안녕하십니까! 저는 한세사이버보안고등학교 RGB 개발팀 O.Y.O Games의 발표를 맡은 기획자 한규언입니다. 지금부터 RGB팀의 발표를 시작하겠습니다.

발표 순서부터 말씀드리겠습니다. 먼저 저희 개발팀 O.Y.O Games의 구성원에 대해서 말씀드리겠고요, 그 다음 RGB의 개요와 컨셉에 대해 말씀드릴 예정입니다. 그 후 시연 영상과 함께 서비스 기능을 보여드릴 것이고 저희 게임의 차별점과 저희가 시행한 마케팅 전략에 대해서 말씀드리겠습니다. 마지막으로, 저희 게임의 차 후 비전을 말씀드리며 발표를 마치려고 합니다.

먼저 팀 소개입니다. 저희 개발팀 O.Y.O 팀은 한세사이버보안고등학교 게임과 1학년 5인으로 구성된 팀입니다. 팀원은 시스템 및 스테이지 기획 1명, 스토리 및 마케팅 기획 1명으로 기획자 2명, 원화 디자이너 1명, UI 디자이너 1명으로 디자이너 2명, 프로그래머 1명으로 구성되어 있습니다.

그럼 이제 본격적으로 게임 이야기를 시작하겠습니다. RGB는 빛의 삼원색과 반사 원리를 이용해 광선을 목적지에 도착시키는 퍼즐 게임입니다. 유니티 엔진을 이용해서 개발되었으며, 안드로이드 4.1버전 이상을 지원하는 기기에서 플레이 가능합니다. 그럼 이제 RGB의 실제 플레이 영상을 보여드리며 서비스 기능을 말씀드리겠습니다.

이 화면은 RGB의 메인 화면입니다. 화면 하단에 터치를 유도하는 터치 투 스타트가 점멸함을 확인하실 수 있구요, 화면을 터치함으로써 챕터 선택, 스테이지 선택 화면으로 이동할 수 있습니다. 이 화면에서 플레이 할 스테이지를 터치하면 인 게임으로 진입하게 됩니다.

플레이어들은 이 화면에서 크게 빛을 내보내는 광원과 빛을 도착시켜야 할 목적지, 그리고 거울을 놓을 수 있는 점선을 확인 할 수 있습니다. RGB의 주 목적은 바로 저 광선을 거울을 이용해 목적지에 도착시키는 것인데요, 보여드리는 것처럼 선택창을 터치하고 평면 거울, 삼각 거울 중 하나를 선택해 배치한 후, 거울을 슬라이드해 회전시켜 목적지에 도달시킬 수 있습니다. 이런 과정을 거쳐 모든 목적지가 요구하는 색상대로 채워질 경우에 스테이지가 클리어됩니다. 여기서 화면을 터치하면 다음 스테이지로 넘어가게 되구요, 지금 보여드리는 상황처럼 거울을 잘못 배치했을 때를 대비해 배치한 거울을 두 번 터치함으로써 거울을 바꿀 수 있도록 했고, 우측 상단의 메뉴에서 초기화를 터치해 스테이지 전체 상황을 초기로 바꿀 수 있도록 하였습니다.

플레이어들은 보셨던 방식대로 스테이지를 클리어하고 컷씬이 전하는 스토리를 즐기며 게임을 진행하게 됩니다. 그럼 이제 저희 게임의 경쟁 게임과 차별화에 대해서 말씀드리겠습니다.

먼저 저희 게임의 차별점으로는 타 게임들과 차별된 디자인 컨셉이 있는데요, 저희 게임과 가장 유사한 플레이 방식을 가지고 있는 Glass를 포함한 타 퍼즐 게임들의 경우에는 어둡고 딱딱하거나 최대한 단순한 디자인, 또는 고풍스러운 디자인을 연출하려고 함과 다르게, RGB는 밝고 따뜻한 색채를 주로 사용하여 플레이하면서 색채가 주는 느낌을 흠뻑 느낄 수 있도록 디자인 하였습니다.

또한 저희는 플레이어에게 확실한 플레이 동기를 부여하기 위해 게임에 스토리를 도입했습니다. RGB에는 시각 장애와 빛이라는 대립되는 소재를 이용한 사랑 이야기를 담았으며, 스테이지를 구성하는 광선의 색깔에 각 장면에 맞는 감정을 연계해 플레이어가 등장인물들의 감정을 느낄 수 있도록 하였습니다. 이 외에도 정해진 거울을 움직여 플레이하는 방식이 아닌 정해진 위치에 거울을 선택해서 배치하는 지금까지 없던 플레이 방식이 차별화 요소라고 할 수 있습니다.

다음은 저희 RGB의 마케팅 전략과 실적에 대해서 말씀드리겠습니다.

먼저 저희는 작 중 등장하는 장면을 책갈피와 미니 배너에 담아 국내 최대 만화 전문 서점인 홍대 북새통 문고, 신림 코믹존에 배포하였습니다. 두 서점에는 모두 자율 책갈피 수령대가 있기 때문에 많은 분들이 RGB를 접하실 수 있었습니다.

또한 저희는 페이스북 페이지를 운영하기도 했습니다. 여기서 페이지 운영 시작 후의 경과를 보실 수 있는데요, 처음 작성한 게시물이 164명에게 도달했다면 점점 더 성장세를 보여 9월 20일의 게시물에는 약 15배가 증가한 2450명에게 도달했습니다. 페이스북 특유의 넓은 확장성이 저희 게임을 알리는 데에 큰 효과가 있었음을 알 수 있는 부분입니다. 또한 페이지 운영뿐만 아니라 다운로드 인증 이벤트 등을 통해서 더욱 더 많은 사람들에게 저희 RGB를 알릴 수 있었습니다.

그래서 이 모든 것을 종합한 결과 저희는 9월 26일에 게임을 출시하여 9월 28일오전 9시 기준 000명의 다운로드 수와 0.0점의 평점을 기록했으며, 현재 9월 29일 기준으로 000명의 다운로드 수를 기록하고 있습니다. (좋은 평점이 나온다면) 또한 ‘참신한 게임’ ‘스토리가 흥미롭다’등의 개발 의도에 부합하는 리뷰들도 찾아볼 수 있었습니다. (만약 높이 나온다면) 이틀 정도의 짧은 시간 내에 이 정도의 다운로드 수를 기록한 것으로 굿즈 제작과 페이스북 마케팅의 효과가 컸음을 알 수 있겠습니다.

그럼 마지막으로 저희 게임의 차 후 비전에 대해서 말씀드리려고 합니다.

먼저 저희 게임에서 나타나는 버그들을 수정해 나갈 예정이며, 고정 유저층을 확보한 후 저희 게임의 수입 창출 전략을 확정지어야 할 것으로 보입니다. 또한 스테이지 수를 늘림으로써 꾸준히 컨텐츠를 확보해 나갈 것이며, 스테이지를 노말 난이도, 하드 난이도로 세분화 하여 더 많은 유저층이 즐길 수 있도록 할 예정입니다.

이상으로 RGB 개발팀 O.Y.O 게임즈의 기획자 한규언이었습니다. 발표 들어주셔서 감사합니다.