

Mossland

Mossland Ltd.



Ver 1.24

차 례

차 례	2
1 Introduction	3
2 Mossland	6
2.1 위치 기반의 증강 현실 모바일 게임	6
2.2 가상화된 부동산의 유저간 거래	10
2.3 위치 기반의 P2P 광고 플랫폼	11
3 Moss Coin	14
3.1 Moss Coin 개요	14
3.2 Moss Coin 과 Moss	14
3.3 Moss Coin 배분 계획	16
3.4 Moss Coin 의 소각 및 발행 정책	17
4 Moss Chain	18
4.1 블록체인 적용의 기술적 측면	18
4.2 Decentralization of Mossland	18
4.3 Moss Chain 의 경제	20
5 ICO	22
5.1 Pre ICO	22
5.2 Main ICO	23
5.3 Moss Coin 의 락업 및 지급 일정	25
5.4 Moss Coin 구매자를 위한 혜택	26
5.5 정책과 주의 사항	27
6 Market Insight	28
6.1 위치 기반 체크인 앱	28
6.2 아이템 거래 시장	29
7 개발 및 출시 계획	31
8 Team	32
8.1 Reality Reflection	32
8.2 Members	35

1 Introduction

Mossland 는 현실의 부동산을 소재로 하는 위치 기반(Location Based), 증강 현실(Augmented Reality) 모바일 게임 서비스이다. 사용자는 주변의 현실 건물들을 모두 게임상에서 볼 수 있고, 게임 플레이를 통해 획득하고, 사거나 팔 수도 있다. 이렇게 획득한 가상의 부동산 자산은 암호 화폐를 이용하여 거래 가능하도록 개발되어 환금성을 가지게 되므로, 모든 사용자는 자연스럽게 자신의 건물을 가치를 높이기 위해 노력하게 된다. 서비스가 구축된 후 성능이 뛰어난 블록체인 기술이 등장하면, 게임 내 가상 자산의 소유권은 블록체인 위로 옮겨질 예정이다. 그때부터 Mossland 의 가상 자산들은 탈중앙화된 거래 플랫폼에서 거래 가능하며, 더 많은 서비스와 더 많은 사용자들로부터 활용될 것이다.



그림 1: 현실 건물 + 액세서리 (증강 현실 오브젝트)

Augmented Reality 게임 내에서 건물이 높은 가치를 가지려면 그 건물에 방문해서 체크인하는 사람들이 많아야 한다¹⁾. 체크인 사용자 수를 늘이기 위해 건물의 소유주가 할 수 있는 노력 중 가장 강력한 방법은 증강 현실 오브젝트인 액세서리(Accessory)를 설치하는 것이다. 액세서리는 사용자가 소유한 건물을 시각적으로 인상깊게 만들 뿐 아니라, 방문하는 유저에게도 다양한 혜택을 제공하여 방문객 수를 비약적으로 상승시킨다. 또한 사용자가 많아지면서 여러 건물들에 경쟁적으로 멋진 액세서리가 설치되고, 익숙한 도시의 풍경이 증강 현실을 통해 색다르게 변해가는 것은 이 게임의 중요한 마케팅 포인트가 될 것이다.

1) 체크인 중심의 위치 기반 게임인 Foursquare 를 참고하기 바란다.

Tradable Properties and Accessories Mossland 는 게임 내 경매 기능을 통해 가상의 부동산과 액세서리들에 대한 사용자간 거래가 가능하다. 사용자간 거래는 게임 내 경매 전용 화폐인 Moss 를 이용해서 하게 되는데, Moss 는 블록 체인 기반의 암호 화폐인 Moss Coin 으로 1:1 교환이 가능하다. Moss Coin 은 거래소에 상장될 예정이므로, 사용자는 게임 내 부동산 거래로 얻은 Moss 를 다른 암호화폐나 현금으로 환전할 수 있게 된다.

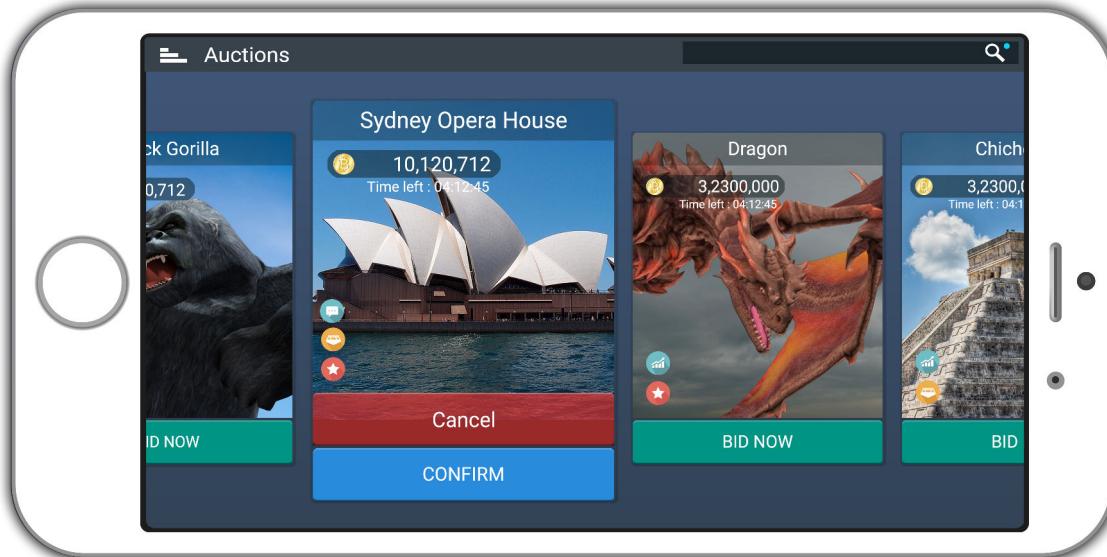


그림 2: 게임 내 경매장, 유저 간 거래는 Moss 를 이용해서 이루어진다.

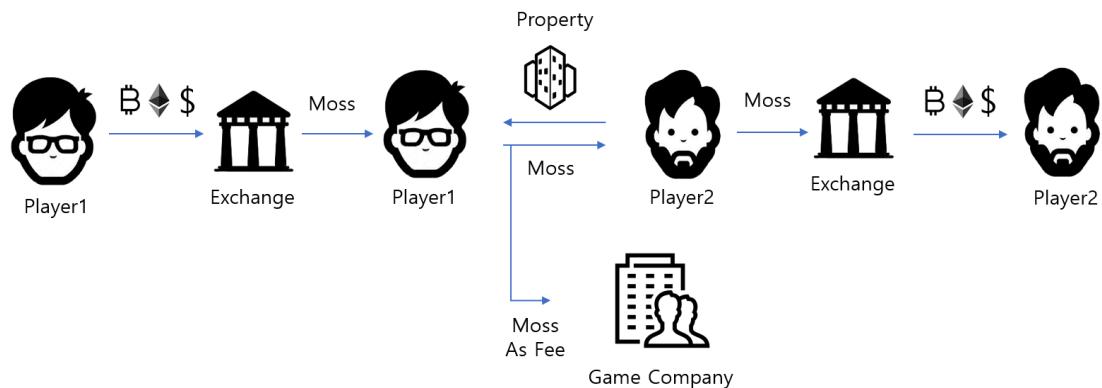


그림 3: 거래에 사용된 Moss 는 다른 암호화폐나 현금으로 환전가능하다.

Location Based P2P Advertisement 사용자의 현실 위치에 기반한 게임성과 증강 현실 기술이 합쳐져 Mossland 는 새로운 광고 플랫폼의 가능성은 제시한다.

Mossland 의 사용자라면 누구나 Moss 를 사용하여 간단한 인터페이스를 통해 광고를 제작/집행할 수 있다. 이렇게 사용한 Moss 는 광고 수수료로 운영사가 일부 가져가고, 나머지는 실제 방문하거나 구매한 사용자에게 지급하는 보상형 광고로 집행된다.

Mossland 의 광고는 광고가 집행되는 위치에서 가까운 소수의 사용자에게만 노출되므로, 광고의 결과가 실제 방문이나 구매로 연결될 가능성이 매우 높다. 또한 증강 현실 액세서리로 꾸며진 가게는 소비자에게 색다른 체험과 함께 게임 상의 실질적인 혜택까지 제공하므로, 사용자가 꺼리지 않고 오히려 반기는 광고가 된다.

Moss Chain Mossland 의 가장 부동산과 AR 액세서리는 개발사의 기술력, 리소스 생산 능력과 사용자의 플레이 참여로 생산되는 가상 자산이다. 이런 가상 자산들이 보다 지속성 있고 높은 가치를 가지기 위해서는, Mossland 이외에도 더 많은 서비스와 더 많은 사용자에게 활용되고 더 많은 아티스트와 개발자들에 의해 만들어져야 한다. 이를 위해 Mossland 는 게임 내 가상 자산들을 블록체인으로 이전하여 공개하고 거래가 가능하도록 하고자 한다.

이 블록체인 - Moss Chain 을 통해서 Mossland 에서 구축된 가상 자산과 소유권들은 다른 위치 기반, AR 서비스에서도 사용 가능하며 이는 가상 자산의 가치 상승과 지속성을 담보하게 된다. 또한, 이 공개 시장을 통해 서드 파티의 아티스트들과 개발자들이 가상 자산을 제작하고 판매함에 따라, Mossland 개발사의 역량을 뛰어 넘는 창의적이고 풍요로운 리소스 확보가 가능해 진다. 이렇게 폭넓고 유연해진 리소스 제작, 공급 역량은 곧 창의적이고 기발한 광고 제작 가능성으로도 연결된다.

가상 자산들이 Mossland 이외에도 다양한 서비스에서 사용 가능해지면, 광고의 가치 또한 상승한다. 건물 소유자에게 광고를 제안하고 수락하는 과정, 광고 성과를 분배하는 모든 과정 역시 블록체인에 기록하여 투명하고 신뢰성 높은 위치 기반 광고 시장을 형성할 것이다.

2 Mossland

2.1 위치 기반의 증강 현실 모바일 게임

스마트폰의 보급으로 모든 사람이 GPS 수신이 가능해 지면서, 위치 기반 서비스가 대중화되기 시작했다. 이런 흐름 속에서 사용자 근처에 있는 건물이나 가게를 찾고 소유권을 다투는 이른바 체크인 게임²⁾들이 등장하기 시작했다.

하지만 Facebook이나 Google 같은 거대 서비스들이 잇달아 체크인 서비스를 시작하면서, 단순히 내 위치를 알리고 친구의 위치를 알아 내는 소셜 서비스로서의 체크인 게임은 경쟁력을 잃어 갔다. 그러던 와중에 모바일 기기의 성능이 향상되면서 실시간 카메라 영상에 가상 오브젝트를 합성하는 증강 현실(Augmented Reality) 서비스가 엄청난 잠재력을 보이며 주목받고 있다. 현실과 가상의 합성이라는 증강 현실의 특성상 위치 기반 서비스와 결합했을 때 매우 강한 시너지를 기대할 수 있다³⁾.

이런 배경 속에서 Mossland는 Foursquare 같은 전통적인 체크인 게임의 기본 바탕 위에 증강 현실의 재미로 게임화(Gamification)의 깊이를 더했다. 부동산을 선점하고, 지키고, 뺏는 기본 플레이 위에 증강 현실 오브젝트를 설치해서 자신이 보유한 건물을 꾸미고 더 많은 사용자들의 체크인을 유도하도록 노력하게 했다.

Checkin Mossland의 가장 기본 행위는 체크인이다. 사용자는 자신의 현실 위치를 중심으로 가까운 건물들을 검색해 볼 수 있고, 이 중 하나에 체크인할 수 있다. 체크인을 하면 Gold나 Item 같은 보상을 얻게 되는데, 사용자는 이런 보상을 모아서 자신의 건물을 확보하고 성장시킬 수 있다. 과거의 체크인 게임들이 체크인의 의미를 소셜 활동에 중점을 두었다면, Mossland는 게임 상의 목표를 달성하기 위한 필수적인 과정으로 설계하였다. 또한 체크인 후 얻게 되는 보상은 Gold의 수량이나 Item의 희귀도를 랜덤하게 결정하여, 사용자는 체크인 때마다 지루하지 않게 기대감을 갖고 보상을 받을 수 있다.

체크인이 일어나면, 체크인한 사용자 뿐만 아니라 체크인한 건물의 소유주 역시 보상을 받게 된다. 따라서 체크인 사용자 수가 많을수록 게임 내 건물의 가치가 상승한다. 건물의 소유주는 Facebook의 Like 숫자나 Twitter의 Follower 숫자같은 소셜 게임으로써의 만족감 뿐만 아니라 건물의 수익성이라는 실질적 혜택도 가지게 된다.

Property Property는 현실의 부동산을 기초로 게임 내에서 가상화시킨 자산이다. Foursquare 같은 서비스의 경우 사용자가 장소를 심의없이 등록할 수 있기 때문에, 하나의 건물이 게임 상에서는 여러 개의 장소로 중복해서 보이는 경우가 많았다. 예를 들어 현실에서는 하나의

2) Foursquare, Gowalla, MyTown 등

3) 포켓몬 고의 사례를 참고한다

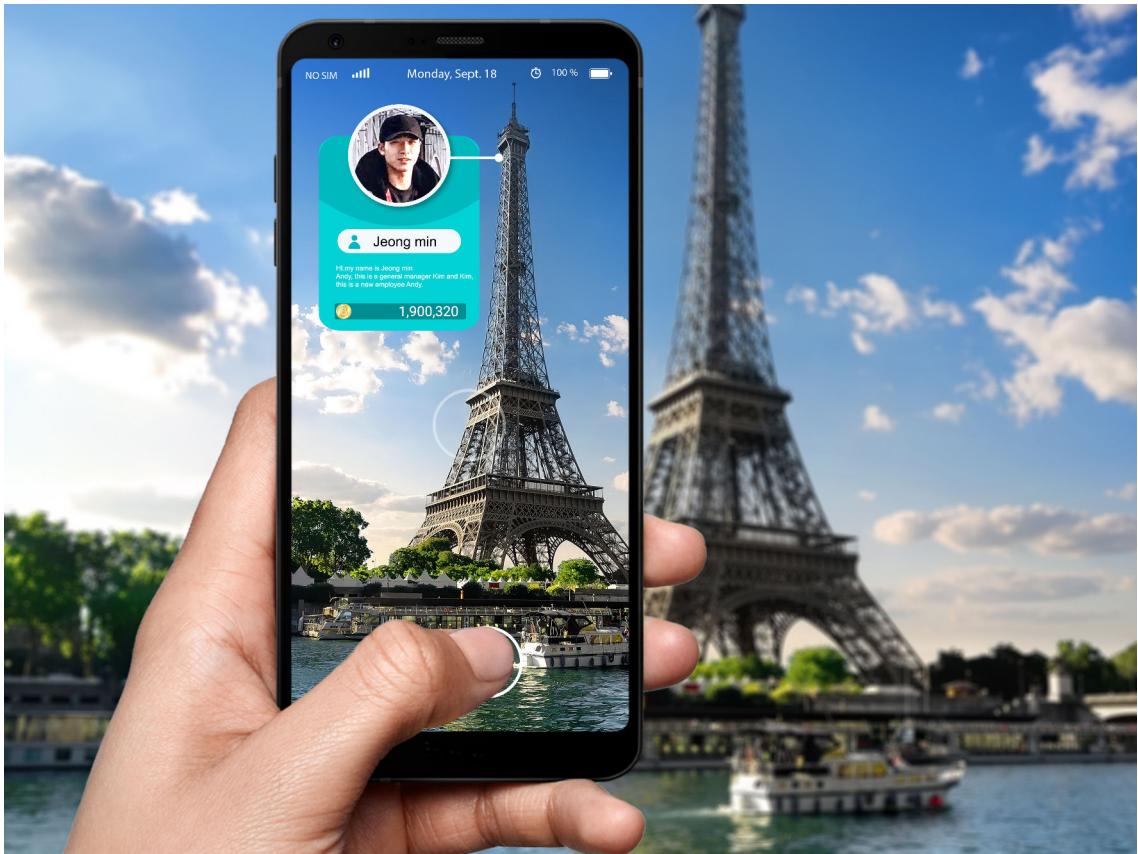


그림 4: Mossland 의 체크인

에펠탑이 “Eiffel Tower”, “the Eiffel Tower” 또는 “La Tour Eiffel” 등으로 이름을 달리 해서 게임에서 여러 개로 보일 수 있었다.

Mossland 에서는 사용자에 의한 건물 등록을 배제하고, 구글 등의 POI 데이터를 활용하고 심의함으로써 이런 경우를 원천 배제하고자 한다. 따라서 하나의 현실 부동산은 게임 내에서 단 하나의 Property 로 등장하는 것이 보장되며, 복수의 Property 가 생겨 해당 건물의 가치가 떨어지는 일은 없도록 한다.

Accessory Accessory란 Property 위에 설치되는 증강현실 오브젝트를 말한다. 기존의 체크인 게임들과 달리 Mossland 는 자신이 소유한 Property 에 시간과 노력, 돈을 투자해서 성장시키는 것이 가능하다. 이런 성장의 결과는 반드시 가시적으로 표현되어야만 사용자의 동기 부여와 성취감을 극대화시킬 수 있다. 현실에 존재하는 부동산이 가상 세계에서 소유되고 성장하는 모습을 직관적으로 표현하기 위해 Mossland 는 증강 현실 기술을 사용하고자 한다.

예를 들어 그림 5을 보면 처음 “피사의 사탑”을 매입한 사용자는 Accessory 가 없기 때문에 주변의 다른 사용자들이 보기에 일반 카메라 화면과 다를 것이 없다. 하지만 소유자가 게임 플레이를 통해 획득한 “익룡” 을 풀어 놓으면 피사의 사탑 주변의 사용자들은 게임의 증강

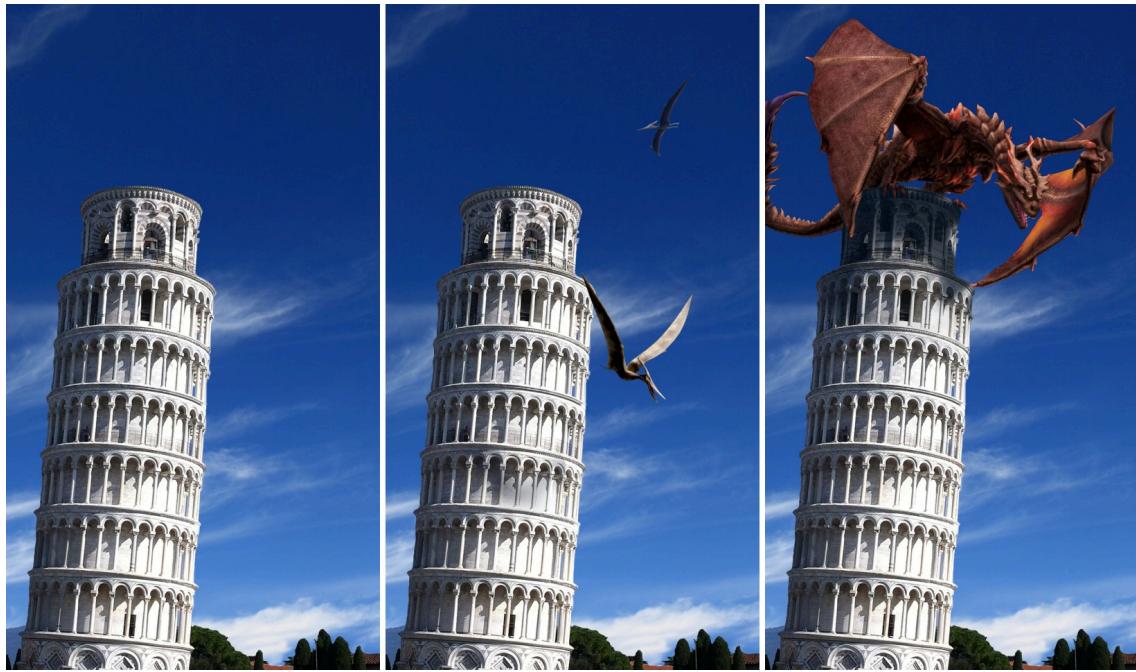


그림 5: 현실 건물에 합성되는 증강 현실 Accessory

현실 화면을 통해 빌딩 주변을 날고 있는 “익룡”을 볼 수 있다. 마찬가지로 건물 소유자가 더 큰 노력과 비용으로 거대한 “드래곤”을 획득하고 설치할 수도 있다.

여기서 Property 와 Accessory 의 물리적 크기는 매우 중요한 역할을 한다는 것에 유념해야 한다. 증강 현실 화면은 사용자 모바일 기기의 카메라 화면에 바탕을 두므로, 멀리서도 보이는 거대한 랜드마크 빌딩과 Accessory 는 넓은 범위의 사용자들로부터 관심으로 받고 체크인을 유도할 수 있기 때문이다. 따라서 랜드마크가 될 수 있는 높고 큰 빌딩들은 잠재력이 크기 때문에 게임 내에서 자연스럽게 매우 높은 가치를 가지게 된다⁴⁾.



그림 6: 거대한 빌딩과 Accessory 는 관심을 끌 수 있는 범위가 넓다.

4) 조그만 건물에는 아예 드래곤 같은 거대 Accessory 는 설치조차 할 수 없다.

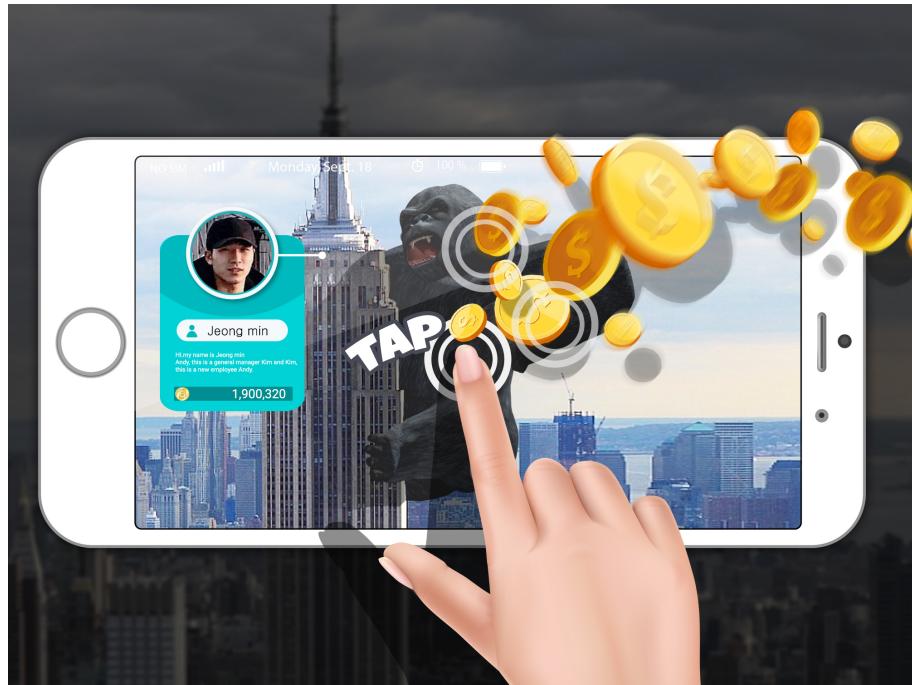


그림 7: Accessory 는 시각적 효과 뿐만 아니라 실질적 혜택을 제공한다.

Accessory의 가치는 단지 시각적으로 주의를 끄는 데에만 있지 않다. 잘 만들어진 모바일 게임일수록 흥미 있는 오브젝트는 모두 터치해서 상호작용할 수 있게끔 하는데, Mossland 역시 마찬가지이다. 그림 7에서 보는 것처럼 Accessory는 저마다 고유한 게임내 기능을 가지고 있고, 체크인한 사용자가 터치해서 상호작용을 하면 그에 따른 보상을 지급한다. 체크인하는 유저 입장에서 보자면 멋진 Accessory가 설치된 건물은 보기에도 멋지고 재밌지만 혜택도 크기 때문에 매력적이다.

Item Accessory를 얻으려면 사용자는 Item을 수집해야 한다. Item은 체크인을 통해서 얻게 되며, 희귀한 Accessory는 당연히 희귀한 Item들과 막대한 Gold를 써야만 구할 수 있다.

2.2 가상화된 부동산의 유저간 거래

Mossland에서 획득한 Property는 게임 내 경매장을 통해 유저끼리 거래가 가능하다. 이 때 사용되는 화폐가 Moss이다.

Currency Mossland 내에는 모두 세 가지 화폐가 존재한다. 첫번째는 Gold로 가장 흔한 형태의 게임 머니이다. Gold는 게임 플레이에 따라 생성되고 소멸되며, 통화량에 대한 제어가 약하다. 체크인, 미션 달성, 레벨업 등의 게임 플레이에 대한 보상으로 쉽게 제공되며, 인앱 결제를 통한 충전도 가능하다. 따라서 총 통화량을 직접적으로 제어할 수 없고, 게임 플레이 컨텐츠로만 간접적으로 제어 가능하며 인플레이션의 가능성성이 존재한다.

두 번째 화폐는 Gem으로 게임 플레이보다는 인앱 결제로 충전되는 화폐이다. 게임 플레이로 쉽게 생성되는 Gold보다는 희귀하지만, 인앱 결제에 대해서는 아무런 제약이 없으므로 통화량을 제어하는 화폐는 아니다. 게임의 여러 가지 프리미엄 기능과 아이템 등을 구매할 때 사용한다.

세 번째 화폐는 Moss이다. Moss는 Gold나 Gem과 달리 화폐 발행량을 운영상에서 통제하여 화폐 가치를 관리한다. 따라서 사용자들은 발행된 통화량 내에서만 인앱 결제나, 비트 코인, 이더리움 등의 암호 화폐로 구매 가능하다. 발행된 통화량이 모두 소진되면 유저의 Moss 구매는 중단되어 화폐 가치 하락을 방지한다. Moss는 주로 유저 간의 거래에 사용되며, 유저 간 거래에서 일정 수수료는 운영사에 귀속되며, 운영사는 해당 Moss를 소각하거나 재유통시킬 수 있다.

통화	Gold	Gem	Moss
통화량 제어	매우 약함	약함	강함
생성	게임 플레이 인앱 결제	인앱 결제	인앱 결제 암호 화폐 거래소 결제 B2C 광고 유치
소멸	게임 컨텐츠 소비	게임 컨텐츠 소비	유저간 거래 수수료
유저의 취득 경로	게임 플레이 인앱 결제	인앱 결제	인앱 결제 암호 화폐 거래소 결제 B2C 광고, P2P 광고 터치 유저간 거래에서 자산 매각
유저의 소비 경로	게임 컨텐츠 소비	게임 컨텐츠 소비	P2P 광고 게시 유저간 거래에서 자산 매입 암호 화폐로 환전

표 1: Mossland의 통화

경매장 사용자는 자신의 Property 나 Accessary 를 경매장에 올려 다른 사용자들에게 판매할 수 있다. 유저 간 거래는 이렇게 완전 경쟁 방식의 경매로만 이루어지며, 상대를 특정한 유저간 직거래는 지원하지 않는다⁵⁾. 게임 내 경매장을 통해 다음과 같은 긍정적인 효과가 기대된다.

- 환금성이 있는 Moss 를 이용한 거래이기 때문에, 사용자들로 하여금 자신의 Property 를 성장시킬 충분한 동기 부여가 된다.
- 유명 Property 들이 사장되는 것을 막을 수 있다. 예를 들어 에펠탑이나 피사의 사탑, 자유의 여신상처럼 유명한 건축물들은, 게임에서도 중요한 자산이다. 만약 초기 선점자들이 이런 자산들을 소유한 다음에 그대로 게임에서 이탈해 버리면, 그런 유망 자산들이 게임 내에서 사장되고 만다. 하지만 환금성 있는 거래 시장이 활성화되어 있으면, 선점자들이 게임을 그만둔다 하더라도 경매장에서 판매하고 그만둘 것이므로 중요 Property 가 사장되는 경우는 없다.
- 경매장 자체가 흥미있는 게임 컨텐츠이다. 경매장의 특성상 운 좋게 낮은 가격으로 좋은 물건을 낙찰받는 경우는 반드시 생긴다. 따라서 시시때때로 물건과 가격이 바뀌는 경매장에 방문해서 경매 물건들을 체크해 보는 것은 그 자체로 흥미진진하여 사용자들의 잊은 접속을 유도할 수 있다.

2.3 위치 기반의 P2P 광고 플랫폼

우리가 아는 대부분의 광고는 거대한 자본을 가진 광고주가 매스 미디어를 통해 불특정 다수에게 전달되는 형태로 진행된다. 이런 광고는 엄청난 비용이 필요하고, 정작 광고를 필요로 하는 사람에게 전달될 확률도 낮다. 따라서 오프라인 상의 소규모 가게를 운영하는 사람들 입장에서는 광고를 집행하기도 어렵고, 광고를 한다 해도 원하는 효과를 보기 어렵다. 이런 광고주들은 자신의 업소 근처에 있는 소비자들에게만, 소액으로, 성과가 확인되는 방식으로 광고하길 바라기 때문이다.

Mossland 는 이런 수요에 맞춘 위치 기반의 광고 플랫폼을 제공하고자 한다. 일반적으로 이 플랫폼의 동작 구조는 그림 8과 같다.

Mossland 사용자라면 누구라도 Moss 만 있으면 광고를 집행할 수 있다. 광고 게재의 채널은 각각의 Property 가 되는 것이며, 광고 집행을 위해 운영사와 협의하거나 심의받을 필요는 없다. 광고주가 Property 의 소유자일 경우, 아무런 심의없이 광고가 진행되며, 광고 주가 해당 Property 의 소유자가 아닌 경우에는 집행할 광고 내역에 대해서 해당 Property 소유자의 동의가 필요하다.

5) 유저간 직거래를 지원할 경우, Moss 를 통하지 않는 어뷰징 거래가 가능해 진다.

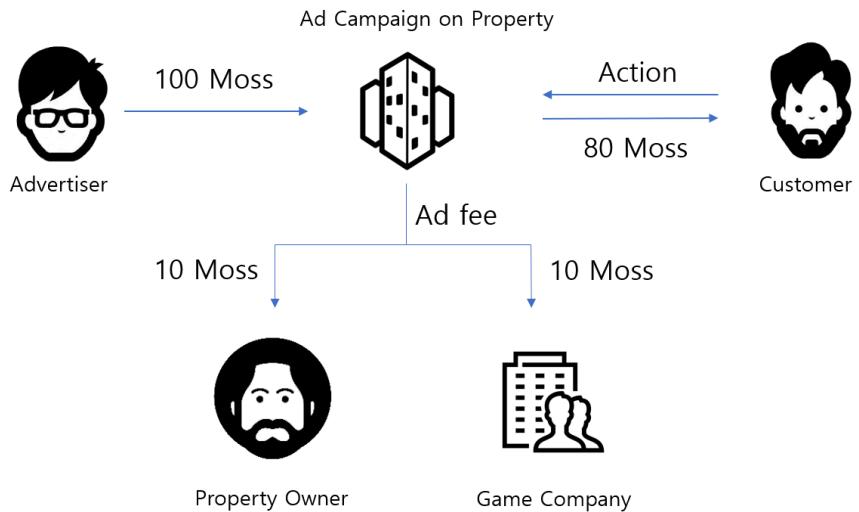


그림 8: Mossland 의 광고 집행 구조

광고는 모두 CPA(Cost Per Action) 방식으로 집행되어 소비자가 광고주가 원하는 행동(광고 열람, 체크인, 방문, 구매)을 하면, 광고주가 약속한 Moss 를 지급하는 형태로 진행된다. 그림 8에서처럼 광고주가 집행한 광고비는 대부분 소비자에게 지급되고, Property 소유자와 게임 운영사가 일정 부분을 수수료로 받아 간다.

이런 광고 플랫폼으로 Mossland 가 기대하는 효과는 다음과 같다.

- 인앱 결제나 가상 화폐 구매를 하지 않는 대다수 사용자에게 Moss 를 획득할 기회를 제공한다. 가상 화폐 구매는 아직까지는 진입 장벽이 상당히 높은 편이고, 상당수 사용자는 개념조차 모르는 경우도 많다. 이런 경우 Moss 의 효용에 대해 노출될 일이 없어, 이 게임이 추구하는 코인 경제에 끝까지 편입되지 않을 수도 있다. 하지만 광고에 응한 대가로 Moss 를 지급하면 운영사의 수익이 발생할 뿐만 아니라, 사용자들이 자연스럽게 Moss 를 모아서 경매장에 도전해 볼 수 있는 기회가 생기게 된다.
- Property 의 자산 가치가 높아진다. 유동 인구가 많고 커다란 건물을 Property 로 소유하고 있으면 그만큼 광고 제안을 많이 받게 된다. 광고 집행에 따라 수수료로 Moss 수입이 발생하므로, Property 의 자산 가치가 그만큼 상승하게 된다. 또한 거기서 지속적으로 광고를 집행하려는 광고주 입장에서는 해당 Property 를 매입하는 것이 장기적으로 비용 절약이 되므로 Property 매입의 필요가 생긴다. 이 역시 게임내 Property 들의 자산 가치를 상승시키는 요인이 된다.
- Moss Coin 의 가치가 상승한다. 광고를 하려는 사람들이 많아질수록 Moss 수요는 많아지지만, Moss 는 발행량을 통제하는 화폐이므로 공급은 한정적이다. 자연스럽게 Moss Coin 의 가치는 상승하게 된다.

위치 기반의 마이크로 광고 시장의 잠재력은 오래전부터 주목해 오고 있었으나, 마땅한 퀄리 플랫폼은 아직 존재하지 않고 있다. Mossland 는 위치 기반 광고에 기반하여 증강 현실 기술을 적용해서, 소비자가 주목도가 높은 광고가 생산할 수 있도록 하였다. 또한, Moss 만 가지고 있으면 누구나 광고를 제작해서 게재할 수 있는 툴을 제작 유통시켜서 운영사의 개입없이 저비용으로 쉽게 진행할 수 있는 P2P(Peer to Peer) 광고 플랫폼을 지향한다.



그림 9: 증강 현실 광고 사례

3 Moss Coin

3.1 Moss Coin 개요

Moss Coin 은 이더리움 플랫폼의 암호 화폐이다. 자세한 세부 내역은 표 2을 참고한다.

항목	내용
이름	Moss Coin
Symbol	MOC
플랫폼	Ethereum
총 발행량	500,000,000 MOC
Pre ICO 기준가	1 MOC = 0.0001 ETH 1 ETH = 10,000 MOC
Main ICO 기준가	1 MOC = 0.12 USD

표 2: Moss Coin 개요

3.2 Moss Coin 과 Moss

2.2절에서 언급했듯이, Mossland 는 Gold, Gem, Moss 세 가지 통화를 가지고 있다. 이 중 Moss 는 운영사에서 통화량을 관리하는 화폐로써 경매장에서 Property 나 Accessary 를 구매하거나, P2P 광고를 집행할 때 사용한다. 사용자가 Moss 를 획득하려면 세 가지 경로가 있다.

- 암호 화폐 거래소에서 Moss Coin 구매

게임 내 Moss 충전을 위해서 Moss Coin 이라는 암호 화폐를 발행하고 거래소에서 유통시킬 계획이다. 사용자는 ICO 에 참여해서 초기 Moss Coin 을 구매할 수 있고, 이후에는 거래소를 통해 Moss Coin 을 구매할 수 있다. 구매한 Moss Coin 은 게임 사이트를 통해 Moss 로 환전되며, 환전시 사용한 Moss Coin 은 운영사의 wallet 에 보관된다. 운영사는 환전하고 받은 Moss Coin 을 보관하고 있다가 인출을 원하는 사용자가 나타나면 지급한다.

- 모바일 스토어의 인앱 결제

구글 플레이이나 애플 앱스토어 등 모바일 스토어에서 인앱 결제로 Moss 를 구매한다. 사용자 입장에서는 가장 쉬운 방법이지만, 이 때 Moss 의 가격은 Moss Coin 의 시세에 30% 의 플랫폼 수수료를 감안해서 결정되므로, 가격적으로는 가장 불리하다. 또한 Moss Coin 의 가치 보호를 위해서 사용자가 아무 때나 무한정 살 수는 없으며, 운영사가 결정한 재고 안에서만 구매 가능하다. 운영사는 수수료로 확보한 Moss 의

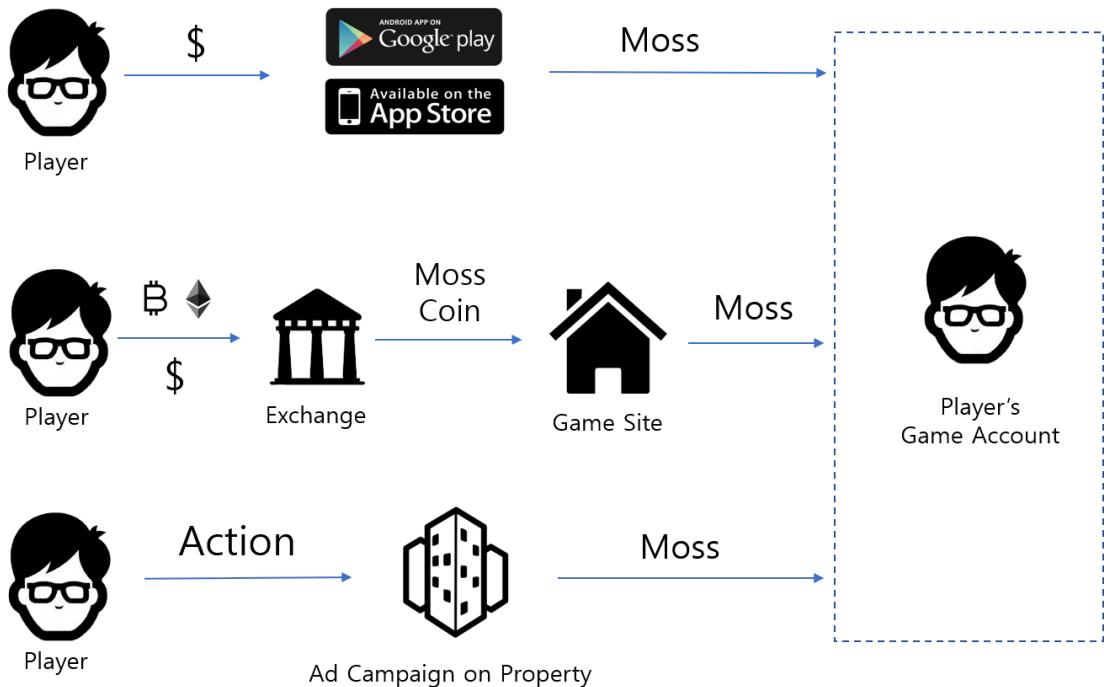


그림 10: Moss 의 획득 경로

총량 내에서만 인앱 결제용으로 재판매하므로, 언제든지 인출을 원하는 사용자에게 Moss Coin 을 지급할 수 있다.

- 광고 참여

P2P 광고에서 제시하는 액션(체크인, 방문, 구매 등)을 수행하고 제시한 Moss 를 지급 받는 것이다. 소액이긴 하지만, Moss 경제에 이 과정을 통해서 진입하는 사용자들도 상당히 많을 것으로 기대한다. 또한 자신의 Property 에 P2P 광고를 유치해서 광고 수수료를 받는 방법도 있는데, 성공적으로 광고가 집행될 경우 상당히 큰 Moss 를 벌 수도 있다.

Moss 획득 경로와 관계없이 모든 Moss 는 Moss Coin 으로 인출 가능하며, 인출한 Moss Coin 은 Moss Coin 이 상장된 거래소에서 다른 가상 화폐나 현금으로 환전할 수 있다.



그림 11: Moss 의 인출

3.3 Moss Coin 배분 계획

Moss Coin의 공급 총량은 5억 MOC로 제한되어, 5억 개가 모두 발행되면 더 이상 새로운 토큰은 발행하지 않는다. 발행된 Moss Coin은 표 3와 그림 12와 같이 배분될 계획이다.

항목		수량
Pre ICO	Private	41,949,405 MOC
	Public	24,999,451 MOC
Main ICO	Strategic Partners	101,250,247 MOC
	Public	123,750,302 MOC
Team		75,000,000 MOC
	Advisor	25,000,000 MOC
초기 인앱 결제용		75,000,000 MOC
Reserve		33,050,595 MOC

표 3: Moss Coin 배분 계획

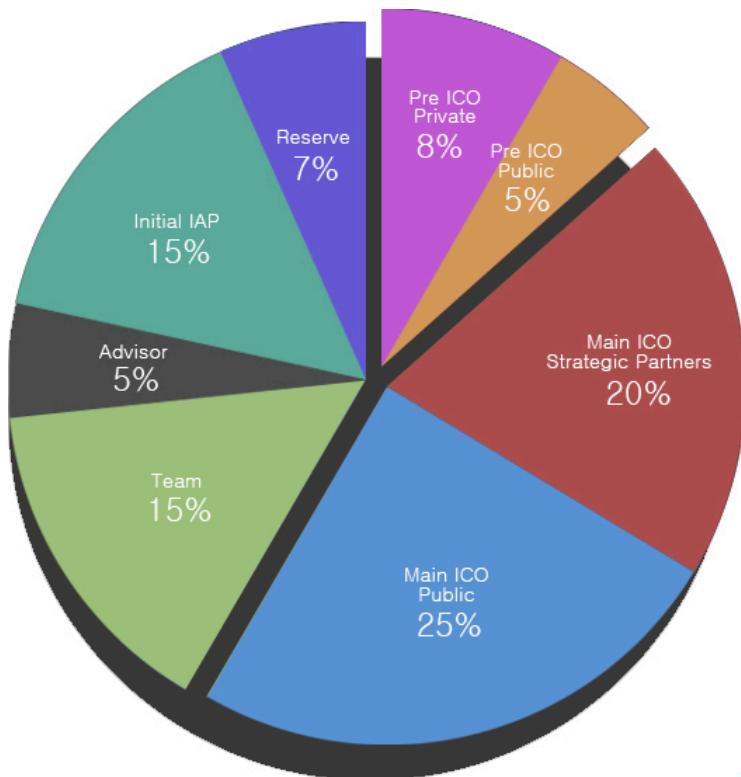


그림 12: Moss Coin 배분 비율

- 총 발행량 중 약 58% 를 두 번의 ICO, Pre ICO 와 Main ICO 를 통해 배분한다. 이 중 Pre ICO 는 고액 구매자를 위한 Private 라운드와 일반 구매자를 위한 Public 라운드로 진행하며, Main ICO 는 전략적 파트너를 위한 Strategic Partners 라운드와 일반 구매자를 위한 Public 라운드로 진행한다.
- 시장 안정을 위해서 Team 과 Advisor 에게 배분되는 Moss Coin 은 Moss Coin 의 최초 배포 시점부터 1년간 약업되어 양도가 금지된다.
- 서비스 초기에도 사용자들이 인앱 결제로 Moss 를 구매할 수 있도록 초기 인앱결제 상품 판매를 위해 75,000,000 MOC 를 할당한다. 해당 물량이 모두 판매된 이후에는 사용자간 거래나 광고 활동에 대한 수수료로 운영사가 회수한 Moss Coin 만큼만 인앱 결제로 판매해 재유통할 계획이다.

3.4 Moss Coin 의 소각 및 발행 정책

사용자간 거래나 광고 등의 Moss 관련 활동이 일어나면 운영사는 거래 수수료로 Moss Coin 을 회수하게 된다. 이렇게 회수된 Moss Coin 은 운영사가 소각하거나 인앱결제로 판매한다.

- 추가 공급**

Moss Coin 은 5억개까지만 발행한다. 수요가 증가해도 추가적인 공급은 없으며, Moss Coin 의 가치는 그에 따라 조정될 것이다.

- 소각**

Moss Coin 이 가치가 떨어지면 운영사는 Moss Coin 가치를 방어하기 위해 회수된 Moss Coin 중 일부를 소각하고 이를 공지한다.

- 재유통**

Moss Coin 의 가치 하락이 우려스럽지 않고, 원활한 화폐 사용을 위해 회수된 Moss Coin 의 재유통이 바람직하다고 판단될 경우, 운영사는 회수된 Moss Coin 중 일부를 모바일 인앱결제를 통해 재판매한다. 재판매 결정 시점의 시세 기준에 따라 Moss Coin 의 인앱결제 판매가가 결정되며, 모바일 플랫폼 수수료 때문에 시세보다 비싸게 판매된다. 시장 혼란을 막기 위해 운영사가 모바일 인앱 결제가 아닌 거래소를 통해서 Moss Coin 을 판매, 재유통시키는 일은 최대한 지양한다.

4 Moss Chain

4.1 블록체인 적용의 기술적 측면

Mossland 는 독자적인 중앙 서버 기반의 게임 서비스로 먼저 개발된 후, 충분한 유저수를 확보한 후에 블록체인으로 데이터를 이전하고 해당 블록체인의 DApp 으로 이식되는 두 단계의 과정을 거친다. 이렇게 두 단계를 거쳐 개발하는 이유는 블록체인 기술의 성능에 대한 고민 때문이다.

- **트랜잭션의 성능**

게임은 엔터테인먼트 상품의 속성상 사용자 경험의 쾌적함을 중시한다. 따라서 매우 빠른 트랜잭션 속도를 요구하며 현재까지 런칭된 퍼블릭 블록체인 플랫폼 중에서는 이를 만족시키기가 쉽지 않다. 특히나 경매처럼 유저가 경쟁적으로 거래를 다투는 상황에서는 이런 트랜잭션의 성능 부족으로 입찰 성공 여부를 즉각 알 수 없고, 뒤늦게 입찰한 사람이라도 트랜잭션 수수료에 따라 먼저 낙찰되는 등 사용자가 납득하기 어려운 상황들이 많이 생길 수 있다.

- **수수료**

게임 서비스에서는 반드시 금융 거래를 수반하는 트랜잭션만 발생하지 않는다. 재화의 이동없이 블록체인에 게임 내 정보를 저장하려는 트랜잭션은 얼마든지 발생할 수 있다. 문제는 이런 식으로 블록체인에 정보를 저장하려 할 때마다, 즉 블록을 생성하려고 할 때마다 수수료가 발생한다면 게임 내 활동은 지나치게 위축되고 정상적인 게임 서비스는 어려워 진다.

위와 같은 문제들은 이미 EOS 같은 여러 블록체인 프로젝트에서 주요 해결과제로 인식되고 있고, 머지 않은 시기에 비약적인 발전을 이룬 퍼블릭 블록체인 플랫폼이 상용화될 것으로 기대하고 있다. Mossland 는 그 전까지는 우선 오프체인으로 개발하고 서비스를 시작해서, 플랫폼 사용자의 저변을 확보하고 게임 내 Property 와 Accessory 의 가상 자산으로서의 가치를 입증하고자 한다. 그 후 성능이 검증된 블록체인 플랫폼이 확보되면 온체인 프로젝트로 이식하여 Mossland 내의 가상 자산들이 여러 AR 프로젝트에서 활용될 수 있도록 할 것이다.

4.2 Decentralization of Mossland

그림 13 을 보면 오프체인 프로젝트였던 Mossland 가 어떻게 온체인 프로젝트로 변화하는지 알 수 있다.

- Mossland 서버에 저장되어 있던 Property 와 Accessory 정보들은 모두 블록체인으로 이전되고, Mossland 클라이언트 앱에 저장되어 있던 Property 와 Accessory 리소스

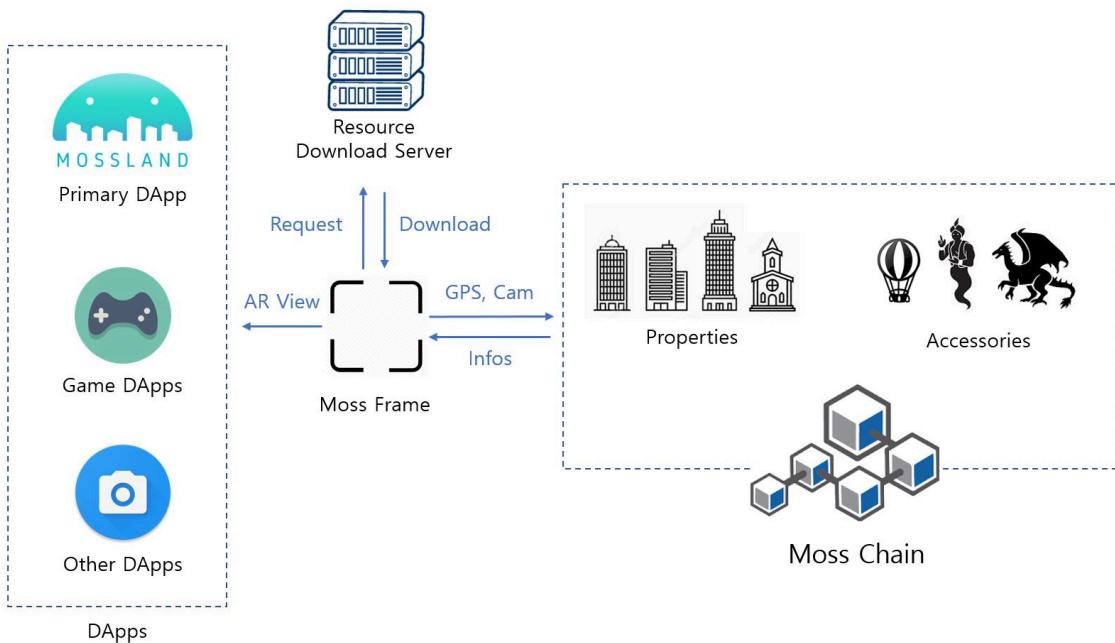


그림 13: Mossland 의 탈중앙화

들은 리소스 다운로드 서버로 이전된다. 따라서 Moss Chain (Mossland 의 블록체인) 상의 가상 자산들을 활용하고자 하는 AR 앱들은 경량화된 클라이언트 용량으로도 서비스가 가능해 진다. 이는 보다 많은 서비스에서 Mossland 의 가상 자산들이 활용될 수 있는 환경을 제시해 준다.

- Moss Frame 이라는 AR SDK 가 제작되어 배포될 것이다. Moss Frame 은 사용자의 위치 정보와 카메라 정보로부터 Moss Chain 에 저장되어 있는 사용자 주변의 Property 와 Accessory 에 대한 정보를 읽어 들인다. 또한 이 정보로부터 필요한 리소스를 리소스 다운로드 서버로부터 받아서 화면에 출력해 주는 역할까지 담당한다. Moss Frame 은 수준높은 AR 기술이 없는 개발자들도 쉽게 Mossland 의 가상 세계를 렌더링하는 것을 가능하게 해 줌으로써 다양한 DApp 이 개발될 수 있도록 촉진할 것이다.
- Mossland 는 오프체인 앱으로서 모든 리소스를 가지고 모든 기능을 처리하던 것에서, Moss Chain 의 DApp 중 하나로 변화할 것이다. 이 시점까지의 시장에서의 성과를 바탕으로 서드 파티 개발자들의 DApp 개발을 유도하면서, Moss Chain 과 Moss Frame 을 가장 모범적으로 활용하는 Primary DApp 으로서의 역할을 수행하게 될 것이다.

이렇게 Mossland 는 독점 사용하던 가상 자산들을 블록체인 상에 공개하여 독점을 포기하는 대신 가상 자산들의 가치를 높이고자 한다. 또한 Mossland 이외에도 흥행에 성공하는

DApp 이 나오도록 지원함으로써 Moss Coin 과 가상 자산들의 가치가 지속성을 가지도록 할 것이다.

4.3 Moss Chain 의 경제

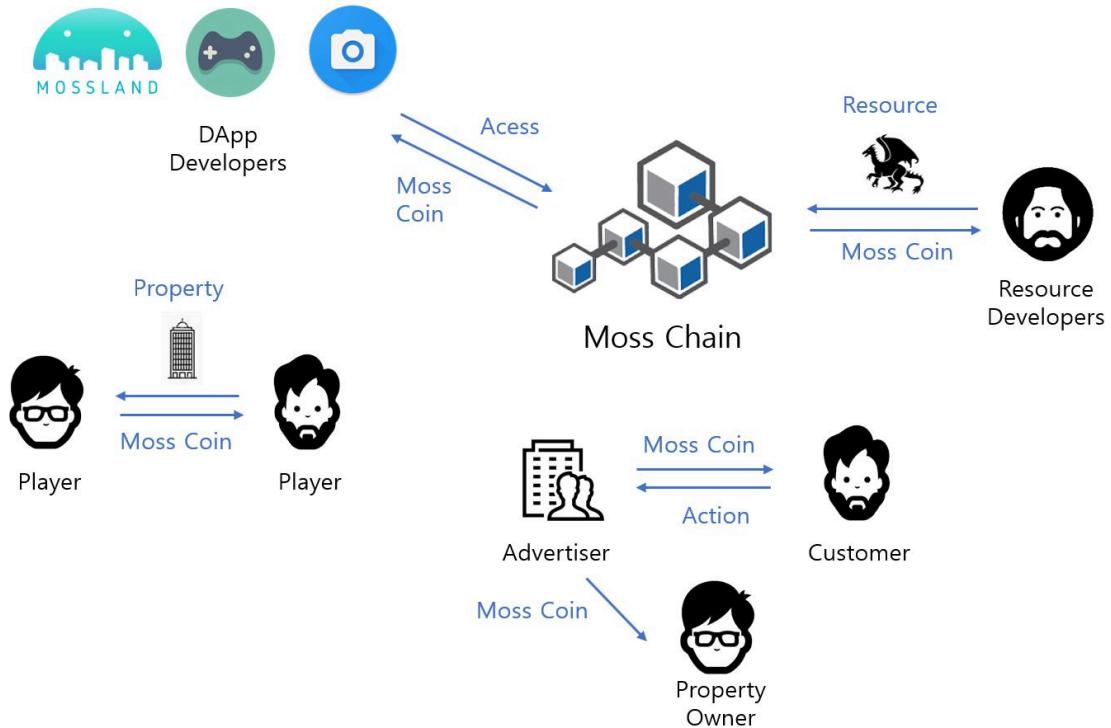


그림 14: Moss Chain 의 경제 활동들

그림 14 에는 Moss Chain 상에서 일어나는 경제적인 거래들이 표현되어 있다. Mossland 가 오프체인에서 온체인으로 변화하게 되면, Moss 로 이루어지던 모든 거래가 Moss Coin 으로 이루어지는 점에 주목한다.

- 리소스 개발과 판매

리소스 개발자는 AR Accessory 로 적합한 3D 모델 데이터와 애니메이션 등을 제작하여 원하는 판매 가격으로 Moss Chain 에 등록한다. 누군가 그 Accessory 를 구입하게 되면 리소스 개발자는 Moss Coin 을 받고 Moss Chain 에 수수료를 지불한다. 이런 과정이 활성화되면 Moss Chain 의 AR Accessory 는 Mossland 개발사의 리소스 제작 능력의 한계를 넘어선, 생산량과 창의성 양측 모두에서 풍요로운 공급이 가능해 질 것이다.

- Property 경매

Mossland 의 게임 속 경매장은 Moss Chain 을 통한 온체인 경매장으로 바뀔 것이다.

Moss 대신 Moss Coin 으로 거래될 것이고, 경매의 입찰, 낙찰 과정이 투명하게 기록되어 저장되는 장점까지 얻게 된다. 거래액의 일정 비율은 거래 수수료로 Moss Chain 에 지불되며, Moss Chain 은 이 수수료 중 일부를 플레이어들의 DApp 개발자에게 분배한다.

- **광고**

광고주와 Property 소유자의 광고에 대한 협의는 이제 Moss Chain 을 통해서 이루어질 것이다. 광고를 하고 싶은 광고주나 광고를 게재하고 싶은 Property 소유자는 모두 Moss Chain 을 통해서 상대방을 찾고 조건과 수수료를 합의하게 될 것이다. 광고로 인해 발생한 수수료는 Property 소유자와 DApp 개발자, Moss Chain 에 분배된다.

- **DApp 개발과 수익**

Property 경매와 광고 등의 거의 모든 Moss Coin 을 이용한 거래에서 DApp 개발자는 Moss Chain 으로부터 수수료를 배분 받는다. 이런 수익에 대한 기대는 Moss Chain 의 DApp 개발에 대한 강한 원동력이 될 것이다.

5 ICO

Pre ICO 와 Main ICO, 두 단계로 나눠 ICO 를 진행할 계획이다.

5.1 Pre ICO

Pre ICO 의 세부 사항은 표 4 를 참고한다. Pre ICO 는 Moss Coin 고액 구매자를 위한 Private 라운드와 일반 구매자들을 위한 Public 라운드로 나뉘며, 최소 0.1 ETH 에서부터 최대 1,000 ETH 까지 Moss Coin 구매가 가능하다. 판매 기준가격은 1 ETH = 10,000 MOC 로 하되, 표 5와 같이 보너스가 추가로 지급된다.

표 4: Pre ICO 세부 사항

항목	내용	
일정	2018.01.29 - 2018.02.11	
기준가	1 ETH = 10,000 MOC	
수량	Private	41,949,405 MOC
	Public	24,999,451 MOC
	총합	66,948,856 MOC
최소 구매액	0.1 ETH	
최대 구매액	1,000 ETH	
참여 제한 국가	ICO 가 금지된 모든 국가	

표 5: Pre ICO 보너스 계획

금액	< 5 ETH	< 10 ETH	< 25 ETH	< 75 ETH	\geq 75 ETH
보너스	35%	40%	45%	50%	55%

5.2 Main ICO

Main ICO 는 Mossland 사업의 전략적 파트너를 위한 Strategic Partner 라운드와 일반 구매자들을 위한 Public 라운드로 나뉘며, 콘텀 (QTUM) 과 이더리움 (ETH) 으로 구매할 수 있다. Public 라운드에 참여하는 일반 구매자는 콘텀으로 구매할 경우 최소 2 QTUM 부터 최대 1000 QTUM 까지, 이더리움으로 구매할 경우 최소 0.1 ETH 부터 최대 20 ETH 까지 Moss Coin 구매가 가능하다. Main ICO 의 세부 사항은 표 6 를 참고한다.

표 6: Main ICO 세부 사항

항목	내용	
일정	2018.03.21 - 2018.04.17	
기준가	$1 \text{ MOC} = 0.12 \text{ USD}$ $1 \text{ MOC} = 0.12 / Q_{\text{main}} \text{ QTUM}$ $1 \text{ MOC} = 0.12 / E_{\text{main}} \text{ ETH}$	
수량	Strategic Partners	101,250,247 MOC
	Public	123,750,302 MOC
	총합	225,000,549 MOC
구매 한도	2 QTUM ~ 1000 QTUM, 0.1 ETH ~ 20 ETH	
참여 제한 국가	ICO 가 금지된 모든 국가	

표 7: Main ICO 보너스 계획

구매시기	1주	2주	3주	4주
	3.21 - 3.27	3.28 - 4.3	4.4 - 4.10	4.11 - 4.17
보너스	15%	10%	5%	2.5%

Main ICO 의 Moss Coin 판매 기준가격은 이더리움 가격 변동으로 Pre ICO 와 Main ICO 참여자 중 어느 한쪽이 손해 보는 일이 없도록, Pre ICO 기간 동안의 이더리움 평균가와 Main ICO 시작 시점의 이더리움 가격에 따라 결정된다. 계산에 필요한 이더리움 가격은 Bittrex⁶⁾ 의 시가를 기준으로 판단하며, Pre ICO 기간의 이더리움 평균가는 기간내 최고가와 기간내 최저가의 중간값으로 한다. Main ICO 가 4주라고 하는 긴 기간에 걸쳐 진행되므로, Main ICO 기간의 Moss Coin 가격은 매일 한 번씩 갱신할 예정이며 갱신 시점의 콘텀과 이더리움 시가에 따라 결정된다. Main ICO 기간에 적용되는 보너스는 표 7를 따른다.

6) <https://www.bittrex.com>

$$P_{main_ico} = \frac{2E_{main}}{E_{pre_max} + E_{pre_min}} \times 10,000(MOC/ETH)$$

P_{main_ico} = Main ICO 기간의 Moss Coin 가격 (MOC/ETH)

E_{main} = Main ICO 기간의 이더리움 가격 (USD/ETH)

E_{pre_max} = Pre ICO 기간의 이더리움 최고가 (USD/ETH)

E_{pre_min} = Pre ICO 기간의 이더리움 최저가 (USD/ETH)

Pre ICO 종료 후 업데이트 Pre ICO 기간 동안 Bittrex 기준으로 이더리움 최고가는 1198.6 USD / ETH, 이더리움 최저가는 1182.0 USD / ETH 를 기록하였다. 따라서 Pre ICO 기간의 이더리움 기준가는 그 중간값인 1190.3 USD / ETH 로 결정되었다. 1센트 이하를 반올림 하면 공식에 따라 Main ICO 의 Moss Coin 가격은 다음과 같이 정해진다.

$$1 \text{ MOC} = 0.12 \text{ USD}$$

$$1 \text{ MOC} = 0.12 / Q_{main} \text{ QTUM}$$

$$1 \text{ MOC} = 0.12 / E_{main} \text{ ETH}$$

Q_{main} = Main ICO 기간의 쿼텀 가격 (USD/QTUM)

E_{main} = Main ICO 기간의 이더리움 가격 (USD/ETH)

5.3 Moss Coin 의 락업 및 지급 일정

Pre ICO 와 Main ICO 를 통해 구매한 Moss Coin 은 Main ICO 종료 후, KYC⁷⁾ 과정을 완료한 후에 지급된다. Moss Coin 의 시장 초기 안정성을 위해서, 지급 예정인 Moss Coin 의 총 수량에 따라 표 8처럼 락업 기간이 설정된다. 이 때 기준가로 구매한 기본 수량과 보너스로 지급되는 수량은 락업 기간이 별도로 적용되는 것에 유의한다.

락업 기간 설정에 따라 구체적으로 적용되는 Moss Coin 지급 일정은 표 9를 참고한다. 이 표에서 D+0 는 Main ICO 와 KYC 과정 종료 후 최초로 Moss Coin 배포되는 시점을 말한다.

지급 예정 금액	< 25만 MOC	< 100만 MOC	≥ 100 만 MOC
기본 락업 기간	-	30 일 - 90 일	30 일 - 180 일
보너스 락업 기간	30 일 - 90 일	30 일 - 180 일	30 일 - 360 일
Team, Advisor 락업 기간	360 일		

표 8: Moss Coin 의 락업 기간 설정

MOC 지급 시점	< 25만 MOC		< 100만 MOC		≥ 100 만 MOC		Team & Advisor
	기본	보너스	기본	보너스	기본	보너스	
D+0	100%	-	-	-	-	-	-
D+30	-	34%	34%	17%	17%	9%	-
D+60	-	33%	33%	17%	17%	9%	-
D+90	-	33%	33%	17%	17%	9%	-
D+120	-	-	-	17%	17%	9%	-
D+150	-	-	-	16%	16%	8%	-
D+180	-	-	-	16%	16%	8%	-
D+210	-	-	-	-	-	8%	-
D+240	-	-	-	-	-	8%	-
D+270	-	-	-	-	-	8%	-
D+300	-	-	-	-	-	8%	-
D+330	-	-	-	-	-	8%	-
D+360	-	-	-	-	-	8%	100%
합계	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

표 9: 구매한 Moss Coin 의 지급 일정

7) KYC : Know Your Customer, 고객의 신원 정보를 수집하고 파악하여 범죄, 테러 단체의 자금 세탁 경로로 쓰이지 않도록 방지하기 위한 과정이다.

5.4 Moss Coin 구매자를 위한 혜택

ICO 참여자들에겐 다음과 같은 혜택들이 제공된다.

- **보너스**

ICO 참여자들은 보너스가 적용되어 기준가보다 낮은 가격으로 Moss Coin 을 구매할 수 있다. 또한 3.4절에서 보듯이 Moss Coin 의 가치 보호를 위해서 운영 정책상 소각은 적극적으로 하는 반면 추가 발행은 하지 않으므로 서비스 출시 후 Moss Coin 은 디플레이션에 따른 가치 상승을 예상할 수 있다.

- **랜드마크의 사전 경매**

Mossland 는 게임의 특성상 Property 의 선점 효과가 크기 때문에 서비스 초기에 선점 경쟁이 불가피하다. 문제는 서비스 초기, 사용자가 부족한 시점에 세계 각지의 유명 랜드마크 건물들이 손쉬운 노력으로 선점당해 버리는 것이다. 이 경우 사용자들에게 게임 내 장기적인 목표를 제시하기가 어려워지고, 뒤늦게 유입된 사용자들의 박탈감도 커지기 때문에 게임의 성공이 어려워 진다. 이를 막기 위해 Mossland 는 각 국가별 서비스 출시 시점에 해당 국가의 중요 랜드마크 건물들을 선정해서 운영사 소유로 하고 잠금 처리한다.

이렇게 운영사가 보유한 중요 Property 들 중 일부는 증강 현실 시범 거리 (Augmented Reality Demonstration Street)로 조성되어 게임 홍보용으로 사용한다. 게임 초기에는 증강 현실 Accessary 가 적용된 건물들이 부족하므로, 사용자들이 증강 현실이 잘 적용된 게임의 모습을 접할 수 있는 기회가 없다. 이를 보완하기 위해 운영사는 각 국가별 유동 인구가 많은 도심 거리를 선정하여 증강 현실 데모 거리를 조성한다. 데모 거리를 통해 사용자들은 게임의 성숙된 모습과 비전을 이해할 수 있다. 또한 초기 사용자들이 도심에서 증강 현실 게임을 즐기는 모습은 게임이 쉽게 전파되는데 크게 기여할 것이다.

또한 운영사가 보유한 중요 Property 들 중 일부는 ICO 참여자들을 위한 특전으로 사전 경매로 판매할 예정이다. 사전 경매는 서비스 출시 후 Moss 의 인앱 결제 판매 이전에 이루어지며, 시점의 특성상 ICO 참여자나 ICO 참여자로부터 Moss Coin 을 구매한 사람들만 참가할 수 있다. 사전 경매를 통해 ICO 참여자는 비교적 적은 Moss Coin 으로 양질의 랜드마크를 선점할 수 있고, 이후 서비스 이용자가 늘어나면 선점한 랜드마크의 엄청난 시세 차익을 기대할 수 있다.

서비스가 성숙되고 나면 보통의 노력과 시간 투자, Moss Coin 가지고는 유명한 랜드 마크를 사기가 쉽지 않다. 따라서 ICO 참여자들을 위한 특전으로 기획된 사전 경매는 다시 올 수 없는 좋은 기회가 될 것이다.

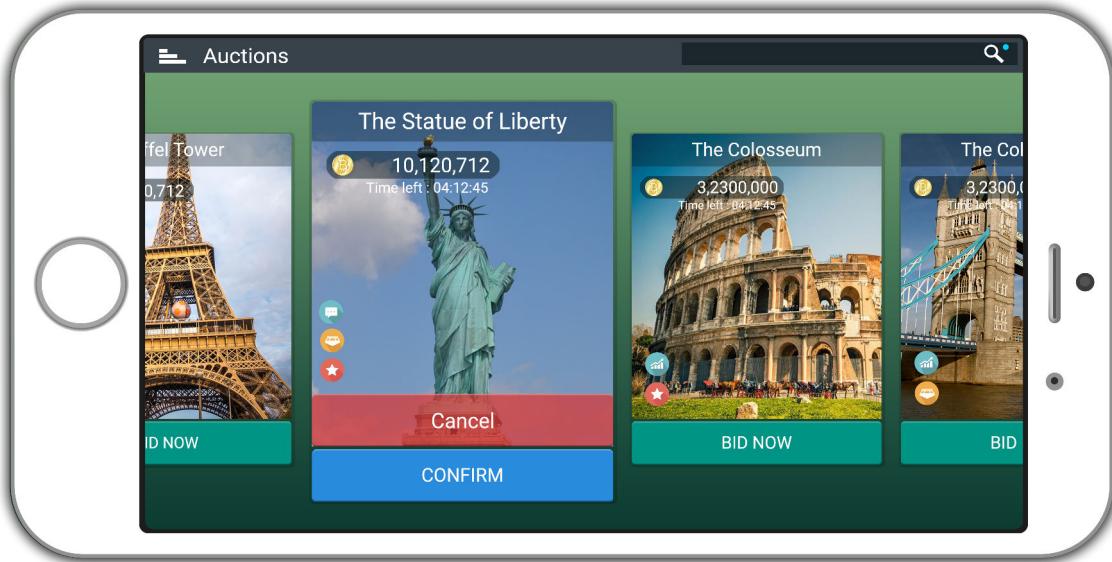


그림 15: 랜드마크의 사전 경매

5.5 정책과 주의 사항

ICO 참여자는 다음과 같은 사항들을 충분히 인지하고 투자를 결정해야 한다.

- **리스크와 불확실성**

백서는 사업 계획과 비전에 대한 기술이며, 사업 내용에 대한 보증은 아니다. 사업 환경과 진행 상황에 따라 실제 사업 진행은 다를 수 있다는 점을 ICO 참여자는 충분히 인지해야 한다.

- **ICO 참여 제한**

ICO가 금지된 국가의 국민들은 ICO에 참여할 수 없다. ICO 금지 국가의 국민이 ICO에 참여했을 경우 발생하는 법적 책임은 ICO 참여자 본인에게 있다.

- **언어**

백서의 원본 언어는 영어로 작성되었으며, 다른 언어로 된 백서의 경우 번역의 과정에서 오역이나 누락의 가능성이 있다. 신중한 ICO 참여를 위해서는 영어로 작성된 백서의 최종 확인을 권장한다.

- **Moss Coin의 성격**

Moss Coin은 백서에서 기술된 용도 이외로는 사용할 수 없다. Moss Coin은 증권이 아니며, Moss Coin의 소유자에게는 어떤 종류의 이익 배당이나 의결권도 부여되지 않는다.

- **취소와 환불**

ICO 참여자는 구매한 Moss Coin에 대한 취소, 환불을 요구할 수 없다.

6 Market Insight

6.1 위치 기반 체크인 앱

스마트폰에서 GPS가 기본 기능으로 장착되고 대중화되면서, 수많은 위치 기반 체크인 앱들이 시장에 출시되었다. Latitude, Loopt, Foursquare, Gowalla 등이 체크인 앱 시장을 선점하기 위해 치열한 경쟁을 펼쳤고, Foursquare가 1차적인 체크인 전쟁의 승자로 시장을 지배했다. 하지만 Facebook, Google 등의 거대 SNS에서 체크인 기능을 잇따라 지원하기 시작하면서, Foursquare는 지속적으로 사용량이 하락하고 있다.

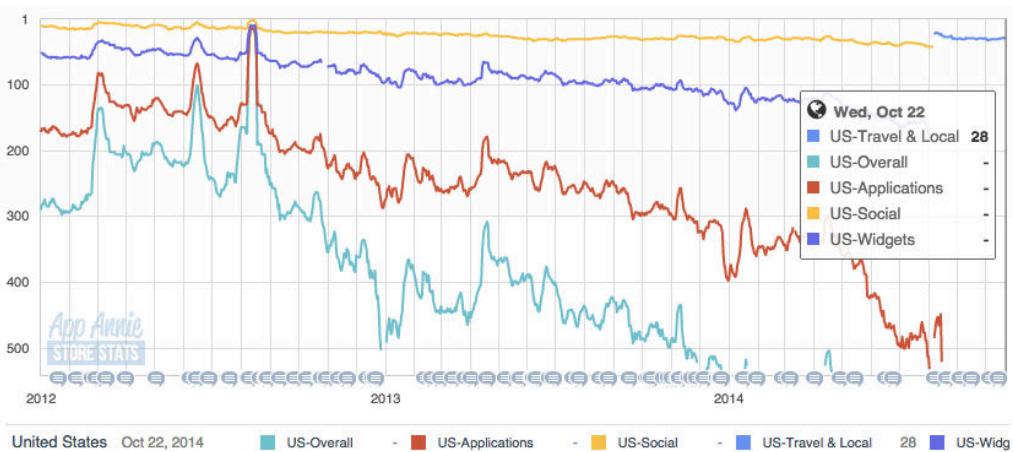


그림 16: Foursquare의 Google Play 다운로드 랭킹

시장의 독보적인 선점자였던 Foursquare의 고전은 Mossland에 많은 시사점을 제시했다. Foursquare는 Gamification을 강화하기 보다, 단순한 체크인 자체에 집중함으로써 단기간에 크게 성장할 수 있었고 Facebook Places 출시 이후에도 상당 기간을 잘 버텨낼 수 있었다. 하지만 Facebook이 복합적이고 통합적인 소셜 앱을 끈질기게 추구해 나가자, 단순히 체크인 만을 위해서 Foursquare를 따로 사용하는 것은 귀찮고 번거로운 일이 되어버렸다. Foursquare처럼 단순한 소셜 행위 한 가지에 집중해서 설계된 서비스는 결국 Facebook의 통합 서비스 중 하나로 흡수되어 묻혀질 가능성이 높아진 것이다.

따라서 Mossland는 Foursquare가 가지 않은 길, Gamification에 주목하였다. 체크인에 분명한 보상을 제공하고, 그 보상을 모아서 가야할 궁극의 목표(명소, 랜드마크를 소유하는 것)를 제시하였다. 그렇게 해서 얻은 랜드마크 건물은 단순히 자기 만족에서 그치는 것이 아니라, 증강현실을 통해 과시하고, 광고 수익을 얻을 수도 있게 하였다. 또한 블록체인 기술의 암호 화폐로 유통 가능한 게임 내 화폐를 도입해서 비싸게 팔 수도 있는 경제적 실리까지도 부여하였다.

그렇게 해서 결국 Foursquare가 풀지 못한 답, “왜 체크인해야 하는가?”에 대해서 강력한 해답을 제시하는 것이 Mossland의 차별화된 전략이 될 것이다.

6.2 아이템 거래 시장

온라인으로 게임을 즐기기 시작하면서부터, 아이템 현금 거래는 늘 시장의 뜨거운 감자였다. 초창기에는 실물이 없는 게임 아이템을 돈 주고 사고 파는 행위에 대해서 이해하지 못하는 시각이 많았지만, 지금은 게임 아이템을 재산 가치가 있는 가상 자산으로 보는 시각이나 판례가 일반화되었다. 그럼에도 불구하고 게임 아이템을 사용자끼리 게임 내에서 거래하는 것에 대해서는, 사행성 도박으로 보고 규제하는 국가가 많다.

게임 내 아이템의 현금 거래에 대한 대표적인 규제로 한국에서의 *Diablo III* 출시를 들 수 있다. *Diablo III*는 원래 게임 내 아이템 경매장에서 현금 거래를 지원했지만, 한국의 게임물 관리 위원회는 이를 사행성 도박 컨텐츠로 보고 승인을 거부했다. 결국 오랜 출시 지연이 야기되었고, *Diablo III*는 결국 현금 거래 컨텐츠를 모두 제거하고 나서야 게임물 관리 위원회로부터 승인을 받을 수 있었다.

한국은 대법원 판례에서 게임(리니지) 내 아이템을 시간과 노력의 결과로 얻은 정당한 자산으로 인정하고 이의 거래를 합법이라고 인정한 적 있다. 하지만 슬롯머신 같은 우연적인 방법으로 얻은 결과물의 환전은 여전히 도박으로 보고 불법이라고 보기 때문에, 대부분의 게임 회사는 논란을 피하기 위해 게임 내 현금 거래 기능을 지원하지 않는다. 대신 아이템 베이 같은 중개업체가 게임 아이템의 현금 거래를 중개하고 수수료를 받고 있는데, 근원적으로 안전을 담보할 수 없기 때문에 게임 아이템 거래 사기가 지속적으로 발생하고 있다.

이렇듯 국가에 따라 아이템 현금 거래가 가능하기도 규제되기도 하지만, 그 시장 자체가 매우 크고 성장 가능성과 매력이 충분한 것은 분명하다. 현금 인출을 지원하는 *Entropia Universe*라는 게임에 등장하는 *Planet Calypso*라는 행성이 6,000,000\$에 거래된 것은 유명한 사례이다.



그림 17: 역사상 최고가 아이템 거래 : *Entropia Universe* - *Planet Calypso*

이런 시장 상황에서 블록체인 기반 암호 화폐의 등장은 게임 아이템 거래 시장의 판도를 바꿀 수 있는 획기적인 계기가 될 가능성이 높다. 암호 화폐의 특성상 화폐의 발행 국가, 국적이라는 개념이 없고, 현금 인출은 암호 화폐 소지자의 법적 책임 내에서 이루어질 뿐이다. 즉, 게임 서비스 주체가 암호 화폐를 발행하고, 해당 화폐가 사용자간 거래에 쓰인다면 운영사는 현금 인출을 해 주지 않아도 사용자가 원하는 때, 원하는 화폐로 언제든 출금이 가능하다.

Mossland 는 암호 화폐의 이런 특성으로 게임 아이템 거래 시장이 불완전한 중개 업체 없이 운영사가 직접 책임지고 안전한 거래를 제공하는 형태로 바뀔 것으로 예측한다. 또한 PED⁸⁾ 를 고정환율로 USD 로 바꾸어 주는 Entropia Universe 와 달리, 암호화폐를 통한 인출이 가능한 Mossland 는 출금에 있어서 국경 없는 글로벌한 접근이 가능하다는 장점도 있다.

8) Project Entropia Dollar, Entropia Universe 의 게임 내 화폐

7 개발 및 출시 계획

그림 18을 보면 Mossland 의 개발과 출시 계획을 알 수 있다. Pre ICO 와 Main ICO 를 마치면 바로 Moss Coin 의 거래소 상장을 추진할 예정이다. ICO 를 통해 조성된 개발 자금으로 2018년 내에 알파 빌드를 개발 완료하고, 2019년 초에는 클로즈 베타 테스트를 반복 실시하면서, 제품 완성도를 높인다. 2019년 중반에 테스트 국가를 하나 선정하여 소프트 런칭 방식으로 출시하고, 소프트 런칭으로 게임의 기술적, 기획적 보완을 마친 후 2019년내 글로벌 동시 출시하는 것이 목표이다. 글로벌 런칭 시점에는 중요 랜드마크 사전 경매 이벤트를 진행할 것이다.



그림 18: 개발과 출시 계획

8 Team

8.1 Reality Reflection

Reality Reflection 은 가상현실(Virtual Reality)과 증강현실(Augmented Reality) 게임 및 디지털 휴먼 개발을 전문으로 하는 벤처 기업이다. 2015년 설립되어 현재는 18명의 전문가들을 확보하였으며, 그동안 축적된 VR, AR 기술력과 기획, 마케팅 역량을 바탕으로 Mossland 개발을 진행하고 있다.

회사명	Reality Reflection
소재지	한국
설립년도	2015
홈페이지	https://www.realityreflection.com
사업 분야	VR, AR 게임, 디지털 휴먼
포트폴리오	Music Inside (2016) Miniature Tower Defense (2017) Speed Ball Arena (2017) Gangsta Underground : Poker (2018) Vmoji (2018)



그림 19: Reality Reflection 의 VR 스튜디오

VR Games Reality Reflection 은 가상현실 시대에 대한 강한 확신을 가지고 설립되었다. HTC 바이브, 오큘러스 리프트, 플레이스테이션 VR, 기어 VR 등 거의 모든 VR 플랫폼에 적응하면서 적합한 게임들을 개발하고 있으며, 최고의 VR 컨텐츠 개발 환경을 구축하고 경험을 쌓기 위해 계속 노력해 왔다.



Music Inside

VR 리듬 액션 게임
Oculus Touch 런칭 타이틀 선정
언리얼 엔진 쇼케이스
Amazon AWS 게임 Lift 쇼케이스
<http://www.musicinsidevr.com>



Speedball Arena

VR 대전 스포츠 액션 게임
언리얼 엔진 쇼케이스
<https://www.speedballarena.co/>



Gangsta Underground Poker

VR 대전 포커 게임
출시 준비 중

Digital Human Reality Reflection 은 가상 현실 세계에 인간을 가장 사실적으로 표현하는 기술 측면에 큰 관심을 가지고 있다. 이를 위해 200 개의 DSLR 카메라와 Depth 카메라가 설치된 아시아 최대의 3D 스캐닝 스튜디오 설비를 구축하고 3D 휴먼 스캐닝과 이미지 캠프 레션, 실시간 포토리얼리스틱 렌더링 기술에 대해 지속적으로 연구해 왔다. 이런 기술들을 바탕으로 2017년 12월, 얼굴 인식 기반 3D 채팅앱 VMoji 를 출시했다.



그림 20: 3D 휴먼 스캐닝

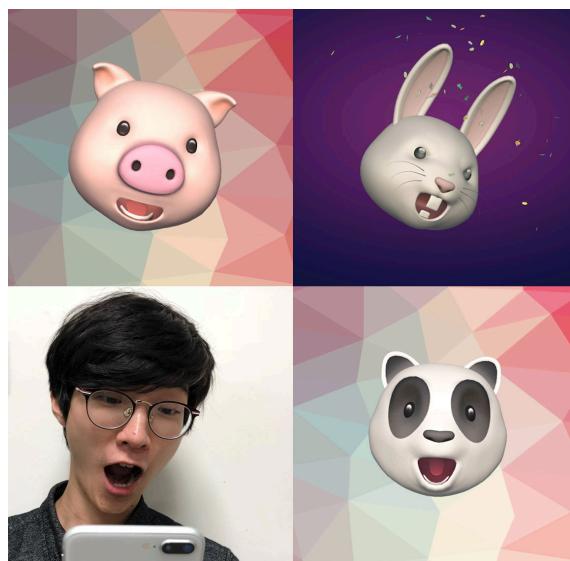


그림 21: 얼굴 인식 채팅앱 VMoji

8.2 Members

8.2.1 Team



손 우람
CEO, Co-Founder

3D 컴퓨터 그래픽스 전문가
전 삼성전자 선임연구원
전 서울대학교병원
임상의학연구소 연구원



노 정석
CSO, Co-Founder

연쇄 창업가
인젠 (코스닥 상장) 창업
태터앤컴퍼니 (구글에 매각) 창업
파이브락스 (탭조이에 매각) 창업



김 민욱
CTO, Co-Founder

3D 컴퓨터 그래픽스 전문가
전 팬택 엔지니어



홍 용준
CFO, Co-Founder

스타트업 세무회계 전문가
전 파이브락스 CFO
전 PwC 삼일회계법인



오 순석
COO, Co-Founder

디지털 휴먼 캐릭터 전문가
전 삼성전자 선임연구원



임 동욱
VP of Business
Development

블루스택 자문
컴투스 미국 지사장
전 IBM 사업개발팀



최 벽륜
Lead Character Artist
전 NS스튜디오
캐릭터 아티스트



이 상민
Lead Environment
Artist
전 엔게임
배경 아티스트



조 영대
Client Engineer
전 네이버 Next 개발자
전 라인게임즈 개발자
전 5Rocks PR/마케터



김 연우
Server Engineer



박 준철
Blockchain Engineer
전 카카오게임즈 개발자



남 현욱
Blockchain Engineer
전 네이버 Next 개발자



김 승현
Software Engineer
전 네이버 Next 개발자



남 현빈
Game Designer
전 어피니티 게임기획자



Jerome Hernandez
Creative Engineer
유럽입자물리연구소
크리에이티브 매니저



박 소연
PR Manager
전 리니어블 PR 매니저
전 제일기획 A.E.

8.2.2 Advisors



한 재선
Blockchain Advisor

FuturePlay CTO, 공동 창업자,
KAIST MBA 겸임 교수,
KAIST Phd
in P2P and Distributed System



김 진화
Blockchain Advisor

한국블록체인협회 이사,
공동창업자
코빗 공동 창업자
Tide Institute 이사
Next money 비트코인 (2013)
저자



임 정민
Startup Advisor

스타트업 생태계 18년 경력,
구글 캠퍼스 서울 총괄,
소프트뱅크 벤처스
캐피탈리스트,
연쇄창업가



이 두희
Startup Advisor

LIKELION 창업자,
Kongdoor 창업자,
구글 임팩트 챌린지 최다 득표,
66회 UN NGO speaker



Charles Rim
M&A Advisor

Access Ventures
제네럴 파트너,
Tapjoy Korea & SE Asia MD,
DFJ Athena VC 파트너,
구글 APAC M&A 총괄,
야후 Korea & SE Asia CSO



John Chang
Investment Advisor

Access Ventures
제네럴 파트너,
Barclays Asia APAC
Head-Equities,
Deutsche Bank Korea CEO



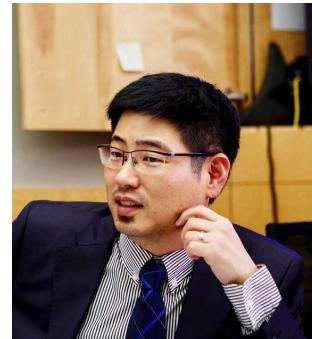
Peter Van Dyke
AR UX & Design Advisor

Interactive UX/Production,
Apple
CSO & Product Head, GTR
nnpf KR/SK Planet
Production Head,
컴투스 Creative Co-Director



홍 민표
Security Advisor

SEWORKS 창업자,
SHIFTWORKS 창업자
(acquired by Infraware),
20년 이상 디지털 보안 관련
정부 자문 활동



이 원재
Monetization Advisor

The Hong Kong Jockey Club
Sr.Football Trader,
Singapore Pools
Sr. Odds Compiler,
Sports Toto Oddsmaker



Ilya Mikov
Cryptocurrency Gaming
Advisor

Active Games 공동 창업자,
Mobile Active 창업자,
Lordmancer II ICO 진행