3N 빠진 지스타… AI·해외 게임사·인디 존재감 키웠다

넥슨·엔씨·넷마블 등 불참에도
전시 부스 3445개… 176개 늘어
3년 만에 대형 e스포츠 경기 재개
네이버 치지직 생중계·스팀 협업
국내 대형 게임사 참여 회복 과제

국내 최대 게임전시회 '지스타 2026'이 올해 새로운 전환점을 맞았다. 국내 대형 게임사들이 대거 불참한 가운데 인공지능(AI) 기업이 처음으로 메인 스폰서를 맡고 해외 게임사와 인디 개발사들이 전시의 중심으로 떠올랐다. 게임 신작을 공개하는 무대를 넘어 AI와 콘텐츠, 글로벌 게임산업이 교차하는 플랫폼으로 변화하는 모습이다.

특히 올해 지스타는 참가 기업 수가 줄었음에도 전시 부스 규모는 오히려 확대됐다. 외형적 성장과 국내 주요 게임사들의 이탈이 동시에 나타나면서 지스타의 정체성과 향후 역할을 둘러싼 새로운 과제도 부상했다.

22일 게임업계에 따르면 지난 19일부터 부산 벡스코에서 열린 '지스타 2026'에는 41개국 1237개사가 참여해 총 3445부스를 마련했다. 지난해 44개국 1273개사, 3269부스와 비교하면 참가 기업은 36개 줄었지만 부스는 176개 늘었다. 전시 공간은 약 5.4% 확대된 셈이다.



벡스코 전경 /최빛나 기자

◆22년 만에 게임사 아닌 AI 기업이 간판…산업 경계 허물다

가장 눈에 띄는 변화는 메인 스폰서다. 지스타 출범 이후 처음으로 게임사가 아닌 AI 기업 뤼튼테크놀로지스가 메인 스폰서를 맡았다. 뤼튼은 AI 캐릭터·스토리 플랫폼 '크랙'을 앞세워 200부스 규모의 전시 공간을 조성했다.

기존 게임쇼가 개발사가 완성한 게임을 이용자에게 선보이는 자리였다면, 올해는 이용자가 AI를 활용해 직접 이야기를 만들고 캐릭터와 상호작용하는 새로운 콘텐츠 경험까지 전시 영역에 포함됐다.

게임과 AI의 접점이 단순한 개발 효율화를 넘어 콘텐츠 창작과 소비 방식으로 확장되고 있다는 점에서 의미가 있다. 다만 AI 플랫폼의 게임쇼 참여가 실제 게임 산업의 새로운 수익모델로 이어질지는 향후 검증이 필요한 부분이다.

◆넥슨·엔씨·넷마블 빠진 자리…해외 게임사 존재감 확대

국내 대형 게임사들의 빈자리는 올해 지스타가 마주한 또 다른 변화다. 넥슨과 엔씨소프트, 넷마블 등 이른바 '3N'은 모두 일반 관람객 대상 BTC 전시관에 단독 부스를 마련하지 않았다.

반면 크래프톤과 웹젠은 신작 시연을 중심으로 관람객과 접점을 넓혔다. 해외에서는 호요버스를 비롯해 세가, 캡콤, 코에이 테크모 게임스, 넷이즈게임즈, CD 프로젝트 레드 등이 참가하며 글로벌 게임쇼로서의 외연 확대에 힘을 보탰다.

특히 제2전시장에는 올해 처음으로 '지스타 글로벌 게임 쇼케이스'가 마련됐다. 해외 주요 게임사 5곳이 약 150대의 시연대를 운영하며 국내 이용자들에게 다양한 작품을 소개했다. 해외 기업이 개별적으로 참가하던 방식에서 벗어나 글로벌 게임을 하나의 전시 콘텐츠로 묶었다는 점이 특징이다.

이는 국내 게임사의 참가 여부에 따라 전시 경쟁력이 좌우됐던 기존 구조에서 벗어나려는 시도로 풀이된다. 동시에 국내 대표 게임사들의 지속적인 불참이 지스타의 정체성을 약화시킬 수 있다는 우려도 남겼다.

◆인디게임·e스포츠·온라인까지…전시장 밖으로 확장

인디게임의 위상도 달라졌다. 올해 '지스타 인디 쇼케이스 2.0: Galaxy'에는 28개국 108개 개발사가 참여해 250부스 규모로 전시를 진행했다. 대형 게임사 중심의 신작 경쟁에서 벗어나 중소 개발사와 글로벌 인디게임을 발굴하는 기능을 강화한 것이다.

e스포츠도 다시 존재감을 드러냈다. 벡스코 오디토리움에서는 3년 만에 대형 e스포츠 경기가 재개됐으며, '오버워치 챔피언스 시리즈 아시아 스테이지 3 그랜드 파이널'이 진행됐다.

온라인 접점도 확대됐다. 네이버 치지직과 연계한 생중계, 글로벌 게임 플랫폼 스팀과의 협업을 통해 부산을 찾지 못한 국내외 이용자에게도 게임을 알리는 구조를 강화했다. 게임을 직접 체험하는 오프라인 전시와 온라인 콘텐츠 유통을 결합한 셈이다.

올해 지스타가 남긴 가장 큰 변화는 규모보다 방향성에 있다. 국내 대형 게임사의 신작 공개에 의존하던 게임쇼에서 AI와 글로벌 게임사, 인디 개발사, e스포츠가 함께 콘텐츠를 만들어가는 행사로 진화를 시도했다.

그러나 외연 확대가 곧 경쟁력 확보를 의미하는 것은 아니다. 국내 대표 게임사들의 참여를 다시 끌어내는 동시에 해외 개발사와 관람객이 지속적으로 찾는 독자적인 콘텐츠를 확보해야 한다는 과제도 분명해졌다.

결국 지스타 2026은 국내 최대 게임쇼가 글로벌 콘텐츠 축제로 도약할 수 있을지를 가늠하는 시험대가 됐다는 평가다.

/부산=최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

LGU+, AI 조직 개편… 인프라·플랫폼 분리

엔터프라이즈부문장에 김홍근 부사장
커스터머부문에 권용현 부사장 선임
디지털사업부 신설, AI SW사업부 개편

LG유플러스가 전사 조직개편을 통해 인공지능(AI) 사업에 박차를 가한다. LG CNS 출신 김홍근 최고기술책임자(CTO)를 기업간거래(B2B) 사업 총괄로 기용하고, AI 데이터센터와 토큰 서비스 등 사업 영역별로 조직을 분리한 것이 대표적이다.

22일 통신업계에 따르면 LG유플러스는 이같은 내용의 2027년 조직개편을 단행했다.

회사 측은 이번 조직개편의 핵심이 AI 사업 실행력 강화와 기술 역량 결집이라고 설명했다. AI 인프라와 플랫폼을 중심으로 사업조직을 재편해 사업별 전문성을 높이고, 분산된 AI 연구·개발 역량을 통합해 기술 경쟁력을 강화하는 데 초점을 맞췄다는 설명이다.

먼저 기업간거래(B2B)를 담당하는 엔터프라이즈부문 수장은 LG CNS에서 최고기술책임자(CTO)와 디지털비즈니스사업부장을 맡았던 김홍근 부사장이 선임됐다. 사업 구조는 'AI인프라사업부'와 'AI 플랫폼사업부' 중심으로 재편한다. AI인프라사업부는 AI 데이터센터(AIDC)와 유·무선 통신 인프라 사업의 시너지를 높인다. AI플랫폼사업부는 AI 컨택센터(AICC), AI 에이전트 등 기존 사업과 함께 소버린 AI, 토큰 서비스 등 신규 AI 사업 확대에 집중한다.


LG유플러스 용산 사옥. /LG유플러스

소비자간거래(B2C) 사업을 담당하는 커스터머부문은 엔터프라이즈 부문장을 담당한 권용현 부사장이 이끈다. 구체적으로 보면, 디지털과 AI 소프트웨어(SW) 사업의 실행력을 높이는 '디지털사업부'를 신설한다. 기존 AI사업그룹은 'AI SW사업부'로 개편한다. 이를 통해 사업별 전문성을 강화하고, 차별화된 상품과 서비스를 신속하게 선보일 계획이다.

이어 인공지능(AI) 기술 경쟁력을 높이기 위한 개발 조직 개편도 추진한다. CTO 산하에 분산돼 있던 AI 연구·엔지니어링·상용화 기능을 '서비스개발그룹' 중심으로 통합한다. AI 기술 연구부터 상품 개발과 상용화까지 유기적으로 연결해 AI 에이전트 등 핵심 기술의 사업화 속도를 높일 방침이다. CTO 총괄은 과거 조직 내에서 AX서비스개발그룹장을 담당했던 정성권 전무가 맡는다.

통신 본업에서는 AI 기반 네트워크 운영 혁신을 지속한다. 네트워크(NW)부문은 글로벌 선도 수준의 자율운영 네트워크 전환을 가속화해 네트워크 운영의 안정성과 효율성을 높일 계획이다. 부문장은 NW인프라그룹장을 담당했던 노성주 전무가 맡는다.

이 밖에 'AX제휴혁신담당'과 '정보보안 AX담당'을 신설해 AI 실행력과 보안 역량을 확대할 계획이다. 사내 AI 업무 에이전트 활용 확대를 통해 조직 운영의 효율성도 높여 나갈 방침이다. /조민선 기자 msjo@

SKT 에어, 최저 6900원 5G 요금제 선봬

무신사와 블프 특가 이벤트

SK텔레콤은 자급제 단말 전용 통신 서비스 에어(air)가 '무신사 무진장 2026 블랙프라이데이'에서 특가 이벤트를 진행한다고 22일 밝혔다.

이번 행사에서 SK텔레콤은 가격 할인과 무신사 쇼핑 혜택 등을 동시에 선보인다. 이를 통해 청년 고객의 취향과 일상에 접점을 확대한다는 구상이다.

행사 대상은 010 신규 가입 고객과 번호이동 고객이다. 혜택을 받으려면 반드시 무진장의 이벤트 홈페이지를 통해 에어에 가입하면 된다. 행사 기간은 22일부터 내달 2일까지다.

고객들은 특가 상품을 통해 12개월 동안 5G 요금제를 최저 6900원부터 최대 1만 6900원까지 이용할 수 있다. 에어 7GB·15GB·30GB·71GB 등 4개 요금제는 가입 시 제공되는 보너스팩 포인트를 통해 실 체감가 1만 원 이하에 이용할 수 있다. 상위 요금제인 에어 100GB는 실 체감가 1만3900원, 데이터 무제한 요금제인 에어 엑스는 실 체감가 1만6900원이다. /조민선 기자

크래프톤은 신작 발굴, 웹젠은 IP 확장

지스타 2026

크래프톤, 다양한 장르 4종 선봬
웹젠, 웹툰 원작 게임·신규 IP 공개

'지스타 2026'에서 게임사들의 승부수가 엇갈렸다. 크래프톤은 다양한 장르의 신작으로 미래 성장동력을 제시했고, 웹젠은 신규 지식재산권(IP) 확보에 집중했다. 중국 호요버스와 넷이즈게임즈는 신작 시연과 인기 IP를 앞세워 국내 이용자 공략에 나섰다.

22일 게임업계에 따르면 지난 19일부터 부산 벡스코에서 열린 지스타 2026에는 크래프톤과 웹젠, 호요버스, 넷이즈게임즈 등 국내외 게임사들이 참가해 신작 시연과 체험형 콘텐츠를 선보였다.

10년 연속 지스타에 참가한 크래프톤은 150부스 규모의 전시관에서 '타래: 언바운드', '에이지 트위스터', '왈츠앤잼', '템빨용사' 등 신작 4종과 대표작 'PUBG: 배틀그라운드'를 선보였다.

특히 동양 다크 판타지 액션 RPG '타래: 언바운드'는 신규 클래스 '투귀'를 처음 공개했으며, 2인 협동 어드벤처 '에이지 트위스터' 등 장르별 시연을 통해 이용자 반응을 확인했다. 배틀그라운드에 이은 차세대 흥행 IP를 발굴하겠다는 전략이다.

웹젠은 웹툰 원작의 전략 RPG '디펜스 게임의 폭군이 되었다: LAST STAGE'를 전면에 내세워 첫 시연을 진행했다. 기존 '뮤' IP를 활용한 MMORPG '뮤 테오스'는 티저 영상으로 공개했으며, 서브컬처 게임 '테르비스' 등은 현장 이벤트를 통해 소개했다.

원작 팬덤을 게임 이용자로 끌어들이는 동시에 기존 흥행 IP에 대한 의존도를 낮추고 신규 성장동력을 확보하려는 행보다.

해외 게임사 가운데서는 중국 기업들의 존재감이 두드러졌다.

4년 만에 지스타에 복귀한 호요버스는 생활 시뮬레이션 게임 '쁘띠플래닛'과 전략 어드벤처 게임 '붕괴: 넥서스 아니마'를 국내에서 처음 시연했다. '원신', '붕괴: 스타레일', '젠레스 존 제로' 등 기존 인기 IP를 활용한 체험 프로그램도 운영하며 신작 홍보와 팬덤 결집을 동시에 노렸다.

넷이즈게임즈는 산하 조커스튜디오의 신작 '렘넌트의 바다'를 비롯해 '원스 휴먼', '연운' 등을 선보였다. 특히 글로벌 게임 쇼케이스에서는 '원스 휴먼'과 '연운'의 시연 및 현장 이벤트를 진행하며 국내 이용자와의 접점을 넓혔다.

올해 신설된 '지스타 글로벌 게임 쇼케이스'에는 세가와 캡콤, 코에이 테크모 게임스, CD 프로젝트 레드, 넷이즈게임즈 등 해외 게임사 5곳이 참여했다.

제2전시장에 약 150대의 시연대가 마련됐으며 세가는 '토탈워: 워해머 40,000', 캡콤은 '프래그마타', 코에이 테크모는 '인왕 3' 등을 선보였다. CD 프로젝트 레드는 '더 위쳐 3'와 '사이버펑크 2077'의 세계관을 활용한 체험 공간을 운영했다. /부산=최빛나 기자