

스타트업 업계, 플랫폼법·공정거래법 반대

“모호한 규제로 스타트업 성장 제한”

코스포, 사전규제 문제 제기
“이중·삼중 규제로 생태계 위축
단순 반대 아닌 체계마련 요청”

스타트업 업계가 알고리즘 공개·수수료 공시 의무 등을 담은 플랫폼 규제 강화 법안에 대해 ‘과잉 규제’라며 반대 입장을 공식화하며 반발하고 나섰다.

9일 스타트업 업계에 따르면, 코리아스타트업포럼(코스포)은 과거 공정거래위원회의 ‘플랫폼 공정경쟁 촉진법(플랫폼법)’ 추진과 국회에 계류 중인 공정거래법 개정안에 대해 공동 반대 성명을 낸 바 있다.

당시 코스포는 “이중·삼중 규제가 스타트업 생태계를 위축시킨다”며 플랫폼 기반 기업들의 성장을 가로막는 사전규제에 문제를 제기했다.

코스포는 성명을 통해 “알고리즘 투명성 공개, 수수료 공시 의무, 표준계약서 강제 등은 기존 온플법, 공정거래법과 중복되는 사전규제로 스타트업의 시장 진입과 성장 기회를 제한한다”며 “모호한 규제 기준은 스타트업을 사실



코리아스타트업포럼 대표이미지

상 대기업과 동일한 틀에 묶여버릴 위험이 있다”고 밝혔다.

특히 플랫폼법은 ‘지배적 플랫폼 사업자’만을 규제 대상으로 명시하고 있지만, 구체적인 기준이 없어 사용자수가 많은 중소 플랫폼 기업들도 포함될 수 있다는 지적이 나온다.

실제 의료 플랫폼 ‘닥터나우’, 법률 플랫폼 ‘로톡’은 각각 의료법과 변호사법 해석 변경에 따라 서비스 운영 제한을 겪은 사례다.

스타트업 정책 전문가들도 현행 입법 기조의 위험성을 지적하고 있다. 한 스타트업 규제 정책 연구자는 “규제 목적이 정당하더라도 대상과 방식이 정교하

지 않으면 산업 전체의 활력을 위축시킬 수 있다”며 “특히 기술 기반의 초기 스타트업에게 ‘공개 의무’는 생존 전략을 포기하라는 말과 같다”고 말했다.

정치권 규제 기조와의 연계도 주목된다. 이재명 더불어민주당 대표는 2022년 대선 공약에서 플랫폼 독점 견제를 위한 공정경쟁법 제정을 약속했고, 현 정부의 ‘진짜성장 전략’에서도 ‘공정과 상생의 시장질서 구축’을 명시하고 있다. 그러나 국정기획위 해설서에는 ‘신산업 진입장벽 완화’와 ‘규제 개혁’의 병행 필요성도 강조하고 있어, 규제의 강도와 대상 설정에 대한 정교한 조정이 요구된다

코스포 관계자는 “이번 성명은 단순한 반대를 넘어, 스타트업에 맞는 규제 체계 마련을 위한 요청”이라며 “대형 플랫폼 중심 사고에서 벗어나 혁신 생태계를 살리는 현실적인 접근이 필요하다”고 강조했다.

코스포는 앞으로 국회 및 정부와 간담회를 이어가며, 플랫폼 산업 전반의 자율성과 공정성을 동시에 담보할 수 있는 규제 설계를 요구할 방침이다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

웅진그룹, ‘웅진프리드라이프’ 출범

신규 CI 공개… “고객의 삶 동행”

웅진그룹이 앞서 인수한 프리드라이프를 ‘웅진프리드라이프’로 사명을 바꾸고 본격 출범했다.

9일 웅진그룹에 따르면 지난달 13일 프리드라이프 인수 절차를 최종 마무리하고 이달 4일엔 간판도 새로 달았다.

이에 따라 웅진그룹은 선수금 기준 국내 1위 상조회사를 토대로 ‘토털 라이프케어’ 기업으로 도약을 모색한다. 자사의 브랜드 자산과 시너지를 바탕으로 고객들에게 더 높은 신뢰와 서비스 품질을 제공하겠다는 의지를 보이면서다.

새롭게 출범하는 웅진프리드라이프는 프리드라이프가 축적해 온 장례 의전과 웨딩, 크루즈, 시니어 케어 등 생애주기 맞춤형 라이프 서비스 역량에 웅진그룹의 전국 영업망과 회원제 시스템, 교육 및 콘텐츠, IT 역량을 더해 고객의 삶 전반을 케어하는 ‘토털 라이프케어 플랫폼’ 기업으로의 성장을 가



웅진프리드라이프 CI

속화할 계획이다.

회사는 사명 변경과 함께 새로운 기업 이미지(CI)도 공개했다. 새 CI는 신뢰성과 리더십을 기반으로 한 프리드라이프의 정체성을 유지하면서 웅진그룹과의 연결성과 따뜻한 브랜드 철학을 반영해 디자인했다.

김만기 대표는 “웅진그룹의 고객사랑을 기반으로 한 따뜻한 철학과 프리드라이프의 서비스 전문성을 결합해 고객 삶 전반을 아우르는 토털 라이프케어 브랜드로 지평을 확장하는 것이 웅진프리드라이프의 방향”이라며 “새로운 이름 아래 더욱 향상된 서비스로 고객의 삶에 동행하겠다”고 말했다.

/김승호 기자

장진원, ‘CES 혁신상’ 노하우 공유

‘혁신상 수상 전략 웨비나’ 개최

창업진흥원이 국내 스타트업들을 대상으로 내년 미국 라스베이거스에서 열릴 ‘미국전자제품박람회(CES)’ 혁신상 수상 노하우를 전수한다.

장진원은 10일부터 ‘2026CESK-창업기업 통합관 세미나’ 시리즈의 포문을 여는 ‘혁신상 수상 전략 웨비나’를 비대면으로 개최한다고 9일 밝혔다.

이번 세미나는 이달부터 9월까지 총 4회에 걸쳐 진행된다. 일부 세미나는 대면과 비대면을 병행한다.

10일 비대면으로 진행되는 세미나에선 전문상담을 140건 이상 수행한 김벤처러스 김현성 대표와 지난해 박람회

에서 ‘모바일 기기, 액세서리 및 앱’ 부문 혁신상을 수상한 오티톤메디컬 김재영 대표가 연사로 참여해 수상 전략 및 경험 등을 공유할 예정이다.

이번 세미나는 2026년 CES 참가를 희망하는 누구나 참여할 수 있으며 홍보물 내 QR코드를 통해 신청하면 된다.

유종필 창업원장은 “최근 3년간 CES 혁신상 수상 기업 중 K-창업기업 비율이 꾸준히 증가하는 것은 국내 창업기업 기술력이 국제 무대에서 빛을 발하고 있음을 의미한다”며 “이번 세미나가 잠재력 있는 창업 생태계 속 ‘숨은 원석’들을 발굴하고 정체하는 ‘창업 공방’의 역할을 하길 기대한다”고 말했다.

/김승호 기자

중기중앙회, 소상공인 은행 문턱 낮춘다

한전·KCB 서비스 제휴 협약
노란우산 기반 평가모형 등 제공

‘노란우산’ 납부액과 전기요금 정보 등이 만나 218만 소상공인들이 보다 나은 신용등급으로 은행 문턱을 좀더 자유롭게 오갈 수 있게 됐다.

중소기업중앙회, 한국전력공사, 코리아크레딧뷰로(KCB) 주도로 제1금융권 이용 경력이 없어 장사가 잘 돼도 시중은행 거래가 힘들었던 중저신용 소상공인들이 대출을 새로 받고, 이자를 아낄 수 있는 대안신용평가 모형을 공동 개발하면서다.

기존 신용평가 체계에서 소외됐던 중소기업중앙회에게 공정한 평가 기회도 제공할 수 있게 됐다.

중기중앙회는 9일 오전 서울 여의도 중소기업회관에서 한전, KCB와 ‘소상공인 포용적 금융지원을 위한 서비스 제휴’ 협약을 맺었다.

김기문 중기중앙회장은 “지난해 100만명이 넘는 소상공인과 자영업자가 폐업했다. 올해 1~2월에도 20만명 넘게 문을 닫았다. 이에 따라 소상공인들은 대출이 더 필요하고 이자 경감이 절실하다. 그런데 (금융기관들은) 대출금을 회수하고 있다”면서 “이번에 개발한 대안신용평가 모형은 금융거래 정보가 부족해 신용도가 낮았던 소상공인에게 새로운 대출 기회를 제공하고 이자를 낮출 수 있는 실질적인 도움이 될 것”이라고 밝혔다.

앞서 세 기관은 지난해 8월 ‘소기업·소상공인 금융지원을 위한 신용평가체계 및 정책지표 개발’ 협약을 체결한 바 있다. 그동안 각 기관이 보유한 소상공



(왼쪽부터)김동철 한국전력 사장, 김기문 중기중앙회장, 황종섭 코리아크레딧뷰로 사장이 9일 서울 여의도 중기중앙회에서 진행한 협약식에서 기념촬영을 하고 있다. /중기중앙회

인 관련 데이터를 결합·분석해 대안신용평가 모형 개발에 성공하고 이번에 제휴까지 하게 됐다.

김 회장은 “업무협약에 그치지 않고 이렇게 실질적인 성과로 이어진 사례는 드물다. 기관간 MOU를 통해 이런 아웃풋(output)이 나올지 나도 몰랐다”고 덧붙였다.

새 평가모형은 중기중앙회가 소기업·소상공인 공제인 ‘노란우산’을 운영하면서 보유하고 있는 노란우산공제 가입기간, 공제기금 부금액 그리고 한전의 소상공인 전기 사용량, 전기요금 납부정보 등과 KCB가 보유한 사업자신용정보를 결합해 소상공인의 신용 건전성을 공정하게 평가하는 것이 골자다.

노란우산 가입 소상공인이 얼마나 오래, 그리고 얼마나 많이 부금을 납부했는지, 지속적으로 장사를 하면서 전기를 사용하고 요금도 성실하게 납부했는지 등이 은행 대출 심사시 반영될 수 있도록 한 것이다. 재무평가 중심의 기존 모형과는 차이가 있다.

특히 이번 평가모형은 KCB의 기존 소상공인 전용 평가모형과 비교해 전체 600만 소상공인인 가운데 36%에 달하는 218만의 중저신용 소상공인들의 신용등급이 올라갈 수 있을 것이란 분석이다. 시중은행 뿐만 아니라 보증 등 정책금융기관 활용도 좀더 수월해질 전망이다.

또 기존 신용등급이 7~10등급으로 낮았던 약 18만(3%) 소상공인들도 계좌 개설이 가능해 신규 사업자금을 확보할 수 있을 것으로 보고 있다.

김동철 한전 사장은 “이번 협력사업은 최근 어려움을 겪고 있는 소상공인을 보호하기 위해 한전이 시행 중인 다양한 실질적인 지원과 더불어 공공과 민간이 힘을 합쳐 소상공인의 실질적 금융지원을 실현하는 중요한 계기가 될 것”이라며 “특히 이번 성과는 2250만호에 설치한 AMI(지능형전력량계)로부터 추출한 데이터가 있었기에 가능했다. 하지만 아직 570만호는 미구축 상태인 만큼 추가 관심이 필요하다”고 전했다.

/김승호 기자 bada@

신세계까사, 여름철 수면 시장 두각

‘마테라스 포레스트 컬렉션’ 매출 상승

신세계까사(SHINSEGAE CASA)가 여름철 수면 시장에서 두각을 보이고 있다.

9일 신세계까사에 따르면 지난 6월 ‘마테라스 포레스트 컬렉션’ 매출은 올해 1~5월 평균 매출과 비교해 20%가량 증가했다.

특히 대표 모델 ‘클라우드H’는 1월 출시 이후 6월에 월간 기준 최고 매출을 올렸다.

이번 실적은 지난 1년간 라인업 정비와 유통 채널 확대를 통해 브랜드 기반을 다져온 가운데 무더위가 시작되며 기능성 매트리스에 대한 수요가 확대된 계절적 요인이 맞물린 결과라는 게 회사측 분석이다.

‘마테라스 포레스트 컬렉션’은 건강하고 안전한 자연 소재만을 사용해 전 제품이 친환경 인증을 획득했고, 체온과 습도를 효과적으로 조절하는 다양한 천연 소재를 다층 구조로 적용해 여름철 수면 환경에 대응하도록 설계한



신세계까사의 마테라스 포레스트 컬렉션 ‘클라우드H 매트리스’.

것이 특징이다.

신세계까사는 이달 말까지 여름철 수면 문제를 겪는 고객들을 대상으로 제품 체험 기회를 넓히기 위한 다양한 프로모션도 진행하고 있다.

마테라스 포레스트 컬렉션 매트리스 신규 구매 시 회원 등급 및 구매 조건에 따라 최대 26% 할인가에 구매 가능한 특별 행사를 이달 27일까지 진행한다. 같은 기간 브랜드와 관계없이 매트리스를 사용하던 고객이라면 ‘온국민 보상판매 프로모션’을 통해 최대 35%까지 추가 할인 혜택을 받을 수 있다.

/김승호 기자