

“한국 조선업 80년… 중소 조선사 미래 위해 지원-항로 확대를”

바다의 날 특별기고

김성태 한국중소조선공업협동조합 이사장
동일조선(주) 코르셀 대표이사

1948년 ‘조선선박공업협회’로 출발한 한국중소조선공업협동조합은 대한민국 조선 산업과 함께 80년의 세월을 걸어왔다. 격동의 한국 근현대사 속에서 중소 조선업계의 버팀목 역할을 해온 우리 조합은 오늘날 75개 조합원사와 함께 새로운 도전에 직면해 있다.



변화하는 글로벌 해양 환경 속에서 우리가 선제적으로 준비해야 할 전략적 과제들은 명확하다. 80년 역사의 무게감을 안고 미래를 위한 세 가지 핵심 전략을 제시한다.

첫 번째 전략: 선수금환급보증 시스템의 근본적 개선

중소 조선소가 해외 수주에서 가장 큰 벽에 부딪히는 지점이 선수금환급보증(RG) 문제다. 선박 건조비의 80%에 달하는 선수금을 보증받지 못하면 아무리 우수한 기술력을 보유하고 계약이 무산된다.

지난해 12월 금융위원회로부터 외부 전문기관의 사업성 검증을 거쳐 KDB산업은행 또는 IBK기업은행 심사를 통해 RG를 발급하고 신용보증기금이나 K-SURE가 특례 보증을 제공하는 3단계 시스템을 확정받았다.

하지만 현실은 냉혹하다. 가장 큰 문제는 영세 조선사들이 매출액이 적어 보증서조차 발급받지 못한다는 점이다. 이들은 RG를 받지 못해 자체 보증을 서야 하는 상황에 내몰리고 있다.

한국수출입은행의 초기 설립 이념을 되새겨보자. 수출 진흥을 위해서는 다소의 손실이 발생하더라도 정부가 뒷받침해주겠다는 철학이었다. 정부의 수출 지원 의지가 절실한 시점이다.

더욱 심각한 문제는 보증기관의 독점 구조다. 현재 보증기관이 SGI서울보증 한 곳뿐이라는 현실은 시대적 흐름과 전혀 맞지 않는다. 산업 특례가 필요한 여러 산업군이 등장하고 있는 상황에서 서울보증에서 보증을 받지 못하면 사업 자체가 불가능한 구조는 명백한 모순이다. 추가적인 보증기관 설립은 선택이 아닌 필수다.

두 번째 전략: 북방항로 시대를 대비한 부산항 인프라 구축

기후변화와 러시아의 북방항로(NSR) 개발 계획에 주목해야 한다. 필자는 2022년 12월 (주)북방항로링크스를 설립하며 이 거대한 변화에 대비하고 있다. 북방항로는 기존 수에즈운하 경로 대비 최대 10일의 항해 시간을 단축시키며 연료비 절감과 탄소 배출 저감 효과를 가져다준다.

배랑해협을 거쳐 로테르담까지 최단 거리로 연결하는 이 국제항로가 본격 개시되면 부산항은 동북아 물류 허브로서의 지위를 강화할 수 있다. 정부 차원에서 ‘북방항로 개발지원 특별법’ 제정과 같은 법제도 개선이 필요하고 부산항 인근에 NSR 전용 부두와 선석 및 대형 수리조선소 등 항만 인프라 구축에 박차를 가해야 한다.

북방항로는 단순한 물류 루트가 아니다. 해운, 조선, 에너지 산업 전반에 막대한 파급효과를 미칠 게임 체인저다.

세 번째 전략: 대형 수리조선소 조성을 통한 MRO 사업 확대

북방항로 개시와 미 해군 함정 유지보수(MRO) 사업 확대는 우리에게 또 다른 기회를 제공한다. 바로 대형 선박 수리조선소 조성이다. 한화오션 등 대형 조선소들이 MRO 사업



중소 조선소 전경사진. 한국중소조선공업협동조합 제공

을 수행하고 있지만 기존 신조선 물량으로 인해 즉시 수리가 어려운 상황이며 사업성도 충분하지 않아 중소 조선소들의 적극적 참여가 필요하다.

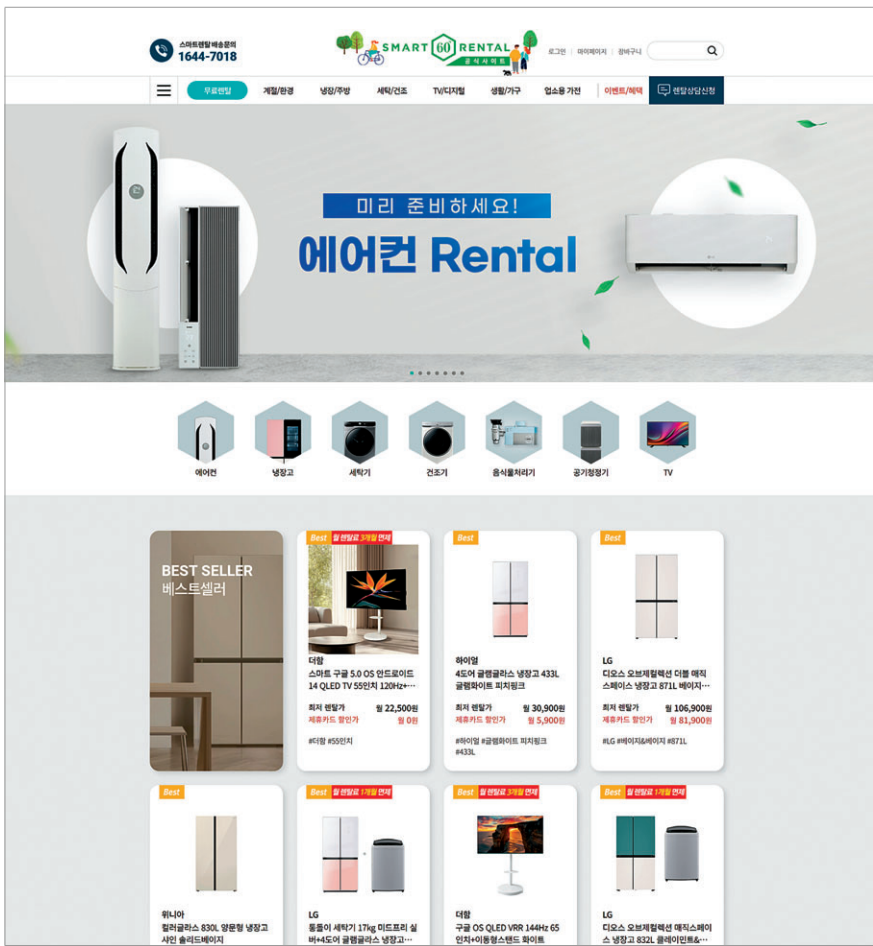
연간 수천 척의 컨테이너선과 미 해군 함정 MRO 수주 유치, 국내 MRO 산업 활성화와 고용 창출, 미 해군의 안정적 수리 거점 제공을 통한 한미동맹 강화까지 기대 효과는 상당

하다. 이를 위해서는 정부와 지자체가 MRO 조선소를 국가 기간산업으로 지정하고 부지 확보와 시설 투자에 대한 행정·재정적 지원을 아끼지 말아야 한다.

국방부, 산업부, 해수부 등 관련 부처 간 긴밀한 협업을 통한 전략 수립도 필수다. 이는 대한민국이 글로벌 해양 강국으로 재도약할 수 있는 전략적 기회다.

SaaS 방식 렌탈 플랫폼으로 中企 판로 개척

(서비스형 소프트웨어)



▲ 서울 강남구 본사 전경 사진.
◀ (주)에넥스텔레콤이 운영 중인 렌탈 사이트 이미지.
(주)에넥스텔레콤 제공

에넥스텔레콤

50만 가입자를 보유한 ‘에이모바일’로 알려진 에넥스텔레콤이 국내 최초 서비스형 소프트웨어(SaaS) 기반 렌탈 플랫폼 ‘렌플(RNPL)’을 중심으로 사업 영역을 확장하고 있다.



문성광 대표

2003년 설립된 에넥스텔레콤은 통신 사업에서 출발했으나 현재는 약 2000개의 국내 최대 렌탈 품목을 보유하며 지난해 1377억 원의 매출을 달성했다.

에넥스텔레콤의 렌플은 ‘BNPL(Buy Now Pay Later)’의 개념에서 착안한 렌탈 플랫폼이다.

렌플의 가장 큰 특징은 제조사가 직접 렌탈 영업과 운영을 할 수 있도록 돕는 올인원 서비스를 제공한다는 점이다. 특히 국내에서 유일하게 ‘공유 판매’ 기능을 도입해 제조사 제품을 다수

의 쇼룸에 동시에 노출시켜 판매할 수 있게 했다.

이는 단순히 가전제품을 렌탈해주는 것을 넘어 마케팅과 제품 판매에 어려움을 겪는 중소기업에 새로운 판매 전략을 제공하는 것이다.

문성광 대표는 “중소기업은 좋은 제품을 가지고 있어도 브랜드 인지도가 없어 마케팅에 어려움이 큰 상황”이라며 “이들이 에넥스텔레콤의 렌탈 플랫폼을 판로 개척의 수단으로 활용하도록 돕고 싶다”고 밝혔다.

렌플은 스타트업들의 초기 투자 비용 부담을 줄이고 재무구조 개선에 기여하며 고정장을 견인하는 역할도 하고 있다.

문 대표는 “생각보다 많은 산업 전반에 렌탈이 있다”며 “국내 퍼스널 모빌리티 시장의 30% 이상이 우리 제품이며 우리가 제품을 사서 운영사에서 운영해주는 형식으로 동반 성장해 상장의 결실을 맺은 기업도 있다”고 말했다.

에넥스텔레콤의 렌탈 서비스는 전체 매출의 80%를 차지할 정도로 빠르게 성장하고 있으며 1000여 곳의 기업이 렌플 플랫폼과의 연동을 기다리고 있다.

SaaS 방식의 렌탈 플랫폼은 국가에 맞는 언어만 전환해 주면 어디서든 사용 가능하다는 장점이 있다. 문 대표는 이러한 특성을 활용해 내후년부터 본격적인 해외 진출을 계획 중이다.

“SaaS 방식의 플랫폼은 별도의 준비 없이 글로벌 시장까지 공략할 수 있습니다. 에넥스텔레콤은 모빌리티 충전 서비스, 파킹 시스템, 도심 태양광 등 신규 제도 및 규제와 맞물려 초기 자본이 필요한 영역에 도움이 되었습니다.”

특히 문 대표는 탄소 배출 이슈로 인한 태양광 설비 의무화 제도 등을 통해 많은 매출을 낼 수 있을 것으로 기대하고 있다.

문 대표는 구동경계 성장의 총량이 끊임없이 증가하고 있다고 강조했다. 특히 아이템 주기가 짧은 국내시장에서 기업들이 살아남기 위한 솔루션을 찾아주고 싶다는 비전을 제시했다. 에넥스텔레콤의 목표는 렌플을 통해 10만 개 이상의 기업과 파트너십을 맺는 것이다. 이를 통해 중소기업과 스타트업이 함께 성장하는 생태계를 만들어갈 계획이다.

윤희선 기자 sunny03@donga.com

국내 첫 ‘허리 조절기’ 개발… 기술중심 경영 강화

(주)씨엔에스



1992년 작은 의류 부자재 유통업체로 시작한 (주)씨엔에스가 국내 교복업체의 핵심 파트너로 자리매김했다. 박해오 대표가 이끄는 이 회사는 단순한



박해오 대표

발상의 전환으로 시장 판도를 바꾼 성공 사례로 평가받고 있다.

씨엔에스의 전환점은 2008년 국내 최초로 개발한 ‘허리 조절기’였다. 학생복 자재를 공급하던 박 대표는 학생들의 급속한 신체 성장으로 인한 교복 교체 부담이 크다는 문제를 발견했다. “청소년은 성장이 빠르다 보니 허리 사이즈 변화가 잦았어요. 이를 해결할 수 있는 기능성 제품이 필요하다고 생각했습니다.”

직접 개발에 나선 박 대표는 자체 특허를 통해 혁신적인 허리 조절기를 완성했다. 바지 허리 부분에 슬라이딩 메탈 후크를 좌우로 달아 최대 4~6인치로 손쉽게 조절할 수 있는 이 제품은 외관상으로 표시가 나지 않도록 정교하게 설계됐다.

“조절기는 단순한 액세서리가 아닙니다.” 박 대표는 제품에 대한 신념을 이렇게 설명한다. 기능성과 내구성을 중심으로 개발된 이 제품은 학생들의 활발한 활동성을 고려해 견고함과 지속가능성에 중점을 뒀다. 출시 이후 지속적인 업그레이드를 통해 완성도를 높여온 결과 현재는 거의 완벽에 가까운 수준에 도달했다는 평가를 받고 있다.

이러한 노력의 결과는 놀라웠다. 특허 등록 4년 만에 국내 학생복 시장의 95%



허리 조절기를 부착한 상태로 허리선 늘리기 전(왼쪽)과 후. (주)씨엔에스 제공

를 차지하며 국내 대표 학생복 브랜드들에 연간 300만 개의 허리 조절기를 공급하고 있다.

최근 학생 수 감소라는 인구구조 변화에도 씨엔에스는 흔들리지 않는다. 박 대표는 “트렌드 변화나 시장구조 변화에 유연하게 대응하고 있다”며 다각화 전략을 펼치고 있다. 평상복이나 기능성의 의류로 적용 범위를 확대하는 한편 교복을 벗어나 패키징, 학생 뷰티 산업 등으로도 영역을 넓혀가고 있다.

특히 스포츠웨어, 골프웨어, 아웃도어 브랜드와의 협업을 통해 활동성이 많은 의류에서 허리 사이즈를 자유롭게 조절할 수 있는 부가 가치를 제공하고 있다. 환경에 대한 관심도 놓치지 않는다. 플라스틱, 폴리에스터 사용에 대한 환경적 우려에 대응해 일정 시간 경과 후 자연 분해가 가능한 친환경 소재 개발에 박차를 가하고 있다. “지속가능한 미래를 위해서는 환경친화적 소재 전환이 필수”라는 것이 박 대표의 신념이다.

씨엔에스의 또 다른 자랑은 조직 문화다. 창업 초기 멤버들이 지금까지 근속하고 있으며 평균 근속 연수가 25년

이상에 달한다. ‘정년이 없는 회사’라는 운영 철학 아래 직원들과의 동반성장을 추구하며 인력 충원보다는 기존 구성원과의 신뢰 관계 구축에 중점을 두고 있다.

최근에는 직원들의 복지 향상을 위해 자동화 기반의 생산시설을 증축하고 있다. 이는 근무 환경 개선과 생산 효율성 제고를 아우르는 전략적 행보다. 박 대표는 “사람이 기업의 미래다. 함께 성장하고 싶은 사람들과 오래 가기 위해 최선을 다하고 있다”고 강조한다.

‘남들이 안 하는 아이템을 해야 한다’는 철학으로 틈새시장을 개척해온 박 대표는 앞으로 뷰티, 기능성 의류 등 신규 고부가가치 산업으로의 확장을 계획하고 있다.

박 대표는 “100년 기업으로 성장하기 위해서는 기술력과 사람 중심의 경영을 지속해야 한다”고 확고한 신념을 밝혔다.

작은 아이디어에서 시작된 씨엔에스의 여정은 이제 새로운 도약을 준비하고 있다. 변화하는 시대에 맞춰 끊임없이 혁신하면서 본질을 잃지 않는 기업, 그것이 바로 박 대표가 그려가는 미래의 모습이다. 안소희 기자 ash0303@donga.com

