

ICT를 중심으로, 유니콘 기업의 동향 분석에 관한 연구

홍승현

정보통신기획평가원

chrish@iitp.kr

A Study on the trend analysis of unicorn companies,
focusing on ICT

Seunghyun Hong

요 약

최근 산업 혁신의 지표로 여겨지는 유니콘 기업에 대한 관심이 전세계적으로 높아지고 있으며, 그 숫자는 매년 증가하는 추세에 있다. 우리 정부에서도 다양한 정책적 지원을 통해 유니콘 기업 발굴에 힘썼지만 아직까지 우리나라의 유니콘 기업 수는 부족한 실정이다. 본 논문에서는 유니콘 기업의 동향을 분석하고 이를 통해 향후 유니콘 발굴 육성에 있어서 시사점을 도출하고자 하였다.

I. 서 론

최근 창업·벤처 생태계를 대변하는 중요 지표 중 하나인 유니콘 기업에 대한 인식과 관심이 전 세계적으로 높아지고 있다. 유니콘 기업이란 기업 가치가 10억 달러 이상이고 창업한 지 10년 이하인 비상장 스타트업 기업을 가리키는 말로 2013년 벤처 투자자 에일린 리가 전설상의 동물에 빗대어 처음 사용한 용어이며, 대부분의 유니콘 기업은 첨단 ICT 기술과 접목한 혁신적 비즈니스 모델을 기반으로 하고 있다.

유니콘 기업의 현황은 매체별로 발표되는 현황이 상이하나 현재 CB Insight를 기준으로 보면 2021년 5월 6일을 기준으로 전 세계 총 670개의 기업이 리스트에 올라있다. 우리는 그동안 벤처성장 생태계를 육성하고 모태펀드와 스케일업 펀드 등을 활용, 예비 유니콘 기업에 투자를 확대하는 정책을 펼쳐오고 있으나 아직까지 우리나라는 현재 10개의 기업만이 유니콘 기업으로 등재되어 있다.

본 논문에서는 ICT를 중심으로 한 유니콘 기업의 동향을 분석하고 국내 스타트업들을 육성, 유니콘으로 스케일업 하기 위한 방향을 모색해보고자 한다.

II. 본 론

최근 2016년부터 2020년까지 최근 5년간의 유니콘 기업 동향을 다양한 측면에서 살펴보면, 2016년에는 24개의 유니콘 기업이 등재되었고, 이후 매년 등재되는 유니콘 기업이 증가하여 2020년에는 122개의 기업이 등재되면서 지속적으로 혁신 기업들이 늘어나고 있는 상황이다. 다만, 2020년에는 코로나 19사태로 상반기에 등재되는 유니콘기업의 수가 적었으나 이후 하반기 경제가 회복되기 시작하며 전년도와 비슷한 수준으로 유니콘 기업이 등재되었다.

	2016	2017	2018	2019	2020
AI	1	5	14	16	4
첨단교통	2	0	12	8	4
소비·소매	3	4	7	3	2
사이버보안	0	1	1	4	8
데이터	0	2	3	5	7
전자상거래	7	6	8	11	18

에듀테크	2	5	2	1	5
핀테크	0	9	13	1	18
하드웨어	2	0	10	28	3
헬스케어	1	6	7	6	10
인터넷·서비스	2	5	20	14	20
모바일	1	5	6	4	7
기타	2	6	4	9	13
유통·공급	1	2	12	9	3
여행	0	2	4	5	0
계	24	58	123	124	122

< 표 1 > 2016~2020년 유니콘 등재 현황(단위: 개)

(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

(1) 분야

과거에는 2016년에는 전자상거래 인터넷 서비스 등의 혁신 기업들이 유니콘 기업의 대부분을 이루었다면 최근에는 DNA 관련 분야에서 혁신기업들이 등장하고 있으며, 핀테크, 에듀테크, 여행 등 실생활에 ICT가 융합된 분야에서 등장하고 있다.

그러나 2020년 코로나19 여파로 산업·경제가 어려워지면서 성장해오던 인공지능, 첨단·교통 등 혁신 ICT 기술을 주업으로 하는 유니콘 기업의 비중이 급격하게 줄었으며 2019년 가장 큰 비중을 이루는 하드웨어 관련 분야에서는 약 90%가 감소하기 이르렀다. 이와 함께 현재는 전자상거래, 핀테크, 인터넷 서비스, 헬스케어 등 사회 변화에 따른 관련 직종의 유니콘 기업이 주를 이루고 있다. 이는 코로나19로 인한 비대면 사회가 시작되고 기술의 혁신도 중요하지만 민생 회복·집중에 따른 변화가 산업에도 자연스레 반영된 것으로 볼 수 있다.

또한 기타 분야의 유니콘 기업들도 계속해서 늘어나고 있는데 그 동향을 살펴보면 녹색 산업관련 유망 기업들과 게임, 우주산업, 나노, 제조 등 접점 그 분야가 광범위해지고 있다.

연도	기타 세부 산업
2016	영화·콘텐츠 산업(1), 클라우드 서비스(1)
2017	재생에너지(2), 항공·우주(2), 게임(1), 건축(1)

2018	인터넷 서비스(1), 게임(2), 화장품(1)
2019	에너지(2), 나노(1), 배터리(2), 전기차(1), 마케팅(1), 게임(1), 음료·식품(1)
2020	음료·식품(3), 영화·콘텐츠(1), 항공·우주(3), 게임(2), 마케팅(1), 관리·서비스(2), 보험(1)

< 표 2 > 유니콘 기업 중 기타 업종 세부 산업현황
(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

우리나라의 경우 2016년 소비·소매 분야의 기업이 등재된 이후 2018년 게임, 핀테크 등으로 그 영역이 넓어졌다가 최근에는 첨단 교통, 전자상거래, 여행, 헬스 등 등재된 기업의 수는 적지만 다방면으로 그 영역이 넓어지는 것을 확인 할 수 있다.

연도	기타 세부 산업
2016	소비·소매(L&P 코스메틱)
2017	
2018	기타(크라프트 게임, GP클럽), 핀테크(토스)
2019	헬스케어(에이프록센), 여행(야놀자), 전자상거래(무신사)
2020	첨단교통(쏘카)

< 표 3 > 국내 유니콘 기업 현황
(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

(2) 국가

유니콘 기업의 국가별 동향을 살펴보면, 최근 5년간 등재된 유니콘 기업의 수는 451개로 그 중 미국 기업이 212개, 중국기업이 113개가 등재되어 있으며 전체 기업의 70% 이상이 미국과 중국이 양분해서 차지하고 있다. 그 뒤로는 영국, 인도, 브라질, 독일 등이 뒤따랐고 우리나라는 최근 5년간 8개의 유니콘 기업을 배출했다.

	2016	2017	2018	2019	2020
브라질	0	0	3	4	4
중국	12	22	42	22	15
프랑스	1	0	1	3	2
독일	0	1	4	5	1
인도	0	2	4	6	7
이스라엘	1	0	1	2	2
대한민국	1	0	3	3	1
영국	1	5	4	5	5
미국	6	21	52	60	73

< 표 4 > 최근 5년 6개 이상의 유니콘 기업이 배출된 국가 현황
(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

중국과 미국의 유니콘 기업 세부를 비교해보면 중국의 경우 절대적인 숫자에서는 밀리지만 전체 유니콘 기업 중 높은 비중으로 AI, 첨단교통, 전자상거래 분야에서 유니콘 기업이 등장하고 있는 반면 미국의 경우 핀테크, 인터넷 서비스 분야에서 등재되는 유니콘 기업의 비중이 크게 나타났다. 이는 중국이 최근 혁신 기술로 손꼽히는 AI 분야 등 첨단 기술에 크게 투자하고 있으며 많은 인구수를 내세워 급성장한 산업과 시장이 기반이 되었다고 생각해 볼 수 있다.

	미국		중국	
AI	16	8%	15	13%
첨단교통	7	3%	13	12%
소비·소매	11	5%	4	4%
사이버보안	11	5%	1	1%
데이터	13	6%	2	2%
전자상거래	13	6%	23	20%
에듀테크	5	2%	8	7%
핀테크	35	17%	4	4%

하드웨어	4	2%	9	8%
헬스케어	20	9%	4	4%
인터넷·서비스	47	22%	6	5%
모바일	7	3%	9	8%
기타	11	5%	5	4%
유통·공급	9	4%	8	7%
여행	3	1%	2	2%
계	212	100%	113	100%

< 표 5 > 미국과 중국의 유니콘 기업 세부 현황
(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

(3) 규모

유니콘 기업의 규모별 동향을 살펴보면 과거에 등재되는 유니콘 기업들은 연도별 평균 기업 가치가 유니콘 기업의 정의 수준(10억 달러 이상의 가치)보다 높았으며 100억 달러의 가치를 가진 테카콘 기업들도 간간히 등장했으나 최근에는 연도별 유니콘 기업의 평균 기업 가치는 낮아지고 있다. 더불어 2020년에는 테카콘 기업들이 단 한개도 배출되지 않았고 평균 기업가치도 최저를 기록하고 있다.

	2016	2017	2018	2019	2020
평균가치(십억불)	3.06	5.73	3.49	2.77	2.02
테카콘기업(개)	1	7	8	7	0

< 표 6 > 최근 5년 유니콘 기업의 평균가치 및 테카콘 기업 수
(CB Insight, 2021년 5월 6일 기준)

또한 연도별 높은 기업 가치를 지닌 유니콘 기업들을 살펴보면 16년에는 전자상거래, 하드웨어 등이 고가치 유니콘 기업이었으나 17년부터는 AI, 에듀테크, 18년은 게임, 핀테크, 19년 데이터, 첨단교통 등 혁신기술을 가진 기업들이 더 큰 가치를 가진 유니콘 기업으로 등장하고 있는 추세이다.

III. 결론

본 논문에서는 최근 5년간의 유니콘 기업의 동향을 분석하였다. 유니콘 기업은 사회·경제 환경의 변화에 따라 그 동향을 함께 하고 있으며 우리나라는 현재 글로벌 선도국 미국, 중국과 비교하면 아직 유니콘 기업의 수는 많이 적은 상황이나 최근 우리 정부에서는 스타트업이 글로벌 유니콘으로 성장할 수 있도록 K-유니콘 프로젝트를 추진하여 기술혁신, 디지털 인프라 구축, 비대면 산업 육성 등을 위해 적극 지원하고 있다.

향후 국내 유니콘 기업들을 육성, 발굴하기 위해 사회·산업의 변화에 주목하고 관련 유망 기업들에 적극적인 투자와 기업 혁신을 위해 정부와 민간 모두가 함께 노력해 나가야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 중기부 보도자료, “유니콘 기업, 창업·벤처 생태계의 중요 지표 중 하나”, 신구호, 2020.10.20
- [2] KDB산업은행 미래전략연구소, “국내외 유니콘 기업 현황과 시사점”, 윤병훈, 2019.11.04
- [3] 정보통신산업진흥원, “글로벌 ICT 주간동향리포트”, 정보통신방송해외정보 2016.11.
- [4] 전경련, “글로벌 유니콘 기업 분석 및 시사점”, 이소원, 2020.12.16