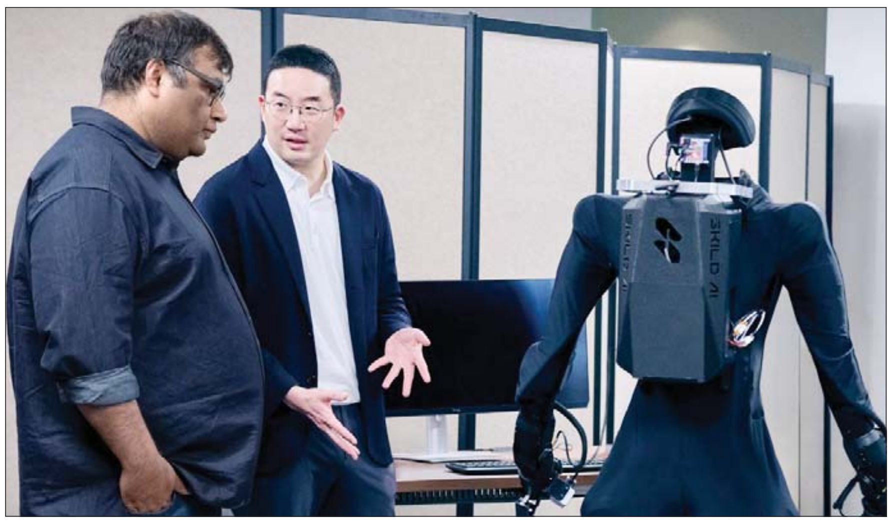
구광모, 팔란티어·스킬드AI 경영진 회동… AX 사업화 박차

〈LG그룹 회장〉

구 회장, 美 등 글로벌 경영 행보
AI 서버·로봇 포트폴리오 확인
LG테크놀로지 투자 전략 점검

구광모 LG그룹 회장이 급변하는 인공지능(AI) 시대에 대응하기 위해 글로벌 산업 생태계 조성과 기술 경쟁력 확보에 속도를 높이고 있다. 최근 브라질과 미국을 잇달아 방문하며 미래 성장 전략을 재정비하고 그룹 차원의 성장 동력 확보와 글로벌 시장 주도권을 확보하겠다는 행보로 보인다. 특히 글로벌 AI 혁신의 최전선인 실리콘밸리를 찾아 그룹의 'AX(AI 전환)' 가속화를 본격화했다.


구광모 (주)LG 대표(오른쪽)가 2일(현지시간) 미국 실리콘밸리에서 피지컬AI 분야 세계적 권위자인 아비나브 굽타 스킬드AI 공동 창업자와 휴머노이드 시연을 살펴보고 있다. /LG

LG는 구광모 회장이 지난 2일(현지시간) 미국 실리콘밸리에서 AI 소프트웨어 분야의 글로벌 톱 티어 기업 팔란티어의 알렉스 카프 CEO를 만났다고 7일 밝혔다. 또 세계적 권위의 로봇 지능 개발 기업 '스킬드AI'의 디팍 파탁 및 아비나브 굽타 공동 창업자도 차례로 만났다.

이번 회동은 LG의 AI사업화의 방향성을 명확히 하고 실행 속도를 높여 그룹의 미래 포트폴리오를 공고히 하기 위함이다. 팔란티어와 스킬드AI는 각각 기업 운영체계의 AX, 피지컬AI 시장에서 독보적인 역량을 갖추고 있다는 평가를 받는다.

구 회장은 먼저 팔란티어의 알렉스 카프 CEO 등 경영진과 만나 데이터 기반의 의사결정 체계인 '온톨로지(Ontology)' 기술을 논의했다. 온톨로지는 기업 내 산재한 데이터를 유기적으로 연결해 실시간 시뮬레이션을 가능케 하는 기술이다.

구 회장은 특히 팔란티어의 기술이 실제 제조 및 산업 현장에서 거둔 성과를 집중적으로 살폈다. 이를 LG의 생산 공정에 벤치마킹하고 협업 가능성을 모색함으로써, 그룹 전반의 AX 사업화 속도를 끌어올린다는 계획이다.

구 회장은 이어 로봇 지능 분야의 세계적 권위자인 디팍 파탁과 아비나브 굽타가 창업한 스킬드AI를 방문했다. 현장에서 직접 스킬드AI의 지능을 장착한 휴머노이드 시연을 참관하며 피지컬AI 생태계가 산업 현장에 미칠 파급력을 점검했다.스킬드AI는 로봇의 '두뇌'인 파운데이션 모델(RFM) 분야에서 독보적인 기술력을 보유해 엔비디아와 소프트뱅크 등으로부터 전략적 투자를 받은 기업이다.

LG는 지난해 계열사인 LG CNS가 스킬드AI와 국내 최초로 전략적 협력 계약을 체결하고, LG테크놀로지벤처스를 통해 지분 투자를 단행했다. LG CNS는 스킬드AI의 로봇 파운데이션 모델 기반의 산업용 AI 휴머노이드 로봇 솔루션을 개발할 예정이다.

LG CNS는 향후 스킬드AI의 로봇 파운데이션 모델과 자체 로봇 솔루션 기술력을 결합해 제조 현장 등 다양한 영역에서 로봇 서비스 사업을 가속화 할 계획이다. 아울러 LG이노텍은 스킬드AI와 부품 공급 관련 협업을 모색할 방침이다.

구 회장은 LG 그룹의 투자 허브인 LG테크놀로지벤처스의 김동수 CEO(부사장)도 찾아 미래 투자 전략도 점검했다.

구 회장은 "AI 패러다임 전환 속 선제적 투자로 그룹 미래 포트폴리오의 한 축을 만들 수 있는 전진기지 역할을 해달라"고 당부했다.

구 회장은 최근 사장단 회의에서도 "AX 시대에 가장 중요한 것은 속도"라며 "완벽한 계획보다 빠른 실행을 통해 성과를 축적하고 확산해야 한다"고 강조한 바 있다.

/양성운 기자
ysw@metroseoul.co.kr

AICC 연평균 20%대 급성장… 소비자 만족도는 '제자리'

〈인공지능 컨택센터〉

상담 업무 자동화… 운영비 절감 효과
소비자들 오답 응대 등 피로감 호소

인공지능 컨택센터(AICC)가 통신업계의 새로운 미래 먹거리로 성과를 거두고 있지만, 소비자 불만과 서비스 품질 논란이 동시에 커지고 있다. 도입 기업들은 상담 자동화를 통해 막대한 운영비 절감 효과를 거두고 있는 반면, 소비자들은 '상담원 연결조차 어려운 구조'와 반복되는 오답 응대에 피로감을 호소하고 있어, 기술과 체감 만족도 간 괴리가 커지는 양상이다.

7일 〈메트로경제 신문〉 취재를 종합해보면 AICC가 기업의 비용 절감 수단으로 빠르게 확산되고 있지만, 소비자 불만과 서비스 품질 논란이 동시에 커지고 있다.

AICC는 단순한 AI 콜센터를 넘어 알고리즘 기반의 AI 시스템이 고객의 질문을 이해하고 답변하며 상담 업무를 자동으로 지원하는 서비스다. 기존의 단순한 ARS 수준을 뛰어넘어 챗봇, 콜봇, 음성텍스트변환(STT) 등 첨단 기술을 결합해 24시간 중단 없는 응대 체계를 구축하는 것이 핵심이다.

AICC 시장은 빠르게 성장 중이다. 글로벌 AICC 시장은 포춘비즈니스인사이트에 따르면 2025년 24억1000만 달러(약 3조 2535억 원)였으며, 2026년 29억8000만 달러(약 4조230억 원)에서 2034년 135억2000만 달러(약 18조2520억 원)로 성장해 예측 기간 동안 연평균 20.80%의 성장률을 기록할 전망이다.

기업들이 AICC 도입에 속도를 내는 이유는 막대한 운영비 절감에 있다. 연간 수백억 원에서 수천억 원에 달하는 콜센터 운영비 중 일부만 AI로 대체해도 재무제표에 미치는 긍정적 효과가 상당하기 때문이다.

이러한 흐름 속에서 국내 통신업계는 AICC 시장의 선두 주자로 발 빠르게 움직이고 있다.

KT는 2018년부터 쌓아온 노하우를 집약한 AICC 솔루션 'A'Cen Cloud(에이센 클라우드)'를 통해 시장 선점에 박차를 가하고 있다. 음성인식과 합성, 텍스트 분석 기술을 바탕으로 고객센터 업무 전반을 최적화한 이 서비스는 현재 국내 30여 개 대형 금융사를 포함해 400개 이상의 기업이 이용 중이다. 특히 클라우드서비스 보안인증(CSAP)을 획득해 60여 개 행정·공공기관에도 대국민 행정업무 및 공무원 당직 근무 개선을 위한 최적화된 서비스를 제공하고 있다.

LG유플러스 역시 AICC 사업에서 가파른 성장세를 보이고 있다. LG유플러스의 지난해 AICC 매출은 전년 대비 30% 이상 성장했으며, 올해는 50% 이상의 고성장을 자신하고 있다. 최근에는 오픈AI 및 LG AI연구원과의 협업을 통해 생성형 AI 기반의 'AI 에이전틱 CC'를 출시했으며, 초·중·고 교사의 행정 효율화를 위한 전용 서비스까지 영역을 확장 중이다.

다만, 현재로서는 AICC가 소비자들의 불만족으로 이어지는 모양새다. 한국노총 중앙연구원의 조사에 따르면 AICC 이용 경험이 있는 시민의 54.2%가 서비스에 불만족한다고 답했다. 소비자들의 가장 큰 불만은 상담원 연결 메뉴 자체를 찾기 힘들게 설계된 '디지털 다크 패턴'이다. AI가 문제를 해결하지 못해 엉뚱한 답변을 반복함에도 불구하고 고객이 강제로 AI 관문을 거치게 함으로써 통화 연결 포기율이 높아지고, 체류 시간만 길어지는 부작용이 속출하고 있다. 특히 AI의 불충분한 응대에 화가 난 고객들의 민원 제기와 고난도 상담도 증가하고 있다.

업계 관계자는 "현재 나타나는 소비자 불만족은 기술 고도화를 통해 해결할 수 있는 문제라고 생각된다"고 말했다.

/김서현 기자 seoh@

KDI "경기위축 가능성 커져"

'하방위험 확대' 경고 수위 높여

국내 경제가 중동 사태로 인해 경기위축 가능성이 커졌다는 평가가 국책연구기관에서 나왔다. 전쟁 발발 이전까지는 완만한 경기 개선세를 보여 왔다.

한국개발연구원(KDI)은 7일 발표한 'KDI 경제동향 4월호'에서 "3월 들어 중동전쟁에 따른 국제유가 급등, 글로벌 공급망 불안 등으로 경기 하방 위험이 확대되는 모습"이라며 이 같이 진단했다.

KDI는 지난 3월 보고서에서 중동전쟁 영향에 대해 "국제유가가 급등하는 등 대외 불확실성이 확대되고 있다"고 평가한 데 이어 이번 보고서에서는 '경기 하방위험 확대'라는 문구를 쓰며 경고 수위를 높였다.

보고서에 따르면 중동전쟁으로 국제유가가 급등하면서 기업심리가 악화했다. 업황 BSI(기업경기실사지수) 전망은 제조업(77→71)과 비제조업(74→70)에서 모두 하락했다. 3월 소비자심리지수(112.1→107.0)의 경우 전월대비 큰 폭으로 하락했다.

물가 역시 향후 상방 압력이 가중될 가능성이 있는 것으로 분석했다. 3월 소비자물가상승률은 전월(2.0%)보다 상승한 2.2%를 기록했다. 아직까지는 물가안정목표 수준에 있으나, 국제유가 급등에 따른 비용 상승이 향후 석유류 외 품목에도 영향을 미칠 수 있다는 설명이다.

건설투자 부진도 다소 완화됐다. 건설기성(건설업체의 시공 실적을 금액으로 집계한 통계·1.2%)은 주거용 건축의 부진이 지속됐으나, 비주거용 건축과 토목 부문을 중심으로 소폭 증가세를 보였다.

3월 수출(48.3%)은 ICT 품목이 호조세를 이어가며 높은 증가율을 기록했다. 일평균 기준으로 반도체(140.5%)와 컴퓨터(176.6%)가 크게 증가한 가운데, 유가 급등 탓에 석유제품(48.1%)도 크게 뛰었다. /세종=김연세 기자 kys@

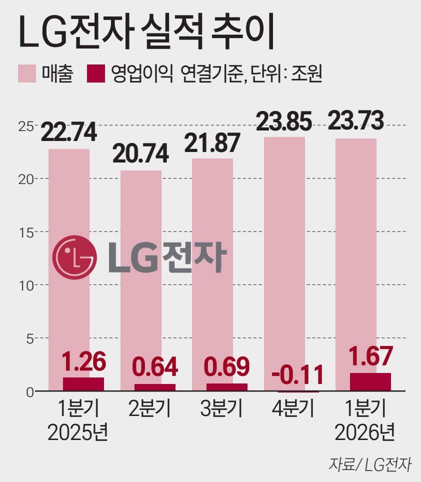
LG전자, 1분기 역대최대 매출… B2B 전환 전략 빛났다

영업익 1조 6736억… 흑자전환 성공

LG전자가 올해 1분기 생활가전과 전장(B2B) 사업의 동반 성장에 힘입어 1분기 기준 역대 최대 매출을 기록했다. 영업이익도 시장 기대치를 큰 폭으로 웃돌며 직전 분기 적자에서 한 분기 만에 흑자 전환에 성공했다.

LG전자는 올해 1분기 연결기준 영업이익이 1조 6736억 원으로 전년 동기 대비 32.9% 성장한 것으로 잠정 집계됐다고 7일 공시했다. 매출은 1분기 기준 역대 최대치다. 직전 분기 영업손실 1090억원에서 흑자로 돌아섰다.

이번 실적은 시장 예상치를 크게 웃돈 수준이다. 증권가 컨센서스였던 영업이익 1조3000억원대 중반을 상회하며 수익성 개선 폭이 예상보다 컸다.



자료/LG전자

주력 사업인 생활가전(HS)은 프리미엄과 볼륨존을 동시에 공략하며 성장세를 이어갔다. 온라인 판매와 가전 구독 비중 확대도 외형 성장에 힘을 보탰다. 플랫폼·구독·온라인 판매 등 고수익 사업이 호실적을 뒷받침했다는 점은 이번 분기의 핵심 포인트로 꼽힌다.

전장(VS) 사업은 수주잔고 기반의 안정적인 성장 흐름을 이어갔다. 적극적인 원가 구조 개선으로 수익성이 전년 동기 대비 개선됐고, 해외 고객사 비중이 높은 사업 특성상 고환율 기조도 일부 긍정적으로 작용했다.

미디어엔터테인먼트(MS) 사업 역시 개선 흐름이 이어졌다. 운영 효율화 기조를 바탕으로 전년 동기 대비 수익성을 큰 폭으로 개선했고, 전분기 대비로는 흑자 전환에 성공했다. webOS 플랫폼 사업 성장세도 이어지며 TV 사업의 체질 개선이 본격화됐다는 평가다.

다만 냉난방공조(ES) 사업은 중동 전쟁 등 지정학적 불확실성과 원자재 가격 상승 영향으로 전년 동기 대비 매출과 영업이익이 감소했다. LG전자는 히트펌프와 액체냉각 솔루션을 앞세워 AI 데이터센터 냉각 시장 공략을 강화할 계획이다.

업계는 이번 실적을 LG전자의 B2B 전환 전략이 본격 성과를 낸 분기로 보고 있다. 한 관계자는 "생활가전에 더해 전장·플랫폼 등 B2B 사업이 본격적으로 실적에 기여하기 시작했다는 점에서 사업 체질 전환 흐름이 한층 뚜렷해졌다"고 말했다. /구남영 기자 koogija_tea@