

“디지털 전환 과감하게... 모든 역량·방식 고객에 초점”



권봉석 사장 기자간담회

수익을 전제로 한 성장 전략 추진 고객 소비패턴 분석, 선제적 대응 선택적 집중으로 낭비 자원 최소화 AI·빅데이터·로봇 등 지속적 투자

“디지털 전환을 과감하게 추진해 성장과 변화를 이끄는 동시에 고객에게 가치를 준다는 ‘사업의 본질’에 집중하겠습니다.”

LG전자 CEO 권봉석 사장이 8일(현지시간) 미국라스베이거스에서 취임 후 첫 기자간담회를 열고 “모든 역량과 일하는 방식을 고객가치 창출에 초점을 맞출 것”이라며 이같이 밝혔다.

◆수익 기반의 성장 전략 일관 추진

권 사장은 수익을 전제로 한 성장 전



LG전자 CEO 권봉석 사장이 8일(현지시간) 미국라스베이거스에서 기자간담회를 열고 올해 LG전자의 전략 방향을 소개했다. /LG전자

략을 일관되게 추진하겠다고 밝혔다. 그는 “글로벌 시장의 수요 감소와 국제 정세의 불안으로 인해 불확실성이 높아지고 시장 경쟁이 심화되는 등 올해 경영 환경이 수월하지 않을 것”이라면서도 “변화를 통한 성장, 성장을 통한 변

화를 추진하겠다”고 말했다.

권 사장은 또 고객들의 변화를 예의 주시하고 있다. 최근 소비 심리가 위축되고 소비 양극화 현상이 심화되며 개인화된 경험을 선호하는 고객이 많아지고 있는 상황에서 변화하는 고객과 소비 패턴을 빠르게 분석하고 선제적으로 대응한다는 계획이다.

LG전자는 중장기 관점에서 사업 성과에 기여할 수 있는 분야를 선택하고 집중적으로 투자해 낭비되는 자원을 최소화하는 등 자산 운영의 효율성을 높이기로 했다.

◆지속가능한 성장 위해 디지털 전환 가속

권 사장은 “시장환경이 급변하는 시대에 디지털 전환과 같은 능동적 대응으로 신성장 동력을 확보하겠다”고 말했다. 특히 그는 “디지털 전환은 변화와 성장, 즉 지속가능한 성장의 초석”이라고 강조했다.

LG전자는 제품 중심의 사업구조는 유지하되 변화하는 고객을 이해하고

일하는 방식을 근본적으로 변화시켜 추가적인 사업기회를 발굴할 계획이다. 글로벌 시장에서 판매하는 다양한 하드웨어에 콘텐츠와 서비스를 연계하거나 커넥티드 디바이스를 기반으로 새로운 성장동력을 확보하는 것이 LG전자가 추진할 디지털 전환의 대표적 사례다.

LG전자는 선제적인 미래준비를 위해 인공지능, 빅데이터, 로봇 등 성장 가능성이 높은 영역에 지속적으로 투자한다. 다양한 분야에서 경쟁력을 갖춘 기업들과 전략적으로 협력해 실질적인 성과를 창출하는 오픈 이노베이션을 강화할 계획이다. 미래준비를 위한 인재 육성도 적극적이다. 외부 인재 영입에 힘쓰고 사내 전문가 프로그램을 확대한다.

◆프리미엄 전략 중단 없이 추진

권 사장은 수익 기반의 성장을 가속화하기 위해 프리미엄 브랜드를 지속적으로 강화할 계획이다. 초프리미엄 가전 ‘LG 시그니처’, 초프리미엄 빌트인

‘시그니처 키친 스위트’ 등과 같이 프리미엄 시장에서 지배력을 확대하고 고객에게 차별화된 경험을 제공하는 제품을 꾸준히 선보일 계획이다.

이와 더불어 LG전자는 집안의 모든 영역에서 제품의 디자인뿐 아니라 기능과 서비스까지 공간과 조화를 이루며 고객가치를 더해주는 공간 가전 솔루션을 지속적으로 선보인다. 공간의 기능성과 효율성을 더욱 중요시 여기는 고객 트렌드에 맞춘 솔루션을 제시하며 공간을 지배하는 브랜드 이미지를 강화하고 시장지배력을 확대한다는 목표다.

무선 청소기, 공기청정기, 스타일러 등 국내에서 큰 인기를 거두며 새로운 가전 트렌드를 만들고 있는 신가전은 해외 진출을 이어간다. LG전자는 시장과 고객에 대한 철저한 분석을 통해 국내에서 거둔 신가전 성공 체험을 확대해 나갈 방침이다.

/라스베이거스(미국)=양성운·구서윤 기자
yuni2514@metroseoul.co.kr

운동검사·인공햇빛·탈모관리... 기발한 제품으로 눈도장 ‘꼭’

삼성이 지원한 ‘C랩’ 전시공간

삼성전자가 지원하는 스타트업 창업 지원 프로그램 ‘C랩’이 ‘CES 2020’을 통해 글로벌 진출의 발판을 마련하고 있다. 8일(현지시간) 라스베이거스 샌즈 엑스포에 마련된 스타트업 전용 전시 공간인 유레카 존을 찾아 다양한 C랩을 만나봤다.

삼성전자 사내 벤처프로그램 C랩은 삼성전자가 창의적 조직문화 확산을 위해 2012년 말 도입해, 창의적인 끼와 열정이 있는 임직원들에게 아이디어를 직접 구현해볼 수 있는 기회를 제공하는 프로그램이다. 그중 ‘C랩 인사이드’는 삼성전자 임직원 대상이고, ‘C랩 아웃사이드’ 사외 스타트업이 대상이다.

운동검사를 손쉽게 ‘피트’

이날 만난 C랩 아웃사이드 피트는 고객의 검사비용을 들여 병원에서만 측정 가능했던 운동검사를 누구나 언제든 쉽게 검사받을 수 있는 소프트웨어를 개발, 검사 결과에 따른 사용자 맞춤형 운동까지 제공한다. 심폐지구력, 움직임 능력, 근력측정평가 등 3가지 운동검사를 통해 최대산소섭취량을 측정해 개인별 수준에 맞는 운동프로그램을 제공한다.

자연광 유사 조명 생성 ‘씨니사이드’

씨니사이드는 인공 햇빛을 생성하는 창문형 조명으로 자연광과 유사한 조명을 제공한다. 한국인의 90%가 비타민 D 결핍을 겪고 있다는 점에서 착안했다. 노화나 피부가 탈 것이라는 걱정도 없다. 건강한 자외선인 UVB 파장을 사용해 건강한 빛으로 비타민D를 채울 수 있다.



피트가 운동검사 결과에 따른 사용자 맞춤형 운동까지 제공하는 모습. /구서윤 기자

키보드 없이도 글씨 입력 ‘셀피타입’

셀피타입 부스에는 키보드 없이 자판을 치는 흉내를 내는 것 같은 사람이 있었다. 자세히 보니 스마트폰 화면에 글자가 입력되고 있었다. 스마트폰의 전면 카메라를 활용해 가상의 키보드 솔루션을 개발했다. 별도의 장비 없이 전면 카메라를 통해 입력할 수 있다.

탈모 걱정 없애주는 ‘비컨’

비컨은 이용자가 직접 자신의 두피를 측정하고 분석하는 두피 상태 진단 과정을 거쳐 최적의 솔루션을 제안한다. 두피 케어 및 탈모 예방 홈케어 솔루션으로 두피 상태를 진단하는 10가지 항목을 동시에 측정하는 디바이스와 애플리케이션으로 구성되며, 디바이스를 통해 사용자의 두피를 측정하면 두피 각질, 민감도, 머리숱, 온도, 유수분 등 데이터를 전용 애플리케이션을 통해 실시간으로 분석하며, 샴푸 추천 등 맞춤형 솔루션을 제공한다.

8명 영상통화 가능 ‘스무디’

스무디는 동영상 시청이 많은 유튜브 시대를 맞이해 최대 8명까지 동시 대화가 가능한 그룹 영상통화 서비스를 선보였다. 언제 어디서든 영상통화를 받을 수 있도록 음소거 모드에서 시작되는 것이 특징이다. /라스베이거스(미국)=양성운·구서윤 기자

“鄭 리더십에 NASA서 현대車 이직

(정의선)

비행의 민주화... UAM 반드시 성공

(도심형 항공 모빌리티)



인터뷰

현대차그룹 UAM 사업부 신재원 부사장

1989년부터 30년간 NASA 근무 “산업 경계 넘어 새 모빌리티 구축”

“정의선 수석부회장의 혁신 리더십 믿고 현대차행을 결정했습니다. 산업간 경계가 무너지면서 자동차 업체도 비행기를 만들어 새로운 모빌리티를 구축할 것입니다.”

신재원 현대자동차 UAM(도심형 항공 모빌리티) 사업부담당 부사장은 30년간 항공 기술 분야에 전념했던 미국항공우주국(NASA)을 나와 자동차 회사인 현대차그룹의 합류를 결정하는데 정의선 수석부회장의 영향이 큰 부분을 차지했다고 이처럼 말했다.

현대차그룹의 미래 전략인 ‘스마트 모빌리티 솔루션’의 한 축인 UAM을 이끌고 있는 신재원 부사장을 세계 최대 가전·정보기술 전시회(CES 2020) 개막을 하루 앞둔 6일(현지시간) 라스베이거스 만달레이베이 호텔에서 만났다.

신 부사장은 연세대 기계공학과를 졸업하고 미국 캘리포니아주립대, 버지니아대에서 석사와 박사학위를 받은 뒤 1989년 NASA에 입사해 시니어 리서치, 헤드 리서치를 거쳐 관리직으로만 24년을 있었다. 클리블랜드 글램 리서치 센터에서 전체 항공연구 총책임자를 맡았고, 2004년부터는 워싱턴 D.C.의 NASA 본사에서 전체 항공 연구를 하는 미션 디렉터리의 부책임자로 일하다 2008년부터는 전



신재원 현대자동차 UAM(도심형 항공 모빌리티) 사업부담당 부사장이 CES 2020 개막을 하루 앞둔 6일(현지시간) 라스베이거스 만달레이베이 호텔에서 기자들의 질문에 답하고 있다.

체 부서의 총 책임을 맡았다.

신 부사장은 “처음에는 연구원이었지만 대부분의 경력 동안 연구 개발 관리를 했기 때문에 전세계에 있는 연구개발센터와 보잉과 록히드마틴 등 모든 항공기 회사는 물론 다양한 기업체와 일을 한 경험이 있다”며 “이 같은 경험을 바탕으로 UAM 사업을 완성하는데 보탬이 되고 싶다”고 말했다.

신 부사장은 정 수석부회장의 비전인 ‘비행의 민주화’에 공감하는 한편, 그가 맡긴 UAM 사업의 성공에 강한 확신을 보여줬다. 신 부사장은 UAM은 현대차가 CES에서 제시한 스마트 모빌리티 솔루션의 핵심으로, PBV(목적기반모빌리티)-모빌리티환승 거점(허브)과 연계돼 끊임없는 이동을 제공한다. 현대차는 UAM을 미래 혁신사업으로 키워서 반세기 넘게 도

로에서 이어온 도전을 하늘길로 확장한다.

그는 비행의 민주화라는 용어에 대해 “엄청난 부자는 개인 비행기가 있으니 원하는 시간에 마음대로 비행을 할 수 있지만 대부분의 사람들은 비행을 하려면 항공사의 스케줄에 맞춰야 한다”면서 “UAM 시장이 열리면 UAM이 시스템 안에 지상 이동 수단이 항공 수단과 완벽히 연계가 되면서 수요에 따른 항공 모빌리티 이용이 가능할 것”이라고 설명했다.

UAM 상용화 시점에 관해 신 부사장은 “업계에서는 2023년 시범 운영한다는 우버 계획을 표준이라고 본다”며 “다만 승객이 4~6명이 타고 조종사가 있으며 도시 일정 지점에서 공항까지 이동하는 매우 한정적인 수준일 것”이라고 예상했다.

신 부사장은 UAM의 상용화에 있어 안전이 최우선으로 확보되어야 한다고 강조했다. 신 부사장은 “일부 경비행기 회사에서 낙하산을 장착한 비행기를 판매하는 것처럼 UAM도 기체 무게를 가볍게 해서 낙하산을 적용할 것으로 예상된다”며 “현재 PAV 콘셉트에 8개의 로터를 사용하기 때문에 로터가 하나 고장나도 충분히 제어되도록 제작할 것”이라고 말했다.

마지막으로 UAM의 상용화를 위해서는 정부 역할의 중요성을 언급했다. 그는 “기체 개발을 위해서는 테스트가 필요한데 충분히 안전 테스트를 진행할 수 있는 공간이 필요하다”며 “기존 항법 시스템과 충돌이 되지 않는 항법 시스템도 있어야 한다”고 말했다. /라스베이거스(미국)=양성운·구서윤 기자