

# 현신균 “피지컬 AI, 로봇 원팀처럼 설계·조율하는 것 핵심”

〈LG CNS 대표〉

CES서 피지컬 AI 시장 전략 밝혀  
“현장 잘 아는 LG CNS, 시장 주도  
제조업 중심 韓기반 경쟁우위 확보  
로봇 테스트·검증 등 전 과정 수행”

LG CNS는 현신균 대표이사가 미국 라스베이거스에서 열린 ‘CES 2026’에 참석해 기자들을 만나 피지컬 AI 시장 주도 전략에 대한 질의응답 시간을 가졌다고 13일 밝혔다.

이 자리에서 현신균 사장은 “LG CNS는 로봇 하드웨어에 회사가 보유한 다양한 산업현장 데이터를 파인튜닝 시키고, 실제 현장에서 일할 수 있는 로봇을 만들어주는 일을 하고 있다”며 “현장에 투입된 로봇을 학습시키고, 일을 잘하고 있는지 모니터링하며 재학습시키는 과정이 굉장히 중요하다. 이런 역할이 로봇의 산업현장 투입에 핵심적인 역할을 하게 될 것”이라고 말했다.

특히 한국은 다양한 산업에 기반한



현신균 LG CNS 대표이사가 CES 2026 현장에서 기자들과 만나 질의응답 시간을 갖고 있다. /LG CNS

제조업 비중이 높고 숙련된 공정 과정이 많아, 피지컬 AI를 검증하고 고도화하기에 적합한 시장으로 꼽힌다. 이 때

문에 글로벌 로봇·AI 기업들 역시 한국 제조 현장을 주요 테스트베드로 주목하고 있다.

현 사장은 “LG CNS는 제조업 중심의 한국 시장을 기반으로 피지컬 AI 기술을 빠르게 확보해 현장에 적용하며, 경쟁 우위를 확보하고 있다”며 “산업 현장을 가장 잘 아는 LG CNS가 ‘피지컬 AI’ 시장을 주도할 것”이라고 밝혔다.

LG CNS 피지컬 AI 전략의 핵심은 개별 로봇이 아니라, 서로 다른 제조사와 목적의 로봇이 한 팀처럼 움직이도록 전체 시스템을 설계·조율하는 ‘마에스트로(Maestro)’다. 각 로봇이 산업현장의 특성에 맞게 작동하도록 하고, 이를 연결해 유기적으로 협업하도록 만든다.

이를 위해 LG CNS는 로봇 트레이닝과 테스트, 검증 전 과정을 수행한다. 제조·물류 현장은 공정마다 역할과 작업 방식이 달라 실제 업무 흐름에 대한 이해가 중요하다는 설명이다.

현 사장은 “LG CNS는 다양한 산업 현장을 경험하며 ‘어떤 업무가 어떤 방식으로 진행되는지’, ‘각 업무 단계에서 어떤 판단과 노하우가 필요한지’에 대한 높은 이해도를 갖추고 있다”며 “산업별 공정 특성과 난이도, 작업 프로세스 등을 종합적으로 고려해 로봇이 현장에서 ‘어떻게 일을 해야 하는지’를 학습시키고, 현장의 언어와 규칙을 이해하는 ‘산업 지능’을 갖추도록 진화시키고 있다”고 말했다.

로봇이 현장에 투입된 이후에는 통합 관제·운영부터 유지보수까지 아우르는 엔드투엔드 서비스를 제공한다. 이기종 로봇을 로봇 통합운영 플랫폼에 연동해 하나의 플랫폼에서 관리하며, 작업 지시 시 각 로봇의 상태와 위치 데이터를 분석해 업무를 배분한다. 이를 통해 로봇의 동선과 작업 결과를 실시간으로 모니터링하고, 운영 과정에서 발생하는 이슈를 반영해 성능과 안정성을 개선한다.

LG CNS는 로봇이 현장 데이터를 지

속적으로 학습할 수 있는 데이터 플랫폼 구축도 준비 중이다. 변화하는 환경과 작업 조건에서도 로봇이 스스로 적응하며 업무를 수행하도록 고도화한다는 계획이다.

피지컬 AI 전략은 로봇 하드웨어 영역으로도 확장되고 있다. LG CNS는 산업용 휴머노이드 로봇을 스마트팩토리나 스마트물류 현장에서 활용하기 위한 실증을 진행 중이다. 현재 10여 개 고객사의 공장과 물류센터에서 개념검증(PoC)을 수행하고 있으며, 조선 분야의 검사 공정이나 물류센터 내 적재·회수 작업 등 다양한 시나리오를 검증하고 있다.

특히 순간적인 판단이 필요하거나 작업 내용이 수시로 바뀌는 공정, 안전상 위험 요소가 큰 작업 등 기존에 자동화가 어려웠던 고부가가치 영역에 휴머노이드 로봇을 투입해 생산성과 안전성을 동시에 높이는 것을 목표로 하고 있다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 시리에 제미나이 심는다… 애플-구글 AI 동맹 SKT, AI로 보이스피싱·스팸 11억 건 차단

구글 시가총액 4조달러 넘어  
빅테크 AI 진영 재편 신호탄

애플이 차세대 AI 파트너로 구글의 생성형 AI 모델 제미나이를 선택하면서, 구글은 AI 기대감에 힘입어 시가총액 4조달러 고지를 넘어섰다.

13일 글로벌 IT 업계에 따르면 애플이 차세대 인공지능 전략의 핵심 외부 파트너로 구글 제미나이를 낙점한 것으로 알려졌다. 이 같은 협력 기대감이 확산되면서 구글의 시가총액은 4조달러를 돌파하며 사상 최고치를 기록했다.

업계에 따르면 애플은 iOS와 macOS, 아이패드OS 등 자사 생태계 전반에 적용할 생성형 AI 기능을 고도화하는 과정에서 구글 제미나이를 핵심 외부 모델로 활용하는 방향을 정리한 것으로 알려졌다. 자체 AI 역량을 지속 강화하면서도, 대규모 언어모델 경쟁에서는 검증된 외부 파트너와 협력하는 이른바 ‘투 트랙 전략’을 본격화했다는 분석이다.

애플은 그동안 개인정보보호와 온디바이스 AI를 핵심 기조로 삼아왔다. 사용자 데이터가 외부 서버로 이전되지 않도록 설계하는 것이 애플 AI 전략의 근간이었다. 그러나 생성형 AI 경쟁이 고도화되면서 단말기 내부 처리만으로는 기술적 한계가 뚜렷해졌고, 대규모

연산과 멀티모달 처리 역량을 갖춘 외부 파트너의 필요성이 커졌다는 평가가 나온다.

구글 제미나이는 텍스트뿐 아니라 이미지, 영상, 음성까지 동시에 처리할 수 있는 멀티모달 AI 모델로, 대규모 서비스 적용 경험과 글로벌 인프라 경쟁력을 갖춘 점이 강점으로 꼽힌다. 애플 입장에서는 사용자 경험과 보안 기조를 유지하면서도 AI 기능을 빠르게 고도화할 수 있는 현실적 선택지로 제미나이를 택했다는 분석이 지배적이다.

이번 협력 구도가 시장에 알려지자 투자자들의 관심은 구글로 집중됐다. 생성형 AI 시장에서 오픈AI와의 주도권 경쟁이 이어지는 상황에서, 애플이라는 세계 최대 플랫폼 사업자와의 협력 가능성은 구글의 AI 전략에 대한 신뢰도를 단숨에 끌어올렸다는 평가다. 이에 힘입어 구글의 시가총액은 4조달러를 넘어섰고, AI 기술이 기업 가치 재평가의 핵심 변수로 작용하고 있음을 다시 한 번 입증했다.

시장에서는 이번 선택을 단순한 기술 제휴를 넘어 글로벌 빅테크 간 AI 진영 재편의 신호탄으로 해석한다. 애플은 제미나이를 통해 생성형 AI 경쟁력을 단기간에 끌어올릴 수 있고, 구글은 자사 AI 모델을 사실상의 글로벌 표준 중 하

나로 자리매김시키는 효과를 기대할 수 있기 때문이다. 양사의 이해관계가 맞아 떨어진 전략적 선택이라는 평가다.

이번 결정은 오픈AI를 포함한 경쟁 진영에도 적지 않은 파장을 던지고 있다. 오픈AI는 이미 여러 플랫폼과 협력 관계를 맺고 있지만, 스마트폰과 운영체제 시장에서 막강한 영향력을 가진 애플과의 협업 여부는 AI 시장 주도권 경쟁의 핵심 변수로 꼽혀왔다. 애플이 구글을 선택하면서 AI 경쟁 구도는 ‘구글·애플 연합’과 그 외 진영으로 보다 선명하게 갈릴 가능성이 커졌다는 분석이다.

다만, 애플이 단일 파트너에만 의존하지는 않을 것이라는 관측도 나온다. 향후 서비스 특성이나 지역, 규제 환경에 따라 복수의 AI 모델을 병행 적용하는 전략을 검토할 가능성이 크다는 것이다.

업계에서는 이번 협력을 계기로 AI 경쟁의 무게중심이 ‘모델 성능’에서 ‘플랫폼 결합력’으로 이동하고 있다고 본다. 어떤 AI가 더 뛰어난가보다, 어떤 플랫폼에 기본값으로 탑재되는지가 시장 판도를 가르는 결정적 요소가 되고 있다는 것이다. 애플과 구글의 선택은 이러한 흐름을 상징적으로 보여주는 사례로 평가된다.

/최빛나 기자 vitna@

## SOOP, 국내·글로벌 플랫폼 통합

콘텐츠 유통 속도 높이는 등 구조 개편

SOOP(쇼프)이 국내와 글로벌 플랫폼을 통합하며 글로벌 스트리밍 경쟁에 본격 대응한다. 13일 SOOP은 국내 서비스와 글로벌 플랫폼을 하나로 통합하는 전략을 추진한다고 밝혔다.

이번 통합은 국가별로 분산돼 있던

서비스 구조를 하나의 플랫폼으로 묶는 것이 핵심이다. 이용자와 스트리머는 단일 계정과 환경에서 콘텐츠를 제작·시청할 수 있게 되며, 서비스 경험의 일관성이 강화된다.

SOOP은 이를 통해 글로벌 콘텐츠 유통 속도를 높이고, 광고와 후원 등 수익 모델을 통합 운영할 계획이다. 국내

에서 축적한 플랫폼 운영 경험과 스트리밍 기술을 글로벌 시장에 그대로 적용하겠다는 전략이다.

업계에서는 이번 통합을 글로벌 스트리밍 시장 경쟁 심화에 대응하기 위한 구조적 개편으로 평가한다. 플랫폼 경쟁이 단순 트래픽 확보를 넘어 생태계 규모와 수익성 경쟁으로 옮겨간 상황에서, SOOP 역시 글로벌 확장을 위한 기반을 다지고 있다는 분석이다.

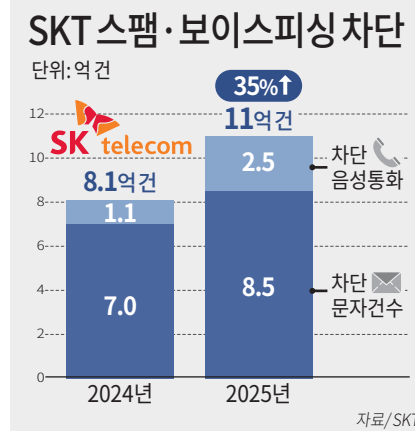
/최빛나 기자

악성 앱 자동 탐지, 피해 예방 등  
전 과정에 인공지능 기술 적용 예정

SK텔레콤이 2025년 한 해 동안 음성 스팸과 보이스피싱 통화, 문자 등 각종 통신 사기 시도 약 11억 건을 선제적으로 차단했다고 13일 밝혔다. 이는 전년 대비 35% 증가한 수치로, AI 기술을 스팸·피싱 대응 업무 전반에 적용해 온 결과다.

지난해에는 유관 기관에 신고되지 않은 보이스피싱 의심 전화번호를 사전에 탐지·차단하는 ‘통화패턴 분석 기반 AI 모델’을 도입했다. 이를 통해 음성 스팸·보이스피싱 통화는 전년 대비 119% 늘어난 2억5000만 건, 문자는 전년 대비 22% 증가한 8억5000만 건을 차단했다.

또 자체 개발한 AI 기반 금융사기 탐지 기술 ‘스캠뱅크드’를 PASS 스팸 필터링의 ‘미끼문자 알림 서비스’와 에이닷 전화의 ‘AI 안심차단’ 기능에 적용했다. 이 기술은 금융기관·지인 사칭 등 보이스피싱과 스팸 통화·문자를 탐지해



이용자에게 경고 알림을 제공한다.

에이닷 전화에는 통화 중 위험 징후를 실시간으로 분석해 팝업과 알림음으로 안내하는 ‘AI 보이스피싱 탐지’ 기능도 적용됐다.

올해는 스팸·피싱 차단 전 과정에 AI 기술 적용을 단계적으로 확대할 계획이다. 악성 앱을 AI로 자동 탐지·수집·분석하고, 위험 차단과 피해 예방까지 연결하는 대응 체계를 구축해 통신 서비스의 안전성과 고객 보호 수준을 높인다는 방침이다.

/김서현 기자

## LG U+ “놀면서 스펙 쌓을 대학생 모여라”

내달 1일까지 ‘유쓰피릿’ 17기 모집

LG유플러스가 대학생 앰버서더 프로그램 ‘유쓰피릿’ 17기를 모집한다고 13일 밝혔다. 국내외 대학 재학생과 휴학생, 유학생이라면 누구나 2월 1일까지 지원할 수 있다.

유쓰피릿은 Z세대를 대표하는 학생들이 LG유플러스의 20대 전용 브랜드 ‘유쓰(Uth)’를 비롯한 다양한 상품과 서비스를 직접 체험하고, 20대의 관점에서 브랜드와 서비스에 대한 의견을 제안하는 대외활동 프로그램이다. ‘청년의 정신(spirit)으로 도전하는 20대’를 의미하며, 매년 상·하반

기 정기적으로 운영된다.

유쓰피릿 17기는 일상 속 경험을 바탕으로 상품·서비스·혜택 홍보 및 자문 활동을 비롯해 유쓰 캠퍼스 페스티벌 기획·운영, 20대 전용 브랜드 ‘유쓰’ 캠페인 기획, 상품·서비스를 활용한 콘텐츠 제작, 대학생 트렌드 키워드 발굴 등에 참여하게 된다.

지원자는 2월 1일까지 지원서와 사전 미션을 작성해 온라인으로 제출하면 된다. 선발된 인원은 3월부터 7월까지 활동하며, 개인 인스타그램 공개 계정을 보유한 경우에 한해 지원할 수 있다.

/김서현 기자