

“AI도 사람이 하기 나름”... SKT만의 ‘AX 리더십’ 제시

‘AX 스터디 데이’서 전략공유

AI 에이전트, 사내 구성원과 일해 AX, 전담조직 넘어 현장 적용해야 문제 정의, 위임 판단, 결과 검증으로 AX 2.0 진입... AI 기반 업무 재설계

전사적 차원에서 인공지능 전환(AI)을 추진하는 SK텔레콤이 ‘AX 2.0’ 시대에 필요한 역량으로 AX 리더십을 제시했다. 인공지능(AI)에 대한 이해에서 출발하는 리더십 능력에서 나아가, 일의 위임을 통해 실제 업무 성과로 연결되는 개념이다.

SK텔레콤은 지난 19일 서울 을지로에 위치한 SK T타워에서 진행된 ‘AX 스터디 데이’에서 이 같은 내용의 AX 실행 전략을 공유했다.

이날 발표를 진행한 김인수 SK텔레콤 AI보드 팀장은 “7개월 전까지만 해도 AI 혁신을 위해서는 새로운 기술이 필요하다고 판단했는데, AX를 추진하면서 실제 가치는 사람과 조직이 움직이는 방식에서 나온다는 점을 확인했다”며 AX 리더십의 필요성을 제기했다. 그는 “변화는 기술에



19일 SK T타워에서 진행된 ‘AX 스터디 데이’에서 김인수 SKT AI Board 팀장이 AX 스토리를 발표하고 있다. /조민선 기자

서 시작하지 않는다”며 “기술은 출발점일 수 있지만 사람이 직접 그 기술을 이용해 일할 때 변화가 생긴다”고도 했다.

앞서 SK텔레콤은 AI 에이전트가 사내 구성원과 함께 일하는 ‘AX 혁신 2.0’을 공개했다. 이는 업무를 효율적으로 개선하는 ‘AX 혁신 1.0’과 달리 업무 구조를 근본적으로 재설계하는 방식이다.

이날 김 팀장은 AX 1.0 단계에서 확인한 한계점을 설명했다. AI를 활용한 업무 성과는 사용량이 아니라 실제 문제 해결에서 나온다. 또 AX가 전담 조직에 머무르지 않고 현장에 적용돼야 한다고도 했

다. 실제 업무의 문제 상황을 가장 빨리 체감하는 곳은 현장이라는 이유에서다.

AX 전환을 위해 새롭게 제시한 핵심 역량은 AX 리더십이다. 이는 AI를 이해하는 ‘리더십’ 능력에서 나아가 직접적인 성과에 초점을 맞춘 개념이다.

AX 리더십 요소로는 문제 정의력, 위임 판단력, 결과 검증력 등 3가지를 제시했다. 구성원들은 자신의 업무를 AI가 처리할 수 있는 단위로 나눠 AI가 수행할 일의 범위를 판단한다. 이후 AI가 만든 산출물이 적절한지 검증하고, 이를 다시 업무 자산으로 활용할 수 있어야 한다.

다만, 개인이 AX 리더십을 갖겠다고 곧바로 AI 네이티브 기업이 되는 것은 아니다. AI 적용과 업무 성과는 최고경영진의 명확한 방향성이 뒷받침돼야 한다.

이 같은 차원에서 SK텔레콤은 최근 AX 2.0에 진입했다. 이를 위해 먼저 AI 에이전트에 사번을 부여하고, 소속과 직무, 권한을 정해 입사부터 퇴사까지 구성원과 유사한 절차를 적용하고 있다. 일하는 방식을 새로 짜는 ‘AX 샌드박스’도 도입했다. 관성적으로 해 온 업무를 처음부터 AI 기반으로 다시 설계하는 사내 실험이다. AX를 일상 업무 문화로 정착시키는 장치도 마련했다. 회사는 전 업무 영역에서 AI 전환을 촉진하는 ‘AX 카탈리스트’를 선정한다. 이들은 각 조직의 AX 성공 사례를 전파하고, 현장에서 구성원이 겪는 어려움을 해결하는 촉매 역할을 맡는다.

기존 AI 전환 아이디어 공유 시스템은 ‘AX 라이브러리’에 통합한다. 조직의 시행착오와 성과를 전사 자산으로 축적한다.

현재 사내에는 AI 에이전트가 적용되고 있다. SK텔레콤은 AI 에이전트 ‘에이닷 비즈 코워킹’ 베타 버전을 도입해 AI 활용 문턱을 낮췄다. 구성원이 자신의 업

무방식을 AI에 학습시키면, 개발 지식이 없어도 AI가 실행 계획 수립부터 코드 작성, 검증까지 수행한다.

구성원이 직접 AI를 만드는 흐름도 확산되고 있다. 올해 처음 열린 사내 해커톤 ‘2026 SKT AX 챌린지’ 참석자 중 절반은 비개발 조직 구성원이었다. AI가 일부 전문 직군의 전유물이 아니라 모든 구성원이 자신의 업무에 맞게 활용하고 만들어 가는 역량으로 자리 잡고 있다는 설명이다.

이같은 문화 확산과 과제 관리는 AX 전담 조직인 ‘AI 보드(Board)’가 맡는다. 전사 플랫폼 ‘AXMS’를 통해 AX 챌린지에서 발굴된 우수 과제를 정식 개발과 현장 적용으로 연결한다. 또 다른 출근 구성원이 아침 식사 시간에 AI로 업무 과제를 풀고 활용법을 나누는 ‘EBBAX CLUB’도 운영한다.

SK텔레콤은 앞으로 구성원 개인의 AI 활용 경험을 회사 전체의 일하는 방식 변화로 확장할 계획이다. 이를 통해 조직 생산성 향상과 비즈니스 모델 혁신으로 이어지는 AX 선순환을 만들겠다는 목표다.

/조민선 기자

mjsjo@metroseoul.co.kr



metro

정보보호 투자액 340억으로 늘렸지만 비중은 ‘뒷걸음’

카카오, AI에 약 8220억 투자

지난해 313억 대비 27억 늘었지만 올해 공시 기준 4.1%로 비중 감소 AI 고도화·인프라 확충 투자 영향

카카오가 지난해 정보보호 투자액을 340억원대로 늘렸지만 인공지능(AI) 중심의 대규모 투자 확대 속에 전체 IT 투자 대비 보안 투자 비중은 오히려 감소한 것으로 나타났다. 생성형 AI 경쟁이 본격화되면서 플랫폼 기업들의 인프라 투자 규모가 커지는 가운데 보안 투자 역시 양적 확대를 넘어 질적 고도화가 필요하다는 지적이 나온다.

21일 한국인터넷진흥원(KISA) 정보보호 공시에 따르면 카카오의 지난해 말 기

준 정보보호 투자액은 340억4339만원으로 집계됐다. 전년도 313억2705만원 대비 약 27억원 증가한 규모다.

투자액 자체는 늘었지만 전체 IT 투자에서 정보보호가 차지하는 비중은 감소했다. 카카오의 정보보호 투자 비율은 2023년 말 3.9%에서 2024년 말 4.3%까지 상승했으나 올해 공시 기준 2025년 말에는 4.1%로 내려왔다.

업계는 AI 투자 확대가 영향을 미친 것으로 보고 있다. 카카오는 지난해 AI 서비스 고도화와 인프라 확충에 속도를 내며 대규모 투자를 단행했다. 실제 지난해 IT 부문 총투자액은 8219억8468만원으로 전년 7221억7357만원보다 약 1000억원 증가했다. 증가율은 14%에 달한다.

업계에서는 AI 확산이 오히려 보안 중

요성을 더욱 키우고 있다고 평가한다. 생성형 AI 서비스가 확대될수록 개인정보 보호와 데이터 보안, 서비스 안정성 확보가 기업 경쟁력의 핵심 요소로 떠오르고 있기 때문이다.

한 플랫폼 업계 관계자는 “AI 서비스 경쟁이 치열해질수록 개인정보와 데이터 자산 보호의 중요성은 더욱 커질 수밖에 없다”며 “AI 투자와 보안 투자는 별개가 아니라 함께 성장해야 하는 영역”이라고 말했다.

◆ 보안 인력 92명 운영... 사용자 보호 체계 강화

카카오도 보안 거버넌스 강화에도 힘을 쏟고 있다. 지난해 말 기준 카카오의 정보 보호 전담 인력은 92명이다. 최고경영자 직속 조직 체계 아래 최고정보보호책임자

(CISO)와 개인정보보호책임자(CPO)가 각각 정보보호와 개인정보 관리 업무를 맡고 있다.

정보보호관리체계(ISMS-P), 업무연속성경영시스템(BCMS) 등 주요 인증 체계도 유지하고 있다. 이와 함께 버그바운티 프로그램 운영, 카카오 비즈니스 로그인 2단계 인증 의무화, 사칭 방지 기능인 ‘페이스 시그널’ 도입 등 사용자 보호 정책도 확대했다.

카카오는 서비스 개발 단계부터 운영 전 과정에 걸쳐 보안 점검과 취약점 개선 작업을 진행하고 있으며 접근 통제와 실시간 보안 모니터링 체계도 강화하고 있다고 설명했다.

◆ AI 시대 플랫폼 경쟁력, 결국은 신뢰

최근 플랫폼 업계에서는 AI 기술력 못

지않게 보안과 신뢰 확보가 핵심 경쟁력으로 떠오르고 있다. AI 서비스가 방대한 데이터를 기반으로 운영되는 만큼 보안 사고 발생 시 기업 이미지와 서비스 경쟁력에 미치는 영향도 커지고 있기 때문이다.

특히 개인정보 유출과 피싱, 딥페이크 범죄 등이 사회적 문제로 떠오르면서 플랫폼 기업들의 보안 책임도 한층 무거워지고 있다.

IT 업계 관계자는 “이제 사용자들은 단순히 AI 기능이 좋은 서비스를 찾는 것이 아니라 개인정보를 안전하게 보호하는 기업인지도 함께 평가한다”며 “AI 경쟁 시대일수록 보안 투자는 비용이 아니라 신뢰를 확보하기 위한 필수 투자로 인식될 필요가 있다”고 말했다.

카카오 측은 “사용자 신뢰를 최우선 가치로 두고 정보보호 투자와 보안 체계 고도화를 지속 추진할 계획”이라고 밝혔다.

/최빛나 기자 vitna

KT, 양자기술 활용 보안전략 공개

한국통신학회 하계종합학술발표회 ‘E2E 퀀텀 시큐리티’ 전략 제시 퀀텀 키크·노드·볼트 ‘핵심 기술’

KT는 한국통신학회 하계종합학술발표회에서 미래 네트워크 보안 구상 ‘E2E 퀀텀 시큐리티’를 공개했다고 21일 밝혔다. 지난 17일부터 19일까지 제주 해비치 호텔&리조트에서 진행된 이번 행사는 전문가들이 모여 최신 ICT 연구 성과와 혁신 기술을 공유하는 학술 발표회다.

KT 네트워크AI연구담당 정제민 상무는 17일 세션 발표를 통해 AI 기술 활용에 따른 기존 네트워크 보안 패러다임의 변화에 대해 설명했다. 현재 AI 기술이 취약점 탐지와 공격 자동화에 활용되는 점과 자율적으로 진화하는 공격 방식에 주목했다.

양자 컴퓨팅 기술 발전으로 기존 공개

키 암호 체계의 안전성이 저하될 수 있다고 강조했다. 해커가 양자 기술을 활용해 데이터를 탈취하면 이를 복호화할 가능성이 커진다.

KT는 이에 대비하기 위해 ‘E2E 퀀텀 시큐리티’ 전략을 제시했다. 데이터 전송 경로와 네트워크 장비, AI 데이터센터, 클라우드 등 주요 인프라 전반에 양자 기술을 적용한다.

핵심 기술은 퀀텀 키크·노드·볼트 등 세 가지다. 고객과 통신망 사이의 데이터 전송 구간을 보호하고, 네트워크 장비 및 운영 구간의 취약점과 이상 징후를 탐지·보호한다. 데이터의 생성부터 저장·활용·삭제까지 생애 주기도 포함한다.

이 밖에 KT 특별 세션을 통해 통신망 운영 관련 보안 문제도 다뤘다. 5G-LTE 이동통신 환경의 보안 취약점과 무선 공



KT 네트워크AI연구담당 정제민 상무가 19일 제주도에서 열린 한국통신학회 하계종합학술 발표회 KT 특별 세션에서 미래 네트워크 보안 구상을 설명하고 있다. /KT

격 기법, 단말-무선 프로토콜-서비스 구성 과정의 보안 문제, 제로 트러스트 기반 보안 체계, 통신 사업자의 AI 시대 보안 전략 등을 논의했다.

KT는 통합 보호 체계를 구축하고 사이버 공격 대응 속도와 보안 안전성을 한층 강화할 계획이다. /조민선 기자

오픈AI, 韓서 챗GPT 광고 서비스 시험운영

구독 모델 넘어 새로운 수익원 확보

오픈AI가 한국에서 챗GPT 광고 서비스를 시험 운영한다. 생성형 AI 시장 경쟁이 치열해지는 가운데 구독 모델을 넘어 새로운 수익원 확보에 나선 것이다.

21일 업계에 따르면 오픈AI는 지난 19일부터 한국에서 챗GPT 광고 파일럿 프로그램을 시작했다. 미국과 영국, 캐나다 등에 이어 한국으로 테스트 지역을 확대했다.

광고는 무료 이용자와 고 요금제 이용자를 대상으로 노출된다. 반면 플러스, 프로, 비즈니스, 엔터프라이즈, 에듀 이용자에게는 광고가 표시되지 않는다.

오픈AI는 정신건강, 정치 등 민감한 주

제의 대화와 미성년자 이용자에게는 광고를 노출하지 않는다고 밝혔다. 이용자는 광고 숨김 기능과 개인화 광고 설정 여부도 직접 선택할 수 있다.

오픈AI는 이용자의 대화 내용이나 개인정보를 광고주에게 제공하지 않으며 광고주는 조회 수와 클릭 수 등 성과 정보만 확인할 수 있다고 설명했다.

업계는 이번 광고 도입을 AI 기업들의 수익화 경쟁 신호탄으로 보고 있다. 생성형 AI 서비스 운영에 막대한 인프라 비용이 투입되는 만큼 광고가 구독 모델을 보완하는 수익원으로 자리 잡을 수 있다는 분석이다.

김경훈 오픈AI 코리아 총괄대표는 “광고는 더 많은 사람들이 비용 부담 없이 챗GPT를 이용할 수 있도록 접근성을 높이는 데 기여할 것”이라고 말했다. /최빛나 기자