

# 활용성 높아진 지도 앱... IT업계, AI 등 기술 고도화 속도

길찾기 넘어 슈퍼앱 생태계 조성

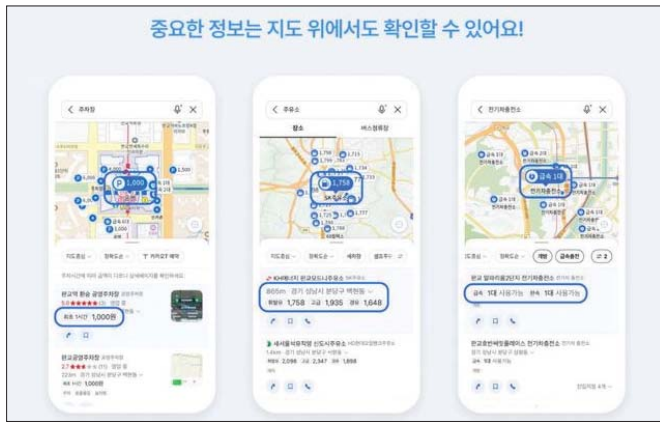
네이버 AI 기반 이용편의성 제고  
카카오 하이퍼로컬 전략 본격화

국내 대표 지도 앱인 네이버 지도와 카카오맵이 이용자 확대를 위한 기술 고도화와 기능 개선에 속도를 내고 있다. 사용자 경험을 강화하기 위한 인공지능(AI) 기술 도입과 직관적 인터페이스(UI) 개편, 목적별 정보 접근성 개선이 두 앱 모두의 공통 전략으로 떠올랐다.

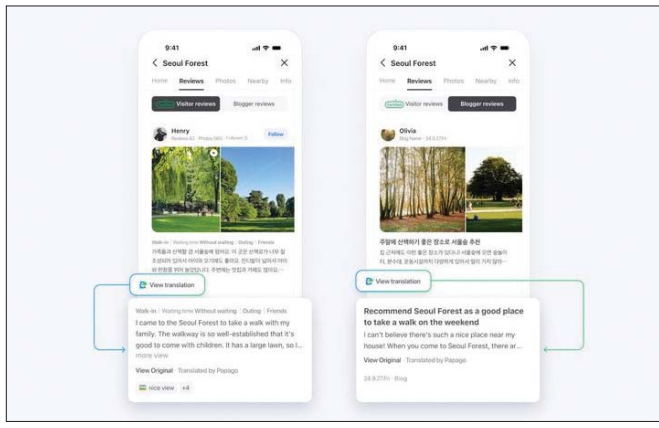
13일 IT 업계에 따르면 네이버와 카카오가 지도 서비스 이용자 확대를 위한 기술 고도화에 힘쓰고 있다.

모바일인덱스에 따르면 지난달 국내 네이버 지도 앱 MAU는 2650만1574명이다. 카카오맵의 경우 월간활성사용자수(MAU)가 1171만 명을 기록해 전월 대비 10.8% 증가했다.

두 앱 모두 AI 기술을 적극 도입하고, 생활밀착형 기능을 강화하며 서비스 다변화에 주력하고 있다. 네이버 지도는 LLM 기반 AI 요약 기술과 외국인 맞춤형 접근성 강화에 주력하고 있



카카오 맵의 공항철도 객차 혼잡도 등을 나타낸 화면의 모습. /카카오



네이버 지도 앱의 플레이스 필터 다국어 번역 시스템의 모습. /네이버

며, 카카오맵은 하이퍼로컬 서비스와 카카오톡 연계를 통한 연결성 강화를 중점으로 하고 있다.

네이버 지도는 올해 MAU 3000만명 달성을 목표로 AI 기술 도입과 외국인 이용자 편의성 강화를 추진 중이다. 네이버는 상반기 중 식당, 숙박, 관광지 등 장소 리뷰를 자동으로 요약해 제공하는 플레이스 특화 AI 기능을 도입할 계획이다. 해당 기능은 도메인별 키워드(맛, 분위기, 시설 등)를 추출하고, 거대언어모델(LLM)을 기반으로 핵심 정보를 자동 요약해 직관적인 장소 선택을 돕는다.

운전자 편의를 위한 기능도 개선됐다. 목적지 주변 주차장 검색, 주차 요금 확인, 예약·결제, 도착 예정 시간에 맞춘 영업 여부 안내 등이 대표적이다. 네이버맵은 내비게이션 점유율이 낮지만, 다양한 차량 이용 기능 확장을 통해 점유율 확대를 노리고 있다.

외국인을 위한 기능도 늘었다. 지난해 말부터는 한국어 리뷰와 필터에 대해 영어·중국어·일본어 번역이 적용됐으며, 네이버페이 상거래 이용 시 필수였던 실명 인증도 별도 인증 방식으로 대체하는 방안을 추진 중이다. 카카오맵은 전문가와 소비자를 연결

하는 '전문가 프로필' 기능을 도입해 동네 기반 생활 서비스로서의 하이퍼로컬 전략을 본격화했다. 이용자는 카카오맵에서 '전문가' 키워드 검색 후 자격 인증이 된 전문가 정보를 확인하고, 카카오톡 '예약하기' 기능과 연동해 상담·예약까지 진행할 수 있다.

실시간 교통 편의 기능도 강화됐다. 지난 1월부터 공항철도 노선에 객차별 혼잡도를 시각화해 제공하며, 공항 이용객들에게 실시간 정보를 제공한다.

이 외에도 검색 결과를 지도뷰·목록뷰·듀얼뷰로 나눠볼 수 있도록 UI를 개편하고, 숙박 필터 기능, 전기차 충전

소·주유소·주차장 정보 등 생활 밀착형 정보를 한 화면에서 확인할 수 있도록 했다.

두 기업의 지도 앱 전쟁 배경에는 지도 앱의 '하이퍼로컬'을 슈퍼앱 생태계로 이어가겠다는 청사진이 깔려 있다. 지도에서 출발해 예약, 상담, 결제, 리뷰로 이어지는 일련의 과정은 각사 플랫폼의 주요 서비스로 연결되며, 이탈률을 낮추는 핵심 축이 된다.

또 지도 앱은 고정밀 위치 정보와 이동 데이터를 기반으로 AI 추천, 상권 분석, 광고 타겟팅 등에 활용 가능한 '데이터 허브' 역할도 수행할 수 있다. 특히 네이버는 외국인 관광객을 겨냥해 지도 기반 상거래 기능을 강화하고 있으며, 카카오는 AI 기반 지역 추천 서비스 'AI 메이트 로컬' 연동을 예고했다.

업계 관계자는 "지도 앱은 더 이상 단순한 길찾기 수단이 아니라, 생활 소비의 시작점이자 모빌리티·상거래·AI를 잇는 핵심 플랫폼으로 진화하고 있다"며 "네이버와 카카오의 지도 경쟁은 플랫폼 주도권을 둘러싼 전초전 성격이 짙다"고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## IT기업 가치평가 도마위... "기대감만 부풀려" LG U+, 재난지역 반려동물 구호 확대

### X-xAI 합병

머스크 "엄청난 잠재력 발휘할 것"  
IT업계 "시장에서 반복되던 레토릭"

일론 머스크가 본인 소유의 인공지능(AI) 스타트업 xAI와 소셜 미디어 플랫폼 X의 합병을 통해 X를 재정 위기에서 구해냈지만, 기업의 시장 가치에 의문을 제기하는 시각이 적지 않다.

머스크는 이번 합병을 두고 "xAI의 첨단 AI 기술과 X의 광범위한 영향력을 결합해 엄청난 잠재력을 발휘할 것"이라고 주장했지만, 시장에서는 '단기적 모면책'에 불과하다는 평가가 나온다.

13일 IT(정보기술) 업계에 따르면, xAI와 X의 합병은 총 1130억달러(약 161조1719억원) 규모로, xAI의 기업 가치는 800억달러, X는 330억달러(총 450억달러에서 부채 120억달러 제외)로 평가됐다.

시장에서는 설립 2년 차에 불과한 xAI가 800억달러라는 높은 가치를 인정 받은 것에 대해 의구심을 드러내고 있다. 작년 11월 마지막 투자 라운드 당시 500억달러였던 xAI의 기업 가치가 60% 급증했고, X의 평가액은 머스크가 지난 2022년 트위터를 인수했을 당시 금액(부채 120억달러 포함 총 440억달러)에 가까워졌다.

LA타임즈는 "이 거래는 머스크가 자기 회사를 또 다른 자기 회사로 인수하는 구조로, 양사 모두 모건스탠리가 대표 자문사 역할을 맡았다"며 "이런 독특한 구조 덕분에 머스크는 투자자들이 반발하지 않는 한 사실상 임의로 가치 평가를 조정할 수 있었던 것"이라고 분석했다.

비현실적인 숫자는 기대에 기반한 평가라는 분석도 나온다. 머스크의 기업에 대한 평가에는 현재의 실적보다 미래 기대치가 더 크게 작용한다는 설명

이다. IT 업계는 머스크의 이 발언을 '시장에서 반복되던 레토릭'으로 평가한다. 실제 투자나 기술 성과 없이 미래에 대한 기대감만 부풀리는 방식이라는 것이다.

LA타임즈는 "머스크의 논리는 다소 허술한 측면이 있다"며 "이런 시너지 효과는 이미 존재하고 있었다"고 지적했다. 머스크의 xAI는 이미 1년 넘게 X 데이터를 활용해 그록을 훈련시켜왔고, 머스크는 X를 통해 그록을 홍보했으며, X의 유료 구독 상품으로 그록 고 급 버전을 판매해왔다.

LA타임즈는 "머스크가 양사를 모두 운영해왔기에 이런 이점들이 위태로워질 일도 없었고 X가 갑자기 경쟁 AI 기업과 손잡을 가능성도 없었다"며 이번 합병의 필요성 자체에 회의적인 시각을 보였다.

/김현정 기자 hik1@

특화 구호소 설치 등 돌봄활동

LG유플러스와 동물자유연대가 재난 지역 반려동물 구호활동 전개 결과를 토대로 향후 활동을 더 강화하기로 했다고 13일 밝혔다.

LG유플러스와 동물자유연대는 지난달 23일부터 지난 4일까지 산불이 발생했던 경남 산청군, 경북 의성군·영덕군·안동시 등에서 개·고양이 등 반려동물 36마리를 구조해 병원으로 이송하고, 의성체육관 인근에 국내 최초로 반려동물 특화 구호소를 설치해 돌봄 활동을 실시했다.

재난 상황에서 동물도 보호가 필요하지만, 현재 반려동물은 이재민을 위해 마련된 임시 대피소에 출입할 수 없다. 이에 LG유플러스 임직원, 동물자유연대 활동가 외에 교육협동조합 세움 활



LG유플러스는 동물자유연대와 함께 영남 재난 지역에서 반려동물 구호활동을 전개했다. 사진은 의성체육관 인근에 설치된 국내 최초 반려동물 특화 구호소의 모습. /LG유플러스

동가, 연암대학교 반려동물학과 학생 자원봉사자 등이 의성체육관 야외 공간에 약 20평 규모로 반려동물 특화 구호소를 구축하고, 동물들을 보호했다.

LG유플러스와 동물자유연대는 향후에도 재난 시 사각지대에 놓인 반려동물 구호를 확대하기 위해 협력을 강화할 계획이다.

/김서현 기자

## 이통3사, 독립운동가 삶 전한다

광복 80주년 기념 V컬러링 기부 캠페인

SK텔레콤, KT, LG유플러스 등 통신 3사가 광복 80주년을 맞아 서경덕 성신여대 교수와 함께 'V컬러링 기부 캠페인'을 전개한다. 이번 캠페인은 V컬러링의 사회적 기능을 강화하는 취지에서 마련됐다. 알려지지 않은 독립운동가들의 삶을 조명하고, 관련 문화유산 보존을 지원하는 데 목적을 두고 있다.

통신3사는 캠페인의 일환으로 4월과 6월 두 차례에 걸쳐 독립운동가를 주체

로 한 영상을 'V컬러링' 공식 유튜브 채널에 공개할 예정이라고 13일 밝혔다.

첫 번째 영상은 4월 11일 임시정부 수립일에 맞춰 공개했고, 김규식 선생의 일대기를 중심으로 구성된다.

해당 영상을 V컬러링으로 설정한 고객은 월 이용료 3300원의 일부를 기부하게 되며, 기부금은 대한민국 임시정부 청사였던 '경교장'의 보존 및 전시 환경 개선에 활용될 예정이다.

또한, 캠페인 참여 고객 중 추첨을 통해 총 15명을 선정, 오는 8월 서경덕 교



V컬러링 기부 캠페인 포스터

수와 함께하는 '독립운동 역사 탐방단'에 참여할 수 있는 기회도 제공된다.

/김서현 기자

## "사이버 위기대응 모의 훈련' 신청하세요"

과기부-KISA 민간 참여기업 모집

과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원(KISA)이 14일부터 내달 2일까지 민간기업의 '2025년 상반기 사이버 위기대응 모의훈련' 참여기업을 모집한다.

이번 훈련은 사이버 공격에 대한 민간부문 대응 체계 강화를 목표로, 디도스(DDoS) 공격, 해킹메일, 기업 홈페이지 모의침투, 취약점 대응 등 실전형 시나리오를 바탕으로 5월 19일부터 30일까지 2주간 진행된다.

훈련 신청은 기업 규모나 업종에 관계없이 누구나 가능하며, 비영리단체도

제한 없이 참여할 수 있다. 특히 이번 훈련부터는 보안 장비 유무와 무관하게 외부 공개 서버를 운영하는 기업도 취약점 대응 훈련에 참여할 수 있도록 개선됐다. 또한, 훈련 종료 후에는 결과 분석과 모범 사례를 공유하는 '강평회'를 개최해 실제 기업 사례를 통한 대응 노하우와 최신 사이버 공격 트렌드를 전파할 예정이다.

정기 훈련 외에도 자체 일정에 따라 훈련이 가능한 '사이버 보안 훈련 플랫폼'을 통해 상시훈련 참여도 가능하다.

기타 자세한 내용은 KISA '보호나라' 홈페이지에서 확인할 수 있다.

/김서현 기자