

# ‘리니지 형제’는 효자… 엔씨, 최고실적 업고 해외 정조준



1·4분기 역대 최고실적 달성  
‘2조 클럽’ 달성에도 청신호  
집콕족에 게임 이용자 증가  
하반기 ‘리니지2M’ 2억 출시  
‘블레이드&소울2’ 연내 선배



리니지2M 이미지.

/엔씨소프트

엔씨소프트가 ‘리니지’ 형제의 흥행으로 1·4분기 역대 최고 실적을 달성했다. 신종 코로나바이러스감염증(코로나19)의 확산으로 집에서 머무는 시간이 늘어나며 게임 이용이 증가한 것도 한 몫 했다. 엔씨소프트는 이에 머무르지 않고, 글로벌 시장을 타깃으로 한 ‘블레이드&소울2’를 연내 출시하며, 올해 ‘2조 클럽’ 입성에도 고삐를 당긴다는 계획이다.

12일 엔씨소프트는 올 1·4분기 연결 기준 매출 7311억원, 영업이익 2414억원, 당기순이익 1954억원을 기록했다고 12일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출과 영

업 이익은 104%, 204%, 당기순이익은 162% 상승했다. 전분기 대비 매출, 영업이익, 당기순이익은 각각 37%, 71%, 261% 증가했다.

1·4분기 실적 호조로 올해 연 매출 2조원 달성에도 청신호가 들어왔다.

이러한 호실적은 리니지2M을 앞세운 모바일 게임 사업이 분기 최대 매출을 이끌었기 때문이다. 리니지2M 출시 효과가 반영된 모바일 게임 매출은 5532억원을 기록해 전분기와 비교해서도 54% 증가했다. 그 중 리니지2M은 3411억원, 리니지M은 2120억원을 기록

했다.

지난해 11월 말 출시된 리니지2M은 구글플레이서 6개월째 상위권을 유지하고 있다. 리니지M 또한 약 2년간 분기 매출 2000억원 초반을 꾸준히 유지할 정도로 안정적 매출 흐름을 이어오고 있다.

엔씨소프트 윤재수 최고재무책임자(CFO)는 이날 진행된 올 1·4분기 실적 발표 컨퍼런스콜에서 “리니지2M은 모바일게임으로는 드물게 출시 초반부터 트래픽이 상승하고 매출도 다른 게임에 비해 안정된 흐름을 이어갔다”며 “당사

최대 매출원으로 자리매김해 연말까지 안정적인 매출 곡선을 그릴 것”이라고 말했다.

코로나19 영향에 대해서는 “리니지2M은 출시된지 얼마 되지 않아 게임 내 수치 변동은 중립적이다. 오히려 영향이 큰 요인은 콘텐츠라고 생각한다”며 “그러나 국내가 아닌 해외에서는 미국, 유럽, 일본은 큰 폭의 매출 증가를 보이고 있다. 이 부분들이 지역성·플랫폼의 차이를 보이는지 내부적으로 분석하고 있다”고 말했다.

코로나19로 인한 해외 진출의 영향에 대해서는 “직원의 해외 출장이나 서플라이 체인 문제로 서버 공급의 어려운 부분이 발생하기도 하지만 어려운 시기와 상관 없이 잘 준비되고 있다”고 말했다.

엔씨소프트는 리니지2M의 해외 출시는 빠르면 올 하반기 중 아시아 시장에서 먼저 이뤄질 것으로 보인다.

이와 함께 엔씨소프트는 블레이드&소울2 개발도 박차를 가하고 있다. 블레이드&소울2는 PC 온라인게임 ‘블레이드&소울’ IP를 기반으로 개발 중인 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG)이다.

G)이다.

윤CFO는 블레이드&소울2의 경쟁력에 대해 “블레이드&소울2는 기본적으로 액션, 무협이 배경이 되고 동양적 그래픽을 가지고 있고 젊은 층에 좀 더 어필하는 특성이 있다”며 “리니지2M과는 PC 때도 그랬듯 다른 층을 공략하는 타이틀이 될 것으로 예상하고 있다”고 말했다.

블레이드&소울2의 출시 시기에 대해서는 “연내 국내 출시를 목표로 하고 있다”며 “정확한 시점을 밝히기는 어렵지만 4분기가 가깝지 않을까 생각한다”고 말했다.

블레이드&소울2는 해외 시장에 유저가 많은 게임이기 때문에 글로벌 로컬 시장에 맞는 지역화 작업도 할 예정이다. 이와 함께 음악 게임 ‘퓨저’를 미국 시장에 연내 출시하고, 신작 ‘프로젝트 TL(가칭)’도 내년에 내놓을 계획이다.

이밖에 엔씨소프트는 8000억원대의 판교구청 예정부지 매입 추진과 관련한 신사옥 건립에 관해서는 “구체적으로 정해진 것이 없다”며 “성남시와 계약을 할지 자체가 정해지지 않았다”고 선을 그었다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## 신세계인터 ‘자주’, 3조 시장 에슬레저 진출

액티브캐주얼웨어 콘셉트 출시  
레깅스 등 기능·소재 세분화

신세계인터내셔널의 라이프스타일 브랜드자주(JAJU)가 최근 패션업계 최대 트렌드로 떠오른 에슬레저 시장에 진출한다. 자주가 전문 에슬레저 의류를 출시하는 것은 이번이 처음이다.

한국패션산업연구원에 따르면 국내 에슬레저 시장은 2009년 5000억원에서 2016년 1조5000억원으로 성장했으며, 올해는 3조원에 이를 것으로 전망된다.

특히 코로나19의 영향으로 집에서 운동하는 ‘홈트족(홈+트레이닝)’이 증가하고 집 근처에서 활동하는 ‘슬세권(슬리퍼로 갈 수 있는 상권)’ 패션이 인기를 끌면서 에슬레저에 대한 수요는 더욱 늘어나는 추세다.

자주는 기존에 판매하던 원마일웨어에 에슬레저라인을 새롭게 추가해 패션 매출을 대폭 끌어올린다는 계획이다.

자주의 에슬레저 라인인 운동뿐만 아니라 일상복으로도 입을 수 있는 액티브 캐주얼웨어를 콘셉트로 한다. 프리미엄 운동복에 버금가는 기능성과 활동성, 착용감을 제공하면서 일상에서 원마일웨어로 입기 좋은 세련된 스타일도



3조원 시장 겨냥 20SS 에슬레저 라인 첫 론칭

갖췄다. 무엇보다 상품마다 디자인과 기능을 차별화해 소비자가 라이프스타일, 취향, 용도에 따라 선택할 수 있도록 선택의 폭을 넓힌 것이 강점이다.

주요 제품인 ‘레깅스’와 ‘스포츠 브라’는 사용자의 운동 강도에 따라 적합한 제품을 고를 수 있도록 기능과 소재를 세분화했다.

스포츠 브라는 러닝, 헬스 등 고강도 운동시 적합한 강한 지지력을 제공하는 ‘하이서포트’ 제품과 요가, 스트레칭과

같은 저강도 운동을 할 때나 일상에서 가볍게 입기 좋은 ‘로우서포트’ 제품으로 구분해 제작했다.

레깅스는 크레오라 스판사가 함유되어 있어 복원력이 뛰어나고 착용감이 매우 편한 것이 특징이다. 날씬해보이는 무광택 원단을 사용했으며 허리와 옆구리살을 잡아주는 하이웨스트 밴드를 적용해 몸매를 탄탄하게 잡아준다. 땀에 젖어도 금방 마르는 흡수속건 기능과 통기성이 우수하고 속옷이 비치지 않는다.

여름에 시원하게 입을 수 있는 쿨링 레깅스도 판매한다. 기능성 원사를 사용해 시원한 착용감을 주며 물놀이 할 때는 워터레깅스로도 입을 수 있어 실용적이다.

티셔츠는 반팔부터 민소매, 긴팔까지 디자인과 기장, 두께를 다양화해 여러 가지 스타일을 연출할 수 있다. ‘라이트 드라이’, ‘미덤 드라이’, ‘에어 컴포트’로 건조 기능과 신축성을 세분화해 운동 강도에 맞게 선택할 수 있다. 전 제품은 천연소재인 면과 친환경소재 모달로 제작돼 자극이 없고 통기성이 뛰어나 언제나 쾌적한 느낌을 유지할 수 있다. /신원선 기자 tree6834@

## “가방 속 저장매체 0.3초 만에 판독”

### LG CNS, ‘AI 엑스레이 영상분석 기술’ 개발

USB 등 8종 판독… 정확도 99%

LG CNS가 인공지능(AI)을 엑스레이 장비에 결합해 기업·기관의 정보유출을 원천 차단하는 ‘AI 엑스레이 영상분석’ (가칭: AI 보안요원) 기술을 개발했다.

각종 건물 출입구에 설치된 엑스레이 장비가 촬영한 가방, 외투 등의 사진을 AI가 분석해 정보유출 가능성이 있는 저장매체나 전자기기를 찾아내는 기술이다.

LG CNS ‘AI 보안요원’은 가방, 외투 안의 저장매체를 0.3초 만에 모두 식별한다. 숨겨놓은 저장매체를 AI가 발견하면, 모니터상에 ‘USB 99.0%’, ‘Memory Card(메모리카드) 85.5%’와 같이 저장매체 이름과 판단 결과에 따른 확률을 함께 표시한다. 엑스레이 검색대 벨트도 정지시킨다. ‘메모리카드 85.5%’는 식별된 저장매체가 메모리카드일 확률이 85.5%이며, 다른 저장매체일 확률은 14.5%라

는 의미다.

기존에는 출입구에 배치된 보안인력이 엑스레이 사진을 육안으로 검사하는 방식이라 판독 시간과 정확성 측면에서 비효율적이었다. 신규 보안인력을 투입한 경우 엑스레이 사진을 판독하는 방법을 새로 교육하는 과정 또한 필요했다.

LG CNS는 AI의 엑스레이 사진 인식을 위해 다양한 저장매체 이미지 5만여 장 이상을 학습시켰다. 학습 결과 USB·하드디스크·메모리카드·노트북·태블릿PC·스마트폰·카메라·e북 등 8종의 저장매체 판독이 가능하며, 판독 정확도는 99%에 달한다. 사람 눈으로 식별하기 어려운 가방 안 수첩, 파우치에 숨겨져 있거나 이어폰 줄과 섞여있는 저장매체 등도 AI가 바로 구별해낸다.

향후 판독 정확도를 100% 가까이 높이고 판독 가능한 저장매체 종류도 늘릴 계획이다. /구서운 기자 yuni2514@

## “SSG페이 AI 챗봇에게 물어보세요”

업계 최초 AI 챗봇 ‘쓱이지’ 론칭

신세계 그룹의 간편결제 서비스 SSG페이가 유통업계 간편결제 최초로 인공지능(AI) 챗봇 서비스를 시작한다.

SSG페이가 선보이는 AI 챗봇 서비스 ‘쓱이지’는 24시간 365일 운영되는 1

대1 고객 상담 서비스다. 신세계아이앤씨가 개발한 구글 기술 기반의 AI 챗봇 플랫폼 ‘사이보그’(SAIbog-SHINSE GAE AI Bot on Google)를 활용해 개발했다.

이용 방법은 SSG페이 앱의 전체 메뉴 상단의 ‘쓱이지’ 아이콘을 선택한 후

궁금한 점을 질문하면 된다. 답변은 텍스트와 이미지, 링크를 통해 상세하게 제공한다.

AI 챗봇 서비스 ‘쓱이지’는 SSG페이의 주요 서비스에 대한 안내뿐 아니라 SSG머니 잔액 등 개인화된 정보도 안내해준다. 또한 채팅창에서 고객이 SSG머니 충전 및 전환 등의 서비스를 바로 진행할 수 있도록 안내한다.

/신원선 기자

## NBP, 패션업계 클라우드시장 공략 박차

네이버 비즈니스 플랫폼(NBP)이 국내 래시การ์ด 점유율 1위 스포츠웨어 브랜드 ‘배럴’의 대규모 이벤트도 성공적으로 대응하는 등 패션업계에 시장공략을 가속화하고 있다고 12일 밝혔다.

배럴은 정기적인 온라인 프로모션을 통해 매출 및 인지도를 성장시켜왔으며, 프로모션 기간마다 늘어나는 트래픽 폭주로 쇼핑몰이 마비되는 문제를 네이버 클라우드 인프라의 이점을 활용해 효율적으로 해결했다.

배럴은 최근 배우 한소희를 모델로 발탁해 요가 및 피트니스 중심의 에슬레저 상품을 론칭한 온라인 프로모션에

서 평소 대비 70배 이상 트래픽 증가했음에도 자체 온라인몰에서 접속 지연 문제가 발생하지 않았다고 회사측은 덧붙였다.

배럴 e-비즈니스담당자 황상흠 차장은 “평소 대비 온라인 몰 상품 페이지 뷰는 70배, 방문자 수는 40배 증가했지만 네이버 클라우드 플랫폼의 지원으로 중단 없이 안정적인 서비스 제공이 가능했다”고 밝혔다.

NBP 마케팅 한근주 리더는 “네이버 클라우드 플랫폼의 CDN 상품을 통해 국내는 물론 해외 사용자에게도 빠르게 콘텐츠를 전송할 수 있다”고 말했다. /구서운 기자