

기업 차원의 3D 비주얼라이제이션과 모바일



박수진

라이트커넥트코리아 대표, sjpark@rckorea.net

대학원에서 파괴역학을 전공하고 CAE/CAD/PLM 컨설턴트로서 그린벨시스템즈, MSC소프트웨어, PTC코리아를 거쳤다. PTC 근무 당시 최초의 컨설턴트 리더로서 여성 임원을 지냈다. 오랜 업계 경력을 통해 3D 비주얼라이제이션에 대한 기업의 트렌드를 일찍이 읽은 박수진 대표는 2011년에 라이트커넥트코리아를 창업하고 SAP에서 인수하기 전부터 이미 국내에 3D 비주얼라이제이션 솔루션과 비전을 소개해 왔다.

“앞으로 비주얼 시대입니다. 소비자는 물론이고 기업 업무와 생산 현장에서도 텍스트가 아닌 동영상과 효율적으로 제품을 확인할 수 있는 3차원 비주얼라이제이션이 대세입니다. 비주얼 커뮤니케이션은 일시적인 유행이 아닌 패러다임을 바꿀 수 있는 큰 흐름입니다. 그리고 현재 빠르게 진행이 되고 있는 추세입니다.”

지난 해 어느 미디어를 통한 인터뷰에서 언급했던 내용이다. 불과 1년도 채 지나지 않은 현재는 또 다른 모습이다. 달라진 것은 ‘앞으로가 비주얼 시대가 아니라, 지금이 바로 비주얼 시대라는 것’이다. 이렇게 비주얼라이제이션(Visualization)의 중요성은 급속도로 기업에 침투하고 있다. ‘언젠가는...’ 필요한 것이 아니라, 지금 필요한 것이 바로 3D 비주얼라이제이션 경쟁력이 되었다.

최근 흔히 접할 수 있는 신제품 출시에 대한 기사들처럼 제조업에서는 신제품 출시 이전부터 다음 모델 개발에 대한 계획을 가지고 있다. 개발, 생산 주기가 이렇게 빨라진 것은 기술과 제품에 대한 습득과 적응이 빨라진 소비자들이 점점 더 새로운 것에 대한 욕구가 강해지고 있기 때문이다. 이러한 고객의 욕구에 발맞추기 위해 기업도 발빠르게 움직이고 있다. 개발 단계에서부터 영업/마케팅 그리고 애프터서비스(A/S), 유지관리까지의 시스템을 통합하고 통합된 데이터를 사용하여 출시 주기를 단축시키고 있는 것이다.

출시 주기를 단축시키는 것은 좋은데, 과연 개발 단계에서부터 애프터서비스까지의 전체 프로세스에서 통합된 데이터를 사용하는 것이 가능할까?

실제 발빠른 기업들은 이미 그렇게 사용하면서 효과를 보고 있다. 개발 단계에서 만들어진 3D 데이터가 경량화 되어 전체 프로세스 상에서 활용되는 것이다. 머지 않아 집에서 사용하는 전자제품의 A/S를 위해 방문한 담당자가 모바일 상에서 3D 기반 매뉴얼을 참고하여 서비스를 하는 것을 목격할 것이다. 뿐만 아니라, 우리는 이제 온라인 쇼핑에서도 3D 비주얼라이제이션 기술을 어렵지 않게 찾아 볼 수 있을 것이다. 원하는 재질과 컬러를 선택하여 웹 상에서 3D 시뮬레이션을 통해 모델을 확인하고 제품을 구매할 수 있기 때문이다. 여기서 중요한 것은 기존에는 이러한 것을 위해 별도의 고해상도 그래픽을 비싼 값에 만들어야 했다면 이제는 개발 단계에서의 3D CAD 데이터만으로도 가능해진다는 점이다. 연구개발 단계에서만 이루어지던 3D의 혁신이 이제 소비자의 안방에까지 찾아가게 되는 것이다. 이것이 바로 비주얼 시대의 새로운 패러다임인 것이다.

이러한 트렌드를 일찍이 읽은 SAP는 이미 기업에게 새로운 패러다임 혁신 전략을 제안하고 있다. 단일 플랫폼에서 경량화된 3D 제품 데이터를 활용하는 것은 물론이고 빅데이터 하나 플랫폼에서도 3D 제품 데이터를 활용할 수 있게 되었다. 라이트커넥트코리아는 이미 SAP와 함께 기업의 3D 비주얼 커뮤니케이션 전략을 제시하고 있지만, 앞으로는 단순히 보는 3D가 아닌 직접 만지고 체험해 보는 3D 비주얼의 시대를 열기 위해 더욱 고군분투할 것이다.