www.kca.kr

Korea Communications Agency

2018 KCA Media Issue & Trend 01 · 4

트렌드리포트

독립형 헤드셋 'Oculus Go'와 미디어 앱 'Oculus TV'의 등장

1. 들어가며

2. Oculus Go의 개요
   2.1. Oculus Go 주요 스펙 및 장단점
   2.2. 초반 시장 반응 분석

3. 미디어 앱 Oculus TV의 등장과 파급력

4. 시사점

독립형 헤드셋 'Oculus Go'와 미디어 앱 'Oculus TV'의 등장

요약문

신규 가상현실(VR) 헤드셋 'Oculus Go' 가 출시 초반 흥행에 성공한 듯 보인다. PC, 콘솔, 스마트폰 등 별도의 컴퓨팅 장치와 연결하지 않고 사용할 수 있는 독립형(Standalone) 헤드셋인 Oculus Go가 가상현실 시장에 새로운 변곡점이 될 수 있을 지 귀추가 주목되는 상황이다. 이와 더불어 Oculus VR측이 Oculus Go의 전용 앱으로 공개한 'Oculus TV' 는 향후 셋탑박스 시장 매출 감소 등 미디어 업계에 미칠 영향력이 커 보인다.

1. 들어가며

2018년 현재 가상현실(이하, VR) 분야에서는 '독립형 헤드셋(Standalone Headset)'이 중요 키워드로 떠오르고 있다. 독립형 헤드셋이란, 자체적으로 컴퓨팅 장치를 탑재하고 있어 PC, 콘솔, 스마트폰 등 외부 컴퓨팅 장치의 도움이 필요 없는 단말이다.

독립형 헤드셋 중에서도 가장 큰 관심을 얻고 있는 것은 Oculus VR의 'Oculus Go'이다. 지난 2017년 10월 'Oculus Connect 4'에서 Oculus VR의 모회사인 Facebook의 최고경영책임자(CEO) Mark Zuckerberg는 기조연설 도중 Oculus Go를 소개했다. 그간 VR 시장의 선두 그룹으로서 자리매김해 온 Oculus VR이 신규 단말로 독립형 헤드셋을 공개했다는 사실은 그 자체만으로도 업계 이목을 단번에 집중시킬 수 있었다. Oculus Connect 4에서 최초 공개된 이후

그림 1 독립형 VR 헤드셋 Oculus Go

출처: The Verge (2017.10)

Oculus Go는 소비자가전박람회(CES)[1], 게임개발자컨퍼런스(GDC)[2] 등 대규모 IT 행사에서 잇따라 모습을 드러내며 업계 기대감을 증폭시켰다.

업계의 기대감을 등에 업고 Oculus Go는 2018년 5월 공식 판매를 시작했다. 그 결과, 판매 초반부터 상당한 흥행을 달성했음을 뒷받침하는 자료들이 잇따라 공개되며, 2018년 가장 주목받는 VR 헤드셋으로 평가 받고 있다. 특히 저렴한 가격과 편의성을 무기로 Oculus Go가 VR 업계의 가장 큰 문제점으로 거론되어 온 '미진한 단말 보급 속도'를 해결할 수 있을 지 주목되는 상황이다.

1) 매년 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대의 소비자용 가전 박람회이다.

2) 매년 게임 업계 이해관계자들이 모여 정보 공유 및 네트워크를 형성하는 목적의 행사이다.

이와 더불어 Oculus VR은 최근 Oculus Go 전용 미디어 앱으로 'Oculus TV'를 선보였다. Oculus TV는 인터넷 동영상 스트리밍 플랫폼으로, 단일 앱 내에서 다양한 OTT 서비스를 180인치 규모 가상 스크린으로 시청할 수 있도록 지원한다. 업계에서는 Oculus Go와 Oculus TV의 조합이 가져다 줄 파급효과에도 이목을 집중하고 있다.

2. Oculus Go의 개요

2.1. Oculus Go 주요 스펙 및 장단점

Oculus Go의 주요 스펙은 다음과 같다. 디스플레이는 5.5인치 LCD 패널을 사용하며 지원 해상도는 2560×1440(QHD)이다. 시야각(Field of view)은 110도까지 지원한다. 프로세서로는 Qualcomm의 Snapdragon 821을 사용한다. 참고로 Snapdragon 821은 국내 스마트폰 벤더 LG의 플래그십 모델 G6와 G6 Plus에서 채용했던 프로세서다. 즉, Oculus Go의 기본적인 컴퓨팅 성능은 G6와 거의 같다고 볼 수 있다.

메모리(RAM) 용량은 3GB이다. 내부 저장공간은 32GB와 64GB, 2가지 버전이 존재한다. 한편, 32GB 버전은 199달러, 64GB 버전은 249달러에 공식 판매되고 있다.

내부 운영체제는 Android를 기반하고 있으며, 콘텐츠 플랫폼으로는 Oculus Store를 사용한다. 이는 삼성전자의 Gear VR에서 구동되어 온 모든 앱을 Oculus Go에서도 구동할 수 있다는 의미다. 내장형 GPS와 스피커가 있으며, 필요할 시 오디오 잭으로 헤드폰과 연결하여 사용할 수 있다. 배터리 용량은 2600mAh로 1회 충전 후 2시간가량 연속 사용할 수 있는 것으로 알려져 있다. 한편, Oculus Go 판매 패키지에는 전용 컨트롤러와 안경 착용자를 위한 별도 액세서리가 포함된다.

Oculus Go의 최대 장점은 가격 경쟁력이다. 동일 브랜드의 하이엔드 제품인 Oculus Rift는 헤드셋과 컨트롤러를 포함한 가격이 최소 399달러로 책정되어 있다. 여기에 더해 Oculus Rift는 고사

표 1 Oculus Go의 주요 스펙

구분	내용
디스플레이	5.5인치 LCD
해상도	QHD (2560 x 1440)
프로세서	Qualcomm Snapdragon 821
저장공간	32GB / 64 GB
가격	199달러 / 249달러
메모리	3GB
운영체제	Android 커스텀 빌드
플랫폼	Oculus Store
외부연결	Micro-USB, 3.5mm 오디오 잭
네트워크	Wi-Fi(802.11b/g/n/ac), Bluetooth 4.1, GPS
배터리	2600mAh
기타	내장형 스피커, 전용 컨트롤러, 안경 착용자를 위한 액세서리

출처: 각 언론보도 자료, 스트라베이스 재구성 (2018.7)

양 PC 구비를 요구하므로, 소비자의 비용 부담이 대략 1,000달러 안팎이 된다. 반면, Oculus Go는 32GB 기준 199달러 외 추가 비용이 발생하지 않는다. 성능상의 열위가 존재하지만, Oculus Rift 대비 대략 1/5 수준의 가격으로 VR 체험이 가능하다. 이러한 장점은 일반 소비자들 사이에서 확실한 마케팅 포인트가 된다는 분석이다.

Oculus Go는 스마트폰을 장착하여 사용하는 이른바 '모바일 헤드셋'과 비교해도 가격 경쟁력이 확보된다. Oculus VR과 삼성전자가 협력 개발한 모바일 헤드셋 Gear VR의 공식 판매가는 129.99달러이고, 2018년 8월 기준으로 Amazon.com과 같은 e커머스 플랫폼에서 90~100달러 사이의 할인가로 구매 가능하다. 단순 비교했을 때는 Oculus Go가 100달러 이상 비싸 보인다. 그러나 Gear VR 사용을 위해서는 1,000달러 이상을 호가하는 고성능 스마트폰 구비[3]가 필수

3) 2018년 8월 기준 Gear VR 지원 스마트폰은 다음과 같다. Galaxy S9, S9+, Note8, S8, S8+, S7, S7 edge, Note5, S6 edge+, S6, S6 edge, A8, A8+등

요구된다. 즉, Gaer VR의 실제 사용가는 1,090~1,100달러를 오가게 되는 것이다. 별도 스마트폰 구매가 필요 없는 Oculus Go의 가격이 더 저렴하다고 볼 수 있는 이유다.

또 다른 장점은 이동성에 있다. Oculus Rift는 PC와 유선 연결해야 하므로 착용자의 이동 범위 역시 'PC 주변'으로 제한된다. 반면, Oculus Go는 독립 단말이므로 언제 어디서든 이용할 수 있다. 예컨대, 가정 내에서 사용하던 Oculus Go를 가방에 챙겨가 여행지에서 즐기는 모습을 상상해 볼 수 있다.

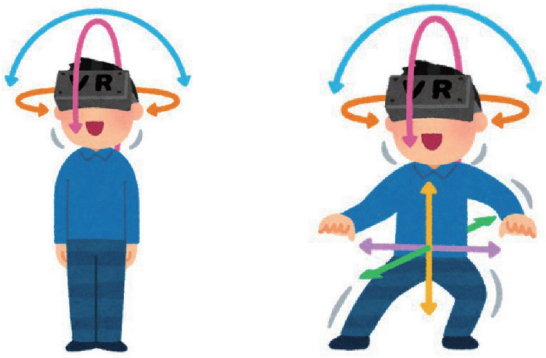
Gear VR처럼 스마트폰을 장착해 사용하는 모바일 헤드셋과 비교했을 때는 편의성이 부각된다. 모바일 헤드셋 착용자는 착용에 앞서 '스마트폰이냐, 헤드셋이냐'라는 선택의 기로에 놓이게 된다. 이는 모바일 헤드셋을 이용하는 중에는 스마트폰의 기능을 사실상 사용할 수 없기 때문이다. 쉽게 말해, 모바일 헤드셋으로 영상을 볼 때 스마트폰으로 누군가에게 전화가 걸려 온다면 이를 받을 수 없다는 것이다.[4] 게다가 스마트폰은 일상 대부분에 걸쳐 이용되는 단말이므로, 배터리를 VR 이용에 소모하는 것 역시 착용자에게 고민이 될 수 있다. 반면, 독립형 헤드셋 Oculus Go는 이러한 문제에서 자유로운 편이다.

물론 약점도 존재한다. 모바일 칩셋을 프로세서로 사용하기 때문에 고품질 게임을 이용하는 데 무리가 있다. 현재 VR 게임 시장의 인기 타이틀은 Oculus Rift와 같은 하이엔드급 헤드셋에서 작동하는 게임이 대부분이다. 따라서 게임을 선호하는 소비자에게는 Oculus Go가 적합하지 않다.

더 큰 단점은 '자유도(Degrees Of Freedom)'에 있다. 자유도란, 3차원 공간에서 물체가 회전할 수 있는 방향을 의미한다. 이러한 자유도는 흔히 'DoF'로 표현하는 데, Oculus Go의 자유도는 '3DoF'에 불과하다. 여기서 3DoF는 X축(좌우) 회전, Y축(전후방) 회전, Z축(상하) 회전을 의미한다. 반면, Oculus Go와 경쟁선상에 있는 일부 제품들은 X축, Y축, Z축 병진 이동을 추가해 '6DoF'를 지원한다. 3DoF 지원 Oculus Go에서의 VR 경험은 경쟁제품 대비 제한적일 수 밖에 없다.

4) 단, 전화가 왔다는 사실은 확인이 가능하다.

그림 2 3DoF(좌)와 6DoF(우)의 차이



출처: MoguraVR (2018.7)

2.2. 초반 시장 반응 분석

2018년 5월 1일 Oculus Go의 공식 판매가 시작되었다. 그리고 Oculus Go의 초반 반응은 상당히 긍정적인 편으로 알려져 있다. Oculus VR측은 Oculus Go 판매량에 대한 어떠한 언급도 하지 않았지만, 초반 흥행을 짐작해 볼만한 자료들이 언론을 통해 다수 등장한 상태다.

데이터 분석 전문매체 Thinknum은 Oculus Go의 초반 흥행 징후를 Amazon.com 베스트셀러 차트에서 찾아냈다. Thinknum에 따르면, Oculus Go 출시 사흘만인 2018년 5월 3일, Amazon.com 비디오게임 부문 베스트셀러 차트에서 64GB 버전이 5위를, 32GB 버전이 9위를 각각 기록하였다. Amazon.com 차트는 구체적인 판매량을 공개하진 않지만 Oculus Go와 함께 차트를 차지하고 있는 품목이 '게임 기프트 카드'라는 점에서 상당히 높은 판매고를 예상해 볼 수 있다. 게임 플랫폼에서의 결제 수단으로 사용되는 기프트 카드는 소액으로 대량 판매되는 상품이기 때문이다.

초반 흥행을 암시하는 자료는 또 있다. 현재 Oculus Go는 중국에서 Xiaomi의 손을 잡고 'Mi VR Standalone'이라는 브랜드로 판매되고 있다. 이는 Facebook의 중국 시장 진출이 중국 정부 당국에 의해 가로막혀 있기 때문이다. 그래서 Mi VR Standalone의 경우, 하드웨어는 Oculus Go와 동일하되, 내부에서 작동하는 소프트웨어는 Xiaomi가 개발한 것을 사용하고 있다. 이러한 Mi VR Standalone 역시 출시 초반 상당한 판매고를 올린 것으로 전해진다.

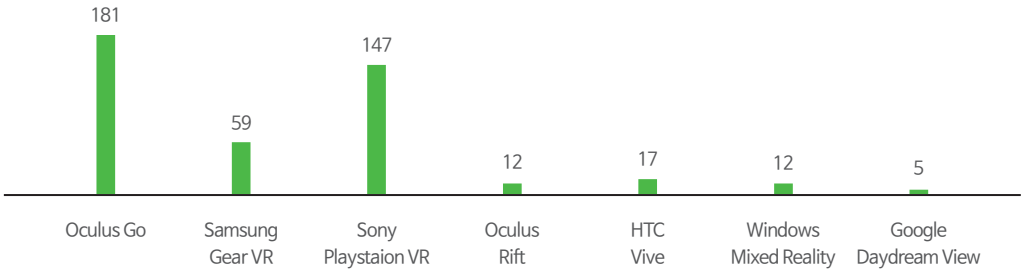
표 2 2018년 5월 3일 기준 Amazon.com 비디오게임 부문 베스트셀러 차트

순위	상품명	분류
1	Super NES Classic	콘솔
2	$50 PlayStation Store Gift Card	기프트카드
3	Donkey Kong Country: Tropical Freeze	게임 타이틀
4	$10 Xbox Gift Card	기프트카드
5	Oculus Go 64GB	VR 헤드셋
6	$25 Xbox Gift Card	기프트카드
7	$20 PlayStation Store Gift Card	기프트카드
8	$60 PlayStation Store Gift Card	기프트카드
9	Oculus Go 32GB	VR 헤드셋
10	1 Month PlayStation Plus Membership	이용권

출처: Amazon.com, Thinknum 재인용 (2018.6)

Mi VR Standalone은 Oculus Go보다 다소 늦은 2018년 5월 30일부터 Xiaomi의 공식 웹 사이트를 통해 판매를 시작했다. 그런데 판매 시작 3분여 만에 모든 재고가 소진이 되어 Xiaomi측이 더 이상 주문을 받지 못하게 됐다. 시장조사업체 Greenlight Insights 추산으로 Xiaomi가 출시 당일 준비한 재고는 3만 대 가량이다. 또한, 2018년 6월 8일자 VR 전문매체 RoadToVR 보도에 따르면, 첫 날 재소 소진 이후 Xiaomi 웹 사이트에 Mi VR Standalone에 대한 재고 보충 알림을 신청한 사용자가 5만 7,000여 명을 상회했다고 한다.

그림 3 VR 헤드셋 브랜드별 2018년 예상 출하량 (단위: 만 대)



출처: Superdata, VR Focus 재인용 (2018.5)

이처럼 초반 흥행을 암시하는 자료가 다수 등장하자, 시장조사업체도 Oculus Go의 향후 전망을 긍정적으로 평가하고 있다. 미국계 시장조사업체인 Superdata는 Oculus Go가 2018년 181만 대 이상의 출하량을 기록할 것이라 전망했다. Google Cardboard와 같은 20달러짜리 DIY형 헤드셋을 제외하면, Oculus Go가 올 한 해 가장 많이 판매될 헤드셋이라는 전망이다.

3. 미디어 앱 Oculus TV의 등장과 파급력

업계 일각에서는 Oculus Go가 무언가를 하는(play) 것보다는 감상(view)하는 데 더 유리한 단말이라 평가하고 있다. Oculus Go가 착용자의 신체 움직임을 완벽하게 재현할 수 없는 3DoF 지원 단말이라는 점이 가장 큰 이유다.

그림 4 Oculus TV가 제공하는 가상 스크린

출처: The Verge (2018.6)

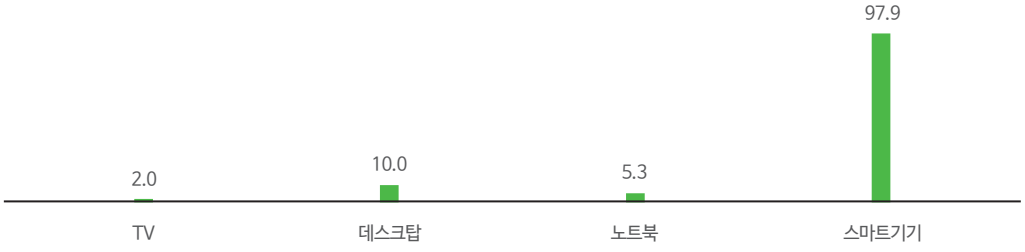
이 같은 평가를 반영하듯, Oculus VR측은 최근 Oculus Go 전용 앱으로 'Oculus TV'를 출시했다. Oculus TV는 미디어 스트리밍 앱으로 다양한 OTT 서비스를 이용할 수 있다. 예컨대, Netlfix나 Hulu 계정이 있는 사용자는 Oculus TV에 접속하여 각 계정을 입력한 뒤, 이를 이용할 수 있다. Roku와 같은 셋탑박스와 유사한 서비스를 VR 헤드셋을 통해 제공하는 셈이다.

동시에 Oculus TV는 가상으로 구축된 대형 스크린을 통해 OTT를 이용할 수 있기 때문에 기존 셋탑박스와 차별된다. Oculus VR측에 따르면, Oculus TV의 가상 스크린은 실제 물리적 환경의 180인치 스크린과 맞먹는 경험을 제공한다고 한다.

시청자의 최근 미디어 소비 방식을 고려했을 때, Oculus Go와 Oculus TV를 조합한 서비스 방식은 상당한 잠재력을 가지고 있다. 특히 OTT 서비스 활성화로 인해 시청자의 미디어 소비는 점점 더 개인화되고 있는 상황이다. 온 가족이 TV 앞에 모여 앉아 정해진 편성표대로 미디어를 소비하는 대신, 각자 개인용 단말로 미디어를 소비하는 게 일반화되는 추세다. 국내의 경우에도, 이 같은 행태가 최근 두드러지게 나타나고 있다. 정보통신정책연구원에 따르면, 2017년 기준 조사대상[5]의 97.9%가 스마트기기(스마트폰, 스마트패드)를 통해 OTT 서비스를 이용 중에 있다고 답했다. 반면, TV를 통해 OTT를 이용하는 경우는 전체의 2%에 불과했다.

머리에 착용하는 Oculus Go는 지극히 '혼자서' 이용하는 단말이다. 즉, 1인용 미디어 소비에 특화되어 있는 단말이라는 것이다. 게다가 셋탑박스와 비교했을 때 별도의 TV를 구입하지 않아도

그림 5 국내 시청자들의 단말별 OTT 이용 비중(2017년 기준, 중복 응답 허용, N=2,677)



출처: KISDI (2018.4)

5) 조사대상은 만 13세 이상 남녀 7,426명이다.

미디어 소비가 가능하다는 장점이 있다. 더 나아가 199달러로 180인치 TV를 시청할 수 있는 방법은 Oculus Go를 제외하고 사실상 존재하지 않는다. Oculus Go와 Oculus TV의 조합이 향후 셋탑박스 시장을 잠식할 것으로 예상되는 이유다.

또한, Oculus Go는 착용자가 가장 편한 자세로 영상을 시청할 수 있게 한다. 예컨대, 침대에 대(大)자로 누워서 영상을 볼 수 있다. 누워있는 상태에서 얼마든지 뒤척여도 시야가 흐트러지지 않는 것도 Oculus Go를 이용한 영상 시청의 장점이다. 반면, 셋탑박스가 설치된 TV로 영상을 시청하는 경우, 시청자는 자신이 몸을 움직여 직접 TV와 시야를 맞춰야 한다.

다만, 현재의 Oculus Go로는 셋탑박스를 대체하기 어렵다는 의견도 존재한다. 그 이유는 Oculus Go의 해상도 때문이다. 180인치 화면으로 제공된다고 하지만, 화질은 4K급 TV에 비해 현저히 떨어진다는 의견이 다수 제기되고 있다. 그러나 이 같은 문제는 향후 기술 발전으로 인해 얼마든지 해결될 수 있어 큰 문제가 되진 않는다는 분석이다.

4. 시사점

지난 2018년 5월, Oculus VR의 수석 개발 엔지니어 Matt Conte는 한 언론매체와의 인터뷰에서 "우리가 2년 전에 예상했던 것보다 적은 헤드셋이 판매되었다"는 발언을 한 바 있다. VR 게임 분야에서 상당한 선전을 해온 것으로 알려졌던 Sony 역시 같은 달에 있었던 투자자 대상 기업설명회(IR) 현장에서 "VR 시장 성장이 기대 이하"임을 밝혔다. 업계를 이끌어 가는 선두 그룹들이 연달아 VR 시장의 미진한 성장을 염려한 것이다.

이에 따라 최근 VR 시장 전반에 걸쳐 회의론적 분위기가 과거보다 더 커져 가고 있는 상황이다. 심지어 일각에서는 VR이 3D TV처럼 잠시 반짝였다가 사라질 기술이라 치부하고 있다. 그 가운데, Oculus Go의 초반 흥행이 전해지면서 시장의 분위기가 다소 반전되고 있다는 분석이다.

Oculus Go가 가격 경쟁력, 이동성, 편의성 등의 장점을 발판으로 보급이 확대되게 되면, 패스트 팔로워들은 이와 유사한 형태의 단말 개발에 박차를 가할 것으로 보인다. 그 과정에서 다양한 가격

대와 성능을 가진 단말들이 출시되어 소비자 선택의 폭을 넓히게 될 것이라는 예상이다. 그리고 이는 결과적으로 VR 헤드셋 보급을 더욱 가속화하여 전체 생태계의 규모를 성장시키는 데 기여할 것이다.

이와 더불어 Oculus TV는 적어도 당분간은 독립형 헤드셋의 킬러 앱이 '게임'보다는 '영상'에 있음을 시사하고 있다. 이 역시 성과에 따라 유사한 서비스의 등장이 가속화될 것이다. 그리고 그 결과는 셋탑박스 시장의 매출 감소에도 영향을 줄 것으로 보인다. Oculus Go의 초반 흥행을 단순히 특정 브랜드의 성공으로만 볼 수 없는 이유이다.

REFERENCE

1. Engadget, Oculus TV arrives today with a promising, though questionable, start, 2018.6.25
2. Fast Company, Oculus Go will outsell all other quality VR headsets this year: analyst, 2018.5.1
3. Greenlight Insights, Xiaomi Version of Oculus Go Nearly Sells Out in China, 2018.6.1
4. MoguraVR, 一体型VRヘッドセット「Oculus Go」と「Mirage Solo」比較 その違いは？, 2018.7.8
5. The Verge, Oculus announces new $199 self-contained VR headset called Oculus Go, shipping in 2018, 2017.10.11
6. The Verge, Oculus' VR television hub launches today on Oculus Go, 2018.6.25
7. Thinknum, Facebook's simpler, cheaper Oculus Go VR headset was a best-seller in May, 2018.6.6
8. Road To VR, China's Oculus Go Variant Sells Out in Minutes, 50,000+ Await More Stock, 2018.6.6
9. VR Focus, SuperData Report: 1.8m Oculus Go Devices To Be Sold Over Next Three Quarters, 2018.5.2
10. 정보통신정책연구원(KISDI), 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석, 2018.4.30
11. 스트라베이스, 초반 흥행몰이에 성공한 독립형 가상현실(VR) 헤드셋 Oculus Go, 2018. 7. 3