



언택트를 콘택트처럼 만드는 5G와 실감기술의 기회

Opportunities for 5G and Immersive Technology
to Make Non-Contact Seem Like Contact

2020년 1월 8일 한국에서 코로나19 감염 의심환자가 처음 확인되었다. 그후로 3개월이 지난 요즘은, 벚꽃놀이를 하며 많은 사람들이 거리로 나올 시기가 되었지만, 확진자 수가 1만 명을 넘고, 정부는 여의도의 벚꽃놀이를 통제 하고 있다. 거리의 가게에는 손님들을 찾아볼 수 없으며 엘리베이터를 탈 때는 왠지 모르게 서로에게 불편하다. 한국에 처음 코로나19가 알려졌던 1월에 요즘의 풍경을 상상할 수 있었던 사람들은 별로 없었을 것이다. 사람과 사람의 만남이 사라진 시대, 이러한 흐름을 일컬어 비대면, 영어로는 언콘택티드(Uncontacted) 이를 줄여서 언택트(Untact)시대라는 말이 실감나는 요즘이다.

언택트가 가져온 위기

경제는 사람과 사람의 만남을 기본으로 한다. 사람과 사람이 만나야 거래를 하고, 돈과 재화가 돈다. 코로나19에 의한 반 강제적인 언택트의 흐름은 소비심리를 위축시키고 만남에 기반한



양병석
Yang, Byongseok
코믹스브이 대표
ComixV, Representative
fstory97@comixv.com

많은 산업들을 위기로 몰고 가고 있다. 식당은 문을 닫았으며, 그나마 문을 연 곳은 마스크를 쓴 점주들이 한산한 식당에서 걱정스러운 표정을 짓고 있다. 여행업이나 전시에 기반한 MICE산업, 그리고 많은 이들을 모아서 하는 교육 행사 심지어는 학교 같은 교육기관까지 사실상 거의 멈춰 버렸다고 해도 과언이 아니다.

학교의 개학은 4월 6일로 한차례 미루어졌다가 4월 중순과 말 이후로 온라인으로 순차적으로 개학을 하게 되었다. 올해 처음 초등학교 입학할 앞두고 있던 8살 아이들은 새 책가방을 싸두어 놓고 “나쁜 코로나19”를 연신 외친다. 평일에도 아빠는 집에 있지만 놀아주지 못해 야속하게 쳐다본다.

우리집뿐만 아니라 아마도 이러한 풍경은 2020년 코로나19가 가져온 새로운 풍경일 것이다. 2차 세계대전에 비견할 정도의 위기라는 미국의 발표만큼 전쟁 상황에 가깝게 느껴진다. 그리고 이러한 위기는 멈춰 버린 산업의 기업과 근로자들에게는 더욱 큰 위기로 다가오고 있고, 소득수준이 낮은 이들 일수록 직장을 잃어버렸을 가능성이 높고, 좁은 집에서 아이들을 돌보는게 더 어려운 상황일 것 같아 안타깝다.

그나마 다행인 것은 소비활성화 및 긴급 생계지원으로 정부에서 하위 70%에게 보조금을 지급하기로 했지만 코로나19가 언제 끝날지는 알 수 없는 상황이다.

온라인 커머스로 보는 언택트의 흐름

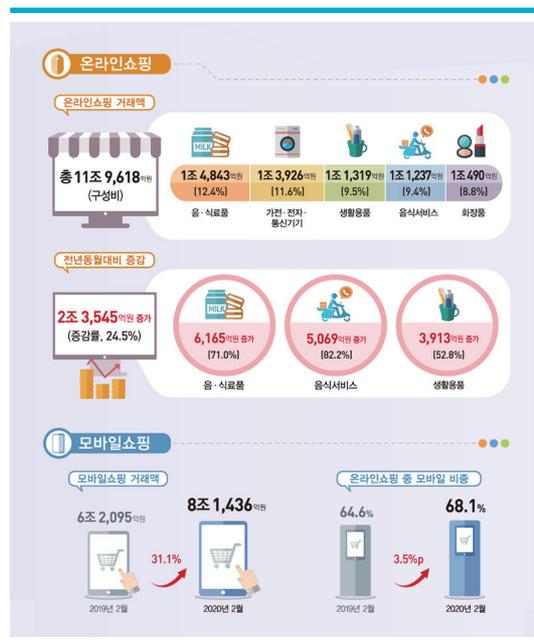
하지만, 모든 업종들이 위기인 것은 아니다. 모바일 커머스 및 새벽배송으로 성장을 하고 있던 쿠팡은 주문 폭주로 서버가 멈추는 일도 있었다.

통계청에 의하면 2020년 2월 온라인쇼핑 거래액은 11조 9,618억 원으로 전년동월대비 24.5% 증가, 모바일쇼핑 거래액은 8조 1,436억 원으로 31.1% 증가했다. 그중 세부 상품을 보자면 배달의 민족으로 대표되는 음식서비스는

82.2%가 증가했으며 쿠팡의 새벽배송으로 대표되는 농축수산물물은 103.7%, 음·식료품 71.0%, 생활용품 52.8%나 증가했다.

하지만, 모든 온라인 쇼핑이 증가한 것은 아니다. 오프라인 상품을 온라인에서 거래하는 문화 및 레저서비스는 -60.0%, 여행 및 교통서비스는 -46.2%로 감소하여 언택트 사회 변화를 극단적으로 보여주고 있다.

[그림 1] 2020년 2월 온라인 쇼핑 동향



※ 자료 : 통계청

코로나19의 위기는 한마디로 대면서비스의 위기라고 할 수 있다. 하지만, 대면서비스의 위기가 코로나19 때문이라고만 할 수 있을까? 쿠팡의 경우 기존 대면서비스로만 이루어졌던 신선 제품 구매 서비스를 온라인으로 끌어와 비대면 서비스로 변화시켰으며, 배달의 민족은 오프라인의 전단지 서비스를 모바일 온라인 플랫폼으로 변화시킨 것이 핵심이다.

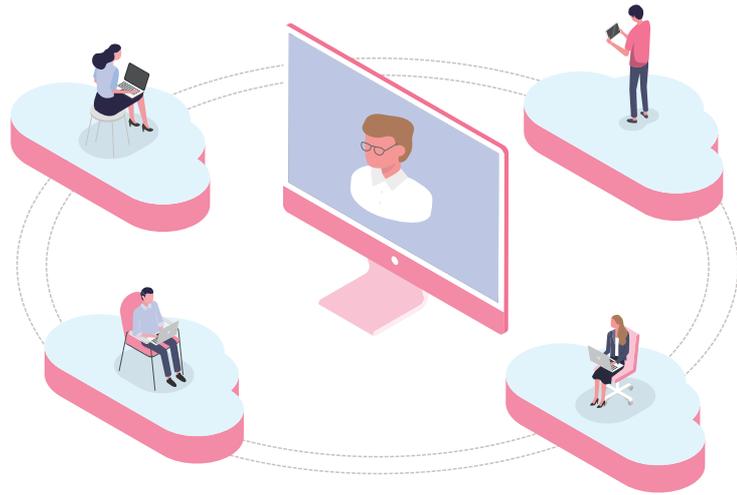
또한 스타트업계에서 이슈가 되었던 ‘타다’의 경우, 평가가 엇갈리기는 하지만, 택시를 대체하는 좋은 서비스로 평가 받는 이유 중 하나가 택시 기사의 불친절함과 안전의 문제를 해결했다는 점이었다. 특히 젊은 여성들에게는 택시 이용에 대한 안 좋은 경험이 있으며, 이들이 원하는 것은 택시 기사의 친절한 인사나 대화보다는 대화자체를 하지 않았으면 하는 언택트에 가까운 요구사항이었다. 현대사회에서 모르는 이를 만나는 것은 스트레스로 여겨지고 있으며, 코로나 19뿐만 아니라 다양한 이유로 개인의 안전 문제로 여겨지며 언택트의 요구가 커지고 있음을 반증하는 증거다.

이러한 증거는 쿠팡의 택배기사의 직고용에 대한 사회적 인식에서도 나타났었다. 쿠팡은 쿠팡맨을 만들어 낮은 택배 기사의 개인의 신뢰에서 회사의 신뢰 문제로 바꾸어 극복했다. 비대면 서비스의 증가는 사실 매출로우의 2단계의 욕구인 “안전”에 대한 근본적인 욕구에 기반한다. 복잡해진 현대사회는 필연적으로 너무 많은 모르는 이들과 대면해야 되는 상황을 만들었으나 최근 스타트업들은 이를 해결하기 위한 다양한 아이디어들을 내놓았고, 그 근간에는 네트워크와 모든 이들이 하나씩 가지게 된 스마트폰이 큰 역할을 했다.

코로나19가 만든 뜻밖의 혁신

앞서 말했듯이 코로나19 이전에도 있었던 언택트의 흐름이지만, 콘택트가 너무 익숙해서 혹은 오프라인에 기반한 이권 문제로 언택트로 이관되지 못했던 것들이 있다. 언택트의 장점은 알지만, 사회적 관습으로 절대 넘어갈 수 없었던 장벽처럼 느껴지던 것들이다.

대표적인 것이 “원격 근무와 미팅”이다. 화상회의 솔루션들은 대부분의 큰 기업들과 공공기관에는 이미 보급이 되어 있었지만 그 이용율은 그리 높지 않았다. “원격 업무와 미팅”은 근거리 업무와 미팅이 불가능한 특수상황에서만



하는 것이었지 일상적인 업무의 한가지로 받아들이기에는 어려웠다. 하지만, 코로나19가 변화시키고 있다. 피치 못하게 모두들 원격 미팅과 업무를 진행해야 하는 상황에 온 것이고, 거꾸로 피치 못할 때만 콘택트를 하는 상황으로 바뀌었다. 모든 업무는 언택트를 중심으로 다시 설계되고 있으며 이를 통해 원격 근무와 미팅의 장점과 단점들을 확실하게 발견하게 된다.

특히 원격 근무와 미팅이 어려웠던 이유 중 하나는 일이 잘되지 않을지 모른다는 걱정과 업무 프로세스의 익숙하지 않음에 있었는데 코로나19는 원격 근무가 가능한 모든 기업들이 원격 근무를 강제 학습하고 있다. 그리고 한번 학습된 이 경험은 원격 근무의 장점을 코로나19 이후에도 버리지 않을 가능성이 높다. 시간과 공간의 분리, 그리고 비동기적인 업무 프로세스는 그동안 그 가능성은 높게 평가하고 있었지만, 일부 최첨단 IT기업들만 하는 것으로 믿어졌던 것들이다. 하지만 이번 기회를 통해 기업이나 근로자나 반강제적으로 학습을 하고 있다.

그리고 이런 상황이 지속되면 업무를 잘하는 이들이 더

높은 평가를 받게 될 것이고, 원격 근무의 장점도 매우 탁월하기 때문에 기업의 인재들은 원격 근무를 이해하고 잘 하는 이들이 보상을 받게 되어 정착이 될 것으로 보인다.

디지털 교과서나 온라인 학습은 어떻게? 가장 변화가 느리다는 교육계가 반강제적으로 온라인 수업을 하지 않을 수 없게 되었다. 교사들은 강제적으로 동영상 강의를 찍어야 하는 상황에 내몰렸다. 한국이 디지털 교과서 정책을 처음 만든 것은 2007년으로 13년이 지난 지금까지도 진전은 크지 않았다. 하지만 코로나19는 단 한번에 교육계 전체를 디지털 기반의 온라인으로 전환시키고 있다.

단단한 철옹성 같던 의료계 역시 2020년 2월 22일 보건복지부 정례브리핑을 통해 원격진료 시행방안 등을 구체화한 '전화상담·처방 및 대리처방 한시적 허용방안'을 발표했다. 국민이 의료기관을 이용하는 과정에서 혹사라도 코로나19에 감염되는 것을 방지하기 위해 한시적으로 '특례'를 인정하겠다는 취지로 밝히고 있지만, 과연 코로나19 종료 이후에 한번 경험한 원격진료에 대한 수요를 외면할 수 있을지 모르겠다.

이러한 교육계나 의료계의 언택트 서비스의 증가는 공급자들은 오프라인이 아닌 온라인 전체에서 경쟁을 하게 되므로 오프라인 지역에 한정되던 기존과 비교할 수 없을 정도로 경쟁 시장으로 내몰리게 되며 서비스 질의 증가를 가져온다. 태풍 후에 풍어라고, 각종 습관과 이권이 엮인 제도로 단단하던 독이 코로나19의 큰 쓰나미로 체질 개선을 바랄 수 있지 않을까 싶다.

유효한 콘택트의 경험 가치

하지만 콘택트가 가치가 없는 것은 아니다. 사람은 사회적 동물이다. 안전도 혼자 존재함으로써 확인 하는 것이 아니라 신뢰할 만한 누군가와 함께 있을 때 확인된다. 때문에 사회적 거리두기의 요즘의 또 하나의 문제는 혼자 생활

하는 이들은 오히려 사회적으로 고립되어 안전에 대한 불안을 느낄 수 밖에 없다.

또한 경제적으로 사회가 성숙할수록 소유의 가치보다는 경험의 가치로 이동한다. 그리고 그 경험은 오감을 이용한 활동으로 여가활동과 오프라인의 각종 문화 활동이 더 큰 가치로 평가된다. 영화관의 가치가 고품질 독점 콘텐츠만이 있는 것이 아니다. 그 공간에서 경험하는 연인, 혹은 가족과의 유대경험, 그리고 그곳에서만 먹을 수 있는 먹거리와 분위기가 바로 영화관의 가치다. 영화관이 콘텐츠 가치로만 평가 받았다면, 온라인 고품질 독점 콘텐츠를 만드는 넷플릭스의 성장은 고스란히 영화관 산업에 타격으로 돌아왔을 것이다. 물론 실제 타격도 있고 그 규모가 증가하고는 있지만, 아직 영화산업 규모에 비해 넷플릭스의 오리지널 콘텐츠가 차지하는 비중은 미미하며 영화산업은 넷플릭스 성장 중에도 함께 성장했었다. 또 하나의 사례를 들자면 스타벅스가 커피가 아닌 문화를 판다고 했던 이유가 그것이다. 때문에 오프라인 공간에 대한 경험설계가 중요하고, 소비자가 접근할 수 있는 상권이 매우 중요하다. 하지만 코로나19는 이 가치를 무색하게 할 정도로 고강도의 위험이 되어버려 현재는 최대 피해 업종이 되었다. 이는 가치가 손실됐다고 보다는 위험이 가치를 압도해버렸다고 해석하는 것이 타당할 것이다.

또한 온라인과 비대면이 익숙한 젊은 층을 타겟한 대면 서비스의 스타트업이 성공을 거두는 흐름도 있다. 트래바리, 문토, 버핏서울 등 관심사를 중심으로 한 온/오프라인의 콘택트를 기반으로 한 스타트업들이 있다. 18세기 중반 프랑스, 지성인과 예술가가 한데 모여 토론을 펼치고 지식을 나누던 사교 집회를 뜻하는 “살롱 문화”를 테마로 한 스타트업들이다.

무분별한 콘택트는 온라인에도 존재한다. 가볍고 무분별하고 소비적인 SNS에서 피로해진 젊은 층들이 신뢰할 만한 정보와 사람들을 찾아가고 있는 흐름이다. 분명한 것은

온라인이 그동안 가벼운 것을 추구해가던 흐름에서 좀 더 심도 있는 관계와 좋은 정보를 추구하기 시작했다는 점이다. 하지만 역시 코로나19의 위협은 이러한 오프라인의 모임에 타격을 주고 있는 것은 유효하다.

언택트를 콘택트처럼 만드는 기술들의 기회

그럼 콘택트의 가치를 언택트로 가져올 수는 없을까? 이에 해당하는 대표적인 현재의 솔루션은 화상회의이다. 코로나19로 인해 미국의 주가가 바닥을 치고 있는 가운데에도 화상회의 솔루션인 Zoom만은 상승세에 있다. 원격과 재택 근무가 증가하면서 디지털 기기 판매도 증가했다. 이런 흐름에 따라 최근 인터넷이 느리다는 소비자의 불만도 늘어나고 있는 것으로 보아, 언택트를 콘택트처럼 만드는 기술들은 큰 수요증가를 이루고 있는 것이 분명하다.

그러나 현재의 PC/모바일의 기술들은 작은 디스플레이를 사이에 두고 업무를 할 수 밖에 없다. 동시에 여러 사람과 일을 하거나 협업을 한다면 한사람당 보여지는 해상도는 더욱더 줄어든다. 다수의 원격의 음성을 동기화하여 합성하고, 제때에 다수의 영상을 모든 클라이언트에 보여주는 것도 현재의 네트워크 상황에서는 쉬운 일이 아니다. 그나마 초고속 통신망이 발달한 한국에서의 상황이 이 정도이니 인터넷이 발달하지 못한 해외의 상황은 더 말할 것도 없다.

언택트를 콘택트처럼 만드는 5g 실감미디어

다행히도 한국은 확실히 IT부문에서는 해당 분야의 선두국가이며, 큰 기회로 만들 수 있다. 쿠팡의 로켓프레시는 아마존 프레이밍 프레시를 벤치마킹한 패스트팔로우 서비스지만 잘 발달된 운송망과 스마트폰 이용율, 대다수가 도시에 주거하는 만큼 더 수준 높은 서비스를 더 많은 지역에서 받을 수 있으며 우아한 형제의 광고 카피처럼 언택트 음식

서비스인 배달 문화가 잘 발달한 나라다.

특히 5g를 세계최초로 상용화한 국가로서 세계 최고수준의 초고속 인터넷망을 가지고 있으며 5g에서 밀고 있는 VR/AR 곧 실감 서비스는 PC/모바일 보다 언택트를 콘택트처럼 만들 수 있는 기술로서 그 기회가 있다.

더 빠른 응답속도와 대용량 데이터 처리가 가능한 네트워크는 Zoom을 뛰어넘는 더 많은 이들과의 동기화 서비스를 가능하게 해주며, 실감 서비스에 필요한 초고해상도영상과 대량의 3D정보들도 전달이 가능하게 해준다.

VR HMD를 직원 수 만큼 가지고 있는 코믹스브이에서는 어디까지 이러한 경험이 가능할까 싶어, 페이스북의 오쿨러스고를 이용하여 VR 원격 회의를 진행해보았다.

서로의 아바타를 이용해 동시에 문서를 볼 수 있는 솔루션을 원했는데 딱 맞는 솔루션을 찾지 못해, 오쿨러스고의 파티기능을 이용해 갤러리 앱을 사용해보았다. 여기서 말하는 파티는 온라인게임의 파티와 유사한 개념으로 오쿨러스 플랫폼 내에서 파티를 맺은 이용자끼리 음성대화를 하거나 파티기능을 지원하는 특정 앱에서는 함께 서비스를 즐길 수 있다. 온라인 회의를 위해 발표용 문서를 이미지파일로 저장하고, 갤러리에 팀(파티)원들을 초대하여 원격회의를 진행했다. 갤러리는 회의에 최적화된 솔루션이 아니다 보니 이미지 순서를 수동으로 정렬해야 했고, 동시에 4명밖에 접속하지 못한다는 것을 확인했다.

하지만 효과는 놀랄 만큼 좋았다. 적어도 옆에 팀원들이 함께 있다는 기분이 들었고, 전면에 100인치 정도 펼쳐진 발표 이미지는 한눈을 팔 수가 없었다. HMD를 벗기 전에는 애시당초 다른 곳에 눈 돌릴 곳이 없었다. 약 20분에 걸친 회의 끝에 배터리가 방전되어 회의가 종료되었지만, 다들 재밌는 경험이었다고들 고백했다.

아직은 다수의 사람들이 동시에 접속해서 가볍게 쓸 수 있는 HMD가 없고, 해상도도 한정적이었지만 2020년부터 출시 예정인 클래스타입의 고해상도 VR HMD가 나오면 월

[그림 2] 코로나19로 화상회의하는 코믹스브이(컨셉이미지)



씬 더 나은 환경을 기대할 수 있을 것으로 기대된다.

VR/AR, 실감현실은 원격 공간에서 같은 공간에 있는 것처럼 느끼게 하며, 작은 디스플레이의 한계를 벗어나는 일은 언택트를 콘택트로 만들 수 있는 핵심 기술 중에 하나임이 분명하다. 더군다나 최근 페이스북에서 손을 트래킹하는 NUI까지 등장하였으니 조금 더 자연스러운 언택트가 될 것으로 기대된다.

더불어 한국이 4차 산업혁명의 키워드 중 하나로 5g와 VR/AR을 선택한 것은 탁월한 선택이었다고 생각한다.

한국의 힘을 믿는다.

코로나19는 분명 매우 큰 위기다. 하지만 위기는 늘 변

화를 이끌고 그 변화에 적응하는 개체들은 큰 번영을 누렸다는 것이 지구가 가르친 진화의 역사다. 다행스러운 것은 한국이 그 변화 속에서 살아남을 수 있는 다양한 무기를 가졌으며 패스트팔로우가 아닌 퍼스트무버로서 인정을 받고 있다는 것이다. 위기극복을 취미로 여기는 민족이라는 인터넷의 농담처럼, 국난에 강한 힘을 가졌음은 분명하다.

전 세계의 위기인 코로나19는 한국에게는 단순히 위기가 아니라 얼마나 슬기롭게 극복하느냐에 따라 세계 선도 국가가 될 수 있는 큰 기회라고 믿는다.