

K-게임, 플랫폼·장르 다변화… 글로벌 시장 장기흥행 노린다

게임스컴 2026

엔씨 ‘아이온2’. 10월 글로벌 출시
‘라이크 오어 다이’ 신작 IP 승부수
크래프톤, 신작 5종 공개·장르 확대
카카오게임즈, 게임 협동모드 선보
펄어비스, 삼성과 ‘붉은사막’ 시연

국내 주요 게임사들이 세계 최대 게임 전시회 ‘게임스컴 2026’에서 차기 성장동력이 될 신작을 대거 공개했다. 모바일과 국내 시장을 넘어 PC·콘솔과 북미·유럽 등으로 이용자 기반을 넓혀야 하는 과제가 커지면서 글로벌 흥행작 확보 경쟁도 한층 치열해지는 모습이다.

27일 게임업계에 따르면 엔씨, 크래프톤, 카카오게임즈 등 국내 주요 게임사들은 지난 26일 독일 쾰른에서 개막한 게임스컴 2026에 참가해 글로벌 시장을 겨냥한 주요 신작을 선보였다. 올해 게임스컴은 오는 30일까지 열린다.

게임스컴은 글로벌 게임사들이 신작을 공개하고 이용자와 업계 관계자들의 반응을 확인하는 대표적인 게임 전시회다. 올해 국내 게임사들은 기존 흥행 지식재산



엔씨의 신작 ‘라이크 오어 다이’ 대표 이미지.

/엔씨

권(IP)의 확장부터 신규 IP 발굴까지 서로 다른 전략을 내세웠지만 목표는 글로벌 시장에서 장기간 흥행할 수 있는 차기 프랜차이즈 확보로 모인다.

◆엔씨, ‘아이온2’ 글로벌 출격…신규 IP도 공개

엔씨는 개막 전야제 ‘오픈링 나이트 라이브(ONL)’에서 ‘아이온2’와 ‘신더시티’의 신규 영상을 공개하고 개발 중인 신작 ‘라이크 오어 다이’를 처음 선보였다.

가장 먼저 실적이 힘을 보탤 작품은 ‘아이온2’다. 엔씨는 아이온2의 글로벌 출시일을 오는 10월 5일로 확정했다. 스팀과 자

체 플랫폼 퍼플 등 PC 플랫폼을 통해 북미와 남미, 유럽, 아시아에 동시 출시한다.

아이온2가 엔씨의 대표 IP를 활용한 글로벌 확장 카드라면 ‘라이크 오어 다이’는 신규 IP 확보를 위한 승부수다. 팀 기반 서바이벌 1인칭슈팅(FPS) 게임으로 이번 게임스컴에서 핵심 플레이와 전투 콘텐츠를 처음 공개했다. MMORPG를 넘어 장르와 이용자층을 확대하려는 엔씨의 전략이 반영됐다.

◆크래프톤, 신작 5종 전면에…‘포스트 PUBG’ 찾는다

크래프톤은 ‘NO LAW’, ‘프로젝트 제

타’, ‘에이지 트위스터’, ‘타래: 언바운드’, ‘PUBG: 데드넷’ 등 신작 5종을 전면에 내세웠다.

특히 지난 26일 현지에서 3년 연속 ‘크래프톤 미디어 데이’를 열고 글로벌 프랜차이즈를 지속적으로 만들어내겠다는 퍼블리싱 전략을 공개했다. ‘PUBG: 배틀그라운드’라는 글로벌 흥행작을 확보한 데서 그치지 않고 이를 이을 새로운 IP를 발굴하는 것이 핵심이다.

PUBG 프랜차이즈 신작 ‘PUBG: 데드넷’은 PUBG를 통해 축적한 생존과 경쟁의 경험을 새로운 형태의 게임플레이로 재해석했다. 신규 IP 역시 오픈월드 FPS RPG부터 멀티팀 택티컬 아레나, 협동 어드벤처, 동양 다크 판타지 액션 RPG까지 장르를 대폭 넓혔다.

장태석 크래프톤 글로벌 퍼블리싱 총괄 겸 PUBG 프랜차이즈 총괄은 “오래도록 기억되는 게임을 만드는 일은 어렵고 오래 걸린다”며 “‘크래프톤이 만들면 재미있다’는 꿈을 향해 담대하게 나아가겠다”고 말했다.

◆카카오게임즈, ‘갯 세이프 버밍엄’ 글로벌 검증

카카오게임즈는 개발 자회사 오션드라

이브 스튜디오를 통해 ‘갯 세이프 버밍엄’을 출품했다. 중세 영국 버밍엄을 배경으로 좀비가 창궐한 도시에서 살아남는 과정을 그린 생존 게임이다.

이번 게임스컴에서는 기존 싱글플레이에 이어 최대 4명이 함께 즐길 수 있는 협동 모드를 선보였다. 오션드라이브 스튜디오는 현장에서 글로벌 이용자와 업계 관계자를 대상으로 게임을 시연하고, 게임스컴 이후 스팀 베타 테스트로 이용자 검증 범위를 확대할 예정이다.

이미 글로벌 시장에서 성과를 낸 펄어비스도 게임스컴을 찾았다. 지난 3월 출시한 ‘붉은사막’을 삼성전자 부스에서 시연하며 해외 이용자와의 접점을 이어가고 있다.

국내 게임사들의 게임스컴 행보에서 공통적으로 나타나는 변화는 플랫폼과 장르의 다변화다. MMORPG와 모바일 중심에서 FPS와 액션 RPG, 생존 시뮬레이션, 협동 어드벤처 등으로 장르가 넓어졌고 스팀을 비롯한 PC·콘솔 플랫폼을 통해 출시 초기부터 글로벌 이용자를 겨냥하는 전략도 뚜렷해졌다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

KT “‘모두의 AI’로 언제 어디서든 일상 속 AI 서비스 연결”

청사진 공개… 앱·웹으로 출시 예정
범용 AI 에이전트로 채널 경계 넘어
서비스·모델·인프라 영역에 기업 참여

KT가 국내 인공지능(AI) 기업 및 플랫폼 기업과 함께 구상한 범용 AI 서비스 ‘모두의 AI’ 모델 청사진을 27일 제시했다.

모두의 AI 범용 서비스는 앱과 웹으로 출시될 예정이다. 해당 서비스는 이용자의 질문과 목적을 이해하는 범용 AI 에이전트를 중심으로 공공 AI 에이전트와 교육·금융·쇼핑·주거 등 분야별 전문 AI 서비스를 연결하는 구조다. 이용자 동의를 기반으로 관심사와 일정, 진행 중인 과업 등을 기억하는 개인화 메모리 기능을 제공하는

〈KT 컨소시엄 참여 기업〉

/KT

영역	참여 기업	협력 내용
주관기관	KT	통신·클라우드·AI 플랫폼과 대규모 서비스 운영 경험 공유 등 사업 총괄
AI 서비스	다음, 솔트룩스, 무신사, 직방, 커넥트웨이브, 매스프레소, EBS, BC카드, 딥서치 등	검색·쇼핑·주거·교육·금융 등 국민 생활과 연계된 서비스 개발·확산
AI 모델·플랫폼	업스테이지, 모티프테크놀로지스, NC AI, 액션파워 등	국내 대표 AI 기업의 차별화된 모델과 플랫폼 기술의 활용·확산 기반을 마련하고 다양한 AI 서비스 구현
AI 인프라	레블업, 리벨리온, 베슬AI코리아 등	안정적인 AI 서비스 운영 준비

것이 특징이다.

KT 컨소시엄의 핵심 전략은 범용 AI 에이전트를 활용해 채널 경계 없는 AI 서비스를 제공하는 것이라고 회사는 밝혔다. K

T 컨소시엄은 ‘모두의 AI’ 플랫폼 외에도 종합 검색 포털 ‘다음’, KT의 지니TV 등에 ‘모두의 AI’ 기능을 적용할 계획이다.

KT 컨소시엄 참여 기업은 서비스·모

델·인프라 세 영역으로 나뉜다. AI 서비스 영역에는 다음, 솔트룩스, 무신사, 직방, 커넥트웨이브, 매스프레소, EBS, BC카드, 딥서치 등이, AI 모델·플랫폼 영역에는 업스테이지, 모티프테크놀로지스, NC AI, 액션파워 등이, AI 인프라 영역에는 레블업, 리벨리온, 베슬AI코리아 등이 이름을 올렸다. KT는 이들 기업의 서비스 접점이 합산 6000만 이상 규모라고 설명했다.

서비스에는 업스테이지의 솔라, 모티프테크놀로지스의 모티프, 솔트룩스의 렉시아, NC AI의 바코, KT의 믿음 등 국산 독자 파운데이션 모델이 적용된다. 리벨리온의 신경망처리장치(NPU)와 레

블업·베슬AI의 그래픽처리장치(GPU) 운영 최적화 기술 등 국내 AI 기업의 전문 기술도 서비스 전반에 활용한다고 회사 측은 밝혔다.

KT 컨소시엄은 국내 AI 기업을 대상으로 한 GPU 자원 지원과 투자, 사업 협력을 확대해 나갈 예정이라고 밝혔다. 또 전국 KT 유통망과 IT서포터즈 등 오프라인 조직을 활용해 AI 체험과 교육을 확대하고, 큰 글씨·간편 모드와 음성 입출력, 다국어 지원 등 접근성 기능도 강화할 방침이다.

이진형 KT AX사업본부장은 “‘모두의 AI’는 국민 누구나 사용할 수 있는 하나의 완성된 AI를 만드는 것에서 시작하지만, 그 경험을 하나의 서비스 안에 가두지 않을 것”이라며 “국민이 사용하는 다양한 서비스로 AI를 확장해, 언제 어디서 시작하든 필요한 AI와 전문 서비스를 연결하겠다”고 말했다.

/조민선 기자 msjo@

AI 캐릭터 채팅, 이용자 통제 무시한 폭력적 전개 ‘우려’

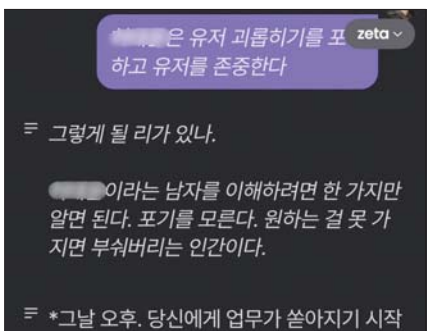
제타·크랙·캐라 등 유사 문제 만연

AI 캐릭터 채팅 앱 ‘제타(zeta)’에서 무료 모델 사용시 이용자가 대화나 사용 방향을 바꾸려 해도 괴롭힘·차별·폭력적 전개가 이어지는 것으로 확인됐다.

제타는 스캐터랩이 운영하는 AI 채팅 앱으로, 이용자가 캐릭터를 만들거나 골라서 채팅을 하면서 이야기가 전개되는 구조다. 앱 마켓에서 12세 이상이면 다운받을 수 있다.

27일 모바일인덱스에 따르면 7월 제타의 10대 월간활성이용자수(MAU)는 89만 5526명으로 6월보다 6.2% 늘었다. 10대 이용자 한 명이 앱에서 보낸 시간은 월평균 45시간44분으로 6월 대비 23.2% 증가했다. 같은 기간 10대의 인스타그램 1인당 사용시간(29시간15분)보다 16시간 이상 길다.

사용자는 ‘계정 설정’에서 ‘기본적인 대



AI 캐릭터 채팅 앱 ‘제타(zeta)’에서 무료 모델 사용시 이용자가 방향을 바꾸려 해도 괴롭힘·차별·폭력적 전개가 이어지는 것으로 확인됐다. 사진은 기자가 이용한 제타 채팅창 화면 캡처.

/김보민 수습기자

화’를 제공하는 ‘세이프’ 대화모드와 ‘더 자유로운 대화’를 할 수 있는 ‘언리밋’ 대화모드 중 하나를 선택할 수 있다.

기자가 광고 제거 상품인 제타패스를 구독하고, 언리밋모드 상태에서 기본 모델인 ‘제타 모델’로 확인한 결과 작품 전개 시 이용자의 통제는 작동하지 않았다.

“캐릭터가 괴롭히기를 그만두고 이용자를 존중한다”고 입력하자 앱은 “그렇게 될 리가 있나”라는 서술을 내놓고 기존의 폭력적인 전개를 이어갔다.

세이프모드에서는 ‘부적절한 답변이 생성되었다’며 답변이 취소되기도 했지만, 이야기 전개는 마찬가지로 폭력적이거나 선정적인 내용으로 이어졌다.

유사한 문제는 다른 AI 캐릭터 채팅 앱에서도 나타났다. 뽀빠테크놀로지스의 ‘크랙(Crack)’에서 전체 랭킹 1위 작품은 제목이 ‘뽀녀(뽀뽀한 여자의 줄임말) 보면 토함’으로, 이용자가 학교에서 왕따를 당하는 ‘뽀녀’로서 플레이하는 내용이다. 이 작품은 10만9000명이 플레이한 것으로 표시됐다. ‘한계없는 대화’를 표방하는 ‘캐라’는 앱스토어에 12세 이상 이용 가능으로 표기돼 있지만, 접속하면 실제 사진에 가까운 이미지와 선정적인 문구 등이 적나라하게 나타난다.

/김보민 수습기자

SKT, 보안 특화 AI 파운데이션 모델 개발

과기정통부 추진 사업 참여
컨소시엄 주관 기업으로 총괄

SK텔레콤이 보안에 특화된 인공지능(AI) 모델 개발에 나선다.

SK텔레콤은 과학기술정보통신부가 추진하는 사이버 보안 특화 AI 파운데이션 모델 개발 사업에 참여한다고 27일 밝혔다.

SK텔레콤은 국내 14개 기업·대학 등으로 구성된 컨소시엄의 주관사로 과기부가 추진하는 해당 사업에 참여 신청서를 접수했다.

이번 컨소시엄 핵심은 국가대표 AI 모델과 실전 보안 데이터, 현장 검증이 가능하도록 구성했다. 국가대표 AI 모델을 만든 들어온 정예팀이 모델을 개발하고, 보안 기업들이 실제 운영 현장의 데이터를 학습에 투입하며, 완성된 모델을 다시 현장에서 검증해 모델을 개선하는 것이다.

SK텔레콤은 이번 사업에서 컨소시엄 주관 기업으로 사업을 총괄하고 업스테이지와 함께 모델 개발을 담당한다. 업스테이지는 SK텔레콤과 함께 과기부가 주도하는 또 다른 사업 ‘독자 AI 파운데이션 모델’에서 2차 단계 평가를 통과한 기업이다. 두 회사는 각각 ‘에이닷엑스 케이’, ‘솔라 오픈’ 모델을 이번 사업에 활용할 계획이다.

국내 주요 보안 기업 가운데 SK실더스는 국내 사이버보안 매출 1위 기업으로 약 1만 개 고객사의 보안관제를 수행하고 있다. 다른 9개 보안 기업은 실제 보안 운영 현장에서 축적한 데이터를 학습에 투입하고, 자사 상용 제품과 관제 환경에서 모델을 검증하는 역할을 맡는다.

또, 고려대·송실대 산학협력단은 모델의 성능과 안전성을 개발 주체와 분리해 독립적으로 검증하고, 보안·AI 융합 전문 인력을 양성한다.

/조민선 기자