

# “실생활에 도움되는 앱으로 편리한 스마트 세상 만들어야죠”



왼쪽부터 이동준·최성중·최익준씨

최현배기자 choi@kwangju.co.kr

“다르게 생각하고, 독특하게 만들어 앱 시장 점유에 나서겠습니다.”  
광주 동구 금남로 무등빌딩 광주앱개발지원센터 1호 입주업체 ‘제노마인드’(Xeno Mind·대표 김명운).  
“다르게 생각하는 기업”이라는 의미를 지닌 제노마인드는 20대가 주류를 이루는 다른 창조기업들과 달리 김명운(26)·이동준(28)·최성중(37)·최익준(40)씨 등 4명이 다양한 사회경험을 바탕으로 만든 앱 개발전문업체다.  
이들은 지난해 호남대 평생교육에서 ‘스

마트폰 콘텐츠 개발자 과정’을 수료한 동기생들로 앱 개발분야에서는 후발 주자지만 이미 중소기업청 공모전에서 ‘슬로시티 앱’과 ‘무등산 앱’을 개발해 입상하는 저력을 갖췄다.  
제노마인드는 앱 시장에서 큰 비중을 차지하고 있는 게임 개발에 매진하고 있다. 국내에서는 아직까지 걸음마 단계인 TCG(Trading Card Game)를 만들어 이용자들에게 신선한 충격을 줄 계획이다. 특히 TCG의 특징인 전략적 요소와 더불어 이용자들 간의 커뮤니케이션 기능을 강

화하고 다양한 이벤트를 제공함으로써 사용자들의 관심을 이끌어 낸다는 계획이다. 김 대표는 “TCG의 특성상 탄탄한 스토리가 기반이 돼야 유저들의 관심을 끌 수 있다. 팀원들 개개인이 각기 다른 분야에서 근무했던 경험들을 바탕으로 스토리를 구성하고 있다”며 “SF와 판타지가 주류를 이루는 TCG 시장에서 창의적인 스토리와 캐릭터들로 승부하겠다”고 말했다.  
제노마인드는 주력 분야인 앱 게임 개발을 통해 전문성을 갖춰 지역의 음식, 축제, 관광지 등을 소개하는 공공성을 지닌 앱을 개발

## 광주앱개발센터 1호 입주 제노마인드

### 게임개발 열정으로 똘친 4인 탄탄한 스토리 갖춘 TCG와 음식·관광 앱으로 지역홍보도

## 유료 앱 줄고 ‘앱 내 결제’ 방식 뜬다

〈실행 과정서 유료 구매〉

모바일 애플리케이션 수익 모델이 직접적인 유료 판매 방식에서 ‘앱 내 결제’(In-App Purchase) 모델로 옮겨가고 있다.  
이는 온라인게임의 부분 유료화 모델과 비슷한 형태로, 앞으로 게임 관련 앱 등을 중심으로 더욱 활성화될 전망이다.  
시장조사업체 스트라베이스(Strabase) 및 게임업계에 따르면 최근 앱스토어 내 애플리케이션의 수익모델별 매출 비중 변화를 분석한 결과 유료 판매 방식은 줄어든 반면 앱 내 결제 방식이 빠르게 증가하고 있다.  
앱 내 결제 방식은 애플리케이션 다운로드 자체는 무료이나 실행 과정에서 각종 아이템 등을 유료로 구매하는 방식을 말한다.  
아이패드의 경우 지난해 6월에는 유료 앱 방식이 전체의 88%, 앱 내 결제를 결합한 유

료앱이 5%, 앱 내 결제를 결합한 무료앱이 7%를 각각 차지했다.  
그러나 12월에는 유료 앱 방식은 71%로 줄어든 반면 앱 내 결제를 결합한 유료앱과 무료 앱의 비중은 각각 14%와 15%로 증가했다.  
같은 기간 아이폰의 경우에는 유료 앱 방식은 64%에서 51%로, 앱 내 결제를 결합한 유료앱은 22%에서 15%로 감소했지만 앱 내 결제를 결합한 무료앱의 비중은 14%에서 34%로 늘어났다.  
이는 초기 개발자들이 모바일 앱의 수익 모델로 직접적인 유료 판매 방식에서 벗어나 저가형 유료앱이나 무료 앱에 앱 내 결제를

결합하는 방식으로 옮겨가고 있는 경향을 반영한 것이라고 스트라베이스는 설명했다.  
이러한 앱 내 결제 수익 모델은 지속적으로 증가할 것이며 특히 특정 아이템 구매 방식이 발달한 게임 관련 앱에서 많이 활용될 것이라 전망했다.  
게임업계 관계자는 “앱 내 결제 방식은 사용자 입장에서는 초반 앱 구매에 따른 위험 부담을 줄이면서 필요한 콘텐츠를 구매할 수 있는 장점이 있다”면서 “개발자나 판매자도 초반 진입장벽을 낮춰 다수 유저를 확보해 다양한 수익 모델을 창출할 수 있어 ‘윈-윈’으로 평가받고 있다”고 말했다.

해 지역 홍보대사의 역할을 하겠다는 목표로 세우고 있다. 또한 환경은 물론 차량, 주택 등 실생활에 도움이 되는 앱으로 보다 편리한 스마트 세상을 만들어 간다는 포부다.  
김 대표는 “아직 스마트폰 앱 시장은 걸음마 단계에 불과하다. 스마트기기는 향후 일반 업무나 생활에 상당히 중요한 기능을 수행할 것이다”며 “무한한 가능성을 지닌 스마트 환경에 이용자들을 위해 기존 틀을 벗어난 새로운 방식으로 접근해 가겠다”고 말했다.  
/김경민기자 kki@kwangju.co.kr

## SKT 가입자도 ‘아이폰’ 이용한다

### 애플사와 협상 막바지...내달중 판매

KT에 이어 SK텔레콤도 미국 애플사의 스마트폰 ‘아이폰’을 출시한다.  
24일 통신업계에 따르면 SK텔레콤은 애플사와 아이폰 도입 협상을 마무리짓고 다음달 중 국내에서 자사 가입자들에게 아이폰4를 판매할 예정인 것으로 알려졌다.  
이에 따라 2500만여명에 이르는 SK텔레콤 가입자들도 아이폰을 이용할 수 있게 됐다.  
통신업계 관계자는 “SK텔레콤과 애플의 협상이 막바지에 이르렀다”면서 “협상이 순조로운 만큼 SK텔레콤의 아이폰 도입은 사실상 확정된 상태”라고 전했다.  
SK텔레콤이 아이폰을 도입하는 것은 먼저 아이폰을 출시한 경쟁사 KT를 견제하는 한편 아이폰 사용자의 통신사용량 증가로 인한 매출 확대 등 이해관계가 맞아떨어졌

기 때문이다.  
SK텔레콤이 삼성전자의 갤럭시S를 앞세워 KT의 아이폰에 맞섰지만 여전히 아이폰에 대한 인기가 식지 않고 있는 점, 아이폰을 찾아 KT로 이동했던 가입자들을 다시 찾아올 수 있을 점 등이 SK텔레콤의 아이폰 도입을 재촉한 것으로 보인다.  
특히 아이폰의 가입자당 평균매출(ARPU)은 5만5000원~5만6000원으로, 일반 휴대전화보다 2만원가량 높은 점은 아이폰 도입의 최대 이점으로 꼽힌다.  
애플사도 공급가격 등 조건만 충족되면 국내 최대 이동통신사인 SK텔레콤에 아이폰 공급을 마다할 이유가 없는 입장이다. SK텔레콤의 아이폰 출시로 국내 이동통신 시장이 또 한바탕 술렁일 것으로 예상된다. /연합뉴스

## “우리 은하 행성 500억개”



호주에서 바라본 은하계의 모습.

/연합뉴스

우리를 구성하는 행성의 수는 아마도 마해 약 500억개에 달한다는 연구 결과가 발표됐다.  
케플러 우주망원경 전문가인 윌리엄 보루키는 최근 워싱턴에서 열린 미국과학진흥회 연례세미나에서 우리은하의 행성에 대한 첫 조사(cosmic census) 결과 이같이 추정됐다고 전했다.  
이들 행성 중 온도가 적당해 생물이 살 수 있는 행성은 약 5억개로, 이같은 숫자는 케플러 우주망원경이 한해 동안 관측한 행성의 숫자를 토대로 나왔다.  
케플러 우주망원경은 지난 2009년 외부 행성 탐사를 위해 미 항공우주국(NASA)이 발사한 것으로, 밤하늘을 400분의 1로 나눠 일정 지점을 중심으로 행성을 관측한다.

그 결과 한해 동안 관측된 행성은 모두 1235개, 이 가운데 온도가 너무 높거나 낮지 않아서 생물이 살 수 있는 행성은 54개인 것으로 나타났다. 연구진은 또 케플러 우주망원경의 자료 등을 토대로 항성 2개 중 1개가 주변을 도는 행성을 갖고 있으며, 항성 200개 중 1개는 생물이 살 수 있는 행성을 갖고 있다는 점을 추론했다.  
그 결과 연구진은 우리은하에 존재하는 행성의 숫자는 약 500억개라는 결론을 얻었다.  
보루키는 물론 태양계처럼 하나의 항성이 2개 이상의 행성을 거느린 경우가 있고, 케플러 망원경이 관측하지 못한 행성도 있어서 실제 행성 수는 이보다 더 많을 수 있다고 밝혔다. /연합뉴스

# 스타박스 24시 사우나·찜질방

## 땀만 빼는 찜질방은 이제 가라!

스타박스가 광주 시민들의 휴식과 재충전을 위한 명소로 새롭게 태어났습니다.  
사우나·헬스·에어로빅·요가를 한 곳에서 즐길 수 있는  
‘Multi-Plex Fitness System’으로 잃었던 ‘당신의 젊음’을 되찾으세요!

| 회원가입 · 상담문의 | 062-383-7272 | 광주광역시 서구 치평동 1213-4 |  
(내비게이션에서 '스타박스 사우나' 주소를 검색하세요)