

# 누적 시청 9.7만명·유튜브 조회 100만회... 세계 흔든 K산업

## 컴업 2020 성료

스타트업 페스티벌 미래 제시 AI·원격 등 산업 전반 정보공유 상담회 등 부대행사 27일까지

컴업 조직위원회와 창업진흥원이 주관한 글로벌 스타트업 축제 '컴업2020'이 성공적으로 막을 내렸다.

조직위와 창진원은 '컴업2020'을 통해 다양한 성과를 기록했다고 22일 밝혔다.

'컴업'은 1997년 아이엠에프(IMF) 외환위기 당시 개최된 '벤처코리아' 행사를 모태로 지난해부터 정부와 민간의 공동 개최로 이어오고 있다.

조직위와 창진원은 지난 3일간의 행사를 통해 비대면 방식의 글로벌 스타트업 페스티벌의 미래 방식을 제시했다.

지난 19일 막을 올린 '컴업2020'은 혼합현실(XR)로 연출된 개막식을 진행했다.

박영선 중소벤처기업부 장관은 개막



박영선 중소벤처기업부 장관이 20일 '프로토콜 경제'를 구현하고 있는 스타트업과의 간담회에서 기념촬영을 하고 있다. /중소벤처기업부

사를 통해 "벤처기업은 이미 한국 경제의 중추"라며 "금년 상반기 한국 벤처기업 총고용은 66만7000여 명으로 4대대기업 총고용 69만여 명에 버금가는 수준"이라고 말했다. 이어 "K-방역과 비대면 유품목의 벤처·스타트업들이 수출을 견인하면서 경제 반등에 기여하고 있다"며 스타트업을 향한 격려를 아끼지 않았다.

이날 오후에는 국내 의료 인공지능

(AI) 스타트업 '루닛' 서범석 대표, 글로벌 에너지 관리 기업 '슈나이더 일렉트릭' 엠마누엘 라가리크(Emmanuel Lagarrigue) 최고정보책임자 등이 연사 및 토론자로 참여해 디지털 헬스케어·환경에 관한 논의를 이어갔다.

이어 20일에는 오픈 이노베이션 및 로봇&인공지능 분야에 대한 기초연설과 원격근무·제조 분야에 관한 학술대회 등을 진행했다.

특히 이날 저녁 박영선 장관은 '프로토콜 경제'를 구현하고 있는 스타트업과의 간담회를 마련했다.

박영선 장관은 간담회에서 "프로토콜 경제의 핵심은 탈중앙화 탈독점화인데 현재 플랫폼이라는 중앙집권적 거래 환경에서는 정보가 왜곡되고 부의 쏠림이 심화되는 부작용이 분명 존재한다"며 "앞으로 프로토콜 경제기반을 마련하는 일에 좀 더 관심을 가져야 할 시점"이라고 강조했다.

행사 마지막 날에는 '삶의 방식(Life)'을 주제로 엔터테인먼트, 교육, 커머스, 유통에 대한 학술대회를 진행했다.

에스엠(SM) 엔터테인먼트의 이성수 대표는 기초연설을 통해 "연택트 시대라는 뉴노멀 시대에 빛나게 될 기술로써 문화 기술은 케이팝(K-pop) 산업의 원동력이 될 것"이라고 강조했다.

이어 왓차의 박태훈 대표, 코세라(Coursera)의 베티 반덴보시(Betty Vandenberg) 최고콘텐츠책임자 등이 연

사 및 토론자로 참여했다.

이날 토론자들은 각각 비즈니스 모델을 소개하고 투자유치 과정과 뉴 미디어 분야의 동향을 논의했다.

오후에는 보스턴컨설팅그룹(BCG) 아시아태평양 유통부문 김연희 대표의 기초연설이 이어졌다.

김연희 대표는 "3세대(패션·뷰티·식품·리빙)가 현재 시장의 성장을 견인하고 있는데 우리나라는 3세대가 온라인으로 빠르게 가고 있다"고 했다. 이어 "온라인은 단일 시장이 아니며 시장마다 성공 요인이 다르다는 점을 이해할 필요가 있다"고 설명했다.

한편 '컴업2020'은 행사 종료 시점까지 온라인 시청 수가 누적 9만7000회에 달했다. 행사 공식 오프닝 영상 또한 유튜브에서 조회 수가 100만회를 돌파해 눈길을 끌었다.

조직위와 창진원은 컴업스타즈 120개사를 위한 글로벌 VC와의 투자상담회나 수출상담회 등 부대행사를 27일까지 이어갈 예정이다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

## ‘시장개척·신제품’ 매일유업 독보적 성장세

3분기 매출 1조 933억, 전년비 5.4%↑  
 멸균 제품·외형 확대 등 시장적응 성과

매일유업이 유업계 침체 속 독보적인 성장세를 보였다. 출산율 저하가 이어짐에 따라 시장 규모가 줄어들었는데, 신종코로나바이러스감염증(코로나19) 여파로 유업계 침체는 장기화하고 있다. 그런 가운데 매일유업은 적극적인 시장 개척과 신제품 출시로 어려움을 타개해 나가고 있다.

매일유업은 3분기에에도 코로나19 위기에 맞서 실적 방어에 성공했다. 22일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 3분기 연결 재무제표 기준 누적 매출은 전년 동기 대비 5.4% 성장한 1조933억원을 기록했다. 영업이익은 625억원으로 전년과 거의 비슷한 수준을 유지했다.

경쟁사인 남양유업의 경우 3분기 누적 매출이 7216억원으로 전년 대비 6.3% 감소했다. 영업손실은 427억 원으로 올해 들어 분기 적자를 지속하고 있다.

매일유업의 3분기 실적 향상에는 테트라팩(상온 멸균팩) 수요 확대와 관련된 카테고리 외형 성장이 두드러졌다. 매일유업은 코로나19 위기에 맞서 유통기한이 긴 멸균가공유 라인업을 앞세워 이커머스 채널 영업에 나섰다. 코



매일유업은 전통적인 유제품 뿐만 아니라 임영웅 커피 바리스타를스 등 컵커피, 가공유, 셀렉스 등 다양한 라인업의 제품을 성공시키며 매출을 견인했다.

로나19로 개학·개강이 지연되면서 학생들이 중심으로 한 유품기한이 짧은 흰우유 소비가 급감하자, 유품기한이 긴 멸균 유제품으로 재가공해 이커머스 채널에 내세웠다.

그 결과 3분기 말 매일유업 온라인 매출은 전체 비중의 20%를 상회하는 수준까지 올라섰다. 멸균 제품 매출은 17% 증가하며 전체 매출액에서 차지하는 비중 또한 이전에 비해 5%포인트 증가했다. 유제품은 온라인 유통이 어렵다는 편견을 깨고, 단시간 유패체널을 재조정하는 데 성공했다.

주요 제품의 외형 확대도 두드러진

다. 매일유업은 전통적인 유제품 뿐만 아니라 컵커피, 가공유, 셀렉스 등 보유 한 라인업 제품 등을 멸균 유제품으로 재가공하거나 관련 라인업을 출시, 오픈마켓 입점도 확대했다. 코로나19로 인한 편의점 채널 수요 감소에도 '임영웅 커피' 바리스타를스 등 컵커피의 고성장 이뤄졌으며, 발효유 또한 온라인에서 성장세를 보이며 오프라인 감소분을 상쇄했다.

매일유업 관계자는 "온라인 마케팅을 통해 셀렉스의 인지도를 높이고 판매 채널을 확장해 새로운 시장을 발굴하겠다"고 말했다. /조효정 기자 princess@

## 컴투스, '서머너즈 워:백년전쟁' CBT 돌입

모바일 게임 기업 컴투스는 '서머너즈 워: 백년전쟁(이하 백년전쟁)'의 글로벌 비공개베타테스트(CBT)를 21일 시작했다고 22일 밝혔다.

백년전쟁은 글로벌 지식재산권(IP)인 서머너즈 워 세계관에 컴투스의 우수한 개발력과 서비스 노하우를 합쳐

준비 중인 기대작이다. 오는 30일까지 테스트를 통해 전 세계 게임팬들에게 첫 선을 보인다.

백년전쟁은 이용자 간 대결(PvP) 콘텐츠가 강조된 실시간 전략 대전 게임이다.

이번 테스트는 안드로이드OS 기기



컴투스 서머너즈 워: 백년전쟁 이미지. /컴투스

사용자를 대상으로 진행한다.

/김나인 기자 silkni@

## 고어텍스 아닌 벤텍스, 전투 빠진 軍 전투화

벤텍스 소재, 전투화로는 제한적 기능

육군 지난 20일까지 경기 고양 킨텍스에서 진행된 '대한민국 방위산업전시회(DXKOREA)'에 신형 육면갑(속가죽) 전투화를 공개했다.

하지만, 당초 디자인과 다른 형상인데다 소재도 발수 및 투습 기능의 신뢰성이 높은 고어텍스가 아닌 '벤텍스' 소재가 사용돼 일부 장병들 사이에선 우려의 목소리가 나오고 있다. 벤텍스 소재는 스포츠 웨어 등에는 적합하지만, 장시간 전투환경에 노출되는 전투화 소재로는 제한이 있다는 의견이 수년 간 제기돼 왔기 때문이다.

■트렉스타 고어텍스 전투화는 미보급

벤텍스 소재로 전투화를 제작해 납품한 곳은 '군인공제회' 계열사를 중심으로 컨소시엄을 맺은 업체들이다. 22일 육면 전투화의 시제품을 제작한 트렉스타 측에 따르면, 고어텍스 소재를 사용한 트렉스타 전투화는 생산단계에는 들어갔지만 아직 군에 납품되지는 않았다.

전투화에 벤텍스소재의 사용이 가능해진 시점은 지난 2015년 8월 육군 군수참모부가 관계기관 회의를 통해 계약방식을 '협상에 의한 계약'에서 '최저가 입찰제'로 변경하면서 부터다. 트렉스타가 개발한 고어텍스소재 전투화는 기술점수 80%, 가격점수 20%를 적용받는 협상에 의한 계약으로 납품이 됐다.

이에 군인 공제회 등 기존 전투화납품 카르텔들은 '국방부 장관님께 드리는 건의문'이라는 제목의 언론광고와, 군의 잘못된 구매요구도로 발생한 문제를 트렉스타사의 비리로 몰아가는 언론 플레이를 펼쳤다.

결국 다수 업체간 공동 납품 형식인 '콘소시엄 형태'로 군인공제회 등 기존 전투화 납품업체도 트렉스타 전투화와 같은 형상으로 전투화를 납품하게 됐다. 군인공제회를 비롯한 일부 업체가 고



육군이 올해 하반기부터 보급중인 육면갑 전투화. 고어텍스 소재를 사용한 트렉스타 제품이 아닌 벤텍스 소재의 군인공제회 계열사 제품. /문형철 기자

어텍스가 아닌 벤텍스 소재를 전투화에 사용하면서 동일 보급품에 대한 기능성 차이 문제가 야전 장병들로부터 제기됐다. 2017년 10월 당시 국회 국방위 소속 이철희 전 의원(더불어민주당)은 군인공제회 등 전투화납품업체의 원가 허위 신고 등의 문제를 제기하면서, 벤텍스 소재의 문제점이 부각됐다.

당시 이 전 의원의 비서는 "소재원가가 더 싼(켈레 당 3000원) 벤텍스를 사용한 업체에 대해 방위사업청이 부정당 이익에 대한 제재를 취하지 않았다"면서 "명확한 조사를 위해 고어텍스와 벤텍스 소재를 입수하는 과정에서 벤텍스 소재는 조심성을 기해야 한다는 이야기를 전해들었다"고 말했다.

■벤텍스 소재 군용품 사용 신중해야

실제로 섬유 및 기능성 피복 제조업 관계자들도 벤텍스 소재의 신뢰성에 대해 의구심을 가지고 있다. 단기간 또는 일시적으로 사용되는 스포츠웨어와 달리, 극한의 기후에 장기간 노출되며 장기간 사용되는 익스트림스포츠 장비나 군용품은 상당한 신뢰성이 요구되기 때문이다.

이와 관련해 국방기술품질원은 벤텍스 소재가 군이 요구하는 물성치를 통과했기 때문에 문제가 없다는 입장이 다. /문형철 기자 captinm@