



ConMile

**Consolidate Mileage System
Whitepaper 1.0**

INDEX

1. Overview

2. 배경

2-1 포인트 시장

2-2 포인트 시장의 문제점

2-3 Vision

3. Solution

3-1 Blockchain

4. Business

4-1 ConMile Platform

4-2 ConMile Economy

5. Blockchain Wallet

6 .Coin Distribution

7. Initial Investor Incentives

8. RoadMap

9. 면책사항

1. Overview

마일리지(Mileage) 서비스의 사전적 의미는 '고정 고객 확보를 위한 항공사의 판매촉진 프로그램'을 뜻합니다.

이는 초기에 항공사의 고객관계관리(Customer Relation Manager) 서비스 차원으로 시작되었습니다. 이후 업종과 관계없이 고객의 활동에 따라 일정 점수를 부여하고, 특정한 방법으로 부여된 점수를 보상해주는 모든 종류의 제도를 마일리지라 부르고 있습니다.

지금껏 마일리지 시장은 꾸준한 성장을 거듭해왔습니다. 한국의 마일리지 시장을 살펴보면, 2019년 약 20조원으로 추산되며, 매년 20%이상의 성장세를 보이고 있습니다.

글로벌 시장의 경우 약 200조원의 규모를 나타내고 있습니다.

하지만 이러한 시장 규모와 성장세에 비하여 여러 가지 한계와 문제점을 드러내고 있으며, 이에 고객은 마일리지를 사용함에 있어서 소극적인 태도를 보일 수밖에 없는 것이 현실입니다.

한 예로, 2021년 1월 신용카드 포인트 현금화 서비스 제도 도입 사례가 있습니다. 시행 초기 한꺼번에 많은 사람이 몰리면서 여신금융협회 홈페이지 접속이 지연되는 사태가 발생할 만큼 많은 관심을 받았습니다.

이 서비스는 시행 한달만에 하루평균 약 47만 건을 기록하며, 국민들은 1,697억원을 찾아갔습니다.

하지만 여전히 잔여 포인트가 약 2조 4천억원(2021년 2월12일 기준) 이나 남아있으며, 이는 고객이 사용하지 못하는 휴면 마일리지의 얼마나 많은 지 볼 수 있는 좋은 사례입니다.

마일리지 시장이 성장하는 만큼 휴면 마일리지도 매년 쌓여가는 실정입니다. 사용하지 못하는 휴면 마일리지의 증가는 요인은 여러 가지가 있습니다.

그 중에서도 유효기간에 대한 제약, 최소 가용 포인트의 제약, 사용처의 제한이 대표적인 요인으로 지목되고 있습니다.

이에 따라 고객들은 마일리지 사용에 대해 소극적일 수밖에 없으며, 결국 휴면 마일리지는 더욱 증가하게 되고, 소비자는 자신의 자산을 자유롭게 사용하지 못한다는 불만족으로 마일리지 자체에 대한 부정적 인식을 하게 됩니다.

이는 기업 입장에서 고객관계관리 측면에서 부정적 요소로 작용합니다. 발행한 마일리지 중 사용하지 않은 마일리지는 기업 부채로 책정되며, 기업을 운영하면서 비용 부담으로 작용하게 되기 때문입니다.

2. 배경

마일리지 서비스는 항공사에서 처음 시작되었습니다. 마일리지를 본격적으로 상업적 목적으로 도입한 기업은 1981년 미국의 항공사인 아메리칸 에어라인(American Airline)입니다.

이 회사는 슈퍼마켓에서 단골손님에게 도장을 찍어주고, 도장 개수에 따라 선물을 지급하는 것에서 힌트를 얻었다고 합니다.

이후 항공사 간의 고객 유치 경쟁을 통해 델타 항공 등 다른 항공사에서 잇따라 마일리지를 도입하면서 보편화되기 시작하였습니다.

국내의 경우 1984년에 대한항공에서 처음 마일리지를 도입하였고, 금융권에서는 1995년에 외환은행에서 최초로 도입하였습니다.

초기에는 고객이 서비스를 이용하면 일정 금액을 마일리지로 보상해주고, 이를 자사에서 다시 사용할 수 있도록 하거나 사은품으로 교환하는 방식으로 마일리지 서비스가 시작되었습니다.

시간이 흘러 인터넷의 발전으로 인터넷 광고 업체에서 마일리지 제도를 적극적으로 활용하면서, 각 분야에서 마일리지 비즈니스가 본격적으로 도입되기 시작했습니다.

1999년 OK캐쉬백의 등장은 마일리지 비즈니스의 전환점을 가져왔습니다.

현재는 포인트라는 명칭으로 가장 많이 통용되며 통신사, 카드사, 주유소, 온/오프라인마켓, 일반기업 등 소비자를 대상으로 하는 거의 모든 분야에서 활발하게 마일리지 비즈니스가 진행하고 있습니다. 그리고 할인·결제, 현금지급 등의 다양한 리워드 개념으로 발전되었습니다.

한편 신용카드사를 중심으로 마일리지에 대한 마케팅이 확대되었습니다.

이로써 마일리지를 활용할 수 있는 환경이 더욱 다양 해졌으며, 이에 따라 고객 또한 마일리는 곧 현금이라는 인식을 하게 되면서 다수의 기업과 고객 모두 마일리를 단순 보상 프로그램이 아닌 실물 결제 수단으로 인식하기 시작했습니다.

이후 블록체인 시스템이 발전하면서 블록체인과 마일리지가 결합함에 따라 투명성과 보안성 등을 갖추게 되었고, 이제 더욱 다양한 곳에서 마일리지 비즈니스가 활용될 것으로 전망됩니다.

2-1 포인트 시장

한국 포인트 제도는 항공사 마일리지 포인트 제도의 도입을 시작으로 다양한 산업군에 적용되어 있습니다. 항공사 마일리지 제도는 1984년 대한항공이 한국에 처음 도입했습니다.

2017년 기준으로 가장 포인트 누적이 많은 산업군은 2조9천억원이 누적된 카드사이며, 바로 뒤이어 692번째로 2조 6천억원이 누적된 항공산업입니다.

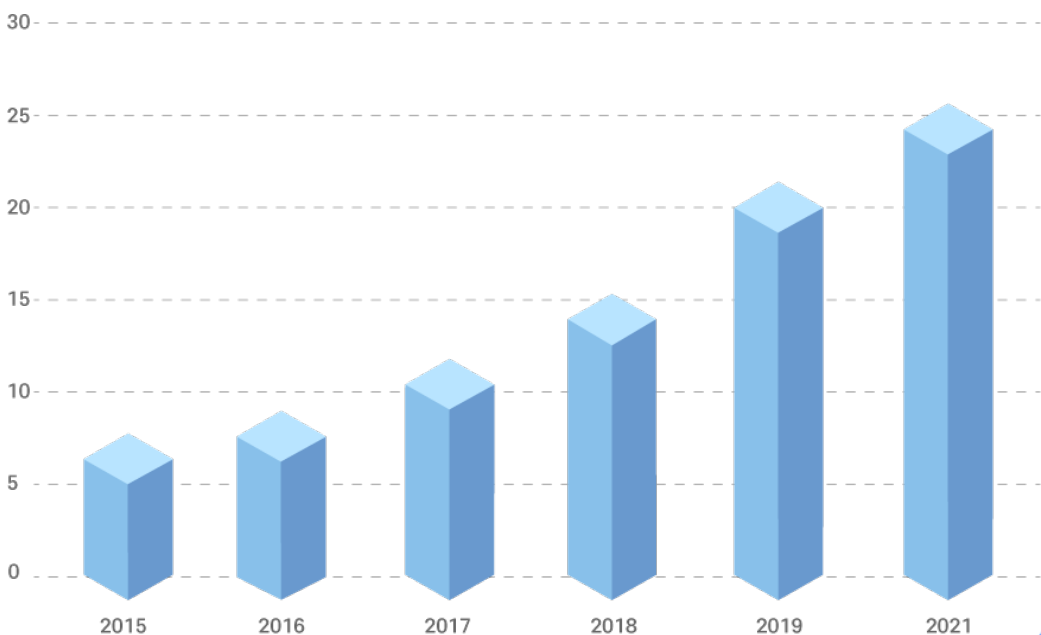
통계청 및 한국소비자원의 발표자료에 따르면, 한국 포인트 시장규모는 2021년도 기준 약 24조원으로 추정되며, 매년 10%이상의 증가 추세를 보입니다.

일본 Yano Research Group에 따르면, 2018년 기준 글로벌 포인트 시장은 약 200조원 규모로 추정되고 있다고 합니다.

2000년대 초반 인터넷의 발달과 최근 이커머스 산업이 활발해지면서 포인트 시장은 지속해서 성장하는 추세입니다.

한국 포인트 시장 규모

단위: 조원



출처 : Yano Research Group

2-2 포인트 시장의 문제점

첫번째로는 포인트 서비스 마케팅 경쟁입니다. 포인트는 반복 구매하는 소비자에게 더 많은 혜택을 제공함으로써 고객의 충성도를 높이는 마케팅 전략 중에 하나입니다.

이러한 포인트 제도를 유지 운영하기 위해 포인트 마케팅 경쟁은 필수입니다. 초기 포인트 제도는 항공권 등 고가품에 주로 쓰였지만, 지금은 주유소, 백화점, 신용카드는 물론 요식업에 이르기까지 산업 분야를 막론하고 적용되어 있습니다.

여기에 결제하면 일정 금액을 돌려주는 리워드와 할인 쿠폰 등 다양한 방법을 결합한 포인트 마케팅도 등장했습니다.

포인트 제공사들은 고객 확보 차원이 목적으로 도입된 포인트 제도를 홍보하기 위한 추가적인 마케팅 비용을 지출해야하는 역설적인 상황까지 발생했습니다.

두번째로는 유지비용으로 인한 금전상 손해입니다. 포인트 제공사들은 영화관, 할인점과 같은 소비자 관점에서 포인트를 쉽게 사용할 수 있는 사용처 위주로 가맹점을 확대합니다.

가맹점이 확대됨에 따라 포인트 시스템을 구축하고 유지하는 비용은 매년 증가하고 있습니다. 하지만 포인트의 가치는 비용대비 낮게 책정되어 포인트 시스템 개발 및 유지관리 비용 대비하여 비효율적인 상황이 지속되고 있습니다.

포인트 제공사는 신규고객의 유입이나 자사 고객의 이탈방지를 위하여 포인트 시스템을 지속해서 유지해야 하므로 매년 막대한 투자손실이 발생하고 있습니다.

세번째로는 회계상의 부채 처리입니다. 포인트 제도를 둘러싼 제공사와 소비자의 시각차는 큼니다.

포인트 제공사 입장에서 포인트는 고객에게 지급하는 일종의 우대정책인 동시에 회사의 부채입니다.

제공사는 상품을 판매할 때 포인트 적립 비율만큼 재무제표에 부채로 기록됩니다. 회사가 현금으로 갚아야 할 빚은 아니지만, 포인트 유효기간 동안 회계상 부채로 처리됩니다.

2019년 9월 기준으로 대한항공의 마일리지 포인트로 인한 부채는 2조 3111억원이고 아시아나 항공은 7238억원입니다. 항공사 마일리지 포인트 중 가장 적립규모가 큰 대한항공은 유효기간 10년 적용을 놓고 법정 싸움까지 가기도 했습니다.

항공사는 마일리지 포인트가 보너스에 해당한다고 주장하여, 재산권적 성격을 부정하는 태도지만, 소비자는 포인트를 특정 항공사 이용을 통한 취득 재화로 보고 재산권을 주장하고 있습니다.

네번째로는 분산되어 있는 포인트입니다. 소비자도 포인트를 현금처럼 사용하기를 원하고 있으나, 제공사별로 분산되어 다음과 같은 제약이 있습니다.

포인트가 여러 제공사에 분산되어 있고, 제공사별로 사용처가 달라 통합사용이 불가능한 탓에 대다수의 포인트 보유 고객은 포인트를 가치 있는 재화로 인식하지 못하고 있었습니다.

또한 포인트로 상품을 결제하려면 포인트만 써야 한다는 결제방식으로 인하여 소량 포인트는 사실상 사용이 불가능 했습니다.

신용카드 결제 시 적립되는 포인트는 신용카드 업체의 포인트 몰을 통하여 제휴되어 있는 상품으로 교환 혹은 구매할 수 있지만, 포인트 몰에서 구매 가능한 상품들은 대부분 고가의 상품이기 때문에 소량의 포인트는 사용이 어려웠습니다.

소비자도 포인트를 현금처럼 사용하기를 원하고 있으나, 제공사별로 상이한 정책으로 인하여 위와 같은 제약이 있는 상황입니다.

다섯번째로는 사용처의 부재입니다. 포인트의 사용처 및 사용법에 관한 문제는 지속해서 제기되고 있었습니다. 신용카드 사용 시 적립되는 포인트, 항공사를 이용했을 시 적립되는 포인트 등 포인트는 다양한 서비스 이용 시에 적립되고 있지만 적립된 포인트를 사용할 수 있는 곳은 매우 한정적입니다.

적립된 포인트를 사용할 사용처 부족현상은 오히려 포인트 적립에 대하여 소비자 불만을 야기하고 있습니다.

여섯번째는 포인트 소멸 정책입니다. 포인트 제도는 제공사의 정책에 따라서 하나둘씩 유효기간 종료 시점에 도래하고 있습니다.

특히 지난 2019년 항공사 마일리지 포인트가 2010년부터 10년 유효기간 적용으로 소멸하기 시작하면서 소비자 불만이 커지고 있습니다. 포인트 제공사는 유효기간 동안 사용처를 확대하는 등 제도 개선방안을 마련하고 있지만, 소비자 입장은 여전히 사용처 부족현상, 과도한 포인트 차감률로 인하여 불만이 지속해서 제기되고 있습니다.

포인트 제공사는 포인트 소멸에 대한 유효기간을 일방적으로 설정하여 소비자 재산권을 침해하고 있는 상황입니다. 이러한 문제점으로 인하여 포인트 제공사와 소비자 간의 갈등은 지속해서 유발되고 있습니다.

2-3 Vision



ConMile 팀은 위에서 제기된 문제점을 블록체인 기반의 글로벌 포인트 통합 플랫폼으로 해결하고 합니다. ConMile 팀이 제시하는 문제점의 해결방안은 다음과 같습니다.

포인트 제공사는 포인트 제도로 쌓인 부채를 소멸하기 위한 사용처가 확보되고, 신규고객 유입을 위한 채널을 확보한다.

포인트 소비자는 포인트 유효기간에 대한 제약이 사라지고, 다양한 사용처를 통하여 새로운 포인트 활용방법을 지원받는다.

가맹점은 추가적인 판매 채널을 확보하고 효율적인 광고 수단을 제공받는다.

ConMile 팀은 위 3가지를 미션으로 정의하고, 이를 성공적으로 실현하기 위해 블록체인 기술을 활용한 ConMile Platform을 생각했습니다.

저희팀은 Platform을 구축하고 참여 주체인 포인트 제공사, 포인트 소비자, 가맹점을 저희 Platform에 포함함으로써 블록체인 기술을 활용한 투명하고 안전한 코인 생태계를 사용자에게 제공하게 될 것입니다. 또한 다양한 한국 혹은 글로벌 파트너사와 접촉하여 생태계를 전 세계적으로 널리 사용되게 만들 것입니다.

3. Solution

3-1 Blockchain

무형의 디지털 자산이 가치를 인정받기 위해서는 가치를 보장할 수 있는 현물 담보가 존재하거나 신뢰성이 필요합니다.

블록체인 기술을 적용하면 이러한 문제점은 쉬게 해결할 수 있습니다. 포인트를 토큰화 할 때 블록체인 기술을 활용하여 모든 거래가 투명해지고 위변조가 불가능해짐으로써 안전성과 신뢰성을 확보할 수 있습니다.

블록체인 기술을 적용하지 않고 플랫폼을 통합하는 경우에는 디지털 자산의 발행, 신뢰성 및 안정성 확보에 더 많은 자원이 필요하게 될 것입니다.

ConMile 은 블록체인 기술을 활용한 포인트 통합 플랫폼입니다.

범국가적인 서비스를 제공하는데 기존의 기축통화 및 포인트를 사용하면 통화 간 환율변화, 느린 전송속도와 수수료 등 다양한 단점들을 극복해야 합니다.

이 단점은 블록체인 기술을 통하여 발행된 디지털 자산으로 자산 고유의 값어치가 기준 되어 있으니 환율, 수수료의 문제가 해결 가능합니다.

글로벌 파트너사간의 흩어져 있던 포인트 네트워크망도 블록체인 기술을 통하여 하나의 블록체인망을 이용하기 때문에 전송속도 문제도 해결이 가능합니다

또한 블록체인에 모든 포인트 적립 및 거래 내역이 투명하게 기록됨으로 내역의 위변조가 불가능합니다. 따라서 안전성과 신뢰성을 확보하게 될 것입니다.

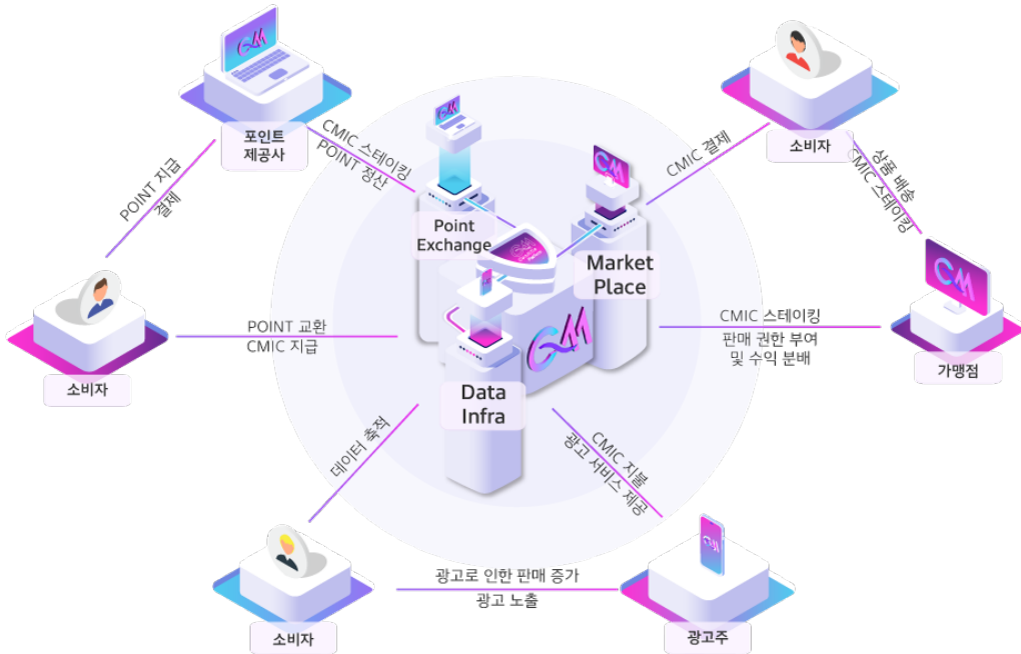
기업에서 신규 포인트 또는 마일리지 서비스를 구축하려면 짧게는 수 개월에서 길게는 수년이 소요됩니다.

블록체인상에 발행된 코인을 활용하면 보안시스템 구축과 운영 시스템을 구축하는데 소모되는 금전적인 비용과 시간을 절약할 수 있을 것입니다.

이러한 점은 추후 ConMile 플랫폼에는 지속해서 다양한 파트너사들을 합류하게 할 것이며, 한국뿐만 아니라 전 세계의 포인트를 가지고 있는 서비스들을 잠재적으로 ConMile 의 파트너사로 들어올 수 있게 할 것입니다.

4. Business

4-1 ConMile Platform



ConMile 은 포인트 제공사와 고객에게 블록체인 기반의 포인트 통합 플랫폼을 제공하고, 가맹점에는 구매력이 충분한 소비자를 연결함으로써 ConMile 플랫폼 참여 주체인 포인트 제공사, 포인트 소비자, 가맹점 모두에게 이익이 되는 선순환 비즈니스 생태계를 만들고자 합니다.

ConMile 플랫폼을 구성하는 핵심요소로는 1.Point Exchange, 2.MarketPlace, 3.Data Infra 가 있으며, 이 요소들은 ConMile 플랫폼 참여 주체 누구나 접근 및 활용할 수 있는 필수요소입니다.

Point Exchange는 ConMile 플랫폼의 핵심 기능인 CMIC(ConMile Coin)로 통합되어 교환되는 공간입니다.

Point Exchange를 활성화하려면 포인트 제공사가 먼저 CMIC코인을 스테이킹하여 소비자가 외부 포인트를 통합 CMIC로 전환해야 합니다.

Point Exchange는 포인트 제공사의 CMIC코인 스테이킹을 통해 사용자가 효율적으로 포인트를 교환할 수 있는 자동 거래 시스템 및 포인트 상환 시스템을 구축합니다. CMIC코인을 도입하면 파트너 회사에서 제공하는 다양한 포인트를 저장할 수 있고, CMIC코인과 관련된 다양한 혜택을 받을 수 있습니다.

MarketPlace는 ConMile 플랫폼에 제휴사가 제공하는 상품 및 서비스를 구매하기 위해 CMIC코인을 사용할 수 있는 온라인 마켓입니다.

사용자가 외부 포인트를 CMIC코인으로 교환하면 제휴사(CMIC코인을 스테이킹한 포인트 제공사)가 제공하는 서비스와 상품을 구매할 수 있습니다. 수익 정산 시스템은 각 상품마다 판매 수익을 정산하여 매일 판매자에게 정산합니다.

마지막으로 Data Infra는 ConMile 플랫폼에서 소비자의 활동과 패턴 등 다양한 축적된 데이터를 기반으로 구성된 데이터 인프라 및 데이터베이스를 활용하는 서비스 공간입니다. 포인트 제공사와 MarketPlace의 판매자는 ConMile 플랫폼에서 CMIC코인을 사용하여 광고비를 지불하고 실행할 수 있습니다.

4-2 ConMile Economy

포인트 통합

기존의 포인트 적립 서비스는 각 포인트마다 특정 가맹점에서만 사용될 수 있게 설계되어 자유롭게 사용 및 교환이 불가능했습니다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 고객은 포인트를 하나의 CMIC코인으로 전환할 수 있으며, ConMile 플랫폼에서 사용할 수 있습니다.



포인트 현금화 및 전송

금융감독원에 따르면 2019년 상반기 소멸한 8개의 카드사의 포인트는 499억 원으로 집계되었습니다. ConMile은 포인트 제공자로부터 수집한 포인트를 ERC-20 기반의 CMIC코인으로 전환할 수 있습니다.

기존의 포인트는 정책 및 기술적인 이슈로 양도하는 것이 불가능했습니다. 또한 기존 포인트는 가족 간 양도만을 허용하는 경우가 많았으며, 그 과정도 매우 복잡했습니다. 하지만 ConMile은 자사 플랫폼 내에서는 디지털 자산을 누구에게나 쉽게 양도가 가능하게 구축됩니다.

이 기술로 소비자는 자신의 포인트를 CMIC 코인으로 통합하거나 ConMile 플랫폼의 UI를 활용해 포인트가 소멸하기 전에 언제든지 외부상장 거래소를 통해 쉽게 현금화할 수 있도록 할 것입니다.

데이터 인프라 구축

ConMile 플랫폼내에서는 생태계 유지를 위해 데이터 인프라를 형성할 것입니다. 파트너사 서비스 구매이력, 이용내역, 소비자의 모든활동과 포인트 소비패턴 등 다각적으로 활용 가능한 데이터를 활용하여 새로운 데이터 인프라를 ConMile 플랫폼 내에 구축할 것입니다.

이 데이터를 기반으로 광고주들은 새로운 광고전략을 수립할 수 있을 것입니다.

소비자 분석

구매력이 높은 소비자를 확보하는 것은 생태계 활성화에 필요한 요소입니다. 플랫폼에 구축된 데이터 인프라를 기반으로 하는 소비자 분석을 통해 광고주는 CMIC 코인으로 비용을 지불함으로써 상황별로 프로모션 및 광고 타겟을 설정할 수 있습니다.

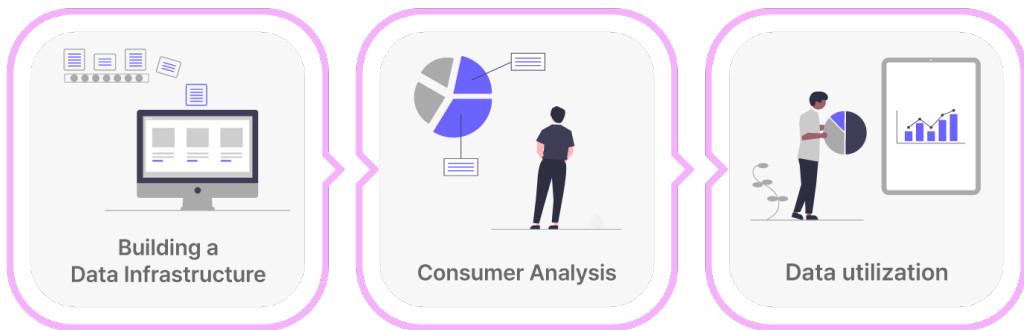
소비자 분석으로 타겟팅 된 소비자는 기존 소비자보다 구매전환율이 높을 것입니다. ConMile 광고 인프라에서는 포인트 획득, 포인트 교환, 포인트 소비 등 일련의 과정을 통하여 데이터를 추가로 누적할 예정이며, 누적된 데이터는 소비자의 패턴 분석에 추가로 활용될 예정입니다.

광고주는 분석된 데이터를 활용하여 광고에 대한 Return on Ad-Spend를 측정하고 효율적인 광고를 집행할 수 있습니다.

데이터 활용

광고주는 모바일 어플리케이션에서 다양한 방법으로 데이터를 활용한 광고를 집행할 수 있습니다. 푸시 알림, 배너 광고, 다양한 할인 또는 프로모션 등의 기능들이 ConMile 어플리케이션에 구현될 예정입니다.

데이터 인프라를 통해 다양한 소비자들의 데이터를 확보할 수 있고, 이를 통해 특정 소비자를 타겟팅한 광고도 가능합니다. 또한, 광고 형태에 따른 소비자들의 행동 파악이 가능한 분석기능도 추가될 예정입니다. 이러한 분석 데이터를 활용하여 광고주는 소비자들의 재방문율을 높여 매출상승에 도움이 될 것입니다.



5. Blockchain Wallet

ConMile에서 제공되는 지갑은 Blockchain 기반으로 실사용에서 플랫폼 이용자들이 편리한 거래를 이용할 수 있습니다.

지갑에서 CMIC 코인을 실시간 확인할 수 있으며, 전송 및 보관할 수 있는 기능이 탑재되어있으며, 각 포인트 제공사의 마일리지를 CMIC 코인으로 변환과 추후 파트너사들과 제휴를 통해 여러가지 상품을 구매할 수 있게 할 예정입니다.

또한 CMIC 코인을 상장거래소 개인지갑에 전송하여, 매도 및 매수를 통해 환전할 수 있습니다.



6. Coin Distribution

-Team & 어드바이저 (Team & Adviser) 8%

ConMile에 기여한 어드바이저와 팀원들에게 총 발행량 중 8%를 배정합니다. 코인은 기여도에 따라 배분되며, 배분된 코인은 수령일 기준으로부터 12개월 후 40% 24개월 후 나머지 60%의 락업이 해제됩니다.

-회사 보유 (Reserves) 10%

총 발행량의 10%는 회사 보유분입니다. 이 보유분은 예상치 못한 비용 발생에 대처하기 위하여 배정하였습니다.

-초기 투자자 (Initial Investor) 12%

초기에 ConMile 플랫폼 운영과 파트너십 제휴 및 글로벌 플랫폼으로 거듭나기 위한 개발 비용을 모집하기 위하여, 초기 투자자 인센티브제를 적용하였습니다. 코인의 구매 수량에 따라 추가 지급과 락업이 적용됩니다.

-파트너 (Partner) 15%

ConMile 플랫폼의 활성화에 직접적인 도움을 줄 포인트 제공사와 파트너십 구축을 위해 총 발행량의 15%를 사용할 계획입니다.

-마케팅 (Marketing) 15%

ConMile 플랫폼을 영위하기 위한 마케팅 비용으로 총 발행량의 15%를 배정하였습니다.

-코인 세일 (Coin Sale) 20%

총 발행량의 20%는 외부 상장 거래소에서 유통됩니다. CMIC 코인을 전송하여, 현금으로 전환할 수 있고, CMIC 코인을 매수하여, 플랫폼 내에서 원하는 포인트 제공사의 마일리지로 변환할 수 있습니다.

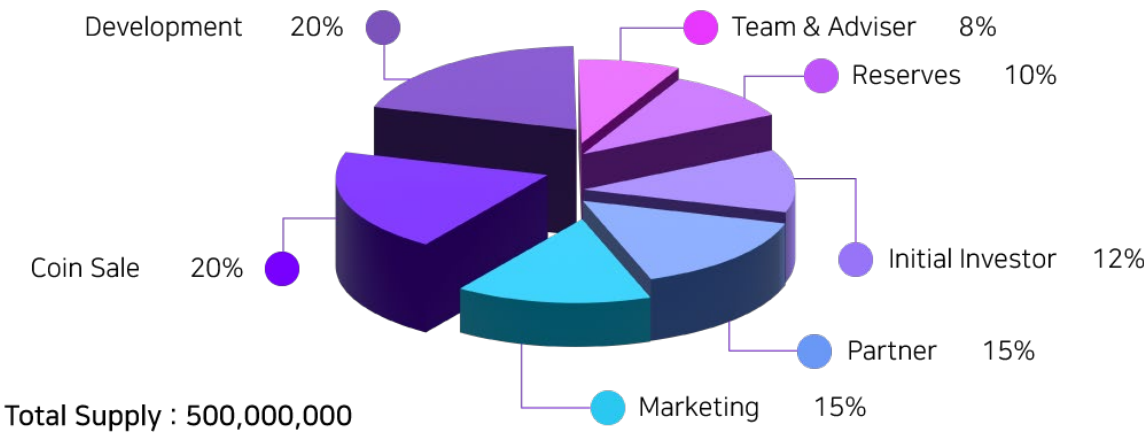
-개발 (Development) 20%

ConMile 플랫폼의 서비스 구축과 최종 비전을 위한 개발비용으로 총 발행량의 20%를 배정하였습니다.



Publication Information

Coin name	Symbol	Protocol
ConMile	CMIC	ERC - 20
Total Supply 500,000,000		

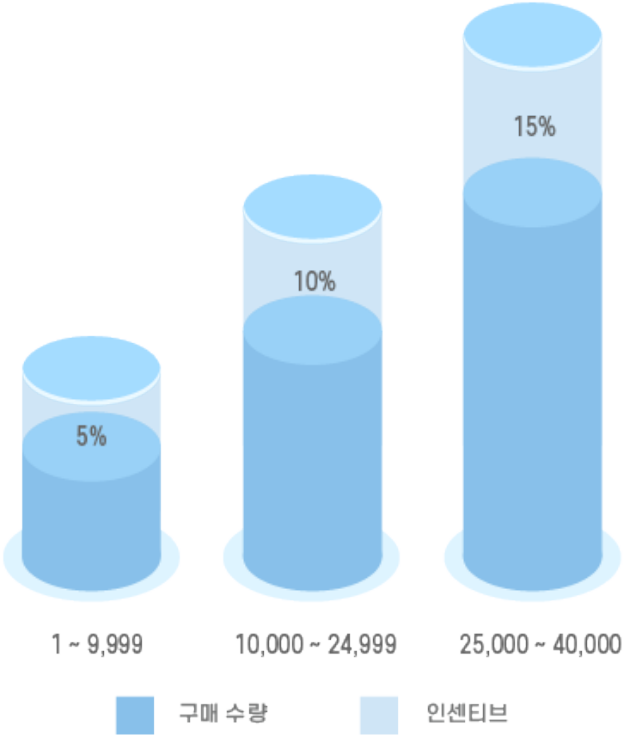


7. Initial Investor Incentives

초기 플랫폼 운영과 포인트 제공사 파트너십 제휴를 위한 자금모집을 위해 초기 투자자 인센티브제를 적용하였습니다.

이 자금은 추후 글로벌 플랫폼으로 거듭나기 위한 개발비용으로도 사용되며, 이러한 점은 높은 기대수익을 발생시킬 것입니다.

Initial Investor Incentives



초기 투자자 추가 인센티브	
구매 수량	인센티브
1~9,999	5%
10,000~24,999	10%
25,000~40,000	15%

8. RoadMap



Q3 ConMile 재단 설립

Q4 시장 조사 및 서비스 구축



Q1 Whitepaper 1.0 공개

Q2 CMIC Wallet 서비스 개발 시작

Q3 ConMile 플랫폼 베타 개발 시작

Q4 CMIC Wallet Ver.1 개발 완료 해외 거래소 상장



Q1 CMIC Wallet Ver2. 개발 시작

Q2 ConMile 플랫폼 베타 테스트

Q3 파트너십 강화

**Q4 ConMile 플랫폼 정식 서비스 오픈
글로벌 상위 거래소 추가 상장**

9. 면책 사항

아래 내용들을 주의 깊게 읽으시기 바랍니다. 아래 내용은 본 백서를 읽는 모든 사람에게 적용됩니다.

ConMile 백서(이하 '백서')는 작성 당시를 기준으로 하여 작성 및 제공되므로 백서에 포함된 어떠한 내용이라도 ConMile 재단의 재량에 따라 언제든지 변경되거나 업데이트 될 수 있으며, 본 백서의 어떠한 내용이라도 장래 시점까지 변경되지 않는다는 점을 담보하지 않습니다.

만일 본 백서의 내용에 대해 어떠한 의심의 여지가 있는 경우 구매 전 회계사, 변호사 또는 기타 전문가와 상의해야 합니다.

1. 본 백서의 목적은 ConMile 재단이 준비 중인 ConMile 플랫폼에 대한 요약된 정보와 소개를 다루는 것에 있습니다. 본 백서는 ConMile 플랫폼 또는 ConMile 재단에 대해서 법적으로 구속력이 없으며 백서 상 어떠한 문구들도 구독, 구매, 투자 제안 그리고 투자 강요의 성격을 띠고 있지 않습니다.
2. 본 백서 상 모든 정보나 분석 내용은 투자결정의 근거가 될 수 없으며, 어떠한 투자 제안이나 조언도 아님을 알려드립니다. 본 백서 상이 미래 계획적인 성격을 띄는 어떠한 내용이나 데이터는 어떠한 이유에서든 바뀔 수 있으며 정확하지 않을 수 있고 그 내용에 관한 어떠한 보장이나 약속도 없음을 알려드립니다.
3. 이사, 에이전트, 직원, 계약자, 판매 파트너를 포함한 ConMile 재단은 다음과 같이 본 문서에 포함된 정보에 따라 발생할 수 있는 직접적 또는 간접적으로 발생하는 모든 종류의 손해를 책임지지 않습니다. (1) 해당 백서에 따른 계약 내용의 정확성 및 완전성 (2) 백서의 오류 또는 누락 (3) 확인되지 않은 원인으로 인한 백서 열람 불가능 (4) 백서 사용 또는 미사용으로 인해 발생하는 기타 모든 손해
4. 진행 중인 ConMile 플랫폼의 내용이나 시장의 변화, 기술 발전 그리고 ICO나 코인 규제 변화에 따라서 백서의 내용은 달라질 수 있습니다. 그러나 ConMile 재단은 차후에 본 백서에 명시된 사건, 플랫폼, 향후 계획, 추정치의 변화나 오차 범위 안의 변경 사항 등에 대해 독자들에게 통보하거나 보고할 의무가 없음을 알려드립니다.

5. 본 백서 상 법, 세무, 규제, 금융, 회계와 같은 분야에 대한 정보들은 조언이 아님을 알려드립니다. CMIC 코인의 구입은 구매자들에게 CMIC 코인의 구매를 위해 지불한 물질적 자산을 포함해 물질적인 손실을 가져올 수 있습니다. CMIC 코인 구입에 앞서, 구매자들은 세무, 규제, 금융, 법률 등의 전문가들에게 잠재적 위험부담, 수익 및 CMIC 코인 거래가 초래할 수 있는 결과들에 대해서 상담할 것을 권장합니다.
6. 자신의 법적 관할권 내에서 CMIC 코인의 인수와 처분 등에 관하여 발생할 수 있는 소득세 등 기타 과제 처분 및 해외 환전에 대한 법적 가능 여부를 판단하는 것은 전적으로 CMIC 코인 구매자의 몫입니다.
7. 백서의 출판 및 배포가 금지된 나라에서 본 백서의 출판 및 배포를 금합니다. 본 백서에 있는 정보들은 어떠한 규제기관의 검증이나 인가도 받지 않았으며, 법에 저촉되는 어떠한 행위도 ConMile 재단에 효력이 없습니다. 본 백서의 출판 및 배포가 발행된 나라의 규제 사항을 모두 준수하였다는 것을 보장하지 않습니다.
8. ConMile 플랫폼에 대한 공식 자료는 본 백서이며 한국어로 작성되었습니다. 본 백서는 다른 언어로 번역될 수 있으며, 예비 구매자 및 기존 구매자 등 구두 혹은 서면 의사소통을 하는데 사용될 수 있으며 이 과정에서 일부 정보가 곡해되거나 잘못 해석되거나 손실될 수 있습니다. 따라서 이러한 대체적인 의사소통의 정확도를 보장할 수 없음을 숙지하시기 바랍니다. 그러한 부정확한 의사소통 발생 시 한국어로 작성된 본 공식 백서의 정보가 우선합니다.
9. 모든 백서 내용은 저작권의 보호를 받습니다. 개인적 용도 또는 기타 소유권 고지사항이 있는 경우에만 백서의 개별 섹션을 다운로드하거나 인쇄할 수 있습니다. ConMile 재단의 사전 서면 허가 없이는 본 백서를 전체적으로 또는 부분적으로 복제하거나 전자적 수단 또는 기타 방식으로 복제하거나, 공공 또는 상업적 목적으로 수정, 링크, 사용할 수 없습니다.
10. ConMile 재단은 구매자들에게 CMIC 코인 구매대금 상당의 손실을 볼 수 있다는 위험을 포함하여, 여러가지 종류의 위험을 고지하고 있습니다. 아래에 쓰여진 위험 부담이나 비확실성에 관한 정보의 정확성은 담보되지 않습니다.

구매자들은 CMIC 코인의 매매 및 보유로서 명백하게 CMIC 코인의 어떠한 형태의 보증도 없는 현재 상태 그대로의 위험 부담을 인지하고 구매한다는 것에 동의한 것으로 간주됩니다.

- 1) 블록체인 리스크: 블록체인 시스템 혼잡으로 거래가 늦게 처리되거나 거래가 무효화될 수 있습니다. 특히 CMIC 코인의 발행과 분배를 담당하는 스마트 계약은 이더리움 블록체인이라는 기술에 기초하고 있습니다. 이더리움 프로토콜은 약점과 취약성을 가지고 있을 수 있으며, CMIC 코인이 손실되는 버그를 포함해 각종 버그가 발생할 수 있습니다. 또 이러한 이더리움 블록체인의 문제로 ConMile 재단 및 CMIC 코인 구매자에게 물질적 피해가 발생할 수 있습니다.
- 2) 개인정보 리스크: 사용자의 개인정보는 CMIC 코인 구매자의 전자 지갑에 있는 CMIC 코인의 분배와 통제를 위하여 필요합니다. 따라서, 개인정보가 유출될 경우 구매자의 전자 지갑에 있는 CMIC 코인이 유출될 수 있습니다. 더욱이 구매자의 개인정보 유출로 인해 제3자가 구매자의 전자 지갑을 열람하여 CMIC 코인을 훔쳐갈 수도 있습니다.
- 3) 보안 리스크: 다른 모든 암호 화폐와 마찬가지로 이더리움은 '이중 지불 공격' 혹은 '51% 공격' 과 같은 마이닝 공격에 취약합니다. 해커들 혹은 다른 악의적인 의도가 있는 집단들이 위와 같은 공격 방법으로 ConMile 재단 또는 CMIC 코인을 공격할 수 있으며, 이러한 블록체인 공격이 성공할 경우 CMIC 코인 거래와 CMIC 코인에 큰 타격을 줄 수 있습니다.
- 4) 전자지갑 호환성 리스크: CMIC 코인을 구입하거나 저장하기 위해서 CMIC 코인과 기술적 호환이 되는 전자 지갑을 사용해야 합니다. 만약 다른 지갑을 사용하신다면, 구입하신 CMIC 코인을 접속하여 보시지 못하실 수도 있습니다.
- 5) 불가항력 리스크: ConMile 플랫폼은 아직 개발 중에 있으며, ConMile 재단은 ConMile 플랫폼을 백서에 쓰인 내용 그대로 개발 및 유지하도록 노력할 것이나, 세부사항에서 법률, 디자인, 기술, 행정상 규제 등 여러가지의 이유에서 변화가 생길 수 있습니다. ConMile 재단은 규제 프레임이나 요구되는 허가 및 라이선스 및 과세 정책의 변화, ConMile 재단이나 ConMile 플랫폼에 불리한 영향을 끼치는 플랫폼 또는 오픈소스의 등장, 시장의 관심 부족 및 기타 이와 유사한 사태가 발생하는 등 불가항력적인 요인으로 인하여 CMIC 코인의 가치 하락이나 손실 및 유동성에 손해가 발생할 경우, 그로 인한 배상책임이 모두 면제됩니다.

또한, ConMile 재단은 본 문서에 포함된 정보를 이용하여 한 의사 결정 행위에 따라 발생할 수 있는 다음 사항들에 대하여 사전 경고가 주어졌거나 해당 손해가 예측 가능할 경우에도 전적으로 책임을 지지 않습니다.

- 1) 이익, 수익, 부채 및 기타 모든 형태의 금전적 손해
- 2) 사업 거래, 사업 활동, 영업 이익 관련 활동 중에 발생한 수입, 매출, 자본 감소, 채무 기타 손실
- 3) 데이터 손실 또는 손상
- 4) 부수적 또는 특수 손해
- 5) 낭비되거나 손실된 관리 시간
- 6) 간접적이거나 필연적인 손해