

# LG전자, EV 충전 등 B2B 확장... “2030년 매출 10조 목표”

〈기업간거래〉

B2B 중심 체질개선 방향 공유  
의료용 모니터 분야 집중 육성  
사이니지 등 캐시카우 사업 강화

“기업간거래(B2B) 사업을 앞세워 2030년까지 현재 매출의 두배 수준인 10조원 규모로 끌어올리겠습니다.”

LG전자 비즈니스 솔루션(BS) 사업 본부가 10일 경기도 평택시 LG디지털파크에서 기자간담회를 열고 2030년까지 10조원 매출 규모로 키워낸다는 포부를 밝혔다. 이를 위해 전체 매출 가운데 B2B 사업이 차지하는 비중을 2030년 45% 수준으로 늘리겠다는 전략이다.

이 자리엔 LG전자장악환BS사업본부장(부사장), 백기문 ID사업부장(전무), 이윤석 IT사업부장(상무), 지인숙 마케팅담당(상무) 등이 참석했다.

이날 장악환 LG전자 BS사업본부장은 “지난 66년간 축적해 온 가전제품을 사용하는 고객과 고객이 거주하는 다양한 공간에 대한 이해와 노하우로 B2B 고객에게 맞춤 서비스와 차별화된 솔루션을 제안하는 사업 파트너가 될 것”이라고 말했다.

LG전자는 기존 기업·소비자간거래



LG전자 BS사업본부장 장악환 부사장이 10일 평택 디지털파크에서 LG전자의 비즈니스 솔루션(BS) 사업을 설명하고 있다.

(B2C)에서 B2B 중심으로의 사업 체질 변화를 위한 비전을 구체화했다.

먼저 호텔·병원 TV와 사이니지, 프리미엄 노트북 등 업계를 선도하는 캐시카우 사업을 강화하는 한편, 의료용 모니터, 전기차 충전기를 핵심 신사업으로 육성해 안정적인 매출 구조를 구축하겠다는 전략이다.

현재 LG전자는 다양한 B2B 제품과 솔루션을 비롯해 전장, 냉난방공조(HVAC), 빌트인(Built-in) 가전, 첨단 자동 공장 솔루션 등 다양한 B2B 사업 역



200kW 급속 충전기와 실시간으로 전력량 등을 확인할 수 있는 클라우드 기반의 관제 솔루션 ‘이센트릭(e-Centric)’

량을 빠르게 강화하고 있다. 실내 공간 뿐 아니라 모빌리티, 비즈니스 공간 등으로 사업 영역을 확장해 체질 변화를 이뤄내겠다는 목표다. 특히 호텔·매장·기업·학교와 같은 다양한 고객군별 맞춤형 상업용 디스플레이, IT 기기(LG 그램·모니터 등), 상업용 로봇, 전기차 충전기 등에 힘을 쏟는 중이다.

LG전자는 매년 두 자릿수 이상 성장률을 기록 중인 올인원(All-In-One) LED, 마이크로 LED 등 프리미엄 파인피치(Fine-pitch, 픽셀 간격

2mm 이하) LED 사이니지 제품을 중심으로 공간별 맞춤 디스플레이 솔루션 사업을 지속 확장해 나갈 계획이다. 특히 생산 과정부터 화질까지 AI를 적용한 차세대 ‘LG 마이크로 LED’를 연내 출시하며 시장 지배력을 더욱 공고히 한다.

또 글로벌 B2B 기업들과 전략적 협업으로 사업 영역 확대 및 경쟁력 강화에도 속도를 낸다. 최근에는 오피스 솔루션 전문 기업인 리코와 업무협약(MOU)을 체결하고 기업용 토털 솔루션

공급을 위한 공동 영업 및 신규 사업 기회 발굴 등을 진행하고 있다.

BS사업본부는 미래 신성장 동력 강화에도 속도를 낸다. 차세대 유니콘 사업으로 육성 중인 전기차(EV) 충전기를 내년 글로벌 시장으로 본격 확대에 나선다는 계획이다. 오는 2030년까지 미국 급속충전기 시장 내 8% 수준의 점유율을 확보하고 글로벌 탑티어 업체로 도약할 계획이다. 연내 북미 시장 공략을 위한 350kW 초급속 충전기 생산에 이어 유럽향 30kW, 7kW급 완속 충전기 2종을 출시한다.

LG전자는 ‘의료용 모니터’ 분야를 집중 육성해 5년 안에 글로벌 탑3 기업이 되겠다는 계획도 밝혔다.

특히 의료기관에서 필요한 제품을 한꺼번에 공급하는 ‘턴키 수주’ 방식으로 시장을 공략한다. 지난해 말 프랑스 공립 병원 구매자 연합과 4년간 1000만 유로(150억원) 규모의 공급 계약에 나서는 등 성과를 내고 있다.

의료용 모니터에서 얻은 데이터를 분석하는 과정에 AI를 적용하는 등 의료 이미징 장비 사업으로 확장하는 방안도 검토 중이다.

/구남영 기자 koogija\_tea@metroseoul.co.kr

# 롯데, 아프리카 시장 진출 타진... 신동빈 “카카오 원두생산 협력”

〈롯데그룹 회장〉

한·일 식품사 경영진, 가나 방문  
카카오 묘목 13만 그루 전달

롯데가 아프리카 가나를 찾아 지속가능한 사업 역량을 확보하고, 아프리카 시장 진출을 타진했다.

신동빈 롯데그룹 회장을 비롯한 한·일 롯데 식품사 경영진은 지난 8일 가나 수출 지역의 카카오 농장을 점검하고 카카오 묘목을 기증했다고 10일 밝혔다.

이번 방문과 묘목 기증은 한·일 롯데가 공동으로 진행하는 ‘지속가능 카카오 원두 프로젝트’의 일환이다. 한국과 일본 롯데 식품사의 대표 상품인 가나 초콜릿은 국내 출시 50주년, 일본에서는 60주년을 맞았다.

‘지속가능 카카오 원두 프로젝트’는



한·일 롯데 식품사 경영진이 지속가능한 사업 역량 확보를 위해 아프리카 가나를 방문해 카카오 공급망을 점검하고 카카오 묘목 13만 그루를 기증했다. 신동빈 롯데그룹 회장(가운데) 등 관계자들이 묘목 기증식에서 기념사진을 촬영하고 있다. /롯데지주

초콜릿 원료인 카카오의 지속가능한 조달을 위해 농장의 재배 환경을 개선해주는 사업이다. 한·일 롯데는 현지 파트너사와 함께 카카오 공급망 모니터링을

강화하는 동시에 선진 농법을 전 카카오 묘목과 비료를 지원한다. 나아가 아동 노동을 포함해 근무 환경 개선을 통한 공정무역 실현에도 일조할 계획이

다. 프로젝트를 통해 한·일 롯데는 안정적으로 카카오를 공급받고 고품질의 상품을 고객에게 제공한다는 목표다.

세계 2위 코코아 생산국인 가나에서는 최근 폭염과 병해로 인해 작황 부진에 시달리고 있으며 이는 원재료 가격 폭등으로 이어졌다.

롯데는 현재 가나의 방역 시스템, 경제 수준을 고려했을 때 단시간 내에 개선이 어렵다고 판단하고 직접 나서기로 결정했다.

롯데는 ‘지속가능 카카오 원두 프로젝트’를 진행하며 양질의 카카오를 안정적으로 공급받기 위해 가나 현지 농장과 계약을 맺고 공동으로 구매한다. 공동 구매 과정에서 절감한 비용의 일부는 ▲아동 노동 환경 개선을 위한 모니터링 시스템 개선 ▲농업 교육 프로

그램 개발 ▲기반 시설 건립 등에 투자할 계획이다.

신 회장과 이영구 롯데 식품군 총괄 대표, 이창엽 롯데푸드 대표, 다마스카 겐이치 롯데힐딩스 대표 등 한국과 일본 롯데 지주사 및 식품사 경영진은 ‘가나 코코아 보드(Ghana Cocoa Board)’에 카카오 묘목 13만 그루를 전달했다.

카카오 농장을 시찰하고 묘목 기증식에 참석한 신동빈 회장은 “지난 50여 년 동안 가나 초콜릿이 고객들에게 사랑받을 수 있도록 우수한 품질의 카카오를 생산해준 가나 카카오 관계자들의 노고에 감사한다”며 “한·일 롯데가 힘을 합쳐 지속가능한 카카오 원두 생산이 가능하도록 적극 협력하겠다”고 전했다.

/최빛나 기자 vitna@

# 김승연 “방산·조선 등 성공경험 확산... 100년 역사 써내려 갈 것”

〈한화그룹 회장〉

한화그룹 창립 72주년 사내방송  
안전 강조... “타협할 수 없는 가치”

“시류에 타협하지 않는 신념과 최선을 향한 끈질긴 집념으로 위기의 파고를 이겨내고 100년 한화의 새로운 역사를 써내려 갈 것입니다.”

김승연 한화그룹 회장이 10일 창립 72주년(9일)을 기념하기 위해 진행된 사내방송에서 창립기념사를 통해 이같이 밝혔다. 김 회장은 기념사를 통해 냉혹한 경영 환경 속에 모든 기업들이 큰 어려움을 겪고 있다고 진단했다. 그리고 이를 타개할 방안으로 성공 경험의



김승연 한화그룹 회장

확산을 강조했다.

특히 한화에어로스페이스, 한화시스템 등의 방위산업에 대해서는 한화그룹의 신념과 지난 도전의 역사를 빛나게

한 성과라며 의미를 부여했다.

한화에어로스페이스는 지난해 통합 원년을 맞아 역대 최고 실적을 달성했다. 올해도 지난 2분기 기준 방산 부문 영업이익이 전년 동기 대비 1089% 증가한 2608억원을 달성했다. 지난 7월에는 루마니아와 1조4000억원 규모의 K9 자주포 수출 계약을 맺었다.

한화시스템은 2분기 기준 전년 동기 대비 영업이익이 135% 증가했다. 7월에는 사우디아라비아 MSAM 다기능 레이더 공급 계약을 체결하는 등 지속 성장하고 있다.

한편 지난 신년사에서 언급했던 ‘그

레이트 챌린저’로서의 위기 극복 방식을 강조했다. 시장의 사이클과 같은 흐름이 영원하지 않기 때문에 우호적으로 바뀌기를 기다리기보다는 적극적으로 주도적인 대응이 필요하다는 것이다.

어려운 경영환경에 직면해 있는 석유 화학과 에너지사업 부문에 대해서는 쓴 소리도 아끼지 않았다. 작은 성공에 안주했던 것은 아닌지 돌아보고 뼈를 깎는 혁신으로 시장을 선도해야 한다는 것이다.

방산 부문에 대해서는 지정학적 이슈에 따른 일시적인 성공에 머물지 않도

록 연구개발과 현지화 전략 등 시장 개척에 매진할 것을 강조했다.

한화오션과 한화엔진 등 지속적인 변화와 확장을 거듭하고 있는 조선해양 부문에 대해서는 ‘글로벌 해양사업 리더’라는 목표를 제시하며 더 큰 성공을 독려했다.

이번 창립기념사에서 특별히 강조한 것은 안전이다. 한화그룹은 화학사업을 모태로 하는 만큼 안전이 무엇보다도 중요한 최우선의 가치라는 것이다.

김 회장은 “안전은 타협할 수 없는 가치이며 누군가의 희생 위에 세워진 성공은 성공이 아니다”며 “대표이사에서부터 임직원 개인에 이르기까지 안전에 최선을 다해줄 것”을 당부했다.

/양성운 기자 ysw@