

# 랭킹볼 백서

## 랭킹볼 골드(RBG, RankingBall Gold)

실시간 스포츠/e-스포츠 전략 빙고 게임을 위한  
이더리움 기반 ERC20 토큰



RankingBall Inc. MAR 2018

# 목차

1. 개요.....	3
2. 시장 분석 .....	5
2.1. 스포츠 i-게이밍(베팅) 시장.....	5
2.2. 판타지 스포츠 시장.....	6
2.3. e-스포츠 시장.....	7
2.4. 시장 문제 분석.....	10
2.5. 왜 지금 변화해야 하는가.....	11
3. 랭킹볼의 혁신 .....	12
3.1. 랭킹볼이란?.....	12
3.2. 랭킹볼이 제시하는 솔루션 및 주요 특징.....	12
3.3. 랭킹볼이 걸어온 길 .....	13
3.4. 게임 설명.....	15
3.4. 랭킹볼만의 경쟁우위.....	19
4. 토큰 모델 .....	22
4.1. 토큰 발행 목적.....	22
4.2. 콘테스트 종류.....	22
4.3. 로열티 프로그램.....	23
4.4. 랭킹볼의 토큰화된 경제 도식화.....	23
5. 토큰 세일 .....	24
5.1. ICO 상세 안내.....	24
5.2. 토큰 분배 방안.....	25
5.3. 토큰 소유자만의 특권.....	25
5.4. ETH 수익 사용 방안.....	26
6. 로드맵 .....	27
6.1. 주요 실적.....	27
6.2. 비즈니스 관련 타임라인 .....	28
6.3. 토큰 관련 타임라인 .....	28
7. 팀 소개.....	29
7.1. 주요 멤버.....	29
7.2. 자문단 .....	31

# 1. 개요

랭킹볼은 스포츠/e-스포츠 실시간 전략예측게임을 개발하여 서비스플랫폼을 운영하고 있습니다. 랭킹볼은 실제 경기에서 실시간으로 발생하는 경기 데이터를 활용한 게임으로, 혁신적인 스킬 게임(운이 아니라 실력과 지식을 겨루는 게임)입니다. 세컨드 스크린 시청자 게임 서비스 플랫폼으로서, 사용자가 자신이 좋아하는 스포츠/e-스포츠 경기를 보는 동시에 다른 사용자들과 경쟁을 통해 재미와 보상을 얻을 수 있는 플랫폼이라고 할 수 있습니다. 랭킹볼은 이 게임을 글로벌시장에 런칭하여 독보적인 생태계를 만들어 이끌어 갈 준비를 마쳤습니다.

랭킹볼은 지난 4년동안 KBO(한국 야구), MLB(미국 야구), EPL(영국 축구), NBA(미국 농구)등을 오픈 베타 서비스 해왔으며, 2018년 4월 새롭게 업그레이드된 랭킹볼 플랫폼을 공식 런칭했습니다. 그동안 한국의 주요 스포츠미디어 KBS, KBSN, SBS 등과 마케팅 파트너십 계약을 체결하였고, 또 ESPN, CBS 등과 사업제휴 논의를 하는 중입니다. 또한 e-스포츠 시장의 잠재력을 확인한 뒤 2017년부터 LOL, CS:GO, DOTA2 등의 글로벌 e-스포츠를 실시간 전략 예측 게임으로 적용, 개발하여 클로즈 베타를 진행하였습니다. 2017년 전세계에 커다란 화제를 몰고왔던 배틀그라운드(PUBG, PlayerUnknown's Battlegrounds)와 제휴를 맺고 위의 글로벌 e-스포츠와 더불어 랭킹볼 플랫폼에서 글로벌 공식 서비스를 2018년 상반기 내에 시작할 예정입니다.

랭킹볼은 기본적으로 독자적인 플랫폼에서 서비스를 제공해왔습니다. 하지만 KBS, SBS, ESPN, 트위치 같은 스포츠/e-스포츠 미디어 매체는 자신들의 콘텐츠를 TV, 웹, 모바일로 방송하면서, 동시에 랭킹볼 플랫폼과 연동(랭킹볼에게 수수료 지급)하여 시청자 게임 서비스를 제공함으로써, 시청률을 높이고 시청자들을 게임 사용자로 전환시켜 새로운 매출을 창출할 수 있습니다. 이러한 내용으로 랭킹볼은 그동안 여러 사업 제휴 논의를 해왔고, 실제로 KBS, SBS 등과 제휴계약을 통해 3년간 제공한 공동 마케팅 서비스는 시장에서 충분히 검증되었습니다. 이를 바탕으로 독자적인 서비스플랫폼 런칭(2018년 4월)과 별도로, 미국 시장에서는 ESPN, CBS, Twitch등과 마케팅 파트너십을 맺고 2018년 하반기에 제휴 서비스도 시작할 예정입니다.

더 나아가서 랭킹볼은 e-스포츠 분야에서 위에 언급한 시청자 게임뿐만 아니라, 게임 이용자가 직접 참가비를 지불하고 콘테스트에 참여하여 결과에 따라 보상을 받는 P2P(Player to Player, 사용자간) 게임도 구현할 계획입니다. 이는 랭킹볼 플랫폼에서 분권화된 대전 및 보상 기능을 스마트 계약을 통해 구현될 것입니다. 사용자들이 콘테스트를 만들거나 참여하여 각 레벨에 맞는 상대와의 대전 경쟁을 통해서 재미와 보상을 받는 서비스입니다. 글로벌 게임 개발사들이 e-스포츠 방송과 연계되어 있는 시청자 게임을 사용자들이 즐기게 하여 게임을 프로모션 하듯, 게임서버 API를 랭킹볼 플랫폼에 연결하거나 화이트 라벨링(기존에 있던 상품/서비스에 자체 브랜드를 달아 시장에 판매하는 것)을 통한 P2P 게임 서비스 역시 랭킹볼의 프로모션 전략이 될 수 있습니다.

랭킹볼은 사용자의 재미와 편의성을 증가시키고 플랫폼의 효율성과 보안을 높이기 위해서 블록체인 기반 토큰인 "랭킹볼 골드(RBG, RankingBall Gold)"를 발행합니다. RBG는 이더리움 블록체인 상의 분권화된 ERC20 토큰(Decentralized ERC20 Token)으로서 스마트 계약 기술을 이용하며, 랭킹볼 플랫폼 내에서 다양한 기능들과 결합하여 새롭고 혁신적인 암호화폐 생태계를 구축합니다.

랭킹볼 골드는 현재 플랫폼에서 사용되는 게임머니 랭킹볼 실버(RBS)와 상호관계를 이루며 사용될 예정입니다. 각 사용자는 RBS 콘테스트 혹은 RBG 콘테스트를 만들거나 참여할 수 있는데, 전자는 참가비로 RBS를 지불하고 경기 종료 후 랭킹에 따라 RBS를 기본 보상으로, RBG를 보너스로 받을 수 있으며, 후자는 참가비로 RBG를 지불하고 RBG를 보상으로 받을 수 있는 구조입니다. RBS는 모바일 사용자가 랭킹볼 가입 및 출석체크를 통해서도 획득할 수 있으며 플랫폼 내에서 참가비 및 상금으로 사용되고 외부로는 인출될 수 없습니다. RBG도 마찬가지로 참가비 및 상금으로 사용되는 반면, RBS와 달리 다중서명 월렛을 통해 외부 거래소와 연결되어 인출할 수 있습니다. 또한 RBG는 플랫폼 내부 인센티브(ex. RBS 콘테스트에 대한 보너스) 및 외부 인센티브(ex. 특정 e-스포츠를 Steam에서 플레이하거나 Twitch에서 스트리밍 시 보너스)로 사용될 수도 있습니다.

현재 게이밍 산업(온라인/모바일 게임, e-스포츠, 스포츠 베팅, 카지노 등)은 블록체인 기술이 몰고오는 거대한 변화의 폭풍을 가장 먼저 만나고 있는 분야중의 하나입니다. 따라서 랭킹볼은 지불 및 보상 시스템, 사용자 간 대전, 크고 작은 토너먼트, 라이선스 분배, 데이터 및 경기 정보 제공 등, 여러 분야에서 블록체인 기술을 적용하여 기존의 문제점들을 개선하고 새로운 가치를 창조하려고 시도하고 있습니다. 랭킹볼은 블록체인만의 혜택을 신속히 활용하여 혁신적인 실시간 전략 예측 게임을 자체 개발하였고, 이를 통해 일차적으로 스포츠/e-스포츠 게이밍 분야를 이끌어 가는 플랫폼이 되고자 합니다.

궁극적으로 랭킹볼은 게임 플레이어, 스포츠/e-스포츠 미디어, 그리고 게임 개발자가 서로 연결되어 새로운 가치를 창조하고 공유할 수 있는 가치사슬 플랫폼으로 거듭나고자 합니다. 이를 위해 랭킹볼은 블록체인 기술을 계속해서 적용, 발전시켜 스포츠/e-스포츠 산업뿐만 아니라 향후 전체 게이밍 업계를 이끌어가는 "블록체인 생태계 기반의 게이밍 플랫폼 리더"라는 목표를 실현할 것입니다.

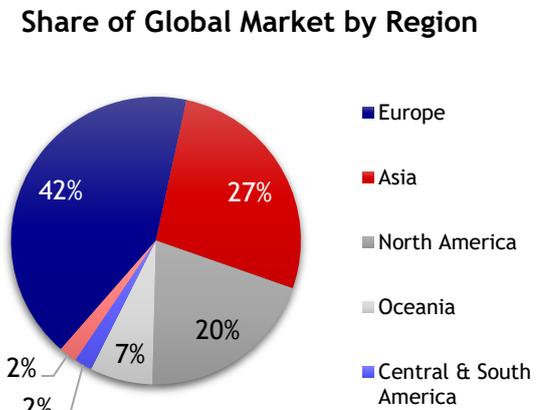
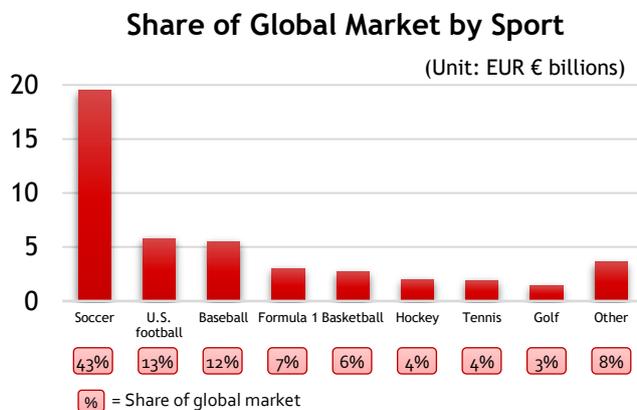
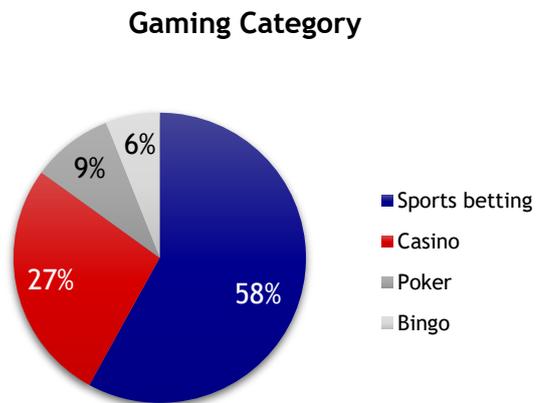
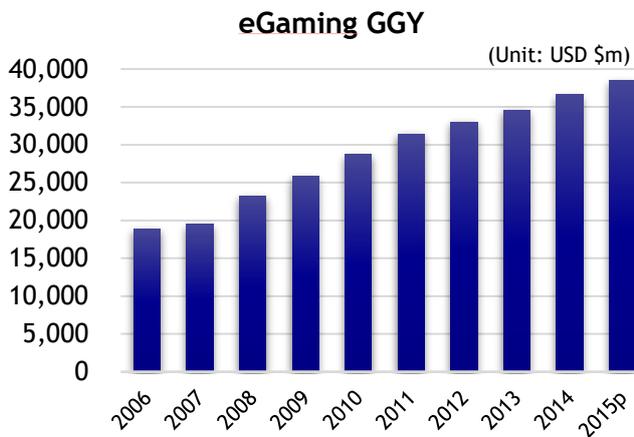
## 2. 시장 분석

### 2.1. 스포츠 i-게이밍(베팅) 시장

스포츠 i-게이밍이란, 스포츠 경기가 시작 전에 각 팀 혹은 선수들의 전적 데이터를 바탕으로, 주어진 배당률에 따라 돈을 걸고 경기 결과가 나오면 돈을 따거나 잃는 게임입니다.

#### 개요

2015년 \$38.5Bn으로 보고된 Gross 게이밍 Yield (GGY: 총 판돈 - 상금)는 2017년 \$50Bn까지 늘어날 것으로 전망됩니다. (2006년 ~ 2015년 CAGR 약 9% 성장)



(출처: KPMG Summit 2016 and A.T. Kearney Report)

- 유럽 시장이 지배적이고, 아시아, 북미 순으로 시장규모 형성
- 종목 별 시장규모는 축구, 미식축구, 야구, 농구 순
- 스포츠 베팅 시장이 카지노의 2배 이상으로 M/S 약 60% 차지
- 모바일 스포츠 베팅 시장은 2017년 \$45 billion을 돌파함. 스마트폰을 기반으로 하는 모바일 i-게이밍 시장은 가파르게 성장하고 있으며, 2018년 MS의 44%를 차지할 것으로 예상
- 2016년 기준, EU 성인 1인당 스포츠 i-게이밍 평균 지출금액은 €17(모바일 집계 only)
- 단순한 경기 결과 예측에서 경기 내용 예측으로 진화 중

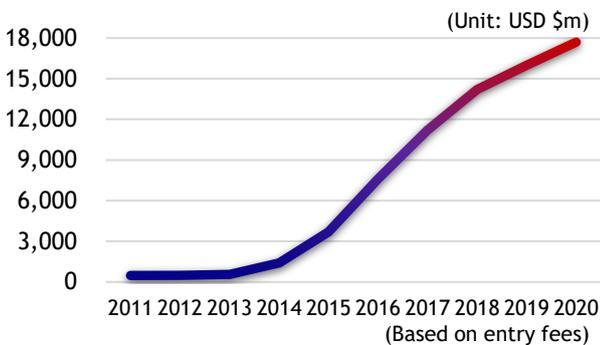
## 2.2. 판타지 스포츠 시장

판타지 스포츠란, 사용자가 스포츠 경기 시작 전 정해진 샐러리 캡(Salary Cap, 선수 선택 시 예산) 내에서 자신의 전략에 따라 원하는 선수들을 골라 자신만의 가상팀을 만들고, 경기 종료 후 영입한 선수들의 실제 데이터를 점수화 하여 각 콘테스트에 속한 사용자 간에 우열을 가리는 스포츠 전략 게임입니다.

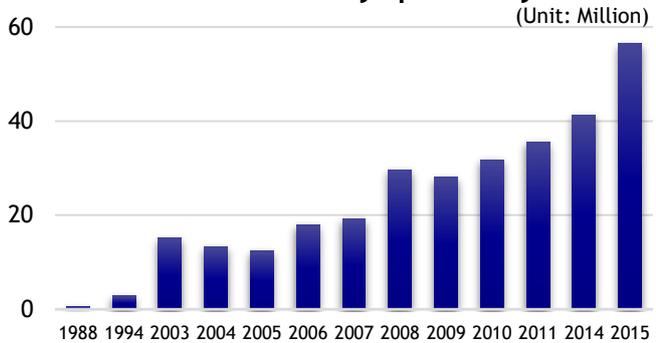
### 개요

시즌 단위 및 데일리(하루 단위) 판타지 스포츠를 포함한 판타지 스포츠 시장 규모는 무려 \$26 billion이며, 6천5백만 명에 다다른 사용자들은 일주일에 평균 9시간을 투자합니다. 기존에는 시즌 단위로 운영되던 게임이 일반적이었으나, 2007년 하루 단위로 운영되는 DFS(Daily Fantasy Sports)가 등장하면서 시장이 더욱 빠르게 성장하고 있습니다.

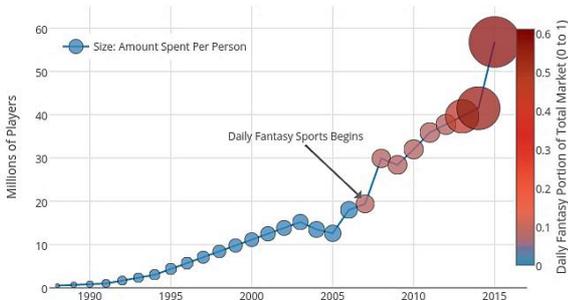
**Daily Fantasy Sports Market Size**



**Number of Fantasy Sports Players**



**The Growth of Fantasy Sports Market**



**Fantasy Participation by Sport**

Sport	Participation (%)
NFL Football	77%
MLB Baseball	33%
NASCAR Racing	21%
NBA Basketball	20%
College Football	20%
NHL Hockey	18%
PGA Golf	15%
Soccer	12%

(출처: 출처: Eiler's Research and Newzoo)

- 시즌 단위 판타지 스포츠
  - 2015년 기준으로 5천 8백만명 유저가 있는 북미 중심으로 발달된 시장
  - 미국 성인 인구의 17%가 판타지 스포츠 유저
  - 1998년 ~ 2014년 CAGR 18.7%로 급성장
  - 유저 결제율 70%(소셜카지노 결제율 46%, 모바일 게임 결제율 캐주얼 2~5%, RPG 3~8%)
- 데일리 판타지 스포츠(DFS)
  - 이제 막 태동한 시장이며, 매년 50% 이상씩 성장하여 2020년 시장규모 \$17.7Bn 예상
  - 2015년 기준, 약 450만명의 유저가 있는 시장으로 판타지 스포츠 시장의 약 8% 차지
  - 판타지 스포츠 산업 전체를 놓고 보았을 때 DFS의 상승 여력 뚜렷함

- DFS가 도입된 후 판타지 스포츠 객 단가 급상승

Fantasy Sports Players' spending (over 12-month period)			
(단위: \$)	2016	2015	2012
DFS	318	257	55
Seasonal	184	162	60
Materials	54	46	15

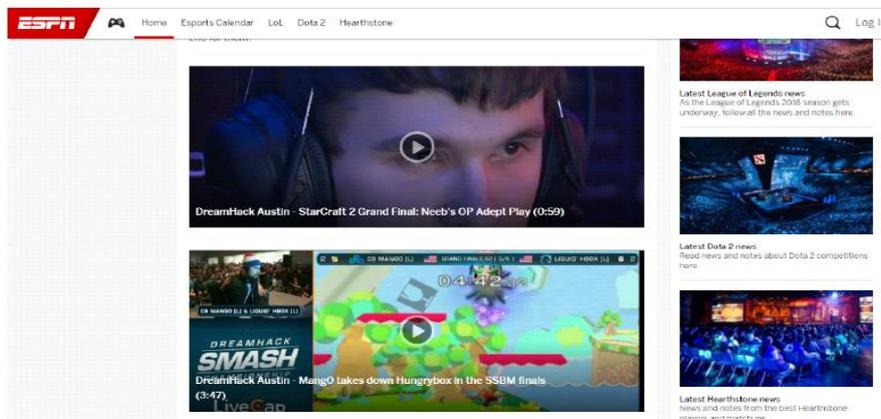
- 즉각적인 보상과 세컨드스크린 경험 제공이 DFS의 가파른 상승을 견인
  - 상금 규모는 날로 늘어나고 있어, 유저 보유를 제고와 신규 유저 유입이 지속적
  - 북미에서는 DFS를 도박이 아닌 스킬 게임(실력으로 겨루는 게임을 의미. 선수선발, 영입 및 방출 등이 개입된 전략게임으로 현금 보상이 가능)으로 규정하고 있으며, 미국 44개의 주에서 영업 중
  - Fanduel 과 DraftKings 의 마케팅 공세로 인해 DFS 의 인지도는 최고 절정인 상태
  - 이 두 업체가 DFS 시장 95% 장악 (출처: Forbes)
  - 주요 매출원은 게임 입장 때마다 유저가 지불하는 참가비와 광고수익
  - 2015년 기준, 양사 합산 활성 유저 수는 400 만명 (3위 Yahoo의 DFS 유저 수 10 만명)

### 2.3. e-스포츠 시장

e-스포츠는 웹/모바일 게임의 플레이어가 개인 혹은 팀을 이루어 상대 개인 혹은 팀 플레이어와 대결을 하고 그 경기 실황을 미디어를 통해 스트리밍하는 새로운 스포츠 분야입니다. 게임의 위상이 직접 플레이하는 콘텐츠에서 사용자가 보고 즐기는 방송미디어 콘텐츠로 변화하는 시대에 새롭게 등장한 스포츠 종목으로서, 판타지 e-스포츠 와 e-스포츠북 형태의 시청자 게임이 있습니다.

#### 개요

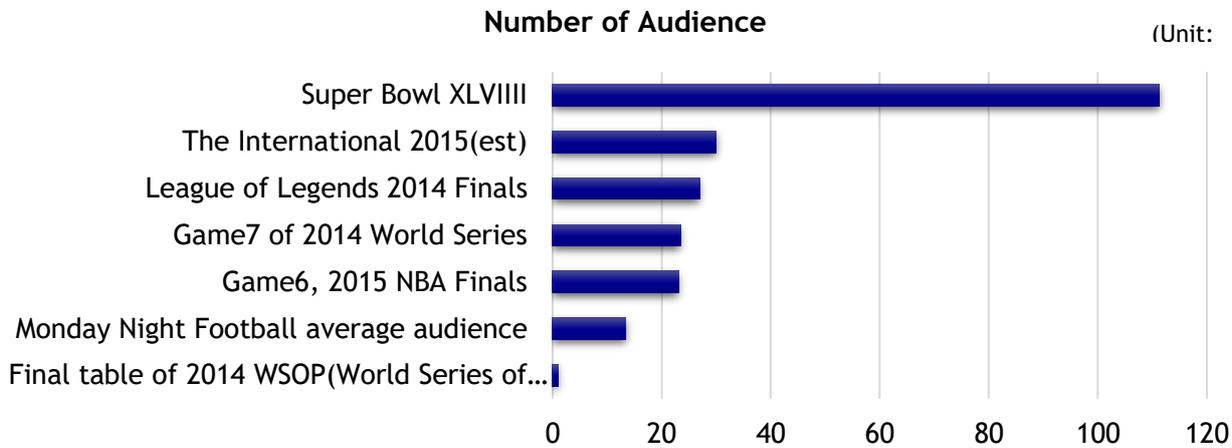
- 2016년 기준, 전세계 e-스포츠 시장규모는 전년대비 42.6% 증가한 \$463M
  - 스타크래프트 게임 대회와 방송중계에 힘입어 태동한 e-스포츠는 리그오브레전드, Dota 2 와 같은 관전 포인트 있는 게임들이 등장하면서 급격히 성장 중



(▲ ESPN의 E-스포츠 전용 서비스 화면)

- e-스포츠 생태계는 게임 퍼블리셔, 구단 (팀/선수), 방송 플랫폼 등 다양한 구성원들이 혼재
  - e-스포츠 종목으로써 게임을 제공하는 퍼블리셔가 생태계의 근간에 있고, Twitch (2014년 아마존에서 \$970M에 인수) 같은 전용 스트리밍 업체들이 미디어 플랫폼의 역할을 함. 최근에는 ESPN 등 스포츠미디어 업체들이 e스포츠 중계시장에 가세 중
- e-스포츠 상금규모는 \$61M이며, Nvidia, Intel 등 대형 스폰서의 관심 증가로 매년 상승

2016년 기준, Top E-스포츠 게임 상금규모 및 프로게이머 수				
순위	게임	퍼블리셔	프로게이머 수	상금
1	도타 2	밸브	1,440 명	\$56M
2	리그오브레전드	라이엇게임즈	3,821 명	\$27M
3	스타크래프트 2	블리자드	1,458 명	\$18M
4	카운터스트라이크	밸브	2,567 명	\$11M



- 이미 e-스포츠 시청자 수는 일반 스포츠 시청자 수만큼 증가
  - Twitch의 경우 Fox 스포츠 등 주요 스포츠 채널의 시청자 수를 넘어섬
  - 2015년 리그오브레전드 대회가 3,600만 시청자 수를 기록하여 2,000만명 수준인 MLB 월드시리즈와 NBA 결승전의 평균 시청자 수를 상회
- e-스포츠 i-게이밍 (e-스포츠북)
  - 전문가들은 e-스포츠 관련 소액 베팅 서비스를 e-스포츠 시장 성장의 기폭제로 지목
  - 한국콘텐츠진흥원 게임산업보고서에 의하면, 2020년의 e-스포츠북 시장은 2015년 대비 10배 성장한 \$1.8Bn으로 커질 것이라 전망

### Key Numbers

#### \$5.5 Billion

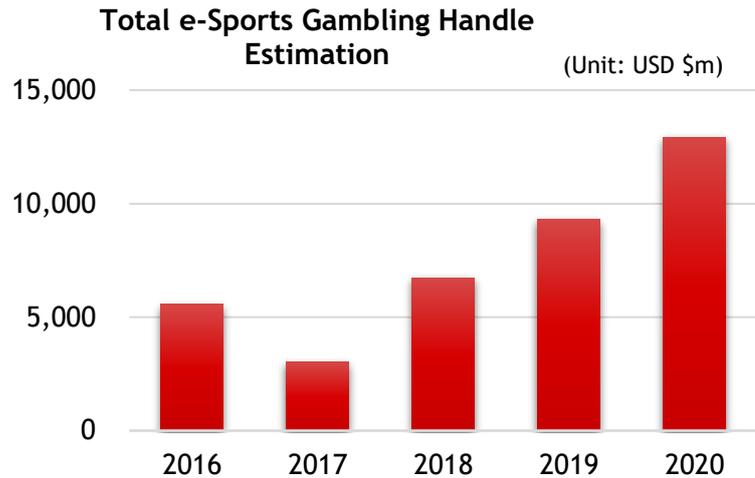
Our base case estimate for the total value of money / items wagered around major e-스포츠 titles in 2016

#### \$12.9 Billion

Our base case projection for the total value of money / items wagered around major e-스포츠 titles by 2020

#### \$6.5 Million

Our base case projection for the number of unique customers placing e-스포츠 wagers by 2020



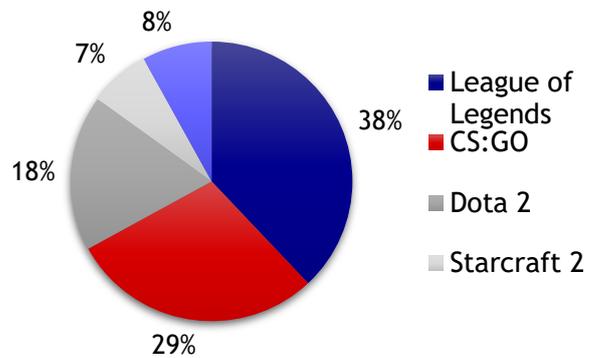
### e-Sports Cash Gambling Market Size



Sportsbooks that offer e-sports include



### E-sports Book Volume by Game



(출처: Narus Advisors / Eilers & Krejcik 게이밍)

- 판타지 e-스포츠
  - 판타지 e-스포츠의 유저는 리그오브레전드, 도타2와 같은 e-스포츠 팀의 가상의 매니저 역할을 하게 됨. 유저는 현역 선수들로 구성된 가상의 팀을 맡아 다른 유저와 경쟁함. 나의 선수가 실제 경기에서 낸 성적이 가상 팀의 FP (Fantasy Point, 판타지 점수)로 반영돼 해당 포인트의 합이 많은 유저가 이기는 방식
  - 북미에는 웹 기반의 Vulcun, 모바일 기반의 AlphaDraft와 Sportsplus라는 벤처기업이 존재. AlphaDraft는 Fanduel에 인수되었고, Vulcun은 2015년초에 펀딩을 받았으나 비활성

## 2.4. 시장 문제 분석

### 스포츠 i-게이밍

- 지난 반세기 동안 경기결과에 대한 승/무/패 등을 맞추는 단순 반복적인 게임만 존재
- 시장은 크지만 사용자의 연령은 점점 높아지면서 정체되고 있고 젊은 사용자들은 새롭게 유입이 되지 않는 위기의 상황
- 인터넷 및 스마트폰이 일반화 되면서 다양한 실시간 소통을 좋아하고, 또 익숙해져 있는 젊은 세대가 흥미를 잃고 외면
- 이러한 신세대가 궁극적으로 원하는 것은 보상 그 자체를 넘어 스포츠를 즐기는 과정에서 느끼는 '재미'라는 점!
- 기존의 카지노 업계가 새롭게 소셜 카지노를 도입하고, 스포츠 베팅 업계가 e-스포츠 베팅을 도입하고 있는 현상이 이를 반증

### 판타지 스포츠

- 북미에서 스포츠를 즐기는 문화로 시작되어 지금까지 크게 성장하였지만 유럽 및 아시아 시장으로 확장되지 못함
- 샐러리 캡 예산 내에서 소위 가성비 좋은 선수를 영입하여 가상의 팀을 만드는 것이 게임의 핵심이므로 많은 시간과 노력, 공부가 필요
- 경기 중에 발생하는 중요한 실시간 이벤트들이 게임 UI에 바로 적용될 수 없어 재미 감소
- 전체 상금의 92%를 약 1.5%의 Shark(전문 도박꾼)들이 가져가고 대부분의 Fish(일반 스포츠 팬)은 돈을 잃을 수 밖에 없는 편향된 보상시스템을 가진 게임
- 항상 각 팀의 선수들의 데이터를 분석하고 영입하여 가상의 팀을 만들어야 하므로 개인 스포츠 및 e-스포츠 경기에는 적용하기 힘들

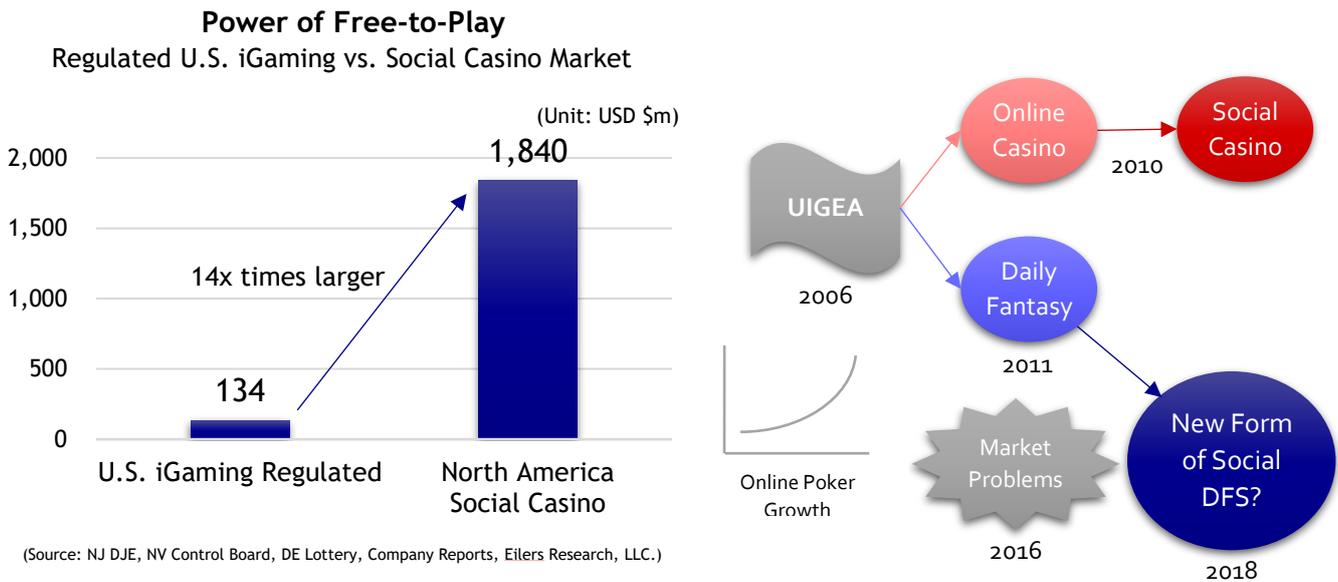
### e-스포츠, 판타지 e-스포츠, 그리고 e-스포츠북

- 게임 스트리밍 방송과 통계데이터를 제공하여 사용자를 끌어들이는 스폰서 광고로 연결하려는 기존의 단순한 사업모델은 확장성에 한계
- 게임은 이미 미디어 콘텐츠가 되었기 때문에 관객이 경기를 보면서 참여할 수 있는 새로운 소통 방식(시청자 게임 등)을 통하여 보상과 재미를 함께 제공할 수 있는 사업모델이 필요
- 판타지 e-스포츠는 아직 전세계적으로 e-스포츠 리그 및 팀이 일반화 되지 않아 그 수가 적다. 때문에 데이터를 분석하여 선수를 골라 가상의 팀을 만드는 판타지 스포츠로의 적용은 제약이 있으며, 실제로 이 분야에서 좋은 성과를 내는 업체가 없음
- 기존 스포츠 i-게이밍 업체들이 신세대를 잡기 위해서 e-스포츠 베팅을 도입하였지만 여전히 경기 결과를 예측하는 방식을 고수

- 실제 e-스포츠 경기는 플레이 중에 발생하는 수 많은 실시간 사건들(킬, 데스, 어시스트 등)에 의해서 게임의 결과가 결정되는데, 기존 방식은 이를 적용할 방법이 없어서 실시간 소통을 원하는 신세대를 만족시키지 못함

## 2.5. 왜 지금 변화해야 하는가

카지노 업계에 소셜 카지노가 출현하여 크게 성장하였고 지금 시장에서 자리매김 한 것처럼, 스포츠 i-게이밍/판타지 스포츠도 e-스포츠의 급성장과 더불어 커다란 변화의 소용돌이를 지나고 있습니다.



- 산업의 정체에 위기 의식을 느낀 전통적인 카지노들이 신세대를 유인하기 위해 소셜 카지노를 출시. 오늘날 소셜 카지노는 기존 카지노를 위협할 정도의 큰 성장을 이루게 되면서, 이미 많은 게임 회사들까지 소셜 카지노 사업에 진출하기 시작함
- 카지노 업계의 패러다임 변화에 기인한 산업 재편에서 볼 수 있듯이, 스포츠업계도 매우 유사한 변화의 과정을 겪고 있으며 e-스포츠의 등장과 함께 그 변화의 속도가 빨라지는 중
- 결국 스포츠 i-게이밍 과 판타지 스포츠 업계는 구시대적인, 정적인 게임방식에서 탈피하여 더 쌍방향적이고 흥미를 유발할 수 있는 게임 로직과 UI를 바탕으로, 보상 자체 보다는 그것을 추구하는 과정에서 재미를 줄 수 있는 방향으로 변화해야 함

### 3. 랭킹볼의 혁신

#### 3.1. 랭킹볼이란?

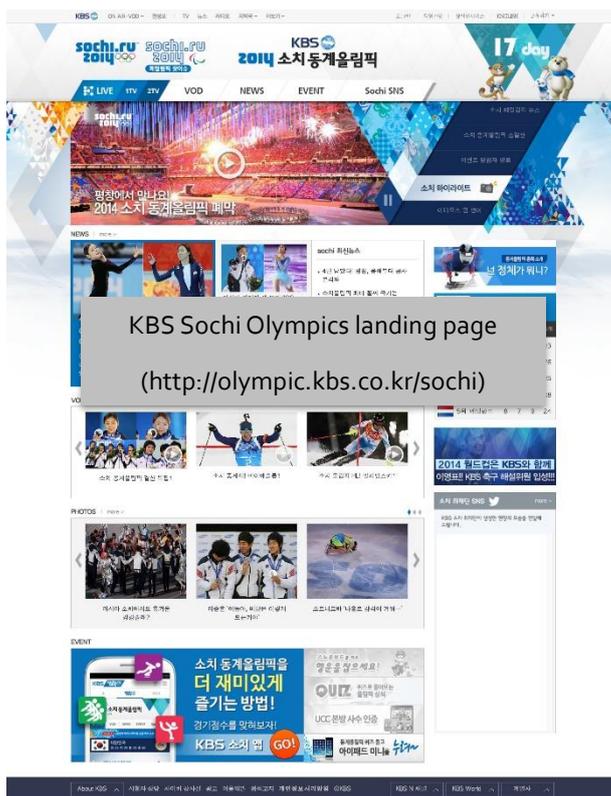
랭킹볼은 지난 4년동안 북미의 판타지 스포츠, 유럽의 스포츠 i-게이밍, 그리고 e-스포츠 서비스의 특징과 장단점을 분석하여 개발된 실시간 스포츠/e-스포츠 전략 빙고 게임입니다. 실제 스포츠/e-스포츠 경기에서 발생하는 수많은 실시간 데이터를 각 종목별로 발생 빈도와 중요도에 따라 수치화해, 랭킹볼만의 새로운 점수 시스템을 고안하였습니다. 무엇보다도 전 세계 유저들에게 이미 친숙하여 쉽게 접근할 수 있는 "빙고 게임"을 UI로 사용, 결합함으로써 혁신적인 실시간 예측 게임을 완성하게 되었습니다.

#### 3.2. 랭킹볼이 제시하는 솔루션 및 주요 특징

- 사용자가 TV, 웹, 모바일 등의 미디어를 통해, 또는 직접 경기장에서 스포츠/e-스포츠를 볼 때 경기와 실시간으로 연동되는 시청자 게임에 참여하여 재미와 보상을 동시에 얻을 수 있습니다.
- 스포츠/e-스포츠 게이밍 시장의 미래 주요고객인 신세대가 중요하게 생각하는 요소, 즉 실시간 소통, 재미있고 전략적인 게임 로직 및 UI, 최적화된 점수 및 보상 시스템, 다이내믹한 데이터 구현 등의 혁신적인 요소들을 랭킹볼 게임에 적용하여 시장에 돌파구를 제시하고 있습니다.
- 결과를 통해 얻는 보상보다, 게임을 직접 플레이할 때의 재미를 더 중요하게 생각하는 유저들을 위해, 랭킹볼은 다른 어떤 게임보다도 스포츠 경기 진행 과정의 재미에 중점을 두고 최적화되어 있습니다.
- 실시간 스포츠 데이터 피드를 심도 있게 분석하여, 각 종목별로 데이터 세트, 게임 로직, 점수 시스템, 미디어 지연 시간 등을 최적화함으로써 기존 스포츠 i-게이밍 및 판타지 스포츠가 적용할 수 없었던 실시간 상호 작용을 구축하여 재미를 극대화했습니다.
- 세계 최초로 실시간 e-스포츠 데이터 피드를 개발하여 시청자(세컨드 스크린) 게임을 구현함으로써 단순한 스트리밍 서비스를 넘어 새로운 오락거리를 사용자에게 제공합니다.
- 블록체인 기술을 선도적으로 적용하여 토큰으로 랭킹볼 골드(RBG)를 발행하고 이를 통해 새로운 암호경제 기반 보상 시스템을 만들어 게임 플랫폼을 활성화할 것입니다.
- 블록체인 기술을 바탕으로, 플레이어 대전 및 보상 시스템과 스마트 계약을 연계하여 P2P 게임으로 사업을 확대하여 e-스포츠 미디어, 게임 개발자, 광고 스폰서까지 아우르는 새로운 생태계를 조성할 수 있습니다.

### 3.3. 랭킹볼이 걸어온 길

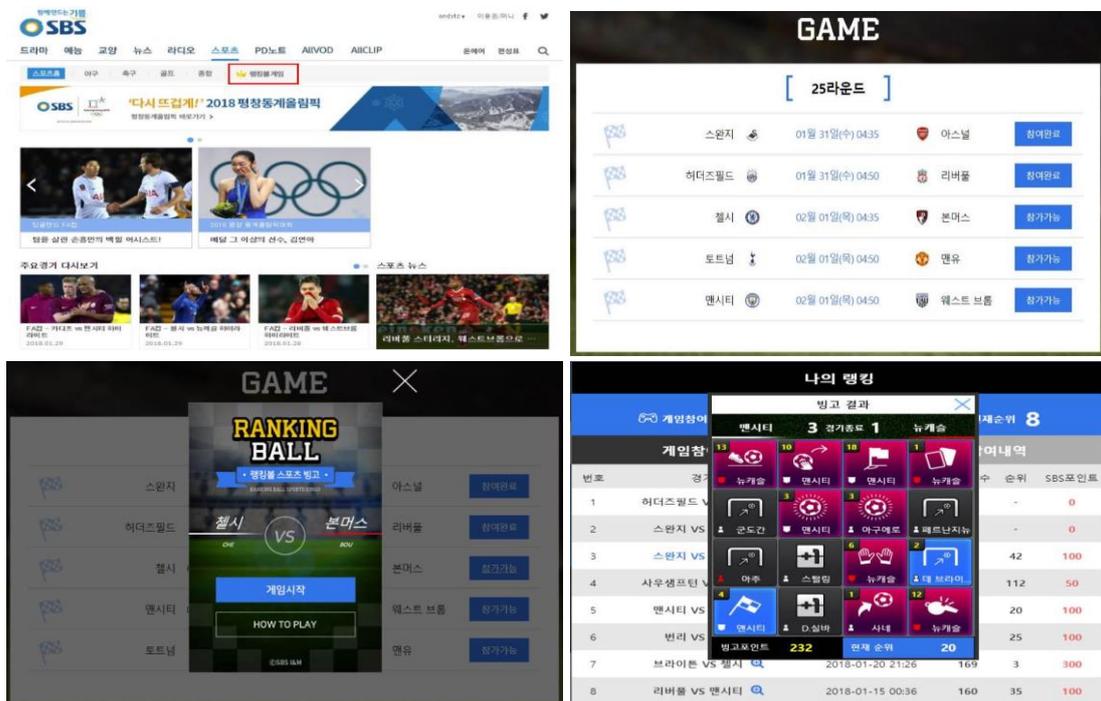
- 랭킹볼은 본래 스포츠 미디어와 사업제휴를 맺고 예측 게임, 중계방송 포맷, 커뮤니티, 마케팅 채널이 통합된 서비스를 하나의 어플리케이션으로 구현하여 스포츠 방송과 시청자 간의 상호작용을 이끌어내는 세계 최초의 스포츠 인터랙티브 서비스였습니다.
- 스포츠 예측 게임은 하계/동계 올림픽, 월드컵 등 메이저 스포츠 이벤트와 함께 진행되었습니다. 시청자는 방송을 보면서 동시에 자신의 스마트폰으로 각 종목의 실시간 예측에 참여하여 점수를 얻고, 경쟁을 통해 경품 등의 보상을 받을 수 있었습니다.
- 랭킹볼은 스포츠 방송화면과 실시간 연동되는 박진감 넘치는 실시간 게임으로서, 많은 시청자들을 플레이어로 참여시켜 매출을 냈고 스포츠 미디어는 이를 통해 시청률을 높여 광고매출을 가져가는 win-win 관계를 만들었습니다.
- 랭킹볼은 스포츠 미디어와의 성공적인 사업 제휴 서비스를 통해 검증된 이 사업모델을 시즌 단위 스포츠, 즉 야구, 축구, 농구 등에 적용시켜 독립 서비스플랫폼 "랭킹볼" 을 런칭하게 되었습니다.



(2014 소치 동계올림픽 Service Screen Shot with KBS)



(2014~16년 KBSN과의 KBO 한국프로야구 서비스)



(2017~18년 SBS와의 EPL 축구 서비스)

### 3.4. 게임 설명

- 각 스포츠/e-스포츠 경기에서 발생하는 실시간 이벤트를 발생 빈도와 중요도에 따라 수치화하여 새로운 점수 시스템을 만들고, 누구나 익숙한 빙고 게임과 결합했습니다.
- 경기 현장에서 일어나는 사건들을 실시간 데이터 피드로 받아 게임에 즉각 반영합니다.
- 현존하는 거의 모든 개인 또는 팀 스포츠/e-스포츠 경기에 적용 가능할 정도로 확장성이 뛰어나다고 자부합니다.
- 지난 4년동안 랭킹볼은 야구, 축구, 농구, 미식 축구, 골프 등 전통적인 스포츠와 리그오브레전드, 배틀그라운드, CS:GO 와 같은 e-스포츠에 적용하여 베타테스트를 진행해 왔습니다.

#### 스포츠 빙고 게임



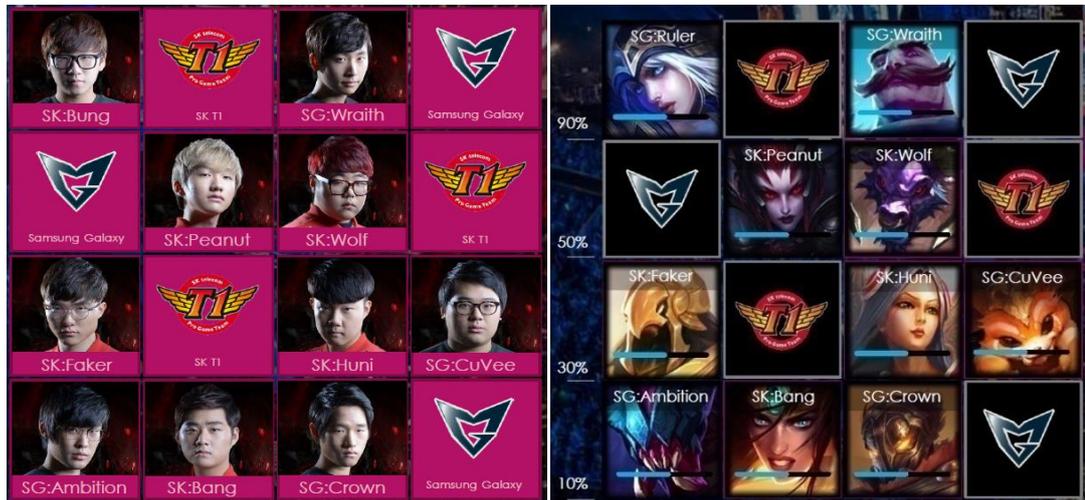
(2017년 MLB 야구 & EPL 축구 게임 스크린샷)

- 랭킹볼 게임하는 법(예시)
  - 시청하고 싶은 경기를 선택하고 콘테스트를 만들거나 만들어져 있는 콘테스트에 참여한다. (참여시 참가비 지불)
  - 4X4 빙고판에 넣을 선수 또는 팀을 고른다. 자신의 전략에 따라 빙고판의 16개 칸에 선수와 선수 퍼포먼스(또는 팀과 팀 퍼포먼스)를 넣는다. (야구: 저스틴 터너-홈런, 추신수-히트 딕 고든-실책 / 축구 : 메시-골, 호날두-어시스트, 손흥민-엘로카드 등)
  - 실제 경기를 보면서 자신의 예측이 들어맞는 것을 본다! 성공 시 각 칸에 불이 켜지고 빙고도 실시간으로 진행)
  - 각 타일의 점수와 빙고 점수를 합산하여 총 점수에 따라 순위 형성
  - 보상은 콘테스트의 종류에 따라 랭킹볼 실버(RBS), 랭킹볼 골드(RBG), 현금으로 이루어짐
- 경쟁 방식은 크게 4가지 : ① 토너먼트(순위대로 배분), ② Head to Head (1대1 대결), ③ 50(상위 50% 배분), ④ 30(상위 30% 배분)
- 화면 하단에는 빙고판이 있고 상단에는 경기 진행상황을 실시간으로 파악할 수 있도록 다양한

데이터 및 통계를 제공합니다. 시뮬레이션 위젯을 통해 한눈에 경기상황을 파악할 수 있습니다.

- 경기가 종료되면 게임도 종료되며 경기 중에 얻은 모든 점수를 합산하여 순위와 보상이 정해집니다.

### e-스포츠 빙고 게임



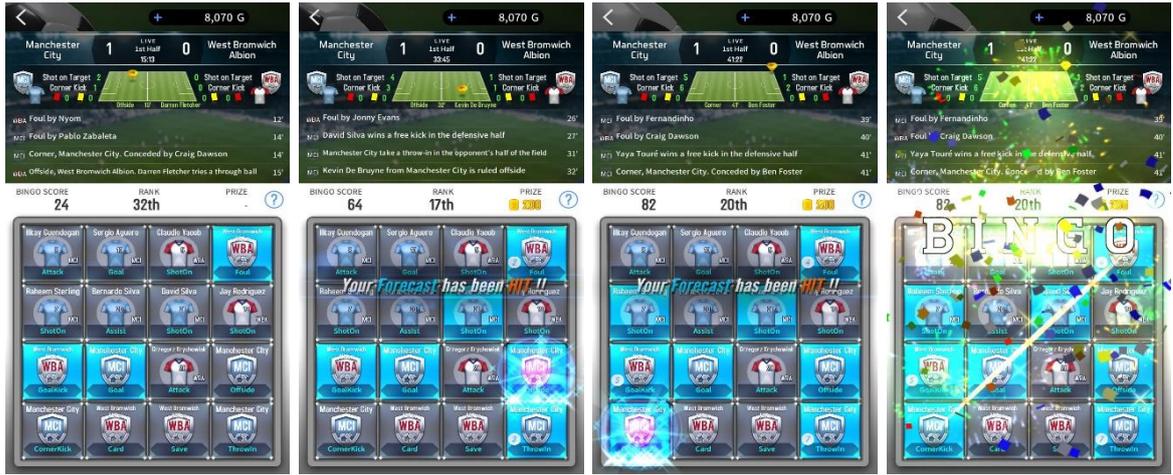
(롤 베타 서비스 스크린샷)

- e-스포츠의 경우 스포츠 빙고 게임과 기본적으로 플레이 방식이 동일하나, e-스포츠만의 구성과 형식이 반영된 게임 룰을 적용합니다.
- 스포츠는 한 경기에서 다양한 이벤트가 발생하는데, e-스포츠는 Kill/Death/Assist 등 같은 이벤트가 반복적으로 발생하는 것이 특징이기 때문입니다.
- 따라서 반복 이벤트를 하나의 타일에 적용하여 연쇄적으로 발생하는 순간 포인트 Multiplier가 적용되게 하여 다이내믹한 게임 플레이를 최대한 활용합니다.

### 랭킹볼 어플리케이션 스크린샷

- 스포츠: 야구 및 축구





(2017~18년 EPL 축구 게임 스크린샷)

- e-스포츠: 리그오브레전드 및 배틀그라운드



(2018년 롤 게임 스크린샷)



(2018년 배틀그라운드 스크린샷)



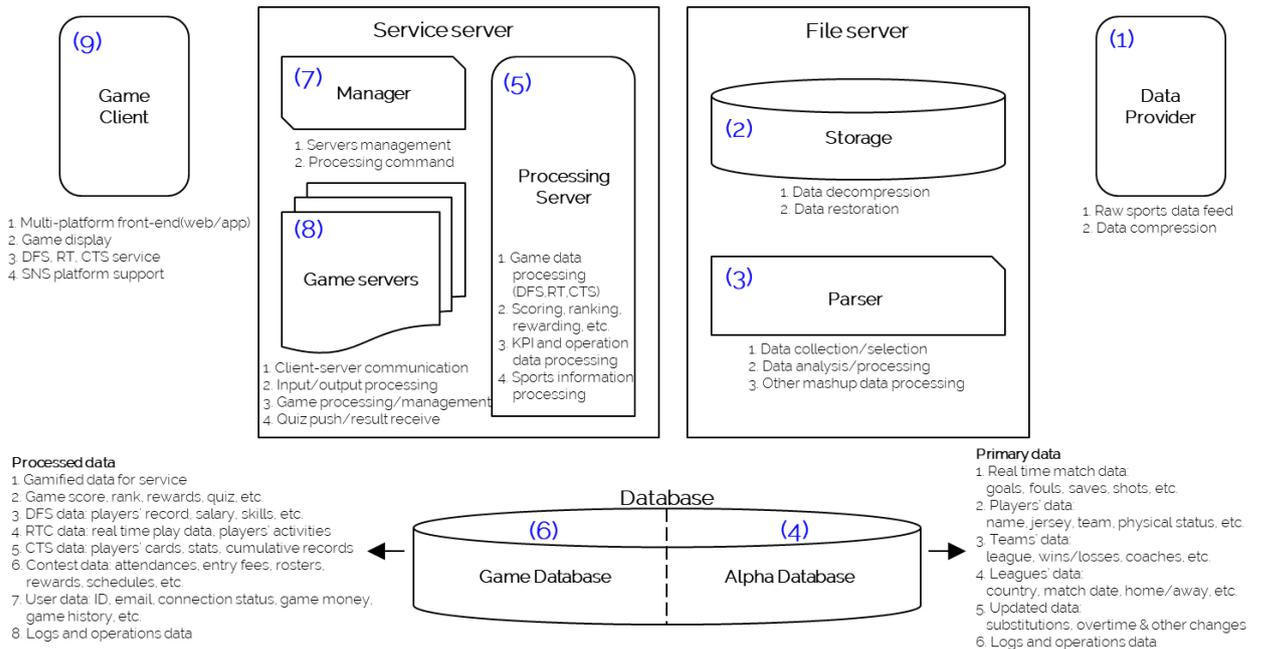
### 3.4. 랭킹볼만의 경쟁우위

#### 기술적 측면

지난 4년간의 베타 서비스를 통한 검증과 현재의 시장 상황을 고려할 때 랭킹볼은 최소 2년을 앞선 기술적 진입장벽 구축했습니다.

- 실시간 데이터
  - 실시간 스포츠 데이터 피드가 시장에 본격적으로 등장한 지 얼마 되지 않았습니다. 특히 e-스포츠 데이터는 시장에 존재하지도 않았습니다.
  - 그 동안 판타지 스포츠와 스포츠 i-게이밍은 승/무/패로 단정되는 포스트-데이터(Post data: 경기 종료 후 데이터)를 기준으로 개발되어, 실시간으로 변동하는 라이브-데이터에 대한 대응이 불가능했습니다.
  - 실제로 실시간 데이터 피드를 활용할 때 오심과 오류, 반복 등 예외사항이 발생하여 게임 상에서 이에 따른 파악 및 처리가 반드시 필요합니다. 시뮬레이션 데이터로는 예외사항을 잡을 수 없습니다.
- 빙고 게임 로직
  - 빙고를 이용한 판타지 스포츠, e-스포츠, 랭킹볼과 비슷한 컨셉의 게임은 지금까지 전무합니다.
  - 실시간 경기를 빙고 형태로 구현하기 위해서는 어떤 이벤트/퍼포먼스를 빙고 값으로 채택할 것인지에 대한 심도 있는 분석이 필요합니다. 발생 빈도와 비중, 그리고 점수 체계를 만들기 위해서는 많은 시행착오를 겪어야 합니다.
  - 또한 종목별로 관전 포인트가 상이해 별도의 R&D가 소요됩니다. 각 게임은 표면적으로는 비슷해 보이나 내부적으로 구현되는 로직은 모두 다르고 막상 개발하려면 검토할 사항이 많습니다.
- 데이터 적합성
  - 실시간 스포츠 데이터를 제공하는 업체들마다 데이터 형식이 각기 다르기 때문에 초기에 데이터 프로바이더 선정에 시간을 투자해야 합니다. 뿐만 아니라 데이터의 질, 가격, 속도 등 모든 변수를 고려해야 합니다. 데이터의 사전 검증단계를 거치지 않고는 그 업체의 데이터 사용 가능 여부를 사전 가늠할 수 없습니다(회사도 도입했다가 중단한 몇 개의 데이터 업체가 있음).
  - 종목별로 데이터 업체를 모색하는데 최소 1~2시즌 투자, 개발하면서 적합성을 확인할 수 있기 때문에 다시 데이터 구조에 맞춰서 설계하는데 또 1시즌의 추가 투자가 필요합니다.
- 미디어 지연 시간(Latency) 처리
  - 실시간 중계 방송은 매체 별로 지연 시간(딜레이)을 수반합니다. 같은 경기라도 시청 채널에 따라서 현장 상황을 전달하기까지 걸리는 시간이 조금씩 다릅니다.
  - 일반적으로 현장에서 녹화해서 TV 화면으로 도달하는 데 10~15초가 걸리고, 해당 영상이 인코딩되어서 인터넷으로 스트리밍 되거나 DMB로 시청하는 데까지 추가로 20~25초가 걸립니다.
  - 랭킹볼은 유저 이용 매체와 데이터를 동기화하기 위해 여러 테스트를 했고, 지난 2년 동안 경기마다 구장을 찾아가는 노력을 통해 기술적으로 미디어 지연을 최소화 할 솔루션을 찾아냈습니다.
  - 결론적으로 랭킹볼 플랫폼의 게임 로직을 파악하고 구현하기 위해서는 데이터 분석과 필드 테스트가 요구되고, 수많은 경우의 수를 대입해봐야 하기 때문에 단기간 내 모방은 불가능합니다.

랭킹볼 데이터 흐름 조직도



(출처: 랭킹볼 IP – Function/Data Processing Flow)

사업 측면

- 기존 시장에서의 전략적 우위
  - 스포츠 i-게이밍 및 판타지 스포츠 시장에서는 거의 모든 회사들이 비슷한 방식과 게임 로직, 보상체계, 마케팅전략을 가지고 서비스하고 있습니다.
  - 두 시장은 이미 오랫동안 고착된 생태계에서 서비스를 제공해왔기 때문에 새로운 방식의 시스템(게임 로직, UI, 보상 방식, 미디어와의 관계 등)과 새로운 기술(블록체인, 실시간 데이터 등)을 도입하기가 쉽지 않음.
  - 또한 소셜 게임(free to play)에 대한 철학적 이해도(보상보다 재미를 더 추구한다는 점)와 운영 경험이 부재하고 실시간 방송과 세컨드스크린에 대한 전문성 및 노하우가 부족합니다.
  - UI, 게임 로직, 점수/보상체계, 미디어 관계 등이 서로 제대로 연계되어야 최적화된 실시간 예측 게임을 개발하고 시장의 호응을 받을 수 있습니다.
  - 랭킹볼은 수 년간의 경험을 통해 위의 여러가지 문제점들을 극복하였고 기존 업계가 확장하기 어려운 실시간 쌍방향 게임, 소셜 게임, e-스포츠, 분권화된 대전 시스템 등 블록체인 분야로 이미 확장하여 서비스 준비를 하고 있습니다.
- 글로벌 시장에서 각 분야별 메이저 회사들과 제휴협력을 통한 Win-Win 전략을 실현
  - 랭킹볼은 한국에서 이미 대표적인 스포츠 방송국인 KBS, KBSN, SBS와 제휴를 체결하고 지난

3년간 야구, 축구 베타서비스를 진행해왔습니다. 향후 계속해서 골프, 농구, 배구 등의 새로운 서비스를 개발할 것입니다.

- 현재 절정의 인기를 누리고 있는 배틀그라운드와 제휴를 체결하고 2018년 이내에 서비스를 시작하기로 하였으며 롤, DOTA2, CS:GO 등과 함께 세계에서 유일한 e-스포츠 실시간 전략 예측 게임 플랫폼을 런칭할 예정입니다.
- 현지 방송사 및 스포츠 미디어와의 확실한 시너지(시청률과 트래픽을 함께 올리면서 광고매출 증대)를 이용하여 사업제휴 → 가장 빠르면서 비용 효율적인 마케팅 전개
- ESPN, CBS, NBC, FOX의 양방향 스포츠 중계에 대한 니즈 부합(프리미엄 스포츠 채널 가입목적의 70%가 판타지 스포츠를 더욱 생생하게 즐기기 원하기 때문) → 랭킹볼은 생방송 시청을 자동 견인함 → 매스 마케팅
- Bet365, Betfair, Bewin, Fanduel, and Draftkings 등 경쟁사와 화이트 라벨링 관계로 제휴하면서 시장을 점유할 수 있음 → 매니아 대상 타겟 마케팅
- 팬덤이 강한 스포츠 특성을 이용하여 공신력 있는 스포츠 커뮤니티 및 팬 페이지들과 협업 → 스포츠 팬 대상 타겟 마케팅
- 같은 고객군을 가지고 있는 소셜 카지노(Double U Games, Huuge Games 등)과 마케팅 제휴를 통해 기존에 확보된 마케팅 채널 및 유저를 공유 → 이중 프로모션
- SNS 마케팅을 통한 친구 초대, 랭킹 경쟁, 결과 포스팅 등의 소셜 활동 → 바이럴 마케팅, 기타 마케팅 플랫폼 활용한 CPI, CPA, DA 진행

## 4. 토큰 모델

### 4.1. 토큰 발행 목적

랭킹볼은 기존 스포츠/e-스포츠 게이밍 업계의 문제점을 해결하는 혁신적인 전략 빙고 게임을 개발하여 서비스 해왔습니다. 현재 블록체인 기술과 암호화경제는 여러 산업의 패러다임을 변화시키고 있고, 특히 게이밍 산업이 그 변화의 중심에 위치해 있습니다. 그동안 게이밍 산업은 각 지역 및 국가 별로 사업을 전개하기 위하여 규제, 라이선스, 스킴/운 규정, 지불, KYC 및 AML 등과 관련된 복잡한 컴플라이언스를 수행하는데 적지않은 시간과 비용을 치러왔습니다. 이에 랭킹볼은 RBG(랭킹볼 골드)를 발행하여 위의 복잡하고 소모적인 컴플라이언스 절차를 해결하고 RBS(랭킹볼 실버 - 서비스 플랫폼 내에 존재했던 기존의 게임 머니)와 현금(지역 별로 사용에 대한 규정이 다름)과의 연계를 통해 새로운 유저 콘테스트(참가비 및 보상) 구조를 완성하였습니다. 또한 랭킹볼은 이러한 플랫폼 내의 토큰화된 경제와 더불어, 외부 플랫폼과 연계되어 있는 로열티 프로그램을 통하여 더 확장된 생태계를 형성합니다. 이를 통해 일차적으로 스포츠/e-스포츠 게이밍 업계를 이끌어갈 것이며, 더 나아가 게임 플레이어, 스포츠/e-스포츠 미디어, 게임 개발자/퍼블리셔가 새로운 가치사슬로 연결되는 미래의 생태계를 구축할 계획입니다.

### 4.2. 콘테스트 종류

랭킹볼 서비스 플랫폼에는 다음의 3가지 콘테스트가 존재합니다.

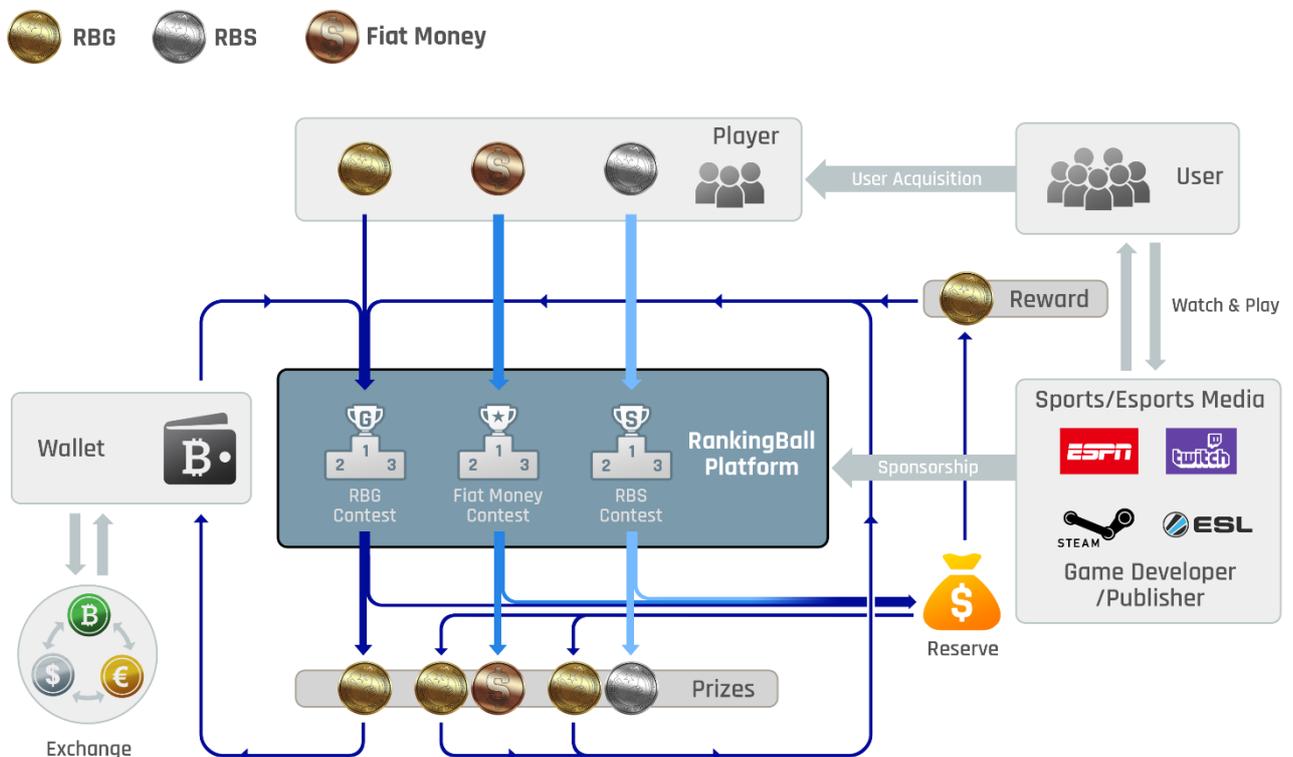
- RBS 콘테스트: RBS는 플랫폼내의 게임 머니로서 사용자가 플랫폼 가입과 출석체크를 하면 약간의 양이 무료로 주어집니다. 이를 사용하여 참여한 콘테스트의 순위 결과에 따라 기본적으로 RBS를 보상으로 받고, 상위 랭커(Ranker)는 보너스로 RBG를 받습니다.
- RBG 콘테스트: RBG는 플랫폼내의 가상화폐로서 사용자의 월렛과 API로 연계되어 있는 거래소에서 ETH 또는 다른 가상화폐(미정)로 구매할 수 있습니다. RBG 콘테스트에 참여하면 순위 결과에 따라 보상으로 RBG를 받게 됩니다. RBG는 더 필요 시 거래소에서 구매할 수 있습니다. 실버를 소모하여 골드를 획득할 수 있는 기회도 제공됩니다.
- 현금 콘테스트: 각 국가 및 지역별 규정(북미 20여개 주에서는 스킴 게임에서의 현금 사용 허용, 유럽은 기본적으로 라이선스 기반 게임에서 허용, 아시아는 국가별로 상이)에 따라 사용자가 현금을 가지고 콘테스트를 만들거나 참여할 수 있습니다. 랭킹에 따라 현금 또는 RBG로 보상을 받을 수 있고 향후 시장 환경에 따라 RBG 콘테스트로 통합될 가능성이 있습니다.

### 4.3. 로열티 프로그램

랭킹볼 플랫폼에는 다음의 2가지 로열티 프로그램이 존재합니다. 이 프로그램을 통해 얻은 RBG는 랭킹볼 플랫폼 내에서만 사용(RBG 콘테스트의 참가비로 사용) 가능하고, 외부 거래소에서 교환할 수는 없습니다.

- 내부 로열티 프로그램**  
 유저는 RBS 콘테스트에 참여하여 랭킹 결과에 따라 RBS와 더불어 RBG를 보너스로 받을 수 있고, 또한 RBG 토큰 소유자는 스포츠/e-스포츠 이벤트(올림픽, 월드컵 결승전 등) 혹은 특별 프로모션 콘테스트(Guaranteed Pool Prize, 상금 보장) 콘테스트에 참여하여 기본 보상과 별도로 RBG를 보너스로 받을 수 있습니다.
- 외부 로열티 프로그램**  
 특정 스포츠 미디어 혹은 게임 개발자(퍼블리셔)의 스폰서십과 연계하여 사용자가 외부 플랫폼(Steam, Twitch, 스포츠 미디어 등)에서 특정 게임을 일정시간 플레이하거나 특정 스포츠/e-스포츠 경기를 일정 시간 시청할 경우, 그 사용자에게 RBG를 보너스로 지급하고 랭킹볼 플랫폼으로 유인하여 콘테스트에 참여하도록 합니다.

### 4.4. 랭킹볼의 토큰화된 경제 도식화



## 5. 토큰 세일

### 5.1. ICO 상세 안내

- 토큰 명칭 및 기호: 랭킹볼 골드(RankingBall Gold), **RBG**
- 토큰 계약 주소: 클라우드세일 시작 48시간 이전 발표 예정
- ICO 시작 일자: 2018년 6월 11일(UTC 00:00)
- ICO 종료 일자: 2018년 7월 1일(UTC 23:59)
- 토큰 교환 비율: 50,000 RBG = 1 ETH
- 최대 판매 목표(하드캡): 30,000 ETH
- 최소 판매 목표(소프트캡): 3,000 ETH
- 최소 구매량: 0.1 ETH(5,000 RBG)
- 최대 구매량: 1,000 ETH(50,000,000 RBG)
- 보너스 일정

2018.06.11(UTC 00:00) ~ 2018.06.11(UTC 23:59) 참가 시 20% 보너스 지급

2018.06.12(UTC 00:00) ~ 2018.06.13(UTC 23:59) 참가 시 15% 보너스 지급

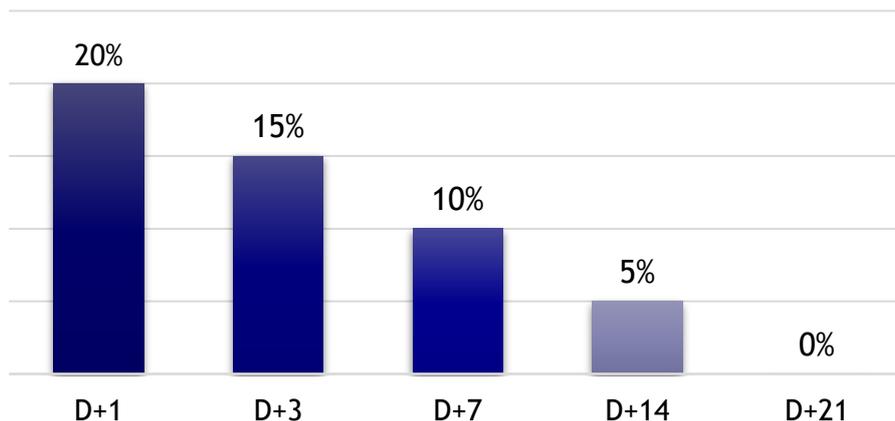
2018.06.14(UTC 00:00) ~ 2018.06.17(UTC 23:59) 참가 시 10% 보너스 지급

2018.06.18(UTC 00:00) ~ 2018.06.24(UTC 23:59) 참가 시 5% 보너스 지급

2018.06.25(UTC 00:00) 이후 참가 시 보너스 없음

*(차후 판매 목표는 6월 8일(UTC 00:00) ETH 가격으로 고정될 예정입니다)*

**Crowd Sale Bonus Schedule**

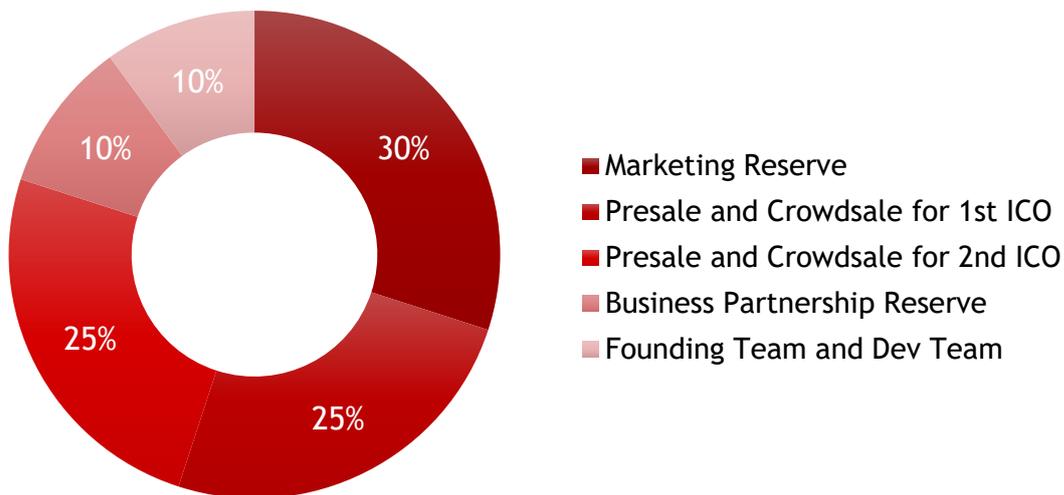


- 토큰 세일 목표는 ETH의 시세에 따라 변동될 수도 있으며 최소 목표액에 도달하지 못하면 토큰 세일에 참여한 사람들에게 구입에 사용한 ETH를 전액 환급할 예정입니다.
- 구매 간격: 5 블록  
각 사용자 계정 당 ICO 참여한도는 최대 1,000ETH이며, 1개의 개정으로 ICO에 2회이상 참여할 경우, 각 참여 간 시간 간격은 최소 5 블록입니다. 그 기준으로는 이더리움 블록 시간이 사용됩니다.

## 5.2. 토큰 분배 방안

- 25% 프리세일 및 1차 ICO
- 25% 프리세일 및 2차 ICO(2018년 4분기 예정)
- 30% 마케팅 수단으로 활용(내, 외부 로열티 프로그램, 바운티 프로그램 등)  
(로열티 프로그램 토큰은 랭킹볼 플랫폼 내에서만 사용 가능)
- 10% 비즈니스 파트너에게 분배
- 10% 창업자 및 개발팀(2년 후 귀속)  
(모든 토큰 거래는 다중서명 월렛을 통해 이루어집니다)

**Token Allocation and Distribution Rules**



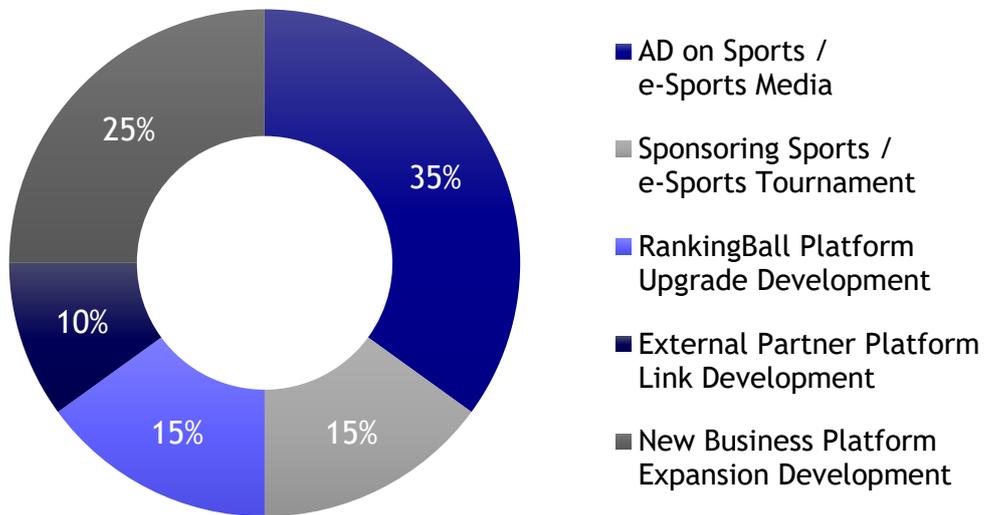
## 5.3. 토큰 소유자만의 특권

- ICO를 두 차례 나누어 진행함으로써 첫번째 ICO의 결과와 시장의 반응을 바탕으로 두번째 ICO 전략을 세우고, 토큰 소유자의 이익을 극대화할 것입니다.
- 향후에 진행될 사업 제휴 업체(e-스포츠 미디어)의 ICO와 연계, 그들의 마케팅 리저브를 이용하여 RBG 소유자를 위한 에어드랍을 계획 중입니다.
- 마케팅 수단으로서 각종 스포츠/e-스포츠 이벤트(월드컵, 올림픽, 세계선수권 등)마다 토큰 소유자만이 참여할 수 있는 특별 전용 콘텐츠를 개최하여 보너스를 지급할 예정입니다.

## 5.4. ETH 수익 사용 방안

- 35% 스포츠 및 e-스포츠 미디어 내 광고
- 15% 스포츠 및 e-스포츠 토너먼트 스폰서
- 15% 랭킹볼 플랫폼 업그레이드 개발
- 10% 외부 파트너 플랫폼 개발(스포츠/e-스포츠 미디어, 게임 개발자/퍼블리셔 등)
- 25% 신사업 플랫폼 확장 개발(데이터 프로바이더, e-스포츠 미디어 등)

Use of ETH Proceeds

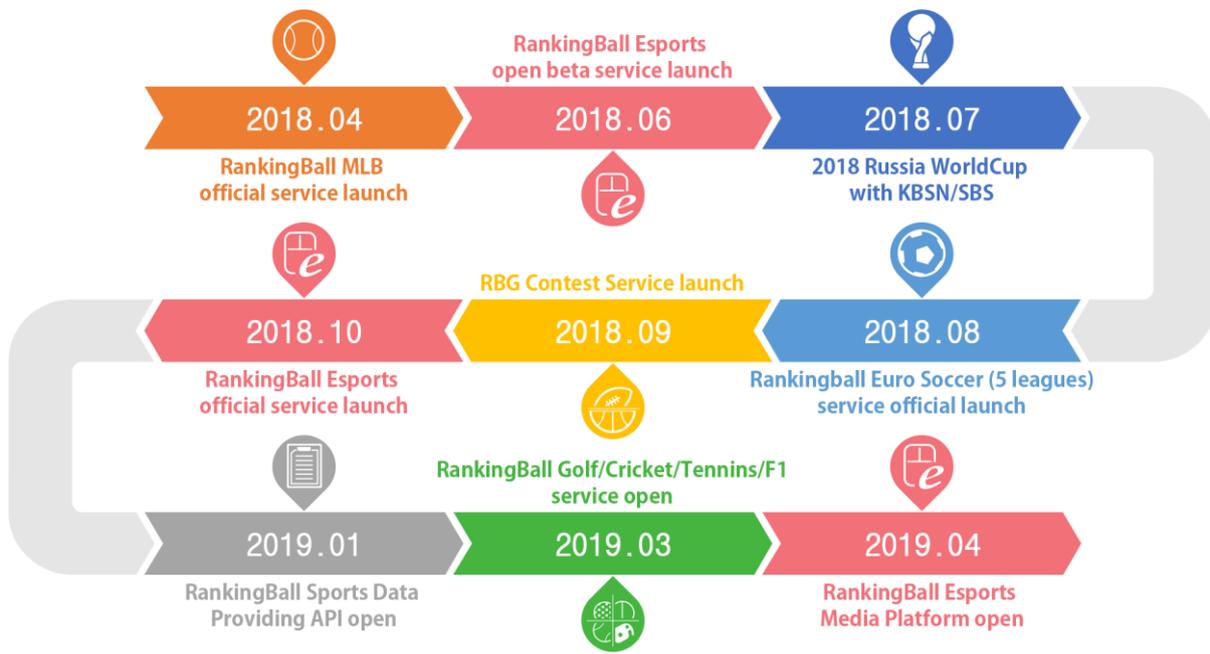


## 6. 로드맵

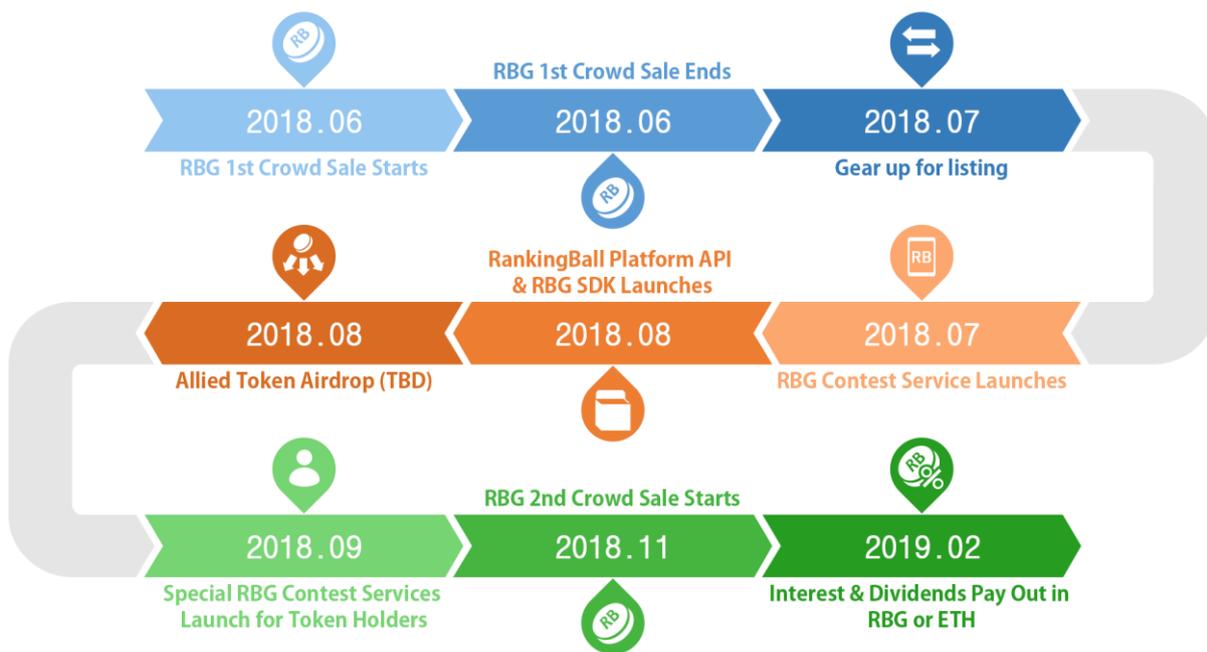
### 6.1. 주요 실적

- 2014.01 KBS 와 소치동계올림픽 시청자 양방향 서비스 사업 제휴 체결
- 2014.03 KBSN과 한국프로야구를 위한 세계 최초 실시간 전략 예측 게임 론칭
- 2014.05 MBC 스포츠+ 와 양방향 스포츠캐스팅 포맷 사업제휴 체결
- 2014.06 브라질 월드컵 축구 게임 베타 론칭
- 2014.11 미래창조과학부 주최 CGC (Columbus Global Camp)행사에서 1등 수상
- 2015.04 KBSN와 세계최초 시청자 참여형 양방향 야구중계방송 시작
- 2015.07 실시간 야구 예측 게임 유료 베타서비스 시작,  
TV 광고, 서비스 매출 1억원/월 달성
- 2015.09 안드로이드 스포츠 카테고리 2개월 연속 1위 기록
- 2015.10 기존의 실시간 예측 게임을 랭킹볼 플랫폼으로 통합
- 2015.11 랭킹볼 European Soccer 5 League의 데이터 피드 유효성 테스트
- 2016.04 랭킹볼 MLB 1차 OBT 시작
- 2016.09 NFL, NBA 랭킹볼 설계 및 데이터 피드 유효성 테스트
- 2016.10 랭킹볼 e-스포츠 설계 및 데이터 피드 유효성 테스트
- 2017.04 KBO, MLB 랭킹볼 2차 OBT 시작
- 2017.09 SBS와 스포츠 양방향 사업제휴 체결
- 2017.11 SBS 와 랭킹볼 EPL 베타 서비스
- 2018.01 PUBG 와 e-스포츠 라이브 데이터 및 미디어 사업제휴 체결
- 2018.02 랭킹볼 European Soccer 5 League OBT

## 6.2. 비즈니스 관련 타임라인



## 6.3. 토큰 관련 타임라인



L

## 7. 팀 소개

### 7.1. 주요 멤버



#### 김영훈 대표 [\(Linkedin\)](#)

- 랭킹볼 공동 대표 및 CEO
- 美 스탠포드 대학교 MBA
- 연세대학교 전자공학과 석사

연쇄 창업가이자 블록체인 전도사인 김영훈 대표는 지난 20년 동안 IT 및 모바일 서비스 산업에 종사하며 뛰어난 업적과 왕성한 실행력으로 그가 강한 결단력과 직관을 겸비한 통찰력 있는 선구자임을 입증해 왔습니다. 2002년에 그는 한국에서 모바일 결제(핀테크) 회사인 Key2Net Solution Inc.를 설립하여 세계 최초의 모바일 상품권을 만들고, 2008년 매각 및 2009년 상장 전까지 2억 달러 이상의 연간 수익을 냈습니다. Key2Net 설립 전, 김 대표는 한국 서울의 LG 전자에서 시스템 소프트웨어 엔지니어로 일했습니다. 2010년 경영대학원 졸업 후에는 실리콘 밸리에서 AR 기반 소셜 게임을 개발하는 회사 Friize Networks Inc.를 설립하였는데 이는 최근 히트한 게임 "포켓몬 고" 출시보다 수년 앞선 것이었다. 현재, 랭킹볼을 통해 김영훈 대표는 블록체인 기술로 스포츠/e-스포츠 게임 산업을 새롭게 흔들어 놓기 위해 노력하고 있습니다.



#### 장용혁 대표 [\(Linkedin\)](#)

- 랭킹볼 공동대표 및 CTO
- 연세대학교 전자공학과 석사

장용혁 대표는 게임 및 블록체인과 관련해 이상을 가진 전략가입니다. 그는 넓은 폭의 지식과 경험을 바탕으로 랭킹볼 제품 개발을 이끌고 있습니다. 장 대표는 2008년에 성공적으로 마무리된 Key2Net Solution Inc.의 창립 멤버로도 활동했습니다. 그 전에는 SONY의 게임 사업부의 주역으로서, 또 KT의 연구원과 Executive Voice의 지역 대표를 지냈습니다. 이렇게 그는 게임 및 IT 업계에서 20년 이상의 경력을 쌓아 왔습니다. 게임 아키텍처, 제품 디자인 및 게임 퍼블리싱 분야의 전문성을 갖춘 장용혁 대표의 손을 거쳐간 여러 사업들은 큰 성공을 거두었습니다. 일본에서 태어나 글로벌한 교육을 받았던 그는 이제 세계 여러 지역을 아우르는 도전을 헤쳐 나가고 있습니다.



**Wibe Wagemans** ([Linkedin](#))

- 랭킹볼 CMO 및 이사
- 스톡홀름, 도쿄에서 공학박사 취득 및 MBA

랭킹볼의 CMO인 Wibe Wagemans는 가장 전도유명한 소셜 카지노 게임 회사 중 하나인 Huuuge Games의 전 이사회 의장이었습니다. 그는 IndoorAtlas의 전 회장, Rovio의 SVP 및 Nokia의 지역 이사회 멤버로도 활동했습니다. Angry Birds, Bing, Nokia, Gillette와 같은 브랜드를 구축하며 \$1B의 수익을 창출했고, 17년 이상의 수준급 P&L 및 C-level 경험을 갖췄습니다. IndoorAtlas, Big Fish 및 Rovio의 P&L owner로서 스타트업에서도 뛰어난 실적을 입증했습니다. Wibe는 iTunes에서 1위를 차지한 앱(20개 이상)의 책임자이기도 합니다. 수석 마케팅 임원으로서 Nokia에서 8.5년 근무했으며 네덜란드, 벨기에, 핀란드 및 미국 내 해외 업무를 맡아왔습니다. Nokia 이전에는 The Gillette Company에서 다양한 판매 및 마케팅 직책을 수행했습니다.



**Min Lee**

블록체인 기술 전문가 | 개발팀장



**Bryan Kim**

블록체인 기술 및 백엔드 개발



**James Cho**

디자인 총괄



**Kurt Jeon**

프론트엔드 개발자



**Oscar Hong**

모바일 개발자



**Kei Choi**

게임 기획 총괄



**Vincent Ahn**

백엔드 개발자



**Moon Kim**

모바일 개발자



**Camden Bernhardt**

디지털 마케팅 담당

## 7.2. 자문단



**Ken Hershman** ([Linkedin](#))

스포츠/E-스포츠 게이밍 관련 고문

- 세계 E-스포츠협회장(WESA)
- Fordham University School of Law, J.D Law
- George Washington University, BS, Political Science

Ken은 美 대표 방송국 HBO와 Showtime을 위한 스포츠 TV 프로그램을 구축하고 혁신했던 27년 이상의 경력으로 TV 스포츠 업계에서 널리 알려져 있습니다. 가장 최근에는 WESA(세계E스포츠협회, World Esports Association)의 협회장으로 임명되기도 했습니다. 그 전에 Ken은 중소/중견 기업을 돕는 다각적 자문회사 인 Crossing Way Advisors의 출범을 통해 업계에 성공적으로 진입했습니다. 또한 그는 2012년 1월부터 HBO 스포츠 부문의 전략적 방향 및 감독을 담당했습니다. 그는 스포츠 TV 커뮤니티에서 검증된 혁신가로 간주되어 2003년 10월부터 스포츠 및 이벤트 프로그래밍 부문 수석 부사장 겸 총책임자로 일하던 Showtime에서 HBO로 이직했습니다. 그는 1992년 Showtime에서 변호사로 커리어를 시작해 2001년 1월 스포츠 및 이벤트 프로그램에서 수석 프로그래밍 역할을 맡았었습니다.

**윤석구** ([Linkedin](#))



블록체인 기술 및 암호화 경제 관련

- NOD Bizware Co., Ltd CEO
- University of Southern California M.S., Computer Science
- 카이스트 전기전자공학과 졸
- Stanford University Graduate School of Business Executive Program

미래주의자이자 컴퓨터과학자인 윤석구 대표는 고도의 수학 프로그래밍 분야를 전문으로 합니다: 암호 화폐, 컨센서스 프로토콜, 분산 OS, dApp, 기계 학습, 예측 분석 및 기능적 반응 프로그래밍 등. NOD Bizware는 안전한 응용 프로그램 개발을 전문으로 하는 기술 회사입니다. 이전에는 삼성 그룹의 주요 연구소인 삼성 종합 기술원(SAIT)에서 근무했습니다. 미래분석연구소의 전략 분석가이자 선임 연구원으로 일하면서 전자 지불 관련 기술을 회사에 도입했고, 또 스마트폰, 스마트 TV 및 소프트웨어 에이전트 개발을 위한 핵심 전략을 수립하기도 했습니다.



### Christian Ferri ([Linkedin](#))

#### 블록체인 기술 및 ICO 관련

- Blockstar 회장 및 Blockchain Compliance Alliance 대표이사
- Cornell Johnson Graduate School of Management
- Join BBA, Università degli Studi di Udine

Christian은 분권화의 힘과 그것이 우리 삶에 미칠 수 있는 엄청난 영향을 믿는 사람입니다. Forbes지에 의하면 "블록체인 인도주의자" 및 "블록체인 전문가"로 불리는 Christian은 작가, 연사, 투자자, 고문으로 활동하고 있습니다. 그는 20년 간의 기존 비즈니스에서의 경험과 새로운 분권화의 분야를 연결합니다. 그는 블록체인 기술(dapp, 토큰노믹스, 아키텍처 등), ICO 프로세스, ICO 규정 및 준수, 암호화폐 투자, 스타트업 기업의 전략/운영/Go-To-Market 등에 대해 전문가입니다. 그는 현재 랭킹볼을 포함해 여러 블록 체인 기반의 회사에 컨설팅을 제공하고 있습니다.



### John Mackewich ([Linkedin](#))

#### 법률 자문

- Corporate and Employment Lawyer at Dinsmore & Shohl LL
- University of Toledo, JD
- Wayne State University, Finance

John은 스타트업 및 신생 기업을 위한 법률 대리 변호사입니다. M&A, 조직 재구성, 합작 투자, 프랜차이즈 및 상거래 계약 등을 전문으로 하며, 미국 내에서, 또 국제적으로도 활동하고 있습니다. 랭킹볼의 법률 자문으로서 컴플라이언스 부문을 책임지고 있습니다.



### Folkert Graafsma ([Linkedin](#))

#### 법률 자문

- Partner International Trade at VVGB
- Stanford University Graduate School of Business
- Stanford University Law School

Folkert is a senior legal professional with management skills and extensive experience. He specializes International Law, EC Law, Trade Law (e.g. Anti-Dumping), Customs Law, WTO Law, Corporate Governance & Fraud, Capital Markets, White Collar Crime, Evidence. Accounting-, audit-, management-, computer- and language-skills. As a Partner at VVGB, he is working in multiple countries directing on-site investigations, audits,

due diligence, and compliance proceedings.



**Sean Ryu ([Linkedin](#))**

**블록체인 기술 및 암호화 경제 관련**

- Managing Director at Willow Venture Partners
- Venture Partner at Nautilus Venture Partners
- Yonsei University

Sean is a venture investment expert with hands on experience in high growth mobile, Internet and media industry. He is the Managing Director at Willow Venture Partners, a Silicon Valley based micro fund investing in high growth technology sectors in APAC. He’s acting as a catalyst to facilitate international entrepreneurs create value and capital formation. He served as Vice President of SKTelecom Americas, building technology and business partnership with start-ups, major carriers, college labs and research centers in the US, to develop collaborative business opportunities in Korean market. With more than 15 years of experience, he specializes in venture investment, technology partnership, and market strategy/market entry.



**Kris (Gyeongjin) Ghil ([Linkedin](#))**

**ICO 및 암호화 경제 관련**

- MD at Pi Capital International LLC.
- Committee member of KOSPI Market committee
- Co-Chairman at IIPCC Korea
- SEIT Program, Stanford University

Kris has been working for an American investment advisory company as a country manager for several years. Prior to the investment advisor, he was a representative fund manager of Sovik Global Contents fund and CEO of Chorokbaem Media which produced mega-hit soap operas such as Jumong, Iljimae, Chuno and High-kick. He worked for a global business management consulting firm as a senior consultant and Korean government such as Ministry of Economy & Finance and National Tax Administration as a deputy director.



## Michael Cho ([Linkedin](#))

### 재무 및 암호화 경제 관련

- Partner at Samjong KPMG Financial Advisory Services
- SEIT Program, Stanford University
- M.A. in Seoul National University

Michael is currently heading the strategic marketing initiative for all of the Samjong KPMG Financial Advisory Services, with over 15 years of experience in M&A engagements. He served as the Head of the Corporate Finance division of Samjong KPMG FAS Inc. from 2001-2005 and headed a wide range of engagements such as M&A advisory, financing, valuation, deal structuring, etc. During his leadership, the division was ranked the no. 1 M&A house in terms of number of deals in 2004, during which time 9 high profile deals were closed by his team.