

# “차별화된 IT서비스 통해 최고 SI 기업 도약”

## ㈜비온시이노베이터

시스템통합 기술로 맞춤형 컨설팅 공공기관 등 관리 프로그램 운영 전기차 충전인프라 등 사업 확장 노하우 공유 플랫폼 ‘협공’ 구축

“정보를 갖고 있는 것만으로 경쟁력이 있던 시대에서 이제는 정보를 어떤 방법으로 공개하고 활용하느냐에 따라 가치가 결정되는 시대를 살고 있습니다. 저희는 체계적이면서도 효율적인 시스템과 솔루션으로 고객사에 한 걸음 앞서있는 정보 기술을 제공할 것입니다.”

자원을 통합·관리할 수 있는 정보 시스템 서비스를 구축하고 제공하고 있는 광주기업 (주)비온시이노베이터가 최근 AI (인공지능) 기술을 접목한 훈련 시스템 등을 개발하며 지역을 넘어선 경쟁력으로 주목받고 있다.

지난 2006년 창립된 마루정보기술을 전신으로 이듬해 광주 첨단산단에 자리를 잡고 지역 정보산업 발전에 기여해온 IT기업 비온시이노베이터는 영역별 맞춤형 전문 서비스 구축 및 컨설팅 제공을 비롯해



김용수 비온시이노베이터 대표가 28일 광주 북구 대촌동에 소재한 광주사무소에서 소방 시설·장비 3D 객체 데이터에 대해 설명하고 있다.

에너지 저장장치 제조와 AI 적용 시스템 개발로 지역 4차 산업을 주도하고 있다.

비온시이노베이터는 현재 광주시, 전남도, 전남도교육청 등을 비롯 한국전력공사, 한국농어촌공사, 한국방송통신전파진흥원 등 나주 혁신도시 주요 공공기관의 정보 시스템 운영과 유지 관리를 위탁, 운영하고 있는 등 안정적인 기술력으로 인정받고 있다.

비온시이노베이터는 이처럼 탄탄히 구축된 SI(시스템통합)를 기반으로 빅데이터와 AI를 활용한 솔루션을 구축하는 등 사업을 확장하고 있다.

특히 지난해 개발된 소방 시설 및 장비 3D 객체 데이터와 AI 모델은 올해 신규 데이터를 구축 중으로 현재 비온시이노베이터 기술연구소에서 AI 분야 중 가장 주목을 받고 있다.

이다.

이는 메타버스 환경에서 공공 활용 목적으로 소방 시설 및 장비 관련 3D 객체 데이터를 구축해 관련 데이터를 활용할 때 발생하는 불필요한 비용 및 시간을 감소시키기 위해 개발됐다.

6가지 카테고리에 480종, 30만건의 3D 객체 및 모델링 라벨링을 데이터화해 객체데이터와 AI 모델을 통해 개발된 VR 소방훈련 콘텐츠로 현장체험 콘텐츠를 만들 수 있고 해당 콘텐츠에서는 화재 진화, 구조, 대피 훈련 등을 진행할 수 있다. 훈련 결과는 웹 기반 플랫폼을 통해 분석 및 피드백까지 제공해 관련 분야에서 주목을 받고 있다.

이와 함께 환경과 미래를 위한 에너지 서비스 분야에서의 사업 확장도 모색하고 있다.

ESS 설비 관리 컨설팅 등 에너지 관리 는 물론, 전기 충전 인프라 구축을 통해 통합 관리 서비스도 제공한다. 실제로 롯데 정보통신과의 협력을 통해 최근 3년간 롯데마트 12건, 홈플러스 5건 등 전기차 충전 인프라를 구축한 바 있다.

직원 수 102명으로 지난 2015년 매출액 160억원에서 2019년 235억원, 지난해

314억원 등 꾸준히 규모를 키워온 비온시이노베이터는 올해 매출액 목표치를 330억원으로 설정하고 시스템 연구·개발에 매진하고 있다.

최근 비온시이노베이터 기술연구소에서 특허와 프로그램을 등록한 제조기술 공유 및 기업간 협력을 위한 공유 플랫폼 ‘협공’도 주목할 만한 플랫폼이다.

제조기술의 경우 기업간 공유가 어렵고 최근 한 기업 내에서도 기술 전수 과정에서 어려움을 호소하는 경우가 많아짐에 따라 제조업체 간 기술 노하우를 공유하고 협업이 가능한 서비스를 제공하기 위해 만들어졌다.

우선적으로 광주·전남권 제조업체들의 기술과 각 분야 전문가들의 노하우 500여 건을 담아내고 있다.

김용수 비온시이노베이터 대표는 “향후 ‘협공’ 플랫폼을 통해 제조기술에 국한되지 않는 서비스업 등 다양한 분야에 접목한 노하우 데이터를 지속적으로 구축, 경쟁력을 쌓아나갈 계획이다”며 “고객사의 IT 역량 강화를 위해 차별화된 최고의 IT 서비스로 고객 만족을 실현하는 기업이 되겠다”고 말했다.

글·사진=곽지혜 기자 jihye.kwak@jnilbo.com

## 보해양조, ‘MZ세대’ 겨냥 ‘설빙 흑임자순희’ 출시

### 설빙·홈플러스와 콜라보 전국 홈플러스 단독 판매

보해양조는 디저트 카페 ‘설빙’과 콜라보레이션을 통해 ‘설빙 흑임자순희 (750ml/5도)’ 막걸리를 출시했다고 28일 밝혔다. 신제품은 지난해 4월 출시 당시 2주만에 홈플러스 막걸리 카테고리에서 매출 1위를 기록했던 ‘설빙 인절미순희’의 후속 제품이다.

흑임자순희 막걸리는 설빙의 웰빙빙수 3종 중 하나인 ‘흑임자찰떡설빙’의 핵심 원료인 흑임자와 100% 우리쌀 순희 막걸리를 블렌딩해 개발했다. 순희는 막걸리 특유의 텁텁함이 적어 깔끔함을 추구하는 젊은 소비자들에게 인기가 높다. 여기에 구수한 흑임자가 더해져 한층 더 풍부한



맛과 향을 경험할 수 있다. 낮은 온도에서 오랜 시간 발효시키는 보해양조의 파스타르 공법을 이용해 12개월까지 장기 보관이 가능하다.

지난해 설빙과 협업해 설빙 인절미순희 막걸리를 선보였던 보해양조는 단순히 소비자 호기심을 끄는 상품을 넘어서는 특별한 제품 개발에 힘쓰고 있다.

이를 위해 기획 단계부터 설빙과 레시피에 대한 협의를 거쳤다. 그 결과 보해양조의 기술력에 설빙 인절미빙수의 특성을 충분히 담아낸 설빙 인절미 순희 막걸리가 탄생했다.

최권범 기자

## ‘회원사 급증’ 광주경총, 회관 건립 추진 ‘주목’

### 올해부터 100억 규모 기금 조성 양진석 회장 취임후 70곳 가입

최근 취임한 양진석(사진) 광주경총 회장(광주경총) 회장이 그동안 숙원사업이었던 광주경총회관 건립 의지를 내비쳐 주목된다.

28일 광주경총에 따르면 양 회장은 경총회관 건립을 추진하기로 하고, 올해부터 100억 규모의 회관 건립기금 조성에 나설 계획이다.

기금이 조성되면 200~300억 규모의 회관 건립이 가능할 것으로 보고 있다.



지난달 15일 양 회장 취임 이후 한달여만에 회원사도 크게 늘고 있다.

광주경총은 양 회장 체제 이후 회원사 70여 개를 신규 가입시키면서 회원사가 총 370여개로 늘었다.

양 회장은 회원사를 올 연말까지 회원사를 500개로 확대하고 2025년까지는 700개로 늘리겠다는 목표도 제시했다.

광주경총은 또 정부·지방자치단체 위탁 사업을 지난해 6개에서 올해 10개로 늘린

다는 계획이다.

오는 2025년까지는 15개로 확대한다는 목표도 세웠다.

양 회장은 특히 ‘호남권을 대표하는 최고의 경영자 단체’를 비전으로 제시하고 회원사 성장과 발전, 노사협력을 위해 집중지원한다는 계획이다.

지역 경제계 한 인사는 “양 회장이 취임한 이후 공격적인 행보를 보이고 있어 주목을 받고 있다”면서 “경영자 단체로서 위상강화와 정체성 확립을 위한 양 회장의 의지가 드러나고 있다”고 말했다.

곽지혜 기자

## 소비자물가 최근 10년간 광주 16.7%·전남 17.3% 상승

광주지역 소비자물가가 최근 10년 새 16.7% 오른 것으로 나타났다. 전남은 17.3% 상승했다.

28일 호남지방통계청이 발표한 최근 10년간(2012~2022) 광주·전남 소비자물가 동향에 따르면 지난해 광주 소비자물가지수는 107.78(2020=100)로 2012년 대비 16.7% 상승했다. 이는 전국 상승률 17.3%에 비해 0.6%p 낮다. 7개 특·광역시 중에서는 대전, 울산에 이어 세번째로 낮은 상승률이다.

10년간 연평균 상승률은 1.6%이며, 코로나19와 국제적인 환경 변화 등으로 최근 2년간 상승률이 7.8%(2021년 2.6%, 2022년 5.1%)로 높게 나타났다. 생활물가지수는 2012년 대비 16.6% 상승한 109.98(2020=100)였다. 식품은 29.6%, 식품이외는 10.4% 각각 상승했다. 신선식품지수는 2012년 대비 28.1% 상승한 115.76(2020=100)였다. 신선어

개 36.3%, 신선채소 37.6%, 신선과실 16.6% 각각 올랐다.

지출목적별로 2012년 대비 주류 및 담배(66.0%), 식료품 및 비주류음료(31.1%), 음식·숙박(29.5%) 등이 많이 상승한 반면, 통신(-5.5%)은 하락했다.

지난해 전남지역 소비자물가지수는 108.43(2020=100)으로 2012년 대비, 17.3% 상승했다. 전국 9개 도 중 제주, 강원, 경기도에 이어 네 번째로 높았다.

10년간 연평균 상승률은 1.6%이며, 최근 2년간 상승률은 8.4%(2021년 2.6%, 2022년 5.7%)로 높게 나타났다. 생활물가지수는 2012년 대비 17.3% 상승한 110.14(2020=100)로, 식품은 31.0%, 식품이외는 10.2% 각각 상승했다. 신선식품지수는 2012년 대비 26.3% 상승한 108.50(2020=100)으로, 신선어개 26.9%, 신선채소 28.8%, 신선과실 20.5% 등이 각각 올랐다.

곽지혜 기자

## 세정홍보·애로사항 청취

광주지방국세청은 28일 사단법인 하남산업단지관리공단 초청으로 관리공단 2층 소회의실에서 입주기업 대표 등 10여 명과 함께 현장소통 간담회를 개최했다. (사진)

이날 간담회에서 운영석 청장은 “복합 경제위기의 어려운 여건 속에서도 일자리 창출에 기여하고 지역 경제 활성화에 노력하는 입주기업 대표들의 노고에 감사드린다”면서 “경제회복을 지원하기 위해 다각적인 세정지원을 실시하고, 기업 현장의 애로·건의사항을 경청해 세정에 적극 반영, 경영에만 전념할 수 있는 세정환경을 조성해 나가겠다”고 밝혔다.

간담회에 참석한 기업 대표들은 △복잡하고 어려운 세무문제를 해소할 수 있는 절차·제도 △해외투자 관련 세금문제와 유의할 사항 안내 △기업상속규제 요건 완화 △세무조사 부담 완화 등을 건의했다.



이에 윤 청장은 “연구인력개발비 세액 공제 사전심사와 중소기업에 대상으로 다양한 세무컨설팅을 제공해 납세자가 실질적인 혜택을 받을 수 있도록 노력하고, 현장소통을 통해 유용한 세무정보와 유의할 사항을 적극 안내하겠다”며 “어려운 경제 상황을 감안, 컨설팅 위주의 간편조사를 실시해 세무조사의 부담을 최소화하는 한편, 연초 신실한 미래성장 세정지원센터

를 통해 수출 중소기업 등을 대상으로 최대한의 세정지원을 실시하겠다”고 답했다.

박흥석 하남산업단지관리공단 이사장은 “광주국세청이 현장소통으로 기업의 애로사항을 청취하고 세정에 적극 반영하겠다는 데 대해 감사드리며, 앞으로도 지역경제에 도움이 되는 세정을 펼쳐주길 당부드린다”고 말했다.

최권범 기자