



예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 스팟 리포트타주

취재 및 사진 : 이성재 (트렌드 리서처)

자료제공: ㈜피싱트리



피싱트리 (fishingtree)

새로운 사용성과 체험을
만나게 하는 증강현실

피싱트리 (회사 소개)

사업분야 : 영상물 제작, 온라인 광고대행, AR, Web design

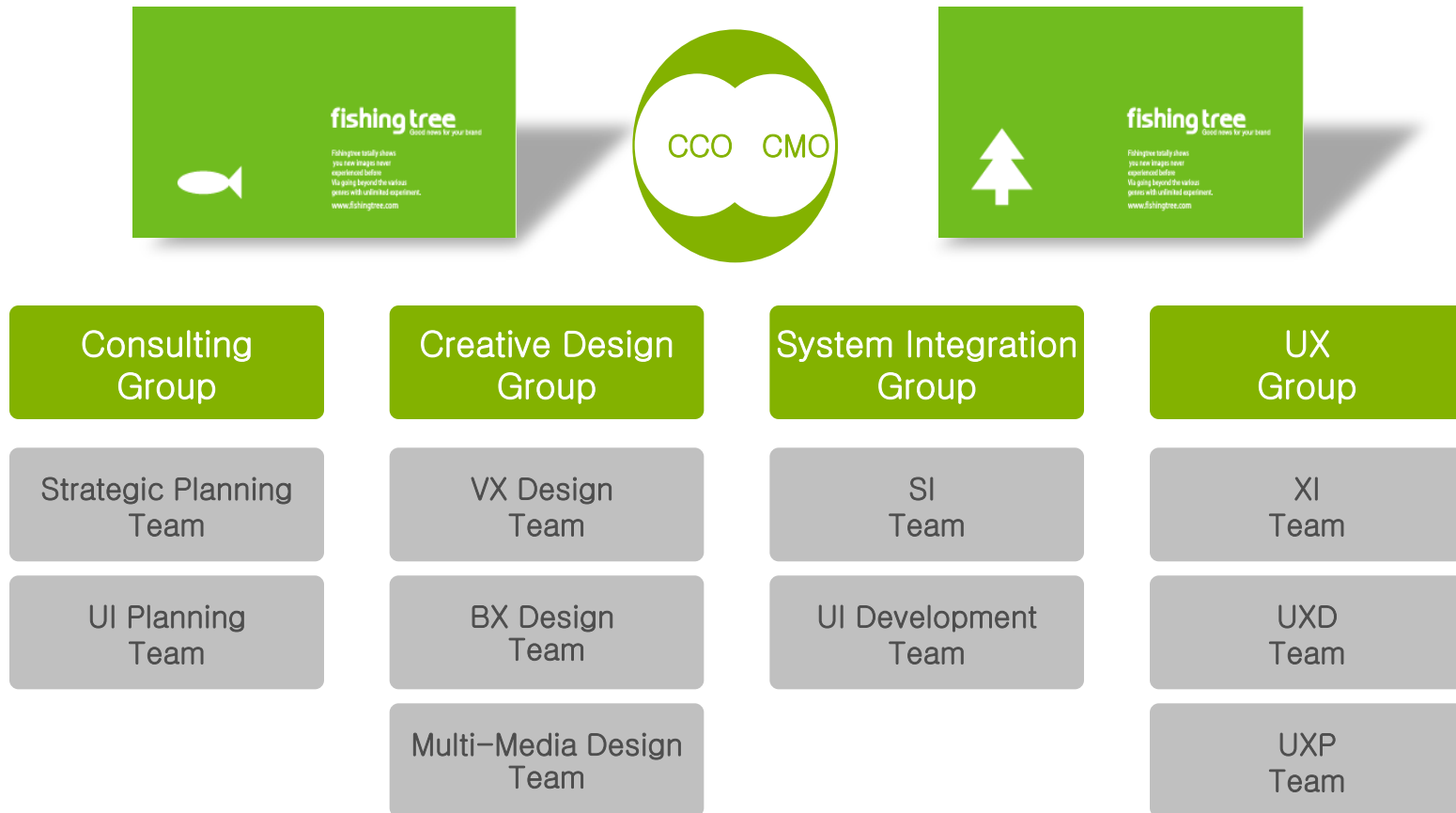
‘마케팅 전략이 강한 회사는 크리에이티브나 디자인이 약한 경우가 많고 크리에이티브나 디자인이 강한 회사는 마케팅 역량이 아쉬운 경우가 흔합니다. 순발력이 강한 회사는 체계성과 프로세스가, 프로세스가 강한 회사는 순발력이 부족하기도 합니다. 전략과 크리에이티브 두 가지를 모두 충족시키고자 하는 의지가 상상력을 상징하는 fish와 전략을 상징하는 tree를 만나게 했습니다. 이질적인 두 가지의 조화는 피싱트리의 슬로건이 아니라 경영방침이며 업무체계입니다.

혁신성을 창조해내는 기술적인 자신감과 도전의지입니다. 구태여 3D나 flex 같은 tool을 내세우기보다는 새로운 사용성과 체험을 만들어내기 위한 튼튼한 조직과 시스템입니다. 그리고 폭넓은 시각으로 브랜드를 보는 관점입니다. 단순히 웹사이트의 구현이나 온라인광고, 마케팅이 아니라 그것들이 ATL의 메시지를 온전히 재해석하고 확산할 수 있는 체계를 만들어가는, Campaign Director가 지휘하는 시스템입니다.’ -㈜ 피싱트리-



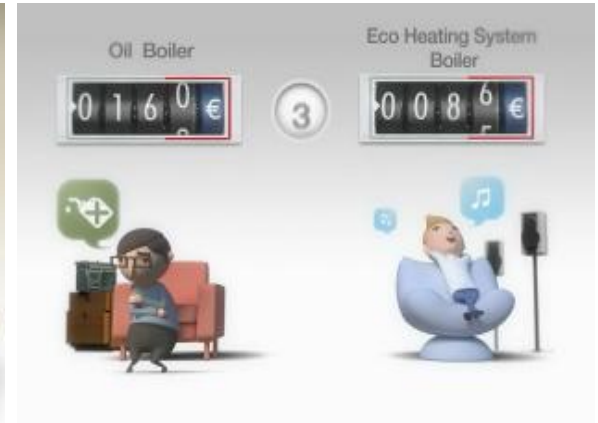
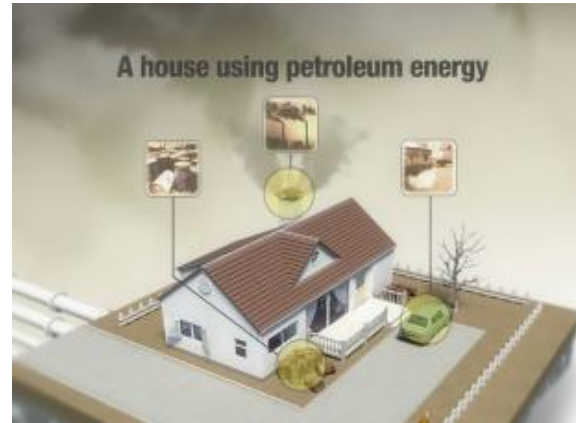
내부조직구성

논리의 율을 아름답게 피우는 Logical한 조직 Tree Part와 상상하는 어디로나 자유로운 율영을 즐기는 Emotional한 조직 Fish Part로 구성되어있습니다.



사업소개-1

삼성전자 생활가전 EHS 홍보영상



영상 보기
출처 및 자료제공 : ㈜피싱트리

<http://serviceapi.nmv.naver.com/flash/NFPlayer.swf?vid=7660571FE435B4324539C3BA7760E77FA4EE&outKey=V1259e21084ca690ff49bd0d35e98ea296cc104960767da59e65ad0d35e98ea296cc1>

사업소개-2

삼성 프린팅 사업부 홍보 영상



영상 보기
출처 및 자료제공 : ㈜피싱트리

<http://serviceapi.nmv.naver.com/flash/NFPlayer.swf?vid=E436C5ACC18354A9EA79977D5A4B782B3374&outKey=V124ada0c7e9c37c61980b22d545f84265d59291174dec560c936b22d545f84265d59>



사업소개-3

삼성 프린팅 사업부 홍보 영상



사업소개-4

삼성전자 에어컨 홍보 영상



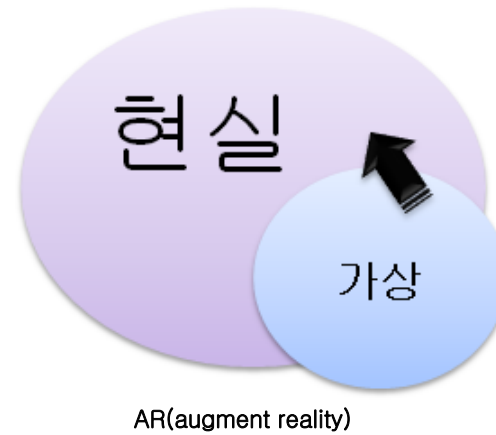
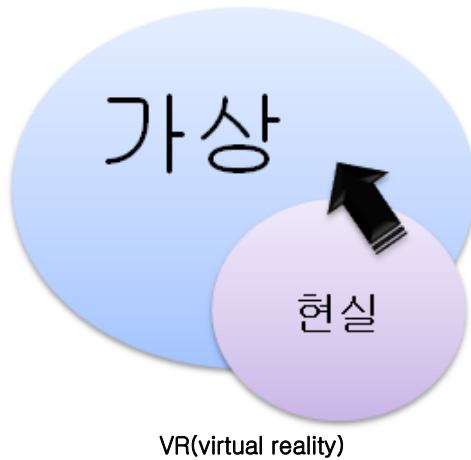
영상 보기
출처 및 자료제공 : ㈜피싱트리

<http://serviceapi.nmv.naver.com/flash/NFPlayer.swf?vid=4DFA85F0AE556D29DF5FCE4E1200F7E34717&utKey=V1221066b4bc0169c6e9577c6366d17de7a52233d2d195807ed8a77c6366d17de7a52>

사업소개-5

금호타이어 해외 홍보 영상





VR (virtual reality 가상현실)과 AR (augmented reality 증강현실)

VR과 AR은 가상의 3D오브제로 표현 한다는 점에서는 비슷한 면이 있으나 개념적인 면에서 큰 차이점을 보인다. 피싱트리에서 집중하고 있는 AR은 현실 속에 가상을 밀어 넣는 개념의 표현 방식이다. 가상현실은 가상공간 안에서 현실처럼 세계를 모사하며, 표현 하는 기술을 말한다. 이에 반하여 증강현실은 가상의 오브제와 현실의 물체가 만나 서로 상호작용을 일으키는 기술을 말한다. 또한 가상공간에만 머물러 있었던 표현의 한계를 넘어설 수 있다는 시사점이 크다.

AR 사업 진행 분야

- 교육분야에서의 시도가 높아지고 있음(유아 및 어린이 교육)
- 게임 업계
- 마케팅, 온라인 판촉 및 홍보
- 전시 및 미술관



현대 자동차 모터쇼

현대자동차의 2009 서울 모터쇼의 전시컨셉은 자연과 인간의 조화였다.이러한 컨셉 메시지를 영상물이나 웹디자인으로도 표현 하지만, 인간과 자연이 현대자동차의 하이브리드 아반테 차량이라는 매개를 통해 직접 체험해보도록 하는 것이 AR의 개발컨셉 이었다.



반다이 가면라이더 덴오

반다이에서 출시한 가면라이더 덴오의 무기 완구들은 어린이들로 하여금 실제 무기를 장착하고 뽐내보는 체험을 한다면 구매욕구 가 상승할 것이라는 전제하에 AR체험 프로모션을 기획하게 되었다. 실제로 어린이 뿐 아니라 많은 부모님들도 이 즐거운 체험을 통해 자녀들과 함께 즐거운 시간을 보냈으며 수동적인 정보전달이라는 웹의 한계를 AR을 통해 뛰어넘은 귀중한 사례를 만들 수 있었다.



AR 콘텐츠 개발 과정

1. **기획** : 웹AR 기획자는 3D 영상 제작 사전단계작업을 위한 기획을 하게 됩니다. 사용자 프로파일을 분석하여, 사용자가 흥미로워 할 3D 를 설계하게 된다. 3D 는 자동차 나 비행기와 같은 3차원 모델일수도 있고, 움직임을 줄 수도 있다.
2. **디자인** : 디자이너가 3D 모델의 기초 디자인을 하게 됩니다. 3D 모델이 출시예정인 자동차라면, CAD 데이터 등으로 3D 모델을 작업할 수도 있다.
3. **3D 모델링** : 3D CAD 데이터 또는 디자인/일러스트 등을 통해 3D 모델을 하는 작업입니다. 3D 모델링은 시간이 많이 걸리고, 가장 어려운 작업이다.
4. **플래시 및 개발 제작** : 마커와 3D 모델간의 맵핑을 담당하는 작업이며, ActionScript 3.0 을 사용한다.



[제품 분석 과정]



[제품 3D 모델링 과정]



[데트트과정]

피싱트리에서 바라보는 AR의 시장성

AR 상품화의 핵심은 왜 비현실을 현실과 결합하여 보는가에 대한 해답에 있습니다. 만일 가발의 360도 뷰를 원하는 것이라면 그것을 실현하는 기술로는 VR이 이미 있습니다. 그러나 내 얼굴과 가발을 결합해서 봐야 한다면 그것은 VR만으로는 불가능하다. ‘내 얼굴’이라는 현실과 ‘가발’라는 비현실이 결합되는 니즈가 생기는 순간 AR의 당위성이 충족된다는 것. 가면라이더 덴오의 AR사례 역시 ‘내 동작(포즈)’이라는 현실과 ‘가면라이더의 무기’라는 비현실이 충족되었기에 상품화가 가능한 것이었다. 많은 AR들이 실험단계에 그치고 마는 것은 이러한 시장의 니즈와 새롭게 ‘쓸모’를 발견하는 통찰이 적절히 맞아떨어지지 못했기 때문이며 또한 컴퓨터와 인터넷 환경이라는 공간제약을 벗어나 모바일과 결합하면 여러가지 ‘쓸모’들이 등장하게 된다. AR이라는 기술은 먼저 대중에게 알려지는 절대시간을 벗어나는 순간 수많은 아이디어들의 격전장이 될 것이며, 그것이 빠른 속도로 기존의 시장을 대체하며 폭발해 나갈 것임을 피싱트리는 확신한다.



©한국공식지사 LISOPHE

박종성/ 공동대표 / Chief Creative Director

- 성균관대학교 시각디자인과 졸업
- 동양제과 패키지 디자인팀
- 디자인파크 / Art Director
- 디자인블루 멀티미디어 사업부디자인총괄/
Creative Director
- 월간 웹선정 '2005 대한민국10대 아트디렉터'
- 굿 디자인웹2005~ 심사위원
- 2006년 웹어워드 최고평가위원
- 경기문화재단디자인부문자문위원
- 서울시해외홍보디자인자문



©한국공식지사 LISOPHE

윤주협/ 공동대표/ Chief Project Manager

- 서울예술대학 광고창작과 졸업
- ㈜세종문화기획실
- 프리랜스 카피라이터
- 아이러브스쿨 마케팅팀
- 디자인블루멀티미디어사업부기획총괄
- 저서: '기분좋게 속여라 성공웹 카피전략'
'더기분좋게 속여라' '웹 카피전략2.0'
- 디자인 정글컬럼 '웹카피발전소' 연재(종료)
- 월간웹(월간웹) '이달의 웹카피' 연재(종료)
- 덕성여대, 숙명여대 등 웹크리에이티브 및
웹카피다수 출강