㈜나인브이알 해외시장 진출전략

NINE VR

MAY, 2022

BACKGROUND

글로벌 누적 가입자수 3억명 이상

METAVERSE 플랫폼의 해외시장 진출

메타버스 플랫폼의 해외시장 진출은 메타버스 자체가 물리적인 성격이 아니기 때문에, 실제의 수출 프로세스에서 필요한 선적, 통관, 물류 등의 의미가 적용되지 않음. **경쟁력을 갖춘 플랫폼의 글로벌 서비스 제공이 해외시장 진출 방안**

산업 관련 글로벌 트렌드

글로벌 시장에서 관련 산업들의 트렌드를 확인하고, MAIN PLAYER들이 어떻게 움직이는 지를 BENCHMARKING하여 트렌드에 맞춘 발전 전략을 구축 해야함.

국내 산업 트렌드 및 사례

국내의 다른 업체들은 어떤 전략으로 변화를 준비하는 지 확인하고 시사점을 도출하여 필요한 부분은 BENCHMARKING 필요

GLOBAL MARKET TREND

코로나19로 인한 메타버스의 일상생활화

코로나19로 인한 사회적 거리두기 및 비대면의 뉴노멀화로 인해 대학 입학식, 축제, 기업 면접 등을 메타버스를 통해 진행하는 것이 일상화 됨.

B2C => B2B로 확장

메타버스 산업은 주로 B2C분야(게임, 커뮤니케이션) 위주로 발달하였으나, 현재는 B2B 분야를 포함하는 전 분야로 확장되고 있음.

미래의 수익? 기업들의 잇따른 투자

메타버스 산업은 주로 B2C분야(게임, 커뮤니케이션) 위주로 발달하였으나, 현재는 B2B 분야를 포함하는 전 분야로 확장되고 있음.

“NFT”, 콜린스 선정 올해의 단어

메타버스를 이야기할 때 빼놓을수 없는 분야가 NFT 시장. NFT시장이 계속 확장됨에 따라 2022년에도 꾸준히 성장세를 지속할 것이라는 전망이 대부분.

FACEBOOK, META로 사명 변경

회사 문서 유출등 페이스북이 위기 가운데 관심을 돌리기 위한 수단이라는 의견도 있지만, 중요한 것은 회사는 향후 메타버스 분야에 집중 투자할 것이라는 것임.

‘메타버스’에 올라탄 게임 업계

크래프톤은 제페토를 운영하는 네이버의 손자회사인 네이버제트에 50억원을 펀드 방식으로 간접투자 진행. 메타버스 연구 목적이며, 지분율 약 3% 취득.

GLOBAL MARKET TREND

MAIN PLAYERS

NINE VR

Meta

CRATYA 플랫폼
(2021년 UNIT2 GAMES 인수)

VR게임 POPULATION:ONE
(2021년 BIGBOX VR 인수)

[메타 / 메타플랫폼스]

메타 플랫폼스는 **AR, VR을 중심**으로 적극적인 **VR게임사, 플랫폼 인수를 통해 메타버스 부문을 강화**하고 있음.

APPLE MR 헤드셋
(2022년 출시 예정)

[애플]

애플은 M&A와 전문가 영입으로 메타버스 사업을 준비중이며, **AR/VR 서비스 품질향상을 위한 투자를 지속**하고 있음.

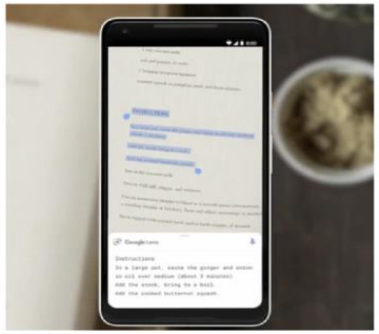
Microsoft

마이크로스프트 홀로렌즈

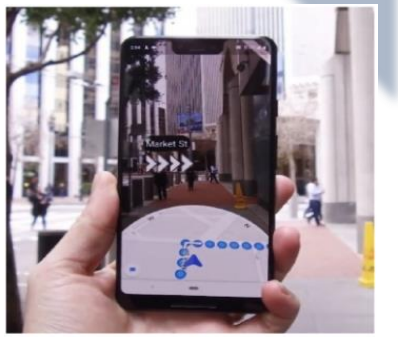
[마이크로소프트]

마이크로소프트는 기업 고객을 기반으로 **기업용 MR 하드웨어인 홀로렌즈와 메타버스 기술 기반 협업 플랫폼 (MESH)**으로 시장을 공략하고 있음.

Alphabet



구글 AR 어플리케이션
'구글 렌즈'



구글맵 라이브뷰

[알파벳]

알파벳은 AI와 러닝머신 등 첨단기술 분야에 주력해왔으며, 메타버스 관련 **사업은 구글을 중심으로 AR과 VR분야에 집중**

GLOBAL MARKET TREND

MAIN PLAYERS

NINE VR

구 분	Meta	Microsoft		Alphabet
하드웨어	• VR 헤드셋 오큘러스 시리즈 • RAY-BAN STORIES • 햅틱 장갑 (개발중)	• MR 기기 홀로렌즈	• AR 헤드셋 & 글래스 (개발중)	• AR 글래스 (개발중)
B2B플랫폼 / 개발툴	• 호라이즌 워크룸 (작업용 가상 플랫폼) • SPARK AR STRUDIO (개발 툴)	• MESH FOR TEAMS • MESH FOR DYNAMIC 365	• AR Kit (개발 툴)	• AR Core (개발 툴)
B2C플랫폼 / 어플리케이션	• 호라이즌 월드	• 마인크래프트 • X CLOUD	• 애플 앱스토어	• 프로젝트 스타라인 • 구글 앱스토어 • 구글 렌즈 • 구글맵 드라이브뷰
강점	• VR기기 여러 번 출시로 메타버스 하드웨어 기반 확립 • 컨슈머 플랫폼 사업자로서 경험이 많음 • 월 활성화수 36억에 달하는 넓은 컨슈머 가입자 기반	• MR기기 홀로렌즈 중심의 하드웨어 기반 확립 • 빅테크 중 메타버스 게임분야 직접 투자가 가장 활발함 • xBox와 마인크래프트 보유	• 하드웨어 출시 전이나 컨슈머 하드웨어 기술 경랭력 고려 • 모바일 시장 지배력을 통한 AR서비스 기반 확립	• 개발 툴 영역에서 탄탄한 개발자 생태계 보유 • 모바일 시장 지배력을 통한 AR서비스 기반 확립
단점	• 자체 운영시스템 부재 • 기업용 서비스를 론칭했으나 고객 기반 취약에 따른 경쟁력 부족	• 컨슈머향 고객기반 부족 • 제한적인 홀로렌즈 활용 산업	• AR헤드셋 출시 전망되나 아직은 미공개에 따른 불확실성 • 사업 전략 미공개에 따른 단기적 가시성 부족	• 구글글래스 실패에 따른 출시 소극성 • AR기기 출시 전망되나 정보 부재로 가시성 부족

VR 협업 플랫폼 'Horizon Workroom'

집안을 베이스로한 'Horizon Home'

활용 분야별 메타버스 콘텐츠/플랫폼

분야	게임	엔터테인먼트	SNS	산업전반(협업)	생활
해외	• 로블록스(로블록스) • 포트나이트(에픽게임즈) • 마인크래프트(모장스튜디오)		• 호라이즌(메타)	• 메쉬(마이크로소프트) • 스페이셜(스페이셜)	• 디센트럴랜드 • (디센트럴랜드)
국내	• 도깨비(펄어비스)	• 유니버스(엔씨소프트) • 위버스(하이브)	• 제페토(네이버) • 이프랜드(SK텔레콤)		

대표적인 VR 디바이스 현황

VR기기

오큘러스 퀘스트2(메타)

DPVR

플레이스테이션 VR(소니)

VIVE (HTC)

AR기기

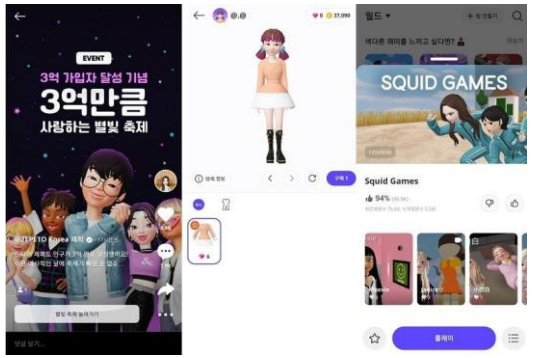
홀로렌즈2(마이크로소프트

구글 글래스(구글)

출시예정

- ❑ 애플 : AR 글래스 개발 중
- ❑ 메타 : 스마트 글래스 개발 중
- ❑ 삼성 : VR 기기 개발 중

KOREAN PLAYERS IN GLOBAL MARKET



‘제페토’

네이버의 메타버스 플랫폼

❑ **글로벌 누적 가입자수 3억명, 해외 이용자 비중이 95%**
- 2018년 8월 출시 이후 한국, 중국, 미국, 일본 등 200여개 국가에서 서비스 중.
- MAU 2,000만명, 해외 이용자 비중 95%, 아이템 누적 판매량 23억개

❑ **‘제페토 스튜디오’ - 글로벌 Z세대에게 큰 인기**
- 소통/협업/창작 등이 가능한 콘텐츠 제작 플랫폼
- 가입 크리에이터 200만명, 총 410만개의 아이템, 아이템 판매량 6,800만개

❑ **다양한 글로벌 IP와의 COLLABORATION**
- 크리스찬 디올, 구찌, 나이키, 랄프로렌 등 유명 브랜드와의 협업
- 하이브, JYP 등 엔터테인먼트 기업과의 제휴로 다양한 IP 콘텐츠 제공

‘이프랜드’

SKT의 메타버스 플랫폼

❑ **2022년 상반기 80개국 진출 목표**
- 영미권 국가를 중심으로 순차적으로 총 80개 국가로의 진출 계획
- 2021년 하반기 계획했었으나, 이프랜드 내 생태계 고도화로 지연됨.

❑ **100만명 수준의 MAU를 2025년까지 3,000만명 이상 달성 목표**
- 이프랜드는 초기 런칭시와 비교 많은 성장을 이루지 못하는 것으로 나타나나, 이프랜드 관계자는 B2B 행사 등이 타 플랫폼보다 월등히 많다고 함.

❑ **SKT의 핵심사업으로 계열사들의 투자행보는 메타버스 사업을 위한 전초작업**
- SKT, SK스퀘어 500억원 게임사 해긴 공동투자
- SK스퀘어 : 가상화폐거래소 “코빗“과 가상인간 제조사 “온마인드” 투자

자료 : biz.chosun.com

NFT IN MATAVERSE

NINE VR

해외

- 랜드(토지), 웨어러블 NFT 거래
- 가상화폐 '마나'

- 랜드(토지) NFT 거래
- 아이템, 캐릭터 제작
- 가상화폐 '샌드'

- 자체 가상자산 '로벅스'(블록체인X)
- 외부계좌와 연동하여달러로 교환 가능

국내

WEMIX

- 위메이드 트리의 블록체인 플랫폼
- 여러 게임 내 NFT 공유
- 가상자산 '위믹스'

BORA

- 웨이투빗의 블록체인 기반 콘텐츠 플랫폼
- 가상자산 'BORA 토큰'
- 바른손, 갈라랩과 협업하여 메타버스 개발 중

Fintech Danal

- 블록체인 디지털화폐 '페이코인'을 현실, 메타버스, 멀티버스에서 사용할 수 있도록 할 계획
- 싸이월드와 제휴

GOV. POLICIES FOR METAVERSE

코로나로 인한 메타버스의 부상

❑ **코로나19로 인한 비대면의 일상화와 XG, 5G등 기술산업 성장으로 차세대 플랫폼 METAVERSE에 대한 관심 증가**

- 메타버스는 2007년 미국 비영리 단체 ASF의 로드맵 발표 이후 점진적으로 발전하여 오다 최근 팬데믹에 대한 수요 증가와 기술 발전이 복합적으로 작용하여 시장 규모가 급성장
- 메타버스의 기본 인프라인 XR(VR/AR/MR) 시장은 전세계적으로 2030년 까지 약 1,650조원 규모로 성장 전당됨.

❑ **메타버스를 구현할 수 있는 XR, 5G, 소프트웨어 등 관련 기술 발전을 기반으로 글로벌 기업들이 하드웨어, 게임, 엔터테인먼트 등에서 메타버스 서비스 제공**

- 네이버 : 제페토 누적 가입자 수 3억명 이상, 얼굴인식 및 증강현실 기술로 가상현실 구현
- 페이스북(메타) : 오큘러스 퀘스트2 헤드셋 출시 및 '호라이즌' 베타서비스 운영
- 로블록스 : 월간 사용자 스 1억명 이상의 게임 플랫폼으로 직접 콘텐츠 제작, 아이템 판매 등 경제활동이 가능
- 에픽게임즈 : '포트나이트'게임 내에서 트래비스 스콧 콘서트를 개최, 총 1,230만명이 참석하는 등 엔터네인먼트 콘텐츠 서비스 제공

주요국의 정책 변화 동향

❑ **미국, 영국, 중국 등 주요국들은 XR을 산업혁신과 경제성장의 동력으로 보고 경쟁력 확보를 위하여 정책적 지원**

- **미국**
  국방부, 보건복지부 등을 중심으로 국가안보/사회/의료 분야의 XR기반 교육, 훈련 프로그램을 정부 주도로 지원하고 있으며, 2017년부터는 AR 기술 개발 및 XR과 인공지능(AI) 융합 등을 지원
- **영국**
  XR 기술을 활용하여 산업적/문화적 가치를 창출하는 실감경제 개념을 통해 타산업과의 시너지를 창출할 수 있는 프로그램 지원 정책 수립
- **중국**
  'VR 산업 가속화 지도의견'을 발표하고, 제조/교육/문화 등 주요산업과 XR의 융합을 핵심과제로 제시하고 있으며, 지방정부별로 지역 맞춤형 XR 산업 융석정책 추진.

❑ **한국 정부는 가상융합경제를 산업구조 혁신 및 경제성장의 새로운 동력으로 주목하고 경쟁력 확보를 위해 XR 기술에 대한 투자와 정책적 지원을 확대할 계획임.**

- 'XR 전문기업 육성 프로그램' 신설, 'XR펀드' 총 400억원 규모로 조성

자료 : KDB 미래전략연구소

METAVERSE TREND OF 2022 1ST HALF

NINE VR

월마트, 메타버스 진입

전세계 매출 1위 기업인 월마트도 메타버스와 관련된 7개의 상표 등록 소식을 알리며 메타버스 진출 계획을 발표함. 7개의 상표 중에는 독자적인 가상 화폐, NFT 컬렉션에 관한 내용도 포함됨.

메타버스 화성 땅, 일 3억원 이상 거래

블로체인 메타버스 마스4(MARS4)는 NFT와 몰입형 서바이벌 게임을 결합한 프로젝트로 나사의 공개데이터 화성 지표를 3DCG로 재현한 세계 최초의 '비주얼 화성'. 가상의 땅을 소유 혹은 매매할 수 있음.

메타, 메타버스 매출 2배 뛰었으나 적자

메타(페이스북)의 2022년 1분기 매출 전망에서 '리얼리티 랩스'의 실적이 공개됐고, 전년대비 매출 99% 증가했으나, 12조원에 달하는 적자 발생. 이는 초기 시장 형성을 위한 필요 투자가 이루어지고 있기 때문.

닌텐도 CEO, 메타버스 아직은 때가 아니다

닌텐도의 후루카와 슌타로 CEO는 메타버스는 전세계가 주목할 만큼 큰 잠재력을 가지고 있지만 닌텐도가 이것을 구현하기 위한 '닌텐도식 접근법'을 찾아낸 후에 시장에 뛰어들 것이라고, 아직은 때가 아니라고함.

구글, 대만 메타버스 펀드에 476억원 투자

대만의 전자기기 전문 기업 ENNCONN이 구글로 부터 약 476억원의 투자를 받음. ENNCONN이 진행하는 메타버스 프로젝트를 위한 프라이빗 펀드로, 4.6%에 달하는 주식을 취득함.

국내 메타버스 산업 진흥계획 필요

김승수 국민의 힘 의원이 국회에서 '메타버스 콘텐츠 발전방안 입법공청회'를 개최함. 전반적으로 메타버스 산업을 기존 게임산업법에 묶지 않고, 별도의 진흥 정책이 필요하다는 데에 의견이 모임.

'맥도날드'도 메타버스 뛰어들었다.

맥도날드가 메타버스와 관련된 것으로 보이는 총 10종의 상표를 출원한 것으로 알려짐. 맥도날드는 가상의 레스토랑을 개설하고, 실제 맥도날드 매장에서는 경험할 수 없는 새로운 형태의 콘텐츠 제공 예상.

'디즈니랜드'를 메타버스로

디즈니는 메타버스 전략 총괄 수석부사장을 임명하고 그 임무가 '물리적인 세계와 디지털 세계를 연결하는 일'이라고 소개함. 디즈니 소유의 '버추얼 월드 시뮬레이터'관련 특허를 통해 '디즈니랜드의 메타버스화' 추진 예상.

AI를 통한 메타버스 언어장벽 제거

마크 저커버그 메타 CEO는 범용 음성 AI 번역 시스템 개발계획을 공개, 자연스러운 대화형 인공지능 개발을 위한 '카이라오케' 프로젝트 선보임. 자기지도학습 AI로 전세계 언어를 실시간으로 번역해주는 시스템 구축 추진.

텍스트기반의 메타버스로 글로벌 진출

카카오 대표이사 내정자 남궁훈은 'V2TF'와 'OTF'의 두개의 TF 발족. OTF는 오픈채팅 기반의 메타버스, V2TF는 MUD게임과 유사, 하지만 강력한 AI 기술을 접목하여 여러 사람이 어울릴 수 있는 롤플레잉 개념 채팅.

자료 : INVEN.CO.KR

PARADIGM SHIFT TO “METAVERSE”

INTERNET

- 활용기기 : PC
- 주요플랫폼 : 구글, 네이버, 다음 등
- 주요 기능
  - 커뮤니티 활동
  - 정보 제공 및 소비
  - 포털사이트를 활용한 검색정보

SNS

- 활용기기 : 모바일, 태블릿 PC
- 주요플랫폼 : 트위터, 페이스북, 틱톡, 인스타그램 등
- 주요 기능
  - 소셜 활동
  - 실시간 콘텐츠 생성 및 소비

METAVERSE

- 활용기기 : 모바일, AR/VR 기기
- 주요플랫폼 : 로블록스, 제페토, 어스2
- 주요 기능
  - 현실과 가상의 연결
  - 경험 확장
  - 사회, 문화적 활동 가능
  - 생산, 소유, 투자, 보상
  - 현실세계 연계 경제적 가치창출 가능

* 자료 : KIET 산업포커스 2021.05 / “다가오는 메타버스 시대, 차세대 콘텐츠 산업의 방향과 시사점”

STRATEGY FOR GLOBALIZATION

시장 현황 및 시사점

❑ **글로벌 기업들의 메타버스 주도권 경쟁 강화**

- 애플, 마이크로소프트, 메타 등 글로벌 기업들 간의 메타버스 주도권 경쟁이 심회되고 있으며, 큰 규모의 투자 및 인수합병 등이 지속되고 있는 상황임.

❑ **국가 차원에서의 메타버스 발전 지원 움직임**

- 메타버스에 대한 관심이 급증하며, 각 국별로 자국의 경쟁력 확보를 위한 개발지원정책 추진

❑ **중소기업 / 스타트업 기업들의 경쟁력 확보 필요**

- 메타버스 구성요소 중 인프라/플랫폼은 글로벌 기업들이 독점하듯 보유하고 있고, 한국이 강점을 지닌 부분인 콘텐츠와 IP를 기반으로 한 글로벌 전략 수립 필요

❑ **NFT의 중요성 지속 확대**

- 더욱 다양한 메타버스 서비스 제공을 위해서는 NFT가 필수적으로 필요하며, 이에 따른 지속적인 NFT에 관심과 투자가 이어지고 있음.

시장 진출 전략 방향

❑ **협업 / 파트너쉽 / 투자유치를 통한 경쟁력 강화**

- 글로벌 기업들이 득실거리는 현재 메타버스 시장에서 중소기업 혼자서 경쟁하는 데는 무리가 있음.
- 해외 유수업체의 전략적 파트너 또는 투자를 유치할 수 있는 매력적인 CONTENTS 필요.
- 또는, 국내 네이버, SKT 등 글로벌 경쟁력 및 자금력을 갖춘 기업들과의 협력을 통한 글로벌 진출 도모

❑ **한국형 콘텐츠의 글로벌화 추진**

- '가장 한국적인 것이 가장 글로벌한 것이다'라는 말이 나올 만큼 한국의 K-POP(BTS, BLACKPINK), K-CULTURE(기생충, 미나리) 등의 컨텐츠는 국제적인 수준에 올라와 있음.
- 글로벌 기업들과 기술력으로 승부하기 보다는 강점을 갖고 있는 콘텐츠/IP 분야를 강화하여 진출할 필요성 있음.

❑ **MZ세대를 정확히 파악하고, 그들이 원하는 콘텐츠 및 플랫폼을 제공해야 함.**

STRATEGY FOR GLOBALIZATION

글로벌 사업 전략
(전략 제언)

1. 지역 확장 : 영어권 및 아시아 시장 부터 진출

- ✓ SKT의 이프랜드 플랫폼의 글로벌 서비스가 지연되고 있음. 글로벌화를 위해서는 먼저 언어적인 문제의 해결이 필요하며, 범용적으로 쓰이는 영어를 기반으로 한 글로벌 플랫폼 구축이 우선.
- ✓ 한류로 인해 한국어를 많이 알고, 영어도 많이 사용하는 동남아 지역 및 영어권 국가를 대상으로 하며, 대상국들의 문화적 특성을 고려한 콘텐츠 필요. (킬링포인트 필요)

2. 제품 확대 : 한국 콘텐츠의 글로벌화

- ✓ 단순히 플랫폼으로 세계시장에서 경쟁하기에는 무리가 있음. 우리만 제공할 수 있는 콘텐츠, 하지만 전세계에 통하는 콘텐츠를 확보하고, 이러한 콘텐츠를 전문적으로 제공하는 플랫폼으로써의 브랜드화를 먼저 추진한 후, 다양한 서비스를 제공하는 방식으로 접근 필요.
- ✓ K-POP 및 K-DRAMA의 콘텐츠가 가장 유망해 보이며, 별도의 IP 비용이 없는 K-FOOD의 접목도 고려해볼 만함.

3. 마케팅 전략 : 한국의 이미지 강조

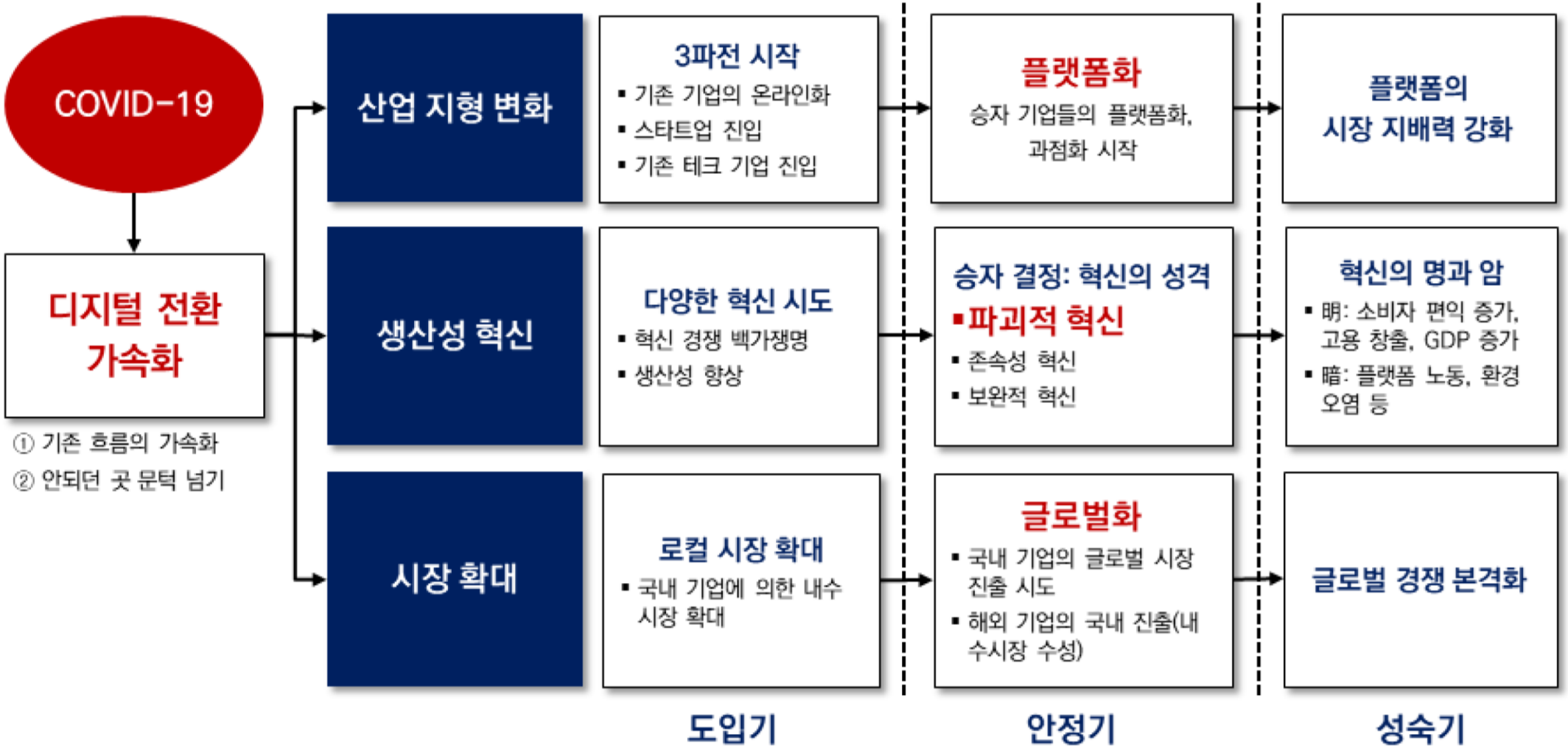
- ✓ 역시, 모두가 다할 수 있는 것은 아무리 그 기술이 뛰어나도 브랜드 인지도에서 경쟁이 될 수가 없음.
- ✓ 남들이 제공할 수 없는 특화된 콘텐츠와 서비스를 제공함과 함께, 이러한 부분을 효과적으로 홍보할 수 있어야 함.
- ✓ 예를 들어, 해외 MZ세대 중 K-POP을 좋아하는 여청소년을 타겟으로한 마케팅 전략 필요.
- ✓ B2B등 국가/기업 대상 서비스는 브랜드 인지도 확보 후 충분히 진행 가능함.

4. 기타 전략 : 투자 유치 OR 인수합병

- ✓ 글로벌 경쟁에서 살아남기 위해서는 물론 기술력도 중요하지만, 지속적인 개발 및 마케팅 등을 진행할 수 있는 자금의 확보가 필요함.
- ✓ 특히, 글로벌 기업의 투자를 이끌어 내거나, 글로벌 기업과 인수/합병을 하게된다면 향후 글로벌 경쟁에서 유리한 위치를 점할 수 있음.
- ✓ IR, IPO 등 전문가를 확보함으로써 사업 추진 단계별 자금 계획, 투자 유치 시기, 투자 유치 방법 등을 직접 CONTROL하며 사업 추진.

THANK YOU!!!
NINE VR

ANNEX I. 3 PHASE OF METAVERSE DEVELOPMENT



ANNEX II. MZ GENERATION

MZ GENERATION

MZ 세대는 2019년 기준으로 우리나라 인구의 약 30%, 미국 인 구의 약 50%, 세계 인구의 약 63.5%를 각각 차지할 정도로 전 세계 경제 소비의 주도 세력이 됨.
이들에게 친숙한 메타버스는 문화 여가 공간과 경제 사회로 성장하는 중.

자료:이코노미조선 정리

❑ MZ 세대를 대표하는 메타버스

MZ 세대를 가리켜 '다양성과 포용성으로 상징되는 세대 ' 라고 한다.
COVID-19로 집에만 있으면서 생기는 불안감으로 인해 '균형의 욕구 ' 가 위축된 가운데, MZ 세대들을 메타버스로 빠르게 이동시키고 있다.

❑ MZ 세대의 디지털 문해력 높이기

메타버스의 공간은 단순히 게임 속 가상세계가 아닌 경험과 감정을 나눌 수 있는 공간으로의 확장이 필수다.
MZ 세대의 문화와 감점을 배우는 것은 필수이다.

❑ MZ 세대와의 소통방법

메타버스가 궁극적으로 지향하는 세계는 현실의 다양한 활동들이 그대로 유지되며, 사용자에게 충분한 사회적/공간적인 실재감을 제공하는 환경이다.
이를 통해 익명인 상태에서도 커뮤니케이션의 경계와 제약을 허물고
사람들의 이용 동기를 만족시키는 것이 핵심 서비스다

메타버스가 창출하는 문화 여가 분야 신종 직업

분야	신종 직업 유형
문화예술	메타버스 전용 영화, 공연, 전시 등 기획자, 제작자, 공연자, 감독 등
콘텐츠	메타버스 건축자(World Builder), 아바타 제작자, 패션(skins) 디지이너 등
체육	전용 경기 개발자, 운동선수, 트레이너, 메타버스 게이머, 생활형 콘텐츠/기기 개발자
관광	메타버스 전용 관광업, 투어 가이드, 상품 개발자, 맵 건축가 등

ANNEX IV. METAVERSE SERVICES

〈표 1〉 메타버스 플랫폼과 IP 사업자 제휴·협력 사례

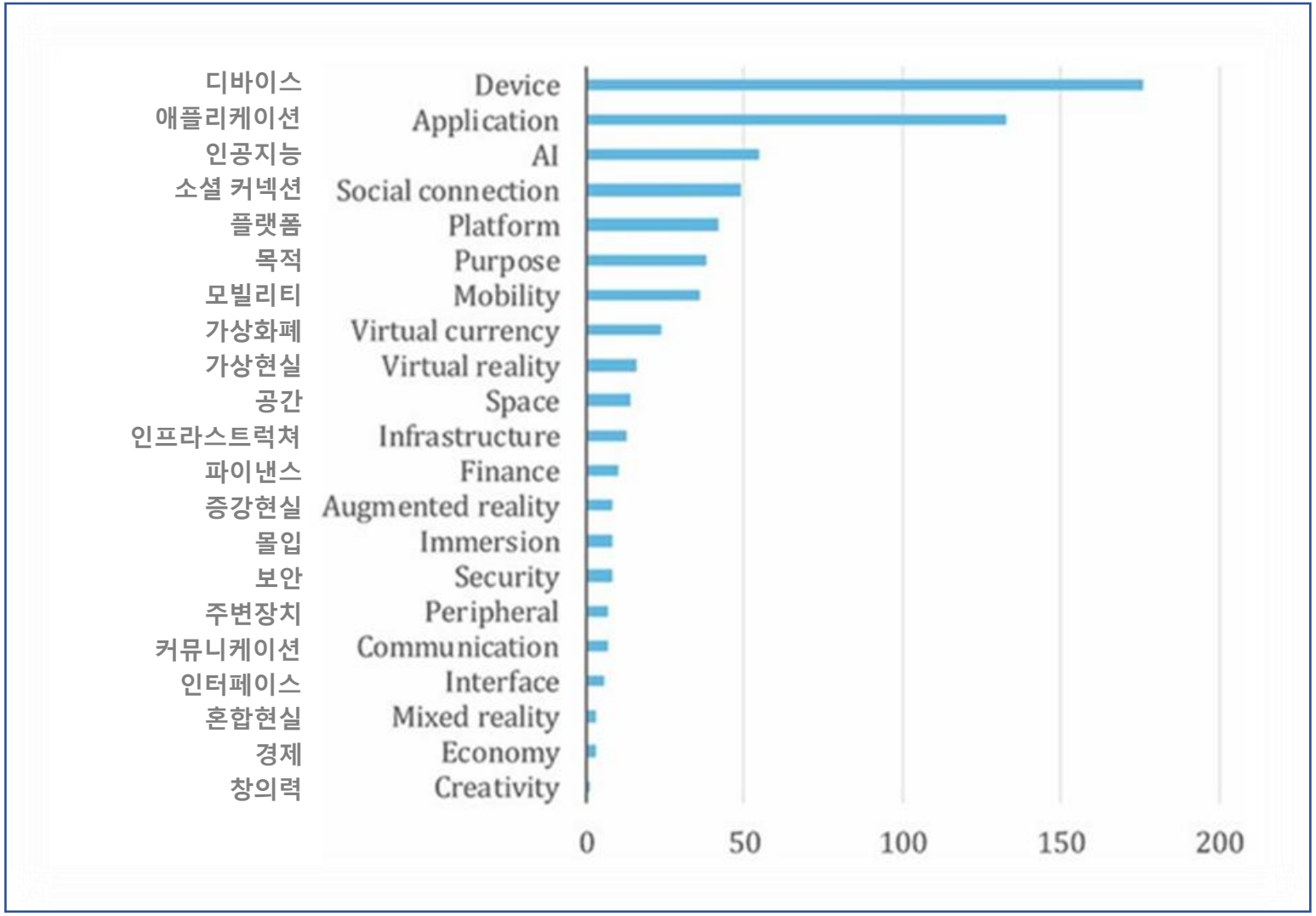
구분	내용
구찌 (패션)	SNS기반 메타버스 플랫폼, '제페토'와 제휴하여 구찌 IP를 활용한 아바타 패션 아이템 출시 및 브랜드 홍보 전용공간을 구축
YG, JYP 외. (엔터테인먼트)	'제페토'에 소속 연예인에 특화된 전용 가상공간을 만들고 소속 연예인 아바타들을 배치하여 사인회, 공연 등 이벤트 개최
LG전자 (제조)	게임기반 메타버스 플랫폼, '동물의 숲' 게임 공간에 LG 올레드 TV소개, 게임 이벤트 등을 개최하는 올레드 섬(OLED ISLAND) 마련
다이아TV (방송)	'제페토'와 CJ ENM의 1인 창작자 지원 사업 다이아TV(DIA TV)가 제휴를 맺고 상호 인플루언서(Influencer) 진출 협력 추진
순천향대 (교육)	SKT 메타버스 플랫폼, '점프VR' 내 순천향대 본교 대운동장을 구현한 뒤에 대학총장과 신입생들이 아바타로 입학식 진행
한국관광공사 (공공)	'제페토'에 익선동, 한강공원 등 서울의 관광지를 모사한 가상공간을 만들고, 제페토 해외 이용자를 대상으로 한국여행 홍보 이벤트 진행

자료: 이승환·한상열(2021.4.20.), 「메타버스 비긴즈(BEGINS): 5대 이슈와 전망」, 『SPRi 이슈리포트』, 일부 수정

주요 메타버스 관련 서비스 현황

스페이셜	가상공간서 디지털 예술품-화성 주택 공개
어스2	실제 지도(구글 맵) 기반 가상 부동산 거래
마이크로소프트	VR 플랫폼(알트스페이스)에서 가상 콘서트
구글	3차원 영상대화 '프로젝트 스타라인' 개발
네이버제트	AR 플랫폼(제페토)에서 설계-디자인으로 수익
SK텔레콤	카카오VX와 '메타버스 골프 중계' 기술 개발

ANNEX V. VIRTUAL REALITY KEY KEYWORDS



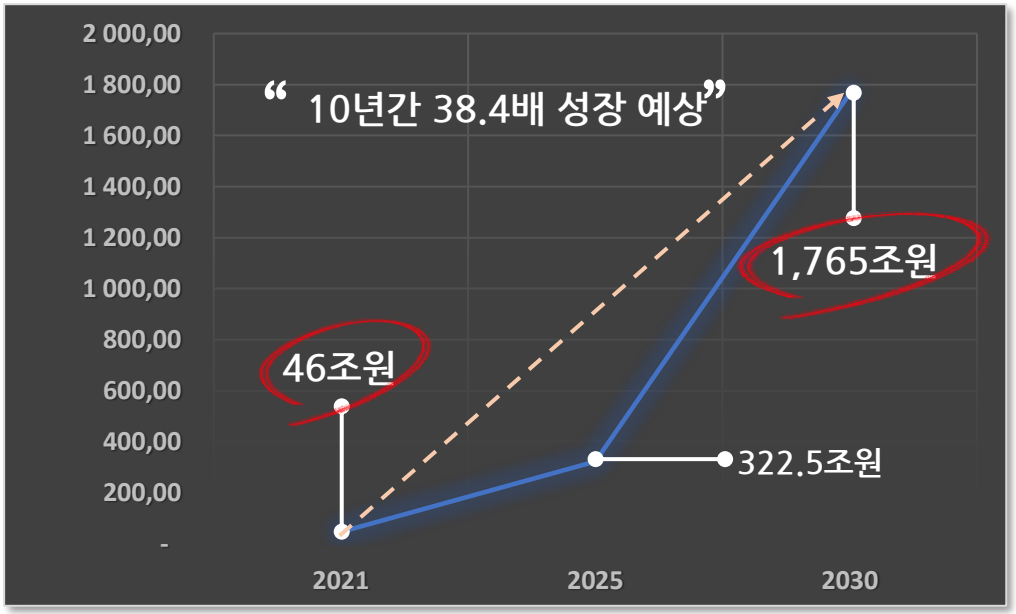
✓ 좌측의 키워드들은 가상세계, 즉 메타버스에 관련 자주 사용되는 키워드들임.

✓ 키워드만 보더라도 대략적으로 메타버스가 어떤 개념인지 이해할 수 있음.

ANNEX VI. METAVERSE MARKET ANALYSIS

2025년 메타버스 시장규모 322.5조원 / 큰 비중을 차지하는 AR & VR 시장규모 192조원 예상됨.

〈 2030 메타버스 시장규모 전망 : 글로벌 3개사 평균값 〉



Strategy Analytics (USA)	51조원	315조원	-
STATISTA (GERMANY)	34조원	330조원	-
PWC (ENG)	53조원	-	1,765조원

〈 글로벌 AR & VR 시장 전망 : 2021 - 2025〉

$162.7bil.

2025년 예상 시장규모
약 192조 예상

26.35%

2020년 대비 2021년
성장율

46%

시장규모 연평균
163%로 성장 예상

34%

APAC(아시아-태평양)
지역 시장 점유율

시장 내 다양한
기업들의 경쟁이
예상됨

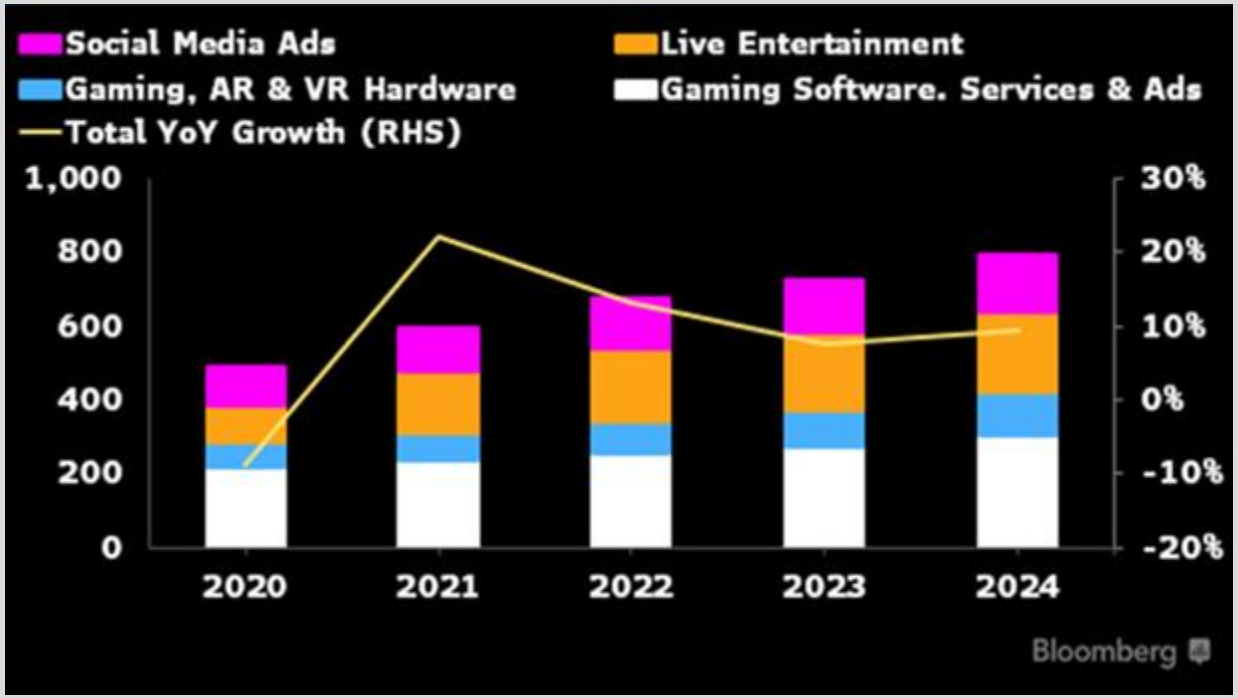
시장은 긍정적인
방향으로 지속
성장 예정

* 자료 : Strategy Analytics, Statista, PwC 등

ANNEX VI. METAVERSE MARKET ANALYSIS

블룸버그 인텔리전스는 게이밍 소프트웨어 및 서비스/광고가 시장을 견인할 것으로 예상함.

〈 2024 메타버스 분야별 성장 예상 〉



* 시장규모 : USD billion, RHS = 연간 성장률

* 자료 : Bloomberg Intelligence, 2021/06

✓ Bloomberg Intelligence에 따르면 글로벌 메타버스 시장은 2024년에 8,000억불(약 944조원)까지 성장하고, 2020년에는 약 5,000억 불 (590조원)달러에 이를 것으로 전망했다.

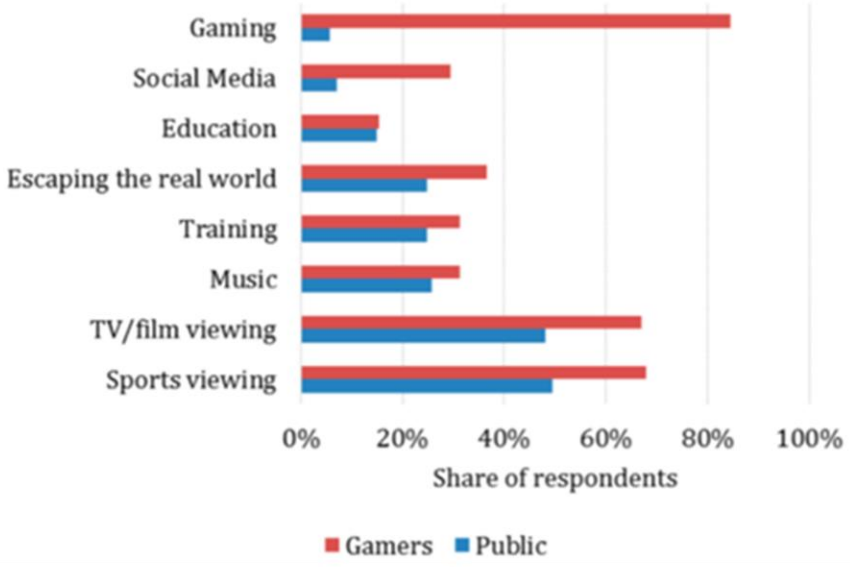
✓ 조사 대상은 온라인 게임 제조사, 게임 하드웨어, 라이브 엔터테인먼트 및 소셜 미디어로 전망한 결과임.

✓ 장기적으로 메타버스는 인프라의 일부로 관련 컴퓨팅, 네트워킹 및 결제 회사를 포함해야 함.

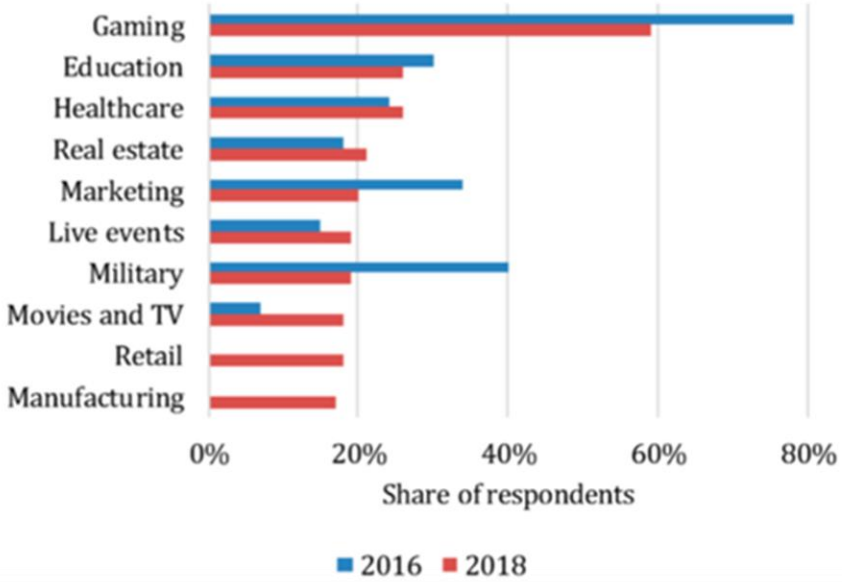
✓ 또한, 프로토 메타버스가 생성된 후에도 개발은 계속될 것이며 지속적으로 시장은 진화하며 규모는 전망보다 더 커질 것으로 예상함.

ANNEX VI. METAVERSE MARKET ANALYSIS

〈 2015년 가상현실 활용 현황 〉



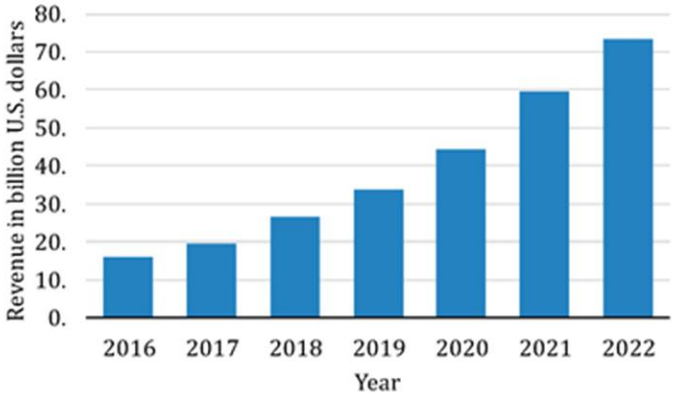
〈 2016년/2018년 VR/AR 기술 주요 투자분야 〉



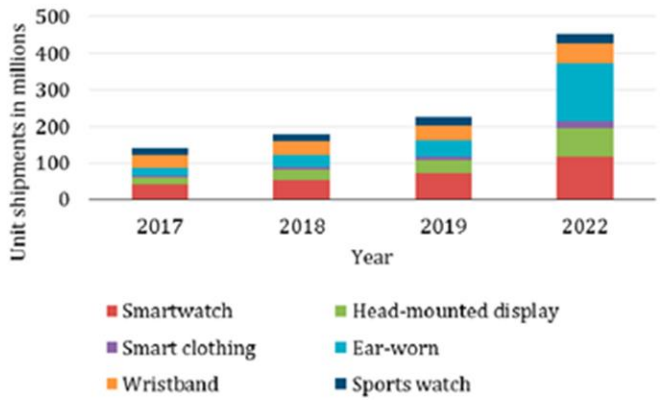
- ✓ 가상현실이 가장 자주 활용되는 분야는 게임이고, 그 다음으로 TV 프로그램이나 영화관람시 활용하거나, 스포츠 경기를 볼 때 활용하는 것이 2015년의 주요 현상이며, 공공의 용도 보다는 게이머들이 많이 활용하는 것으로 나타났다.
- ✓ 활용현황과 투자 방향을 비교했을 때는 차이점이 있다. 게임분야는 현재의 활용도 만큼 많은 투자가 이루어지고 있다.
- ✓ 하지만 게임 외의 분야를 보면 2016년에는 국방, 마케팅, 교육, 헬스케어 순으로 투자가 많이 되었으며, 2018년에는 투자규모가 한 분야에 치우치기 보다는 다방며에 골고루 투자가 되었으며, 제조 및 소매판매 등 상업적인 분야로의 투자가 새롭게 시작되었음.

ANNEX VI. METAVERSE MARKET ANALYSIS

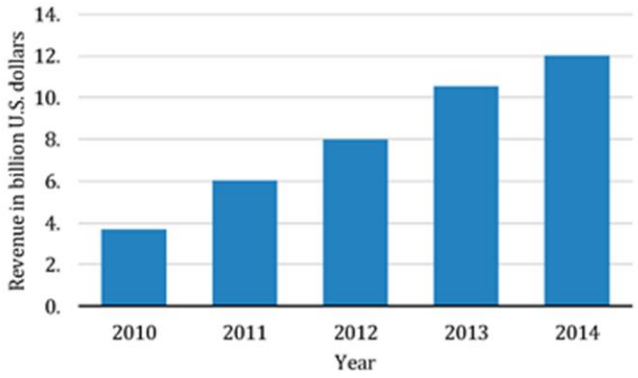
〈 2016-2022 웨어러블 디바이스 매출 〉



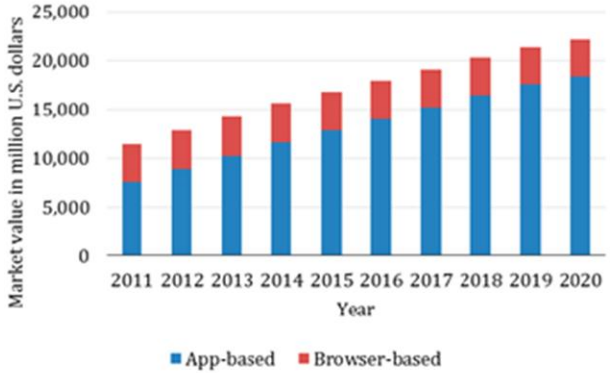
〈 2017-2022 웨어러블 디바이스 출고 수량〉



〈 2010-2014 소셜 게임 매출〉



〈 2011-2020 소셜게임 산업 가치 〉



- ✓ 웨어러블 디바이스 전세계 기준 매출액은
  2015년 약 180억불 규모에서 7년 동안 꾸준히 성장하여
  2022년 약 820억불 규모로 성장 전망됨. (약 4.6배)

- ✓ 웨어러블 디바이스의 수출 출고 수량은
  2017년 총 1억3천만개에서 5년 동안 꾸준히 성장하여
  2022년 약 4억5천만개로 성장 전망됨. (약 3.5배)

- ✓ 소셜 게임 시장은 지속 성장하는 시장임.
  2010년 38억불 수준에서 2014년 120억불로 4년간
  3.1배 성장하였다.

- ✓ 소셜 게임 산업은 그 가치가 지속적으로 증가하여
  2020년 약 220억 규모로 평가되었다.

ANNEX VI. METAVERSE MARKET ANALYSIS

- ✓ 북미 지역은 2014~2019년 동안 VR·AR 및 XR 솔루션 시장에서 가장 높은 수익을 올렸으며, 2020~2030년에도 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상된다. 특히, 북미 두 국가 중 미국은 수많은 시장 참여자들의 존재로 인해 글로벌 리더로 부상했다.

- ✓ 2020~2030년 VR·AR 및 XR 산업은 아시아태평양(APAC) 지역에서 가장 빠른 성장세를 보일 것으로 예상된다. 아시아태평양 지역 VR·AR 시장은 아직 초기 단계수준이지만, 방대한 인구, 특히 기술력과 VR·AR 지원이 되는 게임의 높은 인기로 다양한 기계 장치를 출시하고 있다.

- ✓ VR·AR 모바일 애플리케이션이 지속적으로 확산하고, 미디어 및 엔터테인먼트, 게임 등 몰입형 기술의 사용이 늘어남에 따라 XR 분야 기술 지출의 증가는 이 지역의 성장세에 큰 영향을 줄 것으로 보인다. 싱가포르 정보통신 미디어 개발청(Infocomm Media Development Authority)의 2019년 보고서에 따르면 아시아태평양지역(일본 제외)의 AR·VR 기술 분야 지출은 2017년 46억 달러에서, 2018년 111억 달러로 거의 100% 증가하였다.

가상·증강현실 (VR/AR)	2019년 시장규모 370억 달러	2030년 시장규모 1조 2,744억 달러(예상)	2020-2030년 시장 성장률 42.9%(예상)
확장현실 (XR)	2019년 시장규모 186억 달러	2030년 시장규모 1조 59억 달러(예상)	2020-2030년 시장 성장률 48.3%(예상)