



크리스 터너 구글 대외협력 정책 지식 및 정보 부문 부사장이 9일 서울 강남구 구글 스타트업 캠퍼스에서 열린 구글 지도 기자간담회에서 발표를 하고 있다. /뉴시스

좌표 비공개·보안시설 가림 수용 데이터센터 국내설립 요구는 유지

구글 지도 기자간담회

티맵모빌리티 등과 파트너십 강화
국가 제작 1대 5000 반출 신청
지도 공개 시 산업적 파급효과 언급

구글이 한국 지도 좌표 비공개와 보안 시설 가림을 수용하겠다고 밝히며 정밀 지도 반출 재논의를 앞두고 협력 의지를 공식화했다

구글은 9일 오전 서울 강남구 구글 스타트업 캠퍼스에서 기자간담회를 열고 한국 지도에서 좌표 정보를 비공개로 전환하고 보안시설은 가림 처리하겠다고 밝혔다. 정밀지도 반출 재논의를 앞두고 우리 정부의 우려를 수용하며 국내 파트너십 강화 의지도 함께 내놨다.

구글은 현장에서 정부의 안보 관련 우려에 대한 구체 조치를 공개했다. 크리스 터너 구글 대외협력 정책 지식 및 정보 부문 부사장은 “지도 데이터 반출 신청과 관련해 제기돼 온 우려를 해소하기 위해 정부와의 협력을 지속하고, 티맵모빌리티 등 국내 기업과의 파트너십도 강

화하겠다”며 “위성 이미지 속 보안시설 가림 처리에 더해 한국 영역 좌표 정보 비표시 조치라는 정부 요구도 수용하겠다”고 말했다.

터너 부사장은 반출 신청의 대상과 데이터 성격도 분명히 했다. 그는 “신청 대상은 국가가 제작한 1대 5000 국가기본도로, 이미 민감한 군사와 보안 정보가 제외된 데이터”라고 설명했다. 이어 “구글이 보유한 위성 이미지는 상업 공급업체에서 구매해 별도 자료로 이번 반출 신청과는 무관하다”며 “필요할 경우 정부 승인 상태로 가림 처리된 이미지를 국내 파트너사에서 확보해 활용하는 방안도 검토 중”이라고 덧붙였다.

데이터센터 국내 설치 요구에 대해서는 기존 원칙을 유지했다.

현장 질의응답에서 유영석 구글코리아 커뮤니케이션 총괄은 “데이터센터 설립은 고려할 변수가 많다”며 “다만 즉각 대응을 위해 전담 책임자와 정부 핫라인을 운영해 우려 사항을 신속히 반영하겠다”고 말했다. 지도 반출과 데이터센터 설립을 직접 연동하지 않되, 대응 속도

는 전담 창구로 높이겠다는 취지다.

구글은 국내 협력 확대도 강조했다. 터너 부사장은 “관련 부처와의 소통을 이어가고, 지자체와 대학, 국내 파트너사와의 협력을 통해 한국 공간정보 산업 발전에 기여해 왔다”며 “앞으로도 민관 협력을 넓혀 국내외 이용자와 한국을 찾는 관광객에게 더 다양한 가치를 제공하겠다”고 말했다. 현장에 참석한 국내 파트너사들도 글로벌 서비스 경험을 바탕으로 국내 산업의 경쟁력 확장에 힘을 보태겠다고 했다.

정밀지도 반출의 산업적 파급 효과도 언급됐다. 구글은 연구 결과를 인용해 지도 데이터 개방 시 2026년부터 2030년까지 공간정보 산업에서 누적 18조4600억원 규모의 추가 매출이 가능하고, 연평균 매출 12.49%·고용 6.25% 성장이 예상된다고 소개했다. 구글은 교통 신호 최적화와 도시 탄소저감을 목표로 하는 환경 인사이트 익스플로러와 프로젝트 그린라이트 같은 사례도 제시하며 국내 적용 의지를 밝혔다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

SK AX, 글로벌 제조 공급망 ESG 전환 추진

카테나-X와 IBCT 기술 더해

카테나-X를 기반으로 한 글로벌 제조 데이터 온보딩을 주도하는 SK AX가 데이터스페이스 전문기업 IBCT의 기술을 더해 엔드 투 엔드 서비스를 완성한다.

카테나-X는 SAP, 지멘스, BMW, 메르세데스-벤츠 등 글로벌 제조 선도 기업들이 공동 출자해 설립한 ESG 데이터 연합체다. 제품 생애 전주기에 걸쳐 탄소를 비롯한 핵심 데이터를 연결하고 표준화하며, 글로벌 공급망 전체에서 ESG 투명성과 추적성을 확보한다.

SK AX는 IBCT와 카테나-X 기반 글로벌 제조 데이터 생태계 대응 위한 업무 협약(MOU)을 맺었다고 9일 밝혔다.

카테나-X 공식 파트너사인 양사는 이번 협약을 통해 원스톱 엔드 투 엔드 온보딩 서비스를 선보인다는 구상이다. 최근 유럽을 중심으로 탄소 규제 강화와 공급망 데이터 공개 요구가 본격화되면서 카테나-X 참여는 이제 단순한 선택이 아닌 글로벌 시장 진입을 위한 필수 요건이 되고 있다.

SK AX는 카테나-X 공식 온보딩 서비스 사업자로서 참여 등록, ESG 데이터 정합성 검증, 데이터 주권·보안·개인 정보 대응은 물론 운영·교육·유지보수 등 전 과정을 총괄한다. 회사는 인공지능(AI) 기반 플랫폼과 클라우드 기술을



SK AX 장혁수 ESG/SHE본부장(왼쪽)과 IBCT 이정훈 대표가 경기도 성남시 분당구 SK AX 본사에서 카테나-X 기반 글로벌 제조 데이터 생태계 대응 위한 업무 협약을 체결한 뒤 기념사진을 촬영하고 있다. /SK AX

활용해 접속·운영 인프라를 제공하며, 글로벌 제조 기업 ESG 데이터 연계 경험을 토대로 국내 기업들이 카테나-X 표준을 빠르고 안정적으로 도입할 수 있도록 지원할 방침이다.

IBCT는 카테나-X 공식 제휴 파트너로서 SK AX의 온보딩·운영 체계에 자체 보유한 기술을 도입한다. 안전한 데이터 공유·연계·활용을 위해 개발한 데이터스페이스 서비스형 소프트웨어(SaaS) 플랫폼 ‘인피리움’을 기반으로 데이터 온보딩, 디지털 제품 여권 생성과 관리, 제품 탄소발자국 데이터 생성·인증을 지원해 국내 기업이 글로벌 규제에 부합하는 데이터 체계를 구축할 수 있도록 뒷받침한다.

/김현정 기자 hjk10

엠게임, 홈페이지 직관성·편의성 강화

정보 전달력, 시인성, 집중도 등 확보

엠게임이 9일 자사 게임 포털 홈페이지를 전면 개편해 직관성과 편의성을 강화한 새 버전을 선보였다.

엠게임은 장기간 누적된 운영 데이터와 사용자 피드백을 기반으로 이번 개편을 진행했다. ▲UI/UX 전면 개선 ▲게임 탐색 구조 단순화 ▲보안 및 고객지원 기능 강화라는 세 가지 핵심 방향이 적용됐다.

새로운 홈페이지는 아이콘과 이미지 기반의 시각적 요소를 대폭 강화했다. 이용 빈도가 높은 메뉴를 상단에 배치해 접근성을 높였으며, 화이트 톤 레이아웃에 블루 계열 포인트 컬러를 적용해 정보 전달력과 시인성을 확보했다.

메인 화면은 이벤트, 프로모션, 신작

소식을 한눈에 확인할 수 있도록 재구성됐다. 기존에 분산돼 있던 배너를 통합해 집중도를 높였으며, 핵심 정보가 명확히 노출되도록 설계해 이용자가 필요한 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 했다.

특히 포털 특성을 반영해 장르별 대표작을 모아 볼 수 있는 ‘게임 탐색’ 영역을 신설했다. ‘열혈강호 온라인’, ‘영웅온라인’, ‘귀혼’ 등 대표 인기작을 전면 배치해 이용자가 직관적으로 원하는 게임에 접근할 수 있게 했다.

내정보와 고객센터 메뉴도 단순화됐다. 계정 관리와 문의 접수 절차가 간소화돼 사용자 편의성이 높아졌고, 보안 기능도 한층 강화됐다.

엠게임은 이번 개편을 단순한 화면 교체가 아닌 서비스 경쟁력 강화를 위한 전략적 변화라고 강조했다.

/최빛나 기자

네이버, 쉐리·우버와 사용자 단골력 강화

네이버 커머스 밋업

온라인 장보기 서비스 ‘캘리N마트’
스마트스토어 인기상품 새벽배송
네이버·우버 멤버십 서비스 연계

네이버가 쉐리·우버와 전략적 제휴를 통해 신선식품·모빌리티 분야에서 사용자 단골력을 강화한다.

네이버는 9일 종로 네이버스퀘어에서 열린 ‘네이버 커머스 밋업’에서 빅브랜드와의 전략적 제휴를 통해 사용자 단골력을 높이는 방안을 공개했다.

네이버 이윤숙 쇼핑사업 부문장은 “네이버 커머스는 판매자 친화 전략으로 성장해왔다”며 “AI커머스 시대에는 사용자 중심 생태계를 확대하고 단골력을 높이기 위해 쉐리, 넷플릭스 등 대표 브랜드와의 협업을 강화하고 있다”고 말했다.

네이버와 쉐리는 온라인 장보기 서비스 ‘캘리N마트’를 선보였다. 쉐리의 신선식품과 네이버 스마트스토어 인기상품을 새벽배송으로 받을 수 있으며, 네



(왼쪽부터)네이버 이윤숙 쇼핑사업 부문장, 쉐리 김슬아 대표, 네이버 정경화 네이버플러스스��어 프로젝트 리더. /네이버

이버플러스 멤버십 회원은 2만원 이상 구매 시 무료배송 혜택을 제공받는다. 이달 초부터는 쉐리 물류 자회사 쉐리넥스트마일이 네이버 NFA에 합류해 스마트스토어 상품의 새벽배송도 시작했다.

또한 네이버는 올해 3분기 중 글로벌 모빌리티 플랫폼 우버와 협업체 네이버플러스 멤버십과 ‘우버 윈’ 멤버십 서비스를 연계할 계획이다.

기술 측면에서도 ‘네이버플러스 스토어(네플러스)’의 개편 방향을 발표했다. 정

경화네플러스프로덕트리더는 “가격뿐 아니라 배송·리뷰·멤버십 혜택 등 다양한 요소를 반영한 개인화 추천을 강화하고 있다”며 “판매자 신뢰도 지표와 성장 지표를 새롭게 그룹핑해 단골력을 높여가겠다”고 밝혔다.

네이버는 하반기 네플러스홈 첫 화면에 개인화 추천 영역을 확대하고, 사용자의 잠재 맥락과 관심을 정교하게 분석해 스토어 단위까지 맞춤형 추천을 제공할 예정이다.

/최빛나 기자

KT, 미디어월 활용 디지털 문화 광장 조성

실시간 정보, 미디어 아트 등 선봬

KT는 KT 광화문빌딩 웨스트 사옥에 설치한 초대형 미디어월 ‘KT 스퀘어’를 활용해 디지털 문화 광장을 조성한다고 9일 밝혔다.

KT 스퀘어는 초고해상도 LED 디스플레이로 구성된 총면적 1770㎡의 듀얼 미디어월이다. 아나몰픽 기법을 이용한 실감형 콘텐츠와 양측 모니터를 오가는 인터랙티브 콘텐츠 구현이 가능하다.

KT는 공공·상업 광고 등 다채로운 콘텐츠를 상시 운영하고, 인공지능 기반 정보통신기술을 접목해 계절·시간·날씨 데

이터를 토대로 한 실시간 맞춤형 정보를 제공할 예정이다. 또 회사는 국내외 아티스트와 협업한 미디어 아트 전시와 공공 시민 참여형 인터랙티브 프로그램을 순차적으로 선보일 계획이다.

KT 스퀘어는 KT의 옥외광고 플랫폼 ‘바로광고’를 통해 운영된다. 광고주는 바로광고에서 광고 청약, 실시간 집행 모니터링, 빅데이터 기반 성과 리포트 등을 확인할 수 있다.

빅데이터 성과 리포트는 유동 인구수와 광고 시청자의 특성을 분석해 대형 옥외 매체를 온라인 광고처럼 손쉽게 운영할 수 있도록 돕는다.

/김현정 기자 hjk10