
테레비는 사랑을 싣고~~

인연 점지 시스템 아인(我人)//



1. 제안 동기 및 필요성

- 성인이 되고 나서는 수많은 사람들을 만나며 다양한 인간관계를 형성할 기회가 있습니다. 이는 앞으로의 인생에도 큰 영향을 준다고 생각하기에 서로에게 긍정적인 작용을 할 수 있는 사람들끼리 행복하길 바랍니다. 그 선순환이 주는 파급이 커지길 바랍니다.
- 빠르게 변화하는 세상 속, 모든 게 간편합니다. 비교적 쉽게 만나며 쉽게 끊어지는 관계 속 많은 이별과 만남이 주는 피로는 무시할 수 없습니다. 많은 사람들을 만나지만 진정한 본인에 대해 이야기하는 관계까지 발전하기에는 어렵습니다. 이에 시대의 흐름에 거슬러 느린 템포로 한 인간관계에 집중하는 콘텐츠를 만들어 느려도 확실한 행복을 쌓을 기회를 만들고 싶었습니다. 빠르게 스쳐가는 인연들 속 한 숨 돌릴 붉은 실 한 가닥을 손 앞까지 데려다 주는 것이 목표입니다.

2. 개요

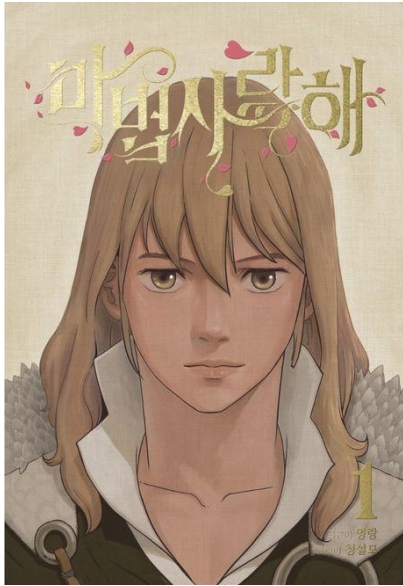
테마

AI 기반 매칭 플랫폼

아인

영혼의 파장이 서로 공명을 일으키는 영혼의 짝이자 운명의 상대를 뜻하는 말. 아인을 만난다는 것은 영원한 사랑을 얻을 수 있다는 뜻이기에 누구나 아인과 만나기를 소망한다. 아인을 알아보는 유일한 방법은 상대의 눈을 보는 것으로, 정확히는 눈 속에 담긴 서로의 영혼을 마주하는 것이라고 한다. 마법사의 경우 영혼의 공명이 일어나면 마력이 증폭되기도 한다고 한다.

네이버 웹툰<마법사랑해 中>



운명의 붉은 실이란 붉은 색의 실이 사람 간, 특히 연정을 품은 두 남녀간의 인연을 이어 준다는 중국의 설화와, 여기에서 유래되어 동아시아에서 널리 믿어지고 있는 미신적 문화요소를 가리킨다. 중국어로는 '홍선(紅線, 홍선)'



당신 마술을 믿습니까?

네이버 웹툰<안나라수마나라 中>



대상자

본 게임의 대상자는 인생에 가장 많은 변화를 겪는 20 대입니다. 현대인들은 저마다의 외로움을 조금씩은 가지고 살아갑니다. 사람을 많이 만나는 것만으로는 근본적인 결핍이 해소되지 않기에, 해당 서비스는 하나의 인간관계에 집중하며 본인에 대해서도 더 많이 생각할 수 있는 계기를 만드는 것에 집중합니다. 나이는 성인이 되었지만, 그렇다고 다 어른은 아닌 나이인 20 대가 본 서비스를 사용하기에 적합하다고 판단했습니다.

이용환경

IOS / Android 모바일 기반

3. 콘텐츠

AI 기반 인연 점지

붉은 실을 달고 있는 아인을 함께 찾아주는 NPC 두루미를 필두로 콘텐츠를 전개합니다. 처음에는 본인 소개와 희망하는 상대의 순서대로 각각의 요소에 대해 상세히 작성합니다. 이 중에 필수 요건은 최대 3개까지 기재할 수 있으며 나머지 조건들은 가중치의 역할을 하게 됩니다.

나이	성별	신장	MBTI
취미	추천	받습	니다
흡연여부	선호 계절	활동 시간대	본인을 비유한 동물

<해당 항목의 조건: 민감한 정보가 아닐 것/ 각 항목에 대한 선택지의 개수/ 취향에 영향을 주는 요소일 것>

1차 매칭은 AI기반 인연 점수가 높은 순이며, 두루미가 물어온 서신에 소개말이 써 있고, 수락 여부를 선택할 수 있습니다. 거절 기회는 총 5번이지만 수락은 한 번이며 매칭 후 3일 경과와 현재 매칭 상대가 없는 조건을 동시에 만족할 때 다시 5번의 기회를 얻게 됩니다.

애추(愛鍾)

각자의 그날의 마음을 기록하고, 다음 날 저녁에 저울의 기울임을 나타냅니다. 평형을 나타낼 시 글자 수 증가 혜택이 있습니다. 혜택을 확실하게 받는 경우는 두 사람 다 최대 무게를 달았을 때이며, 그럴 때 글자 수의 증가는 긍정적인 시너지를 낼 수 있을 것으로 기대합니다. 반대의 상황에서 모두 마음을 하나도 달지 않았다면 최후의 서신이 될 수 있습니다.

오작교(烏鵲橋)

매칭했을 때 입력한 정보에 기반한 퀴즈가 나옵니다. 서로 맞힌다면 글자 수 증가의 혜택이 있습니다.

로딩창

오늘거리고 유치한 것에 각박해진 현실, 진심을 표현하기 전 따뜻한 말로 마음을 데워보는 건 어떨까요? 로딩창에서는 오늘거리는 질문과 오늘거리며 따스한 말들을 나열해서 미리 감수성을 키웁니다. 오늘거리는 말도 이 안에서는 평범하게 느껴지도록.

오늘거리는 말만 한다고 사랑이 아니기에 오히려 침착하게 적응할 필요도 있습니다.

서신

빠빠 알람음이 울리며 상대방에게 메시지가 도착했음을 알립니다. 해당 서비스는 하루에 200자로 한 사람에게 한 통의 서신만 보낼 수 있습니다. 같은 상대와 3일 이상 서신을 주고받을 경우 글자수가 확장됩니다. 글자수가 제한되어 있기에 초반에는 고르고 고른 말만 할 수 있습니다. 흔히 하는 카톡 메시지나 문자보다는 편지의 느낌으로 기획했습니다,

장점요소

A. 느린 템포

느린 템포이기에 실시간 연락에 대한 부담이 적으며 광고계정이나, 스팸계정의 의의가 퇴색합니다. 이를 통해서 온전히 한 사람에게 집중할 수 있다는 장점이 있습니다. 또한 본인의 심리나 마음을 되돌아볼 시간이 충분히 있습니다.

B. 비대면을 통한 힐링

굳이 만나지 않고도 비대면으로 긍정적인 영향을 주고받을 수 있기에 코로나 리스크에서 자유롭습니다. 그로 인해 시간적 부담이 더욱 적습니다. 또한 마음 깊은 곳에 있는 외로움을 꺼내고 마주할 기회만 있더라도 힘이 나는 사람들이 많기에 긍정적인 효과라고 생각합니다.

비즈니스 모델

유료 이모티콘

인사말 글자 제한 해제 기간권.

4. 컨셉 아트



5. 경쟁기업 및 SWOT 분석

경쟁기업
결정사, 축제부스(결과적으로 한 사람과 매칭한다는 공통점)
결정사와 모바일 어플 사이에 포지셔닝// 축제 부스는 일회성이기에 결혼정보회사 위주로 분석했습니다.

회사	매칭 방식	가입비용 (평균)	매칭비용/특이사항
듀오	매니저 기반 + AI 지원	330만 원~	만남 5회 기준, 추가 만남 시 별도 비용 발생
퍼플스	매니저 기반	300만~1,000만 원	성혼비 추가 가능
엔노블	매니저	480만 원	만남 5회 제공, 일부 회원에 할인 적용
가연	AI + 인적 매칭 결합	약 200만 원 이상	프로필 및 조건에 따라 비용 추가 가능
노블레스 수현	감성 매칭 (AI)	약 300만~500만원 이상	VIP 서비스, 프리미엄 조건 제공
여보야	AI 실시간 매칭 시스템	상대적으로 저렴 (~100만 원)	앱 기반 서비스, 인증 시스템 제공

주요 특징

- 1. AI 기술 활용: 여보야와 가연은 AI를 기반으로 한 매칭 시스템을 도입해 효율성을 강화했으며, 특히 여보야는 모바일 앱 중심의 실시간 매칭 서비스를 제공합니다.
- 2. 전통적 매칭 방식: 듀오, 퍼플스, 엔노블은 매니저 기반의 매칭 서비스에 AI를 보조적으로 사용하고 있습니다.
- 3. 비용 차별화: 고급 서비스를 제공하는 노블레스 수현과 퍼플스는 높은 가입비를 요구하는 반면, 여보야는 상대적으로 낮은 비용으로 접근성을 제공합니다.

	강점 여러 측면에서의 비용, 컨셉	약점 자유도 인식
기회 결혼정보회사에서의 AI 활용 메타버스의 활성화	A	C
위협 경쟁 플랫폼, 개인 정보 수집 및 활용, 사람 사이의 변수, 스팸 계정	B	D

A. 강점을 활용해 기회를 잡기

사람을 여러 번 만난다고 해도 알 수 있는 건 일부입니다. 결혼정보회사가 아니기에 심리적으로 좀 더 편안한 분위기에서 적어낸 정보들을 활용하며 이를 바탕으로 AI 모델을 설계한다면 비용이 엄청난 결혼정보 회사에 비해 메리트가 생길 것입니다.
또한 결혼정보회사는 대면이어야 하는데요, 이것이 단점이 될 수 있기에 이런 측면에서의 자유도가 더 높다고 생각합니다.
특히 마음을 주는 인간관계의 경우 내면이 정말 중요하다고 생각하는데 오히려 보이는 게 없기에 내면에 집중할 수 있고, 연인까지 이어지지 않더라도 각자의 내면이 성장할 수 있는 계기가 될 것이라 생각합니다.

B. 강점을 활용하여 위협 완화

결혼 전제가 아니기에 각자 느끼는 부담과 심리적, 시간적, 금전적 비용이 적습니다. 첫 인사말을 활용하면 어느 정도 스팸 계정을 거를 수 있다고 생각합니다. 3일에 한번 홍보할 수 있는 서비스를 위해 정보를 다 입력하고 인사말까지 입력하는 경우는 거의 없을 것 같지만 혹시라도 스팸 계정을 선택했을 때 소모 시간이 크기에 추후 더 고민이 필요한 부분입니다.

C. 약점을 보완하여 기회를 잡기

오히려 많은 사람을 만난다는 인식을 느린 템포의 전개로 회피합니다. 여타 소개팅 부스나 서비스보다는 자유도가 낮지만 그건 다수를 만나는 자유도이기에, 한 사람과 소통하는 것에 대한 자유도를 높여 확실히 차별성을 두고 싶습니다.

D. 약점을 보완하여 위협 완화

결혼정보회사보다 전문성이 떨어진다는 인식이나, 사람 사이의 예기치 못할 사건 사고에 대한 변수는 모두 위협이기에 이를 보완할 홍보 수단이나 서비스 내 규제 전략이 필요할 것 같습니다. 현재로서는 저울로 매단 추의 무게 차이에 따라 추가 매칭 횟수를 부여하는 방안도 고려 중입니다. 서비스에 대한 인식도 중요하기에 디자인이나 홍보가 여타 서비스와 다르다는 것을 확실히 어필할 필요가 있으며, 주로 고르고 고른 글로 전개되는 서비스이기에 글을 자주 접하는 집단을 타겟으로 홍보를 고려 중입니다. 피드백이나 후기 또한 그들의 문구를 엮는다면 충분히 좋은 수단이 될 것입니다.

6. 기대효과 및 확장성

회사와 서비스에 대한 긍정적인 이미지

해당 서비스의 연령층 확대에 도움이 됩니다. 현 타겟인 20대가 30,40대가 되면 반려동물 매칭의 잠재적 대상자가 될 수 있습니다.

축제 부스

축제 부스에 다양한 소개팅 콘텐츠가 있는데, 그보다 차별화된 특성을 지닙니다. 기존 서비스에 축제의 분위기를 얹어서 파는 컨셉의 기획입니다.

축제 부스의 일환으로 진행할 때는 아래와 같은 개편을 거치고 싶습니다.

나이	성별	신장	MBTI
취미	희망학과	비희망학과	장점 한줄소개
흡연여부	선호 계절	활동 시간대	본인을 비유한 생물/무생물

항목	내용
방식	사전접수와 현장 진행을 혼합한 방식.
출시 시점	1학기 중간고사 이후 베타버전 출시 및 피드백 수집.
사전접수 절차	- 서비스와 동일한 방식으로 매칭 신청.
	- 매칭 인원에게 동일한 문양 및 알림 제공.
	- 남녀 도우미 별도 배치.
	- 학생증 및 신분증 확인.
진행 시간	시작 후 최대 30분의 타이머 설정.
현장 진행 절차	- 각종 질문 리스트 및 TODO 리스트 배부.
	- 서비스와 동일한 방식으로 축제 부스, 무대, 산책 루트와 연계 진행.
최종 확인 절차	- 각자 부스로 돌아와 최종 마음 체크.
	- 마음 체크 후 인스타그램 아이디 등 개인 연락 정보 교환 가능.
매칭 성공 시 혜택	번호 부여 후 추첨을 통해 보상 제공.

반려동물 매칭 서비스

제안동기: 펫숍과 동물 보호소는 현재 타겟층이 다르다고 생각합니다. 보호소의 타겟층을 넓혀 펫숍과 겹쳐 둔다면 충분히 경쟁력이 있을 것입니다.

서비스 목표: 보호소 입양에 대한 인식의 고급화, 동물 보호소와 펫숍 사이에 포지셔닝, 결과적으로 펫숍의 파이를 잡아먹는 것이 목표.

서비스 내용

전국 보호소의 데이터를 기반으로 보호자와 매칭 시켜줍니다. 하루에 제한된 금액, 한달에 일정 금액 이하의 동물별 기부, 혹은 공통 동물의 기부 서비스가 있으며 보호소의 기부 과정과 공고, 상담 과정을 다양화 및 최적화하고 이를 통해 주로 동물의 존재를 알리는 것이 목적입니다. 해당 서비스는 더욱 엄격한 횟수 제한과 보호소와 연계해서 입양 절차까지는 현장 진행 과정도 거쳐야 하는 시스템으로 만들고 싶습니다. 포인핸드의 이환희 수의사님께서 강연 중 하신 말씀이 있습니다. 보호소에서는 동물을 구조해서 아무도 모르게 죽이는 것과 다르지 않았으며 그게 납득이 되지 않는다는 내용이었습니다. 아무도 모르는데 찾는 전화가 올 리 없습니다. 해당 서비스의 부가적인 소망은 해당 동물이 그 곳에 있다는 사실을 기억되게 하는 것입니다.

서비스 내용	1. 동물 매칭 서비스: AI 기반으로 보호자와 적합한 동물을 추천.
	2. 기부 서비스: 하루/한 달 금액 제한 내에서 특정 동물 혹은 보호소 자체에 기부.
기능	- 보호소 데이터베이스 통합 및 동물 정보 제공, 메타버스를 통해 현실감, 부정적인 시나리오 경험, 보호소의 접근성 개선
	- 기부 과정 최적화.
	- 보호소 공고 및 입양 상담 절차 개선.
특징	- 입양 과정에서 보호소와의 협업 필수.
	- 제한된 기부/매칭 횟수로 신뢰성 및 관리 효율성 확보.
기대효과	- 보호소 동물의 존재 홍보 강화.
	- 입양 절차의 체계화 및 투명성 향상.
	- 기부 및 후원 확대로 보호소 환경 개선.
확장성	- 반려동물 입양 플랫폼으로 자리 잡아, 전국적으로 서비스 확대 가능.
	- 보호소 및 커뮤니티와 협업을 통한 다양한 캠페인 운영.

메타버스 매칭 서비스

해당 서비스에 아바타를 부여해서 VR 매칭 서비스로도 확장이 가능합니다.

노년층 매칭 서비스

받아들이는 정보의 절대적인 양이 적기에 노년층이 쓰기에 효과적인 서비스라고 생각합니다. 다만 사용자 층이 다르면 서비스로의 접근도 달라야 한다고 해서 단순히 같은 이름의 서비스에 연련층을 확대하는 것이 아니라 따로 앱을 만드는 것이 좋다고 생각합니다,