

## SKT, MNO 안정화·AI 전환 예고

# “글로벌 빅테크와 속도경쟁 나서야”

정재현 CEO, 취임來 첫 타운홀 미팅 기분원칙 강화해 신뢰 회복 속도 핵심관리지표 'ROIC'로 체질개선 AIDC 경쟁력 강화, AI 지속 전환



정재현 SK텔레콤 CEO가 16일 서울 을지로 본사 수페스홀에서 취임 후 첫 타운홀 미팅을 열고, 이동통신(MNO) 사업의 안정적 운영과 AI 사업의 빠른 진화를 위한 전사적 혁신에 나서겠다고 밝혔다.

정재현 CEO는 “시장과 경영 환경이 빠르게 변하는 상황에서 과거 방식에 머무르는 ‘활동적 태성’으로는 변화를 만들 수 없다”며 “실패의 책임은 경영진이 질 테니 구성원들은 창의적으로 도전해 달라”고 말했다. 이어 혁신의 속도를 높이겠다는 뜻에서 스스로를 ‘변화관리 최고책임자’로 규정했다.

또한 “SKT의 목표는 지속적으로 성장하며 사회에 기여하는 회사가 되는 것”이라며 “근원적으로 탄탄한 체질을 구축해 새로운 혁신 기회를 만들고, 미래를 이끌 인재 육성에 힘을 모으자”고 밝혔다. 이와 함께 통신·AI·AX·기업문화 전반의 방향성과 주요 과제를 공유했다.

정 CEO는 통신 사업의 본질을 ‘고객’으로 규정하며, 고객에 대한 이해와 실질적 가치 제공이 중요하다고 강조했다. 품질·보안·안전 등 기본 원칙을 강화해 고객 신뢰 회복에 속도를 내겠다는 방침이다.

경영 체질 개선을 위해 핵심 관리지표도 EBITDA(상각 전 영업이익)에서 ROIC(투하자본이익률)로 전환한다. ROIC는 자본 효율성과 가치 창출 수준을 판단하는 지표로, 중장기 경쟁력과

투자 우선순위 설정에 활용된다. 이는 외형 성장보다 자본 활용의 내실을 중시하는 경영 전환을 의미한다.

AI 사업과 관련해 정 CEO는 “그간 실험과 인큐베이팅을 통해 일정 수준의 자산을 확보했다”며 “앞으로는 강점을 중심으로 선택과 집중을 통해 글로벌 빅테크와 속도 경쟁에 나서야 한다”고 말했다.

AI 데이터센터 분야에서는 경쟁력을 강화하고, 고부가 가치 솔루션으로 사업을 확장한다. 제조 AI와 독자 AI 모델 영역에서는 지속적인 전환을 통해 성과를 창출하겠다는 계획이다.

AI 전환(AX)에 대해서는 특정 부서의 과제가 아닌 전사적 생존 과제로 규정했다. 이를 위해 ▲전 구성원 대상 AI 툴 활용 지원 ▲업무용 AI 개발 프로세스 정립 ▲아이디어 공유를 위한 AX 대시보드 구축 등을 추진한다.

조직문화의 방향성으로는 ‘역동적 안정성’을 제시했다. 구성원은 변화와 도전을 통해 성장에 기여하고, 회사는 실패를 감내할 수 있는 안정적 기반을 제공한다는 의미다.

정재현 CEO는 “구성원이 공통의 가치를 공유하고 실행 역량과 내적 안정성을 갖출 때 조직은 다시 도약할 수 있다”며 ‘드림팀’을 강조했다. 또 목민심서의 구절을 인용해 “구성원의 목소리를 성실히 듣고, 겸손과 존중의 자세로 의사결정을 내리겠다”고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## LG U+, 생성형 AI 전화응대 서비스 선봬

오픈AI 기술 활용 ‘에이전틱 콜봇’ 고객 의도·맥락 파악해 완결형 응대

LG유플러스는 국내 최초로 오픈AI 기술을 활용한 생성형 AI 기반 구독형 콜봇 서비스 ‘에이전틱 콜봇(스탠더드)’을 출시했다고 16일 밝혔다.

콜봇은 고객 상담을 자동화하는 AI 전화 응대 서비스다. 여기에 에이전틱 AI를 적용하면 고객의 의도와 대화 맥락을 실시간으로 파악해 비교적 복잡한 문의도 자연스럽게 처리할 수 있다. 다양한 애플리케이션과 연동해 상담 목적에 맞는 완결형 응대가 가능하다는 설

명이다.

기존 규칙 기반 콜봇은 정해진 시나리오에 따라 단순·반복 문의에만 대응 할 수 있었다. 반면 에이전틱 콜봇은 대규모언어모델(LLM)과 지식 검색(RAG)을 활용해 사전 학습 없이도 다양한 표현과 상황을 이해하고, 스스로 시스템을 제어할 수 있다. LG유플러스는 이를 통해 상담 시간이 단축되고 응대 완결성이 높아질 것으로 보고 있다.

해당 서비스는 제조·유통·서비스·병원·대학 등 다양한 업종의 고객센터에 적용할 수 있다. 예를 들어 병원에서는 AI가 전화를 받아 기준 예약을 확인하

고 예약 변경을 처리한 뒤 완료 안내 문자 발송까지 자동으로 수행할 수 있다.

LG유플러스는 서비스 안정성과 보안을 위해 고객 대화와 개인정보 처리 전반에 보호 가드레일을 적용했다. 대시보드 기반의 실시간 모니터링과 통계 기능을 통해 운영 품질을 관리할 수 있도록 했다.

향후 LG유플러스는 오픈AI의 멀티 모달 LLM을 기반으로 음성 인식과 음성 합성, 추론을 실시간 API로 처리하는 ‘STS(Speech-to-Speech)’ 기능과 다중 LLM을 연동한 에이전트 서비스도 선보일 계획이다.

/김서현 기자

## SK AX, AI로 산업 중대재해 예방·관리

SHE 서비스 ‘CEO 안심 패키지’ 안전관리 현황 등 실시간 파악 도와

SK AX는 산업 현장의 중대재해를 예방·관리하는 인공지능(AI) 기반 안전·보건·환경(SHE) 서비스 ‘CEO 안심 패키지’를 16일 선보였다.

‘CEO 안심 패키지’는 AI 기술을 활용해 사업장별 잠재 위험을 분석하고, 작업자의 안전의무 이행 여부를 관리하는 한

편, 사고 발생 시 즉각 대응이 가능하도록 설계된 통합 안전관리 솔루션이다.

SK AX는 “중대재해 책임 강화와 기업가치 훼손 사례가 늘고 있지만, 현장 경영진이 안전 의사결정을 내리기 위한 체계적인 정보는 부족한 상황”이라며 “경영진이 안전관리 현황과 위험 요소를 실시간으로 파악하고 사전에 대응할 수 있도록 했다”고 설명했다.

정부는 2026년까지 산업재해 사고사

망만인율을 OECD 평균 수준으로 낮추는 ‘중대재해 감축 로드맵’을 추진 중이다. 해당 로드맵에는 위험성 평가의무 강화와 전담 안전관리자 선임 대상 확대 등 기업의 예방 중심 안전투자를 전제로 한 과제가 포함돼 있다.

‘CEO 안심 패키지’의 핵심은 산업 현장에 특화된 AI 적용이다. ▲비전 AI를 활용해 사고 발생과 원인을 실시간으로 감지하는 ‘SHE OT(운영 기술) 솔루션’ ▲사고 현황과 고위험 작업, 법규 준수 상태를 한눈에 보여주는 ‘리스크 대시보드’ 등을 통합했다.

/김서현 기자

## SKB, B tv ‘에이닷’ 누적이용 1억 건 돌파

셋톱박스 개인화 기능 추가 확대

SK브로드밴드는 B tv에 적용한 AI 미디어 에이전트 ‘에이닷’의 누적 이용 건수가 1억 건을 넘어섰다고 16일 밝혔다.

SK브로드밴드는 지난해 9월 SK텔레콤의 생성형 AI ‘에이닷’을 B tv에 적용해 대규모언어모델(LLM) 기반의 음성 대화 서비스를 도입했다. 자연스러운 멀티언 대화를 통해 콘텐츠 탐색과 추천이 가능하도록 한 것이 특징이다. 올해는 흠회면 상단에 에이닷을 배치하는 UI·UX 개편을 통해 시청 이력과 이용 패턴을 반영한 개인화 추천 기능을 강화했다.

이 같은 AI 고도화 효과로 에이닷의 월간 사용자 수는 올해 1월 대비 2배 이상 증가했고, 실제 대화 건수는 6배 이상 늘었다. 시청 이력과 선호 장르, 실시간 방송 패턴 등을 분석한 AI 추천 콘텐츠

의 시청 비율도 2배 이상 상승했다.

SK브로드밴드는 이달부터 셋톱박스 기종별 최신 업데이트를 통해 개인화 기능을 추가 확대한다. 고객 프로필과 시청 흐름을 기반으로 신규 작품과 쿠폰 등을 직관적으로 안내하고, 특정 작품의 정보 확인 시 연관 콘텐츠를 자동 추천하는 기능을 제공한다. 약 20만 편의 전장르 콘텐츠를 제공하는 월정액 상품 ‘B tv+’ 전용 탐색 기능도 새로 도입한다.

AI 활용은 품질 관리 영역으로도 확장됐다. SK브로드밴드는 올해 10월 AI 기반 품질관리 시스템 ‘아쿠아(AQUA)’를 도입해 시청 중 발생하는 이상 현상을 AI가 선제적으로 감지하고 조치하는 체계를 구축했다. 방송 설비부터 네트워크, 셋톱박스, TV까지 전 구간에서 약 740개 지표를 24시간 실시간 분석한다.

/김서현 기자

## 네이버 ‘치지직’, 5년간 LCK 중계권 확보

치지직-롤 계정 연동 시청 드롭스 도입

네이버가 글로벌 e스포츠 리그 ‘LCK’와 콘텐츠 생태계 전반을 아우르는 전략적 파트너십을 통해 사용자 중심 스트리밍 플랫폼 경쟁력을 한층 강화한다.

네이버는 16일 라이엇게임즈와 2026년부터 2030년까지 5년간 전략적 협약을 체결했다고 밝혔다. 이번 협약에는 ▲LCK LPL LEC 등 해외 주요 리그와 월드챔피언십 MSI 퍼스트 스탠드 등 국제대회 중계권 ▲롤파크 네이밍 독점 권리 ▲LCK 공식 스폰서십 권리 등이 포함됐다. 네이버는 이를 바탕으로 글로벌 e스포츠 생태계 확장을 본격 추진한다.

이번 협약으로 네이버는 2026년부터 5년간 LCK 국내 중계권을 확보했다. 동시에 LCK 공식 스폰서로서 참여하며 스트리밍 플랫폼 독점 파트너 자격으로 LCK IP를 활용한 콘텐츠 기획과 온오프라인 프로모션을 병행한다.

네이버는 ‘치지직’을 중심으로 중계 시청 경험과 커뮤니티 연계를 강화한다. 서울 종로구에 위치한 롤파크에서 네이버 주간별 스포츠&엔터서비스 리더(오른쪽)와 라이엇게임즈 오상현 아시아태평양 퍼블리싱 및 e스포츠 총괄이 만나 ‘네이버-라이엇 게임즈’ 전략적 파트너십을 체결한 뒤 기념촬영을 하고 있다.

운영하고, 치지직 전용 운영 부스를 마련해 현장을 찾은 e스포츠 팬의 브랜드 체험을 확대한다.

네이버는 국내 최초로 네이버 치지직 계정과 리그 오브 레전드 계정을 연동하는 시청 드롭스 기능도 도입한다. 이용자는 특정 경기를 일정 시간 이상 시청하면 게임 아이템 보상을 받는다. 네이버는 향후 쇼핑 예약 페이 등 자사 주요 서비스와의 연계도 단계적으로 추진한다.

치지직은 이미 2025년부터 2027년까지 3년간 글로벌 최대 규모 e스포츠 대회 EWC의 한국어 독점 중계권을 확보했다.

/최빛나 기자 vitna@

이뤄졌다.

넷마블은 이번 평가에서 1000점 만점에 851.3점을 기록하며 전년 대비 5계단 상승한 41위에 이름을 올렸다.

올해 넷마블은 ‘세븐나이츠 리버스’, ‘水泵’, ‘RF 온라인 네스트’ 등 자체 IP 기반 신작 게임을 선보이며 라인업을 강화했다. 아울러 글로벌 게임 행사에 적극 참여하며 해외 시장 공략에도 속도를 내고 있다.

특히 일본 도쿄게임쇼에서 참사 아래 처음으로 단독 부스를 운영하고, 브라질 최대 게임 행사이자 브라질 게임쇼에서도 신작을 공개하며 남미 시장에서의 존재감을 확대했다.

/김보민 인턴기자 kbm@

## 넷마블, 10년 연속 ‘韓 100대 브랜드’ 선정

전년比 5계단 상승한 41위

넷마블이 브랜드 가치 평가회사 브랜드스타이 발표한 ‘2025년 대한민국 100대 브랜드’에 10년 연속 선정됐다.

‘대한민국 100대 브랜드’는 브랜드스타이 특허받은 브랜드 가치 평가 모델인 ‘BSTI’를 기반으로 상위 100개 브랜드를 선정하는 인증 제도다.

이번 조사는 총 230여 개 부문과 1000여 개 대표 브랜드를 대상으로 진행됐다. 브랜드스타 증권거래소의 모의 주식 거래를 통해 산출된 브랜드 주가 지수 70%와 정기 소비자 조사 지수 30%를 결합한 BSTI 점수를 기준으로 평가가