

세탁기계의 ‘허니버터칩’... 삼성전자 ‘액티브워시’ 인기

주문량 1500대 넘어... 물량 부족
2017년 신제품 먼저 채집능력 ↑
소비자 생활에 맞춘 초점 ‘비결’
“소비자 잠재요구 발굴·해결해야”



삼성전자가 2015년 처음 선보인 전자동 세탁기 ‘액티브워시’가 스테디셀러로 거듭나고 있다. /삼성전자

삼성전자 전자동 세탁기 액티브워시가 스테디셀러로 입지를 굳히고 있다.

11일 유통가에 따르면 액티브워시를 주문하는 소비자 수가 늘어난 탓에 각 매장에서 제품을 구하지 못해 발을 구르는 상황이 벌어졌다. 출시 4년차인 세탁기 인기가 하늘을 찌르고 있는 것.

국내 한 대형 유통업체 관계자는 “지금까지 밀린 액티브워시 주문량이 1500대를 넘었다”며 “지금은 주문을 넣어도 삼성에서 물건을 언제 받을지 알 수 없는 상황이다. 어딜 가나 마찬가지”라고 말했다.

액티브워시는 삼성전자가 2015년 1월 출시한 전자동 세탁기다. 세탁조 위에 빨래판으로 쓸 수 있는 세탁조 커버 ‘빌트인

싱크’와 전용 급수 시스템 ‘워터젯’이 적용됐다. 음식을 흘리거나 바닥을 기어 다니느라 쉽게 더러워지는 아기 옷부터 부분세탁이 필요한 속옷이나 셔츠 등을 빌트인 싱크에서 간단하게 애벌빨래를 하고, 세탁조 안으로 넣어 깨끗하게 빨 수 있다. 기존 세탁기에서는 이런 기능이 제공되지 않아 소비자들은 화장실 등에서 애벌빨래를 하는 불편함을 감수해야 했다.

사소하지만 소비자 일상을 변화시키는

혁신을 이룬 액티브워시는 2015년 1월 출시 후 9개월 만에 글로벌 100만대 판매를 돌파했고 2016년 4월 출시 1년 2개월 만에 200만대 판매를 기록했다. 지난해 초 누적 판매량 350만대를 돌파하며 빨래판 역할을 하는 빌트인 싱크 크기를 키우는 등 기능을 개선한 2017년형 제품도 선보였다.

2017년형 제품은 빌트인 싱크가 더욱 깊어지고 커진데 이어 기존 모델보다 먼

지 채집 면적이 약 49% 커진 ‘제2세대 다이아몬드 필터’를 적용해 먼지·보풀 채집 능력을 27.6% 향상시켰다.

해외에서도 액티브워시에 대한 호평이 이어졌다. 손빨래 개념이 없던 미국 소비자에게도 큰 호응을 받아 프리미엄 시장에서 삼성전자의 입지를 굳히도록 만들어줬다. 9%대에 머물던 세탁기 시장 점유율은 17%까지 치고 올라왔다. 신흥 시장인 인도에서도 세탁 전 애벌빨래를 하는 소비자들의 생활양식에 최적화된 제품으로 뜨거운 인기를 받으며 시장을 견인했다.

액티브워시는 현재 국내에서 매주 800대 가량 생산되는 것으로 알려졌다. 주문하면 제품 생산을 거쳐 수령까지 2주 이상 기다려야 하지만 주문이 끊이지 않는 셈이다.

삼성전자 관계자는 “액티브워시 모델이 소비자들에게 변함없는 사랑을 받고 있다”며 “첨단 기술을 선보이기보다 소비자 생활에 초점을 맞춰 작고 사소하게 보일 수 있는 문제부터 해결하려 한 것이 성

공 비결”이라고 분석했다.

실제 삼성전자는 소비자들의 요구에 부합하는 이른바 ‘의미 있는 혁신’을 추구하고 있다. 기술 자체보다 소비자의 근본적인 불편을 해소해 공감을 얻을 수 있는 방향을 지향한다는 의미다. 빠뜨린 세탁물을 세탁 도중에 추가할 수 있는 드럼 세탁기 ‘애드워시’, 13만5000개 마이크로 구멍으로 찬바람을 없앤 ‘무풍에어컨’, 냉장고 속 음식을 알려주고 요리법도 제공하는 IoT 냉장고 ‘패밀리허브’ 등이 대표적이다.

이와 관련해 윤부근 삼성전자 부회장은 지난해 독일에서 열린 가전 전시회 IF A 2017에서 “삼성전자는 지난 몇 년간 소비자 배려의 철학이 담긴 혁신을 통해 시장의 패러다임을 주도해 왔다”며 “향후 전자업계에서는 소비자·시장 관점에서 필요한 서비스를 선제적으로 찾아 대응하는 기업만이 살아남을 것이다. 소비자의 잠재 요구를 발굴해 해결해야 한다”고 밝히기도 했다.

/오세성 기자 sesung@metroseoul.co.kr

“검색어 삭제 논란, 외부 목소리 들겠다” 카카오 챗봇, ‘GS25’ 행사상품 알려준다

한성숙 네이버 대표, 논란 입장 발표

한성숙 네이버 대표가 최근 불거진 최순실 ‘국정농단’ 관련 검색어 삭제 논란에 대해 외부의 목소리를 귀담고 공개 논의를 거치는 등 투명성을 강화하겠다고 밝혔다.

한성숙 대표는 11일 네이버 공식 블로그를 통해 검색어 관련 논란에 대한 입장을 이같이 밝혔다.

한국인터넷자율정책기구(KISO) 검증위원회는 최근 발간한 ‘2016년 하반기 네이버 노출 제의 검색어에 대한 검증 보고서’에서 최순실 국정농단 사건 관련된 연관 검색어를 당사자 요청 등에 따라 삭제했고, 이 중 일부는 삭제에 적절하지 않았다고 지적한 바 있다.

네이버는 이에 대해 KISO가 정책위원회의 정책 규정을 바탕으로 삭제를 수용했던 직전 사례인 ‘OOO-고영태’ 건과 유사하다고 판단해 삭제했고, KISO의 심의에 준해 조치했다고 입장을 밝힌 바 있다.

한 대표는 “생성된 검색어는 최대한 노출하는 것이 네이버의 원칙”이라면서 “음란·도박·마약 등 불법정보나 명예훼손 또는 사생활 침해는 일으키는 일부 검색어는 법령에 근거해 제한을 두고 있다”고 설명했다.



한성숙 네이버 대표이사. /네이버

국내 인터넷 서비스 기업으로의 고민도 토로했다. 한 대표는 “상충되는 가치 사이에서 적절한 기준을 찾는 것은 인터넷 기업이라면 모두가 필연적으로 안고 있는 숙제”라며 “하지만 개별 인터넷 기업이 이 문제를 바라보는 관점에는 차이가 있다”고 말했다.

한 대표는 네이버의 외부 공개 노력에 대해 ‘논란만 키울 뿐’이라는 의견도 받고 있지만 회사가 할 수 있는 최선의 노력은 투명성이라는 결론을 내렸다고 강조했다.

네이버는 국내 사용자를 대상으로 서비스를 제공하는 인터넷 기업 중 유일하게 연관검색어, 자동완성검색어 등 서비스의 투명성과 조치의 적절성에 대해 외부 검증위원회의 검증을 받고 있다.

/김나인 기자 silkni@

카카오-GS리테일, 챗봇 개발 협력
‘나만의 냉장고’ 핵심기능 공동개발

카카오와 GS리테일이 ‘카카오톡 챗봇’ 개발을 위해 손잡았다.

양사는 11일 역삼동에 위치한 GS리테일 본사에서 카카오 임지훈 대표, 조윤성 GS25 대표가 참석한 가운데 업무협약(MOU)을 체결하고, GS25편의점 이용 고객의 편의성을 향상시킬 카카오톡 챗봇을 만드는 데 적극 협력하기로 했다.

이번 업무협약을 바탕으로 카카오톡은 연내 오픈 예정인 카카오톡(아이) 개발 플랫폼 ‘카카오톡 오픈빌더’를 GS리테일에 우선적으로 제공한다. 카카오톡 오픈빌더는 카카오톡의 인공지능(AI) 기술 및 카카오톡 접점이 필요한 파트너나 개인에게 제공되는 개발 플랫폼이다.

또 GS25가 모바일 애플리케이션(앱)으로 서비스하고 있는 ‘나만의냉장고’의 핵심 기능을 카카오톡 챗봇으로 공동 개



임지훈 카카오 대표(왼쪽)와 조윤성 GS25 대표가 MOU 체결 이후 기념사진을 찍고 있다. /카카오

발하게 된다. 나만의냉장고는 ‘1+1’, ‘2+1’ 행사에서 제공되는 증정품을 보관했다가 유효기간 중 전국 GS25 어디에서나 찾아 사용할 수 있는 서비스다.

카카오톡 플러스친구 기반으로 구현되는 나만의냉장고 챗봇에는 카카오톡의 자연어처리기술인 대화엔진이 사용된다. 이용자는 별도의 앱을 다운로드 받지 않

아도 상품 탐색부터 예약, 보관, 결제까지 카카오톡 채팅창 안에서 한 번에 실행할 수 있게 된다.

예를 들어 ‘1+1행사 상품 알려줘’라고 채팅창에 입력하면 행사 상품을 모아 보여주고, “도시락 예약해줘” 라고 입력 시 메뉴, 픽업 일정 등을 설정할 수 있게 안내해준다.

/김나인 기자 silkni@

임금 평균 16.4% 인상·복리후생 개선

>> 1면 ‘파리바게뜨 고용...’서 계속

이번 합의를 통해 파리바게뜨 가맹본부인 파리크라상이 상생기업의 51% 이상의 지분을 갖고, 책임경영 차원에서 대표이사를 가맹본부 임원 가운데 선임하기로 했다. 기존 설립된 상생기업인 ‘해피파트너즈’의 회사명도 양대 노총 요구에 따라 새롭게 변경할 예정이며, 협력사는 지분참여 및 등기이사에서 제외된다.

임금은 기존 협력사보다 평균 16.4% 상향 조정되며, 복리후생도 가맹본부와 동일한 수준으로 개선된다.

또한 휴일도 기존 6일에서 8일로 늘릴 예정으로 노동시간 단축 효과가 있어 제

조기사들의 근로환경이 대폭 개선될 예정이다.

이렇게 가맹점 제조기사들이 가맹본부 자회사 소속으로 변경되면서 5300여명의 양질의 일자리가 생기게 됐다. 또한 제조 기사들의 휴일 확대에 따라 필요한 대체 인력 500여명을 추가로 채용할 계획으로 일자리 나누기 효과도 생기게 된다.

한편 이번 합의에 따라 고용노동부가 부과한 과태료도 없어질 것으로 보인다. 앞서 고용노동부는 제조기사들이 직접 고용에 반대하면 과태료를 부과하지 않는다고 밝힌 바 있다. 일부 제조기사들이 가맹본부를 상대로 제기한 근로자 지위확인 소송도 즉시 취하하기로 했다.

/박인용 기자 parku7854@

포스코그룹 여성 임원 두자리수 돌파

여성공채 시작 후 27년만에 10명

창사 이래 처음으로 포스코그룹의 여성 임원급 인력이 두 자릿수를 기록했다.

포스코그룹은 2018년 정기임원인사로 여성 임원급이 창사 이래 처음으로 두 자릿수를 기록했다고 11일 밝혔다. 이는 1990년 첫 대졸 여성 공채를 시작한 후 27년 만에 처음으로 여성 임원급 인력이 10명으로 늘어났다.

이번 정기 임원인사에서 인재창조원 유선희 상무가 전무로 승진하고, 이유경 상무보가 상무로 승진하는 등 전무 1명, 상무 1명, 상무보 3명이 새로 탄생하면서 여성 임원급이 10명으로 늘었다. 2012년 상무보로 경력 입사한 유선희 전무는 포스코 창사 이래 첫 여성 전무라는 타이틀을 갖게 됐다.

1990년 여성공채 1기로 입사한 이유경 상무는 설비자재구매실장에 올랐다. 오직 광양제철소 기술혁신그룹장과 포스코



유선희 인재창조원 전무, 이유경 설비자재구매실장 상무

휴먼스 방미정 그룹장이 상무보로 승진했다. 홍진숙 포스코 흥보그룹장은 상무보로 승진하면서 포스코대우로 자리를 옮긴다.

이 외에도 포스코 박미화 상무가 포스코ICT로, 포스코켄텍에 있던 최은주 상무는 포스코대우로 자리를 옮긴다. 홍진숙 상무보와 자리를 맞바꾼 최영 상무보는 포스코로 복귀해 언론홍보 최일선에 나서게 된다. 포스코 광양연구인프라그룹장 김희 상무보, 포스코 이윤희 상무보는 올해도 자리를 지켰다.

/양성운 기자 ysw@

KT ‘기가지니’ 가입자 50만명

KT의 인공지능 TV 서비스 ‘기가지니’가 11일 가입자 50만을 달성했다. 이는 지난 지난해 1월 기가지니가 출시된 이후 1년이 채 안된 시간 안에 이룬 성과다.

이날 KT는 기가지니 50만 돌파에 맞춰 2018 평창동계올림픽 언어교육 공식공급사인 파고다교육그룹과 업무 제휴를 맺고, 기가지니를 이용해 가정에서 영어학원과 동일한 영어 학습을 할 수 있는 ‘파고다 생활영어 서비스’를 출시했다.

파고다 생활영어 서비스는 KT의 음성 인식 인공지능 기술과 파고다어학원의 축적된 외국어 학습 노하우를 접목했다. 실제 파고다어학원에서 수업중인 ‘아이 캔 스피크’ 과정 중 1~4단계 레벨을 토대로 대화하기, 문장 따라하기, 톨 플레이, 유용한 표현의 네 가지로 구성됐다.

“기가지니, 생활영어 연습할래”라고 말하면 대화 듣기, 문장 따라하기, 톨플레이, 유용한 표현 중 원하는 기능을 선택해서 학습할 수 있다.

/김나인 기자