

구글, 韓 고정밀 지도 데이터 요구… 안보·형평성 논란 제기

구글, 1:5000 축척 지도 요구
일반 소비자 대상 활용엔 과해

美 전쟁 국가엔 구글맵 표시 반복
법인세 회피 의혹… 국내기업 위협

구글이 다시 한 번 한국 정부에 고정밀 지도 데이터의 국외 반출을 요구하면서, 안보·형평성 문제를 둘러싼 논란이 커지고 있다.

구글은 지난 18일 국토교통부 산하 국토지리정보원에 1:5000 축척의 고정밀 한국 지도 데이터 반출을 요구했다. 앞서 미국 무역대표부(USTR)는 지도 반출에 대한 정부의 반출 거부를 두고 “디지털 무역 장벽”이라고 주장하기도 했다. 정부는 우리나라가 세계 유일 분단국가로서 안보 등의 이유를 들어 계속 해외 반출을 거부하고 있다.

20일 <메트로경제> 취재에 따르면 오는 7~8월 중 국토교통부 국토지리정보원이 지도 국외 반출 협의체 회의를 통



구글의 1:5000 축척 지도 반출 요구를 두고 논란이 가라앉지 않고 있다. 일반적으로 1:5000 지도는 토목공사 또는 인프라 설계 등B2B 사업에서 사용 되지만 구글은 자사 구글 맵 정교화를 위해 필요하다는 입장이다.

/챗 GPT로 생성한 이미지

해 최종 결정을 내릴 것으로 알려졌다.

구글이 요구하는 1:5000 축척 지도는 50m 거리를 1cm로 줄여 골목길 모습까지 식별할 수 있는 지도다. 구글은 현재 한국에 대해 1:2만5000 축척 지도를 사용 중이다.

이번 요구는 구글의 세 번째 지도 반출 시도다. 구글 맵을 한국에 론칭하기

전해인 2007년 국가정보원에 1:5000 축척 지도데이터 국외 반출을 요구했으나 거절당했고, 2016년 재차 요구했다. 2016년에는 게임 앱 ‘포켓몬 고’ 출시를 위해서라고 주장했으며 정부는 일부 지역을 흐릿하게 하는 블러(Blur)처리를 조건으로 지도 반출을 허용했다.

문제는 구글이 요구하는 1:5000 축척

지도의 활용 방향과 형평성의 문제다. 구글 측에서 든 주장은 지도 앱 서비스 정교화지만, 일반적인 지도 앱 서비스는 1:2만5000 축척을 사용한다. 1:5000 축척 지도는 B2B 환경에서 인프라 구축, 토목공사 등에 활용되는 수준의 데이터로, 일반 소비자 대상 지도 서비스에 활용하기에는 과하다는 지적이 나온다. 같은 빅테크 기업들인 애플과 마이크로소프트(MS)의 네비게이션 및 지도 서비스도 1:2만5000 축척을 사용 중이다.

구글의 설명이 서비스 목적에 부합하지 않는 만큼, 국가 안보와 관련된 의심이 제기되고 있다. 구글이 팔레스타인, 아프가니스탄 등 미국과 전쟁 중인 국가에 대해 특별히 구글 맵 표시를 반복하는 등의 여러 정황은 구글과 미국의 관계에 대한 의혹을 키울 수밖에 없다.

여기에 더해 구글의 요구에 응할 경우 이후 닥칠 형평성 문제도 크다. 구글의 요구를 들어준다면, 다른 빅테크 기업과 중국의 바이두 등 유력 기업들의 요구 또한 들어주지 않을 수 없게 된다.

더불어, 지도 앱이 정교해질 때 따라오는 부수적인 서비스들이 국내 기업을 위협할 수도 있다. 이미 구글은 법인세 회피 의혹을 받으며 국내 기업과의 세제 형평성에서 큰 우위를 점하고 있다. 지난해 네이버는 3902억원의 법인세를 납부했으나 구글은 2023년 155억원을 납부하는 데 그쳤다. 올해도 비슷할 전망이다. 이는 구글이 앱마켓 수수료, 유튜브 광고 수익, 유튜브 프리미엄 멤버십 요금 등 주요 수입원을 한국 법인인 구글코리아 매출이 아닌 싱가포르 법인의 매출로 계산하기 때문이다. 대신 한국에서 영업하는 구글코리아는 단순히 구글 서비스의 대행만을 하는 기업으로 돼 있다.

IT 관계자는 “국내 기업에 대한 역차별이라는 말이 나오는 이유가 다른 데 있지 않다”며 “우리 기업에 대한 유리한 정황을 마련해달라는 게 아니라, 글로벌 기업들도 같은 환경에서 경쟁하게 해달라는 게 우리의 요구”라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

세대 간 ‘AI 신뢰격차’ 사회적 논쟁 대두

AI 신뢰성 문제, 오래 전부터 지적
대표적 사례로 ‘할루시네이션’ 있어
20대, 친숙도 최고… 불안감은 낮아
40~50대, ‘AI 기술 우려’ 훨씬 높아

인공지능(AI) 모델이 빠르게 대중화되면서, 이를 둘러싼 ‘신뢰의 격차’가 새로운 갈등 요소로 떠오르고 있다. 챗 GPT 등 생성형 AI의 답변을 전적으로 신뢰하는 집단과, 할루시네이션(Hallucination·AI 환각현상) 등의 이유로 AI를 경계하는 집단 간의 인식 차이가 뚜렷해지고 있기 때문이다.

20일 <메트로경제> 취재에 따르면, 최근 AI를 둘러싼 사회적 신뢰 논쟁이 거세지고 있다.

특히 AI 활용에 익숙한 젊은 층과, 이를 경계하는 장년층 사이의 ‘AI 리터러시’ 차이가 직장, 일상 등 다양한 영역에서 갈등으로 표출되고 있다.

AI 모델의 신뢰성 문제는 이미 오래 전부터 지적돼 왔다.

대표적인 사례가 바로 ‘할루시네이션’이다. 이는 AI가 잘못된 정보를 사

실처럼 생성하는 현상으로, ▲학습 데이터의 부족 ▲데이터 편향 ▲모델의 잘못된 전제 ▲문맥 오해 등이 주요 원인으로 꼽힌다.

AI 모델은 기본적으로 ‘모든 질문에 답하려는’ 구조를 갖고 있어, 학습 범위를 벗어난 질문에도 확률적으로 그럴듯한 답변을 만들어낸다. 하지만 이 과정에서 오답이 자주 발생하면서, AI에 대한 맹신에 우려를 제기하는 목소리도 커지고 있다.

직장인 김나영(38) 씨는 “회사 동료 중 한 명이 챗GPT 전도사처럼 굴고 있다”며 “이제는 점심 메뉴뿐만 아니라 사업 타당성 검토까지 챗GPT에 맡기자고 한다. 게다가 부하 직원에게도 챗GPT 활용을 강요하는 바람에 스트레스가 크다”고 토로했다.

반면 장준재(61) 씨는 “요즘 친구들 중에도 AI를 공부하거나 도입하려는 사람이 많다”며 “나 역시 대세를 따라야겠다는 생각이 들어 챗GPT를 조금씩 익히고 있다”고 말했다. 그러나 장 씨는 “정작 회사 차원에서는 구체적인 활용 가이드도, 교육도 없어 막막한 상황”이

라고 덧붙였다.

세대 간 인식 차이는 각종 통계에서도 드러난다. 미국 갤럽과 월튼 패밀리 재단의 설문조사에 따르면, 20대 응답자의 30%가 “AI 정보를 자주 신뢰한다”고 답한 반면, 50~60대의 비율은 12%에 그쳤다. 연령대가 높을수록 AI를 신뢰하는 비율이 눈에 띄게 낮은 것이다.

국내 연구도 유사한 결과를 보인다. 한국법제연구원의 보고서에 따르면, 20대는 AI 기술에 대해 가장 높은 친숙도를 보였지만, AI 기술에 대한 ‘불안감’은 2.87점(5점 만점)으로 낮은 편이었다.

반면 40~50대의 우려 수준은 평균 4.12점으로 훨씬 높아, 기술 친숙도와 신뢰감 사이의 간극이 뚜렷했다.

한 IT 업계 관계자는 “AI 활용은 이제 거스를 수 없는 흐름”이라며 “그러나 기술에 대한 과신이나 막연한 불신 모두 문제다. 사용자의 리터러시 수준을 높이기 위한 체계적 교육이 시급하다”고 말했다.

/김서현 기자

카카오모빌리티, 日 스마트택시 인프라 구축

日 택시단체 ‘X Taxi’ 방문

카카오모빌리티는 일본 택시 단체인 ‘X Taxi(크로스 택시)’ 대표단이 지난 17일 오후 판교 카카오모빌리티 본사를 방문해 자율주행 등 미래 모빌리티 기술을 체험하고, ‘스마트 택시 인프라 구축을 위한 디지털 혁신 업무 협약(MOU)’을 맺었다고 20일 밝혔다.

이날 크로스 택시에서는 키요카와 스스무 크로스 택시 대표 등 10여명의 일본 택시 업계 관계자가 함께했다. 크로스 택시는 일본 택시 업계의 혁신을 목표로 지난 2020년 설립된 사단법인이다. 현재 도쿄를 비롯해 홋카이도, 치바현, 가나가와현, 오키나와현 등 일본 전역의 100여개 택시 회사 대표와 주요 관계자가 가입돼 있다.

카카오모빌리티는 정보통신기술(ICT)을 기반으로 한 ‘카카오 T 택시’ 비즈니스 모델을 소개했다. 체계적인 ‘택시 회사 관리 소프트웨어’와 운영 효율화를 위한 ‘무인 배차 키오스크’, 일본보다 한국에 선제 도입된 ‘택시 앱미터기’ 등 카카오모빌리티의 디지털 전환 사례



류공선 카카오모빌리티 대표(오른쪽)와 일본 크로스 택시의 키요카와 스스무 대표가 업무협약식을 마친 뒤 기념사진을 촬영하고 있다.

/카카오모빌리티

와 서비스 운영 노하우를 전파하는 시간을 가졌다.

특히 크로스 택시 대표단은 카카오모빌리티의 자율주행 기술에 주목했다. 카카오모빌리티가 강남·세종·판교·서울·대구·제주 등 다양한 지역에서 진행한 자율주행 실증 경험과 서울시 자율주행 자동차 운송 플랫폼 민간 사업자에 최종 선정돼 운영 중인 ‘서울 자율차’, 디지털 트윈 데이터 구축을 위한 차별화된 기술에 큰 관심을 보였다고 회사 측은 전했다.

/김현정 기자 hjk10@

네이버플러스스토어, 출시 한 달만에 500만 다운로드 돌파

다지털·가전 거래액 두자릿수 증가율

네이버 전용 쇼핑앱 ‘네이버플러스스토어’가 출시 한 달 만에 500만 다운로드를 돌파했다. 초기 ‘슈퍼앱’ 네이버로부터 별도 앱으로 빠져나오는 데서 오던 우려를 잠식시키는데 성공했다는 평가다.

20일 모바일인덱스에 따르면 네이버플러스 스토어가 3월 284만건의 신규 다운로드를 기록했다. 4월 2주차(7~13

일 기준)에는 60만 다운로드를 기록해 챗GPT(95만)에 이어 주간 전체 2위를 차지했다. 월간 기준 다운로드 1위 앱이라는 타이틀과 함께, 오랫동안 쇼핑앱 1위를 유지했던중국계 ‘데루’ (29만)의 다운로드 수를 2배 이상 앞선 수치다.

다운로드 수 못지않게 거래액 성장도 가파르다. 특히 디지털·가전 카테고리에서 두 자릿수 이상의 증가율을 보였고, 일부 제품군은 AI 추천 기능 덕분에 4배 이상 빠른 검색 전환율을 보였다

분석도 있다. AI가 사용자 검색·쇼핑 패턴을 학습해 제품을 제안하는 기능은 에어컨, 노트북, TV 등 고관여 제품군에서 효과를 입증했다.

이밖에 식품·생필품·유아동·펫·미용 카테고리에서도 두 자릿수 성장세가 이어졌다. 네이버는 최근 신선식품 강화를 위해 켈리와의 입점 제휴를 체결했으며, 이를 통해 새벽배송 시스템을 활용한 거래 확대를 노린다는 전략이다.

/김서현 기자

LG U+, 대전 R&D센터서 서비스 품질혁신

지난해 기준 약 16만명 불편 사전차단

LG유플러스가 대전 R&D센터를 중심으로 24시간 품질 테스트 체계를 운영하며 서비스 품질 혁신에 최선을 다하고 있다고 20일 밝혔다.

제품 출시 전·후 품질 테스트는 LG유플러스 ‘대전 R&D 센터’에서 진행된다. 먼저 IPTV 셋톱박스, 와이파이 공유기, 사물인터넷(IoT) 기기 등 다양한 단말의 성능과 안정성을 실제 가정 환경과 유사한 조건에서 시험하며, 출시

전후 모든 단계를 실증 테스트로 검증한다. 특히 고객의 사용 패턴을 반영한 시나리오 기반 테스트와 네트워크·단말 간 연동 시험을 통해 문제를 선제적으로 발견하고 개선한다.

이를 통해 2024년 기준 약 16만명의 고객 불편을 사전에 차단했으며, 향후 AI 기술을 활용해 품질 예측과 대응 효율성을 높일 계획이다.

이 같은 노력은 ‘기본’을 강조하는 LG유플러스 흥분식 대표의 경영 철학과도 일치한다.

/김서현 기자