

소프트웨어 고성장기업의 성장전략 연구

Research on Growth Strategies of High Growth Firms in Software Industry

지은희 / 안미소 / 최재운

2020. 01.

이 보고서는 2019년도 과학기술정보통신부 정보통신·방송연구
개발사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 과학
기술정보통신부의 공식입장과 다를 수 있습니다.

연 구 기 관 : 소프트웨어정책연구소

과제책임자 : 지은희 책임연구원

참여연구원 : 안미소 연구원

최재운 선임연구원

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 필요성 및 목적	1
제2절 연구의 방법	2
제2장 고성장기업 관련 선행 연구	4
제1절 고성장기업의 개념과 측정 기준	4
제2절 고성장기업의 특성과 성과에 관한 연구	6
제3절 고성장기업의 성장요인에 관한 연구	8
제3장 국내 고성장 소프트웨어 기업 현황	12
제1절 고성장 기업의 분류	12
1. 분석 대상	12
2. 분석 기간	12
3. 기업 성장 유형 분류	13
제2절 소프트웨어 산업의 고성장기업 현황	14
1. 소프트웨어 매출 성장 기업	14
2. 소프트웨어 고용 성장 기업	25
제3절 소프트웨어 산업의 고성장기업 증가 추이	39
1. 매출 고성장기업 증가 추이	39
2. 고용 고성장기업 증가 추이	43
3. 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이	47
4. 지역별 고성장기업 증가 추이	50
5. 고성장기업의 지속성	53

제4절 소프트웨어 산업과 타 산업의 고성장기업 현황 비교	56
1. 글로벌 고성장기업 현황과 추이	56
2. 국내 산업별 고성장기업 현황과 추이	59
제4장 국내 소프트웨어 고성장기업의 특성	60
제1절 고성장기업과 성장성	60
제2절 고성장기업과 수익성	61
제3절 고성장기업과 혁신성	63
제4절 고성장기업과 글로벌 역량	67
제5절 고성장 기업과 고용창출효과	69
제5장 소프트웨어 고성장기업의 성장 전략과 애로 사항	71
제1절 조사 대상과 조사 내용	71
제2절 소프트웨어 고성장기업의 성공 요인	74
제3절 소프트웨어 고성장기업의 성장 전략	82
제4절 소프트웨어 기업 성장의 애로사항	104
제6장 소프트웨어 고성장기업 육성 전략과 정책 제언	110
제1절 요약 및 결론	110
제2절 정책적 시사점 : 고성장 소프트웨어 기업 육성 정책 제언	113
제3절 연구의 한계	117
<참고문헌>	118

표 목 차

〈표 1-1〉 연구 방법	3
〈표 2-1〉 고성장기업의 특징과 분류기준	5
〈표 2-2〉 4W1H 모형의 5개의 혁신 영역과 세부 요인	11
〈표 3-1〉 분석 대상	12
〈표 3-2〉 코호트별 고성장기업 분석대상	13
〈표 3-3〉 2012년-2015년 매출 기준 분석 대상	14
〈표 3-4〉 산업별 기업성장의 유형_매출 기준(2012년-2015년)	15
〈표 3-5〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2012년-2015년)	16
〈표 3-6〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2012년-2015년)	16
〈표 3-7〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2012년-2015년)	17
〈표 3-8〉 2013년-2016년 매출 기준 분석대상	17
〈표 3-9〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2013년-2016년)	18
〈표 3-10〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2013년-2016년)	19
〈표 3-11〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2013년-2016년)	19
〈표 3-12〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2013년-2016년)	20
〈표 3-13〉 2014년-2017년 매출 기준 분석대상	20
〈표 3-14〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2014년-2017년)	21
〈표 3-15〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2014년-2017년)	22
〈표 3-16〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2014년-2017년)	22
〈표 3-17〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2014년-2017년)	22
〈표 3-18〉 2015년-2018년 매출 기준 분석대상	23

〈표 3-19〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2015년-2018년)	24
〈표 3-20〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2015년-2018년)	24
〈표 3-21〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2015년-2018년)	25
〈표 3-22〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2015년-2018년)	25
〈표 3-23〉 2012년-2015년 고용 기준 분석대상	26
〈표 3-24〉 산업별 기업성장 유형_고용 기준(2012년-2015년)	27
〈표 3-25〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2012년-2015년)	27
〈표 3-26〉 2013년-2016년 고용 기준 분석대상	28
〈표 3-27〉 산업별 기업 성장 유형_고용 기준(2013년-2016년)	29
〈표 3-28〉 기업규모별 기업성장 유형_고용 기준(2013년-2016년)	29
〈표 3-29〉 고성장기업의 고용성장 기여도(2013년-2016년)	30
〈표 3-30〉 2014년-2017년 고용 기준 분석대상	31
〈표 3-31〉 산업별 기업의 고용성장 현황_고용 기준(2014년-2017년)	32
〈표 3-32〉 기업규모별 기업의 고용성장 현황_고용 기준(2014년-2017년)	32
〈표 3-33〉 산업별 고성장기업의 고용 성장 기여도(2014년-2017년)	33
〈표 3-34〉 기업규모별 고성장기업의 고용 성장 기여도(2014년-2017년)	33
〈표 3-35〉 2015년-2018년 고용성장기업 분석대상	34
〈표 3-36〉 산업별 기업의 고용성장 현황(2015년-2018년)	35
〈표 3-37〉 기업규모별 기업의 고용성장 현황(2015년-2018년)	35
〈표 3-38〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2015년-2018년)	36
〈표 3-39〉 기업규모별 고성장기업의 고용성장 기여도(2015년-2018년)	36
〈표 3-40〉 2016년-2019년 고용성장기업 분석대상	37
〈표 3-41〉 산업별 기업의 고용 성장 현황(2016년-2019년)	38

〈표 3-42〉 기업규모별 기업의 고용 성장 현황(2016년-2019년)	38
〈표 3-43〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2016년-2019년)	39
〈표 3-44〉 기업규모별 고성장기업의 고용성장 기여도(2016년-2019년)	39
〈표 3-45〉 고성장 기업(OECD) 증가 추이_매출 기준(2012년-2018년)	40
〈표 3-46〉 예비 고성장기업 증가 추이_매출 기준(2012년-2018년)	41
〈표 3-47〉 매출 성장기업 분석대상_동일기업 기준(2013-2018)	42
〈표 3-48〉 매출 고성장기업 증가 추이_동일기업 기준(2013-2018)	42
〈표 3-49〉 고용 고성장기업(OECD) 증가 추이(2013년-2019년)	43
〈표 3-50〉 고용 고성장 기업(BLS) 증가 추이(2013년-2019년)	44
〈표 3-51〉 산업별 고용 예비고성장기업 증가 추이(2013년-2019년)	45
〈표 3-52〉 기업규모별 고용 예비고성장기업 증가 추이(2013년-2019년)	46
〈표 3-53〉 고용 고성장기업 증가 추이 분석대상(2013년-2018년)	46
〈표 3-54〉 고성장기업 성장 추이(2013년-2018년)_동일기업 기준	47
〈표 3-55〉 산업별 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)	48
〈표 3-56〉 기업규모별 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)	49
〈표 3-57〉 고용 및 매출 고성장기업의 고용성장 기여도 (단위 : 명, %)	49
〈표 3-58〉 고용 및 매출 고성장기업의 매출 성장 기여도 (단위 : 명, %)	49
〈표 3-59〉 지역별 고용 고성장기업 증가 추이(2015년-2018년)	50
〈표 3-60〉 지역별 고용 고성장기업의 고용창출 기여도(2015년-2018년)	51
〈표 3-61〉 지역별 매출 고성장기업의 분포_(2015년-2018년)	52
〈표 3-62〉 지역별 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)	52
〈표 3-63〉 지역별 매출 고성장기업의 매출증가 기여도	52
〈표 3-64〉 2014년-2019년 연속 고용 고성장기업의 특성	53

〈표 3-65〉 2013년-2018년 연속 매출 고성장기업의 특성	55
〈그림 3-6〉 2019 글로벌 500대 고성장 테크 기업의 산업별 분포	58
〈표 3-66〉 Deloitte의 2019 Technology Fast 500 Top 10 기업	58
〈표 3-67〉 산업별, 기간별 고성장기업의 비중(단위 : %)	59
〈표 4-1〉 고성장기업과 일반기업의 매출증가율(CAGR) 비교	61
〈표 4-2〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익 비교(단위 : 백만원)	62
〈표 4-3〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익률 비교	63
〈표 4-4〉 고성장기업과 일반기업의 평균 연구개발비 비교(단위 : 백만원)	64
〈표 4-5〉 고성장기업과 일반기업의 연구개발집약도 비교	64
〈표 4-6〉 고성장기업과 일반기업의 신기술 사업 추진 여부	66
〈표 4-7〉 기업성장 유형별 신기술 사업 추진 현황	66
〈표 4-8〉 고성장기업과 일반기업의 신사업 진출 수	67
〈표 4-9〉 고성장기업과 일반기업의 신사업 추진 정도	67
〈표 4-10〉 고성장기업과 일반기업의 수출기업 비중	68
〈표 4-11〉 고성장기업과 일반기업의 수출 증가 추이(2015-2018)	69
〈표 4-12〉 매출 고성장기업의 고용창출 기여도	70
〈표 5-1〉 심층인터뷰 대상	71
〈표 5-2〉 심층 인터뷰의 조사 내용	73
〈표 5-3〉 고성장기업의 차별화 및 사업다각화 전략	75
〈표 5-4〉 고성장기업의 시장수요 대응 전략	76
〈표 5-5〉 고성장기업의 CEO 역량	77
〈표 5-6〉 고성장기업 투자 유치 사례	80
〈표 5-7〉 고성장기업의 수출 중심 전략	81

〈표 5-8〉 고성장 패키지SW 기업의 제품/서비스 차별화 사례	83
〈표 5-9〉 고성장 패키지SW 기업의 기술 역량 확보 사례	85
〈표 5-10〉 고성장 패키지SW 기업의 조직 문화 개선 사례	86
〈표 5-11〉 고성장 IT서비스 기업의 기능 향상 및 전문성 강화 사례	88
〈표 5-12〉 고성장 IT서비스 기업의 파트너십 확대 사례	89
〈표 5-13〉 고성장 IT서비스 기업의 세분 시장 타케팅 사례	90
〈표 5-14〉 고성장 게임SW 기업의 뛰어난 기술 역량 사례	92
〈표 5-15〉 고성장 게임SW기업의 글로벌 시장 진출 사례	93
〈표 5-16〉 고성장 인터넷SW기업의 뛰어난 기술 역량 사례	94
〈표 5-17〉 고성장 인터넷SW 기업의 비즈니스 모델 혁신 사례	95
〈표 5-18〉 고성장기업 성공사례	97
〈표 5-19〉 예비 고성장기업 성공사례	98
〈표 5-20〉 혁신 유형	99
〈표 5-21〉 제품혁신 사례	100
〈표 5-22〉 역량혁신 사례	101
〈표 5-23〉 유통혁신 사례	102
〈표 5-24〉 가치혁신 사례	102
〈표 5-25〉 운영혁신 사례	103
〈표 5-26〉 소프트웨어 기업 성장 과정의 애로사항	107
〈표 5-27〉 고성장 SW기업 육성을 위한 정책 제언	109
〈부록 1〉 매출 고성장기업(연속) 리스트	121
〈부록 2〉 고용 고성장기업(연속) 리스트	126

그 립 목 차

〈그림 2-1〉 기업혁신의 5가지 영역-4W1H 모형	10
〈그림 3-1〉 매출 고성장_R 기업 비중 증가 추이(2012-2018)	40
〈그림 3-2〉 매출 가젤 기업 비중 증가 추이(2012-2018)	41
〈그림 3-3〉 고용 고성장기업(BLS) 비중 추이(2013-2019)_고성장 전체	44
〈그림 3-4〉 고성장기업(전체) 증가 추이('13-'18)_동일기업 기준	47
〈그림 3-5〉 글로벌 500대 고성장기업의 산업별 비중 추이(1995-2019)	57
〈그림 3-6〉 2019 글로벌 500대 고성장 기술기업의 산업별 분포	58
〈그림 4-1〉 고성장기업과 일반기업의 평균 매출증가율 비교(2015-2018)	61
〈그림 4-2〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익과 영업이익증가율 비교 ..	62
〈그림 4-3〉 고성장기업과 일반기업의 평균 연구개발 투자 추이 비교	64
〈그림 4-4〉 고성장기업과 일반기업의 신사업 추진 여부 비교	65
〈그림 4-5〉 고성장기업과 일반기업의 수출 증가 추이 비교	69

Contents

Chapter 1. Introduction	1
Section 1 Necessity and Purpose of Research	1
Section 2 Method of Research	2
Chapter 2. Literature Review on High Growth Firms	4
Section 1 Concepts and Measurements for High Growth Firms	4
Section 2 Research on Characteristics and Performance of High Growth Firms	6
Section 3 Research on the Growth Strategies of High-Growth Firms	8
Chapter 3. Current Status of High-Growth Firms in software sector	12
Section 1 Classification of High Growth Firms	12
1. Analysis target	12
2. Analysis Period	12
3. Types of corporate growth	13
Section 2. Share of HGFs in software sector	14
1. High-Growth Firms based on Sales	14
2. High-Growth Firms based on employment	25
Section 3. Growth Trend of HGFs in software sector	39
1. High-Growth Firms based on Sales	39
2. High-Growth Firms based on employment	43
3. High-Growth Firms based on employment and revenue	47
4. High-Growth Firms by region	50
5. Sustainability of High-Growth Firms	53
Section 4 Comparison of High-Growth Firms between Software and Other Industry	56
1. Share of High-Growth Firms in global technology companies	56
2. Share of High-Growth Firms by Domestic Industry	59

Chapter 4. Characteristics of High-growth Firms in software sector	60
Section 1. Software and Growth Potential	60
Section 2 High-Growth Firms and Profitability	61
Section 3 High-Growth Firms and Innovation	63
Section 4 High Growth Firms and Global Competencies	67
Section 5 High-Growth Firms and Employment Creation Effects	69
Chapter 5. Growth strategies and difficulties of High-Growth Firms in software sector	71
Section 1 Subject and Content of In-Depth Interview	71
Section 2. Success Factors in HGFs in software sector	74
Section 3 Growth Strategies for HGFs in software sector	82
Section 4 Difficulties of HGFs in software sector	105
Chapter 6. Policy Implication for fostering HGFs in software sector	111
Section 1 Summary and Conclusions	111
Section 2 Policy Suggestions for fostering HGFs in software sector	114
Section 3 Limits of Research	118
<References>	119

List of Tables

<Table 1-1> Research Method	3
<Table 2-1> Characteristics and Classification Criteria for High Growth Firms	5
<Table 2-2> 5 innovation areas and detailed factors of 4W1H model	11
<Table 3-1> Analysis Target	12
<Table 3-2> Analysis Period and Target Companies	13
<Table 3-3> Target Companies for Analysis in 2012-2015_based on Revenue	14
<Table 3-4> Types of Business Growth by Industry_Based on Revenue (2012-2015) ...	15
<Table 3-5> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2012-2015)	16
<Table 3-6> Types of Business Growth by Company Size_based on Revenue (2012-2015)	16
<Table 3-7> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2012-2015)	17
<Table 3-8> Target Companies for Analysis in 2013-2016_based on Revenue	17
<Table 3-9> Types of Business Growth by Industry_based on Revenue (2013-2016) ...	18
<Table 3-10> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2013-2016)	19
<Table 3-11> Types of Business Growth by Company Size_based on Revenue (2013-2016)	19
<Table 3-12> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2013-2016)	20
<Table 3-13> Target Companies for Analysis in 2014-2017_based on Revenue	20
<Table 3-14> Types of Business Growth by Industry_based on Revenue (2014-2017) ..	21
<Table 3-15> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2014-2017)	22
<Table 3-16> Types of Business Growth by Company Size_based on Revenue (2014-2017)	22
<Table 3-17> Contribution to Sales Growth of HGFs by Company Size (2014-2017)	22
<Table 3-18> Target Companies for Analysis in 2015-2018_based on Revenue	23

<Table 3-19> Types of Business Growth by Industry_based on Revenue (2015-2018) ..	24
<Table 3-20> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2015-2018)	24
<Table 3-21> Types of Business Growth by Company Size_based on Revenue (2015-2018)	25
<Table 3-22> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2015-2018)	25
<Table 3-23> Target Companies for Analysis in 2012-2015_based on Employment	26
<Table 3-24> Types of Business Growth by Industry_based on Employment (2012-2015) ..	27
<Table 3-25> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2012-2015)	27
<Table 3-26> Target Companies for Analysis in 2013-2016_based on Employment	28
<Table 3-27> Types of Business Growth by Industry_based on Employment (2013-2016) ..	29
<Table 3-28> Type of Business Growth by Company Size_based on Employment (2013-2016) ..	29
<Table 3-29> Contribution to Revenue Growth of HGFs (2013-2016)	30
<Table 3-30> Target Companies for Analysis in 2014-2017_based on Employment	31
<Table 3-31> Types of Business Growth by Industry_based on Employment (2014-2017)	32
<Table 3-32> Types of Business Growth by Company Size_based on Employment (2014-2017)	32
<Table 3-33> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2014-2017)	33
<Table 3-34> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2014-2017)	33
<Table 3-35> Target Companies for Analysis in 2015-2018_based on Employment	34
<Table 3-36> Types of Business Growth by Industry_based on Employment (2015-2018) ..	35
<Table 3-37> Types of Business Growth by Company Size_based on Employment (2015-2018)	35
<Table 3-38> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2015-2018)	36
<Table 3-39> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2015-2018)	36
<Table 3-40> Target Companies for Analysis in 2016-2019_based on employment	37
<Table 3-41> Types of Business Growth by Industry_based on employment (2016-2019) ..	38

<Table 3-42> Types of Business Growth by Company Size_based on employment (2016-2019)	38
<Table 3-43> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Industry (2016-2019)	39
<Table 3-44> Contribution to Revenue Growth of HGFs by Company Size (2016-2019)	39
<Table 3-45> Growth Trend of High Revenue Growth Firms (OECD) (2012-2018)	40
<Table 3-46> Growth Trend of semi-High Revenue Growth Firms (2012-2018)	41
<Table 3-47> Analysis target of High Revenue Growth Firms for the same company (2013-2018)	42
<Table 3-48> Growth Trends of High Revenue Growth Firms for the same company (2013-2018)	42
<Table 3-49> Growth Trend of High Employment Growth Firms(OECD) (2013-2019) ...	43
<Table 3-50> Growth Trend of High Employment Growth Firms(BLS) (2013-2019)	44
<Table 3-51> Growth Trend of semi-High Employment Growth Firms by Industry (2013-2019)	45
<Table 3-52> Growth Trend of semi-High Employment Growth Firms by Company Size (2013-2019)	46
<Table 3-53> Analysis target of High Employment Growth Firms for the same company (2013-2018)	46
<Table 3-54> Growth Trends of High Employment Growth Firms for the same company (2013-2018)	47
<Table 3-55> Growth Trend of HGFs based on Revenue and Employment by Industry (2012-2018)	48
<Table 3-56> Growth Trend of HGFs based on Revenue and Employment by Company Size (2012-2018)	49
<Table 3-57> Contribution to Job Creation of HGFs based on Revenue and Employment	49
<Table 3-58> Contribution to Revenue Growth of HGFs based on Revenue and Employment	49
<Table 3-59> Growth Trend of High Revenue Growth Firms by Region (2015-2018)	50
<Table 3-60> Contribution to Job Creation of high employment growth firms by Region (2015-2018)	51
<Table 3-61> Type of Business Growth by Region (2015-2018)	52
<Table 3-62> Growth Trend of High Revenue Growth Firms by Region (2012-2018)	52
<Table 3-63> Contribution to Revenue Growth of High Revenue Growth Firms by Region	52
<Table 3-64> Characteristics of Continuous High Employment Growth Firms in 2014-2019 ..	54

<Table 3-65> Characteristics of Continuous High Revenue Growth Firms in 2013-2018	55
<Table 3-66> Deloitte's 2019 Technology Fast 500 Top 10 companies	58
<Table 3-67> Share of HGFs by Industry and Period	59
<Table 4-1> Comparison of Revenue growth rate(CAGR) between HGFs and General Firms	61
<Table 4-2> Comparison of Average Operating Profits between HGFs and General Firms	62
<Table 4-3> Comparison of Average Operating Margin between HGFs and General Firms	63
<Table 4-4> Comparison of Average R&D Investment between HGFs and General Firms	64
<Table 4-5> Comparison of R&D intensity between HGFs and General Firms	64
<Table 4-6> Status of New Technology Business Promotion in HGFs and General Firms	66
<Table 4-7> Status of New Technology Business Promotion by Type of Corporate Growth	66
<Table 4-8> Number of New Technology Business in HGFs and General Firms	67
<Table 4-9> Promotion level of New Technology Business in HGFs and General Firms	67
<Table 4-10> Share of Export Companies in HGFs and General Firms	68
<Table 4-11> Export Growth Trend in HGFs and General Firms (2015-2018)	69
<Table 4-12> Contribution to Job Creation of HGFs based on Revenue	70
<Table 5-1> In-depth interview companies	71
<Table 5-2> Questions of In-depth interview	73
<Table 5-3> Differentiation and Business Diversification Strategy in HGFs	75
<Table 5-4> Strategies to respond to market demands in HGFs	76
<Table 5-5> Managers' leadership capabilities in HGFs	77
<Table 5-6> Attracting investment funds in HGFs	80
<Table 5-7> Export-oriented strategy in HGFs	81
<Table 5-8> Product/Service differentiation of High Growth package SW companies ·	83

<Table 5-9> Securing technological capabilities of High Growth package SW companies	85
<Table 5-10> Organizational Culture Improvement of High Growth package SW companies	86
<Table 5-11> Strengthening the expertise of High Growth IT Service companies	88
<Table 5-12> Partnership Expansion Case of High-Growth IT Service companies	89
<Table 5-13> Targeting market of High-Growth IT Service companies	90
<Table 5-14> Outstanding technological capabilities of High-Growth Game companies	92
<Table 5-15> Entering the overseas market of High-Growth Game companies	93
<Table 5-16> Outstanding technological capabilities of High-Growth Internet SW companies	94
<Table 5-17> Business model innovation of High-Growth Internet SW Companies	95
<Table 5-18> Success stories of High-Growth Firms	97
<Table 5-19> Success stories of Semi-High Growth Firms	98
<Table 5-20> Types of Innovation	99
<Table 5-21> Cases of Product Innovation	100
<Table 5-22> Cases of Competency innovation	101
<Table 5-23> Cases of Distribution Innovation	102
<Table 5-24> Cases of Value Innovation	102
<Table 5-25> Cases of Management Innovation	103
<Table 5-26> Challenges in the growth of Software companies	107
<Table 5-27> Policy Suggestions for Fostering High Growth Firms	109
<Appendix 1> List of High Growth Firms based on Revenue (consecutive period)	121
<Appendix 2> List of High Growth Firms based on Employment (consecutive period)	126

List of Figures

<Figure 2-1> Five Areas of Corporate Innovation - 4W1H Model	10
<Figure 3-1> Share of High Revenue Growth Firms (2012-2018)	40
<Figure 3-2> Share of Gazelle Companies based on Revenue (2012-2018)	41
<Figure 3-3> Growth Trend of High Employment Growth Firms(BLS)_Overall	44
<Figure 3-4> Growth Trend of High Employment Growth Firms for the same company ..	47
<Figure 3-5> Share of Technology Fast 500 by Industry (1995-2019)	57
<Figure 3-6> Share of 2019 Technology Fast 500 by Industry	58
<Figure 4-1> Comparison of the average revenue growth rate between HGFs and General Firms	61
<Figure 4-2> Comparison of Average Operating Profit Growth Rate between HGFs and General Firms	62
<Figure 4-3> Growth Trend of Average R&D Investment in HGFs and General Firms	64
<Figure 4-4> Promoting New Technology businesses in HGFs and General Firms	65
<Figure 4-5> Growth Trend of Export in HGFs and General Firms	69

요 약 문

1. 제 목 : 소프트웨어 고성장기업 성장전략 연구

2. 연구 목적 및 필요성

본 연구는 소프트웨어 산업의 고용 창출과 기업 성장에 크게 기여하는 고성장기업을 육성하기 위하여 첫째, 국내 소프트웨어 기업의 고성장기업 현황과 고성장기업의 성장 추이를 분석한다. 둘째, 국내 소프트웨어 산업에서 고성장기업의 성공 요인과 성장 전략을 심층적으로 분석한다. 셋째, 기업의 성장 과정에서 애로사항이 무엇인지 파악하고 소프트웨어 산업에서 고성장기업 육성을 위한 정책적 시사점을 도출하는 것을 목적으로 한다.

3. 연구의 방법

본 연구의 방법은 정량적인 분석과 정성적인 분석 방법으로 구분된다. 먼저 정량적인 분석은 고성장기업의 현황과 추이를 분석하고 국내 소프트웨어 고성장기업의 생태계적인 특성을 파악하기 위해 사용된 방법이다. 정량적인 분석을 위해서 국내 소프트웨어 기업의 데이터를 객관적인 분류기준에 따라 코호트별로 구분하고, 산업별, 기업 성장 유형별, 기업규모별, 업력별, 지역별 고성장기업의 현황을 분석한다. 두 번째로는 대표적인 고성장 소프트웨어 기업을 대상으로 기업의 성장 전략과 성공 요인을 파악하기 위하여 심층 인터뷰를 실시한다. 본 연구에서는 총 46개 기업을 심층 인터뷰하여 기업들의 성장요인과 고성장이 되기 위한 전략들을 정성적으로 분석하였다.

4. 연구의 내용 및 결과

본 연구에서 분석한 소프트웨어 고성장기업의 특성을 정리하면, 국내 소프트웨어 고성장기업의 비중은 타 산업의 고성장기업의 비중보다 높은 것으로 분석되었다. 먼저 고용 고성장기업의 비중을 살펴보자. 2018년 기준으로 산업 전체에서 고성장기업의 비중은 3.5%이고 제조업의 고성장기업의 비중은 3.3%인데 비해 소프트웨어 산업의 고성장기업 비중은 5.1%에 달한다. 매출 고성장기업의 비중도 소프트웨어 고성장기업은 13.7%로, 이는 전체 산업(8.9%)이나 제조업

(8.7%)보다 고성장기업의 비중이 높은 것으로 나타났다. 다음은 소프트웨어 고성장기업이 매출 성장과 고용 창출에 대한 기여도가 어느 정도인지를 분석한 결과, 소프트웨어 매출 고성장기업은 일반기업보다 산업 전체 매출 성장에 대한 기여도가 훨씬 높은 것으로 나타났다. 전체 기업의 13.7%를 차지하는 매출 기준 고성장기업은 소프트웨어 산업 전체의 매출 성장의 51.6%를 차지할 정도로 기여도가 매우 높다. 또한, 고용 고성장기업의 고용 창출에 대한 기여도도 매우 높은데, 전체 소프트웨어 기업의 10.3%에 불과한 고용 고성장기업이 산업 전체의 고용 창출에 56.7% 기여한다.

소프트웨어 산업에서 매출 고성장기업이 차지하는 비중을 2012년에서 2018년까지 총 4개의 코호트별로 구분하여 분석한 결과, 매출 고성장기업의 비중이 계속해서 증가하고 있는 것으로 나타났다. 특히 2014년부터 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 산업에서 고성장기업의 비중이 크게 증가하고 있다. 반면, 패키지소프트웨어와 IT서비스 산업에서 고성장기업의 비중은 소폭 증가하고 있다. 한편 고용 기준 고성장기업은 2012년부터 2019년 총 5개의 코호트로 구분하여 분석한 결과, 고용 고성장기업의 비중이 점차 감소하고 있는 것으로 나타났다. 이는 최근이 경기침체와 고용둔화의 추세를 반영하고 있는 것으로 보인다.

국내 소프트웨어 고성장기업의 특성을 성장성, 수익성, 혁신성, 글로벌 역량 등 4가지 측면에서 일반기업과 비교 분석한 결과, 고성장기업은 혁신성과 글로벌 역량 측면에서 일반기업보다 높은 성과를 달성하고 있다. 협소한 내수시장의 한계가 있는 국내 소프트웨어 기업이 글로벌 시장에서 경쟁우위를 확보하여 지속성장을 하기 위해서는 기술 및 비즈니스 혁신과 해외시장진출을 도모하였기 때문에 고성장의 성과를 달성할 수 있다는 점을 확인할 수 있다.

또한 4-5개 코호트로 구분하여 고성장기업의 분석한 결과, 소프트웨어 기업은 특정 분석기간은 고성장기업이었으나 다음 분석 기간에서는 고성장기업이 되지 않은 사례가 많아 고성장기업의 지속가능성이 낮고 유동적인 특성이 있다. 그럼에도 불구하고 3개 코호트 동안 연속으로 고성장기업으로 분류되는 기업도 상당수 있다. 이들 기업은 스타트업으로 시작하여 가젤기업, 고성장기업으로 계속 성장해가는 강소기업들로서 성장성, 수익성, 혁신성, 글로벌 역량 모두에서 우수한 성과를 내고 있다.

소프트웨어 고성장기업이 기업 성장 과정에서 겪게 되는 애로사항은 우수인력의 유지와 확보, 지속적인 자금조달, 연구개발 역량 확보, 기업 성장 과정에서 요구되는 내부역량 부족, 신시장 활성화를 저해하는 법제도, 스케일업을 위한 핵심 기제인 해외 진출 역량이 부족한 점이다. 소프트웨어 고성장기업을 육성하기 위해서는 이러한 애로사항을 해소하고 내외부 위협요인을 잘 극복할 수 있도록 지원하는 정책이 필요하다. 소프트웨어 고성장 기업육성 정책에 대해 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

기업들이 성장 과정에서 가장 큰 애로사항으로 꼽는 것이 지속적인 자금조달이다. 정부에서 지원해주는 창업지원금은 많으나 기업의 성장 과정에서 단계별 자금 지원은 부족한 것이 사실이다. 기업의 성장단계별 투자지원을 위한 고성장 펀드(Scaleup Fund)를 조성하거나 벤처캐피탈의 투자자금을 유치를 위한 스타트업이나 가젤 기업 대상 컨설팅 지원이 필요하다. 그리고 소프트웨어 기업, 투자전문가, 투자자간 네트워크를 형성하고 투자정보를 공유할 수 있는 플랫폼을 운영하는 것도 필요하다. 다음은 기업 CEO의 리더십 역량 강화 정책이 필요하다. 창업 초기의 기업 성장은 CEO의 역량이 크게 좌우한다. 대체로 고성장기업의 경영자는 고학력이며, 과거 대기업에서 경영·관리 경험이 있는 것으로 조사되었다. CEO는 기술과 시장의 변화를 조기에 정확히 파악하여 기술개발 및 제품개발을 기획하고 시장과 고객의 수요에 적기 대응하는데 크게 기여한다. 이러한 CEO의 역량을 강화하기 위해서는 스타트업, 고성장기업의 대표들을 대상으로 리더십 교육 아카데미를 운영하고, 창업기업과 고성장기업을 매칭하여 멘토링 활동을 지원해야 한다. 창업 혹은 일반기업과 고성장 기업간 멘토연결은 성공 경험이 있는 기업 CEO로부터 기업 경영, 기업 성장단계별 성장전략, 투자유치전략, 지재권(IP) 확보전략 등에 대해 멘토링해주고 기업간 협업 프로그램을 개설하여 경영상의 애로사항을 해소할 수 있도록 해주는 프로그램이다.

세 번째로 중요한 정책은 중소기업이 인력을 확보하고 유지하도록 지원하는 정책이다. 중소기업에서 필요한 인력은 특정 분야의 전문인력이라기보다는 작은 조직 규모에서 다양한 기능을 수행할 수 있는 멀티플레이어이다. 중소기업에서는 IT 및 소프트웨어 개발에 대한 지식뿐 아니라 타 산업의 특성을 이해하고 고객들과 소통하며 필요한 제품/서비스를 식별, 연결해서 주어진 문제를 해결할 수 있는 인재가 필요하다. 또한, 기업의 성장에서 우수 인력의 확보만큼이

나 중요한 것이 우수 인력의 유지이다. 이를 위해 다양한 인센티브 제공뿐 아니라, 기업의 근로환경, 작업문화, 수평적인 의사결정체계 등이 확산될 수 있도록 인식 제고와 정책적 지원이 필요하다. 또한, 소프트웨어 기업의 성장단계별로 차별적인 지원 정책을 마련하고 이를 지원하는 맞춤형 컨설팅 지원 프로그램 개발이 필요하다. 스타트업은 창업 아이디어 발굴, 비즈니스모델 설계와 검증, 제품 개발 및 고객개발 관련 교육, 초기 시장 창출을 위한 제품개발자금 지원, 시장 창출/확대를 위한 컨설팅/멘토링 지원 등이 필요하다. 고성장할 가능성이 높은 예비고성장기업은 기술/제품 개발을 위한 R&D 지원, 기술사업화, 해외 진출, 자금 확보를 위한 컨설팅 지원, 산학연 협력을 위한 네트워킹 지원 등이 필요하다. 그리고 고성장기업의 지속적인 고성장 유지를 위해서는 기존 제품의 고도화/글로벌화를 위한 R&D 지원, 기업 성장을 위한 자금, 인재 확보, 사업화를 위한 투자/융자 지원 등이 요구된다. 또한, 기업이 창업한 이후 중소기업, 중견기업, 대기업으로 성장하기 위해서는 지속적인 성장을 가로막는 장벽을 제거하여야 한다. 예를 들어 중소기업이 중견기업으로 편입되면 각종 혜택이 급격히 감소하는 문제를 해결하고, 대기업과 스타트업, 중소기업과 중견기업 간에 효과적인 역할분담과 협업이 이루어질 수 있도록 제도를 정비할 필요가 있다.

네 번째 고성장기업 육성 정책은 시장창출 및 시장확대를 위한 정책이다. 소프트웨어 기업이 성장하는 중요 요인은 결국 수요처가 얼마나 많은가에 달려 있다. 협소한 내수시장의 규모로는 글로벌 소프트웨어 기업이 나올 수 없는 구조이다. 고성장 소프트웨어 기업이 지속적으로 성장하려면 내수시장 확보는 기본으로 하되, 해외 시장으로 진출할 수 있는 경쟁력을 갖추어야 한다. 따라서 해외 진출 잠재력을 지닌 소프트웨어 분야 고성장기업을 대상으로 글로벌 시장 진출을 지원하는 정책 패키지 프로그램을 개발하여야 한다. 해외 진출을 위한 제품개발, 시장분석, 무역교육, 판로개척, 시장성 검증, 투자유치, 현지화 지원 등 해외 시장 진출 전 과정에 대한 패키지 지원을 하고, 해외 기업이나 투자자들 대상으로 투자를 유치할 수 있는 전문가를 참여시켜 소프트웨어 해외 진출 자문단을 구성하는 것이 필요하다. 영국, 독일, 덴마크 등 해외 주요국들도 기업의 해외 진출을 촉진하기 위해 기업가, 전문가, 컨설턴트 등을 참여시켜 해외 진출 경험을 공유하고 기업의 수출실적 확대를 지원한다.

마지막으로 고성장기업을 육성하기 위해서는 정책지원 대상을 어떻게 선정하

느냐가 매우 중요하다. 고성장기업을 선정할 때 기존의 매출과 고용 성장률 기존의 정량적인 기준뿐 아니라 성장 가능한 비즈니스모델 채택 여부, 해외 진출 활동, 명확한 성장 의지 등 정성적인 기준도 개발하여 포함할 필요가 있다. 그리고 이들 기업이 고성장을 유지하도록 리스크 요인을 감지하고 모니터링하는 역할도 중요하다. 따라서 고성장기업을 선정, 모니터링하고 정책지원 효과를 평가하여 개선하는 정책 인프라를 마련할 필요가 있다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구를 통해 소프트웨어 고성장기업을 직접 인터뷰하면서 소프트웨어 산업만이 가지고 있는 특성에 기반한 성장전략과 애로사항을 확인할 수 있었다. 기존 고성장기업 관련 연구나 정책은 소프트웨어 기업의 특성을 고려하지 않은 일반적인 기업을 대상으로 하는 게 대부분이었다. 본 연구를 통해 소프트웨어 산업의 특수성을 감안한 고성장기업 성장전략을 도출할 수 있었으며, 이를 정책 수립에 활용할 수 있다.

6. 기대효과

본 연구의 내용을 통해 소프트웨어 기업의 특성을 반영한 정책 수립의 근거로 활용이 가능하다. 소프트웨어 산업이 기존 하드웨어 중심의 전통산업과는 다른 기술 및 정책이 필요하다는 점을 반영한 정책 수립이 필수적이다. 앞서 살펴본 바와 같이 업력, 업종 등에 따라 같은 소프트웨어 기업이라도 성장 전략은 상이함을 알 수 있다. 소프트웨어 기업의 유형에 따라 맞춤형 정책을 수립하는 데 본 연구가 도움이 될 것이다.

Summary

1. Title: Research on Growth Strategies of High Growth Firms in Software Industry

2. Purpose and Necessity of Research

This study analyzes the current status of high-growth companies and growth trends of high-growth companies in order to foster high-growth companies that greatly contribute to job creation and company growth in the software industry. Second, the success factors and growth strategies of high-growth companies in the domestic software industry are analyzed in-depth. Third, it aims to grasp the difficulties in the corporate growth process and to draw policy implications for fostering high-growth companies in the software industry.

3. Research Organization and Scope

The method of this study is divided into quantitative analysis and qualitative analysis. First, quantitative analysis is a method used to analyze the current status and trends of high-growth companies and to identify the ecological characteristics of domestic high-growth companies. For quantitative analysis, data of domestic software companies are classified by cohort according to objective classification criteria, and the status of high-growth companies by industry, company growth type, company size, industry, and region is analyzed. Second, an in-depth interview is conducted to identify the growth strategy and success factors of the representative high-growth software companies. In this study, a total of 46 companies were interviewed in-depth to qualitatively analyze the growth factors and strategies for achieving high growth.

4. Discussion and Result

The characteristics of high-growth software companies analyzed in this study are as follows. It was analyzed that the share of high-growth companies in Korea is higher than that of other industries. First, let's look at the proportion

of high-Growth Firms based on employment. As of 2018, the share of high employment growth companies in the overall industry was 3.5%, and the share of high-growth companies in the manufacturing industry was 3.3%, whereas that of the software industry was 5.1%. The share of high-growth firms based on revenue in 2018 was 13.7%, which was higher than that of the overall industry(8.9%) or manufacturing (8.7%). Next, as a result of analyzing the contribution of software high-growth companies to revenue growth and job creation, software high-growth firms based on revenue have much higher contribution to revenue growth in the overall industry than general firms. High-growth firms, which account for 13.7% of all companies, contributed so much that they accounted for 51.6% of revenue growth in software industry. In addition, The contribution of high-growth firms to job creation is also very high, with only 10.3% of all software companies making high job creating with 56.9%.

As a result of analyzing the share of high-growth firms in the software industry by four cohorts from 2012 to 2018, it was found that the share of high revenue growth companies continued to increase. In particular, since 2014, the share of high-growth firms in the game and internet software industries has increased significantly. On the other hand, the proportion of high-growth companies in the package software and IT service industries is increasing slightly. Meanwhile, as a result of dividing and analyzing high-growth companies based on employment into five cohorts from 2012 to 2019, the proportion of high employment growth companies was gradually decreasing. This seems to reflect the recent economic downturn and the trend of employment slowdown.

Also, as a result of comparing and analyzing the characteristics of domestic high-growth software companies with general companies in four aspects: growth, profitability, innovation and global capabilities, high-growth companies are achieving better results than ordinary companies in terms of innovation and global capabilities. In order for domestic software companies with limited domestic market to secure competitive advantage in the global market and sustain growth, it can be confirmed that they can achieve high growth results because they have sought technological and business innovation and advancement into overseas markets.

In addition, as a result of analysis of high-growth companies by dividing them

into 4-5 cohorts, it was found that it was high-growth in a cohort, but were not included during the next cohort. Nonetheless, there are a number of companies that are classified as high-growth companies in a row for three cohorts. These companies are start-ups and continue to grow as gazelle companies and high-growth companies. They are excellent in terms of growth, profitability, innovation, and global capabilities.

For prospective high-growth SW companies and Gazelle SW companies that were interviewed, their performance was often less than 10 years. For companies with less than five years of experience, many of them have grown into strategies to provide new services based on differentiated functions. For preliminary high-growth SW companies and Gazelle SW companies with more than five years and less than 10 years of experience, they had various portfolios and secured overseas sales. They can be seen as having grown by expanding their business areas based on early successful products and services. In the case of high-growth SW companies, a number of companies with more than 10 years of experience stood out. They are companies that have entered maturity and have market-dominating products or services, and already have technology or price competitiveness.

SW companies can be classified as package SW, IT service, game SW, and Internet SW companies by industry. Regardless of the industry, factors such as differentiation of products and services, excellence in quality, and securing human resources and funds could be found in common among high-growth SW companies. Package SW companies have direct contact with customers, which confirms that they have distinct product/service differentiation characteristics compared to other industries. For differentiation, the company secured its own technology capabilities, and many package SW companies secured and fostered outstanding talent. And it is also characteristic of high-growth package SW companies that streamline development processes and form a flexible organizational culture. IT service companies often see extended capabilities or the expertise of their domains as growth engines. In addition, cases were identified in which various partners were secured, management's networking skills were outstanding, and after entering the market by marketing a segmented market, they grew up leading the market. As game SW companies release products that require years of development, outstanding technology and talent

capabilities are essential. Also, there are a number of companies that target the global market because the domestic market is relatively narrow. In the case of Internet SW companies, companies that dominate and lead the new market stand out, and non-technology innovation, or business model innovation, or service innovation, was often used as a growth engine rather than technological innovation such as the introduction of new technologies.

High-growth SW companies use a variety of growth strategies for each innovation type (product/service innovation, supply capability innovation, market distribution innovation, customer value innovation, organizational operation innovation). High-growth companies pursuing product and service innovations can be differentiated or improved in novelty, improved function/performance/service, secured quality/reliability/professionalism, improved brand value through customer evaluation or certification/reward, and assorted product innovations. It has been shown to achieve high growth. In the case of supply competency innovation companies, they focused on their own technology development, technology introduction and utilization, talent acquisition and human resource development, and the competency of management is a very important growth factor, and the business is expanding through partner collaboration and funding. Some companies have achieved increased sales through innovation in market distribution, which is targeting specific markets through strategies to preempt and lead the market and segmental market targeting to increase market share or enter overseas markets by establishing overseas distribution channels. In addition, some companies frequently carried out value innovation activities by maximizing corporate value, maximizing customer satisfaction, maximizing the value of organization members and stakeholders, and further maximizing the value of society and humanity. Finally, in the case of organizational management innovation, which is frequently seen in high-growth companies with long careers, most products are developed and service processes are optimized to increase efficiency, or through organizational structure and cultural innovation, to increase organizational satisfaction and organizational flexibility. Organizational innovation was achieved through various efforts.

The difficulties that high-growth software companies face in the process of corporate growth are maintaining and securing outstanding manpower, continuous financing, securing research and development capabilities, lack of internal

capabilities required in the process of corporate growth, a legal system that undermines the revitalization of new markets, and lack of ability to enter foreign markets, a key mechanism for scale-up. In order to foster a high-growth software company, a policy is needed to resolve these difficulties and help overcome internal and external threats. The details of the software growth company promotion policy are as follows.

Continuous financing is one of the biggest obstacles for companies to grow. It is true that there are many start-up grants supported by the government, but there is insufficient step-by-step funding during the growth of the company. Consulting support for startups or gazelle companies is needed to create a high-growth fund to support investment by each stage of growth or to attract investment capital from venture capital. In addition, it is necessary to form a network between software companies, investment experts, and investors, and to operate a platform to share investment information. Next, we need a policy to strengthen the leadership capabilities of corporate CEOs. The growth of a company at the beginning of its establishment is largely dependent on the CEO's capabilities. In general, managers of high-growth companies are highly educated and have been found to have management and management experience in large companies in the past. CEOs are able to accurately and early identify changes in technology and market, plan technology development and product development, and greatly contribute to timely response to market and customer demand. In order to strengthen the CEO's capabilities, it is necessary to run a leadership training academy for representatives of startups and high-growth companies, and to support mentoring activities by matching start-ups and high-growth companies. Mentor connection between start-up or general and high-growth companies mentors corporate management, growth strategies for each stage of growth, investment attraction strategies, and strategies to secure intellectual property(IP) from successful CEOs and establishes a business cooperation program. It is a program that allows you to resolve difficulties.

Third, an important policy is to support SMEs to secure and retain human resources. The workforce required for SMEs is not a professional manpower in a specific field, but a multiplayer that can perform various functions at a small organization scale. SMEs need not only knowledge of IT and software development, but also talents who can understand the characteristics of other

industries, communicate with customers, identify and connect necessary products /services, and solve problems. In addition, it is as important to secure excellent manpower in the growth of a company as to maintain excellent manpower. For this, it is necessary to raise awareness and provide policy support so that not only various incentives can be provided, but also the company's working environment, work culture, and horizontal decision-making system can be spread. In addition, it is necessary to develop a differentiated support policy for each growth stage of a software company and develop a customized consulting support program to support it. Start-ups need to discover start-up ideas, design and verify business models, provide training on product development and customer development, support product development funds for initial market creation, and support consulting/mentoring to create/expand markets. Preliminary high-growth companies with high growth potential need R&D support for technology/product development, technology commercialization, overseas expansion, consulting support to secure funds, and networking support for industry-university cooperation. In addition, in order to sustain high growth of high-growth companies, R&D support for upgrading/globalizing existing products, funding for corporate growth, securing talent, and investment/loaning support for commercialization are required. In addition, in order to grow into SMEs, mid-sized companies, and large companies after the company was founded, barriers to continuous growth must be removed. For example, when SMEs are incorporated as mid-sized companies, it is necessary to solve the problem that various benefits rapidly decrease, and to improve the system so that effective role-sharing and collaboration between large companies and startups and SMEs and mid-sized companies can be achieved.

Fourth, the policy to foster high-growth companies is to create markets and expand markets. The key factor for software companies to grow depends on how many customers are in the end. It is a structure in which a global software company cannot emerge due to the narrow domestic market. In order for a high-growth software company to continue to grow, it is essential to secure the domestic market, but it must have the competitiveness to advance into overseas markets. Therefore, it is necessary to develop a policy package program to support global market entry for high-growth companies in the software field with the potential to advance overseas. It is necessary to provide package

support for the entire process of entering overseas markets, including product development, market analysis, trade education, market development, marketability verification, investment attraction and localization support for overseas expansion, and to form an advisory group on software overseas by involving experts who can attract investment to foreign companies or investors. Major foreign countries such as the UK, Germany, and Denmark also participate in entrepreneurs, experts, and consultants to promote the company's overseas expansion, share their experience in overseas expansion, and support the expansion of exports by companies.

Lastly, it is very important how to select targets for policy support to foster high-growth companies. When selecting a high-growth company, it is necessary to develop and include qualitative standards such as whether to adopt a viable business model, overseas expansion activities, and clear will to grow, as well as quantitative standards for existing sales and employment growth standards. Also, it is important to detect and monitor risk factors to help these companies maintain high growth. Therefore, it is necessary to prepare a policy infrastructure for selecting and monitoring high-growth companies and evaluating the effectiveness of policy support.

5. Policy use

Through the interview of high-growth Software companies in this study, it was possible to confirm growth strategies and difficulties specific to the software industry. Most of the research and policies related to existing high-growth companies targeted general companies that did not consider the characteristics of SW companies. Through this study, it was possible to derive the growth strategy of a high-growth company considering the uniqueness of the software industry, and this can be used to establish policies.

6. Research Implication and Expected Effects

The results of this study can be used as a basis for policy establishment considering the characteristics of software companies. For the policy of fostering high-growth software companies, it will be important to create a consensus and the necessity to foster the software industry in the era of the fourth industrial

revolution. In addition, the policy for the high-growth SW industry is essential to establish a policy that reflects technologies and perspectives different from the traditional HW-oriented traditional industry. As mentioned above, it can be seen that even in the same SW company, the growth strategy is different depending on the industry power, industry, etc. Therefore, the results of this study will help to establish a customized policy according to the type of software company.

제1장 서론

제1절 연구의 필요성 및 목적

마크 앤더리슨(2011년)이 언급한 것처럼 ‘소프트웨어가 세상을 먹어 치우는 시대’가 왔다. 산업 전반의 디지털 전환이 가속화됨에 따라 소프트웨어가 핵심적인 혁신 동인이 되어 성장한 사례가 크게 늘어나고 있다. 이러한 추세는 소프트웨어 기업의 성장에도 크게 영향을 미치고 있다. 딜로이트가 매년 선정하는 글로벌 500대 고성장기업의 78%가 소프트웨어 기업이다. 1995년에는 전체 고성장기업 중 소프트웨어 기업이 27%에 불과하였으나 25년이 지난 현재 고성장기업의 78%가 소프트웨어 기업일 정도로 소프트웨어가 시장을 주도하고 있다. 그렇다면 국내 시장에서도 소프트웨어가 기업이 고성장하고 있는가? 소프트웨어 기업의 고성장세가 글로벌 트렌드가 되고 있음에도 불구하고 국내 소프트웨어 기업은 성장세는 아직 그다지 가시적이지 않다.

최근 글로벌 경기 침체와 고용없는 성장이 장기화됨에 따라 해외 주요국들은 일자리 창출과 경제 성장을 위해 중소기업 정책 중심을 스타트업에서 스케일업으로 변화하고 있다. 고성장기업의 성과에 주목하면서 ‘새로운 기업’보다 ‘새로운 성장’을 추구하는 전환적 시각이 나타난 것이다. 우리 정부도 2019년부터 고성장기업의 중요성을 인식하고 제4차 산업혁명 시대를 주도하는 소프트웨어 고성장기업의 성장을 촉진하는 정책을 추진하고 있다. 이러한 정책들이 보다 실효성있는 정책이 되기 위해서는 고성장 소프트웨어 기업의 성공 요인과 성장전략을 심층 분석하여 국내 중소 소프트웨어 기업들이 벤치마킹 할 수 있는 성장전략 개발이 필요하다.

지난 30여 년 동안 국내 소프트웨어 산업을 육성하기 위하여 다양한 정책을 개발하고 추진하여 왔음에도 불구하고 국내 소프트웨어 기업은 여전히 영세하고 글로벌 경쟁력이 부족하다. 급변하는 글로벌 시장환경 속에서 고용 창출과 기업 성장의 크게 기여하는 고성장기업을 육성하기 위한 정책을 통하여 국내 소프트웨어 기업이 스타트업에서 스케일업하여 유니콘 기업으로 성장할 수 있는 성장지원정책이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 지난 수년 동안 고성장 성과를 이룬 국내 소프트웨어 고성장기업의 성공 요인을 파악하고 중소 소프트웨어 기업의 성장 전략을 도출하고자 한다. 이를 위해서 먼저, 국내 소프트웨어 고성장기업의 현황과 성장을 이끈 주요 특성을 분석한다. 고성장기업은 분석 기간별로 매우 유동적으로 변화하므로 지속적으로 고성장기업으로 유지하기가 어렵다. 성공적인 고성장기업 육성 전략을 개발하기 위해서는 일시적인 성공사례가 아니라, 계속 고성장한 기업들의 성장 전략을 벤치마킹할 필요가 있다. 둘째, 국내 소프트웨어 고성장기업이 고용 창출과 산업의 성장에 미치는 영향을 파악하고 타 산업과 비교하여 어떠한 차별성이 있는지를 식별한다. 세 번째 연구의 목적은 고성장기업의 성공사례들을 심층 인터뷰하여 기업의 성장단계별, 성장유형별 성장 전략을 도출하여 정책적 시사점을 찾는 것이다.

제2절 연구의 방법

1. 고성장기업 현황 및 추이 분석

본 연구에서는 소프트웨어 기업의 성장요인과 특성을 파악하여 소프트웨어 기업에 적합한 기업의 성장전략을 개발할 수 있는 근거를 마련하는 것이 목적이다. 이를 위해서는 기업의 성장을 진단하는 고용과 재무 정보를 바탕으로 중소 소프트웨어 기업의 성장을 유형화하고, 개별 고성장기업의 성장전략과 성공 요인을 심층적으로 인터뷰하여 중소 소프트웨어 기업들이 벤치마킹할 수 있는 성장전략을 도출하는 것이 주요 목적이다.

국내 소프트웨어 산업의 고성장기업 현황과 성장 추이를 분석하기 위해서는 소프트웨어 사업을 영위하는 기업들을 대상으로 고용 및 매출 측면에서 고성장기업을 분류한다. 이를 위해서는 기업의 재무 정보를 토대로 정량적으로 분석한다. 분석 대상은 2012년부터 2019년까지 기업의 고용 추이와 매출액, 영업이익 등에 대한 정확한 기업정보를 확보하는 것이 중요하다. 본 연구에서는 기업 신용정보와 사업보고서를 바탕으로 고성장기업에 관한 정량적인 분석을 한다. 기업 재무정보는 NICE신용평가정보, 한국기업데이터(KED), 금융감독원 전자공시시스템(DART) 등을 활용한다.

또한 고성장기업(High Growth Firms)의 정의와 분류기준을 확립하기 위하여 OECD, UN, 미국 노동통계청(BLS) 등과 고성장기업 관련 문헌연구를 병행한다.

2. 고성장기업 심층 인터뷰

국내의 고성장 SW기업의 성공 요인과 성장전략을 분석하기 위해서는 고성장기업의 매출, 업력 등 역량을 파악할 수 있는 정량적인 데이터 분석뿐만 아니라, 개별 기업의 고성장에 이르기까지의 전략과 핵심 성공 요인을 도출해내는 정성적인 조사도 필요하다. 따라서, 본 연구에서는 46개 고성장 소프트웨어 기업의 경영진을 대상으로 일반현황과 혁신 활동, 성장전략, 위협요인 및 애로사항 등에 대한 포커스그룹인터뷰(FGI) 및 심층인터뷰(In-Depth Interview)를 실시하였다.

〈표 1-1〉 연구 방법

구분	정량분석	정성분석
분석내용	- 고성장기업의 현황과 특성 분석 - SW고성장 기업 객관성, 일반화 확보 - SW 고성장기업과 타산업 및 해외 고성장기업과 비교 - SW 고성장기업의 시계열 추이 비교	- 국내 SW고성장기업의 성장전략 및 성공요인 분석 - 기업별 성장궤적과 차별화된 성장전략 심층 분석
분석방법	SW 기업 재무성과 및 기업 Data 활용	기업 임원급 대상 심층인터뷰 및 FGI 실시

제2장 고성장기업 관련 선행 연구

제1절 고성장기업의 개념과 측정 기준

2008년 글로벌 금융위기 이후 일자리 창출이 세계적으로 중요한 이슈로 부상하게 됨에 따라 고성장기업에 대한 학계와 정부의 관심이 증가하고 있다. 많은 연구에서 고성장기업은 전체 경제에서 차지하는 비중은 매우 적지만, 일자리 창출에 상당 부분 기여하고 있음을 알 수 있다(Birch(1981), OECD(2010), Coad et al. (2014), Henrekson and Johansson(2010)).

고성장기업은 David Birch(1981)에 의해 처음 제시된 개념으로 일정 기간 동안 다른 기업에 비해 현저하게 성장하는 기업을 의미하며, 연구자에 따라 스케일업(Scale-up), 가젤(Gazelle), 고성장기업(High growth firms, Fast Company)과 같은 용어를 사용한다. 고성장기업은 대체로 높은 성장률을 보인다는 점에서는 스타트업(Start up)과 비슷하지만, 높은 성장 목표를 달성하고 시장에서 지속적으로 성장할 수 있는 잠재력을 검증받은 회사라는 측면에서 차이가 있다.

아직까지 고성장기업에 대한 표준화된 정의는 없으며, 연구자의 연구 목적에 따라 고성장기업의 정의와 측정 기준을 달리하고 있다. Birch는 최근 4년간 매출성장률이 산업의 평균 성장률보다 두 배 이상인 기업을 고영향기업(High-Impact Firms)으로 정의하였다. OECD는 고성장기업을 ‘최근 3년간 연평균 매출 또는 고용증가율이 20% 이상인 기업’으로 보다 명확하게 정의하고 있다. 이때 분석대상은 관찰 시작년도 기준으로 종업원 수 10명 이상인 기업으로 한정하고 있는데, 이는 초기 영세기업이 시장에서 지속적으로 성장하기 위해서는 종업원 수 10명 이상 기준이 최소한의 효율적인 규모라고 판단하기 때문이다. 또한, 고성장기업 중 업력이 5년 이하의 신생기업을 ‘가젤 기업’이라고 별도로 구분한다.¹⁾

미국의 노동통계청(BLS)은 OECD의 고성장기업 분류기준에서 종사자 10인 이상의 기업으로 한정하는 부분에 대해 수정의견을 제시하였다(BLS, 2013).

1) OECD(2007), ‘Eurostat Manual on Business Demography Statistics’.

미국 노동통계청(BLS)은 전체 기업에서 10인 미만의 기업이 75% 이상인데, 이들 기업의 고용성장도 무시할 수 없는 수준이므로 일정 수준 이상의 고용성장기업을 고성장기업으로 분류한다. 노동통계청(BLS)은 10인 이상의 기업은 3년 동안 연평균 20% 이상 기업과 10인 미만의 기업의 경우 3년 동안 8명 이상의 고용성장을 이룬 기업을 고성장기업으로 정의한다.²⁾

OECD와 같이 특정 기간 동안 일정 수준 이상의 성장률을 기준으로 하여 분류하는 절대 평가 방식은 일정 비율 이상을 평가하는 상대적인 방식과 달리 시계열 비교, 국가간 비교가 가능한 장점이 있어 최근에는 많은 고성장기업 연구에서 OECD의 기준을 많이 따르고 있다.

〈표 2-1〉 고성장기업의 특징과 분류기준

고성장기업 명칭	출처	분석 대상 기업		성장률
		종사자수	매출액	
Gazelles	Birch (1995)	제한 없음	\$100K	해당 기간 동안 연평균 매출증가율 20% 이상
	OECD (2007)	10명 이상	제한 없음	업력 5년 이하의 기업으로 3개년 동안 연평균 고용증가율 20% 이상
High growth firms	OECD (2007)	10명 이상	제한 없음	3개년 동안 연평균 고용 및 매출증가율 20% 이상
	EU (2017)	10명 이상	제한 없음	3개년 동안 연평균 고용 및 매출증가율 10% 이상
	US Bureau of Labor Statistics (2013)	제한 없음	제한 없음	-종사자 10인 미만 : 8명 이상 증가 -종사자 10인 이상 : 3개년 연평균 고용증가율 20% 이상
	Kauffman Foundation (2017)	50명 이상	제한 없음	업력 10년 이하의 기업으로 최소 50명 이상 증가
Scale-ups	Nordic Innovation(2019)	10명 이상	€2M	지난 1-3 년간 고용 또는 매출 증가율 20% 이상 증가
	Kauffman Foundation (2017)	제한 없음	€2M	지난 1-3 년간 고용 또는 매출 증가율 10% 이상 증가
Unicorn	Lee (2013)			비상장회사 중 기업가치 10억 달러 이상

2) 10인 미만의 기업에서 3년 동안 8명 이상 성장한 기업을 고성장기업으로 분류한 이유는 종사자 10인인 기업이 매년 20%의 고용 성장을 하면 3년 동안 7.25명($1.2 \times 1.2 \times 1.2 = 1.725$)의 인력이 증가한다는 가정하에서 산출한 근거이다.

제2절 고성장기업의 특성과 성과에 관한 연구

1. 고성장기업의 특성에 관한 연구

많은 연구에서 경험적인 사실에 근거하여 고성장기업의 특성을 기술하고 있다. 먼저 고성장기업의 산업별 분포를 보면 고성장기업은 특정 산업에만 집중되어 있는 것은 아니다(Audretsch, 2012). 하지만 전산업에서 고성장기업의 존재를 확인할 수 있지만, 특정 시기, 특정 산업에서 고성장기업의 비중은 편차가 있을 수 있다. 국내의 경우 지식산업이나 기술집약적인 산업에서 고성장기업의 비중이 전 산업 평균보다 높지만, 기술집약도가 낮은 산업에서도 고성장기업은 존재한다. 김석현(2009)은 국내 100대 제조업을 대상으로 한 연구에서 고성장기업은 대부분이 기계장비와 전기·전자 산업에 존재한다고 하였으며, 김한준(2018)은 2010년대 중반에 들어서면서 주요 국가들의 중소벤처기업 정책이 스타트업(Startup)보다는 스케일업(Scaleup)을 중시하는 쪽으로 전환되고 있음을 소개하면서 국내 고성장기업은 다양한 산업에 존재한다고 하였다.

다음은 고성장기업의 지속성에 관한 이슈이다. 많은 연구에서 고성장기업은 일시적이고 지속성을 유지하기가 어렵다는 것을 알 수 있다. 일부 기업은 분석 기간 동안 고성장이었으나 곧 저성장 상태로 전환하거나, 폐업하기도 한다. 일정 기간 이상 계속적으로 고성장을 유지하는 것은 기업 경영에 영향을 미치는 다양한 요인들을 파악하여 지속적인 고성장을 유지하도록 하는 것이 중요하다. Brown et al.(2017)은 여러 선행연구 결과를 종합한 결과, 고성장은 일시적 상태일 수도 있으며 고성장기업이라 칭할 수 있는 기업들은 계속 달라질 수 있다는 점을 지적하였다. 따라서, 일시적 고성장기업에 주목하기보다는 고성장이 지속될 수 있는 기업 내부 요인과 외부 요인을 구명하는 것이 더 중요한 일이라 할 수 있다³⁾

홍성철·표한형(2013)은 고성장기업은 일반기업보다 성장성, 수익성, R&D 비중, 고용 창출 능력은 높지만, 안정성 및 수출 비중은 일반기업보다 낮다

3) 김수옥(2010)은 고성장 기업과 중첩될 수 있는 글로벌 강소기업의 요건을 ① 내부적 요인 (기술개발 역량, 고객중심 마인드), ② 외부적 요인(수출 중시, 틈새시장 발굴), ③ 정부의 정책적 지원(기술지원, 수출지원, 대중소기업 상생협력) 등으로 규정한 바 있다.

고 하였다. 제조업에서 고성장기업의 성장 전략은 기술 혁신, 특히 R&D를 통한 신기술 개발 및 제품 개발에 집중하고 있다. 임채운(2009)은 100대 제조업 기업을 대상으로 조사한 결과 기술 혁신이 성장의 원천이라는 결론을 얻었고, 김한준(2018)은 기술혁신형 기업이 고용과 수출에서 우위를 차지하고 있다고 하였다. 김현창(2019)은 KISTEP의 2016년도 기업혁신조사 제조업 데이터 분석 결과, 고성장기업이 일반기업에 비해 연구개발(R&D) 인력의 비중이 높다고 하였다. 김석현 외(2017)는 고성장기업은 수출 비중, R&D 집약도와 같이 혁신지표가 높을수록 고성장 지속성에 기여한다고 제시하였다. 강희중(2018)은 2018년도 조사에서 고성장기업의 성장기여도를 국내와 해외 매출로 구분하여 분석한 결과, 내수 확대보다는 수출을 통한 기업의 성장이 더 큰 것으로 나타났다. 또한, 고성장기업의 업력별 분포를 살펴보면, 국내 고성장기업은 대략 10년 전후, 규모는 500명 미만인 기업의 비중이 높다. 김석현(2009)의 연구에서 제조업의 고성장기업은 고용 규모가 500명 미만, 업력이 20년 미만, 매출액은 5백억~4천억 원 수준임을 확인하였다. 임채운(2009)과 김한준(2018)은 고성장기업은 평균 업력이 10년 이상, 절반 정도가 평균 10년 이상이라고 하였으며, 홍재근(2017)은 고성장기업은 평균 업력이 7년 이상이며 대부분 9년 전후라고 하였다.

2. 고성장기업의 고용창출효과에 대한 연구

고용 없는 성장시대에 글로벌 시장에서 주도적인 역할을 통해 경제 성장과 고용 창출에 기여도가 높은 고성장기업의 육성이 경제 성장의 주요한 대안으로 떠오르고 있다(장호준 외 1명, 2014). 고성장기업의 고용 창출 기여도에 관한 연구는 다양한 국가에서 진행되어왔다. Birchard(1994)는 미국 전체 기업의 4%에 해당하는 고성장기업이 약 70%의 일자리를 창출한다는 연구 결과를 제시하였고, 영국의 Anyadike-Danes et al.(2009)는 6%의 고성장기업이 신규 일자리의 54%를 창출한다고 하였다. 이 외에 OECD 국가를 대상으로 Schreyer(2000)가 수행한 연구에서는 프랑스, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 캐나다(퀘벡) 등의 국가에서 전체 사업체의 10% 미만인 고성장기업이 전체 고용 창출의 평균 50~60% 창출한다는 연구 결과를 제시하였다.

국내에서는 비교적 뒤늦게 고성장기업과 고용 창출의 상관관계에 대한 분석이 진행되었는데, 임채운(2009)은 고성장기업의 평균 종업원 수는 2004년

57명에서 2007년 114명으로 연평균 약 26% 증가한 반면, 일반 중소기업의 평균 종업원 수는 59명에서 37명으로 연평균 14.4% 감소하여 고성장기업이 일반 중소기업보다 고용 창출에 더 큰 기여를 한다고 밝혔다. 또한, 권오형(2011)은 2007-2009년 코스닥 전체 기업 평균 고용증가율이 2.6%인데 비해 가젤형 기업은 36.8% 증가하여 가젤 기업의 고용창출 효과가 뛰어남을 입증하였다. 중소기업연구원에서는 기술혁신형 중소기업(이노비즈 기업) 4,683개 업체를 대상으로 고성장기업의 신규 일자리 창출효과를 분석한 결과 전체 10%의 이노비즈 고성장기업으로 인한 신규 일자리 창출 비중은 전체 고용증가분의 46.3%로 소수의 고성장기업이 큰 기여도를 보인 것으로 나타났다.

제3절 고성장기업의 성장요인에 관한 연구

기업의 성장은 우수한 자원을 확보하고 성공적인 혁신 활동을 통하여 성과를 창출한 결과라고 할 수 있다. 이때 외부 환경이 만들어 내는 기회요인과 위협요인을 기민하게 파악하고 내부의 역량이 가지는 강점과 약점을 효과적으로 관리하는 능력에 따라 기업의 성장 여부가 달려 있다.

많은 고성장 관련 연구에서 기업 성장의 성공 요인을 조사한 바 있다. Nordic Foundations(2019)은 대표적인 고성장 연구에 대한 문헌 검토를 통해 고성장기업의 성공 요인을 내부 요인과 외부 요인을 구분한다. 내부 요인으로는 1) 기업의 운영 및 성장 전략, 2) 기업가(CEO)의 역량, 3) 인적자원관리, 4) 연구개발(R&D) 역량을 들 수 있으며, 외부 요인으로는 1) 지리적인 요인, 2) 벤처 캐피탈에 대한 접근, 3) 제도와 정부의 규제 요인을 성공 요인으로 보고 있다.

내부 요인으로 먼저 중 기업의 운영 및 성장 전략은 기업의 성장 전략과 혁신 역량이 기업을 고성장으로 이끄는 데 큰 영향을 미친다고 보고 있다. 둘째, 기업가의 특성은 많은 연구에서 기업가의 역량과 전략적인 판단이 기업을 성장하도록 하는데 핵심적인 역할을 한다고 본다(Piazza(2002), Andersson(2003), Wennberg(2013)). 대체로 고성장기업의 경영자는 고학력이며, 과거 대기업에서 경영·관리 경험이 있는 것으로 조사되었다. 세 번째 인적자원관리(Human Resources Management) 요인은 많은 연구에서 그 중요성을 강조하고 있는 요

인인데, 인적 역량과 인적자원 관리가 우수한 기업이 고성장기업이 될 가능성이 매우 높다고 주장한다(Goedhuys & Sleuwaegen(2016), Motoyama(2014), Arrighetti & Lasagni(2013), Lopez Garcia & Puente(2012)). 마지막으로 중요한 기업 성장요인은 연구개발(R&D) 역량이다. 기업의 R&D 투자와 R&D 역량이 기업이 빠르게 성장하는 데 긍정적인 영향을 미친다고 한다(Goedhuys & Sleuwaegen(2016), Segarra & Teruel(2014)). 외부 요인으로 지리적인 위치로 시장이 빠르게 성장하고 지식 교류가 많은 지역에서 관련 산업 활동이 집중됨에 따라 기업의 경쟁력을 높이게 된다. 그리고 벤처캐피탈에 대한 접근성이 높은 기업은 그렇지 않은 기업보다 고성장할 가능성이 높으며, 특정 지역의 제도나 규제가 기업활동의 중요한 결정 요인이 되거나 성장에 부정적인 역할을 할 수 있다.

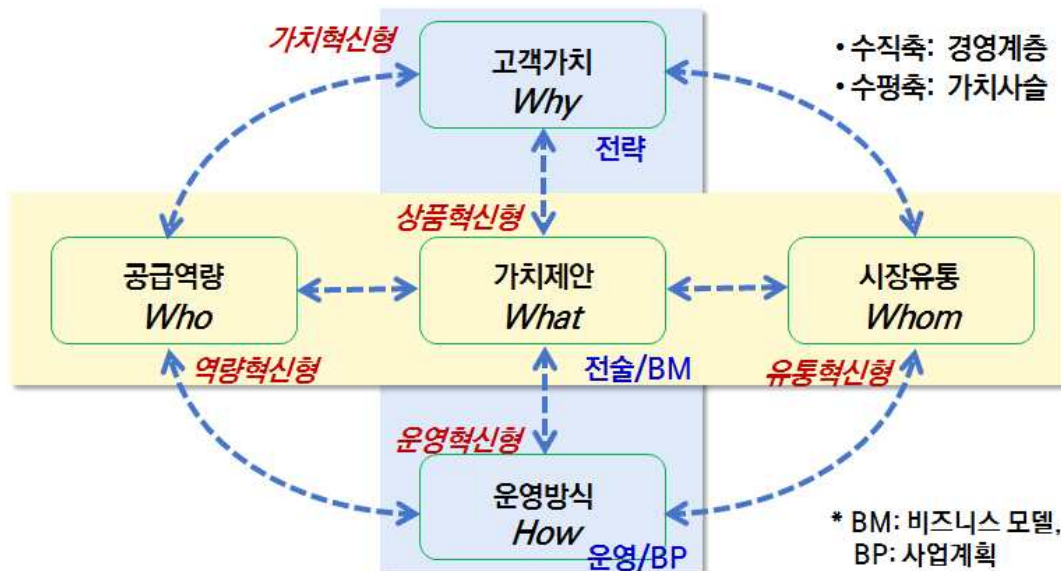
고성장기업에 대한 연구는 대부분 제조업을 중심으로 한 연구 결과로 서비스업이나 소프트웨어 산업에도 적용 가능한 것인지는 아직까지 구명되지 않은 상태이다.⁴⁾ Edison et al.(2013)은 소프트웨어 산업의 혁신 특성과 성과의 상관관계를 파악하기 위하여 ‘투입-프로세스/활동-산출물-성과(IPOP)’ 모형을 제안하였다. 투입(Inputs) 요소는 연구개발 투자액, 연구개발 집약도, 종업원의 혁신활동 참여 비중을 의미하며, 프로세스/활동(Process/Activities)은 혁신을 위해 투자된 아이디어 비율, 적용 품질, 경영자 서베이 등이 포함된다. 산출물(Outputs)은 특허 조밀도, 새로운 조직 프로그램, 연간 새로운 프로세스/개선 건수 등이 예이다. 성과(Performance)의 예로는 매출액 중 신제품 기여비율, 인용 비율, 브랜드 영향 등이 있다. 소프트웨어 기업의 혁신은 이러한 4가지 영역의 혁신요소와 이에 영향을 미치는 내부와 외부의 영향 요소(Determinants)가 있다. 외부적인 요인으로는 정부의 규제나 촉진 정책(예: 자금 지원, 인력 양성, 법 제정, 기술/경영 컨설팅 등) 같은 요인이 있고, 내부적인 요인으로는 수직적/수평적 커뮤니케이션을 위한 수단인 지식/정보 공유, 그리고 적절한 목표를 설정하고 그것을 달성하기 위해 끊임없이 도전하는 ‘챔피언’의 존재 여부 같은 요인이 있다.

고성장기업은 개념적으로는 혁신적 기업의 일부를 가리킨다. 기업의 성장

4) 제조업은 유형이면서 변경이 어렵고 자원집약적인 반면, 소프트웨어 산업은 무형이면서 쉽게 고칠 수 있고 지식 중심이다. 또한, HW와 SW는 제품수명주기 즉, 아이디어 도출로부터 개념 정의, 시스템 설계, 제조(또는 구현), 시험, 양산(또는 복제), 판매(또는 배포), 사용, 폐기 등 단계별 활동의 특성도 다른 점이 많다.

여부는 혁신 활동의 유효성에 따라 달라지기 때문이다. 기업 혁신과 성과 간의 관계에 대한 전통적 견해는 기술 혁신, 즉 제품혁신과 공정혁신이 가장 중요한 원동력이라는 것이었다. 그러나, 1990년대 중반 이후 인터넷 상용화와 그에 따른 새로운 비즈니스모델 등장, 2000년대 중반 이후, 모바일/이동 통신 기술과 스마트 기기 확산에 따른 경제, 사회 전반의 변화로 인해 비기술 혁신, 즉 조직혁신과 마케팅 혁신, 그리고 비즈니스모델 혁신의 중요성이 강조되고 있다. 또한, 기술 혁신 중에서도 제품(또는 HW)보다는 서비스(또는 SW) 혁신이 강조되고 있으며, 매출/이익, 시장점유율과 같은 기업가치를 넘어 가격이나 품질을 중시하는 소비자 가치나 친환경, 지속가능성과 같은 사회적 가치가 중요해지고 있다. 김덕현(2014)은 이러한 변화를 반영하여 기업혁신 영역을 가치혁신, 제품혁신, 역량혁신, 유통혁신, 운영혁신 등 5개로 나누고 각 영역에서 수행되는 혁신 활동의 수준에 따라 영역별로 5가지, 총 25가지 기업혁신 유형 분류를 제안하였다.

〈그림 2-1〉 기업혁신의 5가지 영역-4W1H 모형



*출처 : 김덕현(2014)

가치혁신은 고객가치(Customer Value), 즉 소비자/고객, 지역, 사회, 국가, 인류 등의 가치를 의미하며, 제품혁신은 가치제안(Value Proposition) 영역으로 제품/서비스, 솔루션, 부가서비스, 디자인, 가격, 고객 경험이 포함된다. 역량혁신은 공급역량(Supply Capability)을 의미하는 것으로 기술, 인력, 활동, 파트너 등이 포함된다. 유통혁신은 시장유통(Market Delivery)의 영역으

로 목표 고객/시장, 고객관리, 유통채널의 혁신을 의미한다. 마지막으로 운영혁신은 생산 운영(Operation) 영역으로 조직 구조, 조직 문화, 생산 및 경영관리 프로세스 측면의 혁신이 포함된다.

〈표 2-2〉 4W1H 모형의 5개의 혁신 영역과 세부 요인

혁신영역	세부 요인
고객가치 영역	• 기업가치 즉, 비전, 목표, 가치기준 • 추구하는 고객가치 (예) 안전, 경제성, 편의성; 새로운 기능/성능 • 사회/인류 차원의 가치: 친환경, 지속가능성, 고용창출, 공유가치창출
공급 역량	• 자원 (즉, 인력- 전문성, 경험, 학습; 장비/설비, 재정) • 파트너십 or 네트워크 구축 (예: 개방형 혁신, 전략적/운영 제휴, M&A or A&D) • 기술 (예: 지식재산권 보유 또는 R&D 투자 규모)
제품 및 서비스	• 가격(예: 구독료 방식, 라이선스 판매, 가격 차별화) • 기능/성능/품질(예: 확장성, 내구성, 강건성, 통합성, 모듈화) • 고객경험(예: UI의 맞춤/개인화, 이용편의성), 브랜드(인지도, 평판) • 고객지원(예: 교육, 보증/보상, 유지보수, 업그레이드, 부가서비스, 연결/제휴 서비스)
시장 유통	• 타겟시장(예: 국내, 글로벌; 정부/공공, 기업, 개인) • 유통채널(예: 싱글/멀티/크로스/옴니 채널; 직판, 대리점) • 고객관계(예: SNS, 개발/판매 참여, 조달업체/판매업체/소비자 협업)
생산 운영	• 조직 구조 (예: 분권화, 리더십, 가치사슬 or 기업생태계) • 조직 문화 (예: 개방성, 의사소통, 노사관계, 유연성) • 생산 운영 방식 (예: 정보공유, 프로세스 통합, 표준화, 원가/비용) • 제품/서비스 개발 및 상업화 (예: 시험/인증, 대량생산 & 판매 체제)

*출처 : 김덕현(2014)

제3장 국내 고성장 소프트웨어 기업 현황

제1절 고성장 기업의 분류

1. 분석 대상

국내 소프트웨어 고성장기업을 분석하기 위해 소프트웨어 산업의 세부 업종인 패키지소프트웨어, IT서비스, 게임소프트웨어, 인터넷소프트웨어 기업을 대상으로 하였다.⁵⁾

분석대상 기업은 표준산업분류에서 소프트웨어 산업에 속하면서 2019년 현재 소프트웨어 관련 비즈니스를 영위하는 기업 총 49,994개 기업을 대상으로 하였다.⁶⁾ 하지만 전체 기업이 모두 분석에 필요한 정보가 있지 않아서, 분석 기간별 종사자와 매출액 정보가 있는 기업을 대상으로 분석하였다.

〈표 3-1〉 분석 대상

구분	패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
대기업	13	20	4	8	45
중견기업	32	40	30	18	120
중소기업	30,821	10,138	2,731	6,139	49,829
합계	30,866	10,198	2,765	6,165	49,994

2. 분석 기간

고성장기업 연구에서 주요 관심사 중의 하나는 고성장기업의 지속성이다. 기업의 성장은 내외부적인 환경에 영향을 많이 받기 때문에 기업의 성장과 부진이 매우 유동적인 사례가 많다. 따라서 최근 3개년뿐만 아니라 과거 년도의 기업정보를 수집하여 고용 측면은 2012년에서 2019년까지 총 5개의 코호트(Cohort) 분석을 실시하였고, 매출 측면의 기업 성장 분석은 2012년부터 2018년

5) 2018년 소프트웨어 고성장 기업 분석에서는 패키지 소프트웨어, IT서비스, 게임 소프트웨어, 인터넷 소프트웨어, 소프트웨어 유통기업을 포함하였으나, 본 연구에서는 소프트웨어 유통기업을 제외하였다.

6) 세부업종별 산업분류는 제 10차 표준산업분류(KSIC)의 5822, 5821, 620, 6312, 6319에 속하는 기업들을 대상으로 하였다.

까지 총 4개의 코호트 분석을 실시하였다. 분석 기간별 고용과 매출 측면의 기업 성장 분석 대상은 다음과 같다.

〈표 3-2〉 코호트별 고성장기업 분석대상

구분	고용	매출	고용 + 매출
2012-2015 (Cohort 1)	6,953	7,180	5,858
2013-2016 (Cohort 2)	8,065	7,475	6,277
2014-2017 (Cohort 3)	7,405	7,481	5,752
2015-2018 (Cohort 4)	11,162	4,862	4,526
2016-2019 (Cohort 5)	11,784	-	-

3. 기업 성장 유형 분류

그동안 기업의 성과를 측정하는 주요 지표는 매출 성장과 수익성에 관한 지표가 주를 이루어왔다. 하지만 최근의 저성장 기조에서 기업의 고용성장도 기업의 성과를 파악하는 주요한 지표로 인식되고 있다. 본 연구에서는 NICE가 보유한 소프트웨어 기업의 고용 정보를 중심으로 분석 기간별 기업의 고용성장을 파악하였다. 2012년부터 2018년까지는 각 년도 말 기준의 종사자 정보이고, 2019년 종사자 정보는 2019년 6월 기준으로 분석하였다.

고용 측면의 고성장기업의 분류기준은 종사자 10인 이상의 기업 중 최근 3년간 평균 고용성장률이 20% 이상인 기업을 의미한다(OECD). 다만 미국 고용통계국(BLS)에서는 10인 미만인 기업이 전체 산업에서 차지하는 비중을 고려할 때 10인 이하의 고용성장을 배제하는 것은 타당하지 않다는 의견을 제시하면서 OECD 고용 고성장기업 분류기준을 일부 수정한 의견을 제시한 바 있다. 미국 고용통계국에서는 10인 미만의 기업 중 3개년 동안 8명 이상 고용이 증가한 기업도 고성장기업에 포함하여야 한다는 의견을 제시하였다. 따라서 본 연구에서는 미국 고용통계국의 수정된 분류기준을 반영하여 고용 측면의 고성장기업을 분류하였다.

예비고성장기업은 종사자 10인 이상의 기업 중 3개년 동안 고용증가율이 10% 이상인 기업 중 기업의 업력이 10년 이하인 기업을 대상으로 분류하였다. ‘예비고성장기업’의 분류는 국제적으로 통용되는 분류기준은 아니다. 다만 정책 지원 대상을 설정함에 있어 스타트업 기업이 고성장기업으로 성장하는 중간단

계의 기업이면서 성장 가능성이 있는 기업을 육성한다는 취지에서 기업의 업력을 제한하였다. 마지막으로 가젤 기업은 고성장기업 중 업력이 5년 이하인 기업을 가젤 기업으로 분류하였다.

매출 측면에서 고성장기업은 종사자 10인 이상인 기업 중 3개년 동안 평균 매출 증가율이 20% 이상인 기업을 고성장기업, 10% 이상인 기업이면서 업력이 10년 이하인 기업을 예비고성장기업, 고성장기업 중 업력이 5년 이하인 기업을 가젤 기업으로 분류하였다.

제2절 소프트웨어 산업의 고성장기업 현황

1. 소프트웨어 매출 성장 기업

가. 2012년 - 2015년(Cohort 1)

□ 분석 대상 기업

본 연구에서는 2012년에서 2015년까지 매출 고성장기업을 분석하기 위하여 기업의 매출 정보가 있는 기업 총 7,180개 기업을 대상으로 분석하였다.

〈표 3-3〉 2012년-2015년 매출 기준 분석 대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	10	17	1	6	34
	중견기업	27	38	21	14	100
	중소기업	3,800	2,369	362	515	7,046
업력	5년이하	1,005	593	130	129	1,857
	6-10년	1,222	816	126	148	2,312
	11-15년	1,102	684	95	187	2,068
	16-20년	387	223	25	57	692
	21-30년	113	90	7	13	223
	31-40년	8	11	1	1	21
	41년 이상		7			7
합계		3,837	2,424	384	535	7,180

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2012년에서 2015년까지 3개년 동안 연평균 매출 증가율을 중심으로 기업의 성장 유형을 분류하였다. 종사자 10인 이상의 기업 중 연평균 매출 증가율이 20% 이상인 고성장기업은 총 813개로 전체의 11.3%를 차지하고 있다. 이중 업력이 5년 이하인 가젤 기업은 237개로 전체 분석대상 기업의 3.3%를 차지한다.

업종별로 고성장기업의 비중을 살펴보면, 게임소프트웨어 기업이 9.2%로 가장 높다. 고성장기업과 가젤기업을 합한 전체 고성장기업의 비중에서는 IT서비스 기업이 15.6%로 가장 많다. 이는 IT서비스 기업이 이 분석기간 동안 업력이 짧으나 초고속 성장한 가젤 기업의 비중이 7.8%로 타 업종보다 높는데 기인한다.

한편 고성장기업은 아니지만 향후 고성장기업으로 스케일업 할 수 있는 예비 고성장기업의 경우, 패키지소프트웨어(8.2%)와 인터넷소프트웨어(7.3%) 기업의 비중이 높다. 그리고 전체적으로 매출이 감소한 기업도 전체의 15.2%나 있는 것으로 분석되었다.

〈표 3-4〉 산업별 기업성장의 유형_매출 기준(2012년-2015년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
패키지SW	301	115	272	2,514	635	3,837	416
	8.1%	2.9%	8.2%	67.4%	13.4%	100.0%	11.0%
IT서비스	196	70	198	1,634	326	2,424	266
	7.8%	7.8%	4.4%	66.9%	13.0%	100.0%	15.6%
게임SW	30	30	17	257	50	384	60
	9.2%	4.1%	6.9%	65.0%	14.8%	100.0%	13.3%
인터넷SW	49	22	37	348	79	535	71
	8.0%	3.3%	7.3%	66.2%	15.2%	100.0%	11.3%
합계	576	237	524	4,753	1,090	7,180	813
	8.0%	3.3%	7.3%	66.2%	15.2%	100.0%	11.3%

고성장기업이 전체 산업의 매출 성장에 기여한 비중을 살펴보면, 전체 기업의 11.3%에 해당하는 고성장기업의 매출기여도는 약 62.0% 정도로 고성장기업의 산업 전체의 성장에 미치는 영향력이 매우 크다는 것을 알 수 있다. 이 중 업력이 5년 미만인 가젤 기업을 제외하면 8.0%의 고성장기업이 매출 증가에 기여하는 비중은 56.9%이다.

2012년-2015년 기간 동안 고성장기업의 매출기여도를 세부업종별로 살펴보면 인터넷SW 기업의 경우 78.3%로 매우 높고 게임소프트웨어 업종이 46.2%로 상대적으로 낮게 분석되었다. 패키지소프트웨어와 IT서비스 기업은 예비고성장기업의 매출기여도도 10% 이상으로 기업 수는 작지만 전체 매출 증대에 미치는 영향은 크다고 할 수 있다.

〈표 3-5〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2012년-2015년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장기업 기여도
패키지SW	53.7%	6.2%	10.3%	29.8%	59.9%
IT서비스	61.1%	3.4%	10.5%	25.1%	64.4%
게임SW	38.1%	8.1%	9.7%	44.0%	46.2%
인터넷SW	74.6%	3.8%	4.0%	17.7%	78.3%
합계	56.9%	5.1%	9.5%	28.5%	62.0%

기업의 규모별 고성장기업의 현황과 매출기여도를 살펴보면, 고성장기업의 비중은 대기업, 중견기업, 중소기업 사이에 큰 차이는 없는 것으로 나타났다.

〈표 3-6〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2012년-2015년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
대기업	7	3	2	19	3	34	10
	15.0%	5.0%	11.0%	68.0%	1.0%	100.0%	20.0%
중견기업	15	5	11	68	1	100	20
	7.9%	3.3%	7.3%	66.2%	15.4%	100.0%	11.1%
중소기업	554	229	511	4,666	1,086	7,046	783
	8.0%	3.3%	7.3%	66.2%	15.2%	100.0%	11.3%
총합계	576	237	524	4,753	1,090	7,180	813
	8.0%	3.3%	7.3%	66.2%	15.2%	100.0%	11.3%

기업유형별 매출 성장에 대한 기여도는 대기업은 대체로 매출성장률이 낮으므로 전체 매출 증가분에서 고성장기업이 차지하는 비중이 90.8%로 매우 높다. 중소기업은 고성장기업의 매출기여도가 48.9%로 평균보다 낮으며 업력이 5년 이하의 고성장기업인 가젤 기업의 매출 성장 기여도가 9.4%로 비교적 높은 것이 특징이다.

〈표 3-7〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2012년-2015년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장 기여도
대기업	90.5%	0.3%	5.4%	3.8%	90.8%
중견기업	50.3%	2.0%	10.1%	37.6%	52.3%
중소기업	39.6%	9.4%	11.8%	39.3%	48.9%
총합계	56.9%	5.1%	9.5%	28.5%	62.0%

나. 2013년 - 2016년(Cohort 2)

□ 분석 대상 기업

2013년에서 2016년까지 매출 고성장기업 분석대상은 총 7,475개 기업이다. 전체 기업에서 중소기업이 차지하는 비중은 98.1%, 업력 15년 이하의 기업이 80.5%이다. 업종별로는 패키지소프트웨어 기업이 54.7%, IT서비스 기업이 32.3%로 비중이 높고 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 기업의 비중은 낮다.

〈표 3-8〉 2013년-2016년 매출 기준 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	11	17	2	7	37
	중견기업	27	38	25	17	107
	중소기업	4,053	2,363	409	506	7,331
업력	5년 이하	1,106	534	170	120	1,930
	6-10년	1,212	786	132	151	2,281
	11-15년	987	613	80	128	1,808
	16-20년	624	357	46	112	1,139
	21-30년	152	105	7	17	281
	31-40년	10	12	1	2	25
	41년 이상		11			11
합계		4,091	2,418	436	530	7,475

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2013년에서 2016년까지 전체 기업 중 매출 고성장기업은 8.7%, 가젤 기업은 3.6%로 총 고성장기업이 전체 기업에서 차지하는 비중은 12.3%이다. 전체 기업

에서 매출 증가율이 10% 이상이면서 업력이 15년 이하인 예비 고성장기업은 6.1%이고 이보다는 성장률이 낮지만 지속적으로 성장한 기업이 47.3%이다. 반면 3개년 동안 매출이 감소한 기업도 34.2%로 매우 높은 것으로 나타났다.

2013년-2016년 3개년 동안 고성장한 기업 현황을 업종별로 살펴보면, 게임소프트웨어 기업의 고성장기업 비중이 16.3%로 상대적으로 높게 나타났다. 그 이유는 같은 기간 동안 가젤 기업의 비중이 5.7%로 비교적 높았기 때문이다. 한편 예비고성장기업은 게임소프트웨어 기업이 3.2%로 매우 낮은 반면, IT서비스(7.0%), 게임소프트웨어(7.4%) 기업은 비교적 높다.

〈표 3-9〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2013년-2016년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
패키지SW	341	147	236	1,958	1,409	4,091	488
	8.3%	3.6%	5.8%	47.9%	34.4%	100.0%	11.9%
IT서비스	215	81	170	1,127	825	2,418	296
	10.6%	3.3%	7.0%	46.6%	34.1%	100.0%	12.2%
게임SW	46	25	14	199	152	436	71
	8.7%	5.7%	3.2%	45.6%	34.9%	100.0%	16.3%
인터넷SW	49	19	39	250	173	530	68
	9.2%	3.6%	7.4%	47.2%	32.6%	100.0%	12.8%
합계	651	272	459	3,534	2,559	7,475	923
	8.7%	3.6%	6.1%	47.3%	34.2%	100.0%	12.3%

2013년-2016년 기간 동안 고성장기업의 매출 성장에 대한 기여도를 살펴보면, 전체 기업의 12.3%에 해당하는 고성장기업이 산업 전체의 매출 성장에서 차지하는 비중이 55.6%에 해당한다. 이전 분석기간(2012-2015) 보다 고성장기업의 매출 성장 기여율이 다소 하락하였다. 이는 고성장_R 기업(8.7%)의 매출기여도가 41.3%로 감소한 반면, 가젤 기업의 매출기여도가 14.3%로 크게 증가하였다. 특히 게임소프트웨어 기업 중 가젤 기업의 매출 증가 기여도가 37.6%로 고성장기업의 매출 증가 기여도보다 높게 나타났다. 이 분석기간 동안 넷마블, 더블유게임즈, 넷마블넥서스, 라인게임즈 등 업력은 짧으나 매출 규모가 큰 기업의 높은 성장률이 전체 산업의 성장을 주도하였다고 할 수 있다.

〈표 3-10〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2013년-2016년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장기업 기여도
패키지SW	32.5%	10.8%	10.0%	46.7%	43.3%
IT서비스	41.1%	5.6%	7.4%	46.0%	46.7%
게임SW	28.1%	37.6%	15.6%	18.6%	65.7%
인터넷SW	68.8%	11.8%	2.3%	17.1%	80.6%
합계	41.3%	14.3%	8.8%	35.6%	55.6%

2013년-2016년 3개년 동안 고성장한 기업 현황을 기업유형별로 살펴보면, 이 전분석 기간보다 중견기업의 약진이 두드러진다. 특히 중견기업 중 가젤 기업의 비중이 30.0%로 크게 증가하여 전체 고성장기업의 비중이 중견기업 전체의 20.6%로 증가하였다.

〈표 3-11〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2013년-2016년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
대기업	5	2	2	14	14	37	7
	13.5%	5.4%	5.4%	37.8%	37.8%	100.0%	18.9%
중견기업	12	10	10	44	31	107	22
	11.2%	9.3%	9.3%	41.1%	29.0%	100.0%	20.6%
중소기업	634	260	447	3,476	2,514	7,331	894
	8.6%	3.5%	6.1%	47.4%	34.3%	100.0%	12.2%
총합계	651	272	459	3,534	2,559	7,475	923
	8.7%	3.6%	6.1%	47.3%	34.2%	100.0%	12.3%

고성장기업의 매출 성장 기여도에서는 대기업군에서 고성장기업의 매출 성장 기여도는 65.9%로 하락한 반면, 중견기업군에서 고성장기업의 매출 성장 기여도가 68.3%로 증가하였다. 이러한 증가 이유는 중견기업군에서 가젤 기업의 매출 성장 기여도가 30.0%로 이전 분석기간(2012-2015) 보다 크게 증가하였기 때문이다.⁷⁾

7) 코호트1(2012-2015) 기간의 가젤 기업의 매출증가액은 총 1조 1173억 정도였으나, 코호트2(2013-2016) 가젤기업의 매출 증가액은 2조9,460억으로 크게 늘어났다.

〈표 3-12〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2013년-2016년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장기업 기여도
대기업	65.3%	0.6%	0.7%	33.4%	65.9%
중견기업	38.3%	30.0%	12.9%	18.8%	68.3%
중소기업	35.9%	9.8%	8.9%	45.4%	45.7%
총합계	41.3%	14.3%	8.8%	35.6%	55.6%

다. 2014년 - 2017년(Cohort 3)

□ 분석 대상 기업

2014년에서 2017년까지 매출 고성장기업 분석대상은 총 7,481개 기업이다. 전체 기업에서 중소기업이 차지하는 비중은 98.0%, 업력 15년 이하의 기업이 72.1%이다. 업종별로는 패키지소프트웨어 기업이 54.9%, IT서비스 기업이 30.3%로 비중이 높고 게임소프트웨어(6.8%)와 인터넷소프트웨어(8.1%) 기업의 비중이 낮다.

〈표 3-13〉 2014년-2017년 매출 기준 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	11	19	3	7	40
	중견기업	27	39	26	17	109
	중소기업	4,067	2,205	479	581	7,332
업력	5년 이하	1,046	469	194	139	1,848
	6-10년	1,437	845	177	186	2,645
	11-15년	490	285	48	78	901
	16-20년	948	528	77	178	1,731
	21-30년	172	111	11	22	316
	31-40년	12	16	1	2	31
	41년 이상		9			9
합계		4,105	2,263	508	605	7,481

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2014년에서 2017년까지 매출 고성장기업은 9.3%, 가젤 기업은 3.8%로 전체 고

성장기업의 비중이 이전 코호트(Cohort 2)보다 증가하여 13.1%를 차지하고 있다. 전체 기업에서 매출 고성장기업은 9.3%이고 가젤 기업은 3.8%로 전체 고성장기업의 비중이 13.1%로 분석되었다. 산업별 고성장기업의 비중을 살펴보면 소프트웨어 산업 전체에서 고성장기업이 증가하였으며 이중 게임소프트웨어 고성장기업의 비중이 19.1%로 크게 증가하였다. 게임소프트웨어 기업의 이러한 성과는 고성장기업 및 가젤 기업 모두 비중과 기업 수가 늘어났기 때문이다.

〈표 3-14〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2014년-2017년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
패키지SW	369	138	243	2,077	1,278	4,105	507
	9.0%	3.4%	5.9%	50.6%	31.1%	100.0%	12.4%
IT서비스	206	74	187	1,052	744	2,263	280
	9.1%	3.3%	8.3%	46.5%	32.9%	100.0%	12.4%
게임SW	64	33	33	212	166	508	97
	12.6%	6.5%	6.5%	41.7%	32.7%	100.0%	19.1%
인터넷SW	59	39	55	257	195	605	98
	9.8%	6.4%	9.1%	42.5%	32.2%	100.0%	13.1%
합계	698	284	518	3,598	2,383	7,481	982
	9.3%	3.8%	6.9%	48.1%	31.9%	100.0%	13.1%

2014년에서 2017년까지 소프트웨어 산업에서 고성장기업의 매출 증가 기여도를 살펴보면, 전통적인 패키지소프트웨어와 IT서비스 산업보다 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 산업에서의 고성장기업의 매출증대 기여도가 훨씬 높게 나타났다. 전통 산업에서 고성장기업의 매출 증대 기여도가 50% 미만인 데 비해 게임소프트웨어는 85.2%, 인터넷소프트웨어는 76.0%로 상대적으로 기여도가 높다. 이것은 소프트웨어 산업의 성장을 주도하는 기업이 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 기업, 특히 고성장기업이라는 것을 확인할 수 있다.

전통적인 소프트웨어 산업인 패키지소프트웨어와 IT서비스는 시장이 역동적으로 변화하거나 매우 빠르게 성장하는 기업보다는 비교적 안정화된 성장기업의 비중이 높다. 반면 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 기업은 시장환경변화에 빠르게 대응하면서 고성장하는 기업의 수가 급격히 증가하고 있음을 보여준다. 급속도로 성장하는 게임소프트웨어 기업의 성과는 규모가 작은 중소기업의 고성장보다는 규모가 큰 중견기업, 대기업의 고성장이 전체 산업의 성장을 주도하는 특성을 보이고 있다.

〈표 3-15〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2014년-2017년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장기여도
패키지SW	36.7%	9.1%	6.8%	47.3%	45.9%
IT서비스	44.9%	3.8%	6.4%	45.0%	48.6%
게임SW	72.1%	13.2%	5.6%	9.1%	85.2%
인터넷SW	68.5%	7.4%	6.1%	18.0%	76.0%
합계	52.7%	8.1%	6.3%	32.9%	60.8%

소프트웨어 기업의 성장 특성을 기업유형별로 구분하여 보면, 2014년-2017년 사이의 고성장기업의 특성은 대기업과 중견기업의 고성장이다. 중견기업에서는 가젤 기업의 비중이 줄어들고 고성장기업의 비중은 증가하여 전체 중견기업 중 고성장기업의 비중은 19.3%로 높게 나타났다. 그리고 대기업군에서 고성장기업의 비중이 22.5%로 크게 증가하여 전체 고성장기업의 비중이 27.5%에 이르게 되었다.

〈표 3-16〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2014년-2017년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
대기업	9	2	1	19	9	40	11
	22.5%	5.0%	2.5%	47.5%	22.5%	100.0%	27.5%
중견기업	16	5	6	39	43	109	21
	14.7%	4.6%	5.5%	35.8%	39.4%	100.0%	19.3%
중소기업	673	277	511	3,540	2,331	7,332	950
	9.2%	3.8%	7.0%	48.3%	31.8%	100.0%	13.0%
총합계	698	284	518	3,598	2,383	7,481	982
	9.3%	3.8%	6.9%	48.1%	31.9%	100.0%	13.1%

〈표 3-17〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2014년-2017년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장기업 기여도
대기업	64.9%	4.0%	0.3%	30.7%	69.0%
중견기업	73.1%	6.2%	7.2%	13.6%	79.2%
중소기업	37.0%	10.6%	7.7%	44.7%	47.5%
총합계	52.7%	8.1%	6.3%	32.9%	60.8%

라. 2015년 - 2018년(Cohort 4)

□ 분석 대상 기업

2015년에서 2018년까지 매출 고성장기업 분석대상은 총 4,862개 기업이다. 앞서 분석한 분석대상보다 기업의 수가 작은 것은 3개년 매출 정보가 있는 기업이 적기 때문이다.⁸⁾ 전체 기업에서 중소기업이 차지하는 비중은 96.9%, 업력 15년 이하의 기업이 72.4%이다. 업종별로는 패키지소프트웨어 기업이 50.5%, IT 서비스 기업이 30.9%로 비중이 높고 게임소프트웨어(8.6%)와 인터넷소프트웨어(10.0%) 기업의 비중은 상대적으로 낮다.

〈표 3-18〉 2015년-2018년 매출 기준 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	11	19	4	6	40
	중견기업	28	38	27	17	110
	중소기업	2,417	1,446	385	464	4,712
업력	5년 이하	475	207	133	99	914
	6-10년	716	479	139	121	1,455
	11-15년	562	411	75	105	1,153
	16-20년	526	274	53	138	991
	21-30년	164	107	15	22	308
	31-40년	12	15	1	1	29
	41년 이상	1	10		1	12
합계		2,456	1,503	416	487	4,862

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2015년에서 2018년까지 매출 고성장기업은 전체 분석대상의 13.7%이다. 이전 분석 기간보다 고성장기업의 비중이 소폭 증가한 것은 고성장기업은 10.6%, 가젤 기업은 3.1%로 고성장기업의 비중이 증가하였기 때문이다. 산업별 고성장기업의 비중을 살펴보면 소프트웨어 산업 전체에서 고성장기업이 증가하였으며

8) 본 연구는 2019년 9월 현재 기업의 매출정보가 있는 기업을 대상으로 분석하였다. 따라서 외감 이상인 기업이나 규모가 큰 기업들은 2018년 매출 정보를 공개하고 있으나 상당수 중소기업들은 기업재무정보를 공개하지 않은 상태이다.

이중 게임소프트웨어 기업이 21.2%로 코호트 3(2014-2017) 기간에 이어 가장 고성장기업의 비중이 높고 인터넷소프트웨어 기업 중 고성장기업의 비중도 17.0%로 높다. 패키지소프트웨어와 IT서비스 기업은 가젤 기업의 비중이 점차 감소하는 반면, 게임소프트웨어 기업은 고성장기업과 가젤 기업 모두 증가하였다. 그리고 인터넷소프트웨어 기업은 고성장기업의 비중이 크게 증가하였다.

〈표 3-19〉 산업별 기업성장 유형_매출 기준(2015년-2018년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
패키지SW	246	64	166	1,241	739	2,456	310
	10.0%	2.6%	6.8%	50.5%	30.1%	100.0%	12.6%
IT서비스	153	31	124	701	494	1,503	184
	10.2%	2.1%	8.3%	46.6%	32.9%	100.0%	12.2%
게임SW	61	27	26	168	134	416	88
	14.7%	6.5%	6.3%	40.4%	32.2%	100.0%	21.2%
인터넷SW	55	28	40	206	158	487	83
	11.3%	5.7%	8.2%	42.3%	32.4%	100.0%	17.0%
합계	515	150	356	2,316	1,525	4,862	665
	10.6%	3.1%	7.3%	47.6%	31.4%	100.0%	13.7%

2015년에서 2018년까지 소프트웨어 산업에서 고성장기업의 매출증가 기여도를 살펴보자. 전체 분석기업의 13.7%에 해당하는 고성장기업이 산업 전체의 매출증가액에서 차지하는 비중은 51.6%이다. 고성장기업의 비중은 증가하였으나 매출증대에 대한 기여도는 다소 줄었다는 것이다. 특히 IT서비스 산업에서 가젤 기업의 매출증가 기여율이 0.9%로 급격히 하락하였다. 게임소프트웨어를 제외한 소프트웨어 산업 고성장기업의 매출성장 기여도가 점차 낮아지고 있다.

〈표 3-20〉 산업별 고성장기업의 매출성장 기여도(2015년-2018년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장 기여도
패키지SW	36.8%	5.0%	7.7%	50.6%	41.8%
IT서비스	44.4%	0.9%	5.8%	48.9%	45.3%
게임SW	70.4%	11.8%	2.0%	15.7%	82.3%
인터넷SW	32.2%	6.9%	3.5%	57.4%	39.1%
합계	46.2%	5.4%	5.1%	43.3%	51.6%

2015년-2018년 소프트웨어 기업의 성장 특성을 기업유형별로 살펴보면, 대기업과 중견기업은 고성장기업의 비중은 소폭 감소하였으나 예비 고성장기업의 비중은 늘어난 점이 특징이다. 고성장기업의 매출 성장 기여도도 대기업과 중견기업군의 고성장기업은 42.3%, 45.9%로 하락한 반면, 중소기업군에서는 고성장기업(13.5%)의 전체 중소기업의 매출 성장에서 51.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 3-21〉 기업규모별 기업성장 유형_매출 기준(2015년-2018년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	감소	총합계	고성장합계
대기업	6	3	3	22	6	40	9
	15.0%	7.5%	7.5%	55.0%	15.0%	100.0%	22.5%
중견기업	18	1	7	46	38	110	19
	16.4%	0.9%	6.4%	41.8%	34.5%	100.0%	17.3%
중소기업	491	146	346	2,248	1,481	4,712	637
	10.4%	3.1%	7.3%	47.7%	31.4%	100.0%	13.5%
총합계	515	150	356	2,316	1,525	4,862	665
	10.6%	3.1%	7.3%	47.6%	31.4%	100.0%	13.7%

〈표 3-22〉 기업규모별 고성장기업의 매출성장 기여도(2015년-2018년)

구분	고성장_R	가젤	예비고성장	성장_R	고성장 기여도
대기업	36.5%	5.8%	0.7%	57.0%	42.3%
중견기업	45.4%	0.5%	4.2%	49.9%	45.9%
중소기업	51.0%	7.1%	7.5%	34.4%	58.1%
총합계	46.2%	5.4%	5.1%	43.3%	51.6%

2. 소프트웨어 산업의 고용 성장

가. 2012년 - 2015년(Cohort 1)

□ 분석 대상 기업

분석 기간인 2012년에서 2015년까지 종사자 정보가 있는 기업은 총 6,953개 기업이다. 이중 대기업은 32개(0.5%), 중견기업은 99개(1.4%), 중소기업이 대부분은 98.1%이다. 또한, 업력이 15년 이하인 기업이 85.9%이다. 업종별로는 패키지

소프트웨어 기업이 52.3%, IT서비스 기업이 36.9%이다.

〈표 3-23〉 2012년-2015년 고용 기준 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	9	17		6	32
	중견기업	28	36	20	15	99
	중소기업	3,601	2,514	296	411	6,822
업력	5년 이하	870	587	103	88	1,648
	6-10년	1,192	855	98	122	2,267
	11-15년	1,073	744	85	156	2,058
	16-20년	387	260	23	52	722
	21-30년	108	102	6	13	229
	31-40년	8	12	1	1	22
	41년 이상		7			7
종사자 구간	10명 미만	1,657	1,089	122	156	3,024
	10명-19명	859	628	72	93	1,652
	20명-49명	711	545	48	85	1,389
	50명-99명	254	166	27	49	496
	100명-299명	129	97	35	39	300
	300명 이상	28	42	12	10	92
합계 (%)		3,638 (52.3%)	2,567 (36.9%)	316 (4.5%)	432 (6.2%)	6,953 (100%)

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

본 연구에서는 고용 측면의 고성장기업을 분류할 때 종사자 10인 이상을 기업을 대상으로 하는 OECD 기준과 종사자 1인 이상인 기업 전체를 대상으로 하는 미국노동통계국 기준을 모두 적용한다. 먼저 OECD 기준에 따라 종사자 10인 이상인 기업중 3개년 평균 고용증가율이 20% 이상인 기업을 ‘고성장_E’로 분류하고, 종사자 10인 이상인 기업으로 3개년 평균 고용증가율이 20% 이상인 기업이면서 업력이 5년 이하인 기업을 ‘가젤’ 기업으로 분류하였다. 그리고 미국 노동통계국의 권고대로 종사자가 10인 이하인 기업 중에서도 고용증가율이 20% 이상이면서 3개년 동안 고용 증가인력이 8명 이상인 기업을 ‘고성장_BLS’로 분류하였다. 미국노동통계국은 전체 기업에서 종사자 10인 이하인 기업의 비중과 이들 기업에서의 고용증가인력의 비중을 고려하여 OECD 분류기준을 수정 반영하였다. 국내 소프트웨어 산업에서 10인 미만의 기업의 비중이

50% 내외이며 이 기업군에서의 고용창출 효과를 중요하게 인정하여야 할 것으로 판단하여 미국노동통계국의 분류를 동시에 적용하였다.

2012년-2015년 기간 동안 연평균 고용증가율이 20%인 기업은 고성장기업이 5.0%, 가젤 기업이 1.4%이고, 미국 노동통계국 기준의 고성장기업(BLS)으로 분류된 기업이 6.3%이다. 그래서 전체 기업 중 고용 고성장기업으로 분류된 기업은 전체의 12.7% 정도이다. 그리고 고용이 증가한 기업은 전체의 36.7%이고 고용이 감소한 기업도 35.4% 이다.

〈표 3-24〉 산업별 기업성장 유형_고용 기준(2012년-2015년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
패키지SW	236	189	48	242	1,324	343	1,256	473
	6.5%	5.2%	1.3%	6.7%	36.4%	9.4%	34.5%	13.0%
IT서비스	164	128	35	170	967	198	905	327
	6.4%	5.0%	1.4%	6.6%	37.7%	7.7%	35.3%	12.8%
게임SW	23	16	10	20	103	22	122	49
	7.3%	5.1%	3.2%	6.3%	32.6%	7.0%	38.6%	15.6%
인터넷SW	15	17	4	22	155	42	177	36
	3.5%	3.9%	0.9%	5.1%	35.9%	9.7%	41.0%	8.3%
합계	438	350	97	454	2,549	605	2,460	885
	6.3%	5.0%	1.4%	6.5%	36.7%	8.7%	35.4%	12.7%

□ 고성장기업의 고용성장 기여도

전체 기업의 12.7% 비중을 차지하는 고성장기업이 2012년-2015년 기간 동안 고용 성장에 기여한 비중은 약 24.3%에 달한다.

〈표 3-25〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2012년-2015년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
패키지SW	12.3%	6.2%	3.6%	7.1%	70.8%	22.1%
IT서비스	12.4%	11.5%	2.6%	8.0%	65.5%	26.5%
게임SW	21.7%	8.5%	9.4%	6.1%	54.3%	39.6%
인터넷SW	7.8%	4.8%	3.8%	8.8%	74.9%	16.4%
합계	12.5%	8.4%	3.4%	7.5%	68.2%	24.3%

나. 2013년 - 2016년(Cohort 2)

□ 분석 대상

2013년에서 2016년까지 고용 고성장기업을 분석하는 대상 기업은 총 8,065개이다. 총 6,953개 기업이다. 이중 대기업은 35개(0.4%), 중견기업은 103개(1.3%), 중소기업은 7,927개(98.3%)이다. 또한, 업력이 15년 이하의 기업이 전체의 79.8%이다. 업종별로는 패키지소프트웨어 기업이 51.5%, IT서비스 기업이 36.9%이다. 그리고 종사자는 2013년 기준으로 10명 미만인 기업이 전체의 44.9%로 거의 절반을 차지하고 있다.

〈표 3-26〉 2013년-2016년 고용 기준 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	9	18	1	7	35
	중견기업	28	36	23	16	103
	중소기업	4,120	2,921	406	480	7,927
업력	5년 이하	1,008	558	158	92	1,816
	6-10년	1,271	979	127	147	2,524
	11-15년	1,058	811	89	137	2,095
	16-20년	651	470	47	110	1,278
	21-30년	159	135	8	14	316
	31-40년	10	12	1	3	26
	41년 이상		10			10
종사자 구간	10명 미만	1,958	1,286	182	194	3,620
	10명-19명	1,005	743	90	114	1,952
	20명-49명	743	608	74	94	1,519
	50명-99명	282	183	37	49	551
	100명-299명	140	115	33	41	329
	300명 이상	29	40	14	11	94
합계 (%)		4,157 (51.5%)	2,975 (36.9%)	430 (5.3%)	503 (6.2%)	8,065 (100%)

□ 기업 성장 현황 및 고성장 기업 비중

2013년-2016년 분석대상 기업 중 고용 고성장기업은 전체의 12.6%이다. 이중

BLS 기준으로 고성장인 기업은 5.4%, OECD 기준인 고성장기업이 5.0%, 가젤 기업이 1.3%이다.

동 기간 동안 산업별 고용 고성장기업의 비중이 높은 업종은 게임소프트웨어이다. 게임소프트웨어는 고성장 기업(7.2%)과 가젤 기업(4.2%)의 비중이 타 업종보다 높은 것으로 분석되었다. 기업 규모별 고성장기업의 비중 차이를 살펴보면, 중견기업이 고성장기업과 가젤 기업의 비중이 높다.

〈표 3-27〉 산업별 기업 성장 유형_고용 기준(2013년-2016년)

구분	고성장 (BLS)	고성장_E	가젤	예비 고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
패키지SW	275	194	50	244	1,624	331	1,439	519
	5.7%	4.7%	1.2%	5.9%	39.1%	8.0%	34.6%	12.5%
IT서비스	159	153	32	176	1,129	275	1,051	344
	5.5%	5.1%	1.1%	5.9%	37.9%	9.2%	35.3%	11.6%
게임SW	49	31	18	14	138	25	155	98
	5.3%	7.2%	4.2%	3.3%	32.1%	5.8%	36.0%	22.8%
인터넷SW	26	25	4	31	180	42	195	55
	3.0%	5.0%	0.8%	6.2%	35.8%	8.3%	38.8%	10.9%
합계	509	403	104	465	3,071	673	2,840	1016
	5.4%	5.0%	1.3%	5.8%	38.1%	8.3%	35.2%	12.6%

〈표 3-28〉 기업규모별 기업성장 유형_고용 기준(2013년-2016년)

구분	고성장 (BLS)	고성장_E	가젤	예비 고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
대기업		4		1	20		10	4
		11.4%		2.9%	57.1%		28.6%	11.4%
중견기업		12	5	6	41	2	37	17
		11.7%	4.9%	5.8%	39.8%	1.9%	35.9%	16.5%
중소기업	509	387	99	458	3,010	671	2,793	995
	6.4%	4.9%	1.2%	5.8%	38.0%	8.5%	35.2%	12.6%
합계	509	403	104	465	3,071	673	2,840	1,016
	6.3%	5.0%	1.3%	5.8%	38.1%	8.3%	35.2%	12.6%

□ 고성장기업의 고용성장 기여도

전체 기업의 12.6%를 차지하는 고용 고성장기업의 고용증가 인력은 전체 고

용성장인력의 60.3%를 차지한다. 이중 고성장기업의 고용 창출 효과가 45.7%로 매우 높다. 그리고 종사자 10인 이하인 고성장기업의 고용 창출 기여도도 9.1%로 전체 고용 창출에서 중요한 역할을 하고 있다.

〈표 3-29〉 고성장기업의 고용성장 기여도(2013년-2016년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
패키지SW	13.4%	26.5%	7.0%	13.3%	39.9%	46.8%
IT서비스	6.2%	65.7%	2.9%	6.6%	18.7%	74.7%
게임SW	10.8%	34.4%	16.3%	9.5%	29.1%	61.5%
인터넷SW	6.1%	21.2%	2.1%	9.8%	60.8%	29.4%
합계	9.1%	45.7%	5.5%	9.4%	30.3%	60.3%

다. 2014년 - 2017년(Cohort 3)

□ 분석 대상 기업

2014년에서 2017년까지 기업의 종사자 정보가 있는 기업으로 총 7,405개 기업을 분석대상으로 한다. 이중 업력 15년 이하의 기업이 전체의 71.1%이며 2014년 기준으로 종사자가 10인 미만의 기업이 45.6%를 차지한다. 산업별 분포를 보면 패키지소프트웨어 기업이 54.9%, IT서비스 기업이 31.2%이다.

〈표 3-30〉 2014년-2017년 고용성장기업 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	9	18	2	7	36
	중견기업	28	38	25	17	108
	중소기업	4,028	2,254	478	501	7,261
업력	5년 이하	836	386	176	96	1,494
	6-10년	1,458	926	184	168	2,736
	11-15년	575	332	55	74	1,036
	16-20년	1,008	538	77	164	1,787
	21-30년	177	108	12	21	318
	31-40년	11	12	1	2	26
	41년 이상		8			8
종사자 구간	10명 미만	1,961	1,003	212	202	3,378
	10명-19명	979	561	116	120	1,776
	20명-49명	681	464	85	96	1,326
	50명-99명	269	125	41	52	487
	100명-299명	144	114	37	42	337
	300명 이상	31	43	14	13	101
합계 (%)		4,065 (54.9%)	2,310 (31.2%)	505 (6.8%)	525 (7.1%)	7,405 (100%)

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2014년에서 2017년까지 분석대상 기업 중 고용 고성장기업은 전체의 14.1%이다. 이중 BLS 기준으로 고성장인 기업은 7.2%, OECD 기준인 고성장기업이 5.6%, 가젤 기업이 1.4%이다. 산업별 고용 고성장기업의 특성을 살펴보면 전체적으로 게임소프트웨어 기업 중 고성장기업의 비중이 25.5%로 매우 높다. 인터넷소프트웨어 기업의 경우, 종사자 10인 이하의 기업으로 8명 이상의 고용이 증가한 기업의 비중이 12.3%로 매우 높다. 인터넷소프트웨어 기업도 고성장 BLS 기업의 비중이 증가하였다. 기업 규모별 고성장기업의 비중 차이를 살펴보면, 중견기업이 고성장기업과 가젤 기업의 비중이 높다.

〈표 3-31〉 산업별 기업의 고용 성장 현황(2014년-2017년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
패키지SW	297	205	41	177	1,681	321	1,343	543
	7.3%	5.0%	1.0%	4.4%	41.4%	7.9%	33.0%	13.4%
IT서비스	139	130	28	146	919	217	731	297
	6.0%	5.6%	1.2%	6.3%	39.8%	9.4%	31.6%	12.9%
게임SW	62	45	22	20	144	43	169	129
	12.3%	8.9%	4.4%	4.0%	28.5%	8.5%	33.5%	25.5%
인터넷SW	34	31	9	14	203	38	196	74
	6.5%	5.9%	1.7%	2.7%	38.7%	7.2%	37.3%	14.1%
합계	532	411	100	357	2,947	619	2,439	1,043
	7.2%	5.6%	1.4%	4.8%	39.8%	8.4%	32.9%	14.1%

〈표 3-32〉 기업규모별 기업의 고용 성장 현황(2014년-2017년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
대기업	1	4	1		18		12	6
	2.8%	11.1%	2.8%		50.0%		33.3%	16.7%
중견기업		13	3	4	50	2	36	16
		12.0%	2.8%	3.7%	46.3%	1.9%	33.3%	14.8%
중소기업	531	394	96	353	2,879	617	2,391	1,021
	7.3%	5.4%	1.3%	4.9%	39.7%	8.5%	32.9%	14.1%
총합계	532	411	100	357	2,947	619	2,439	1,043
	7.2%	5.6%	1.4%	4.8%	39.8%	8.4%	32.9%	14.1%

□ 고성장기업의 고용 성장 기여도

전체 고용 증가분에서 고성장기업의 고용 창출 기여도는 65.6%이다. 이 중 고용 고성장_E 기업(5.6%)의 고용증가인력은 전체 고용증가인력의 50.7%를 차지할 정도로 고용 창출 성과가 크다. 반면 3개년 동안 고용성장율이 10% 미만인 ‘성장_E’ 기업(39.8%)의 고용 창출 기여도는 28.1%에 불과하다. 따라서 소프트웨어 산업의 고용을 증가시키기 위해서는 고용 창출효과가 큰 고성장기업의 성장을 집중적으로 지원할 필요가 있다.

산업별 고성장기업의 고용 성장 기여도를 보면, IT서비스 기업은 고성장_E 기업(69.4%)의 고용 창출 효과가 높은 반면, 패키지소프트웨어(17.0%), 게임소프트

웨어(16.2%)는 고성장_BLS 기업의 고용성장 기여도가 높다. 인터넷소프트웨어 기업은 가젤기업(1.7%)의 고용성장 기여도가 12.6%로 업력이 짧은 기업의 고용 성장이 크게 증가한 것을 알 수 있다.

〈표 3-33〉 산업별 고성장기업의 고용 성장 기여도(2014년-2017년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
패키지SW	17.0%	30.9%	3.6%	7.9%	40.5%	51.5%
IT서비스	5.2%	69.4%	1.7%	4.7%	19.0%	76.3%
게임SW	16.2%	41.6%	10.5%	10.6%	21.1%	68.3%
인터넷SW	10.2%	31.3%	12.6%	3.8%	42.2%	54.0%
합계	10.7%	50.7%	4.2%	6.4%	28.1%	65.6%

〈표 3-34〉 기업규모별 고성장기업의 고용 성장 기여도(2014년-2017년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
대기업	0.1%	90.8%	0.2%		9.0%	91.0%
중견기업		42.8%	4.2%	9.5%	43.5%	47.0%
중소기업	16.5%	37.7%	5.6%	8.1%	32.1%	59.7%
총합계	10.7%	50.7%	4.2%	6.4%	28.1%	65.6%

라. 2015년 - 2018년(Cohort 4)

□ 분석 대상 기업

2015년에서 2018년까지 고용성장 분석대상 기업은 기업의 종사자 정보가 있는 기업으로 총 11,162개 기업이다. 이중 업력 15년 이하의 기업이 전체의 79.4%이며 2015년 기준으로 종사자가 10인 미만의 기업이 53.2%를 차지한다. 산업별 분포를 보면 패키지소프트웨어 기업이 56.2%, IT서비스 기업이 27.7%이며, 게임소프트웨어(7.1%)와 인터넷소프트웨어(9.0%)의 비중이 증가하였다.

〈표 3-35〉 2015년-2018년 고용성장기업 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	12	19	4	7	42
	중견기업	32	38	28	17	115
	중소기업	6,231	3,038	757	979	11,005
업력	5년 이하	1,721	616	336	257	2,930
	6-10년	2,000	1,039	245	307	3,591
	11-15년	1,280	751	110	202	2,343
	16-20년	1,018	513	77	207	1,815
	21-30년	236	151	20	27	434
	31-40년	18	15	1	2	36
	41년 이상	2	10		1	13
종사자 구간	10명 미만	3,551	1,506	359	523	5,939
	10명-19명	1,324	760	188	218	2,490
	20명-49명	883	501	124	134	1,642
	50명-99명	305	166	54	65	590
	100명-299명	184	116	50	47	397
	300명 이상	30	47	14	16	107
합계 (%)		6,275 (56.2%)	3,095 (27.7%)	789 (7.1%)	1,003 (9.0%)	11,162 (100%)

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2015년에서 2018년까지 분석대상 기업 중 고용 고성장기업은 전체의 10.3%이다. 이중 BLS 기준으로 고성장인 기업은 5.4%, OECD 기준인 고성장기업이 3.5%, 가젤기업이 1.5%이다. 전체적으로 고성장기업의 비중이 이전 분석 기간보다 하락하였다. 산업별 고용 고성장기업의 특성을 살펴보면 전체적으로 게임 소프트웨어 기업 중 고성장기업의 비중이 25.5%로 매우 높다. 인터넷소프트웨어 기업의 경우, 종사자 10인 이하의 기업으로 8명 이상의 고용이 증가한 기업의 비중이 12.3%로 매우 높다. 인터넷소프트웨어 기업도 고성장_BLS 기업의 비중이 증가하였다. 기업 규모별 고성장기업의 비중 차이를 살펴보면, 중견기업이 고성장기업과 가젤 기업의 비중이 높다.

〈표 3-36〉 산업별 기업의 고용성장 현황(2015년-2018년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
패키지SW	379	187	69	273	2,424	822	2,121	635
	6.0%	3.0%	1.1%	4.4%	38.6%	13.1%	33.8%	10.1%
IT서비스	112	121	38	181	1,140	383	1,120	271
	3.6%	3.9%	1.2%	5.8%	36.8%	12.4%	36.2%	8.8%
게임SW	61	43	34	42	227	54	328	138
	7.7%	5.4%	4.3%	5.3%	28.8%	6.8%	41.6%	17.5%
인터넷SW	50	35	23	45	332	147	371	108
	5.0%	3.5%	2.3%	4.5%	33.1%	14.7%	37.0%	10.8%
합계	602	386	164	541	4,123	1,406	3,940	1,152
	5.4%	3.5%	1.5%	4.8%	36.9%	12.6%	35.3%	10.3%

〈표 3-37〉 기업규모별 기업의 고용성장 현황(2015년-2018년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
대기업		2	2	2	16	2	18	4
		4.8%	4.8%	4.8%	38.1%	4.8%	42.9%	9.5%
중견기업	1	8	3	13	47	0	43	12
	0.9%	7.0%	2.6%	11.3%	40.9%	0.0%	37.4%	10.4%
중소기업	601	376	159	526	4,060	1,404	3,879	1,136
	5.5%	3.4%	1.4%	4.8%	36.9%	12.8%	35.2%	10.3%
총합계	602	386	164	541	4,123	1,406	3,940	1,152
	5.4%	3.5%	1.5%	4.8%	36.9%	12.6%	35.3%	10.3%

□ 고성장기업의 고용성장 기여도

2015년-2018년 3개년 동안 고용 고성장기업의 비중은 10.3%로 이전 분석 기간의 고성장기업 비중보다 감소하였다. 동 기간 고성장기업의 고용성장에 대한 기여도도 56.9%로 감소하여 전체적으로 고용성장추세가 둔화되고 있음을 보여 준다.

산업별 고용 고성장기업이 전체 고용성장에서 차지하는 비중을 보면, IT서비스 고성장_E 기업(3.9%)의 IT서비스 산업의 일자리 창출에 기여 하는 비중이 58.1%로 매우 높은 점이 특징이다. 이는 성장기업(36.8%)의 고용성장 기여도가 24.7%에 불과한 점을 고려할 때 매우 높은 성과라 할 수 있다. 그리고 전체의

1.5%에 불과한 가젤 기업은 고용성장 기여도가 8.1%로 높은데, 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 산업에서 가젤 기업의 고용 창출 효과가 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-38〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2015년-2018년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
패키지SW	18.5%	20.1%	7.3%	11.9%	42.1%	46.0%
IT서비스	5.4%	58.1%	3.4%	8.5%	24.7%	66.9%
게임SW	11.9%	32.8%	17.4%	11.3%	26.6%	62.1%
인터넷SW	11.4%	23.9%	15.8%	13.1%	35.8%	51.1%
합계	11.8%	36.9%	8.1%	10.6%	32.5%	56.9%

〈표 3-39〉 기업규모별 고성장기업의 고용성장 기여도(2015년-2018년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
대기업		81.7%	2.2%	0.9%	15.1%	83.9%
중견기업	0.1%	20.6%	3.7%	18.6%	56.9%	24.4%
중소기업	16.5%	28.7%	10.3%	11.7%	32.8%	55.5%
총합계	11.8%	36.9%	8.1%	10.6%	32.5%	56.9%

마. 2016년 - 2019년(Cohort 5)

□ 분석 대상 기업

2016년에서 2019년까지 고용성장 분석대상 기업은 기업의 종사자 정보가 있는 기업으로 총 11,784개 기업이다. 이중 업력이 15년 이하의 기업이 전체의 77.7%이며 2016년 기준으로 종사자가 10인 미만의 기업이 51.9%를 차지한다. 산업별 분포를 보면 패키지소프트웨어 기업이 56.5%, IT서비스 기업이 26.8%이며, 게임소프트웨어(7.2%)와 인터넷소프트웨어(9.5%)의 비중이 증가하였다.

〈표 3-40〉 2016년-2019년 고용성장기업 분석대상

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	12	20	4	8	44
	중견기업	30	37	28	16	111
	중소기업	6,611	3,107	820	1,091	11,629
업력	5년 이하	1,786	624	304	310	3,024
	6-10년	2,176	1,024	326	343	3,869
	11-15년	1,243	724	113	186	2,266
	16-20년	1,087	584	84	237	1,992
	21-30년	338	179	24	35	576
	31-40년	21	19	1	3	44
	41년 이상	2	10		1	13
종사자 구간	10명 미만	3,646	1,493	375	598	6,112
	10명-19명	1,599	825	223	245	2,892
	20명-49명	972	530	154	149	1,805
	50명-99명	300	181	49	64	594
	100명-299명	107	90	36	43	276
	300명 이상	29	45	15	16	105
합계 (%)		6,653 (56.5%)	3,164 (26.8%)	852 (7.2%)	1,115 (9.5%)	11,784 (100%)

□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

2016년에서 2019년까지 분석대상 기업 중 고용 고성장기업은 전체의 7.3%로 2013년부터 고용 고성장기업의 비중이 계속 하락하고 있다. 이중 BLS 기준으로 고성장인 기업은 3.7%, OECD 기준인 고성장기업이 2.2%, 가젤기업이 1.4%이다.

산업별 고용 고성장기업의 특성을 살펴보면, 산업 전반적으로 고성장_E 기업의 비중이 크게 하락하였다. 게임소프트웨어 기업도 종사자 10인 이하의 고성장기업의 비중이 크게 하락하였다. 그리고 정채 혹은 감소하는 기업의 비중도 코호트 4 분석 기간보다 증가한 것을 보면 점차 고용성장률이 둔화되고 있음을 알 수 있다.

〈표 3-41〉 산업별 기업의 고용 성장 현황(2016년-2019년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
패키지SW	269	119	93	277	2,484	1,056	2,355	481
	4.0%	1.8%	1.4%	4.2%	37.3%	15.9%	35.4%	7.2%
IT서비스	82	72	20	148	1,127	464	1,251	174
	2.6%	2.3%	0.6%	4.7%	35.6%	14.7%	39.5%	5.5%
게임SW	36	43	26	53	245	87	362	105
	4.2%	5.0%	3.1%	6.2%	28.8%	10.2%	42.5%	12.3%
인터넷SW	54	29	23	33	377	158	441	106
	4.8%	2.6%	2.1%	3.0%	33.8%	14.2%	39.6%	9.5%
합계	441	263	162	511	4,233	1,765	4,409	866
	3.7%	2.2%	1.4%	4.3%	35.9%	15.0%	37.4%	7.3%

〈표 3-42〉 기업규모별 기업의 고용 성장 현황(2016년-2019년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	정체	감소	고성장기업 합계
대기업		2	1	2	19	2	18	3
		4.5%	2.3%	4.5%	43.2%	4.5%	40.9%	6.8%
중견기업		1		11	55	6	38	1
		0.9%		9.9%	49.5%	5.4%	34.2%	0.9%
중소기업	441	260	161	498	4,159	1,757	4,353	862
	3.8%	2.2%	1.4%	4.3%	35.8%	15.1%	37.4%	7.4%
총합계	441	263	162	511	4,233	1,765	4,409	866
	3.7%	2.2%	1.4%	4.3%	35.9%	15.0%	37.4%	7.3%

□ 고성장기업의 고용성장 기여도

2016년-2019년 고용 고성장 기업(7.3%)의 고용증가가 전체 고용증가인력에서 차지하는 비중은 42.6%이다. 이중 고성장_E 기업의 고용성장 기여도는 19.5%로 크게 줄어든 반면, 가젤 기업의 고용성장기여도가 11.3%로 증가하였다. 전반적으로 산업 전체의 고용성장에서 성장기업(45.3%)의 고용성장 기여도가 고성장기업의 고용성장 기여도보다 높았다.

기업규모별 고용성장 기여도를 살펴보면 대기업과 중견기업의 고용성장 기여도가 현저히 떨어졌다. 동 기간 동안 대기업과 중견기업의 고용증가에서 가장 비중이 높은 기업은 ‘성장_E 기업’의 인력증가 비중이 가장 높다.

〈표 3-43〉 산업별 고성장기업의 고용성장 기여도(2016년-2019년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
패키지SW	14.2%	16.6%	11.2%	11.5%	46.6%	42.0%
IT서비스	8.5%	15.2%	8.4%	17.0%	50.8%	32.1%
게임SW	9.6%	33.4%	11.8%	10.3%	34.8%	54.9%
인터넷SW	12.2%	19.6%	16.4%	7.7%	44.1%	48.2%
합계	11.8%	19.5%	11.3%	12.1%	45.3%	42.6%

〈표 3-44〉 기업규모별 고성장기업의 고용성장 기여도(2016년-2019년)

구분	고성장_BLS	고성장_E	가젤	예비고성장	성장_E	고성장기업 기여도
대기업		14.1%	2.3%	3.8%	79.8%	16.4%
중견기업		3.8%		15.5%	80.7%	3.8%
중소기업	14.0%	21.9%	13.4%	12.1%	38.5%	49.3%
총합계	11.8%	19.5%	11.3%	12.1%	45.3%	42.6%

제3절 소프트웨어 산업의 고성장 기업 증가 추이

1. 매출 고성장기업 증가 추이

가. 고성장 기업

고성장기업 연구에서 가장 큰 어려움은 분석 기간별로 고성장기업의 연속성이 확보하기가 어렵다는 점이다. 일정 기간 동안 고성장기업이었으나 그 다음 분석 기간에는 고성장기업이 아닌 상태가 되는 경우가 많다. 본 조사는 기업정보가 있는 기업을 대상으로 분석하였으므로 분석 기간별로 분석대상 기업이 다소 차이가 있으나 전체적인 경향성을 파악하는 데는 무리가 없을 것으로 판단된다.

먼저 매출 측면에서 고성장기업의 비중 추이를 살펴보자. 국내 소프트웨어 산업에서 고성장_R 기업과 가젤 기업을 합한 전체 고성장기업의 비중은 점차 증가하고 있다. 11.3%(2012년-2015년) → 12.3%(2013-2016년) → 13.1%(2014-2017년) → 13.7%(2013-2016년)로 고성장기업의 비중은 계속 증가하고 있다.

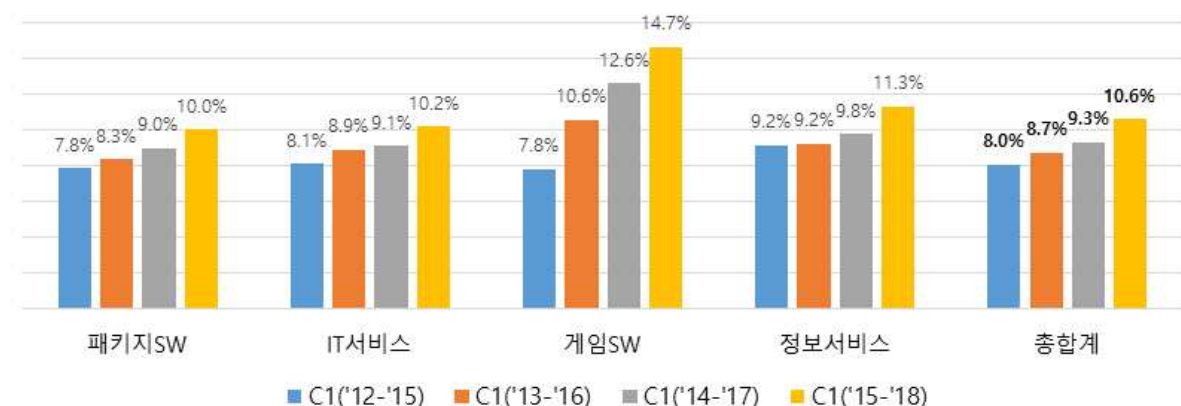
고성장_R 기업의 비중은 전반적으로 모든 산업에서 증가하고 있다. 2012년-2015년 8.0%에서 2015-2018년 고성장기업의 비중이 10.6%로 증가하였다. 게임 소프트웨어 기업의 고성장기업 비중이 2015년에 비해 2018년에는 5.6%p 증가하였다. 그리고 가젤 기업의 비중 추이는 업종별로 다소 차이가 많으나 산업 전체적으로는 소폭 증가세를 이루다가 2018년에 3.1%로 감소하였다.

〈표 3-45〉 고성장 기업(OECD) 증가 추이_매출 기준(2012년-2018년)

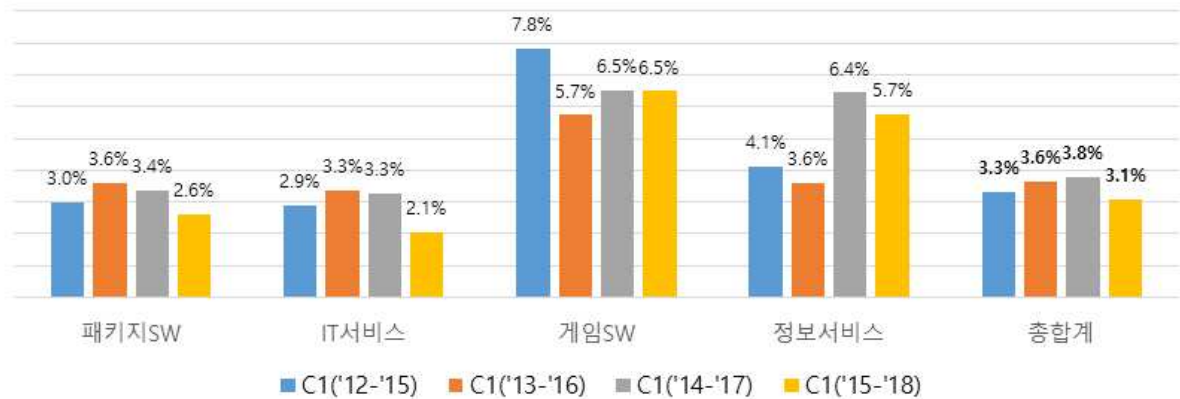
분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	총합계
C1('12-'15)	분석대상_R	3,837	2,424	384	535	7,180
	고성장_R	7.8%	8.1%	7.8%	9.2%	8.0%
	가젤_R	3.0%	2.9%	7.8%	4.1%	3.3%
	고성장 합계	10.8%	11.0%	15.6%	13.3%	11.3%
C2('13-'16)	분석대상_R	4,091	2,418	436	530	7,475
	고성장_R	8.3%	8.9%	10.6%	9.2%	8.7%
	가젤_R	3.6%	3.3%	5.7%	3.6%	3.6%
	고성장 합계	11.9%	12.2%	16.3%	12.8%	12.3%
C3('14-'17)	분석대상_R	4,105	2,263	508	605	7,481
	고성장_R	9.0%	9.1%	12.6%	9.8%	9.3%
	가젤_R	3.4%	3.3%	6.5%	6.4%	3.8%
	고성장 합계	12.4%	12.4%	19.1%	16.2%	13.1%
C4('15-'18)	분석대상_R	2,456	1,503	416	487	4,862
	고성장_R	10.0%	10.2%	14.7%	11.3%	10.6%
	가젤_R	2.6%	2.1%	6.5%	5.7%	3.1%
	고성장 합계	12.6%	12.2%	21.2%	17.0%	13.7%
비중 증감 (C4-C1)		1.8%p	1.2%p	5.6%p	3.7%p	2.4%p

주) 분석대상은 OECD 기준에 따라 종업원 수 10인 이상인 기업을 대상으로 함

〈그림 3-1〉 매출 고성장기업 비중 증가 추이(2012-2018)



〈그림 3-2〉 매출 가젤기업 비중 증가 추이(2012-2018)



나. 예비 고성장기업

예비 고성장기업은 3개년 평균 매출 증가율이 10% 이상 20% 미만인 기업 중 성장단계에 있는 기업으로 분류하였다. 스타트업에서 고성장기업으로 스케일업 할 수 있는 잠재력을 지닌 예비 고성장기업이라고 할 수 있다. 2015년 예비 고성장기업의 비중이 7.3%이었다. 2018년에도 예비 고성장기업의 비중은 7.3%로 시간이 지나도 크게 증가하지 않았다.

〈표 3-46〉 예비 고성장기업 증가 추이_매출 기준(2012년-2018년)

분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	총합계
C1('12-'15)	분석대상	3,837	2,424	384	535	7,180
	예비고성장_E	272	198	17	37	524
	비중(%)	7.1%	8.2%	4.4%	6.9%	7.3%
C2('13-'16)	분석대상	4,091	2,418	436	530	7,475
	예비고성장_E	236	170	14	39	459
	비중(%)	5.8%	7.0%	3.2%	7.4%	6.1%
C3('14-'17)	분석대상	4,105	2,263	508	605	7,481
	예비고성장_E	243	187	33	55	518
	비중(%)	5.9%	8.3%	6.5%	9.1%	6.9%
C4('15-'18)	분석대상	2,456	1,503	416	487	4,862
	예비고성장_E	166	124	26	40	356
	비중(%)	6.8%	8.3%	6.3%	8.2%	7.3%
비중 증감 (C4-C1)		-0.3%p	0.1%p	1.8%p	1.3%p	0.0%p

다. 동일 기업 대상 매출 고성장기업 성장 추이(2013년 - 2018년)

□ 분석 대상 기업

이제까지 5개 코호트별 기업정보가 있는 기업을 대상으로 기업의 고용성장 현황과 고성장기업의 비중을 살펴보았다. 하지만 분석 기간별 분석대상 기업이 동일하지 않아 고성장기업의 성장 추이를 분석하기에 일관성이 부족한 단점을 보완하기 위해 2013년-2018년 기업의 종사자 정보가 모두 있는 기업 5,896개를 대상으로 고성장기업 성장 추이를 분석하였다.

〈표 3-47〉 매출 성장기업 분석대상_동일기업 기준(2013-2018)

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	11	17	2	6	36
	중견기업	27	37	24	17	105
	중소기업	1,925	1,224	245	314	3,708
합계 (%)		1,963 (51.0%)	1,278 (33.2%)	271 (7.0%)	337 (8.8%)	3,849 (100%)

〈표 3-48〉 매출 고성장기업 증가 추이_동일기업 기준(2013-2018)

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
('13-'16)	고성장_E	5.5%	6.0%	8.6%	5.4%	11.3%
	가젤	1.3%	1.5%	4.9%	0.8%	3.9%
	고성장(전체)	13.7%	14.0%	25.7%	12.1%	15.2%
('14-'17)	고성장_E	6.0%	6.0%	11.3%	6.2%	12.1%
	가젤	0.9%	1.1%	3.7%	1.0%	2.6%
	고성장(전체)	13.4%	12.5%	25.4%	12.4%	14.7%
('15-'18)	고성장_E	4.5%	5.2%	8.9%	5.9%	12.4%
	가젤	0.4%	0.3%	1.2%	0.8%	1.0%
	고성장(전체)	9.1%	8.1%	13.8%	9.8%	13.4%

2. 고용 고성장기업 증가 추이

가. 고성장기업(2013년-2019년)

고용 측면에서 고성장기업은 종사자 10인 이상의 기업을 분석대상으로 하는 OECD 기준과 기업 전체를 대상으로 하는 미국 노동통계국(BLS)의 수정 분류 기준을 모두 비교하였다.

□ OECD 기준 고성장기업 분류

OECD 기준 고용 고성장기업의 비중 추이를 살펴보면, 2016년 11.4%에서 2016년 12.7%로 소폭 증가하다가 2018년 2019년 점차 고용 고성장기업의 비중이 줄어드는 추세이다. 2017년 전체적으로 고성장_E 기업과 가젤 기업의 비중이 증가하여 전체적으로 고용성장의 비중이 증가하였으나 최근 들어 경기 하락, 수출 감소 등 시장환경 변화의 영향으로 고용 성장세가 둔화되는 양상을 보인다.

〈표 3-49〉 고용 고성장기업(OECD) 증가 추이(2013년-2019년)

분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	총합계
C1('13-'16)	분석대상	2,199	1,689	248	309	4,445
	고성장_E	8.8%	9.1%	12.5%	8.1%	9.1%
	가젤_E	2.3%	1.9%	7.3%	1.3%	2.3%
	고성장 합계	11.1%	11.0%	19.8%	9.4%	11.4%
C2('14-'17)	분석대상	2,104	1,307	293	323	4,027
	고성장_E	9.7%	9.9%	15.4%	9.6%	10.2%
	가젤_E	1.9%	2.1%	7.5%	2.8%	2.5%
	고성장 합계	11.7%	12.1%	22.9%	12.4%	12.7%
C3('15-'18)	분석대상	2,726	1,590	430	480	5,226
	고성장_E	6.8%	7.5%	9.8%	7.3%	7.3%
	가젤_E	2.4%	2.2%	7.9%	4.6%	3.0%
	고성장 합계	9.2%	9.7%	17.7%	11.9%	10.3%
C4(16-19)	분석대상	3,004	1,671	477	517	5,669
	고성장_E	4.0%	4.3%	9.0%	5.6%	4.6%
	가젤_E	3.1%	1.2%	5.5%	4.4%	2.9%
	고성장 합계	7.1%	5.5%	14.5%	10.1%	7.5%

주) 분석대상은 OECD 기준에 따라 종업원 수 10인 이상인 기업을 대상으로 함

□ 미국 고용노동청(BLS) 기준 고성장기업 분류

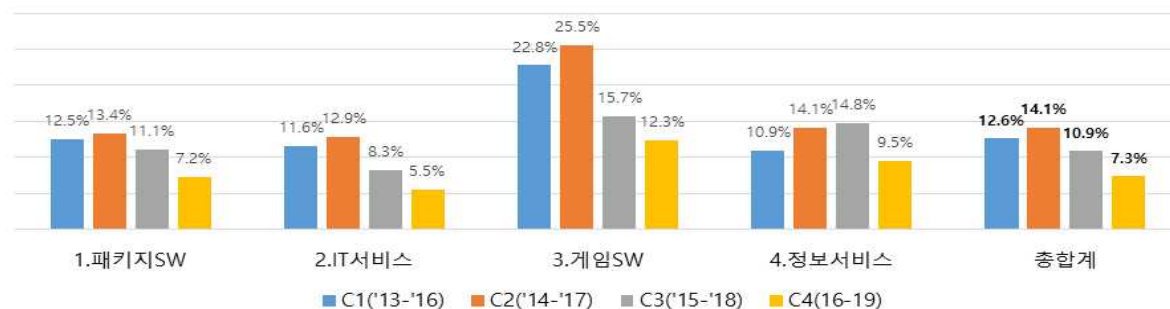
미국 노동통계국(BLS)의 기준에 따라 고성장기업을 분류하고 시기별 고성장기업의 비중 추이를 살펴본 결과, 전체적인 경향성은 OECD 분류기준을 적용하였을 때와 유사한 측면을 찾아볼 수 있다.

〈표 3-50〉 고용 고성장 기업(BLS) 증가 추이(2013년-2019년)

분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	총합계
C1('13-'16)	분석대상	4,157	2,975	430	503	8,065
	고성장_E	4.7%	5.1%	7.2%	5.0%	5.0%
	고성장_BLS	6.6%	5.3%	11.4%	5.2%	6.3%
	가젤_E	1.2%	1.1%	4.2%	0.8%	1.3%
	고성장 합계	12.5%	11.6%	22.8%	10.9%	12.6%
C2('14-'17)	분석대상	4,065	2,310	505	525	7,405
	고성장_E	5.0%	5.6%	8.9%	5.9%	5.6%
	고성장_BLS	7.3%	6.0%	12.3%	6.5%	7.2%
	가젤_E	1.0%	1.2%	4.4%	1.7%	1.4%
	고성장 합계	13.4%	12.9%	25.5%	14.1%	14.1%
C3('15-'18)	분석대상	5,720	3,280	879	732	10,611
	고성장_E	3.3%	3.7%	4.9%	4.8%	3.6%
	고성장_BLS	6.6%	3.4%	6.9%	6.8%	5.7%
	가젤_E	1.2%	1.2%	3.9%	3.1%	1.5%
	고성장 합계	11.1%	8.3%	15.7%	14.8%	10.9%
C4(16-19)	분석대상	6,653	3,164	852	1,115	11,784
	고성장_E	1.8%	2.3%	5.0%	2.6%	2.2%
	고성장_BLS	4.0%	2.6%	4.2%	4.8%	3.7%
	가젤_E	1.4%	0.6%	3.1%	2.1%	1.4%
	고성장 합계	7.2%	5.5%	12.3%	9.5%	7.3%

주) 분석대상은 미국 노동통계국(BLS) 기준에 따라 종업원 수 1인 이상인 기업을 대상으로 함

〈그림 3-3〉 고용 고성장기업(BLS) 비중 추이(2013-2019)_고성장 전체



나. 예비 고성장 기업(2013년-2019년)

고용 측면의 예비고성장기업은 2016년에 비해 줄어드는 경향을 보인다. 전체적으로 고용성장에 대해 기여도가 높은 고성장기업의 비중이 하락하는 것뿐 아니라 향후 성장잠재력이 높은 예비 고성장기업의 비중도 감소하는 추세를 보이는 것은 고용 창출 가능성이 높은 소프트웨어 산업에서도 고용성장률이 둔화되고 있음을 보여주고 있다.

산업별로 예비고성장기업의 비중 추이를 살펴보면 게임소프트웨어가 2016에 비해 3.0%p 증가하였으나, 패키지소프트웨어, IT서비스, 인터넷소프트웨어 기업은 점차 감소하였다. 기업 규모별로 예비고성장기업의 비중 추이를 보면, 중소기업에서 예비고성장기업의 비중이 소폭 하락하였다.

〈표 3-51〉 산업별 고용 예비고성장기업 증가 추이(2013년-2019년)

분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	총합계
C1('13-'16)	분석대상	4,157	2,975	430	503	8,065
	예비고성장_E	244	176	14	31	465
	비중(%)	5.9%	5.9%	3.3%	6.2%	5.8%
C2('14-'17)	분석대상	4,065	2,310	505	525	7,405
	예비고성장_E	140	107	18	11	276
	비중(%)	3.4%	4.6%	3.6%	2.1%	3.7%
C3('15-'18)	분석대상	6,275	3,095	789	1,003	11,162
	예비고성장_E	185	109	34	30	358
	비중(%)	4.4%	5.8%	5.3%	4.5%	4.8%
C4(16-19)	분석대상	6,653	3,164	852	1,115	11,784
	예비고성장_E	196	92	48	28	364
	비중(%)	4.2%	4.7%	6.2%	3.0%	4.3%
비중 증감 (C4-C1)		-1.7%p	-1.2%p	3.0%p	-3.2%p	-1.4%p

〈표 3-52〉 기업규모별 고용 예비고성장기업 증가 추이(2013년-2019년)

분석기간	고성장 기업	대기업	중견기업	중소기업	전체
C1('13-'16)	분석대상	35	103	7,927	8,065
	예비고성장_E	1	6	458	465
	비중(%)	2.9%	5.8%	5.8%	5.8%
C2('14-'17)	분석대상	36	108	7,261	7,405
	예비고성장_E		3	273	276
	비중(%)	0.0%	2.8%	3.8%	3.7%
C3('15-'18)	분석대상	42	115	11,005	11,162
	예비고성장_E	2	13	526	541
	비중(%)	4.8%	11.3%	4.8%	4.8%
C4(16-19)	분석대상	44	111	11,629	11,784
	예비고성장_E	2	11	498	511
	비중(%)	4.5%	9.9%	4.3%	4.3%
비중 증감 (C4-C1)		1.7%	4.1%	-1.5%	-1.4%

다. 동일 기업 대상 고성장기업 성장 추이(2013년 - 2018년)

□ 분석 대상 기업

이제까지 5개 코호트별 기업정보가 있는 기업을 대상으로 기업의 고용성장 현황과 고성장기업의 비중을 살펴보았다. 하지만 분석 기간별 분석대상 기업이 동일하지 않아 고성장기업의 성장 추이를 분석하기에 일관성이 부족한 단점을 보완하기 위해 2013년-2018년 기업의 종사자 정보가 모두 있는 기업 5,896개를 대상으로 고성장기업 성장 추이를 분석하였다.

〈표 3-53〉 고용 고성장기업 증가 추이 분석대상('13-'18)

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
기업 유형	대기업	9	18	1	6	34
	중견기업	26	35	22	15	98
	중소기업	3,225	1,868	304	367	5,764
합계		3,260	1,921	327	388	5,896
(%)		55.3%	32.6%	5.5%	6.6%	(100%)

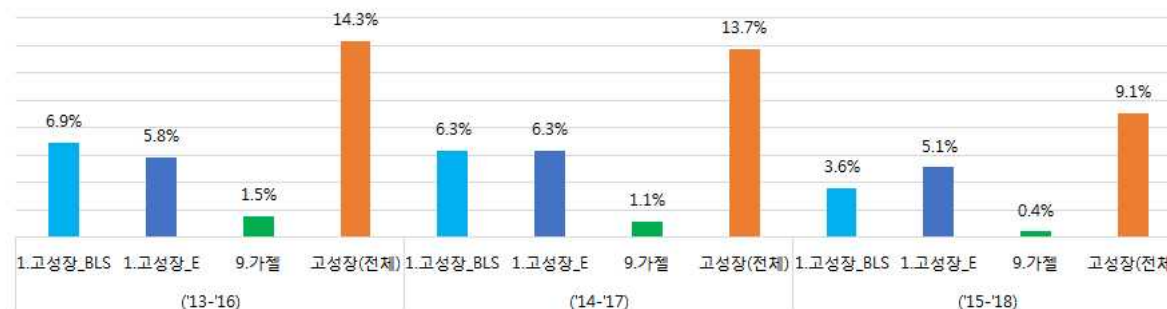
□ 기업 성장 현황 및 고성장기업 비중

동일기업을 기준으로 고용 고성장기업의 성장 추이를 분석한 결과, 앞에서 분석한 결과와 비슷한 경향을 나타내고 있다. 고용 고성장기업 전체를 기준으로 고성장기업 비중 추이를 살펴본 결과 14.3%('13-'16) → 13.7%('14-'17) → 9.1%('15-'18)로 점차 감소하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-54〉 고성장기업 성장 추이('13-'18)_동일기업 기준

구분		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
('13-'16)	고성장_BLS	6.8%	6.4%	12.2%	5.9%	6.9%
	고성장_E	5.5%	6.0%	8.6%	5.4%	5.8%
	가젤	1.3%	1.5%	4.9%	0.8%	1.5%
	고성장(전체)	13.7%	14.0%	25.7%	12.1%	14.3%
('14-'17)	고성장_BLS	6.6%	5.4%	10.4%	5.2%	6.3%
	고성장_E	6.0%	6.0%	11.3%	6.2%	6.3%
	가젤	0.9%	1.1%	3.7%	1.0%	1.1%
	고성장(전체)	13.4%	12.5%	25.4%	12.4%	13.7%
('15-'18)	고성장_BLS	4.2%	2.6%	3.7%	3.1%	3.6%
	고성장_E	4.5%	5.2%	8.9%	5.9%	5.1%
	가젤	0.4%	0.3%	1.2%	0.8%	0.4%
	고성장(전체)	9.1%	8.1%	13.8%	9.8%	9.1%

〈그림 3-4〉 고성장기업(전체) 증가 추이(2013-2018)_동일기업 기준



3. 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이

이제까지 분석 기간별 고용 혹은 매출 측면에서 기업의 성장 유형을 살펴보았다. 다음은 고용 및 매출 고성장이 동시에 이루어진 기업의 현황을 살펴보고

자 한다. 분석 기간은 4개의 코호트별로 고용 정보와 매출 정보가 동시에 있는 기업들을 대상으로 하였다. 코호트 1(2012-2015)에서 고용 및 매출 고성장기업의 분석대상은 총 5,858개이며 이중 고용 및 매출 고성장기업은 223개로 전체의 3.8%가 고성장기업으로 분류되었다. 그리고 코호트 2(2013-2016)에서 고용 및 매출 고성장기업은 총 6,279개 기업 중 255개로 전체의 4.1%가 고성장기업이다. 코호트 3(2014-2017)의 고용 및 매출 고성장기업 비중은 4.3%, 코호트 4(2015-2018)이 고용 및 매출 고성장기업 비중은 4.6%로 시간이 지날수록 고용 고성장기업이면서 매출 고성장기업의 비중이 증가하는 추세이다.

〈표 3-55〉 산업별 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)

분석기간	고성장 기업	1.패키지SW	2.IT서비스	3.게임SW	4.정보서비스	전체
C1('12-'15)	분석대상	3,130	2,083	273	372	5,858
	고성장_E&R	120	78	15	10	223
	비중(%)	3.8%	3.7%	5.5%	2.7%	3.8%
C2('13-'16)	분석대상	3,397	2,108	357	417	6,279
	고성장_E&R	132	87	21	15	255
	비중(%)	3.9%	4.1%	5.9%	3.6%	4.1%
C3('14-'17)	분석대상	3,117	1,845	375	415	5,752
	고성장_E&R	125	77	30	18	250
	비중(%)	4.0%	4.2%	8.0%	4.3%	4.3%
C4('15-'18)	분석대상	2,273	1,424	390	439	4,526
	고성장_E&R	83	63	28	32	206
	비중(%)	3.7%	4.4%	7.2%	7.3%	4.6%

주) 분석대상은 OECD 기준에 따라 종업원 수 10인 이상인 기업을 대상으로 함

한편 기업 규모별로 고용 및 매출 고성장기업의 현황을 살펴보면, 고용 고성장기업이면서 매출 고성장 기업인 기업은 2015년 3.8%에서 2018년 4.6%로 점진적으로 증가하고 있다. 대체로 고용성장과 매출 성장이 정(+)의 관계가 되는 것은 아니지만, 소프트웨어 산업의 경우 고용증가와 매출 증대의 연관성이 비교적 높다고 볼 수 있다.

매출 및 고용 고성장기업이 전체 고용성장에 미치는 기여도를 보면, 2018년 기준에서 전체 기업의 4.6%의 고성장기업이 고용성장에 대한 기여도는 40.6%인 반면, 매출 성장에 대한 기여도는 24.3% 정도이다.

〈표 3-56〉 기업규모별 고용 및 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)

분석기간	고성장 기업	대기업	중견기업	중소기업	전체
C1('12-'15)	분석대상	32	96	5,730	5,858
	고성장_E&R	3	5	215	223
	비중(%)	9.4%	5.2%	3.8%	3.8%
C2('13-'16)	분석대상	34	101	6,144	6,279
	고성장_E&R	2	4	249	255
	비중(%)	5.9%	4.0%	4.1%	4.1%
C3('14-'17)	분석대상	42	115	11,005	11,162
	고성장_E&R	2	5	243	250
	비중(%)	5.7%	4.8%	4.3%	4.3%
C4('15-'18)	분석대상	40	108	4,378	4,526
	고성장_E&R	3	3	200	206
	비중(%)	7.5%	2.8%	4.6%	4.6%

주) 분석대상은 OECD 기준에 따라 종업원 수 10인 이상인 기업을 대상으로 함

〈표 3-57〉 고용 및 매출 고성장기업의 고용성장 기여도 (단위 : 명, %)

구분	패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
2012-2015 (비중)	5,404	9,366	567	721	16,058
	21.8%	34.8%	14.6%	16.8%	26.8%
2013-2016 (비중)	5,103	17,820	1,596	607	25,126
	19.1%	46.6%	21.3%	9.6%	31.9%
2014-2017 (비중)	5,323	16,922	2,543	1,193	25,981
	20.6%	41.7%	28.1%	19.6%	31.9%
2015-2018 (비중)	3,899	18,142	2,610	2,299	26,950
	19.3%	62.7%	25.4%	33.0%	40.6%

〈표 3-58〉 고용 및 매출 고성장기업의 매출 성장 기여도 (단위 : 명, %)

구분	패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW	합계
2012-2015 (비중)	3,258,970	2,854,979	188,038	104,484	6,406,469
	46.6%	34.6%	6.9%	4.2%	31.3%
2013-2016 (비중)	846,529	2,051,462	1,475,490	84,355	4,457,836
	16.6%	30.6%	40.9%	2.6%	23.8%
2014-2017 (비중)	1,017,737	2,156,298	990,307	256,531	4,420,872
	17.6%	29.2%	18.4%	7.4%	20.1%
2015-2018 (비중)	895,875	2,099,162	2,095,322	672,651	5,763,009
	14.3%	24.7%	39.2%	18.7%	24.3%

4. 지역별 고성장기업 증가 추이

가. 고용

지역별 고성장기업의 현황을 살펴보자. 전국에서 고성장기업의 비중이 가장 높은 지역은 서울(68.7%)이다. 고성장기업 중 업력이 5년 이하인 가젤 기업의 비중이 가장 높은 지역도 서울(74.4%)이다. 이는 전체 기업 비중(67.0%)을 감안한다 하더라도 비교적 높은 수치이다. 두 번째로 고성장기업의 비중이 높은 지역은 경기 지역이다. 전체 소프트웨어 기업 중 경기지역 소재의 기업은 15.4%인데 고성장기업의 비중은 15.5% 전체 평균보다 고성장기업의 비중이 높은 것을 알 수 있다. 소프트웨어 기업의 82.3%가 서울·경기 지역인 점을 감안하더라도 이 지역의 소프트웨어 기업 고용증가가 상대적으로 높다.

□ 고용 고성장 기업의 지역별 분포

〈표 3-59〉 지역별 고용 고성장기업 증가 추이(2015년-2018년)

구분	1.고성장_E		9.가젤		1.고성장_BLS		전체	
	기업수	비중	기업수	비중	기업수	비중	기업수	비중
서울	265	68.7%	122	74.4%	385	64.0%	7,477	67.0%
경기	61	15.8%	25	15.2%	109	18.1%	1,714	15.4%
대전	19	4.9%	7	4.3%	31	5.1%	410	3.7%
부산	7	1.8%		0.0%	16	2.7%	316	2.8%
대구	5	1.3%	3	1.8%	8	1.3%	250	2.2%
광주	5	1.3%	1	0.6%	11	1.8%	133	1.2%
그 외 지역	24	6.2%	6	3.7%	42	7.0%	862	7.7%
전체	386	100%	164	100%	602	100%	11,162	100%

□ 고성장기업의 고용 증가 기여도

2015년에서 2018년까지 분석대상 기업(11,162개)에서 51,511명의 고용이 증가하였다. 고용 증가인력의 지역별 비중을 살펴보면, 서울(65.5%), 경기(20.1%) 지역에서 고용이 증가하였으나, 광주 지역은 고용이 소폭 감소하였다.

지역별 고성장기업이 고용증가에 대한 기여도를 살펴보면, 서울은 고성장기업

이 38.8%, 가젤 기업이 8.3% 정도 기여한다. 대전의 경우 고성장기업이 총고용 증가 인력에서 차지하는 비중이 29.3%이고 가젤 기업은 14.8%로 타 지역에 비해 가젤 기업의 고용 창출 성과가 매우 높게 나타났다. 인천과 광주도 고성장 기업의 고용 창출 기여도가 37.0%, 31.5%로 매우 높다. 이처럼 지역의 일자리 창출을 위해서는 고성장기업을 집중적으로 육성하는 전략이 필요할 것으로 보인다.

〈표 3-60〉 지역별 고용 고성장기업의 고용창출 기여도(2015년-2018년)

구분	총고용순증합계		고성장_E		가젤_E		고용증가인력	
	고용증감	비중	고용증가인력	고용증가기여도	고용증가인력	고용증가기여도	고용증가인력	비중
서울	33,740	65.5%	23,358	38.8%	5,025	8.3%	60,253	68.2%
경기	10,362	20.1%	4,509	28.9%	1,438	9.2%	15,604	17.7%
대전	1,168	2.3%	740	29.3%	374	14.8%	2,523	2.9%
부산	436	0.8%	194	17.8%		0.0%	1,088	1.2%
대구	127	0.2%	122	15.5%	71	9.0%	785	0.9%
인천	408	0.8%	260	37.0%	10	1.4%	702	0.8%
광주	(119)	-0.2%	173	31.5%	44	8.0%	550	0.6%
그 외 지역	5,389	7.7%	3,263	10.0%	226	4.3%	6,797	7.7%
전체	51,511	100%	32,619	36.9%	7,188	8.1%	88,302	100%

나. 매출

□ 지역별 고성장기업 증가 추이

전국에서 소프트웨어 매출 고성장기업의 비중이 가장 높은 지역은 서울(69.1%)과 경기 지역(15.2%)이다. 가젤 기업의 비중도 역시 서울(66.0%), 경기(17.7%) 지역에 소재하는 기업이 많다. 이 두 지역은 전체 소프트웨어 기업의 지역별 분포에서도 가장 높은 비중을 차지하고 있어 고성장기업의 비중도 높다. 전체 소프트웨어 기업의 67.1%가 서울에 있지만, 고성장기업은 이보다 더 높은 69.1%가 서울 소재 기업이다. 경기지역도 전체 기업에서 차지하는 비중은 14.6% 이나, 고성장기업(15.2%)과 가젤 기업(17.7%)의 비중이 평균보다 높다.

〈표 3-61〉 지역별 매출 고성장기업의 분포_(2015년-2018년)

구분		고성장_R	가젤_R	일반기업	전체
서울	고성장 비중	69.1%	66.0%	66.9%	67.1%
	지역내 비중	10.7%	2.9%	86.3%	100%
경기	고성장 비중	15.2%	17.7%	14.5%	14.6%
	지역내 비중	10.8%	3.6%	86.4%	100%
대전	고성장 비중	4.5%	5.7%	4.4%	4.5%
	지역내 비중	10.4%	3.8%	85.4%	100%
부산	고성장 비중	2.8%	2.1%	2.7%	2.7%
	지역내 비중	11.1%	2.4%	86.5%	100%
대구	고성장 비중	1.2%	3.5%	2.3%	2.2%
	지역내 비중	5.7%	4.7%	89.6%	100%
광주	고성장 비중	1.2%	2.1%	1.6%	1.6%
	지역내 비중	8.0%	4.0%	88.0%	100%
인천	고성장 비중	0.8%	0.0%	1.0%	1.6%
	지역내 비중	7.8%	0.0%	92.2%	100%
그 외 지역	고성장 비중	5.9%	2.8%	7.6%	7.3%
	지역내 비중	11.2%	3.0%	85.7%	100%

〈표 3-62〉 지역별 매출 고성장기업 증가 추이(2012년-2018년)

구분	2012-2015	2013-2016	2014-2017	2015-2018
서울	67.0%	65.1%	67.8%	65.2%
경기	15.3%	15.9%	15.1%	15.1%
대전	4.6%	3.3%	3.3%	4.5%
부산	2.3%	3.0%	2.6%	2.6%
대구	2.3%	1.8%	2.0%	1.7%
광주	1.1%	1.0%	0.8%	1.4%
그 외 지역	7.4%	9.9%	8.4%	9.6%

〈표 3-63〉 지역별 매출 고성장기업의 매출증가 기여도

지역	고성장_R	가젤_R	고성장 합계
서울	48.3%	4.7%	52.9%
경기	38.7%	7.7%	46.4%
대전	43.3%	9.3%	52.5%
부산	46.8%	1.6%	48.4%
대구	25.5%	11.8%	37.3%
인천	27.6%	15.2%	42.9%
광주	50.9%	0.0%	50.9%
그 외 지역	54.5%	3.0%	57.4%
전체	46.2%	5.4%	51.6%

5. 고성장기업의 지속성

가. 고용

국내 고성장 소프트웨어 기업 중 2014년-2019년 동안 3개 코호트 기간 연속으로 고용 고성장기업의 현황을 살펴보면, 총 161개 기업 중 46.6%가 패키지소프트웨어 기업이다. 업력으로 보면 6년-15년 사이인 기업이 78.9%로 대부분을 차지하고 있고, 종사자 구간으로 보면 3 코호트 연속으로 고성장한 기업은 20인 이상 50인 미만 기업이 41.6%로 가장 많다. 매출 규모면에서도 10억 이상 50억 미만 기업(28.6%)이 가장 많다. 따라서 고용 고성장기업은 기업 규모가 작은 기업이 계속 고성장을 유지하고 있는 것을 알 수 있다.

〈표 3-64〉 2014년-2019년 연속 고용 고성장기업의 특성

구분		패키지SW		IT서비스		게임SW		인터넷SW		합계	
		기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중
기업 유형	대기업										
	중견기업					1	3.3%			1	0.6%
	중소기업	75	100.0%	38	100.0%	29	96.7%	18	100.0%	160	99.4%
업력	5년 이하	8	10.7%	4	10.5%	5	16.7%	4	22.2%	21	13.0%
	6-10년	49	65.3%	23	60.5%	19	63.3%	9	50.0%	100	62.1%
	11-15년	12	16.0%	6	15.8%	4	13.3%	5	27.8%	27	16.8%
	16-20년	3	4.0%	4	10.5%	2	6.7%			9	5.6%
	21-30년	3	4.0%	1	2.6%		0.0%			4	2.5%
매출 규모	10억 이하	3	4.0%							3	1.9%
	10억-49억	21	28.0%	13	34.2%	6	20.0%	6	33.3%	46	28.6%
	50억-99억	7	9.3%	1	2.6%	6	20.0%	2	11.1%	16	9.9%
	100억-499억	7	9.3%	3	7.9%	4	13.3%	3	16.7%	17	10.6%
	500억-999억	2	2.7%	2	5.3%	1	3.3%	2	11.1%	7	4.3%
	1천억 이상	1	1.3%	1	2.6%	2	6.7%	1	5.6%	5	3.1%
	1조 이상					1	3.3%			1	0.6%
	(비어 있음)	34	45.3%	18	47.4%	10	33.3%	4	22.2%	66	41.0%
종사자 구간	10명-19명	21	28.0%	5	13.2%	5	16.7%	3	16.7%	34	21.1%
	20명-49명	35	46.7%	19	50.0%	9	30.0%	4	22.2%	67	41.6%
	50명-99명	16	21.3%	11	28.9%	11	36.7%	6	33.3%	44	27.3%
	100명-299명	2	2.7%	2	5.3%	2	6.7%	2	11.1%	8	5.0%
	300명-999명			1	2.6%	2	6.7%	2	11.1%	5	3.1%
	1000명 이상	1	1.3%			1	3.3%	1	5.6%	3	1.9%

구분		패키지SW		IT서비스		게임SW		인터넷SW		합계	
		기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중
지역	서울	55	73.3%	30	78.9%	20	66.7%	9	50.0%	114	70.8%
	경기	6	8.0%	5	13.2%	9	30.0%	7	38.9%	27	16.8%
	대전	4	5.3%					1	5.6%	5	3.1%
	광주	2	2.7%	1	2.6%					3	1.9%
	인천	2	2.7%					1	5.6%	3	1.9%
	대구	1	1.3%			1	3.3%			2	1.2%
	충북	1	1.3%	1	2.6%					2	1.2%
	그 외 지역	4	5.3%	1	2.6%					5	3.1%
합계 (%)		75 46.6%	100.0%	38 23.6%	100.0%	30 18.6%	100.0%	18 11.2%	100.0%	161 100%	100.0%

나. 매출

국내 소프트웨어 고성장기업은 평균 업력이 6년~15년 사이의 기업이 약 74.6%로 가장 많다. 이는 제조업이나 타 산업의 고성장기업의 업력보다 짧다.

소프트웨어 고성장기업의 매출규모는 약 10억~50억(31.7%), 50억~100억(24.2%), 100억~500억(29.8%)으로 10억 이상 500억 이하인 기업이 전체의 85.7%를 차지하고 있다. 종사자 규모로 보면 10명 이상 100명 미만인 기업이 88.2%이다.

이와 같이 고용 측면과 매출 측면에서 대체로 업력이 짧고 기업 규모가 작은 기업일수록 지속적으로 고성장을 유지하고 있음을 알 수 있다. 따라서 창업 초기 고성장기업을 모니터링하면서 기업 성장의 위험 요인을 제거하고 스케일업할 수 있도록 지원해준다면 지속적인 고성장을 유지할 수 있을 것이다.

〈표 3-65〉 2013년-2018년 연속 매출 고성장기업의 특성

구분		패키지SW		IT서비스		게임SW		인터넷SW		합계	
		기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중	기업	비중
기업 유형	대기업	1	1.3%	2	3.7%				0.0%	3	1.9%
	중견기업	1	1.3%			1	7.1%	2	11.1%	4	2.5%
	중소기업	73	97.3%	52	96.3%	13	92.9%	16	88.9%	154	95.7%
업력	5년 이하	5	6.7%	4	7.4%			1	5.6%	10	6.2%
	6-10년	37	49.3%	27	50.0%	5	35.7%	5	27.8%	74	46.0%
	11-15년	20	26.7%	15	27.8%	8	57.1%	3	16.7%	46	28.6%
	16-20년	12	16.0%	5	9.3%			5	27.8%	22	13.7%
	21-30년	1	1.3%	3	5.6%	1	7.1%	4	22.2%	9	5.6%
매출 규모	10억 이하	1	1.3%			1	7.1%			2	1.2%
	10억 이상	25	33.3%	20	37.0%	3	21.4%	3	16.7%	51	31.7%
	50억 이상	17	22.7%	14	25.9%	4	28.6%	4	22.2%	39	24.2%
	100억 이상	24	32.0%	16	29.6%	4	28.6%	4	22.2%	48	29.8%
	500억 이상	5	6.7%	1	1.9%			2	11.1%	8	5.0%
	1천억 이상	3	4.0%	2	3.7%	2	14.3%	5	27.8%	12	7.5%
	1조 이상			1	1.9%					1	0.6%
종사자 구간	10명 이상	26	34.7%	19	35.2%	5	35.7%	4	22.2%	54	33.5%
	20명 이상	29	38.7%	20	37.0%	3	21.4%	4	22.2%	56	34.8%
	50명 이상	14	18.7%	10	18.5%	4	28.6%	4	22.2%	32	19.9%
	100명 이상	6	8.0%	4	7.4%	2	14.3%	5	27.8%	17	10.6%
	300명 이상							1	5.6%	1	0.6%
	1000명 이상			1	1.9%					1	0.6%
합계 (%)		75 46.6%	100%	54 33.5%	100%	14 8.7%	100%	18 11.2%	100%	161 100%	100%

제4절 소프트웨어 산업과 타 산업의 고성장기업 현황 비교

1. 글로벌 고성장기업 현황과 추이

가. 지난 25년간 산업별 고성장기업 비중 변화 추이

딜로이트는 매년 글로벌 500대 고성장기업을 선정하여 발표하고 있다.⁹⁾ 지난 25년간 글로벌시장의 산업의 성장과 하락을 파악하기 위하여 1995년부터 2019년까지 글로벌 테크기업 중 500대 고성장기업의 산업별 비중 추이를 아래 그림으로 나타내었다. 1995년에는 전체 500대 고성장기업 중 소프트웨어 및 디지털 기업이 차지하는 비중이 불과 27%에 불과하였다. 2000년대에는 인터넷 산업에서 고성장기업의 비중이 점차 증가하였고, 2015년부터 디지털콘텐츠/미디어 엔터테인먼트 산업에서 고성장기업의 비중이 증가하기 시작한다. 2019년에는 글로벌 500대 고성장기업 중 소프트웨어 및 디지털콘텐츠 산업의 비중이 78%에 이르게 된다.

한편 하드웨어/디바이스/네트워크 산업의 고성장기업의 비중은 점차 감소하고 있는 것을 확인할 수 있다. 1995년 하드웨어/디바이스/네트워크 산업에서 고성장기업으로 선정된 기업은 전체의 57%를 차지한다. 하지만 2019년에 이르러서는 전체 고성장기업의 10%만이 하드웨어/디바이스/네트워크 산업에 속한다.

최근의 ICT 산업의 주요 트렌드 중의 하나로 ‘소프트웨어가 하드웨어를 대체하고 있다’는 주장이 많아지고 있다¹⁰⁾. 시장이나 인력의 증가 추이를 살펴볼 때 소프트웨어 증가율이 하드웨어의 증가율을 능가하고 있다는 얘기이다. 딜로이트가 분석한 글로벌 고성장기업의 산업별 비중 추이에서도 이러한 트렌드를 확인할 수 있다.

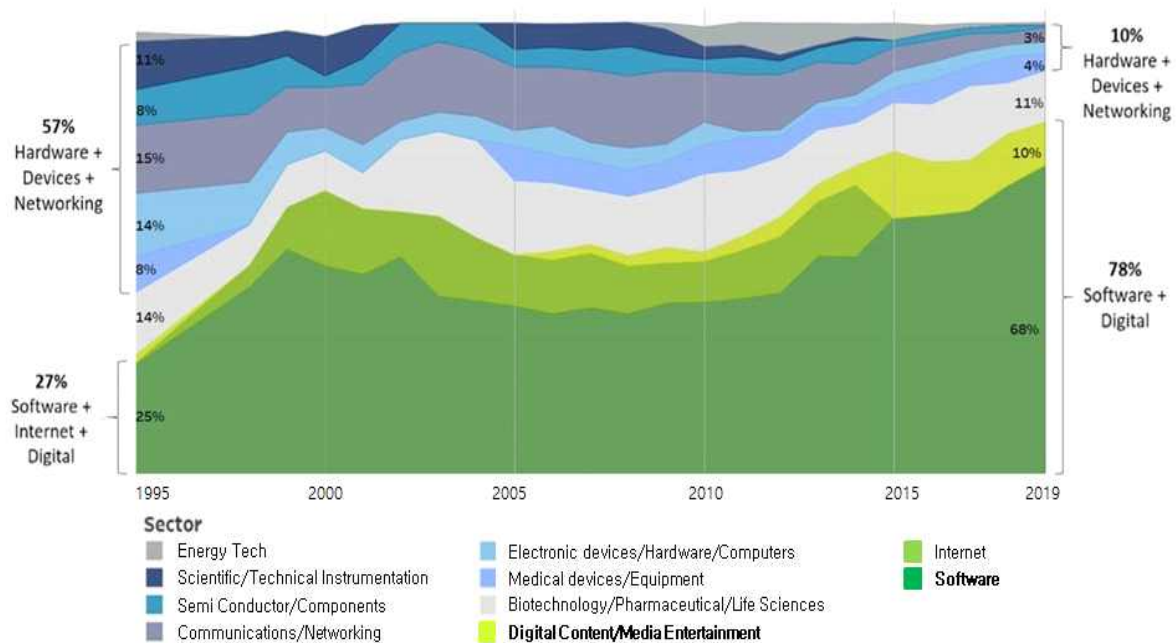
지난 25년 동안 글로벌 500대 고성장기업 중 소프트웨어 및 디지털 산업의 비중은 51%p 증가한 반면, 하드웨어/디바이스/네트워크 산업의 비중은 △47%p

9) Deloitte Technology Fast 500은 2019년 25주년이 되는 북미(미국 및 캐나다)의 주요 기술상 프로그램으로 2015년부터 2018년까지의 매출성장률을 기준으로 가장 빠르게 성장하는 테크, 미디어, 통신, 생명과학, 에너지 기술 회사의 순위를 제공한다. 또한 Technology Fast 500 인정을 받으려면 회사가 소유한 지적재산권이나 기술을 보유하여야 한다.

10) 미국 소프트웨어협회(BSA | The Software Alliance), ‘Software 2018’.

감소하였다. 전체적으로 소프트웨어 및 디지털 산업이 급성장하고 있고, 그 속에서 기업들도 고성장하는 기업의 비중이 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

〈그림 3-5〉 글로벌 500대 고성장기업의 산업별 비중 추이(1995-2019)



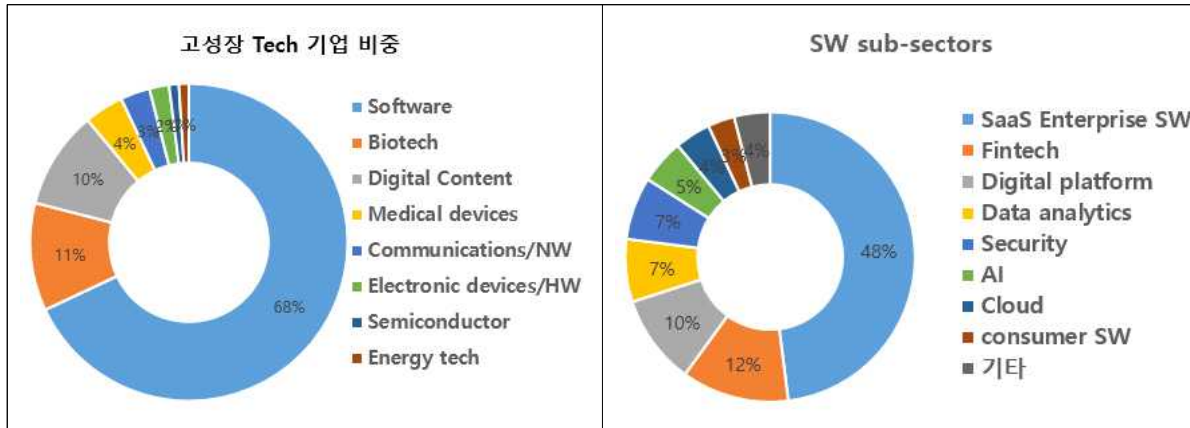
* 출처 : Deloitte(2019), Technology Fast 500.

나. 2019년 고성장기업 현황

딜로이트에서 선정한 2019년 글로벌 500대 기업 중 고성장기업이 어떤 기업인지 좀 더 구체적으로 살펴보자. 2019년 선정된 고성장기업 중 소프트웨어 기업은 약 68%(343개)이다. 두 번째로 고성장기업의 비중이 높은 산업은 바이오테크 산업으로 전체의 11%를 차지한다. 그리고 최근에 급부상한 디지털 콘텐츠 기업의 비중이 10%로 소프트웨어와 디지털 콘텐츠 기업을 합하면 78%이다.

소프트웨어 산업 중 세부 업종을 구분해보면 고성장기업의 48%가 SaaS를 포함한 기업용 소프트웨어 업종이다. 그 다음이 핀테크(12%), 디지털 플랫폼(10%), 데이터 분석(7%), 보안(7%), 인공지능(7%) 순이다. 소프트웨어 고성장기업 중 기업용 소프트웨어의 강세가 여전하지만, 핀테크, 데이터 분석, 인공지능 등 신기술 소프트웨어 기업의 성장세가 점차 두드러지고 있는 추세이다.

〈그림 3-6〉 2019 글로벌 500대 고성장 기술기업의 산업별 분포



* Deloitte(2019), '2019 Technology Fast 500' .

2019년 선정된 글로벌 500대 고성장기업 중 가장 빠르게 성장하는 기업 top 10 기업 중 8개 기업이 소프트웨어 기업이다. 8개 회사는 UiPath, AuditBoard , Outreach, iLearningEngines, Urgently, SentinelOne, Wibbitz 및 LendingPoint이다. 지난 3년간 가장 매출성장률이 높은 UiPath의 로봇공정자동화(RPA) 소프트웨어 회사로 2019년 포브스가 선정한 Forbes 2019 Cloud 100에서 3위를 차지하기도 하였다.

〈표 3-66〉 Deloitte의 2019 Technology Fast 500 Top 10 기업

순위	기업명	산업	성장률 (‘15-’18)	도시
1	UiPath	Software	37,458%	New York
2	Sarepta Therapeutics, Inc	Biotechnology/ pharmaceutica	23,925%	Cambridge
3	AuditBoard	Software	16,682%	Los Angeles
4	Outreach	Software	16,069%	Seattle
5	iLearningEngines, Inc.	Software	15,846%	Bethesda
6	Urgently	Software	11,624%	Vienna
7	SentinelOne	Software	10,275%	Mountain View
8	Wibbitz	Software	9,083%	New York
9	LendingPoint	Software	8,813%	Kennesaw
10	Fortress Biotech, Inc.	Biotechnology/ pharmaceutica	8,463%	New York

2. 국내 산업별 고성장기업 현황과 추이

이제까지 소프트웨어 산업의 기간별 고성장기업의 증가 추이를 살펴보았다. 이러한 소프트웨어 산업의 고성장 추이가 국내 기업의 일반적인 추세와는 어떻게 다른지를 살펴보기 위하여 타 산업의 고성장기업 비중과 증가 추이를 비교해보았다.

〈표 3-67〉 산업별, 기간별 고성장기업의 비중(단위 : %)

구분	고성장기업 분류기준 ¹⁾	고성장 기업 비중(%)		
		C2(2013-2016) ²⁾	C3(2014-2017)	C4(2015-2018)
전체	매출&고용	1.9	2.1	2.0
	고용	3.5	3.5	3.5
	매출	8.5	9.7	8.9
제조업	매출&고용	1.7	1.9	1.8
	고용	3.3	3.4	3.3
	매출	8.0	9.3	8.7
정보통신업	매출&고용	3.4	3.5	3.8
	고용	5.3	5.5	5.8
	매출	11.9	12.7	12.5
소프트웨어산업	매출&고용	4.1	4.3	4.6
	고용	6.3	7.0	5.1
	매출	12.3	13.1	13.7

* 자료 : 통계청(2019), 기업생멸행정통계, 단 소프트웨어 산업은 본 연구에서 분석한 결과임

주1) 고성장 기업 기준은 종사자 10인 이상의 기업으로 3개년 평균 고용 혹은 매출액이 20% 이상 증가한 기업을 의미(가젤 기업 포함)하며 매출&고용 고성장 기업은 매출 고성장 기업인 동시에 고용 고성장인 기업을 의미한다.

주2) 분석 기간은 3개년 기업 성과를 대상으로 하므로 2016년은 2013-2016년, 2017년은 2014-2017년, 2018년은 2015-2018년을 대상으로 한다.

소프트웨어 산업은 고용, 매출, 고용 및 매출 세 가지 분석기준 모두에서 타 산업보다 고성장기업의 비중이 높은 것으로 나타났다. 국내 산업 전체 평균이 2018년 기준 고용 부문이 3.5%, 매출 부문이 8.9%인데 반해, 소프트웨어 산업은 고용 부문이 5.0%, 매출 부문이 13.7%로 상대적으로 매우 높다. 고용 및 매출 고성장기업도 2018년 기준으로 소프트웨어 기업이 4.6%로 전체 산업 평균인 2.0%, 제조업 평균인 1.8%, 정보통신업 평균인 3.8%보다도 높은 것을 알 수 있다.

제4장 국내 소프트웨어 고성장기업의 특성

제1절 고성장기업과 성장성

제3장에서는 국내 소프트웨어 산업의 성장에서 고성장기업의 현황과 성장 추이를 살펴보고, 고성장기업이 산업 전체의 고용과 매출 증가에 미치는 영향을 살펴보았다. 2012년부터 2018년까지 4개의 코호트별로 분석한 고성장기업의 고용성장 및 매출 성장기여도를 볼 때 앞으로 국내 소프트웨어 산업의 성장과 일자리 창출을 가속화하기 위해서는 성장잠재력이 높은 고성장기업을 집중적으로 육성할 필요가 있다. 이를 위해서는 기 성과를 달성한 고성장기업은 어떤 요인에 의해 고성장할 수 있었는지를 파악하기 위하여 주요 요인별로 정량적인 분석을 한다.

기업의 성장 전략과 성공 요인은 기업마다 매우 다양하여 몇 가지 유형으로 일반화하기는 어렵다. 하지만 그동안 고성장기업의 성과가 어떠한 특성을 지니는지를 살펴보고 고성장기업이 일반기업과 차별되는 성과를 달성할 수 있는지에 대한 시사점을 찾고자 한다. 고성장기업과 일반기업의 성과 차이를 비교하기 위하여서는 기업의 성장성, 수익성, 혁신성, 그리고 글로벌 지향성의 4가지 측면을 중심으로 고성장기업의 역량을 진단하고, 이러한 요인들이 기업의 고성장 성과와 상관관계가 있는지를 분석하였다.¹¹⁾

1. 고성장기업과 일반기업의 매출증가율 비교

고성장기업과 일반기업의 성과 차이를 비교하기 위하여서는 2013년-2018년 사이의 분석 기간별 평균 매출 증가율을 비교해보았다. 2013년-2016년 고성장기업의 평균 매출 증가율이 39.3%였다. 2015년-2018년에도 이러한 추세가 계속되어 고성장기업의 연평균 매출 증가율이 38.6%로 높고, 가젤 기업은 평균 매출액의 규모는 비교적 작으나 매출성장률은 83.4%로 매우 높다. 반면, 일반기업은 평균 매출액 규모가 비교적 크나 연평균매출성장률은 6.5%에 불과하여 성장

11) 본 연구에서는 고성장기업을 고용 측면과 매출 측면으로 구분하여 분석하였다. 기업의 혁신성과와 고성장기업의 성과의 상관관계를 분석한 결과 대부분의 요인에서 고용 고성장과의 유의미한 상관관계가 있지 않아, 본 연구에서는 매출 고성장 기업을 중심으로 기업의 특성을 비교한다.

성 측면에서는 고성장기업과 가젤 기업보다 낮은 특성이 있다.

이러한 결과는 고성장기업의 분류기준 자체가 매출성장률을 기준으로 하므로 고성장기업이 일반기업보다 성장률이 높은 것은 당연한 결과라 할 수 있다.

〈그림 4-1〉 고성장기업과 일반기업의 평균 매출증가율 비교(2015-2018)



〈표 4-1〉 고성장기업과 일반기업의 매출증가율(CAGR) 비교

기업유형	C1(2013-2016)		C2(2014-2017)		C3(2015-2018)	
	연평균 매출증가율	매출증가 기여 비중	연평균 매출증가율	매출증가 기여 비중	연평균 매출증가율	매출증가 기여 비중
고성장_R	39.3%	41.3%	37.1%	52.7%	38.6%	46.2%
가젤	71.5%	14.3%	63.1%	8.1%	83.4%	5.4%
일반 기업	5.5%	44.4%	6.2%	39.2%	6.5%	48.4%

제2절 고성장기업과 수익성

기업의 성장과 수익성은 어떤 관계가 있는지 살펴보기 위하여 영업이익과 영업이익률을 중심으로 고성장기업과 일반기업의 수익성을 분석하였다.

1. 영업이익

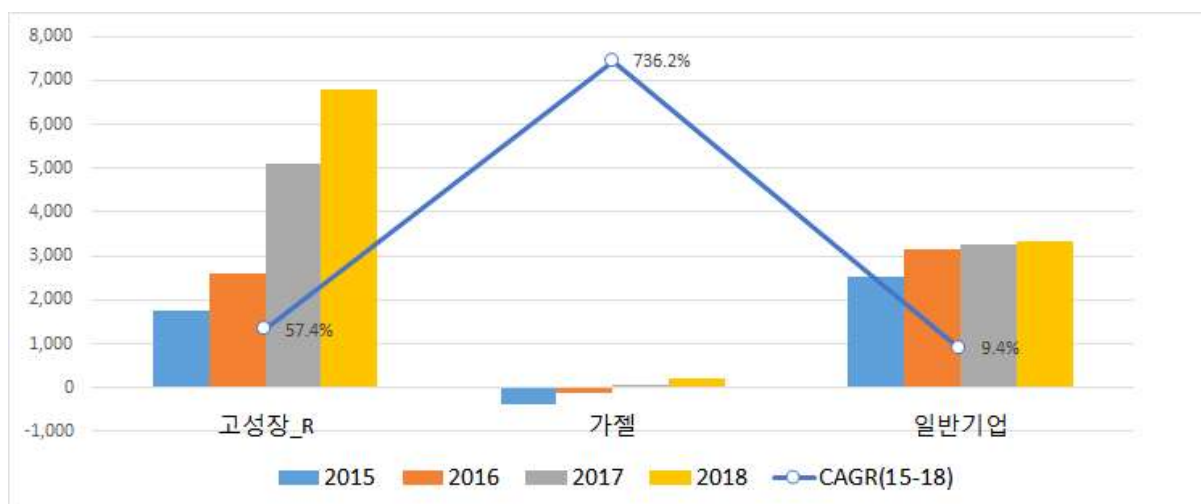
기업의 성장유형별 영업이익의 증가 추이를 비교해보았다. 매출 고성장기업의 평균 영업이익 증가율은 57.4%이고, 예비 고성장기업의 영업이익의 증가율은

25.4%이다. 매출 감소기업은 영업이익도 감소하고 있어 3개년 평균 영업이익이 △49.3% 하락하였다. 한편 가젤 기업은 영업이익이 적자에서 흑자로 전환하여 736.2%의 높은 증가율을 나타내고 있다. 고성장기업은 일반기업과 비교할 때 영업이익증가율이 6배 이상 높다. 이러한 분석결과를 통해 알 수 있는 것은 기업의 매출 성장은 영업이익을 증가와 밀접한 상관관계가 있다고 할 수 있다.

〈표 4-2〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익 비교(단위 : 백만원)

기업유형	2015	2016	2017	2018	CAGR(15-18)
고성장_R	1,743	2,597	5,110	6,800	57.4%
예비고성장_R	447	645	746	881	25.4%
성장_R	1,459	1,976	2,245	2,366	17.5%
감소_R	634	522	279	83	-49.3%
가젤	(388)	(134)	64	196	736.2%
합계	1,099	1,423	1,752	1,943	20.9%

〈그림 4-2〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익과 영업이익증가율 비교



2. 영업이익률 비교

고성장기업과 기업의 영업이익률과의 상관관계를 살펴보면 유의미한 상관관계가 있다고 보기 어렵다. 이는 기업의 경영활동에서 고성장하는 기업일수록 기업 확장 및 투자의 비중이 높아 실질적인 영업이익률이 낮아지는 경우가 많

으므로 고성장기업과 영업이익률은 상관관계가 매우 유의미하지 않다.

〈표 4-3〉 고성장기업과 일반기업의 평균 영업이익률 비교

기업유형	2015	2016	2017	2018
고성장_R	13.3%	14.6%	18.8%	19.5%
예비고성장_R	6.4%	7.8%	8.0%	8.5%
성장_R	8.6%	10.7%	11.2%	11.0%
감소_R	5.6%	4.9%	2.9%	1.0%
가젤	-23.2%	-3.0%	0.9%	1.9%
합계	8.1%	9.6%	10.7%	11.0%

제3절 고성장기업과 혁신성(2015-2018)

글로벌 테크 기업에서 고성장하는 기업들은 유망한 시장수요에 신속히 대응하고 연구개발 투자와 같은 혁신 투자 비중을 크게 늘리는 기업들에서 많이 나타난다. 국내 소프트웨어 산업에서 고성장기업과 기업의 혁신성과는 어떤 관련성이 있는지 살펴보았다. 기업의 혁신성과를 측정할 수 있는 요인으로 연구개발투자 및 연구개발 집약도, 그리고 디지털 전환의 동인이 되는 디지털 신기술을 기반으로 하는 신사업 추진 정도를 중심으로 고성장기업과 일반기업의 차이를 분석하였다.

1. 연구개발 투자

기업의 평균 연구개발 투자 추이와 기업의 성장 유형을 비교 분석한 결과, 고성장기업일수록 평균 연구개발투자 증가율이 높다. 고성장기업과 가젤 기업의 3개년 평균 연구개발 투자증가율이 25.1%, 47.9%로 일반기업보다 높다. 이는 연구개발투자 증가율과 기업의 매출 증가율과 중장기적으로 상관관계가 높다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-4〉 고성장기업과 일반기업의 평균 연구개발비 비교(단위 : 백만원)

기업유형	2015	2016	2017	2018	CAGR(15-18)
고성장_R	1,066	1,266	1,914	2,085	25.1%
예비고성장_R	923	1,192	1,259	1,402	14.9%
성장_R	1,323	1,534	1,753	2,043	15.6%
감소_R	760	754	761	810	2.2%
가젤	331	777	1,341	1,069	47.9%
합계	1,009	1,148	1,333	1,495	14.0%

〈그림 4-3〉 고성장기업과 일반기업의 평균 연구개발투자 증가 추이



2. 연구개발 집약도

기업의 성장 유형과 기업의 평균 연구개발 집약도의 상관관계는 높지 않은 것으로 나타났다. 특히 가젤 기업이나 스타트업의 경우 초기 투자비용이 높지만, 이것이 단기간에 매출 성장으로 실현되지 못하는 경우가 많기 때문이다.

〈표 4-5〉 고성장기업과 일반기업의 연구개발집약도 비교

기업유형	2015	2016	2017	2018
고성장_R	48.3%	13.8%	11.5%	15.5%
예비고성장_R	12.6%	13.6%	13.9%	11.9%
성장_R	34.5%	28.8%	43.5%	13.8%
감소_R	12.1%	20.1%	18.6%	21.0%
가젤	287.0%	16.7%	17.1%	12.4%
합계	31.8%	22.6%	28.4%	16.2%

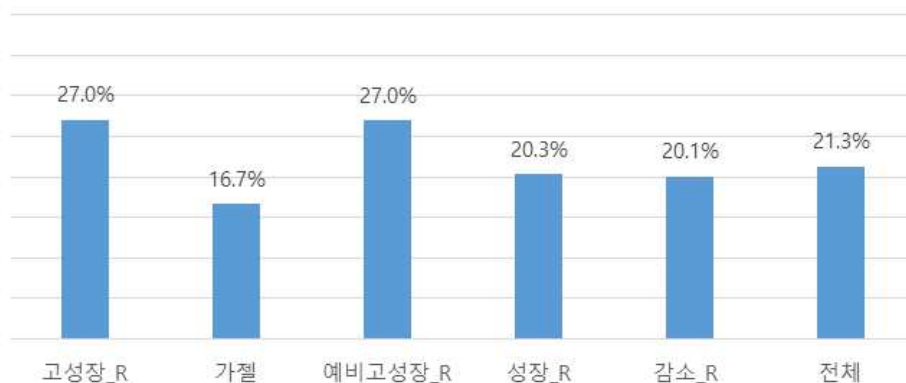
3. 신사업 추진

가. 신사업 추진 여부

기업의 혁신성을 진단하는데 중요한 지표가 유망한 시장수요를 미리 파악하고 시장 선점을 위해 신기술 및 신사업에 투자하는 신사업 추진 여부이다. 특히 전 산업에서 소프트웨어 신기술을 주요 동인으로 하여 디지털 전환 가속화가 진행되고 있어 소프트웨어 기업의 디지털 신기술 사업 추진 여부는 향후 기업의 성장과 밀접한 관련이 있다고 볼 수 있다.

2015년-2018년 매출 고성장기업 분석 대상을 중심으로 기업의 성장유형별 신사업 추진 여부를 살펴본 결과, 고성장기업과 예비고성장기업이 신사업을 추진하는 비율이 27.0%로 전체 평균(21.3%)보다 비교적 높았다. 가젤 기업 중에서 신사업을 추진하는 기업은 16.7%로 매우 낮게 분석되었다. 이는 신사업에 투자하는 기업들이 대체로 기업 규모가 큰 기업을 중심으로 이루어지기 때문에 업력이 짧은 가젤 기업의 비중이 낮다.

<그림 4-4> 고성장기업과 일반기업의 신사업 추진 여부



주1) 기업성장유형은 2015년-2018년 3개년 매출액 기준 분류

주2) 신사업 추진 기업의 비중은 전체 분석 대상 기업 대비 신사업 추진 기업의 비중

〈표 4-6〉 고성장기업과 일반기업의 신기술 사업 추진 여부

기업 유형	신사업 추진		신사업 미추진		합계
	추진 기업	비중	추진 기업	비중	
고성장_R	139	27.0%	375	73.0%	514
가젤_R	25	16.7%	125	83.3%	150
예비고성장_R	96	27.0%	260	73.0%	356
성장_R	470	20.3%	1,846	79.7%	2,316
감소_R	306	20.1%	1,219	79.9%	1,525
합계	1,036	21.3%	3,826	78.7%	4,862

신사업을 추진한 기업들을 중심으로 기업의 성장유형별 분포를 살펴보면, 대부분의 신사업은 ‘성장_R’ 기업의 비중이 40% 이상으로 가장 높다. 인공지능(AI), VR/AR 분야에서 고성장기업의 비중이 상대적으로 높은데 인공지능 사업을 추진하는 기업 중 기업 규모가 크고 안정적인 기업군이 성장 기업(49.6%) 다음으로 고성장기업의 비중이 19.3%(가젤 포함)로 높다. 그리고 VR/AR 사업을 추진하는 기업 중 고성장기업의 비중은 23.3%(가젤 포함)로 비교적 높은 편이다.

〈표 4-7〉 기업성장 유형별 신기술 사업 추진 현황

기업 유형	Cloud	Big Data	IoT	AI	VR/AR	융합 신서비스	블록체인	데이터
고성장_R	78	56	39	39	28	16	16	37
	13.2%	15.2%	14.0%	16.7%	20.4%	20.0%	14.0%	13.2%
가젤_R	11	11	3	6	4	2	4	10
	1.9%	3.0%	1.1%	2.6%	2.9%	2.5%	3.5%	3.6%
예비고성장_R	60	30	26	21	7	1	2	35
	10.2%	8.2%	9.3%	9.0%	5.1%	1.3%	1.8%	12.5%
성장_R	268	176	125	116	61	37	53	111
	45.3%	47.8%	44.8%	49.6%	44.5%	46.3%	46.5%	39.5%
감소_R	174	95	86	52	37	24	39	88
	29.4%	25.8%	30.8%	22.2%	27.0%	30.0%	34.2%	31.3%
합계	591	368	279	234	137	80	114	281
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

나. 신사업 진출 정도

기업의 신사업 추진 여부와 더불어 신사업의 추진 정도, 즉 혁신 신기술을

활용하여 비즈니스에 접목하는 신사업 분야의 개수를 기준으로 기업의 신사업 추진 정도를 진단하였다. 전체적으로 기업 규모가 작은 소기업보다는 기업 규모가 큰 기업들이 신기술을 기업혁신 및 비즈니스 창출에 활용하는 정도가 높다.

신사업을 추진하는 대다수 기업(51.2%)이 1개 분야의 신사업을 추진하고 있고, 2개-3개의 신기술 관련 사업을 추진하는 기업이 34.1% 정도이며 4개 이상의 신기술을 접목하여 신사업을 추진하는 기업은 14.8%이다. 4개 이상의 신사업을 추진하는 기업 중 고성장기업인 경우가 19.4%로 일반기업보다 상대적으로 비중이 높다.

〈표 4-8〉 고성장기업과 일반기업의 신사업 진출 수

기업 유형	신사업 진출 수(단위 : 개)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
고성장_R	42.4%	25.9%	12.2%	10.1%	5.0%	4.3%		
가젤_R	40.0%	32.0%	20.0%	4.0%	4.0%			
예비고성장_R	52.1%	26.0%	8.3%	9.4%	4.2%			
성장_R	52.8%	20.4%	12.3%	6.2%	4.9%	2.6%	0.9%	
감소_R	53.3%	20.6%	12.1%	9.8%	2.6%	1.3%		0.3%
합계	51.2%	22.0%	12.1%	8.0%	4.2%	2.1%	0.4%	0.1%

〈표 4-9〉 고성장기업과 일반기업의 신사업 추진 정도

기업 유형	신사업 추진 1개	신사업 추진 2개 - 3개	신사업 추진 4개 이상
고성장_R	42.4%	38.1%	19.4%
가젤_R	40.0%	52.0%	8.0%
예비고성장_R	52.1%	34.4%	13.5%
성장_R	52.8%	32.8%	14.5%
감소_R	53.3%	32.7%	14.1%
합계	51.2%	34.1%	14.8%

제4절 고성장기업과 글로벌 역량

협소한 국내 소프트웨어 시장의 한계로 기업이 지속 성장하기 위해서는 글로벌시장으로 진출하는 전략이 필요하다. 기업의 성장과 글로벌 진출 역량의 상관관계는 어떠한지 살펴보자. 기업의 글로벌 역량을 진단하기 위하여 기업

의 해외 진출 여부와 수출 증가 추이를 분석하였다.

1. 수출 경험

수출 경험이 있는 기업 중 2015년-2018년 매출 고성장 분석대상 기업에 속하는 기업은 424개이다. 이 중 고성장기업과 가젤 기업의 비중이 2015년 16.5%에서 2018년 17.4%로 소폭 증가하였다. 해외 진출 기업 중 가장 높은 비중을 차지하는 ‘성장’ 기업 중 해외 진출 기업은 소폭 감소하고 있다. 해외 진출 경험이 있는 기업 수의 증가율을 보면 가젤 기업(8.7%)과 고성장기업(7.0%)의 성장률이 가장 높다.

〈표 4-10〉 고성장기업과 일반기업의 수출기업 비중

기업유형	2015	2016	2017	2018	CAGR(15-18)
고성장_R	53	63	65	65	7.0%
	14.6%	14.5%	14.6%	15.3%	
가젤	7	9	8	9	8.7%
	1.9%	2.1%	1.8%	2.1%	
예비고성장_R	20	21	26	23	4.8%
	5.5%	4.8%	5.8%	5.4%	
성장_R	166	191	198	189	4.4%
	45.9%	44.0%	44.4%	44.6%	
감소_R	116	149	149	138	6.0%
	32.0%	34.3%	33.4%	32.5%	
합계	362	434	446	424	5.4%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

2. 수출액 증가 추이

2015년-2018년 사이의 기업의 성장유형별 수출액 증가 추이를 살펴본 결과, 기업의 매출 성장 유형과 수출증가율과는 밀접한 상관관계가 있음을 확인하였다. 고성장기업은 3개년 연평균 수출 증가율이 34.6%, 가젤 기업은 190.8%로 매우 높은 성장률을 나타내고 있는 반면, 매출이 점차 감소하고 있는 ‘감소’ 기업군에 있는 기업의 수출 증가율은 △13.6%로 하락하고 있다. 따라서 국내 소프트웨어 기업이 지속적으로 고성장하기 위해서는 해외 수출 역

량을 강화하는 것이 중요하다.

〈표 4-11〉 고성장기업과 일반기업의 수출 증가 추이(2015-2018)

기업유형	2015	2016	2017	2018	CAGR(15-18)
고성장_R	19,021	17,228	30,852	46,340	34.6%
가젤	642	2,236	4,325	15,780	190.8%
예비고성장_R	13,265	25,690	20,769	18,911	12.5%
성장_R	51,885	53,055	61,615	66,667	8.7%
감소_R	7,828	6,012	4,754	5,040	-13.6%
합계	29,496	28,501	34,204	39,336	10.1%

주) 해외수출액은 기업의 평균 수출액 기준임

〈그림 4-5〉 고성장기업과 일반기업의 수출 증가 추이



제5절 고성장 기업과 고용창출효과

소프트웨어 산업에서의 매출 고성장기업의 일자리 창출효과에 대해 분석한 결과, 매출 고성장기업은 산업 전체의 매출 증대뿐 아니라 고용 증가에 대해서도 크게 기여하고 있음을 확인할 수 있었다. 기업의 매출 규모가 증가하면 고용 규모도 크게 증가하여 매출증가율과 고용증가율은 상관관계가 높은 요인이다. 특히 인력이 보유하고 있는 기술과 지식이 기업의 생산성을 좌우하는 소프트웨어 산업의 경우 더 밀접한 상관관계가 있을 것으로 보인다.

2013년-2018년 분석기간 코호트별로 매출 고성장기업의 고용증가에 대한 기여도를 살펴보면, 전체 기업에서 고성장 기업(고성장 및 가젤 기업)의 고용

창출 기여도는 점차 증가한다. 2013년-2016년 기간 동안 고성장 기업의 고용 창출 기여도는 40.6%이었으며 2015년-2018년의 고용 창출 기여도는 48.9%로 8.3%p 증가하였다. 2013년-2016년 기간 동안 고용 창출에 가장 크게 기여한 기업 유형은 성장_R 기업으로 고용창출분의 41.7%를 차지하고 있으며 2015년-2018년 기간에는 전체 고용 창출의 34.5% 정도로 7.2%p 감소하였다.

따라서 고용 혹은 매출 고성장기업은 일자리 창출에 결정적인 역할을 하고 있고 지속적인 고성장세를 유지하면서 고용창출 가능성이 더욱 증가한다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-12〉 매출 고성장기업의 고용창출 기여도

기업유형	C2('13-'16)	C3('14-'17)	C4('15-'18)	증감(C4-C2)
고성장_R	35.7%	35.7%	43.9%	8.2%p
가젤_R	4.9%	3.8%	5.1%	0.2%p
예비고성장_R	7.9%	6.7%	6.4%	-1.5%p
성장_R	41.7%	42.8%	34.5%	-7.2%p
감소_R	9.8%	11.0%	10.2%	0.4%p
고성장 합계	40.6%	39.5%	48.9%	8.3%p

제5장 소프트웨어 고성장기업의 성장 전략과 애로 사항

본 연구에서는 국내 소프트웨어 산업의 고성장기업의 현황과 특성에 대한 정량적인 분석과 함께 고성장기업 대상 심층 인터뷰를 통해 기업의 성장 전략과 성공 요인을 조사하고, 국내 시장 환경에서 소프트웨어 기업들이 성장하는 과정에서 겪는 애로사항을 조사하였다.

제1절 조사 대상과 조사 내용

본 연구의 조사대상은 4장에서 분석한 소프트웨어 기업 중 고성장기업, 예비고성장기업, 가젤 기업을 분석한 기업 풀(pool)에서 성장단계(가젤, 예비고성장, 고성장), 규모(스타트업, 중소기업, 중견기업, 대기업), 업종(패키지SW, IT서비스, 게임SW, 정보서비스 등), 지역 등을 고려해서 심층 인터뷰 대상을 추출하였다. 이와 더불어 2019년 과학기술정보통신부에서 추진하는 ‘고성장 클럽 200’ 사업의 지원대상 기업으로 선정된 기업을 본 조사대상에 포함시켰다. 심층 인터뷰는 기업의 성장 전략을 파악하기 위한 조사로서 기업의 경영진과 임원진들을 대상으로 한다. 따라서 고성장기업으로 선정되었으나, 일정상 인터뷰에 응하지 못한 기업들이 다수 있어 실제 심층 인터뷰를 완료한 기업은 총 46개 기업이다. 구체적인 인터뷰 대상 기업은 다음과 같다.

〈표 5-1〉 심층인터뷰 대상

No.	기업명	산업 구분	주요 제품/서비스	고용	매출
1	가이온	패키지SW	빅데이터 분석 관리	고성장_E	고성장_R
2	그로비스인포텍	IT서비스	전사적 보안관리 솔루션, 웹저작 도구	예비고성장	
3	뉴인	IT서비스	이러닝/소셜러닝 솔루션	고성장_E	
4	닷밀	패키지SW	미디어/홀로그램 퍼포먼스	가젤_E	가젤_R
5	듀얼에스디	IT서비스	DB 암호화 솔루션/서비스	고성장_E	예비고성장
6	링크프라이스	정보서비스	검색광고	고성장_E	고성장_R
7	매드오카	게임SW	게임	가젤_E	
8	세림티에스지	IT서비스	전자정부 클라우드 솔루션	예비고성장	고성장_R

No.	기업명	산업 구분	주요 제품/서비스	고용	매출
9	셀빅	게임SW	AR 게임	고성장_E	고성장_R
10	수아랩	패키지SW	딥러닝 기반 머신비전 SW	가젤_E	가젤_R
11	슈어소프트테크	패키지SW	SW 시험&검증 솔루션	고성장_E	고성장_R
12	식신	패키지SW	모바일식권,맛집정보 서비스	예비고성장	
13	씨제이올리브네트웍스	IT서비스	H&B 유통과 IT 서비스	고성장_E	고성장_R
14	씨케이엔비	패키지SW	디지털 워터마킹, 콘텐츠 검색 솔루션	고성장_E	고성장_R
15	알엔웨어	IT서비스	영상/음성 콘텐츠 무선 전송	예비고성장	예비고성장
16	에어로마스터	IT서비스	항공기 탑재/관제 SW	고성장_E	고성장_R
17	에이에스디코리아	게임SW	기업용 클라우드 솔루션	고성장_E	
18	우리엘소프트	IT서비스	공항/항공사용 서비스	고성장_E	예비고성장
19	원소프트다임	패키지SW	모바일 헬스케어 제품/서비스	고성장_E	
20	이노덱	패키지SW	디지털 CCTV	고성장_E	예비고성장
21	이든티앤에스	IT서비스	IT인프라, 디지털플랫폼 솔루션, RPA/웍트로닉스	고성장_E	고성장_R
22	이즈파크	패키지SW	성과관리, 스마트팩토리	예비고성장	고성장_R
23	인재아이엔씨	IT서비스	SI & 클라우드 솔루션		고성장_R
24	조아라	정보서비스	웹 소셜 연재 플랫폼	고성장_E	고성장_R
25	지오맥스소프트	패키지SW	GIS 기반 솔루션	예비고성장	고성장_R
26	카카오게임즈	게임SW	PC/모바일 게임	가젤_E	가젤_R
27	카카오페이지	정보서비스	콘텐츠 플랫폼	고성장_E	고성장_R
28	타임소프트	패키지SW	전자정부 플랫폼	고성장_E	예비고성장
29	텔레컨스	IT서비스	자동차 OEM 내비게이션 시스템 SW	고성장_E	고성장_R
30	티쓰리큐	IT서비스	빅데이터 및 AI 플랫폼	고성장_E	고성장_R
31	포켓메모리	게임SW	AR/VR/AI 콘텐츠 및 솔루션		가젤_R
32	프론티스	패키지SW	자동차/전자 부품/장치의 초고속수명시험 솔루션	고성장_E	고성장_R
33	피엔아이시스템	IT서비스	VR 토탈 솔루션	예비고성장	고성장_R
34	피플카쉐어링	패키지SW	공유차량 서비스	가젤_E	가젤_R
35	휴네시온	패키지SW	네트워크 보안 솔루션	고성장_E	예비고성장

No.	기업명	산업 구분	주요 제품/서비스	고용	매출
36	포티투마루	정보서비스	딥러닝 기반 검색		
37	마이발렛	패키지SW	주차관리 앱		
38	망고슬래브	패키지SW	아날로그/디지털 메모 통합, 네모닉 프린터		
39	아이티스노우볼	IT서비스	온라인 영어학습/시험관리/학원관리		
40	애플포스터	패키지SW	스마트워치 페이스 디자인 툴		
41	알라팩토리	패키지SW	음악 코드 분석 앱		
42	에스케이인포섹	패키지SW	정보보안 솔루션		
43	팀엘리시움	정보서비스	인체 근골격계 측정 기기/SW		
44	포위즈시스템	패키지SW	스마트기술/솔루션 기반의 IT서비스		
45	피즐리소프트	IT서비스	네트워크 보안 기기/SW		
46	한전케이디엔	IT서비스	전력 ICT 솔루션		

고성장기업은 특정 시점에 기업이 보유한 인적/물적/지적/금전적 자원과 같은 투입 요소에 여러 가지 혁신 활동을 적용해서 높은 매출성장률과 고용성장률을 달성한 것으로 본다. 심층 인터뷰에서 조사한 내용은 고성장기업의 일반현황과 투입 및 성과, 혁신유형별 성공 요인, 내부 및 외부 환경 요소, 당면 애로사항 및 향후 위협요인, 고성장 기업육성을 위한 정책 제안 등에 관한 것이다.

〈표 5-2〉 심층 인터뷰의 조사 내용

항목		세부 항목
일반현황		• 업종, 기업체 유형, 임무/비전, 업력(age), 규모, 직원 수, 자본금, 제품/서비스 등
투입/성과		• R&D 투자, CEO 특성, 매출/수출액, 고용률, 시장점유율, 소비자/고객 평판 등
혁신 유형	제품혁신	• 기능/성능, 고객경험, 가격, 품질
	역량혁신	• 핵심기술(R&D 활동 및 투자, IP), 핵심자산(인력, HW, SW, 자금)
	유통혁신	• 시장(규모/성숙도/경쟁), 유통채널(B2C, B2B, B2G), 고객관리방식
	가치혁신	• 임무/비전, 경영목표, 차년도 이후 전망, 신사업 등
	운영혁신	• 업무 프로세스(예: 표준화, 정보화), 조직구조(예: 계층적, 네트워크)
성공 요인과 정책 제안		• 성공 요인 & 위협/애로 요인: 고성장 원동력, 예상되는 위협, 애로사항 • 기업/정부 역할 : 기업이 해야 할 일, 정부 정책 중 개선할 것

제2절 소프트웨어 고성장기업의 성공 요인

국내 소프트웨어 고성장기업을 대상으로 기업의 성장요인을 조사한 결과, 다른 산업의 기업 성장요인과 크게 다르지 않으나 국내 소프트웨어 산업이 처한 환경적인 요인으로 인해 몇 가지 차별적인 특징들을 파악할 수 있었다. 인터뷰를 통해 파악한 소프트웨어 고성장기업이 최근 몇 년 동안 고성장을 이룩한 데는 제품 및 서비스의 우수한 경쟁력, 경영자(CEO)의 역량, 시장수요의 변화에 대한 대응 역량, 인적 자본 및 R&D 역량, 투자유치 및 자금에 대한 접근성, 수출 역량 등이 고성장의 직접적인 원동력이 되었다.

1. 제품 및 서비스 차별화, 전문화, 다각화 전략

소프트웨어 기업을 인터뷰한 결과, 고성장기업의 성공 요인으로 가장 많이 언급되는 요인은 제품 및 서비스의 차별화 전략이다. 고성장 소프트웨어 기업들은 주로 기술력을 바탕으로 한 제품 및 서비스의 우수성, 고객의 수요를 적기에 반영한 비즈니스모델의 차별성, 차별적인 마케팅 홍보전략을 통하여 성과를 이루어냈다. 인터뷰한 결과, 상당수의 고성장기업들은 기존 제품/서비스와는 차별화되거나 종래에 없던 특성을 가진 제품/서비스를 개발하여 판매하고 있다. 세계적인 기술력과 품질을 토대로 우수한 제품을 개발하는가 하면, 소비자/이용자의 미충족 욕구나 불편 등에 착안해서 차별적인 서비스를 제공하고 있다. 수아랩은 딥러닝 기반 머신비전 소프트웨어 개발 기업으로 딥러닝, 머신비전, 슈퍼컴퓨팅 기술을 바탕으로 산업 현장에서 인간의 눈을 대신할 수 있는 다양한 머신비전 시스템을 연구하여 제조업의 정밀 검사를 주요 서비스로 제공하였다. 닷밀은 미디어/홀로그램 퍼포먼스, 융복합 테마파크 등 분야를 개척했으며, 링크프라이스는 eBay가 처음 시작한 검색 광고를 국내 오픈 마켓을 대상으로 처음 시작했다. 마이발렛은 오프라인의 주차관리 및 발렛 파킹 서비스가 가진 비효율에 착안했으며, 망고슬래브는 오프라인과 온라인 메모를 통합하고자 하는 고객층의 니즈에 부응했다.

〈표 5-3〉 고성장기업의 차별화 및 사업다각화 전략

기업명	차별화전략
수아랩	• 딥러닝 기반 머신비전 SW 분야 세계 수준의 기술력 확보 • 딥러닝을 이용한 머신비전 기술에 기계/전자 산업의 양산단계 불량품 검사 기술을 결합하여 기존 불량검사용 제품/서비스에 비해 기능/성능, 편의성 등 우수
슈어소프트	• 소프트웨어 시험/검증 솔루션을 기반으로 자율주행 소프트웨어 테스트 • 국방, 자동차, 철도, 금융 등 산업 도메인 지식을 바탕으로 문제해결 또는 지원에 필요한 SW를 개발
씨케이엔비	• 홀로그램 스티커, 디지털 워터마크 보안으로 콘텐츠 보안 가능
인재아이엔씨	• 건설 공정관리의 핵심 기능인 일정관리와 비용관리를 3D 모델링 솔루션에 통합 • 창업 초기, 콘텐츠 서비스로 시작했지만, 콘텐츠를 제작/활용하는 솔루션을 개발·판매하는 비즈니스로 전환 • 클라우드 플랫폼 기술을 중심으로 빅데이터, 콘텐츠관리 등 솔루션 확대
텔레컨스	• 자율주행자동차를 겨냥한 운전자모니터링시스템/DMS 개발 추진 • 자동차 HMI 소프트웨어 연구개발 • 완성차 업체의 기술/제품 전략 변화에 기민하게 대응
프론티스	• 자동차/전자 부품/장치의 초고속수명시험(HALT) 솔루션으로 국내 최고 수준의 원스톱 신뢰성 영향분석 역량 보유
링크프라이스	• 검색광고 국내 시장점유율 1위 • 국내 중소기업자 대상 오픈 마켓에서 서비스 제공하여 매출 향상
식신	• ‘식신라’라는 맛집 이용자 참여를 통해 맛집/식당 이용자의 행태를 이해하고 사용자 니즈에 부응하는 기술/제품을 개발 • 맛집, 식사 관련 데이터를 B2B로 판매
닷밀	• 미디어/홀로그램 퍼포먼스 장르를 개척하고 평창동계올림픽을 통해 입증 • 혼합현실/MR 테마파크 론칭, B2C 사업 추진
이노덱	• 기존 CCTV 관제센터 구축과 같은 단발성 SI 사업구조를 Subscription 기반의 BM인 융합 보안 솔루션, 클라우드 솔루션 등으로 전환하여 지속적 매출 창출
피엔아이컴퍼니	• 3D 애니메이션 콘텐츠 위주였던 사업 구조에서 벗어나 VR 관련 시뮬레이터와 전용 콘텐츠 개발로 다각화 성공(VR 사업이 전체 매출액의 75% 정도 차지)
포위즈시스템	• CT나 MRI 영상정보를 3D로 전환하여 AR로 제공하는 시스템 개발, 교육 솔루션 외에 첨단 의료기기 사업 진출 추진
카카오게임즈	• ‘카카오 배틀그라운드’, ‘창세기전: 안타리아의 전쟁’, ‘프렌즈레이싱’ 등의 게임 개발로 국내/외 매출 증대
휴네시온	• 국내의 망분리 환경에서 법적인 컴플라이언스를 충족하는 제품을 개발하여 망 분리 연계 솔루션분야 시장점유율 1위를 차지
망고슬래브	• 디지털 메모와 아날로그 메모의 결합, 네모닉(nemonic) 프린터 서비스 • 2017년 CES 최고혁신상 수상
알라팩토리	• 음악 코드 분석을 지원하는 모바일 앱
우리엘소프트	• 공항 및 항공사의 효율적 운영을 위한 HW 및 SW를 통합한 시스템 제공
아이티스노우볼	• VR/AR/ICT 등을 활용하여 그룹 교육을 할 수 있는 학습 솔루션을 개발 및 운영 • 영어학습 및 시험관리 서비스의 동시 제공으로 매출 증가
애플로스터	• 2019년 9월, 고정 사용자층을 확대하고자 300여 개의 프리미엄 위치 페이스 유료 상품을 무제한으로 이용할 수 있는 ‘MR TIME’이라는 구독 플랜을 출시함
마이발렛	• B2B & 모바일 주차관리 서비스

2. 시장 선점 : 시장수요 파악과 선제 대응 역량

고성장 소프트웨어 기업 중 많은 기업이 시장을 선점하거나 주도하는 수준의 제품/서비스를 개발, 판매하고 있다. 이는 독보적 기술력을 인정을 받은 경우도 있지만, 시장/산업 또는 소비자, 정부 정책 등 변화의 흐름을 파악하고 적시에 사업기회를 포착해서 시장과 고객의 니즈에 대응한 것이 주된 성장 원동력이 된 경우가 많다. 기존 제품에 머신 비전과 딥러닝, AR/VR/홀로그램 등의 신기술을 적용하여 타사의 제품과는 다른 차별성으로 제품 매출을 높이거나, 기존 시장에는 없던 새로운 제품과 서비스를 개발하여 시장을 확대해왔다.

인공지능, 머신러닝, AR/VR, Cloud 등 유망 신기술 분야에서 시장을 선점한 고성장기업은 수아랩(머신러닝), 파킹클라우드(클라우드), 시큐센(핀테크), 티쓰리큐(빅데이터, AI 플랫폼), 클라우드네트웍스(클라우드), 이든티앤에스(RPA), 딥아이(AI 투자 플랫폼), 마인즈랩(AI 플랫폼) 등이 있다. 그리고 고객의 니즈를 사전에 파악하여 차별화된 서비스를 제공한 고성장기업은 헬스케어(케어랩스), 스마트팩토리(키라유택), 파킹/발렛(타 분야 융합), 맛집(식신), 배달 플랫폼(배달의민족, 요기요) 등이 있다.

〈표 5-4〉 고성장기업의 시장수요 대응 전략

특성	기업명	설립년도	주요 품목
신기술	수아랩	2013	머신러닝 기반 머신비전 시스템
	마인즈랩	2014	AI 핵심 알고리즘, AI 엔진, AI 플랫폼
	딥아이(Deepeye)	2007	AI투자 플랫폼
	시큐센	2011	핀테크 보안기술, 바이오 전자서명
	티쓰리큐(T3Q)	2007	빅데이터·AI 플랫폼 개발
	클라우드 네트워크	2012	빅데이터·네트워크통합시스템
	이든티앤에스	2009	RPA(로봇틱처리자동화) 솔루션
신사업	티라유택	2006	스마트팩토리 솔루션
	파킹클라우드	2009	스마트주차솔루션
	케어랩스	2012	헬스케어 O2O 플랫폼
	우아한형제들	2011	SW기반 배달 플랫폼

3. 우수 인력 확보와 유지전략

소프트웨어 기업은 주로 유형의 물적 자산(예: 장비, 자재, 설비)을 활용하는 제조업과 달리 주로 무형의 지적 자산(예: 아이디어, 데이터/정보/지식, 경험)을 활용한다. 지적 자산은 디지털화되기 전까지는 사람이 갖고 있기에 우수한 인재 확보 여부가 기업의 경쟁력과 성장 가능성을 좌우하게 된다. 소프트웨어 기업의 인적 자원은 기술 확보, 제품/서비스 개발, 시장개척 등 핵심 활동을 지식과 경험을 바탕으로 이끌어가는 경영진(CEO)의 역량과 이들을 뒷받침하는 핵심인력, 즉 개발인력, 영업 인력, 관리/지원인력 등으로 구성된다.

실제로 고성장 소프트웨어 기업의 대다수 경영진은 기술자 출신으로 사업/제품 개발 경험, 대기업이나 중소기업 경영 경험 등을 가진 고급 인재로 창업, 도약, 자금조달, 조직통합 등 기업 성장단계별로 결정적 역할을 담당한 것으로 조사되었다. 기업의 CEO가 시장과 기술의 변화 트렌드를 포착하고 제품 및 기술개발을 기획하는 빠른 의사결정이 고성장이 주효했던 사례들이 많다. 링크프라이스는 CEO가 전사 전략이나 제품 기획을 주도하며 적시에 검색 광고를 도입하고, 성장 과정에서 중국 시장진출 및 철수와 같은 의사결정을 신속히 한 점에 성공 요인으로 작용하였다. 인재아이앤씨는 CEO가 직접 새로운 제품/서비스 개발 아이디어 발굴하여 성공한 사례이다.

〈표 5-5〉 고성장기업의 CEO 역량

기업명	경영진 역량
링크프라이스	시장/소비자의 니즈를 신속히 파악하여 새로운 서비스(검색광고)를 발굴, 구현해내는 기획력과 추진력 우수
인재아이앤씨	- 새롭게 출현하는 기술에 초점을 맞추고 지속적인 솔루션 개발, 사업추진과정에서 신 제품 개발 아이디어와 아이템을 발견하여 제품개발 - 경영진의 탁월한 리더십, 사업에 대한 열정, 핵심인력 집중관리를 통한 인재 유지, 내부 R&D 체계화로 성공
수아랩	경영진이 기술과 경영 전문가로 문제해결 역량이 뛰어난 엔지니어 확보 및 유지관리, 제품/서비스의 차별화, 해외 투자유치 등 글로벌화 전략 성공
원소프트다임	스마트폰이 새로운 헬스케어 플랫폼이 될 것이라고 판단, 건강관리에 대한 니즈를 충분히 파악하고 체지방, 근육량, 기초대사량 측정하고 빅데이터 기반 모바일 헬스케어 서비스 개발
망고슬래브	대기업에서 스펀오프, 대기업 근무 경험을 바탕으로 사업기획, 개발 참여, 조직관리
포티투마루	경영진이 컴퓨터 비전 전공, 인공지능 기반 QA 원천기술에 대한 기술과 노하우 보유

또한, 대다수 고성장기업이 우수한 인력을 기업의 가장 중요한 핵심자산으로 인식하고 있다. 기업의 혁신 역량은 곧 우수 인력의 역량이라고 할 수 있다. 세계적인 수준의 기술력으로 최고의 제품과 서비스를 개발한 기업의 경우 우수한 R&D 인력이나 고객/사용자의 불편사항이나 요구사항을 잘 이해해서 제품/서비스에 반영하는 개발자를 보유하고 있다. 수아랩은 아시아 최대 규모의 딥러닝 연구개발조직을 운영하고 있으며, 직원의 60%가 엔지니어로 딥러닝 분야 기술력을 인정받아 글로벌 기업에 인수되었다. 이노텍은 IP영상보안 솔루션 시장점유율 1위로 시장 우위를 확보하기 위해 기술/제품 혁신을 지속해 왔으며, 핵심 기술력을 확보하기 위하여 연구개발 인력이 기업 전체 인력의 50% 이상으로 핵심인력 유지를 위해 성과보상 체계, 해외 교육 훈련 등 다양한 성장 기회를 제공하고 있다. 또한, 우수한 인력을 외부에서 확보하고 산업 도메인 역량을 강화하기 위해 전문기업을 인수한 바 있다. 슈어소프트는 경영진이 소프트웨어 테스트 분야를 전공하였고, 기업 전체 인력의 85%가 R&D 인력으로 소프트웨어 테스트 역량과 전문성을 보유하고 있다.

기업이 선호하는 인재는 고스펙이 아니더라도 다양한 문제를 해결할 수 있는 능력을 보유하고, 기업과 함께 성장하려고 하는 인재이다. 실제로 기업이 뽑은 바람직한 인재상은 사회성과 기술력이 6:4로 창의성, 진취성, 도전 정신, 성실성, 인성, 자기개발 노력, 기술력, 유연성, 관계 중심, 멀티플라이어/융합형 인재 등이다. 고성장 소프트웨어 기업들은 상시 모집 외에 일학습병행제, 고용계약형 석사과정, 특례보충역, 산학협력 등의 제도/프로그램을 통해 채용하고 있다.

최근에는 우수한 인력을 확보하는 것이 유능한 인력을 유지하는 것에 끝나지 않고 이들을 지속적으로 유지하는 전략이 중요해지고 있다. 따라서 기업 성장은 근로자들이 선호하는 조직 문화, 근로환경이 매우 중요하다. 고성장기업의 공통된 특징이 근로자들이 자유로운 근무 분위기 조성, 유연한 제도, 명확한 성과관리 등을 유지하는 조직 문화가 있다는 점이다. 디지털 워터마킹 서비스 전문기업인 씨케이앤비는 직원 95% 이상이 연구개발 인력으로 보안, 멀티미디어 워터마킹 모바일 DRM 분야에서 다년간 연구개발 노하우를 보유하고 있으며 이들을 유지 관리하기 위하여 스톡옵션 등 다양한 인센티브를 부여하고 사내동호회 등 조직 문화 개선을 위한 노력을 하고 있다. 망고슬래브는 기획부터 생산까지 전 과정을 탄탄하게 다지며 각 분야의 전문가들

을 적극적으로 스카웃하고 책임과 권한을 동시에 부여하고 있다. 피엔아이컴퍼니는 입사 3~5년 차 직원으로 구성된 TF가 근무환경 및 제도개선 등을 전담하고 경영진은 발제 역할만 담당하는 식의 조직운영을 통해 직원 만족도를 높이고 있으며, 휴네시온은 매년 초에 전 직원 해외 워크숍을 실시함으로써 매우 낮은 이직율을 기록하고 있다. 텔레컨스는 오전 10시부터 오후 7시 사이에 자율적으로 근무하는 유연근무제를 적용하면서 오버타임은 본인 선택에 따라 휴가로 사용하는 복지제도를 운영하고 있다. 국내 숙박 O2O 플랫폼 1위 사업자로 2019년 싱가포르 투자청(GIC)으로부터 2000억 원의 투자금을 유치하면서 국내 7번째 유니콘 기업으로 선정된 야놀자의 성공 요인은 우수 인재를 과감히 영입하고 다양성을 존중한 인재경영에 있다. 여기에는 노는 문화 개척해 행복을 현실로 만드는 ‘기업문화’가 바탕이 되었다. 워라벨(일-삶 균형)을 극대화하고자 부서별 자율출퇴근제, 삼시세끼 무료제공, 헬스장과 수면실 갖춰진 ‘리프레시 존’ 등으로 자유롭고 창의적으로 ‘마음껏 일할 수 있는 근로환경을 만들어주었다.

이처럼 대부분의 고성장 소프트웨어 기업은 제품/서비스 개발이나 고객 서비스를 위한 프로세스를 표준화/정보화함으로써 효율을 높이고 조직 구조를 수직적 계층구조가 아닌 수평적 협력구조로 바꾸며 창의성이나 유연성을 높일 수 있도록 개방적 조직 문화를 구축하는 식의 조직혁신을 도모하고 있다. 조직운영 측면에서는 다수의 기업이 자율과 책임의 균형을 추구하는 가운데 자유로운 근무 분위기를 만들기 위해 노력하고 있고 다양한 복지제도도 운영하고 있다.

4. 자금 확보 및 투자 유치

기업을 운영할 때 자금은 기술개발, 제품 개발, 인재 확보, 시장개척, 해외 진출 등 다양한 혁신 활동을 위해 필수적인 자원이다. 특히, 진행 중인 사업이나 제품/서비스에 약점이 발견되고 가까운 시일 내에 기업 내/외부로부터의 위협이 증가하는 시기에는 자금 확보를 통해 약점 보강과 위협 대응이 필수적이다.

기업은 일반적으로 필요한 자금을 사업에서 확보한 수익을 재투자하거나 창업자나 경영진의 투자, 주식 공모, 그리고 정부 지원이나 금융권을 통한 융

자 등을 통해 조달한다. 고성장 소프트웨어 기업은 정부와 민간의 자금을 적기에 확보하거나 해외 투자자들의 투자를 유치하여 고성장을 이룬 기업들이 많다.¹²⁾

〈표 5-6〉 고성장기업 투자 유치 사례

기업명	품목	투자 유치	성과
카카오	소셜네트워크	• 2010년 3월, 모바일 인스턴트 메신저 '카카오톡' 서비스를 시작	재계 순위 32위 기업으로 성장
우아한형제들	SW기반 배달 플랫폼	• 2011년 3월, 배달주문 서비스앱 '배달의민족' 서비스를 시작 • 2019년말 약 5조 원의 가치로 독일 딜리버리히어러(DH)그룹에 인수(2019.12, 약 4조 7500억)	2018년 유니콘 기업 선정
비바리퍼블리카	포털 및 인터넷서비스	• 2013년 4월, 간편송금 앱 '토스' 서비스를 시작 • 2020년 인터넷 전문은행으로 변신	국내 4번째 유니콘 기업 선정(2018)
수아랩	딥러닝 기반 머신비전 SW (무인불량검사)	• 정부 R&D, TIPS 지원 및 해외투자유치 선정 • 시리즈 A~C 투자 확보, M&A를 통한 자금 유치 - (2015) Seed 투자 유치 (1억원) - (2016) 시리즈 A 유치 (20억원) - (2017) 시리즈 B 유치 (103억원) - (2018) 시리즈 C 유치 (190억원) - (2019) 미국 코그넥스에 인수(약 2,300억원)	딥러닝 기반 Vision Inspection 분야 Global No.1
마인즈랩	AI 플랫폼 개발	• 시리즈 C 투자유치(2019.4, 173억)	
딥아이(DEEPEYE)	AI투자 플랫폼	• 시리즈 A 투자유치(2019.11, 50억)	
야놀자	온라인여행 플랫폼	• 시리즈 D 투자유치(2019.6, 1억8천 달러)	국내 7번째 유니콘 기업 선정(2019.6)
여기어때	숙박 O2O플랫폼	• 영국 CVC 캐피탈 인수(2019.9, 약 3000억)	
망고슬래브	SW개발업 프린터 주변기기	• 삼성벤처투자의 seed 투자, K-ICT 디바이스 랩의 시설과 장비 활용	
프론티스	VR/AR	• 2017 국방 플래그십 과제 선정 및 엔젤 투자를 통해 도약	
피엔아이컴퍼니	3D, VR 콘텐츠 제작	• 약 130억원의 투자 유치를 통해 제품/기술 개발	
원소프트다임	모바일 헬스케어	• 클라우드 펀딩 플랫폼을 통해 휴대용 체성분 분석기로 총 23만 달러 이상 후원 성공	
팀엘리시움	인체 근골격계 측정기기/SW	• 엔젤투자사 투자유치, 제약업 대기업 투자유치	

12) 수아랩, 팀엘리시움, 포티투마루, 피즐리소프트 등은 TIPS(Tech Incubator Program for Startup, 민간투자 주도형 기술창업 지원)를 통해 정부와 민간의 자금 지원을 받았으며, 매드오카, 셀빅, 슈어소프트, 알라팩토리, 티쓰리큐, 프론티스, 휴네시온 등은 정부 R&D 지원을 받았다. 아이티스노우볼, 에이에스디코리아, 식신, 피플카 등은 2019년에 시작된 과기정통부의 SW 고성장 클럽에 선정된 비R&D 사업 지원을 받았다.

5. 수출 중심 전략으로 시장 확대

국내의 소프트웨어 고성장기업은 해외 진출을 통하여 매출 확대와 성장의 기반을 다진 기업들이 많다. 특히 최근에는 수아랩, 원소프트다임, 카카오게임즈, 포티투마루, 알라팩토리 등과 같이 창업 때부터 글로벌시장 진출을 목표로 제품/서비스를 준비한 기업도 있다. 수아랩은 딥러닝 기반 제품/서비스 차별화 전략과 함께 글로벌화 전략이 고성장을 이루는데 주효하였다. 딥러닝 관련 학술대회나 전시회에 참석하여 홍보/마케팅하고, 기술력을 바탕으로 해외 투자 유치를 추진하였다. 원소프트다임은 처음부터 글로벌 시장을 염두에 두고 제품개발 및 서비스, 마케팅을 추진하고 2020년까지 20개 나라 이상 수출하여 글로벌기업의 입지를 굳히는 것을 목표로 하고 있다. 또한 탄탄한 기술력을 인정받아 해외 진출에 성공한 기업도 다수 있다. 이든티앤에스는 직원의 60%가 엔지니어로 탄탄한 기술력으로 글로벌 IT 기업 HPE와 프린팅 솔루션 시장의 선도 기업 렉스마크(Lexmark)와 같은 세계적인 업체의 파트너 회사가 되면서 고성장하게 된다. 하지만 이에 안주하지 않고 RPA(로봇프로세스자동화) 자체 솔루션 ‘웍트로닉스(Wortronics)’를 개발하였고, 사용편리성을 강점으로 판 전력청(GPA)으로부터 경쟁력을 인정받게 된다. 망고슬래브는 CES 2017 최고혁신상에 선정되어 해외 시장에 홍보되었고 이로 인해 수출이 증가하고 있다.

〈표 5-7〉 고성장 기업의 수출 중심 전략

기업명	차별화전략
수아랩	• 딥러닝 기반 머신비전 SW 분야 세계 수준의 기술력 확보 • 딥러닝을 이용한 머신비전 기술에 기계/전자 산업의 양산단계 불량품 검사 기술을 결합하여 기존 불량검사용 제품/서비스에 비해 기능/성능, 편의성 등 우수
원소프트다임	• 의료 기술이 발전하면서 노후에도 건강하고 행복한 생활을 추구하는 니즈가 많을 것으로 판단 처음부터 글로벌 시장을 염두에 두고 제품개발 및 서비스, 마케팅을 추진
포티투마루	• 인공지능 기반 딥 시맨틱 QA 원천기술 확보 후 SaaS 방식으로 상용화해 본격적인 해외 고객 확보
알라팩토리	• 글로벌 시장에서 공통 공감대를 가진 음악을 주력으로 자동 음악 코드 분석 앱인 "마이코드(My chord)"를 개발,
망고슬래브	• CES 2017년 혁신상 수상 후 해외 바이어로부터 주문 증대
이든티앤에스	• 사용편리성을 강점으로 한 RPA 솔루션 개발, 해외시장에서 경쟁력 인정 받음

제3절 소프트웨어 고성장기업의 성장전략

1. 업종별 고성장 전략

인터뷰한 고성장SW 기업은 업종별로 패키지SW, IT서비스, 게임SW, 인터넷SW로 분류할 수 있다. 기업 인터뷰를 통해 업종별 성장 전략 차이를 명확하게 식별하기는 어렵다. 이는 인터뷰 대상 기업이 전체 SW기업 내지 고성장SW기업을 대표하는 표본으로 삼기 어려운 점도 있지만, 각 기업의 성공 요인이나 강점을 기반으로 하는 성장 전략은 다양하게 수행되고 있기 때문이다. 또한, 업종과 관계없이 고성장기업이라면 공통으로 가지는 성장 전략도 존재한다. 제품/서비스 차별화 및 품질 우수성, 인재 및 자금 확보, 시장 창출 및 개척 등의 요소는 고성장 소프트웨어 기업 다수에서 공통으로 볼 수 있는 성장 전략이다. 다만, 업종별로 유사한 성장 전략을 펼치는 대표 사례들을 분석해 봤을 때, 같은 업종별 성장 전략을 다음과 같이 추정해볼 수 있다.

가. 패키지SW 기업

1) 제품/서비스 차별화

‘차별화’ (differentiation)란 기존 제품/서비스와는 기술이나 서비스 방식 측면에서 다른, 새로운 접근을 취한 것을 가리킨다. 차별화는 제품/서비스뿐만 아니라 기업활동의 모든 요소에 적용될 수 있는 요소이지만, 무형의 가치를 생산-판매하는 소프트웨어 기업의 경우 다른 무엇보다도 제품/서비스가 갖추어야 할 중요한 특징이라 할 수 있다. 차별화에서 중요한 것은 ‘참신성’ (novelty)으로, 이는 제품/서비스 자체가 가진 새로운 특성을 가리킨다. 거의 모든 고성장 소프트웨어 기업의 제품/서비스가 기존에는 존재하지 않은 새로운 특성을 가지고 있다. 그중에서 고객들과 직접적인 접점이 있는 패키지SW 고성장기업들의 경우 눈에 띄는 참신한 제품/서비스 차별화 사례가 다수 존재하였다. A기업의 경우, 양산 제품의 불량검사에 적용되던 기존 방식(예: 카메라, 레이저, 육안 검사 등)을 대신하여 비전 인식과 딥러닝을 적용하였다. 그 결과 기존 검사 솔루션에 비해 속도, 비용, 정확도 등을 크게 개선할 수 있었다. B기업의 경우, SW 개발 수명주기의 뒷부분인 SW 테스트

와 검증 (V&V: Verification & Validation)을 위한 전문화된 솔루션을 제공한다는 것이 타 SW 테스트 업체와 차별점이라 볼 수 있다. C기업의 경우, 우리나라에만 있는 망 분리 환경에서 분리된 망(외부망은 오픈된 인터넷망, 내부망은 폐쇄된 전용망)간의 안전하고 편리한 연계를 도와주는 서비스를 제공하고 있다.

〈표 5-8〉 고성장 패키지SW 기업의 제품/서비스 차별화 사례

구분	제품/서비스 차별화 사례
A기업	• 딥러닝 기반 머신비전 SW개발 업체로 딥러닝, 머신비전 기술 등을 바탕으로 제조 산업의 정밀 검사를 주요 서비스로 제공 • 기존 제품 대비 딥러닝을 제조업의 불량검사에 결합했다는 것이 주요 강점 • 과거에는 복잡한 이미지 해석이 불가했지만 딥러닝을 도입하면서 고정밀 이미지 해석이 가능해졌으며, 높은 정확도를 보이고 있음. 딥러닝 기반 자동 최적화로 최적화 비용을 절감했다는 것 역시 장점임 • 이를 통해 검사 정확도를 향상할 수 있었고, 인력 운영 효율화, 최적화 비용 절감, 극대화된 처리 속도 (CUDA, cuDNN 등 GPU 전용 처리언어 활용; 병렬처리), 높은 호환성 (C++, C# API 제공), 사용자 친화적 UI를 제공하는 등 타사 대비 많은 강점을 가지고 있음 • 별도의 학습 방법론을 가지고 있으며 불량 유형별 이미지 100~1천장을 20분 정도 시간을 들여 학습하는 Single Image Analysis가 가능. 또한 정상 이미지만 학습하는 One Class Learning도 수행 • 딥러닝 수준은 글로벌 Top으로 인정 받고 있으며, 고객사 문제에 특화된 기술지원도 장점. 지속적인 연구개발 및 제품화로 아시아 최대 규모의 딥러닝 R&D 조직을 운영하고 있음. 또한 고객 VoC를 반영하여 3~6개월 단위로 제품 업데이트 실시 • 가장 중요한 딥러닝 기술은 자체 개발하고 있으며, 산업별 도메인 지식은 자체 인력과 외부 자문/고문단을 활용하고 있음 • 뛰어난 기술력으로 정부 지원, Seed/Series A, B, C 유치, 그리고 M&A까지 이어질 수 있었음
B기업	• 전력, 국방, 철도 등에 쓰이는 임베디드 분야와 금융 분야에 적용할 수 있는 소프트웨어 테스팅 자동화 제품 제공 • End-to-End 자동화 솔루션을 제공하는 것이 강점이며, 특히 검증 분야(V&V: Verification & Validation)에서 전문화된 서비스를 제공하면서 고객들을 확보하고 있음 • 고객의 니즈에 맞춰 톨비즈니스(라이선스형)와 전문가 지원 및 컨설팅을 위한 서비스 형태로 제공 • 신규 소프트웨어, 시스템 출현 시 on-time 검증 솔루션 개발이 필요했기에, 해당 분야에 맞는 차별화된 솔루션 개발 • 독자 솔루션 개발을 위해 연구 역량 강화에도 집중하고 있으며 전체 구성원의 85% 이상이 R&D 연구인력. 경영진 역시 SW Testing 전공으로 KAIST 박사. 또한 18년간 경영 전문성도 보유하고 있음. 이러한 역량이 차별화된 제품을 시장에 출시하는 원동력이 되었음

구분	제 품/서비스 차별화 사례
C기업	• 네트워크 기반의 보안 솔루션을 개발하여 공공기관, 관공서, 대기업, 금융기관 등에 공급하며 보안 솔루션 업체로 입지를 다져왔음 • 우리나라에만 있는 망 분리 환경에서 분리된 망간의 안전하고 편리한 연계에 초점을 맞춘 차별화된 제품을 통해 시장 점유율 확대 • 우리나라에만 있는 환경에 맞는 차별화된 기술을 통해 금융감독원, 금융보안원, 한국인터넷진흥원, 국정원 등 공신력 있는 기관에서 신뢰성을 인정받고 있으며, 시장점유율 1위를 보이고 있음 • 초기 성장단계부터 망연계 관련 특허를 다수 출원하였으며, 공공기관에 맞는 차별화된 솔루션 개발에 매진 • 본사는 제품 개발에 집중하고 있으며, 구축 및 보수 유지는 전국에 산재한 200여 개의 파트너사가 수행하는 체계로 되어있음. 파트너사는 기술 보유 여부에 따라 플래티넘, 골드 등의 등급을 부여하여 관리 • 제품 개발 프로세스도 갖추고 있으며 태스크별로 관리하고 있음. 또한 모바일 환경에서 지원되는 시스템을 도입해서 운영하고 있음 • 학습하는 조직 문화를 강조하고 있으며, 연봉 외 별도로 학습비를 지원. 기술 개발이나 기술 트렌드의 파악, 시장 흐름 등을 계속 공부해야할 필요성에서 실시하고 있음

2) 자체 기술 역량 및 뛰어난 인재 확보/육성

패키지SW의 경우 수년 동안의 제품/서비스 개발 기간이 소요되고, 시장에서 자리 잡으면 제품수명 주기가 길기 때문에 사전 개발을 수행할 수 있는 기술과 인재를 확보하는 것이 중요하다. 특정 문제에 대한 솔루션을 제공하는 경우가 많으므로 문제에 대한 이해 즉, 도메인 지식의 확보가 무엇보다 중요하다. SW기업들의 기술 역량 확보는 정부 지원이나 자체 투자를 통해 내부 인력을 중심으로 신기술이나 제품/서비스에 대한 R&D를 수행하는 것을 가리킨다. 이를 위해 신입 사원이나 경력 사원을 채용하고 이들이 기업 목표에 부합하는 인재가 되도록 육성해서 기술/제품 혁신에 활용하고 있다. 고성장 SW기업, 특히 패키지SW 기업들이 자체 기술 역량 확보를 위한 투자 및 뛰어난 인재 확보/육성에 집중하는 모습을 볼 수 있다.

A기업의 경우, CEO를 비롯한 주요 멤버들이 글로벌 대기업에서 익힌 노하우와 기술을 보유하고 있고, 이를 바탕으로 혁신적인 제품을 시장에 출시하였다. B기업의 경우, 창업 초기 상대적으로 우수 인재들을 높은 연봉으로 대우하면서 기술개발을 추진하였다. 그 결과 세계 수준의 기술을 확보하게 되었고 최고 수준의 제품을 개발할 수 있었다. C기업의 경우, 직원의 95%

이상이 R&D 인력일 정도로 자체 기술 개발에 중점을 두고 있다. 또한, 경영진들 역시 대부분 석/박사 출신으로 대표가 직접 연구진으로 참여하고 있다.

〈표 5-9〉 고성장 패키지SW 기업의 기술 역량 확보 사례

구분	기술 역량 확보 사례
A기업	• 아날로그와 디지털 메모를 융합한 제품을 출시하는 회사로 CES에서 최고혁신상을 수상한 역량과 혁신성, 상품성을 골고루 인정받는 기업 • 글로벌 대기업 출신 공동창업자와 창업후 개발자까지 약 27명 정도 근무하며 기술에 최적화된 인력들로 구성 • 대표는 S전자에서 약 10년간 근무했으며 휴대폰SW개발자로 시작하여 신규 사업기획/선행상품 기획업무를 하였으며, 기업내 제도를 통해 창업
B기업	• 전문성 높은 경영진과 엔지니어들을 기반으로 세계 최고 수준의 기술을 확보 • 창립자는 서울대 기계공학과 전공으로 SW를 부전공으로 하는 SW 전문가. 제품 개발을 총괄하고 있음 • 부대표는 서울대 기계공학과, 경영 부전공으로 사업기획/마케팅 등을 총괄하고 있음. 영어에 능통하고 대기업 전략 기획실 근무 경험도 있음. • 항상 좋은 인재를 확보하고 유지하는 일을 최우선 당면과제로 여기고 있음 • 전체 직원 중 60%가 엔지니어이며, 창업 초기에는 엔지니어 비중이 더 높았으나 회사 규모가 커지면서 관리/지원 조직 확대
C기업	• 보안, Data Hidding, 멀티미디어, 워터마킹, DRM 모바일 등의 관련 분야에서 다년간의 연구/개발 노하우를 가진 인재들로 구성되어 있으며, 고객과 시장에 대한 발빠른 기술 대응력을 보유하고 있음 • 직원의 95% 이상이 R&D 인력 • CEO 및 경영진이 영상처리를 전공한 석/박사 출신으로 주로 구성되어 있으며, 대표 스스로 연구진으로 직접 참여 하고 있음 • 특히 대표는 대학에서 영상처리를 전공하고 석사, 박사과정을 수료하였음. 보안기업에서 경력이 있으며 산업통산자원부장관으로부터 IT융합기업인상을 수상

3) 개발 프로세스 효율화 및 유연한 조직 문화

패키지SW 업체들은 제품이나 서비스를 고객에게 직접 제공하는 경우가 많으며, 고객의 피드백을 즉각적으로 반영하는 것이 필요하다. 또한, 신기술의 발전 역시 빠르기에 신기술을 빨리 받아들이는 것 역시 중요하다. 이러한 업의 특성상 고성장 패키지 SW업체들은 유연한 제품 개발 프로세스를 가지고 있는 경우가 많다. 또한, 신기술을 빠르게 습득하고 적용하는 젊은

개발자들이 많은 업종 특성상 유연하고 개방적인 조직 문화를 가지고 있는 기업이 많은 것도 주요 특징이다.

A기업의 경우, 애자일 개발 방법론을 적용하며 제품 개발 프로세스 혁신을 가져왔으며, 수평적 조직구조와 자율과 책임을 강조하는 유연한 조직 문화를 가지고 있다. B기업의 경우, Lean 개발 모델을 적용하여 최소한의 기능을 가진 서비스를 개발/판매하면서 지속 보강하는 방식의 개발 프로세스를 가지고 있다. C기업의 경우, 성과포상체계 개편, 교육 훈련, 해외 전시회 참석 등 직원 동기부여를 위해 큰 노력을 하고 있으며, 제품 중심 조직에서 기능 중심 조직으로 재편하고 연구지원 조직을 운영하는 등 조직체계 개선에도 노력 중이다.

<표 5-10> 고성장 패키지SW 기업의 조직 문화 개선 사례

구분	개발 프로세스 및 조직 문화 개선 사례
A기업	• - 전통적인 개발 프로세스인 워터폴(Water Fall) 방식이 아닌 애자일(Agile) 방법론을 적용하면서 시장 트렌드에 맞는 제품을 적시에 개발 • - 자율과 책임을 강조하며, 문제 해결 능력이 우수한 사람을 선발하고 그에 상응하는 처우를 하고 있음 • 개인과 팀의 역량을 향상시키위한 다양한 노력을 하고 있음 • '최고의 복지는 최고의 동료'를 지향하며 그 일환으로 경쟁력 있는 연봉을 줄 수 있도록 노력하고 있음 • 영역별로 문제해결 능력이 우수한 사람을 뽑고 그에 상응하는 처우를 해주고 있음 • "목표를 먼저 짜고 거기에 필요한 사람과 돈을 계획을 짰 원칙을 잘 지켜 온게 가장 중요하다." 즉, 약간의 긴 안목에서 제품 개발 목표에 맞춘 기술 개발, 인력 확보, 자금 확보 등을 세밀하게 기획/계획하고 이를 적극 실행함 • 최근 급성장은 제조업의 특성 상, 하나의 현장에서 성공 경험을 하게 되면 쉽게 기업 내 타 부서/부문이나 타 기업으로 확산될 수 있다는 점에 기인하고 있음 (예: 사이트 라이선스 숫자 증대). 회사에서는 이를 '뇌관'에서 폭발이 일어나면 전체로 확산되는 식의 효과가 발생했다고 보고 있음
B기업	• 모바일 식권 서비스, 맛집 서비스를 제공하고 있으며 모든 사람들이 만족할 수 있는 서비스를 제공하기 위해 도전하고 있는 회사 • Lean 개발 모델을 적용하여 일단 제품을 만들어 출시하고 시장 반응이 좋으면 확장하는 형태. 이는 회사 규모가 작기 때문에 사업기획을 하고 기획된 형태로 진행하기 보다 일단 만들고 사업 매출에 대한 계획은 서비스를 만들면서 병행하는 투트랙을 활용. 일단 만들어서 시장에 베타버전으로 내놓고 반응이 좋으면 확장하는 형태. 그래서 출시 후 성공하지 못한 서비스도 많음. 이런 형태로 직원 누군가가 모델이나 서비스에 대한 의견을 내면 대표가 승인한 경우 바로 진행되는 형태로 서비스 출시 • 신규 서비스는 TF를 형성하여 최소한의 인력으로 베타버전 운영을 시도하고 있음. Lean 모델은 경쟁자가 들어오기 전에 진입할 수 있고 준비하는 기간의 비용도 줄이고 모델 적합도를 시장에서 바로 확인하여 대응하는 것도 가능 • 스타트업이므로 가족적인 분위기의 청년친화강소기업에 선정되기도 하였음. 조직내에서는 말도 가감없이 하고 수평적인 편임. 야근도 거의 없는 편

구분	개발 프로세스 및 조직 문화 개선 사례
C기업	• IP영상 보안관제 솔루션과 그제 기반한 제품을 개발, 공급하는 회사로 IP 영상보안 솔루션 대한민국 1위의 기술선도 기업. • 핵심 기술력을 확보하기 위해 연구개발 인력 비중을 전체 인력의 50% 이상으로 유지 • 기술 개발에 따른 체계적인 성과보상체계를 갖추고, 교육훈련 및 해외 기술 박람회 참석 기회 등을 제공하고 있음. 또한, 고용계약형 석사과정 및 전문연구요원 등 다양한 국가 정책에 참여함으로써 고학력 핵심 인재 등을 영입하기 위한 노력도 함께 기울이고 있음. 이와 같은 기술개발 노력은 신기술 인증(NET)과 장영실상 수상, 그리고 약 30여건의 국내외 특허 획득 등으로 이어짐 • 제품이 아닌 기능 중심의 체계로 조직을 혁신. 이를 통해 기술 역량 및 전문성을 높임으로써 제품에 대한 기술 신뢰도를 높였으며, 신제품에 대한 개발 속도 및 코드의 질이 향상되면서 유지보수율이 현저히 낮아지는 효과가 발생함 • 이와 같은 혁신적인 조직구조 개편 및 조직문화를 이어나가기 위한 노력의 일환으로 지식 경영에 기반한 소통 중심의 활동들을 기획하고 수행함. 예를 들어, 연구 개발 활동의 운영 및 관리를 주관하는 연구지원그룹을 통해 계획과 관리를 총괄하도록 하며, 내부 지식의 품질을 검증하고 검증된 지식과 자료에 대하여 프로젝트 및 이슈관리 프로그램을 통해 통합 관리하도록 구성

나. IT서비스 기업

1) 기능/성능/서비스 향상 및 도메인 전문성 강화

IT서비스 기업들은 고객들에게 최적의 정보기술을 활용하여 조직·업무·사업의 부가가치를 제고하고 기존 산업과의 융·복합화를 통해 서비스를 창출한다. 대표적으로 IT컨설팅, 정보시스템 개발 및 통합, 정보시스템 관리 및 운영서비스를 예로 들 수 있다. 이러한 업의 특성에 맞게 IT서비스 분야의 고성장기업들은 새로운 서비스를 창출하기보다는 기존/경쟁 제품에 비해 향상된 특성을 보여주는 경우가 많다. 패키지SW 기업들에서 많이 볼 수 있었던 특성인 차별성이 참신함을 강조한 특성임에 반해 기능/성능/서비스 강화는 경쟁 제품/서비스보다 확장된 기능이나 개선된 성능을 제공하는 가리킨다. 또한, IT서비스 분야의 고성장기업들은 품질이 우수하며 해당 도메인의 전문성을 가지고 있는 경우가 많다. 여러 가지 플랫폼을 지원하는 확장성이나 유연성, 오작동이나 고장이 없는 신뢰성이 높았으며, 대상 산업에 대한 도메인 지식 전문성이 높은 기업들이 다수 있었다.

A기업의 경우, 공공서비스 클라우드 전환의 60~70%를 담당하는 기업이

다. 고품질 SW를 납품하면서 시장점유율을 유지할 수 있었으며, 20년 동안 납기 지연이 없을 정도로 고객들에게 신뢰를 주고 있다. B기업의 경우, 차량용 디스플레이/내비게이션 시스템 SW를 OEM 방식으로 주요 완성차 업체에 15년 동안 개발, 공급해왔다. 경쟁업체 대비 품질이 우수하여 경쟁력을 확보하고 있다. C기업의 경우, 공항 및 항공사용 서비스를 제공하는 회사로 도메인에 맞는 특성을 반영한 제품 및 서비스를 제공하여 락인(lock-in) 효과를 높이고 있다. 또한, 승객 운송에 대한 노하우를 가지고 있어 이를 반영한 제품 및 서비스를 통해 고객층을 확보하고 있다.

<표 5-11> 고성장 IT서비스 기업의 기능 향상 및 전문성 강화 사례

구분	기능 향상 및 전문성 강화 사례
A기업	- 조달청, 철도청, 관세청, 통계청, 산림청 등 공공분야의 정보시스템 구축, 웹인터페이스 설계 등 다양한 사업을 수행해왔으며 이러한 사업을 위한 플랫폼, 애플리케이션, 서비스 구축에 이르기까지 다양한 프로젝트 경험 보유 - 정부 통합센터의 클라우드 서비스를 운영하고 있으며, e-Biz 솔루션, 시스템S/W, 웹서비스어플리케이션, 시스템 성능향상 솔루션, 보안관련 솔루션 등 시장 선두 업체들과 전략적 제휴관계를 수립 - 국내 최고의 클라우드 구축 및 운영 관련 노하우를 축적하고 있음. 클라우드 운영의 경우 IBM, ORACLE 등 해외의 메이저보다 앞선 운영기술을 확보. 메이저 벤더의 경우 자사 제품에 대한 서비스 중심의 기술이지만, 해당 기업은 하드웨어 및 소프트웨어의 벤더에 독립적으로 운영할 수 있는 클라우드 기술을 확보하고 있음 - 납기와 품질에서 고객의 신뢰를 확보하고 있으며, 사전에 철저히 준비하고 준비된 프로젝트만을 추진하여 고객의 신뢰 확보 및 전문 영역 확보 - 공공에서 대기업의 시장 진입이 제한되기 3년 전부터 준비하여, 대기업의 공백을 파고 들어서 사업을 키움
B기업	- 운전자에게 제공해주는 정보들, 즉 자동차 네비게이션 화면에 표출해주는 정보들을 통합시키고 효율적으로 제공하는 시스템 소프트웨어 분야 기업 - 네비게이션, 라디오, 클러스터 정보, RPM 등과 근래에는 차선이탈정보, 전방추돌정보, 카메라에서 올라오는 정보들도 화면에 띄워주는 통합 시스템 소프트웨어를 서비스 - 고객사의 요구사항에 대해 정해진 일정 안에 개발을 할 수 있는 역량을 확보하고 있어, 어떤 고객사든 서비스를 제공할 수 있음 - 제조사에서 1년마다 수행하는 정기평가를 통과할 수 있는 수준을 갖추고 있으며, 고객의 요구사항을 충실하게 분석해서 소프트웨어를 개발함
C기업	- 항공사 및 공항에서 필요로 하는 솔루션과 시스템을 개발하는 IT전문 기업으로, 국내 항공사를 대상으로 소프트웨어 개발을 통한 시스템 구축으로 국내 시장을 발판으로 하여 나아가 세계 시장 진출을 노리고 있음 - 공항, 항공사 시스템 개발 및 솔루션 제공 기업으로 승객 운송시스템 분야에 국내 유일 기업 - 중소기업으로 사업의 다변화보다는 기업과 시스템의 정체성을 강조하여 전문성을 키워 나가고 있음 - 진입장벽이 높은 분야에서 사업을 수행 중이며, 타 기업이 접근하기 힘든 전문적 개발에 집중하고 있음

2) 다양한 파트너 확보 및 네트워킹 능력이 뛰어난 경영진

IT서비스 기업들은 다양한 파트너와의 협력 네트워크를 통해 여러 가지 기술/제품을 조달할 수 있는 역량을 확보하는 것이 중요하다. 고성장하고 있는 IT 서비스 기업들의 경우 제품/서비스 개발에 필요한 요소 기술이나 부품/모듈 등을 공급하는 협력사, 유통해 주는 협력사 등을 확보하고 있는 경우가 많았다. 또한, 경영진의 과거 경험을 바탕으로 네트워킹 능력이 뛰어난 기업들도 있었다.

A기업의 경우, 플랫폼 업체 및 국내 SI 대기업들과 지속 협력을 이어나가고 있다. 경영진 역시 대기업 출신으로 2000년 초 이후 기업을 운영해나가고 있다. B기업의 경우, 데이터 보유 기관, 산업별 전문회사와 협력하고 있으며, KT, SKT, 삼성SDS 등과도 협력하고 있다. CEO는 대기업 SI업체에서 개발 및 교육 경험이 있으며 벤처기업을 운영한 경험도 보유하고 있다. C기업의 경우, 내/외부 고객과의 ‘관계’를 중시하며, 오프라인의 공급업체 및 유통업체와 긴밀하게 협력하고 있다. 경영진은 20년 이상 IT 분야에서 경력을 쌓으며 전문성을 확보하고 있다.

〈표 5-12〉 고성장 IT서비스 기업의 파트너십 확대 사례

구분	파트너십 확대 사례
A기업	- 클라우드 운영관리가 주력 제품/서비스이며, 그 외에도 콘텐츠 통합관리, 빅데이터 분석 솔루션도 시장에 공급하고 있음 - 또한 정부 SI 사업에도 참여하고 있음 - 초기 성장 단계부터 Oracle과 파트너십을 맺었으며, SUN과도 파트너사를 등록/체결하였음 - 트리니티소프트, 시큐어코딩 솔루션과도 파트너사 계약을 체결하였으며, 이외에도 삼성 SDS, IBM, 한국레드햇, 티맥스소프트 등과도 파트너 계약을 체결 - Cloud 운영관리 솔루션은 행정안전부, 중소기업청 등과 사업을 수행하며 관계를 맺고 있으며, 건설회사는 GS건설, 포스코 등과 계약하여 사업을 진행
B기업	- 금융, 통신 분야에 적용되는 실시간 인공지능 빅데이터 플랫폼 서비스 제공 - 데이터 소유 기관이나 산업업종의 전문회사 파트너를 맺고 있음. KT와 10년 이상 파트너십을 맺고 있으며, 삼성SDS 및 금융권과도 협업 관계. SK텔레콤에는 빅데이터 기술인력 아웃소싱 운영인력 공급 - CEO가 삼성SDS에서 근무 경험이 있으며, 벤처기업 운영 기업도 있음 - 국방 분야 진출을 위해 한화디펜스, 키사, 한국인터넷진흥원 등과 보안 관련 수출 마케팅을 진행 중

구분	파트너십 확대 사례
C기업	• 기술에 재미를 더하는 에듀테인먼트 콘텐츠 개발 기업으로 VR, AR, ICT 등을 활용하여 그룹 교육을 할 수 있는 학습 솔루션을 개발 및 운영 • 사업 파트너인 오프라인 영업사, 수요처, 제작사 등과 협업을 강화하고 있음 • 학원 운영 관련 회사와 협력하여 마케팅을 풀어나가고 있음 • 협력사와의 상생이 중요하고 상호의 노력을 보상하는 체계는 상대의 보상을 높게 평가하는 데에서 나온다고 회사 자체에서 판단하고 있음 • 회사에서 꿈은 고성장 전략은 관계 중심의 비즈니스 전략으로 판단하였으며, 이러한 파트너 및 조직원과의 관계가 힘들 때 버틸 수 있는 힘으로 작용하였음 • 직원 및 파트너의 신뢰와 업무에 집중할 수 있는 환경 조성이 전문성 강화에 일조 • 경영진은 20년 IT 분야 경력을 통해 전문성을 확보하고 있으며, 다양한 실패와 성공의 경험으로 경영 능력을 확보하고 있음

3) 세분 시장 타케팅 및 주도

고성장 IT서비스 기업들은 목표하는 시장을 선정하고 거기에 이르기까지 유통채널을 확보하며, 일단 확보한 고객을 지속적인 파트너로 만들어가는 고객관리 활동 등이 뛰어난 경우가 많다. 세분화된 시장을 타케팅한 후, 해당 시장을 선점하고 주도하는 모습도 많이 보인다.

A기업의 경우, 공공 SI 시장을 타케팅하고 있다. 대기업참여제한제 시행 이후 중견기업보다 먼저 선점하기 위해 시장진입을 위한 준비를 하였기에 공공 SI 시장에서 두각을 나타내고 있다. B기업의 경우, 공항, 항공사 지원을 사업 목표로 삼았다. 해당 시장을 선점하고 있는 기업이 많지 않기에 시장에서 신뢰를 쌓은 후 자리잡을 수 있었다. C기업의 경우, 완성차 업체 대상으로 순정 OEM으로 시스템 SW를 공급하고 있다.

〈표 5-13〉 고성장 IT서비스 기업의 세분 시장 타케팅 사례

구분	세분 시장 타케팅 사례
A기업	• 공공에서 대기업의 시장 진입이 제한되기 3년 전부터 준비하여 대기업의 공백을 파고들어서 사업을 키움 • 사전에 철저히 준비하고, 준비된 프로젝트만을 추진하여 고객의 신뢰 확보 및 전문영역확보 • 프로젝트를 이해하고 준비하는 사전 준비기간을 충분히 가짐으로써, 프로젝트 수행에 차질이 없도록 대응. 이를 위해 신입보다는 중견 사원을 중심으로 사전에 대응 • 공공 시장의 경우 중견 기업들이 준비없이 무리하게 도전하여 실패하는 사례가 많았음. 해당 기업은 철저히 준비된 분야에서만 경험을 바탕으로 추진하여 해당 분야에서 Best One이 되는 전략을 추구

구분	세분 시장 타케팅 사례
B기업	• 항공사의 최적화된 시스템 개발을 지향, 방법과 모델을 만들어 제공하는 전문 그룹 • 진입장벽이 높은 제품으로 고객들은 해당 회사의 제품을 사용해야만 하는 경우가 있어서 지속적인 거래가 이어지고 있음. • 회사 직원들이 고객사에 시스템을 제공하는 형태라 안정성이 담보되어 있어 거래가 지속되고 있음 • 변화에 민감하게 대응하고 하드웨어와 소프트웨어를 접목한 플랫폼 기반의 시스템을 개발함으로써 타 기업이 접근하기 힘든 전문적 개발에 집중한 것이 고성장의 요인 • 공항 터미널 증설도 기회가 되었음
C기업	• 자동차 제조사들이 새로운 차종을 개발할 때, 파트너로 참여해서 3년 정도 프로젝트 개발 프로세스에 맞추어서 같이 수행하면서 새로운 자동차에 맞는 시스템 융합 소프트웨어를 개발하여 순정용 OEM으로 납품함 • 고객사의 요구사항에 대해서 정해진 일정 안에 개발 해줄 수 있는지가 관건인데, 해당 기업은 가능한 수준을 확보 • 1년마다 자동차 제조사에서 수행하는 정기평가에 맞는 기술 수준을 맞출 수 있는 기술 역량 보유

다. 게임SW 기업

1) 뛰어난 기술 역량

게임SW 기업들은 컴퓨터·비디오·모바일 소프트웨어를 판매하는 기업으로 과거에는 PC 게임SW가 주류였지만 최근에는 모바일 게임SW의 비중이 높아지고 있다. 파트너사의 게임을 라이선싱하여 시장에 제공하는 일부 업체를 제외한 대부분의 게임SW 업체들은 앞서 살펴본 패키지SW업체들과 마찬가지로 수년 동안의 제품/서비스 개발 기간이 소요되는 제품들을 시장에 출시한다. 게임SW 사전개발에 드는 시간과 비용이 많기 때문에 이를 뒷받침할 수 있는 뛰어난 기술과 인재 역량이 필요하다.

A기업의 경우, 3D 캐릭터를 2D로 보이게 하는 기술을 사전 개발하였으며 꾸준한 R&D 투자로 기술력 축적에 집중하였다. 또한, R&D 개발을 위한 인력 확보에도 집중하고 있다. 경영진 역시 기술 역량을 보유하고 있어 사업 초기의 동력으로 작용하였다. B기업의 경우, 최신의 소비자 트렌드에 맞는 제품을 제공하기 위해 기술 수준을 항상 최신에 맞추는 데 중점을 두고 있다. 이를 위해 인재를 핵심역량이자 경쟁력으로 인식하고, 핵심 개발자를 확보하고 육성하는 데 중점을 두고 있다. 경영진 역시 오랜 대기업 생활로

경험이 풍부하다. C기업의 경우, VR과 AR, AI 기술을 바탕으로 새로운 콘텐츠를 시장에 출시하였다. 이를 위해 VR, AR, AI 등의 기술 수준을 향상하는 데 중점을 두고 있다. 또한, 디자인, 기술 등의 분야에서 10년 이상 경력자 중심의 인력 구성 역시 시장에서 자리를 잡는 데 큰 도움이 되고 있다.

〈표 5-14〉 고성장 게임SW 기업의 뛰어난 기술 역량 사례

구분	뛰어난 기술 역량 사례
A기업	- 특정 국가를 타겟으로 하는 게임을 생산하는 업체로 사전 개발 및 사전 시장조사를 통해 필요한 기술을 선제적으로 개발 - 3D캐릭터를 2D캐릭터로 보이도록 하는 기술을 개발하였으며 꾸준한 R&D 투자를 통해 핵심 인력 확보 - 경영진 역량이 사업초기의 동력으로 작용하였으며, 초반에 경영진이 인력을 이끌어가는 성실한 리더의 역할을 하였음 - 사전 개발을 통해 시행착오를 줄일 수 있었으며, 정부의 지원 부족 등의 문제로 중소기업이 R&D에 집중하기 어렵기 때문에 자체적인 R&D 투자를 실행하였고 제품을 발전시키는 요인이 되었다고 자체 판단
B기업	- 게임 전문 회사로, 모바일게임, 온라인게임, 가상현실, 스마트TV 및 해외 서비스 등 신사업을 아우르는 멀티 플랫폼 게임 기업 - 최신의 소비자 트렌드에 맞는 제품을 제공하기 위해 기술 수준, 인적 수준, 조직 체계를 항상 최신으로 갖추려 함 - 미래 신사업 전략도 항상 고민 중. 일례로 게이미피케이션 (Gamification)을 계획 중인데, 이는 대중의 실생활을 게임처럼 즐겁게 만드는 작업이다. - 핵심 개발자를 확보하고 육성하는데 중점을 두고 있음. 회사 자체적으로 시장/소비자가 원하는 게임 제품을 만들어서 서비스 잘하는 인재를 핵심 역량으로 판단하고 있음. 하지만 핵심 개발자를 확보하고 육성하는데 어려움이 있어 이를 해결하기 위한 고민이 많음. 게임 개발자는 경력 보다 창의성이 훨씬 더 중요함. 따라서 경력보다 개인의 능력을 우선시 하는 평가 보상 체계도 고민 중 - 직원들이 업무에 전념할 수 있도록 다양한 복리후생을 시행 중. 점심시간 연장, 만화책/게임타이틀 사무실 비치, 다양한 금융 상품 지원 등 직원들의 업무 환경 조성에 많은 관심을 보이고 있음 - 경영진 역시 게임 업체 및 IT 대기업에 오래 근무하여 경험이 풍부함. 공동 대표 체제로 구성되어있는데, 경영 총괄 사장의 경우 개발부터 서비스를 전체 총괄하고 있다. 과거 다양한 대기업 대표이사 재직 경험이 있으며 동일 계열사 신사업을 전담해왔다. 게임 퍼블리싱을 총괄하는 사장은 게임 회사 사장 경력을 가지고 있다.
C기업	- VR, AR, AI 콘텐츠를 개발하고 있으며, VR게임, 360도 영상, VR 플레이어, VR 전시 솔루션 등 신SW기술을 기반으로 하는 솔루션을 시장에 출시 - 자사 AI 솔루션에 역사적 고증을 바탕으로 한 역사 인물 캐릭터의 데이터셋을 구축하여 실감형 미디어 헤리티지 콘텐츠를 발표 - 쌍방향 AI를 적용한 대화형 인터랙션을 통해 역사 문화적 배경에 대한 질의응답, 일상 대화, 농담까지 대응할 수 있도록 구성되어 있음 - VR콘텐츠는 기기의 무게, 어지러움증 등 문제로 해결해야 할 문제가 많은 상황. 이를 해결하기 위한 기술력 개발에 중점을 두고 있음 - 인력은 경력 10년 이상의 베테랑 중심이며, 대표는 모바일 게임 디자이너로 시작해 마케팅, 전략, R&D 등을 공부하면서 시장 수요를 확인 후 창업

2) 글로벌시장 진출

게임SW 시장은 국내 시장 규모가 작기 때문에 처음부터 글로벌 시장을 대상으로 제품 개발을 도모하는 것이 당연한 전략이 되고 있다. 국내 내수 시장에서 성공을 바탕으로 해외에 진출하는 기업이 있는가 하면, 처음부터 해외시장을 타겟으로 게임을 개발하는 업체들도 눈에 띈다. A기업의 경우, 중국, 캄보디아와 합작하여 조인트벤처를 설립하였으며, 이를 기반으로 해외시장 공략에 나서고 있다. 또한, 중국, 미국 업체들과 판권계약을 체결하는 등 글로벌시장 진출이 활발한 편이다. B기업의 경우, 유럽, 일본, 미국에 해외법인을 설립하였으며, 중국, 동남아 등에도 지사를 설립하여 시장을 개척하고 있다. 실제로 글로벌 매출 비중이 전체 매출의 1/4 정도를 차지한다. C기업의 경우, 아시아 시장 석권을 목표로 설립된 회사로 현재는 일본향 모바일 게임을 개발하고 있다. 일본 소비자 취향에 맞는 제품을 개발 중이며 실제로 일본 시장 퍼블리싱 파트너를 확보하고 있다.

〈표 5-15〉 고성장 게임SW기업의 글로벌 시장 진출 사례

구분	글로벌 시장 진출 사례
A기업	• 맵핑 놀이로 즐기는 교육 체험 콘텐츠를 주력으로 하고 있음 • 중국, 캄보디아에서 조인트 벤처를 설립하여 거점을 마련하였으며, 미국, 중국 등의 업체와 파트너십을 통해 제품 수출 교두보를 마련. 해외 매출의 증가 추세 • 중국 시장 맞춤형 게임인 AR 디지털 마작을 개발하여 중국 시장에 진출
B기업	• 유럽, 미국, 일본에 법인을 설립했으며, 중국, 동남아에도 지사를 설립하며 글로벌 시장을 직접 공략 중 • 실제 글로벌 매출이 전체 매출의 1/4 정도를 차지 • 북미/유럽 등 개발사가 만드는 게임을 퍼블리싱 계약을 해서 서비스하는 사업 모델 보유
C기업	• 일본시장을 타겟으로 일본 소비자 취향에 맞는 게임 개발 • 현재 일본 시장 진출을 위한 퍼블리싱 파트너를 확보하였으며 본격적인 진출을 시도 중 • 일본 시장을 타겟으로 출발하여 아시아 시장 개척을 목표로 하고 있음

라. 인터넷SW 기업의 성장전략

1) 시장 선점 및 주도

인터넷SW 기업들은 인터넷에서 정보 검색 서비스, 커뮤니티 서비스 등을 제공하는 포털과 정보 및 서비스를 제공하는 정보 매개 서비스업 등을 총칭한다. 인터넷에서 제품을 판매하거나 서비스를 제공하는 기업들이 다수이기에 새로운 시장을 선점하고 주도하는 기업들이 두각을 나타내고 있다. A기업의 경우, 광고주와 운영자를 연결하는 독자 알고리즘을 기반으로 오픈마켓 대상 검색 광고를 국내에 도입하였다. 다수의 유통 업체 및 쇼핑몰 업체와 제휴를 통해 시장을 선점하여 성장하고 있다. B기업의 경우, 웹소설 및 웹툰을 온라인상에서 서비스하고 있다. 국내에서 가장 오래된 웹소설 공유 플랫폼으로, 견고한 업체 위상을 유지해나가고 있다.

〈표 5-16〉 고성장 인터넷SW기업의 뛰어난 기술 역량 사례

구분	뛰어난 기술 역량 사례
A기업	• 제휴 마케팅, 키워드 검색 광고 등 광고 시장에서 독자 서비스를 제공하며 산업내 위상 1위를 유지 • 최근 오픈마켓을 대상으로 한 키워드 검색광고 매출이 급성장하면서 고성장으로 이어짐 • 해당 기업은 (1) 광고/마케팅 예산이 많지 않은 중소 사업자를 타겟으로 하고 (2) 광고주와 웹사이트 운영자를 연결, 추적하는 독자적 알고리즘을 구현했으며, (3) 파트너들에 대한 관계 관리를 잘 하고 있는 것으로 자체 분석 • 고객의 요구를 잘 파악하고 시장의 요구에 맞게 빠르게 시스템을 개발하는 능력이 탁월. 사업 초기에 특허 하나를 취득했을 뿐 별도의 독점 기술은 없음 • 가장 큰 장점은 오랜 사업 경험과 고객과의 소통을 통해 시장의 요구를 발리 파악하는 능력임 • 키워드 검색광고 서비스를 국내에서 시작할 때 빠르게, 적극적으로 대응하여 선도주자가 되었음
B기업	• 국내 최대 웹소설 연재 플랫폼으로 웹소설, e-book, 웹툰을 제공하는 플랫폼 중 위상이 높은 편 • 누구나 작가가 될 수 있고, 독자가 바로 읽고 평가할 수 있는 시장을 개척 • 국내 처음으로 웹소설 유료화 정액제 모델을 도입하면서, 이를 통해 유료 서비스내의 작품을 읽을 수 있도록 했고 독자에게 가격대비 만족도를 높일 수 있었음 • 모바일에 최적화된 콘텐츠로 스마트폰의 보급에 따라 독자층이 넓어진 것도 성공요인

2) 비즈니스모델 및 서비스 혁신

인터넷SW 기업들은 신기술을 적용하는 기술 혁신보다 비기술 혁신 즉, 비즈니스모델 혁신이나 서비스 혁신을 성장 동력으로 삼는 경우가 많았다. 이는 기술력으로 차별화를 해야 하는 패키지SW나 IT서비스와 달리 시장의 트렌드에 맞춰 차별화된 서비스를 제공해야 하는 인터넷SW 업종의 특성에 따른 것으로 보인다.

A기업의 경우, 고객의 요구사항을 충실하게 분석해서 알맞은 솔루션을 구축, 서비스하는 것이 주요 전략이다. 회사의 가장 큰 강점으로 오랜 사업 경험과 함께 고객과의 소통을 통해 시장의 요구를 빨리 파악하는 능력을 꼽고 있다. B기업의 경우, 모바일을 통해 웹툰, 웹소설, 영화, 드라마, 도서 등의 콘텐츠를 유통하고 있는데 일정 시간이 지나면 무료로 콘텐츠를 제공하는 차별화된 비즈니스모델을 통해 시장점유율을 높여 나갔다. 사업 초창기에는 이용객 수가 거의 없을 정도로 완전히 실패하였지만, 이후 고객의 니즈에 집중하면서 꾸준히 서비스를 개선하여 고성장을 이룰 수 있었다.

〈표 5-17〉 고성장 인터넷SW 기업의 비즈니스 모델 혁신 사례

구분	비즈니스 모델/서비스 혁신 사례
A기업	• 고객의 요구사항 및 불편사항을 반영하여 서비스를 개발하고 있음 • R&D센터는 고객의 요구사항이나 불편사항을 충실히 파악해서 시스템 개선에 반영하는 역할을 담당함 • 광고주와 각종 웹사이트 운영자를 중개하는 독특한 중개 방식을 자체개발로 해결하고 있음. 고객/이용자의 요구사항을 이 과정에 많이 녹이고 있음 • 키워드 광고 상품 판매의 경우, 상품을 운영하는 포털이나 오픈마켓의 광고 시스템을 쉽고 빠르게 활용할 수 있는 Add-on 솔루션을 잘 만들어서 효율을 극대화 하고 있음
B기업	• 웹툰/웹소설/영화/드라마/도서 콘텐츠를 모바일에서 유통하는 서비스를 핵심 사업으로 운영 • '기다리면 무료'라는 경쟁사와는 완전히 차별화된 비즈니스 모델을 통해 사용자에게 짧은 호흡으로, 기다리지 않고 작품을 몰입해서 보는 콘텐츠 소비 경험을 제공하고 있으며, 국내외 콘텐츠 파트너와의 파트너십을 통해서 매일 새로운 콘텐츠를 유저들에게 제공하고 있음 • 국내에서 가장 높은 거래액을 기록하고 있는 모바일 콘텐츠 플랫폼 사업자이자, IP기업으로서 지속적으로 더 좋은 서비스를 유저들에게 제공하기 위한 서비스 개발 관련 인력 투자와 좋은 스토리 IP를 독점적으로 공급하기 위한 투자에 많은 노력을 기울이고 있음 • 초기 실패 이후 고객의 니즈에 집중하면서 2~3개월 단위로 계속해서 꾸준히 서비스를 개선해 나갔고, '무료' 비즈니스 모델을 도입하면서 대성공을 거둘 수 있었음

2. 성장유형별 고성장 소프트웨어 기업의 성장전략

본 연구에서는 성장 중인 SW기업을 고성장기업과 예비고성장기업, 가젤기업으로 분류하였다. 본 절에서는 고성장단계에 있는 SW기업들간의 공통 성장 전략 및 예비고성장/가젤기업 단계에 있는 SW기업들간의 공통 성장 전략을 분석해보았다.

가. 고성장 SW기업의 성장전략

고성장 SW기업들은 업력이 10년 이상인 기업들이 다수이다. 일부 업력이 짧은 고성장 SW기업들도 존재하는데, 이들은 세계 최고의 기술 수준을 보유하고 있으며 빠른 시간내에 시장점유율을 높여가고 있는 기업들이다. 업력이 짧은 고성장 SW기업들은 CEO의 역량이 우수하거나 경험이 풍부한 경우가 많다. CEO의 역량을 통해 기업에서 생산하는 제품이나 서비스가 시장에서 인정받은 후, 우수 인재들을 채용하여 시장에서 성장해나가는 방식을 보여주고 있다.

대부분의 고성장 SW기업은 업력이 10년 이상으로 다소 긴 업력을 보유하고 있지만, 조사 대상 기업 중 3개의 SW기업이 업력 10년 미만의 기업으로 창업 후 급속하게 성장을 이루어 고성장에 포함된 것을 알 수 있다.

2016년 창업한 기업 회의용 어플리케이션을 제작하는 A기업은 국내 최고 통신제조 기업 출신의 창업자 3인이 기존에 회사를 다니며 배우고 익힌 기술을 바탕으로 회의 참가자들이 각자 메모나 아이디어를 곧바로 프린터 해 공유할 수 있는 기기를 제작하여 시장을 주도하고 있다. 또한, 나이에 상관없이 자신의 의견을 자유롭게 제시할 수 있는 조직 문화와 각 팀이 개별 스타트업처럼 일하는 형태. 특정 업무가 팀 안에서 완결성있게 돌아가도록 권한을 부여하여 담당자가 스스로 결정하고 집행하도록 함으로써 유연한 조직 구조가 빠른 고성장이라는 결과로 나타난 경우이다.

업력이 짧은 일부 고성장 SW기업을 제외하면 대다수 고성장 SW기업은 업력이 10년 이상인 경우가 많다. 이들 기업은 이미 성장기를 훌쩍 뛰어넘어 성숙기에 이른 기업들이다. 대부분 시장지배력을 가진 제품/서비스를 보

유하고 있으며, 기술이나 가격 측면의 경쟁력, 국내/외 시장의 안정적 고객 기반도 확보하고 있기에 최소한 이를 유지하기 위한 전략을 펼치고 있다. 종업원은 50~300명 수준이 되므로 기업 내/외부 업무 프로세스의 효율화를 포함한 조직운영 측면의 혁신이 필요하고, 매출액도 50~500억원에 이르게 되므로 새로운 시장/고객 창출과 더불어 기존 고객의 유지관리도 중요하다.

네비게이션 개발업체인 B사의 경우, 자사의 핵심역량은 인적자원이며 인적자원은 일반 인력이 아니라 전문화된 인력 즉 시스템 소프트웨어 개발 프로세스에 훈련되고 적응된 인력의 유지 및 꾸준한 양성이 회사의 성장을 좌우한다고 여겨 꾸준한 투자를 진행하고 있다고 응답하였다. 또한, 조직 구조 혁신을 위해 조직관리에 대한 시스템이 정착되어 있을 뿐만 아니라, 개방적이고 수평적인 조직운영을 위해 꾸준히 노력하는 점이 고성장을 유지할 수 있는 원동력이라고 응답하였다.

〈표 5-18〉 고성장기업 성공사례

구분	성장 사례
A기업	• 국내 최대 기업에서 재직하며 배우고 익힌 기술 및 노하우를 바탕으로 창업함 • 창업 초기에 제품을 기획하고 구상하는 단계에서 정부의 지원받아 시설 및 인프라 이용 가능한 것이 주요 성공 요인 • 나이에 상관없이 자신의 의견을 자유롭게 제시할 수 있는 조직 문화 • 각 팀이 개별 스타트업처럼 일하는 형태. 특정 업무가 팀 안에서 완결성있게 돌아가도록 권한을 부여하여 담당자가 스스로 결정하고 집행하도록 함
B기업	• 핵심역량은 인적자원이며 인적 자원은 일반 인력이 아니라 전문화된 인력 즉 시스템 소프트웨어 개발 프로세스에 훈련되고 적응된 인력의 유지 및 꾸준한 양성이 회사의 성장을 좌우한다고 여겨 꾸준한 투자를 진행하고 있음 • 조직 효율성을 제고하기 위해 조직관리에 대한 시스템이 정착되어 있을 뿐만 아니라 개방적이고 수평적인 조직 운영을 위해 노력함

나. 예비고성장/가젤 SW기업의 성장전략

예비고성장 SW기업 및 가젤 SW기업들은 업력이 10년 미만인 기업들이 다수이다. 세부적으로 살펴보면 업력이 5년 미만인 기업들과 10년 미만인 기업들의 성향이 다소 다름을 알 수 있다. 업력이 5년 미만인 기업들의 경우 일부 대기업을 제외하면 연간 매출액이 10억 미만인 중소기업이 다수이

며, 종업원은 50명 내외, 연 매출액은 20~30억원 내외이다. 이들 기업은 기술력을 바탕으로 기존 제품/서비스와는 차별화된 기능/성능을 갖고 있거나 종래에 없던 새로운 서비스를 제공하는 기업들이 많다. 기술력을 가진 CEO가 창업한 기업으로 참신성을 인정받아서 매출을 일으키고 국내/외 대회에서 수상하는 등 인정을 받고 있으며 정부/민간의 지원을 받는 회사들도 존재한다. 이러닝 솔루션 회사인 A기업은 이러닝에 필요한 다양한 솔루션을 자체적으로 개발하여 최고의 품질로 서비스하고 있다. 유사한 솔루션을 제품 포트폴리오로 대응으로써 효율적으로 고품질의 제품을 개발하고 고객사 확보가 용이하여 고성장을 이룬 사례이다. 또한, 꾸준한 업데이트와 프로그램의 시스템적인 추가기능까지 지원하며 예비고성장에서 고성장으로 진입하기 위한 노력을 기울이고 있다. B기업의 경우, 무선영상 송수신 기기, 대형 멀티 터치 제품 등 다수의 제품 포트폴리오를 보유하여 이를 기반으로 한 고객층 확대를 통해 꾸준한 매출을 창출 중이다.

〈표 5-19〉 예비 고성장기업 성공사례

구분	성장 사례
A기업	- 러닝 통합 솔루션, 멀티플랫폼 동영상 플레이어, e-Book 기반의 소셜 러닝 솔루션, 인터랙티브 콘텐츠 솔루션 등 유사한 솔루션을 함께 제공함으로써 제품간의 시너지효과 및 고객사 확보를 통해 고성장함 - 꾸준한 업데이트와 프로그램의 시스템적인 추가기능까지 지원하여 고객 만족 노력
B기업	- 무선영상 송수신 기기, 대형 멀티 터치 제품 등 다수의 제품 포트폴리오를 보유 - 기업 부설연구소 인증, 공개 SW 개발 사업 선정됨으로써 초기 성장단계에서 지원을 받음

* 본 연구보고서 업종별 성장전략에서 이니셜로 표시된 기업은 임의로 배정한 것으로, 이니셜이 같더라도 동일 기업은 아님

이들 기업은 소수(1~3개)의 주력 제품/서비스를 가진 기업이어서 사업 포트폴리오 측면에서 위험부담이 큰 상태라 할 수 있다. 업력이 짧은 예비고성장 기업 및 가젤 기업의 고성장이 지속되려면 기술 우위를 통해 제품 업그레이드나 신제품 개발을 할 수 있도록 인재 확보, 자금 확보 등이 필요하며, 성장기 내지 성숙기에 진입할 수 있는 수준의 매출/이익 확보를 위한 국내/외 시장 개척, 인증/시험, 기술 보호, 네트워크 확대, 경영 컨설팅/멘토링 등이 필요하다.

업력이 5년 이상 10년 미만인 예비고성장 SW기업 및 가젤 SW기업은 성장기를 넘어서는 기업으로 다수의 제품/서비스 포트폴리오를 가지고 있다. 그리고 다수의 기업은 국내 매출은 물론 해외 매출도 확보하고 있는 상태이다. 이들 예비고성장기업 및 가젤 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 제품/서비스, 공급 역량, 시장 유통/마케팅, 고객가치, 조직운영 등 기업활동 전반에서 다양한 혁신 활동이 필요할 것이다. 제품/서비스 측면에서는 적절한 포트폴리오가 확보되어야 할 것이며, 기술개발, 시장/고객개발, 해외 진출, 제품/서비스 개발 프로세스 정비, 내부 경영관리체제 개선, 국내/외 파트너들과의 네트워킹 확대 등을 추진해야 할 것이다.

3. 혁신활동 유형별 고성장 소프트웨어 기업 성장전략

본 절에서는 기업의 혁신활동을 김덕현(2017)이 제안한 4W1H 모형에 따라 5가지 영역 즉, 상품혁신, 역량혁신, 유통혁신, 가치혁신, 그리고 운영혁신 등의 영역에 따라 분석하였다. 각 영역은 제2장에서 소개한 것처럼 아래 요소들에 대한 혁신활동을 포함한다.

〈표 5-20〉 혁신 유형

혁신 유형	내용
상품혁신	제품/서비스의 기능/성능, 품질, 가격, 디자인, 고객경험 등에 대한 혁신
역량혁신	제품/서비스를 생산하는 데 필요한 인적/물적/지적/금전적 자산, 기술, 파트너
유통혁신	목표 시장, 유통채널/유통방식, 고객관리
가치혁신	기업가치(예: 매출/이익, 시장점유율), 고객가치(예: 고객만족, 사용편의성), 파트너(즉, 직원, 납품업체, 판매업체), 지역/사회/인류 가치(예: 친환경, 지속가능 경제, 안전)
운영혁신	제품/서비스 개발 프로세스, 조직구조, 조직문화, 조직운영 방식

가. 제품혁신

조사된 고성장 SW기업이 추진해 온 제품혁신 유형은 차별화 내지 참신성 향상, 기능/성능/서비스 향상, 품질/신뢰도/전문성 확보, 고객평가나 인증/수상을 통해 브랜드 가치 향상, 구색 갖추기 등의 제품혁신을 통해 고성장을

달성하고 있는 것으로 나타났다.

A기업의 경우, 기존의 종이 식권 서비스를 대체한 모바일 식권 서비스를 제공함으로써 고객층 및 신규 시장에 진입하여 제품의 차별화를 통해 고성장을 이루었으며, B기업은 기존의 제품에 머신비전과 딥러닝을 적용한 양산 제품의 불량검사 솔루션을 개발하여 고객사의 품질 개선 및 효율성에 크게 기여하여 투자유치를 받았다.

〈표 5-21〉 제품혁신 사례

구분	제품 혁신 사례
A기업	- 모바일 식권 서비스 제공 : 업체가 직접 수집하거나 이용자들이 올리는 맛집 정보를 제공하는 서비스와 종이 식권의 발행-지급-활용-사후정산 등을 간소화한 서비스 제공 - 기존 오프라인 식권의 문제를 해결함으로써 B2C고객뿐만 아니라 B2B고객까지 사업영역을 확대할 수 있었고 B2C 사업을 통해 얻은 빅데이터를 필요로 하는 기업에 예를 들면 상권 분석 데이터로 판매하는 식의 새로운 B2B 사업까지 확장
B기업	- 딥러닝과 산업 현장에서 필요한 불량검사 지식을 결합한 것은 글로벌 top 수준인 B기업은 양산 제품의 불량검사에 적용되던 기존 방식에서 머신비전과 딥러닝을 적용하여 제품개발 - 기존 검사 솔루션에 비해 속도, 비용, 정확도 등을 크게 개선하였는데, 전통적 Waterfall Model이 아닌 애자일 방법론을 적용하여 유연한 개발환경 조성이 큰 힘이 되었음 - 장기적으로 제품 개발 목표에 맞춘 기술개발, 인력 확보, 자금 확보 등을 세밀하게 기획/계획하고 이를 적극 실행

나. 역량혁신

조사 대상 고성장 SW기업의 기술이나 인적/지적/물적 자산, 파트너십 등을 확보함으로써 제품/서비스를 생산할 수 있는 역량을 높이려는 혁신 활동은 기술(자체)개발, 기술도입/활용, 인재 확보 및 육성, 자금 확보, 파트너 협업, 경영진 역량, 기타 자산 등이다.

A기업의 경우, 전체 인력의 85% 이상이 개발인력으로 SW기업의 고성장을 위해 중요한 인적자산이 확보되어 있었으며, 다수의 지적재산권과 원천기술을 바탕으로 우수한 제품을 개발하여 뛰어난 매출액 성장률을 보이고 있다.

B기업의 경우, 일학습 병행제를 통해 교육 훈련을 통한 조직 구성원의 역량 강화, DB 전문가의 자부심을 부여하며 기업과 함께 성장을 유도하여 우수 인재를 통해 고성장을 이끈 사례라고 할 수 있다.

〈표 5-22〉 역량혁신 사례

구분	역량 혁신 사례
A기업	- SW 시험 및 검증 및 산업별 표준을 정립하여 이를 자사의 솔루션/서비스로 구현 - 각 산업의 발전에 따른 지속적인 개발 역량 확보와 다양한 산업 분야의 도메인 지식 역량 확보를 통한 뛰어난 제품 생산이 매출 증대에 큰 힘이 되었음 - 전체 인력의 85% 이상이 R&D 및 개발인력, 다수의 지적재산권(특허, 실용신안, 디자인 등) 보유하여 기술력 및 우수인재 확보
B기업	- 일학습병행제 활용해서 직원 채용 및 교육하여 인재 채용 및 육성에 많은 투자를 하는 등 인력에 대한 투자를 회사의 성장의 원천이라고 여김 - 성과에 대한 보상체계 및 중상위권의 연봉 지급 등 성과에 대한 확실한 보상체계 갖추므로 우수한 인재의 이탈을 방어 - DB핸들링 전문가로서의 자부심을 부여하여 조직구성원의 동기부여 향상하여 서비스 차별화에 역량을 갖춘 직원 양성

다. 유통혁신

유통혁신 활동은 목표 시장을 선정하고 거기에 이르기 위한 유통채널을 확보하며, 일단 확보한 고객을 지속적인 파트너로 만들어 가는 고객관리 활동 등이 포함된다. 또한, 국내 시장을 넘어 글로벌시장으로 진출하기 위한 정보 수집(예: 전시회 참가, 국가별 문화/제도 이해), 협력 파트너 확보, 그리고 실제 매출 달성 등이 포함된다. 조사 대상 기업의 유통혁신 활동은 시장 선점/주도, 세분 시장 타겟팅, 고객관리, 유통채널 구축, 해외 진출 등 측면에서 아래와 같은 사례를 확인할 수 있다.

〈표 5-23〉 유통혁신 사례

구분	유통 혁신 사례
유통채널 구축	- A 기업 : 양산품 불량검사 관련 산업별, 지역별 딜러들을 정밀하게 공략, 파트너로 확보 - B 기업 : 별도 IP를 가진 작품별 브랜드 사이트를 오픈해서 다양한 2차 창작물을 제작 - C 기업 : 제품은 본사가 개발하고 유통과 시스템 유지보수는 파트너사가 전담함
시장 선점 및 주도	- D 기업 : 글로벌 시장의 선도자가 사용한 오픈마켓 대상 검색광고를 국내에 도입 - E 기업 : 공공서비스에 오픈스택 기반의 PaaS를 최초로 공급 - F 기업 : 자체 230개 중 170개에 제품/서비스 납품함으로써 공공시장 점유율을 높여 고성장

라. 가치혁신

45개 고성장 SW기업의 가치혁신 활동은 추구하는 가치가 기업 자신인지, 추상적 개념으로서의 고객인지, 아니면 보다 넓은 의미의 고객인 소비자/직원/파트너, 나아가 사회나 인류를 위한 것인지 등으로 구분할 수 있다.

〈표 5-24〉 가치혁신 사례

구분	가치 혁신 사례
파트너/직원/소비자 가치 지향	- A 기업 : 사용자들이 습관을 바꾸지 않아도 되는 사소하고 작은 변화에서 큰 변화와 생산을 이끌어 내어 기업의 성장에 기여 - B 기업 : 대중에게 게임으로 즐거움과 만족을 전달하여 사회적 스트레스 감소가 목표 - C 기업 : 프로그래머가 필요 없는 프로그래머블 사회 실현을 위해 제품 제공
사회/인류 차원 가치 지향	- D 기업 : 사람이 기계가 대신하던 일에서 사람이 벗어나도록 하여 인류 차원의 가치 지향 - E 기업 : 고성장을 이루어 지역 경제에 기여하는 것이 목표 - F 기업 : 직원과 그 가족의 발전에 기여하고 결국 사회 발전에 기여하는 회사를 만드는 것이 궁극적인 목표
기업중심 가치 지향	- G 기업 : 기업의 존재가치는 이윤에 있으며 이윤을 극대화하기 위한 활동에 집중
고객가치 지향	- H기업 : 고객의 성공과 가치창출을 위해 제품 및 서비스를 제공하는 것이 목표

마. 운영혁신

고성장 SW기업은 제품 개발이나 고객지원 서비스 프로세스를 체계적으로 정립하거나 조직 구조를 상하좌우 커뮤니케이션이 유기적으로 진행되는 수평조직, 팀제나 프로젝트 조직으로 운영하는 것, 조직 문화를 개방적이고 유연하며 친밀하게 함으로써 조직구성원의 창의성 제고, 기업간 전략/운영 제휴와 M&A 등을 통해 운영혁신 활동을 활발하게 진행하고 있다.

A 기업은 팀 의사결정의 자율성을 부여함으로써 빠른 의사결정을 가능하게 하여 업무의 효율성을 높이는 조직운영 혁신뿐만 아니라, 고객의 요구사항에 대한 즉각적인 피드백과 보안을 통해 프로세스 혁신을 이루어 시장을 선도하고 있다.

B 기업의 경우도 제품 및 서비스의 문제에 대한 빠른 피드백을 통해 고객의 만족도를 높이며, 조직구성원에게 책임감을 부여하여 조직 운영의 효율성을 향상시킴으로써 혁신을 이루었다.

〈표 5-25〉 운영혁신 사례

구분	운영 혁신 사례
A기업	- 문화데이, 자율출퇴근 등 다양한 복지제도를 통해 조직문화의 유연성 확보 - 고객의 요구사항에 대한 즉각적인 피드백과 보완 실행 - 매달 팀별 회식과 이달의 망고인 선발 등을 통해 친밀한 조직문화 형성, 각 팀 안에서 업무가 완결성 있게 진행되도록 권한 부여함으로써 빠른 의사결정 가능하게 함
B기업	- 입사 3~5년차 직원으로 구성된 TF가 근무환경 및 제도개선 등을 전담하여 조직구성원의 책임감 부여 - 제품 및 서비스의 문제에 대한 즉각적인 피드백과 보완을 통해 고객만족도 향상

제4절 소프트웨어 기업 성장의 애로사항

고성장기업을 대상으로 기업 성장 과정에서 애로사항을 인터뷰한 결과, 인력 확보/유지 및 자금 확보의 어려움, 기업성장 과정에서 요구되는 내부역량의 부족, 법/규제와 정책 변화, 시장/소비자/산업 변화로 인해 기업성장의 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.

1. 인력 확보 및 유지 측면

일부 대기업을 제외한 거의 모든 중소기업과 스타트업이 당면하고 있는 가장 큰 애로사항은 우수 인재를 확보하기 어렵고, 확보한 인재들조차 2~3년 이상 유지하는 것이 어려워져 기술/제품/서비스 공급에 제약이 생기는 점을 꼽고 있다. 중소기업이 우수 인재들이 지원하지 않는 가장 큰 이유는 대기업이나 글로벌기업에 비해 낮은 처우와 보상, 개인의 성장가능성에 대한 우려가 크기 때문이다. 특히, 지방 소재 기업은 수도권 인재들이 지원을 기피하는 경향이 있어 우수 인재 확보가 더욱 어려운 것으로 조사되었다. 또한, 중소기업은 대기업과 달리 단기능의 전문인력보다 멀티플레이어로 문제해결과 창의성이 높은 인재를 선호한다. 하지만 교육기관과 정부의 인력양성정책은 이러한 중소기업의 니즈를 충족시키기에는 역부족이고, 중소기업에서 다년간 교육 훈련을 해놓으면 대기업이나 해외의 근로조건이 좋은 기업으로 이탈하는 경우가 많아 어려움을 토로하고 있다.

창업 이후 스케일업을 하는 과정에서 소프트웨어 기업은 다양한 문제를 직면하게 되는데 창업초기 기술인력 중심의 내부역량으로는 이러한 문제를 해결할 수 있는 내부역량이 매우 부족하다. 기업이 성장하는 과정에서 규모확대에 따른 조직관리, 지재권 확보 전략, 해외 진출 및 신시장 진출에 대한 판단, 투자유치 노하우 등에 대한 전문가의 지원이 필요하다.

2. 자금 확보의 어려움

일부 대기업을 제외한 대다수 중소기업과 스타트업이 기술개발, 제품/서비스 개발, 마케팅, 해외진출 등에 필요한 자금 부족을 겪고 있고 신사업 발

굴, 추진을 위해 필요한 자금이 충분하지 않을 것을 우려하고 있다. 실제로 대다수의 고성장기업은 정부나 금융권의 도움 없이 자체 이익으로 투자자금을 충당하고 있는 것으로 조사되었다.

고성장기업이 투자자금을 확보하는데 어려운 가장 큰 이유는 대부분의 정책 자금이 창업기업에 집중되어 있어, 어느 정도 업력이 있는 성장하고 있는 기업을 지원하는 공적 투자자금이 부족하다. 더 나아가 정부나 금융기관의 투자자는 단기 성과를 얻거나 현재 ‘괜찮은’ 회사에 투자하는 경향이 많다. 또한 벤처캐피털이나 금융기관의 투자 기준이 무형자산의 가치를 인정하지 않는 등 소프트웨어 분야에 적합하지 않고, 미래 유망한 소프트웨어 분야에 대한 정보와 전문지식이 상당히 부족한 상황이다.

3. 기업 내부역량 부족

대부분의 고성장 소프트웨어 기업은 외부 환경 변화에 신속히 대응하고 기업 성장 과정에서 요구되는 전문적인 역량 부족을 중요한 위협요인으로 꼽고 있다. 스타트업의 경우, 자신이 보유한 기술(IP 포함)이나 사업모델이 침해받게 될 것을 우려하고, 중소기업은 기술이나 경영관리 역량 부족 가능성을 우려하고 있다. 특히, 성장 속도가 빠른 고성장 소프트웨어 기업은 일종의 성장통 즉, 조직운영의 비효율이나 방만함이 나타나게 될 것을 우려하고 있다. 해외 진출을 추진하는 기업은 해외시장에 대한 이해 부족이나 마케팅 능력 부족이 고성장 유지를 어렵게 한다고 응답하였다.

소프트웨어 기업은 급격한 기술 변화와 시장환경의 변화에 기민하게 대응하는데 애로사항이 많다. 소프트웨어 기반 제품/서비스는 유/무선 통신망으로부터 컴퓨터, HW, 주변기기, 타사의 SW 도구나 솔루션 등 상호 연동되어야 할 구성요소가 많기 때문에 기술 변화는 개발-판매 중인 제품/서비스 자체의 기능/성능/품질에 직/간접적인 영향을 끼치게 된다. 그런 점에서 소프트웨어 기업은 상시 관련 기술 발전과 변화 트렌드를 기민하게 파악하고, 대응해야 하는데, 예상치 않았던 변화나 급격한 속도로 등장하는 변화에 대해서는 대응이 더디거나 불가능할 수도 있기에 그 점을 우려하고 있는 것이다.

또한, 경쟁력있는 우수한 솔루션을 개발하는데 오랜 시간이 소요되는데 정부의 연구개발 지원 정책은 사업 초기 R&D, 파일럿 단계까지만 지원하고 있어 상용화·사업화 단계로 이어지기 어렵다는 의견이 많았다. 그리고 정부 R&D 투자에서 소프트웨어 및 서비스 R&D에 대한 비중을 확대하고 소프트웨어 R&D의 지원 범위도 사업화 단계까지 확대하도록 요구하고 있다.

4. 법/규제와 정책 변화

소프트웨어 기업이 당면하고 있는 애로 요인이자 향후에도 계속될 위협요인으로 꼽은 것은 아직까지 개선되지 않은 각종 법/규제나 정립되지 않은 신산업 관련 제도, 그리고 일관적이지 않은 정부 정책 등을 꼽았다. 규제 개선이 필요하거나 정책의 일관성이 필요한 문제로는 기업간 협력이나 공동사업 등을 가로막는 지나친 규제, 중소기업이 중견기업으로 성장할 때 다양한 혜택들이 급격히 감소하므로 중견기업으로 성장하는 것을 꺼리는 결과를 낳고 있다. 그리고 신산업에 대한 규제가 많고 불필요한 행정절차로 인해 중소 소프트웨어 기업이 적극적으로 도전하지 못하는 원인이 되고 있다.

5. 시장, 소비자, 산업의 변화

고성장기업이 향후 나타날 수 있는 위협요인으로 꼽은 시장/소비자/산업의 변화는 시장 규모 자체가 축소/확대되거나 포화에 이를 가능성, 소비자들의 기호나 소비 패러다임(예: 친환경) 변화 가능성, 중소기업이 선점한 시장에 대기업(또는 중국을 포함한 해외 기업)이 진입할 가능성, 기술 발전이나 규제 변화에 따른 산업생태계 변화, 경쟁의 심화 등이 포함되었다. 이외에도 중소 소프트웨어 기업은 주 52시간 근무시간 단축에 대한 제도적 개선책을 요구하였다. 보다 소프트웨어 산업의 특성을 잘 반영한 제도로 보완책을 마련하기를 바라는 요구사항이 많았다.

〈표 5-26〉 소프트웨어 기업 성장 과정의 애로사항

구분	애로 사항
인력양성/유지	- 기업성장과정에서 스케일업에 요구되는 전문역량 부족 - 기업경영, IP 확보, 해외진출, 투자유치, 비즈니스 혁신 등 기업 내부역량 부족 - 벤치마킹할 만한 기업 사례를 발굴, 전파 - 기업과 기업, 기업과 멘토간 실질적인 세일즈가 이뤄질 수 있는 지원 필요 - 중소기업이 원하는 인재양성 및 공급지원정책 필요 - 중소기업선호 인재 : 단기능보다 다기능 멀티플레이어, 문제해결, 창의성 높은 인재 - 중기 대상 인재수급정책 마련 - 중소기업 핵심 인재 이탈 방지 정책 필요 - 글로벌 기업, 대기업, 프리랜서 등으로 이직을 막을 수 있는 정책지원 필요 - 중기 고용환경개선 지원정책 확대 필요
자금 조달	- 창업보다는 스케일업, 현재 유망한 사업보다 미래유망분야, 단기 성과보다는 5년~10년 후 성과창출 가능한 분야에 대한 정부 투자지원 필요 - 성공가능성이 낮은 청년·창업기업에 투자가 집중되어 있고 업력이 오래된 중소기업에 대한 투자는 적음 - 정부가 스타트업/창업쪽에 많은 지원을 함에 따라 투자자들도 '괜찮은 회사'에만 투자하는 식의 쏠림 현상이 있음 - 금융·투자기관의 투자 기준이 SW분야에 부적합 - 금융기관에서 담보를 요구하는데 무형자산(솔루션) 가치를 인정하지 않음 - 미래 유망한 SW 분야에 대한 정보 부족 - 정부는 직접적인 자금지원 보다 중소기업이 생산한 제품/서비스를 우선 구매함으로써 초기 시장이 창출되도록 하는 식의 간접 지원 필요 - 창업자금지원과 같이 양적 지원에 집중하다 보니 사후 컨설팅이나 사업관리에 소홀해지므로 이를 개선할 필요가 있음
R&D 지원	- 사업 초기 R&D → 상용화·사업화 단계까지 지원 - 선행과제 수준에 대해서만 지원하고 있어 상용화 단계까지 지원 확대 필요 - 정부 지원 과제는 대부분 파일럿 단계까지 진행되는 '보여주기' 식이 많아서 개발 후 시장과 연결되지 않음. 즉, 상용화에 대해 책임지는 주체가 없음 - 제품 기획/개발 단계에서 상업화를 위한 인증/허가 등에 대한 고려 필요 - 우수한 솔루션을 개발하는 데 10년 정도 시간이 소요되는 점을 감안, 기존 기업에 대한 지원 확대 필요 - 새로운 SW 개발에 필요한 정부 R&D 지원 확대 필요 - 지재권 확보 지원 - 서비스 개발 후 기술에 대한 저작권 침해를 우려하고, 보유 기술에 대한 특허 등록 프로세스와 지식 부족

구분	애로 사항
제도/규제 개선	- 신산업에 대한 규제가 많고 복잡 - 신산업에 대해서는 규제보다는 촉진 정책이 필요(포지티브 규제를 네거티브 규제로 전환) - 의료기기에 대한 인증 절차가 너무 복잡하고, 불필요한 행정절차를 간소화 필요 - 신기술 적용에 대한 정부 규제 즉, 사업허가를 받아도 불법으로 기소될 가능성에 대한 염려 - 중소기업에서 중견기업으로 편입 시 많은 혜택 감소 - 세제혜택 등 스케일업 기업에 대한 혜택 확대 필요 - 대기업과 스타트업/중소기업 분쟁 발생 시 중소기업에 대한 법률서비스 지원 - 국내 기업에 대한 규제로 인해 오히려 해외업체가 혜택을 보게 되는 문제 - SW의 가치 불인정 및 SW산업에 부적합한 규제 - 임베디드 SW의 가치를 HW에 포함시키는 유통방식 개선 필요 - 국산SW에 대한 인식 개선 필요, 외산 SW는 고가를 지불하고 맞춰서 쓰지만, 국산 SW에 대해서는 과도한 커스토마이즈이션을 요구하고 비용도 낮게 책정
글로벌 시장 진출	- 해외시장정보, 투자유치 전략 등 정보와 기업내부 역량 부족 - 해외 진출 지원사업은 많지만 중복적이거나 비효율적 - 본투글로벌센터, KIC실리콘밸리 등 정부기관의 글로벌 진출 지원이 해외 투자 유치에 도움이 됨
기타	- 주 52시간 근무시간 단축제도 개선 - SW산업의 특성상 창의적 아이디어를 바탕으로 하는 지식노동에 부적합 - 중소기업재직자지원금 제도 개선 3년간 근무한 신입 직원이 3천만원 정도의 지원금을 받아서 해외여행을 가기 위해 퇴사하는 현상 - 중소기업이 신입직원 채용을 꺼리게 됨

〈표 5-27〉 고성장 SW기업 육성을 위한 정책 제언

구분	애로사항	정책개선 및 지원사항
인력양성	- 기업성장과정에서 스케일업에 요구되는 전문역량 필요 - 중소기업이 원하는 인재양성 및 공급지원정책 - 중소기업 핵심인재 이탈 방지 정책 필요	- CEO 리더십 역량 제고 프로그램 개발 - 리더십 교육 아카데미 운영 : 기업 경영, IP 확보, 해외진출, 투자유치 등 - 기업성장과정에서 겪는 애로사항 해소를 위해 고성장기업간 멘토 연결 - 중기 대상 인력양성 및 유지관리 정책 - 중소기업 중심 인력수급 전망 - 멀티플레이어/소프트인력/실무중심 인력양성을 위한 산학연협력 프로그램 - SW분야 '일하기 좋은 직장' 포상 및 고성장 기업홍보 - SW산업 근로환경 개선을 위한 실태조사 실시 - 조직문화 개선 컨설팅 지원 사업 - 급격히 변하는 기술/시장 수요에 대응하는 인력/스킬 확보 지원
자금 조달	- 창업중심 투자지원정책, 단기 성과 위주의 정부 지원요 - 금융·투자기관의 투자기준이 SW 분야에 부적합 - 정부는 직접적 자금지원 보다 간접적 지원 필요	- 고성장기업 대상 성장 펀드 조성 - 기업의 정책/민간자금 및 해외 투자유치를 위한 맞춤형 컨설팅 지원 - 투자유치정보 및 고성장기업 정보 교류 및 투자수요-공급기업간 연결을 위한 플랫폼 구축 - SW친화적 투자기준 개발 및 적용
R&D 지원	- 사업 초기 R&D → 상용화, 사업화 단계까지 지원 - 지재권 확보 지원	- SW 특성을 고려하여 R&D 지원 범위 확대 - 기술 특허 및 지재권 등록을 위한 컨설팅 지원 및 지재권 침해에 대한 제도적 보완
제도/규제 개선	- 신산업에 대한 규제가 많고 복잡 - 중소기업에서 중견기업으로 편입 시 많은 혜택 감소 - SW의 가치 불인정 및 SW산업에 부적합한 규제	- 신사업 활성화를 위한 적극적 규제 개선, 신속한 행정절차 개선 - 고성장기업 우선 공공조달 기회 제공
글로벌화/해외진출	해외시장정보, 투자유치 전략 등 정보와 기업내부 역량 부족	해외진출 맞춤형 패키지 지원 정책
기타	- 주 52시간 근무시간 단축제도 개선 - 중소기업재직자지원금 제도 개선	주 52시간 근무시간 단축제도 등 SW산업의 특성에 맞게 제도적 보완

제6장 소프트웨어 고성장기업 육성 전략과 정책 제언

제1절 요약 및 결론

본 연구에서 분석한 소프트웨어 고성장기업의 특성을 정리하면 다음과 같다.

먼저 소프트웨어 고성장기업이 현황과 성장 추이를 살펴보자. 국내 소프트웨어 고성장기업은 타 산업보다 매출 및 고용 측면에서 고성장기업의 비중이 비교적 높다. 고용 고성장기업의 경우, 2018년 기준으로 전산업 평균이 3.5%이고 제조업 평균이 3.3%인데 비해 소프트웨어 산업의 고성장기업 비중은 5.1%에 달한다. 그리고 매출 고성장기업의 비중도 산업 평균(8.9%), 제조업 평균(8.7%)보다 높은 13.7%로 매우 높다.

소프트웨어 고성장기업은 일반기업보다 매출 및 고용 성장에 대한 기여도가 매우 높다. 전체 기업의 13.7%에 해당하는 고성장기업이 산업 전체 매출 증대에 대한 기여도가 51.6%로 높다. 고용 측면에서도 고성장기업(10.3%)의 고용 성장기여도가 56.9%에 이를 정도로 고성장기업의 성과가 매우 크다고 할 수 있다.

소프트웨어 고성장기업 중 매출 고성장기업의 비중은 2012년에서 2018년까지 총 4개의 코호트별로 구분하여 분석한 결과, 계속 고성장기업의 비중이 증가하고 있다. 특히 2014년부터 패키지소프트웨어와 IT서비스 산업보다는 게임소프트웨어와 인터넷소프트웨어 산업에서 고성장기업의 비중이 크게 증가하고 있다. 한편 고용 측면의 고성장기업은 2012년부터 2019년 총 5개의 코호트로 구분하여 분석하였는데, 고성장기업의 비중이 점차 하락하고 있다. 이는 최근이 경기침체와 고용둔화의 추세를 반영하고 있는 것으로 보인다.

국내 소프트웨어 고성장기업의 특성을 성장성, 수익성, 혁신성, 글로벌 역량 등 4가지 측면에서 일반기업과 비교 분석한 결과, 고성장기업은 혁신성과 글로벌 역량 측면에서 일반기업보다 높은 성과를 달성하고 있다. 협소한 내수시장의 한계가 있는 국내 소프트웨어 기업이 글로벌 시장에서 경쟁우위를 확보하여 지속적으로 성장하기 위해서는 기술 및 비즈니스 혁신과 해외시장진출을 도모

하였기 때문에 고성장의 성과를 달성할 수 있다는 점을 확인할 수 있다.

또한 4-5개 코호트로 구분하여 고성장기업의 분석한 결과, 소프트웨어 기업은 특정 분석 기간에는 고성장기업이었으나 다음 분석 기간에서는 고성장기업이 되지 못하는 매우 유동적인 특성이 지니고 있다. 그럼에도 불구하고, 3개 코호트 동안 연속으로 고성장기업으로 분류되는 기업도 상당수 있다. 이들 기업은 스타트업으로 시작하여 가젤기업, 고성장기업으로 계속 성장해가는 강소기업들로서 성장성, 수익성, 혁신성, 글로벌 역량 모두에서 우수한 성과를 내고 있다.

인터뷰 대상이었던 예비고성장기업 및 가젤기업의 경우 업력이 10년 미만인 경우가 많았다. 업력이 5년 미만인 기업들의 경우 차별화된 기능을 기반으로 새로운 서비스를 제공하는 전략으로 성장한 신생 기업들이 많았다. 업력이 5년 이상 10년 미만인 예비고성장기업 및 가젤기업의 경우 다양한 포트폴리오를 보유하고, 해외 매출도 확보하고 있었다. 이들은 초창기 성공한 제품 및 서비스를 기반으로 사업영역을 확장하며 성장했음을 알 수 있다. 고성장 소프트웨어 기업의 경우 10년 이상의 기업들이 다수 눈에 띄었다. 이들은 성숙기에 진입한 기업들로 시장지배력을 가진 제품이나 서비스를 보유하고 있으며, 이미 기술이나 가격 경쟁력을 가지고 있다.

소프트웨어 기업은 업종별로 패키지SW, IT서비스, 게임SW, 인터넷SW 기업으로 분류할 수 있다. 업종과 무관하게 제품/서비스 차별화 및 품질 우수성, 인재 및 자금 확보 등의 요소는 고성장 소프트웨어 기업 공통으로 확인할 수 있었다. 패키지소프트웨어 기업은 고객들과 직접적인 접점이 있기 때문에 타 업종 대비 제품/서비스 차별화 특성이 두드러짐을 확인할 수 있었다. 차별화를 위해 자체 기술 역량을 확보하였으며 뛰어난 인재를 확보하고 육성하는 패키지소프트웨어 기업들도 다수였다. 그리고 개발 프로세스를 효율화하고 유연한 조직문화를 형성하고 있는 것도 고성장 패키지소프트웨어 기업에서 볼 수 있는 특성이다. IT서비스 기업에서는 확장된 기능이나 해당 도메인의 전문성을 성장동력으로 삼는 경우를 많이 볼 수 있다. 또한, 다양한 파트너를 확보하고 경영진의 네트워킹 능력이 뛰어난을 알 수 있으며, 세분화된 시장을 타케팅하여 시장에 진출한 후, 해당 시장을 주도해가며 성장한 사례들이 확인되었다. 게임소프트웨어 기업은 수년 동안의 개발 기간이 소요되는 제품을 출시하기 때문에 뛰어난 기술과 인재확보 역량이 필수적이다. 또한, 국내

시장이 상대적으로 협소하기 때문에 글로벌 시장을 타게팅하는 기업들이 다수이다. 인터넷SW 기업의 경우 새로운 시장을 선점하고 주도하는 기업들이 두각을 나타내고 있으며, 신기술 도입 등의 기술 혁신보다 비기술혁신 즉, 비즈니스 모델 혁신이나 서비스 혁신을 성장동력으로 삼는 경우가 많았다.

고성장SW기업은 혁신유형(제품/서비스혁신, 공급역량 혁신, 시장유통 혁신, 고객가치혁신, 조직운영 혁신)별로 다양한 성장전략을 구사하고 있다. 제품혁신과 서비스혁신을 추구하는 고성장기업은 차별화 내지 참신성 향상, 기능/성능/서비스 향상, 품질/신뢰도/전문성 확보, 고객평가나 인증/수상을 통해 브랜드가치 향상, 구색 갖추기 등의 제품혁신을 통해 고성장을 달성하고 있는 것으로 나타났다. 공급역량혁신 기업의 경우, 자체 기술개발, 기술의 도입 및 활용, 인재확보와 인재 육성에 초점을 맞추었고, 경영진의 역량이 매우 중요한 성장요인이며, 파트너 협업과 자금 확보를 통해 사업을 확장하고 있다. 일부 기업은 시장유통 혁신을 통해 매출액 증대를 이루었는데, 이 기업은 시장을 선점하고 주도하기 위한 전략과 세분 시장 타게팅을 통해 특정 시장을 공략하여 시장점유율을 높이거나 해외 유통채널 구축을 통해 해외 시장으로 진출하는 전략을 펼치고 있다. 또한, 일부 기업은 기업가치 최대화, 고객 만족 최대화, 조직의 구성원과 이해관계자들의 가치 최대화, 더 나아가 사회와 인류의 가치 최대화를 달성함으로써 가치혁신 활동을 펼치는 경우가 많았다. 마지막으로, 업력이 긴 고성장 기업에게 많이 나타나는 조직운영혁신의 경우, 대부분 제품개발 및 서비스 프로세스를 최적화시켜 효율성을 높이거나, 조직 구조와 문화 혁신을 통해 조직구성원의 만족도를 높이고 조직의 유연성을 제고하는 등 다양한 노력을 통해 조직혁신을 이루었다.

소프트웨어 고성장기업이 성장 과정에서 겪는 주된 애로사항은 인력 확보/유지, 지속적인 자금조달, 해외진출, 투자유치, 지재권 확보, 급격한 기술 변화에 대응한 스킬 전환 등 기업 성장 단계에서 요구되는 역량 부족, 신사업 추진을 방해하는 법/규제와 정책 변화이다. 인력문제에서 겪는 애로사항은 우수한 인력을 확보하는 것뿐 아니라 중소기업에서 훈련된 인재가 근로조건이 좋은 대기업과 해외로 이탈하는 경우이다. 자금 확보 측면에서는 기업이 성장하기 위해서는 지속적 자금 확보가 중요한데 대부분의 정책자금은 스타트업 위주의 창업지원금이 대부분이고 스케일업을 지원하는 정책자금은 거의 없어 애로를 겪고 있다. 또한, 창업 이후 성장단계에서 경영관리, 해외시장진

출, 보유 기술(IP)과 사업모델(BM)을 보호할 수 있는 역량이 부족하여 성장통을 겪게 되며, 중견기업으로 성장할 경우 중소기업에게 부여되는 다양한 혜택들이 급격히 감소하게 됨에 따라 기업 성장에 대한 동기부여가 부족한 실정이다. 기업 성장을 가로막는 또 다른 측면은 소프트웨어 산업에서 개선되지 않은 각종 법/규제, 신산업 활성화 막는 기존 법제도, 일관성 없는 정부 정책 등이다.

제2절 정책적 시사점 : 고성장 소프트웨어 기업 육성 정책 제안

소프트웨어 산업은 제4차 산업혁명 시대에 국가경쟁력 강화를 위해 반드시 육성해야 한다는 점은 모두 공감하고 있다. 소프트웨어 산업은 전통 제조 산업과는 다른 특성이 있어 기술 및 산업육성 정책도 이러한 특성이 고려되어야 할 것이다. 먼저 소프트웨어 산업은 하드웨어와 달리 무형의 자산이 중심인 산업으로 우수한 인재, 충분한 자금, 건강한 생태계 조성 여부에 영향을 많이 받는다. 그리고 소프트웨어 서비스는 기술을 기반으로 한 비즈니스모델뿐 아니라, 초기의 우버나 에어비앤비와 같이 기술 기반은 없으나 시장/고객의 니즈에 부합하는 제품/서비스 모델을 통해서도 고성장을 이루기도 한다.

따라서 소프트웨어 고성장기업 육성 정책은 소프트웨어 산업의 특성을 잘 반영하면서도 일시적인 고성장이 아니라 지속가능한 고성장이 실현될 수 있는 정책이어야 할 것이다. 그리고 직접적 자금 지원보다는 정부 조달 구매, 소프트웨어 기업간 커뮤니티, 네트워킹, 교육, 멘토링과 같은 간접적인 지원 정책이 필요할 것으로 보인다.

소프트웨어 고성장 기업육성 정책에 대해 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 기업들이 성장 과정에서 가장 큰 애로사항으로 꼽는 것이 지속적인 자금 조달이다. 정부에서 지원해주는 창업지원금은 많으나 기업의 성장 과정에서 단계별 자금 지원은 부족한 것이 사실이다. 기업의 성장단계별 투자지원을 위한 고성장 펀드(Scaleup Fund)를 조성하거나 벤처캐피탈의 투자자금을 유치할 위한 스타트업이나 가젤 기업(창업 초기 고성장기업) 대상 컨설팅 지원이 필요하다.¹³⁾ 뿐만 아니라, 소프트웨어 기업, 투자전문가, 투자자간 네트워크를

13) 중소기업부에서는 기술성 및 사업성이 우수한 고성장 기업을 대상으로 고성장촉진 자금을 신설한 바 있다. 이는 중소기업 정책의 기초가 창업 우선 정책에서 기업의 지속 성장을 지원하는 스케일업 정책으로 전환하고

형성하고 투자정보를 공유할 수 있는 플랫폼을 운영하는 것도 필요하다. 투자정보공유 플랫폼은 소프트웨어 고성장기업의 주소, 연락처, 주력 제품 및 서비스, 핵심인력, 매출, 종사자 수, 성장률 등 상세 기업정보를 공개하여 투자자와 수요 기업들에게 고성장기업을 홍보하고 투자자가 투자할 수 있는 동기를 유발할 수 있는 정보를 제공하는 플랫폼을 의미한다.

고성장기업 육성을 위한 두 번째 정책 제언은 기업의 리더십 역량 강화이다. 창업 초기의 기업 성장은 CEO의 역량이 크게 좌우한다. 대체로 고성장기업의 경영자는 고학력이며, 과거 대기업에서 경영·관리 경험이 있는 것으로 조사되었다. CEO는 기술과 시장의 변화를 조기에 정확히 파악하여 기술개발 및 제품개발을 기획하고 시장과 고객의 수요에 적기 대응하는데 크게 기여한다. 이러한 CEO의 역량을 강화하기 위해서는 스타트업, 고성장기업의 대표들을 대상으로 리더십 교육 아카데미를 운영하고, 창업기업과 고성장기업 간 매칭하여 멘토링 활동을 지원해야 한다. 창업 혹은 일반기업과 고성장기업 간 멘토 연결은 성공 경험이 있는 기업 CEO로부터 기업 경영, 기업 성장단계별 성장전략, 투자유치전략, 지재권(IP) 확보전략 등에 대해 멘토링해주고 기업 간 협업 프로그램을 개설하여 경영상의 애로사항을 해소할 수 있도록 해주는 프로그램이다.

세 번째 중요한 정책은 중소기업이 인력을 확보하고 유지하도록 지원하는 정책이다. 기업의 성장에서 핵심인력의 확보는 매우 중요하다. 실제로 대부분의 고성장기업은 우수한 연구인력, 전문인력을 확보하고 있다. 정부 정책에서도 인력양성은 빠짐없이 제기되는 정책이다. 특수한 분야의 신기술 인력이나 고급 인력을 양성하는 것도 매우 중요하지만, 중소기업에서 필요한 인력은 특정 분야의 전문인력이라기보다는 작은 조직 규모에서 다양한 기능을 수행할 수 있는 멀티플레이어이다. 중소기업에서는 IT 및 소프트웨어 개발에 대한 지식뿐 아니라 타 산업의 특성을 이해하고 고객들과 소통하며 필요한 제품/서비스를 식별, 연결해서 주어진 문제를 해결할 수 있는 인재가 필요하다.¹⁴⁾ 또한, 기업의 성장에서 우수 인력의 확보만큼이나 중요한 것이 우수 인력의 유지이다. 최근 근로자들이 기업을 선택하는 중요한 요소로 개인의 성장 가

있음을 알 수 있다.

14) 기업이 필요로 하는 인력은 대학의 지식 교육과 함께 현장에서 실제 문제를 해결해 보는 경험을 가진 인재이므로 대학과 기업 간의 밀착된 교육-실습이 활성화되도록 산학협력을 확대하는 것이 중요하다.

능성과 일-삶의 균형을 중시여기는 추세이다. 이러한 경향에 따라 기업의 근로환경, 작업문화, 수평적인 의사결정체계 등이 점점 더 중요해지고 있다. 이것은 미래의 소프트웨어 기업이 우수 인력을 유치하기 위한 전제조건이 되기도 한다. 따라서 기업의 지속적인 성장을 위해서는 소프트웨어 기업이 ‘좋은 직장’이 될 수 있도록 근로환경을 개선하고 표준근로계약서를 준수하도록 독려하는 제도적 개선이 필요한 시점이다.

다음은 고성장기업이 지속적으로 창출되도록 하는 생태계 조성이다. 기업은 성장단계별로 요구되는 역량이 다르다. 소프트웨어 기업의 성장단계별로 차별적인 지원정책을 마련하고 이를 지원하는 맞춤형 컨설팅 지원 프로그램 개발이 필요하다.

먼저 스타트업은 창업 아이디어 발굴, 비즈니스모델 설계와 검증, 제품 및 고객개발 관련 교육, 초기 시장 창출을 위한 제품개발자금 지원, 시장 창출/확대를 위한 컨설팅/멘토링 지원 등이 필요하다. 그리고 고성장 가능성이 높은 예비고성장기업은 기술/제품 개발을 위한 R&D 지원, 기술사업화, 해외진출, 자금확보 관련 컨설팅 지원, 산학연 협력을 위한 네트워킹 지원 등이 필요하다. 또한, 고성장기업의 지속적인 고성장 유지를 위해서는 기존 제품의 고도화/글로벌화를 위한 R&D 지원, 기업별 도약 과제(예: 자금, 인재확보, 기술/제품 로드맵, 사업화)를 위한 투자/융자 지원 등이 요구된다.

기업이 창업한 이후 중소기업, 중견기업, 대기업으로 성장하기 위해서는 지속적인 성장을 가로막는 장벽을 제거하여야 한다. 예를 들어 중소기업이 중견기업으로 편입되면 각종 혜택이 급격히 감소하는 문제를 해결하고, 대기업과 스타트업, 중소기업과 중견기업 간에 효과적인 역할분담과 협업이 이루어질 수 있도록 제도를 정비할 필요가 있다. 예를 들어 대기업의 스타트업 인큐베이팅/엑셀러레이팅에 대한 세제 혜택 부여, 각종 정부 지원 사업에 규모가 다른 기업간 컨소시엄 참여 권장, 타 산업과 협업 촉진을 위한 R&D 및 자금지원 정책들이 있다.

네 번째 고성장기업 육성 정책은 시장창출 및 시장확대를 위한 정책이다. 소프트웨어 기업이 성장하는 중요 요인은 결국 수요처가 얼마나 많은가에 달려 있다. 협소한 내수시장의 규모로는 글로벌 소프트웨어 기업이 나올 수 없

는 구조이다. 고성장 소프트웨어 기업이 지속적으로 성장하려면 내수시장 확보는 기본으로 하되, 해외 시장으로 진출할 수 있는 경쟁력을 갖추어야 한다. 따라서 해외 진출 잠재력을 지닌 소프트웨어 분야 고성장기업을 대상으로 글로벌 시장진출을 지원하는 정책 패키지 프로그램을 개발하여야 한다. 해외 진출을 위한 제품개발, 시장분석, 무역교육, 판로개척, 시장성 검증, 투자유치, 현지화 지원 등 해외 시장 진출 전 과정에 대한 패키지 지원을 하고, 해외 기업이나 투자자들 대상으로 투자를 유치할 수 있는 전문가를 참여시켜 소프트웨어 해외 진출 자문단을 구성하는 것이 필요하다. 영국, 독일, 덴마크 등 해외 주요국들도 기업의 해외 진출을 촉진하기 위해 기업가, 전문가, 컨설턴트 등을 참여시켜 해외 진출 경험을 공유하고 기업의 수출실적 확대를 지원한다.¹⁵⁾

또한, 고성장기업이 공공부문에서 사업기회를 확보할 수 있도록 하거나 타 산업의 수요기업과 협업할 수 있는 정책을 마련하여야 한다. 정부 조달 및 연구개발 프로젝트 선정시 고성장기업에게 인재 추천, 토지·건물 양도 등에 우선권을 부여한다거나 정부의 고성장기업 제품과 서비스를 공공구매하는 목표를 세우도록 하는 정책이 그 예이다.

마지막으로 소프트웨어 기업에 대한 R&D 지원의 범위를 확대하거나 소프트웨어 융합 클러스터를 활성화하여 기업의 성장하는 정책이 요구된다. 현재의 소프트웨어 R&D 정책은 기술개발 중심이나 서비스 R&D, 비즈니스모델 개발 관련 非 R&D 영역의 지원도 필요하다. 최근 배달의민족, 요기요 등 소프트웨어 고성장기업의 성공비결은 기술 혁신이 아니라 고객의 비즈를 반영한 비즈니스모델 혁신의 경우가 많다. 이제 소프트웨어 시장도 기술만이 아니라 서비스, 비즈니스모델이 중요한 시대가 된 것이다.

고성장기업을 육성하기 위해서는 정책지원 대상을 어떻게 선정하느냐가 매우 중요하다. 고성장기업을 선정할 때 기존의 매출증가율과 고용성장률과 같은 정량적인 기준뿐 아니라 향후 성장 가능한 비즈니스모델 채택 여부, 해외

15) 영국은 5개 시중은행이 자금을 제공한 펀드(Business Growth Fund)에서 전문가와 경험이 풍부한 비상임 이사 네트워크를 통해 기업의 해외시장 접근성 개선할 수 있도록 지원하고 있으며, 덴마크는 고성장 지원 프로그램(Scale Up Denmark Program)에서 해외시장 개척을 지원하기 위해 상공회의소 추천 기업가, 전문가, 컨설턴트, 센터운영자 등에 의한 컨설팅을 실시한다. 독일(German Accelerato)은 기술 및 생명과학 관련 스타트업들이 미국 시장에 성공적으로 진출하여 사업을 확장 할 수 있도록 돕는 멘토링 기반의 기업성장 촉진 프로그램으로 미국 시장에 대한 경험을 보유한 기업가와 1:1 멘토링, 스타트업의 미국 지역 내 네트워킹 참여 기회, 실리콘밸리 등에서 필요한 회의 공간 및 시설, 광범위한 그룹 워크샵 및 코칭 서비스를 무료로 제공한다

진출 활동, 명확한 성장 의지 등과 같은 정성적인 기준도 고려할 필요가 있다. 그리고 이들 기업이 고성장을 유지하도록 리스크 요인을 감지하고 모니터링하는 역할도 중요하다. 따라서 고성장기업을 선정, 모니터링하고 정책지원 효과를 평가하여 개선하는 정책 인프라를 마련할 필요가 있다.

제3절 연구의 한계

고성장기업 지원 및 육성 정책은 국가경쟁력이나 산업 경쟁력 향상을 위해 매우 중요한 과제이다. 본 연구를 통해 고성장기업을 직접 인터뷰하면서 소프트웨어 산업이 가지고 있는 특성에 기반한 성장 전략과 애로사항을 확인할 수 있었다. 기존 고성장기업 관련 연구나 정책은 소프트웨어 기업의 특성을 감안하지 않은 일반적인 기업을 대상으로 하는 게 대부분이었다. 본 연구를 통해 HW 중심의 기업 분석이 아닌 소프트웨어 산업의 특수성을 고려하여 고성장기업 성장전략을 도출할 수 있었다는데 의의가 있다.

하지만 고성장기업의 성장전략을 정성적으로 파악하는데 있어 경영진 인터뷰의 어려움으로 많은 기업들을 인터뷰 하지 못하고, 비교적 업력이 짧은 중소기업의 성장 전략을 파악한 점은 본 연구의 한계라고 할 수 있다. 보다 업력이 길고 기업 규모가 큰 고성장 소프트웨어 기업의 성장궤적을 파악하고 성장단계, 즉 스타트업에서 중소기업으로, 나아가 중견/대기업으로 성장해 가는 과정을 추적하지 못하였다. 이는 추후에 보다 충분한 조사 기간을 확보하고 조사 대상 기업의 적극적인 협조를 통해 수행할 수 있을 것이다.

<참고 문헌>

- 강희중(2018), 「2018년 고성장기업의 혁신 특성」, 과학기술정책연구원(STEPI).
- 권영민(2015), ‘기술 분야 고속성장 기업의 특징 분석’, SPRi 홈페이지, 이슈 및 주장, 2015. 3. 25.
- 김덕현(2014), 「융합 비즈니스」, 비즈프레스.
- 김덕현(2017, 3), ‘메타모델 기반의 기업혁신 유형 분류’, 산업혁신연구, 33(1).
- 김덕현(2019), 「4차 산업혁명과 융합」, 비즈프레스.
- 김문구 & 박종현(2015), ‘국내 중소기업의 성장요인 분석과 한국형 히든챔피언 육성 방향’, 한국전자통신연구원(ETRI)
- 김서희(2019), ‘국내외 고성장기업 지원정책 및 시사점’, 정보통신산업진흥원(NIPA), 이슈리포트 2019-13, 2019. 6. 3.
- 김석현(2009), 「100대 제조업 고성장기업의 전략과 혁신 특성」, 한국과학기술정책연구원(STEPI).
- 김수욱(2010), ‘글로벌 강소기업의 성공요인 분석’, 벤처경영연구. 13(1), 한국중소기업학회.
- 김한준(2018, 9.), ‘고용있는 성장을 위한 고성장기업 육성방안’, 한국산업진흥원(KIAR), 이슈페이퍼.
- 김현창 등(2019, 2.), ‘고성장기업의 기술혁신활동 특성에 대한 연구’, 기술혁신학회지, 22(1).
- 손가녕(2019), ‘주요국의 스케일업 지원 정책과 시사점’, 정보통신정책연구원.
- 이상명 등(2014), 「가젤형기업 육성을 위한 기반전략 연구」, 중소기업청.
- 임채윤(2009. 11.), 고 ‘성장 중소기업 육성 정책 방향과 과제’, 한국과학기술정책연구원(STEPI).
- 조덕희(2018), 「창업기업의 ‘지속성장 역량’ 분석과 생존을 제고 방안」, 산업연구원(KIET).
- 지은희(2018), ‘소프트웨어 산업 고성장기업의 특성’, 「SW중심사회」, 2018년 5월호, 소프트웨어정책연구소.

- 표한형(2017), ‘고성장 중소기업의 성장비결’, 대한상의 브리프, 2017. 07. 17.
- 한상연 등(2018), ‘고성장기업 지원정책 현황 분석 및 개선방안 연구’, 한국혁신학회지.
- 홍성철 & 표한형(2013), 「중소 중견기업의 성장 경로 분석」, 중소기업연구원 (KOSBI).
- 홍재근(2017), 「해외 스케일업 생태계 벤치마킹을 통한 맞춤형 정책연구」, 중소기업연구원(KOSBI).
- Brown, Ross, Suzanne Mawson, and Colin Mason(2017), ‘Myth-busting and Entrepreneurship Policy: the Case of High Growth Firms’, Entrepreneurship & Regional Development, 29(5).
- CEN(2013), ‘Innovation Management-Part 1: Innovation Management System’, CEN/TS 16555-1, CEN(European Committee for Standardization).
- Deloitte(2019), ‘2019 Technology Fast 500’.
- Edison, Henry, Nauman bin Ali, and Richard Torkar(2013), ‘Towards Innovation Measurement in the Software Industry’, Journal of Systems and Software, Vol. 86, pp. 1390-1407.
- Kaplan R. S. & Norton D. P.(2004), ‘Strategy Maps: Converting intangible assets into tangible outcomes’, Harvard Business School Press: Boston, pp.3-28.
- Octopus(2018), ‘High Growth Small Business Report 2018’.
- OECD & Eurostat(2005), ‘Oslo Manual—Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data’, 3rd edition, OECD Publishing.
- OECD(2015, June), ‘OECD Innovation Strategy 2015: An Agenda for Policy Action’, Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, Paris.
- World Bank Group(2019), ‘High Growth Firms: Facts and Fiction, and Policy Options for Emerging Economies’.
- Karl Wennberg(2013), ‘Managing High-Growth Firms: A literature review’, International Workshop on “Management and Leadership Skills in High-Growth Firms”, OECD.

Mimosa Zhao, Margaret Dalziel, Brian Barge, Ashley Walker(2019),
‘Characteristics of scale-ups and the impact of scale-up support
programmes : A Literature Review’ , Nordic Innovation.

[부록] 연속 고성장기업 리스트(2013-2018)

<부록 1 : 매출 고성장기업(연속) 리스트>

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR ('15-'18)
				('13-'16)	('14-'17)	('15-'18)	
1	넷아스기술	2013	IT서비스	가젤	가젤	가젤	70.7%
2	녹원	2013	IT서비스	가젤	가젤	가젤	66.4%
3	포잉	2013	정보서비스	가젤	가젤	가젤	63.9%
4	마인드올	2015	패키지SW	가젤	가젤	가젤	61.5%
5	위컴즈	2013	IT서비스	가젤	가젤	가젤	57.0%
6	열린솔루션	2013	IT서비스	가젤	가젤	가젤	53.6%
7	레이팜	2013	패키지SW	가젤	가젤	가젤	45.0%
8	엠앤케이	2014	패키지SW	가젤	가젤	가젤	37.3%
9	에이치엠지	2013	패키지SW	가젤	가젤	가젤	26.1%
10	닷밀	2016	패키지SW	가젤	가젤	가젤	24.8%
11	에센모바일테크놀러지	2007	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	255.7%
12	마이리얼트립	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	217.8%
13	와디즈	2012	정보서비스	가젤	가젤	고성장_R	180.1%
14	넷마블네오	2012	게임SW	가젤	가젤	고성장_R	179.2%
15	셀빅	2004	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	179.1%
16	파킹클라우드	2009	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	166.7%
17	호미	2006	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	113.1%
18	우주	2011	게임SW	가젤	고성장_R	고성장_R	106.3%
19	디투엘	2006	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	101.5%
20	모비릭스	2007	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	93.1%
21	인라이플	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	86.6%
22	우아한형제들	2011	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	86.1%
23	미라콤아이앤씨	1998	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	83.0%
24	카카오페이지	2010	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	82.9%
25	엔에이치엔에듀	2012	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	80.9%
26	쏘뉴	2004	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	80.1%
27	씨유박스	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	79.0%
28	아스펜스	2010	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	70.4%
29	엔조이소프트	2005	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	62.8%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘15-‘18)
				(‘13-‘16)	(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	
30	엔써즈	2007	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	62.1%
31	스마트스터디	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	61.6%
32	이노브	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	60.4%
33	아이티포워드	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	59.5%
34	아토리서치	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	58.6%
35	제이에이알시스템즈	2003	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	58.5%
36	에이비씨솔루션	1999	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	57.4%
37	조아라	2007	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	56.0%
38	미르나인	2009	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	55.6%
39	폭스소프트	2005	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	55.0%
40	지노테크	1999	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	54.1%
41	에어로매스터	2001	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	52.3%
42	인사이트컴퍼니	2012	정보서비스	가젤	가젤	고성장_R	52.1%
43	엠트웰브	2005	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	49.7%
44	디딤365	2005	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	49.3%
45	피노텍	2008	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	49.1%
46	무신사	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	48.6%
47	씨이랩	2010	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	48.4%
48	베이리스	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	48.2%
49	마인드시스템	2003	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	48.1%
50	비즈웰	2007	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	47.8%
51	티쓰리큐	2007	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	42.3%
52	씨케이엔비	2007	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	42.0%
53	굿센	2004	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	42.0%
54	네오디안테크놀로지	1998	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	40.8%
55	카테노이드	2011	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	40.6%
56	한컴텔라딘	2011	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	40.2%
57	슈어소프트테크	2002	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	40.1%
58	에이블정보기술	2012	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	39.8%
59	나딕게임즈	2012	게임SW	가젤	가젤	고성장_R	39.7%
60	디에스앤지	2003	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	39.3%
61	에이엔알	2005	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	39.1%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘15-‘18)
				(‘13-‘16)	(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	
62	드라마하우스앤드제이콘텐츠허브	1999	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	39.1%
63	엔티시스	2012	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	38.7%
64	이에스피시스템즈	2001	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	38.7%
65	아이엠티	2000	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	38.6%
66	필라웨어	2010	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	38.4%
67	세틀뱅크	2000	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	37.7%
68	두비스	2009	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	37.6%
69	미림미디어랩	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	37.5%
70	알엠소프트	2011	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	37.4%
71	신신엠앤씨	2009	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	37.1%
72	이즈파크	2009	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.8%
73	피앤티컨설팅	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.7%
74	에스지테크놀러지	2006	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.6%
75	스터디맥스	2008	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.6%
76	우경정보기술	2008	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.4%
77	포비즈코리아	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	36.0%
78	시선아이티	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	36.0%
79	인사이드정보	2012	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	35.3%
80	야놀자	2007	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	35.2%
81	시큐에버	2007	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	35.1%
82	피엔아이시스템	2009	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	34.6%
83	블리자드엔터테인먼트	2004	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	34.6%
84	아이라이즈	2004	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	34.4%
85	블루포트	2006	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	34.3%
86	에이치투인터랙티브	1999	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	33.9%
87	휴로인터랙티브	2009	IT서비스	가젤	고성장_R	고성장_R	32.4%
88	에스케어	2011	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	32.3%
89	키미이에스	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	32.2%
90	스툼미디어	2012	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.8%
91	스마틱스	2001	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.7%
92	룽투코리아	2010	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.5%
93	에스지에이임베디드	1993	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.5%
94	가이온	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.4%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘15-‘18)
				(‘13-‘16)	(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	
95	디지털데이터시스템	2007	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	31.3%
96	하이프랩	2012	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	31.2%
97	메디씨앤씨	2012	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	31.2%
98	지성아이티	2000	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	30.5%
99	에스에스알	2010	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	30.4%
100	다날엔터테인먼트	2010	정보서비스	가젤	가젤	고성장_R	30.2%
101	위치스	2012	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	30.1%
102	더피프티원	2008	IT서비스	가젤	고성장_R	고성장_R	30.1%
103	뉴아이텍	2011	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	29.8%
104	NHN한국사이버결제	1995	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	29.7%
105	큰사람	1994	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	29.0%
106	와이비홀딩스	1996	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	29.0%
107	시큐레이어	2012	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	28.7%
108	페이게이트	2012	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	27.6%
109	도움이티에스	1999	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	27.4%
110	이든티앤에스	2004	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	27.2%
111	씨알에스큐브	2009	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	27.0%
112	마상소프트	2011	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.9%
113	유클패니온	2004	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	26.8%
114	미르이즈	2012	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.6%
115	퓨즈	2006	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.3%
116	에이케이인터랙티브	2005	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.2%
117	리파인	2008	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.1%
118	에이핀테크놀러지	2002	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	26.0%
119	인재아이앤씨	2008	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.8%
120	두베	2001	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.6%
121	카카오브이엑스	2005	패키지SW	가젤	가젤	고성장_R	25.5%
122	씨제이올리브네트웍스	2012	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.4%
123	씨스인테크	1995	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.3%
124	텔레컨스	2006	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.3%
125	위지언	2004	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	25.2%
126	브릭	2003	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	25.0%
127	이넥스트아이	2011	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.9%
128	모아지오	2005	게임SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.8%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘15-‘18)
				(‘13-‘16)	(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	
129	아프리카티비	2003	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.6%
130	지니뮤직	1996	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.3%
131	엠티데이타	1991	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.3%
132	프론티스	2008	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.2%
133	디투이노베이션	2001	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.2%
134	지티씨솔루션	2007	IT서비스	가젤	고성장_R	고성장_R	24.1%
135	씨엠티정보통신	2011	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	24.1%
136	로드피아	2008	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.8%
137	진솔아이엔에스	2004	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.4%
138	아이앤아이소프트	2010	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.3%
139	가온소프트	2001	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.1%
140	플랜아이	2000	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.1%
141	부동산뱅크	2004	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.0%
142	라운즈	1988	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	23.0%
143	오벳소프트	2001	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	23.0%
144	영창캐드	2011	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.7%
145	펜타코드	1998	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.7%
146	소셜뉴스	2008	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.6%
147	라운위즈	2009	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.3%
148	(주)오케이포스	2006	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.3%
149	케이스마텍	2007	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.2%
150	휴노	2010	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	22.0%
151	에임시스템	2000	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	21.8%
152	이호스트아이씨티	1996	정보서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	21.8%
153	엘루오씨앤씨	2004	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	21.7%
154	엠아이큐브솔루션	2005	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	21.3%
155	아르고	2005	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	21.2%
156	에코정보기술	2009	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	20.7%
157	클라우드네트웍스	2008	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	20.5%
158	티라유텍	2012	IT서비스	고성장_R	고성장_R	고성장_R	20.4%
159	디플렉스씨앤씨	2006	IT서비스	가젤	가젤	고성장_R	20.3%
160	정보와기술	2012	패키지SW	고성장_R	고성장_R	고성장_R	20.0%
161	프로엔솔루션	2004	패키지SW	가젤	고성장_R	고성장_R	20.0%

〈부록 2 : 고용 고성장기업(연속) 리스트〉

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘16-‘19)	CAGR (‘14-‘19)
				(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	(‘16-‘19)		
1	비트나인	2013	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	45.7%	100.6%
2	루닛	2013	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	54.7%	99.4%
3	체리박스	2013	게임SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	36.3%	93.7%
4	비바리퍼블리카	2013	게임SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	39.5%	91.9%
5	두나무	2012	IT서비스	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	66.0%	90.6%
6	파킹클라우드	2009	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	47.5%	84.8%
7	에스와이소프트	2009	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	52.3%	83.4%
8	레이니스트	2012	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	32.4%	81.6%
9	크로키닷컴	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	61.7%	78.9%
10	빅볼	2012	게임SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	31.8%	78.9%
11	컴파트너스	2011	정보서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	34.8%	75.3%
12	그리드원	2005	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	24.6%	70.7%
13	애니펜	2013	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	23.1%	68.7%
14	슈퍼애시드	2013	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	43.3%	67.7%
15	드라마앤컴퍼니	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	27.3%	67.5%
16	인라이플	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	50.8%	65.1%
17	풀어비스	2010	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	53.6%	59.3%
18	아이스앤브이	2010	IT서비스	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	67.1%	58.5%
19	스타십벤처머신	2013	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	49.4%	58.5%
20	아이옴폼	2013	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	34.5%	58.5%
21	엔지스테크놀로지	1998	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	46.3%	53.6%
22	코어스톤	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	44.2%	50.8%
23	티앤엠테크	2009	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	45.8%	50.6%
24	시스메이트	2013	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	42.9%	47.6%
25	디에이트게임즈	2008	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	41.8%	47.6%
26	포디리플레이코리아	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	35.7%	47.6%
27	스코넥엔터테인먼트	2002	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	22.2%	47.1%
28	바로네트웍스	2013	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	25.0%	46.9%
29	원익로보틱스	2004	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	39.2%	46.5%
30	부클	2010	게임SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	34.9%	46.5%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR ('16-'19)	CAGR ('14-'19)
				('14-'17)	('15-'18)	('16-'19)		
31	로지스케어카고서비스	2004	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	41.9%	46.1%
32	하티오랩	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	20.0%	44.7%
33	에스티로직	2013	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	21.9%	42.1%
34	와디즈	2012	정보서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	32.0%	41.9%
35	비즈테크파트너스	2003	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	55.4%	41.9%
36	문피아	2012	정보서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	35.3%	41.6%
37	엑스비전테크놀로지	2002	IT서비스	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	26.0%	41.5%
38	스쿱미디어	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	33.3%	41.3%
39	핍즈	2004	IT서비스	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	23.1%	41.1%
40	드림인사이트	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	28.4%	40.6%
41	라인게임즈	2012	게임SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	29.5%	40.2%
42	펍지	2009	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	84.5%	40.0%
43	토즈	2006	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	53.0%	40.0%
44	티맥스데이터	2003	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	48.5%	39.4%
45	우아한형제들	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	31.1%	39.3%
46	스타일쉐어	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	31.2%	37.6%
47	링크프라이스	2006	정보서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	29.2%	37.6%
48	위즈코리아	2003	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	25.1%	37.4%
49	위시켓	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	30.7%	37.0%
50	트웜	2010	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	20.5%	36.8%
51	엔젤게임즈	2013	게임SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	30.8%	36.6%
52	인스랩	2010	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	40.1%	36.4%
53	티에이나인	2009	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	32.3%	35.9%
54	야놀자	2007	정보서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	34.2%	35.6%
55	티엔글로벌	2008	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	21.1%	35.5%
56	카카오페이지	2010	정보서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	29.9%	35.2%
57	인텔리빅스	2000	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	34.9%	35.1%
58	모프인터랙티브	2011	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	24.5%	35.1%
59	캄아일랜드	2011	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	49.4%	34.3%
60	헬스허브	2012	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	26.0%	33.8%
61	골든플래닛	2009	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	39.5%	33.4%
62	티지	2010	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	23.9%	33.3%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR (‘16-‘19)	CAGR (‘14-‘19)
				(‘14-‘17)	(‘15-‘18)	(‘16-‘19)		
63	엔투스프트	2005	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	32.6%	32.0%
64	우주	2011	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	42.4%	31.3%
65	스마트스터디	2010	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	21.2%	31.3%
66	이츠엠	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	30.3%	31.1%
67	지쓰리씨	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	26.0%	30.5%
68	아티언스	2009	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	35.7%	30.3%
69	코어데이터	2005	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	23.3%	30.3%
70	어썬피스	2010	게임SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	20.8%	30.3%
71	러닝팩토리	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	22.4%	29.7%
72	쓰리디팩토리	2008	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	36.6%	29.5%
73	코인플러그	2013	정보서비스	가젤_E	가젤_E	고성장_E	30.4%	29.5%
74	플랜잇파트너스	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	24.6%	29.4%
75	베이글코드	2012	게임SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	30.8%	29.3%
76	에이엔게임즈	1999	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	21.8%	29.3%
77	다비오	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	26.0%	28.9%
78	포플랫	2011	정보서비스	고성장_E	고성장_BLS	고성장_E	28.9%	28.8%
79	시션아이티	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	26.0%	28.5%
80	셀빅	2004	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	33.0%	27.2%
81	플레이오토	2005	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	20.6%	27.2%
82	필라웨어	2010	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	27.8%	27.0%
83	대유넥스티어	2013	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	고성장_E	20.9%	26.9%
84	에프원시큐리티	2012	IT서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	31.9%	26.6%
85	누리콘	2011	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	21.1%	26.2%
86	유컴패니온	2012	IT서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	21.1%	26.2%
87	티쓰리큐	2007	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	33.4%	25.9%
88	나라아이넷	1996	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	30.3%	24.6%
89	코아아이티	2012	IT서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	22.7%	24.6%
90	넷아스기술	2013	IT서비스	가젤_E	가젤_E	고성장_E	20.2%	24.6%
91	웰컴에프앤디	2005	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	30.2%	23.6%
92	코리아서버호스팅	2005	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	21.3%	23.5%
93	파인인사이트	2013	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	22.1%	23.4%
94	웹젠	2000	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	22.1%	22.9%
95	크래프톤	2007	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	35.6%	22.7%
96	넘버스네트웍스	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_E	27.7%	22.7%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR ('16-'19)	CAGR ('14-'19)
				('14-'17)	('15-'18)	('16-'19)		
97	엔티시스	2012	IT서비스	가젤_E	고성장_E	고성장_E	20.3%	22.6%
98	삼우이머션	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	26.0%	22.6%
99	왓차	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	30.1%	22.4%
100	도시바글로벌커머스솔 루션즈코리아	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	35.7%	22.2%
101	폴투원코리아	2013	IT서비스	가젤_E	가젤_E	고성장_E	33.4%	22.1%
102	미림미디어랩	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	24.8%	21.9%
103	코이웨어	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	22.7%	21.7%
104	비엔아이	2010	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	24.1%	21.3%
105	매드잇	2011	패키지SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	27.3%	20.5%
106	오픈소스컨설팅	2012	패키지SW	가젤_E	고성장_E	고성장_E	28.9%	18.2%
107	팻빵	2006	IT서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	34.6%	18.1%
108	러닝뱅크	2007	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_E	21.6%	17.6%
109	유원지리정보시스템	2006	정보서비스	고성장_E	고성장_E	고성장_E	20.9%	15.9%
110	제이에스씨	2011	게임SW	고성장_E	고성장_E	고성장_E	32.9%	8.8%
111	넥슨레드	2014	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	234.2%	178.7%
112	놀명쉬명	2010	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	81.7%	78.3%
113	엔터플	2013	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	41.5%	76.2%
114	소클	2008	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	74.7%	74.1%
115	아반소프트	2013	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	26.0%	74.1%
116	바글바글	2012	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	75.4%	68.3%
117	아카식레코드	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	48.1%	67.0%
118	플루토솔루션	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_BLS	57.3%	63.5%
119	마이티시스템	2013	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	79.2%	63.0%
120	소나텍	2013	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	69.6%	57.7%
121	이꼬르	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	88.7%	56.5%
122	과라소프트	2014	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	44.2%	55.2%
123	젼마코리아	2009	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	52.9%	44.3%
124	더블유에이테크놀로지	1997	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	81.7%	43.1%
125	엔유비즈	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	44.2%	43.1%
126	브라이트	2013	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	34.4%	41.5%
127	신나는플랫폼	2010	패키지SW	고성장_BLS	고성장_E	고성장_BLS	42.4%	39.1%
128	신세계씨앤씨	2008	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	85.0%	36.6%
129	김지민앤컴퍼니	2013	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	51.8%	36.1%
130	아이넵	2008	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	34.7%	34.5%

No	기업명	년도	업종	고성장 유형			CAGR ('16-'19)	CAGR ('14-'19)
				('14-'17)	('15-'18)	('16-'19)		
131	텍트원	2014	IT서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	34.4%	33.6%
132	에듀서브	2008	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	61.3%	33.2%
133	선도씨시스템	1991	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	58.7%	32.0%
134	에이엠네트웍스	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	35.7%	32.0%
135	울랄라랩	2011	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	40.1%	29.7%
136	노드	2013	게임SW	고성장_BLS	가젤_E	고성장_BLS	34.7%	29.7%
137	감동공장	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	41.5%	27.7%
138	유라이크코리아	2012	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	30.5%	27.2%
139	텍스트리	2002	IT서비스	고성장_BLS	고성장_E	고성장_BLS	40.1%	25.7%
140	한국기업보안	2008	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	23.6%	23.2%
141	부환	2004	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	32.6%	22.9%
142	한국이러닝개발원	2010	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	32.6%	21.3%
143	아이티밥	2009	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	고성장_BLS	81.7%	17.6%
144	리니어블	2014	패키지SW	가젤_E	가젤_E	고성장_BLS	34.4%	11.2%
145	브랜드	2014	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	85.8%	173.8%
146	뤼이드	2014	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	가젤_E	37.0%	93.3%
147	스카이피플	2014	게임SW	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	37.9%	83.8%
148	마인즈랩	2014	정보서비스	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	39.3%	75.5%
149	플라이서	2014	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	가젤_E	50.9%	68.9%
150	나우버스킹	2014	게임SW	고성장_BLS	고성장_BLS	가젤_E	29.6%	56.0%
151	인조이웍스	2014	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	24.5%	55.2%
152	콘센트릭서비스코리아	2014	정보서비스	가젤_E	가젤_E	가젤_E	21.4%	51.7%
153	컴즈	2014	IT서비스	가젤_E	가젤_E	가젤_E	43.7%	48.9%
154	카닥	2014	정보서비스	가젤_E	가젤_E	가젤_E	48.3%	44.0%
155	그램퍼스	2014	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	26.0%	40.6%
156	스마트스코어	2014	정보서비스	고성장_BLS	고성장_BLS	가젤_E	34.8%	40.3%
157	오웬스그룹	2014	IT서비스	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	29.8%	34.3%
158	노버스메이	2014	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	44.2%	32.8%
159	새눈	2014	패키지SW	고성장_BLS	고성장_BLS	가젤_E	29.7%	32.0%
160	휴인시스템	2014	패키지SW	고성장_BLS	가젤_E	가젤_E	22.1%	23.4%
161	유진아이티서비스	2014	게임SW	가젤_E	가젤_E	가젤_E	27.3%	21.4%

주 의

1. 이 보고서는 소프트웨어정책연구소에서 수행한 연구보고서입니다.
2. 이 보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 소프트웨어정책연구소에서 수행한 연구결과임을 밝혀야 합니다.

비매품/무료



9 788961 084680
ISBN 978-89-6108-468-0



[소프트웨어정책연구소]에 의해 작성된 [SPRI 보고서]는 공공저작물 자유이용허락 표시기준 제 4유형(출처표시-상업적이용금지-변경금지)에 따라 이용할 수 있습니다.
(출처를 밝히면 자유로운 이용이 가능하지만, 영리목적으로 이용할 수 없고, 변경 없이 그대로 이용해야 합니다.)