 한다. 축제의 모든 것은 향후 제품 브랜딩에 디자인, 마케팅 전문가를 참여시켜 상품의 가치를 높이고 보다 확실한 전달력으로 소비자에게 어필할 수 있도록 도움을 줄 계획이다.

“올해는 코로나19로 모두가 힘들었는데 그래도 저희가 어느 정도 성과를 낼 수 있었던 이유는 예비창업패키지의 전문적인 멘토링과 네트워킹 지원이 주효했던 것 같아요. 앞으로도 저희와 함께 하는 모든 분들을 소중히 여기고 함께 상생하는 방법을 배우고 나누며 살고 싶어요.”

## “내가 잘 아는 분야에서 출발... 사업계획은 구체적으로”

### <두진프라텍>

심두보 대표

“내가 잘 알고 있는 제품을 아이템으로 잡고, 개선 방식을 생각해내는 것. 이것이 두진프라텍의 시작입니다. 저희 부모님은 디젤연료필터를 오랫동안 제조해왔고, 저 역시 디젤차를 운행하고 있어요. 더군다나 사회생활을 시작한 회사도 인테리어 내장재 플라스틱 사출성형품을 제조하는 현대기아 1차 협력사였어요. 자연스럽게 디젤연료필터에 관심이 갔죠. 더 저렴하면서도 가볍고 환경 친화적인 필터 부품을 만들고 싶다는 게 아이디어의 시발점입니다.”

2019년 4월 문을 연 두진프라텍은 디젤 연료필터 내부 플라스틱 사출성형 제품, 자동차 연료필터, 자동차 오일필터 등을 생산하는 업체다. 심두보 두진프라텍 대표는 2019년 기술보증기금 예비창업패키지 지원사업을 통해 3,500만 원을 받았다. 2019년 1억 5,000만 원이던 매출은 2020년 3억8,000만 원(추정)까지 두 배 넘게 늘었다. ‘망하지 않는 것이 목표’라는 심 대표의 겸손한 포부와 달리 회사는 성장가도를 달리고 있다.

심 대표가 예비창업패키지 사업 지원금을 받은 아이템은 ‘플라스틱 소재를 이용한 디젤 연료필터’다. 대부분 차량에는 금속 소재의 연료필터가 사용되고 있으나 이를 플라스틱으로 바꾸면 현재 6만 원~10만 원에 형성된 필터 가격이 절반가량으로 내려갈 수 있다는 게 심 대표의 계산이다. 고객사의 요구에 따라 기존 부품을 생산하는 것과 달리 심 대표의 아이디어와 기술력으로 개발한 신제품을 세상에 내놓겠다는 것이다.

“현재 정비소에서 부르는 필터 교체 가격은 공임비(인건비)와 부품비가 반반 정도입니다. 공임비 시세는 제가 어찌할 수 없으니 부품 값을 절약하자는 생각에 소재를 바꿀 아이디어를 떠올렸죠. 최근 몇 년간 자동차 부품소재는 금속 부품이 알루미늄 또는 플라스





틱 재질로 변경이 되는 추세입니다. 저 역시 플라스틱 하우스 필터를 개발하는 게 목표고요. 열과 압력에 대응이 가능하면서도 내구성도 좋은 폴리아미드66(NYLON 66)을 소재로 사용해 비용을 절감했습니다. 또 전체 부품을 다 같아야 하는 기존 제품과 달리 여과필터만 교체함으로써 자원 낭비를 방지할 수 있습니다.”

두진프라텍은 제품 개발에 필요한 비용을 예비창업패키지 사업 지원금으로 충당했다. 시제품 재료를 구입하고 외주업체에 시제품 제작을 의뢰했다. 제작 단계에서는 큰 무리 없이 성공을 거뒀고 실차 테스트를 앞두고 있다. 다만 앞으로 실차 테스트에 필요한 비용을 마련하고 시간을 쏟는 것은 심 대표의 숙제다. 대기업이 꽉 잡고 있는 업계 분위기를 뚫고 영업 판로를 찾는 것도 쉽지는 않은 일이다. 그래서 심 대표가 시작한 것이 B2C 사업이다. 심 대표는 올해부터 네이버 스마트스토어에 두진프라텍이 만든 부품들을 정비소나 기업이 아닌 소비자에게 직접 판매하기 시작했다.

“우리나라에서 필터류를 유통하는 가장 큰 기업은 현대기아차 AS 부품을 공급하는 현대모비스입니다. 현대기아차의 점유율이 3분의2 수준이기 때문입니다. 나머지 3분의1 가량을 저희 같은 중소기업이 나눠서 차지하는 구조라 영업이 쉽지는 않습니다. 다만 요즘 들어 직접 부품을 사서 교체하는 스마트한 소비자들이 늘고 있는 건 저 같은 영세업자들에게 고무적인 일입니다. 인터넷을 통해 각종 부품에 대한 정보를 주고받는 차주도 늘고 있어요. 심지어 자가 정비를 할 수 있는 장소만 제공하는 정비소도 생겼습니다. 이 분들을 대상으로 인터넷 판매를 시작했습니다. 저희가 개발할 디젤연료필터도 이런 통로로 거래될 수 있겠죠.”

두진프라텍의 또 다른 판로는 수출이다. 두진프라텍은 한 무역업체와 수주 계약을 맺고 중동 등지에 ‘메이드 인 코리아’가 찍힌 차량 연료필터, 오일필터 등을 판매하고 있다. 대기업 위주의 시장에서 살아남을 공여지책으로 시작한 수출은 2019년 1억 원 정도의 매출을 냈다. 2020년에는 코로나19 사태로 인해 다소 주춤했음에도 8,500만 원 수주 규모를 기록했다.

심 대표의 도전은 플라스틱 필터 개발에서 멈추지 않는다. “내년엔 플라스틱 사출제품 2~3가지를 개발·양산해 자사생산 비중을 늘릴 계획입니다. 더불어 시설투자로 생산성 향상을 높여보고자 합니다. 특히 스마트공장 사업에 적극 참여해 수기로 관리되는 분야를 전산화 해볼까 합니다. 이렇게 되면 제조원가가 더 낮아지고 품질경쟁력이 향상되겠죠?”

그는 창업할 생각이 있는 예비창업자라면 한 번쯤 예비창업패키지 사업의 문을 두드려보는 것도 좋겠다고 권했다. “시제품 제작에 많은 시간과 돈이 소요된다는 점은 이름 없는 영세기업에게 큰 난관입니다. 저 역시 지원금이 없었다면 겁 없이 도전할 수 없었을 겁니다. 지원금을 받고 싶다면 사업계획을 구체적으로 세우는 것이 가장 중요합니다. 특히 아이템의 실현가능성과 기존제품과의 차별점 등을 제대로 파악해야 합니다. 아예 세상에 없던 물건을 개발하는 것이 가장 좋겠지만 그게 어렵다면 기존에 시장에 나와 있는 제품을 잘 분석해 보세요. 가격, 생산성, 환경문제 등 다양한 방식으로 접근하다보면 기존제품의 형태, 재질, 구성 등의 개선을 통해 차별성을 가진 제품을 개발할 수 있을 겁니다.”



# “장년층 사업 아이템은 여러 가지 장점 많아… 지원 확대됐으면”

## <딘스플러스>

진종섭 대표



도심 한 복판서 뜨거운 물이 뿜어져 나왔다. 1명이 숨지고 54명이 다쳤다. 2018년 12월에 일어난 ‘백석역 열수송관 사고’ 얘기다. 국립과학수사연구원은 한 달여의 조사 끝에 27년 전 배관부실 공사를 원인으로 지적했다. 1991년 최초 배관을 공사할 당시 용접 불량상태로 배관에 접합돼 있던 열배관 조각부위가 장기간에 걸친 내부 압력 등에 의해 분리돼 사고가 발생했다는 것이다. 이처럼 노후한 배관은 언제 국민의 생명을 위협할지 모르는 시한폭탄 같은 존재다.

딘스플러스는 이런 사고를 미연에 방지하는 누수 감지용 모니터링 솔루션 회사다. 딘스플러스의 주력 상품은 ‘AIGIS(AI based underGround Information Systems·AI 기반의 지하정보시스템)’다. AIGIS는 가속도·온도·습도·소리 등의 융합센서를 사용해 지중 배관의 누수와 스트레스 정도를 예측하는 모니터링 장비로, 현재 테스트베드를 구성 중이다. AIGIS라는 이름은 진종섭 딘스플러스 대표가 직접 지은 것으로 그리스신화에서 제우스가 그의 딸 아테나에게 준 방패 AEGIS(이지스)에서 따왔다.

처음 AIGIS에 대한 아이디어를 준 건 제주도에 사는 진 대표의 친구다. 그는 제주도 지하수의 수질을 관리하는 한 업체의 대표로, 3년여 전부터 제주도 누수의 심각성과 지중 배관 탐색의 어려움을 토로해왔다. 진 대표는 “기존의 누수 탐사는 수동으로 이루어지고 있으며 일부 원격 모니터링은 배관 속에 물과 함께 센서를 삽입하는 방식이 일반적이는데 오염률이 높고 배관 파열 등 2차적 문제가 발생할 수 있다”고 설명했다. AIGIS는 이런 문제를 해결하기 위해 센서를 배관 표면에 부착해 손상 없이 정확하게 배관 문제를 검출하는 것은 물론 이를 서버에 자체의 IoT네트워크로 무선 전송하고 분석하는 시스템까지 구축하고 있다.

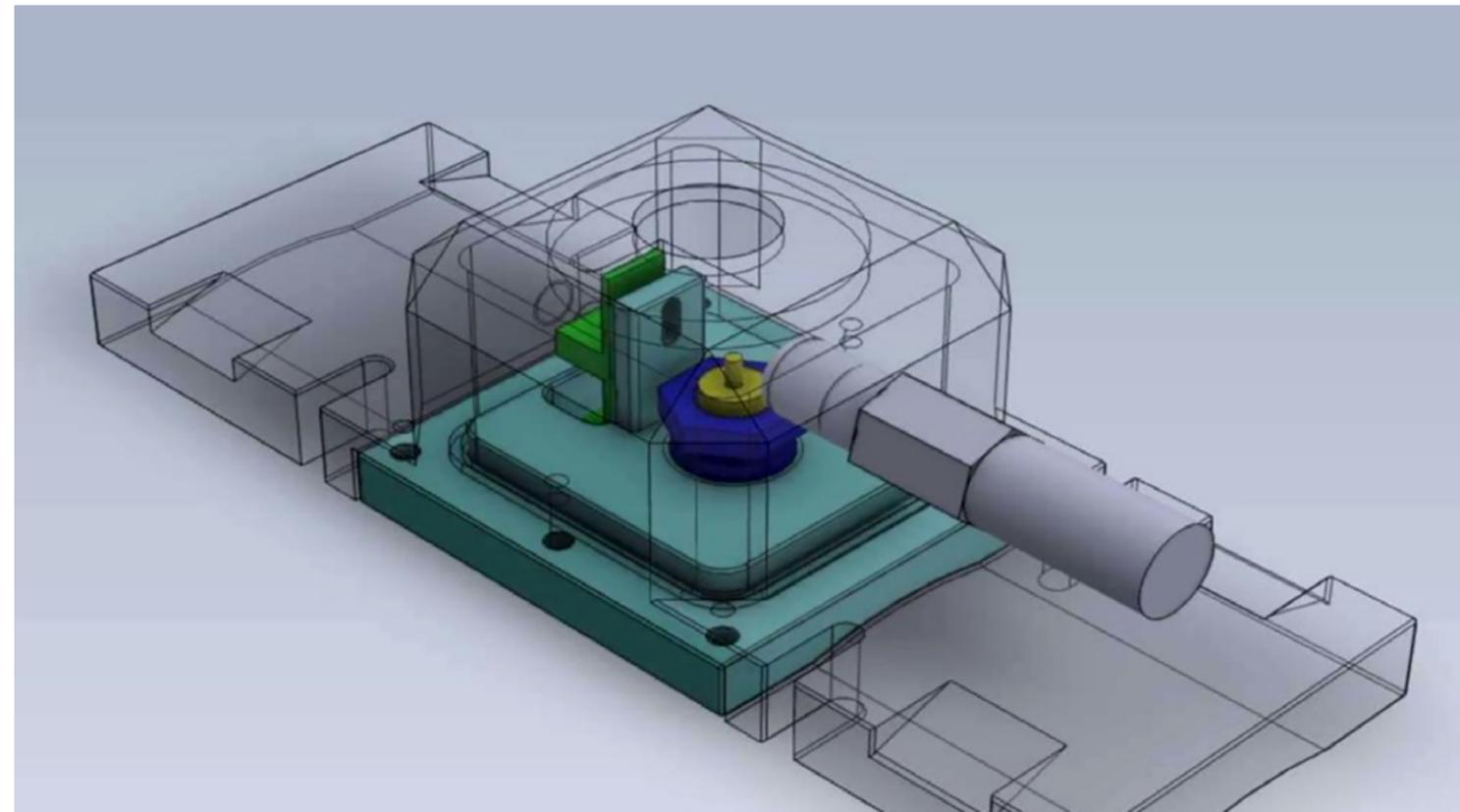
“보통 우리나라 땅 밑에 묻힌 배관의 깊이는 1.5m 정도예요. 하지만 제주도는 화산암반이 기반

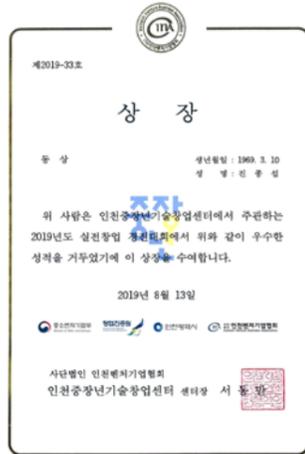
이라 겨울에 얼지 않는 등 배관을 깊게 묻기 힘든 환경이죠. 어떤 곳은 배관 깊이가 50cm밖에 안 되는 곳도 있어요. 그렇다보니 배관 누수율이 무려 40%에 달한다고 합니다. 댐 없이 대부분의 물을 지하수에 의존하는 제주로서는 상당한 자원낭비죠. 마침 제주도의 지하수 수질을 관리하는 업무를 수행 중인 업체 대표가 저와 지인이어서 이런 문제를 인지했어요. 제가 오래 일해 온 무선 센서 분야의 지식이 이런 문제를 해결할 수 있을 것 같아 창업을 결심했습니다.”

배관의 노후 정도는 AIGIS에 축적된 누수 사고 빅데이터로 판단한다. “누수 직전의 배관에서는 여러 징후들이 나타나요. 이를테면 평소와 다른 진동이 일정한 패턴으로 발생하며 온도나 습도도 다르죠. 이런 자료들을 모아 AI에 입력하면 누수 전 징후들의 평균값을 구할 수 있을 거예요. 이를 검사할 배관과 비교하는 거죠.”

진 대표는 AIGIS 사업 모델을 B2G(기업-정부 사업)로 잡고 있다. 진 대표는 “우리나라에선 배관 관리를 책임지는 주체가 정부 혹은 지자체”라며 “누수 사고가 많고 대책이 시급한 제주도뿐만 아니라 딘스플러스가 위치한 인천시 등에도 납품하고 싶다”고 말했다.

진 대표는 창업 당시 초기 기술개발을 위해 드는 초기 비용을 5억 원으로 잡았다. 진 대표가 창업을 위해 모은 돈은 1억여 원. 턱없이 부족한 돈이었다. 진 대표는 “창업진흥원 예비창업패키지 사업이 아니었다면 거액이 드는 기술개발을 시도할 엄두조차 못 냈을 것”이라고 말했다. 딘스플러스는 2019년 인천대 창업지원단이 주관하는 예비창업패키지 사업(40세 이상 부문) 명목으로 5,000만 원을 지원받았다.





“모니터링 테스트를 하려면 땅을 파고 배관 표면에 무선 장비를 설치해야 합니다. 포크레인을 한 번 부르려니 운전기사 인건비까지 합해 40만 원 정도가 들더군요. 땅 파고 묻는 작업을 수도 없이 해야 할 저로서는 무척 부담스러운 비용이었어요. 그래서 포크레인 자격증을 땀습니다. 포크레인만 빌리니 대여료가 7만 원으로 확 줄더라고요. 이렇게 자금 문제로 고민을 많이 하다 보니 예비창업패키지 사업 지원금은 제게 어떤 돈 보다도 소중한 겁니다.”

주력 아이템이 연구 중이라고 마냥 매출을 손 놓고 있을 수만은 없었다. 진 대표는 전 직장 등을 통해 알게 된 중국 쪽 네트워크를 통해 다양한 연구 사업을 수주했다. “전 직장서 연구했던 무선 통신, 센서 콘트롤 기술을 활용해 중국형 하이패스 단말기, 핸드폰 충전기 노이즈 필터센서 등에 대한 연구를 책임지고 있어요. 코로나19로 인해 잠시 주춤했지만 그래도 8,000만 원 정도의 수주를 기록했구요.”

진 대표는 앞으로 창업진흥원 초기창업패키지 사업에도 지원할 계획이다. 2021년 말 론칭을 앞두고 AIGIS를 개선·고도화하기 위함이다. “요즘 창업 하면 청년들을 떠올려요. 하지만 창업 지원이 정말 절실한 사람은 저처럼 정년이 얼마 남지 않은 장년층이라고 생각해요. 실패하면 다시 일어나기 더 힘드니까요. 반면 장년층의 사업 아이템은 실패 확률이 낮다는 장점도 있습니다. 기본적으로 사회생활을 오래하며 쌓아온 인적 네트워크가 있고, 아이템 역시 오랜 기간 축적된 경험을 토대로 ‘망하지 않을 것’들로 준비하게 됩니다. 실제로 함께 예비창업패키지 사업체로 선정된 곳들의 사업 내용을 들어봐도 청년창업보다 훨씬 아이템 내용이 세부적이었습니다. 지금 창업을 준비하고 싶다면 예비창업패키지 사업 문을 두드려 보세요.”

## 05 / 기술은 나의 힘

써머캣  
지니로봇  
콜로세움코퍼레이션  
보틀웍스  
에버엑스  
블래닛  
tAB  
HOI

써머캣

지니로봇

콜로세움코퍼레이션

보틀웍스

에버엑스

블래닛

tAB

HOI

## 타겟 전환하니 더 큰 시장 보여... 기술만큼 도메인 지식 중요

### <써머캣>

정우철 · 강예슬 공동대표

써머캣은 인물사진을 고화질로 자동 보정할 수 있는 AI 솔루션을 개발하여 서비스하고 있다. 소프트웨어의 발달로 사진 보정이 쉬워졌지만 여전히 스튜디오 전문가 수준의 보정 서비스를 받기 위해선 시간과 비용이 발생한다. 기존의 보정 앱으로는 고객을 만족시킬 수 없음을 확인한 서울대학교 출신의 팀원들이 뭉쳐 2019년 8월 법인을 설립했다. 써머캣의 정우철 공동대표의 회상.

“저희가 타겟 시장을 처음에는 졸업앨범을 만드는 스튜디오로 잡았어요. 그런데 저희가 초기부터 계속 지적을 받았던 게 시장 규모가 너무 작지 않느냐는 거였어요. 졸업앨범 시장이 매출 80억 원 정도 규모라고 하거든요. 그래서 저희가 리터쳐, 다시 말해 포토샵과 같은 디자인 툴로 보정을 전문적으로 하는 고객으로 타겟을 전환하게 되었어요.”

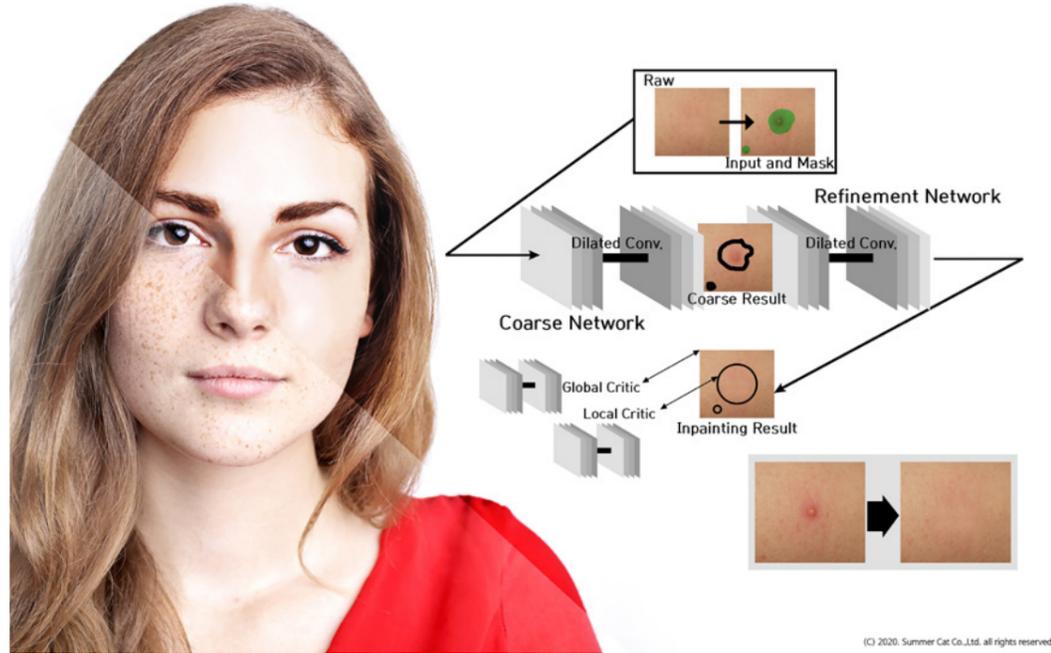
정우철, 강예슬 두 공동대표는 5년간 대학의 졸업앨범 제작에 참여하여 리터칭(기본 티작업과 피부보정, 좌우대칭 맞춤) 작업을 수행하면서 시장의 문제를 발견했다. 인물사진에서 티작업은 대략 장당 300원에 거래되는데 단가가 낮은 작업이었지만 비전문가가 하기에는 진입장벽이 높았고 전문가조차 시간이 과중하게 소요되었던 것이다. 특히 졸업앨범 촬영 기간은 모든 대학이 비슷한 시기에 이루어지는데 대부분의 스튜디오가 낮은 단가의 대량의 인물사진 보정 작업을 진행하면서 촉박한 작업 진행으로 인한 인건비 지출, 퀄리티 저하 등의 문제를 겪고 있었다.

“저희의 경쟁제품으로는 대표적으로 루미나와 포트레이트가 있어요. 어도비 플러그인이라고 보시면 되고요. 루미나의 경우 연매출 1,000억 원에 직원은 110명 정도, 포트레이트의 경우 연매출 600억 원에 70명 규모예요. 두 곳 모두 저희 회사가 가고자 하는 방향과 비슷하긴 하지

05

SUMMER





만 저희가 경쟁사 대비 기술 우위가 있겠다는 확신이 있어요. 피부 보정을 할 때는 피부의 질감을 살린 상태로 보정하는 게 중요해요. 기존 플러그인은 텍스처를 개선해주는 정도라고 볼 수 있고 잡티를 정확히 제거해주는 건 아니에요. 그래서 사람이 잡티나 잔머리를 따로 날려줘야 하죠. 저희 제품의 경우 잡티는 자동으로 제거해 주고요 잔머리는 단정하게 만들어줄 수 있어 비교 우위를 가진다고 생각해요.”

서울대 미대 출신의 강 대표는 사진보정 시장 경험이 풍부했고 자연대 출신의 정 대표는 자체적으로 AI 관련 기술연구 및 제품개발이 가능하다는 강점이 있었다. 이러한 문제를 해결하기 위해 써머켓은 인물 보정 중 피부 보정 기능만을 지닌 MVP(Minimum Viable Product)를 개발하여 스튜디오와 협약을 맺어 지속적으로 검증해 가고 있다.

“저희 제품의 경우 생산성 툴 같은 느낌에 가까워요. 이렇게 하면 국내 시장뿐 아니라 세계 시장도 바라볼 수 있죠. 유명한 어도비 포토샵 같은 경우 올해 3분기만 해도 매출이 19.6억 달러라고 하더라고요. 저희가 대략 추산한 결과 1,500만~3,000만 명의 고객이 있는 시장인데 규모가 조 단위로 올라가는 거죠.”

예비창업패키지에 지원할 당시만 해도 핵심연구원은 1명이었다고 한다. 이후 AI 연구원을 추가로 채용하여 현재는 2명이 기술연구를 진행하고 있다. 정 대표는 서비스 개발, 인공지능 연구 및 인프라 관리를 맡고, 강 대표는 연구원과 함께 기술개발을 리딩하고 있다. 특히 인맥을 통해 알게 된 대형스튜디오와 협약을 맺고 개인정보 동의를 된 고품질 학습용 데이터 6,000장을 확보할 수 있었던 게 기술 개선에 큰 도움이 되었다고 한다.

“인공지능 연구를 해보니까 기술 이해도도 정말 중요하지만 동시에 도메인에 대한 지식도 매우 중요하다는 걸 절감했어요. AI 연구자들이 사진보정 모델을 만들어도 이게 과연 좋은 건지 아닌지 실제 디자이너의 입장에서 봐줘야 하거든요. 그럴 때 강 대표가 직접 보면서 결과를 피드백과 실제 디자이너가 필요로 하는 지점을 짚어주고 있어요.”

써머켓은 예비창업패키지를 통해 받은 지원 자금으로 가장 중요했던 AI 연구장비를 마련할 수 있었고 직원 인건비를 해결할 수 있었다고 한다. 창업 초기에는 AI 모델을 개발하기 위해서 데이터를 자체 생산하고 자체 가공하며 진행하였으나 효율적이지 않았고 스튜디오 데이터를 대량 확보하면서 개발에 속도가 붙었다.

“저희는 예비창업패키지가 있었기 때문에 창업이 가능했어요. 인공지능 연구는 장비가 무척 중요하거든요. AWS 같은 아마존 클라우드도 GPU 인스턴스가 무척 비싸요. 한 달에 몇 백씩 깨지는 컴퓨팅 파워가 필요했는데 장비 구매로 해결했죠. 예비창업패키지 자금은 내 사업가설을 테스트 해 볼 수 있는 소중한 자금이라고 생각해요. 후배 예비창업자들에게 드리고 싶은 말씀은 일단 해보시라는 거예요. 사람이 무언가를 시도하면서 계속 스스로 평가하게 되잖아요. 그 과정이 다 비용이더라고요. 일단 해보면서 생각을 유연하게 전환하는 게 도움이 돼요. 그래서 저는 그냥 생각만하지 말고 일단 해보시라는 말씀을 드리고 싶네요.”

써머켓은 창업 초기 중소기업 스튜디오를 타겟 고객으로 설정했지만 지금은 전문 리터처로 타겟 고객을 확장하여 상용화의 전단계인 퍼블릭베타 서비스를 진행 중이다. 써머켓은 2020년 8월 한국벤처투자로부터 투자 유치에도 성공했다. 써머켓은 2023년 이후에는 엔드유저로까지 고객을 확장하여 더 큰 시장으로 진출하고자 한다.

# “정부지원사업은 사업계획 조망·점검할 수 있는 좋은 기회”

## <지니로봇>

이은승 대표



미국 유학 시절, 잘 나가는 수학 1타 강사로 적지 않은 돈을 벌었다. 대학교 3학년 때 강의료를 모아 영어 작문 솔루션 회사를 창업했다 망했다. 어린 나이에 쓰라린 경험이었다. 몇 년 후 다시 창업에 도전했다. 미국 로스앤젤레스에 한국과 미국의 네트워크를 모아 사업 진출을 도와주는 중개회사를 설립했지만 또 망했다. 마지막으로 한국의 디지털 기상관측 시스템 장비 개발업체의 미국법인을 실리콘밸리에 세웠지만 얼마 가지 않아 문을 닫았다.

귀국해 9년간 직장생활을 하면서 창업의 꿈은 잠시 접은 듯 했다. 하지만 우연히 기차 안에서 본 창업진흥원 예비창업패키지 사업 지원자 모집 공고가 불씨를 지폈다.



예비창업패키지 사업의 지원 자격 중 ‘나이 제한 만 39세 이하’가 못내 마음에 걸렸다. ‘석 달 후면 만 40세가 되는데, 이게 마지막 기회는 아닐까.’ 결국 회사를 나왔다. 이은승 지니로봇 대표가 네 번째 창업을 하게 된 계기다.

지니로봇은 코딩, STEAM(Science·Technology·Engineering·Arts·Mathematics, 과학·기술·공학·예술·수학 기반의 융합적 사고력을 배양하는 교육), AI(인공지능) 교육용 로봇을 만드는 회사다. 센서 개발 회사, 교육 회사 등에서 일했던 이 대표의 경험을 살린 아이템이다. 기존의 교육용 로봇들과 달리 교사·강사가 학생의 학습 진도와 성취도를 체크하고 피드백을 하는 양방향 교육이 가능하다는 점이 특징이다.

한 대에 11만 원 정도인데, 시장 반응은 생각보다 긍정적이었다. 예비창업패키지 사업 지원금 1억 원에 이어 4차산업혁명 핵심 기술개발 사업으로 5,000만 원을 지원받았다. 중소벤처기업부 TIPS(Tech Incubator Program for Startup, 민간투자주도형 기술창업 프로그램) 대상으로 선정돼 AC로부터 1억 원의 투자금과 함께 정부로부터 6억 원도 지원받았다. 청년창업스케일업 지원사업으로 3,600만 원, 스타트업 해외진출바우처

사업으로 2,900만 원을 지원받았다. 이 밖에 신용보증기금 스타트업 4.0에 선정되어 15억 원 무보증 대출도 받았다. 최근에는 4차 산업혁명 페스티벌에서 창업진흥원장상을 수상했다.

지니로봇은 국내는 물론 해외에서 더욱 각광받고 있다. 폴란드, 헝가리, 미국 등에 수출을 하고 있으며 사우디아라비아, 아랍에미리트, 러시아, 크로아티아, 중국, 인도네시아 등 10여 개국 업체와 수출을 논의 중이다. 2020년에만 수주 계약금 기준으로만 16억 원의 매출을 올렸다. 2021년엔 해외 바이어와 함께 유럽 시장 공략을 위해 폴란드에 합작 법인을 설립하기로 했다.

지니로봇이 이처럼 해외에서 주목받은 건 높은 기술력 덕분이다. 지니로봇은 교육용 로봇으로는 처음으로 블루투스 기술개발을 주관하는 다국적 연합체인 '블루투스 SIG(Special Interest Group)'로부터 인증을 획득했고, 이외 KC(한국), CE(유럽), FCC(미국), TELEC(일본) 등 각국 품질 인증을 획득하였다.





더군다나 비슷한 제품들이 ‘메이드인차이나’ 꼬리표를 달고 나오는 데 반해 지니로봇은 한국에서 생산된다. 이 대표는 “미국에서 만든 코딩 교육 로봇은 비싼 경우 대당 70만 원 가량인데 지니로봇은 12만 원이 채 안 된다”며 “가격 대비 성능이 뛰어나다는 평가를 받을 뿐 아니라 ‘메이드인코리아’라는 보이지 않는 가치를 높게 보고 있다”고 말했다.

지니로봇은 로봇을 최대 36대까지 연결할 수 있는 ‘동글’을 출시했고, 인공지능 교육을 위한 무선 캠을 향후 출시할 예정이다. 또 스마트폰을 사용하지 않고 로봇을 사용할 수 있는 펜, 그리고 위치 기반으로 아이들을 관리할 수 있는 제품 등 사용자 편의를 제공할 다른 제품들을 새롭게 시장에 내놓을 계획이다.



이 대표의 목표는 2021년에 로봇을 10만대 파는 것이다. 매출로는 100억 원이 넘는 규모다. 이 대표는 지니로봇이 좋은 창업 사례가 돼 예비·초기창업자들에게 필요한 정보들을 나눌 수 있는 기회가 마련됐으면 좋겠다고 말했다.

“예비창업패키지 사업 교육프로그램을 들으며 저도 언젠가는 저 강사의 자리에 서서 창업자들에게 도움이 되는 존재가 되고 싶다고 생각했어요. 실제로 올해 기술보증기금이 선정한 최우수 홍보 대상 스타트업으로 뽑혀서 방송에 출연하기도 했고 비슷한 일로 강단에 서기도 했죠. 1차 목표는 이룬 셈입니다.(웃음)”



이 대표는 창업을 꿈꾸는 예비창업자라면 예비창업패키지 사업의 문을 두드려보라고 권했다. “제가 받은 지원금, 투자금 중 꽤 많은 액수가 정부지원사업에서 나온 겁니다. 이렇게 국민의 세금으로 지원 받다보니 항상 긴장의 끈을 놓지 않게 돼요. 소중한 돈을 허투루 쓰지 말아야겠다는 생각이 들거든요. 끊임없이 지출의 근거가 될 사업계획서를 쓰고 제 사업을 돌아보면서 노력한 과정들 덕분에 매출에서 좋은 결과가 나온 게 아닌가 싶어요. 창업을 생각하는 모든 분들이 쉽지 않은 고민과 선택을 하는 걸 압니다. 그래도 본인이 준비한 창업 아이템에 대해 충분히 많은 경험과 지식, 시장 분석을 통해 끊임없이 가능성을 타진하세요. 어느 정도 준비가 갖춰졌을 때 국가가 지원자에게 한 번 주는 기회를 붙잡을 수 있을 겁니다.”

## 현장 데이터에서 답 찾아... 문제 해결은 스스로

### <콜로세움코퍼레이션>

박진수 대표



물류는 세상의 모든 재화가 자연스럽게 흐르게 한다. 온라인 커머스 시장이 확대되면서 안방에서 필요한 물건을 주문하고 빠른 시일 내에 받아보는 생활이 가능해졌다. 콜로세움코퍼레이션(이하 콜로세움) 박진수 대표는 온라인 개인 판매자와 중소형 창고주를 연결하는 플랫폼을 개발하여 2020년 5월부터 정식 서비스하고 있다.

콜로세움은 박 대표의 오랜 유통과 물류 경험을 토대로 자체 개발한 풀필먼트 오퍼레이팅 솔루션 ‘콜로(colo)’를 활용해 온라인 커머스 거래에서 발생하는 모든 물류 과정을 저렴한 가격에 대행해준다. 일반적으로 중소 규모 혹은

은 개인 단위 판매자들은 주문이 들어오면 상품을 직접 포장한 뒤 택배를 보낸다. 그러나 일일 주문이 60건 이상이 되기 시작하면 혼자서는 상품 보관 및 재고 관리 등을 처리하기 어려워진다. 이때 개인 판매자가 콜로세움의 통합물류 관리 솔루션을 이용하면 실시간으로 품목 정보, 주문 접수, 재고 수량 확인, 반품 관리 등이 가능해져 효율적인 사업 운영이 가능해지며 최대 30%가량 물류비를 절약할 수 있다.

“2년 넘게 사업 준비를 하고 시작했음에도 원래 설계했던 서비스 씬이나 가설들이 빠르게 수정되고 추가되었습니다. 다를 것이라는 생각을 안했던 것은 아니지만, 고려해야 할 일들이 예상보다 훨씬 방대했고 빠르게 변하는 현실에 적응해야 했습니다. 사회문화적인 트렌드와 시장에서의 트렌드, 고객의 행동패턴에 대한 분석이나 예측 자료 등으로 미리 시장을 분석하고 뛰어들었지만 그러한 자료들은 시장을 이해하는 보조적 수단일 뿐, 실제 내 서비스나 제품을 고객과 시장이 어떻게 알아채고 이해하고 느끼는지는 직접 몸소 경험해야 했습니다.”

오래전부터 40세가 되기 전에 창업하겠다는 꿈을 가졌던 박 대표는 경영학을 전공한 뒤 대기업과 콘텐츠 회사



### 온라인 셀러와 상품 구매자를 더욱 가깝게 연결



### 콜로세움 : 창고 네트워크 기반의 테크 풀필먼트



를 거쳐 2019년 5월에 콜로세움 법인을 설립했다. “요금 수준을 낮추기 위해서는 기존 경쟁자들이 못한 것들, 그리고 하기 힘든 것들, 안 하는 것들을 치밀하게 연구해서 그것이 고객과 시장에서 필요한 것인지를 판단하고 해결하는 것이 핵심 차별점이며 저희는 초기 사업 구상단계부터 이 부분을 직접 경험하고 써 보면서 시행착오를 거쳐 만들어 가고 있습니다.”

콜로세움은 온라인 셀러 전용 풀필먼트 플랫폼의 프로토타입과 베타 버전을 개발하는데 필요한 비용을 예비창업패키지 사업 지원금으로 충당했다. 사업 지원금으로 플랫폼 개발에 필요한 개발자와 디자이너의 인건비를 지급하고 장비를 구입할 수 있었으며 베타서비스 운영의 시행착오를 보완한 결과 콜로세움의 통합물류관리 솔루션은 창고 내 재고 위치와 피킹(창고에서 상품을 꺼내는 것), 동선 등을 알맞게 제안해 주문부터 포장, 송장 처리까지 평균 2시간 이상 걸리던 것을 약 40분으로 줄일 수 있게 되었다.

“사업초기에 특히 절실하고 소중한 사업자금을 예비창업패키지를 통해 지원 받으면서, 실질적인 사업추진의 물꼬를 틀 수 있었던 것이 아무래도 가장 큰 도움이었습니다. 또한 유관기관의 데모데이에 연결해 주시거나, 중간에 진행되었던 창업교육도 아직 모르는 게 많은 초기 단계에서 무엇을 알고 무엇을 모르고 있었는지를 명확히 해 주었던 것 같습니다. 초기단계 스타트업에게 자금과 멘토링, 코칭·투자 연계 등을 지원해 준다는 자체만으로도 충분히 감사한 마음입니다.”

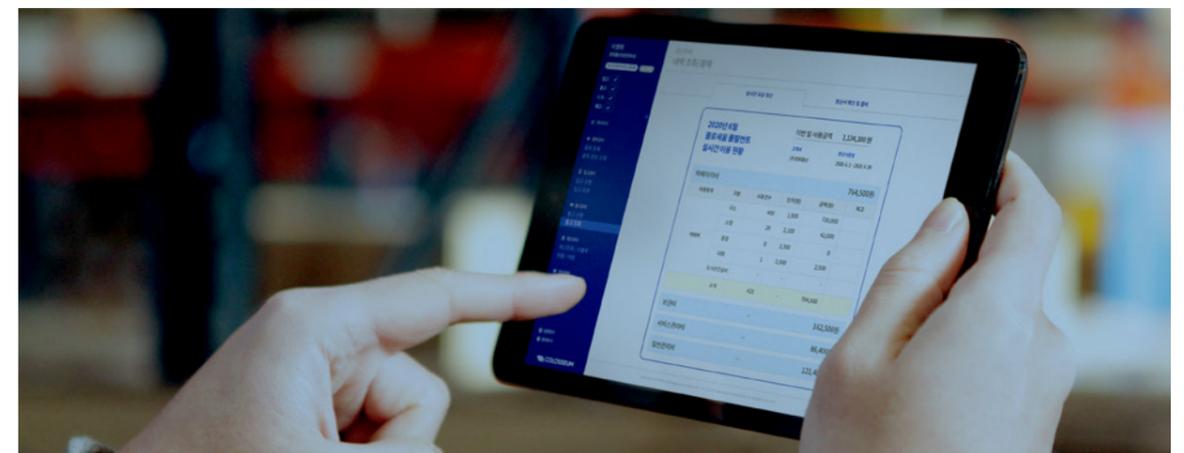
박 대표는 창업 이후 함께할 직원을 뽑기가 가장 힘들었다고 한다. 인지도가 부족하고 사업전망도 불확실한 스타트업이다 보니 일반 채용공고로는 필요한 인재를 확보하기가 쉽지 않았다. 궁여지책으로 지인 네트워크와 헤드헌팅 서비스, 로켓펀치 등의 구인 플랫폼을 적극 활용했다.

“남들이 어떻게 해서 성공했다는 공식은 참고만 될 뿐 내가 어떻게 사업을 키워 가느냐는 결국 스스로가 온전히 책임져야 한다는 점이 스타트업을 꾸려가고 있는 지금 스스로에게 깊이 새겨집니다. 같은 시장이라

도, 같은 업계라도, 창업 이후 보낸 시간이 비슷할 지라도, 결국 내 사업의 문제 해결은 내가 찾을 수 있는 것이라 생각합니다. 그리고 혼자 할 수 있는 건 없다고 봅니다. 팀과 같이 찾아가야만 답이 빠르게 찾아지고, 다음에 닥칠 문제에도 더 능숙해질 수 있는 것 같습니다.”

콜로세움은 2019년 7월부터 베타서비스를 시범 운영한 결과를 바탕으로 2020년 5월부터 정식 서비스를 운영하고 있다. 현재 경기와 충청 지역 5개 창고에서 일반상온, 콜드체인, 특수포장 등 다양한 유형의 물류 서비스를 운영 중이며 올해 말까지 창고 개수를 15개 이상 늘릴 예정이다.

“모든 시험문제에 답이 있듯이, 모든 사업에는 현장과 데이터에 답이 있다는 말이 있습니다. 저 역시 그 말을 늘 새기고 있습니다. 주관적이고 경험에 의존하는 의사결정 보다는 현장과 데이터를 근거로 매일 부딪히는 문제들과 상황에 대한 의사결정을 주로 해 나가는 것을 잘 하고 싶습니다. 그리고 저희의 온디맨드 풀필먼트 서비스와 연계할 수 있는 파트너들을 잘 찾고 만나고 협업하고 싶습니다. 그렇게 생존해 가겠습니다.”



# “창업 지원금 시제품 제작 등에 유용하게 써… 멘토와는 지금도 교감”

## <보틀웍스>

김미경 대표



커피는 노동의 음료다. 아침에 출근해 잠 깨며 한 잔, 점심 먹고 동료들과 한 잔, 오후에 미팅하며 한 잔... 김미경 보틀웍스 대표도 그렇게 하루에 석 잔 이상 커피를 들이키며 카페인 기운으로 근근이 버티는 17년차 직장인이었다. 대기업의 전략 방향을 짜고 비즈니스 모델을 개발하는 헤더들을 지근거리에서 보좌하다 보니 김 대표의 하루는 긴장의 연속이었다. 밤을 새고, 또 새고... 어느 순간 커피를 마셔도 머리가 맑아지지 않는 상황에 봉착했다. 하지만 회사 탕비실에는 100만 원이 넘는 고가의 커피머신 외엔 싸구려 녹차 티백뿐. 차는 커피와 너무 다른 대접을 받고 있었다.



다양한 차 음용 경험을 제공하자는 취지에서 시작한 보틀웍스는 개인 취향에 맞춰 다양한 티를 구성한 키트 구독서비스가 주요 상품이다. 월 2만2,800원에 홀리프(은전한 찻잎을 우려먹는 차) 등급 차와 프리미엄 허브, 과일 블렌딩, 건조과일, 스파이스 등 다양한 차를 마실 수 있다.

“오랫동안 해 온 회사 일을 접고 한 동안 해외에 머물렀어요. 주로 유럽에 있었는데 독일, 영국, 프랑스 등의 나라는 차 문화가 발달해 있더라고요. 예를 들면 드럭 스토어에 가면 한 코너가 죄다 차 상품으로 진열돼 있어요. 어떤 티는 목이 안 좋을 때 먹는 차, 또 다른 티는 기분이 우울할 때 먹는 차 이런 식으로 소비의 TPO(Time-Place-Occasion, 시간-장소-상황)가 상당히 명확했어요. 그에 비해 우리나라 시장에서는 커피 외 다른 마실 거리는 다양성과 퀄리티 측면에서 여전히 기성 상품과 유통 모델에 머물러 있어요. 일례로 아직도 일상에서 차를 처음 만나는 프로토타입은 가루로 분쇄된 현미녹차 종이 티백이고, 매일 다른 종류의 차를 마시려면 한두 달 마실 분량의 차를 30박스씩 사야 하죠. 카페인을 마실 수 없는 임산부와 수유모, 고카페인에 민감한 분들뿐 아니라 저 같이 커피 외 ‘매일 마실만한 제대로 된’ 마실거리를 찾아보니 정말 없더라는 의견도 다수였고요. 거기서 보틀웍스의 아이디어를 얻었습니다.”

보틀웍스가 제공하는 상품은 모두 자체 기획 개발된 것이다. 김 대표는 창업진흥원 예비창업패키지 사업 지원금 5,000만 원으로 시제품을 만들고 구독 플랫폼을 구축했다. 이를 클라우드펀딩 시장에도 내놨다. 반응은 긍정적이었다. 2,000만 원 정도가 금방 모였다. 김 대표는 “매일 다른 차를 마실 수 있어 커피를 반으로 즐겼다는 리뷰부터 한 달에 한 번 선물을 받는 기분이 든다는 반응이 기억난다”고 말했다.

상품 개발 과정에서도 예비창업패키지 사업은 큰 도움이 됐다. 예비창업패키지 사업 멘토로 선정된 이선희 도와세움 대표는 시제품의 샘플 테스트를 위한 타겟 고객 대상 인사이트를 발굴하는 조사 등 꼼꼼히 김 대표를 도왔다. 김 대표는 “예비창업패키지 사업의 자금도 큰 도움이 되는 부분이지만, 전문가의 조언과 네트워킹을 구축해주는 멘토링 역시 큰 자산이 되었다”며 “당시 멘토-멘티로 만난 인연은 지금도 이어져 이 대표님께 지금도 디지털마케팅 테스트베드를 부탁드리고 있다”고 말했다.



보틀웍스의 목표는 단순 매출에 있지 않다. 김 대표는 “론칭 후 초기 성장 단계의 KPI(Key Performance Indicator·핵심성과지표)는 고객에게 맞추려 한다”며 “다시 말해 고객 수와 키트 경험 수가 가장 중요한 성과 지표”라고 말했다. 이어 “올 3월 오픈베타 런칭 이후 2,000명 회원과 누적 판매 6,500 키트를 달성하고 있다”며 “키트 경험건수가 3만 건에 이르면 이를 바탕으로 양적 드라이브를 걸 수 있을 것으로 보인다”고 말했다.

“차 종류가 너무 많은 반면 우리나라 소비자들은 차를 제대로 접한 경험이 없어요. 그래서 소비자가 스스로 어떤 취향의 차가 맞는지 계속해서 찾아나가는 과정이 필요해요. 우선은 여러 가지 차를 맛보면서 저처럼 새로운 취향을 발견할 수 있게 돕는 게 보틀웍스의 1차 목표예요. 다행히 저

희 스타터 키트를 통해 보틀웍스를 경험한 고객들은 5점 만점에 4.8 이상의 만족도를 보였어요. 정기구독으로 전환하거나 시즌 키트로 재구매 하는 비율이 높았다는 점도 고무적입니다.”

김 대표는 차 시장이 국내에서도 확장 가능성이 있다고 내다봤다. “국내 차 시장 규모는 1조원 정도인데 이 중 소매 시장은 4,000억~5,000억 원을 차지한다”며 “카페인과 첨가물이 없고 맛과 향의 스펙트럼이 넓은 차 베이스의 건강 음료에 대한 수요는 지속적으로 증가하고 있고, 코로나 19 유행 이후 집에서 직접 구매해 차를 제조하는 이른바 ‘홈카페’ 형 수요도 지속적으로 늘고 있다”고 말했다.

김 대표는 “앞으로는 지금껏 축적한 취향 선호도 데이터를 기반으로 내년 서비스를 다듬을 예정”이라고 말했다. 고객의 맛과 향에 대한 취향을 분석하는 큐레이션 서비스까지 도입해 맞춤형 키트를 제공하는 것이 목표다. 또 개인 취향 기반의 차 구독 서비스를 넘어 사업을 확장하는 계획도 밝혔다.

“처음 제가 보틀웍스를 떠올린 게, 마실 게 없는 사무실 탕비실이었잖아요. 개개인에게 찾아가는 홈카페가 될 뿐 아니라 다양한 공간과 그룹 고객들도 마실 거리를 경험할 수 있도록 비즈니스를 다각화할 계획입니다. 우리가 머무는 곳곳에서 보틀웍스 키트를 만나는 날이 오기를 기대합니다.”



## 스타트업의 사명은 꿈을 크게 갖는 것... 필요가 존재의 이유

### <에버엑스>

윤찬 대표

에버엑스는 관절 환자들의 불편함을 스마트 디바이스와 앱을 통해 개선해주는 운동 솔루션 사업을 영위하고 있다. 슬관절 골격구는 관절염 발생 빈도가 높고 운동 시 손상 빈도가 높은 부위다. 윤찬 대표는 정형외과 전문의로 일하면서 슬관절 주변부 근육의 강화 운동만으로 문제를 해결할 수 있음을 알게 되었다. 하지만 이러한 운동치료는 병원의 물리치료실이나 민간 헬스클럽과 같은 특정 장소에서 전문치료사의 도움을 받아야 하고 무엇보다 환자의 입장에서는 지루하다는 문제가 있었다. 윤 대표는 이러한 운동치료를 환자들이 시간적, 경제적 부담 없이 집에서 재밌게 할 수 없을까 고민하다가 스마트 디바이스 개발이라는 아이템을 구상하게 되었다.

“퇴행성 관절염이나 수술 부작용, 운동 부상 등의 이유로 무릎 주변 운동 및 재활에 대한 수요는 커지고 있지만 기존의 재활기기는 너무 크고 가격이 비싸서 환자 입장에서는 병원이나 센터에 방문해야만 치료를 받을 수 있어서 불편했어요.”

예비창업패키지 사업비 지원을 받아 시제품 제작에 착수한 윤 대표는 초기 시제품 KneeEx를 만들었다. KneeEx는 'Knee(무릎)'과 'Exercise(운동)'의 두 단어를 조합한 명칭에서도 알 수 있듯이 운동 강도 조절 기능, 전기 자극장치(EMS), 근육량 측정장치, 상호 통신이 가능한 통신 모듈이 탑재된 하드웨어 디바이스와 운동 가이드, 목표량 달성 게임, 운동 데이터 저장 및 의료진과의 커뮤니케이션 등이 가능한 소프트웨어(App)로 구성되어 있는 웨어러블 헬스케어 솔루션이다.

“스마트 디바이스를 만들기 위해 외주업체와 작업을 해보니 커뮤니케이션에 문제가 있었어요. 시제품을 제작하기 위해서는 각기 적용되는 순서가 있는데 잘 몰랐던 부분이 있어서 소통이 원활하지 못했구요. 그러다보니 동시다발적으로 일을 추진하려던 계획이 틀어졌지요. 저희





는 다 외주로 시제품을 만들었는데 이해도에 차이가 있다 보니 일정을 맞추는 거나 원하는 기능을 구현하는 점에서도 어려움이 많았어요.”

현재 무료 주변부 근육 강화를 위한 운동 기구로는 헬스클럽에서 접할 수 있는 거대한 크기의 운동기구들이 있다. 이들은 인터넷에서 구매가 가능하지만 비쌀 뿐만 아니라 그 기능이 제한적이고 효과가 불분명하다. 에버엑스는 국내외 재활 및 로보틱스 전문 업체와 협업을 진행하여 KneeEx를 개발했으며 기존 무료 보호대 사이즈의 중소형 기기임에도 저항을 주는 구동 방식과 EMS(전기자극장치)의 자극전달 패턴의 정교화를 달성했다.

“제품 콘셉트는 제가 주도적으로 역할을 하고 팀원들이 외주 제작사와 직접 시제품을 만들었어요. 엄밀히 말하면 지금은 아직 양산단계는 아니고요, 1차 시제품을 수정, 보완하는 단계라 보시면 될 것 같아요. 착용했을 때 불편감이란가 주고자 하는 저항 자체가 충분할 수 있도록 기능들을 보완하고 있습니다.”

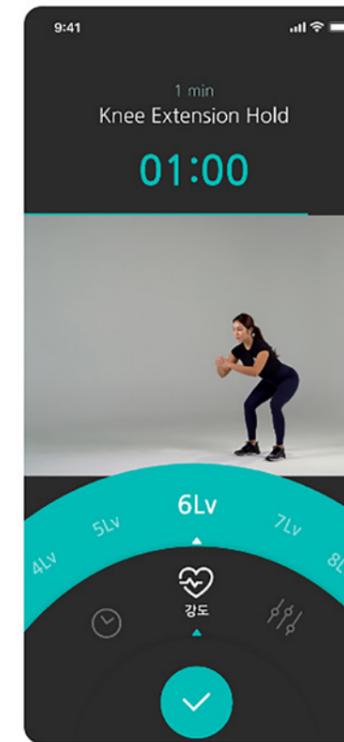
에버엑스 윤 대표는 예비창업패키지를 통해 머릿속에서 구상만 하던 아이디어를 직접 사업화할 수 있었다는 점이 좋았다고 했다. 또한 예비창업패키지 사업에 선정됨으로써 동기부여도 됐다. 무엇보다 주관 기관에서 매칭해 준 멘토가 제조 분야의 유경험자라서 긴밀히 소통하며 시제품 제작과 같은 전반적 사업 진행 방향에 대해 긴밀히 조언을 받은 것이 참고가 됐다.

“스타트업을 하시려면 제일 먼저 던져야 하는 질문이 과연 이게 필요한가, 어떤 대상에게 어떤 필요가 존재하는가인 것 같아요. 만약 예비창업패키지에 지원을 한다면 내가 하려는 일이 어떻게 고객의 필요를 충족할 수 있는지 본질적인 부분을 강조하는 게 중요한 것 같아요. 제 개인

적으로는 당장 돈이 된다, 안 된다 또는 어떻게 수익을 내겠다라는 건 부차적인 문제 같아요. 고객 입장에서 정말 필요한 것인지 그 문제에 집중하면 예비창업패키지에 선정되는 건 어렵지 않을 것 같아요.”

윤 대표는 현재 정형외과 전문의로 다른 팀원들은 카이스트 재학 시절 동문들이다. 에버엑스는 올해 5월 디지털 헬스케어 액셀러레이션 연계 아이디어 공모전에서 우수상을 수상했으며 8월에는 헬스올이라는 업체와 함께 EMS 파트 내 근육량 측정 모듈을 설계했다. KneeEx는 현재 시제품 개발 완료 상태로 향후 다양한 온·오프라인 채널을 통해 해당 제품을 판매할 예정이며 내년부터는 국내외 병원과 재활센터에서 실제 환자들의 치료에 활용하는 것을 계획하고 있다.

“저는 스타트업을 한다는 건 꿈을 크게 가지는 일이라고 생각해요. 당장 돈을 얼마 벌겠다보다는 내 사업을 통해 세상에 어떤 영향력을 미치고 세상을 어떻게 바꾸어 나가겠다는 비전이 중요한 것 같아요. 저희는 앞으로 스마트 운동기구와 앱을 통해서 관절이 불편한 분들의 재활을 돕는 디지털 치료제로서의 역할을 함과 동시에 관절분야와 운동치료의 핵심 플레이어로 자리매김하는 것이 비전입니다.”



# “강의실 벗어나니 흥분되는 실전... 예비창업패키지 사업 덕분”

## <블래닛>

고혜영 대표



“수업 시간에 학생들에게 창업을 종종 권했습니다. 프로젝트 수업을 하다보면 좋은 아이디어나 아이템들이 꽤 나오거든요. 그런데 다들 창업은 하기 싫다는 거예요. 제가 전폭 지원해준다고 해도 고개를 절레절레 흔들었습니다. 이유를 물어보니 부담스럽다는 대답이 많았어요. 아무래도 주변에서 창업 사례를 잘 보지 못하다 보니 창업을 너무 낯설게 느끼는 것 같았습니다.”

서울여자대학교 디지털미디어학과 고혜영 교수는 그래서 2019년 직접 창업에 도전했다. 회사 이름은 블래닛(Blenit)으로 정했다. ‘IT 기술을 다양한 분야와 블렌딩하겠다’는 의미를 담았다. 눈여겨봤던 졸업생 애제자 한 명도 멤버로 끌어들었다. 서울여대 교수 가운데 창업에 나선 교수는 고 대표가 세 번째였다. 교수 창업 사례가 워낙 드물다 보니 대학본부에서 경직 허가를 받는 데만도 시간이 꽤 걸렸다. 막는 건 아니지만 그렇다고 적극적으로 지원해주는 것도 아니었다. 교수 창업을 통해 학교와 상생하는 모델에 대한 그림이 만들어지지 않은 상태였기 때문이었을 것이다.

“회사를 설립하기 전에 먼저 지식재산권 확보부터 나섰습니다. 창업을 염두에 두고 진행한 건 아니고 수업을 진행하며 나온 결과물에 가까웠어요. 그런데 제자들에게 아이디어를 잘 살려보라고 얘기하며 제가 나서서 특허 출원, 디자인권 출원 등을 다수 하게 된 거죠. 특허를 낼 때 수업에 참여했던 친구들 이름도 다 올렸어요. 가르치는 신분이니 아무래도 교육의 일환으로 작업이 진행됐습니다.”

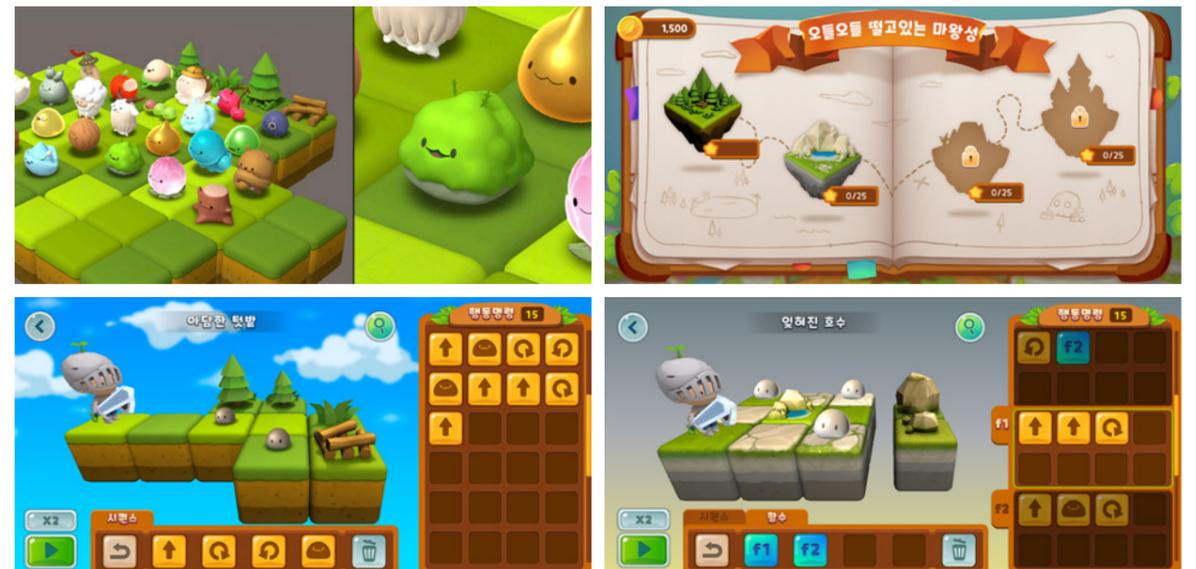
고 대표의 창업 아이템은 ‘게이미피케이션(Gamification)’. 그는 동서대학교에서 게임전공 교수를 지낸 바 있는 에듀테크(EduTech) 전문가다. AR(증강현실), VR(가상현실) 기반의 학습 콘텐츠 개발과 게이미피케이션(게임을 통한 교육) 개발 경험을 가진 독특한 경력의 교육자인 것. 현재 10건 이상의 회사 지식재산권은 대부분 게임 캐릭터와 관련된 것으로, 코딩 교육용 게임에 스토리

가 있는 귀엽고 재미있는 다양한 캐릭터들을 수집하며 증강현실로 즐길 수 있도록 한 것은 블래닛의 독창적인 아이디어였다.

“2018년 소프트웨어 교육이 본격적으로 학교 정규 과목으로 도입되면서 국내에서도 코딩 분야에 많은 투자와 개발이 이루어지고 있습니다. 온-오프라인 교육, 로봇, 교육 도구, 알고리즘, 학습 앱 등 다양한 방식의 접근이 이루어지고 있습니다만 여전히 국내 소프트웨어 교육의 저변 확대를 위한 효과적이고 효율적이면서도 혁신적인 교육용 에듀테크 콘텐츠는 많이 필요한 형편이에요. 저희 회사는 캐릭터 스토리를 배경으로 어린이 코딩교육용 게임 어플

리케이션을 시작으로 이북, 애니메이션 콘텐츠를 유기적으로 결합한 온라인 플랫폼으로 성장시키며, 이런 난제를 해결해 보고자 하는 목표를 갖고 있습니다.”

지식재산권 확보는 창업진흥원 예비창업패키지 사업 선정에 큰 도움이 됐다. 지재권이 확보되고 사업계획이 명확해진 상황에서 남은 것은 직접 게임 개발에 뛰어드는 것뿐이었다. 고 대표는 2019년 9월 예비창업패키지 사업에 선정된 후 그 해 12월 20일 법인 설립을 완료했다. 이후 애플리케이션 개발에 박차를 가해 어드벤처 게임 ‘고게릿(GO GET IT)’을 2020년 8월 출시했다. 고게릿은 미션 수행 기반의 경로찾기 모바일 게임이다. 주인공 캐릭터





## 식수 살균 획기적 발명품... 돈 쓰는 게 겁났지만 나중엔 큰 도움

<tAB>

오환중 대표



인 뽕뽕이는 악당들에게 빼앗긴 마을의 보물을 찾기 위해 여정을 떠나고, 여정 중에 만나는 다양한 미니몹들을 수집하면서 최단거리 길을 모색한다. 학습 동기부여와 미션 수행이 조화롭게 구성돼 있어 어린이들의 컴퓨팅 사고력 증진을 기대할 수 있다.

“예비창업패키지 사업이 없었다면 아마 창업 엄두를 못 냈을 겁니다. 지원금액이 크지는 않았지만 저희 회사의 경우 홈페이지 제작, 인건비, 사무실 유지비 등 아주 알차게 쓰였거든요. 초창기 매출 없이 지출만 있는 게임 개발사에게 정부 지원비는 굉장히 큰 도움이 됐습니다. 창업의 시작도, 유지도 지원사업이 있어 가능했던 것 같아요. 다만, 비용을 쓸 때 특허 출원 같은 지재권 확보 쪽으로는 제안 아이템과 직접적인 연관성이 부족하다면서 허락이 되지 않았는데 이런 부분은 초기 창업 기업에 대해서만큼은 좀 개선이 되면 좋지 않을까 생각합니다.”

고 대표는 게임 무료 출시 후 현재 개선 작업에 몰두 중이다. 2021년 상반기에는 만족할 만한 결과물로 제대로 승부해 볼 심산. 예비를 넘어 초기창업패키지 사업에도 도전할 예정이다. 당장 해결해야 할 문제가 산더미이지만 게임이 활성화 되면 인공지능 기술을 접목해 보겠다는 다부진 포부도 품고 있다.

“제가 직접 창업을 해보니 일단 ‘재미있다’는 말씀부터 드리고 싶어요. 학교에서 교육만 하면서 마치 책으로 산업체를 알게되는 것 마냥 멀게 느끼던 것을 직접 운영하며, 성격이 완전히 다른 두 가지를 결합시키고 상생 모델을 찾는 과정이 즐거워요. 그런데 아무래도 겸직이다 보니 신경 쓸 부분은 많은데 충분히 집중하지 못하거나 놓치는 부분이 많기도 합니다. 창업은 사무, 회계, 인사 등 많은 일들이 동시다발적으로 진행되는 작업인데 전부 제가 해야 되더라고요. 그래도 많이 배우면서 재미있게 하고 있습니다. 도전하는 사람만이 느낄 수 있는 행복이랄까요.”

엄마는 밥 안 먹는 아이를 구슬리려 식판 앞에서 ‘비행기 쇼’를 보여줬다. 손가락이 종이비행기인양, 손가락이 날아가는 시늉을 하며 입으로는 “부웅~”하고 소리를 냈다. 아이가 엄마의 현란한 손짓에 한눈 판 사이 밥이 입으로 ‘쓱’ 착륙했다. 비행기 놀이를 하며 밥을 먹던 추억에 착안해 손가락 손잡이에 항공기 모형이 달려있는 ‘비행기 손가락’을 만들었다. 오환중 tAB 대표의 생애 첫 발명품이다.

오 대표는 대학생 때부터 이런저런 발명품을 구상하고, 일부는 특허도 등록한 ‘발명왕’이다. 대학교에서 산업디자인을 전공한 오 대표는 창업보다는 디자인에 관심이 많

았다. 창업 전에 등록된 디자인권만 3개가 된다. 비행기 손가락부터 시작해 키 작은 아이들이 까치발을 던지 않고 문을 열 수 있도록 하는 보조손잡이 등 신체적으로 불편한 사회적 약자에게 도움 될만한 디자인을 늘 생각했다.

그러다 4학년 졸업 작품으로 낸 게 지금 tAB의 주력 아이템 ‘라디스(LADIS)’라는 제품이다. 라디스는 세계 최초의 마개형 UV 식수 살균기로, 생수통 뚜껑 자리에 끼워 쓰는 라디스는 식수와 함께 마스크·약세사리·필기구 등과 같은 소형 제품을 살균할 수 있는 라디스 보틀(Bottle) 두 종류가 있다.

“저는 처음부터 졸업 작품을 준비하며 ‘예쁜 쓰레기가 아닌, 세상에 필요한 물건을 만들자’고 생각했어요. 구글링을 해보니 개발도상국의 물 문제가 심각하다는 자료들을 발견했죠. 더러운 물을 먹고 배탈이 나고, 이것이 전염되는 악순환. 이를 해결하기 위해 각종 국제기구에선 페트병에 물을 채운 후 6시간이나 햇빛을 받게 해 병균을 죽이는 소디스(SODIS, Solar water DISinfection-자외선 물 소독법)란 방법을 권장합니다. 그런데 너무 오래 걸리잖아요. 우리 주변에서 쉽게 볼 수 있는 UV 소독기능을 이용하면 수 분 내로 소독이 가능할 것 같더라고요. 실제





로 간이 실험을 해보니 1분 내로 대장균이 모두 죽었어요. ‘아, 이거 되겠다’ 싶었죠.”

반응은 뜨거웠다. 졸업 작품을 본 학교 교양학과 교수님이 직접 창업을 제안했다. 그러나 오 대표는 당시 졸업 직후 입대를 앞두고 있었다. 2년 후 정식 창업을 약속하고 군에 입대 했다.

“군대 휴가를, 하루만 빼고 모두 시제품 개발에 썼어요. 창업 자금을 모으기 위해 공모전 출품도 쉬지 않았고요. 공모전 아이템은 라디스 업그레이드 버전이었어요. 가장 기억에 남는 공모전은 국방부가 주관하는 ‘국방스타트업챌린지(2018)’에서 육군참모총장상을 탄 일입니다. 군인 신분으로 500만 원의 상금을 받았고 전역 전엔 관련 작업도 수월하게 할 수 있었어요. 삼성전자에서 주관한 삼성투모로우솔루션(2018) 대회에서 최우수상을 수상한 건 지금까지도 후원으로 이어지고 있어요. 수상 이후 2019년 삼성전자 후원금을 받았고, 그걸로 라디스 본 생산에 필요한 자금을 충당했죠.”

오 대표는 창업진흥원의 예비창업패키지 사업을 통해서도 5,500만 원을 받았다. 대부분 시제품 제작을 위한 외주 용역비나 시금형 제작에 지출했다. “예비창업패키지 사업의 경우 지원금을 지출하면 증빙 서류를 작성해야 하는데, 혹시나 잘못된 용도로 쓸까봐 돈 쓰는 게 겁이 났어요. 석 달이 지났는데도 100만 원 밖에 안 썼죠. 결국 한국수자원공사(사업 주관기관) 분들께 주의를 들었습니다.”

현재 tAB는 라디스의 2021년 정식 론칭을 앞두고 크라우드 펀딩 등으로 예열 중이다. 2021

년 중후반에는 미국 온라인마켓 아마존에도 입점할 전망이다. 아마존 입점은 한국전력이 사회적기업을 대상으로 한 ‘해외 온라인 플랫폼 입점 지원 사업’에 발탁되며 추진하게 됐다. 오 대표는 “2021년 매출 목표는 10억 원으로 잡고 있다”며 기대를 감추지 않았다.

“2020년 초 라디스 시제품 2,400대를 만들었어요. 200대는 2020년 3월 코로나19로 인해 마스크 부족 현상이 한창일 때 국내 보건소, 대전광역시 등에 기부했고 2,000대는 11월 필리핀과 라오스로 보냈습니다. 그리고 남은 200대 정도는 샘플로 가지고 있었는데, 주변 분들께서 조금씩 사가시더니 결국엔 ‘완판’됐어요. 미국 수출도 기대가 큼니다. 얼마 전 미국 수도물에 사는 아메바 때문에 6살 아이가 사망했다는 기사를 봤어요. 안타까운 마음이 큰 만큼 식수 살균에 대한 의식이 생길 좋은 계기라는 생각도 들었어요. 이밖에도 미국은 캠핑족이 많기 때문에 주방용품 뿐만 아니라 아웃도어 용품으로도 라디스를 판매할 계획입니다.”

오 대표는 “지속가능한 사회적가치를 창출하기 위해 수익창출도 놓치지 않는 회사를 만들겠다”고 말했다. “저희는 선진국 소비자들을 공략해 수익을 내고, 개발대상국 대상 B2G나 B2B 거래를 통해서 사회적문제를 해결하려고 합니다. 라디스 판매가격은 5만~7만 원 가량인데 이를 개발도상국 국민들이 구입하기엔 부담스러운 가격이기 때문에 국제기구나 정부를 대상으로 판매하려고요. 앞으로 세상에 큰 의미를 만들어 나갈 tAB의 성장을 지켜봐주세요.”



# “창업가는 1인 다역 능숙해야... 스마트가구 개척할 것”

<HOI>

최정희 대표



외모지상주의에 찌든 왕비에게 수양딸의 미모 클래스를 일러주고, 난쟁이 오두막에 은신하던 그녀의 생존을 귀찮은 거울. 백설공주의 목숨을 위협한 이 물건은, 사실 주인의 물음에 정확히 대답한 죄 밖에 없는 ‘스마트 가구’이기도 하다. 왕비의 마술 거울은 21세기에 와 현실화됐다. 거울 앞에 선 사람의 얼굴을 비춰줄 뿐만 아니라 주인이 보고 싶은 동영상도 검색해준다. 음성으로 명령을 내리면 현관 문을 열어주기도 한다. 이 거울을 만든 마술사는 디자이너 최정희 에이치오아이(HOI) 대표다. 가구가전의 기능을 담은 HOI의 스마트 미러는 거울 본연의 반사율과 투과율이 최적화된 터치 인터페이스를 기반으로 사용자 편의를 위한 다양한 콘텐츠가 탑재돼 있다.

최 대표는 LG전자에서 책임디자이너로 일했으며 대표작으로는 세계최초 가구가전 2세대 트롬스타일러, 가구가전 오브제 협탁냉장고·공기청정기 등이 있다. 그는 2012년 장동건과 고소영을 전면에 내세우고도 실적이 부진했던 스타일러를 화려하게 부활시킨 장본인이다.

“1세대 스타일러가 소비자에게 외면당한 이유를 조사했어요. 구매고객을 만나 인터뷰를 해보니 대체로 ‘너무 크다’는 답변이 돌아왔죠. 사실 가전은 가구와 비슷한 점이 많아요. 놓을 위치가 정해지지 않으면 살 수 없다는 점에서 그렇죠. 1세대 스타일러는 의류 리프레셔라는 기능에만 집중하다보니 공간 배치나 쓰임 등의 스토리텔링을 놓쳤다는 진단을 내렸어요. 그래서 옷장과 리프레셔를 결합한 스마트가구의 융합가전을 만드는 것으로 콘셉트를 잡고, 폭을 슬림하게 줄이는 한편 옷장의 기능들을 추가했어요. 그 중 하나가 거울이었어요. 국제적 규모의 밀라노 가구박람회에 가보면 눈에 띄는 거울 디자인이 참 많았던 게 떠올랐죠. 물론 거울 기능은 빠진 채로 생산이 됐습니다만, 그때 묵혀뒀던 생각이 창업을 하면서 활짝 핀 거죠.”

최 대표는 22년간의 회사 생활을 접고 2019년 HOI를 창업했다. 막연히 ‘50살이 되면 내 이름을

내건 브랜드를 만들고 싶다’고 생각해왔던 걸 실천으로 옮긴 것이다. 마음속 마지노선인 49세에, 망설이던 그의 창업을 도와준 건 창업진흥원의 예비창업패키지 사업이다.

“2019년 10월에 건국대 창업지원단으로부터 5,100만 원을 받았어요. 아무래도 제조·개발·디자인을 모두 하는 HOI는 다른 회사와 달리 기술 장비들이 많이 필요해요. 저는 지원금으로 시제품 제작은 물론이고 미니어처를 만들 수 있는 3D프린터, 동영상 제작이 가능한 카메라, 콘텐츠 편집을 고려한 고사양 컴퓨터 등을 구입하며 창업 초기에 큰 도움을 받았죠.”

최 대표는 예비창업패키지 사업 멘토로 변리사를 선택했다. HOI 제품의 특허와 관련해 여러 가지를 멘토와 상의했다. 최 대표는 “오랜 시간 대기업 디자이너로 외주업체들과 일해 보니 의외로 초기창업 기업은 특허권 방어 가 너무 취약하더라”며 지적재산권에 관심을 가진 이유

를 밝혔다. 현재 최 대표 이름으로 등록되거나 출원된 특허는 기술특허 1건, 디자인 10건, 상표 4건 등이다.

디자인 등록 및 출원이 많을 수 있었던 건 최 대표가 특허사무소를 통하지 않고 본인이 직접 관련 서류를 작성했기 때문이다. 비용 면에서 좀 더 자유로울 수 있었다는 얘기도. 이 역시 회사에서 익힌 스킬이다. 최 대표는 “회사 특허팀은 그룹사 전체의 특허 서류를 모두 검토하다보니 각 부서에서 올리는 특허 신청에 관한 서류를 일일이 작성하지 못 한다”며 “우리 팀의 특허 서류 가이드는 팀 내에서 다 짜야했다”고 돌아봤다.

“초기 창업에서 가장 중요한 건 뭐니 뭐니 해도 머니(money)입니다. 어떤 상품을 시장에 내놓으려면 개발부터 영업, 유통, 마케팅 등 모든 과정에 남의 손을 빌려야 하다 보니 다 시간이고 돈입니다. 문제는 1인 기업이 대부분인 예비창업자들은 이런 작업을 모두 외주 줬다간 마음에 차지 않는 업무에 돈만 날리게 되는 결과를 얻을 수 있어요. 결국 대표가





1인 n역을 해가며 모든 일들을 주관해야 하죠. 즉, 스타트업은 대표 본인의 실무능력이 뒷받침돼야 한다고 생각합니다.”

최 대표는 스마트 거울 론칭 원년을 2021년으로 잡고 있다. B2C 비즈니스 모델에 적합한 화장대 스마트 미러를 첫 작품으로 준비 중이다. 동영상 시청, 인터넷 검색 등이 가능하고 음성 명령까지 내릴 수 있도록 거울에 탑재한다. 쉽게 말해 스마트폰의 기능이 탑재된 원형 거울이라고 보면 된다. B2B 모델은 이미 모 아파트 모델하우스에 들어가는 등 납품을 시작하고 있다. 화장대 스마트 미러와 기능은 비슷하나 ‘스마트 홈’이라는 이미지에 걸맞게 에너지, 보안, 택배, 방문알림 등 관련 정보가 거울 위에 뜬다.

“지금 HOI의 스마트미러는 대부분 욕실, 화장실, 드레스룸, 현관 등 개인 주거 공간에 맞추려고 생각하고 있어요. 이를테면 가구와 가전을 융합한 프로젝트로 책상가구 제작 업체와 공부 책상에 놓을 ‘스터디 스마트 미러’도 개발 중이에요. B2B 모델은 아파트 스마트홈 시장을 넘어 호텔이나 백화점 등의 욕실이나 화장실에 들어가는 걸 목표로 하고 있습니다. 나아가 버스정류장이나 지하철역사 등 공공장소에도 스마트 미러를 설치하고 싶어요. 이런 식으로 구매처를 조금씩 확장하다 보면 ‘스마트 미러=HOI’라는 공식이 성립하는 날이 오지 않을까요?”



**예비창업패키지  
사업 안내 가이드**

발행일 2020년 12월

발행처 창업진흥원

이 책에 수록된 사진과 글의 저작권은 창업진흥원에 있습니다.  
출판물 내 이미지 및 관련자료를 사용할 경우 사전 승인을 받아야만 합니다.

