

300년 걸릴 분류도 척척... 검색엔진서 AI 강자로 날갯짓

AI 기업사

양승현 코난테크놀로지 부사장

10만번 수정도 문제없는 검색엔진 TA, 챗봇 등에 AI 기술 적용 공급 비지도학습, 대량 데이터없이 가능 최근 3년간 매출 10% 이상 성장

엔파스에 검색엔진을 공급해 검색 솔루션 전문업체로 유명세를 탄 코난테크놀로지가 인공지능(AI) 사업으로 발빠르게 전환, AI 사업에서만 60% 매출을 기록할 정도로 크게 활약하고 있다.

10일 관련업계에 따르면 코난테크놀로지의 검색엔진은 아직도 전체 매출의 30%를 차지할 정도로 스테디셀러로 자리잡고 있는데, 그 비결은 20년 동안 사용되고 있을 정도로 탄탄한 원천기술을 갖췄기 때문이다.

양승현 코난테크놀로지 부사장(CTO)은 “한 고객이 저희와 유지보수 계약을 맺지 않고 검색엔진을 사용했는데, 서버를 옮겨야 해 연락이 왔다”며 “서버를 끄지 않고 9년 동안 사용했는데 아무 문제가 없었다”고 평가한 게 아직도 회자되고 있다”고 설명했다.

또 소프트웨어를 1번 개발한 후 4~5년 후에 갈아엎는 경우가 많은데, 검색엔진을 10만번이나 수정했지만 아무런 문제없이 돌아간다는 점도 자부심을 갖는 부분이다. 검색엔진을 사용한 엔드 유저수 만도 1억명 정도로 추산된다.

“우리 원천기술이 좋기라면 가지에 검색엔진뿐 아니라 텍스트분석, 추천엔진 등 제품을 개발해 라인업합니다. 그 중에서 텍스트분석(TA), 챗봇, 미디어 제품에 AI 기술을 적용해 주력으로 공



양승현 코난테크놀로지 부사장이 인터뷰를 하고 있다.

/손진영 기자 son@

급하고 있습니다.”

코난테크놀로지는 당초 한국전자통신연구원(ETRI)에서 자연어분석연구원을 지낸 김영섭 대표와 양 부사장이 의기투합해 1999년 설립한 회사이다. 양 부사장은 서울대학교 컴퓨터공학과를 졸업한 후 서울대에서 자연어처리(NLP)로 석박사 학위를 받았다.

코난테크놀로지는 AI 챗봇을 개발해 SK하이닉스에 납품해 호평을 받았으며, 대통령기록관에도 AI 기반 제품을 공급했다.

“방송사에 공급하는 제품에도 AI 얼굴인식 기능을 제공해 AI가 배우의 얼굴을 인식할 수 있습니다. 주인공이 누구인지 객체를 인식해 태깅(이미지 등에 이름을 붙이는 것)하기 때문에 검색과 그룹핑을 할 수 있습니다. SK브로드밴드만 해도 10만 시간의 클립을 가지고 있어 사람이 분류하면 300년이 걸린다고 할 정도로 불가능한데, AI가 이를 가능하게 만듭니다.”

양 부사장은 검색엔진도 이전에는 검색

색어를 찾아주기만 하면 됐지만, 이제는 고객들이 답변까지 원한다고 설명했다. 이에 따라 최근 검색엔진도 기계독해(NRC)와 기술 융합이 이뤄지고 있다고 한다.

“도서관은 심심분류표로 정리돼 있는데 논문이 많고 동명이인이 많아 엉뚱한 곳에 꽂아져 있는 경우가 많습니다. 저희 AI 답러닝 기술을 적용해 텍스트 간 유사성을 계산해주는 데, 내용을 분석해 이 논문은 다른 코너에 가깝다는 것을 찾아주기 때문에 제 위치로 옮길 수 있습니다.”

그는 아직은 AI가 10문제 중 6~7개를 맞추고, 사람은 9문제를 맞출 정도로 사람이 더 똑똑하지만, 대량 데이터 처리에는 AI가 훨씬 유리하다고 강조했다.

“사람은 1억장 분량의 데이터를 주면 몇 백장만 들여다봐도 힘들어 하는데, 머신은 1억장의 문제 중 6000만장을 맞춥니다. 영상태깅도 60%만 하고 30~40%는 놓친다고 해도 놀라운 수준입니

다. AI가 사람을 대체할 수 있는 영역은 무궁무진합니다.” 그는 특히 AI에 비지도학습법이 적용돼 놀라운 성능을 보여준다고 설명했다.

“지도학습은 문제를 알려주고 정답을 알려줘야 하는데, 비지도학습에서는 인풋만 주면 AI가 연관성을 찾아 알아서 학습하게 됩니다. 고양이 사진은 십만장을 모으기 쉽지만 사람 얼굴 사진은 십만장을 모으기 어려운 데, 비지도학습으로 대량의 데이터가 없어도 개발이 가능합니다.”

코난테크놀로지는 특히 텍스트분석(TA) 분야에서 강점을 가지는데, 고객이 짜증을 내는 지 불만이 있는지 사람이 판정하기 힘들게 AI의 답러닝 기술을 적용해 어떤 감정인지, 무엇이 불만인지 쉽게 파악할 수 있다.

“챗봇에서 여러가지의 다른 표현을 같은 의도로 인식해야 그에 맞는 답을 제공할 수 있는데, 저희 제품은 인텐드(의도) 분석이 뛰어납니다. 챗봇을 도입한 콜센터, 대학 학사상담 부서에서도 매일 똑같은 대답을 해야 하는데 이를 대신해 주니 업무 생산성이 올라간다고 만족해합니다.”

콜센터 일을 100% 대신하지 못하지만, 정형화된 질문만큼은 AI가 해결해줄 수 있다는 것.

제품 개발 프로세스도 많은 부분을 자동화해 개발자들의 업무 효율을 높였다. “10만1번 제품을 수정한다고 하면 10만번 수정한 제품과 상충되지 않아야 하는데, 기계가 밤새도록 돌면서 매뉴얼·코드 테스트를 해 문제가 생기면 빨간불로 경고해 줍니다.” 또 개발자

들이 쉽게 일을 배울 수 있도록 언어도 자체 개발해 한 달 걸릴 일을 하루로 줄였다고 설명했다.

코난테크놀로지는 이 같은 기술력으로 최근 3년간 매출이 10% 이상 성장하는 성과를 거두고 있다. 이는 AI 전문기업 중 매출을 내는 곳이 드문 점을 감안하면 내실 있는 성장세다.

“올해 제품에 AI 기능을 많이 탑재해 차별화된 기술을 선보이려 합니다. 미국에서 아바타 렌더링 회사와 협력을 진행 중이며, AI 라이브러리도 구축 중입니다. 제품을 개인 유저들이 다운받아 퍼블리싱하게 쓰는 방안도 추진할 계획입니다.”

그는 코난테크놀로지를 ‘사람을 이롭게 하는 제품을 만드는 기업’으로 키워나가는 것이 목표라고 강조했다.

/채윤정 AI전문기자 echo@metroseoul.co.kr



양승현 코난테크놀로지 부사장

AI 프로젝트 사용 비율 10% 미만... 기술검증하다 기각

엘레먼트 AI ‘엔터프라이즈 AI 현주소’ 오작동·AI 편견 해결방안 논의 대부분 AI 성숙도, 기업 절반이 실험 단계 조직 문화 정비로 AI 사용 확산돼야

지난해부터 국내에서 인공지능(AI)이 핵심산업으로 육성하고 있지만 정작 기업에서 진행되는 100개의 AI프로젝트 중 상품화돼 실제 사용되는 비율은 8~10%에도 미치지 못한다는 분석이 제기됐다.

10개의 AI 프로젝트 중 9개는 기술 검증(POC)만 진행하다 기각된다는 것이다.

캐나다 AI 소프트웨어 솔루션업체인 엘레먼트AI의 음병찬 한국·동북아시아 총괄은 10일 JW메리어트호텔서울에서 지능정보산업협회가 주최한 ‘AIIA 6월 조찬 포럼’에서 ‘엔터프라이즈 AI 현주소’라는 주제 발표를 통해 이같이 밝혔다.

음 총괄은 “국내에서는 AI가 기업의 핵심전략이라기 보다 새로운 시도를 해보는 정도로 도입되고 있다”며 “지난 2~3년 동안 기업이 인공지능을 도입할



캐나다 AI 소프트웨어 솔루션업체인 엘레먼트AI의 음병찬 한국·동북아시아 총괄이 10일 JW메리어트호텔서울에서 지능정보산업협회가 주최한 ‘AIIA 6월 조찬 포럼’에서 주제 발표를 하고 있다.

/채윤정 기자

것이라고 예상했던 것보다 국내 도입 속도는 더 느리다”고 평가했다. 그는 액센츄어 등 IT 컨설팅 회사에서 근무하다 2017년 카카오의 AI 디비전에 입사해 AI 스피커 등 사업 전략을 담당했으며, 2018년 엘리먼트AI에 합류해 한국과 일본을 맡고 있다.

음 총괄은 “2년 전에는 AI에 대한 장밋빛 미래가 많았지만 최근에는 AI 개

발이 오래 걸린다거나 오작동, AI가 가진 편견을 어떻게 해결할 것인지에 대한 논의가 대부분”이라며 “AI는 국내에서 기술적인 가능성을 보여주는 단계로 아직 확산세로 접어들지 않았으며, AI 도입을 위해 조직의 문화를 점검하는 것이 중요하다”고 설명했다. 그는 또 “AI가 기존 비즈니스와 맞지 않아 많은 프로젝트들이 쓸모없게 되는데, 조직의

문화를 잘 정비해 사람이 AI를 잘 사용할 수 있도록 해야만 AI가 확산될 수 있다”고 덧붙였다.

그는 130개 기업을 대상으로 진행한 ‘조직의 AI 성숙도’ 조사에서 ▲익스플로러 ▲익스페리멘팅 ▲포멀라이징 ▲옵티마이징 ▲트랜스포밍 단계로 나누었을 때, 52%의 기업이 아직은 실험 단계인 익스페리멘팅에 머물러 있다고 공개했다.

음 총괄은 “이 조사에서 보면 기업들의 조직 변동 폭이 크고, 성숙도 단계가 낮은 수준을 보이기 때문에 AI 도입에 있어 문제가 기술보다는 조직 문제가 더 크다”고 설명했다. 3단계인 포멀라이징 단계부터 AI 프로젝트를 한 두 개 시행하다 이관해 트랜스포밍 단계가 돼서야 AI 비즈니스 모델을 실행하는 단계로 대기업들은 아직 1, 2, 3 단계에 많이 포진돼 있다는 것.

몬트리올에 본사를 둔 엘리먼트AI는 ‘답러닝의 아버지’라 불리는 요슈아 벤지오 몬트리올대 교수, 수석부사장 필립 부두앵, 장 프랑수와 가네 최고경영자(CEO)가 2016년 설립한 회사로,

벤지오 교수는 지난 2018년 컴퓨터 과학 분야 노벨상으로 불리는 ‘튜링상’을 수상하기도 했다.

그는 “우리는 텍스트 추출, 비지도학습, 광학적 문자 판독(OCR), 포캐스팅(예측) 등 다양한 AI 솔루션을 보유하고 1400여개 모델을 만들어 고객사에 공급했다”며 “AI의 블랙박스 성격 때문에 설명 가능한 부분을 추가하고 있으며, AI 툴과 컴포넌트들의 플랫폼인 엘리먼트 AI OS 베타버전도 최근 선보였다”고 밝혔다.

이어 오씨아잠마 오종현 대표는 ‘기업을 위한 유튜브 마케팅’ 발표를 통해 “유튜브와 인스타그램은 내년까지도 이용자가 늘면서 활발히 사용될 것”이라며 “반면, 네이버 블로그는 더 떨어지는 않겠지만 올라가기 어려울 것”이라고 전망했다. 그는 “인플루언서를 통한 마케팅이 기업에게 가장 효과적인 방식이며, 유튜브 채널을 통해서도 기업이 이 제품을 어떻게 사용할 수 있는지 방법을 알려주는 ‘하우투’ 영상을 올렸을 때 조회수가 많이 효율적”이라고 밝혔다.

/채윤정 AI전문기자