

‘그레이트 피플, 그레이트 컴퍼니’ 통해 2010년 톱3 달성

“R&D 인력은 LG의 희망입니다.” 구본문 LG그룹 회장이 공개석상에서 자주 하는 말이다. R&D를 성장동력의 1순위로 삼는 LG의 정신이 그대로 묻어나오는 대목이다. 이에 가정용 에어컨, 광스토리지, DVD플레이어, 일반형 청소기 등 전자제품 시장에서 세계 1위에 올라선 LG전자의 저력 역시 산하 연구소의 R&D 인력들이 일궈낸 기술력에서 비롯된 것으로 평가되고 있다. LG전자는 2010년까지 글로벌 톱3로 올라선다는 중장기 비전을 내세웠다. 이러한 비전도 R&D에 대한 자신감의 발로로 해석된다. 이에 LG전자의 가전제품에서 최근 디지털미디어 기기까지 LG전자의 주력제품을 연구해온 디지털미디어연구소를 찾았다.

글 권경희 기자 · 사진 이혜성 기자

‘과 감한 색상과 기발한 형상의 제품을 위한 LG전자의 도전 . 서울 서초구 우면동에 위치한 ‘LG전자 디지털미디어연구소’는 LG전자의 주력사업을 지원하고 고도의 기술노하우가 필요한 중기 연구 과제를 수행하는 핵심 연구소다.

이 회사가 세계 디지털미디어기기 시장을 무대로 펼치는 실험적인 시도의 산실인 디지털미디어연구소. 철저한 보안 검열을 통과해 들어간 사무실에는 워크스테이션급 컴퓨터가 빼곡하게 들어찬 책상 사이로 자유분방한 복장의 젊은이들이 열심히 연구에 집중하고 있었다. 세계 디지털미디어기기 시장을 무대로 연구개발에 몰두하는 디지털미디어연구소가 젊은이들의 눈빛을 통해 그 위상이 뭉으로 느껴졌다.

그동안 이 연구소에서는 HDTV, 디스플레이, MP3, CD-ROM, CDRW, DVD플레이어 레코더, 휴대용멀티미디어플레이어(PMC·PMP) 등 국내

영상가전 시장에서 우위를 다투던 대부분의 제품을 개발해오며 LG전자의 경쟁력 강화를 뒷받침해 왔다.

LG는 국내기업 중 가장 많은 국내외 80여개의 연구원 및 연구소를 확보하고, 적극적이고 과감한 R&D 투자를 바탕으로 핵심기술 개발을 주축으로 한 세계적 경쟁력을 키워나가고 있다. 국내외 LG 연구소들은 고급 전문 연구인력들과 최첨단 연구 기자재 등 풍부한 자원을 바탕으로 21세기 첨단기술의 미래를 열어가고 있다.

이 중 디지털미디어연구소는 LG의 많은 연구원과 연구소를 배출해낸 모태라고 해도 과언이 아니다. 디지털미디어연구소는 LG전자의 생산협력 연구소로서 그 역사가 매우 깊은 곳이기 때문이다. 가전연구소로 출발한 디지털미디어연구소는 그동안 핵심 분야를 각 파트별로 나눠 중점적으로 연구를 담당해 디지털TV연구소를 처음 분리시켰고, 이어서 디스플레이

이연구소를, 최근에는 디지털스토리지연구소를 분리시키는 등 분리 독립된 연구소의 모체가 되는 연구소이다. 최근에는 디지털컨버전스 제품에 주력하고 있다.

디지털미디어연구소의 연구원들은 LG전자의 핵심인력이라는 자부심이 대단하다. 이는 LG전자 연구소의 모체가 될 뿐만 아니라 그동안 많은 공로를 펼쳤기 때문이다. 디지털미디어연구소는 LG전자의 핵심이 되는 신사업을 창출해 리딩 역할을 수행해 왔다. 뿐만 아니라 HDTV 연구와 디스플레이 연구를 수행해 전자 핵심역량으로 분리시켰다. 최근에는 CD-ROM, DVD 등 디지털 스토리지 분야에서 글로벌 넘버원을 달성하는 커다란 실적을 쌓았다.

현재도 이 분야에서 블루레이디스크(BD), HD-DVD의 신제품 개발을 선도하



“올해 전원 블랙벨트 취득할 것”

고 있고, 모바일 분야에서 MP3 DSC 등의 연구를 거쳐 PDA분야를 LG전자의 신사업군으로 성장시켰을 뿐만 아니라 3G폰, PDA폰, 스마트폰 분야로 확대해 가고 있다.

디지털미디어연구소는 인력 수준과 규모면에서 이미 세계 정상급이다. 상주하는 연구원만 400명에 육박해 우면동 연구소의 공간이 빠듯할 정도다. LG전자 황정환 책임연구원(MAS그룹 소속)은 “LG전자가 2010년 글로벌 톱3 달성을 목표로 정한 것은 최고 수준의 연구원 인력 풀(pool)을 갖춘 자신감에 근거한 것”이라고 설명했다.

실제로 그동안의 성과에서 그 말을 증명하고 있을 뿐만 아니라 최근 시장에서 각광을 받으며 인기리에 판매되고 있는 HP의 PDA폰 ‘iPAQ rw6100’도 디지털미디어연구소에서 개발해 LG전자가 HP에 OEM(주문자상표부착)방식으로 PDA폰을 공급하고 있다.

이 제품에는 33만 개의 단어를 지원하는 전자 영어사전 기능과 스팸 메일 차단과 같은 휴대폰 서비스 기능이 들어 있다. 또 KT의 네스팟과 KTF의 CDMA 1X EV-DO 데이터 통신 서비스를 동시에 지원, 음성 통화뿐 아니라 다양한 멀티미디어 콘텐츠, 부가 서비스를 언제 어디서나 즐길 수 있다. 뿐만 아니라 음성 통화는 물론 KT 네스팟 존에서 보다 경제적으로 초고속 무선데이터를 이용할 수 있고 상대방과 얼굴을 보며 채팅과 화상통화를 즐길 수 있다. 네스팟존 이외의 지역에서는 KTF의 CDMA 1x EV-DO 무선 데이터망에 접속해 웹 서핑을 하거나 실시간으로 펴(Fimm) TV 시청 및 VOD 동영상을 대화면으로 즐길 수 있다.

이 제품을 주문해 판매하고 있는 HP 본사 사장은 출시 당시 LG전자의 높은 기술력을 믿고 전략적 제휴를 맺었고 한국시장에 뛰어들게 됐다며 LG전자의 기술력에 대단한 신뢰를 보인 바 있다. HP는 첨단기능의 고가 휴대폰 단말기 판매가 늘고 있는 만큼 한층 많은 첨단기능을 갖고 있는 PDA폰을 LG전자와 함께 출시할 계획이 있음을 내비치기도 했다. 디지털미디어연구소의 현 기술력을 가늠해 볼 수 있는 대목이다.

이처럼 첨단기술의 선구자 역할을 하고 있는 디지털미디어연구소는 앞으로 HD급 기록계·녹화재생기·모바일 컨버전스·텔레메틱스·네비게이션·홈 컨버전스 등 미래 신사업을 적극 육성해 나갈 계획이다. 특히 통신·방송·IT·가전제품을 복합시킨 디지털 컨버전스를 적용한 프리미엄급 신제품 개발에 박차를 가하는 한편 PDA복합기와 하드디스크 타입의 MP3플레이어를 집중 개발키로 했다.

디지털미디어연구소는 우선 사업간 시너지 창출 및 효율적인 자원운용을 위해 상품기획·디자인 R&D·콘텐츠·서비스 등의 개발에 사내 인력은 물론, 외부 협력기관과 규격통합 이슈에 적극 대응해 시장을 선점한다는 전략도 세웠다.

LG전자 엄성현 디지털미디어연구소장은 “컨버전스의 심화 및 유비쿼터스 환경에 신속하게 대응하기 위해 이 같은 전략을 수립해 연구개발에 총력을 기울이기로 했다”고 강조했다.●

▶세계적으로 그 능력을 인정받게 된 이유는.

하나의 성공적 제품이 탄생하기 위해서는 변화하는 시장과 고객요구를 잘 알고 그에 대한 예측과 기획력을 펼칠 수 있어야 한다고 봅니다. 이와 더불어 풍부한 R&D인력, 최고의 품질을 생산할 수 있는 생산·품질·관리 및 시장 개척의 첨병인 마케팅 및 영업능력과 고객에게 다갈 갈 수 있는 고객지원 등 모두가 하나의 톱니바퀴처럼 유기적



으로 상호 작용해야만 합니다. 우리 연구소는 이와 관련된 모든 사항을 충분히 이뤄내고 있습니다. 특히 디지털미디어연구소는 LG전자의 R&D 분야의 중추적인 연구소로 제품의 초기 단계 설계부터 시장 동향과 경쟁 제품 분석, 고객의 요구, 비용 등을 충분히 분석해 고객의 입장에서 설계를 진행, 제품 개발시에 효과적인 양산을 진행할 수 있도록 사업부와의 유기적인 채널을 유지하고 있습니다. 이러한 것을 통해 제품 개발 시간을 단축하고 좋은 품질의 제품을 소비자가 원하는 시간에 출시, 그 능력을 인정받게 됐다고 생각합니다.

▶‘글로벌 톱3’ 목표방안은.

LG전자는 2010년까지 글로벌 톱3의 비전을 위해 ‘그레이트 컴퍼니, 그레이트 피플’을 구성원에게 제시하고 있습니다. 이를 위해 빠른 혁신, 빠른 성장을 전략으로 생산, 마케팅, 리더십을 핵심역량으로 삼고 있으며 ‘NO없는 도전, 나 아닌 우리, Fun to Work’의 조직문화를 가지고 있습니다. LG전자에서 인재를 ‘Right People’이라고 부릅니다. 이는 생각하기에 따라 서로 다른 각도의 정의를 할 수 있겠지만, LG전자에서는 한 마디로 ‘강한 인재’로 표현해 우리의 인재상으로 제시하고 있습니다. 독하고 실행력이 강하고, 전문역량을 갖춰야 한다는 것을 그 요건으로 설정해 새로운 인재를 발굴하거나 육성하는 기준으로 삼고 있습니다.

▶국내 R&D 전망 및 계획은.

현재 국내 R&D 수준은 중국보다는 앞서지만, 아직까지 일본의 R&D 수준에는 못 미치고 있습니다. 이에 핵심 기술 및 로열티를 받을 만한 많은 특허의 확보가 필요합니다. 특히 부품 부분은 아직 우리나라가 가야 할 길이 멀습니다. 대기업 위주의 성장으로 부품 부분이 다소 소홀했다고 봅니다. 그래도 핵심부품에 대한 선택적 집중은 현재의 우리나라 경쟁력을 이만큼 이뤄냈다고 생각합니다. 앞으로 디지털 모바일 컨버전스 분야에서 치열한 경쟁을 펼칠 것으로 예상, 이에 대한 개발 경쟁력과 인재를 갖춘 기업만이 살아남을 것으로 전망합니다. 이에 앞으로 품질향상과 고객만족을 위해 끊임없이 노력하지 않으면 도태될 수밖에 없습니다. 더구나 디자인은 앞으로 더욱 중요한 부분으로 자리매김할 것입니다. 우리 연구소는 지금까지 디자인을 상당히 중요한 부분으로 앞세워 개발에 매진했습니다. 앞으로도 이부분에는 집중을 계속할 것입니다. 디지털미디어연구소는 전 연구원의 식스 시그마 수준의 품질활동을 통해 올해 내 전원 블랙벨트를 취득할 예정입니다.