

벤처자금 투자받은 기업, 자금수혈·고용창출 ‘두토끼’

550개 기업 2118명 신규채용
투자받은 기업 1곳당 3.8명꼴
연말까지 지원금액 3조원 전망

농수산물 등을 온라인에서 판매하고 있는 벤처기업 켈리. 이 회사는 올해 상반기에 4개 벤처캐피탈(VC)로부터 총 75억 원을 새로 투자받았다.

1인 가구 등의 증가로 온라인 식품 유통산업이 급성장하고 있어 자금과 인력이 목말랐던 차에 단비를 만난 것이다. 켈리는 지난해 말 130명이었던 직원을 6월 말 현재 186명까지 늘렸다.

이사 관련 서비스를 제공하는 마켓디자인스. 지난해 2월 설립한 스타트업인 이 회사는 올해 상반기에 청년창업펀드 20억 원을 포함해 총 80억 원을 외부로부터

〈2018년 상반기 벤처투자 받은 기업 고용성과〉 단위:개사·억원·명

구분	투자기업수	투자금액	2017년말 고용	2018년 6월말 고용	고용증감	고용 증가율
합계	550	13,281	17,338	19,456	2,118	12.2%

〈2018년 상반기 모태펀드 투자받은 창업 초기기업 고용성과〉 단위:개사·억원·명

투자연도	투자기업수	전체VC투자	2017년말 고용	2018년 6월말 고용	고용증감	고용증가율
2018	156	3,683	2,124	2,708	584	27.5%

〈2018년 상반기 청년창업펀드 투자받은 청년창업기업 고용성과〉 단위:개사·억원·명

투자연도	투자기업수	전체VC투자	2017년말 고용	2018년 6월말 고용	고용증감	고용증가율
2018	96	2,988	1,999	2,420	421	21.1

/자료=중소벤처기업부

터 투자받았다.

마켓디자인스는 1년새 분기 매출이 3억원(2017년 1분기)에서 14억원(2018년 1분기)으로 5배 가까이 늘었다. 또 직원 숫자는 지난해 말 10명에서 올 상반기엔 28명으로 3배 가량 증가했다.

VC 등으로부터 벤처투자를 받은 기업이 일자리 창출 효과도 큰 것으로 나타났다.

중소벤처기업부는 한국벤처투자, 한국벤처캐피탈협회, 고용정보원과 함께 올해 상반기에 벤처투자를 받은 기업의 고

용효과를 분석한 결과 550개 기업이 지난해 말 대비 2118명을 새로 채용했다고 16일 밝혔다.

투자받은 기업 1곳당 3.8명 꼴이다. 550개 기업은 올 상반기에만 1조3281억 원을 투자받은 것으로 집계됐다. 고용도 지난해 말 1만7338명이던 것이 올해 6월 말엔 1만9456명으로 12.2%나 증가했다.

550개 기업 중에선 모태 자펀드 투자를 받은 창업 3년 이내 기업이 156곳, 청년창업펀드 투자를 받은 청년창업기업 96곳이 포함돼 있다.

특히 투자받은 기업 중 창업 3년내 초기기업이나 청년창업 기업의 고용창출 효과가 눈에 띄었다.

초기기업 156곳은 6개월 새 인원이 2124명에서 2708명으로 584명 늘며 고용 증가율이 전체 평균의 2배가 넘는 27.5%를 기록했다.

같은 기간 청년창업펀드 투자기업 96곳

도 1999명에서 2420명으로 21.1% 늘었다.

중기부 이재홍 벤처혁신정책관은 “지난해 대규모 추경 등 모태출자를 통한 벤처펀드 조성이 투자증가와 일자리 창출 효과로 바로 이어지고 있다”면서 “8월중 결정되는 일자리 매칭펀드 등을 통해 일자리 창출 우수기업의 지속성장에 투자하는 등 일자리 창출 우수기업에 충분한 자금이 공급되도록 노력할 것”이라고 밝혔다.

이런가운데 중기부는 올해 연말까지 기업들이 받은 벤처투자금액이 사상 처음으로 3조원을 돌파할 것으로 내다보고 있다.

이에 따라 올해 관련 투자를 받아 늘어나게 될 고용인원은 5000명 이상이 될 것으로 기대하고 있다.

특히 향후 이들 기업은 2~3년에 걸쳐 총 1만명 안팎의 인원을 새로 고용할 것으로 내다보고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



박보검이 등장하는 에이스침대의 새 광고 화면.

에이스침대 새 얼굴에 박보검... 캠페인 전개

“젊은 세대까지 타깃 확장 기대”

에이스침대가 배우 박보검을 광고 모델로 등장시켰다.

16일 에이스침대에 따르면 그동안 ‘침대는 가구가 아니라 과학입니다’라는 광고 카피를 중심으로 세대를 아우르는 브랜드텔링을 전개해왔다면 이번 광고 캠페인은 전달하는 메시지와 분위기가 사뭇 다르다.

이번에 새로 선보인 광고는 박보검이 청명한 숲길에서 기분 좋게 바람을 가르며 자전거를 타고 달리는 모습으로 시작한다. 주로 실내에서 전개됐던 침대 광고

와는 다른 접근이다.

“침대 하나 바꿨다고, 당장 날아갈 듯 이야기하겠어요?”라는 카피로 시작하는 이 광고는 ‘좋은 잠이 쌓인다, 좋은 나를 만든다’라는 슬로건을 통해 매일매일의 좋은 잠이 우리의 몸을 어떻게 바꾸는가에 대한 새로운 화두를 던진다.

그러면서 “성실하고 정직한 이미지와 젊은 세대에겐 소구력 높은 박보검을 통해 에이스침대의 ‘좋은 침대’에 대한 신념을 강화하고, 타깃 확장까지 도모할 수 있을 것으로 기대한다”고 덧붙였다. 박보검이 등장하는 광고는 지난 15일부터 전파를 탔다. /김승호 기자

韓 포함 15개국·350개 가구 브랜드 한자리에

29일~9월 2일 킨텍스에서

‘KOFURN 2018’ 개최

국내 최대의 가구산업 전시회인 ‘한국국제가구 및 인테리어산업대전’(KOFURN 2018)이 오는 29일부터 9월 2일까지 경기 일산 킨텍스에서 열린다.

국내 가구산업의 현주소 및 가구·인테리어 트렌드를 한눈에 볼 수 있는 ‘KOFURN 2018’은 올해가 29회째로 350여 기업체가 1900개 부스를 꾸미고 바이어와 관람객들을 맞는다.

특히 올해엔 터키, 싱가포르, 태국, 말레이시아 등 14개국에서 제품을 대거 출품해 글로벌 시장 동향도 살펴볼 수 있다. 전시회에는 모던하면서도 실용성이 돋보이는 생활 가구부터 고급스러움이 느껴지는 클래식 가구, 귀여운 디자인과 성장기능의 아동용 가구, 새로운 기술과 함께 사용이 편리하면서도 기능적인 스마트 가구, 창의적인 디자인의 인테리어 소



품 등을 다양하게 선보인다.

또 이번 전시회는 매년 10월 일산 호수공원에서 개최되는 ‘고양가구박람회’와 함께 열려 다채롭고 풍성한 가구·인테리어 전시회로 꾸며진다.

‘2018 대한민국 가구디자인 공모전’의

수상작을 전시해 공간 활용도와 가능성을 갖춘 가구라는 주제로 한 다양한 가구 시제품을 만나볼 수도 있다.

차세대 가구산업을 이끌어나갈 대학생들의 참신한 디자인 감각이 빛나는 ‘제20회 대학생 가구디자인 작품전’도 전시한다.

이밖에도 국내 가구산업발전을 위한 ‘2018 대한민국 가구 대·중소기업 공급자 박람회’, ‘한국가구학회 국제학술세미나’ 등 부대행사가 개최될 예정이다.

전시 관람 시간은 오전 10시부터 오후 6시까지며 입장료는 5000원이다. 무료관람을 원하는 관람객은 28일 오후 12시까지 코퍼(KOFURN) 홈페이지에서 온라인 무료관람을 신청하면 된다.

대한가구산업협동조합연합회 김계원 회장은 “참여업체의 실질적인 성과창출을 위해 국내외 비즈니스 구매담당회를 진행할 예정”이라며 “KOFURN이 국내외 판로개척에 길잡이 역할을 다해 소비자는 물론 판매자에게까지 의미 있는 자리가 되도록 만들겠다”고 밝혔다. /김승호 기자

카페인 없이 비타민B 듬뿍 ‘XS 에너지 캔디’

한국암웨이 간편하게 에너지 충전

한국암웨이의 에너지 드링크 브랜드 XS(엑세스)가 2030세대를 겨냥한 신제품 ‘XS 에너지 캔디(사진)’를 출시했다고 16일 밝혔다.

‘XS 에너지 캔디’는 3가지 비타민 B군인 나이아신, B6, 판토텐산을 함유하고 있어 간편하게 에너지를 더할 수 있다. 비타민 함량 또한 식약처 고시 일일 영양성분 기준치 대비 50%를 함유하고 있으며, 카페인 함량은 포함하지 않아 누구나 부담없이 즐길 수 있다.

또한 2030 세대의 취향에 맞춰, 트렌디한 디자인의 패키지와 한 손에 쏙 들어가는 사이즈로 간편하게 휴대할 수 있도록 했다.

김은아 한국암웨이 마케팅 상무는 “XS는 암웨이의 브랜드 중 가장 젊고 활동적인 브랜드로, 건강과 미용을 중시하는 밀레니얼 세대의 취향에 부합하는 제품



들을 개발하고 있다”며 “XS 에너지 캔디는 사탕 제형으로 비타민 B를 섭취할 수 있는 차별화된 제품이며, 시험 전 집중력이 필요할 경우나 운동시 간편하고 재미있게 에너지를 충전하고 싶은 2030에게 추천한다”고 말했다.

한편 한국암웨이 XS는 음료 외에도 다양한 신제품을 통해 2030을 위한 제품군을 강화해 나가고 있다. 최근 에너지 너츠, 고메 셀렉션 등 휴대가 가능한 견과류 제품도 출시해 제품 포트폴리오를 확대해 나가고 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@

대유위니아 미니어처 콘텐츠로 SNS 젊은층 공략

대유위니아가 2030세대를 겨냥해 SNS에 최적화된 미니어처 콘텐츠를 선보였다고 16일 밝혔다.

대유위니아는 공식 SNS 계정인 ‘위니아스토리(winiastory)’를 통해 초소형 미니어처를 위니아 에어컨과 위니아 크린세탁기, 덩채죽(밥술) 등 대유위니아 제품에 붙인 콘텐츠를 선보였다.

김치냉장고 덩채로 주부들에게 친숙한 대유위니아는 이번 미니어처 콘텐츠를 통해 SNS 이용률이 가장 높은 젊은층을 겨냥했다. SNS에서 뜨거운 반응을 얻고 있는 미니어처 모티브를 활용해 2030세대로부터 호응을 받았다. 여기에 무겁고 딱딱하게 느껴질 수 있는 가전제품을 가볍고 아기자기한 느낌을 더해 소비자의 친근감을 더하며 가전업계 SNS 트렌드를 주도했다.

/안병도 기자 catchrod@

세계조산학회 서울서 국제 심포지엄 개최

이대목동병원 김영주 교수 주관

세계조산학회(PREBIC) 아시아-오세아니아 지부는 오는 8월 31일부터 9월 1일까지 서울 백범김구기념관에서 국제 심포지엄을 개최한다고 16일 밝혔다.

세계조산학회는 2003년부터 시작돼 매년 세계 관련 의사 및 과학자들이 모여 조산의 원인, 진단 및 치료에 관한 최신 지견을 공유하고 연구하는 학회다.

특히 이대목동병원 산부인과 김영주 교수(사진)가 지난 2017년 9월 중국 하이난에서 세계 조산학회 아시아



아·오세아니아 지부 회장에 선출돼 서울에서 개최되는 이번 국제 심포지엄 개최를 주관하게 됐다.

이번에 개최되는 국제 심포지엄에는 한국, 중국, 호주, 일본, 인도 등 아시아와 오세아니아 지역의 산부인과 의사 및 과학자들 150여 명이 모여 조산 연구의 최신 지견 공유를 위해 다양한 토론을 바탕으로 향후 조산의 예방을 위한 연구 프로젝트까지 도출할 예정이다. /박인용 기자