

과감한 도전과 창조정신! *ugobe*



모험기업인 벤처기업의 기둥정신은 ‘도전’과 ‘창조’다. 벤처기업이 새로운 기술이나 영역 개발을 위한 창조적 노력을 등한시한다면 기존의 전통기업과 다를 바가 없을 것이다. 구태의연한 이름뿐인 벤처 기업이라면 짧은 기간 동안에 투자자들의 돈을 몽땅 소진시킨 채 금새 도산하고 말 것이고, 세계경제 발전에는 전혀 도움이 되지 않았다는 실제 사례들을 우리는 역사를 통해 무수하게 보았다. 그렇듯이 벤처정신은 새로운 영역과 기술개발을 해내는 치밀하고 끈질긴 장인정신이 창조적인 기운과 결합한 것이어야 한다.

최근 세계에서 가장 주목받는 벤처기업 중 하나가 공룡로봇 ‘플레오(Pleo)’를 만든 캘리포니아주 에머빌 소재의 ‘유고베(Ugobe)’라는 회사다. 미국의 경제잡지인 〈비즈니스 2.0〉은 작년 12월 20일자에서 「2007년 일어날 사건, 출시될 제품 가운데 세계를 놀라게 할 만한 것 15가지」 중 하나로 공룡 로봇 플레오의 출시를 들었다. 플레오는 38개 센서를 장착하고 있으며 머리를 들고 꼬리를 흔드는 등 다양한 움직임을 보이는 250달러짜리 카마라사우루스(Camarasaurus)로봇 인형이다. 쥐라기 시대에 남미와 북미 등지에서 서식하며 미대륙을 호령했던 공룡 카마라사우루스를 닮은 플레오는 기분이 좋을 때 꼬리를 앞 뒤로 흔들며 소와 비슷했던 카마라사우루스와 유사한 소울음 소리를 내곤 한다. 플레오의 디자인은 고생물학자들의 자문

으로 해부학적으로도 매우 정확하게 이뤄졌다는 평가를 받고 있다. 실제 이 공룡의 공개된 모습을 본 전 세계의 네티즌들은 “애완용 강아지나 고양이와 같은 애완용 아기 공룡을 소유하는 느낌을 받게 되는데 너무 사랑스럽다”라며 올 3월 시판 즉시 구매에 들어갈 것이라고 밝히고 있다. 세계 최고의 이용자제작콘텐츠(UCC)인 ‘유튜브’에는 플레오의 움직임과 반응을 5분여에 걸쳐 보여준 동영상이 게재돼 있으며, 이를 시청한 6만여 명의 방문자들이 대부분 만족감을 표했다. ‘시오니스트캣’ 이란 네티즌은 유튜브에 올린 글을 통해 “그런 모습을 가진 멋진 남자랑 데이트하고 싶었다”고 플레오를 극찬했고, ‘신마이크’ 란 네티즌은 “너무 사랑스럽고 정말 달콤하다”고 플레오에게 찬사를 보냈다.

과학잡지 <파퓰러사이언스>는 최근 호에서 플레오가 밤과 낮을 구분하고 임의대로 행동하는 기능을 갖추고 있다고 평가하고, “플레오가 다양한 움직임을 가지고 있을 뿐만 아니라, 로봇 프로그래밍이 가능한 개발자 키트를 제공하고 오픈 소스로 공개할 예정”이라고 설명했다. 유고베사는 현재 이보다 더 복잡한 성격별 코딩을 개발하고 있으므로, USB 포트로 웹이나 로봇에 있는 SD카드 슬롯을 통해 이 애완용 공룡 로봇을 한층 더 업그레이드할 수도 있도록 하는 등 급변하는 소비자들을 끌어당길 다양한 기술개발도 병행하고 있다.

<파퓰러사이언스>는 ‘플레오’는 애완용 로봇이라는 말을 거부하는 센서와 모터로 무장한 로봇공룡이라며, 태어난 지 1주일 된 카마라 사우르스는 겉으로 보기에 전혀 로봇 같지 않기 때문에 뻣뻣하지 않고 유연한 움직임에 정해진 프로그램대로가 아니라 마치 임의대로 행동하는 듯 보인다고 평가했다.

이 잡지는 플레오는 피부도 부드럽고 이음새 없이 매끄럽게 늘어나기도 한다면서, 그러나 속을 들여다보면 1.5킬로그램짜리 이 공룡은 최첨단 로봇답게 인형 내부는 빛, 움직임, 촉감을 감지하기 위한 센서 38개로 꽉 차 있다고 설명했다. 플레오가 특히 세상의 주목을 받는 것은 주위 환경에 따라 ‘감정적’으로 반응할 수 있는 기능을 갖추고 있기 때문이다. 플레오는 기쁨과 슬픔 등 감정과 함께 하품, 한숨쉬기, 킁킁거리기, 콧방귀 뀌기, 코골기, 기침하기, 딸꾹질하기, 재채기하기 등과 같은 행동들까지 마치 살아있는 공룡처럼 구현할 수 있다. 또 콧구멍 속에 숨겨져 있는 카메라는 플레오가 사물을 볼 수 있도록 해주고 발 밑과 피부에 부착된 여러 개의 센서들이 특정 접촉에 반응할 수 있도록 해주며,

말로써 하는 명령은 알아듣지 못하지만, 말의 톤을 인지해 분위기에 따라 다른 반응을 보인다.

유고베의 최고경영자(CEO) 밥 크리스토퍼는 <CNET>과의 인터뷰에서 “단순한 장난감이라 하기 보다는 하나의 생물체라고 생각할 수 있다”며 “우리는 어떻게 보면 심리학을 로봇에 재도입했다”고 플레오의 혁신적인 기술개발에 대해 설명했다.

지금까지 플레오와 같은 첨단 장난감 로봇은 대부분 실패하곤 했다. 소니의 아이보(Aibo)는 엄청난 홍보와 광고를 들였지만 대당 1,900달러라는 고가의 한계로 인해 출시된 이후 6년 간 15만 대 밖에 팔리지 않았고, ‘큐리오’라 불리던 휴머노이드 로봇은 출시조차 되지 못했으며, 파나소닉은 한 때 애완용 로봇을 선보였지만 현재는

사실상 포기 상태에 놓여있다.

그런 상황에서 다양한 감정을 표현하는 기능으로 인기를 끌며 전 세계에 5천만 개나 판매됐던 베스트셀러 인형 퍼비(Furby)를 공동 제작했던 칼레브 청(Caleb Chung)이 설립한 유고베는 첨단기술을 활용한 완구시장에 과감하게 도전장을 내밀며 250억 달러 규모의 미국완구시장을 포함한 전세계에 포문을 열었다. 청은 살아있는 것과 유사한 느낌을 가졌으면서 일정 수준의 자율성을 가진 움직임을 보일 수 있는 그런 물체나 기계에 대해 사람들이 더욱 감정적인 애착을 가질 것이라는 점에 착안해 플레오를 개발했고, 그 결과는 올 3월 출시 이후 소비자와 시장의 반응 및 추가적인 기술개발에 따라 성패가 결정될 전망이다. 그러나 플레오를 만들어낸 이같은 도전정신과 제품개발의 성과만으로도 세계 첨단완구시장은 이미 몇몇 발자국의 또다른 진보를 이룬 셈이다. 이는 ‘유고베(Ugobe)’라는 회사이름이 ‘가서 되라(You! Go and Be)’라는 창업정신에서 따왔다는 벤처회사다운 기업가 정신에도 잘 드러난다.

글로벌 기업 GE가 1억 달러 이상의 신시장을 창출할 잠재력이 있는 프로젝트만을 선정해 실행하고 있는 ‘희기적 상상(Imagination Breakthrough)’ 프로젝트는 기존 기업들이 벤처기업의 도전에 맞서기 위해 별이는 좋은 맞대응 사례일 것이다. 제프리 이멜트 회장이 직접 쟁기는 이 IB프로젝트는 현재 80여 개 정도가 진행되고 있으며, 벤처기업들의 급성장과 소비자의 기호 변화 등 세상의 변모를 GE의 변화로 이끌어내기 위한 GE의 고심을 이 프로젝트를 통해 잘 드러내고 있다.



손자는 손자병법 병세편(兵勢篇)에서 “무릇 전쟁이라는 것은 정공법으로써 싸우고, 기공법으로써 승리하는 것이다. 그러므로 기공법에 능한 자는, 하늘과 땅처럼 끝이 없고 강물처럼 마음이 없다”(凡戰者,以正合, 以奇勝. 故善出奇者, 無窮如天地, 不竭如江河)라고 했다.

우리 벤처기업들도 남들의 성과물을 베끼기나 적당하게 다른 기업들의 성과를 이용해 이를 중개하거나 종합하는 수준에 그치거나, 어설픈 인수합병(M&A)로 살아나려 해서는 미래를 찾기 쉽지 않을 것이다. 불확실성 가득한 21세기 기업 생존경쟁에서 살아남을 수 있는 유고베의 플레오에서 얻을 수 있는 소중한 교훈은 기술개발을 이끌어 낼 과감한 도전정신과 창조정신이라는 점을 벤처기업들이 잊지 않았으면 한다.