

SKT, 日 1위 통신사와 메타버스·6G·미디어 협력 나선다

NTT도코모와 ICT 사업 MOU 콘텐츠·기술·서비스 영역 협력 인기 IP 공동확보, 공동투자 논의 웨이브 콘텐츠, 日 시장 활로개척 하이닉스 등 참여로 시너지 강화

SK텔레콤이 NTT도코모와 메타버스·6G·미디어 협력에 나선다.

메타버스 콘텐츠에 공동 제작 및 투자하고, 양사 서비스 연결 및 공동 마케팅도 추진한다.

SK텔레콤은 일본 1위 통신사업자인 NTT도코모와 ICT 사업 협력을 위한 업무 협약(MOU)을 체결했다고 21일 밝혔다.

이번 협약을 통해 양사는 메타버스·통신 인프라·미디어 사업 등 3대 분야에서 전략적 파트너십을 맺고 긴밀한 협력을 추진하기로 했다. 특히 콘텐츠웨이브, SK하이닉스 등 SK의 ICT패밀리들도 함께 참여하기로 해 양사 협력의 시너지가 더욱 강화될 것으로 기대된다.

이를 위해 양사 주요 경영진들은 18일 서울 워커히 호텔에서 협약을 체결하고 기념 촬영을 하고 있는 모습. /SKT



유영상 SKT 사장(왼쪽)과 이이 모토유키 NTT도코모 사장(오른쪽)을 비롯한 양사 경영진이 11월 18일 서울 워커히 호텔에서 협약을 체결하고 기념 촬영을 하고 있는 모습. /SKT

했다. SKT는 유영상 사장을 비롯해 하민용 최고사업개발담당(CDO), 최우성 SKTJ 대표, 이태현 웨이브 대표, 양맹석 메타버스CO 담당이 참석하고, NTT도코모는 이이 모토유키(Ii Motoyuki) 사장, 다니 나오키 최고기술책임자(CTO), 다카오카 히로마사 스마트 라이프 컴퍼니 상무이사, 오카가와 다카토시 R&D전략부장 등 주요 임원들이 참석했다.

◆메타버스 콘텐츠 공동제작 및 투자

SKT와 NTT도코모는 각 사가 보유한 메타버스 서비스의 고도화를 위해 콘텐츠, 기술, 서비스 영역에서 협력하기로 했다. SKT가 작년 7월부터 서비스 중인 '이프랜드'처럼 NTT도코모도 올해 3월 일본에서 메타버스 서비스를 출시해 운영 중이다.

양사는 메타버스용 콘텐츠를 공동으로 제작하는 방안을 검토할 예정이다. 예컨대 K팝, J팝 콘텐츠를 공동으로 제작해 양사 서비스에 적용하는 방

식이다.

특히, 한일 양국에서 인기있는 게임, 애니메이션 등 콘텐츠에 대한 지적재산권(IP)을 공동으로 확보하거나, 메타버스 관련 콘텐츠제공사업자(CP)나 확장현실(XR) 관련 디바이스 제조사 등 기술 기업에 공동 투자하는 방안 등에 대해 논의해 나갈 예정이다.

또한 양사는 메타버스 협력을 위한 정기 협의체를 운영하면서 단계적으로는 양사의 서비스 및 기술 노하우를 서로 공유하고, 장기적으로는 양사의 서비스를 연결하고 공동 마케팅을 하는 방안까지도 논의하기로 했다.

양사의 메타버스 서비스가 연결될 경우, 이프랜드에서 중계하고 있는 K팝 가수의 불류메트릭 콘서트를 NTT도코모의 서비스를 통해 일본 이용자들이 관람할 수 있고, NTT도코모의 서비스에 구현된 일본의 주요 도시를 이프랜드 이용자들도 동일하게 방문하는 등의 서비스 구현이 가능하게 될 전망이다.

SKT와 NTT도코모는 6G 등 차세대 통신 네트워크 분야에서도 협력하기로 했다. 양사는 5G는 물론 5G보다 한 단

계 진화된 5G 에볼루션(Evolution)과 6G의 주요 기술을 공동으로 연구하고, 기술 표준을 함께 정립해 나가기로 합의했다.

◆웨이브, 콘텐츠 공동제작 등 원스탑 협력 등 일본 진출 방안 모색

콘텐츠웨이브가 운영하는 온라인 동영상 서비스(OTT) '웨이브'가 이번 NTT도코모와의 협력을 기반으로 일본 미디어 시장 진출을 위한 활로 개척에 나선다.

양사는 글로벌 미디어 시장을 공략하기 위한 전략적 투자와 콘텐츠 제작/유통 분야에서의 협력을 추진하기로 했다. 이와 관련 양사는 향후 드라마, 예능 등 다수의 오리지널 콘텐츠를 공동 제작해 한국과 일본에 독점 제공하는 등 양사의 OTT 서비스가 시너지를 낼 수 있는 방안을 논의 중이다.

세계적 인기를 끌고 있는 한류 콘텐츠를 일본에 제공하게 된다면 웨이브는 해외 판로를 개척하고, NTT도코모는 가입자 증가 효과를 기대할 수 있어 양사가 윈윈(Win-Win)할 수 있는 협력 구조다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

롯데, 1.1조 유증... “건설 추가지원 없다”

“롯데건설 자금난 어느정도 해소” 그룹 전반 재무부담 우려는 여전

롯데케미칼이 롯데건설 지원 등을 위해 대규모 유상증자를 단행했다. 그룹 전반으로 재무 부담이 확산할 수 있다는 우려가 제기되자 롯데케미칼 측은 컨퍼런스콜을 통해 “롯데건설의 자금난이 어느 정도 해소됐다”며 “대여금은 3개월 만기 대여로 만기가 1월 18일이며 현재까지 만기 연장 계획은 없다”고 추가 지원설에는 선을 그었다.

21일 관련 업계에 따르면 롯데케미칼은 지난 18일 운영자금 5000억원, 타법 인준권 취득자금 6050억원 등 총 1조 1050억원 규모의 유상증자를 단행한다고 공시했다. 주식 예정발행가는 13만원으로 20% 할인율이 적용됐다. 신주 상장 예정일은 2023년 2월 13일이다. 6050억원은 동박 사업을 하는 일진머티리얼즈 지분 취득에, 나머지 5000억원은 석유화학산업 기초원료 매입대금에 활용될 예정이다.

21일 롯데케미칼 주주배정 유상증자 기업설명회 컨퍼런스콜 자리에서 김연

섭 롯데케미칼 ESG본부장 전무는 “롯데건설 위험이 상당 수준으로 해소됐다고 판단해 우려할 만한 일은 없을 것으로 본다”며 “이번 유증도 성공적으로 끝내 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대한다”고 말했다.

이어 컨퍼런스에서 롯데케미칼은 “롯데건설에 대한 우려는 롯데건설 자금 현황 우려, 당사 추가 지원 여부, 대여금의 상환가능여부 등으로 알고 있다”며 “롯데건설 자금 현황은 문의·조사한 바에 따르면 위험이 상당 수준으로 해소됐다는 판단”이라고 설명했다. 이어 “롯데건설은 보유한 사업장이 대부분 우량하지만 최근 레고랜드 사태 등으로 일시적 자금경색 영향을 받고 있다”고 덧붙였다. 또 “롯데건설은 우리의 중요한 전략적 파트너이자 롯데케미칼이 투자하는 대부분 사업의 주요 시공사”라며 만기 연장 계획은 없다고 못박았다.

롯데케미칼은 일진머티리얼즈 인수(2조 7000억원)를 위한 목돈 마련 방안을 두고는 “일진머티리얼즈 인수대금 2조 7000억원 중 유증을 포함해 내부자금으로 1조원 마련을 예상한다”며 “외부

차입은 1조 7000억원으로 이에 대해 금융기관들과 협의중이고 어느정도 협의가 돼 올해 말 기준 금융기관들의 확답을 받을 계획”이라고도 전했다.

하지만 최근 롯데케미칼의 대규모 유상증자는 그룹 전반의 재무 부담이 가중될 수 있다는 우려를 불러일으키고 있다. 롯데케미칼뿐만 아니라 롯데건설은 롯데정밀화학에서 3000억원을 내년 2월 8일까지 3개월간 차입한 바 있으며, 롯데홈쇼핑에서는 1000억원을 내년 2월 9일까지 차입하기로 한 상태다. 게다가 롯데케미칼은 롯데건설 대주주(지분율 43.79%)로, 롯데건설 유증에 참여해 876억원을 지원하기도 했다.

롯데케미칼 측은 “당사 최대주주인 롯데지주를 포함 롯데그룹 특수관계자들의 롯데케미칼에 대한 지분율은 54.94%”라며 “개별 기업 이사회 결의사항이라 대주주의 증자 참여에 대해 확답 드리기 어려우나 그룹 내 장기적 관점에서 기업의 성장과 가치 제고에 대한 공감대가 형성되고 있어 이번 증자가 성공적으로 끝날 것으로 기대한다”고 덧붙였다. /허정윤 기자 zelkova@



호주 소비자들이 LG 올레드 에보를 살펴보고 있다.

LG전자, 호주서 ‘최고 TV 브랜드’ 선정

초이스 평가, 7년 연속 선정 제품 평가 1~7위까지 석권

LG전자가 호주에서도 7년 연속 TV 시장 왕좌를 차지했다.

LG전자는 최근 호주 초이스가 실시한 ‘최고 TV 브랜드 2022’에 선정됐다고 21일 밝혔다.

초이스는 ▲TV 성능평가 ▲고객 6,400명을 대상으로 조사한 브랜드 신뢰도 ▲소비자 만족도 ▲추천 제품 선정 등을 종합 평가해 매년 최고 TV 브랜드를 선정한다.

LG전자는 TV 성능평가, 브랜드 신뢰도, 소비자 만족도에서 각각 최고점을 받았다. 이를 합산한 종합 점수에서

81점을 받아 다른 글로벌 TV 브랜드를 제치고 1위를 차지했다. 7년 연속이다.

특히 LG 올레드 TV는 전문가들로 구성된 초이스 평가단의 TV 제품평가에서도 1~7위까지 석권했다. LG 올레드 TV 에보 2종(55C2/42C2)은 성능평가 점수 84점으로 전체 TV 가운데 공동 1위를 기록했다. 두 제품은 모두 화질 평가에서 전체 제품 가운데 최고점을 받았을 뿐만 아니라, 스마트 TV 기능과 인터페이스 편의성 항목에서도 높은 평가를 받았다.

아울러 LG전자는 최고 냉장고 브랜드 2022와 최고 통돌이 세탁기 브랜드 2022에도 선정되며 생활가전 분야에서도 호평받았다. /김재용 기자 juk@

보이지 않는 차량용 스피커 개발

LG디스플레이, CSE 혁신상 수상 무겁고 부품 수 많던 스피커 대체

자동차 디스플레이가 스피커 없는 스피커도 개발했다.

LG디스플레이는 ‘차량용 사운드 솔루션’을 개발했다고 21일 밝혔다. CES 2023 혁신상도 받았다.

내년 상반기 상용화 예정인 이 제품은 LG디스플레이가 독자 개발한 필름 형태 익사이터로 디스플레이 패널을 비롯한 내장재를 진동판으로 활용해 소리를 내는 원리다. 진동계와 지지계 등 무겁고 부품 수가 많던 스피커를 대체할 수 있고 외부에 보이지도 않는다.

크기가 가로 150mm에 세로 90mm로

여권크기에 불과하며, 두께도 500원 동전과 비슷한 2.5mm다. 무게도 40g에 불과해 기존 스피커 대비 30% 수준이다.

LG디스플레이는 이를 통해 실내 디자인 자유도를 높이는 것뿐 아니라 탑승 공간을 더 넓게 활용하기도 쉬워질 것으로 기대했다. 또 스피커를 설치하기 어려운 천장과 필러 등에 설치할 수도 있어 음질 편차를 없애고 입체 음향도 더 효과적으로 구현할 수 있다.

/김재용 기자 juk@

아시아나 속한 ‘스타얼라이언스’ WTA 3년 연속 최고 항공사 동맹체

아시아나항공은 자사가 속한 세계 최대 항공사 동맹체 ‘스타얼라이언스’가 2022월드트래블 어워즈(WTA) 시상식에서 3년 연속 최고 항공사 동맹체로 선

정됐다고 21일 밝혔다. 스타얼라이언스 LA공항 라운지도 3년 연속 최우수 항공사 동맹체 라운지 상을 수상했다.

올해로 29회를 맞은 WTA는 여행, 관광, 숙박업 각 분야에서의 성과를 축하하기 위해 개최되고 있으며 엄선된 전 세계 여행업계 종사자를 대상으로 한 설문 결과를 바탕으로 수상자가 결정된다. /허정윤 기자 zelkova@