

# GIGDC2025 요약기획서(제작부문)

## 1. 게임 소개



『귀귀살전』 (Who's Next?) 은 한국 전통 배경의 지옥에서 펼쳐지는 귀신, 요괴 영혼들의 살육전을 컨셉으로 한, 실시간 멀티플레이 사회적 추론 (Social Deduction) 게임입니다.

게임이 시작되면 모든 플레이어의 캐릭터에게 고유한 '영혼'과 각자가 찾아내 처치해야 하는 '목표 영혼'을 부여 받습니다.

다른 유저와 대화하고 구매한 단서들로 정보를 종합하여, 나의 '목표' 플레이어를 찾아 꼬리잡기 순서대로 처치하고 최후의 1 인이 되면 승리하는 게임입니다.

**「지옥에 영혼이 너무 많습니다!**

**저승의 수장 염라는 영혼들이 서로 죽여 승자를 환생시키는 '귀귀살전'을 발령합니다.**

**정해진 목표 지령에 따라 정확한 영혼을 찾아 처치하고, 환생의 주인공이 되십시오!」**

게임명	귀귀살전
팀명	저승협회
출시 예정일/플랫폼	PC(STEAM, Stove) 얼리액세스 출시 완료 모바일(AOS/IOS) – 25년 3분기
플레이 인원	최소 4인 ~ 최대 10인
플레이타임	게임당 약 10분 ~ 15분
타겟층	10대 ~ 20대 (Z 세대)

## 2. 게임 특징 (기획 의도, 작품성, 독창성 등)

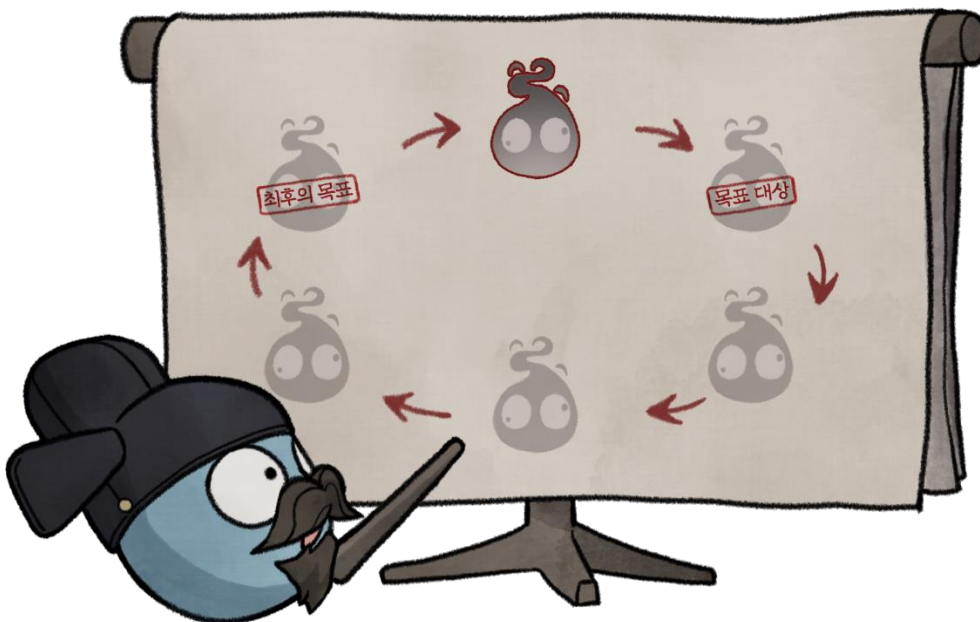
### 1. 개인전 꼬리잡기 규칙

어몽어스, 구구덕을 좋아하시는 유저분들, 혹시 이런 경험을 해보시지 않으셨나요?

기존의 사회적 추론 게임들은 대부분 대립 또는 삼파전(시민 vs 마피아 (vs 제 3의 세력) 구도를 중심으로 역할이 구성됩니다. 때문에 아군과 적군의 구분이 명확하고 게임 방식이 복잡하지 않지만, 상황에 따라 아래와 같은 단점이 보이기도 합니다.



이 모든 단점을 해결할 수 있는 새로운 규칙의 사회적 추론 방식을 적용해 보았는데, 바로 '개인전 꼬리잡기' 입니다.



꼬리잡기는 모든 관계가 목표로 이어진 선형 구조입니다.

각자가 하나의 목표가 있고 또 누군가로부터 쫓기고 있습니다.

즉, 서로의 관계가 어떻게 연결되어 있는지 추론도 하면서, 자신의 목표를 쫓아가 몰래 죽여야 하는, 기존 게임의 '크루'와 '임포스터' 역할을 모두 수행해야 합니다.

서로가 일시적 아군이자 적이므로, 티밍 플레이 발생률이 낮고, 불쾌한 플레이를 겪지 않아도 됩니다!



## 2. 한국 전통 컨셉의 배경/귀신, 요괴 캐릭터

귀귀살전 은 한국 전통 배경의 지옥에서 펼쳐지는 귀신 영혼들의 꼬리잡기 살육전입니다.  
게임 시나리오, 영혼(귀신) 컨셉, 디자인 배경, UI, 언어 모두  
한국 전통 양식, 신화, 설화를 바탕으로 기획되었습니다.



(‘창덕궁’을 모티브로 제작한 두 번째 배경, 「염라궁과 발설지옥」)

## 3. 유저와 만들어가는 게임 규칙 문화

기존 게임의 단순한 인게임 설정 조작과 달리, 귀귀살전은 게임 내 기본 규칙, 게임의 변수를 더하는 특수 옵션들의 조합으로 매 게임마다 다른 경험이 가능합니다.

사회적 추론 장르와 같은 커뮤니티 게임의 특성 상 유저들이 입맛에 맞게 새로운 규칙 조합의 창조로 게임 내 문화 형성을 장려하기 위함입니다. 5개의 탭(일반, 환경, 시간, 재화, 영혼)에서 약 20개 이상의 게임 옵션 설정이 가능하며, 수십 개의 규칙 조합을 활용할 수 있습니다.

Ex) 사주경계 : 꼬리잡기 순서에서 양쪽으로 처치 시도할 수 있습니다.

창귀 : 사망한 플레이어가 잠시 동안 부활하여 무차별 공격을 시도합니다!

동료는 누구~? : 1명의 동료와 함께 팀 꼬리잡기 대결 규칙을 사용합니다.



(게임 설정 UI - 혼천의)

### 3. 게임 플레이 방식 (조작법 및 진행 방식, 플로우 차트 등)

#### ※ 기본 규칙(다음은 누구~?) 플레이 플로우



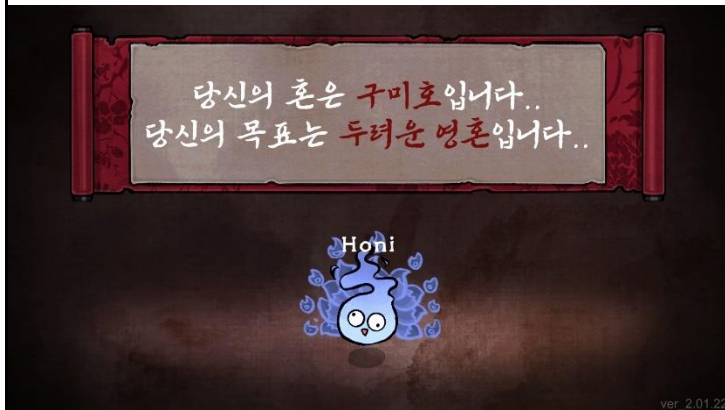
‘정해진 순서대로 자신 이외의 모든 플레이어들을 처치하고(꼬리잡기), 최후의 1 인이 되면 승리합니다.’

1. 게임이 시작될 때, 무작위 ‘영혼’과 ‘목표 영혼’ 부여 받습니다.
  2. 누가 어떤 ‘영혼’의 보유자인지 알 수 없습니다. 일과(미니 게임)을 수행하고 보상으로 짧은 텍스트 정보 ‘단서’를 수집합니다.
  3. 서로 수집한 단서를 대화로 교환하거나 블러핑(거짓)으로 상대를 혼란시킵니다.
  4. 나의 목표라고 생각되는 플레이어를 쫓습니다.
  5. 꼬리잡기 순서로 목표에게 공격을 시도합니다. (SPACE 키) 공격에 성공하면 새로운 목표로 갱신됩니다.
  6. 차례대로 목표들을 처치하고 최후의 1 인이 되면 승리합니다.
- 잘못된 목표를 처치 시도하면, 공격이 자신에게 되 돌아옵니다. 항상 주의하여 공격 시도해야 합니다.
  - 부여된 고유한 ‘영혼 능력’들을 전략적으로 활용할 수 있습니다. (총 12 개의 영혼 존재)
  - 동료는 누구~?(팀전 모드)의 경우, 자신의 동료를 처치할 수도 있습니다. 동료 이외의 모든 상대를 처치하십시오!
  - 누구의 번호~?(숫자 모드)의 경우, ‘영혼’ 대신 숫자로 플레이어가 구분됩니다. 아직 게임이 익숙하지 않으시거나, 어려운 유저분들을 위한 단순화 모드입니다.



#### 4. 게임 이미지 (예: 캐릭터, 컨셉아트, 게임 플레이 등 자료 첨부)

- 인게임스크린샷 / 컨셉아트 : 여름(한빙지옥의 피서), 겨울(염라궁 겨울맞이), 한가위(저승의 보름달), 현충일(위령)



5. 시장 진출 계획

1. 목표 시장 & 타겟 유저

- 기존 사회적 추론 유저들이 주로 포진한 영미권, 중국을 포함한 동아시아권을 중점으로, 글로벌 서비스를 준비하고 있습니다. 타겟층은 소셜 파티 게임의 수요가 높은 10 대 ~ 20 대 남녀, Z 세대로 설정하였습니다.

2. 출시 및 판매 전략

- 지난 3 월부터 자체 퍼블리싱의 PC 버전의 얼리액세스(Steam, Stove)가 운영되고 있고, 다가오는 3 분기에 모바일 플랫폼 출시(PlayStore / AppStore)를 준비하고 있습니다. 수익 모델은 B2P(판매가 \$4.99, 5,500 원), IAP 이며, 목표 비율은 85(B2P) : 15(IAP) 입니다. (현재 얼리액세스 판매 비율은 90 : 10)

3. 마케팅 및 글로벌 진출 전략

- 귀귀살전은 현재 약 1 만 6 천장 이상 판매되었고, 한국의 스트리밍 플랫폼(치지직, 숲 TV)를 중심으로 미디어를 통해 확산되고 있으며(유튜브 #귀귀살전 관련 영상 170 여개 이상, 300 만뷰 이상), 최근 일본 플랫폼에서도 관심을 보이고 있습니다. (영어 / 일어 / 중국어(간, 번) 지원 中)  
- 귀귀살전은 지금까지 PlayX4, 지스타, 타이페이 게임쇼, 도쿄게임쇼(예정) 등 국내외 8 회 이상의 전시에 참가하며 오프라인 마케팅 활동을 수행하고 있습니다. 모바일 출시 이후 2025 년 이내에 정식 출시를 목표로 하고 있습니다. 정식 출시 시점에 동아시아권(중국, 일본) 및 북미권(미국, 캐나다)으로, 지원사업 자금을 활용한 집중적인 마케팅 활동(국내와 유사한 방법으로, Z 세대의 유입률이 가장 높은 스트리밍 플랫폼을 통한 마케팅 활동) 및 디스코드 커뮤니티를 활용한 유저풀 유지 및 이벤트를 계획하고 있습니다.

4. 예상 매출 및 근거

**10 만장 이상, 예상 매출 약 7 억원을 출시 2 년차 목표로 하며, 아래 데이터 및 현재 수치에 기반합니다.**  
현재 얼리액세스 판매 기록을 통한 분석(4 개월차, 현재 1.6 만 장 판매) / Steam 평가 매우긍정적(92.1%)  
관련 영상 300 만회 이상의 조회수(인지도) / 정식 출시 시점의 관심 연계  
Z 세대 게이머 중 11%는 사회적 추론 게이머로 확인(출처 : AMBER, Impact of Gen-Z On the Gaming Market)

목표 매출액			
총 매출액 (만원)	내역	목표 매출액	총 매출액 대비 비율(%)
₩ 69,147	게임 접속률 0.5%를 기준으로, 해외 동시 접속률 500명을 목표 로 하였을 때,  목표판매량 약 100,000장	<b>게임 액세스 키 판매</b>  <b>장당 가격 : 약 ₩5,600 ( \$4.99 )</b>  <b>목표 총 매출량 : 100,000장 X</b> <b>₩ 5,600</b>  <b>= 약 ₩ 560,000,000</b>	<b>₩ 560,000,000</b>  <b>(81.00%)</b>
	<b>인앱 결제 (스킨 구매)</b>  게임 내 판매되는 캐릭터 스킨에 대한 판매 수익, 각 스킨은 약 \$1 ~ \$10에 판매될 예정	10%의 플레이어가 캐릭터 스킨 중 3 개 이상 구매 (개당 \$3, 약 \$9 소비) 를 목표로 보았을 때 목표 판매액 ARPU = 100,000 x a(0.1) x X(소비량, \$9) = 약 ₩ 131,470,000	<b>₩ 131,470,000</b>  <b>(19.00%)</b>



6. 팀 소개 및 팀원 역할 기술

2023 Photon GameJam 최우수상 (2위)  
2023 대구 X 엔젤게임즈 인디게임 페스티벌 자유부문 최우수상 (2위)  
2024 인디유 일반부 대상 (1위)  
2025 인디크래프트 국내부문 TOP 50  
2025 창의인재동반사업 사업화 프로젝트 선정

총괄 / 기획 / 개발 / PM		장현준	
클라이언트 개발	정재욱	아트 디자인	김수민
클라이언트 개발	조성준	아트 디자인	임유경
마케터	안현빈	아트 디자인	김지원
사운드	강동훈	아트 디자인	최지민

7. 게임 개발 과정 중 에피소드

[온라인을 넘어, 유저와 만난 순간]



(PlayX4 저승협회 운영팀과 선물받은 간식)

저승협회 팀은 귀귀살전을 운영하면서 온라인을 중심으로 유저들과 소통해 왔습니다. 주로 디스코드나 커뮤니티 플랫폼, 스트리밍 플랫폼을 통해 피드백과 의견을 받고, 함께 게임을 다듬어 왔지만, 이러한 교류는 항상 '닉네임 너머의 사람들'과의 만남이었습니다.

가장 최근에 운영하였던 2025 플레이엑스포에서는 보다 많은 유저분들이 귀귀살전과 저희를 알아봐 주시고 방문해 주신 유저분들과 실제로 만나 이야기를 나누며, 그동안 화면 너머로만 느꼈던 '우리가 만든 게임으로 사람들을 잇는다'는 비전이 현실이 되어 가고 있음을 몸소 체감할 수 있었습니다.

먼 곳에서도 방문해 주신 분들, 팀에게 커피, 도넛 등 간식을 전달해 주신 분들, 응원의 메시지를 남겨 주신 분들, 세심한 분석과 아낌없는 피드백을 전달해 주신 분들, 친구들을 모아 재밌게 시연해 주신 분들까지 감사함과 함께 게임으로 하나가 되는, 우리가 추구해 왔던 게임 개발 문화를 만들어가고 있다고 느낄 수 있었습니다. 우리가 현실에서 만나 몸소 느낀 이러한 경험은 앞으로도 끝까지 게임 개발을 이어가는 원동력으로 남을 것입니다.