

글로벌 빅테크와 손잡은 SI 3사… ‘기업용 AI’ 주도권 경쟁

삼성SDS, FDE 인력 200명까지 확대
LG CNS, ‘오픈AI 론치 센터’ 가동
SK AX, 올해까지 인력 30% 충원

국내 시스템통합(SI) 3사가 글로벌 빅테크와 협력을 확대해 기업간거래(B2B) 시장 공략에 속도를 내고 있다. 오픈AI·앤스로픽 등의 AI 모델을 활용해 에이전트 AI 구현에 나서는 한편, 이를 기업 업무에 적용할 현장 전문인력 확보에도 경쟁적으로 나서는 모습이다.

21일 시스템통합(SI) 업계에 따르면 삼성SDS·LG CNS·SK AX는 최근 오픈AI·앤스로픽 등 글로벌 빅테크와 협력을 강화하고 있다. 과거 아마존웹서비스(AWS) 등 글로벌 기업의 클라우드를 현장에 적용했다면, 최근에는 AI 모델 적용해 기업 업무에 활용하는 에이전트 AI 구축으로 범위가 넓어지고 있다.

대표적인 예가 지난해 12월 오픈AI와



지난 6월 삼성SDS 이준희 대표이사(오른쪽)와 앤스로픽 크리스 차우리 인터내셔널 GTM 총괄이 엔터프라이즈 AI 사업 확대를 위한 비즈니스 미팅을 한 뒤 기념촬영하고 있다. /삼성SDS

추진한 서비스 협력이다. 삼성SDS는 국내 최초로 기업 고객에 챗GPT 기업용 모델을 재판매하거나 운영·관리하는 파트너십을 체결했다. 올해 하반기에는 LG CNS와 SK AX도 오픈AI와 협력 관계를 구축하면서 국내 SI 3사 모두 챗GPT 엔터

프라이즈 공급 권한을 확보했다.

최근에는 앤스로픽과의 협력도 빠르게 확대하고 있다. 삼성SDS는 올해 6월 이준희 대표가 공개적으로 비즈니스 미팅에 나선 지 약 3개월 만에 국내 최초로 앤스로픽 공인 파트너 자격을 획득했다.

LG CNS는 앞서 LG그룹 차원에서 전 계열사에 앤스로픽의 클라우드 AI 모델을 도입해 전사 인공지능 전환(AX)에 나섰으며, 이를 대외 사업으로 확대하고 있다.

SK AX도 앤스로픽의 클라우드 코워크를 적용한 기업용 AI 에이전트 플랫폼을 구축하고 있다.

SI 3사가 여러 글로벌 AI 모델 확보에 나서는 것은 산업별 업무 환경과 보안 요건에 적합한 플랫폼을 제공하기 위해서다. 다만 글로벌 AI 모델의 성능이 아무리 뛰어나도 기업의 내부 시스템과 운영 체계에 연동하지 못하면 생산성 향상으로 이어지기 어렵다는 게 업계의 공통된 시각이다. 따라서 실제 현장을 분석하고 해결하는 전문성 확보가 필수다.

이를 실현하기 위해 SI 3사는 현장 전담 조직과 인력 양성에 나섰다. 삼성SDS는 올해까지 전방 배치 엔지니어(FDE)를 AX 사업의 핵심 실행 조직으로 키우고

관련 인력을 200여명으로 확대한다.

LG CNS는 정예 인력을 결집한 오픈AI 론치 센터를 가동하고 있다. 기업 고객을 대상으로 현장에서 컨설팅부터 전용 시스템 설계, 인프라 구축까지 풀스택 서비스를 제공한다.

SK AX는 개별 인력의 AI 역량을 고도화하는 전략이다. 부트캠프 등을 통해 올해 말까지 FDE 역할을 수행하는 AI 개발자 비율을 30% 이상으로 높일 계획이다.

앞으로 AI 모델 도입을 통한 비용 절감이나 생산성 향상 등 가시적인 성과 입증 이 기업용 AI 경쟁력을 가늠하는 지표가 될 전망이다. 아마존웹서비스(AWS)가 발표한 ‘한국의 AI 잠재력 실현 2026’에 따르면, 국내에서 AI를 활용하는 기업은 10곳 중 6곳으로 절반을 넘어섰지만, 이중 47%는 신뢰할 만한 투자 수익률(ROI) 측정 방법이 없다고 답했다. /조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

카카오, AI로 데이터센터 냉방 최적화

냉방설비 교체 없이 전력비 23% 절감
폭염·서버 사용량 변화에도 안정적 운영

인공지능(AI) 확산으로 데이터센터의 전력 소비와 열관리가 핵심 과제로 떠오른 가운데 카카오가 별도의 냉방설비 교체 없이 운영 효율화만으로 냉방 전력비를 약 23% 줄인 것으로 알려졌다.

카카오는 카카오 데이터센터 안산'에 이어 위탁 운영 중인 경기도 하남 데이터센터의 냉방설비 운영 방식을 개선해 서비스 안정성을 유지하면서 에너지 사용량을 줄였다고 22일 밝혔다.

카카오는 안산 데이터센터에서 축적한 데이터 기반 열관리 노하우를 하남 데이터센터에 적용했다. 설비를 새로 교체하거나 증설하는 대신 실제 운영 데이터와 현장 상황을 분석해 전산실 냉방 온도와 냉동기의 냉수 온도를 최적화했다.

그 결과 폭염과 서버 사용량 변화에도 안정적인 운영을 유지하면서 전년 동기 대비 냉방 전력비를 약 23% 절감했다. 서버 사용량과 외부 기온 등 운영 조건의 영



카카오 데이터센터 안산 전경

/카카오

향도 함께 반영해 비교한 결과다.

이번 작업에는 LG CNS도 참여했다. 카카오가 에너지 절감 방안을 제시하고 LG CNS가 현장 운영 경험을 바탕으로 항온항습기와 냉동기 등 주요 냉방설비의 운전 방식을 조정했다.

일부 전산실에는 LG CNS가 개발한 AI 에이전트도 적용했다. AI 에이전트가 전산실 환경과 설비 운영 데이터를 실시간

분석하고 냉방설비를 자동 제어해 서버 운영 안정성을 유지하면서 에너지 사용량을 줄이는 방식이다.

카카오는 자체 데이터센터에서도 에너지 효율 개선을 추진하고 있다. 카카오 데이터센터 안산은 냉각설비 최적화와 공조 운영 개선, 전력설비 효율화, 태양광 자가 소비 등을 통해 지난해 총 4753tCO₂e의 온실가스를 감축했다. /최빛나 기자 vitna@

LGU+, 소상공인 전용 AX 솔루션 개발

도·소매 유통 업체 ‘소도몰’과 업무협약

LG유플러스가 소상공인 전용 인공지능 전환(AX) 솔루션 개발에 나서기 위해 도·소매 유통 업체 ‘소도몰’과 업무협약을 체결했다고 22일 밝혔다.

양사는 이번 협약을 통해 ▲매장 내 AI 및 통신 솔루션 등 AX 지원 ▲소상공인 판로 확대 ▲지역 상권 활성화를 위한 신규 사업 발굴 등에 협력할 계획이다.

LG유플러스가 운영 중인 통신 및 AI 인프라에 소도몰의 온·오프라인 유통 데이터를 결합하고 사업자별 맞춤형 상품 수요 예측을 지원한다.

구체적으로 LG유플러스가 운영 중인 소상공인 AX 솔루션 ‘우리가게패키지’에서 제공하는 상권분석 서비스를 소도몰의 지역별 상품 판매 데이터와 결합한다.

이를 바탕으로 특정 지역이나 시기에 따라 수요가 증가할 가능성이 높은 상품 군을 식별하고 분석하는 솔루션을 실증할 계획이다. 소상공인은 상품 확보와 물류 운영 계획을 효율적으로 수립해 시장 경



서울 용산구 LG유플러스 용산사옥에서 열린 업무협약식에서 임장혁 LG유플러스 엔터프라이즈고객그룹장(왼쪽)과 서덕호 소도몰 대표가 기념 촬영을 하고 있다. /LG유플러스

쟁력을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

양사는 또 소상공인이 사업장에서 AI를 편리하게 활용할 수 있도록 AX 솔루션 개발도 협력한다. LG유플러스는 AI 데이터를 통해 고객 응대와 매장 운영 효율화를 지원하고, 소도몰은 이를 공동구매 플랫폼 운영 노하우와 결합해 소상공인의 실제 현장에서 적용할 수 있도록 도울 예정이다.

/조민선 기자

KT, 16개 기업과 ‘모두의 AI’ 출범

출범식 열고 사업 추진방향 공유
‘이음 얼라이언스’ 통해 협력

KT가 전 국민을 대상으로 체감형 AI 서비스 구현에 본격 나선다. 이를 위해 KT는 21일 서울 종로구 KT 광화문 웨스트 빌딩에서 ‘모두의 AI’ 컨소시엄 출범식을 개최했다고 22일 밝혔다.

이날 행사에서는 KT 컨소시엄 주요 기업 16개의 사업책임자(PM)가 참석해 사업 비전과 추진 방향을 공유하고 사업 수행을 위한 협력 의지를 다졌다.

앞으로 KT와 KT컨소시엄은 ‘이음 얼라이언스’를 통해 협력한다. 이는 사업의 주요 방향을 결정하는 의결기구 ‘이음 커넥트보드’와 전체 협의체 ‘이음 에코라운드’ 등으로 나뉜다.

이를 바탕으로 참여기관 간 소통을 강화하고 사업 추진 현황과 성과를 정기적으로 점검한다. 주요 일정과 서비스 출시 목표를 공동으로 관리하고, 기관 간 연계 과제와 주요 이슈를 신속하게 조정해 사업의 속도와 완성도를 높일 계획이다.

‘이음 커넥트보드’에서 각 분야 전문가와 실무책임자들이 서비스 출시 목표와 협력 과제를 조율하고 사업의 방향성을 구체화한다. 전 참여기관이 함께 모여 성과를 공유·확산하는 정기 통합 협의체인 ‘이음 에코라운드’를 통해 주요 성과와 마일스톤 점검한다.

또한 서비스 분과와 플랫폼 분과를 중심으로 서비스와 기술 분야의 실행 체계를 운영한다.

/조민선 기자

다음, 아시안게임 특집 페이지 운영

다음은 지난 19일 개막한 ‘2026 아시안게임’의 대한민국 대표팀 경기 정보와 종목별 뉴스를 확인할 수 있는 특집 페이지를 운영한다고 22일 밝혔다.

특집 페이지에서는 대표팀 경기 일정과 결과를 비롯해 종목별 뉴스와 화보, 메달 리스트 관련 정보를 제공한다. 축구와 야구 대표팀 경기는 문자중계를 통해 실시간 경기 상황을 전달하고 주요 영상도 함께 제공한다.

이용자가 원하는 경기와 선수를 중심으로 콘텐츠를 확인할 수 있는 기능도 마련했다. ‘MY’ 메뉴의 관심경기를 이용하면 보고 싶은 경기를 별도로 저장해 한 곳에서 확인할 수 있다.

/최빛나 기자

SKT, 고객 행동 분석해 ‘신뢰 지표’ 만든다

‘2026 인사이드 데이’ 개최

SK텔레콤이 행동 데이터 분석을 통해 고객 신뢰를 측정할 수 있는 지표를 직접 만들기 위해 고객자문단과 고객신뢰위원회를 통해 ‘2026 인사이드 데이’를 개최했다고 22일 밝혔다.

이번 행사는 지난 1월 정재현 SK텔레콤 CEO를 비롯한 주요 임원진과 고객신뢰위원회가 진행한 ‘2026년 신뢰 회복 강화 방안’에 이은 행보다.

지난 21일 SK텔레콤 한명진 MNOCIC장, 이혜연 고객가치혁신실장 등 주요 임원진과 안완기 고객신뢰위원회 위원장 및 위원들, 고객자문단 30명이 참석해 기업의 신뢰 기준을 논의하는 시간을 가졌다.

논의는 “신뢰를 묻지 말고 행동으로 읽자”는 발상에서 시작했다. 고객에게 기업

의 신뢰도를 묻는 대신, 고객이 평소 하는 행동을 신뢰의 증거로 삼아 지표로 만드는 방식이다.

이는 1990년대 초 미국 시애틀 시민들이 지역사회의 가치를 스스로 정의하고 이를 측정할 지표까지 직접 만든 ‘서스테이너블 시애틀’ 사례를 참고했다. 250여 명의 시민이 참여해 지역 하천의 야생 연어 개체 수, 텃밭 가꾸기 참여도와 같이 일상에서 체감하는 항목을 지속 가능성 지표로 삼은 것이 대표적이다.

이날 고객자문단은 요금제·가입·변경, 통신서비스 이용, 멤버십 관리·활용, 고객 접점, 기업과의 신뢰 유지 등 5개 영역에서 신뢰가 형성되는 구체적인 상황과 그에 따른 행동 변화를 발표했다. 핵심은 기업을 신뢰할수록 고객이 스스로 챙기고 확인하는 행동이 줄어든다는 것이다. /조민선 기자