

2017. 1

Vol. 37

# 비자트 BIZart

Business & Art Magazine for CEO

**HOT ISSUE**

정관에서 주식양도 금지한 규정 "무효다"

**BIZ REPORT 1**

특허 검색, 시간과의 싸움이다

**CEO INTERVIEW**

변치 않는 색채...알파색채(주) 남궁요숙 회장

**주목 이 작가**

희망을 주는 그림, 하은영 작가

**슈퍼 컬렉터**

은발의 신사, 일라이 브로드(Eli Broad)





## Business

- 03 HOT ISSUE - 법무      정관에서 주식양도 금지한 규정 “무효다”
- 06 BIZ REPORT I - 특허      특허 검색, 시간과의 싸움이다
- 08 BIZ REPORT II - 마케팅      '잘 팔리는 게 좋은 상품'... 틈새 유통채널 찾아라
- 11 CEO INTERVIEW - 경영      변치 않는 색채...알파색채(주) 남궁요숙 회장
- 14 FOCUS - 노무      '소사장'은 근로자일까 사장일까
- 16 NEWS BRIEFING - 경제뉴스      소공인특화센터 36개로 늘었지만 예산 되레 감소

제호 BIZart 비자트  
통권 Vol. 37  
발행처 (주)에스엠비넷 (주)예술만세  
발행일 2017. 1 .1

기획 중기이코노미, 키스갤러리  
경제콘텐츠 손채운, 박현진, 이혜원, 채민선,  
이가영, 김성화

아트콘텐츠 김현성, 안진국, 이유미  
디자인 환크리에이티브컴퍼니

주소 (137-872) 서울 서초구 반포대로 55, 2층 201호  
(서초동 고금빌딩)

전화 02)525-7021 (주)에스엠비넷  
02)745-0180 키스갤러리

팩스 02)6499-1391

월간 6,000원

등록 2013. 12. 11(등록번호 서초 라11599)

이 책에 실린 어떤 내용도 무단 복제해서 사용할 수 없습니다.



## Art

- 17 주목 이 작가      희망을 주는 그림, 하은영 작가
- 22 슈퍼 컬렉터      은발의 신사, 일라이 브로드(Eli Broad)
- 24 예술 별\*방      예술의 태양이 떠오르다
- 26 관념미학 어워드      관념미학 어워드 수상작
- 28 한국화 읽기      서민의 염원을 담은 민화
- 30 예술가의 뮤즈      앤디워홀 & 에디 세즈윅



김  
로범 고우 고윤기 변호사  
kohyg75@hanmail.net



## 정관에서 주식양도를 금지한 규정 “무효다”

비상장회사 주식분배할 때 분쟁가능성 주의해야...주식의 양도성

비상장 중소기업 A사의 B대표는 회사를 설립할 당시부터 있었던 직원에게 주식을 일부 주고, 일부를 명의신탁했다. 이 직원을 믿었기 때문에 별다른 명의신탁 약정서는 작성하지 않았다. A사의 대표가 주식을 직원에게 줄 때만해도 회사가 매우 작고 수익도 없었기 때문에, 주식을 주는 것 자체에 큰 의미를 부여하지 않았다. 하지만 몇 년이 지나 회사가 견실해지면서, 이 직원은 자신의 몫을 요구하기 시작했다. 직원과 대표 간의 다툼이 발생했고, 양측 감정의 골은 깊어 갔다. 결국 A사의 B대표는 이 직원이 가진 주식을 매수하고, 직원을 회사에서 내보내기로 결정한다. 직원도 주식을 팔고 회사를 떠나기로 한다.

회사를 설립하면서 직원 혹은 투자자에게 주식을 주는 경우가 있다. 그러나 사람의 욕심이 끝이 없어서, 회사가 잘나갈 때 이 주식을 놓고 문제가 발생하는 것이다. 회사 혹은 대표의 입장에서는 싼 값에 주식을 매수하려 하고, 주주는 비싼 값에 주식을 팔려고 한다. A사의 B대표는 명의신탁한 주식은 회수하고 증여했던 주식의 액면가만을 지불해 주식을 전부 되찾고 싶어 하나, 직원은 '명의신탁 사실을 인정하지 않고' 자신이 가진 주식 전부에 대해 시가로 매수할 것을 청구했다.

양측이 팽팽하게 대립하다가, 돌연 이 직원이 외부에 주식을 양도하겠다고 선언했다. 회사 입장에서는 난감하기만 하다. 이같은 사례는 이른바 '스타트업'에서 종종 발생할 수 있다. 주주의 입장에서 또는 회사의 입장에서 비상장회사의 주식은 어떻게 양도해야 할까?

### 주식의 양도제한과 이사회 승인

우리 상법 제335조는 '주식의 양도성'을 규정하고 있다. 이에 따르면, 주주는 주식을 타인에게 양도할 수 있다. 다만, 회사는 정관으로 정하는 바에 따라 그 발행하는 주식의 양도에 관해 이사회 승인을 받도록 할 수 있으며, 이에 위반해 이사회 승인을 얻지 않은 주식의 양도는 회사에 대해 효력이 없다. 원칙적으로는 비상장회사의 주식이라도 다른 사람에게 매각·양도할 수 있는데, 정관에서 이사회 승인을 얻어야 양도할 수 있도록 규정할 수 있다는 뜻이다.

코스피나 코스닥 상장업체라면, 주식이 공개돼 있기 때문에 주식이 거래가 쉽다. 그리고 많은 양의 주식이 발행돼 있기 때문에, 이른바 '개미' 주주가 주식을 보유한다 하더라도 그 양에 한계가 있고, 대부분의 경우 사고 파는 행위 자체가 회사의 경영권에 큰 영향을 미치지 않는다.

그런데 상장회사가 아닌 대부분의 중소기업에서는 주식이 공개돼 있지 않다. 주식이 공개되지 않아, 주식의 시장가격을 쉽게 평가할 수 없다 보니 주식 거래도 쉽지 않다. 그렇다면 주주가 수익을 가져갈 수 있는 것은 배당인데, 대부분의 중소기업에서는 주주에 대한 배당도 거의 하지 않는다. 그렇다고 회사가 배당을 하도록 소수주주가 강제할 권리도 마땅치 않다. 이 지점이 주주들의 불만이 발생하는 곳이다. 회사 운영이 잘 되고, 회사에 비축된 돈이 많이 있는데, 주주들은 당장에 눈에 보이는 소득이 없기 때문이다.

중소기업 주주들의 입장에서는 회사의 가치가 올랐을 때, 주식을 팔아 수익을 얻고 싶어 하는 것이 당연하다. 반면에 중소기업 경영자나 대

주주의 입장에서는, 상장회사의 주식처럼 회사의 주식이 거래된다면 주주의 간섭으로 인해서 회사를 운영하기가 불편해지는 것도 사실이다. 그래서 비상장 중소기업에서는 회사를 설립할 당시, 위에서 언급한 '주식 양도시 이사회 승인'을 얻도록 하는 정관을 마련하는 경우가 많다.

이 경우 주식을 양도하고자 하는 주주 또는 주식의 양수인은 회사에 대해 주식 양도의 승인을 청구하고, 회사는 청구가 있는 날로부터 1개월 이내에 주주에게 승인여부를 통지해야 한다. 만약 회사가 주주에게 양도 거부의 통지를 하지 않으면 이사회가 주식의 양도를 승인한 것으로 본다. 만약 회사가 주주에게 양도 승인거부의 통지를 한 경우, 주주는 통지를 받은 날부터 20일 내에 회사에 대해 양도의 상대방을 지정하거나 또는 회사가 주식을 매수할 것을 청구할 수 있다(상법 제335조의 2, 제335조의 7).

쉽게 설명하면, 주주가 자신의 주식을 회사 혹은 경영진이 원하지 않는 사람에게 양도하려고 하는 경우, 회사는 회사가 직접 주식을 인수하거나, 회사에 우호적인 사람을 지정해서 그 사람에게 주식을 양도하라고 할 수 있다는 얘기다. 주주는 자신의 주식을 팔아 돈을 가져갈 수 있고, 회사로서는 적대적인 주주를 받아들이지 않을 수 있다. 회사는 원칙적으로 자기 주식을 취득할 수 없는데, 이 경우 예외적으로 자기 주식을 취득할 수 있다.

여기서 문제가 되는 것은 주식의 가격이다. 회사가 주식의 양도를 승인한 경우라면, 주식의 가격은 주식의 양도인과 양수인이 결정하면 된다. 하지만 회사가 주식의 양도를 불승인한 경우 어떻게 가격을 결정



할까? 주주로서는 많은 가격을 받고 주식을 팔고 싶어 할 것이고, 회사는 최저의 비용으로 주식을 인수하려고 할 것이다. 양측이 생각하는 가격이 일치한다면 아무런 문제는 없다.

만약 회사와 주주 간에(또는 회사가 지정한 양수인과 주주 간에) 주식 매매가격에 대한 협의가 이뤄지지 않는다면, 법원이 결정할 수 있도록 법에 규정돼 있다(상법 제335조의 5, 제374조의 2). 법원은 보통 감정평가인의 감정에 따라 적절한 가격을 산정한다.

그런데 필자의 경험으로는 법원의 주식감정 평가 결과, 의외의 가격이 나오는 경우가 종종 있다. 예를 들어 회사가 사실은 재정이 어려운 데도, 대출이나 금융기관 간의 관계 때문에 재무제표를 흑자로 만들어 놓은 경우, 생각보다 주가가 높게 평가받는다. 반대로 회사가 튼튼한데도, 세금문제 등 어떤 이유로 적자 상태의 재무제표가 만들어진 경우 주가가 낮게 평가한다. 그래서 어떤 시기에 주식을 매도할 것인지가 중요하다. 결국 회사가 공개한 정보를 어떻게 분석하고 활용할 것인지가 문제가 된다.

**정관과 특약으로 주식 매각을 제한할 수 있을까?**

사실 회사의 입장에서는 문제를 일으키는 주주를 내보내고 싶어한다. 당장 돈이 있으면, 주식을 사들여서 주주를 내보내겠지만 그럴만한 돈이 없다. 소규모 회사의 입장에서는 어쩔 수 없이 주주의 이탈을 막으려고 할 수밖에 없다. 예를 들어 회사를 설립하면서, 회사와 주주들 사이에서, 혹은 주주들 사이에서 회사의 설립일로부터 5년 동안 주식의 전부 또는 일부를 다른 당사자 또는 제3자에게 매각·양도할 수 없다는

내용의 약정을 하는 것이 가능할까? 그리고 이를 정관에 규정했다면 어떤 효력이 있을까? 실제로 회사 설립 시에 이런 종류의 약정을 하는 경우가 종종 있다.

우리 법원은 “상법 제335조 제1항 단서는 주식의 양도를 전제로 하고, 다만 이를 제한하는 방법으로서 이사회의 승인을 요하도록 정관에 정할 수 있다는 취지이지 주식의 양도 그 자체를 금지할 수 있음을 정할 수 있다는 뜻은 아니기 때문에, 정관의 규정으로 주식의 양도를 제한하는 경우에도 주식양도를 전면적으로 금지하는 규정을 둘 수는 없다. …설립 후 5년간 일체 주식의 양도를 금지하는 내용으로 이를 정관으로 규정하였다고 하더라도 주주의 투자자본회수의 가능성을 전면적으로 부정하는 것으로서 무효”라고 판시했다(대법원 2000. 9. 26. 선고 99다48429 판결).

즉 주식의 양도를 금지하는 약정은 상법이 규정한 주식의 양도성에 반대되는 약정이기 때문에 약정 자체도 무효이고, 이를 정한 정관규정도 무효다.

따라서 비상장주식도 좀 복잡하지만 매각·양도가 가능하다. 투자자의 입장에서는 언제든 주식을 양도해서 최대의 수익을 올릴 것인지를 판단하는 것이 중요할 것이고, 회사 혹은 대표의 입장에서는 적절한 시기에 투자금을 반환하고 주식을 회수해서 회사를 온전히 자기 것으로 만들고 싶어한다. 분쟁은 항상 회사가 잘 나갈 때 발생한다. 회사의 주식을 분배할 때는 이런 문제가 앞으로 발생할 수 있다는 점을 주의해야 한다. **BIZart**





글.  
중기이코노미 이해원 기자  
dipsy@junggi.co.kr

# 넓게 더 넓게... 특허 검색, 시간과의 싸움이다

연구개발 앞서 검색 필수...사업 아이템 발굴할 수도 있어



1 특허청의 무료 특허 검색 데이터베이스인 '키프리스'  
(자료=키프리스 검색 화면 캡처)

“특허 검색을 좁게 했다 실패하는 경우는 있어도 넓게 해서 실패하는 일은 없다. 최대한 과감하게 시간과 비용을 투자해야 한다.” 최근 특허청이 주최한 특허 검색 전략 컨퍼런스에 참석한 LG화학 특허센터 윤현모 특허분석팀장의 말이다. 윤 팀장은 “LG화학 역시 특허 검색을 소홀히 했다가 문제가 된 적이 있다”면서 “좋은 검색이란 최대한 넓게 보는 것”이라고 했다.

특허 검색은 시간, 비용과의 싸움이다. LG화학은 특허전담팀까지 갖춘 대기업이지만 중소기업에선 쉽지 않은 일이다. 특허 전문인력이 없어 연구자들이 검색을 진행하는 경우도 많다. 그래도 나중에 소송에 휘말려 문제가 되는 것보다는, 검색 단계를 충실히 하는 것이 낫다는 게 전문가들의 조언이다.

## 특허검색 Why...IP 확보·사업 아이템 발굴

특허 검색의 이유는 크게 두 가지다. 첫 번째는 연구개발을 진행해 지식재산권을 확보하기 위해서다. 어떤 업종이든 연구개발에 앞선 선행기술 조사는 필수적이다. 연구개발을 할 때 특허 정보를 조사하지 않는 것은 새 집을 구입할 때 등기부등본을 확인하지 않는 것과 마찬가지로 특허 업계의 정설이다.

이미 나와 있는 특허를 바탕으로 새로운 사업 아이템을 얻을 수도 있다. 국내 출원된 특허는 일정기간이 지나면 모두 특허 공보 전문을 열람할 수 있다. 최근에 만료된 특허만 모아 보여주는 특허검색 사이트들도 있다. 이런 경우 시장에 풀린 특허를 활용해 새로운 사업 아이템으로 할 수도 있다.

## 특허검색 Where...무료제공 '키프리스', 심층검색 '웍스온'·'위즈도메인'

가장 널리 활용되는 특허 데이터베이스 사이트는 특허청 산하 특허정보원이 운영하는 '키프리스'다. 한국 특허청은 특허가 출원된지 1년6개월이 지나면 출원인이 심사 신청을 하지 않아도 해당 특허를 외부에 공개한다. 여기서는 국내 출원된 특허·실용신안, 디자인, 상표를 모두 공개한다. 해당 지식재산권의 출원인과 출원일자, 특허 공보 전문을 열람할 수 있다.

분쟁에 대비하는 기업이라면 키프리스가 제공하는 심판, 판례 정보도 도움이 될 수 있다. 심판 검색에서는 특허 심사에서 거절당한 업체가 불복 신청을 한 결과, 타사 특허에 무효 심판을 신청한 결과 등을 알 수 있다.

해외 지식재산권 검색도 할 수 있다. 미국 특허상표청(USPTO), 유럽 특허청(EPO), 일본 특허청(JPO)에 등록된 특허·상표·디자인 공보를 제공한다. 해외출원을 염두에 두고 있다면 반드시 확인해야 한다. 해외 특허 공보는 해당 국가 언어로 돼 있다. 미국은 영어, 일본은 일본어, 유럽은 영어·프랑스어·독일어 중 한 가지다. 특허를 자세히 분석해야 한다면 전문가의 도움을 빌려야겠지만 대략적인 내용을 확인할 것이라면 키프리스에서 제공하는 자동번역 기능도 활용할 만하다. 단, 한국어와 어순이 유사한 일본어는 자동번역 정확도가 높은 반면 프랑스어, 독일어는 떨어지는 편이다.

보다 심층적인 분석을 원한다면 민간업체의 유료검색 서비스를 활용할 수 있다. 국내 특허DB회사 중 가장 많은 고객사를 확보한 '웍스온'에서는 해외 11개국의 특허 전문과 번역본을 제공한다. 일본어, 중국어 검색도 가능하다. 또 다른 DB회사인 '위즈도메인'에서는 키워드별로 가장 많은 특허를 가진 기업을 분석해 보여준다. 특허평가 등급별 결과도 볼 수 있다. 유사특허 검색, 침해 기업 탐색, 소유권 이동 분석, 대응 특허 발굴 서비스도 제공한다. 일부 서비스는 유료다.



핸드폰	이동통신	코드리스	피씨에스
휴대폰	이동체통신	셀룰러	PCS
휴대전화	무선통신	셀룰라	스마트폰
휴대용전화	무선전화	셀룰러	...
휴대용단말기	무선단말기	셀룰라	
모바일폰	코드레스	와이어리스	



**특허검색 How...키워드 검색은 동의어 유의어 포함**

◇ 키워드 검색

가장 기초적이면서도 널리 활용하는 방식이다. 스마트폰 관련 연구개발을 진행한다면 발명의 필수 구성요소인 '스마트폰'을 검색어로 넣는 것이다. 문제는 동의어, 유사어다. 특허 명세서에서 쓰는 용어는 출원인이 작성하기 나름이다. 특허청에서는 오타 등 명백하게 틀린 내용에 대해서만 수정해준다. 용어를 바꾸면 해석의 여지가 달라질 수 있기 때문이다. 스마트폰만 해도 유사어와 동의어가 수십가지에 이른다. 핸드폰, 휴대폰, 휴대전화, 휴대용전화, 모바일폰, 무선단말기, 셀룰러, PCS 등 다양한 표현으로 쓸 수 있다.

국립국어원의 외래어표기를 따르지 않는 경우도 많다. '레이저포인터'라는 단어만 해도 레이저, 레이저, 뢰이저 등을 혼용해 쓰고 포인터, 포인타, 포인팅을 함께 쓴다. 일일이 경우의 수를 만들어 검색하는 것은 번거롭다. 이때는 검색식을 활용하면 편리하다. (레이저+레이저+뢰이저)/(포인터+포인타+포인팅)을 검색창에 넣으면 해당 키워드가 들어간 검색 결과가 나온다. 유사어, 동의어 키워드를 데이터베이스로 만들어 놓고 다음번 검색에 활용하는 것도 도움이 된다.

특허정보진흥센터 김인수 팀장은 "키워드 검색을 하려면 기술에 대한 이해가 필수"라고 말했다. 가령 날개 없는 선풍기와 관련된 특허를 검색하는데 '날개', '선풍기'만 써선 제대로 된 결과를 얻을 수 없다. 업계에서 주로 쓰는 단어는 날개가 아닌 '블레이드'다. 이 단어를 모르면 날개 없는 선풍기 관련 기술을 찾을 수가 없다는 것이다.

키워드 검색만으로는 한계가 있다. 특허청 계측분석심사팀 권민정 사무관은 키워드 검색에 대해 "명세서에 기재된 기술용어를 신속하게 검색할 수 있다는 장점이 있다"면서도 "기술적 관련성이 없는 문헌도 다수 검색되고, 키워드 선택에 따라 검색 결과가 누락되기도 한다. 해외 특허문헌을 검색하려면 외국어를 적용해야 하는 단점도 있다"고 했다.

◇ 분류 검색

키워드검색의 한계를 보완한 것이 분류 검색이다. 관련 기술의 고유 코드를 입력해 관련 문헌을 찾는 방식이다. 한국에선 국제특허분류(IPC)와 선진특허분류(CPC)를 병행해서 쓴다. IPC는 세계지식재산권기구에서 만든 국제표준으로 7만여개의 코드로 이뤄져 있다. CPC는 이를 세분화한 분류체계다. IPC코드에서 숫자가 더 붙어 총 코드 수가 26만여개에 이른다. 현재 유럽, 미국, 중국, 한국 특허청에서 CPC 체계를 함께 쓰고 있다.

분류체계는 알파벳 A에서 H까지다. A는 생활필수품, B는 처리조작·수송, C는 화학과 야금, D는 섬유와 종이, E는 고정구조물, F는 기계공학·조명·가열·무기·폭파엔진 또는 펌프, G는 물리, H는 전기다. A~H 섹션은 동일하고, CPC 체계에는 Y섹션이 추가됐다. 새로운 기술이거나 여러 장르가 융합된 기술인 경우 여기에 분류한다. 특허청 홈페이지에 접속하면 각 기술별 IPC, CPC 체계를 확인할 수 있다. **BIZart**

IPC·CPC 분류체계

섹션	내용	분류
A	생활필수품	IPC CPC 공통
B	처리조작·수송	
C	화학·야금	
D	섬유·종이	
E	고정구조물	
F	기계공학·조명·가열·무기·폭파엔진·펌프	
G	물리	
H	전기	
Y	신기술, 융합기술	CPC

글.  
 중기이코노미 채민선 기자  
 iskra79@junggi.co.kr

# ‘잘 팔리는 게 좋은 상품’… 틈새 유통채널 찾아라

유통 초보, 무턱대고 ‘최저가’ 곤란…인포홈쇼핑, 깔세, 특판, 커뮤니티 활용을

‘좋은 상품이 잘 팔리는 것이 아니라, 잘 팔리는 상품이 좋은 상품이다.’ 우수한 제품을 만들고도 유통판로, 마케팅 전략을 잘못 세워 시장에서 사장되는 경우도 많이 발생해, 좋은 물건을 만드는 일 만큼 파는 일에도 많은 정성과 시간을 들여야 한다는 의미다. 김태호 롯데마트 시흥점장은 “나는 제조만 한다’는 생각은 결국 유통업체 배만 볼리겠다는 생각”이라며 “판매할 곳은 정말 많지만 우리가 잘 모르고 있을 뿐이므로 유통업자, 물류업자, 디자인, 온라인마켓 등 판매와 관련한 모든 관계자를 만나보고 정보를 얻고 공부해야 한다”고 강조한다.

하지만 매출·판매실적이 적은 중소기업이 처음부터 대형유통업체에 진입하는 것은 쉽지 않은 것이 현실이다. 매출이 적은 중소기업이 오프라인 대형유통업체에 입점하려면 바이어나 대형유통업체 담당자를 설득할 매출실적, 다른 온·오프라인 유통거래처의 리스트 및 납품액, 품질 관련 인증, 해외수출 실적, 방송출연 경험 등 객관적인 데이터가 필요하다.

유통 초보기업이 자주 하는 오판 중 하나가 ‘어디든 많이 팔기만 하면 좋다’거나 ‘아무데나 입점하고 보자’는 것이다. 하지만 투자규모가 커질수록 위험부담도 더 커지는 유통은 열번 성공해도 한번 실패하면 회사가 망할 수도 있기 때문에 자사의 제품과 맞는 가격정책 그리고 오프라인 혹은 온라인 유통채널을 신중하게 선택해야 한다.



| 온·오프라인 유통채널의 종류 | 자료=중소기업진흥공단

채널		세부분류
오프라인 유통	대형유통	할인점, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점, 뷰티스토어, 면세점, 창고형 할인점
	방송	홈쇼핑(CJ·롯데·GS 등), 인포방송, 신문
	매장판매	월세 로드샵, 깔세
	행사판매	지자체 축제, 소핑몰 단기행사, 아파트·병원 야외행사
	특판	각종 기업체, 보험사, 은행 등
온라인 유통	오픈마켓	G마켓, 옥션, 11번가, 네이버 스토어팜, 인터파크
	소셜	쿠팡, 위메프, 티몬
	5대종합몰	CJ, 롯데, 현대, GS, 농수산
	공동구매	카스채널, 네이버 밴드, 인터넷 카페(맘카페·레몬테라스·맘스홀릭 등)
	복지몰/폐쇄몰	이지몰, 테라넷, 네모커머스, 이복지몰
	중고사이트	중고나라, 번개장터 등 중고품 거래사이트





<sup>1</sup> 공실이 된 매장에서 주로 진행되는 '깁세'는 재고를 처리할 때 많이 이용한다. (사진=증기이코노미)

### '최저가' '대금결제조건' 신중하게 따져 보고 정하라

가격정책과 관련해 주의해야 할 점은 '최저가' 설정과 '대금결제조건'이다. 단기간에 많은 제품을 판매할 욕심에 소셜커머스에 저마진 최저가로 제품을 공급할 경우 향후 더 낮은 가격으로 판매해야 하는 공동구매, 복지물, 특판 등의 유통채널로 옮겨갈 때 어려움이 생긴다. 또 할인점에 진출해 보고자 최저 납품가로 대형마트에 입점하게 됐다면, 향후 더 낮은 단가로 판매해야 하는 온라인 유통채널 입점은 현실적으로 쉽지 않다.

복수의 벤더(vendor)와 거래를 할 때도 주의해야 한다. 벤더는 생산자와 판매사의 중간에서 제품선택과 마케팅, 홈쇼핑 입점 등을 주관하는 일을 하는 업체나 업자를 말한다. 한 벤더가 땡처리가로 온라인에서 제품을 판매할 경우, 가격의 일관성이 없어 기존 유통채널의 반발이 생길 수 있고 새로운 유통채널로 진입하려해도 가격 주도권을 잃게 된다. 따라서 유통채널 별로 제품의 규격·이미지·포장 등을 구분해 판매하거나 온라인·오프라인 별로 통일된 가격을 유지해야 한다.

대금결제조건을 확인하는 것도 필수다. 보통 30~50일 이후에야 제품 대금을 지급하는 업계의 결제특성을 감안해 자금운영 정책을 세워야 한다. 매출이 늘어나도 자금이 들어오지 않아 사업을 진행하는데 어려움이 생길 수 있다. 규모가 커질수록 부담이 늘어나 흑자부도가 발생하기도 하므로 회사의 자금사정을 고려해 유통채널을 선택해야 한다.

### 진입장벽 높은 오프라인 유통 '틈새채널' 공략

규모가 크지 않은 중소기업이라면 대형 유통업체 진출에 앞서 ▲인포홈쇼핑 ▲신문광고 ▲깁세 ▲야외행사 ▲특판 등 오프라인 틈새채널을 통해 시장에 진출하는 방안도 검토할 필요가 있다.

인포홈쇼핑은 홈쇼핑의 일종으로 케이블 TV채널 프로그램 사이에 상품판매를 하는 방송을 말한다. 인포홈쇼핑은 전문 벤더들이 제조업체와의 계약을 통해 행사를 진행한다. 전문 벤더들이 찍은 홈쇼핑 영상은 일반홈쇼핑 영상과 달리 다른 채널에서도 활용할 수 있다. 최근에는 영광굴비류, 김장 매트, 스테이크 매직호스와 같은 아이디어 상품이 인기가 있다.

일간지 신문지면을 활용하는 신문광고는 인터넷이 익숙하지 않은 40대 중반 이상의 세대를 대상으로 하는 제품에 효과적이다. 등산웨어, 방한의류, 골프웨어, 구두, 시계, 시즌별 건강식품 등이 주를 이룬다.

공실이 된 매장에서 주로 진행되는 '깁세'는 주간·월간 단위로 계약하고 상품을 판매한다. '폐업처분', '눈물의 재고정리', '땡처리 대전' 등 부진 재고를 처리할 때 많이 이용한다. 나이키나 아디다스 등 브랜드 제품은 가로수길 깁세 매장에서 하루에 1000만원의 매출을 올리기도 한다. 깁세는 주로 패션·잡화·고가상품 등이 적합하며 세금계산서를 끊지 않고 비사업자 카드단말기를 사용하기 때문에 세금부담을 줄일 수 있다. 깁세 114(www.ggalse.co.kr)에서 깁세매장 및 상품 등의 정보를 구할 수 있다.



2 네이버밴드 노점상닷컴에서는 전국의 행사, 알뜰장, 야시장 정보를 제공한다.(자료=노점상닷컴 밴드)



3 250만명의 회원을 보유한 맘스홀릭 커뮤니티에서는 다양한 공동구매를 진행한다.(자료=맘스홀릭 카페)

야외나 실내에서 몽골텐트를 치고 하는 '야외 행사'는 사전에 정부허가가 필요하다. 군항제·단오제 등과 같은 지역 축제와 야시장, 바자회, 교회·병원행사 그리고 청계광장, 킨텍스, 코엑스 등에서 운영하는 행사 등이 있다. 매출액이 높은 장소에서는 매출액에 대한 수수료를, 검증이 안된 행사에서는 고정금액의 임대료를 낸다. 네이버밴드 노점상닷컴(band.us/#!/band/47994270)에서는 전국의 행사, 알뜰장, 야시장 정보를 제공한다.

특판은 기업체·금융회사·보험사 등이 고객사용품, 우수사원 상품, 직원선물, 자사 온라인몰 판매 등을 목적으로 구매하는 제품을 공급하는 것을 말한다. 단기간에 대량의 물건을 판매할 수 있는 장점이 있지만 판매가격은 온라인 최저가를 조건으로 한다. 시계·넥타이 등 패션소품과 USB·MP3 등의 디지털제품, 선물세트 등 단가가 낮은 상품이 적합하다. 보통 여러 벤더회사에서 비교견적을 받아 제품을 결정하기 때문에 유통업자가 모여있는 인터넷 카페 등에서 특판벤더업체 및 특판정보를 미리 파악해 두면 유용하다. 네이버카페 유통과학연구회(cafe.naver.com/dbstnzld1/341336)와 온라인유통센터(cafe.naver.com/zelpia)에서 특판정보를 찾을 수 있다.

**온라인 커뮤니티 사이트 '공동구매' 활용**

중소기업이 공략하기 좋은 온라인 유통채널은 복지몰과 같은 특정집단만 구매할 수 있는 폐쇄몰과 카카오톡채널·네이버 밴드·카페 등이다.

복지몰은 일반인이 아닌 특정집단에 소속된 직원만 구매할 수 있는 온라인몰을 말한다. 삼성몰, 약사몰, 공무원몰, 교사몰 등이 있으며 온라인 최저가 판매가 조건이지만 온라인 상에 가격이 노출되지 않고 사이트 내에서 상대적으로 경쟁이 치열하지 않다. 재고를 소셜커머스보다 낮은 가격에 처리하고자 할 때 유용하다. 직원 복지몰을 선택할 때는 회사의 규모나 직원 수도 중요하지만, 해당몰을 이용하는 회사에서 직원들에게 복지 포인트를 제공하는지를 반드시 확인해야 한다. 복지 포인트를 제공하지 않을 경우 구매로 이어지는 확률이 낮아지기 때문이다. 또 복지몰의 경우 결제조건이 45~100일까지 긴 경우가 많으므로 유의해야 한다.

카카오톡채널과 네이버 밴드, 네이버 카페, 다음 카페 등의 커뮤니티 사이트는 공통의 관심사로 모인 회원들을 대상으로 공동구매를 진행한다. 이들 커뮤니티 사이트는 온라인 최저가를 조건으로 공동구매를 진행하기 때문에 온라인 가격을 잘 통제해야 한다. 맘스홀릭, 지후맘, 중고나라, 뽀뿌, 파우더룸, 레몬테라스와 같이 40여만명에서 1500여만명의 회원 수를 확보한 전국적인 규모의 커뮤니티 사이트가 있다. 사이트의 성격에 따라 주부, 미혼여성, 남성 등 공략해야 할 고객유형이 달라지며, 각 커뮤니티 운영자에게 상품제안서를 보내 채택되면 판매를 진행할 수 있다. 공동구매는 일정기간동안 주문을 모아 한 번에 배송하므로 관리가 쉽다. **BIZart**

글.  
중기이코노미 채민선 기자  
iscra79@junggi.co.kr

변치 않는  
색채,

변치 않는  
기업가  
정신

**‘메이드 인 코리아’ 물감  
세계시장을 누비다…  
알파색채(주) 남궁요숙 회장**



1 알파색채 남궁요숙 대표 (사진=알파색채)

그는 일제시대와 6·25 등 격변의 역사를 넘나들며 세 시간 넘게 이야기를 이어가는 내내 나이를 가늠할 수 없을 정도로 카리스마를 내뿜었다. 88세로 국내 최고령 여성CEO인 알파색채(주) 남궁요숙 회장. 알파색채는 1962년 설립해 우리나라 최초로 전문가용 미술재료를 만든 회사다. 서울 평창동에 있는 알파색채 사옥을 기자가 방문한 날, 남궁요숙 회장은 집무실에서 공장장으로부터 업무보고를 받고 이에 대한 이야기를 나누는 중이었다.

알파색채의 김영훈 부사장은 “정말 대단하신 분”이라며 “지금도 매일 아침 4개의 경제신문을 다 보고 스크랩 해 아이디어를 찾아내고 있다”고 남궁 회장을 소개했다. 남궁 회장 차남의 절친한 친구이자 젊은 시절부터 알파색채에 몸담아온 김 부사장이 몰래 찍었다며 보여주는 사진 속에는 해진 곳을 여러 번 기워 입은 남궁 회장의 내복과 양말이 있었다. 남궁 회장의 검소함이 고스란히 드러난다.





3 알파색채 남궁요숙 회장은 국내 최고령 여성 CEO다.  
〈사진=중기이코노미〉

2 서울 평창동 알파색채 공장에서 물감을 생산하고 있는 모습.  
〈사진=중기이코노미〉

**“일본 물감에 의존하는 현실 화가 나” 물감연구 시작**

“세계적인 명화들이 오랜 세월이 지나도 사랑받을 수 있는 것은 변하지 않고 작품의 원색을 보존해주는 질 좋은 물감을 사용했기 때문입니다.”

남궁 회장은 알파색채가 생산하고 있는 물감에 대한 애정과 자부심부터 대단했다. 시간이 흐를수록 색이 변하는 정도를 실험하는 퇴색용지를 기자에게 보여주며, 알파색채의 제품과 수입제품의 퇴색정도 차이를 설명해 줬다. 30여년의 시간동안 색이 변하는 과정을 알 수 있는 실험으로 한 눈에 봐도 알파색채 물감의 색감은 우수했다.

남궁 회장은 미술을 전공하거나 미술을 업으로 하진 않았다. 남궁 회장과 남편인故 전영탁 회장이 국내기술로 전문가용 그림물감을 만든 배경에는 당시 일본 물감에 의존할 수밖에 없었던 현실이 반영됐다. 독립운동가 남궁억 선생의 5촌 조카이며 개화한 지식인층의 부모 아래서 교육을 받은 남궁 회장은 독실한 기독교 환경에서 자랐다. 여성독립운동가 김마리아 선생과는 사돈집안이었다고 한다. 일제 강점기에 어린시절을 보낸 남궁 회장은 유복한 가정이었지만 일제에 의해 재산을 강탈당해 어려운 시기를 겪어야 했다.

남궁 회장은 이천 양정여고에서 교편을 잡았고 그곳에서 남편 전영탁 회장을 만난다.故 전영탁 회장은 일본 중앙대학교 화학과를 졸업했다. 결혼 후 부부는 약국을 열었다. 당시에는 국산 약보다는 미국에서 구호품으로 들어온 약이 인기가 많아 많이 팔렸다. 부부가 원료로 시장입구에서 운영하던 고려약방은 먼 곳에서도 찾아올만큼 장사가 잘 됐다. 하지만 의료법이 개정되면서 약사면허가 있어야 약국운영을 할 수 있게 되자 부부는 다른 사업을 구상했다.

‘좋은 사업 아이디어 있으면 연락바람’ 부부가 신문광고로 낸 문구였다. 당시 사업 아이템은 있지만 자금이 없어 자금이 필요했던 사람들이 전국에서 몰려왔다. 마음에 드는 아이템을 찾지 못하던 중 한 그림물감 제조 기술자가 찾아왔다. 변변한 국산 물감이 없던 시절 미술 공부를 하고자 하는 사람들은 국내 제품보다 10배 이상 비싼 일본 물감을 사용해야 했다. 남궁 회장 부부는 일본 제품에 의존해야 하는 현실이 화가 났다.

화학을 전공한 故 전영탁 회장은 그때부터 물감연구를 시작했다. 활발한 성격의 남궁 회장은 회사 운영과 마케팅 등을 맡았다. 1962년 그렇게 그림물감을 생산하기 시작한 알파색채는 50여년 동안 최고의 국산물감을 개발하기 위해 투자를 아끼지 않았고 국내 미술재료 시장의 역사를 만들어 갔다.

1969년에는 국내 최초로 전문가용 포스터컬러인 '알파700'을 개발했다. 당시 교수들과 화가들의 요청으로 12색에 한정돼 있던 색 구성에 핑크, 스카이블루, 보라색을 추가하고 최고급 안료만을 사용해 일본보다 품질이 앞선 15색 제품을 탄생시켰다. 700번의 실패 끝에 탄생한 제품이라 제품명이 알파700이다.

70년대까지만 해도 미대입시를 치르는 학생들은 비싸면서도 품질이 떨어지는 일제물감을 사용하고 있었다. 알파색채는 미술교사 및 한국미술협회와 당시 문교부의 추천을 받아 외제수성물감 수입금지법을 요청했다. 외산물감이 필요 없을 만큼 알파색채 제품의 품질이 높다는 시험평가를 토대로 마침내 1975년 4월 수입금지 품목에 '외제수성그림물감'이 추가되면서 경영이 안정화됐다. 특히 서울올림픽이 열린 1988년까지 품질개발에 몰두하면서 국산물감을 세계로 수출하는 성과를 낸다.

그러나 1981년 세법 개정으로 소득자자진신고제가 시행되며, 세금계산서를 발행하기 꺼리는 업체들과의 마찰로 알파색채는 위기를 맞았다. 당시 물감시장 90%를 점유한 알파색채는 세금계산서 100% 발행이라는 원칙을 고집했고, 그 때문에 거래처로부터 외면당하며 경영위기에 처했다.

“세금을 똑바로 내야 합니다. 세금을 제대로 안내고, 똑바로 안 써 나라가 어지러워진 것입니다.”

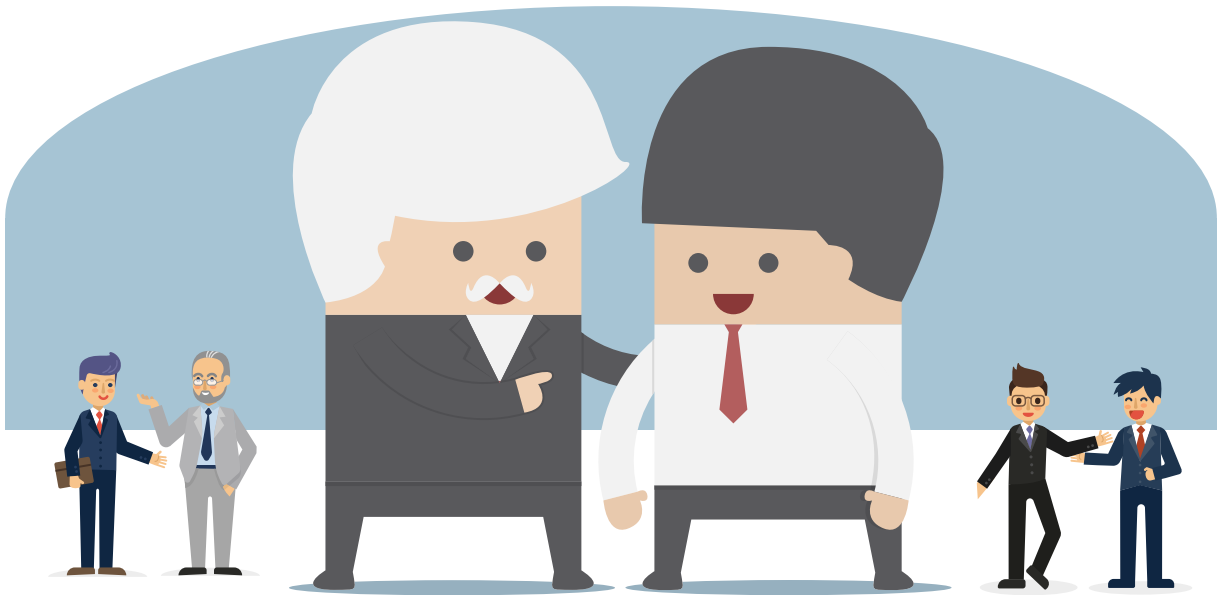
남궁요숙 회장은 어려울수록 원칙을 고수했다. 이러한 신념은 충성고객들의 적극적인 지지를 받게 되면서 기업이미지도 향상됐다.

이제 세계 곳곳에서 어렵지 않게 알파색채 브랜드를 찾아볼 수 있다. 불모지였던 국내 미술재료 산업에서 우리 이름으로 만들어낸 알파물감. 전 세계 50여 국가의 바이어들이 기술력을 인정하고 먼저 찾아오는 등 이러한 성과의 이면에는 “부끄럽지 않아야 한다”는 남궁 회장의 정칙과 신념이 있었기 때문이다. **BIZart**

4 알파색채에서 생산하는 제품들  
왼쪽부터 디자인마카, 아크릴컬러, 한국화물감, 포스터컬러 (사진=알파색채)



글.  
 노동OK 김성호 상담실장  
 seekhoper@gmail.com



# 사업자등록 했는데... ‘소사장’ 근로자일까 사장일까

근로관계 단절 경위, 운영의 독자성·노무지휘권 존부 등 따라 판단

‘소사장’이라 하더라도 근로기준법상 근로자에 해당할 수 있다. 소사장제란 ‘근로자가 아닌 자(사장)’가 사업장내 생산라인 등 공정의 일부를 도급 또는 위탁을 받아 사장의 ‘업’을 행하는 것을 말한다. 많은 경우 생산라인에서 근무하던 근로자들이 모기업에서 퇴직한 후 신규로 입사 또는 도급계약을 체결해 자신이 맡았던 직무를 그대로 수행하면서 임금 또는 보수를 받는다. 소사장제 운영과 관련해 법적다툼이 많은 사례는 ‘근로자가 아닌 자’가 사업자등록을 하는 등 외형상 도급계약을 체결했지만, 그 실질이 근로관계인 경우다. 1980년대 미국에서 사내기업가, 기업내 기업가 등의 명칭으로 시작된 소사장제도는 1990년대에 접어들면서 국내에서도 크게 확산됐다.

### ◇ 사건의 경위

A와 B는 각각 2002년과 2000년, D사에서 일반 생산직 근로자로 근무하던 중 C로부터 소사장 근무권유를 받았다. C로부터 필요한 자재와 도구를 제공받아 부품을 C에게 공급하는 임대도급계약을 체결했다. C가 공급한 자재와 도구는 모두 D사가 C에게 무상으로 제공한 것이다. A와 B는 각각 세무서에 사업자등록을 했지만, C가 이들의 부가가치세와 종합소득세를 대신 납부해주기도 했다. 그러던 중 A와 B는 각각 2011년과 2014년 폐업했다. A와 B는 근무기간동안 작업지시를 받고 출퇴근 카드를 작성했으며 야근수당을 받기도 했고, 주말 출근을 강요받는 등 사실상 일반 근로자로 일할 때와 크게 다른게 없었다는 이유로 C를 상대로 퇴직금과 연차유급 휴가미사용수당 등을 청구했다. 이에 대해 C는 ‘소사장은 근로자가 아니기 때문에 퇴직금과 수당을 지급할 의무가 없다’며 지급을 거부하자 A와 B가 소를 제기했다.



#### ◇ 근로자성 판단기준

근로기준법상 근로자에 해당하는지 아닌지는 계약의 형식이 고용계약인지 도급계약인지보다, 그 실질에 있는 근로자가 사업 또는 사업장에 임금을 목적으로 종속적인 관계에서 사용자에게 근로를 제공했는지에 따라 판단해야 한다.

여기에서 종속적인 관계가 있는지는 ▲업무내용을 사용자가 정하고 취업규칙 또는 복무(인사)규정 등의 적용을 받으며 업무수행 과정에서 사용자가 상당한 지휘·감독을 하는지 ▲사용자가 근무시간과 근무장소를 지정하고 근로자가 이에 구속을 당하는지 ▲노무제공자가 스스로 비품·원자재나 작업도구 등을 소유하거나 제3자를 고용해 업무를 대행하게 하는 등 독립해 자신의 계산으로 사업을 영위할 수 있는지 ▲노무제공을 통한 이윤의 창출과 손실의 초래 등 위험을 스스로 안고 있는지 ▲보수의 성격이 근로 자체의 대가적 성격인지 ▲기본급이나 고정급이 정해졌는지 및 근로소득세를 원천징수하는지 등의 보수에 관한 사항 ▲근로 제공 관계의 계속성과 사용자에게 대한 전속성의 유무와 정도 ▲사회보장제도에 관한 법령에서의 근로자 지위 인정 여부 등의 경제적·사회적 여러 조건을 종합해 판단한다. 다만 기본급이나 고정급이 정해졌는지, 근로소득세를 원천징수했는지, 사회보장제도에 관해 근로자로 인정받는지 등의 사실은 사용자가 경제적으로 우월한 지위를 이용해 마음대로 정할 여지가 크다는 점에서, 그러한 점들이 인정되지 않는다는 것만으로 근로자성을 쉽게 부정해서는 안된다는 것이 법원의 일관된 해석이다(대법원 2006.12.7. 선고 2004다29736 판결, 대법원 2013.6.27. 선고 2011다44276 판결 등 참조).

소사장제 전환 이전에 단순한 근로자에 불과했다가 어떠한 계기로 하나의 경영주체로서의 외관을 갖추고 종전의 사용자(모기업)와 도급계약을 맺는 방법으로 종전과 동일 내지 유사한 내용의 근로를 제공하게 된 경우(이른바 소사장의 형태를 취한 경우), 근로기준법상의 근로자에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서 ▲스스로 종전의 근로관계를 단절하고 퇴직한 것인지 아니면 그 의사에 반해 강제적·형식적으로 소사장의 형태를 취하게 됐는지 여부 ▲사업계획, 손익계산, 위험부담 등의 주체로서 사업운영에 독자성을 가지게 되었는지 여부 ▲작업수행과정이나 노무관리에 있어서 모기업의 개입 내지 간섭의 정도 ▲보수지급방식과 보수액이 종전과 어떻게 달라졌으며 같은 종류의 일을 하는 모기업 소속 근로자에 비해 어떠한 차이가 있는지 여부 등도 아울러 참작해 근로자성 인정여부를 판단하고 있다.

#### ◇ 사건의 결론

본 사건의 경우 소사장으로 전환하는 과정에서 D사는 A·B에게 과거 재직기간에 대한 퇴직금을 지급했다. 또 A와 B 각각 사업자로 등록, D사는 A·B에 대해 4대보험을 가입하지 않았다. D사와 A·B 사이에는 근로관계든 도급 또는 위탁관계 등 어떤 법률관계를 맺고 있지 않았다는 점에서 소사장으로서의 형식적인 요건을 갖추고 있었다.

그러나 실질적으로는 출퇴근 카드 작성, 외출 및 휴가 등 근태관리에 있어 통상 근로자와 동일하게 D사의 승인에 의해 이뤄졌으며, 납품단가를 기준으로 한 대금지급이 아닌 근로시간을 기준으로 계산한 시급을 매월 일정한 날에 지급했고 야근수당 또한 지급한 점 등을 근거로 대법원은 사용종속관계를 인정해 근로기준법상 근로자로 판결했다(대법 2016.05.26. 선고 2014도12141 판결).

이번 사건은 사업자등록증, 4대보험 미가입 등 사업주로서의 외형적 요건을 갖춘 경우에 근로자성 여부를 다툰 사례다. 이외 대법원은 소사장(E)과 근로계약을 체결하고 4대보험을 가입한 소사장 소속 근로자(F)에 대해서도 모기업(G)의 근로자로 판단한 경우도 있다. 근로자(F)가 형식적으로 소사장(E)과 근로계약을 체결했지만, F에 대한 노무지휘권을 모기업(G)이 행사했다는 근거 등을 이유로 사용종속관계는 E와 F 사이에 있는 것이 아니라 G와 F 사이에 있다고 판단한 것이다(대법 2002.11.26. 선고 2002도649 판결).

최근 대법원이 신용카드 카드로 전화상담원에 대해서는 근로자성을 인정(대법 2016.10.27. 2016다29890)한 반면 야쿠르트 배달원에 대한 근로자성은 부정(대법 2016.8.24. 2015다253986)했다. 전화상담원이나 야쿠르트 배달원의 계약형태는 도급 또는 위탁으로 외관상으로 근로자성을 인정받을 수 없었음에도 전자는 근로자, 후자는 사업자로 판단했다. 근로자성 인정여부를 판단함에 있어 사업자등록 유무 등 계약의 형식보다 그 실질에 있어 사업 또는 사업장에 종속돼 구체적인 지휘 감독 하에서 근로를 제공했는지 여부에 따라 판단한 것이다.

기업의 생산성 향상 및 원가절감, 성과분배 보장을 통한 근로의욕 고취 등 장점을 가진 소사장제는 노동강도의 강화, 고용불안 등의 단점도 분명히 존재한다. 더욱이 위의 사례에서 살펴본 바와 같이 노동관계법령을 회피할 목적으로 시행되는 소사장제는 형식적 요건을 갖췄다 하더라도 인정되지 않기 때문에 지양해야 한다. **BIZart**

클.  
 중기이코노미 www.junggi.co.kr  
 junggi@junggi.co.kr

**소공인특화센터 36개로 늘었지만 예산 되레 감소**

동일 업종의 소공인들이 모여있는 '소공인 집적지'를 지원하기 위한 '소공인특화지원센터'가 전국에 36곳에 이르는 등 그 수는 늘고 있지만, 예산은 오히려 줄었다. 특히 전체 예산 중 대출사업 예산을 제외한 센터 운영예산과 사업예산이 대폭 삭감돼 '공동인프라' 구축사업, 해외전시회 참가지원 등 판로개척 지원사업 등 센터의 고유목적 사업이 부실해질 수 있다는 우려가 나온다.

**'자원순환법' 시행...폐기물 관리전략 세워라**

폐기물 관리의 패러다임이 바뀌고 있다. 과거의 폐기물 관리가 오물관리와 청소의 개념이었다면 이제는 버리는 제품의 자원의 개념으로 관리되고 있다. 지난 5월 제정돼 2018년 1월 시행되는 '자원순환기본법'은 재활용 가능한 자원을 매립이나 단순 소각하는 대신 아이디어와 기술을 동원해 재활용을 극대화하는 '자원순환사회'를 만드는 것을 목적으로 한다.

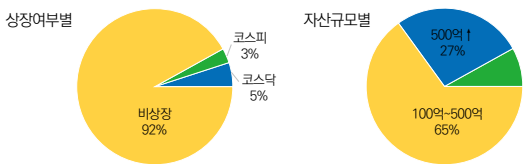
**양형기준 낮아 기술보호법 실효성 적어**

기술을 유출할 경우 처벌할 수 있는 '산업기술보호법'과 '영업비밀보호법'이 있지만, 양형기준이 낮아 실효성을 얻기에는 부족하다. 양형기준이란 법관이 형을 정함에 있어 참고할 수 있는 기준을 말한다. 한국산업기술보호협회에 따르면, 법원 양형위원회에서 지식재산권범죄 양형기준을 강화하는 것을 협의 중에 있다.

**비상장법인도 감사 전 재무제표 안 내면 고발**

금융당국이 외감법에 대한 재무제표 제출 의무를 강화한다. 금융감독원은 "내년부터 비상장법인이 감사 전 재무제표 제출 의무를 위반할 경우, 증권선물위원회가 감사인을 지정하고 검찰에 고발하는 등 조치를 취할 방침"이다. 현재 상장법인을 대상으로 시행하고 있는 재무제표 제출 의무 위반 시 조치를 비상장법인으로 확대하는 것이다. 감사 전 증권선물위원회에 재무제표를 제출해야 하는 기업은 상장법인과 직전 사업연도 말 자산총액이 1000억원 이상인 비상장법인이다.

| 외부감사대상 법인현황 | 기준 2015년12월말 자료:금융감독원

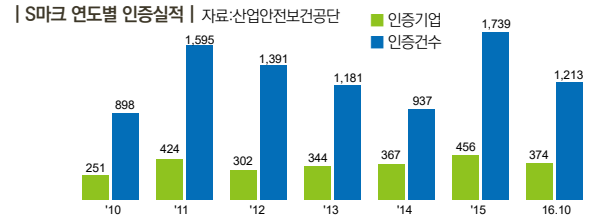


**아모레퍼시픽 네이처리턴...짜퉁 화장품 여전**

'아모레퍼시픽', '네이처리턴' '실안수'... 중국의 '짜퉁' 화장품 브랜드다. 한국의 아모레퍼시픽, 네이처리퍼블릭, 설화수를 본 따 만든 이름이다. 무역협회에 따르면 중국 수입화장품 시장에서 한국 점유율은 2위다. 프랑스가 29%, 한국이 21%, 일본이 16%다. 모조품으로 인한 지식재산권 침해 사실을 확인했다면 중국 공상행정관리국의 도움을 받을 수 있다. 가장 먼저 할 일은 위조품 증거확보다. 온·오프라인으로 증거를 확보한 다음 중국 공상행정관리국에 제출해 단속을 요청할 수 있다.

**제품안전 S마크·유럽 CE인증 함께 '일석이조'**

S마크는 산업안전보건공단이 제품의 안전성과 신뢰성, 제조사의 품질관리능력을 인증하는 안전인증마크다. 1997년 도입된 제도로, 안전한 제품의 생산과 사용을 권장해 산업재해를 막는 것이 목적이다. 임의인증으로 획득 여부는 기업 자율이다. 유럽 강제인증인 CE를 준비 중인 기업이라면 S마크를 함께 획득할 수 있다. CNC선반·밀링기 등 공작기계, 전동지게차 등 운반기계, 반도체·LCD 제조장비, 로봇 등 자동차 설비 그리고 산업용기계 관련 부품도 인증 대상이다.



**비관세장벽으로 작용하는 경쟁법 '반독점법'**

중국이 최근 경쟁법을 외국기업에 차별적으로 적용, 자국기업 보호수단으로 활용하고 있다는 지적이 잇따르고 있다. 경쟁법은 독과점을 방지하고 경쟁촉진을 통해 경쟁적인 시장환경을 조성하기 위한 법률이다. 우리나라의 공정거래법, 미국의 반트러스트법, 일본의 독점금지법, EU의 경쟁법이 이에 해당한다. 문제는 이러한 반독점법이 중국 내수시장을 보호하기 위한 비관세장벽으로 탈바꿈하고 있다는 점이다.

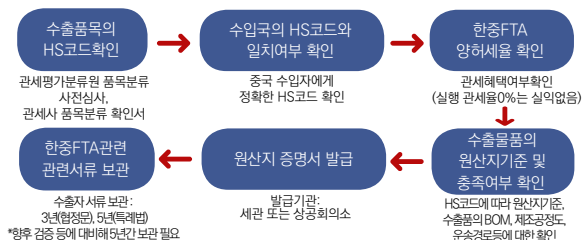
| 중국경쟁법 | 자료:코트라

	반부정당경쟁법	가격법	반독점법
주무부처	공상행정관리국 (SAIC)	국가발전개혁위원회 (NDRC)	상무부 (MOFCOM)
제정시기	1993년 9월2일 전인대 상무위원회 3차회의	1997년 12월 29일 전인대 상무위원회 29차 회의	2007년 8월 30일 전인대 상무위원회 29차 회의
시행시기	1993년 12월 1일	1998년 5월 1일	2008년 8월 1일
주관범위	타인의 등록상표 모방허위광고, 상업비밀, 뇌물행위, 끼워팔기, 상업비밀 침해행위 등 비가격 부문에서의 불공정 경쟁행위	시장가격 조작, 담핑행위, 불공정 가격행위, 담합 등 가격 부문에서의 불공정 경쟁행위	시장지배적 지위 남용, 기업인수합병(M&A) 등 소비자의 권익과 사회공공이익을 보호하는 29가지 성격
유의점	광고법, 형법 등 기타 법률의 위반에도 해당되거나 법 집행재제가 불분명	주로 물가인상 압력 통제 시장 지배적 지위를 가지는 기업이 아니라도 가격법 적용대상이 됨	외자기업의중국시장 지배력 확대 견제 내·외자기업의 독점형의에 대한 조사 강화

**한·중 FTA 활용 필수조건 '원산지증명서'**

FTA에서 가장 중요한 것이 '원산지증명서'를 발급받는 것이다. 원산지증명서가 있어야 우리나라에서 수출하는 물품이 '한국산'임을 알 수 있고, 이로부터 수입자가 FTA 특혜관세를 적용받을 수 있다. 사후검증 업무에 제대로 대처하지 못하게 되면 패널티와 관세를 부담해야하기 때문에 주의해야 한다. 한·중 FTA의 경우 기관발급방식으로 세관이나 상공회의소를 통해 원산지증명서를 발급받을 수 있다.

| 한중FTA 원산지증명 절차 | 자료:서울세관



자세한 내용은 중기이코노미(www.junggi.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

정리.

키스갤러리 이유미 아트컨설턴트

kissgallery@naver.com



1 동백꽃을 담다 63cmx90cm 장지에 선묘채색 2016

## 희망을 주는 그림

하은영 작가





한 작가의 작품세계를 지켜보는 일은 문학작품을 읽는 것에 비교할 수 있다. 우리는 문학작품을 통해 세상의 본질을 훑쳐 본 시인의 고통을 함께 하기도 하고 촌철살인과도 같은 단편소설의 위트와 반전의 결말에 경탄하기도 한다. 한편 대하소설의 유장한 호흡에 동참하여 흘러간 역사적 대사건에 문헌 민초들의 신산한 삶을 느껴볼 수도 있고 역사와 인간을 꿰뚫는 예리한 해석에 동감할 수도 있다. 그런가 하면 한결같은 호흡으로 자신과 주변을 묘사하고 표현하여 결국은 '인생은 무엇인가, 예술은 무엇인가'라는 궁극적 물음을 되뇌게 하는 밀도 있는 작품을 보기도 한다.

'꽃을 그리는 작가'로 알려진 하은영은 이번에도 꽃을 중심으로 한 여러 작품을 선보인다는 점에서 앞에서 언급한 여러 문학작품 가운데 가장 나중의 범주에 속한다. 오랜 시간동안 작가의 시야에 비친 매화, 모란, 동백, 복사꽃, 장미, 라일락에서 개망초, 강아지풀, 개여뀌 등에 이르는 다양한 꽃과 풀들이 작가의 손길에 따라 당당한 주인공이 되어 화면에 등장한다.





2 나팔꽃이 있는 들판 110cmx60cm 장지에 선묘

어떤 경우에는 수줍게 돌아선 누드와도 같은 모습으로 조심스럽게 그려지기도 하지만 대체로 자신의 모습을 분명한 형태와 뚜렷한 색으로 드러낸다. 성장(盛裝)한 신랑과 신부가 자신들의 결혼식에서 하객들에게 멋진 모습을 과시하는 것처럼 충분히 매혹적이다. 마치 생물도감을 옮겨 놓은 것과 같이 철저한 관찰에 의해 이루어진 정확한 묘사와 섬세한 재현은 작가의 성실함의 반영이다. 근작에서는 기존의 꽃에 백자가 추가되었다. 흔히 달항아리라 불리는 백자호를 정면에 배치하여 다양한 형태와 다채로운 색감의 꽃과 절묘한 대비를 이루게 하는 방식은 백자와 꽃의 물성을 배가시켰다. 백자와 꽃은 정물이지만 하은영의 화면에서는 백자와 꽃이 정과 동의 이미지를 화면에 구현하는 듯한 효과를 이루었다. 예전 작품에서도 조금씩 보이던 실험성이 이제 하나의 양식으로 자리 잡았음은 물론 높은 성취를 이루었다는 점에 찬사를 보낸다.(중략)  
작가는 작업노트에 이렇게 썼다.

“자세히 들여다보면 마른 나뭇가지도 그 속에 법칙이 있고 질서가 있다. 그런 것들이 세상에 있는 한 외롭지 않을 것이다. 함께 살아가고 있으므로.

마른 꽃이 사람을 통하여 새로운 생명을 얻었다. 재현이 아니고 창조인 것이다. 그것이 예술인 것이다.”



3



4

하은영 작가가 꾸준히 꽃을 그리는 이유와 의도가 이 두 구절에 집약되어 있지 않을까싶다. 짧은 문장이지만 작가는 마른 나뭇가지, 마른 꽃을 통해 자연의 법칙과 질서를 찾아내고 공존의 의미, 예술의 방향까지 유추해냈다. 테크닉에만 의존하는 기능인을 넘어 시인의 가슴을 지녔기에 가능한 표현이다. 작가는 작업 노트의 다른 구절에서 “1년 365일 매일 식물을 채집하여 그리는 작업, 곧 그 날의 마음과 생각을 그림으로 쓰는 일기”라는 작업에 착수했음을 밝혔다. 우리가 쉽게 일기라고 부르는 방식으로 작가는 자신의 세계를 기록하고 또 표현하려는 것이다. 흔히 볼 수 있는 주변사물을 작품화하는 작가의 행보와 어울리는 작업 방향이다.

동아시아의 전통적 관념은 예술과 그 사람을 동일시한다. 이러한 사상의 반영이 “글씨가 곧 그 사람[書如其人]”이라는 표현이다. 글씨는 동아시아 예술의 기본이니 여기에서 글씨는 단순한 글씨가 아닌 예술 전체를 지칭한다. 곧 그 예술이 작가이다. 작가가 작업노트에 쓴 “작가에게 붓은 무사의 칼과 같다”는 표현은 누구나 쉽게 쓸 수 있는 구절이 아니다. 평생을 노력하여 일가를 이뤄낸 장인만이 그런 문구를 사용할 자격이 있다. 얼핏 지루하고 반복적일 수 있는 꽃이라는 대상을 오랜 세월 그려낼 수 있었던 것은 이런 마음가짐 때문이었나 보다. 사실 꽃만을 그리는 작업이 어느 정도 진행되고 또 세월이 지나면 어떤 방식으로 변화될까 궁금했었다. 그런데 작가는 슬기롭게 자신의 방식을 찾아내고 또 높은 완성도와 함께 뛰어난 성취를 이룩했다. 이제 새로운 경지를 향해 정진해 가는 작가에게 축하와 함께 경의를 표하고자 한다. 작가의 바람대로 “희망을 주는 그림”이 이루어지길 바랄 따름이다. (김상엽 평론 중 발췌) **BIZart**



- 3 \_ 복사꽃을 담다 63cmx90cm 장지에 선묘채색 2016
- 4 \_ 국화꽃을 담다 60cmx40cm 장지에 선묘 2014
- 5 \_ 참나리 110cmx30cm 장지에 선묘(각)

**하은영 Ha, Eun Young**

1964년 충북 충주생  
 충북대학교 사범대학 미술교육과  
 충북대학교 교육대학원 미술교육 전공

**개인전**

- 2016 금산갤러리 하은영 초대전  
 H갤러리 초대전(현대백화점 충청점)  
 앤갤러리 하은영초대전
- 2014 하은영 꽃그림전 Flowers and Time 등 8회

**주요그룹전**

- 한국현대미술독일전(2009)
- 충북판화가협회전(2007~2015)
- 충북대학교신속미술관 개관 초대전(2009)
- 구남전(1992~2015)
- 채목화전(1987~2015)

**아트페어**

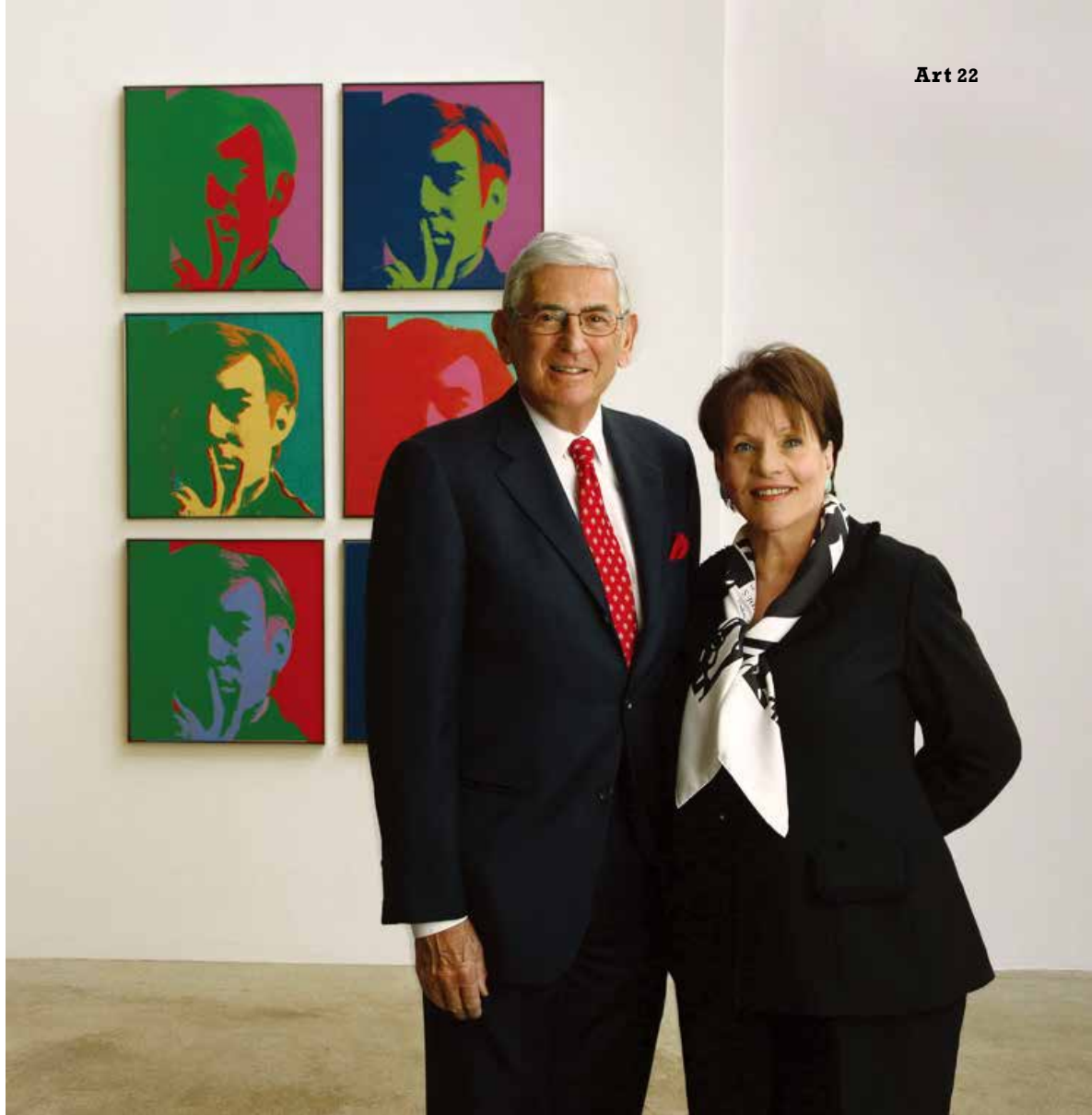
- 2015 청주국제아트페어  
 청주국제공예비엔날레
- 2013 아시아아트페어
- 2011 서울아트페어  
 화랑미술제  
 대구아트페어  
 KIAF10th 등 다수

**수상경력**

- 2006 제1회 포항포스코불빛 미술대전 우수상 수상
- 2007 제2회 포항포스코불빛 미술대전 특별상 수상

충북대학교 인문대학 미술학과 출강  
 서원대학교 예술학부 동양화과 출강  
 현 채목회, 충북여성미술작가회, 구남회, 충북판화가협회 회원





1 앤디워홀 작품 앞에 선 일라이 브로드 부부

## 은발의 신사, 일라이 브로드(Eli Broad)

아트넷 선정 세계 10대 컬렉터에 이름을 올린 일라이 브로드는 리투아니아계 유대인인 페인트공 아버지와 양재사 어머니 사이에서 외동아들로 태어났다. 여섯 살 때부터 디트로이트에서 자란 그는 미시간 대학에서 회계학을 전공하고 미국에서 가장 어린 나이에 공인회계사 자격증을 취득했다. 21세에 결혼을 했는데 부인은 당시 18세로 디트로이트 공립학교를 함께 다닌 에디스(Edythe Lawson)였다. 그는 회계사 재직 기간 중에 장인에게 2만5000달러를 빌려 처사촌과 함께 부동산 사업을 벌였다. 디트로이트 외곽에 지하가 없는 새로운 개념의 집을 지어 저렴하게 판매했는데 3년 만에 성공을 거둔다. 젊은 사람들의 주거 트렌드를 눈여겨본 결과다. 이후 생명보험회사를 5200만달러에 매입해 퇴직연금 전문 보험회사인 선아메리카로 탈바꿈시켜 노후대책이 절실했던 베이비 붐 세대의 수요를 만족시키며 다시 한 번 사업적 성공을 이루게 된다.

### 일라이 브로드 컬렉션

파블로 피카소 <Femme assise > 등 2점  
앤디 워홀 <Self Portrait > 등 26점  
데미안 허스트 <The Collector > 등 14점  
제프 쿤스 <Balloon Dog(Blue)> 등 34점  
장 미셸 바스키아 <Eyes and Eggs > 등 13점  
요셉 보이츠 <7000 Eichen > 등 573점  
신디 셔먼 <Untitled #112 > 등 127점  
프랭크 스텔라 <De Beers > 등 17점  
제스퍼 존스 <Bushbaby > 등 42점  
로이 리히텐슈타인 <I...I'm Sorry! > 등 34점  
다카시 무라카미 <Flower Matango(b) > 등 11점  
그 외 다수

**세계적인 슈퍼컬렉터가 되기까지**

브로드가 세계미술시장을 좌지우지하는 슈퍼컬렉터임에 분명하지만 시작은 소박했다. 갤러리에서 판매하고 있던 앤디 워홀의 100달러짜리 <캠벨수프> 포스터에도 별별 떨던 그의 첫 컬렉션은 1970년 피카소의 리도그 래피(석판화)로 알려져 있다.

그가 미술작품 수집에 관심을 갖기 시작한 계기는 지인의 집을 방문하면서부터다. 집안 구석구석 걸려있는 많은 작품들에 놀란 건 물론이고 지인의 대화에서 풍기는 미술에 대한 해박한 지식과 예술을 기꺼이 즐기며 사는 모습을 보고 매료되었다. 훗날 그는 진정한 부자는 큰 차와 좋은 집만으로 완성되는 건 아니라는 사실을 그때 깨달았노라고 실토했기도 했다.

작품 소장자의 재미에 빠져들기 시작한 브로드는 1973년부터 본격적으로 컬렉션을 시작한다. 반 고흐의 드로잉 작품부터 호안 미로, 마티스 등 잘 알려진 대가들의 작품으로 안정적인 초기 컬렉션을 구성한다. 그 후 학습을 해나가면서 자신만의 개성있는 소장 컨셉을 갖기 위해 노력했고 아프리카 미술이나 2차 세계대전 이후의 동시대 작가들의 페인팅 작품에도 관심을 보인다.

그가 즐겨 쓰는 단어는 'Unreasonable(비합리적)'인데, 그에 걸맞게 독특하고 저평가된 작가를 발굴하는 작업도 병행했다. 대표적으로는 뉴욕의 거리화가 장 미셸 바스키아다. 무명시절 바스키아의 작품 13점을 매입했는데 지금은 수십 수백억을 호가하니 그의 안목이 빛나는 순간이다.

브로드는 제프 쿤스의 작품을 가장 많이 소장한 개인컬렉터로도 유명하다. 초기 작품인 <토끼(Rabbit)>를 비롯해 <tulip(Tulips)>, <풍선개(Ballon Dog)> 등의 대표작을 소장하고 있다. 또 127점을 소장하고 있는 미국의 사진 작가 신디 셔먼 작품 또한 브로드 컬렉션의 핵심이다. 1982년 셔먼의 초기작 <Untitled-Film Still> 시리즈 13점을 매입했는데 현재 그녀의 작품은 부르는 게 값이다.

**노블레스 오블리주 실천하는 세계 10대 아트 컬렉터**

“대통령은 없어도 되지만 일라이 없으면 안 된다”

LA 문화계 대부분의 사람들은 이렇게 말하는데 주저하지 않는다. 그는 세계 최고의 슈퍼컬렉터일 뿐만 아니라 과학, 의료, 교육 분야에도 수십억달러의 도네이션을 하는 자선사업가다. 경제전문지 '포브스'는 브로드가 현재 63억달러의 재산을 보유하고 있으며 전세계 200위 안에 드는 갑부라고 발표했다.

그런 그가 2015년 81세의 나이에 3억 달러를 들여 자신의 이름을 딴 브로드 미술관(The Broad)을 지었다. 브로드 미술관은 LA현대미술관과 월트 디즈니 콘서트홀이 있는 그랜드 애버뉴에 위치한다. 그는 LA현대미술관의 후원자이자 이사로 있을 때부터 미술관 운영에 관한 철학을 갖고 있었다. 미술관은 큐레이션보다는 소장품을 소개하는 일이 가장 중요하다는 것, 많은 관객이 찾을 수 있는 대형전시에 노력을 기울여야 한다는 것 등이다.

“대부분의 박물관은 솔직히 너무 어둡습니다. 우리는 박물관에 가 본 적이 없는 사람들을 끌어 들이고 싶었습니다.” 미술관(The Broad)을 개관하며 은발의 신사 브로드가 한 말이다.

80이 넘는 나이임에도 씬 없이 기부할 곳과 나눔을 전파할 곳을 찾아다니는 그는 자선이 바로 행복이라는 자신만의 삶의 철학을 가지고 있다.

“나도 10달러부터 시작했어요. 몇 천만달러를 기부하는 지금이나 행복의 느낌은 다르지 않아요.

중요한 것은 나누려는 마음이지요.”

미술관 오프닝에서 일라이 브로드는 남은 생의 모든 에너지를 자선 사업을 위해 헌신하겠다는 포부를 밝히기도 했다. **BIZart**



2



3



4



5

2 **Gazing Ball(Farnese Hercules)**, Jeff Koons 2013, plaster and glass

3 **Untitled Film Still #07**, Cindy Sherman, 1978, gelatin silver print

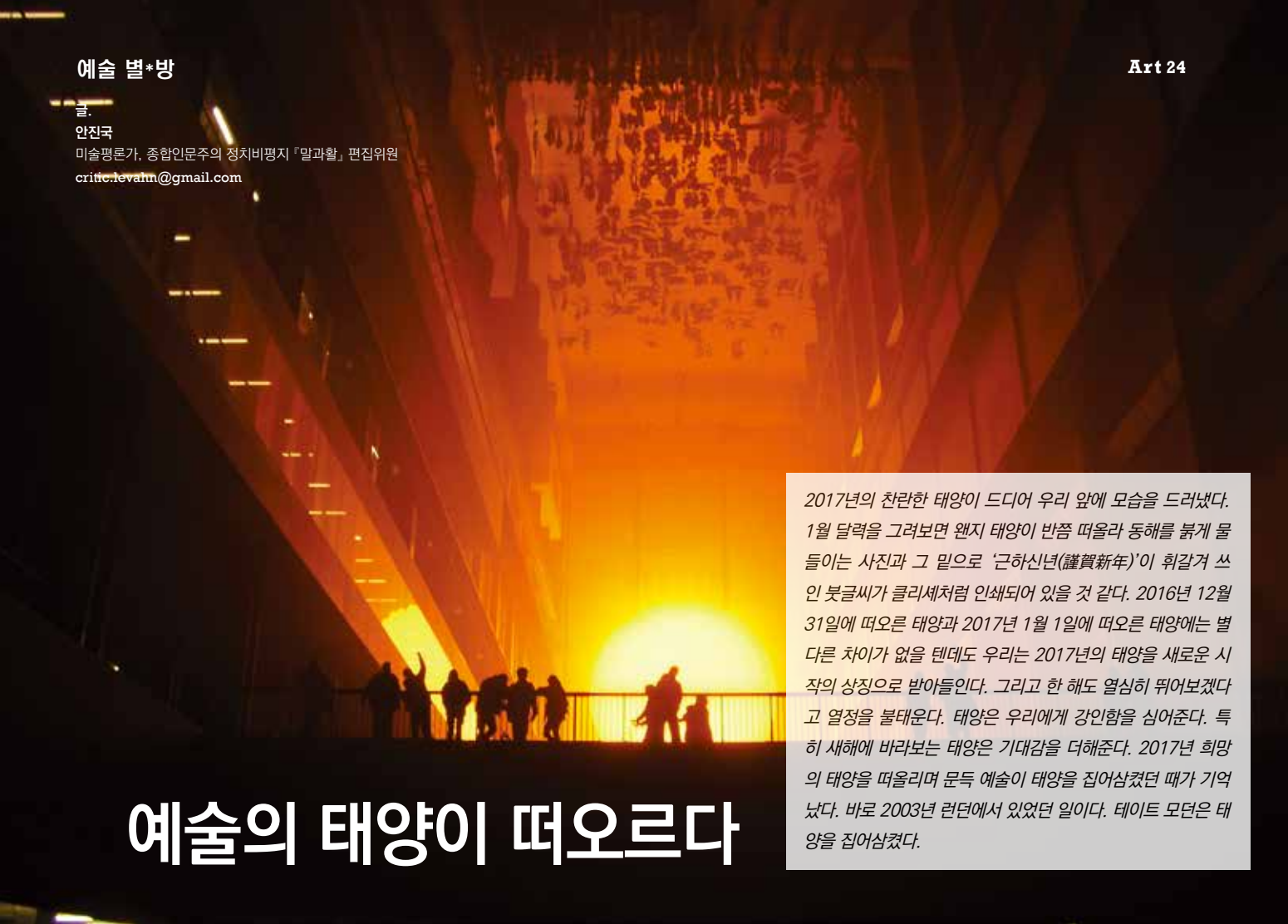
4 **Untitled Film Still #35**, Cindy Sherman, 1979, gelatin silver print

5 **LA** 그랜드 애버뉴 거리에 있는 브로드미술관 전경

<사진출처 www.thebroad.org>



글.  
안진국  
미술평론가, 종합인문주의 정치비평지 『말과활』 편집위원  
critic.levahn@gmail.com



# 예술의 태양이 떠오르다

2017년의 찬란한 태양이 드디어 우리 앞에 모습을 드러냈다. 1월 달력을 그려보면 웬지 태양이 반쯤 떠올라 동해를 붉게 물들이는 사진과 그 밑으로 '근하신년(謹賀新年)'이 휘갈겨 쓰인 붓글씨가 클리셰처럼 인쇄되어 있을 것 같다. 2016년 12월 31일에 떠오른 태양과 2017년 1월 1일에 떠오른 태양에는 별다른 차이가 없을 텐데도 우리는 2017년의 태양을 새로운 시작의 상징으로 받아들인다. 그리고 한 해도 열심히 뛰어보겠다고 열정을 불태운다. 태양은 우리에게 강인함을 심어준다. 특히 새해에 바라보는 태양은 기대감을 더해준다. 2017년 희망의 태양을 떠올리며 문득 예술이 태양을 집어삼켰던 때가 기억났다. 바로 2003년 런던에서 있었던 일이다. 테이트 모던은 태양을 집어삼켰다.

## 유사 자연(Artificial Nature)의 미술

서울 한남동에 있는 삼성미술관 리움에서는 거의 매일 무지개가 떠(?) 있다. 별문제가 없다면 이 무지개는 아마도 2017년 2월 26일까지는 거의 매일 그곳에 있을 것이다. 이 무지개는 신(자연)이 창조한 것이 아니라, 올라퍼 엘리아슨(Olafur Eliasson)이라는 덴마크 출신의 세계적인 작가가 만든 것이다. 현재 리움에서는 그의 전시 《세상의 모든 가능성(The parliament of possibilities)》이 진행 중인데, 이 전시에서 그는 안개처럼 미세하게 뿌려지는 물방울들이 빛과 만나서 무지개를 만드는 작품(《무지개 집합》, 2016)을 선보이고 있다. 인공 무지개를 만들어낸 이 작가 올라퍼 엘리아슨은 바로 2003년 런던의 테이트 모던 미술관에 태양을 띄운 작가이기도 하다.

안개의 도시 런던은 1년 중 절반 정도 부슬부슬 비가 내리기로 유명하다. 그 때문일까, 런던(Londoner)의 태양 사랑은 익히 알려져 있다. 2003년, 많은 사람은 일광욕을 즐기기 위해 런던 테이트 모던 미술관의 터빈 홀에 떠오른(?) 태양으로 끊임없이 몰려왔다. 이것만으로도 그들의 태양 사랑이 얼마나 큰지 알 수 있다. 그 당시 터빈 홀에는 런던의 안개처럼 자욱한 수증기가 공간을 채우고, 200개의 소등램프를 품고 있는 지름 15m의 반원형 철제 프레임이 천장에 설치된 거울에 의해 완전한 원형을 이루며 이글거리는 태양의 모습으로 빛을 뿜고 있었다. 실로 이 인공 태양은 유사 자연의 결정판이었다. 《날씨 프로젝트(The Weather Project)》라 명명된 이 전시회가 열렸던 터빈 홀은 인공 태양을 느끼기 위한 관람객으로 항상 북적거렸다. 그곳은 이미 거대한 일광욕장으로 변모해 있었다.

사실 《날씨 프로젝트》에서 인공 태양만큼 중요한 것은 터빈 홀에 있는 관람객이었다. 그들은 인공 태양 아래에서 바닥에 눕거나 앉거나 춤추거나 이야기를 나눴다. 커플들은 서로 포옹도 했고, 어떤 이는 천장의 거울에서 자신의 몸을 찾으며 놀았다. 인공 태양은 이 전시의 하나의 상징일 뿐 정작 중요한 것은 관람객의 '참여(Involvement)'를 통해 작품(유사 태양)과 관람객 사이, 관람객과 관람객 서로 간의 감정적 공유와 소통이었다. 엘리아슨이 단순히 인공 태양만 작품으로서 덩그러니 놓아 말 그대로 관람만 하며 주관적인 사적 감정에 머물러 있는 것을 원치 않았다. 그가 인공 태양을 통해 끌어내려고 했던 감정은 작품 속에 참여하여 다른 사람과 함께 그 공간을 경험하고 느끼는 공유 가능한 공적 감정이었으며, 그 감정의 소통을 원했던 것이다. 이것이 엘리아슨이 추구하는 모드를 위한 미술이다. 엘리아슨의 태양 아래 모인 관람객은 일시적이거나 공동체적 감정을 공유하는 마법과 같은 체험을 하게 된다. 그리고 이것은 《날씨 프로젝트》를 진정한 작품으로 완성하는 가장 중요한 요소였다.

**세상의 모든 가능성**

엘리아슨은 태양뿐만 아니라, 무지개, 별, 폭포, 바람 등 비물질적인 자연을 만들어내는 작업을 한다. 빙하를 도심 한가운데 가져다놓기도 했고, 녹색 물감을 바다에 풀어놓기도 했다. 그리고 그 비물질적 자연을 많은 사람과 함께 공유하길 희망한다. 그의 작업이 자연에 대한 사유로 수렴되는 것은 덴마크에서 태어났지만, '얼음과 호수의 나라' 아이슬란드에서 광대한 자연을 느끼며 어린 시절을 보냈기 때문이라. 그는 자신이 느꼈던 그 자연을 다른 사람에게 선물해주고 싶은 마음이 있는 것은 아닐까?

이번에 그는 무지개를 가지고 우리나라를 찾았다. 무지개뿐만 아니라, 이끼도, 폭포도, 별들도, 바람도 함께 가지고 왔다. 전시의 제목처럼 그는 '세상의 모든 가능성'을 가지고 우리에게 다가왔다. 그가 가져온 자연은 전시장 리움의 분위기를 바꿔놓았다. 그것 중 역시 가장 주목되고 있는 것은 무지개다. 천정의 분무기가 뿜어내는 미세한 물방울들이 프레즈널 램프의 빛을 받아 영롱한 무지개로 변하는 모습은 실로 장관이다. 하지만 여기서도 중요한 것은 단지 무지개만이 아니다. 2003년 인공 태양이 있는 테이트 모던에서 그랬던 것처럼, 무지개의 존재만큼이나 무지개 속을 거니는 체험 행위가 중요하다. 엘리아슨은 이전 작업에서도 관람을 넘어서 체험하고 그걸 공유하길 원했다. 전시장 옆에 높은 우산들은 그의 이러한 의지를 소리 없이 외치고 있다. 함께 우산을 쓰고 무지개 속으로 들어가라고 노래한다. 이 노래에 화답하여 원형 띠를 이루고 있는 무지개 사이를 거닐면 시원하고 촉촉한 물의 감촉과 오로라 같이 일렁거리는 현란한 빛의 변화가 느껴진다. 희망의 상징인 무지개를 비 온 뒤 가끔 손에 닿지 못하는 하늘 위에서 만나는 것이 아니라, 이렇게 손에 잡을 수 있는 눈앞에서 항상 만날 수 있다는 것은 우리의 가까운 곳에 언제나 희망이 존재한다는 것을 알려주는 듯하다. 그는 이렇게 말했다. "나의 전시는 아이디어를 구현하는 것이 아니라, 이 감정이 어디에서 온 것인가, 감정을 가지고 있었던, 그 이전의 감정이 어떤 모양일까 하는 것을 보여주고 싶다." 엘리아슨에게는 단순히 유사 자연으로서 무지개를 재현하는 것보다 더 중요한 것이 있었다. 바로 내면적으로 느끼게 되는 자연에 대한 감정의 모양을 밝히는 것. 그는 이 감정의 모양을 닫힌 미술관에서 내밀하게 사적으로 간직하기보다는 열린 미술관에서 공유하고 확산하길 원했다. 그래서 "미술관이 미래를 공동으로 만들어내는 장소가 될 수 있다는 것을 보여주고자 한다"고 말했으리라.

《세상의 모든 가능성》 전시에는 무지개 외에도 아이슬란드의 노란 순록 이끼가 벽을 이룬 <이끼 벽>도 있고, 암흑 같은 검은 배경에 1,000여 개의 다양한 유리구슬이 마치 우주의 성운(星雲)을 이룬 것 같은 <당신의 예측 불가능한 여정>도 있고, 중력을 거슬러 역류하는 폭포를 보여주는 <뒤집힌 폭포>도 있다. 이 전시에는 유사 자연 작품 외에도 빛과 움직임이나 거울을 이용한 다양한 착시효과 작품과 색채 실험을 통해 감정을 흔드는 작업도 있다. 시간이 허락하면 2월 26일 이전에 삼성미술관 리움에 방문하길 권해본다.

2003년 엘리아슨의 태양이 태양을 사랑하는 런던너에게 언제나 사랑을 느끼게 해줬다면, 2017년의 엘리아슨의 무지개는 희망을 바라는 우리에게 희망이 늘 바로 옆에 있음을 일깨워준다. 새롭게 2017년이 밝았다. 새해의 태양이, 희망의 무지개가 2017년 내내 우리와 함께하길 기도한다. **BIZart**

2



1 올라퍼 엘리아슨, 《남씨 프로젝트》, 2003년 전시.  
 2 올라퍼 엘리아슨, 《세상의 모든 가능성》, 2016-17년 전시, (삼성미술관 리움)  
 출처: <http://leeum.samsungfoundation.org/html/exhibition/main.asp>  
 3,4,5 올라퍼 엘리아슨, 《남씨 프로젝트》, 2003년 전시, (런던 테이트 모던 미술관)  
 출처: <http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>



3



4



5

글.  
김정희 미술평론가, 관념미학어워드 집행위원장  
himanyoman@naver.com

**[ 관념미학 어워드 선정기준 ]**

관념미는 작가의 관의 독창성의 수준이 높거나 상식으로부터 진일보할수록 발생하는 지적인 특성의 아름다움입니다. 관념미의 발현경로는 조형이론, 표현수단, 표현과정, 표현방식, 표현양식, 모티프로 볼 수 있습니다. 선정기준은 다음과 같습니다.

1. 독창적 조형이론이 존재하거나 관념의 미개척지를 개척하고 있는 경우(최상)
2. 표현수단, 표현과정, 표현방식, 표현양식, 모티프에서 뚜렷한 독창성을 확보하고 있는 경우(상)
3. 타인의 양식에 기대어 있으나(특정인의 작품에 대한 연상작용이 강한 경우를 의미함) 2번에서 언급한 부문에서 독창성을 확보하고 있는 경우(중)
4. 타인의 양식에 기대어 있으며 개성은 있으나 독창적 조형관념이 하나도 보이지 않는 경우(하)

관념미학  
어워드  
수상작



1 John von Bergen 작품

**제29회 관념미학어워드 수상작가 John von Bergen**

미국 출생, school of visual arts 학사 수료, Bard College Berlin 객원교수

John von Bergen 작가는 투명한 케이스 안에 전시된 내부의 조소와 전시장 벽의 일부가 서로 만남을 이루는 참신한 '표현방식'을 바탕으로 '상'에 해당하는 관념미를 드러내었기에 제29회 관념미학어워드 수상작가로 선정되었다. 작품의 구성을 보면 전시장 벽의 일부는 유동적 특성을 보이며 외부로 돌출되어 붉은색의 평면적인 조소를 보관하는 투명한 케이스를 관통한 채로 내부의 작품과 자연스런 만남이 이루어지고 있다. 전시장의 벽은 이제 일반적으로 하나의 배경으로서 간주되던 기존의 맥락에서 벗어나 작품의 구성 요소로 편입됨으로써 다양한 의미부여와 해석이 가능해지고 있으며 전시장 벽의 일부를 늘어뜨려 투명한 케이스를 관통시키면서 내부의 작품과 만남을 유도하고 이를 작품의 일부로 편입시키는 참신한 접근은 조형에 대한 남다른 사유가 반영된 독창적 텍스트로도 볼 수 있을 것이다.





2 하태임 작품

**제30회 관념미학어워드 수상작가 하태임**

홍익대 미술대학원 박사, 삼육대학교 조교수

하태임 작가는 색면밴드를 연상케 하는 오브제의 일관된 배치로 '표현양식'에서 고유성을 확보, '상'에 해당하는 '관념미'를 드러내었기에 제30회 관념미학어워드 수상작가로 선정되었다. 작품의 구성을 보면 순색계열의 선명한 색채를 바탕으로 하드엣지의 명료함과 비정형적 리듬이 어우러져 화면에는 경쾌한 활력과 운율이 조성되고 있으며 오브제의 조형에서 색면추상의 서정성도 드러나고 있다. 색면추상에 대한 미니멀한 접근인 듯 보이지만 동시에 액션페인팅의 자유로운 흐름을 반영하고 있는 그녀의 작품에서 조형에 대한 세련된 감각을 엿볼 수 있다.

**제31회 관념미학어워드 수상작가 Nick van Woert**

브루클린 거주, parsons the new school for design에서 순수미술 전공

Nick van Woert 작가는 조소와 물감의 참신한 구성으로 '표현방식'에서의 고유성을 확보, '상'에 해당하는 '관념미'를 드러내었기에 제31회 관념미학어워드 수상작가로 선정되었다. 작품의 구성을 보면 물감은 특유의 점착성을 바탕으로 허공에 평면적인 벽을 형성한 후 조소의 외부를 감싸고 있다. 조소와 회화의 만남은 아키펜코의 작품에서 그러하듯 대체로 조소의 표면을 채색하거나 조소와 캔버스를 이상블라주하는 것이 흔한데 이 작품에서는 다채로운 물감을 활용하여 구상 조각에 회화성을 도입하고 있지만 단순한 채색을 넘어 기존의 이상블라주의 형식들과는 조금 다른 참신한 조형관념을 보여주고 있기에 풍부한 '관념미'가 작품에 내재된 것이다.



3 Nick van Woert 작품



4 Fabian buergy 작품

**제32회 관념미학어워드 수상작가 Fabian buergy**

스위스 거주

Fabian buergy 작가는 놀이터에서 볼 수 있는 친숙한 대상을 활용한 참신한 '표현방식'을 바탕으로 '상'에 해당하는 '관념미'를 드러내었기에 제32회 관념미학어워드 수상작가로 선정되었다.

작품의 구성을 보면 붉은색 미끄럼틀을 그대로 전시공간에 설치하여 일상에서 흔히 마주칠법한 친숙한 대상을 배치공간의 변화를 통해 낯설게 바라보게끔 유도하고 있으며 미끄럼틀의 가운데 부분을 기하학적인 냉담함을 드러내며 시멘트를 연상시키는 장벽을 삽입함으로써 하나의 미끄럼틀이 2개의 독립적 부분으로 된 것처럼 바라볼 수 있도록 분할하고 있다. 놀이의 대상으로 간주되는 사물에 이물질질을 도입하여 유희와 냉소를 동시에 드러내는 차별한 조형에의 접근은 이 작품에 풍부한 '관념미'를 내재하게 한 중요한 요인이라 볼 수 있을 것이다. BIZart

글.  
오민수 작가 홍익대학교 동양화 박사 수료  
dat1127@naver.com

## 서민의 염원을 담은 민화

한국적인 정서를 포함하고 우리 민족의 시대상과 종교, 사상, 정서를 표현한 그림으로 민화를 들 수 있는데, 민화는 고대 벽화에서부터 현재까지 꾸준히 이어져오는 미술 장르로 우리 겨레의 생활양식이 미적 감정에 반영되어 표현된 장식적이고 실용적인 미술이라 말할 수 있다. 민화에 나타나는 상징성을 통해 나타난 미학적 요소와 우리 민족의 내면에 있는 생활 철학, 양식을 알아봄으로써 민화를 재해석하고 가치를 살펴보고자 한다.



1

### 자연과의 일치 보여주는 다차원 시점의 민화

민화라는 용어를 처음 쓴 사람은 일본인 야나기 무네요시로, 그는 1929년 3월 일본 교토에서 열린 민예품 전람회에서 '민속적 회화'라는 의미로 민화라는 명칭을 사용하기 시작했다. 1937년 2월 일본의 원간 <공예>지에 기고한 '공예적 회화'라는 글에서 민중 속에서 태어나고 민중에 의해 그려지고 민중에 의해 유통되는 그림을 민화라고 하자고 주장했다. 그는 민화의 범주와 창의성보다 실용성이 강조되고 몇 장씩 되풀이하여 그리는 그림이며 생활공간의 장식을 주목적으로 하는 민속적인 미와 상징성을 지니고 있는 그림이라고 규정하였다.

민화는 우리 겨레의 미의식과 정감이 솔직하게 표출된 옛 그림으로 오랜 역사를 통해 민간에게 전승되어 왔던 민요, 민담처럼 이름 없는 서민들에 의해 그려진 민속화이다. 이는 서민들의 일상 생활양식이라든지 관습 등에 바탕을 두고 발전했기 때문에 일회적인 창작이기보다는 반복적이고 형식화된 유형에 따라 계승되어 왔으며, 일상생활 공간을 장식하는 생활화로서 깊은 의미를 지닌다. 민화가 담고 있는 의미는 무병장수, 부귀다남, 입신양명 등을 바라는 인간의 본능적인 소망을 반영하고 있는데, 이러한 민화를 통해 우리는 그 당시의 생활양식은 물론 민족정서와 철학까지 파악할 수 있다.

민화는 장식적이고 주술적이며 실용적인 것에 많은 상징적 의미를 부여하고, 이를 위해 표현 방법이나 소재를 택하여 더욱 독특하게 발전되어 왔다.

그 특징들을 살펴보면, 첫째로 민화의 화면은 전후, 좌우, 상하, 고저에 대한 분명하고 일관된 다시점을 볼 수 있는데, 이는 민화를 그리는 자의 시점이 자연경관 속에 일치가 되어 그 속에서 이리저리 움직여 나아가는 다시점의 유동성을 보이게 된 것이다.

둘째로 민화에서는 원근법이 거의 무시되어 그려지고 있는데, 전문화가가 아닌 일반 서민들이 그렸기 때문에 우주나 세계에 대한 논리적이고 합리적인 시각이 결여되어 있었거나 무시하였을 것이다.

셋째로 민화에서는 시간성의 표현이 자유자재인 것을 볼 수 있다. 낮과 밤이 같이 그려지고 한 인간의 유년기와 청년기와 노년기가 하나의 화면 속에 그려지는 것을 말한다.

넷째로 민화는 정통 회화와는 다른 강렬한 원색을 사용한다. 화면에 등장하는 각 사물의 개별적 색상에 따라 가장 강렬하고 밝고 예쁜 색채를 각각의 색면에 칠해야 한다고 하는 목적에서 사용되었을 것이다.

마지막 특징으로는 사물을 평면적으로 그린 점을 들 수 있다. 민화 속 소재를 되풀이하여 그리는 과정에서 평면적인 처리가 모사하기 쉬웠기 때문에 그랬을 것이다.



2



3

1 작자미상, <민화 모란도10곡병풍> 중, 종이에 채색, 각 폭 174.2x48.0cm, 리움박물관

2 작자미상, <작호도\_ 까치호랑이>, 76x55cm, 조선민화박물관

3 윤리문자도

**모란, 연꽃, 까치, 호랑이 많이 그려**

‘모란도’는 부귀안락과 남녀화합을 상징하고 있으며 문벌이 높은 집안에 혼례식의 대례병으로 많이 사용 되었다. 연꽃은 원래 불교의 설화에서 유래한 것으로서 진흥당 속에서 살면서도 언제나 깨끗하고 아름다운 꽃을 피운다고 하여 세파에 물들지 않은 청아함과 고결한 모습을 간직한 군자에 비유되었으며 무지의 세계에서 참다운 진리를 꽃피우는 불교적인 지혜의 상징화이기도 하다.

연꽃이 불교의 대표적인 꽃이기는 하지만 민화에서는 그러한 의미는 사라지고 원앙 등의 조류와 함께 등장하면서 음·양 화합의 황홀경을 고조시키는 역할을 하고 있고, 모란만큼이나 민화의 소재로 많이 등장하는 꽃이다. 연꽃은 고대 여러 민족들의 문화 속에서 태양을 상징하는 꽃으로 상징되기도 했는데, 이러한 고차원적 상징성은 사라져 버리고 그 대신 집안을 아름답게 장식하기 위한 화려한 장식화로서의 역할을 하게 되었으며 주술적인 의미로 그려지게 되었다.

까치와 호랑이가 함께 등장하는 ‘작호도’는 까치와 호랑이가 어떤 특별한 관계를 유지하고 있는 것처럼 유형화되어 있는 그림이다. 까치 호랑이 그림은 민화에서 자주 등장하는 주제의 그림인데, 화면 중앙에 크게 호랑이가 그려지고 그 옆 소나무 가지 위에 앉아 있는 까치가 한 마리 내지 두 마리 그려진 그림이다.

호랑이의 모양은 해부학적 비례가 무시된 채 자유롭게 변형되어 그려져 있고, 호랑이 몸의 털과 독특한 장식 무늬는 비교적 섬세하게 그려졌다. 이렇게 호랑이의 모양이 해부학적 비례 관계로부터 자유로웠기 때문에 까치 호랑이 그림의 호랑이 형상에서 우리는 풍부한 인간적 정서를 느낄 수 있다. 어떤 호랑이 얼굴은 엄한 옛날 할아버지 같은 표정을 하고 있기도 하고, 해학적이거나 바보스런 표정 내지 구수하고 소박한 느낌을 주는 호랑이의 다양한 얼굴 표정을 우리는 민화에서 볼 수 있다.

글씨 그림은 우리의 옛 조상들이 세상을 살아가는 데 있어서 반드시 지켜야 할 윤리덕목(倫理德目)을 주제로 한 글씨위에, 그에 어울리는 그림을 그려 넣어 완성한 그림이다.

효(孝)·제(悌)·충(忠)·신(信)·예(禮)·의(義)·염(廉)·치(恥)는 유교적 전통사회에 있어서 인간 내지 사회윤리의 기본 덕목이며 부모님께 효도하고, 형제간에 우애 있으며 인간내지 사회윤리의 기본 덕목이며 부모님께 효도하고, 형제간에 우애 있으며, 나라에 충성하고, 사람과 사람 사이에 믿음이 있어야 하며, 예의 바르고 의리가 있으며, 청렴·정직하면서 잘못된 행동을 부끄러워하고 바로 잡아야 한다는 뜻의 글자인 것이다. BIZart



글.  
아트편집팀  
artbrunch@naver.com

# Andy Warhol & Edie Sedgwick 앤디워홀&에디 세즈윅



1 앤디워홀의 영화  
<팩토리 걸> 포스터

2 패션잡지 보그(Vogue)모델로 활동한 에디 세즈윅



그리스 신화에서 미술, 음악, 연극, 문학 등의 예술 활동을 상징하는 여신이 '뮤즈(Muse)'다. 제우스의 딸들인 9명의 여신들은 예술가들에게 영감을 선사하는 것으로 알려져 있다. 지금도 많은 예술가들은 자신의 삶과 작품에 영감을 줄 뮤즈를 찾는다.

동성애자로 알려진 팝아티스트 앤디워홀(Andy Warhol, 1928~1987). 그의 뮤즈는 바로 에디 세즈윅이다. 그녀는 짧은 숏컷 헤어에 스모키한 화장, 오른쪽 뺨 위의 점까지 마릴린 먼로를 쏙 빼닮았다는 평을 받았다. 부유한 법조 집안에서 태어난 그녀는 집안 대대로 이어져오던 정신병력 때문에 고통스러워한다. 결국 집을 나온 세즈윅은 뉴욕의 한 연회장에서 운명처럼 앤디워홀을 만난다. 워홀 또한 자신의 뮤즈임을 직감하고 그 자리에서 그녀를 유혹한다.

워홀은 자신의 뮤즈를 위해 몇 편의 영화(팩토리 걸, 뷰티 넘버 투 등)를 제작하기도 했다. 세즈윅의 일대기를 그린 '팩토리 걸'은 흥행에 성공하지 못했지만 세즈윅을 스타 반열에 오르게 하기는 충분했다. 에즈윅은 워홀과 불꽃같은 사랑을 나누며 시대의 패션 아이콘으로 등극한다. Vogue를 비롯한 여러 패션 잡지에서 그녀를 앞다퉈 다뤘다. 독특한 헤어와 메이크업 그리고 트레이드 마크였던 진한 인조눈썹과 상들리에 귀걸이는 새로운 패션 트렌드를 만들어내기도 했다.

그러나 화려하고 사치스러운 생활도 잠시. 에즈윅이 당시 최고의 명성을 구가하던 밥 딜런(Bob Dylan)과 사랑에 빠지면서 워홀과의 관계는 파국에 이른다. 그러나 밥 딜런이 기혼자라는 사실을 알게 되며 에즈윅은 연이은 실연에 빠진다. 워홀의 팩토리로부터 벗어나 더 자유로워지고자 했던 에즈윅은 연이은 사랑에 실패하고 마약 중독자가 되어 그동안 쌓았던 명성과 부를 모두 잃고 만다. 1971년 여름, 재활센터에서 만난 마이클 포스트(Michael Post)와 결혼에까지 이르지만 그 해 11월 약물 중독으로 세상과 작별을 한다. 당시 그녀의 나이는 28세였다. 앤디워홀이 에디 세즈윅을 위해 만든 영화 <팩토리 걸>의 시작은 워홀의 담담한 독백으로 시작한다.

“그 누구보다 나를 매료시켰던 사람이 있다. 그때 그 감정은 사랑이었다.”