

대형 게임사 '역대급 실적'... 자금 마른 중소형사는 무너진다

중소 개발사, 구조조정·서비스 종료
숏폼에 밀리고 中 공세에 입지 축소
2월 게임 분야 신규투자 87% 급감
세액공제 등 진흥정책 부족 지적

중소 게임사 붕괴와 투자 급감이 겹치며 국내 게임 산업이 대형사 중심 구조로 빠르게 재편되고 있다.

5일 게임업계에 따르면 중소 게임사들의 경영 위기가 확산되면서 국내 게임 산업이 구조적 전환 국면에 들어가고 있다. 넥슨과 크래프톤 등 주요 대형사는 역대급 실적을 이어가지만, 중소 개발사는 자금난과 이용자 감소, 투자 위축이 겹치며 버티기 어려운 환경에 놓였기 때문이다.

실제, 일부 중소 개발사는 신작 출시 이후 자금 부족으로 서비스 축소나 종료에 들어가는 사례가 이어지고 있다. 인력 이탈과 구조조정도 확산 중이다.

업계에서는 "개발 인력 유지 자체가 어



국내 게임산업이 대형사 위주로 재편되면서 중소 게임업체들이 위기를 겪고 있다. /시가 만든 이미지

려운 수준까지 상황이 악화되고 있다"는 평가가 나올 정도다. 일부 상장 게임사 역시 실적 부진이 장기화되며 재무 건전성에 부담이 커지고 있는 상황이다.

이 같은 흐름은 단순한 경기 둔화가 아니라 시장 구조 변화 영향이라는 분석이 지배적이다.

숏폼 영상과 OTT 중심으로 콘텐츠 소비가 재편되면서 게임 이용 시간이 줄어드는 데다, 중국 게임사의 공세가 강화되며 중소 게임사의 입지가 빠르게 축소되고 있다. 게임이 더 이상 동일 산업 내 경쟁이 아니라 전반적인 여가 콘텐츠와 경쟁하는 국면으로 전환된 셈이다.

투자 환경도 급격히 악화되고 있다. 한국벤처캐피탈협회에 따르면 올해 2월 게임 분야 신규 투자 금액은 47억원으로 전년 동기 대비 약 87% 감소했다. 투자 자금이 인공지능(AI)과 바이오 등 다른 성장 산업으로 이동하면서 게임 분야는 후순위로 밀리는 분위기가 뚜렷하다.

문제는 게임 산업 특성상 선투자가 필수라는 점이다. 개발 기간이 길고 흥행 불확실성이 높은 구조에서 투자 감소는 곧 프로젝트 중단과 기업 축소로 이어진다. 업계에서는 이 같은 흐름이 지속될 경우 국내 게임 산업이 소수 대형사 중심으로 재편되고 생태계 다양성이 훼손될 수 있다고 우려하고 있다.

정책 공백도 도마에 오른다. 확률형 아이템 규제 등 이용자 보호 정책은 강화된 반면, 제작 지원과 세제 혜택 등 산업 진흥 정책은 상대적으로 부족하다는 지적이다. 영상·애니메이션 산업처럼 게임 개발 비용에도 세액공제를 적용해야 한다는 요구가 이어지지만 제도화는 지

연되고 있다.

업계 관계자는 "코로나시기와 비교하면 체감 이용자 규모가 크게 줄었다"며 "게임이 영상, SNS, 오프라인 여가와 직접 경쟁하는 구조로 바뀌면서 자본력과 마케팅에서 밀리는 중소 게임사는 생존 자체가 쉽지 않다"고 말한다.

벤처캐피탈 업계 관계자는 "게임은 출시 전에 대규모 자금이 투입되는 고위험 산업인데 최근에는 투자 대비 수익 기대치가 낮다는 인식이 강하다"며 "성과 가능성이 명확한 팀이 아니면 투자 집행이 어려운 상황"이라고 설명한다.

업계 안팎에서는 자금이 구조 전환 대응의 '골든타임'이라는 지적이 나온다. 단순 규제를 넘어 제작 지원, 세제 혜택, 글로벌 진출 지원 등을 포함한 종합 정책이 병행되지 않으면 중소 게임사 기반 자체가 무너질 수 있다는 경고가 커진다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

카카오모빌리티, '피지컬 AI 기업'으로 도약

'자율주행' 주제로 사내 올핸즈 미팅
기존 경쟁력·자율주행기술 고도화
축적 데이터로 빅테크 차별화 확보

카카오모빌리티가 '피지컬 AI 기업' 도약을 목표로 전사 역량 결집에 나선다.

카카오모빌리티는 지난달 30일 판교 사옥에서 '자율주행'을 주제로 사내 올핸즈 미팅을 열고, 조직 내 기술 전략과 방향성을 공유했다고 5일 밝혔다. 이번 회의는 피지컬 AI 부문 신설 이후 처음으로 전사 구성원과 진행한 공식 소통 자리다.

회사를 이끄는 핵심 전략은 기존 서비스 경쟁력과 자율주행 기술의 '동반 고



도약'이다. 카카오모빌리티는 실제 운영 경험에서 축적한 데이터와 고객안전중심서비스 역량을 기반으로, 글로벌 빅테크와 차별화된 경쟁력을 확보한다는 방침이다.

특히 카카오 T 플랫폼 인프라에 자체 자율주행 기술을 결합해 대규모 데이터 파이프라인을 구축하고, E2E 자율주행 모델을 고도화한다. 이를 통해 소프트웨어부터 하드웨어까지 전 영역을 아우르는 통합 기술 체계를 완성한다는 전략이다.

주요 추진 과제로는 ▲고도화된 E2E (엔드 투 엔드) 자율주행 모델 ▲자율주

행 차량 검증 파이프라인 ▲지능형 통합 안전관리 플랫폼 구축을 제시했다.

동시에 외부 자율주행 기업 및 학계와의 협력을 확대해 오픈 생태계 구축에도 속도를 낸다.

김진규 카카오모빌리티 피지컬 AI 부문장(사진)은 "강남 도심에서 실제 여객 운송 서비스를 안정적으로 구현할 수 있는 기술력을 갖춘 기업"이라며 "자율주행 핵심 요소인 플래너를 데이터 기반으로 고도화해 서비스에 순차 적용할 것"이라고 밝혔다. 이어 "카카오 T 데이터와 기술에 피지컬 AI를 결합해 새로운 모빌리티 혁신을 이끌겠다"고 말했다.

/최빛나 기자



지난 2일 데브시스터즈 쿠키앤모어 팝업 현장 대기 등록이 500팀을 넘어선 것으로 집계됐다.

/데브시스터즈

쿠키런 팝업 '쿠키앤모어' 대기 500팀 몰려

데브시스터즈, 쿠키런 IP 확장력 입증

데브시스터즈 '쿠키앤모어' 팝업이 첫 주말부터 대기 500팀을 돌파하며 흥행 조짐을 보이고 있다.

데브시스터즈는 최근 오픈한 쿠키런 디저트 팝업스토어 '쿠키앤모어'가 첫 주말부터 높은 방문객을 끌어모으며 흥행 분위기를 형성한다고 5일 밝혔다.

이번 팝업은 쿠키런 지식재산권(IP)을 기반으로 기획한 오프라인 체험형 공간이다. 서울 송파구 롯데월드몰 지하 1층에 마련했으며, 쿠키런 세계관을 '레시 피 라이브러리' 콘셉트로 재해석해 캐릭

터에서 영감을 받은 디저트를 선보인다.

개장 첫날인 지난 2일 오전부터 현장 대기줄이 형성됐고, 오후 12시 30분 기준 대기 등록이 500팀을 넘어섰다. 첫 주말 동안 르뱅 쿠키 15종과 소울잼 쿠키 세트, 머랭샌드 쿠키 세트 등 주요 상품이 연이어 조기 소진됐다. 회사는 매일 신규 생산 물량을 공급해 재방문 구매가 가능하도록 운영한다.

굿즈 판매도 호조를 보인다. 무작위 꾸끼즈 봉제 키링과 아크릴 에폭시 키링 등 신규 캐릭터 상품이 인기를 끌었고, 기존 비스트 쿠키 피규어 역시 높은 판매량을 기록했다.

/최빛나 기자

카카오게임즈 대학축제 시즌 겨냥 '배틀그라운드' 행사

카카오게임즈가 대학 축제 시즌을 겨냥해 '배틀그라운드' 오프라인 이벤트로 Z세대 접점 확대에 나선다.

카카오게임즈는 5일 대학 축제 시즌을 맞아 오프라인 이벤트 '캠퍼스 치킨 드랍 VOL.2'를 개최한다고 밝혔다.

이번 행사는 크래프톤 산하 펍피 스튜디오가 개발한 'PUBG: 배틀그라운드' 이용자와의 접점을 확대하고 Z세대와의 소통을 강화하기 위해 기획했다. 지난해 행사 흥행을 바탕으로 규모를 키웠으며 '준비 끝에 닭이 온답'을 슬로건으로 내세웠다.

행사는 오는 19일부터 20일까지 서울 시립대학교, 28일부터 29일까지 연세대학교 신촌캠퍼스에서 각각 진행한다. 현장에는 배틀그라운드와 카카오프렌즈 IP를 활용한 체험형 부스를 운영하고, 방문객 참여형 미션 이벤트와 경품 프로그램을 마련한다.

/최빛나 기자

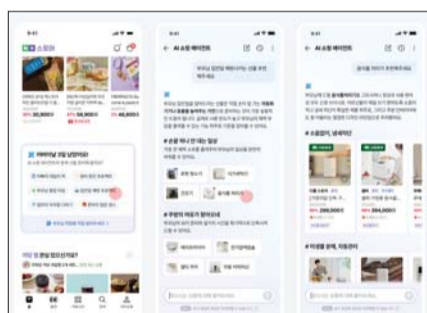
네이버, '선물 에이전트'로 AI쇼핑 강화

일상적 대화 통해 선물 추천 받아

네이버는 5일 가정의 달을 맞아 네이버플러스 스토어 앱에 '선물 에이전트'를 탑재하고 AI 쇼핑 기능을 강화한다고 밝혔다.

이번 기능은 대화형 AI 기반 'AI 선물 에이전트'의 확장 형태로, 사용자가 일상적인 대화를 통해 상황과 취향에 맞는 선물을 추천받을 수 있도록 설계했다. 검색어 입력 없이도 홈 화면에서 '어버 이날 선물 준비' 등 맥락 기반 제안을 먼저 제공하고, 테마형 큐레이션으로 자연스러운 상품 탐색을 유도한다.

사용자가 특정 상황을 입력하면 AI가 쇼핑 데이터와 추천 기술을 결합해 맞춤형 테마를 생성한다. 예를 들어 어린이날, 취미, 가족 선물 등 다양한 상황에 따라 볼록, 보드게임, 홈카페 용품 등 세분화된 추천을 제시한다. 임신 축하나 집들이 등 특수 상황에서도 감성 기반 테마와 함께 적합한 상품을 제안한다.



네이버플러스 스토어 앱 홈 화면에서 선물 에이전트의 선물 아이디어 제안 흐름. /네이버

특히 단순 상품 나열을 넘어 리뷰 데이터와 쇼핑 정보를 분석해 선물용 적합성까지 함께 안내한다. 선물 만족도 리뷰, 공식 스토어 여부, 포장 및 각인 서비스 등 구매 판단에 필요한 요소를 요약 제공한다.

네이버는 이번 기능을 통해 고관여 쇼핑 영역인 '선물' 카테고리에서 AI 추천 경쟁력을 강화한다는 전략이다. 지난 2월 베타 출시 이후 사용자 수와 이용 건수가 증가하고, 추천 상품 클릭 전환율도 상승하는 등 성과를 보이고 있다.

/최빛나 기자

통신3사, 미래 잠재고객 키즈폰 경쟁 치열

포켓몬·산리오·무너 등 IP 결합

국내 이동통신 3사의 키즈폰 경쟁이 한층 치열해질 전망이다.

5일 통신업계에 따르면 최근 키즈폰은 장기 고객을 확보하기 위한 전략 상품으로 떠오르고 있다. 미래 잠재 고객을 선점하고 가족 결합을 통한 가입자 유지가 용이해서다.

특히 위치 확인과 유해물 차단 등 보호 기능이 탑재돼 학부모 수요를 끌어들이고 있다.

키즈폰은 인기 캐릭터 IP와 안전 기능을 결합해 사용 가치를 높인 게 특징이다.

SK텔레콤은 포켓몬 캐릭터를 적용한 'ZEM폰 포켓포스'에 인공지능(AI) 기반 안심 케어 기능을 더해 자녀 위치를 정밀하게 확인할 수 있다.

KT는 산리오 캐릭터 폼폼푸린에 전용 파우치를 더해 상품성을 높였다. 위치 조회와 유해물 차단 기능을 담은 'KT 안심박스' 서비스를 무료 제공해 안전 기능이 강화됐다.

LG유플러스는 자체 캐릭터 '무너'를 적용한 키즈폰에 교육 기능을 결합했다. 국어·영어·수학·과학 학습이 가능한 '유독픽 AI 교육팩'을 탑재해 차별화했다.

/조민선 기자 msjo@