
[캐릭터IP NFT 플랫폼] 사업 소개서

FABLE&COMPANY

CONTENTS

- I. 요약
- II. 시장 현황
- III. 사업 전략
- IV. 플랫폼 개발 계획
- V. 회사 소개

I. 요약

1. Agenda
2. 사업 개요
3. 사업 비전

만화, 소설 플랫폼은 있는데 **캐릭터 플랫폼은 아직 없다!**

- ✓ 카카오톡 이모티콘에 승인 받지 못한 수만 개의 캐릭터는 어디에 있나?
- ✓ 이모티콘으로 양산된 1만여 명의 캐릭터 창작자는 충분한 수익을 올리고 있나?
- ✓ NFT가 디지털 파일 인증 이상의 역할을 하는데 사용된다면 그 분야는 어디일까?
- ✓ 가상 부동산, 게임 아이템, 디지털 아트 등이 NFT로 거래 및 투자되고 있는데 NFT가 캐릭터 산업과 융합되어 캐릭터가 거래 및 투자 대상이 된다면 캐릭터 산업의 미래는 어떻게 될까?
- ✓ NFT 캐릭터에 의해 메타버스에서 활용할 캐릭터가 다양해지고, 이 캐릭터의 디지털 굿즈가 만들어져 판매된다면 캐릭터 산업은 다른 콘텐츠 산업과는 비교할 수 없는 확장성을 갖게 된다.

웹툰, 웹소설 같은 캐릭터 유통 채널
세계 최초 캐릭터IP 플랫폼

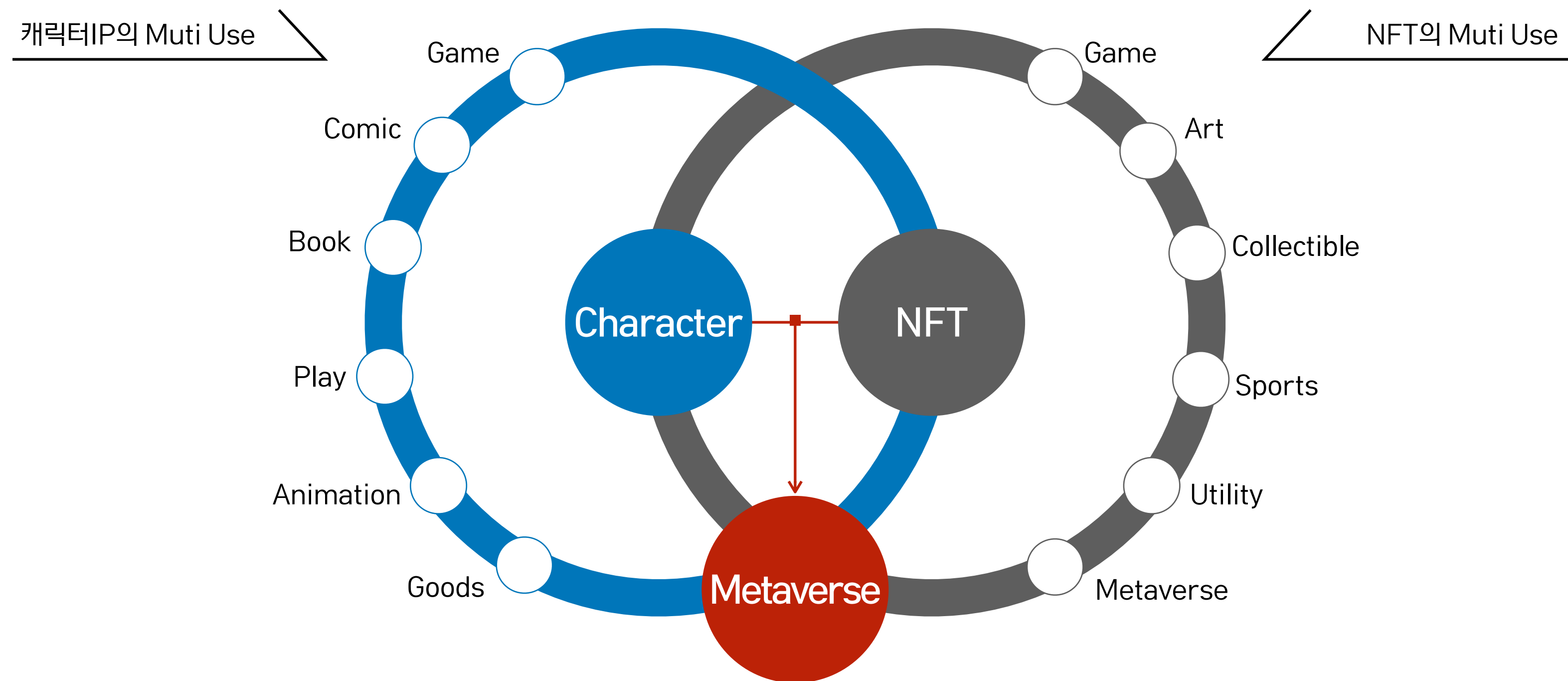


MZ세대에 의한 캐릭터IP 투자
NFT기반의 캐릭터IP 플랫폼



디지털 휴먼에서
디지털 캐릭터 메타버스

캐릭터, NFT, 메타버스 가치 사슬 연결 캐릭터IP NFT 플랫폼, IG00S



* IP : Intellectual Property(지식재산권)

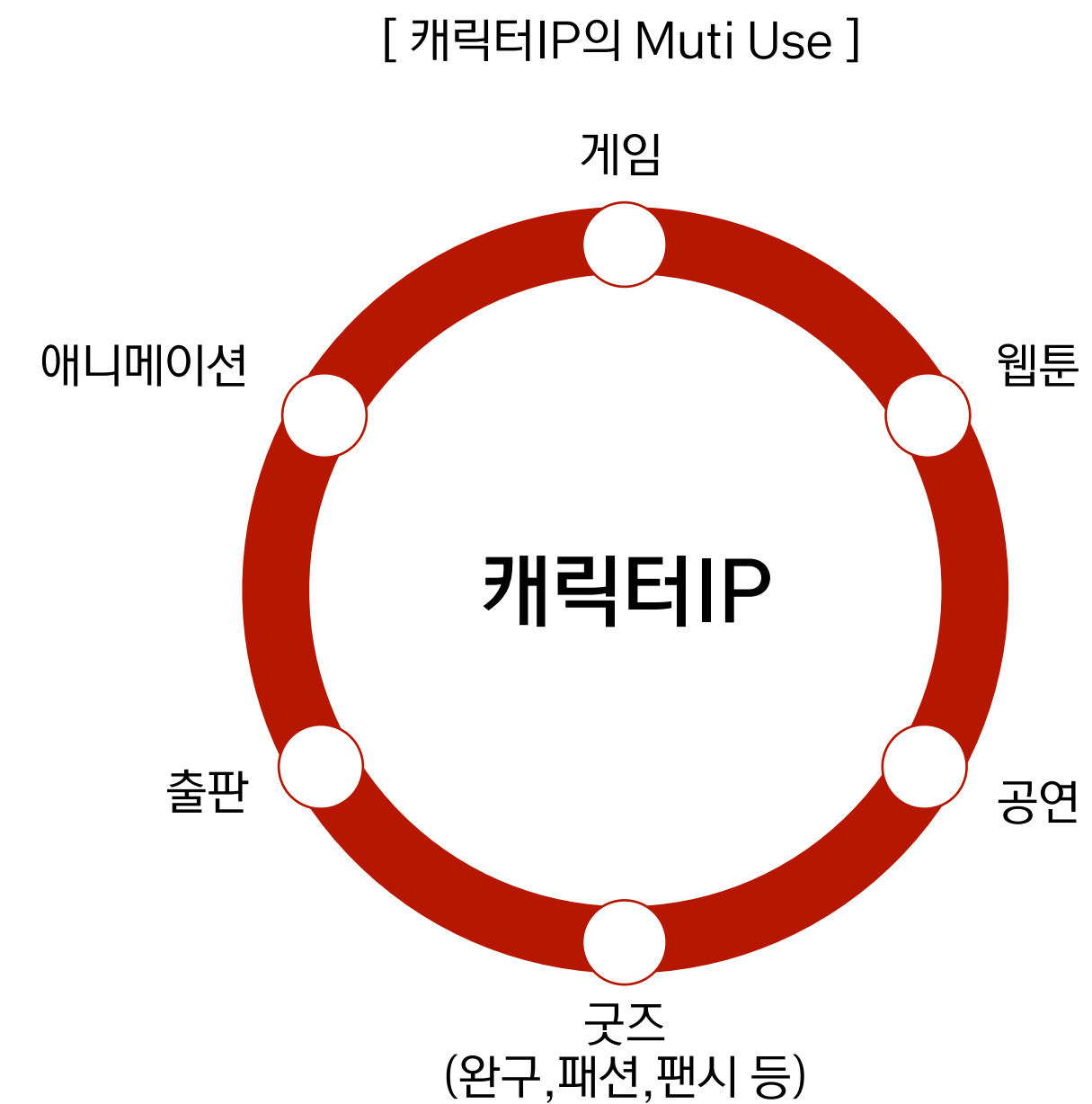
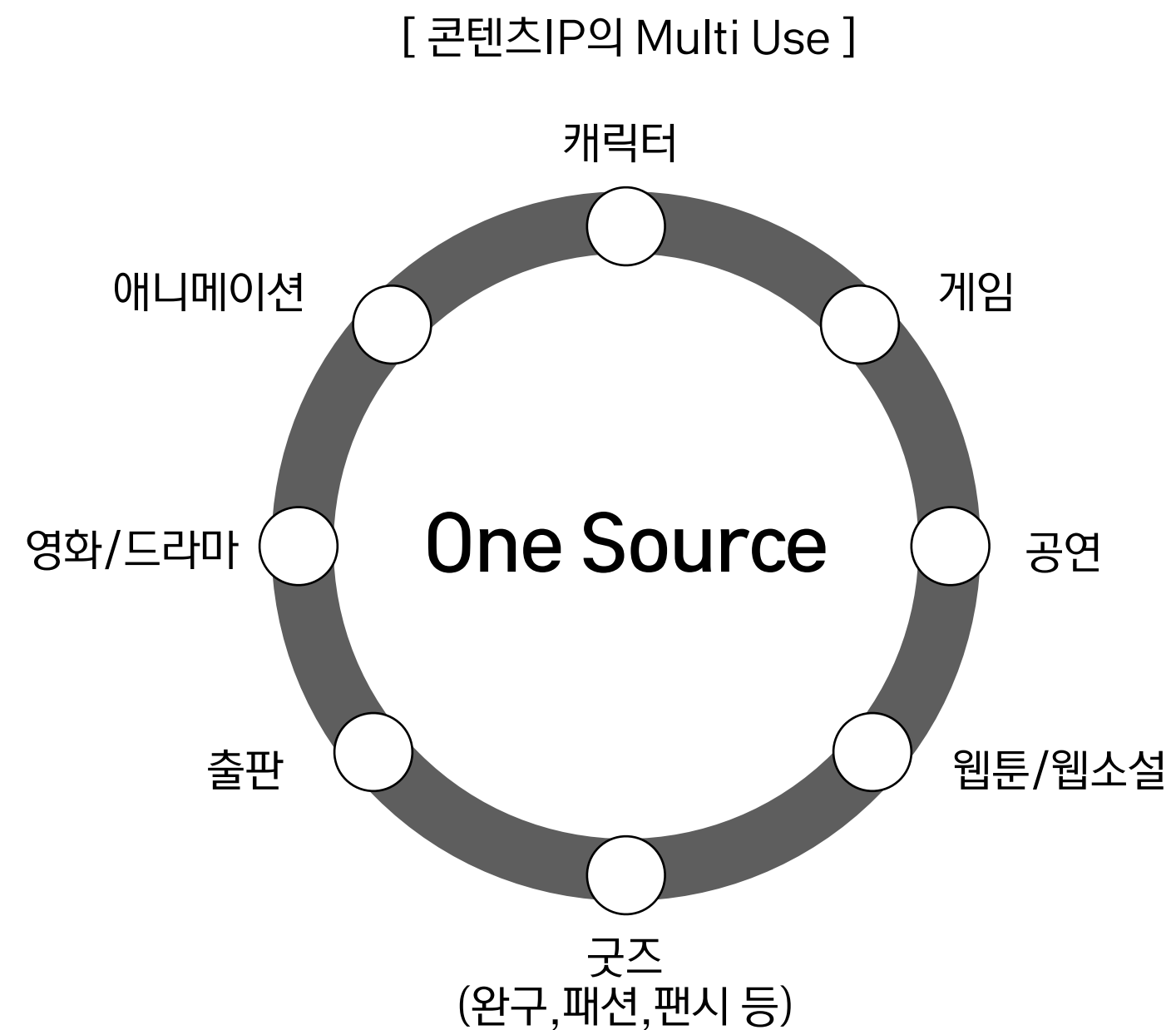
II. 시장 현황

1. 콘텐츠 시장 현황
2. NFT 시장 현황
3. 메타버스 시장현황

1-1.콘텐츠 산업의 특징

One Source Multi Use

하나의 콘텐츠(One Source)가 영화, 게임, 애니메이션, 굿즈 등 다양한 장르에서 활용되어 부가가치를 극대화하는 사업 모델



1-2.콘텐츠 시장 규모

콘텐츠 시장에서 캐릭터 비중이 국내보다 해외 시장 점유율 높음

- 국내는 유아동 중심으로 시장이 형성된 반면 해외는 마블 등 성인 대상 시장 형성
- 2019년 콘텐츠 시장에서 캐릭터 점유율 국내 9.9%, 해외 12%

□ 국내 콘텐츠 산업 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	전년대비 증감률	연평균 증감률
출판	20,509,764	20,765,878	20,755,334	20,953,772	21,341,176	16.8	1.8	1.0
게임	10,722,284	10,894,508	13,142,272	14,290,224	15,575,034	12.3	9.0	9.8
캐릭터	10,080,701	11,066,197	11,922,329	12,207,043	12,566,885	9.9	2.9	5.7
음악	4,975,196	5,308,240	5,804,307	6,097,913	6,811,818	5.4	11.7	8.2
영화	5,112,219	5,256,081	5,494,670	5,889,832	6,432,393	5.1	9.2	5.9
만화	919,408	976,257	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1.1	13.5	9.8
애니메이션	610,175	676,960	665,462	629,257	640,580	0.5	1.8	1.2
합계				119,606,635	126,712,264		5.9	6.0

□ 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망(2015~2024년)

(단위 : 억 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p		2020	2021	2022	2023	2024	2019~24 CAGR
캐릭터/라이선스	2,517	2,629	2,716	2,803	2,928	12.0	2,763	2,940	3,126	3,249	3,367	2.83
출판	2,918	2,893	2,839	2,798	2,764	11.4	2,482	2,530	2,531	2,512	2,494	-2.04
게임	827	956	1,087	1,201	1,317	5.4	1,429	1,548	1,638	1,726	1,815	6.63
음악	463	486	514	543	580	2.4	408	519	648	671	689	3.51
영화	387	401	419	435	451	1.9	155	276	373	387	399	-2.40
만화	72	78	76	80	90	0.4	86	89	89	90	90	-0.02
애니메이션	50	68	53	50	83	0.3	28	51	69	71	73	-2.50
합계	19,576	20,872	22,109	23,244	24,320		22,949	24,420	25,964	26,987	27,966	2.83

* 출처 : 2020 콘텐츠 산업백서, 문화체육관광부

1-3.국내 캐릭터 시장 규모

2019년 국내 캐릭터 매출액 12조 5천억 원

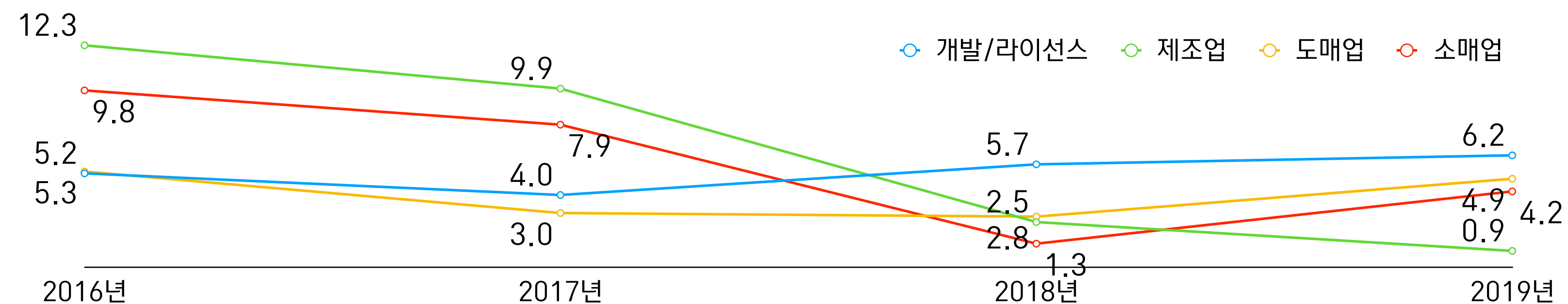
- 카카오프렌즈, 라인프렌즈 등 모바일 메신저 캐릭터가 캐릭터 사용 연령층을 생활용품, 사무용품, 화장품 등 성인용 상품군으로 확장
- 국산 캐릭터의 해외 라이선싱 실적 향상으로 캐릭터 개발 및 라이선싱업의 지속적인 매출 성장을 보임

□ 국내 캐릭터 산업 매출액 현황

(단위 : 백만 원, %)

중분류	소분류	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	전년대비 증감률	연평균 증감률
캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스업	784,605	825,665	858,610	907,768	963,687	7.7	6.2	5.3
	캐릭터 상품 제조업	4,302,456	4,829,928	5,308,952	5,443,245	5,490,756	43.7	0.9	6.4
캐릭터상품 유통업	캐릭터 상품 도매업	1,638,220	1,724,882	1,777,432	1,827,843	1,916,594	15.3	4.9	4.0
	캐릭터 상품 소매업	3,355,420	3,685,722	3,977,336	4,028,187	4,195,848	33.4	4.2	5.8
합계		10,080,701	11,066,197	11,922,330	12,207,043	12,566,885	100.0	2.9	5.7

□ 국내 콘텐츠 산업 분야별 매출 성장률



* 출처 : 2020 콘텐츠 산업백서, 문화체육관광부

1-4.국내 이모티콘 캐릭터 시장 현황

이모티콘이 애니메이션, 게임 등 원작 없는 캐릭터 시장 성장 토대 마련

모바일 메신저 이모티콘의 캐릭터 플랫폼 역할로 국내 캐릭터 시장 성장 견인

캐릭터 이용자 연령층 확장

기업 및 브랜드 라이선싱
및 콜라보레이션 확장게임, 굿즈, 애니메이션 등
2차 저작물 제작

- 2011년~2021년 이모티콘 수익 시장 규모 7000억원, 누적 발신량 2200억 건, 누적 개별 이모티콘 수 300,000개*
- 이모티콘 캐릭터 시장 성장으로 캐릭터 이용자 20대 이상 전연령층으로 확대
- 캐릭터 소비자 연령층 상승으로 캐릭터IP 라이선싱 제품이 유아동용품에서 유니클로, 스파오, 록시땅, 크리넥스 등 성인 대상 의 의류, 뷰티용품, 생활용품 등으로 확장되었고, 루이비통 등 명품 브랜드와 콜라보레이션

*카카오, 이모티콘 10년의 기록



카카오의 이모티콘 승인 시스템이 캐릭터 플랫폼으로서의 역할 제한

월 3000여건 신청
100여건 승인*

미승인 사유 미공개

이모티콘을 승인 받기 위한
창작자 커뮤니티 운영

- 카카오프렌즈, 라인프렌즈 등 모바일 메신저 이모티콘(스티커)의 성공
- 카카오의 승인을 얻어야 이모티콘 상품화가 가능하므로 캐릭터 창작이 아닌 카카오 승인을 얻기 위한 이모티콘 제작
- 모바일 메신저 서비스 기업의 이모티콘은 오프라인 스토어 등 대규모 지원으로 캐릭터IP 역할을 강화한 반면 개인 창작자의 2차 저작물 성과는 미흡

*카카오의 공개 자료 없음. 기사, 작가 등의 추정치

1-4.국내 이모티콘 캐릭터 시장 현황

미승인 이모티콘 캐릭터 월 2,900여 건 / 연 34,000여 건 추정

- 모바일 메신저의 시장 독점력을 이용해 캐릭터 창작자의 창작력 제한
- 심사를 통해 이모티콘 캐릭터의 다양한 스타일의 창작 제한
- 카카오 승인에 실패한 이모티콘 캐릭터의 유통 채널 부족

이모티콘 시장 성장이 캐릭터 시장에 가져온 긍정적 요소

캐릭터 사용자 연령층 확대

캐릭터 창작자 양상



카카오의 이모티콘 승인 절차가 캐릭터 시장 성장 제한

창작자의 창작력 제한

소비자의 선택권 제한

1-5.콘텐츠IP 플랫폼 비교

캐릭터 플랫폼은 웹툰, 웹소설보다 높은 시장 확장성 및 잠재력 보유

- 카카오프렌즈 등이 제한적으로 K캐릭터 붐을 주도
- 캐릭터IP 플랫폼은 웹툰, 웹소설과 함께 경쟁력 있는 K콘텐츠 성장의 기반이 되는 플랫폼 사업 모델 역할

구분	캐릭터 플랫폼	웹툰	웹소설
유료화	유료화 어려움	유료화 가능	유료화 가능
광고수익	운영 가능	운영 가능	운영 가능
라이선싱	굿즈, 콜라보레이션, 게임, 애니 등 다양한 2차 저작물	저작권자와 계약 조건에 따라 드라마, 영화 등 2차 저작물	
e스토어	콘텐츠, 굿즈 판매	운용 불가	운용 불가
사업확장성	NFT, 암호화폐, 메타버스 등 융합을 통한 미래 산업 확장	원작에 기반한 영화, 드라마 제작을 통한 제한적 확장	
글로벌 마케팅	언어 장벽이 거의 없어 글로벌 런칭 및 마케팅 전개 용이	언어 장벽으로 글로벌 마케팅 어려움	
국내시장규모		2020년 1조원 추정	2020년 6000억원 추정

1-6.콘텐츠IP 플랫폼 현황

■ 웹툰 현황

- 2019년 추정 시장 규모 6400억원 / 신규 작품 수 총 2,767건 / 작가 수 3,438명

□ 2019년 국내 웹툰 산업 규모 추정 (단위 : 원)

구분	2017년	2018년	2019년
플랫폼	242,206,987,049	261,549,645,933	387,411,632,641
에이전시	137,722,733,662	204,793,140,000	252,681,898,970
합계	379,929,720,711	466,342,785,933	640,093,531,611

* 출처 : 2020 웹툰 사업체 실태조사, 한국콘텐츠진흥원

□ 2019년 국내 주요 플랫폼 웹툰 매출액 (단위 : 원)

플랫폼명	페이지뷰(PV)		웹툰부분 매출액
카카오페이지/다음웹툰	6,452,176,234	19.5%	102,824,866,054
네이버웹툰	21,451,015,015	65.1%	64,409,403,960
답툰	1,090,726,334	3.9%	53,731,198,533
레진	1,530,172,414	4.6%	34,542,213,504
미스터블루	84,954,536	0.3%	31,288,922,410
봄툰	451,423,039	1.4%	25,189,265,940
태피툰	71,255,830	0.2%	16,000,000,000
투믹스	605,730,171	3.3%	15,347,318,210
저스툰	82,565,482	0.3%	11,743,635,000
무툰	216,218,118	0.7%	10,500,000,000

* 출처 : 2020 웹툰 사업체 실태조사, 한국콘텐츠진흥원

■ 웹소설 현황

- 2018년 시장 규모 4000억원 / 20여 개의 웹소설 플랫폼 이용
- 유통 작품수 8만 여편, 월 평균 1만 45건 등록, 1일 평균 조회수 201만 여회
- 웹소설은 웹툰에 비해 창작자의 진입 장벽이 낮음

□ 웹소설 감상을 위해 이용하는 플랫폼

플랫폼명	카카오페이지	네이버웹소설	네이버시리즈	문피아	조아라	리디북스	북팔	기타
점유율(%)	39.9	16.9	14.2	9.5	4.7	4.4	2.0	8.4

* 출처 : 2020 웹소설 이용자 실태조사 보고서, 한국콘텐츠진흥원

1-6.콘텐츠IP 플랫폼 현황

콘텐츠IP 확보를 위해 카카오, 네이버의 국내외 웹소설, 웹툰 인수 경쟁

- 웹소설, 웹툰은 드라마, 영화, 게임 등 2차 콘텐츠 제작을 통한 부가가치 창출

□ 웹툰 2차 저작권 매출 중 분야별 비중 (단위 : %)

구분	드라마	영화	애니	공연	게임	캐릭터	기타
2019년	52.1	26.5	0	11.9	8.8	19.5	3.3
2018년	35	8.3	8.3	4.7	20.8	0.1	7.7

* 출처 : 2020 웹툰 사업체 실태조사, 한국콘텐츠진흥원

□ 2021년 콘텐츠IP 플랫폼 인수 현황

구분	플랫폼명	내용	인수업체	인수금액
웹소설	왓패드(캐나다)	- 2006년 설립, 세계 1위, 무료 서비스 - 월간이용자(MAU) 9000만명 이상 이용자 보유	네이버	6500억원
	래디쉬(미국)	- 2016년 설립, 미국 웹소설 플랫폼 5위권 - 온라인 공동작업 시스템 도입, 유료 서비스 - 2020년 매출 230억원(2019년 매출 22억원)	카카오엔터테인먼트	5000억원
	문피아(국내)	- 2012년 설립, 연간매출액 417억원 - 방문자수 40만 명, 월평균 페이지뷰 1억 회 - 등록 작가수 4만7000여 명	네이버	2400억원
웹툰	타파스(미국)	- 2012년 설립, 북미 최초 웹툰 플랫폼 - 창작자수 6만3800여 명 - 월간이용자(MAU) 370만명, 2021년 매출 500억원 예상	카카오엔터테인먼트	1000억원

* 출처 : 기사 보도자료 내용 정리

2-1.NFT 특징

NFT는 콘텐츠IP와 융합을 통해 암호화폐, 블록체인 등의 차세대 산업의 핵심가치로 성장성 높음

- NFT(대체 불가능 토큰, Non Fungible Token)는 블록체인 기술의 특성상 한 번 생성되면 삭제하거나 위조 불가능
- 소유권과 거래 이력이 명시되는 일종의 '디지털 인증서 및 소유권 증명서'로 하나의 토큰으로 다른 토큰 대체 불가능

[NFT의 네가지 장점]

위조하기 어려움	추적하기 쉬움
복제가 어려워 희소성 보장 위조품에 의한 가치 하락 방지	블록체인 기반으로 공개적이고 투명 출처, 발행시기,회수, 소유자 등 정보 공개
부분 소유권 인정	순환증가
부분 소유권 인정 1/N 형태로 분할 거래 가능	NFT 생성시 소유권 발생 NFT 경매 시장에서 거래 가능

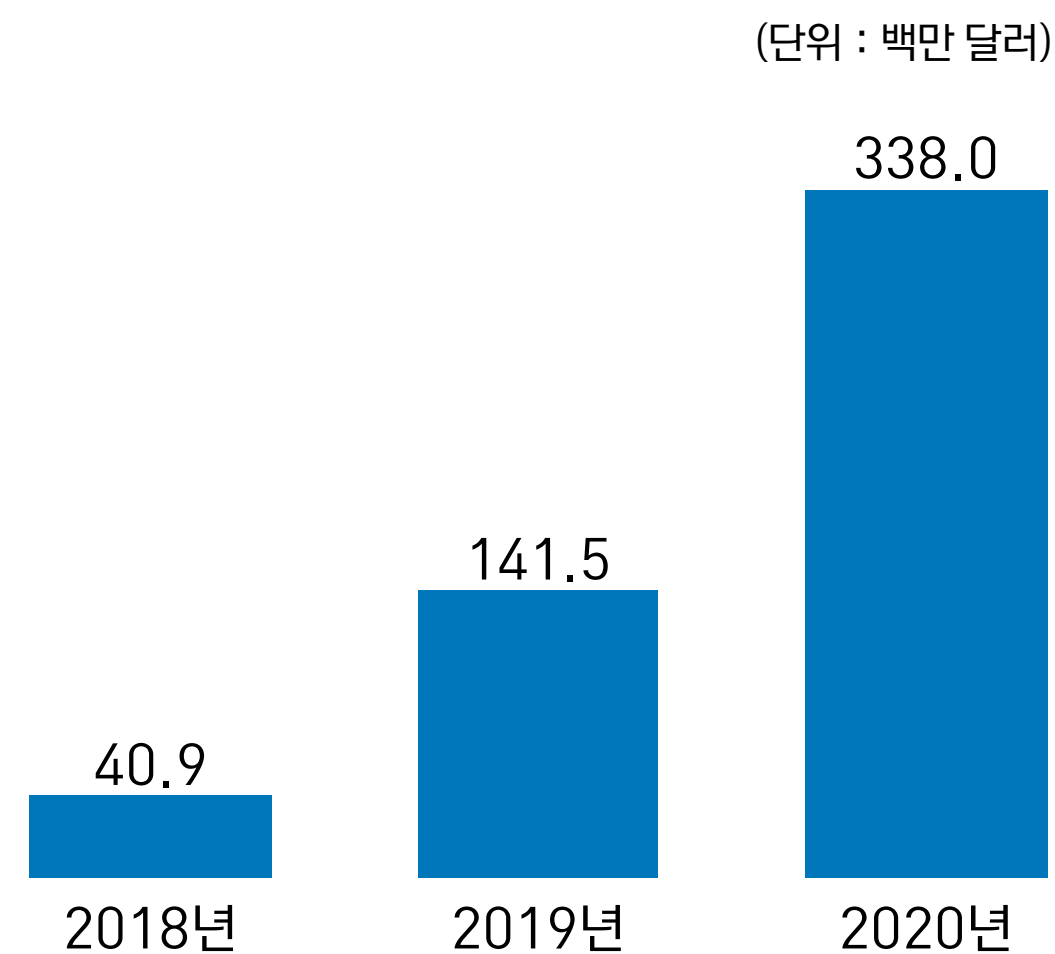
* 출처: KB경영연구소, 블록체인 시장의 다음 메가트랜드 NFT

2-2.시장 규모

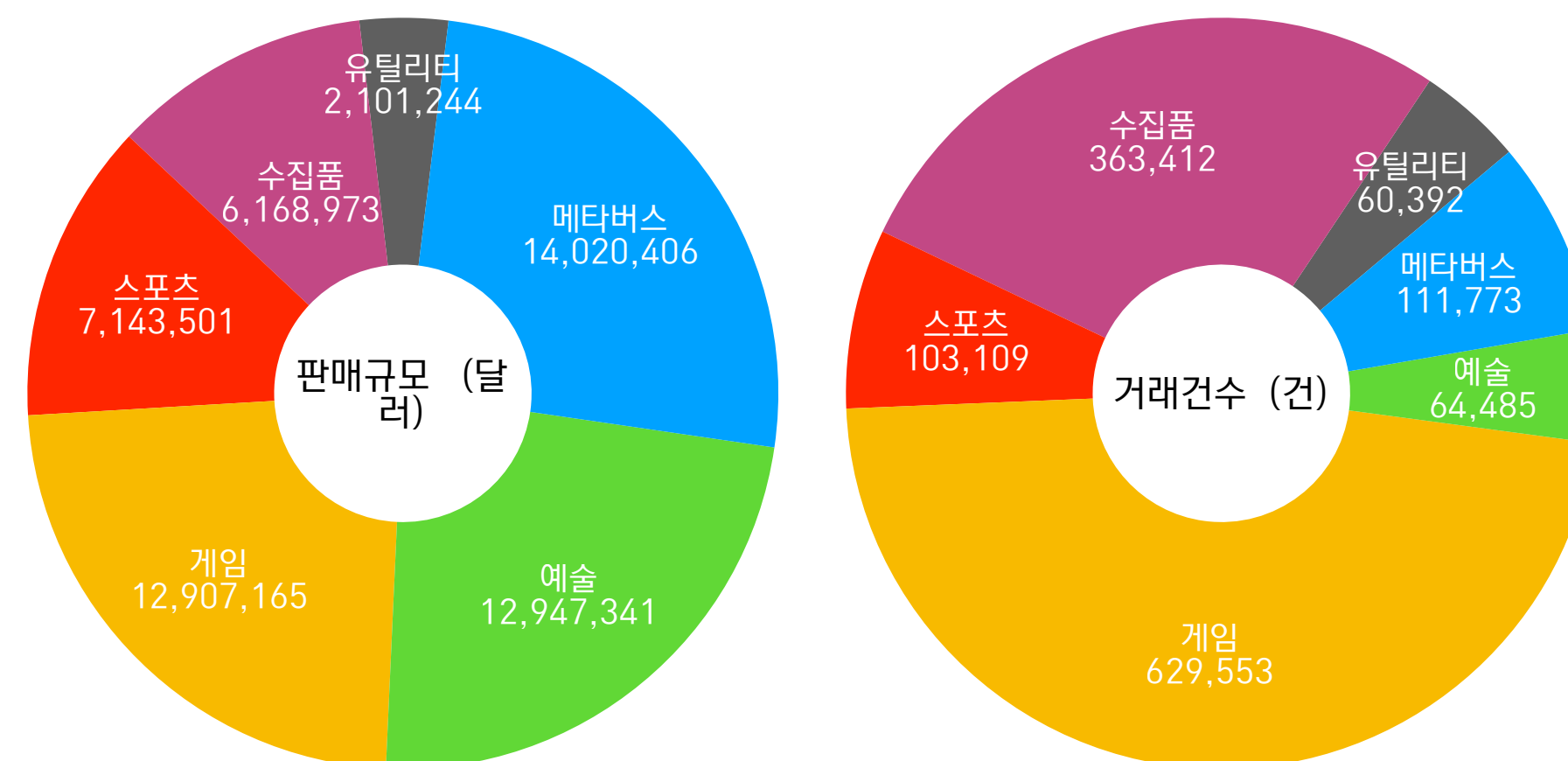
NFT는 높은 성장세를 보이고 있으나 제한적 영역에서 활용

- 메타버스, 예술품, 게임 아이템 등 디지털 파일 거래 수단으로 활용
- NFT는 디지털로 창작한 재화의 희소성과 가치를 현실에서도 인정받을 수 있게 인증하는 역할을 하므로 디지털 아트, 게임, 메타버스 등에서 디지털 파일의 자산화에 활용

[NFT 시가 총액]



[2020년 분야별 NFT 시장 분포]



* 출처: nonfungible.com

2-3.시장 현황

NFT 시장은 게임, 메타버스 관련 기업이 주도하고 향후 플랫폼 기업은 물론이고 다양한 기업의 참여로 시장 성장 예상

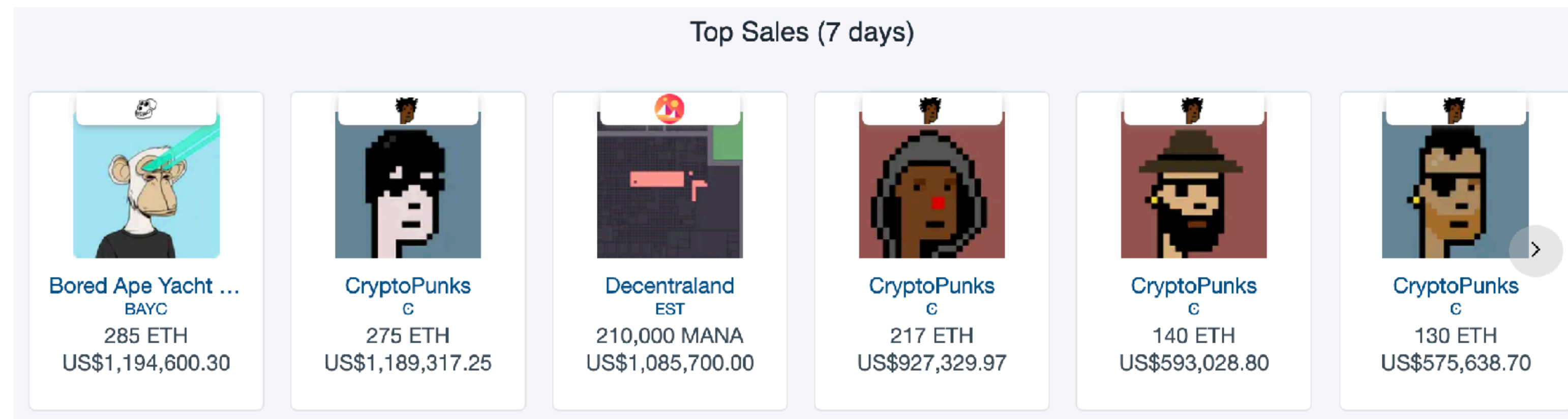
- 디센트럴랜드, 더샌드박스 등 NFT 기반 메타버스 코인 가격 급등
- 엔씨소프트의 전년 동기 대비 2021년 3분기 실적은 매출 14%감소, 영업이익 56% 감소했으나 11월 11일 '2022년 중 NFT를 적용한 게임 발표' 직후 주가 상한가 기록, 이는 2015년 1월말 이후 약 6년 10개월만에 처음
- 위메이드는 미르4에 NFT 기능을 도입했고, 넷마블, 펄어비스, 컴투스, 게임빌 등 다수의 게임사가 NFT 도입 계획 발표
- 엔터테인먼트 빅4 기획사 하이브, YG, JYP, SM 등 아티스트 지식재산권(IP)과 NFT를 결합한 신규 사업 추진 계획 발표
- 2022년 2월 5일 기준 NFT코인 600개 거래(coinmarketcap.com)

□ NFT 시가 총액 상위 10위(coingecko.com / 2022.02.05 기준)

코인		시가총액(₩)	내용
디센트럴랜드	MANA	5,548,171,601,818	이더리움 블록체인 기반의 부동산 거래 가상현실 플랫폼
ECOMI	OMI	4,998,240,606,853	VeVe플랫폼에서 디지털 수집품 거래를 위한 유틸리티 토큰
Awie Infinity	AXS	4,954,374,549,180	블록체인 기반 게임 엑시언피니티 NFT
The Sandbox	SAND	4,939,120,458,903	블록체인 기반 가상현실 게임 플랫폼
썬타	THETA	3,989,804,794,813	블록체인 기반의 동영상 플랫폼 위한 암호화폐
FLOW	FLOW	2,576,286,677,118	대퍼랩스가 개발한 플로우 플랫폼에서 사용되는 토큰
Gala	GALA	2,353,981,337,311	갈라게임즈 디지털 유틸리티 토큰
엔진코인	ENJ	2,183,855,365,539	게임 아이템 거래 암호화폐
Chiliz	CHZ	1,354,139,661,572	팬 참여 및 보상 플랫폼 Socios.com을 지원하는 디지털 통화

인기 캐릭터의 NFT 발행은 대세에 편승한 포토 카드 형태의 굿즈 정도 역할

- 더샌드박스와 제휴를 통해 보로로 NFT 발행
- 브라운, 샬리, 코니 등 라인 프렌즈, 헬로키티, 마블, DC 등 캐릭터 NFT 발행
- 디지털 아트 등 NFT가 높은 가격에 거래가 되어 이슈가 되기도 하나 '자가 발전식 버블'이라는 부정적인 비판
- Bored Ape Yacht Club NFT는 멤버십을 통한 새로운 시장 가치 창출



*출처 : 2021년 12월 1일 nonfungible.com

3-1.메타버스 산업의 특징

- ✓ 코로나19 확장에 의한 비대면 문화의 일상화
- ✓ NFT와 결합해 콘텐츠 및 아이템 등 구매 및 소유권 거래 가능
- ✓ 스마트폰 및 디지털에 친숙한 Z, α(알파)세대가 주요 소비자

* 알파 세대 : 2010년 이후 출생, 스마트폰과 디지털 세계에 직접적인 영향을 받는 세대

□ 메타버스 비즈니스 모델 형태

비즈니스 형태	대표 메타버스	사례
콘텐츠 제작 및 판매	로블록스, 마인크래프트, 제페토 등	2020년 로블록스 내 게임개발자 매출은 약 3억 3천만 달러(한화 3천 6백억 원)
미디어 중개 수수료	포트나이트, 로블록스, 제페토, 유니버스 등	포트나이트 게임 안에서 트래비스 스캇은 12회 공연 통해 총 매출 2천만 달러(한화 216억 원)기록
마케팅 수수료	제페토, 동물익숲(닌텐도), 로블록스 등	제페토 내에 나이키, 컨버스, 구찌 등의 주요 브랜드가 입점하였으며, 입점에 따른 수수료 비즈니스 모델
구독료	유니버스	팬 활동에 대한 라이프로그 서비스, AI 기반의 가상 통화서비스 등을 통해 매월 구독료를 받는 형태

3-2.시장 규모

글로벌 시장규모 21년 630.8억달러에서 26년 4,066.1억 달러
국내 시장 규모 21년 8.7억 달러에서 26년 70.5억 달러*

□ 주요 메타버스 플랫폼

구분	출시 년도	내용
로블록스	2006년	<ul style="list-style-type: none"> - 이용자가 게임을 개발, 공유하고 다른 이용자와 플레이하는 메타버스플랫폼 - 월간 방문자수1억 9,000만명 상회, 게임개발자수는 약 800만 명, 게임수 약5,000만개 - 기업가치는 555억 5천만 달러로 평가
포트나이트	2017년	<ul style="list-style-type: none"> - 에픽게임즈가 제공하는 슈팅 게임, 이용자 수 3억 5,000만명 - 파티로얄 모드에서 콘서트, 영화 상영 등이 가능 - 트래비스 스캇, 영화 테넷의 트레일러, BTS의 Dynamite 뮤직비디오 안무버전을 최초 공개
마인크래프트	2011년	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 마이크로소프트에서 인수 - 이용자가 아바타를 활용해 블록으로 구조물,기능 등 콘텐츠를 제작할 수 있는 샌드박스 게임 - IP를 확장하여 장난감, 소설, 영화, 교육용 도구 등 출시
제페토	2018년	<ul style="list-style-type: none"> - 165개국에 출시한 글로벌 증강현실(AR) 아바타 플랫폼 - 2020년 12월 기준 글로벌 가입자 2억 명, 80%가 10대, 해외 이용자 비율 90% - 찜과 코인이라는 디지털 화폐를 발행하여 제페토 스튜디오에서 아이템을 제작하고 판매/거래 - 한류 콘텐츠를 기반으로 아이돌 그룹의 콘서트, 팬미팅 공간으로 활용
디센트럴랜드	2017년	<ul style="list-style-type: none"> - 블록체인 기반 가상토지 및 건물 건축 · 거래 - 아바타를 통해 공간 체험, 가상 광고판을 통한 광고, 가상쇼핑몰 내 쇼핑, 커뮤니티 생성 가능
더샌드박스	2012년	<ul style="list-style-type: none"> - 이용자가 소유한 가상부동산과 창작상품 거래 - 손쉽게 3D 아이템을 창작하는 복스에딧, 아이템을 거래하는 마켓플레이스, 게임메이커 제공

*출처 : 한국개발연구원, 메타버스 신산업 선도전략, 2022

자생적인 경제 생태계 형성, NFT, IP 등 다른 분야와 융합을 통한 새로운 가치 창출

게임을 넘어서 경제로 | Beyond Game, Toward Economy

메타버스 기기의 확대 | Device

디지털 휴먼의 성장 | Digital Human

다양한 IP와 협력하는 메타버스 | IP

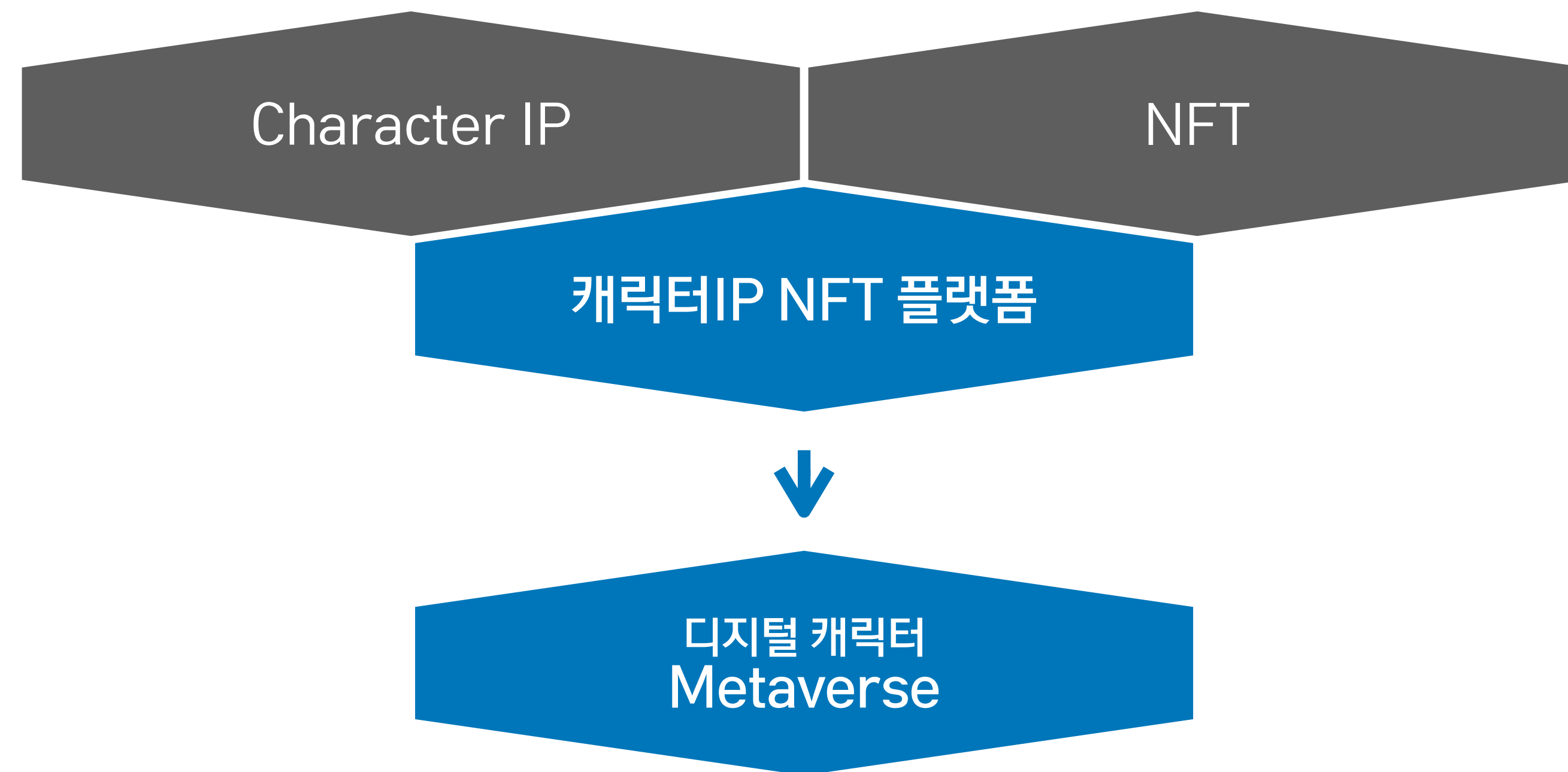
NFT와 결합하는 메타버스 | NFT

*출처 : 소프트웨어정책연구소, 메타버스 비전즈, 2021

III.사업 전략

- 1.사업 모델
- 2.문제점 & 해결점
- 3.경쟁 현황
- 4.수익 모델
- 5.사업 목표

캐릭터IP와 NFT 융합을 통해 메타버스로 확장

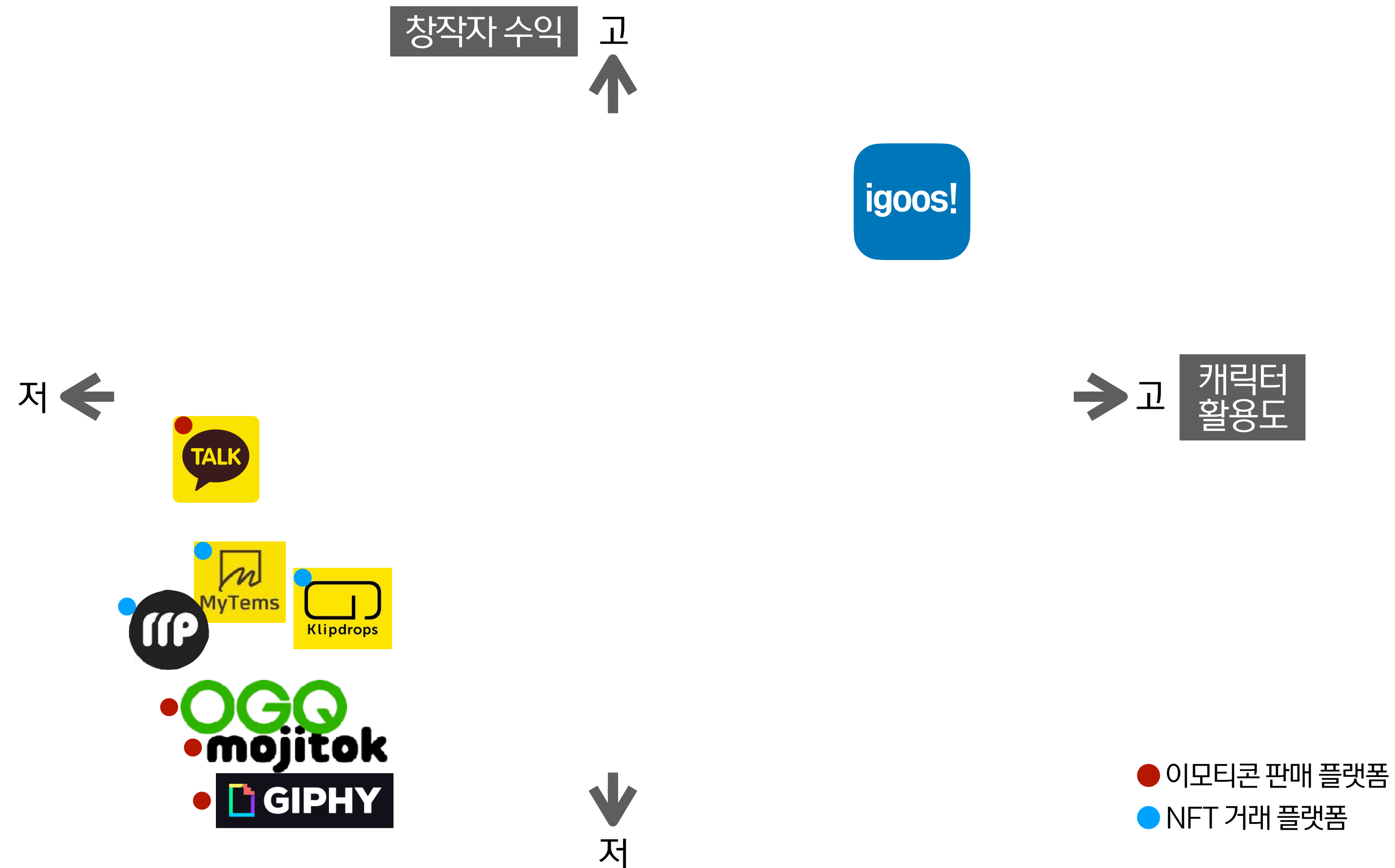


캐릭터 창작자의 새로운 캐릭터IP 유통 채널 MZ세대의 새로운 NFT 투자 채널



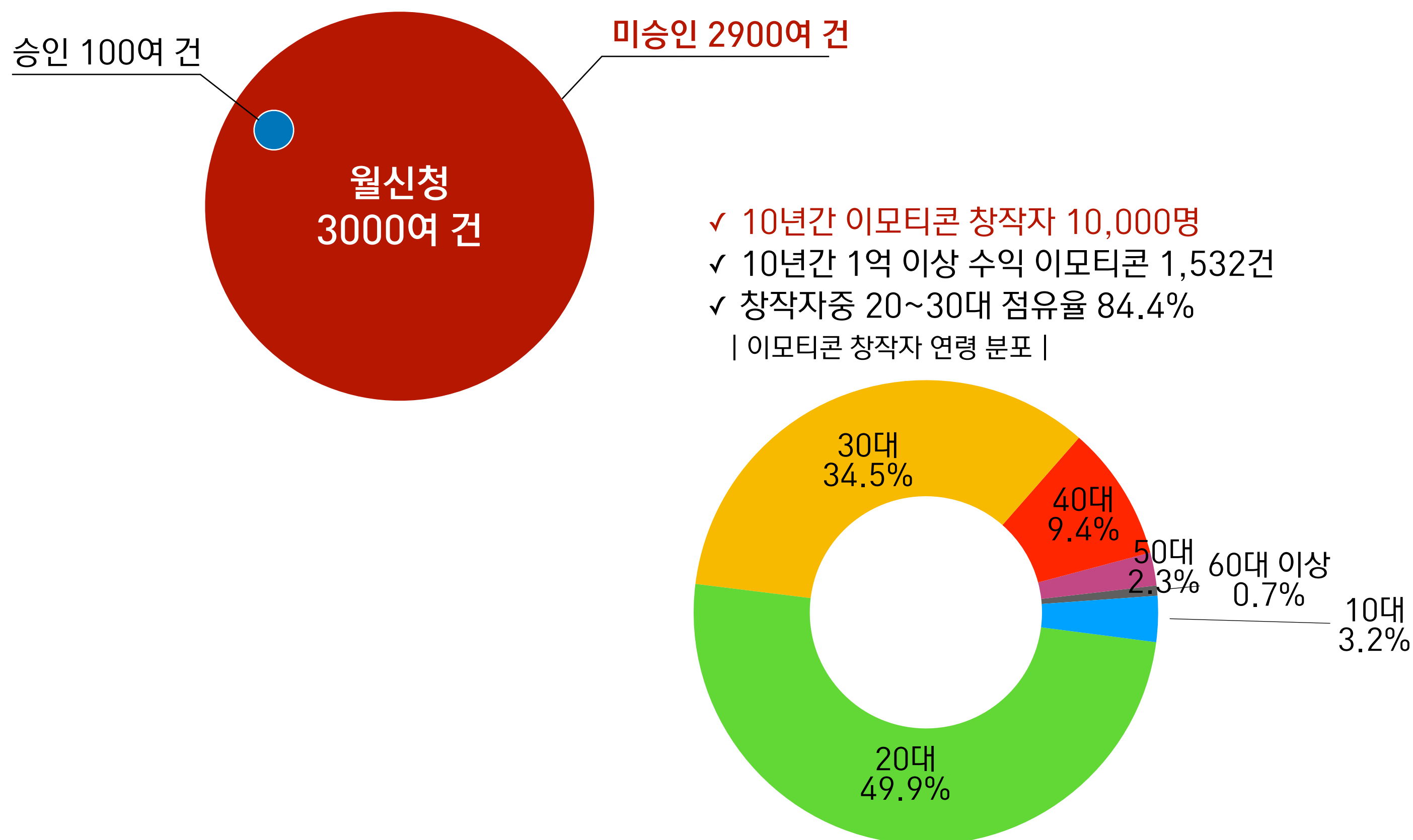
3-1.Positioning

플랫폼 진입장벽은 낮게, 창작자 수익은 높게, 캐릭터 활용은 넓게



3-2.카카오 이모티콘

카카오 이모티콘 미승인으로 PC에서 잠자는 수십만개의 캐릭터



* 출처 : 카카오, 이모티콘 10년의 기록, 2021년

3-3.이모티콘 판매 플랫폼

카카오 미승인 이모티콘의 대안 유통 채널 등장했지만 창작자 수익은 낮음

- OGQ, 모히톡 스티커팝, 스티팝 등은 카카오보다 신청 조건, 심사가 까다롭지 않아 승인받는데 용이
- 해외 메신저는 이모티콘(스티커)을 대부분 무료로 제공하거나 사용자의 이모티콘 구매율이 낮아 창작자의 수익 창출 효과 적음

□ 주요 이모티콘 판매 플랫폼

플랫폼명	주요 내용
OGQ마켓	- 네이버 블로그/카페/포스트, 아프리카TV - 네이버 75억원 등 12개사 총 820억원 투자 유치* - 이모티콘(스티커)뿐 아니라 동영상, 폰트, 이미지, 음원 등 다양한 콘텐츠 제공
모히톡 스티커팝	- 왓츠앱, iMessage, 텔레그램 - 삼성 갤럭시 스마트폰, GIF 공유 사이트 테너, 베트남 메신저 잘로 등 모바일 서비스 - 2개사 20억원 투자 유치*
스티팝	- iMessage, 페이스북 메신저 - 8개사 16억원 투자 유치*
GIPHY	- 2020년 페이스북 인수, 약 5000억원 - 매일 5억명, 100억개 검색(구글 다음으로 많은 검색 회수) - 다양한 gif(움짤) 제공

* 한국스타트업 투자 데이터베이스 자료

3-4.국내 NFT 거래소

디지털 파일 인증의 한계를 넘어 캐릭터 투자를 통한 부가가치 창출

- NFT 거래 플랫폼 증가 예상 / 소셜 미디어 기능 부재
- 국내 1위 암호화폐 거래소 '업비트' NFT 거래 개시(2021.11.23)

□ 국내 NFT 플랫폼 현황

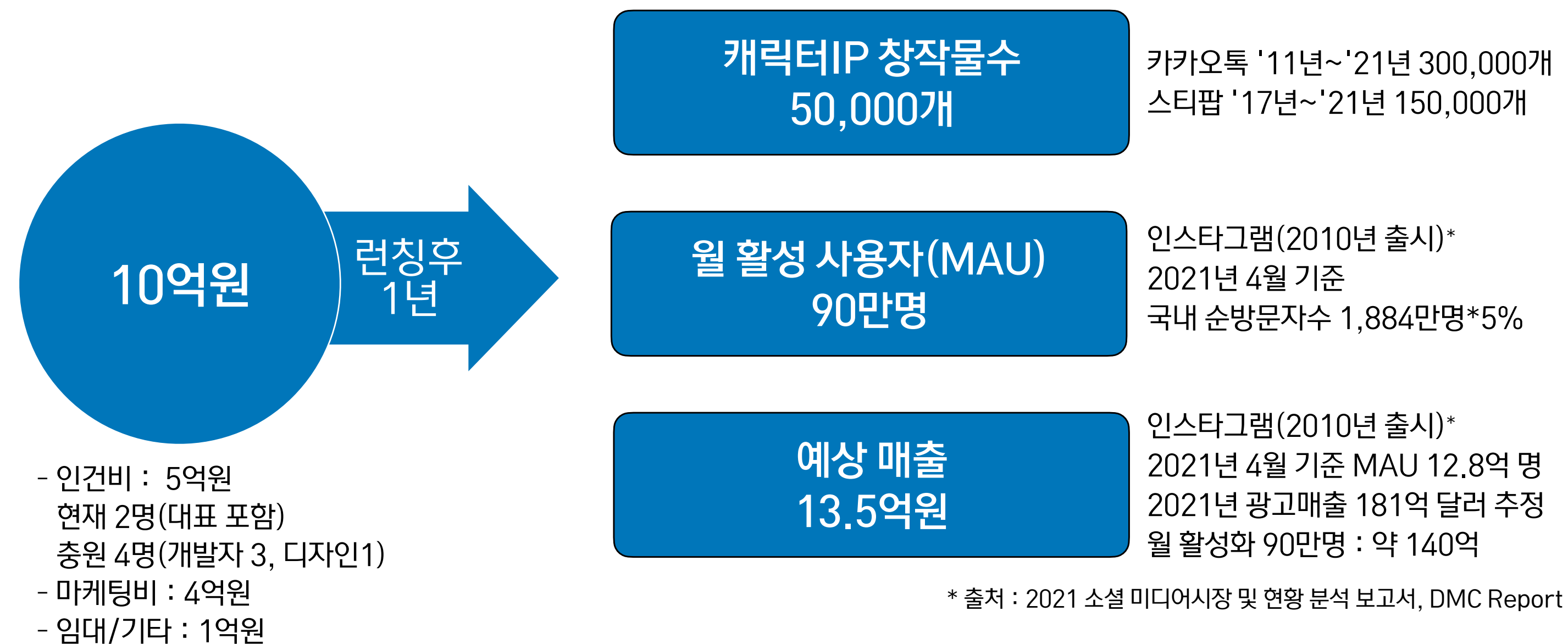
플랫폼명	내용	모바일 유무
Klip Drops	- 카카오 블록체인 자회사 그라운드X가 운영 - 2021년 12월 정식 서비스 - 카카오톡을 통해서도 NFT 거래 가능 - 한정판 디지털 작품을 전시하고 유통하는 NFT 거래소	인스타그램 활용
METAPiE	- 2021년 7월 베타버전 서비스, 12월 재오픈	
MyTems	- 2021년 6월 베타버전 서비스 - 카카오 클레이튼 기반 NFT 소셜 네트워크 서비스	모바일 웹
Mirny	- 2021년 7월 베타버전 서비스 - 오픈씨와 동시 거래 가능	
CCCV	- 2021년 5월 서비스	



2022년 3분기 플랫폼 서비스 런칭 목표



12개월간 플랫폼 개발, 마케팅 등 자금 필요



IV. 플랫폼 개발 계획

- 1. 단계별 개발 계획
- 2. 1단계 플랫폼 개발

1단계

소셜 미디어 서비스 : 개발 중

- 다양한 캐릭터IP 축적을 통한 서비스 활성화
 - NFT 발행을 통한 저작권 인증, 소유권 거래, 투자 등 MZ세대 참여 확대
 - 캐릭터를 중심으로 스타트업 결성 : 창작자, 퍼포머(Performer)
- * 퍼포머 : 창작자를 포함해 캐릭터 성장에 참여하는 디자이너, 개발자, 기획자 등

2단계

MMORPG 방식을 적용한 캐릭터 성장 서비스

- 캐릭터 부가가치는 인지도, 완성도, 노출도 등에 의해 결정되므로 이들을 제고하도록 퍼포먼스 미션 부여
- 미션 달성 시 퍼포먼스 지수를 획득하고 이에 따라 캐릭터 레벨 상승
- 캐릭터 레벨에 따라 차등 권한 부여 : 클라우드 펀딩액, 메타버스에서 차등 공간 제공 등
- 본 서비스 단계에서 캐릭터는 주식회사와 같이 공개적인 투자 대상으로 캐릭터 퍼포머에 의해 성장한 캐릭터는 레벨에 따라 권한을 부여 받음
- 투자를 통해 굿즈 제작, 콘텐츠 개발이 이루어지고 이를 통해 발생한 수익은 퍼포머, 투자자가 공유하도록 NFT 설계

3단계

메타버스 서비스 : 최종 단계

- 본 메타버스에서 활동하기 위해서는 캐릭터 소유자나 퍼포머 지위를 가지고 있어야 함
- 캐릭터는 레벨에 따라 일정한 공간(스튜디오)을 제공받고 레벨이 부족한 캐릭터는 코인으로 공간구매 가능
- 캐릭터 공간에서 굿즈 판매, 콘텐츠 판매 및 스트리밍 등 소비자에게 다양한 서비스 제공 가능
- 캐릭터 퍼포머는 캐릭터 관련 상품을 제작 및 판매하는 경제 활동을 지속하고, 이를 현실세계에 유통시켜 높은 부가가치 창출 가능

인스타그램식의 UI/UX : MVP 버전 개발 중

* MVP : Minimum Viable Product (최소 기능 제품)

소셜 미디어

캐릭터 포트폴리오

eStore 연계

가상화폐 지갑연동

NFT발행/거래

3분기내 런칭 계획



igoos.kr

V.회사 소개

- 1.페이블앤컴퍼니
- 2.대표 소개
- 3.캐릭터 IG00 소개

- 2019년 10월 1일 페이블앤컴퍼니 주식회사(Fable & Company Co., Ltd.) 설립
- 2020년 08월 한국콘텐츠진흥원 주관 <2020년 콘텐츠 IP 비즈매칭> 참여 기업 선정
- 2020년 12월 (주)나다디지탈과 모바일 게임 개발 MOU 체결
- 2021년 02월 (주)나다디지탈과 이구 캐릭터를 활용한 모바일 게임 개발 계약 체결
- 2021년 05월 스마트스토어 오픈, <run free> 티셔츠 제작 판매
- 2021년 07월 <IGOO> 해외 출원 / 등록 지원 기업 선정 / 미국, 중국, 베트남, 일본 등 4개국 해외 출원
- 2022년 01월 자본금 1억원으로 증자

□ 매출액 현황

(단위 : 원, 부가세 별도)

연도	2019년(10월 설립)	2020년	2021년
매출액	55,500,000	131,230,653	120,555,817
지원사업		사업지원금 2,300,000원 (3D 프린팅)	사업지원금 10,000,000원 (해외 지식재산권 출원)

□ 지식재산권 현황

구분		저작권	상표	디자인	특허
국내	출원		2		1
	등록	3	2	4	
해외	출원*		4		
	등록				

* 해외 출원 국가는 미국, 중국, 일본, 베트남

■ 학력

- 동국대학교 철학과 문학사(1995.02)

■ 주요 이력

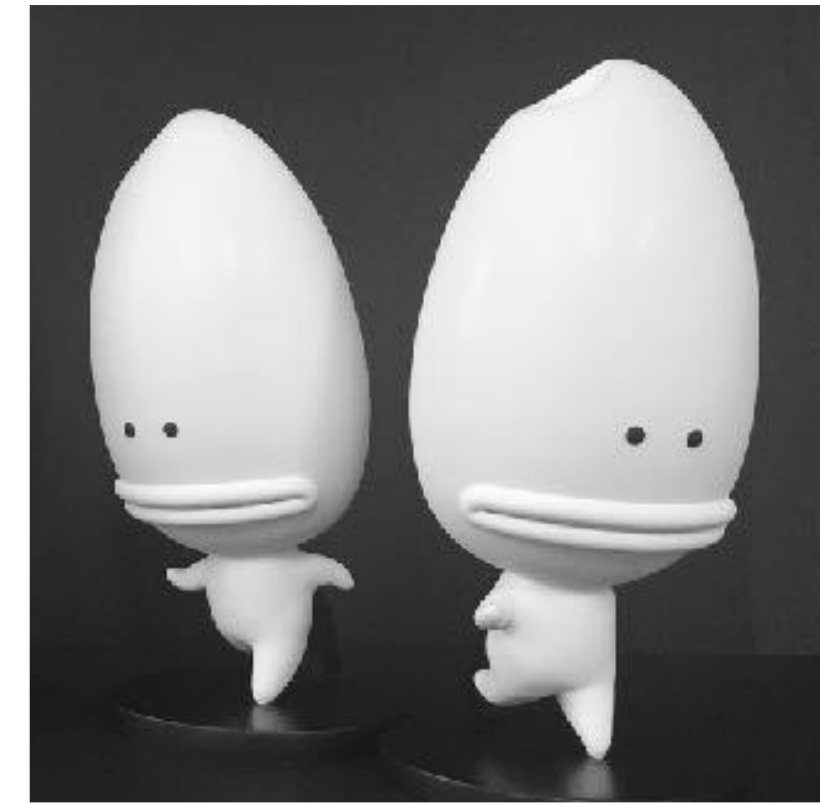
- 웹툰 '두두와 위젤' 기획 및 스토리 작업
- 문화복합 공간 조성 컨설팅
동국대 뮤지컬 전용극장, 신도림 디큐브시티, 부산 서면 BFC, 상암DMCC빌딩 문화공연시설 외
- 도시재생 뉴딜사업
부산시 마을공동체, 부산 서구 도시재생, 부산 북구 관광 활성화, 울산 북구 양정 자동차 테마거리, 밀양 해천 의열단 테마거리 외
- (주)리솜리조트, <리솜> 브랜드 네이밍 및 브랜딩 전략 수립
- <2010 상해 엑스포> Korea Pavilion 한식당 운영 사업 전략 수립
- 만화 커뮤니티 사이트 yagh.com 기획
- 3D 아바타 커뮤니티 <조이시티> 기획 참여

IG00

IG00 runs free.
Let's run free.

자유롭고 싶어 안달나 그릇에서 탈출한 이구,
인간에게 잡혀 다시 그릇에 들어가기를 원치 않는 이구,

인간 세상에 대해 무지해(ignorant)
스스로를 IG00라고 이름 지었다.



전 스타그래프트 게이머 이윤열 대표가 설립한 나다디지털(주)와 모바일 게임 개발 라이선싱 계약
2022년 상반기 출시 목표로 '이구의 바다 생존기(가칭)' 개발 진행 중