08

AUTOMETA
2023

AutoMeta 2022년 8호

글로벌 메타버스 플랫폼으로 거듭나는 '스페이셜' 가상 소통의 중심에 서다

스페이셜 이진하 대표



AutoMeta는 imK 김민호 피디와 함께 합니다.

SCK

AUTODESK
Value Added Distributor

글로벌 메타버스 플랫폼으로 거듭나는 '스페이셜' 가상 소통의 중심에 서다

- 스페이셜 이진하 대표

안녕하세요. 대표님 인터뷰에 응해 주셔서 감사합니다. 먼저 '스페이셜'은 어떤 회사인지 소개 먼저 부탁드립니다.

스페이셜은 누군가와 함께 누리는 경험을 중심으로 하는 3D 소셜 네트워크입니다. 2D 경험이 일반적인 현재의 인터넷 생태계에서는 공동의 경험(co-experience)을 구현하는 것이 생각보다 어렵습니다. 이에 공간감과 몰입감, 존재감을 제공하는 3D로 일정 커뮤니티나 공동체가 함께 여행하고, 체험하고, 즐기는 경험을 하는 SNS 공간을 만드는 것이 저희가 추구하는 방향입니다.



<사진 설명: 이진하 - 스페이셜 공동창업자, 공동대표>

스페이셜은 누군가와 함께 누리는 경험을 중심으로 하는 3D 소셜 네트워크입니다. 2D 경험이 일반적인 현재의 인터넷 생태계에서는 공동의 경험(co-experience)을 구현하는 것이 생각보다 어렵습니다. 이에 공간감과 몰입감, 존재감을 제공하는 3D로 일정 커뮤니티나 공동체가 함께 여행하고, 체험하고, 즐기는 경험을 하는 SNS 공간을 만드는 것이 저희가 추구하는 방향입니다.

유튜브와 같은 플랫폼이 폭발적으로 인기를 이끌며 손쉽게 영상 제작을 할 수 있는 툴과 플랫폼이 다양하게 나타나고 있습니다. 방송사 및 일부 영상 제작사의 전유물이었던 영상 제작이 다양한 크리에이터의 영역으로 확대될 수 있었듯, 스페이셜은 손쉽게 3D 공간을 제작하고 공유할 수 있는 플랫폼으로 메타버스계의 유튜브로 자리 매김하고 싶습니다. 이제는 누구나 단 몇 번의 클릭만으로도 수준 높은 메타버스 공간을 만들 수 있는 시대가 열린 것입니다.

메타버스도 다양한 형태가 있을 텐데요. 어떤 유형의 메타버스 플랫폼을 개발하고 계실까요?



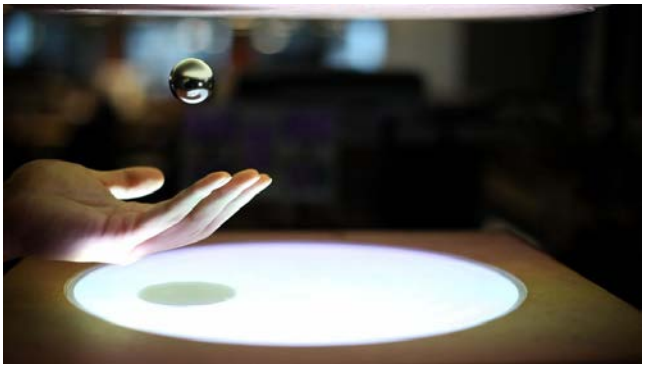
스페이셜에서는 자신의 멋진 아바타로 여러 다양한 가상 체험이 가능하다

메타버스의 발달은 도시의 발달과 비슷하다는 생각을 합니다. 어떤 도시는 라스베가스와 같이 화려한 쇼와 패션의 공간이고, 어떤 도시는 디즈니랜드와 같이 오락적인 색채와 귀여움을 어필하는 공간입니다. 그 중 스페이셜은 뉴욕과 같은 형태의 메타버스를 추구하고 있습니다. 다양한 문화적 배경과 다양한 직업을 가진, 다양한 연령층의 사람들이 자신의 개성을 침해 받지 않고 자신만의 색채로 공간을 만들 수 있는 플랫폼을 지향합니다.

다양성을 그대로 표현할 수 있는 환경을 서포트해주는 것이 플랫폼으로서 스페이셜의 역할이라 생각합니다. 이것이 바로 저희가 웹 브라우저에서도 최대한 VR기기, 모바일 앱 등과 비슷한 정도의 고 퀄리티 해상도를 유지하는 환경을 만들어내기 위해 노력하는 이유입니다. 지금까지의 메타버스는 다운로드 받아 구동해야 하는 멀티플레이어 게임에 가까웠습니다. 그러나 앱 내에서 혹은 특정 프로그램 내에서 활용되는 메타버스의 경우 생태계 자체가 닫힐 수밖에 없고, 다양한 사람들이 한없이 다양한 크리에이션을 선보일 수 있는 무대로는 한계가 있다고 생각합니다.

진정한 의미에서 오늘의 인터넷을 대체하는 웹 3.0, 메타버스를 구현하기 위해서는 웹에 쉽게 퍼블리시할 수 있고 간단한 URL만으로도 페이지 안팎을 드나들 수 있는 개방성을 가지는 것이 중요합니다. 고화질의 3D 경험을 클릭 한 번으로 손쉽게 웹과 모바일, VR 등 각종 플랫폼에 퍼블리시할 수 있도록 만들어야 지금은 보편화된 영상 제작만큼 "경험" 제작이 보편화되는 메타버스 세상이 올 것입니다. 수없이 많은 어려움이 있음에도 스페이셜이 3D 경험을 웹 브라우저에서 활용할 수 있는 구조를 고집하는 이유입니다.

메타버스는 결국 근미래에 인터넷을 대체하게 될 것입니다. 메타버스가 현재의 인터넷에 비해 이용자들이 더욱 몰입할 수 있는 형태이기도 하지만, 더욱 자연스럽게 공동체를 이루고 소셜 경험을 할 수 있는 형태이기 때문입니다.





대표님의 회사 창업 전 어떤 일을 하셨고 창업까지의 이야기가 궁금합니다.

무언가를 만드는 걸 좋아했고 건축과 예술 분야에 관심이 있었지만, 과학고에 진학하고 공학을 전공했습니다. 대학원 시절 MIT 미디어 랩에 진학하면서 세상을 바꿀 수 있는 아이디어(의 일부)를 기술로 구현하여, 어떻게 사회의 문제를 풀 수 있는지 스토리텔링 하는 훈련을 하였습니다. 손으로 무언가를 만드는 예술가의 입장에서 스크린과 마우스로 이루어진 컴퓨터가 창의적인 표현을 방해한다고 느꼈고, "만질 수 있는" 3차원 공간을 사용한 사용자 인터페이스를 만들기 시작했습니다. 그런 작업들이 유튜브로 유명해지며 TED 컨퍼런스에 강연을 진행하였고, 장애와 비장애의 경계를 없애기 위해 시각 장애인을 위한 만질 수 있는 시계의 디자인에도 참여하였습니다. 공간을 활용한 인터페이스에 관심이 생겨 삼성전자의 TV 사업부에 들어가서 여러가지 스크린을 활용한 협업 시스템, 데이터 시각화 제품을 디자인하였습니다. 3차원 공간에 함께 쓰는 인터페이스를 만드는 것에 가능성에 눈을 뜨게 되었을 때 마이크로소프트가 출시한 홀로렌즈를 써본 후 AR의 상용화가 머지 않은 것 같아 창업을 결심하였습니다.

관련해 키노트를 해보았습니다.
* 먼저, 무언가를 만드는 것을 좋아하고
* 건축/예술에 관심은 있었지만 부모님의 권유로 (직업으로 인정을 안 해서) 공대로 진학을 하였고
* 미디어 랩에 가면서 기술을 사용해 디자인을 하게 되고, 거기서 그치지 않고 어떻게 미래의 문제를 address 하는지 스토리텔링 배우게 되었습니다.
* 예술가를 위한 컴퓨터를 만드려다 스페이스탑이라는 3D 컴퓨터 디자인 - TED에 초청받아 작업이 알려지고
* 삼성전자에 가게 되었습니다.
* 인터랙션 그룹 만들어, 공간에서의 UI를 실험을 하게 되었고
* 공간의 스크린들을 연계해서 UI를 만들자 사람들이 함께 경험할 수 있는 무엇인가가 나옵니다.
* 공간 = 경험 공유. 실감 (이때 스페이셜 방향 착안)
* 2016년에 홀로렌즈 나와서 써봤더니 AR의 상용화가 머지 않은 것 같다고 (잘못) 판단. 스페이셜 창업하게 됩니다.
* 코로나 팬데믹 때 사람들이 많이 연락이 와 더 많이 쓰게 하려고 웹 버전 출시
* 그러자 일이 아니라 예술가들이 가상 전시에 쓰기 시작. 문화/예술 콘텐츠가 더 가능성이 크다고 판단

스페이셜은 웹, 모바일, HMD 거의 모든 방식을 지원하고 있습니다. 특히 웹에서의 구동 최적화가 인상적입니다. 이 부분에 대한 어려움과 해결 등 관련 이야기가 궁금합니다.

최근 스페이셜의 월드 빌드에 유니티(Unity) 공식화 소식이 있었습니다. 크리에이터 생태계 확장에 아주 중요한 사건이라고 봅니다. 이 부분에 대해 자세히 들을 수 있을까요? 개발, 의미, 어려웠던 점, 등등요





스페이셜은 웹 환경임에도 불구하고 놀라울 만큼 고품질의 콘텐츠 생성 및 참여가 가능하다

저희가 메타버스 투자 유치를 본격적으로 시작한 것은 2021년부터입니다. 2021년 당시 메타버스가 대중이나 관계자들에게 이제야 이해되는 시점이었고 구체적인 모델을 보여주기 어려운 시점이었던 터라 이해와 설득에 상당한 어려움을 겪었습니다. 그런 과정 속에 다행히 올 2022년 상반기 정부기관 및 대기업 투자를 유치할 수 있었습니다.

스페이셜은 메타버스가 결국 경험 공유의 장이 되어야 한다고 생각합니다. 그리고 현실에서 접하기 어려운, 온라인에서만 할 수 있는 아주 기억에 남을 만한 경험을 제공하는 것에 중점을 두고 있습니다. 우리 삶에서 가장 기억에 남는 경험은 절대적인 아름다움, 그리고 그 아름다움에서 느끼는 경이로움에서 오는 경우가 많습니다. 이번 유니티(Unity) scene 탑재로 심미적인 부분에 대한 갈증 역시 많이 해소되었습니다.

메타버스가 실용성 입증의 초기라 개발을 위한 투자 유치에 어려움이 있으셨을 것 같습니다. 어떻게 풀어 나가셨을까요? (현재 어떤 투자 파트너들과 일하고 계신 지 여쭤봐도 될까요?)



<사진 설명: 이진하 대표의 TED 강연 모습>

제 경력과 공동창업자의 경력이 이 분야에서 특이한 편입니다. TED 연사로도 많이 알려져 있었고, 각종 수상 경력으로도 알려져 있어서 상대적으로 어려움이 적은 편이었다 생각합니다.

사업 모델도 지금과 많이 달랐습니다. 초기에는 AR/VR기기 기반 업무 협업 툴로서 B2B 사업으로 시작했으며, 마이크로소프트 CEO인 사티야 나델라가 홀로렌즈2(Hololens2)를 공개하는 키노트에 초청을 받아 파트너사로서 함께 데모를 보여주며 많은 고객과 투자자로부터 관심을 받기도 했습니다.

B2C로 사업을 확장하게 된 것은 최근의 일입니다. 팬데믹을 지나며 메타버스에서 더 큰 가능성을 보게 되었고, 저희 비전을 믿어주는 고마운 파트너들을 만날 수 있어 투자 유치가 가능했습니다. 현재 마지막 투자 이후 사용자가 10배 이상 증가한 상황입니다. 투자자분들의 믿음에 보답을 줄 수 있는 성과를 만들어내고자 노력하고 있습니다.

**현재 국내에서 메타버스 개발을 하는 회사들이 많이 생겼습니다.
스페이셜의 개발에 대해 궁금한 게 많습니다.
개인적으로 현재 메타버스의 훌륭한 롤 모델이 되고 있다고 봅니다.
광범위하시겠지만 전반적인 개발 플로우를 들을 수 있을까요?
회사의 조직도와 연관해서 설명해 주셔도 좋을 것 같습니다.**

게임 업계와 실리콘 밸리 테크 업계의 DNA가 합쳐져 많은 시너지를 내고 있습니다. 프로덕트, 디자인 팀 뿐만 아니라 엔지니어들도 사용자 경험이 매우 많아서 스펙만 개발하는 것이 아니라 직접 많은 변화를 함께 Drive 하고 있습니다. 아트는 실제 유명 건축 사무소들과 게임 환경 전문가들의 콜라보레이션을 통해 만들고 있습니다.

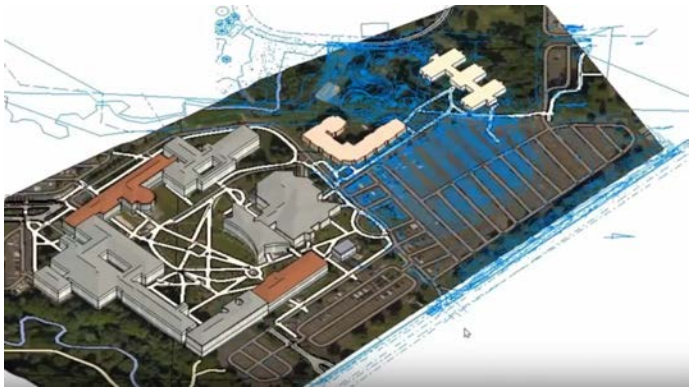
**위의 3번. 아트 영역에서 3D 데이터 구축에 마야(Maya), 맥스 (3ds Max) 등을 활용하셨을 것 같습니다.
이 부분에 대한 개발 및 활용 과정이 궁금합니다.**

라이노(Rhino), 엔스케이프(Enscape) 같은 건축 소프트웨어나 시네마포디(C4D)로 빠르게 시각화를 해보고 마야(Maya), 맥스(3ds Max) 등을 통해 옵티마이즈를 한 후, 유니티(Unity)에서 여러가지 동적 요소들을 구현하고 있습니다.

현재 스페이셜에 있는 백만여 개의 방은 대다수 크리에이터들이 만든 방입니다. 스페이셜이 제공하는 다양한 템플릿을 활용하신다면 크리에이터들은 아이템의 색을 바꾸고, 자신의 아트를 쉽게 업로드하여 방을 꾸밀 수 있습니다. 현재 크리에이터들이 스페이셜을 써서 경험 공간을 만드는 단계는 다음과 같습니다:

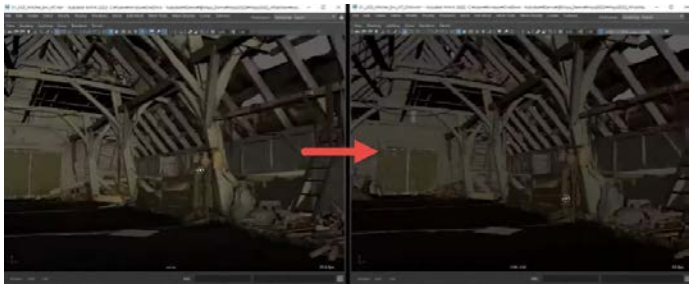
1. 유저가 얻어 가길 바라는 방향의 경험과 아트 컨셉을 만들고
2. 건축 소프트웨어를 이용하여 3D 공간을 제작하여
3. 마야(Maya)나 맥스(3ds Max)로 최적화를 진행합니다.

스페이셜 툴 킷을 다운로드 하시면, 그 과정은 보다 단순해집니다. 다양한 모듈을 조합하여 유니티(Unity) 엔진에서 scene을 구축하고 퍼블리시할 수 있습니다. 근시일내에 비주얼 스크립팅 기능 역시 탑재하게 될 예정이라, 스페이셜에서 미리 설계되지 않은 인터랙션도 크리에이터가 만들 수 있게 됩니다.



Autodesk의 건축 소프트웨어와 Maya, 3ds Max등을 통해 공간을 제작하고 스페이셜에 빌드를 하는 것이 가능하다.

크게 어려운 부분은 없었으나, 최대한 퀄리티를 유지하면서 Polygon 개수를 줄여줄 수 있는 기능이 있다면 큰 도움이 될 것 같습니다.



마야(Maya), 맥스(3ds Max) 등을 통해 3D 공간 제작은 물론 Polygon을 최적화 하는 것이 가능하다.

**모션캡쳐 활용도 하셨을까요?
업계에서는 모션캡쳐 운영에 모션빌더(MotionBuilder)가 일반화되어 있는데요.
개발하실 때 이 부분의 활용도 궁금합니다.**



스페이셜에서는 모션캡쳐와 같은 신기술 적용이 가능하도록 개발 중에 있다.

스페이셜을 이용하는 크리에이터 분들에게 오히려 재미있게 활용될 여지가 있을 거라 생각합니다. 현재 크리에이터 분들이 캡처한 모션을 아바타의 무브로 이용할 수 있는 기능을 개발 중이며 곧 출시할 예정입니다. 유명 안무가의 안무나, BTS와 같은 스타들의 군무 등을 공간과 경험 크리에이션 단계에서 활용하실 수 있습니다.



업계에서는 효과적인 모션캡쳐를 위해 Autodesk의 리그 시스템과 모션빌더(MotionBuilder)를 활용한다

스페이셜 개발하시면서 의미 있으셨던 부분은 어떤 것들이 있으시나요? 스페이셜 개발의 방향이나 철학도 궁금합니다.

스페이셜을 이용하는 크리에이터 분들에게 오히려 재미있게 활용될 여지가 있을 거라 생각합니다. 현재 크리에이터 분들이 캡처한 모션을 아바타의 무브로 이용할 수 있는 기능을 개발 중이며 곧 출시할 예정입니다. 유명 안무가의 안무나, BTS와 같은 스타들의 군무 등을 공간과 경험 크리에이션 단계에서 활용하실 수 있습니다.

스페이셜의 2023년 방향도 궁금합니다.

유니티(Unity) 툴 킷 업그레이드 이후로 인터랙션 기능이 탑재되면서 다양한 게임 제작사들과 함께 게임 개발에 조금 더 박차를 가하고 있습니다. 어른들도 이탈 없이 즐길 수 있는 게임이 있는 메타버스 플랫폼으로 성장 방향을 잡고 있습니다. 브랜드나 크리에이터가 게임적인 요소를 이용해서 고객과 관객들에게 몰입감 있는 재밌는 경험을 제공해줄 수 있습니다.

앞으로 메타버스의 방향은 어떻게 보고 계실까요? 편하게 말씀 부탁드리겠습니다.

인터넷의 발달 과정 속에 메타버스가 있다는 것이 메타버스에 대한 업계의 지배적인 이해입니다. 소셜미디어의 발달로 중앙에서 전달하는 정보 공유의 장에 불과하던 인터넷이 모든 사람들이 미디어가 되는 현재의 인터넷으로 발전했습니다. 디지털 디바이스를 사용하는 사람들의 시간이 점차 늘어나면서, 이제는 언어적-비언어적 소통을 모두 아우르는 형식의 '경험'을 공유하는 장을 만드는 것이 다음 인터넷의 역할이자 메타버스의 역할로 지목되고 있습니다. 경험을 가장 잘 구현하는 방식인 3D 인터넷이 메타버스의 방향이 되리라 믿습니다.

시간 내 인터뷰에 응해 주셔서 감사합니다.

AutoMeta의 여덟번째 호인 8호 어떠셨나요?

내용이 마음에 드셨다면 구독을 통해 매월 소식을 받아보세요.
AutoMeta에서는 버추얼 인플루언서, 버추얼 휴먼 제작사, 모션캡쳐 제작사, 메타버스 콘텐츠 제작사, 메타버스 플랫폼 제작사 등 다양한 업계 소식을 공유드릴 예정입니다.
구독을 원하시는 분은 아래 신청하기 버튼을 클릭하시어 신청 부탁드립니다.

신청해 주시는 분들에게는 매월 AutoMeta를 메일 발송해 드릴 예정이며,
신청하신 분들 중 추첨을 통해 소정의 상품을 드릴 예정으로 많은 관심 부탁드립니다.

AutoMeta 설문 이벤트

기간 : 2023년 3월 31일 ~ 2023년 4월 30일

설문 참여하기 ›

AutoMeta 구독을 하시고 AutoMeta의 감상 소감을 남겨주세요.
제출해 주신 내용을 기반으로 더 나은 콘텐츠를 제공 드리겠습니다.
소감을 남겨주신 분들 중 추첨을 통해 커피 기프티콘을 증정 드리겠습니다.



AutoMeta는 imK 김민호 피디와 함께 합니다.

SCK

AUTODESK
Value Added Distributor