

# AI 수요·공급 불균형... 자율적 AI 생태계 구축 필요

## 미래동력 AI 활성화

### 4 AI 수요·공급자간 간극

기존 IT기술·특성 달라 간극 커  
대기업 자체 AI개발팀 구성 나서  
대학 AI 전공 정원 확대 의견도

인공지능(AI) 산업이 활성화하려면 AI 공급자와 수요자간의 간극이 해소되고 자율적인 AI 생태계가 구축되어야 한다는 지적이 잇따르고 있다.

또 AI 분야의 극심한 인재 부족 문제를 해소하기 위해 데이터 제3자 제공에 대한 명확한 가이드라인이 제시되고, AI 관련학과의 대학 정원을 늘리는 것도 시급하다는 주장이 나오고 있다.

#### ◆AI 수요기업 '솔루션 먼저 가져와라' vs 공급기업 '데이터 먼저 줘라'

6일 AI 업계에 따르면 AI 기술 공급이 활발하지 않은 이유로 AI가 기존 IT 기술과 특성이 전혀 달라 수요기업과 공급기업 간 간극이 크다는 점이 꼽힌다. AI는 고객 데이터를 받아서 학습을 시켜야만 원하는 성능을 낼 수 있는데 수요기업을 이해시키기 어렵다는 것이다.

한 AI 기업 대표는 "AI로 콜센터 상담유형을 분류하기를 원한다"며 우리에게 관련 솔루션을 보여달라고 요청하면, 뉴스카테고리 분류로 AI를 사전 학습시켜줬다 하더라도 고객 상담 유형은



AI 대학원은 늘어나고 있지만, 서울대 등 주요 대학의 컴퓨터공학과 정원은 10년간 큰 변동이 없다는 점이 문제로 지적되고 있다. 사진은 지난해 8월 대전 유성구 한국과학기술원(KAIST)에서 개최된 AI대학원 개원식. /연합뉴스

분류할 수 없기 때문에, 기업 데이터가 먼저 필요하다고 설명하는 데도 기존 IT 솔루션과 차이가 커 잘 받아들이지 못 한다"고 설명했다.

그는 이어 "AI 프로젝트를 1만건 만들기로 정했어도 성능이 부족하면 1만건을 더 만드는 방식으로 고도화 작업을 거쳐 AI 성능을 개선해야 하기 때문에, 미리 얼마만큼의 프로젝트를 해야 좋은 성능을 낼지 예측이 불가능해 공수(견적) 상정을 어렵다"며 "처음부터 5만건 등으로 정해놓으면 좋겠지만, 90% 이상 높은 성능을 내기 위해서는 10만건의 프로젝트가 필요할 수 있어 AI 기업이 큰 손해를 볼 수 있다 보니 시작 자체가 어렵다"고 말했다.

수요기업은 그대신 공급기업에 무료

기술검증(POC)을 요청하지만, AI 수요기업은 데이터 전처리 과정이 어렵다 보니 계약이 될지 안 될지 모를 불확실한 상황에서 비용과 인력을 투입하면 리스크가 너무 커 POC를 주저한다는 것.

#### ◆데이터 유출 우려로 대기업 자체 AI 개발팀 꾸려... AI 인하우스 개발 추진에 'AI 공급 적체'

AI 솔루션을 SI(시스템통합) 방식으로 기업에 구축하면 이후 사후관리는 AI 전문가가 아닌 대기업 전산 담당자가 맡게 되는 경우가 대부분이다.

AI는 구축 이후에도 학습데이터를 지속적으로 학습시키는 고도화 작업을 진행해야 하는데, 이 부분이 잘 안 되지 않아 결국 "AI를 도입해봤더니 품질이 기대에 못 미친다"는 식으로 원망이 AI

솔루션 제공기업에 돌아오는 구조일 수밖에 없다는 것이다.

특히 최근 대기업들이 자체적으로 AI 팀을 꾸리고 인하우스로 AI 개발에 나서면서 수요-공급 간 불균형 문제가 커지고 있다.

업계 한 관계자는 "AI 개발시 경쟁업체에 데이터가 넘어갈 우려가 있어 대기업들이 AI를 외주를 주지 않고 인하우스 형식으로 개발하려는 흐름도 나타나고 있다"며 "자동차, 은행, 교육업체 등 대기업들이 내부에 AI 개발조직을 꾸려 플랫폼은 외부에 맡기더라도 데이터 분석만큼은 내부에서 해결하려 하고 있다"고 설명했다.

수요 기업들이 AI 개발에 대규모 투자를 단행하다보니, AI 솔루션의 공급은 많지만 수요가 적은 불균형이 야기되는 배경이다.

#### ◆데이터 제3자 제공 규정 명확해져야... AI 관련학과 정원 늘리는 것 '급선무'

AI 인재 부족 문제를 해결하기 위해 정부가 '교수·기업 겸직 허용' 방침을 발표하고, 대학과 기업 간 산학 협력을 장려하고 있지만, 데이터의 제3자 제공 규정이 명확치 않아 이를 활용하기 어렵다는 문제도 제기된다.

한 영상 AI 기업 관계자는 "중소기업들은 몸값이 높은 AI 고급 인재를 뽑기 어렵고, 고도화된 연구를 할 수 있는 인력이 대학에 많아, 대학과 기술 개발에 협력하기를 바란다"며 "하지만 영상정보가 대학에 전달될 때 데이터 제3자 제

공에서 문제가 생길 수 있다는 점 때문에 협업하기 어렵다"고 호소했다.

이 같은 데이터 제3자 제공의 어려움으로 의료 AI 기업들은 아예 연구진을 병원에 파견해 의료 AI 개발을 진행한 경우가 많았다.

또 대학의 AI 전공 정원을 늘려야 AI 인재 풀을 넓힐 수 있다는 주장이 이어지고 있다. 윤희숙 미래통합당 의원은 최근 페이스북에 AI·빅데이터의 급속한 시장 확대에 컴퓨터 공학에 대한 수요가 크게 증가하고 있지만, 대학 정원은 그대로라는 문제를 제기했다.

윤희숙 의원은 "서울대는 최근 10년간 컴퓨터공학과 정원이 55명에서 변동이 없고, 고려대(115명)와 연세대(66명)도 마찬가지"라며 "이는 '수도권 정비계획법' 때문에 대학 총정원이 꽂혀 묶여 있기 때문"이라고 지적했다.

AI 데이터가 대학·대학원에 공급이 안 되다 보니 AI 전공자들이 산업에 대한 전문지식이 부족해 도메인 전문역량을 갖춘 인재 확보가 어렵다는 문제도 제기되고 있다. 산학 연계 교육과정을 많이 개설하고, 정부나 기업에서 산업 데이터를 제공해 AI 경진대회를 많이 개최해야 단기적인 AI 인재 육성이 가능하다는 것. 특히 AI는 학습 데이터 확보가 가장 중요하기 때문에 기업들이 자발적으로 데이터를 내놓을 수 있는 자율적인 생태계 마련이 중요하다는 의견도 잇따른다.

/재윤정 AI전문기자 echo@metroseoul.co.kr

## 새로 나온 책

### 1918년 유럽의 상처를 파고든 독감

제1차 세계 대전이 막바지로 치닫던 1917년 겨울, 프랑스 에타플의 제24통합병원에서 스무 살이었던 한 병사가 호흡기 질환으로 숨을 거뒀다. 전쟁 중에 병사가 죽는 경우가 다반사였고, 이 무렵 기관지폐렴으로 사망한 병사들도 여럿 있었기에 그의 죽음은 흔히 일어나는 일 중 하나인 것처럼 보였다. 하지만 같은 시기 영국과 프랑스에서는 이 병사와 비슷한 증상으로 사망한 군인들이 줄을 잇고 있었다.

1918년 전 세계에서 1억여명의 목숨을 앗아간 '스페인 독감'은 그렇게 전쟁의 포화로 엉망진창이 된 유럽의 상처를 파고들었다.

제1차 세계 대전으로 희생된 사람은 약 3800만명으로 추산됐는데 스페인 독감은 발생 첫 25주 만에 2500만명의 목숨을 앗아갔다. 흑사병보다 더 많은 희생자를 낸, 역사상 가장 큰 의학적 대학살의 서막이었다.

책은 1918년부터 1919년까지 맹위를



팬데믹 1918

캐서린 아덴 지음/서경의 옮김/황금시간

떨친 대유행병, '스페인 독감'을 다룬 대중역사서다. 저자는 스페인 독감을 겪은 보통 사람들의 눈물과 분투를 기록했다. 병으로 죽어야 했던 평범한 병사들, 부모를 잃고 고아가 된 아이들, 자신의 안위를 살피지 않고 오로지 인류에 하나만으로 구호에 나섰던 간호사의 이야기에 주목하며 사람들이 인류 멸망의 공포로부터 어떻게 빠져나왔는지 당시 상황을 생생하게 전한다.

400쪽. 1만8000원. /김현정 기자 hjk1@

### 우리는 왜 어른이 되지 못하는가



파울 페르리에르 지음/이승욱, 이효원, 송예슬 옮김/반비육아·교육 지원 제도가 늘어났지만 부모의 번아웃은 줄지 않고 과잉행동장애나 품행장애를 진단받는 학생들로부터 괴롭힘과 폭력을 당하는 교사의 수는 증가한다. '인국공 사태'는 시험만이 공정한 경쟁을 담보한다는 왜곡된 평등 감각과 연대 실종을 적나라하게 드러냈다.

저자는 현대 사회에서 발생하는 수많은 문제의 배경에는 '권위의 부재'가 있다고 지적한다. 책은 우울증의 시대를 이겨낼 해법으로 '새로운 권위'를 제시한다. 344쪽. 1만8000원. /김현정 기자

## 한샘, 삼성전자와 맞춤형 주거공간 개발 협약

### 리모델링사업 확대·리테일 판매 연계 스마트홈 솔루션 구현 등 전략적 협력

한샘이 삼성전자와 전략적 관계를 맺고 리모델링 사업 확대, 리테일 판매 연계, 스마트홈 솔루션 구현 등에 걸쳐 폭넓게 협력하기로 했다.

한샘은 지난 4일 서울 삼양동 한샘사옥에서 삼성전자와 '양사의 발전에 도움이 되는 전략적 사업협력'을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 6일 밝혔다.

양사는 업무협약을 통해 ▲리모델링 사업 확대를 위한 협력 ▲리테일 판매 연계를 위한 공동 사업 발굴 ▲스마트홈 솔루션 구현을 위한 상호 협력을 약속했다.



한샘 강승수 회장(왼쪽)이 강봉구 삼성전자 한국총괄 부사장과 협약을 맺고 기념촬영을 하고 있다. /한샘

최근 주거 환경에 대한 관심 증대로 집이 삶의 중심이 되면서 '홈 이코노미' 산업은 큰 성장세를 보일 것으로 예상된다. 홈 인테리어에서 가구와 가전은 서로 떼어놓을 수 없는 밀접한 상호 연관성을 지

남에 따라 양사의 협력으로 변화하는 라이프스타일에 걸맞은 새로운 주거 공간을 제안할 수 있을 것으로 기대된다.

특히 가구와 가전의 결합은 기능과 공간의 편리성뿐 아니라 디자인의 조화로운 이티 소비자들의 다양한 취향을 반영한 '맞춤형 인테리어'를 실현할 전망이다. TV와 냉장고, 의류관리기, 에어컨, 식기세척기, 쿡탑 등 각종 가전은 집 공간과의 맞춤형 설계로 원래부터 하나의 제품인 것처럼 어우러지는 인테리어가 가능해진다.

양사는 리모델링 시장 공략을 위한 사업 확대에 나서 신제품 공동 개발을 통해 기존 제품의 라인업을 보강하고, 가구·가전 공동 패키지 상품을 선보일 계획이다. /김승호 기자 bada@

## 판로 넓은 '글라스락 렌지룩' 매출 고공행진

삼광글라스, 최근 5개월 매출 급증

삼광글라스가 '글라스락 렌지룩' 시리즈의 최근 5개월 매출이 지난해 전체 렌지룩 매출보다 4배 이상 넘어섰다고 6일 밝혔다.

글라스락 렌지룩 시리즈는 2019년 3월 출시한 전자레인지 조리용 유리용기

다. 지난해 '탕·찌개용', '볶음밥·덮밥용', '계란찜용', '누들용' 등을 출시했다. 이어 올해 '따뜻한 죽용기', '촉촉한 햇밥용기' 등 신제품을 추가해가고 있다. 특히 글라스락 렌지룩은 올해 3월부터 7월까지 최근 5개월간 실적이 지난해 렌지룩 전체 매출의 4배를 뛰어넘는 성과를 기록했다.

유통 채널을 대폭 확대해 매출에 영향을 끼친 것으로 보인다. 기존 본사 직영 글라스락 공식몰과 이마트 위주에서 올해는 롯데마트, 홈플러스까지 3대 대형마트에 입점했다. 또 홈쇼핑과 온라인 채널까지 판로를 확대하면서 매출이 상승했다.

글라스락 렌지룩은 냉동밥 대표 제품인 풀무원 '황금밥'과 환경 캠페인 일환으로 진행한 '유리로 전하는 사랑' 행사 등도 펼치고 있다. /백지연 기자 wldus024@