

(디캠프) 레인보우컴퍼니 신규 IR덱

1. 커버(1)

(크몽 디자인)



Vision AI 기반 실공간 정보 제공 & 행동 데이터 수집AR 솔루션 스캔팡

공간 행동 데이터를 표준화하여 AR 글래스 시대의 핵심 데이터 레이어로 자리매김

2. Why Now(2)

(크몽 디자인)

AR 글래스 시대의 도래

"화면 중심의 시각 경험에서, 공간 중심의 맥락 경험으로"

공간 컴퓨팅 시대가 열리고 있다

- CES 2026에서 '공간 컴퓨팅'이 핵심 키워드로 부상
- Apple Vision Pro, Meta Ray-Ban 스마트글래스, 삼성 XR 글래스 등 공간 컴퓨팅 디바이스 본격 등장
- Spatial Computing 시장: 2025년 39.8억 달러 → 2030년 234.5억 달러 이상 성장 전망

인터페이스 패러다임이 전환된다

- 텍스트 검색(키워드 입력) → Visual Search(눈앞 객체를 비추면 즉시 정보 획득)
- 매장·거리·랜드마크 등 현실 공간의 디지털 매체화 가속

- AR이 모바일 다음 인터페이스로 자리 잡는 방향성은 업계에서 이미 합의된 상태

핵심 질문: AR 클래스 위에서 동작하는 '실공간 데이터 레이어'를 누가 먼저 확보하느냐가 향후 3~5년의 승부를 결정한다.

→ 스캔팡은 바로 그 **데이터 레이어**를 선점하는 솔루션이다.

3. Problem(3,4)

Problem 1: 실공간 정보 탐색의 구조적 한계

사람들은 '보고 있는 대상'에 대해 가장 많은 의사결정을 하지만, 그 순간을 해결하는 인터페이스는 아직 존재하지 않는다.

현재의 정보 탐색 프로세스: 대상 인식 → 앱 실행 → 키워드 입력 → 결과 탐색 → 실제 대상 매칭

문제	설명
평균 소요시간 약 30초	즉시성 부재로 맥락 손실
정보 피로도 & 맥락 손실	검색 과정에서 원래 의도를 잃음
즉시성 있는 정보 인터페이스 부족	오프라인 공간에 적합한 UX 부재
가장 높은 이탈 구간	관광·상권·부동산 앱에서 '현장 정보 탐색'이 최대 이탈 지점

Problem 2: 실공간 행동 기반 데이터 수집의 부재

오프라인 공간에서 실제 성과를 정량적으로 측정 가능한 비율은 **약 12%에 불과**하며, GPS 기반 방식은 도심 기준 **30~50m 오차**로 '실제 인식 여부'를 판별하지 못한다.

알 수 있음:

- 방문 여부 (GPS, 체크인, 결제 기록)

알 수 없음:

- 무엇을 실제로 봤는가
- 얼마나 가까이에서 봤는가
- 얼마 동안 시선을 유지했는가
- 관심이 행동으로 이어질 가능성이 있었는가

결과: 마케팅 효과 측정 불가, 상권·공간 개선 방향 불명확, 경험과 감에 의존한 의사결정, 연간 수조 원의 오프라인 예산이 '측정 불가' 상태로 집행 중

4. 솔루션(5,6,7)

4-1. 파편화된 정보의 즉시 제공 → 유저 사용성 확보(5)

"카메라를 비추는 즉시, 관심사 기반의 정보가 증강된다"

사용 흐름: 카메라 실행 → 대상 비추기 → 즉시 정보 노출

항목	내용
평균 소요 시간	2~3초 (기존 대비 10배 이상 단축)
정보 소스	공공데이터 + 웹 정보 + API 데이터 수집
정보 제공 방식	관심사 기반 AI 요약 제공
핵심 기술 스택	Geo Spatial + VPS + Gemini Live + Unity

차별점:

- a. 지금 보고 있는 대상 위에 '관심사 기반'의 정보가 증강
- b. 불필요한 검색, 스크롤, 맥락 손실 완전 제거
- c. 검색 없는 즉각적 상권 정보 획득

4-2. ScanPang Verifier: 신뢰할 수 있는 행동 데이터 엔진

"단순 수집이 아닙니다. 유저가 직접 '위변조가 불가능한' 고순도 데이터를 생성합니다."

수집되는 12가지 희소 데이터:

#	데이터 유형	설명
1	시선 유지 시간	카메라로 특정 대상을 바라본 지속 시간
2	거리별 관심 강도	대상까지의 거리와 시선 유지의 상관관계
3	반복 방문 여부	동일 대상에 대한 반복 인식 횟수
4	실제 방문 & 인식 판정	Vision AI + GPS 융합 확정 판정
5	비교 행동 시퀀스	A vs B 대상 비교 시선 패턴
6	탐색 경로 데이터	이동 동선 및 체류 밀도
7	시간대별 관심 패턴	시간·요일별 관심도 변화
8	날씨/환경 연관 데이터	환경 변수와 관심도 상관관계
9	줌인/확대 행동	상세 정보 열람 의도
10	촬영 안정성	의도적 정지 vs 이동 중 촬영 구분
11	관심 강도 스코어	복합 가중치 기반 관심도 수치화
12	전환 가능성 지표	구매·방문 직전 단계의 행동 신호

왜 중요한가:

- 기존 데이터는 노출·클릭·GPS 기반으로 실제 관심 여부를 증명하지 못함
- 스캔팡은 카메라 인식과 시선 유지로 '**의도적으로 본 행동**'만 데이터화
- 이는 **구매·방문 직전 단계의 가장 강력한 행동 신호**에 해당
- 오프라인에서도 온라인처럼 정밀한 행동 데이터 축적 가능
- 축적될수록 대체 불가능한 실공간 행동 데이터 자산으로 **락인 효과** 발생
- Verifier : 어뷰징 99.9% 차단 / 광고주/기업에게 "**100% 검증된 리얼 데이터**" 제공 가능 (단가 상승 요인)

핵심 기술:

- VAMIS 알고리즘: Vision AI + 나침반 + 시선 유지 + 미세 손 떨림 + GPS + 시간 정보 (6가지 팩터 결합)
- 행동 판정 신뢰도 99% 목표
- 어뷰징 99% 차단 (GPS 스푸핑, 재촬영, 스크린/인쇄물 판별, 영상 재생 등 다중 검증)
- Proof of Scan (스캔 증명) 기술: 저가 건물을 비추는 순간 GPS + 시간 + 기기 고유값 + Vision 인식 결과를 결합
→ 자체 알고리즘을 통해 ****고유 식별값(Action Hash)****을 생성하여 데이터 조작 원천 차단.

4-3. 오프라인 행동 데이터 활용 예시

시장분석

07. 희소데이터 사용 예시

- 1 부동산 앱 (다방, 직방)
- 2 관광 앱 (트리플, 마이리얼트립)
- 3 리워드/광고 앱 (토스, 캐시워크)
- 4 상권 분석 / 마케팅 인텔리전스

활용데이터	인사이트예시
시선 유지 시간	"A아파트는 평균 5초 이상 주목, B아파트는 2초 미만 → A 매물 우선 노출"
시선 유지 시간	"A매물 평균 시선 유지 6.2초 → 동일 가격대 대비 실질 관심도 1위"
반복 방문 여부	"이 매물을 3회 이상 본 유저 → 실제 문의 전환율 45%"
거리별 관심강도	"300m 이상 거리에서도 시선 유지 → 입지 단점 상쇄 매물"

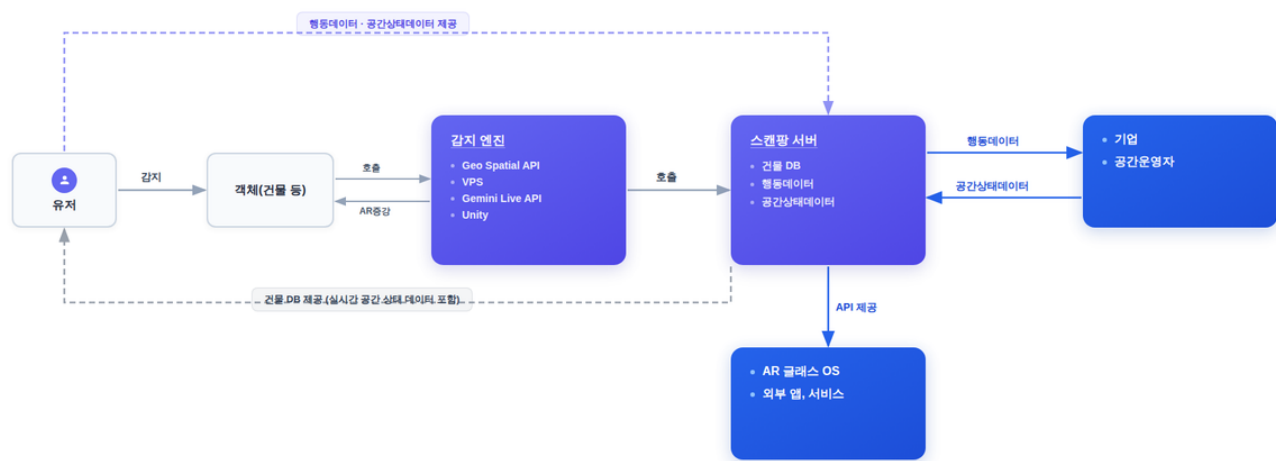
시선 유지 시간	"A 관광지는 평균 주목 4.5초, B 관광지는 1.8초 → 메인 추천 우선순위 조정"
탐색 경로 데이터	"명동 → 남산 → 한강 루트에서 체류 밀도 최고 → 대표 관광 동선으로 큐레이션"
날씨/환경 연관 데이터	"비 오는 날 실내 관광지 관심도 2배 → 날씨 기반 추천"
시선+관심 데이터	"사진보다 실제 현장 주목 시간이 긴 관광지 → 체험형 콘텐츠 강화"

방문 & 인식 판정	"실제 매장 앞에서 3초 이상 봐야 리워드 지급 → 어뷰징 99% 차단"
반복 방문 여부	"동일 매장 주 2회 이상 관심 유저 → 리워드 반응률 2.7배"
반복 빈도	"반복 스캔 지역은 로열 유저 클러스터"
시선 유지 시간	"광고 오브젝트를 실제로 5초 이상 바라본 유저 구매전환율 45%"

탐색 경로 데이터	"강남역 2번 출구 앞 A지점에서 평균 체류 45초 → 최적 광고 위치"
비교 행동 데이터	"스타벅스 vs 투썸 비교 시 스타벅스 선택률 62% → 경쟁 우위 분석"
시선 유지 + 거리	"이 간판은 30m 이상에서도 시선 유지 → 가시성 우수"
시간대별 관심 패턴	"시간대별 관심 히트맵으로 임대가 재산정 근거"

5. 스캔팡 핵심구조(8)

(검토 및 디자인 필요)



6. 타겟 시장 및 제공가치(9)

(9,10 페이지 내용 수정 보완)

B2C 전략: 유저 사용성 확보 → 자연스러운 데이터 수집(10)

단계	내용
데이터 수집	공공데이터 + 웹 정보 + API 연동
정보 제공	관심사 기반 AI 요약으로 즉시 제공
데이터 축적	사용 과정에서 자연스럽게 행동 데이터 수집
유저 가치	검색 없는 실공간 정보 획득, 인터랙티브 리뷰드 경험, 외국인 대상 직관적 가이드

B2B 전략: PoC → 유료화 → Enterprise 확장(10)

단계	시기	전략	핵심 활동
0단계	2026	PoC 검증	기브(리워드), 미리(F&B ERP) 등 PoC 파트너 확정, 강남·역삼 Test-bed 구축
1단계	2026~2027	확산 & 데이터 축적	상권/창업 플랫폼 대상 SDK 무상/PoC 공급, 5곳 이상 실증
2단계	2027~2028	유료 전환 & 시장 침투	Pro/Enterprise 유료화, 리워드·부동산·관광 등 다양한 카테고리 확장
3단계	2028~2029	Enterprise 확대 & 글로벌	고단가 계약 확대, 일본 진출 본격화, 데이터 뱅크 수익 모델
4단계	2030~	AR 클래스 시대 선점	AR 광고 시장 SDK 표준, 디지털 트윈 자산 상업화

B2G 전략:

7. TAM/SAM/SOM 기반 시장 기회와 경쟁 우위(10)

(검토 및 장표 수정)

7-1. AR·Spatial Computing 거시 트렌드

AR은 모바일 다음 인터페이스로 확정되었다

- 글로벌 AR 시장: 2024년 약 109.5억 달러 → 2029년 603.4억 달러 (CAGR 40.7%)
- 다른 리서치 기준: 2024년 424.8억 달러 → 2029년 2,483.8억 달러 (CAGR 42%+)
- Spatial Computing 시장: 2025년 39.8억 달러 → 2030년 234.5억 달러+
- Apple Vision Pro, HoloLens, 삼성·메타 XR 디바이스 등이 생태계를 가속화

인사이트: AR 글래스/공간 컴퓨팅은 거스를 수 없는 방향성이며, ScanPang은 이 디바이스 위에서 동작하는 **데이터 레이어**로 포지셔닝

7-2. TAM: 실공간 인식 기반 데이터 레이어 시장

레인보우컴퍼니가 겨냥하는 TAM은 단순 AR 콘텐츠가 아니라, "실공간 인식 기반 플랫폼" 시장이다.

TAM에 포함되는 영역:

- AR·Spatial Computing 소프트웨어 및 서비스 시장
- 위치 기반 광고(LBA), 오프라인 행동 데이터 플랫폼
- 오프라인 리테일·관광·부동산 등 실공간 의사결정에 쓰이는 데이터 인프라

핵심 수치:

- 글로벌 위치 기반 광고 시장: 2024년 약 937억 달러 → 2030년 2,190억 달러+ (CAGR 15%+)
- 다른 리포트 기준: 2025년 350억 달러 → 2033년까지 CAGR 18% 성장

- AR·Spatial Computing + LBS/오프라인 광고 데이터를 합산하면 수십~수백조 원 규모의 실공간 인식 기반 데이터 레이어 TAM 형성

포지셔닝: 이 거대한 시장에서 "시선·거리·의도"까지 포함하는 정교한 행동 데이터 영역은 **아직 공백 상태** → 선점 시 독보적 First Mover Advantage 확보 가능

7-3. SAM: 행동 데이터가 필요한 실사용 B2B 영역 (10~15조 원)

"AR 글래스 하드웨어나 광고 플랫폼 전체를 먹겠다는 게 아니라, '실공간 행동 데이터 레이어'라는 고부가 세그먼트를 집중 공략한다"

SDK/API 도입이 가능한 핵심 영역:

- 관광·로컬·상권 분석 앱
- 부동산·지도·내비게이션·로컬 마켓플레이스
- 리워드·결제·쿠폰·리테일 미디어 앱
- 지자체·관광공사·공공기관 (체류/관심 데이터 기반 정책 의사결정)

이들 영역은 이미 위치 기반 광고·오프라인 성과 측정에 예산을 집행 중이며, 글로벌 LBA 및 Spatial Computing 서비스 시장의 일부만 점유해도 **10~15조 원 규모**로 추정

7-4. SOM: 한국·일본 중심 초기 타겟 (연 50~150억 원)

단기('26~'28년)에는 한국·일본 중심의 B2B 고객군에 집중

타겟 고객군:

- 상권·창업 플랫폼, 리워드·핀테크 앱
- 부동산·관광·로컬 슈퍼앱
- 통신·지도 플랫폼
- 지자체·공공기관

SOM 산출 구조:

- Enterprise 고객 1,000~2,000곳 타겟
 - ScanPang Pro 평균 연 2,500만 원 / Enterprise 평균 연 3억 원
 - 상위 10% Enterprise가 매출의 60% 견인하는 구조
 - → 연 매출 기준 약 50~150억 원 규모 (보수적 목표)
-

7-5. 경쟁사 대비 포지셔닝

비교 항목	기존 지도·LBS	Google Lens 등 Visual Search	일반 AR SDK	ScanPang (NUPY 2.0)
실공간 객체 인식	✗ (POI·주소 중심)	○ (이미지·객체 인식)	○ (마커·이미지 인식)	◎ (Vision AI 기반 실공간 인식)
실제 방문·관심 판별	✗ (GPS 기반 체류 추정)	✗ (검색 행위 중심)	✗ (콘텐츠 트리거 위주)	◎ (시선·거리·반복 방문 기반)
시선 유지·거리 데이터	✗	✗	✗	◎ (시선 유지 시간·거리별 강도)
의도된 행동 데이터화	✗	✗	✗	◎ (VAMIS 6-Factor 검증)
B2B 데이터 활용	제한적 (리포트 위주)	불가 (소비자 서비스 중심)	불가 (SDK 제공 위주)	핵심 가치 (리포트·API 제공)
SDK/API 공급	제한적	✗	○	◎
데이터 신뢰성	GPS 조작 가능(취약)	검증 메커니즘 부재	- GPS 조작앱에 뚫림 - 사진/영상 스캔과 실물 구분 불가(취약)	Verifier 기반 무결성 검증 (위변조 불가)
자산화 가치(가능성)	단순 로그(Log)	일회성 검색	없음 (N/A)	자산급(Asset-grade) 데이터 축적

메시지: "ScanPang은 AR 콘텐츠 도구가 아니라, '의도적으로 본 행동'을 데이터 자산으로 바꾸는 **실공간 행동 데이터 플랫폼**이다."

1. 위변조 불가능한 행동 증명(PoS)
2. 소비자가 만든 광고주/금융사가 신뢰하는 데이터

8. 비즈니스 모델(11p)

스캔팡 B2C, B2B, B2G 구체화 - 대학생팀 작성

타겟 고객별 제공 가치

B2B

기업은 실제 방문과 관심을 증명할 수 있는 고신뢰 데이터를 확보하고, 리워드·광고 어뷰징을 최소화할 수 있음

B2G

공공기관은 별도 하드웨어 없이 관광·도시·정책 효과를 정량적으로 측정하고, SDK/API 형태로 기존 서비스에 빠르게 적용할 수 있습니다.

B2C

검색 없는 즉각적 상권 정보 획득, 실공간 기반의 인터랙티브한 리워드 경험 제공, 외국인 관광객 대상 직관적 길 안내

9. 역량(12,13P)

(검토 및 장표 수정)

9-1. 사업화 역량

사업적 역량

B2C

B2B

글로벌7개국

AR 포토카드 굿즈

- 대형 IP협업 프로젝트 다수

오프라인 행사·팝업

- AR 포토키오스크 | 국내외 대형 프로젝트 다수

- 홀로그램박스 | 홀로그램 + AR포토키오스크 융합 제품 상용화단계

솔루션 공급

- WebAR | MCN, 청첩장, 기관행사 다수 공급중

- API | 네컷포토업체, Ai기업등 다수 공급중

네이버

AR 포토카드

AR 포토키오스크

nupy

AR 포토카드

AR 포토키오스크

AR포토서비스(NUPY1.0)	커스텀 AR포토카드	(B2C) 자사몰 nupyar.com	장	₩5,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	AR 포토카드 굿즈	IP협업 굿즈 발매	장	₩6,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	AR 포토키오스크	IP협업 또는 행사용 AR포토키오스크	회	₩2,000,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	홀로그램박스	IP협업 또는 행사용 AR포토키오스크 연계 홀로그램박스	회	₩10,000,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	WEBAR 서비스	웹기반 무설치버전 AR포토서비스	건	₩1,000,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	nupy AR 솔루션	외부 서비스에 누피AR기능 제공	건	₩50,000,000
AR포토서비스(NUPY1.0)	nupy AR에디터	노코드 기반 실시간 AR콘텐츠 생성 에디터	장	₩500

9-2. 기술적 역량

기술 역량

보유 기술 및 인프라

- 클라우드 기반 실시간 AR콘텐츠 생성 기술
- 로컬 기반 WebAR콘텐츠 증강 기술
- Vision Ai 기반 GPS 융합 스코어링
- AR 광고·리워드 실행 엔진
- Nupy 솔루션 외부연동 api

청정사과제 우수졸업

KOSME

AI 기반 포토카드 인식 및 클라우드 서버분배를 통한 실감형 AR 포토 서비스

TIPS 선정



간판·로고 인식과 GPS 매칭 기반 인터랙티브 WebAR 리워드 광고 플랫폼 핵심 엔진 기술 개발

특허

진행상황	등록번호	지식재산권(특허)명
등록	10-2593715	증강 현실 사진 출력 키오스크 앱 뷰어 시스템
등록	10-2900607	인공지능을 기반으로 증강현실 이미지를 생성하는 장치 및 방법
등록	10-2900634	증강현실 포토카드 출력 시스템
출원예정		6-Factor 실공간 행동 검증 방법 및 시스템
출원예정		AR 기반 최소 행동 데이터 생성 및 분류 방법
출원예정		AR 기반 어뷰징 차단 및 실사용 판별 방법

10. 매출 전망(14P)

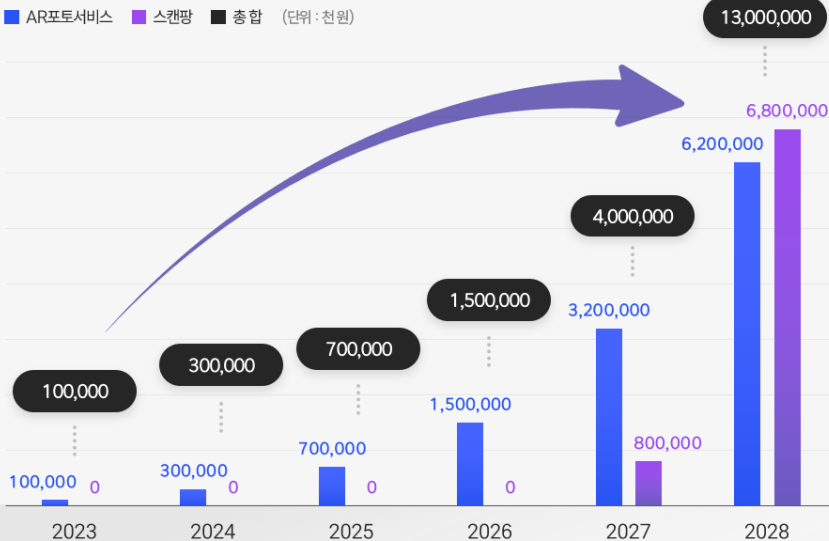
(스캔팡 부분 수정 및 구체화)

예상매출

14. 수익 모델별 매출 성장 전망

rainbow company

■ AR포토서비스 ■ 스캔팡 ■ 총합 (단위 : 천 원)



AR포토서비스(NUPY1.0)

- 이미 매출 발생 중인 검증된 사업 모델
- 제작·운영 자동화 70%이상 구현
- AR 에디터 API를 국내외 POD시장에 공급하여 지속적인 매출 성장 목표

스캔팡(NUPY2.0)

- 2026년 베타 서비스, PoC 2곳 확정(리워드, ERP)
- 2027년부터 단계적 상용화 및 고객 확대
- 행동 기반 최소 데이터 축적에 따른 네트워크 효과
- 2028년 전체 매출의 50% 이상을 차지하는 핵심 성장 축

11. 글로벌 확장 전략(15P)

(검토 및 장표 수정)

13. 콘텐츠·기술·데이터로 확장하는 글로벌 전략

1차 타겟: 일본시장 (2027년 본격 진입)

- 상권 구조의 유사성: 일본은 한국과 유사한 고밀도 간편 중심 상권 구조를 가지고 있어, Vision AI 객체 인식 모델의 로컬라이징 비용이 최소화
- 검증된 파트너십: NTT 도코모, 엠넷재팬, 하쿠호도의 협업 이력을 활용해 현지 관광·로컬 앱 SDK 공급을 가속화

docomo Mnet HAKUHODO

관광 콘텐츠와 AR 기술의 유기적 결합

- 외국인 관광객이 언어 장벽 없이 간판을 스캔하면 즉시 자국어로 메뉴, 가격, 리뷰가 번역되어 증강되는 'AR 글로벌 가이드' 기능을 관광 플랫폼 (Klook, Trip.com 등)에 이식하여 글로벌 사용자 데이터를 수집함.

klook Trip.com

- 알고리즘 특허: 단순 인식이 아닌 GPS·활형 각도·거리 값을 결합하여 방문 행동을 확정하는 '다중 센서 융합 기반 행동 판정 알고리즘'에 대한 핵심 특허 확보
- UI/UX 디자인: 실공간의 복잡한 시각 정보 속에서 직관적으로 AR 카드를 정렬하고 사선을 유도하는 '공간 인지형 AR 인터페이스' 디자인 특허 등록

입체적 지식재산권(IP) 포트폴리오 강화

- 의도적으로 바라본 실공간 행동 데이터를 독점 축적
- 데이터 축적으로 객체인식 정확도 및 어뷰징 차단 성능 고도화
- 대규모 실사용 데이터 필요로 단기간 모방 불가한 데이터해자 형성

데이터 해자(Data Moat)를 통한 진입 장벽 구축

12. 팀 소개(16P)

17. 콘텐츠 산업에 특화된 기술과 시장 적응력을 가진 실행 중심의 팀으로 구성

핵심 경영진



CEO/투자 및 경영 총괄

박지호

한국의외국어대학교 산업경영학 수료

현대건설장비 영등포지점 대표
- 3년간 매출 600억 달성

투자전문회사 (주)오피홀딩스 대표
- 실리콘밸리 기업투자 진행

양준모 CTO/제품 총괄

폴스택 개발 15년 차/프로그래밍 디자이너 5년 차 컴퓨터 공학
상성, Microsoft, KT, CJ 등 200여개 프로젝트 PM 및 개발
전 로지컬아트 CTO

홍주호 부대표/영업 총괄

영업 및 경영지원 경력 7년
프로듀스 101 Japan 세일즈 기획
로열스트리머 세일즈 운영 외 다수

박성균 CSO/사업팀 총괄

한양대학교 수석졸업 (Summa Cum laude)
사업개발 경력 8년
NC SOFT, CJ E&M, 핑크플레이너 출신

팀원

정기영 팀장/백엔드개발

웹 및 백엔드 개발 경력 15년
웹 어플리케이션 및 백엔드 제작 사례 다수

이승엽 팀장/AI MS

인하대학교원 석사, 개발경력 7년
인공지능 머신러닝 프로젝트 Lead
AWS 인프라 구축, 백엔드 어플리케이션 개발

오수인 리드/마케팅

디지털 마케팅 경력 9년 차
글로벌 노션 엠버서더 경력 3년 차
클래스 101, 그로우엔베터 등 스타트업 마케팅 PM

김태화 리드/마케팅

브랜드 컨설턴트, 디지털 마케팅 10년 차
CJ 제일제당, 노션, 농심, 동서식품, SPC
디지털 마케팅 총괄

13. 프로젝트 및 연혁(17P)

11. 프로젝트 및 연혁

2022.11	법인 자체	주식회사 레인보우컴퍼니 법인 설립
2023.06	제품 자체	NUPY AR 포토솔루션 개발 및 베타 서비스 개시
2023.07	출시 더필름	글로벌 포토솔루션 출시
2023.09	출시 브라운	e스포츠 팀 멤버 포토카드 굿즈
2023.10	출시 CJENM	(일본) 프로듀스101 Japan 시부야 팝업스토어
2023.10	입점 NTT도코모	(일본) 도코모 마루노우치 매장 키오스크
2023.01	기술 자체	특허 등록 - 증강현실 사진출력 키오스크 앱뷰어 시스템
2023.11	출품 하이브	(태국) BTS 사진전 키오스크
2023.11	수상 경기도 의왕시	창업아이디어공모전 대상
2023.12	출시 YG 엔터테인먼트	그룹 트레저 포토카드 굿즈
2024.04	출시 편딩	스텔라이브 멤버십 포토카드 굿즈
2024.04	입교 중소벤처기업부	청년창업사관학교 14기
2024.05	출시 디플러스기아	다큐멘터리 상영회 AR 포토카드 굿즈
2024.07	출품 한국콘텐츠진흥원	(미국) KCON LA 키오스크 출품

2026.01	출시 MBC, Wavve	신인감독김연경 AR스포츠크드 출시
2025.12	선정 중소기업기술정보진흥원	Tips 일반트랙
2025.11	출시 (주)스튜디오빌	영화 맨홀 포토카드 출시
2025.10	투자 (주)리벤처스	Seed 투자유치
2025.10	출시 325엔터테인먼트	엠씨더맥스 이수 멤버십2기 프리미엄카드 제작
2025.09	선정 한화호텔&리조트	신한오픈이노베이션 10기 선정
2025.09	출시 토스	게임형 AR 광고 리워드 앱 '스캔팡' 출시
2025.06	선정 광주정보문화산업진흥원	체험형융합콘텐츠 제작지원 선정
2025.05	선정 경기콘텐츠진흥원	경기 레벨업 프로그램 가상융합 시드 선정
2025.05	선정 한국콘텐츠진흥원	KNOCK(케이녹) 정규라운드 선정
2025.05	출시 KYK 인비테이셔널	김연경 AR 포토카드 굿즈 출시
2025.04	선정 신용보증기금	Start-up NEST 17기 선정
2024.10	출품 DDP 디자인스토어	서울디자인 키오스크 출품
2024.09	선정 한국콘텐츠진흥원	뉴콘텐츠기업지원센터 입주기업 선정
2024.09	출품 서울시 / 문체부	월드 웹툰 페스티벌 키오스크 출품

14. 디캠프 배치 활용 계획(18P)

작성 필

15. Exit Plan(19P)

(기존장표 복붙)

Exit Plan

16. Exit Plan

구분	Exit 방식	잠재 인수 주체	인수 핵심 포인트	예상 시점
Strategic M&A	스캔팡 솔루션 인수	포털·페이·지도·통신·리테일 플랫폼	내부 구축이 어려운 실공간 행동 데이터 즉시 확보	2027 ~
	카메라/OS 레벨 인수	삼성전자, Apple 등 휴대폰 제조사	휴대폰 카메라에 실공간 인식·행동 판정 레이어를 기본 탑재	2028 ~
	스캔팡 솔루션 인수	글로벌 AR Glasses 기업	AR 글래스에 현실 인식·즉시 정보·행동 데이터 수집 엔진 내재화	2028 ~
Data-driven M&A	데이터 자산 인수	상권 분석·광고·부동산·관광 데이터 기업	GPS·결제로 대체 불가한 의도 기반 데이터셋	2028 ~
Platform Exit	부분 엑시트 / JV	글로벌 플랫폼·지역 파트너	SDK 독점 계약 / 국가·산업 단위 사업부 매각	2029 ~
IPO Option	코스닥/해외 상장	공개시장	실공간 행동 데이터 플랫폼으로 포지셔닝	2030 ~

16. 클로징(20P)

공간 행동 데이터를 표준화하여 AR글래스 시대의 핵심 데이터 레이어로 자리매김

레인보우컴퍼니는 단순한 AR 서비스 기업이 아닙니다.
실공간 정보 탐색의 구조적 한계를 해결하고,
오프라인에서 사용자가 '의도적으로 본 행동'을 데이터 자산으로 전환하는 솔루션 공급기업입니다.

이번 라운드는 그 데이터가 실제로 축적되기 시작하는 첫 번째 구간입니다.
우리는 이 데이터를 보유한 기업이 향후 3~5년 실공간 인식 시장의 기준이 될 것이라 믿습니다.



E-MAIL | gospel@rainbowcp.net
CONTACT | CEO 박지호 · 010-2676-4334
HOME PAGE | <https://rainbowcompany.net>

17. 진입장벽 구축 전략 (생략가능)

(검토 및 디자인 필요)

5-1. 공간상태 데이터 확보(7)

"스캔팡의 공간상태 데이터가 AR 글래스 시대의 필수 인프라가 된다"

17.1 공간상태 데이터란?

실시간 혼잡도 · 관심 트렌드 · 영업 현황 · 시즌 변화 등, 정적 주소가 아닌 그 순간의 살아있는 공간 정보

17.2 공간상태 데이터 확보를 통한 진입장벽 구축 전략

STEP 1. 양면 데이터 교환

- 유저 행동 데이터 인사이트(혼잡도 · 유동인구 · 관심 트렌드)를 몰 · 건물주 · 상권 운영사에 제공

- 대가로 영업 현황 · 입점 정보 · 프로모션 · 공실 데이터 등 자체 수집 불가능한 Spatial State Data를 확보
- 상호 가치 교환 기반의 데이터 파트너십 구조

STEP 2. 대체 불가 진입장벽 : "Verification History (검증의 역사)"

- 기술적 복제 불가:

→ 경쟁사가 AR 앱 기능은 모방할 수 있어도, 지난 수년간 쌓아온 '시간대별 공간 검증 로그(Time-Series Verification Log)'는 복제할 수 없음.

- 신뢰의 선점 효과:

→ 광고주/금융사는 "방금 생긴 데이터"보다 "3년 동안 꾸준히 검증된 데이터"를 신뢰함.

→ ScanPang Verifier를 통해 축적된 '원본 증명 데이터셋'이 가장 강력한 해자(Moat)가 됨.

STEP 3. AR Glass Standard API (표준 데이터 레이어)

- 사용자가 매장을 바라보며 "이 가게 지금 어때?" → AI가 ScanPang API 호출
- OS · 디바이스가 변경되어도 공간 상태 데이터는 ScanPang을 경유하는 필수 인프라로 포지셔닝

5-2. 협약 기반 표준화(8)

- B2B 파트너 앱 연동을 통한 SDK 표준 지위 확보
- 지자체 · 공공기관 레퍼런스 축적으로 제도적 정당성 확보
- 데이터 활용 계약 기반 합법적 수집 · 분석 체계 확립
- AR 글래스 시대 '오프라인 데이터 표준 SDK'로 기능

5-3. IP 포트폴리오 강화(8)

진행상황	등록번호	지식재산권(특허)명
등록	10-2593715	증강현실 사진출력 키오스크 앱뷰어 시스템
등록	10-2900607	인공지능을 기반으로 증강현실 이미지를 생성하는 장치 및 방법
등록	10-2900634	증강현실 포토카드 출력 시스템
출원예정	-	6-Factor 실공간 행동 검증 방법 및 시스템
출원예정	-	AR 기반 희소 행동 데이터 생성 및 분류 방법
출원예정	-	AR 기반 어뷰징 차단 및 실사용 판별 방법