

# 디지털 전환의 시대, 메타버스를 통한 전통시장 활성화 방안에 관한 연구

마경선, 박주성

한국방송통신전파진흥원

mgs@kca.kr, jspark@kca.kr

## A Study on the Revitalization of Traditional Market through Metaverse in the Age of Digital Transformation

Ma Gyeong Seon, Park Joo Seong

Korea Communications Agency.

### 요 약

전 세계는 코로나-19로 인하여 강제적 디지털 전환의 시대에 놓여졌다. 이러한 시대적 흐름 안에서 물물의 거래는 비대면 서비스에 치우쳐 있으며 비대면 서비스의 환경을 가지지 못하는 전통시장은 더욱 큰 타격을 입고 소멸해 가고 있다. 본 논문은 디지털 시대, 비대면 서비스의 시대에서 전통시장을 살리고 이와 더불어 유사시장에 활력을 넣을 수 있는 문화와 기술의 융합 전략 정책의 필요성에 대하여 제언한다.

### I. 서 론

코로나19라는 바이러스의 확산으로 인하여 전 세계는 전례가 없는 장기간의 팬데믹에 놓였고 정치, 사회, 경제 등의 모든 분야에서 거리 두기에 대응하기 위하여 강제적 디지털 전환, 비대면 서비스의 시대를 열었다. 그에 따라 미디어 영향력의 증대와 함께 메타버스 기술의 발전을 상당 부분 앞당겼으며 ICT융합기술의 중요성이 강조되고 있다. 기술의 발달이 이루어진 반대편에서는 비대면 서비스로의 전환이 쉽지 않은 영역의 도태성과 소외됨이 나타나고 있으며, 그에 따른 사회적 불균형이 발생하고 있다.

#### 1. 디지털 전환과 메타버스 시대의 도래

##### 가. 경제 서비스에서의 디지털 전환

디지털 전환은 코로나19로 시작된 것이 아니라 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 업종을 불문하고 디지털 전환이 가속화 되고 있었다. 각 산업, 경제 분야에서 디지털 기술을 빠르게 적용하는 한편, 혁신적인 고객가치와 서비스를 제공하고 시장 경제를 선도하는 새로운 시장과 고객 니즈를 창출하는 새로운 비즈니스 접근방식이 요구되고 그에 따라 변모하고 있다. 특히 제화의 유통을 통하여 시장의 가치가 형성되는 경제 분야에서는 더더욱 그러하다. 경제 서비스 영역은 국민의 대다수가 몸소 직접적으로 느낄 수 있는 영역이라는 점에서 디지털 전환이라는 시대적 변수가 큰 영향을 미친다고 할 수 있다. 하지만 이 시대적 흐름을 따라가야 하는 것 또한 사실이며 취약한 영역과 소외되는 분야를 발굴하여 정책적 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.[1]

##### 나. 메타버스 환경의 구현

메타버스란 현실의 나를 대리하는 아바타를 통해 일상 활동과 경제 생활을 영위하는 3D 기반의 가상세계이다. 여기서의 일상 활동과 경제 생활은 현실과 분리된 것이 아닌, 현실의 연장선상에서 일어나는 행위가 포함된다. 현실 세계가 가상공간과 결합하여 마치 현실이 가상공간으로 확장된 것을 의미한다. 메타버스는 현실과 가상이 합쳐진 초월을 의미하는 메타(meta-)와 세계를 뜻하는(-verse)의 합성어로서 1992년 출간된 소설 '스노 크래시' 속 가상세계 명칭인 '메타버스'에서 유래한다. 메타버스를 배경으로 한 대표적인 영화 '매트릭스', '아바타', '레디 플레이어 원'에서는 현실에서 특수 기기를 착용하여 가상세계로 접속한 후 아바타를 통해 활동하는 모습이 등장한다. 이들 영화는 메타버스 기술이 고도화된 시대를 비교적 잘 묘사했다.

아바타란 용어는 인터넷 초창기인 1990년 중반부터 2000년대 초중반 시절 주로 '게임 속 플레이어(player)의 분신'이란 뜻으로 통용되었다

아바타는 이내 사라졌고 '캐릭터'란 용어로 대체되었다. 메타버스가 각광받기 시작하면서 아바타란 용어가 재등장했으나 이전의 뜻과는 사뭇 다르다. 이전의 아바타는 현실의 나를 단순히 가상 세계로 투영한 디지털 복제(digital twin)에 불과했다. 그러나 메타버스 속 아바타는 나의 다양한 성격(멀티 페르소나)을 가상세계로 투영[2][3]할 뿐만 아니라 현실의 나로부터 책임, 의무, 권리를 위임 받아 행동하는 대리인(agent)이다. 이는 메타버스가 단순한 가상의 오락 공간이 아닌 일상생활과 경제 활동이 가능한 세계임을 물론 메타버스 속 아바타의 행위는 실제 나의 행위와 동격으로 인식되며 아바타에게도 가상 세계의 사회적의무와 책임이 수반될 수 있기 때문이다.[2]

## 2. 대한민국 전통시장 현황

권역	시장명	현황
수도권	가락시장	- 수도권 먹거리의 50% 유통 - 농수산물 도매시장으로 상징적 가치가 높음을 인정받아 2013년 서울 미래유산으로 등재
	광장시장	- 100여년의 역사를 지닌 대한민국 최초의 전통 상설시장 - 서울 최대 규모의 재래시장
	노량진시장	- 수백 가지의 생선과 해산물을 판매하는 가판대가 있는 대규모 도소매 시장
	망원시장	- 네이버 동네시장 장보기로 요즘 젊은이들이 많이 이용하는 전통시장
충청권	천안중앙시장	- 천안시에 의해 전통 상업 보존 구역으로 지정
	청주육거리시장	- 전국 5대 재래시장으로 기와기와 청사초롱을 달아놓은 입구에서부터 우리나라 전통시장의 이미지를 느낄 수 있음
전라권	광주양동시장	- 100년 전통을 가지고 있는 시장으로 전라남도에서 가장 큰 규모를 자랑하는 전통시장
	전주남부시장(야시장)	- 400년 넘는 전통시장 - 야시장 길거리 음식과, 한옥체험을 동시에 즐길 수 있어 요즘 젊은이들에게는 전주 여행 시 핫플레이스로 손꼽힘(청년몰)
	목표자유시장	- 2015년부터 남진야시장을 개최하여 젊은이들을 유입
	순천남부시장	- 순천 아랫장으로 불리며 '5일장' 문화를 유지함 - 성남 모란시장 등에 이어 전국에서 세 번째로 큰 규모를 자랑
강원권	여수시장	- 여수 연안여객선터미널 및 수산업 공판장 등과 가까운 거리에 있어 싱싱하고 다양한 수산물들을 거래
	속초관광수산물시장	- 속초 관광객의 90%는 방문한다는 전통시장 품목에 따라 전문화된 골목들이 있음
영남권	강릉중앙시장	- 1979년 세운 건물을 그대로 유지하여 옛 시장의 정취가 풍김
	대구서문시장	- 조선 후기 삼남에서 가장 큰 시장으로 전국 3대 시장으로 꼽힘
	포항죽도시장	- 동해안 최대 규모를 자랑하는 시장으로 어시장과 곡물 시장이 함께 있음
	부산국제시장	- 영화 국제시장의 배경지로 우리나라 최초 도매기 시장이라 불렸으며 해외 물품을 쉽게 접할 수 있음
제주권	부산자갈치시장	- 자갈치 야시장으로 상징되는 한국의 대표 어시장
	제주동문시장	- 제주에서 가장 오랜 역사를 가지고 있는 재래 상설시장

전통시장은 디지털전환, 비대면 서비스 확대에 가장 타격을 많이 받은 곳이라는 점에는 이견이 없을 것이다. <그림>에서 언급하고 있는 시장 전부가 코로나19로 인하여 매출이 감소하였거나 존폐의 위기를 겪고 있다. 이러한 상황을 극복하기 위한 정책 발굴이 시급하다 할 수 있다.

## II. 본론

### 1. 메타버스 기반 상거래 플랫폼 활용 사례 분석

메타버스 플랫폼에서는 아이템판매를 하거나 광고와 마케팅 채널을 통하여 수익을 창출하는 것을 볼 수 있다. 플랫폼 내 가상 통화를 활용하여 아이템 구매와 판매 등으로 이용자들이 상거래를 할 수 있는 환경이 만들어진 것을 보면 다음과 같다.

대표적으로 메타버스 플랫폼과 브랜드의 협업을 쉽게 찾아볼 수 있다. BGF 리테일의 CU편의점은 제페토 플랫폼 내에 매장을 만들어서 실제 매

장과 연동되는 서비스를 출시하였다. 패션 브랜드 구찌(GUCCI)는 제페토 플랫폼 내에 광고와 브랜드를 걸고 수익모델을 구축하였다.

이러한 활동을 통하여 가상공간에서 수익을 얻은 가상 통화는 추후 현실 세계의 통화로 환급이 가능하다.[3]

[메타버스 기반 가상 상거래 플랫폼 구축 사례]



△CU제페토 한강점 전경 [사진제공=BGF리테일]

### 2. 메타버스를 통한 전통시장 활성화 방안

본 논문에서는 전통시장의 비대면 거래를 가능하게 함으로써 지역 경제 활성화를 제고하고, 지역 전통시장만의 문화적(관광, 특산물 등) 가치와 체험(가상) 등을 가능케 함으로써 국민 실생활 편의 증대하는 메타버스 환경 조성의 필요성을 강조한다.

- ☞ “대형마트 증가, 온라인 거래 활성화 등 소비패턴의 변화 속 설 자리를 잃어가는 전통시장을 살리기 위한 노력 필요”
- ☞ “전통시장의 문화적 가치 제고와 전통시장 상품의 직거래를 통한 가격경쟁력 확보 및 지역경제 활성화 기대”
- ☞ “MZ세대의 전통시장 관심도를 제고하고 전통시장 상인들은 ICT 신기술 습득 및 새로운 판매 기회 제공”

실제와 동일한 지역 전통시장 가상환경을 구축하여 판매자는 상품을 등록하고 소비자는 상품을 원격으로 볼 수 있는 메타버스 상거래 시스템은 전통시장의 기존 문화에 새로운 패러다임을 넣을 것이다.

지자체와 연계하여 지역과 시장 특성에 맞는 체험활동 공간을 제공하고 체험활동을 통해 얻은 포인트는 마켓머니로 바꾸어 가상현실 마켓 또는 실제 오프라인 마켓 방문 시 사용 가능할 수 있는 기능적 방향을 고려해야 할 것이다.

## III. 결론

디지털 전환이라는 환경의 변화에서 전통시장이 겪고 있는 소외를 동일한 디지털 영역인 메타버스라는 기술을 통하여 위기를 극복하고 활성화하는 방법과 정책을 찾아낸다면 국민의 전반적인 삶의 질과 함께 ICT기술과 전통이 아우러지는 대국민 행복시대가 열릴 기회가 될 것이라 전망한다. 이러한 제언의 내용은 중앙정부와 지자체가 협력하여 공공의 영역에서 정책적으로 발휘되어야 할 것으로 심도있으나 긍정적인 검토와 시행을 통하여 디지털로 변모하는 시대적 흐름 속에서도 전통을 지켜나갈 수 있는 방법을 찾고 이행해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- [1] 디지털 전환에 의한 서비스 혁신 메커니즘에 관한 연구, 조호현, 한국항공경영학회지\_20권 1호, 2022
- [2] 메타버스의 개념과 발전 방향, 고선영, 정한균, 김종인, 신용태, 정보처리학회지, 2021.3.
- [3] 메타버스 공간에서 상거래 행위에 대한 고찰, 최우령, 경북대학교 법학논고\_75호, 2021