

AI 시대 인프라 전쟁... 통신3사 “네트워크까지 지원해야”

‘네트워크 고도화 방안’ 간담회
“AIDC 특별법, 투자환경 저해 우려”
정부 정책·세제 지원 확대 요구
11월까지 제도 개선방안 마련

통신 사업자들이 네트워크 투자 재원 확보라는 과제를 안고 있는 가운데, 현재 인공지능 데이터센터(AIDC) 특별법이 예측 가능한 투자 환경을 저해한다는 전문가들의 지적이 제기됐다. 이와 함께, 지속 가능한 수익 구조를 만들려면 이용자들의 편의 향상을 통해 수요를 확대해야 한다는 해결 방안도 제기됐다.

특히 통신 사업자들은 장기적인 투자를 위해 AI 인프라 정책 지원 범위를 확대해야 한다는 입장이지만 정부는 통신사가 정부에 지급하는 비용을 낮춰 투자 여력을 확보하는 것을 목표로 삼아서는 안 된다고 선을 그었다. 다만 투명하고 예측 가능한 정책의 필요성에는 공감했다.

2일 국회 의원회관 제3간담회의실에서 이정한 의원실 주최로 진행된 ‘AI 시대 네트워크 고도화 방안’ 간담회에서 통신3사는 정부에 투자 환경을 만들어 달라고 요청했다. 특히 세제 혜택과 인센티브 제도를



2일 국회 의원회관 제3간담회의실에서 열린 ‘AI 시대 네트워크 고도화 방안’ 간담회에서 산·관·학계 관계자들이 기념 촬영을 하고 있다. /조민선 기자

활성화하고, AI 인프라로 인정되는 영역을 해저케이블, 저궤도 위성망 등으로까지 확대해 지원 범위를 넓혀달라고 강조했다.

KT 서은일 통신정책담당 상무는 특히 AI 인프라를 육·해·공 네트워크로 확대해 보아야 한다고 제안했다. AIDC와 이용자를 연결하는 지상망뿐 아니라 해저케이블과 저궤도 위성망까지 AI 경쟁력을 좌우하는 핵심 기반시설이라는 설명이다.

서 상무는 “해저케이블은 투자 회수에 10년 이상이 걸리고 어민 보상, 인허가와 환경영향평가 등 구축 과정에도 수년이 소요되는 만큼 정부 지원이 필요하다”고 강조했다.

저궤도 위성 역시 재난 대응과 국가 안보 등을 고려해 공공 수요를 초기 투자 촉매로 활용해야 한다고 덧붙였다.

SK텔레콤 신상민 커뮤니케이션센터 정책개발실장은 네트워크를 단순한 통신 시설이 아닌 국가 전략 인프라로 규정해야 한다고 주장했다. 신 실장은 “GPU와 AIDC를 아무리 늘려도 이를 연결하는 네트워크가 뒷받침되지 않으면 AI 인프라의 가치가 제대로 구현되기 어렵다”고 밝혔다.

또한 5G SA와 6G 등 차세대망 투자를 유도하기 위해 네트워크 투자에 대한 재정·제도적 지원을 확대하고, 3G 등 레거시망 정리와 구리선의 광케이블 전환도

함께 추진해야 한다고 설명했다.

LG유플러스 이아영 대외전략담당은 AI 데이터센터와 네트워크를 하나의 ‘투자 패키지’로 묶어야 한다고 주장했다. 국내 AIDC 상당수가 여러 기업이 함께 사용하는 개방형·코로케이션 방식인 만큼 시설을 누가 직접 사용하는지를 기준으로 세제 혜택을 달리해서는 안 된다는 것이다. AI 기업들이 공동으로 활용하는 인프라라면 사업자와 관계없이 동일한 지원 기준을 적용해야 한다고 강조했다.

통신3사의 요구에 과기정통부는 일정 부분 공감하면서도 통신사의 투자 여력이 부족하다”는 전제에는 거리를 뒀다. 홍사

찬 과기정통부 통신정책기획과장은 과거 LTE 투자 과정에서 수익성이 악화된 사례와 최근 일회성 비용 등을 언급하면서도, 현재 통신사가 투자할 여력 자체가 부족하다고 보기는 어렵다는 취지로 설명했다.

홍 과장은 “정부가 단순히 통신사의 비용을 낮춰 투자 여력을 만들어주는 방식보다는 새로운 서비스와 이용자 혜택을 창출하고, 이를 다시 네트워크 투자로 연결하는 구조를 만드는 것이 중요하다”고 말했다.

통신사들이 관심을 보인 세액공제 등 인센티브 확대 가능성에 대해서는 검토 여지를 열어뒀다. AIDC뿐 아니라 네트워크까지 AI 인프라로 볼 것인지, 어떤 투자를 지원 대상으로 삼을 것인지에 대해서는 추가 논의가 필요하다는 입장이다.

장진철 과기정통부 AI데이터센터진흥과장은 세제 혜택이 공공 자원과 직결되는 만큼, 실제 AI 개발에 활용됐다는 점을 확인할 수 있는 기준이 필요하다고 덧붙였다. 과기정통부는 오는 11월까지 업계 의견을 수렴해 구체적인 제도 개선 방안을 마련할 방침이다.

/조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

K-게임, TGS서 서브컬처 신작 ‘격돌’

일본 최대 게임 전시회 ‘도쿄게임쇼’
이용자 반응 확인하고 팬 선점 전략

국내 게임사들이 일본에서 서브컬처 신작 경쟁에 나선다. 넥슨과 엔씨소프트, 넷마블, 스마일게이트 등이 ‘도쿄게임쇼(TGS) 2026’에 서브컬처 신작을 전면에 내세우면서 일본 이용자를 겨냥한 팬덤 선점 경쟁이 달아오르고 있다.

2일 게임업계에 따르면 TGS2026은 오는 17일부터 21일까지 일본 지바현 마쿠하리 멧세에서 열린다. 올해 30주년을 맞은 TGS는 처음으로 행사 기간을 기존 4일에서 5일로 확대했다. 17~18일은 비즈니스 데이, 19~21일은 일반 관람객을 대상으로 운영한다.

특히 올해 국내 주요 게임사들이 서브컬처 신작을 잇달아 TGS 무대에 올리면서 관심이 쏠린다. 일본이 애니메이션과 캐릭터 지식재산권(IP)을 중심으로 강력한 팬덤이 형성된 대표적인 서브컬처 시장인 만큼 신작을 출시하기 전 현지 이용자 반응을 확인하고 초기 팬덤을 확보하려는 전략으로 풀이된다.



엔씨가 신작 ‘아스트라에 오라티오’를 일본 최대 게임 전시회인 도쿄게임쇼에 출품한다. /엔씨

넥슨은 넥슨게임즈가 개발 중인 신작 ‘파레이돌리아’를 TGS에서 처음으로 시연한다. 기존 ‘프로젝트 RX’로 알려졌던 작품으로 ‘블루 아카이브’를 개발한 넥슨 게임즈 IO본부 산하 RX스튜디오가 개발하고 있다. 파레이돌리아는 언리얼 엔진5를 활용한 3차원 그래픽을 기반으로 캐릭터와의 일상과 교감을 강조한 신작이다. 넥슨은 TGS 현장에 게임 속 주요 공간인 ‘타소가리관’을 구현한 부스를 마련하고 게임 시연과 코스프레, 체험 이벤트 등을 통해 현지 이용자와 접점을 확대한다.

엔씨소프트도 서브컬처 신작 ‘아스트라에 오라티오’를 앞세운다. 국내 게임 개발사 디나미스웍이 개발 중인 작품으로 엔

씨는 TGS 현장에 별도의 부스를 마련해 게임을 알릴 계획이다. 엔씨는 TGS에 앞서 지난달 일본에서 열린 대형 동인 행사 ‘모믹마켓108’에도 아스트라에 오라티오를 출품했다. 당시 캐릭터와 세계관을 담은 티저 아트북 등을 선보이며 현지 이용자를 대상으로 게임 알리기에 나섰다.

넷마블은 자체 IP 기반 신작 ‘펄 인 블루’를 출품한다. 캐릭터 수집과 교감을 핵심으로 하는 역할수행게임(RPG)으로 2차원 애니메이션 감성을 살린 그래픽과 연출을 특징으로 내세웠다.

넷마블은 TGS에서 펄 인 블루의 현장 시연과 체험형 콘텐츠를 운영하며 일본 이용자 반응을 확인할 예정이다. 이와 함께 일본 인기 IP를 기반으로 한 ‘샹그릴라 프론티어: 일곱 최강종’과 글로벌 인기 IP를 활용한 ‘나 혼자만 레벨업: 카르마’ 등도 출품해 신작 알리기에 나선다.

스마일게이트도 TGS에 참가해 서브컬처 시장 공략을 이어간다. 출판작 가운데 컨트롤나인이 개발 중인 수집형 RPG ‘미래시: 보이지 않는 미래’를 선보인다.

/최빛나 기자 vitna@



홍범식 LG유플러스 대표(왼쪽)와 에릭 오 작가가 2일 서울 코엑스에서 열린 ‘프리즈 서울 2026’ 현장에서 기념 촬영하고 있다. /LG유플러스

LGU+, ‘프리즈 서울’서 고객 경험 확장

자사 고객 전용 공간 마련
이달 문화복합공간 공개

LG유플러스가 문화 예술 콘텐츠로 고객 경험 확장에 나선다. 글로벌 예술 박람회에 자사 고객 전용 공간을 마련하고 이달 중 새롭게 개편한 문화복합공간을 공개한다.

LG유플러스는 서울 코엑스에서 오는 5일까지 열리는 ‘프리즈 서울 2026’ 공식 파트너로 참여한다고 2일 밝혔다.

이날 홍범식 LG유플러스 대표가 글로벌 예술 박람회 마련한 고객 전용 라운지 현장을 직접 방문했다. 문화예술을 브랜드 경험으로 확장하며 고객 친화적 경영을 강화하는 행보다.

이날 오픈ing 세레모니에서 홍 대표는 “AI 기술이 보편화될수록 창의성, 상상력과 같은 인간 고유의 가치가 더욱 중요해질 것”이라며 “LG유플러스는 사람이 주인공이 되는 ‘사람 중심 AI’를 지향한다”고 말했다. 또 “세계적인 아트페어로 성장한 프리즈 역시 신진 작가와 새로운 창작의 가능성에서 출발했기에 프리즈를 시작으로 새로운 창작 생태계를 만들어가는 것이 이번 파트너십의 의미”라고 강조했다.

‘프리즈’ 행사는 영국 런던에서 2003년 시작한 예술 박람회다. 전 세계 주요 갤러리, 작가, 수집가가 참여해 현대미술 작품

을 전시, 거래한다. 현재까지 뉴욕, 로스앤젤레스 등 주요 도시에서 진행했으며 서울에서는 2022년부터 매년 열리고 있다. 올해 프리즈 서울에서 전 세계 30개국 125개 이상의 갤러리가 참여한다.

LG유플러스는 올해 프리즈 서울에서 처음 선보이는 ‘마티리얼 프랙티스’ 섹션에 공식 후원사로 참여한다. 해당 섹션은 재료 고유의 물성과 장인정신에 주목하며 공예와 동시대 예술, 디자인의 접점을 조명하는 내용이다.

이번 후원을 통해 공예 예술 지원을 통해 AI 시대에도 창작과 감상의 중심에 사람이 있다는 메시지를 전할 계획이다. 또한 예술의 성장과 연결의 가치를 더욱 폭넓게 선보일 예정이다.

전시 기간 LG유플러스 고객을 대상으로 ‘유플러스 라운지’도 운영한다. 애니메이션 감독이자 미디어아티스트 에릭 오와 협력해 순환을 주제로 공간을 구성했다.

관람객들은 대표작 ‘오페라’를 비롯해 서울에서 처음 공개되는 신작을 만나볼 수 있으며, 영상과 공간이 유기적으로 결합된 몰입형 미디어아트 전시를 통해 작품 세계를 입체적으로 경험할 수 있다.

이와 함께 오는 16일 재개관 예정인 ‘유플러스 일상비밀상의틈’의 방향성도 공개한다.

/조민선 기자

네이버, 사우디 DX 사업 전방위 확대

부동산·지방행정·생활 공략

네이버의 사우디아라비아 디지털 전환(DX) 사업이 디지털트윈을 넘어 부동산·지방행정과 생활 서비스 영역으로 확대된다.

네이버클라우드와 사우디NHC이노베이션의 합작법인(JV) 네이버 이노베이션은 리야드에서 열린 글로벌 기술 전시회 ‘LEAP 2026’에서 사우디 부동산 등기관 RER과 부동산·지방행정 분야 DX를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 2일

밝혔다.

RER은 사우디의 토지와 건물 등 부동산 등록 정보를 관리하는 기관이다. 양측은 인공지능(AI)과 스마트지도, 지리공간 기술을 활용해 데이터 품질을 높이고 부동산·지방행정 서비스를 지원하는 방안을 모색한다. 관련 규제 체계에 맞춘 기술 연동과 데이터 교환도 추진한다.

이번 협약은 네이버의 디지털트윈 플랫폼이 최근 사우디 정부의 자치체용 국가 표준 플랫폼으로 승인된 이후 이뤄졌다.

네이버는 2023년 사우디 주요 도시를 대상으로 디지털트윈 플랫폼 구축 사업을 수주해 현지 도시 공간을 디지털 환경에 구현해왔다.

민간 생활 서비스와의 연결도 확대한다. 네이버 이노베이션은 사우디 음식점 검색·예약 플랫폼 ‘WDDK’와도 MOU를 체결했다.

양사는 예약부터 결제·티케팅, 각종 혜택을 하나의 디지털 경험으로 연결하기 위해 플랫폼 연동과 데이터 교환을 추진한다. 공동 레스토랑 예약 솔루션과 디지털 마케팅, 통합형 경험 패키지 등에서도 협력할 예정이다.

/최빛나 기자