NEW IP BUSINESS PROPOSAL · EXECUTIVE SUMMARY

한·중·일 시니어 마인드 e스포츠 프로젝트

종로·종묘 시니어 승부 문화를 동북아 실버 엔터테인먼트 IP로 전환하는 신규 사업 제안

1. 핵심 팀 인사이트 통합 (트렌드 · 전략 · 비즈니스)

	핵심 진단 및 사업화 해법
트렌드 & 시장성 (직원 1 · 스토리텔러)	은퇴 세대를 '보호 대상'이 아닌 '현역 승부사(실버 게이머)'로 재정의. 반사신경이 아닌 수 읽기와 심리전 기반의 전통 보드게임은 시니어의 인생 내공이 극대화되는 영역이며, 거침없는 훈수와 승부욕은 2040 세대의 숏폼 소비 트렌드와도 정확히 부합함.
구조 & 리스크 관리 (직원 2 · 전략기획)	종로·종묘 일대 정비로 갈 곳을 잃은 시니어 고수들의 대기 수요를 제도권 디지털 아레나로 흡수. 한·중·일 3국의 규칙 차이는 **공통 종목(바둑) 메인 리그 + 자국 종목(장기·샹치·쇼기) 스페셜 매치**의 투트랙 포맷으로 해결하고, 공식 상금제로 도박성 우려를 원천 차단함.
수주 & 수익화 명분 (직원 3 · 세일즈)	단순 복지 행사가 아닌 검증된 B2B·B2G 마케팅 플랫폼으로 포지셔닝. 초고령 사회 진입과 함께 구매력 있는 액티브 시니어 및 4050 자녀 세대 접점이 절실한 금융·헬스케어·지자체에 **트래픽·수익(BM)·ESG 명분**을 동시에 제공함.

2. 세부 실행 전략 및 수익 모델 (BM)

구분	주요 실행 방안 및 비즈니스 구조
① 오프라인 로컬 예선	종로구 내 유휴 문화공간·대형 카페를 활용한 '종묘·낙원 아레나' 오픈 스테이지 구축. 대형 터치스크린 UI 및 현장 의료진 배치로 안전성과 접근성 확보, 지역 상권 바우처 연계.
② 디지털 숏폼 확산	e스포츠 캐스터와 시니어 해설위원의 2인 중계 포맷 도입. 대국 중 터져 나오는 촌철살인 훈수와 역전승 장면을 1분 이내 숏폼으로 제작하여 유튜브·틱톡 바이럴 유도.
③ 한·중·일 슈퍼컵	국내 예선 검증 후 3국 대표 선발전을 거쳐 서울에서 통합 파이널 개최. 공통 종목인 '바둑' 국가 대항전을 중심으로 장기·샹치·쇼기 자존심 이벤트 매치 병행.
④ 3대 핵심 수익원	**[B2B·B2G 스폰서십]** 금융·보험·상조·제약사 타이틀 후원 및 지자체 문화예산 매칭 / **[O2O 커머스]** 대회장 내 시니어 헬스케어 체험 부스 임대 / **[미디어 IP]** 영상 광고 및 레트로 굿즈.

3. 1년 차 핵심 성과 지표 (KPI) 및 기대 효과

- **정량적 목표 (1년 차 기준)**: 국내 온·오프라인 예선 참가 시니어 **10,000명** 확보, 관련 숏폼 및 중계 누적 조회수 **1,500만 뷰** 달성, 한·중·일 통합 결승전 동시 접속자 **10만 명** 돌파, 기업 스폰서십 **3개사 이상** 유치.
- **사회적·경제적 파급효과**: 고령층의 사회적 고립감 해소 및 두뇌 활동 촉진을 통한 치매 예방(ESG 가치 창출), 종로 일대 전통 문화의 현대적 계승 및 지역 상권 활성화 기여.

> **클라이언트 최종 제안 요약 (Executive Pitch)**
> "이 프로젝트는 사라져가는 종로의 시니어 승부 문화를 지자체와 기업이 후원하는 공식 디지털 아레나로 양지화한 신규 e스포츠 IP 사업입니다. 투트랙 종목 운영과 공식 상금제로 운영 리스크는 원천 차단하고, 액티브 시니어와 2040 디지털 세대를 동시에 결집시켜 귀사에 확실한 시니어 시장 선점 효과와 ESG 명분을 안겨드릴 것입니다."