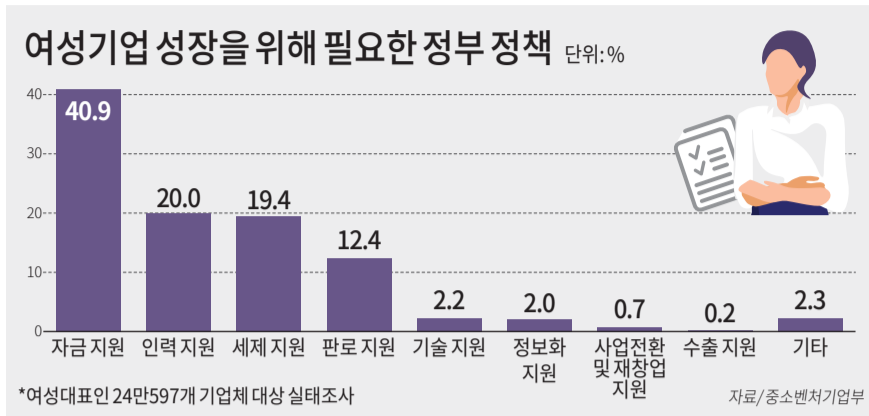


순익 늘고 부채 줄고... '3高 위기' 속 여성기업 경영 빛났다

(고환율·고물가·고유가)

중기부, 24만여곳 실태조사
순이익률 4.7%→5.1% 늘어나
1인당 매출액, 일반기업 보다 낮아
가장 필요한 정부정책은 '자금'
여성 CEO 강점 1순위 '섬세함'



고환율, 고물가, 고유가로 대표되는 '3고' 위기 상황에서도 여성이 최고경영자(CEO)인 여성기업들의 경영 성과는 빛났다.

여성기업이 가장 필요로하는 정부 정책으로는 '자금지원'을 꼽았다.

이런 가운데 여성CEO들은 '남성기업인 대비 불리한 분야'로 '일·가정 양립 부담'을 가장 많이 꼽았다.

이같은 내용은 중소기업정책관 27일 발표한 '2023 여성기업 실태조사 결과' (2022년 기준)에서 나왔다.

조사는 한국표준사업분류상 여성이 대표자인 24만597개 기업체를 대상으로 했다.

조사에 따르면 여성기업들은 전년 (2021년)에 비해 수익성(순이익률 4.7→5.1%), 안정성(부채비율 165.1→135.2%), 활동성(자기자본 회전율 2.1→2.2배)이 모두 좋아졌다. 다만 생산성을 나타내는 1인당 평균 매출액은 2억3200만원에서 2억500만원으로 감소했다.

중소제조업만 놓고봐도 여성기업은 일반제조업에 비해 경영 상태가 양호했다. 순이익률은 여성 4.3%, 일반 4.1%, 부채비율은 여성 106.6%, 일반

125.2%, 자기자본 회전율은 여성 2.4배, 일반 2.2배로 각각 나타났다.

하지만 종업원 1인당 평균 매출액은 여성기업이 2억3690만원으로, 일반기업의 3억480만원에 비해 상대적으로 낮았다.

여성기업들은 성장을 위해 가장 필요로 하는 지원으로 '자금'을 꼽았다. 절반에 가까운 40.9%가 이같이 답했다. 이외에 ▲인력지원 20% ▲세제지원 19.4% ▲판로지원 12.4% 순이었다.

경영활동에 영향을 주는 주요 요인

으로는 54.6%가 '전반적 경기침체로 인한 수요 감소'라고 답했다. 이외에도 ▲인건비·원자재 등 비용증가 39.3% ▲업체 간 경쟁심화 37.7% 등도 요인으로 꼽았다.

이런 가운데 여성CEO들은 강점 1순위를 묻는 말에 '섬세함'이라고 답했다. 다만 '도전정신'은 상대적으로 약했다. 남성기업인 대비 여성기업인이 가장 불리한 분야로는 39.6%가 '일·가정 양립 부담'을 꼽았다.

또 '남성 위주의 네트워크 운영으로 여성의 참여가 제한'돼 '불리'하다는 답변은 2021년의 16.6%에서 2022년엔 26.6%로 더 늘었다.

중기부 박종찬 중소기업정책관은 "우리 경제의 새로운 활력을 위해 여성기업의 역할은 앞으로 더욱 중요해질 것"이라며 "여성기업 실태조사를 통해 나온 결과를 면밀히 파악해 여성이 기업하기 좋은 환경이 될 수 있는 정책을 수립하겠다"고 말했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



시몬스 서울리빙디자인페어에 130평 규모 'ESG 부스'

시몬스가 '2024 서울리빙디자인페어'에 최대 규모의 ESG 랜드마크를 세운다.

27일 시몬스 침대에 따르면 올해로 29회를 맞는 리빙페어는 국내 리빙 및 인테리어 산업 활성화를 위해 최신 리빙 디자인 트렌드의 방향성을 제시해 온 국내 최대 규모의 리빙·라이프스타일 박람회다. 28일부터 3월 3일까지 5일간 서울 삼성동 코엑스에서 열리며 450여 개 국내외 기업 및 브랜드가 참여한다.

지난 2022년에 처음 참가한 시몬스는 참여 기업 중 가장 큰 약 130평 규모의 ESG 부스를 꾸민다. 부스의 주제는 'THE GREATER TOGETHER'로 전시존과 제품존으로 구성한다.

전시존에선 총 32대의 대형 스크린을 통해 김경일 아주대학교 심리학과 교수, 한경에 코오롱인더스트리 FnC 부문 부사장, 박원정 러쉬 코리아 에티크스 디렉터, 김난도 서울대학교 소비자학과 교수, 이민호 법무법인 율촌 ESG연구소장 등 재계·학계·연구기관 각 계각층에서 활약하는 ESG 커뮤니케이터 22인의 특별 인터뷰를 관람할 수 있다.

/김승호 기자

중기부 소비진작·내수 활성화 '미리 온 동행축제' 개최

중소벤처기업부가 봄을 앞두고 소비진작과 내수 활성화 분위기를 조성하기 위해 1일부터 31일까지 한 달간 새봄맞이 '미리 온(ON) 동행축제'를 개최한다.

27일 중기부에 따르면 미리 온(ON) 동행축제는 '2024 봄맞이 동행축제(5월)'에 앞서 개최하는 온라인 중심의 행사로, 입학 등 새 출발이 주로 시작되는 초봄 시즌을 겨냥한 '신학기 준비', '봄맞이 대청소 및 집 꾸미기' 등을 주요 컨셉으로 기획했다.

행사 기간 11번가, 롯데온 등 30개 유통 플랫폼을 통해 1700여개의 다양한 소상공인 제품들을 선보일 예정이다.

특히 이번 온라인기획전에선 행사 분위기 조성 및 소비자 관심 유도를 위해 기간별로 각 제품군별 프로모션에 변화를 줄 계획이다.

3월 1~2주 학용품·가방·뷰티, 2~3주 홈·리빙·식품, 3~4주 패션·스포츠·취미 분야 제품을 각각 할인 판매한다.

/김승호 기자

한국인, 연간 커피 405잔 마신다... '홈카페' 열풍 이어가

관세청, 작년 커피 수입액 1.5조
성인 기준 하루 1.3잔 소비 규모

일리카페코리아 "홈카페, 성숙기"
팬데믹 3년간 매출 600% 급증



서울시내 대형마트를 찾은 시민들이 커피 제품을 살펴보고 있다. /뉴스시

해외에서 한국문화를 소개할 때 한국인의 커피사랑은 꼭 등장한다. 골목마다 있는 카페, 한겨울에도 고수하는 아이스커피 선호 등 커피를 둘러싼 다양한 한국 문화는 커피 종주국들조차 놀랄 정도다. 카페 문화를 중심으로 전개된 커피 문화가 팬데믹에 이어 다시 '홈카페'로 전환하고 있다. 장기화 한 고물가와 고급화한 입맛이 직접 자신의 취향에 맞춘 커피를 저렴히 즐기려는 수요로 나타나며 세계 유수의 커피머신 기업들이 한국 시장에서 치열한 다툼을 이어가고 있다.

27일 관세청 수출입무역통계에 따르면 지난해 커피(생두·원두) 수입액이 11억1000만달러(약 1조5000억원)로 집계됐다. 5년 전 대비 1.7배, 10년 전 대비 2.7배가 늘어난 규모다. 수입량은 19만 3000톤(t)으로 5년 전 대비 22% 늘었는데, 이는 성인 한 명이 하루 약 1.3잔 소비할 수 있는 규모다.

국내 커피 시장은 팬데믹을 기점으로

로 큰 변화를 맞이했다. 카페를 중심으로 전개되던 커피 문화가 홈카페라는 이름으로 변화했다. 팬데믹 초기 수천 번 저어 만드는 '달고나 커피'가 유행한 것을 시작으로 빠른 속도로 가정용 커피머신 시장이 성장했다.

일리카페코리아에 따르면 팬데믹이 시작된 2020년부터 2022년까지 매출이 600% 급성장해 이탈리아 본사에서 한국시장을 세계 평균 범주 외에 돌 정도다. 현재 업계는 가정용 커피머신 시장이 성장기를 거쳐 성숙기로 접어드는 단계로 보고 있다. 캡슐커피 머신으로 입문한 소비자들이 에스프레소 추출이 가능한 자동·반자동 프리미엄 머신으

로 눈길을 돌리는 듯한 움직임이 보인다

고 말한다. 프리미엄 커피머신 시장은 주로 전통적인 커피머신 기업들이 주도하고 있다. 바리스타 국가대표 선발전부터 글로벌 캠페인 등 커피에 관한 전문성을 심분 살릴 수 있는 행사를 진행하며 마니아 고객들을 유치하고 있다.

브레빌코리아는 이달 부산 해운대구 벡스코에서 열린 2024 코리아 내셔널 바리스타 챔피언십(KNBC)의 타이틀 스폰서로 참가했다. 가정용 커피머신을 만드는 기업임에도 상업용 머신으로 진행되는 대회 후원에 참여한 데에는 스페셜티 커피 시장 성장에 따른 브

레빌의 프리미엄 머신 수요 진작이 예상되기 때문이다.

네스프레소는 국내 소비자 취향을 반영한 '버추오 더블에스프레소' 캠페인을 별도로 마련했다. 국내 소비자의 취향인 깊고 진한 풍미를 가진 버추오 더블에스프레소 라인업은 지난 캠페인 설문조사에서 네스프레소 클럽 멤버들이 가장 선호하는 라인으로 선정된 바 있다.

드롱기는 프리미엄 이미지를 최대한 끌어올리기 위해 지난 1월 신제품 '라스페셜리스타 콜드브루' 팝업 스토어를 더현대서울에서 열고 전문 바리스타 시연을 진행했다. 신제품 라스페셜리스타 콜드브루는 세계 최초로 콜드브루 추출 기술이 적용된 반자동 커피머신으로, 서울 시내 주요 백화점 내 드롱기 매장에서 판매 중이다.

독일 프리미엄 가전 밀레의 한국 법인 밀레코리아는 오는 4일부터 커피머신 케어 서비스를 제공한다. 기존 밀레 커피머신을 새 것처럼 쓸 수 있도록 돕는 프리미엄 점검 서비스다. 밀레코리아 서비스 테크니션을 통해 보유한 모델(CVA 7840, CVA 7845 제외)의 작동 상태를 점검 받을 수 있다.

/김서현 기자 seoh@

네이버 뉴스, 총선거간 지역언론사 기사 강화

서울 이외 16개 시·도 110여곳 대상

네이버는 다음 달 오픈 예정인 제22대 국회의원 선거 특별 페이지에 지역언론사 뉴스를 강화할 예정이라고 27일 밝혔다.

총선 특집 페이지에서 지역별 선거 뉴스를 최신순으로 볼 수 있는 '지역 언

론사 뉴스'는 지난 21일 '뉴스혁신포럼' 회의를 통해 나온 첫 개선 권고책이다.

'뉴스혁신포럼'은 네이버 뉴스서비스의 투명성, 공정성을 높일 수 있는 종합적인 개선방안을 도출하기 위해 외부 전문가 7인으로 구성된 독립기구로 지난 1월 발족했다.

권고책에 따라 네이버는 총선 특집페

이지내 '최신뉴스' 코너에서 시·도 지역별로 기사를 구분해 노출해, 각 지역 유권자들에게 더욱 밀접한 선거 정보를 제공하고 다양성을 높일 예정이다.

'지역 언론사 뉴스'는 서울 이외의 부산, 대구, 인천 등 16개 시·도 110여개 검색 제휴 지역 언론사가 대상이며, 각 지역 기사는 해당 지역의 언론사가

선거 섹션으로 분류한 기사들로 한시적으로 서비스된다.

이와 함께 네이버 통합검색 영역에서도 지역 분류 기반으로 지역 언론사의 기사를 쉽게 확인할 수 있도록 '지역 언론사별' 검색 상세 옵션이 추가된다.

'지역언론사별'에서 특정 지역을 선택하면 해당 지역에 위치한 콘텐츠 제휴 지역지 최대 12곳을 포함해 총 120여개 지역 언론사의 기사로 뉴스 검색 결과를 확인할 수 있다. /구남영 기자 koojia_tea@