

BPA, 선박 추적 전 세계로 확대… 해외 물류거점도 확충

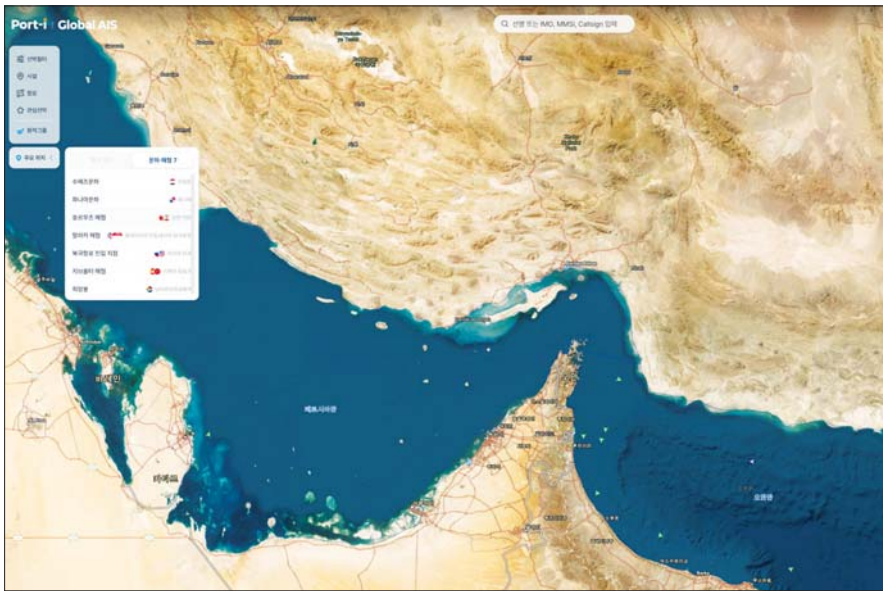
(부산항만공사)

포트아이에 글로벌 AIS 기능 도입
기항 선박 위치·항적 실시간 조회
주요 항만·운하·해협 흐름도 확인
베트남 하이퐁 물류센터 건립 추진
내년 상반기 5번째 해외거점 개장

부산항만공사(BPA)가 선박의 위치를 조회할 수 있는 범위를 기존 국내 연안에서 전 세계 해역으로 넓힌다. 자체적으로 개발한 환적모니터링시스템 ‘포트아이’(Port-i)에 ‘Global AIS(국제 선박자동식별장치)’를 접목했고, 이로써 해외 위치 추적이 가능해졌다.

글로벌 AIS는 전 세계 선박들의 위치 및 항적 등의 정보를 모아 해상 교통상황을 파악하는 시스템이다. 선박에 부착된 선박자동식별장치를 통해 정보를 확보한다.

포트아이는 부산항 전 컨테이너 부두의 작업 상황을 연계·통합한 시스템이다. 선박(배를 대는 접안 장소)·선박·화물의 처



환적모니터링시스템(Port-i) Global AIS 화면 예시. 사진은 호르무즈해협 선박 흐름 현황. /뉴시스

리 현황을 한눈에 모니터링할 수 있다. 이번에 추가된 글로벌 AIS 기능은 ▲부산항 기항 선박의 실시간 위치 조회 ▲2D 평면 지도와 3D 구형 기반의 시각화 ▲선박 위치와 부산항 선석 스케줄의 통합 조회 등의 정보를 제공한다.

포트아이는 그간 부산항 인근 해역의 선박에 한해 위치 정보를 제공해 왔다. 이번 Global AIS 도입으로, 부산항 기항이력이 한 번이라도 있는 선박이라면 세계 어디에 있더라도 위치를 즉각 확인할 수 있게 됐다. 특히, 전 세계 선박 중 부산항

에 입항할 선박만 선별해 지도 위에 표시한다. 선박 위치와 선석(접안) 스케줄을 여러 사이트를 방문할 필요 없이 한 화면에서 함께 확인할 수 있다.

아울러 글로벌 주요 항구와 파나마·수에즈 운하, 호르무즈 해협 등 주요 해상 구간에 있는 선박의 흐름을 확인할 수 있다. ▲관심 선박 등록 ▲기간별 항적 조회 ▲항로별 기항 순서 및 항구별 입항예정 선박 조회 등의 부가 기능도 지원한다.

포트 아이의 기능은 부산항 항만물류 통합플랫폼인 ‘체인포털’에서 무료로 이용할 수 있다.

송상근 부산항만공사 사장은 “이번 글로벌 AIS 도입으로 포트아이의 시야가 부산항을 넘어 전 세계 바다로 넓어졌다”라며 “북극항로 등 새로운 바닷길에 대한 관심이 커지는 만큼, 앞으로도 현장의 목소리를 지속적으로 청취해 부산항의 디지털 플랫폼을 고도화하겠다”고 말했다.

BPA의 이 같은 세계화 전략에는 해외 물류센터 건립도 포함돼 있다. 주력 사업

중 하나다.

공사는 9월29일~10월1일 기간 베트남 하이퐁을 찾아 물류센터 건립현장을 점검했다. 앞서 지난 7월 (주)동방의 베트남 현지 자회사인 동방비나와 하이퐁항 배후 Deep C 산업단지 내 물류센터 공동 운영을 위한 합작투자계약을 체결한 바 있다.

이 물류센터는 부지 1만7183㎡에 연면적 1만310㎡ 규모로 들어선다. 내년 상반기 개장을 목표로 공사가 진행 중이다. 공사의 5번째 해외 물류센터 건립공사이다. 현지 점검단은 지난달 30일 하이퐁에서 합작법인 B&D Global의 제1회 사원총회에 참석했다. 이들은 정관 개정을 비롯해 시공 계약, 법인 재무계획 등 주요 안건을 살폈다.

부산항만공사는 네덜란드 로테르담과, 스페인 바르셀로나, 인도네시아 수라바야·프로볼링고, 미국 로스앤젤레스에 물류센터를 보유하고 있다.

/세종=김연세 기자

kys@metroseoul.co.kr



metro

K-푸드, 인도 입맛 맞춰 현지시장 공략

aT·국내기업 10곳 식품박람회 참가
현지 바이어 향신료 접목 제품 제안
희석식 소주 MOU·수출상담 성과

K-푸드의 인도 시장 진출을 위해서는 현지 향신료와 연계한 상품 개발이 필요하다는 견해가 나왔다. 최근 현지에서 개최된 식품박람회에서는 한국산 주류도 전시됐는데 바이어들은 주정으로 만든 희석식 소주에 관심을 보였다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 국내 농식품 기업 10개사와 함께 지난 9월29일~10월1일 기간 인도 뭄바이에서 열린 B2B 국제식품박람회(Anuga Select India 2026)에 참가했다.

aT에 따르면, 행사장 내 조성된 한국관을 찾은 현지 바이어들은 ‘마살라’ 등 인도 소비자에게 익숙한 향미를 접목한 제품 개발에 대한 의견을 제시했다. K-푸드의 현지화 방안이 요구된다는 것.

국내 기업 관계자들은 바이어들과 면담하고, 현지 소비특성을 반영한 제품 개발 관련해 의견을 나눴다.

aT 관계자는 “이번 한국관은 단순한 제품 전시를 넘어 참가기업과 바이어 간



인도 뭄바이에서 개최된 B2B 국제식품박람회(Anuga Select India 2026)에서 바이어들이 한국산 소주에 대해 문의하고 있다. /aT

실질적인 거래 기회를 만드는 데 중점을 뒀다”며 “박람회 전 온라인 상담을 통해 바이어의 관심 품목과 참가기업 제품 정보를 사전에 공유하고, 현장에서는 관심 바이어와 기업 간 1:1 상담을 연계해 구체적인 수출 협의를 지원했다”고 밝혔다.

‘아누가 셀렉트 인디아’는 세계적인 식품박람회 아누가(ANUGA)의 주최사인

윌트메세에서 주관했다. 식품 제조·유통 업체와 수입·유통 바이어 등이 참여해 현지 시장 동향을 공유하고 새로운 비즈니스 기회를 모색하는 자리다.

한국관에는 신선과일을 비롯해 부각·약과 등 스낵류, 주류, 소스류, 라면, 미숫가루 등 다양한 한국 농식품이 전시됐다. 참가기업들은 현지 수입·유통 바이어를 대상으로 제품 경쟁력과 진출 가능성 등을 타진했다.

참가기업 제품을 활용한 ‘K-푸드 쿠킹쇼’도 열렸다. 떡볶이와 비빔밥, 김밥, 김치전 등 다양한 한식 메뉴를 선보였다. 또 조리 과정과 시식 체험을 통해 한국 식품의 활용법과 식문화에 대한 이해도를 높였다.

한국관 참가기업들은 총 2420만 달러 규모의 수출상담 성과를 거뒀다. 특히 주류 부문에서 희석식 소주에 대한 바이어들의 관심이 업무협약(MOU) 체결로 이어졌다.

aT 관계자는 “위스키 소비가 활발한 인도 주류시장에서 소주가 새로운 선택지가 될 수 있다”고 말했다.

/세종=김연세 기자

농지 전수조사 혼선에 정부 “홍보 미흡”

국감서 송미령 “소통 부족했다”
농지법·농촌 현실 괴리 정비

정부가 농지 전수조사 관련해 설명·홍보가 미흡했다는 점을 인정했다. 송미령 농림축산식품부 장관은 농업인들의 불안 해소를 위한 소통을 확대하겠다고 밝혔다. 7일 서울 여의도 국회에서 열린 농식품부 국정감사에서 더불어민주당 이재관 의원은 농지 전수조사가 현장에서 농지강탈로 인식되는 이유를 따져 물었다.

이에 송 장관은 “저희들이 정말 홍보를 세심하게 잘 못한 듯하다”라고 답했다.

이 의원은 조사 목적과 절차, 결과 활용 방안 등에 대한 사전 설명이 농업인들에게 충분히 전달되지 않았다고 지적했다. 또 조사 결과를 ‘적합·부적합’ 등으로 구분하는 방식이 불안을 더 키웠다고도 했다.

이 의원은, 상속받은 농지를 직접 경작하지 못해 이웃에게 맡기거나 고령으로 다른 사람이 대신 농사를 짓는 경우 등 농촌의 관행이 현행법상 부적합으로 분류된



송미령 농림축산식품부 장관이 7일 국회에서 열린 농식품부 국정감사에 출석해 의원 질의에 답변하고 있다. /뉴시스

다고 했다. 부적합 판정이 이행강제금 부과로 이어지는 것으로 농업인들이 받아들인다는 주장이다.

송 장관은 “현행 규정을 보면 부적합인 것이다. 그래서 현실과 맞지 않는다는 것을 오히려 드러내는 것”이라고 답했다. 현행 농지법과 농촌현실 간 괴리를 언급한 것. 이어 “지금 이게 현행 농지법으로 하면 위반이지만 그 부분은 우리가 정리하겠다고 이야기하고 있다”며 “이번에 정상화·양성화하는 것으로 처음부터 말씀드렸다”고 말했다.

/세종=김연세 기자

K-한류, 캐릭터 굿즈로 영토 확장

코트라·아트박스 LA 팝업스토어 운영

K-뷰티와 K-푸드가 이끌어온 한류 열풍이 캐릭터 굿즈와 디자인 문구 등 신규 소비재 영역으로 확장한다.

대한무역투자진흥공사(코트라)는 디자인 리빙 유통 브랜드 아트박스와 협업해 지난 3일~11일까지 9일간 미국 로스앤젤레스(LA) 멜로즈 애비뉴에서 ‘K-캐릭터 굿즈 팝업스토어’ 쇼케이스 마케팅을 전개했다고 7일 밝혔다. 국내 중소기업 34개사가 참여한 이번 사업은 산업통상부와 코트라가 추진하는 ‘유통기업 해외진출 지원사업’의 일환이다.

행사가 열린 멜로즈 애비뉴는 미국 MZ세대와 글로벌 관광객이 몰리는 LA의 대표적인 쇼핑 명소다. 아트박스, 즐거움을 열다’를 주제로 열린 이번 팝업스토어에서

는 다이어리 꾸미기(다꾸), 포토부스 등 한국 특유의 체험형 콘텐츠를 대거 선보여 현지 소비자들의 호응을 얻었다. 아트박스의 글로벌 홍보대사인 아이돌 그룹 ‘하일릿(ILLIT)’도 현장을 방문해 열기를 더했으며, 행사 기간 중 소비자 및 유통 바이어 등 4000여 명이 찾은 것으로 기대된다.

이번 행사는 브랜드 경험과 공유를 중시하는 미국 MZ세대의 ‘경험형 소비’ 및 취향 기반 ‘컬렉터블(수집품) 시장’의 성장세를 타깃으로 기획됐다. 열쇠고리, 블라인드박스 등 개성을 표현하는 소형 굿즈 수요가 급증하는 현지 트렌드를 정밀하게 겨냥했다는 평가다. 코트라는 이번 팝업에서 확보한 데이터와 현지 반응을 기반으로 캐릭터 굿즈를 K-소비재의 신규 수출 동력으로 육성할 계획이다.

/세종=한용수 기자 hys@

AI로 화학물질 위해성평가 70% 단축

국립환경과학원, 독성분석 자동화
연간 평가물량 대폭 확대 기대

수백 쪽에 달하는 국내의 독성 보고서를 일일이 찾아 검토하느라 장기간이 소요되던 화학물질 위해성평가 업무에 인공지능(AI) 기술이 도입된다. 평가 시간이 대폭 줄어들고 처리 물량이 대폭 늘어나 화학물질 안전관리 체계에 전기를 마련할 것으로 기대된다.

기후에너지환경부 소속 국립환경과학원은 7일 화학물질 위해성평가에 쓰이는 유해성(독성) 자료를 AI가 자동으로 수집·추출해 데이터베이스(DB)로 구축하는

기술을 개발하고, 이날 국제 특허를 출원한다고 밝혔다. 해당 기술은 이미 국내 특허 등록을 마쳤다.

위해성평가는 화학물질의 독성과 노출 정도를 종합 분석해 위험도를 판단하는 절차다. 그간 유해성 확인부터 용량·반응 평가, 노출평가, 위해도 결정에 이르는 전 과정을 전문가들이 수작업으로 진행해 한 해에 평가할 수 있는 물질 수가 연간 15종 안팎으로 제한적이었다.

이번에 개발된 기술은 위해성평가의 첫 단계인 ‘유해성 확인’을 자동화했다. AI가 해외 기관 누리집에 자동 접속해 원문(PDF)을 저장하고, 목차 구조를 스캐닝해

인체·생태 유해성 항목을 탐지한 뒤 표와 설명글에서 독성 값을 정형화해 추출한다. 특히 평가자가 인공지능이 추출한 자료를 즉시 원문과 대조할 수 있어 신뢰성과 타당성을 높였다.

국립환경과학원은 시범 모델인 ‘아톰(ATOM)’을 통해 유럽연합(EU) 등의 보고서 분석에 이 기술을 적용 중이다. 향후 2030년까지 노출평가와 위해도 결정, 보고서 작성 등 전 과정을 자동화해 물질당 평가 소요 시간을 기존 대비 70% 이상 단축할 계획이다.

국립환경과학원은 이 같은 성과를 바탕으로 미국, 일본 등 10개국 정부, 경제협력개발기구 등과 협력해 유해성 평가를 가속화할 예정이다.

/세종=한용수 기자