

‘스마트 시티’ 해외 시장 공략을 위한 길



김병수 | 국토교통과학기술진흥원 원장

우리는 요즘 스마트폰, 스마트카, 스마트키 등 스마트 공화국에서 살고 있다고 해도 과언이 아닐 만큼 ‘스마트(smart)’라는 용어의 홍수 속에 살고 있다.

‘스마트 시티(Smart city)’ 역시 최근 각종 언론, 서적 등을 통해서 자주 접하게 되는 말 중 하나이다. 2000년대 초반 시작된 ‘스마트 그리드’ 연구와 IT 기술의 발전을 바탕으로 도시의 인프라를 네트워크화시키려는 노력의 일환으로 등장한 개념으로 도시의 주요 시설 및 공공 기능을 네트워크로 연결한 미래형 첨단 도시를 의미한다. 선진국에서는 도시의 지속 가능한 성장을 위해 스마트 시티를 새로운 도시 발전 모델로 도입하고 있으며, 최근 중국이 스마트 시티 건설을 정제화하면서 향후 스마트 시티 건설은 전 세계적으로 확대될 것으로 예상되고 있다.

우리나라는 2004년 동탄 신도시에 한국형 스마트 시티인 U-City 개념을 최초로 도입했고, 국토교통부와 국토교통과학기술진흥원은 U-City R&D 사업(2007~13년)을 통하여 통합 플랫폼 등 40여 개 기술을 개발하고, 도시 건설과 ICT 기술이 융·복합된 U-City 산업의 전문 인력 양성도 지원하고 있다. 또한 국토교통과학기술진흥원은 중국의 스마트 시티 건설 확대 정책에 맞춰 지난해 한-중 스마트 시티 추진을 위해 중국 청화대와 업무 협약을 체결하여 ‘한-중 스마트 시티 공동 연구소 설립 추진 협의’, ‘상호 기술 검증’, ‘스마트 시티 기술 발전을 위한 공동 연구’ 등 다양한 업무 협력을 추진하고 있다.

이처럼 국내 스마트 시티는 국가 차원에서도 중요성을 인식하고 적극적으로 추진하고 있는 상황이며, 특히 중국의 스마트 시티 구축 사업은 첨단 ICT 기술력과 노하우를 지닌 국내 기업에 새로운 수출 기회가 될 것으로 전망된다.

따라서 ICT 분야에서 상대적으로 경쟁 우위를 지닌 우리가 해외 스마트 시티 사업의 진출을 확대하기 위해서 기업 입장에서는 관련 보유 기술을 기반으로 사업 영역을 확대하는 것은 물론 해외 시장이 필요로 하는 기술적 수요를 파악하고 제품 및 솔루션의 현지화를 위한 지속적인 노력을 펼쳐야 한다. 아울러, 정부 차원에서는 스마트 시티 관련 기술 수준을 보다 높이기 위한 지원 방안을 확대하는 것은 물론 해외 시장에 대한 종합적인 로드맵을 마련하여 국내 기업이 해외 시장에 진출하여 성공적으로 사업을 수행하고, 이후 사업을 확대할 수 있는 컨설팅 지원도 마련해줄 필요가 있다.

국토 공간의 모든 인프라가 자동화·첨단화되면서 모든 공간이 하나의 시스템으로 연결되는 스마트 시티는 공간 정보의 다양한 서비스를 효율적으로 운영함으로써 방법, 방재 등 국민 안전을 보장하고, 교통망이 거미줄처럼 잘 짜여 있어 공간 이동이 편리하며, 사고 위험도 크게 낮출 수 있을 것으로 보인다. 또한 ICT를 기반으로 다양한 정보를 간편하고 유용하게 제공함으로써 우리 삶의 편익을 보다 높여 줄 것으로 기대를 모으고 있다. CERIK