

“세계 최초 5G는 ‘경제 고속도로’... ‘제2벤처붐’ 기회로”

文 대통령 5G 상용화 행사 참석

2026년 일자리 60여 만개 만들고 730억불 수출, 세계 15% 점유 목표 민간과 30조 투자해 5G전국망 구축

“우리는 세계 최초로 ‘5G 상용화’에 성공했다.”

문재인 대통령이 8일 오전 서울 올림픽공원에서 열린 ‘세계 최초 5G 상용화-대한민국이 시작합니다’ 행사에 참석해 언급한 발언이다. 문 대통령은 “이동통신 3사(KT-SK텔레콤-LG텔레콤)가 상용화 서비스를 시작했다. (5G 상용화는) 세계 최초 초고속인터넷 상용화에 이은 또 하나의 쾌거”라면서 이렇게 말했다. 문 대통령이 언급한 ‘5G’는 5세대 이동통신의 약자로 4G(4세대 이동통신, LTE)보다 빠른 전송속도를 갖춘 게 특징이다. 초고속-초고용량 전송 서비스 구현이 가능하단 얘기도 하다.

문 대통령은 “자율주행자동차와 스



문재인 대통령이 8일 서울 올림픽공원에서 열린 5G 상용화 행사에 참석한 모습. /연합뉴스

마트공장을 비롯해 데이터 통신을 이용하는 분야는 향후 급속도로 늘어날 것”이라며 “자동차가 많아질수록 더 넓은 길이 필요한 것처럼 데이터를 주고받는 이동통신망도 더 넓고 빠른 길이 필요하다. 4G보다 속도는 20배, 기기(전자제품)는 10배 늘어나고 지연속도는 10

분의 1로 줄어든 ‘통신 고속도로’가 바로 5G”라고 했다.

문 대통령은 “경제에서도 5G는 고속도로로 비견될 수 있다. 산업화 시대 때 고속도로가 우리경제의 대동맥이 됐듯, 4차 산업혁명 시대에는 방대한 데이터를 초고속-초연결 5G 이동통신이 우

리 산업과 경제에 새로운 기회를 만들어 줄 것”이라고도 했다.

즉 5G 시대의 개막은 통신기능에 한정됐던 4G와 달리, 전 산업계의 디지털 혁신을 선도 가능하게 한다는 점을 문 대통령이 부각시킨 것이다.

실제 문 대통령은 우리나라의 세계

최초 5G 상용화를 강조한 후 “5G는 열려 있는 세계”라면서 “5G에 기반한 신산업 생태계는 청년들에게는 새로운 도전의 기회, 국가적으로는 제2벤처붐을 일으키는 기회가 될 것”이라고 했다.

문 대통령은 5G 생태계 조성도 부각시켰다. 문 대통령은 “우리 정부는 국가 차원의 ‘5G 전략’을 추진해 세계 최고의 5G 생태계를 조성하려고 한다. 2026년 세계시장의 15%를 점유하고 양질의 일자리를 60만개 창출, 730억불 수출 달성을 목표로 세웠다”고 했다.

문 대통령은 “정부와 민간이 함께 30조 원 이상을 투자해 5G 전국망을 2022년까지 조기에 구축하고, 자율주행차-로봇-드론-스마트공장 등 5G 기반의 새로운 산업을 육성할 것”이라고도 했다.

한편 문 대통령은 행사 축사 후 유영민 과학기술정보통신부 장관의 ‘5G+ 추진전략’을 청취했다. 문 대통령은 5G 실감형 및 홀로그램 공연, 증강현실 콘서트 등 다양한 5G 서비스를 참관하기도 했다.

/우승준 기자 dn114@metroseoul.co.kr

10대그룹 일자리도 ‘빈부 격차’ ‘업황 따라’ 5곳 늘리고, 줄이고

SK그룹 4만4745명으로 증가율 1위 감소폭, GS그룹(현대重)신세계 順

10대그룹이 지난해 일자리를 소폭 늘린 가운데, 기업별 편차가 큰 것으로 나타났다.

8일 각 사 사업보고서에 따르면 총수가 있는 10대그룹 97개 계열사 상장사는 2018년 65만6477명 직원을 뒀다. 전년(65만2260명) 대비 0.6% 늘어난 수치다.

SK그룹은 가장 증가율이 높았다. 4만4745명으로 전년(4만1873) 대비 6.9% 증가했다. SK하이닉스가 직원수를 2500여명 늘리면서 일자리 창출을 주도했다.

삼성그룹도 19만1677명으로 1년간 일자리를 6106개, 3.3% 확대했다. 삼성전자가 DS부문에서 3000명을 더 늘리는 등으로 10만3011명으로 올라섰고, 다른 계열사에서도 대체로 일자리를 더 만들었다.

그 밖에 현대차그룹(1.9%)과 두산그룹(1.7%)도 더 사람을 뽑았다. 롯데그룹(0.4%)도 소폭 직원수 증가가 있었다.

반면 나머지 5개 그룹은 오히려 일자리를 줄였다. GS그룹이 9.7%로 가장 감소폭이 깊었고, 현대중공업이 7.7%, 신세계가 4.3%로 뒤를 이었다. 한화그룹(1.8%)과 LG그룹(1.0%)도 일자리를 줄였다.

일자리 수 변화는 주력 계열사 실적과 밀접한 관련이 있다는 분석이다. 지난해 초호황이었던 반도체 업종에서 총원이 두드러진 반면, 위기감이 팽배한 중공업과 유통에서는 사람을 내보내기에 바빴다.

LG그룹은 내부적으로도 희비가 엇갈렸다. 스마트폰 시장 정체와 중국 기업들의 추격 등으로 LG이노텍과 LG디스플레이가 각각 25.6%, 8.7%를 줄인 것과 반대로 LG유플러스와 LG화학은 각각 21.8%, 9.5%를 새로 늘렸다. /김재용 기자 juk@

스마트시티 청년창업가에 최대 1억 지원

국토부 스마트시티사업 희망자 모집

국토교통부는 중소벤처기업부 등과 함께 스마트시티 분야 창업에 관심이 있는 청년의 창업도전을 지원하기 위해 일반 시민, 학생 등을 대상으로 공모를 실시한다고 8일 밝혔다.

이번 공모에서 선정된 예비 창업자 110명은 시제품 제작, 마케팅, 맞춤상담(멘토링) 등 초기 창업 소요자금을 바꾸어 형태로 최대 1억원까지 지원받는다.

바우처란 예비 창업자에게 금액한도를 정해 사용권(바우처) 지급하면 예비

창업자 전용 카드를 사용해 제품·서비스 구매 후 승인 신청한 뒤 대금이 판매업체로 이체하는 방식이다.

이번 스마트시티 창업기업 지원사업 참가 희망자는 사업계획서를 작성해 5월 7일 오후 6시까지 k-새싹기업 누리집을 통해 온라인 신청하면 된다.

참가자들은 창업아이템 개발 동기, 사업화 전략, 시장진입 및 성과창출 전략, 대표자 및 팀원의 역량 등에 대한 서류 및 발표평가를 통해 지원대상자 선정 및 사업화자금을 차등 지원받는다. /채신화 기자 csh9101@

“국내기업 디지털 전환 위한 맞춤 공간”

MS ‘테크놀로지센터’ 개소

특정 기업고객만을 위한 공간 맞춤형 솔루션으로 가치 창출 솔루션 경험하고 개발 체험도

마이크로소프트(MS)가 국내기업의 디지털 트랜스포메이션을 도울 마이크로소프트 테크놀로지센터(MTC)를 8일 서울에서 개소했다. 이로써 마이크로소프트는 2016년 사이버 시큐리티센터, 2017년 데이터센터 설립에 이어 3번째로 의미 있는 공간을 국내에서 열게 됐다.

MTC는 국내 기업고객의 디지털 트랜스포메이션을 현실화하고 촉진을 돕는 역할을 하게 된다. 기업에 솔루션을 제안하고 함께 설계를 구상하고, 실제로 증명하는 등 일련의 과정을 거쳐 고객이 최고의 디지털 트랜스포메이션 경험을 할 수 있도록 방법을 제시해주는 공간이다.

한국마이크로소프트 장흥국 부사장은 “현재 디지털 트랜스포메이션을 이루겠다고 말하는 기업은 많은데 제대로 하는 곳은 없다”며 “마이크로소프트 테크놀로지센터는 특정 고객을 위한 맞춤 공간으로, 그 기업이 속한 산업의 세계적 추세, 사례, 혁신적 솔루션을 통해 기업만의 가치를 찾을 수 있도록 하는 공간이 될 것”이라고 강조했다.

실제로 이날 살펴본 MTC는 다양한 제품과 기술이 전시된 일종의 쇼룸처럼 보였지만 마이크로소프트 관계자는 “누구에게나 열린 마케팅이 목적인 공간이 아니며, 특정 고객만을 위해 특화된 공간”이라고 말했다.



한국마이크로소프트 관계자가 MTC에서 향후 예상되는 작업 환경을 보여주고 있다. /구서윤 기자

MTC는 크게 브리핑 공간인 인비저닝 센터, ISV(독립 소프트웨어 판매회사)솔루션 파트너와 함께하는 인터스트리 존, 디벨로프먼트 스위트 등으로 구성된다. 이외에도 마이크로소프트의 솔루션을 직접 경험하고 개발할 수 있는 체험 공간과 정보를 교류할 수 있는 회의실이 있다. 최고의 기술 전문가들로 구성된 전담팀이 고객의 디지털 트랜스포메이션에 필요한 시나리오를 구상해, 마이크로소프트와 파트너의 기술을 결합한 최적의 솔루션을 제공할 계획이다.

예를 들어 자율주행에 관심이 있는 기업이라면 MTC에서 ▲폭스바겐, BMW 등 해외 자동차 기업이 자율주행을 어떻게 준비하고 있는지 살펴보는 과정을 통해 산업에 대해 이해할 수 있고 ▲기업의 목표 달성을 위한 시나리오를 정한 후 ▲자율주행 테스트 중인 차량의 데이터를 가져와서 시뮬레이션을 하는 등 시나리오가 작동하고 검증되는 과정을 통해서 다가올 변화를 느낄 수 있다.

또한 마이크로소프트 테크놀로지

센터 인게이지먼트 글로벌 프로그램을 통해 고객의 요구에 최적의 솔루션을 직간접적으로 체험하고 학습할 수 있도록 지원한다.

마이크로소프트 테크놀로지 센터 인게이지먼트 프로그램은 ▲데모 및 시나리오를 제공하는 전략 브리핑 ▲솔루션 아키텍처 설계 및 매핑을 지원하는 아키텍처 디자인 세션 ▲핸즈온 등의 맞춤형 고객 브리핑을 제공하는 PoC(개념 증명) ▲고객 디스커버리, 브리핑과 핸즈온 체험을 집약한 복합적인 기술 경험 세션인 워크숍 등 다양한 방식으로 진행된다.

고객뿐 아니라 마이크로소프트의 파트너도 의미 있는 가치를 얻을 수 있다.

파트너사는 마이크로소프트와 함께 고객의 디지털 트랜스포메이션에 같이 도움을 줄 뿐만 아니라 공동으로 영업·마케팅할 수 있는 기회가 제공된다. 마이크로소프트는 현재 어도비, 인텔, SAP를 포함해 여러 업체를 파트너로 두고 있다. /구서윤 기자 yuni2514@