

# 550명이 하던 업무, 100명으로 해결... AI로 비용 최적화

## AI 기업사

### 노성운 AI스튜디오 대표

딥러닝으로 오브젝트 외곽선 추출 일반 작업자비 속도 10배이상 빨라 AI 비전 인식 기반 무인빵집 출시

자율주행차를 위한 인공지능(AI) 학습용 데이터 가공 작업을 진행하려면 사람이 일일이 자동차 테두리에 점을 찍어 '하얀색 소나타'인지, '검은색 그랜저'인지 이름을 붙이는 라벨링 작업을 하게 된다. 하지만 이 같이 점을 찍는 수고스러운 작업을 높은 성능으로 자동화해, 오브젝트(물체)를 자동 선처리해주는 오토 세그멘테이션(자동 분할) 기술을 선보인 AI 기업이 주목을 받고 있다.

AI스튜디오는 딥러닝 방식으로 오브젝트의 외곽선을 추출하는 '매직핀'을 개발, 지난 8월 이를 적용한 클라우드소싱 플랫폼 '마이크로라우드'를 선보였다. 클라우드소싱은 데이터 가공 작업을 온라인으로 개방해 대중이 참여하는 방식이다.

노성운 AI스튜디오 대표는 "자동차 윤곽에 점을 찍는 일을 수작업으로 하면 100만장 데이터를 만드는 데 한달에 200명 이상이 필

요하다"며 "이 같은 이유로 데이터를 10만~20만장 작업하는 데 그치는 경우가 많고, 200명을 고용하면 높은 비용, 관리 문제가 생기는데 이를 해결하기 위해 매직핀을 개발한 것"이라고 설명했다.

매직핀은 사진, 영상 등 비정형 데이터 내 배경과 오브젝트를 구분하는 어노테이션 작업을 자동으로 진행해준다. 일반 작업자에 비해 10배 이상 작업 속도가 빠르고 인식률도 높아 고품질의 작업을 할 수 있다는 것.

"자동차는 인간의 생명과 밀접한 관련이 있어 99.9%까지 신뢰도를 요구합니다. 한 굴지의 자동차회사 요구사항만 62페이지에 이를 정도로 요구도 까다롭습니다. 앞에 자동차가 있으면 나와 거리가 얼마나 되는지 알아야 하는데, 라인을 그릴 때도 오차가 2mm를 넘으면 안 됩니다."

500명이 자동차 데이터 가공을 하면, 50명이 검수하는 까다로운 작업이 필요하지만, 매직핀을 활용하면 범위 지정만으로 선을 따줘, 100명 만으로도 작업이 가능해진다. 최초로 선을 전부 따는 데도 30초 정도면 충분하다는 것.

"선처리하는 기술에 학습된 데이터만 오브젝트를 해주는 방식이 활용되는데, 학습하지 않은 데이터는 처리를 못해 크게 유용하지 않습니다. 저희는 사진을 넣으면 배경을 제거해주는 누끼 방식을 사용합니다. 사각형을 치면 AI가 배경과 오브젝트를 구분하는 고난도의 기술을 사용해 자동차뿐 아니라 달걀, 토마토 등 다른 사물도 찾는 장점이 있습니다."

해외에 유사한 기술이 있지만 성능이 저조해 AI스튜디오는 경쟁력을 가질



마이크로라우드 서비스의 '매직핀' 활용 예시.



24시간 무인빵집 운영을 위한 키오스크.

수 있다는 것. 이 같은 기술력은 모회사 인피닉이 자동차 데이터 가공 작업을 3년 여간 진행해온 데서 비롯된다.

노 대표는 2001년 테스트 전문기업인 인피닉을 창업해 현재는 데이터 가공 비즈니스가 50%를 차지할 정도로, 메인 사업이 됐다.

"2011년부터 자동차 전장의 AVN(오디오, 비디오, 내비게이션) 등 소프트웨어 테스트 수요가 크게 증가하면서 주요 자동차 기업을 고객사로 확보했습니다. 2017년부터 쉐보레 자율주행 칩을 만들면서 100만장 정도의 AI 학습용 데이터를 의뢰해 데이터 가공 업무를 처음 시작했고, 현대차의 자율주행 데이터도 가공하고 있습니다."

인피닉은 2017년 베트남에 데이터센터 설립해 120여명의 직원이 근무하고 있다. "베트남에서 협력사가 20개 정도 있어 최대 800명까지 데이터 가공 업무에 참여할 수 있습니다. 4년간 쉐보레 데이터만 1억장 이상 작업했고, 인피닉이 현대자동차·현대모비스·만도·삼성·LG 등에서 의뢰받는 데이터 가공 금액만도 120억원에 이릅니다."

인피닉은 연결 기준 매출이 500억원에 조금 못 미칠 정도로 성장했다.

또 AI스튜디오는 '창작공간'이라는 의미에서 사명을 정했는데, 첫 작품으

로 AI 비전 인식 기반의 무인빵집 키오스크인 '앙꼬'를 출시했다.

"빵 데이터를 AI에 학습시켰고, '앙꼬'를 활용한 무인빵집을 11월 오픈할 계획입니다. 올해 1호점으로 시작하고 내년에 100호점까지 늘려 프랜차이즈 빵집을 운영할 계획입니다."

빵에 대한 영감을 얻은 것은 노 대표가 작년에 일본의 한 빵집에서 스캐너 형태의 빵 인식 기계를 본 데서 비롯됐다.

"일본의 200여 빵집에서 이 기기가 사용되고 있었습니다. 바로 AI 무인빵집 기계 개발에 착수했고, 포스 기업인 포스뱅크가 참여해 결제시스템을 연동했습니다. 소비자가 고른 빵들을 사물 인식 스캐너에 올려놓으면 빵들을 모두 인식해 포스기기에 데이터를 전송해줍니다."

최근 코로나로 비대면이 주류가 됐고 24시간 생활패턴이 자리잡고 있는데 무인빵집은 이 점에서 강점이 있을 것으로 보고 있다.

"마트도 새벽 1시부터 문을 닫고, 빵집도 남은 빵을 버려야 하는데, 9시에 직원이 퇴근하면 앙꼬가 대신 할인된 빵을 팔 수 있습니다." 기계 도입에 30만원, 운영에 500만원 정도로 비용도 저렴하다.

빵 집에서 빵이 매일 10~20종씩 새롭게 만들어지는데, 새로운 빵을 계속 학습시킬 필요 없이 자가학습으로 오토라벨링을 해주는 것도 특징이다. AI 비전 기반 무인시스템은 향후에 마트, 편의점 등에도 활용을 추진할 예정이다.

"올해 앙꼬의 4차 디자인이 나와 제품이 완성됐고 AI 플랫폼은 인피닉과 기술 개발을 같이 해 자동화로 비용을 최적화하고 있습니다."

최근 정부가 디지털 뉴딜 사업을 진행해 데이터 가공자들은 전문화된 툴이 필요한데, 저희가 전문 플랫폼을 제공할 계획입니다."

모 회사인 인피닉을 비롯해 그레온, 윈트리즈뮤직, 브랜드컨텐츠 등 5개의 기존 고객들이 이미 '마이크로라우드' 서비스 고객으로 옮겨왔다. 데이터 공급 기업이 국내에 500~700여 곳에 이를 정도로 많은데, 이들을 주요 타깃으로 고객사를 크게 확대한다는 전략이다.

"기업이 AI 서비스를 만들기 위해 최소 5명의 석사급 인력이 필요하고, 운영 인력이 필요해 많은 비용이 들어갑니다. AI 서비스가 필요한 기업들이 팀을 꾸리지 않고 저희 플랫폼을 활용해 AI 개발할 수 있도록 하는 서비스를 제공하는 게 장기적인 목표입니다."

/채윤정 AI전문 기자 echo@metroseoul.co.kr

## 안성 스타필드에 '시몬스 갤러리' 오픈

헤리티지 엘리, 테크니컬 존 등 선배 '뉴트로' 인테리어 콘셉트로 구성

시몬스는 경기 안성에 위치한 스타필드 안성에 '시몬스 갤러리 스타필드 안성점'을 새로 열었다고 7일 밝혔다.

'시몬스 갤러리'는 시몬스 침대대의 직영 플래그십 스토어이자 지역별로 차별화된 공간 커뮤니케이션을 투영한 라이프스타일 쇼룸이다. 시몬스 갤러리 스타필드 안성점은 경기 남부의 최대 쇼핑 테마파크인 신세계그룹의 '스타필드 안성' 내에 자리잡았다. 평택, 오산, 기흥, 동탄 등의 경기 남부 신도시부터 천안, 아산 등 충청권 주요 지역까지 30분대로 이동 가능해 고객 수요를 폭넓게 확보할 것으로 기대된다.

시몬스 갤러리 스타필드 안성점은 '뉴트로'를 인테리어 콘셉트로 해 제품 하나하나를 재미있게 살펴볼 수 있는 공간으로 구성됐다. 보라빛을 띄는 하늘색인 페리윙클 블루 색상의 카펫이



시몬스 갤러리 스타필드 안성점 내부 전경.

전체적으로 청량한 분위기를 조성하는 동시에, 뉴트로 컨셉을 한층 배가시키는 유리 블록과 화이트 타일이 곡선을 이루며 이어져 있어 경쾌한 느낌을 더한다. 더불어 카페에서 볼 수 있을 법한 타일로 이루어진 벤치 등을 마련했다.

지하 1층 매장 정문으로 들어서면 시몬스의 150년 브랜드 역사를 살펴볼 수 있는 '헤리티지 엘리'를 시작으로 제품 및 콘텐츠를 체험할 수 있는 공간이 펼

쳐진다. 매장에는 한국 시몬스의 최상위 매트리스 컬렉션인 '뷰티레스트 블랙'과 브랜드 창립 150주년 기념 한정판 매트리스 '뷰티레스트 1870' 및 프레임이 자리하고 있다. 매트리스 설계 노하우를 확인할 수 있는 '테크니컬 존'도 마련했다. '매트리스 랩'을 통해서도 시몬스의 침대 포켓프링 기술력이 적용된 다양한 경도의 매트리스를 체험해볼 수 있다.

/김승호 기자 bada@

## 코웨이, 3분기 '韓 100대 브랜드' 선정

코웨이는 브랜드가치 평가회사 브랜드스탁이 발표한 올해 3·4분기 '대한민국 100대 브랜드'에 선정됐다고 7일 밝혔다.

대한민국 100대 브랜드는 BSTI 점수가 높은 브랜드를 상위 100위까지 선정해 발표하는 국내 유일의 브랜드 가치 평가 인증제다.

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

/김승호 기자

## 중기부 대전 성심당 등 '백년가게' 합류

우수 장수 기업 151개사 추가 선정

대전 '성심당'과 서울 '서북면옥' 등이 중소벤처기업부가 선정하는 '백년가게'에 새롭게 합류했다.

중기부는 우수한 장수 기업 151개사를 '백년가게'로 추가 선정했다고 7일 밝혔다. 추가 선정 이후 전국의 백년가게는 총 636개로 늘었다.

대전의 '성심당', 서울의 '서북면옥' 등 지역대표 제과점, 음식점 등이 추가 선정됐다. 중고서적 전문점, 털실점, 고가구점, 수족관, 자전거 판매·수리점, 세탁소, 태권도장 등 생활 밀착형 업체들도 다양하게 발굴했다. 지난 2월 처음 도입된 국민 추천제를 통해서도 94개 업체가 새로 합류했다.

/백지연 기자 wldus0248@