

“K-게임 신작 체험에 대기 120분”… 日 이용자 사로잡았다

막 내린 ‘도쿄게임쇼 2026’

전 세계 53개국·1138개 기업 참가
누적 관람객 25만7642명 집계
TGS 비즈니스 매칭 상담 3673건
엔씨소프트·넥슨 등 신작 공개
서브컬처 등 장르 다변화로 공략

30주년을 맞은 일본 최대 게임 전시회 ‘도쿄게임쇼 2026(TGS 2026)’이 막을 내렸다. 사상 처음 닷새 개최를 준비했지만 태풍으로 마지막 날 행사가 취소되면서 나흘간 25만여명의 관람객을 모으며 일정을 마무리했다.

올해 TGS는 참가 규모에서 역대 최대 기록을 세웠다. 전 세계 53개국·지역에서 1138개 기업 및 단체가 참가했다.

21일 TGS를 주최하는 컴퓨터엔터테인먼트협회(CESA)에 따르면 지난 17일부터 20일까지 일본 자바현 마쿠하리 멧세와 TKP 도쿄베이 마쿠하리홀을 찾은 누적 관람객은 25만7642명으로 집계됐다.



도쿄게임쇼 2026.

이는 지난해 26만3101명과 2024년 27만4739명에는 미치지 못하지만 2023년 24만3238명보다는 많다. 게임업계 간 비즈니스 교류도 활발했다. ‘TGS 비즈니스 매칭 시스템’을 통한 상담 건수는 역대 최대인 3673건을 기록했다.

◆30살 TGS, 게임 넘어 IP·팬덤으로
올해 TGS에는 일본 기업 540개사와 해

외 기업 598개사 등 1138개사가 참가해 총 3999개 부스를 꾸렸다. 인디게임 참가사도 292개사에 달했다.

올해 전시장에서는 게임을 직접 플레이하는 것만큼 캐릭터와 세계관을 경험하도록 만드는 콘텐츠가 눈에 띄었다. 게임사들은 성우 토크쇼와 코스프레, 스트리머 프로그램, 공연, 사진 촬영 공간, 한정 굿즈 등을 활용했다. 신작을 한번 플레이하게 만드는 데 그치지 않고 이용자를 IP의 장기적인 팬으로 끌어들이기 위한 경쟁이다.

서브컬처 장르의 존재감도 두드러졌다. 게임 시연 공간과 코스프레, 굿즈 판매 공간을 함께 운영하는 모습도 쉽게 볼 수 있었다. 일본 게임사들도 대표 IP를 활용한 공연과 토크쇼, 체험형 콘텐츠 등을 선보였다.

◆K게임 총출동…장르 넓혀 일본 시장 ‘노크’

국내 게임사들도 TGS를 일본과 글로벌 시장을 겨냥한 신작 시험대로 활용했다.

엔씨소프트는 서브컬처 신작 ‘아스트라에 오라티오’를 전면에 내세웠다. MMO

RPG로 대표돼 온 기존 포트폴리오를 넘어 새로운 장르로 일본 이용자 공략에 나섰다.

넥슨은 ‘파레이돌리아’, 넷마블은 ‘샹그릴라 프론티어: 일곱 최강종’, 나 혼자만 레벨업: 카르마’, ‘팜인블루’ 등을 공개했다. 스마일게이트도 ‘미래시: 보이지 않는 미래’와 ‘데드 어카운트: 두 개의 푸른 불꽃’을 앞세웠다.

일반관람일에는 엔씨소프트와 넥슨, 스마일게이트 주요 신작 체험존에서 120분 인파의 대기시간이 발생했고, 넷마블은 신작 시연을 위해 준비한 정리권이 오전 중 모두 소진됐다.

이번 TGS에서 국내 게임사들이 공통적으로 강조한 것도 일본 이용자와의 직접적인 접점이었다.

현장에서 만난 강정수 엔씨재팬 대표는 기존 MMORPG의 강점을 유지하면서 장르 다변화를 통해 이용자층을 확대하겠다는 방향을 제시했다. 성준호 스마일게이트 대표도 일본을 전략적으로 중요한 시장으로 꼽으며 현지 이용자의 목소리를 직접 듣는 것이 중요하다고 강조했다.

◆첫 ‘5일 TGS’ 태풍에 완주 불발

30주년을 기념해 처음 시도한 닷새 개최는 태풍으로 완주하지 못했다. CESA는 태풍 25호 북상으로 21일 오후부터 강풍과 폭우가 예상되고 대중교통에도 영향을 미칠 가능성이 있다고 판단해 마지막 날 행사를 전면 취소했다. 관람객과 참가사, 행사 관계자의 이동 안전을 고려한 결정이다.

이에 따라 지난 17일 개막한 TGS 2026은 20일 일정을 끝으로 막을 내렸다. 최종 관람객은 역대 최대 기록에는 미치지 못했지만 마지막 날 일정 전체가 취소된 상황에서 나흘간 25만명 이상이 행사장을 찾았고 비즈니스 상담은 역대 최대를 기록했다.

30년을 맞은 TGS는 게임 신작을 먼저 ‘해보’는 전시회에서 IP와 캐릭터를 함께 경험하는 글로벌 게임 축제로 영역을 넓혔다. K게임 역시 새로운 장르와 IP를 앞세워 일본 이용자들의 반응을 확인했다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



KT, 차세대 정보보호 국제표준화 논의

中 총칭 ‘ITU-TSG17’ 국제표준회의
AI 사이버 보안·디지털 신뢰 등 다뤄

KT가 사이버보안에 활용하는 인공지능(AI) 모델에 범용 파운데이션 모델을 적용하는 국제 표준을 제시했다.

KT는 국제전기통신연합(ITU) 주관 국제표준회의에서 차세대 정보보호 분야의 국제표준화 논의를 이끌었다고 21일 밝혔다.

지난 7일부터 11일까지 중국 총칭에서 열린 ‘ITU-TSG17’ 국제표준회의는 UN 산하 국제기구에서 전 세계 정보통신기술 내 정보보호 분야의 국제 표준을 개발하는 회의다. 전 세계 정부와 기업, 연구기

관의 정보보호 전문가들은 사이버 보안과 보안 아키텍처, AI 보안 등을 논의한다.

이번 행사에 참석한 KT 정보보안실 개인정보보호그룹장(CPO) 김창오 상무는 ITU-T SG17 WP3 의장으로 나서 AI 사이버 보안과 디지털 신뢰 분야의 글로벌 표준화 논의를 이끌었다. WP3은 신뢰성 확보 및 보안 전략과 협력을 담당하는 분과다. 이와 함께 2024년까지 ITU-T SG17 의장을 역임한 KT 개인정보보호자문위원회 염흥열 위원장도 글로벌 정보보호 리더십과 국제 표준 전문성을 강화하는데 협력했다.

KT는 이번 회의에서 범용 파운데이션 모델을 활용한 사이버보안 특화 AI 모델

개발 가이드라인을 신규 국제표준 작업 항목으로 제안했다. 김창오 CPO와 염흥열 KT 개인정보보호자문위원장은 기고서를 통해 ▲AI 모델 개발을 위한 사이버 보안 지식 소스 및 데이터 세트 ▲사이버 보안 특화 모델 개발을 위한 기술적 고려사항 ▲모델 개발 수명주기 전반의 평가 고려사항 ▲지속적인 모델 개선을 위한 권장 사례 등을 언급했다.

사이버보안 특화 AI 모델 개발 지침이 마련되면 표준화된 기준을 바탕으로 AI 기반 보안 솔루션의 품질과 신뢰성을 높일 수 있다. 기술 확산을 촉진하고 위협 탐지·분석, 대응 역량 고도화에 기여할 것으로 기대된다.

/조민선 기자 msjo@



지난 18일 도쿄 해의 탐방 프로그램에 참가한 유플러스 부스터스 우수 활동자 12명이 참가자들이 이 메타 현지 오피스에서 기념 촬영을 하고 있다.

/LG유플러스

LG U+, 우수 크리에이터와 日 도쿄 탐방

‘유플러스 부스터스’ 활동자의
콘텐츠·플랫폼 경쟁력 강화

LG유플러스가 창작자들의 글로벌 콘텐츠 경험을 지원해 동반 성장에 나선다. LG유플러스는 크리에이터 커뮤니티 ‘유플러스 부스터스’ 우수 활동자들과 일본 도쿄에서 해의 탐방 프로그램을 진행했다고 21일 밝혔다.

유플러스 부스터스는 LG유플러스가 2023년부터 운영해 온 크리에이터 커뮤니티 프로그램이다. 크리에이터가 LG유플러스의 상품과 서비스를 직접 경험한 뒤, 이용자의 관점과 자신의 언어로 해석해 각자의 채널에 소개한다.

이번 프로그램은 유플러스 부스터스 활동자들의 콘텐츠 경쟁력과 글로벌 플랫폼

에 대한 이해도를 높이기 위해 마련됐다. 도쿄 일정 중에는 글로벌 빅테크 메타의 현지 오피스를 찾아 크리에이터 콘텐츠 제작 워크숍과 글로벌 크리에이터 트렌드 세션에 참여했다.

워크숍에서는 콘텐츠 기획·제작 방법과 플랫폼 활용 전략, 콘텐츠 확산 방안 등을 다뤘다. 참가자들은 글로벌 플랫폼에서 주목받는 콘텐츠 흐름을 살펴보고, 이를 각자의 크리에이터 활동에 적용할 수 있는 아이디어와 제작 노하우를 공유했다.

최신 디바이스를 직접 경험하는 프로그램도 진행됐다. 참가자들은 레이벤 메타 스마트글래스와 퀘스트 등을 체험하며 새로운 디바이스가 콘텐츠의 기획과 촬영, 제작 과정에 활용될 수 있는 가능성을 살펴봤다.

/조민선 기자

SKT, 공공기관 대상 AI 활용 업무혁신 기술 공유

‘그랜데이터 퍼블릭 데이’ 세미나
공공 행정 사례, AI 기술 등 소개

SK텔레콤이 공공 기관을 대상으로 인공지능(AI)을 활용한 업무 혁신 방향을 제시했다.

SK텔레콤은 18일 서울 중구 을지로 SK텔레콤 타워에서 공공 분야의 AI·빅데이터 활용 사례를 소개하는 세미나 ‘그랜데이터 퍼블릭 데이 2026’을 개최했다고 21일 밝혔다.

이번 세미나는 AI와 데이터를 활용, 공공기관의 내부 업무 고도화와 대민 서비스 개선에 필요한 실무 기술을 공유하기 위해 마련됐다. 행사에는 정부·지자체·공사 등 공공 분야에서 데이터를 활용하는 관계자 250여 명이 참석했다.

SK텔레콤은 신한카드·KCB·카카오모빌리티·SK브로드밴드와 데이터 사업 협업 얼라이언스 ‘그랜데이터’를 운영하고 있다. 2021년 SK텔레콤·신한카드·KCB가 공공·민간 분야에서 데이터를 기반으



18일 SK텔레콤 타워에서 ‘그랜데이터 퍼블릭 데이 2026’을 진행하고 있다.

/SK텔레콤

로 한 의사결정 자원과 민간 데이터의 효율적 활용을 위해 출범시킨 민간 데이터 결합 사업이다.

세미나 1부에서는 AI·빅데이터 기반 스마트 공공 행정 사례를 소개했다. 지방자치단체의 실제 사례를 바탕으로 문화·체육·관광 행사의 방문자 데이터를 분석하고, 유사 행사의 성공 요인을 반영한 맞춤형 추천 프로그램을 제안하는 방안도 함께 다뤘다. 함께 소개된 송과구청 사례에서는 지자체가 소유한 기부채납지 등 토지의 개발 방안을 AI로 분석했다.

2부에서는 공공데이터 활용을 위한 AI 기술과 내부 혁신 방향을 다뤘다. 전남광주통합특례시 사례에서는 노코드와 바이트 코딩을 활용해 관광·교통 등 실무 부서가 통신카드 빅데이터를 관하고 절차에 따라 활용하도록 지원한 방안을 소개했다.

또한 부산광역시 사례를 통해 가명정보와 AI 기반 합성데이터 생성 기술의 적용 방향을 제시했다. 개인정보 관련 검토가 필요한 데이터를 안전하게 공유하고 활용할 때 고려해야 할 기술적·운영적 요소를 소개했다.

/조민선 기자

SKB ‘B 티비’, 유료 콘텐츠 20% 할인

오는 27일까지 할인 쿠폰 프로모션

SK브로드밴드가 오는 27일까지 ‘B 티비’ 이용자들에게 유료 콘텐츠 20% 할인 쿠폰을 주는 ‘매일 받는 모두의 할인 쿠폰 프로모션’을 진행한다고 21일 밝혔다.

이번 행사에 매일 참여하면 할인 쿠폰을 최대 10장까지 받을 수 있다. 쿠폰은 영화 모야나, 토이 스토리5, 사랑의 하추핑: 고래보석의 전설, 오케이 마담2 등 최신작에 사용할 수 있다. 행사대상작을 구매하면 B캐시 충전 금액을 최대 22%까지

추가 적립 받는다.

맞춤형 큐레이션도 강화한다. 특집관 ‘추석의 발견’을 통해 연도별 박스오피스 랭킹, 올해 역주행 영화, 애니메이션 랭킹 등을 한 눈에 볼 수 있다.

이동 시간에도 손쉽게 볼 수 있도록 모바일 B 티비 맞춤 큐레이션 기능도 강화했다. 셋톱박스와 모바일 B 티비를 연결해 두면 집에서 시청하던 콘텐츠를 귀성·귀경길에도 이어 볼 수 있고, 시청 이력을 바탕으로 맞춤형 콘텐츠 추천도 제공한다.

/조민선 기자