



최용민 카사요(주) 대표

## 사람과 기술, 시장을 연결하며 지식재산으로 브랜드 미래 설계하는 자동차 라이프 플랫폼 기업 카사요(주)

지식재산(IP)이 기업 경쟁력의 핵심 자산으로 작동하는 시대. 기술의 가치가 곧 브랜드의 미래를 규정짓는 이 흐름 속에서 독자적인 IP 전략을 중심으로 플랫폼 산업의 새로운 기준을 세우고 있는 기업이 있다. 바로 자동차 쇼핑 통합 플랫폼 카사요(주)다. 카사요는 기술이 기능을 넘어서 시장성과 연결되어야 한다는 원칙, 그리고 IP는 보호의 수단이 아니라 기업 철학의 구조화된 표현이라는 믿음으로 움직이는 기업이다. 실무에서 길어 올린 문제의식을 기반으로 구축된 서비스는 업계 최초로 자동차 보험 중개 플랫폼 특허를 확보했고, 현재 산업체재권(특허) 43건 중 20개의 등록 및 23개의 출원과 102개의 저작권을 보유하며 기술적 독창성을 입증했다. 2020년 설립 이후 단 한 번의 외부 투자 없이 자체 자금으로 성장해온 카사요는 작년 12월 지식재산경영인증 획득을 통해 차별화된 특허와 독창적인 기술력을 확인하며 기술 특례 상장이 가능한 수준의 기업가치를 인정받았다. 여기에 더해 직무발명보상제도, 기업부설연구소 운영 등 제도적 기반까지 탄탄히 마련하며, 기술의 실현성과 지속 가능성 함께 확보해 나가고 있다. 카사요가 설계한 IP 전략은 산업 구조의 허점을 꿰뚫고, 플랫폼의 본질을 다시 정의한다. 정보의 비대칭과 불신이 고착화된 자동차 산업의 중심에서, 이들은 기술과 신뢰, 특허의 유기적인 연결을 통해 완전히 새로운 생태계의 설계자로 부상하고 있다. 카사요가 쌓아 올린 기술과 특허의 구조물은 단지 보호를 위한 울타리가 아니라, 브랜드의 미래를 여는 구조화된 언어다. 그리고 지금, 그들이 써 내려가고 있는 이 언어는 한국 IP 산업이 나아갈 방향을 가장 선명하게 보여주는 하나의 해답이 될 것이다.

기획 박소연 기자 psy@monthlypeople.com 취재 안유정 기자 ayj@monthlypeople.com

인터뷰 남윤실 편집장 nys@monthlypeople.com 사진 박성래 기자 psr@monthlypeople.com

## 업계 최다 세일즈 기록 보유자, 자동차 플랫폼 혁신의 선두에 서다

자동차 시장은 소비자 입장에서 가장 큰 불확실성을 감수해야 하는 산업 중 하나다. 차량 가격은 물론, 리스·렌트·할부 등 다양한 금융 상품, 중고차의 실매물 여부와 사고 이력까지 확인이 어렵고, 정보 비대칭에 따른 피해 가능성이 항상 존재한다. 실제로 많은 소비자들이 차량 구매 과정에서 과도한 수수료나 부정확한 정보로 인해 불이익을 겪는 일이 적지 않다.

이러한 구조적 문제를 해결하고자 등장한 기업이 국내 최초의 자동차 쇼핑 통합 플랫폼 카사요(주)다. 카사요는 신차·중고차·리스·장기렌트·수출입·다이렉트 자동차 보험·자동차 사고 수리까지 자동차 구매에 필요한 모든 서비스를 한 번에 해결할 수 있는 종합 플랫폼으로, 업계 27년 차 베테랑 최용민 대표가 설립한 회사다. 기존 시스템에 대한 문제의식을 바탕으로 ‘사람 중심의 신뢰 시장’을 구현하고자 했던 그의 철학이 카사요 설계의 출발점이 되었다.

“자동차는 사람의 삶과 자산을 함께 담고 있는 중요한 수단입니다. 그래서 구매부터 판매까지 모든 과정이 ‘신뢰’를 바탕으로 이뤄져야 한다고 생각해요. 카사요는 그런 기준에서 출발한, 기술보다도 경험과 사람 중심의 철학이 먼저인 플랫폼입니다.”

최 대표는 1999년 대우자동차를 시작으로 BMW, 벤츠, 렉서스, GM 등 국내외 브랜드에서 직접 세일즈와 관리, 컨설팅 업무를 경험하며 자동차 유통 전반에 대한 깊이 있는 이해를 쌓아왔다. 판매는 물론 자동차 금융과 보험, 수출·입, 슈퍼카 거래까지 실무 경험을 폭넓게 확보하며, 자동차를 중심으로 한 삶의 다양한 접점을 사업화해 온 입지전적인 인물이다. 이러한 실적은 국내에서 ‘최다 세일즈 대상 수상’으로 한국기록원 인증을 받으며 공식적으로 입증되었고, 국제적으로도 가치를 인정받았다. 미국의 인명사전 ‘Marquis Who’s Who’에 마케팅 전문 컨설턴트로 등재된 것을 비롯해, 영국 케임브리지 IBC(International Biographical Centre)가 발간한 ‘Leading Professionals of the World’에 이름을 올

리며 글로벌 무대에서도 전문성과 기여를 인정받았다. 2019년까지 대기업과 앱 스타트업 등을 대상으로 자동차 비즈니스 컨설팅을 해오던 그는, 당시 한 대기업의 신차 부문 자문을 계기로 ‘직접 해보자’는 결심을하게 되었다고. 단순히 차를 파는 게 아니라 고객의 필요를 정확히 파악하며 세무적 혜택까지 설명할 수 있어야 했고, 실무를 모르는 채 만들어진 자동차 플랫폼에 대한 한계를 느꼈다고 했다. 다양한 기업에 조언을 하며 탄생한 플랫폼들이 정작 소비자나 딜러 누구에게도 만족을 주지 못하는 현실을 수없이 마주한 끝이었다. 그는 ‘경험 없는 시스템은 현실과 괴리가 클 수밖에 없다’는 것을 절감했고, 실무 중심의 솔루션이 필요하다고 판단했다. 고객에게는 투명하고 합리적인 정보를, 딜러에게는 상생 협력하는 환경을 제공하는 종합 플랫폼을 만들기 위한 그의 목표가 실현되는 순간이었다.

“자동차 플랫폼은 기술보다 현장 경험이 중요합니다. 소비자만 보는 게 아니라 딜러의 입장도 제대로 반영해야 지속 가능한 서비스가 됩니다. 개발자에게 자동차를 가르치고, 영업조직의 입장은 풀어 설명하며, 사람과 시스템이 맞닿는 접점을 만드는 작업이 쉽지는 않았어요. 하지만 저는 누구보다 그 간극을 잘 알고 있었기에, 플랫폼 설계 초기부터 균형을 가장 중요하게 여겼습니다.”

카사요는 2020년 설립 이후 외부 투자 없이 오직 내부 역량만으로 개발과 검증을 이어왔다. 일반적으로 스타트업은 초기에 외부 자본 유치를 통해 성장을 도모하지만, 그는 지분을 지키며 자생하는 방식을택했다. 스타트업의 투자가 빠른 성장을 도울 수는 있겠지만, 그만큼 기업의 정체성과 철학이 흔들릴 수 있다는 판단에서였다. 이처럼 최 대표는 빠른 외형 성장보다도 ‘신뢰 할 수 있는 플랫폼’을 만드는데 집중해 왔다. 소비자에게는 안전하고 투명한 자동차 거래의 기준이 되고, 딜러에게는 수익과 안정성을 보장하는 생태계를 만드는 것, 그것이 그가 바라보는 플랫폼의 본질이다.

## 자동차 라이프 전 과정 아우르는 통합 플랫폼, 차별화된 서비스로 소비자 만족도 높여

수많은 자동차 플랫폼이 시장에 쏟아지고 있지만, 카사요(주)가 구축해온 방향은 그들과 결이 다르다. 자동차 라이프의 전 여정을 하나의 앱에서 해결할 수 있도록 설계된 올인원 통합 솔루션이라는 점에서 독보적인 위상을 갖는다. 무엇보다 중요한 점은 단기적 성과보다 사용자의 ‘생활 속 지속성’에 초점을 맞춘 구조라는 데 있다. 대부분의 자동차 앱이 특정 시점에만 이용되고 곧바로 삭제되는 소비 패턴을 보이는 반면, 카사요는 일상적인 도구로 자리 잡는 것을 목표로 기능을 설계했다.

실제 자동차 구매자와 딜러가 현장에서 겪는 다양한 불편과 문제를 장기적인 실무 경험을 통해 직시했고, 이를 기술과 시스템으로 치밀하게 해결하고 있다. ▲전

국 신차 딜러 네트워크를 기반으로 한 실시간 견적 비교 시스템 ▲허위 매물을 원천 차단한 중고차 인증 딜러 구조 ▲다이렉트 보험사와의 직계약으로 구현된 보험 연계 구조 ▲전국 1급 정비 공업사와 연동된 A/S 서비스망 ▲금융사 및 리스·렌트사와의 제휴를 통한 맞춤형 금융 견적 통합 시스템(2025년 상반기 도입 예정) ▲해외 수출입 통합 관리(2026년 상반기 도입 예정)까지, 이 모든 인프라가 하나의 앱 안에 유기적으로 연결되어 작동한다. 여기에 더해, AI 기반 자동 견적 매칭, 정비 이력 통합 관리, 보험료 최적화 알고리즘, 데이터 기반 금융 서비스 추천 기능을 탑재하면서, 기술을 생활로 연결하는 플랫폼으로 진화 중이다.



자동차라는 키워드를 중심으로 고객의 일상과 연결되는 플랫폼이 되어야 한다고 생각했습니다. 단발적인 정보 제공이 아니라, 자동차를 축으로 한 생활 전반을 돋는 구조를 만들고 싶었죠. 차량을 구매한 이후에도 앱을 지우지 않고 차량 관리, 보험, 정비, 범죄 조회까지 자동차 라이프 전 과정을 책임지며 계속 사용하는 서비스, 바로 그것이 저희가 그리고 있는 플랫폼의 방향입니다.



이러한 방향성은 파트너들로부터도 긍정적인 반응을 얻고 있다. 플랫폼 개발 초기부터 전국 신차·중고차 딜러, 금융·보험 관계자들과 수차례에 걸친 베타테스트를 실시했고, 각 분야 실무자들의 실질적인 피드백을 적극 반영해 시스템 고도화를 이루어 냈다. 신차 딜러들은 ‘불필요한 마케팅 비용을 줄이면서도 정확한 타겟 고객을 만날 수 있다’고 평가했고, 중고차 딜러들은 ‘검



증된 고객과의 투명한 거래 구조가 신뢰와 업무 만족도를 함께 높였다'고 입을 모았다. 기술적 완성도를 넘어 실제 현장에서 작동하는 '신뢰 시스템'이라는 점이 카사요의 가장 강력한 무기다.

"이 앱이 진짜 쓸모 있느냐는 질문에, 저는 현장의 반응이 곧 답이라고 생각합니다. 딜러와 고객, 양측 모두가 만족할 수 있는 구조를 설계했다는 점에서, 카사요는 플랫폼의 본질을 다시 묻고 있습니다. 기술보다 중요한 것은, 사용자가 믿고 선택할 수 있느냐입니다."

카사요가 추구하는 핵심 키워드는 '편리함'과 '신뢰'다. 앱은 누구나 직관적으로 사용할 수 있어야 하며, 거

래의 전 과정은 예측 가능한 흐름 안에서 투명하게 이뤄져야 한다. 획득한 CCM(소비자 중심경영) 인증과 ISO 국제 인증은 이러한 철학이 시스템으로 실현된 결과다. 한 걸음 더 나아가 카사요는 자동차를 중심으로 한 삶의 모든 요소를 연결하는 '디지털 자동차 생태계'로 확장되고 있다. 이 생태계 안에서 고객은 안심하고 선택할 수 있으며, 딜러는 정당한 수익을 보장받고, 자동차와 관련된 모든 과정이 하나의 흐름 안에서 작동한다. 궁극적으로 카사요가 지향하는 것은 자동차 플랫폼을 넘어, 고객 일상 속에서 언제든 떠올릴 수 있는 '신뢰 받는 생활 파트너'로 자리매김하는 것이다.

## 자동차 보험 중개 플랫폼 등 다수 특허 확보하며 IP 기반 기술기업으로 도약

최용민 대표는 현장에서의 경험을 바탕으로 실질적인 기술을 직접 설계했고, 이를 보호하고 전략적으로 활용하기 위해 기업부설연구소를 설립하며 지식재산(IP) 중심의 체계를 갖췄다. 과학기술정보통신부 인증을 받은 기업부설연구소는 현재 플랫폼 고도화와 신규 기술 개발을 전담하는 핵심 기지로 기능하며, 개발된 기술은 곧바로 실서비스에 반영되어 시장성과 연계되고 있다.

현재 산업재산권(특허) 43건 중 20개의 등록 및 23개의 출원과 102개의 저작권을 보유하며 자동차 기술 플랫폼 분야에서 독보적인 IP 경쟁력을 구축했다. 이러한 성과는 내부 직무발명보상제도 운영을 통해 임직원의 창의성을 장려한 결과물로, 카사요는 기술이 사람으로부터 시작되고 사람을 통해 확장된다는 철학 아래, 기술과 조직의 균형을 실현하고 있다.

"기술을 개발하고도 보장받지 못해 제대로 사업을 추진하지 못한 기업들을 많이 봐왔습니다. 그래서 카사요가 성장하기 위해 신차, 리스, 장기렌트, 금융, 할

부, 수출, 수입, 보험, 자동차 사고 수리 등 자동차 관련 모든 영역에서 특허를 확보하는 것이 경쟁력이라고 생각했죠. 좋은 기술은 기능을 구현하는 데서 끝나지 않습니다. 고객의 신뢰를 이끌고, 브랜드의 정체성을 강화하며, 기업이 나아갈 방향을 제시할 수 있어야 합니다. 카사요는 기술을 전략의 최전선에 놓고, 서비스의 본질을 관통하는 힘으로 삼고 있습니다."

이러한 기술 전략의 대표적 결실은 2025년 3월 업계 최초로 획득한 '자동차 보험 중개 플랫폼' 특허다. 기존 다이렉트 보험 비교 서비스 대부분이 플랫폼 수수료를 보험료에 포함시켜 소비자에게 실질적인 최저 가격을 제공하지 못했던 구조였다면, 카사요는 보험사와의 직접 계약을 통해 수수료 없는 실 보험료만을 보여주는 구조로 플랫폼을 재설계했다. 사용자가 카사요 앱에서 각 보험사의 다이렉트 보험료를 비교한 뒤, 해당 보험사의 공식 웹페이지로 곧바로 이동해 가입할 수 있도록 시스템이 구현되어 있다.

"소비자는 보험료가 저렴하다고 믿었지만, 그 안에

숨어 있는 수수료 구조를 모른 채 선택하는 경우가 많았습니다. 우리는 그 구조 자체를 바꾸기로 했습니다. 비교가 아닌 직계약, 진짜 보험료만을 보여주는 구조로 다시 설계한 것이죠."

카사요의 IP 전략은 단기적인 기술 차별화가 아니라, 지속 가능한 경쟁력의 근간이 된다. 실제로 특허청이 주관하는 '지식재산경영인증'을 획득하며, 기업 내부의 IP 관리 체계와 전략적 활용 수준이 대외적으로 인정받았다. 이 인증은 특허·디자인·상표·영업 비밀 등의 사업화 기여도와 리스크 관리, 내부 보호 정책까지 종합적으로 평가해 부여된다. 특히 중소 플랫폼 기업이 이 인증을 획득한 사례는 극히 드물다는 점에서 더욱 의미가 깊다. 카사요는 기술을 개발하는데 그치지 않고, 그것을 시장성과 연결하는 구조 자체를 IP 전략의 핵심으로 본다. AI 기반의 보험 추천 시스템, 데이터 기반의 고객 매칭 알고리즘, 자동 견적 비교 기능 등 주요 기능들이 특허 기반 기술로 구현되어 있으며, 이는 브랜드 신뢰로 직결된다. 카사요가 말하는 기술의 경쟁력이란, 기능이 아닌 신뢰와 선택의 가능성으로 증명되는 구조다. 고객 경험을 실질적으로 개선하는 실전형 기술에 집중하고 있는 카사요는 특히 수리 이력 관리에 블록체인 기술을 접목해 위변조를 방지하는 시스템을 개발하여 1급 공업사를 중심으로 전국적인 시범 운영 중에 있다. 최 대표는 자동차 산업의 불투명한 관행을 지적하며 소비자는 사고 차량 수리비에 대한 비교 기준 자체가 없다 보니 어느 정도 평균적인 기준을 만들어야 한다며, 카사요가 그 기준을 제시하는 첫 번째 출발점이 되기를 바란다고 덧붙였다.

한편, 최 대표는 국내 IP 산업 생태계에 대한 아쉬움을 전하기도 했다. 기술 보호가 시급한 중소기업 입장에서 정부 및 공공기관 차원의 실질적 지원이 더욱 정교해야 한다는 것이다. 수많은 중소기업이 참신한 아이디어를 가지고 있음에도 특허 출원 과정에서 기술적, 비용적 장벽에 부딪혀 좌절하는 경우가 적지 않다. 그는 IP가 문서에 머무르지 않고 실제 산업 경쟁력으로 이어지려면 컨설팅, 가치평가, 비용지원 체계가 현장과 연결되어야 한다는 점을 강조했다.



카사요는 앞으로도 연구개발 투자를 멈추지 않을 계획이다. 카사요에게 지식재산(IP)은 단순한 법적 보호 수단을 넘어 기업의 미래 가치를 증명하는 자산이다. 금융, 수출·입, 정비, 데이터 기반 서비스 전반으로 기술의 외연을 확장하고, IP 기반 기술 플랫폼으로서 국내는 물론 글로벌 시장에서도 경쟁 우위를 확보해 나갈 방침이다. 특허가 기술의 방패에 머무르지 않고, 브랜드의 미래를 지키는 나침반이 되는 시대, 카사요는 그 중심에서 다음의 가능성을 묵묵히 설계해 가고 있다.

최용민 대표가 기업을 이끌며 가장 중요하게 여겨온 가치는 언제나 ‘사람’이었다. 제품과 서비스의 완성도, 기술의 우수함은 그 결과일 뿐, 그 중심에는 늘 사람이 있어야 한다는 철학은 흔들린 적이 없었다. 그가 말하는 경영이란 누군가를 끌어가는 일이 아니라, 함께 걷는 사람들의 속도를 맞추고, 그들이 안심하고 머물 수 있는 방향을 만들어 주는 과정에 가깝다.



직원들이 회사를 떠올릴 때 ‘편안한 사람, 함께 있고 싶은 사람’이 대표였다고 말해주면 그걸로 충분합니다. 회사를 다닌다는 말보다, 함께 시간을 보낸다는 표현이 어울리는 회사를 만들고 싶습니다. 직장은 인생에서 가장 많은 시간을 보내는 공간이니까요. 그 긴 시간을 서로의 삶으로 기억하게 만드는 것, 그것이 제가 바라는 회사의 모습입니다.



카사요(?)의 조직문화는 ‘관계’에서 시작된다. 회사는 구성원 개개인의 삶을 품어내는 공간이어야 한다는 믿음 아래 장기근속 문화를 정착시켰고, 실제로 직원의 80~90%가 10년 이상을 함께하는 중이다. 자율적인 연차 사용, 가족 중심의 복지, 하와이 단체 여행과 같은 공동 경험은 구성원들의 자발적인 몰입으로 이어지고 있다. 최 대표는 ‘보여주는 리더십’을 신뢰의 핵심으로 본다. 책임은 말로 하는 것이 아니라, 행동으로 증명해야 한다는 생각은 그가 밤을 새우며 기술 개발에 몰두하고, 현장 문제를 직접 쟁기는 이유이기도 하다. 그는 리더란 지시하는 존재가 아니라, 묵묵히 길을 먼저 내는 사람이어야 한

다고 믿는다.

“대표는 존경받기 위해 존재하는 게 아닙니다. 구성원들이 믿고 따라올 수 있는 사람이어야 한다고 생각합니다. 좋은 말보다 중요한 것은, 오늘도 나와 함께 움직이고 있다는 확신이니까요. 결국 ‘말보다 행동이 먼저인 사람’, 그것이 제가 되고 싶은 대표의 모습입니다.”

그가 그리는 회사의 미래는 기술로만 완성되지 않는다. 고객이 필요로 할 때 가장 먼저 떠올릴 수 있는 브랜드, 구성원들에게는 ‘이곳에서 일해서 참 좋다’는 말이 자연스럽게 나오는 공동체. 카사요가 그런 회사로 남기를 그는 진심으로 바라고 있다. 그리고 앞으로의 성장 계획 또한 직원들과 함께 걸어가는 방식으로 설계되어 있다.

카사요는 2025년을 기점으로 ‘수출입 중심 모델’과 ‘구독형 서비스’의 본격적인 확대에 돌입한다. 국내에서 검증된 차량 정보를 해외에서 실시간으로 확인하고, 클릭 한 번으로 수출부터 배송, 보증까지 연결되는 글로벌 통합 시스템을 준비 중이며, 차량 구매부터 차분까지 전 생애를 관리할 수 있는 플랫폼으로 확장할 계획이다. AI 기반의 주행 이력 분석, 보험 추천 시스템 등 일상에서 생성되는 데이터를 기반으로 한 고도화도 함께 진행된다. 이를 통해 궁극적으로 카사요가 이루고 싶은 목표는 굳건한 신뢰 위에 서비스의 혁신을 쌓아 올리는 것이다. 카사요는 국내 시장을 넘어 동남아, 중동, 유럽 등 주요 해외 시장과의 무역 라인을 기반으로 한 수출입 시스템을 개발하는 등 글로벌 진출도 적극 추진할 예정이다.

‘내가 만든 서비스가 누군가에게 최선의 선택이 될 수 있을까?’ 그 질문에 끝까지 책임지고자 했던 최 대표의 단단한 마음이, 지금의 카사요를 움직이는 가장 깊은 뿌리가 되었다. 그는 여전히 도전의 한가운데에 있으며, 과거의 신화를 넘어 더 멀고 깊은 목표를 향해 나아가고 있다.



누구에게나 선택의 순간은 찾아옵니다. 그 선택이 삶을 어떻게 바꾸고 어떤 미래를 이끌어낼지는 누구도 정확히 알 수 없습니다. 다만 분명한 건, 제 여정이 한 장의 기록으로 끝나지 않았던 이유는 매 순간 도전을 멈추지 않았기 때문입니다. 멈추지 않는 발걸음 위에는, 언젠가 반드시 길이 생긴다는 걸 저는 믿습니다.



최 대표가 꿈꾸는 카사요의 미래는 단순하면서도 명확하다. 신뢰와 기술, 그리고 현장 경험이 융합된 플랫폼으로 자동차 산업의 새 역사를 쓰겠다는 그의 도전은 이제 막 시작되었다. 카사요는 속도를 재기보다, 방향을 묻는 플랫폼이다. 눈에 보이지 않는 믿음을 기술로 엮고, 관계라는 이름의 길 위에 미래를 놓는다.

이들이 걸어가는 길은 아직 지도에 없는 공간일지 모르지만, 그 위에 놓이는 발자국마다 새로운 산업의 윤곽이 그려지고 있다. 그 길의 끝이 아니라, 길을 만들어 가는 사람들. 카사요는 오늘도 그렇게, 조용하지만 가장 선명하게 다음을 향해 나아간다.