

[미국] 메타버스는 패션산업을 어떻게 바꿀까

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 4. 22.)



디지털 트윈과 NFT 의류로 패션 중심을 해체하는 메타버스, 거래방식의 새로운 비전을 제시하며 지속 가능성에 기여할 것으로 기대한다.

- 메타버스는 우리가 세상을 이해하는 방식을 바꾸고 있으며 패션산업에도 적용되고 있음.
 - 현재 메타버스는 게임 개발자와 팀을 이루는 고급 의류기업뿐만 아니라 대중적 브랜드까지 협력과 공략 대상이 되고 있으며, 패션산업에서도 메타버스는 모든 가능성을 내포하는 용어로 사용되고 있음.
- 대표적으로 발렌시아가(Balenciaga)와 포트나이트(Fortnite), 랄프로렌(Ralph Lauren)과 로블록스(Roblox), 라코스테(Lacoste)와 마인크래프트(Minecraft)의 협업 사례

[로블록스에서 겨울용 의상을 출시한 랄프로렌]



※자료: 로블록스([roblox.com/ralphlauren](https://www.roblox.com/ralphlauren))

▪ 디지털 패션의 현재와 미래

- 디지털 디자인은 아직 전통의류에 비해 큰 수익을 내지 못하고 있지만, 패션업계는 메타버스를 잠재적 수익성이 있는 새로운 시장으로 관측
- 디지털 패션의 잠재 수익성은 게임산업의 부상에서 찾을 수 있는데, 게임 스킨, 액세서리 등을 판매해 부가수익을 발생시켜 일반적으로 영상과 음악을 합친 것보다 시장가치가 클 것으로 기대
- 앞으로 시장의 관심은 소비자가 옷을 입고 쇼핑하고 패션을 받아들이는 방식을 메타버스가 어떻게 바꿀지에 집중될 것이며, 테크놀로지의 발전으로 가상 의류나 액세서리를 구매하기 전에도 이를 입거나 착용해볼 수 있는 기능이 구현되고 있음.

[증강현실을 이용한 스냅챗의 의상 입어보기 기능(AR Try-on Tool)]



※자료: Snap Inc.(Snap.com)

▪ 디지털 트윈과 NFT(Non-Fungible Token) 의류

- 정교해진 AR/VR 기술로 현실과 디지털의 경계가 모호해지면서 소비자는 실제 자아와 가상 자아를 동시에 포괄하는 옷을 가질 수 있으며, 물리적 의복은 NFT로 인증될 수 있고 디지털 트윈으로 만들 수 있어 앞으로는 소비자들이 자신이 실생활에서 선호하는 옷을 디지털 세계로 가져와 바로 전환 가능
- NFT로 주소된 의류는 블록체인에 고유 데이터로 등록된 디지털 자산으로 가상 이미지를 구매한 사람은 소유권을 증명할 수 있으며, 물리적 의류처럼 이를 거래하는 일도 발생
- NFT의 주요 전제는 이미지를 더 많이 볼수록 더 많은 문화적 가치가 발생하고 값비싸지며, NFT 원본의 파생 프로젝트를 만드는 것은 원본의 가치를 재확인하는 것으로 인식되어 그동안 사치품의 가장 큰 가치였던 ‘남이 갖지 못한 것을 소유하고 있다’는 생각에 완전히 반대되는 개념

▪ **패션 중심을 해체하는 메타버스**

- 메타버스는 패션 시스템의 전면적 변화를 불러올 수 있는데, 주요 브랜드와 중심지를 완전히 우회하는 시도가 나타날 가능성이 큼.
- 패션 제작자는 메타버스 브랜드를 구축하기 위해 컴퓨터와 디자인 소프트웨어만 있으면 디지털 패션을 제작할 수 있으며, 메타버스는 패션 디자이너가 상상력을 발휘하고 잠재력을 실현하는 공간이 될 것으로 예상

[TED 콘퍼런스에서 디지털 패션에 대해 발표하는 갈라 브르나리치]



※자료: TED "The new reality of fashion is digital"(ted.com/talks)

▪ **메타버스와 패션산업의 지속가능성**

- 맥킨지는 2020년 8월에 발간한 보고서에서 패션산업이 2030년까지 연간 27억 톤의 탄소를 배출할 것으로 예측하였고 업사이클링, 재고 및 재활용 직물을 사용해 문제를 해결하고 있지만, 디지털 접근방식이 업계가 처한 지속 가능성의 해결책이 될 수 있다고 보고함.
- 메타버스에서 아바타용 웨어러블을 만드는 것은 소셜미디어에서 우리 의류의 존재를 확장하는 방법으로 패스트 패션과 같은 물리적 낭비 없이 소셜미디어에 게시하기 위한 가상 의류를 판매, 구입함으로써 패션산업과 거래 방식에 대한 새로운 비전을 제시

▪ **시사점: 한층 확장될 산업과 세계**

- 많은 소비자는 여전히 메타버스가 아니라 실제 착용하는 의복에서 만족감을 표현함에도 메타버스가 세상이 변화하는 흐름의 중심에 있다는 사실을 부정하는 사람은 없음.
- 메타버스를 기존 패션산업과 대비되는 개념이 아니라 소비자가 의류를 이해하고 활용하는 방법을 넓히는 한단계 확장된 세계로 접근할 필요가 있음.