

넷마블 ‘準대기업’ 지정... “게임 新사업 날개 꺾는 것”

IT기업 중 네번째 준대기업 지정 넷마블 “의무 성실히 이행할 것”
게임 산업, 이슈·트렌드에 민감 M&A·AI 등에 규제 우려 고개



방준혁 넷마블 의장이 지난 2월 열린 ‘제4회 NTP’에서 올해 사업 전략을 발표하고 있다. /넷마블

지난해 게임사 중 국내 최대 매출을 기록한 넷마블이 준대기업집단(공시대상기업집단)에 지정되면서 업계에 미치는 영향에 대해 관심이 집중되고 있다. 정보기술(IT) 기업 중 준대기업집단에 지정된 기업은 넷마블이 네이버, 카카오, 넥슨에 이어 네 번째다. 게임사로는 넥슨에 이어 넷마블이 두 번째다.

지난 1일 공정거래위원회는 넷마블을 공시대상기업집단으로, 방준혁 넷마블이 사회 의장을 총수로 지정한다고 밝혔다.

넷마블은 지난해 5월 코스피 상장 이후 약 2조7000억원에 달하는 신규 자금 유입으로 같은해 말 연결 기준 자산총액이 5조3000억원으로 늘어 공시대상기업집단 지정 검토 기준인 자산총액 5조원을 넘어섰다. 넷마블 지분의 24.4%를 보유한 방준혁 의장은 총수(동일인)로 지정됐다.

넷마블 측은 “공시 등의 의무를 성실히 이행할 것”이라고 공경위의 결정에 따르겠다는 입장을 밝혔다.

넷마블의 준대기업집단 지정으로 넷마블은 총수 일가 사익편취 규제, 공시 의무를 적용받게 된다. 총수로 지정된 방 의장은 배우자, 6촌 이내 혈족, 4촌 이내 인척 등 친인척의 지분과 거래 내역도 공개해야 한다.

이에 최근 넷마블이 지분 투자한 빅히트엔터테인먼트 방식혁 대표의 지분도 공개될 것으로 예상된다. 방식혁 대표는 방 의장과 친인척 관계다. 넷마블은 지난 달 빅히트엔터테인먼트에 총 2014억원

규모의 지분 투자를 단행해 2대 주주로 올라섰다.

IT 업계에서는 넥슨과 넷마블에 이어 지난해 기준 3조5265억원의 자산 총액을 기록한 엔씨소프트 또한 공시대상기업집단에 지정될 가능성이 있는 것으로 보고 있다.

연이은 게임사의 준대기업집단 지정으로 게임 업계의 위상이 높아졌다는 반응도 있지만, 한편으로는 게임사의 준대기업집단 지정이 또 다른 규제의 옥쇄로 작용하지 않겠냐는 우려의 시각이 팽배하다.

전통적인 제조업 규제를 위해 만들어진 틀을 IT 기업에 적용할 경우 부작용이 일어날 수 있다는 주장이다. 특히 그때그때 트렌드에 맞춰가야 하는 아이디어 산업인 게임의 경우 산업적인 특성을 고려해 규제가 이뤄져야 한다는 목소리도 있다.

넷마블은 최근 ‘넷마블게임즈’에서 ‘게임즈’를 떼고, 미래사업 준비를 위한 발걸음을 떴고 있다. 신규사업목적으로는 AI, 가상현실(VR), 증강현실(AR) 관련사업, 블록체인 관련사업 및 연구개발업, 음원 등 문화콘텐츠 관련 사업을 추가해 사업적 도약을 꾀하고 있다.

지난달 30일 1·4분기 실적 컨퍼런스 콜에서는 “모바일 게임에서 지적재산권(IP)과 기술이 가지는 중요성이 크기 때문에 이 영역을 보완하기 위한 투자가 집중될 것”이라고 밝히며, 투자 확대에 대한 의지도 보였다.

이번 준대기업집단 지정으로 규제 문턱이 높아져 신규 사업 진출에 제동이 걸리는 것이 아니냐는 시각도 있다.

게임 기업이 ‘재벌기업’으로 낙인찍히는 것에 대한 우려도 있다. 게임업계의 경우 개인 스타트업에서 시작한 경우가 많아 가족경영 등이 위주인 대기업과는 운도차가 있다는 것이다.

게임 업계 관계자는 “아무래도 기대보다는 우려가 있는 것이 사실”이라며 “일반 굴뚝산업과는 달리 게임 등 IT 기업의 경우 트렌드에 맞춰 게임 출시 등을 바로 진행하는 것이 좋는데 규제 이슈 등으로 빠른 의사결정에 제동이 걸릴까 우려된다. 인수합병(M&A) 등과 인공지능(AI) 등 신사업을 본격적으로 추진하는 시기에 준대기업집단 지정으로 제동이 걸릴 것이 걱정”이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

제일기획, 동유럽 광고대행사 인수

M&A 속도·글로벌 경쟁력 UP

CENTRADE | Cheil

제일기획이 글로벌 시장에서 경쟁력을 강화하고 미래사업 기반을 확보하기 위한 M&A(인수·합병)에 적극적으로 나서고 있다.

제일기획은 최근 동유럽 내 탑티어 광고대행사인 ‘센트레이드’와 인수계약을 체결했다고 2일 밝혔다.

센트레이드는 지난 1993년 루마니아에 설립된 종합 광고대행사로 ATL, BTL, 디지털, 리테일 등 다양한 마케팅 솔루션 역량을 보유하고 있으며 루마니아, 세르비아, 크로아티아, 헝가리 등 동유럽을 기반으로 유럽 전역에 솔루션을 제공 중이다.

센트레이드의 최대 강점은 고객 빅데이터를 분석한 인사이트를 기반으로 맞춤형 마케팅 솔루션 제공이 가능한 것으로, 동유럽 지역의 삼성닷컴 사이트 운영과 함께 P&G, 라이파이젠 은행(Raiffeisen bank) 등 다수 기업의 디지털 마케팅을 담당하고 있다. 이를 바탕으로 지난해 센트레이드의 전체 실적 중 디지털 사업이 차지하는 비중은 54%에 달하며, 최근 2년 간 디지털 비즈니스 매출총이익의 연평균 성장률은 80%를 넘어서고 있다.

올해 1분기 매출총이익의 10%, 영업이익의 12%(세전 이익 17%) 성장이라는 좋은 성적표를 받아든 제일기획으로서 이번 인수한 센트레이드가

유럽지역의 비즈니스 확대에 큰 역할을 해 줄 것으로 기대하고 있다. 또한 기존 해외 자회사들도 전년 대비 실적 개선 추세에 있어 전체 회사 실적의 75%를 차지하는 해외 사업의 지속적인 성장이 예상된다.

제일기획은 이번 센트레이드 인수 외에도 데이터, 디지털 마케팅, 이커머스 등 디지털 분야의 경쟁력과 노하우를 보유한 전문 에이전시들의 인수를 다각도로 추진할 계획이다. 미국, 영국 등 선진 시장에서는 사업 다각화 및 확대를 위해, 서남아/중남미 등 성장세가 높은 신흥 시장에서는 시장 선점을 위해 지역별 차별화된 M&A 전략을 바탕으로 미래사업 기반 확보에 적극 나선다는 방침이다.

유정근 제일기획 사장은 “제일기획은 전통 에이전시에서 디지털 전문 회사로 그 모습을 탈바꿈해 가고 있다. 이번 인수를 통해 제일기획의 디지털 경쟁력이 한 차원 업그레이드 될 것”이라고 전했다.

한편 지난해 제일기획은 B2B 마케팅과 디지털미디어 분야 투자 차원에서 자회사 아이리스를 통해 캐나다의 B2B 마케팅 컨설팅 회사 PSL, 영국의 온라인 검색 광고회사 Atom42를 인수한 바 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@

‘金감자·金쌀’... 소비자물가 1.6% ↑

상승률 6개월 만에 최대폭
신선 채소가격 상승세 견인



최근 농산물값이 크게 뛰고 외식비 물가가 오르면서 소비자 물가에 빨간불이 켜졌다.

정부는 물가 안정세가 지속될 것이라는 입장이지만 국민들이 체감하는 물가 안정을 위해 공공행진 품목 관리에 나선다는 방침이다.

2일 통계청이 공개한 소비자물가 동향 보고서에 따르면 지난달 소비자 물가지수는 1년 전보다 1.6% 상승했다.

소비자물가 상승률은 전월의 1.3% 0.3%p 높아지며 지난해 10월 1.8% 이래 최고를 기록했다.

전년 동기와 비교한 소비자물가 상승률은 지난해 9월 2.1%를 기록한 후 올해 4월까지 7개월 연속 1%대에 머물렀다.

소비자물가 상승률이 7개월 연속 2%를 밑돈 것은 2012년 11월~2016년 12월(4년 2개월) 이후 처음이다.

농산물이 8.9% 상승해 전체 물가를 0.39%p 끌어올렸다.

농산물 가격은 지난해 8월 16.2% 뛰이래 8개월 만에 가장 큰 폭으로 올랐다.

특히 채소가 많이 올랐다.

신선 채소가격은 8.5% 상승해 지난해 8월 22.8% 이후 최대 상승 폭을 기록했다. 감자 가격은 76.9%나 치솟았다. 2004년 3월 85.8%에 이어 약 14년 만에 가장 큰 폭이다. 쌀(30.2%), 고춧가루(43.1%), 무(41.9%), 호박(44.0%) 등 생활과 밀접한

농산물 가격도 줄줄이 올랐다.

어류·조개·채소·과일 등 기상 조건이나 계절에 따라 가격 변동이 큰 50개 품목을 기준으로 한 ‘신선식품지수’는 4.7% 뛰었다.

서비스물가는 1.6% 올랐고 이 가운데 외식비가 2.7% 올랐다.

올해 들어 최저임금이 16.4% 오른 가운데 공동주택 관리비(6.8%), 가사도우미료(10.8%) 등 인건비 비중이 큰 서비스물가 상승이 확인됐다.

석유류 가격은 3.8%, 수산물 가격은 5.0% 올랐고 축산물은 4.7% 하락했다.

채굴물가를 보여주는 ‘생활물가지수’는 1년 전보다 1.4% 상승했다. 이는 자주 구입하고 지출 비중이 큰 약 140개 품목을 토대로 작성한 것이다. 계절 요인이나 일시적인 충격에 따른 물가변동분을 제외하고 장기적인 추세를 파악하기 위해 작성한 물가상승률인 ‘농산물 및 석유류 제외지수’도 1.4% 올랐다. /세종·최신우 기자 grandtrust@



2일 오전 서울 대한상공회의소에서 열린 ‘노동시간 단축과 청년일자리 창출을 위한 김영주 고용노동부 장관, 기업인들과의 대화’에서 김영주(왼쪽 일곱 번째) 장관과 김준동(왼쪽 여덟 번째) 대한상의 부회장을 비롯한 기업 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /연합뉴스

김영주 “中企 노동시간 단축, 대기업이 선도해야”

(고용노동부 장관)

노동시간단축 기업 간담회

납품단가 현실화 등 모범사례 당부

김영주 고용노동부 장관이 7월부터 시행되는 근로시간 단축이 빠르게 자리 잡을 수 있도록 기업들의 협조를 구했다. 이를 위해 대기업이 납품단가 현실화, 보육 시설 지원 등의 사회적 책임에 나서줄 것을 요청했다.

김 장관은 2일 서울 대한상공회의소에서 열린 ‘노동시간 단축기업인 간담회’ 모 두발언에서 “300인 미만 사업장들은 2021년 7월까지 단계적으로 근로시간이 단축될 예정”이라며 “중소기업들이 충분한 준비 시간을 갖도록 하자는 취지이지만, 여

러분들의 지원 없이는 어렵다”고 말했다.

노동시간 단축 문제를 중점적으로 논의한 이날 간담회는 지난달 열린 은행 업종 간담회에 이어 이번이 두 번째다. 이번 행사에는 김준동 대한상공회의소 부회장과 삼성전자, 현대자동차, LG전자, GS칼텍스, SK하이닉스, 이마트 등 규모 300인 이상 기업 12개사 관계자들이 참석했다.

김 장관은 “쉽지 않은 여건에도 기업들이 근로시간 단축이 잘 정착될 수 있도록 준비하는 것에 감사한다”며 “여러분의 노력이 다른 기업들에게도 여러 가지 모범 사례가 될 것”이라고 말했다.

그러면서 근로시간 단축이 사업장에서 자리잡아 청년일자리 창출로 이어질 수 있도록 기업들에게 지원과 협조를 요청했다.

특히 김 장관은 “오늘 참석한 기업들은 많은 중소기업체들과 사업 등을 수행 중인 것으로 알고 있다”며 “협력업체들의 경영상 애로를 해결하기 위해 납품 단가 현실화 등의 노력과 지원을 당부 드린다”고 강조했다.

또 김 장관은 “저출산 문제 해결, 여성 경력 단절 해결을 위해 아이를 맡길 수 있는 곳 필요하다”면서 “고용노동부에서는 중소기업 비정규직 맞벌이 노동자들이 쉽게 맡길 수 있도록 지하철 역 등 교통 거점에 어린이집 설치 추진하고 있다”고 소개했다.

여기에 “기업들이 능력 있는 여성들이 차별 없이 직장생활 할 수 있도록 배려해달라”는 요청도 더했다. /정은미 기자 21cindium@