

네이버 '치지직', 버추얼 시장 정조준... IP·제작환경 마련

국내 버추얼 캐릭터 시장 '대동기' 버추얼휴먼 시장, 내년 약 3.8조 전망
버추얼 스타트업 '스콘' 신규투자
일반 스트리머 위한 인프라 구축

네이버에서 운영하는 인터넷방송 플랫폼 '치지직'이 버추얼 콘텐츠에 드라이브를 걸었다.

네이버는 지난해 2월 게임·서브컬처에 특화된 실시간 방송(라이브 스트리밍) 플랫폼 '트위치'가 한국 서비스를 종료한 후 적극적으로 트위치 유저들의 이동을 유도했다. 같은 실시간 방송 플랫폼인 SOOP(구 아프리카TV)이 특히 e스포츠와 게임 광고 등을 통한 성장세를 이어가는 것과는 다른 행보다.

7일 (메트로경제신문) 취재에 따르면 네이버의 실시간 인터넷방송 플랫폼 치지직이 적극적으로 버추얼 콘텐츠 IP를 확보하고 제작 환경을 마련하며 버추얼 콘텐츠 경쟁력을 강화하고 있다.

버추얼 콘텐츠는 버추얼 캐릭터를 토대로 한 콘텐츠를 말한다. 버추얼 캐릭



네이버 치지직이 서브컬처에 특화된 트위치 서비스 종료 이후 적극적으로 버추얼 콘텐츠 스트리머들을 받아들이고 콘텐츠 경쟁력을 강화하기 위한 투자를 이어가고 있다. 그래픽은 버추얼 캐릭터가 포즈를 취하는 모습. /AI로 생성한 이미지

터는 디지털 기술로 생성된 가상의 인물로, 그래픽·음성·인공지능(AI) 등을 통해 사람과 상호작용할 수 있다.

글로벌 시장조사업체 이머진리서치에 따르면 글로벌 버추얼 캐릭터 시장은 2030년까지 5275억8000만달러(약 686조원) 규모로 확대될 전망으로, 국내는 현재 대동기 수준에 불과해 구체적인 조사가 일천하다. 버추얼 휴먼의 경우 그랜드뷰리서치의 조사에서 2022

년 143억4000만 달러에서 매년 42.6% 성장해 2026년 148억 달러에 달할 것으로 전망했는데, 국내 시장은 2021년 5753억원에서 2026년 약 3조8691억원까지 성장할 전망이다.

네이버는 최근 스타트업 투자조직인 네이버 D2SF(D2 Startup Factory)를 통해 버추얼 IP·콘텐츠 스타트업 '스콘'에 신규 투자했다. 스콘은 버추얼 콘텐츠 제작에 특화된 B2B 솔루션을 제공하

는 동시에, 이를 활용한 자체 버추얼 IP·콘텐츠도 기획 및 매니지먼트 중이다.

스콘은 3D 모션캡처, 라이브 스트리밍 등 버추얼 콘텐츠 제작 및 송출에 특화된 솔루션을 개발해, 웹툰·게임 등 여러 IP 기업에 B2B로 제공해왔다. 자체 스튜디오를 구축함으로써 고품질 콘텐츠를 안정적으로 지원하는 것이 특징이다.

양상환 네이버 D2SF 센터장은 "스콘은 버추얼 산업에서 기획력과 기술력을 두루 갖춘 보기 드문 팀으로, IP 발굴·기획 노하우에 안정적인 콘텐츠 제작 솔루션이 더해져 독보적인 경쟁우위를 갖고 있다"며 "이미 네이버의 버추얼 기술·사업 조직과도 긴밀히 교류하며 협력 중이고, 앞으로 다양한 접점에서 시너지를 만들어갈 계획"이라고 말했다.

또, "네이버 D2SF가 지금까지 투자해온 버추얼 콘텐츠 스타트업들과의 다양한 협업도 기대한다"고 덧붙였다.

콘텐츠 기업 투자뿐 아니라 일반 스트리머들을 위한 인프라도 구축했다. 네이버는 지난 3월 버추얼 콘텐츠 특화 스튜디오인 '모션스테이지'를 정식 공

개하고, 스트리머들의 3D 콘텐츠 제작 편의를 지원하기 시작했다.

모션스테이지는 고품질 3D 콘텐츠를 제작하고자 하는 스트리머들이 적극 활용할 수 있도록 관련 기술력과 전문 인력 등을 지원하는 스튜디오다. 치지직 모션스테이지를 통해 3D 콘텐츠 촬영 전·후반에 걸쳐 실시간으로 시각적 요소들을 결합하고 조작할 수 있도록 지원하는 것이다.

이용을 위한 특별한 자격도 없다. 매달 특정 기간 동안 다음달 스튜디오 활용 인원에 대한 신청을 받고, 이용자를 선정해 모션스테이지가 있는 1784사옥에 초대하고 있다. 치지직에서 버추얼 콘텐츠로 활동중인 스트리머라면, 별도 등급 제한 없이 '루키', '프로', '파트너' 등 모두 이용 가능하다.

치지직 서비스 총괄 김정미 리더는 "치지직 내 버추얼 콘텐츠 시청 수요가 지속 확대되고 있는 만큼, 모션스테이지 오픈이 차별화한 콘텐츠 경험으로 이어질 것으로 보고 인프라를 마련했다"고 말했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

유심사태에 나선 최태원 "위약금 면제 검토"

(SKT 회장)

SKT 해킹사태 일일브리핑 참석
"질책 마땅... 겸허히 받아들일 것"
위약금, 형평성·법적 문제 논의 중

SK텔레콤 중앙 서버 해킹 사건과 관련해 최태원 SK그룹 회장이 결국 고개를 숙였다.

지난 4월, SK텔레콤은 내부 감사를 통해 악성코드로 인한 고객 유심(USIM) 정보 유출 정황을 확인했다. 유출된 정보로 유심 불법 복제 가능성까지 제기되면서 가입자들의 유심 교체가 이어졌다.

7일 최태원 SK그룹 회장은 서울 중구 SKT 본사에서 열린 해킹 사태 관련 일일 브리핑에 참석해 "SK그룹을 대표



최태원 SK그룹 회장이 7일 오전 서울 중구 SK텔레콤 T타워 SUPEX홀에서 SK텔레콤의 해킹 사고와 관련해 대국민 사과를 하고 있다. /뉴스1

해 사과드린다"고 밝혔다. 이어 "고객의 입장에서 살피지 못했고, 저를 비롯한 경영진 모두가 불통 문제에 대해 뼈아프게 반성하고 있다"며 "국회와 정부 기관 등 많은 곳에서의 질책이 마땅한 만큼 겸허히 받아들일 것"이라고 말했다.

이어 최 회장은 오는 15일까지 로밍 고객 유심보호서비스 가입 불가 문제를 해결하겠다고 선언하고 "지금까지 보안을 정보통신 영역으로 생각해 전담팀에 의지했던 문제가 그룹 전반에 얼마나 큰 영향을 끼쳤는지 통감했으며 투자를 늘리겠다"고 말했다. 고객 위약금에 대해서는 "형평성·법적 문제를 같이 검토하기 위해 이사회에서 논의 중"이라고 말했다. /김서현 기자

CJ올리브네트웍스, 인증서 파일 유출

北 해킹조직에 탈취돼 악용 의심

CJ그룹의 IT 인프라를 관리하는 CJ올리브네트웍스의 인증서 파일이 해킹으로 외부로 유출돼 북한 해킹 조직 '김수키(Kimsuky)'에 의해 악용된 정황이 포착됐다.

7일 보안업체에 따르면, 지난달 30일 북한발 악성파일에 CJ올리브네트웍스의 디지털 서명이 포함된 것이 처음으로 확인됐다.

디지털 서명은 소프트웨어 실행파일에 부착돼 사용자에게 해당 파일이 회사에서 만든 정상적인 파일임을 입증하는 용도로 사용된다.

여기서 북한발 악성 파일이 발견된 것은, CJ올리브네트웍스 서명 정보가 북한에 탈취돼 악용됐다고 의심할 수 있는 대목이다.

중국 보안 기업 레드드립팀(RedDrip Team)은 전날 김수키가 탈취한 CJ올리브네트웍스의 전자 서명 정보를 악용해 국책 연구기관인 한국기계연구원을 공격하려 했다는 정황도 함께 공개했다.

CJ올리브네트웍스는 CJ대한통운, CJENM 등 CJ 주요 계열사의 IT 인프라 개발·관리를 담당하는 기업이다. 국내외 제조업 기업을 상대로는 스마트팩토리, 물류 자동화 시스템 등 B2B 솔루션도 제공하고 있다.

CJ올리브네트웍스는 추가 피해를 막기 위해 이날 오전 해당 인증서를 폐기했다. CJ올리브네트웍스 관계자는 "해당 인증서는 소프트웨어 개발·배포 용도로 발급된 것"이라며 "확인 후 오전에 즉시 폐기했으며, 현재 인증서는 유효하지 않은 상황"이라고 전했다. /김현정 기자 hjk1@

LG U+, 가정의달 맞춤 야외활동 혜택 확대

테마파크, 외식, 영화 등 혜택 운영

LG유플러스가 멤버십 프로그램 '유플투블'의 이용 데이터를 분석한 결과, 연령대별로 선호하는 제휴 브랜드에 뚜렷한 차이가 나타났다고 7일 밝혔다.

유플투블은 지난해 4월 도입된 멤버십 프로그램으로, 매월 특정일에 제휴 브랜드의 할인 쿠폰을 'U+멤버십' 앱을 통해 제공한다. 고객은 쿠폰을 다운로드해 유효기간까지 사용할 수 있다.

지난해 4월부터 올해 3월까지의 데이터를 보면 10대는 'CGV' 영화관 혜택을, 20대는 '메가MGC커피'를 가장 많이 이용했다. 30대는 '배스킨라빈스', 40대는 '파리바게뜨', 50대 이상은 '다이소' 이용률이 가장 높았다.

회사 측은 연령대별 소비 패턴이 혜택 선택에 영향을 준 것으로 분석했다.

10대는 여가 활동 위주, 20대는 가성비를 고려한 음료 소비, 30~40대는 가족 단위의 간식 구매, 50대 이상은 생필품 수요가 반영된 결과라는 설명이다.

LG유플러스는 가정의 달 5월을 맞아 세대 간 공통 관심사인 야외 활동 중심의 혜택을 확대했다. '유플투블테마파크응모 이벤트'에선 서울랜드, 레고랜드 등 5개 테마파크 중 선택해 응모할 수 있으며, 추첨을 통해 입장권을 제공한다.

또한 '럭키키워드 검색 이벤트'를 통해 ▲LG 시네빔(1명) ▲투썸플레이스 케이크(10명) ▲롯데리아 버거세트(200명) ▲GS25 단백질 음료(2000명) 등의 경품을 추첨으로 제공한다.

5월 정기 혜택도 강화된다. ▲칭기와 타운 육회 무료(2인 이상 주문 시) ▲피자 55% 할인 ▲맥스카나 9000원 할인 ▲던킨 5000원 할인 외에 ▲LG아트



유플투블 혜택 중 하나인 칭기와타운에서 5월 혜택을 소개하는 모습. /LG유플러스

센터 '백조의 호수' 할인 ▲빛의번개·빛의시어터 기념품 제공 ▲CGV PEAK ERS 클라이밍 50% 할인 ▲롯데시네마 '라이브시네마' 응모 등 문화 혜택도 포함된다.

이와 함께 LG유플러스는 장기 이용 고객을 대상으로 ▲최대 300만원까지 보상하는 '피싱·해킹 안심 서비스' ▲데이터 2GB 쿠폰(최대 6장) 등을 상시 제공하고, 매월 마지막 주 목요일을 '장기 고객데이'로 지정해 추가 혜택을 운영 중이다. /김서현 기자

카카오게임즈, 올해 1분기 실적부진

글로벌 시장 공략 통해 회복 나서

카카오게임즈가 올해 1분기 실적 부진을 겪었다. 카카오게임즈는 구조 개편과 신작 출시에 기반한 글로벌 시장 공략을 통해 2분기 실적 회복에 나선다는 계획이다.

카카오게임즈는 7일 올해 1분기 실적을 발표하고 향후 전략을 밝혔다. 이날 발표된 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 기준 카카오게임즈의 1분기 매출은 약 1229억원으로 전년 동기 대비 31% 감소했고, 영업손실은 약 124억원으로 적자 전환했다. PC온라인 게임 부문 매출은 268억원으로 전년 대비 72% 증가했으나, 모바일 게임 매출은 961억원으로 41% 감소했다.

회사는 신작 공백과 핵심 사업 중심의 구조 재편 기조가 실적에 영향을 준 것으로 분석했다.

카카오게임즈는 '선택과 집중' 전략 아래 본업 경쟁력 강화와 함께 다양한 플랫폼과 장르 기반 신작을 글로벌 시장에 선보일 계획이다. 2분기에는 '오딘: 발할라 라이징'의 글로벌 론칭을 시작으로, 트리플A급 콘솔 기반 액션 RPG '크로노 오디세이'의 글로벌 CBT도 진행한다.

이외에도 '섹션13', '가디스 오더', '갓 세이브 버밍엄', 오픈월드 MMORPG '프로젝트 Q' 등의 출시를 준비 중이며, 서브컬처 시뮬레이션과 캐주얼 장르 신작도 자회사를 통해 연내 공개할 예정이다. /최빛나 기자 vitna@