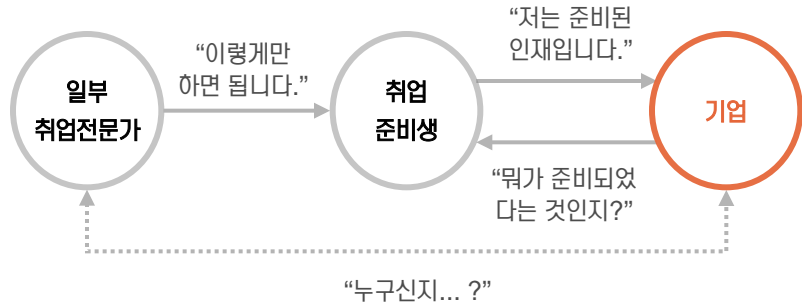


국내 취업 시장의 현실

취업 이해 당사자 간 ‘준비된 인재’ 를 바라보는 시각차이가 큼니다.

기업에서 요구하는
실전형 인재상에
부합하지 못한
지원자들이 양산되고
있는 것이 현실입니다.



일부 취업전문가

“논리적이어야 한다. 차별화하라.
회사에 대한 관심과 열정을 보이고,
긴장하지 마라. 답을 알고 있다고 생각하지 않으니
최선을 다하라.”

전문성 결여, 구체성 부족

현업 경험 부족으로 전문성이 떨어지며,
변하고 선언적인 내용만 반복하여 강조.

취업준비생

“자격증 3개 이상은 기본.
어학연수와 경영학 부전공은 필수,
공모전 입상 경력은 반드시 갖추어야.
인턴 경력은 많으면 많을 수록 좋다.”

부정확한 정보의 홍수 속 방향

남들 하는 것은 다해야 한다는 압박감에
결국 주변 구성원들과 동질화 되어가는 실정.

기업

“지원자들의 스펙은 갈수록 화려해지고 있고 열심히
노력한 흔적은 보이지만, 대부분 고만고만하여
차별성이 없다. 우리 회사에 대해 정말 알고 있는지
의문스럽다. 오히려 조금이라도 준비가 되어 있으면
돌보이는 경우가 허다하다.”

바로 실무에 투입 가능한 실전형 인재 물색

입사 결정의 주체는 기업의 실무진이며, 이들이 고민하는
부분에 대해 지원자가 얼마나 이해하고 있는지가 판단의 가장
중요한 잣대

많은 기업의 인재상에는 ‘전문성’ 이 있으며, 실무자들 역시
입사 후 바로 함께 업무 수행이 가능한 인재를 높이 평가

진정으로 학생들에게 필요한 것은 “업(業)”에 대한 이해
지원자들의 적합성 판단을 위해 던지는 질문에 정답은 항상 존재합니다.

지원자 적합성 판단 Key Criteria

우리와 잘 어울리겠는가?

예) 어떤 손님이 타 은행보다 금리가 낮다고
행패를 부리고 있다면, 어떻게
대처하겠는가?

인성, 문제/상황 판단 질문들은 단순히
지원자의 열정과 순발력 파악이 아니라

회사와 산업의 문화를 제대로 이해하고
있는지, 사고와 행동양식 및 의사결정
능력이 업계에서 받아들여질 수 있는
수준인지를 가늠하기 위함입니다.

우리와 함께 일하는데 문제가 없는가?

예) 달러화 대비 원화절상이 해운업에 미치는
영향은 무엇인가? 그 영향과 대응방향에
대해 말해보라.

산업 및 기업의 이슈, 실무 관련 질문들은
지원자의 논리성과 창의성 파악이 아니라

회사와 산업의 구조, 특성 및 동향 등을
얼마나 파악하고 있는지, 그리고 향후
현업자들과 함께 효과적으로 업무를 수행할
수 있는지 여부를 평가하기 위함입니다.



SeeMore는 산업 및 학계 전문가 집단으로서,
실제 관련 영역 전문가들이 직접 작성한 콘텐츠를 제공하고 있습니다.

경영
컨설턴트

+

산업
전문가

+

학계
전문가

기업 전략 관련 프로젝트
수행, 각종 문제해결
방법론 보유

실제 산업에서 Field
Knowledge 기반의
전문지식 보유

영어, 이공계 전공지식 등
학교와 실무의 중간다리
역할

seeMORE는 무엇이 다른가?

Field Insight 배양 및 내재화를 통한 응용력 극대화에 초점을 두고 있습니다.

1

20여 명으로 구성된 현업 전문가 집단 seeMORE Expert Network

채용 **Coordinator**에 불과한 인사팀 출신이나 대입 학원 강사들로 구성된 경쟁사들과는 달리, 실제 인재 선발 과정 참여 경험을 보유한 전·현직 업계 실무진이 직접 참여

- Accenture, Arthur D. Little, A.T. Kearney, Bain 등 글로벌 전략 컨설팅 회사 전·현직자
- 신한은행, 우리투자증권, 삼성선물 등 Major 금융계 출신 전·현직자
- POSCO, KT, 삼성전자, 현대자동차 등 국내 20대 대기업 전·현직자

2

업계 유일의 취업 기출 문제 풀이 방법론 및 모범 답안 제시

뻘하고 선언적인 내용만 반복하는 경쟁사들과는 달리, **seeMORE Expert Network** 내 전문가들이 기업 및 산업 특성과 최근 이슈 등을 고려한 모범 답안 제시

- 기업과 산업의 속성상 지속·반복적으로 물어볼 수 밖에 없는 실무/역량/PT 면접 기출 문제에 대해 구체적인 접근 방법과 모범 답안을 제시하여 지원자들의 응용력 극대화
- 동일한 인성 질문이라고 할 지라도 기업과 산업의 특수성을 반영하여 지원자가 차별화 될 수 있는 답변 가이드 및 모범 답안 제시

3

5,100여 건 이상의 seeMORE 독점 콘텐츠 보유

seeMORE에서 제공하는 모든 콘텐츠는 전문가들이 직접 작성 및 검증하였으며, 철저한 저작권 관리를 통해 이용자만의 차별화된 경쟁력 배양

- 회사/산업 분석, 영문레주메, 게스트메이션 등 모든 핵심 콘텐츠는 전문가들이 직접 작성하였으며,
- 면접후기, 자기소개서 사례 등의 정보성 콘텐츠에 있어서도, 취업준비생의 불안 심리 조장 목적 또는 기취업자들의 영웅심리 등으로 왜곡된 내용을 양산해 내는 일부 업체 및 커뮤니티들과는 달리, 실제 경험자 대상의 1:1 인터뷰를 통해 검증된 정보 제공

Appendix

1-1. 서류면접준비 A. 인성관련 질문

Sample

회사 및 직무에 대한 이해도 관련 질문

Selective

기출 문제 풀이



우리 회사에 들어오려면 요구되는 것이 무엇이며, 당신은 무엇을 준비 했는가?

[예시답안]

[Option - 기아차 사례]

기아차는 피터슈라이어 영업 이후 국내에서 처음으로 본격적인 패밀리룩을 완성하였으며, 세계에서 통하는 수준의 디자인 경쟁력을 확보 했다고 생각합니다. 동시에 독자 엔진을 바탕으로 최고의 품질 수준을 보유하고 있으며, 세계적으로 인정받고 있는 상황입니다. 또한 해외 생산거점을 공격적으로 늘리고 있는 상황으로 알고 있습니다.

이런 상황에서 기아차는 두 가지 측면의 역량이 되는 인재를 확보해야 한다고 생각합니다. 첫째, 생산과 관련된 역량입니다. 이는 곧, 지금의 늘어나는 생산량에 효과적으로 대응할 수 있는 생산 인력과, 늘어나는 생산만큼 중요해지는 품질을 유지할 수 있는 품질 관리 인력이라고 생각합니다.

두 번째는, 이러한 생산량이 향후에도 지속적으로 계속될 것이 아니기 때문에 지속적인 성장을 위한 향후 먹거리를 찾는 미래지향적인 역량입니다. (※ 전문가 들은 향후 자동차 회사들의 공격적인 투자로 인해서, 공급초과 현상이 발생할 것이라고 예상하고 있습니다.) 배부를 때 먹이를 준비하라는 이야기도 있듯이 기아차가 미래를 위한 투자를 해야 한다면 그 시기는 바로 지금일 것입니다. 특히나, 유가의 상승과, 기후변화에 대한 우려, 그리고 그와 관련된 각종 규제가 날로 심해지고 있는 지금, 현재의 내연기관 자동차가 언제까지 지금의 성장세를 유지할 것인지는 의문이 듭니다. 따라서, PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle)등 앞으로 자동차 업계의 판도를 바꿀 수 있는 미래지향적인 자동차의 개발에 집중할 필요가 있다고 봅니다. 따라서 배터리 기술, 관련된 power train, 경량화 소재 등의 영역에의 역량이 요구된다고 봅니다.

저는 이런 요구되는 역량에 있어 타 지원자 대비 경쟁력을 가지고 있습니다. 먼저 학창시절

Appendix

1-1. 서류면접준비 B. 문제해결 및 상황판단

Sample

문제해결

Selective

기출 문제 풀이



처음 거래하는 기업과의 납기 약속 날이 내일 모레인데 사양에 문제가 생겼다. 납기를 제때에 못하면 신용에 문제가 생긴다. 그리고 문제 해결하는데 최소 15일이 걸린다. 이럴 때 사양을 맞추는 것이 중요한가? 납기일을 맞추는 게 중요한가?

[예시 답안]

결론은 사양을 맞추는 것이 납기일을 맞추는 것 보다 더 중요합니다. 물론 기업간 거래의 핵심은 제대로 된 제품을 제 날짜에 납품하는 것입니다. 여기서 제 날짜라는 것은 제대로 된 제품을 가정한 것입니다. 사양에 맞지 않는 제품이라는 것은 납기일에 맞추든 맞추지 못하든 납품의 의미가 퇴색된다고 생각합니다.

구체적으로 B2B거래에서 두 가지 이유 때문에 사양(품질)을 맞추는 것이 더 중요하다고 생각합니다. 첫 번째는, 신뢰의 문제입니다. 만약 납기일을 맞추고 사양을 맞추지 못한다면, 이는 제품 생산 자체에서 오는 근본적인 신뢰에 금이 가게 됩니다. 이것은 제품(부품)의 개발 능력과 직결되는 것으로 지속적인 거래관계를 이어가기가 어렵다고 봅니다. 불량 제품은 아무리 납기일에 맞추어 납품한다 한들 무슨 소용이 있을까 생각합니다. 그렇지만 제대로 된 제품을 제공하되, 스케줄링에 실패한 경우라면 이는 일정 부분의 신용에 문제가 생길지는 모르나, 차후의 지속적 계약을 위한 다양한 장치를 통해 납기 보증을 한다면 계약의 지속성의 여지는 남아 있다고 봅니다.

두 번째는, 비즈니스 차원입니다. 사양에 맞지 않은 제품은 이후 완제품 출하 과정에 그야말로 치명적인 문제점을 계속 안고 가게 됩니다. 구체적인 불량률의 원인을 밝혀내지 않은 이상, 어디서 어떤 문제가 터질지 모르는 상황이 생기므로, 해당 비즈니스 전체에 악영향을 주게 되는 최악의 상황도 생길 수가 있습니다. 즉, 사양이 맞지 않은 것을 납품한다는 것은 컨트롤 가능하지 않은 상황을 만드는 것이고, 반면 납기일은 초반에 시끄러울지 모르나 컨트롤은 가능한 상황인 것으로 일정 부분 협상을 통해 해결할 여지는 있다고 봅니다. 그렇지만, 기본적으로 품질과, 납기일을 반드시 맞추어야 할 터인데 그러지 못한 것에 대해서는 남은 2일이 다가오기 전에 빨리 고객사에게 그 상황을 정확히 알려서 함께 대책을 강구해야 할 것입니다.

Appendix

1-1. 서류면접준비 C. PT면접 및 실무 관련 질문

Sample

산업 (생명보험)

Selective

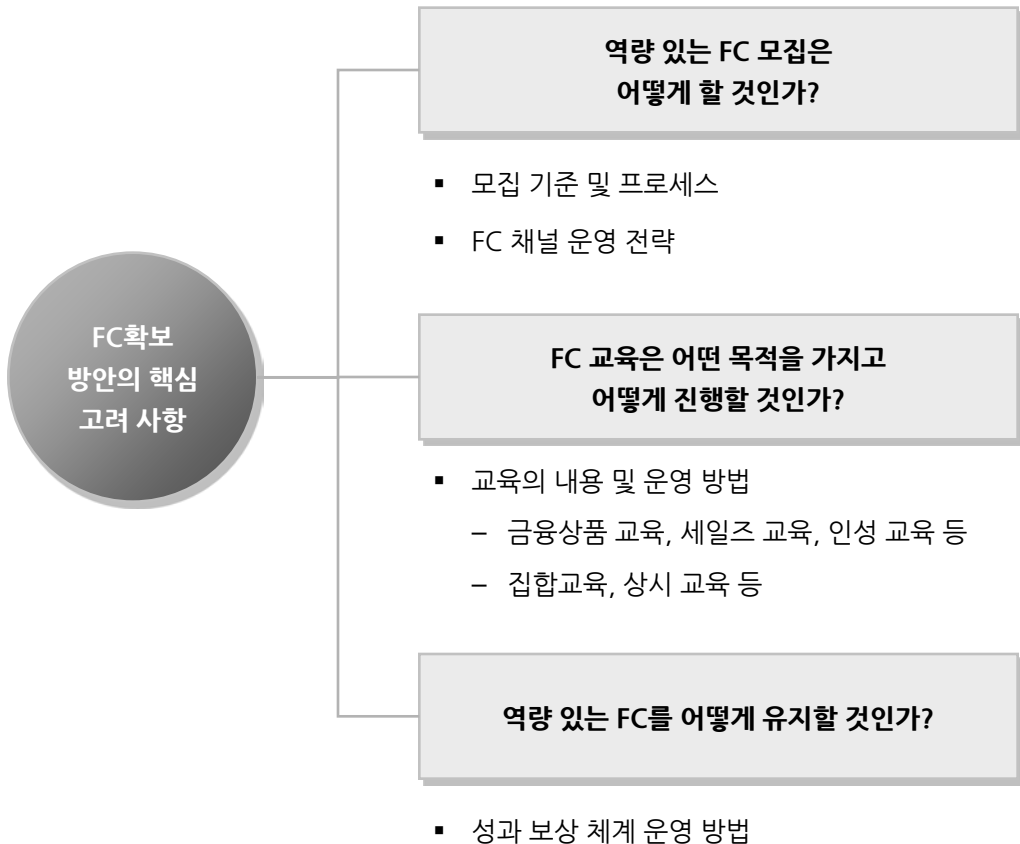


우수한 FC (Financial Consultant 재정 설계사)를 확보하기 위한 효율적인 방안에 대해서 말해보시오.

[Approach]



FC 확보 방안을 단순히 모집 측면이 아닌, 교육과 유지 측면까지 확장하여 고려하라.



[예시 답변]

보험사업의 핵심 경쟁력은 상품개발 역량보다도 ‘효율적이고 효과적인 판매채널 보유’라고 해도 과언이 아닙니다. 보험상품의 특성상 Push 형태의 영업이 필연적이며, 그로 인해 우수한 FC역량 보유가 판매 채널 전략의 핵심이라 볼 수 있습니다. 따라서, FC모집 (생보사의 직원이 아니기 때문에 채용이 아님) → 교육 → 유지 (성과보상을 포함하는 개념) 프로세스를 탁월하게 운영할 때 우수 FC를 지속적으로 확보할 수 있을 것이라 사료됩니다.

모집 :

단순히 생계 수단으로 FC를 하고자 하는 사람이 아닌 자질과 역량을 갖춘 예비 프로페셔널을 유치하고 필터링 할 수 있는 역량이 필요합니다. 따라서, 기업체의 채용 프로세스와 유사한 search, 권유, 필터링의 프로세스가 운영되어야 합니다. 특히, 아직까지 FC의 접근을 부담스럽게 느끼는 고객들이 많기 때문에 FC에게는 본인을 단순 sales 인력과 차별적으로 인식하는 소명감, 고객 중심의 사고, 엄격한 자기관리가 필수적입니다. 그러므로, 이러한 프로의식과 자세를 갖춘 신규 FC나 경력직 FC를 선별해 내는 것이 중요하다고 할 수 있겠습니다. 또한, 고객군을 특성별로 구분하고 목표 고객을 선정한 다음, 그와 연계된 FC를 유치하는 전략도 필요합니다. 예를 들어, 의사/변호사 등의 고소득 전문직을 목표고객으로 선정할 경우, 해당고객 유치경험이 있는 FC를 모집하는 등의 움직임이 필요할 것입니다.

교육 :

보험 상품 판매를 위해서는 복잡한 보험상품 뿐만 아니라 다른 경쟁 금융상품, 자본시장, 부동산 시장 등에 대한 이해가 필요합니다. 특히, 최근 자통법 시행 이후 금융지주사를 중심으로 복합금융상품 판매가 활성화되고 있으며, 고객들 역시 통합 패키지 상품을 선호하는 경향이 강해지고 있기 때문에, 금융상품에 대한 지식은 FC의 필수요소라고 할 수 있겠습니다. 따라서 관련 체계적 교육 프로그램을 집합적, 상시적으로 운영해야 한다고 생각합니다. 특히, 상시 교육의 경우 온라인과 스마트폰을 활용한 금융상품 및 금리, 부동산 경기에 대한 정보를 실시간으로 제공하는 것을 고려해 볼 수 있습니다. 뿐만 아니라, FC는 해당기업의 얼굴이므로 이미지 메이킹, 접근방식, 의사소통 스킬 등의 전문적인 교육도 필요합니다. 이러한 교육을 통해 FC의 역량 제고는 물론 OO생명에 대한 로열티도 어느 정도 확립시킬 수 있을 것이라 사료됩니다.

유지 :

FC를 유지하는데 있어 가장 중요한 것은 바로 판매수당(수수료)을 보험계약의 유지와 연동시키는 것입니다. 그런데, 본인이 판 계약에 대한 판매보수를 장기간에 걸쳐 받는 것이 FC 입장에서는

Sample

건설-토목전공

Selective

72

연약지반(사질토) 굴착 시 발생하는 문제점을 설명하고 그 대책을 말하십시오.

[모범 답안]

연약지반은 토질의 성상 및 시공 상황 등에 따라 다르게 정의되나, 일반적으로 점토나 실트와 같은 미세한 입자의 흙이나 간극이 큰 유기질토, 또는 느슨한 모래 등으로 이루어진 토층으로 구성되어 있으며, 지하수위가 높고, 구조물 시공시 문제가 발생하는 지반을 말합니다. 연약지반은 흙의 전단강도가 약하기 때문에 시공시 안정성이 가장 문제가 되며, 하중이 주어질 경우 압밀침하 및 흙의 압축성으로 인한 침하가 발생할 수 있습니다. 또한 여러가지 원인으로 발생하는 동적 하중으로 인해 액상화가 일어나고, 굴착 시에는 보일링 및 파이핑과 관련된 투수성의 문제가 발생함과 더불어 주변지반의 침하로 이어질 수 있습니다. 따라서 연약지반 굴착 시에는 보일링 및 파이핑과 같은 현상에 대한 방지 대책과 더불어 공사 착수 이전에 충분한 지반조사 및 공사의 내용을 검토하고 배수, 용수처리를 포함한 지반개량 등의 조치를 취함으로써 재해를 방지하고 보다 효율인 시공이 될 수 있도록 하여야 합니다.

배수, 용수의 처리는 이에 대한 준비의 적정성에 따라 작업능률에 커다란 영향을 미칠 뿐 아니라 흙막이나 사면의 붕괴와 같은 재해와 관련된 작업의 안전에도 영향을 미치므로 시공 계획시에는 지하수위, 토질조사 등에 따라 계획된 굴착 깊이를 검토하고 유효한 대책을 사전에 세워야 합니다. 우선, 지하수위가 높아 토사붕괴 재해가 일어나기 쉬운 경우나 작업능률이 나쁜 수중에서의 터파기 작업을 피하기 위해서는 지하수위를 강하시키기 위한 연직배수공법을 채택하여야 합니다. 또한 사면배수는 절토, 성토, 자연사면을 흐르는 표면수나 사면으로부터 침출 하는 침투수(용수)를 배제하여 사면의 붕괴를 방지하기 위해 배수 하는 것으로 사면의 배수처리는 양쪽을 모두 방지할 수 있도록 계획되고 시공되어야 합니다.

다음으로 구조물을 조성하기 위해 연약지반을 굴착하는 경우에는 작업성이 나쁘고 흙막이벽이 붕괴하거나 주변지반이 침하하는 등의 문제점이 발생하므로 작업여건에 맞는 지반개량조치를 사전에 취하여야 합니다. 작업성을 확보하기 위한 지반개량에는 표층처리공법과 치환공법이 있고, 굴착작업에 필요한 지반개량에는 수직배수공법 (vertical drain 공법)과 석회파일공법이 있으며, 굴착공의 안정을 위한 지반개량에는 심층혼합 처리공법과 약액주입공법을 적용할 수 있습니다.

Sample

영문 Resume 가이드

Selective

3 Work Experience

Work Experience 작성의 핵심원칙 : SAR (Situation, Activities, Result)

국문 이력서와의 차이를 언급하며 지속적으로 강조한 바와 같이, Resume는 지원자의 경험을 빌어 역량을 검증하기 위함 그 목적이 있습니다. 따라서 '어떤 회사에서 일을 했는가'보다는 '어떤 일을 해서 어떤 성과를 이끌어 냈는가'가 훨씬 중요합니다. 이는 Work Experience 뿐만 아니라 다른 section 들의 주요내용을 서술 시에도 마찬가지로 적용되는 것이지만, 특히 Work Experience 를 기술할 때는 구체적인 수행업무와 수행성적을 간결하면서도 효과적으로 표현해야 합니다. 이를 위해서 반드시 지켜야 할 원칙이 바로 SAR입니다. 이는 내가 '어떤 상황에서 (Situation)', '어떤 업무를 수행했는데 (Activities)', '어떤 결과를 이끌어 냈다 (Result)' 라는 스토리 형태로 기술해야 한다는 의미입니다.

Situation 은 프로젝트 중심의 업무를 수행한 경우, 프로젝트 명을 기술해준다면 아주 쉽게 상황 설명이 됩니다. 또한 일반적인 대기업의 경우에서도 TFT (Task Force Team) 형태로 프로젝트를 수행했다면 부서명과 함께 프로젝트 명을 기술하면 됩니다.

Situation의 효과적 표현을 위한 Project명 기술의 예

| | | |
|-------------------------|---|---------|
| Sep. 20XX ~ May 20XX | Jae-il Company, New Biz team, Intern New Business Development Strategy • Analyzed the key buying factors of mobile handset customers for developing a new product launching plan. | NY, USA |
|-------------------------|---|---------|

※ 주의: 회사기밀 관련 부분. 프로젝트 단위로 업무를 수행하는 거의 모든 조직의 경우, (컨설팅과 같은 용역사라면) 해당 클라이언트와 피고용 회사, 프로젝트에 참여한 피고용사 직원 모두, (일반 대기업의 경우) 고용한 회사와 피고용자 간 기밀유지협약 (NDA - None disclosure agreement) 또는

Sample

황당면접 (Brain Teaser) 가이드

Selective

Q 국내 자동차 타이어는 총 몇 개 일 것 같은가?

접근 방법

전체 자동차 타이어 개수 = 현재 사용 중인 타이어 수 + 한 해 생산된 타이어 수 + 재고량
+ 수명 다한 타이어 수

국내 자동차 타이어 개수를 추정할 경우, 가장 먼저 생각해야 하는 것은 운행 중인 자동차에 부착된 타이어 이외에 자동차 타이어가 위치하는 곳을 파악하는 것입니다. 이후 각각의 타이어 개수를 추정한 뒤 이를 합산하여 구할 수 있습니다.

현재 사용 중인 타이어의 경우 차량 당 4개라고 생각할 수 있으나, 모든 차량에는 비상용 타이어가 비치되기 때문에 차량 당 5개의 타이어를 사용한다고 봐야 합니다.

한 해 생산되는 타이어의 개수를 구하기 위해서는 우선 타이어의 수명을 추정해야 합니다. 경험치에 근거한 가용 연수를 선택한 뒤 이를 면접관의 동의를 구하는 것이 바람직합니다. 만약 가용 연수가 3년이라면 한 해 생산되는 타이어 개수는 국내 전체 자동차가 사용하는 타이어의 1/3 로 보는 것이 타당할 것입니다.

재고량의 경우 타이어 수명과 마찬가지로 합리적인 수치를 선택하고 면접관의 동의를 구하면 될 것입니다.

가장 어려운 부분은 수명이 다한 타이어 개수를 구하는 것인데, 먼저 수명이 다한 타이어가 어떻게 사용되는지 생각해야 합니다. 일반적으로 수명이 다한 타이어는 토목공사 (예. 지반 다지거나 굴곡을 채우는데 사용)나 자전거 도로나 인도 포장 등의 목적으로 사용되거나 다시 자동차용으로 재생되기도 합니다.

도로 포장 시에는 타이어를 잘게 잘라 아스팔트에 혼합하는 등 모양이 변화되는 것이기 때문에 전체 타이어 개수에서는 차감되어야 합니다. 재생타이어의 경우 한 해 생산되는 타이어 수에 이미 포함되기 때문에 전체 타이어 개수를 구할 때는 계산 식에서 제외해도 무방할 것입니다.

토목공사, 재처리, 재생, 버리지는 타이어 등의 비율을 짧은 시간 내에 추정하는 것은 어렵기

때문에 면접관의 동의를 구하여 적당한 수치를 사용하는 것이 좋습니다.

풀이 및 해답

1. 현재 사용중인 타이어 개수 구하기

- 사용중인 타이어 개수를 구하기 위해서는 전체 자동차 수 추정이 필요
- 자동차는 자가용과 버스, 트럭, 택시, 업무용차 등의 상업용 차로 구성
- 자가용 자동차를 구하기 위해 국내 인구수 4천8백만명, 1가구 1승용차, 1가구 3인 가족을 가정하면,

$$\text{자가용 대수} = 48,000,000 \div 3 = 16,000,000 \text{ 대}$$

- 업무용 차량은 자가용의 50%라고 가정하면 (면접관의 동의 구할 것),

$$\text{업무용 대수} = 16,000,000 \times 50\% = 8,000,000 \text{ 대}$$

$$\Rightarrow \text{사용 중인 타이어 개수} = (16,000,000 + 8,000,000) \times 5 = 120,000,000 \text{ 개}$$

2. 한 해 생산된 타이어 및 재고량 구하기

- 타이어의 가용연수를 3년이라고 가정하면,
한 해 생산된 타이어 = 전체 사용 중인 타이어 개수 \div 3
 $\Rightarrow 120,000,000 \div 3 = 40,000,000 \text{ 개}$

- 이 중 약 15% 가 재고로 보관된다고 가정하면,
 $\Rightarrow 40,000,000 \text{ 개} \times 15\% = 6,000,000 \text{ 개}$

3. 수명이 다한 타이어 사용처 및 개수 구하기

- 수명이 다한 타이어 개수는 한 해 생산된 타이어 개수와 동일하다고 봐도 무방함
- 수명이 다한 타이어는 토목공사, 재생타이어 및 다른 용도로 재처리되어 활용되거나 폐차장이나 길거리에 버려짐
- 토목공사: 수명이 다한 타이어의 40%가 토목공사에 사용된다고 가정
 $\Rightarrow 40,000,000 \text{ 개} \times 40\% = 16,000,000 \text{ 개}$
- 재생타이어: 수명이 다한 타이어의 10%가 재생된다고 가정
 $\Rightarrow 40,000,000 \text{ 개} \times 10\% = 4,000,000 \text{ 개}$
- 재처리: 수명이 다한 타이어의 30%가 타 용도로 재처리된다고 가정
 $\Rightarrow 40,000,000 \text{ 개} \times 30\% = 12,000,000 \text{ 개}$

Sample

회사이야기 (LG상사 편)

Selective

LG상사는 어떤 회사인가 (30초 요약)

LG상사는 우리나라를 대표하는 종합상사로서, 동사의 사업포트폴리오 변화는 대한민국 산업 변화를 대변한다고 볼 수 있습니다. ‘비타민부터 미사일까지’라는 말이 있듯이, LG상사는 ‘시대가 원하는 물건이라면 무엇이든 판다’라는 사명 아래, 1970년대 가발부터 1990년대 철강, 석유화학 제품을 거쳐 2000년대에는 자원개발과 신재생 에너지분야로 사업포트폴리오를 변화시켰습니다. 이러한 끊임없는 혁신의 노력을 통해 IMF와 글로벌 금융위기 등 숭한 위기를 극복하는 종합상사의 가장 앞선 Role Model을 보여준다는 평가를 받고 있습니다.

현재 LG상사는 종합상사 중 가장 많은 자원개발 사업을 진행하고 있으며, 이미 무역에서 자원개발로 옮기는 데 성공했으며, LG그룹 내에서 자원개발을 수주, 수행, 관리하는 ‘프로젝트 오가나이저’ 역할을 하고 있습니다. 또한, 최근 석유, 가스, 광물, 원자재 무역이 점차 높아지고 있습니다.

약식 Profile

- 대표이사: 송치호 (2015년 5월부터 송치호 단독 대표 체제로 전환)
- 비전: “세계를 넘어, 글로벌 비즈니스 리더로 미래에 도전하는 Global Business Challenger”
- 사업영역: 자원개발, 산업재 및 원자재 무역
- 재무성과
 - 2012년: 매출 12조 7,938억원, 영업이익 2,055억원, 당기순이익 2,293억원
 - * GS리테일 지분 매각에 따른 일회성 이익 1,057억원이 당기순이익에 포함됨
 - 2013년: 매출 12조 727억원, 영업이익 983억원, 당기순이익 441억원
 - 2014년: 매출 11조 3,722억원, 영업이익 1,720억원, 당기순손실 137억원
 - 2015년: 매출 13조 2,245억원, 영업이익 817억원, 당기순손실 2,171억원

본 Appendix는 2010년~2016년 내용이 혼재되어 있으며, 회사 이야기 콘텐츠는 모두 2016년 내용으로 업데이트 되어 있습니다. 2016년 11월 말 현재

LG상사 개관

LG상사는 대한민국을 대표하는 종합상사로서 글로벌 네트워크를 바탕으로 국내외 주요사업의 수출입 역할을 수행하며, 국가 경제의 지속적인 발전에 기여해 왔습니다.

LG상사는 1953년 11월 락희산업(주)로 설립, LG그룹 계열사의 제품 원료 및 설비의 수입업무를 전담한 것으로 시작하였으며, 그 이후, 섬유, 신발, 생활잡화 등 소비재 품목을 중심으로 수출입 대행을 해오다. 1990년대 철강, 시멘트, 석유화학 등 중화학 공업 원자재 수입 및 제품 수출로 사업 영역을 확대하였습니다. 또한, 최근에는 자원개발, 해외국가간 거래, 신재생 에너지 등으로 사업 영역을 재편하고 있습니다.

이와 같이 LG상사는 시대가 원하는 품목을 찾아준다는 상사 비즈니스의 본질을 70년째 실행하고 있는 기업이며, 삼성물산, LG상사, 대우인터내셔널과 더불어 국내 기업 3대 평가받고 있습니다.

최근 LG상사의 움직임 중 가장 주목해야 할 부분은 바로 '에너지'입니다. 21세기는 국가간의 자원전쟁 양상이 심화되고 있습니다. 21세기 국가 경쟁의 인프라를 구성하는 반드시 필요한 자원들을 확보하는 것이 국가 경쟁을 두고 한 말입니다. 이에 따라, LG상사 역시 자원개발에 힘써 적극적으로 경쟁하고 있습니다. 특히, 석탄, 석유, 비철금속 등 에너지 자원을 개발 및 확보해 국내에 공급하거나 해외로 판매하고 있습니다.

또한, 에너지 자원을 개발 및 확보해 국내에 공급하거나 해외로 판매하고 있습니다. 또한, 에너지 자원을 개발 및 확보해 국내에 공급하거나 해외로 판매하고 있습니다. 또한, 에너지 자원을 개발 및 확보해 국내에 공급하거나 해외로 판매하고 있습니다.

이외에도 산업재 분야에서 전자, 석유화학, 철강 분야를 중심으로 트레이딩 및 투자를 통한 사업을 진행하고 있고, 전자 분야에서 국내외에서 생산하는 LCD패널, ODD(Optical Disk Drive) 등 IT관련 핵심부품의 트레이딩(Trading) 사업을 전개하는 등 고객에게 새로운 부가가치를 제공할 수 있는 다양한 아이템을 취급하고 있습니다.

참고) LG상사의 내수 사업 철수 및 사업 구조조정

LG상사는 자원개발사업에 조금 더 주력하기 위해 2011년 덤프트럭과 트랙터에 대한 판매 및 정비 사업을 영위하던 한국상용차를 매각한 데 이어, 카메라 및 디지털제품을 판매해 온 소규모 유통사업인 '픽스딕스(pixdix)'와 와인 수입유통사업 부문인 '트윈와인' 및 '지오바인'을 청산하였습니다.

각 회사들은 자회사의 형태로 운영되고 있었으나, 금융위기로 인한 수익성 악화

본 Appendix는 2010년~2016년 내용이 혼재되어 있으며, 2016년 11월 말 현재 내용으로 업데이트 되어 있습니다. 회사 이야기 콘텐츠는 모두 2016년 내용으로 업데이트 되어 있습니다.

1) 핵심역량 강화

Business Insight

LG상사뿐만 아니라, 모든 기업인 기업의 핵심역량으로서 정의하고, 가장 육성하고 싶어하는 부분이 바로 Business Insight입니다. Business Insight라 함은 시대의 흐름과 시장의 Dynamics를 읽을 줄 알고, 이를 대비하기 위해 어떤 행동을 취해야 할지를 미리 예견하는 능력입니다. '비즈니스 헤안'이라고도 표현하는데, 상사업무에서는 반드시 필수적이라 할 수 있습니다.

특히, LG상사와 같이 10년 단위로 비즈니스 포트폴리오가 급변하는 기업일수록 미래 ' '에 대한 끊임없는 고민이 필요하며, 그렇기 때문에 구성원에게 Business Insight를 것입니다.

Business Structuring

Business를 만들어가는 능력, 즉 Market Sensing, Structuring, Managing 등의 총체적인 역량을 포괄하는 개념입니다. Business Structuring은 기업 대행하는 형태의 상사시절에는 이러한 Business Structuring을 요구하는 Spec에 맞춰 물

그러나, 최근에는 Business Structuring으로서 역할이 강조되고 있기 때문에 Business Structuring은 예들 들어, 해외 광구 개발만 해도, 가능성 있는 Market Sensing(해외시장 조사)이 이뤄져야 하며, 프로젝트 건을 국가나 기업과의 협상을 통해 수주할 수 있어야 하기 때문입니다. 뿐만 아니라, 수주 후 기업에 필요한 역량을 어떤 업체로부터 소싱할 것인지, 필요한 자금은 어디서 조달할 것인지에 대한 면밀한 분석과 해결책이 있지 않으면 프로젝트 진행자체가 어려워 질 수 있습니다. 따라서, LG상사는 이러한 대형 프로젝트를 수주, 집행, 관리할 수 있는 역량을 기업의 핵심역량으로 정의하고, 관련한 인재를 채용 및 육성하고자 하는 것입니다.

Networking

네트워킹이야 말로 상사가 가진 본원적인 핵심역량이라고 할 수 있습니다. 최근과 같이 국내 대기업의 해외시장 진출이 적극적인 시대에는 상사의 역할과 비중이 커질 수 밖에 없습니다. 왜냐하면, 상사는 비즈니스 특성상 해외 법인은 물론 해당 시장에 대한 Insight를 가지고 있기 때문입니다.

실제로, 많은 대기업들이 해외시장에 진출할 때, 해당 지역 내 유통과 판매를 전담할 수 있는 Dealer를 찾게 되는데, 이러한 Dealer 발굴 및 관리 역량이나 혹은 유통역량까지 상사가 수행한다고 볼 수 있습니다.

본 Appendix는 2010년~2016년 내용이 혼재되어 있으며, 회사 이야기 콘텐츠는 모두 2016년 내용으로 업데이트 되어 있습니다. 2016년 11월 말 현재