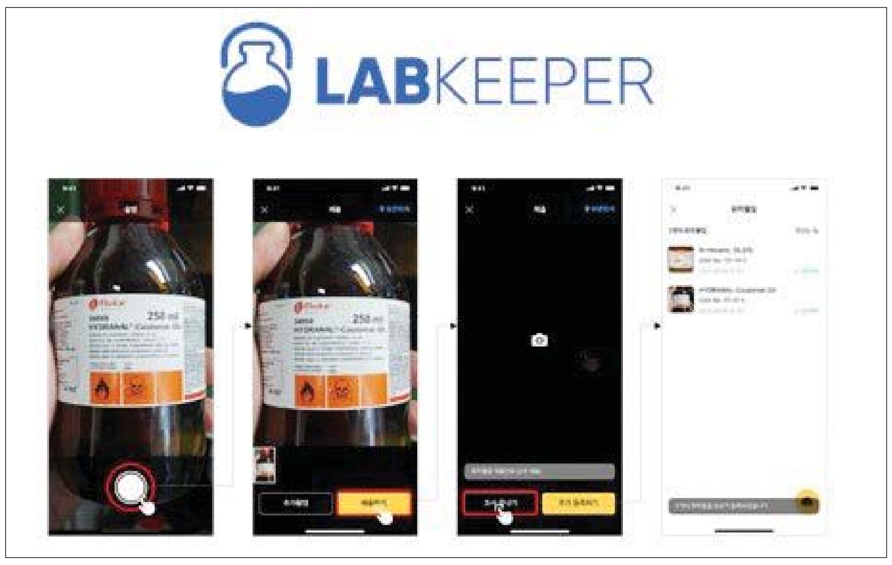
국내 첫 AI 활용 '유해인자 식별 프로그램', 국가과제에 도입

스마트잭 '랩키퍼', 과기부 과제 사용
데이터베이스 기반 독성정보 제공
전국 연구실 조사서 사업 효율성↑



연구소 시약 관리 플랫폼 기업인 스마트잭이 개발한 인공지능(AI) 조사 프로그램 '랩키퍼'. /스마트잭

화학물질의 유해인자를 식별해주는 인공지능(AI) 프로그램이 개발돼 국가과제에 도입된다.

연구소 시약 관리 솔루션 플랫폼 기업인 스마트잭이 AI를 활용한 조사 프로그램 '랩키퍼(Lab Keeper)'를 개발해 과학기술정보통신부의 국가과제에 사용된다고 6일 밝혔다.

화학물질에서 유해인자를 찾아주는 AI는 미국·독일 등에서는 유사한 제품이 있었지만, 국내에서는 스마트잭이 최초로 개발했다.

스마트잭은 기존에 연구소의 다양한 시약을 자동등록 및 분류해 안전성 향상과 재고 관리까지 원스톱으로 가능하게 하는 통합관리 솔루션인 '랩매니저'를 보유하고 있었는데, 이 솔루션을 활용해 유해인자 확인에만 초점을 둔 제품을 새롭게 선보인 것.

'랩키퍼'는 지난 25일 선정된 과기부 국가과제 '2020년 연구실별 유해인자 현황조사'에서 조사 및 관리 시스템 구축을 위해 개발됐으며, 전국 대규모 단위의 전수조사에서 연구실별 유해인자 관련 정보를 수집하고 관리 및 활용을 위한 시스템으로 사용될 예정이다.

스마트잭 관계자는 "화학물질의 경우, 관리가 매우 열악한데 독성이 있는 제품이 있지만 연구원들이 이를 다 알 수 없고 가이드라인도 없어 폭발 사고 등이 일어날 소지가 있다"며 "2년 정도인 유통기간이 지난 시약을 모르고 사용하는 경우도 있어 유해인자를 찾아 위험성을 낮추는 것을 목적으로 한다"고 설명했다.

이 프로그램은 특히 출원 중인 AI 기술이 적용돼 스마트폰에서 시약 이름과 바코드 등을 찍으면 프로그램이 자동 인식해 기존 데이터베이스 기반으로 독성이 얼마나 있는 지 알려준다. 이 정보를 활용해 연구원이 최종 판단해 유해한 화학물질을 폐기하게 된다.

또 회사측은 AI 엔진을 통해 각 유해인자 카테고리 별 필요 정보를 자동 인식해 데이터베이스화 하기 때문에, 전국 단위 연구실 전수조사에서 사업 효율성을 높일 수 있다고 설명했다.

특히 기존에 화학물질에 한정됐던 인식 카테고리를 확장해 화학물질, 생물체, 가스, 연구장비, 보호장비 등 총 5개의 유해인자 카테고리에 모두 적용할 수 있다. 연구실에서 사용하는 글래스의 경우, 5~6년이 되면 파열이 될 수 있어 제 때 바꿔줘야 하고 깨끗하게 관리하지 않으면 오염되는데, 이 같은 문제를 알려준다.

기존 서비스인 '랩매니저'와 연계하면 등록-사용-폐기-구매에 이르는 시약의 전체 라이프사이클 관리 기능을 연결해 사용할 수 있다. 랩매니저를 이용하면 100여 글자에 이르는 길고 복잡한 시약명은 물론 CAS#, 용량, 순도 등 제반정보를 자동 입력해준다.

또 9월에 론칭한 '랩매니저 스토어'와 연동을 통해 재고 리스트를 체크할 수 있으며, 구매 시약을 자동 등록하고 필요 시약에 대한 사전 알림 기능도 제공한다.

랩매니저를 운영하는 스마트잭의 김건우 대표는 "약 3개월간 진행되는 전국 대규모 단위의 현황 조사에서 사용될 프로그램인 만큼 무엇보다 시약 등록과 분류작업의 효율성을 우선순위에 두고 제품을 개발했다"며 "인공지능 기술을 활용해 자동 목록화할 수 있는 기술력 확보로 조사 시간 및 비용 효율성을 극대화할 것으로 예상된다"고 말했다.

/채윤정 AI전문 기자 echo@metroseoul.co.kr

슈퍼브에이아이, '글로벌 AI기업 연합' 합류

'AI 인프라스트럭쳐 얼라이언스'
머신러닝 오퍼레이션 저변 확장
신속하고 유연한 개발 추구 문화

슈퍼브에이아이가 글로벌 인공지능 기업 연합 'AI 인프라스트럭쳐 얼라이언스'에 합류했다고 6일 밝혔다.

인공지능 개발은 크게 ▲데이터 구축 ▲모델 개발 및 훈련 ▲모델 배포의 3단계로 구성되는데, 'AI 인프라스트럭쳐 얼라이언스'는 이 3단계의 효율성을 극대화하는 동시에, 머신러닝 오퍼레이션(MLOps) 저변 확장을 위해 모인 B2B 기업들의 연합체다.

머신러닝 오퍼레이션은 데이터 관리 및 머신러닝 시스템 개발과 서비스 운영을 통합해, 안정적으로 서비스를 운영하면서도 신속하고 유연하게 개발을 추구하는 문화와 방식을 의미한다.

'AI 인프라스트럭쳐 얼라이언스'에는 슈퍼브에이아이를 포함해 미국 실리콘밸리, 유럽, 이스라엘 등 세계 각국에서 뛰어난 기술력으로 높이 평가받고 있는 8개 AI 기업이 가입돼 있다. 대표적인 기업으로는 알레그로 AI(이스라엘), 디터민드 AI(미국), 파키덤(미국) 등이 있다.

'AI 인프라스트럭쳐 얼라이언스'의 공식 초청을 받아 가입한 슈퍼브에이아이는 데이터 올인원 플랫폼 '스위트'로 머신러닝 오퍼레이션 시장 공략에 나선다.

'스위트'는 인공지능 데이터 구축, 가공, 관리, 분석의 효율화와 자동화를 제공하는 플랫폼이자 협업도구다. '오토라벨링' 기능으로 데이터 작업을 자동화하고, 인공지능 개발과 데이터 구축 작업에 참여하는 데이터 라벨러, 프로젝트 관리자, AI 리서치 엔지니어들이 서로 데이터와 관련한 내용을 공유하고 이슈를 추적하며 소통할 수 있도록 직관적인 UI·UX와 커뮤니케이션 도구를 지원한다. 한편, 슈퍼브에이아이는 지난 8월 '스위트'에 적용된 오토라벨링 기술에 관한 미국 특허 5개를 출원 완료했다. /채윤정 AI전문 기자

'수출바우처 매칭페어' 참여기업 모집

화상 매칭 상담회

중소벤처기업진흥공단은 오는 8일까지 2020년 수출바우처 매칭페어 행사에 참여할 중소벤처기업을 모집한다고 6일 밝혔다.

중진공은 지난 8월 코로나19 확산에 따라 정부의 방역지침을 준수하기 위해 당초 9월15일 예정이던 행사를 10월 20일로 연기했고, 행사도 현장 대면 방식에서 비대면·온라인 방식으로 전환해 진행한다. 8일까지 접수·비대면·온라인 방식으로 진행된다.

수출바우처사업 수행기관 증가와 지원 서비스 다양화에 따라 수행기관과 참여기업 간 매칭애로를 개선하기 위해 마련된 이번 행사는 화상 매칭 상담회, 온라인 컨퍼런스, 온라인 컨설팅 등이 펼쳐진다.

화상 매칭 상담회를 통해선 디자인 개발, 동영상제작 등 서비스 분야별 수행기관의 서비스를 온라인으로 홍보한다. 참여기업은 원하는 서비스 분야의 수행기관과 사전매칭을 통해 당일 온라인 상담을 진행한다.

중진공은 또 유튜브 채널을 통한 온라인 컨퍼런스에서 포스트 코로나 시대 수출 전략에 대한 기조강연을 시작으로 수출 확대를 위한 해외 마케팅 전략 등 다양한 주제를 다룬다.

참여기업은 자사의 수요에 맞는 강의를 자유롭게 선택해서 들을 수 있다.

이외에도 행사 당일 업종별 수출 전문가 및 자문위원이 수출 애로기업에게 1대1 컨설팅과 상담을 온라인 방식으로 제공할 예정이다.

/김승호 기자 bada@

넷마블

대한민국 100대 브랜드 선정

넷마블은 브랜드가치 평가 회사 '브랜드스탁'에서 발표한 2020년 3분기 '대한민국 100대 브랜드'에 선정됐다고 6일 밝혔다.

대한민국 100대 브랜드는 BSTI(브랜드스탁톱인덱스) 점수가 높은 브랜드를 상위 100위까지 선정해 발표하는 브랜드 가치평가 인증제도다.

BSTI는 총 230여개 부문의 대표 브랜드 1000여개를 대상으로 브랜드스탁 증권거래소의 모의 주식 거래를 통해 형성된 브랜드주가지수(70%)와 정기 소비자조사지수(30%)를 결합한 브랜드가치 평가모델이다. 만점은 1000점이다.

브랜드스탁 회원 17만 명이 참여한 이번 조사에서 넷마블은 BSTI 총 847.8점(1000점 만점)을 얻어 52위를 기록했다. 순위는 전 분기와 동일하며 브랜드주가지수는 608.3점(700점 만점),)을 받았다. /김나인 기자 silkni@

임영웅과 함께한 공청기 '뉴히어로' 광고 공개

청호나이스 바닥 공기 관리 중점

모델 임영웅

청호나이스는 임영웅을 모델로 이달 출시 예정인 '뉴히어로' 공기청정기 광고제작을 진행했다고 6일 밝혔다.

광고제작은 영상촬영이 9월24일, 라디오 녹음은 10월5일 각각 진행됐다. 회사측에 따르면 임영웅은 촬영 현장에서 실제 집에서 생활하는 듯한 편안함을 보여주었고, 스태프를 배려하는 등 인간미 넘치는 모습을 통해 자연스러운 현장 분위기를 이끌었다. 또한 함께 촬영하는 아기와 강아지에 애정을 표하며 따뜻한 분위기를 연출해 냈다. 특히 임영웅은 신제품 공기청정기 '뉴히어로' 제품의 하부흡입 기능 등 제품에 큰 관심을 보였다.

'뉴히어로' 공기청정기는 실제 가정에서 가장 많은 시간을 보내지만 그 중요성은 간과되는 바닥 공기에 중점을 두고 개발된 제품으로, 하부 흡입을 통해 실내 공기질을 획기적으로 개선해 줄 수 있는 제품이다. /김승호 기자

카카오메이커스 미리 준비하는 '신년제품 기획전'

주문생산 플랫폼 카카오메이커스가 카카오프렌즈와 함께 미리 준비하는 2021년 새해맞이 특별 이벤트를 열고, 다이어리·가계부 등 신년 제품 기획전을 선보인다.

이번 '소소한 신축년 플랜'은 2021년 신축년 '흰 소의 해'를 맞아 소를 모티브로 기획된 이벤트로, 메이커스와 카카오프렌즈 협업 제품 출시를 앞두고 제품에 고객의 목소리를 담고자 진행된다.

먼저, 이벤트 페이지에서 '소'를 활용한 위트있는 세 가지 문구 중 선호하는 문구와 제품 디자인에 투표하면, 가장 많은 표를 얻은 디자인을 활용해 '2021년 신축년 에디션 라이언 인형'으로 주문·생산해 선 출시할 계획이다. 이벤트는 10월 11일까지 진행되며, 참여 방법은 카카오톡 '더 보기' 탭에서 '메이커스' 또는 카카오메이커스 앱 접속 시 홈탭 배너에서 확인할 수 있다.

또, 투표 영역 하단에 아쉽게 내년으로 미룬 일 또는 소소한 새해 계획들을 댓글로 공유하면, 참여자 중 100명을 선정해 '라이언 기내 여행용 가방'을 선물로 증정할 계획이다.

/구서윤 기자 yuni2514@