

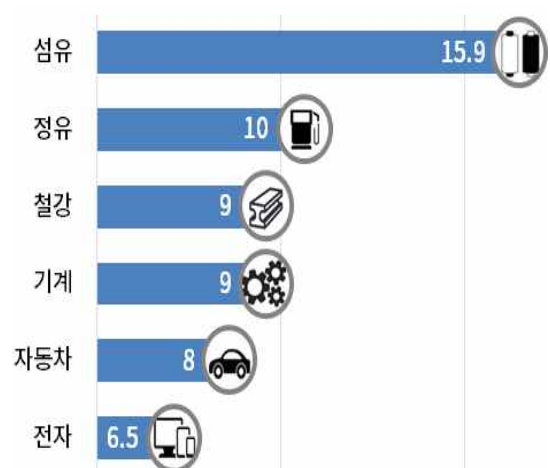
‘범용화의 덫’ ... 기업 절반 “지금 수익원도 사양화단계”

- 전국상의 2,400여개 기업 조사 ... “변하지 않으면 100년기업 커녕 100개월 시한부 기업”
- 범용화의 덫 시기: 전자(6년6개월), 자동차(8년), 기계·철강(9년), ... 섬유(15년11개월)
- 생존전략 ‘4C’: 융합(25%), 저비용·고품질(17%), 사회공헌(13%), 창조인재(13%)
<Convergence> <Cost saving> <Contribution> <Creative talents>
- 정부정책: ‘미래산업 모험자본 유입’(48.8%), ‘규제혁신’(46.2%), ‘창조인재 육성’(31%) 등

“지금 우리기업 수익원도 사양화 단계입니다” 우리기업의 절반가량이 이같이 답했다. 시장의 변화흐름이 빨라 환경변화에 신속히 대처하지 않으면 ‘100년 기업’은 커녕 우량기업도 ‘100개월 시한부’에 그칠 것이란 얘기다.

대한상공회의소(71개 지역상의 공동)가 국내 2천4백여개 제조업체를 대상으로 ‘저성장시대에 대한 인식과 대응전략 조사’를 실시한 결과에 따르면, 응답기업의 절반가량(49.9%)은 “지금 수익원은 사양화 단계”라고 입을 모았다. 이어 ‘대내외 환경변화에 대처하지 않으면 귀사의 생명력은 얼마나 유지될까’라는 물음에 평균 8.4년이라고 응답했다. 업종별로는 시장상황이 빠르게 변화하는 전자업종이 6.5년으로 가장 짧았고 다음이 자동차로 8년, 이후 기계·철강 9년, 정유 10년, 섬유

<그림1> 現 사업의 유통기한(업종별, 년)



는 15.9년으로 나타났다.

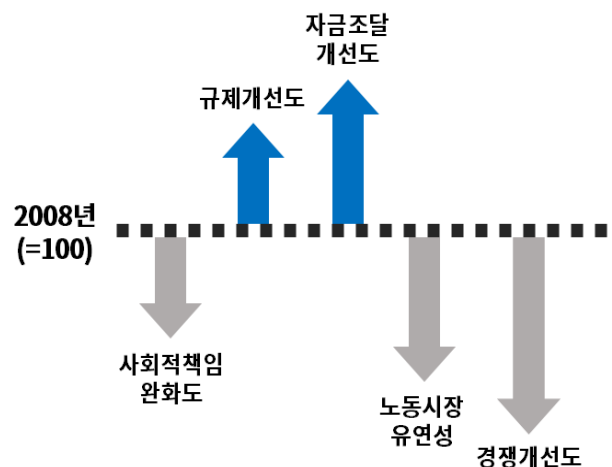
이에 대해 대한상의는 “기업들이 기술력을 개발했다 하더라도 시장과 경쟁자들이 더 빨리 변하고 있어 따라잡기 어려운 시대가 됐다”며 “그렇다고 고객에 대한 단기적인 대응에 급급하고 중장기적인 변화를 외면한다면 시장의 범용화(commoditize)에 매몰될 수 밖에 없는 것이 현실”이라고 분석했다.

실제로 ‘대내외적 시장환경의 변화속도를 100마일(mile)이라고 할 때, 귀사의 적응속도는 어느 정도인가’라는 물음에 74마일에 불과하다고 응답했다.

고추냉이로 친환경 비누, 샴푸 등 생활용품을 만드는 경기도 한 중소기업 CEO도 불과 1~2년 만에 상전벽해를 느낀다고 표현한다. “일본이 고추냉이로 여러 식산업에 활용하는 것을 보고 친환경 비누, 샴푸 등을 개발했다”며 “하지만, 얼마안돼 일본 경쟁사는 화장품을 내놓고 유럽에서는 고추냉이보다 더 몸에 좋은 성분으로 코스메슈티컬(COSmetics+PharMACEUTICAL)을 시장화하고 있다”고 말했다. 코스메슈티컬은 화장품과 의약품의 합성어다.

‘경쟁은 많이 심화된 반면 규제나 자금조달은 조금 나아졌다’ 기업들은 힘들었던 2008년 글로벌 금융위기와 비교해 시장환경 변화가 어떤가를 묻는 질문에 이같이 답했다. 2008년말 ‘경쟁개선도’가 100이었다면 지금은 90으로 더 심화됐고 ‘노동시장 유연성’은 94.1까지 떨어졌다. 사회적책임 완화도 96.5까지 떨어져 심화됐다. 반면 규제개선도, 자금조달 개선도는 각각 105, 103으로 글로벌 금융위기 때보다 나아졌다.

<그림2> 글로벌 금융위기와 비교한 現 시장상황



지금의 수익원도 똑딱 범용화·사양화 되는 시대, ‘기업들은 어떻게 살아남아야 할까’ 라는 질문에 기업들은 네가지로 답했다. 융합(Convergence) 24.8%, 저비용·고품질(Cost saving) 17.2%, 사회공헌(Contribution) 13.3%, 창조적 인재(Creative talents) 13.2% 이른바 4C다.

특히 ‘지금은 우리 전통산업이 성숙기에 접어들었지만 융합을 통해 충분히 매출을 늘릴 수 있다’ 는데 기업의 66%는 동의했다. 실제 ‘미래 융합가능한 기술’ 을 묻는 질문에 ICT·가전 업종은 ‘사물인터넷’ 에 높은 관심을 나타냈고 자동차나 부품기업들은 ‘인공지능로봇, 3D프린팅, 드론’ 등에 관심을 두고 있었다. 스마트쉽 등으로 재기를 꿈꾸고 있는 조선 및 기자재업종도 인공지능로봇, 3D 프린팅, 가상현실’ 등에 관심을 뒀다. 신현한 연세대 교수(대한상의 자문위원)는 “융합을 제대로 하기 위해서는 CEO가 먼저 열심히 배워야 한다” 며 “천리마를 재빨리 알아채는 눈이 필요하다” 고 조언했다.



‘미래에 뜰 것으로 예상되는 유망산업은 무엇인가’ 를 묻는 질문에 응답기업들은 에너지·환경(34.4%), 바이오·헬스(21.5%), ICT 융합(19.2%), ICBM(사물인터넷, 클라우드, 빅데이터, 모바일)(15%), 고부가가치 서비스(9.4%) 등을 꼽았다.

혁신을 위한 정부정책을 묻는 질문에 ‘불확실한 미래산업에 모험자본 유입환경 구축’ (48.8%)이 가장 많았고 이어 ‘규제혁신’ (46.2%), ‘창조적 인재육

성' (31.0%) 등을 꼽았다.<산학협력 R&D 확대(24.3%), '실패후 재도전 안전망 조성(19.8%), 복수응답>

대한상의 이동근 상근부회장은 “한국기업의 3년 생존율은 38%에 불과해 OECD 조사대상국(25개국) 중 하위권에 그친다”며 “불황에 쫓겨 단기이익에 급급하다보면 시장에서 설자리를 잃게 될 수 있다. 혁명적인 아이디어가 소중한 이유”라고 조언했다. 

< 조사개요 >

- 조사기간: 5/27(금)~6/27(월)
- 조사대상: 전국 제조업체 2,400여개사
- 조사방법: 71개 전국상을 통해 전화, e-mail, 방문조사