

이통3사, ‘AI 인프라 기업’으로… AIDC·조직개편 등 속도

〈AI 데이터센터〉

SKT, 사내 독립 기업 체제 구축
AWS와 AI 클라우드 패키지 선보
KT, 부천에 48MW 규모 AIDC 건립
아태지역 인프라 시장 진출 도모
LG U+, 고객 체감형 AI 전환 사활
익시오 통한 B2C 영역 충성도 강화



지난해 12월 정식 개장한 SKT의 가산 AI 데이터센터의 모습.

/SKT

이동통신 시장의 성장 한계가 뚜렷해지면서 통신 3사가 인공지능(AI)을 새 성장 동력으로 전면에 내세우고 있다. 특히 AI데이터센터(AIDC)를 중심으로 연산 인프라 투자를 확대하며, 단순한 망 사업자를 넘어 기업의 AI 서비스를 구동하는 ‘AI 인프라 기업’으로의 전환에 속도를 내는 모습이다.

21일 〈메트로경제신문〉 취재 결과, 통신업계가 AI 사업에 집중하며 사업 외연을 넓히고 있다.

금융정보업체 에프엔가이드에 따르면 올해 통신 3사의 합산 영업이익은 4조6512억 원으로 추정되며, 내년에는 5조1924억 원까지 치솟을 전망이다. 성장의 핵심은 AIDC(AI 데이터센터)다. AIDC는 AI 모델의 대규모 학습과 추론을

처리하기 위해 고성능 그래픽처리장치(GPU) 연산 자원과 특화된 냉각·네트워크 인프라를 갖춘 인공지능 전용 데이터 거점이다. 통신3사는 기존에 구축한 데이터센터의 AIDC 전환에 속도를 내고 있다.

현재 통신 3사가 보유한 DC 전력 용량은 약 459MW로 국내 시장의 80%를 장악하고 있다. 업계는 이를 2028년까지 600MW 규모로 확대할 계획이다. 특히 DC 매출은 연평균 19%씩 성장해 2028년에는 2조4600억 원 규모에 달할 것으로

보인다. 단순한 서버 임대를 넘어 GPU 인프라와 AI 연산 플랫폼을 제공하는 ‘AI 인프라 기업’으로 정체성을 옮기는 모양새다.

통신업계 관계자는 “이동통신 시장은 이미 가입자 포화로 성장의 천장에 도달한 상태”라며 “이제는 단순한 망 사업자를 넘어 기업들의 AI 구동을 책임지는 ‘에너지 공급원’이자 ‘연산 플랫폼’으로 지위를 확보하는 것이 생존을 위한 필수적인 선택이 됐다”고 밝혔다.

AIDC 외에도 통신 3사는 조직 개편

과 글로벌 동맹을 통해 각기 다른 방식으로 AI 영토를 넓히고 있다.

SKT는 MNO(통신)와 AI를 양대 축으로 하는 사내 독립 기업(CIC) 체제를 구축했다. 특히 아마존웹서비스(AWS)와 협력해 기업용 AI 클라우드 패키지를 선보였다. 민감 데이터는 ‘온-프레미스(자체 시설에 서버나 인프라를 구축·운영)방식’으로, 대량 연산은 AWS 클라우드에서 처리하는 ‘하이브리드’ 방식으로 처리해 보안에 민감한 금융권의 수요를 정확히 겨냥했다. 또한 6G 시대를 대비해 삼성전자와 ‘AI-RAN(인공지능 기반 무선접속망)’ 연구에 착수하며 네트워크 효율화에도 집중하고 있다.

KT는 인공지능정보통신(AICT) 기업으로의 도약을 선언하며 인프라 구축에 가장 공격적이다. 부천에 48MW 규모의 AI 전용 DC를 건립 중이며, 글로벌 투자사 디지털브릿지와 손잡고 아시아·태평양 지역의 AI 인프라 시장까지 넓히고 있다. B2B 시장에서 ‘AI 거버넌스’와 ‘보안’을 강점으로 내세워 공공 및 의료 분야의 독점적 지위를 공고히 하겠다는 계산이다.

LGU+는 고객 체감형 AI 전환(AX)

에 사활을 걸었다. AI 통화 비서 ‘익시오’에 BC카드의 소비 데이터를 결합해 실시간 맞춤형 정보를 제공하는 등 B2C 영역에서의 충성도를 높이고 있다. 동시에 파주에 50MW 규모의 AIDC를 건설해 B2B 연산 수요에 대응하고, AWS와 함께 네트워크 소프트웨어 설치를 자동화하는 ‘에이전틱 AI’ 기술을 개발해 운영 비용을 80% 감축하는 데 성공했다.

글로벌 리서치 기업 옴디아는 통신사의 B2B대상 AI 매출이 2030년까지 매년 65%씩 성장할 것으로 분석했다. 단순히 챗봇을 도입하는 수준을 넘어, 제조·금융·공공 섹터가 통신사의 클라우드와 AI 모델을 빌려 ‘자체 AI 서비스’를 구동하기 시작했기 때문이다.

또 다른 통신업계 관계자는 “이동통신 시장은 가입자 포화로 구조적인 성장 한계에 직면해 있다”며 “AI 데이터센터를 비롯한 연산 인프라는 통신사가 보유한 망·운영 역량을 가장 효율적으로 확장할 수 있는 영역으로, 앞으로는 기업의 AI 서비스를 안정적으로 구동하는 ‘인프라 파트너’로서의 역할이 핵심 경쟁력이 될 것”이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

네이버, 공정거래 CP 평가 ‘AA등급’ 획득

〈자율준수 프로그램〉

2년 연속 AA 등급 획득 이어
4년 연속 ISO 37001 유지 등
준법·윤리 경영체계 운영

네이버는 지난 18일 경기도 성남시 네이버 1784 사옥에서 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 우수 실천 부서에 대한 시상식을 열고, 공정거래 자율준수 프로그램 평가에서 2년 연속 AA등급을 획득했다고 21일 밝혔다.

공정거래 자율준수 프로그램(CP)은 공정거래법과 관련 법규 준수를 통해 불공정거래를 예방하기 위한 기업 내부준법 시스템이다. 공정거래위원회는 CP 운영 성과에 따라 등급을 부여하고, 우수 등급을 획득한 기업에 대해 인센티브를 제공하고 있다.

네이버는 CP 평가에서 2년 연속 AA 등급을 받은 데 이어, 국제 부패방지 경영시스템 표준인 ISO 37001을 4년 연속 유지하고 국제규범준수 경영시스템 표준인 ISO 37301을 취득하는 등 준법·윤



네이버는 지난 18일 경기도 성남시에 위치한 네이버 1784 사옥에서 공정거래 자율준수 프로그램 우수 실천 부서 시상식을 열었다. (왼쪽부터)자율준수관리자 김지식 리더, 김재엽 리더, 최수연 대표, 임동아 리더, 정윤하, 최재호 부문장이 기념촬영을 하고 있다.

/네이버

리 경영 체계를 운영하고 있다.

올해 CP 우수 이행 부서로는 ‘그린과트너십’ 동반성장 담당자가 선정됐으며, CP 교육 이수 우수 부서로는 ‘에어서치’와 ‘인텔리전트 서치X’ 팀이 뽑혔다. 동반성장 담당자는 공정거래 문화 정착을 위해 표준계약서 적용 등을 추진한 점이 평가됐다. 에어서치와 인텔리전

트 서치X 팀은 CP 교육 이수 실적에서 높은 성과를 보였다.

이번 시상식에는 네이버 자율준수관리자와 수상 부서 관계자들이 참석했다.

한편 네이버는 공정거래 자율준수 문화 확산을 위해 사내 캠페인과 교육 프로그램, 뉴스레터 운영 등 다양한 CP 관련 활동을 이어가고 있다. /김서현 기자

소비자위, SKT에 1인당 10만원 보상 결정

관리소홀로 인한 개인정보유출 명백
보상규모, 역대 최대인 2조3000억

한국소비자원 소비자분쟁조정위원회가 대규모 개인정보 유출 사고를 일으킨 SK텔레콤에게 가입자 신청인 1인당 10만 원 상당의 보상을 지급하라는 조정 결정을 내렸다. 전체 피해자 규모가 2300만 명에 달해 SKT가 이를 전격 수용할 경우 보상 규모는 역대 최대인 2조3000억 원에 이를 전망이다.

21일 위원회에 따르면 지난 18일 열린 집단분쟁조정회의에서는 SKT 해킹 사고로 인한 소비자 피해가 인정됐다. 위원회는 “지난 7월 민관합동조사단 조사와 8월 개인정보보호위원회의 처분 결과 등을 볼 때 SKT의 관리 소홀로 인한 개인정보 유출이 명백하다”며 보상 책임이 있음을 분명히 했다.

구체적인 보상안은 현금성 지원을 포함한 1인당 10만 원 규모다. ▲통신요금 할인 5만 원 ▲제휴 업체에서 현금처럼 쓰는 ‘티플러스포인트’ 5만 포인트를 각각 지급하도록 했다. 위원회는 과거 대규모 유출 사례의 통상적 보상액이 10만 원이었던 점과, 사업자의 수락 가능성 등을 종합적으로 고려했다고 밝혔다.

이번 조정 절차에 참여한 신청인 측 대표 당사자인 이철우 변호사는 이번 조정안에 대해 ‘수용’ 입장을 밝혔다. 이번 호사는 본지와와의 인터뷰에서 “법원의 기존 손해배상 산정액이 10만 원 선에 머물러 있는 점과 그간 SKT가 요금 감면, 무상 데이터 제공 등 피해 회복을 위해 노력해온 점을 고려할 때 합리적인 수준의 조정안”이라고 평가했다.

그는 이어 “최근 메이플스토리 확률 조작 사건처럼 집단분쟁조정제도도 소송에 나서는 1% 미만의 소비자뿐만 아니라 전체 소비자가 구제받을 수 있는 유



민변(민주사회를 위한 변호사모임) 디지털정보위원회가 지난 6월 11일 오전 서울 종로구 서울정부청사 정문 앞에서 SKT 유심정보 유출 사태 피해자 3300명 집단분쟁조정 신청 기자회견을 갖고 있다.

/손진영기자 son@

일한 길”이라며 “우리나라 대표 통신사인 SKT가 대응적 차원에서 이를 수용해 국민 신뢰를 회복하는 계기로 삼길 바란다”고 강조했다.

문제는 강제성이다. 조정안은 권고 사항일 뿐, SKT가 거부하면 효력이 없다. SKT는 결정서를 받은 날로부터 15일 이내에 수락 여부를 통보해야 한다. 만약 SKT가 이를 수용하면 조정 절차에 참여하지 않은 나머지 2300만 명의 피해자들에게도 동일한 보상이 이뤄질 수 있도록 보상계획서를 제출해야 한다.

업계에서는 SKT가 선뜻 조정안을 받아들이기 어려울 것으로 보고 있다. 2조3000억 원이라는 보상 규모는 SKT 연간 영업이익의 절반에 육박하는 막대한 금액이기 때문이다. 자칫 주주 배임 논란이나 재무 구조 악화로 이어질 수 있다는 우려도 나온다.

한용호 소비자분쟁조정위원장은 “대규모 소비자 피해를 신속히 회복하면서도 사업자의 자발적 노력을 참작해 보상안을 도출했다”며 “최근 잇따른 개인정보 유출 문제에 대해 사업자의 기술적·제도적 방지 노력이 절실하다”고 덧붙였다.

/김서현 기자

SKT, ‘포 마이 넥스트 챕터’ 전시 진행

내년 2월 22일까지 성수서 운영

SK텔레콤은 자사의 플래그십 스토어 T팩토리 성수에서 21일부터 내년 2월 22일까지 신규 전시 ‘포 마이 넥스트 챕터’를 진행한다고 21일 밝혔다.

‘포 마이 넥스트 챕터’ 전시는 고객들이 만다라트 계획표를 통해 2025년을 돌아보고, 2026년의 자신을 디자인할 수 있는 공간으로 준비됐다.

SKT는 T팩토리 성수를 다양한 브랜

드와 체험을 한데 모은 ‘윈터마켓’ 콘셉트로 단장하고 루틴, 건강, 재테크, 학업·커리어, 뷰티, 취미·여가, 인간관계, 나만의 목표 등 8가지 라이프스타일 마켓으로 공간을 구성했다.

또한 크리넥스, 런드리고, 이데아뉴트리션, 베지아트, 리튼, 포레스트, 밤의서점, 더 그란, 웨누아파리 등 총 9개 브랜드가 입점하여 T팩토리 성수에서만 구입할 수 있는 한정 판매 제품과 특별 할인가 제품, 무료 굿즈 등을 판매 및 제공

한다.

각 마켓에는 라이프스타일 콘셉트에 맞게 ‘AI 감성 진단 검사’, ‘취미 돌립판’, ‘생활 계획표 만들기’, 새해 목표와 그 목표를 이루기 위한 방법을 적는 편지(MMS)를 보내는 ‘나만의 목표’ 등 다양한 체험 코너가 마련되어 있다.

SK텔레콤의 윤재용 프로덕트&브랜드본부장은 “어제의 자신보다 나은 나”를 중시하는 Z세대를 위해 이번 체험 전시를 기획했다”며 “‘포 마이 넥스트 챕터’를 통해 SK텔레콤은 Z세대의 새해를 응원할 것”이라고 밝혔다.

/김보민 인턴기자 kbm@