

이일용, '공공성·지속가능성' 확보 숙제... 판로확대 등 골몰

(공영홈쇼핑 신임 대표이사)

1년 6개월 만에 수장 빈자리 채워 유통시장 무한경쟁 속 역할 중요 T커머스 신규진입, 향후 주요 과제 中소판로지원공사 이슈도 재점화 연간 임대료로 약 50억~60억 지출 신사옥 기반 마련... 업무 안정화 필요

공영홈쇼핑이 차기 대표이사로 이일용 전 홈앤쇼핑 대표를 지난 26일 최종 선정하면서 약 1년6개월만에 수장의 빈 자리를 채우게 됐다. 공영홈쇼핑은 중소기업·소상공인 제품, 농축수산물 판로 확대를 위해 2015년 출범했다. 중소벤처기업부 산하 공공기관으로 7개 TV홈쇼핑 중 유일하게 공적 성격을 갖고 있다. 이때문에 이일용 신임 대표는 공영홈쇼핑의 '공공성 강화'와 '지속가능성'의 두 마리 토끼를 잡아야 하는 숙명을 안고 있다.

29일 중소기업계에 따르면 이재명 정부 들어 공영홈쇼핑의 공공성은 더욱 중요시되고 있다.

유통시장은 온·오프라인과 국경을 넘나들며 무한 경쟁을 펼치고 있다. 이런 상황에서 중소기업·농축수산물 제품 판로도 혼돈기다. 전용 판매채널인



Gemini에 의해 생성된 'TV 홈쇼핑 상품을 스마트폰으로 구매하는 소비자' 이미지.

공영홈쇼핑의 역할이 중요할 수밖에 없다. TV홈쇼핑의 진입장벽을 낮추고 판로를 극대화하는 것이 공공성 확보를 위한 최우선 순위다.

2015년 출범 당시 23%였던 공영홈쇼핑의 수수료는 현재 20%까지 떨어졌다. 공정거래위원회가 지난해 말 발표한 대형유통업체 판매수수료율 조사 자료에 따르면 2024년 기준 TV홈쇼핑사 7곳의 실질수수료는 27.7%였다. 이 가운데 공영홈쇼핑이 19.5%로 최저이고 홈앤쇼핑(22.8%)이 두번째로 낮았다.

공공성 강화 요구가 더욱 거세질 경우 자칫 수수료 추가 인하 가능성도 배제할

수 없다. 수수료를 낮추면 수익성 저하는 불가피하다.

800억원의 자본금으로 출발한 공영홈쇼핑은 첫 해 -190억원 등 5년간 적자 행진을 이어가며 한때 자본금의 절반 이상을 까먹는 상황까지 갔었다. 그러다 코로나19 당시 공적 채널로서 마스크를 판매하고 팬데믹 기간 온라인 주문이 폭발적으로 늘며 2020년 첫 흑자로 255억원의 순이익을 거두는 등 이때부터 본궤도에 올랐다.

판매수수료율 조정은 논외로 하더라도 모바일 비중 추가 확대와 함께 T커머스(데이터 홈쇼핑) 신규 진입은 공영홈

쇼핑의 향후 주요 과제다. 비용을 크게 줄이면서도 확장성을 극대화할 수 있기 때문이다.

현재 공영홈쇼핑 매출에서 모바일 비중은 약 절반 정도인 것으로 알려졌다. 홈앤쇼핑의 경우 70~80%를 육박할 정도로 모바일이 TV보다 압도적이다.

이 과정에서 DX(디지털 전환), AX(인공지능 전환)도 중요한 숙제다. 공영홈쇼핑은 직전 조성호 대표 시절에도 '디지털 판로 확대' 등 DX를 적극 추진한 바 있다.

T커머스는 TV홈쇼핑의 장점을 가져가면서도 비용이 적게 들고 고객과 양방향 소통이 가능한 장점이 있다.

현재 7개 TV홈쇼핑 사업자 중에선 공영홈쇼핑과 홈앤쇼핑만 T커머스가 없다. 그동안 T커머스는 홈앤쇼핑의 대주주인 중소기업중앙회가 가장 적극적이었으나. 반면 공영홈쇼핑은 관망에 가까웠다.

중소기업계 한 관계자는 "현 정부 들어 중소기업 전용 T커머스 도입 이야기가 심심치 않게 나오고 있다"면서 "T커머스는 허가가 필요한 만큼 정부가 결단만 하면 된다. (추가 허가시) 중소기업 판로 확대 지원이라는 명분도 확실하다"고 전했다.

지난21대 국회에서 거론된 '한국중소

기업판로지원공사'도 다시 수면 위로 떠오를 가능성이 있다.

이는 현재 농림축산식품부 산하에 있는 한국농축산식품유통공사(aT)와 같은 조직을 만들어 중소기업, 소상공인의 국내의 판로를 종합적으로 지원하고 공적 기능을 더욱 강화해야 한다는 발상이다. 특히 중기부 산하인 한유원을 확대하는 것 뿐만 아니라 공영홈쇼핑까지 포함해 'OO공사'를 만들어야 효과가 극대화될 수 있다는 의견에 힘이 실리고 있다.

공영홈쇼핑은 현재 서울 상암동에 있는 TV조선 건물을 빌려 쓰고 있다. 연간 임대료는 약 50억~60억원 수준으로 알려졌다.

매년 들어가는 비용과 현재 쌓아놓은 유보금을 고려하면 전용 방송시설과 스튜디오 등을 두루 갖춘 신사옥을 마련해 보다 안정적으로 중소기업 판로 지원 업무를 해야 하는 것 아니냐는 게 회사 안팎의 분위기다.

한편 공영홈쇼핑보다 빠른 2012년 초 방송을 시작한 홈앤쇼핑은 개국 5년 만인 2017년 서울 마곡동에 전용 사옥을 마련, 일찌감치 자리를 잡았다. /김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metro

중기중앙회-삼성전자, 中소 스마트공장 구축

AI 도입 등 스마트공장 전 단계 中소 현장 수요 맞춤형으로 지원 업체당 총사업비 75%, 최대 3억

중소기업중앙회가 '2026년 대·중소 상생형(삼성) 스마트공장 구축 지원사업' 참여기업을 모집한다.

29일 중기중앙회에 따르면 삼성전자와 함께 대·중소기업 동반성장의 대표적인 모델로 알려진 스마트공장 구축 지원 사업을 통해 지난 2018년부터 약 8년간 1600억원 규모로 총 2540여개 중소기업의 제조 혁신을 지원해왔다.

올해 사업은 기초 단계부터 고도화, 그리고 AI 도입까지 스마트공장 전 단계를 중소기업 현장 수요 맞춤형으로 지원한다는 것이 가장 큰 특징이다.

최근 제조 현장의 인공지능(AI) 기술 도입 요구에 부응해 AI 트랙을 신설하고, 스마트 제조 저변 확대를 위해 그동안

중단됐던 '기초' 수준의 스마트공장 지원을 재개한다. 이를 통해 총 154억5000만원 규모로 150여개 중소기업의 스마트공장 구축·고도화를 지원할 계획이다.

세부적으로 AI 트랙의 경우 AI 도입 솔루션으로 실시간 자율 제어가 가능한 고도화된 스마트공장 구축을 목표로 업체당 최대 3억원(총사업비의 75%)을 지원한다.

기초, 고도화 일반 사업은 생산 현장의 운영시스템(MES, ERP 등) 및 설비 제어·프로세스 자동화 등을 지원하는데 이는 업체당 최대 6000만원(기초)에서 1억5000만원(고도화)(총사업비의 60%)까지 돌아간다.

'대·중소 상생형(삼성) 스마트공장 지원사업'에는 삼성과의 거래관계 여부와 상관없이 공장 보유 중소·중견기업이면 참여할 수 있다.

사업 참여 기업은 ▲삼성전자 현직 전

문가(160명)의 제조현장 혁신활동 멘토링(3인 1조, 6~10주 업체 상주근무) ▲스마트비즈니스포·홈앤쇼핑을 통한 판로 지원 ▲삼성의 교육 인프라를 활용한 전문가 양성 프로그램 ▲사후 유지·관리까지 차별화된 지원을 받을 수 있다.

사업 신청 접수는 오는 4월6일부터 5월8일까지이며, 이후 현장실사 및 선정 평가위원회 등을 거쳐 6월 중 최종 지원 대상을 선정할 예정이다.

관련 문의는 중기중앙회 스마트산업실로 하면 된다.

중기중앙회 양찬희 혁신성장본부장은 "올해 AI 트랙 신설을 통해 중소기업 제조 현장에도 본격적인 인공지능 기반의 지능형 자율형 제조 혁신이 가속화될 것"이라며 "스마트공장을 통해 중소기업의 AX, DX를 속도감 있게 확산할 수 있도록 적극 지원하겠다"고 밝혔다.

/김승호 기자

홈앤쇼핑, 권진미 신임 대표이사 선임

경영환경·조직운영 안정성 대응

홈앤쇼핑이 신임 대표이사로 권진미 영업부문장(사진)을 선임했다.

29일 홈앤쇼핑에 따르면 회사는 지난 27일 주주총회와 이사회를 열고 대내외 경영 환경 변화에 대응하는 동시에 조직 운영의 안정성을 위해 내부승진을 통해 권 부문장을 신임 대표로 발탁했다.

권 대표는 2011년 홈앤쇼핑 설립 시 상품팀장으로 합류해 현재까지 영업부문을 이끌어왔다. 이러한 현장 중심의 경험과 조직 운영 역량을 바탕으로 안정적인 경영을 이끌 적임자로 평가받고 있다. 특히 내부 조직 운영 내실화와 경영



효율성 제고를 통해 안정적인 사업 운영 기반을 마련할 것으로 기대된다.

홈앤쇼핑은 앞으로 중소기업 제품 판로 확대, 협력사와의 상생 협력 강화, 공정한 유통 환경 조성 등 공적 기능을 충실히 수행하는 동시에 지속 가능한 성장을 위한 경영 기반도 함께 강화해 나갈 방침이다.

홈앤쇼핑은 이날 대표이사 선임과 함께 영업본부장에는 이성훈 팀장, 방송본부장에는 한복현 팀장을 각각 선임해 조직에 활력을 더할 계획이다. /김승호 기자

중기부 "창업 상담, 언제든지 물어보세요"

'온라인 스타트업 원스톱 지원센터'

중소벤처기업부가 예비창업자와 창업기업의 고민을 한 곳에서 상담받을 수 있는 '온라인 스타트업 원스톱 지원센터'를 30일 오픈한다.

29일 중기부에 따르면 온라인 지원센터는 지난해 12월1일 당시 전국 17개 창조경제혁신센터안에 설치한 오프라인 스타트업 원스톱 지원센터에 이어 구축하는 디지털 기반 창업 상담 창구로, 스

타트업이 시간과 장소의 제약 없이 고민 상담과 지원 정보를 제공받을 수 있도록 하기 위해 마련했다.

중기부에 따르면 오프라인 원스톱 지원센터에는 지난 4개월간 법률, 세무, 경영, 마케팅 등의 분야에서 7600여 건의 애로 사항이 접수됐다. 이 가운데 93%는 상담 당일 즉시 해결했다.

주요 상담 분야는 ▲창업패키지 등 사업화 지원사업 ▲정책자금 및 금융지원 ▲투자 연계 ▲창업 절차 및 제도 문의

등으로 예비창업자와 초기 창업기업을 중심으로 정책 정보에 대한 현장 수요가 높은 것으로 확인됐다. 상담 이용자 만족도는 10점 만점 가운데 9.7점을 기록하는 등 호응도 높았다.

하지만 이같은 성과에도 불구하고 오프라인으로만 운영하다보니 창업기업이 이용하는 데 어려움이 있다는 일부 현장의 목소리가 제기돼 왔다. 이에, 시·공간적 제약 없이 상담을 받을 수 있도록 온라인 창구를 마련했다. 온라인 지원센터는 법률, 세무·회계, 투자유치, 마케팅 등 9개 분야의 2000여명 전문가와 매칭해 수요에 맞는 상담을 제공한다. /김승호 기자

에이스침대, '레스케이프'에 휴식공간 선택

'스트레스리스' 리클라이너 배치

에이스침대가 독점 수입·유통하는 북유럽 프리미엄 리클라이너 브랜드 '스트레스리스(Stressless)'가 조선포털엔리조트가 운영하는 '레스케이프'와 협업해 도심속 휴식 공간을 제공한다.

29일 에이스침대에 따르면 레스케이프 호텔 내 웰니스 존 '릴렉스 아틀리에'에 스트레스리스 리클라이너를 배치해 오는 5월31일까지 운영한다.

스트레스리스는 1971년 북유럽 최대 가구 기업 에코르네스(Ekornes)가 세상에서 가장 편안한 의자'를 목표로 론칭한 리클라이너 브랜드다. 현재 전 세계 45개국에서 판매되는 글로벌 브랜드로 자리매김하고 있다.



레스케이프 호텔 스트레스리스 이미지.

릴렉스 아틀리에를 방문한 고객은 스트레스리스의 다양한 라인업을 체험할 수 있다. 런던 메이페어 거리에서 영감을 얻은 클래식한 디자인의 '메이페어(Mayfair)'를 비롯해 모던한 스타일의 '런던(London)', 부드러운 곡선과 풍성한 쿠션이 특징인 '레노(Reno)', 글로벌 베스트셀러 '매직(Magic)' 등 총 4종의 인기 리클라이너를 조화롭게 구성했다. /김승호 기자