

GLOBAL

STARTUP

REPORT

GLOBAL

STARTUP

REPORT

목차

010

글로벌 마켓 라이브

- 010 | 글로벌 동향 : 북미편 | 실리콘밸리로 스타트업 생태계를 이끄는 시장, 미국!
- 030 | 글로벌 동향 : 유럽편 | 스타트업 생태계의 본고장이자 지속 성장의 상징, 유럽!
- 050 | 글로벌 동향 : 동남아편 | 가장 큰 성장가능성을 가진 시장, 동남아시아!

062

글로벌 시장 공략에 나선 인바운드, 아웃바운드의 치열한 생존기

- 062 | 인터뷰 | 시장에서 답 찾고, 파트너와 함께 세계 시장 진출
- 김지민 메디퓨처스 대표
- 068 | 인터뷰 | 글로벌 염두에 둔 창업 과정, 사내 스타트업으로 기회 열어
- 김승용 코코넛사일로 대표
- 074 | 인터뷰 | 한국은 매력적인 시장, 기술에 밝고 변화에 민감해
- 나탈리아 미하일로바바 위브에어 대표
- 080 | 설문조사 | 인바운드 스타트업에게 묻다 '한국에서 창업활동 어떤가요'
- 서울스타트업스
- 085 | 기고 | 실리콘밸리의 코리안 스타트업과 성공을 향한 A to Z
- 손재권 더밀크 대표

092

코로나19 이후 글로벌 스타트업 생태계 전망 'THE CONNECT 2020 : Global Startup Alliance Live'

- 092 THE CONNECT 2020 : Global Startup Alliance Live
- 094 | Session 1 | 코로나19 이후 스타트업 생태계를 이야기하다
#1 포스트 팬데믹, 글로벌 연대는 강화되어야 한다
#2 코로나 19 이후, 한국 스타트업 생태계 변화
#3 포스트 팬데믹, 위기를 도전의 기회로!
- 103 | Session 2 | 국내외 스타트업 생태계 변화를 이야기하다
#4 GS홈쇼핑의 오픈 이노베이션 전략과 CVC
#5 SAPIO의 스타트업 투자 및 성장 협력 사례
#6 싱가포르 스타트업 생태계의 구축과 성장 과정
- 113 | Session 3 | 글로벌 협력의 가능성을 이야기하다
#7 포스트 팬데믹, 글로벌 협력의 새로운 방향성
#8 지금은 글로벌 위기가 아닌 글로벌 기회의 시간
#9 코로나 19 시대에 맞는 비즈니스 : VivaTech의 사례

124

글로벌 스페이스로 향하는 K-Startup, 그들과 함께하는 『S² Bridge : 인천』

- 124 『S² Bridge : 인천』 3가지 멤버십 트랙, 인천에서 함께 성장하다
- 140 | 인터뷰 | 모두의 재능을 나누는 글로벌 언어 교환 플랫폼 기업 '하이로컬'
- 144 | 인터뷰 | 해외시장에 도전장을 낸 국내 최고의 수면 연구 전문기업 '파사메디'
- 148 | 인터뷰 | 글로벌 No.1 모바일 원격진료 리딩컴퍼니를 꿈꾸는 '큐에스택'

전하는 말



충분한 역량과 잠재력을 가진
대한민국 스타트업은
세계를 놀라게 할 수 있는 성과를
만들어 낼 수 있다고 확신합니다.

지난해 전 세계를 강타한 코로나19로 산업계는 큰 어려움을 겪었지만 눈부시게 성장한 기업들이 있습니다. 그 중 상당수가 '스타트업'으로 유연한 대처와 과감한 시도로 시장의 마음을 사로잡았습니다.

신한금융그룹은 불확실한 글로벌 환경 속에서 대한민국의 미래 경쟁력을 높이기 위한 금융의 역할과 책임을 꾸준히 고민해 왔습니다. 이에 상생과 공존의 가치 아래 그룹 경영의 패러다임을 <대출하는 회사>에서 <투자하는 회사>로 전환하고, 미래 국가 산업을 견인할 스타트업을 체계적으로 육성·지원하는 생태계 구축에 힘써왔습니다.

이것이 신한금융그룹이 혁신생태계 구축을 위한 <Triple-K 프로젝트>를 추진하고, 전국 단위 혁신성장 플랫폼인 『S² Bridge : 인천』(신한 스퀘어브릿지)를 만들게 된 이유입니다. 송도에 자리잡은 『S² Bridge : 인천』은 스타트업의 창업부터 성장, 투자 유치까지 One-Stop으로 지원하고 전용펀드 조성을 통해 유망 스타트업의 글로벌 진출을 돕고 있습니다.

신한금융그룹은 미래로 뻗어나갈 K-스타트업이 『S² Bridge : 인천』에서 기업 혁신의 자산을 축적하고, 필요한 정보를 언제든지 손쉽게 찾아볼 수 있도록 <글로벌 스타트업 리포트>를 발간하게 되었습니다. 정보에 목말라하는 국내 스타트업을 위해 국내·외 전문가들을 모아 글로벌 동향 및 기술 시장 흐름, 해외진출에 성공한 K-스타트업 노하우, 그리고 해외 진출 전략까지 실질적인 정보들로 가득 채웠습니다.

충분한 역량과 잠재력을 가진 대한민국 스타트업은 세계를 놀라게 할 수 있는 성과를 만들어 낼 수 있다고 확신합니다. <글로벌 스타트업 리포트>를 발판으로 세계로, 미래로 더 크게 도약해 나가기를 진심으로 기원합니다.

글로벌 유니콘의 꿈을 만들어 가는 대한민국 스타트업을 힘껏 응원하며, 여러분 모두가 미래에 대한 꿈을 안고 현재의 일을 사랑하면서 끊임없이 혁신을 시도할 수 있도록 저희 신한금융그룹이 힘껏 지원하겠습니다.

감사합니다.

2021년 2월
신한금융그룹

GLOBAL

STARTUP

REPORT

1

- 010** | 글로벌 동향 : 북미편 |
실리콘밸리로 스타트업 생태계를
이끄는 시장, 미국!
- 030** | 글로벌 동향 : 유럽편 |
스타트업 생태계의 본고장이자
지속 성장의 상징, 유럽!
- 050** | 글로벌 동향 : 동남아편 |
가장 큰 성장가능성을 가진 시장,
동남아시아!

글로벌 마켓 라이브

[글로벌 동향 : 북미편]

실리콘밸리로 스타트업 생태계를 이끄는 시장, 미국!

북미 지역 스타트업 창업 투자 동향

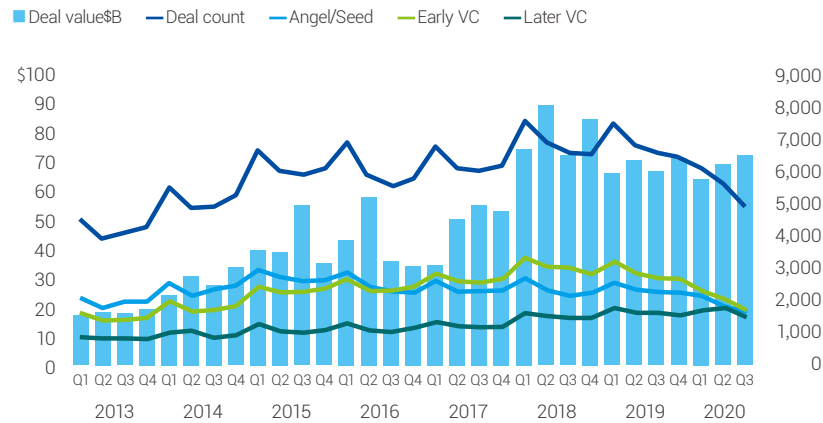
코로나19로 인한 경제 위기로 스타트업에 대한 벤처캐피탈(Venture Capital) 투자 축소에 대한 우려가 컸다. 실제로 2020년도 1분기 벤처캐피탈 투자는 세계적으로 감소했다. 그러나 우려와는 달리 벤처캐피탈 투자 규모는 빠르게 원상 수준으로 복귀했다. 벤처캐피탈은 투자자(LP)들로부터 투자금을 모금하여 펀드를 조성하며, 펀드 운용의 기간이 정해져 있기에 오랫동안 투자를 멈추는 건 어렵다는 점도 투자 회복의 한 원인으로 꼽힌다.

코로나19 이후 투자 라운드 추이를 보면 거래 수와 함께 엔젤 및 시드, 초기 단계 투자는 대폭 감소했다. 반면 후기 단계 투자 수는 소폭 감소했다. 투자 거래 수가 줄어든 반면 투자 금액은 늘었다. 개별 투자 금액이 상승했기 때문이다.

미국 내 총 벤처캐피탈 투자액은 지속적으로 증가하고 있으며, 글로벌 투자 동향과 유사한 양상을 보인다. 코로나19 이후 투자 라운드 추이를 보면 엔젤 및 시드, 초기 단계에서 후기 단계까지 거래 수는 모두 감소한 반면 거래 금액은 상승했다. 이것 또한, 개별 거래 수의 투자 금액이 상승했기 때문이다.

미국 벤처캐피탈 투자 동향을 산업별로 살펴보면 소프트웨어(Software) 산업에 가장 많은 투자금이 유입되고 있으며 제약 및 바이오테크(Pharma & Biotech), 의료 장치 및 소모품(HC devices & Supplies), 의료 장치 및 시스템(HC devices & Systems), 상업 서비스

글로벌 벤처캐피탈 동향(2013~2020년 3분기)

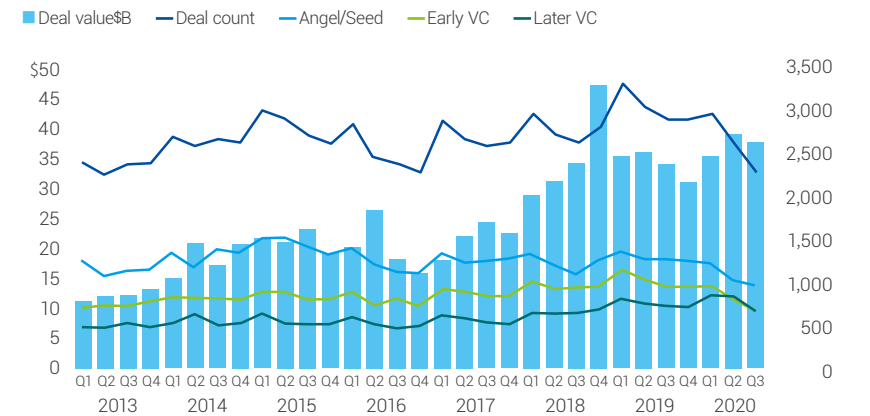


출처 : Venture Pulse, Q3'20. Global Analysis of Venture Funding, KPMG Private Enterprise. Data provided by PitchBook, 10/21/2020
 Note : Refer to the Methodology section at the end of this report to understand any possible data discrepancies between this edition and previous editions of Venture Pulse

(Commercial services)가 뒤를 이었다. 2019년과 2020년을 비교해 보면 제약 및 바이오 테크(Pharma & Biotech) 산업에 대한 투자가 소폭 상승했음을 확인할 수 있다. 코로나19로 인해 헬스케어 산업에 대한 관심과 투자가 증가했음을 볼 수 있다.

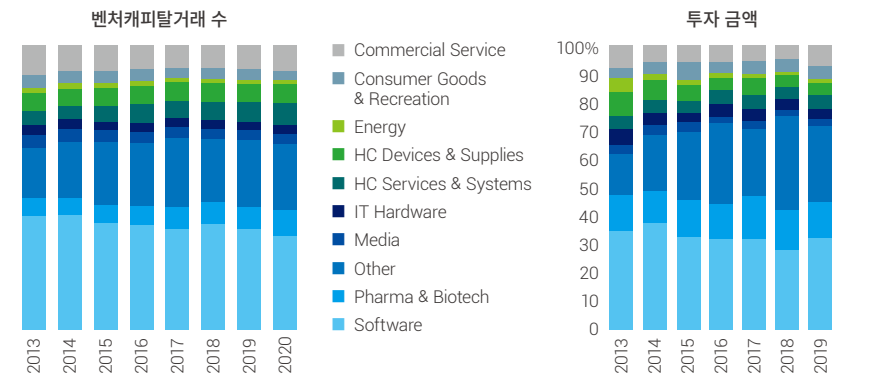
미국 내 엑시트(exit) 역시 거래 수는 감소, 거래 금액은 현상 유지의 추세를 보일 전망이다. 미국에서는 매년 평균 1,000건의 엑시트가 발생한다. 엑시트 유형을 보면, 전략적 인수가 대다수를 차지하고 바이아웃(Buyout)이 두 번째이다. 상장은 가장 사례가 적은 엑시트 방식이다. 엑시트 금액을 기준으로 보면 상장이가 가장 크고, 전략적 인수와 바이아웃이 뒤를 잇는다. 아직 표에 포함되지 않았지만 2020년 12월 대형 상장을 한 에어비엔비(기업가치 470억 달러)와 도어대시(기업가치 390억 달러)까지 포함한다면 2020년 엑시트 금액 측면에서는 2019년도와 비슷한 수준을 유지할 전망이다.

미국 벤처캐피탈 동향(2013~2020년 3분기)



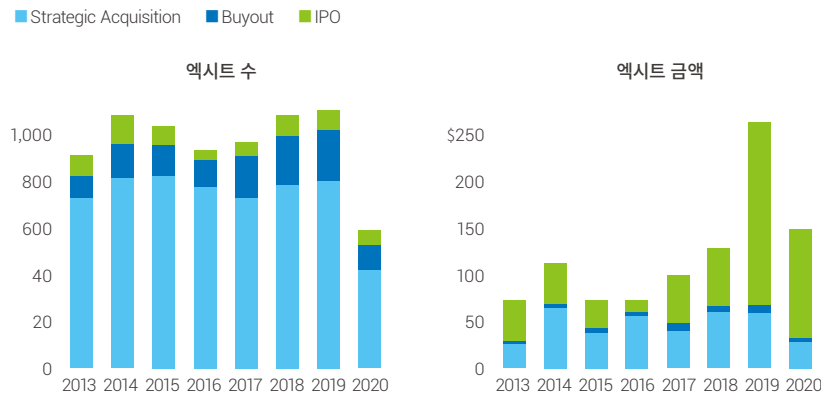
출처 : Venture Pulse, Q3'20. Global Analysis of Venture Funding, KPMG Private Enterprise. Data provided by PitchBook, 10/21/2020

미국 내 산업별 벤처캐피탈 거래 수와 투자 금액(2013~2020.9.30)



출처 : Venture Pulse, Q3'20. Global Analysis of Venture Funding, KPMG Private Enterprise. *As of 9/30/20. Data provided by PitchBook, 10/21/20.

미국 내 벤처캐피탈 투자관련 엑시트 수와 엑시트 금액(2013~2020.9.30)



출처 : Venture Pulse, Q3'20, Global Analysis of Venture Funding, KPMG Private Enterprise. *As of 9/30/20. Data provided by PitchBook, 10/21/20.

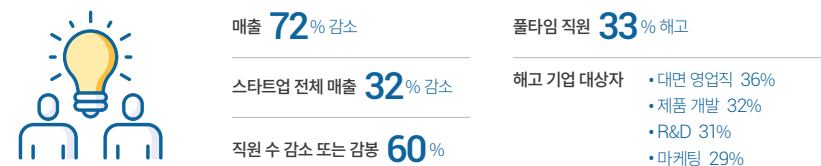
코로나19 이후
스타트업 트렌드
변화

코로나19로 인하여 비대면 교육, 비대면 업무 등 많은 산업과 라이프스타일이 디지털에 맞춰 변했다. 구호에 가까웠던 디지털 트랜스포메이션이 가속화하는 계기가 됐다.

코로나19의 여파로 세계적으로 규모를 불문하고 직격타를 맞은 기업이 많고, 스타트업도 그 여파를 피해갈 수 없었다. 스타트업 게놈(Startup Genome)의 조사¹에 따르면, 코로나가 시작된 이후 스타트업의 72%는 매출이 감소하였고, 스타트업 전체로는 매출의 32%가 감소했다.

이에 따라 스타트업들은 운영비를 삭감하였고, 60% 이상의 스타트업은 직원 수를 줄이거나 감봉을 실시했다. 풀타임 직원의 33%가 직장을 잃었다. 직원을 해고한 기업의 36%는 대면 영업직을 해고했으며, 소프트웨어 엔지니어 등 제품 개발(32%), R&D(31%), 마케팅(29%) 등 스타트업의 장기적 역량에 영향을 끼칠 직군에 대한 해고도 적지 않게 일어났다. 직원들이 비교적 안전한 대기업으로 이직하며 스타트업 생태계를 떠나는 추세도 보인다. 능력있는 과학자들과 엔지니어들은 기존 도시를 떠나 실리콘밸리, 런던, 뉴욕과 같은 강력한 스타트업 노동 시장을 가진 지역으로 모이는 추세도 보인다.

코로나19 이후 스타트업



1 Startup Genome, State of the Global Startup Economy, <https://startupgenome.com/article/state-of-the-global-startup-economy>

전체적 고용 시장은 감소했지만 그렇다고 해서 모든 일자리가 없어진 것은 아니다. 코로나19의 여파로 긍정적인 기회를 얻은 스타트업도 많았고 데이터 분석과 디지털 마케팅, 소프트웨어 개발 등의 일자리는 증가했다. 증가한 일자리는 주로 인터넷만 있으면 어디서든 업무를 볼 수 있는 직군이였다. 인터넷만 연결되면 집은 물론이고 다른 도시나 국가로 여행하며 업무를 볼 수 있는 생활 및 문화가 정착하면서 스타트업 성장에 필요한 핵심 인재를 고용하기 더 좋은 환경이 된 측면도 있다.

샌프란시스코 베이 지역(Bay Area)에 본사를 둔 드롭박스, 트위터, 스퀘어²는 재택근무를 기업 정책으로 삼는다고 밝혔다. 구글³은 2021년 7월까지 20만명의 정규직 및 계약직을 고용할 것이며 모두 원격 근무를 하겠다고 밝혔다. 포스트 코로나 이후로도 원격 근무를 지향하는 회사와 직원은 증가하며 디지털 노마드가 일반적 문화로 자리 잡을 전망이다. 이에 따라 생산성 향상 도구와 솔루션도 지속적으로 시장에 등장할 것으로 보인다.

스타트업의
북미 시장
진출 성공 비결

스타트업의 해외 진출을 크게 진출과 성장 단계로 나눌 수 있다. 진출 단계의 과제로는 문화 및 언어, 제품 시장 적합성(PMF), 투자 유치가 있다. 성장 단계에서의 과제는 프로덕트 매니저먼트와 인재 확보 등을 들 수 있다.

진출 단계

문화 및 언어

미국의 비즈니스 문화와 프로세스는 한국과 차이가 크다. 미국은 효율을 따지고 결과를 중요하게 생각한다. 이메일 작성법이나 직원과의 소통 방법 등 많은 것이 다르다.

언어도 중요하다. 한국 스타트업 창업자 중 영어에 거부감을 가졌거나 배우려는 의지가 부족한 사람이 많다. 대기업 및 중견기업은 통역을 쓰거나 부하 직원을 시켜 사업을 진행할 수 있다. 스타트업은 상황이 다르다. 대기업 및 중견기업은 오랜 기간 사업을 진행해 신뢰성을 보유하고 있으며 혁신 기술보다는 기존 시장에서 조금 차별화된 상품 및 서비스를 내어 놓는다. 스타트업은 미국 시장에 진출함에 있어 대기업 및 중견기업을 따라가기 힘들다. 자원이 제한되어 있기에 해외 진출을 위해서는 창업자가 직접 현장에서 뛰어야 한다. 이런 상황에서 스타트업 창업자는 영어를 반드시 해야한다.

반대로 한국에 외국인 창업자가 와서 사업을 한다면 어떤 조언을 하겠는가? 한국어가 필요하다는 조언을 할 것이다. 언어의 유창함은 발음을 뜻하는 게 아니다. 미국은 여러 나라 사람들이 사는 나라다. 다양한 인종이 사는 곳이다 보니 발음도 다양하다. 언어가 필요한 이

2 Zoe Schiffer (5/18/2020), The Verge, Square announces permanent work-from-home policy : <https://www.theverge.com/2020/5/18/21261798/square-employees-work-from-home-remote-premanent-policy-ceo>


3 Kim Lyons (7/27/2020), The Verge, Google will keep employees working remotely until July 2021 : <https://www.theverge.com/2020/7/27/21340038/google-remote-working-employees-2021-twitter-facebook-alphabet>

유는 자기 생각 및 사업을 타인에서 설득시키는 것이다. 투자자를 설득하여 투자를 받아내는 것도 중요하다. 정부 해외 진출 프로그램에 참여하는 창업가 중 영어가 안돼서 힘들어하는 창업자가 많다. 현지인 창업자도 피칭에 노력을 쏟는다. 미국 진출을 생각한다면 영어에 익숙해지도록 노력하고 적어도 자신감 있게 피칭을 할 수 있을 정도의 연습이 필요하다. 현지에서는 현지인들의 커뮤니티에 들어가야한다. 네트워킹 이벤트에 참석하며 지인을 만 들어가고, 현지 스타트업과 대화하기 쉬운 코워킹 스페이스에서 업무를 하는 것도 좋은 방법이다.


제품 시장 적합성(PMF)

대기업도 해외 진출에는 수개월에서 수년에 걸친 리서치와 자본, 인력 투입이 필요하다. 많은 자본과 자원을 투입하더라도 실패할 가능성이 있다. 대기업은 해외 진출 프레임워크를 활용하여 한발씩 내디디며 해외 진출을 진행하지만, 인력, 자본, 네트워킹이 부족한 스타트업은 빠른 속도와 적응 능력을 발휘하여 시장에 진입해야 한다. 빠르게 시장 진입을 하기 위해서는 린스타트업 방식을 최대한 활용해야 하며, 제품 시장 적합성(PMF)이 목표가 되어야 한다. 해외 진출에 있어 현지 제품 시장 적합성 확인은 필수적이다. 한국에서 사용자와 고객 기반을 확보하고 성장하는 사업이라도 미국에서는 유사한 타겟 고객층이라도 반응이 다를 가능성이 높기 때문이다. 스타트업은 한정된 자원으로 신속하게 제품 시장 적합성을 진행 해야한다. 타겟, 가격, 비즈니스 모델, 메시지, 채널, 규제의 맞춤이 필요하다. 현지 시장 제품 시장 적합성은 다음과 같은 단계를 거친다.


- ① 타겟 세그먼트 정의 : 얼리 어답터가 누구인지, 어떤 페인 포인트를 가지고 있는지 정의해야 한다.
- ② 타겟 세그먼트 접근 후 무엇을 학습할 지 가설 수립 : 한국에서 해외 진출을 하는 기업은 적어도 최소기능제품(MVP)이 필요하다. 보유한 제품 및 서비스를 타겟층에 소개했을 때 추가 기능이나 수정 기능을 통해서 어떤 학습을 할지 가설을 설립해야 한다.
- ③ 제품 기능의 유효성 검사 : 유효성 검사를 하기 위해서는 성공 지표를 세우고 세일즈나 타겟층에게서 피드백을 받으며 진행 상황을 측정해야 한다. 측정은 스타트업에게 필수적인 부분이며, 스케일업 단계에서도 활용된다.
- ④ 성공 지표 충족까지 단계 반복 : 성공 지표의 예로는 제품을 요구하는 신규고객, 높은 리드 생성, 높은 재사용률 등을 들 수 있다.




타겟 세그먼트 정의



가설 수립



제품 기능 유효성 검사



성공 지표 충족

투자 유치

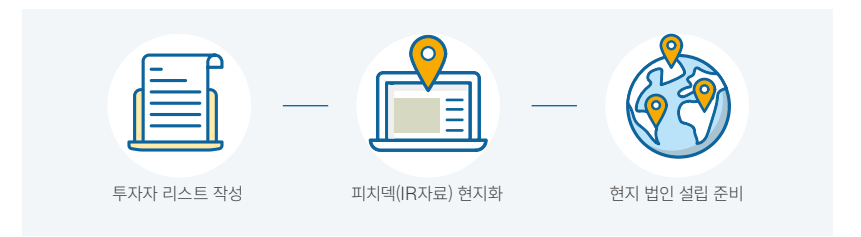
투자 유치가 필수는 아니지만, 대다수 스타트업은 자금이 부족하기 때문에 해외 벤처캐피탈의 투자를 원하는 경우가 많다. 그러나 현지 벤처캐피탈로부터 투자를 유치하는 것은 쉬운 일이 아니다. 현지 스타트업 투자도 리스크가 큰데, 굳이 외국에서 온 레퍼런스도 없는 스타트업에게 투자를 할 이유는 없다. 현지에서 투자를 받기 위해서는 현지 투자자들에게 전략적으로 다가가야 한다.

먼저 투자자 리스트를 작성한다. 주로 집중하는 투자 라운드나 산업, 펀드 운영 기간은 어느 정도인지 등을 확인해야 한다. 현재 시리즈 A 투자를 유치 중이라면 시리즈 C 이후 투자를 주로 하는 곳에 접근할 필요가 없다.

벤처캐피탈이 어떤 산업 및 기술에 전문성이 있는지 알아보면 투자 유치 가능성이 높아진다. 펀드 모집 기간을 확인해 운영한지 얼마 안 된 펀드를 노리는 것도 좋다. 펀드는 평균 7~10년간 운영을 하며, 초반에는 투자에 집중하고 후반에는 엑시트에 초점을 맞추는 경향이 있기 때문이다. 투자자를 직접 찾아야 할 경우에는 링크드인이나 크런치베이스, 엔젤리스트와 같은 투자자를 검색할 수 있는 사이트를 활용한다. 이 방법은 많은 시간 및 노력이 필요하다. 더 좋은 방법은 소개를 받는 것이다. 지인이나 한국 투자자에게 연결을 부탁하거나, 액셀러레이팅 프로그램에 참여하여 네트워킹을 하는 방법이 있다.

피치덱(IR자료) 현지화도 필요하다. 대다수 한국 스타트업은 한국어 피치덱을 단순 번역만 해서 사용하는 경우가 많고, 영어 피치덱이 아예 없는 경우도 있다. 한국어 피치덱은 컨설팅 회사의 기획서 형식으로 만들어진 경우가 많다. 대부분 해외 벤처캐피탈은 50장 이상의 슬라이드나 한 장짜리 회사 소개서를 보고 싶어 하지 않는다. 15장 정도로도 훌륭한 피치덱을 만들 수 있으며 구체적인 부분은 참조로 뒤에 붙여도 된다. 투자자는 피치덱을 읽는데 평균 4분 정도 시간을 할애한다고 한다. 그러므로 피치덱은 단순하면서도 틀을 갖춰 투자자가 기대하는 모든 내용을 포함해야 한다. 시장의 문제점, 해결 방법, 제품 및 서비스, 제품 데모, 기능 및 사용자 이점, 비즈니스 모델, 고투마켓 전략, 시장 규모, 경쟁사 비교, 팀 소개, 예상 재무 등의 정보가 담겨야 한다.

현지 법인 설립도 준비할 필요가 있다. 해외에서 투자 유치를 하면 투자자가 플립(Flip)을 요구하는 경우가 대부분이다. 플립이란 미국 법인을 설립하여 한국 법인의 주식을 이전하는 것이다. 또 대표가 현지에서 사업을 진행할 것을 요구하는 경우도 많다. 이러한 요구를 받아들일 준비를 하고 투자자와 논의할 것을 추천한다.



성장 단계

프로덕트 매니지먼트

스타트업은 고객의 페인 포인트를 파악하고 해결 방법을 제시함으로써 빠르게 수익을 올리는데 모든 힘을 쏟아야 한다. 실리콘밸리 기업이 제품에만 집중하는 프로덕트 팀이 있고, 프로덕트 관리를 필수로 간주하는 이유이다. 프로덕트 매니지먼트의 기능은 크게 관리, UX, 분석, 마케팅이다.

- ① 제품 관리 : 제품 비전 및 전략 수립, 제품 출시 기획 및 진행, 아이디어 창출 및 도출, 제품 새 기능 정의
- ② UX : 사용자 리서치, 사용자 스토리 맵 작성, 와이어 프레임 및 프로토타입 개발, 사용성 검사
- ③ 제품 분석 : 데이터 소스 통합, 시장 트렌드 조사, 유저 여정 이해, 유저 행동 및 페인 포인트 발굴
- ④ 제품 마케팅 : 경쟁 환경 조사, 구매자 페르소나 정의, 출시 계획 생성 및 조정, 포지셔닝 및 메시지 제작

제품이 좋은 반응을 얻으려면 사용자 여정을 파악하고 측정해야 한다. 측정할 수 없는 행동은 하지 않는 게 좋다. 모든 행동이 데이터화된다는 디지털 마케팅의 장점을 적극 활용해야 한다. 오프라인 마케팅 활동도 수치화해야 한다. 전시회에서 부스를 운영한다면 받은 명함 개수, 문의 횟수, 미팅 횟수 등의 방식으로 수치화가 가능하다. 수치화를 한 뒤, 팔로우업을 실시하고 실제 부스를 방문했던 기업이 제품 사용 및 구매를 하기까지 모든 여정을 측정해야 한다. 다른 마케팅 수단과의 비용 효율 비교도 가능하다.

인재 확보

해외 시장 진출에 있어 스타트업의 성장을 주도할 인재 확보는 핵심적 중요성을 가진다. 직원이나 자문을 잘못 고용하면 큰 비용이 따른다. 처음 고용하는 직원은 첫 번째 고객을 획득하기 위한 영업이나 마케팅 역할을 하는 것이 일반적이다. 한국에서 믿을 만한 직원을 보내는 경우가 많다. 하지만 미국 시장에 대한 지식이나 현지 출시 경험이 부족하다면 현지 채용을 권장한다. 입사 후보자의 연변과 포장된 경력에 현혹되지 말고, 과거 경험과 실적에 대한 파악을 바탕으로 실제 실적을 낼 수 있을 것인지 질문해야 한다.

조직 문화도 중요하다. 한국에서는 단체 생활이 중요하지만, 미국에서는 그렇지 않다. 직원마다 업무 할당량 및 목표 달성이 중요하며, 근무 태만을 하면 언제든지 해고 통지를 받을 수 있는 문화다. 그렇다고 무조건 개인주의적이지도 않다. 팀워크와 성과가 균형을 맞춰야 하며, 직원들은 팀에 소속이 되어 명확한 임무를 수행한다. 스타트업에서는 대표나 이사의 역할이

다를 뿐 균림할 수 있다고 생각하지 않는다. 한국의 창업자가 현지에서 고용한 직원들을 한국에서 했던 것처럼 대하면 인재들은 떠날 것이다.

코로나19 이후 비즈니스 확대를 위한 준비사항

코로나19로 잠재 고객도 외출이 자유롭지 않기 때문에 오히려 이전보다 용이하게 한국에서도 비대면으로 미팅을 잡을 수 있다. 사업 개발에는 여러 채널과 도구를 활용하면 좋다. 고객의 추천을 받거나 디지털 마케팅 홍보를 통한 정보 획득, 콘퍼런스 참여, 소셜미디어 등을 통해서 리드를 확보할 수 있다.

미국에서 꼭 써야 할 채널이 링크드인이다. 링크드인 사용자들은 전문가 비율이 높고 직업 및 지리적 위치가 세분화되어 있어 원하는 타겟을 쉽게 검색할 수 있다. 링크드인 개인 프로필은 영어로 완성해야 한다. 투자자는 1초 초대를 해도 연결되기 힘들지만 잠재 고객일 경우 연결될 가능성이 더 높아진다. 1초이 500명 이상은 되어야 가짜 계정으로 의심받지 않는다. 개인 계정을 만든 후 기업 계정도 만들어 다른 사람이 나의 프로필을 보고 회사 페이지로 바로 들어가 어떤 회사인지 알 수 있게 하는 것이 좋다.

리드 획득을 위해서는 네트워킹 이벤트에 참여하거나 소개를 받는 것이 가장 효율적이지만, 이것이 어려울 경우 연락 정보를 리스트로 만들어 접근해 보는 것도 좋다. 연락 정보를 효율적으로 취득할 수 있게 하는 Hunter, Lusha, Rocketreach 등의 서비스도 적극 활용할 것을 권장한다. 연락 정보를 리스트로 정리한 뒤 이메일로 연락을 취하고 반응이 있는 곳과 콘퍼런스 콜을 진행하면 된다. 현지 스타트업도 이런 방식으로 사업개발을 진행한다. 리스트 작성부터 이메일 보낸 횟수, 이메일 회신 횟수, 미팅 횟수 등을 수치화하면서 리드를 고객으로 전환해야 한다.

스타트업과 대기업을 연결하는 '마인드 더 브릿지(Mind the Bridge)'

마인드 더 브릿지(MTB, Mind the Bridge)는 실리콘밸리에서 2007년도에 설립하여 스타트업과 대기업을 연결하는 교량 역할을 해왔다. 해외 스타트업의 미국 시장 진출 프로그램 진행 및 투자를 하고 있으며 연간 100곳 이상의 포춘 500대 기업, 포브스 2,000대 기업을 대상으로 오픈 이노베이션 전략부터 운용까지 지원한다. 세계적으로 2만 5,000개 이상의 혁신 커넥션을 보유하고 있다. 다양한 정부기관 및 준정부기관(유럽위원회, JETRO 등), NGO(국제상공회의소, 한국무역협회 등)와 함께 대상 국가의 스타트업 생태계를 성장시키기 위한 다양한 활동들을 하고 있다. 엑시트, 타사 엑시트 공헌, 벤처캐피탈, 경영 및 혁신 컨설팅 등 다양한 경험을 보유한 30여명의 전문가들로 구성되어 있다.



사업내용

사업명	사업내용	사업대상	
		스타트업	대기업
엑셀러레이팅 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 스타트업스쿨 : 예비 창업자, MVP 개발 전, 매출 전 스타트업을 대상으로 실리콘밸리식 창업가정신 교육 및 네트워킹 해외시장진출(스케일업) : 국내에서 매출이 발생하고 있는 스타트업을 대상으로 미국 시장 진출에 관련된 교육 및 잠재 파트너 및 투자자와 연계 	○	
오픈 이노베이션 자문	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 기업을 대상으로 오픈 이노베이션 전략에서 운용까지 지원 		○
스케일업 서밋	<ul style="list-style-type: none"> 거래에 중심을 둔 글로벌 기업 및 투자자와 스타트업의 1:1 미팅 및 네트워킹 이벤트 주최 	○	○
글로벌 스타트업 생태계 보고서	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 오픈 이노베이션 및 스타트업 생태계 비교, 트렌드 분석 등을 포함한 보고서 발간 	○	○
투자	<ul style="list-style-type: none"> MTS 벤처캐피탈 펀드를 조성하여 미국 및 해외 스타트업에 시드 투자 	○	

*2020년 7월 기준

실적

엑셀러레이팅 프로그램 및 투자 실적

프로그램	완료 프로그램 수	참가 스타트업 수	투자유치	누적 투자유치 금액	평균 투자유치 금액	엑시트 수
MTB 스타트업 스쿨+ 해외시장진출 프로그램	40	362	114 (참가 스타트업의 31%)	1조 6,400억원	149억원	14 (투자유치의 12%)
MTS 벤처캐피탈 펀드	-	-	21	4,275억원	204억원	6 (투자유치의 29%)

스케일업 서밋 실적



미국 진출을
희망하는
스타트업에게
추천하는
엑셀러레이터

미국 진출을 희망하는 스타트업에게는 한국의 해외 엑셀러레이팅 프로그램에 참여하여 네트워킹을 구축하는 방법과 미국 엑셀러레이터 프로그램에 참여하는 방법 두 가지를 추천한다.

미국 스타트업 생태계의 큰 강점은 스타트업을 체계적으로 육성하는 엑셀러레이팅 프로그램이다. 정통 스타트업 엑셀러레이터는 신청과 선별 과정이 있다. 주요 엑셀러레이터 프로그램 합격률은 평균 1~5%로, 아이비리그 대학의 평균 합격률(6.79%)보다 낮은 정도로 경쟁이 치열하다. 한국 창업자가 미국 엑셀러레이팅 프로그램에 참여할 수 있다면 현지 네트워킹 형성과 사업 성장에 큰 도움이 될 것이다.

지역별 유명 엑셀러레이터

실리콘밸리

- ① Y Combinator : 2005년 3월 설립된 미국의 시드 스타트업 엑셀러레이터. 스트라이프, 에어비앤비, 크루즈 오토메이션, 도어대시, 코인베이스, 인스타카트, 드롭박스, 트위치, 레드잇 등 2,000곳 이상의 스타트업을 지원했다. 연 2회 스타트업에게 투자하며 3개월 동안 투자자에게 피칭이 가능하도록 준비시켜 엄선된 사람들만 초대하여 데모데이를 주최한다.
- ② 500 Startups : 2010년 설립된 초기단계 벤처 펀드이자 시드 엑셀러레이터. 트와일로, 크레딧 카르마, 샌드그리드, 그랩, 깃랩, 칸바, 유데미, 토크데스크, 인터컴, 와일드파이어, 비키 등 5,000곳 이상의 스타트업을 지원했다. 디지털 마케팅, 고객 확보, 린스타트업, 투자 유치에 중점을 둔 프로그램을 운영한다.
- ③ Alchemist Accelerator : 2012년에 설립되었으며 수익을 창출하는 초기 단계 B2B 스타트업에 초점을 맞춘 맞춤형 엑셀러레이터. 연간 평균 3만 6,000달러 규모, 75곳에 시드 투자를 진행한다. 6개월 프로그램을 통해 투자 유치 지원 및 멘토링, 커뮤니티도 제공한다. 연간 약 75곳에 시드 투자를 한다.



뉴욕

- ① Entrepreneurs Roundtable Accelerator(ERA) : 뉴욕 최고의 스타트업 엑셀러레이터이자 초기단계 벤처캐피탈 펀드. 2011년 설립 이후 200개 이상의 스타트업에 투자했다. ERA 졸업 기업은 누적 투자금 5억달러 이상을 유치했으며 총 시가 총액은 25억 달러 이상이다. 4개월 프로그램 기간 중 실무 지원, 시드 투자, 코워킹 오피스, 전문 리더십 팀을 제공하며 잠재적 투자자와 연결을 지원한다.
- ② Dreamit : 2007년도 설립한 엑셀러레이터이자 초기 단계 벤처캐피탈 펀드. 이미 수익을 창출 중이거나 확장할 준비가 된 파일럿 제품을 보유한 스타트업이 대상이다. 깃허브에 인수된 레벨업, 트렌드카이트, 시각, 에픽게임스에 인수된 하우스파티, 액센추어에 인수된 어답틀리 등 320개 이상의 스타트업을 지원했다. 창업가와 멘토, 투자자 및 고객을 직접 연결하는 3개월 프로그램을 운영한다. 의료, 보안, 부동산 및 건설 등의 분야에 집중한다.



매사추세츠

- ① MassChallenge : 투자할 때 주식을 가져가지 않는 것으로 유명한 엑셀러레이터. 핀테크, 푸드테크, 소매 분야의 초기 단계 스타트업에 200만달러 이상의 현금을 투자한다. 4개월 프로그램에 참여한 스타트업은 피델리티, 마이크로소프트, 펄스, IBM, 혼다, GE 등 글로벌 멘토 및 기업 네트워크를 활용할 수 있다. 주요 졸업 기업으로는 텔러스랩스, 바이럴게인스, 하이드로스웜 등이 있다.
- ② LearnLaunch : 2012년 설립된 에듀테크 및 학습 관련 스타트업 전문 엑셀러레이터. 교육, 동료 그룹 모임, 콘퍼런스, 네트워킹 기회 및 기타 교육 서비스를 제공하는 프로그램을 운영한다. 주요 졸업 기업으로는 크리에이터, 케어아카데미, 큐싱크, 코그니 등이 있다.



최근 액셀러레이터도 차별화를 위해 다양한 하이브리드 모델을 만들어 내고 있다. 액셀러레이팅 프로그램 참여를 희망한다면 전문성과 프로그램 기간, 투자 유무, 프로그램 구조 등을 파악한 뒤 신청하는 것이 좋다.

액셀러레이터 하이브리드 모델의 종류

스타트업과 협업, 파트너십, 투자, M&A에 적극적인 실리콘밸리

2019년 기준 미국 벤처캐피탈의 총 운용자산은 4,443억달러이다. 벤처캐피탈 펀드가 조성되는 지역은 캘리포니아, 뉴욕, 매사추세츠 세 곳에 집중된다. 이들 세 지역에서 각각 총 펀드 금액의 62%, 15%, 9%⁴가 조성되어 미국 전체의 86%를 차지한다. 실리콘밸리가 기술 스타트업의 중심이라면 뉴욕은 세계 경제의 중심지이며 스타트업 투자가 활발히 이루어진다. 한국도 도시마다 중점 산업 및 문화가 상이하듯이 미국도 지역별로 문화 및 중점 산업에 차이가 있다.

실리콘밸리는 스케일업을 위한 투자 금액(Capital Raised) 기준, 미국 전체의 40% 이상을 차지한다. 스케일업 밀도 비율(Scaleup Density Ratio)도 138.6로 미국 전체 평균 8.1을 압도한다.

스케일업 생태계 비교

World's Tech Scaleup Ecosystems : Comparative Analysis

	South Korea	Europe	USA	China	Israel	Silicon Valley
Number of Scaleups	743	8,719	26,690	11,100	1,635	7,476
Number of Scalars	34	262	1,522	717	89	574
Number of Superscalars	4	14	85	53	0	36
Capital Raised(\$B)	\$18.7B	\$162.8B	\$866.2B	\$380.4B	\$39.3B	\$367.7B
Scaleup Investing Ratio	0.81%	0.66%	4.04%	1.39%	11.07%	73.39%
Scaleup Density Ratio	1.4	1.5	8.1	0.8	18.4	138.4

출처 : Mind the Bridge, Tech Scaleups South Korea Report 2020

4 NVCA-2020-Yearbook: <https://nvca.org/wp-content/uploads/2020/03/NVCA-2020-Yearbook.pdf>

실리콘밸리의 또 다른 특징은 대기업에 의한 스타트업 인수가 활발하다는 점이다. 아래 리스트 중 22곳이 미국 기업이며 13곳이 실리콘밸리에 본사를 두고 있다. 인수를 가장 많이 하는 구글은 1년에 150곳의 스타트업을 인수했다. 이들에 하나씩 스타트업을 사들인 셈이다.

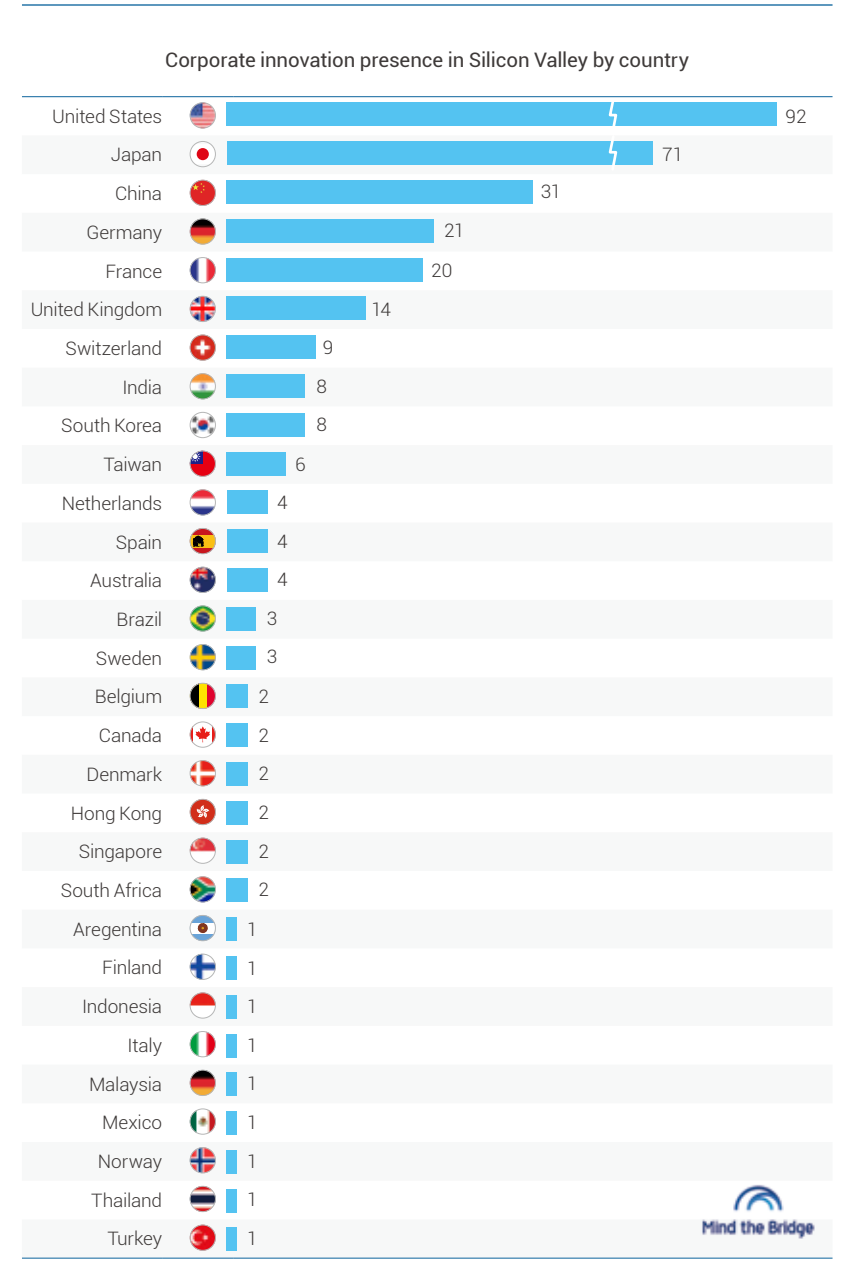
세계 톱 30 인수기업

Top World Acquirers				
	Name	Headquarters	Acquisitions	Deal Value
1	Google	Mountain View, CA	150	\$8.0B
2	Facebook	Menlo Park, CA	69	\$22.8B
3	Apple	Cupertino, CA	68	\$51.B
4	Microsoft	Redmond, WA	67	\$39.4B
5	Accenture	New York, NY	61	\$0.4B
6	Cisco	San José, CA	60	\$17.4B
7	Yahoo	Redwood City, CA	56	\$3.0B
8	Oracle	Sunnyvale, CA	51	\$10.8
9	IBM	Armonk, NY	49	\$8.1B
10	Salesforce	San Francisco, CA	46	\$15.7B
11	Twitter	San Francisco, CA	46	\$1.5B
12	Amazon	Seattle, WA	45	\$5.9B
13	Dell EMC	Hopkinton, MA	45	\$2.2B
14	Dentsu	Tokyo, Japan	42	\$0.1B
15	Groupon	Chicago, IL	39	\$0.3B
16	Intel	Santa Clara, CA	36	\$18.4B
17	eBay	San José, CA	33	\$3.8B
18	Autodesk	San Rafael, CA	29	\$0.3B
19	Zynga	San Francisco, CA	27	\$1.1B
20	Publicis Groupe	Paris, France	25	\$0.6B
21	Boston Systems	Marlborough	24	\$3.9B
22	Citrix Systems	Front Lauderdale, FL	24	\$3.3B
23	AOL	New York, NY	24	\$0.8B
24	Capita	London, United Kindom	24	\$0.6B
25	Visma	Oslo, Norway	24	\$0.2B
26	Siemens AG	Munich, Germany	23	\$0.7B
27	Samsung Electronics	Suwon, South Korea	23	\$0.6B
28	Luxottica-Essilor	Agordo, Italy-Charenton-Le-Pont, France	23	\$0.2B
29	Dropbox	San Francisco,CA	22	\$0.1B
30	Roche	Basel, Switzerland	21	\$9.4B

출처 : Mind the Bridge Research

실리콘밸리에 미국 대기업만 있는 것은 아니다. 아래 표를 보면 아시아와 유럽 등 다른 지역 글로벌 기업들도 실리콘밸리에서 혁신 기술을 가진 스타트업과 협업, 파트너십, 투자, M&A 기회를 엿보고 있다. 특히 일본 대기업 수가 미국에 이어 2번째로 많다.

실리콘밸리의 국가별 기업 이노베이션 활동 현황



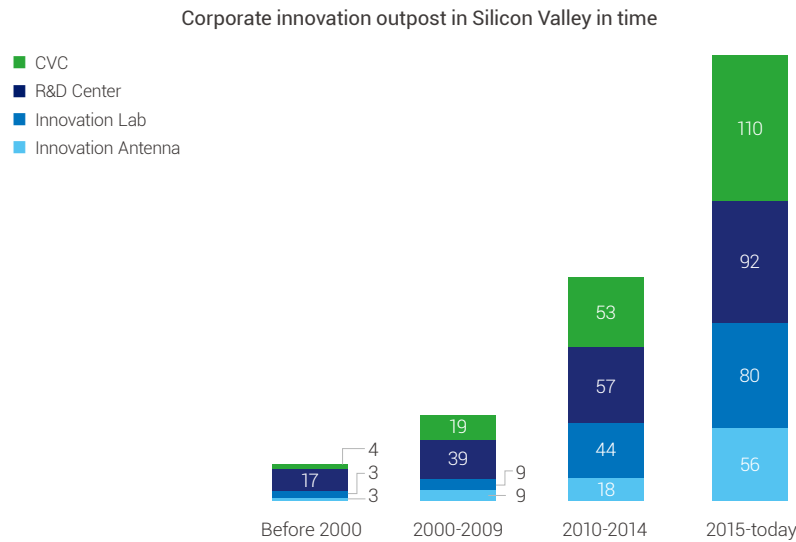
출처 : Mind the Bridge, Corporate Innovation in Silicon Valley - 2020 Report



최근 대기업이 실리콘밸리에 혁신 전초기지를 두는 사례도 늘고 있다. 대기업 이노베이션 전초 기지의 형태는 CVC가 가장 많고, R&D 센터, 이노베이션 랩, 이노베이션 안테나 등이 뒤를 이었다.

실리콘밸리 스타트업 생태계에는 글로벌 대기업의 오픈 이노베이션 활동도 활발하다. 이들은 스타트업과의 협업, 파트너십, 투자, M&A에 적극적이며 이를 통해 현지 스타트업은 매출 증대, 투자 유치 기회 증가, 사업 확대, 엑시트 등 다양한 긍정적 결과를 얻을 수 있다.

실리콘밸리의 기업 이노베이션 전초기지 추이



출처 : Mind the Bridge, Corporate Innovation in Silicon Valley - 2020 Report

진출 지역의 규제 확인은 필수

거점을 정하는 데 필요한 기준을 나열하자면 해당 주의 규제, 산업에 대한 관심도, 타겟층 현황 등이 있다.

미국은 주마다 법률과 제도가 다르므로 진출하고자 하는 지역의 규제를 확인하는 것이 중요하다. 미국 안에서도 우버 사업이 허가된 지역과 그렇지 않은 지역이 있을 정도다. 자사 사업이 타겟으로 하는 주에서 가능한지 확인이 꼭 필요하다.

각 지역을 대표하는 산업군과 기술 산업에 대한 관심도도 지역별로 다르다. 실리콘밸리의 경우 다양한 기술 산업에 투자가 일어나고 있지만 인기있는 분야는 소프트웨어와 인공지능이다. 뉴욕의 인기 기술 산업은 부동산, 핀테크, 디지털 미디어이고 보스턴에서는 에듀테크, 하드웨어, 서큐리티 분야에 대한 관심이 크다.

타겟층 파악을 위해서는 인구 및 라이프스타일, 직업, 수입, 지형, 지역 특성 등의 조사가 필요하다. 현재 타겟층이 정말 에너지를 쏟아야 할 타겟층인지 테스트해야 한다.

추가로 자신의 네트워크 및 네트워크에 도움을 줄 수 있는 현지 지인, 투자자, 파트너가 어디에 위치해 있는지도 고려해 볼 부분이다. 주변 및 자신의 자원을 최대한 활용하여 창업자가 주변의 도움을 받을 수 있도록 해야 한다.

미국 시장 지역 내 특징과 진출 전략

동부와 서부의 인기 산업은 다르다. 양 지역의 스타트업 문화도 매우 다르다.

실리콘밸리	뉴욕
꿈꾸는 자 - 실리콘밸리 창업가 중에는 세계를 바꾸고자 하는 사람들이 많다. 시스템을 변화시켜 막대한 부를 창출하려 한다.	기획하는 자 - 뉴욕은 비즈니스 중심이며, 안정적이며 빠른 수익을 창출하는데 집중한다.
동료들과 가깝게 지낼 수 있고 테크 관련 인력들이 많으며 투자자 커뮤니티가 잘 형성되어 있다.	월스트리트와 미디어 허브에 가까워질 기회가 많고 여러 산업의 전문가 인력들이 많다.
라이프스타일과 자율성이 중요하다.	타이틀과 보상이 중요하다.
커피숍이나 코워킹 스페이스에서 미팅을 많이 한다.	레스토랑이나 소셜 클럽에서 미팅을 많이 한다.

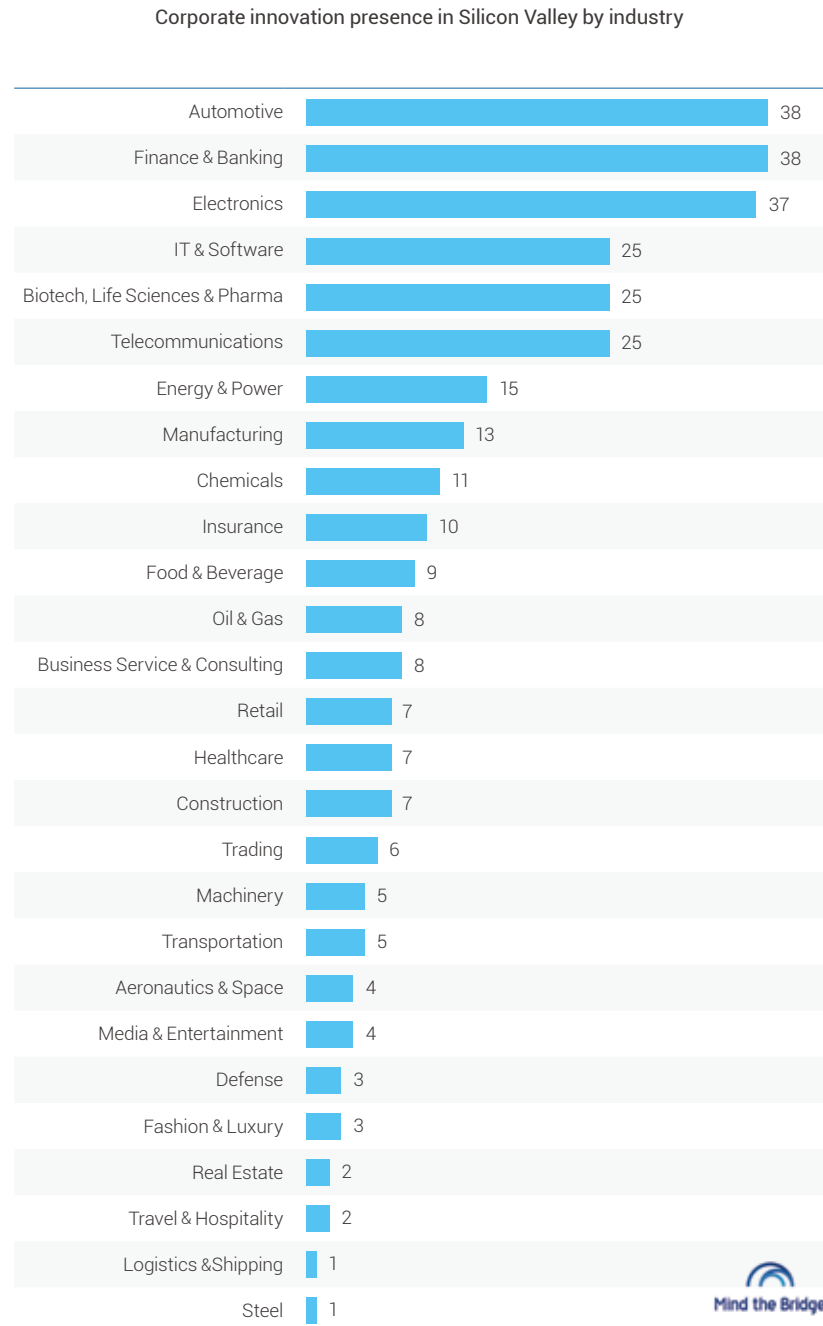
*2020년도 7월 기준

한국도 지역별로 산업과 문화가 다르듯 미국도 다르다는 점을 인지하고 지역 특성에 따라 진출 전략을 조정하는 것이 좋다. 진출하려는 지역이 자신의 문화 및 라이프스타일에 적합한지도 따져야 한다.

미국 시장에서 주목받는 산업 분야

앞서 보았듯, 소프트웨어 산업에 대한 투자가 가장 활발하며 이어 제약 및 바이오테크, 의료 장치 및 소모품, 의료 장치 및 시스템, 상업 서비스 산업 순으로 투자가 많이 이루어진다. 실리콘밸리에서 오픈 이노베이션 활동을 하는 대기업을 보면 향후 성장 가능성이 있는 산업을 예상할 수 있다. 자동차 산업에서는 미래 자동차를 중심으로 자율주행 소프트웨어, 센서, 배터리 등의 분야에 투자가 지속적으로 이루어지고 있다. 마이크로 모빌리티 및 하늘을 나는 자동차에도 관심이 높아지고 있다. 금융 산업에서는 핀테크 스타트업에 지속적으로 큰 투자가 이루어지고 있다. 결제, 송금, 디지털 뱅킹, 로보 어드바이저, 자산 운용, 주식 투자, 대출 등 기존 분야 이외에도 서비스로서 은행(BaaS, Banking-as-a-Service)처럼 새롭게 떠오르는 분야도 있다. 에너지 및 전력 산업도 혁신 기술 탐색에 혈안이 되어있다. 각국 정부가 친환경 목표를 설정하고 강하게 시행하는 것에 맞춰 에너지 기업들도 친환경 목표에 도달할 수 있도록 다양한 활동을 하고 있다. 신재생에너지, 스마트 그리드, 에너지 저장 등 인프라는 물론이고 에너지의 효율적 배포, 사용 측정까지 폭넓은 분야에서 관련 기술 스타트업을 찾고 있다.

실리콘밸리의 산업별 대기업 이노베이션 활동



출처 : Mind the Bridge, Corporate Innovation in Silicon Valley - 2020 Report

스타트업
해외진출
가이드

진출 시장 결정에 있어 시장 조사 및 분석은 필수적이다. 하지만 너무 오래 기획 및 전략을 짜기보다는 어느 정도 시장에 대한 이해를 얻었다면, 린스타트업 방식으로 빠르게 테스트를 해봐야 한다. 처음부터 완성된 서비스를 론칭하겠다고 생각하지 말고 여러 단계를 밟아야 한다. 제품 및 서비스에 따라 조금 다르겠지만, 먼저 간단한 제품 및 서비스에 대한 영문 랜딩 페이지를 만들고 디지털 마케팅을 통해 광고를 진행하여 랜딩 페이지 뷰 수, 가입 수, 가입 전환율, 문의 전환율 등을 테스트해 볼 수 있다. 광고를 진행할 때에는 타겟과 지역의 조정을 통하여 적합한 타겟층을 찾아가야 한다. 문의가 많아지면 그때 서비스의 영어 번역을 진행하여 런칭해도 된다. 스타트업의 솔루션을 통해 고객이 가진 큰 문제점들이 해결된다면 고객들은 가치를 알아본다.

Reference

- The venture city, Venture Capital Report Q3 2020 Benchmark North America, Europe and Latin America: <https://theventure.city/status-of-vc-q3-2020/>
- Priyamvada Mathur (July 24, 2019), Pitchbook, 21 charts showing current trends in US venture capital : <https://pitchbook.com/news/articles/21-charts-showing-current-trends-in-us-venture-capital>
- KPMG (Oct. 21, 2020), Venture Pulse Q3 2020: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/10/venture-pulse-q3-2020-global.pdf>
- Mind the Bridge Researches: <https://mindthebridge.com/research/>

[글로벌 동향 : 유럽편]

스타트업 생태계의 본고장이자 지속 성장의 상징, 유럽!

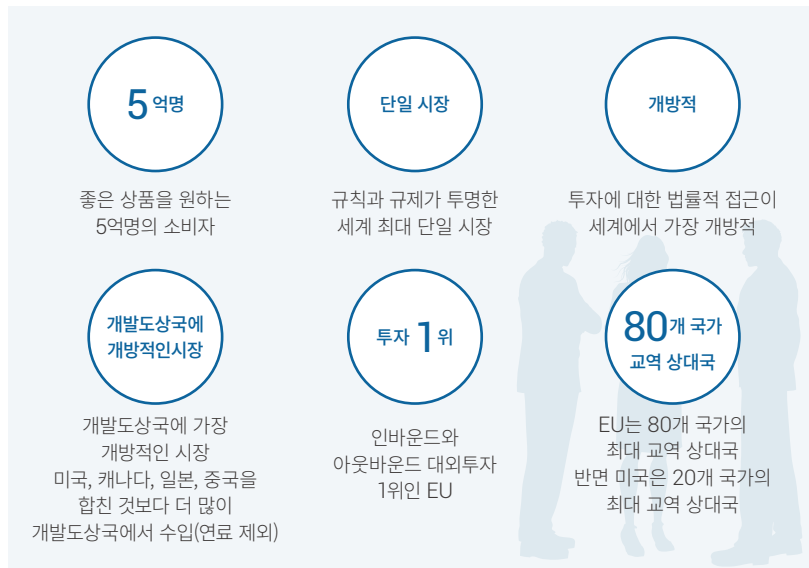
유럽 스타트업 생태계 개요

유럽은 45개 국가, 4,200여 개의 급성장하는 스케일업(Scale-up) 기업의 본고장이다. 지역 내 투자 유치 금액은 580억 달러에 이르러 유럽이 높은 잠재력을 갖고 지속적으로 성장하는 생태계를 보여준다. 유럽 스타트업 생태계의 리더는 1,412개 스케일업과 유럽 전체 가용 투자금의 35%가 집중된 영국이며 독일과 프랑스, 스웨덴이 뒤를 잇는다.

최근 몇 년 동안 유럽 전역의 많은 국가들이 혁신 허브가 되어 글로벌 스타트업 무대에서 중요한 역할을 담당하고 있다. 대부분의 유럽 지역은 유망한 첨단 기술 기업의 본거지이며, 유럽에서 사업을 시작하려는 외국 기업에게 많은 인센티브를 제공한다.

정교한 인프라와 강력한 법률적 지원, 숙련된 인력을 갖춘 세계 최대 비즈니스 허브 중 하나인 유럽은 성장의 기회를 찾는 기업들에게 매력적인 여건을 갖추고 있다. EU는 세계 2위 규모의 경제권으로 기업 친화적 환경을 제공한다. 실제로 유럽 국가 중 9곳이 세계은행이 선정한 '사업하기 좋은 국가' 순위에서 상위 20위 안에 들었다.

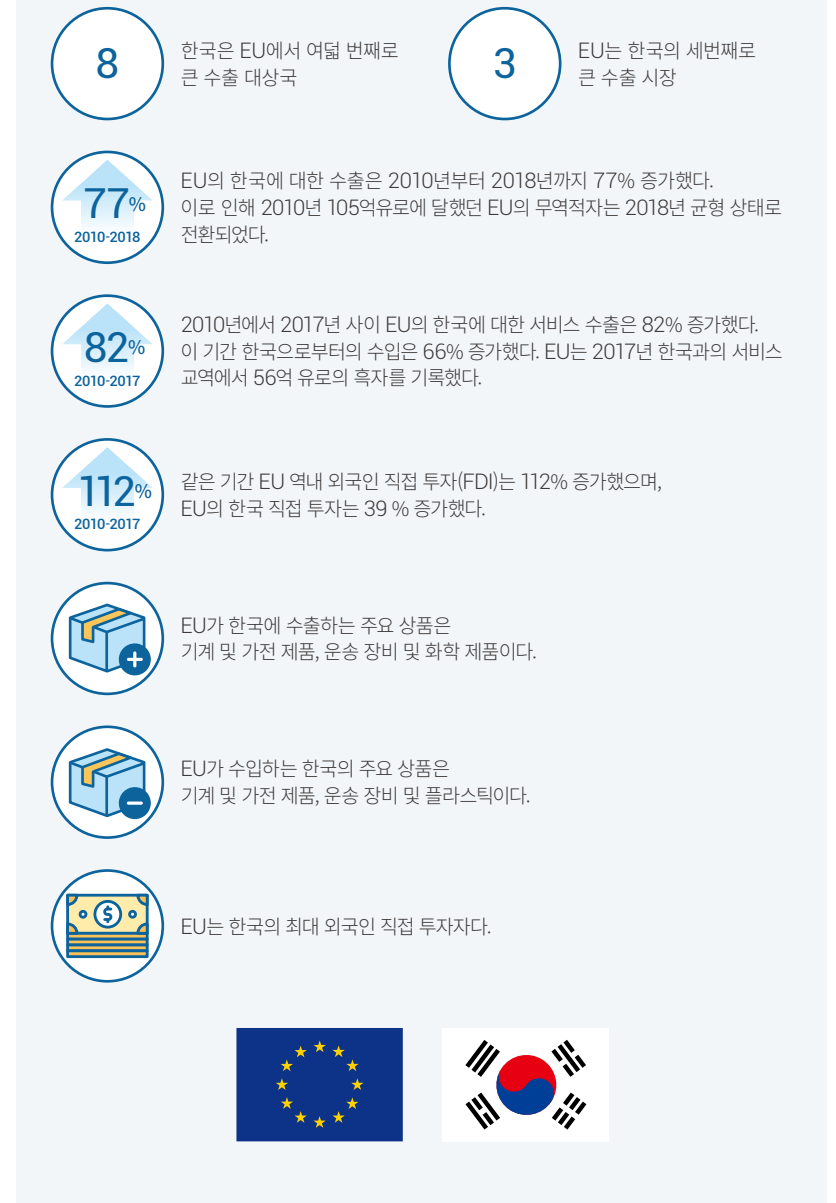
매력적인 비즈니스 환경을 갖춘 EU



EU는 세계 무역에 있어서 최고의 위치에 있다. 무역 체제의 개방성은 EU가 세계 무역 현장에서 최대 플레이어로 성장하는데 일조했다. EU는 최근 한국과 자유무역협정(FTA)을 맺었으며, 이는 EU가 아시아 국가와 맺은 첫 자유무역협정이다. 이 협정으로 서비스와 투자 시

장에 접근할 새로운 기회가 창출됐으며, 유럽은 확장을 꾀하는 한국 스타트업에 더욱 매력적인 시장이 되었다.

숫자로 본 EU와 한국



유럽 스타트업 생태계를 형성하는 주요 이해관계자

스타트업은 기술 개발과 산업 디지털화의 원동력이다. 코로나19 위기 속에서 유럽 경제 회복을 위한 통로로서 기술 기업의 중요성이 커지고 있다. 이러한 추세는 유럽 및 역내 개별 국가 차원의 스타트업 성장 계획과 정책을 통해 분명하게 드러나고 있다. 정책의 초점은 창업 지원 시스템 구축에서 스케일업 성장 촉진으로 점차 이동 중이다.

EU는 스타트업을 액셀러레이터, 기업 네트워크, 대학 및 미디어와 연결하여 성장을 가속화하기 위해 Startup Europe과 같은 새로운 프로젝트를 발족했다.

EU가 진행 중인 스타트업 네이션 스탠다드(Startup Nation Standard)는 스타트업 성장을 위한 회원국의 노력을 촉진하고 이러한 환경을 EU 회원국 전체로 확장하기 위한 대표적 프로젝트다. 스타트업 비자 도입은 Startup Nation Standard의 핵심 구성 요소 중 하나로 제3국 인재의 비자 신청과 거주 허가 절차를 간소화한다. 대부분의 EU 회원국은 이미 회사 설립, 외국 인재를 위한 거주 신청, 사업 규모 확장을 위한 자금 접근성 증대 등 스타트업에 친화적인 입법 및 규제 부문에서 큰 진전을 보였다.

스타트업 유럽 원스탑 샵(Startup Europe One Stop Shop)은 기업가, 투자자 및 스타트업 이해관계자 모두에게 사업 확장에서 투자 및 네트워킹 기회에 이르기까지 다양한 주제에 대한 신뢰할 수 있는 정보와 지원을 제공한다.

유럽진행위원회(EU, European Commission)의 창업 및 스케일업 이니셔티브(The European Commission's Startup and Scaleup Initiative)는 기업이 EU 내에서 규모를 확장하고, 일자리를 늘리고, 성장할 수 있도록 사업 진행의 장벽 제거, 기회 창출, 금융 접근 용이성 등 3개 분야에 역량을 쏟고 있다.

이러한 과제를 해결하고자, 기업이 처리해야 하는 프로세스를 간소화하기 위한 정책과 프로그램이 아래와 같이 마련되었다.

- ① 단일 시장 정보, 전자 절차(e-procedures), 자문 및 문제 해결 서비스를 제공하는 단일 디지털 게이트웨이
- ② 세금 시스템을 단순화하는 공동 통합 법인세 기준 및 단일 부가가치세(VAT) 영역
- ③ 파산법에 따라, 최대 3년 후 부채가 상각되므로 성실한 창업자가 이전의 사업 실패로 인한 불이익을 받지 않고 두 번째 기회를 얻을 수 있음. 또 재정적 어려움에 처한 기업은 파산과 직원 해고를 방지하기 위해 조기 구조조정에 들어갈 수 있음.

유럽 혁신 기술 연구소(EIT)의 지식 및 혁신 커뮤니티는 유럽 최대의 혁신 네트워크로, 전세계적으로도 가장 큰 네트워크 중 하나다. 혁신 커뮤니티는 훈련 및 교육 프로그램, 연구 상용화 지원 강화, 혁신 프로젝트, 비즈니스 인큐베이터 및 액셀러레이터 등을 아우르는 전체 혁신 체인을 포괄한다. EIT 프로그램은 외국 스타트업에게도 개방되어 있으며 헬스케어, 핀테크, 기후 및 모빌리티와 같은 다양한 업종에서 활발한 활동을 펼치고 있다.

커뮤니티 중 하나인 EIT 디지털은 두 가지 전략으로 구성되어 있다. 첫번째는 사전 인큐베이션 서비스에 중점을 두고 있으며, 디지털 혁신 창출과 최소기능제품(MVP) 출시를 통한 디지털전환 지원을 목표로 한다. 두번째는 사업 확장 가속화에 초점을 맞추고 유럽 산업을 주도할 새로운 세대의 대표 기업 육성을 목표로 한다.

EU Prizes는 연구자를 위한 SOFT Innovation Prize와 여성 혁신가를 위한 EU Prize for Women Innovators 등 혁신적 솔루션을 제시한 개인들을 위한 여러 개의 시상 제도를 운영한다.

European Innovation Calendar는 유럽에서 열리는 이벤트와 워크숍에 대한 최신 정보를 제공한다. .

Startup Europe Week는 초기 창업자 스토리 발굴과 이들을 돕기 위한 자원 제공에 초점을 맞추는 활동으로, 50개 국가 300여 개 도시에서 진행된다.

유럽집행위원회(EC, European Commission)는 지적재산권(IPR) 안내센터를 통해 혁신적 스타트업과 중소기업의 성공에는 지적재산권이 특히 중요함을 알리고 있다.

주요 유럽 이해 관계자 및 업계 동향

디지털 혁신

유럽 경제의 많은 영역에서 디지털 기술과 디지털화를 채택했지만, 여전히 일부 건설, 농식품, 섬유 산업 등과 같은 전통 부문과 중소기업은 디지털 전환에서 뒤쳐져 있다.

유럽집행위원회(EC, European Commission)는 모든 회원국의 산업 디지털 가속화를 목표로 디지털 전략(Digital Strategy)을 발표했으며, 이는 혁신 기술을 보유한 기업에게 큰 시장을 열어주는 계기가 될 것이다.

EU의 디지털 전략

- ① 업계 및 표준화 기관의 5대 우선 분야 : 5G, 클라우드 컴퓨팅, 사물인터넷, 데이터 기술, 사이버 보안
- ② 적절한 공공-민간 파트너십 등 표준 제정을 가속화하기 위한 기술 테스트 및 실험에 자금을 공동 지원. 이를 통해 적시에 혁신과 비즈니스 성장을 촉진하기 위한 표준 제공 가능
- ③ 혁신적이고 빠르게 성장하는 신생기업 및 중소기업의 활발한 커뮤니티에 자금 확보와 사업 확장 기회 제공
- ④ 온라인 플랫폼의 책임을 강화하고 온라인 서비스 규칙을 명확히 하는 디지털 서비스법 발의
- ⑤ EU 법규가 디지털 경제의 필요에 부합하도록 조정
- ⑥ 역내 모든 기업이 공정한 조건으로 경쟁하도록 보장
- ⑦ 고품질 데이터에 대한 액세스를 늘리면서 개인 및 민감한 데이터는 안전하게 보호

코로나19를 겪으면서 추진된 디지털화는 이미 유럽의 전통 산업, 특히 금융 서비스와 헬스케어, 제조 자동화 등의 분야를 와해하고 있다.

핀테크
핵심 요약

핀테크와 인슈어테크가 2018-2019년 사이 부상하며 투자 유치도 2배로 늘었다. 코로나19에도 불구하고, 이 분야 2020년 투자는 2018년 수준을 유지할 전망이다.

핀테크
시장 개요

금융기관 및 시장의 성숙도, 접근성 및 효율성 등 여러 차원에서 국가간 순위를 매기는 금융 개발 지수는 유럽이 금융 기관과 금융 시장의 발전에 있어 글로벌 리더임을 보여준다. 유럽의 인프라와 혁신적 환경은 핀테크 서비스의 성장에 도움이 된다. 전통적 은행은 내부적 노력과 외부 기업 인수를 통해 핀테크 상품의 채택을 늘리고 있다.

일부 주요 선진국이 시장을 주도하고 있다. 영국이 가장 큰 점유율을 차지하고 프랑스와 독일이 그 뒤를 따른다. 유럽은 혁신과 기술 개발을 지원하는 비즈니스 환경을 갖추고 있으며 스위스와 네덜란드, 북유럽 국가 등 여러 유럽 국가가 '2020년 글로벌 혁신 지수'(2020 Global Innovation Index)의 상위를 차지하고 있다. 이러한 유리한 조건을 잘 활용하면 유럽에서 핀테크 사업 성공 가능성을 높일 수 있다.

핀테크는 현재 유럽에서 가장 큰 비중을 차지하는 업종이다. 유럽 핀테크 스타트업은 2020년 전체 벤처캐피탈 투자의 26%를 유치했으며, 이는 전년의 두 배 수준이다. 이 분야에서 가장 많은 자금을 투자받은 스타트업은 Transferwise(2억 8,000만 달러)와 Klarna(2억 5,000만 달러), Oaknorth(1억 2,000만 달러) 등이다.

핀테크 트렌드

- ① 스타트업 여전히 성장세 : 핀테크 스타트업의 수는 증가 중이다. N26, Monzo, Revolut와 같은 유니콘 스타트업 외에도 주식 거래, 대출 및 API 기반 기업이 성장세다.
- ② EU 규제 개선 : 투명성을 높이고 소비자 보호를 강화하여 혁신을 촉진하고 공통 기술 표준 및 상호 운용성 구현으로 금융 결제 서비스 업계의 새로운 사업자의 등장을 촉진한다.
- ③ 디지털 결제 시장 성장 : 유럽은 세계 비현금 결제 거래의 약 3분의 1을 차지한다. 핀테크 기업은 비용을 절감하고 고객 경험을 향상시키며 경쟁을 높이는 혁신을 통해 결제 서비스 시장에 영향을 미칠 수 있다.
- ④ 금융 대출 : 자동 대출 모델이 개발 중이지만 여전히 제한적이다. 상업 은행은 온라인 서비스를 늘리고 있으며 대부분의 신용 대출 신청에는 여전히 대면 작업이 필요하다.



헬스케어
핵심 요약

코로나19의 영향은 원격 의료 및 디지털 헬스케어 솔루션 채택을 가로막던 광범위한 법적 규제 및 심리적 장벽을 허물고 있다.

헬스케어
시장 개요

디지털 혁신은 의료 서비스 수요와 인력 및 기타 자원의 공급 사이의 커져가는 격차를 해소하는데 있어 유럽 의료 시스템에서 중요한 역할을 한다. 디지털 혁신 추진을 위한 수많은 정책이 유럽위원회와 개별 국가 수준에서 시작되었지만 요구되는 디지털 기술의 채택 규모와 유형 및 기능은 유럽 전역에서 크게 상이하다. 유럽의 의료 시스템은 복잡하고 다양하며, 서비스를 구성하고 재원을 지원하는 방법, 대중에 제공되는 치료 범위와 유형이 국가마다 다르다. 의료 접근을 방해하는 요인으로 대기 시간과 이동 거리, 기타 사회 경제적 및 문화적 요인 등을 꼽을 수 있다.

코로나19에도 불구하고 유럽의 스타트업은 2020년 3분기 23억 달러 규모의 투자를 끌어냈고 이는 작년 같은 분기 29억 달러의 투자 유치와 비슷한 수준이다. 현재 유럽 전역에 투자를 받고 활동 중인 626개의 디지털 의료 스타트업이 있고, 그 중 63%는 지난 5년 사이 설립되었다.

영국은 헬스케어 기술 분야의 선두 주자이고, 다음은 유럽 DACH 지역(오스트리아, 독일, 스위스)이다. 단일 국가 시장으로 두번째는 프랑스이고 독일이 뒤를 잇는다.

주요 헬스케어
트렌드

- ① 신규 진입자에 기회 : 보험사가 원격 의료 및 디지털 치료에 대해 환급하는 것이 최근 유럽 추세다. 현재 독일이 이런 상황이고, 프랑스와 영국에서도 이러한 추세가 시작되었다.
- ② eHealth 앱 사용 증가 : 전자무기록(EHR, Electronic Health Records)은 현재 모든 EU 국가에서 사용 가능하며, 거의 모든 일반 의사(96%)가 실제 사용 중이다.
- ③ 안전한 데이터 액세스 및 공유 : 유럽위원회는 예방, 진단, 치료, 약물 및 의료 기기를 개선하기 위해 건강 데이터를 공유하고 의료 연구를 지원하는 계획을 시작했다.
- ④ EU 헬스케어 문제점 : 고령화와 만성 질환은 의료 예산에 부담을 주고 있다. 의료 서비스의 질과 의료 서비스에 대한 접근이 불균등하고 의료 인력이 부족한 것도 EU 의료 시스템이 해결해야 할 과제다.



INDUSTRY 4.0 핵심 요약

산업 분야 기업들은 데이터에서 더 많은 가치를 추출하고 비용을 절감하며 내부 효율성을 개선하는 산업용 IoT의 잠재력을 인식하기 시작했다.

INDUSTRY 4.0 시장 개요

유럽의 산업 분야 기술 투자는 2019년 11억 유로를 기록, 처음으로 10억 유로를 돌파했다. 2020년에도 3분기 동안 9억 1,200만 유로를 유지하며 투자 유지 기록을 갱신할 전망이다. 산업 기술 투자는 같은 기간 유럽에서 다른 모든 산업에 대한 투자보다 두 배 빠르게 증가했다. 코로나19, 정치 환경 및 기후 변화는 탈중앙화, 사이버 보안, 사용자 맞춤 서비스, 지속가능성과 같은 의제의 도입을 가속화했다.

유럽 제조업은 독일, 이탈리아, 프랑스가 주도한다. 산업 기술에 대한 벤처캐피탈 투자는 산업 생산이 활발한 독일과 프랑스에서 가장 높다. 영국의 산업 생산량은 유럽 4위지만, 전반적 스타트업 생태계가 더 큰 데 힘입어 벤처캐피탈 투자가 세 번째로 많다. 독일은 유럽 산업 생산량의 28%를 차지하며 산업 경쟁력 지표에서 세계 1위이다. 독일의 주요 제조 부문은 자동차와 기계 및 장비 등이 포함된다.

대부분의 EU 정부는 Industry 4.0을 우선 과제로 설정하고, 산업 생산성과 경쟁력을 강화하고 인력의 기술력을 향상시키기 위한 Industry 4.0 관련 정책을 광범위하게 도입하고 있다.

주요 INDUSTRY 4.0 트렌드

- ① 코로나19가 Industry 4.0의 동력 : 코로나19의 영향을 받는 많은 산업은 조직 전반에 걸쳐 원격 근무, 효율적이고 자동화된 프로세스에 초점을 둔다.
- ② 가치 사슬에 따른 디지털화 : 2020년 기업의 83%는 가치 사슬 변화에 따라 높은 수준의 디지털화를 겪고 있다.
- ③ 스타트업 부상 : 기업의 50% 이상이 서비스 분석 및 효율성, 로봇 공학, 서비스 제조 및 3D 프린팅, 공학장비 등 네 가지 범주 중 하나에서 사업을 한다.
- ④ 기술 변화를 도입하려는 위로부터의 의지 : 정부 기관, 협회, 대기업은 디지털 전환을 통해 효율성 향상과 품질 개선을 통해 비용을 절감하며 실수를 최소화하고 수익 성장을 가속화하는 것을 목표로 한다.

전자상거래 및 소매(E-Commerce and Retail)

유럽 전자상거래 시장은 향후 몇 년 동안 빠르고 역동적인 성장을 지속해 0.5조 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다. EU에서 가장 성숙한 전자상거래 시장에서는 전자상거래 사용자가 전체의 80%에 달하는 상황임을 감안할 때 이는 놀라운 일이 아니다. 많은 주요 유럽 국가에서 소매 유통 분야 전자상거래 수익이 전체 수익에서 차지하는 비중이 커지고 있다. 특히 영국과 독일은 소매 시장에서 전자상거래 비중이 가장 큰 국가다.

에듀테크(EdTech)

교육 기관은 오래 전부터 디지털 인프라 통합에 나섰다지만 많은 문제에 직면했고, 수십 년의 노력에도 불구하고 채택은 더뎠다. 하지만 코로나19 이후 다양한 에듀테크 플랫폼을 채택할 수 밖에 없는 상황이 되었다. 유럽 에듀테크 허브인 런던을 포함한 세계 스타트업은 초등교육에서 고등교육, 신입 직원의 원격 교육, 새로운 기술과 취미를 배우기 위한 숙련화 교육에 이르기까지 다양한 에듀테크 솔루션을 선보이고 있다. MyTutor, Tech Will Save Us, Kide Science 등 수많은 에듀테크 스타트업은 코로나19 봉쇄 기간 동안 투자 라운드를 마감했다. 코로나19 이후의 새로운 시장 환경에 적응하기 위해 새로운 기술을 습득해야 하기 때문에 에듀테크 창업은 계속 증가할 전망이다.

유럽 투자 동향

유럽 벤처캐피탈 투자는 사상 최고치를 기록하고 있다. 지난 10년 동안 약 510억 유로가 유럽의 혁신 스타트업에 투자되었으며, 벤처캐피탈 투자액은 코로나19 위기 이전 수준을 극복했다.

유럽투자펀드(EIF, The European Investment Fund)는 위험 자본, 특히 벤처캐피탈의 선도적 공급자로서 스타트업에 직접 투자하는 동시에, 여러 벤처 투자 이니셔티브에 공동 투자자로 자금을 투여한다.

벤처 투자 비율은 EU 시장에 따라 다르다. 영국 기술 기업이 2016년 이후 가장 많은 500억 달러의 투자를 유치했으며, 독일(230억 달러)과 프랑스(190억 달러)가 뒤를 따른다. 스웨덴에 투입된 누적 투자금은 이 기간 100억 달러를 초과했으며 네덜란드와 스위스, 스페인 스타트업에 대한 투자는 2016년 이후 50억 달러 이상으로 늘었다.

이들 국가에 벤처 투자가 몰린 것은 성숙한 스타트업 허브가 있고, 밀도 높은 스타트업 네트워크와 숙련된 인재 풀, 역량 있는 투자자들이 모여 있기 때문이다.

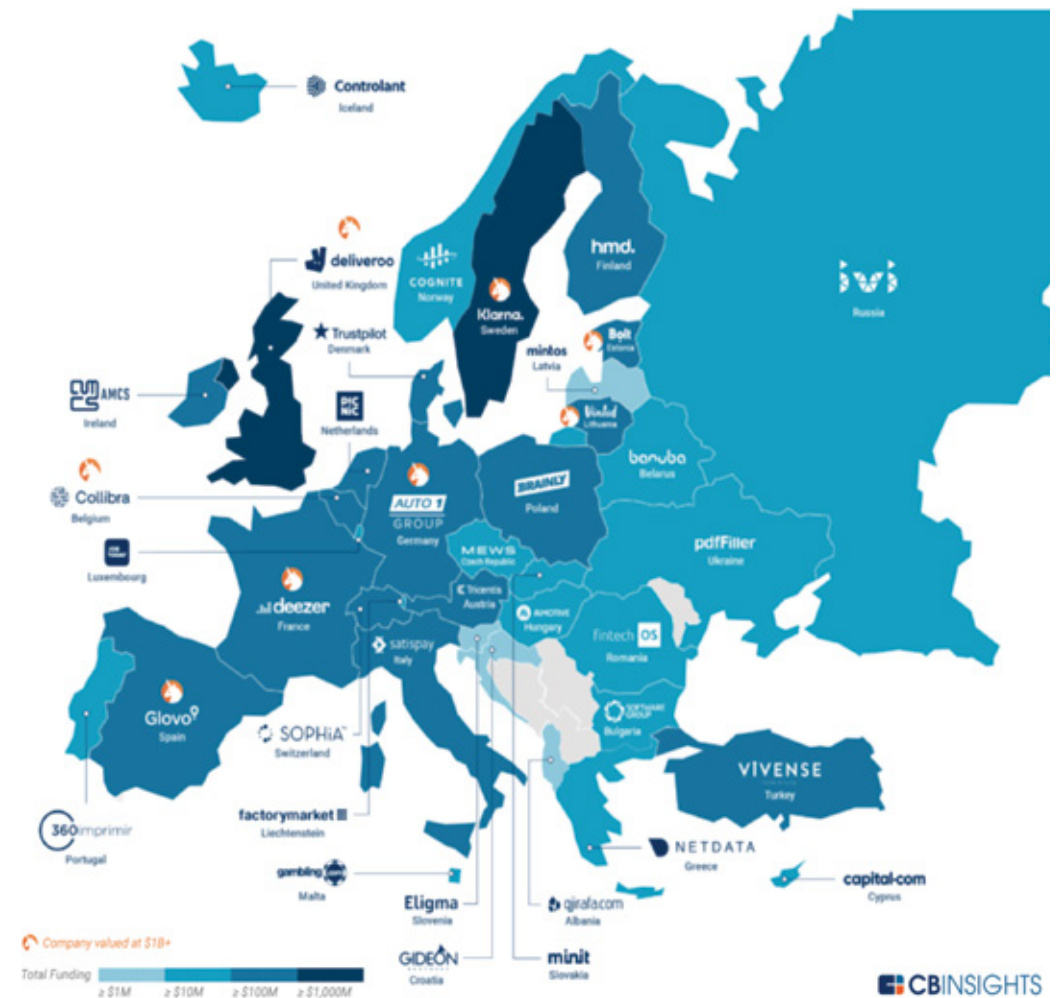
산업 분야별 투자 현황

- ① 핀테크는 유럽 스케일업 기업 분야에서 가장 큰 산업이다. 핀테크에 약 71억 달러가 투자되었으며, 이는 전년 대비 약 50% 증가한 수치이다.
- ② 메드테크(Medtech) 분야도 2017년 대비 3배 증가한 19억 달러의 투자를 유치하며 성장하고 있다. 상위 10위권 중 소매 및 전자상거래, 패션테크, 엔터프라이즈 소프트웨어 분야는 안정적 모습을 보이며 전년의 좋은 성과를 이어가고 있다.
- ③ 인슈어테크, 자동차테크 및 Industry 4.0 등 신흥 산업 분야는 2018년 각각 약 5억 달러의 투자를 확보하며 빠르게 추진력을 얻고 있다.
- ④ 애드테크(Adtech), 디지털 여행(Digital Travel), 기존 디지털 미디어와 웹 플랫폼(소셜 미디어 포함)은 기세가 꺾이고 있다.
- ⑤ 머신 러닝, 분석, 데이터 마이닝, 자연어 처리, 인간-컴퓨터 상호 작용 등 딥테크(Deep Tech) 및 AI 기술은 산업 전반에 걸쳐 21억 달러의 투자를 유치했다.
- ⑥ 여행 부문에 대한 2020년 투자는 전년 대비 62% 감소할 것으로 예상된다. 하지만 GetYourGuide(1억 3300만 달러) 및 Omio(1억 달러) 같은 회사는 기업이 탄탄하면 수요가 붕괴하는 시점에도 자금 유치를 할 수 있음을 보여줬다.
- ⑦ 유럽에서 기업형 벤처캐피탈(CVC)은 점점 더 큰 라운드에 참여하며 존재감을 키우고 있다. 향후 스타트업에 대한 자금원으로서 중요성이 커질 전망이다.

주요 유럽 스타트업 허브

유럽은 45개국에 걸쳐 퍼져 있는 300개가 넘는 스타트업 생태계의 본고장이다. 이 중 주요 스타트업 허브를 생태계의 강점 및 핵심 지원 조직에 대한 정보와 함께 소개한다.

Top Funded Tech Startups in Europe



출처 : <https://www.cbinsights.com/research/top-startups-europe-map/>

영국

영국의 EU 탈퇴(Brexit)는 전반적 비즈니스 환경에 도전이 되고 있지만, 영국의 스타트업 생태계는 여전히 상승세다. 수도 런던은 글로벌의 기운을 받고 있고 글로벌 스타트업 시장에서 투자 유치 측면은 3위, 인재 측면에서 4위에 올라 있다. 벤처캐피탈 트렌드에서 설명한 바와 같이 영국의 스타트업은 벤처캐피탈 펀드와 엔젤 투자자, 기타 다양한 투자 자원의 혜택을 누릴 수 있다.

유럽의 선도적 스타트업 허브 중 하나인 영국에는 Startupbootcamp 및 Techstars와 같은 글로벌 플레이어와 Level 39와 같은 현지 플레이어 등 200개 액셀러레이터와 160개 인큐베이터가 있다. 영국 부동산 기업 카나리워프(Canary Wharf Group) 산하 Level 39는 유럽 최대 액셀러레이터 공간으로, 사이버 보안과 핀테크, 리테일 기술 분야를 중심으로 스타트업을 지원하고 연결한다. 더불어 액센츄어, 마이크로소프트, 와이라UK(Wayra UK)와 같은 글로벌 기업의 지원 프로그램도 영국 스타트업 생태계의 성장과 투자 유치에 기여하고 있다.

프랑스

세계 10대 경제 대국에 포함되는 프랑스는 정부와 (국제) 투자 펀드의 지원을 받는 활기찬 스타트업 생태계를 유지하고 있다. 2018년, 프랑스는 2022년까지 AI 분야에 대한 15억 유로 투자 계획을 발표했다. AI 중주국인 미국과 중국은 물론 유럽의 AI 주도국인 영국 및 독일과 경쟁에 나선다는 계획이다. AI 중에서도 헬스케어와 모빌리티에 집중한다. 2013년에는 세계 시장에서 입지를 굳히기 위해 '라 프렌치 테크 (La French Tech)'를 설립했다. 프랑스에서 창업하는 외국인에게는 'French Tech Ticket'이라 불리는, 창업 보조금과 비자, 기타 관련 분야에서의 다양한 혜택이 주어진다. 프랑스 파리에 위치한 스타트업 허브 '스테이션 F(Station F)'는 세계 최대 규모의 스타트업 인큐베이터이다. 1,000개 이상의 스타트업이 입주해 있

으며, 30개의 스타트업 프로그램을 진행한다. 35개의 행정 지원 기관, 40개의 벤처캐피탈 펀드, 4개의 멘토링 사무실을 갖추었으며 연간 600회의 행사가 열린다.

네덜란드

최근 몇 년 동안 암스테르담과 로테르담과 같은 도시에서 스타트업이 활성화되면서 네덜란드는 국제적으로 인정받는 스타트업 국가로 성장했다. 각국의 대학 졸업자와 창업자를 위한 세금 및 비자 혜택을 통해 해외 인재를 적극 유치한 것도 성공 요인으로 꼽힌다. 약 200개의 다국적 기업이 암스테르담에 유럽 본사를 두고 있어 잠재적 고객이 풍부하다는 점도 매력적이다. 암스테르담의 대표 스타트업 허브는 스타트업 생태계의 모든 주요 이해관계자를 연결하는 역할을 하는 '비 암스테르담(B.Amsterdam)'이다. 공동 작업 공간, 이벤트 및 교육 프로그램을 제공한다. 공공-민간 합작 지원 기관인 스타트업 델타(StartupDelta)를 통해 네덜란드 스타트업 생태계의 강점을 결합, 혁신 기업과 투자자를 유치하는 스타트업 장려 정책을 펼치고 있다.

스페인

네덜란드 등 다른 유럽 스타트업 국가와 마찬가지로 스페인 역시 지난 5년 동안 스타트업 환경이 빠르게 성장하면서, 세계 6위의 스타트업 허브로 평가받는 바르셀로나와 마드리드를 보유한 탄탄한 스타트업 생태계를 갖추게 되었다. 스페인의 스타트업 수도로 불리는 바르셀로나는 세계 최대 규모의 모바일 월드 콩그레스(MWC, Mobile World Congress)와 같은 대형 국제 행사를 개최할 뿐 아니라 연구개발 활동에 대한 혜택을 앞세워 독일 핀테크 유니콘 N26과 같은 기업을 유치하고 있다. 스페인의 수도 마드리드는 지난 5년 동안 벤처캐피탈 투자 유치가 350% 늘었으며, 유럽 최고 경영대학원 중 하나인 IE Business School이 있다. 마드리드의 주요 스타트업 허브는 구글캠퍼스에서 임팩트 허브

(Impact Hub)에 이르기까지 전체 기술 분야를 포괄한다. 스페인 통신사 텔레포니카(Telefonica)의 혁신 사업부인 와이라(Wayra)는 마드리드와 바르셀로나에서 스타트업 프로그램을 운영하고 있으며, 텔레포니카와의 협력을 통해 스타트업의 성장을 촉진하고 있다.

동부 및 중부 유럽

유럽의 주요 스타트업 허브 외에도 중부 및 동유럽(CEE)의 신흥 지역의 스타트업 성장을 간과할 수 없다. 성공적 기술 스타트업 육성과 벤처캐피탈 투자 확대, 다국적 기업 유치, 저렴한 인건비 등은 중부 및 동유럽 국가를 매력적 스타트업 허브로 만드는 요소다.

중부 및 동유럽의 100만 개발자 중 50%가 폴란드, 루마니아, 체코에 집중되어 있다. 에스토니아는 이 지역 스타트업 분야의 숨겨진 보석이다. 에스토니아 출신 창업자가 세운 송금 서비스 기업 트랜스퍼와이즈(Transferwise)는 유럽 10대 핀테크 기업 중 하나이며, 본사는 영국에 두고 있지만 인력의 80%는 에스토니아 수도 탈린에서 근무한다. 에스토니아의 모범적 성장은 또한 정부의 디지털화 추진의 결과이다. 국민 건강 기록과 은행 송금까지 디지털화 하고, 전자 시민권 제도까지 운영하는 에스토니아는 세계 최고의 디지털 사회라 할 수 있다.



독일의 혁신 생태계

유럽의 중심부에 위치한 독일은 유럽의 다른 지역으로 가는 이상적 관문 역할을 한다. 독일은 EU 자유무역지대에 속하기 때문에 독일에 기반을 둔 기업은 자유로운 무역의 혜택을 얻을 수 있다. 독일은 2019년 EU 역내 수출의 22.8%를 차지하여 최대 EU 수출국이 되었다. 2015년 한국-EU 자유무역협정이 비준됨에 따라 EU 내 무역 장벽뿐 아니라 아시아 국가 중 최초로 한국과의 무역 장벽도 철폐되었다. 한-EU FTA는 국경을 넘어선 무역과 국가간 협력에서 중요한 발전을 이루었음을 보여준다. 그러나 한국 스타트업이 독일을 유럽의 교두보로 삼아야 하는 이유는 이것만이 아니다.

혁신

독일은 2020년 블룸버그 ‘혁신 지수(Innovation Index)’에서 세계에서 가장 혁신적인 경제로 선정되었다. 특히 고부가가치 제조업, 첨단기술 집중도, 특허에서 높은 점수를 받았다. 실제로 독일은 유럽 내 특허 등록 수 1위이며, 유럽 특허 출원의 3분의 1을 차지한다. 독일은 국내총생산(GDP)의 3%를 웃도는 예산을 연구개발(R&D)에 사용하는 등 유럽에서 연구개발에 가장 집중하는 국가 중 하나이다. 독일에는 보쉬(Bosch)와 지멘스(Siemens) 같은 산업 분야 대기업뿐만 아니라 프라운호퍼(Fraunhofer)와 막스플랑크연구소 같은 세계적 공학연구소를 보유하고 있다. 유럽 최대의 혁신 및 비즈니스 창출센터의 역할을 하는 뮌헨공과대학교(Technical University Munich) 혁신창업센터(UnternehmerTUM)와 같이 자체적으로 스타트업 인큐베이터를 운영하는 우수한 기술 대학도 자리잡고 있다.

이러한 혁신을 통해 독일은 2019년 국내총생산(GDP)이 EU GDP의 20%에 해당하는 3조 8,456억 달러에 이르는 경제 강국이 되었다. 독일의 혁신은 전통 산업의 변화와 성장에만 머무르지 않는다. 혁신적 변모의 노력이 독일 경제를 더욱 강하게 하고 있다.

독일은 유럽 최대 산업 생산국이며, 유럽 최대 의료기술 시장, 세계 2위 재보험(reinsurance) 시장, 세계 4위 핀테크 시장을 보유한 역량으로 지역 및 글로벌 경쟁자를 앞서가고 있다.

디지털화

주요 산업의 디지털화에 집중하기 위해 독일 연방경제부는 디지털 허브 계획에 착수했다. 스타트업과 중소기업, 대기업, 연구 기관 및 투자자에 이르기까지 업종별 모든 관련 이해관계자를 한곳으로 모으는 허브 구축을 추진한다. 외국 스타트업은 디지털 허브를 독일 각 지역 내 특정 산업의 전문성과 밀도를 보여주는 지표로 사용할 수도 있다. 예를 들어 베를린은 핀테크와 IoT 허브의 본거지이며, 뮌헨은 모빌리티와 인슈어테크에 중점을 두고 있다.

스타트업 협업

디지털 허브뿐만 아니라 대기업들이 자체 액셀러레이터나 벤처캐피탈 부문을 활용해 지원하는 프로그램을 통해서도 글로벌 스타트업과의 협업이 진행된다. 또한 독일에서는 대기업뿐 아니라 ‘히든 챔피언’ 기업과의 협업 기회도 얻을 수 있다. 히든 챔피언은 틈새 시장에서 강력한 기술력을 바탕으로 소유주가 직접 경영하는 ‘미텔슈탄트(Mittelstand, 중소기업)’로, 독일 경제의 중추를 담당한다. 이러한 중견 기업이 히든 챔피언 자격을 갖추기 위해 글로벌 시장에서 톱 3에 들어야 한다. 독일에는 세계 히든 챔피언 기업의 3분의 1이 모여 있다. 이들은 시장 선도적 입지와 고객 기반, 신뢰할만한 파트너 기업들 사이에서의 브랜드 인지도를 가지고 있어 국내외 스타트업의 좋은 파트너가 될 수 있다. 그러나 히든 챔피언의 기업 구조는 일반적 대기업

과 크게 다를 수 있다는 점은 주의가 필요하다. 창업 소유주와 가족이 회사를 운영하고 위험을 회피하는 경영 스타일을 보일 경우가 많기 때문이다. 히든 챔피언 기업은 이름이 잘 알려져 있지 않은 경우가 많다. 잘 알려진 기업으로는 프리미엄 헤드폰 제조사 쟈하이저(Sennheiser)나 프리미엄 가전 브랜드 밀레(Miele) 등이 있다. 이들 기업은 가족 소유 기업이면서 관련 업계의 세계 시장 리더이다.

불확실성 시대의 독일 진출

코로나19가 스타트업 생태계에 미치는 영향은 산업마다 다르나, 디지털 헬스케어 분야가 호황을 누리는 반면 자동차 부문은 고전을 면치 못하고 있다. 어려움에도 불구하고, 독일 스타트업의 90% 이상이 2021년 신규 채용을 실시할 계획이며 스타트업 3곳 중 2곳은 해외 진출을 계획 중이다. 이는 독일 경제에 대해 시장이 가진 낙관적 기대와 함께, 스타트업이 독일 경제 성장의 중요한 요소가 될 것임을 보여준다.

베를린

“사람들은 새로운 아이디어와 다른 문화에 매우 개방적이며, 영어 실력이 매우 좋습니다.”

- Tech Open Air 창립자 Nikolas Woischnik, Startup Guide 인터뷰 중에서 -

기술 선도 분야



전자상거래



핀테크



SaaS



AI



블록체인



헬스케어

탄탄한 국제 인력 :

서유럽과 동유럽의 경계에 위치한 베를린은 세계 우수 인력을 끌어들이고 있다. 스타트업 직원의 거의 절반이 외국인이다.(Entrepreneur.com)

독일 내 스타트업 성장 및 투자 분야 리더 :

20분마다 1개의 새로운 스타트업이 만들어진다.(EU-Startups)

베를린은 2020년 1분기와 2분기에 독일 스타트업 투자 라운드의 41%를 차지했다.(EY Startup Barometer)

강력한 스타트업 생태계 :

300개 이상의 벤처캐피탈, 비즈니스 인큐베이터 및 액셀러레이터(Founder Institute) 40개 이상의 대학 및 70개 연구 기관이 존재한다.(Berlin Partner)

생활 환경 :

활력 넘치는 도시임에도 불구하고 불구하고 생활비와 사무실 임대료가 상대적으로 저렴하다.(NY Times)

뮌헨

“대기업, 학생 및 스타트업 간 협력 수준은 다른 곳과 비교 불가한 수준이다.”

- Startup Guide 창립자 겸 CEO Sissel Hansen -

기술 선도 분야



AI



바이오테크



헬스테크



녹색경제



인슈어테크



모빌리티 & 스마트시티

B2B 고객 및 파트너에 대한 접근이 용이한 기업 환경 :

BMW Group, Siemens, Allianz, Linde, Infineon 등 독일 대기업 본사의 약 40%가 뮌헨에 위치 (뮌헨 혁신 생태계)

빠르게 성장하는 생태계 :

유럽 최고의 ICT 허브(유럽위원회)

바이에른에 50개 이상, 뮌헨에 8개의 인큐베이터(Invest in Bavaria)

60개 이상의 벤처캐피탈, 기업형 벤처캐피탈(CVC) 및 사모 펀드 회사(Munich Innovation Ecosystem)

독일 명문 대학교 밀집 지역 :

뮌헨공과대학교(TUM), 뮌헨 루트비히 막시밀리안대학교(LMU) 등 기업이 정신을 갖춘 유명 대학 및 연구 기관의 본거지

생활 환경 :

머서 선정 2018 년 세계에서 가장 살기 좋은 도시 1위(Mercer)

성공적인 유럽 진출을 위한 체크포인트

유럽은 다양한 문화와 언어, 각기 다른 특징의 경제권으로 구성되어 있어 예산과 자원을 어디에 어떻게 쏟아야 할지 결정이 어려울 수 있다. 신규 시장 진출을 위해서는 타겟 고객, 제품 포지셔닝에 대한 현지화 전략 이외에도 많은 시장 조사가 필요하다. 성과를 내기 위해서는 각 시장마다 상황에 맞춰 미세하게 조정해 나가는 전략이 필요하다. 외국 스타트업은 시장 성장률, 수요 예측, 경쟁자 및 잠재적 진입 장벽에 대한 심층적

이해가 요구된다. 이는 기업이 유럽처럼 파편화된 시장에 진입하려는 경우 특히 중요하다. 한국 스타트업이 유럽 진출 계획을 수립할 때 도움이 될 기본 접근 방식의 틀과 요령을 다음과 같이 제안한다. 진출 교두보 국가를 선정하는 기준, 성공적으로 진입해 역량을 공고히 하는 방법, 제품 및 비즈니스 모델 적용 방법, 판매 채널과 전략적 파트너십 구축, 재무 건전성 확보 등에 도움이 될 것이다.

글로벌 진출을 위한 프레임워크

시장 시장/제품의 매력도	제품 현지화 필요성	판매 소비자 접근성	팀 초기 멤버 구성	재정 필요한 자원
시장 매력 목표 소비자 수 구매력 타겟 세분화	제품 준비 사용자 경험 격차 현지화에 요구되는 조건	가격 모델 현지화 시장 적응 글로벌 vs 지역	회사 구조 팀 구성 다기능 팀	재정 & 재정건전성 필요한 자원 국내외 투자자
업계 동향 인구통계 경제 기술 규제	규제 규제 환경 규제 로드맵	관계와 계약 고객 관리 프로세스 문화적 차이	현지 팀 인재 채용 전략 현지 자원	현지 투자 모금 투자 환경 리스크 수용 범위
경쟁구도 경쟁 요인 경쟁 구도 파악 경쟁 전략	제품 지원 제품 제공 공급자망 물류 센터	브랜딩 각 시장의 고유감정 채널		

적절한 입지 선정

스타트업 사업자가 회사를 둘 위치를 결정하는데 가장 중요한 요소는 잠재 고객의 위치, 최근 인구통계 및 경제 동향, 규제 프레임워크 및 기술 인프라 이해이다. 스타트업은 특정 산업 및 투자 동향뿐만 아니라 선택한 시장의 성숙도와 새로운 솔루션을 수용할 준비가 되었는지 여부 등을 자세히 검토해야 한다. 여러 국가 중 유럽 진입과 확장을 위한 시장을 선택할 때 시장의 위치와 평판을 고려하여 선택할 수 있다. 유

럽 일부 국가는 규제가 심하고 현지 기준을 엄격히 따라야 할 수도 있다. 외국 스타트업으로서 독일에서 제조 솔루션을 출시하면 유럽 전역에서 훌륭한 브랜딩과 성장 기회를 얻을 수 있다. 여러 시장의 규제 프레임워크나 최신 기술 수준을 확인하는 것도 중요하다. 영국과 독일의 의료 시스템은 다른 유럽 국가에 비해 가장 진보되고 디지털화 되었으며, 스타트업은 이러한 시장을 공략할 때 유사한 비즈니스 접근 방식을 참고할 수 있다.

“우리는 시장에 진출할 때마다 항상 임상 분야 핵심 오피니언 리더와 관계를 구축하는 것을 목표로 합니다. 독일에는 유럽 전역에 잘 알려진 기관과 오피니언 리더가 많이 있습니다. 이는 우리에게 가장 중요한 것 중 하나입니다. 독일은 유럽과 전 세계 시장에 영향을 미칠 수 있는 능력을 가지고 있습니다.”

- Amrith Nair, Biorithm CEO -

독일을 발판으로 유럽 진출한 싱가포르 핀테크 스타트업 : 인콰렌드(Incomlend)

인콰렌드는 창업 후 싱가포르에서 가장 유망한 핀테크 스타트업으로 성장했다. 현재까지 그들은 세계 50개국에서 2,300건 이상의 거래를 완료했고 400명 이상의 고객을 확보했으며, 자사 플랫폼에서 3억 5,000만 달러 이상의 거래가 일어났다. 프랑스 CMA-CGM과 성공적으로 파트너십을 맺었으며, 2020년 8월 세쿼이아 인디아(Sequoia India) 등으로부터 2,000만 달러의 시리즈(Series A) 투자를 유치했다. 이 회사는 유채한 자금으로 유럽과 동남아시아, 동북아시아로 확장을 추진하는 동시에 기술 개발도 진행하고 있다.

“우리는 상품의 국제 교역을 위한 혁신적 금융 솔루션을 제공하며 독일은 이 분야에서 큰 역할을 합니다. 우리는 세계 무대에서 활동하는 중견 기업에 강력한 가치를 제공할 수 있으며, 핵심 제품은 독일 시장 구조와 매우 잘 맞습니다.”

- Incomlend의 공동 창립자 겸 CEO Morgan Terig -

고객 이해

유럽의 가치 체계는 세분화되어 있다. 가장 기본적으로 유럽이 단일 시장이 아니라는 사실은 스타트업이 초기에 집중해야 할 사안을 결정하는데 큰 영향을 미친다. 유럽은 국경의 의미가 없고 자유 시장의 매력 있지만 여전히 독자적 언어, 문화 및 정부를 가진 수십 개 국가들의 집합체이다. 예를 들어, 나라마다 소비자 행태가 다르기 때문에 유럽에서 활동하는 기업은 개별 시장의 상황에 맞추어 활동을 재정비해야 한다.

아토닉시스템즈(Attonics Systems)와 같은 회사의 경우 스마트 기술 시장의 성숙도가 독일의 최대 매력이다. 화장품 및 퍼스널 케어 제품, 스마트 가전, 산업 품질 관리 등 거의 무제한의 적용 분야를 가진 마이크로 분광계를 생산하는 이 회사는 독일 시장이 스마트 홈 및 가전 분야 제품 검증을 위해 꼭 진출해야 하는 시장이라 생각한다.

“아시아에서는 분광법이 비교적 새롭기 때문에 여전히 많은 교육을 해야 한다. 하지만 독일에서는 이 기술이 시장에서 더 널리 알려져 있다. 독일 시장은 최고 첨단기술 제품의 적합성에 대해 더 많은 아이디어와 피드백을 제공한다.”

- Philipp Von Pein, Attonics Systems의 CEO 겸 공동 창립자 -

해외 시장을 개척하려는 스타트업은 새로운 네트워크 구축이라는 과제를 안게 된다. 스타트업은 일단 새로운 시장에 진입하면 자국 시장에서 활용 가능했던 기존의 개인적 혹은 사업적 관계는 존재하지 않음을 명심해야 한다.

검증이 핵심

Para Segaram TeleMedC CEO는 “독일 시장은 신규 진입하려는 기업에 대해 높은 수준의 제품 검증을 요구한다”라고 말한다. 그는 “CE 마크를 받은 제품이라도 관련 업계는 제품의 의학적 효과에 대한 실제 증거를 보고 싶어한다. 그래야만 독일 시장에 적합한 제품이라는 것을 인정받을 수 있다. 일단 이런 검증을 받아야 병원에서 우리 제품의 파일럿 테스트를 실시할 수 있게 된다. 이 검증 없이는 시장 진입은 매우 어려울 것이다”라고 말한다.

판매

유통 및 마케팅 채널 개척도 과제다. 이를테면, 언어와 결제에 대한 개발에만도 미국에서 시작하는 스타트업에 비해 더 많은 개발 시간을 투자해야 한다.

유럽 진출을 추진하는 한국 스타트업은 이미 현지 시장과 판매 채널을 잘 숙지하고 활용할 수 있는 현지 파트너와 협업하여 고객에게 빠르고 효율적으로 도달할 수 있는 방법도 고려할 수 있다.

상호 보완할 수 있는 현지 스타트업이나 컨설팅 회사와 파트너 관계를 맺는 것은 현지 고객 개발 사례와 거래 발생, 브랜드 신뢰도 제고 활동을 하며 새로운 시장에

도전해야 하는 한국 스타트업에 유용한 대안이 될 수 있다.

적절한 현지 파트너는 성공의 핵심 요인

싱가포르에 기반을 둔 Industry 4.0 스타트업 dDriven의 경우 독일의 주요 제조사와 협력할 수 있다는 사실이 독일 시장의 매력 중 하나였다. 이 기업은 온라인을 활용하지 못하는 제조 기업은 연간 수십억 달러의 비용 부담이 발생한다는 사실을 바탕으로, 제조사가 IT, 운영 기술(OT) 및 IoT 데이터를 전체적으로 활용하도록 지원한다. 독일 제조업은 해외 스타트업에 많은 기회를 제공하지만 기존의 현지 브랜드와 판매 채널 없이 진입하기는 매우 어렵다.

dDriven의 Partha Ray는 “독일의 기술 생태계의 다양한 주체들과 함께 현지 파트너와 협력하면 해외 스타트업이 시간과 자원을 효율적으로 활용하면서 올바른 시장 진출 경로를 성공적으로 탐색하고 찾을 수 있다”고 말한다. 그는 “독자적으로 새로운 지역에 들어가려고 하면 많은 위험이 따른다. 우리에게 가장 큰 문제는 유럽에서 함께 할 강력한 네트워크가 없다는 것이다. 따라서 평판이 좋은 파트너와 협력하여 지역 네트워크에 접근하고 새로운 시장에서 인지도를 높이는 것이 중요하다”고 말한다.

dDriven은 제조사에 대한 직접 판매와 컨설팅 회사와의 파트너십 등 복수의 판매 전략을 탐색하기로 결정했다. 이는 궁극적으로 기업 고객 및 평판 좋은 고객에 접근하는 길을 열 것으로 기대된다.

언어 장벽과 신뢰

기업 문화 외에도 독일 시장에는 한국 기업들에게 위협이 될 만한 다른 차이점이 있다. Amrith Nair Biorithm CEO는 “독일에서는 많은 문서가 영어로 되어 있지 않다. 국가 면적은 매우 넓고 담당자를 찾는 것도 쉽지 않다. 게다가 지역마다 문화적 차이도 존재한다. 이를 해결할 도움을 받는 것이 중요하다”라고 설명했다.

그는 “신뢰할 수 있는 현지 파트너의 도움을 얻어 초기 진출하는 것은 Biorithm에 매우 중요했다. 독일의 대다수 의학적 종사자들은 영어를 잘하지만, 좋은 파트너는 솔루션 현지화를 지원하는 동시에 현지 상황에 맞춰 회사를 홍보하는 데 도움을 줄 수 있다”고 말한다.

규제 및 표준화

유럽 진출의 또 다른 어려움은 규제 환경이다. 최근 많이 완화되기는 했지만, 여전히 유럽의 규제는 미국보다 더 엄격하고 더 파편화되어 있다. 산업 및 업종에 따라 규정도 다양하다. 예를 들어, 유럽은 자율 로봇 솔루션의 사용에 대해 아시아와 미국보다 더 엄격하게 규제한다. 그래서 현지 규정을 준수하기 위해 제품을 수정하거나, 전반적 시장 진출 속도를 조정해야 할 수도 있다. 동시에 고도로 규제된 시장에서 시작하면 유럽 전역의 다른 시장으로 확장 속도를 높일 수 있다.

예를 들어, 핀테크 스타트업은 특정 국가에 진출하기 위해 현지 은행업 허가나 기타 규제 인증이 필요할 수 있는데, 이럴 경우 독일이 좋은 교두보 시장이 될 수 있다. 독일에서 허가 받았다는 사실은 다른 국가에서도 신뢰의 증표가 되기 때문이다.

의료 산업의 경우, 유럽 시장에 제품을 출시하기 전 의료 제품에 대한 CE 마크 취득 요건을 고려해야 한다.

표준화를 통한 확장 가능성

보쉬가 운영하는 BSH Startup Kitchen의 Hauer 박사에 따르면 국가에 상관없이 사용 가능하도록 플랫폼과 기술을 표준화하는 능력은 스마트 기술 스타트업의

주요 과제이다. 그렇지 않으면 새로운 시장에 진출할 때마다 강도 높은 현지화 작업과 재개발이 필요해 기업 빠르게 확장하는데 발목을 잡기 때문이다. 그는 스타트업에게 “기술을 쉽게 확장할 수 있도록 준비해 두라. 이는 독일 기업과의 협력 발판을 찾는 모든 스타트업에게 중요한 사안”이라고 조언했다.

데이터 보호

EU에 기반을 둔 기업이 아니더라도 유럽 고객에게 제품 또는 서비스를 판매할 경우 2016년 유럽 의회에서 공표한 일반개인정보보호법(GDPR)의 적용을 받는다. 유럽 진출을 준비하는 스타트업이 간과해서는 안 되는 사항이다. 다행히 GDPR은 준수 규칙과 프로세스가 잘 확립되어 있고 내용을 파악하기 쉽다.

자사 제품이 GDPR 규정에 어긋나지 않는지 확인하고자 하는 기업은 GDPR 체크리스트를 참조하면 된다. 이 체크리스트는 회사를 지키고, 고객의 데이터를 보호하며 규정 위반으로 인한 막대한 벌금을 피하는 데 도움이 된다.

GDPR 체크리스트 링크는 다음과 같다.



법인설립

유럽 국가들의 법인 등록 절차는 나라마다 대개 비슷하고 상당히 간단하다. 회사 설립에는 일반적으로 최대한 달이 소요된다. 한국 스타트업은 법인 현지 등록을 위해 현지 법률사무소나 국제 비즈니스 컨설턴트의 지원을 받을 수 있다. 유연하고 저렴한 가격으로 스타트업에 관련 서비스를 제공하는 현지 법률 회사가 증가하고 있다. 대부분의 지역 스타트업 허브와 대형 코워킹 사무실에는 일반적으로 해외 스타트업의 행정 업무를 지원 하는 사내 전문가가 있다.

아시아와 유럽 혁신 스타트업을 연결하는 GEA(German Entrepreneurship Asia)

German Entrepreneurship Asia(GEA)는 정부, 기업 및 스타트업 간 혁신구조를 만드는 컨설팅 업체다. 독일과 아시아 스타트업의 상호 시장 접근을 촉진하고, 이러한 스타트업을 국제적으로 인정받는 성공적 벤처로 육성하는 한편, 아시아와 유럽의 혁신 스타트업 생태계를 활성화하는데 초점을 맞춘다.



☑ GEA는 다음과 같은 자원을 제공한다

- ① 독일 연방 경제에너지부를 대신해 독일 스타트업의 해외 진출을 지원하는 교육 프로그램
- ② 독일 연방 경제에너지부를 대신하여 아시아에서 German Accelerator 및 Next Step 프로그램을 운영, 동남아시아와 한국, 일본, 인도 등 아시아 진출을 원하는 독일 스타트업의 시장 발굴 및 확장 지원
- ③ Enterprise Singapore를 대신하여 Scaler8 프로그램을 운영, 싱가포르 스타트업 및 중소기업이 독일을 교두보로 유럽 시장 진출하도록 지원

☑ 독일 뮌헨과 베를린에 소재한 GEA 계열사, German Entrepreneurship GmbH는 다음과 같은 시설을 운영한다

- ① 뮌헨 Ludwig Maximilians University 창업센터는 모든 산업과 학계 전반에 걸쳐 학생 창업가가 성공적 스타트업을 구축하도록 지원
- ② Siemens, BMW, Volkswagen 같은 유명 기업과 함께 또는 이를 대행하여 기업 혁신 프로젝트 및 연구소 운영
- ③ 다양한 인큐베이션 및 액셀러레이터 프로그램을 제공하는 뮌헨 사회적 기업가 아카데미 (Social Entrepreneurship Academy) 운영

Scaler8은 기업 성장의 다양한 단계에서 만나는 고유의 문제를 해결하기 위한 맞춤형 및 개별화된 접근 방식을 통해 스케일업 성장기업 및 중소기업을 지원하기 위해 마련된 프로그램이다. 기존 스타트업 액셀러레이터 프로그램과 달리 대부분의 세션은 일대일로 진행된다.

Scaler8은 회사 성장 과정의 다양한 단계에 대한 포괄적 이해를 갖고 있으며, 프로그램 내부의 전문가와 독일 네트워크의 전문 지식을 활용한 강력한 역량으로 스타트업의 성장을 지원한다.

이 프로그램은 독일 산업 동향과 외국 기업으로서 독일에서 비즈니스를 할 때 맞닥뜨리는 복잡한 상황을 이해할 수 있는 폭넓은 지식을 제공한다.

[글로벌 동향 : 동남아시아편]

가장 큰 성장가능성을 가진 시장, 동남아시아!

AI 투자에 적극적인 중국

최근에 기업 B2B와 SaaS가 중국에서 주목을 받으면서 AI가 더욱 중요해지고 있다. AI와 사용자 정의가 중요한 엔터프라이즈 소프트웨어에 대해 기꺼이 비용을 지불하는 중국 대기업들이 늘고 있다. 중국은 Baidu, Alibaba, Tencent 등을 중심으로 하는 특유의 생태계를 보유하고 있으며 여기에 Pinduoduo, Meituan Dianping 등과 같은 신규 진입자들과 경쟁하는 양상이다. 이러한 인터넷 거물들은 앞으로 B2B 시장에 큰 영향을 미칠 전망이다.

인터넷 대기업은 자체 AI 제품에 투자할 능력이 있지만 중소기업은 그렇지 않은 상황이므로, SaaS 스타트업이 중국 시장에서 주목받을 가능성이 크다. 중국은 600만~700만 개의 골목가게가 있으며 매주 혹은 격주 월마트와 코스트코에서 모든 것을 구매하는 미국적 생활 환경과는 상이하다. 따라서 미국 소프트웨어 회사는 문화와 행동의 차이로 인해 중국 시장에서 맞춤형 제품과 서비스를 제공하기 어려울 것이다.

작년 7개의 중국 클라우드 회사가 상장했다. 그 중 UCloud와 Kingsoft Cloud는 인프라 서비스를 하는 IaaS(Infra-as-a-Service) 회사로 Tencent Cloud 및 Huawei Cloud와 직접 경쟁한다. 흥미로운 사실은 이러한 치열한 경쟁 속에서도 이 두 회사가 성공적으로 상장되었으며 이미 수십억 달러의 가치가 있다는 것이다.

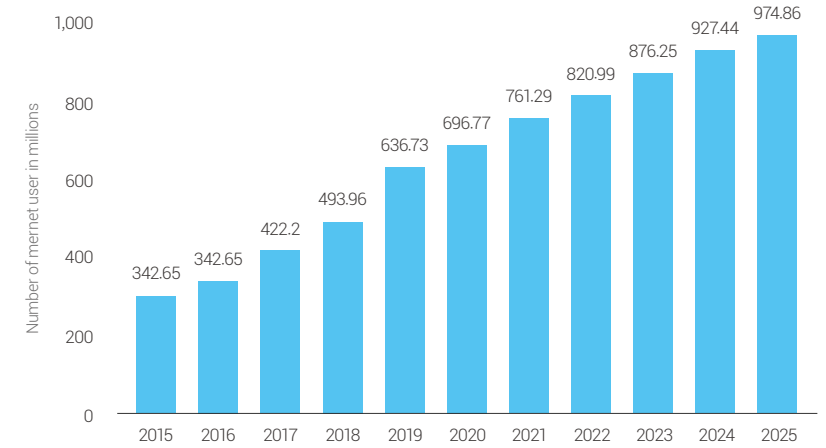
경쟁력 유지를 위한 기업의 AI 서비스 수요는 여전히 높다. 시장에서 경쟁력을 유지하는 유일한 방법은 제품과 서비스를 개인 맞춤 제공하는 것이다. 이를 실현하기 위해 기업은 AI 솔루션 도입에 필요한 비용을 지불할 의향이 있다.

스타트업 기회가 열린 인도

인도는 활기찬 생태계, 민족성, 사회적-경제적 다양성에 힘입어 해외 투자자들이 가장 많이 찾는 시장 중 하나였다. 지난 2년 동안 SOSV는 45개의 인도 스타트업에 투자했으며, 인도 스타트업 생태계에서 다섯 번째로 활동이 활발한 투자자다.

인도에서 주목해야 할 주요 트렌드 중 하나는 해외 서비스에 대한 국내 자체 개발 대안의 등장 여부다. 200개가 넘는 중국 앱이 금지되고 TikTok이 철수하면서 인도 시장에 큰 공백이 생겼고, 현지 스타트업에게는 더 많은 기회가 열렸다. 중국 앱이 금지된 이후 여러 인도 인터넷 신생 기업의 사용자 기반이 급증하면서 스타트업 기업의 기회는 확실히 커졌다.

인도 스타트업 기업 증가 추이



* Statista 2020

인도 시장은 저렴한 인터넷과 디지털 결제 시스템과 함께 시장이 본격적으로 열렸다. 인도는 2020년 기준으로 7억에 가까운 인터넷 사용자를 보유한 것으로 추정되며, 2025년에는 거의 9억 7,500만 명으로 늘어날 전망이다. 인도 투자 전망이 매력적인 이유이다.

코로나19의 세계적 확산은 에듀테크(EdTech) 스타트업의 두각을 이끌었고 이는 또 다른 인도 데카콘(기업가치 10조원 규모 비상장 기업) 교육 기업 바이주(Byju)를 탄생시켰다. 코로나19는 온라인 교육이 보편화되는 촉매가 되었다. 인도 정부에 의해 교육 산업 문호가 열리고, 디지털 콘텐츠의 혁신, 개인에 최적화된 학습, 저렴한 인터넷 액세스를 통한 콘텐츠 배포를 통해 우리는 가까운 미래에도 에듀테크 스타트업 시장이 확대될 것으로 기대할 수 있다.

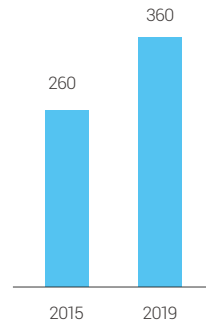
주의해야 할 또 다른 주요 트렌드는 경쟁 가속화에 따른 시장 통합이다. 인도가 중국과 다른 점은 특정 대형 플레이어가 인도를 독점하지 않는다는 사실이다. 그러나 이는 여전히 인도 비즈니스 생태계를 혼란스러운 싸움터로 만들고 초기 단계 스타트업의 생존을 어렵게 만든다. 바이주(Byju)가 소규모 코딩 플랫폼 에듀테크 기업 화이트햇 주니어(WhiteHat Jr)를 인수하는 사례 등을 통해 스타트업 생태계가 무료 중심 시장으로 이동하는 것을 확인할 수 있다.

젊고
디지털
소화력이
좋은
동남아시아

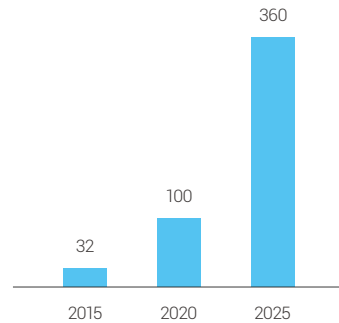
동남아시아는 SOSV의 주요 관심 투자 지역이다. SOSV는 지난 2년 동안 36개 이상의 투자를 집행, 이 지역에서 6번째로 활발히 활동하는 투자자가 되었다.

동남아시아의 인터넷 시장 투자 추이

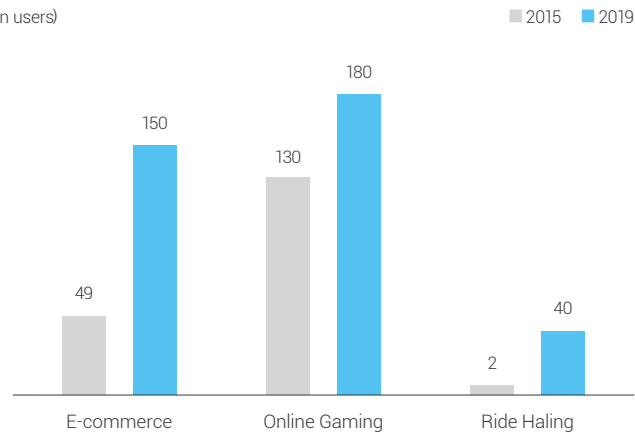
SE Asia Internet Consumers
(단위 : m)



Internet Economy Size
(단위 : USD bn)



Select Internet Economy Metrics
(단위 : million users)



source : Google, Temasek, Bain & Company 'e-conomy 2019 : Swipe up and to the right Southeast Asia's \$100bn Internet Economy'

동남아시아의 젊고 디지털 소화력이 훌륭한 소비자층은 매력적인 장기 투자 기회를 제공한다. 여러 상황을 고려할 때, 중국 시장에서 각광받은 슈퍼 앱 비즈니스 모델은 동남아시아 시장에 큰 영감을 줄 것으로 보인다. 오늘날 동남아시아 소비자들은 그랩(Grab) 및 고젝(Go-Jek)과 같은 슈퍼 앱의 등장으로 디지털 세계에 더욱 쉽게 접근 가능하다.

모바일 지불 서비스 위챗페이(WeChat Pay)와 알리페이(AliPay)는 중국 디지털 경제에 큰 공헌을 했다. 이러한 추세는 동남아시아로도 이어져 '디지털 은행'이 곧 동남아시아의 트렌드로 부상하고, 이 지역에서 중국 시장에서의와 같은 효과를 일으킬 것으로 전망된다. 앤트파이낸셜(Ant Financial)과 그랩-싱텔(Grab-Singtel) 컨소시엄이 2020년 말 디지털 은행 라이선스를 획득한데 힘입어 2021년에는 동남아 지역에서 더 많은 금융 포용 자금이 기대된다. 편리한 비접촉식 결제 서비스에 대한 소비자 요구가 높아짐에 따라 디지털 은행의 수요는 증가하고 있으며, 이는 특히 코로나19 대유행과 함께 더욱 가속화되었다.

중국과 인접한 동남아시아 지역은 중국으로부터 많은 영향을 받아왔으며, 이러한 추세는 계속될 것이다. 2018~2019년 미중 무역 전쟁이 치열해지면서 동남아시아 국가들은 이러한 변화의 주요 수혜자가 되었다. 2020년에는 그간 크게 성장해 온 세계 인터넷 시장이 이제 정점을 지나 새로운 질서로 전환하는 징조를 보이기 시작했다. 우리는 이미 미국, 인도, 중국, EU 등에서 테크 기업들이 규제 철폐를 맞고 그 영향을 받는 것을 목격하기 시작했다. 중국 기업들은 하드웨어의 해외 수출에서는 상당한 성과를 거두었지만 개인 데이터를 보유하는 소프트웨어 분야에서는 어려움을 겪었다. 틱톡(TikTok)과 위챗(WeChat)이 인도와 미국에서 강력한 제재를 받았으며, 특히 인도에서 200개 이상의 중국 앱을 금지한 것은 중국 테크 스타트업이 앞으로 직면할 어려운 장벽의 예고편을 보여준다. 이런 상황에서 동남아시아는 유럽과 인도의 규제 리스크를 피하고자 하는 기업들의 글로벌 확장을 위한 새 시장으로 주목받게 될 가능성이 크다.

아시아 시장
진출을 위한
체크 포인트

한국 스타트업의ダイナミック한 생태계는 매우 독특하여 아시아의 다른 스타트업 생태계와는 확연히 다르다. 한국 스타트업이 아시아 시장에 진출하기 위해서는 다른 아시아 시장의 차이점을 이해해야 한다.

대부분의 국가에서는 한국 정부처럼 좋은 조건으로 보조금과 지원을 제공하는 스타트업 지원 사업을 운영하지 않는다. 대부분 다른 아시아 국가에서는 정부 차원의 지원이 많지 않다. 한국 스타트업은 정부 지원을 토대로 해외로 진출하는 매우 독특한 위치에 있다. 한국 정부 프로그램은 한국 스타트업이 SOSV와 같은 세계적 수준의 액셀러레이터 프로그램에 참여하도록 지원하며, AI 스타트업 같은 경우 국경을 넘어 글로벌 기업으로의 성장을 촉진하는 역할을 하고 있다. 한국 정부가 지난 몇 년간 기업가 정신과 혁신을 추진해 오며 진행한 초기 단계 스타트업 지원 사업은 한국에서 시작하는 스타트업이 가질 수 있는 강점 중 하나이다. 다만 다른 국가에서도 한국 수준의 정부 자금 지원을 기대하지는 않는 것이 좋다.

국가마다 경영 스타일의 차이가 있다는 사실도 인식할 필요가 있다. 한국 스타트업이 해외에서 성공을 거두기 위해서는 다른 아시아 국가에서는 위계질서가 약하고 보다 도전적인 경영 스타일이 존재한다는 사실을 인식해야 한다. 모든 스타트업은 현지 우수 인력과 전문 지식 없이는 해외 시장에서 생존이 어렵다. 이는 아시아 국가에 진출하는 한국 스타트업에게도 마찬가지이다. 한국식 경영으로는 최고의 인재를 유치하고 유지할 수 없음을 인식하고, 타국에서 사업을 유지하려면 현지 지역 문화와 스타일에 적응해야 한다.

한국 스타트업이 고려해야 할 또 다른 핵심 요소는 해외 시장의 다양한 인터넷 생태계에 익숙해지는 것이다. 한국 스타트업이 의존하는 네이버와 카카오 같은 서비스는 해외 시장에 존재하지 않고 네이버 카페와 같은 컨셉의 서비스도 다른 아시아 시장에서는 생소하다. 그렇기에 한국의 인터넷 서비스는 잊고 현지에서 다시 시작해야 한다. 중국과 인도 시장 진입을 위해서는 이런 과정을 한두 번이 아닌 여러 번 거쳐야 할 수도 있다.

한국 투자자들에게만 피칭해 본 경험이 있는 한국 스타트업들은 해외 투자자들 앞에서 발표를 할 때 놀랄 것이다. 한국 스타트업 투자자들과는 달리 해외 스타트업 생태계는 제품의 현실성과 시장 진입 여부를 우선시하며, 투자자 역시 소비자가 느끼는 문제에 대한 인식과 검증에 많은 요구와 질문을 한다. 화려한 기술만 가진 스타트업에 쉽게 마음을 열지 않는 경향이 있다. 따라서 자금 조달을 위한 발표를 하거나 투자자에 접근할 때, 기존 한국 투자자를 상대할 때와는 전혀 다른 방식으로 접근해야 한다.

아시아 내 왕성한 활동하는 투자사, SOSV와 Chinaccelerator

✔ About SOSV

SOSV는 다양한 벤티컬 산업군에서 세계적 수준의 스타트업 육성 프로그램을 운영하는 벤처캐피탈이다. SOSV는 '풀 스택 모델'이라는 독자적 스타트업 지원 시스템을 바탕으로 지난 20년 동안 세계 모든 벤처 펀드 중 순내부수익률(IRR) 기준으로 상위 10% 안에 드는 성과를 올렸다.

SOSV는 세계적으로 가장 왕성하게 활동하는 초기 스타트업 투자사 중 하나이다. 피치북 데이터(PitchBook Data)에서 2020년 2분기 기준 가장 활동적인 글로벌 초기 단계 투자자로 선정되었으며, 현재 인도와 동남아시아에서 가장 활발히 활동하는 5대 투자사 중 하나이다.

SOSV는 더 나은 세상을 만들어 가려는 아이디어의 실현을 돕기 위해 1,000개가 넘는 스타트업들에 지적 자원과 재정적 자원을 제공했다. 중국 최초 액셀러레이터인 Chinaccelerator를 비롯해 하드웨어 분야의 HAX, 생명과학 분야의 IndieBio, 아시아 국경 간 인터넷 및 모바일 분야의 MOX, 블록 체인과 데이터, 탈중앙화 분야의 dlab, 식품 혁신 분야의 Food-X 등의 프로그램을 통해 매년 150개 이상의 스타트업에 누적 투자해 오고 있다.

✔ About Chinaccelerator

중국 최초 스타트업 액셀러레이터인 Chinaccelerator는 세계의 인터넷 스타트업이 세계에서 중국으로, 중국에서 세계로 국경을 개의치 않고 사업에 집중하도록 도와주는 멘토링 중심 프로그램이다. 총 7억 4,000만 달러의 관리 자산을 보유하고 6개 글로벌 액셀러레이터를 관리하는 벤처 캐피탈 SOSV가 운영한다. Chinaccelerator는 3개월 동안 업계 멘토, 파트너 및 투자자로부터의 엄격한 가이드, 교육 및 리소스를 제공한다. 프로그램 종료 후에도 졸업생에게 강력한 지원을 아끼지 않는 네트워크는 프로그램 참여 이상의 의미를 더해 준다.

프로그램 안에서 모든 과정은 린스타트업 방식을 따라 학습하며, 스타트업의 시장 진입을 용이하게 하는 데이터 기반 접근 방식을 채택한다. 매년 두 차례 프로그램을 운영하며 각 프로그램 기간은 6개월이다. 스타트업이 중국과 아시아 전역에서 제품의 시장 적합성을 찾고, 사용자를 확보하고, 수익을 창출 할 수 있도록 지원한다.

포트폴리오 회사는 350명 이상의 멘토와 1,900명 이상의 스타트업 창립자, 데이터 기반의 지속 가능한 비즈니스를 이끄는 파트너로 구성된 커뮤니티에 자유롭게 접근할 수 있게 함으로써 스타트업 창립자의 성공을 돕는다.

지원 사항(Our Offerings)

스타트업을 위한 액셀러레이터 프로그램

Accelerator
Program for
Startups

매년 Chinaccelerator는 두번의 프로그램을 실행한다. 각 프로그램은 일반적으로 3+3개월 동안 운영되지만 포트폴리오 회사는 프로그램을 졸업한 후에도 전폭적 지원을 받는다. 액셀러레이터 프로그램의 일환으로 스타트업에 다음과 같은 지원을 제공한다.

\$15만 달러 투자 \$150,000 Investment

SOSV는 주식매매계약(SPA)을 통해 액셀러레이터 프로그램 참여 기업에 대해 6% 보통주를 취한다. 동시에 SAFE와 유사한 Accelerator Contract for Equity(ACE)라는 전환 가능한 상품을 통해 개별적으로 투자한다. 총 투자금액 10만 달러 중 4만 5,000 달러는 액셀러레이터 프로그램 비용으로 쓰이고 나머지 5만 5,000 달러는 현금 투자이다. 대부분 회사는 Chinaccelerator의 신디케이트 파트너로부터 추가로 5만 달러를 받을 수 있다.

오피스 Space

상하이의 심장부, 징안사 근처의 People Squared에 6개월의 프로그램 기간 동안 무료로 코워킹 오피스(co-working spaces)를 제공한다. People Squared는 중국 최초이자 최대 규모의 공동 작업 공간 중 하나이며 상하이, 베이징 및 기타 도시에도 지점이 있다.

3+3개월 프로그램

3+3 Months
program

프로그램은 3개월 성장과정(growth phase)과 3개월 투자유치 과정(fundraising phase)으로 나뉜다. 성장 단계에서 Chinaccelerator는 스타트업과 함께 OKR(Objectives and key results)을 설정하고 매주 회사 전략, 실행 및 성장 전략을 논의한다. 스타트업 팀들은 매일 멘토, 상주전문가(EIR), Chinaccelerator 팀과 긴밀하게 소통한다. Chinaccelerator는 외부 투자자의 투자를 도모한다.

혜택 Perks

프로그램을 거친 스타트업은 216만 달러의 재정적 혜택을 누릴 수 있다. 이는 Global Accelerator Network나 SOSV 커뮤니티를 통해 제공되거나, Chinaccelerator 팀이 직접 협상한다. 또한 매주 워크숍을 개최한다.

350명 이상 글로벌 멘토의 1-1 지원

1-1 support from
350 + mentors

Chinaccelerator의 멘토 시스템은 중국, 동남아시아, 미국 및 유럽에 걸쳐 각 분야 300명이 넘는 업계 리더, 기업가, 연쇄 창업가 및 고위 기업 책임자로 구성된 글로벌 네트워크를 보유하고 있다. 멘토들은 프로그램 기간 중은 물론 종료 후에도 스타트업들이 필요할 때 가치 있는 서비스를 제공하고 스타트업은 궁극적으로 시간과 비용을 절약할 수 있다. Chinaccelerator는 또한 그로스 해킹, 제품, 팀 관리, 전략적 포지셔닝, 브랜딩, 재무 모델링, 회계 및 자금 조달과 같은 핵심 분야에서 심도 있는 전문성을 제공하는 8명의 상주전문가(Experts-in-Residence)를 보유하고 있다.

커뮤니티

Community

스타트업 초기 단계 투자자 SOSV가 지원하는 Chinaccelerator는 강력한 글로벌 스타트업 커뮤니티를 구축했다. 커뮤니티에 대한 아낌없는 지원과 글로벌로 뻗어 있는 동문 네트워크를 통해 초기 단계의 스타트업과 창업자가 최고의 혜택을 얻을 수 있도록 한다.

Chinaccelerator 기업 혁신

스타트업을 위한 액셀러레이터 프로그램과 함께 Chinaccelerator는 내부 혁신을 촉진하고 가속화하기 위해 Fortune 500대 기업들과도 협력한다. 기업 혁신 프로그램의 일환으로 다음과 같은 프로그램을 대규모 다국적 기업과 협력해 진행한다.

경영 통찰력

Executive Insights

회계적 트렌드, 가장 효율적 성장 방법, 스타트업에 적합한 운영 방법에 대한 통찰력을 얻을 수 있다. 스타트업이 지향할 산업 분야의 성격에 따라 특별히 제작된 실행 가능한 데이터로 가득 찬 맞춤형되고 실용적인 수업이다. Chinaccelerator 경영진은 글로벌 기업가 및 커뮤니티 멘토 전문가를 초청하여 중국 스타트업 생태계 및 벤처캐피탈 트렌드에 대한 심층 분석을 포함해서 총 2시간 세션과 Q&A를 진행한다.

파일럿

액셀러레이터

Pilot Accelerator

비즈니스 취약점과 문제를 해결하기 위해 세계 최고의 혁신을 찾는 기업들을 위한 프로그램이다. Chinaccelerator의 제휴 기업 파트너는 3가지 전략적 과제 또는 목표를 제공한다. 글로벌 스타트업 네트워크에서 플랫폼, 제품 또는 서비스 문제를 해결할 수 있는 잠재력이 있는 스타트업 대상으로 사전 심사를 거친 후 후보 목록을 제공한다. 최종 우승자 최대 3명은 기업 협력 파일럿에 참여할 수 있고, 결선 진출자는 기업 협력 파일럿에 참여한 파트너 기업 경영진 앞에서 프레젠테이션을 한다.

신생 기업 발굴

Excubation

기업 파트너는 주력 스타트업 프로그램을 통해 창업 초기 제품(MVP)을 개발하고 내부 조직 구성의 속도를 높여주는데 기여한다. 3개월 동안의 멘토 지원, 이벤트 및 실험을 통해 창업 초기 제품과 팀 개발이 빠른 속도로 진행되어 스타트업 성장에 긍정적 영향을 끼칠 수 있다.

수직적

액셀러레이터

Vertical Accelerator

보다 혁신적이고 성장 지향적인 기업을 만들기 위해서 제휴 기업 파트너는 같은 업계 또는 관련 업계와 함께하여 신생 기업에 참여할 수 있다. 이는 인수나 프랜차이즈, 기술 라이선스 등 장기적 전략적 파트너십의 길을 열어준다. Chinaccelerator는 기업 파트너를 위해 중국 상하이에 본사를 둔 스타트업 액셀러레이터 3개월 프로그램에 최대 3개의 자리를 제공한다. 프로그램에 참여한 스타트업과 기업 파트너가 모두 최대의 이익을 얻도록 서로 협력하고 배우고 전문 지식을 주고받는 기회를 갖게 된다.

스타트업

하루 체험

Startup For A Day

중국 최고 액셀러레이터의 문을 열고 그곳에서 이뤄지는 신생 기업의 성장 속도, 소비자 참여 및 사용자 경험, 문제 해결 방법을 경험하는 프로그램이다. 스타트업 창업자들이 모여 공동 학습을 통해 어떻게 협업하고 실행하는지 관찰할 수 있다. 스타트업 창립자들과 함께 워크숍에 참여하고 관련 회사, 부서, 업무와 관련된 질문을 할 수 있다. 스타트업과 전략적 문제 해결에 참여하여 자신의 비즈니스 환경에 적용할 대체 방법과 기술을 브레인스토밍 할 수 있다.

스타트업

부트 캠프

Startup Bootcamp Week

중국 스타트업 부트 캠프는 중국 진출을 고려하고 있으며 국제적으로 성장할 수 있는 단계의 기업을 대상으로 한 5일간의 단기 집중 과정 프로그램이다. 린스타트업 접근 방식에 충실한 China Startup Week는 기업이 시장 확장에 리소스를 투입하기 전 중국 시장 진출에 대한 전문가를 탐색하고 배울 수 있는 장을 제공한다. 일주일 동안 Chinaccelerator의 프로그램 멘토 생태계를 경험하고 경영에 지속적으로 도움이 될 내용을 배울 수 있다.

GLOBAL

STARTUP

REPORT

2

글로벌 시장 공략에 나선
인바운드, 아웃바운드의
치열한 생존기

062 | 인터뷰 |

시장에서 담 찾고, 파트너와 함께 세계 시장 진출

- 김지민 메디퓨처스 대표

068 | 인터뷰 |

글로벌 염두에 둔 창업 과정, 사내 스타트업으로 기회 열어

- 김승용 코코넛사일로 대표

074 | 인터뷰 |

한국은 매력적인 시장, 기술에 밝고 변화에 민감해

- 나탈리아 미하일로바바 워브에어 대표

080 | 설문조사 |

인바운드 스타트업에게 묻다 '한국에서 창업활동 어떤가요'

- 서울스타트업스

085 | 기고 |

실리콘밸리의 코리안 스타트업과 성공을 향한 A to Z

- 손재권 더밀크 대표

시장에서 답 찾고, 파트너와 함께 세계 시장 진출

“창업 5년차 매출 200억, 의료 현장의 수요 맞는 제품 만들고
시장 이해하는 전문가 통해 세계에서 원하는 제품 만드는 것 목표”



메디퓨처스는 2016년 7월 창업한 창업 5년차 스타트업이다. 이름처럼 초음파를 이용한 의료 장비를 개발, 생산하는 기업이다. 초음파를 바탕으로 한 원천 기술을 바탕으로 세계 시장을 두드려 첫 해에 정부에서 주는 100만 불 수출탑을 수상하고 2020년 매출 200억을 기록할 만큼 빠르게 성장하고 있다.

메디퓨처스의 창업자인 김지민 대표는 원래 의료에 대한 경험을 갖고 있지 않았다. 공대를 졸업하고 세계를 무대로 하는 회계 법인, 투자 펀드 등에서 컨설팅과 투자 관련 업무를 해 왔다. 김지민 대표가 의료 장비 스타트업을 시작하게 된 기술적인 계기는 가족이었다. 김지민 대표의 형은 초음파 기반의 헬스 케어와 관련된 기반 기술을 갖고 있었다. 기본 기술에 경영에 대한 경험을 더해 세계적인 비즈니스를 시작하겠다는 목표로 스타트업을 시작했다.

“처음 개발부터 의사들이 현장에서 필요한 것들에 대한 요구 사항에 초점을 맞췄습니다. 의료 장비 분야는 연구실 차원의 기업들이 많았지만 현장의 목소리를 먼저 듣고 그에 맞출 수 있는 제품을 개발하는 데에 집중했습니다. 세계 시장에 진출하는 데에도 현장을 가장 잘 이해하는 파트너들과 협업이 중요한 역할을 차지했습니다.”

의료기기는 안전성에 대한 기준이 높은 사업이다. 진입도 그만큼 까다롭다. 김지민 대표는 메디퓨처스의 빠른 성장은 현장의 의사들이 찾는 제품을 만드는 데

에 있다고 이야기 했다.

기술을 바탕으로 시장에 귀 기울이는 경쟁력
메디퓨처스의 제품은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 뼈를 자르는 장비, 체내 지방을 녹여주는 장비, 체내 지방에서 줄기세포를 추출하는 장비다. 모두 초음파 원천 기술을 바탕으로 활용에 대한 아이디어를 확장한 제품들이다.

보통 수술이나 시술 등에서 절개를 위해서는 칼이나 드릴처럼 전통적인 도구를 쓰는 경우가 많고, 레이저를 쓰기도 한다. 하지만 이런 장비들은 오랫동안 쓰이긴 했지만 실제 체내에서 쓰일 때는 주변의 신경이나 근육에 영향을 끼칠 수밖에 없다. 하지만 초음파는 고유의 특성이 있어서 신경과 근육에 손상을 주지 않고 뼈의 정확한 부분만 절개할 수 있다.

〰〰
처음 개발부터 의사들이 현장에서 필요한 것들에 대한 요구 사항에 초점을 맞췄습니다.
현장의 목소리를 먼저 듣고 그에 맞출 수 있는 제품을 개발하는 데에 집중했습니다.

〰〰

실제 의료 현장에서도 이런 수요가 있었다. 특히 얼굴에 칼을 대야 하는 경우에는 근육, 신경을 건드리지 않고 수술을 하기 위해 입 안 깊은 곳의 지방층을 통과하면서 수술이 복잡해지기도 하고, 절개 부위도 커질 수 있다. 메디퓨처스의 초음파 기술을 이용하면 다른 부분에 손상을 주지 않고 조금만 절개해서 수술을 할 수 있다는 강점이 있다.

초음파 기술이 의료 분야에 직접적으로 적용되기 어려웠던 것은 절개가 이뤄질 수 있을 만큼 충분한 출력을 안정적으로 유지하는 것이 어렵기 때문이다. 또한 수술 과정에서 몸 속의 여러 부위를 거치면서 초음파의 특성이 바뀔 수 있어서 지속적으로 같은 신호를 낼 수 있도록 제어하는 기술이 필요했다. 메디퓨처스는 이 부분에 대한 기반 기술을 바탕으로 의료 현장에서 당장 필요한 것이 무엇인지 살폈고, 기술을 적절하게 활용한 제품 개발을 본격화했다.

이 기술을 바탕으로 줄기세포를 추출하는 의료기기도 개발할 수 있었다. 줄기세포 추출은 지방 안에서 꺼내야 하기 때문에 매우 정교하고 어려운 기술이다. 메디퓨처스는 지방의 껍데기, 셀 표피에만 반응하는 초음파로 외부를 파괴하고, 손상 없이 줄기세포만 꺼내는 기술을 갖게 됐다. 이 역시 출발은 현장의 수요에 있었다.

현장에서 필요한 기술을 제품으로

김지민 대표는 비즈니스의 소개 중에도 거듭 현장에서 필요로 하는 수술 방법에 초음파 기술을 적용한 것이 성장에 가장 중요하다고 거듭 강조했다. 메디퓨처스는 스타트업으로서 흔치 않게 창업 첫 해에 흑자를 냈다. 창업 전에 원천 기술이 확보되어 있었고, 임상실험을 마친 뒤에 비즈니스를 시작했지만 이런 정보보다도 현장에서 소비자들 무엇을 원하는지를 먼

Medical Products



General Products



Cosmetics



저 파악하고, 제품을 개발하는 방식을 기본으로 두었기 때문이다.

“의료계에는 ‘베드 투 벤치(Bed to Bench)’라는 말이 있습니다. 베드는 수술 침대, 즉 의료 현장을 말하고 벤치는 연구소를 뜻합니다. 수술대에서 일어나는 요구사항을 연구소로 가져온다는 것입니다. 고객의 요구사항을 반영해서 현장 중심으로 비즈니스를 이끌어가는 것이 중요하다고 판단했습니다.”

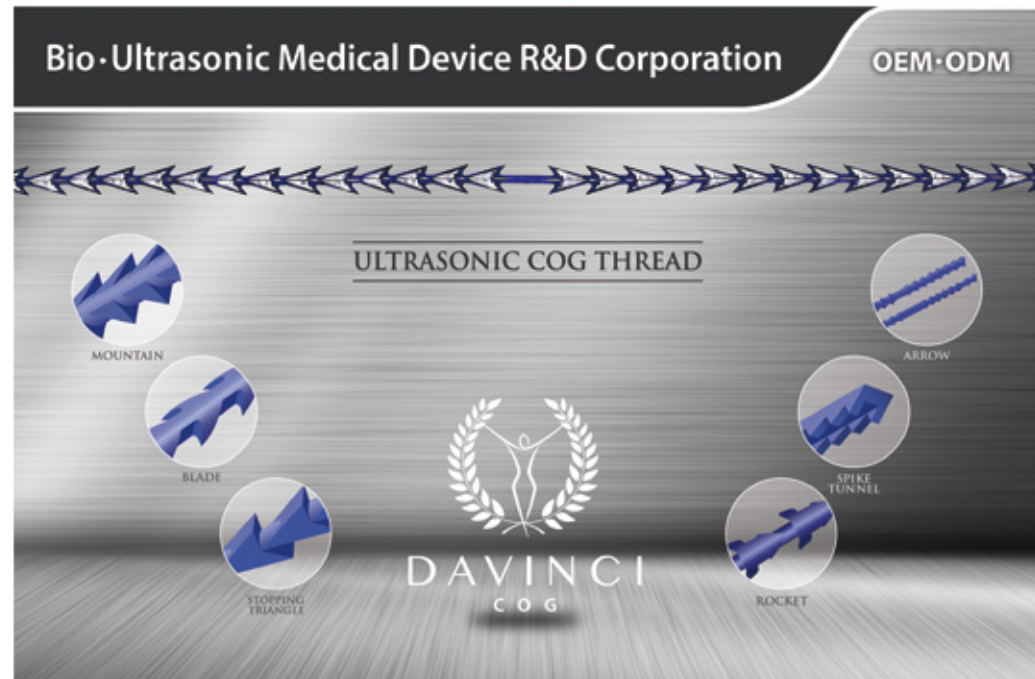
아직도 많은 기업들이 기술을 바탕으로 ‘벤치 투 베드(Bench to Bed)’ 형태의 비즈니스를 하고 있다. 기술을 뽐내기 위한 제품 개발은 시장의 요구사항을 맞추기 어렵고, 부족한 부분이 생기기 쉽다. 원천 기술을 개발한 CTO는 연구소에만 있지 않고 직접 현장을 다니면서 기술 영업을 하고 의사들의 의견을 듣는 데에 집중했다. 그 과정에서 저절로 메디퓨처스의 무대는 세계가 됐다.

“의료 부문은 단일 시장 규모에 한계가 있습니다. 의미있는 사업을 만들어내려면 처음부터 글로벌 경쟁력이 있는 제품을 만들어야 했습니다. 차별성이 있는 기술과 제품을 만들 수 있는 준비가 필요했고, 시장 측

면에서도 글로벌 시장 경쟁력이 있어야 비즈니스의 성장 가능성이 있다고 판단했습니다.”

시장에 귀 기울이면 새 비즈니스 보여

수요를 바라보는 메디퓨처스의 전략은 최근 수술용 봉합실을 개발하는 과정에서도 확인할 수 있다. 수술 부위나 다친 부분을 꿰매는 봉합실은 요즘 생선 가시 모양처럼 돌기를 내서 바늘이 지나가면 따로 묶지 않아도 정확한 부위에 단단히 고정되도록 만들어지고 있다. 이 가느다란 실에 눈에 보이지도 않을만큼 작은 가시 모양을 내는 것은 아주 어려운 일이다. 하지만 초음파를 이용하면 실 모양을 정교하게 성형할 수 있다. “가시모양 봉합사는 현재 세계적으로 2개 회사가 개발, 생산하고 있습니다. 아직은 이 실이 피부 리프팅 등 미용 분야에 주로 쓰이는데, 저희는 처음부터 글로벌 기업들의 제품들을 리뷰하고, 실의 가능성을 일반 외과 분야까지 넓히고자 했습니다. 이 역시 초음파를 이용해서 실을 빠르고 정밀하게 가공하는 기술입니다.” 결과적으로는 세계적인 수요를 찾아냈고, 시장의 범위도 미용, 성형에서 외과 전반으로 확장시켰다. 이 기



초음파 물딩 기술로 정밀함과 안전함을 더한 의료용 흡수성 가시 봉합사 다빈치코그(DAVINCI COG)



66
파트너와 협력은 매우 중요했습니다. 애초에 협력에 대해서는 유연한 전략을 가져야 한다고 생각했습니다. 각자의 장점을 소개하는 것은 각 시장의 특징이 있고, 그 안에서 공감을 받을 수 있어야 해요.

99
목표 대상만 절개 가능한 초음파 메디컬 기기 ULTRA F

술은 곧바로 시장에서 좋은 반응을 보였다. 제품의 방향성과 기술이 뚜렷하다 보니 준비된 제품에 대한 기회도 빠르게 찾아왔다.

“마침 국내에서 글로벌 기업이 주최하는 의료 기술 콘퍼런스가 열렸습니다. 최종 단계까지 올라가면서 이 붐업이 튼튼하고 안전해서 환자들에게 가치를 줄 수 있을 것 같다고 평가를 받았고, 현재는 실제 제품을 공급하기 위해 여러 나라의 파트너들과 조율을 하는 중입니다.”

해외 시장 진출, 시장 읽는 전문가 파트너의 힘
“파트너와 협력은 매우 중요했습니다. 애초에 협력에 대해서는 유연한 전략을 가져야 한다고 생각했습니다. 입장을 바꾸어 해외 스타트업이 국내에서 비즈니스를

하는 것을 상상해보면 이해가 조금 쉽습니다. 미국이나 중국의 회사가 각자의 문화와 방식 그대로 국내에 진출했다고 하면 제품을 떠나 브랜드, 포장, 마케팅까지 공감을 살 수 있을까요? 각자의 장점을 소개하는 것은 각 시장의 특징이 있고, 그 안에서 공감을 받을 수 있어야 해요.”

김지민 대표는 파트너와 협력이 해외 시장에 빠르게 신뢰를 얻을 수 있는 방법이라고 강조했다. 반드시 현지 시장의 시장을 확실히 이해하고 있는 파트너가 필요하다. 유연하고, 네트워크를 활용할 수 있는 파트너의 도움은 결국 시장에서 제품을 가장 잘 설득할 수 있는 방법이 기 때문이다.

파트너는 의료 회사 뿐 아니라 직접 의료 비즈니스를 운영하는 의사들도 있다. 의사들은 현장에서 제품을



글로벌 파트너십을 맺은 메디퓨처스

가장 잘 이해하는 파트너이다. 의료기기는 단순히 제품을 가져다 파는 것이 전부가 아니라 효용성을 이해하고, 또 설명할 수 있어야 한다. 또한 복잡한 규제와 까다로운 임상실험도 통과해야 한다. 이걸 전 세계 시장에 직접 하는 것은 쉽지 않을 뿐 아니라 효율적이지도 않다는 것이다.

“의사들은 직접 현장에서 임상실험 과정을 추진하기도 하고, 그 결과를 바탕으로 파트너 스스로가 확신과 신뢰를 갖게 됩니다. 실제로 의사들이 직접 세계 주요 학회에 나아가 적극적으로 제품에 대해 발표하고 차별성을 알리려는 시도들이 이어지면서 세계 시장 진출의 기회가 부쩍 늘어났습니다.”

파트너들은 자율성을 바탕으로 스스로 적극적인 활동을 이어가고 있다. 시장별로 단일 파트너를 두기 때문에 현지에서는 책임감을 갖고 움직인다. 세세한 관리에 대한 부분은 파트너에 전적으로 맡기기 때문에 가능한 일이다. 코로나19로 지역간 이동이 어려운 상황에서 이 전략은 더욱 빛을 발했다.

“중요한 키워드는 소비자화 현장입니다. 모든 전략이 한 번에 완벽하게 세워질 수는 없습니다. 하지만 현장에서 필요로 하는 것들, 글로벌 시장이 원하는 수준의 제품을 염두에 두고 제품을 개발하는 것과 그저 좋은 아이디어를 바탕으로 당장 눈 앞에 보이는 시장을 대상으로 하는 비즈니스는 큰 차이를 보일 수밖에 없습니다.”

김지민 대표는 메디퓨처스를 건강과 행복이라는 두 가

지 가치를 제공하는 기업으로 성장시키겠다는 포부를 밝혔다. 건강 분야에서 더 좋은 가치를 제공하는 것을 목표로 성장세를 이어가고, 앞으로는 더 많은 사람들에게 보편적인 행복의 가치를 줄 수 있는 사업을 확장할 계획이라고 한다.

또한, 메디퓨처스는 사회에 기여하는 기업이 되는 것이 중요한 목표라고 밝혔다. 이를 위해서 메디퓨처스는 사업 초기부터 적십자를 통해 본사가 위치한 경기도의 위기가정 지원사업을 지원하고 있고, 2020년에는 10억 원을 출자해서 취약계층과 사회적 기업을 지원하는 사업을 본격적으로 추진하고 있다.

해외 시장은 활짝 열려 있다고 하지만 선뜻 나서기 쉽지 않은 도전이다. ‘국내에서도 벽탄데 해외에서 가능할까’라는 불안에서 시장이 정제되는 것이다. 메디퓨처스는 시장을 바라보는 시선을 현장에 맞추고, 적절한 제품을 바탕으로 전문가들의 손길을 통해 세계로 발을 넓힌 좋은 예시이다. ‘스타트업이기 때문에 안 된다’, ‘나중에 해도 된다’는 생각보다 세계 시장에서 통해야 국내 시장에서도 가치를 가질 수 있다는 생각이 글로벌 스타트업을 만드는 출발점이 아닐까.

메디퓨처스

본사 경기도 성남시 분당구 판교로 289번길 20, 3동 4층 (삼평동, 판교테크노밸리 스타트업 캠퍼스)
02-2138-3112 info@medifutures.net
medifutures.net

글로벌 염두에 둔 창업 과정, 사내 스타트업으로 기회 열어

“사내 스타트업은 소중한 기회,
해외 진출 위해 시장 오래 분석하고 인력과 탄탄한 네트워크 필요해”



코코넛사일로 김승용 대표

코코넛사일로는 화물차를 기반으로 하는 물류 운송 플랫폼 서비스를 개발, 운영하는 스타트업이다. 현대자동차그룹의 사내 스타트업으로 시작해서 지난 2020년 7월 1일에 분사 후 빠르게 자리를 잡아가고 있다.

코코넛사일로의 주력 비즈니스는 베트남의 화물 운송 플랫폼 서비스다. 기본적으로는 화물 운송을 의뢰하면 물류와 화물차, 운전 기사를 연결해서 짐을 실어 나르는 일을 중심으로 다양한 물류 중심의 모빌리티 비즈니스다. 어떻게 보면 운수와 물류를 다루는 우버(Uber)라고 볼 수 있다.

특히 동남아시아 국가들은 IT 기술에 대한 기반이 약했지만 최근 들어 공격적으로 새로운 기술을 받아들이고, 이를 통해 새로운 가치를 만들어내는 시도들이 늘어나고 있다. 코코넛사일로 역시 물류의 연결에 데이터를 적극적으로 활용하고, 화물의 유통 구조를 하나하나 기록해서 물류 추적 시스템을 만들면서 빠르게 성장하고 있다. 이미 베트남에서는 스타트업 월 선정 50대 기업에 들었고, 매출을 비롯한 비즈니스 성과도 올리고 있다.

글로벌 비즈니스를 위한 오랜 준비

코코넛사일로는 시작부터 해외 시장을 바라본 스타트업이다. 창업자인 김승용 대표는 대학 시절부터 베트남을 비롯한 동남아 시장을 대상으로 하는 사업을 구

상했다. 더 넓은 곳에서 많은 기회를 찾고 싶었다.

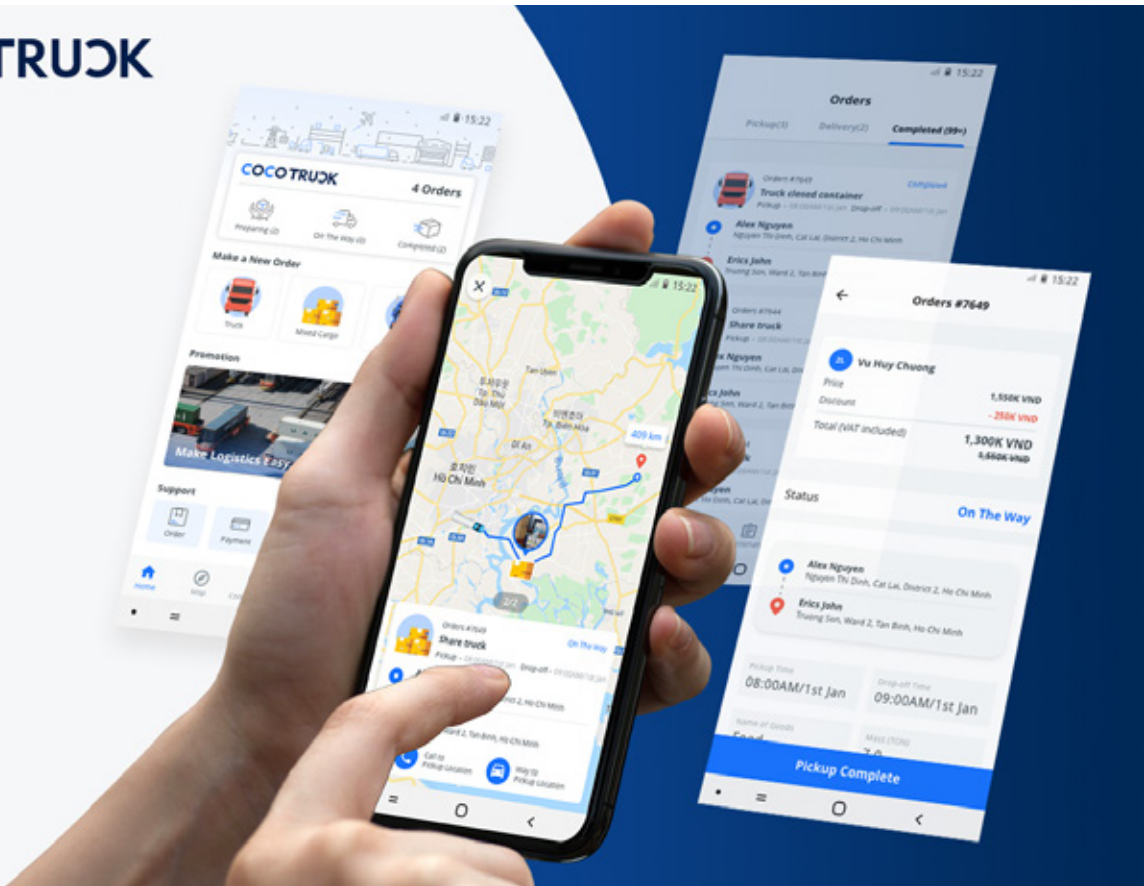
“지금은 베트남이 우리나라의 3대 교역국으로 성장하고, 세계적으로도 가장 빠르게 성장하는 시장으로 꼽히지만 불과 몇 년 전만 해도 한국인들의 인식 속에는 그저 동남아 국가들 중 하나에 불과했습니다. 국내에서 베트남을 바라보는 시선은 휴양지에 가까웠고, 가능성만 바라보는 개발도상국의 성격이 더 컸습니다. 하지만 베트남은 아주 활발하게 성장하고 있고, 지금도 갈 때마다 변화와 새로움의 에너지가 느껴지는 시장입니다.”

김승용 대표가 베트남의 가능성을 본격적으로 바라보기 시작한 계기는 2015년 ‘아세안 경제 공동체(ASEAN Economic Community, AEC)’의 출범이다. 싱가포르, 베트남, 필리핀, 인도네시아, 미얀마 등 동남아시아의 국가들이 선진국, 중진국, 개발도상국의 구분 없이 단일시장으로 경제 장벽을 없애는 것을 공식화했다. 화폐를 제외하고는 유럽연합처럼 단일 경제, 단일 생산 구조에 노동력과 자본의 이동이 쉬워지는 하나의 시장이 만들어지는 것이다.

김승용 대표는 이 때부터 본격적으로 동남아시아 시장에서 비즈니스 기회를 노렸다. 지속적인 시장 조사가 이뤄졌고, 현지에 인맥을 만들기 시작했다. 그 사이에 대학을 졸업하고 현대자동차에 입사해서 경험을 쌓았다.

“비즈니스를 시작하는 것은 상당히 어려운 일입니다.

COCO TRUCK



게다가 해외 시장을 함께 준비하는 것은 더 어려웠습니다. 하지만 회사를 다니면서 역량을 개발할 수 있었고, 법무부터 특허, 노무, 회계 등에 대한 지식과 경험을 얻을 수 있었습니다. 무엇보다 비즈니스 관점으로 해외 시장을 접할 기회가 늘어나면서 시장을 읽을 수 있었습니다.”

해외 법인을 대상으로 한 업무 뿐 아니라 출장을 다니면서 관심을 갖는 시장을 경험해 볼 수 있었기 때문에 준비 과정부터 달랐다.

“현대자동차그룹에 입사할 때도 승용차가 아니라 상용차 부문으로 입사했습니다. 버스나 트럭 등 상용차를 만드는 비즈니스의 상당 부분이 해외 시장, 그 중에서도 베트남의 비중이 높았습니다. 언젠가는 베트남에서 일할 수 있을 것이라는 기대를 바탕으로 업무 경험을 쌓을 수 있는 좋은 기회였습니다.”

업무를 통해 다각도로 베트남 시장을 이해하게 됐고, 비즈니스 감각도 익히면서 사내에서 얻은 경험과 비즈니스를 함께 고민하다가 2018년 사내 스타트업인 ‘H 스타트업’ 프로그램에 지원했다. 이 때부터 김승용 대표의 오랜 글로벌 스타트업을 향한 준비는 출발선에 섰다.

어떻게 보면 연예 기획사의 장기 연습생 같은 느낌이었습니다. 준비하고 학습해야 할 것들이 많았고, 서두르기 보다 탄탄히 다져가면서 일을 진행했습니다. 오래 준비한 만큼 본격적으로 사업을 시작하고 분사한 이후에는 굉장히 빠르게 일이 진행됐습니다.



깨해 온 대학 시절 친구들이다. 모두가 일찍부터 창업을 염두에 두었기 때문에 스타트업 준비 후에 곧바로 뜻을 모을 수 있었다.

“같은 대학, 같은 학과를 졸업하고 현대자동차에 함께 입사한 동기들이 모여서 일을 시작했습니다. 학창시절부터 함께 어울리며 오랫동안 생각과 비전을 나눠 온 사이였습니다. 회사도 함께 입사해서 각자가 여러 분야에서 역량을 키우며 창업을 준비했습니다. 코코넛사일로의 사내 스타트업이 결정되면서 본격적으로 함께 모여 일을 할 수 있게 됐습니다.”

코코넛사일로의 창업자들은 친분을 넘어 오랫동안 비즈니스에 대한 생각을 나눠 온 사이이다 보니 이미 서로에 대한 이해가 깊었고, 신뢰 속에서 준비해 온 대로 일을 해 나갈 수 있었다. 또한 김승용 대표는 해외 비즈니스에서 현지 인력의 중요성을 깊이 인지하고 있었다. 일찌감치 베트남에서 창업을 고민하면서 주변 사람들에게 시장 가능성을 설명했고, 베트남 유학을 권하기도 했다. 결국 그들이 현지의 문화와 상황, 인맥 등을 통해 각 국가의 비즈니스를 이어갈 수 있는 통로가 되었다. 코코넛사일로는 베트남과 인도, 그리고 미국과 중국에 법인을 세웠다. 김승용 대표는 현지화를 중요하게 여겼기 때문에 비즈니스가 이뤄지는 곳에는 먼저 법인을 세우고 비즈니스를 시작하는 게 맞다고 판단했다.

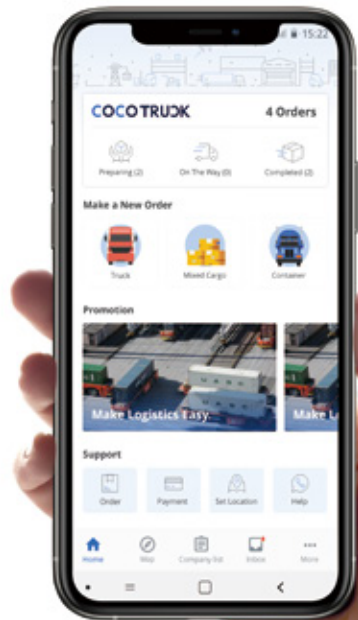
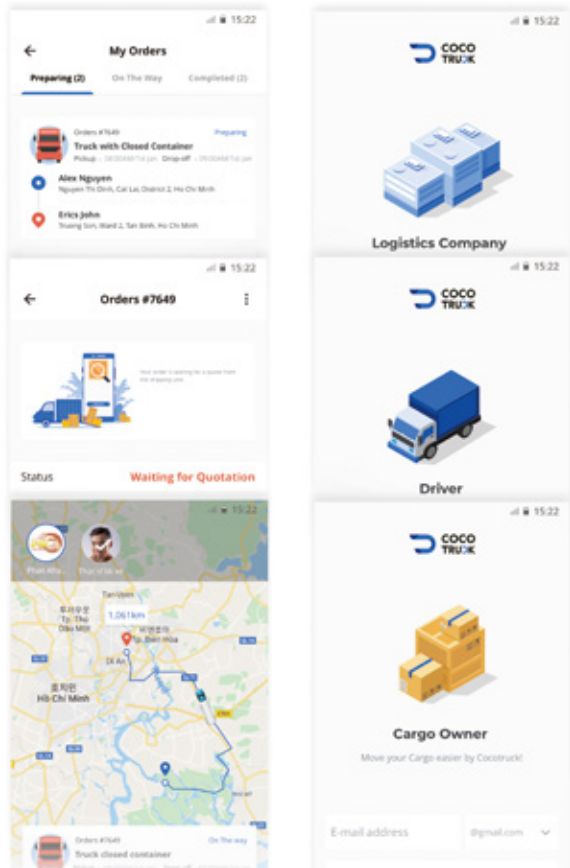
글로벌 현지화가 중요, 법인과 사람의 역할

코코넛사일로의 성장은 매우 빠르다. 지난 2020년 7월 H 스타트업 프로그램에서 분리해서 독자 법인으로 사업을 시작해 불과 6개월만에 눈에 뛴 만큼의 실적을 거두고 있다. 하지만 2018년 스타트업을 시작한 후 독립하기까지 2년이라는 시간은 그리 짧지 않았다. 시간은 곧 기회이자 비용이기 때문이다.

“어떻게 보면 연예 기획사의 장기 연습생 같은 느낌이었습니다. 준비하고 학습해야 할 것들이 많았고, 서두르기 보다 탄탄히 다져가면서 일을 진행했습니다. 오래 준비한 만큼 본격적으로 사업을 시작하고 분사한 이후에는 굉장히 빠르게 일이 진행됐습니다.”

창업에서 중요한 것은 인력, 즉 구성원이다. 코코넛사일로의 주요 구성원들은 김승용 대표와 10여 년을 함

COCO TRUCK



“베트남은 실질적으로 사업이 이뤄지는 법인이고 현지의 물류 산업에 녹아들어야 했기 때문에 먼저 현지 법인을 세웠습니다. 현지의 투자 유치와 지원도 기대할 수 있습니다.”

하지만 아무리 여러 국가들이 스타트업과 창업에 호의적이라고 해도 해외에 외국 기업이 법인을 세우는 것은 쉬운 일이 아니다. 코코넛사일로는 그 과정에서 정부 기관의 도움을 많이 받았다. 인도, 미국, 중국 등에 법인을 세우는 과정에서 중소벤처기업부를 비롯한 기관들이 현지 기업, 기관을 연결해주고 보증에 대한 도움도 주었다.

“외부 투자보다 신용 보증 기금을 비롯해 정부 지원을 통해 성장하고 있습니다. 덕분에 사업의 철학이 흔들리지 않을 수 있었고, 비용적인 부분 외에도 해외에서 직접적으로 필요한 절차, 규제 등에서 신뢰를 바탕으로 큰 도움을 받았습니다.”

대기업의 경험과 기회, “사내 스타트업은 달라야”

김승용 대표는 사내 스타트업은 일반 스타트업과 다른 마음으로 준비해야 한다고 강조했다. 애초 코코넛사일로가 글로벌 시장을 바라보게 된 출발점에 대한 이야기이기도 하다.

“사내 스타트업을 시작하는 창업자들은 그 자체로 정부와 기업들이 주목하는 창업 생태계에서 슈퍼스타로 출발점에 서는 것입니다. 선발부터 지원, 그리고 창업과 이후 액셀러레이팅까지 모든 과정에서 가장 수혜를 보는 것은 창업자이기 때문에 그에 걸맞는 대의가 세워져야 합니다. 국내 시장에서 다른 기업들과 경쟁하면서 안정적으로 성장하는 것도 좋지만 세계적인 시각으로 글로벌 시장에서 활로를 발굴할 필요가 있습니다.”

대기업의 인프라 속에서 나온 스타트업은 그에 걸맞은 큰 비전을 갖고 있어야 한다는 것이 김승용 대표의 이



야기다. 당장 사내스타업을 통해 인건비와 초기 투자비, 그리고 실패에 대한 부담 없이 비즈니스를 키워볼 수 있기 때문에 안정적인 성공보다 갖고 있는 자원들을 최대한 활용해 조금은 더 도전적이고, 넓은 시장에서 경쟁력을 키우는 것을 추천했다.

일반적으로 제조업은 판매할 수 있는 재화를 양산해서 판매하고, 해외에 수출해서 매출을 만들어낸다. 그리고 그 과정의 결과인 수익이 다시 국내로 돌아오는 것이다. 서비스 플랫폼은 당장 팔 수 있는 제품이 없다. 하지만 김승용 대표는 서비스업 역시 눈에 보이지 않아도 제조업과 똑같은 프로세스를 가져갈 수 있다고 봤다.

“해외에서 서비스를 정착시키고, 매출과 영업 이익을 내고 기업 가치를 만들어서 그 모든 결과물을 국내로 다시 가져올 수 있다고 봅니다. 스타트업에 지원되는 많은 정부 지원 사업들의 목표도 결국 나라의 재산을 기업에 투자해서 해외 시장에서 해외 기업들과 경쟁하도록 한 뒤에 큰 가치를 만들어서 다시 다른 창업자들이 새로운 기회를 얻을 수 있는 순환 구조를 만드는 데에 있을 겁니다.”

김승용 대표의 목표는 단순한 비즈니스의 성공만이 아니다. 오랫동안 스타트업을 준비했고, 많은 노력이 있

었지만 모든 것이 혼자만의 것은 아니라고 했다. 적절한 환경적 조건과 지원을 통해 사업이 다져지는 모든 과정이 이뤄지는 것 자체가 하나의 생태계 안에서 이뤄지는 순환 구조라는 이야기다. 그 안에서 주어지는 혜택 만큼이나 책임도 중요하다고 말했다. 세계 시장을 바라보는 비즈니스적 시각과 준비가 꼭 맞는 기회를 만나 성장의 길을 걷고 있는 것이 지금 코코넛사일로가 아닐까.



코코넛사일로

📍 본사 서울특별시 성북구 화랑로14길 5, H-1 한국과학기술연구원내 904E호

☎ 1688-3142 ✉ contact@coconutsilo.com

🌐 www.coconutsilo.com

한국은 매력적인 시장, 기술에 밝고 변화에 민감해

“세계 스타트업에 문 열려 있고, 정부와 민간의 도움 활발해
글로벌 시장 진출의 큰 경험 얻을 것”



WEVAIR



위브에어 창업자 나탈리아 미하일로바바 박사

한국지사 임현숙 대표 이사



위브에어는 2017년 캐나다 토론토에서 시작한 공기질 분석 스타트업이다. 창업자인 나탈리아 미하일로바 박사는 스마트 공기질 분석 솔루션을 바탕으로 세계 무대를 바라보는 글로벌 스타트업을 고민했다. 2018년 12월, 우리나라에 지사를 세우고 아시아 지역 본부를 겸한 것을 시작으로 지난 2020년에는 싱가포르에 진출했다. 사물인터넷을 기반으로 하는 공기질 측정 하드웨어와 함께 인공지능으로 공기질을 분석하는 소프트웨어를 함께 개발하기 때문에 공기질을 측정하고, 관리해야 하는 곳에는 어디라도 적용할 수 있는 하드웨어와 소프트웨어의 맞춤 솔루션을 제공하는 것이 가장 큰 경쟁력이다.

공기질 모니터링 수요에 주목, “한국은 하드웨어 R&D 및 아시아 본부”

위브에어를 창업한 나탈리아 미하일로바 박사는 토론토 대학에서 9년간 공기질 측정 방식에 대해 박사 학위 과정을 밟으며 공기의 질을 정확히 측정하는 모니터링 기술을 연구했다. 세계적으로 미세먼지를 비롯해 공기 오염에 대한 위협이 늘어나고 있는 상황에서 연구 성과가 긍정적인 영향을 끼칠 수 있을 것이라고 생각해 창업을 준비하게 됐다. 나탈리아 박사는 창업 초기부터 아시아 국가들이 대

체로 공기 오염이 높은 편이고, 공기질에 대한 일반 시민들의 관심도 높다는 점을 눈여겨 봤다. 공기질 모니터링이 필요한 이유에 대해 대중적으로 이해도가 높고, 당장 공기와 관련 제품에 대한 수요도 마련된 시장이라는 답을 내린 것이다.

“아시아 국가들 중에서 대한민국은 IT를 비롯해 기술적으로 발전되어 있고 신기술에 열려 있는 시장 분위기도 눈여겨볼 만 했습니다. 그러던 중 대한민국 정부가 해외 스타트업의 시장 진입을 돕는 지원 프로그램을 계기로 한국 시장에 발을 들였습니다.”

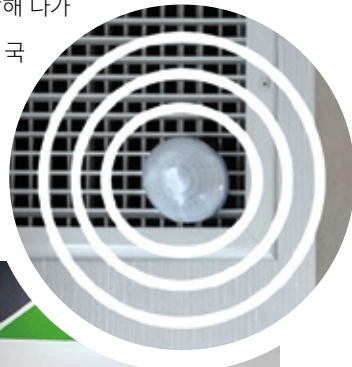
기술적인 밑바탕도 위브에어가 국내 시장의 문을 두드린 큰 이유다. 위브에어의 기술은 단순히 센서로 공기질을 측정하는 것을 넘어 미세 먼지의 양, 필터 용량, 사람의 움직임과 온도 습도, 세균 등 다양한 정보를 측정해 인공지능 분석을 거쳐 공기의 실시간 상태를 분석한다. 이 데이터를 바탕으로 2주 뒤의 공기질을 예측할 수도 있다.

지속적인 센서 개발과 인공지능 기반 기술 개발을 통해 정확도를 높이고, 새로운 정보들을 이끌어내는 것이 중요한 서비스다. 위브에어는 서비스의 고도화를 위해 한국 법인 산하에 연구소를 세우고, 우리나라를 센서 장비에 대한 연구개발 센터로서의 역할까지 확장할 계획도 갖고 있다. 시장과 연구, 생산 등의 가능성을 함께 본 것이다.

**해외 스타트업 정부 지원 프로그램,
시장 진입의 큰 기회 돼**

위브에어는 우리나라 정부가 해외 스타트업의 국내 진입을 돕는 ‘K스타트업 그랜드 챌린지’를 통해 우리나라 시장의 문을 두드렸다. 위브에어는 이 프로그램을 통해 톱 40 기업에 선정되어 국내 시장 정착지원금을 비롯해 여러가지 절차적인 지원을 받았고 2018년 12월에 한국 지사를 열고 본격적으로 비즈니스를 시작했다. K스타트업 그랜드 챌린지가 끝난 뒤 운영 기관인 정보통신산업진흥원의 도움을 많이 받았지만 위브에어는 이후에도 지속적으로 여러가지 스타트업 지원 프로그램에 적극적으로 참여했다. 2020년에는 서울시가 주최한 ‘서울 글로벌 챌린지’에 참가해 서울지하철 2호선에 제품을 탑재하여 미세먼지 측정으로 혁신상을 받았고, 서울교통공사의 도움으로 유동인구가 많은 광화문 역에 제품도 전시했다. 2021년의 목표는 대량 양산인데, 이를 위해 국내 전문가들의 자문을 받으며 여러 기업들과 협력해서 본격적으로 대량 양산

및 세계 각 시장 진출을 준비하고 있다. 사실 글로벌 스타트업을 지원하는 국가들은 아주 많다. 대기업 위주의 경제 환경 대신 창업을 통해 기술과 비즈니스의 경쟁력을 높일 수 있을 뿐 아니라 다양한 시장 환경과 그리고 고용까지 만들어낼 수 있기 때문이다. 나탈리아 박사는 우리나라가 기본적인 IT 경쟁력이 높다는 점과 함께 정부를 비롯해 민간 투자 기관과 액셀러레이터들의 투자와 여러가지 지원들이 풍부하다는 점을 매력으로 꼽았다. 해외 스타트업이 국내 시장에 참여해 스타트업 생태계를 만들어가는 과정을 민간 모두가 환영해 주어 기술 개발과 비즈니스에 집중할 수 있었다. 위브에어는 국내에 자리를 튼 뒤에 우리나라에서 센서 연구를 이어가고 있고, 개발 파트너사를 통해 다양한 협력을 이어가고 있다. 지난 2019년에는 국내 액셀러레이터이자 투자기관인 빅뱅엔젤스의 투자를 받으며 함께 사업을 확장해 나가고 있다. 빅뱅엔젤스는 국내 시장뿐 아니라 해외



1

2



1 유동인구가 많은 광화문 역에 전시한 공기모니터 자동차시스템 및 전동차 공기질 개선 장치
2 R&D를 통한센서기반 IoT 공기질 측정기와 인공지능 알고리즘으로 측정하는 위브에어
3 TIE Women Pitch Competition 2021에서 Third Prize Winner를 차지한 나탈리아
4 서울글로벌챌린지 시상식 위브에어 혁신상 시상
5, 6 대만 아우디 혁신상 시상식에서 받은 아우디 연구상(Audi Lap Award)

스타트업에 대한 투자와 지원을 통해 스타트업 생태계를 확장하고 있기 때문에 단순 투자를 넘어 적절한 파트너 역할을 해 주었다.



**기술과 문화 모두 이해할 수 있는
인재 필요성 강조**

하지만 모든 과정이 순탄하지만은 않았다. 특히 언어에 대한 부분이 가장 큰 걸림돌이 됐다. 국내 시장에서 비즈니스를 하려면 원활한 커뮤니케이션이 필요했지만 우리말을 할 수 없는 나탈리아 박사로서는 직접 할 수 있는 일에 제약이 있을 수밖에 없었다. “한국 시장은 변화에 민감하고 트렌드에 빠르게 변화하기 때문에 한국 비즈니스 문화를 먼저 이해하기 위한 노력을 한 후에 한국 시장 진출을 꾀하는 것이 좋습니다.” 나탈리아 박사는 우리나라 스타트업 환경의 매력만큼이나 높은 시장 이해가 필요하다고 설명한다. 우리

- Air quality**
CO, CO₂, NOx, O₃, VOCs
(Formaldehyde, Benzene, Solvents), PM_{1,2.5},
Pollution source index
- HVAC**
Pressure, Temperature, Humidity, Noise,
Air filter effectiveness index
HVAC failure index
Energy efficiency index
- People**
Occupancy, Health & Safety index

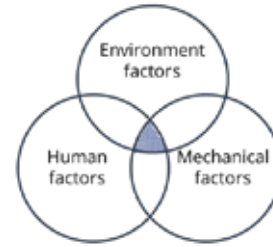
나라 시장이 유행에 민감하고, 그 변화도 빠르기 때문에 언어와 문화에 대한 이해가 충분해야 한다는 것이다. 나탈리아 박사는 국내 시장 진출을 염두에 둔 스타트업들에게 한국어 뿐 아니라 문화에 능숙한 사람을 통해 제품과 관련된 시장 조사를 해보는 것이 필요하다고 조언했다. 어떤 제품으로 언제, 어떻게 시장에 진출해야 할 지 계획을 세우는 것만으로도 비즈니스의 틀을 마련하는 데에 큰 도움이 될 것이라는 설명이다.

위브에어도 국내 진출 초기에는 영어와 한국어를 모두 할 수 있는 사람들의 도움을 많이 받았지만, 결국에는 전적으로 함께 일할 수 있는 직원이 필요했다. 외국인 이 국내에서 언어와 기술, 경험이 풍부한 사람을 만나는 것은 쉬운 일이 아니었다. 나탈리아 박사는 해외 프리랜서 플랫폼인 업워크(Upwork)를 통해 구인을 했고, 그 과정에서 한국지사 대표를 맡고 있는 임현숙 대표 이사를 만나 공동 대표로 법인을 이끌고 있다.

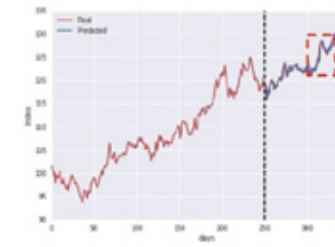
“언어와 기술을 모두 이해할 수 있는 인재를 만나는 것은 늘 어렵지만 외국 스타트업들에게는 더 큰 장벽으로 느껴질 수 있습니다. 스타트업과 인재들을 연결해주는 전문 플랫폼이 있다면 큰 도움이 될 것입니다.”

인재 채용에 대한 고민은 거의 모든 스타트업이 갖고 있는 숙제이다. 해외 스타트업에게는 그 장벽이 더욱 크게 느껴질 수 있다. 단순히 언어와 규제만을 이해하는 것이 아니라 현지의 적절한 파트너를 찾고, 시장이 원하는 요구 사항을 이해하는 것은 매우 중요하다. 인재에 목마른 스타트업은 더욱 부딪치는 부분이기도 하다. 동시에 정부나 스타트업 생태계가 해외 스타트업에 기대하는 부분 중 하나가 바로 좋은 일자리 환경을 만드는 것이기 때문에 양쪽을 이어주는 적절한 인재 채용 플랫폼에 대한 이야기는 귀담아 들을 필요가 있다.

위브에어 솔루션 장점



Cost savings
 Reduced maintenance costs
 Reduced insurance costs



Productivity
 Employee health & wellbeing
 Reduced downtime



Energy savings
 Reduced operators costs
 CSR, LEED, WELL integration



전세계 15개 이상 관련 대회에서 우승한 위브에어와 미래 예측 가능 플랫폼 공기질 모니터링 센서장비

글로벌 스타트업에 문 활짝,
 큰 가능성 띄고 있는 무대

“대한민국은 세계에서도 손꼽히는 유니콘 기업들이 배출되고 있습니다. 당장의 시장 진출이 아니라고 해도 스타트업 관련 투자사, 액셀러레이터, 정부 기관의 문은 활짝 열려 있고, 이들과 함께 하면서 정보와 경험을 얻는 것이 언젠가 있을 한국 시장 및 세계 시장 진출에 도움이 될 것입니다.”

나탈리아 박사는 스타트업의 무대로서 우리나라의 창업 환경과 가능성을 높게 평가했다. 국내 스타트업 생태계는 초창기부터 해외와 활발하게 교류를 했고, 다양한 기술과 경험, 문화를 주고받아 왔다. 우리의 창업가들이 해외로 영역을 넓히는 것 만큼이나 해외 기업들이 우리나라에 관심을 갖는 것에 대해서도 문이 활짝 열려있다.

위브에어의 2021년은 큰 변화를 앞두고 있다. 본격적으로 제품을 양산하고, 우리나라뿐 아니라 전 세계 시장 진출이 시작되기 때문이다. 그 과정에서 국내 시장이 큰 역할을 맡고 있다.

위브에어의 성장은 우리나라가 시장으로서의 매력 뿐

아니라 아시아의 지역본부, 연구 개발 기지로서의 역할을 비춰볼 수 있는 중요한 기회가 될 것으로 기대된다.

위브에어

📍 **Asia Office** 경기 성남시 분당구 판교로289번길 20(삼평동, 판교 테크노밸리스타트업캠퍼스) 3동 1층
 ☎ +82-10-9899-2242 ✉ hyeonsuk@weavair.com
 🌐 www.weavair.com



| 서울스타트업스 |

인바운드 스타트업에게 묻다 한국에서 창업활동 어떤가요

국내 해외 스타트업과 외국인 창업자들은 2016년부터 정보통신산업진흥원의 K-Startup Grand Challenge와 서울글로벌창업센터 개관 등을 통해 부각되기 시작했다.

한국 스타트업의 생태계는 아웃바운드(outbound) 뿐만 아니라 인바운드(inbound)에서도 빠르게 확장됐다. 하지만 과연 국내 스타트업 무대는 외국인 창업 관계자를 맞이할 준비가 되었을까.

2019년부터 서울 스타트업스(Seoul Startups)는 매년 국내 커뮤니티 설문조사를 하며 한국 스타트업 진화를 관찰했다. 그 결과, 지난 3년 동안 한국은 폐쇄적인 시장에서 국제적인 활동을 하는 생태계로 발전했다. 그러나, 아직까지도 외국인 창업자 및 해외기관의 진입을 방해하고 있는 장애요소가 있다. 외국인 창업자들이 한국 스타트업 생태계에서 겪고 있는 가장 큰 어려움은 창업관련 인프라가 대부분 한국어로만 되어 있고 한국인 co-founder 또는 팀원 찾기가 쉽지 않다는 것이다.

서울 스타트업스는 현 스타트업 생태계 관계자들의 활발한 협업으로 위 상황을 개선 가능하다고 생각한다. 2021년에도 코로나19로 생태계 발전, 커뮤니티 빌딩, 네트워킹 등 스타트업 무대에 필수 활동은 어려울 것이다. 하지만 본 설문조사가 제시하는 인사이트

가 한국 글로벌 스타트업 생태계의 기능을 강화하고 유의미한 변화를 만드는데 기여하기를 바란다.



본 설문조사는 『S² Bridge : 인천』이 서울스타트업스에 의뢰해 국내 스타트업 생태계에 관심이 있는 외국인 창업 관계자의 의견을 파악하기 위해 진행되었다.

What the community looks for in the Korea startup scene?

한국에서 스타트업 활동을 하기 위해 필요한 것은 무엇인가요?



Startup Founder/Co-Founder

I'm looking for:

1. Network
2. Talent
3. Government Institutions



Startup Member

I'm looking for:

1. Network
2. Talent
3. Investors

Government/VC/AC

I'm looking for:

1. Incubators/Accelerators
2. Network
3. Investors



Prospective Entrepreneurs

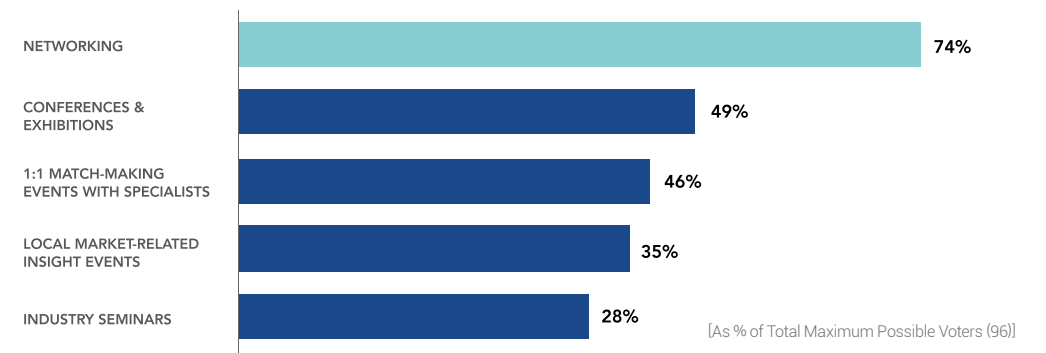
I'm looking for:

1. Network
2. Talent
3. Incubators



What types of startup events & activities are they looking for?

스타트업 활동을 위해 필요한 행사나 활동은 무엇인가요?



Benefits and values from startup events

스타트업 관련 행사에 참여하는 이유는 무엇인가요?



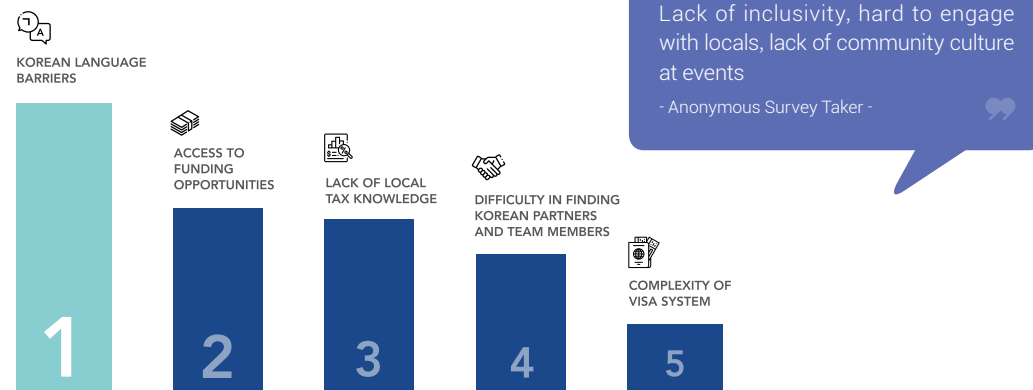
What do they want from online events?

언택트 행사 기획 시 중점을 두어야 하는 점은 무엇인가요?



Biggest Pain Points

한국에서 스타트업 활동 시 가장 힘든 점은 무엇인가요?



Expectations of Korean startup ecosystem

한국 스타트업 생태계에 바라는 점은 무엇인가요?



한국 시장이 '글로벌 스타트업 허브'로 발전하기 위해 K-스타트업, 지원기관 담당자, 투자자 등 생태계 구성원의 글로벌 마인드가 필요하다. 또한 일상 생활에 영어 사용, 외국인 커뮤니티와의 연계 및 소통, 해외 스타트업 성장 기회 제공도 필요하다.

“ 한국 시장이 글로벌 스타트업 허브가 되기 위해서 ”

- 1 한국인과 외국인 스타트업 관계자(창업자, 액셀러레이터, 투자자 등) 네트워킹을 위한 행사 제공
- 2 국내 창업 지원사업, 시장 인사이트 및 조사 등의 영문 발행
- 3 한국인 창업자들의 해외 진출 및 글로벌 스타트업 커뮤니티 문화 교육 지원 (언어, 네트워킹, #givefirst 등)
- 4 외국인 창업자와 스타트업 관계자들을 위한 국내 지원 기관, 대기업 의사결정자, 투자자, 스타트업 등 매칭 및 연계 제공

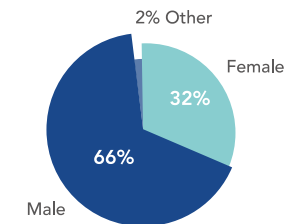
Survey Demographics

Nationality

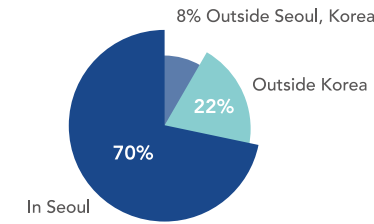
United States	18%	India	4%	Australia	3%	Spain	3%
France	9%	Poland	4%	Germany	3%		
Canada	5%	United Kingdom	4%	Russia	3%		



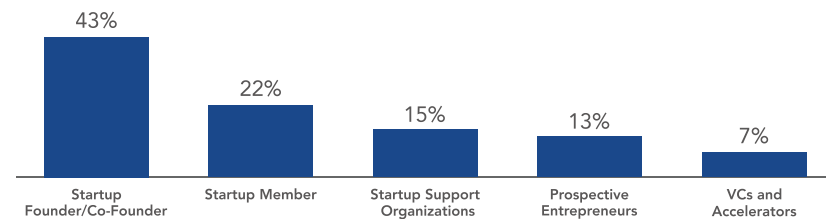
Gender



Living

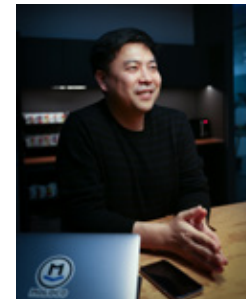


Occupation



실리콘밸리의 코리안 스타트업과 성공을 향한 A to Z

김동신 샌드버드 대표, 하형석 미미박스 대표,
안익진 몰로코 대표, 이주환 스윗 대표,
이진형 LVIS 대표, 정세주 눀 대표



글 | 손재권 더밀크 대표

지각 변동은 항상 기회이다. 팬데믹인 지금은 창업하기 아주 좋은 시기이다. 좋은 제품을 만들어 원격으로 협업하고, 영업할 수 있는 방식을 배울 수 있기 때문이다. 위축되기보다는 이 시기에 어떤 기회가 생길지 살피고 시장 변화에 대한 감수성을 키워 좋은 회사를 많이 만들어야 한다.

실리콘밸리 산머테이오에 본사를 둔 API 소프트웨어 서비스(SaaS) 회사 샌드버드의 김동신 대표는 지난 2020년 코로나 팬데믹 기간에 실리콘밸리에서 가장 빨리 성장한 한인 스타트업 중 하나다. 코로나 팬데믹으로 인해 채팅 API의 수요가 폭발했고 결국 성장의 열매를 맺었다. 아직 시리즈B 단계이지만 실리콘밸리 한인 스타트업 중에서는 실리콘이미지 이후 약 20년만에 나스닥 상장에 가장 근접한 회사로 꼽힌다.

샌드버드는 각 기업의 모바일 앱이나 홈페이지에 채팅 기능을 넣을 수 있도록 응용프로그램 인터페이스(API)

를 제공하는 B2B 스타트업이다. 메시징과 채팅 기능이 없는 인터넷 기업에 소프트웨어 개발자도구(SDK)를 제공해 자체적으로 서비스할 수 있도록 만들어준다. 예를 들어 NBA, 야후스포츠, 고젝, 레딧, 국민은행, 넥슨, 쿠팡, 티몬 등 국내외 기업들에 샌드버드의 채팅 솔루션을 활용, 각사의 채팅 기능을 운영하고 있다.

이 회사는 실리콘밸리에서 챗봇의 급부상으로 이 시장을 사실상 개척해서 오늘날 세계 1위 기업으로 자리매김했다. 특히 API 비즈니스는 3세대 소프트웨어 서비스(SaaS)로 코로나 팬데믹 이후 성장성이 더 큰 비즈니스다. 샌드버드는 '채팅 API' 1위로 이 분야 독보적 기술력과 실력을 자랑하고 있다.

그동안 많은 한국 스타트업이 실리콘밸리 진출을 위해 노력했지만 성공 사례는 많지 않았다. 중국, 인도는 물론 이스라엘 스타트업이 실리콘밸리에서 존재감을 드러내는 것에 비해 질과 양에서 턱없이 부족한 것이 사실이다. 하지만 김동신 대표와 샌드버드는 한국 스타트업이 혁신의 본고장 실리콘밸리에서 성공할 수 있는 '모범사례'를 보여주고 있다. 때문에 실리콘밸리의 K스타트업 그리고 한국 스타트업의 미국 시장 진출과 성공을 향한 A to Z를 가장 잘 보여줄 수 있는 사례로 꼽힌다.

김동신 샌드버드 대표, 하형석 미미박스 대표, 안익진 몰로코 대표, 이주환 스윗 대표, 이진형 LVIS 대표, 정세주 눀 대표 등을 통해 한국 스타트업의 성장과 미국(실리콘밸리) 진출 및 성공 사례를 살펴본다.

글로벌 스타트업, 꿈이 아니라 현실이어야 한다

스타트업의 꿈은 글로벌 무대에서 인정받는 회사가 되는 것이다. 시장 규모에 따르겠지만 기업가치 10억달러(유니콘) 이상이 되기 위해선 이용자(소비자)들이 한 국가에서 생산, 소비되는 것이 아니라 세계에서도 통용되는 서비스를 만들어야 한다. 많은 스타트업이 ‘글로벌 무대’를 꿈꾸면서도 실제 행동은 ‘로컬’에 머물거나 만족하는 사례가 많았다.

하지만 김동신 대표는 꿈이 글로벌에서 통하는 서비스를 만드는 것이었고 특히 글로벌 스타트업이 치열하게 경쟁하는 ‘실리콘밸리’에서 인정받아야 한다고 굳게 믿고 실행에 옮겼다. 김 대표는 아이폰용 모바일 게임과 페이스북용 소셜 게임을 전문으로 개발하는 벤처회사 파프리카랩을 설립하고 일본의 모바일게임 업체 ‘그리’에 매각하면서 글로벌 사업을 할 수 있는 기틀을 다졌다.

김 대표가 초기 창업한 파프리카랩에선 아이폰용 게임 2개, 페이스북 소셜 게임 1개를 출시했는데 모두 해외용 게임으로 한국에선 서비스 하지 않았다. 김 대표는 당시 직접 했던 매경 인터뷰에서 “해외 시장이 더 크고 한국에서 보다 더 쉽게 일할 수 있기 때문에 선택과 집중이 필수적인 벤처기업 입장에서 한국 시장에 들어가려 애를 써야 할 이유가 없다”고 말했다.

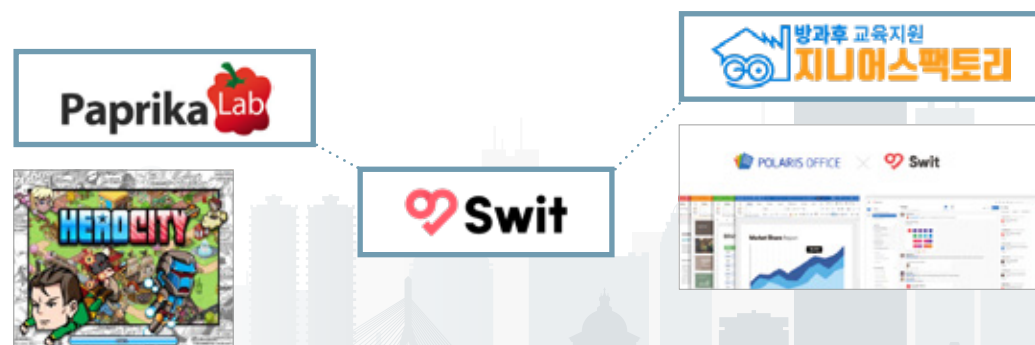
모바일 게임 특성상 한국에 규제가 많아서 해외 서비스를 먼저 시작한 것이지만 마인드셋을 ‘글로벌’에 뒀기 때문에 가능한 일이었다. 김 대표는 정부 사업도 효과적으로 활용했다. KIC 등의 기관에서 제공하는 실리콘밸리 연수 프로그램을 통해 실리콘밸리에 법인을 만들고 본격적인 오피스를 내기전에 미리 진출을 타진하

기도 했다. 정부 기관의 지원을 통해 미국 진출을 타진, 현재 실리콘밸리에서 성장 가도를 달리는 대표와 기업 중에 스윗의 이주환 대표도 성공 사례로 꼽힌다.

이주환 대표는 학습자 맞춤형 스마트 마인드맵 교육 앱 시스템인 ‘지니어스팩토리’를 창업해 한국의 창조경제혁신센터, 본투글로벌, KIC 등의 지원을 받았다. 정부지원 이후 글로벌 진출에 대한 꿈을 이루기 위해 실리콘밸리로 건너와 사업을 완전히 피뎠다. 이 대표는 지니어스팩토리를 협업툴인 ‘스윗(SWIT)’으로 바꾸고 코로나 팬데믹 이후 큰 성장의 발판을 마련했다.

스윗은 팀 메시징과 캘린더 등 업무 관리 기능을 통합한 협업 도구인데 샌프란시스코에 10명, 서울 50명 규모의 개발 및 영업팀을 운영 중이다. 지난해에는 세계 최대 스타트업 행사 중 하나인 ‘스타트업 그라운드 글로벌 콘퍼런스 2020’에서 ‘올해의 성장 스타트업(Growth Startup of the Year)’상을 받기도 했다. 실리콘밸리에 적극적으로 도전하지 않았다면 글로벌 B2B 기업으로 사업 피봇과 성장은 이뤄내지 못했을 것이다. 스윗은 글로벌 성공을 꿈꾸는 한국인 대표가 어떻게 포기하지 않고 성과를 낼 수 있었는지 증명하고 있는 사례로 꼽힌다.

특히 코로나 팬데믹은 오히려 글로벌 진출에 호재가 될 수 있다. 팬데믹 이전엔 투자 유치 뿐 아니라 본사를 실리콘밸리에 옮기거나 핵심 경영진이 미국에 체류해야 했지만 이후엔 그 같은 분위기가 바뀌었다. 최근엔 한번도 오프라인에서 직접 만나지 않고도 ‘줌’ 미팅을 통해 투자를 받는 사례가 대부분이기 때문이다.



Y콤비네이터 등 글로벌 액셀러레이터에 도전

김동신 대표와 샌드버드가 글로벌 무대에서 성장할 수 있는 계기가 된 것은 에어비앤비, 드롭박스, 레딧 등 스타트업을 유니콘 기업으로 키워낸 실리콘밸리 액셀러레이터 Y콤비네이터(YC)에 지원, 합격, 졸업한 것이다.

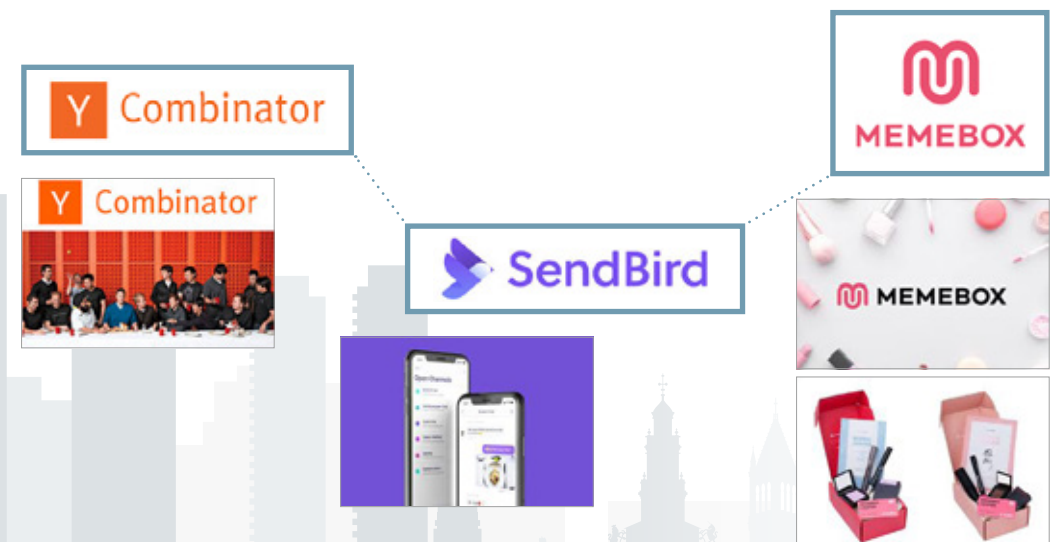
서울대 컴퓨터학과 출신의 김 대표는 한국에서는 알아주는 학력이지만 실리콘밸리에서는 연구도 없고 스탠포드나 UC버클리 출신도 아니고 구글, 페이스북 등 대기업 출신도 아니었다. 하지만 ‘유니콘 사관학교’로 불리는 YC를 졸업한 후엔 스타트업으로서의 인생이 달라졌다. 한국 스타트업 중에는 샌드버드는 당시 미미박스에 이어 2호였다. 실리콘밸리에서 본격적으로 사업을 진행하기 전에 YC 라는 세계 최고 수준의 액셀러레이터에서 내공을 쌓은 것.

김동신 대표는 YC에서 고객 중심의 제품 개발이란 무엇인가, 커뮤니케이션을 단순하고 명확하게 하는 방법, 시스템이 완전히 한국과 다른 미국에서 어떻게 어려움을 극복할 수 있을지에 대한 멘토들의 조언을 받으며 성장했다. 김 대표는 회사 성장에 Y콤비네이터가 큰 도움이 됐으며 인재를 구할 때도 ‘Y콤비네이터 출신’이라는 것이 도움이 됐다고 강조하고 있다.

김 대표는 “스타트업이 한우라고 한다면 Y콤비네이터를 졸업했다고 하면 A++ 등급을 받은 것 같은 느낌이였다”고 말할 정도다.

YC 출신의 미미박스도 성공적 실리콘밸리 안착 사례로 꼽힌다. 지난 2014년, 한국 스타트업 최초로 YC를 졸업했고 이후 굿워터 캐피탈, 알토스 벤처스, 카우보이 벤처스 등 글로벌 벤처투자사로부터 투자를 유치했다. 미미박스는 특히 YC 설립자 폴 그레이엄(Paul Graham)이 직접 전화해서 “화장품으로 성공할지는 모르겠지만 죽지는 않을 것 같다”라고 하면서 조언한 것으로 유명하다. YC 최초의 화장품 스타트업이기도 하다. 이후 미미박스가 비즈니스 모델을 피봇(전환) 하면서 YC는 큰 힘이 됐다.

한국 스타트업 중 YC 출신 중에는 정진욱 대표의 시어스랩 등이 있다. YC 외에도 테크스타즈, 500스타트업 등이 글로벌 무대로 나갈 수 있는 발판을 만들어주는 액셀러레이터로 꼽힌다. 글로벌 무대로 가기 위해선 시행착오를 최소화해야 하는데 YC, 테크스타즈, 500스타트업 등이 발판이 될 수 있다. 때문에 글로벌 스타트업을 꿈꾸고 있다면 이들 글로벌 액셀러레이터에 먼저 발을 디는 것이 가장 효과적이고 실질적인 방법이다.



구글, 스탠퍼드 출신

실리콘밸리에서도 스타트업 성공 확률을 높일 수 있는 방법으로 꼽히는 것은 ‘구글’이나 ‘스탠퍼드’ 출신이라는 사례다. 특히 구글은 많은 구글러들이 회사에서 나온 후 창업, 다시 구글에 인수되거나 또는 성공가도를 달리는 사례가 많아서 구글러들의 창업은 당연한 것으로 까지 여겨진다. 스탠퍼드대는 실리콘밸리 인재의 요람이고 레리 페이지, 세르게이 브린(구글), 에반 슈피겔(스냅) 등 창업자들이 많아서 스탠퍼드 출신들이 모두 성공하는 것은 아니지만 인맥 및 네트워크 측면에서도 유리한 것이 사실이다.

한국 스타트업 중에서는 ‘구글’ 출신 안익진 몰로코 대표와 하정우 베어로보틱스 대표, 김창원 타파스미디어 대표 그리고 ‘스탠퍼드’ 출신 중에는 현직 교수인 이진형 LVIS 대표가 성공 사례로 꼽을 수 있다.

특히 안익진, 하정우 대표는 구글을 박차고 나와 창업, 각각 영역에서 독보적 길을 개척하고 있다. 특히 지난 2014년 초 실리콘밸리에서 모바일 광고 플랫폼 회사인 몰로코를 창업한 안익진 대표는 구글에서 유튜브 초기 멤버로서 머신러닝 기술을 활용, 지금의 수익화 모델을 만들어낸 주역이다. 유튜브의 ‘추천 동영상’ 개발팀에서 일하면서 오늘날 유튜브의 황금 수익을 만드는데 기여하기도 했다. 이 같은 경험을 바탕으로 광고 기술 회사 ‘몰로코’를 창업 이미 3,000~4,000억원 매출을 일으키는 회사로 키워냈다. 안 대표는 이 같이 성장할 수 있는 배경에 ‘구글’에서의 경험을 꼽고 있다. 구글에서 나온 이후에도 구글 클라우드 사업부와 일하면서 여전히 구글과의 끈을 놓지 않고 있다.

서빙 로봇 ‘서비’를 개발한 베어로보틱스의 하정우 대표도 구글 출신이다. 베어로보틱스는 소프트뱅크, 롯데액셀러레이터 등으로부터 총 3200만달러(약 373억원) 규모의 시리즈A 투자를 유치, 화제가 된 바 있다. 롯데액셀러레이터, 스마일게이트, DSC인베스트먼트도 투자에 참여했다. 하 대표도 ‘구글’에서의 경험이 창업 이후 회사를 성장시키는데 큰 도움이 됐다고 말한다. 하 대표는 “구글, 인텔 등 7개 정도 회사에서 일해 봤는데 구글이 정말 배울 것이 많았다. 직원들에게 잘 해주고 동기부여도 잘해준다”고 말했다. 이어 “사용자들이 무엇을 원하는지를 우선으로 해야 하고 우선순위를 만들고 정한다. 이것을 모두 구글에서 배웠다”고 말했다.

이진형 LVIS 대표는 현직 스탠퍼드 의대 신경과 겸 공대 바이오공학과 교수다. 스탠퍼드에서는 교수가 창업, 운영하는 사례가 많다. LVIS는 인간의 뇌를 기계의 전회로로 파악해 뇌의 생체학적인 질병을 전기 회로도 상의 문제로 진단하는 플랫폼을 만들고 있다. 이 기술이 상용화되면 뇌 신경 질환을 치료하는 데 혁신적인 성과가 될 것으로 기대받고 있다.

이 교수는 “코로나19 사태에서 알 수 있듯이 정확한 진단은 의료에서 중요하다. LVIS 플랫폼이 완성되면 뇌가 오동작을 일으키는 정확한 문제점을 파악하고 그것을 바탕으로 정상화하는 치료가 가능해진다”고 설명했다. 이진형 교수의 LVIS도 스탠퍼드 현직 교수 프리미엄과 문제 해결이 글로벌하다는 점 때문에 시리즈B에서 큰 자금을 유치할 수 있었다.

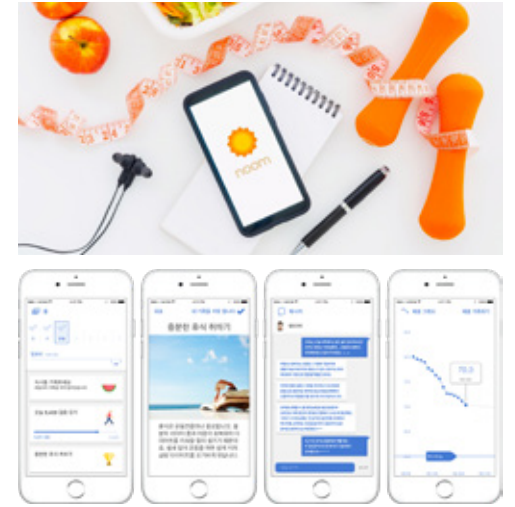
불굴의 의지로 글로벌 스타트업 만든 사례



놈(Noom)의 정세주 대표

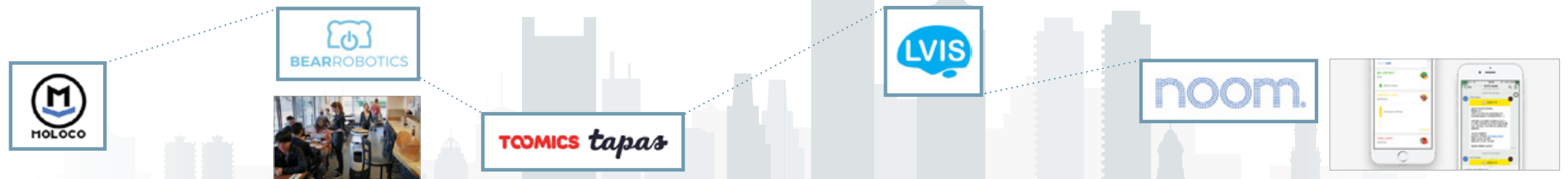
Y콤비네이터 지원 및 졸업, 한국 정부의 지원 사업, 구글 및 스탠퍼드 출신은 성공 확률이 상대적으로 높은 것이 사실이다. 하지만 이 같은 조건이 아니라고 해서 글로벌 스타트업이 안되는 것은 아니다. 놈(Noom)의 정세주 대표 사례다.

정세주 대표의 ‘놈’은 세쿼이아캐피털 등 실리콘밸리 유수 벤처캐피털로부터 675억원 투자를 유치했다. 2007년 창업한 이후 지금까지 유치한 총투자액은 1억 1,470만 달러(약 1374억원)에 달하고 매출도 2,700억원으로 매년 4배가량 성장하고 있다. 놈은 뉴욕 나스닥 상장(IPO)에 가장 근접한 한인 스타트업이다.



정세주 대표는 글로벌 액셀러레이터 출신도, 구글 페이스북 스탠퍼드 출신도 아니다. 25세에 홀홀단신 미국으로 건너가 창업에 뛰어들었다. 한국에서는 대학 시절 회귀 음반을 팔았고 미국 뉴욕에 건너가 뮤지컬 사업도 하고 뉴욕 할렘가에서 방향도 했다. 구글의 엔지니어인 아템 페타코프(Artem Petakov)를 만나 지금의 ‘놈’을 창업했는데 구글 출신도 아닌 정 대표가 무조건 그를 찾아가 사업을 만들어냈다.

정 대표가 미국으로 건너오게 된 사연이나 솔한 실패를 딛고 계속 도전하는 삶을 살고 있는 것은 모두 ‘성공 공식’을 따라서가 아니라 글로벌 사업을 하고 성공하겠다는 의지 때문이었다. 정주영 회장 등이 “해봤어?”라고 하던 정신을 정세주 대표에게서 발견할 수 있는데 이는 글로벌 진출을 꿈꾸는 많은 스타트업에게 귀감이 될만하다.



GLOBAL

STARTUP

REPORT

3

코로나19 이후
글로벌 스타트업 생태계 전망
'THE CONNECT 2020 :
Global Startup Alliance Live'

- 092 THE CONNECT 2020 :
Global Startup Alliance Live
- 094 | Session 1 |
코로나19 이후 스타트업 생태계를 이야기하다
 - #1 포스트 팬데믹, 글로벌 연대는 강화되어야 한다
 - #2 코로나 19 이후, 한국 스타트업 생태계 변화
 - #3 포스트 팬데믹, 위기를 도전의 기회로!
- 103 | Session 2 |
국내외 스타트업 생태계 변화를 이야기하다
 - #4 GS홈쇼핑의 오픈 이노베이션 전략과 CVC
 - #5 SAPiO의 스타트업 투자 및 성장 협력 사례
 - #6 싱가포르 스타트업 생태계의 구축과 성장 과정
- 113 | Session 3 |
글로벌 협력의 가능성을 이야기하다
 - #7 포스트 팬데믹, 글로벌 협력의 새로운 방향성
 - #8 지금은 글로벌 위기가 아닌 글로벌 기회의 시간
 - #9 코로나 19 시대에 맞는 비즈니스 : VivaTech의 사례

THE CONNECT 2020 : Global Startup Alliance Live

코로나19 이후의 국내외 스타트업 생태계



THE CONNECT 2020 : Global Startup Alliance Live

신한금융그룹이 운영하는 스타트업 육성 플랫폼『S² Bridge : 인천』은 2020년 10월 코로나19 이후 글로벌 스타트업 생태계 협력 강화를 위한 글로벌 콘퍼런스(부제 : THE CONNECT 2020)를 온·오프라인으로 동시 개최했다.

콘퍼런스 주제는 코로나19 이후 달라질 스타트업 생태계의 전망, 그리고 대기업 오픈 이노베이션의 의미와 성과, 기업형 벤처 캐피탈(CVC) 발전방향 및 글로벌 협력 방향 등이며, 스타트업얼라이언스가 협력사로 참여해 총 3개 세션으로 진행됐다.

첫 번째 세션에서는 글로벌 액셀러레이터 ‘테크스타즈(Techstars)’의 공동 창업자인 브래드 펠드(Brad Feld)가 ‘포스트 팬데믹 글로벌 연대 강화방안’을 주제로 기조연설을 하고, 이용관 블루포인트파트너스 대표가 코로나19 이후 한국 스타트업 생태계 변화를, 전성민 가천대 글로벌경영학과 교수는 코로나19 이후 글로벌 스타트업 생태계의 환경 변화를 전망했다.

두 번째 세션에서는 박영훈 GS홈쇼핑 부사장이 국내 CVC의 진화과정과 발전방향에 대해, 스티븐 톱(Steven Tong) SAP.iO 파운드리 싱가포르 대표가 SAP와 글로벌 스타트업간 솔루션 및 비즈니스 협력 사례에 대해 발표하고, 싱가포르 정부 산하 스타트업 지원기관인 SG이노베이트(SGInnovate)의 투자책임자 시엔웨이 톱(Hsien-Hui Tong)이 싱가포르 정부의 스타트업 정책을 소개했다.

마지막 세 번째 세션에서는 프레이라 아부 바카르(Dzuleira Abu Bakar) 말레이시아 글로벌 혁신창조 센터 CEO가 코로나19 이후 글로벌 협력의 새로운 방향성에 대해 발표하고, 최선 마인더드브릿지(Mind the Bridge) 아시아총괄본부장과 프랑스 파리에서 열리는 스타트업 기술 박람회 비바테크(VivaTech) 공동 창립자인 빈센트 비올랑(Vincent Viollain)이 스타트업 글로벌 협력사례에 대해 발표했다.

일정	주제	주요 내용
세션 1	스타트업 생태계	<p>포스트 팬데믹, 글로벌 연대는 강화되어야 한다! 코로나 이후, 달라지는 스타트업 생태계 전망 어떻게 ‘뉴-노멀’을 찾을 것인가, 새로운 방식의 모색과 전망 ■ Speaker : Brad Feld, Founder of Techstars</p>
		<p>코로나-19 이후, 한국 스타트업 생태계 변화 코로나 이후 한국 스타트업 생태계는 어떤 환경 변화를 겪고 있는지 점검 및 향후 전망 ■ Speaker : 이용관, 블루포인트 파트너스 대표</p>
		<p>포스트 팬데믹, 위기를 도전의 기회로! 코로나 이후 글로벌(실리콘밸리) 스타트업 생태계는 어떤 환경 변화를 겪고 있는지 점검 및 향후 전망 ■ Speaker : 전성민, 가천대 경영대학 글로벌경영학과 교수</p>
세션 2	오픈 이노베이션	<p>GS 홈쇼핑의 오픈 이노베이션 전략과 CVC 대기업의 Open Innovation의 의미, CVC 진화 방향 ■ Speaker : 박영훈, GS홈쇼핑 부사장</p>
		<p>SAP.iO의 스타트업 투자 및 성장 협력 사례 SAP와 글로벌 스타트업간 솔루션 및 비즈니스 협력 사례 ■ Speaker : Steven Tong, Head of SAP.iO Foundry Singapore</p>
세션 3	글로벌 얼라이언스	<p>싱가포르 스타트업 생태계의 구축과 성장 과정 아시아 국가의 정부 스타트업 정책 사례 소개 ■ Speaker : Hsien-Hui Tong, Head of Investments @ SGInnovate</p>
		<p>포스트 팬데믹, 글로벌 협력의 새로운 방향성 코로나 이후, 글로벌 협력은 어떻게 이루어져야 할까, 글로벌 연대의 방향성 전망 ■ Speaker : Dzuleira Abu Bakar, CEO of Malaysian Global Innovation and Creativity Centre</p>
		<p>지금은 글로벌 위기가 아닌 글로벌 기회의 시간 글로벌 협력 사례 발표 ■ Speaker : Sun Choi, General Manager, Asia of Mind the Bridge</p>
		<p>코로나19 시대에 맞는 비즈니스 : VivaTech의 사례 글로벌 협력 사례 발표 ■ Speaker : Vincent Viollain, Head of Partnerships & Startups at VivaTech</p>



세션별 연사 연설 후 진행된 패널토의 장면

Session 1 • 스타트업 생태계

#1 포스트 팬데믹, 글로벌 연대는 강화되어야 한다

브래드 펠드 테크스타즈 공동 창업자
Brad Feld, Founder of Techstars

코로나19는 세계적으로 많은 사회적 변화를 이루었다. 스타트업을 바라보는 관점에서는 2020년 1월 이전으로 돌아가는 것을 상상하기 어려울 만큼 빠른 변화가 일어났으며 5년이 걸릴 일이 단 6개월만에 이루어졌다. 비즈니스, 창업, 혁신, 그리고 상업적인 측면까지 어느 때보다 파격적인 발전이었다.

“저는 현재 2025년에 살고 있다고 생각합니다. 순식간에 5년을 뛰어넘은 것이지요. 미국의 경우 10년이 더 걸릴 것 같다고 내다봤던 원격 의료가 불과 한 달만에 자리를 잡았습니다. 극소수의 사람들이 실험적으로 쓰던 기술이 대중화가 된 것이지요.”

〇〇

5년이 걸릴 일이 단 6개월만에 이루어졌습니다.

어느 때보다 파격적인 발전이 이루어지고 있는 지금,

이 순간이 미래입니다. 〇〇

브래드 펠드(Brad Feld) 테크스타즈 설립자는 지금 이 순간이 미래라는 전제를 꺼냈다. 원격 의료만 해도 불과 얼마 전까지는 환자와 의사, 그리고 병원과 보험사도 여러가지 각자의 이유로 원하지 않던 기술이었다. 하지만 코로나19로 병원 가는 것 자체를 꺼림직해 하면서 모두가 자연스럽게 원격 진료를 받아들였다.

방법을 배웠고, 원격으로 의사와 환자가 만나는 것이 어색하지 않은 일이 됐다. 언젠가 다시 방문 진료를 받게지만 원격 진료를 경험해보면서 새로운 기술과 시스템을 바라보는 태도가 바뀌었다. 이런 급격한 변화는 스타트업에게는 큰 기회라는 것이 브래드 펠드 설립자의 설명이다.

“‘뉴노멀’이라는 말이 있습니다. 개인적으로는 뉴노멀이라는 것은 없다고 생각합니다. 코로나 이후 우리 사회는 긍정적이든, 부정적이든 많은 요소들이 바뀔 수밖에 없습니다. 우리도 세상의 모든 것을 대하는 방식이 바뀌어야 합니다. 뉴노멀이라는 말 속에는 우리 사회가 2020년 1월로 다시 돌아갈 수 있을 것이라는 생각이 담겨 있습니다. 하지만 우리는 미래를, 앞으로 일어날 혁신에서 자신이 어디로 가고 있는지를 바라봐야 합니다.”



2020 신한금융그룹 스타트업 콘퍼런스 첫 강연의 문을 열어준
브래드 펠드 테크스타즈 설립자

66

특정 분야에 대한 집중보다는

정말 좋아하는 것에 에너지를 쏟는 것이 훨씬 가치가 있습니다. 99

브래드 펠드 설립자는 우리가 동시에 두 개의 다른 연도에 산다고 생각해 보라고 말했다. 갑자기 찾아온 미래 세상이 주는 변화들에 대해 저항하고, 이전으로 되돌리려는 것보다 변화를 유연하게 받아들이는 것이 큰 힘이 될 것이라고 말했다.

“두 번째는 2040년에 산다고 가정해 봅시다. 2020년을 배경으로 한 과학 소설들은 대부분 1960~1980년대에 쓰였습니다. 그 상상들은 많은 부분에서 우리 앞에 현실화 되었습니다. 여러분이 20년 뒤의 미래로 순간이동해서 그 세상에서 일어날 일들을 떠올려보는 겁니다. 정확한 답을 맞추는 것보다 그 과정을 통해 창업가들은 시장에서 오랫동안 살아남을 수 있는 아이디어와 통찰력을 얻게 될 겁니다.”

브래드 펠드 설립자는 코로나19가 우리가 예측할 수 있는 결과로 이어지지 않을 수 있다고 말했다. 코로나19 상황이 언제 끝난다고 누구도 자신할 수 없다는 것이다. 그 대신에 지금 코로나19로 이어지는 모든 상황들이 우리의 일과 비즈니스에, 커뮤니티에 영향을 끼치고 있다는 것을 이해하고, 힘든 상황이 끝났을 때를 그려봐야 한다는 이야기다.

“스타트업은 그 자체로 ‘복잡계’의 영역이기 때문에 여러분이 언제 목표를 성취하고, 언제 성공할지 알 수 없습니다. 투자자로서는 지금 여러분들이 세운 계획은 맞지 않을 것이라고 봅니다. 계획을 갖는 것은 좋은 일이지만 모든 일이 계획대로 흘러가지는 않습니다. 하지만 그 계획이 있어야 현상을 읽고 올바른 대응을 할 수 있는 유연성을 갖출 수 있게 되기 때문입니다. 어렵지만 코로나19는 이 능력치를 만들어주는 계기입니다.”

스타트업 뿐 아니라 우리가 하고 있는 수많은 일들이 언제까지나 지금과 같은 자리를 차지하지 않을 가능성

이 높다. 꼭 코로나19 때문이 아니라 우리의 세상이 빠르게 변하고 있기 때문이다. 그래서 특정 분야에 대한 집중보다는 정말 좋아하는 것에 에너지를 쏟는 것이 훨씬 가치가 있다는 브래드 펠드 설립자의 말이 조금은 다르게 들린다.

인상적인 것은 질문에 대한 답이었는데 브래드 펠드는 ‘젊은 창업가들이 어떤 분야에 관심을 가져야 하나요?’라는 질문에 ‘좋아하는 것 안에서 비즈니스의 가치가 만들어지는 것’이라고 답했다. ‘좋아하는 것을 즐기면서 일하라’는 어쩌면 뻔한 이야기처럼 비칠 수 있지만 세상은 숨가쁨 정도로 빠르게 변화하고 있고, 촘촘하게 짜여진 계획대로 모든 것이 따라 움직이지는 않는다. 그 안에서 가장 슬기로운 대처는 스스로를 즐겁게 하는 일이라는 것이다. 그리고 창업과 비즈니스에는 정답이 없기에 변화하는 시장에 빠르게 대처할 수 있어야 한다는 결론이다.



2020 신한금융그룹 스타트업 콘퍼런스 사회자 Mike Kim

Session 1 • 스타트업 생태계

#2 코로나19 이후, 한국 스타트업 생태계 변화

이용관 블루포인트 파트너스 대표



‘코로나19 이후, 한국 스타트업 생태계 변화’를 주제로 강연중인 이용관 블루포인트파트너스 대표

“스프링 끝의 추를 잡아당기면 제자리로 돌아가려는 복원력과 스프링이 당겨지는 질량 등이 힘겨루기를 하면서 위아래로 움직이는 복잡한 운동을 합니다. 지금 우리 사회가 코로나19 팬데믹을 경험하는 과정과 매우 많이 닮아 있습니다.”

이용관 대표는 스프링에 매달린 추를 보여주며 이야기를 시작했다. 변화가 찾아오면 복원력을 맡는 스프링이 작동하지만 한 번 움직이기 시작한 세상은 관성을 갖고 계속해서 움직인다. 그리고 이 움직임을 방해하는 저항도 작용하게 마련이다. 물리 세계에서는 자연스러운 과정이지만 이 요소들이 우리 사회에도 똑같이 작용한다.

이용관 대표는 세상은 왜 무엇인가를 바꾸려는 변화의 힘과 원래대로 돌리려는 저항이 함께 작용하는지에 대해 조심스럽게 답을 꺼내 놓았다.



66

스타트업 관점에서도 코로나19는 변화를 받아들이고
새로운 가치를 찾을 수 있어야 합니다. 99



“먹고 살아야 하니까 일을 하고, 경제 활동을 해야 합니다. 생존과 관계된 것이지요. 그리고 동시에 친구들을 만나야 얻을 수 있는 즐거움을 포기하기도 어렵습니다. 사회적 관계에 대한 욕구인 셈인데, 결국 이런 요소들이 코로나19의 상황을 인지하면서도 이전의 세상으로 돌아가고자 하는 복원력이 작용하는 겁니다.”
관성도 마찬가지로입니다. 기본적으로 사람은 이제까지 해 왔던 일들, 생활을 그대로 이어가고자 합니다. 그게 편하니까 말이지요. 어떻게 보면 마스크를 써야 하는 상황, 그리고 이를 강제하는 정책과 규제 등이 관성에 부딪치게 되는 것이지요.
하지만 우리가 예전으로 돌아가지 못하는 이유는 뭘까요? ‘감염될 수 있다’는 공포감입니다. 결국 생활과 습관, 사회적 관계들에 대한 저항이 분명 있지만 동시에 달라진 원칙들을 지키지 않으면 병에 걸릴 수 있다

는 위기 의식이 우리 사회가 변화를 받아들이고 이어가게 하는 것이지요. 변화에 대한 힘입니다.”
이용관 대표는 방역과 의료 시스템, 그리고 백신과 치료제가 그 저항을 줄여주는 역할을 한다고 했다. 여기에 좀 등 원격 업무를 돕는 도구들이 더해지면서 변화가 받아들여지는 과정을 겪고 있다고 설명했다. 그런데 이용관 대표는 그 과정이 좋다, 나쁘다를 떠나 충격이 크고 반복되면서 애초에 생각하던 것과 전혀 다른 평형 상태로 흘러갈 수 있다고도 설명했다.
“코로나19가 처음 퍼질 때는 말 그대로 사회가 혼란 속에 얼어붙었습니다. 극장에 가지 않고, 음식점에 모이지 않았습니다. 아예 접촉을 끊었던 건데, 이후에 화상회의 등을 통해서 만나고 영화도 집에서 보고, 가상 세계에서 게임을 통해 사람들을 만나기 시작합니다. 2차적인 반응이지요.”

이용관 대표는 코로나19 이후의 평형 상태가 예측하기 어려운 방향으로 흘러 왔다고 말했다. 골프장 회원권의 가치가 떨어지다가 코로나19 이후 엄청나게 늘었고 수입차, 성형수술, 수입 가구 시장이 크게 성장한 것은 자기 만족에 대한 소비가 늘어나는 일종의 ‘복원력’ 때문이라고 말했다.

“스타트업 관점에서도 코로나19는 변화를 받아들이고 새로운 가치를 찾을 수 있어야 합니다.”

이용관 대표는 특히 인재를 채용하는 과정에서도 완전히 다른 흐름이 찾아올 것이라고 말했다. 이제까지 인재를 판단하던 기준과 완전히 다른 가치를 갖고 신뢰를 만들어야 한다는 것이다.

66

충격이 주어졌을 때
변화를 멈추려는 것보다
상황을 어떤 관점에서
바라보아야 할 지에 대한
고민이 필요합니다. 99

“스타트업이나 사람을 신뢰하게 되는 프로세스를 구축하는 과정은 아주 어렵습니다. 정보나 지식에 대한 것들은 온라인이나 서류를 통해서 판단할 수 있습니다. 하지만 진정성이나 열정 같은 부분은 온라인에서 파악하기 굉장히 어렵습니다. 하지만 우리는 인재를 뽑고, 투자를 결정해야 하죠. 이전으로 돌아갈 수 없으면 우리는 어떻게 해야 할까요?”

만나지 않고 신뢰가 만들어지는 프로세스가 요구되는 이유입니다. 일 하는 방법도 달라져야 하고, 스스로를 만들어가는 과정도 변화가 필요하다는 이야기입니다.”
이용관 대표는 주변의 평판뿐 아니라 우리를 설명할 수 있는 디지털 트윈에 대한 필요성이 요구될 수도 있다고 봤다. 중요한 것은 충격이 주어졌을 때 변화를 멈추려는 것보다 상황을 어떤 관점에서 바라보아야 할 지에 대한 고민이 필요하다는 결론은 많은 생각을 하게 만든다.



#3 포스트 팬데믹, 위기를 도전의 기회로!

전성민 가천대학교 경영대학 글로벌경영학과 교수



가천대학교 글로벌경영학과 전성민 교수는 코로나19와 스타트업 생태계의 변화를 조금 더 깊이 짚었다. 코로나19의 충격은 굳이 데이터를 꺼내지 않아도 모두가 공감하고 있다. 미국의 관점에서 보면 진주만 폭격의 사망자가 2,400여 명이고, 9.11 테러의 희생자가 3,000여 명인데 코로나19로 사망한 환자의 수가 22만 명을 넘겼다.

“코로나19는 진주만보다 100배 큰 위력의 폭탄, 혹은 9.11 테러가 70일 동안 이어지는 상황과 비교될 만큼의 영향을 끼치고 있습니다. 경제적으로 보면 전쟁이나

대공황과 다르지 않습니다. 정부는 권한을 강화하고 개개인을 더 통제하고자 합니다. 그 안에 IT도 작지 않은 영향을 끼칠 겁니다.”

〰

코로나19는 진주만보다 100배 큰 위력의 폭탄, 9.11 테러가 70일 동안 이어지는 상황과 비교될 만큼의 영향을 끼치고 있습니다. 〰



전성민 교수의 설명은 정부의 역할은 세금의 인상을 예상할 수 있고, 시장의 자체적인 기능들은 악화될 수 있다는 점으로 연결된다. 이제까지 세상의 모든 자원에 대한 가치 판단, 의사 결정은 시장에서 가격을 통해 이루어져 왔으나 이제는 정부에서 결정할 가능성이 높아진다는 것이다.

“온라인으로 오페라를 무료로 볼 수 있는 기회가 생겼습니다. 실제로는 아주 비싼 공연이지만 기업들의 지원으로 온라인에 공개된 것입니다. 그런데 ‘왜 수많은 작품 중에서 해당 작품이 선정이 됐을까’라는 고민이 들었습니다.”

이전까지는 시장에 오페라 공연이 공개되고, 사람들은 여러가지 정보와 가치 판단을 통해 입장권을 구입했다. 하지만 코로나19로 공연 업계가 어려워지면서 누군가 기준을 갖고 하나의 공연을 고르게 된 셈이다. 전성민 교수는 더 많은 선택이 정부 중심으로 이뤄지게 되면 정부에 가까운 사람들이 이익을 볼 수 있는 가능성이 커질 수 있다고 했다. 위기를 극복하기 위해

서 정부는 더 많은 돈을 쓰게 되고, 이를 위해 세금이 오를 수 있다고도 말했다. 이런 상황에서 벤처 캐피탈은 어떤 투자 패턴을 갖게 될까?

“미국 샌프란시스코의 마크 캐닌 교수가 지난 16년 동안 정리한 벤처 캐피탈 컨피던스 인덱스를 살펴보면 2008년에 그 수치가 급격히 떨어졌습니다. 그런데 지금 코로나19의 영향은 더욱 큼니다. 2008년보다 더 낮아서 지난 16년 사이 가장 낮은 수준으로 떨어졌다는 겁니다. 벤처 투자자들이 적극적으로 투자하지 않는다는 것이 드러나는 데이터입니다. 하지만 지난 2020년 3분기의 데이터를 보면 상당히 많이 회복되었습니다.”

어려운 상황에서도 투자는 이어진다. 시드 단계나 시리즈 A에서는 여전히 투자 심리가 떨어지고 있다. 하지만 어느 정도 자리를 잡은 후기 단계, 즉 시리즈 C나 시리즈 D 등의 투자는 늘어났다. 시리즈 D는 빈도뿐 아니라 투자 금액도 크게 성장했다.

“불확실성 때문입니다. 벤처 투자자들은 이제까지의

투자 포트폴리오를 바탕으로 미리 약속한 수익률을 내야 합니다. 이미 있는 포트폴리오에 더 집중해서 투자를 하면 해당 스타트업이 더 빠르게 성장하고, 이후에 이 회사를 매각하거나 상장할 수 있는 가능성이 높아지기 때문에 지금으로서는 미래를 보는 초기 단계보다는 어느 정도 성장한 기업들을 선호하게 되는 겁니다.”

66 지금 스타트업들이 가져야 할 전략 중에서 가장 중요한 것은 버터내는 것입니다. 99

이 투자의 흐름은 스페이스X나 에픽게임즈 같은 큰 규모의 기업들에도 이어진다. 이미 조 단위의 투자가 진행되고 있으며 반면에 초기 단계의 스타트업은 아주 제한적인 투자 환경에 맞닥뜨리고 있다.

인수 합병이나 주식 상장을 통한 엑시트도 늘어나는 추세이다. 벤처 투자자 입장에서는 펀드를 운영하면서 수익을 내고 엑시트를 해야 한다. 지금 상황에서는 어느 정도 규모가 갖춰진 기업들을 내보내서 수익을 현실화하고 있다. 한 마디로 스타트업이 투자를 유치하기가 점점 더 어려워진다는 것이 전성민 교수의 설명이다.

“정부에서 경기 부양을 목적으로 한 투자가 늘어날 가능성도 있습니다. 스타트업 입장에서는 초기 단계를 위한 정부 주도의 투자를 목표로 신경 쓸 필요가 있습니다. 하지만 지금 스타트업들이 가져야 할 전략 중에서 가장 중요한 것은 버터내는 것입니다. 위축되지 말라는 이야기입니다.”

전성민 교수는 상황이 좋지 않으면 처음에는 남 탓을 하다가 어느 순간 스스로에게 잘못을 찾게 된다고 말했다. 그 과정에서 내가 잘 하는 것이 무엇인지에 대한

자기성찰의 시간을 가지며 비즈니스의 이론이 변화하게 된다고 했다.

그리고 리스타트업을 다시 돌아봐야 한다는 메시지도 전했다.

“어떻게 버텨야 할 것인지에 대한 리스타트업 방법을 고민해야 하는 겁니다. 언제 상황이 개선될지는 알 수 없지만 외부의 변화보다 스스로 이 상황을 어떻게 이겨낼 것인지에 대한 문제를 찾아가는 전략이 필요한 것이지요. 발표 마지막 마윈의 일화는 매우 현실적인 충고였습니다.

마윈이 1999년 창업하고 정점에서 비즈니스를 시작했다가 2~3년 굉장히 고생했는데, 이를 이겨낸 뒤 늘 하는 이야기가 있습니다. ‘Today is tough, Tomorrow is tougher, The day after tomorrow, it will be happy’입니다. 버티면 경쟁자들이 먼저 사라지기 때문에 언젠가는 행복해질 수 있다는 이야기입니다.”



Session 2 • 오픈 이노베이션

#4 GS홈쇼핑의 오픈 이노베이션 전략과 CVC

박영훈 GS홈쇼핑 부사장



‘GS홈쇼핑의 오픈 이노베이션 전략과 CVC’ 주제로 강연중인 박영훈 GS홈쇼핑 부사장

GS홈쇼핑은 20여년 동안 홈쇼핑이라는 산업을 이끌어 왔고, 지속적인 성장을 해 온 유통 대기업이다. GS홈쇼핑은 여전히 리더십을 지켜 왔지만 모든 기업은 태생적으로 성장에 대한 부담을 안고 있다. 세상이 바뀌고 환경이 달라지면서 기업도 수명을 갖게 됐다. 성장 동력을 어떻게 유지할 수 있을지에 대한 고민이 필요한 시점

이다. GS홈쇼핑도 성장 동력을 위한 노력의 일환으로 ‘오픈 이노베이션 전략’을 중요하게 여기고 있었다.

“GS홈쇼핑은 코퍼레이트 벤처 캐피탈(CVC, Corporate Venture Capital)이라는 형태의 오픈 이노베이션 톨을 활용하고 있습니다. 이 프로그램을 통해서 GS홈쇼핑은 전략적 투자자가 됐습니다. 통상적인 벤처 투자자들이 재무적으로 실적을 올리는 것을 가장 큰 목표로 하고 있습니다. CVC는 어느 정도 수익 회수도 중요하지만 그보다도 새로운 서비스와 사업 기술, 그리고 인재 확보 등 전략적인 기회에 더 집중하고 있습니다.”



66

혁신 기업들, 인재들과 지속적으로 관계를 가질 수 있는 가장 확실하고 현실적인 방법이 투자입니다. ∞



강연자와 청중, 온라인 패널들이 함께하는 패널 디스커션

GS홈쇼핑이 스타트업에 투자하는 방법은 전략적 제휴 관계이면서 적절한 자본 파트너십을 갖는 정도의 관계를 만드는 것이라고 한다. 내부에서는 ‘시그니피칸트 마이너리티(Significant Minority)’라고 부른다. 굳이 해석하자면 ‘의미 있는 소수파’ 정도로 풀어볼 수 있다. 경영권을 확보하지는 않지만 지분률이 너무 낮아서 경영에 전혀 참여할 수 없는 수준도 피한다. 10~20% 정도의 지분률로 이사회에 참여해 의사결정 과정에 참여는 하지만 직접적인 개입을 하지는 않는다. GS홈쇼핑의 투자 포트폴리오는 시장 기준으로 국내와 해외가 반반, 그리고 투자 방법에 따라 직접 투자와 간접 투자가 반반 정도로 이뤄지고 있다. 해외는 중국과 미국, 그리고 동남아시아와 중동까지 다양하게 투자가 이뤄지고 있으며 투자 규모는 3천억 원대에 이른다.

“제가 처음 GS홈쇼핑에 합류했을 때 회사 내부에서는 바뀌어야 한다는 위기 의식은 높았지만 구체적으로 어떻게 해낼 것인가에 대해서는 명확한 답이 없었습니다. 하지만 내부에서 혁신 동력을 만들어내는 데에 한계가 있다면 외부에서 찾아야 하고, 그 답은 가장 혁신이 많이 일어나는 곳에 있을 것이라는 확신이 있었습니다. 직접 찾아가야 한다는 원칙을 세웠고, 세계에서 가장 혁신이 활발하게 일어나는 실리콘밸리와 테헤란밸리라고 판단했습니다. 그리고 그들과 가장 밀접하게 관계를 맺을 수 있는 방법은 바로 투자였습니다.”

한 마디로 GS홈쇼핑의 CVC는 벤처 기업에 투자해서 수익을 올리지 않고 회사의 진화와 발전, 그리고 변화를 위한 오픈 이노베이션에 더 집중한다. 혁신 기업들, 인재들과 지속적으로 관계를 가질 수 있는 가장 확실하고 현실적인 방법이 투자이기 때문이다. 그래서 박영훈 부사장은 내부에서 CVC를 통한 투자를 직접 수익과 연결시키지 말라고 당부했다.

“CVC 투자가 실패해도 괜찮습니다. 돈을 벌기 위한 투자가 아닙니다. 전력적으로 의미가 있다면 손해를 봐도 좋습니다. 강력한 지원이 따라야 목적에 맞는 투

자를 할 수 있습니다. 다행히도 5~6년 지난 지금 시점에서 보면 수익률도 좋은 편입니다.

돈이 되는 회사에 투자한다기 보다는 더 현실적으로 혁신과 가능성을 가진 기업, 기술, 인재에 투자한다는 원칙이 세워진 겁니다. GS홈쇼핑의 투자 목표는 혁신을 배우는 것인데, 따져보면 혁신 동력을 갖고 있는 스타트업과 인재들이 비즈니스를 성공시킬 수 있다는 기본적으로 원칙적인 기대와도 맞아 떨어집니다.”

박영훈 부사장은 CVC에 관심을 갖는 기업들에게 조언도 빼놓지 않았다. 박 부사장이 꺼내 놓은 첫번째 원칙은 ‘급하게 시작하지 말라’는 것이었다.

“급하게 시작하면 마음도 따라서 급해지게 마련입니다. 결국 좋은 딜을 찾아다니게 되고, 빨리 수익을 만들어내는 것만 따지게 됩니다. 이게 투자의 악순환에 빠지는 지름길입니다. 투자는 장기적인 관점이 필요합니다. 적어도 5년 이상을 내다볼 수 있는 가치를 찾아야 합니다. 투자를 시작할 때도 적어도 5년 이상 함께 하겠다는 약속을 창업자를 비롯해 주요 주주들과 나누어야 합니다. 신뢰와 확신이 없으면 투자의 규모가 자연스레 줄어들게 되고, 스타트업의 성장에도, CVC의 오픈 이노베이션이라는 과제도 훼손되게 마련입니다.”

두 번째 조언으로 전문가가 필요성을 이야기 했다. 많은 기업들이 투자를 시작할 때 돈만 있으면 쉽게 접근할 수 있다고 생각하는 경향이 있다. 하지만 실제 스타트업과 벤처 캐피탈 업계는 아주 폐쇄적인 커뮤니티를 중심으로 조용히 투자가 이뤄지기 때문에 네트워크의 역할이 아주 중요하다.

66

성장 동력을 얻기 위한 오픈 이노베이션의 가장 효과적인 도구로서 코퍼레이트 벤처 캐피탈(CVC, Corporate Venture Capital)을 인식해야 합니다. 99

박영훈 부사장은 그 네트워크에 자연스럽게 녹아들 수 있는 인사이드, 전문가가 필요하다고 말했다. 업계의 보이지 않는 규칙을 이해하고 참여할 수 있는 사람이 있어야 한다는 것이다. 결코 초기 접근이 쉽지 않은 것이 스타트업 투자 시장입니다. 해외 투자 역시 뚜렷한 목표를 가질 필요가 있다. GS홈쇼핑은 미국과 중국, 그리고 동남아시아와 중동에 투자 중이며 각 시장마다 혁신의 관점이 전혀 다르다. “미국과 중국의 특징이 매우 다릅니다. 중국은 애플리케이션 중심의 시장이 아주 빠르게 성장하고 있습니다. 이용자가 아주 많고, 개인 정보를 비롯한 데이터를 훨씬 자유롭게 쓸 수 있습니다. 미국의 경우 기초 기술이 강하기 때문에 실리콘밸리에서 나오는 혁신들이 차별성이 있다고 보고 있습니다. 그 시장 경험을 몸으로 익히기에 가장 좋은 방법이 투자입니다. 그리고 그 기술과 경험을 검토하고 발전시킨 뒤, 동남아시아와 중동으로 가져가서 직접 사업을 해 보거나, 유사한 비즈니스 모델을 갖고 있는 파트너와 시장에 적용하는 전략을 갖고 있습니다.”

이른바 ‘도메인 전략’이다. GS홈쇼핑은 1년에서 1년 반에 한번씩 업데이트하면서 변화하는 비즈니스 환경에 빠르게 적응할 수 있는 기반 체력을 다지고 있다. 지금도 뉴테크, 데이터, AI, 커뮤니티, 플랫폼, 커머스, 마케팅 등의 영역을 나누고 그 안에 적절한 포트폴리오를 만들어내고 있다. 박영훈 부사장은 개별 포트폴리오를 중요하게 여기는 벤처캐피탈과 CVC는 접근 방법 자체가 다를 수 밖에 없는 가장 큰 이유라고 설명했다. 그리고 박영훈 부사장은 CVC의 원칙을 거듭 강조했다. 투자를 위한 투자가 아니라 회사 전체의 혁신, 그리고 성장 동력을 얻기 위한 오픈 이노베이션의 가장 효과적인 도구로서의 CVC가 중요하다는 것이다. 적극적인 투자와 운영이 원래 비즈니스에도 도움이 된다는 점을 받아들이기 시작하는 데에 적어도 5년 이상의 시간이 걸렸다고 말했다. 기업에게 5년은 결코 짧지 않은 시간이지만 GS홈쇼핑은 그 시간을 거치면서 변화의 답을 어떻게 찾아야 할 지 알게 됐고 그 결과 가장 큰 투자 성과를 거두게 됐다고 말했다.



Session 2 • 오픈 이노베이션

#5 SAP.iO의 스타트업 투자 및 성장 협력 사례

스티브 통 SAP.iO 파운드리 싱가포르 대표
Steven Tong, Head of SAP.iO Foundry Singapore



‘스타트업 투자 및 성장 협력 사례’ 주제에 강연중인 스티브 통 SAP.iO 파운드리 싱가포르 대표

SAP.iO는 독일의 비즈니스 소프트웨어 솔루션 개발 기업인 SAP 내에서 스타트업 파트너십을 맡는 조직이다. SAP의 소프트웨어, 특히 전사적 자원관리(ERP, Enterprise Resource Planning) 솔루션은 세계적으로 막대한 영향력을 갖고 있다. 전 세계에서 일어나는 거래와 매출의 77%가 SAP의 솔루션을 거치지만 SAP가 스타트업들과 긴밀하게 움직이고 있다는 점은 잘 알려지지 않았다. 발표를 맡은 스티브 통(Steven Tong) 대표는 SAP가 외부 스타트업 생태계와 어떻게 손을 잡아가고 있는지에 대해서 설명했다. 스티브 통은 SAP.iO의 탄생 배경, 목적으로 SAP가 스타트업들과 의미있는 파트너십을

맺고, 그 관계를 이어가는 데에 있다고 했다. “SAP.iO가 바라보는 의미있는 파트너십은 SAP의 서비스들을 여러 스타트업의 솔루션과 통합하는 것입니다. SAP는 소프트웨어에 쉽게 접근할 수 있는 API들을 열어두고 기술적 지원을 하기 때문에 스타트업들이 SAP 솔루션 위에서 각자의 서비스, 기능들을 붙일 수 있습니다.”



〇〇

SAP.iO가 스타트업을 파트너로 선정하는 데 가장 중요한 원칙은 SAP가 갖고 있는 기존 사업과 겹치지 않으면서도 상호보완을 할 수 있어야 한다는 것입니다. 〇〇

스티븐 통은 SAP를 하나의 서비스 플랫폼으로 만드는 것으로 설명했다. SAP의 소프트웨어에는 막강한 기능들이 있지만, 시장의 모든 요구 사항을 보편적으로 만족시킬 수는 없다. 그 부분을 스타트업들과 협업해서 풀어내고 있다.

SAP는 스타트업들의 솔루션 연동이 끝나면 해당 서비스를 SAP 앱 센터에 등록해서 영업 부서가 솔루션을 판매할 때 함께 판매하도록 하고 있다. 시장 진출을 돕는 것이다. 쉽게 보자면 애플의 앱스토어, 구글의 안드로이드 구글 플레이같은 일종의 SAP 전용 앱 마켓을 운영하는 셈이다. 스타트업들은 SAP를 토대로 사업을

꾸려가고, 전 세계 시장에 판매할 수 있는 공식적인 창구를 확보하게 되는 것입니다. 그리고 이는 SAP의 '기능적 기업 전략' 기초와 맞닿아 있다고 설명했다.

“SAP.iO가 스타트업을 파트너로 선정하는 데에는 명확한 기준이 있습니다. 가장 중요한 원칙은 SAP가 갖고 있는 기존 사업과 겹치지 않으면서도 상호보완을 할 수 있어야 한다는 것입니다. SAP는 이미 너무 많은 제품과 솔루션을 갖고 있기 때문에 이 부분을 만족시키는 것이 가장 까다롭습니다. 그래서 이 부분을 스타트업들과 활발하게 협업해서 더 나은 가치를 만들어내려고 합니다.”

“두 번째는 스타트업이 비즈니스를 이어갈 수 있을 만큼 투자를 받았는지, 그리고 세 번째는 스타트업이 시장에 직접 제품을 내놓고 효과적으로 사례를 설명할 수 있는 고객사가 있는지의 여부입니다. 그러다 보니 저희는 초기 단계의 스타트업과 협업하는 경우가 드뭅니다. SAP.iO의 목표는 스타트업을 SAP의 고객사와 직접 연결해서 더 큰 시장에 나갈 수 있는 기회를 만들어주는 것이기 때문입니다.”

SAP는 단순한 투자가 아니라 실제 비즈니스를 하고 있는 고객사들에게 안정적으로 기능을 제공하고 있다. 말썽이 생기면 당연히 고객사들은 SAP의 사용 경험에 영향을 받게 되고, 이는 SAP로서도 얻는 것보다 잃는 것이 훨씬 많을 수밖에 없다. 비즈니스 현장에서 확실한 성과를 증명해야 하는 것이다. 엄격할 수밖에 없는 이유는 명확하다. 하지만 SAP는 이 외에도 다른 접근 방법을 갖고 있는데 이는 ‘펀드와 파운드리’이다. “SAP.iO 펀드는 컴퓨터 사이언스와 관계 있는 초기 스타트업을 대상으로 투자를 한다. 미국 실리콘밸리와 유럽의 전문가들이 많은 기업들을 살피고, 투자 가치를 결정합니다. 이 펀드의 목적은 명확합니다. 인공지능, 블록체인 같은 신기술을 발전시켜서 SAP의 사업 모델을 보완하기 위해서입니다. 또 다른 투자인 파운드리라는 SAP가 기존에 갖고 있는 소프트웨어들의 기능을 보완할 수 있도록 스타트업의 소프트웨어를 통합해서 패키지 형태로 고객사에게 판매하는 것입니다.

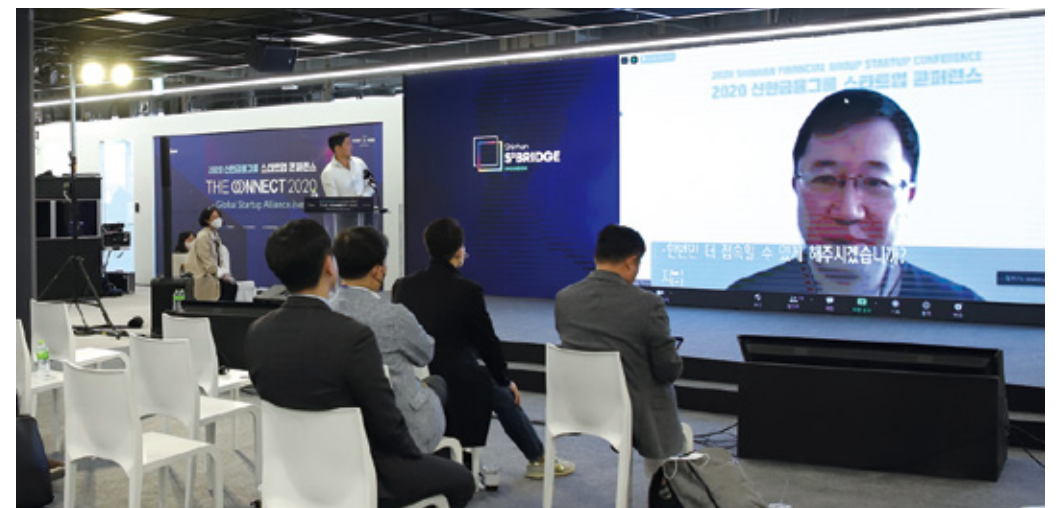
유럽, 미국, 싱가포르, 도쿄, 인도 등의 시장에서 3개월 단위로 지원이 이어지고 있습니다.”

SAP가 스타트업에 관심을 갖고 지원하는 이유는 오픈 이노베이션을 통해 고객사에게 더 높은 가치를 주기 위해서이다. 이미 많은 기업들이 디지털 트랜스포메이션을 속제로 두고 있다. 코로나19로 그 수요는 더 가속화되고 있다. 시장은 급변하고 있고, 기술과 비즈니스 모델의 변화는 기업들에게 위기, 혹은 혼란으로 다가갈 것이다.

〇〇

SAP.iO의 스타트업 지원 프로그램은 SAP와 스타트업 파트너가 함께 혁신을 만들어가는 과정입니다. 〇〇

“저희는 스타트업과 협업을 통해 SAP 솔루션을 이용하는 고객들에게 더 큰 가치를 전달하고자 합니다. 고객들이 지불한 비용 안에서 스타트업을 지원하고, 그 결과물들이 다시 SAP가 갖고 있지 않았던 혁신 기술들을 불러와 다시 고객사들에게 혜택으로 돌아가는 것이지요. SAP.iO의 스타트업 지원 프로그램은 SAP와 스타트업 파트너가 함께 혁신을 만들어가는 과정입니다.”



#6 싱가포르 스타트업 생태계의 구축과 성장 과정

시엔웨이 퉁 SG이노베이트 투자책임자
Hsien-Hui Tong, Head of Investments at SGInnovate



SG이노베이트는 싱가포르 정부의 후원을 바탕으로 초기 단계의 딥테크 기업들을 지원하고 있다. 직접 투자를 하기도 하고, 비즈니스를 확장하도록 돕기도 하고, 홍보도 돕는다. 앞서 발표한 SAPIO와 같이 일할 수 있을 정도로 스타트업의 비즈니스를 발전시키는 역할도 한다. 발표를 맡은 시엔웨이 퉁(Hsien-Hui Tong) SG이노베이트 투자책임자는 “싱가포르 스타트업의 발전은 SG이노베이트와 밀접한 관련이 있다”는 말로 이야기를 시작했다.

“싱가포르 정부가 2015년부터 2020년까지 스타트업의 발전을 위한 리서치와 여러 지원 활동에 투자한 비

용은 190억 싱가포르 달러(한화 약 15조8천억 원)에 달합니다. 싱가포르 정부의 스타트업 투자 목적은 여러 가지가 있지만 그 중 하나는 다른 민간 업체들이 정부의 투자 규모 이상으로 시장에 참여하도록 유도하는 데에 있습니다.”

싱가포르는 대표적으로 정부 주도의 스타트업 발전이 이뤄지는 시장이다. 정부가 가장 적극적으로 나서서 스타트업을 키우고, 해외 진출을 돕는다. 반대로 유망한 스타트업을 싱가포르에 유치하기도 하면서 전반적인 스타트업 생태계가 싱가포르에 자리잡도록 여러가지 지원을 하고 있다.

〇〇

싱가포르는 Genome 2017에서 발표한

‘스타트업 인재가 가장 많은 지역’에서 1위를 차지했습니다. 〇〇

“당장 모든 신기술 관련 사업에 투자와 지원을 쏟아 붓기 어렵기 때문에 지난 5년 동안은 e커머스과 인공지능, 핀테크 등 디지털 경제 서비스에 집중적으로 투자를 했습니다. 그리고 이제 2025년까지의 다음 집중 투자 비즈니스 분야를 논의하고 있습니다. 싱가포르 정부가 딥테크와 테크 스타트업 생태계에 집중하는 투자가 스타트업 업계 발전에 큰 기여를 하고 있습니다.”

싱가포르는 Genome 2017에서 발표한 ‘스타트업 인재가 가장 많은 지역’에서 1위를 차지했다. 시엔웨이 퉁 투자책임자는 이를 단순히 교육 환경으로 만들어진 결과의 아니라고 해석했다. 한 마디로 인재가 싱가포르에 모여들고 있다는 뜻이다.

“외국인들이 싱가포르에서 일을 하려고 할 때 일반적으로는 취업 비자를 발급받는데, 싱가포르 정부는 Entrepass라는 비자 프로그램을 통해 취업 비자보다 훨씬 수월하게 싱가포르에 들어와서 창업할 수 있도록 했습니다. 이 영향이 결국 세계의 창업 인재들을 싱가

포르로 불러들이고 있는 것입니다.”

싱가포르는 5만 5천여 개 기술 스타트업이 정부의 허가를 받았다. 핀테크, 자율주행 차량 등 혁신을 이끄는 비즈니스들은 이노베이션 샌드박스를 바탕으로 정부 정책에 따라서 새로운 시도를 이어갈 수 있도록 기회를 주었다.

“세계 경제 포럼(World Economic forum)에서 한 조사에 따르면 싱가포르는 전 세계 경쟁력 순위 1위로 선정됐습니다. 국가가 나서서 새로운 비즈니스에 대해 열린 마음을 갖고, 성장을 돕기 위한 정책을 펼치고 있기 때문이라고 봅니다. 하지만 이 외에도 벤처 캐피탈들의 투자가 지속적으로 늘어나면서 스타트업 생태계에 영향력이 커지고 있다는 점도 주목해야 합니다.”

2015년 싱가포르가 스타트업 비전을 담은 RIE2020을 처음 발표했을 때만 해도 적은 투자자들이 나섰지만 스타트업이 늘어나고 생태계가 풍성해지면서 더 많은 벤처 투자자들이 싱가포르에 발을 들였다. 그 투자



규모는 다시 싱가포르의 스타트업 생태계를 키워고 있다. 선순환 구조가 되기 시작했다.

“싱가포르의 스타트업 관련 정책과 프로그램은 상당 부분 미국 실리콘밸리와 이스라엘 텔아비브에서 가져왔기 때문에 비슷한 부분이 있긴 합니다. 하지만 모든 정책이 싱가포르에서 기대한 것과 똑같이 작동하지는 않았습니다. 아예 정 반대의 결과가 나오는 경우도 있었습니다. 적절한 현지화가 필요했습니다. 그리고 투자자의 입장에서 보는 시선들이 발전하면서 기업들이 직접 나서서 CVCA나 C펀딩처럼 혁신을 위한 투자를 하기도 했습니다.”

싱가포르 정부는 스타트업이 아이디어를 내고 기술 검증과 프로토타입, 그리고 실제 마케팅으로 이어지는 전 과정을 이해하고 있고, 각 단계에 있는 스타트업들에게 적절한 지원이 이뤄지도록 여러가지 정책을 운영하고 있다.

실제로 여러가지 형태의 투자자와 액셀러레이팅 프로그램이 생태계에 적극적으로 참여하고 있고, 대학들이 나서 아이디어의 유효성과 현실화를 판단하고 있다. 리서치 기업들도 지적 재산과 혁신들을 눈여겨보고 있다. 본격적인 비즈니스가 시작되면 ‘스타트업 파운더(Startup Founder)’와 ‘스타트업 테크(Startup Tech)’ 등을 통해 단계별로 보조금을 받고, ‘스타트업 탤런트(Startup Talent)’를 통해 유능한 인재를 확보할 수 있다. 이후에도 사무실 공간과 비즈니스 액셀러레이팅, 지적재산권, 자본 관리 등 사업에 필요한 기본적인 부분

부터 기업들이 어려워하는 부분들에 대한 체계적인 지원을 열어두었다.

“싱가포르 정부는 스타트업이 아이디어를 내고 기술 검증과 프로토타입, 그리고 실제 마케팅으로 이어지는 전 과정을 이해하고 있고, 각 단계에 있는 스타트업들에게 적절한 지원이 이뤄지도록 여러가지 정책을 운영하고 있습니다.”

국가가 나서서 새로운 비즈니스에 대해 열린 마음을 갖고, 성장을 돕기 위한 정책을 펼치고 있는 것이다. 싱가포르 정부의 적극적인 투자는 이제 원활한 생태계를 만들어냈다고 보기에 충분한 결과들을 내놓고 있다. 정부 주도의 비즈니스 생태계 성장에 대해서는 여러가지 시선이 있을 수 있지만 머뭇거리는 시장에 혁신을 주고 혁신을 이끌어낼 수 있는 가장 확실한 방법은 정부의 지원이라는 점을 확인시켜주는 사례다.



온라인 강의를 하고 있는 Hsien-Hui Tong, SGI노베이트 투자책임자



강연자와 청중, 온라인 패널들이 함께하는 패널 디스커션

Session 3 • 글로벌 얼라이언스

#7 포스트 팬데믹, 글로벌 협력의 새로운 방향성

프레이라 아부 바카르 말레이시아 글로벌 혁신창조센터 CEO
Dzuleira Abu Bakar, CEO of Malaysian Global Innovation and Creativity Centre



‘글로벌 스타트업간의 협력 강화를 위한 노력’이라는 주제로 온라인 강연을 시작하는 프레이라 아부 바카르 말레이시아 글로벌 혁신창조센터 CEO

매직(MaGIC)은 말레이시아의 과학기술부 산하에 있는 테크 스타트업과 사회 혁신을 강화하는 기관이다. 2014년에 세워져서 여러가지 프로그램을 통해 스타트업 간의 네트워크를 발전시키고, 새로운 스타트업들이 시장에 안정적으로 진입할 수 있도록 프로그램을 운영하고 있다. 특히 규제를 풀어내는 데에는 여러가지 역할을 하면서 지난 5년간 10만 개가 넘는 스타트업과 4억 6,500만 달러(한화 약 5,100억 원) 이상의 가치를 만들어냈다.

“신기술과 혁신을 담당하는 기관으로서 저희는 5가지 주요 역할을 맡고 있습니다. 첫 번째는 혁신을 문화로 만드는 것이고, 두 번째는 성공 가능성이 있는 중요한

혁신을 지원하는 것입니다. 그리고 스타트업 생태계로 더 많은 사람들을 참여하도록 하고 이를 통해 말레이시아인들이 더 나은 사회적, 경제적 혜택을 얻을 수 있도록 기회를 마련하는 겁니다. 마지막은 테크 비즈니스들이 제대로 사업화 할 수 있도록 돕는 데에 있습니다.”

66

국가 간에 서로 부족한 부분을 배우고, 돕고, 채워가는 데에
지금보다 더 적당한 시기는 없다고 생각합니다. 99

프레이라 아부 바카르(Dzuleira Abu Bakar) CEO는 이를 5Bs라고 불렀다. 이 역할을 통해 말레이시아의 스타트업 생태계가 성장하고, 더 나은 기업들이 기회를 얻으면서 경제적인 효과까지 노리는 것이다.

“코로나19로 인해 우리 사회는 혁신이 가속화되고 있습니다. 팬데믹은 각 나라들이 혁신과 창조성을 통해 경제적으로 회복할 수 있는 기회를 만들었습니다. 이 ‘글로벌 스타트업 콘퍼런스’도 여러 국가의 기업, 조직들이 강력한 글로벌 협력을 이루는 증거라고 생각합니다. 코로나19와 각 국가의 보건 당국이 위기를 극복하고 있지만 이 어려움을 또 하나의 기회로 만들기 위해서는 적극적인 글로벌 협력이 필요합니다. 국가 간에 서로 부족한 부분을 배우고, 돕고, 채워가는 데에 지금보다 더 적당한 시기는 없다고 생각합니다.”

프레이라 아부 바카르 CEO는 위기를 이겨낼 수 있는 확실한 방법은 광범위한 협력에 있고, 지금은 국가나 기업 사이의 경쟁보다 모두가 함께 머리를 맞대서 코로나19로 인한 경제적인 파급력을 기회로 뒤집어야 한다고 설명했다.

매직은 2020년 말레이시아에 코로나19로 인한 이동 제한령이 내려졌을 때 스타트업과 사업자들을 대상으로 세 가지 설문조사를 했다. 3월의 설문조사에서는 스타트업 중 46%가 6개월 내에 사업을 정리할 것 같다고 대답했다. 극소수의 온라인 전용 비즈니스 모델을 갖고 있는 스타트업만이 이 위기에서 버틸 수 있다고 본 것이다.

“이동 제한령이 내려지고 나서 2주 뒤에 이뤄진 두 번째 설문에서는 64%의 회사들이 매출 감소를 겪고 있

다고 응답했습니다. 상황이 더 어려워진 것이지요. 그런데 시간이 좀 더 지난 뒤에 다시 설문 조사를 진행했더니 실제로 사업을 정리한 사례는 10% 수준이었습니다. 서비스나 라이프스타일, 패션, 여행, 행사 등 모두 소비자와 직접 마주쳐야 하는 일들이었지요”

실제로 오프라인 중심의 비즈니스는 코로나19의 가장 큰 영향을 받고 있다. 프레이라 아부 바카르 CEO는 이 상황들을 통해 실직률이 올라가는 현상에 우려를 표했다. 하지만 당장 특정 분야의 비즈니스들이 이전처럼 비즈니스를 할 수 있는 방법은 없다. 다만 협력이 그 열쇠가 된다는 것이 프레이라 아부 바카르 CEO의 설명이다.

“매직은 매지션(Magician)이라고 부르는 저희 직원들을 통한 협업을 중요하게 생각합니다. 저희는 직책이나 팀을 넘어 공동의 목표를 향해서 협업합니다. 2015년에 생긴 81개 회사 중 56개가 과학 기술과 관련이 있었는데, 여기에 400개가 넘는 기관들이 기술을 쓰기도 하고, 지원도 펼쳤습니다. 그런데 그 과정에서 사일로 효과가 일어났습니다. 각 기관들이 협력하지 않고 각자의 일들을 추진하면서 정보가 갇혀버리는 것이지요. 저희는 전문 기술은 열린 생각과 행동을 통해서 태어난다고 생각합니다.”

커뮤니케이션은 어디에서나 매우 중요하다. 매직은 정부와 민간 부문의 자원을 스타트업과 사회 혁신을 추구하는 단체들에게 효과적으로 전달하는 역할을 하고 있으며 그 소통의 범위는 말레이시아를 넘어서 다른 아시아 국가로 확대하는 것이다.

“매직은 글로벌 마켓-핏 프로그램(Global Market-Fit Program)을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 스타트업들이 세계적으로 시장을 확장할 수 있도록 돕습니다. 스타트업이 직접 해외 시장에 대해서 여러가지 정보를 살펴보고, 다른 국가의 기관, 기업들과 소통할 수 있는 네트워크를 구성하는 것이지요. 현재는 대만, 유럽, 인도에 있는 파트너들과 온라인, 영상 등으로 연결할 수 있는 기회를 마련하고 적절한 파트너를 연결할 수 있는 기회를 만들 계획입니다.”

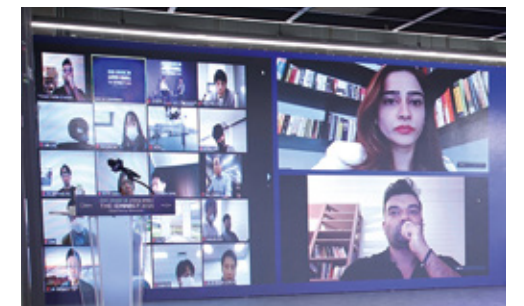
66

소통의 혁신도 위기를 이겨내는
하나의 혁신 방법입니다. 99

매직은 말레이시아의 기업들이 해외로 진출할 수 있는 프로그램 외에도 해외의 유망 스타트업들이 말레이시아에서 비즈니스를 할 수 있도록 하는 인바운드 프로그램도 갖고 있다. ‘마이 스타트업 허브(My Startup Hub)’라고 부르는 프로그램이다.

“글로벌 소통 창구를 만드는 활동을 통해 말레이시아는 스타트업이 싹트기 좋은 환경으로 성장하고 있습니다. ‘2020 글로벌 스타트업 생태계 리포트’에서 말레이시아는 퍼포먼스 기준으로는 10위, 인재 기준으로는 20위를 차지했습니다. 이런 협력과 소통의 기회는 사일로를 막아줄 수 있다고 생각합니다. 비즈니스를 확장하고, 서로 연대가 필요하다고 매직이 강조하는 이유이기도 합니다.”

물리적인 만남은 어렵지만 대신 온라인이 충분한 소통 공간이 되어 주고 있다. 정보를 나누고 협력할 수 있는 기회를 만들어주는 것이다. 사회적인 연결은 중요하며 큰 역할을 담당하고 한다. 언젠가는 코로나19 팬데믹을 극복하겠지만 그때까지 마냥 기다릴 수 없기에 온라인으로도 소통을 해야 한다. 소통의 혁신은 위기를 이겨내는 혁신방법 중 하나다.



강연자와 청중, 온라인 패널들이 함께하는 패널 디스커션

#8 지금은 글로벌 위기가 아닌 글로벌 기회의 시간

최성안 마인드 더 브릿지 아시아 총괄 본부장
Sun Choi, General Manager, Asia of Mind the Bridge



‘지금은 글로벌 위기가 아닌 글로벌 기회의 시간’ 주제로 강연중인 최성안(Sun Choi) 마인드 더 브릿지 아시아 총괄 본부장

마인드 더 브릿지는 큰 기업들과 스타트업을 한 자리에 모아 혁신과 상생의 기회를 만드는 역할을 한다. 마인드 더 브릿지의 아시아 지역 총괄을 맡고 있는 최성안(Sun Choi) 본부장은 ‘사업가적인 마인드 셋’을 강조했다.

“코로나19는 많은 사람들과 회사, 국가들에게 큰 고민 거리를 던져주었습니다. 저는 모두가 글로벌 위기 속에서 글로벌 기회를 찾아야 한다고 생각합니다. 위기를 이겨내는 사업가적인 마인드 셋이 필요한 것이지요. 위기를 기회로 바꾸기 위해서는 오픈 이노베이션, 그리고 그 한 부분인 기업 이노베이션에 대해 이해하고 받아들

일 필요가 있습니다. 스타트업과 기업이 함께 무엇을 해야 하는지에 대해 알아야 한다는 이야기입니다.”

오픈 이노베이션에 대한 이야기는 이미 오랫동안 이어져 오고 있다. 당연히 오픈 이노베이션은 확실한 효과가 있다. 61%의 기업들이 시장에서 살아남기 위해서 스타트업과 협업하는 것이 필요하다는 것을 이해하고 있다. 최성안 본부장은 85%의 기업들이 이미 스타트업과 협업을 통해서 잠재적 가능성을 확인했다고 설명했다. 그렇다면 스타트업은 왜 기업들과 협업을 원할까?

66

위기를 기회로 바꾸기 위해서는 오픈 이노베이션, 그리고 그 한 부분인 기업 이노베이션에 대해 이해하고 받아드려야 합니다. ∞

“기업 벤처링은 오픈이노베이션의 일부로, 글로벌 기업과 혁신적인 스타트업 사이의 협업을 이뤄가는 과정입니다. 2019년에는 2013년에 기업 협력 파일럿을 시행하고 있는 글로벌 기업이 4배 늘었고, 2019년 기업들이 벤처 자금으로 쓰는 비용은 약 1,340억 달러(한화 약 147조 4,000억 원)에 달합니다. 기업들의 CVC 규모도 늘어나고 있습니다. 스타트업들이 기업들과 협업하는 기회는 지금도 더 늘어나고 있습니다.”

마인드 더 브릿지에서 2019년 36명의 혁신 리더들을 대상으로 한 설문조사에서도 이미 78%가 CVC 투자를 진행하고 있고, 16%는 재무제표에 드러나지 않게 간접적으로 투자를 하고 있다는 결과가 나왔다. 투자하지 않는 기업의 비중은 6%에 불과했다. 최성안 본부장은 기업들의 협업 수요는 더 늘어나고 있다고 강조했다. 이미 많은 기업들이 실리콘밸리와 유럽, 그리고 이스라엘 등에 직접 가서 글로벌 스타트업을 발굴하고 있다. 그래서 마인드 더 브릿지는 기업들이 스타트업과 어떻게 일하는지 한 눈에 볼 수 있도록 구분했다. 인큐베이팅부터 연구와 개발을 하는 단계, 혹은 직접 CVC 투자를 하는 경우까지 나누었다.

“글로벌 기업들은 여러가지 이유로 오픈 이노베이션 활동을 늘려가고 있습니다. 첫번째 이유는 그들이 기업이 노베이션에 참여하고 있다는 것 자체로 변화에 대한 브랜딩을 할 수 있기 때문입니다. 흐름을 놓치지 않고 변화하려는 의지를 보여주는 겁니다. 또한 혁신 문화를 기업에 적용하는 활동을 통해서 시장에서의 위치를 확인하고, 직원들의 역량 교육에도 영향을 줄 수 있습니다. 또한 필요에 따라서 신기술을 발굴하고, 필요에 따라 인수할 수 있는 기회도 가질 수 있습니다.”

“첫 번째는 이미 시장에서 자리 잡은 기업들을 통해 소비자나 소비 시장에 빠르게 접근하고자 하는 필요성 때문입니다. 두 번째는 직접적인 비즈니스의 발전입니다. 그리고 투자 등 경제적인 측면과, 협업을 통해 스타트업의 존재를 외부에 알릴 수 있다는 점에 주목하고 있습니다.”

큰 기업과 스타트업은 혁신과 성장이라는 서로의 요구 사항을 명확히 갖고 있고, 서로간의 협업을 통해 상생의 목표를 이루게 된다. 오픈 이노베이션의 핵심 요소이기도 하다. 그 중 ‘기업 벤처링’은 조금 더 적극적인 협업의 방법이다.

66

한국 시장은 독일, 프랑스와 비슷한 스케일업 생태계를 갖고 있습니다. 여러 글로벌 기업이 관심을 갖는 흥미로운 시장입니다. 99

마인드 더 브릿지는 오픈 이노베이션을 위한 컨설팅을 오랫동안 이어왔고, 지금은 이노베이션을 6개 단계로 나누어 구체화하고 있다. 1단계부터 3단계는 기술로 스케일업 할 수 있는 회사를 찾는 과정이다. 스케일업은 결과물을 만들 때까지 많은 시간이 걸리기 때문에 그 과정에 참여할 기회를 마련해두고, 테크 스타트업을 찾는 기업들은 실질적인 거래를 준비한다. 그리고 기술 실효성을 증명하고 라이선스 계약을 진행한다. 이후에는 스타트업의 성장 과정에 직접적인 투자를 하거나 인수 합병을 진행 할 수 있다. 또한 참여도에 따라 눈에 띄는 스타트업을 먼저 인수할 수 있는 우선적 기회를 갖을 수 있다. 하지만 수많은 스타트업 중에서 가능성을 가진 우수한 스타트업을 찾는 것은 쉬운 일이 아니다. “마인드 더 브릿지가 스케일업 서밋을 개최하는 가장 큰 이유는 스케일업과 기업들의 만남입니다. 이 서밋은 궁극적으로 투자나 협업 등 거래, 계약을 성사시키기 위한 자리입니다. 기업들이 한 자리에 모일 수 있는 네트워크를 만드는 겁니다. 현재 기준으로 서밋을 통해

350번이 넘는 개별 미팅이 이뤄졌고, 5~8건의 거래가 구체적으로 진행되고 있습니다.” 오프라인 대신 온라인으로 자리를 옮겨서 런던, 텔아비브, 실리콘밸리에서 진행했고 파리에서도 준비 중에 있다. 지난 5년 동안 70번 개최된 서밋을 통해 700개가 넘는 스케일업을 초대해 150개가 넘는 회사들이 46억 달러(한화 약 5조 원) 규모의 투자를 받았다. 인수 합병도 31건이 이뤄졌고, IPO를 통해 주식 시장에 상장한 기업도 3곳이다. 국내 스타트업은 기업들과의 협력이 조금 소극적이다. 하지만 최선 본부장은 국내 스타트업 생태계의 가능성을 높게 보고 있다고 말했다. “한국 시장은 독일, 프랑스와 상당히 비슷한 스케일업 생태계를 갖고 있습니다. 상당히 빠르게 성장하고 있고, 여러 글로벌 기업이 관심을 갖는 흥미로운 시장이라고 생각합니다. 다음 스케일업 서밋을 한국에서 진행하려는 이유이기도 합니다.”



강연 중인 최성안 마인드 더 브릿지 아시아 총괄 본부장

Session 3 • 글로벌 얼라이언스

#9 코로나19 시대에 맞는 비즈니스 : VivaTech의 사례

빈센트 비올랑 비바테크 파트너십 & 스타트업 총괄
Vincent Viollain, Head of Partnerships & Startups at VivaTech



VivaTech의 사례로 알아보는 '코로나19 시대에 맞는 비즈니스'

비바테크(VivaTech)는 유럽에서 열리는 가장 큰 기술 및 스타트업 행사이다. 글로벌 혁신과 오픈 이노베이션에 대한 경험과 생각을 나누는 자리이기도 하다. 2020년에는 행사가 열리지 못했지만 2019년만 해도 12만 4,000명이 넘는 인원이 참가했고, 유럽 뿐 아니라 아시아, 미국 등 해외에서도 모여들었다. 빈센트 비올랑(Vincent Viollain) 총괄은 ‘혁신을 위해 모두가 하나로 뭉치도록 하는 것’을 비바테크의 목표라고 설명했다. “스케일업은 스타트업 중에서도 글로벌 시장을 향해 성장할 가능성이 높은 사업을 말합니다. 저희가 하는 일은 스케일업을 찾아내고 협업해서 기술을 발전시키고,

비즈니스적으로 성장할 수 있는 기회를 마련하는 것입니다. 더 나아가서 이 사업들이 비즈니스와 공익을 동시에 발전시켜서 사회적으로 긍정적인 영향을 끼칠 수 있도록 돕는 것이 궁극적인 목표입니다.”

66

혁신을 위해 모두가 하나로 뭉치도록 하는 것이 비바테크의 목표입니다. ∞



빈센트 비올랑 총괄도 코로나19의 영향으로 이야기를 시작했다. 유럽은 코로나19를 통해 채택 근무 비율이 4배 늘었고, 줌(Zoom) 이용자도 5배 늘었다. 헬스케어 분야를 보면 과거에는 온라인을 통한 의료 상담과 진료가 거의 없었지만 지금은 10~20배까지 증가했습니다. 심지어 유럽에서는 크게 인기를 누리지 못했던 비접촉 간편 결제 시스템도 활성화되어 전체 결제의 75%를 차지할 만큼 폭발적으로 성장했다. 빈센트 비올랑 총괄은 유럽의 현 상황을 ‘코로나19 영향으로 인한 중단기 사업적 변화들을 분석하기 좋은 환경’이라고 설명했다. “단기적인 악영향은 분명합니다. 코로나19의 확산 첫 달에 곧바로 스타트업과 스케일업에 자금난이 닥치는

것을 확인했습니다. 여기에서 중요한 것은 비바테크가 이런 상황에서 적절한 기업 활동을 지원하느냐에 있습니다. 과거 금융 위기 때 인력 채용과 사업 발전을 통해서 유럽 경제에 활력을 불어넣고자 하는 요구 사항이 있었고, 이에 가장 큰 역할을 한 것이 신기술 분야였습니다. 저는 기술 분야가 지금도 이 위기를 풀어내는 핵심이 될 것이라고 생각합니다. 그리고 그 과정을 돕기 위해서 비바테크의 모든 활동이 이뤄집니다.” 빈센트 비올랑 총괄은 유럽 시장 상황을 냉정하게 바라봤다. 유럽은 미국과 아시아가 가진 두터운 기술층에 비해 기술을 끌어안는 규모가 작다고 짚었다. 그래서 이 위기를 통해 기술을 중심에 두고 변화의 허브로 거듭나는 시도를 할 수 있다는 점을 가장 큰 기회로 봤다.

“비바테크는 2021년 6월에 다음 행사를 진행할 계획입니다. 현재의 위기 상황에서 비바테크에 참여하는 이들이 원하는 것은 세 가지가 될 것 같습니다. 첫 번째는 연결, 커넥션입니다. 오픈 이노베이션을 주관하는 큰 기업들과 각 분야의 트렌드를 이끄는 스타트업, 그리고 투자자들이 한 자리에 모일 수 있는 큰 커뮤니티의 필요성이 증가하는 것입니다.” 비바테크는 2021년 온라인과 오프라인이 섞이는 하이브리드 형태의 행사를 준비 중이다. 당장 코로나19 이전으로 돌아갈 수 없기 때문에 비대면을 중심에 두면서도 연결의 경험으로 높이는 것이다. 빈센트 비올랑 총괄은 이미 많은 사람들이 줌이나 비접촉 결제 등 트렌드의 변화를 받아들이고 있기 때문에 거부감 없이 더 많은 사람들이 커뮤니케이션을 할 수 있을 것이라고 강조했다.

66

코로나19를 통해 세상이 진짜 필요로 하는 것이 무엇인지에 대해 확인할 수 있는 기회로 만드는 것입니다. ∞

“더 넓은 관점에서 서로의 이야기를 듣고 다양한 상황에서 앞으로의 사회와 경제를 내다볼 수 있는 기회가 필요합니다. 또한 행사를 통해 혁신을 보고, 만지고, 느끼는 경험을 전달하고자 합니다. 인공지능과 로봇공학 등 여러가지 혁신이 직접적으로 전달되도록 하는 것입니다.” 빈센트 비올랑 총괄은 이 위기 속에서도 미래를 내다보고 재구성하는 것이 중요하다고 말했다. 코로나19를 통해 세상이 진짜 필요로 하는 것이 무엇인지에 대해 확인할 수 있는 기회가 만들어야 한다는 것이다. “당분간은 오픈 이노베이션이 줄어들 수도 있지만 곧 다시 성장할 것이고, 그 다음에는 이 혁신이 그 어느 때보다 더 중요해질 것이라고 생각합니다. 그래서 새로운 스타트업을 발굴하는 것이 중요합니다. 그리고 온라인을 통한 경험의 확대도 오히려 네트워크를 통한 글로벌 연결, 그리고 성장의 기회가 더 늘어날 것입니다. 해외로 비즈니스를 확장하려는 기대는 더욱 늘어나고 있기 때문에 코로나19를 극복한 뒤의 시대를 지금 바로 준비해야 합니다.”



강연자와 청중, 온라인 패널들이 함께하는 패널 디스커션

GLOBAL

STARTUP

REPORT

4

글로벌 스페이스로 향하는
K-Startup
그들과 함께하는
『S² Bridge : 인천』

- 124 『S² Bridge : 인천』 3가지 멤버십 트랙,
인천에서 함께 성장하다
- 140 | 인터뷰 |
모두의 재능을 나누는 글로벌 언어 교환 플랫폼 기업
‘하이로컬’
- 144 | 인터뷰 |
해외시장에 도전장을 낸 국내 최고의 수면 연구 전문기업
‘파사메디’
- 148 | 인터뷰 |
글로벌 No.1 모바일 원격진료 리딩컴퍼니를 꿈꾸는
‘큐에스택’

『S² Bridge : 인천』 3가지 멤버십 트랙, 인천에서 함께 성장하다

글로벌 스타트업 허브를 꿈꾸는 One Place, One Platform



S² = Shinhan × Start-up

- 글로벌 진출, 유니콘 입성을 향한 교두보인 동시에, 혁신 스타트업 생태계 구축을 위한 신한금융그룹-스타트업 間 가교역할을 하는 플랫폼
- 스타트업 육성의 중추 역할을 하는 신한금융그룹 혁신성장 플랫폼의 이미지를 상징



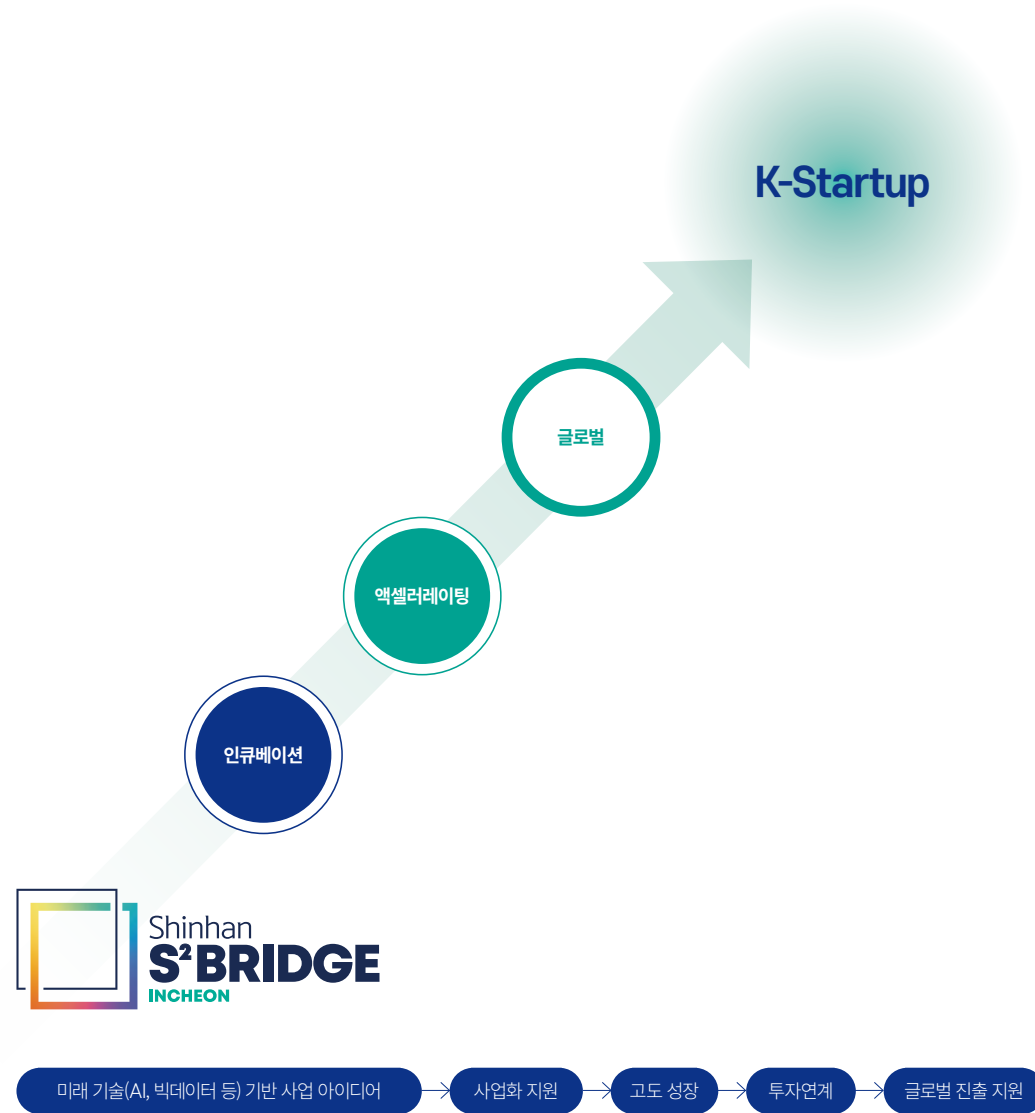
대한민국 대표 리딩 금융그룹으로서
우리 삶에 혁신을 일으킬 Game Changer 육성에 주력해 온
신한금융그룹이 중소벤처기업부, 인천광역시,
그리고 국내 대표 바이오 기업 셀트리온과 함께 손을 잡았습니다.

신한금융그룹은
스타트업 육성 및 투자 경험을 바탕으로
오픈이노베이션, 글로벌 네트워크를 결합한
스타트업 생태계 플랫폼 『S² Bridge : 인천』을
인천 스타트업 파크에서 시작합니다.

유니콘의 꿈을 실현하는
스타트업 생태계 플랫폼 『S² Bridge : 인천』

신한 금융그룹이
스타트업을 위한 든든한 등대가 되겠습니다.

빌드업 단계의 창업 초기 기업부터
해외시장을 확장하려는 글로벌 스타트업까지
스타트업 전주기 육성체계 구축으로
스타트업의 성장을 지원합니다.



인큐베이션·엑셀러레이팅·글로벌
세 가지 멤버십 스타트업이
인천에서 함께 성장합니다.

스타트업 맞춤 지원을 위한 인큐베이션·엑셀러레이팅·글로벌 멤버십 트랙

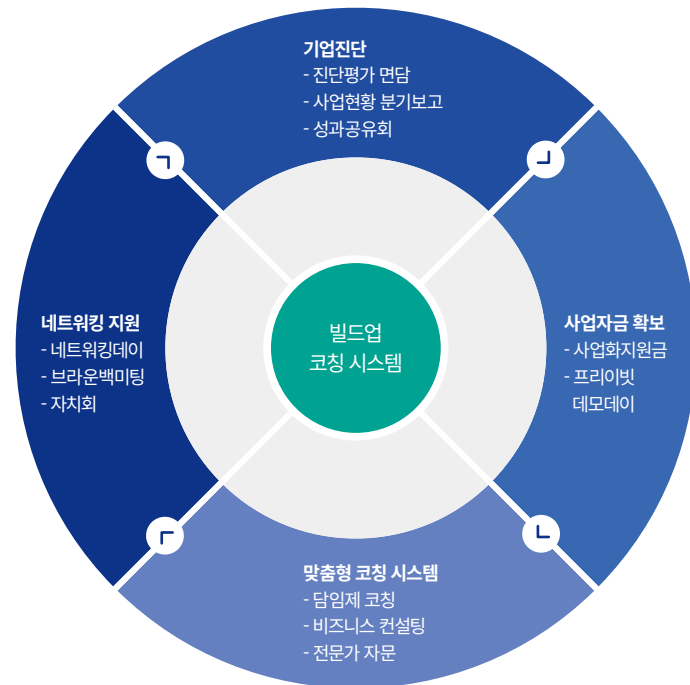
멤버십	인큐베이션	엑셀러레이팅	글로벌
운영 목적	스타트업의 사업역량강화 및 성장 지원 보육	스타트업의 고도성장 지원(투자연계)으로 K-유니콘 성장 기반 마련	In/out bound 스타트업의 해외·국내 시장 진출 기반 마련
대상	기술창업 3년 이내 법인	기술창업 7년 이내 법인	해외진출을 희망하는 기술창업 7년 이내 법인
분야	<ul style="list-style-type: none"> •혁신기술 : 4차산업 특화분야 (빅데이터, AI, 블록 체인, IoT, 스마트시티, 비대면기술) •바이오융합 : 혁신신약, 바이오 원부자재, 디지털헬스케어 	<ul style="list-style-type: none"> •혁신기술 : 4차산업 특화분야 (빅데이터, AI, 블록 체인, IoT, 스마트시티, 비대면기술) •바이오융합 : 혁신신약, 바이오 원부자재, 디지털헬스케어 	<ul style="list-style-type: none"> •공통 : 글로벌 진출 가능 기술분야 •혁신기술 : 4차 산업 특화분야 (빅데이터, AI, 블록 체인, IoT, 스마트시티, 비대면기술) •바이오융합 : 혁신신약, 바이오 원부자재, 디지털헬스케어
지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> •운영기간 : 1년 •지원혜택 <ul style="list-style-type: none"> - 인큐베이션 프로그램 지원 - 무상 공간 지원 1년 - 우수멤버사 Next Level 도약 프로그램 기회 지원 - 스타트업파크 인스타 I,II 시설 공간이용 자격부여 	<ul style="list-style-type: none"> •운영기간 : 16주 •프로그램 혜택 <ul style="list-style-type: none"> - 스타트업 고도성장 AC프로그램 - 전용펀드 투자 심사 및 투자기회 연계 - 무상 사무공간 지원 6개월 - Next Level 도약 프로그램 기회 지원 - 스타트업파크 인스타 I,II 시설 공간이용 자격부여 	<ul style="list-style-type: none"> •운영기간 : 1년 •프로그램 혜택 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 엑셀러레이팅 프로그램 참여 기회 지원 - 글로벌 랜딩 프로그램 지원 - 글로벌 자원연계 - 『S²Bridge:인천』 전용펀드 투자심사 연계 - 무상 사무공간 지원 1년 - 스타트업파크 인스타 I,II 시설 공간이용 자격부여

『S² Bridge : 인천』 인큐베이션 멤버십

인큐베이션 멤버십은
사업 역량 강화에 초점을 두고
성장 단계별 맞춤 지원을 제공합니다.

주요 프로그램

체계적인 진단, 맞춤형 성장지원



인큐베이션 멤버십은 기술창업 3년 이내 법인을 대상으로 1년 간 스타트업 사업 역량 강화와 성장을 지원하기 위한 보육 프로그램을 제공하는 트랙이다.

선정된 팀은 인큐베이션 프로그램 지원과 함께 1년 간 업무 공간을 무상으로 지원받으며 스타트업파크 인스타 I, II 시설 이용 자격도 얻는다. 우수 기업은 공간 무상 지원 혜택을 1년 더 연장할 수 있다. 액셀러레이팅 및 글로벌 멤버십과 연계해 다음 단계로의 성장을 지원하는 'Next Level 도약 프로그램' 지원 기회도 부여받게 된다.

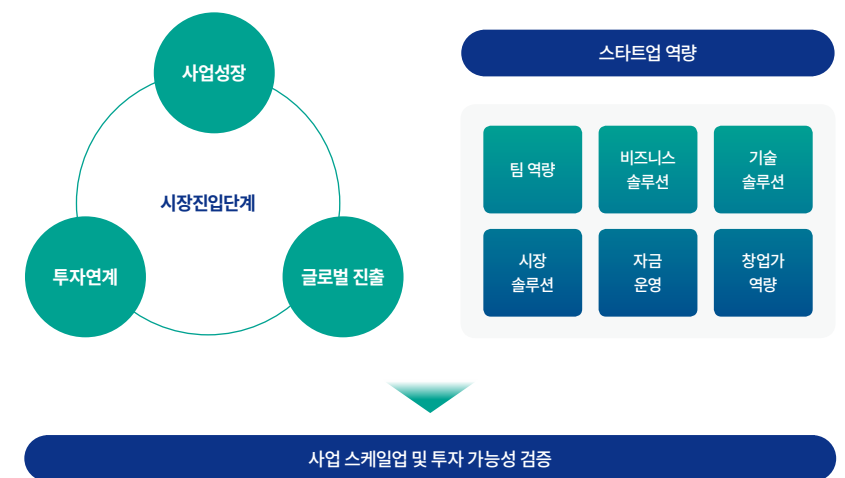
인큐베이션 프로그램은 체계적 진단과 맞춤형 성장지원을 목표로 '기업진단-맞춤형 코칭 시스템-사업자금 확보-네트워킹'을 연계하는 '빌드업 코칭 시스템'을 기반으로 운영된다.

프로그램
세부 내용

1. 평가시스템

스타트업의 현재 상태와 역량에 대해 정확한 평가를 내리고, 이를 바탕으로 맞춤형 지원을 제공하기 위한 기본 단계다. 입주사의 성장 단계에 맞는 맞춤형 KPI 달성을 목표로 사업 현황과 성장도를 진단해 최적화된 프로그램을 지원한다. 분기별 평가를 통해 인큐베이팅 방향을 수립하고 성과 공유를 통해 멤버 기업 간 상호 성장의 기회도 마련한다.

진단평가 프로세스



2. 맞춤형 코칭 시스템

맞춤형 코칭 시스템은 사업 현황과 사업 아이템에 따라 전담 코치를 배정해 1:1 코칭을 지원한다. 사업 추진 과정에서 만나는 특정 영역의 문제점을 해결하기 위해 프로젝트 단위로 맞춤형 지원을 하는 ‘비즈니스 컨설팅’도 제공한다. 아이템 실증 검증, 브랜딩과 홍보, 판로 개척, HR, 특허 전략 등의 분야가 포함되며 법률과 세무, 노무 등의 분야에서 생기는 비즈니스 애로 사항 해소를 위한 ‘전문가 심층 자문’도 제공한다.

	담임제 코칭	비즈니스 컨설팅	전문가 자문
개요	사업현황 및 아이템에 따른 멤버사 별 전담코치배정, 1:1 코칭 지원	사업 추진 과정에서 겪는 특정영역 문제점을 프로젝트 단위로 기획하여 맞춤형 지원	비즈니스 이슈 해결을 위해 진행되는 전문가 자문 시스템
기타	<ul style="list-style-type: none"> 성장 단계 및 사업이슈에 따른 그룹분류 그룹별 담임 코치 배정 맞춤형 KPI 선정 및 분기별 KPI 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 아이템 실증 검증, 브랜딩 및 PR, 판로개척 및 마케팅전략, HR, 재무 및 특허 IP전략 등 	<ul style="list-style-type: none"> 법률, 특허, 세무, 노무 등 기타 비즈니스 애로 사항



3. 사업 자금 확보

‘사업화 지원금’을 통해 아이템 개발에 필요한 비용 및 홍보·마케팅 비용을 지원한다. 그리고 멤버사를 대상으로 분기마다 ‘프라이빗 데모데이’를 개최해 자금 유치와 네트워크지원 활동도 진행한다.

사업화지원금	프라이빗 데모데이
사업 가속화 지원을 위한 지원금 제공 •지원금 사용기간 : 3개월 간 진행(총 2회) •지원금 사용범위 : 아이템 개발비(외주 용역비, 재료비), 홍보·마케팅비(홍보물 및 온라인 마케팅, 전시회 참가비 지원) 등	데모데이를 통해 자금 유치 및 후속지원, 네트워킹 제공 •일정 : 분기별 1회

4. 네트워킹

스타트업 생태계의 네트워크 확장을 위한 ‘네트워킹 데이’, 멤버사 경영 노하우를 공유하는 ‘브라운백 미팅’, 소통 창구인 ‘자치회’ 등도 수시로 운영된다.

	담임제 코칭	브라운백 미팅	자치회
내용	스타트업 생태계의 네트워크 확장 기회 마련, 운영사무국과 소통 증진	멤버사 간 경영 노하우 공유 및 네트워킹 자리 마련	멤버사 간 자치규정 확립 및 프로그램 운영 방향에 대한 소통 창구 마련
참석 대상	『S ² Bridge : 인천』 멤버사, 『S ² Bridge : 인천』 협력기관, 투자자 및 스타트업 생태계 관리자 등	인큐베이션 멤버사	인큐베이션 멤버사 (대표 의무 참석)

5. 우수 멤버십 후속 관리

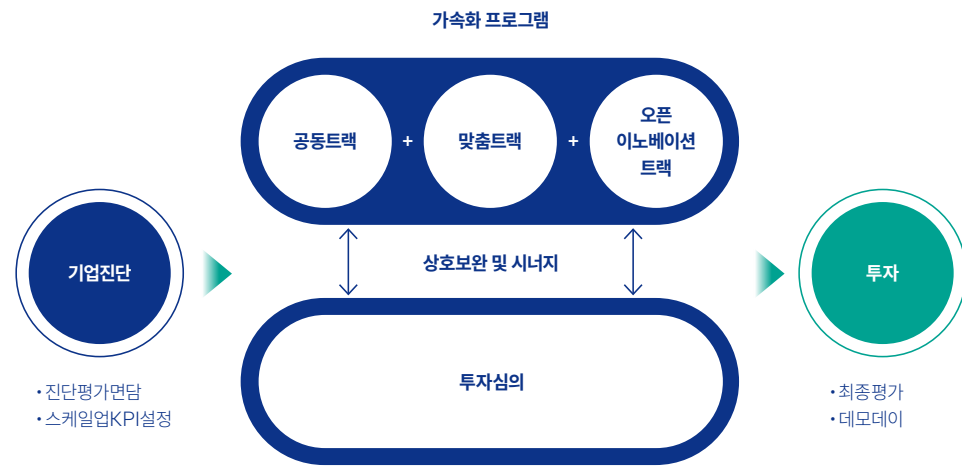
인큐베이션 멤버사 중 우수기업은 멤버십 연장평가를 통해 투자형 액셀러레이팅, 글로벌 멤버십으로 도약지원, 스타트업파크 입주 1년 연장 등 후속 지원을 받을 수 있다.

멤버십 연장평가	Next Level 도약 프로그램
<ul style="list-style-type: none"> 우수기업 대상으로 입주기간 최대 1년 추가 지원 방법 : 분기별 경영 성과 자료 및 성과공유회를 통한 평가 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 투자형 액셀러레이팅, 글로벌 멤버십 연계 도약지원 및 명예졸업 자격부여(협약기간 종료 이전 수료 자격부여)

『S² Bridge : 인천』 액셀러레이팅 멤버십

액셀러레이팅 멤버십은
투자 연계를 바탕으로 K-유니콘 도약을 위한
추진력을 제공합니다.

주요 프로그램



액셀러레이팅 멤버십은 기술 창업 7년 이내 법인이 대상이며 K-유니콘 도약의 추진력을 제공하는 것을 목표로 16주 동안 진행되는 트랙이다. 연 1~2회, 6개월 기간으로 운영한다.

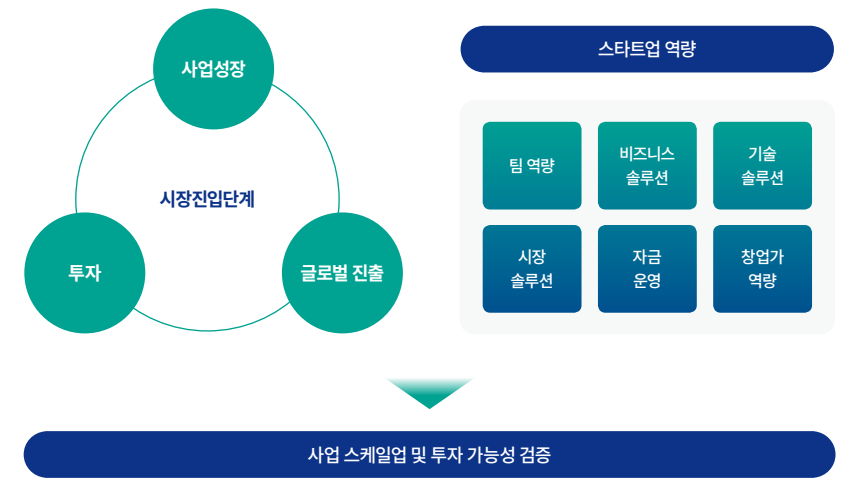
액셀러레이팅 멤버십에서 제공하는 혜택으로는 △스타트업 고도성장 액셀러레이팅 프로그램 △실증지원/사업화지원 컨설팅/오픈 이노베이션 △데모데이 참가 및 전용 펀드 투자 △사무공간 무상 지원 △글로벌 멤버십 프로그램 참여 기회 △스타트업파크 인스타 I, II 시설 공간 이용 자격 등이 있다.

프로그램
세부 내용

1. 진단평가

멤버십 참가기업은 전문 멘토진과 사업 현황을 진단하고, 투자유치를 위한 KPI를 도출한다. 진단 결과는 이후 이어지는 맞춤 트랙과 오픈 이노베이션 트랙의 방향성을 설계하는 밑바탕이 된다.

진단평가 프로세스



2. 맞춤형 코칭 시스템

공통트랙

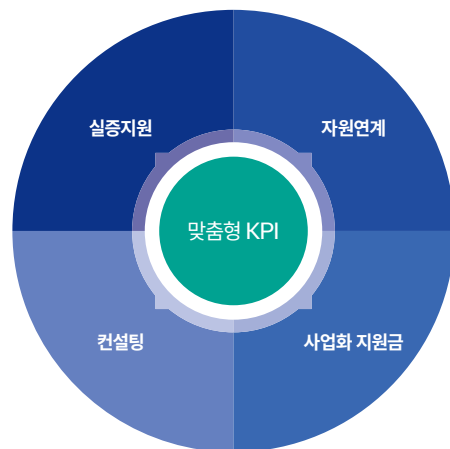
맞춤형 코칭 시스템에서는 투자 유치 역량을 강화하기 위한 ‘비즈니스 워크샵’, ‘오피스 아워’, ‘IR클래스’ 과정이 진행된다. 기업에 배정된 전담 코치가 주 1-2회씩 그룹 및 개별로 코칭하고 재무, 인사, 홍보 등 기업별 이슈 해결을 위한 시간도 갖는다. ‘IR클래스’는 데모데이 준비와 투자역량 강화를 위한 클래스로 운영한다.

비즈니스 워크샵	오피스아워	자치회
<ul style="list-style-type: none"> 재무, 인사, 홍보 등 기업별 이슈해결을 위한 비즈니스 워크샵 진행 	<ul style="list-style-type: none"> 기업별 이슈를 해결할 수 있는 전문가 오피스아워 진행 재무, 인사, 홍보, IR 등 개별 코칭 및 컨설팅 진행 	<ul style="list-style-type: none"> 데모데이 IR준비 및 투자역량 강화 클래스 팀별 IR피치덱 컨설팅 진행



맞춤형 솔루션

진단평가를 바탕으로 도출된 기업별 맞춤형 KPI 달성을 목표로 사업화 지원금, 컨설팅, 실증지원, 자원연계(신한금융그룹, 셀트리온)등의 직간접적인 솔루션을 제공한다.



3. 투자연계

멤버십 기업은 신한스퀘어브릿지 전용 펀드 투자심사와 투자기회 연계를 통해 시드에서 시리즈A 단계의 투자유치를 지원 받을 수 있다.

투자 연계 프로세스



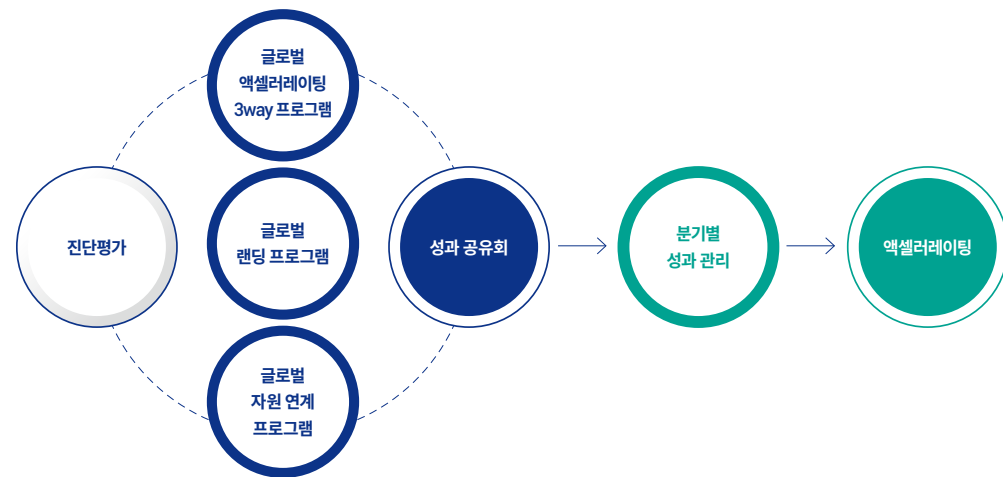
4. 후속관리

16주 동안의 액셀러레이팅 프로그램이 종료되면 동문 기업으로 전환되어 신한 스퀘어브릿지 스타트업 생태계와 관계를 이어갈 수 있다. 사무 공간을 최대 2년까지 지원받을 수 있으며 법률, 투자, 특허 분야 전문가 자문을 받을 수 있다. 글로벌 파트너들의 액셀러레이팅 프로그램 지원과 해외전시 참여기회 등의 혜택도 제공된다.

『S² Bridge : 인천』 글로벌 멤버십

글로벌 멤버십은
글로벌 파트너십 연계로
국내외 시장 진출과 투자유치를
지원합니다.

주요 프로그램



글로벌 멤버십은 기술 창업 7년 이내 법인을 대상으로 글로벌 파트너십 연계를 통해 스타트업의 국내외 시장 진출과 투자 유치를 지원하는 트랙이다. 연 1회, 기수별로 선발해 1년 간 지원한다.

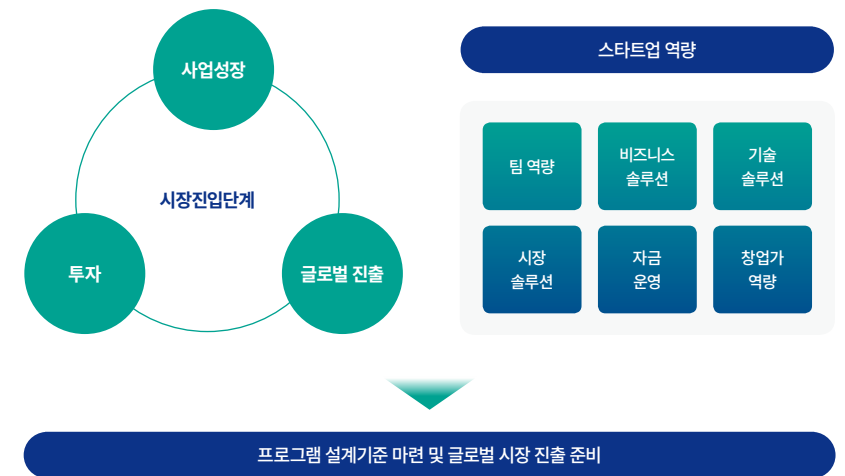
성공적 타겟 시장 진출을 위한 글로벌 멤버십 프로그램의 혜택으로는 △글로벌 우수 액셀러레이터 연계 ‘글로벌 액셀러레이팅 3-way 프로그램’ △글로벌 진출 맞춤형 지원 ‘글로벌 랜딩 프로그램’ △글로벌 자원 연계 프로그램 △전용펀드 투자심사 연계 △스타트업파크 인스타 I, II 시설 이용 자격 등이 있다.

프로그램
세부 내용

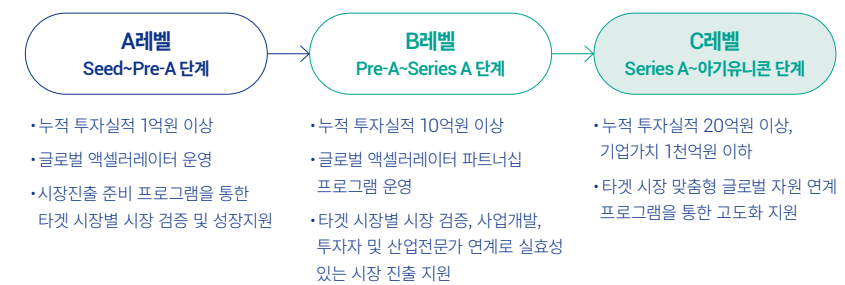
1. 글로벌 진출 3단계 맞춤형 관리 시스템 운영

글로벌 멤버십 트랙은 멤버사에 대한 진단평가를 거쳐 글로벌 액셀러레이팅 3-way, 글로벌 랜딩 프로그램, 글로벌 자원 연계 프로그램 등을 진행한다. 분기별로 성과 관리 후 후속 지원 절차를 진행한다.

진단평가 프로세스



누적 투자 실적 1억원 이상의 시드 및 Pre-A 단계 기업을 대상으로 하는 ‘A레벨’, 누적 투자 실적 10억원 이상 Pre-A에서 시리즈A 단계 기업을 대상으로 하는 ‘B레벨’, 누적 투자 실적 20억원 이상 및 기업가치 1,000억원 이하 시리즈A에서 아기 유니콘 단계 기업을 위한 ‘C레벨’ 등 3단계로 나눠 글로벌 진출을 위한 맞춤형 관리가 진행된다.



2. 글로벌 액셀러레이팅 프로그램

글로벌 액셀러레이팅 3-way 프로그램은 글로벌 진출을 노리는 기업의 사업 아이템과 목표에 맞춰 해외 시장 진출을 지원한다. 미국과 유럽, 동남아 등 3개 타겟 시장을 겨냥한 맞춤형 프로그램을 시장별로 연 1-2회씩 6-8주에 걸쳐 운영한다. 투자사와 고객사에 대한 IR과 사업 제안을 위한 피치덱 개발, 맞춤형 시장 프로그램 개발 등이 지원된다.

글로벌 액셀러레이터 3-way 프로그램

글로벌시장진출지원 : 미국, 유럽, 동남아 등 타겟 시장 맞춤형 지원

미국	유럽	동남아시아
<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 액셀러레이터 팀선발 서·동부 지역 타겟시장 탐색 프로그램 투자사, 고객사 피치덱 개발 맞춤형 시장개발 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 액셀러레이터 팀선발 독일, 유럽 등 주요타겟 시장 탐색 프로그램 투자사, 고객사 피치덱 개발 맞춤형 시장개발 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 액셀러레이터 팀선발 동남아시아 등 주요 타겟 지역 시장 탐색 프로그램 투자사, 고객사 피치덱 개발 맞춤형 시장개발 프로그램
북미 지역 전문 AC사 협업 진행 [ERA] ERA GLOBAL 2011년 설립된 뉴욕 기반 액셀러레이터 [MTB] Mind the Bridge 2007년 설립된 미국 실리콘밸리 기반 액셀러레이터	유럽 지역 전문 AC사 협업 진행 [GEA] GERMANY ENTREPRENEURSHIP ASIA 유럽 시장 진출 및 스케일업 특화 독일 기반 액셀러레이터	아태 지역 전문 AC사 협업 진행 [MOX] MOX 테크 분야 전문, Top 10에 손꼽히는 동남아시아 지역 액셀러레이터 [Chinaccelerator] CHINACCELERATOR 인터넷 스타트업 전문, 아시아 전역 리딩 액셀러레이터

『S² Bridge : 인천』과 파트너십을 맺은 각 시장의 주요 액셀러레이터들도 국내 스타트업의 현지 진출을 돕는다. 북미 지역에서는 2011년 뉴욕에서 설립된 'ERA'와 2007년 설립된 실리콘밸리 기반 액셀러레이터 'MTB(Mind the Bridge)'와 협업을 진행한다. 유럽 지역에서는 유럽 시장 진출과 스케일업에 특화된 독일 기반 액셀러레이터 'GEA(German Entrepreneurship Asia)'가 파트너로 활동한다. 동남아시아 지역에서는 동남아시아 지역 10대 액셀러레이터로 꼽히는 'MOX'와 인터넷 스타트업 육성을 전문으로 아시아 리딩 액셀러레이터 'Chinaccelerator'가 파트너로서 멤버 스타트업의 현지 진출을 지원한다.

3. 글로벌 랜딩 프로그램

글로벌 랜딩 프로그램은 해외 액셀러레이팅 사전 준비 프로그램으로 전문가와 연계해 IR, 특허, 법률, 투자 등에 대해 전문가가 자문하는 오피스아워를 제공한다. 글로벌 소프트 스킬 지원 프로그램, 시장별 기술 자문과 해외 법인 설립 전략 지원 등의 서비스도 제공한다.

글로벌 진출기업의 사업아이템, 목표에 맞춘 해외시장 진출지원

- 해외(온라인) AC사전 준비 프로그램 : 전문가 연계 오피스 아워 제공(IR / 특허법률 / 투자 등)
- 글로벌 홍보 및 커뮤니케이션 전략 지원
 - Golbal soft skill 지원 프로그램
 - 시장별 기술 자문
 - 해외 법인설립 전략 지원

4. 글로벌 자원연계 프로그램

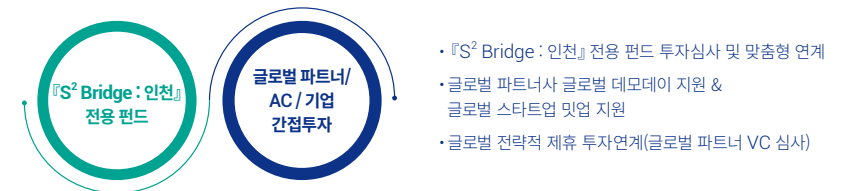
글로벌 액셀러레이터 및 기관 등과 자원 연계해 국내 스타트업의 해외 진출과 해외 스타트업의 한국 진출을 지원한다. 현지 네트워킹을 지원해 사업화와 판로 개척을 돕고 해외 전시 및 컨퍼런스 참가도 지원한다. 글로벌 멤버십 프로그램 참가 후에는 성과공유회를 진행해 참여 기업의 해외 시장 진출 노하우, 사업 전략을 토대로 한 미션과 장기적 비전을 공유하는 시간도 갖는다.

글로벌 AC 및 기관 등과 자원 연계해 K-STARTUP 해외진출 지원 및 해외 스타트업의 한국진출 지원

- 로컬 네트워킹 지원 / 사업화 판로 연계 등
- 해외 전시 및 컨퍼런스 등 참가지원

5. 글로벌 스타트업 IR 로드쇼 & 자원연계

『S² Bridge : 인천』은 스타트업들에 해외 투자 유치와 전략적 제휴 기회를 제공하기 위한 글로벌 스타트업 IR 로드쇼 및 자원연계 프로그램도 운영한다. 글로벌 파트너들과 연계한 글로벌 데모데이 및 글로벌 스타트업과 만남을 지원한다. 글로벌 파트너 벤처캐피탈 심사를 거쳐 글로벌 시장에서 전략적 제휴와 연계되는 투자 유치를 추진하며, 스퀘어브릿지 전용 펀드와 글로벌 파트너들의 투자를 연계해 국내 시장과 글로벌 시장 진출에 필요한 자금과 전략적 파트너를 확보하게 된다.



6. 후속지원

글로벌 멤버십에 참여한 스타트업은 체계적인 후속 지원을 받게 된다. 멤버십 참여 기업들은 6개월 단위의 평가보고서를 기반으로 후속 지원 프로그램에 연결된다. 최장 2년에 걸쳐 사무 공간을 지원하고 법률과 투자, 특허 등의 분야에 자문을 제공한다. 우수 평가를 받은 기업에는 해외 진출을 위한 전시회 참가도 지원한다.

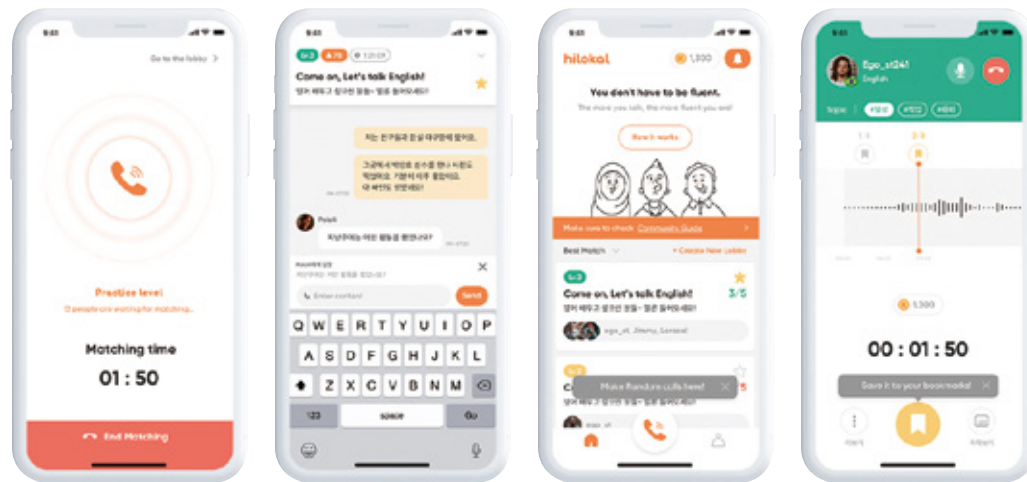
후속지원(K-STARTUP의 육성 로드맵 구축)

- 성과관리 시스템과 연계한 지속적 고도성장 프로그램 연계
 - 멤버십 혜택
 - 사무공간 지원(최장 2년 / 오픈형 사무공간 선별 지원)
 - 법률, 투자, 특허자문
 - 해외진출 전시참가(글로벌 생태계 포럼) 지원
- 성과관리 : 6개월 단위 평가보고서를 기반한 후속 지원 프로그램 연계

어학 교육 업계의 우버, 에어비앤비처럼 모두의 재능을 나누는

글로벌 언어 교환 플랫폼 기업 '하이로컬'

- 원하는 외국어 배우며 모국어도 가르치는 신개념 언어교환 소셜 네트워크 서비스
- 오프라인과 온라인 통합 언어교환 O2O 플랫폼 '하이로컬'로 Seed 투자 유치
- 2021년 하이로컬 앱 50만 다운로드 목표, 온라인 소셜 언어교육 분야 시장 선점할 것



Voice Correction Tools

Learn from your mistakes with precious voice corrections. There's no better way to improve your speaking.



Instantly Connect

Connect with native speakers on voice calls at the touch of a button. It couldn't be more convenient.



Stop Searching. Get Matched.

The more you call, the better we can match you. Don't screen hundreds of profiles!



Belong to a Group

Invite your favorite people to online meetups. Support each other and earn rewards.

'하이로컬'은 서울을 중심으로 한 이벤트 플랫폼입니다. 서울의 중심지 홍대, 강남에 위치한 GSM테라스라는 모임 공간에서 이벤트를 열고 있습니다. 외국인과 한국인이 함께 어우러지는 공간으로 365일 연중무휴로 언어 문제 없이 외국인과의 문화교류를 할 수 있도록 되어 있습니다.

세상에 책, 학원, 유학, 동영상 강의 등 다른 나라의 언어를 배울 수 있는 방법은 많다. 요즘은 스마트폰 앱 하나만 있으면 내 방에 앉아서도 외국인 강사에게 어학을 배울 수 있다. 그러나 외국어 꽤나 구사한다는 사람들은 한결같이 입을 모아 이렇게 말한다. 언어를 배울 수 있는 가장 빠른 방법은 배우고 싶은 나라의 언어를 구사하는 친구나 애인을 만드는 것이라고.

'하이로컬'은 친구와 함께 놀면서 즐겁게 언어를 배우자는 아이디어에서 출발한 회사다. 글로벌 서울 메이트(Mate)를 표방하며 오프라인 공간을 중심으로 20대 내외국인이 참여해 호스트-게스트 간 언어교환(Language Exchange) 교육 서비스를 제공해왔다.

국내에 오프라인 회원수만 14만에 이르며 창업 3년 만에 매출이 6배 이상 성장했다. 더 나아가 O2O플랫폼으로 확장을 꾀하며 글로벌 언어 교환 애플리케이션 '하이로컬' 런칭을 직전에 두고 있다.



1 Zoom 앱을 활용한 온라인 강의 및 미팅
2 글로벌 언어 교환 플랫폼 기업인 '하이로컬'의 공동대표 데이빗우드워스(좌)와 윤정호(우)

자연스럽게 배운 모국어, 외국 친구들과 교류하며 외국어를 가르쳐줄 수 있는 플랫폼, 하이로컬

‘하이로컬’은 일방적으로 상대방에게 교육을 제공하는 튜터링 서비스가 아닌 ‘언어 교환’ 플랫폼이다. 내가 원하는 언어를 배우는 대신 나의 모국어에 관심이 있는 친구에게 반대로 언어를 가르쳐주는 소셜 네트워크이다. 놀고 있는 차로 우버(Uber)를 하고 비어 있는 방으로 에어비앤비(airbnb)에서 수익을 창출하듯 자연스럽게 습득한 모국어를 전 세계 외국인에게 가르칠 수 있는 기회의 장을 제공한다고 이해하면 된다. 재능을 공유하며 수익도 창출할 수 있는 구조이기 때문에 단순히 외국어를 배워보겠다는 유저보다는 해외 경험이 있거나 이미 배운 외국어를 계속해서 유지하고 싶은 분, 외국 친구를 사귀어 오래 교류하고 싶은 목적이 있는 분들이 하이로컬의 주요 타깃이다.

2020년, 힘든 한해였지만 그에 못지 않게 좋은 기회로 가득한 해

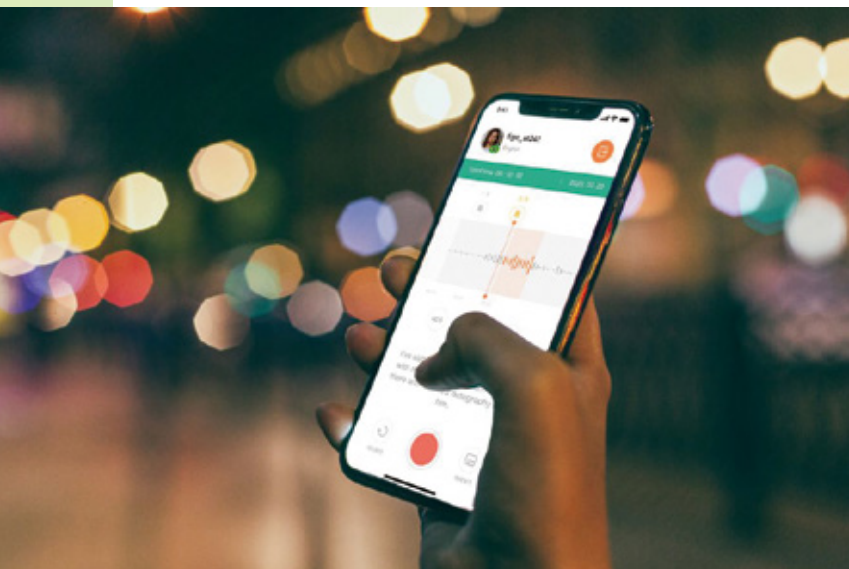
2020년은 코로나19 영향으로 오프라인 활동을 거의 하지 못했다. 대신 서비스를 기다려주는 회원들의 기대에 부응하기 위해 앱 개발에 집중했다. 그 결과 더인벤션랩 1억원 시드 투자 유치, 중소기업벤처부 청년창업사관학교 선정, 인천창조경제센터 글로벌 보육기업 선정, 『S² Bridge : 인천』 글로벌 멤버십 선정, 이노랩 아시아베트남 IR 데모데이 우승, 한국무역협회 글로벌 진출 수출 바우처 선정, 국보디자인 글로벌 진출 엑스라이징 3기 선정 투자 유치 등 서비스의 시장성을 인정받은 매우 의미 있는 해였다. 그리고 ‘하이로컬’ 법인을 설립하면서 실리콘밸리 출신 조나단 바우단자(Jon Baudanza)가 CTO로 합류해 플랫폼 개발에 더욱 박차를 가할 수 있게 됐다.

『S² Bridge : 인천』과 함께 한발한발 준비하는 글로벌 진출

K-스타트업 공고를 보고 알게 된 『S² Bridge : 인천』은 글로벌 진출을 목표로 하고 있는 기업 지원이 원활할 것이라 생각하고 우리의 타깃 마켓 역시 글로벌이기 때문에 부합해 신청하게 됐다. 마인드더브릿지(Mind the Bridge) 참가해 다섯 개 팀 안에 들어 실리콘밸리에 있는 멘토들에게 컨설팅을 받았다. ‘하이로컬’의 UX, UI 개선과 인공지능(AI) 학습용 데이터 수집하는 부분에 큰 도움이 됐다. 잘 모르는 부분에 대해 화상으로나마 전문가분들에게 멘토링을 받을 수 있어 개발과정에서 겪을 오류들을 쉽게 파악할 수 있었다.

외국인과 현지인이 재미있게 어울리는 문화가 만들어지는 그날을 기다리며

우리의 비전은 명확하다. 외국인과 현지인을 연결해 어울리면서 배우자는 것이다. 외국어 회화 연습을 하고 교육을 지속하게 하는 힘은 결국 ‘흥미’라고 생각한다. 외국어와 문화 교환이 자연스럽게 이뤄질 수 있는 밑거름이 되고 싶다. 조금 더 실질적으로는 글로벌 언어 교환 애플리케이션 ‘하이로컬’ 런칭 후 단시간에 50만 다운로드 및 10억원 매출을 목표로 하고 있다. 조금 더 욕심을 내자면 22년 정도에는 시리즈A 투자까지 받고 싶다. 목표들을 하나하나 성취하다보면 ‘하이로컬’도 한단계씩 성장해 나갈 거라 믿고 있다.



혁신적인 코골이수면무호흡 구강장치, 파사(Pasa)로 해외시장에 도전장을 낸

국내 최고의 수면 연구 전문기업 '파사메디'

- 환자를 생각하는 30년 경력 치과사의 연구에서 시작된 수면무호흡 장치, 파사(Pasa)
- 3D프린트 기술 적용으로 누구나 쉽게, 합리적인 가격으로 제품 구매 가능
- 해외시장 진출 행보는 이미 시작, 글로벌 헬스케어 기업으로 발걸음 내딛어

Pasa medi



- 1 파사메디 박준현 대표(Chief Executive Officer)
- 2 파사메디 최현진 대표(Clinical Research Coordinator)
- 3 의료용 확장기 '파사' 3D 모델링 이미지
수면 시 하악을 전진시켜 혀와 연구개 뒤의 기도를 넓혀주어, 자는 동안 기도안의 공기 흐름이 원활하도록 유지시켜주는 구강장치

파사메디는 2013년 코골이 및 수면무호흡 완화 장치 '파사' 초기 모델을 시작으로 코골이 장치 제품 개발 및 생산 방식의 개선과 변화를 통하여 약 4천여건의 임상케이스와 다양한 특허를 보유한 기업으로 성장하였고 보다 발전된 형태의 수면 질환 전문 기업을 목표로 노력하고 있습니다.

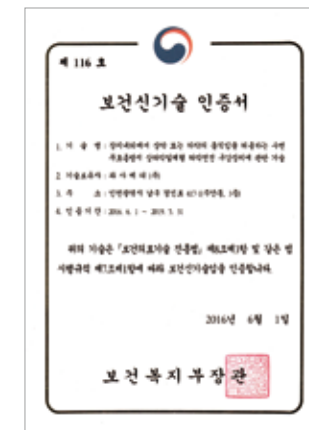
사람들은 하루의 3분의 1을 수면시간으로 보낸다. 수면은 지친 몸과 마음을 회복하는 중요한 시간이다. 하지만 코골이와 수면무호흡증을 겪는 환자들에게 수면은 또 다른 고통의 시간이 된다. 충분히 숙면을 취하지 못하면 생체리듬이 깨지고 일상이 무너지는 등 수면이 사람의 삶에 미치는 영향은 생각보다 크다.

의료계에서 수면무호흡증 환자의 경우 산소공급이 부족해지므로 적극적인 치료가 필요하다고 이야기한다. 치료는 주로 양압기나 코골이완화 구강장치가 사용된다. 하지만 대부분의 환자들이 수면 중에 불편함과 고통을 느껴 무의식적으로 빼버리게 되고 결국은 사용을 안 하게 되는 경우가 허다하다.

코골이수면무호흡 구강장치 '파사(Pasa)'는 30년 치과를 운영해 온 박영현 원장이 환자들의 편안한 틀니 치료에 집중해오던 중 개발한 제품이다. 턱관절이 틀어진 사람의 경우 아무리 틀니를 잘 제작하더라도 불편함을 느낀다. 그 해결 방안을 연구하던 끝에 턱관절 안전 장치를 개발해 틀니치료 전 무상으로 제공한 결과 환자들의 만족도가 매우 높아졌다. 이를 통해 틀어진 턱관절과 코골이 수면무호흡증이 깊은 연관성을 가지고 있다는 사실을 확인하게 되었고, 그때부터 본격적인 연구를 시작했다.

코골이 수면 무호흡증 치료를 위한 양압기 시장, 코골이 구강장치 '파사'로 도전장을 내밀다

미국, 유럽, 일본 등 선진국 중심으로 코골이수면무호흡증을 개선하기 위한 구강장치가 사용되고 있다. 국내에서는 선진국의 코골이 장치를 유사하게 만들어 판매하고 있지만, 코골이와 수면무호흡증에 대한 인식 부족과 불편함으로 관심을 받지 못하고 있다. 국내는 의료보험이 되는 양압기 위주로 치료가 되기 때문에 비보험인 구강장치는 더욱 시장이 작다. 양압기는 높은 압력으로 공기를 코로 강제 주입하기 때문에 코안과 기도에 부담을 주게 되며 소독이나 이동, 관리도 번거로워 계속 사용이 쉽지 않다. 이에 비해 수면무호흡 구강장치 '파사'는 턱의 자연스러운 움직임을 허락하면서 좁아진 기도를 편안하게 넓혀주는 장치로 환자들이 쉽게 적응하고 부작용도 적어 고객 만족도가 높다.

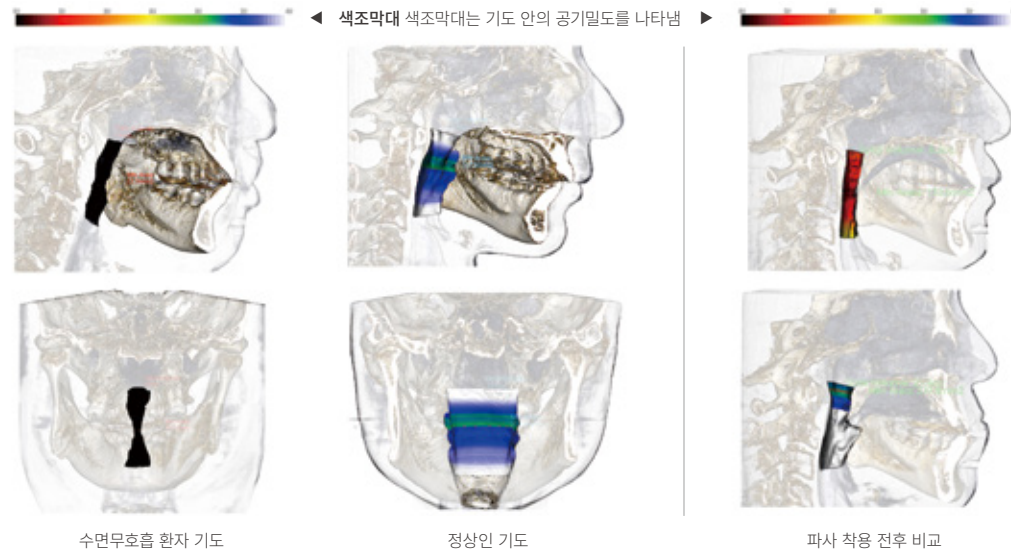


보건신기술로 인증받은 수면무호흡/코골이치료 구강장치. 장치내에서 상악 또는 하악의 움직임을 허용하는 수면무호흡방지상하악일체형하악전진 구강장치.

수면무호흡증 개선효과 90% 이상, 환율 요청 약 5%가 보여주는 제품 품질력 수면무호흡 구강장치 '파사'를 착용한 고객들의 코골이 수면무호흡증 개선효과는 90%에 이른다. 장치와 폐활량 개선 프로그램을 함께 제공해 수면무호흡 증상 개선뿐만 아니라 폐기능 향상, 비염 증상 완화효과까지 전체적인 호흡상황을 향상시켜준다. '파사메디'

는 장치가격을 낮추고 누구나 쉽게 접근할 수 있도록 3D 프린터 제작방식을 적용해 2020년 2월부터 온라인 판매를 하고 있다. 불만족 시 100% 환불해주는 제도를 시행할 정도로 제품에 자신감이 있었고, 판매 제품의 약 5% 환불이라는 결과가 제품의 품질력을 증명해주고 있다.

낮동안 수면무호흡 환자와 정상인 기도 상황 차이



의료용 확장기 파사(Pasa) 구입 및 제작 과정



* 키트 활용 또는 스캔센터 방문 중 택일

혁신적인 기술력, 국내를 넘어 해외 시장 진출 성공으로 연결하고파 '파사메디'는 국내에서 보건복지부 보건신기술(NET) 인증, 대한민국 발명특허대전 금상 수상, 의료기기 제조 GMP 인증을 비롯해 관련 특허도 5개에 달한다. 이에 만족하지 않고 미국, 캐나다, 일본, 중국, 유럽 등 7개국의 특허까지 보유하고 있다. 국내 제품 보급과 함께 글로벌 시장 진출을 준비 중인 '파사메디'에게 『S² Bridge : 인천』의 글로벌 멤버십 프로그램은 정보와 네트워크를 풍부하게 확보할 기회이며, 최우선 타겟시장인 미국 진출 준비에 도움을 받고 있다. 미국 FDA 2등급 승인이 나오는데로 이미 설립된 미국지사사를 통해 적극 시장개척으로 '파사' 제품을 세계에 선보일 예정이다.

삶의 질이 저하된 전 세계 사람들의 건강을 지켜주는 글로벌 헬스케어 기업으로 성장하고파 코골이수면무호흡증은 오랜 시간 고착되면 폐기능과 산소 흡입능력을 저하시키고 밤뿐만 아니라 낮 시간에도 심장질환 및 다양한 합병증을 일으킬 수 있는 위험한 질병이다. 결코 가벼이 넘길 수 있는 질환이 아니라는 의미이다. 혁신적인 코골이수면무호흡 구강장치, 파사! 30년 치과 의사가 환자를 치료하면서 오랜 연구의 결과로 개발한 제품으로 이미 많은 임상사례를 통해 효과를 입증했다. 코골이장치와 이갈이장치로 삶의 질이 저하된 사람들의 삶과 건강을 변화시키고 싶은 '파사메디'는 글로벌 헬스케어 기업으로 성장하기 위해 나아가고 있다.



코골이 폐쇄성 수면무호흡 완화용 의료용 확장기 'Pasa' 패키지

누구나 누릴 수 있는 건강한 일상을 위해

글로벌 No.1 모바일 원격진료 리딩컴퍼니를 꿈꾼다! ‘큐에스택’

- 스마트폰 인식 가능한 비색센서 기반 소변검사로 성장 가도 진입
- 21년, 독자적 바이오 융복합 기술로 체외진단 가능한 제품군 6개 이상 출시 예정
- 병원, 보험회사 등 관련 업계와 전략적 제휴를 통한 서비스 확대에 주력할 것

QS TAG



몇 해전 국민건강보험공사에서 조사한 ‘건강검진 수검률’ 자료를 보면 직장 및 지역가입자간 검진률 차이가 40%에 달한다고 합니다. 나라에서 건강검진을 할 수 있게 도와주어도 가게 문을 닫기 힘들거나 검사 받을 장소까지 이동하기가 어려워서 등 건강검진을 받기 어려운 사람들이 많은 게 현실입니다. 이동훈 대표는 정기 검진이 어려운 사람들이 집에서 쉽게 자신의 건강을 체크할 수 있기를 바라며 큐에스택을 설립했습니다.

건강 관리를 도와주는 모바일 기반 의료기기 회사 ‘큐에스택’

‘큐에스택’은 모든 사람들에게 건강한 일상을 선물한다는 일념으로 누구나 손쉽게, 편리하게, 그리고 저렴하게 자신들의 건강을 케어하도록 돕는 모바일 기반의 의료기기 회사이다. 처음 창업을 시작했을 때 주변의 많은 사람들이 그런 사업은 10년 뒤 혹은 20년 뒤나 가능할 것이라고 이야기했다. 그러나 코로나19로 인해 ‘언택트’가 화두인 요즘 원격 진료시대는 더욱 앞당겨졌다. 2020년은 큐에스택에게 비대면 셀프케어 시장에서 두각을 드러낸 해였다.

앱 스캔으로 정확한 진단이 가능한 ‘큐에스체크(QSCheck)’

시판 중인 검사지들의 문제점은 검사 결과를 사람의 육안으로 확인하기 때문에 다소 정확성이 떨어진다는 것이다. ‘큐에스택’의 ‘큐에스체크(QSCheck)’는 소변 내 단백질, 포도당, 잠혈, PH 등의 바이오마커에 대한 이상 징후를 큐알코드 앱 스캔을 통해 쉽게 진단할 수 있다. 주기적으로 검사를 진행하게 되면 그래프를 통해 데이터 추이를 한눈에 확인할 수 있어 질병 스크리닝도 가능하다.

특정 질환을 관리할 수 있는 셀프케어 서비스 곧 런칭

2016년 회사를 설립하고 많은 연구개발 과제를 통해 꾸준히 성장해 왔다. 특히 지난 20년 한해 동안 다양한 투자자로부터 약 30억원의 투자를 유치하며 40여 개의 특허를 출원 및 등록했다.

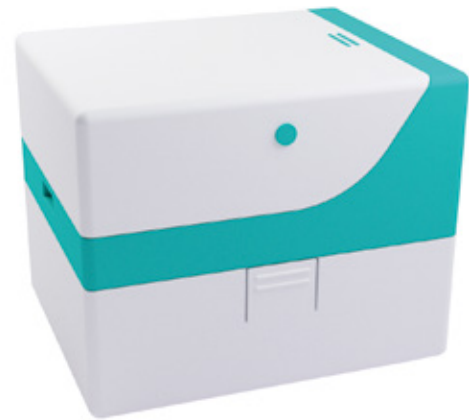
마케팅은 2020년 하반기부터 시작했음에도 불구하고 단기간 2만개 이상의 제품이 판매됐다. 지금까지 성과를 발판으로 ‘큐에스택’은 몸상태 파악 및 유전자 분석 기술을 바탕으로 한 개인맞춤형 셀프케어 서비스 런칭을 준비 중이다. 독자적 바이오 융복합 기술을 바탕으로 3가지 체외진단 제품군도 개발하고 있다. 2021년 안에 6종 이상의 체외 진단 의료기기 제품을 출시할 계획이다.



개인용 홈 메디컬 디바이스 제품을 개발하고 있는 헬스케어 스타트업 ‘큐에스택’ 대표 이동훈



1



2
QSCHECKER

『S² Bridge : 인천』은 해외로 향하는 길잡이 스타트업 특성상 대부분의 직원들이 젊고 열정적인 주니어여서 업계 네트워크적인 부분이나 해외시장 정보가 부족하다. 이러한 부분에 도움을 얻을 수 있을 것 같아 『S² Bridge : 인천』 글로벌 멤버십 프로그램에 참여하게 됐다. 『S² Bridge : 인천』이 멤버사들에게 제공하는 글로벌 액셀러레이팅 프로그램을 통해 해외시장 이해도가 높아지고 네트워크에도 많은 도움이 돼 해외 인허가를 준비 중이다. 더불어 글로벌 투자사 또는 SI성 회사와 연결을 통해 파트너십을 구축하고 각 나라별 시장진입 가속화도 계획하고 있다.

글로벌 원격진료 리딩 컴퍼니를 꿈꾸다
단기적으로는 종합 건강관리 플랫폼을 이용해 개인 건강진단 전문업체로 성장하는 것이 목표이다. 장기적으로는 모바일 기반의 의료기기 회사로 글로벌 원격진료 리딩 컴퍼니를 목표로 하고 있다. 손쉽게 원격진료로 연동될 수 있는 ‘큐에스택’의 서비스는 의료 시스템이 잘 정비되어 있는 한국 시장 보다는 해외 시장에 더 큰 수요가 있다. 전세계 사람들 누구나 ‘큐에스택’의 제품을 무상 또는 저렴한 비용으로 사용하고 개인들이 스스로 건강을 관리할 수 있는 환경을 만들고 싶다. 헬스케어 산업은 홀로 성장할 수 없고 다양한 서비스가 함께 성장하는 것이라고 생각하기 때문에 많은 스타트업들이 같이 성장했으면 좋겠다. 그리고 글로벌 헬스케어 산업의 중심에 ‘큐에스택’이 있길 희망한다.



3



4



5

- 1 소변을 통한 개인의 건강관리를 위해 개발된 소변검사시험지 큐에스체크, UIS4 테스트의 측정결과는 검사지와 함께 제공되는 큐에스리더(애플리케이션)를 통해 자동으로 분석되어 검사항목의 수치확인 및 추적 관리가 가능하다.
- 2 특수마커용으로 제작된 큐에스체크는 특정 미세단백질을 검출하여 특정질환 관리가 가능한 차세대 제품입니다.
- 3, 4, 5 ‘출시 예정인 기초4종과 산모건강, 다이어트 QS Check

2021 글로벌 스타트업 리포트

발행일

2021년 2월

발행처

『S² Bridge : 인천』(신한 스퀘어브릿지) 운영사무국
인천시 연수구 컨벤시아대로 204(인천스타트업파크 인스타2)

☎ 032-228-1700

☎ 032-228-1710

🌐 s2bridge.kr

제작

올어라운드커뮤니케이션

