

Business Focus

페이스북이 꿈꾸는 메타버스 세상 :
페이스북 'Connect 2021' 리뷰

November 2021

삼성KPMG 경제연구원

Contacts

삼성KPMG 경제연구원

이호정

이사

T: +82 2 2112 6744

E: hyojunglee@kr.kpmg.com

김기범

책임연구원

T: +82 2 2112 7430

E: kkim28@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

	Page
I. 페이스북 ‘Connect 2021’ 개요	2
II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업	7
III. Key Takeaways	18
IV. 메타버스 관련 참고 자료	21

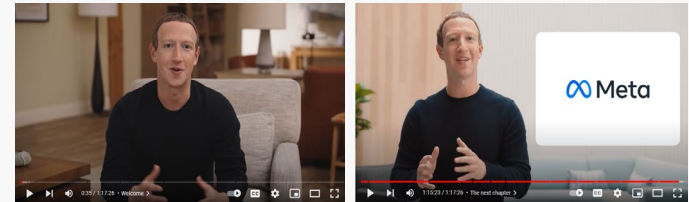
페이스북, 커넥트 2021 행사에서 사명을 '메타(∞ Meta)'로 변경

페이스북 '커넥트(Connect) 2021' 행사 개요

항목	내용
개요	<ul style="list-style-type: none"> - 개발자, 크리에이터 등이 한자리에 모여 가상현실(VR)과 증강현실(AR)의 미래를 탐구하는 연례 컨퍼런스 - 올해 8년째 진행되는 행사로, 단순한 컨퍼런스를 넘어 전 세계 개발자들이 VR·AR 커뮤니티에 참여할 수 있는 기회를 제공 - 커넥트 2021에서는 페이스북의 메타버스에 대한 준비와 향후 계획을 중점적으로 발표
날짜/장소	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년 10월 28일 10시 (한국시간 10월 29일 새벽 2시) - 코로나19로 온라인 라이브 스트리밍으로 진행
기조 연설	<ul style="list-style-type: none"> - 마크 저커버그 (페이스북 CEO) - 앤드류 보즈워스 (Reality Labs 책임자, 페이스북 CTO 내정) - 크리스 바버 (AR 콘텐츠 사업 담당)
프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 10:00 기조 연설 - 11:20 개발자 세션 및 FitXR 클래스 - 11:45 개발자 연설 - 14:00 Carmack*과 함께하는 Connect - 17:00 ISS에서 우주 유명하기

페이스북 사명 '메타(Meta)'로 변경 발표

- 페이스북 마크 저커버그 CEO는 커넥트 2021에서 회사의 새로운 이름을 '메타(Meta)'로 변경한다고 발표
- 신규 사명 의미: Beyond(저 너머)라는 뜻의 그리스어
- 사명 변경 이유: 저커버그는 현재 페이스북의 아이덴티티가 페이스북 SNS 서비스에 강하게 연결되어 있다고 언급하며, 페이스북만으로는 우리의 미래를 설명할 수 없다고 설명
- 저커버그는 “앞으로는 우리를 메타버스 기업으로 봐 줬으면 한다”며 “브랜드 정체성도 그러한 우리의 미래와 연결시키고 싶다”고 말함
- Connect 2021 마크 저커버그 영상 [다시보기](#)
'The metaverse and how we'll build it together' (1h 15min)



Source: Meta, 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Note: 존 카맥(John Carmack)은 돌과 퀘이크를 만든 이드 소프트웨어의 공동 창업자로, 현재 오쿨러스의 자문 CTO로 있음

페이스북은 SNS를 넘어 메타버스 기업으로 탈바꿈 중

페이스북의 사명 변경 후 행보

- 신규 사명 메타와 함께 로고(BI) 교체 – 무한대를 뜻하는 수학 기호(∞) 모양의 로고를 채택
- 주식시장 티커심볼 'MVRN'로 교체 – 회사 주식은 2021년 12월1일부터 'MVRN'라는 새로운 티커심볼(주식호가시스템에 표시하는 약어)로 거래될 예정
- 지주회사체계 전환하지 않음 – 구글은 지주회사 '알파벳'을 만든 후 지주사로 전환했지만, 페이스북은 지주 체계로 전환한 것은 아니며 사명만 변경. 저커버그 CEO를 중심으로 한 리더십 유지
- 구사업·신사업 영업부문 분리 – 2021년 4분기 실적부터 기존 SNS 사업을 '패밀리 오브 앱스'로, 메타버스와 VR·AR 사업을 '리얼리티 랩스'로 각각 구분해 발표할 예정
- 기존 소셜미디어 서비스 이름은 유지 – 페이스북, 인스타그램, 왓츠앱 등 기존의 소셜 미디어 서비스는 이름을 변경하지 않고 그대로 운영하기로 함
- 오кул러스는 메타로 변경 – VR 디바이스 오кул러스 브랜드는 사라지고, '오кул러스 퀘스트2'를 포함한 기존 제품은 '메타 퀘스트(Meta Quest)'로 변경 예정

'메타'로 사명 변경에 따른 기대효과

- Only SNS(소셜미디어) 회사 → 메타버스 관련 新비즈니스 창출
- 페이스북은 사명 변경 결정으로 자사의 다양한 애플리케이션과 기술이 하나의 브랜드로 통합될 전망
- 마크 저커버그 CEO는 여러 디지털 공간에서 멀리 떨어져 있는 가족, 친구와 대화하는 자신의 아바타를 시연하며, "이제 우리가 배운 모든 것을 모아 다음 장을 만드는 것을 도와야 한다"고 말하며, "여러분은 하나의 세상 또는 하나의 플랫폼에 묶여 있지 않을 것"이라고 강조
- 현재 메타버스 분야에서 사업 모델이 부재한다는 지적을 받고 있음. 메타버스 관련해서 어떤 비즈니스가 열릴지 알 수 없으므로, 페이스북은 다양한 도전적 실험을 계속해 진행할 예정
- 선제적으로 메타버스 시장 장악
- 구글과 애플이 모바일 애플리케이션 시장을 장악하면서, 페이스북은 서드파티 앱에 머물렀으나, 메타버스 분야에서는 선제적으로 대응해 메타버스 생태계를 굳건히 구축해 나갈 계획
- 페이스북이 SNS 기업을 넘어 미래 신기술과 새 문명을 선도하는 회사가 되고자 함. 저커버그 CEO가 '차세대 디지털 최전선은 이질적인 각종 디지털 세상을 메타버스라고 불리는 것에 통합하는 일'이라고 설명

Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

마크 저커버그의 기조연설 내용 – Key Quotes



Source: Meta

페이스북은 **사람 간 연결에 중점을 둔 회사**입니다. 다수의 테크 기업들은 기술과 사람 간의 상호작용에 집중하는 반면, 우리는 사람 간 연결시킬 수 있는 기술을 개발하고 있습니다.

페이스북은 **메타버스가 모바일 인터넷을 잇는 새로운 혁명**이 될 것으로 보고 있습니다. 우리의 메타버스는 더 현실적인 경험을 제공할 것이고, 메타버스 안에서 여러분은 상상하는 것 그 무엇이든 하실 수 있습니다.

메타버스 안에서 **다른 세계로 텔레포팅(Teleporting)**하는 것은 오늘날 인터넷에서 웹사이트를 이동하는 것과 같고, 이 때 **상호운용성(Interoperability)**은 중요한 요소가 될 것입니다.

페이스북은 지난 몇 년간 제품을 만드는 것보다 **메타버스 생태계를 구축**하는 데 힘을 쏟고 있습니다.

메타버스 생태계에는 디지털 상품을 만드는 크리에이터, 새로운 서비스와 경험을 제공하는 창작자, 메타버스 세계관을 만드는 개발자 등 다양한 역할이 있을 것입니다.

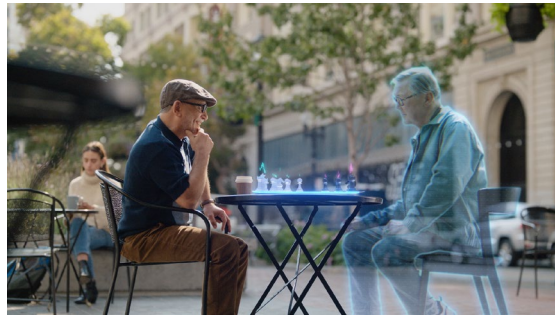
인터넷이 오늘날 수많은 일자리를 창출한 것과 같이, **메타버스에서 수많은 비즈니스 기회가 생겨날** 것입니다.

페이스북의 메타버스 비전을 보여주는 데모 영상

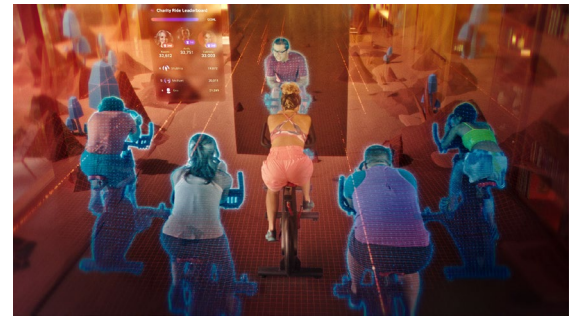
페이스북은 메타버스 활용 가능 분야가 무한에 가깝다는 것을 데모 영상을 통해 보여줌



△ 업무 분야



△ 게임 분야



△ 피트니스 분야



△ 교육 분야



△ 소셜 분야



△ 엔터테인먼트 분야

Source: Meta, 삼성KPMG 경제연구원

Contents

	Page
I. 페이스북 ‘Connect 2021’ 개요	2
II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업	7
III. Key Takeaways	18
IV. 메타버스 관련 참고 자료	21

II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업

페이스북의 메타버스 관련 신규 사업

‘커넥트 2021’로 본 페이스북의 메타버스 전략

전략	내용
메타버스 서비스 라인업 확장	<ul style="list-style-type: none"> - 호라이즌(Horizon)¹⁾ 시리즈를 메타버스 시대의 소셜 플랫폼으로 발전시켜 다양한 형태의 메타버스 플랫폼을 제공할 계획 - 가상 협업 공간인 ‘호라이즌 워크룸’, 가상 개인 공간인 ‘호라이즌 홈’, 가상 광장인 ‘호라이즌 월드’를 소개 - 개발자·크리에이터가 개발한 디지털 상품을 판매할 수 있는 ‘호라이즌 마켓플레이스’도 출시할 계획
메타버스 지원 기기 개발	<ul style="list-style-type: none"> - VR·AR 기기와 호라이즌을 결합한 메타버스 서비스를 신성장 동력으로 제시 - 개발 중인 차세대 VR·AR 헤드셋 ‘프로젝트 캄브리아(Project Cambria)’ 소개 - EMG(Electromyography, 근전도) 기술을 활용한 웨어러블 컨트롤러 콘셉트 공개. 손에 쥐고 사용하는 기존 장비와는 달리, 손목에 차는 형태의 제품으로 손과 손가락의 움직임을 파악할 수 있음 - 2021년 9월 레이밴과 협력하여 스마트 글래스 ‘레이밴 스토리(Rayban Story)’ 출시
메타버스 콘텐츠 개발	<ul style="list-style-type: none"> - VR 피트니스 게임 개발사 위딘(Within) 인수 - 락스타 게임즈(Rockstar Games)와 ‘GTA: San Andreas’ 오кул러스용 VR 리메이크 버전을 출시할 예정. 오는 2022년 진행될 오кул러스 게이밍 쇼케이스를 통해 보다 자세한 내용이 공개될 전망
메타버스 생태계 구축을 위해 투자 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 메타버스는 페이스북 혼자 만드는 것이 아니라, 개발자, 크리에이터, 이용자 모두가 기여해야 하는 넓은 플랫폼으로 보고 있음 - 페이스북은 메타버스 관련 서비스나 제품을 출시하는 것보다 관련 생태계를 구축하는 데 집중해옴 - 페이스북은 지난 8년간 VR·AR 사업부인 리얼리티 랩스(Reality Labs)²⁾에만 300억 달러 이상을 투자 - 페이스북은 메타버스에 100억 달러를 투자하고, 유럽에서 1만 명을 채용할 계획을 발표 - 1억 5,000만 달러를 투자해 리얼리티랩 교육 프로그램에 AR 추가 - 개발자들이 각종 메타버스 콘텐츠를 만들 수 있도록 소프트웨어 개발 키트(SDK)와 테스트 도구 지원

Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note1: 호라이즌(Horizon)은 페이스북이 2019년 선보인 메타버스 플랫폼

Note2: 페이스북은 메타버스 사업을 육성하기 위한 목적으로 2020년 기존 VR·AR 부서명을 페이스북 리얼리티 랩스(FRL, Facebook Reality Labs)로 변경

II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업

‘사람 간 연결’이 강조된 페이스북의 메타버스 비전

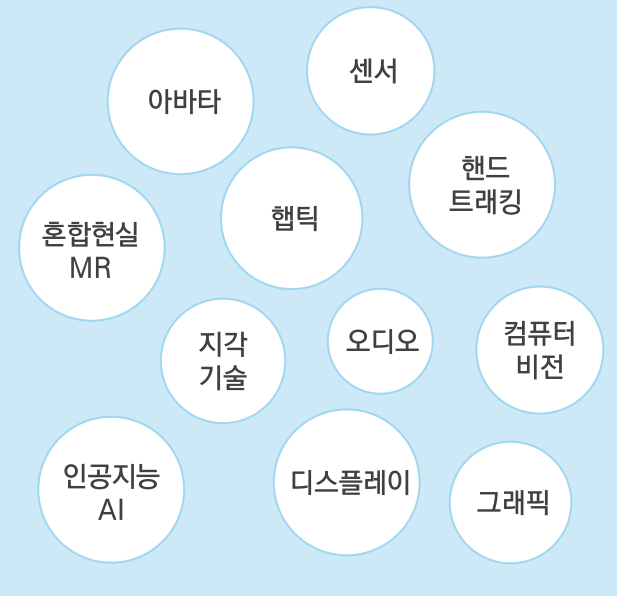
페이스북이 말하는 메타버스의 8대 구성요소

페이스북은 기존 소셜 미디어 서비스에서 강조해 온 ‘사람 간 연결(Connecting People)’ 철학을 메타버스에도 적용할 계획

#	요소	내용
1	현실감 (Presence)	메타버스 공간에 몰입되어 연결되어 있다는 느낌을 주기 위해서는 현실감(Realistic presence)이 중요
2	아바타 (Avatar)	표현력이 풍부한 살아있는 3D 아바타가 필요
3	홈 스페이스 (Home space)	가상의 공간에서도 나만의 집을 꾸밀 수 있어야 함
4	텔레포팅 (Teleporting)	인터넷에서 웹페이지를 클릭해 이동하는 것처럼, 다른 세계로 이동하는 텔레포팅이 중요
5	상호 운용성 (Interoperability)	API로 연결되어 하나의 월드에서 다른 월드로 이동하는 것이 편리해야 함
6	정보 보호와 안전 (Privacy and safety)	메타버스 서비스를 준비하는 Day1부터 개인 정보 보호와 안전성이 고려되어야 함
7	가상 상품 (Virtual goods)	메타버스에서 가상 상품과 실제 상품을 구매할 수 있도록 할 것이며, 대체 불가능 토큰(NFT)이 활용될 것
8	자연스러운 인터페이스 (Natural interface)	현실과 가상 공간을 잇는 원활하고 자연스러운 인터페이스가 중요

몰입경험을 위한 기술

페이스북은 이용자의 몰입 경험(Immersive Experience)을 개선하기 위해 다양한 기반 기술이 필요하다고 언급



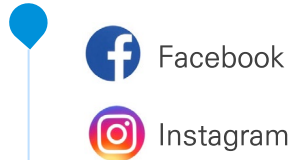
Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

[참고] 페이스북의 10년 로드맵

- 페이스북은 2016년 개발자 컨퍼런스 F8에서 향후 10년간 로드맵을 공개. 공개한 로드맵을 향후 3년, 5년, 10년에 걸친 3단계로 구분
- 2016년에 공개한 로드맵에 따르면 5년이 지난 현재(2021년)까지는 차세대 서비스를 공고히 한 후, 지금으로부터 5년 후 VR·AR, 메타버스 서비스를 계획했던 것으로 보임. 커넥트 2021에서 공개된 페이스북의 메타버스 전략도 페이스북의 장기적 로드맵하에서 이루어진 것으로 보임

기존 커뮤니티 발전

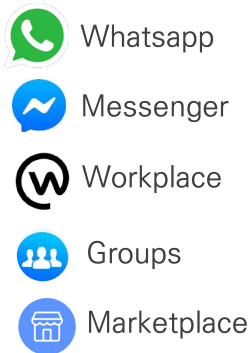
Serve our existing community



3년 - 생태계

차세대 서비스 개발

Build next generation services



5년 - 상품

세상의 근본적인 변화 촉진

Drive fundamental world changes

연결성(Connectivity)

- Drone
- Satellites
- Laser
- Telco infra
- Free basics
- Terrestrials solutions

인공지능(AI)

- Vision
- Language
- Reasoning
- Planning

가상현실·증강현실(VR·AR)

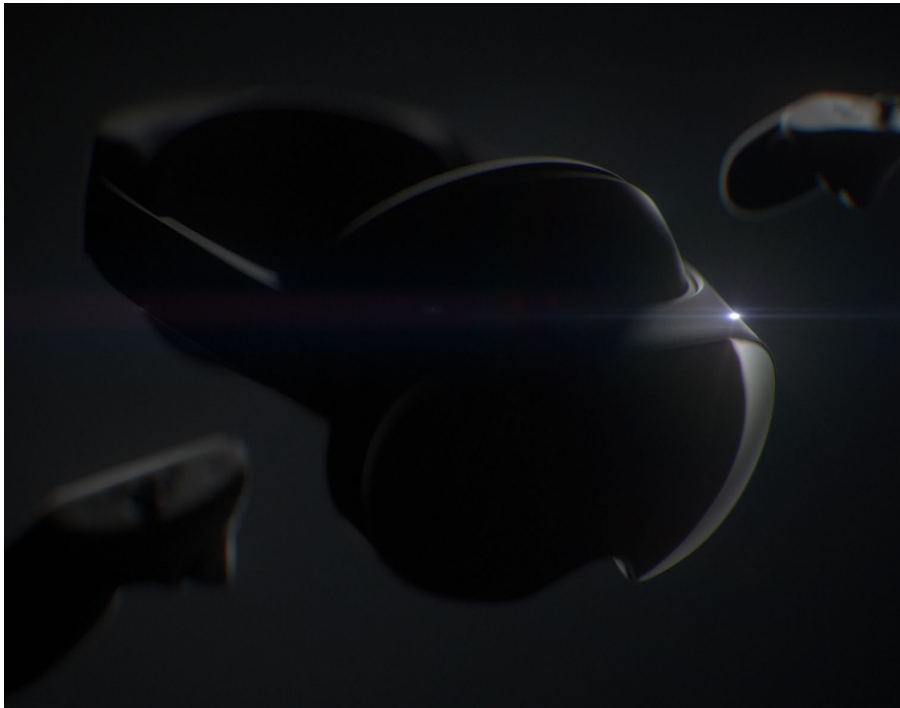
- Mobile Rift
- Social VR
- Touch
- AR Tech

10년 - 기술

Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

신형 VR·AR 헤드셋 ‘프로젝트 캄브리아(Project Cambria)’

커넥트 2021에서 공개된 ‘캄브리아(Cambria)’ 실루엣 이미지



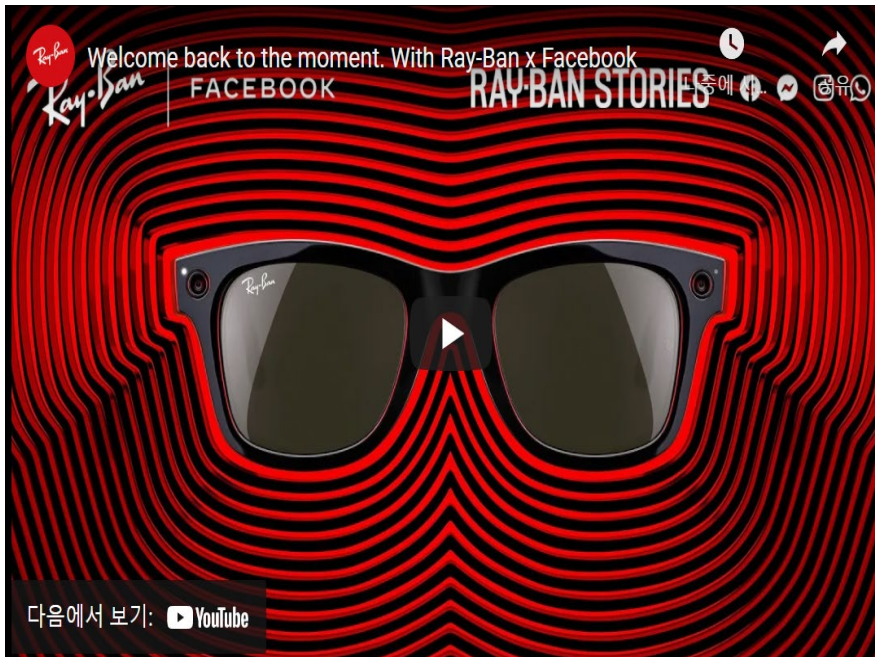
VR·AR 헤드셋 ‘캄브리아’의 주요 특징

- 페이스북은 커넥트 2021 행사에서 대략적인 실루엣만 알 수 있을 정도의 신형 VR·AR 헤드셋 이미지만 공개
- 안구 앞으로 튀어 나온 듯한 디자인 대신 고글 형태로 기존 제품보다 슬림한 외형 디자인이 특징
- 메타버스 내 아바타 눈과 실제 눈의 움직임을 실시간으로 반영할 수 있는 얼굴 및 시선 추적 기능을 탑재
- 가상의 공간에서 아바타가 서로 눈을 맞추고 표정을 사실적으로 반영할 수 있어, 상대방의 감정을 보다 잘 이해할 수 있을 것
- VR·AR 최상위 라인업으로 가격은 오쿨러스 퀘스트2 (299달러)보다 높을 전망
- 구체적인 사양과 출시일에 대한 정보는 공개되지 않았으며, 2022년 출시 예정이라고 언급
- 눈앞에 여러 작업창을 띄워 손으로 조작하고, 노트에 글을 쓰는 데모 영상을 보여줌. 외형적 특징을 인식하는 수많은 센서가 장착되어, 혼합 현실(Mixed Reality)을 지원하는 기기가 될 것으로 보임

Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

페이스북의 스마트 글래스 ‘레이밴 스토리(Ray-Ban Story)’

2021년 9월 공개된 ‘레이밴 스토리’ 영상



Source: Meta, Ray-Ban, Youtube, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

스마트 글래스 레이밴 스토리 제품 사양

- 페이스북은 2021년 9월 레이밴과 협업해 개발한 스마트 글래스 ‘레이밴 스토리’를 공개
- 커넥트 2021 행사에서도 레이밴과의 스마트 글래스 프로젝트를 언급. 해당 제품에는 아직 VR·AR 기능이 탑재되지는 않았지만, 메타버스 구현을 위한 하나의 단계로 설명
- 기존 레이밴의 볼테 안경과 비슷한 디자인으로, 3가지 프레임과 다양한 렌즈 색상을 조합해 총 20가지 스타일로 이용 가능. 299달러로 비교적 합리적인 가격
- 안경 다리 양쪽에 스피커 2대, 마이크 3대, 500만 화소 카메라 2대가 탑재. 한번 완충 시 6시간 이용 가능
- 저장용량은 4GB로 30초 길이의 동영상 35개와 500장의 사진을 저장할 수 있음. 안경 다리의 버튼을 누르거나 음성인식 기능으로 영상이나 사진을 촬영할 수 있으며, 이를 페이스북이나 인스타그램에 업로드 가능
- 개인 정보 침해 이슈를 해소하기 위해 영상 및 사진 촬영 시 안경 앞면에 흰색 불빛이 들어 오도록 설계했으며, 영상 촬영 시간은 30초로 제한

페이스북, 메타버스에서 대체 불가능 토큰(NFT) 활용 예고

커넥트 2021 데모 영상에서 등장한 NFT와 디지털 상품



Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

메타버스-NFT 연계를 통한 경제 시스템 구축 계획

- 공개한 데모 영상에서 아바타는 콘서트 이후 애프터 파티에 참석하고, 아바타에 입힐 수 있는 옷과 모자 아이템을 NFT(Non-Fungible Token)로 구매
- 메타버스에서 구매한 디지털 상품이 플랫폼 운영자 소유가 아닌 온전히 고객의 것이 될 수 있도록 하기 위함
- 크리에이터와 개발자가 자신의 디지털 상품을 만들어 판매할 수 있는 '호라이즌 마켓플레이스'를 운영할 계획
- 페이스북 메타버스 제품 책임자 비살 샤(Vishal Shah)는 “사용자들은 디지털 공간에서 NFT 한정판 디지털 수집품을 더 쉽게 판매하고, 전시하고, 다른 사용자에게 안전하게 재판매할 수 있게 될 것”이라고 언급
- 메타버스는 기존 이커머스의 한계를 보완하며, 메타버스에서 아이템과 같은 디지털 상품과 실물 제품을 모두 구매할 수 있도록 할 예정
- 페이스북이 구상하는 NFT 사업은 단순히 디지털 콘텐츠 유통뿐만 아니라 디지털 자산 수준으로 사업을 확장하려는 목적으로 보임

페이스북의 책임 있는 메타버스 개발 계획

페이스북의 '책임 있는 혁신 원칙(Responsible Innovation Principles)'

#	원칙	설명
1	사람들을 놀래키지 않을 것 (Never surprise people)	제품 작동 방식, 데이터 수집 방식, 시간 경과에 따른 데이터 사용 방식 등을 투명하게 관리할 것
2	이용자에게 제어권 부여 (Provide controls that matter)	이해하기 쉬운 간단한 제어장치를 만들고, 이용자들에게 선택한 사항에 대한 의미를 명확히 설명할 것
3	모두를 고려 (Consider everyone)	우리의 서비스를 사용하고 있지 않지만 영향을 받을 수 있는 다양한 배경의 사람들까지 고려해 서비스를 발전시킬 것
4	사람을 최우선시 (Put people first)	공동체와 개인, 비즈니스를 위해 옳은 일을 할 것. 절충이 필요할 경우, 커뮤니티를 위한 최선의 선택이 무엇인지를 볼 것

Source: Meta, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

메타버스, 어떻게 준비할 것인가?

- 페이스북은 지난해 커넥트 2020 행사에서 '책임 있는 혁신 원칙' 4가지를 발표한 데 이어, 올해 행사에서도 **기업의 책임을 강조**
- 페이스북은 **책임 있는 혁신 원칙하에 메타버스 서비스를 기획**하고 설계하고 있음. 특히 개인 정보 보호와 안전성 확보에 집중하고 있음
- 페이스북도 처음 시도하는 분야인 만큼, 메타버스로 나아가는 과정에서 여러 리스크와 충돌도 예상. 외부의 전문가들로부터 조언을 받으며, 안전한 메타버스 생태계를 만들어 나갈 계획

페이스북의 책임 있는 혁신 분야 Responsible Innovation Dimensions



자율성



시민 관여



건설적 담화



보안



지속가능 환경



공정·포용성



개인정보보호
·데이터 보안



안전



음성



웰빙

페이스북의 메타버스 생태계 구축을 위한 투자

페이스북의 메타버스 관련 M&A 히스토리

피인수기업	날짜	내용
CTRL-labs	2019.09	손목에 밴드를 착용해 뇌에서 보내는 신호를 디지털 신호로 변환하고 신체 행동 없이 생각으로 기기를 조종하는 뇌과학 스타트업
Scape Technologies	2020.02	GPS가 잡아내지 못하는 지점까지 감지해 위치 정확도를 높이는 위치 추적 기술을 보유한 스타트업
Sanzaru Games	2020.02	대작 VR RPG 게임 '아스가르드의 분노(Asgard's Wrath)' 개발
Ready at Dawn	2020.06	인기 VR 어드벤처 게임 '론 에코(Lone Echo)' 시리즈 개발사
Downpour Interactive	2021.05	VR 슈팅 게임 '온워드(Onward)' 개발사
BigBox VR	2021.06	가상현실에 최적화된 '파퐁레이션:원(Population: ONE)' 게임 개발사
Within	2021.10	몰입형 VR 피트니스 앱 '슈퍼내추럴(Supernatural)' 개발사. 바다와 사막 등 다양한 VR 환경 속에서 이용자들이 컨트롤러를 이용해 날아오는 구슬을 맞춰 격파하는 전신 운동

Source: Meta, Within, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

- 페이스북은 글로벌 테크 자이언트 GAFAM(Google, Apple, Facebook, Amazon, MS) 중 메타버스에 가장 적극적
- 페이스북은 2014년 HMD(Head Mounted Display) 기기 업체 오쿨러스(Oculus)를 인수한 이후 VR·AR 사업 확장 중
- 페이스북은 커넥트 2021 행사에서 VR 피트니스 애플리케이션 개발사 위딘(Within) 인수를 발표. 위딘은 페이스북의 VR·AR 사업 부문인 리얼리티 랩스(Reality Labs) 아래로 들어갈 예정
- 페이스북은 올해 메타버스 분야(VR·AR 하드웨어, 소프트웨어, 콘텐츠)에 100억 달러 이상을 투자할 계획

페이스북이
인수한
Within의
Supernatural
▷



페이스북을 둘러싼 이슈 – 내부고발과 빅테크 규제

페이스북이 받고 있는 비판

- 사내 내부고발 ‘페이스북 페이퍼’ 유출
 - 페이스북의 ‘하우겐’이라는 내부고발자가 내부보고서를 유출한 뒤, 유출 문건 ‘페이스북 페이퍼’와 관련한 사회·언론의 비판이 거세짐
 - 페이스북 직원들이 ▷인스타그램은 10대 여성에게 특히 해로운 것으로 나타났다고 하며 해결 방안을 촉구했지만 페이스북 경영진이 조치를 취하지 않음 ▷폭력성 높은 페이스북 그룹 사용자들, 코로나19에 대한 가짜 정보, 에티오피아의 군사 세력이 페이스북으로 자금을 모으는 부분 등을 모니터링했지만 경영진이 별도 방안을 마련하지 않았다고 내부고발자가 주장
- 페이스북에 대한 언론 비판
 - 페이스북은 미국의 언론 뉴욕타임즈, 월스트리트저널, 워싱턴포스트, CNN, AP통신, 블룸버그 등에서 비판 및 압박을 받고 있음. 17개 언론사의 경우 페이스북을 비판하기 위한 컨소시엄(동맹)을 맺기도 함
- AP통신 등이 포함된 언론 컨소시엄 반응
 - 페이스북 비판 언론 컨소시엄은 페이스북의 사명 변경은 유출 문건 ‘페이스북 페이퍼’로부터 화제를 돌리려는 시도로도 보인다고 지적

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

세계 각국 강화 입법 및 규제 조사 직면

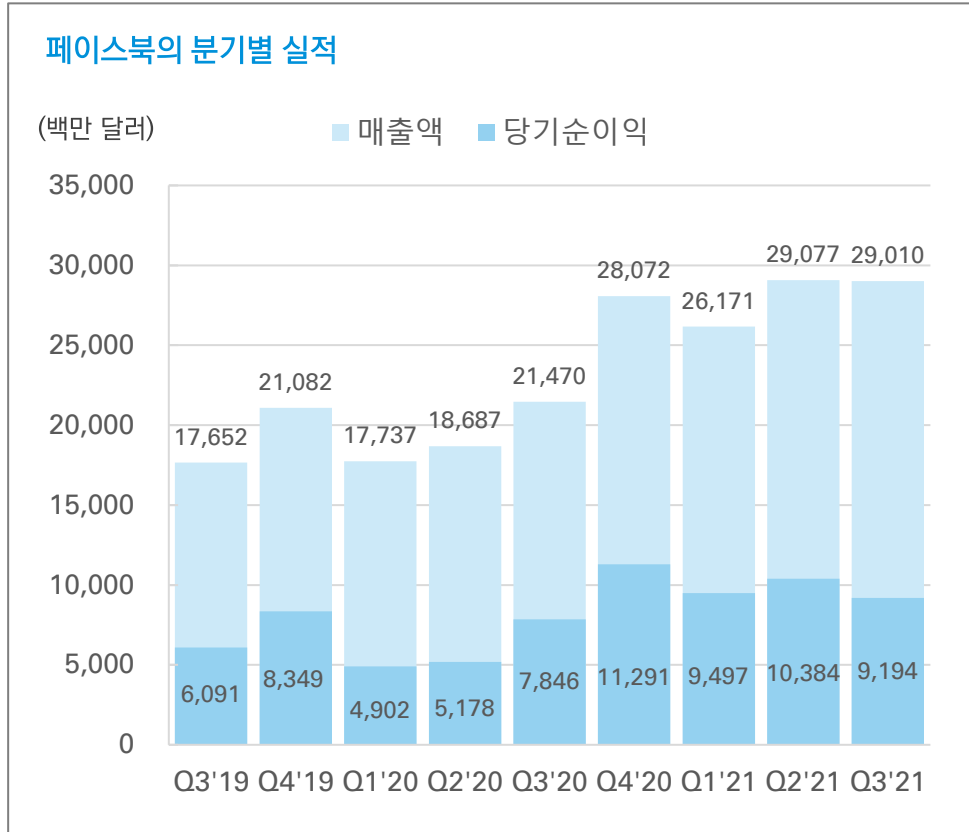
- 페이스북은 시장 지배력, 알고리즘 결정, 플랫폼 남용 등에 대한 세계 각국의 강화된 입법 및 규제 조사에 직면

[페이스북 등 테크 기업에 대한 미국 내 반독점 조사]

시기	조사 주체	조사 대상 및 내용
19.07	FTC (연방거래위원회)	페이스북 조사 시작 (과거 기업 인수)
		아마존 조사 시작 (독점적 지위 활용)
19.09	미 48개 주	구글 조사 시작 (검색 및 광고 시장 지배력)
	미 7개 주	페이스북 조사 시작 (우월적 지위 남용)
20.07	캘리포니아주	구글 조사 시작
	법무부	구글에 대한 소송 제기
	하원 법사위	구글, 애플, 페이스북, 아마존 청문회 참석
20.12	FTC	페이스북에 대한 반독점 소송 제기하며 기업 분할을 요구
21.06	법무부	미 법원이 FTC와 46개주 검찰이 페이스북에 제기한 반독점 소송을 근거 부족으로 기각

Source: 미래에셋증권, 언론보도 종합

페이스북 2021년 3분기 실적 발표



Source: Meta, 삼정KPMG 경제연구원

2021년 3분기 실적 선방

- 페이스북은 2021년 10월 25일 2021년 3분기 실적을 공개. **3분기 매출은 전년 동기 대비 35.1% 늘어난 290억 1,000만 달러를 기록했으나, 증가율은 상반기보다 낮았음.** 당기 순이익은 91억 9,400만 달러로 전년 동기 대비 17.2% 증가
- 페이스북과 인스타그램, 메신저, 왓츠앱의 3분기 합산 월간 활성 사용자(MAU) 수는 35억 8,000만 명으로 전년 동기 대비 11.5% 증가
- 애플은 2021년 4월 iOS 업데이트를 통해 서드파티 애플리케이션이 이용자의 검색 활동을 추적하려면 사용자의 승인을 받도록 정책을 변경. 이로 인해 **페이스북의 맞춤형 표적 광고가 이전보다 어려워지면서 광고 사업의 성장성이 둔화될 가능성이 있음**
- 애플의 iOS 업데이트, 내부자 고발에 따른 정치권의 압박, 빅테크 규제 등 대내외 악재에도 3분기 실적은 선방
- 페이스북은 숏폼 동영상 플랫폼인 릴스(Reels)를 강화해 젊은 이용자층을 끌어올릴 계획
- 2021년 4분기 실적부터는 기존 SNS 사업을 '패밀리 오브 앱스(Family of Apps)'로, 메타버스와 VR·AR 관련 사업을 '리얼리티 랩스(Reality Labs)'로 각각 구분해 발표할 예정

Contents

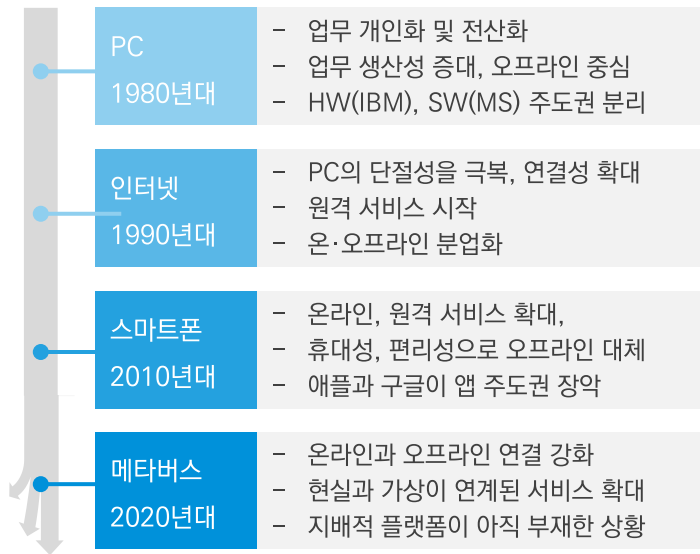
	Page
I. 페이스북 ‘Connect 2021’ 개요	2
II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업	7
III. Key Takeaways	18
IV. 메타버스 관련 참고 자료	21

Key Takeaways (1/2)

페이스북의 '커넥트 2021' 행사가 우리 기업에 주는 시사점

- 커넥트 2021에서 메타버스에 대한 페이스북의 강한 확신을 엿볼 수 있었음
 - 저커버그의 강력한 의지와 리더십하에, 기존 SNS 사업에 안주하지 않고 메타버스로 미래를 개척해 나가고 있는 페이스북의 비전을 확인할 수 있었음
 - 페이스북은 구사업(소셜미디어)과 신사업(VR·AR·메타버스)을 분리해, 신사업 분야를 중심으로 투자를 늘리고 있으며, M&A도 적극적으로 추진하고 있음
- 우리의 생각하는 것보다 메타버스 시대가 빠르게 열릴 수 있겠다는 가능성을 보여줌
 - 오늘날 기술 혁신의 상당수는 수요견인형(Demand Pull)보다는 새로운 기술적 능력과 시장의 기회로부터 출발하는 기술주도형(Technology Push) 방식을 따름
 - 시장의 기회를 전광석화(電光石火)처럼 빠르게 찾아내는 빅테크 기업들이 메타버스 시장에서 새로운 비즈니스를 모색하고 있다는 것은 이 시장의 성장 가능성이 있을 수 있다는 방증으로 해석 가능
 - 메타버스가 인터넷·스마트폰을 잇는 넥스트 플랫폼이 될지에 대해서는 예측하기 어렵지만, 우리가 생각하는 것보다 메타버스 시대가 빠르게 개화될 수도 있을 것으로 보임

메타버스, 인터넷·스마트폰을 잇는 넥스트 플랫폼이 될까?



Source: 삼성KPMG 경제연구원

Key Takeaways (2/2)

페이스북의 '커넥트 2021' 행사가 우리 기업에 주는 시사점

- 국내에서도 메타버스 시장 선점을 위한 치열한 경쟁이 예상
 - 메타버스는 아무도 발을 밟아본 적이 없는 분야이기 때문에 실패의 위험이 높음. 하지만 네트워크 효과가 발생하는 메타버스 플랫폼 사업 특성상, 후발주자보다 선발주자(First mover)가 시장 우위를 누릴 가능성이 높을 것
 - 국내에도 다수의 IT, 통신, 게임, 엔터테인먼트 기업이 메타버스 시장에 도전장을 내밀고 있음. 향후 경쟁력이 낮은 기업은 시장에서 퇴출되고 소수의 지배적 사업자만 생존하게 될 것으로 전망
 - 국내에서 추진되는 다수의 메타버스 사업은, 자사의 IP(지식재산권)를 활용하는 등 여전히 기존 사업을 지원하는 용도로 여겨짐. 기존 조직과 전략 방향성에 충돌이 있을 수 있으므로, 페이스북과 같은 과감한 조직 쇄신도 고려 가능
- 메타버스 생태계 구축 First, 비즈니스 모델 Second
 - 페이스북은 메타버스 생태계 구축을 위해 CPND(콘텐츠·플랫폼·네트워크·디바이스) 요소를 폭넓게 개발 중. 아울러 확장성 있는 메타버스 생태계 만들기 위해서는 이용자, 개발자, 크리에이터 등 여러 참여자의 역할이 중요하다고 강조
 - 메타버스 초기 단계에서는 비즈니스(수익) 모델에 대한 고민보다는 자사의 굳건한 메타버스 생태계를 구축하는 데 집중할 필요가 있음

국내 기업의 메타버스 추진 현황

기업	내용
네이버	- 제페토 플랫폼 운영 중
SK텔레콤	- 소셜 플랫폼 이프랜드 운영
하이브 (옛 빅히트)	- 글로벌 팬덤 플랫폼 위버스 운영
엔씨소프트	- K-POP 엔터테인먼트 플랫폼 유니버스 운영
SM	- 엔터테인먼트 플랫폼 디어유 운영 - 메타버스 콘셉트의 걸그룹 에스파 활동
위메이드	- 게이밍 블록체인 플랫폼 위믹스 운영 - 내년까지 100개의 블록체인 게임 출시 목표 - 예술품을 NFT화하여 위믹스옥션에서 거래
넷마블	- 메타버스 엔터테인먼트 설립 - 카카오엔터테인먼트와 가상아이돌 사업 협력

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 삼정KPMG 경제연구원

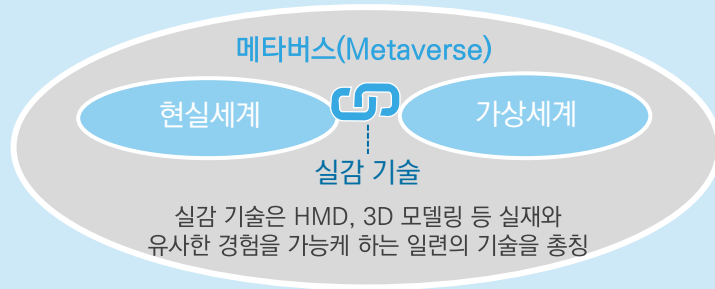
Contents

	Page
I. 페이스북 ‘Connect 2021’ 개요	2
II. 페이스북의 메타버스 관련 신규 사업	7
III. Key Takeaways	18
IV. 메타버스 관련 참고 자료	21

메타버스의 개념

메타버스란 무엇일까?

- 메타버스(Metaverse)란 초월이라는 뜻의 메타(Meta)와 세계 또는 우주라는 뜻의 유니버스(Universe)의 합성어로, 현실세계와 가상세계가 융합되어 상호작용하는 공간을 의미
- 기존의 VR(가상현실)·AR(증강현실)보다 진보된 개념으로 현실과 비현실 모두 공존할 수 있는 생활형, 게임형 가상세계
- 메타버스 속에서는 다양한 주체(개인, 창작자, 기업)들이 상호작용하며 자체적인 산업 생태계가 만들어짐
- 디지털 트윈(Digital Twin), XR(확장현실), MR(혼합현실)보다 광의의 개념으로 사용됨

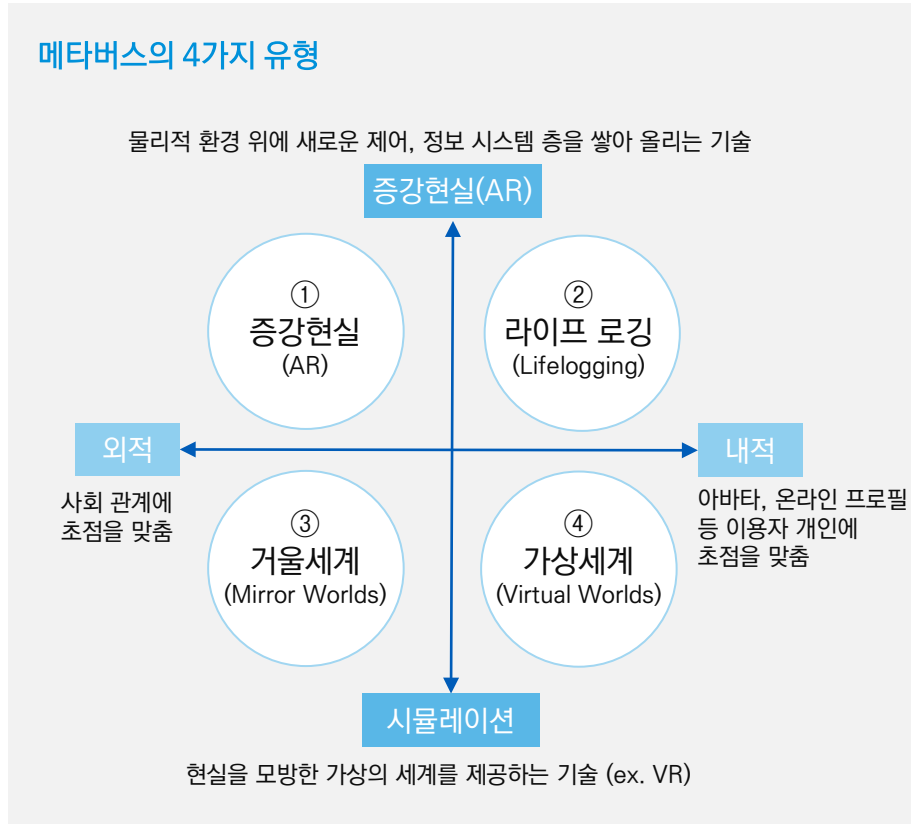


Source: NIA, 삼정KPMG 경제연구원

메타버스의 개념 확장

- (시초) 메타버스란 단어는 1992년 미국의 SF 작가 닐 스티븐슨(Niel Stephenson)의 소설 'Snow Crash'에서 처음 등장
- 소설에서는 메타버스를 영화 '레디 플레이어원(Ready Player One)'과 유사하게 VR 기기를 쓰고 몰입하여 경험할 수 있는 일종의 가상현실 플랫폼으로 묘사
- (1세대 메타버스) 1995년에는 'Snow Crash'를 기반으로 한 게임 '액티브 월드(Active Worlds)'가 개발되었고, 2003년에는 '세컨드라이프(Second Life)'가 출시
- (발전 방향) 메타버스의 정의는 느슨해지고 확장되고 있음
- 2007년 비영리 기술 단체 ASF(Acceleration Studies Foundation)이 발표한 '메타버스 로드맵'에서는 메타버스를 현실세계와 가상세계를 이분법적으로 분리해서 보는 시각이 아닌, 두 세계의 융합된 형태로 이해할 것을 제안
- ASF는 메타버스를 현실세계와 가상세계의 교차(Junction), 결합(Nexus), 수렴(Convergence)으로 이해할 것을 제안

메타버스의 유형 구분



유형	설명	예시
① 증강현실 (AR)	현실공간에 2D·3D로 표현되는 가상의 물체(판타지)를 겹쳐 놓음	<ul style="list-style-type: none"> 포켓몬고 인그레스 이케아 플레이스(AR 가구 배치 애플리케이션)
② 라이프 로깅 (Lifelogging)	개인의 일상적인 삶과 경험을 가상의 공간에 기록하고 공유하는 SNS 활동. 보여주고 싶은 이상적인 모습을 보여줌	<ul style="list-style-type: none"> 나이키 트레이닝 클럽(맞춤형 피트니스 프로그램을 제공하고, 개인의 운동 기록을 SNS에 공유)
③ 거울세계 (Mirror Worlds)	실제세계를 가능한 사실적으로 있는 그대로 반영하고, 정보적으로 확장된 가상세계	<ul style="list-style-type: none"> 구글어스 업랜드(가상 부동산 블록체인 게임)
④ 가상세계 (Virtual Worlds)	현실의 세계를 확장 시켜 유사하거나 대안적인 세계관을 구축	<ul style="list-style-type: none"> 세컨드라이프 로블록스 제페토

Source: ASF, KIET, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Business Contacts

전자정보통신엔터테인먼트산업 전문팀

염승훈 Industry Leader 2본부장, 부대표 T: 02-2112-0533 E: syeom@kr.kpmg.com	박성배 1본부장, 전무 T: 02-2112-0304 E: sungbaepark@kr.kpmg.com	전철희 부대표 T: 02-2112-0355 E: cjun@kr.kpmg.com	한상현 전무 T: 02-2112-0387 E: sanghyunhan@kr.kpmg.com
민성진 전무 T: 02-2112-0852 E: smin@kr.kpmg.com	장현민 전무 T: 02-2112-0546 E: hyunminjang@kr.kpmg.com	정현 전무 T: 02-2112-0334 E: heonjung@kr.kpmg.com	노원 전무 T: 02-2112-0313 E: wroh@kr.kpmg.com
신문철 상무 T: 02-2112-0356 E: moonchulshin@kr.kpmg.com	강인혜 상무 T: 02-2112-0363 E: ikang@kr.kpmg.com	최이현 상무 T: 02-2112-0505 E: yeehyunchoi@kr.kpmg.com	안창범 상무 T: 02-2112-0312 E: cahn@kr.kpmg.com
김익찬 상무 T: 02-2112-0468 E: ikchankim@kr.kpmg.com	노정환 상무 T: 02-2112-0693 E: jroh@kr.kpmg.com	허재훈 상무 T: 02-2112-7707 E: jaehoonheo@kr.kpmg.com	김정기 상무 T: 02-2112-0346 E: jungkikim@kr.kpmg.com
윤주현 상무 T: 02-2112-0374 E: joohunyon@kr.kpmg.com	최진석 상무 T: 02-2112-7669 E: jinseokchoi@kr.kpmg.com	차정환 상무 T: 02-2112-7093 E: jeonghwanchoi@kr.kpmg.com	강승미 상무 T: 02-2112-0061 E: seungmikang@kr.kpmg.com
구승희 상무 T: 02-2112-7564 E: seunghoikoo@kr.kpmg.com	강상현 상무 T: 02-2112-3202 E: sanghyunkang@kr.kpmg.com	강진명 상무 T: 02-2112-3203 E: jinmyoungkang@kr.kpmg.com	김원석 상무 T: 02-2112-0307 E: wkim2@kr.kpmg.com

kpmg.com/kr

© 2021 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.