

신뢰 잃어가는 예스24... KISA “기술지원에 협조 안 해”

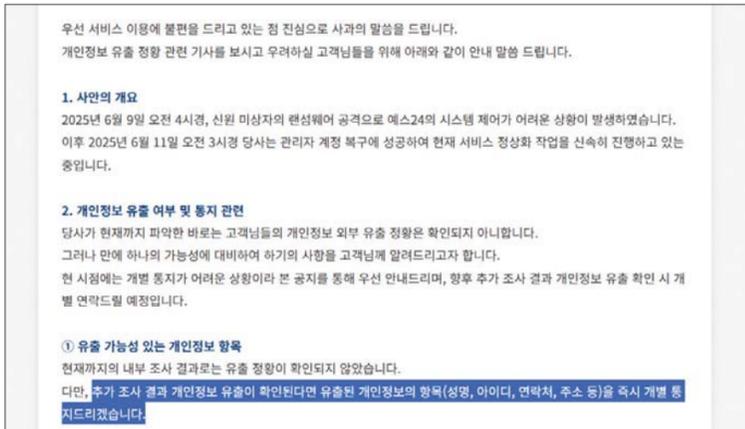
(한국인터넷진흥원)

예스24 “KISA와 협력해 복구 총력”
KISA 분석가 방문에도 협조 안 해
‘개인정보 유출 없다’ 자신했지만
‘유출확인 시 개별통지’ 말 바꾸기도

랜섬웨어 공격으로 나흘째 접속장애를 겪고 있는 예스24(YES24)가 해킹 사건 수습 과정에서 공문에 기재한 내용이 문제가 돼 조사 기관과 정면 충돌하는 사상 초유의 사태가 발생했다.

한국인터넷진흥원(KISA)은 지난 11일 예스24의 2차 입장문에 대해 이례적으로 반박 보도자료를 냈다. 예스24가 “KISA와 협력해 원인 분석 및 복구 작업에 총력을 다하고 있다”고 밝힌 것과 달리, 실제로는 기술 지원에 협조하지 않고 있다는 것이다.

12일 KISA는 ‘예스24 2차 입장문에



개인정보 관련 예스24 고객 안내문.

/예스24 홈페이지 캡처

대한 설명’ 보도자료를 배포한 경위를 묻는 <메트로경제신문> 질의에 “예스24에서 신고 당시 기술 지원에 동의하지 않아 자체 조사한다고 했고 저희가 필요한 부분에 한해 협력을 요청한 사항이었

는데, 예스24 측이 사실과 다른 입장을 내서 기자들에게 혼신을 주지 않기 위해 보도자료를 냈다”고 답변했다.

특히 KISA는 예스24가 기술 지원에 동의하지 않은 상태에서 잘못된 정보를

공식 입장문에 쓴 것을 문제 삼았다.

전날 밤 KISA는 “예스24가 11일 발표한 2차 입장문은 사실과 다르다”며 “사고 상황 파악을 위해 예스24 본사로 KISA 분석가들이 6월 10일과 11일 두 차례 방문했으나, 현재까지 예스24는 KISA의 기술 지원에 협조하지 않고 있다”는 내용의 보도자료를 배포했다.

KISA의 반박 보도자료에 대해 예스24 관계자는 “내부 부서에 어떻게 된 일인지 문의하고 있다”며 당혹감을 표했다.

그러나 이번 KISA와의 업무 협조 진위 문제뿐 아니라 개인정보 유출과 관련한 예스24의 주장에서도 말이 조금씩 바뀌며 신뢰를 잃어가고 있다.

전날까지만 해도 ‘회원 개인정보 유출은 없다’고 자신했던 예스24는 이날 ‘개인정보 관련 고객 안내문’을 통해 “추가 조사 결과 개인정보 유출이 확인

된다면 유출된 개인정보의 항목을 즉시 개별 통지하겠다”고 말을 바꿨다.

‘회원정보가 유출되지 않았다’고 했는데, 개인정보보호위원회(개보위)에 개인정보 유출 관련 신고를 한 이유가 뭐냐고 묻는 본지 질문에 예스24 관계자는 “랜섬웨어 공격이 있으면 KISA에 24시간 내, 개인정보보호위원회에 72시간 내 신고해야 해서 한 것이다”며 “개인정보 조회 시도 정황은 있었으나 유출은 안 됐고, 접속도 차단했다”고 답했다.

개보위 조사도 KISA의 기술 지원처럼 강제성은 없다. 다만 개보위 관계자는 “저희가 과징금, 과태료 처분을 할 때 조사 협조에 대한 부분도 검토 대상이 된다”며 “조사를 고의적으로 방해하거나 협조를 안 하면 문제가 될 수 있다”고 말했다.

/김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

NC AI, AI기술로 게임산업 생산성 높인다

바르코 3D 등 주요기술 소개
키노트 연설·기술 시연 진행

NC AI가 게임 개발 효율을 혁신할 최신 기술을 선보이며 산업 확장을 본격화하고 있다.

NC AI는 지난 11일 판교 그라비티 호텔에서 열린 ‘AWS for Games AI Roadshow’에 참가해, 텍스트 기반 3D 생성모델 ‘바르코 3D’, 애니메이션 자동화, 사운드 생성 AI 등 주요 기술과 게임 개발 적용 사례를 대거 공개했다고 12일 밝혔다.

이 행사에는 300여 명의 게임 개발자가 참석했으며, NC AI는 게임AI 분야 대표 기업으로 키노트 연설과 기술 시연을 통해 큰 주목을 받았다.

이날 키노트 연사로 나선 이연수 NC AI 대표는 “AI는 선택이 아닌 게임 산업의 필수 성장 동력”이라며, “NC AI



NC AI가 11일 판교 그라비티 호텔에서 열린 ‘AWS for Games AI Roadshow’에 참가해 게임 산업의 미래를 이끌 최신 AI 기술과 실전 적용 사례를 대거 공개했다. 사진은 NC AI 행사 부스

/NC

는 창작의 한계를 넘어서는 기술로 게임 산업의 생산성과 창의성을 동시에 끌어올리고 있다”고 밝혔다.

이어 직접 시연한 ‘바르코 3D’는 텍스트나 2D 이미지 입력만으로 고품질 3D 캐릭터·오브젝트를 자동 생성하는 기술로, 개발 현장의 그래픽 자산 제작

효율을 크게 높이는 기술로 평가받았다. 이외에도 캐릭터의 동작을 자동화하는 애니메이션 생성AI, 효과음과 음성을 AI로 변환하는 ‘사운드 팔레트’, 10초 내외의 음성 샘플로 다양한 언어·스타일 보이스를 생성하는 TTS 솔루션 등 다양한 기술이 소개됐다. 특히 실시간 다국어 더빙과 캐릭터 음성 생성 등은 글로벌 진출을 염두에 둔 게임사들에게도 높은 관심을 끌었다.

NC AI는 게임을 넘어 패션, 미디어, 커머스 등으로 AI 솔루션을 확장하고 있다. 자사 언어모델 ‘바르코 LLM’을 기반으로 한 ‘바르코 아트’는 MLB·디스커버리 등 패션 브랜드와 협업해 디자인 자동화에 활용 중이다. 또한 이미지·영상 생성, 다국어 더빙, 챗봇 등의 기능을 서비스형 소프트웨어(SaaS) 형태로 제공하며 산업별 버티컬 AI 전략을 강화하고 있다.

/최빛나 기자 vlna@

KT-팔란티어, 국내 산업계 AX 촉진

기술 역량 공유·공동 마케팅 협력

KT는 글로벌 AI 플랫폼 기업 팔란티어와 국내 산업계 AX(인공지능 전환) 촉진을 목표로 기술과 마케팅 역량을 공유한다고 12일 밝혔다.

팔란티어는 대규모 데이터 통합·분석으로 정부와 기업의 의사 결정을 지원하는 소프트웨어 플랫폼을 개발하는 회사다. 양사는 ▲AI·데이터 플랫폼 교육을 통한 기술 역량 공유 ▲타깃 산업군 특화 공동 마케팅 기획 등에 협력하기로 했다.

KT는 팔란티어와 임직원의 AX 역량을 제고하고, 향상된 역량을 바탕으로 AI·데이터 기반 의사 결정을 원하는 국내 고객에게 팔란티어 솔루션을 제공할 방침이다. 이를 위해 KT는 전문 인

력을 투입해 팔란티어 글로벌 엔지니어들과 동반 프로젝트를 수행하며 팔란티어의 기술 역량을 이전받을 예정이다.

현재 양사는 KT 내부 프로세스를 컨설팅 대상으로 삼아 PoC(개념 실증) 프로젝트를 추진 중이다. 이는 대규모 통신 데이터에 AI를 접목해 팔란티어 솔루션 도입 효과를 실증하는 과정이다.

또 두 회사는 은행·보험 등 금융업을 대상으로 상호 독점적인 파트너로서 영업을 진행하기로 했다. 금융권 이외 다른 잠재 고객을 대상으로도 공동으로 마케팅과 영업을 실시한다.

이와 함께 양사는 각 산업군의 현황을 면밀히 분석해 고객 필요에 맞춘 AX 세미나를 개최하는 등 차별화된 마케팅을 지속 실행할 계획이다.

/김현정 기자 hjk1@

네이버, 검색에 생성형 AI 더해 차별성 확보

통합 에이전트로 AI 검색경험 제공

네이버가 자사의 포털 서비스 검색에 생성형 인공지능(AI)을 더해 포털 시장에서의 차별성 확보에 나선다.

네이버는 향후 차별화된 콘텐츠와 정보·쇼핑·로컬·금융 등 버티컬 에이전트를 결합해 장기적으로 사용자에게 끊임 없는 AI 검색 경험을 제공하는 ‘통합 에이전트’를 선보인다고 12일 발표했다.

우선 네이버는 ▲독보적 검색 인프라 ▲풍부한 데이터 ▲버티컬 서비스 생태계라는 강점을 바탕으로 AI 검색 시장에서의 경쟁력을 다진다는 계획이다.

네이버 검색 플랫폼 김상범 리더(사진)는 “생성형 AI 기술 확대로 정보 검색에서 사용자의 복합 니즈를 해결하는 단계로 검색 외연이 확장 중”이라며 “네이버는 독보적인 검색 인프라와 한국 사용자에게 특화된 풍부한 데이터를 보유



해 AI 검색 시장에서 차별성 확보에 유리한 조건을 지녔다”고 강조했다.

김 리더는 “질의 분석 및 요약, 문서 분석 등 각 태스크에 적합한 형태의 검색 LLM(거대언어모델) 라인업을 세분화해 구축하고, AI 검색에 필요한 콘텐츠 확보를 위한 적극 투자를 통해 검색 품질을 높여겠다”고 덧붙였다.

네이버는 AI 브리핑 노출을 연내 약 20% 수준으로 늘리고 금융, 헬스케어 등 다양한 주제에 특화된 AI 브리핑을 순차적으로 도입할 방침이다.

이날 네이버는 ‘AI 탭(가칭)’ 도입 계획도 밝혔다. AI 탭은 통합검색에서 별도의 페이지 형태로 노출되며, 내년 중 선보일 예정이다. AI 탭은 연속대화 등으로 사용자 맥락을 보다 깊게 이해하

고, 추론 과정을 통해 예약, 구매, 결제 등 최종 액션까지 지원하는 것을 목표로 설계된다.

예컨대 AI 탭에서 ‘5살 아이와 제주도 갈 만한 곳 알려줘’라고 입력하면 플래이스 에이전트를 통해 질의 맥락을 토대로 여러 장소가 추천된다. 공간 중 한 곳을 선택해 코스를 요청하면 네이버 지도 상에서 최적의 동선을 안내한다. 이후 일부 코스 수정을 요청할 경우 전체 동선과 아이 동반 등을 고려해 대체 장소를 추천하고 예약까지 연결해 준다.

네이버는 AI 검색 환경에서도 콘텐츠 창작자에게 더 많은 기회가 갈 수 있는 내부 프로젝트인 ‘AI 하이라이트 프로젝트(가칭)’도 준비 중이다. AI 브리핑에 인용된 창작자 콘텐츠를 배지로 강조해 유입을 유도하거나, AI 검색에 최적화된 출처들을 모아 소개하고 카페 가입, 이웃 맺기, 유료 구독 등을 바로 할 수 있는 직관적인 UX(사용자 경험)를 구상 중이라고 회사 측은 전했다.

/김현정 기자

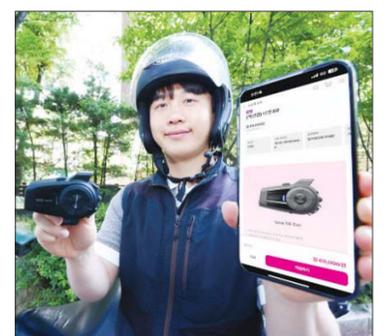
‘너겟 라이더팩’ 월 6.5만원

LG유플러스는 배달 라이더를 위해 온라인 전용 요금제인 ‘너겟 라이더팩’을 출시했다고 12일 밝혔다.

너겟 라이더팩 이용자는 최소 월 6만 5000원에 액션캠 또는 주유·편의점 할인 받을 수 있다. 이용 희망자는 LG유플러스의 온라인 요금제인 ‘너겟’을 통해 가입하면 된다. 요금제는 ▲(액션캠) 너겟65 ▲(액션캠) 너겟69 ▲(주유·편의점) 너겟65 ▲(주유·편의점) 너겟69 등 총 4종으로 구성됐다.

너겟65와 너겟69는 5G 데이터를 무제한으로 제공하는 온라인 전용 무약정 상품이다. 너겟65 요금제는 데이터 무제한에 테더링·쉐어링 데이터 80GB를, 너겟69 요금제는 데이터 무제한에 테더링·쉐어링 데이터 100GB와 추가로 미디어 서비스를 제공한다.

너겟65 또는 너겟69 요금제가 가입하고 액션캠팩이나 라이더팩을 선택하면 기본 데이터 혜택 외에도 24개월 동안



LG유플러스가 배달 라이더 전용 요금제를 내놓았다.

/LG유플러스

액션캠 할부금을 전액 할인받거나, 매월 GS 할인 쿠폰을 받을 수 있다.

주유·편의점팩을 택한 경우 GS칼텍스 또는 편의점 GS25에서 사용할 수 있는 GS할인쿠폰을 매월 받는다. 가입한 요금제에 따라 (주유·편의점) 너겟65 고객에게는 매월 1만원, (주유·편의점) 너겟69 이용자에게는 매월 1만2500원 상당의 쿠폰을 지급한다. 매월 문자 메시지로 전달받은 쿠폰은 GS칼텍스와 GS25 편의점에서 이용할 수 있다. /김현정 기자