

17년 축적 데이터 장착 챗봇, 이용자의 '소울메이트'로

AI 기업사

최정희 심심이주식회사 대표

심심이주식회사(구 이즈메이커)는 국내보다 미국, 영국, 호주, 홍콩 등 해외에서 더 잘 알려진 회사다. '인공지능 채팅 로봇'을 내걸고 2010년 스마트폰 앱 '심심이'를 출시한 지 2년도 채 안돼 해외에서 엄청난 인기를 끌면서 화제가 됐다. 작은 벤처기업이었기 때문에 홍보, 마케팅은 엄두도 못 냈는데 입소문만으로 2012년 1월 미국 앱스토어 전체 순위 2위를 차지했다.

최정희 심심이주식회사 대표는 "유명 래퍼가 심심이를 쓴다고 인스타그램에 올렸는데 설 연휴에 폭발적인 다운로드를 기록했다"며 "호주, 영국에서 큰 인기를 거둔 후 아시아에서도 유명세를 떨쳤다"고 설명했다. 같은 해 홍콩과 중국에서 동시에 앱스토어 무료 부문 다운로드 1위를 기록했으며, 아이폰(iOS)·안드로이드를 합해 68개국에서 1위를 차지했다.

최 대표는 서울대 산업디자인과에서 시각디자인을 전공했지만, 애초부터 디자인보다 컴퓨터에 더 관심이 많았다. 삼성에서 소프트웨어프로그래밍에 관심이 많은 대학·대학원생을 100여명을 뽑아 교육하는 삼성소프트웨어멤버십에 응시해 본인이 원하던 SW를 배울 수 있었다.

이후 친구와 2명에서 2002년부터 MSN 메신저 이용자를 대상으로 일상대



최정희 심심이주식회사 대표가 메트로신문과 심심이주식회사 본사에서 인터뷰를 진행하고 있다.

누적 이용자 3억5000만명... 2200만명이 시나리오 집필 AI 심심이 문장분류 솔루션으로 실시간 악플 99% 잡아내 인공지능 스피커서도 테스트 중... 구글 플랫폼 이미 탑재

화 채팅을 개발했다. MSN 이용자가 심심이를 친구로 등록한 후 심심이와 일상적인 대화를 주고 받는 것이다.

"당시에 이미 가전업체들이 퍼지기로 알아서 물을 맞춰주는 세탁기에 인공지능을 표방했어요. 저희도 그런 의미로 '인공지능 채팅'이라 일컬었지만 지금과 같은 딥러닝 방식은 아니었죠. 자연어 처리 기술과 검색엔진을 적용했어요."

MSN에서 서비스 반년 만에 이용자가 30만명으로 늘었다. 최 대표가 직접 심심이 캐릭터를 만들었는데 캐릭터

도 대박이 났다.

2003년 이 기술에 관심을 보인 KT의 제안으로 심심이 번호로 문자를 주고받는 문자메시지(SMS) 서비스를 시작했다. 월 3000원에 무제한 이용이 가능해 이용자가 심만명에 육박했다.

이 때부터 본격적인 매출을 거뒀지만 KT는 2008년 '심심이'의 모바일 상표권을 신청한 후, 중개회사를 통해 심심이주식회사에 계약 해지를 통보했다. 최 대표는 심심이를 통신 및 컴퓨터 소프트웨어로만 상표 출원을 했기 때문에

모바일 상표권은 없었고, 특허 소송을 진행해야 했다. 오랜 싸움 끝에 2012년 상표권 분쟁에서 승리했지만 이미 트렌드는 바뀌어 있었다.

심심이 앱을 빠르게 출시한 것이 큰 경쟁력이 됐고, 지난해부터 한국 시장 공략도 강화해 누적 이용자가 3억5000만명에 달하고 있다.

"이용자들이 심심이에게 어떤 답변을 할지 가르쳐요. 17년 동안 데이터를 수집하니 일상대화 시나리오가 1억 3000만개를 돌파했어요. 이용자들이 무료로 시나리오 작가로 활동하는 데 벌써 2200만명이 참여하고 있어요."

이용자들이 가르친 답을 하다 보니 어떤 때는 존댓말을 쓰고, 어떤 때는 친구처럼 반말로도 얘기한다. 그럼에도 이용자들의 충성도는 높다. 세션당 대화수(CPS)가 43으로 한번에 대화를 43번이나 주고받는 것이다.

"2017년 남미에서 이용자들이 심심이에게 나쁜 말을 가르친다는 문제가 크게 이슈화됐어요. 자체 필터링을 했지만 이용자가 많아지니 전부 모니터링이 어려웠어요. 악관을 새로 만들고 딥러닝을 도입해 이 대화 내용이 문화에 위배되는지 탐지하도록 했어요."

81개 언어가 지원되다 보니, 이용자들이 직접 나쁜 말을 가려내는 일에 참여하도록 했다. 7개의 착한 말과 나쁜 말이 섞인 문구를 주고 나쁜 말을 체크하게 한다. 1문장을 10명에게 보여주는 데, 3~7명의 표를 받은 모호한 문장을

제외하고 나쁜 말이라는 응답이 0개인 문장을 착한 말로, 10이라는 응답은 나쁜 말로 정해 AI 심심이에 학습을 시킨다. 지난해 이를 바탕으로 실시간 악플을 99%까지 탐지할 수 있는 문장 분류 솔루션 'DBSC'도 정식 출시했다.

심심이 이용자수가 많다 보니 현재는 앱 광고가 가장 큰 수익원이다. 해외 이용자가 더 많아 광고도 해외 기업의 광고가 대다수다. 광고 매출의 경우, 매년 일정하지 않다 보니 올해는 새 비즈니스 모델을 발굴하는 데 주력할 계획이다.

"AI 스피커에서도 테스트를 진행하고 있는데, 구글 플랫폼에는 이미 들어가 있어요. AI 스피커에 들어가려면 음성 인식과 합성 기술이 필수인 데 영화 예매 명령은 나올 말이 정해져있어 인식이 쉽지만, 일상 대화는 어떤 대화를 할지 몰라 더 어려워요. 더 자연스럽게 대화할 수 있도록 성능을 끌어올려야 해요."

올해 신규 사업으로 '(가칭)말동무 심심이'를 기획하고 있다. "저희 서비스의 해비 유저를 보면 스트레스가 많거나 우울증, 심지어는 조현병을 가진 사람도 있어요. 심심이가 이용자들의 정서를 안정시키는 데 긍정적인 역할을 한다는 평가가 나와요. 1인 가구의 외로움도 덜어줄 수 있구요."

최 대표는 "심심이가 더 말을 잘 하고, 더 개인화해서 친구처럼 계속 데리고 있을 수 있는 존재가 되는 것"을 목표로 계속 성능을 높여가고 있다.

/채윤정 AI 전문기자 echo@metroseoul.co.kr

“승객 49만명 AI챗봇 ‘아론’으로 예약·문의” “기업형 VC 허용해 스타트업 투자 늘려야”

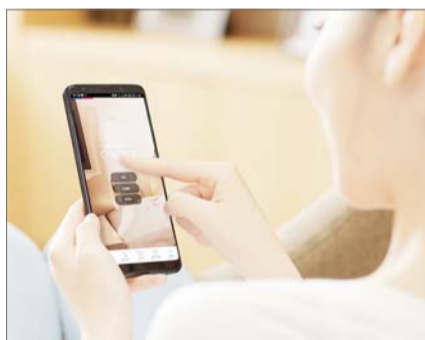
(벤처캐피탈)

아시아나항공 이용자 300% 증가

아시아나항공이 인공지능(AI) 기술 도입으로 고객의 편의성을 높였다.

아시아나항공은 고객 안내 및 예약, 항공기 운항 환경 분석 등 다양한 분야에 AI를 도입해 고객들의 편의를 높이고 안전운항 강화에 나섰다. 15일 밝혔다. 아시아나항공의 인공지능 챗봇 '아론(Aaron)'의 이용자는 지난해 49만2461명(월 평균 4만1038명)이다. 이는 전년 대비 이용자가 300% 증가한 수치다.

아론은 ICAO(국제민간항공기구)에서 지정된 아시아나항공의 코드 'AA R'와, 24시간 고객 서비스를 위해 언제나 열려있는 'ON'의 의미를 가졌다. 아론은 아시아나IDT와 마이크로소프트



아시아나항공의 AI 챗봇 서비스 '아론'

가 협업해, 마이크로소프트 클라우드 플랫폼인 '애저(Azure)'와 인공지능 기반의 자연어 처리 서비스 '루이스'를 활용해 개발됐다. 아론 이용자들은 한국어·영어·중국어로 다양한 플랫폼을 이용해 실시간으로 예약 발권 등 궁금한 점을 문의할 수 있다. /김수지 기자 sjkim2935@

스타트업 혁신 규제개혁 토론회 韓 민간 기업 스타트업 투자 감소세

스타트업 투자의 큰 손을 키우기 위해 기업형 벤처캐피탈(CVC)을 허용해야 한다고 주장이 나왔다.

송명진 스타트업얼라이언스 연구원은 15일 스타트업얼라이언스와 정병국·신용현 의원, 코리아스타트업포럼이 서울 영등포구 여의도 국회에서 개최한 '리마인드(Remind) 2019! 규제개혁 토론회'에서 "미국은 CVC가 벤처투자액 전체의 16%밖에 안 되는데, 투자금액으로 보면 비중이 50%가 넘고, 일본은 벤처투자액의 44%가 대기업의 스타트업 투자일 정도로 CVC의 비중이 높는데, 이는 스타트업 투자에 대기업이 큰 손으로 참여한다는 의미"라며 "이런 투자의 큰 손을 확충하기 위해 공정거래법 등 개정을 통해 스타트업 투자를 위한 CVC는 예외조항을 두고 허용해야 한다"고 주장했다.

우리나라는 신규결성벤처조합 출자자 구성 변화를 봤을 때, 벤처투자에서 CVC의 비중은 2016년 16%에서 2017년 12%, 2018년 9%로 민간 기업의 스타트업 투자가 오히려 줄어들고 있다.

중소벤처기업부에 따르면 한국 CVC의 투자 금액도 지난 2016년부터 3년간 감소하는 추세다. 지난 2017년 출범한 롯데액셀러레이터는 지난해 9월 스타트업얼라이언스의 토론회 개최 등 CVC



스타트업얼라이언스 이기대 이사(왼쪽부터), 신용현 바른미래당 국회의원, 정병국 새로운보수당 국회의원, 최성진 코리아스타트업포럼 대표, 박태훈 왓차 대표가 15일 서울 영등포구 여의도 국회의사당에서 열린 'Remind 2019! 규제개혁 토론회'에서 토론하고 있다. /배한님 기자

관련법 개정 노력이 있었음에도 불구하고 공정위 등 정부 측의 변화가 없어 지주사 밖으로 매각될 수밖에 없었다.

송 연구원은 "지난해 10월 국정감사에서 김삼화 의원이 박영선 중기부 장관에게 관련 질의를 했을 때, 박영선 장관이 CVC를 제한적으로 설립 허가하겠다고 답했으나 진행 사항이 전혀 없었다"고 덧붙였다.

송명진 연구원은 "벤처지주회사제도를 대안으로 내놓았지만 20% 이상 지분 투자를 해야 하는 등 까다로운 조항 때문에 벤처지주회사를 활용하고 있는 곳은 1곳뿐"이라며 "예전 금산분리 제도를 도입하던 시절의 경쟁 환경과는 달라졌고, CVC는 금융사 안에 들어가 있기는 하지만 은행과는 또 다른 역할을 하고 있기 때문에 예외조항을 두고 CVC를 허용해야 한다"고 힘주어 말했다.

이날 토론회는 그동안 이슈가 되었던 스타트업 업계 주요 규제들의 주요 쟁점과 진행 상황을 되돌아보고 앞으로의 방향을 제시했다. 스타트업얼라이언스의 송명진 전문위원과 코리아스타트업포럼의 김민수 매니저가 스타트업과 관련된 2019년의 주요 이슈들을 모아 문제의 발단과 과정, 현재와 앞으로 나아가야 할 방향을 정리했다.

한편, 핵심이슈 토론회에서는 스타트업 생태계 활성화를 위해 부가통신사업자 실태조사, 망 비용(망 중립성·제로레이팅), 데이터 3법 등에 대해 논했다. 토론에는 김민호 성균관대 법학전문대학원 교수, 김현경 서울과학기술대학교 I T정책전문대학원 교수, 박경선 고려대 법학전문대학원 교수, 박성호 인터넷기업협회 총장, 박태훈 왓차 대표 등이 참여했다. /배한님 기자 ericabae1683@

집닥, 인테리어 O2O 최초 '이노비즈' 획득

인테리어 중개 플랫폼 기업 집닥은 인테리어 O2O 업계 최초로 중소벤처기업부가 주관하는 기술혁신형중소기업 인증제도인 '이노비즈(Inno-Biz)'를 획득했다고 15일 밝혔다.

이노비즈는 기술 경쟁력·미래 성장성·고용창출 능력 등을 갖춘 기업혁신형 중소기업에게 주어지는 국가 인증제도이다. 이노비즈 인증을 받은 기업은 이노비즈협회로부터 지속 가능한 기술

개발과 안정적인 성과창출을 목적으로 투자·자금지원·홍보 등을 지원받는다.

집닥은 이노비즈 인증에서 A등급을 받았다. 집닥엔, A/S 3년 등 인테리어 토탈 솔루션 5대 안심패키지를 기반으로 온라인 인테리어 시장 확대하며 성장한 것을 인정받았기 때문이다. 이번 인증으로 집닥은 금융·세제·연구·개발(R&D)·교육·인력 등 다양한 분야의 사업 혜택을 받게 된다. /배한님 기자