

영상생성 AI, 잦은 업데이트에 불편... '워크플로 자동화' 주목

영상 제작사 67% “현재 사용하는 AI툴 서비스 지속성 신뢰 어려워”
복수 AI 병행으로 비용·관리 부담
모픽, 설정된 제작과정 재사용 가능
새로운 AI 모델 도입해도 즉시 적용
플랫폼 경쟁. 성능 → 운영효율 이동

영상 생성 인공지능(AI) 시장이 급성장하는 가운데 잦은 모델 변화로 제작 현장의 부담이 커지자 ‘워크플로 자동화’가 대안으로 부상한다.

28일 시장조사업체 포춘비즈니스인사이드에 따르면 글로벌 AI 영상 생성 시장은 2034년 약 33억5000만 달러 규모로 성장할 전망이다.

문제는 기술 고도화 속도다. 최근 고성능 영상 생성 모델이 잇따라 출시되며 선



영상 제작 AI 플랫폼 모픽 ‘워크플로 자동화’ 대표 이미지.

/모픽

택지는 늘었지만, 서비스 중단과 잦은 업데이트로 제작 환경의 불확실성이 커지고 있다. 실제 오픈AI의 영상 생성 모델 ‘소라’가 올해 3월 서비스 중단에 들어가면서 해당 모델을 기반으로 제작 시스템을 구축했던 제작사들은 작업 공정을 전

면 수정해야 하는 상황에 직면했다.

영상 제작사들은 특정 모델에 의존하기보다 복수의 AI를 병행 활용하는 방식으로 대응하고 있다. 하지만 이 역시 비용과 관리 부담을 동시에 키운다는 지적이다.

영상 제작 AI 플랫폼 모픽이 국내 웹툰 및 드라마 제작사 20곳을 대상으로 조사한 결과, 응답 기업의 67%가 “현재 사용하는 AI 툴의 서비스 지속성을 신뢰하기 어렵다”고 답했다.

현장에서는 새로운 모델이 등장할 때마다 제작 파이프라인 전체를 재구성해야 하는 비효율이 반복되고 있다. 모델별 가격 체계와 기능 차이도 작업 표준화를 어렵게 만드는 요인으로 꼽힌다.

이 같은 문제를 해결하기 위한 대안으로 ‘워크플로 자동화’가 부상하고 있다. 모픽은 기존 제작 과정을 플랫폼 내에서 그대로 구현하고 표준화해 저장할 수 있는 ‘워크플로’ 기능을 강화했다. 한번 설정한 제작 과정은 반복 입력 없이 재사용할 수 있고, 새로운 AI 모델 도입 시에도 설정 변경만으로 즉시 적용 가능하다.

실제 한 국내 애니메이션 제작사는 복

수의 AI 툴을 사용하던 환경에서 모픽을 도입한 뒤 별도 교육 없이 즉시 실무에 적용한 것으로 나타났다. 업계에서는 직관적인 사용자 환경이 기술 도입 장벽을 낮췄다는 평가가 나온다.

AI 기반 콘텐츠 제작이 본격화되면서 플랫폼 경쟁도 ‘성능’에서 ‘운영 효율’ 중심으로 이동하는 모습이다. 기술 자체보다 이를 안정적으로 활용할 수 있는 제작 환경 구축이 핵심 경쟁력으로 떠오르고 있다는 분석이다.

제이디 카나니 모픽 대표는 “국내 제작사들이 여러 AI 모델을 동시에 운영하며 비용과 작업 부담이 커지고 있다”며 “워크플로 기능을 통해 반복 작업을 줄이고 제작 표준을 구축하면 새로운 모델이 등장해도 콘텐츠 구현 자체에 집중할 수 있다”고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

SKT, ICLR서 독자개발 추론기술 공개

〈세계 3대 AI 학회〉

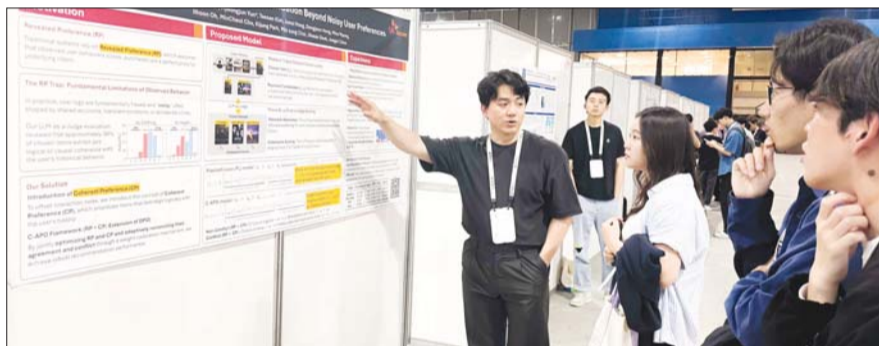
AI 추천모델 관한 논문 발표
‘충돌 선호 최적화’로 상품 추천
추천 결과 논리적 설명 강화도

SK텔레콤이 국제 학술 대회에서 독자 개발한 기술을 활용한 고객 선호도 최적화 연구 결과를 공개했다. 일시적 검색에 대한 선호도를 구분해 추천 정확도를 높이는 기술이다. 향후 에이전트 대고객 추천 시스템에 적용될 예정이다.

SK텔레콤은 국제 학회 ‘ICLR 2026’에서 AI 추천 모델에 관한 논문을 발표했다. 세계 3대 AI 학회로 꼽히는 ICLR은 AI 기술 발전의 방향성을 보여주는 대표 무대로 평가받는다. 발표 기술이 수년 내 산업 현장에 적용되거나 후속 연구와 제품 개발의 기준점이 된다.

SKT가 발표한 논문은 독자 개발한 ‘충돌 선호 최적화(C-APO)’가 핵심으로 모델이 스스로 최적의 정답을 찾아가도록 돕는 기술이다. 상충하는 선호를 걸러내고 고객이 원하는 상품을 정확하게 추천하는데 활용된다.

기술 개발을 위해 고객이 오랜 기간 반복적으로 보여준 행동 패턴을 분석해, 꾸준히 관심을 보여준 취향을 ‘일관된 선



SK텔레콤 연구원들이 ICLR 2026에서 참가자들에게 AI 모델에 대해 설명하고 있다. /SK텔레콤

호’로 정의했다. 예를 들어 고객이 특정 서비스나 콘텐츠를 지속적으로 조회하거나 이용해 왔다면 이를 고객의 실제 관심사에 가까운 선호로 보는 방식이다.

한두 번 클릭했거나 우연히 조회한 서비스 또는 일시적인 호기심으로 이용한 콘텐츠는 표면적 선호로 구분한다. 두가지가 모두 일치하면 학습 가중치를 높여 추천 정확도를 높이고, 충돌할 경우 노이즈로 판단해 가중치를 낮추도록 설계했다.

기존 추천 시스템은 일시적 행동도 고객의 취향으로 받아들이는 경우가 많아 실제 취향과 다른 추천이 발생하는 경우가 잦았다. SKT의 독자 개발 기술을 활용하면 전체 이용 이력 속에서 반복성과 맥락을 함께 따져 더 신뢰도 높은 ‘일관된

선호’를 찾아낼 수 있다. 일례로 평소 로맨스 영화를 선호하는 고객이 한 번 액션 영화를 시청했을 때 이후 추천이 해당 장르로 치우치는 현상이 나타날 수 있는데, 해당 기술을 통해 일시적 반응과 실제 취향을 구분해 일관된 추천이 가능하다.

무엇을 추천할지에 그치지 않고, 추천 결과를 보다 논리적으로 설명할 수 있는 기반도 강화했다. 향후 AI 추천 서비스에서 추천의 품질뿐 아니라 설명 가능성과 신뢰도를 높이는 데에도 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

이번 연구 결과는 ▲이용 맥락 해석 ▲추천 후보 생성 ▲결과 검증·조정이 유기적으로 협력하는 에이전트 방식의 추천 시스템에 적용할 예정이다.

/조민선 기자 msjo@

NC AI, ‘산업특화 AI’ 노벨상 기관에 소개

스웨덴 왕립 과학한림원 관계자 방문

NC AI는 28일 노벨상 주관 기관인 스웨덴 왕립 과학한림원 관계자들이 자사를 방문해 AI 기술과 산업 적용 사례를 참관했다고 밝혔다. 회사는 이번 방문을 계기로 글로벌 기술 경쟁력을 입증하고 유럽과의 협력 기반을 강화한다.

NC AI는 이번 자리에서 피지컬 AI와 에이전트 AI를 중심으로 산업 현장에 최적화된 핵심 기술을 공개했다. 제조, 유통, 국방 등 주요 산업 환경에 맞춘 실제 적용 사례를 제시하며 산업 전반의 AI 전환 전략을 설명했다.

특히 디지털 트윈 기반 시뮬레이션과 3D 생성 기술이 주요 관심을 끌었다. 북

잡한 산업 설비를 정밀한 디지털 자산으로 구현하고 이를 가상 공간에 재현하는 기술을 통해 현실 환경을 그대로 반영한 AI 학습 구조를 선보였다.

NC AI는 객체의 무게, 마찰, 탄성 등 물리적 특성을 반영한 월드모델 학습 기술을 강점으로 내세운다. 단순 데이터 분석을 넘어 실제 환경을 재현하는 피지컬 AI 구현에 최적화된 기술이라는 평가다.

회사는 피지컬 AI와 에이전트 AI를 양축으로 산업별 맞춤형 AI 모델을 고도화하고 현장 중심의 성과 창출에 집중할 계획이다. 이번 교류를 계기로 유럽 연구 네트워크를 확대하고 글로벌 산업 AI 생태계에서 영향력을 강화한다는 전략이다.

/최빛나 기자

“지니TV VOD 소장하면 쿠폰·굿즈 혜택”

KT, 가정의 달 맞아 프로모션 진행
왕사남·호퍼스·잔망루피 등 대상

KT는 가정의 달을 맞아 지니 TV 주요 콘텐츠 대상 프로모션을 진행한다. 28일 밝혔다.

먼저 영화 ‘왕과 사는 남자’ VOD 론칭 기념 혜택이 마련됐다. 소장용 VOD 구매 고객 전원에게 지니 TV VOD 3000원 쿠폰을 증정한다. 또한 추첨을 통해 총 60명에게 영화 촬영 장소인 강원 지역의 여행 상품을 경품으로 제공한다.

디즈니·픽사 애니메이션 ‘호퍼스’ 소장용 VOD를 구매한 고객 1600명에게는 비버 키링 굿즈를 제공한다.

지니 TV에서 자체 제작한 오리지널 드라마 ‘허수아비’를 시청한 고객에게는 LG 퓨리케어 공기청정기를 비롯한 경품을 추첨으로 제공한다. 응모자 전원에게는 메가커피 아이스 아메리카노를 증정한다.

가족 대상 전용 특집관도 운영한다. ‘메소드 연기’, ‘아바타: 불과 재’, ‘끝장수사’ ‘악마는 프라다를 입는다’, ‘슈퍼마리오 브라더스’ ‘환상’, ‘클라이맥스’



모델들이 지니 TV ‘왕과 사는 남자’ 프로모션을 소개하는 모습.

등이다.

영유아동 전용 서비스 ‘지니 TV 키즈랜드’에서는 어린이날 맞이 기획전을 선보인다.

오는 30일부터 5월 7일까지 ‘잔망루피’ 소장용 패키지를 구매한 고객 중 200명을 추첨해 ‘잔망루피 피크닉 세트’를 증정한다. 같은 기간 ‘뽀로로’, ‘핑크퐁’, ‘캐지! 티니핑’ 등 2000여 편도 무료 제공한다. 어린이를 위한 오프라인 체험 행사도 마련했다. 5월 4일부터 이틀간 서울시청 앞 광장에서 국제 아동도서상 ‘2026 볼로냐 라가치상’ 수상작 ‘상상금지!’ 상영회를 개최한다.

/조민선 기자

과기부 “알뜰폰 요금제에 데이터 안심옵션 확대 논의”

데이터 소진 후에도 400Kbps 속도로 메신저, 지도검색 등 이용 가능해져

정부가 국민의 데이터 사용 환경을 보장하기 위해 추진하는 알뜰폰 데이터 안심옵션 도입에 속도가 붙을 전망이다.

류제명 과학기술정보통신부 2차관은 28일 국회 과학기술정보방송통신위원회 전체회의를 통해 “알뜰폰 요금제에 데이터 안심옵션(QoS)을 확대하기 위해 사업자와 협의 중”이라고 밝혔다.

데이터 안심옵션(QoS)은 기본 데이터를 모두 쓴 뒤에도 일정 속도로 데이터를

계속 쓰는 서비스다. 기존에는 데이터 제공량을 소진하면 추가 과금 우려로 이용이 사실상 제한됐는데 앞으로는 소진 후에도 400Kbps 속도로 이용 가능하다. 이는 기본적인 메신저 이용, 지도 검색 등이 가능한 수준이다. 앞서 정부는 이통3사의 모든 LTE·5G 요금제에 이 요금제를 도입하기로 했으나, 알뜰폰은 대상에서 제외돼 형평성 논란이 일었다.

류제명 차관은 “알뜰폰 가입자 중 데이터 안심옵션이 없는 이들이 약 500만 명 된다”며 “알뜰폰은 요금구조가 이통3사보다 굉장히 저렴한 수준”이라며 “영

업이익을 실현하고 있는 업체가 거의 없을 정도로 취약한 구조라는 점을 종합적으로 검토해 달라”고 설명했다.

이날 국회에서 서비스 실효성에 대한 지적이 나왔다. 최수진 국민의힘 의원은 “400Kbps 속도는 소비자를 우롱하는 생색내기 아니냐”며 최소 속도를 1~2Mbps 수준으로 높여야 한다고 강조했다.

이에 류차관은 통신비 인상 가능성을 언급하며 “속도 요건을 높이면 통신사 요금 구조에 큰 영향을 미친다”며 “우선 데이터 기본권을 보장하는 차원으로 이해해 달라”고 선을 그었다.

/조민선 기자