

ReapChain BusinessPaper

Fintech

ver 0.9

Contents

1. 초록	03
2. ReapPay 사업 개요	04
2-1. 간편결제/송금시장 개요 및 현황	
2-2. 간편결제/송금시장 기술 개요	
2-3. ReapPay의 필요성	
3. 서비스(사업) 내용 및 기술 정의	10
3-1. O2O 플랫폼 서비스	
- ReapPay / ReapPick / ReapOrder	
3-2. O2O 플랫폼 부가 서비스	
- 통합 정산 및 매출 누락 방지 서비스/내일 드림(先정산) 서비스/맞춤형 광고(Push) 서비스	
3-3. 암호화폐 예치 및 소액 대출 서비스	
3-4. 해외 간편결제 및 송금 서비스	
4. ReapPay Ecosystem	21
4-1. ReapPay Ecosystem	
4-2. ReapPay의 Pay 용도	
4-3. 비즈니스 및 수익 모델	
4-4. ReapPay Reward 정책	
5. 목표 시장 및 진출 전략	25
5-1. 글로벌 시장 현황	
5-2. 중국 시장 분석 및 사업화 전략	
5-3. 중국 진출 세부전략 - 외자 기업 설립 및 현지 업체와의 제휴	
6. 예상 매출 및 수익성	31
6-1. 중국 진출 전략에 따른 예상 매출 및 수익	
6-2. 국내 예상 매출 및 수익	

1. 초록

디지털 기술이 발전하고 금융 시스템 역시 다양한 변화를 겪으면서, 이제는 인터넷 뱅킹이나 삼성페이, 알리페이 등과 같이 모바일 결제가 일반화된 사회에 살고 있습니다. 하지만 현대 금융 시스템은 중앙집권화 된 시스템으로 인해 보안, 정보비용, 거래안정성, 유지비용 등 여러가지 부작용을 내포하고 있으며, 해당 시스템 유지 및 구축을 위해 엄청난 기술적 및 비용적 사항이 요구됩니다.

즉, 현재 금융 결제 시스템은 다양한 기관과 기업 등 상호 유기적으로 결합된 복잡한 네트워크로 이루어져 있기 때문에 서로 호환이 가능한 지불 시스템과 내부 정보교환을 위한 인증 시스템, 메세징 네트워크 등을 구축해야 합니다. 또한 이러한 복잡한 금융 시스템의 구조로 인해 개인정보 침해나 해킹에 의한 보안 위협이 발생하고 있으며, 중계 수단 간에 교환되는 수많은 정보에 대한 신뢰성을 확보하기 어려운 상황입니다.

디지털 결제 시장에서 발생하는 상기 문제점을 해결하기 위한 방안으로 네트워크 암호화 기술이 요구되고 있으며, 블록체인의 암호화 기술은 중앙집권화 된 단일 기업 중심체제에서 개방된 분산형 네트워크 시스템이 가능해지도록 합니다. 블록체인 기술은 데이터의 신뢰성과 효율성을 제공하는 분산컴퓨팅 기술로서 불간섭 및 시간증거기록을 원칙으로 하고 있으며, 분산원장 기술과 참여자들 간 상호신뢰를 기반으로 한 P2P 네트워크 활동으로 정의되는 4차산업 기술입니다. 이에 따라 금융권에서도 블록체인 기술 도입이 가속화되고 있습니다.

현대 금융 시스템은 여전히 불안하고 복잡하며, 블록체인 기술과 현대 금융 시스템을 융합하기는 어렵습니다. 하지만 ReapPay는 이러한 사항들을 해결하고자 기존 금융 시스템에 기반한 결제 서비스의 한계를 극복하고 블록체인의 안전한 가치를 기반으로 보안성을 높여 현금이나 카드가 필요 없는 새로운 금융 인프라를 구축하고자 합니다.

핀테크의 등장은 스마트폰 이용의 보편화로 소비자의 소비행태가 모바일 중심으로 변화하고 있고, 빅데이터 분석 등으로 소비자에게 맞춤형 금융서비스가 가능해진 환경에 기인합니다. ReapPay는 변화하는 금융 트렌드에 발 맞춰 맞춤형 금융 서비스를 제공하고자 하며, 블록체인 기술력을 기반으로 보안이 더욱 강화된 안전한 금융 결제 서비스를 만들어 가고자 합니다. 또한 Global Payment 시스템으로써 언제 어디서나 환전 없는 금융 인프라를 완성하기 위해 생각하고 나아가고자 합니다.

2. ReapPay 사업 개요

2-1. 간편 결제/송금 시장 개요 및 현황

2-1. 간편 결제 / 송금 시장 개요 및 현황

핀테크 서비스는 글로벌 금융위기(2008년) 이후 모바일지급결제, 외화송금, 금융플랫폼, 개인간 거래(P2P), 대중투자(크라우드 펀딩), 개인자산관리, 보안인증, 금융데이터 분석 등 다양한 금융서비스, 금융채널 및 비즈니스 모델이 출현하면서 은행 중심의 지급결제 산업에서 경쟁과 혁신이 확산되고 있습니다.

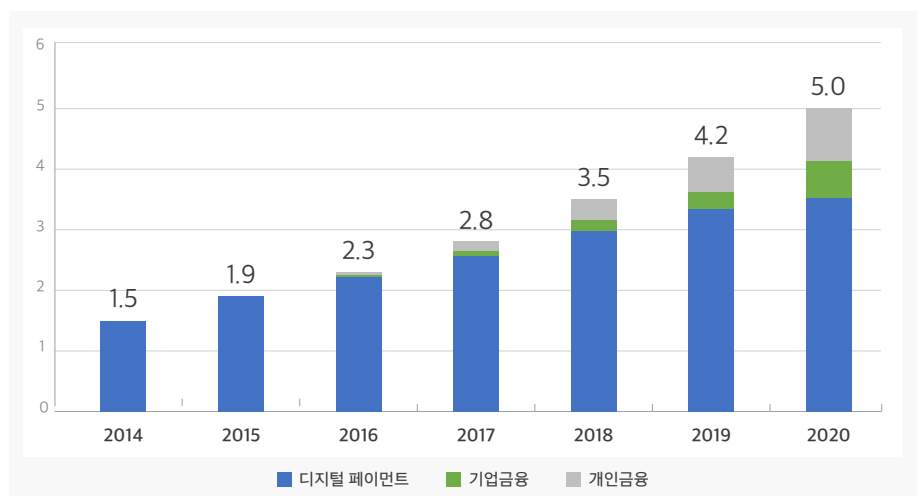
이에 따라 다양한 기술과 플랫폼을 기반으로 한 새로운 형태의 핀테크 산업이 급속도로 부상하고 있으며, 특히 다수의 비금융업자가 Pay타입의 간편결제 수단과 선불유형의 간편송금수단을 기반으로 시장 선점과 확대를 위한 경쟁을 치열하게 펼치고 있습니다.

① 국외시장 현황

- (시장 규모) 금융감독원에서 발표한 '글로벌 핀테크 트렌드 및 감독정책'에 따르면, 글로벌 핀테크 시장은 2014년 1.6조 달러에서 2020년 약 5조 달러 규모 성장했다고 집계했으며, 2023년에는 9.8조 달러까지 증가할 것으로 전망했습니다. 글로벌 핀테크 시장에서 디지털 페이먼트 부분은 기술의 발달, 스마트폰의 보급 등에 힘입어 빠르게 성장 중이며, 소비 생활과 밀접하게 연관되어 이용자 수가 많고, 이용 빈도가 높으며, 적용 범위가 방대하기 때문에 전체 시장 중 77% 이상의 비중을 차지하고 있습니다.

< 그래프1. 글로벌 핀테크 시장규모 >

(단위: 조 달러)



출처: 금융감독원, 글로벌 핀테크 트렌드 및 감독정책, 2020.12

2-1.

간편 결제/송금 시장 개요 및 현황

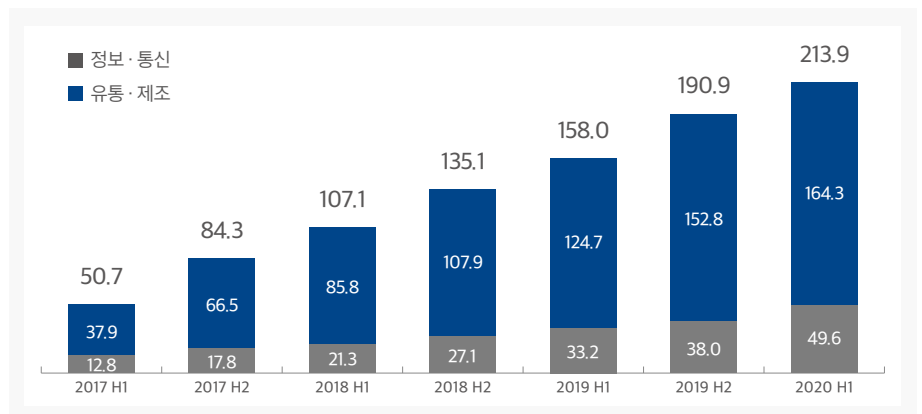
- (구조적 성장 배경) 미국, 유럽, 일본 등은 금융선진국으로 분류되지만 개인소비지출 중 현금 결제 비중이 여전히 높습니다. 특히, 소상공인(중소상점), 생활밀착형 업종 및 소액결제에서 현금 사용 비중이 높아 최근, 기술 발달, 각 국의 정책적 노력, 코로나19 영향 등으로 전세계적인 Cashless화(현금 결제에서 비현금·디지털 결제로 바뀌는 추세)가 가속화되고 있습니다.
- (주요 사업자) 비현금 결제의 대표적인 분야인 페이(pay) 업체는 카카오페이, 삼성페이, 알리페이, 구글페이, 애플페이 등이 있으며 글로벌 기업 간의 치열한 경쟁으로 인해 페이 시장은 2013년 29억 달러에서 2018년 80억 달러 규모로 급성장했다고 경영컨설팅 다국적기업 엑센추어(accenture)는 발표했습니다.
- (지역별 투자 규모) 2020년 상반기 핀테크 동향 보고서(Pulse of Fintech H1 2020)에 따르면, 2020년 상반기 지역별 핀테크 투자액은 미주 지역은 129억 달러, 유럽/중동/아프리카 46억 달러, 아시아/태평양 81억 달러를 유치했습니다. 특히 중국의 경우 코로나19 여파와 중국의 핀테크 산업 규제 정책 강화의 영향으로 투자 건수가 더 감소했음에도 불구하고 2020년 상반기 투자액은 21억 달러(138억 위안)로 여전히 아시아/태평양 지역투자금액의 25%를 차지하고 있습니다.

② 국내시장 현황

- (시장 규모) 최근 급격한 증가세에 있는 국내 핀테크 시장은 2020년 상반기 기준 일 평균 거래건수 731만건, 일평균 이용 금액은 1.9억 달러(2,139억원)로 전년대비 각각 8%, 12% 증가했으며, 한국은행에 따르면 간편결제 시장규모는 2017년 359억 달러, 2018년 719억 달러, 2019년 1077억 달러까지 급증했습니다.

< 그래프2. 2017~2020 국내 일 평균 간편결제서비스 이용 금액 >

(단위: 십억 원)



주) 정보·통신 : 카카오페이, 네이버페이, KPAY, Paynow, UBpay, 페이코, SPC네트웍스, SS페이, 토스페이

유통·제조 : 스마일페이, SSGPAY, L.pay, 삼성페이, 알지페이, 원페이, 배민페이, 쿠파이, SK페이, 위메프페이

출처: 한국은행 (2020.9)

- (사업자별 비중) 한국은행이 발간한 '2018년 금융정보화 추진 현황' 보고서에 따르면, 2018년 금융거래(입출금 및 자금이체 거래 기준) 중 비대면 거래가 91.2%를 차지하고 있으며, 은행 창구를 통한 대면거래는 8.8%에 불과했습니다. 특히 코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기의 영향으로 정보·통신 사업자의 이용 건수와 금액이 증가했습니다.
- (주요 사업자) 국내 간편결제 시장은 각 사에서 공시한 IR자료(누적 가입자 수, 월 활성 이용자 수, 거래액)을 통해 확인된 결과, 서비스 이용자 10명 중 8명이 카카오페이(81.9%) 또는 네이버페이(81.4%)를 사용중인 것으로 조사되었습니다. 하지만, 실생활에서 가장 많이 사용하고 있는 주 이용 플랫폼(1순위) 기준으로는 삼성페이(30.2%)가 근소한 차이로 선두 자리를 차지하며, 뒤이어 네이버페이(29.1%), 카카오페이(14.6%) 등의 순으로 집계되고 있습니다.

2-2.

간편 결제/송금 시장 기술 개요

① 서비스 절차 및 기술유형

비금융업자들은 온라인에서는 PIN 또는 생체정보, 각종 인증기술을 이용하며, 오프라인에서는 휴대폰 기반의 MST, NFC, QR/Barcode 기술을 이용하여 간편결제 및 간편송금 서비스를 제공합니다.

- (간편결제) 온라인 가맹점에서 대금결제시 고객은 간편결제수단을 선택하고 PIN 또는 생체정보 인증방식으로 간편하게 결제하거나 오프라인에서는 단말기에 휴대폰 터치 또는 QR-code 등으로 결제를 완료합니다.
- (간편송금) 고객은 간편송금수단을 선택하고 선불계정에 금융회사 계좌로부터 출금하여 충전한 뒤 수취인 연락처(휴대폰번호, SNS ID 등) 또는 금융회사 계좌번호 등을 기입하고 금액을 입력한 후 송금 버튼을 눌러 간편하게 완료합니다.

② 온라인 인증 수단

- (인증방식) 본인 및 거래인증에 핀·패턴인증, ARS인증, 휴대폰 SMS인증, 계좌·카드인증, 생체인증 등을 활용합니다.
- 비금융업자들은 고객 본인인증 과정을 거쳐 개인정보, 비밀번호, 지급수단을 등록하고 매번 결제·송금시 간편인증을 실시합니다.

< 표1. 주요 간편인증 방식 >

인증방식	인증방법
핀·패턴인증	사전에 등록된 핀번호 또는 패턴을 입력하도록 하여 인증
ARS인증	사전에 등록된 전화번호로 전화를 걸어 인증번호 부여후 입력하도록 하여 인증
SMS인증	사전에 등록된 휴대폰에 문자(SMS)로 인증번호 전송후 입력하도록 하여 인증
계좌인증	고객계좌로 1원 등 소액과 숫자 또는 문자 전송 후 이를 입력하도록 하여 인증
카드인증	사전에 입력한 카드정보(카드번호, 유효기간, CVC 등)로 입력하도록 하여 인증
생체인증	사전에 암호화하여 등록된 생체번호와 입력한 정보의 일치여부를 비교하여 인증

* 출처 : 행정안전부, 공공웹사이트 인증 수단 소개서, 2018. 9., p6~7, 재구성

2-2.

간편 결제/송금 시장 기술 개요

③ 오프라인 인증 수단

- 온라인에서는 결제 단말기 없이 스마트 폰만으로 결제가 가능하지만, 오프라인에서는 근거리 통신기술과 결제 단말기에 따라 다양한 방식이 적용됩니다.
- 오프라인 결제방식으로는 앱카드 방식, MST (Magnetic Secure Transmission)와 WMC (Wireless Magnetic Communication)의 자기장 방식, NFC (Near Field Communication)방식으로 크게 구분됩니다.
- (정보저장방식) 모바일기기에서 일회용카드번호 등의 결제정보 저장방식에 따라 SE(Secure Element), TEE(Trust Execution Environment), HCE(Host Card Emulation)로 구분합니다.

* SE방식은 결제정보를 별도의 USIM카드나 모바일기기에 eSE(embedded SE), microSD카드 또는 Cloud 등에 저장하며, TEE방식은 모바일기기 CPU 등 보안영역에 저장하는데 반해 HCE방식은 모바일 OS에 저장합니다.

< 표2. 오프라인 간편 결제 방식 >

구분	앱카드	자기장방식	NFC
기술	QR/Barcode	MST, WMC	NFC
결제단말기	바코드리더기	기존 MS 단말기	NFC 단말기
정보저장	저장 불필요	TEE방식	SE, TEE, HCE 영역
보안성	일회용 가상카드번호, 가변형 QRcode	암호화된 정보저장, 토큰화기술, Knox 프로그램, 지문인증	암호화된 정보저장, 토큰화기술, 지문인증
적용사	네이버페이, 카카오페이, 토스, 페이코, SSG페이, 카드사 앱카드 등	삼성페이(MST), LG페이(WMC)	네이버페이, 삼성페이, 페이코, SSG페이, 카드사 앱카드 등

2-3.

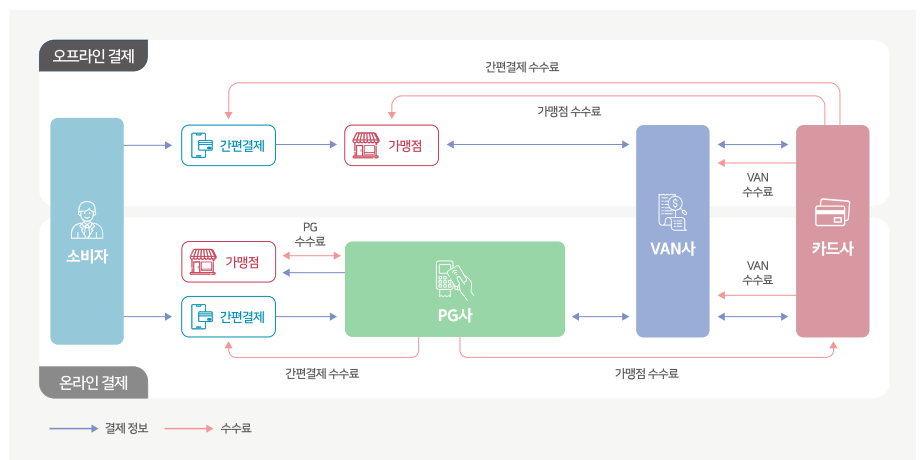
ReapPay의 필요성

① 기존 시장의 문제점

a. 서비스 절차 상의 문제점

- 수수료 문제 : 기존 간편결제 시스템은 결제 절차상 복잡한 구조로 인해 수수료 부담이 가중됩니다. 2020년 상반기 기준 '연 매출액 30억원이하' 가맹점의 수수료율을 보면 네이버 페이, 카카오페이 수수료율이 신용카드보다 높은 것으로 조사되었습니다. 이는 간편결제 기업들의 수수료 매출 대부분을 카드 회사와 전자결제 대행사(PG사)에 지급하고 있는 이중 지불 구조를 가지고 있기 때문이며, 이와 같은 구조적인 문제를 해결할 수 있는 근본적인 방안이 필요합니다.

< 그림1. 기존 간편결제의 결제 프로세스 >



출처 : BNK금융경영연구소

b. 서비스 절차 상의 문제점

- 보안성 취약: 사용자 편의성 등을 고려한 지문인식, 비밀번호 등 단순 인증 방식과 저장된 신용카드 정보 등 개인정보에 대한 보호 장치가 없어 결제 보안 및 개인정보 노출에 취약합니다. 보안성 확보를 위해 스마트폰 없이 얼굴만으로 결제 가능한 일명 '페이스 페이'와 같은 다양한 형태의 서비스가 공개되고 있지만 여전히 개인정보 유출이나 위·변조 가능성, 모바일 가상 계좌 도용 등의 우려가 지적되고 있습니다. 실제로 2020년 모바일 결제 이용 시 발생한 보안 문제 중 약 74.9%가 개인정보 유출과 관련한 사건이었던 것으로 확인되어 보안의 취약성은 모바일 결제 사용자가 우려하는 가장 큰 문제점으로 나타나고 있습니다.

- 범용성 부족: 한국소비자원에서 2019년에 실시한 '기존 모바일 간편결제서비스 이용 시 가장 불편했던 점'에 대한 설문조사 결과에 따르면 '가맹점마다 특정 결제 서비스를 사용하도록 제한하는 것'이란 응답이 30.7%로 설문결과 중 두 번째로 높은 응답 결과가 나왔습니다. 이와 같은 결과는 모바일 간편결제를 제공하는 업체마다 앱 카드, NFC, MST 등 결제방식에 따라 필요한 기기 및 프로그램이 다르기 때문에, 간편결제 서비스를 제공하는 업체의 가맹점에서만 사용 가능하기 때문입니다. 또한 가맹점에서는 이러한 결제 서비스를 제공하기 위해 추가 기기나 프로그램 설치해야 하기 때문에 모든 결제수단을 도입하기에는 어려움이 발생합니다.

2-3.

ReapPay의 필요성

② ReapPay의 개요 및 Solution

a. 블록체인 기반 강력한 보안을 바탕으로 탈중앙화된 P2P 거래 시스템 구축

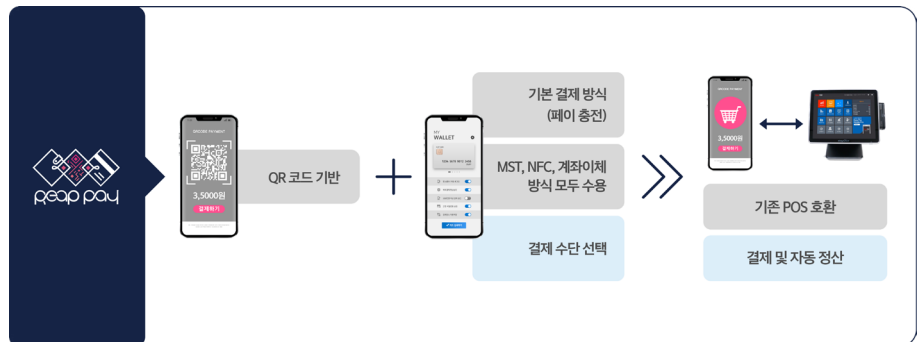
< 그림2. 블록체인 기반 P2P 거래 시스템 구조 >



- ReapPay는 블록체인 기술을 기반으로 중앙화된 결제 시스템이 아닌 소비자와 가맹점 간의 P2P 거래를 구축하고, 거래 시 발생하는 데이터를 블록에 생성하고 저장함으로써 이를 통해 결제 과정이 적합한지 이전 거래들을 검증함. 블록체인은 거래 내역을 여러 노드로 분산 저장하기 때문에 해킹 및 위변조를 원천적으로 차단함으로써 안전한 거래를 보장합니다.

b. 기존 POS 호환 및 타 결제수단의 연동을 통한 사용자 편의성 제공

< 그림3. ReapPay 시스템 구조 >



- ReapPay는 기본적으로 QR간편결제를 추구하며, 기존 간편결제방식인 MST, NFC, 계좌이체 등을 모두 수용함으로써 새로운 결제 수단에 대한 고객의 거부감을 최소화하고, 결제의 신속성과 편의성을 동시에 제공하여 모든 지급수단의 통로 역할을 하고자 합니다.

- 또한, 기존 사용 중인 POS 프로그램과 호환이 가능한 연동 API를 개발하여 이미 사용 중인 POS프로그램을 대체하지 않아도 소비자의 스마트폰에 설치된 ReapPay 앱을 통해 결제가 가능합니다.

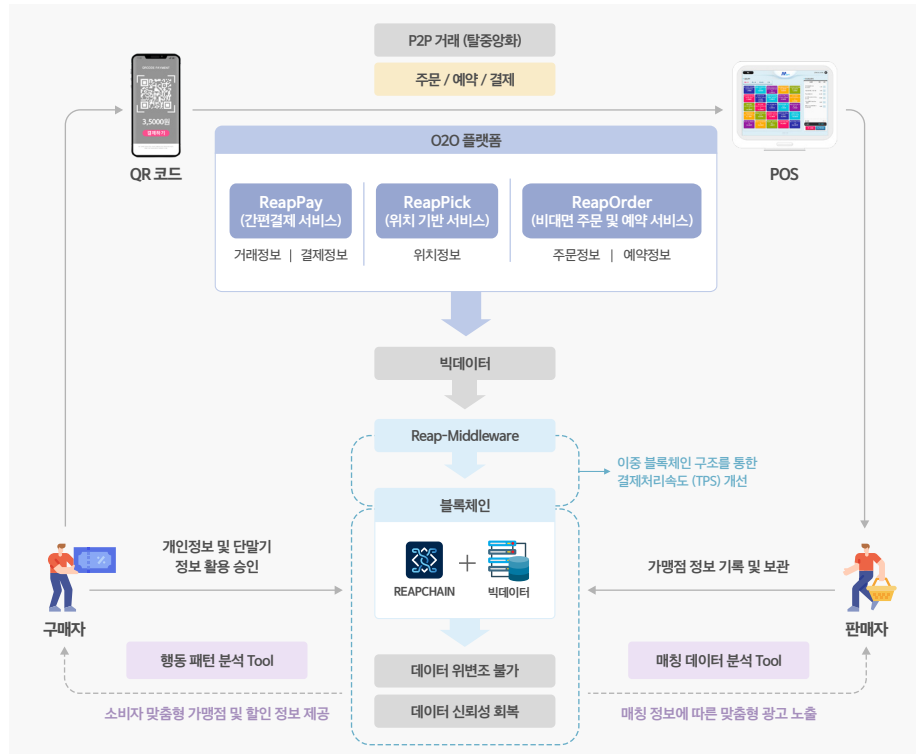
3. 서비스 (사업) 내용 및 기술 정의

3-1.

020 플랫폼 서비스

- ReapPay
- ReapPick
- ReapOrder

< 그림4. 블록체인 기반 O2O 플랫폼 구조 >



ReapPay는 블록체인 기술의 핵심인 '탈중앙화', '거래비용 감소', '투명성 보장', '정보의 비 대칭성 해소'를 통해 공유경제의 개인간 거래에 따른 안전에 대한 우려, 거래 및 신뢰프로세스 미흡, 수요자와 공급자간 정보 비대칭성, 수집된 개인정보에 대한 보호 및 관리 등의 문제점을 해결하고, 'ReapPay / ReapPick / ReapOrder'를 기반으로 개인과 개인, 기업과 개인, 기업과 기업간의 거래 네트워크를 활성화하기 위한 O2O 플랫폼을 구축하고자 합니다.

3-1.

020 플랫폼 서비스

- ReapPay
- ReapPick
- ReapOrder

① ReapPay

< 그림5. 'ReapPay & Reap Wallet'과 기존 플랫폼과의 연동 >



a. 선불전자지급수단 (ReapPay): 선불전자지급수단인 ReapPay는 온/오프라인에서 모두 사용 가능하며 ReapChain 거버넌스의 모든 O20 플랫폼 서비스를 자유롭게 이용하기 위한 전용 결제 수단임. 소비자는 ReapChain 플랫폼 내 제휴되어 있는 Alliance 기업 서비스를 제한 없이 자유롭게 사용 가능하며, ReapPay을 통한 유동적인 결제 서비스를 경험할 수 있음. 또한 기업별로 파편화된 잔여 포인트가 아닌 블록체인 기반의 ReapPay를 사용함으로써 기업 간 고객 공유를 통해 신규 고객 유치 및 확보가 용이합니다. (1 KRW는 1 Pay과 동일한 가치를 지니지만, 1 Pay는 1 REAP과 동일하지 않음.)

b. Reap wallet (암호화폐 지갑): Reap Wallet은 ReapChain의 자체 토큰인 REAP을 저장하기 위한 블록체인 전용 지갑이며, 사용자가 REAP 및 타 암호화폐를 보관하거나 전송할 수 있는 기능을 가진 개인 지갑입니다.

- Reap wallet에 저장된 REAP 및 암호화폐들은 현금으로 환전 가능하며, ReapPay를 통해 Pay로 Swap이 가능합니다. 또한 Reap wallet을 통해 거래소 지갑이나 다른 사람의 개인지갑으로 전송이 가능합니다.

c. 타 결제수단 연동 및 통합 포인트 기능: ReapPay는 전자금융업 (PG) 사업 등록 및 오픈뱅킹 서비스를 통해 타 결제수단을 연동하여 소비자의 결제 수단에 대한 선택의 폭을 넓히고자 하며, 타 업체 (카드, 은행 등)의 결제 시 적립되는 리워드 포인트를 ReapPay의 포인트로 전환 및 통합하여 사용할 수 있는 통합 서비스를 통해 소비자의 편의성을 높이하고자 합니다.

3-1.

020 플랫폼 서비스

- ReapPay
- ReapPick
- ReapOrder

② ReapPick

: ReapPick은 위치기반 서비스 (LBS)를 활용해서 고객이 있는 위치에서 원하는 상점을 쉽게 찾을 수 있게 도와주며, 해당 상점에 메뉴를 미리 확인하고 픽업 주문 및 방문 예약을 할 수 있으며, ReapOrder를 통해 결제까지 한번에 가능합니다.

< 그림6. ReapPay 앱 구성도 >



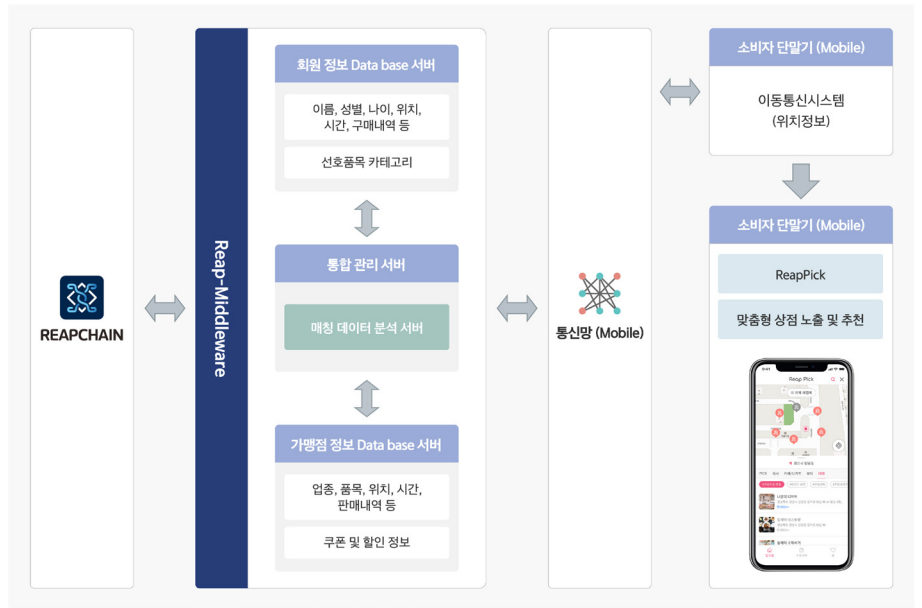
a. 위치기반 상점 검색 및 추천 서비스: 사용자의 위치정보, 시간 정보 거래정보 및 기본정보를 포함하는 상황 기반 온톨로지 라이프로그를 이용하여 사용자의 행동을 예측한 정보를 기반으로 인근 가맹점의 정보와 대비해서 사용자 선호도가 높은 매장을 추천해주는 서비스로 사용자는 선택된 가맹점의 할인 정보 및 저장된 쿠폰을 사용자가 즉시 확인 가능함으로 실용적인 소비 생활과 고객의 감성 품질을 높일 수 있으며, 가맹점주에게는 맞춤 검색 서비스를 통해 높은 사용자 구매 전환율을 제공 가능합니다.

3-1.

O2O 플랫폼 서비스

- ReapPay
- ReapPick
- ReapOrder

< 그림7. 위치기반 상점 검색 및 추천 서비스 흐름도 >



- 본 시스템은 스마트 단말기의 위치기반 서비스를 토대로 소비자의 개인정보 및 가맹점 정보를 데이터화 하고 소비자의 위치, 소비패턴, 구매성향 등을 분석하여 최적화된 가맹점 정보를 제공함으로써, 소비자의 스마트한 결제를 유도하는 시스템입니다.

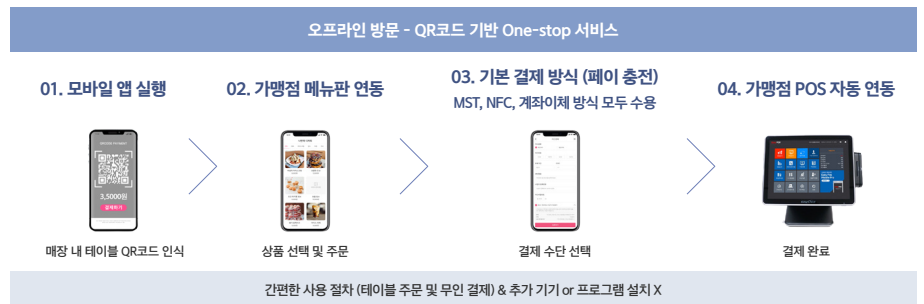
3-1.

O2O 플랫폼 서비스

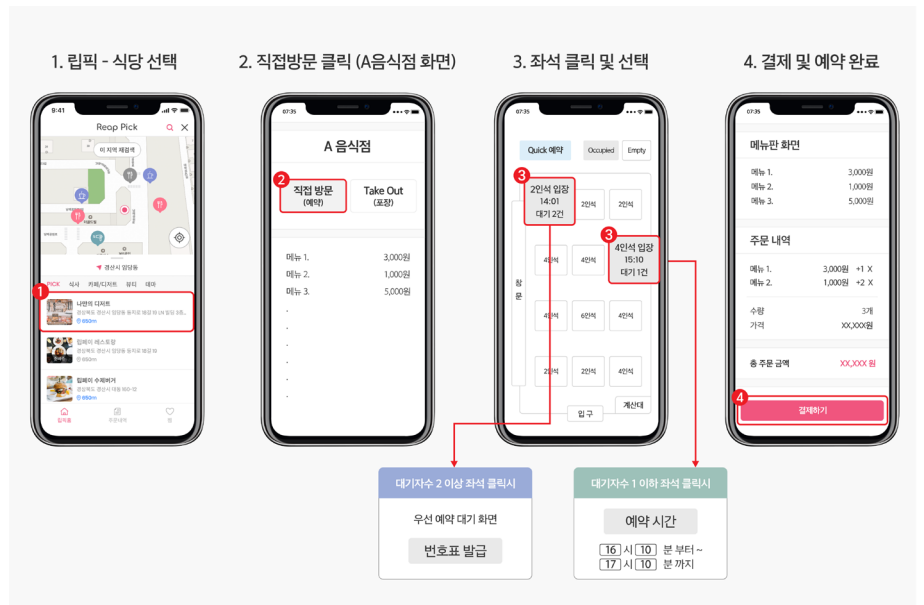
- ReapPay
- ReapPick
- ReapOrder

b. ReapOrder (비대면 무인화 시스템) : QR 기반 비대면 주문 및 예약 서비스로서, 매장 내 QR 코드를 스캔하여 메뉴를 확인하고 주문 및 결제까지 가능한 원스탑 서비스이기 때문에 별도의 KIOSK 장비가 필요하지 않습니다. 또한 기존 POS기와 호환 가능한 연동 API를 개발하여, 결제 및 정산을 위한 추가 장비나 프로그램의 설치가 필요 없으며, 고객의 주문 및 결제 내역 역시 자동 연동되어 가맹점주들도 모니터를 통해 바로 확인 가능합니다.

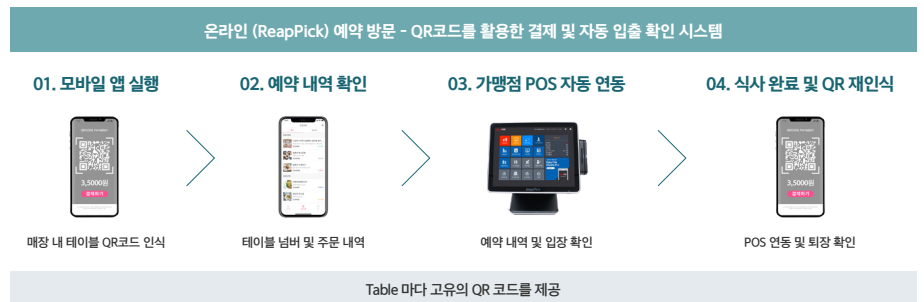
Ex. 1_ 오프라인 방문 시, 절차



Ex. 2_ 식당 등 온라인 예약 및 선 결제 절차



Ex. 3_ 식당 등 온라인 예약 후 방문 시, 절차 (선 결제 예약 후, 테이블 착석 시)

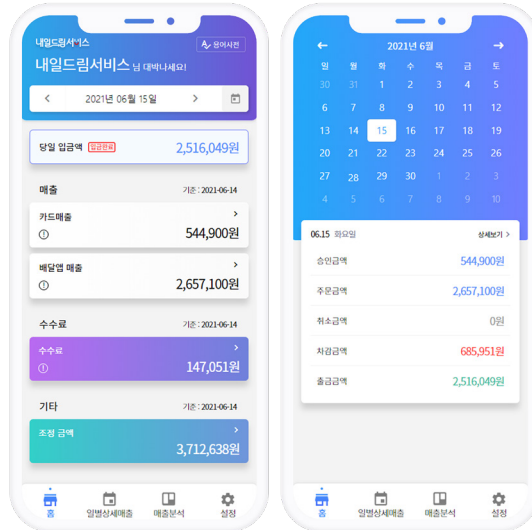


3-2.

020 플랫폼 부가 서비스

a. 통합 정산 및 매출 누락 방지 서비스 : ReapPay의 통합 정산 서비스는 PG 및 VAN사의 신용카드 매출 데이터를 사람이 직접 기입하고 작성해야 되는 것을 데이터 스크래핑 기술을 통해 자동화해 주는 서비스입니다. 스크래핑(Scraping) 기술은 인터넷 웹사이트(PG 및 VAN사)에서 제공되는 데이터를 사용자의 웹 브라우징 없이 임의의 화면에서 자동으로 데이터를 수집하는 기술입니다.

< 통합 정산 서비스 예시 >



< 매출 누락 방지 알림 서비스 예시 >



ReapPay는 스크래핑 기술 기반의 통합 정산 서비스를 통해 가맹점의 기본 정보를 제공받아 전일 승인 금액과 금일 입금예정 금액 (카드사별, 승인날짜)을 알림톡을 통해 전송해주는 무료 서비스를 제공하고 있습니다. 매출 누락 방지 알림톡 서비스는 카드사별 입금일이 상이하여 발생하는 가맹점주의 불편함을 개선하고 한 눈에 손쉽게 매출을 확인할 수 있으며, 매출 누락을 방지할 수 있습니다.

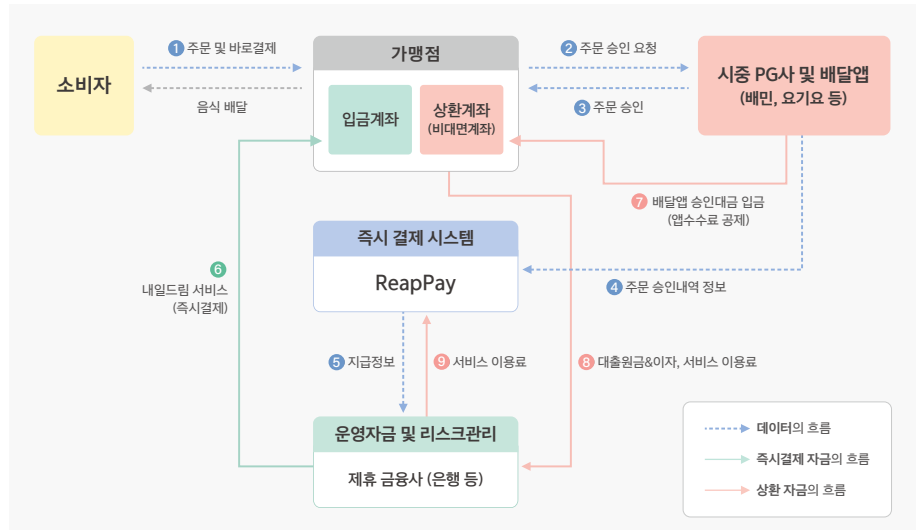
또한 기존 솔루션들과 다르게 카드사별 매출뿐만 아니라 배달 앱들의 매출도 한눈에 확인할 수 있기 때문에 배달의민족, 요기요 등의 가맹점 사이트를 일일이 확인할 필요가 없으며, 관리자 페이지를 통해 모든 매출을 한번에 파악 가능합니다. ('배달 플랫폼 / 배달 중개 플랫폼 / 배달원'의 결제 내용을 비교해서 매출 누락 방지 가능)

3-2.

020 플랫폼 부가 서비스

b. 내일 드림(先 정산) 서비스 : ReapPay는 PG사별이나 배달 중개 앱 별로 정산 일자가 다른 상황에 대한 불편함을 해결하고 가맹점의 현금 유동성을 높이고자, 내일드림 서비스를 통해 당일 주문 승인 금액을 내일 바로 입금시켜드리는 **先** 정산 서비스를 제공합니다.

< 그림12. 선 정산 서비스 Flow Chart >



- 기존의 결제 방식은 절차 상의 복잡한 구조로 인해 결제부터 정산까지 적게는 4일에서 길게는 15일까지 소요됨으로써 현금 유동성 확보에 많은 어려움을 겪고 있습니다.

- ReapPay의 가맹점은 PG사나 배달 중개앱의 정산 일자에 따라 개별로 정산 받는 금액을 매출 발생 다음날 바로 정산 및 입금 받을 수 있으며, 대금결제, 인건비 등 운영 자금을 조달할 수 있어 안정적인 사업 운영이 가능합니다.

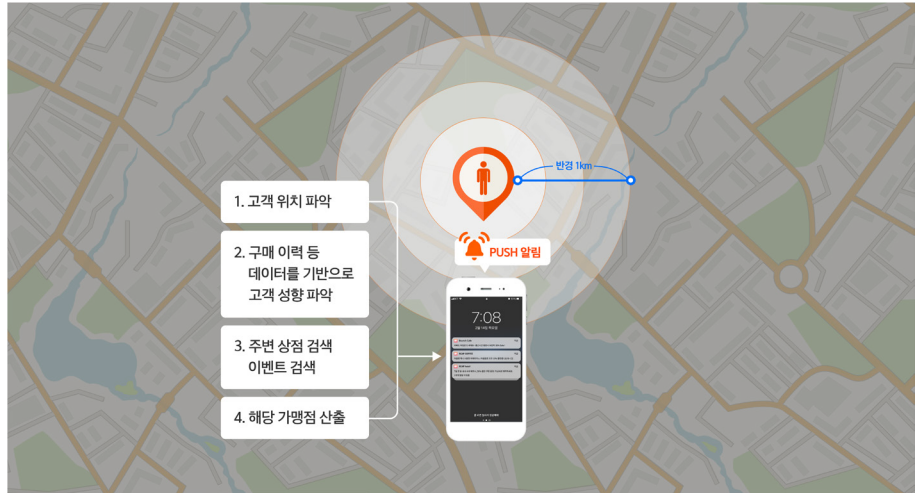
- 카드사 **先** 정산 서비스는 이미 서비스가 존재하고 있지만, 배달앱에 대한 **先** 서비스는 국내 최초이며, 제휴된 금융기관을 통하여 최저 수수료로 서비스를 이용할 수 있습니다.

3-2.

020 플랫폼 부가 서비스

c. 맞춤형 광고 (Push) 서비스: 위치기반 서비스를 기반으로 고객의 위치와 시간 이동 경로에 따라 주변 상점의 이벤트와 광고를 제공하는 맞춤형 광고(푸시 알림) 서비스입니다. ReapPay의 가맹점이 광고를 등록하고 설정하면 이에 부합되는 조건을 가진 광고를 (일정 반경 이내의) 이용자의 스마트폰에 푸시(Push)로 전송되어 광고 노출 시, 자연스럽게 고객이 유입되고 매출이 상승하는 효과로 이어질 수 있습니다.

< 그림13. 맞춤형 광고 서비스 흐름도 >

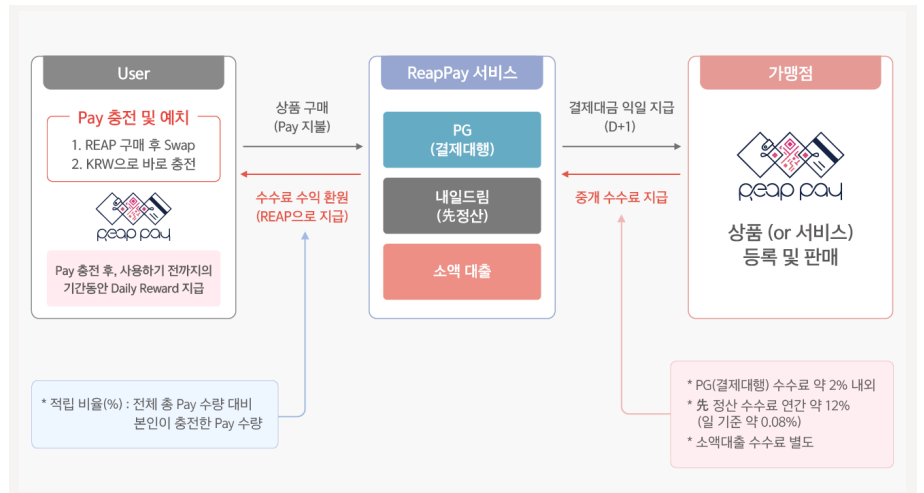


- ReapPay 가맹점이라면, 사용자 모두에게 상품과 이벤트를 노출시킬 기회를 제공합니다.
- 구매 이력 등 고객의 데이터를 기반으로 고객의 성향을 분석하여 맞춤형 광고를 제공하여, 자연스럽게 가맹점의 매출 상승할 수 있습니다.

3-3.

암호화폐 예치 및 소액 대출 서비스

< 그림14. ReapPay의 예치 서비스 흐름도 >



a. 예치 서비스: ReapPay는 단순히 Pay를 충전하고(①KRW으로 바로 충전, ② REAP구매 후 Pay로 Swap하여 충전), 보유하기만 해도 보유한 기간만큼 Reward를 지급하고자 합니다. ReapPay의 예치 서비스는 시중 은행에서 일정 금액을 예치하고 이자를 지급하는 방식을 도입하여 Pay를 충전한 후, 사용하기 전까지의 기간 동안만큼 Daily Reward를 지급하고자 합니다.

ReapPay의 수수료 수익의 종류는 '내일드림 서비스의 정산 수수료(연간 약 12% = 일 기준 약 0.08% 수준)와 PG(결제대행) 수수료(약 2% 수준)'가 있으며, 기타 수익으로는 '소상공인 소액대출 서비스의 중개 수수료'가 있습니다. ReapPay는 이러한 서비스를 제공하고 발생하는 모든 수수료 수익을 소비자에게 환원함으로써 소비자의 혜택을 높이하고자 합니다.

소비자 Reward는 REAP(ReapChain)을 통해 지급되며, Reward로 지급된 REAP은 Pay로 다시 Swap하여 사용될 수 있게 함으로써 선순환 구조를 만들고자 합니다. 지급된 REAP은 Pay로 Swap하여 사용할 수도 있지만, Reap wallet에 일정 기간 이상 보유함으로써 시세차익을 얻을 수도 있습니다.

소비자 Reward를 위한 개개인의 적립 비율은 'ReapPay에 예치된 사용자 전체 충전 수량 대비 본인이 충전한 수량의 비율'만큼 연간 비율을 산정하여, 해당 비율을 기준으로 데일리로 REAP를 지급할 예정입니다.

b. 소액 (신용) 대출 서비스: ReapPay는 저축은행과 파트너십을 통해 영중소상인들을 위한 중금리 소액대출 상품 서비스를 제공하고자 합니다. 영중소사업자 특성상 제1금융권을 통한 대출이 어려울 뿐만 아니라 보증을 통한 대출도 받기 쉽지 않은 상황입니다. 이처럼 갑작스럽게 자금이 필요한 소상공인 사업자들을 위해 ReapPay의 가맹점이라면 누구나 쉽고 간편하게 이용할 수 있는 소액대출 서비스를 진행하고자 합니다. 즉, ReapPay의 소상공인 소액 대출은 ReapPay 개별 가맹점들의 매출에 대한 증빙을 통해 중금리 이율로 원하는 자금을 빠르게 이용할 수 있는 서비스입니다.

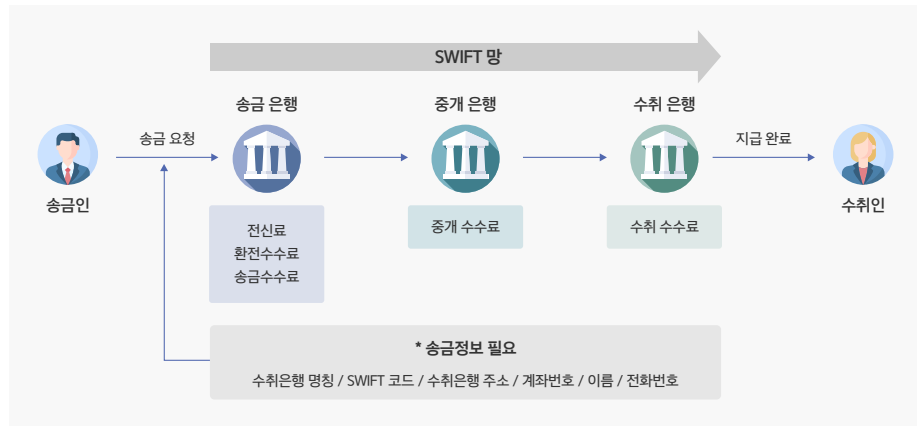
3-4.

해외 간편결제 및 송금 서비스

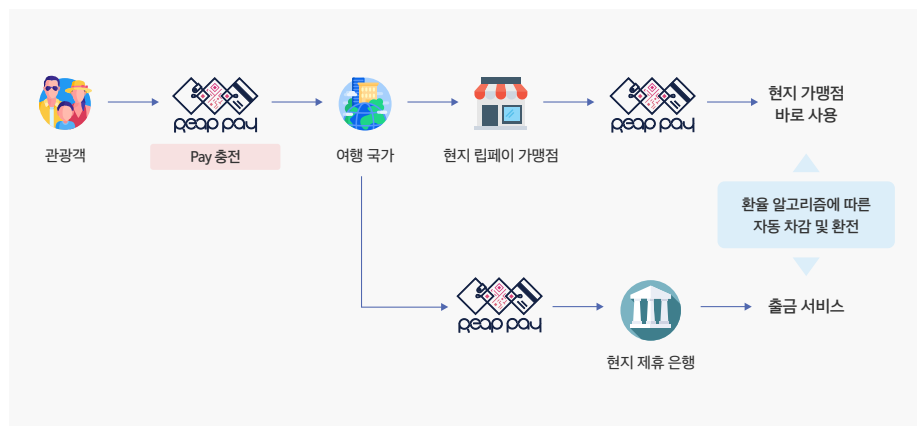
a. 글로벌 크로스 보더 결제 서비스: ReapPay 이용자는 해외에 방문하여 물건을 구매하고 결제를 할 때 불필요하게 환전을 하거나 현금을 소지할 필요가 없습니다. ReapPay는 실시간 환율에 따른 간편 환율 알고리즘으로 방문국 환율에 따라 Pay를 차감하는 '글로벌 크로스 보더' 결제서비스를 통해 ReapPay 이용자들이 방문 국가 가맹점에서 불편한 환전 과정 없이 Pay로 간편하게 결제할 수 있으며, 출금 서비스를 통해 방문 국가 화폐로도 출금이 가능합니다.

Cf> 기존 SWIFT 방식: 접근성은 가장 좋지만, 송금 후, 수취하기까지 시간이 오래 걸리며, 또한 수수료도 많이 발생합니다. 전신료, 환전수수료, 송금수수료, 중개수수료, 수취수수료 등 5가지 수수료가 부과되며, 송금 시 입력해야 하는 수취인 정보가 너무 많으며, 각 정보를 확인하기도 복잡하고 어렵습니다.

< 그림15. 기존 크로스보더 결제 서비스 흐름도 - SWIFT 방식 >



< 그림16. ReapPay의 크로스보더 결제 서비스 흐름도 >

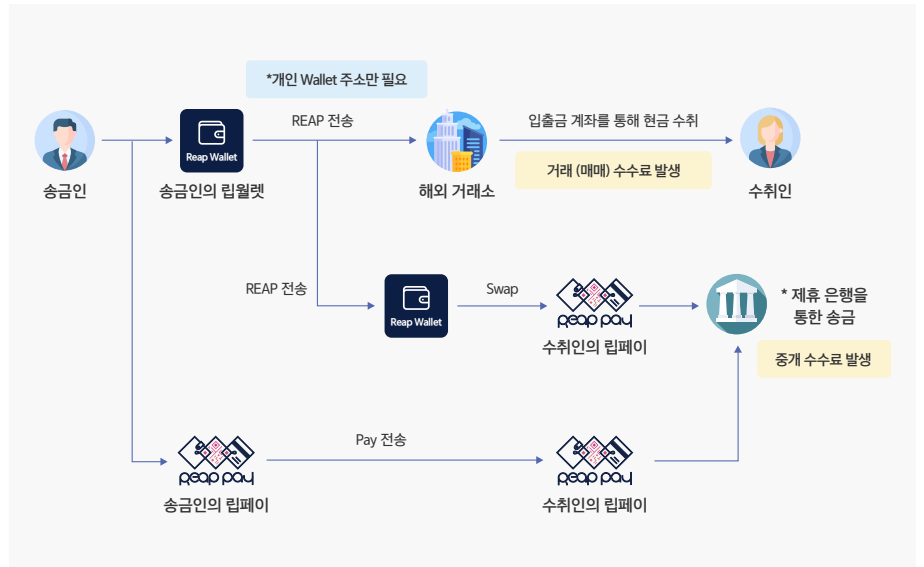


3-4.

해외 간편결제 및 송금 서비스

b. 해외 송금 서비스: ReapPay는 해외 법인 및 제휴처와 연계하여 전통적으로 이용되는 고비용 기반의 SWIFT 방식이 아닌 블록체인을 활용한 간편 해외송금 서비스를 통해 환전수수료를 없애므로써 해외 관광객 및 한국 외국인 노동자, 해외 유학생들의 수수료 부담을 대폭 완화합니다. ReapPay의 해외송금 서비스는 P2P 플랫폼을 통해 다른 국가에 있는 수요자와 공급자를 직접 연결하여 돈을 주고받을 수 있습니다.

< 그림17. ReapPay의 해외송금 서비스 흐름도 >



4. ReapPay Ecosystem

4-1.

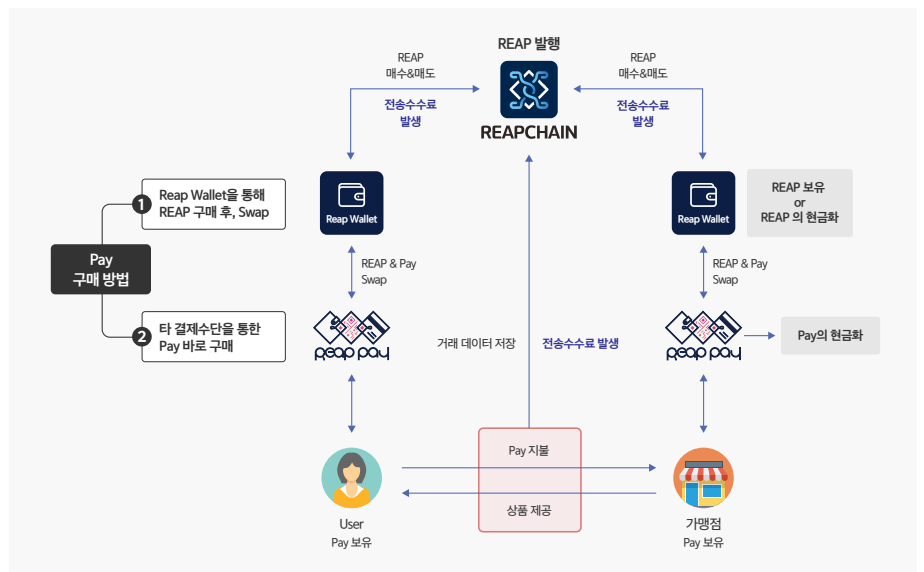
ReapPay Ecosystem

4-1. ReapPay Ecosystem

- ReapPay의 Pay는 ReapChain 서비스 플랫폼 내에서 재화 및 서비스를 구매하거나 이용하기 위한 거래수단으로 사용됩니다. ReapChain의 REAP은 외부 거래소에 상장되어 매매되는 수단으로의 기능과 ReapChain의 소유증명을 위한 용도 이외에 다른 어떤 권리도 내재되어 있지 않습니다.

- ReapPay의 Pay는 Stable한 결제수단으로서 '1 KRW=1 Pay'이며, 보유한 Pay는 ReapChain의 REAP과 시장 가치에 따라 언제든지 스왑(Swap) 가능합니다.

< 그림18. ReapPay의 Ecosystem 구성도 >



- ReapChain의 수수료 체계: ReapPay의 거래 및 결제 내역은 보안과 안전성을 위해 블록체인에 데이터를 저장하며, ReapPay의 Pay를 REAP으로 Swap하는 경우 전송 수수료로 건당 0.02 REAP이 발생함. 또한 가맹점은 ReapPay 결제 수수료로 결제 금액의 0.5%를 Pay로 지불합니다.

4-2.

ReapPay의 'Pay' 사용 용도

ReapPay의 Pay는 서비스 플랫폼 내에서 발생하는 모든 거래 (지불, 결제, Reward 등)에 사용되는 O2O 서비스 전용 결제 수단입니다. (1 KRW는 1 Pay과 동일한 가치를 지니지만, 1 Pay는 1 REAP과 동일하지 않습니다.)

- 소비자가 온/오프 라인에서 재화 및 서비스를 구매하거나 이용하기 위한 결제 수단
- 플랫폼의 서비스 활성화를 위한 소비자 기여도에 따른 Reward 수단
ex> 가맹점 평가, 후기 및 리뷰 등
- 가맹점이 광고서비스를 사용하기 위한 결제 수단
- 가맹점이 실시한 이벤트에 따른 지급 수단

4-3.

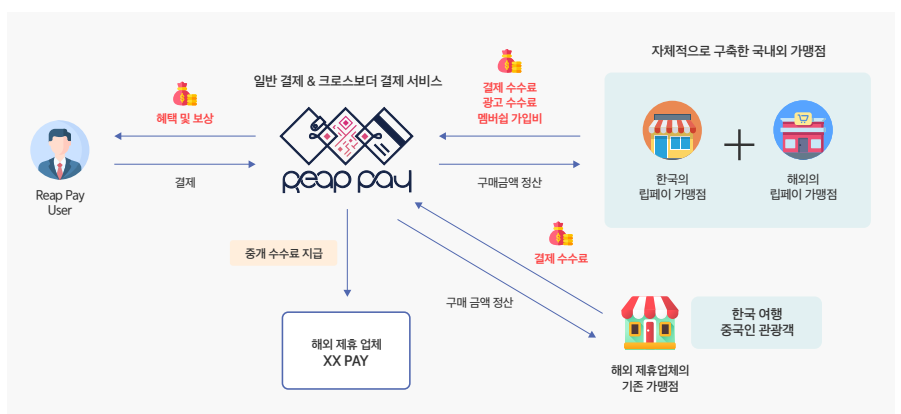
비즈니스 및 수익 모델

(주)립페이 사는 ReapPay 플랫폼 운영사로서, 플랫폼 이용에 따른 기본 수수료와 PG 사로서의 전자지급결제대행 업무에 따른 결제수수료를 수취할 수 있습니다.

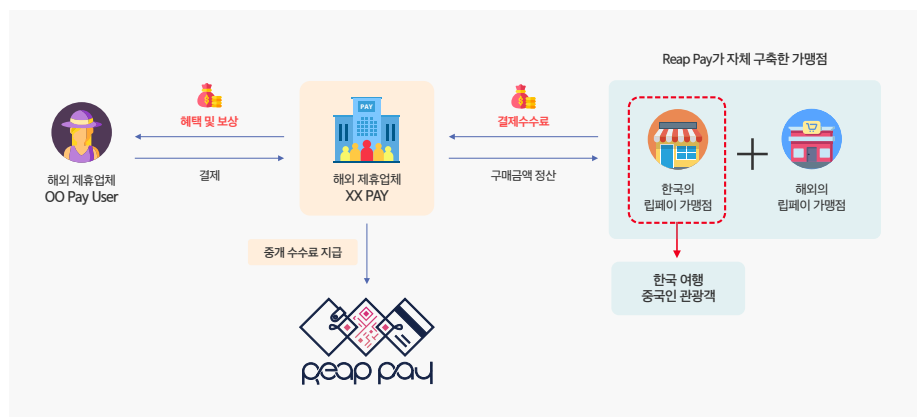
▶ 수취 가능한 수수료 종류

- 플랫폼 중개 수수료(판매수수료나 입점비 등 플랫폼 이용에 따른 기본 수수료)
- 결제 수수료 (PG 이용에 따른 결제 수수료)
- 광고 수수료 (입점한 가맹점들의 광고 송출에 따른 광고 수수료)

< 그림19. ReapPay를 통한 수수료 수익 모델 >



< 그림20. 제휴업체를 통한 ReapPay 수익 모델 (중개 수수료 수익) >



4-4.

ReapPay 적립금 정책

ReapPay에 대한 적립금 예산은, 서비스 초기에는 ReapChain의 프리세일 및 ICO, IEO를 통해 판매되는 자금조달 총 금액 중 마케팅 비용으로 배분되어 있는 물량에서 충당하며, 향후 서비스가 활성화되었을 때는 서비스 플랫폼 상에서 발생하는 결제 수수료 수익 및 광고 수익에서 충당하고자 합니다.

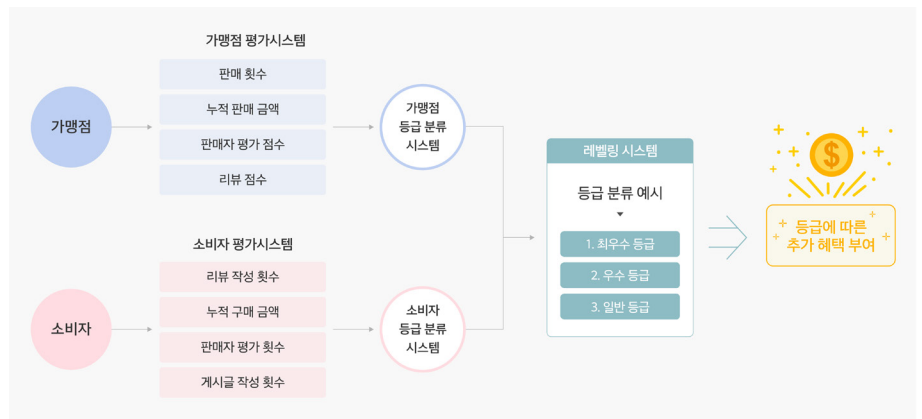
① 소비자 기본 적립금 정책

- 결제 금액에 따른 적립
- 추천인 적립
- 가맹점 평가 적립
- 상품 리뷰 및 구매 후기 작성 적립

② 사용자 레벨링 시스템에 따른 추가 적립금 정책

- ReapPick 회원 가입자 및 가맹점에 한해서 적용됩니다.
- 가맹점 및 소비자에 대한 다양한 평가지표를 활용하여 사용자의 등급을 분류하는 자체 레벨링 시스템을 구축하고 등급에 따른 혜택을 차등 적용함으로써, 플랫폼의 신뢰도 향상 및 커뮤니티를 활성화하는데 목적을 두고 있습니다.
- 운영기준: 월 or 분기 단위로 등급을 갱신하여, 가급적 다수의 사람에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 운영됩니다. (단, 세부 평가 항목은 운영사의 사정에 따라 변경될 수 있습니다.)

< 그림21. 사용자 레벨링 시스템에 따른 등급 구분 >



- 가맹점 혜택: 등급에 따른 결제수수료 할인, 광고비 차등 할인 등
- 소비자 혜택: 등급에 따른 추가 적립금 지원 등

4-4.

ReapPay 적립금 정책

③ 적립금 정책에 따른 지급 범위 및 예시

- 하기 내용은 운영사의 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

< 표3. 기본 지급 범위 >

구분	기본 적립	적립률 및 지급단위	비고
소비자	결제 적립률	결제금액의 1%	
	추천인 적립	200 Point	
	가맹점 평가 적립	100 Point	
	구매 후기 및 리뷰 작성 적립	100 Point	

< 표4. 등급에 따른 추가 할인 범위 >

구분	등급	추가 적립률 및 할인률	
소비자	최우수	결제금액의 1% + 0.5% 추가 적립 (총 1.5% 적립)	
	우수	결제금액의 1% + 0.2 추가 적립 (총 1.2% 적립)	
	일반	결제금액의 1%	
가맹점	결제 수수료	최우수	결제 수수료 0.3%
		우수	결제 수수료 0.4%
		일반	결제 수수료 0.5%
	광고 수수료	최우수	광고수수료 5% 할인
		우수	광고수수료 3% 할인
		일반	할인 없음

5. 목표 시장 및 진출 전략

5-1.

글로벌 시장 현황

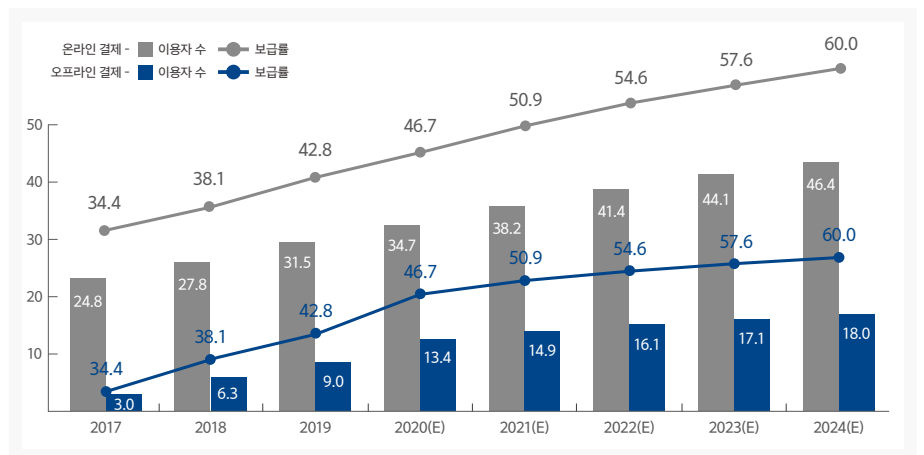
5-1. 글로벌 시장 현황

① 글로벌 핀테크 시장 현황

- 전세계의 디지털 결제 서비스 이용자 수는 지난 2017년부터 꾸준히 증가하여 2020년 현재 34억 7,194만 명이 이용 중이며, 오는 2024년에는 전 세계 인구의 60%가량인 46억 3,634만명이 이용할 것으로 추정됩니다.
- 결제 수단으로서 디지털(모바일)지갑의 이용 비중은 날로 증가할 것으로 전망되고 있으며, 거래액 기준 2019년 전 세계 전자상거래 시장에서 가장 많은 이용 비중을 차지한 결제 수단은 디지털(모바일) 지갑(41.8%)으로, 오는 2023년 기준 점유율이 52.2%까지 늘어날 전망입니다.
- 오프라인에서는 아직까지 현금(30.2%)을 통한 결제 비중이 압도적이거나 오는 2023년에는 이러한 비중이 18.7% 수준까지 감소하고, 대신에 디지털(모바일) 지갑을 통한 결제 비중 (29.6%)이 기존 현금 수준만큼 크게 늘어날 것으로 예측되고 있습니다.
- 신흥국의 취약한 금융 인프라 및 위조지폐 등으로 인한 현금거래 리스크와 함께 우호적 규제환경 등으로 인해 중국, 인도, 인도네시아, 베트남 등 아시아 국가와 아프리카 여러 국가 등에서 디지털 결제 서비스를 도입하여 인프라를 확충해 나가고 있습니다.

< 그래프3. 2017~2024 전세계 디지털 경제 서비스 이용자 수 및 보급률 >

(단위 : 억 명, %)

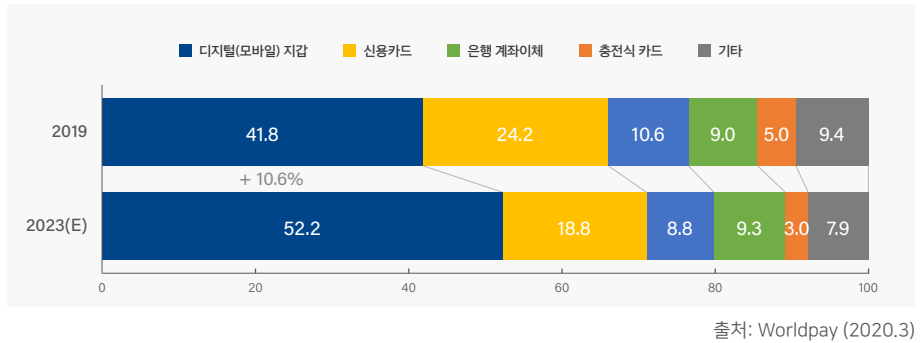


출처: Statista (2020.9)

5-1.

글로벌 시장 현황

< 그래프4. 2019~2023 전세계 온라인 결제 수단별 거래 비중 >

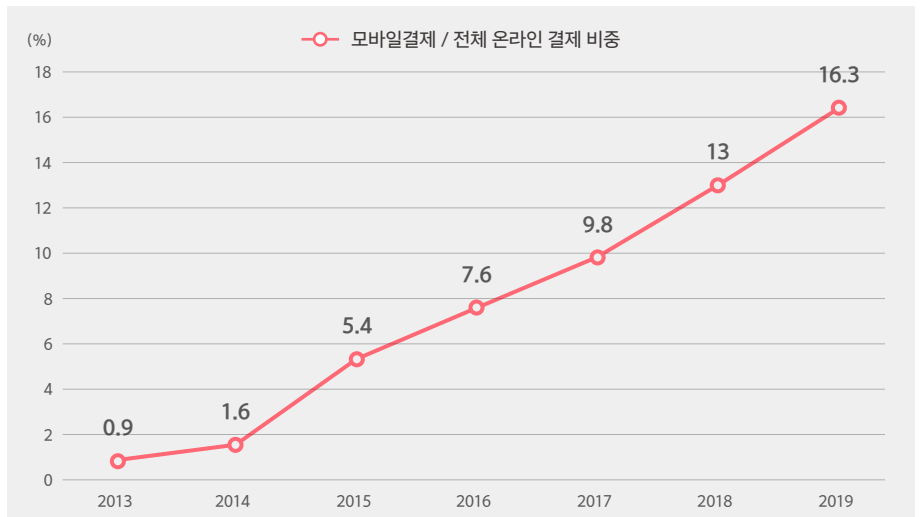


② 중국 핀테크 시장 현황

- 핀테크 분야 중 간편결제서비스는 중국 및 신흥국을 중심으로 빠르게 성장하고 있습니다. 특히 중국의 경우, 높은 카드 수수료와 낮은 금융 접근성으로 인해 신용카드 보급률이 매우 낮아 낙후된 카드결제 시스템을 가지고 있어, 상대적으로 간편결제 서비스에 대한 시민들의 수요가 많습니다.

- 2013년 중국 전체 온라인 결제 중, 0.9%에 불과하던 모바일 결제 비중이 가파르게 상승하여 2019년에는 16.3%를 기록하며 간편결제 시장의 새로운 강국으로 떠오르고 있으며, 온라인과 오프라인 모두 알리페이, 위챗페이 등 자국 플랫폼이 Top5를 차지하고 있습니다.

< 그래프5. 중국 전체 온라인결제 중 모바일결제 비중 >



구분	중국	한국
스마트폰 보급률	69%	94.1%
모바일 결제 이용률	모바일 인터넷 사용자중 모바일 결제 이용자 비율은 71.4%	최근 6개월 내 모바일 지급 서비스를 이용한 비율은 26.1%
신용 및 직불카드	인당 0.7장	인당 2.1장 (2017년)

출처: iResearch China, KITA

5-2.

중국 시장 분석 및 사업화 전략

① 중국 내 간편결제 업체 현황

- 2020년 중국의 높은 온라인 간편결제 서비스 이용률은 간편결제를 실생활에서 가장 일반적으로 사용하는 수단으로 자리 잡았음을 보여주고 있습니다.

- 대부분의 사용자가 알리페이, 위챗페이를 사용 중이며, 현재 중국 페이먼트 기업들은 해외 진출사업에 투자를 집중하고 있어 이첸바오, 콰이첸, 렌둥유스 등 중국내 제 3순위 기업들의 중국내 투자에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

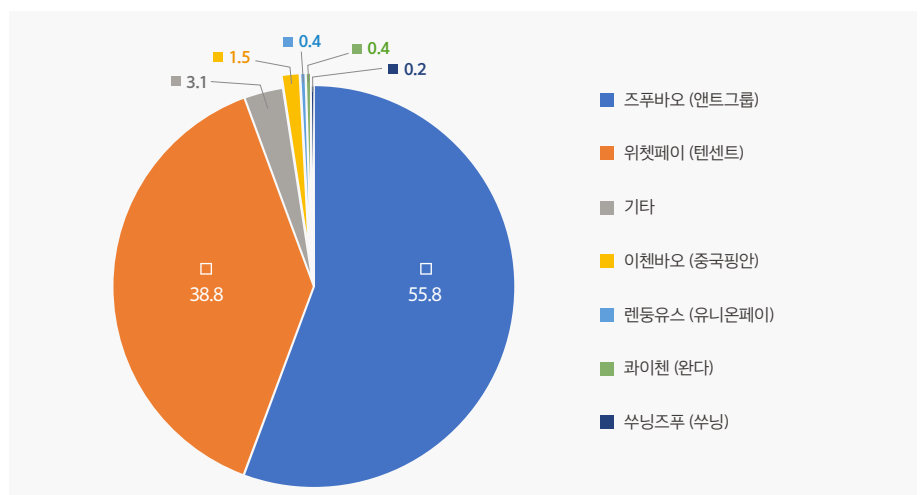
- 국내의 경우, 알리페이는 카카오페이, 위챗페이는 네이버페이와 제휴를 맺고 시장에 진출해 있으며, 결제용 POS 시스템 사용 수수료는 평균적으로 결제금액의 0.6%를 부과하고 있습니다.

< 그래프6. 2020 국가별 온라인 간편결제서비스 플랫폼 이용률 >

미국	영국	중국
PayPal 90%	PayPal 95%	支付宝 ALIPAY 95%
venmo 30%	VISA Checkout 38%	微信支付 WeChat Pay 87%
G Pay 21%	Apple Pay 20%	UnionPay 银联 45%
Apple Pay 20%	amazon pay 16%	快钱 99bill.com 32%
amazon pay 19%	G Pay 16%	财付通 TENPAY.COM 24%

주) 국가별 온라인 간편결제 서비스 이용자: 미국 (n=2,366), 영국 (n=1,502), 중국(n=1,618)
출처 : Statista (2020.9)

< 그래프6-1. 중국 국내 모바일결제 시장 점유율 현황(%) >



출처: 홍콩 명보 등 정리

5-2.

중국 시장 분석 및 사업화 전략

② 중국 시장 분석 및 사업화 전략

< 표5. 중국 간편결제시장 PEST 분석 >

P-정치	E-경제	S-사회	T-기술
<ul style="list-style-type: none"> - 금융분야 규제완화 - 비금융회사의 소액대출회사 설립허용 - 온라인지급결제 서비스 허용 - 자사 운용사소유 허용 - 온라인 전문은행 설립허용 	<ul style="list-style-type: none"> - 모바일시장 알리바바/텐센트 양대회사 주도 - 중국의 모바일 결제 이용률 71.4% - 중국의 은행들까지 모바일 간편결제 시장에 진출하여 경쟁이 과열 양상 	<ul style="list-style-type: none"> - 낮은 신용카드 보급률 - 온/오프라인 구분없이, 생활 전반에 걸쳐 QR결제 사용 - 자국의 브랜드를 선호하는 경향 	<ul style="list-style-type: none"> - QR코드 스캔방식 중심으로 발전 - 하드웨어나 플랫폼 구성에 대한 요구가 높은 NFC결제 서비스는 시작단계

- 중국 알리페이와 위챗페이 POS 시스템 사용 수수료가 2018년 0.55%, 2019년 0.6%로 점차 인상되고 있는 반면, ReapPay는 블록체인 기술을 활용한 거래로 낮은 수수료와 뛰어난 보안으로 높은 가성비를 제공할 수 있습니다.

- ReapPay는 중국 현지 업체와의 제휴 전략을 통해 가맹점 확보 및 중국인들의 심리적 거부감을 낮추고자 하며, 금융시장에서 발생하고 있는 다양한 수수료 부담을 감소 시켜, 1차적으로 모바일 간편결제 시장과 해외 송금 시장 확보를 목표로 중국에 진출하고자 합니다.

- 또한, 중국 업체와의 기술 제휴를 통한 통합 QR코드 결제 방식을 통해, ReapPay는 중국 업체를 통해 중국 내 가맹점을 확보할 수 있으며, 중국 업체는 국내 ReapPay 가맹점을 통해 한국 시장에 진입할 기회를 제공하여, 초기 인프라 구축에 이점을 가지고자 합니다.

5-3.

중국 진출 세부전략: 외자 기업 설립 및 현지 업체와의 제휴

① ReapPay의 중국 진출 전략: 중국 내 3순위 업체와의 제휴를 통한 중국 진출

- 알리페이, 위챗페이를 제외한 중국 내 간편결제 지원 기업들은 글로벌 간편결제 시장에서 약세를 보이고 있는 상황으로, ReapPay는 이미 국내 업체와 제휴를 맺은 알리페이 및 위챗페이를 제외한 제 3순위 기업과의 제휴를 통해 중국 내 시장에 진출하고자 합니다.

- ReapPay 역시, 기존 업체들처럼 현지 업체와의 기술 제휴를 기반으로, ReapPay 사용자는 국내에서 ReapPay로 충전해서 중국 제휴업체 가맹점에서 ReapPay로 바로 사용할 수 있습니다. 이를 통해 중국 제휴업체 사용자가 국내 ReapPay 가맹점에서 ReapPay로 결제가 가능하게 하여 관광객 편의성 증대 및 환전수수료, 해외 송금 수수료 감소 혜택을 제공하고자 합니다.

Ex> ReapPay와 제휴 가능성이 높은 중국내 모바일 결제 제 3순위 업체

업체명	서비스명	점유율	내용
핑안	이첸바오	1.5%	- 다양한 멤버십 제휴로 유저에게 간편한 원스톱 결제, 적립, 금융 자산관리 서비스를 제공합니다. - 알리페이, 위챗페이 다음으로 규모가 큰 모바일 결제 서비스입니다. - 금융 전문기업이라는 네임밸류와 전문성으로 서비스 안전성 및 신뢰도가 높습니다.
완다	콰이첸	0.4%	- 중국 최대 부동산 개발 및 유통업체로 완다전자상거래를 중심으로 사업을 확대중입니다. - 2014년 중국 온라인 결제사 콰이첸(快餐)을 인수하며, 콰이첸 결제 서비스를 쇼핑몰과 호텔, 영화관 등에서 활용하고, 중국에만 100여곳이 넘는 완다 플라자를 보유한 거대한 오프라인 시장을 바탕으로 전자상거래 시장을 활성화 중입니다.
유니온페이	렌둥유스	0.4%	- 중국 은행유한공사에서 운영하는 카드결제 시스템 혹은 발급하는 카드 브랜드입니다. - 중국 내 일상생활에서 다양한 혜택을 바탕으로 모바일 결제 서비스를 제공합니다.

- 중국 간편결제 회사와의 제휴를 통해 국내 가맹점 추가확보 및 중국내 가맹점의 ReapPay도입 및 확산을 유도하며, 또한, 타 간편결제회사와 차별화된 ReapPay만의 결제대금에 대한 적립금, 가맹점 적립 정책, 할인 및 쿠폰 등의 다양한 혜택과 더불어 연계 부가서비스를 발굴하여 이용자를 확보함으로써 이를 통해 다시 가맹점을 모집 확대하는 확산전략으로 신속하게 시장에 안착하고자 합니다.

5-3.

중국 진출 세부전략: 외자 기업 설립 및 현지 업체와의 제휴

② ReapPay의 중국 시장 간편결제 서비스 제공 방식

- 현지 업체와 국내 업체와의 기술 제휴를 통한 통합 QR코드/바코드 지원으로 별도의 가맹점 모집기간 없이 제휴업체의 가맹점을 이용하여 서비스를 지원할 수 있고, 해외 결제 중개업체에서 금액 정산이 이루어집니다.

< 그림22. 결제 Process Flow Chart >



< 그림23. 통합 QR코드 예시 >



6. 예상 매출 및 수익성

6-1.

중국 진출 전략에 따른 예상 매출 및 수익

- 2020년 중국 내 중국 모바일결제 시장 총 거래액: 4경 2,000조원 규모
- 각 업체의 성장률은 중국의 핀테크 시장의 최근 4년간(2018~2021)의 시장 전체 평균성장률(15.4%)을 동일하게 적용 (참조: 사이디컨설팅(赛迪顾问))
- 중국 모바일 시장 점유율 기준 '제 3순위 업체' 비중: 완다 콰이첸 0.4% / 유니온페이 렌둥유스 0.4% / 핑안 이첸바오 1.5%
- 각 업체별 매출액은 거래액 대비 0.5% 수준으로 책정

(단위 : 원)

구분		2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
이첸바오와의 제휴 시, ReapPay 수익	시장 점유율 기준 이첸바오 거래규모	838 조	968 조	1,117 조	1,289 조	1,487 조
	이첸바오 매출 (0.5% 기준)	4 조 1,949 억	4 조 8,409 억	5 조 5,864 억	6 조 4,467 억	7 조 4,395 억
	ReapPay 매출	419 억	484 억	558 억	644 억	743 억
렌둥유스와의 제휴 시, ReapPay 수익	시장 점유율 기준 렌둥유스 거래규모	223 조	258 조	297 조	343 조	396 조
	렌둥유스 매출 (0.5% 기준)	1 조 1,118 억	1 조 2,909 억	1 조 4,897 억	1 조 7,191 억	1 조 9,838 억
	ReapPay 매출	111 억	129 억	148 억	171 억	198 억
콰이첸과의 제휴 시, ReapPay 수익	시장 점유율 기준 콰이첸 거래규모	223 조	258 조	297 조	343 조	396 조
	콰이첸 매출 (0.5% 기준)	1 조 1,118 억	1 조 2,909 억	1 조 4,897 억	1 조 7,191 억	1 조 9,838 억
	ReapPay 매출	111 억	129 억	148 억	171 억	198 억

※ 산출근거

- 단순 산출을 위해서는 제휴 업체와의 통합 QR코드 인프라 구축율이 100%일 경우를 가정하고, 중국 업체의 결제 수수료 수익율에서, ReapPay를 통한 결제 비율을 1%로 가정 후, 단순 계산하여 작성되었습니다.

6-2.

국내 예상 매출 및 수익

- 공정거래위원회에서 발표한 '2020년 가맹사업 통계 자료'를 기준으로 산출
(총 가맹점 수 기준: '국내 서비스 및 외식업종 브랜드 7,000여개의 26만 가맹점')
- 2020년 국내 총 가맹사업자 중, '은행+신용카드+앱카드'의 가맹 비중은 28% 차지
(출처: DB금융투자, 2020)

※ ReapPay 매출액 산출식

- 1) 매장 당 립페이 수수료(A) : 가맹점 평균 매출액 x 간편결제 수수료
- 2) 목표 매장 수(B) : 간편결제 매장 수 x 목표 점유율
- 3) ReapPay 매출액(C) : (C) = (A) x (B)

(단위 : 개, 백만원)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
국내 총 가맹점수	283,896	292,757	301,895	311,318	321,035
간편결제 매장 수	79,491	81,972	84,530	87,169	89,890
목표 점유율	1%	2%	4%	7%	10%
목표 매장 수	795	1,639	3,381	6,102	8,989
ReapPay 매출액	1,232	2,540	5,245	9,459	13,933

※ 산출근거

- 1) 간편결제 수수료 0.5%
- 2) 2020년 가맹점 평균매출액 약 3.1억원
- 보수적으로 2026년까지 평균매출액 약 3.1억원 적용
- 3) `17년~`19년 신규 가맹점 증가율 3.1%
- 2017년 243,454개
- 2018년 254,040개
- 2019년 258,889개