

스마트폰 따라 360도 움직이는 '동화책 속 공룡'

KT, 키즈랜드 AR학습 체험해보니 올레tv 10년... 교육기업과 협력 대교 프리미엄 동화 500편 선봬

“스마트폰을 360도 방향으로 돌리면 이렇게 눈앞에 나타난 동화 속 공룡을 입체적으로 관찰할 수 있습니다.”

인터넷TV(IPTV) 화면에 책 속에 나오는 공룡이 등장한다. 가장 무거운 공룡 중에 하나로 꼽히는 브라키오사우르스를 선택하자 스마트폰을 움직여 얼마나 키가 크고, 덩치가 큰 공룡인지 생생하게 체험할 수 있다. 우주체험을 선택하면, 태양과 지구, 달 등 우주 은하계가 내 주변을 돌아다녀 우주 속 한가운데 서 있는 듯 하다.

이달 내 상용화를 앞둔 KT만의 IPTV 증강현실(AR) 체험학습 서비스인 ‘TV 쪽’이다. 시연을 마치고 나니 머릿속에 그려지는 책의 모습이 등장해 가상의 현실 속으로 훌쩍 빠져들게 된다. 스마트폰을 이리저리 움직이면, 내 동작에 따라 눈앞에 펼쳐지는 콘텐츠가 확실히 바뀐다. 우주 체험을 선택하면, 태양과 지구, 달이 공전하는 모습이 보인다. 스마트폰을 움직여 보



스마트폰 증강현실(AR) 서비스를 통해 공룡 시대를 체험하고 있다.

/ 김나인 기자

면 움직임에 따라 달의 모습이 360도로 보인다.

KT는 올레tv 10주년을 맞아 대교, 스마트스터디, 아이코닉스 등 국내 교육 기업들과 협력해 어린이 서비스를 합친 ‘키즈랜드’를 선보이고, 14일 시연회를 열었다.

주요 콘텐츠는 대교의 프리미엄 동화 500여 편을 ‘독전-독서-독후’ 활동 3단계로 읽을 수 있는 ‘대교 상상 키즈’ 서비스다. TV쪽은 책을 다 읽은 후 물입을 극대화하기 위해 즐기는 서비스다.

박운정 KT경제경영연구소 연구원은

“뇌파 분석을 통해 실제로 IPTV가 아이들의 신체활동을 촉진해 학습을 도움과 동시에 창의력과 상상력도 자극하는 것으로 나타났다”고 설명했다.

“TV쪽과 함께 눈길을 끄는 서비스는 대교 상상키즈 ‘소리동화’다. 시연자가 소리동화를 실행하고, ‘해와 달이 된 오누이’ 책을 읽으니 IPTV에서 단어에 맞춰

효과음이 나온다. “호랑이가 어머니 앞에 나타났지”라고 동화를 읽으니 ‘어흥!’ 하는 호랑이 소리가 나와 책읽기에 생생함을 실어준다. KT 관계자는 “소리동화 서비스는 KT의 인공지능(AI) 기술을 차용

해 동화책을 읽으면 단어에 맞춰 효과음을 내준다”며 “실질적으로 반응이 좋은 서비스”라고 설명했다.

아이들이 읽으면 어른들이 동화를 읽는 것보다는 음성인식률이 떨어지지만, 많이 쓰면 쓸수록 음성인식률은 더 높아진다고 KT 측은 부연했다.

미취학 아이들을 유해 콘텐츠로부터 보호하기 위해 업계 최초로 키즈 리모컨도 내놓았다. 노란색 원통형 모양에 캐릭터를 단순화한 디자인이 눈길을 끈다. 친환경 소재로 만들어 아이들에게 무해하다. 특히 아이들만 볼 수 있는 콘텐츠를 보여줄 수 있도록 자동 시행해 유해 콘텐츠로부터 아이들을 보호하는 키즈모드(UI)가 눈에 띈다. 리모컨에는 뽀로로·핑크퐁·캐리 채널로 이동할 수 있는 단축키가 탑재됐다.

KT는 키즈 콘텐츠 시장의 ‘빅3’로 불리는 핑크퐁, 뽀로로, 캐리와 캐리와 장난감 친구들 전용 무료 채널을 시작했다. 이와 함께 유튜브 키즈도 제공하고 있다. 3개 채널을 모두 볼 수 있는 것은 KT가 유일하다.

유튜브 키즈도 제공하고 있지만, 전면

적으로 내놓지는 않는다. 아이들에게 유해한 콘텐츠를 차단하기 위해서다. KT 관계자는 “언제든 안심하고 보여주는 콘텐츠를 제공하기 위해 모든 콘텐츠는 업데이트 할 때마다 검수하고 보낸다”고 설명했다.

KT는 이를 통해 40조에 달하는 키즈 시장을 공략한다는 계획이다. KT경제경영연구소에 따르면, 국내 키즈 산업시장 규모는 2002년 8조원에서 2015년 38조원으로 성장했다.

KT 측은 “기존 CP와의 협업을 강화해 키즈 산업 생태계를 구축하고 키즈 산업 시장을 이끌 것”이라고 강조했다.

KT의 키즈랜드는 미취학 아동부터 초등학교 저학년 어린이가 대상이다. 특히 주력하는 타깃층은 3세부터 7세까지 어린이들이다. 키즈 전용 TV요금제인 ‘올레tv 19키즈’에 가입하면 월 2만9000원(부가세 포함, 3년 약정)에 매월 1만5000여편의 키즈 주문형비디오(VOD)를 제공하는 ‘프라임키즈팩’을 즐길 수 있다. 키즈 전용 리모컨은 해당 요금제에 가입하는 약 5만명의 고객에게 선착순으로 제공된다.

/ 김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

태양광발전소 수익금 ‘에너지복지’에 활용

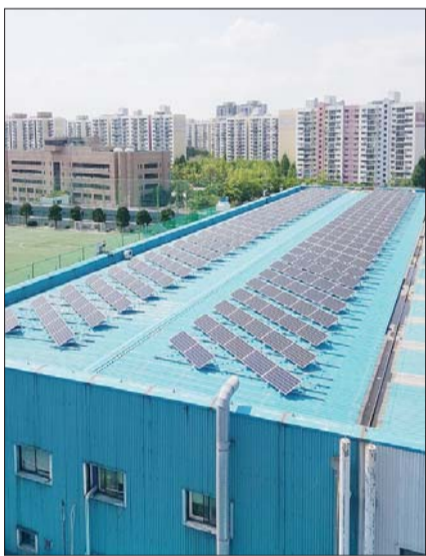
삼성전자 성금으로 발전소 설치 서울시, 연수입 5000만원 예상

서울시가 삼성전자 임직원들의 성금으로 만든 총 발전규모 490kW 규모의 태양광 발전소 수익금 전액을 에너지 복지에 사용한다.

태양광 발전소 설치에 필요한 비용 10억원은 삼성전자 임직원들이 기부했다.

서울시는 삼성전자 임직원들의 성금으로 서울교통공사 인제개발원(90KW), 군자 차량사업소(300KW), 신정 차량사업소(100KW) 옥상에 태양광 발전소를 설치했다고 14일 밝혔다.

시는 공익 태양광 나눔발전소를 통해 연간 5000만원씩 20년에 걸쳐 약 10억원의 발전 수입이 발생할 것으로 예상된다.



태양광 발전소 전경.

/ 서울시

발전수입은 서울에너지복지시민기금과 지역아동센터로 기부돼 에너지복지사

업과 아동·청소년의 문화·예술 교육지원 사업 등으로 활용될 계획이다.

공익태양광 나눔발전소 사업은 서울시와 삼성전자, 사단법인 에너지나눔과 평화, 서울사회복지공동모금회의 협력 사업으로 추진됐다.

앞서 시는 지난해 11월 오는 2022년까지 미세먼지와 온실가스를 배출하지 않는 태양광 발전을 1GW로 확대 보급한다고 발표한 바 있다.

황보연 서울시 기후환경본부장은 “공익태양광 나눔발전소 준공은 기업의 후원을 통해 조성된 재원이 빈곤층과 아동·청소년 나눔으로 재투자되는 선순환 구조의 사업”이라며 “환경개선과 에너지복지 실현이라는 1석 2조의 효과를 기대한다”고 말했다.

/ 김현정 기자 hjk1@

서울시, 신혼부부 전·월세보증금 2억 지원

합산연소득 8000만원 이하 대상

서울시가 주거여건 마련에 어려움을 겪는 신혼부부에게 전·월세보증금을 최대 2억원(최대 90% 이내), 최장 6년 동안 저리로 융자해 준다.

서울시는 열악한 주거환경에 놓인 신혼부부를 위해 임차보증금을 지원한다고 14일 밝혔다.

신혼부부 기준은 결혼 5년(혼인신고일 기준) 이내이거나 6개월 이내 결혼 예정자다. 부부합산 연소득이 8000만원 이하이고, 세대원 모두 무주택자인 신혼부부가 서울시 관내 임차보증금 5억원 이내의 주택 혹은 주거용 오피스텔을 계약하면 신청할 수 있다.

시는 대출금리의 최대 1.2%포인트까지 이자를 보전, 일반적인 전세자금대출에 대비해 절반 정도로 부담을 낮췄다. 대출금은 임차보증금과 부부합산 소득에 따라 결정된다.

지원이자는 부부합산 소득에 따라 달라진다. 소득 4000만원 이하는 1.0%포인트, 4000만~8000만원 이하는 0.7%포인트, 자녀가 있거나 임신 중인 가정, 예비 신혼부부는 0.2%포인트 추가 지원받을 수 있다.

지원을 희망하는 신혼부부는 국민은행 지점을 방문해 대출한도에 대한 사전상담 후 임차보증금 5억원 이하의 주택에 대해 임대차계약을 체결하고, 서울시 청년주거포털에서 신청하면 된다.

신청자에 대한 조건검토 후 추천서가 발급된다. 추천서와 추가서류를 지참해 국민은행에 대출신청을 하면 입주일에 맞춰 대출금이 임대인의 계좌로 지급된다.

정유승 서울시 주택건축국장은 “신혼부부들이 주거비 부담 없이 더 나은 주거환경에 거주할 수 있도록 최선을 다하겠다”며 “임차보증금 지원사업이 주거환경 개선과 목돈 마련의 사다리 역할을 하기를 기대한다”고 말했다.

/ 김현정 기자

‘브랜드 의류’ 매출비중 남성 61%... 여성보다 21% ↑

티몬, 최근 2년 패션상품 매출 분석

남성들이 여성들보다 브랜드 의류를 더 선호하는 것으로 조사됐다.

티몬은 최근 2년간 패션 상품 매출을 분석한 결과 올해 남성들의 브랜드 의류 매출 비중은 61%로 여성(40%)보다 21% 높다고 14일 밝혔다. 남성들의 브랜드 제품 선호는 지난해 매출 비중 50%에서 11%포인트 증가한 것이다. 반면 여성의 경우 소호 패션 등 비 브랜드 의류 구매 비중이 60%를 차지하며 남성과 차이를 보였다.

티몬은 여성의 경우 패션상품 구매에 있어 개성에 따라 선호가 분명하고 다양한 아이템을 구비하기 때문에 브랜드에 국한하지 않고 다양한 제품들을 함께 구매하는 것으로 분석했다. 하지만 남성은 아직까지 온라인에서 의류를 구매했을 때 실패에 대한 부담감이 크고 보수적인



티몬이 여름을 앞두고 ‘프리미엄 아울렛’ 기획전을 진행한다.

/ 티몬

부분이 존재하기 때문에 익숙한 브랜드 제품을 선호하는 경향을 보인다는 분석이다.

브랜드 선호 경향은 연령대가 올라갈수록 더욱 커지는 것으로 조사됐다. 20대 남성의 경우 브랜드 매출 비중은 50% 가량이지만 30대 남성은 59%, 40대 이상 남성은 64%까지 올라간다. 여성도 연령대가 높아질수록 브랜드를 선호하는 경향

을 보였다. 20대 여성의 브랜드상품 매출 비중은 30%에 불과하다. 하지만 30대 41%, 40대 이상의 경우 50%까지 높아지는 것으로 나타났다.

황장순 티몬 브랜드패션 본부장은 “모바일을 통한 상품 구매가 기존 공산품에서 패션, 여행, 신선식품 등으로 확산되며 40대 이상 남성들도 패션상품을 모바일로 구매하는 경향이 강해지고 있는 상황”이라고 설명했다.

한편 티몬은 여름을 앞두고 ‘프리미엄 아울렛’ 기획전을 진행, 브랜드 패션상품 200여종을 최대 96%의 할인을 적용해 선보인다. 라코스테카라 티셔츠, 게스와엘르의 언더웨어, 핏플립 슬리퍼 등을 날짜별로 특가에 판매할 계획이며, 스와로브스키, 스톤이즈 등의 주얼리 상품과 오를리 선글라스, 타미힐퍼, 몽클레어의 여름 티셔츠 등도 할인된 가격으로 만나볼 수 있다.

/ 김유진 기자 ujin6326@

우리 구청 소식

마포구, 매주 토요일 흥대 공연

서울 마포구는 흥대 걷고싶은거리 일대에서 정기공연 사업인 ‘흥대로 문화로 관광으로!’를 진행하고 있다고 14일 밝혔다. 공연은 흥대 걷고싶은거리 여행자 편의시설 개방공간(서교동 348-1)에서 매주 토요일 오후 5시부터 7시까지 진행된다. 인디음악, 전통예술, 퍼포먼스 등 분야별로 1팀당 30분씩 공연한다. 정기공연은 올해 12월까지 이어질 예정이다.

/ 김현정 기자



중구, 초등생 직업체험 실시

서울 중구는 오는 21일까지 초등학생들이 광고 관련 직업을 체험해보는 청소년 광고기획 ‘내 꿈은 카피라이터’를 진행한다. 내 꿈은 카피라이터는 초등학생들이 관내 전통시장과 지역 명소를 탐방하고 그에 관한 광고를 제작하는 프로그



램이다. 프로그램은 광고의 개념과 종류, 제작 방법을 배우는 광고 이론수업과 현장 탐방, 광고 제작으로 나눠 진행된다.

/ 김현정 기자