

올해 국내 게임업계 화두는 ‘콘솔’… 상반기 신작 쏟아진다

대형 IP 앞세운 콘솔 출시 줄지어
산업 차원의 방향 전환 평가도
실제 성과로 이어질지 미지수

2026년을 두고 게임업계에서는 이례적으로 ‘K-콘솔 원년’이라는 표현이 공공연하게 쓰이고 있다. 모바일·온라인 중심이던 국내 게임 산업이 콘솔 시장으로 집단 이동하는 첫 해가 될 수 있다는 판단에서다. 다만, 기대와 달리 실제 성과로 이어질지는 아직 미지수라는 평가도 함께 나온다.

19일 게임업계에 따르면 올해 상반기부터 국내 주요 게임사들의 콘솔 신작 출시와 글로벌 쇼케이스 일정이 연이어 잡혀 있다. 단발성 실험이 아니라, 대형 IP를 앞세운 본격적인 시장 진입이라는 점에서 과거와는 결이 다르다는 분석이다.

◆모바일 이후 10년…콘솔로 방향 튼 이유

국내 게임 산업은 지난 10여 년간 모바일 중심으로 성장했다. 그러나 글로벌 시장에서 수익성과 브랜드 확장 한계가 분명해지면서, 콘솔이 다시 전략



펄어비스는 장기간 개발해온 오픈월드 액션 어드벤처 ‘붉은사막’의 3월 20일 출시를 예고했다. /펄어비스

무대로 떠올랐다. 글로벌 콘솔 시장은 여전히 북미·유럽 중심의 프리미엄 시장으로, 성공 시 IP 가치와 수익 구조가 장기간 유지된다는 장점이 있다.

한 대형 게임사 관계자는 “모바일은 마케팅 비용이 급격히 올라 수익 예측이 어려워졌고, 콘솔은 진입 장벽이 높지만 성공 시 장기 운영이 가능하다”며 “이제는 콘솔을 피해서는 글로벌 게임사를 논할 수 없는 단계”라고 말했다.

◆대형사들, 올해 콘솔로 한꺼번에 몰린다

실제로 올해는 국내 주요 게임사들이 나란히 콘솔 신작을 준비 중이다. 펄어비스는 장기간 개발해온 오픈월드 액션 어드벤처 ‘붉은사막’ 출시를 오는 3월 20일 예고했다. 엔씨소프트는 신규 콘솔 프로젝트를 통해 기존 온라인 MMO RPG 중심 전략에서 변화를 꾀하고 있고, 넷마블과 카카오게임즈 역시 콘솔

기반 대작을 준비 중이다.

과거 일부 콘솔 타이틀이 있었지만, 이처럼 복수의 대형사가 같은 해 글로벌 콘솔 시장을 동시에 노리는 것은 처음이다. 업계에서는 “개별 회사 도전이 아니라 산업 차원의 방향 전환”이라는 평가가 나온다.

◆‘선점 효과’ 노리는 상반기 승부

눈에 띄는 점은 출시 시점이 대부분 상반기에 몰렸다는 점이다. 글로벌 콘솔 시장은 하반기에 북미·유럽 대형 타이틀이 집중되는 경향이 있어, 상반기는 상대적으로 경쟁이 덜하다. 국내 게임사들이 이 구간을 전략적으로 노린 것 아니냐는 해석이 나온다.

증권가 한 연구원은 “한국 게임사들이 서로 눈치를 보기보다, 글로벌 콘솔 시장의 빈 구간을 먼저 차지하려는 흐름”이라며 “초기 성과를 낸 기업이 이후 K-콘솔의 기준점이 될 가능성이 크다”고 말했다.

다만 업계에서는 신중론도 적지 않다. 콘솔 시장은 개발 기간이 길고, 초기 흥행 실패 시 손실 규모도 크다. 실제로 해외에서는 AAA 콘솔 프로젝트(수

백만 장 판매를 목표로, 대규모 예산과 최신 기술을 투입해 개발되는 대작 콘솔 게임 프로젝트)가 출시 직후 성과를 내지 못해 구조조정으로 이어진 사례도 적지 않다.

국내 게임업계 관계자는 “K-콘솔 원년이라는 표현은 상징적으로 의미가 있지만, 성공 여부와는 별개 문제”라며 “올해 결과에 따라 국내 게임사의 글로벌 전략 자체가 다시 조정될 수 있다”고 말했다.

그럼에도 올해가 갖는 의미는 분명하다. 한국 게임사가 모바일·온라인 중심 구조에서 벗어나 콘솔 시장을 본격적으로 공략하는 첫 집단적 시도라는 점에서. 개별 흥행 성과를 넘어, 개발 기준·투자 판단·인력 구조까지 영향을 미칠 가능성이 크다.

게임업계 한 관계자는 “2026년은 어느 회사가 성공하느냐보다, 한국 게임이 콘솔 시장에서 통할 수 있는지를 처음으로 집단 검증받는 해가 될 것”이라며 “이 결과가 향후 5년 전략을 좌우할 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

NHN클라우드, 크래프톤 GPU 팜 구축

클러스터 최종 사업자 선정
인프라 확장·운영 효율 증대

NHN클라우드의 크래프톤의 ‘GPU 클러스터 사업’ 최종 사업자로 선정돼 계약을 체결하고, 서비스형 GPU(GPUaaS) 기반 인프라를 제공한다고 19일 밝혔다.

이번 사업은 크래프톤이 지난해 10월 ‘AI 퍼스트’를 경영 핵심 전략으로 선언한 이후, AI 활용 확대에 따라 증가하는 연산 수요에 대응하기 위해 추진됐다. GPU 클러스터는 AI 플랫폼 고도화와 데이터 통합·자동화 등 중장기 AI 전략을 안정적으로 추진하기 위한 기반으로, GPUaaS를 통해 인프라를 확장하고 운영 효율을 높이는 데 초점을 맞췄다.

NHN클라우드의 이번 사업에서 엔비디아의 최신 GPU인 ‘블랙웰 울트라’ 약 1000장으로 구성된 GPU 팜을 멀티 클러스터 구조로 구축한다. 여기에 XDR-800G급 초고속 인피니밴드 네트워크를 적용해 GPU 간 대용량 데이터를 저지연·고속으로 전송할 수 있도록 설계한다. 이를 통해 다수의 GPU를 동시에 활용하는 환경에서도 데이터 병목을 줄이고, AI 모델 학습과 추론 작업을 안정적으로 운영할 수 있도록 할 계획이다.

또한 GPU 자원을 여러 작업이 함께 사용할 수 있도록 동적 관리 구조를 적용한다. AI 개발, 학습, 추론 등 다양한 작업이 동시에 진행되는 환경에서 GPU 자원을 필요에 따라 배분·조정해 유휴 자원을 최소화하고 클러스터 활용

효율을 높인다는 구상이다. 이 방식은 소규모 AI 개발부터 대규모 LLM 학습까지 작업 규모와 특성에 맞춰 적용될 수 있다.

NHN클라우드의 쿠버네티스와 HPC 환경에 적합한 슬럼(Slurm) 기반 자원 관리 솔루션을 적용한 맞춤형 GPUaaS도 제공한다. 이를 통해 대규모 연산 환경에서도 안정적인 운영을 지원하고, 다양한 AI 개발 도구와 외부 시스템 연동을 통해 개발 및 운영 효율을 높일 계획이다. 해당 GPU인프라는 NHN클라우드 판교 NCC에 구축된다. 판교 NCC는 고집적 연산에 필요한 전력·냉각 인프라와 네트워크 환경을 갖춘 시설로, 대규모 AI 워크로드 처리에 적합하다. 인프라는 오는 7월 구축을 완료하고 본격 가동될 예정이다. /김서현 기자 seoh@

SKT “‘에어’ 100일 기념 100GB 드려요”

신규·번호이동 가입자 대상

SK텔레콤의 자급제 전용 디지털 통신 서비스 ‘에어(air)’가 출시 100일을 맞아 포인트 지급 프로모션을 진행한다.

에어는 2025년 10월 13일 출시된 이후 합리적인 요금 구성과 포인트 혜택, 앱 중심 이용 환경을 앞세워 앱 회원 10만 명을 넘어섰다. 자급제 단말을 사용하는 디지털 세대를 중심으로 이용자가 늘고 있다.

에어는 통신비 부담을 낮추면서도 간편한 이용을 원하는 고객을 겨냥한 서비스다. 5G 데이터 구간을 단순화한 요금제와 앱 내 미션을 통해 적립한 포인트로 요금을 납부하거나 각종 상품을 구매할 수 있는 구조가 특징이다.

포인트는 월 최대 5000포인트까지 요금 납부에 사용할 수 있으며, 포인트샵을 통해 네이버페이 포인트, 편의점·백화점·올리브영 상품권, F&B 상품 등으



로 교환할 수 있다.

출시 100일을 기념해 24일까지 신규 가입자를 대상으로 ‘100일 100GB를 100원에’ 이벤트가 진행된다. 해당 기간 에어로 신규 또는 번호이동 가입 시 추가 포인트가 제공돼 월정액 4만7000원의 5G 100GB 요금제를 첫 달 체감가 100원에 이용할 수 있다. 기존에 제공되던 보너스팩 포인트에 시크릿 포인트를 더해 요금 부담을 낮춘 구성이다. 포인트는 요금 납부와 포인트샵에서 사용할 수 있다. /김서현 기자

콘진원, 콘텐츠 인재양성 로드맵 공개

경력 단계에 맞춰 계획 수립

콘텐츠 업계 예비 창작자와 현업 종사자가 올해 자신에게 맞는 교육 프로그램을 미리 확인하고 준비할 수 있게 됐다. 한국콘텐츠진흥원이 연간 교육 일정을 한눈에 볼 수 있는 통합 로드맵을 처음 공개한 것.

19일 콘진원은 ‘2026년 인재양성사업 교육운영 일정 통합공고’를 통해 총 15개 세부 사업의 교육생 모집 계획을 밝혔다. AI 활용 교육부터 글로벌 콘텐츠 수출 전문인력 양성까지 전 분야를 망라했다. 기존에는 사업별로 공고가 나뉘어 일정 파악이 어려웠으나, 이번 통합공고를 통해 연초에 1년 치 일정을

확인하고 경력 단계에 맞춰 계획을 세울 수 있도록 했다.

올해 핵심 신규 사업은 생성형 AI 교육이다. 콘진원은 ‘AI 특화콘텐츠 아카데미’에 79억 원을 투입해 1000명 이상을 양성한다는 계획을 세웠다. 예비·미숙련 과정은 900명을 대상으로 AI 도구 이론과 실습, 전문가 멘토링을 병행한다. 전문·숙련 과정은 현업 종사자 100명을 선발해 실전 프로젝트 중심으로 사업화 가능한 콘텐츠 제작을 지원한다. 교육생 모집은 3월부터 5월까지 순차적으로 진행된다.

콘진원의 대표 인재양성 사업인 ‘창의인재동반사업’도 올해 97억원 규모로

운영한다. 만 19~34세 예비 창작자 300명을 선발해 영화, 드라마, 웹툰, 음악 등 각 분야 최고 전문가와 1대1 멘토링을 제공한다. 작품 기획부터 제작, 유통까지 전 과정을 밀착 지원하며, 교육생 모집은 4월에 시작한다.

장르별 특화 인력 양성 사업도 산업 수요에 맞춰 세분화했다. OTT 방송영상 분야는 넷플릭스와 협력해 현업 인력 1000명을 대상으로 기획과 후반작업 재교육을 진행한다. 웹툰 분야는 PD 트랙과 지역·소수정예 작가 트랙으로 나눠 총 140명을 선발한다.

게임 분야에서는 ‘게임인재원’이 2월과 6월 두 차례 교육생을 모집한다. 흥륜 콘텐츠인재캠퍼스의 ‘뉴콘텐츠아카데미’는 AI 기반 융복합 콘텐츠 장기과정 2기와 3기를 운영한다.

/최빛나 기자

챗GPT 포 카카오톡으로 ‘나만의 쫄리디’ 완성

카카오, AI 캐릭터 제작 서비스 선포

카카오가 인공지능(AI)을 활용해 사용자가 직접 자신만의 캐릭터를 제작할 수 있는 이색 체험을 선보인다.

카카오는 19일 ‘챗GPT 포 카카오톡’ 서비스를 활용해 ‘나만의 쫄리디’ 캐릭터를 제작할 수 있는 AI 이미지 생성 프로모션을 진행한다고 밝혔다. 이용자가 사진을 업로드하면 AI가 얼굴과 분위기 등 특징을 분석해 ‘쫄리디’ 스타일의 캐릭터 이미지로 자동 변환하는 방식이다.

쫄리디는 니니즈의 대표 캐릭터 쫄리



카카오, ‘ChatGPT for Kakao’로 만드는 AI 이미지 생성 프로모션. /카카오

디 세계관을 확장해 다양한 콘셉트로 재해석한 캐릭터 군단이다. 2024년 첫 공개 이후 카카오 캐릭터 라인업 가운데서도 높은 인지도를 쌓아왔다.

/최빛나 기자