

“철거 등 폐업비용 2000만원 훌쩍” 소상공인, 빚 남기고 문 닫는 현실

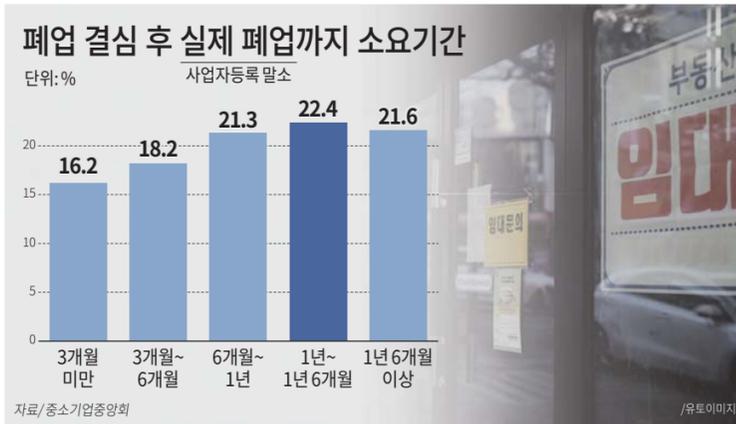
중기중앙회, 폐업 실태조사 결과
폐업시 평균 2188만원 소요
실제 폐업까지 '1년 이상' 44%
폐업때 부채 평균 1억236만원

폐업도 돈이 없어 쉽지 않은 모습이다. 철거, 원상복구 등으로 들어가는 폐업비용은 평균 2000만원을 훌쩍 넘었다. 장사가 안돼 폐업을 결심한 후 사업자등록 말소 등 실제 폐업까지 걸린 기간도 평균 1년4개월 정도가 걸렸다. 10곳 중 4곳은 창업 후 3년도 못버티고 문을 닫은 것으로 파악됐다. 주로 직장에 다니다 생계를 위해 창업한 가게를 평균 1억원 정도의 빚만 남기고 폐업하고 있는 실정이다.

중소기업중앙회가 2021년 이후 소기업소상공인공제인 '노란우산' 폐업 공제금을 받은 소상공인 820개사를 대상으로 '2025 폐업 소상공인 실태조사'를 실시해 19일 내놓은 결과다.

조사에 따르면 폐업을 위해 든 비용은 평균 2188만원으로 집계됐다. 돈은 주로 '500만원 미만'의 철거 비용(75%)과 원상복구 비용(80.9%), 종업원 퇴직금(79.4%) 등으로 나갔다. 폐업비용을 '자체 자금'으로 마련했다는 답변(복수응답)이 63%로 가장 많았지만 '친인척 등 지인 차입'(38.3%), '금융권(카드) 대출'(35.5%) 등을 통해 융통했다는 답도 적지 않았다.

폐업하겠다고 마음 먹은 이후 실제 폐업까지 '1년 이상' 걸렸다는 답변도



전체의 44%에 달했다. '폐업 이후 대안이 없어서'(51%), '새로운 인수를 찾기 위해'(46.1%), '대출금 상환에 대한 부담'(37%) 등이 대표적인 이유(복수응답)였다.

폐업 절차를 진행하는 과정에서도 ▲생계유지 방안 마련(31.1%) ▲권리금 회수·업체 양도(24.3%) ▲대출금 상환(22.9%) 등이 주된 애로였다.

창업 후 폐업까지 영업한 기간은 '3년 미만'이 39.9%였다. 반면 10년 이상 버틴 곳은 22.3%에 그쳤다. 이외에 '3년 이상~5년 미만'(16.6%), '5년 이상~10년 미만'(21.2%)이라고 답했다.

창업하기 전 직업은 절반이 넘는 52.3%가 '직장 근무'였다. '사업체를 운영했다'는 답변도 32%였다. 창업 이유로는 '생계 유지'가 65.4%로 가장 많았다.

폐업 사유(복수응답)로는 ▲수익성 악화·매출 부진(86.7%) ▲적성·가족

등 개인사정(28.7%) ▲신규 사업 창업·준비(26%) ▲임대기간 만료, 행정처분 등 불가피한 사유(21.8%) 등으로 조사됐다. 숙박·음식점업의 경우 배달앱·숙박앱 등 온라인플랫폼사의 수수료·광고비 부담(35.6%)이 평균(16.3%) 대비 높게 나타나 온라인플랫폼의 비용 부담에 큰 애로를 있는 모습이다. 폐업을 결심한 시점 기준 부채액은 평균 1억236만원이었다.

중기중앙회 추문갑 경제정책본부장은 "생산의 주체이자 소비의 주체이기도 한 소상공인의 급격한 붕괴는 복지비용 등 우리 경제가 부담해야 할 사회적 비용이 그만큼 커진다는 의미"라며 "정부의 재교육 강화와 전직장려금 확대를 통해 폐업 소상공인들의 제조 중소기업 취업을 유도한다면 소상공인간 경쟁을 완화하고 중소기업의 인력난도 해소할 수 있을 것"이라고 밝혔다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

“올해 전장, AI·서버 제품 매출 2조 목표”

장덕현 삼성전기 사장

제52기 삼성전기 정기 주주총회

“삼성전기는 2025년에 미래 성장사업인 전장 및 인공지능(AI)·서버 제품의 매출 2조원을 달성하겠다. 이를 위해 주력 사업 부문별 고부가 제품 라인을 강화하고 고객 다변화를 추진해 지속 성장 가능한 체계를 만들겠다.”

장덕현 삼성전기 사장은 19일 서울 양재동 엘타워에서 열린 제52기 삼성전기 정기 주주총회에서 이같이 말했다. AI·서버·전장용 등 고성능·고수익 중심으로 사업 포트폴리오를 전환해 글로벌 시장에서 입지를 확보하겠다는 전략이다.

장 사장은 “2024년은 지정학적 불확실성, 경기 불안정 등으로 인해 저성장이 경제의 뉴노멀이 된 어려운 경영환경이었다”며 “삼성전기는 고부가 제품 중심 사업구조 개편, AI·서버, 전장 등 사업 확대, 내부효율 개선 통한 사업 체질 강화 등을 통해 차사 이래 매출 10조원을 처음 돌파했다”고 말했다. 이어 “중국이 과거 제조, 생산에 집중했지만 최근 혁신의 국가로 변모하고 있어 삼성전기에도 여러 기회 요인이 있다”며 “삼성전기는 고부가 제품 중심으로 사업 포트폴리오를 구축해 시장 성장률을 초과하는 성장을 추진하겠다”고 다



집했다.

장 사장은 “2025년은 ADAS가 전장용 시장의 성장 동력이며, AI는 CSP 등 빅테크기업들이 주도할 것으로 예상된다”며 “특히 삼성전기의 MLCC, 패키지 기관, 실리콘 캐패시터 등 제품들은 AI용으로 공급을 확대하도록 역량을 집중하겠다”고 말했다.

삼성전기는 신사업인 미래(Mi-RAE) 프로젝트에 드라이브를 걸고 있다. 해당 프로젝트를 통해 ▲소형 전고체 전지 ▲실리콘 캐피터 ▲전장용 하이브리드 렌즈 등을 개발 중이다. 이 중 글라스 기관은 올해 세종사업장에 파일럿 라인을 구축, 시제품을 선보일 계획이다. 장 사장은 “AI, 서버 등 기존 고객들과 협력해 코어 중심의 글라스 기관과 글라스 인터포저 등을 개발하고 있다”고 말했다.

한편 추중에서는 보고 사항과 재무제표 승인, 사내이사·사외이사 선임, 이사 보수 한도의 승인 등 부의 사항이 원안대로 가결됐다. 이사 선임의 경우 사외이사는 이윤정 이사와 사내이사로는 장덕현 삼성전기 대표이사 사장, 김성진 경영지원실장 부사장을 재선 임했다.

/차현정 기자

SK온, 닛산에 15조 규모 배터리 공급

일본 완성차 첫 고객사

SK온이 일본 자동차 제조사 닛산에 약 15조원 규모의 전기차 배터리를 공급한다. SK온이 일본 완성차 업체를 고객사로 확보한 첫 사례다.

SK온은 2028년부터 2033년까지 총 99.4기가와트시(GWh) 규모의 배터리를 닛산에 공급하는 계약을 맺었다고 19일 밝혔다. 이는 중형급 전기차 약 100만대에 탑재할 수 있는 물량이다.

SK온이 공급하는 배터리는 고성능 하이니켈 파우치셀로, 북미 지역에서

생산될 예정이다.

이번 계약 물량은 닛산이 미국 미시시피주 칸톤 공장에서 생산할 예정인 북미 시장용 차세대 전기차 4종에 탑재된다.

이석희 SK온 대표이사 사장은 “SK온의 우수한 배터리 기술력과 경쟁력이 다시 한번 인정받았다는 점에서 뜻깊게 생각한다”며 “핵심 시장인 북미에서의 생산 역량과 노하우를 적극 활용해 전동화 파트너들의 성공적인 전기차(EV) 전환을 조력해 나갈 것”이라고 말했다.

/이혜민 기자 hyem@

“스타일링부터 위생까지” LG, ‘뉴 스타일러’ 선보

LG전자가 의류관리기 신제품 ‘2025 뉴 스타일러’의 판매를 시작했다고 19일 밝혔다.

신제품은 빌트인 고압 스티머를 더욱 손쉽게 쓸 수 있도록 스타일러 문 안쪽에 슬라이딩 스탠드 ‘스티머 스테이션’을 추가했다. 고압 스티머를 쉽게 사용할 수 있도록 스타일러 문 안쪽에 슬라이딩 스탠드를 추가하고, 고정형 옷걸이 홀더를 개선했다. 또 고압 스티머 예열 시간도 3분 30초에서 3분으로 단축시켜 사용성을 개선했다.

세균, 바이러스, 냄새 유발 물질 등 다양한 생활 속 오염원들을 제거할 수 있으며, 의류의 몸통뿐 아니라 팔 부분까지 탈탈 털어주는 다이내믹 무방행어로 미세먼지를 99%까지 제거할 수 있다.

지난해부터 적용된 듀얼히팅 트루스팀 기능으로 섬유 속 유해세균 10종과 바이러스 11종을 99.99% 살균해주며, 리넨, 실크, 가죽 등 까다로운 소재도 섬세하게 관리할 수 있다.

이 밖에도 자동 환기 시스템을 적용해 스타일링 코스 작동 완료 후 내부 습기 기능으로 관리된 의류 관리 효율성을 높였다. 히터 없이 수분만 빼는 저온 제습 방식이 적용됐다.

/구남영 기자

車 산업 디지털 혁신 이끈다

LG ‘패스트 컴퍼니’ 혁신 기업 선정
SDV와 자동차업계 디지털 전환 촉진
웹OS 기반 차량용 콘텐츠 플랫폼 적용

LG전자가 미국 경제 전문지 ‘패스트 컴퍼니’가 발표한 자동차 부문 ‘2025년 가장 혁신적인 기업’으로 선정됐다고 19일 밝혔다.

1995년 미국 뉴욕에서 창간한 패스트 컴퍼니는 2008년부터 매년 경제·경영·기술·디자인 등 다양한 산업군에서 의미 있는 영향력을 미친 기업을 평가하고 있다. 올해는 58개 분야별 혁신 기업을 발표했으며, 자동차 부문에서는 LG전자를 포함한 10곳이 선정됐다.

패스트 컴퍼니는 LG전자의 전장 사업을 담당하고 있는 VS사업본부의 ‘SDV(소프트웨어 중심 차량·Software Defined Vehicle) 분야 성과를 높게 평가했다. LG전자는 부품 공급업체를 넘어 차량 전반의 혁신 솔루션을 제공한다’는 목표 아래 미래준비 차원의 SDV 역량 확보에 주력하고 있다.

LG전자 VS사업본부는 차량용 인포테인먼트(IVI), 디지털 콕핏, 텔레매틱스, 첨단 운전자 보조 시스템(ADAS)을 비롯한 다양한 SDV 솔루션을 제

공하고 있다.

특히 SDV 전환을 위한 차별화된 솔루션인 ‘LG 알파웨어’를 자동차 업계 전문가들에게 지속적으로 소개해 큰 호응을 얻는 등 자동차 산업의 디지털 전환을 가속화하고 있다.

LG알파웨어는 고화질·고음질 콘텐츠 경험을 제공하는 차량용 엔터테인먼트 솔루션 플레이웨어, AR/MR, AI 기술 등으로 운전자에게 유용한 정보와 몰입감 있는 차량 내 경험을 제공하는 메타웨어, 기존 차량 OS(운영체제) 성능을 강화하거나 새 플랫폼 구축을 지원하는 베이스웨어, 다양한 소프트웨어 통합부터 신규 기술검증, 배포 등 개발 프로세스 전반에서 개발자를 돕는 오픈스웨어 등을 포함한다.

또 LG전자는 차량용 웹(web)OS 콘텐츠 플랫폼(ACP)을 상용 전기차에 최초 적용하며 차량을 ‘바퀴 달린 생활 공간’으로 만드는 LG전자의 미래 모빌리티 비전을 현실화했다.

은석현 LG전자 VS사업본부장은 “차량에서 고객 경험을 혁신하는 SDV 기술을 지속 개발해 글로벌 모빌리티 시장 경쟁력을 강화해 나갈 것”이라고 말했다.

/구남영 기자 koogija_tea@

중기부, ‘1인 창조기업’ 100만개 넘었다

2022년 기준, 100만7769개 기록

1인 창조기업 수가 조사 이후 처음 100만개를 넘었다.

중소벤처기업부가 19일 내놓은 ‘2024년 1인 창조기업 실태조사’에 따르면 지난 2022년 기준으로 1인 창조기업은 100만7769개를 기록했다.

이는 전년의 98만7812개 대비 2% 늘어난 수치다.

1인 창조기업은 창의성과 전문성을 갖춘 1인 또는 5인 미만의 공동사업자로서 상시근로자 없이 사업을 영위하는 자를 뜻한다. 부동산업, 도·소매업, 숙박업, 음식·주점업 등은 제외한다.

이번 조사는 통계청의 2022년 기준 기업통계등록부(SBR)에 등록된 사업체 중 한국표준산업 분류체계상 중분류 43개 업종에 해당하는 1인 창조기업

을 대상으로 했다.

업종별로는 ▲제조업(24.2%) ▲전자상거래업(24.2%) ▲교육서비스업(17.3%) ▲전문, 과학 및 기술 서비스업(10.8%) 등을 주로 영위하는 것으로 나타났다.

지역별로는 경기 28만7000여개(28.5%), 서울 25만8000여개(22.6%)로 가장 비중이 높았다. 부산 6만2000개(6.2%), 경남 6만개(6.0%), 인천 5만5000개(5.5%) 순으로 나타났다. 수도권이 56.6%, 비수도권이 43.4% 비중을 차지했다.

평균 업력은 12.6년으로, 2011년 이전에 설립된 기업이 41.2%였다. 전직업종과 현업 연관성은 63.4%, 창업 전직장 근무기간은 15.5년이며, 63.4%는 중소기업에서 근무한 것으로 조사됐다.

/김승호 기자