

---

# SODA PROJECT

---

## White Paper

### Tokenized O2O Alliance Protocol



본 백서는 Monstercube Global 및 (주)몬스터큐브 (이하 회사)의 블록체인 기반 O2O 플랫폼 소다플레이와 관련 된 비즈니스 모델 및 응용 기술 등의 정보를 참고 할 수 있는 목적으로 작성되었으며 투자를 권유하기 위한 목적으로 작성 되지 않았습니다. 로드맵에 계획된 프로젝트는 결론, 일정 및 성과를 포함하여 백서 상에 기재된 어떠한 내용에 대해서도 보증 하지 않습니다. 이 백서는 회사의 정책 또는 의사결정에 따라 변경될 수 있으며 백서와 관련하여 어떠한 사항에 대해서도 진술 또는 보장하지 않습니다. 이 백서를 참고 또는 이용하여 의사결정 등의 행위를 통한 결과(이익 또는 손해 여부를 불문합니다)에 대한 책임은 전적으로 판단을 내린 당사자에게 있으며 회사는 이 백서의 이용과 관련하여 입은 손해, 손실, 채무 기타 피해에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않습니다. 이 백서는 회사의 동의 없이 무단 복제, 사용 또는 외부 유출될 수 없습니다. 본 백서는 사업 계획과 비전에 대한 개략적인 참조 목적으로만 사용하시길 권고 드립니다.

# INDEX

1. Executive Summary .....	3
2. 시장환경 .....	5
2-1. O2O 시장 현황 .....	5
2-2. 문제 인식 .....	6
3. Service Define.....	9
3-1. 소다코인 (SODA COIN; SOC) .....	9
3-2. 소다포인트 (SODA POINT; SOP) .....	9
3-3. 소다플레이 .....	10
3-4. 소다월렛 .....	15
3-5. 소다플레이 광고 .....	15
4. 토큰이코노미 .....	17
5. 멤버소개 .....	23
6. 면책조항 .....	25

# 1.Executive Summary

---

소다플랫폼은 블록체인 기술을 기반으로 온·오프라인 소비자와 사용처, 광고주를 연결하는 O2O 플랫폼이다.

소다플랫폼은 힘의 균형이 플랫폼 사업자로 편중된 국내 O2O 시장 구조를 사용처와 서비스 사용자, 그리고 광고주의 상호 역할 수행을 통해 균형 잡힌 블록체인 O2O 생태계를 구축하는 것에 목적을 두고 있다.

최근 대형 플랫폼 간의 출혈경쟁과 폐이산업의 확산으로 대변되는 국내 O2O 시장은 외형적인 성장을 보이고 있으나, 플랫폼과 가맹점은 서비스의 특성상 불공정한 과거의 종속관계를 답습할 수밖에 없었다.

가맹점의 불합리함은 반대로 서비스 사용자에게는 쿠폰, 할인 등의 혜택으로 치환되었으나, 최근에는 배달비의 소비자 전가, 최소 결제금액 등의 형태로 가맹점과 소비자 모두에게 최선의 서비스를 제공하지 못하고 있다.

이러한 현재의 생태계에 기인하여 O2O 생태계를 구성하는 요소인 플랫폼 사업자, 가맹점(광고주), 서비스 사용자는 다음과 같은 문제에 당면해 있다.

플랫폼 사업자는 경쟁 사업자와의 시장우위를 위하여 과도한 마케팅 비용을 지출하게 됨으로써 그 비용을 가맹점과 소비자에게 전가하여 시장질서를 흐리고 있다.

가맹점주는 프랜차이즈의 경우 본사와의 계약사항, 플랫폼과의 계약사항 등에 따른 수수료 부담과 플랫폼 내에서의 광고 비용 등 이중삼중의 비용 부담을 지고 있다.

서비스 사용자의 경우 위 두 경우에 기인한 서비스 및 상품비용의 상승과 일부 서비스 비용의 소비자 부담분이 늘어남으로써 서비스 만족도가 떨어지고 있다.

소다플랫폼은 이와 같은 문제점을 해결하고 개선하기 위하여 다음과 같은 대전제를 바탕으로 새로운 서비스를 제공할 계획이다.

첫째, 사용처와 소비자, 그리고 광고주 모두 만족할 수 있는 플랫폼을 제공한다.

둘째, 각 구성요소가 생태계 자연스러운 참여로 보상을 기대할 수 있으며, 보상을 통한 서비스 만족도의 향상과 플랫폼 경제의 선순환을 지원한다.

셋째, 신뢰할 수 있고, 높은 효율의 새로운 마케팅 수단을 제공한다.

넷째, 다양한 코인이나 포인트를 보유한 새로운 영역의 소비자가 이를 실생활에서 사용이 가능한 재화로 전환할 수 있도록 시스템을 제공한다.

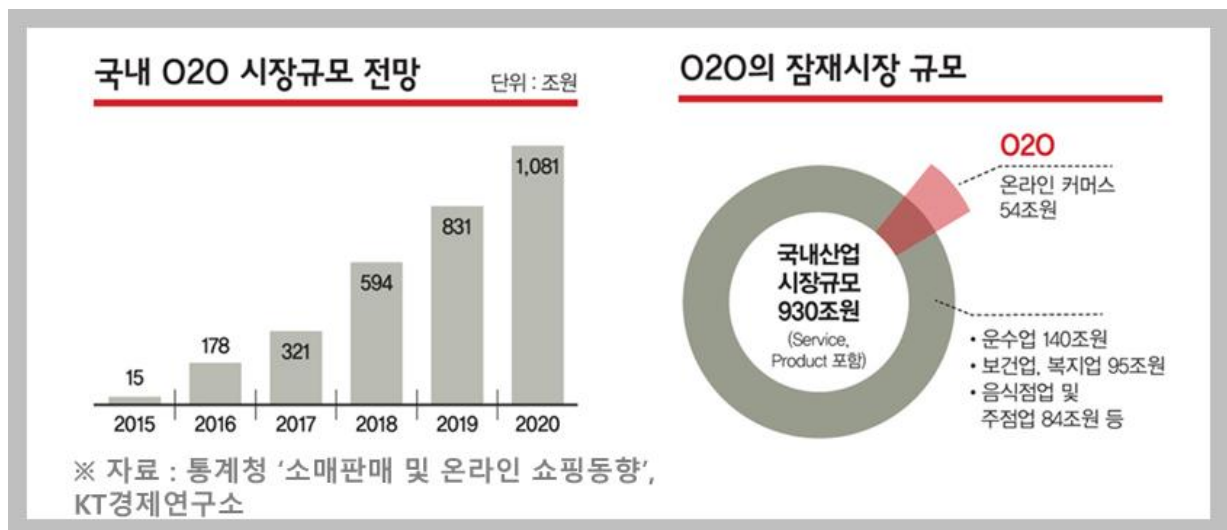
## 2.시장 환경

### 2-1. O2O 시장 현황

2008 년 글로벌 경기침체 이후 소비자들은 물품의 교환, 대여, 임대 등에 대해 적극적인 반응을 보이며 협력적 소비에 대한 관심이 높아지기 시작했다. 공유를 통한 합리적 소비는 과잉생산, 과잉소비를 인한 잉여자원을 없애 환경에도 이바지하고 있으며 소비 지상주의에 반발하는 능동적인 소비자들이 나타나면서 공유경제를 통해 가치소비를 실현하고자 하는 움직임이 확산되었다. 이러한 움직임은 정보통신기술(ICT) 기술의 발달과 결합하면서 우버(Uber), 에어비앤비(Airbnb) 등의 글로벌 기업을 탄생시켰다.

우버와 에어비앤비는 자동차, 집 등 잉여자원을 소유한 공급자와 이를 이용하려는 소비자를 실시간으로 연결해주며 공유경제기반 O2O 서비스를 대중화시켰다.

전 세계적으로 O2O 서비스가 확산됨에 따라 국내에서도 '쏘카', '배달의민족', '여기어때', '다방' 등 다양한 분야의 O2O 플랫폼 서비스가 출시되어 현재 보다 많은 사용자 확보를 위해 시장에서 치열하게 경쟁 중이다.



<그림 1. 국내 O2O 시장규모 및 전망>

국내 O2O 시장은 '16 년 178 조 원 규모에서 '17 년 321 조 원 규모로 성장했다. 온라인 커머스 규모가 약 54 조 원 이고, 오프라인 산업 시장규모는 약 930 조 원에 달한다. 그 중 온라인과

오프라인이 겹치는 O2O 시장규모가 약 300 조 원 수준이다. 이를 근거로 시장 전망치를 추산해보면 국내 O2O 시장은 2020 년에 약 1,081 조 원 규모까지 성장할 것으로 예상된다.

O2O 플랫폼은 수요자와 공급자가 많을수록 네트워크 효과에 따라 점점 더 가격 경쟁력을 확보할 수 있기 때문에 O2O 영역이 전통적인 오프라인 상거래로 확장되면서 서비스 영역이 더 다양해지고, 서비스 공급자 또한 기존 배달의 민족, 직방 등 O2O 스타트업에서 카카오와 네이버 같은 IT 강자들의 진입으로 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

## 2-2. 문제 인식

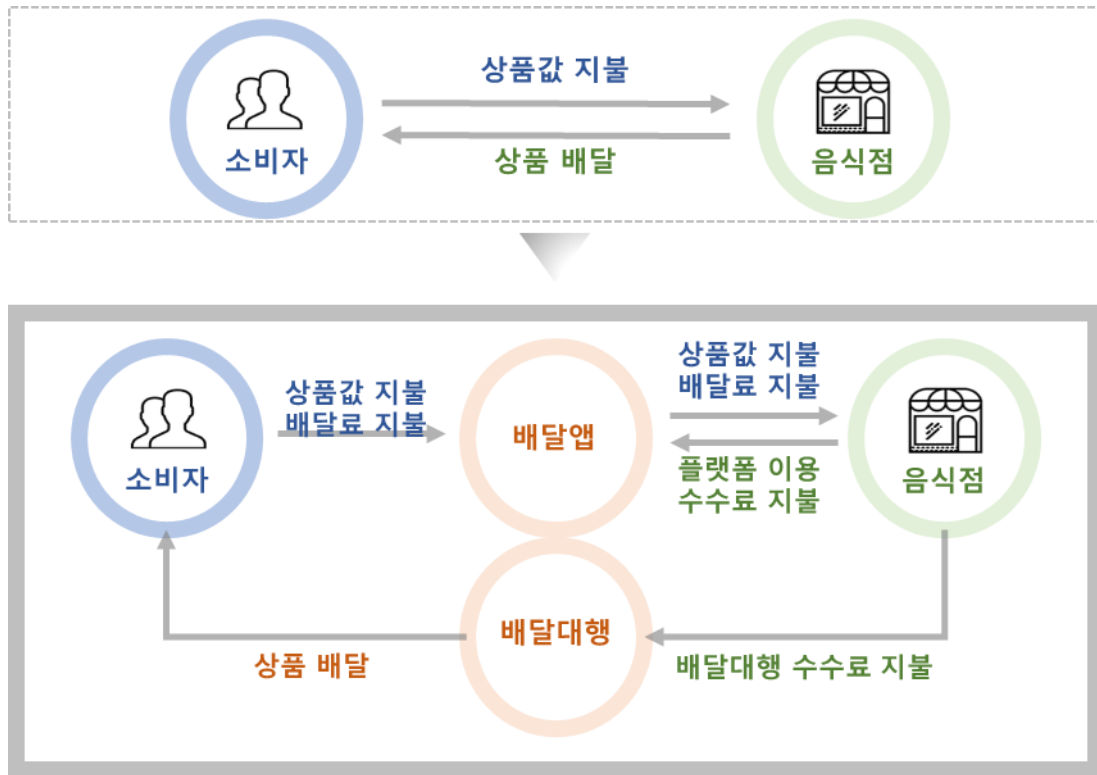
사실상 공유경제기반의 O2O 서비스는 개인간 직거래를 중개하고 이에 대한 대가로 막대한 수수료를 받으며 소수에 의해 관련 시장이 독과점 되어 있다. 또한, 국내 O2O 시장의 경우 기존에 존재하는 서비스를 단지 스마트폰이라는 도구를 통해 단순히 중개만 하는 기형적인 공유경제시장으로 발전되어 현재 다양한 문제점들이 야기되고 있다.

### 1) 과도한 수수료

국내 대표 O2O 플랫폼 서비스인 배달의민족, 요기요, 배달통 등 '배달앱(App)'을 포함한 모든 O2O 플랫폼 서비스의 주요 수입원은 광고와 중개 수수료이다. 가맹점은 앱(App) 리스트 상단에 광고를 노출하기 위해 다양한 O2O 플랫폼에 고가의 사용료를 지불해야 하고, O2O 플랫폼은 지역별, 업종별 경매를 통해 최고 금액을 제시한 업체 순으로 앱 상단에 광고를 배정하는 방식을 취하고 있다.

매출대비 약 10%대에 이르는 수수료는 영세 자영업자들에게는 큰 부담이지만, 소비자 한 명이 아쉬운 상황과 동일업종의 업체들 또한 경쟁적으로 O2O 플랫폼 서비스를 등록하는 상황에서 제휴를 하지 않을 수 없는 입장이다. 이런 상황의 가맹점은 광고료, 중개수수료 등 각종 수수료에 대한 부담은 상품 가격에 영향을 미칠수 밖에 없고 그에 따른 상품가격 인상분은 그대로 소비자에게 전가되며 악순환이 반복된다. 그림 2 와 같이 배달앱의 경우, 기존에는 소비자와 음식점이 직거래를 하던 구조에서 배달앱, 배달대행업체가 등장하며 소비자가 음식을 주문 후, 주문한 음식을 배달받기까지 유통과정이 한단계 추가된다. 유통과정에서 참여자가 증가함에 따라 당연히 배달앱 이용에 따른 음식점의 수수료 부담이 늘어나는 구조이다.

예시 1. 배달 O2O 플랫폼



<그림 2. O2O 시장 중개수수료>

2) 중앙집권형 O2O 플랫폼의 시장독점 및 신뢰성 문제

현재 O2O 플랫폼은 개인간 직거래를 중개하며 중앙서버를 통해 거래를 독점하는 방식이다. O2O 플랫폼이 거대화 될수록 소상공인들은 플랫폼에 종속되어 끌려 갈수 밖에 없고, 영세 사업자로 전락할 수 밖에 없으며, 그 결과 소수 플랫폼 사업자의 시장 독점만 가속화 속도만 증가하고 있다. 국내 O2O 시장 영역의 상당 부분은 음식, 운수, 청소 등 영세한 사업자들이 영업하는 영역인데, 이들은 O2O 기업의 시장 독점이 강해질수록 피해를 입을 가능성은 더 해진다. 이에 따라 골목 상권을 보호하기 위해 O2O 기업들과 분쟁을 벌이게 될 가능성이 있으며, 실제로 네이버는 골목상권 침해 논란이 거세지자 몇몇 O2O 서비스를 종료한 바 있다. 최근 카카오 역시 대리운전 시장 진출에 따라 관련 업계에서 반발을 하는 등 홍역을 치루기도 했다.

O2O 서비스의 문제점으로 지적되는 또 하나의 문제점은 신뢰성이다. 대부분의 O2O 서비스가 공급자와 소비자가 대면하여 이루어지는 만큼 이용자(소비자) 입장에서는 공급자의 신원이 보장되어야 이용자가 안전하게 O2O 플랫폼을 신뢰하고 이용할 수 있다. 하지만, 아직까지 많은 O2O 서비스들이 신원조회 및 확인을 대신하여 리뷰시스템이나 온라인

커뮤니케이션, 소셜 네트워크 서비스 등을 통한 이용자의 자발적인 경험 공유에 의존하는 상황이다. 이에 따라 해외 자동차 공유 서비스, 숙박 공유 서비스 등에서 발생한 불특정 이용자를 대상으로 한 범죄 사례 등이 보고되는 등 이용자(소비자) 입장에서 서비스 안정성, 프라이버시, 정보의 신뢰도 저하 등의 문제가 끊임없이 발생하고 있다.

구분	정보 항목	건수(중복제거)
예약정보	숙박일수, 제휴점명, 객실명, 예약일시, 예약자, 회원번호, 휴대전화 번호, 결제방법, 금액, 입퇴실 가능시간 등	3,239,210 건 휴대폰 기준(910,705 건)
제휴점 정보	업체명, 은행명, 계좌번호, 예금주, 휴대전화 번호 등	1,163 건 업체명 기준(1,163 건)
회원정보	이메일 주소, 이름 또는 닉네임, 기기정보 등	178,625 건 이메일 기준 (78,716 건)
<b>합계</b>		<b>3,418,998 건</b> <b>(990,584 건)</b>

<표 1. O2O 서비스의 개정정보 유출 사례 (국내 유명 O2O 배달 서비스)>

또한, 중앙집권형 O2O 서비스는 고객의 모든 정보를 중앙 서버에 저장하기 때문에 해킹 등 외부 공격으로 개인정보가 유출될 경우 사생활 등 민감한 정보를 다루는 O2O 서비스 특성상 이용자에게 2차 피해를 유발할 가능성이 있다. 실제로 지난해 국내 숙박 O2O 서비스 업체 '여기어때'에서 고객 91 만명의 이용자명, 휴대전화번호, 숙박 이용정보 323 만건이 해커에 의해 침해된 사례가 있어 큰 충격을 주었다.

매체로 중앙화되는 구조를 탈 중앙화 시켜 플랫폼 사이드로 기울어진 생태계를 사용자 사이드로 이동시켜야 하고, 사용자의 가치가 반영된 직접적인 경제적 보상을 제공하기 위해 시장에서 발생하는 수익 및 비용 구조 가치가 동반되는 유동적인 생태계를 구축하여야 할 필요성을 확인하였다.

우리는 지금까지 문제를 인식하고 해결하고자 하는 방향을 정리하면서 O2O 시장이 왜 블록체인 기반으로 변화되어야 하는지에 대해 확인할 수 있었다. O2O 플랫폼은 블록체인을 통해 탈 중앙화 구조를 만들고 사용자 가치 보상 토큰 이코노미 생태계를 만들어 궁극적으로 사용자의 기여 가치가 직접적인 경제 가치로 보상되는 시장으로 발전되었을 때, 플랫폼과 사용자 모두에게 가장 큰 이익을 가져다 줄 수 있는 모델임을 확인하였다.



## 3. Service Define

---

소다플랫폼은 (주) 몬스터큐브에 의해 개발, 발행, 유지, 보수되는 블록체인 기반으로 구축된 시스템을 말하며 크게 사용자를 위해 소다플레이, 광고주를 위해 소다플레이 광고로 두 종류의 앱이 출시될 예정이며 이를 움직이는데 필요한 전반적인 시스템을 통칭하여 소다플랫폼이라 한다.

소다플랫폼은 안전하고 빠른 암호화폐 결제 서비스를 제공하고 플랫폼 사업자 중심으로 기울어져 있던 무게중심을 사용자 사이드로 이동시켜 수평적인 양방향 생태계를 만들어 나가는 것을 목적으로 한다. 또한 사용자가 자신에게 필요한 상품, 서비스에 대한 필요 의도를 쉽게 노출하고 그 서비스를 받을 수 있도록 하면서 동시에 사용자 참여로 형성되는 디지털 광고 생태계의 경제 가치에 대해 보상받을 수 있는 이코노미도 구현할 것이다.

### 3-1. 소다코인 (SODA COIN; SOC)

Monstercube Global 이 발행한 코인으로, 외부 거래소에 상장, 매매되는 암호화폐이다. SOC 는 Monstercube Global 이 제휴한 대한민국에 소재한 (주)몬스터큐브가 발행한 소다포인트(SOP) 와 양방향 전환이 가능하다. 향후 Monstercube Global 이 글로벌로 영역을 확장할 경우 각 국가별로 발행되는 별도의 소다포인트들과 같은 방식으로 제휴할 것이다. 소다코인(SOC)은 국가별로 발행된 각 소다포인트들과도 양방향 전환이 가능 하도록 설계되며 그 사용에 관한 시스템을 (주)몬스터큐브가 대한민국에서 구축한 소다플랫폼으로 선정하고 글로벌에서 범용적으로 사용되는 것을 목표로 하고 있다. 그 외에, 소다코인은 어떤 다른 권리도 내재되어 있지 않다. 본 문서에서 사용하는 단어 '코인'은 추가로 설명하지 않는 한 SOC 를 포함하여 플랫폼에서 거래, 이용할 수 있는 모든 코인 또는 토큰을 지칭한다.

### 3-2. 소다포인트 (SODA POINT; SOP)

소다플랫폼에서 거래에 사용되는 가치가 고정된 포인트로, 1 소다포인트(SOP)는 50 KRW 와 상응하고 이 가치는 항상 동일하다. 소다포인트(SOP)는 (주)몬스터큐브가 대한민국에서 블록체인 기반으로 발행하며 총 발행량은 20 억 개다. (주)몬스터큐브는 Monstercube Global 과

제휴를 통해 소다포인트(SOP)를 소다코인(SOC)과 양방향 교환이 가능하게 되었다. 소다포인트(SOP)의 사용 용도와 범위는 다음과 같다

- 1) 소비자가 온, 오프라인에서 상품 또는 서비스 구매를 위한 결제수단으로 사용 가능하다.
- 2) 광고주가 타겟 광고에 반응하는 소비자에게 보상용으로 사용 가능하다.
- 3) 고객이 보유한 소다포인트(SOP)는 현금으로 교환할 수 없고 소다코인 (SOC)로만 교환 가능하며 소다플랫폼을 통하여 교환될 수 있다.
- 4) 소다포인트(SOP)는 소다월렛에서 등록이 가능하다.
- 5) 이용자가 보유중인 다양한 프로젝트 코인을 사용하고자 한다면 소다플랫폼이 서비스하는 환전시스템을 통해 소다포인트(SOP)로 교환한 후 사용할 수 있다. 단, 교환이 가능한 암호화폐의 종류는 ㈜몬스터큐브가 정한 프로젝트 코인으로 제한한다.
- 6) 소다플랫폼에서 유통되는 프로젝트 코인 또는 각종 현금성 포인트는 ㈜몬스터큐브가 인가한 대상 또는 자산으로 한정한다.

### 3-3. 소다플레이

소다 이코노미를 실현할 매체인 소다플레이 앱은 약 누적 다운로드 1,800 만 다운로드를 기록한 시럽테이블을 Dapp 으로 전환 개발하여 블록체인을 기반으로 가맹점과 소비자를 연결해주는 플랫폼의 기본 모델로 구축하였다.

사용자와 사용처를 연결하여 주고, 암호화폐 보상을 매개로 하여 상호 데이터를 유기적으로 연결해주는 서비스 모델을 바탕으로 2019 년 상반기에 삼성 갤럭시 스마트폰의 블록체인 월렛의 생활 카테고리 대표 Dapp 서비스로 시럽테이블이 선정된 바 있으며 현재는 소플레이로의 완전 전환을 위한 과정에 있다.(소다플레이로 명칭을 변경하고 암호화폐 마이닝, 암호화폐 결제 등 보상 기반 실생활 Dapp 플랫폼으로 서비스를 제공할 것이다. 업데이트를 통한 Dapp 재등록은 2020 년 상반기로 예정되어있다.)

<표 2. 소다플레이 주요 용어의 정의 및 구조>

마이닝	광고주가 등록해 놓은 암호화폐를 유저가 채굴하여 획득하는 행위
사용자	소다플레이를 통한 정보획득, 소비, 결제, 송금, 마이닝 등을 이용하는 주체
사용처	소다플레이에 등록된 매장 또는 SOP 로 결제가 가능한 매장.
광고주	소다플레이를 광고매체로 활용하는 주체
소다월렛	암호화폐를 주고 받을 수 있고, 실생활 결제를 가능하게 해주는 전자지갑

### 3-3-1.마이닝

마이닝이란 소다플레이에서 각 주체가 상호작용할 수 있도록 하는 광고 매개체이다.

<표 3. 용어의 정의>

AR 마이닝	증강현실 시스템 기반 암호화폐 채굴
광고주	가맹점, 개인, 일반 등 마이닝을 위한 암호화폐를 등록 한 유저
채굴	광고주가 보상으로 등록한 암호화폐를 마이닝 활동을 통하여 획득하는 행위

광고주는 고객 유치를 위한 수단으로써 암호화폐를 공간 또는 장소에 일정량을 등록하는 것으로 광고에 필요한 모든 활동은 종료된다.

사용자는 소다플레이를 통해 채굴할 수 있는 장소와 암호화폐 등을 확인하고 채굴의사가 있을 경우 확인된 장소를 방문하여 형태에 맞는 마이닝 방법으로 등록된 암호화폐를 획득할 수 있다.

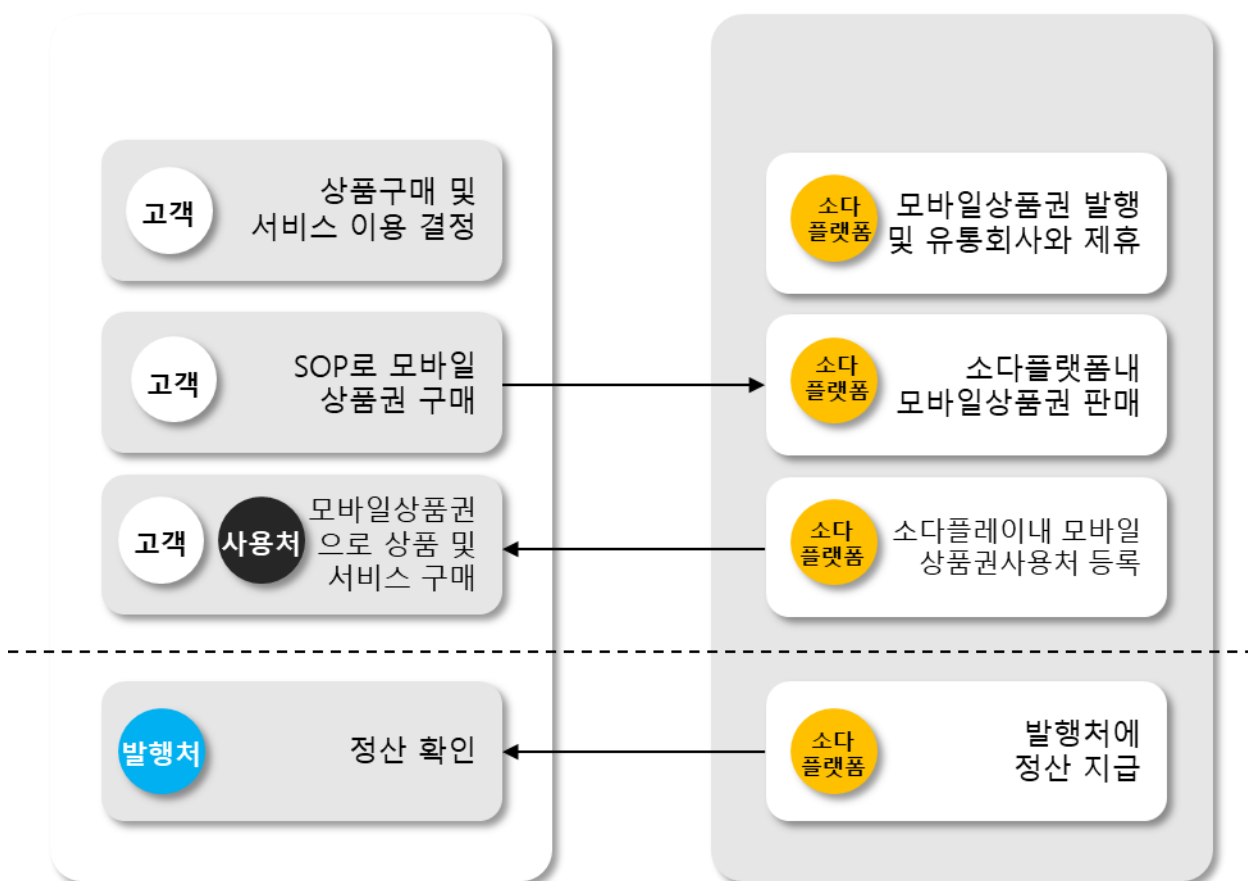
광고주는 유저의 참여로 채굴된 암호화폐의 수량만큼만 광고비용으로 차감되는 CPC (cost per click)방식으로 채굴참여도에 따라 광고비의 증감이 이루어지므로 광고비용 대비 광고 효과는 타 O2O 플랫폼 대비 효율적이다.

**AR 마이닝:** 코인을 증강현실에서 채굴할 수 있도록 제공하는 서비스를 말한다. 광고주가 지정한 장소 혹은 회사가 추천한 장소에 가상의 캐릭터를 설치하고 소다플랫폼을 통해 본 장소에는 AR 마이닝이 가능하다는 점을 홍보한다. 이러한 홍보를 통해 고객은 자연스럽게

소다플레이를 이용하여 증강 현실속의 캐릭터를 마이닝하고 그 과정에서 광고주의 광고가 동영상이나 기타의 수단으로 고객에게 홍보되도록 하는 방식이다.

**3-3-2. 사용처:** 사용처는 회사가 소다플랫폼에서 소다포인트(SOP)를 사용하여 구매가 가능하도록 선정한 다양한 모바일 상품권 및 기타 물품/서비스 등의 제휴 사용처를 말한다. 사용처에 대한 정보는 고객이 쉽게 식별하도록 소다플레이 메인 화면과 사용처 페이지에 별도로 표시한다. 현재는 모바일 상품권 방식의 간접 결제만을 지원하고 있으나, 향후 직접 오프라인에서 결제가 가능한 인프라 구축과 시스템 연동, 국내와 해외 사용처 개발 등 O2O 통합 결제 시스템을 구축할 계획이다.

다음은 소다포인트 결제 흐름도이다.

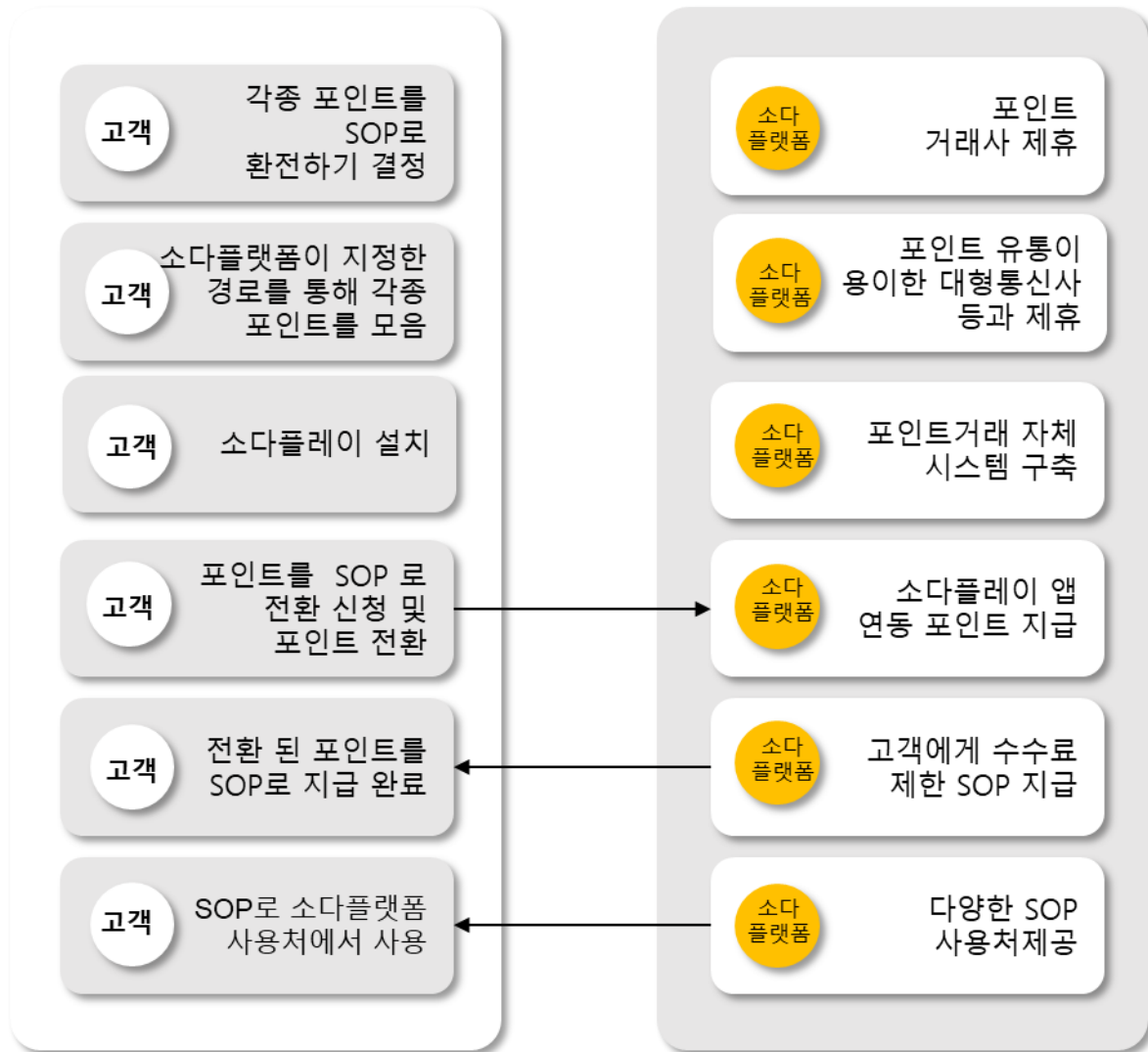


<그림 3. 소다포인트로 모바일상품권 구매 후 사용처 이용 흐름도>

시중에서 유통되는 각종 다양한 모바일 상품권을 소다플랫폼 내에서 이용 가능하도록 설계하였다. 고객이 SOP로 모바일 상품권을 구매하고 그 사용처에서 쉽게 사용하도록 만든 결제 구도이다. 소다플레이에서는 그 사용처가 고객의 위치기반으로 지도상에 표시되므로

고객은 쉽게 사용처를 찾을 수 있다. 사용처 또한 모바일 상품권을 보유한 고객들을 본인들이 운영하는 점포로 유치하기 위해 소다플랫폼을 이용한 보상용 광고 시스템을 적극적으로 활용할 수 있다.

다음은 소다플랫폼에서 신용카드 포인트 및 각종 포인트를 활용하는 흐름도이다.



<그림 4. 포인트 사용시 흐름도>

국내외 카드사와 통신사를 포함한 다수의 기업들은 고객유치와 보상을 위해 사용료의 일정량을 각자가 발행한 포인트로 고객에게 제공하고 있다. 이렇게 발행되는 수 많은 종류의 포인트는 고객들의 무관심과 소액이라는 점, 사용처가 제한적이라는 점 등의 이유로 상당부분 소멸되는 것이 현실이다.

소다플랫폼에서는 고객들의 무관심 속에 숨겨져 있는 자산을 고객이 스스로 발굴하게 지원하고, 이를 소다포인트(SOP)로 통합하여 사용가능 하도록 시스템을 제공하여 소액으로 흩어져 있던 각종 현금성 포인트를 실생활에서 사용이 가능하도록 서비스를 제공하고 있다.

**3-3-3. 코인 환전 시스템** : 프로젝트의 목적에 따라 발행되는 다양한 종류의 암호화폐가 유통되기 시작하였으며, 본격적인 인프라가 구축 경쟁시대가 도래하고 있다. 그러나 이러한 환경은 고객이 많은 종류의 코인이나 토큰 등을 본인의 지갑에 소유해야 하고, 이를 재화로 인식하여 사용하도록 하는 등 제약사항도 동반하고 있다. 소다플랫폼에서는 이러한 환경 속에서 다양한 코인을 보유한 고객들에게 기준통화로 사용될 수 있는 한 종류의 포인트(SOP)로 바꿔주는 서비스를 하기 위해 코인 환전시스템을 운영한다. 코인 환전시스템은 다양한 거래소 제휴를 통해 저렴한 거래 수수료를 제공하고, 실제 거래 시 합리적인 가격으로 매도할 수 있는 거래소를 고객이 직접 선택하도록 고안하여 환전 간 발생할 수 있는 가치하락을 최소화할 수 있도록 하였다. 코인 환전시스템은 소다플랫폼이 인가하는 코인/토큰이라면 언제든지 쉽게 SOP 로 전환할 수 있으며, 향후 소다포인트(SOP)를 보유한 고객은 코인 환전시스템을 통해 SOC 로 양방향 전환이 가능하다.

다음은 코인 환전할 경우 흐름도 이다.



<그림 6. 코인환전 시 흐름도>

### 3-4. 소다월렛

소다월렛은 비트베리와 제휴를 통해 보안과 서비스 안정성에 중점을 두어 플랫폼의 신뢰성을 높이도록 설계하여 소다월렛으로 서비스하고 있다. 플랫폼 사용자 간 동일한 월렛 환경을 제공함으로써 빠른 코인 전송속도와 사용자 간 가비스를 무료로 제공할 수 있다.

소다월렛은 소다플레이에 기본 탑재되어 비트베리 지갑과 연동하여 사용할 수 있으며, 소다플레이 앱에서 간편하게 코인 및 토큰을 저장, 송금, 결제 등을 서비스하고 있다. 또한 3-3-3 에서 기술한 코인 환전 시스템을 지원하도록 개선되었다.

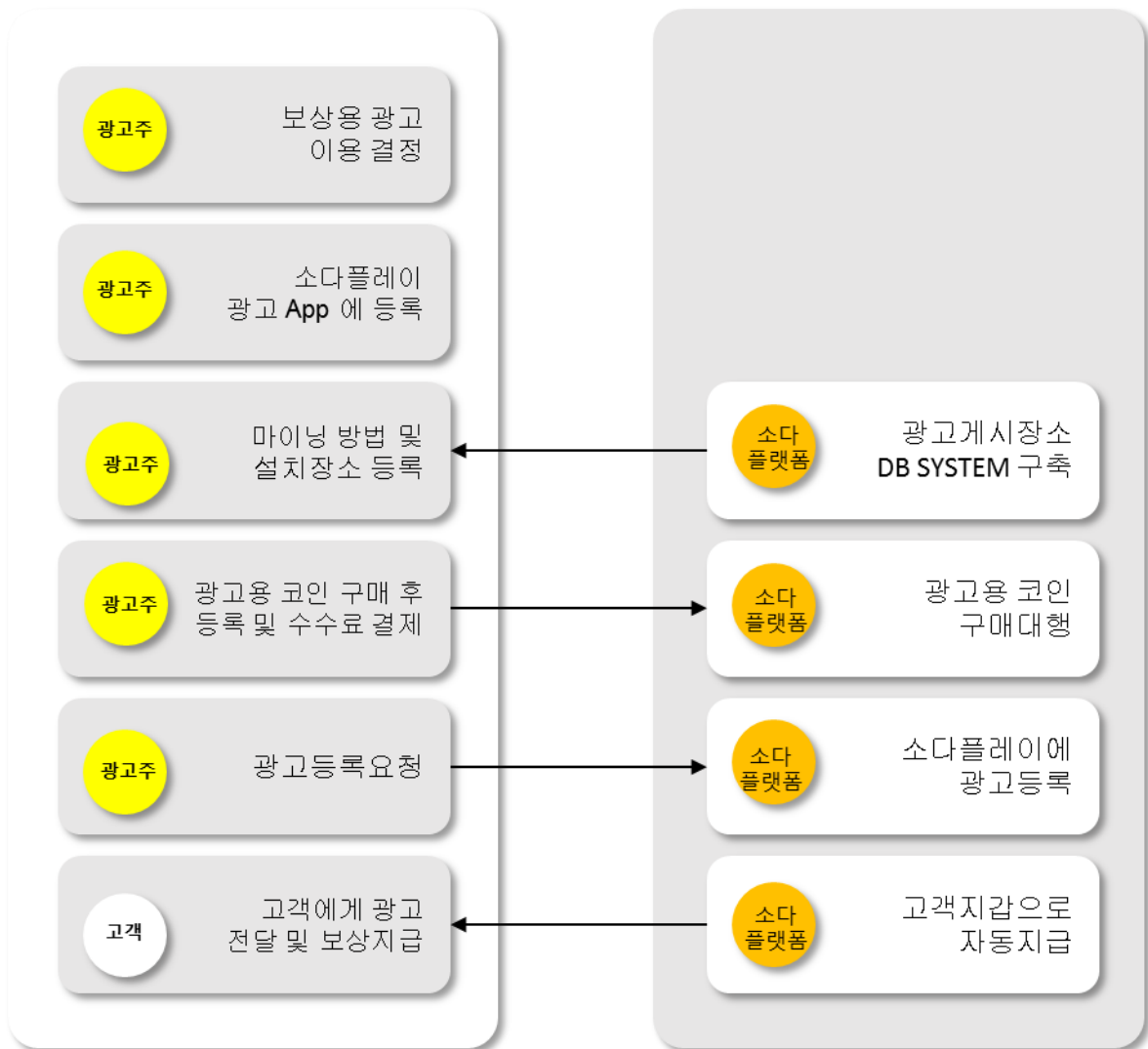
다음은 소다월렛의 특징이다.

1. 소다플랫폼이 지정한 다양한 포인트와 암호화폐를 소다포인트(SOP)로 전환하여 사용가능 하도록 지원한다.
2. 비트베리 지갑 사용자는 회원가입 없이 본인인증으로 간편하게 서비스를 지원한다.

### 3-5 소다플레이 광고

소다플랫폼에서 광고할 수 있도록 광고주가 직접 신청할 수 있는 App 으로서 광고의 게재와 광고비의 집행 등을 광고주 스스로 손쉽게 처리할 수 있도록 설계되었다. 광고의 형태는 현재 게시형 광고, 마이닝 광고 등으로 구성되었다. 이후 광고주가 원하는 다양한 형태로 광고를 송출 또는 서비스가 되도록 연구 개발하여 지속적으로 광고의 영역을 확장할 것이다. 고객 전용 DApp 인 소다플레이와 별도로 소다플레이 광고라는 App 으로 출시될 것이다.

다음은 광고 집행과정에 대한 흐름도이다.



<그림 7. 광고집행 시 흐름도>

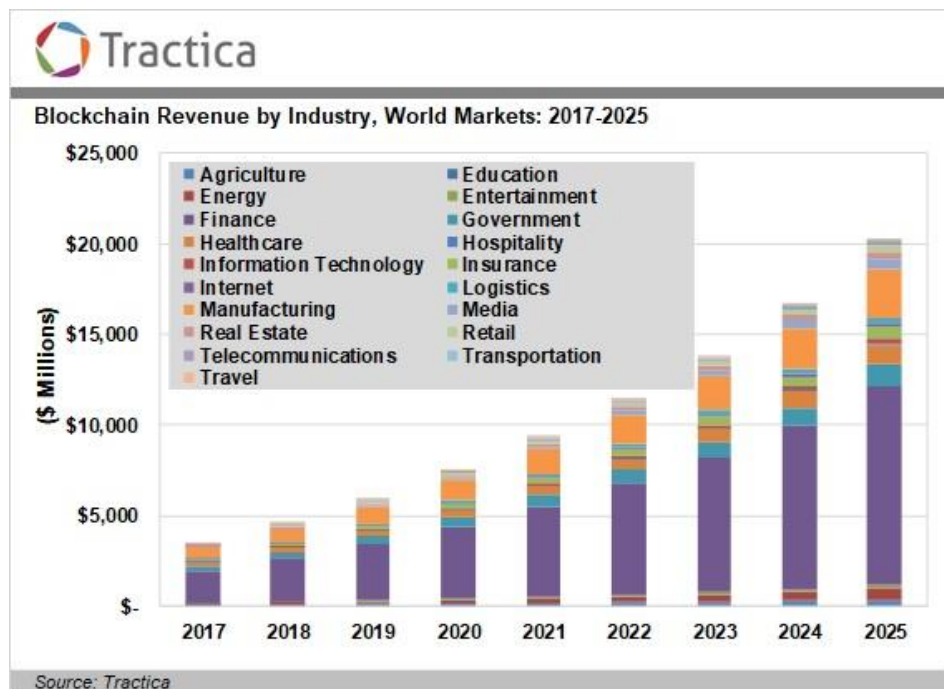


사용처와 코인 발행사는 물론이고 수 많은 광고플랫폼 중 효율성을 중시하는 광고주들은 광고가 집행된 만큼 고객에게 직접 광고료를 지급하는 방식의 광고방식을 선호하게 될 것이다. 사용처의 경우, 보유 서비스나 상품등을 홍보하기 위해 광고와 상호작용하는 고객을 대상으로 코인을 활용한 보상광고를 진행할 수 있다.

코인 또는 포인트 채굴행위인 '마이닝'의 보상 학습을 통하여 광고주와 사용자 모두가 보다 적극적인 광고의 게시와 소비가 이루어 질 수 있도록 설계하였다.

## 4. 토큰 이코노미

현대의 경제 참여자들의 높은 정보력과 합리적인 판단을 고려하면 기존 경제 생태계를 대체할 수 있는 강력한 무기가 확보되지 않은 상태에서는 어떠한 경제 모델도 새로운 경제 생태계를 구성하는 것이 불가능한 것이 현실이다. 블록체인 기술의 발달로 시작된 암호화폐의 탄생은 투자수단을 넘어 실물경제의 결제수단으로 변화가 가속화하고 있음이 이를 반영한다.



<그림 8. Tractica 보고서, 2017><sup>1</sup>

Tractica 의 2018 년 보고서에 따르면 2025 년 블록체인으로 인한 산업의 매출 규모는 전세계적으로 200 억 달러를 넘어설 것으로 전망한 바 있다. 2019 년 6 월 현재 암호 화폐 전체 시가총액은 2,450 억 달러로 2,000 개가 넘는 암호화폐가 18,000 여 개의 시장에서 거래되고 있으며, 시장의 급격한 팽창은 산업의 성장속도를 월등히 앞서가고 있는 것이 현실이다.

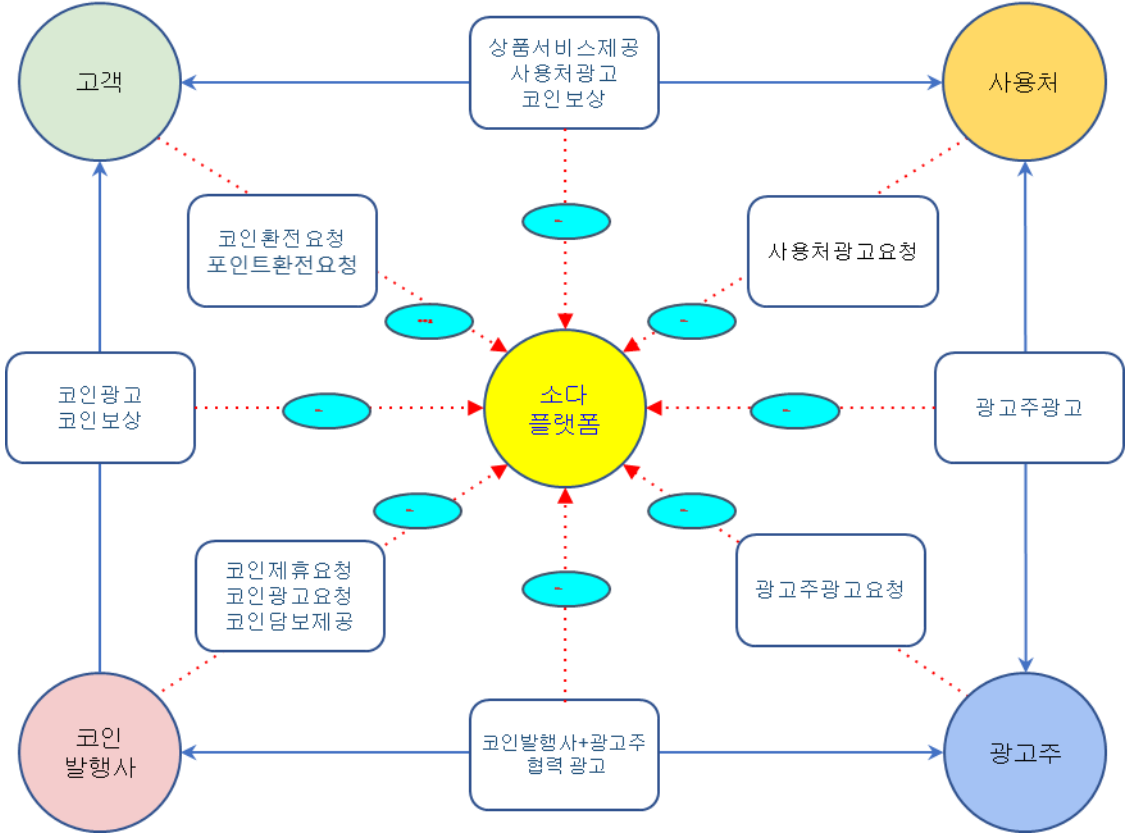
지금까지는 암호 화폐를 실생활에서 사용하는 것이 쉬운 일이 아니었다. 하지만, 삼성과 같은 글로벌 기업들의 코인 사용 인프라 구축과 함께 다양한 토큰 이코노미가 시장에 도입되고 있어 향후 새로운 영역에 대한 도전들이 가시화될 전망이다.

소다플레이는 이러한 시대 상황에 맞는 효과적인 방향을 제시하여 시장을 선도하는 것을 목적으로 설계되었다. 소다플랫폼은 모든 참여자들의 이익이 각자 발생되도록 설계하여 자발적인 참여를 유도하는 것이 핵심 기능이다.

---

<sup>1</sup> 출처 : Tractica, Blockchain Renewal by Industry, World Markets: 2017-2025 , <https://www.tractica.com/newsroom/press-releases/enterprise-blockchain-revenue-to-surpass-20-billion-by-2025/>

소다 토큰이코노미 참여자 상호 작용도



<그림 9. SODA TOKEN ECONOMY 참여자 상호 작용도>

**참여자 중 고객의 이익**

채굴을 통해 코인을 획득할 의향이 있는 고객은 다양한 방법으로 각종 Air Drop 용 코인을 채굴하여 보상으로 얻는다. 이는 특별한 노력과 전문 장비의 동원을 통한 보상이 아닌, 실생활에서 하던 소비활동을 그대로 이어가며 받을 수 있는 보상이다. 고객은 평소 방문하던 매장이나 온라인 제휴처 등 소다플랫폼이 지정한 모든 장소에서 광고와 상호작용하고 그 보상으로 일정량의 코인을 쉽고 다양한 경로로 지급받게 된다. 이러한 간편 채굴 - 보상 프로세스를 통해 지급받은 소량의 다양한 종류의 코인들을 고객은 소다플레이어를 통해 현금처럼 사용할 수 있는 소다포인트(SOP)로 모두 교환할 수 있다. 또한 코인에 대한 지식이 부족하더라도 내가 보유하고 있는 코인의 가치만 알 수 있다면 소다플레이어를 이용해 상응하는 가치의 SOP로 전환하여 실생활에 사용할 수 있다.

고객이 각종 카드사나 통신사 등으로부터 획득한 포인트는 그 사용이 매우 제한적이어서 다양한 서비스나 물품구매를 사용하는데 불편함이 있을 수 있다. 고객은 소다플랫폼을 이용하여 각종 포인트를 쉽게 소다포인트(SOP)로 바꿀 수 있고 이를 소다플랫폼이 제공하는 다양한 사용처에서 사용이 가능하게 되는 혜택이 있다.

향후 소다토큰 이코노미는 글로벌 확장을 지향하므로 확장 시 별도의 환전이나 신용카드 대신 현재 보유하고 있는 코인을 현지에서 서비스 및 운용되는 SOP 로 바꿔 해외에서의 소비가 가능하게 될 것이다. 또한 해외 고객이 국내 방문 시 비트코인이나 이더리움 등의 암호화폐로 국내 서비스를 이용 할 수 있어서 기존 화폐를 환전하고 사용하는 것 보다 비용 및 편리함에 더 많은 이익을 갖게 될 것이다.

$A_1$  = 보상용 코인을 재화인 SOP 로 전환 사용하여 발생하는 이익

$A_2$  = 포인트를 모아서 재화인 SOP 로 전환 사용하여 발생하는 이익

$A_3$  = 해외사용 시 환전 수수료 및 교환의 편익에서 발생하는 이익

$f_1$  = 코인을 SOP 로 전환 시 수수료

$f_2$  = 포인트를 SOP 로 전환 시 수수료

$f_3$  = SOP 를 SOC 로 전환 시 수수료

$$S_1 = \sum(A_1 + A_2 + A_3) - \sum(f_1 + f_2 + f_3) > 0$$

※ 상기의 수식은 추정으로 계산한 것으로서 상이한 결과가 나올 수도 있음

## 참여자 중 사용처의 이익

사용처에서 암호화폐로 직접 결제를 받을 경우 암호화폐의 화폐가치가 시세 변동으로 인해 불안정하다는 점과, 코인으로 결제를 받아도 이를 손쉽게 현금으로 교환할 수 없다는 점, 사용하는 고객들이 적다는 이유 등으로 암호화폐 사용을 꺼리게 된다. 또한 사용처에서 암호화폐를 직접 받기에는 POS 시스템, 결제시스템 등을 보완하거나 새로 도입해야 하는 복잡하고 비용이 발생하는 문제점이 현실적으로 대두된다. 소다플랫폼에서 궁극적으로는

많은 매장에 SOP 가 사용되도록 이러한 시스템의 문제를 개선하는데 연구하고 준비하여 향후 좀 더 효율적인 암호화폐 결제시스템을 출시할 예정이다.

현재는 간접결제 방식으로 모바일 상품권을 구매하여 사용할 수 있도록 결제 서비스를 제공하고 있다. 이 방법은 고객이 SOP 로 다양한 매장에서 다양한 서비스나 물품을 구매할 수 있도록 이미 사용처가 확보된 모바일 상품권 이용 제도를 도입한 것이다. 소다플랫폼이 이 시스템을 도입함으로써 사용처의 기존 결제 시스템을 변경 하지 않고도 마치 실생활에서 즉시 결제가 가능한 사용처를 확보하는 것이다. 사용처는 고객유치의 목적으로 본인의 물품 또는 서비스를 고객에 널리 알리기 위해 소다플랫폼을 통해 광고를 할 수 있다. 또한 사용처는 타사의 광고를 게재하고 광고수익의 일부를 분배 받을 수 있도록 공과 시스템을 고안하였으나 현재의 버전에서는 광고매체로의 기능은 제공하고 있지 않으며, 향후 적용될 예정이다.

$B_1$ = 소다플레이에 사용처로 등록되어 무상으로 고객들에게 광고가 노출되는 이익

$B_2$ = 새로운 고객 영역인 코인사용자들을 소다플레이를 통해 고객으로 유치 하는 이익

$B_3$ = 다양한 포인트를 보유한 새로운 영역의 고객을 소다플레이를 통해 고객으로 유치하는 이익

$B_4$ = 보상용 광고 집행 시 광고비용이 고객에게 직접 전달되는 효율적인 광고이익

$B_5$ = 소다플랫폼의 QR 광고를 사용처에 게재하려는 광고주들로부터 얻는 이익

$f_4$ = 사용처의 광고를 소다플랫폼에 게재 할 경우 발생하는 광고수수료

$f_5$ = 직접결제로 받은 SOP 를 현금으로 교환 시 발생하는 수수료

$$S_2 = \sum(B_1 + B_2 + B_3 + B_4 + B_5) - \sum(f_4 + f_5) > 0$$

※ 상기의 수식은 추정으로 계산한 것으로서 상이한 결과가 나올 수도 있음

## 참여자중 광고주의 이익

광고주는 소다플랫폼을 광고매체의 수단으로 사용하길 원하는 모든 일반 광고주를 포함하여 소다플랫폼의 참여자인 사용처나 코인 발행사 또한 광고주라 한다. 광고주는 리워드 광고나 타겟 광고를 통해, 코인을 채굴하고 싶은 고객의 적극적인 참여로 광고효과를 극대화 할뿐만 아니라, 고객에게 광고가 전달된 만큼만 광고료가 지불되는 마케팅을 채택하여 보다 효율적으로 광고를 집행할 수 있다.

$D_1$  = 고객에게 광고가 전달되는 만큼만 광고료가 지급되는 효율적인 광고이익

$D_2$  = 광고로 보상 받은 고객에 대한 마케팅 정보 수집으로 사업 전략 수립 시 발생하는 정보의 이익

$D_3$  = 소다플랫폼의 참여자인 코인 발행사와 제휴하여 코인 발행사의 홍보용 코인을 저가로 보상용 광고에 적용 하는 이익

$f_9$  = 소다플랫폼 광고를 이용 시 발생하는 광고 수수료

$f_{10}$  = 소다플랫폼 광고 이용 시 광고를 접한 고객에게 보상하는 광고비

$f_{11}$  = 소다플랫폼에 보상용 코인 구매 시 발생하는 코인 구매대행 수수료

$$S_4 = \sum(D_1 + D_2 + D_3) - \sum(f_9 + f_{10} + f_{11}) > 0$$

※ 상기의 수식은 추정으로 계산한 것으로서 상이한 결과가 나올 수도 있음

## 코인발행사의 이익

통상적으로 코인 발행사는 자체적으로 발행한 코인의 사용처를 확대하여 활용도를 높이기 위해 일정 물량을 에어드롭으로 제공하여 홍보에 사용한다. 코인발행사는 소다플랫폼을 통해 게임처럼 코인 채굴을 즐기는 고객과 만나게 되고 이를 통해 자연스럽게 자신들의 코인의 홍보 및 유통을 유도할 수 있다. 또한 소다플랫폼을 통해 해당 코인을 사용하여 보상광고를 원하는 광고주를 만날 수도 있다.

$C_1$  = 발행사 코인이 소다플레이어에서 사용이 가능함으로써 실생활 이용이 가능한 코인임을 홍보하여 발생하는 코인 가치의 상승 이익

$C_2$  = 소다플랫폼을 이용하는 광고주들이 발행사 코인을 광고보상용으로 구매하여 사용되면서 발생하는 유통량 증대로 인한 이익 및 코인 홍보 이익

$f_6$  = 소다플레이어에 발행사 코인을 등록 할 때 발생하는 수수료

$f_7$  = 소다플랫폼에 발행 코인을 홍보 하기 위해 무상으로 고객에게 지급하는 홍보용 코인비용

$f_8$  = 소다플랫폼에 광고를 게재하는 광고주들에게 보상용 코인으로 발행 코인을 적용시키기 위해 지원하는 할인된 코인 비용

$$S_3 = \sum(C_1 + C_2) - \sum(f_6 + f_7 + f_8) > 0$$

※ 상기의 수식은 추정으로 계산한 것으로서 상이한 결과가 나올 수도 있음

## 결론

이해당사자 간 협동조합 개념을 도입한 함께 성장하는 토큰 이코노미가 새로운 경제시스템의 핵심으로 부상할 것이다. 소다 토큰 이코노미는 각 참여자가 각자의 이익을 위해 자발적으로 생태계에 편입하고 활동할 수 있도록 시스템과 플랫폼을 제공한다. 소다 토큰 이코노미의 생태계 유지를 위해 오직 참여자의 활동에 따른 발생 이익이나 편익 중 일부만을 수수료로 책정하여 최소한의 개입으로 시스템의 운영과 유지, 보완이 지속 가능하도록 설계되었다.

토큰 이코노미 생태계는 이제 전 세계의 모든 도시에서 본격적인 각축을 벌일 것이다. 소다플랫폼은 가장 빠르고 완전하게 시장 친화적인 실생활 암호화폐 사용을 위한 전문 플랫폼으로 자리하여 참여자들과 함께 소다 토큰 이코노미가 시장을 주도하도록 할 것이다.

# 5. 멤버 소개

## Lead Member

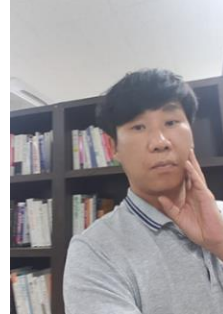


**Yu, Jae Beom**

CEO, Co-Founder

IT Planning & Marketing Specialist  
Director of numerous successful web, mobile app, and mobile game services .

Monster cube Co. Ltd. (Syrup table) CEO  
Freechalgames Co. Ltd.  
Osp Corporation CEO



**Seo, Jong Ho**

CTO, Co-Founder

Big data, AI Specialist  
Big data analysis & Artificial intelligence Project PM  
Haansoft Inc.(한글과컴퓨터)  
Samsung electronics Co. Ltd.  
Gurumedia CEO



**Ryan, Youngho Cho**

CFO, Co-Founder

B.A Mathematics and Statistics,  
Columbia University

M.S New Energy Engineering, Seoul  
National University of Science and  
Technology



**Seon, Yo Seop**

CCO, Co-Founder

AI-transportation engineering,

IT Planning & Blockchain Specialist  
Director & PM of numerous successful

RFID, NFC, mobile service, car sharing,  
ICT projects  
National Information society Agency

National IT Industry Promotion Agency

2 patent of block chain technology



**Park, Yong Gu**

Marketing Team

IT Planning & Marketing Specialist

Director & PM of numerous successful  
web, mobile app, energy and ICT

projects

Abydos Co. Ltd. CEO



**Moon, Jong Sub**

Professor, Department of Electronics and  
Information Engineering, Korea University  
Illinois Institute of Technology, PHD  
Seoul National University, MS



## Advisor



### Kim, Hae Sun

International marketing and financial specialist.

Over 20 year experience in the US and China market.

Speaker in international conference, editor of

“China Market, New Entry Method”

Close relationship with Chinese PE, Capital market experts & Government entities.



### Joo, Byung Hwe

PC security specialist  
Inca internet Co. Ltd. CEO  
Torinet Co. Ltd. CEO



### Moon, Sung Joon

Mobile Application Security Specialist

eNsecure CO., LTD. CEO

Interbizen technology CO.,LTD. CEO

MJL technology korea CO.,LTD.

CA korea., LTD. System engineer/PM

STG Security Business Dept. Director

Fortify Software Korea CEO



### Jung, Soon Kwon

Specialist in On-Line Mobile Game Business

Blockchain, Pin-Tech in Korea with 20+ years of experience.

Producer of Talesrunner

O2Jam.Owner of O2Jam IP

## 6. 면책조항(법적고지)

---

본 면책 조항의 모든 내용을 주의 깊게 읽기를 바랍니다. 귀하의 향후 행동에 대해 확실하지 않다면 법률, 재무, 세무 등 기타 전문가의 자문을 구할 것을 권장합니다.

1. 본 백서는 작성 당시를 기준으로 SODA 플레이 프로젝트와 관련 일반 참고 목적으로만 배포되었으며 검토 및 수정될 수 있으며, 최종본이 아님을 유의하시기 바랍니다. 따라서 본 백서는 비정기적으로 업데이트될 수 있으며, 사업 운영, 재정 상태 등의 변화에 따라 본 문서에 기재된 정보가 변경될 수 있습니다.

2. 본 백서는 그 어떤 경우에도 SODA Coin(SOC) 발행인/배포자/업체의 토큰 판매 또는 구매 제안으로 해석되지 않아야 하며, 이 문서의 제시 또는 문서 자체가 계약 및 투자 결정에 근거가 되거나 의존되어서는 안됩니다.

3. SODA Coin(SOC)는 증권, 사업신탁의 단위, 또는 집단 투자 계획의 단위를 구성하기 위한 것이 아니며, 이에 대한 각 정의는 싱가포르 증권선물법 또는 기타 관할 구역의 동등한 규정에 명시된 정의를 따릅니다. 따라서 본 백서는 사업 계획서, 사업 설명서, 제안서 등으로 제공된 것이 아니며, 그 어떤 관할권에서도 증권, 사업신탁의 단위, 집단 투자 계획의 단위 등 투자 제안이나 모집으로 해석되어서는 안됩니다.

4. 본 백서에 기재된 정보는 규제당국의 검토, 검사, 승인을 거치지 않았습니다. 이러한 조치는 그 어떤 관할권에서도 취해지지 않았으며 앞으로도 없을 것입니다.

5. SODA Coin(SOC)의 구매를 희망하는 경우 SODA Coin(SOC)을 다음과 같이 이해, 해석, 분류, 취급해서는 안됩니다: (a) 암호화폐가 아닌 다른 화폐, (b) 그 어떤 기관에서 발행한 채권 및 주식, (c) 이러한 채권 및 주식에 대한 권한, 옵션, 파생상품, (d) 투자수익 보장 또는 손실 회피가 목적이거나 이를 목적으로 사칭하는 차액계약 및 기타 계약 하의 권리, (e) 집단 투자 계획, 사업신탁 등 증권의 단위 또는 파생상품.