

# 1초에 1대 팔린 그 놈이 왔다, 한국어 장착 '구글 홈'

〈구글의 인공지능 스피커〉

구글 홈·구글 홈 미니 사전예약 판매 두가지 선택 가능한 '다중언어' 모드 6명 목소리 인식하는 '보이스 매치' 등 콘텐츠도 음성 명령으로 간단히 이용

“오케이 구글. 금요일 오후 5시에 세탁소에 옷 찾으러 가라고 알려줘.”

“네, 금요일에 알려드리겠습니다.”

구글의 인공지능(AI) 스피커를 한국어로도 이용할 수 있게 됐다. 구글은 11일 서울 용산구 한남동 행사장에서 '구글 홈'과 '구글 홈 미니'의 국내 출시를 발표했다. 11일부터 사전 예약 판매를 시작했으며 오는 18일 정식 출시한다.

구글 홈은 2016년 10월 미국에서 출시된 이후 약 2년 만에 국내에서 모습을 드러냈다. 미키 김 구글 아태지역 하드웨어 사업 총괄 전무는 “한국에 빨리 출시하고 싶었지만 한국어가 자신 있게 준비된 상태에서 제공하고 싶었기 때문에 작년 모바일 구글 어시스턴트를 먼저 출시하고



미키 김 구글 아태지역 하드웨어 사업 총괄 전무가 구글 홈과 구글 홈 미니를 소개하고 있다. /구서윤 기자

오늘 스피커를 공개하게 됐다”고 말했다. 구글 홈의 국내 출시로 이동통신사와 포털 사업자가 주도하고 있는 국내 AI 스피커 시장에 변화를 줄 수 있을지 주목된다. 구글에 따르면 구글 홈은 (작년 10월~12월) 1초에 1대 이상이 팔리며 전 세계에서 높은 판매량을 기록하고 있다.

구글 홈은 AI 음성비서 기술인 구글 어시스턴트를 기반으로 하며 검색, 일정관리, 엔터테인먼트, 스마트홈 기능 등 다양한 서비스를 지원한다.

한국어 외에도 영어, 독일어, 프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 일본어 등의 언어를 지원해 두 가지 언어를 선택하면

구글 홈은 사용자가 말한 언어에 맞춰 대답하는 '다중언어' 모드를 지원한다. 여러 언어를 사용하는 다문화가정이나 언어 학습을 위한 사용자에게 유용할 것으로 보인다.

최대 6명의 목소리를 인식해 개인에 맞춰 응대하는 '보이스 매치' 기능도 구글 홈의 장점 중 하나다.

유튜브, 넷플릭스 등의 콘텐츠도 구글 홈을 통해 이용할 수 있다. 간단한 음성 명령으로 벅스뮤직, 유튜브(유튜브 프리미엄 멤버십 필요)와 같은 플랫폼에서 음악 콘텐츠를 재생할 수 있고 크롬캐스트가 TV에 연결되어 있는 경우 넷플릭스, 유튜브 동영상을 전송해 감상할 수도 있다. 소음과 사용자의 음성도 잘 구분해 음악이 재생되고 있는 상황에서도 다양한 명령을 수행한다.

또한 구글 홈은 전 세계 225개 이상의 홈 자동화 파트너 기기들과 호환돼 5000개 이상의 제품을 집 안에서 음성으로 제어할 수 있는 스마트홈 경험을 제공한다. 국내에서는 LG전자의 에어컨, 냉장고,

세탁기 등 가전제품과 호환된다. 이외에도 코웨이, 한샘, 경동나비엔 등의 제품을 음성으로 제어할 수 있다. 조명, 보일러, 공기청정기 등 집 안의 여러 기능을 손쉽게 제어할 수 있는 스마트홈 경험을 극대화한다는 계획이다.

구글 홈과 구글 홈 미니는 각각 14만 5000원, 5만9900원이다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr



## LG전자, 주요가전 8종 구글 AI스피커 연동

세탁기·에어컨·냉장고·로봇청소기 등 자체 AI 플랫폼 탑재 제품도 지속 확대

LG전자는 구글이 18일 인공지능 스피커 '구글 홈'을 국내에 출시하는 것에 맞춰 한국어 연동 서비스를 준비했다고 11일 밝혔다. 구글 홈은 11일부터 한국에서 사전예약 판매에 들어갔다.

사용자는 엑스뷰 AI 씽큐 WK7, 엑스뷰 AI 씽큐 WK9 등 구글 어시스턴트를 탑재한 LG전자 인공지능 스피커와 스마트폰에서 구글 홈과 같이 한국어로 LG전자 주요 가전을 사용할 수 있다.

LG전자는 지난해 미국에서 구글 어시스턴트가 탑재된 인공지능 스피커와 스마트폰에 주요 가전제품을 연동시켰다.

이번에는 한국, 호주, 캐나다에서 서비스를 시작하며 독일, 영국, 프랑스 등 다른 국가로 확대할 예정이다.

구글 어시스턴트를 통해 한국어로 연동되는 LG전자 가전은 세탁기, 건조기, 스타일러, 에어컨, 공기청정기, 냉장고, 광파오븐, 로봇청소기 등 8종이다. 사용자는 음성으로 편리하게 제품의 상태를 확인하고 동작을 제어할 수 있다. LG전자는 연동되는 가전 제품을 지속적으로 확대할 계획이다.

사용자가 인공지능 스피커나 스마트폰에 “오케이 구글, 빨래 다 됐어?”라고 물어보면 구글 홈이 “세탁 모드가 진행 중이며 50분 후 모든 작업이 완료됩니다”라고 알려준다. “오케이 구글, 공기청정기 약풍으로 바꿔줘”라고 하면 “네, 공기청정기 속

도를 약풍에 맞춰 설정합니다”라고 말하며 공기청정기 바람세기를 조절해준다.

“오케이 구글, 스타일러 뭐하고 있니?”라고 물으면 “스타일러의 현재 단계는 건조 중입니다”라고 알려준다. “오케이 구글, 에어컨 26도로 맞춰줘”라고 하면 “네, 에어컨 온도를 26도로 설정합니다”라고 하며 원하는 온도로 설정해준다.

LG전자 가전은 자체 인공지능 플랫폼을 탑재한 LG 씽큐 허브를 비롯해 구글 홈, 아마존 에코, 네이버 클로바 등 다양한 인공지능 스피커와 연동된다. 인공지능 스마트홈 생태계를 확장하기 위해 국내외의 대표 IT기업들과 협력을 공고히 하고 있으며, 이에 맞춰 ▲오픈 플랫폼 ▲오픈 파트너십 ▲오픈 커넥티비티 등 3대 개방형 전략을 추진하는 중이다.



LG전자가 18일 구글 인공지능 스피커 '구글 홈' 국내 출시에 맞춰 주요 가전제품의 한국어 연동 서비스를 시작한다. 음성으로 편리하게 제품의 상태를 확인하고 동작을 제어할 수 있다. /LG전자

LG전자는 인공지능 스피커와 같은 별도 기기가 없어도 편리하게 이용할 수 있도록 가전제품에 인공지능 기술을 탑재한 LG 씽큐 제품도 계속 확대하고 있다. 인공지능 '씽큐'를 탑재한 제품은 올해 상반기에 에어컨, TV, 로봇청소기, 세탁기

등이 출시돼 6개로 늘었다. LG전자 H&A사업본부장 송대현 사장은 “고객들이 다양한 방법으로 LG전자의 최신 인공지능을 경험할 수 있도록 개방형 전략을 계속해서 확대해 나가겠다”고 말했다. /안병도 기자 catchrod@

## SKT AI 스피커 '누구' 두 돌... 이용자 72배 ↑ 대화량 月7300만건

SK텔레콤이 선보인 인공지능(AI) 스피커 '누구'가 출시 2년만에 월간 실사용자(MAU) 400만명 시대를 맞았다.

SK텔레콤은 AI 스피커 '누구' 출시 시점인 2016년 9월 대비 현재 월간 발화량은 72배, 음악 재생은 10배 증가하는 등 국내 AI 이용층이 확대됐다고 11일 밝혔다.

AI가 적용된 디바이스도 지난 2년 동안 AI 스피커 1종에서 최근 AI스피커에 조명 기능을 추가한 '누구 캔들'까지 총 7종으로 확대됐다. 또 출시 초반 뮤직·날씨·일정 등 14건이었던 서비스의 종류도 이제는 누구백과·금융·11번가·프로야구 등이 추가되며 총 36건으로 늘었다. '누구'를 기반으로 AI와 연계한 스마트홈 전기·전자 제품도 총 220종에 달한다.

지난 2년간 AI '누구' 이용자 규모는 큰 폭으로 증가했다. 출시 첫 달 102만 1000건으로 시작한 대화량은 지난 8월



734만8000건으로 72배 늘었다. 월간 실사용자(MAU)는 같은 기간 5280명에서 387만5000명으로 734배 뛰어올랐다.

이용자들은 출시 초기에는 음악 감상에 집중하는 사용패턴을 보였으나 점차 이용 서비스가 다양화되고 있다고 회사 측은 설명했다. '누구'의 경우 고객이 주로 사용하는 서비스 중 음악의 비중이 초기 60%에서 42%로 낮아진 반면, 2%대에 머물러 있던 Btv(6.2%), 감성대화(4.1%)와 날씨 문의(3.8%) 등은 서서히 증가하는 모양새다. AI 운전비서 'T맵

x누구' 역시 절대적이었던 '길안내' 서비스의 비중이 하락하고, '운전중 전화/문자 주고 받기' 등 새 기능의 사용이 증가하고 있다.

아울러 'Btv x 누구'는 Btv이용 비중(43.6%)이 높으며, 어린이들이 사용하는 '미니폰 누구'는 누구백과(31.2%)와 감성대화(18.1%)를 선호하는 등 각 디바이스별로 사용패턴이 분화되는 모습이다.

AI '누구'는 단말의 확장뿐만 아니라 AI를 구성하는 서비스도 고도화됐다. 뉴스 듣기에서는 키워드 뉴스 검색 서비스

가 출시됐다. 뉴스 검색 및 요약기술이 적용되면서, 키워드로 뉴스를 검색할 수 있도록 업그레이드됐다.

또 음성 인식을 제고하기 위해 딥러닝 기반의 끝질 검출 기술을 활용해 잡음 환경 속에서도 우수한 성능을 낼 수 있도록 진화 중이다. AI와의 대화도 더 깊이 있는 방향으로 심화됐다. 특히 일방향 명령이나 질문이 아닌 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있는 '심심해' 기능이 강화됐다. 고객이 '심심해', '놀아줘'라고 말하면 '누구'가 게임이나 퀴즈를 제안하는 방식으로, SK텔레콤은 최대 7번

의 대화가 오갈 수 있도록 서비스를 업그레이드했다.

아울러 올 4분기에는 오픈 플랫폼 공개를 통해 개인에게 최적화된 AI를 구현할 수 있는 환경을 갖추게 된다.

한편, '누구' 키워드 분석결과 AI 스피커 사용자들의 주된 관심사는 날씨, 개봉영화 등 생활·문화 관련 분야와 월드컵, 아시안게임 등 스포츠 이벤트, 한 주간 가장 이슈가 됐던 인물(정치인, 운동선수, 연예인) 등 이었다. 이를 통해 문의가 실시간으로 이뤄지고 있는 것을 확인할 수 있다. /김나인 기자 silkni@