

경기침체에도 창업 늘었다... 도·소매 늘고 기술창업 줄어

중기부, 1~9월 '창업기업 동향'을 9월까지 101만9397개 창업 부동산 제외 연도별 증가 추세

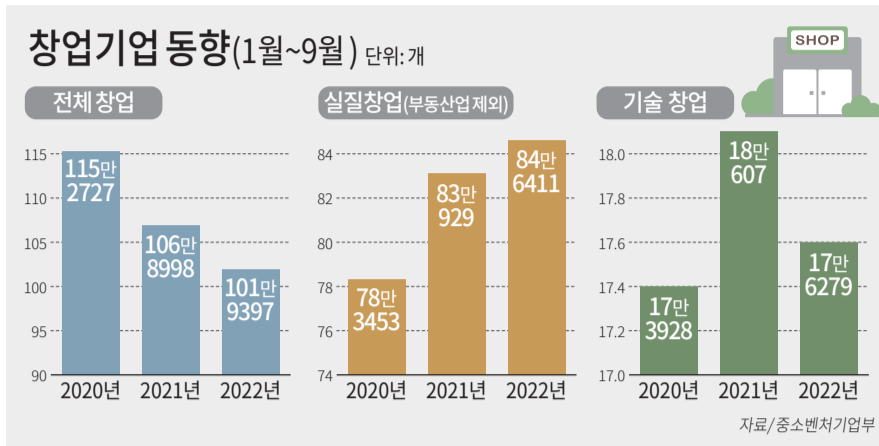
국내의 경기침체에도 불구하고 올해 들어 9월까지 '실질 창업'이 전년보다 소폭 늘었다.

온라인 쇼핑 활성화와 사회적 거리두기 전면 해제에 따라 도·소매업, 개인서비스업 등이 늘어난 영향이 컸다. 귀농 귀촌 증가 등의 영향으로 농·어업 창업 증가세도 눈에 띄었다.

하지만 지난해 역대 처음으로 18만개를 돌파한 기술기반업종 창업은 기저효과로 전년보다 주춤했다. 제조업도 원자재 가격상승 등 불안요인이 커지면서 감소세가 확대됐다.

중소벤처기업부가 30일 발표한 '창업기업 동향'에 따르면 올해 1월부터 9월까지 누적으로 101만9397개가 창업했다.

전체 창업은 전년동기에 비해 4만



9601개(4.6%) 줄었다. 하지만 2020년 이후 제도 개선으로 사업자등록이 급증한 부동산업을 제외한 실질 창업은 전년 동기보다 1만5482개(1.9%) 증가했다.

부동산업을 제외한 연도별 1~9월 창업은 78만3453개(2020년)→83만929개(2021년)→84만6411개(2022년)로 늘어나는 추세다.

특히 온라인쇼핑 활성화 등에 힘입어 도·소매업이 올해에만 9월까지 34만

9154개로 전년 동기에 비해 8.1%나 늘며 전체 증가세를 주도했다.

2020년과 2021년에는 9월까지 28만7631개, 32만3016개의 도·소매업이 각각 창업했다.

개인서비스업도 올해엔 전년보다 0.5% 증가했다.

농업, 어업의 창업 증가세도 두드러졌다.

귀농 귀촌 증가, 스마트팜 비롯한 산업 첨단화 등의 영향으로 농·어업 창

업은 올해 들어 9월까지 1만1562개가 새로 생기며 전년도에 비해 12.1%나 늘었다. 귀농인구의 경우 2020년부터 증가세로 전환되면서 농업 창업 증가에 긍정적 영향을 미친 것으로 보인다.

정보통신업 창업도 사회 각 분야에서 디지털 전환이 급속히 진행되면서 창업이 활발한 모습이다. 컴퓨터프로그래밍·시스템통합(SI)업, 영화·비디오제작·배급업 등이 대표적이다.

이들 업종은 올해 1~9월까지 3만5226개가 창업했다. 다만 올해 증가율(2.9%)은 전년 동기(26.1%)보다 줄었다.

아울러 코로나19 규제 완화와 건강·취미에 대한 수요 확대 등으로 스포츠·미술·음악 학원이 증가하면서 교육서비스 창업도 꾸준히 늘어나고 있는 것으로 집계됐다.

하지만 제조업 창업세는 감소세가 확대되는 분위기다.

지난해 1~9월 당시 3만6664개가 창업한 제조업은 올해 같은 시기엔 3만

2208개 창업에 그쳤다. 12.2%가 감소했다. 제조업의 경우 음료제조업, 기타 운송장비 제조업은 창업이 늘었지만 식품, 섬유제품, 고무·플라스틱, 금속가공제품, 기계·장비, 자동차·트레일러 등 대부분의 업종에서 창업이 줄었다.

중기부 관계자는 "제조업 창업은 글로벌 경기 불안, 원자재 가격상승, 금리상승 등의 영향으로 감소세가 확대됐다"면서 "아울러 모든 연령대에서 창업이 감소한 가운데 상대적으로 30대 이하에서 더 감소했다"고 설명했다.

정보통신, 전문·과학기술 등 기술기반업종 창업도 일부 업종을 제외하고는 대부분이 감소하며 9월까지 17만6279개가 창업했다. 전년 동기엔 18만개가 넘었다.

건설업 역시 중대재해처벌법 시행, 건설자재 가격상승, 집값 하락, 부동산 프로젝트파이낸싱 위기 등의 요인이 겹치면서 전년 동기보다 창업이 감소했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

국내 전기식 시장 규모 6조... 전년비 8% ↑

약 4년 만에 25% 가까이 증가 가구당 연간 35만원 지출 예상

국내 건강기능식품(전기식) 시장이 코로나19 이후 급성장세를 지속하며 6조원을 넘어섰다.

30일 한국건강기능식품협회는 전문리서치 기관과 전국 5000가구를 대상으로 구매지표를 조사한 결과, 올해 전기식 시장 규모가 6조1429억원으로 추산된다고 밝혔다. 전년 대비 8% 성장하며 6조원을 처음 돌파했다.

전기식은 코로나 장기 유행과 전 연령에 걸친 건강 중시 트렌드에 힘입어 경기 침체에도 지속적 성장세를 보여

왔다. 지난 2019년 4조8000억원 규모이던 시장은 약 4년 만에 25% 가까이 커졌다.

전기식 구매자도 꾸준히 늘고 있다. 올해 전기식 구매 경험률은 82.6%로 전년 대비 소폭 늘었다. 2021년부터 나타난 소비력(평균 구매액) 강화 흐름이 최근까지 이어지며 가구당 연간 약 35만8000원을 전기식 지출할 것으로 예상됐다.

또 전체 전기식 시장을 직접 구매 및 선물 시장으로 구분했을 때 각 비중은 71.1%, 28.9%로, 작년 위드 코로나로 잠시 반등했던 선물 시장이 다시 낮아졌다. 연령별로는 51~60세 이상

(16.5%), 61세 이상(10.7%)의 성장세가 두드러져, 활기찬 노후를 꿈꾸는 '액티브 시니어' 시장의 중요성을 시사했다.

올해 가장 많이 판매된 상위 기능성 원료는 홍삼, 비타민(종합 및 단일 비타민), 프로바이오틱스, EPA-DHA 함유유지(오메가-3), 체지방감소제품, 단백질보충제, 당귀추출물, 콜라겐, 프로폴리스 순이었다.

비타민과 오메가-3 시장의 비중이 전년보다 커졌고, 단백질보충제 시장도 성장세를 나타냈다. 특히 복합 제품 및 기능성 원료 시장의 경우, 홍삼 시장에 준하는 1조4000억원 규모를 형성할 것으로 예측됐다. /이세경 기자 seilee@

갤럭시 기업용 폴더블폰, 판매 105% 경증

금융권서 큰 호평 받아

삼성전자 갤럭시 폴더블 스마트폰의 기업 판매가 지난해 같은 기간 대비 2배 이상 늘었다.

30일 삼성전자는 2022년 1월부터 10월까지 기업용 갤럭시 Z 폴드·Z 플립 시리즈의 판매 대수가 지난해 같은 기간 대비 105% 증가했다고 밝혔다. 올해 새롭게 출시된 갤럭시 Z 폴드4와 플립4가 판매 성장에 기여했다. 삼성전자는 "특히 대화면과 멀티태스킹을 제공하는 갤럭시 Z 폴드4가 금융권에서 큰 호평을 받았다"고 분석했다.

코로나19 팬데믹 이후 재택근무 등의 형태로 언제 어디서나 일하는 정책을 도입한 많은 기업들은 생산성 극대화를 위해 다양한 기술과 솔루션을 접목하고 있다.

해당 제품은 휴대가 간편한 사이즈임에도 대화면을 통해 더 넓은 작업 영역과 이상적인 멀티태스킹 기능을 제공해 기존 스마트폰 대비 높은 업무 효율성을 제공한다.

실제 한 화면에 같은 크기의 앱 2개를 포함해 최대 3개의 앱을 한 번에 띄울 수 있다. 예를 들어, 사용자가 여러 개

의 모니터 화면이 있는 책상에서 일하는 것처럼 두 개의 크롬 브라우저를 보면서 이메일(Gmail)창에서 이메일을 보내는 작업 등을 할 수 있다. 또한 PC와 같이 멀티태스킹을 지원하는 '데스크바' 기능은 사용자가 작업을 중단하지 않고도 앱 간 ▲전환 ▲관리 ▲실행을 가능하게 한다.

갤럭시 Z 폴드4는 금융서비스에 최적화된 블룸버그 프로페셔널 앱에 최적화돼 있다. 투자전문가들이 트레이더, 애널리스트, 포트폴리오 매니저 등 주요 프로그램 이용 시 최적화된 작업 환경을 제공한다.

포춘 500대 금융사 25곳 중 24곳이 사용하는 도큐사인(DocuSign)도 지원한다. 사용자는 멀티뷰 모드에서 이메일 첨부파일을 도큐사인의 전자서명으로 신속하게 드래그 앤 드롭할 수 있으며, S펜과 전용 플렉스 모드를 사용해 보다 빠르게 서명하고 거래할 수 있다.

삼성전자 관계자는 "앞으로도 업계 선도하는 파트너들과 지속 협력해 새로운 모바일 경험을 만들고, 폴더블 스마트폰의 혁신 기술을 발전시키기 위해 지속 노력할 것"이라고 말했다. /허정원 기자 zelkova@



수도권제1순환고속도로 상일IC 인근에 위치한 오토스테이 하남포레스트점 /SK에너지

SK에너지, 구독형 세차 스타트업에 투자

친환경차 고객 위한 서비스 협력

SK이노베이션의 석유사업자회사 SK에너지가 자동세차 구독 서비스 전문 스타트업 '오토스테이(AUTOSTAY)'에 투자하고, 친환경차 고객을 위한 서비스 협력에 나선다고 30일 밝혔다.

2019년 설립된 오토스테이는 자동세차를 구독상품으로 제공하는 업체다.

차량흡집(스크래치)을 최소화할 수 있도록 장비가 차에 직접 닿지 않는 터치리스 세차기를 비롯해 여러 형태의 자동 세차기를 개발, 운영하고 있다. 고객이 쉽게 세차를 예약하고 구독을 관리할 수 있는 모바일 애플리케이션, 세차 편의를 위한 매장 설계와 운영 등 세차 서비스에 필요한 역량들을 스스로 갖추고 있다. /허정원 기자

한솔홀딩스

ESG 등급 2년 연속 'A'

한솔홀딩스가 한국ESG기준원(KCGS)에서 매년 발표하는 ESG 등급에서 지난해에 이어 2년 연속 통합 'A' 등급을 받았다.

30일 한솔홀딩스에 따르면 이번 ESG 평가 3개 부문 가운데 사회적 책임(S)과 지배구조(G) 부문에서 각각 A 등급을 받고, 환경(E) 부문에서 B+를 받아 지난해에 이어 2년 연속으로 통합 A 등급을 획득했다. 특히, 한솔홀딩스는 지배구조 부문에서 2019년부터 4년 연속 A 등급을 받았다. 이번 평가에서 지배구조 A 등급 이상을 받은 기업은 총 1033곳 중 117곳에 불과하다.

한솔홀딩스는 의무설치 대상기업이 아님에도 이사회 내 사외이사후보추천위원회를 설치하는 한편, 사외이사후보주주추천공모제를 도입해 전 주주들 대상으로 사외이사 후보추천 참여기회를 제공하고 있다. /김승호 기자

한진, K-패션 브랜드 해외 진출 돕는다

'숲' 공식 홈페이지 오픈

(주)한진이 국내 패션 브랜드(K브랜드)의 해외 진출 지원 서비스 '숲(Swoop)'의 공식 홈페이지를 열었다.

30일 한진에 따르면 '숲(Swoop)'은 회사가 보유한 글로벌 물류 네트워크와 패션 업계와의 긴밀한 파트너십을 기반으로 K브랜드가 해외 진출 시 필요한 브리지 서비스를 제공하고 해외

바이어 대상 판매기회 확대를 유도해 성공적인 해외 안착을 지원하는 새 비즈니스 모델이다.

'숲(Swoop)' 공식 홈페이지는 주 사용자인 K브랜드·국내 패션업계 관계자 및 해외 바이어 입장에서 필요한 정보와 서비스를 쉽고 빠르게 확인할 수 있도록 편의성을 높이는데 중점을 뒀다. /김승호 기자