

집, 짓는 것 빼고 多한다... “토털 라이프케어 지향”

메트로가 만난 기업인
한 경 희 환경희생활과학 대표

“저 푸른 초원위에 그림 같은 집을 짓고 사는게 모든 이들의 꿈인 것처럼 환경희생활과학이 고객들의 그 꿈을 이뤄줄 것이다. 아울러 우리의 꿈은 국내를 넘어 ‘토털 라이프 스타일·토털 라이프 케어’ 글로벌 기업으로 도약하는 것이다.”

서울 가산디지털밸리에 있는 환경희생활과학 본사에서 모처럼 만난 한 경희 대표의 얼굴은 무척 밝았다.

스팀청소기·스팀다리미와 같은 생활가전에 이어 올해 하반기 들어선 집안의 모든 가전 제품을 ‘환경희 허브’ 하나로 묶어 스마트한 생활을 즐길 수 있도록 하는 사물인터넷(IoT) 플랫폼 ‘환경희스마트홈’을 선보이더니 최근엔 인테리어 브랜드 ‘로미’까지 내놓으며 새롭게 도전하고 있는 그다.

▲주부사업가 ▲스팀청소기 창시자 ▲1세대 여성 벤처기업가 ▲대학생이 가장 만나고 싶은 여성 CEO 등 한 대표를 수식하는 말들은 수없이 많았다.

집안 청소를 하다 생각한 스팀청소기로 사업에 뛰어들어 한 때 매출 1000억 기업'까지 바라보던 그였으니 ‘도전’이란 단어는 그와 늘 함께 있었다.

청소기, 다리미 등을 만들던 생활가전회사였던 환경희생활과학은 한 대표의 말처럼 이제 집 전체를 관장하는

‘토털 라이프 회사’로 탈바꿈을 시도하고 있는 중이다.

“‘로미키친’을 통해 가장 먼저 부엌 인테리어를 출시했지만 부엌에 머물지 않고 거실, 안방, 욕실 등으로 제품을 확장해 나갈 계획이다. 불박이장의 경우 공장에서 찍어내는 일반 불박이장과는 다르다. 고객이 평생 수납걱정을 하지 않고 살 수 있는 인테리어를 제공할 것이다.”

“**홈스타일 브랜드 ‘로미’로 인테리어시장 출사표 맞춤·최적 시공으로 평생 수납걱정 덜게 하고 ‘토종브랜드’ 경쟁력으로 亞·유럽 진출 청사진도 IoT 플랫폼 ‘환경희스마트홈’ 집 넘어 오피스로**”

한 대표의 말이다. 한마디로 집을 짓는 것을 제외한 ‘모든 것’을 하겠다는 게 환경희생활과학과 한 대표의 목표다.

그 출발점인 환경희 홈스타일 브랜드 ‘로미’를 시장에 선보이기까지 5년이라는 적지 않은 시간이 걸렸다.

그 사이 한 대표는 유럽 등의 유명 인테리어 디자이너들을 손수 찾아다니면서 많은 조언을 구하고, 기획과 디자인을 완성했다. 이렇게 해서 탄생한 로미 디자인만 100가지에 달한다.

한 대표는 “앞서 선보인 청소기 등에서 볼 수 있듯이 좋은 품질의 제품을 대중화시키는 게 우리의 가장 큰 장점

이다. 가격은 시장에 알려진 일반 브랜드 수준이지만 품질은 고급주택의 인테리어 수준까지 높였다. 로미 스타일을 통해 비스포크(bespoke·맞춤제작) 인테리어를 모든 고객들이 누릴 수 있도록 했다”고 덧붙였다.

환경희식 인테리어는 고객이 ‘환경희 홈스타일 로미’ 홈페이지를 통해 상담을 문의하면 사흘안에 디자이너가 직접 고객을 방문해 최적의 스타일

을 찾아 원하는 시기에 완벽하게 시공하는 방식이다.

한 대표는 국내뿐 아니라 향후 아시아권, 그리고 유럽의 인테리어 시장까지 넘본다는 계획이다. 특히 유럽과 같이 생활수준이 높은 지역의 경우 프리미엄 인테리어 가격이 워낙 비싼 것이 현실이어서 품질은 높이고, 가격은 낮춘 ‘Made in KOREA’ 토종 브랜드로 충분히 승산이 있을 것으로 판단하고 있다.

또 지난 7월 처음으로 선보인 ‘환경희스마트홈’은 집안을 넘어 사무실 등 오피스시장까지 추가 공략해 나갈 계획이다.

한 대표는 “현재 우리가 갖고 있는 기술력이면 사무실의 보안시스템이나 스마트오피스를 구축하는데 큰 돈을 들이지 않고서도 충분하다”면서 “사무실이나 가게의 온도, 습도를 조절하고 모션센서를 통해 외부의 침입을 감시하는 등 집안 뿐만 아니라 오피스분야에서도 활용범위가 무궁무진하다”고 설명했다.

1999년 창업한 이후 그동안 시장에 1000만대 넘게 판매한 스팀청소기, 스팀다리미 등의 제품도 소홀히 할 수 없다.

“시장에 워낙 유사한 제품들이 많이 쏟아져 나오긴 하지만 우리가 정말 잘 할 수 있는 생활가전들은 지속적으로 출시할 계획이다. 특히 1인가구까지 관심가질 수 있는 콤팩트하지만 다양한 청소기능을 갖춘 멀티 제품도 준비하고 있다.”

자신도 집안일을 하던 시절, 주부들의 청소를 돕는 스팀청소기로 사업을 시작해 이제 ‘집안의 모든 것’을 통해 삶의 질을 높이는 데 기여하고 싶다는 한 경희 대표.

“환경희생활과학이 지난 몇 년간 험난한 길을 간 것에 대해 응원을 보내신 분도, 훈수를 두신 분도 있다. 그러는 동안에도 우린 묵묵히 한 길을 걸어왔다. 내년쯤이면 우리의 목표가 더욱 가시화될 것이다. 국내와 해외에서 다시 새로운 영

한 경희 대표가 서울 가산디지털밸리 본사에서 포즈를 취하고 있다. /김승호 기자

역을 개척해 글로벌 브랜드로, 자랑스러운 대한민국의 기업으로 우뚝 서는 모습을 꼭 지켜봐달라.”

기자에게 자신에 찬 말을 던진 그는 인터뷰가 끝나자마자 시장 조사를 위해 이웃나라 중국으로 날아갔다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



(앞줄 왼쪽부터) 김병호 SPC그룹 부사장, 정구용 인지컨트롤스 회장, 이효진 대림통상 부사장, 김해련 송원그룹 회장, 최승욱 기보스틸 회장, 조성욱 위원장, 강호갑 중견련 회장, 최병오 패션그룹형지 회장, 신정택 세운철강 회장, 김형진 세종텔레콤 회장, 이보관 서희건설 회장, 배인규 태화기업 그룹경영고문 등이 기념촬영을 하고 있다. /중견련

조성욱 “엄정한 법 집행으로 시장질서 확립”

(공정거래위원장)

중견련 주최 ‘CEO 강연회’서 강조

조성욱 공정거래위원장은 “우리 기업들이 지속적으로 혁신, 성장할 수 있는 공정한 시장질서를 확립하기 위해 엄정한 법집행과 구조적·제도적 개선방안 모색에 역량을 집중할 것”이라고 5일 밝혔다.

조 위원장은 이날 한국중견기업연합회가 서울 반포동 웨라튼서울팔레스강남호텔에서 주최한 ‘제178회 중견기업 CEO 조찬강연회’에 연사로 참석, “공정한 경쟁 규칙이 준수되는 시장 환경

은 중소기업이 중견기업으로 성장하고 중견기업이 대기업으로 성장할 수 있는 건강한 기업생태계의 기반”이라면서 이 같이 밝혔다.

그러면서 그는 “대·중견·중소기업의 중층적 거래관계에서 공정거래와 상생협력의 과제이자 주체인 중견기업의 적극적인 공정거래제도 활용 및 참여가 무엇보다 중요한 만큼 현장의 목소리를 경청하고 애로를 해소하기 위해 지속적인 노력을 기울일 것”이라고 덧붙였다.

/김승호 기자

청호나이스 정수기·공기청정기 ‘굿디자인’ 수상

청호나이스는 ‘직수정수기 Compact (콤팩트)’와 ‘공기청정기 A600’이 ‘2019 굿디자인 어워드’에서 우수산업디자인상품으로 선정됐다고 5일 밝혔다.

굿디자인 어워드는 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는

것으로 1985년부터 매년 시행하고 있는 국내 최고 권위의 디자인 어워드다.

‘2019 굿디자인’에 선정된 청호 직수정수기 콤팩트는 소형이면서 무게는 1.9kg으로 가벼워 좁은 주방 공간에도 쉽게 설치할 수 있다. /김승호 기자

과기부, AI 기반 정책관 신설... D.N.A 강화

(데이터 네트워크 인공지능)

늘어난 정책 총괄·조정 기구

과학기술정보통신부는 4차 산업혁명 시대에 대응하기 위해 조직개편을 통해 ‘인공지능기반정책관’을 신설하는 등 정보통신기술(ICT) 기능을 대폭 강화한다.

행정안전부와 과학기술정보통신부는 4차산업혁명의 핵심동인인 D.N.A(데이터, 네트워크, 인공지능) 기반 강화를 위해 현 정보통신정책실을 개편해 인공지능기반정책관을 신설하고, 네트워크 관련 정책을 총괄 조정하는 전담 기구를 설치한다고 5일 밝혔다.

과기정통부 관계자는 “이는 디지털 혁신의 원동력인 인공지능(AI)·빅데이터 등 신기술 분야 정책 수립, 네트워크 고도화 및 안전관리 강화를 통해 국민 편의를 제고하고, 문재인 정부의 국정 운영 목표인 ‘혁신성장’을 차질 없이 추

진하기 위한 것”이라고 설명했다.

그동안 AI 정책은 과기정통부 내 각 부서에서 개별사업에 따라 분담하는 방식으로 이뤄져, 정책을 총괄하는 전담 부서 신설의 필요성이 대두돼 왔다. 또 네트워크 분야도 5세대(5G) 이동통신 등 초고속네트워크가 확산되면서 네트워크의 물리적 안전성 확보가 절실한 상황이었다.

과기정통부는 인공지능기반정책관 신설로 데이터·AI 간 융합을 통한 혁신 서비스, 블록체인 등 플랫폼 기술 개발 지원 및 혁신과 성장을 이끄는 인재양성 업무에 주력하기로 했다. 또 현재의 인터넷융합정책관을 ‘정보통신정책관’으로 개편해 규제혁신, 디지털 포용정책, 산업·사회 각 분야 디지털화 등 디지털 혁신을 더욱 속도감 있게 추진하기로 했다.

또한 4차산업혁명의 근간이 되는 네트워크의 고도화 및 네트워크에 기반을 둔 정보보호, 방송·통신 정책의 종합컨트론타워 역할을 수행할 네트워크정책실을 신설한다. 특히 변화하고 진화하는 위협에 대한 대응하기 위해 현재의 정보보호정책관을 ‘정보보호네트워크정책관’으로 확대 개편, 네트워크의 물리적 위험과 사이버 침해 등 통합적 네트워크 보안 등 네트워크 종합관리 기능을 강화한다. 이를 통해 국민이 불편을 겪는 통신재난 등 안전사고에 대비해 상시 대응력을 키우고 민관 협업 강화를 통해 정책의 신뢰성을 확보할 계획이다.

최기영 과기정통부 장관은 “이번 조직개편은 정부혁신을 통한 국가경제 성장의 발판을 마련하는 것으로 4차 산업혁명을 선도할 수 있는 기반이 될 것”이라고 밝혔다. /채윤정 기자 echo@

LG하우시스 ‘지인’, ‘LG 지인’으로 새단장



LG하우시스가 자사의 인테리어 브랜드 ‘지인(Z:IN)’을 ‘LG지인(LG Z:IN)’으로 바꾸고 B2C 시장 공략에 속도를 낸다.

LG하우시스는 인테리어 자재 브랜드 ‘지인’을 LG그룹의 브랜드인 ‘LG’

와 결합해 ‘LG지인’으로 새롭게 시작한다고 5일 밝혔다.

지난 2006년 업계 최초로 인테리어 자재 통합 브랜드 ‘지인’을 선보인 LG하우시스는 이후 국내 인테리어 시장의 브랜드화를 선도해 왔다. 브랜드 변경은 14년만이다.

새 브랜드 ‘LG지인’은 LG하우시스

의 창호, 유리, 바닥재, 벽지, 인테리어 스톤, 인테리어필름 등 인테리어 제품에 사용하게 되며 전국의 전시장, 매장, 대리점 평칭에도 적용한다.

LG하우시스는 이번 브랜드 변경을 통해 프리미엄 인테리어 자재 브랜드로서 지인이 쌓아온 전문성에 LG 브랜드의 높은 신뢰도와 친밀함을 더해 최종 소비자를 대상으로 하는 B2C 시장 공략에 속도를 높여나갈 계획이다.

/김승호 기자