

<要 約>

I. 投資者 管理(IR: Investor Relations)란?

- IR 활동은 투자자들로부터 정확한 평가를 받고, 나아가 자사 주식에 대한 잠재 수요를 개발하고 우호적인 주주를 만드는 데 필요한 기업의 모든 활동으로 이해될 수 있음
- IR 활동의 주요 대상에는 기존 주주 및 잠재 주주, 일반 및 기관투자가, 증권 분석가, 펀드매니저 등 외부 이해관계자뿐만 아니라 自社 경영진, 종업원, 협력업체 등도 포함되어야 함
- 성공적인 IR 활동의 효과는 ▷주주층의 다변화를 통한 증권 발행의 용이성, ▷저리의 자금 조달, ▷주가 향상 및 하락 방지, ▷주식의 유동성과 안정성 증대, ▷기업의 신뢰성 증대, ▷경영권의 안정성 확보 등이 있음

II. 外國의 IR 活動 事例

1. 美國의 IR 活動

- '69년 전미 IR협회가 설립되면서 IR에 관심이 증가했으며, 70년대는 투자자의 신뢰 확보, 80년대 안정적인 주주 확보, '87년 주가 대폭락 이후에는 경영권 확보와 유지에 중점을 두고 있음
- 미국 기업은 대부분 기관투자자들을 중심으로 IR 활동을 전개하고 있으며, 상대적으로 개인투자자에 대한 IR 활동은 미미함
- 한정된 예산과 인력으로 효과적인 IR 활동을 위해 컨설턴트회사, 정보제공회사, 조사전문회사 등 다양한 수단을 활용하고 있음
- 미국 기업의 IR 조직은 대부분 사내에 전담 부서를 설치하고 있으며, 최고 경영자가 직접 참여함으로써 대외적인 신뢰도를 향상시키고 있음

2. 日本의 IR 活動

- 1단계는 미국의 SEC 기준의 의무 사항을 준수하는 수준에서 이루어졌으며, 2단계는 해외 자본 시장에서의 자금 조달 비중이 증가하기 시작한 '89년 이후로 볼 수 있음
- 일본의 IR 활동은 미국과 달리 개인투자자들을 중심으로 발전했으며, 그 중에서 소니사의 개인투자자 대상의 IR 활동이 두드러짐
- IR 조직은 종합상사를 중심으로 신설되었으며, 이후 은행을 비롯하여 '90년 이후부터는 일반기업에서도 IR 전담 부서가 등장했음

III. 韓國의 IR 活動 現況과 問題點

- 한국 기업의 IR 활동 수준은 미국, 유럽, 일본 등의 선진 기업에 비해 아직 초보적인 단계에 있으며, 그나마 대기업을 중심으로 IR 활동이 이루어진 것도 90년대 중반 이후라고 볼 수 있음
 - 최근 외자 유치를 위해 현대그룹, 삼성그룹, LG그룹, 대우그룹 등이 그룹 차원에서 또는 개별 기업 차원에서 IR 활동의 적극성을 보이고 있음
- 대기업을 중심으로 IR 활동을 전개하고 있으나, IR에 대한 인식 부족과 제도적 미미로 인해 아직까지 개선의 여지가 많음
 - 한국 기업의 IR 활동에 있어 문제점으로서는 ▷최고 경영자의 직접적인 참여 부족, ▷ROE에 대한 인식의 부족, ▷공개 정보의 불투명과 불충분, ▷시의성 있는 공시의 부족, ▷중기 전망의 결여, ▷IR 담당자의 전문성 부족, ▷IR 활동의 지속성 부족 등이 있음

IV. 成功的인 IR을 위한 7가지 方案

- ① 최고 경영자가 직접 나서라
 - 최고 경영자의 직접적인 참여는 IR 활동의 성공적인 실행과 신뢰성 증대에 필수적인 요건임
- ② 정확한 목표를 선정하라
 - 투자자들은 고유한 스타일과 특성을 가지고 있기 때문에 이들의 요구 사항에 맞는 IR 활동을 계획하고 실행해야 함
- ③ 단기 효과에 집착하지 마라
 - 기업 이미지 제고와 주가 향상 등과 같은 IR 활동의 효과는 장기간에 걸쳐서 나타나는 것이므로 단기 효과에 너무 집착해서는 안됨
- ④ 모든 수단을 동원하여 수시로 접촉하라
 - 투자자들과 연결될 수 있는 모든 수단을 동원하여 이들과 수시로 접촉해야만 IR 활동의 효과가 배가됨
- ⑤ 지속적으로 일관성 있게 진행시켜라
 - 투자자들의 신뢰를 받기 위해서는 지속적이고 일관성 있는 IR 활동이 무엇보다 필요함
- ⑥ 자발적으로 정확한 정보를 제공하라
 - 기업이 제공하는 정보는 모두 투자자 관점에서 작성되어야 하며, 이러한 정보는 자발적인 의사에 의해 이루어져야 함
- ⑦ 전사적으로 움직여라
 - IR은 기업의 모든 활동과 관련이 있으므로 전사적인 협력 체제의 확립이 요구되며, 이를 위해서는 내부 IR 활동을 강화해야 함

I. 投資者 管理(IR: Investor Relations)란?

○ 問題의 提起

- IMF 이후 경영 환경이 변화되면서 기업 가치 증대, 외부 자금의 조달, 안정적인 경영권 확보 등이 주요 현안으로 등장하고 있음
 - 이는 과거와는 달리 기업의 흥망이 경영자와 대주주뿐만 아니라 일반투자가 및 여러 이해관계자들에 의해 결정되는 환경이 도래하였음
 - 즉, 주주, 기존 및 잠재 투자자, 기업분석가, 펀드매니저 등이 기업에 대해 어떻게 인식하고 있으며, 어떤 태도를 가지고 있는가가 중요해지게 됨
 - 따라서 시장에서 기업이 제대로 평가받기 위해서는 이들과의 우호적인 관계 유지가 필수적이며, 투자자 관리(IR)는 이를 실현하는 수단으로 인식되고 있음
- 최근 기업의 재무구조 개선을 위한 노력과 금융기관을 통한 간접금융이 어려워지면서 직접금융 시장, 특히 주식시장의 역할이 커지고 있음
 - 주식시장처럼 저렴한 비용으로 자금을 조달할 방법이 없는 만큼 투자자를 유치하기 위해서는 정확한 정보의 공시와 투명 경영이 요구되고 있음
 - 일부 국내 기업들은 외국인 투자자뿐만 아니라 그 동안 상대하기 꺼려했던 헤지펀드까지도 IR 활동의 대상에 포함시키고 있음
- 이에 본 고에서는 IR 활동을 강화하기 위한 몇 가지 방안을 제시함으로써 외국 자본의 유치가 절실한 국내 기업에게 시사점을 제공하고자 함
 - 아울러 우리나라보다 IR 활동이 앞선 미국, 일본 등 선진기업들의 IR 활동 상황을 보여줌으로써 향후 국내 기업의 IR 활동의 방향을 제시하고자 함

○ IR 活動의 意味

- IR의 사전적 의미는 투자자들을 대상으로 행해지는 기업 홍보 활동을 말함
 - 미국 IR협회(NIRI: The National Investor Relations Institute)는 IR을 '기업의 재무 기능과 커뮤니케이션 기능을 결합해 행해지는 전략적·전사적 마케팅 활동'으로 정의하고 있음
 - 즉, 투자자들에게 기업의 실질과 미래상을 정확히 제공함으로써 이들로부터 정확한 평가를 받고자 하는 활동임
 - 나아가 자사 주식에 대한 잠재 수요를 개발하고 우호적인 주주를 만드는 데 필요한 기업의 모든 활동으로 이해될 수 있음

- IR 활동은 재무, 마케팅 등과 같은 특정 부문의 활동이라기보다는 舍社的인 기업 활동으로 보아야 함
 - 첫째, 투자자들에게 제공되는 기업 정보의 상당 부분이 재무 정보이므로 재무 기능으로 볼 수 있음
 - 둘째, 기업이라는 상품을 고객(투자자)에게 효과적으로 제공하여 이들의 참여를 유도한다는 측면에서 마케팅 활동으로 볼 수 있음
 - 셋째, 기업과 투자자간의 우호적인 관계 구축과 유지를 위한 쌍방향 커뮤니케이션 활동이라고도 볼 수 있음
 - 넷째, 기업의 가치를 향상시키기 위한 활동으로서 전략적 기능이 포함된다 고 볼 수 있음
 - 끝으로 이러한 다양한 기능이 부분적으로 수행되어서는 진정한 IR 효과가 나타나지 않으며, 舍社的인 협력이 있어야만 함
- IR과 비슷한 개념으로 PR(public relations), 기업 공시 등이 있음(<표 1> 참조)
 - PR은 일반 대중(mass)을 대상으로 自社 또는 自社の 상품에 대한 관측이나 이미지 제고를 위한 커뮤니케이션 활동으로서 自社の 좋은 점만을 홍보하는 것이 일반적임
 - 기업 공시는 상법 또는 증권거래법에서 요구되는 정보를 공개하는 법적 공시로 IR보다 소극적인 커뮤니케이션 활동임
 - 이에 비해 IR은 기업과 관련된 모든 정보를 제공하며 이러한 활동이 자발적으로 이루어진다 점에서 PR 및 기업 공시와 상이함

○ IR 活動의 對象과 方法

- IR 활동의 주요 대상에는 기존 주주 및 잠재 주주, 일반 및 기관투자가, 증권 분석가, 펀드매니저 등이 있음
 - 기존 주주와 원활한 관계 유지도 중요하지만 장기적으로 안정적인 주주층을 확보하기 위해서는 잠재 주주를 대상으로 한 IR 활동도 강조되어야 함
 - 자본 시장의 완전 개방 이후 외국인 투자자들의 국내 투자 비중이 크게 증가했으며, 이들이 미치는 영향력도 더욱 커지고 있는 실정임
 - 또한 주주와 투자자들의 의사결정에 상당한 영향력을 미치고 있는 증권분석가와 기관투자가의 펀드매니저들이 호의적인 태도를 가질 수 있도록 이들에 대한 IR 활동도 지속적으로 이루어져야 함

- 성공적인 IR을 위해서는 외부 이해관계자뿐만 아니라 自社 경영진, 종업원, 협력업체 등 내부 IR 활동도 강화되어야 함
 - IR에 대한 경영진의 이해와 의지는 초기 원활한 수행을 위해 필수적이며, 종업원들의 협조와 참여는 기업 내 IR 체제의 확립에 매우 중요함
 - 또한 협력업체는 自社 상품의 품질과 생산성에 결정적인 영향을 미치므로 IR 협조자로서 역할을 담당할 수 있도록 해야 함

- IR 활동의 방법은 기업이 제공하는 정보와 수단에 따라 구분될 수 있음
 - 첫째, 투자자들을 모아 직접 기업의 경영 내용을 알려주는 것으로 주주총회, 기업설명회, 결산설명회, 산업 시찰 등이 대표적인 예임
 - 둘째, 광고를 통한 방법은 TV, 라디오, 신문, 잡지 등 대중 매체를 이용하는 것임
 - 셋째, 연차보고서, 반기보고서, 팩트 북(fact book), 사보, 뉴스레터, 수시 자료 등 인쇄물을 이용한 방법이 있음
 - 넷째, IR 담당자가 비공식·비정기적으로 직접 투자자를 만나 개인 면담, 복수 면담 등을 하거나 통신망을 이용하여 질의에 대응하는 구두 및 통신망 이용 방법이 있음

<표 1> IR 및 PR과 기업 공시의 비교

구분	IR	PR	기업 공시
대상자	· 주주, 기존 및 잠재 투자자, 증권분석가, 펀드매니저 등	· 일반 대중	· 주주 및 일반투자자
목적	· 자금 조달 · 경영권 확보 · 기업 가치 증대	· 기업 이미지 제고 · 상품의 광고	· 정보 전달
특징	· 적극적, 자율적, 전략적 활동 · 쌍방향 커뮤니케이션	· 일방적 커뮤니케이션	· 법적, 강제적, 소극적 활동 · 일방적 커뮤니케이션
내용	· 모든 정보의 제공 · 정량·정성적 내용 · 일반적·포괄적 내용	· 좋은 내용만 홍보	· 일부 정보 제공 · 구체적·정량적 내용
방법	· 설명회, 광고, 인쇄물 발간 등 다양한 방법	· 대중 매체	· 증권거래소 공시 네트워크

○ 成功的인 IR 活動의 效果

- 첫째, 주주층의 다변화를 통해 증권 발행의 용이성을 확보할 수 있음
 - 즉, 투자자들과의 우호적인 관계 구축을 가능하게 하여 이들의 지지 기반을 확대함으로써 증권 발행을 용이하게 함
- 둘째, 낮은 코스트로 자금을 조달할 수 있음
 - 효과적인 IR 활동을 통해 주가가 높은 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 훨씬 적은 수의 주식을 발행해도 동일한 효과를 얻을 수 있으며, 동일한 주식을 발행했을 경우에는 이와 관련된 비용을 상대적으로 절감할 수 있음
- 셋째, 주가를 높이거나 주가 하락을 방지할 수 있음
 - 버클리대학의 레브 교수는 IR 활동을 수행한 기업의 주가가 그렇지 않은 기업의 주가보다 2배 정도 높음을 발견했음
 - 또한 신속하고 지속적인 IR 활동을 구사한 기업의 주가는 외부 충격에 영향을 덜 받으며, '87년 10월의 주가 대폭락(Black Monday) 때에도 주가 하락 폭이 적었음(IR 활동 기업은 25% 하락, 그렇지 않은 기업은 36% 하락했음)
- 넷째, 해당 기업의 주식 유동성과 안정성을 증가시킴
 - 루머에 의해 주식이 비정상적으로 거래되는 것을 방지함으로써 투자자들로 부터 정확하고 공정한 평가를 받을 수 있음
 - 기업에 대한 투자자의 정확·공정한 평가는 주가의 변동폭을 낮추고 주식을 장기간 보유하게 함으로써 주가의 안정성을 증가시킴
- 다섯째, 기업의 신뢰성을 증대시킬 수 있음
 - IR 활동에 의해 제공되는 기업 정보는 좋은 내용과 나쁜 내용을 모두 포함하고 있으며, 모든 정보가 자발적으로 이루어진다는 것임
 - 기업 입장이 아닌 투자자 입장에서 이들이 원하는 정보를 원하는 시기에 제공함으로써 궁극적으로 투자자들로부터 신뢰를 얻을 수 있음
- 여섯째, 경영권의 안정을 도모할 수 있음
 - 일반적으로 주식 소유의 분산도가 높고 소유와 경영이 분리되어 있으면서 기술력과 내재 가치가 큰 기업이 M&A의 대상이 됨
 - IR 활동은 우호적인 주주들과 긴밀한 관계를 유지하게 하고 비우호적인 주주들을 우호 세력으로의 전환시킴으로써 적대적 M&A의 위협으로부터 경영권을 보호할 수 있음

II. 外國의 IR 活動 事例

1. 美國의 IR 活動

○ 美國 企業의 IR 活動 現況

- 미국의 IR 활동은 '69년 IR협회(NIRI)가 설립되면서 IR에 대한 관심이 증대되기 시작했다
 - 70년대 IR 활동은 투자자의 신뢰를 확보하기 위한 기업 정보의 제공에, 그리고 80년대에는 안정 주주의 확보에 중점을 두었음
 - 이후 '87년 주가 대폭락 이후 M&A 열풍이 가속화되자 IR 활동은 안정적인 경영권 확보와 유지를 강조했다
- 현재 미국의 IR 활동은 매우 다양한 부문으로 확산되고 있는 추세임
 - 대부분의 기업에서 증권분석가 회의, 기관투자가 설명회, 연차 또는 분기보고, 주주 조사 등이 이루어지고 있음
 - 또한 투자자들에 대한 프로필 작성 및 투자 의도 파악에 많은 노력을 기울이고 있음

○ 機關投資家 中心의 IR 活動

- 미국 기업의 IR 활동은 우선적으로 기관투자자들을 중심으로 이루어진다는 특징이 있음
 - 다양한 형태로 기관투자자들과의 정보 모임을 가지면서 이들과 밀접한 관계를 유지하고 그들의 동향을 조사하고 있음
- 또한 자금 조달 비용과 관련하여 신용평가기관과의 관계를 중시하는 기업들이 많음
 - 이는 신용평가가 자금 조달 비용을 결정하며, 기업의 실적과 주가에 상당한 영향을 미치기 때문임
 - 메릴린치사의 경우 신용평가기관과 연 40회 이상의 회의를 가짐

- 개인투자자에 대한 IR 활동은 기관투자자나 신용평가기관 등에 비해 상대적으로 미미한 실정임
 - 개인투자자들에게는 연차보고서, 분기보고서 등의 인쇄물을 발송하는 정도로 그치고 있음
- 이와 같이 미국 기업의 IR 활동이 기관투자자 중심으로 이루어진 배경에는 몇 가지 이유가 있음
 - 첫째, M&A가 활성화됨에 따라 많은 기업이 M&A에 대해 민감하게 반응하게 됨
 - 따라서 상대적으로 주식의 보유와 유동성이 큰 기관투자자에게 집중적인 IR 활동을 구사하고 있으며, 대주주의 이동과 M&A 동향에 대해 일상적으로 조사하고 있음
 - 둘째, '90년 주가 대폭락 이후 기관투자자들은 자사내 증권분석가를 고용하여 증권회사를 거치지 않고 기업과 직접 접촉할 수 있는 체제를 갖추게 됨
 - 즉, 기관투자자들이 고용한 증권분석가의 영향력이 증대되면서 기업의 주요 IR 대상에 이들이 포함됨
 - 셋째, 비용 對 효과 측면에서 효율성을 추구하기 위해 기관투자자에게 국한 시킴
 - 즉, 한정된 예산으로 모든 사람들을 대상으로 한 IR 활동을 전개시키기에는 효율성이 떨어지기 때문임

○ IR 活動의 主要 方法

- 미국 기업은 한정된 예산과 인력으로 효과적인 IR 활동을 전개하기 위해 매우 다양한 수단을 활용하고 있음
 - 첫째, 컨설턴트회사, 정보제공회사, 조사전문회사 등을 통해 주식의 일일 매매 동향, 주주 명부에 이르기까지 세밀한 정보를 제공받아 철저한 주주 확인을 실행하고 있음
 - 또한 이들 회사를 통해 얻은 정보를 바탕으로 IR 활동을 계획하거나 對투자자가 전략을 수립하고 있음
 - 둘째, 다양한 기회를 통해 투자자들과 직접적인 접촉을 자주 가지고 있음
 - 즉, 기관투자자와의 미팅, 전화 통화, 증권회사 개최 기업 설명회 등에 적극적으로 참여함으로써 이들이 원하는 정보를 제공하고 있음

○ 美國 企業의 IR 組織

- IR 조직의 특성은 회사 내에 전담 부서를 설치하여 책임자를 두고 있으며, 이들이 최고 경영자와 직결되도록 업무 체계를 만들어 놓고 있다는 것임
 - 기본적인 형태는 「CEO-CFO-Treasurer-IR팀」으로 CEO 또는 CFO가 직접 IR 활동을 진두지휘하고 있음
 - IR팀은 2~3명의 소수 인원으로 구성되는 것이 일반적이며, 많으면 10~20명에 이르기도 함
 - 이와 같이 소수의 인원으로 구성되기 때문에 IR팀의 스태프는 전문직인 경우가 많으며, 많은 기업들이 외부기관을 적극적으로 활용하고 있음
- 기관투자가 또는 증권분석가들과의 미팅에서는 CEO가 직접 참가하여 프리젠테이션을 주도함으로써 신뢰성을 높여주고 있음
 - CEO가 직접 주도하는 이유는 기관투자가와 증권분석가들이 CEO의 기본 전략을 중시하고 있으며, CEO로부터 직접 해답을 얻으려고 하기 때문임
 - 또한 CEO들은 증권분석가들과 지속적인 교류를 통해 절친한 친분 관계를 맺고 있으며, 이들로부터 경영 자문을 구하는 경우도 있음
 - 이는 증권분석가들이 미국 시장에서 차지하는 영향력이 매우 크고, 이들의 분석 내용이 주가에 직접적인 영향을 미치기 때문임

○ GE의 IR 活動 事例

- GE의 IR 목적은 회사의 성장과 그에 따른 주식 가치의 향상을 주주들에게 충분히 이해시켜 GE社 주식의 수요를 증대시키는 것임
 - GE의 IR 전략은 첫째, 기관투자가에게 경영 실적과 장래성에 대해 확신을 심어주고, 둘째, 새로운 기관투자자들을 발굴하고, 셋째, 개인투자자들을 증가시키는 것임
 - 기관투자가 및 증권분석가와의 1:1 미팅을 연간 150회 이상, 기금운용가와의 미팅을 연간 50회 이상, 전자 분야 담당 증권분석가를 대상으로 한 최고 경영자 발표회, 연 1~2회의 회사 설명회 등 활발한 IR 활동을 전개하고 있음
 - 또한 개인투자자들을 대상으로 연차 및 분기보고서 발송, 투자설명회 개최 등을 열고 있음
 - 중요한 정보 모임이나 프리젠테이션에 CEO가 직접 참여하는 등 IR 활동에 대한 CEO의 관심도가 매우 높음

<표 2> 미국 주요 기업의 IR 활동 사례

기업명	IR 담당자	IR 담당자의 주요 역할	IR에 있어 CFO의 역할	경영 목표
International Paper	4명	<ul style="list-style-type: none"> · 정확하고 시의성 있는 정보의 전달 · 경영 판단, 시장 동향에 대한 투자자의 반응을 경영진에 전달 	<ul style="list-style-type: none"> · 정보 제공 · 유력한 투자자와의 개별 미팅 	<ul style="list-style-type: none"> · ROI 향상
EDS	4명	<ul style="list-style-type: none"> · 투자자에게 기업의 상황과 중기 전망을 정확히 전달 · 적절한 주가 형성과 투자자의 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> · 컨퍼런스콜이나 정보모임 참가 · 투자가 방문에 대응 · 구미 주요 도시 방문 	<ul style="list-style-type: none"> · EPS 성장
3M	4명	<ul style="list-style-type: none"> · 자사주의 충분한 평가를 받도록 노력 	<ul style="list-style-type: none"> · CFO 업무 시간의 20%를 IR에 투입 	<ul style="list-style-type: none"> · ROE, EPS 성장률 · EVA

자료: 한일경협, 1998. 3. 통권 제164호, 사단법인 한일경제협회에서 재인용.

2. 日本의 IR 活動

○ 日本 企業의 IR 活動 現況

- 일본의 IR 활동은 1960년대부터 시작되었으나, 본격적인 IR 활동은 '93년 일본 IR협회(JIRA)가 결성됨에 따라 이루어짐
 - 1단계는 일본 기업이 해외 자본시장에서 유가증권의 발행을 통해 자금을 조달하기 시작하면서, 미국의 SEC 기준의 의무 사항을 준수하기 위한 IR 활동이라고 볼 수 있음
 - 2단계는 해외 시장에서 자금 조달 비중이 증가하기 시작한 1989년 이후로 적극적인 IR 활동이 전개되기 시작했음
- 현재 일본 기업의 IR 활동은 적극적인 정보 제공에서 대화형 IR로 이동하는 단계에 있음
 - 적극적인 정보 제공은 IR 전담 부서를 설치하여 기업에 중대한 변화가 발생했을 경우 이를 시장에 바로 공시하는 것임
 - 반면, 대화형 IR은 최고 경영자가 적극적으로 참여하고, 투자자들의 의견을 경영 전략에 반영하는 것으로 볼 수 있음

○ 個人投資家 中心의 IR 活動

- 버블 경제의 붕괴 이후 일본 기업의 경영 시스템이 변화하면서 개인투자자들이 시장에 미치는 영향이 커지게 됨
 - 이러한 변화에 대응하기 위해 기업들은 개인투자자의 비중을 높여 안정된 지분 구조를 유지하기 위해 노력함
 - 미국 기업의 IR 활동과는 달리 일본 기업들은 개인투자자와의 신뢰 관계 구축에 IR 활동을 집중하는 등 개인투자자를 주요 대상으로 하고 있음
 - 그러나 90년대 후반에 들어 자본 시장이 변화하면서 개인투자자의 비중이 줄어드는 대신 외국인 투자자와 기관투자자의 비중이 커지면서 이들에 대한 IR 활동이 강조되고 있음
- 초기 개인투자자들을 대상으로 한 IR 활동 중에서 소니社가 두드러진 활약을 보였음
 - 이 회사는 '90년 연결재무제표와 재무 상황을 포함한 연차보고서를 국내 개인투자자에게 배포했음
 - 또한 '92년에는 실적 전망과 신제품 개발 정보를 제공하는 투자설명회를 개최하는 등 개인투자자들을 대상으로 한 IR 활동의 활성화에 앞장서고 있음

○ 日本 企業의 IR 組織

- 일본 기업의 경우 '89년 이토추상사가 홍보실 내에 IR팀을 발족시키면서 종합상사를 중심으로 IR 조직이 구성되기 시작했음
 - 종합상사를 중심으로 IR 조직이 활성화된 것은 ▷대외적인 정보 창구의 일원화, ▷가격 산정의 중요성 인식, ▷해외 현지 상장, ▷자기자본 충실에 따른 재무 체질 강화에서 비롯되었음
 - 이후 미쓰비시은행이 IR팀을 만들면서 타 은행들도 그 뒤를 이었으며, '90년 이후부터는 일반 기업에서도 IR 전담 부서가 등장하기 시작했음
- '97년에는 시세이도를 비롯하여 많은 기업들이 IR 전담 부서를 신설하는 등 IR 조직의 구성이 더욱 확대되고 있음
 - IR 조직을 신설하는 목적은 투자자나 분석가에 대응하는 창구를 일원화함으로써 효율성을 제고시키고 이해를 촉진시키기 위해서임
 - 이외에 해외 미팅을 개최하거나 인터넷을 통해 적극적인 정보를 공시하는 기업들이 늘어나고 있음

○ Sony의 IR 活動 事例

- 1961년 일본 기업으로서는 처음으로 ADR(미국 예탁증서)을 발행하면서 정보 공개 활동을 시작함
 - 3개월마다 한 번씩(2, 5, 8, 11월 연 4회) 결산 발표를 하며, 중간에 연결 및 단독재무제표를 동시에 발표함
 - 특히, 5월과 11월에는 일본 증권분석가협회와 공동으로 기업설명회를 개최하며, 여기에서 신제품 소개도 함께 함
 - 또한 증권회사의 증권분석가, 기관투자자의 증권분석가, 펀드매니저 등을 대상으로 연 100건 정도의 미팅을 가지며, 미국 및 유럽 등지에서 연 2회의 투자설명회를 개최함

<표 3> 일본 기업의 IR 활동 현황

구분	강화 시기 (강화 동기)	경영진의 참여	해외 미팅	IR의 효과	IR 활동의 목표
카고시마건설	94년	회사설명회 (연 3회)	무	· 외국인 지주 비율 증가 · 문의 증가	· 기업분석가와의 신뢰 관계 구축
旭化成공업	93년 7월	사장 주최 회사설명회 (연1회)	무	· 사내 인식 변화(공시의 중요성 증대)	· 공개 기업의 의무
제일제약	94년	사장 직속 광보연락회 개최	98년 개시 계획	· 시장의 과잉 변동 경감 · 사내 투명성 향상	· 주식 시장에서의 기업 이미지 향상
코마츠	94년	최고 경영층 주최 회사설명회	98년 개시 계획	· 기업 실태의 정확한 전달	· 기업분석가 및 투자자 만족도 향상
히다찌제작소	60년대(해외 자금 조달)	부사장 주최 회사설명회 (연 4회)	연 2회	· 사내 인식 변화(공시의 중요성 증대)	· 원활한 자금 조달 · 적절한 주가
혼다기연공업	77년 (뉴욕 상장)	회장 및 전무 주최 미팅	연 10회	· 과거보다 강화됨	· 기업분석가 만족도 향상
三菱상사	90년 8월 (런던 상장)	사장 주최의 스몰 미팅 및 해외 미팅	연 1회	· 외국인 지주 비율 증가 · 문의 증가	· 투자자의 만족도 향상
자스코	95년	사장 주최의 회사설명회	연 1회	· 시장의 과잉 반응 경감	· 투자자 만족도 향상 · 주가의 급격한 변동 완화

자료: 한일경협, 1998. 3. 통권 제164호, 사단법인 한일경제협회에서 수정·재인용.

III. 韓國의 IR 活動 現況과 問題點

○ 韓國 企業의 IR 活動 現況

- 한국 기업의 IR 활동 수준은 미국, 유럽, 일본 등의 선진 기업에 비해 아직 초보적인 단계에 있음
 - 국내 기업이 IR 활동을 시작한 것은 90년대 중반 이후부터이며, 주로 대기업을 중심으로 하여 간헐적으로 이루어졌음
 - 지금까지 한국 기업에 대한 경영 정보는 극히 폐쇄적이어서 공개되는 정보가 미미했을 뿐만 아니라, 그나마 공개되는 정보도 해당 기업이 직접 제공한 것이 아니라 공시 제도를 통해 제공되는 것이었음
 - 이로 인해 외국 대형 투자기관들은 한국 기업의 경영 정보가 투명하지 못하다고 인식하고 있으며, 정보의 수집에 있어서도 기업을 직접 방문하여 수집하는 것보다 증권사를 통하는 것이 일반적임
- 그러나 90년대 후반부터 한국 기업들도 IR에 대한 중요성을 인식하고 IR 전담 부서를 설치하는 등 적극적인 IR 활동을 전개하는 추세임
 - 특히, IMF 이후 외국 자본의 유치를 목적으로 한 IR 활동이 크게 증가하고 있으며, 해외 IR도 적극적으로 실시하고 있음
 - 그러나 아직까지 IR 활동을 실시하는 기업이 극히 일부에 지나지 않으며, IR 활동을 기업설명회 또는 투자설명회 정도로 이해하고 있음
- 현대그룹의 IR
 - 「가치경영」의 실천 방안으로 '96년 7월 그룹 차원의 「신 IR 정책」 선언을 통해 본격적인 IR 활동을 전개하고 있음
 - 회사의 경영 성과와 비전을 투자자들에게 제공함으로써 상호 신뢰 관계를 형성한다는 목적 하에 IR을 채택함
 - 그룹내 20개 상장사와 상장예정사 등에 IR 전담 조직을 구성하고 세부 실행 계획을 단계적으로 실시할 계획임
 - 현대그룹의 IR 전략은 첫째, 투자자는 고객이라는 인식 하에 투자자와 기업 간에 관계마케팅 개념을 도입하는 것이며, 둘째, 최고 경영자 직속으로 IR 전담 부서를 설치하는 것임
 - 현대자동차는 지난 '94년부터 매년 국내외 투자자들을 대상으로 IR을 시행하고 있으며, 현대전자 등의 계열사가 적극 참여하고 있음

- 삼성그룹의 IR
 - 해외 자금 조달이 비교적 많은 삼성은 일찍이 IR 활동을 시작했으며, 그룹 차원과 계열사 차원의 IR이 병행되고 있음
 - 그룹차원에서는 매년 선진국 주요 금융기관의 임직원들을 초청하여 그룹 합동으로 IR을 실시하고 있으며, 소그룹 또는 계열사 차원에서는 각 특성에 맞는 IR을 전개하고 있음
 - '95년 그룹 차원의 IR이 한 차례 있었으며, 삼성전자, 삼성물산, 삼성전기, 삼성전관 등이 자체적으로 IR을 실행하고 있음

- LG그룹의 IR
 - IR 내용이 체계적이며 짜임새가 있으며, 대기업 가운데 IR 활동이 가장 돋보이며, 11개의 상장사들이 모두 개별 IR팀을 설치해 운영하고 있음
 - 또한 모든 계열사의 인터넷에 홈페이지를 개설하여 외국인 투자자들에게 각종 정보를 제공하고 있으며, 이 중에서 소비자와 밀접한 관련이 있는 LG화학('96년 3차례)과 LG전자('96년 3차례)의 IR이 두드러짐
 - 이외 LG정보통신, LG반도체 등도 IR 활동에 가세하고 있음

- 대우그룹의 IR
 - 대우그룹은 그룹차원에서보다는 계열사가 자율적으로 IR 활동을 전개하고 있음
 - 계열사 중에서 대우중공업이 가장 먼저 시작했으며, '94년 합병 이후 미국, 홍콩, 유럽 등 국제 금융시장에서 외국인 투자자들을 대상으로 IR 활동을 펴고 있음
 - (주)대우는 '96년 처음 IR을 실시했으며, '97년부터 폴란드, 우즈베키스탄, 영국 등 해외 현지 공장을 시찰하는 방법을 이용하고 있음

○ 韓國 企業의 IR 活動 問題點

- 최근 외자 유치와 신인도 제고를 위해 대기업을 중심으로 한 IR 활동이 이루어지고 있으나, 미국 또는 일본과 비교할 때는 아직까지 개선의 여지가 상당히 많음
 - 경영 내용에 관한 정보가 충분히 제공되지 않을 뿐만 아니라 IR의 필요성에 대한 논리성과 투자자의 요구를 파악하는 마케팅 등에서 부족한 점이 있음

- 첫째, 최고 경영자가 직접 참여하는 경우가 거의 없음
 - 미국이나 일본 기업의 경우 최고 경영자가 IR 활동에 직접 참여하는 데 비해 국내 기업의 경우 최고 경영자가 프리젠테이션을 주도하는 경우가 매우 드뭄
 - 이는 최고 경영자들이 IR 활동의 중요성과 필요성에 대해 충분히 인식하지 못한 데에서 기인됨

- 둘째, ROE에 대한 인식이 여전히 부족함
 - 기업의 중기 비전을 제시하는 지표로서 ROE 목표를 제시하는 기업이 늘어나고는 있지만, 실제로 ROE를 재무 목표로 결정한 기업이 일부에 지나지 않음
 - ROE 목표를 제시했지만 목표 수치만 내세웠을 뿐 이를 달성할 구체적인 방안이 공표되지 않거나 실현성이 떨어짐으로써 투자자들로부터 제대로 평가를 받지 못하고 있음
 - 또한 아직까지 ROE보다는 회계상의 이익, 매출액 증대, 성장률, 현금 흐름 등 손익계산서 상의 절대 금액을 중시하는 경향이 강해서 ROE 목표를 낮게 세우고 있음
 - 이와 같이 ROE에 대한 인식이 부족하여 투자자들을 실망시키는 경우가 빈번히 일어나고 있음

- 셋째, 공개되는 정보가 투명하지 않으며 불충분함
 - 최근 들어 기업으로부터 나오는 정보량은 차츰 증가하고 있지만, 공개가 적극적으로 이루어지지 않고 있으며, 정보의 투명성도 떨어짐
 - 분식 결산 등 회계 기준의 임의 처리가 빈번하여 공개되는 정보가 투명하지 못하여 기업의 정확한 실태 파악이 불가능함
 - 또한 미국이나 일본 기업에 비해 공개되는 보고서가 數적으로 부족하며 내용 면에서도 불충분함
 - 예를 들면, 미국이나 일본 기업의 경우 「분기별 업적 예상」 보고서를 제출하지만 국내에서는 아직까지 이러한 공시가 시행되지 않고 있음

- 넷째, 시의성 있는 즉각적인 공시가 이루어지지 않고 있음
 - 기업에 중대한 변화가 발생했을 때는 시장에서 시의성 있는 공시가 이루어져야 함

- 미국의 경우 결산발표일 당일에 컨퍼런스 콜(conference call)을 통해 CEO나 CFO가 당기 실적과 향후 전망을 설명하고 분석가들로부터 질문을 받음으로써 정보 공시의 즉시성과 공정성을 확보하고 있음
 - 그러나 국내의 경우 일반적으로 이러한 컨퍼런스 콜을 시행하고 있는 기업이 거의 없는 실정임
- 다섯째, 중기 전망이 결여되어 있음
 - IR 활동에는 현재의 상황과 경영 내용뿐만 아니라 미래에 대한 계획이나 전망의 공시도 포함되어야 함
 - 그러나 국내 기업의 IR 활동에는 중기 전망에 대한 정보가 없는 것이 대부분임
 - 설사 중기 목표가 제시되어 있더라도 상당 부분 논리성이 부족하거나 실현 가능성이 낮은 것들이 많음
 - 이는 중기 전망의 제시가 IR 활동의 필요 조건이라는 인식이 상대적으로 낮기 때문임
- 여섯째, IR 담당자의 전문성이 부족함
 - 국내 기업의 IR 담당자는 數的으로는 선진국과 비슷하지만 전문성 측면에서는 비교가 되지 않을 정도임
 - 예를 들어, 미국 EDS社의 IR 책임자는 19년간 근무 기간 중에서 16년간을 IR 부문에서만 재직함으로써 전문성을 확보하고 있음
 - 이는 국내 IR의 역사가 짧은 것에 그 원인이 있지만 전반적으로 IR 활동에 대한 인식이 부족해서임
- 일곱째, IR 활동의 지속성이 부족함
 - 많은 미국 투자자들은 한국 기업의 IR 활동이 일회성 활동에 그치고 있어 신뢰성이 없다고 인식하고 있음
 - 즉, 자금 조달시에만 얼굴을 내밀고 평상시에는 아무런 연락도 없다고 지적하고 있음

IV. 成功的인 IR을 위한 7가지 方案

① 최고 경영자가 직접 나서라

- 대부분의 경영 활동이 최고 경영자가 강한 의지를 가지고 직접 진두지휘할 때 가장 좋은 효과를 얻듯이 IR 활동에서도 최고 경영자가 실질적인 책임자가 되어야 함
- 특히, IR 활동 결과에 따라 기업의 미래 가치를 결정되기 때문에 최고 경영자의 실질적인 참여가 IR 활동의 성공에 필수적임
- 또한 최고 경영자가 기업의 경영 현황과 내용을 직접 설명함으로써 기업에 대한 신뢰감을 향상시킬 수 있음

② 정확한 목표를 선정하라

- IR의 실행에 있어 가장 먼저 결정해야 할 사항은 정확한 목표 고객을 선정하는 것임
- 투자자들은 각기 고유한 스타일과 특성을 가지고 있기 때문에 그들의 투자 관점과 성향을 파악하는 것이 매우 중요함
- 즉, 기업의 가치, 성장성, 수익성, 안정성 중에서도 무엇을 중요하게 인식하며, 투자 성향이 장기적이냐 단기적이냐, 공격적이냐 보수적이냐 등도 고려하여 투자자들의 요구 사항에 맞는 IR 활동을 계획·실행해야 함
- 정확한 목표 고객을 선정하지 않고 무차별적인 IR 활동은 그 효과도 미미할 뿐만 아니라 비용 측면에서 바람직하지 않음

③ 단기 효과에 집착하지 마라

- IR 활동의 목적에는 외부 이해관계자들로부터 신뢰를 얻음으로써 기업 이미지를 제고하고 주가를 향상시키는 것이 포함됨
- 그러나 좋은 이미지와 주가 향상은 단기간에 얻어지는 것이 아니라 다양한 노력의 결과로 장기간에 걸쳐서 달성되는 것임
- 따라서 IR 활동을 단기에 주가를 향상시키는 작전으로 인식하는 우를 범하지 말아야 하며, IR 활동의 효과를 타 기업과 비교해서도 안됨
- IR 활동은 기업의 특성에 따라 상이한 것이 당연하며, 그 내용과 방법에 있어서도 획일적인 정답이 없기 때문에 自社の 특성에 맞는 독특한 IR 활동을 수립하고 실천해야 함

④ 모든 수단을 동원하여 수시로 접촉하라

- IR 활동은 기업의 모든 정보를 외부로 공개하는 커뮤니케이션 활동임
- 이러한 활동이 제대로 이루어지기 위해서는 외부 이해관계자들과 접촉하는 수단을 다양화해야 함
- 즉, 기업 공시, 사업설명회, 산업 시찰, 광고, 인터넷 등 투자자들과 연결될 수 있는 모든 채널을 동원하여 이들과 수시로 접촉해야 함
- 이렇게 함으로써 우량 주주들과 우호적인 이해관계자들을 확보할 수 있으며, 정확한 IR 대상을 선정할 수 있음

⑤ 지속적으로 일관성 있게 진행시켜라

- IR 활동에서 지속성과 일관성이 부족하다면 투자자들로부터 신뢰성을 얻기 어려울 뿐만 아니라 궁극적으로 필요 자금의 조달에도 악영향을 미침
- IR 활동이 계획대로 효과를 얻기 위해서는 불규칙적이고 필요시에만 행해지는 것보다 지속적이고 일관성 있는 IR 활동이 이루어져야 함

⑥ 자발적으로 정확한 정보를 제공하라

- IR 활동은 기업 홍보처럼 이미지를 과장하거나 기업 공시처럼 규제에 의해 마지못해 하는 정보 제공이어서는 안됨
- 또한 일반 투자자나 주주들이 이해하기 힘든 전문 용어를 사용하여 이들의 이해를 어렵게 해서는 안됨
- 즉, IR 활동은 모든 정보를 정확하게 공개해야 하되, 모든 대상이 이해할 수 있도록 작성해야 하며, 이러한 과정이 기업의 자율적이고 자발적인 의사에 의해 이루어져야 함

⑦ 全社的으로 움직여라

- IR 활동은 기업 내 특정 부문만의 책임이 아니라 최고 경영자를 비롯하여 모든 종업원들이 협력해야만 그 효과가 나타남
- 최고 경영자는 원활한 커뮤니케이션이 이루어지도록 부서간 이견을 조정해야 하며, IR 책임자는 모든 IR 관련 계획을 수립해야 하고, 종업원들은 원활한 실행을 위해 협조해야 함
- 이를 위해서 경영진, 종업원, 협력업체 등을 대상으로 한 내부 IR 활동을 강화해야 함

(윤운락 : wryoon@hri.co.kr ☎724-4106)

<附錄 1> 韓·美·日 公示制度의 比較

구분	한국	미국	일본
정기 공시	보고서 · 사업보고서 · 반기보고서	· 연차보고서 · 분기보고서 · 임시보고서	· 유가증권보고서 · 분기보고서 · 임시보고서
	규제 · 미제출: 500만 원 이하 벌금 · 허위 기재: 1년 이하 징역 · 상장 폐지	· 5년 이하 징역 또는 10만 달러 이하 벌금 · 상장 폐지	· 300만 엔 이하 벌금 · 상장 폐지
수시 공시	공시 사항 · 공시 의무 사항을 구체적으로 규정	· 증권시장에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상되는 정보	· 투자가 판단에 영향을 주는 중요한 회사 정보
	공시 방법 · 증권거래소를 경유하여 공시	· 상장법인이 직접 보도기관에 제공하여 공표	· 회사대표가 보도기관에 통보하여 공표
	공시 시기 · 신고 사항의 이사회 결의 · 사실의 발생시	· 확정 사항은 즉시 공시 · 구체적 검토 단계에서 비밀 누설 및 주가 이상 변동시	· 사전에 공시 내용·시기·장소를 증권거래소에 통보 · 공시 사항이 발생한 때 또는 예상되는 때
	공시 매체 · 시황방송망 · 정보문의 단말기 · 증권시장지	· 전국적인 보도망을 갖춘 뉴스 매체	· 전국적인 보도망을 갖춘 뉴스 매체
	루머 · 증권거래소가 루머를 수집·분석 · 당해 법인에 조회하여 루머의 진위를 공시	· 증권거래소가 주가 이상 변동 감시 · 미공개 정보의 유무를 조회하고 공표	· 증권거래소가 루머를 수집·분석 · 당해 법인에 루머의 진위를 조회하고 내용을 공표
규제 · 유가증권 발행 제한 · 임원 해임 권고 등 · 매매 거래 정지 · 불성실 공시 사실 공표 · 증권위 제재	· 상장 폐지 또는 매매 거래 정지	· 상장 폐지 또는 매매 거래 정지	

자료 : 김형주, 「현명한 기업의 선택」, 아이알코리아, 1996.

<附錄 2> IR 活動 對象의 區分

구분	대상	
펀드매니저	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 투신사, 증권사, 은행 등 펀드 규모가 큰 주요 펀드 운용자 및 시장의 리더 · 펀드 매니저에게 지시를 내릴 수 있는 위치에 있는 사람 · 고유분을 운용하는 펀드 매니저
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 투신사, 증권사, 은행 등의 나머지 펀드 매니저 · 종합금융, 보험사, 연기금의 주요 펀드 매니저 · 종합금융, 보험사, 연기금의 펀드 매니저에게 지시를 내릴 수 있는 위치에 있는 사람
기업분석가	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 경제연구소, 증권사, 투신사 등 업종 담당자 · 분석의 경험이 많거나 시장의 리더격인 분석가 · 경제연구소 소장 및 업종 담당 최고 책임자 · 해당 산업분석가
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 타 업종 담당자
증권사 직원	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 매매대금 순위 상위 점포 직원 · 각 증권사 대형 점포 직원 · 증권사에서 추천하는 영업 직원
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 영업 점포 지점장 · 기타 영업 직원
일반투자자	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 장기간(1년 이상) 주식을 보유하고 있는 소액주주 · 대형 점포의 잠재투자자 · 1,000주 이상의 주식 보유자
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 점포에 등록되어 있는 잠재투자자 · 단기간에 주식을 매매하는 소액주주 · 자사 제품의 일반 소비자
신문사 기자	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 증권사 출입 기자 중 경제신문 기자 · IR 관련 업무 취급 신문사 담당자 · 신문사 내 증권부 최고 책임자
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 업종 담당자 또는 자사 출입 기자 · 일반 TV, 신문사 취재 기사 및 해외 신문사 주재원 · 기타 경제 관련 잡지사 기자
내부 직원	주 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 경영진 · IR 관련 부서 · 협력사
	잠재 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 생산 직원 · 연구소 직원 · 해외 지사

자료 : 김형주, 「현명한 기업의 선택」, 아이알코리아, 1996.