

AI가 하루 3.5만건 뉴스 수집... 입소문으로 고객 2만명

AI 기업사

AI 글로벌 뉴스 서비스 '모야' 노재훈 시스메틱 이사

해외 주요매체 280개 모니터링
뉴스내용 핵심 3문단으로 발췌
해외뉴스 영어서비스 '폴로' 앱

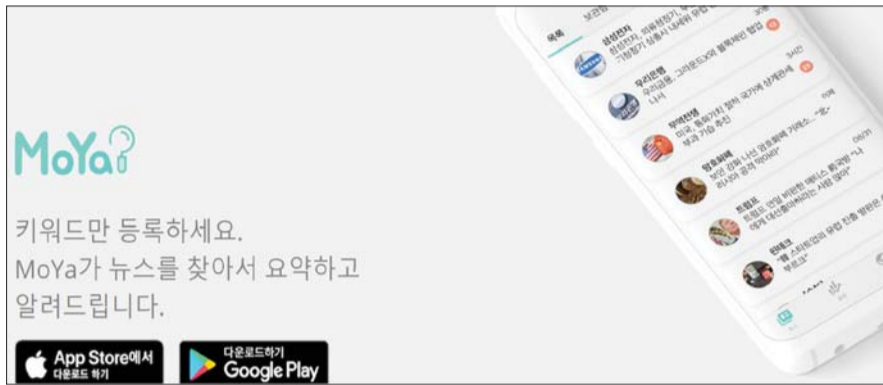
최근 테슬라·아마존·애플·MS 등 글로벌 기업에 투자하는 개인투자자들이 급증하고 있다. 이들 투자자들에게는 투자 기업의 소식을 빨리 접하는 것이 무엇보다 중요하기 때문에, 해외 외신에 뜬 기사들을 수집해 자동 번역해 구독자들에게 제공하는 AI 글로벌 뉴스 서비스가 큰 호응을 얻고 있다.

시스메틱의 뉴스 앱인 '모야'는 해외 주요 매체 280개에서 AI 엔진이 자체적으로 모니터링해 기업 뉴스가 나오면 자동 업데이트되는 방식이다. 핵심 내용과 주어, 동사 등을 파악해야 해 자연어 처리 기술이 적용됐으며, 뉴스를 가져오는 크롤링 기술이 적용됐다.

노재훈 시스메틱 총괄 이사는 "하루 평균 3만5000건의 해외 뉴스를 수집해 분석하고 있는데, 이는 국내 최대 규모"라며 "2년여전 서비스를 선보인 후 홍보를 하지 않았는데도 입소문만으로 현재 고객수가 2만명에 이르고 있다"고 밝혔다.

한국에탁결제원에 따르면 올해 상반기 국내 증권사를 통해 해외주식을 사고 판외화주식 결재액은 709억1053만달러로 지난해 총 결재액인 410억 달러의 2배에 달할 정도로 큰 폭으로 늘었다.

"주식 투자를 하는 사람은 주식 종목 공시나 뉴스가 주가에 영향을 미치기



시스메틱의 AI 뉴스 서비스 앱 '모야'.

때문에 바로 알고 싶어 합니다. 뉴스를 가장 빨리 봐야 하는 사람의 첫 번째가 주식하는 사람으로 꼽힐 정도입니다. 하지만 해외 뉴스는 바로 알기가 어려워 많은 시간을 허비합니다. 주식 프로그램 뉴스 창을 계속 들여보아야 하는데, 이용자들에게서 더 이상 뉴스를 쳐다볼 필요가 없어 '삶의 질이 달라졌다'는 평가가 나옵니다."

모야서비스는 글로벌 기업을 종목으로 등록하면 카카오톡 알림처럼 알려준다.

"나스닥, 뉴욕증권거래소, 야후, 구글, 아마존 등에 상장 회사를 등록할 수 있는데, 현재 2만개 이상 회사들을 서비스하고 있습니다. 번역 버튼을 누르면 구글 번역기로 자동번역해 보여주며, 감성분석을 통해 긍정적인 뉴스인지 부정적인지 알려줍니다. 특정 회사 뉴스가 어제는 긍정적인 내용이 많았고 오늘은 부정적인 내용이 많았다는 내용을 파악하는 데 큰 도움이 됩니다. 뉴스 내용을 핵심 3문단으로 발췌해 보여주고,

경제·정치 등 어느 카테고리에 들어갈지 지정하는 것도 AI가 담당합니다."

매일 글로벌 주요 뉴스 10개를 선별해 전문번역사가 번역한 뉴스도 구독자들에게 보낸다. 다만, 무료 서비스는 번역 뉴스 5건, 종목 등록 5개, 뉴스레터 1개, 10개 기업 공시 제공까지이며 더 많은 정보를 얻기를 원하면 월 4900원에 유료 회원에 가입해야 한다.

"모야의 유료 회원은 한번 가입하면 유지율이 80% 이상으로 높습니다. 특히 한번 앱에 들어오면 4~5분을 체류하며, 재방문률도 높습니다."

모야에서는 또 국내 뉴스매체 200여개에 뜬 내용을 포착해 국내 뉴스도 제공한다.

"퇴직연금에 관심이 많아 키워드를 등록하면 관련 뉴스가 쌓입니다. 등록한 키워드 뉴스를 '나만을 위한 뉴스레터'로 만들 수 있는데, 매일 일정시간에 24시간 발생한 국내 뉴스를 모아 개인 맞춤형 이메일로 보내줍니다."

특히 모야 앱의 증권 섹션에서는 삼

성전자 등 주식 종목을 등록할 수 있다. 관련 뉴스, 공시, 리포트 등이 나오면 바로 알려준다.

시스메틱은 또 최근 해외 뉴스만을 전문으로 모아 영어로 서비스하는 '폴로(FOLO)' 앱도 오픈했으며, 미국 시장을 타깃으로 서비스를 확대할 계획이다. 나스닥, NYSE, 홍콩, 상해, 심천 등에 상장된 기업의 뉴스를 제공하는 서비스로, 총 2만7000개 이상 종목의 뉴스 알림을 받을 수 있다.

"저희 앱이 관심을 모으면서 지난해 우리금융의 '디노랩' 스타트업 발굴 프로그램과 언론진흥재단의 스타트업 프로그램에도 참여했습니다. 저희 앱으로 뉴스의 전달 방식이 기존 소비자가 필요한 뉴스를 검색하는 방향에서 알아서 전달해주는 방식으로 바뀌었다는 얘기를 많이 듣습니다."

2015년 설립된 시스메틱은 당초 주식 시스템 트레이딩을 아이템으로 창업했다.

"당초 투자자와 알고리즘 개발자를 매칭해주는 것으로 출발했는데, AI 뉴스가 호응을 얻으면서 이 사업이 메인 이 됐습니다."

사업 초기에는 서강대 산학협력팀에서 인큐베이팅을 받았다. 노 이사는 한국마이크로소프트 등 IT 회사에서 미국 제품을 한국에 현지화하는 역할을 맡았으며, SDL 런던증권거래소의 한국 지사장을 10년 넘게 맡아오다 시스메틱에 합류했다.

시스메틱은 향후 증권사에 해외 주식투자 고객이 많은 만큼 증권사와 제휴를

맺어 해당 회사 고객을 상대로 뉴스 서비스를 제공한다는 전략을 세우고 있다. 또 지금까지는 소규모 엔젤 투자를 받는 데 그쳤지만, 사업 홍보 등을 통한 단계 도약하기 위해 본격적인 투자를 유치할 계획이다.

"뉴스 서비스가 아직은 '삼성전자', '코로나'와 같이 한 개의 키워드만 넣을 수 있지만 앞으로는 삼성전자, 반도체 등과 같이 복합키워드가 가능하도록 서비스를 고도화해 정상에 올려놓을 계획입니다. 또 최근 시작한 유료화를 통해 수익구조를 개선할 계획입니다."

노 이사는 뉴스 서비스 기업으로 자리매김하기보다는 기술 플랫폼을 제공하는 것이 목표라고 설명했다. 그는 "서비스가 안정화되면 구인·구직, 부동산 등 다양한 분야로 서비스를 확대할 예정"이라고 밝혔다.

/채윤정 AI전문기자, echo@metroseoul.co.kr



AI적용 사업, 안경 이어 보석·뷰티까지 확대

이스트소프트 AI기술 소개·활용사례
카메라 앱 누적 사용자 수 1635만명
언택트 아이웨어 매장 실현 성공

이스트소프트가 e커머스·카메라·엔터프라이즈 분야에서 다양한 인공지능(AI) 서비스를 출시해 AI 사업을 확대하고 있으며, 큰 성과를 거두고 있다고 밝혔다.

조성민 이스트소프트 이사(SW 사업본부장)는 8일 JW메리어트호텔 서울에서 개최된 '지능정보산업협회(AIIA) 7월 조찬 포럼'에서 '이스트소프트의 AI 기술 소개 및 활용 사례' 주제 발표를 통해 하늘을 인식해 그룹과 색감을 바꿔줄 수 있는 카메라 앱 '피크닉'의 누적 사용자수가 1635만명에 이르고 45개국에서 사용되고 있다고 말했다.

그는 또 이미지 인식 기술로 객체 검출, 객체 분할 기술 등을 적용해 강아지 사진을 자동으로 모아주고 포즈·상황별로 분류해주는 반려동물 전용 갤러리 앱인 '포에버'를 소개했다.

조성민 이사는 "애완견을 키우는 사람이 찍는 사진의 80%가 강아지 사진 일 만큼 관심을 가지고 있어 이 앱의 누



조성민 이스트소프트 이사가 8일 JW메리어트호텔 서울에서 개최된 '지능정보산업협회(AIIA) 7월 조찬 포럼'에서 '이스트소프트의 AI 기술 소개 및 활용 사례' 주제 발표를 하고 있다.

적설치수가 3만364건에 이른다"고 설명했다.

조 이사는 또 "사회사인 답아이의 안경 전문 쇼핑몰인 '라운즈'가 서울 강남역 인근에 오프라인 매장을 운영하면서 이미지 인식 AI 기반 스마트 디바이스인 '라운즈 미러'를 도입했다"며 "오프라인 매장에서 제품을 착용하고 거울만 봐도 해당 제품의 제품명, 가격, 리뷰 등 온라인 정보를 불러올 수 있어, 언택트 아이웨어 매장을 실현시켰다"고 소개했다.

답아이는 또 주얼리, 메이크업 등으로 이미지 인식 AI 서비스를 확대할 계획이며, 조만간 한 유명 면세점의 앱에서도 이 서비스를 제공할 예정이다. 오프라인 매장도 경기도 판교 2호점을 조만간 오픈한다.

이어서 조 이사는 기업용 메시지를 연계한 AI 메시지 판매를 본격화하고 있으며, AI로 고객을 클러스터링(묶음)해 최적의 가격을 매기도록 추천해주는 솔루션을 개발해 한 회사에 2년간 적용한 결과, 긍정적인 성과를 거뒀다고 밝혔다. 식자재 유통업체에 벤치마크 테스트(BMT)로 자체예측 솔루션을 공급해 큰 성과를 얻고 있다고도 소개했다.

조 이사는 "식자재 유통업체에서 벤치마크 테스트(BMT)를 진행했는데, 물품명이 정해진 마스터코드로 주문하는 경우가 10%도 채 되지 않아 직원들이 매칭에 큰 어려움을 겪었는데, AI로 과거 주문 데이터를 학습시켜 인덱싱되지 않은 내용이 오면 가장 유사한 추천을 해준다"며 "1000개 주문서를 수작업으로 품목 매칭할 경우 8시간이 걸리던 것을 딥러닝 방식으로 단 5초로 단축시켰다"고 설명했다.

/채윤정 AI 전문기자

"금융 서비스 문의 AI에 맡기세요"

인포뱅크, 한국씨티은행 AI 챗봇
상담지원 등 고객 어려움 해소

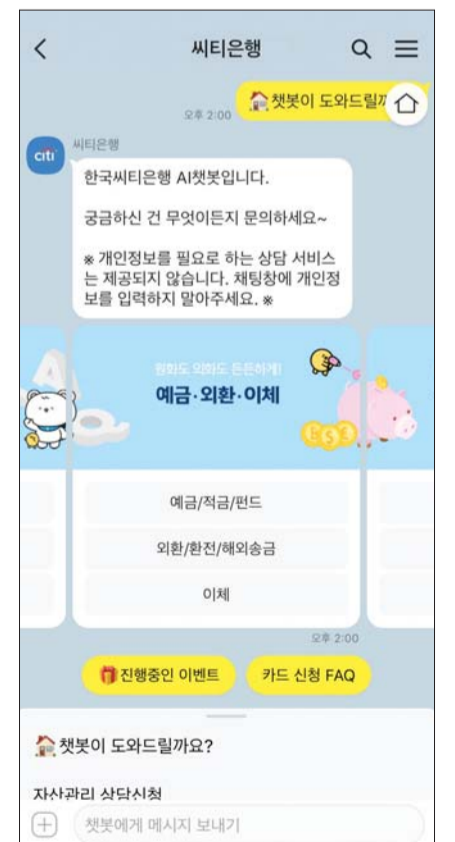
인포뱅크가 한국씨티은행의 금융 서비스 문의를 담당하는 인공지능(AI) 챗봇을 지난 3일 오픈했다고 밝혔다.

한국씨티은행 챗봇은 지점 위치 같은 단순 문의부터 신규 고객을 위한 금융상품, 모바일뱅킹 사용 관련 안내까지 금융 서비스 전 범위를 아우르는 고객 문의에 대한 응대가 가능한 서비스이다.

이번 챗봇 도입은 단순 문의나 자주 묻는 질문에 대한 답변 등을 비대면 챗봇을 통해 응대함으로써 상담 지원에 따른 고객의 어려움을 해소하기 위한 것이다.

특히 챗봇에서 인포뱅크의 '메시지(iMessage)'의 사용자 이용 통계 분석 기술을 도입, 카테고리 별로 고객의 문의 빈도, 패턴 분석을 통한 지속적인 챗봇 품질 향상에도 신경을 썼다. 메시지는 오픈 채널 기업 메시지, 챗봇, 음성봇, 상담솔루션 등 종합적인 기업 커뮤니케이션 툴을 제공한다.

인포뱅크 i메시지 흥승표 대표는 "최근 코로나19 장기화로 AI 활용과 비대면 서비스 확산에 대한 사회적 요구가 점점 커지고 있다"며 "반복적인 질문이



인포뱅크가 한국씨티은행에 공급한 챗봇 서비스 화면.

나 요청은 챗봇이 처리하고 사람이 직접 응대하는 문의는 줄이는 서비스를 위해 많은 투자를 하고 있어, 머지않아 챗봇의 업무의 범위가 전문적인 분야까지 확대될 것"이라고 밝혔다.

/채윤정 AI 전문기자