

K 콘솔게임 육성에 155억 지원... 업계, 신작 준비 '분주'

전 세계 게임분야서 두 번째로 국내 콘솔게임 점유율 5.1% 그쳐 넥슨, 내년 신작 '퍼스트 버서커:카잔' 크래프톤 '인조이' 하반기 출시 앞뒤 펠어비스, 자체개발 엔진 '붉은사막'

한국 콘솔게임 시장에 대한 관심이 올라가고 있다. 정부는 지원을 강화하고, 업계는 본격적인 콘솔 게임 콘텐츠 출시에 나서고 있는 것.

2일 업계에 따르면 국내 콘솔게임에 대한 정부 지원이 강화되고 있다. 그간 콘솔 게임의 불모지로 불리던 한국 콘솔 게임 시장의 성장 발판이 넓어지고 있다는 기대가 나오고 있다.

문화체육관광부는 지난달 28일 한국 콘솔 게임 육성에 155억원에 달하는 정부 예산을 투입하겠다고 밝혔다. 이는 전년 대비 87억원 증가한 예산액이다.

그간 국내 콘솔 게임 시장 사정은 좋지 않았다. 한국콘텐츠진흥원의 2023 게임백서에 따르면 콘솔게임은 전체 게임분야에서 시장점유율이 28%를 차지



ChatGPT에 의해 생성된 콘솔 게임기 이미지.

해, 전 세계적으로 볼 때 모바일게임(44%)에 이어 두 번째로 큰 시장이다.

그럼에도 불구하고 2022년 국내 게임 시장 분야별 비중을 따져봤을 때 콘솔 게임의 점유율은 5.1%에 불과했다.

이에 정부는 지난 5월부터 콘솔 게임을 집중 지원하겠다는 계획을 제시했다. 콘솔게임 산업 생태계 조성을 위해

특성에 맞는 지원 체계를 구축하겠다는 것이다.

구체적으로 소니, 닌텐도 등 글로벌 콘솔 플랫폼사와의 협력, 콘솔게임 제작 선도기업 등의 비법을 전수하는 멘토링 프로그램, 게임 컨설팅과 홍보 및 유통을 전담하는 운용사와의 연결 등을 지원하겠다고 밝혔다.

게임업계도 콘솔게임 육성에 집중한다. 넥슨은 콘솔과 PC를 기반으로 하는 액션 RPG 신작 게임 '퍼스트 버서커: 카잔'을 오는 2025년에 새롭게 선보인다. 게임 주인공 '카잔'의 강렬한 전투와 독창적인 3D 셀 애니메이션을 기반의 그래픽 등을 통해 글로벌 콘솔 게이머들을 정조준하겠다는 것이 넥슨측의 설명이다.

3D 셀 애니메이션은 컴퓨터로 만든 3D 캐릭터와 배경을 이용해 2D 만화처럼 보이도록 만드는 애니메이션 기법이다.

크래프톤은 처음으로 콘솔 게임 시장에 뛰어 들었다. 크래프톤은 신작 '인조이(inZOI)'의 하반기 출시를 앞두고 있다. 인조이는 게임 이용자들이 자신이 꿈꾸는 외모와 집 등을 만들 수 있도록 다양한 캐릭터 맞춤 아이템 등을 제공하는 콘솔형 기반의 게임이다.

업계에 따르면 크래프톤 신작 게임 '인조이'는 출시 전부터 '2024 게임스컴' 시연회를 통해 유저들의 긍정적인 반응을 얻은 것으로 전해졌다.

펠어비스 역시 콘솔게임 출시를 앞두

고 있다. 펠어비스는 오픈월드 액션 어드벤처 장르 게임인 '붉은사막'을 선보일 예정이다. '붉은사막'은 펠어비스의 자체 개발한 게임 엔진인 '블랙스페이스엔진'이 사용됐다.

펠어비스 신작의 전망도 밝다. 펠어비스에 따르면 프랑스 최대 게임 전문 미디어 유튜브(Jeux Video)는 펠어비스의 붉은사막을 "테크니컬 한 액션을 중세 판타지 오픈월드 탐험 요소와 결합한다면 최고의 기대작이 될 것"이라며 글로벌 유수의 콘솔 게임의 "대항마가 될 것"으로 평가했다.

다만, 콘솔 게임을 즐기기 위해서는 애초 게임기를 구입해야 하는 만큼 소비자 입장에서 장벽이 존재한다는 입장도 있다.

평소 게임을 즐긴다고 밝힌 이모씨는 "소비자 입장에서는 콘솔 게임기 구매 자체에 대한 부담이 있을 수밖에 없다"며 "또 구매 외에도 새 버전 기기가 나오면 기기 자체를 구하기도 쉽지가 않다"고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

정관장 '천녹', 누적매출 6151억 '기염'

출시 당시 비해 477배 성장
중장년층 하이엔드 건강식품
인기요인, 품질·안전성 꼽혀

KGC인삼공사는 정관장의 프리미엄 녹용전문 브랜드 '천녹'이 2014년 출시 이후 2024년 7월까지 누적매출액 6151억원을 넘어섰다고 2일 밝혔다. 출시 당시 2억원 수준의 매출액이 2023년 842억원으로 477배 성장한 것이다.

연평균 고른 성장수치를 보였지만, 특히 추석과 같은 명절선물로 인기가 높아 명절을 앞두고 매출이 2배 이상 성장하는 것으로 나타났다.

'정관장 천녹'의 고객 연령을 분석한 결과, 주요 고객은 60대 이상이 41%, 50대는 32%의 점유율로 중장년층의 하이엔드 건강식품으로 자리잡았다.

정관장은 '천녹'의 인기 요인으로 품질과 안전성이 검증된 신뢰를 꼽았다. 국내에서 녹용은 이전까지 주로 약재시장을 통해 유통되다 보니 원산지과 관리방법 등을 확인할 방법이 없었는데 건기식 1위 브랜드 정관장만의 차별화 전략이 고객의 사랑으로 이어졌다는 설명이다.

'천녹'은 '하늘이 내려준 귀한 녹용'이라는 뜻으로 청정 환경에서 자란 사슴의 뿔만을 엄선하고 전통 원료를 배합해 만든 프리미엄 녹용 브랜드로 최상위 등급(SAT) 녹용만 100% 사용한다. 또 농장 선정부터 수확 후 콜드체인 시스템 이송, 항공 직수입 등 원료의 생명력을 전하기 위해 8단계(직접계약, 생산관리, 안전성검증, 품질검증, 건조관리, 건조검증검수, 선별, 품질검사)에 이르

는 직접관리 프로세스를 적용했다.

125년 연구 노하우를 지닌 KGC인삼공사는 독보적인 기술력을 바탕으로 업계에서 가장 많은 녹용 관련 특허만 8개를 보유하고 있으며, 과학적인 맞춤 설계로 '천녹'을 생산하고 있다.

'천녹' 브랜드의 대표 제품으로는 녹용 농축액인 '천녹정', 소비자 편의성을 높인 액상 스틱 형태인 '천녹정편', 액상 파우치 형태인 '천녹톤' 등이 있다.

강인한 녹용의 에너지로 생기 충전을 위한 여성 제품인 '천녹 라이블리', 남성 스태미나를 위한 '천녹 비스트롱', 시니어 맞춤 녹용인 '천녹 에너지', 수험생의 체력 집중케어 녹용인 '천녹 부스팅', 성장기 어린이를 위한 키즈 녹용인 '천녹 그로잉' 등도 출시했다.

/신원선 기자 tree6834@

에이피 뷰티, '메이크업·피부탄력' 한 번에

프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파데

아모레퍼시픽은 고성능 스킨케어 브랜드 '에이피 뷰티'에서 '프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션'을 출시한다고 2일 밝혔다.

이번 신제품은 피부 탄력을 근본적으로 개선해 입체적인 피부를 완성해 주는 메이크업 제품이다. 스킨케어 기능까지 갖춰, 노화의 흔적이나 피부의 결점을 보완하는 데만 집중하는 기존 메이크업 제품과는 차별화됐다는 것이 아모레퍼시픽 측의 설명이다.

아모레퍼시픽에 따르면, '프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션'의 핵심 성분인 '플라보노이드 228K'가 피부 속부터 피부 결까지 관리해 피부 밀도를 높여준다. 아모레퍼시픽은 인체적용시험에서 해당 제품 사용 2주 후 58.6%의 탄력 개선 효과를 확인했다고 설명했다.



에이피 뷰티 '프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션'
/아모레퍼시픽

또 '프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션'은 피부 친화적인 코팅 구조를 적용한 색소 입자 '리퀴드 다이아몬드 피그먼트'를 함유하고 있다. 이 성분은 초미세 입자로, 높은 피부 밀착력과 메이크업 지속력을 구현하는 것이 특징이다. 아울러 이번 메쉬 파운데이션은 17C 쿨 포슬린, 21N 퓨어 아이보리, 22N 페탈 베이지 등 총 3가지 색상으로 구성됐다.
/이청하 기자 mlee236@

클라비스 승마 문화서 영감 받은 가을 컬렉션 파트1 공개

이랜드월드에서 전개하는 여성 패션 브랜드 '클라비스'가 가을 시즌을 맞아 배우 조윤희와 함께한 '이즈 인투 디 어텀 클래식(Ease into the Autumn Classic)' 컬렉션 파트1을 오는 2일 출시한다.

'이즈 인투 디 어텀 클래식' 컬렉션은 클래식한 승마 문화의 우아함과 기품에서 영감을 받은 컬렉션이다.

함께 공개된 화보 속 조윤희는 가을의 햇살과 선선한 바람을 맞으며, 넓은 들안에서 말과 교감하는 모습을 표현했다.

파트1에서는 클라비스의 시그니처 아이템인 ▲축감니트 ▲찰랑셔츠 ▲슬랙스닝을 선보인다.
/최빛나 기자 vitna@

LG생활건강, K뷰티 펀드에 50억 투자

뷰티 스타트업 적극 발굴·상생

LG생활건강이 스타트업과 상생을 강화하며 K뷰티 산업 발전에 앞장서고 있다. LG생활건강은 K뷰티 스타트업 전용 투자 펀드인 '마크-솔리드윈 뷰티 인텔리전스펀드 1호'에 50억원 규모의 전략적 투자를 단행했다고 2일 밝혔다.

'마크-솔리드윈 뷰티 인텔리전스펀드 1호'는 최근 스타트업 투자사 마크앤컴퍼니와 솔리드윈파트너스가 뷰티 스타트업 투자와 육성을 목적으로 결성한 벤처투자조합이다. 총 100억원 규모의 펀드로 LG생활건강은 이중 절반인 50억 원을 출자하며 핵심 투자자로 나섰다.

LG생활건강은 이번 펀드 투자를 통해 발전 가능성이 높은 인디 브랜드와

신생 뷰티 스타업을 적극 발굴하고 함께 성장할 수 있는 기반을 확보한다는 방침이다.

특히 디지털 마케팅, 뷰티 테크 등 새로운 성장동력을 마련하고, 중장기적으로는 우수한 창업가들과 네트워크를 구축해 뷰티 분야에서 다양한 아이디어를 발전시킬 계획이다.

LG생활건강에 따르면, 이 펀드는 마크앤컴퍼니가 보유한 뷰티 기업 데이터를 바탕으로 투자 전문성을 갖춘 펀드 매니저들이 유망 기업을 발굴하고 평가하는 방식으로 운영된다. '혁신의숲 인사이트'라는 산업별 데이터 분석 시스템을 활용해 자사물 거래액, 트래픽 성장률 등에서 우수한 성과를 보이는 뷰티 스타트업에 투자한다.
/이청하 기자

JW중외제약, 유튜브서 연구개발 성과 공유

'헬스피디아' 채널에 코너 신설

JW중외제약이 연구개발 성과와 비전을 알리는 새로운 미디어 공간을 기획했다. JW중외제약은 자사 공식 유튜브 채널 '헬스피디아'에 새로운 코너 'JWR&D 인사이트(JWR&D INSIGHT)'를 신설했다고 2일 밝혔다.

'JWR&D 인사이트'는 JW중외제약을 비롯해 JW신약, JW생명과학, JW바이오사이언스 등 계열사의 신약개발, 기술혁신, 연구성과 등 다양한 연구개발(R&D) 관련 주제를 다룬다. 특히 연구개발자가 직접 출연해 복잡한 과학적 개념을 이해하기 쉽게 전달한다.
/이청하 기자

지난 8월 30일 선보인 콘텐츠는 JW중외제약의 혁신신약 개발에서 주요 역할을 맡고 있는 신약연구센터와 C&C신약연구소를 집중 조명했다. C&C신약연구소의 연구기획팀장이 인공지능(AI) 기반 자체 R&D 플랫폼, 국가신약개발사업 지원 과제, STAT3 표적항암제 JW2286의 전임상 결과 등을 설명했다.

이에 앞서 방송된 'Wnt 탈모치료제 JW0061'편은 지난 5월 미국 피부연구 학회를 통해 발표한 인간 피부 오가노이드, 남성 호르몬을 주입한 동물 모델에서의 효능평가 결과 등을 소개했다.
/이청하 기자