

라인, 게임 퍼블리싱 사업 맞을 올리다

한국에 자회사 라인게임즈 설립
넥스트플레이어에 투자·지분 인수

네이버의 일본 자회사 라인 주식회사가 한국에 게임 퍼블리싱(배급) 전문 자회사를 설립하고, 관련 사업을 본격화한다. 모바일 메신저 '라인'으로 일본과 동남아시아 등에서 막강한 영향력을 갖춘 라인의 이러한 움직임이 시장에 어떤 영향을 가져올지 주목된다.

라인주식회사는 게임 퍼블리싱 전문 자회사 '라인게임즈'를 설립했다고 10일 밝혔다. 라인의 100% 자회사로 게임 퍼블리싱 사업을 전문으로 진행한다. 라인은 그동안 일본과 대만, 태국, 인도네시아 등 아시아 지역에서 메신저 라인 플랫폼을 활용한 게임들을 선보이며 '라인 게임' 사업을 진행해왔다. 최근엔 여기서 한발 더 나아가 직접 퍼블리싱으로 영역을 넓히는 시도도 있었다. 이번 자회사 설립은 한국을 전초기지 삼아 이를 좀 더 전문화 해 글로벌 게임 퍼블리싱을 위한 발판을 마련하기 위한 포석이다.

관련 투자도 단행했다. 라인게임즈를 통해 한국 게임 개발사 넥스트플레이어의 지분



네이버의 일본 자회사 라인주식회사가 한국에 게임 전문 자회사 '라인게임즈'를 설립하고, 퍼블리싱 사업을 본격화 한다. 게임 개발사 넥스트플레이어에 지분 투자도 단행했다. 라인게임즈 대표에 선임된 김민규 넥스트플레이어 대표. 사진제공 | 네이버

51%를 확보했다. 이데자와 타케시 라인주식회사 대표는 "라인은 지난 2012년 11월부터 라인 플랫폼을 활용해 자사 및 외부 개발사들과 연계해 개발한 게임 콘텐츠를 서비스하며 게임 플랫폼으로서의 입지를 다져왔다"며 "넥스트플레이어의 게임 개발 및 운영 능력이 향후 라인의 게임 사업에 큰 도움이

될 것이다. 라인게임즈를 통해 전 세계 이용자들을 대상으로 더욱 다양한 콘텐츠를 전달하겠다"고 말했다.

라인은 또 라인게임즈의 대표에 김민규 넥스트플레이어 대표를 선임했다. 김 대표는 2012년 넥스트플레이어를 설립한 뒤 '드래곤 플라이트' 등 인기 게임을 개발했다. 특히

지난해부터 '디스티니 차일드'와 '크리스탈 하츠' 등의 게임을 성공적으로 퍼블리싱하며 게임 개발 뿐 아니라 배급과 운영에서도 노하우를 쌓았다.

김 대표는 "라인과 넥스트플레이어의 파트너십 강화를 통해 글로벌 유저들이 다양하게 즐길 수 있는 게임을 제공하는데 노력할 것이다"며 "차별화된 서비스와 경쟁력 강화를 통해 라인게임즈가 주목 받는 게임 기업이 될 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

라인이 국내에 게임 관련 자회사를 설립하고, 퍼블리싱 사업을 본격화 하면서 시장에 어떤 영향을 미칠지 관심이 모아진다. 특히 퍼블리싱 사업에 공을 들이고 있는 카카오게임과 모바일게임 퍼블리싱 분야에서도 '네이버 VS 카카오'의 경쟁 구도를 만들어 낼지 눈길이 쏠린다. 카카오는 지난해 '카카오게임S'라는 퍼블리싱 브랜드를 내놓고 관련 사업에 속도를 더하고 있다. '아이러브니키'와 '놀러와 마이홈' 등의 게임을 성공적으로 퍼블리싱하며 입지를 다졌다. 또 오는 8월 출시를 앞둔 기대작 '음양사'를 포함한 다양한 게임의 퍼블리싱 서비스도 준비하고 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com

슈팅게임 '마피아 리벤지' 13일 출시



독특한 모바일 슈팅게임이 온다. 넥스삼삼삼은 비전스튜디오가 개발한 모바일 대전 슈팅 게임 '마피아 리벤지'(사진)를 13일 국내 정식 출시한다. 실시간 대전 게임으로 연패와 각종 스킵을 사용해 전략 대결을 벌일 수 있다. 모바일 환경에 맞춰 쉽게 조작할 수 있도록 설계했다. 또 캐리터나 무기, 차량을 강화하는 것 외에도 상대를 느리게 만들거나 체력을 회복하는 등 특별 능력을 무기에 추가할

수 있다. 아울러 조직원들을 영입해 조직을 강화하고 지배 영역을 확장하는 재미도 있다.

LCK, '리프트 라이벌스' 준우승



'리그오브레전드'(LoL)를 종목으로 한 지역 대회인 한국 리그인 'LoL 챔피언스 코리아'(LCK)가 아쉽게 준우승을 차지했다. LCK는 9일 대만 가오슝 전람관에서 열린 '리프트 라이벌스'(사진) 결승에서 중국의 'LPL'에 세트 스코어 1대 3으로 패했다. 예선에서 실망

스런 모습을 보였던 중국의 LPL 팀들은 결승에서 무서운 집중력을 발휘하며 초대 챔피언에 올랐다. 지역대항전 형태의 새 글로벌 e스포츠 대회인 리프트 라이벌스는 현지 팬들의 뜨거운 열기를 끌어냈다. 가오슝 전람관은 대회가 열린 나흘 동안 4000여석의 관객석이 가득 들어찼다. 특히 평소 볼 기회가 없었던 세계 최강 LCK 프로팀을 직접 보기 위해 밤을 꼬박 새며 기다리는 팬들도 있었다.

시스피커 '카카오미니' 3분기 출시

카카오의 인공지능(AI) 스피커(사진)가 베일을 벗었다. 카카오는 10일 3분기 출시 예정인 AI 스피커의 명칭과 디자인을 공개했다. 스피커 이름은 '카카오미니'다. 카카오의 AI 음성인터페이스가 적용된 첫 기기다. 곡선 디



자인을 기본으로 패브릭 소재를 적용했다. 아날로그 감성을 담아 어느 곳에 놓더라도 주변과 잘 조화되도록 만들었다는 것이 카카오측의 설명이다. 카카오미니는 카카오톡과 멜론, 다음 등 카카오 서비스와 연동된다. 음성 대화를 통해 쉽고 편하게 서비스를 이용할 수 있다. 카카오는 카카오미니를 시작으로 카카오 AI 음성 인터페이스를 가정과 자동차, 사무실 등에서 만날 수 있도록 적용 대상을 확대할 계획이다.

김명근 기자

데이터로 보는 경제 '어쨌든 안보이더라니' ATM 기기 3년 연속 감소



인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹 서비스 이용자가 급증하면서 은행 CD·ATM 기기 수는 반대로 3년 연속 감소한 것으로 나타났다. 한국은행이 내놓은 '2017년도 금융정보화 추진현황' 자료에 따르면 지난해 국내 설치된 CD·ATM 수는 12만306대로 2015년에 비해 0.8% 감소했다.



SK텔레콤이 벤처기업과 함께 IoT 전용망 '로라'를 활용해 체온, 산도 등 소의 체내 정보를 알려주는 '라이브케어' 서비스를 출시했다. 사진제공 | SK텔레콤

'가축 관리' IoT로 하세요

SKT 바이오캡슐 서비스 선택

가축도 이제 사물인터넷(IoT)으로 관리한다. SK텔레콤은 바이오벤처기업 유라이크코리아와 IoT 전용망 '로라'를 활용한 '라이브케어' 서비스를 공동 추진키로 했다고 10일 밝혔다. 라이브케어는 소의 첫번째 위(반추위)에 로라 통신 모듈을 탑재한 바이오캡슐을 투입해 체온과 산도(pH) 등을 상시 모니터링 해 질병 징후와 발병 탐지, 수정 시기 예측, 분만 징후 파악, 물 마실 횟수 등의 정보를 제공하는 서비스다. 측정 정보는 서버로 전송되고 특정 패턴에 대한 분석을 한 다음 이상 징후 감지 시 농장주의 스마트폰이나 PC로 알람을 발송한다.

양사는 7월부터 바이오캡슐을 전국적으로 보급한다는 계획이다. 바이오캡슐의 가격은 개당 15만원이며, 이용료는 한우 월2000원, 젖소 월3000원(이상 부가가치세별도)이다. 저전력으로 작동하는 로라 기술을 적용해 한번 구입 시 최대 7년까지 작동할 수 있도록 개발했다.

김명근 기자

아디다스, '2017 마이러 서울' 마라톤 대회



글로벌 스포츠 브랜드 아디다스가 9월10일 서울 여의도공원을 출발해 삼암 월드컵공원 평화광장까지 이르는 '서울아 운동하자 2017 아디다스 MBC+ 마이러 서울(사진) 마라톤 대회를 개최한다고 밝혔다. 10일부터 대회접수를 시작했으며 여성 전용 러닝화 '올트라 부스트'와 남녀노소 편하게 신을 수 있는 '알파바운스' 러닝화 구매고객을 대상으로 대회 무료참가권을 제공한다. 8월10일까지 선착순 모집한다. 아디다스 공식 온라인스토어 및 지정된 오프라인 매장에서 제품을 구매한 뒤 안내문자에 따라 아디다스 웹 페이지에서 응모하면 된다.

네파, 상반기 아웃도어 매출 1위

아웃도어 브랜드 네파가 1월부터 6월까지 판매가 기준 누적 매출 1786억원을 기록해 상반기 아웃도어 업계 매출 1위를 기록했다고 밝혔다. 2005년 국내 론칭 이후 최초의 1위이다. 네파는 상반기 선전의 요인으로 트렌드 변화에 맞춰 기존 아웃도어의 고정관념에서 벗어난 '스타일리시한 아웃도어' 콘셉트를 내세운 점을 꼽았다. 내부적으로는 취미 2년차를 맞은 이선호 대표이사와 상품본부 이희주 전무 등 지난해 새롭게 합류한 경영진들이 변화를 주도한 것이 좋은 결과로 이어졌다는 분석이다. 전지현을 모델로 해 날선한 핏을 강조한 광고 캠페인 역시 매출 상승의 주요 요인으로 작용한 것으로 보인다.

양형모 기자

장마철 아웃도어를 위한 필독 지침서

장마철 여름산행엔 큰 일교차 주의
위험지역 계곡 캠핑은 가급적 피해야
비를 막기 위한 기능성 아이템 필수



연일 장맛비가 쏟아지고 있다. 장마철에도 아웃도어 활동을 즐기려는 사람들이라면 일기예보를 실시간으로 확인하고 안전사고가 발생하지 않도록 각별히 유의해야 한다. 장마철 여름산행은 일교차가 크기 때문에 햇볕만 믿고 얇은 옷으로 산에 올랐다가는 낭패를 보기 일쑤다. 특히 산에서 갑작스러운 비를 만나면 당황하게 된다. 고지대의 경우 기온이 떨어져 저체온증에 걸리지 않도록 보온에 신경을 써야 한다. 이럴 땐 보온기능과 땀 배출을 돕는 통기성이 뛰어나고 비와 바람을 잘 막아줄 우의를 준비하는 것이 좋다. 등산가방에 가볍게 수납할 수 있는 제품을 추천한다.

본격적인 휴가철을 앞두고 계곡 야영지에도 야영객들이 늘고 있다. 장마철에 가장 위험한 지역이 바로 계곡이다. 각별한 주의가 필요하다. 특히 하천이 길고 양쪽에 산을 낀 골 깊은 계곡은 비가 오면 순식간에 물이 불어나 매우 위험하다. 집중 호우기간에는 계곡 야영을 피하는 것이 상책이다. 가벼운 비소식이 있는 경우에는 과거 최고 수위였던 흔적보다 위쪽으로 야영지를 잡는 것이 안전하다. 갑작스러운 비가 올 상황을 대비해 대피로를 확보해야 한다. 장마철에는 빗물에 미끄러져 낙상하는 사고도 심심치 않게 발생한다. 집중호우로 인한 산사태는 치명적이

다. 나무가 적고 경사가 가파른 흙사면이나 암벽이 뒤덮인 산사면은 피해야 한다.

● '배낭에 속' 레이니 재킷·배낭 매고 입는 판초우의 레드페이스의 '콘트라 엑스 피크 레인코트'는 방수·방풍기능이 뛰어나다. 콘트라텍스엑스투오 프로 소재를 사용해 투습성이 뛰어난 상품이다. 통풍구가 있어 통기성이 좋아 습한 날씨에도 쾌적하게 착용할 수 있다.

'콘트라 엑스 피크 판초우의'는 배낭을 착용한 상태에서 착용이 가능한 판초 형태로 제작됐다.

모던하이엔드 아웃도어 살레와에서 선보이는 'BS 피케이셔츠'는 장마철 외출복으로 안성맞춤이다. 땀과 습기배출이 원활하고 쾌적한 착용감이 주는 기능성 소재를 사용했다.

비바람에 쓸쓸한 기운이 느껴진다면 얇은 재킷류를 착용하는 것이 좋다. 빈폴 아웃도어의 '트래블 어반 재킷'은 물과 수분, 오염물을 튕겨내는 효과가 있는 표면 발수 코팅 처리를 해 장마철 아우터로 활용도가 높다. 부자재를 최소화하고 안감을 없애 가볍고 실용성이 뛰어나다.

블랙야크는 남녀공용의 '트레이니재킷'을 선보였다. 갑작스러운 비에도 간편하게 꺼내 입도록 휴대성을 높였다. 허벅지까지 내려오는 긴 기장으로 되어 있어 비로부터 옷을 보호해준다. 남녀 모두 스타일을 살려 입을 수 있도록 아웃포켓의 야상 디자인을 적용했다.

유니클로는 기능성 소재에 집중한 '감탄팬츠'를 선보였다. 가볍고 습기를 빠르게 말리며 활동성이 뛰어난 기능성 팬츠다. 장마철과 더운 여름시즌에 더욱 쾌적하게 입을 수 있다.

양형모 기자 ranbi@donga.com



▲살레와, BS 피케이셔츠



▲레드페이스, 아레스 레인커버



▲레드페이스, 아우어 샌들

장마철에도 산행 등 아웃도어 활동을 즐기고 싶다면 갑작스러운 비에도 당황하지 않도록 가벼운 우의 한 벌쯤 배낭에 챙겨둬야 한다. 트레이니 재킷을 입은 블랙야크 모델 신세경.

사진제공 | 블랙야크

뉴스디자인 | 이수진 기자