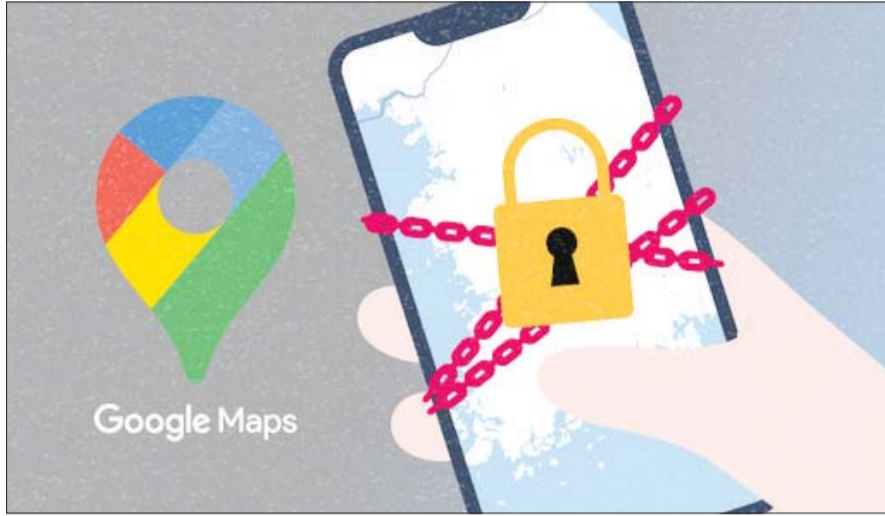


빅테크, 韓 정밀지도 ‘눈독’… 공간정보 시장 판 커지나

구글에 제한적 반출 전제로 허가 이번 결정으로 애플 등 요청 가능성 네이버·카카오, 대응 전략 고심

디지털 주권 논의 등 함께 이어져야 현행 의사결정 구조 개선 필요성도



정부가 국가안보 논란이 일었던 구글의 고정밀 지도 국외반출 신청을 조건부 허가했다. /메트로경제

구글을 시작으로 애플 등 글로벌 빅테크의 한국 정밀지도 확보 움직임이 이어질 가능성이 제기되는 가운데, 네이버와 카카오 등 국내 플랫폼 기업들도 경쟁 구도 변화 가능성을 예의주시하고 있다.

정부가 엄격한 보안조건을 전제로 지도 데이터 국외 반출을 허가하기로 결정하면서, 공간정보 시장이 본격적인 변화 국면에 들어섰다는 평가가 나온다.

6일 IT업계에 따르면 지도 데이터는 자율주행, 로보틱스, 디지털 트윈 등 다양한 산업의 기반 인프라로 활용된다. 특히 한국이 구축한 1대 5000 수준의 고정밀 지도는 글로벌 기준에서도 높은 수준으로 평가되며, 해외 기업들의 관심이 꾸준히 이어져 왔다.

◆구글 이슈 재부상…정책 기조 전환 신호

구글의 지도 데이터 반출 문제는 2000년대 중반부터 이어져 온 사안이다. 정부는 그동안 안보 우려 등을 이유로 제한적 입장을 유지해왔으며, 국내 서버 활용 등을 대안으로 제시해왔다. 이후에도 해외 기업의 반출 요청이 이어졌지

만, 일부는 제한적으로 허용됐고 다수는 보류 또는 불허된 것으로 알려졌다.

그러나 지난 2월 말, 정부가 엄격한 보안조건을 전제로 구글의 지도 데이터 반출을 허가하기로 결정하면서 정책 기조가 전환됐다는 해석이 나온다. 국토교통부는 국외반출 협의체 심의의결을 거쳐 이번 결정을 내렸으며, 보안처리된 영상

사용과 좌표 표시 제거, 국내 제후기업의 국내 서버에서 정보 가공 후 제한적 반출 등의 조건을 내걸었다.

◆글로벌 빅테크 확산 가능성…국내 기업 ‘긴장’

시장에서는 애플을 비롯한 글로벌 기업들의 추가 움직임에도 관심이 쏠린다. 업계에서는 애플 등 주요 기업들이 과거 지도 데이터 반출을 신청한 이력이 있는 만큼, 이번 결정을 계기로 추가 요청이 이어질 가능성이 제기된다. 이와 함께 마이크로소프트, BMW 등도 유사한 요구를 재검토할 수 있다는 관측이 나온다.

국내 기업들도 상황을 예의주시하고 있다. 네이버와 카카오 등은 국내 지도 서비스 시장에서 경쟁력을 유지해왔으며, 정책 변화에 따라 경쟁 환경이 재편될 수 있다는 전망이 나온다.

특히 티맵모빌리티와 현대자동차 등 모빌리티·자율주행 분야에서는 지도 데이터 활용 범위가 확대되는 만큼 글로벌 기업과의 경쟁이 한층 심화될 가능성이 제기된다. 고정밀 지도는 자율주행과 디

지털 트윈 등 핵심 산업의 기반 데이터인 만큼, 데이터 통제권을 둘러싼 이른바 ‘디지털 주권’ 논의도 함께 부상하고 있다.

향후 다른 해외 기업까지 동일한 요구를 할 경우 정책 일관성과 관리 체계가 중요한 변수로 작용할 수 있다는 지적도 나온다.

◆의사결정 구조 개선 필요…컨트롤타워 강화 요구

전문가들은 현행 의사결정 구조에 대한 개선 필요성도 제기한다. 지도 반출 여부를 심의하는 협의체가 실무 중심으로 운영되는 만큼, 사안의 중요도에 비해 위상이 낮다는 평가다.

국회입법조사처는 관련 보고서를 통해 협의체 격상과 민간 전문가 참여 확대 필요성을 제시한 바 있다. 기술, 안보, 통상 이슈가 복합적으로 얽힌 사안인 만큼 보다 종합적인 판단 체계가 필요하다는 분석이다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

LG U+, ‘로밍패스’ 데이터 최대 2배 확대

기존 프로모션, 정규 요금제에 반영 연휴 기간 해외여행 비용 부담 완화



LG유플러스가 대표 상품인 ‘로밍패스’의 데이터 제공량을 최대 2배 상향하는 개편을 진행하고 6일 밝혔다. 사진은 LG유플러스 직원이 5월 1일부터 확대하는 데이터 제공량을 소개하고 있는 모습. /LG유플러스

LG유플러스는 대표 로밍 상품 ‘로밍패스’의 데이터 제공량을 최대 2배 확대하는 개편을 실시한다고 6일 밝혔다. 개편 요금제는 다음달 1일부터 적용된다.

이번 개편은 기존 프로모션으로 제공하던 ‘데이터 2배’ 혜택을 정규 요금제에 반영한 것이 핵심이다. 해외에서도 데이터 이용 부담을 낮추는 데 초점을 맞췄다.

회사 측은 유통할증료와 환율 상승으로 여행 비용 부담이 커진 상황에서 연휴 기간 해외여행 수요에 대응하기 위한 조치라고 설명했다.

로밍패스는 eSIM이나 현지 유심 대

비 안정적인 연결과 고객 지원을 제공하는 점을 차별화 요소로 제시했다. 가입 시 제공되는 안내 문자도 개편해 로밍 관련 정보를 간결하게 확인할 수 있

도록 했다. 일부 요금제 이용자에게는 기내 와이파이 이용권과 항공 지연 보상 보험도 제공된다.

/김서현 기자 seoh@

LG CNS, 한은 ‘프로젝트 한강’ 2단계 참여

예금 토근 결제·재정 시스템 고도화

LG CNS는 한국은행이 추진하는 기관용 디지털화폐 실증 사업 ‘프로젝트 한강’ 2단계에 참여해 예금 토근 기반 결제·재정 집행 시스템 고도화에 나선다고 6일 밝혔다.

‘프로젝트 한강’은 한국은행과 정부, 은행권이 협력해 예금 토근을 결제수단 및 재정 집행 수단으로 활용할 수 있는 지 검증하는 사업이다. LG CNS는 1단계에 이어 2단계에서도 주사업자로 참여해 시스템 운영과 고도화를 담당한다.

2단계에서는 예금 토근의 상용화 기반 마련에 초점이 맞춰진다. 특히 예금 토근을 국고보조금 집행에 적용하는 방안이 포함됐다. 정부는 전기차 충전시설 구축 사업 보조금을 예금 토근으로 지급하는

방안을 검토 중이며, 이를 통해 시스템 안정성과 확장성을 점검할 계획이다.

예금 토근이 적용될 경우 집행부터 결제까지 전 과정이 블록체인에 기록돼 투명성이 높아지고, 용도·기간·금액을 설정할 수 있는 디지털 바우처 형태로 운영돼 재정 집행 효율성도 개선될 것으로 예상된다.

LG CNS는 생체인증, 개인 간 송금, 자동 입출금 등 기능을 개발해 이용 편의성을 높였으며, 참여 은행과 사용자도 확대된다. 기존 참여 은행에 더해 BNK 경남은행과 아이엠뱅크가 추가 참여의사를 밝혔다.

이용자는 예금을 토근으로 전환해 오프라인 매장에서 QR코드로 결제할 수 있으며, 편의점, 마트, 커피숍, 서점 등으로 사용자 확대될 예정이다. /김서현 기자

다음 이달 말 텍스트 숏폼 커뮤니티 전면 개편

짧은 글 중심 소셜 피드형 구조

다음은 6일 SNS 형태의 ‘다음 커뮤니티’ 서비스를 4월 말 출시할 계획이라고 밝혔다.

이번 서비스는 짧은 글 중심의 ‘텍스트 숏폼 광장’을 지향한다. 이용자가 최신 트렌드를 빠르게 확인하고 의견을 공유하는 소셜 피드형 구조로 설계했다. 모바일 앱 기반으로 운영하며 기존 다음앱 내 커뮤니티 탭을 전면 개편해 적용한다.

이에 앞서 다음은 지난달 31일까지 ‘커뮤니티 공식 코쿠’ 모임을 마쳤다. 선발 인원은 오는 20일부터 7월 12일까지 활동하며 서비스 사전 테스트에 참여한다. 이를 기반으로 완성도를 높인 뒤 이달 말 정식 공개에 나선다. /최빛나 기자

넥슨 ‘바람의나라’ 30주년… 30억 규모 행사

기념 콘텐츠·대규모 업데이트 단행 게임 아이템·굿즈 제공 행사 병행

넥슨은 6일 대표 온라인 RPG ‘바람의나라’가 지난 5일 서비스 30주년을 맞이했다고 밝혔다.

‘바람의나라’는 세계 최장수 상용화 그래픽 MMORPG로 기네스북에 등재된 작품이다. 1996년 서비스 시작 이후 30년간 운영을 이어오며 국내 온라인 게임 산업의 성장 과정과 궤를 같이해 왔다. 2023년 서비스 1만일을 기록한 데 이어 올해 30주년을 맞으며 장기 서비스 기록을 이어가고 있다.

넥슨은 기념 콘텐츠와 함께 대규모 업데이트를 단행했다. 지난 2일 신규 지역 ‘신라’와 신규 직업 ‘흑화랑’을 추가했다. 근거리와 원거리를 넘나드는 전투 스타일을 적용해 플레이 경험을 확장했

다. 9차 승급과 최대 레벨 949 확장, 신규 레이드 ‘하칸’과 ‘브리트라’ 등 고난도 콘텐츠도 도입했다.

이와 함께 협동 콘텐츠 ‘괴력난신’을 추가해 다수 이용자가 함께 참여하는 플레이 구조를 강화했다. 이용자는 토벌을 통해 ‘신력’을 개방하며 캐릭터 성장 폭을 넓힌다.

30주년 기념 이벤트도 진행한다. 총 30억 규모의 바람포인트 미션 이벤트를 중심으로 게임 아이템과 굿즈를 제공하고 성장 지원 이벤트를 병행한다. 다른 게임과의 크로스 이벤트도 5월까지 이어간다.

IP 확장 전략도 병행한다. 공식 스토어 ‘도토리샵’을 통해 장패드, 키링, 티셔츠 등 굿즈를 선보이고 5월에는 화투 세트, 필름 카메라 등 추가 상품을 공개할 예정이다. 디지털 굿즈도 공식 홈페이지에서 제공한다. /최빛나 기자

“DDP서 ‘카카오프렌즈’ 콘텐츠 만나요”

카카오-서울디자인재단 ‘맞손’

카카오는 6일 재단법인 서울디자인재단과 업무협약을 체결하고 콘텐츠 협력을 통한 디자인 문화 확산에 나선다고 밝혔다.

양사는 지난 3일 서울 중구 동대문디자인플라자에서 협약식을 진행했다. 협약식에는 차강희 서울디자인재단과 카카오 관계자들이 참석했다. 카카오프렌즈 캐릭터 IP와 DDP 공간을 결합한 콘텐츠 협업을 추진해 시민들에게 새로운 문화 경험을 제공한다는 계획이다.

첫 협력으로 양사는 지난달 21일부터 DDP 개관 12주년 기념 축하 영상을 송출하고 있다. 해당 영상은 4월 12일까지 DDP 상설 미디어 전광판에서 상영한다.

이번 협약의 핵심은 카카오프렌즈 IP를 활용한 디지털 콘텐츠 제작이다. 카



카카오는 지난 3일 재단법인 서울디자인재단과 서울 중구 동대문디자인플라자에서 콘텐츠 협약식을 진행했다.

카카오는 캐릭터 기반 미디어 파사드 작품을 제작하고, 서울디자인재단은 이를 12월 17일부터 31일까지 열리는 ‘서울라이트 DDP’에서 선보인다.

서울라이트 DDP는 세계 3대 디자인 어워드 수상과 3D 맵핑 디스플레이 분야 기네스 기록을 보유한 국내 대표 미디어아트 행사다. /최빛나 기자