

# 스마트 홈

2018. 10. 05

(주) 그림 / 최관표 본부장



**2010**  
설립일



**1,000,000+**  
LG U+ 가입자 확보



**#1**  
국내시장



**스마트시티 부문**  
【大賞】



2016 두뇌역량  
우수기업



전문 IBS 업체



2017 Hi-Seoul  
브랜드 기업 지정



2017 융합선도기업  
선정

### 대표이사

서미선

### 경영총괄

정연규

### 주요사업

- IoT 게이트웨이/디바이스 공급
- IoT 통합플랫폼/솔루션 구축
- IoT 서비스 기획/구현



### 지적재산권

9 건의 특허 등록, 9 건의 특허 출원 (KIPO)



- 스마트 기기를 이용한 캠핑카 도어락 개폐 시스템 및 방법
- 스마트 기기를 이용한 지웨이브 기반의 도어락 제어 시스템 및 제어 방법



### 스마트홈&리빙

Living@G



- LG유플러스 1차 단일 벤더
- 100만 가구 가입자 확보 (2017.12 기준)



### 스마트빌딩

Building@G

- 플랫폼 및 디바이스 공급
- 서비스 통합



### 스마트시티

Village@G, Solution@G

- 효율적인 IoT 기반 시설물 관리 솔루션

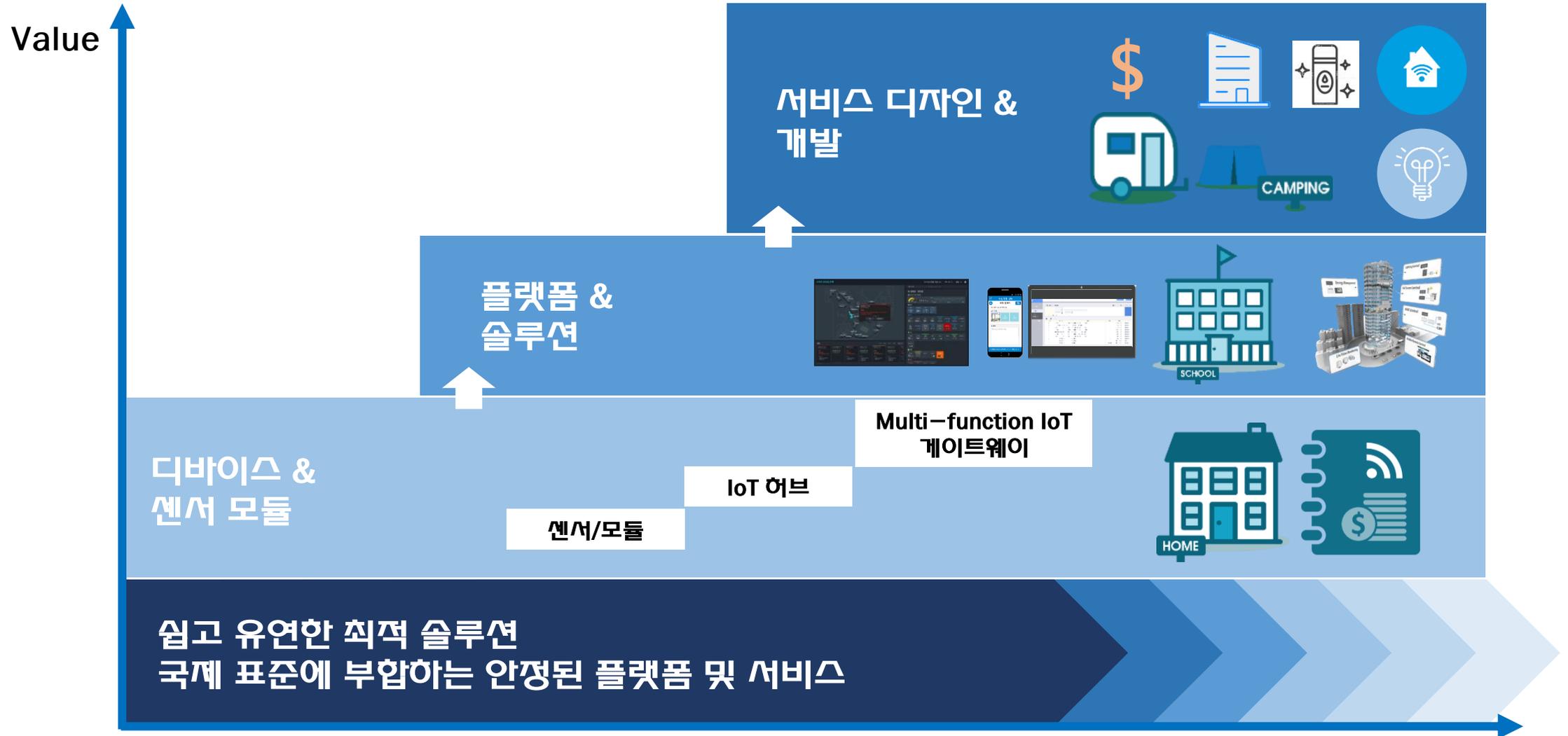


### 스마트캠퍼스

Campus@G

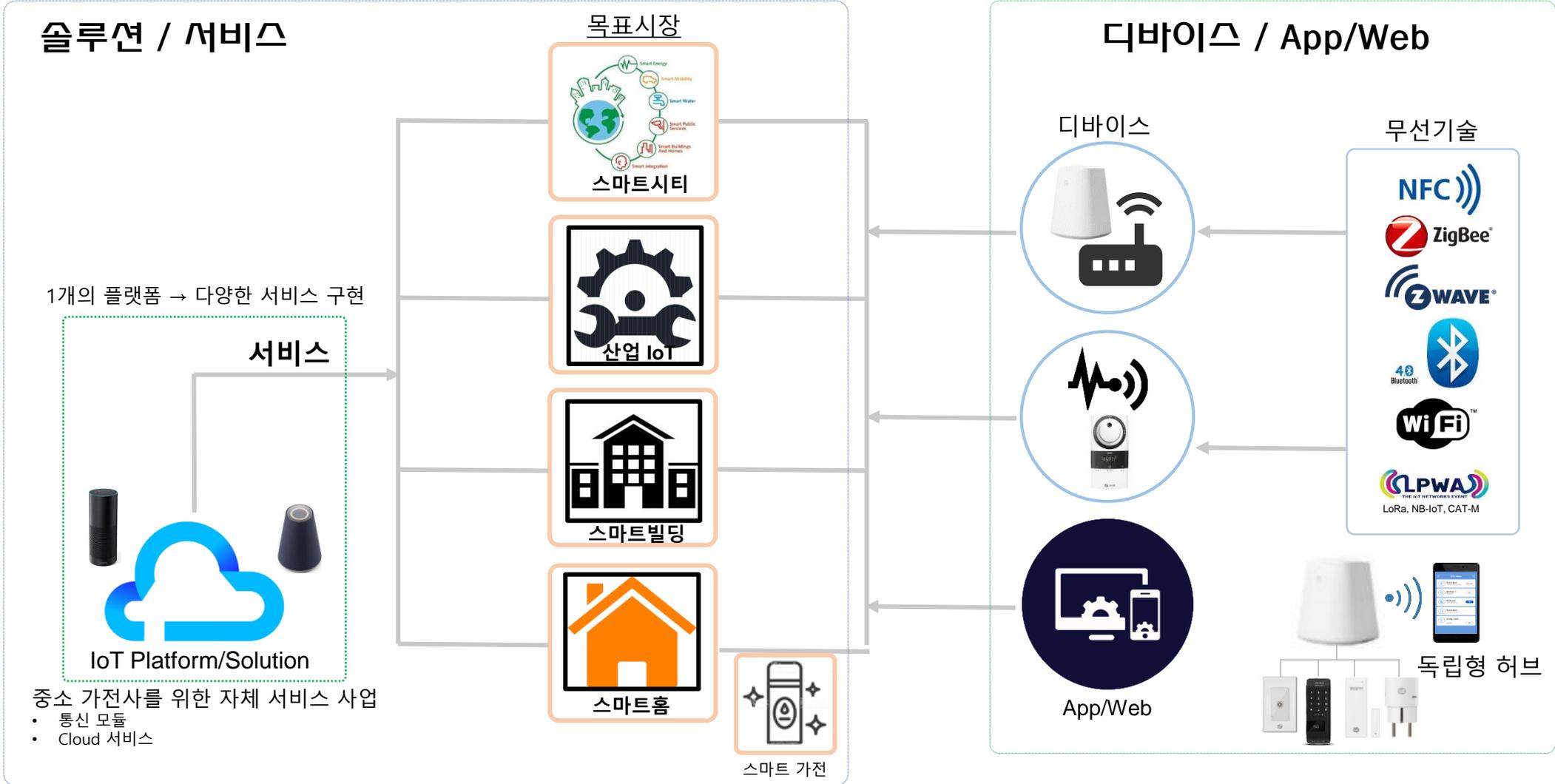
- IoT 플랫폼 및 서비스 공급
- 장비 및 시설물 관리, 보안 및 온도제어, 에너지 절약으로 캠퍼스 생활의 질적 향상

## 스마트 홈 및 산업분야 서비스 중심의 IoT 사업 선도 기업



# 솔루션 & 서비스

## IoT 서비스를 위한 One-Stop 솔루션 제공 및 자체 서비스



## • 스마트 홈

- 왜 스마트 홈 인가 ?
- 시장 동향
- 경쟁 현황
- 고객
- 요약
- 사업전략



# Smart Life

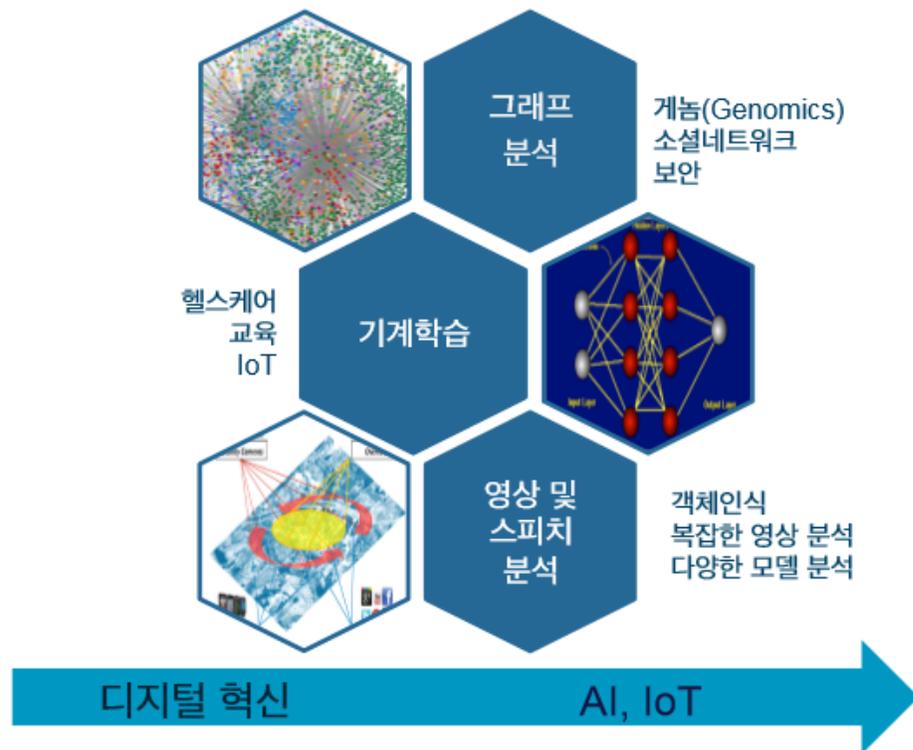
## 새로운 시대로의 진입

세상을  
'자동화'하는 시대  
(Automating  
the World)

무어의 법칙



세상을  
'이해'하는 시대  
(Understanding  
the World)



# 왜 스마트 홈인가 ?

## 스마트 홈이란 ?



- IoT를 기반으로 여러 형태의 자동화 서비스를 제공하는 새로운 주거 형태로 인간 중심적인 스마트 라이프 환경
  - 홈 네트워킹 (가정용 기기의 관리와 제어 중심)
  - 스마트 홈 (집안의 기기 연결, 모니터링, 제어, 기기를 이용한 다양한 서비스 제공)
    - 편리하고 안전한 생활/삶으로 건강복지 증진
    - 경제적 편익
    - Fun – Entertainment 제공
- 특징은 이용자의 니즈와 사용자 경험을 바탕으로 개인화된 서비스를 제공







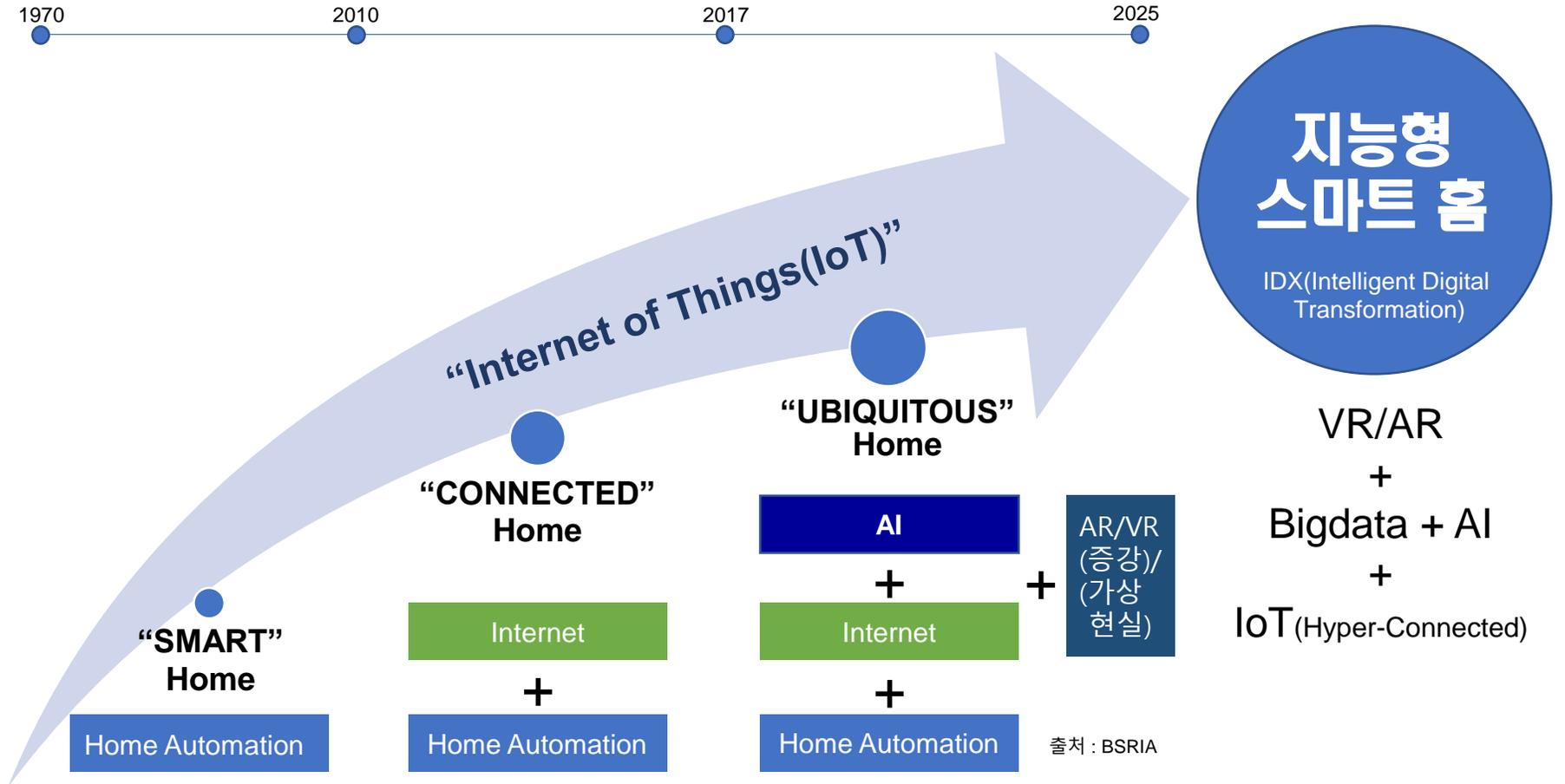
# 왜 스마트 홈인가 ?

## 왜 스마트 홈 ?

홈 오토메이션 진화  
: 과거 · 현재 · 미래



지능을 갖춘 이동성이 보장된 홈으로 사이버 공간을 통한 교육 · 의료 등 사회 전반에 걸쳐 각종 서비스를 받을 수 있다



# 시장 규모

## 국내 시장

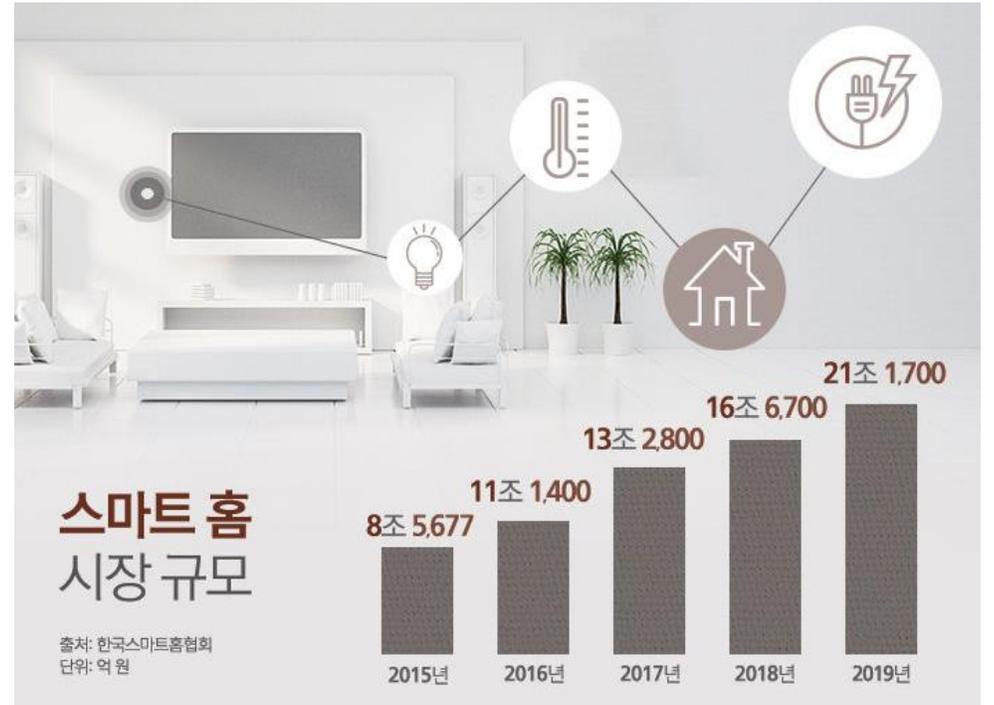


지속적으로 두자리수로 성장 중 (연평균 성장율 : 25.4%)

## 국내 스마트홈 시장 규모

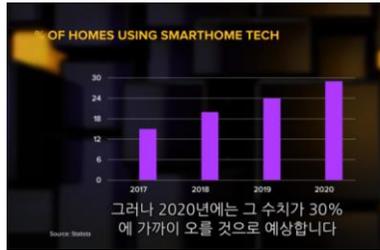


자료: 한국스마트홈산업협회

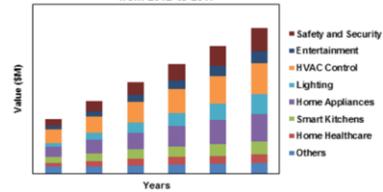


# 시장 규모

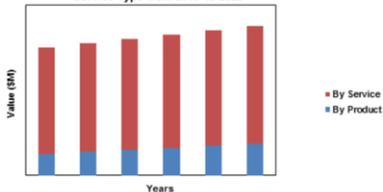
## 글로벌 시장



Global Smart Home Market (\$M) Trends by Application from 2012 to 2017

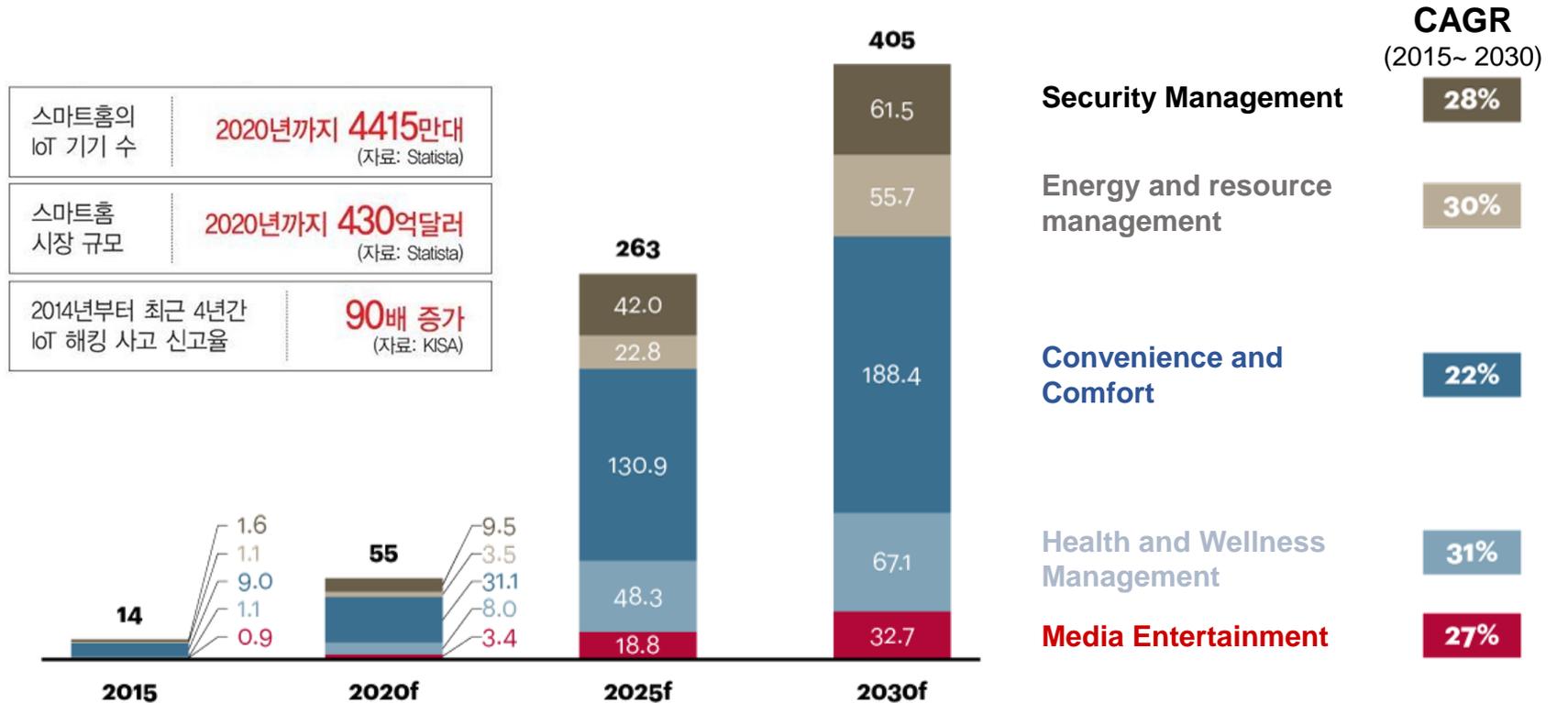


Global Smart Home Market (\$M) Forecast by Product and Service Type from 2018 to 2023



## 글로벌 스마트 홈 시장은 2020년 이후 폭발적으로 성장 예상

### 어플리케이션 별 스마트 홈 시장규모 (단위 : 10억불)



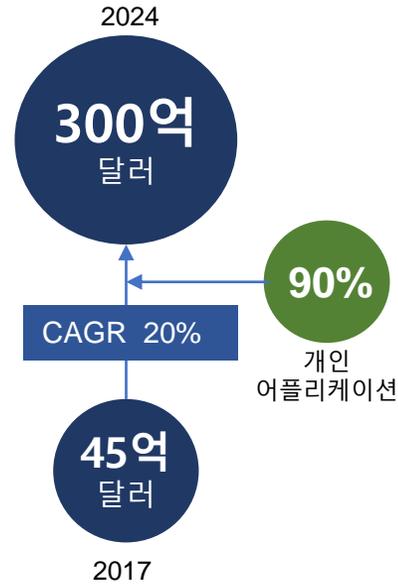
Source: A.T. Kearney analysis

# 시장 규모

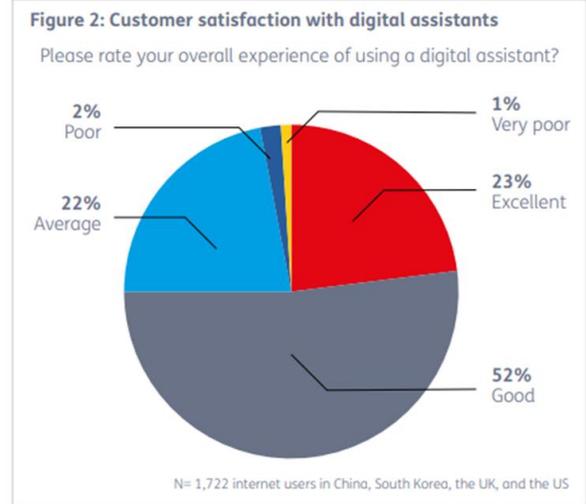
## AI Speaker 글로벌 시장



## AI 엔진 및 스피커 등장으로 스마트 홈 시장은 날개를 달았다

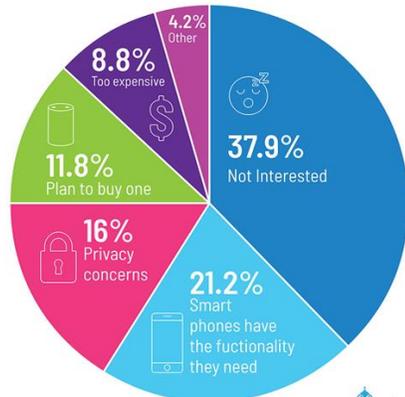


AI assistant speakers have already shown some success on the sales floor and they are gradually making progress at home.



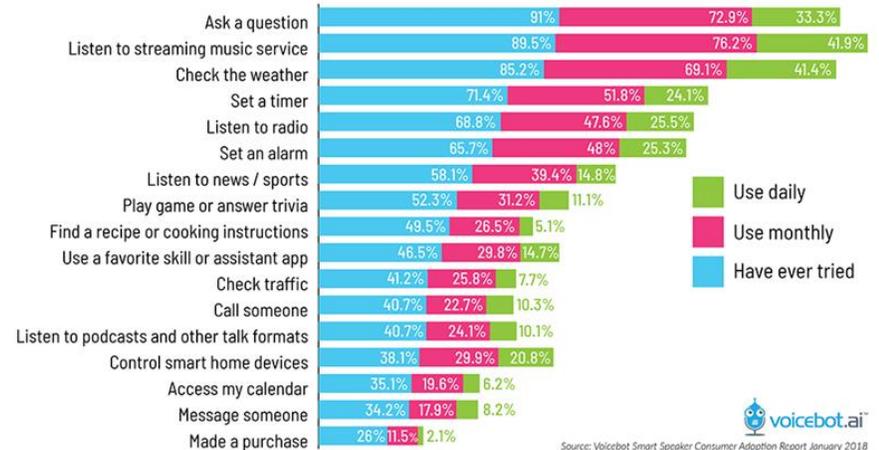
Source: Ovum Digital Consumer Insights 2017: Smart Living

### Why Some Consumers Have Not Purchased a Smart Speaker



Source: Voicebot Smart Speaker Consumer Adoption Report January 2018

### Smart Speaker Use Case Frequency January 2018



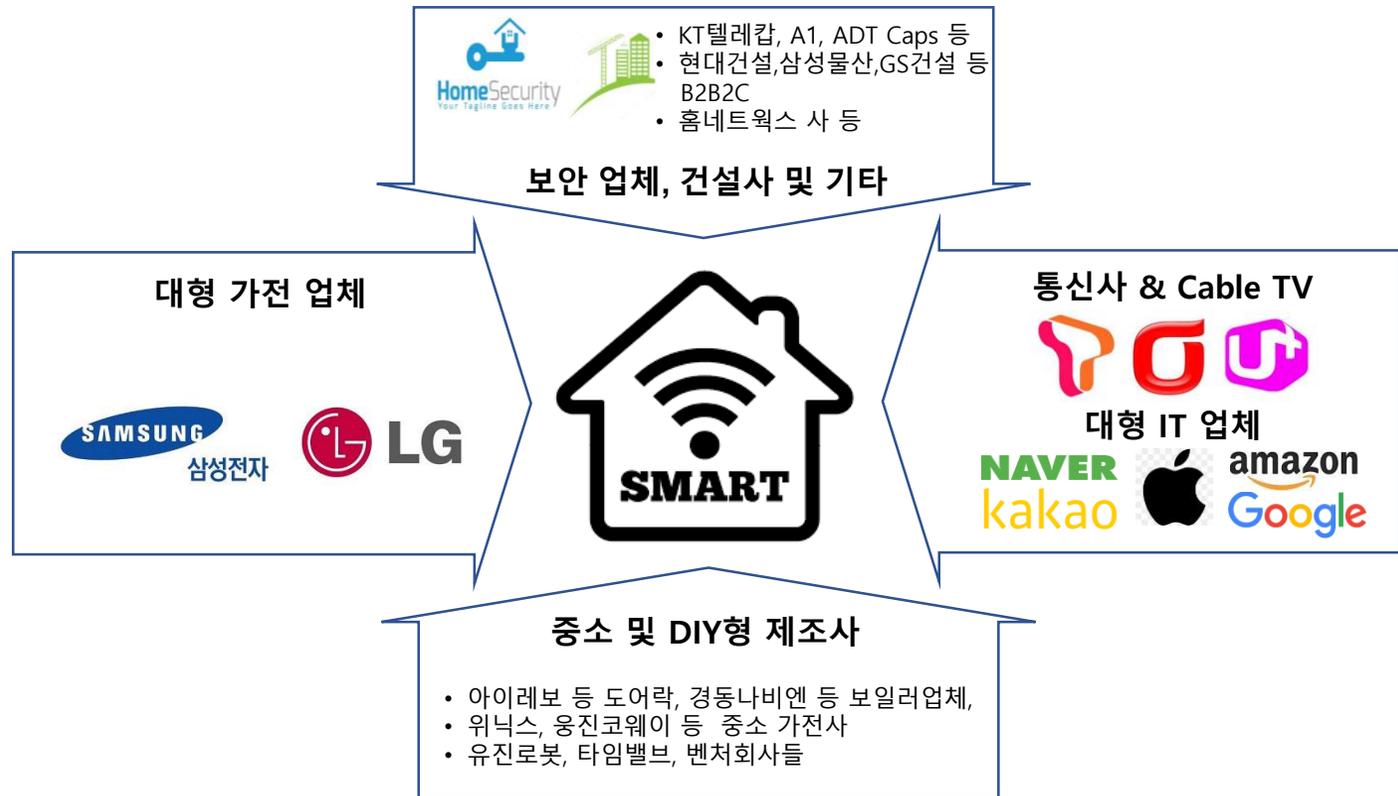
Source: Voicebot Smart Speaker Consumer Adoption Report January 2018

# 경쟁 현황

## 국내 시장



진입 장벽이 없어, 글로벌 IT/가전 업체, 통신사, 건설사를 비롯 중소기업 등 수많은 업체들의 진출로 경쟁은 치열해 지고 있음

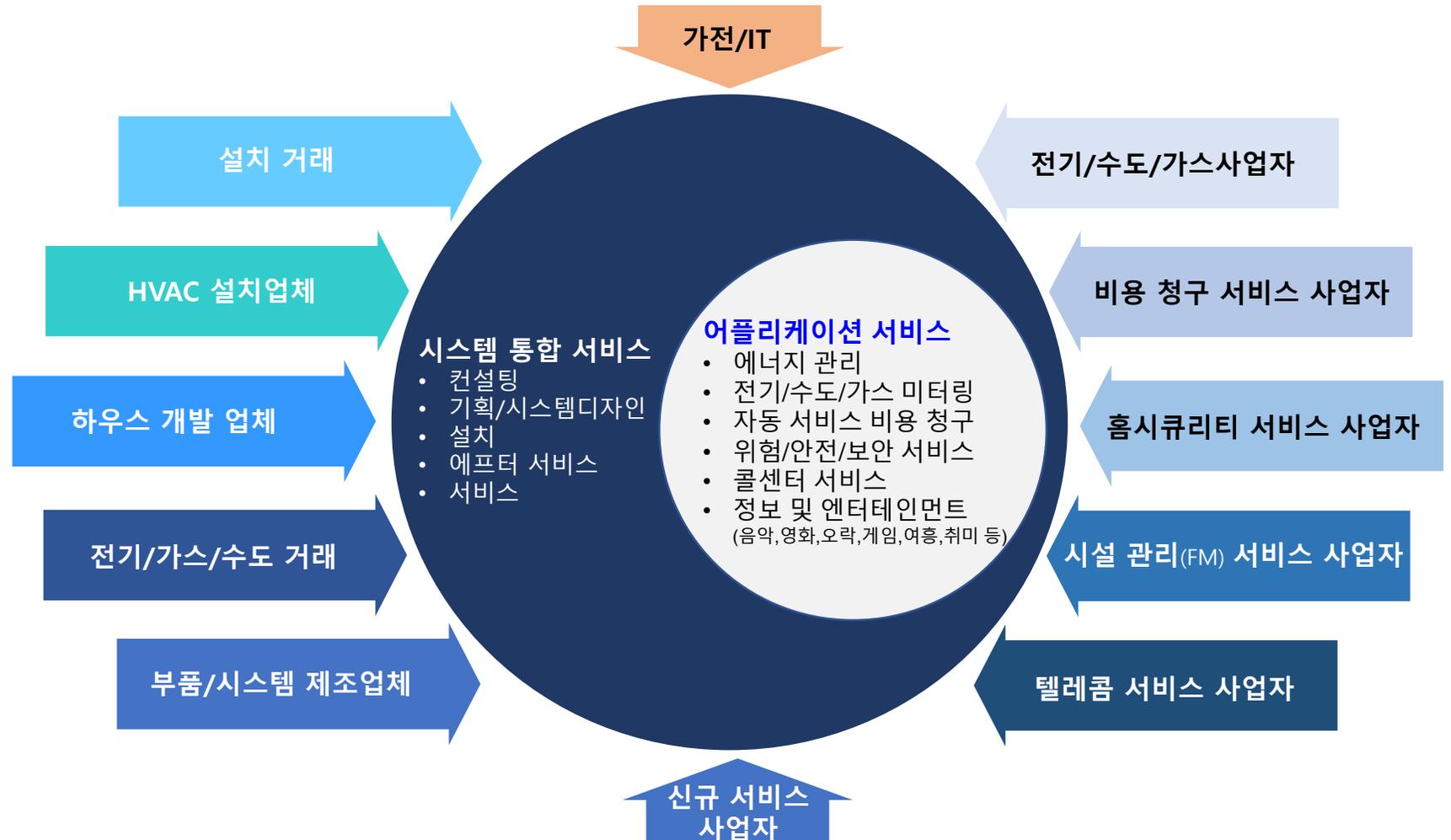


# 경쟁 현황

## 글로벌 시장



신규 디바이스/서비스 개발/도입으로 다양한 분야의 융복합 서비스로 경쟁심화

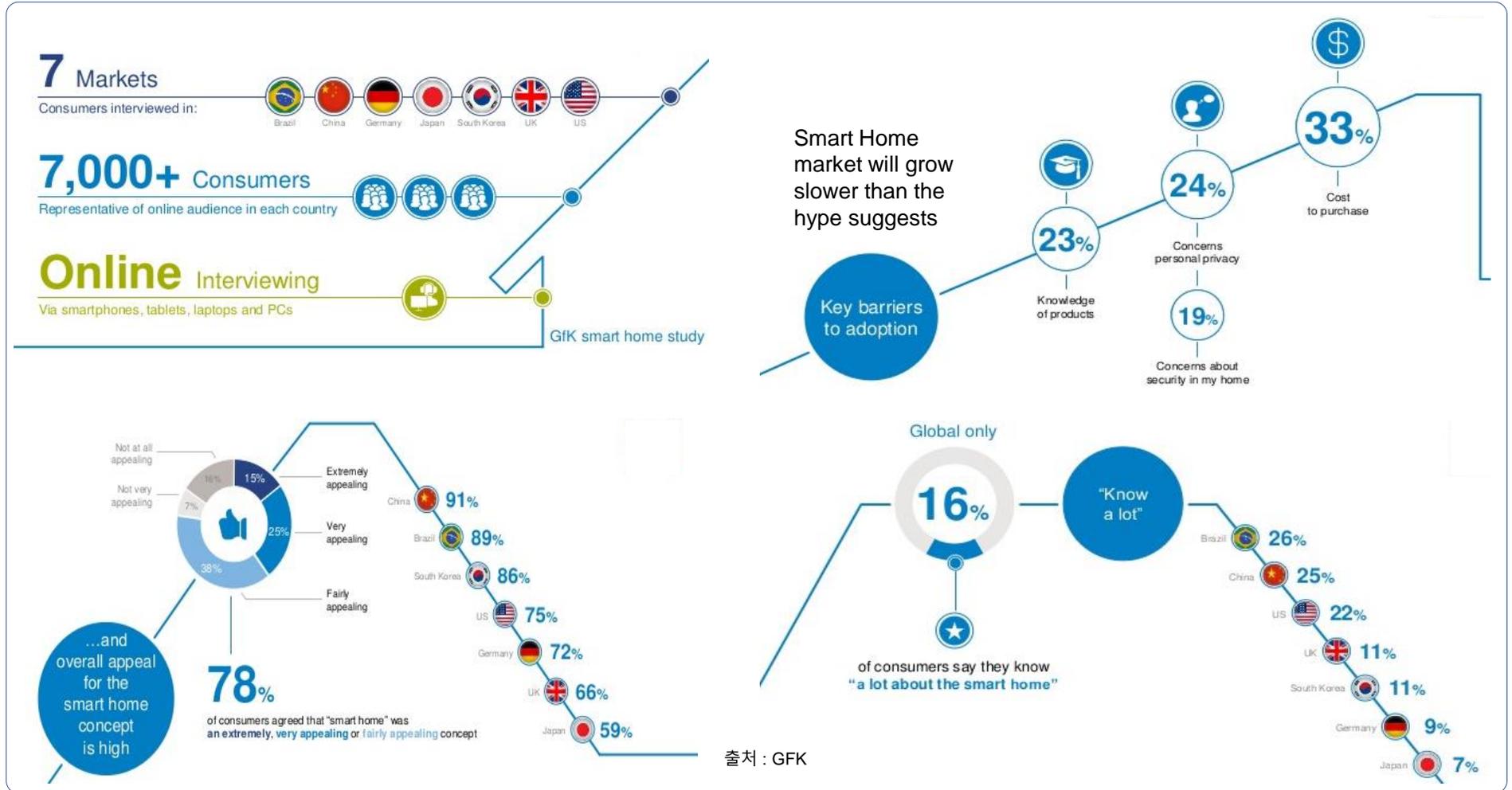


# 고객

## 고객 관심(글로벌)



스마트 홈 관심 - 78%, 스마트 홈 인지 - 16%, 스마트홈 성장 장벽 - 가격, 개인 보안



# 고객

## 목표 고객



- 30 ~ 40 세대주 세대
- 중산층 · 고소득 세대

밀레니엄 세대  
(14~34세)

47%



X 세대  
(35~54세)

41%



베이비부머  
및 이상(55세 ~)

26%



고소득 가구

52%



중산층가구

43%



저소득

29%



# 요약

## 요약



- 기회와 위기가 상존
- 디바이스가 아니라 **서비스**



430억달러



전세계

21조원



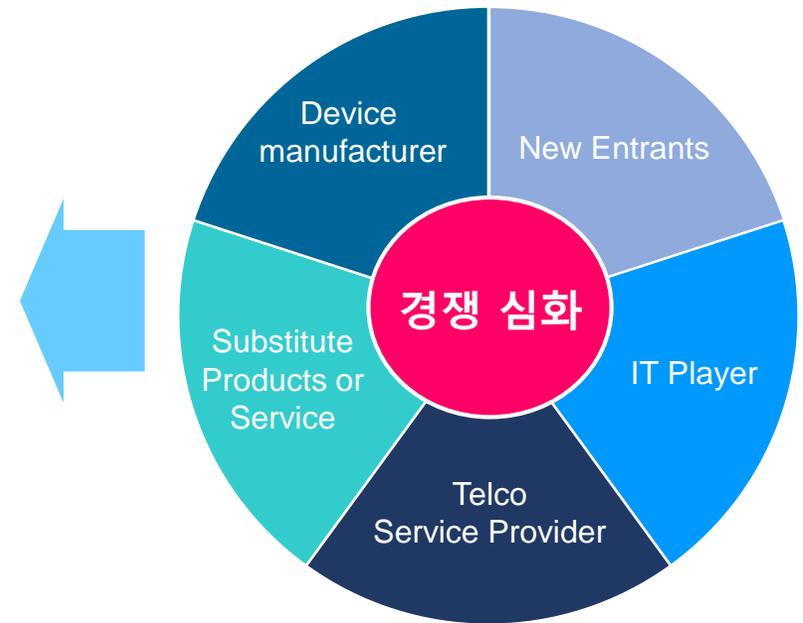
국내

800억개



전세계

첨단산업의 새로운 전쟁터  
“스마트 홈(Home)” 시장



# 사업 전략

## 목표 고객



- 목표 시장/고객을 정해라
  - 서비스 - 융복합 (디바이스+플랫폼+연동)
  - 세대주 - 싱글족, 30~40대, 50~60대, 노인 등
  - 고소득층, 중산층, 취약 계층
- 나의 역량과 Value/차별화 Point는 무엇인가 ?
- 나의 Positioning ?

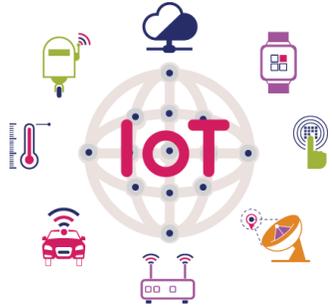


## 스마트홈 생태계를 구성하는 6대 요소



# 사업 전략

## IoT 사업 전략



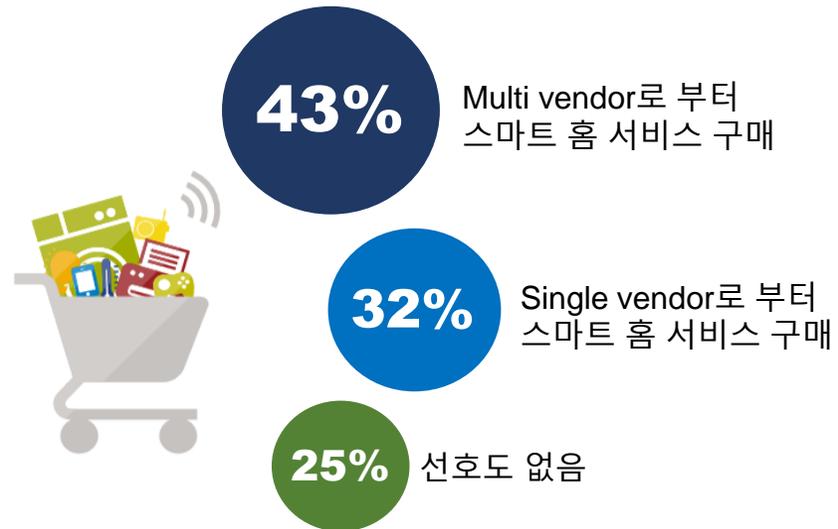
- IoT는 지금까지의 무거운 연결을 넘어 **가벼운 연결로**의 변화  
→ IoT는 “**시스템 혁신**” 관점에서 접근해야
- IoT 시대에는 가벼운 연결 환경 “**C-P-N-T 개방화**”  
→ “**새로운 IoT 가치사슬**” 속에서 새로운 사업 기회가 도래 할 전망
- IoT는 클라우드, 빅데이터 등 기반 **Infra**가 구축되어야 제대로 된 서비스 제공가능  
→ “**가볍게**” 접근하며 **고객 니즈 발굴**이 우선되어야 함.
- **안정성, 보안, 부작용 검증, 가격** 등 다양한 측면에서 해결해야 할 과제가 많아,  
→ 이를 **하나씩 해결해** 나가는 접근이 필요함.

# 사업 전략

## 고객 NEEDS



- 고객 기대 High
- 완벽한 고객관리/지원
- 하나의 App/AI로 스마트 홈 서비스(편리성)
- 타사 제품 · 기기종 간 연동



# 사업 전략

## 사업 전략



- **고객 Needs 부합 / Simple**

- 고객 Needs 부합 (고객 편리성/비용절감/안전 등)
- 단순(쉬운 사용), 매력, 직관적인 UI/UX (사용자 경험)

- **Privacy (보안)**

- 신뢰 구축을 위해 수집 된 데이터의 철저한 보안

- **경쟁사/협력사간 융합을 위한 혁신적인 파트너십 구축**

- 더 많은 연결과 원활한 사용자 경험을 제공하기 위해 경쟁사와 함께 협력하고 융합을 위한 혁신적인 파트너 관계 수립
- 협업을 위한 Open 플랫폼 & 서비스
- 시너지 효과에 집중

- **제품/솔루션 보다는 서비스**

- 특정 시장의 요구 사항을 이해하고 소비자가 신기술을 채택하도록 유도하는 요인 (에너지/보안/편리성/비용절감 등)



# 감사 합니다



[www.grib.co.kr](http://www.grib.co.kr)

서울특별시 서초구 효령로 242 서양빌딩 5층

Tel) 02) 521 - 6542 Fax 02) 521 - 6508

M)010-4174-7708, e-mail) kpchoi@grib.co.kr