

MEDIAARTNATION

PARTNERSHIP PROPOSAL 2026

몸이 컨트롤러가 되는 홈 콘솔, OmniPlay

Camera-Based Motion Home Console

카메라 하나로, 온 가족이 함께 움직이는 거실



컨트롤러 없이
카메라 하나로 몸을 읽는
가정용
모션 콘솔 게임기

기기 + 게임 + 구독을 하나의 플랫폼으로

SINCE

2023

미디어아트네이션 설립

CONTENTS

4종

농구 · 야구 · 리듬 · 플라잉

PLAYERS

최대 4인

가족이 함께

PRODUCTS

홈 콘솔

기기 + 게임 + 구독

HARDWARE

온디바이스 AI

기기 안에서 인식

LAUNCH

2027

상용 출시 목표

파트너가 지금 찾고 있는 것

OmniPlay는 각 파트너의 고민에서 출발합니다



렌탈사

새 렌탈 품목 · 장기 고객

가족이 매일 쓰는 기기 + 매달 쌓이는 구독



리테일 · 이커머스

가족 대상 새 카테고리

가격 부담 낮은 모션 게임기 · 구독 리퍼럴 수익



해외 디스트리뷰터

차별화된 수입 상품

지역 판권 · 기기 마진 + 반복 구독 매출



콘텐츠 · IP 보유사

IP의 새 수익 채널

보는 IP를 몸으로 즐기는 게임으로

몸으로 하는 게임, 수요는 이미 증명됐습니다

문제는 수요가 아니라 가격 · 장비 · 콘텐츠였습니다



KINECT

3,500만대

누적 판매(2010~2017)

출시 60일 만에 800만 대 · 가장 빨리
팔린 가전 기록



RING FIT ADVENTURE

1,500만+

누적 판매(2025.3 기준)

가족 · 여성 · 전 연령층으로 확산,
한국에서도 인기

INSIGHT

사람들은
몸으로 노는 것을
원합니다

다만 비싸고, 장비가 필요하고, 할 게임이
부족했을 뿐입니다

※ Kinect - Microsoft 발표(2017.10, Fortune · Wikipedia 인용) · Ring Fit Adventure - Nintendo 실적 자료(2025.3 기준 1,500만 장 이상, Pocket Tactics 인용), Nintendo 사장 Q&A(2021)

비싼 기기, 전용 장비 없이



콘솔 + 전용 컨트롤러

필요 : 콘솔 + 링 컨트롤러

약 73 만 원

스위치 + 링피트

비싸고, 장비마다 따로 구매



깊이 센서

필요 : 콘솔 + 전용 센서

\$ 499

키넥트 번들 가격

2017년 단종



VR 헤드셋

필요 : 머리에 쓰는 기기

고가

1인 1기기

한 명씩, 가족이 함께 보기 어려움

사진

OmniPlay

필요 : 전용 디바이스 + 맴몸

299,000 원

단독 기기

최대 4인 · 기기 안에서 처리

키넥트가 떠난 **저가 · 맴몸 · 가족용** 자리는 지금 비어 있습니다

※ 출처: 닌텐도 국내 출고가(2025) · Kinect 번들 가격 및 단종(eWeek · Fortune, 2017)

이전 모션 게임이 멈춘 이유, 우리가 푼 방식

멈춘 이유

OMNIPLAY

비싼 가격

콘솔 번들로 가격 상승 (\$499 vs 경쟁 콘솔 \$399)



단독 저가 기기 · 렌탈 월 6,000원

별도 장비

전용 센서 · 링 컨트롤러 필요



몸이 컨트롤러가 되는 시스템

게이머 콘솔 종속

하드코어 게이머용 기기의 부속품



가족 전용 기기 · 렌탈 · 유통 채널

콘텐츠 부족

개발사 관심 저조로 신작 감소



자체 타이틀 + 구독 + SDK

무거운 연산

고가 깊이 센서 · 콘솔 성능 의존



저가 AI 칩에서 기기 안 처리

수요는 그대로, 장벽만 없었습니다 **같은 시장, 다른 구조**

※ Kinect 번들 가격 및 단종 배경 - eWeek · Fortune(2017.10)

카메라 하나, 그게 전부입니다

TV에 연결하면, 몸이 곧 컨트롤러가 됩니다

01 맨몸으로

설명 필요 없이, 서는 순간 바로 시작

컨트롤러 · 웨어러블 없이 카메라로 동작 인식

02 기기 안에서

집 안 영상은 밖으로 나가지 않습니다

전용 AI칩이 기기 안에서 처리 · 통신 부하 없음

03 함께

가족이 나란히 서서 함께 즐깁니다

최대 4인 동시 인식



※ 컨셉 이미지

0 필요한 컨트롤러

4인 동시 인식

OmniPlay 디자인과 사양

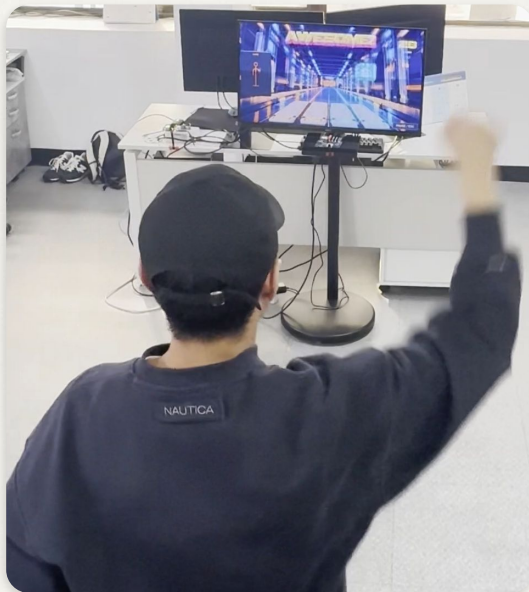
하드웨어 디자인

SoC	8코어 CPU
AI	내장 NPU · 동작 인식을 기기 안에서 처리
GPU	Mali-G610 MP4 · 풀3D 게임 구동 가능
CAMERA	OV9782 글로벌 셔터 · 빠른 동작도 번짐 없이
MEMORY	LPDDR4X 4GB · eMMC 32GB
CONTROL	BLE 5.0 리모컨 (메뉴 선택용) · 게임은 맨몸
OUTPUT	HDMI 2.1 · Wi-Fi 6 · USB-C 전원
SIZE	[가로 × 세로 × 높이] mm · []g

※ CBT 기준 목표 사양이며 양산 시 변경될 수 있음

개발 완료 후 출시 준비

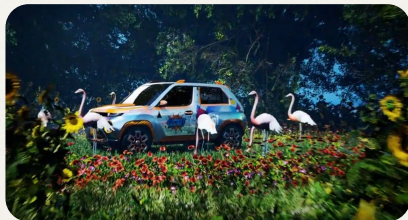
개발 환경에서의 실제 OmniPlay 구동 장면



※ 실제 OmniPlay 구동 화면 (프로토타입) · 동작 인식부터 게임 반응까지 기기 안에서 처리

글로벌 기업과 검증한 기술, 이제 거실로

실시간 인터랙티브 프로젝트로 쌓은 기술을 OmniPlay에 담았습니다



HYUNDAI



PORSCHE



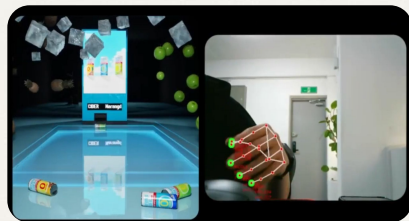
BUGATTI



KAKAO MOBILITY



KAKAO ENTERTAINMENT



DONGA-OTSUKA



MILITARY SIMULATION



FIREFIGHTING DRONE

FOUNDATION

기존 프로젝트 사업 기술 검증 · 납품 경험

고객사 프로젝트로 기술 검증 · 현금흐름



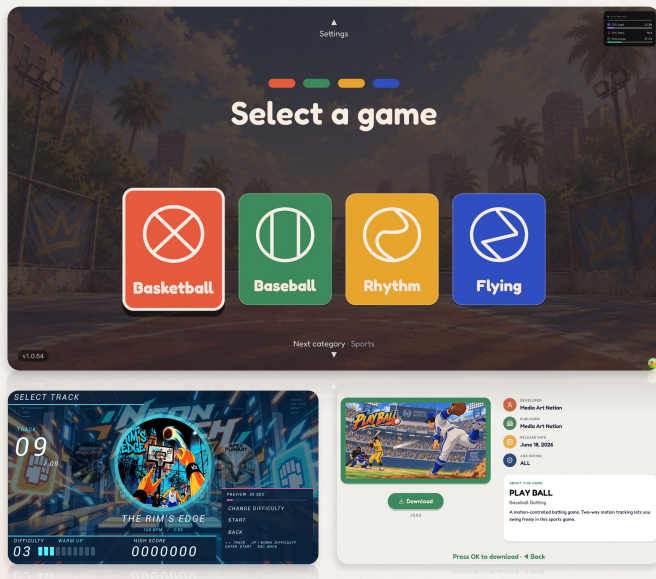
GROWTH

OmniPlay 홈 콘솔

같은 기술을 거실의 제품으로

게임 라이브러리와 플랫폼

자체 타이틀로 시작해, SDK로 외부 개발사 게임까지 넓힙니다



NOW

자체 타이틀 4종

농구 · 야구 · 리듬 · 플라잉. 1~4인 플레이



UPDATE

정기 업데이트

분기별 신규 게임 · 모드 3종 추가 (구독 가치 유지)



SDK

외부 개발자 게임

동작 인식 SDK 공개 → 서드파티 게임 수익 배분



IP

IP 콘텐츠 팩

스포츠 · 캐릭터 · 엔터 IP 협업 게임

온 가족이 각자의 이유로

거실의 모든 세대가 쓰는 콘솔



KIDS

움직이는 스크린타임

보기만 하는 TV대신 몸을 쓰는 놀이.
부모가 안심하고 켜는 게임



FAMILY

함께하는 거실

부모와 아이가 나란히 서서 대결하고 협동



ACTIVE

가벼운 활동

어렵지 않은 동작으로 매일 즐기는 홈
액티비티

※ 건강 · 의료 효과를 표방하지 않습니다

기기는 입구, 구독이 매출

기기를 보급하고, 콘텐츠로 반복 매출을 만드는 순환 구조



검증된 구조 펠로톤 매출총이익률: 기기 12.9% vs 구독 67.9% (Peloton FY2026 2분기)

상품과 가격 구성

기기는 사거나 빌리고, 게임은 구독으로 즐깁니다

하드웨어 디자인

DEVICE

기기 일시불

299,000원

본체 + 리모컨

RENTAL

기기 렌탈

월 11,900원

36개월 · 설치 · AS · 케어 포함

PASS

OmniPlay Pass

월 9,900원

전체 게임 + 분기별 신규 콘텐츠

ADD-ON

타이틀 · IP팩

4,900원 ~

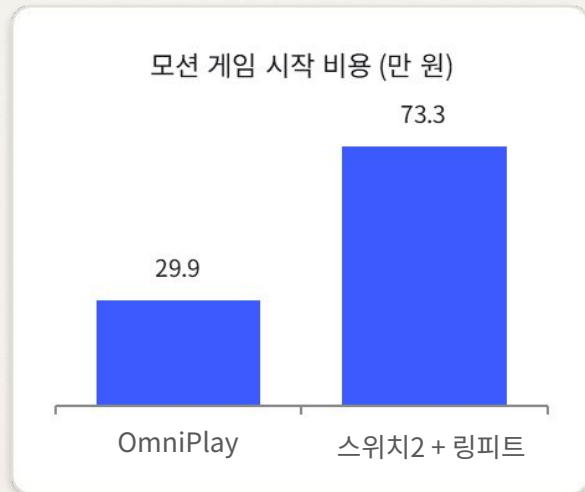
IP 협업 게임 · 개별 구매

출시 대표 상품 기기 + Pass 12개월 스타터 번들 · 렌탈 + Pass 월 19,900원 (36개월)

※ 소비자 가격은 부가세 포함 · 회사 매출 기준(공급가): 기기 약 27.2만 원 · Pass 9,000원 · 채널 · 국가별로 조정

가격 산정 기준

경쟁 제품보다 확실히 낮게, 그래도 남는 구조로



RENTAL

월 11,900원

× 36개월

= 42.8만 원

≈ 일시불의 1.43배

가전 렌탈처럼 케어 · AS 포함,
총 렌탈료가 일시불보다 높은
구조

모션 게임 비용의 절반 이하 · 가장 낮은 게임 구독보다 아래 · 가구당 1개 구독으로 4인

※ 출처: 닌텐도 스위치 2 국내 출고가 648,000원 · 링 피트 어드벤처 84,800원 · Xbox 게임패스 국내 요금(2026) · 부가세 포함 가격

파트너별 수익 구조

파트너의 강점에 맞춰 함께 버는 구조



판매는 한 번, 구독 · 플레이 · 재계약으로 이어지는 반복 수익

파트너별 수익 상세

파트너	수익원	발생 방식	지속성	계약 포인트
렌탈사	월 렌탈료 · Pass 배분 30% · 업그레이드 재계약	매월	36~48개월 + 신형 교체 시 재계약	기기 매입가 · 케어 범위
리테일러	기기 마진 20% · 액세서리 · Pass 리퍼럴 10%	판매 시 + 리퍼럴 12개월	판매 1회 + 12개월	시연대 · 재고 반품
이커머스	판매 수수료 · 제휴 코드 리퍼럴 · 단독 번들	판매 시 + 리퍼럴 12개월	캠페인 단위	단독 번들 기간 · 라이브커머스
해외 디스트리뷰터	지역 독점 판권 · 도매 마진 · 현지 Pass 배분 30%	주문 시 + 매월	연 단위 판권 갱신	최소 구매 물량 · 연간 목표

렌탈사 핵심 신형 출시 때 해지하지 않고 업그레이드 재계약 → 고객과 렌탈료가 끊기지 않는 구조

※ 수익 비율은 협상 출발점 · 해외는 현지 결제 운영 시 구독 배분 적용

가전 렌탈 체계로 설계한 OmniPlay 렌탈

의무사용 · 소유권 이전 · 케어 · 업그레이드, 가전 렌탈의 검증된 구조를 그대로

PLAN 01

36개월형

월 11,900원

총 42.8만 원 · 일시불의 1.43배

- 의무사용 36개월
- 36개월 후 소유권 이전
- 설치 · AS · 콘텐츠 업데이트 포함

Pass 결합 월 19,900원

PLAN 02

48개월형

월 9,900원

총 47.5만 원 · 일시불의 1.59배

- 의무사용 36개월
- 48개월 후 소유권 이전
- 월 부담이 가장 낮음

Pass 결합 월 17,900원

PLAN 03

업그레이드형

월 12,900원

신형 출시 시 교체

- 의무사용 24개월
- 신형 출시 시 반납 후 새 계약
- 교체 시 위약금 면제

Pass 결합 월 20,900원

공통 조건

- 설치 · AS 무상
- 중도 해지 시 잔여 렌탈료 10%
- Pass 결합 시 월 1,900원 할인

할인 부담 : 렌탈사 ·
OmniPlay 반반 (협의)

렌탈사 1대당 (36개월 · 결합) 렌탈료 35.8만 + Pass 배분 8.8만 - 매입 22만 = 약 22.6만 원 비용 전

※ 근거: 가전 렌탈의 의무사용 · 소유권 이전 구조 · 총 렌탈료 > 일시불 · 위약금 잔여 렌탈료 10%(소비자분쟁해결기준) · 업그레이드형은 스마트폰 구독의 반납 교체 참고

리테일러 : 해보고 사는 매장

모션 게임은 직접 해봐야 삽니다. 시연대가 있는 매장부터 갑니다



01 가전 양판전 **하이마트 · 전자랜드**
TV 옆 시연대로 체험 판매 · 매장에서 렌탈 상담까지 연결

02 대형마트 · 완구 **일렉트로마트 · 토이저러스 · 홈플러스**
가족 · 키즈 쇼핑 동선 · 어린이날 · 크리스마스 시즌 집중

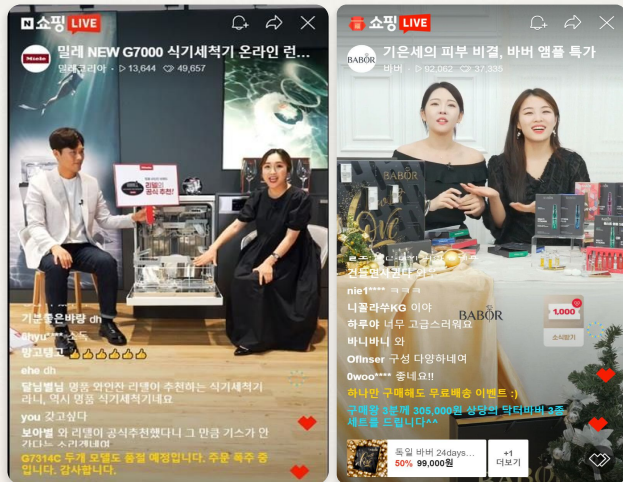
03 체험 팝업 **백화점 · 복합몰 팝업 (예: 더현대 · 스타필드)**
가족이 직접 해보는 체험존 → 현장 QR로 구매 · 렌탈 접수

리테일러 수익 기기 마진 20% + 액세서리 + Pass 리퍼럴 10% (12개월)

※ 시연대 · 판촉물은 OmniPlay 지원 · 재고 반품 조건은 매장별 협의 · 매장명은 제안 대상 예시

이커머스 : 검색 · 선물 · 라이브로

검색하고, 선물하고, 라이브 방송으로 플레이 장면을 보여줍니다



01

쿠팡

로켓배송(직매입) · 마켓플레이스

가장 많은 이용자 · 빠른 배송 · 직매입 시 쿠팡 마진, 입점 시 판매 수수료

02

네이버

브랜드스토어 · 쇼핑라이브

검색 · 리뷰 중심 구매 · 라이브 방송으로 플레이 장면 시연

03

카카오 선물하기

선물 전용 번들

어린이날 · 명절 · 생일 선물 수요 · 선물용 단독 구성

04

자사몰 · 라이브커머스 공식 몰 · TV홈쇼핑 렌탈 방송

자사몰은 구독 매출 100% · 자체 라이브커머스 기술로 직접 판매

이커머스 수익 판매 수수료 또는 직매입 마진 + 제휴 코드 리퍼럴 + 단독 번들

※ 근거: 쿠팡 · 네이버 양강 구도 (쿠팡 3분기 국내 매출 12.8조 원 · 활성 고객 2,470만 명, 2025) · 수수료율은 채널별 협의

해외 : 아시아부터, 나라별 디스트리뷰터로

모션 피트니스 게임이 이미 검증된 동아시아에서 시작합니다

PHASE 1 · 2028

싱가포르

지역 허브

왜 영어권 · 고소득 가정 · 동남아 본사와 물류 허브 · 콘솔 게임 연 20% 성장 전망 (2024~29)

방법 싱가포르 + 동남아 마스터 디스트리뷰터 → 가전 매장 · 쇼피 · 라자다 · 아마존

인증 IMDA 등록 · 어댑터 Safety Mark

PHASE 2 · 2028 ~ 2029

동아시아

일본 · 대만 · 홍콩

왜 링피트가 아시아에서 인기 · 모션 피트니스 검증 시장

방법 국가별 디스트리뷰터 → 가전 양판점 · 온라인

인증 일본 무선 · 전기용품 인증

PHASE 2 · 2029 ~

동남아

베트남 · 태국 · 인도네시아

왜 게이머 2.9억 명 · 게임 시장 56억 달러(2025) → 2030년 70억 달러+ · 한류 친화

방법 싱가포르 파트너 통한 국가별 유통 · 현지 렌탈 · 통신 번들

인증 국가별 인증

PHASE 2 · 2030 ~ (안)

북미 · 유럽

미국 · 유럽 주요국

왜 가장 큰 게임 시장 · 가족 게임 수요

방법 아마존 + 지역 유통사

인증 FCC · CE

싱가포르 파트너와 함께 동남아 마스터 유통권 · 영어 우선, 이후 말레이 · 태국 · 베트남어 · 공동 마케팅 · 출시 키트

디스트리뷰터 수익 지역 독점 판권 + 도매 마진 + 현지 Pass 배분 30% · 최소 구매 물량 · 연 단위 갱신

※ 근거: Niko Partners(동남아 6개국, 2025 · 2030 전망) · Statista via Allcorrect(싱가포르 콘솔 게임) · 닌텐도 사장 Q&A(2021)

IP 보유사 : 쓰일 때 마다 정산되는 구조

곡 · 캐릭터 · 스포츠 IP가 게임 속에서 쓰일 때마다 정산합니다



01 **탑재 사용료** **IP당 단가 × 탑재 기기 수**
기기에 탑재된 IP 수만큼 정산

02 **플레이 사용료** **Pass 매출의 최대 20%를 IP별 플레이 비중으로 배분**
많이 플레이될수록 더 받음

03 **IP 팩 판매** **단독 IP 팩 매출의 15% + 최소 보장금**
인기 IP는 별도 상품으로

많이 플레이될수록 IP 보유사 수익이 커지는 구조

※ 참고 : 노래방 저작권료는 곡당 단가 × 곡 수 × 기기 수(반주기)와 방당 월정액(업소)으로 징수 · 2016~2025년 노래연습장 등에서 작사 · 작곡가에게 각 약 1,470억 · 1,485억 원 분배 (매일신문 · 파이낸셜뉴스 · 아이뉴스24)

외부 개발사 : 게임 플랫폼, 만들면 팔리는 구조

SDK로 만들고, 스토어에서 팔고, 많이 팔수록 더 가져갑니다



SDK 무료 제공



개발 · 등록



스토어 판매



정산

개발사 몫	스팀	OmniPlay
기본	70%	70%
매출 구간 1 초과분	75% (\$10M 초과)	75% (10억 원 초과)
매출 구간 2 초과분	80% (\$50M 초과)	80% (50억 원 초과)
초기 참여 개발사	-	85% (첫 1년)

Pass 포함 게임 구독 매출의 최대 20%를 플레이 시간 비중으로 배분

업계 표준에 맞춘 배분, 초기 개발사에는 더 좋은 조건

※ 업계 기준 출처: Steam 배분 구조 — 매출 \$10M까지 30%, \$10M~50M 구간 25%, \$50M 초과분 20% (2018.10 시행)

기기 위에 쌓이는 매출

보급된 기기가 늘수록 커지는 플랫폼 수익

PHASE 1 · 설치 기반

OmniPlay 기기 · 판매 · 렌탈로 보급된 설치 기반

PHASE 2 · 반복 매출

OmniPlay Pass 구독 · 월 9,900원 · 가구당 1개 구독

PHASE 3 · 플랫폼 매출



SDK

외부 개발사 게임

스토어 수수료 15 ~ 30%



IP

IP 콘텐츠 팩

IP사 로열티 15%



CHALLENGE

브랜드 챌린지

랭킹 이벤트 · 스폰서



LICENSE

엔진 라이선스

타사 기기 · 셋톱 · TV

※ 3층 플랫폼 매출은 기기 보급 이후 단계적으로 확대 · 매출 계획에는 포함하지 않음

하드웨어에서 플랫폼으로 3단계

콘솔은 기기로 시작해, 스토어와 생태계로 돈을 벌니다

STAGE 1 · 2027~

하드웨어

목표 설치 기반 확보

수익 기기 + OmniPlay Pass

핵심 지표 보급 대수 · 구독 유지율

STAGE 2 · 2028~

플랫폼

목표 게임 수 확대

수익 스토어 수수료 · IP 사용료 ·
엔진 라이선스

핵심 지표 외부 게임 수 · 플레이 시간
비중

STAGE 3 · 다음 단계

크리에이터 플랫폼

목표 사용자가 판매자로

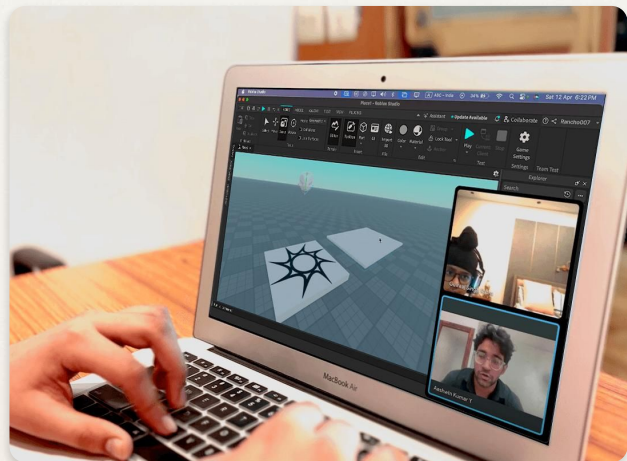
수익 크리에이터 거래 수수료

핵심 지표 크리에이터 수 · 거래액

1 → 2단계 기준 설치 기반 5만 대 · 3개월 구독 유지율 60%이상 · SDK 참여 개발사 10곳 확보

사용자가 만들고, 사용자가 판다

AI 발전으로 누구나 게임을 만드는 시대, 직접 만든 게임을 올리고 수익을 나누는 플랫폼



누구나 게임 제작

플랫폼에
업로드

타인이 플레이 · 구매

수익 배분

ROBLOX · 2024

\$922.8M

크리에이터가 번 돈 (1년)

상위 1,000명 평균 \$820,000

OMNIPLAY 구조 (안)

- 누구나 게임 업로드 (검수 후 공개)
- 크리에이터 판매 수익 70%
- 플랫폼 수수료 30%
- 정산 내역 투명 공개

사용자가 판매자가 되는 순간, 콘텐츠는 우리가 만드는 속도보다 빠르게 늘어납니다

※ 출처: Roblox 10-K(2024) · Roblox Economic Impact Report · 로블록스는 결제액 대비 크리에이터 실수령이 낮다는 비판이 있어(1,000달러 매출 시 약 290달러), 투명한 정산이 차별점이 될 수 있음

성장이 꺾여 올라가는 세 번의 순간

각 순간을 넘을 때마다 성장 곡선의 기울기가 바뀝니다

01

채널 계약 1건

보급 단위가 대에서 만 대로

대형 렌탈 · 유통 · 해외 파트너 1곳이 만 대 단위 보급

02

설치 기반 5만 대

외부 개발사가 들어오기 시작

게임이 늘수록 기기가 팔리는 플랫폼 선순환

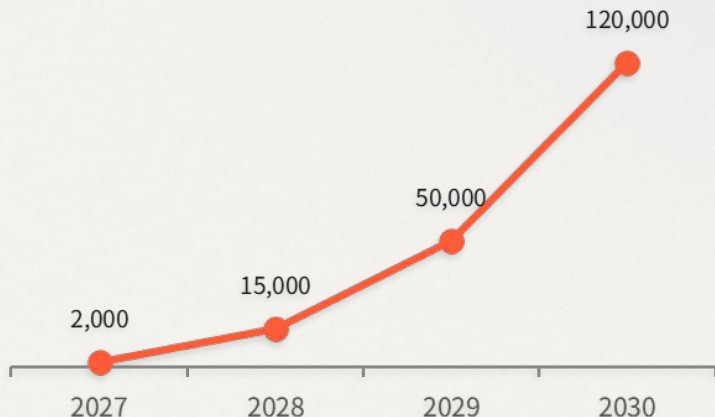
03

누적 양산 1만 대

기기 원가가 내려가는 지점

같은 가격에서 더 높은 마진, 더 공격적인 가격 가능

연말 구독 가구 (계획)



01 2027 · 02 2029 · 03 양산 규모에 따라

첫 번째 티핑포인트를 함께 넘을 파트너를 찾습니다

2027년 5억에서, 2030년 246억으로

OmniPlay 매출과 영업이익 전망 (공급가 기준)

FIRST YEAR · 2027

첫해 예상 매출

5.2억 원

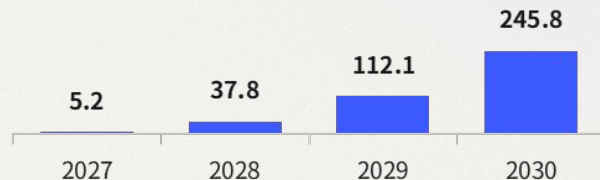


TARGET · 2030

목표 매출

245.8억 원

연도별 매출 (억 원)



REVENUE GROWTH

연평균 약 262%

2027(출시 9개월) → 2030

BREAK-EVEN

2029년 흑자 전환

영업이익 약 7억 원

OPERATING PROFIT

1년 새 약 4.5배

2030 영업이익 약 34억 · 이익률 약 14%

※ 가정: 매출 = 기기(공급가 22만 원) + Pass 구독(공급가 9,000원 · 기기 구매 가구 전원 구독 · 이탈 미반영) · 영업이익 = 매출총이익률(기기 18% · 구독 50%: 채널 배분 · 콘텐츠 정산 · 서버 반영) - 판관비(2027 8억 → 2030 40억) · 계획 수치

쉽게 따라 할 수 없는 이유

하드웨어부터 OS · 포즈 엔진 · 플랫폼까지, 직접 만듭니다



VERTICAL INTEGRATION

기기와 소프트웨어를 함께 설계

애플 · 닌텐도처럼 칩 · OS · 엔진을 함께 맞춰,
같은 칩에서 더 많은 걸 해냅니다

KNOW - HOW

기업 협업으로 쌓은 기술

포르쉐 · 기아 · 카카오 등 실시간 인터랙티브
프로젝트 경험

부품을 사서 조립한 기기가 아니라, **칩부터 게임까지 한 팀이 설계한 기기**

파트너에게 드리는것

판매부터 운영까지, 파트너가 새로 만들 것이 없도록



PRODUCT

기기 · 콘텐츠

완제품 기기, 게임 라이브러리, 정기 업데이트



WORLDWIDE

글로벌 채널 확보

언어 · 결제 · 인증(KC · CE · FCC) 대응



MARKETING

판매 지원

제품 이미지 · 영상 · 매장 시연 키트



OPERATION

운영 · AS

고객 문의 2선 지원 · 기기 AS · 이용 리포트

검증하고, 출시하고, 넓힙니다

하드웨어로 설치 기반을 만들고, 플랫폼으로 전환합니다



다음 단계로 가는 기준 3개월 유지율 최소 60% · 목표 80% · 주 3회 이상 이용 · 설치 기반 1만 대

MEDIAARTNATION

LET'S PLAY TOGETHER

몸이 컨트롤러가 되는 홈 콘솔

기기 샘플과 데모를 보여드리고 싶습니다

NAME

서희원

EAMIL

kseo@mediaartnation.studio

PHONE

010 9062 1104

WEB

mediaartnation.com

