

JY의 승계 포기로 짚어본 대기업 지배구조

전문경영인 대세 속 “투자 등 오너역할 과소평가 말아야”

오너 일가 책임감·애사심 남달라 경영효율성 등 오너 필요성 대두

이재용 삼성전자 부회장이 경영권 승계를 포기하겠다고 공언하면서 재계에도 새로운 바람이 불어올 조짐이다. 이미 전문 경영인 역할이 크게 높아진 상황에서, 오너 경영 필요성도 다시 논의될 전망이다.

7일 재계에 따르면 이 부회장은 지난 6일 대국민 사과를 통해 자녀들에 경영권을 승계하지 않겠다고 선언했다.

이에 따라 재계에도 새로운 바람이 불 수 있을지 관심이 높아지는 모습이다. 오너 경영 시대가 저물고, 대신 전문 경영인이 더 부각되는 것 아니냐는 기대도 나온다.

이미 경영권 승계와 관련해서도 과거와는 다른 모습이 이어져왔다. 오너 일가라면 무조건 요직을 꿰찼던 것과 달리, 최근에는 충분한 경험을 쌓고 능력을 검증받고 나서야 회사 중책을 맡기고 있다.

최태원 SK회장의 자녀들이 대표적



LG 트윈타워.

/김재웅기자



서울 종로구 서린동에 위치한 SK그룹 본사 전경.

/뉴시스

이다. 장녀 최윤정씨는 시카고대 뇌과학연구소와 베인앤컴퍼니를 거치고서도 다시 유학 중이며, 차녀 최민정 씨는 해군 장교로 복무 뒤 중국 투자 회사에서 근무 후야 SK하이닉스의 미국인 트라에 대리급으로 입사했다.

LS그룹의 오너 3세 구본혁 예스코홀딩스 부사장은 올 초 승진을 반납해 재계 이목을 끌었다. 정기 인사에서 대표이사로 승진 인사를 받았지만, 스스로 경영 수업을 더 받아야 한다며 사임 의사를 밝힌 것. 그 밖에도 재계 총수들은 최근 들어 자녀 승계에 능력과 도덕 등 엄격한 기준을 적용하고 있다.

아울러 재계는 이미 시대 변화를 따라 경영권을 다분화해 전문경영인의 역할을 극대화한 모습이다. 제약적 총수 경영 시대는 이미 끝난 지 오래라는 게 중론이다. SK그룹은 핵심 의사결정기구인 수펙스 추구협의회를 통해 전문경영인 역할을 극대화했다. 지주사 SK㈜와 주요 계열사인 SK이노베이션, SK텔레콤, SK하이닉스 등 회원사 최고경영진이 한데 모여 계열사와 그룹 경영 방침을 정하는 방식이다.

이같은 SK의 경영 철학은 ‘따로 또 같이’로 요약된다. 평소에는 각자 경영을 진행하다가, 필요할 때만 모여서 머

리를 맞댄다는 얘기다. 그룹 총수인 최태원 회장이 모든 사안을 결정하기보다는, 경영진들 의견을 모아 최선의 결정을 내리는데 중점을 둔다는 설명이다. LG그룹 역시 계열사별로 ‘책임 경영’을 지켜온 지 오래다. 총수가 지주사인 LG㈜ 회장을 맡고 있기는 하지만, 계열사는 전문경영인이 책임을 지고 경영을 맡는다. 그룹사에서 따로 계열사 경영에 간섭하지도 않는다는 방침으로 알려졌다.

심지어 구광모 LG그룹 회장은 주위에 회장 대신에 지주사인 LG㈜의 대표로 불리달라고 할 정도로 ‘총수’라는 이

미지를 업애고 계열사별 자율경영을 강조하고 있다는 후문이다.

현대차그룹도 변화하는 분위기다. 일단 정의선 수석부회장이 현대제철 사내이사에서 물러나고 현대차와 기아차 경영에 집중하기로 했다. 현대제철을 완전히 전문경영인에 맡기겠다는 의지로 풀이된다. 앞서 자동차사업에서도 디자인 부문을 피터 슈라이어 디자인 경영담당 사장에 전권 위임하는 등 전문가 중심 경영 체제를 확대하기도 했다.

다만, 일각에서는 전문 경영인 체제가 더 확대되면 오히려 경영 효율을 해칠 수 있다는 우려도 내놓고 있다. 전문 경영인이 오너 일가만큼 기업에 책임감을 갖기 어려운 만큼, 장기적인 안목에서 멀리 보고 투자나 결단을 내리기보다는 당장의 실적 위주로 경영을 할 수 있기 때문이다.

재계 관계자는 “오너 일가만큼 회사에 애정을 갖고 뛰어다닐 사람이 있는지 의문”이라며 “오너 경영과 전문경영인 체제가 적절한 균형을 지키는 정도가 가장 합리적인 것”이라고 말했다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

나무야, 철강이야?... “건축용 강건재 예술이네”

Q 르포 | 포스코 프리미엄 강건재 홍보관 ‘더샵 갤러리’ 가보니

포스코가 건축용 철강재를 차세대 핵심제품으로 육성하고 고품질의 철강재를 건설산업 전반에 다양하게 활용함으로써 강건재 시장 고도화를 추진한다. 특히 프리미엄 강건재 통합 브랜드인 ‘이노빌트(INNOVILT)’로 상생과 혁신, 안전, 친환경 등을 동시에 이뤄낼 수 있는 생태계 구축에 나선다.

이에 7일 포스코그룹이 프리미엄 강건재를 만나볼 수 있도록 서울 강남에 개관한 ‘더샵갤러리’를 찾았다. 건물 외부는 은은한 광택을 담은 스테인리스 컬러 강판을 적용해 세련된 분위기를 느낄 수 있다. 정면·후면·좌벽·우벽 등 외벽 모두 각기 다른 강건재(건축물·인프라를 건설하는 데 사용되는 철강 제품)를 적용했으며 후면의 경우 녹슬 걱정 없는 특수 철강재인 포스맥(PosMAC)을 사용했다.

◆철강재에 예술을 입히다

더샵갤러리는 지상 3층에 연면적 4966㎡(약 1500평) 규모로 건물 전체가 건축용 철강재 종합전시관 역할을 한다. 포스코 그룹의 철강·IT·건설 기술도 경험할 수 있게 구성했다.

이곳은 입구에서부터 포스코 이노빌트를 만날 수 있다. 입구에 들어서자 정면에 보이는 벽면에는 나비가 날갯짓하듯 움직이는 스테인리스 벽면이 눈길을 끌었다. 또 바람이 불면 움직일 것 같은 사각형 도금강판을 부착한 천장은 세련된 실내공간을 제공한다. 다소 차갑고 딱딱한 철강의 이미지를 벗어나 예술 작품을 보는 듯한 느낌을 준다.

더샵갤러리는 1층부터 3층까지 포스코 강건재를 대거 적용했다. 일부 내부 벽체

포스코 철강·IT·건설기술 총망라 1층부터 3층까지 강건재 대거 적용 VR로 건축물 내부 살피는 체험도 차세대 핵심제품으로 철강재 육성

는 철강에 인크젯프린트로 나무 모양을 인쇄한 ‘포스아트’ 외벽이 적용돼 진짜 나무를 만지는 듯한 느낌을 준다. 하지만 나무와 대리석으로 보이는 내장재는 철강재로 만들어 자석을 붙일 수 있다.

포스코건설이 시공한 건물 모형을 올려놓으면 상세정보가 나오는 미디어 테이블 주변에는 스틸커톨, 베스트빔(Besto BEAM), 하이포빔(Hyfo BEAM), SP라프트, 고성능 가드레일, 파형 강관구조물(물결모양의 형태로 가공된 강관) 등 6개의 이노빌트 제품이 전시돼 포스코의 기술을 한눈에 확인할 수 있도록 했다.

또 건축물 내부를 살필 수 있는 VR 체험존도 마련돼 방문객들에게 다양한 정보를 제공한다. 고강도강판을 적용한 터널보강용 ‘락볼트’, 고성능 ‘가드레일’ 등도 직접 만져볼 수 있게 모형이 준비돼있다.

포스코그룹은 더샵갤러리에서 건설사, 설계사 등을 대상으로 하는 기술 설명회를 개최해 강건재 비즈니스 확대의 장으로 활용하는 한편, 학계를 대상으로 하는 기술교류회 등을 열어 최신 강건재 기술 교류의 장으로 만들어 나갈 예정이다. 이에 더해 더샵갤러리를 이노빌트 제품 전시장으로 제공해 이노빌트 제품 생산 회사와의 공동 마케팅에



포스코그룹이 프리미엄 강건재를 소비자들 직접 볼 수 있도록 서울 강남에 개관한 포스코 ‘더샵갤러리’의 외관. /포스코

도 활용할 계획이다

◆강건재 2030년 1400만톤 확대할 것 포스코는 조선과 자동차강판에 이어 프리미엄 건축용 철강재를 차세대 핵심 제품으로 육성할 방침이다. 이를 위해 포스코는 지난해 11월 ‘이노빌트’를 런칭하고 고객사들과 제품 공동 개발을 진행하고 있다. 내외부 전문가 12명으로 구성된 브랜드 위원회는 고객사 철강 제품의 안정성·기술성·시장성을 평가해 이노빌트 인증 제품으로 선정하고 있다.

포스코는 지난해 12월 첫번째 이노빌트 브랜드위원회를 개최해 청암이앤씨의 파형강판 등 국내 17개사 23개 제품을 이노빌트 인증제품으로 선정하고 고객사와 브랜드 사용협약을 체결했다. 지난달엔 2차 이노빌트 브랜드위원회를 열고 디자인허브코리아의 포스아트 판넬 제품 등 17개사 28개 제품을 이노빌트 인증제품으로 선정했으며, 이달 중 최종 확정할 예정이다.

포스코 측은 “일본의 철강사들은 오랜 기간동안 타 기업을 인수, 합병하는 방식으로 수직계열화했다”며 “이러한

방식은 확장성과 원가경쟁력이 부족하다는 단점이 있어 고품질 상품을 이노빌트로 인증하는 방식을 통해 프리미엄 강건재 생태계를 만들려고 한다”고 설명했다.

이 같은 협업으로 포스코는 강건재 프리미엄화는 물론, 수요도 점진적으로 확대해 나간다는 방침이다. 김상균 포스코 강건재마케팅실장 상무는 “한 해 강건재 시장 규모는 2200만톤이며 현재 포스코는 400만톤 정도의 강건재를 판매하고 있다”며 “2030년까지 국내·해외를 포함해 강건재 판매를 1400만톤으로 확대할 방침”이라고 말했다.

포스코와 고객사는 이노빌트 제품 판매 확대를 위해 온오프라인 공동마케팅도 추진한다. 오는 7월과 10월 각각 열리는 국내 최대 건축박람회 ‘코리아빌드’와 ‘포스코글로벌EVI 포럼’에서 이노빌트관을 마련해 공동 마케팅을 펼친다. 온라인에서는 이노빌트 홈페이지, 포스코뉴스룸, 포스코TV(유튜브) 등 포스코의 다양한 채널을 통해 이노빌트 제품을 지속적으로 홍보한다. /양성운 기자 ysw@

>> 1면 ‘워격이로·안면인식 등’서 계속

딥페이크 탐지 기술 설명하는 AI 개발 과제

특히 이 기술은 마스크를 꺼도 얼굴 인식이 되고 안경·화장·얼굴각도 등 다양한 제약에도 판독 가능해 관심을 모았다. 안면인식 AI 기술은 올해 말경 인천 공항에도 도입될 예정으로, 이 시스템이 도입되면 출입국 심사에서 멈출 필요 없이 얼굴인식으로 걸어가며 통과할 수 있는 ‘워크스루’ 서비스가 가능해진다.

얼굴인식을 이용한 페이스 페이(Face Pay) 서비스도 국내에서 본격화되고 있다. 신한카드사는 최근 은행에서 카드와 얼굴정보를 등록하면 가맹점에서 얼굴 인식만으로 결제할 수 있는 서비스를 한양대 서울캠퍼스에서 상용화했다.

◆나쁜 AI 막아라

나쁜 AI로 손꼽히는 ‘딥페이크’ 탐지 기술도 포스코 코로나 이후 주목받을 기술로 꼽히고 있다. 딥페이크(Deep Fake)는 AI로 특정인의 얼굴을 다른 영상·사진 등에 합성하는 편집물로서, ‘n번방’ 사건으로 온라인 성착취물 공유방에 딥페이크 채팅 방들이 운영되는 것이 밝혀지며 심각한 사회 문제로 떠올랐다.

과기정통부 관계자는 “영상 속 인물의 표정·음성·화질 등을 바탕으로 해당 영상의 위조 여부를 밝히는 기술의 중요성이 부각되고 있다”고 밝혔다.

또 코로나 이후 AI 기술이 더욱 확대되기 위해서는 설명 가능한 AI(XAI, Explainable AI)가 빠르게 개발돼야 한다. 현재의 AI는 ‘왜 그런 결정을 내렸는지’ 설명할 수 없어 ‘블랙박스’로 불리기 때문에, 회사의 중대한 결정을 내리는 데 활용하기는 어렵기 때문이다.

/채윤정 AI 전문기자 echo@