

캡스톤디자인(종합설계) 결과보고서								
소속학부(과)		디지털콘텐츠공학과			팀명		신동마을 원광대	
개설 연도 및 학기		2022 학년도 □1학기 ■2학기			교과목명		캡스톤 디자인 1(기업연계프로젝트)	
주제		2000년대 배경의 메타버스 맵 제작						
유형		□ 일반형		■ 기업연계형		□ 기술이전형		
기술이전 희망금액		(기술이전금액) 천원						
참여기업현황	기업	기업명			소재지			
		사업자번호			주요생산품목			
	담당자	성명			소속부서			
		H.P			E-mail			
기업연계 담당교수		소속			성명		(인)	
참여 학생 현황								
순	구분	이름	학부(과)	학년	학번	H.P	E-mail	
1	팀장	김O규	디지털콘텐츠공학과	3				
2	팀원	김O한	디지털콘텐츠공학과	3				
3	팀원	문O양	디지털콘텐츠공학과	3				
4	팀원	박O현	디지털콘텐츠공학과	3				
5	팀원	최O경	디지털콘텐츠공학과	3				
6	팀원							
7	팀원							
8	팀원							
산출경비내역		비목	산출내역				금액	
		재료비					천원	
		인쇄비					천원	
		학생여비					천원	
		학생회의비	( )천원 × ( )인 × ( )회				천원	
		총액				천원		
위와 같이 캡스톤디자인(종합설계) 결과보고서를 제출합니다.								
2022년 12월 07일								
				지원학생(팀장)	김동규	(서명 또는 인)		
				참여기업 담당자		(서명 또는 인)		
				사업책임자(지도교수)		(서명 또는 인)		
원광대학교 LINC 3.0 사업단장 귀하								

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 1-1 과제설계의 필요성

#### 가. 메타버스의 정의

- 1) 3차원에서 실제 생활과 법적으로 인정한 활동인 직업, 금융, 학습 등이 연결된 가상 세계를 뜻함.
- 2) 가상현실, 증강현실의 상위 개념으로서 현실을 디지털 기반의 가상 세계로 확장해 가상 공간에서 모든 활동을 할 수 있게 만드는 시스템. 구체적으로 정치와 경제, 사회, 문화 전반적 측면에서 현실과 비현실이 공존하는 생활형, 게임형 가상 세계라는 의미로 폭넓게 사용함.



1)

#### 나. 메타버스의 종류 4가지

종류	설명	예시	사진
증강 현실	현실공간에 2D 또는 3D로 표현한 가상의 겹쳐 보이는 물체를 통해 상호작용하는 환경	포켓몬고	2)
일상 기록	일상기록 또는 라이프로그(Lifelogging)은 사물과 사람에 대한 일상적인 경험과 정보를 캡처하고 저장하고 묘사하는 기술	스마트워치 헬스케어	3)
거울 세계	실제 세계를 가능한 사실적으로, 있는 그대로 반영하되 "정보적으로 확장된" 가상세계 (예시: 구글어스)	구글어스	4)
가상 세계	현실과 유사하거나 혹은 완전히 다른 대안적 세계를 디지털 데이터로 구축	심즈	5)

1) <http://hotelrestaurant.co.kr/mobile/article.html?no=10778>  
 2) <https://www.economidaily.com/view/20220817165915059>  
 3) <https://www.kidd.co.kr/news/204879>  
 4) <https://www.omidroid.com/235>  
 5) <https://namu.wiki/w/%EC%8B%AC%EC%A6%88%204>

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 다. 메타버스 시장조사, 동향

- 1) 글로벌 기업들은 보다 실제감 있는 메타버스 구현을 위해 관련 기술 개발에 힘쓰고 있으며, 빠른 속도로 시장이 성장할 것으로 예상
- 2) 메타 플랫폼즈(구 페이스북), 애플, MS 등의 회사들이 경쟁적으로 VR·AR 기기를 출시하고 햅틱 기술, BCI(brain-computer interface) 등 기술을 개발 중
- 3) 현실세계 속에 홀로그램과 같이 실제와 똑같이 구현하여 시공간을 초월한 새로운 경험과 경제적 가치를 창출하는 것이 목적
- 4) M&A, 사용자 개발 플랫폼 제공 등 플랫폼을 확장/선점하기 위한 활발한 경쟁 진행 중
- 5) 메타버스는 다양한 산업에 적용 가능한 범용기술로서 AI, 빅데이터 기술과 결합하여 커다란 시너지 효과를 나타낼 것으로 예상

### 라. 메타버스 관련 주요 업체의 동향

업체명	내용
메타 플랫폼즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2014년 리얼리티 연구소(연구인력: 1만명)를 설립하여 VR기기 등 개발</li> <li>• 2020.10월 오쿨러스 퀘스트2 VR기기 출시</li> <li>• 프로젝트 '아리아' 진행중으로 타자로 기록하는 BCI 기술공개</li> <li>• 2021.11월 햅틱 글러브 프로토타입 발표</li> </ul>
마이크로소프트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020.11월 산업용으로 활용 가능한 AR·VR혼합기기 홀로렌즈2를 출시</li> <li>• 2022년 상반기 아바타를 활용한 연상회의 플랫폼 '메시 포 팀스' 출시 예정</li> <li>• 2022.1월 게임 업체·블리자드 인수, 세계 3대 게임회사로 발돋움</li> </ul>
애플	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2017년 AR 애플리케이션 개발도구 ARKit 배포</li> <li>• 2020.3월 아이패드용 증강현실 적용 가능한 LiDAR 스캐너 기능 탑재</li> <li>• 2022년~2023년 AR·VR 혼합기기 출시 예정</li> </ul>
엔비디아	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020.10월 디지털 트윈 등을 구현할 수 있는 툴을 제공해주는 '옴니버스' 출시</li> <li>• 2021.11월 150개 이상의 소프트웨어개발키트(SDK)를 제공하는 오픈 플랫폼인 쿼텀2 공개</li> </ul>

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 마. 메타버스 활용 사례



- 1) 스트리머 우왁굳의 "이세계 아이돌 프로젝트 : 이세돌"의 성공
- 2) 우왁굳의 개인 콘텐츠인 이세계 아이돌은 우왁굳, 고정 멤버, 팬덤들까지 함께 어우러지는 "['왁타버스6'](#)"라는 [독특한 세계관 속에서 활동](#)
- 3) 이세계 아이돌은 [버추얼 스트리머인 동시에 버추얼 걸그룹](#)
- 4) [각 이세돌 멤버들은 트위치에서 생방송을 진행](#)
- 5) [유튜브에 편집된 영상을 올리는 전형적인 한국의 스트리머로서의](#) 모습을 보여주는 반면 실제로 음반을 발매, 팬미팅, 쇼케이스, 커버 곡 등 아이돌로서의 활동도 활발히 진행되고 있음
- 6) 우왁굳과 카카오가 계약하면서 웹툰화가 결정



- 7)
- 7) 2021년 12월 24일 [MBC FM4U 아이돌스테이션에서 RE : WIND가 선곡](#)
- 8) 2022년 5월 17일 [중앙일보에서 이세계 아이돌 데뷔 이후 첫 공식 인터뷰](#)  
- [우왁굳이 함께한 이 인터뷰는 실제 중앙일보 기자의 VRChat 가상 환경 취재를 통해 이루어짐](#)
- 9) 2022년 11월자로 트위치 버추얼 스트리머 순위 1~6위를 모두 이세돌 멤버가 차지하고 있으며 버추얼 스트리머 랭킹 1등 아이네는 유튜브 구독자 수 25만명에 총 조회수는 1.1억 view에 달함

6) <https://www.youtube.com/channel/UCzh4yY8rl38knH33XpNqXbQ>

7) <https://namu.wiki/w/%EC%9D%B4%EC%84%B8%EA%B3%84%20%EC%95%84%EC%9D%B4%EB%8F%8C>

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 1-2 선행연구 및 제품 관련 자료 조사

#### 가. 제페토(ZEPETO)



8)

ZEPETO	ZEPETO STUDIO
글로벌 가입자수 <b>2억명</b> (지난해 12월 기준)	2020년 4월 오픈
해외 이용자 비중 <b>90%</b>	누적 크리에이터 가입자 수 <b>약 70만명</b>
10대 이용자 비중 <b>80%</b>	누적 아이템 제출 개수 <b>약 200만개</b>
2018년 전 세계 <b>165개국</b> 에 출시	크리에이터 아이템 판매 개수 <b>약 2500만개</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 제페토 운영사 '네이버Z' 분사</li> <li>하이브 70억원, YG엔터테인먼트 인먼트·JYP엔터테인먼트 각각 50억원 투자 유치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>퓨마, Mr. &amp; Mrs. Italy, DKNY, 마린세르(Marine Serre) 등의 브랜드와 수십만 명의 개인 크리에이터도 함께 입점</li> </ul>

10) 가입자 수: 2억명 (2021년 12월 기준)

11) 주요 연령층: 10대



1) 제페토(ZEPETO)의 한강공원 맵



9)

8) <https://magazine.hankyung.com/business/article/202106091013b>

9) <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2021020808312474919>



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

- 걸그룹 있지(ITZY)와의 콜라보를 통해 글로벌 팬들에게 한국의 관광 매력을 알림.
- 코로나19로 '집콕'이 늘어난 상황에서 글로벌 Z세대와 한류 관심층을 겨냥한 중장기적 관점의 한국 홍보 마케팅.
- 설 명절을 특화시킨 가상활동들을 방문객에게 제공해 국내 전통 문화를 알림.
- 이벤트에서 가장 주목할 요소는 있지의 3D 아바타가 출연하는 가상 한국여행 홍보영상 'Feel the Rhythm of Virtual Korea'.
- 코로나 사태로 직접 한국을 방문하지 못하는 상황에서 랜선으로 한국을 찾이란 메시지를 전달하는 영상으로 영어, 중국어(간,번체), 일어 등 4개 언어로 제작
- 있지 아바타들과 팬들은 팬 셀카회를 진행하고 보드 타기, 스케이트보드 타기 등 한강공원에서 실제 즐길 수 있는 다양한 체험이 가능함.
- 설을 맞이해 한복을 입은 있지 아바타들이 푸드트럭에서 설 명절 음식 떡국과 한국 드라마에서 자주 등장해 해외 팬들에게도 익숙한 식혜를 먹는 체험이 준비
- 포스트 코로나 시대를 겨냥한 효과적인 바이럴 마케팅.
- 현재까지 약 680만명이 한강공원 맵을 방문, 이용자들이 직접 제작한 한국관광 콘텐츠만 1만여 건에 달하는 등 성과를 냄.
- 코로나 영향과 Z세대 성장으로 메타버스(가상현실)는 이제 관광분야에서도 필수적인 마케팅 수단으로 주목받고 있음.



10)

### 2) 제페토(ZEPETO)의 관광거점도시

- 관광거점도시 홍보를 위해 '한국의 숨겨진 보물 같은 도시(K-treasure city)'를 주제로 한 달간 '제페토 크리에이터 맵 콘테스트'를 진행해 공개
- 제페토 맵 검색에서 각 도시명을 검색하면 부산의 대표 랜드마크인 광안대교, 아름다운 색감으로 구현된 감천문화마을, 봄빛의 벚꽃이 어우러진 안동의 월영교와 유네스코 세계문화유산인 도산서원, 강릉의 핫플레이스인 안목 커피거리와 일출 명소인 정동진역, 목포대교를 배경으로 밤의 낭만을 느낄 수 있는 목포의 명소들과 전주한옥마을 등 5개 도시의 다양한 관광지과 핫플레이스들을 둘러볼 수 있음.
- 근래 들어 메타버스가 글로벌 MZ세대의 주요 소통 창구이자 새로운 마케팅

10) <https://www.dailycnc.com/news/articleView.html?idxno=209394>

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

채널로 파급력을 확장해 가고 있는 가운데 이와 같은 디지털 마케팅은 코로나 이후 전개될 외래관광객 유치 전쟁의 중요한 선점 효과가 될 것으로 기대됨.

### 나. 로블록스



운영회사	로블록스
서비스시작	2014년
운영사소재	미국
특징	게임 제작·사용 플랫폼
주요 서비스	게임
이용자수(MAU)	4210만명
매출	1조349억원(2020년)

11) 자료: 각사

- 1) 로블록스는 2006년 출시된 게임 플랫폼으로 유저 제작 콘텐츠 수가 4000만 개에 달하여 월 2억명 이상의 유저들이 게임을 즐김.



- 2) 한국관광고사가 제작한 로블록스를 이용해 강릉을 배경으로 한 오징어게임 맵
- 한국관광고사는 미국의 메타버스 게임 플랫폼 '로블록스(Roblox)'를 활용해 이달 초 강릉을 배경으로 한 오징어게임(Squid Game in Gangneung, Korea)을 제작.
  - 현재 누적 방문자 수 7만 명.
  - 강릉의 주요 관광지인 선교장과 오죽헌에서 울곡 이이의 사임당의 그림을 보고, 안목해변 BTS 정류장에서 사진을 찍으며, 동해 바다를 배경으로 레일바이크를 탈 수 있음.
  - 중앙시장에서 달고나, 떡, 순두부 아이스크림 등을 사먹거나 '무궁화 꽃이 피었습니다', '징검다리 건너기' 등의 게임에 참여할 수 있음.

11) <https://www.hankyung.com/it/article/2021072567191>

12) <http://www.ikoreanspirit.com/news/articleView.html?idxno=66079>

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 다. VRChat



- VRChat Incorporated에서 2017년 2월 1일 스팀을 통해 발매한 '무료 MMO가상현실 지향 음성채팅 소프트웨어'.
- 유니티 엔진을 통해 직접 자신만의 아바타나 월드를 등록할 수 있음.
- VR챗은 2017년 2월 1일 스팀(Steam)에 정식 출시돼 현재까지 다운로드 횟수가 415만건.
- 멀티플레이 온라인 게임을 분석하는 웹사이트 스팀 차트(STEAM CHARTS)에 따르면 VR챗은 전 세계 일일 동시 접속자 평균 5000명에 순간 최대 접속자는 약 2만명.
- VR챗은 아바타로 접속해 다양한 주제의 공간을 넘나들면서 육성으로 전 세계 사람들과 대화를 하거나 함께 게임을 즐기고, 때론 노래방이나 미술관 견학 등 가상현실에 구축된 다양한 생활을 즐기는 세컨드 라이프.
- 앞서 비슷한 서비스들이 출시됐지만 큰 인기를 끌지 못하다가 VR챗이 나오면서 소셜 VR 서비스의 대중화를 열고 있다는 평가를 받고 있음.
- 게임은 기본적으로 PC 기반 VR 헤드셋(VR HMD) 오쿨러스의 리프트(Rift)이나 HTC의 바이브(Vive), 플레이스테이션 VR 등을 사용하지만 PC로 제한적으로나마 실행 가능
- 기존의 소셜 VR 서비스가 아바타를 헤어스타일, 스킨, 의상 등을 개별적인 아이템으로 취급하여 캐릭터를 꾸며야 했던 것과 달리 사용자는 스스로 캐릭터를 만들 수도 있음..
- 어떤 사용자는 자신의 실제 모습을 3D 모델링로 구현해 아바타로 사용하거나 심지어는 호랑이, 도널드 트럼프 미국 대통령, 소인, 거인까지 상상하는 그 무엇으로도 변신할 수 있다.<sup>13)</sup>

13) <https://www.fnnews.com/news/201806281058088762>



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서



14)

1) VRChat 플랫폼 내에 있는 한국 찜질방 맵



15)

12) VRChat 플랫폼 내에 있는 한국 화본역 맵

### 라. 메타버스 플랫폼 장단점 정리

메타버스 종류	제페토	로블록스	VR Chat
장점	- 경제 활동 가능 - 실제와 연결되는 여러 브랜드, 기업들과의 콜라보	- 여러 가지 게임 콘텐츠 - 경제 활동 가능	- 이용자의 국적이 다양함 - 세계적인 접근 가능
단점	- 10대로 연령층 한정됨	- 실제와 비슷한 맵 제작이 어려움	- 낮은 맵 퀄리티

### 1-3 작품의 특징 및 기대효과

#### 아. 메타버스를 활용한 추억 회상

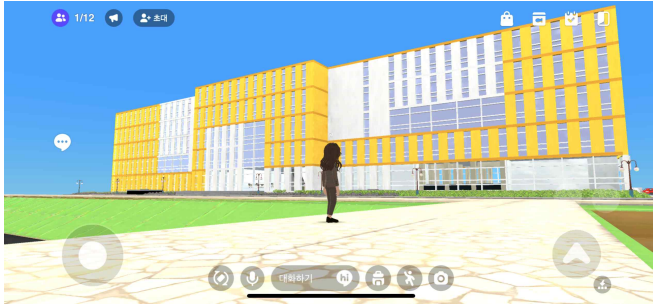
- 1) 20~30대의 메타버스 이용률을 높이기 위한 **2010년대를 배경으로 하여 2030의 향수를 자극**
- 2) 시간대는 초등학교가 끝난 방과 후, 해 질 녘을 배경으로 함
- 3) 2010년 시대상에 맞는 주택과 상가로 디자인하여 배치
- 4) 2010년대를 떠올릴만한 히트곡을 플레이리스트로 작성하여 **음악 재생 기능** 제작
- 5) 현재 20대들의 초등학교 시절 대중적이던 문방구 제품을 조사하여 추가

14) <https://mgall.app/view/vr/778964?page=1>

15) <https://m.blog.naver.com/fuchsia40/221531674027>



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서



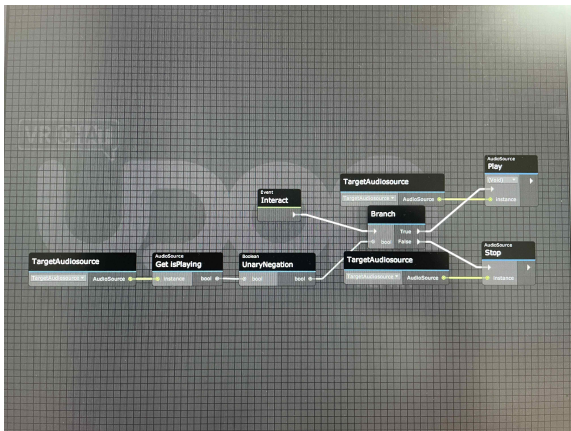
예)                      원) ZEPETO,

오) VRChat

2) 메타버스를 대표하는 플랫폼 중 하나인 VR CHAT을 실제로 경험해보며 메타버스의 대표적 장점인 비대면 실시간 대화를 이해

### 3) 유니티 기능 습득

- vr chat sdk 파일을 이용한 udon(블록체인 코딩) 기능
- vr chat 기능을 활용한 포탈 작업

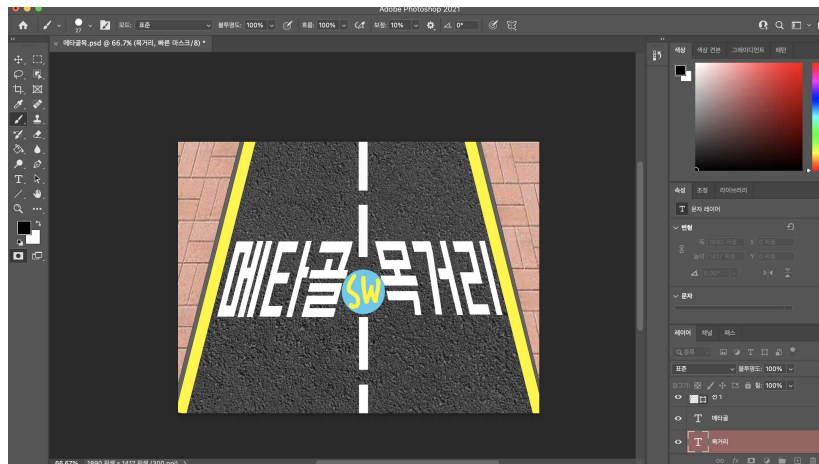


(1)                      원) udon

오) 포탈

### 4) 포토샵 활용

- 맵 구성요소 중 오브젝트 디테일 작업의 material 기능
- 신동마을 원광대 로고 작업



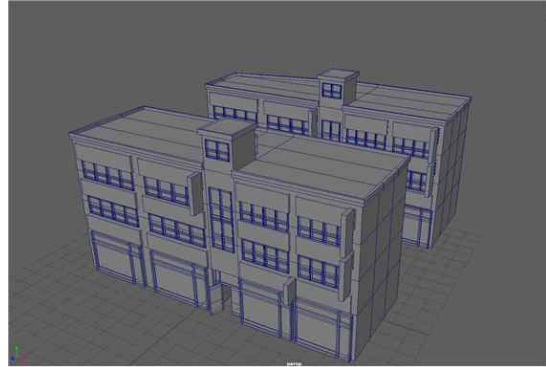
## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 5) 전공 지식 활용, **마야**

- 맵의 대표적인 공간이라고 볼 수 있는 문방구 제작
- 골목거리에 가장 많이 배치돼있는 상가 디자인 제작



예)            원) 문방구



오) 상가건물

### 6) hdrp(high definition rednder pipeline)

### 7) 스카이박스 기능

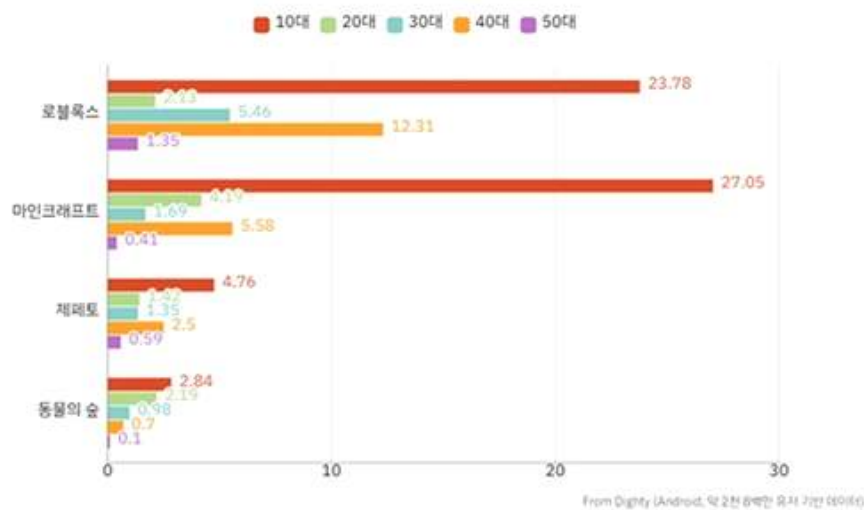
## 본론

### 2-1 문제 정의

#### 가. 20~30대의 메타버스 유입 활성화

- 1) 현재 메타버스 **이용자 중 가장 높은 연령대가 10대**

메타버스 앱 연령별 설치 비율



- 2) 사회적·경제적으로 활발한 인구는 20~30대

- 3) 메타버스가 점차 일상으로 들어오는 상황에서 우리 팀은 이 연구를 통해 **영향력이 가장 큰 사회 구성원인 20~30대가 메타버스에 익숙해지게끔 유도**



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 문제 해결

- 1) 사회구성원 중 가장 영향력 있는 2030을 끌어드릴 만한 콘텐츠 조사  
- 2030시대 포스터 잡지



### - 2010년 히트곡들

< 2010년 히트곡 1위곡 인기가요 추천노래 노래모음 순서 >

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 티아라 - Bo Peep Bo Peep // KBS 2주 • SBS 3주</li> <li>2. 가인&amp;조권 - 우리 사랑하게 됐어요. // 가온 디지털 3주 • KBS 2주</li> <li>3. 2AM - 죽어도 못 보내 // 가온 디지털 2주 • SBS 2주 • 영카 1주</li> <li>4. 피엔블루 - 아들이야 // KBS 1주 • SBS 1주</li> <li>5. 소녀시대 - Oh! // 가온 디지털 1주 • SBS 5주 • SBS 3주, KBS 연말결산 1위, KBS 가요대축제 올해의 노래</li> <li>6. 2NE1 - 날 따라 해봐요 // 가온 디지털 1주</li> <li>7. 카라 - 루팡 // 가온 디지털 2주 • KBS 3주 • SBS 1주 • 영카 2주</li> <li>8. 티아라 - 너 때문에 미쳐 // 가온 디지털 2주 • SBS 2주 • 영카 1주</li> <li>9. 비스트 - Shock // 영카 1주</li> <li>10. 소녀시대 - Run Devil Run // 가온 디지털 2주 • KBS 2주 • SBS 2주</li> <li>11. 2AM - 잘못된 날 // 영카 1주</li> <li>12. 비 - 날 붙잡을 노래 // 가온 디지털 1주 • KBS 3주 • SBS 1주 • 영카 2주</li> <li>13. 이효리 - 그대 (Feat. 개리 이리향) // 가온 디지털 1주</li> <li>14. 이효리 - Chitty Chitty Bang Bang // 가온 디지털 1주 • SBS 3주 • 영카 3주</li> <li>15. 2PM - Without U // 가온 디지털 1주 • KBS 2주 • SBS 2주 • 영카 3주</li> <li>16. 서영은&amp;원필 - 이 거대한 밤 // 가온 디지털 1주</li> <li>17. 서인영 - 사랑해 U // 영카 1주</li> <li>18. 슈퍼주니어 - 미안아 // KBS 3주 • SBS 3주</li> <li>19. f(x) - NU 에베오(NU ABO) // 가온 디지털 1주</li> <li>20. 다비치 - 시간이 멈춰라 // 가온 디지털 1주</li> <li>21. SSS01 - Love Ya // KBS 2주</li> <li>22. 피엔블루 - Love // SBS 2주 • 영카 2주</li> <li>23. 원더걸스 - 2 Different Tears // 가온 디지털 3주 • 영카 1주</li> <li>24. 핑클 - Y // 영카 1주</li> <li>25. 포미닛 - Huh // 영카 1주</li> <li>26. 서인영 - 사랑이라 쓰고 마음이라 부른다 // 영카 1주</li> <li>27. 아이유&amp;송홍 - 전소리 // 가온 디지털 3주 • KBS 2주 • SBS 1주, 가온사드 연말결산 2위(음반 제외)</li> <li>28. MC 몽 - 죽을만큼 아파서 // 가온 디지털 1주, 가온사드 연말결산 3위(음반 제외)</li> <li>29. 슈퍼주니어 - 너 같은 사랑 또 있어 // KBS 1주 • SBS 1주</li> <li>30. 조성모 - 바람길래 // 영카 1주</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>31. 대양 - I Need A Girl (= YOU'RE MY) // KBS 1주 • SBS 2주 • 영카 2주</li> <li>32. 대양 - I'll Be There // 영카 1주</li> <li>33. Miss A - Bad Girl Good Girl // 가온 디지털 4주 • KBS 1주 • SBS 1주 • 영카 1주, 가온사드 연말결산 1위(음반 제외), MAMA 올해의 노래</li> <li>34. 세븐 - Better Together // 영카 2주</li> <li>35. GMA - 우리들끼리 사랑 // 영카 1주</li> <li>36. DJ DOC - 나 어떤 사랑이야 // 가온 디지털 1주 • 영카 1주</li> <li>37. 서인영 - Lucifer // KBS 2주 • SBS 2주</li> <li>38. 보아 - Hurricane Venus // KBS 3주 • SBS 2주</li> <li>39. 핑클&amp;이영 - 정말 할 때마다 // 가온 디지털 2주 • MBC 1주</li> <li>40. 시크릿 - Madonna // 가온 디지털 1주</li> <li>41. IT 어망텐드 - 사랑사랑사랑 // 가온 디지털 1주 • KBS 1주 • SBS 2주 • 영카 1주</li> <li>42. 슈퍼팀&amp;영준 - 해 // 가온 디지털 1주</li> <li>43. 2NE1 - 약속해 // 영카 1주</li> <li>44. 2NE1 - Can't Nobody // KBS 1주 • SBS 3주 • 영카 3주</li> <li>45. 2NE1 - Go Away // 가온 디지털 2주 • KBS 2주 • SBS 1주</li> <li>46. 성지영&amp;이유 - 그대예요 // 가온 디지털 1주</li> <li>47. 비스트 - 숲 // KBS 1주 • 영카 1주</li> <li>48. Miss A - Breathe // 영카 1주</li> <li>49. 슈퍼팀&amp;영준 - 그랜 크랜 크랜 // 가온 디지털 1주</li> <li>50. 서인영 - Hello // KBS 1주 • SBS 1주</li> <li>51. 가인 - 돌이킬 수 없는 // 가온 디지털 1주 • SBS 1주</li> <li>52. 강승우 - 본능적으로 // 가온 디지털 1주</li> <li>53. 2PM - I'll Be Back // KBS 2주 • SBS 1주 • 영카 2주</li> <li>54. 싸이 - Right Now // 영카 1주</li> <li>55. 소녀시대 - 훔 (Hoo) // 가온 디지털 1주 • KBS 5주 • SBS 3주</li> <li>56. 2AM - 정말 받지 않는 내게 // 가온 디지털 1주 • SBS 1주</li> <li>57. 비스트 - Beautiful // SBS 1주</li> <li>58. 카라 - Jumping // KBS 1주 • SBS 1주</li> <li>59. 허각 - 언젠가 // 가온 디지털 2주</li> <li>60. 비스트 - 니꺼지 // KBS 1주</li> <li>61. 태연 - 별처럼 // 가온 디지털 1주</li> <li>62. 보리문어&amp;드림 - 똑같은 // 가온 디지털 1주</li> <li>63. 티아라 - 예 아리아 // 영카 1주</li> <li>64. 티아라 - yoyaya // 영카 1주</li> </ol> |
|---|---|

16) <https://blog.naver.com/28er51sros/220391250060>

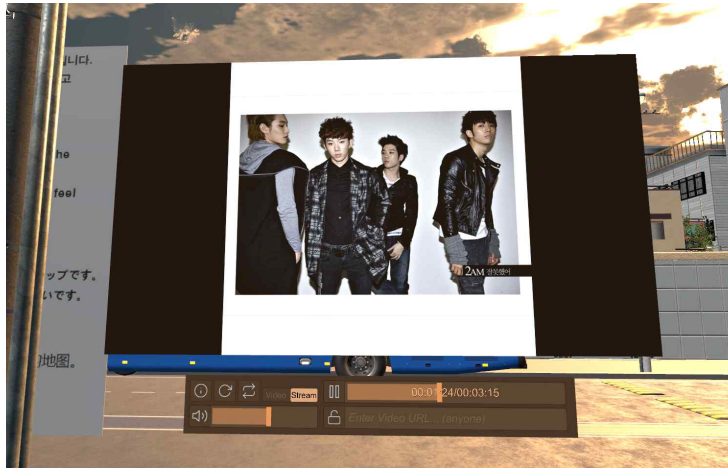
17) <https://entertain.naver.com/read?oid=117&aid=0002109326>



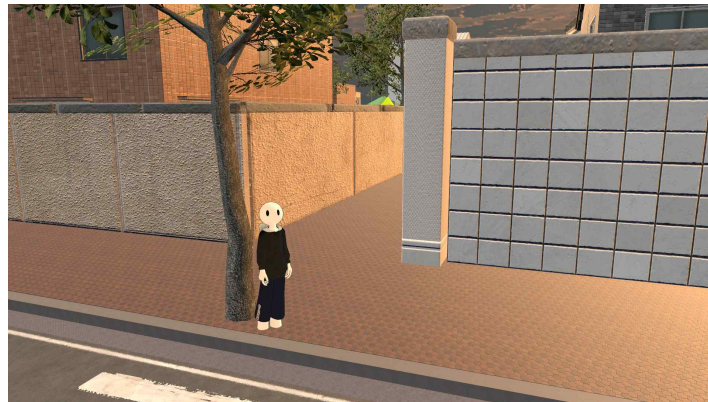


## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

- 2010년 히트곡들이 있는 음악 플레이리스트 삽입



- 주택가를 생성하여 주택가 담벼락으로 골목 형성



- 문방구를 만들어 불량식품과 장난감 배치

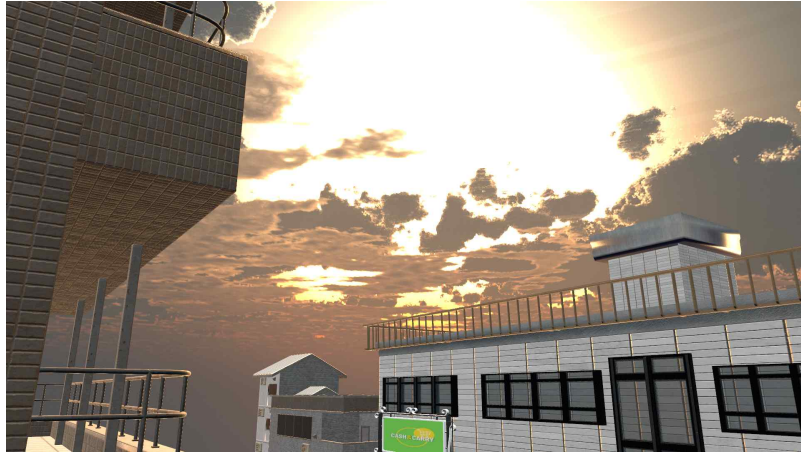


- 담벼락의 디테일로 포스터 부착



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

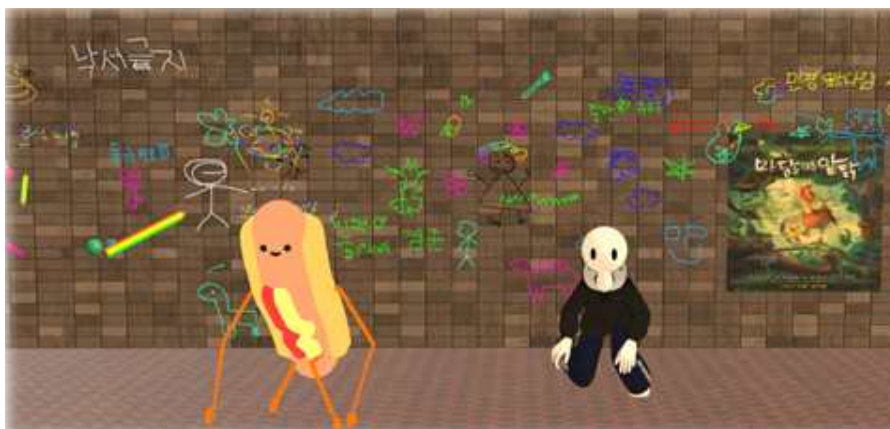
- 놀이터를 형성하여 상호작용가능한 오브젝트 생성
- 하룻길 감성이 노을시간대로 고정



- 3) 우리가 가장 추억하는 공간 구성
- 문방구앞 평상 제작
  - 놀이터 옆 어머니들이 계신 카페
  - 학교운동장과 놀이터



- 놀이터와 다른 아무것도 없는 공터
- 4) 가장 기억 남는 하룻길에서 친구들과 노는 공간
- 골목길에 배치되어있는 연필로 낙서 가능



- 방명록을 작성하여 발자취를 남김
- 현실 물건을 VRChat 오브젝트 구현하여 상호작용 가능



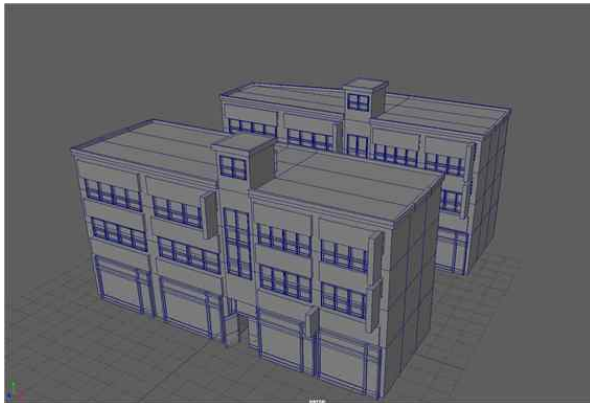
## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서



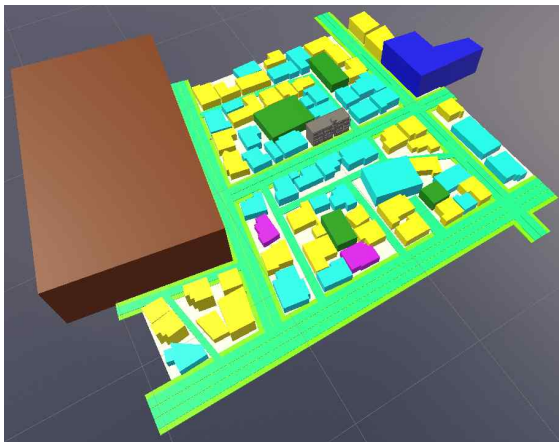
5) 보다 현실적으로 만들어 직접 이곳에 있다고 느끼게함

### 2-2 설계 제작 과정

- 1) VRChat 플랫폼에 업로드하기 위해 VRChatSDK파일을 다운받아 유니티에 설치 후 사용
  - SDK파일은 VRChat 사이트에서 직접 다운 받을 수 있음
  - 유니티 버전은 2019로 통합
- 2) 유니티 안에서 에셋과 팀원들이 만든 3D파일로 맵 제작
- 3) 3D 제작은 MAYA로 하고 텍스처는 Photoshop으로 제작



4) 건물의 종류를 주택, 상가, 학교, 공터, 차도로 5가지로 나눔



노란색: 주택

하늘색: 상가

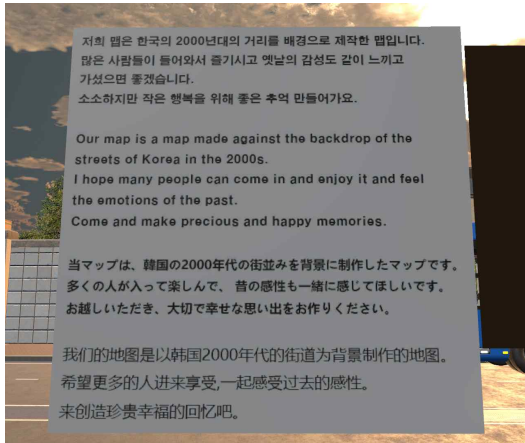
갈색: 학교

녹색: 놀이터

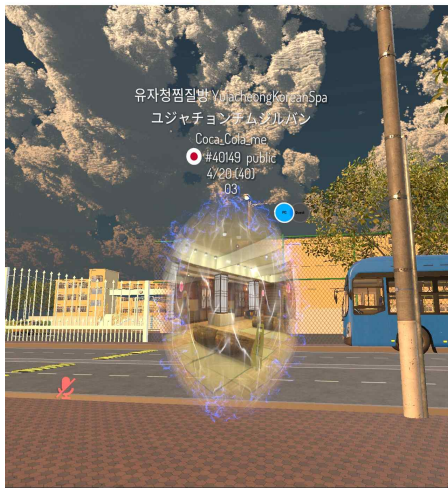
연두색: 차도

## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

- 5) 맵 배경을 2030세대들의 학창시절로 지정
- 6) 2010년 히트 노래로 플레이 리스트 만들어서 설치
- 7) VRChat특성상 외국인이 많아 곳곳 외국어 소개문 삽입



- 8) 맵을 다 즐겼으면 VRChat안의 제작사(신동마을 원광대)가 추천하는 다른 맵을  
 포탈로 만들어 메타버스의 입문을 도움



- 9) 아침, 밤보다는 학교가 끝난 해가 지는 시기를 잡아 항상 노을을 상태 유지
- 10) 현실성 구현방법 얘기

### 2-4 예산 집행 현황

구분	일자	사용 내역	금액
			0
합계			0원

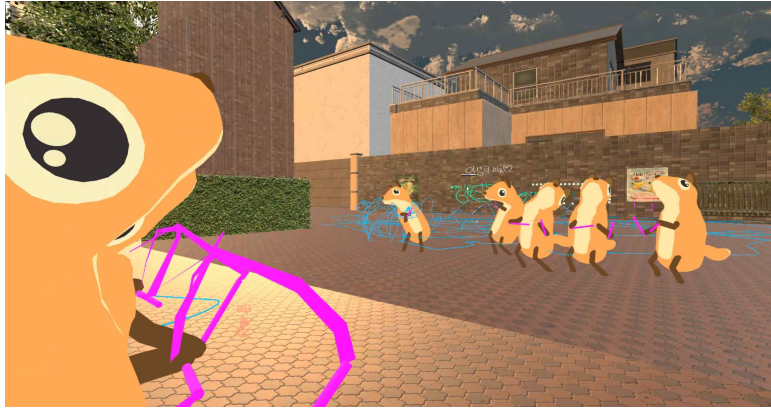


## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서

### 결론

#### 3-1 설계보완점 및 목표구현 정도

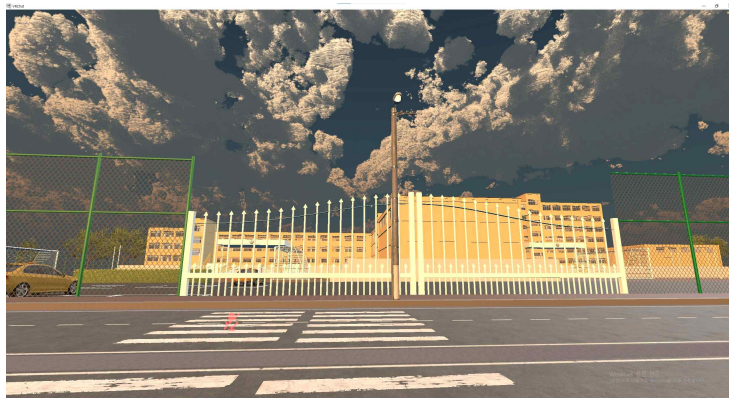
- 1) 아직 메타버스에 대해서 정확하게 모르는 사람들에게 직접적으로 경험을 하게 하여 인지도를 높임
- 2) 코로나로 인해 인터넷 문화가 활발해지며 커뮤니티가 크게 확장됨



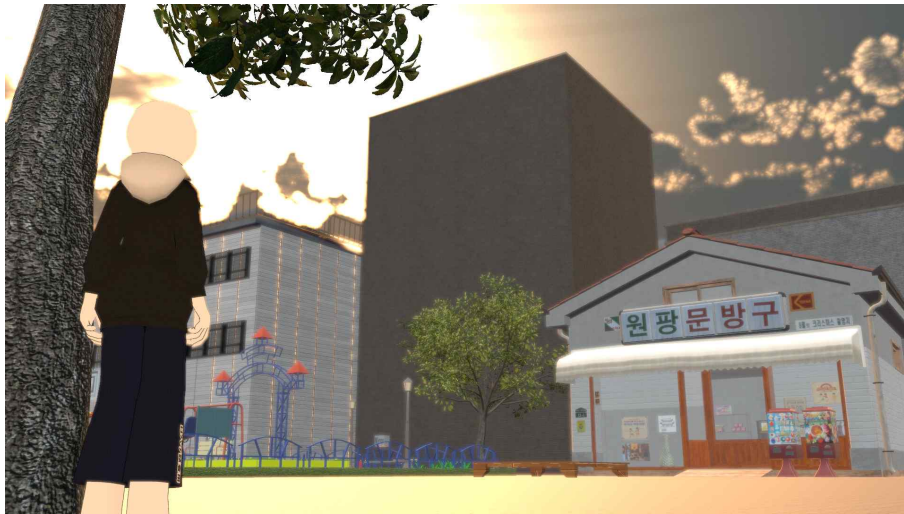
- 3) VRChat에 대한 안 좋은 인식이 많지만 많은 사람이 즐기는 공간이라서 개선하고자 함
- 4) 외국인이 현재의 우리나라를 많이들 좋아하지만, 옛 우리가 추억하는 한국도 알아주고 좋아해 주길 바라는 차원에서 제작

#### 완성작품 + 사진

- 1) 메타골목거리는 2030의 향수를 자극하는 콘텐츠와 분위기를 가지고 있는 메타버스 월드
- 2) 맵을 돌아다니면서 2010년의 시대상에 맞는 주택과 상가를 관찰 가능
- 3) 건물뿐만 아니라 낙서, 거울, 음악플레이어 등 기능을 통해서도 2030의 어릴 적 향수를 불러일으킴
- 4) 2010년의 동네 분위기를 맞출 수 있는 체험적인 요소로도 사용되지만, 일상 커뮤니티나 다양한 상황극에도 사용되도록 연관되는 콘텐츠들을 배치했음.
- 5) 옛 거리를 구현하여 단순히 장식품이 아니라 가지고 놀 수 있는, 콘텐츠들을 유기적으로 플레이할 수 있는 공간



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서



### 3-2 향후 개선 사항

- 1) 당시 유행했던 패션이나 아이템을 바탕으로 아바타를 제작해 메타골목거리 월드 내에 옷가게를 통해 판매해 수익을 창출할 예정



## 캡스톤디자인(종합설계) 상세 결과보고서



29)



30)

2) 체험부스, 사진관 등 월드에 어울리는 상호작용 콘텐츠를 다양하게 추가하여 사람들이 메타골목거리를 다양하게 즐길 수 있도록 할 예정.



31)



32)

3) 기회가 된다면 롯데리아나 캔모아 같은 상표를 우리 월드에 광고해 맵의 완성도를 올리면서 비즈니스 모델도 구축할 예정.



33)



34)

29) <https://boingboing.net/2020/02/11/the-dancing-baby-re-rendered.html>

30) <https://v.daum.net/v/5e66fe07dc055229a8af08f9>

31) <https://instiz.net/pt/6910661>

32) <https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1367282>

33) <https://www.fmkorea.com/1811782954>

34) <https://imgtag.co.kr/issue/35231/>