

# 애니로 움직이고 3D로 춤추고... 캐릭터 IP, 산업 곳곳 활약

(지식재산권)

카카오 웹툰, 영상 등 콘텐츠 확대 고양이 캐릭터 '춘식' 인기몰이 라인 中, 美 등 현장 스토어 운영 오리지널 애니메이션 2차 가공

카카오와 라인의 캐릭터 IP(지식재산권) 활용이 다변화되고 있다. 양사는 캐릭터 IP를 통한 수익 창출에 힘을 기울이고 있는 모습이다.

22일 업계에 따르면 최근 카카오의 캐릭터를 통한 다양한 SNS 활동이 인기를 끌고 있다. 라인은 인기 캐릭터 IP인 라인캐릭터를 앞세워 애니메이션, 게임, NFT 발매 등 다양한 콘텐츠에 적용하고 있다.

## ◆카카오, 고양이 캐릭터 '춘식' 앞세운 SNS 인기

카카오는 캐릭터 IP의 상품성 확장을 위해 그동안 다양한 시도를 계속해 왔다. 대표적으로 SNS에서 라이언의 애완 고양이 캐릭터 '춘식'을 앞세워 인기몰이를 하고 있다.

라이언인스타그램에서는 '춘식은 집순이', '춘식은 고양이' 등 웹툰 콘텐츠를 선보이고 있다. 유튜브와 멜론에서는 라이언이 DJ라는 설정으로 이용자들에게 라이언의 'K-POP 뮤직 플레이리스트'를 제공하고 있다.



카카오는 지난 7월부터 '라춘댄스' 시리즈를 선보였다.



카카오 'BT21' 캐릭터

/라인프렌즈

지난 7월부터는 라이언과 춘식이의 댄스 챌린지 프로젝트 '라춘댄스' 시리즈를 공개하며 캐릭터를 3D 기반 영상으로 제작하는데도 힘을 쏟고 있다. 카카오는 매주 화요일마다 라이언&춘식 글로벌 틱톡 계정과 카카오프렌즈 유튜브, 라이언인스타그램 등 다양한 SNS 채널을 통해서도 순차적으로 영상을 공개하고 있다. 또한, 춘식 트위터를 통해서 라춘댄스 비하인드 스토리, 댄스 스포일러 등 라춘듀오와 관련된 춘식이의 일상을 공개하며 팬들과의 소통을 이어가고 있다.

카카오의 커머스 자회사 카카오킨도 자체적으로 카카오킨 캐릭터들의 스토리성을 강화하는 노력을 펼치고 있다. 지난 4월에는 이용자 투표를 통해서 정해진 여우캐릭터 '홍이'를 공개하기도 했다. 홍이는 정식으로 카카오프렌즈에 속해있는 캐릭터는 아니지만, 카카오킨은 홍이를 통해서 카카오프렌즈의 전체적인 스토리 구성을 더욱 탄탄하게 한다는 계획이다.

카카오킨 관계자는 "(홍이를) 새로운 캐릭터 상품으로 운영하는 건 아니다"라고 설명하며, "마케팅 스토

리라인을 꾸밀 때 일환으로 투표이벤트를 진행해 만든 캐릭터"라고 말했다.

## ◆라인, 캐릭터 앞세워 해외시장 선점

라인캐릭터가 큰 인기를 끌고 있는 곳은 단연 해외다. 현재 라인은 일본, 중국, 미국, 태국, 인도네시아, 필리핀, 대만, 싱가포르 등에 진출해 현장 캐릭터 스토어를 운영하고 있다.

라인은 유명 연예인, 인기 브랜드와도 협업을 진행 중인데 대표적인 게 2017년 방탄소년단과 만든 BT21이다. 방탄소년단의 인기가 상승함과 동시에

BT21의 인기도 점차 상승했고, 현재는 게임, 사진어플 SNOW의 AR 이모지, 메타버스 제페토 등 다양한 플랫폼에서 활약하는 성공적인 IP 모델로 자리매김했다. 라인은 이외에도 뱅앤올룹슨, 컨버스, 라미, 라이카 등 자사 브랜드 가치와 결을 같이 하는 글로벌 브랜드와의 콜라보레이션으로 프리미엄 캐릭터 제품도 꾸준히 선보이고 있다.

라인은 캐릭터 IP를 2차 가공하는데도 힘을 쏟고 있다. 라인프렌즈는 라인프렌즈캐릭터를 주인공으로 한 넷플릭스 오리지널 애니메이션 시리즈를 190개국 이상을 대상으로 공개하겠다는 계획도 발표한 바 있다.

최근에는 넥슨 '카트라이더' IP 사업 전개 등 글로벌 미디어·게임 기업과의 파트너십을 통해 디지털 콘텐츠 경쟁력을 강화하고 있다. 또, 유명 3D 콘텐츠 제작사인 에이판인터랙티브와 버추얼스타 '아빠키'의 IP 사업에도 나서며 디지털 엔터테인먼트 비즈니스까지 진출했다. 지난 8월에는 자체 블록체인 기술을 활용해 라인프렌즈 캐릭터 IP인 브라운, 셸리, 코니가 들어간 NFT 총 3종을 발행하기도 했다. 라인은 이러한 캐릭터 IP 활용을 통해 IP 가치를 더욱 상승시킨다는 계획이다.

/강준혁 기자 junhyuk@metroseoul.co.kr

# ±0.1℃ 정밀 숙성... AI 맞춤 관리... "김치 맡겨만 주세요"

## 가전업계, 김치냉장고 신제품 大戰

삼성 별도 공사없는 빌트인 디자인 LG 이가 최적 온도·시간 자동 관리 위니아딤채 목적에 따라 기능 다양화

본격적인 김장철이 다가오는 가운데 삼성전자·LG전자·위니아딤채 등 대표적인 가전제품 제조사들이 김치냉장고 신제품을 선보이고 있다.

각사는 김치냉장고 기능 개발은 물론 부가적인 특징을 극대화하는 모양새다.

22일 업계에 따르면 삼성전자는 비스포크 디자인으로, LG전자는 소비 트렌드에 맞춘 인공지능으로, 위니아딤채는 본연의 김치 숙성 기술과 확장된 식재료 보관 기술력으로 김치냉장고 시장 공략에 나섰다.

## ◆삼성전자, 김치냉장고도 비스포크 스타일로

삼성전자는 이달 8일 '비스포크 김치플러스' 4도어 신제품을 출시했다. 삼성전자는 이번 신제품의 가장 큰 특징으로 별도 공사 없이 주방 가구에 맞춰 빌트인 스타일을 구현하는 '키친핏' 디자인을 꼽았다.

이어 15일에는 용도에 따라 냉장·냉동·김치·변온 등 4가지 종류 중 선택할 수 있는 '비스포크 냉장고' 1도어 신제품이 출시됐다. 이 제품 역시 키친핏이 특징이다.

삼성전자는 두 제품 모두 기존 비스포크 냉장고와 동일하게 22가지 종류의 패널을 제공하며 360개 색상으로 구성된 프리즘 컬러에서 소비자가 원하는



'비스포크 김치플러스' 4도어 신제품. /삼성전자



LG전자 '디오스 김치톡톡' 신제품. /LG전자



2022년형 딤채 신제품. /위니아딤채

색을 선택할 수 있도록 했다. 이에 따라 소비자는 취향에 따라 주방 인테리어에 통일감을 높일 수 있을 전망이다.

디자인 외에도 삼성전자는 비스포크 김치플러스 신제품에 ▲설정 온도에서 ±0.3도 이내 편차를 유지하는 '초정온 메탈쿨링' 기술 ▲와인·음료·간편식 등 맞춤형 보관이 가능한 '멀티 트레이' ▲여러 곡물을 분리·보관할 수 있는 '곡물 디스펜서' 등을 도입했다.

양혜순 삼성전자 생활가전사업부 상무는 "삼성 비스포크 김치플러스 신제품은 세련된 디자인과 넉넉한 용량, 식재료 맞춤 보관 솔루션 등 제품 외부부터 내부까지 '비스포크' 콘셉트를 강화했다"고 밝혔다.

## ◆소비자 트렌드 고려한 LG전자 인공지능 김치냉장고

LG전자는 지난달 30일부터 'LG 디오스 김치톡톡' 김치냉장고 신제품을 선보였다. LG 디오스 김치톡톡은 국내 김치냉장고 가운데 유일하게 인공지능 맞춤보관 기능을 제공한다.

인공지능 맞춤보관은 소비자가 구입

한 포장김치를 김치냉장고가 인식해 최적의 온도와 시간을 알아서 설정하는 기능이다.

소비자는 스마트폰 LG 씽큐 앱으로 포장김치 바코드를 촬영해 김치냉장고가 인식하면 제조일자를 입력하고 '익힘' 모드를 선택하면 된다. 이후 김치냉장고가 브랜드, 종류, 제조일자 등 김치 정보를 고려해 숙성을 위한 알고리즘으로 포장김치에 적합한 온도와 시간을 알아서 설정하는 방식이다.

인공지능 맞춤보관 기능은 지난해 CJ제일제당 비비고와 대상 증가집 포장김치에 처음 도입된 데 이어 올해 풀무원에도 확대 적용돼 국내 포장김치 총 9종에 이용 가능하다.

이 같은 기능은 최근 직접 김치를 담그기보다 구매하는 소비자가 늘면서 개발된 것으로 풀이된다. LG전자는 이에 따라 인공지능 맞춤보관 기능을 지원하는 포장김치 종류를 꾸준히 확대한다는 방침이다.

## ◆위니아딤채, 김치냉장고 본연의 기능에 집중

위니아딤채는 김치냉장고 본연의 기

능에 집중하며 지난달 26일 스탠드형 49종 및 뚜껑형 25종 등의 김치냉장고 신제품을 출시했다.

위니아딤채는 신제품의 ±0.1도 초정밀 정온기술을 더욱 향상했다고 전했다. 이어 신제품에 저장고 자체를 직접 냉각하는 방식의 오리지널 땅속냉각과 탐쿨링 시스템 등 10대 김치 전문 숙성 모드와 숙성김치의 활성산소 제거 능력을 초기 보관한 김치 대비 2배 이상 높일 수 있는 새로운 숙성 알고리즘도 적용했다고 설명했다.

위니아딤채는 이 같은 기능을 바탕으로 ▲종류별 와인 및 맥주·소주 등을 전문적으로 보관하는 '보르도스페셜' ▲막걸리와 과일청을 직접 만들어 보관까지 가능한 '발효숙성 모드' ▲이유식 재료 및 샐러드, 고기 맞춤 보관이 가능한 '빙온 숙성 모드' 등 소비자 라이프 스타일에 맞는 기능을 탑재한 제품들을 선보였다.

한편 위니아딤채는 자발적 리콜 대상 제품인 2005년 9월 이전 생산된 뚜껑형 김치냉장고 찾기에 나서고 있다.

/한창대 기자 cd1@

## 과기부 ISMS 인증 사업자 공개

과학기술정보통신부가 국내 가상화폐 거래소의 운영을 좌우할 가상자산사업자 신고 마감을 앞두고 정보보호 관리체계(ISMS)인증 획득 가상자산사업자 명단(43개)을 최종 공개했다.

과학기술정보통신부는 보다 많은 가상자산사업자들에게 정보보호 관리체계(ISMS) 추가 인증기회 부여를 위해 지난 17일 임시 인증위원회를 개최했다고 22일 밝혔다. 이번 임시 인증위원회에서는 회의 결과를 반영한 가상자산사업자 명단(43개)을 수정해 공개했다. 현재 금융위가 파악한 국내 가상자산거래소는 모두 63곳이다.

과기정통부는 일부 가상자산사업자들의 폐업·영업중단이나 ISMS인증 신청서만 제출 후 곧 인증 받을 것처럼 과대 홍보하는 사례가 예상됨에 따라, 이용자인 국민들이 피해를 입지 않도록 각별한 주의를 당부했다. 따라서, 가상자산 이용자들은 한국인터넷진흥원 정보보호 관리체계(ISMS)인증 홈페이지를 통해 최신 가상자산 사업자 ISMS인증 현황 자료의 지속적 확인을 요청했다.

또한, 과기정통부는 "가상자산사업자의 신고 기한 만료 후에 가상자산 피싱(전자금융사기) 사이트 등 사이버 공격이 증가할 것으로 예상된다"며, "앞으로도 사이버침해 대비 모니터링 강화 및 사고 발생 시 기술지원 등 신속한 대응을 추진하고, 이용자의 피해를 효과적으로 예방하기 위하여 ISMS인증을 획득한 가상자산사업자가 인증을 적절히 유지하도록 하는 등 안전한 가상자산 서비스 환경이 조성될 수 있도록 적극 노력하겠다"고 밝혔다.

/강준혁 기자