실무자를 위한 메타버스 안내서

EPICLOG COOP

지금, 실무자에게 필요한 메타버스 정보는?

안녕하세요.
메타버스 콘텐츠와 서비스를 제작하는
에픽로그협동조합입니다.

요즘 정말 많은 기업과 기관, 관공서에서
저희 팀에게 메타버스에 대해 물어보십니다.

상사는 '메타버스가 우리의 미래'라고 하는데,
당장 기획을 어디서부터 시작해야하는지
막막하다는 실무자 분들이 많으셨습니다.

저희는 그런 분들을 위해 이 안내서를 만들었습니다.
조금이나마 도움이 되시기를 바라겠습니다.

2022 실무자를 위한 메타버스 안내서 : 목차

Ⅰ. 쉽고 간단하게 메타버스 알기

Ⅱ. 메타버스 실무 트렌드 살펴보기

Ⅲ. 자주 묻는 질문

Ⅰ. 쉽고 간단하게 메타버스 알기

“도대체 메타버스가 뭐야?”

메타버스를 처음 접하는 실무자를 위해
쉽고 간단하게 메타버스를 설명해드립니다.

메타버스의 개념과 유래는?

우선 메타버스의 개념과 유래를 살펴보고 가겠습니다.

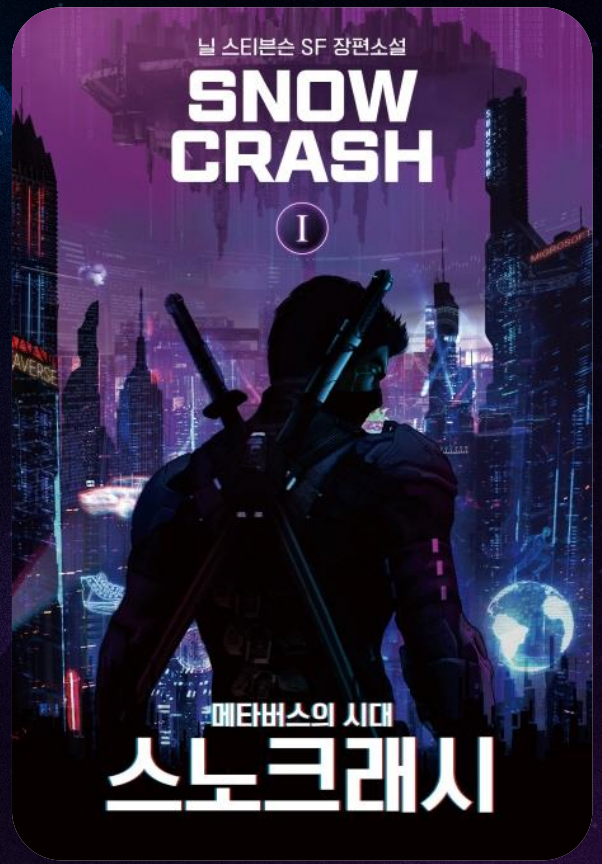
메타버스의 개념

메타버스(Metaverse)는
초월 · 가상을 의미하는 '메타'(Meta)와
세계 · 우주를 의미하는 '유니버스(Universe)'의 합성어로,
현실 세계 및 우주와는 또 다른
가상의 세계를 지칭하는 개념입니다.

메타버스의 유래

1992년 닐 스티븐슨의 SF 소설 '스노크래시(Snow Crash)'에서
처음 등장했고, 미국 세컨드라이프(Second Life) 등을 통해
사이버 공간에서 발전했습니다.

관련기사 참고



메타버스의 정의는?

다양한 메타버스의 정의를 살펴봅시다.

인터넷 클릭처럼 쉽게 시공간을 초월해 멀리 있는 사람과 만나고 새로운 창의적인 일을 할 수 있는 인터넷 다음 단계

(마크 저커버그, Facebook 메타로 바꾸다 연설, 2021년)

메타버스는 아바타로 소통하는 디지털 지구이다.

(김상균 교수, 메타버스 새로운 기회 中, 2021년)

가상 자아인 아바타를 통해 경제, 사회, 문화, 정치 활동 등을 이어가는 4차원 가상 시공간

(심임보 교수, 대한민국 4차 산업혁명 페스티벌 연설 中, 2021년)

관련기사 참고

마크 저커버그, Facebook 메타로 바꾸다 연설 中

메타버스의 유형은?

비영리 기술연구단체 ASF에서는 메타버스 유형을 4가지로 분류합니다.

증강현실(AR)

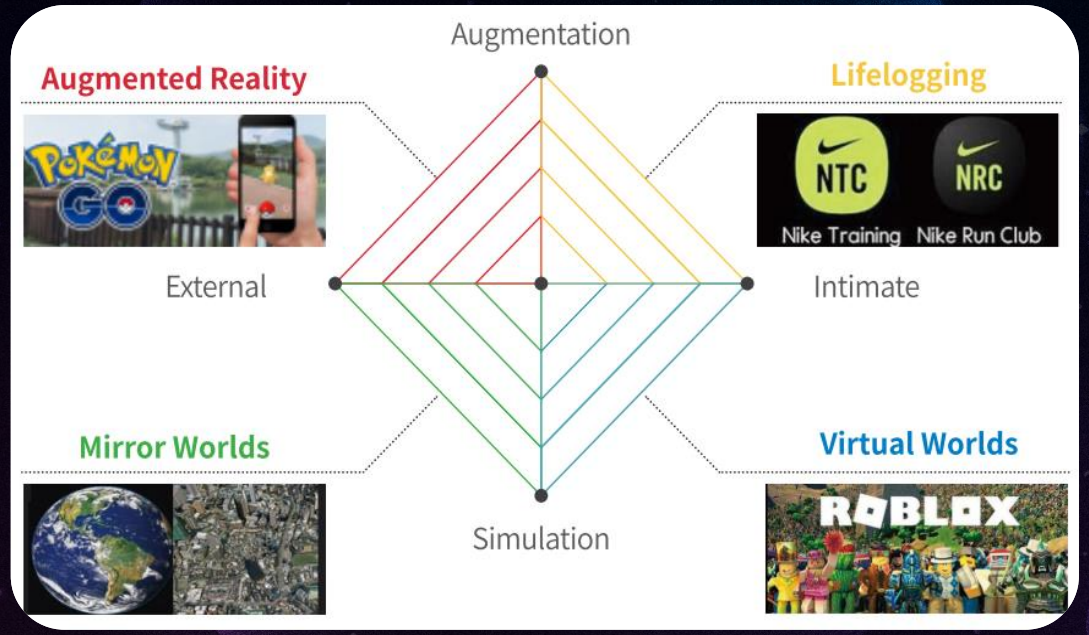
가상의 정보를 현실세계의 확장된 형태로 합성하여 구현

(포켓몬고, 이케아 플레이스 등)

거울세계

확장된 가상세계에 실제 세계를 유사하게 반영한 세계

(네이버지도, 구글지도 등)



출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호, 제 37호

라이프로깅

사람과 사물에 대한 일상적 경험과 정보를 가상 공간에 기록 및 재현

(인스타그램, 삼성헬스 등)

가상세계(VR)

컴퓨터와 네트워크 환경으로 만들어지는 가상 시뮬레이션 기반의 세계

(제페토, 로블록스 등)

한국과 세계의 메타버스 정책은?

디지털 뉴딜 2.0

2021년 7월 과학기술정보통신부는 기존 한국판 뉴딜에
‘메타버스 등 초연결 신산업 육성’을 신규 과제로
추가 하면서 디지털뉴딜 2.0을 발표했습니다.
핵심 유망 분야에 2025년까지 약 2.6조원
규모의 예산을 집중투자 할 계획입니다.

출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호, 제 37호

XR 정책 강화

미국, 영국, EU, 중국 등 주요국은 메타버스의 핵심기술로
가상현실(VR), 증강현실(AR)을 포괄하는
확장현실(XR)기술에 중점을 두고 정책을 추진중입니다.

메타버스, 기술발전 전망은?

1. 확장현실(XR) 하드웨어의 대중화

가상현실(VR)과 증강현실(AR) 같은 메타버스 기술이
일상과 가까워 지려면 **누구나 이용이 편리**해야 합니다.
스마트글라스 같은 확장현실(XR)하드웨어가
스마트폰처럼 대중화 되어야합니다.

현재 마이크로소프트, 애플, 삼성이 스마트글라스를
대중화시키기 위해 신제품 경쟁 중에 있습니다.

2. 종이 같은 디스플레이, 더 빠른 인터넷

얇은 종이 같은 마이크로 디스플레이가 필요합니다.
더 빠른 인터넷을 위한 5G·6G 등 기반 되는 인프라,
하드웨어 기술 발전을 기술 발전 과제로 꼽고 있습니다.

출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호, 제 37호

지디넷코리아, 삼성이 개발중인 AR 글래스는 이런 모습?

메타버스, 재미있고 다양한 콘텐츠가 과제

메타버스 아이디어가 등장한 것은 30년 전이지만,
그동안 기술적 한계와 함께 콘텐츠가 다양하지 않아
지속하지 못했습니다.

최근, 관련 기술 발전과 코로나19로 집 안에 있는
시간이 늘어나면서 메타버스 서비스의
품질이 좋아졌습니다.

메타버스가 단순한 이슈로 전락하지 않으려면
인기 많은 다양한 콘텐츠와 앱 서비스의
개발·공급이 필요합니다.

출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호, 제 37호

Meta의 가상현실 커뮤니티 horizon Worlds

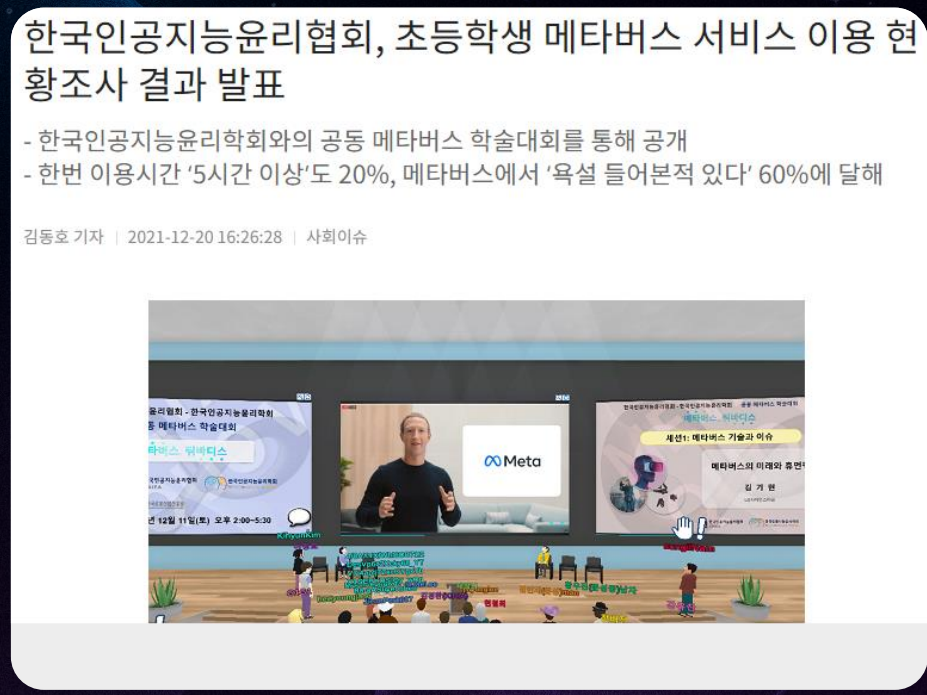
메타버스, 정보보호와 윤리 문제 생각해야

XR 기반 디바이스의 발전으로 메타버스 사용자는
기존 2D 웹에 비해 양적, 질적으로 방대한 정보가 수집됩니다.

현실 기반의 가상세계를 구현하면서 활용되는
다양한 인적, 물적 정보 보호와 함께
사생활침해, 프라이버시, 아동 프라이버시,
비윤리적 행동에 대한 규제 등 사전준비가 필요합니다.

최근 유럽연합 집행위원회는 AI 기술개발· 활용을 통해
발생하는 위험요소에 대해 명시하고 규제 안을
발표했는데, 메타버스도 이러한 논의 진행이 필요합니다.

출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호, 제 37호



서울경제

메타버스 1위 플랫폼이 말하는 메타버스의 특징 (1)

메타버스를 만들 때, 고려해야 할 특성 8가지 (출처 : Roblox)

특 성	내 용
정체성 Identity	모든 이용자는 아바타의 형태로 고유한 정체성을 갖고 이를 통해, 자신이 원하는 방식으로 스스로를 표현할 수 있음.
친구 Friends	이용자들이 친구를 사귈 수 있음. 현실에서 알던 사람 일수도 있고, 메타버스에서 처음 만나는 사람일 수도 있음.
몰입 Immersive	메타버스 사용자는 몰입감 때문에 실제 생활과 메타버스를 구분하기 어려워 질 수 있음.
어디에서나 Anywhere	이용자, 개발자, 창작자는 전 세계에 걸쳐 존재함. 모바일, PC, 게임기 등 어디에서나 경험할 수 있음

메타버스 1위 플랫폼이 말하는 메타버스의 특징 (2)

메타버스를 만들 때, 고려해야 할 특성 8가지 (출처 : Roblox)

특 성	내 용
적은 마찰 Low Friction	메타버스 안에서는 손쉽게 계정을 만들고 무료로 친구들과 새로운 경험을 빠르게 할 수 있음.
다양성 Veriety	크리에이터가 생성한 다양한 콘텐츠가 있음. 다양한 경험, 다양한 아바타, 다양한 아이템을 즐길 수 있음
경제 Economy	메타버스 안에서 쓸 수 있는 통화에 기반한 경제를 가지고 있음. 메타버스 구성원들이 경제적 이익을 얻고 순환이 가능한 경제구조임.
안전 Safety	사람들 사이의 예의를 장려하고 이용자의 안전을 확보하기 위한 시스템이 메타버스 플랫폼에 있음. 이는 '현실 법'을 집행할 수 있도록 설계됨.

지금, 메타버스에 가장 근접한 것은 게임이다

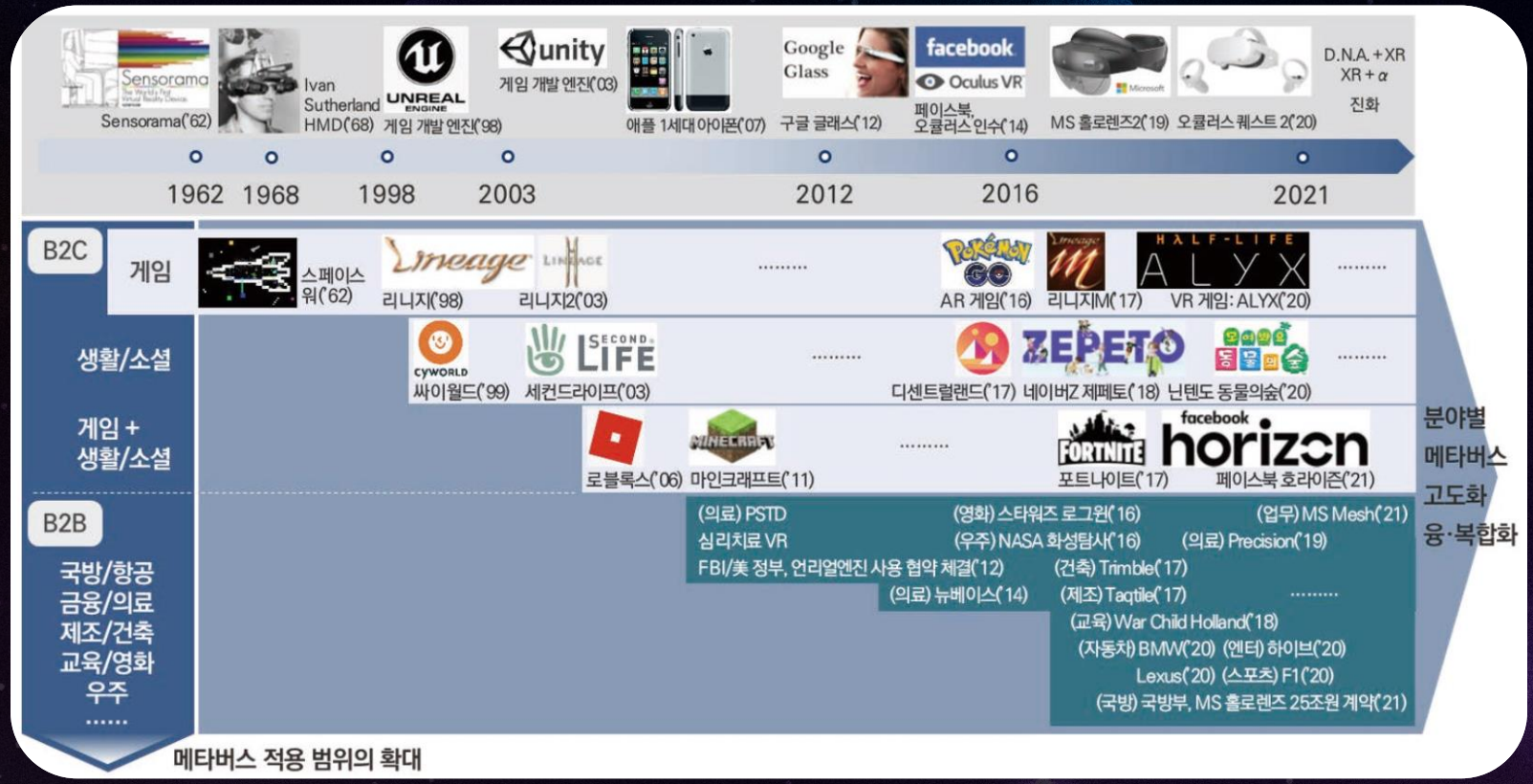
메타버스를 말하면 빠지지 않고 말하는 영화가 있습니다.
스티븐 스필버그 감독의 영화 '레디 플레이어 원'입니다.
영화 속에서 플레이어는 현실같은 게임 속에서 사건을 해결합니다.

사티아 나델라 마이크로소프트 최고경영자는
미국 최대 게임회사인 블리자드를 약 82조원에 인수 직후
"게임이 메타버스 플랫폼 개발에서 핵심적인 역할을 할 것"
이라고 말했습니다.

메타버스라고 불리는 서비스들 중에서 게임이 아니거나,
게임 요소를 가지고 있지 않은 것들이 있을까요?
그래서 메타버스를 간단히 말하면 '**현실 같은 온라인 게임**'입니다.

메타버스는 이미 왔으나, 더 크게 다가올 세상이다.

초기 게임에서 시작한 메타버스는 제조, 교육, 문화 등 사회 전반으로 큰 변화를 가져올 것입니다.
다양한 분야의 적용 사례들이 계속 늘어나고 있습니다.



출처 : 한국과학기술연구원 KISTI ISSU BRIEF 제 36호

II. 메타버스 실무 트렌드 살펴보기

메타버스 실무 기획에 도움이 될 수 있는
2022년 메타버스 실무 트렌드를 살펴봅니다.

II. 메타버스 실무 트렌드 살펴보기

1. 공간 없음

메타버스가 가진 사회적인 맥락과 함께
한국의 인기 메타버스 공간을 살펴봅시다.

1. 공간 없음 : 메타버스 공간에 의미를 부여하라.

건축학자 유현준 교수는 조선일보 칼럼에서
코로나19 이후 **‘공간의 양극화’** 문제 이야기를 합니다.

경제력이 낮을 수록 사적인 공간을 소유할 수 없고,
공원 같은 공짜 공간이 사라졌기 때문에
가장 저렴한 공간인 온라인 세상을
찾는다는 말씀이었습니다.

메타버스에도 사람들이 갈 만한 의미가 있어야 합니다.
공급자의 입장이 아닌 **소비자의 입장에서**
필요한 새로운 체험을 할 수 있도록 해야 합니다.
나의 메타버스 공간에는 어떤 의미를 줄 수 있을까요?

유튜브, 셜록현준, ‘내집마련’ 문제가 차박의 인기로 이어진다?

1. 공간 없음 : 어떤 메타버스 플랫폼이 인기일까요?

- 빅데이터가 뽑은 **국내 인기 메타버스 플랫폼 3가지**를 알아봅니다.

제페토(Zepeto)

- 국내 1위 메타버스 플랫폼
- 현재 가입자 수 2억 6천만
- 10대 80%, 해외 이용자 90%
- 네이버 자회사 네이버Z에서 제작
- 스마트폰 촬영 시 AR로 나의 얼굴을 아바타로 만들어 다양한 표정과 포즈로 촬영 가능, 제작한 아바타로 게임 가능

로블록스(Roblox)

- 2021년 구글 올해의 검색어 종합 1위
- 세계 1위 메타버스 플랫폼
- 월 1억 6400만명 사용자 플레이
- 미국 어린이 절반 이상 플레이
- 사용자가 게임 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 로블록스 플랫폼으로 직접 게임 제작 가능.

게더타운 (Gather.town)

- 화상회의에 2D 게임을 융합한 소그룹 전용 업무, 회의, 교육 플랫폼
- 최근 국내 가장 많이 사용하는 메타버스 행사 플랫폼
- 앱을 설치하지 않고 온라인 바로 접속이 가능하고, 맵 제작이 쉬운 것이 특징

빅데이터 분석 : sometrend, 2021.02.27~2022.03.02. 국내 기준, 관련기사 참고

1. 공간 없음 : 어떻게 공간에 의미를 부여할까?

메타버스 세계 속 **대표적인 마케팅 유형**은 세가지 입니다.

1. 이벤트

메타버스 플랫폼 내에서 브랜드나 행사를 위한 맵을 제작하고
현실에서 하기 어려운 체험관 체험, 이벤트를 진행

2. 아이템

메타버스 플랫폼 내에서 브랜드나 특정 아이템을 제작, 판매

3. 아바타

메타버스 플랫폼 내에서 브랜드나
현실 혹은 가상 인물 아바타 제작, 판매

2021 제페토 x 구찌 이벤트
제페토와 제휴하여 구찌 제품을 활용한
아바타, 아이템, 이벤트 진행

1. 공간 없음 : NFT, 메타버스와 만나다

메타버스 세계가 경제적인 의미를 가질 수 있을까요?
많은 사람들은 메타버스를 뒷받침할 핵심기술로
대체 불가능한 토큰 NFT (Non-Fungible Token)을 주목합니다.

NFT를 쉽게 말하면 **'위조가 불가능한 디지털 자산'** 입니다.
블록체인으로 디지털 파일 소유주와 거래기록을 저장하면,
고유번호가 매겨져 다른 암호 화폐로 대체할 수 없습니다.

코카콜라는 2021년 '국제 우정의 날'을 기념해
장애인을 위한 행사로 NFT 아트 워크를 기획했습니다.
코카콜라 냉장고 등 4종의 아이템으로 경매를 진행했고,
코카콜라 첫 NFT라는 희소성으로 약 7억원에 낙찰되었습니다.
수익금은 발달장애인을 위한 '스페셜 올림픽'에 기부했습니다.

코카콜라 NFT 아트워크

2. 랜선 소통

메타버스가 소통과 만남의 도구라는 관점으로
다양한 메타버스 활용 예시를 살펴봅니다.

2. 랜선 소통 : 메타버스는 소통과 만남의 도구

10대가 생각하는 '메타버스' 의 장점은 무엇일까요?
2021년 스마트학생복에서 조사한 설문에 따르면,
한국 청소년은 **메타버스의 장점**을 크게 세 가지로 꼽습니다.

1. 현실에서 하지 못하는 다양한 일들을 할 수 있다 (48%, 341명)
2. 다양한 국적, 환경의 사람들과 만날 수 있다 (22.7%, 161명)
3. 친구들과 자유롭게 만날 수 있다 (14.4%, 102명)

메타버스 사용자는 오프라인과 온라인을
똑같은 **공간**으로 인식하고 **재미**를 찾습니다.
여기서 '**재미**'란 **소통**과 **만남**, **새로운 체험**입니다.

제페토 트와이스 티저 장면

2020년 제페토가 3D 아마타로 구현한 아이돌 '트와이스'
티저영상은 공개 일주일만에 조회수 170만회를 넘어섰다.
관련기사 참고

2. 랜선 소통 : 브랜드를 새롭게 체험하다.

관련기사 참고

편의점 CU

세계최초 메타버스 편의점
제페토에서 개최
방문자 수가 높아져 3호 점까지 개최
누적 방문자 총 1억 명
신제품 알리고, 이벤트 연계

치폴레

미국 멕시칸 푸드 레스토랑
할로윈데이에 로블룩스에서 코스튬을 입고
매장을 찾으면 3일간 하루 선착순 30,000명에게
무료 부리또 온라인 쿠폰을 줌.
치폴레를 온라인 판매하는 앱과 웹사이트를 알림.

SK- II CITY

일본 화장품 브랜드 SK- II
인기 게임 심시티에서 영감을 얻어
도쿄를 그대로 옮겨놓은 메타버스 도시 개장.
매장마다 고화질 공간, 제품 소개 영상 볼 수 있음
차후 가상 매장 내 결제 가능하도록 진행 예정.

2. 랜선 소통 : 현실에서도 보기 힘든 사람을 만나다

관련기사 참고

아리아나 그란데 콘서트

2021년 3D게임 포트나이트에서
'Rift tour' 가상콘서트 개최.
라이브 최고 시청자 64만명.
포트나이트는 배틀그라운드와 유사한 게임으로
일반적인 게임에서 메타버스 플랫폼으로 확장.

블랙핑크, 트와이스, BTS

제페토에서 뮤비 세트장, 아바타,
아이템 만들어 행사 및 판매.
블랙핑크 제페토 캐릭터를 활용한
'아이스크림' 댄스 퍼포먼스는
유튜브에서 1억 2천 조회수 돌파

송은이X김숙 메타버스 팬미팅

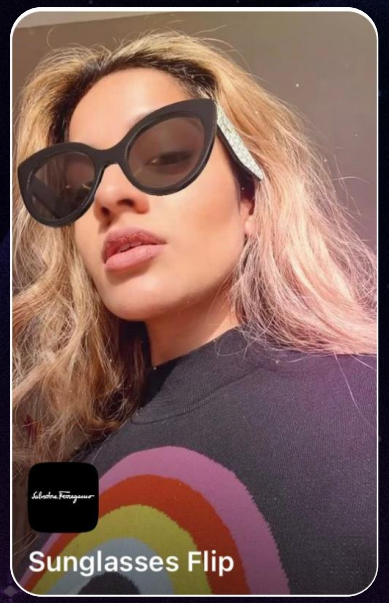
게더타운에서 메타버스 팬미팅
팬들과 함께 메타버스에서
O,X 퀴즈 등 이벤트 직접 진행
팬미팅 이후 메타버스 공간은
체험 장소 및 업무공간으로 재활용

2. 랜선 소통 : 새로운 경험을 공유하다

관련기사 참고

스와이프 나이트

2020·2021 칸 라이언즈 어워즈 GRAND PRIX
데이팅앱 틴더에서 개발한 인터렉티브 영상 게임.
사용자가 영상 속 주인공이 되어 선택의 갈림길
에서 둘 중 하나를 선택하면 결말이 달라짐.
사용자의 게임 결과를 저장하여 다른 사용자와
매칭하거나 대화 시작 시 참고가 되게 함.



AR 필터 놀이

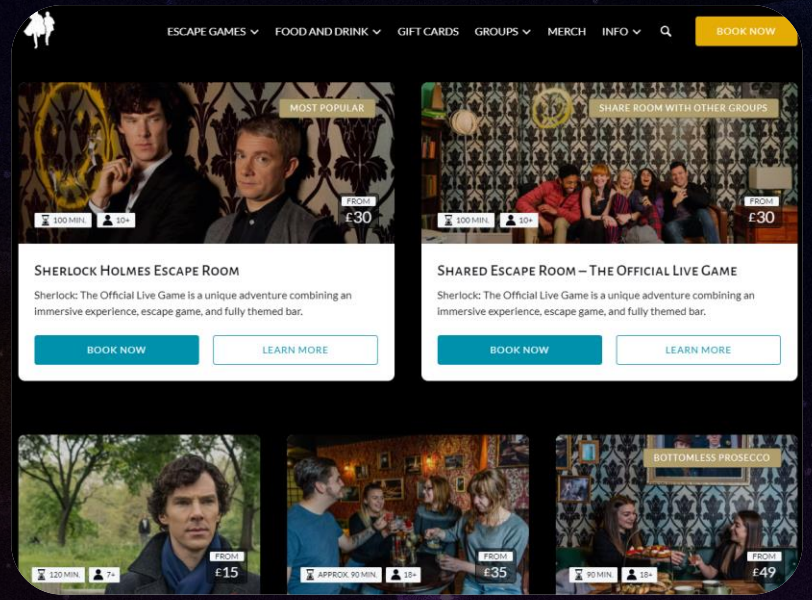
인스타그램, 스냅챗, 스노우 등 SNS와 카메라앱
AR 필터로 새로운 경험을 하고 사람들과 공유함.
메타는 SparkAR을 출시하여 누구나
AR필터를 만들고 인스타그램에 올릴 수 있게 함.
구찌, 디올, 나사 등 다양한 브랜드가 AR필터로 소통.

PizzaHut Pac-Man - The WebAR

팩맨 맵이 그려진 피자곽QR코드에
스마트폰 카메라를 가져가면 링크가 나오고
링크를 클릭하면 바로 곽에서 AR 게임 가능
App설치를 선호하지 않는 사용자가
많아지면서 Web AR 기술이 발전 중

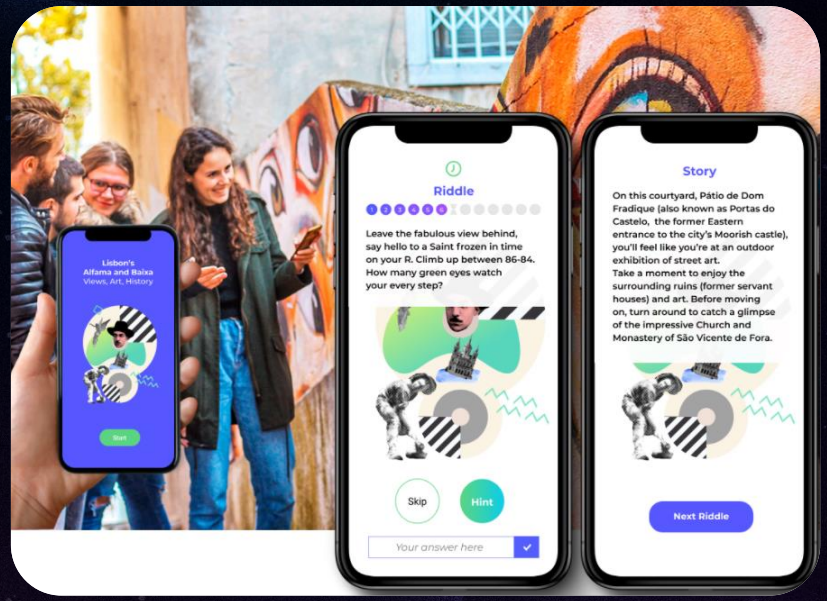
2. 랜선 소통 : 온라인에서 친해지고 오프라인에서 놀자

관련기사 참고



Sherlock: The Official Live Game

회사 직원 워크숍, 친구/가족 모임을
내 PC에서 셜록홈즈 추리 게임으로 진행한다면?
영국의 온/오프라인 방 탈출 게임 쇼.
이 밖에도 미국과 유럽에서 온라인 소통을 위한
가상 이벤트 서비스가 다양하게 등장하고 있음.



Secretcitytrails

코로나19 여파로 소규모 자유 관광이 활성화되면서
웹 게임을 활용한 소모임 체험 여행이 많아지고 있음.
Secretcitytrails는 추리 게임을 풀면서 새로운 도시를
여행하는 게임으로 색다른 여행으로 인기가 있음.
각 나라 도시에 있는 지역 가이드가 플랫폼으로
추리 게임을 제작하고 수익을 가져갈 수 있음.

II. 메타버스 실무 트렌드 살펴보기

3. 새로운 나

메타버스에서 ‘새로운 나’를 찾는 과정을 살펴봅니다.

3. 새로운 나 : 나도 몰랐던 나를 찾다

메타버스 시대에 '나'는 누구일까요?

메타버스에서 사용자는 스스로
현실과 다른 나를 만들기 하고,
다른 이가 만든 가상의 인간에게
호감을 느끼기도 합니다.

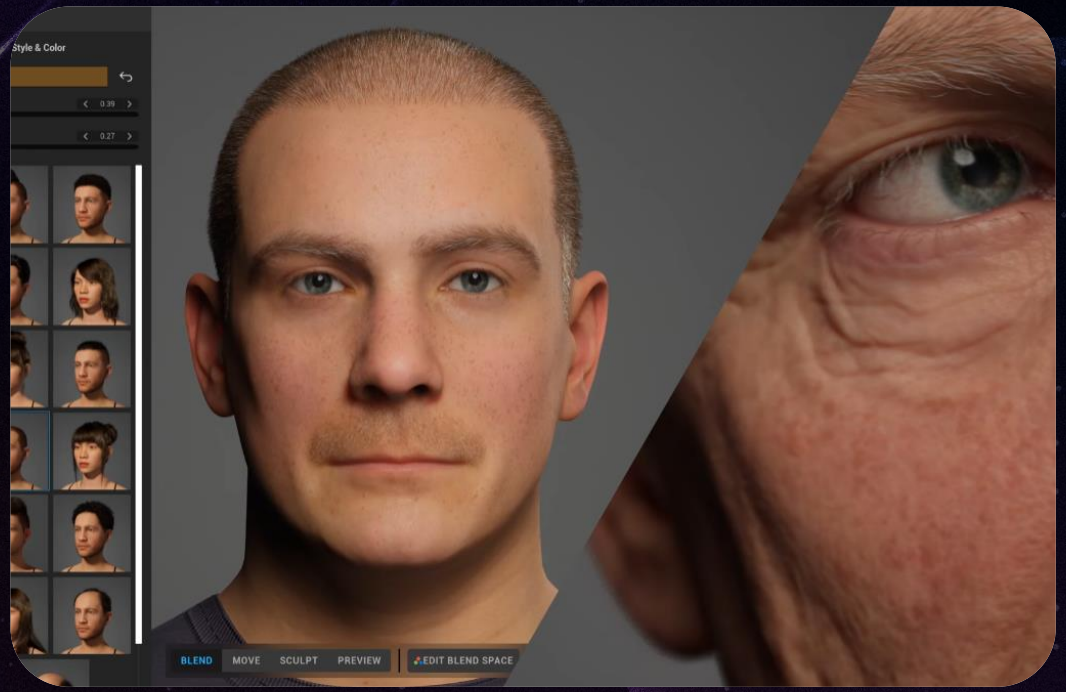
다른 사람이 만든 개념에
자신을 꼬리표 붙이기도 하죠.
그런가 하면, 느슨하게 따로 또 같이
자신의 몸과 마음을 돌봅니다.

나를 찾는 과정이 콘텐츠가 됩니다.

가상인간 릴미켈라의 UGG 광고

3. 새로운 나 : 스스로 새로운 나를 만들다

관련기사 참고



에픽게임즈 메타휴먼

에픽게임즈가 만든 게임엔진 언리얼엔진의 메타휴먼 크리에이터는
누구나 손 쉽게 고퀄리티의 가상 인간을 개발할 수 있도록 제작 되었다.
가상 인간 활용이 더욱 활성화 될 것 이라 전망하고 있다.
한국에서도 솔트룩스가 메타휴먼 기술로 AI 대통령 후보를 만들었다.

가상 인간 로지

신한라이프 광고 모델로 처음 발탁한 가상 인간 로지는 현재
모델 수입만 10억 이상이다. 전 세계 가장 유명한 가상 인플루언서
는 릴미켈라(Lil Miquela · 19)로 한 해 수익만 130억원에 이른다.
앞으로는 누구나 AI 딥페이크 기술을 활용해 얼굴을 고칠 수 있고,
가상인간을 새롭게 창조해내어 새로운 나를 만들 수 있다.

3. 새로운 나 : '정체성을 찾기'가 놀이가 된다.

관련기사 참고

심리테스트 콘텐츠 & 플랫폼

MBTI 열풍으로 자기 정체성을
특정 유형으로 딱지 붙이는
레이블링게임(Labeling Game)이
유행하면서 심리테스트 콘텐츠와
플랫폼이 지속적으로 개발되고 있다.

MBTI 플로타곤 드라마

메타버스 제작 툴 플로타곤(plotagon)으로 만든 드라마로
주로 MBTI나 사람 유형, 상황 등을 주제로 많이 제작한다.
플로타곤 드라마의 인기는 자신의 정체성을 고민하고 공감과
소속감을 원하는 '나'를 찾는 모습과 맞닿아 있다.

3. 새로운 나 : 따로 또 같이 몸과 마음을 돌보다.

관련기사 참고

메타버스 홈트레이닝 야핏

카카오 에듀테크 계열사인 야나두는 메타버스 운동 서비스
‘야핏 사이클’을 출시했고, 6개월 만에 매출 100억원을 달성.
야핏은 태블릿PC나 스마트폰 앱으로 실내 사이클과 연동하여
게임처럼 국내외 주요 도시를 달릴 수 있다.
집에 있지만 다른 사람과 함께 운동하는 느낌을 준다.

gameChangeVR

옥스포드 정신의학과 연구진이 개발한 정신치료VR 서비스는
사용자가 VR을 활용하여 정신치료를 받을 수 있는 시스템이다.
정신치료를 받고 싶어하는 심리적 장벽, 시간과 비용을 절약하기
위해 구현했다. 사회불안, 우울증 환자가 실제 현실같은 VR로
현장 치료를 받을 수 있다. 이런 방향은 향후에도 이어질 것으로 보인다.

Ⅲ. 자주 묻는 질문

실무자 분들이 메타버스 관련 업무를 진행 할 때
자주 묻는 질문을 이야기합니다.

Q1. 자체 메타버스 플랫폼을 만들려면 어디서 부터 생각해야할까요?

많은 메타버스 플랫폼들이 **게임 엔진을 기반**으로 만들어집니다.

게임 하나를 만든다고 생각하고 접근하시면 좋습니다.

아주 작은 게임이라고 하더라도 기획, 디자인, 개발을 합쳐 총 4~5명의 인력이 투입됩니다.

여기에 제작 기간을 1년~2년 곱하면 최소 예산을 생각하실 수 있습니다.

Q2. 메타버스 행사를 진행할 때 어떤 플랫폼을 가장 많이 사용하나요?

현재 **국내에서 메타버스 행사로 가장 많이 사용하는 플랫폼은 게더타운과 제페토**입니다.

이중 게더타운은 유사 플랫폼인 ZEP과 함께 앱을 깔지 않고 실행할 수 있다는 접근성과

제페토 맵, 캐릭터, 아이템 제작보다 저렴하다는 장점 때문에 메타버스 행사에 많이 사용하고 있습니다.

행사 예산과 특성, 예상 성과를 고려해서 적합한 플랫폼을 선택하시기를 바랍니다.

Q3. 메타버스 실무를 기획할 때 가장 신경 써야 할 부분이 뭘까요?

목적과 성과, 기간, 예산, 향후 관리입니다. 어떤 목적으로 진행 하시는지, 어떤 성과를 기대하는지,
얼마나 예산이 있는지, 향후 관리는 어떻게 생각하는지를 염두하고 기획해야 합니다.
지속적인 이벤트와 예산을 투입하지 않으면 메타버스 공간은 주인 없는 집처럼 잊혀집니다.

Q4. 메타버스 사용자가 주로 원하는게 뭘까요?

소통과 만남, 새로운 경험입니다.
위 안내서에 있는 여러 예시와 온라인의 다양한 사례를 참고하시면서
사용자에게 필요한 소통과 만남, 새로운 경험이 무엇인지 기획해보세요.
무엇보다 직접 메타버스 사용자가 되어 다양한 플랫폼을 체험해보는 것이 가장 좋습니다.

에픽로그협동조합 보고서 활용 안내

주의 사항

1. 본 저작물은 무료로 배포되며 **상업적 이용을 금지**합니다.
2. 본 저작물의 내용을 활용할 경우 **출처를 반드시 표시**해야 합니다.
3. 본 저작물의 전문을 **웹에 게시하거나 임의로 재인용 할 수 없습니다.**
4. 출처 표기시에는 **(한글) 에픽로그협동조합, (영문)Epiclogcoop** 을 지켜주시기 바랍니다.
5. 본 저작물을 강연, 기사, 도서에 인용 시 반드시 **사전 연락 바랍니다**.

에픽로그협동조합

지역 이야기를 영상, VR, 웹/앱, 게임으로 제작하는 IT협동조합

#이야기 #문화유산 #메타버스 #IT

연락처 : 070-7760-1030

이메일 : manager@epiclog.kr

홈페이지 : www.epiclog.kr

실무자를 위한 메타버스 안내서

EPICLOG COOP