

“3000억 초대형 펀드 95% 완료… AI 등 4차혁명에 투자”

☆ 빛나는 인터뷰

스마일게이트 인베스트먼트 구영권 대표

2024년 경제도 불확실한 상황 속에서 시작됐습니다. 이 같은 경제 상황은 국내의 벤처 및 스타트업 투자시장에 큰 영향을 미쳤습니다. 그럼에도 스타트업들의 고군분투는 올해도 이어질 것으로 보입니다. 벤처캐피탈(VC), 액셀러레이터(AC) 등의 투자자들은 오히려 현 상황을 기회로 봅니다. 청년들이 이끄는 유망한 스타트업들을 통한 위기 극복이 그 어느 때보다 중요한 때라고 강조합니다. ‘빛나는 인터뷰’는 이처럼 미래 세대까지 선한영향력을 전파하기 위해 다양한 활동을 이어가고 있는 기업·수장들을 만나 생생하게 발전과 투자 시장, 노하우, 전략 등의 이야기를 들어보는 게 목적입니다.

(편집자주)

‘빛나는 인터뷰’의 첫 번째 주인공으로 구영권 스마일게이트 인베스트먼트 대표를 만나봤다. 스마일게이트 인베스트먼트는 청년창업 투자와 벤처기업컨설팅 활동을 이어오고 있는 창업투자회사(VC)다.

◆ 스마일게이트 인베스트먼트 ‘3000억’ 규모 초대형 펀드 운용

“권혁빈 스마일게이트 창업자의 의지가 없었다면 불가능했을 것이다. 갈등, 빈부, 기회의 격차를 줄이기 위해 먼저 성공한 기업가들이 국내 청년 창업가, 스타트업들에게 성공 사다리를 제공하지는 게 그의 생각이다. 스마일게이트 계열사들 중 권 이사장이 많은 관심을 갖고 애정을 쏟고 있는 분야가 오렌지플래닛과 인베스트먼트인 이유다.”

구영권 스마일게이트 인베스트먼트 대표의 말이다. 그는 권혁빈 스마일게



스타트업에 ‘성공 사다리’ 제공 권혁빈 창업자 의지에 가능해져 인베스트먼트, 지속적 투자 목표 단계별 기업 발굴, 컨설팅팀 마련 기업, 해외진출 브릿지 역할 계획 창업자 간 상생방법 구현이 목표

이트 창업자의 청년 창업 투자에 대한 의지를 강조하며 얘기를 이어갔다.

스마일게이트 그룹이 2011년 MVP 창투를 인수해 출범시킨 스마일게이트 인베스트먼트는 예비창업자, 벤처기업, 성장한 중소기업까지 모든 기업의 분야, 상황에 따라 맞춤형투자를 이어오고 있다. 현재 운용 자산이 약 1조 2000억원 규모로 이는 국내 VC가운데 상위권에 드는 수준이다.

특히 스마일게이트 인베스트먼트는 아이디어만 있는 청년뿐만 아니라 막 창업을 시작한 스타트업 투자에 적극적으로



스마일게이트 인베스트먼트가 투자하고 오렌지플래닛의 지원을 받고 있는 기업들(왼쪽부터 시계방향), 구영권 스마일게이트 인베스트먼트 대표와 오렌지플래닛 사옥 내부 모습. /메트로신문

다. 문화, 제조, 의료, 무역 등 투자 분야 범위도 넓다.

이는 앞서 권혁빈 창업자가 지속적으로 강조한 ‘스타트업의 투자는 선순환 구조를 구축하는 첫 단계, 미래세대에 긍정적인 영향을 분명히 미칠 것’이라는 확신과 의지가 반영된 방향이다.

최근 스마일게이트인베스트먼트가 3000억원 규모의 초대형 펀드를 조성한 것도 같은 이유다.

구영권 대표는 “3000억원을 목표로 하고 있다. 현재까지 약 95%가 완료된 상황이다. 주 목적 투자 분야는 인공지능(AI), 혁신 의료 등 4차 산업혁명 분야다. 아이디어만 있는 1인 창업자부터 소규모 스타트업들까지 해당된다”고 말했다.

◆ 오렌지플래닛 창구 통해 상생 협력

스마일게이트 인베스트먼트는 이런 초기 스타트업 부터 중소기업까지 각 단계별 기업들을 발굴하고 컨설팅해주는 팀도 따로 마련했다. 지속적인 투자를 목표로 하기 때문이다.

초창기 스마일게이트의 투자를 받은 큰 성장을 한 기업은 다음 스텝에서 또 자사의 투자를 받을 수 있는 체계도 구축돼 있다.

구영권 대표는 “선순환 구조를 구축하고 싶었다. 체계적인 가이드라인을 통해 실제 6번이나 투자를 받은 스타트업도(마이리얼트립) 있다. 이 같은 사례는 예비창업자들에게 희망의 메시지가 될 것”이라며 “스타트업 발굴에 특히 적극 임하고 있는 이유다. 오렌지 플래닛 같은 다양한 발굴 창구를 보유하고 있다 보니 상생과 협력이 자연스럽게 이뤄진다. 현재까지 약 400여 개 기업을 배출했다. 이는 굉장한 성과”라고 말했다.

스마일게이트 그룹의 별도 창업재단인 오렌지플래닛은 창업가 육성을 목적으로 단계별 프로그램이 구성돼 있다.

예비 창업자들 및 초기 스타트업을 대상으로 사무환경과 인프라, 투자 연계, 멘토링 등의 프로그램을 지원한다. 지난해 말 기준 오렌지플래닛 동문사들의 기업가치는 3조원에 달한다.

구 대표는 “실제 스마일게이트 인베스트먼트와 오렌지플래닛은 같은 건물에 상주하다 보니 오렌지플래닛의 지원을 받는 기업들의 생존력이 매해 강해지고 있다는 것을 피부로 느낀다. 인베스트의 투자가 이뤄진 뒤 오렌지플래닛에서 사업을 경영해 나가는 실제 현장을 자주 보곤 한다. 이 같은 열정으로 뚝뚝 뚝뚝 청년들이 빠른 성장을 맛보길 간절히 바란다. 이게 스마일게이트, 오렌지플래닛의 공통적인 방향성이다”고 강조했다.

구 대표는 장기적으로 글로벌 진출도 염두하고 있다.

그는 “국내 기업들이 해외로 진출할 수 있도록 브릿지 역할을 할 계획이다. 글로벌 진출을 하려면 관련된 분야의 해외 기업에도 투자가 이뤄져야 한다. 국내 기업이 리스크 없이 해외에 진출하려면 협력이 중요하기 때문이다. 상당한 투자 금액이 들어가기 때문에 신중히 결정할 것”이라고 말했다.

뿐만 아니라 ESG 분야에서 좋은 기업을 찾아 사회에 긍정적인 영향을 미치는 임팩트 투자도 선도하고 있다. 잘 알려지지 않은 ESG 기업을 발굴한다는 계획이다.

그는 “기업인들을 만나보면 기존 관행이나 사회에 대한 문제 의식을 가지고 이를 기술로 해결하려는 목표를 가지고 창업한 사람이 있다”며 “이렇게 탄생한 기업들이 ESG 투자 가이드라인에 부합한다”고 설명했다.

그러면서 “많은 창업자들과의 소통을 통해 기업과 창업자간 서로 상생할 수 있는 방법을 성공적으로 구현해 내는 것이 최종 목표”라며 “이를 위해 어떤 부분을 더 지원할 수 있을지 끊임없이 고민해 투자 및 창업 시장에 선보일 것”이라고 전했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr



서울 강남구에 위치한 현대백화점 무역센터점에서 직원들이 2024년 설 명절 선물세트를 소개하고 있다. /현대백화점

“설 선물, 당일배송 해드려요”

현대백화점 ‘임박 배송 서비스’ 오후 5시까지 주문시 당일저녁 도착

현대백화점이 설 연휴 첫날인 9일까지 선물세트를 구매하면 당일 바로 배송을 해주는 ‘설 명절 선물세트 임박 배송 서비스’를 진행한다고 4일 밝혔다.

‘설 명절 선물세트 임박 배송 서비스’는 전국 현대백화점 각 점포별 반경 5km 내에서 배송받는 고객을 대상으로, 오후 5시까지 주문하면 주문 당일 저녁까지 바로 배송해 주는 서비스다. 설 선

물세트를 5만원 이상 구매하는 고객에게는 무료로 배송을 진행하고, 5만원 미만으로 구매한 고객들은 5000원을 내면 서비스 이용이 가능하다.

압구정 본점을 비롯한 신촌점·미아점·디큐브시티·부산점·울산동구점 등 전국 6개 점포는 설 전날인 9일까지, 무역센터점을 비롯한 천호점·목동점·중동점·킨텍스점·판교점·더현대 서울·더현대 대구·울산점·충청점 등 전국 10개 점포는 설 연휴 전날인 8일까지 ‘설 명절 선물세트 임박 배송 서비스’를 운영한다. /최빛나 기자

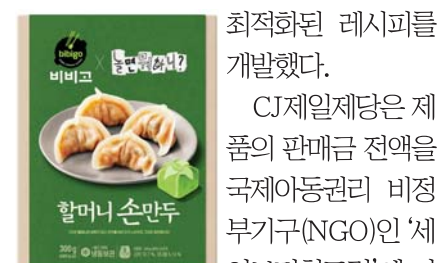
‘놀면 뭐하니? 할머니 손만두’ 8분만에 완판

CJ제일제당, 2000개 한정수량 판매

CJ제일제당은 ‘비비고×놀면 뭐하니? 할머니 손만두(사진)’가 8분 만에 완판을 기록했다고 4일 밝혔다. 이 제품은 한 지상파 예능 프로그램에서 갑작스레 돌아간 할머니의 만두 레시피를 복원해 달라는 사연을 통해 기획됐으며, 비비고 만두 연구원들이 약 4주에 걸쳐 구현했다. CJ제일제당은 프로그램 방영 직

후 해당 제품을 먹어보고 싶다는 다수의 소비자 니즈를 반영해 지난 3일 CJ더마켓에서 한정 수량 2000개를 판매했다.

‘비비고×놀면 뭐하니? 할머니 손만두’는 할머니의 고향인 강원도 정선에서 주로 사용하는 청갯과 배추를 절여 넣어 아삭한 식감을 살렸으며, 고춧가루와 고추장으로 매콤하면서도 깔끔한 맛을 더했다. 이와 함께 평소 만두국을 자주 만들어 먹었다는 사연을 토대로 만두국에



최적화된 레시피를 개발했다. CJ제일제당은 제품의 판매금 전액을 국제아동권리 비정부기구(NGO)인 ‘세이브더칠드런’에 기부할 계획이다.

김숙진 CJ제일제당 비비고 그룹장은 “만두소의 재료와 배합을 재현하는 데 어려움이 많았지만, 10여년 간 쌓아온 만두 연구개발(R&D) 노하우로 구현이 가능했다”고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

파리바게뜨 ‘할플, 파바’ 브랜드 캠페인

밸런타인·화이트데이 시즌 기념

파리바게뜨가 밸런타인데이, 화이트데이 시즌을 맞아 ‘할플, 파바’를 주제로 브랜드 캠페인을 진행한다고 4일 밝혔다.

‘할플, 파바’는 파리바게뜨의 새로운 브랜드 슬로건인 ‘마음과 마음이 만나는 하트 플레이스(Heart Place)’를 밸런타인데이, 화이트데이 시즌에 맞춰

변형한 것으로, ‘하트 플레이스’와 ‘핫 플레이스(Hot Place, 많은 사람이 찾는 인기있는 장소)’의 중의적인 의미를 담았다.

파리바게뜨는 이번 브랜드 캠페인과 함께 하트 모양과 달콤한 초콜릿을 활용해 달콤한 맛과 사랑스러운 비주얼의 밸런타인데이 시즌 제품을 출시한다.

먼저 MZ 세대의 취향을 반영해 사랑스러운 비주얼과 반전 있는 내용물로

먹는 재미까지 있는 ‘마시멜로우 가득 핫초코밤’을 출시한다. 이 제품은 핫초코밤 2개로 구성된 선물세트와 핫초코밤 2개에 귀여운 곰과 하트가 그려진 페이퍼 컵 2개가 함께 구성된 ‘핫초코밤 먹고갈래?’ 2종의 선물 세트로도 만나볼 수 있다.

밸런타인데이의 달콤한 분위기를 담은 시즌 케이크도 내놓는다. 달콤한 초코시트와 크림에 팜핑 캔디로 톡톡 튀는 맛을 더한 하트모양 케이크에 하트모양 곰돌이로 두배의 사랑을 전하는 ‘러브베어 하트 케이크’ 등이다. /신원선 기자