

롯데월드, 'A 디자인 어워드' 브론즈상 수상

롯데월드 어드벤처가 지난해 봄에 진행된 콘텐츠 '렛츠 플레이 스쿨'로 이탈리아 밀라노에서 열린 2021 A 디자인어워드의 'Event and Happening Design' 부문에서 브론즈 상을 수상했다. '렛츠 플레이 스쿨'은 개학과 계절의 시적인 봄을 접목해 기획한 콘텐츠로 테마파크 특성을 반영해 고객 동선의 포인트가 되는 구간에 예쁜 스쿨버스와 교내 정원, 등굣길을 구성했다.



삼성, 구글과 웨어러블 동맹... 갤럭시 경쟁력 강화

“애플워치 잡아라”...삼성, 구글과 'OS' 합친다

(운영체제)

양사 OS 장점, 통합 플랫폼으로 앱 구동 속도 개선...앱 개발도 수월 기기간 연결성 높여 점유율 공략 하반기 새 스마트워치 적용 전망



Galaxy Watch3

삼성전자와 구글이 글로벌 시장에서 독주하고 있는 애플의 '애플워치'에 대항하기 위해 스마트워치 운영체제(OS)를 통합한다. 사진은 삼성전자의 '갤럭시워치3'.

삼성전자와 구글이 그동안 각각 운영체제 온 웨어러블(스마트워치) 운영체제(OS)를 통합하기로 했다. 삼성전자가 가진 갤럭시 하드웨어의 강점과 구글의 OS 및 애플리케이션(이하 앱) 생태계의 영향력을 합쳐 경쟁력을 강화한다는 전략이다. 특히 글로벌 시장에서 독주하고 있는 애플의 '애플워치'를 견제하기 위한 포석으로 보인다.

●“앱 최대 30% 빨리 구동”

구글은 19일(한국시간) 미국 캘리포니아 마운틴뷰 본사에서 '구글 연례개발자회의(I/O) 2021'를 개막했다. 지난해 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 열리지 못했는데, 올해는 사상 처음 온라인으로 행사를 치러 관심이 모아졌다. 구글은 이날 새 모바일 OS '안드로이드12'와 함께 검색, 지도, 어시스턴트, 쇼핑, 포토 등의 업데이트를 발표했다.

사람과 자연스러운 대화가 가능한 '랩다'도 공개했다. 또 하나 눈길을 끈 것은 삼성전자와 스마트워치 OS를 통합한다는 발표였다. 그동안 구글은 '웨어 OS', 삼성은 '타이젠'이라는 각각의 OS를 써왔다. 양사는 웨어 OS와 타이젠의 장점을 단일 통합 플랫폼으로 가져온다는 방침이다. 이를 통해 더 빠른 성능과 길어진 배터리 수명은 물론 사용자들이 즐겨 사용하는 앱을 더 많은 스마트워치에서 제공할 수 있게

됐다는 것이 구글 측 설명이다. 구글의 발표에 따르면 통합 플랫폼에선 최신 칩셋 기준으로 앱이 최대 30% 더 빠르게 구동된다. 저전력 하드웨어 코어를 활용해 기존보다 더 긴 배터리 수명도 제공한다. 낮 동안 심박수 센서를 가동하고, 밤새 수면을 추적해도 다음날 사용할 배터리가 남는다는 설명이다. 통합 플랫폼을 적용하면 개발자들이 스마트워치용 앱을 더 쉽게 만들 수도 있다. 단일 플랫폼 생태계 안에서 이미 익숙한 안드로이드도

구를 사용해 앱을 개발할 수 있다.

●생태계 확장 전략

업계는 구글과 삼성전자가 손을 잡은 이유를 애플의 애플워치에 대항하기 위한 전략으로 보고 있다. 시장조사업체 카운터포인트리서치에 따르면 지난해 4분기 기준 애플은 글로벌 스마트워치 시장에서 40%의 압도적 점유율로 1위를 차지했다. 삼성전자는 점유율 10%에 그쳤다. 삼성전자는 자체 OS인 타이젠을 이용해왔는데 사용 가능한 앱이 부족하고, 스마트폰 등 다른 안드로이드 기반 기기와의 연결성이 떨어진다는 평가를 받아왔다. 업계는 이번 OS 통합으로 다양한 앱 생태계를 확보하는 한편 안드로이드 OS를 적용한 더 많은 기기들과의 연결성을 강화할 수 있을 것으로 보고 있다.

삼성전자가 최근 공을 들이고 있는 갤럭시 생태계 확장에도 관련이 있다. 삼성전자는 최근 노트북 '갤럭시 북 프로' 시리즈를 공개하면서 마이크로소프트와의 협력을 통해 갤럭시 스마트폰과의 연결을 크게 강화했다. 외신 등에 따르면 삼성전자가 하반기 공개할 예정인 새 스마트워치(갤럭시워치4)부터 통합 OS를 적용할 것으로 전망된다.

김명근 기자 dionys@donga.com

CJ그룹, 'ESG 경영' 가속도...위원회 설치

지주사와 CJ제일제당 등 주요 계열사에 도입 완료

CJ그룹이 지주사와 주요 계열사에 대한 ESG(환경·사회·지배구조) 제반 장치 구축을 완료하고 ESG 경영을 가속화한다.

먼저 지주사 이사회 산하에 ESG위원회를 신설했다. ESG 전략과 정책을 심의·의결하는 최고 의사결정기구다. 김홍기 CJ 대표와 사외이사 2명 등 총 3명으로 구성했다. ESG 관련 임원 2명(재경팀·인사운영팀)이 간사로 참여한다.

ESG 정책 전반을 심의하고 자문할 ESG 자문위원회 구성도 완료했다. 목영준 전 헌법재판관이 위원장을 맡은 자문위원회는 앞으로 ESG위원회에 상정될 안건을 미리 심의하고 계열사 ESG 전략과 정책에 대해 자문하는 역할을 수행한다. 이와 별개로 지주사와 계열사 대표로 구성된 '대표이사협의체'를 운영해 그룹 ESG 협력방안을 논의한다.

CJ제일제당, CJ대한통운, CJ ENM 등 주요 계열사 역시 ESG 위원회 도입을 완료하고 본격적인 활동에 돌입했다. 나머지 계열사들도 순차적으로 ESG 위원회 도입을 추진할 예정이다. CJ그룹 측은 "CJ만의 ESG 경영 체계 확립과 적극적인 실천을 통해 미래 지속가능 역량을 확보하고 모든 이해관계자로부터 사랑 받을 수 있는 기업이 되도록 노력할 것"이라고 했다. 정정욱 기자

이랜드그룹, 모바일 업무 플랫폼 '이네스' 구축



이랜드그룹이 온·오프라인 매장을 연결하는 새 업무 플랫폼 '이네스(ENES·사진)'를 구축했다. 기존 웹 기반 ERP(전사적 자원관리) 방식의 시스템을 모바일에 최적화해 만든 플랫폼이다. 직원뿐 아니라

협력업체도 쉽게 활용할 수 있다. 전자 데이터를 수집해 효율적으로 사용 가능하다. 회사 측은 "복잡해지는 비즈니스 환경에 빠르게 대처할 디지털 기반이 필요해 이네스를 도입했다"며 "이네스라는 디지털 기반 위에 사업구조 개편과 플랫폼 기업과의 협업 강화 등을 진행해 그룹 차원의 온라인 대전환 움직임에 더욱 속도를 낼 것"이라고 했다.

11번가, 시각장애인 위한 쇼핑 편의기능 강화



11번가는 시각장애인 접근성을 보장하는 인공지능(AI) 쇼핑 애플리케이션 '소리마켓'(사진)을 론칭한 소셜 벤처 와들에 1억 원의 지분투자를 결정했다. 2018년 카이스트 학부 창업팀으로 시작한 와들은 2020년 SK텔레콤이 사회문제 해결을 위한 혁신 스타트업을 지원하는 '임팩트업스' 프로그램 2기에 참여했다. 11번가는 와들이 보유한 이미지 내 텍스트 인식기술(OCR)과 AI가 결합된 솔루션에 주목했다. 11번가는 파트너십을 통해 올해 하반기 중 와들의 'OCR+AI' 솔루션을 11번가 서비스에 도입할 계획이다. 솔루션이 도입되면 시각장애인들이 11번가 상품 상세페이지에서 제공하는 다양한 이미지 정보는 물론 이미지 속 텍스트까지 소리로 청취할 수 있게 된다.

아주호텔엔리조트, 스파크플러스 지분 SKT에 매각

아주호텔엔리조트는 공유오피스 스파크플러스의 지분 22만 5118주를 SK텔레콤에 매각했다. 스파크플러스는 아주호텔엔리조트와 글로벌 엑셀러레이터 스파크랩이 함께 2016년 설립한 공유오피스기업이다. 현재 18개 지점을 보유하고 있다. 스파크플러스는 PEF를 통해 미래에셋벤처투자의 200억 규모 신규투자도 유치한다. 이 자금을 바탕으로 스파크플러스는 추가 출점, 신규 비즈니스 등을 중점적으로 추진할 계획이다. 지분 매각 후에도 아주호텔엔리조트는 주요주주로서 이사회에 참여한다.

무료배달 아니다...“햄버거세트, 배달시키면 1200원 더 비싸”

롯데리아·맥도날드·버거킹·KFC 배달료 무료 표시하며 가격에 포함 배달 많이 시킬수록 소비자 손해 커

품목별 배달주문 가격과 매장구입 가격 차이	햄버거 세트	햄버거 단품	사이드메뉴	음료
롯데리아	1100원	800원	600원	600원
맥도날드	1000원	700원	700원	700원
버거킹	1200원	900원	700원	700원
KFC	1200원	800원	600원	500원

* 자료 : 한국소비자원

햄버거 프랜차이즈 업체의 제품을 배달 주문으로 구매 시 매장에서 살 때보다 비싼 것으로 나타났다.

한국소비자원은 3월 8일부터 4월 23일 까지 서울 송파구 일대 롯데리아, 맥도날드, 버거킹, KFC, 맘스터치 등 햄버거 프랜차이즈의 제품 가격을 조사한 결과, 맘스터치를 제외한 4개 업체 모든 제품의 배달 가격이 매장보다 비쌌다고 밝혔다. 배달 주문 시 매장 가격에 비해 햄버거 세트는 1000~1200원, 햄버거 단품은 700~900원, 사이드메뉴는 600~700원, 음료는 500~700원까지 더 비쌌다. 햄버거 세트

는 버거킹과 KFC가 1200원, 햄버거 단품은 버거킹이 900원, 음료와 사이드메뉴는 맥도날드와 버거킹이 700원씩 비싸 가장 차이가 컸다.

이는 배달 앱에서 배달료를 무료, 0원으로 표시하는 햄버거 프랜차이즈 대부분이 제품 가격 안에 배달 관련 비용을 포함했기 때문이다. 이에 업체들은 일정 금액 이상 배달 주문할 경우 배달료를 별도 청구하지 않는 대신 제품 가격에 배달 서비스 관련 비용을 포함한다고 설명했다.

이런 정책은 소비자에게 불리하다. 배달

제품을 여러 개 주문할수록 배달 관련 비용이 중첩돼 더 많은 금액을 부담하는 가격 구조 때문이다. 실제 이들 업체에서 무료 배달이 가능한 최소 주문금액에 맞춰 햄버거 세트와 사이드 메뉴 주문 시 배달 가격이 매장 가격보다 1200~3100원 비쌌다. 또 4인 가구를 기준으로 대표 햄버거 세트 메뉴를 4개씩 주문 시 배달 가격이 매장 가격보다 4000~4800원 비쌌다.

문제는 햄버거 프랜차이즈와 배달 플랫폼들이 이런 사실을 고객에게 제대로 알리지 않았다는 점이다. 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠 등 주요 배달 플랫폼에서는 배달료가 0원 또는 무료로 표시하고 있을 뿐, 제품의 배달 가격과 매장 가격이 다르다는 정보를 제공하지 않았다. 햄버거 프랜차이즈 업체의 홈페이지와 앱에서는 버거킹과 KFC만 주문 및 결제 과정에서 제품의 배달 가격과 매장 가격이 다르다는 정보를



쿠팡이츠 내 버거킹 검색창. 무료배달이라는 문구가 눈에 띈다.

제공했다. 반면 롯데리아와 맥도날드는 주문과 결제가 불가한 PC용 및 모바일 공식 홈페이지에서만 이 같은 사실을 고지하고 있다. 한국소비자원 측은 "이번 조사 결과를 바탕으로 햄버거 프랜차이즈 업체에 주문 및 결제 과정에서 주요 거래조건을 명확하게 알리도록 권고했다"며 "배달 플랫폼에는 매장 가격과 배달 가격이 다르다는 사실을 표시하도록 요청할 예정"이라고 했다. 정정욱 기자 jiy@donga.com

'메타버스' 얼라이언스 출범...기관·기업 맞손

현대차·네이버랩스·통신3사 등 참여 메타버스 기업·인재 등에 본격 지원

미래 차세대 먹거리로 주목받는 '메타버스' 시장을 잡기 위해 관련 기업들이 뭉쳤다.

과학기술정보통신부는 18일 경기도 판교 ICT-문화융합센터에서 메타버스 얼라이언스 출범식을 가졌다. 메타버스는 가공·추상(메타)과 현실세계(유니버스)의 합성어로, 아바타를 활용해 다양한

활동을 할 수 있는 가상공간을 말한다.

이번 얼라이언스에는 현대차와 분당서울대병원, 네이버랩스, 카카오펀터먼트, CJ E&M, 롯데월드, 통신 3사 등 다양한 분야의 기업이 참여했다. 정보통신산업진흥원(NIPA) 등 유관기관과 협회들도 함께했다.

얼라이언스는 메타버스 산업과 기술 동향을 공유하는 포럼, 메타버스 시장의 윤리적, 문화적 이슈 검토 및 법제도 정비를 위한 법제도 자문그룹, 기업 간 협업으로 메타버스 플랫폼을 발굴·기회하는 프로



LG유플러스가 의정사를 맡고 있는 'XR 얼라이언스'가 최근 공개한 VR콘텐츠. 사진제공 LG유플러스

젝트 그룹으로 나뉘어 운영할 계획이다. 정부는 얼라이언스에서 제시한 결과물을 바탕으로 다양한 지원방안을 모색하기로 했다. 과학기술정보통신부는 정보통신산업진흥원과 함께 메타버스 허브를 중심으

로 기업 간 메타버스 프로젝트 공동 발굴·기획을 촉진하고, 메타버스 기업의 성장 지원, 콘텐츠 제작·실증, 개발자 교육 등을 지원해 나갈 방침이다.

각 기업들 간 협업도 활발하다. LG유플러스의 경우 웹툰과 버라이즌, 차이나텔레콤 등 해외 기업들과 5G 콘텐츠 연합체 'XR(확장현실) 얼라이언스'를 결성하고, 의정사를 맡았다. 최근에는 신규 가상현실(VR) 콘텐츠와 함께 신규 회원사로 증강현실(AR) 기업 트리거의 합류를 일렷다. LG유플러스는 메타버스로 대표되는 VR과 AR 콘텐츠를 균형 있게 선보이며 XR 산업의 고른 성장을 추진할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 김명근 기자