

스마일게이트, 기부 넘어 ‘창의·창작·창업’ 생태계 만든다

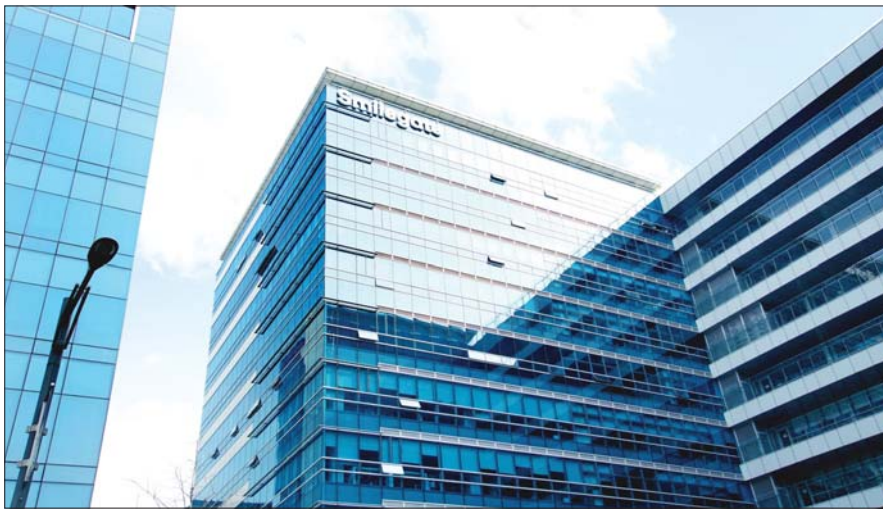
2008년부터 누적 1269억 기부
미래세대 성장 과정 전반 지원
청소년 창의·융합 워크숍 등 운영
SGM 통해 3233명의 창작자 활동

스마일게이트가 ‘창의·창작·창업’으로 이어지는 사회공헌 생태계를 구축하며 미래세대 지원을 이어가고 있다.

10일 스마일게이트에 따르면 이 회사는 2008년 첫 영입이익을 기록한 이후 사회공헌 활동을 본격적으로 시작했다. 초기에는 심장병 아동 수술비와 희망학교 설립 등을 지원했으며 이후 미래세대가 스스로 잠재력을 발견하고 성장할 수 있는 환경을 만드는 방향으로 사회공헌 영역을 확대했다.

이를 바탕으로 스마일게이트는 미래세대가 잠재력을 발견하는 ‘창의’, 직접 무언가를 만드는 ‘창작’, 새로운 기회를 만들어내는 ‘창업’을 연결하는 선순환 구조를 마련했다.

스마일게이트는 2012년 사회공헌재단 희망스튜디오를 설립했으며 퓨처랩과 오



스마일게이트 판교 캠퍼스 전경

/스마일게이트

렌지플래닛 창업재단 등을 통해 관련 사업을 이어가고 있다.

퓨처랩은 창의·창작 교육을 담당한다. 기술과 예술, 인문학을 결합해 청소년들이 스스로 관심을 탐구하고 결과물을 만들어 볼 수 있도록 지원한다.

대표 프로그램은 청소년 창의·융합 워크숍 ‘SEED’다. 청소년들이 주제를 직접 탐구하고 예술가 및 포레들과 협업해 결과물을 만드는 방식으로 진행된다. 지속

가능발전목표와 디지털 기술을 활용해 문제 해결에 도전하는 ‘퓨처비 챌린지’, 자율창작 워크숍 ‘탱커풀’과 ‘탱커버스’, 교육자 커뮤니티 ‘교육자 클럽’ 등도 운영하고 있다.

퓨처랩은 블록 코딩 언어 ‘스크래치’ 개발자인 미첼 레스닉 미국 매사추세츠공과대학(MIT) 미디어랩 교수를 부이사장으로 영입해 창의교육 관련 연구와 프로그램 개발도 진행하고 있다.

청년 창작자 지원도 확대하고 있다. 대표 사업인 ‘스마일게이트 멤버십(SGM)’은 2010년부터 운영된 청년 인디게임 창작 및 스타트업 인큐베이팅 프로그램이다. 창작자들이 동료들과 프로젝트를 완성할 수 있도록 개발 환경과 커뮤니티 등을 지원한다.

지난 16년간 SGM 등을 통해 3233명의 창작자와 756개 창작팀이 활동했다. 이 가운데 5개 팀은 총 3억5000만원의 투자를 유치했다. 어썬피스와 팀타파스, 카셀게임즈 등도 관련 프로그램을 거쳐 개발사로 성장했다.

2022년부터는 인디게임·컬처 페스티벌 ‘비버락스’를 개최하고 있다. 인디게임 창작자가 작품을 소개하고 이용자와 직접 만나는 행사로, 4년간 약 4만4000명의 관객이 참여했다.

창업 단계에서는 오렌지플래닛 창업재단이 역할을 맡는다. 오렌지플래닛은 스타트업에 자본이나 로열티를 요구하지 않고 공간과 멘토링, 네트워크, 클라우드 인프라 등을 지원한다.

2014년 전신인 ‘오렌지팜’으로 출범한

뒤 현재 서울·부산·전주에 거점을 두고 있다. 지난 12년간 400개 이상의 스타트업을 발굴·지원했으며 동문 기업의 누적 기업가치는 4조800억원을 넘어섰다. 기업가치 100억원 이상인 동문 기업은 60곳 이상이며 이들 기업이 만든 일자리는 2700개를 넘어섰다. AB180과 휴먼스케이프, 두브레인,뱅크샐러드 등이 주요 동문 기업이다.

졸업 기업인 ‘패밀리사’를 중심으로 한 커뮤니티도 운영한다. 선배 창업가가 후배 창업가에게 경험을 전달하는 자발적 멘토링과 강연은 누적 600여건에 달한다. 스마일게이트인베스트먼트와 연계해 투자 기회도 제공한다.

스마일게이트는 2008년부터 현재까지 누적 1269억원을 기부했다.

스마일게이트 관계자는 “창의 환경을 조성하고 창작 생태계를 넓히며 창업을 지원하는 각각의 활동을 유기적으로 연결해 미래세대가 새로운 기회를 만들어갈 수 있는 생태계를 구축하고 있다”고 설명했다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

LGU+, ‘보안’ 앞세워 새 성장동력 확보

해외 시장·공공 부문 수요 정조준
운영형 보안 서비스 플랫폼 공급

LG유플러스가 보안 역량을 강화해 시장 확장에 나선다. 국내 이동통신 시장이 포화 상태에 이르자 해외 시장과 공공 부문 수요를 선점한다는 전략이다.

10일 정보통신 업계에 따르면 LG유플러스는 최근 국내 보안 기업 파고네트웍스를 인수해 보안 관제 사업 역량을 내재화했다. 이에 따라 싱가포르 해외 법인을 주축으로 말레이시아, 필리핀 등 동남아시아 7개국 시장도 확보하게 됐다.

핵심 사업은 운영형 보안 서비스(MDR) ‘딥ACT’ 플랫폼 공급이다. 보안 전문가가 플랫폼을 통해 기업의 네트워크를 실시간 감시하고 위협 감지부터 대응까지 전 과정을 수행한다. 앞서 파고네트웍스가 공략해 온 글로벌 금융·제조 분야에 우선 집중할 것으로 보인다.

공공 시장에서도 외연 확장에 나선다.



LG유플러스 용산 사옥 전경.

자체 개발한 통합 계정관리 서비스 ‘알파키’가 클라우드 서비스 보안 인증(CSAP)을 획득했다. 통합 계정관리 서비스로 보안 인증을 갖춘 플랫폼은 국내에서 알파키가 유일하다.

회사가 보안 인증에 공을 들이는 건 높은 정보 보안 수준을 요구하는 정부 기관의 수요를 선점하기 위한 포석으로 해석된다. 지난 2024년 중소·중견 기업 고객을

겨냥해 선보인 알파키를 앞으로는 공공 부문의 디지털 전환을 위한 핵심 사업으로 키울 전망이다.

LG유플러스의 이같은 행보는 글로벌 시장과 국내 공공 부문 수요를 확대하기 위한 전략으로 해석된다. 국내 이동통신 서비스 시장은 이미 포화 상태다. 과학기술정보통신부 유무선 통신 서비스 가입 현황에 따르면 2026월 12월 기준 알뜰폰을 포함한 휴대폰 가입 회선은 5746만개다. 당해 기준 주민등록 인구 5100여명을 넘어선 수치다.

특히 파고네트웍스 인수는 LG유플러스가 2019년 CJ헬로(현 LG헬로비전) 인수 이후 처음으로 단행한 전략적 투자다. 이는 글로벌 보안 시장에서 효율적으로 점유율을 확보하려는 전략적 선택으로 해석된다. 전체 지분의 절반 이상을 확보함에 따라 의사 결정 권한을 일부 확보한 것으로 파악된다. 다만 경영은 파고네트웍스 기존 경영진이 맡는다. /조민선 기자 msp@

SKT, AI로 ‘독립운동가 기억길’ 조성

약 2만명 독립운동가 데이터 활용
서울서 제주까지 총 44.6km로 구성

SK텔레콤이 자체 인공지능(AI) 모델을 활용해 러닝 코스를 개발하고 광복 기념 캠페인에 나선다.

SK텔레콤은 독립기념관과 함께 광복 81주년 기념 캠페인 ‘1만8776명의 독립운동가 기억하길’을 진행한다. 10일 밝혔다.

이번 행사는 전국 주요 도시에 조성한 러닝 코스를 달리며 독립운동가들의 이름을 일상 속에서 기억하자는 취지로 기획했다.

코스 분석을 위해 SK텔레콤의 독자 AI 파운데이션 모델 ‘A.X.K2’를 활용했다. 국가보훈부 공헌전자사료관 기록에 남아있는 1만8776명의 독립 운동가 데이터와 위치 기반 데이터를 결합해 총 10곳에 코스를 만들었다.

러닝 코스는 서울에서 제주까지 전국 주요 도시 내에 총 44.6km로 구성된다. 캠페인에는 정재현 SK텔레콤 CEO를 비롯해 해기수선, 마라토너 이봉주, 독립운동가



정재현 CEO와 가수 선이 종로구에 조성된 ‘독립을 이끈 여성들을 기억하길’ 코스인 새문안교회 앞을 달리고 있다. /SK텔레콤

후손 등이 참여했다. 이들은 앞서 전국 ‘기억하길’ 코스를 달렸으며, 관련 영상은 지난 8일 SK텔레콤 공식 유튜브 채널에 공개됐다. 영상은 독립기념관 내 미디어 큐브에서 한 달간 상영된다.

영상에서 출발점은 정 CEO와 선이 달린 서울 종로구에 조성한 ‘독립을 이끈 여성들을 기억하길’ 코스다. 새문안교회에서 시작해 근우회관 터, 송계월 하숙터를 지나 열린송헌 녹지 광장이 도착지다.

/조민선 기자

KT, NH농협은행 차세대 AICC 구축

고객 응대 품질·상담 운영 효율 강화

KT는 NH농협은행 차세대 인공지능 컨택센터(AICC) 구축 사업을 완료했다고 10일 밝혔다.

이번 사업은 전국 농협은행과 상호 금융 간 상담 시스템을 AI 기반으로 전환하는 사업으로 고객 응대 품질과 상담 운영 효율을 강화가 목표다.

KT는 NH농협은행과 ▲AI 서비스 경험 강화 ▲데이터 기반 고객 여정 최적화 ▲상담지원 업무 고도화 ▲운영관리 업무 등을 핵심 과제로 추진해왔다.

먼저 AI 톨봇을 NH농협은행 핵심 업무 시스템과 연동해 고객 정보와 계좌 정보 조회, 실제 업무 처리 등을 가능하도록

했다. 상담사 연결 없이 AI가 직접 처리하는 업무를 기존 45개에서 180개로 확대하고, 음성인식(STT) 정확도도 약 90%에서 97% 수준으로 높였다. 그 결과 고객 대기 시간과 상담 처리 시간이 기존보다 약 20% 단축됐으며, 상담사의 업무 부담도 줄었다.

다양한 상담 채널을 통합 관리할 수 있는 AICC 운영 포털도 구축했다. 분산된 고객 정보와 상담 이력을 하나의 플랫폼에서 관리할 수 있도록 운영관리 체계를 정비해 고객 응대의 연속성과 일관성을 강화했다. 축적된 상담 데이터를 고객의 의견 분석과 서비스 개선에 활용할 수 있는 기반도 마련했다.

/조민선 기자

그라비티 창사 첫 중간배당 실시

그라비티가 2000년 설립 이후 처음으로 현금 배당을 실시하며 주주환원 강화에 나선다.

그라비티는 지난 7일 이사회 결의를 통해 총 306억원 규모의 2026년도 중간배당 지급을 확정했다고 10일 밝혔다.

이번 중간배당은 그라비티가 2000년 설립 이후 처음 시행하는 현금 배당이다. 주당 배당금은 4400원으로 오는 9월 2일 한국과 미국 주주에게 동시에 지급할 예정이다. 배당 규모는 직전 사업연도 재무제표를 기준으로 배당 가능 재원과 재무 안정성 등을 고려해 결정했다.

그라비티는 앞서 성장 투자와 전략적 투자, 유동성 확보, 주주환원 등을 중심으로 자본 배분 전략을 구축했다. /최빛나 기자

네이버, 시니어 디지털 교육 콘텐츠 개발

디지털 문해 교과서 등 제작

네이버가 국가평생교육진흥원과 손잡고 시니어와 디지털 소외계층의 AI·디지털 활용 역량 강화와 디지털 격차 해소에 나선다.

네이버는 10일 국가평생교육진흥원과 시니어 및 디지털 소외계층의 AI·디지털 역량 강화를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다.

양 기관은 지난 7일 네이버 1784에서 협약식을 열고 AI 대전환 시대에 맞춰 일상 속 AI·디지털 활용 역량을 높이고 디지털 격차를 해소하기 위해 협력하기로 했다.

이번 협약을 통해 AI·디지털 평생교육



(왼쪽부터) 네이버 이윤숙 소기업사업 부문장과 국가평생교육진흥원 김월용 원장. /네이버

콘텐츠를 공동 개발·보급하고 평생교육 기회를 확대한다. 특히 웨일 브라우저를 기반으로 한 디지털 문해 교과서 등을 제작해 네이버소셜 이용법과 웨일 기능 사용법 등 일상생활에 필요한 디지털 서비스 활용법을 제공할 예정이다. /최빛나 기자