

<https://doi.org/10.7236/JIIBC.2023.23.1.171>
JIIBC 2023-1-25

금융권 메타버스(Metaverse) 도입 및 활용 사례 연구

Case Study for Introduction and Use of Metaverse in the Financial Sector

김병준*, 윤소빈**, 장수진***, 전삼현****

Byung-Jun Kim*, Sou-Bin Yun**, Su-Jin Jang***, Sam-Hyun Chun****

요약 본 연구의 목적은 금융권 메타버스(Metaverse) 도입 및 활용 사례에 대한 분석을 진행하여 교훈과 시사점을 살펴보고자 한다. 메타버스(Metaverse)의 시대가 도래하고 있다. 금융권은 새로운 시대에서 블루오션 시장을 개척 및 MZ세대와의 접점을 확대하기 위하여 새로운 비즈니스 모델인 메타버스(Metaverse)에 큰 관심을 갖고 연구 및 개발에 활발히 참여하는 모습을 보이고 있다. 금융 분야의 경우에 메타버스를 통하여 정보를 효율적으로 전달하고, 고객은 은행 영업점 등을 방문하지 않아도 편리한 서비스 이용이 가능해져 고객의 편리를 크게 향상 시킬 것으로 예측이 된다. 추가적으로 AR, VR 등의 기술을 활용하여 메타버스와 연계한 서비스를 본격적으로 제공하고자 노력 중이다. 또한 메타버스를 통하여 비대면 자산관리 컨설팅 서비스와 자금에 대한 중개 서비스를 제공하는 등의 새로운 금융 비즈니스 모델도 창출이 가능 할 것으로 기대하고 있다. 아직 초기 단계인 현재는 고객과의 소통 및 홍보, 직원들의 교육 등의 용도로 메타버스를 활용하고 있다.

Abstract The purpose of this study is to analyze the introduction and use cases of Metaverse in the financial sector to learn lessons and implications. Let's take a look. The era of the metaverse is coming. The financial sector is pioneering the blue ocean market in a new era and working with the MZ generation. In order to expand contact points, we are very interested in the new business model, Metaverse, and are actively engaged in research and development. appear to be participating. In the case of finance, information is efficiently transmitted through metaverse, and customers It is predicted that the convenience of customers will be greatly improved by making it possible to use convenient services without visiting a branch. Additionally, by utilizing technologies such as AR and VR, we are trying to provide services linked to the metaverse in earnest. In addition, new financial services such as non-face-to-face asset management consulting services and brokerage services for funds through Metaverse Business models are also expected to be created. It is still in its infancy, and it is currently in its infancy, Metaverse is being used for educational purposes.

Key Words : Metaverse, AR, VR

*준회원, 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과

**준회원, 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과

***준회원, 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과

****정회원, 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과

접수일자: 2022년 9월 24일, 수정완료: 2023년 1월 24일

게재확정일자: 2023년 2월 3일

Received: 24 September, 2022 / Revised: 24 January, 2023 / Accepted: 3 February, 2023

*Corresponding Author: shchun@ssu.ac.kr

Dept: IT Policy and Management, Korea

I. 서론

1. 정의

메타버스(Metaverse)라는 용어는 Meta(조월한)와 Universe((특정한 유형의)경험 세계)의 합성어이다. 해당 용어는 최초로 SF 소설에서 처음 사용되었다. (닐 스티븐슨(NeilStephenson), 1992) 메타버스를 좀 더 세부적으로 접근하면 'AR(Agumented Reality)과 VR(Virtual Reality) 기술이 만들어내는 모든 가상세계'를 의미한다. AR(증강현실)은 현실을 기반으로 정보를 추가(증강(Agumented))하는 기술이고, VR(가상현실)은 컴퓨터로 구현한 가상의 세계에서 사람들이 실제와 같은 경험을 할 수 있도록 지원하는 첨단 기술을 의미한다.^[1]

2. 분류

메타버스는 '증강현실(AR, Augmented Reality)'을 통해 현실을 보강하거나, '가상현실(VR, Virtual Reality)'을 활용하여 현실을 대체한다. 기술연구단체 'ASF(Acceleration Studies Foundation)'는 메타버스를 '증강, 시뮬레이션', '외적인 것, 내적인 것'의 두 개의 기준으로 4가지의 분류를 하였다.



그림 1. 메타버스의 구성 및 예시(자료 : 하나금융연구소)
Fig. 1. Metaverse composition and example

3. 특징

메타버스의 주요 특징으로 지속성, 동시성, 상업성 등이 있다.

- 가. 지속성(persistent): 상태가 변하지 않고 계속 되어짐
- 나. 동시성(synchronous): 같은 시간에 접속된 사용자들이 개별적 존재
- 다. 상업성(fully functioning economy): 참여하는 구성원들이 가치를 창출하고, 상품을 사고파는 행위를 통해 보상받을 수 있음^[3]

II. 국내 동향

1. 정부 정책

우리나라는 XR 경제효과 30조원 달성 및 세계 XR 선도국 진입을 목표로 경제 및 사회 전반의 XR활용을 확산하고 있다.

표 1. 메타버스의 분류

	증강현실	라이프로그	거울세계	가상세계
정의	현실공간에 가상의 2D 또는 3D 물체가 겹쳐져 상호작용하는 환경	사람과 사람에 대한 일상적인 경험과 정보를 캡처, 저장, 전송하는 기술	실제 세계를 그대로 투영한 정보가 확장된 가상세계	디지털 데이터로 구축된 가상세계
구현 가치 (니즈)	현실세계와 판타지, 편의성을 결합한 몰입 콘텐츠 제공	평대한 현실세계의 경험과 정보를 언제 어디서 확인 가능하며 타자와 공유 가능	외부정보를 가상공간에 통합, 확장함으로써 활용성 극대화	다양한 개인들의 활동이 가능한 현실에 없는 새로운 가상공간을 제공
핵심 기술	• 비정형 데이터 가공 • 3D 프린팅 • 5G 네트워크	• 온라인 플랫폼 • 유비쿼터스센서 • 5G 네트워크	• 블록체인 기술 • GIS 시스템 • 데이터 저장, 3D 기술	• 그래픽기술 • 5G 네트워크 • 인공지능 • 블록체인 기술
서비스 사례	• 포켓몬 GO • 운전석 앞의 HUD • SNOW앱 • 코카콜라 프로젝트 • 방탈출 게임 • 3D아바타를 통한 SNS 활동 • 에어버스, BMW의 증강현실 스마트택토리	• S-health, Apple • 나이키+러닝 • 차량 블랙박스 • SNS • 매체의 블로그 • Vlog, 피드 등	• 구글, 네이버, 카카오 지도 • 에어비엔비 • 미니로바스콜 • Zoom 회의실 • 월드닷 디지털 현실 • 배대의 민족 • 적방, 다방 등	• 포트나이트 • 마인크래프트 • 로블록스 • 동물들의 숲 • 제페토 • 버버리 B서프 • 시뮬레이션 플랫폼
주요 기업	• 나이엔티 • 잉그레스 • 마이크로소프트 • 아마존 • 페이스북	• 나이키 • 삼성, 애플 • 페이스북, 트위터 • 마이크로소프트 • 아마존	• 구글, 네이버, 카카오 • 에어비엔비 • 마이크로소프트 • 아마존 • 페이스북	• Epic games • X-bos game studio • 나이엔티 • 닌텐도 • 엔씨소프트 • 마이크로소프트 • 페이스북
위험 요소	• 현실이 증해진 증강 현실 고안 속의 혼란 • 증강현실 속 캐릭터 등에 대한 소유권	• 초상권 및 재산권 침해 • 내부기밀 유출 • 감염금지위반	• 정보조작의 문제 • 거대플랫폼 리스크 • 효과로 불공정거래	• 현실세계의 도피 • 도덕적, 윤리적 문제를 일으킬 • 무질서 우려

자료 : 윤정형(2021) '메타버스, 가상과 현실의 경계를 넘어'
[미래연구포커스]

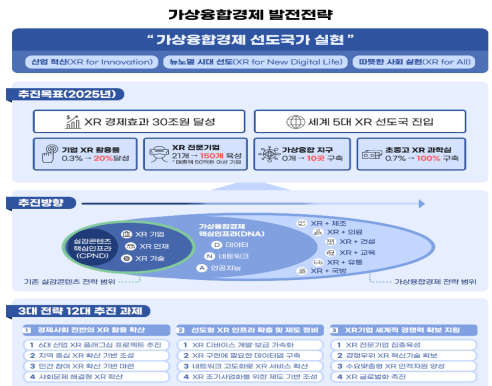


그림 2. 가상융합경제 발전전략
Fig. 2. Virtual convergence economy development strategy

2. 주요 기업 현황

- 가. 네이버 : 자체 플랫폼 ‘제페토’ 제공
- 나. 엔씨소프트 : K-POP 플랫폼 ‘유니버스’ 제공
- 다. 하이브 : K-POP 플랫폼 ‘위버스’ 운영
- 라. 자이언트스텝 : AI기반 콘텐츠 제작
- 마. 위지웍스튜디오 : XR(가상융합현실) 콘텐츠 제작

3. 금융권 현황

- 가. KB국민은행 : 자체 운영중인 ‘메타타운’(메타버스 플랫폼)을 활용하여 ‘KB금융타운’을 구축 후 각종 회의(임원진, 외부 업체 및 고객 회의)를 진행하고 있다. 또한 사무실-재택 근무자 간 협업을 통한 시너지 효과를 보고 있다.
- 나. 신한은행 : ‘신한 솔버스 메타금융스토리’를 시행해 미래 고객(학생 등)에게 메타버스를 통하여 금융교육(투자, 저축 등) 서비스를 제공한다.
- 다. IBK투자증권 : 자체적인 메타버스 플랫폼 환경 구축을 메타시티포럼과 협업하여 진행하고 있으며, 향후 금융 교육지원(자산관리, 투자) 중소기업 컨설팅 등의 서비스를 제공할 예정이다.
- 라. 하나은행 : 메타버스 전담 디지털혁신 TFT 신설하고, 각종 기술력을 보유한 업체들과의 협력을 진행 중이다. 또한 PB고객을 위한 세미나 및 강연을 진행하고, 별도 체험공간을 구축하여 MZ세대의 고객과 소통을 위해 노력 중이다. 최신 기술(AR, VR)을 기반한 영업 지원을 통해서 성과에 기여할 것으로 보여진다. 기존 화상연수 기반의 연수 프로그램도 메타버스로 전환하고, 네이버 제페토를 통해 ‘하나글로벌캠퍼스’ 구축, 신입행원 수료식 및 멘토링(베타리 활동)을 실시 예정이다.
- 마. 우리은행 : 메타버스 얼라이언스 가입을 통해 미래금융 사업 본격 추진 및 증강현실(AR)기반 금융 서비스 더한 ‘오프라인 메타버스 브랜드’ 영업점에 적용 예정이다.
- 바. NH농협은행 : NH디지털혁신캠퍼스에서 ‘메타버스’ 주제로 D-Talk 세미나 개최
- 사. 신한카드 : 금융권 최초로 메타버스 특화카드 출시
- 아. DGB금융그룹 : 제페토에서 그룹 경영 현안회의 진행 및 각종 사내 공모전(ESG 등) 시상식, 사내 업무 지원 부분에 활용

III. 해외 동향

1. 해외 현황

해외 주요국은 메타버스 산업 육성을 위해 각종 지원 정책(콘텐츠, 디바이스)을 추진 중이다. 현실 세계를 디지털에 반영한 디지털 트윈(Digital twin) 활용도 적극적으로 증가하고 있다.

- 가. 미국 : NITRD(Networking and Information Technology Research and Development) 프로그램 육성으로 년 65억 달러(2021년 예산기준)를 IT 분야 연구 개발비(AR, VR)로 지원^[4]
- 나. 영국 : 전략적으로 ‘Immersive Economy’를 발표하여 XR17)을 성공시키기 위해 노력하였고, XR 기술과 기존 산업을 융합하기 위해 창의 산업 클러스터 프로그램(Creative Industries Clusters Programme) 운영^[4]
- 다. 싱가포르 : 3D 가상현실로 도시를 구현하기 위해 ‘Virtual Singapore’ 플랫폼을 구축하고, 실시간 데이터로 도시 문제 해결 방안을 마련 중이다. 호주와 영국도 디지털 트윈 정책 수립 중^[4]

표 2. 메타버스 정책
 Table 2. metaverse policy

국가	주요 내용
미국	· 국방·재난·의료·교육 등 핵심 분야 VR·AR 연구를 국가 주도로 추진, 연구 결과의 민간 이전 활성화 · 미 국방부는 VR·AR 훈련 시스템에 '22년 110만달러 투자 계획
영국	· XR 산업 활성화를 위한 국가 전략 'Immersive Economy' 발표
EU	· 2018년부터 'Authoring Mixed Reality', 'EU 7th Framework Program', '호라이즌 2020' 등을 통해 XR 기술력 확보에 집중
중국	· VR산업 가속화 지도의견을 발표하고, 제조·교육·문화·헬스 등 주요 분야 VR융합을 핵심과제로 제시
일본	· 'Society 5.0' 실현을 앞당기기 위한 XR 기술 개발 · '산업기술비전2020'을 통한 XR 조기 실현 추진
한국	· 2020년에 발표된 한국판 뉴딜에 '디지털 뉴딜'을 포함하여 '가상융합경제 활성화 전략' 발표 · 2021년 7월, 기획재정부 '디지털 뉴딜' 세부 육성 방안 발표, 2025년까지 약 49조원 투자 계획 · 2022년에는 가상융합산업 진흥법안 법제화 추진, 관련 기준이 불명확한 경우 임시기준을 적용해 기민한 사업화 지원 계획 포함

자료 : 메리츠증권 리포트(2021. 7. 26)

2. 금융권 현황

- 가. (미국) Citi Bank : 자체 AR분석기(Holographic Workstation)를 개발하여 트레이더 업무지원을 하고 있으며, 원격 회의, 자료분석, 팀 의사소통 등 활용 중
- 나. (오스트레일리아) Common Bank : 오프라인으로 진행하던 부동산 분석 업무를 AR App으로 주변 부동산을 실시간으로 조회 및 분석 가능

다. (영국) HSBC : AR App으로 카드 등 상품 소개, 고객 대상 금융교육에 활용

라. (미국) Capital One : 자체 App을 개발(Auto Navigator(차량용 대출 업무) 및 AR 기능을 지원하여 차량관련 금융 서비스(대출 등)에 활용

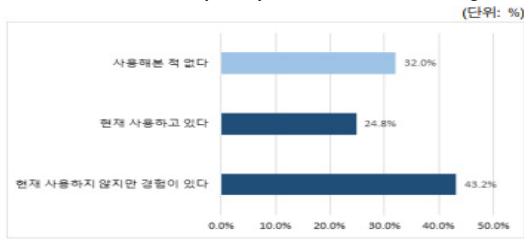
IV. 분석 및 결과

메타버스 플랫폼의 성공 요인과 금융권에 대한 어떠한 영향력을 미칠지에 대한 분석 및 결과를 도출 하고자 한다.

디지털에 친숙한 10대인 Z세대(1990년대 중후반 ~ 2000년대 초반에 태어난 세대)를 대상으로 '메타버스 이용 현황 및 인식'에 대한 설문조사 결과, 68.0%가 메타버스를 사용하거나, 사용한 경험이 있다고 조사 되었다. [5]

표 3. 메타버스 이용 현황 및 인식

Table 3. Status and perception of metabus usage

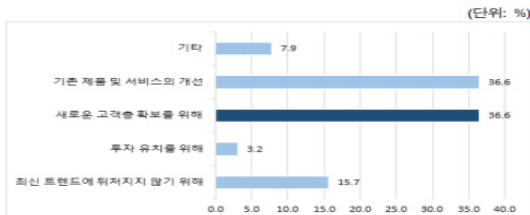


자료 : 한국경제신문(2021) / 스마트학생복이 청소년 710명을 대상으로 진행한 '메타버스 이용 현황 및 인식' 설문조사

MZ세대는 '디지털 네이티브 세대'로 대면 방식의 소통 보다는 메신저와 SNS로 소통 하는데 익숙하다. 그들을 새로운 고객으로 확보하기 위해서는 메타버스 활용이 필수적인 선택으로 보여진다. 기업들의 메타버스 활용의도에 대한 설문조사 결과도 '새로운 고객층 확보를 위해'라고 답변한 기업이 대다수인 부분도 확인 할 수 있었다. [5]

표 4. 기업들의 메타버스 활용의도

Table 4. 기업들의 메타버스 활용의도

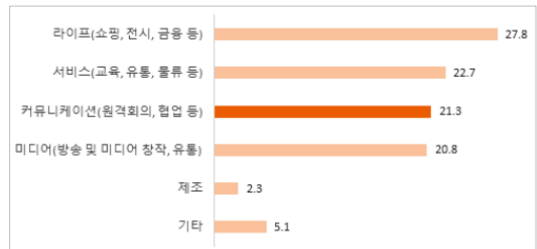


자료 : KDI(2021) / '기업들이 메타버스를 활용하는 이유' 설문조사

향후 메타버스 활용 분야에 대한 설문조사 진행시 라이프, 서비스, 커뮤니케이션, 미디어 부분의 답변이 가장 높았으며, 커뮤니케이션 부분은 큰 관심을 받을 것으로 예상된다.

표 5. 향후 메타버스 활용 분야

Table 5. Areas of future metaverse utilization



자료 : KDI(2021), 메타버스 산업 현황 및 전망조사

표 6. 표본의 특성

Table 6. Characteristics of the sample

업종	관측치	비중(%)	규모	관측치	비중(%)
제조업	24	11.1	5인 이하	9	4.2
서비스업	66	30.6	6-49인	83	38.4
정보통신업	68	31.5	50-99인	24	11.1
공공기관	32	14.8	100-299인	29	13.4
기타	26	12.0	300인 이상	71	32.9
메타버스 활용 분야	관측치	비중(%)	사업영역	관측치	비중(%)
제조	16	7.4	콘텐츠	72	33.3
서비스	69	31.9	플랫폼	80	37.0
라이프	35	16.2	네트워크	12	5.6
커뮤니케이션	32	14.8	디바이스	11	5.1
미디어	37	17.1	소프트웨어(VR/AR 등)	41	19.0
기타	27	12.5			

자료 : KDI(2021), 표본의 특성(메타버스 얼라이언스 회원)

기업 관계자 216명 대상 설문조사 실시 추가적으로 기업들은 메타버스를 보는 관점이 '기존 비즈니스 영역을 가상공간으로 확대'라고 보는 기업이 대다수를 차지하였다. [5]

표 7. 기업의 인식

Table 7. corporate perception

	콘텐츠	플랫폼	네트워크	디바이스	S/W	합계
기존 비즈니스 영역을 가상공간으로 확대	50.0	42.5	50.0	18.2	46.3	44.9
가상공간을 활용, 새로운 소비자 확보	27.8	20.0	8.3	63.6	26.8	25.5
현실에 존재하지 않는 콘텐츠 활용(플랫폼, NFT 등)	19.4	33.8	33.3	9.1	24.4	25.9
기 타	2.8	3.8	8.3	9.1	2.4	3.7

자료 : KDI(2021), 기업의 인식(비즈니스 관점)

국내의 경우 네이버의 제페토(ZEPETO)가 대표적인 증강현실(AR) 아바타 메타버스 플랫폼으로 시장을 지배

하고 있으며, 전세계 누적 다운로드 수는 2억 8000만 건의 성과를 보이고 있다.(2021년 7월 기준)^[1] SKT도 메타버스 플랫폼 ‘이프랜드’를 출시 및 네이버를 추격하고 있다. 제페토는 글로벌 MZ세대를 대상으로 한류 콘텐츠인 K-POP을 무기로 적극적인 시장 점유를 높이고 있고, 각종 명품 브랜드(구찌, 디올 등)가 제페토에서 쇼룸을 오픈하고, 각종 엔터테인먼트 회사(하이브(70억), YG엔터테인먼트(50억), JYP엔터테인먼트(50억))에서 투자를 받고 있다. 추가적으로 다양한 기업(삼성전자, 현대자동차, KT, 신한카드, CJ, E&M 등)과 플랫폼을 통해 협업 중이다.

표 8. 메타버스 플랫폼
 Table 8. metabus platform

구분	서비스	현황
네이버Z	제페토	• 가입자 2억명, 각종 공연 및 행사 • 신인사원 교육
엔씨소프트	유니버스	• K-Pop 엔터테인먼트 앱, 134개국 출시
SK텔레콤	#land	• 메타버스 입학식, 가상공간 권력회의 등
싸이월드	플랫폼 출시예정	• 새로운 메타버스 플랫폼 출시예정, • 가상화폐 CLINK 준비중
닌텐도	동물의숲	• 미국 대통령 아바타로 선거운동, 홍콩 민주화 시위활동
로블록스	로블록스	• 월 1억명 이용, 아바타로 공간 만들고 게임머니로 거래
게더	게더타운	• 가상공간에서 사람들이 서로 만나 커뮤니케이션과 협업을 할 수 있도록 지원하는 온라인 플랫폼
마이크로소프트	메쉬	• MR 기반의 원격 협업 메타버스 플랫폼
페이스북	호라이즌	• 페이스북 VR 기기를 활용하여 SNS호라이즌에 접속하여 친구들과 소통 가능
스페이스	AR협업 플랫폼개발	• AR기반 협업플랫폼에 개발하는 미국 스타트업으로 웹사이트에 접속해 회의 참여
디센트럴랜드		• 이더리움 블록체인 기반 가상현실 플랫폼, 가상의 토지를 판매, 땅에서 정사를 할 수 있고 건설도 가능
더센드박스		• 아르헨티나 블록체인 게임 개발사, NFT를 활용해 자신만의 Voxel을 제작하는 게임으로 경험을 통해 수익을 창출할 수 있는 커뮤니티 중심의 플랫폼

자료 : 최재용 외(2021. 9), ‘이것이 메타버스다.’

메타버스 플랫폼 성공의 3요소를 정리하면 오픈월드, 샌드박스(크리에이터 이코노미), 아바타이다.

첫째, 오픈월드(Open world) 플랫폼은 메타버스 플랫폼에서 사용자가 가상 세계를 자유롭게 이용이 가능하다. 이전의 개발자의 프로그래밍 결과에 따라 이용 할 수 밖에 없었던 피동적인 게임과는 큰 차이점을 보이고 있다.

둘째, 샌드박스는 사용자가 원하는대로 창작 할 수 있다. 로블록스 스튜디오를 통해 사용자는 게임 속에서 모든 부분(사물, 지형 등)을 창조 할 수 있다. 제페토는 제페토 스튜디오 빌드잇으로 다양한 형태의 게임 창작이 가능하고, 내가 생산한 물품(옷 등)을 친구에게 선물하고, 아바타에게 입히고, 가치를 창출하여 판매도 할 수 있다. 기존의 탑-다운(Top-down) 방식에서 사용자가 부가가치를 창출 해내는 바텀-업(Bottom-up) 방식으로 변경되고 있다. 사용자들이 생산하고, 가치를 부여하는 부분에서 사용자가 중심이 되어 시장경제를 만들고 있다.

셋째, 아바타는 메타버스 플랫폼에서 현실의 나를 대신하는 대개체이다. 제페토에서는 아바타를 통해서 1,000여개의 표정으로 사용자의 개성과 감정 표현을 보여준다. 미국 스타트업이 출시한 업무용 메타버스 플랫폼 게더타운은 사용자들의 아바타끼리 화상채팅 서비스를 지원하여 사용자들의 실제 대화도 가능하다.

메타버스 플랫폼에서는 사용자 = 아바타로 아바타를 위한 금융 경제도 활발하게 일어나고 있다.^[1]

국내외 국가-기업의 동향을 분석한 결과 메타버스(Metaverse)의 빠른 성장의 뒤에는 MZ세대의 시대의 변화와 코로나 이후 뉴노멀 시대의 변화, 4차 산업혁명으로 인한 시대의 변화 등의 요소가 있었다.

메타버스의 급격한 성장으로 관련 시장의 규모가 커지고 있으며, 정부 및 기업들의 참여가 활성화되고, 국내외 금융사들이 새로운 시장을 선점하기 위해 금융형 메타버스 서비스를 준비하고, 업무 및 고객 서비스에 사용하고 있는 사실도 연구 할 수 있었다.

현재의 금융권 메타버스는 초기 단계로 금융 중심의 서비스(AR, VR 기술을 금융 App 적용) 수준이지만, 미래에는 업종의 경계를 허물고, MZ세대를 대상으로 가상 경제의 중심에서 시장을 선도 할 필요가 있다.

향후 금융권의 메타버스 개발시 도입분야의 선정(용이성, 효과성 고려), 비용편익 분석, 구체적인 서비스 등 3단계의 프로세스의 고려도 필수적이다.

V. 결 론

본 연구를 통해 금융권 메타버스의 전략을 수립시 ‘도입 용이성’ 및 ‘효과성’을 검토하여 메타버스 플랫폼에 금융서비스를 접목 시켜야 할 것이다. 또한 메타버스 서비스 시작 전 메타버스에서 부가가치가 생성되는 과정에 대한 연구를 충분히 수행 후 분야를 결정 하는 부분이 필요하다. 검토를 위한 필수적인 요소로는 ‘용이성(feasibility)’ 및 ‘효과성(effectiveness)’이 있다.

1. 용이성(feasibility) : 실현 하고자 하는 금융서비스에 대한 실행 가능여부(자체개발 및 외주개발 등)를 의미한다.
2. 효과성 : 가치 창출 여부를 의미한다. 투자를 통한 새로운 금융서비스의 도입으로 최초 의도하던 목표를 달성 할 수 있을지를 고민해야 하며, 가치의 부분은 수익, 신규고객, 마케팅 효과 등 다양하다. 위 두가지의 필수 요소를 검토 후 메타버스 금융서비

스 추진이 결정되면 다양한 분석과 사례 연구를 통하여 방향(금융중심형, 연계형)을 정하고, 결정된 금융 서비스의 비용편익 분석을 통해 최종 결정을 내릴 필요가 있다.

추가적으로 메타버스의 주요 사용자가 MZ세대인 부분도 중요하지만, 미래에 메타버스 플랫폼이 자리를 잡게 된다면 중·장년층과 노년층 까지 메타버스 시장으로 끌어 들일 수 있는 전략 수립도 필요하다.

References

- [1] Shin Seok-young, 2021, KOSCOM : Why is the financial sector paying attention to the metaverse?
DOI : <https://newsroom.koscom.co.kr/27914>
- [2] Jongyoung Yoo, 2022, IIBC : A Study on Transaction Service of Virtual Real Estate based on Metaverse
DOI : http://www.iibc.kr/bbs/board.php?bo_table=notice&wr_id=141
- [3] Matthew Ball, 2020, The Metaverse : What It Is, Where to Find it, Who Will Build It, and Fortnite
- [4] Jeong ji-su, 2021, KCMi : Current status and issues in the domestic and foreign financial industry related to Metaverse
DOI : http://www.kcmi.re.kr/publications/pub_detail_view?year=2021&zcd=002001016&zno=1619&cno=5778
- [5] Koo ZaHyun, 2021, Understanding the Metaverse Industry and Policy Issues
DOI : https://www.kdi.re.kr/research/reportView?pub_no=17372
- [6] Mijeong Park, 2021, Effect of Acceptance of Digital Innovation on Business Performance of Financial Institution Workers
DOI : <https://doi.org/10.5762/KAIS.2021.22.2.259>
- [7] Digital authentication system in metaverse using DID and SBT
DOI : <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE11183788>

저 자 소 개

김 병 준(준회원)



- 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과 박사과정 수료(2022)
- 아주대학교 정보통신대학원 석사 졸업(2011)
- 관심분야 : 메타버스, 인공지능, 금융

윤 소 빈(준회원)



- 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과 박사과정 수료(2022)
- 숭실대학교 경영대학원 석사 졸업(2019)
- 관심분야 : Artificial Intelligence, Emotional Intelligence, Agile

장 수 진(준회원)



- 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과 박사과정 수료(2016)
- 국방대학교 무기체계공학 석사 졸업(2004)
- 관심분야 : 정보보호, 산업보안 및 융합보안, 공통 보안기술

전 삼 현(정회원)



- 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과 교수
- 숭실대학교 법학과 교수
- 독일 Frankfurt University 법학(박사)
- 숭실대학교 법학과(석사)
- 관심분야 : IT정책경영, 자본시장법, 회사법