메타버스 새로운 기회

PART 1 오래된 미래, 메타버스가 온다

Augmented reality : 증강현실
MetaVerse : 가상현실

■ 아바타가 살아가는 디지털 지구

- 메타버스는 초월을 뜻하는 그리스어 Meta 와 세상을 뜻하는 영어 Universe가 합쳐진 말이다.
- 메타버스는 아바타가 살아가는 디지털 지구라고 설명할 수 있다.
- 아바타는 본래 힌두교에서 사용하는 개념으로 '하강'을 의미하는 산스크리트어입니다. 힌두교에서 아바타란 지상으로 하강한 신의 모습을 뜻합니다. 원래 인간과 소통하기 어려운 신이지만 아바타를 통해 사람들과 소통의 벽을 허뭅니다.
- 사람들은 평상시 사회적인 자아에 억눌려 있는 경우가 많아 많은 개인적인 자아를 표현하는 방법으로 부캐(아바타)를 선택합니다. 사회적인 자아가 활동하는 영역과 개인적인 자아가 활동하는 영역을 나눠 억눌려 있던 개인적 자아, 즉 부캐에게 심리적인 자유를 보장하는 것이죠.

■ VR은 메타버스입니까?

- 메타버스는 가상현실(VR)을 하위분류로 포함하는 더 넓은 개념의 디지털 세상을 말합니다.
- 기술연구단체 ASF는 메타버스를 네 가지 유형으로 분류했습니다. 증강현실(Augmented reality)세계, 라이프로깅(Lifelogging)세계, 거울세계(Mirror worlds), 가상세계(Virtual worlds)가 바로 그것입니다.
- 증강현실(AR)은 디바이스를 사용해 현실에선 상상으로만 여기던 판타지적 요소나 편의성을 지닌 가상의 정보를 실존하는 형상에 입히는 것을 말합니다.
- Lifelogging이란 '삶의 기록'을 뜻하는 단어로 취미, 건강 등 개인 생활 전반을 기록하는 것을 말합니다. 단순히 사용자가 저장하는 정보만

을 의미하지 않고, GPS, 센서 등을 활용해 위치 정보, 생체 정보등을 자동으로 기록하는 것도 포함하는 개념입니다.

- 라이프로깅 세계가 발전하면 기존에 스마트폰에서 발생하는 정보량과는 차원이 다른 양의 정보가 세상으로 쏟아져 나올 것입니다. 이에 따라 빅데이터의 정확도와 중요도는 증가할 것이고 라이프로깅 세상도 점점 더 정교하게 세상과 밀접한 관계를 맺을 겁니다.
- 실제 세계의 모습이나 정보, 구조 등을 복사하듯이 만들어낸 세계를 거울 세계라 부릅니다. 대표적으로 카카오 유니버스나 배달 앱 혹은 호텔 앱 같은 것들을 들 수 있습니다.
- 가상세계는 단어 그대로 영화나 게임 속에서 등장하는 가상의 사이버 공간을 뜻합니다. 현실에 존재하지 않는 전혀 다른 신세계를 구축하는 것 그 자체라고 할 수 있습니다.
- 가상세계에는 기존의 사회적 규범과는 다른 규칙과 질서가 존재합니다. 그리고 대부분 일상보다 가상세계의 사이클이 빠르게 돌아갑니다. 사람들이 가상세계에 열광하는 이유가 바로 여기에 있습니다. 쉽게 성취감을 느낄 수 있고 인정 욕구를 채울 수 있는 세계, 그래서 일부 사람들은 현실에서 마주한 어려움을 피하고자 하는 도피가 아니냐는 말을 하곤 합니다. 물론 틀린 말은 아닙니다. 그럼 현상이 현재도 나타나고 있고 앞으로도 그 빈도는 증가하리라 봅니다. 그렇다고 해서 가상세게의 가치를 간과해서는 안 됩니다. 앞으로 가상세계는 단순히 현실에서 벗어난 판타지를 구현하는 공간이 아니라 다양한 경제, 사회, 문화적 가치를 창출하는 디지털 지구로 진화하리라 생각합니다.

■ 향신료와 메타버스

- 메타버스의 주요 특성
  - ● 연속성
  - ● 실재감
  - ● 상호운영성
  - ● 동시성

PART 2 새로운 문명, 메타버스

■ 스마트폰이 혁명이라면, 메타버스는 새로운 문명이다

- 메타버스는 새로운 문명입니다. 스마트폰이 가져온 변화보다 더 많이 산업지형의 변화가 일어날 것입니다.
- 클라우드 서버 서비스(마이크로소프트 , 아마존닷컴)가 메타버스와 연관되어 있습니다. 막대한 디지털 트래픽이 요구되는 메타버스에서 안정적인 서버는 필수적입니다.

■ 디지털 휴먼과의 공존

- 디지털화가 많이 진행되는 산업에서는 사라지는 직업보다 새로 생기는 일자리가 훨씬(약 5배) 많을 것으로 연구되고 있다.
- AI의 발전이 우리 사회의 양극화를 해결해 줄 히어로일지, 아니면 차이를 더 벌리는 빌런이 될지는 아직 지켜봐야 할 이슈라고 생각합니다.
- 메타버스에서 일하는 사람들은 직급에 상관없이 개인 비서처럼 자신을 도와줄 AI와 함께 일하 겁니다.
- 4차 산업혁명의 중심에 있는 메타버스와 AI는 기업의 패러다임을 바꿀 겁니다. 제조업에 종사하는 많은 사람들이 로봇으로 대체되고 생산과정에서의 실수등 불확실성이 현저히 줄어들어 기업에는 큰 이익으로 돌아올 것입니다.
- 앞으로 메타버스 세계관이 대중화될수록 사람들은 신선하고 다양한 콘텐츠에 눈길을 도릴 겁니다. 당연히 콘텐츠와 관련한 기업들에게 새로운 기회입니다. 단순히 기술적인 부분만을 염두에 두고 접근하면 큰 낭패를 볼 간으성도 커 보입니다.
- AI가 발전하면서 기업은 더 이상 공간의 제약을 받지 않을 겁니다. 비싼 임대료를 주고 사무실을 임대할 필요 없이 메타버스 내부의 가상공간에서 업무를 진행할 겁니다. 기본적으로 사업을 영위하는데 드는 비용이 줄어들 가능성이 큽니다. 이런 요소는 모두 기업의 효율성 증대로 이어집니다.
- 자동화로 인한 제품생산과 서비스의 가격 하락은 소비자에게 양질의 서비스를 제공할 겁니다.

- 개인의 주관적 선택보다 AI의 가이드에 따라 개인의 선택이 영향을 받는 영역이 커지는 만큼 인간이 주도적으로 자기의 삶을 살아가는 힘이 약해질 수도 있습니다.

■ 메타버스, 전체 연령 관람가

- 메타버스는 젊은 연령층만을 위한 게임 산업이 아닙니다. 스마트폰과 인터넷이 그랬던 것처럼 자연스럽게 세대이동이 이뤄질 겁니다. 이 말은 곧 메타버스가 이루는 세계관 자체가 현재 사람들이 생각하는 것보다 방대하다는 말과도 같습니다. 우리는 이를 정확하게 인지하고 새로운 디지털 지구를 맞이해야 합니다.

■ 가상세계에서의 제조업 혁신

- 확장현실(XR)은 가상현실(VR)과 증강현실(AR)을 아우르는 혼합현실(MR)의 기술을 총칭하는 단어입니다.
- 실제와 똑같은 공간이나 제품을 가상 공간에 만드는 기술, 바로 디지털 트윈(Digital Twin)기술입니다. 디지털 트윈 기술은 현실의 물리적 공간의 정보를 IoT(Internet of Things) 기술로 수집하고 정보를 실시간으로 클라우드 서버에 보냅니다. 그 정보를 바탕으로 가상 공간에 현실과 똑같은 물리적 공간을 재현하는 개념을 말합니다.

■ 흩어지는 인구

- 미래에 메타버스가 발전하면 재택근무를 진행하면서도 아바타를 통해 가상 공간에서 대면 업무도 같이 진행할 수 있는 환경이 마련될 겁니다. 이는 기업에도 개인에게도 엄청난 이점을 줍니다. 시간뿐만 아니라 환경, 비용등 많은 부문에서 이득을 가져다 줄 겁니다.

■ 무너지는 진입장벽

- 메타버스는 하나의 사회를 이루는 세계관인 만큼 이야기를 담은 콘텐츠와 내러티브가 매우 중요합니다. 기술력에만 집중하면 비싼 기술 개발비를 들이고도 얼마 못가 다 탕진하는 일이 발생할 수도 있습니다.
- 기존 사업과 달리 진입장벽이 무너지는 데는 한 가지 이유가 더 있습

니다. 바로 개방형 인프라와 플랫폼 때문입니다.

PART 3 사람이 없는 세계는 없다
: 사용자 기반 메타버스

■ 메타버스 산업의 다섯 가지 핵심 구조

- 메타버스 산업에서 중요한 요소는 '사용자 기반', '경험의 접점' , '플랫폼', '인프라', '콘텐츠' 등입니다.

■ 메타버스에는 얼마나 많은 사람이 살고 있을까?

- 시대가 변하면서 사회적인 자아보다 개인적인 자아가 주목받기 시작했습니다. 단순히 타인의 눈에 비친 모습이 내 전부가 아니라 개성을 표현하는 자아까지도 인정받기 시작했습니다. 그때부터 세대간 갈등은 점점 더 심해졌습니다. 기존의 사회적 질서와 개인의 생각이 계속해서 부딪히기 시작했죠. 물론 과거에도 이런 갈등은 존재했지만 대부분사회적 질서가 우선시됐습니다. 하지만 이제는 시대가 변한 만큼 갈등의 골이 더 깊어지고 있습니다. 그래서인지 개인적인 자아를 아바타를 내세워 표현하는 메타버스가 주목되고 있습니다.
- 메타버스에서 자신을 나타내는 아바타는 일종의 아이덴티티로 현실의 모습과 관계없이 우리는 아바타의 모습을 인정해줍니다.
- 현실 세계에선 대부분의 대화가 실명을 통해 이뤄집니다. 하지만 메타버스 세계에선 반대입니다. 실명으로 소통하는 공간도 있지만, 대부분 익명으로 소통이 이뤄집니다. 익명성은 때론 더 진솔한 대화를 끄집어내기도 합니다. 사람들은 메타버스 세계에서 마치 가면을 쓴 것처럼 솔직한 마음을 이야기 합니다. 마치 연극에서 사용하느 '페르소나'와도 비슷합니다.
- 익명성으로 무장한 대중은 때때로 마녀사냥이나 악플 같은 비윤리적인 행실을 보이기도 합니다. 연일 언론에선 악플에 시달리다 안타까운 선택을 하는 사람들의 모습이 보도됩니다.

- 많은 사람이 모이면 이에 따른 자정작용과 다양한 규칙이 생기게 마련입니다.

■ 사람들은 왜 메타버스에 열광할까?

- 메타버스 세계는 흥분과 활력을 담당하는 호르몬이 분비되기 쉬운 환경이고(도파민, 테스토스테론) , 스트레스를 억제할 수 있는 심리적 기점(코르티솔)이 존재한다는 말과도 같습니다. 사람들은 대부분 자극과 활력을 얻고자 하고, 스트레스를 덜 받고 싶어 하지만 현실 세계에서선 쉽지 않은 일입니다. 하지만 메타버스에선 가능하죠. 그렇기에 사람들이 메타버스에 열광하는 것이 아닐까 생각합니다.
- 인터넷과 스마트폰은 정보와 데이터를 2D 혹은 3D로 표현하는 것이 대부분이지만 메타버스에서는 대부분 3D기술이 사용되고 심지어 촉각 등 다른 감각까지 추가해서 4D라는 이름으로 부르기까지 합니다. 차원이 하나 늘어나면 처리해야 하는 데이터의 양은 기하급수적으로 늘어납니다.
- 처리해야 해야할 데이터가 많다는 것은 서버 관리와 유지 비용적 측면에서 큰 차이가 난다는 말과도 같습니다.
- 다중 사용자 기반 메타버스에서 가장 중요한 점은 기술적으로 우위에 있는 점이 아니라 '무엇을 보여줄 수 있는가"입니다. 단순히 기능만으로 시장을 지배할 수 있는 시대는 지났습니다. 이제는 메타버스라는 새로운 세계를 통해 자신이 보여주고자 하는 가치와 재미를 소비자에게 와닿게 해야 합니다.

■ 말하고 배우기를 재정립하다

- 메타버스는 다양한 이유로 교육의 패러다임을 변화시킬 겁니다. 아바타를 통한 교육의 이점은 익명성이 보장됨으로써 타인의 시선을 신경쓰지 않고 궁금한 사항을 질문할 수 있는 겁니다. 또한 실제 대면하면 지루하던 강의가 인터넷을 통해 동영상으로 만나면 귀에 쏙쏙 들어오기도 하는 것처럼 말이죠.
- 메타버스 멀티 교육 플랫폼은 한 번 만들어둔 콘텐츠를 여러 플랫폼에 배포하기 편하며, 짧은 시간 내에 적은 비용으로 사업을 안전 궤도에

오르게 만듭니다. 실시간 3D 엔진을 통해 경험을
- 반복적으로 진행하는 것도 큰 장점입니다. 이를 통해 단순히 언어의 전달이 아닌 감각을 통한 경험 학습으로 학습자와 교사 모두 빠르게 실력이 향상될 것입니다.

PART 4 표준이 되기 위한 무한 경쟁 : 메타버스, 경험의 접점

■ 사실상의 표준, 디팩토 스탠더드(De facto Standard)

- 업계의 표준이 정해지는 데는 단순히 기술력과 효용성이 전부가 아닙니다. 선점도 중요하고 다른 제품과의 호환성도 중요합니다.
- 페이스 북 : HMD 기반 VR기기 '오큘러스 퀘스트'(가상현실 헤드셋), AR 글래스('Project Aria')
- 애플 : 하이앤드 VR 헤드셋 2022년 출시 예정, VR/AR 관련 비밀 팀 구성, AR 글래스, VR 글래스, 애플카 (자율주행, 차 전면 디스플레이)
- 삼성전자 :'갤럭시 스페이스'(VR 헤드셋) 2020년 등록 , 새로운 VR 헤드셋 출시 예정, MR(혼합현실)관련 헤드셋과 컨트롤러의 특허 등록
- 마이크로소프트 : MR(혼합현실) 기술을 적용한 고글, 홀로렌즈
- 밸브(Valve), 와이마이(WIMI) : 뇌·컴퓨터 인터페이스(Brain Computer Interface)
- 뉴럴링크(Neuralink) : 뇌 연구 스타트업
- '옴니원' : 가상 트레드밀 시뮬레이터로 가상현실 접속기기

■ 디지털 세상과 나를 연결하는 : 하드웨어 패러다임 시프트

- 메타버스 핵심 밸류 체인 TOP 7
  - Experience : 게임, E스포츠, 영화관, 쇼핑
  - discovery : 광고 네트워크, 큐레이션 서비스
  - Creator Economy : 디자인 툴, 자산 시장, 산업
  - Spatial Computing : 3D 엔진, VR/AR/XR, 멀티테스킹UI,가상지도

• Decentralization : 엣지 컴퓨팅, AI, 마이크로 서비스, 블록체인
• Human Interface : 모바일, 스마트 글래스, 웨어러블 기기, 헵틱 기기, 신경 기기
• InfraStructure : 5G, wifi, 6G, 클라우드, GPU

■ 선발주자 페이스북

- 페이스북은 오큘러스라는 자사의 하드웨어를 기반으로 메타버스의 주축인 현실과 가상을 잇는 확장현실(XR) 하드웨어 기술력 부문에서 가장 큰 경쟁력을 보유하고 있는 기업입니다.

■ 구글과는 다른 출발, 마이크로소프트와 AR

- 마이크로소프트사는 제조업,헬스케어, 교육 등에서 AR 플랫폼인 홀로렌즈를 적용하여 수많은 솔루션 서비스를 제공하고 있죠. 이 중 가장 주목해야 하는 시스템은 마이크로소프트가 자사의 플랫폼 클라우드 서비스 Azure와 홀로렌즈 플랫폼을 결합한 지능형 서비스입니다.

PART 5 디지털 세상의 역세권 : 메타버스 플랫폼

■ 총성 없는 플랫폼 전쟁

■ 메타버스, 자동차 산업을 새롭게 디자인하다

■ 설계의 패러다임을 다시 쓰다

PART 6 새로운 지구의 뼈대를 이루는 : 메타버스의 인프라

■ 인프라 : 위성 전쟁의 서막

- 메타버스는 하나의 사회를 이루는 만큼 플랫폼이 론칭된 이후에도 많은 데이터가 오가고, 이때 정보 처리에 들어가는 트래픽의 양이 엄청납니다. 따라서 메타버스를 구축하기 위해서는 빠른 통신망이 요구됩니다.
- 가상세계 메타버스를 이룩하기 위해서는 6G 통신망이 필요하다고 합니다. AI를 활용한 통신기술로 불리는 6G가 보급되면 도시 전체를 3차원 가상 공간에 재현하는 것이 가능하다고 합니다.
- 계속해서 발전하는 통신 인프라 발전을 위해서 우선되어야 할 것은 인공위성 기술입니다. 네비게이션, 인터넷 통신, 기상 관측, GPS등이 인공위성 활용과 밀접하게 연관되어 있습니다.
- 통신 위성 전쟁에 뛰어든 글로벌 기업으로는 애플, 스페이스엑스(SpaceX, 테슬라, 일론 머스크), 아마존(제프 베이조스)등이 있습니다.
- 메타버스에 필요한 데이터를 보관하고 실시간으로 소통할 수 있게 해주는 클라우드 서버는 향후 6G 네트워크와 함께 모든 미래산업 분야에서 핵심 기술로 자리 잡고 있습니다.
- 앞으로 메타버스의 인프라를 차지하기 위한 전쟁은 본격적인 장에 돌입하리라 생각합니다. 오히려 글로벌 공룡들이 얽히고설킨 지금의 위성 전쟁은 서막에 불과하다는 생각이 듭니다. 계속해서 클라우드 서버, 통신 네트워크를 둘러싼 기업들의 움직임은 활발해질 것이고, 이 시장을 주도하는 기업은 향후 새로운 디지털 지구의 인프라를 손에 쥘 겁니다.

■ 상상하는 모든 것을 그리는 물감 : 메타버스 3D 엔진

- 메타버스는 단순히 하드웨어로만 이뤄지는 세상이 아닙니다. 페이스북의 오큘러스, 마이크로소프트의 홀로렌즈가 하드웨어 플랫폼이라면, 이를 프로그래밍하는 솔루션이 바로 3D엔진입니다.
- 주목할 만한 기업의 3D 엔진은 ‘유니티 엔진’과 ‘언리얼 엔진’입니다.
- 유니티는 산업의 흐름에 맞춰 타 기업들이 기존 게임 시장에 집중하던 시기에 스마트폰, 태블릿 등에 최적화된 게임개발 엔진 소프트웨어들

을 개발하기 시작했습니다.

- 유니티는 시장의 흐름을 반영해 기본적으로 게임 엔진 솔루션뿐 아니라 자동차 제조, 설계와 건축 AR 구현 솔루션, 교육 기술 솔루션 등을 제공하고 있습니다. 유니트 제품군 중 '유니트 마스(Unit MARS)는 실제 공간에 완전히 통합되는 지능형 증강현실 경험을 제공하는 서비스입니다.
- 유니트는 현재 시뮬레이션을 이용한 AI 솔루션 개발에도 발을 들이고 있습니다.
- 에픽게임즈의 언리얼 엔진은 게임 제작에 필요한 오픈 소스를 유저들에게 제공하고 있다는 점에서 세계에서 가장 개방적이고 진보된 실시간 3D 플랫폼이라 불러도 무방합니다.
- 언리얼 엔진은 완벽한 확장성과 유연성으로 다양한 산업에 걸쳐 크리에이터들이 최첨단 콘텐츠, 상호작용의 경험, 몰입형 가상 세계를 개발할 수 있는 자유도 높고 창의적인 3D 엔진을 제공하고 있습니다.
- 언리얼 엔진은 게임뿐만 아니라 초고해상도 실시간 3D 엔진 구현 기술을 활용하는 유저들을 위해 완벽한 개발 툴 세트를 제공하고 있습니다. 그 쓰임새를 보면, 건축, 자동차 및 운송, 방송과 라이브 이벤트, 영화 및 TV, 훈련과 시뮬레이션 등등 분야를 한정 짓기 어려울 정도입니다.

■ 현실과 가상을 연결하는 : 데이터센터 & 리츠 산업

- 메타버스는 분야를 막론하고 많은 정보가 움직이는 만큼 빅데이터 처리 기술은 필수입니다. 현대 사회에서 데이터는 가장 중요한 디지털 원자재이자 4차 산업혁명의 필수 영양소입니다. 누가 더 많은 데이터를 축적해서 가지고 있으며 그것을 어떻게 가공하고 활용하는지가 산업을 성장시키는 데 핵심적인 요소입니다.
- 인터넷 플랫폼에서 생산 되는 데이터 중 약 43%는 활용되지 못하고 사라져 경제적 부가가치를 가지지 못한다고 합니다.
- 데이터와 클라우드 컴퓨팅 소프트웨어와 관련된 기업으로 '세일즈포스(Salesforce, CRM US)'가 있습니다. 다우존스소프트웨어 업종 지수는 지난 10년간 약 8배 이상이 올라 그야말로 4차산업 시프트의 수혜를

누리고 있는 업종입니다.

- 소프트웨어 시장의 가장 큰 부분을 차지한 산업은 바로 클라우드 서버 시스템입니다.
- 클라우드 서버 시스템에는 크게 두 가지 시스템이 존재합니다. 먼저 '프라이빗 클라우드(Private Cloud)'는 다른 기업과 시스템을 공유하지 않고 오로지 하나의 사용자만을 위한 클라우드 서비스를 일컫습니다. 또 하나는 클라우드 서버 제공업체가 불특정 다수의 기업이나 개인에게 서버를 제공하는 퍼블릭 클라우드 서비스가 있습니다. 이 퍼블릭 클라우드 서비스는 다시 SaaS(Software as a Service), PaaS(Platform as a Service), IaaS(Infrastructure as a Service)로 세 가지 유형으로 나뉩니다.
- 아마존의 AWS, 마이크로소프트의 Azure 와 클라우드 컴퓨팅 서비스가 대표적인 IaaS의 예입니다.
- 데이터센터 리츠산업은 데이터센터를 건설하고 유지 및 보수를 하는 산업입니다. 코로나 19가 산업 전반에 끼친 영향의 핵심 키워드는 언택트(Untact)입니다. 이로 인해 사람들이 개인 공간에 머무르는 시간이 많아지면서 로블록스(메타버스에 가장 가까운 세계를 구현한 게임) 등 게임을 하면서 디지털 데이터의 양이 폭증했습니다. 이미 성장중이었던 데이터센터 리츠 섹터는 중장기적인 산업 변화에 맞춰 수요 증가가 일어났고, 이에 큰 확장으로 대응해서 장기성장성을 확보하고 있다는 것은 두말할 필요가 없습니다.
- 높은 진입장벽으로 노하우를 가진 데이터센터 리츠 기업은 경제적 이점을 바탕으로 시장에 진입할 수 있습니다. 데이터센터 리츠의 대표 기업으로는 '에퀴닉스(Equinix : EQIX US Equity)'와 '디지털 리얼티(Digital Realty Trust: DLR US Equity)'가 있습니다.

■ 반도체 산업 슈퍼 사이클, 메타버스와 함께 간다

- 반도체는 메타버스에서도 중요한 핵심 재료로 사용됩니다. AI, VR 등에 들어가는 것은 말할 것도 없고, 아바타를 그리기 위한 그래픽 처리 부품에도 반도체는 필수적이기 때문입니다.

- 현재 미국과 중국 이 두 국가간 기술 패권의 중심에 있는 반도체 산업은 각 국가의 가장 강력한 무기고 역할을 맡고 있습니다. 반도체 제조는 아시아에 편중되어 있지만, 반도체 산업의 전반적인 원천 기술은 미국에 있습니다.
- 반도체 제조 과정 중 미세공정에 사용되는 EUV 제조 회사인 ASML(ASML US) 은 극자외선을 이용해서 반도체를 생산하는 장비인 노광장비 분야에서는 독점적 지위를 가지고 경제적 해자를 누리는 기업입니다.
- 현재 반도체 산업은 단순히 기업의 미래 먹거리가 아니라 국력을 좌우하는 국가적 산업이 됐으며 미래 인류가 한 단계 나아간 기술을 만드는 데 반드시 필요한 산업으로 자리 잡았습니다.
- 반도체가 중요 부품이 되는 그래픽 처리장치 GPU는 메타버스 세상을 그리는 붓과도 같기에 반도체와 메타버스는 서로 뗄 수 없는 부분입니다.
- 설계 반도체 분야에서 GPU를 제조하는 기업 중에서는 NVDIA와 AMD가 단연 돋보이는 기업입니다.

PART 7 상상하는 모든 것: 메타버스 콘텐츠 산업

■ 팬덤을 사로잡는 마력

- 호모 루덴스 : '노는 인간' 또는 놀이를 즐기는 인간을 뜻하는 말. 놀이는 단순히 논다의 개념이 아니라 정신적인 창조 활동을 가리킨다. 음악, 미술, 연극, 스포츠, 문학등이 여기에 포함된다.
- 메타버스의 본질은 콘텐츠와 재미 추구입니다. 다양한 콘텐츠와 엔터테인텀트에 관련된 기업들은 앞다퉈 메티버스로 시선을 돌리는 중입니다.
- 네이버는 자회사 네이버Z를 통해 거대한 메타버스 플랫폼을 운영하고 있습니다. 네이버Z가 운영하는 '네이버 제페토'는 증강현실 아바타 서비스 플랫폼입니다. 네이버Z는 2021년 기준으로 전 세계 2억 명이 넘는 제페토 서비스 가입자를 보유했습니다.

- 3D 게임 엔진 기업인 유니티의 '유나이트 서울 2020'행사도 제페토 가상 공간에서 진행했으며, 이미 문화재단 같은 다양한 기관들의 전시회도 열고 있습니다.
- '제페토 드라마'는 유명 인터넷 소설이나 시놉소스를 바탕으로 10대들이 직접 제페토 앱을 통해 만든 드라마를 뜻하는 단어로 10대들 사이에서 큰 인기를 끌고 있습니다.
- 하이브는 현재 연예기획사를 탈피하고 엔터테인먼트 라이프스타일 플랫폼 기업으로 도약하려고 합니다. 그 시도 중 눈에 띄는 한 가지는 바로 가수와 팬을 이어주는 소셜 네트워크 메타버스 플랫폼 '위버스(Weverse)'입니다. 라이프로깅 메타버스의 일종인 위버스는 아티스트와 글로벌 팬이 함께 만드는 공간을 표방하며, 아티스트가 직접 남긴 이야기에 소통하고 티켓팅, 굿즈 등 다양한 부가가치를 창출하는 플랫폼입니다.
- 위버스가 내러티브를 바탕으로 승승장구하고 있을 때, 이와 반대의 모습을 보이는 플랫폼이 있습니다. 바로 NC소프트가 만든 '유니버스(Universe)'라는 플랫폼입니다.
- 대형 기획사 SM엔터테인먼트가 출시한 '리슨', 네이버가 운영하는 'V Live', 가수와 팬이 1:1 메시지로 대화를 나누는 구독형 플랫폼 '버블' 등 다양한 팬덤 네트워크 서비스가 있습니다.

■ 메타버스의 고전, 게임산업

- 기업들은 어떻게 해야 자신들의 게임에 사람을 모을 수 있을까요? 다양한 견해가 있지만 대부분의 전문가가 고개를 끄덕이는 사항은 바로 '그래픽'입니다. 사람은 시각정보에 민감하고 이는 곧 메타버스 세계의 '실재감'과 이어져 있죠.
- 그래픽 분야에서 강점을 보이는 기업은 엔비디아와 AMD입니다. 가상세계뿐만 아니라 비주얼 그래픽 요소는 2D, 3D 게임을 가리지 않고 중요한 요소입니다. 그렇기에 연산 장치인 GPU가 중요하죠.

■ 2억 명이 넘는 사람들이 사는 세상

- 로블록스는 3D 엔진 플랫폼과 게임 개발사로 코로나 19의 여파로 이

미 미국 초등학생들의 디지털 놀이터로서 역할을 하고 있습니다.

- 로블록스는 단순히 3D 그래픽으로 하는 게임이 아니라 게임 개발자들에게 오픈소스 플랫폼을 제공하고 게임안에서 발생하는 수익을 공유하는 시스템을 가진 플랫폼입니다.
- 로블록스는 기실 게임 엔진과 게임을 개발하는 개발사라기보다는 오히려 소셜미디어 플랫폼 기업으로 부르는 것이 더 나을지도 모릅니다.
- 로블록스는 로블록스가 제공하는 게임보다 이용자가 만들어내는 'UGC(user Generated Content)'가 더 많습니다. UGC의 활성화를 위해서 게이머가 직접 콘텐츠를 만들어내고 그 콘텐츠는 가상화폐(로벅스)로 거래될 수 있는 시스템을 로블록스는 제공하고 있습니다. 가상통화를 매개로 유통이 일어나고 화폐 간 교환을 하고 가상세계 내에서 경제 활동을 가능케 한다는 것에 큰 의미가 있습니다. 바꿔 말하면 로블록스 플랫폼은 메타버스의 특징을 가장 잘 구현하고 있는 게임이라고 볼 수 있죠.
- 로벅스가 로블록스에서 갖는 의미는 매우 큽니다. 사용자는 로벅스로 '아바타 마켓플레이스'에서 아바타를 꾸미기 위한 의류, 제스쳐, 이모션 등을 구매할 수 있고, 이때 게임 개발자는 판매 금액의 70%를 수익으로 배분받습니다. 아바타의 경우 판매 금액의 30%를 수익으로 제공 받죠. 이렇게 모은 로벅스가 10만 로벅스 이상 쌓이면 페이팔을 통해 실제 화폐로 환전(10만 로벅스= 350달러)이 가능합니다. 게임 개발자는 로블록스 가상화폐인 로벅스를 이용하여 자신의 게임을 홍보하고 또 광고를 붙여(스폰서 게임) 수익 창출을 더 크게 할 수 있는 수단으로 사용하기도 하죠.
- 이는 자연스럽게 로블록스 생태계의 선순환으로 작용합니다. 유저 게임 개발자들은 자신의 수익을 위해 로블록스의 플랫폼을 활용해 계속해서 콘텐츠를 생산하고, 그것을 최대한 많은 유저들이 플레이하게 만들고자 홍보를 진행합니다. 로블록스로서는 자연스럽게 콘텐츠 개발과 마케팅을 유저에게 맡겨버린 것이죠.

- ETF

: 눈여겨볼 ETF는 미래에셋 자산 운용사에서 발행한 'Global X Video

Games & Esports ETF (Hero)'입니다. 게임산업의 전통 강자인 기업인 SEA, 닌텐도, 넷이즈, EA, 액티비전 블리자드 등이 편입되어 있는 ETF 입니다.