

[일본] 새로운 쇼핑공간 ‘메타커머스’

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 04. 14.)



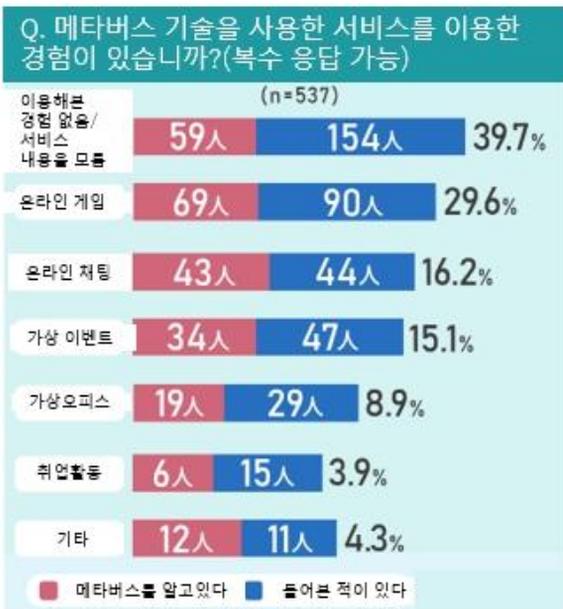
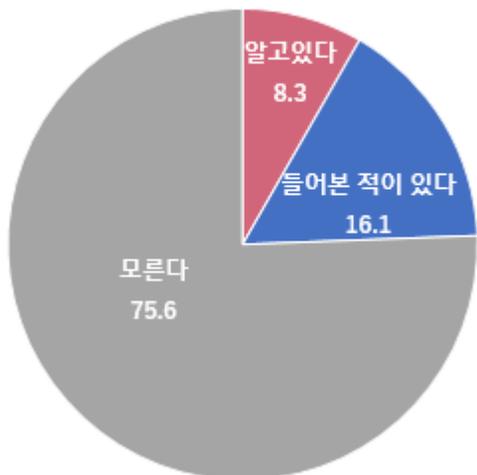
디지털 상품과 현실 상품을 세트로 판매하는 ‘GET BOTH’가 트렌드이며, 가상세계에서의 즐거운 경험 제공하는 것과 오프라인 점포와 연계 요소 추가 등이 중요하다.

- 최근 가공, 추상을 의미하는 메타(Meta)와 현실 세계를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어인 ‘메타버스’가 펼쳐지면서 이를 기반으로 한 비즈니스가 많이 생겨나고 있으며 그 중, ‘메타커머스’(메타버스와 커머스를 합친 단어로 메타버스 공간에서 상품을 판매)가 오프라인 점포, EC(전자상거래)에 이은 제3의 ‘판매방식’으로 주목받고 있음.

■ 메타버스에 대한 인식

- NEXER(웹 마케팅 기업)가 실시한 메타버스 이용에 관한 앙케트 조사 결과에 따르면, '메타버스라는 말을 알고 있습니까?'라는 질문에 대해 '알고 있다'는 8.3%, '들어본 적이 있다'는 16.1%, '모른다'가 75.6%를 차지

Q. '메타버스'라는 말을 알고 있습니까?
(단위 : %)



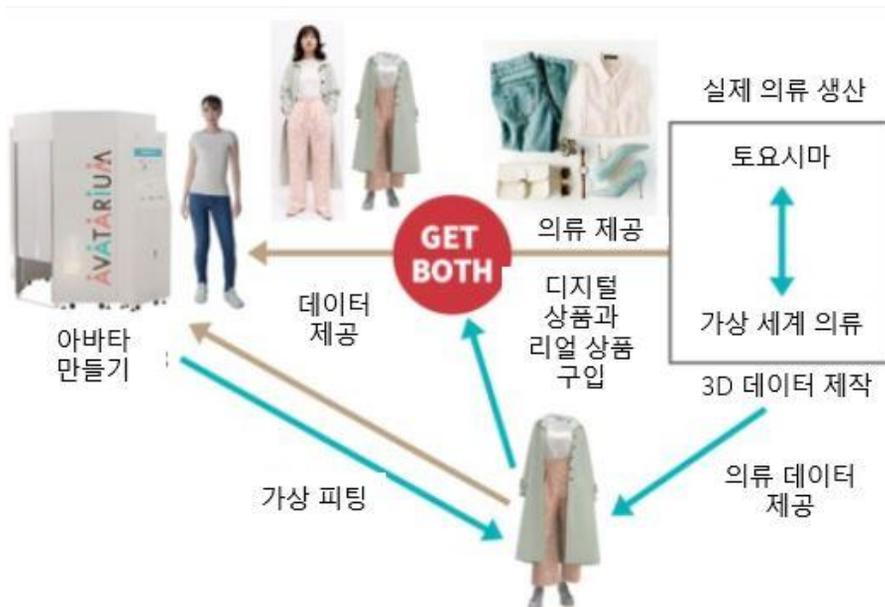
※자료 : NEXER

■ 일본의 메타커머스 활용 비즈니스 주요 트렌드

① 아바타용 디지털 상품과 플레이어가 착용하는 리얼 상품 세트 판매(GET BOTH) : 토요시마

- 섬유 전문상사인 토요시마(TOYOSHIMA)는 가상세계의 아바타와 현실세계의 플레이어가 같은 옷을 구입해 함께 착용하는 것(GET BOTH, BOTH BUY)을 즐길 수 있도록 PocketRD(3D 아바타 제작 솔루션 'AVATARIUM'의 개발·제공)와 협업해 프로젝트를 진행
- 토요시마가 제공하는 의류 패턴 데이터를 PocketRD가 아바타가 입는 옷과 실제 인간이 착용할 수 있는 옷을 동시에 제작·판매
- 2022년 5월에 일부 상품이 공개 예정, 향후 상품 종류를 조금씩 늘리면서 상당수의 실제 의류를 아바타용 디지털 상품으로도 제공할 계획

[토요시마의 GET BOTH]



※자료: 닛케이 트렌드

② 가상 점포의 엔터테인먼트화 : LAWSON(로손)

- 현실 세계의 아키하바라의 거리와 로손의 가상 점포를 메타버스 공간 내에 정교하게 구현하여 오프라인 매장에서 판매하는 상품 전시와 그 자리에서 촬영한 사진을 사용해 오리지널 패키지 상품을 만들 수 있는 제작 체험 등을 진행

■ 시사점

- Bloomberg 자료에 따르면, 2020년 메타버스 시장 규모가 4787억 달러였으나 2024년에는 7833억 달러로 확대될 것으로 예상되므로 일본 시장 진출을 희망하는 우리 기업은 오프라인 시장뿐만 아니라 메타커머스로도 동시에 고려하는 것이 효과적일 것으로 보이며, 자체적인 메타커머스 공간을 구현하는 방법 외 가상 세계 백화점에 아이템을 입점시켜 소비자의 관심을 유도하는 방안도 고려해볼 수 있음.