

# ISSUE MONITOR

---

글로벌 CVC 분석 리포트  
- Part II. 업종별 투자 분야와 사례 분석

April 2021 | 제140호

삼성KPMG 경제연구원

---

[kpmg.com/kr](http://kpmg.com/kr)



# 글로벌 CVC 분석 리포트

## - Part II. 업종별 투자 분야와 사례 분석

Issue Monitor | April 2021

# Contacts

### 삼성KPMG 경제연구원

김기범  
선임연구원

Tel: +82 2 2112 7430  
kkim28@kr.kpmg.com

이효정  
이사

Tel: +82 2 2112 6744  
hyojunglee@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG Member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

# Contents

글로벌 CVC 분석 보고서 『Part I. CVC 운영 현황과 성공 전략』에 이은 『Part II. 업종별 투자 분야와 사례 분석』에서는 489개 글로벌 기업들이 CVC를 통해 어떤 분야에 투자하고 있는지 업종별로 나눠서 살펴보았다. 기업 레벨에서 유용한 정보를 제공하기 위해 BMW iVentures와 유니레버 벤처스(Unilever Ventures)의 투자 포트폴리오 분석을 CVC 보고서에 담았다. 이를 통해 CVC로 새로운 성장 동력을 확보하려는 기업에게 유용한 시사점을 제시하고자 한다.

	Page
<b>Infographic Summary</b>	<b>3</b>
<b>글로벌 기업의 CVC 투자 분야</b>	<b>4</b>
보고서 개요	4
글로벌 기업의 CVC 투자 분야	4
<b>CVC 모기업 업종별 투자 분야</b>	<b>6</b>
1. IT 서비스	6
2. 통신·미디어·엔터테인먼트	8
3. IT 제조	10
4. 금융	12
5. 모빌리티	14
6. 헬스케어	16
7. 에너지·화학	18
8. 소비재	20
9. 인프라·중공업	22
<b>BMW iVentures 투자 사례 분석</b>	<b>24</b>
BMW iVentures 개요	24
모빌리티 서비스 분야	26
모빌리티 제조 분야	28
전기차·친환경차 분야	30
<b>Unilever Ventures 투자 사례 분석</b>	<b>34</b>
Unilever Ventures 개요	34
광고·마케팅 분야	36
건강·뷰티·웰니스 분야	37
O2O·온디맨드·구독형 서비스 분야	38
<b>결론 및 시사점</b>	<b>41</b>
CVC 투자를 통해 양손잡이 역량을 갖춰라	41
사업 범위와 기술적으로 인접한 분야에 투자하라	42
CVC 조직 역량 강화에 집중해 기업 선별 역량을 키워라	43

# Infographic Summary

## CVC 모기업 업종별 투자 분야

### IT 서비스

- 1위 인공지능(AI)
- 2위 SaaS(Software-as-a-Service)
- 3위 모바일
- 4위 빅데이터
- 5위 사이버 보안

### 통신·미디어·엔터테인먼트

- 1위 SaaS(Software-as-a-Service)
- 2위 모바일
- 3위 사물인터넷(IoT)
- 4위 핀테크
- 5위 애드테크(AdTech)

### IT 제조

- 1위 사물인터넷(IoT)
- 2위 인공지능(AI)
- 3위 빅데이터
- 4위 로봇틱스·드론
- 5위 SaaS(Software-as-a-Service)

### 금융

- 1위 핀테크
- 2위 인공지능(AI)
- 3위 빅데이터
- 4위 SaaS(Software-as-a-Service)
- 5위 인수어테크(InsurTech)

### 모빌리티

- 1위 인공지능(AI)
- 2위 자율주행차
- 3위 로봇틱스·드론
- 4위 교통수단
- 5위 첨단 제조

### 헬스케어

- 1위 생명과학
- 2위 헬스·제약·바이오 테크
- 3위 종양학
- 4위 헬스케어 디바이스
- 5위 헬스케어 서비스

### 에너지·화학

- 1위 클린테크(CleanTech)
- 2위 빅데이터
- 3위 사물인터넷(IoT)
- 4위 SaaS(Software-as-a-Service)
- 5위 에너지 서비스

### 소비재

- 1위 로하스·웰니스
- 2위 사물인터넷(IoT)
- 3위 헬스테크(HealthTech)
- 4위 클린테크(CleanTech)
- 5위 푸드테크(FoodTech)

### 인프라·중공업

- 1위 사물인터넷(IoT)
- 2위 SaaS(Software-as-a-Service)
- 3위 건축 기술
- 4위 클린테크(CleanTech)
- 5위 프롭테크(PropTech)

Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 소프트웨어(Software)와 TMT(Technology·Media·Telecommunications)는 제외

## CVC 투자 분야 및 사례 분석을 통한 시사점

### CVC 투자를 통해 양손잡이 역량을 갖춰라

모기업의 인적 네트워크와 자산을 활용할 수 있는 CVC는 기업이 탐색을 효과적으로 할 수 있는 수단

### 사업 범위와 기술적으로 인접한 분야에 투자하라

모기업의 사업 전략과 기술 로드맵에 따라 기업이 성장해 나가면서 필요한 지원을 CVC를 통해 확보해 나가야 함

### CVC 조직 역량 강화에 집중해 기업 선별 역량을 키워라

CVC 조직을 산업과 기술의 진화 궤도, 변화하는 경쟁 요소를 종합적으로 이해할 수 있는 전문가 집단으로 육성

# 글로벌 기업의 CVC 투자 분야



CVC 투자 분야를  
살펴봄으로써, 산업이 확장되고  
진화해 나가는 모습을 가능

다수의 CVC들은 기술과  
관련된 벤처 기업에 관심이  
높은 것으로 나타남



## 보고서 개요

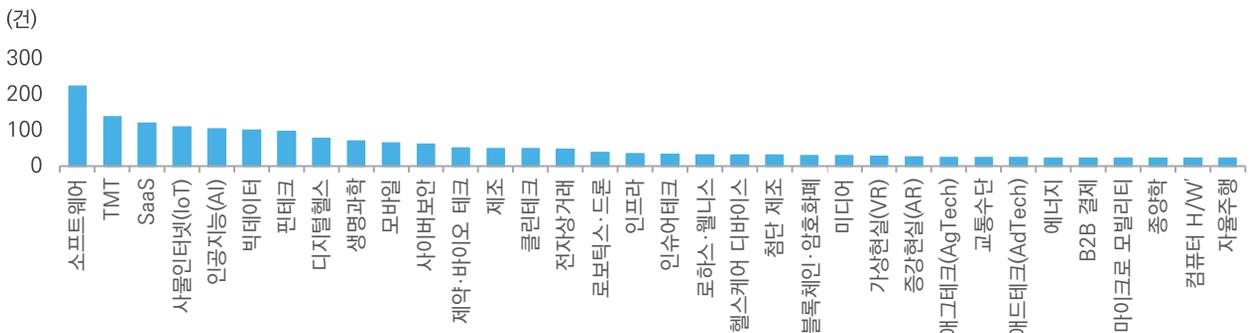
본 보고서에서는 기업이 새로운 분야를 조망하며 미래의 신사업 분야를 탐색할 수 있는 수단 중 하나인 기업주도형 벤처캐피탈(CVC, Corporate Venture Capital)을 살펴봤다. 글로벌 CVC 분석 보고서 『Part I. CVC 운영 현황과 성공 전략』에서 선정한 489개의 글로벌 CVC를 모기업 업종별로 구분해, 9개 대분류 업종과 30개 세부 업종별로 분석했다. 이후 대표적인 CVC 사례로 꼽히는 BMW iVentures와 유니레버 벤처스(Unilever Ventures)의 투자 포트폴리오를 세부적으로 살펴보았다. 이를 종합해 CVC 설립·투자를 준비하는 국내 기업에게 3 가지 제언 사항을 도출했다.

## 글로벌 기업의 CVC 투자 분야

CVC들이 선호하는 투자 분야를 살펴봄으로써, 산업이 확장되고 진화해 나가는 모습을 가능해볼 수 있다. 489개의 글로벌 CVC들이 선호하는 투자 분야를 분석한 결과, 다수의 CVC들은 기술과 관련된 벤처·스타트업에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 소프트웨어, TMT(Technology·Media·Telecommunications), SaaS(Software-as-a-Service), 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 빅데이터와 관련된 투자가 가장 많았으며, 공통적으로 데이터 기반 사업을 영위하는 기업에 주목하고 있는 것으로 파악된다.

CVC 모기업의 업종별 선호 투자 분야와 범위도 상이한 것으로 확인된다. 헬스케어 분야의 CVC는 타 산업 분야로 확장하기보다는, 헬스케어와 밀접하게 연관된 분야에서 기업들을 탐색하며 모기업의 사업 경쟁력 강화를 위한 수단으로 CVC를 활용하고 있는 것으로 보인다. 반면에, 금융 업종에 속한 CVC의 투자 분야는 광범위한 것으로 나타났다. 보험 업종의 CVC들은 자율주행, 승차공유, 마이크로 모빌리티와 같이 모빌리티 관련 분야에 높은 관심을 보였다. 최근 직경제(Gig Economy), 자율주행과 같은 패러다임 변화에 발맞춰, 새로운 보험 상품을 개발하고 공급하기 위한 투자에 나서고 있는 것으로 보인다. 그 외에도 보험 업종의 CVC들이 헬스케어 분야에 투자하는 사례도 확인된다. 최근 해외 보험사들이 직접 헬스케어 서비스 분야로 사업을 확장하고 있는 가운데, CVC 투자를 통해 보험 업무와 건강 관리 서비스 업무를 연계하려는 것으로 보인다.

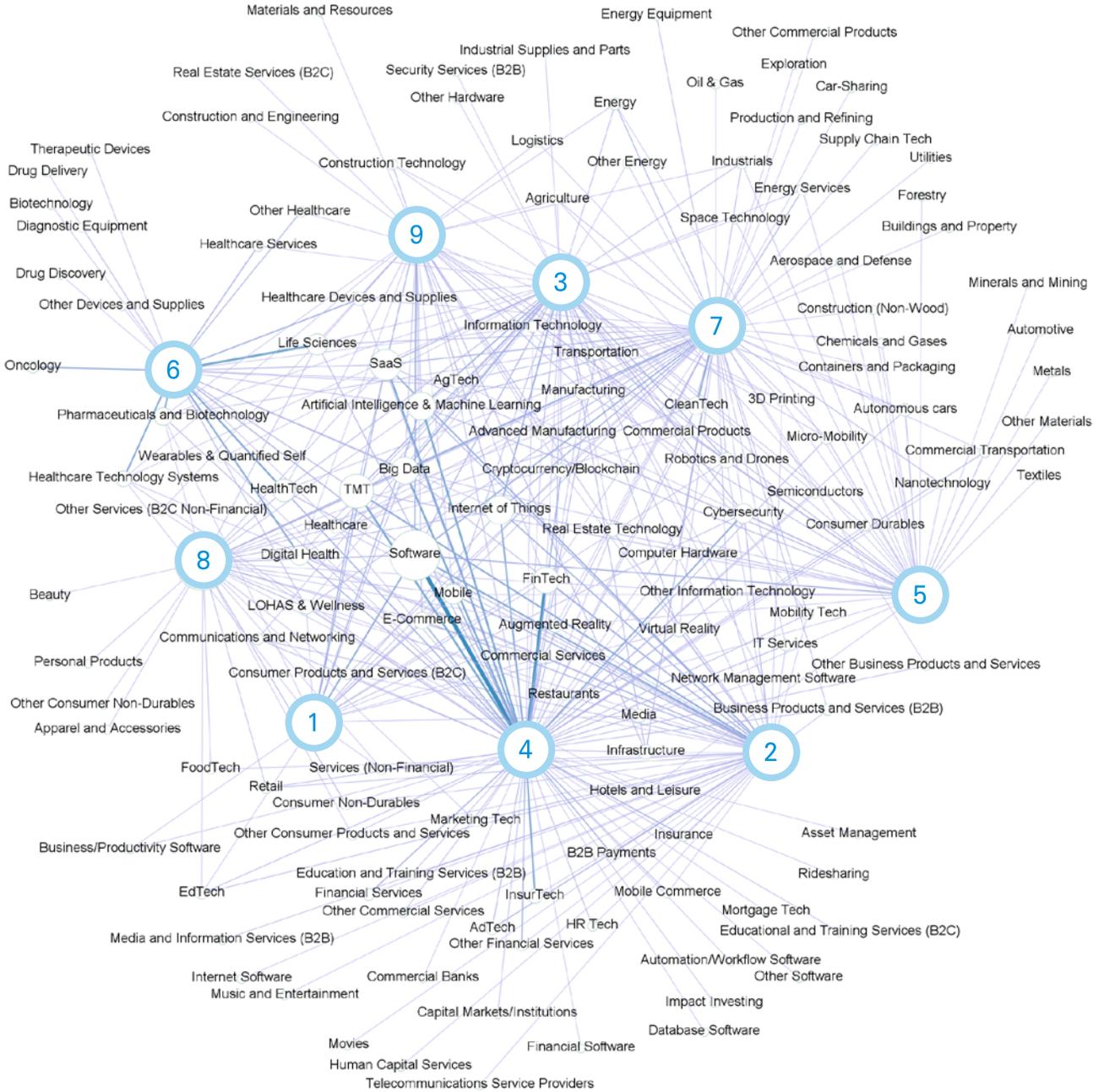
## [글로벌 기업의 CVC 투자 분야]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 종합해 빈도가 높게 나온 상위 키워드를 선정

[ CVC 모기업 업종별 투자 분야 ]



CVC 모기업 업종 구분

- ① IT 서비스
- ② 통신·미디어·엔터테인먼트
- ③ IT 제조
- ④ 금융
- ⑤ 모빌리티
- ⑥ 헬스케어
- ⑦ 에너지·화학
- ⑧ 소비자재
- ⑨ 인프라·중공업

Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 모기업 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 그래프에는 업종별로 선호하는 투자 분야에서 2번 이상 나온 키워드만을 종합

# CVC 모기업 업종별 투자 분야



IT 서비스 기업의 경쟁력은 기업이 보유한 데이터로부터 창출되므로, 데이터의 가치를 높이는 AI와 빅데이터 분야에 집중 투자



## 1. IT 서비스

모기업의 사업 분야가 IT 서비스에 속한 CVC의 주요 관심 분야는 AI와 SaaS(Software-as-a-Service), 모바일, 빅데이터, 사이버 보안 등 IT 서비스와 연관된 분야가 주를 이뤘다. IT 서비스 기업의 경쟁력은 기업이 보유한 데이터와 이의 활용으로부터 창출되므로, 데이터의 가치를 높이는 분야에 투자를 많이 하는 것으로 보인다.

오늘날 모바일을 통한 거래가 늘면서, IT 서비스 기업들이 신상품을 개발할 때 모바일을 우선적으로 고려하는 경향 또한 CVC 투자 분야에서 확인할 수 있다. GAFA(Google, Apple, Facebook, Amazon)로 불리는 미국의 빅테크 기업들과 BAT(Baidu, Alibaba, Tencent)로 대표되는 중국 IT 기업의 금융업계 진출이 활발해지고 있는 가운데, 핀테크와 암호화폐·블록체인도 IT 서비스 기업들이 주로 투자하는 분야로 나타났다.

전자상거래 기업의 경우 방대한 양의 소비자 데이터를 보유하고 있고, 클라우드 기업은 고객사의 민감한 데이터를 다루곤 한다. 최근 사이버 공격과 데이터 유출 사고가 잇따라 발생하며, EU의 개인정보보호법(GDPR)과 같은 개인정보 규제도 강화되고 있는 추세다. CVC 투자 분야에서도 IT 서비스 기업들이 사이버 보안에 많은 관심을 보이는 것으로 나타났다.

전자상거래 업종 CVC의 경우 투자 분야가 가장 다양한 것으로 나타났다. 이는 취급하는 품목이 다양하며, 전자상거래 플랫폼을 운영 및 유지보수 하는 데 다양한 기술 인프라가 필요하기 때문이다. 그외 S/W·IT솔루션·SaaS 분야의 CVC들은 생산성 소프트웨어, 자동화 소프트웨어, 증강현실(AR) 분야에도 관심을 보였다.

### [ IT 서비스 업종 CVC의 투자 분야 ]



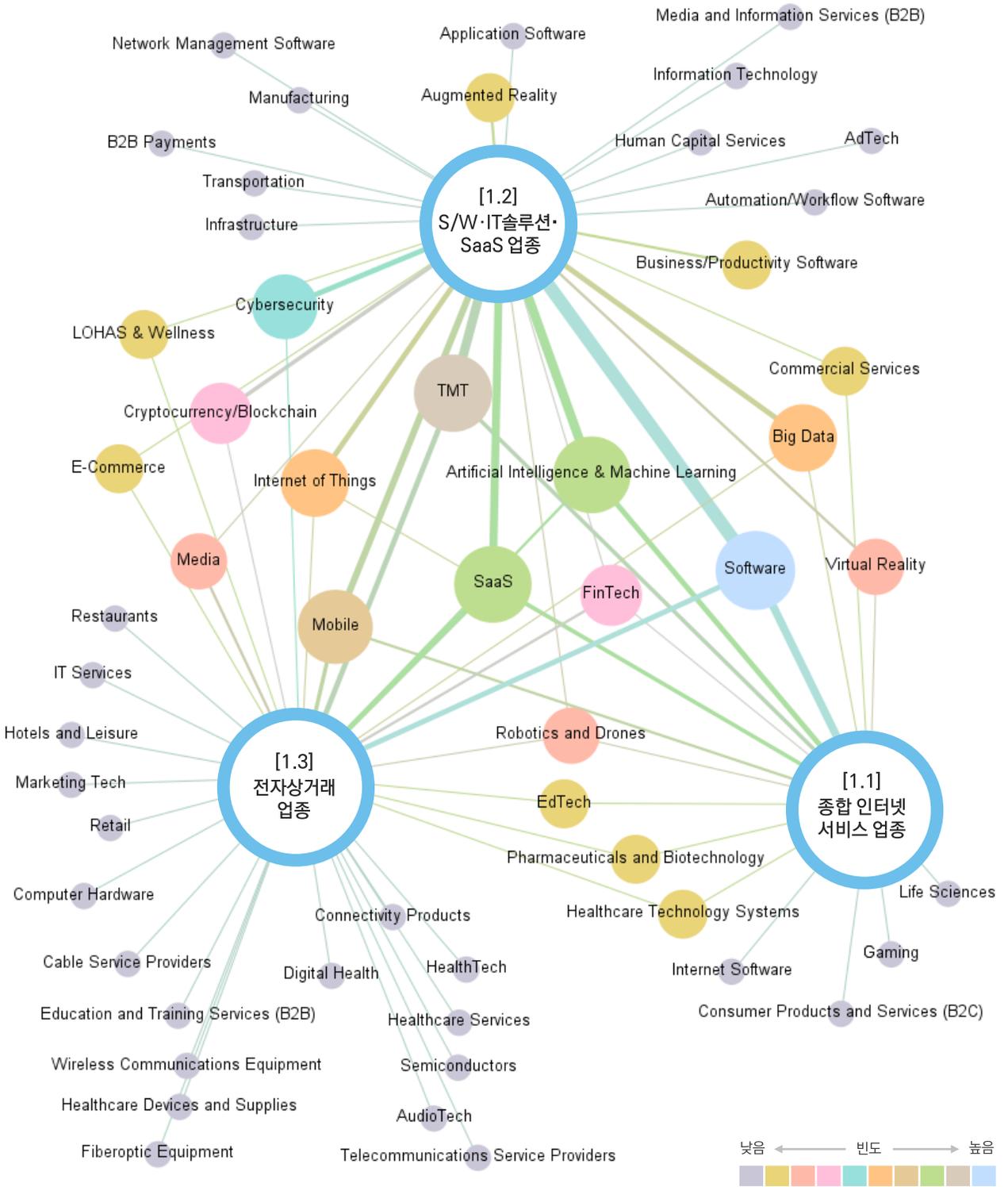
Source: Pitchbook 활용 삼정KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

IT 서비스 세부 업종

- [1.1] 종합 인터넷 서비스
- [1.2] S/W·IT솔루션·SaaS
- [1.3] 전자상거래

[ IT 서비스 업종의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함



방송·출판 업종의 CVC들은  
전통 미디어에서 디지털  
미디어로 이동하는 과정에서  
필요한 기술을 탐색하고 있음



## 2. 통신·미디어·엔터테인먼트

통신·미디어·엔터테인먼트 업종에 속한 CVC들이 주로 투자한 분야는 본 장에서 살펴본 9개 업종 중 가장 다양한 것으로 나타났다. 주요 투자 분야로는 SaaS와 모바일, AI, IoT 등이 있었으며, 금융, 광고, 교육과 기술이 결합한 핀테크와 애드테크(AdTech)\*, 에듀테크(EduTech)\*\* 분야에도 높은 관심을 보였다.

세부적으로 통신 서비스 업종의 기업들은 통신 인프라를 기반으로 확장할 수 있는 분야에 투자하고 있다. 초고속, 초저지연, 초연결로 요약되는 5G 통신 기술이 사회 전반의 혁신을 이끌 기반기술(GPT, General Purpose Technology)로 자리잡으면서, 통신 사업자들은 모빌리티, AR·VR, 헬스케어 등의 분야로 사업 영역을 넓히고 있다.

방송·출판 업종의 CVC들은 전통 미디어에서 디지털 미디어로 이동하는 과정에서 필요한 기술을 탐색하고 있는 것으로 보인다. 또한 최근 광고 시장에서 온라인 및 모바일 광고가 차지하는 비중이 커지면서 미디어 기업들은 이용자의 데이터를 분석해 최적화된 광고를 띄워 주는 애드테크(AdTech) 분야에도 높은 관심을 보이고 있는 것으로 파악된다. 엔터테인먼트·게임·스포츠 업종의 CVC들은 음악, 엔터테인먼트, 영화, 게임, e스포츠 등의 분야에 투자하며 사업 경쟁력을 높이고 있다.

\* 애드테크(AdTech): 광고를 뜻하는 애드(Advertising)와 기술(Technology)의 합성어. 디지털, 모바일, 빅데이터 등 IT 기술을 활용해 정확한 시기에 최적의 소비자를 타겟팅해 광고를 효과적으로 전달하는 광고 기법을 의미

\*\* 에듀테크(EduTech): 교육(Education)과 기술(Technology)의 합성어로 빅데이터, 인공지능, ICT 등을 활용한 차세대 교육을 의미

### [ 통신·미디어·엔터테인먼트 업종 CVC의 투자 분야 ]

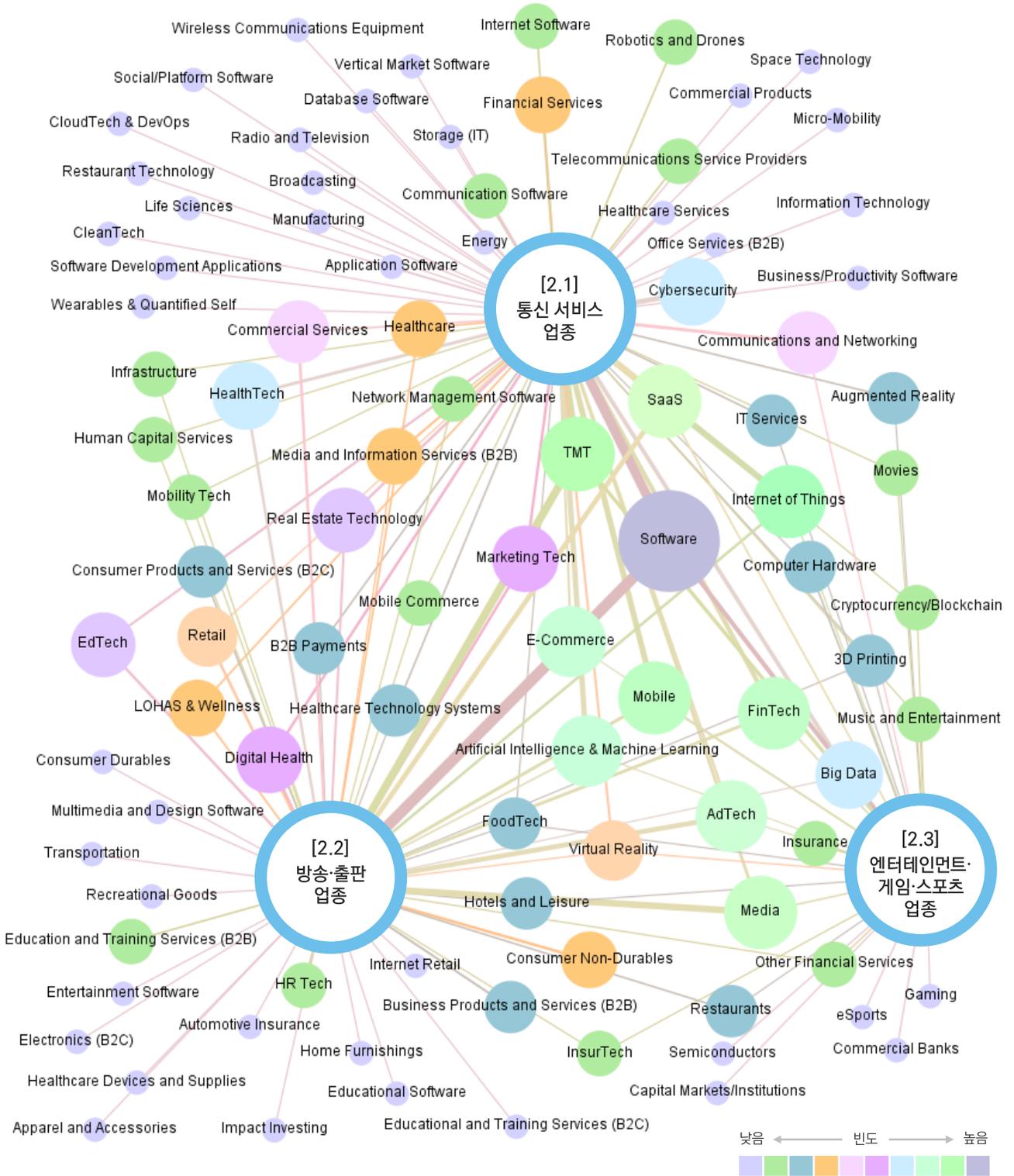


Source: Pitchbook 활용 삼정KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

통신·미디어·엔터테인먼트 세부 업종  
 [2.1] 통신 서비스  
 [2.2] 방송·출판  
 [2.3] 엔터테인먼트·게임·스포츠

[ 통신·미디어·엔터테인먼트 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함



클린테크 분야에 대한 IT 제조 기업의 관심은 부상하고 있는 지속가능경영 트렌드를 반영하고 있음



### 3. IT 제조

IT 제조 업종의 CVC가 투자하는 주요 분야로는 IoT와 AI, 빅데이터, 로보틱스·드론이 꼽혔다. 그 외에도 SaaS와 AR, 컴퓨터 하드웨어, 사이버 보안 등 제조 분야와 관련성이 높고, 모기업의 제조 경쟁력 향상에 도움을 줄 수 있는 분야에 주목하는 것으로 보인다.

CVC 모기업이 하드웨어 기업임에도 불구하고, 소프트웨어 분야의 스타트업에 관심이 높았던 점 또한 두드러진다. 신생 기업 중 소프트웨어 업체 비중이 큰 것도 이유이겠지만, IT 제조 기업들이 자사의 제품에 소프트웨어 역량을 결합시켜 제품의 경쟁력을 높이려는 것으로도 해석될 수 있다.

IT 제조 업종의 CVC들이 클린테크(CleanTech) 분야에도 관심이 많다는 점 또한 눈여겨볼 필요가 있다. 클린테크란 에너지와 자원의 소비를 줄이면서 오염물질의 발생을 근본적으로 줄이거나 없애는 환경 기술을 의미한다. 최근 제조 기업들에 대한 지속가능경영, ESG(환경·사회·지배구조)에 대한 사회적 요구가 높아지고 있는데, 클린테크 분야에 대한 관심은 이러한 트렌드를 반영하고 있는 것으로 보인다.

일례로, LG전자는 2030년까지 탄소중립을 실천하는 ‘탄소중립 2030’을 선언했다. 2030년까지 제품 생산 단계에서 발생하는 탄소를 2017년 대비 50%로 줄이고 외부 탄소감축 활동을 통해 획득한 탄소 배출권으로 탄소중립을 실현하기로 밝혔다. 삼성전자의 화성 반도체 사업장도 2020년 9월 영국의 친환경 인증기관 카본 트러스트(Carbon Trust)로부터 조직 단위의 ‘물발자국’ 인증과 ‘물 사용량 저감’ 인증을 받은 바 있다.

#### [ IT 제조 업종 CVC의 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

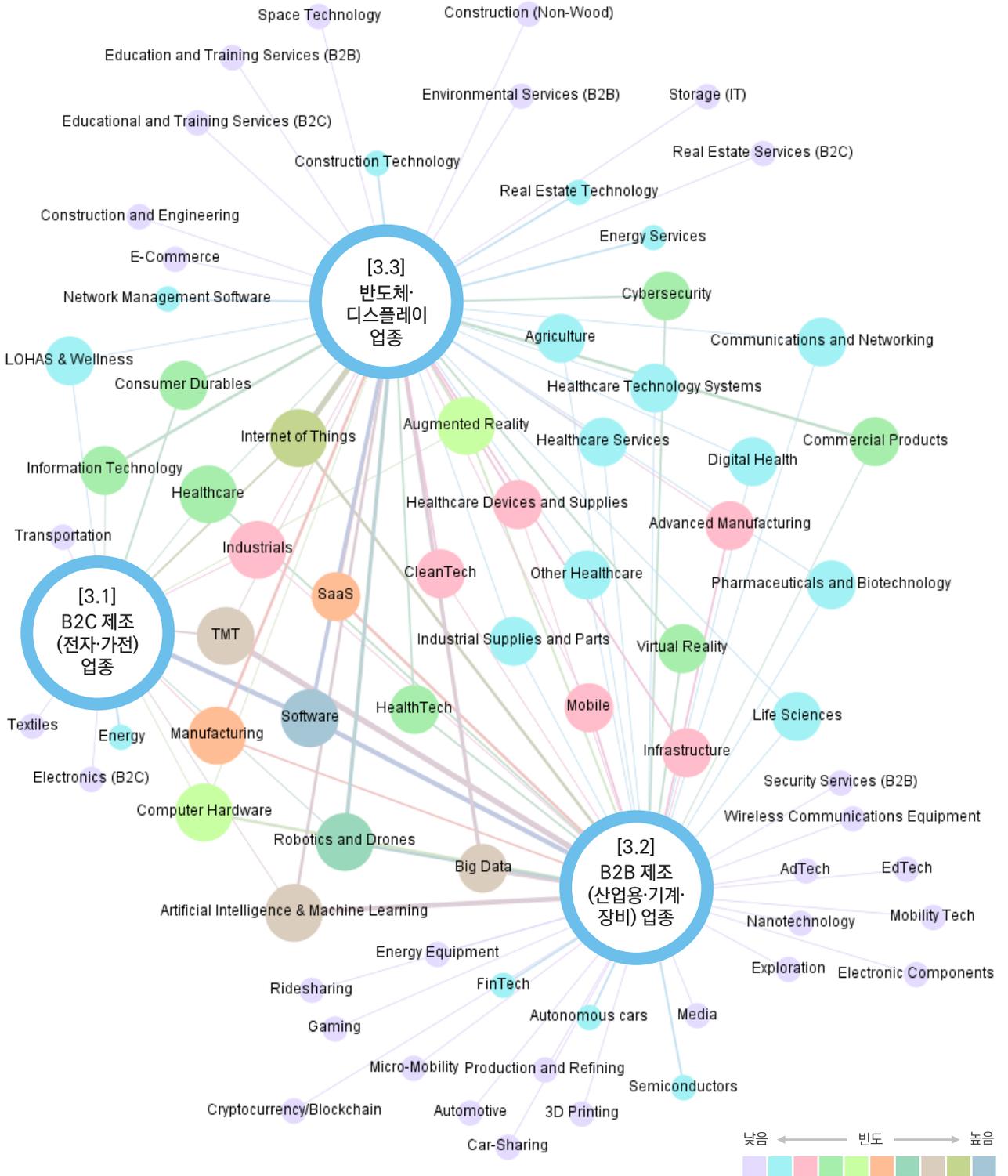
IT 제조 세부업종

[3.1] B2C 제조 (전자·가전)

[3.2] B2B 제조 (산업용·기계·장비)

[3.3] 반도체·디스플레이

[ IT 제조 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함

“ 자율주행과 같은 모빌리티 패러다임 변화에 대응해 전후방 연계 효과가 높은 사업에 전략적 투자를 하고 있는 것으로 분석됨 ”

### 4. 금융

금융 업종에 속한 CVC들이 주로 투자한 분야는 매우 광범위한 것으로 나타났다. 핀테크, AI, 인슈어테크(InsurTech), B2B 결제, 블록체인·암호화폐와 같이 모기업의 사업 강화를 위한 투자도 있었지만, 금융업과 전후방 연계 효과가 있는 사업에 전략적으로 투자하는 사례도 다수 있었다.

특히 보험 업종에 속한 기업이 CVC를 설립한 경우가 많았는데, 이들은 주로 자율주행, 승차공유, 운송, 마이크로 모빌리티\* 등 모빌리티와 관련된 분야에 높은 관심을 보였다. 최근 부상하고 있는 직경제(Gig Economy)와 자율주행과 같은 패러다임 변화에 맞춰 보험사들은 새로운 보험 상품을 개발하기 위해 전략적으로 투자하고 있는 것으로 보인다. 그 외에도 보험 업종의 CVC들이 헬스케어 분야에 투자한 사례도 확인된다. 최근 해외 보험사들이 직접 헬스케어 서비스 분야로 사업을 확장하고 있는 가운데, CVC 투자를 통해 보험 업무와 건강 관리 서비스 업무를 연계하려는 것으로 보인다.

지금까지 금융 업계의 혁신은 다른 산업에 비해 더디게 진행된 측면이 있다. 금융업은 진입장벽이 높을 뿐만 아니라, 여러 규제로 인해 일반 기업이나 스타트업이 진출하기 어려웠기 때문이다. 하지만, 최근 디지털 기술의 발전으로 금융 업계의 진입장벽이 낮아지고, IT 기업과 혁신적인 핀테크 유니콘이 전통적인 금융 기업의 시장을 잠식하고 있다. 이에 따라, 전통적인 금융 기업의 CVC 투자는 앞으로도 증가할 것으로 예측되며, 핀테크 기업과의 경쟁 양상에 주목해 볼 필요가 있다.

\* 마이크로 모빌리티(Micro-mobility): 전동 킥보드, 전기 자전거 등 전기를 동력으로 하는 소형 이동 수단을 의미

[ 금융 업종 CVC의 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)  
 Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외





## 자동차와 항공·우주 업종의 CVC 관심 분야가 중첩

완성차 기업들은 CVC 투자를  
통해 항공 모빌리티 분야로의  
사업 확장을 준비



## 5. 모빌리티

모빌리티 업종의 기업이 CVC를 통해 탐색하는 분야의 대부분은 모빌리티 기술과 연관된 것으로 나타났다. 주요 투자 기술로는 AI와 자율주행, 로봇릭스·드론, IoT, 나노 기술 등이 있었다.

자동차 업종 CVC의 관심 분야는 항공·우주 업종 CVC와 중첩되는 경향을 보였다. 최근 현대자동차, 토요타 등 완성차 업체들도 UAM(Urban Air Mobility, 도심항공모빌리티), 분야에 관심이 많은 가운데, 기업들이 CVC 투자를 통해 항공 모빌리티 분야에서 새로운 기회를 찾고 있는 것으로 보인다. 실제로 토요타 AI 벤처스(Toyota AI Ventures)는 2018년부터 미국의 전기 수직 이착륙(eVTOL) 제조사인 조비 에비에이션(Joby Aviation)에 투자하고 모기업인 토요타와 기술 및 사업 협력을 이어가고 있다.

저공해 인증 등 완성차에 대한 환경 품질 기준이 높아짐에 따라, 클린테크 분야에 대한 투자도 많았다. 금속 소재를 활용한 3D 프린팅 기술이 자동차 프로토타입 제작뿐만 아니라 실제 자동차 부품 제작에도 일부 사용됨에 따라 3D 프린팅 분야에 대한 관심도 높은 것으로 파악된다.

승차공유(Ride-sharing), 차량공유(Car-sharing), 배달 서비스 사업을 하는 모빌리티 서비스 기업의 관심 분야는 마이크로 모빌리티, 미디어, 이커머스, 모바일 커머스, 푸드테크(Food Tech)였다. 모빌리티 제조 기업의 경우 모빌리티 서비스 관련 분야에 관심이 높았지만, 반대로 모빌리티 서비스 기업의 제조 분야에 대한 관심은 상대적으로 낮았다.

### [ 모빌리티 업종 CVC의 투자 분야 ]

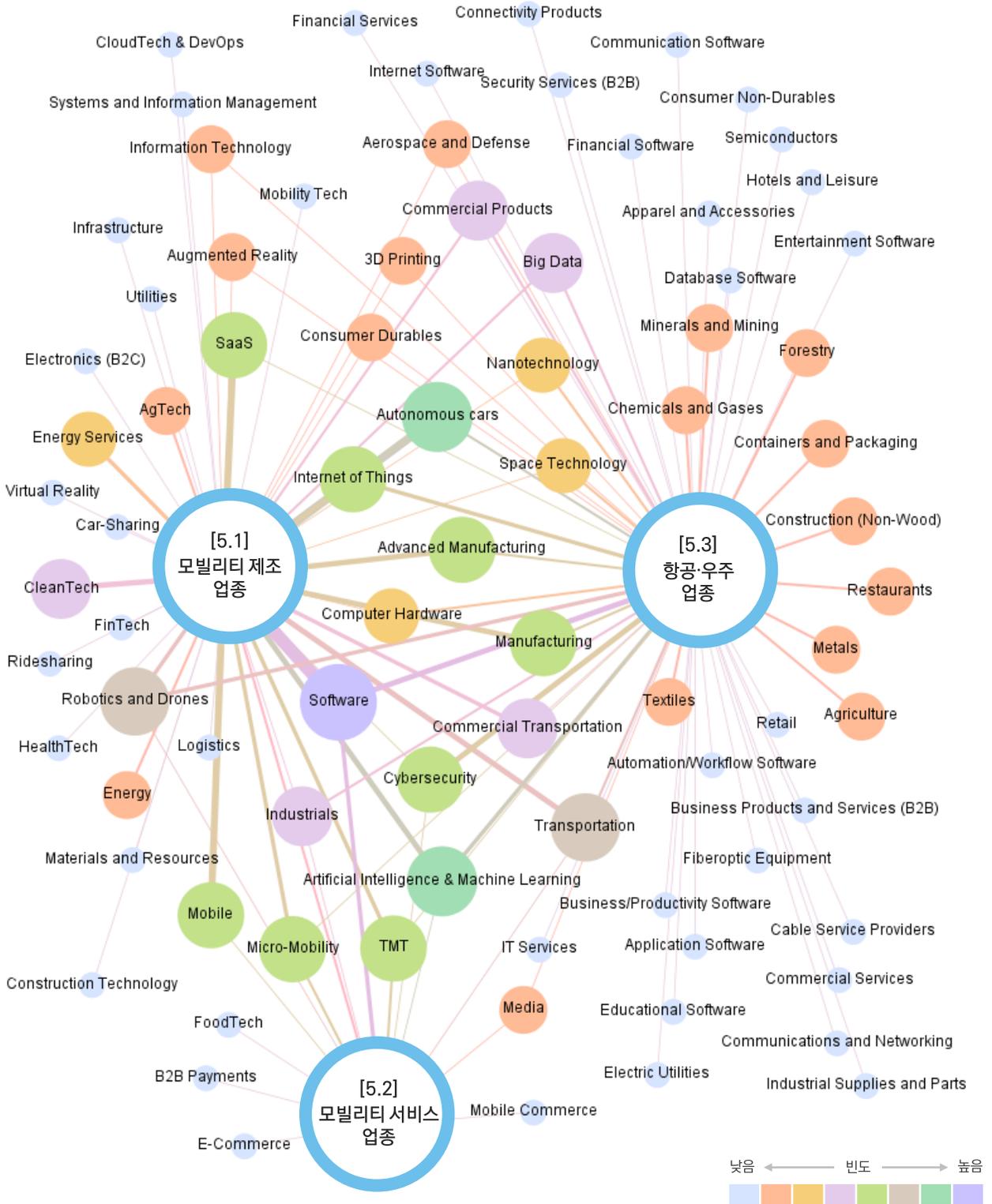
인공지능(AI)	로봇릭스/드론	첨단 제조	사물인터넷(IoT)	모바일	빅데이터	클린 테크
자율주행차	교통수단	사이버 보안	마이크로 모빌리티	SaaS	커머셜 교통수단	에너지 서비스
					컴퓨터 하드웨어	나노 기술
						우주 기술

Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

모빌리티 세부 업종  
 [5.1] 모빌리티 제조  
 [5.2] 모빌리티 서비스  
 [5.3] 항공·우주

[ 모빌리티 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함

“

헬스케어 기업들은 신약 후보 물질 발굴과 개발의 전 과정을 직접 진행하는 방식보다 일부 과정을 벤처 기업과 협력

”

## 6. 헬스케어

헬스케어 분야의 CVC는 헬스케어와 밀접하게 연관된 분야에 관심이 높은 것으로 나타났다. 타 업종의 CVC와 가장 큰 차이점으로 헬스케어 기업들은 타 산업 분야로 확장하기보다는, 동종 업계에서 사업 역량 강화를 위한 수단으로 CVC를 활용하고 있다. 헬스케어 업종 CVC의 관심 분야는 생명과학과 헬스·제약·바이오 테크, 종양학, 헬스케어 디바이스·서비스 등이 있었다.

일반적으로 하나의 신약이 출시되기까지는 10년 이상이 걸리며, 리스크가 동반되며, 거대한 투자 자금이 요구된다. 이 때문에 헬스케어 기업들은 신약 후보 물질 발굴과 개발 전 과정을 직접 진행하기보다는 일부 과정을 벤처 기업과 협력해 진행하고 있다. 원천기술을 보유한 바이오 벤처 기업에 투자해 기업은 신약 파이프라인을 확대하는 효과도 누릴 수 있으며, 초기 단계에서 적은 투자로 높은 부가가치를 창출할 수도 있다.

그 외, 헬스케어 기업들은 빅데이터와 인공지능, SaaS, 웨어러블, 사물인터넷(IoT), 의료 기기 등 의료 데이터를 수집하고 분석하는 기술에도 관심이 많은 것으로 나타났다. 최근 적잖은 제약사들이 사내에 AI 연구팀을 만들고 있다. AI를 활용할 경우, 신약 후보 물질 발굴부터 질환과 약물 간 연관성 추적, 임상 데이터 확보, 개발 타당성 검토까지 신속하게 끝낼 수 있다는 장점이 있다.

### [ 헬스케어 업종 CVC의 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼정KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

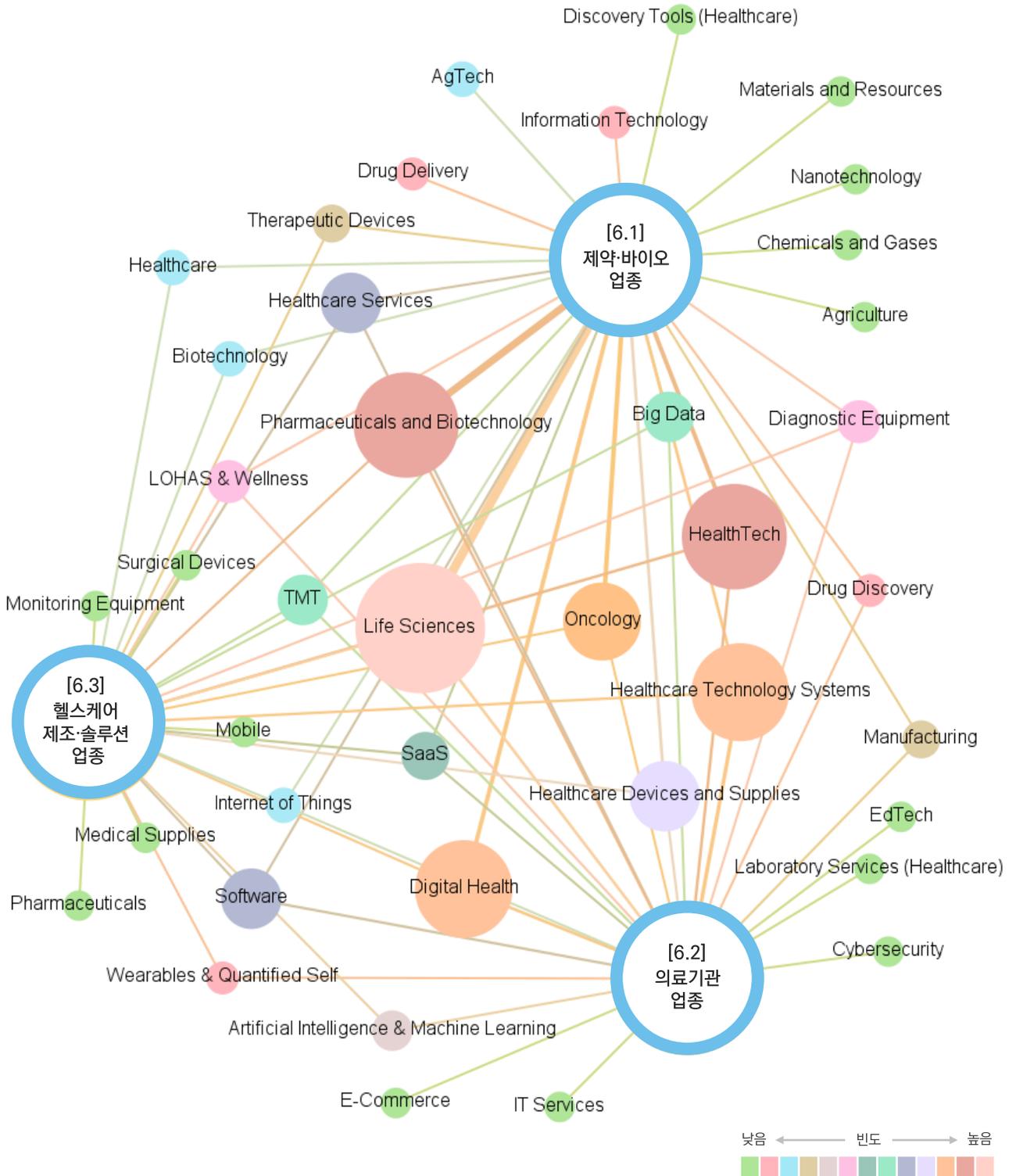
헬스케어 세부 업종

[6.1] 제약·바이오

[6.2] 의료기관

[6.3] 헬스케어 제조·솔루션

[ 헬스케어 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함



기존 에너지 사업에 비해  
수익성은 낮지만, 성장  
잠재성이 높은 재생 에너지  
시장에 진입해 종합 에너지  
회사로 변모하는 중



## 7. 에너지·화학

에너지·화학 업계의 CVC들이 중점적으로 투자하는 분야는 클린테크로 나타났다. 세계 에너지 시장에서 청정·재생 에너지가 부상하고 있는 가운데, 그간 에너지 시장에서 균림해온 석유 메이저들도 저탄소, 청정 에너지 생태계 구축을 위한 움직임을 보이고 있다. 에너지·화학 업종의 CVC는 스마트 그리드, 바이오 연료, 태양광, 풍력 발전 등 신재생 분야에 높은 관심을 보이는 것으로 나타났다.

클린테크 시장이 앞으로도 주목받게 될 것으로 예상되는 또 다른 이유는 자동차 산업의 패러다임 변화다. 전 세계적으로 환경 규제가 강화되고, 일부 국가에서는 10~20년 후 내연기관차 신차 판매를 중단할 것이라고 선언함에 따라, 자동차용 석유의 수요 감소가 예상된다.

이러한 불확실성 속에서 에너지 기업들은 전기차 충전소와 같은 에너지 서비스, 에너지 인프라 분야도 매력적인 투자처로 보고 있다. 에너지 기업의 기존 사업에 비해 아직까지 수익성은 낮지만, 향후 성장 잠재성이 높은 재생 에너지 시장에 진입해 종합 에너지 회사로 변모하려는 모습이다. 가령 BP는 2018년 영국의 차지마스터(Chargemaster)를 인수한 바 있으며, 셸(Shell)도 미국의 그린랏(Greenlots)을 인수하며 전기차 배터리 충전 사업에 진출하고 있다.

에너지 패러다임이 원자재(화석연료) 채굴 중심에서 기술(재생에너지, 배터리) 기반으로 전환되는 동향이 나타나며, 에너지 효율성을 높이는 빅데이터, IoT, AI, 에너지 장비, 데이터 분석 등의 분야에도 적지 않은 투자가 이뤄졌다.

### [ 에너지·화학 업종 CVC의 투자 분야 ]



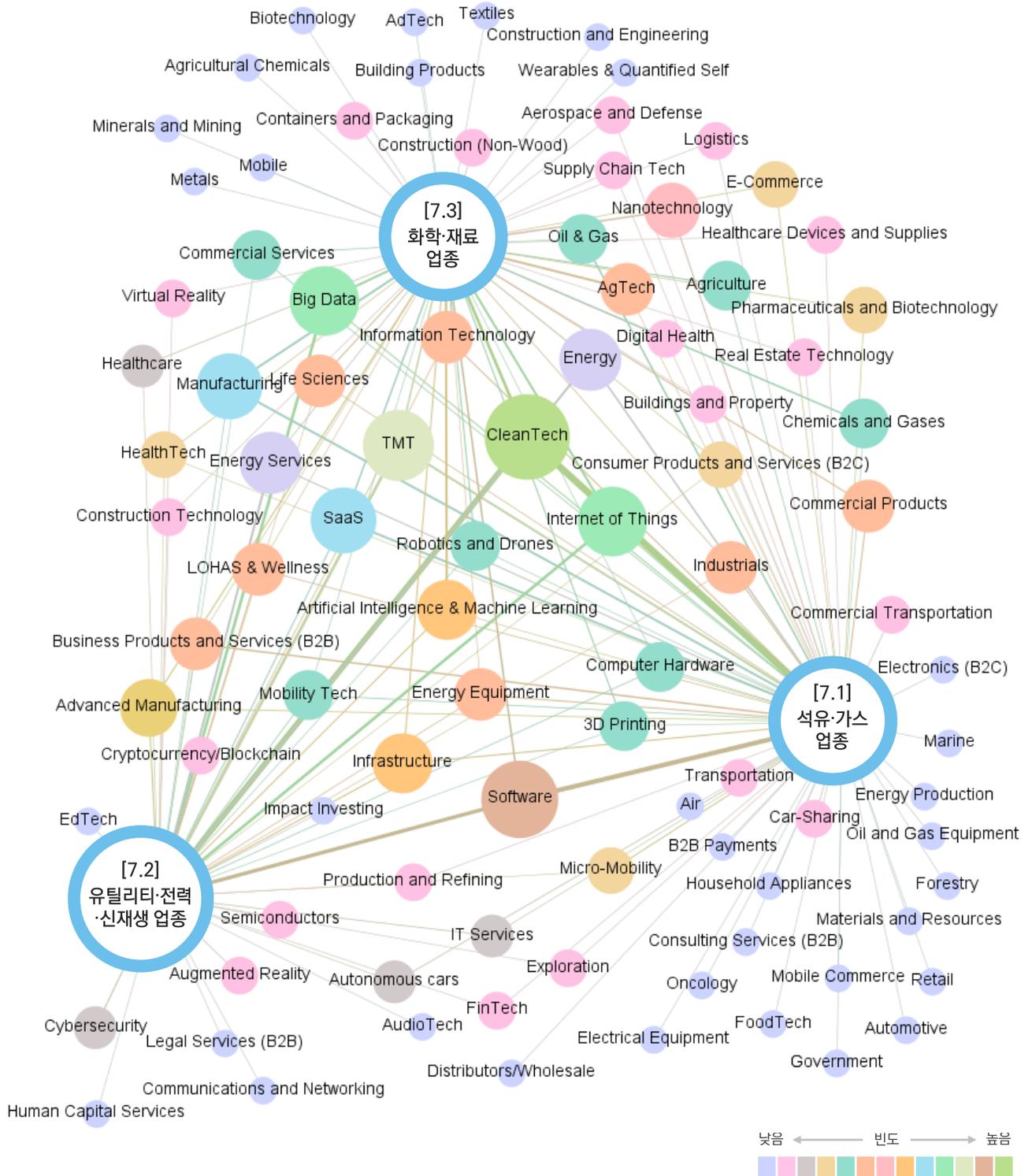
Source: Pitchbook 활용 삼정KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

에너지·화학 세부 업종

- [7.1] 석유·가스
- [7.2] 유틸리티·전력·신재생
- [7.3] 화학·재료

[ 에너지·화학 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함

“

소비재 기업은 지속가능한 가치를 내세우며 고객과 소통을 하고 있으며, 로하스·웰니스에 대한 관심은 코로나19 이후에도 지속될 것

”

## 8. 소비재

소비재 업종 CVC의 주요 투자 분야로는 로하스(LOHAS, Lifestyle of Health and Sustainability)와 웰니스(Wellness)가 꼽혔다. 로하스는 개인의 육체적, 정신적 건강만을 생각하는 웰빙을 넘어서, 자신을 둘러싼 환경을 생각하며 자연과 공존하는 라이프 스타일을 의미한다. 이러한 생활 패턴을 추구하는 로하스족들은 몸에 좋은 제품 구매에만 집중하지 않고 환경과 사회, 지속가능 소비에 보다 높은 가치를 둔다. 이와 비슷한 개념의 웰니스는 좁은 의미에서의 건강이나 웰빙 개념보다는, 삶의 질 향상과 관련된 총체적으로 건강한 상태를 의미한다..

이 두 키워드는 소비재 기업이 최근 들어 주목한 트렌드는 아니다. 2000년 이후 웰빙 트렌드가 부상하면서 로하스와 웰니스에 대한 관심이 높아졌고, 기업들도 이러한 소비자를 겨냥해 제품을 앞다투어 출시했다. 오늘날에도 기업들은 유기농, 친환경 제품을 판매하는 것을 넘어, 유기농 재배법을 공유하거나, 공정 무역 등 지속가능한 가치를 내세우며 소비자와 소통하고 있다.

로하스·웰니스에 대한 소비자의 관심은 코로나19 이후에도 지속될 것으로 예상된다. 코로나19 확산 이후 인간의 본원적 가치가 무엇인지 반문하는 소비자가 증가하고 건강과 안전, 생명, 환경에 관한 관심이 한 층 더 높아졌기 때문이다.

소비재 기업이 관심을 갖는 또 다른 분야로 IoT, 푸드테크(FoodTech) 빅데이터에도 주목할 필요가 있다. 소비재 기업들은 신기술을 활용해 소비자의 의식주와 관련된 데이터를 확보해 더 나은 상품 개발에 힘쓰고 있는 것으로 보인다.

### [소비재 업종 CVC의 투자 분야]



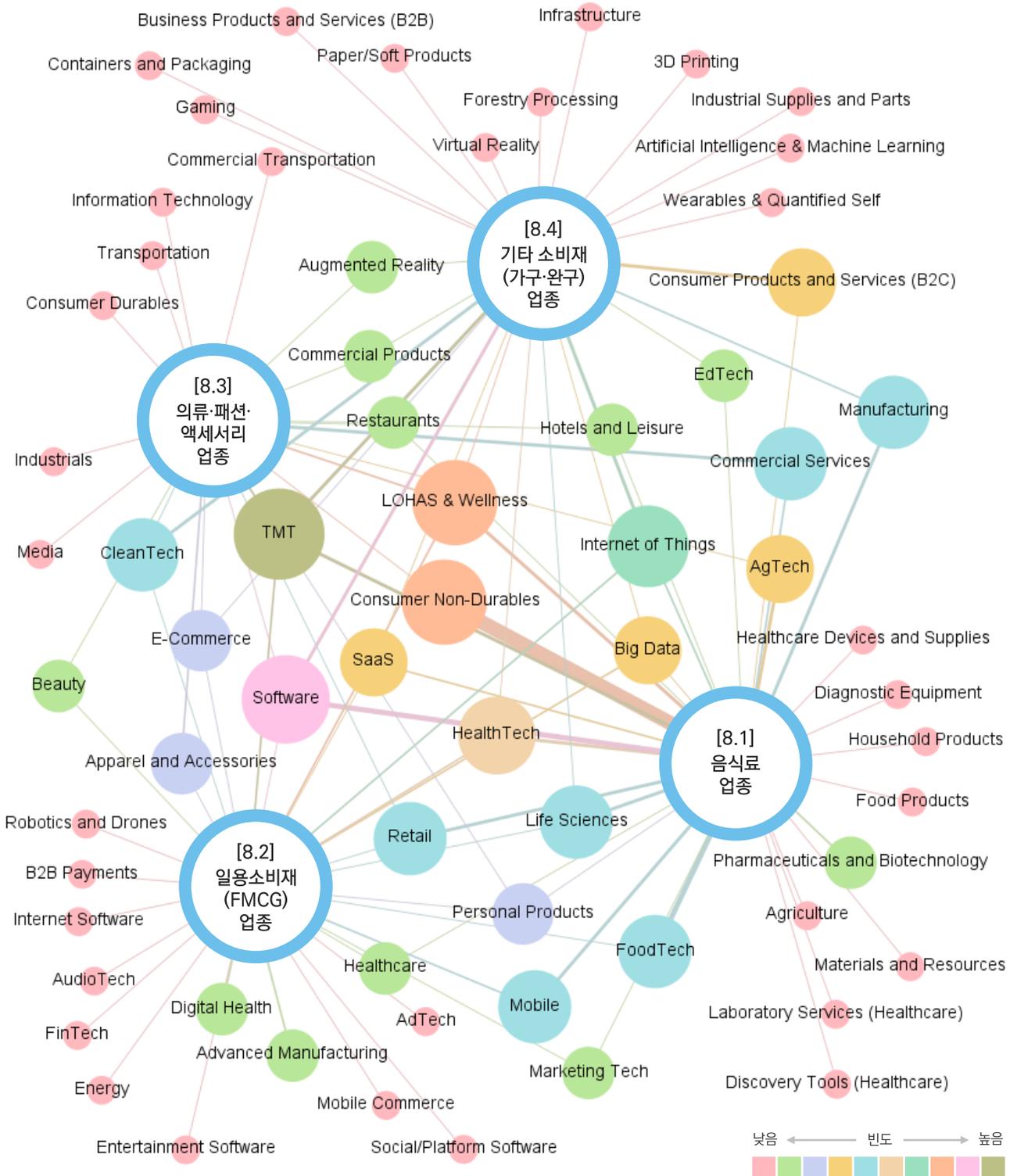
Source: Pitchbook 활용 삼정KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

소비재 세부 업종

- [8.1] 음식료
- [8.2] 일용소비재(FMCG)
- [8.3] 의류·패션·액세서리
- [8.4] 기타 소비재 (가구·완구)

[ 소비재 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함



CVC를 통해 탐색한 신기술은 기획 및 타당성 분석 단계부터 설계, 시공, 운영·유지보수에 이르기까지 모든 단계에 활용 가능



## 9. 인프라·중공업

인프라·중공업 업종의 CVC가 투자하는 분야로는 IoT, 건축 기술, 첨단 제조, 로봇틱스·드론, 3D 프린팅 등이 있었다. 인프라·중공업의 가치 사슬은 설계, 시공, 운영 및 유지보수로 구분할 수 있는데, CVC를 통해 탐색한 신기술은 기획 및 타당성 분석 단계부터 운영·유지보수에 이르기까지 여러 단계에 활용될 수 있다.

설계 단계에서는 드론과 클라우드 기반 BIM(Building Information Modeling, 건설 정보 모델링)이 활용된다. 이 기술들은 주변 지형과 여건을 신속하고 정확하게 파악하는 등 인프라 설계 시 활용할 수 있다. 또한 빅데이터와 AI 기술을 통해 최적의 자재와 구조, 장비 등을 구현할 수 있다.

시공 단계에서 자동화 로봇과 금속 소재를 활용한 3D 프린터는 이미 현장에 활용되고 있으며, 설계 도면과 어긋나지 않게 시공하며 프로젝트의 속도를 높이는 다양한 SaaS 솔루션들도 도입되고 있다. 이러한 기술들은 시공 인력의 의존도를 낮추며 비용을 절감하는 동시에 안전성 향상에도 도움이 된다.

운영·유지보수 단계에서는 이상징후 파악, 정비 시기 예측 등 데이터 기술의 중요성이 부각된다. 이 단계에서는 드론을 이용한 시설물 모니터링, 센서를 활용한 예방적 유지관리 등 데이터에 기반한 의사결정을 가능케 하는 기술이 활용된다.

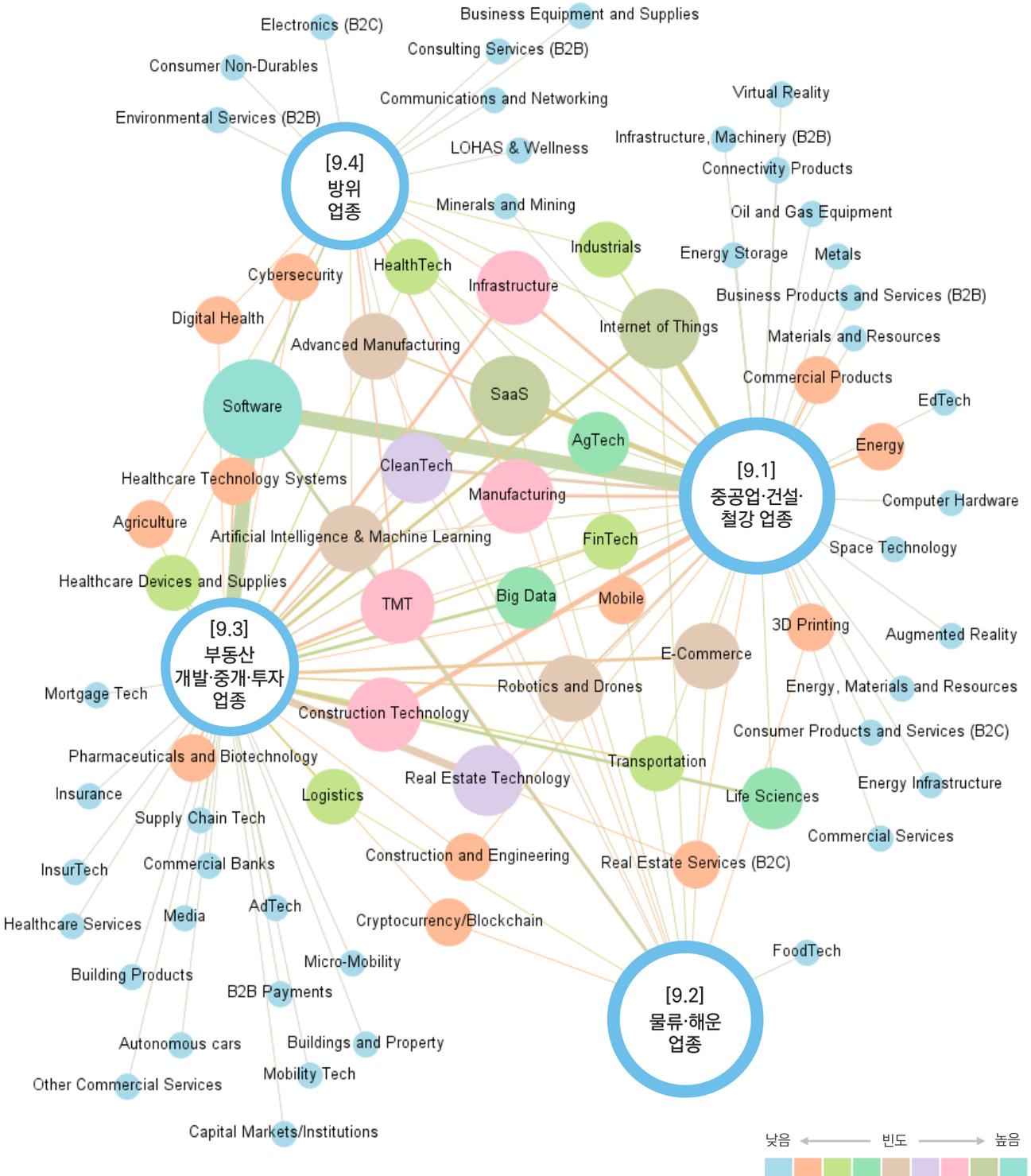
### [ 인프라·중공업 업종 CVC의 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있으며, 이를 업종별로 종합해 빈도가 높게 나온 키워드를 선정. 모든 업종에서 공통적으로 많이 나온 Software와 TMT는 도표에서 제외

[ 인프라·중공업 업종 CVC의 세부 투자 분야 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Pitchbook에서 각 CVC별 선호하는 투자 분야를 키워드로 제공하고 있음. CVC와 CVC의 모기업이 속한 세부 업종을 매칭시킨 후, CVC 모기업의 업종별 선호하는 투자 분야를 노드(Node)로 표시. 노드의 크기와 선(Edge)의 두께는 해당 키워드가 나오는 빈도에 따라 달라지도록 함

# BMW iVentures 투자 사례 분석



BMW 그룹은 2011년 미국 뉴욕에 CVC 조직을 설립했고, 현재는 미국 실리콘밸리, 샌프란시스코, 독일 뮌헨에 CVC 조직을 보유



BMW iVentures는 재무적 목적보다는 자사의 모빌리티 사업을 강화하기 위한 전략적 목적을 중심으로 스타트업을 발굴하고 있음



## BMW iVentures 개요

BMW 그룹은 2011년 2월 미국 뉴욕에 CVC 조직인 BMW iVentures를 설립했다. BMW가 독일이 아닌 미국 뉴욕에 CVC 조직을 설립한 이유로는 첫째 뉴욕이 디지털 미디어·기술의 중심지였으며, 둘째로 뉴욕은 심각한 교통 체증으로 효율적인 도심 모빌리티의 필요성이 큰 지역이기 때문이었다. 2016년 11월 BMW는 테크 기업들이 밀집되어 있는 미국 서부 실리콘밸리로 CVC 조직을 이동시켰고, 현재 실리콘밸리를 포함해 샌프란시스코, BMW 본사가 위치한 독일 뮌헨에 CVC 조직을 확장한 상태다. BMW iVentures는 자사의 모빌리티 사업을 강화하기 위한 전략적 목적하에 유망 벤처·스타트업을 탐색하고 있다.

BMW는 CVC 투자 외에도 유망 벤처 기업과의 협업 기회를 마련하기 위해 다양한 기업 벤처링 프로그램을 운영하고 있다. 가령 BMW 스타트업 거라지(BMW Startup Garage)는 CVC와는 달리 지분 투자를 지양하고, 초기 단계의 스타트업이 자립할 수 있도록 BMW가 스타트업의 기술과 제품, 서비스를 직접 구입하고 파트너로서 자문 서비스를 지원해준다. BMW는 자사에 적용 가능할 것으로 판단되는 기술을 보유한 기업에 독일 현지 벤더사나 파트너사를 연결시켜 주는 등 스타트업이 현지 판로를 개척할 수 있도록 지원하고 있다. 영국에서는 BMW 이노베이션 랩(BMW Innovation Lab)을 2016년부터 운영하고 있는데, BMW는 피칭에 성공한 기업들이 자신들의 아이디어나 제품을 테스트해볼 수 있도록 지원하고 있다.

BMW iVentures는 설립 이후 2020년 10월까지 총 57개의 벤처·스타트업을 대상으로 80건의 딜을 진행했다. IT, S/W 분야에서는 비즈니스·생산성과 관련된 분야에 투자를 이어가고 있으며, B2C 제품·서비스 분야에서는 오토모티브와 관련된 분야에 투자를 집중하고 있다. BMW iVentures 설립 초창기에 투자한 기업들 중에는 M&A나 IPO를 통해 엑시트한 기업도 다수 있다.

BMW iVentures는 2011년부터 2015년까지 초기 5년 동안은 선별적으로 신규 기업을 발굴하며 투자 포트폴리오를 늘렸다. BMW iVentures 설립 초기에 투자한 대표 기업으로는 젠드라이브(Zendrive), 라이프360(Life360), 저스트파크(JustPark), 파크 모바일 (ParkMobile), 차지포인트 (ChargePoint), 라이드 셀 (RideCell), 무빗(Moovit), 스쿱(Scoop) 등이 있다.

설립 초기에는 주로 모빌리티 서비스 중심으로 투자를 했던 반면, 2016년 BMW iVentures가 실리콘밸리로 본사를 이전한 이후에는 자율주행 기술을 포함해 첨단 제조, 모빌리티 솔루션, 지속가능성 등의 관련 분야로 투자 영역을 확장해 적극적으로 투자하고 있는 모습이다.



BMW iVentures는 57개 벤처·스타트업을 대상으로 80건의 딜을 진행

모든 단계에 걸쳐 투자를 하고 있으며, 지속적으로 추가 라운드 투자를 진행

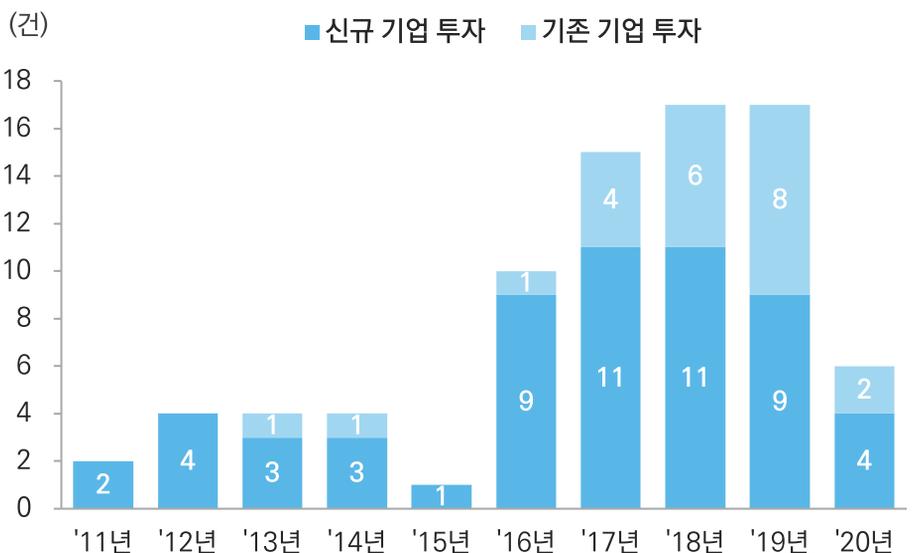


BMW iVentures는 시드부터 후기 단계의 기업까지 모든 단계에 걸쳐 투자를 하며, 1회성 투자자 아닌 추가 라운드 투자를 통해 스타트업과 관계를 이어가고 있다. 가령, 미국의 조메트리(Xometry)는 2017년 시리즈 B 단계부터 2020년 시리즈 E 단계에 이르기까지 BMW iVentures로부터 4회에 걸쳐 추가 라운드 투자를 받은 바 있다. BMW iVentures가 투자한 대부분의 기업은 미국계 스타트업이다. 57개 기업 중 44개(77.2%)는 미국 기업이었으며 독일과 영국 기업이 각각 4개씩 있었다. 그 외 이스라엘(Cartica AI, Moovit)과 캐나다(Bus.com, GaN Systems) 각 2개 기업, 1개의 스웨덴 기업(Mapillary)에 투자를 했다.

2011년부터 2020년까지 BMW iVentures가 투자한 기업 중에는 모기업인 BMW가 인수한 파크모바일(ParkMobile)도 있었고, 애플, BP, 인텔, 페이스북, 오로라 등의 기업으로부터 인수된 기업들도 있었다. 투자한 기업 중 라이프360은 오스트레일리아 주식시장(ASX)에 상장했고, 시프트 테크놀로지스(Shift Technologies)는 나스닥(NASDAQ)에 상장했다. 미국의 차지포인트(ChargePoint)와 데스크탑 메탈(Desktop Metal)은 뉴욕증권거래소(NYSE)에 상장한 상태다.

BMW iVentures의 투자 포트폴리오를 분석해 봤을 때, BMW iVentures가 중점적으로 투자한 분야는 크게 3가지로 구분 가능하다. 첫째는 모빌리티 서비스 분야이며, 둘째는 모빌리티 제조, 셋째는 전기차·친환경차 분야다. BMW iVentures의 투자 분야는 BMW의 ACES(Autonomous-자율주행, Connected-커넥티드, Electrified-전기화, Shared-공유) 전략과 일관된 흐름인 것을 확인할 수 있다.

[ 연도별 BMW iVentures 투자 건수 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note1: '20년 BMW iVentures의 딜 수는 10월까지만 포함하며 이후 추가 발표된 딜을 포함하지 않고 있음

Note2: 기존 기업 투자는 기존에 투자했던 기업에 대한 재투자를 의미함



MaaS(Mobility-as-a-Service)는 다양한 이동 수단을 통합적으로 제공하고 이용자에게 최적의 이동 경험을 제공하는 데 초점을 둬



## 모빌리티 서비스 분야

BMW iVentures가 투자한 벤처 기업 중 상당수는 모빌리티 서비스와 관련된 기업들이다. 모빌리티 업계의 중심축이 전통적인 자동차 제조와 판매에서 모빌리티 서비스로 이동할 것으로 전망됨에 따라, BMW iVentures의 투자 방향성도 MaaS(Mobility-as-a-Service)를 지향하고 있다. ‘서비스로서의 모빌리티’란 의미의 MaaS는 승차공유나 차량공유에 한정된 개념이 아닌, 택시, 버스, 철도 등 다양한 이동 수단을 통합적으로 이용자에게 제공해 최적의 이동 경험을 가능케 하는 데 방점을 두고 있다.

광의의 의미로 MaaS는 하나의 플랫폼 내에서 다양한 이동 수단을 제공하는 것뿐만 아니라, 이동하는 동안 제공할 수 있는 다양한 서비스를 포괄하는 개념으로도 쓰인다. 특히 머지 않은 미래에 완전자율주행 기술이 상용화될 경우, 자동차는 사람과 사물을 이동시키는 수단을 넘어설 것으로 예상된다. 자동차는 차량 공간을 다양한 목적에 맞게 활용할 수 있는 목적 기반 모빌리티(PBV, Purpose Built Vehicle)로 발전하게 될 것이고, 이로 인해 차 안에서 다양한 부가가치 요소들이 창출될 것이다. BMW를 포함한 여러 완성차 기업들이 앞다퉀 MaaS에 관심을 갖고 관련 서비스 역량을 갖추기 위해 노력하는 것도 해당 시장을 선점하기 위한 목적으로 보인다.

2011년 BMW iVentures가 설립된 이후, BMW가 가장 처음으로 투자한 기업은 마이시티웨이(MyCityWay)라는 기업이다. 2009년에 설립된 이 기업은 주요 도시의 식당과 병원, 화장실, 와이파이 장소 등을 스마트폰 GPS 정보를 활용해 알려주는 애플리케이션이다. 2012년 1월에 BMW iVentures가 투자한 엠바크(Embark)는 시카고, 뉴욕, 샌프란시스코 등의 도시에서 대중교통 환승 정보를 제공하는 기업이다. 2011년에 설립된 이 기업은 3년도 채 되지 않아 2013년 8월 애플에 인수되며 성공적으로 엑시트를 한 바 있다. 이는 애플이 자체적으로 개발한 지도서비스 애플 맵스(Apple Maps)를 출시한 시기와의 겹친다.

### [ 모빌리티 업계의 발전 방향 ]

구분	과거	현재	미래
이동 방식의 변화	차량 소유	온디맨드 모빌리티 서비스, 차량 공유(Car-sharing), 승차 공유(Ride-sharing)	End-to-end 전체 여정을 포괄할 수 있는 ‘서비스로서의 모빌리티(MaaS)’
비즈니스 모델	제조, 판매 중심	제조업과 서비스업 이원화	모빌리티 서비스 및 기술 중심
경쟁사	차량 제조사	차량 제조와 모빌리티 서비스 간 경쟁 이원화	모빌리티 산업의 경계가 흐려지며, IT 기업, 스타트업도 경쟁에 참여
핵심 경쟁력	가격, 안정성, 브랜드	가격, 개별 플랫폼, 데이터, 알고리즘	통합 플랫폼, 연결성, 고객 경험

Source: CPA BSI, 삼정KPMG 경제연구원 재구성



BMW iVentures가 2014년에 투자하고 2018년 모기업인 BMW가 인수한 파크모바일(ParkMobile)은 디지털 파킹 솔루션 기업



2013년 BMW iVentures가 투자한 라이프360(Life360)은 스마트폰 사용자의 실시간 위치와 이동 동선을 추적하고 이를 가족이나 연결된 그룹 내에 공유하는 애플리케이션이다. 이 기업은 2019년 오스트레일리아 주식시장에 상장했으며, 현재는 이용자의 운전 습관을 기록하는 기능과 가족이나 비상 연락처에 추가된 번호로 도움 알림을 설정하는 등 가족의 안전을 지키는 애플리케이션으로 출시되어 있다. 기본 기능은 무료로 이용 가능하며, 부분 유료화를 통해 더 디테일한 운행 보고서와 이동 내역 등을 확인할 수 있다.

BMW iVentures가 2014년에 투자한 무빗(Moovit)은 2012년에 설립된 이스라엘계 스타트업이다. 무빗은 여러 대중교통 업체들과 파트너십을 맺고 고객 데이터를 분석해, 최적의 이동 수단과 경로를 안내해준다. 무빗은 대중교통 외에도 차량공유, 승차공유, 자전거 등 다양한 이동 수단을 추가해 전 세계 이용자들이 편리하게 이용할 수 있는 복합 이동 서비스를 지향하고 있다. 현재 100여 개국 3,000여 개 이상의 도시에서 서비스되고 있으며, 2020년 5월 인텔에 의해 인수되었다. 인텔은 2017년 자율주행 기술 기업인 모빌아이(Mobileye)를 인수한 바 있는데, 모빌아이의 자율주행 기술과 MaaS를 지향하는 무빗의 사업을 통해 차량용 반도체 분야를 강화하려는 것으로 보인다.

BMW iVentures가 2014년에 투자하고 2018년 모기업인 BMW가 인수한 파크모바일(ParkMobile)은 디지털 파킹 솔루션 제공 업체이다. 이 애플리케이션에서는 주차장 검색, 예약, 결제를 할 수 있으며, 이용자가 주차 공간을 찾아다니는 수고를 덜어준다. 2019년 2월 BMW는 다임러(Daimler)와 합작해 유어나우(YourNow)라는 브랜드를 런칭했고, 5개의 조인트벤처를 출범시켰다. 그중 파크나우(ParkNow)는 파크모바일(ParkMobile), 파크라인(Parkline), 링코(RingGo) 등 BMW와 다임러가 투자한 주차 관련 서비스를 하나로 통합한 서비스다. 오랜 기간 경쟁 관계에 있는 두 기업이 모빌리티 서비스 분야에서 동맹을 맺은 이 사례는 더 이상 자동차 제조사들이 차량 판매만으로는 경쟁력을 유지하기 어렵다는 것을 보여준다.

[ 유어나우(YourNow) 세부 브랜드 ]

브랜드	기존 통합 브랜드	기능	내용
	ParkMobile, Parkline, RingGo	주차	주차 공간 검색, 예약, 결제를 할 수 있는 애플리케이션
	DriveNow (BMW), Car2go (Daimler)	차량공유	유럽 내 8개국 16개 도시에서 BMW, 다임러 차량을 분 단위로 빌릴 수 있음
	ChargeNow	전기차 충전	전기차 충전 포인트 카드
	Beat, Clever, Kapten & MyTaxi, Hive	승차공유	차량 호출 서비스
	Moovel & ReachNow	MaaS 플랫폼 (Multimodal)	승차공유, 차량공유, 택시, 버스, 자전거, 기차 등 다양한 교통 수단을 연결시킨 종합 모빌리티 서비스 플랫폼

Source: BMW, Daimler, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

“

BMW iVentures는 3D 프린팅과 같은 모빌리티 제조 분야에도 적극적으로 투자하며, 차량 제조 방식을 개선시킬 방안을 모색 중

”

## 모빌리티 제조 분야

BMW iVentures는 3D 프린팅과 같은 모빌리티 제조 분야에도 적극적으로 투자하며, 차량 제조 방식의 개선 방안을 모색하고 있다. BMW iVentures는 2016년 실리콘밸리 소재의 디지털 광합성(DLS, Digital Light Synthesis) 3D 프린팅 기술을 보유한 카본3D(Carbon3D)라는 기업에 투자를 했다. DLS는 강력한 자외선을 이용해 합성 수지 안에서 바로 제품을 출력하는 방식으로, 조금씩 쌓는 적층 제조 방식 대비 25배에서 100배 정도 제조 시간일 빠르다는 장점이 있다.

이후, BMW는 2016년 11월 금속 소재를 활용한 3D 프린팅 기업인 데스크탑 메탈에도 투자했다. 2015년 미국 MIT 출신 엔지니어들이 설립한 데스크탑 메탈은 BMW 외에도 GV(구글벤처스), GE벤처스(GE Ventures) 등 여러 CVC들로부터 투자를 받은 기업이다. 금속분말 사출성형(MIM, Metal Injection Molding) 공법을 접목한 금속 3D 프린터에 특화되어 있으며, BMW iVentures는 2016년과 2017년 2회에 걸쳐 투자를 진행한 바 있다.

3D 프린팅 분야의 또 다른 기업으로는 BMW iVentures가 2017년부터 2020년까지 4회에 걸쳐 투자를 진행해온 미국의 3D 프린팅 및 커스터마이징 부품 제작 플랫폼 기업인 조메트리(Xometry)도 있다. 조메트리는 3D 프린팅 설계 기술을 갖춘 기업과 이를 생산하는 기업을 매칭해주는 플랫폼이다. 기업에서 3D CAD 설계 파일을 올리면, 여러 업체들이 견적을 내고, 조메트리 플랫폼 내에서 거래가 이뤄질 수 있도록 하고 있다.

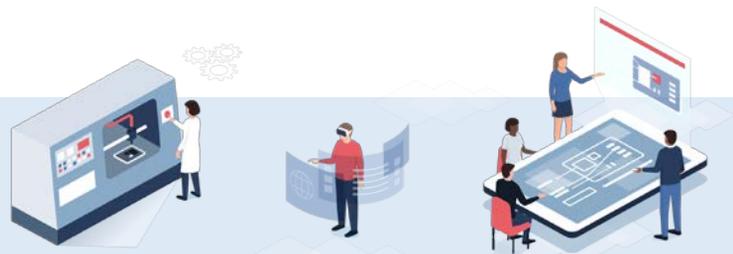
현재 BMW는 금속 및 플라스틱 소재를 활용한 3D 프린팅 기술을 연구개발(R&D) 단계부터 부품 생산, A/S까지 다양한 단계에서 활용하고 있다. 디자인 검증, 프로토타입 제작과 같이 소량으로 생산하는 분야뿐만 아니라 실제 자동차 내부에 들어가는 부품, 엔진실 등의 양산형 부품에도 3D 프린팅 기술을 활용하고 있다. BMW 그룹은 2019년 기준 약 30만 개의 부품을 3D 프린팅으로 제작했으며, BMW 미니(Mini) 고객에게는 개인화된 액세서리 부품을 3D 프린팅으로 제작해 판매하고 있기도 하다.

2020년 6월 BMW 그룹은 그간 쌓아온 네트워크와 3D 프린팅 관련 역량을 한 곳에 모아 독일 뮌헨에 적층 제조 캠퍼스(Additive Manufacturing Campus)를 개소했다. BMW는 캠퍼스 구축을 위해 약 1,000만 유로를 투자했으며, 약 50여 대의 3D 프린팅 장비를 활용해 시제품 제작과 연속 부품 생산을 위한 연구를 진행하고 있다. BMW는 3D 프린팅 기술의 활용도를 높여 자동차 제조 프로세스를 개선하고, 장기적으로 더 경제적인 제조 기술로 발전시킬 예정이다. 이는 BMW가 초기 단계에 있는 벤처·스타트업들과 투자·협력해 궁극적으로 관련 기술 역량을 모기업 내부로 내재화 시킨 사례로 볼 수 있다.

“

2020년 6월 BMW 그룹은 그간 쌓아온 네트워크와 3D 프린팅 역량을 한 곳에 모아 독일에 적층 제조 캠퍼스를 개소

”



그외, 2018년 BMW iVentures가 시리즈 A 단계에 투자한 브라이트 머신스(Bright Machines)는 생산 자동화 솔루션 기업이다. 일반적으로 기업이 생산 라인을 자동화하고자 할 때, 제품이 바뀔 경우 자동화 시스템을 처음부터 다시 구축해야 하거나 제품 간 호환이 안 되는 등 많은 어려움을 겪는다. 브라이트 머신스는 모듈별로 손쉽게 자동화 레시피를 만들고, 전체 공정 진척도를 모니터링 할 수 있도록 해 더 민첩하고 유연한 제조 환경을 조성하는 데 도움을 준다.

마지막으로 BMW iVentures가 2019년 투자한 엘리제(Elise)는 제품 개발·디자인 프로세스에 활용할 수 있는 모델링·시뮬레이션 솔루션 기업이다. 엘리제는 2018년 독일의 알프레드 베게너 연구소(Alfred-Wegener Institute)로부터 분사한 스타트업으로 제품 개발·디자인의 복잡한 단계를 알고리즘 기반의 모델링으로 자동화하고 전체 프로세스를 단축한다. 엘리제의 솔루션은 오토모티브, 항공, 소비자재 분야에 특화되어 있으며, BMW 모터라드의 라디에이터 커버 개발에도 활용된 바 있다.

[ 2020년 6월 오픈한 BMW의 적층 제조 캠퍼스 ]



Source: BMW



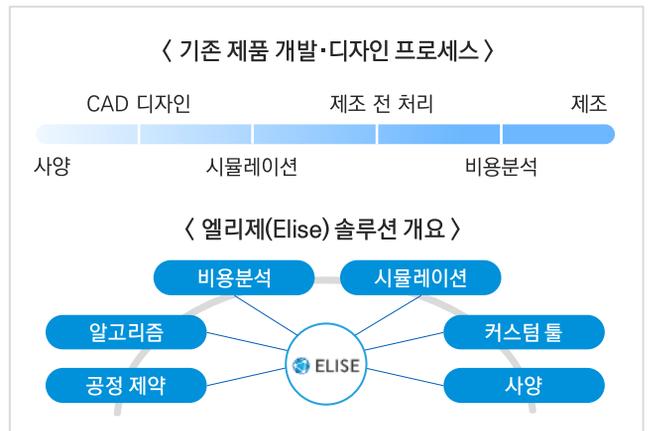
Source: BMW

[ 브라이트 머신스(Bright Machines)의 솔루션 ]



Source: Bright Machines, 삼정KPMG 경제연구원

[ 엘리제(Elise)의 솔루션 ]



Source: Elise, 삼정KPMG 경제연구원

“

BMW는 탄소 중립 실현 및 지속가능한 모빌리티 개발을 위해 다양한 전동화 전략을 추진하고 있음

”

## 전기차·친환경차 분야

미래 모빌리티 패러다임의 주요한 축으로 전기 자동차와 친환경차가 자리잡고 있으며, BMW 또한 탄소 중립 실현 및 지속가능한 모빌리티 개발을 위해 다양한 전동화 전략을 추진하고 있다. 오늘날 탈탄소화와 기후 변화, ESG 경영에 대한 인식과 사회적 요구 수준이 높아짐에 따라, 전통적인 내연기관 자동차 기업의 전기차·친환경차로의 전환은 가속화될 것으로 예상된다.

2013년 첫 전기차 ‘BMW i3’를 출시한 BMW는 단기적으로는 연료 효율성을 높인 휘발류와 디젤 차량, 플러그인 하이브리드 차량, 순수 전기차 모두를 생산하는 ‘파워 오브 초이스(Power of Choice)’ 전략을 추진할 것으로 보인다. 판매 거점별 니즈에 맞춰 다양한 차량 모델을 생산하는 유연한 생산 체계를 구축하고, 중장기적으로는 점차 전통 내연기관 차종을 줄여 나갈 것으로 예상된다. BMW는 2023년까지 전기차와 하이브리드차를 포함한 25종의 전동화 모델을 출시한다는 계획을 밝힌 바 있으며, 그 중 절반 이상은 순수전기차(BEV)로 구성할 계획이다.

BMW의 지속가능목표는 2030년까지 전기구동 시스템이 장착된 차량의 판매를 700만 대 이상으로 늘려 배출가스를 40% 줄이겠다는 계획이다. BMW는 2015년 12월 RE100\*에 동참하며 2020년까지 2/3 이상의 전력을 신재생으로 확보하겠다는 중간 타겟과 2050년까지 전력을 100% 재생 에너지로부터 얻고자 하는 계획을 제출한 바 있다.

100년이 넘는 오랜 역사를 지닌 BMW와 태생부터 전기차로 탄생한 테슬라(Tesla)의 전기차·친환경차 전략은 사뭇 다르다. 테슬라의 경우 전기 차체 제조부터 소프트웨어, 배터리 생산, 충전 인프라 구축까지 전 프로세스를 수직 통합하려는 계획을 가지고 있다. 테슬라는 테슬라 전기 차량이 무료로 이용할 수 있는 슈퍼차저(Super Charger)를 내세우며 전기차 시장에 발을 디웠으며, 2020년 9월 개최된 테슬라 배터리 데이에서도 배터리의 상당 부분 자체적으로 생산해 전기차의 대중화를 실현시키겠다는 계획을 공개한 바 있다.

이와 반면에 공급자 네트워크에 대한 의존도가 높은 완성차 기업들이 테슬라와 같은 사업 모델을 시도하기란 쉽지 않다. 전기차 충전소의 경우 초기 투자 비용이 많이 들기 때문에 완전히 준비되지 않은 기업이 쉽게 뛰어들지 못하는 분야이기 때문이다. BMW는 기업 내부 연구개발을 통해 전기차·친환경차 분야 경쟁력을 높이는 동시에, 전기차 인프라와 같은 비핵심 사업 부문에서는 여러 전기차 충전 인프라 기업들과 전략적 제휴를 맺고 있다. BMW iVentures의 투자 사례에서도 차지포인트(ChargePoint), 차지마스터(Chargemaster)와 같은 충전소 인프라 기업에 여러 단계에 걸쳐 지분 투자를 하며 전기차·친환경차 산업 생태계를 만들어 가고 있는 모습을 확인할 수 있다.

“

BMW는 전기차 인프라 기업들과 전략적 제휴를 맺거나 투자하며 전기차·친환경차 산업 생태계를 만들고 있음

”

\* RE100: 재생에너지(Renewable Energy) 100%의 약자로, 기업이 사용하는 전력량의 100%를 2050년까지 풍력, 태양광 등 재생에너지 전력으로 충당하겠다는 목표의 국제 캠페인. 2014년 영국 런던의 다국적 비영리기구 더 클라이밋 그룹(The Climate Group)에서 발족했으며, 기업이 자발적으로 RE100에 가입할 경우, 가입 후 1년 안에 이행계획을 제출하고 매년 이행상황을 점검 받음

“

차지포인트(ChargePoint)는 전기차 충전소 하드웨어를 판매하고 하드웨어와 연결된 소프트웨어 구독 서비스, 고객 관리 서비스 제공

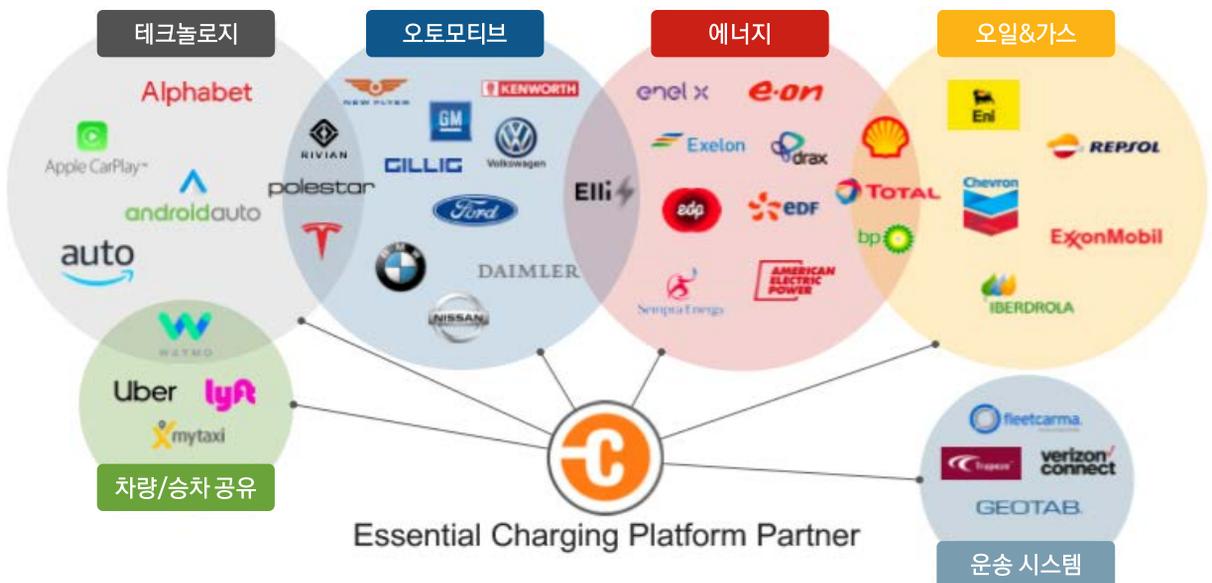
”

BMW iVentures가 2012년부터 3번에 걸쳐 투자한 차지포인트는 미국의 최대 전기차 충전 인프라 기업이다. 차지포인트는 2007년 설립 이후 지속적으로 충전소를 늘려 나갔으며 현재는 미국, 유럽 등의 지역에 1만 4,000여 개의 충전소를 운영하고 있다. 차지포인트는 마트, 병원, 아파트 등 계약을 맺은 곳에 충전소 하드웨어를 판매하는 동시에 하드웨어와 연결된 소프트웨어 구독 서비스, 고객 관리 서비스 등으로 안정적인 수익을 창출하는 비즈니스 모델을 보유하고 있다.

BMW iVentures가 2013년에 투자한 차지마스터는 영국의 전기차 충전 인프라 기업이다. 차지마스터는 영국 전역에 6,500개 이상의 전기차 충전소를 운영하고 유럽 전역에 5만 개 이상의 가정용 충전기를 공급하고 있다. 이 기업은 2018년 영국의 에너지 기업인 BP에 인수되면서, BP차지마스터로 개편됐으며, BP는 영국 전역 1,200개 주유소에 초고속 충전기를 설치할 계획을 밝힌 바 있다.

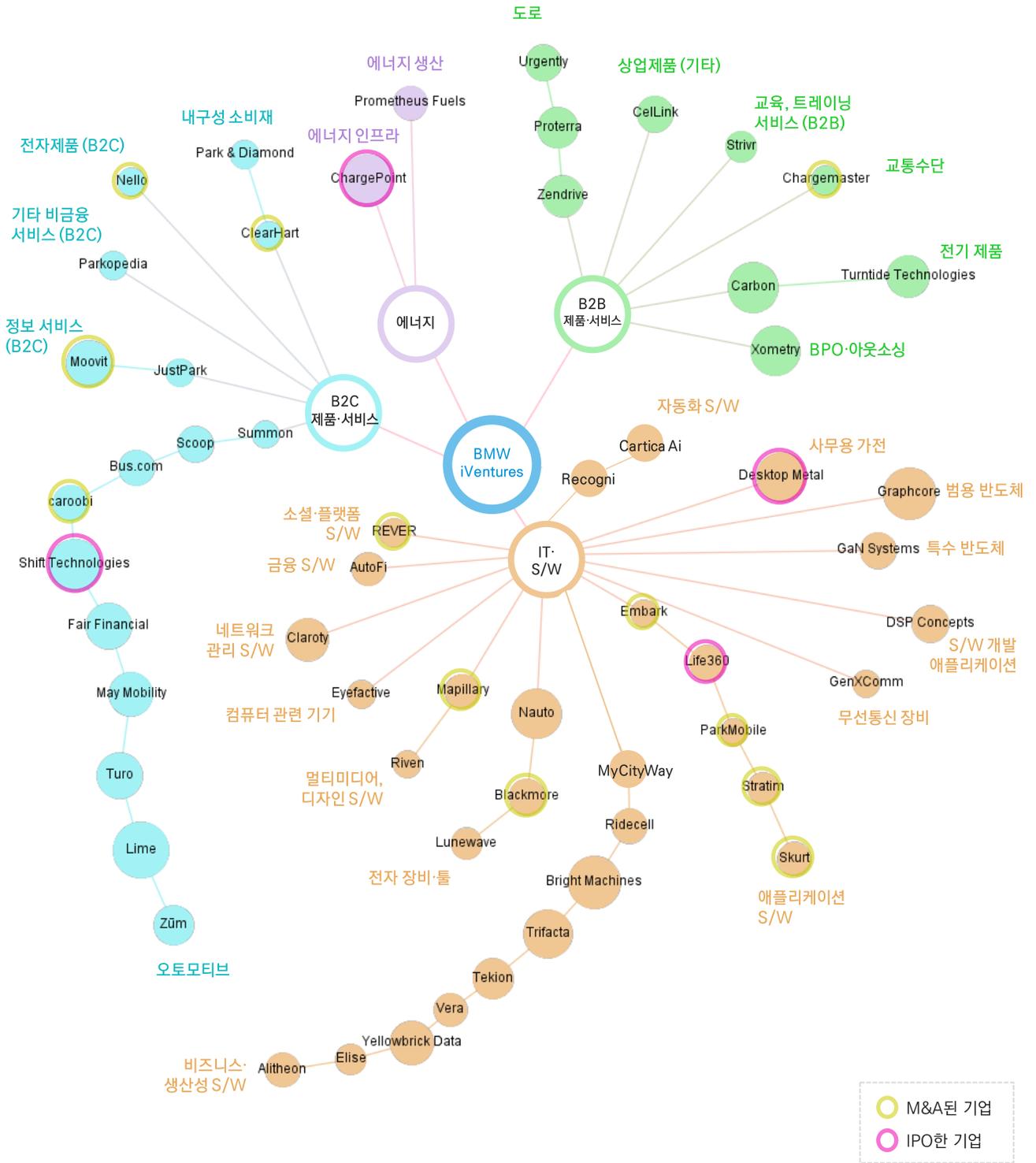
BMW iVentures의 또 다른 주요 투자 분야는 친환경과 관련된 클린테크(CleanTech) 분야다. BMW iVentures가 2020년 3월 투자한 프로메테우스 퓨얼즈(Prometheus Fuels)는 물과 전기, 나노 튜브 멤브레인을 사용해 대기 중 CO<sub>2</sub>를 제거한 연료를 생산하는 미국의 에너지 스타트업이다. 클린테크 기술로 환경 문제를 해결하고자 하는 이 기업은 2018년 설립 이후, 2019년 3월 미국의 와이콤비네이터(Y Combinator)로부터 투자를 받았으며, 이후 2020년 6월 BMW iVentures로부터 1,250만 달러의 시드 라운드 투자를 받았다. 프로메테우스 퓨얼즈는 태양발전, 풍력발전과 같은 100% 재생 에너지를 활용해 넷제로(Net Zero)를 실현하고, 2021년 말부터 미국 캘리포니아에서 상용화해 2022년에는 전 세계로 제품을 수출한다는 계획을 갖고 있다.

[ 차지포인트(ChargePoint)의 파트너사 ]



Source: ChargePoint

[ BMW iVentures의 투자 기업 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: BMW iVentures가 투자한 기업을 첫 투자 시점을 기준으로 순차적으로 연결시킨 도표이며, 노드의 크기는 기업이 BMW iVentures로부터 투자 받은 총 투자액에 비례하도록 도식화

## [ BMW iVentures의 주요 투자 기업 ]

발표일	기업	설립 연도	설립 국가	투자 횟수	총 투자액 (백만 달러)	사업 분야	Exit (IPO·M&A)
'12.11	Embark	'11	미국	1	N/A	지도 애플리케이션	Apple
'13.03	Life360	'08	미국	2	19	위치 추적 애플리케이션	IPO
'14.09	ParkMobile	'08	미국	1	N/A	주차 애플리케이션	BMW
'14.12	Moovit	'12	이스라엘	2	100	도심 내 대중교통 환승에 특화된 MaaS 애플리케이션	Intel
'17.08	Shift Technologies	'13	미국	2	219	중고차 거래 플랫폼	IPO
'17.11	Fair	'16	미국	2	105	중고차 리스 플랫폼	-
'18.03	Mapillary	'13	스웨덴	1	15	지도 제작 기술	Facebook
'18.06	Turo	'09	미국	1	104	차량 공유 서비스	-
'18.12	Lime	'17	미국	1	335	마이크로 모빌리티	-
'12.07	ChargePoint	'07	미국	3	203	전기차 충전소	IPO
'13.07	Chargemaster	'08	영국	1	0.76	전기차 충전소	BP
'17.06	Proterra	'04	미국	1	55	전기 버스 제조	-
'18.02	May Mobility	'17	미국	3	83	자율주행 전기버스	-
'20.03	Prometheus Fuels	'18	미국	1	12.50	CO <sub>2</sub> 를 제거한 연료 생산	-
'16.02	Zendrive	'13	미국	2	52	데이터 분석	-
'16.10	Nauto	'15	미국	2	171	데이터 분석	-
'18.03	Bright Machines	'18	미국	2	229	생산 자동화 솔루션	-
'18.06	Claroty	'14	미국	2	68	OT 보안 솔루션	-
'18.07	Trifacta	'12	미국	1	150	데이터 전 처리 솔루션	-
'18.12	Graphcore	'16	영국	1	217	AI 반도체	-
'19.01	Turntide	'13	미국	2	32	스마트 모터 솔루션	-
'19.06	Yellowbrick Data	'14	미국	1	81	데이터 분석	-
'19.09	Cartica	'19	이스라엘	1	67	자율주행 AI	-
'16.09	Carbon	'13	미국	1	181	3D 프린팅	-
'16.11	Desktop Metal	'15	미국	2	160	3D 프린팅	IPO
'17.06	Xometry	'13	미국	4	170	온디맨드 제조 플랫폼	-
'19.11	Elise	'18	독일	1	3.32	제품 개발·디자인 S/W	-

■ 모빌리티 서비스·플랫폼    ■ 전기차·친환경차    ■ 애널리틱 솔루션    ■ 모빌리티 제조

Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: 발표일은 BMW iVentures가 참여한 첫 투자일을 기준, 총 투자액은 BMW iVentures가 참여한 라운드의 누적 투자액

# Unilever Ventures 투자 사례 분석

“

유니레버 벤처스는 소비재 분야의 영향력 있는 CVC로 꼽히고 있으며, 장기적 관점에서 전략적·재무적 목적을 동시에 추구

”

“

유니레버는 CVC 투자 외에도 벤처 업계로부터 혁신적인 아이디어를 지속적으로 유입 받기 위해 다양한 시도를 하고 있음

”

## Unilever Ventures 개요

다국적 소비재 기업 유니레버는 도브(Dove), 매그넘(Magnum), 벤앤제리스(Ben&Jerry's), 퍼실(Persil) 등 400여 개의 유명 브랜드를 보유하고 있다. 1929년 설립 이후 유니레버는 1971년 홍차 브랜드인 립톤(Lipton)을 인수하는 등 M&A를 통해 수많은 제품군으로 사업 포트폴리오를 확장해 나가고 있다.

현재 유니레버의 사업 분야는 크게 3개 영역으로 구분된다. 첫째는 퍼스널 케어 분야로 피부케어, 모발케어, 탈취제, 구강관리와 관련된 제품이다. 둘째는 식품 분야로 아이스크림, 음료, 차, 스낵, 수프, 건강 제품이 이에 해당된다. 퍼스널 케어와 식품 분야는 각각 전체 매출의 40% 가량을 차지하고 있으며, 남은 매출의 20%는 홈케어 분야로, 세제와 세정 제품이 이에 해당된다.

유니레버는 2002년에 CVC 조직인 유니레버 벤처스를 설립했고, 현재는 영국 런던과 인도 뭄바이에서 운영되고 있다. 유니레버 벤처스는 소비재 분야에서 영향력 있는 CVC로 꼽히고 있으며, 전략적·재무적 목적을 동시에 추구하며 장기적인 관점에서 잠재력 있는 기업에 투자하고 있다.

유니레버 벤처스의 투자는 유럽과 미국, 아시아 지역에 집중되어 있다. 일부 기업에게는 직접 투자하며, 관심 분야가 비슷한 펀드에 공동 투자를 하기도 한다. 대부분 소수 지분을 확보하는 수준에서 투자를 하고 있다. 유니레버 벤처스 홈페이지에 따르면 건별 투자액은 25만 달러에서 1,500만 유로 사이로 넓은 스펙트럼을 갖고 있으며, 800만~1,000만 유로 사이 규모의 투자를 선호한다고 한다. 유니레버 벤처스는 초기에서 후기 단계까지 투자를 하고 있으며, 시드 단계의 투자는 거의 하지 않고 있다.

유니레버 벤처스는 투자 심사 시 3가지 요소를 중점적으로 살핀다. 첫째는 투자 기업의 제품이나 서비스가 글로벌 시장으로 확장할 수 있을지에 대한 여부이다. 모기업인 유니레버가 활동하는 산업군 내에서 마켓 리더들과 경쟁을 하거나 시장을 파괴할 수 있는 힘을 지녔는지, 사업의 차별점이 무엇인지는 투자 의사결정에 있어서 매우 중요하게 작용한다. 둘째는 투자하려는 기업이 유니레버의 글로벌 네트워크를 활용했을 때, 성장할 수 있을지에 대한 부분이다. 셋째로 살펴보는 사항은 벤처 기업의 구성원이다. 지속가능한 성장이 가능할 것으로 보이는 열정이 넘치는 기업에 투자하며 이러한 확신이 들지 않을 경우 투자하지 않는다고 한다.

유니레버는 CVC를 통한 지분 투자 외에도 벤처 업계로부터 혁신적인 아이디어를 지속적으로 얻기 위해 다양한 시도를 하고 있다. 유니레버는 개방형 혁신의 일환으로 2014년부터 혁신적인 스타트업과 파트너십을 맺기 위한 플랫폼인 유니레버 파운드리(Unilever Foundry)를 운영하고 있다. 유니레버 파운드리 프로그램에 선정된 스타트업은 유니레버의 전문가들로부터 멘토링을 받고, 유니레버 벤처스를 통해 펀딩을 지원받을 수 있다.



유니레버는 피부 케어, 프레스티지 뷰티, 기능성 건강식품, 식물성 식품 등 고성장 분야에 집중적으로 투자하고 있음



유니레버 벤처스가 설립된 이후 지금까지 투자한 기업을 분석해본 결과, 유니레버 벤처스의 주요 관심 분야는 3가지로 좁혀볼 수 있다. 첫째는 디지털 광고·마케팅 분야이다. 유니레버가 진출해 있는 사업 대다수가 일용소비재(FMCG, Fast Moving Consumer Goods)의 특성을 갖고 있어, 대체로 제품의 수명주기가 짧으며 소비자의 선호도 변화에 민감하기 때문에 B2C 광고·마케팅이 매우 중요한 사업 부분으로 꼽힌다.

둘째는 유니레버가 중점적으로 타게팅하는 건강·뷰티·웰니스 등 고성장 분야다. 유니레버의 2020년 IR 보고서에 따르면, 2015년부터 2020년까지 유니레버가 M&A로 지출한 160억 달러 중 72%는 피부 케어, 프레스티지 뷰티, 건강기능식품, 식물성 식품 분야에 투자되었다.

셋째는 애플리케이션을 활용한 O2O(Online-to-Offline), 온디맨드(On-demand), 구독형 서비스 분야다. 유니레버 벤처스는 오프라인과 온라인, 모바일 등 다양한 채널에서 고객과의 접점을 넓혀가고 고객에 대한 이해를 높일 수 있도록 전자상거래, 데이터 애널리틱스(Data Analytics) 기술, 비즈니스 솔루션 등의 분야에 투자한 것으로 보인다.

본 보고서에서 유니레버 벤처스의 투자 분야를 3개로 좁혀서 살펴봤지만, 유니레버는 유연한 포트폴리오 관리를 통해 다양한 분야의 투자 가능성을 열어두고 있다. 유니레버는 지속가능한 사회, 지속가능한 환경을 만들기 위해 앞장서고 이를 실천하고 있는 기업으로 알려져 있는데, 유니레버 벤처스가 투자한 기업 중에도 환경과 지속가능한 라이프스타일 영역에서 혁신적인 가치를 만들어 가는 벤처·스타트업들도 있었다.

[ 유니레버가 집중적으로 투자하고 있는 분야 ]



Source: Unilever, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## 광고·마케팅 분야

유니레버 벤처스가 투자한 기업 중 미리아드(Mirriad)는 동영상 콘텐츠에 PPL을 삽입해 시청자들이 거부감 없이 광고를 접할 수 있도록 하는 영국의 광고 기술 기업이다. 컴퓨터 그래픽 기술과 AI(인공지능) 기술을 활용해 커피컵이나 건물 벽면 등에 홍보하려는 상품을 자연스럽게 합성하며, 같은 장면을 보더라도 누가 보는지에 따라 PPL 상품을 달리해 광고의 노출 효과를 높이고자 하고 있다. 미리아드는 시청 흐름을 끊지 않는, 정형화된 광고에서 탈피한 신개념 광고 기술로 주목받고 있다.

2011년 미국에서 설립되고 2015년 유니레버 벤처스의 투자를 받은 퍼콜레이트(Percolate)는 마케터를 위한 솔루션 기업이다. 퍼콜레이트는 마케팅 기획부터 캠페인 관리, 마케팅 성과 측정까지 마케팅의 전체 프로세스를 모두 하나의 플랫폼에서 관리할 수 있도록 돕는 솔루션을 선보였다. 이 기업은 2019년 동일 업종의 마케팅·세일즈 관리 플랫폼을 보유한 세이즈믹(Seismic)에 인수되며 엑시트했다.

유니레버 벤처스가 투자한 젤리스맥(Jellysmack)은 콘텐츠 크리에이터, 인플루언서들의 비디오 콘텐츠가 여러 채널을 통해 배포되고 구독자 수를 높일 수 있도록 커뮤니티를 만들고 매출을 높일 수 있도록 지원하는 아웃소싱 기업이다. 젤리스맥은 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 등 다양한 채널을 모두 관리할 시간이 부족하거나 역량이 부족한 크리에이터들에게 적합한 소셜미디어를 선정해주고, 플랫폼에 최적화된 영상을 만들어주고 이용자를 관리해주는 일을 한다. 또 다른 투자 기업인 시스템원 그룹(System1 Group)은 1999년 설립된 온라인 광고·마케팅·브랜드 컨설팅사이며, 2006년 런던증권거래소에 상장했다. 크리에이터IQ(CreatorIQ)는 인플루언서 마케팅 효과를 높일 수 있도록 기업에게 인플루언서 탐색부터 관리, 리포팅까지 제공해준다.

그 외 유니레버 벤처스가 투자한 기업으로 아보캐롯(Avocarrot)은 모바일 애플리케이션 개발자들과(공급자)와 광고 매체(수요자)들이 모바일 광고를 실시간 경매(Real-time Bidding) 시스템을 통해 사고 팔 수 있는 플랫폼이다. 이 기업은 모바일 광고 기술 기업인 글리스파(Glisper)에 의해 인수됐으며, 현재 글리스파는 아보캐롯의 서비스를 '글리스파 커넥트(Glisper Connect)'란 상품으로 서비스하고 있다.

“

미리아드(Mirriad)는 정형화된 광고에서 탈피하고 시청자의 시청 흐름을 끊지 않는 신개념 광고 기술을 개발 중

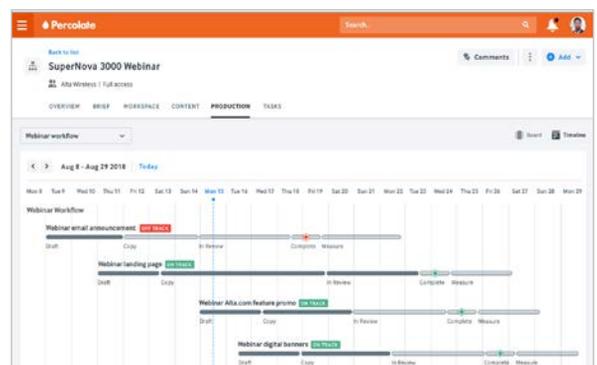
”

### [ 미리아드(Mirriad)의 업무 프로세스 ]

1	입수 Ingest	TV, 비디오 콘텐츠 영상을 고객사로부터 입수
2	분석 Analyze	영상 분석을 통해 어떤 광고를 삽입할 지 결정
3	탐색 Identify	알고리즘으로 광고를 삽입할 수 있는 공간 탐색
4	분석 Create	영상 내 제품을 사이니지 형태로 광고를 삽입
5	전달 Deliver	고객사에게 광고가 추가된 영상 콘텐츠를 전달

Source: Mirriad, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

### [ 퍼콜레이트(Percolate)의 기업용 마케팅 솔루션 ]



Source: Percolate



유니레버 벤처스가 투자한 스라이브(Thryve)는 대변 테스트를 통해 개인 맞춤형 유산균을 제공



### 건강·뷰티·웰니스 분야

유니레버 벤처스가 투자한 스라이브(Thryve)는 2016년 설립된 헬스케어 스타트업이다. 스라이브는 대변 테스트를 통해 개인별 맞춤형 프로바이오틱스를 추천해주는 서비스를 제공하고 있다. 스라이브에서 보내주는 키트에 소량의 대변을 보내면, 스라이브는 대변 내 마이크로바이옴 DNA 테스트를 하고, 장 내 좋은 균과 나쁜 균들을 판별해 낸다. 스라이브는 분석 결과를 바탕으로 개인 맞춤형 보고서를 제공하며, 체중조절, 소화장애 개선, 면역력 향상을 위해 필요한 영양제, 유산균을 구독형으로 제공한다.

유니레버 벤처스 투자 기업 중 물과 관련된 기업으로는 가정용 정수 필터 시스템을 만드는 아쿠아사나(Aquasana)와 SaaS 형태로 물 관리 분석 솔루션을 제공하는 워터스마트 소프트웨어(WaterSmart Software)가 있다. 아쿠아사나는 가정용 및 상업용 온수기, 보일러 제조기업인 A.O. 스미스(A.O. Smith)에 인수되었으며, 워터스마트 소프트웨어는 2020년 유틸리티 서비스 기업인 버텍스원(VertexOne)에 인수되었다.

유니레버 벤처스 투자 기업 중에는 기능성 식품 관련 기업도 있는 가운데, 2013년 설립된 뉴트라폴(Nutrafol)은 모발 건강에 도움을 주는 기능성 보충제 기업이다. 유니레버 벤처스는 이 기업에 2017년과 2019년 시리즈 A, B 단계에 2회에 걸쳐 투자했다. 2006년에 설립되고 2007년 유니레버 벤처스가 투자한 어툰 푸즈(Attune Foods)는 유기농, 비유전자변형식품(non-GMO) 그래놀라와 시리얼, 스낵을 만드는 기업이다. 이 기업은 2013년 시리얼로 유명한 미국의 식품사인 포스트 홀딩스(Post Holdings)에 인수되어 성공적으로 엑시트를 한 바 있다.

#### [ 스라이브(Thryve)의 고객 활용 프로세스 ]



Source: Thryve, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

“

유니레버 벤처스의 투자 기업  
중에는 구독형 신선식품 배송,  
밀키트 기업, 구독형 뷰티박스,  
O2O 뷰티 서비스 기업 등 다양

”

## O2O·온디맨드·구독형 서비스 분야

유니레버 벤처스가 투자한 밀크바스켓(Milkbasket)은 2015년 인도에서 설립된 마이크로 딜리버리 서비스 기업이다. 밤 12시 이전에 우유와 계란, 버터, 주스 등의 신선식품을 주문하면 오전 7시 이전에 배달해주고, 신선식품을 주기적으로 받아볼 수 있도록 구독형 사업모델로 서비스 중에 있다.

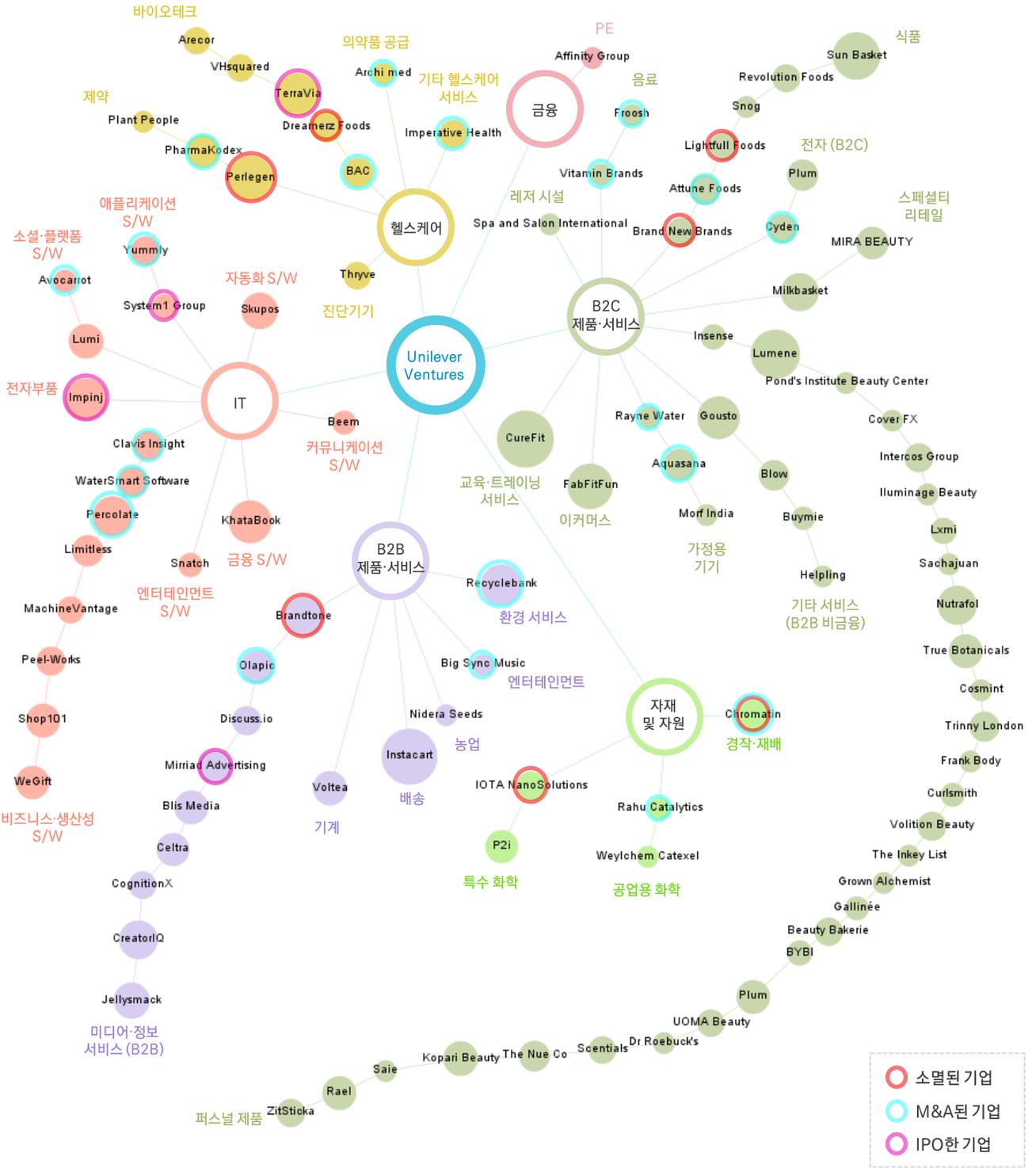
선바스켓(Sun Basket)은 유기농 밀키트를 전문으로 하는 기업이다. 전용 애플리케이션으로 구독형으로 원하는 요일에 밀키트를 전달받을 수 있다. 선바스켓은 재활용이 가능한 재질의 친환경 포장재를 사용해 차별화하고 있다. 2012년에 설립된 영국의 구스토(Gousto) 또한 구독형 밀키트 배송 기업이다. 이 기업은 채식주의자 비율이 높은 영국의 소비자 특성에 맞춰 채식 중심의 밀키트에 특화되어 있으며, 남은 식자재와 음식물 쓰레기 없이 간편하게 요리할 수 있는 제로 웨이스트(Zero-waste) 밀키트를 지향하고 있다.

팍핏펀(Fabfitfun)은 2010년 설립된 구독형 뷰티박스 기업이다. 한 분기에 50달러를 지불하면, 분기별로 200달러 가치의 8~10개의 화장품, 생활용품, 피트니스 제품을 배송해주고 있다. 대표적인 뷰티박스 경쟁 기업으로는 박시참(Boxycharm), 입시(Ipsy)와 같은 기업들도 있지만, 팍핏펀은 화장품 외에도 디퓨저, 가방, 수건, 마사지 기계, 선글라스 등 보다 폭넓은 상품군을 선택할 수 있도록 하고 있다. 가입자는 뷰티박스 구성물을 모르는 형태인 서프라이즈 박스로도 구매할 수 있고, 일부는 필요한 제품들을 골라 넣어 셀프로 박스를 구성할 수도 있다. 팍핏펀은 뷰티박스를 판매하는 것에 그치지 않고 이용자의 구매 경험을 극대화하기 위해 멤버십 회원들의 커뮤니티 형성도 지원하고 있다. 팍핏펀은 ‘팍핏펀TV’라는 스트리밍 비디오 서비스를 통해 멤버십 회원들이 운동과 요리 등을 배울 수 있는 콘텐츠를 올리고 있다.

블로우(Blow)는 2013년 영국에 설립된 O2O 뷰티 서비스 기업이다. 1,200명의 뷰티 전문가를 보유하고 있으며, 여성을 위한 헤어, 메이크업, 마사지 등을 온디맨드로 제공하고 있으며, 이 플랫폼을 통해 월 1만 5,000여 건의 거래가 이뤄지고 있다.



[ Unilever Ventures의 투자 기업 ]



Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: Unilever Ventures가 투자한 기업을 첫 투자 시점을 기준으로 순차적으로 연결시킨 도표이며, 노드의 크기는 기업이 Unilever Ventures로부터 투자 받은 총 투자액에 비례하도록 도식화

## [ Unilever Ventures의 주요 투자 기업 ]

발표일	기업	설립 연도	설립 국가	투자 횟수	총 투자액 (백만 달러)	사업 분야	Exit (IPO·M&A)
'03.01	System1 Group	1999	영국	1	0.8	마케팅 및 브랜드 컨설팅	IPO
'13.01	Avocarrot	2012	영국	1	N/A	모바일 광고 테크 기업	Glispa
'15.05	Percolate	2011	미국	1	40	기업용 콘텐츠 마케팅 솔루션	Seismic
'15.12	Mirriad	2008	영국	1	15	동영상에 삽입하는 광고 기술	IPO
'19.03	CreatorIQ	2013	미국	2	36	인플루언서 마케팅 솔루션	-
'20.03	Jellysmack	2016	미국	1	25.5	소셜미디어 콘텐츠 관리	-
'20.11	WeGift	2016	영국	1	15.4	디지털 기프트 카드 발급	-
'07.04	Attune Foods	2006	미국	1	8.3	유기농, non-GMO 그래놀라, 시리얼, 스낵 제조	Post Holdings
'08.05	Cyden	2002	영국	1	5.5	제모용 IPL 의료기기 제조	-
'15.03	WaterSmart Software	2009	미국	1	7	물 관리 분석 솔루션	VertexOne
'15.04	Aquasana	1998	미국	1	11.4	가정용 정수 필터 시스템	A.O. Smith
'17.02	Nutrafol	2013	미국	2	37.9	모발 건강을 위한 기능성 보충제	-
'17.09	Thryve	2016	미국	1	2.2	장내 유산균 테스트 및 분석	-
'18.01	The Inkey List	2017	영국	2	-	스킨케어 브랜드	-
'19.03	UOMA Beauty	2019	미국	1	3.5	인종 다양성을 강조하는 화장품 브랜드	-
'19.06	CureFit	2016	인도	2	240	프랜차이즈 피트니스 클럽	-
'19.07	Kopari	2015	미국	1	20	코코넛 오일 화장품 제조·판매	-
'19.10	Mira Beauty	2017	미국	2	13.5	이커머스 뷰티 플랫폼	-
'12.03	Yummlly	2009	미국	1	6	음식 레시피 추천 애플리케이션	Whirlpool
'14.01	Beem	2012	영국	1	N/A	업무용 커뮤니케이션 애플리케이션	-
'14.09	Gousto	2012	영국	3	58.1	구독형 밀키트	-
'16.06	Blow	2013	영국	3	8.3	온디맨드 뷰티(헤어, 메이크업, 마사지) 서비스	-
'17.05	Sun Basket	2015	미국	3	97	유기농·친환경 밀키트	-
'18.01	Milkbasket	2015	인도	4	33	구독형 식품 배달 서비스	-
'19.09	Fabfitfun	2010	미국	1	80	구독형 뷰티박스	-
'20.05	Khatabook	2018	인도	1	60	비즈니스 관리 솔루션	-
'11.02	Recyclebank	2004	미국	1	47	친환경 활동 시, 제휴 기업에서 사용할 수 있는 포인트 제공	Recycle Track Systems
'18.04	P2i	2004	영국	3	14.7	나노 코팅 기업	-
'18.12	Plum	2014	미국	1	10	와인 디스펜서	-

■ 마케팅·광고 ■ 건강·뷰티·웰니스 ■ O2O, 온디맨드, 구독형 서비스 ■ 기타

Source: Pitchbook 활용 삼성KPMG 경제연구원 분석 (2020.10.30 기준)

Note: 발표일은 Unilever iVentures가 참여한 첫 투자일을 기준, 총 투자액은 Unilever Ventures가 참여한 라운드의 누적 투자액

## 결론 및 시사점

“

CVC 투자는 기업이 기존  
자산과 역량을 레버리징하여  
새로운 분야를 탐색하는  
유용한 수단

”

“

CVC를 통해 기업의 탐색  
기능과 양손잡이 역량을  
강화하는 데 초점을 맞출  
필요가 있음

”

### CVC 투자를 통해 양손잡이 역량을 갖춰라

기업에게 필요한 역량 중 하나는 조직 내 축적된 지식을 활용해 자사의 비즈니스를 개선시키는 활용적(Exploitation) 역량이다. 다른 하나는 새로운 분야에서 신규 사업을 탐색(Exploration)하는 역량이다. 기업은 지식의 활용과 탐색을 적절히 조합하고 균형을 맞춰야만, 경영 환경 변화에 직면했을 때 효과적으로 대응할 수 있다.

활용과 탐색 역량이 중요하다는 것에 대해서는 많은 기업이 이해하고 공감하고 있지만, 실제 경영 현장에서 이 둘을 모두 잘하는 기업은 극히 드물다. 조직은 평상시 확실하면서도 안정적으로 성과를 창출할 수 있는 길을 선호하며, 탐색은 본질적으로 비효율적이며, 불확실성이 높고 도전적이기 때문이다.

하지만 과거 성공 경험에 빠지거나 기존 역량과 자산에 함몰되어 탐색적 역량 확보를 소홀히 하면, 기업은 변화의 시기에 직면했을 때 무너지기 마련이다. 혁신 기업의 딜레마로 익히 잘 알려진 코닥(Kodak)의 사례처럼, 기업이 아무리 뛰어난 기술이나 비즈니스 모델을 보유하고 있더라도, 아날로그에서 디지털로의 전환과 같은 시대 변화와 고객의 요구에 적절히 대응하지 못하면 몰락할 수 있다.

그러한 측면에서 CVC를 설립해 유망한 기업을 발굴하고 업계 프론티어에 있는 벤처·스타트업에 분산적으로 투자하는 방안은 기업이 기존 자산과 역량을 레버리징하여 새로운 분야를 탐색할 수 있는 유용한 수단이 될 수 있다. 기업 내부에서만 답을 찾기보다 개방형 혁신의 일환으로 CVC라는 기업 벤처링 수단을 활용할 경우, 상대적으로 적은 비용과 위험 부담으로 빠르게 변화하는 업계의 동향을 선제적으로 파악하고 대응할 수 있다. 실제로, CVC를 설립한 구글, 인텔, BMW, 유니레버 등 다수의 글로벌 기업은 이미 기존 사업에서 성공을 이뤘고 안정적인 수익 모델을 갖췄다. 그럼에도 불구하고 이들은 성공 증후군(Success Syndrome)에 빠지지 않고 기존의 사업을 유지하면서 동시에 새로운 기회를 찾기 위해 지속적으로 CVC 투자를 이어가고 있다.

스탠퍼드대 경영대학원의 찰스 오라일리(Charles O'Reilly) 교수와 하버드대 경영대학원의 마이클 투시먼(Michael Tushman) 교수의 저서 『리드 앤 디스rupt(Lead and Disrupt)』에서는 기업이 점진적인 성장과 급진적 혁신을 동시에 이루기 위해서는 양손잡이 역량이 중요하다고 강조한다. 신사업을 담당하는 부서와 주력 사업 부서를 분리시켜 새로운 시장과 고객을 대상으로 전략을 짜야 한다고 강조했던 클레이튼 크리스텐슨(Clayton Christensen) 교수의 견해와는 다르게, 이들은 신사업 조직은 기존 조직의 자원을 활용할 수 있도록 해야 한다고 강조한다.

그런 측면에서 모기업과는 분리되었지만, 모기업의 인적 네트워크와 자산을 활용할 수 있는 CVC 조직은 기업이 양손잡이 역량을 갖출 수 있도록 돕는 수단이 될 수 있다. 물론 CVC 투자를 통해 재무적 수익을 얻는 것도 무시할 수 없지만, CVC를 통해 기업의 탐색 기능과 양손잡이 역량을 강화하는 데 더 초점을 맞출 필요가 있다.

“

기업이 성장해 나가면서  
필요한 자원들을 CVC 투자를  
통해 확보해 나갈 수 있음

”

## 사업 범위와 기술적으로 인접한 분야에 투자하라

모기업 업종별 CVC 투자 분야와 BMW iVentures, Unilever Ventures의 사례를 종합해 봤을 때, 글로벌 CVC들은 모기업의 사업 전략과 긴밀하게 연계해 투자 분야와 기업을 발굴하고 있다는 것을 확인할 수 있다. 아무리 유망한 기업으로 꼽히더라도 모기업의 사업 분야와 전혀 동떨어진 분야에 투자를 하는 것이 아니라, 모기업의 사업 전략과 기술 로드맵에 따라 기업이 성장해 나가면서 필요한 자원들을 CVC 투자를 통해 확보해 나가고 있는 모습이다. 대부분의 투자는 모기업의 사업 범위와 일부 겹치거나 기술적으로 인접한 분야에서 이루어지는 것으로 보인다.

가령 BMW는 기존의 제조 경쟁력을 유지하기 위해 각국의 3D 프린팅 분야의 유망 벤처 기업에 분산 투자를 했고, 이후 2020년에는 외부로부터 확보한 적층 제조 기술을 내재화해 3D 프린팅에 특화된 R&D 캠퍼스를 설립했다. 그 외에도, BMW는 모빌리티 서비스 분야에서 보완적 자산을 확보하기 위해 다양한 애플리케이션 기반의 모빌리티 서비스 기업에 투자했고, 이를 이용자들에게 더 나은 모빌리티 경험을 종합적으로 제공하는 데 활용하였다.

벤처 투자자들은 투자 기업을 선별할 때 비즈니스 모델과 기술의 확장성, 창업자의 리더십 등의 정보도 중요하게 여긴다. 재무적·비재무적 정보를 종합적으로 고려해 투자 기업을 선별하지만, 불확실성 속에서 유망 분야와 유망 기업을 선별하는 것은 어려운 일이다. 어떤 분야에 투자할 것인가를 고민하는 기업들은 본 보고서에서 다룬 글로벌 기업의 업종별 투자 분야를 참고할 수 있다.

이후 유망하다고 판단되는 기업이 모기업의 내부 역량과 모기업이 진입해 있는 시장에서 어떠한 시너지를 창출할 수 있을지에 대해서도 고민해볼 필요가 있다. 글로벌 CVC들이 투자한 기업들을 단면적으로 보면 투자 분야가 매우 다양하게 느껴질 수도 있지만, 시계열로 볼 경우, 일관된 방향성을 가지고 점진적으로 투자 분야를 확장해 나가고 있음이 확인된다.

“

투자하려는 기업이 모기업의  
역량과 모기업이 진입해 있는  
시장에 어떠한 도움을 줄 수  
있는지에 대해 고민이 필요

”

### [모기업 역량과 진입 시장을 고려한 CVC 투자]

신규 시장 진출	모기업의 기존 역량을 활용해 새로운 시장에 진입하는 데 도움이 되는 벤처 기업	새로운 역량 확보와 신시장에 진입에 도움이 되는 벤처 기업
기존 시장 확대	기존 시장의 고객에게 발전된 제품과 서비스를 제공하기 위해 도움이 되는 벤처 기업	기존 고객과 시장에 새로운 제품과 서비스를 제공하기 위해 새로운 역량 개발에 도움이 되는 투자
	모기업의 기존 역량 강화	모기업의 신규 역량 확보

Source: 삼정KPMG 경제연구원

“

CVC 조직과 CEO, CFO,  
CTO 직속 담당자들이 직접  
커뮤니케이션 할 수 있는  
채널을 만들어야 함

”

## CVC 조직 역량 강화에 집중해 기업 선별 역량을 키워라

CVC를 설립했거나 설립을 준비하는 다수의 국내 기업들은 신성장 동력 확보, 신기술 탐색, 벤처 기업과의 협력 관계 강화 등 전략적 목적에 초점을 맞추고 있다. CVC를 설립한 취지는 전략적 목적에 가깝지만, CVC가 설립된 이후 조직을 운영하는 방식은 일반적인 VC와 크게 다르지 않은 경향이 있다. CVC 조직 운영 시 염두에 두어야 할 점은 단기적인 성과 요구가 과도하게 중시되면, CVC들은 수치적으로 확인할 수 있는 재무적 성과 창출에 더 초점을 맞추게 되고, 이로 인해서 기업이 추구하는 전략적 목표를 상실할 수 있다는 부분이다.

CVC를 통해 기업이 추구하는 전략적 목표를 이루기 위해 기업은 CVC의 기능을 보다 비즈니스·기술 지향적으로 변화시켜야 한다. 이를 구조적으로 가능케하기 위해서는 CVC 조직을 모기업의 CEO, CFO, CTO 직속 담당자들과 직접 커뮤니케이션 할 수 있도록 해야 한다. 또한 CVC 투자 과정에서 습득한 인사이트를 모기업 내부 사업부와 긴밀히 연계하려는 중간 다리 역할도 중시해야 한다. 예컨대 BMW iVentures의 경우, 실리콘밸리의 BMW 테크놀로지 그룹과 사무실을 공유해 쓰고 있으며, 투자를 심사할 때에도 본사의 결재를 받지 않고 인하우스에서 결정할 수 있도록 하고 있다.

CVC 조직의 자체적 역량 강화에도 노력을 기울여야 한다. 투자 심사역들은 투자 기업을 평가할 때, 산업과 기술이 진화하는 궤도, 변화하는 경쟁 요소들을 종합적으로 이해하고 벤처 기업을 발굴해야 한다. 이를 위해 기업은 CVC 조직을 모기업의 비즈니스와 보다 연계된 전문가 집단으로 키워야 한다. 글로벌 CVC 조직의 투자 심사역을 보더라도, 금융 업계에서 투자를 해오던 사람뿐만 아니라 성공한 연쇄 창업가, 공학박사, 의사 등 스타트업이 성장해 나가면서 고민을 함께 나눌 수 있는 구성원으로 이루어져 있다는 점 또한 확인할 수 있다.

CVC 구성원들이 모기업에 도움이 될 수 있는 기업을 잘 선별할 수 있는 역량을 키우기 위해서는 보다 도전적인 투자를 하며 작은 실패의 경험을 쌓아가는 것도 중요하다. BMW iVentures와 유니레버 벤처스가 투자한 기업을 봐도 성공적으로 엑시트한 사례도 있었지만, 여러 유수 VC들로부터 투자를 받고도 파산한 기업도 다수 있었다. BMW iVentures와 유니레버 벤처스는 투자 실패를 경험한 이후 다시는 비슷한 분야에 투자를 하지 않는 것이 아니라, 실패로부터 얻은 교훈을 동일한 분야에서 더 유망한 기업을 발굴하고 투자하는 기회로 삼았다. 이러한 작은 실패의 경험들이 모여 모기업이 더 큰 규모로 실패하는 것을 예방할 수 있으며, CVC 조직과 모기업 내 큰 변화를 이끄는 원동력이 될 수 있다.





## Business Contacts

### 벤처캐피탈 전문 서비스팀 & Startup Innovation Center

김이동

전무

T: 02-2112-0343

E: yidongkim@kr.kpmg.com

원정준

상무

T: 02-2112-0549

E: jungjunwon@kr.kpmg.com

정도영

이사

T: 02-2112-0184

E: doyoungchung@kr.kpmg.com

김양태

이사

T: 02-2112-7585

E: ykim32@kr.kpmg.com

[kpmg.com/kr](http://kpmg.com/kr)

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2021 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.