

“한국 산업의 AI 엔진 꿈꾼다”… 온톨로지 세계시장 도전

메트로가 만난 기업인

탁 정 수 인포시스 대표

비정형 데이터 구조화 기술로 승부
도면 분석 1주일씩 30분으로 단축
제조·금융·공공 프로젝트 20건 넘어
엑시옴·델타플로우 앞세워 확대
지난해 매출 33억 올해 150억 목표
내년 250억 바라보며 고속 성장

‘한국의팔란티어’를 넘어 ‘세계의팔란티어’를 노리고 있는 토종 AI 강소기업이 있다.

전직원 50명도 안되는 서울 강남 테헤란로에 있는 작은 회사가 미국의 글로벌 기업 팔란티어, 엔트로픽을 경쟁자라고 당당히 말한다. 닥과 골리앗의 싸움이다. 그래서 미래가 더 궁금해진다.

2018년 간판을 올린 벤처기업 인포시스(INFOCZ). 탁정수 대표는 IBM에서 보안서비스 본부장 등을 역임하다 그해 인포시스를 창업했다.

“IT를 가장 잘 하는 사람이 보안을 한다(웃음). 해커가 대표적이다. 우리는 국내에 생성형 AI가 본격 도입되기에 앞서



탁정수 인포시스 대표가 서울 강남구에 있는 본사에서 인터뷰를 하고 있다.

/김승호 기자

3년 정도 빠르게 온톨로지를 시작했다.”

온톨로지(Ontology). 철학에서 ‘존재에 관한 학문’ 정도의 의미를 갖고 있는 온톨로지가 요즘엔 LLM(large language model)을 중심으로 한 생성형 AI의 등장으로 핵심 키워드가 되고 있다. AI 세상에서 온톨로지는 무엇일까.

개념과 관계를 정확하게 정의하는 온톨로지는 ‘세상의 문법’, ‘규칙과 설계도’라고 할 수 있다. 한 마디로 회사의 비어있

는 조직도가 온톨로지라면 이름을 채워넣은 완성된 조직도가 지식 그래프다.

생성형AI가 판치는 시대에 이를 활용해 기업의 ‘디지털 두뇌’를 만들기위해선 온톨로지와 지식 그래프가 매우 중요하다.

탁 대표는 “우리나라에는 온톨로지 전문회사가 20~30개 정도 있다. 그중에서 우리가 온톨로지를 가장 잘 하는 회사라고 자부한다. 그래야 LLM의 할루시네이

션(환각)을 없앨 수 있다”고 강조했다.

온톨로지→지식 그래프→디지털 트윈→AI 에이전트(Agent) 순이다. 그런데 인포시스는 ‘에이전트를 잘 만드는 것’이 아니라 ‘업무의 의미 체계를 구축하는 것’을 지향한다. 관련 특허만 벌써 10건이 넘었다.

탁 대표는 “기업은 ERP, MES, CRM, PLM 등 핵심 정형·비정형 데이터가 각각 다른 시스템에 물리적으로 흩어져있어 통합적으로 접근하는 것이 쉽지 않다. 이때문에 고성능 AI 모델도 이를 맥락적으로 읽거나 이해하지 못한다. 우리의 전문영역은 난이도가 가장 높은 도면(P&ID), 회의·고객 대화 녹취, 이미지, 동영상, 자유 텍스트 등 기업의 완전 비정형 데이터를 정확하게 빠르게 다루는 것”이라고 덧붙였다.

인포시스가 구축한 온톨로지 기술을 활용하면 기업의 비정형 데이터를 디지털화하는데 걸리던 3~4개월의 시간을 1~2주로 단축할 수 있다는게 그의 설명이다. 그래서 탁 대표는 회사를 ‘AI를 활용한 비정형 데이터 구조화의 강자’라고도 부른다.

현재 인포시스는 AI LLM을 잘 쓸 수 있게 만들어주는 온톨로지 솔루션 ‘엑시옴(Axiom)’, 비정형 도면 인식 솔루션

‘델타플로우(DeltaFlow)’를 출시했다.

회사에 따르면 엑시옴의 경우 정형 데이터는 100%, 비정형 문서는 95%를 커버할 수 있는 능력을 갖고 있다. ‘도면을 읽는 AI’로 불리는 델타플로우는 95%의 자동인식률을 통해 분석 시간을 75% 가량 줄여준다.

탁 대표는 “반도체, 에너지, 제조, 플랜트 같은 핵심 산업군은 수십년간 쌓인 설계도면, 공정 데이터, 운영 매뉴얼이 방대하다. 기존 기술로는 도면 한장을 인식하는데 일주일 정도 시간이 걸렸다. 델타플로우를 사용하면 30분이면 충분하다. 인포시스는 제조, 플랜트, 금융, 공공분야에서 다수의 프로젝트를 수행하며 기술을 검증해왔다”고 말했다. 실제로 A전자회사, B통신회사, C인터넷은행, D증권, E연구원 등 성공적으로 수행한 프로젝트 건수만 20건이 넘는다.

지난해 33억원의 매출을 올렸던 인포시스는 올해 150억원을 향해 순항하고 있다. 1년새 5배 가까이 성장이 가능할 전망이다. 내년엔 250억원 매출을 목표하고 있다. ‘한국 산업의 AI 엔진’을 만들겠다는 포부로 시작한 인포시스의 성장은 이제 막 시동이 걸렸다.

/김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metro

국내선 유류할증료 두 달 만에 다시 오른다

대한항공·아시아나 편도 2만900원
8월보다 4400원 올라 저점의 3.2배
중동發 고유가 여파에 부담 지속

두 달 연속 하락했던 국내선 유류할증료가 9월 다시 오른다. 중동 전쟁으로 급등했던 유류할증료가 지난 6월 고점을 찍고 하락세로 돌아섰지만 여전히 올해 저점과 비교하면 3배가 넘는 수준이다.

17일 항공업계에 따르면 대한항공과 아시아나항공은 오는 9월 국내선 유류할증료를 편도 기준 2만900원으로 책정했다. 8월 1만6500원보다 4400원, 26.7% 오른 금액이다.

올해 국내선 유류할증료는 중동 전쟁 전후로 큰 폭의 변동을 보였다. 대한항공 기준 3월 6600원까지 떨어졌지만 전쟁 여파가 반영되기 시작한 5월에는 3만4100원으로 급등했다.

급등 배경에는 중동 전쟁에 따른 국제



대한항공 보잉 777-300ER 항공기. /대한항공

유가 상승이 있다. 미국·이스라엘과 이란 간 교전으로 국제 원유와 항공유 가격이 상승했다.

전쟁의 영향은 시차를 두고 유류할증료에 반영됐다. 5월 국내선 유류할증료는 3월 1~31일 싱가포르 항공유 평균값(MOPS)을 토대로 산정됐다. 이에 대한항공·아시아나항공의 할증료는 4월 7700원에서 5월 3만4100원으로 2만6400원 뛰었다.

상승세는 6월 3만5200원으로 올해 최고점을 찍은 뒤 꺾였다. 이후 두 달 연속

내렸지만 9월 다시 2만900원으로 반등했다. 9월 할증료는 6월 고점보다 40.6% 낮지만 올해 저점인 3월과 비교하면 3.2배 수준이다.

유류할증료는 항공권 운임과 별도로 부과되며 탑승일이 아닌 발권일을 기준으로 적용된다. 왕복 항공권에는 편도 기준 할증료가 두 차례 부가돼 인상 시 소비자 부담도 커진다. 발권 이후 할증료가 변동해도 차액을 추가로 내거나 돌려받지 않는다.

국제선도 비슷한 흐름을 보였다. 대한항공 국제선 유류할증료는 5월 현행 체계상 최고 수준인 33단계까지 오른 뒤 6월 27단계, 7월 19단계, 8월 14단계로 세 달 연속 하락했다.

8월 국제선 유류할증료는 편도 기준 인천~런던·로스앤젤레스 등이 22만5600원, 인천~뉴욕 등은 25만9200원이 적용된다. 지난 3월과 비교하면 여전히 높은 수준이다.

/이승혁 기자 sh95@

HD현대일렉, 420kV 친환경 차단기 개발

국내 최초·세계 세 번째 개발 성공
온난화지수 기존 절연가스보다 98%↓

HD현대일렉트릭이 국내 최초이자 세계 세 번째로 420킬로볼트(kV)급 친환경 고압차단기를 개발하며 유럽 초고압 송전망 시장 진입에 필요한 핵심 제품을 확보했다. HD현대일렉트릭은 최근 420kV급 육불화황 무사용 고압차단기 개발을 완료했다고 17일 밝혔다.

고압차단기는 송전망에서 고장 전류를 차단해 전력설비를 보호하는 장치다. 이번 제품은 기존 절연가스인 육불화황 대신 C₄ 혼합가스를 적용했다. C₄ 혼합가스의 지구온난화지수(GWP)는 육불화황보다 약 98% 낮다.

420kV급 친환경 고압차단기는 국가 기간망에 적용되는 초고압 전력기다. 대체 절연가스의 특성에 맞춰 절연·차단 구

조를 새롭게 설계하고 극한 조건에서도 장기간 안정적인 성능을 확보해야 해 개발 난도가 높다.

HD현대일렉트릭은 2021년 170kV급을 시작으로 145kV와 72.5kV급 육불화황 무사용 고압차단기를 잇달아 독자 개발했다. 이번 420kV급 제품 개발로 주요 전압대의 친환경 고압차단기 제품군을 확대했다. 420kV급 고압차단기가 적용되는 400kV급 송전망은 유럽 주요 송전사업자가 운영하는 전력망의 절반 이상을 차지한다. 이에 따라 420kV급 제품은 유럽 초고압 전력인프라 시장 진입을 위한 핵심 요건으로 꼽힌다.

유럽연합(EU)의 불소계 온실가스 규제 강화와 전력망 투자가 맞물리면서 유럽 육불화황 무사용 고압차단기 시장은 2030년 약 3조원 규모로 성장할 것으로 전망된다.

/원관희 기자 wkh@

무더위·습한 날씨에 제습기 판매 40% 증가

청호나이스 상반기 판매량 늘어
실속형 ‘에어드로우’로 시장 공략

무더위와 습한 날씨가 계속 이어지면서 제습기 판매가 크게 늘고 있다.

17일 청호나이스에 따르면 자사의 제습기 상반기 판매량이 전년 동기 대비 약 40% 증가하며 성장했다.

실내 습도 관리는 쾌적한 생활 환경을 유지하기 위한 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 특히 여름철에는 높은 기온과 습도의 영향으로 제습기를 찾는 수요가 꾸준히 늘고 있다.

제습기는 실내 습도를 낮추는 것 뿐만 아니라 습기가 발생하기 쉬운 공간을 관

리하고 실내 쾌적 건조를 돕는 등 일상에서 다양하게 활용된다. 청호나이스는 이러한 제습기 수요에 맞춰 올해 5월 실속형 제습기 ‘에어드로우’를 선보이며 제습기 시장을 공략하고 있다.

청호나이스 제습기 ‘에어드로우’는 27℃, 습도 60% 기준 일 최대 제습량 15.5L의 제습 성능을 갖췄다. 물탱크 용량은 3.8L로 물을 자주 비워야 하는 번거로움을 줄여 드레스룸, 세탁실, 침실 등 습기 관리가 필요한 실내 공간에서 장시간 활용할 수 있다.

에너지소비효율은 1등급으로 제습기 사용 시간이 늘어날 때에도 전기료 부담을 줄일 수 있도록 했다.

/김승호 기자

中企 200개사 인천공항서 글로벌 여행객 만난다

한유원, 10월12일까지 두달간 운영
정책면세점 입점 200개 기업 참여

한국중소벤처기업유통원(한유원)이 지난 14일부터 두달간 인천국제공항에서 중소기업제품 전용 팝업 스토어 ‘K-BRAND POP-UP STORE’(사진)를 연다.

17일 한유원에 따르면 이번 팝업 스토어는 인천공항을 찾은 국내외 여행객을 대상으로 우수 중소기업 제품을 체험할 수 있는 기회를 제공해 제품 홍보를 돕고 중소기업 전용 면세판매장인 정책면세점

(판판듀티프리)’ 방문을 늘려 매출을 활성화하기 위해 마련했다.

10월 12일까지 여는 팝업스토어는 인천공항 제1여객터미널 3층 일반구역H 체크인카운터 부근에 마련했다.

팝업스토어는 정책면세점 입점기업 제품으로 구성했고 15일마다 50개사씩 총 4회에 걸쳐 참여기업과 제품을 바꿔 운영기간 동안 총 200개 중소기업에게 참여 기회를 제공할 예정이다.

방문객은 시식, 시음, 시연 행사 등을 통해 한류를 중심으로 글로벌 시장에서

주목받고 있는 K-뷰티, K-푸드 등 여러 카테고리의 중소기업 제품을 직접 보고 체험할 수 있다.

한유원 이태식 대표는 “올해 상반기 인천공항 누적방한객이 1000만명을 돌파하는 등 한류와 함께 한국을 찾는 외국인이 꾸준히 늘고 있다. 여름 휴가기간에 맞춰 진행되는 이번 팝업스토어가 정책 면세점 매장 방문을 활성화하고 입점 중소기업 제품에 대한 실질적 구매 뿐만 아니라 나아가 해외진출까지 이어질 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/김승호 기자