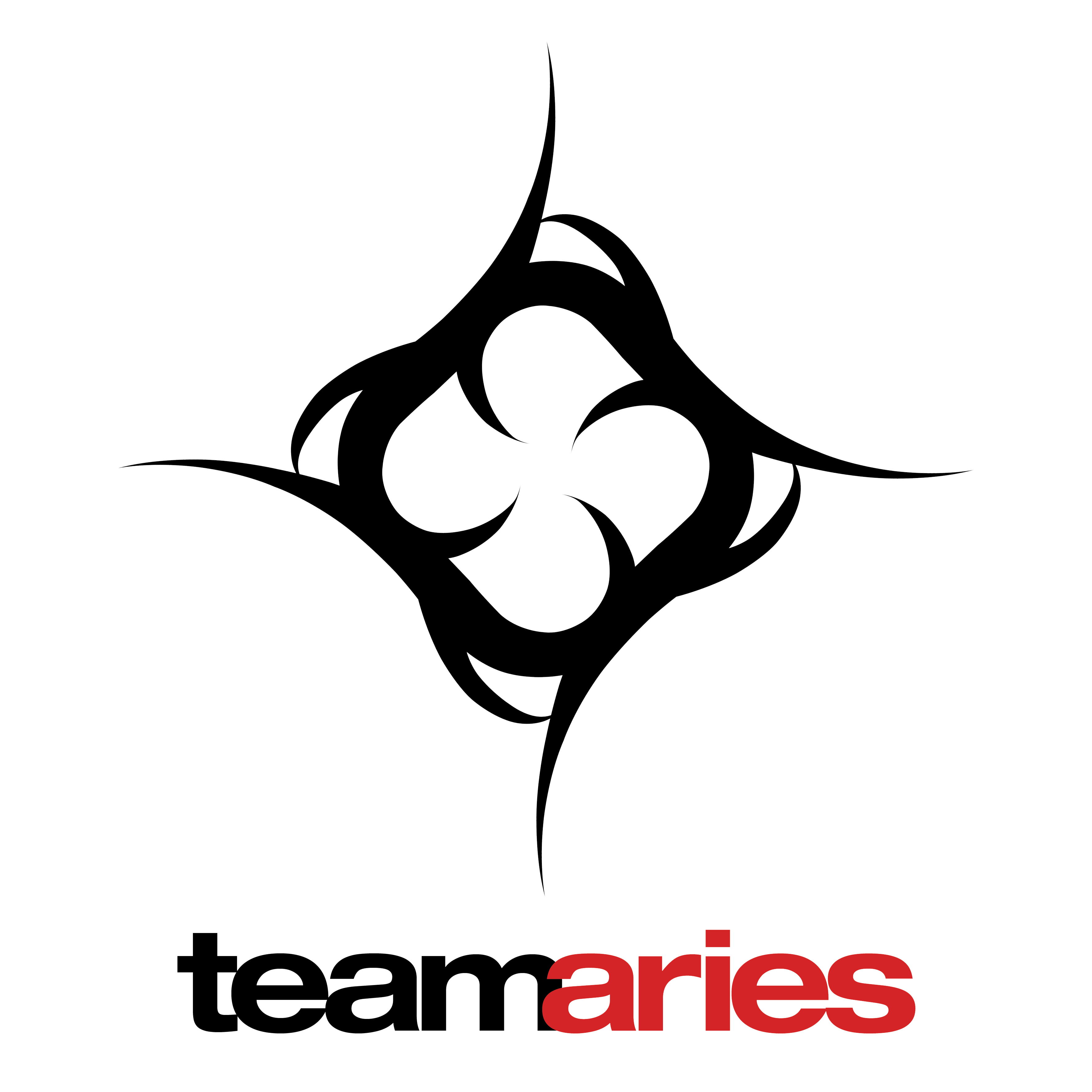
**○○○시스템㈜ IT연구소 팀 에어리즈**

****

**2007-2008 사업계획서**

**○○○, ○○○, ○○○, ○○○**

**아이지**

**차례**

1. **팀 소개**
   1. **에어리즈 소개**

팀 에어리즈는 2005년 한국 디지털미디어고등학교를 다니는 4명의 학생들이 의기 투합을 하여 만든 팀으로, 고등학교때 주로 게임개발에 대한 동아리 활동을 하면서 게임개발을 해보자는 생각으로 2005년 말 대학 진학 후 4명의 학생들이 만든 팀이다.

* 1. **팀 이름 유래**

에어리즈(Aries)라는 팀 이름의 유래는 별자리인 황도 십이궁 중 백양궁(양자리)를 뜻하는 라틴어 이름이다. 백양궁은 예부터 4대 원소 중 불을 상징해 왔고, 운동과 창조를 뜻하여 젊고 진취적이며 창의적인 팀의 이미지와 부합된다. 또한 백양궁은 창조의 열, 태양 에너지의 변신, "제1원소", 미분화, 새벽을 상징하여 순수한 열정을 갖고 새로운 발걸음을 내딛는 우리 팀을 매우 잘 상징하는 이름이다.



|  |
| --- |
| 전통적으로 양자리(Aries)를 뜻하는 마크를 변형하여  초기 멤버가 네 명임을 상징하는 네 개의 마크를  원형으로 둥글게 모아 멤버간의 유대감과 화합을 표현하였다.  동시에 밖으로 뻗어나가는 네 개의 가지는  창대한 목표와 진취적인 생각, 무한히 발현되는 창의력을 상징한다. |

* 1. **팀 구성원 소개**

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| 생 년 월 일 |  |
| 주 소 |  |
| 담 당 분 야 | 툴, 서버 개발 (리드 프로그래머) |
| 최 종 학 력 | 아주대학교 정보 및 컴퓨터공학부 재학 |
| 주요 이력사항 | * **개발 소프트웨어**   1) 시스템 레지스트리 최적화 소프트웨어 개발  2) 작업 효율 향상을 위한 다기능 메신저 개발  3) 인터넷 메신저 자동응답 소프트웨어 개발  4) 서버 인증 불법복제 방지 시스템 개발  5) Mobile To PC 원격제어 소프트웨어 개발  6) 무인설치 프로그램 제작 소프트웨어 개발  7) 악보 자동인식 모바일 노래방 제작 소프트웨어 개발  8) 스크립트 기반 Macro 소프트웨어 개발  9) 자동 OCX&DLL 검색, 다운로드 소프트웨어 개발  10) 2D 게임 개발을 위한 다기능 맵 에디터 개발  11) 음성인식 컴퓨터 비서 시스템 개발  12) PDA를 이용한 프레젠테이션 포인터 소프트웨어 개발  13) PDA 카메라를 이용한 영어 사전 개발  외 다수 개발   * **수상 실적**   1) 2005 대한민국 소프트웨어 공모대전 금상(학생부 1위)  2) 제 22회 한국정보올림피아드 공모부문 금상  3) 제 2회 경기도 비즈쿨 페스티벌 아이템부문 대상  4) 2005 KAIST Computing Festival 은상(고등부 1위)  5) 제 4회 전국 고등학생컴퓨터작품경진대회 최우수상  6) 제 5회 광주시 홈페이지 제작 경진대회 금상  7) 제 21회 한국정보올림피아드 공모부문 동상  8) 2005년 경기도 컴퓨터 꿈나무 표창  9) 제 20회 한국정보올림피아드 공모부문 장려상   * **기타 이력**   1) Softexpo 2005 & DCF 소프트비전 관 전시  2) 한국정보기술전문가협회 12월 조찬 세미나 발표  3) 각종 언론 및 방송 30여 차례 보도 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| 생 년 월 일 |  |
| 주 소 |  |
| 담 당 분 야 | 게임 시스템 설계 및 총 기획 (리드 게임 디자이너) |
| 최 종 학 력 | 중앙대학교(서울) 전자전기공학부 휴학 |
| 주요 이력사항 | * **게임 개발 경력**   ․ 1999년 개인 슈팅 게임 SPACE BATTLE 제작  ․ 2002년 개인 아케이드 게임 제작  ․ 2002년 개인 슈팅 게임 NEO SPACE BATTLE 제작  ․ 2003년 팀 RPG 게임 엔젤릭 어드벤쳐 제작  ․ 2004년 팀 RPG 게임 펜시 포레스트 제작  ․ 2004년 개인 슈팅 게임 ESPER 제작   * **수상 실적**   ․ 성균관대학교 주최 제 4회 게임개발경진대회 장려상 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| 생 년 월 일 |  |
| 주 소 |  |
| 담 당 분 야 | 팀장, 마케팅, 고객 서비스, 프로젝트 관리  ( Chief Customer Officer & Team Manager) |
| 최 종 학 력 | 중앙대학교(서울) 컴퓨터공학부 휴학 |
| 주요 이력사항 | * **주요 진행/개발 프로젝트**   - 1998년 scwz 웹 매거진 사이트 제작. Top700 랭킹 항시 20위권. 일일 방문자 5백명 유지. 약 2년 운영  - 2000년 xwebzine 통합 웹 매거진 솔루션. 사업계획서 작성 후 당시 학생이란 신분으로 사업진출 제한  - r\_mania ,personal ayu 등 팬 사이트 다수 제작  - 2004년 팀 RPG 게임 HARAN 프로그래밍  - 2005년 팀 RPG 게임 Fancy Forest 제작   * **수상 실적**   - 제20회 안산시 정보올림피아드 경시부문 동상  - 제20회 경기도 정보올림피아드 경시부문 장려상  - 한국디자인진흥원 주최 제1회 국가상징디자인공모전특선  - 제11회 경기도컴퓨터경시대회 프로그래밍부문 장려상  - 제14회 전국컴퓨터경시대회 프로그래밍부문 장려상  - 제21회 안산시 정보올림피아드 경시부문 은상  - 제21회 경기도 정보올림피아드 경시부문 동상  - 제10회 서울시컴퓨터경시대회 프로그래밍부문 장려상  - 제15회 전국컴퓨터경시대회 프로그래밍부문 동상   * **기타 경력**   1) 2002 호주 알고리즘 캠프 1개월  2) 2002 북한강호텔 알고리즘 캠프 1개월 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| 생 년 월 일 |  |
| 주 소 |  |
| 담 당 분 야 | 기획, 그래픽 관련 전분야, 사운드 |
| 최 종 학 력 | 홍익대학교(서울) 건축대학 실내건축학 전공 휴학 |
| 주요 이력사항 | * 포트폴리오   1) 금오중학교 홈페이지 제작  2) MNM MAGIC ACADEMY 홈페이지 제작   * 수상실적   1) 2003 KOREA WEB CONTEST 장려상  2) 2003 SK주최 CONTEST21 심사위원 특별상   * 기타 경력   1) 2003 한국정보통신대학교 영재동아리 3기 겨울캠프 참가  2) 2004 한국정보통신대학교 영재동아리 3기 여름캠프 참가  3) 한국정보통신대학교 영재동아리 3기 한국디지털미디어고등학교 최고성적  4) 게임 ESPER 인터페이스 디자인  5) 디자인 팀 Vintage Market 활동 |

1. **게임 성격**

가제 : GENESIS ONLINE

**A. 게임의 기본 컨셉(개요)**

- 신이 되어 자신만의 세계를 만든다.

- 자신만의 종족을 만들어 생활하게 한다.

- 자신의 영토를 늘리고 가꾼다.

- 다른 신들과 경쟁한다.

- 경영/전략/RPG/건설/시뮬레이션 등의 복합적인 장르로 이루어진다.

- Full 3D 로 구성된다.

**B. 게임의 특징 및 장점**

이 게임의 특징으로는 여태까지 온라인화 되지 않았던 형태의 게임이라는 점이다. 전략/경영/건설/RPG 등의 요소로 이루어진 게임으로 다양한 유저 층을 만족시키고 게임 내에서 유저가 할 수 있는 상호작용적 요소를 늘림으로써 쉽게 질리지 않도록 한다.

또 RTS( Realtime Simulation ), 흔히 전략 시뮬레이션이라고 불리는 형태의 전투 시스템을 사용함으로써 가장 자주 사용되는 전투 시스템이 반복적이고 획일적인 형태를 벗어나 자신의 권속과 권능, 필드, 유저의 전략에 따라 매 전투마다 새로운 느낌을 받을 수 있도록 하였다.

또 전투만 하는 것을 싫어하는 유저들을 고려하여 자신의 필드를 꾸미는 시스템 역시 충실하게 다루고 있다. 즉 온라인 게임으로 건설/경영 시뮬레이션의 재미를 느낄 수 있다. 또 혼자서만 하는 것이 아닌, 여러 유저와 함께 하는 것으로 자신에게 부족한 요소를 타 유저와의 거래/무역을 통해 확충할 수 있다.

**C. 경쟁 게임과의 비교**

본 게임과 같이 유저가 게임 상의 신이 되어 게임을 즐기는 형태의 게임을 흔히 God game이라고 부른다. 현재 God game은 국내에서 온라인 게임으로 만들어져 상용화된 전례가 없다.

국내에서 개발 중인 ‘건틀렛 온라인’은 God game을 표방하고 있다. 현재 클로즈 베타 테스트 중인 게임으로 실제로 게임 자체는 God game이라기보다 MMORPG 형태의 게임에 God game적인 요소 몇 가지를 적용했다고 볼 수 있으므로 경쟁 게임으로는 부적합한 면이 있으나 이 게임의 베타테스팅 결과와 상용화 호응도 조사를 통해 얻은 자료는 우리 게임에게 큰 도움이 될 수 있을 것이다.

**D. 수익 모델**

\* 캐쉬를 이용한 수익 모델

유저 캐릭터(신)의 외모, 아이템(신기), 필드, 필드 꾸미기용 아이템 등

\* 정액제/종량제를 이용한 수익 모델

하루에 일정 시간을 무료로 플레이 할 수 있게 해주는 시스템을 사용하여, 시간 이상 플레이하고 싶은 유저는 정액제, 종량제를 통해 더 많은 시간을 플레이 할 수 있게 한다. 또 정액제에는 AI의 강화 같은 뭔가 결제하지 않았을 때에 비해 더 좋은 메리트를 부여받을 수 있게 한다.

\* 추가 서비스

MOBILE 서비스, WEB 서비스, 게임 내 컨텐츠 서비스 등

※ 위 사항에 대한 자세한 내용과 게임의 목적, 구성요소, 진행방식에 대해서는 첨부 자료에 기술하였습니다.

1. **시장 조사**
   1. **게임 시장 진출 모델**

본 게임은 다음과 같은 모델을 기반으로 하여 시장 진출을 계획하였다.



* 1. **퍼블리셔 선정의 이유**

1994년, “단군의 땅”, “바람의 나라”등을 효시로 하여 이 땅에 불기 시작한 온라인 게임 비즈니스 모델은 “리니지”에 이르러 NC소프트를 대한민국의 스타기업 반열에 올려놓았고, NC소프트는 10년 동안 무려 1조 2천 억 원 대의 시장규모로 성장했으며 총 15여 개의 온라인 게임 관련 업체를 국내외 주식시장에 상장시키는 성과를 이루었다.

이러한 벤처기업의 성공신화가 가능했던 것은 오프라인 퍼블리싱의 영향력이 상대적으로 미미하고 오히려 네트워크 운용 기술력 및 온라인 커뮤니티 활성화 등의 특징이 두드러지는 온라인 게임산업의 특성 때문이다.

위와 같이 NC소프트를 필두로 하여 온라인게임 시장이 생성되었고, 게임 개발사를 중심으로 시장이 형성되었던 초기 온라인게임 시장과 달리 온라인게임 산업이 성장하면서 점차 전문 퍼블리셔에 대한 수요가 발생하게 되었다.

게임 개발사가 기획 및 개발능력을 보유하고 있더라도 실제 시장에서 부딪히는 고객대응, 운영정책 및 법적 대응, 비용 과금과 결제 시스템, 마케팅 프로모션 등 산업의 가치사슬 상에서 요구되는 전문적이고 다양한 능력을 모두 확보할 수는 없기 때문이다.

현재 우리가 개발하고자 하는 게임의 특성상 많은 유저들을 끌어 모으기 보다는 우리 게임에 관심을 가지는 속칭 <매니아층>으로부터 고수익을 끌어 모아야 하는 마케팅 전략을 세워야 하는데 이에 따라 대중적인 마케팅 전략 수립에 난항을 겪을 것으로 예상하였다. 또한 자체 퍼블리싱을 하게 될 경우 약 10억 이상의 마케팅 비용만 추가로 들어가게 되고, 그만큼 수익분기점이 늘어나게 되는 상황이 야기되므로 위험부담을 끌어안고 직접 자금을 투자해서 자체 퍼블리싱 하는 것 보다 마케팅을 통한 퍼블리싱을 전문으로 하는 퍼블리셔를 따로 선정하는 것이 낫다고 판단하였다.

퍼블리셔 업체는 일반적으로 백만명 이상의 회원을 보유하고 있고, 자체 사이트의 상당한 페이지 뷰 및 여러 직/간접적인 퍼블리셔 자체적인 홍보 효과를 통해 기본적인 회원을 충분히 확보할 수 있다는 장점이 있다. 다만 수익이 배분되어 손익분기점이 늘어난다는 단점이 있으나, 우리가 직접 퍼블리싱 하여 마케팅 비용 등을 들이는 상황과 같은 선상에서 계산해 본다면 비슷한 손익분기점이 나타날 것으로 예상된다.

|  |  |
| --- | --- |
| 구분 | 퍼블리셔의 역할 |
| 제품 | 초기 런칭 후 지속적인 수정/보완 |
| 유통 | 온라인 유통 중심, PC방의 오프라인 유통 병행 |
| 고객관리 | GM센터, Call Center중심 온라인 고객과의 실시간 커뮤니케이션 |
| 게임운영 | 서버, 네트워크 장비, 시스템 |
| 과금/결제 | 다양한 결제시스템(온라인 결제/소액결제/사이버머니 등) |
| 지불시스템 | 정기/부정기적인 지불(월정액 & 부분유료) |
| 법적제한 | 아이템 등의 소유권, 서비스 중단 등 |

* 1. **게임 시장의 현황**
     1. **아케이드 · PC게임 약세, 온라인 게임 급부상.**

아케이드 게임과 PC 게임이 주를 이루던 게임 시장에서 온라인 게임은 10년 남짓한 짧은 역사에도 불구하고 게임 시장의 판도를 뒤집어 버렸다. 단순한 컴퓨터와의 경쟁, 정해진 스토리로 짜여진 게임 보다 사람들은 사람들끼리 만나서 대화를 나누고 같이 즐기는 사회성을 추구할 수 있는 온라인 게임을 선택했고, 대세는 빠르게 전환되었다. 거기에 인터넷 환경의 발전으로 인한 불법복제가 성행하면서 패키지 게임 시장은 급속도로 쇠퇴해 갔고, 그만큼 급속도로 발전하는 온라인 게임 시장의 성공성 덕분에 우후죽순처럼 온라인 게임이 개발되어 상용화 되었다. 온라인 게임의 놀라운 성장세는 다음의 자료를 통해 확인할 수 있다.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 구분 | 매출액 | 비중 |
| 아케이드게임 | 5,060 | 50.7% |
| 온라인게임 | 2,682 | 26.9% |
| PC게임 | 1,939 | 19.4% |
| 비디오게임 | 162 | 1.6% |
| 모바일게임 | 143 | 1.4% |
| 합계 | **9,985** | **100.0%** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 구분 | 매출액 | 비중 |
| 온라인게임 | 7,541 | 49.3% |
| 아케이드게임 | 3,118 | 20.4% |
| 비디오게임 | 2,229 | 14.6% |
| 모바일게임 | 1,458 | 9.5% |
| PC게임 | 937 | 6.1% |
| 합계 | 15,283 | 100.0% |

표1과 표2는 국내 게임 시장의 플랫폼 단위의 시장 규모이다. 2001년에 1위를 달리던 아케이드 게임은 2003년 들어 2위로 추락한 것을 볼 수 있다. 반면, 온라인 게임의 경우 2001년 2, 3위에서 2003년 1위인 아케이드 게임을 두 배 이상의 차이로 재치고 있다. 그 동안 게임시장에서 부동의 1위를 고수하던 아케이드 게임이 단 2년 만에 꾸준히 상승곡선을 타던 온라인 게임에게 1위 자리를 내주고 만 것이다.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 년도 | 구분 | 온라인 게임 | 모바일 게임 | 비디오 게임 | PC게임 | 아케이드 게임 | PC방 | 게임장 | | 복합 유통업소 | 합계 |
| 2002 | 규모 | 4,552 | 1,004 | 1,562 | 1,647 | 3,778 | 14,751 | 6,762 | - | | 34,026 |
| 2003 | 규모 | 7,541 | 1,458 | 2,229 | 937 | 3,118 | 16,912 | 6,542 | 650 | | 39,387 |
| 성장률 | 66.8% | 45.2% | 42.7% | -43.1% | -17.5% | 14.6% | -3.3% | n/a | | 15.8% |
| 2004 | 규모 | 10,935 | 2,187 | 2,897 | 750 | 2,962 | 18,265 | 6,477 | 878 | | 45,351 |
| 성장률 | 45% | 50% | 30% | -20% | -5% | 5% | -1% | 35% | | 15% |
| 2005 | 규모 | 14,216 | 3,062 | 3,476 | 680 | 3,051 | 19,178 | 6,671 | 1,098 | | 51,432 |
| 성장률 | 30% | 40% | 20% | -9% | 3% | 5% | 3% | 25% | | 13% |
| 2006 | 규모 | 17,058 | 4,138 | 3,997 | 660 | 3,204 | 19,753 | 7,001 | 1,318 | | 57,129 |
| 성장률 | 20% | 35% | 15% | -3% | 5% | 3% | 5% | 2% | | 11% |

또한 2003년 게임 포털의 유별나게 급격한 성장세와 해외시장에서의 수익 창출 덕에 한게임, 넷마블, 피망 등 게임포털 3사는 지난해 각각 전년대비 169%, 159%, 330% 의 순수 성장률을 기록하며 게임시장에서 집중적인 관심을 받고 있다. 특히 지난 9월 사이트를 연 네오위즈의 피망은 불과 4개월 만에 게임포털 3강에 합류하는 저력을 보였다.

그렇다면 2003년 이후 년도의 게임시장 규모현황 및 2005, 2006년의 게임시장의 전망은 어떨까. 아케이드 게임은 2004년까지 하락세를 금치 못하다가 2005년부터는 상승세를 조금씩 타기 시작한다. 반면, 온라인 게임은 꾸준히 높은 상승폭으로 그 시장의 규모가 커지고 있는 것을 볼 수 있다. 비록 전체 게임시장의 규모는 조금씩 하락하지만, ZDNet이 발표한 자료에서 2005년 게임 시장 전체의 규모는 4조원을 넘어설 것으로 추정되며, 이것은 꾸준히 상승하는 온라인 게임 시장의 규모가 그만큼 커진다는 것을 의미한다.

* + 1. **세계시장에서의 국내 온라인 게임의 시장력**

위에서 살펴본 온라인 게임의 성장을 바탕으로 한 세계 속의 우리나라 게임 시장의 위치는 어느 정도나 될까. 세계적으로 게임시장이 침체국면임에도 불구하고 국내 온라인 게임은 2003년 기대치를 넘는 고성장세를 이어 나갔다. 앞서 살펴본 보드게임을 앞세운 게임 포털의 강세와 캐주얼 게임의 수익 증대, 해외 수출 활황으로 전년보다 67% 가량 급성장한 7,541억원의 규모를 나타낸 것이다.

중국, 대만, 일본 등 동북아 시장에 진출한 온라인게임 업체들의 실적도 좋았다. 온라인 게임 ‘라그나로크’로 세계 17국에 진출해 있는 그라비티는 전년대비 520$라는 경이적인 매출 신장을 기록했다. 2003년 그라비티의 매출에서 해외 매출은 56%에 이르고 있다. ‘뮤’를 서비스하고 있는 웹젠은 중국 시장에서의 유료화 성공으로 매출이 100% 가량 늘었다. 액토즈소프트는 중국 서비스 업체인 산다네트워킹 과의 로열티 분쟁이 해결되면서 그동안 밀린 로열티를 받아 120% 가량의 매출 신장률을 기록했다. 넥슨은 30% 정도의 매출 신장률을 보였지만 다른 게임업체에 비해서는 상대적으로 저조하였고, NC소프트는 ‘리니지2’의 상용화가 늦어지면서 8% 정도의 성장에 머물렀다. 특히 한빛소프트는 PC패키지 시장의 퇴조와 함께 온라인 주력업체로 변신하게 되었다.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 구 분 | 온라인게임 | | 모바일게임 | | PC게임 | | 비디오게임 | | 아케이드게임 | |
| 매출액 | 순위 | 매출액 | 순위 | 매출액 | 순위 | 매출액 | 순위 | 매출액 | 순위 |
| Japan | 82 | 5 | 211 | 1 | 231 | 5 | 4,865 | 2 | 7,703 | 2 |
| US | 465 | 2 | 89 | 3 | 1,526 | 1 | 7,293 | 1 | 8,902 | 1 |
| UK | 353  (유럽) | - | 68 | 6 | 351 | 2 | 2,232 | 3 | 9,730  (유럽) | - |
| France | 56 | 8 | 247 | 4 | 1,003 | 4 |
| Germany | 86 | 4 | 338 | 3 | 852 | 5 |
| Italy | 74 | 5 | 169 | 6 | 492 | 7 |
| Spain | 40 | 9 | 143 | 7 | 485 | 8 |
| Sweden | 11 | - | 52 | - | 308 | 9 |
| China | 236 | 3 | 63 | 7 | 117 | 8 | 36 | - | 2,040  (기타 아시아) | - |
| Taiwan | 158 | 4 | 18 | 12 | - | - | - | - |
| HongKong | 31 | - | 22 | 11 | - | - | - | - |
| Australia | 36 | - | 25 | 10 | 108 | 9 | 500 | 6 |  |  |
| Korea | 628 | 1위 | 122 | 2위 | 78 | 15위 | 186 | 15위 | 805 | 10위 |

국내 온라인게임은 2004년에도 해외시장에 대한 적극적인 개척 및 신규게임의 출시로 전년보다 45% 정도 증가한 1조 935억 정도의 규모를 나타낼 것으로 전망되고 있다.

1. **해외 온라인 게임 시장의 규모 및 온라인 게임 시장 동향**

국내 온라인 게임 시장의 규모뿐만 아니라 세계 온라인 게임 시장의 규모와 동향도 주목할 만하다. 세계 온라인 게임 시장은 2003년 20억불 규모를 형성하고 있으며, 연평균 54%의 높은 성장률을 기록하고 있다. 향후 2006년에는 2003년의 3배 규모인 62억불 가량의 시장이 형성될 것으로 예상된다. 온라인 게임분야는 한국 등 아시아 지역이 전체의 60%를 차지하며 세계 시장을 주도해 가고 있지만, 최근 미국 시장의 급성장이 두드러지고 있다. 반면 유럽 지역은 타 플랫폼과 비교하여 온라인게임 분야가 훨씬 뒤쳐져 있는데, 그 이유는 아직까지 유럽 각국의 가구당 브로드밴드 보급률이 낮은 수준에 머물러 있기 때문이다. 2006년 세계 온라인게임 시장은 아시아지역의 규모가 현재의 절반 수준을 차지하고, 미국이 31%인 19.5억불, 유럽이 21%인 12.9억불을 각각 기록할 것으로 예상된다.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 구 분 | | 2001년 | 2002년 | 2003년 | 2004년 | 2005년 | 2006년 |
| US | 매출액 | 127 | 222 | 465 | 872 | 1,418 | 1,955 |
| 성장률 | - | 75% | 109% | 88% | 63% | 38% |
| Europe | 매출액 | 102 | 180 | 353 | 609 | 921 | 1,294 |
| 성장률 | - | 76% | 96% | 73% | 51% | 42% |
| Asia-Pacific | 매출액 | 303 | 689.2 | 1,204 | 1,750 | 2,339 | 2,974 |
| 성장률 | - | 127% | 75% | 45% | 34% | 27% |
| Total | 매출액 | 532 | 1,091 | 2,022 | 3,231 | 4,678 | 6,223 |
| 성장률 | - | 105% | 85% | 60% | 45% | 33% |

현재 온라인 게임에서 가장 영향력 있는 아시아 지역을 살펴보면, 2003년 아시아 온라인게임 시장 매출액은 12.1억불 정도로 그 중 한국이 6.2 억불 정도로 전체의 51%를 차지하고 있다. 다음으로 중국이 2.4억불(20%), 대만이 1.6억불(13%), 일본이 0.82억불(7%)의 순으로 나타났다. 향후 가장 큰 성장이 예상되는 국가는 중국이며, 2006년경에는 아시아 시장의 37%를 점유할 것으로 예상된다.

1. **PC방의 부상과 온라인 게임과의 시너지 효과**

이러한 국내에서의 발전뿐만 아니라 전 세계에서 급격히 발전하고 있는 온라인 게임 시장의 대세적 발전에 힘입어 인터넷 PC방은 2002년부터 업그레이드를 통한 고급화, 대형화를 통해 구조적인 조정에 들어갔다. 대대적인 인터넷 환경의 교체가 이루어진 2003년의 경우 전체업소의 95%이상이 10M급 이상의 고사양 전용선으로 전환하였으며, PC방의 평균 보유 PC수도 49대 정도로 대형화되었다.

PC방은 업체 간 과다경쟁으로 인한 수익악화, 수익을 보장하는 콘텐츠의 부족, 고사양 PC설비교체의 부담, 비디오 네트워크서비스 확대를 통한 비디오 게임방의 확산, PC방 이용자들의 비디오 게임방으로의 이동 등 시장이 축소될 가능성을 가지고 있었다. 그러나 2003년에는 PC방수의 감소세가 정체되고, 시장규모도 15% 가량 성장하는 결과를 나타냈는데, 여기에는 대규모 신생 PC방의 증가와 온라인 게임 중심의 이용자 성향, 그리고 PC방을 중심으로 게임 포털 서비스의 확대 등이 주요한 변수로 작용했다.

PC방의 고급화는 3D게임에 적합한 고사양 PC와 초고속통신 환경의 정비로 온라인 게임 이용자들에게 최적의 이용환경을 제공하는 서비스 개선이 주요하게 작용하고 있는데, 이런 요인은 온라인 게임의 고사양화와 맞물려 상호 발전이라는 선순환 구조를 낳았다. 이러한 PC방의 성장과 온라인 게임의 상호 발전 구조는 우리나라의 대외 온라인 게임 시장에 대한 경쟁력에 상당한 시너지 효과를 주고 있다. 지속적으로 상승곡선을 타 오던 PC방의 성장률과 달리 2006년 PC방의 전체적인 성장률은 약간 둔화될 것으로 보이나 2005년도에 비해 8%정도 성장할 전망이다. 이와 같은 꾸준한 PC방 성장률 추세는 온라인 게임의 성장세와 맞물려 당분간 이어질 것으로 보인다. 온라인 게임도 PC방의 성장을 통해 세계적인 자체 기술을 획득하기에 충분할 것이다.

* 1. **퍼블리셔를 통해 런칭되는 게임 시장 규모**

국내 상위권 퍼블리싱 기업으로는 ㈜CJ인터넷 의 “넷마블”, NHN의 “한게임”, 넥슨, ㈜NC소프트의 PlayNC, ㈜한빛소프트의 Hanbiton, YNK게임 등이 있으며, 중하위권 퍼블리싱 업체는 엠파스게임, 인터파크 게임, 파란 게임, 프리첼 게임 등이 있다.

**CJ인터넷 “넷마블”의 사용자 현황**

**주요 퍼블리싱 기업 현황**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 퍼블리셔 이름 | 서비스  이름 | 퍼블리싱규모 | 매출액 | 퍼블리싱 게임 | 주력 게임 |
| CJ인터넷 | 넷마블 | 대형 퍼블리싱 회원 2500만명 동접자 30만명 | 약125억/월 | 마구마구,바닐라캣,캐릭챗,DJ MAX,파워쿵쿵따,쿵야열전,강진축구,피싱온,건즈온라인,미니파이터,SD건담온라인,대항해시대,군주온라인,야채부락리,YS온라인,스톤에이지 | 서든어택,그라센,마구마구 |
| 넥슨 | 넥슨 | 누적회원 700만 동접 17만 퍼블리싱 중대형 중국 카트라이더 회원 1억명 동접 70만명 | 216억/월 | 바람의나라 BnB 워록 루니아전기 테일즈위버 | 메이플스토리 마비노기 카트라이더 |
| 네오위즈 | 피망 | 스포 동접자 27만명 회원 3백만 추정 피파온라인 회원 150만 | 약100억/월 | 알투비트 XL1 슬러거 고고트래저 포키포키 건브레이커 | 피파온라인 스페셜포스 요구르팅 |
| 한빛소프트 | 한빛온 | 그라나도 회원 천만명 | 약60억/월 | 모크 신야구 탄트라 네오스팀 서바이벌 프로젝트 위드 | 그라나도에스파다 헬게이트 : 런던 그루브파티 팡야 라그하임 |
| NHN | 한게임 | 전세계 회원 2300만명 최대동접자 20만명 | 약 70억/월 | 블리츠1941,바우트,메이팡,독수리오형제,프리스톤테일,한쿠아,대항해시대,라이딩스타 | 권호 R2 던전엔파이터 스키드러쉬 아크로드 |
| 엔씨소프트 | 플레이엔씨 | 퍼블리싱은 미비 자체개발 게임 강세 전세계 가입자 약 5000만 | 190억/월 | 젊은한판 퍼즐팡 SPJAM Atrix | 엑스틸 스메쉬스타 리니지 길드워 에버퀴스트 |
| 삼성전자 | 삼성전자 | 던파 회원 380만명 | 약 30억/월 | 붉은보석 | 그레곤라자 던전엔파이터 |
| 엠게임 | 엠게임 | 열혈강호 해외회원 500만명 동접자 7만명 | 약 50억/월 | 홀릭,풍림화산,이터널시티,귀혼,드로이얀,무혼,나이트,얍카,스페이스카우보이,진주만,라피스 | 열혈강호 온라인 스틱스 황제의 검 |
| 파란 | 파란게임 | 프리스타일 동접 8만명 회원수 900만명 | 약 30억/월 | 큐링 젠온라인 | 프리스타일 |
| 엠파스 | 엠파스게임 | 거의 투자 안함. | 약 4억/월 | 각종 보드게임 | 페르시안왕자3 라스트카오스 롤러코스터타이쿤3 |
| 써니YNK | YNK게임 |  | 약19억/월 | - | 로한 씰온라인 |
| 그라비티 | 그라비티 | 4천만명 | 약40억/월 | 레퀴엠온라인 로즈온라인 스타이리아 타임엔테일즈 | 라그나로크 |
| 예당 | 예당온라인 | "오디션" 중국 회원 9천만명 동접 70만명 | 약24억/월 | 라쎄로어 슈로온라인 SOS 느와르온라인 패온라인 | 프리스톤테일 오디션 |
| 웹젠 | 웹젠 | 중국 뮤 회원수 2200만명 | 약 17억/월 | 일기당천 프로젝트위키 파르페스테이션 APB | 뮤 온라인 헉슬리 썬온라인 |
| CCR INC | CCR | 포트리스2 회원수 1000만명, 동접 10만명 RF온라인 회원수 100만, 동접 9만명 | 약 30억/월 | 트라비아 | RF온라인 포트리스2 |

1. **퍼블리싱을 통한 기대 효과 및 수익모델**
   1. **수익 모델**

본 게임은 다음과 같은 수익 모델을 가지게 된다.

**월 매출 = 유료 회원 x [월정액요금 + 부분정액(캐쉬 아이템) 평균 요금]**

* 1. **온라인 게임의 라이프 사이클**

㈜NC소프트에서 조사한 온라인 게임의 제품 주기는 다음과 같이 약 3년으로 조사되었다.

**온라인 게임산업의 제품 생명 주기(Life Cycle)**

EMB00000a2c9212

본 데이터를 바탕으로 우리는 모든 수익의 주기를 제품 출시 이후 3년으로 잡는다.

* 1. **퍼블리싱 계약에 관해**

우선 우리가 퍼블리셔에 요구할 사항은 다음과 같다.

* 게임을 가동할 수 있는 IDC 제공
* 모든 마케팅 및 게임운영의 진행
* 국내 판권에 한하여 계약(추가 판권에 대해서는 따로 계약)

모든 마케팅 비용과 IDC서버의 비용을 관리하여야 하기 때문에 이에 대한 조사를 사전에 철저히 하여야 한다.

대략 7:3을 예상하고 있으며, 우리는 국내의 웹 서비스에 한하여 판권을 계약할 예정이다.

라이선스 계약시, 기존 개발비 3억을 제외한 나머지의 40%는 팀원에게 인센티브로 지급, 40%는 ○○○로 지급, 20%는 회사 운영비로 사용된다.

* 국내 라이선스 수수료 : 4~7억 요구

**게임 출시 기간별 지급비율**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 10월 ~ 12월 | 1월 ~ 5월(예상) | 5월 ~ |
| 계약시점 | 오픈베타 | 정식서비스 |
| 3/10 지급 | 3/10 지급 | 4/10 지급 |

* 1. **수익모델 레벨별 매출조사**

1. **대성공일 경우**

**목표게임** : 리니지, 메이플스토리

**목표매출(월)** : 약 150억(리니지) 약 160억원(메이플스토리) -> 약 155억

**목표회원(동접자)** : 1000만명(12만명), 1400만명 -> 약 1200만명(13만명)

**꾸준히 사용하는 평균 유료회원, 약 10%(추정치) : 130만명**

**월매출 = 130만명x 12,000원 = 156억**

**배분단위 총 매출**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩46,800,000,000 | ₩93,600,000,000 | ₩140,400,000,000 | ₩187,200,000,000 | ₩234,000,000,000 | ₩280,800,000,000 |
| 60대 40 | ₩37,440,000,000 | ₩74,880,000,000 | ₩112,320,000,000 | ₩149,760,000,000 | ₩187,200,000,000 | ₩224,640,000,000 |
| 70대 30 | ₩28,080,000,000 | ₩56,160,000,000 | ₩84,240,000,000 | ₩112,320,000,000 | ₩140,400,000,000 | ₩168,480,000,000 |
| 80대 20 | ₩18,720,000,000 | ₩37,440,000,000 | ₩56,160,000,000 | ₩74,880,000,000 | ₩93,600,000,000 | ₩112,320,000,000 |

**순이익(인건비, 재경비, 유지비 제외)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩46,635,000,000 | ₩93,270,000,000 | ₩139,905,000,000 | ₩186,540,000,000 | ₩233,175,000,000 | ₩279,810,000,000 |
| 60대 40 | ₩37,275,000,000 | ₩74,550,000,000 | ₩111,825,000,000 | ₩149,100,000,000 | ₩186,375,000,000 | ₩223,650,000,000 |
| 70대 30 | ₩27,915,000,000 | ₩55,830,000,000 | ₩83,745,000,000 | ₩111,660,000,000 | ₩139,575,000,000 | ₩167,490,000,000 |
| 80대 20 | ₩18,555,000,000 | ₩37,110,000,000 | ₩55,665,000,000 | ₩74,220,000,000 | ₩92,775,000,000 | ₩111,330,000,000 |
|  |  | **인건비 2000만** | **재경비 500만** | **유지비 250만** |  |  |
|  | | | | | | |
| ○○○수익(50대 50) | | | | | | |
| 50대 50 | ₩23,317,500,000 | ₩34,976,250,000 | ₩40,805,625,000 | ₩43,720,312,500 | ₩90,355,312,500 | ₩136,990,312,500 |
| 60대 40 | ₩18,637,500,000 | ₩27,956,250,000 | ₩32,615,625,000 | ₩34,945,312,500 | ₩72,220,312,500 | ₩109,495,312,500 |
| 70대 30 | ₩13,957,500,000 | ₩20,936,250,000 | ₩24,425,625,000 | ₩26,170,312,500 | ₩54,085,312,500 | ₩82,000,312,500 |
| 80대 20 | ₩9,277,500,000 | ₩13,916,250,000 | ₩16,235,625,000 | ₩17,395,312,500 | ₩35,950,312,500 | ₩54,505,312,500 |

1. **성공일 경우**

**목표게임** : 마비노기, RF온라인(부분유료화이후)

**목표매출(월)** : 약 11억(마비), 약 15억(RF온라인) -> 약 15억

**목표회원(동접자)** : 205만명(3만명), 100만(3만예상) -> 약 130만명

**꾸준히 사용하는 평균 유료회원 약 10%(추정치) : 13만명**

**월매출 = 13만명x 12,000원 = 15억6천만원**

**배분단위 총매출**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩4,680,000,000 | ₩9,360,000,000 | ₩14,040,000,000 | ₩18,720,000,000 | ₩23,400,000,000 | ₩28,080,000,000 |
| 60대 40 | ₩3,744,000,000 | ₩7,488,000,000 | ₩11,232,000,000 | ₩14,976,000,000 | ₩18,720,000,000 | ₩22,464,000,000 |
| 70대 30 | ₩2,808,000,000 | ₩5,616,000,000 | ₩8,424,000,000 | ₩11,232,000,000 | ₩14,040,000,000 | ₩16,848,000,000 |
| 80대 20 | ₩1,872,000,000 | ₩3,744,000,000 | ₩5,616,000,000 | ₩7,488,000,000 | ₩9,360,000,000 | ₩11,232,000,000 |

**순이익(인건비, 재경비, 유지비 제외)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩4,515,000,000 | ₩9,030,000,000 | ₩13,545,000,000 | ₩18,060,000,000 | ₩22,575,000,000 | ₩27,090,000,000 |
| 60대 40 | ₩3,579,000,000 | ₩7,158,000,000 | ₩10,737,000,000 | ₩14,316,000,000 | ₩17,895,000,000 | ₩21,474,000,000 |
| 70대 30 | ₩2,643,000,000 | ₩5,286,000,000 | ₩7,929,000,000 | ₩10,572,000,000 | ₩13,215,000,000 | ₩15,858,000,000 |
| 80대 20 | ₩1,707,000,000 | ₩3,414,000,000 | ₩5,121,000,000 | ₩6,828,000,000 | ₩8,535,000,000 | ₩10,242,000,000 |
|  |  | **인건비 2000만** | **재경비 500만** | **유지비 250만** |  |  |
|  | | | | | | |
| ○○○수익(50대 50) | | | | | | |
| 50대 50 | ₩2,257,500,000 | ₩3,386,250,000 | ₩3,950,625,000 | ₩4,232,812,500 | ₩8,747,812,500 | ₩13,262,812,500 |
| 60대 40 | ₩1,789,500,000 | ₩2,684,250,000 | ₩3,131,625,000 | ₩3,355,312,500 | ₩6,934,312,500 | ₩10,513,312,500 |
| 70대 30 | ₩1,321,500,000 | ₩1,982,250,000 | ₩2,312,625,000 | ₩2,477,812,500 | ₩5,120,812,500 | ₩7,763,812,500 |
| 80대 20 | ₩853,500,000 | ₩1,280,250,000 | ₩1,493,625,000 | ₩1,600,312,500 | ₩3,307,312,500 | ₩5,014,312,500 |

1. **일반적 경우**

**목표게임** : 그라나도에스파다(부분유료화이후), 판타지마스터즈

**목표매출(월)** : 약 3억(그라), 약 2억(판타지마스터즈) -> 약 2억

**목표회원(동접자)** : 약 10만명(7천명)

**꾸준히 사용하는 평균 유료회원 약 10%(추정치) : 1만명**

**월매출 = 1만명 x 12,000원 = 1억2천만원**

**배분단위 총매출**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩360,000,000 | ₩720,000,000 | ₩1,080,000,000 | ₩1,440,000,000 | ₩1,800,000,000 | ₩2,160,000,000 |
| 60대 40 | ₩288,000,000 | ₩576,000,000 | ₩864,000,000 | ₩1,152,000,000 | ₩1,440,000,000 | ₩1,728,000,000 |
| 70대 30 | ₩216,000,000 | ₩432,000,000 | ₩648,000,000 | ₩864,000,000 | ₩1,080,000,000 | ₩1,296,000,000 |
| 80대 20 | ₩144,000,000 | ₩288,000,000 | ₩432,000,000 | ₩576,000,000 | ₩720,000,000 | ₩864,000,000 |

**순이익(인건비, 재경비, 유지비 제외)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩195,000,000 | ₩390,000,000 | ₩585,000,000 | ₩780,000,000 | ₩975,000,000 | ₩1,170,000,000 |
| 60대 40 | ₩123,000,000 | ₩246,000,000 | ₩369,000,000 | ₩492,000,000 | ₩615,000,000 | ₩738,000,000 |
| 70대 30 | ₩51,000,000 | ₩102,000,000 | ₩153,000,000 | ₩204,000,000 | ₩255,000,000 | ₩306,000,000 |
| 80대 20 | -₩21,000,000 | -₩42,000,000 | -₩63,000,000 | -₩84,000,000 | -₩105,000,000 | -₩126,000,000 |
|  |  | **인건비 2000만** | **재경비 500만** | **유지비 250만** |  |  |
| ○○○수익(50대 50) | | | | | | |
| 수익배분 | **2008년 하반기말** | **2009상반기말** | **2009년 하반기말** | **2010상반기말** | **2010년 하반기말** | **2011상반기말** |
| 50대 50 | ₩97,500,000 | ₩146,250,000 | ₩170,625,000 | ₩182,812,500 | ₩377,812,500 | ₩572,812,500 |
| 60대 40 | ₩61,500,000 | ₩92,250,000 | ₩107,625,000 | ₩115,312,500 | ₩238,312,500 | ₩361,312,500 |
| 70대 30 | ₩25,500,000 | ₩38,250,000 | ₩44,625,000 | ₩47,812,500 | ₩98,812,500 | ₩149,812,500 |
| 80대 20 | -₩10,500,000 | -₩15,750,000 | -₩18,375,000 | -₩19,687,500 | -₩40,687,500 | -₩61,687,500 |

1. **실패의 경우**

**목표게임** : 라쎄로어, SOS, APB, XL1, 나이트, 얍카, 스페이스카우보이 등등….

**목표매출(월)** : 약 5천만원 ~ 천만원

**목표회원(동접자)** : 약 3만명(백명)

**꾸준히 사용하는 평균 유료회원 약 10%(추정치) : 3000명**

**월매출 = 3000명 x 12,000원 = 3600만원**

**배분단위 총매출**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | ₩108,000,000 | ₩216,000,000 | ₩324,000,000 | ₩432,000,000 | ₩540,000,000 | ₩648,000,000 |
| 60대 40 | ₩86,400,000 | ₩172,800,000 | ₩259,200,000 | ₩345,600,000 | ₩432,000,000 | ₩518,400,000 |
| 70대 30 | ₩64,800,000 | ₩129,600,000 | ₩194,400,000 | ₩259,200,000 | ₩324,000,000 | ₩388,800,000 |
| 80대 20 | ₩43,200,000 | ₩86,400,000 | ₩129,600,000 | ₩172,800,000 | ₩216,000,000 | ₩259,200,000 |

**순이익(인건비, 재경비, 유지비 제외)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 수익배분 | 2008년 하반기말 | 2009상반기말 | 2009년 하반기말 | 2010상반기말 | 2010년 하반기말 | 2011상반기말 |
| 50대 50 | -₩57,000,000 | -₩114,000,000 | -₩171,000,000 | -₩228,000,000 | -₩285,000,000 | -₩342,000,000 |
| 60대 40 | -₩78,600,000 | -₩157,200,000 | -₩235,800,000 | -₩314,400,000 | -₩393,000,000 | -₩471,600,000 |
| 70대 30 | -₩100,200,000 | -₩200,400,000 | -₩300,600,000 | -₩400,800,000 | -₩501,000,000 | -₩601,200,000 |
| 80대 20 | -₩121,800,000 | -₩243,600,000 | -₩365,400,000 | -₩487,200,000 | -₩609,000,000 | -₩730,800,000 |
|  | **인건비 2000만** | | **재경비 500만** | **유지비 250만** |  |  |
| ○○○수익(50대 50) | | | | | | |
|  | | | | | | |
| 50대 50 | -₩28,500,000 | -₩42,750,000 | -₩49,875,000 | -₩53,437,500 | -₩110,437,500 | -₩167,437,500 |
| 60대 40 | -₩39,300,000 | -₩58,950,000 | -₩68,775,000 | -₩73,687,500 | -₩152,287,500 | -₩230,887,500 |
| 70대 30 | -₩50,100,000 | -₩75,150,000 | -₩87,675,000 | -₩93,937,500 | -₩194,137,500 | -₩294,337,500 |
| 80대 20 | -₩60,900,000 | -₩91,350,000 | -₩106,575,000 | -₩114,187,500 | -₩235,987,500 | -₩357,787,500 |

1. **비슷한 종류 게임 현황**

본 게임과 같이 유저가 게임 상의 신이 되어 게임을 즐기는 형태의 게임을 흔히 God game이라고 부른다. 현재 God game은 국내에서 온라인 게임으로 만들어져 상용화된 전례가 없다.

국내에서 개발 중인 ‘건틀렛 온라인’은 God game을 표방하고 있다. 현재 클로즈 베타 테스트 중인 게임으로 실제로 게임 자체는 God game이라기보다 MMORPG 형태의 게임에 God game적인 요소 몇 가지를 적용했다고 볼 수 있다.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 건틀렛 온라인 | GENESIS ONLINE |
| 인터페이스 | 일반적인 MMORPG의 캐릭터를 조종하는 형태의 인터페이스 | 유저는 신으로서 존재하며 지형에 영향을 주거나 하위 캐릭터에게 명령을 내리는 형태의 인터페이스 |
| 전투 시스템 | 일반적인 MMORPG 게임의 전투 시스템에 약간의 차별성을 둠. | RTS 형태의 전투 시스템 |
| 필드 시스템 | ‘소우주’ 시스템이라고 명명하며 ‘엘렘’이라는 요소를 배치하여 ‘필드’를 만들어내는 형태로 지형적인 요소는 존재하지 않으며 사각형의 방이 십자 형태로 이어지며 건설되는 단순한 형태.  타 유저의 소우주에 침략이 가능하지만 단순히 소우주에 배치된 몬스터를 없애고 타 유저의 자원을 빼앗아 오는 것에 그친다. | 지형의 높낮이, 타일의 형태, 지형 오브젝트 등 다양한 형태로 지형을 편집할 수 있으며, 하위 캐릭터를 통해 건물을 건설하여 꾸밀 수도 있다.  또 타 유저의 영토를 빼앗아 자신의 필드를 늘릴 수 있다.  NPC AI에 의하여 영토는 끊임없이 발전하며 유저가 그 발전 방향을 상세히 지시해줄 수 있다. |

**건틀렛 온라인과 GENESIS ONLINE의 차이점**

현재 건틀렛 온라인은 출시를 앞두고 있고, 우리 게임 개발 과정에 있어서 정식 출시될 예정이다. 건틀렛 온라인이 출시된다면, 본 게임의 실제 현황에 대해서 더 상세히 알 수 있을 것이다.

1. **총 개발비**
2. **초기 개발비**

**초기 개발비는 약 53,069,000원이 사용될 예정**이며, 본 비용은 크게 사무기기 확장 및 사무실 환경 조성 비용, 프로그래밍 엔진 구입 비용, PC구매/업그레이드 비용 으로 사용된다.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 구분 | 종목 | 가격 | 수량 | 계 | 설명 | 납부방법 |
| PC추가구입 | 프로그래머, 기획자 | ₩1,100,000 | 4 | ₩4,400,000 | 일반적 PC | 일시불 |
|  | 디자이너 | ₩1,200,000 | 4 | ₩4,800,000 | 디자이너 PC 램 업그레이드, 모니터 : CRT | 일시불 |
| PC업그레이드 | 디자이너 PC업그레이드 | ₩290,000 | 1 | ₩290,000 | designer Ram, Graphic Hardware Upgrade | 일시불 |
|  | 디자이너 주변기기 구입 | ₩259,500 | 2 | ₩519,000 | 타블렛 | 일시불 |
| 사무실 환경 조성 | 책상 | ₩110,000 | 8 | ₩880,000 | 신입 사원 책상 구매 | 일시불 |
|  | 의자 | ₩60,000 | 8 | ₩480,000 | 신입 사원 책상 구매 | 일시불 |
|  | 파티션 설치 | ₩40,000 | 10 | ₩400,000 | 사무기기 추가와 함께 설치 | 일시불 |
|  | 개인 사무용구 기타 | ₩100,000 | 8 | ₩800,000 | 책꽂이, 책상유리 등 | 일시불 |
|  | 기타 | ₩1,000,000 | 1 | ₩1,000,000 | TV, 인터넷 등 사무실 환경 조성 비용 | 일시불 |
|  | 엔진 구매 | ₩39,000,000 | 1 | ₩39,000,000 |  | 일시불 |
|  | 서적 구매 | ₩500,000 | 1 | ₩500,000 |  |  |

**초기 개발비의 상세 내역**

* **사무기기 확장 및 사무실 환경 조성** : 약 8명의 추가 인원을 감안한 사무실 확장 비용으로, 인원이 추가 될 때마다 구입하는 것은 효율적이지 못할 것으로 판단하여 필요한 자재는 초기에 구비하기로 한다.
* **프로그래밍 엔진 구매** : 프로그래밍 엔진 구매의 필요성에 대해서는 [5-E. 프로그래밍 엔진 구매비용]에서 설명한다.
* **PC구매/업그레이드** : 추후 투입될 인원에 대한 작업용 PC구매 및 현 작업자들의 PC업그레이드 비용에 해당된다. 추후 투입될 인원에 대한 PC구매는 인원 구축과 함께 진행되는 것이 효율적이므로 인원이 추가 될 때마다 투입된다.

1. **정기 개발비용**

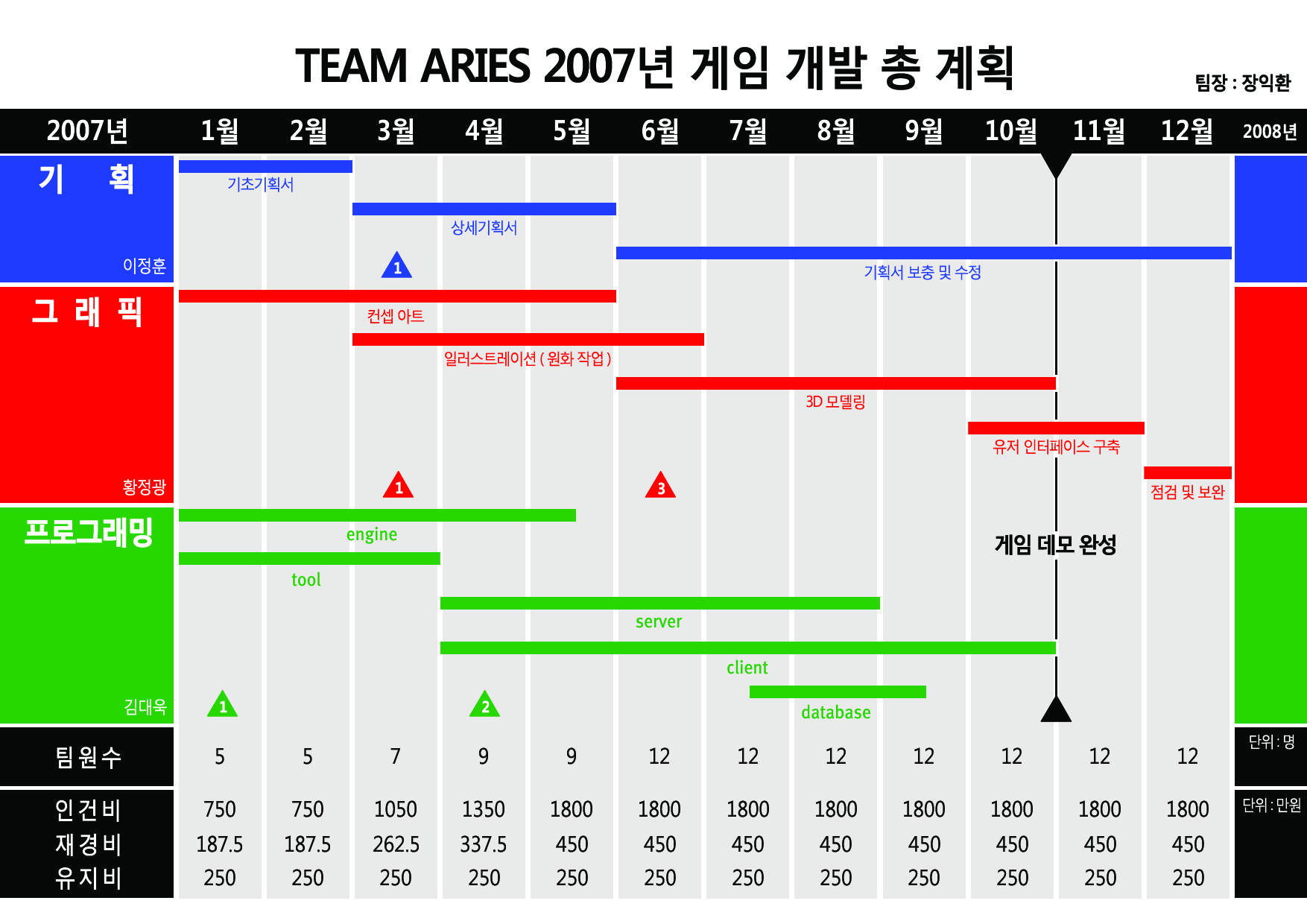
정기 개발비용은 [6. 개발단계별 비용 추정]에 **인건비/재경비/유지비** 로 명시한다.

1. **프로그래밍 엔진 구매비용 (외주)**

프로그래밍 엔진은 게임 제작에 있어서 하드웨어 적인 효과를 사용하기 위해 쓰이는 모듈들의 집합을 의미한다. 프로그래밍 엔진은 게임 제작에 있어서 빠질 수 없는 요소이며, 프로그래밍 엔진의 구매를 위해서는 \39,000,000 정도의 큰 금액이 필요하지만 효율성의 면에서 다음과 같은 장점이 있다.

* **스케쥴 감축** : 엔진을 구매하지 않으면 엔진을 개발해야 하는데, 엔진의 개발에는 최소 6개월에서 1년 정도가 소요된다. 이 경우에는 프로그래밍 작업에 필요한 기간이 다분히 길어지게 되어 효율적인 스케쥴 구축이 어려워 지고, 그래픽과 기획 파트의 스케쥴과 어긋나는 경우도 생길 수 있어 작업의 효율성을 도모하기 힘들게 된다. 따라서 엔진 구매는 효율적인 개발 작업과 개발비용의 감축을 위한 전체적 스케쥴 구축에 도움을 준다.
* **인건비 감소** : 엔진을 개발하면서 위에 언급한 상황을 피하려고 하더라도 프로그래밍 파트에서 그만큼의 인력이 더 투입되어야 하는데, 엔진을 구입하게 되면 엔진 개발에 필요한 프로그래밍 인력을 약 3~4명 정도 감축시켜준다. 3~4명의 인력은 최소한 2명은 고급 인력이어야 하므로 월 약 700만원, 엔진 개발 기간 동안 적게는 4,200만원에서 8,400만원 정도가 인건비로만 지출된다. 결과적으로 엔진 구매를 통해 약 1억원 이상의 개발비 감축 효과를 볼 수 있다.

1. **개발단계별 비용 추정**



**[자세한 개발 계획 단계별 표는 첨부 1을 참조]**

개발 일정은 프로젝트 시작과 함께 미루어 질 수 있으며, 삼각형에 표시된 숫자는 그 기간에 준비해야 할 투입인력의 숫자이다.

1. **게임 데모 개발**

[6. 개발 단계별 비용 추정]에서 **11월 초로 게임 데모 완성을 계획**하였다. 데모 이전까지의 **총 개발비는 약 261,819,000 원으로 추정**되며, 데모가 완성되면 본 데모를 통하여 여러 퍼블리셔 회사를 통해 그 시점에서의 환경에 가장 적절할 것으로 판단되는 퍼블리셔와 Contact 하게 된다. 이를 통해 게임의 실제 유통 가능성이 확정되며, 퍼블리셔를 통한 기대효과가 대부분 확정된다.

데모를 통한 확정되는 기대효과는 다음과 같다.

* **게임의 실제 유통 가능성**
* **퍼블리셔와 이윤 배분 비율(5:5, 4:6 등)**
* **퍼블리셔를 통한 예상 수익**

본 IT연구소에서는 **개발 비용을 모두 ㈜○○○시스템 측에서 부담**하길 바라고 있으며, 마케팅 등의 **퍼블리싱 비용은 퍼블리셔를 통해 부담**하기를 바라고 있다.

**퍼블리싱의 유무에 관해서는 빠르면 11월에 결과**가 나오게 된다. 이에 따른 **예상 RISK는 데모 이전까지의 개발비용인 약 261,819,000원으로 추정**된다.

1. **퍼블리싱 이후의 예상 지출 비용**

퍼블리싱이 성립된 후에는 마케팅 및 퍼블리싱에 관한 부분은 퍼블리셔에서 지급하므로, ㈜○○○시스템 에서 개발팀에 지급해야 하는 비용은 다음과 같다.

* **인건비 월 1,800만원(예상)**
* **재경비 월 450만원(직접인건비의 25%)**
* **유지비 월 250만원(예상)**
* **기타(인센티브 등)**

1. **퍼블리싱을 통한 수익 배분**
2. **퍼블리셔 대 개발사**

퍼블리셔가 개발사보다 수익에 대한 비율이 큰 이유는 퍼블리셔가 모든 마케팅 및 게임운영에 대한 비용을 지급하기 떄문이다.

이에 대한 자세한 사항이 퍼블리셔와 계약 이전에 체결되어야 할 사항이다.

**수익 배분 비율(퍼블리셔, 개발사)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **구분** | **퍼블리셔** | **개발사** |
| 비율 | 70 | 30 |

1. **투자사 대 개발팀**

퍼블리셔와 개발사간의 수익 배분이 지정된다면, 개발사에 할당된 수익이 투자사와 개발팀으로 나뉘게 된다.

본 수익은 개발 비용, 재경비, 인건비 등을 제한 비용을 나누어 갖는 개념이다. (선 팀 운영비 제외, 후 수익 배분)

**수익 배분 비율(투자사, 개발팀)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **구분** | **○○○시스템㈜** | **팀에어리즈** |
| 비율 | 50 | 50 |

1. **팀원 인센티브 지급 비율**

개발팀에 할당된 수익은 팀원 내에서 개발 기간에 따른 비율로 나뉘게 된다.

**팀원 개발기간별 인센티브 지급 비율**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **맴버** | **기존맴버 4명** | **프로그래머 1명** | **기획/일러스터 각 1명** | **프로그래머 2명** | **모델러 3명** |
| **개발기간** | 24개월 | 11개월 | 9개월 | 8개월 | 6개월 |
| **개인 비율** | 15% | 6% | 5.60% | 5% | 3.70% |
| **전체 비율** | 60% | 6% | 11.20% | 10% | 11.10% |

1. **프로젝트 통제 방법**
   1. **변경 및 의사결정 요청**

* 프로젝트에 관한 변경 및 의사결정 요청사항을 문서화할 때는 상호 협의된 표준화된 양식(변경요청서, 의사결정 요청서)을 사용한다. 처리기한에 관해 별도로 명시하지 않는 한 “○○○시스템” 또는 “IT연구소”의 의해 제기된 변경요청/의사결정 요청은 3일 이내에 처리되어야 한다.
* 상호 합의한 기한내에 변경요청서가 처리되지 않을 경우 이는 취소된 것으로 간주한다.
* 의사결정 요청서의 경우는 상호합의한 특별한 기한내에 이의제기가 없으면 해당 사항을 승인한 것으로 간주한다.
* 처리과정의 지연은 생산성의 저하를 초래하며, 이로 인해 프로젝트 납기의 지연으로 연결될 수 있으므로 “○○○시스템㈜”의 귀책사유로 인한 지연으로 발생하는 추가비용은 프로젝트 비용에 별도로 반영할 수 있다.
* 변경요청서나 의사결정요청서가 프로젝트의 예산이나 일정에 영향을 미칠 경우 “IT연구소”는 사전에 “○○○시스템㈜”의 동의를 받는다.
* 프로젝트에 관한 어떤 변경도 양자 합의가 있어야 가능하다. “○○○시스템㈜”와 IT연구소간의 합의된 변경요청서 및 의사결정 요청서는 계약서 및 이전의 변경요청서와 의사결정 요청서에 우선하는 효력을 가진다.
  1. **결함 보고**
* 산출물에 관한 모든 결함은 실제 산출물에 주석을 붙여서(정규산출물의 경우) 표시하여야 한다. “○○○시스템㈜”는 이러한 결함을 따로 취합해서 IT연구소에 통보한다.
  1. **주별 현황 보고**
* 프로젝트 수행과정에서 프로젝트의 진행상황을 정기적으로 보고하게 된다. IT연구소의 모든 프로젝트 팀원은 각자의 프로젝트 일정계획 대비 실적을 주간별로 팀장에게 보고한다. IT연구소의 팀장은 주간단위의 프로젝트 진행상황을 표준화된 양식에 따라 작성하여 ○○○시스템 측의 인수책임자 및 자신의 관리자에게 제출한다.
  1. **사내 규칙 지정**
     1. **업무시간 지정**

8:00 - 9:00 출근

9:00 - 12:00 업무시간 1

12:00 - 1:00 점심시간/휴식시간

1:00 - 6:00 업무시간2

* + 1. **매달 작업 DETAIL 제출**

- 매달 1일까지 월간 작업 상세 DETAIL을 각 부서 리더가 제출한다.

- 각 부서 리더는 다음과 같다.

- 프로그래밍 리더 : ○○○

- 디자인 리더 : ○○○

- 기획 리더 : ○○○

* + 1. **매주 공통 회의 소집**

- 공통 회의는 매주 월요일 10시 - 12시 동안 진행한다.

- 매달 첫째주 회의에서는 그전달의 성취도를 검토 및 반성하고 그달의 SCHEDULE표를 검토하는 회의를 소집한다.

회의의 큰 일정은 다음과 같다.

1) 월 일정 대비 전주 일정 검토(매달 2,3주)

- 전주에 작업한 내역으로 월 일정과 대비하여 완성도 및 성과도를 검토한다.

2) 월 일정 검토 및 전달 작업 내용 반성(매달 첫째주)

- 매달 1일에 제출된 월간 작업 상세 DETAIL을 서로가 검토한다.

- 전달의 작업 내용에 대해 반성한다.

3) 전주의 반성

- (1)에서 검토한 내용으로 전주의 작업에 관해 반성한다.

4) 스케줄표 점검

- 새로운 프로젝트 시작시엔 스케줄표를 작성한다.

5) 기타 건의사항 토의

- 기타 건의사항에 관해 토의한다.

* + 1. **각 부서별 상시 회의 소집**

- 각 부서의 부원들은 리더가 소집하는 상시 회의에 참석한다.

- 리더는 회의 공지를 인트라넷/메신저 등으로 공지한다.

- 가능한 회의내용을 회의록으로 작성한다.

* + 1. **일간 레포트 제출**

- 일간 작업내용을 업무시간 별로 사장님, 상무님, 그리고 참조로 팀장(izie@teamaries.net)에게 제출한다.

- 단, 야근 등으로 업무가 미루어지 경우 업무 종료 후에 일간지를 제출한다.

* + 1. **주간 작업진척도표 제출**
    2. **야근 제도**

- 야근시간에 맞춰서 다음날 출근시간에 적용한다.

- 야근의 기준에 대해서는 PM 및 각 부서의 리더들이 평가하고, 급여 이전에 평가 문서를 상무님께 제출한다.

- 야근 인정은 최종적으로 ○○○시스템(주)에서 평가한다.

* + 1. **근태기록**

- 회사 업무일에 지문인식 등의 장비에 자신의 출근/퇴근 시간을 기록한다.

- 급여/인사평가 등의 자료로 사용된다.

* + 1. **책임일정제**

- PM은 프로젝트의 전체적 진행에 확실한 책임을 진다.

- 각 부서의 리더들은 각 부서별 세부 일정에 대한 확실한 책임을 진다.

- 프로젝트가 지연된 것에 대해서는 사유서를 작성해야 하며, 사유가 정당하지 않을 경우에는 주어진 책임 규정하에 책임을 묻는다.

- 모든 일정은 90%를 원칙으로 한다.

- 밀린 일정에 대해서는 월단위로 누적한다.

* + 1. **책임 규정**

책임 규정에 관해서는 일차적으로 팀원끼리의 대화를 통해 해결하며, 대화를 통해서도 같은 사항이 발생시에는 대책을 강구한다.

1. **지원사항**
   1. **프로젝트 참여 인력 지원**

“○○○시스템”은 프로젝트 수행팀에서 단계별로 필요한 인력을 요청할 시에는 요청후 1주일 이내에 참여 인력을 “IT연구소”와 함께 선정하여 프로젝트에 투입한다. 참여 인력에 대한 요건은 다음과 같다.

* 해당분야에 대한 전문적인 지식 및 경험 보유자
* 프로젝트 투입 인력 계획에서 명시한 조건에 해당 하는자
* 업무환경의 변화 등을 현업에 전파할 능력을 지닌 핵심인력
  1. **업무 환경지원**

“○○○시스템”은 본 프로젝트에 참여하는 팀원들을 위하여 “○○○시스템”내에 근무공간 및 사무집기를 제공한다. 다음의 환경은 프로젝트 수행을 위한 작업환경으로써 “A”사가 공급하지 않는 부분이다. ○○○시스템이 제공해야 할 기본적 물품 및 환경은 다음과 같다.

각 팀원별로 책상 등의 필수적인 개인 사무집기

* 회의공간 및 회의탁자, White Board
* 전화기, Laser Printer
* 작업 환경에 적합한 PC