

최근 NFT 산업 동향과 시사점

김도현 정보통신기획평가원(IITP) 책임연구원

1. 머리말

팬데믹 사태 이후 화상회의를 비롯, 재택근무를 위한 비대면 서비스들이 적극 도입되며, 전 산업에 걸쳐 디지털 대전환이 가속화되었다. 또한, 이와 관련된 '메타버스' 기술이 급격하게 발전하면서, 기존의 일방적 정보전달을 목적으로 하는 콘텐츠와 달리 사용자가 메타버스를 통해 개발의 주체가 되어 콘텐츠 생산 및 공급을 자유롭게 수행할 수 있는 경제 활동의 기반이 마련되었다.

기존의 가상공간에서 창작한 디지털 자산들은 플랫폼 위에서만 존재하며, 플랫폼이 사라질 경우 자산이 소멸 및 삭제되는 치명적인 단점을 지니고 있었다. 또한, 디지털 자산은 동일한 형태로 무한히 복제될 수 있어 희소성의 가치가 존재하지 않으며, 소유권에 대한 명확한 근거가 없어 자본주의 시장에서의 재화로서 기능을 수행하지 못하고 있었다.

NFT는 이러한 문제점을 근본적으로 해결하기 위해 등장한 기술이다. NFT의 도입과 함께 디지털 자산들의 소유권 개념이 정립되었으며, 생산자와 소비자가 주체가 되어 생산·유통할 수 있는 환경이 조성되어 가상경제가 더욱 확대될 수 있는 근간이 마련된 것이다. 게임, 예술품, 엔터테인먼트, 헬스케어 등 이미 수많은 산업에서 NFT 시장에 뛰어들어 새로운 형태의 비즈니스 모델을 구축하고 있으며, 그 가능성은 무궁무진하다고 할 수 있다. 본고에서는 NFT의 개념과 기술, 그리고 NFT가 바꾸고 있는 디지털 비즈니스 생태계에 대해 알아보려고 한다.

2. NFT란 무엇인가?

2.1 개념

일반적으로 비트코인, 이더리움 등의 암호화폐는 어느 시점에 발행되었든 1:1로 동등한 가치를 갖고 별도로 구분되지 않는 특성을 지니고 있다. 우리는 이러한 토큰을 Fungible Token(대체 가능한 토큰)으로 정의한다.

반면, Non Fungible Token(대체 불가능한 토큰)의 줄임말인 NFT는 블록체인 기술을 기반으로 토큰마다 고유한 정보(발행시간, 소유자 정보, 원본 링크, 거래내역 등)를 포함하고 있어, 디지털상에 존재하는 유·무형 자산에 소유권을 부여한다. 또한, 각각의 토큰은 상호교환이 불가능하며 분할되지 않는 특성을 지니고 있다. 이렇듯 NFT는 마치 현실 세계의 '등기권리증'과 같은 역할을 하면서 디지털 자산 고유의 내재가치를 부여할 수 있는 기반을 마련하고 있다.

<표 1> NFT(Non-Fungible Token)와 FT(Fungible Token) 특성 비교

모델링 기술	Token	
	NFT(Non-Fungible Token)	FT(Fungible Token)
고유성	<ul style="list-style-type: none"> • 각각의 토큰에 출처, 발행 시간, 소유자 정보, 링크 등 고유한 정보를 보유 • 같은 유형의 토큰이라도 각각 다른 정보와 속성으로 인해 서로 구분이 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 소유자에 대한 정보를 명시할 수 없으며, 서로 구별이 불가능 • 같은 유형의 토큰은 다른 유형의 토큰과 같은 기능을 지님
상호 교환성	<ul style="list-style-type: none"> • 하나의 토큰은 고유한 정보와 접근권한을 갖기에 다른 토큰으로 대체 불가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 토큰은 동일한 값을 가지는 토큰과 1:1로 교환이 가능
분할성	<ul style="list-style-type: none"> • 소수점 단위의 분할 불가능 • NFT 하나에 대체 가능한 토큰 N개를 발행하여 소유권을 1/N로 나누는 방식은 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 소수점 단위의 분할 가능 • 총합이 동일한 가치를 가지고 있으면 어떤 단위든 분할하여 사용 가능
적용 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 토큰화된 디지털 자산 (게임, 미술품, 디지털 수집품, 디파이 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 암호화폐(비트코인, 이더리움 등)

※ 출처: 정보통신기획평가원

2.2 기술적 이해

NFT를 이해하기 위해선 무엇보다 블록체인 기술에 대한 이해가 필수적이다. 블록체인 기술은 P2P(Peer to Peer) 방식으로 거래정보를 여러 컴퓨터에 저장 및 보관하여 위/변조를 방지하는 분산형 데이터 저장 기술이다. 중앙서버에 모든 거래를 기록하던 기존의 방식과는 달리, 소규모의 거래 데이터들을 블록으로 만들고 다른 블록과 체인 형태로 연결하여 모든 사용자가 거래기록을 비교할 수 있도록 한 것이다. 이에 따라 보안성, 투명성, 익명성, 안정성을 모두 보유하고 있는 탈중앙화된 기술로 주목받고 있다.

여기에 계약 당사자가 사전에 합의한 내용을 프로그래밍 언어로 구현하여 전자계약을 실행하는 '스마트 계약' 기술이 최초로 이더리움에서 개발됨에 따라 블록체인 위에서 투명하고 안전하게 디지털 자산을 거래할 수 있게 되었다. 이로 인해 현재 대부분의 NFT 발행에는 이더리움 블록체인이 사용되고 있으며, 이더리움 자체 네트워크에서 개발한 'ERC(Ethereum Request for Comment)' 프로토콜이 NFT 발행의 실질적 표준으로 쓰이고 있다. 일반적으로 암호화폐(이더리움) 발행에는 'ERC-20' 프로토콜을 채택하고 있으며, 이는 동등한 가치로 교환·구입·판매가 가능한 토큰을 발행하는 표준이다. 반면 NFT와 같이 스마트 계약이 필요한 토큰의 경우 'ERC-721' 프로토콜을 따르고 있다. ERC-721은 토큰에 ID와 소유자 등을 포함하여 디지털 자산의 소유권 증명이 가능하도록 개발되었다.

2.3 민팅(Minting) 프로세스

앞서 설명한 표준을 기반으로 사용자는 게임 아이템이나 미술품 등 디지털 자산을 NFT로 발행할 수 있으며, 우리는 이러한 과정을 민팅(Minting)이라고 정의한다. 일반적으로 민팅을 수행하기 위해서는 디지털 자산과 코인, 코인 지갑(Wallet)이 필요하며, 대부분의 디지털 자산 거래소에서 민팅 서비스를 제공하고 있다. 사용자는 코인 지갑을 생성하고 거래소에서 NFT 발행에 사용될 코인(이더리움 등)을 구매해야 한다. 이후 사용자가 디지털 자산과 세부내용(작품이름,

<표2> ERC-20과 ERC-721 코드 레벨에서의 차이

기능	ERC	입력 값	프로세스
Mint (발행)	ERC-20	수신주소, 발행량	수신주소로 발행량 전송
	ERC-721	수신주소, 토큰ID	토큰ID의 소유권을 수신주소로 변경&전송
Transfer (전송)	ERC-20	발신주소, 수신주소, 전송량	발신주소에서 수신주소로 전송량만큼 전송
	ERC-721	발신주소, 수신주소, 토큰ID	권한 처리 후 토큰ID의 소유권을 수신주소로 변경한 후 토큰 전송
Burn (소각)	ERC-20	주소, 소각량	주소에서 소각할 양만큼 소각
	ERC-721	토큰ID	권한 처리 후 토큰ID의 소유자 정보를 삭제한 후 토큰 ID 소각

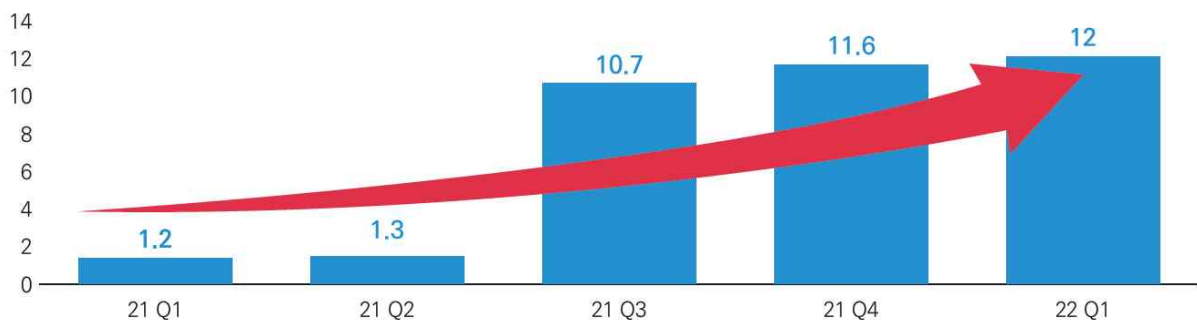
※ 자료 : Hexlant Research

설명, 이미지 링크 등)을 업로드하면 민팅이 진행되며, 앞서 사용자가 구매한 코인은 발행 수수료(Gas fee)로 부과된다. NFT 발행이 완료되면, 사용자의 지갑으로 고유값이 부여된 NFT 주소값이 전송되고 민팅 프로세스가 마무리된다.

3. NFT 시장동향

탈중앙 애플리케이션 데이터 플랫폼 'DappRadar'에 따르면, 2020년 불과 9천4백만 달러에 불과하던 글로벌 NFT 거래대금이 2021년 들어 약 248억 달러까지 솟구치면서 1년간 약 263배의 성장세를 보였다. 이는 2021년 상반기로 넘어오면서, 기성 예술가들이 NFT를 통해 미술, 음악 등의 작품을 출시하고 온라인 거래소를 통해 높은 가격으로 거래하는 것이 대세가 됨과 동시에 NFT에 대한 대중들의 관심도가 증가한 것이 반영된 것으로 파악된다.

(단위: USD Billion)

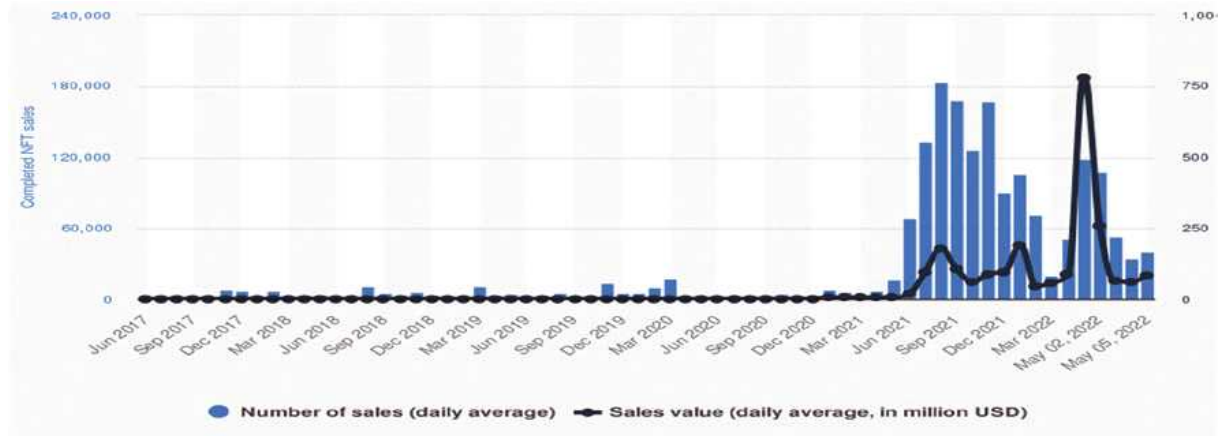


※ 출처: DappRadar, 정보통신기획평가원 재구성

[그림 1] 연도별 NFT 거래대금 규모 성장추이

2022년 3월에는 일 평균 거래량이 11만 8천 건, 거래대금은 7억 8천만 달러로 역사상 최고점을 달성하며 디지털 자산 NFT의 인기가 지속되는 듯했으나, 2022년 5월에는 일 평균 거래량이 4만 건, 거래대금이 8천 4백만 달러 수준으로 집계되면서 잠시 소강상태를 보이고 있는 추세다. 이는 미국을 비롯한 주요 국가들의 기준금리 인상과 긴축정책으로 인한 금융시장의 악화

와 위험자산을 회피하려는 심리가 극대화된 것이 원인으로 파악된다.



※ 출처: Statista

[그림 2] NFT 하루평균 거래대금 및 건수(2017-2022)

4. NFT가 만드는 디지털 비즈니스 생태계

NFT 생태계는 원천기술인 블록체인에서 시작하여 개발도구를 제공하는 플랫폼, 자산을 거래하는 디지털 자산 거래소, NFT 시장 데이터 조사 및 분석 기관, NFT 기반 콘텐츠 및 신사업 등 다양한 분야로 구성되어 있다. 기존의 중앙화된 기관에 의존하지 않고 재화나 콘텐츠를 생산하고 소비한다는 측면에서 무한한 가능성과 확장성을 보이고 있으며, 최근에는 기존 블록체인 전문기업뿐 아니라 빅테크 기업들과 스타트업 등에서도 NFT와의 결합을 통해 비즈니스 영역을 넓혀가고 있다. 이는 현실 세계에서만 수익 창출이 가능했던 과거와 달리, NFT를 활용해 가상 공간으로 확장하여 새로운 형태의 비즈니스 모델을 만들 수 있기 때문이다. NFT는 게임, 수집품, 미술품, 엔터테인먼트 등 여러 분야에서 활용되고 있으며, 본고에서는 각 산업 분야별 디지털 비즈니스 생태계를 이해해보고자 한다.

4.1 게임

기존의 게임에서는 개발사가 독점적으로 아이템, 게임머니 등을 발행하고 이는 자체 서버에서 운용되어 사용자는 사실상 게임 내에서만 재화에 대한 소유권 주장이 가능했다. 물론, 일부 게임 아이템을 법정화폐로 교환 및 판매하는 것이 가능하였으나, 이 또한 극히 제한적이었으며 이를 보증할 제도적 장치도 매우 미비했다. NFT 도입과 함께 사용자는 게임 내 디지털 자산(아이템, 캐릭터 등)에 대해 소유권을 부여받게 되었으며, 'P2E(Play to Earn)'라는 새로운 게임 장르가 등장하였다. 'P2E'는 말 그대로 사용자가 게임을 하면서 수익을 내는 새로운 게임의 패러다임으로 정의되며, 게임을 단순히 즐기는 것을 뛰어넘어 현실과 가상세계를 넘나들며 경제 활동에 기여할 수 있는 새로운 비즈니스 모델로 재탄생한 것이다.

특히 '엑시 인피니티'와 '미르 4'는 대표적인 'P2E' 기반 게임으로서 세계적 흥행을 이끌며 'P2E' 게임의 성공 가능성을 보여주었다. '엑시 인피니티'는 베트남 스타트업 '스카이 마비스(Sky Mavis)'가 만든 게임으로, '엑시'라는 몬스터를 구입해 던전을 돌고 플레이어들과 배틀을 벌여

승리하면 되는 단순한 구조다. 게임에서 승리할 경우 스무스러브포션(SLP)을 주는데, 이는 일종의 코인으로서 사용자는 이를 거래소에서 실제 화폐와 거래하여 돈을 벌 수 있다. 개발사 '스카이 마비스'는 게임 내부자산이 자유롭게 거래되는 미래를 확신하며, 게임 커뮤니티가 자체적으로 운영하는 게임을 개발하고 플레이어를 위한 경제적 자유를 이루는 것을 목표로 밝혔다. '미르 4'는 국내 게임사 '위메이드'가 출시한 글로벌 'P2E' 게임으로, 게임 내에서 획득한 흑철을 '드레이코'라는 코인으로 교환하고, 이를 다시 '위믹스' 코인으로 교환해 현금화가 가능한 구조로 설계되어 있다. 지난 2021년에만 3천억 원의 매출을 기록하며 미국, 유럽 등 글로벌 흥행에 성공한 국내 게임으로 자리잡았다. '위메이드'는 블록체인 시스템을 다른 게임에도 적용해 가상화폐 '위믹스'를 블록체인 게임의 기축통화로 확장할 것을 시도하고 있다. 2022년 말까지 100개 이상의 게임에 '위믹스'를 적용한다는 포부를 밝혔다.



※ 출처: 엑시 인피니티, 미르 4

[그림 3] P2E 게임 플레이 화면

이와 관련한 부정적 시각도 분명 존재한다. 위 예시에서 보듯이 일반적인 게임과 'P2E' 게임에는 큰 차이가 존재하지 않으며, 단지 블록체인 기술을 이용해 게임 내 자산을 사용자가 소유하여 현금화할 수 있는냐의 차이이다. 이로 인해 게임사와 이용자들은 수익성에 주목한 나머지 게임 자체의 재미를 잃고 있다는 지적이 잇따르고 있다. 게임에서 무엇보다 중요한 것은 게임 자체의 재미를 통해 완성도를 높여 경쟁력을 강화하는 것이며, P2E 등은 부가적인 콘텐츠로 활용하여 향후 더욱 발전된 게임 생태계를 조성하는 것이 필요해 보인다.

4.2 디지털 수집품

현실 세계에서든 기념주화, 우표, 희귀카드, 운동화 등 사람들이 관심과 흥미를 갖고 회자되는 수집품들은 보통 높은 물질적 가치를 갖는다. 이는 한정된 공급에 비해 늘어나는 수요로 인해 발생하는 희소성의 가치 때문이다. 그간 사람들은 현실 세계의 자산에만 희소성이 부여된다고 봤지만, NFT 기술이 등장한 이후 디지털 세계까지 그 범위가 확대되었다. 특히, NFT는 구매력이 높은 캐릭터, 스포츠, 역사적 순간 등과 결합되며 투자상품으로 주목받고 있다.

디지털 수집품 분야의 시초는 '크립토펙크(Cryptopunks)' 프로젝트라고 할 수 있다. 2017년 뉴욕 소프트웨어 회사 라바랩스가 개발한 이더리움 기반의 프로젝트로, 현재 NFT 프로젝트 중 가장 오래된 프로젝트로 알려져 있다. 크립토펙크 프로젝트는 가로·세로 24픽셀로 이뤄진 얼굴

이미지 아바타 총 10,000개를 발행하였다. 이들 아바타들은 서로 다른 외모와 스타일을 지니며 그 특성이 희귀할수록 높은 가치로 평가받게 된다. 2021년 6월 소더비 경매에서 크립토펙크 #7523이 1,100만 달러(한화 약 140억 원)에 거래가 되며 큰 화제가 되었다.

스포츠 시장에도 NFT가 도입되면서 새로운 시장기회를 창출하였다. 미국 프로 농구 연맹인 NBA는 블록체인 스타트업 'Dapper Labs'와 협력하여 '탑샷(Top Shot)' 서비스를 선보였다. 탑샷은 각 NBA 선수의 하이라이트 영상을 담은 라이브 카드를 NFT로 발행하여 마켓 플레이스에서 판매, 소비자들은 좋아하는 선수의 NFT를 구입하여 주요 장면을 소유할 수 있게 하였다. 탑샷은 2020년 서비스 오픈 이후 약 5개월 만에 3,600억 원의 매출을 달성하였으며, 그 중 르브론 제임스의 전설 카드는 한화 약 3억 원에 거래되는 기염을 토하였다.

이외에도 스페인 명문 축구 구단인 FC 바르셀로나도 클럽 역사의 명장면들을 담은 영상과 사진을 NFT로 발행하였으며, 이탈리아 명문 축구 구단 AC밀란도 암호화폐 거래소 '비트맥스(Bitmex)'와 손잡고 전설적 선수들이 담긴 한정판 NFT 시리즈 '본 투 리드(Born to Lead)'를 출시하였다. 국내에서는 한국프로축구연맹이 스포츠 블록체인 기업 '프로젝트 워드'와 업무협약을 맺었으며, 팬 활동 수준에 따라 K리그 선수의 NFT 카드 보상과 더불어 다양한 연계 혜택을 제공할 것이라고 밝혔다.

이외에도 역사적 순간을 담아낸 다양한 디지털 수집품 NFT가 세계적으로 큰 이목을 끌었다. 트위터 공동창업자인 잭 도시가 2006년 자신의 트위터 계정에 남긴 첫 트윗을 NFT로 발행하여 경매에 내놓은 것이 대표적인 사례이다. 이 NFT는 한화 약 36억 원에 거래되며 큰 화제가 되었으며 역사적으로 특별한 순간·사건을 NFT로 발행하였을 때 높은 물질적 가치가 부여된다는 것을 알려준 결정적 사건이 되었다.



※ 출처: 트위터

[그림 4] 잭도시의 트위터 역사상 첫 트윗

이외에도 국내 블록체인 스타트업 '22세기미디어'가 이세돌 9단이 알파고와의 바둑 대결에서 둔, '신의 한수'로 불리는 제4국 백 78수를 NFT로 발행하였다. 이 NFT에는 대국 당시 바둑판 위에 흑돌과 백돌이 차례로 놓이는 모습과 기보를 배경으로 이세돌의 사진, 서명 등이 담겼으며, 글로벌 NFT 거래소 '오픈씨(Opensea)' 경매 결과 한화 약 2억 5천만 원에 낙찰되었다.

4.3 미술품

시장조사기관 '아트 이코노믹스'에 따르면 최근 글로벌 아트 시장의 매출 규모는 (17년) 637억 달러→(18년) 677억 달러→ (19년) 644억 달러→(20년) 501억 달러로 성장이 정체되되는 추세이다. 게다가 미술품 시장은 전문성, 인지도, 수준 등이 철저하게 검증된 작가들의 작품들에 한해서 높은 부가가치를 부여하는 편향화된 모습을 보여 성장 가능성도 매우 낮아보였다. 하지만 NFT가 도입됨에 따라, 미술품 시장에는 새로운 바람이 불었다. 누구나 NFT를 발행할 수 있다는 점을 바탕으로 아마추어 작가, 일반인 등이 참여하여 자신의 미술품을 디지털 세상에 올리고 거래할 수 있는 환경이 마련된 것이다. 또한, 그간 미술품 시장이 소수의 부자들을 위한 전유물이었다면, NFT 미술품은 저렴한 비용으로 누구나 손쉽게 구매할 수 있어 대중들의 적극적인 참여를 이끌어낼 수 있는 동인이 되었다.

대표적으로 2021년 크리스티 온라인 경매에서 디지털 예술가 비플의 작품 'Everydays: The First 5000 Days' NFT가 무려 6천9백만 달러에 거래된 사례가 있었다. 이후 에드워드 소노든의 '스테이프리(Stay Free)'가 540만 달러에 낙찰되고, 마이카도빅의 '리플리게이터(Replicator)'가 410만 달러에 낙찰되는 등 NFT 미술품에 대한 관심이 점차 고조되었다.



※ 출처: Beeple

[그림 5] 비플의 'Everydays: The First 5000 Days'

하지만, 미술품을 NFT로 발행한다고 해서 무조건적인 가치가 생기는 것은 아니다. 그간 미술품들은 기술적 가치(도구, 재질 등)보다는 작가의 명성, 미학적 가치, 역사적 의미 등을 중점적으로 평가해왔다. NFT 미술품 역시 기존의 방식과 크게 다르지 않지만, NFT라는 기술을 앞세워 작품이 무분별하게 발행됨에 따라 여러 부작용도 발생하고 있다. 따라서 NFT 미술품에 대한 무조건적인 투자는 지양해야하며, 그 작품의 뒤에 숨겨진 의미와 가치를 찾아 좋은 작품을 선별하는 것이 무엇보다 중요하다고 할 것이다.

<표3> 기존 미술품과 NFT 미술품 비교

구분	기존 미술품	NFT 미술품
거래화폐	현금	가상화폐(이더리움 등)
거래방식	갤러리·경매·아트페어	경매·NFT 거래소(오픈씨 등)
구매 수수료	15~25%(경매), 10~50%(갤러리)	2.5%(오픈씨)
가치 상승요인	미술사(史)와 전문가 평가	밈(meme)유행, 커뮤니티 평가
단점	작품 파손과 보존 어려움	가상화폐의 불안정성
매도 난이도	상	중·하

※ 자료 : Hexlant Research

4.4 엔터테인먼트

그간 엔터테인먼트사의 수익 구조는 아티스트의 음원, 음반, 매니지먼트, 콘서트 등의 매출과 이익을 기반으로 한 단방향 수동적인 형태를 보여 왔다. 이는 결국 아티스트의 활동성에 따라 실적이 천차만별로 좌우되는 비즈니스 모델 구조로, 팬데믹이나 멤버의 군입대, 음원 연기 등 내외부 환경 변화에 상당히 취약하다.

NFT 도입과 함께 엔터사는 일명 '팬덤'이라고 불리는 무형자산을 담아낼 수 있게 되었다. 엔터사는 아티스트의 음반, 사진, 굿즈 등 다양한 상품들을 NFT로 발행하여 판매할 수 있게 되었으며, 팬들은 내재가치가 있는 아티스트들의 NFT를 소장할 수 있게 됐다. 이는 양측 모두에게 이득이 되는 '팬덤 이코노미' 구조가 형성된 것이다. 이외에도 팬덤 활동을 정량적으로 측정할 수 있는 지표로 NFT를 활용할 수 있으며, 이에 대한 보상으로 콘서트 티켓, 멤버십 회원권 등을 제공해준다면 아티스트에 대한 충성도 및 팬심은 더욱 증가할 것으로 기대된다. 또한, 가상세계 속 '팬덤'에는 국경이 존재하지 않아 대규모 팬덤 유입이 가능해질 것이다. 가상세계 속에서 여러 국가들의 '팬덤'을 모을 수 있다면, 외적 변수에 따른 실적의 변동성 또한 낮아질 것이다. 현재 하이브, SM, JYP, YG 등 국내 엔터사들은 서둘러 NFT와의 결합을 추진하며 각사의 경쟁력을 보여 줄 수 있는 비즈니스 모델을 개발하고 있다.

하지만 엔터사 역시 NFT로 팬들에게 과중한 과금을 유도하려는 것 아니냐는 부정적인 시각을 피할 수는 없었다. 엔터사와 팬덤이 서로 소통하고 합의점을 찾는 등 가상세계 속 엔터테인먼트 비즈니스 모델에 대한 신중한 접근이 필요해 보인다.

4.5 기타

앞서 소개한 분야 외에도 NFT는 패션, 헬스케어, 부동산 등 수많은 분야에서 활용되고 있다. 패션시장은 최근 NFT를 새로운 트렌드의 한 축으로 보고 있으며, 구찌, 나이키, 아디다스, 발렌시아가 등 명품 패션 브랜드들 역시 NFT 시장에 속속히 뛰어들고 있다. 디지털 물품의 자산화가 가능해지면서 패션 기업들은 가상세계 속 패션 브랜드의 입지를 공고히 해 부가가치를 창출하려 하고 있다. 이외에도 잠재적 고객 확보, 간접홍보, 즉각적인 피드백 개선 등 가상세계만의 다양한 장점들이 패션 시장의 새로운 진화를 이끌어냈다는 평가가 이어지고 있다.

헬스케어 시장에도 NFT가 적극 도입되어 활용되고 있다. 헬스케어 플랫폼 기업인 'Aimedix'는

세계 최초로 의료 및 과학 NFT 헬스케어 플랫폼을 구축하였다. 의료 데이터를 NFT로 발행하여 NFT 마켓플레이스에서 사용되거나 판매될 때마다, 데이터 제공자에게 일정 부분 수익을 제공한다. 의료 데이터를 NFT로 발행함으로써 누구나 일정한 형태의 의료 데이터를 생성할 수 있게 되었으며, 데이터의 이동 경로를 추적하여 누가 어떻게 의료기록을 사용하는지도 알 수 있게 되었다.

이외에도 가상세계 속 나만의 공간을 소유할 수 있는 부동산 분야에서도 NFT가 활용되고 있다. 대표적으로 더 샌드박스(The Sandbox), 디센트럴랜드(Decentraland), 크립토펙셀(Cryptovoxels), 솜니움 스페이스(Somnium Space), 인그레스(Ingress), 어스2(Earth2) 등 메타버스 플랫폼이 가상 부동산 서비스를 출시하였다. 가상세계 속 나만의 공간을 소유하기 위한 거래 및 시장 규모는 나날이 확대되고 있다. 직접 살지도 못하는 공간임에도 불구하고, 최근 2030세대가 가상공간 내에서도 자신만의 공간을 갖고 싶어 하는 투자심리가 강한 것이 가상 부동산이 주목받는 원인으로 판단된다. 또한, 부동산 NFT는 단순히 판매에 그치지 않고 가상세계 속에서 임대 등을 통해 추가 수입을 거둘 수 있기 때문에, 더욱 매력적인 투자 상품으로 인기가 높다.

5. 맺음말

우리는 앞선 여러 사례들을 통해 NFT가 가진 무한한 잠재력을 보았다. 하지만 이를 불신하는 시선 또한 분명 존재하는 것이 사실이다. 그간 기존 산업에 NFT를 붙였다는 이유만으로 기업의 주가, 자산 가격이 솟구치는 일이 빈번하게 일어났기 때문이다. 그럼에도 불구하고, NFT를 통해 기업들은 보유하고 있는 무형자산이 기업의 가치에 귀속될 수 있는 기반을 마련하였다. 또한, 가상자산의 가치화를 통해 다양한 신사업을 모색하고 기존 사업에서의 영향력을 확대할 수 있게 되었다.

글로벌 시장조사업체인 'MarketsandMarkets'가 2022년 5월 발간한 'NFT 시장 전망 리포트'에 따르면, 글로벌 NFT 시장은 연평균 35% 성장하여 2027년까지 136억 달러(한화 약 17조 9천억 원) 규모로 확장될 것으로 예측된다. 점차 규모가 증가하고 있는 NFT 시장에서 안정적이고 신뢰도 높은 환경을 구축하기 위해서는 기업과 소비자 그리고 정부 모두가 나서서 노력해야 할 것이다.

기업과 소비자들은 NFT를 둘러싼 비즈니스 모델에 대해 명확하게 이해해야 할 것이다. NFT 산업은 이제 막 시작 단계에 접어들었고, 전 산업에서 무분별하게 NFT 시장에 진출한다고 선언한 바 진정한 옥석을 가려내기 어렵다. 따라서 NFT와 접목된 다양한 산업 생태계와 비즈니스 모델에 대한 충분한 이해를 갖는 것이 기업과 소비자들 모두에게 중요할 것이다. 그리고 정부 차원에서는 과도한 가격 상승과 NFT 관련 디지털 범죄를 예방하기 위한 규제 및 가이드라인 정립 등 안정적으로 NFT 산업을 이어나가기 위한 정책적 뒷받침이 필요할 것이다.

우리나라는 K-콘텐츠, 문화산업, 게임 등 다양한 산업 분야에서 글로벌 경쟁력을 보유하고 있다. 향후 NFT 및 연계 사업을 바탕으로 디지털 경제를 선도하는 국가로 발돋움하길 기대해본다.

[참고문헌]

- [1] 성종화. '메타버스, NFT가 펼치는 미래혁신 세계', 이베스트투자증권, 산업분석, `21.11
- [2] 신석영. '메타버스의 핵심, NFT와 가상경제', 하나금융그룹, Emerging Tech & Biz, `21.08
- [3] 민경식. 'NFT 기술의 이해와 활용, 한계점 분석', 한국인터넷진흥원, KISA Insight, `21.09
- [4] 노경탁. 'NFT 메가트렌드가 될 것인가', 유진투자증권, Initiate: Internet, `21.10
- [5] 최재식. 'NFT 기술 및 정책 동향과 법률적 쟁점', 한국지식재산연구원, IP Focus, `21.12
- [6] 이기훈. 'NFT에 담아낼 ARMY의 가치', 하나금융그룹, Equity Research, `21.11
- [7] MIT Technology review, 'NFT가 도대체 뭐야?', 블록체인·컴퓨팅, `21.04,
<https://www.technologyreview.kr/what-is-nft/>
- [8] 홍기훈. 'NFT 미래수업(책)', 한국경제신문(출판), `22.03

※ 출처: TTA 저널 제203호