제 554회 KMA 최고경영자조찬회 1강연 요약

일시 : 2019년 9월 27일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)

SPEAKER 서 진 영 원장 / 자의누리 경영연구원

- 현) 자의누리 경영연구원 창립자 및 대표이사
- 현) 국가품질상 심사 위원
- 전) 한국경영학회 상임이사, 한국품질경영학회 이사
- 전) 성균관대학교 시스템경영공학부 교수
- 성균관대학교 대학원 유학과 철학 박사
- 서울대학교 대학원 경영학과 박사
- 연세대학교 경영학과 학사
- 방송 : KBS 1 라디오 〈라디오 시사고전〉 진행 등

퇴계 이황의 이기이원론(理氣二元論)과 스마트 팩토리

1. 4차 산업혁명 준비와 두려움

로봇의 등장을 둘러싸고 로봇이 우리들의 일자리를 뺏을 것이라고 주장하는 학자가 있는 반면, 몇 백 만개의 일자리가 없어지지만 그 이상의 새로운 일자리가 창출될 것이라는 학자가 있음. 우리는 작은 것을 버리고 큰 것을 취하라는 사소취대의 가르침에 따라, 로봇에 대한 경쟁심을 버리고 그를 활용할 수 있는 방법을 찾아야 할 것임.

2. 이기이원론과 CPS(사이버물리시스템)

CPS는 사이버 공간에서 어떤 작업을 하면 현실 물리 공간에서도 같은 일이 일어나도록 만들어주는 기술체계임. 이를 퇴계 이황 식으로 풀어보면 제조 원리인 '이(理)'를 담아 가상으로 만들어진 사이버 세계와, 현실 세계 '기(氣)'의 발현인 제조 기계들이 서로 연결해 만들어지는 현상으로, 이와 기가 서로 일치하는 '이기이원론'을 들어 설명할 수 있음.

3. 이기호발설과 스마트 팩토리 최적화

4차 산업혁명 공장은 디지털 팩토리와 스마트 팩토리로 압축할 수 있음. 디지털 팩토리는 '이(理)'의 세계에 만들어진 공장을 칭하며, 제품의 개발부터 양산에 이르는 전 과정을 정보기술을 활용해 가상 공간에 구현함. 스마트 팩토리는 '기(氣)'의 세계인 물리적 공간에 만들어진 공장으로 디지털 팩토리의 시뮬레이션 결과를 반영해 생산의 최적화를 이루는 곳임. 스마트 팩토리에서 생성된 데이터를 디지털 팩토리에서 빅데이터화하여 다시 스마트 팩토리로 전송하는 이 과정은 스마트 팩토리의 최적화 방법으로, 이와 기가 서로 발한다는 이기호발설로 설명할 수 있음.

제 554회 KMA 최고경영자조찬회 2강연 요약

일시 : 2019년 9월 27일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)

SPEAKER 위 정 현 회장 / 한국게임학회장, 중앙대학교 경영학부 교수

- ■ 현) 한국게임학회 회장
- ■ 현) 중앙대학교 경영학부 교수
- ■ 현) 콘텐츠미래융합포럼 의장
- ■ 전) 한국거래소 코스닥 상장심사 기술평가 전문가
- ■ 전) 국회 과학기술정보통신위원회 정보통신정책 자문위원
- ■ 전) 한국소프트웨어진흥원 디지털콘텐츠 자문위원회 위원장
- ■ 도쿄대학교 대학원 전략경영 박사-석사
- ■ 서울대학교 경영학과 학사

게임 속에 경영위기 탈출 해법이 있다!

1. 한국 게임산업의 영광, 그리고 과제

전통적으로 Fast follower전략을 구사하던 한국의 경제 성장 전략과는 반대로 한국 게임산업은 태동부터 First mover이자 Innovator였음. 민간 자생력에 의해 NCSoft, Nexon, Netmarble 등 글로벌 선도 회사가 탄생했으며, 한국의 미래 산업 형성 모델을 제시함. 2018년도 콘텐츠 수출 중 게임의 비중은 66.9%를 차지하였고 수출액은 5조원에 이름. 하지만 이런 영광은 각국의 치열한 경쟁과 새로운 게임 강대국 중국의 부상으로 인해 점차 저물고 있음.

2. 게임, 혁신의 출발점

엘리시르 스튜디오라는 비디오 게임 개발사를 만든 하사비스는 2005년 게임 개발 업계에서 은퇴함. 게임 업계에서 인공지능의 새로운 가능성을 엿본 그는 2010년 '딥 마인드'를 설립함. 그 후 전세계에 충격을 주었던 알파고의 개발자가 됨.

3. 게임산업의 특성과 다른 산업에게 주는 교훈

1) 고객과 시장과의 소통을 통한 제품 진화 : 게임업계에서는 유저와의 활발한 커뮤니케이션으로 유저의 요구를 흡수해 상시적인 제품의 수정과 업데이트를 진행함. 기술과 글로벌 시장의 변화가 가속화 되는 현재, 시장과의 괴리를 방지하기 위해 고객의 니즈를 실시간으로 파악할 필요가 있음.

2) 개별제품이 아닌 플랫폼 전략으로 가치 창출과 시장지배력 획득 : 리니지의 경우 리니지2, 리니지2 레볼루션, 리니지M 등 다양한 제품 전략을 전개함. 이는 단일 제품이 플랫폼으로서 기능하게 되는 사례로 시장지배력을 확대하는 좋은 전략임.

3) 유연한 조직구조와 수평적 커뮤니케이션 : 게임업계는 수평적 커뮤니케이션이 이루어짐. 한국의 기업은 명령과 지시에 의한 업무 수행이 일반적이나 이는 미래 산업의 주역인 밀레니얼과 맞지 않아 개선이 필요.

제 554회 KMA 최고경영자조찬회 현장스케치

일시 : 2019년 9월 27일 (금) 06:40~09:00 장소 : 서울 그랜드 하얏트 호텔 (1층 / 그랜드볼룸)