

# 대한상의 브리프

신현규 매일경제 실리콘밸리 특파원



제130호 2020년 9월 7일



편집자주

혁신의 본고장인 실리콘밸리도 코로나19에서 자유로울 수 없습니다. 이번 호에서는 코로나19 발생 후 실리콘밸리 혁신 기업들의 변화상과 대응방향을 토대로 우리 기업들에게 던지는 화두가 무엇인지 살펴보겠습니다. [외부 필진 칼럼은 대한상의 견해와 다를 수 있습니다.]

## 실리콘밸리 혁신 기업의 ‘코로나 생존기’

실리콘밸리 혁신 기업들은 ‘코로나 팬데믹’에 어떻게 대응하고 있을까요? 디지털 트랜스포메이션이 기회요인으로 작용해 이 분야 선두주자인 이들은 순풍에 돛 단 듯 호실적을 올릴 것으로 생각하는 분들이 많을 것 같습니다.

신기술·신제품 개발과 확장을 서두르는가 하면, 인재에 대한 투자와 일하는 방식에 획기적인 변화를 주기도 합니다. 또한 새로운 사업의 기회를 ‘선진국·도시지역’이 아닌 ‘변두리’와 ‘후진국’ 같은 ‘로컬’에서 찾는 노력도 거세지고 있습니다.

하지만 제가 보는 이곳 기업들은 하루하루가 생존과의 전쟁입니다. 변화하지 않으면 살아남을 수 없다고 생각하기 때문에 끊임없이 구조적 변화를 위해 채찍질을 합니다.

각자 방향은 다르지만 실리콘밸리의 혁신 속도와 변화 폭은 코로나 이후 한층 더 빠르고 넓어지고 있습니다.



### [ 실리콘밸리 혁신 기업의 코로나 대응 ]

대응 전략	주요 사례
공격적인 ‘신사업 확장’ “격변기에 도전자 출몰 거센 법”	‘미트(화상회의 솔루션)’ 개발, ‘핏빗(스마트워치)’ 인수
	삼성·애플과 전략적 제휴, ‘틱톡(SNS)’ 인수 추진
	‘죽스(자율주행차)’ 인수, 드론 배송(Prime Air) 승인
‘인재 투자·일하는 방식’ 혁신 “권한위임 늘리고 디지털화 가속”	재택근무 전면 도입 발표
	디지털 방식 최적화한 ‘업무솔루션’ 개발해 인기
	디지털 업무방식 도입해 ‘디즈니 플러스’ 5개월 만에 런칭
신사업 타진은 ‘Local’에서 “美변두리·후진국에 사업거리 산재”	인도 산불진화 AI 솔루션 시험 가동
	이집트 버스운송 시스템 도입
	美 버지니아주 의약품 드론 배송

## 1 격변기에 강력한 도전자 출몰... ‘신사업 확장’ 안 하면 먹힌다

코로나19 이후 실리콘밸리 기업들을 보며 가장 크게 느낀 점은 이것입니다.

‘왜 다들 사업확장 안 하면 오늘 당장 망할 사람들처럼 서두르지요?’

분기당 10조~30조 원의 매출을 거두는 구글, 페이스북, 아마존, 애플 등 글로벌 혁신 기업들의 이야기입니다. 엄청난 매출 규모의 공룡들이라면 코로나 사태를 잠시 쉬어가며 내실을 다질 기회로 삼을 만도 한데, 이들은 정반대로 신기술·신제품 개발과 확장을 서두릅니다. 마치 뒤에서 누가 쫓아오는 것처럼 말입니다.

코로나19 이후 줌(Zoom)이라는 회사가 화상회의 시장을 점령하며 엄청난 성장을 이루자, 구글과 페이스북은 일제히 화상회의 솔루션 ‘미트’와 ‘룸스’를 내놓습니다.

마이크로소프트는 적이든 아군이든 구분하지 않고 전략적 제휴를 맺고 있습니다. 삼성과 손을 잡고, 애플과도 손을 잡습니다. 틱톡 인수에도 열을 올립니다. 성장을 앞에 놓고 자존심 따위는 없습니다. 아마존은 드론 배송, 자율주행차, 헬스케어 등으로 무한 확장을 시도합니다.

기업인수(M&A)도 활발하게 일어나고 있습니다. 애플은 VR 회사(넥스트VR)를, 마이크로소프트는 네트워크 회사(메타스위치)를, 구글은 스마트워치 회사(핏빗)를, 아마존은 자율주행차 회사(죽스)를 인수했습니다.

왜 이렇게 서두르는 걸까요? 미국 의회에서 열린 청문회에 등장한 구글과 페이스북 CEO들은 모두 이렇게 말합니다.

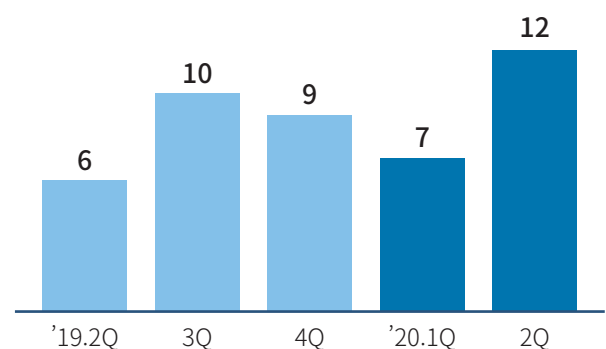
“우리는 독점을 하고 있지 않습니다. 우리를 위협하는 경쟁자들이 얼마나 많은 줄 아십니까. 우리도 언제 잡아먹힐지 모르기 때문에 엄청나게 달리고 경쟁합니다.”

새로운 판이 짜이고 있고, 줌(화상회의), 틱톡(SNS), 도어대시(음식배달), 쇼피파이(온라인 이커머스) 등의 새로운 도전자들이 코로나19를 계기로 도전을 해 옵니다. 구글, 아마존, 페이스북, MS 등은 세상이 크게 출렁일 때, 자신들을 뒤집을 강력한 도전자들이 나온다는 것을 본능적으로 알고 있는 듯합니다. 지금의 실리콘밸리 IT 공룡들은 신성장동력을 찾기에 혈안이 되어 있습니다.



### [ ‘FAANG+MS’의 M&A 건수(합계) ]

(단위 : 건)



“Big6의 2분기 M&A 건수(12건)는 작년 동기 대비 2배 증가”

※ FAANG+MS : Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google, Microsoft

※ 출처 : 크런치베이스

## ② ‘인재 투자 · 일하는 방식’ 혁신

우리가 주목해야 하는 실리콘밸리의 또 다른 변화상은 이들 기업이 ‘인재 투자’와 ‘일하는 방식’에 대해 근본적 질문을 던지기 시작했다는 점입니다.

코로나 이후 실리콘밸리 기업의 ‘인재 쟁탈전’은 한층 격화됐습니다. 2분기 매출이 전년 동기 대비 4배 가까이 성장한 ‘줌’은 대대적 인재 확보를 위해 10월에 ‘줌토피아’라고 하는 큰 이벤트를 개최합니다. 페이스북은 직원들을 붙잡아 두기 위해 일인당 수천만 원에 달하는 보너스를 지급합니다. 여기에 틱톡을 서비스하는 중국 기업 바이트댄스까지 가세해 물량 공세로 실리콘밸리의 엔지니어들을 대거 채용했습니다. 거의 대부분의 실리콘밸리 기업들이 신규채용을 진행 중입니다.

‘인재에 대한 투자’가 신규채용만을 의미하는 것은 아닙니다. 기존 직원들에 대한 임파워먼트(힘 실어주기) 움직임도 거세지고 있습니다. 직원들이 조금 더 고객에게 집중할 수 있도록 하기 위해 ‘세일즈포스’ 같은 고객관리 솔루션을 도입하거나, 직원들의 업무편의성을 높이기 위한 인공지능 기반 솔루션 ‘아사나’, ‘트렐로’, ‘서비스나우’ 등이 큰 인기를 얻고 있습니다.

‘디즈니’ 사례를 예로 들면 좋을 것 같습니다. 디즈니는 코로나19로 테마파크가 문 닫고, 개봉 예정된 영화들이 줄줄이 연기되는 상황에서, 스트리밍 서비스라는 신사업에 진출했습니다. 이들은 ‘서비스나우’의 ‘업무과정(work flow) 솔루션’을 도입해 디지털 방식으로 일하는 법을 바꿨습니다. 그 결과 넷플릭스의 대항마로 꼽히는 ‘디즈니 플러스’ 서비스를 단 5개월 만에 내놓을 수 있었습니다.

## ③ ‘로컬’에서 새로운 시장 개척

마지막으로 말씀드리고 싶은 실리콘밸리 기업들의 변화는 ‘집중’이 아니라 ‘분산’입니다. 코로나 이후 파괴적 혁신을 통해 새로운 시장을 창출하려는 노력들이 실리콘밸리와 도심 한복판이 아닌 ‘로컬’, 즉 미국 내 다른 지역이나 동남아·남미·중동·아프리카 등에서 진행되는 경우가 많아졌습니다.

구글은 인도에서 산불진화를 위한 솔루션을 발전시키는 중이며, 구글의 드론 배송 회사 ‘윙(Wing)’은 올해 4월 이후 미국 버지니아주 시골에서 드론을 활용한 의약품 배달을 하고 있습니다. 코로나 이후 여러 번의 의약품 배송 실험 결과, 초반에 비해 배송량이 5배 이상 늘었다고 합니다.

우버는 이집트에서 우버 플랫폼을 이용한 버스 탑승 실험을 진행하고 있습니다. 대중교통수단이 서툰 버스밖에 없는 이집트에서 우버 플랫폼을 이용해 마스크 착용 확인 후 탑승할 수 있도록 하는 실험입니다. ‘구글’과 ‘우버’의 사례 모두 ‘로컬’에서 문제를 해결한 다음 전 세계로 확장을 준비해 나가고 있습니다.



### [ 의약품 배송 중인 구글의 ‘윙(Wing)’ ]



※ 출처 : [www.fedex.com](http://www.fedex.com)

제가 이해하기에 실리콘밸리는 ‘문제’를 푸는 사람들이 모여 있는 곳이고, 사업화가 가능한 ‘문제’는 실리콘밸리처럼 ‘집중된 공간’이 아닌 ‘로컬’에 더 많다고 할 수 있습니다.

코로나 이후 물건 사기가 어려워진 버지니아주의 시골마을, 셔틀버스 말고는 이용할 수단이 없는 이집트 등에 기업들이 만족시킬 수 있는 수요가 있습니다. 문제는 로컬에서 찾고, 해법은 실리콘밸리에서 찾는 분업체계라고도 볼 수 있을 듯합니다. 코로나 19라는 위기상황을 돌파하기 위해 새로운 시장, 새로운 비즈니스모델을 찾으려는 전방위적 노력이 꽤나 인상 깊습니다.



## [ 이집트에서 실험 중인 ‘마스크 우버버스’ ]



“인앱 얼굴인식도구 통해 마스크 착용 확인돼야 탑승 가능”

※ 출처 : [www.uber.com](http://www.uber.com)

## 새로운 시도 멈추지 않아야 생존... “기업의 도전 막는 법제 혁신 필요”

‘코로나 피벗(pivot)’으로 불리는 이상의 노력들이 국내에선 얼마나 가능할까요? 실리콘밸리 기업들이 ‘생존’의 차원에서 접근하는 신산업 확장과 신시장 개척을 ‘더 성장을 하고 말고’의 옵션쯤으로 여겨서는 곤란합니다.

코로나가 한창이던 지난 5월 미국 행정부는 “모든 규제기관은 기존 규제를 폐지하거나 특례를 부여하는 등 혁신을 가로막는 장벽을 제거하고, 관리예산국(OMB)은 규제개혁 여부를 모니터링하라”는 지시를 내렸습니다. 이에 연방항공청은 즉각 드론 배달 서비스업체 ‘Zipline’의 의료품 장거리 배송을 허용했고, 지난 8월 29일에는 아마존 배송용 드론 ‘Prime air’의 승인도 떨어졌습니다.

각종 규제로 새로운 시도가 무산되는 국내 상황에 비춰볼 때 부러운 대목입니다. 법과 제도의 획기적 변화가 없다면 주요 선진국과의 혁신 격차는 따라잡을 수 없을 만큼 벌어질 것입니다.

라홀 보라 슈퍼휴먼(이메일서비스) CEO는 “코로나 사태 같은 거대한 구조변화 속에서 살아남으려면 하루도 쉬지 않고 혁신해야 한다. 혁신에 익숙해지는 것, 그게 생존을 위한 적응이다”라고 말했습니다.

기업은 ‘파괴적 혁신’ 노력으로 신사업을 개척하고, 정책주체는 법제도 인프라를 미래산업에 맞게 정비하는 팀플레이를 통해 포스트 코로나 재도약의 기회를 열어갔으면 좋겠습니다. 🚀

※ 실리콘밸리에 관한 더 많은 소식을 정기적으로 받아보시려면 다음 링크를 접속해주세요.

<https://page.stibee.com/subscriptions/33271>

# 국내·외 경제지표

2020년 9월 7일 기준

## 1. 국내·외 경제성장률

(단위 : %)

	2018	2019 <sup>(E)</sup>	IMF		OECD	
			2020 <sup>(P)</sup>	2021 <sup>(P)</sup>	2020 <sup>(P)</sup>	2021 <sup>(P)</sup>
한국	2.9	2.0	-2.1	3.0	-0.8	3.1
세계	3.6	2.9	-4.9	5.4	-6.0	5.2
미국	2.9	2.3	-8.0	4.5	-7.3	4.1
중국	6.6	6.1	1.0	8.2	-2.6	6.8
일본	0.8	0.7	-5.8	2.4	-6.0	2.1
EU	1.9	1.3	-10.2	6.0	-9.1	6.5

\* E -잠정치(Estimate) / P -예상치(Projections)

## 2. 환율·유가<sup>1)</sup>

(단위 : 원(환율), 달러(유가))

	2017	2018	2019	'20.4월	5월	6월	7월	8월
원/달러	1,131	1,100	1,166	1,225	1,229	1,210	1,199	1,187
원/엔(100엔)	1,009	996	996	1,135	1,146	1,125	1,122	1,120
원/위안	167.5	166.4	166.4	172.9	172.5	170.7	170.9	171.1
원/유로	1,276	1,299	1,299	1,332	1,339	1,362	1,373	1,403
유가(Dubai)	53.2	69.7	63.5	20.4	30.5	40.8	43.3	44.0

## 3. 산업지표

(단위 : %(전년동기대비))

	2017	2018	2019	'20.4월	5월	6월	7월	8월
산업생산	2.6	1.6	0.6	-5.2	-5.7	0.7	-1.6	-
소매판매	1.9	4.3	2.4	-2.2	1.7	6.3	0.5	-
설비투자	14.4	-3.6	-6.2	1.9	3.4	13.8	6.7	-
수출	15.8	5.4	-10.4	-25.6	-23.8	-10.8	-7.1	-9.9
수입	17.8	11.9	-6.0	-15.8	-21.0	-11.2	-11.6	-16.3

1) 환율은 월 평균 기준, 유가는 기말 기준