TOYB
토이비
리뷰 운영 AI · SaaS

2027년 정부지원사업 대응

TOYB GROUP

정부지원사업 사업계획서

PSST 표준양식 · 문제인식 · 실현가능성 · 성장전략 · 팀구성

2027년 초기창업패키지 · 재도전성공패키지 · 재도전성공학교 · 모두의 창업 대응

사업명	외식·자영업 매장 대상 2단 성장 구독 서비스 "TOYB(토이비)"
신청기관(안)	토이비 그룹(TOYB GROUP) · 대표
작성일	2026.11.16
양식 기준	창업지원사업 표준사업계획서(PSST: 문제인식–실현가능성–성장전략–팀구성), 목차 제외 15쪽 내외

목차

0. 제출 개요 및 사업별 매핑 1

0-1. 이 문서를 어디에 낼 것인가 1
0-2. 한 장 요약 2

1. 문제인식 (Problem) 3

1-1. 시장과 고객을 좁혀서 정의한다 3
1-2. 문제: 폐업은 "매출이 없어서"가 아니라 "매일의 운영이 무너져서" 온다 3
1-3. 기존 대안의 한계 (경쟁 비교) 4
1-4. [재도전 트랙 필수] 폐업 2회의 원인 분석과 재발 방지 장치 4
1-5. 이미 검증된 것 (Traction) 5

2. 실현가능성 (Solution) 6

2-1. 상품 구조 (Basic → 옵션 → Pro → 통대행 4단) 6
2-2. 운영 프로세스 (지금 실제로 돌아가는 방식) 7
2-3. 기술 구성과 개발 진척도 (공개 가능 범위) 8
2-4. 12개월 개발·사업화 로드맵 (협약기간 내 산출물 명시) 9
2-5. 경쟁력과 방어 논리 10
2-6. 글로벌 검증 벤치마크 — 같은 모델이 이미 '돈'과 '밸류'로 증명됐다 10

3. 성장전략 (Scale-up) 11

3-1. 수익모델 (과금 주체·단가·빈도) 11
3-2. 매출 추정 (가정을 숨기지 않는다) 11
3-3. 고객 확보 채널 (실행 가능한 순서로) 11
3-4. 사업비 집행 계획 (12개월, 예시안) 12
3-5. 성과 목표(KPI)와 마일스톤 12
3-6. EXIT 및 투자 계획 13
3-7. ESG 기반 사회적 가치 — 상품 구조에 이미 들어 있는 축 14

4. 팀 구성 (Team) 15

4-1. 대표자 — 창업자(1인) 15
4-2. 부족한 역량과 보완 계획 (채용이 아니라 구조로 채운다) 15
4-3. 인력 운영 계획 — 고정 인건비 없이 매장 수를 늘리는 구조 16

5. 리스크와 대응 16

5-2. 심사역 4대 의심 가설과 방어 논리 17

6. 부록 — 제출 전 체크리스트 17

6-1. 양식·형식 (2026년 공고 기준, 매년 재확인) 17
6-2. 사업별 필수 첨부 17
6-3. 수치 출처 18
6-4. 표현 주의 (특허 비공개 원칙) 18

0. 제출 개요 및 사업별 매핑

0-1. 이 문서를 어디에 낼 것인가

트랙	실제 일정(확인분)	요건 핵심	이 문서에서 손볼 곳
초기창업패키지 (일반형)	2026년은 **1/23 공고 → 2/13 16시 마감**. 2027년 공고 미발표(주관기관 공고안: 초기 520개사, 마일스톤형 최대 1.5억)	**창업 3년 이내** 기업 대표. 사업자등록 보유	4-1 대표 이력에서 '폐업' 서술 축소, 1-4(폐업 원인) 삭제 → 2-3(개발 진척) 강화
재도전성공패키지	2026년 **2/11~3/4 16시**(추경 4/17~5/7). 2027년 미발표	**폐업 이력 필수**(예비재창업자: 사업자등록 없음 / 재창업 7년 이내). 자부담 25% 이상(현금 5% 이상)	**1-4 폐업 원인 분석이 필수 항목**(서류 배점 문제인식 35점)
재도전성공학교	**2027년 신설**(예산 595억, 전국 19개 거점, 실패 원인 진단·유형별 교육·BM 재설계)	공고 미발표	1-4 + 3-5(재설계 로드맵)를 전면에
모두의 창업	2027년 3기 공고 미발표(2026년은 3/26·8/20 공고). 2027 정부안 4,411억·2만 명, **예비창업패키지 편입**	예비창업자는 공고일 기준 사업자등록 없음	15쪽 문서 대신 **도전신청서·이미지/숏폼**으로 축약(1·2·5장이 소스)
지역창업패키지(2027 신설)	정부안 1,700억, 최대 5억	지역 창업기업	강원(양양·강릉·속초) 실증 근거를 1-1·3-3에 배치

> **주의**: 위 2027년 수치는 2026.9.1 정부 예산안(국회 심의 중) 기준이며, 예산 확정(법정 시한 12.2)과 각 사업 공고로 최종 확정된다. 공고가 나오면 반드시 **해당 연도 첨부 양식**으로 옮겨 쓸 것(다른 양식은 평가 제외 사유).

0-2. 한 장 요약

항목	내용
고객	네이버 플레이스 리뷰를 관리해야 하지만 시간이 없는 **외식·자영업 매장** (전국 음식업 가동사업자 79만 8,969곳)
상품	① **Basic 플레이스 케어** 월 198,000원 **부가세 포함**·무약정(리뷰 자동 응대·4대 지도 기본 등록/동기화·메신저 1줄 임시휴무·카카오 알림톡 요약) ② **옵션 1 글로벌 팩** +월 5~10만 원(4개 국어, Phase 2) · **옵션 2 Pro 플랜** 월 29.8~39.8만 원(경쟁 레이더·카드매출 ROI·Phase 2~3) ③ **그로스 파트너십(통대행·원페이지 랜딩 풀케어)** 월 500만 원대~(광고비 포함·지점 확장 기획)
검증	**이전 개인사업자 시절 월 198,000원 유료 입금 10곳+(입금 내역 보유)** · **2개 브랜드 20개 지점(17+3)·프랜차이즈 32개 지점 직접 운영·관리** + 직영 1곳·수탁 8곳에서 상권 유형별 매출 개선 9건 (최대 월 +3,000만 원, 마진 15%→32.5%, 일 유입 401→6,540회)
매출	**2026년 11월 법인(토이비 그룹) 월 매출 800만 원 발생 중**(대행·운영) · **198,000원 구독은 2026.11.17 판매 개시 — 법인 구독 결제는 아직 발생 전** · **개인사업자 시절 월 매출 최대 4,000만 원**(현장 세일즈·운영 검증) — 법인 2025년 매출 `0`과 구분되는 별도 실적
수익	2단계(18개월) 연 매출 약 7억 원(케어 100곳 + 파트너십 8곳)
사회적 가치(ESG)	**소상공인 디지털 상생** — Zero-Input으로 1인·고령·지방 사장님도 3일 내 디지털 전환, 무약정·정가로 장기 약정·고액 대행 피해 예방, 허위 리뷰 0건 가드레일, 종이물류·식자재 폐기 감축(3-7)
조직	**초경량 1인 AI-native** — 채용 인건비 없이 개발(검증된 개발 파트너 마일스톤 공동개발·IP 100% 당사 귀속)·**현장 제작(전담 촬영 파트너, 전국 현장 출동 가능, 이미 확보)**·그로스에만 집행. **코어 AX·리뷰 자동화 엔진은 100% 자체 구축·보유(IP 자사 귀속)** 이며 파트너는 실행 리소스 — 스케일업 단계에 핵심 AI·백엔드 엔지니어 내재화 병행
신청 목적	이미 구축한 코어 AX 엔진·진단 설문·CRM 위에서 ① **AI 리뷰·플레이스 에이전트 고도화(파트너 마일스톤)** ② **100개 매장 규모 반복 매출 검증** ③ **특허 출원 및 AI 상권 매칭 프로토타입** — 새로 개발하려고 받는 자금이 아니라 **준비된 엔진으로 전국 외식업 점유(그로스)를 가속하는 자금**

1. 문제인식 (Problem)

1-1. 시장과 고객을 좁혀서 정의한다

목표 고객: 매출 연 3억~30억 원 규모의 **방문형 외식 매장**(개인사업자·법인) 중, 네이버 플레이스에 리뷰가 쌓이는데 답글·관리를 전담할 사람이 없는 매장.

구분	규모	근거
TAM(전국 음식업 가동사업자)	**79만 8,969곳**	국세청 국세통계포털(TASIS), 2025년 말 기준. 전년 대비 −1.9%로 사상 첫 80만 붕괴
SAM(플레이스 리뷰 운영이 필요한 방문형 매장)	약 **25만 곳** (추정)	TAM 중 배달 비중이 낮고 리뷰 노출이 매출에 직결되는 업태(한식·고기·해산물·일식·주점·카페) 비중을 보수적으로 30% 적용
SOM(3년 내 목표)	**300곳**(케어) + **30곳**(파트너십)	3장 성장전략의 단계별 목표
SOM 매출(연)	케어 300곳 × 180,000원(부가세 제외) × 12 = **6.5억** + 파트너십 30곳 × 월 500만 × 12 = **18억**	3-2 매출 추정

> SAM 추정치는 가정임을 명시한다. 공고 제출 전 **통계청 전국사업체조사(업태별 사업체 수)** 로 업태 비중을 확정해 수치를 교체할 것.

1-2. 문제: 폐업은 "매출이 없어서"가 아니라 "매일의 운영이 무너져서" 온다

지표	수치	출처
음식업 폐업률(2025)	**15.14%** — 전 업종 평균 8.64%의 1.75배	중기부 「폐업자 현황·실태 통계」 2026.6.30
폐업 사유 1위	**사업부진 50.4%**(소상공인 6대 업종 55.7%), 실태조사에서 폐업 소상공인 **10명 중 7명이 '매출 부진'** 응답	동 통계
5년 이상 영업 후 폐업	음식점 **4만 1,659곳** (2007년 이후 최다)	국세청 국세통계
신규 사업자 대비 폐업자	**83.5%** (2013년 이후 최고)	국세청 국세통계
소상공인 디지털·스마트 기술 활용	**27.2%** — 10곳 중 7곳은 여전히 종이·전화로 운영	중기부 「2024년 기준 소상공인실태조사」 2026.3.13

고객이 실제로 겪는 장면(현장 관찰): 오픈 직후 3개월은 리뷰가 붙는다. 그 뒤로 ① 예약·주문은 배달앱으로 빠지고 ② 방문 고객은 '플레이스 사진·리뷰'를 보고 오며 ③ 사장님은 홀·주방·발주로 리뷰 답글을 미루고 ④ 별점 1점짜리 리뷰 하나가 몇 주씩 방치되면서 신규 유입이 끊긴다. **매출이 꺾이는 신호는 이미 리뷰에 찍혀 있는데, 그것을 읽고 매일 대응할 사람이 없다.**

1-3. 기존 대안의 한계 (경쟁 비교)

대안	고객이 얻는 것	한계
광고대행사	콘텐츠·광고 집행	리뷰 관리는 '덤'. 성과 책임 없음, 최소 3~6개월 약정, 월 100만~300만 원 고정비
자동 답글 앱	저렴한 자동화(월 1만~5만 원)	악성 리뷰에도 기계적 답글 → 브랜드 리스크. 실적·상권 맥락 없음
사장·직원 직접	비용 0원	시간이 없어 밀림. 대응이 감정적으로 흔들림
플랫폼 기본 기능	무료 알림	답글 문장·톤·상황 판단은 대신해 주지 않음
TOYB	**답글 등록까지 완료 + 위험 리뷰 승인 게이트 + 상권 실적 기반 다음 단계 기획**	매장 수 확대 시 운영 인력 필요 → **AI 보조·표준화로 해결 중**(2-3)

지도 정보도 같은 문제입니다 — 사장님은 네이버 플레이스만 겨우 관리하고, **카카오맵·티맵·구글맵에는 영업시간·휴무·메뉴가 실제와 다르게 남아 있습니다.** 그래서 2-3의 **4대 지도 통합 등록·동기화**를 상품 범위에 넣었습니다(플랫폼별 구현 방식은 2-3에 그대로 구분해 적었습니다).

1-4. [재도전 트랙 필수] 폐업 2회의 원인 분석과 재발 방지 장치

> 서류 배점 **문제인식 35점**(2026년 재도전성공패키지 공고)에서 가장 큰 비중을 차지하는 항목. 아래는 현재 사업 설계에 반영된 형태이며, 제출 시 **폐업사실증명원의 폐업 사유·시기와 대조해 1쪽 분량으로 확정**한다.

구간	무엇이 문제였나	지금 무엇을 바꿨나 (구조로 증명)
1차 폐업	**외형이 현금흐름보다 먼저 커짐** — 광고·임차 등 고정비를 매출보다 앞서 약정	**무약정 198,000원** 상품. 고객도 우리도 매달 성과로 재계약. 고정비를 먼저 약속하지 않는 구조
2차 폐업	**단일 매장·단일 상권 의존** — 그 매장이 흔들리면 회사 전체가 흔들림	**상권 유형 9종 실증**(1-5)으로 처방을 자산화. 매장이 아니라 **재현 가능한 방법**을 판다
공통	역량이 대표 개인의 감각에 집중	판단 기준을 문서·리포트로 표준화하고, 답글·리포트는 시스템이 수행. 대표는 기획에 집중
재발 방지	—	① 월 단위 해지 가능(고객 이탈이 곧 우리 지표) ② 매주 월요일 고객 리포트 발송(성과 미달 조기 감지) ③ 매장 수 확대 전 인력·자동화 준비율 확인

"두 번의 폐업이 만든 현재의 상품" — 무약정, 검증 우선, 현금흐름 우선. 이 세 원칙은 실패에서 나온 것이고, 그래서 경쟁사가 쉽게 따라 하지 못한다.

1-5. 이미 검증된 것 (Traction)

상권 유형	매장	결과
가맹 운영 검증	프랜차이즈 32개 지점 (**직접 운영·관리**)	2개 브랜드 **20개 지점(17+3) 운영** — 개인사업자 시절 **월 198,000원 유료 입금 10곳+**, 입금 내역 보유
매출 현황	**2026년 11월 법인(토이비 그룹)**	월 매출 **800만 원** 발생 중(대행·운영) — 19.8만 구독은 11/17 개시, 법인 구독 결제 발생 전 · 개인사업자 시절 월 최대 **4,000만 원**과 구분 표기
관광·성수기	강원 양양 직영 플래그십 매장 (**직영**)	성수기 월매출 약 **1억 8,700만 원**
대학가	부산대 저가형 돼지갈비	3,954만 → **4,347만 원 (+9.9%)**
주거(아파트)	부산 양정 저가형 돼지갈비	1억 8,680만 → **2억 1,676만 원 (+3,000만)**
주거	양주 대형 갈비탕	마진율 **15% → 32.5%** (월매출 1.75억)
원룸·역세권	부산 연산시청	일매출 30만 → **140만 원**, 유입 401 → **6,540회**(웨이팅)
오피스	광화문 야구장 콘셉트 포차	일매출 140만 → **420만 원**(웨이팅)
관광	우럭미역국 전문점	점심 매출 30만 → **70만 원**
관광	강릉 조개구이	월매출 **2.9배**
관광	속초 ××점	인스타그램 릴스 **조회 129.5만 · 공유 3.5만**

해석: 상권 유형별로 재현된 결과라는 점이 핵심이다. 평균이 아니라 **처방의 목록**이며, 이것이 2단계(파트너십) 상품의 근거이자 AI 상권 매칭의 학습 데이터가 된다. 더 중요한 것은 **같은 가격(월 198,000원)을 개인사업자 시절 10곳 이상이 실제로 입금했다**는 점이다 — 가격 저항이 없는 시장은 이미 확인됐고, 법인은 11/17 판매를 시작한다. 여기에 **2026년 11월 법인 월 매출 800만 원(대행·운영)이 실제로 들어오고 있어** 지원금·투자금이 없어도 현금이 도는 팀임을 숫자로 보여준다(개인사업자 시절 월 최대 4,000만 원은 별도 실적으로 구분 표기).

2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 상품 구조 (Basic → 옵션 → Pro → 통대행 4단)

가격은 한 장의 사다리다. 입구는 전국 누구나 살 수 있는 **Basic 198,000원(부가세 포함)** 하나이고, 필요가 확인된 매장에만 옵션과 Pro 플랜을 붙인다. **어느 단에도 할인·쿠폰·장기약정이 없다.**

티어	월 가격 (부가세 포함)	대상	범위
Basic (현재 판매)	**198,000원** (공급가 180,000 + 부가세 18,000)	매장 1곳 · 전국	리뷰 자동 응대(**4대 지도 기본 등록·정보 동기화** · 위험 리뷰 보류) + **메신저 1줄 임시휴무** + 카카오 알림톡 요약 · TOYB이 답글 등록까지
옵션 1 · 글로벌 팩 (Phase 2)	**+5~10만 원** (Basic 애드온)	외국인 타겟 매장(연남·강남·관광지)	4개 국어(한·영·일·중) 메뉴·리뷰 대응
옵션 2 · Pro 플랜 (Phase 2~3)	**29.8~39.8만 원**	카드매출·상권 경쟁까지 보는 매장	**반경 500m 경쟁 레이더** + **여신금융 카드매출 ROI 분석** + **선제 액션**
통대행·풀케어 (현재 판매)	**월 500만 원대부터** (광고비 포함)	관광지·핵심 매장 · 다점포	예산 통운영 + **원페이지 랜딩** + 6대 상권 판별·전략 매핑 + 본사 브랜드 가드레일

이 순서의 근거: 숫자는 **Basic만으로 보수적으로 잡는다**(아래 시장규모·매출 추정 전부 부가세 제외 공급가 **180,000원** × 매장 수 기준 — 고객 청구액은 월 198,000원 부가세 포함, 옵션·Pro는 목표에 미포한 업사이드). 아래 표의 ① 케어·② 파트너십은 이 사다리의 **입구(Basic)와 최상위(통대행)** 이다.

	① 플레이스 케어 (Basic)	② 그로스 파트너십 (통대행)
월 이용료	**198,000원 (부가세 포함)**	**월 500만 원대~**
대상	매장 1곳	다점포·규모 매장
범위	**4대 지도(네이버 플레이스·카카오맵·티맵·구글맵) 등록·정보 동기화** + 리뷰·플레이스 관리 대행 + 경쟁 레이더·리텐션 리포트(배달앱 제외)	예산 통운영(브랜드·콘텐츠·온오프라인) + 지점 확장·**6대 상권 자동 판별·전략 매핑** + **본사 브랜드 가드레일(전 지점 일괄 통제)**
실행	TOYB이 **답글 등록까지 완료**	전담 기획 + 월 성과 보고
안전장치	악성 리뷰는 **보류 후 사장님 확인**(자동 등록 금지)	동일 + 승인 게이트
계약	**무약정** (월 단위)	6개월 로드맵, 성과 미달 시 조정
고객이 받는 것	매주 월요일 리뷰 요약 리포트 + 월 1회 플레이스 점검	상권·경쟁 분석 리포트 + 확장 로드맵

왜 이 순서인가: 케어는 **현금흐름과 매장 데이터를 동시에 만드는 진입 상품**이다. 100개 매장이면 월 1,800만 원의 반복 매출과 함께 100개 상권의 실측 데이터가 쌓이고, 그중 매출이 오른 매장이 자연스럽게 파트너십으로 올라간다. 억지 영업 없이 고단가 고객이 붙는 구조다.

2-2. 운영 프로세스 (지금 실제로 돌아가는 방식)

1. **온보딩(D-3~D-1)**: **사장님 입력 폼 없음(Zero-Input)** — 스마트플레이스 기존 답글·소개글·메뉴를 자동 크롤링해 톤·강점·금기어를 추론 → 플레이스 현황 점검 → **매장 팩트 DB 확정 → 4대 지도 일괄 반영(§9)** → 초기 개선안 확정. 메뉴판·매장 사진을 받으면 **OCR이 팩트 초안을 먼저 만들어(§10.1)** 사장님은 승인 카드 한 번만 확인한다
2. **일일 운영**: 신규 리뷰 확인 → 위험도 분류(정규식 1차 + LLM 2차) → 답글 초안 → **위험 리뷰·임의 보상 약속은 등록 직전에도 차단**해 사장님 확인 요청 → 나머지는 TOYB이 등록 완료
3. **주간(월요일)**: 리뷰 수·평균 별점·반복 칭찬/불만 키워드 리포트 + 위험 리뷰 **카카오 알림톡** 브리핑
4. **월간**: 플레이스 점검(사진·메뉴·영업정보·예약) + **4대 지도 동기화 점검(정보 불일치·임시휴무 만료 확인)** + 반복 키워드가 잡히면 **수정 제안 카드** 발송 → 다음 달 액션 제안
5. **분기**: 상권·경쟁 비교 → 파트너십 전환 제안

> ※ 답글 판정 기준·수집 항목·리포트 산식 등 **핵심 로직은 특허 출원 준비 중으로 본 계획서에 기재하지 않는다.** 심사 시 필요하면 비밀유지 하에 별도 설명한다.

2-3. 기술 구성과 개발 진척도 (공개 가능 범위)

구분	현재	12개월 목표
운영 콘솔	데스크톱 앱(Electron 36 기반) + 로컬 DB(SQLite) + 암호화 저장소(AES-256-GCM) **운영 중 — 코어 엔진 100% 자체 구축·보유**	다중 매장 관리·권한·감사 로그
리뷰 처리	수집→위험도 이중 필터→초안 생성→**위험 리뷰 보류**→등록 흐름 운영 중	보류 판정 정확도 개선, 처리량 3배
말투 학습 (Zero-Input)	매장별 톤 프리셋 + 담당자 수정 이력 반영. 기존 답글·소개글 **자동 크롤링으로 추론(사장님 입력 0건)**	매장별 페르소나 자동 유지
가드레일	오발송·할루시네이션 0건 규칙 운영 중 (임의 할인·환불·보상 문구 차단)	사고로 고객을 잃지 않는 구조
4대 지도 동기화	설계 완료(스펙 v1.1 §9) — 단일 매장 팩트 DB(항목 12종) 기준. **구글: 공식 Business Profile API · 네이버·카카오: 점주 권한 위임 자동화 · 티맵: 등록·변경 대행 큐**	신규 매장 초기 등록 대행, 지도 4곳 정보 불일치(NAP) 자동 감지
매장 DB 자동 세팅(OCR)	설계 완료(§10.1) — 메뉴판·매장 사진 → 팩트 초안. 접수→승인 카드 **p50 10초·p95 25초** 목표	온보딩 입력 0건 유지, 팩트 자동 채움률·오추출률 측정
리뷰 패턴 → 수정 제안	설계 완료(§10.2) — 28일 반복 키워드(주차·웨이팅 등) 감지 → 카카오 알림톡 원클릭 반영	반복 불만이 지도 문구·플레이스 소식 개선으로 이어짐
수요 신호 선제 액션	설계 완료(§10.3) — 카드매출 기준선(8주 동일 요일 중앙값)·기상 특보·공휴일·상권 가중치로 수요지수 산출(규칙 기반·설명 가능)	매출 하락 조짐·기상 변화 시 광고·공지 **선제 제안**(예산 상한 필수)
상권 6종 자동 판별	설계 완료(§10.4) — 주거 밀집·주거 복합·대학로·공단/오피스·주거/오피스/번화가 복합·역세권/번화가 + 관광/성수기(확장 존)	상권별 타겟·전략·채널(플레이스·인스타·지역광고·메타) 자동 매핑
경쟁 매장 레이더	설계 완료(§10.5) — 반경 500m 동일 업종 경쟁점의 리뷰·키워드·메뉴 변화를 공개 정보 범위에서 비교	"달라진 점" 주 1회 브리핑(매출·방문자 추정·비방 문구 금지)
리텐션 리포트	설계 완료(§10.6) — 단골·재방문·모임 키워드를 월간 추적	해지 방어용 재방문 체감 지표(표본 10건 미만은 비율 미제시)
본사 브랜드 가드레일	설계 완료(§10.7) — 본사 정책(`brand_policy`)을 지점이 덮어쓸 수 없는 최상위 규칙으로 고정	프랜차이즈 전 지점 톤·금기어 100% 일괄 통제
통합 CRM	광고 성과·스마트플레이스 통계 적재 운영 중	여신금융협회 카드 매출 연동 → `광고비→유입→실매출` ROI
리포트	주간 요약 리포트 발송	상권 벤치마크 포함 리포트
데이터	직영·수탁 9개 상권 실측	**상권 유형 × 처방 × 결과** 구조화 DB (100개 매장)
AI 상권 매칭(성능 검증)	규칙·플레이북 기반 1차 버전 설계 완료(§10.4)	실측 라벨 축적 후 2028년 베타

기술 스택 요약: Electron 36 데스크톱 콘솔 · Patchright 기반 브라우저 자동화 · SQLite(마이그레이션 관리) · AES-256-GCM 자격증명 암호화 · LLM 기반 문장 생성 · Clean Architecture(ports/adapters) 구조로 기능 확장. **계정·자격증명은 암호화 저장, 로그에 평문 기록 금지** 원칙.

개발 내재화 — 코어는 이미 우리 것: 위 코어 AX·리뷰 자동화 엔진은 **100% 자체 구축·보유(IP 자사 귀속)** 로 운영 중이며, 외부에만 맡긴 구조가 아니다. 검증된 개발 파트너는 고정 인건비 없이 **현장·반복 실행을 가속하는 실행 리소스**로 마일스톤 단위에서 주변 기능을 함께 개발하고, **시장 점유 확대(스케일업) 단계에 맞춰 핵심 AI·백엔드 엔지니어 내재화를 병행**한다(채용은 매출로 충당).

구축 완료 자산: 진단 설문 프로토타입(9문항, 공개 `https://toyb-survey.netlify.app`) · AX 리뷰·통합 CRM 인터랙티브 데모(운영자 콘솔 + 사장님 CRM 뷰) · 화면기획·개발 스펙 v1.1(Zero-Input 온보딩·이중 필터·알림톡 웹훅 + §9 4대 지도 통합 등록·동기화 + §10 AX 고도화 3종·상권 전략 매핑).

개발 단계(Phase) 구분 — 한 번에 다 열지 않는다

단계	시점	범위	현재 상태
Phase 1	2026.11~ (즉시)	리뷰 자동화·위험 리뷰 보류·카카오 알림톡 + **4대 지도 기초**(구글 API 연동, 네이버·카카오 권한 자동화, 티맵 대행 큐)	**운영 중 / 1차 출시**
Phase 2	2027 상반기 (협약기간 내)	**Zero-Input AX**(10초 OCR 매장 DB 세팅 · 리뷰 패턴 원클릭 수정 제안 · 수요 신호 선제 액션) · **여신금융 카드매출 연동** · **다국어**(영문·중문·일문 리뷰 응대·지도 문구) · 상권 6종 매핑·플레이북	**설계 완료(스펙 v1.2) · 개발 예정**
Phase 3	2027 하반기~ (협약 이후 확장)	**경쟁 매장 레이더(반경 500m)** · **프랜차이즈 본사 브랜드 가드레일** · **TOYB Index**(상권·매출 데이터 자산)	**설계 착수**

> 위 구분을 지키는 이유: 지원사업·투자 심사에서 "Day 1에 모든 기능이 나온다"고 쓰면 실사에서 바로 드러납니다. Phase 1은 이미 돌아가는 것, Phase 2는 협약기간 산출물, Phase 3는 그 뒤 확장으로 나눠 적습니다.

2-4. 12개월 개발·사업화 로드맵 (협약기간 내 산출물 명시)

시기	개발 산출물	사업 산출물
1~3개월 (**P1 완성**)	다중 매장 콘솔 v1(권한·매장별 설정), 주간 리포트 자동화, **4대 지도 동기화 1차(구글 API 연동·네이버/카카오 자동화·티맵 대행 큐)** — **개발 파트너 마일스톤 계약 체결(소스코드·IP 100% 당사 귀속 조건)**	케어 30곳 계약, 온보딩 매뉴얼 확정
4~6개월 (**P2 1차**)	위험 리뷰 승인 UI, 말투 학습 반영, 처리 로그 대시보드, **OCR 온보딩 베타**, **리뷰 패턴 감지→원클릭 수정 제안**, **수요 신호 선제 액션(카드매출·기상)** — **IP 귀속·산출물 검수**	케어 50곳, 파트너십 3곳
7~9개월 (**P2 완성**)	상권 벤치마크 리포트 v1, **상권 6종 자동 판별·플레이북 v1**, **여신금융 카드매출 연동**, **다국어(영문·중문·일문) 응대·지도 문구**, **4대 지도 불일치 자동 감지**, 특허 출원	케어 80곳, 파트너십 5곳, 상권 데이터 60개
10~12개월 (**P3 착수**)	운영 자동화율 측정·개선, **경쟁 레이더·프랜차이즈 본사 가드레일·TOYB Index 데이터 파이프라인 1차**, 팩트 자동 채움률 개선	케어 **100곳**, 파트너십 8곳, 연 매출 7억 원 런레이트

2-5. 경쟁력과 방어 논리

방어 요소	내용
실행 이력	9개 상권 유형의 매출 개선 실적(1-5). 문서로 재현 가능
상품 구조	무약정 — 고객이 매달 재선택. 이탈률 자체가 품질 지표
안전장치	위험 리뷰 자동 등록 금지 → 사고로 고객을 잃지 않는 구조
데이터	상권×처방×결과 데이터는 매장 수에 비례해 쌓이며, 후발주자가 단기간에 복제 불가
독점 데이터	광고비·플레이스 유입·**여신금융 카드 실매출**이 매장 단위로 연결된 라벨 — 매장 수에 비례해 쌓이고, 학습 데이터·벤치마크 상품으로 재활용
지식재산	설문·진단 기반 관리 시스템 **특허 출원 준비 중**(출원 후 공개)
시장 순풍(보완재)	**네이버 Npay 커넥트 등 결제 단말기가 오프라인 매장의 리뷰 수집량을 키울수록, 쌓인 리뷰 응대·가드레일·광고/매출 CRM 통합 운영을 대신해 주는 TOYB의 필요성은 오히려 커진다** — 단말기는 경쟁이 아니라 도입을 가속하는 보완재다.

2-6. 글로벌 검증 벤치마크 — 같은 모델이 이미 '돈'과 '밸류'로 증명됐다

이 사업은 새로운 카테고리를 만드는 것이 아니라, **해외에서 이미 값이 매겨진 모델을 한국 시장(네이버 플레이스)에 맞게 옮기는 일**이다. 세 가지가 각각 다른 것을 증명한다.

사례	무엇을 했나	증명된 것 (검증 수치)
Owner.com (미국)	외식업 사장님의 웹사이트·온라인 주문·리뷰·CRM·POS를 AI 에이전트가 대신 운영. 독립 식당 **월 $499 정액제**(커미션 없음)	**ARR $100M+(약 1,380억 원) 돌파**, **기업가치 $2.3B(약 3.1조 원)** — 2026.8 골드만삭스 대체투자 부문 리드 **$240M 투자**(Series D). "다 해주는 정액 구독"이 외식업에서 성립하는 시장임을 증명
Marqii (미국)	외식업 리뷰·매장정보(리뷰·메뉴·리스팅) 자동화 + AI 답글 초안	**12,000+ 매장** 사용(2024.10, 자사 사이트 현재 15,000+ 표기) · 누적 **$20M 투자 유치** · 고객 **1/3이 30개 이상 다지점 브랜드** → 다지점·브랜드 고객이 실제로 지불
Base44 (이스라엘)	**1인 AI 창업자**가 외부 투자 없이 부트스트랩, AI로 제품·운영을 자동화	6개월 만에 **월 순이익 $189K → Wix에 현금 $80M(약 1,100억 원) 매각**(2025.6) → 고정 인건비가 작은 1인 AI-native 구조로도 엑시트가 가능함을 증명

이 표가 우리 계획에 주는 것

1. **가격 모델의 근거** — Owner.com의 월 $499 정액(다 해주는 운영)이 외식업에서 ARR $100M까지 갔다는 것은, TOYB의 월 198,000원(약 $135) 무약정 상품이 **가격 저항이 아니라 침투 여지**를 가진 가격대라는 뜻이다.
2. **고객 구성의 근거** — Marqii 고객의 1/3이 30개 이상 다지점 브랜드라는 사실은, 1-5의 "프랜차이즈 32개 지점 운영 → 개인사업자 시절 19.8만 유료 입금 10곳+"가 한국에서 같은 방향(다지점·브랜드가 먼저 지불)으로 재현될 근거다.
3. **조직 구조의 근거** — Base44는 1인이 AI로 제품·운영을 돌려 6개월 만에 $80M 현금 엑시트를 만들었다. TOYB도 **1인 AI 코어 + 검증된 개발 파트너 + 전담 촬영 파트너(전국 출동, 확보 완료)** 로 같은 구조를 지향한다.

출처: Goldman Sachs Alternatives 보도자료(2026.8.28), Owner Series D 공개 자료, Marqii 보도자료(2024.10.30) 및 자사 사이트, TechCrunch·Calcalist(2025.6.18). 원화 환산은 1달러=1,380원 기준.

3. 성장전략 (Scale-up)

3-1. 수익모델 (과금 주체·단가·빈도)

항목	내용
과금 주체	매장 사업주(개인·법인)
단가	케어 198,000원/월, 파트너십 월 500만 원대
빈도	월 자동결제(카드·계좌), 무약정
매출 성격	반복 매출(ARR). 케어는 이탈률 관리가 곧 성장
추가 수익(2단계 이후)	파트너십 내 제작·캠페인 실행비(별도 견적), 상권 리포트 유료 구독(검토)

3-2. 매출 추정 (가정을 숨기지 않는다)

단계	시점	케어 매장	파트너십	연 매출(런레이트)
1단계	6개월	30곳	3곳	30×180,000×12 = 6,480만 + 3×500만×12 = 1.8억 → **약 2.4억**
2단계	18개월	100곳	8곳	2억 1,600만 + 4.8억 → **약 7.0억**
3단계	36개월	300곳	30곳	6.5억 + 18억 → **약 24.5억**

핵심 가정: ① 케어 월 이탈률 3% 이하(무약정 상품의 목표선) ② 파트너십 평균 단가 월 500만 원 ③ 신규 케어 매장 월 8~10곳 확보(3-3 채널 기준) ④ 파트너십 전환율 케어 고객의 8%.

원가 구조: 케어 1매장당 월 원가(운영 인건비·자동화 비용 배분) 약 5만 원 → **매장당 기여이익 약 13만 원**(공급가 180,000 − 원가 50,000). 담당 1인당 관리 매장 100곳을 자동화로 달성하는 것이 손익의 핵심 변수.

3-3. 고객 확보 채널 (실행 가능한 순서로)

1. **직영·기존 고객 전환**: 양양 직영 매장 + 기존 대행 고객 → 첫 10곳은 영업 없이 확보
2. **무료 상권 진단 리포트**: 9문항 진단(업종·상권·면적·좌석·객단가·경쟁 밀도 등)으로 1분 진단 → 리포트 제공 → 상담 전환. 오픈 전 **사전 대기 명단** 확보를 목표
3. **지역 밀집 공략**: 양양·강릉·속초(관광 상권) → 부산(대학가·주거) → 수도권(오피스) 순. 같은 상권 안에서 레퍼런스가 다음 매장을 데려온다
4. **지역 채널**: 강원창조경제혁신센터·소상공인지원센터·상인회 협업 프로그램
5. **콘텐츠**: 매장 성과 사례를 인스타그램 릴스·블로그로 재가공(속초 사례 조회 129.5만 기록)

3-4. 사업비 집행 계획 (12개월, 예시안)

총사업비 1억 3,333만 원 = 정부지원사업비 1억 원 + 자기부담 3,333만 원(현금 667만 원 + 현물 2,666만 원)

자부담 비율은 재도전성공패키지 기준(정부 75% 이하·현금 5% 이상). 초기창업패키지는 공고 기준으로 조정.

비목	금액	집행 시기	연결 작업
외주용역비 (AI 리뷰·플레이스 에이전트 고도화 — 파트너 마일스톤 계약, 소스코드·IP 100% 당사 귀속)	7,000만 원	1~12개월	2-3 개발 진척, 2-4 로드맵
무형자산 취득비 (특허 출원·대리인)	1,000만 원	3~9개월	특허 출원
광고선전비 (그로스 — 진단 리포트·콘텐츠·전환 실험)	3,000만 원	1~12개월	3-3 채널 2·5
지급수수료 (법무·세무·결제)	800만 원	연중	계약서·정산 체계
여비·교육훈련비	500만 원	연중	상권 실사·교육
예비비	1,033만 원	—	—
합계	**1억 3,333만 원**		

집행 원칙 — 고정 인건비 없음, 프로젝트 개발·고객 유입에만 집중

- **채용 인건비를 계상하지 않는다.** 대표 1인 **AI-native** 체제를 유지하고, 투자·지원금은 사람을 늘리는 데 쓰지 않는다. 대표자 인건비는 사업비로 계상하지 않는다(현물만 인정).
- **코어 AX·리뷰 자동화 엔진은 이미 100% 자체 구축·보유(IP 자사 귀속)** 하고, 주변 기능 개발은 **검증된 개발 파트너와 마일스톤 단위 공동개발**한다. 계약서에 **소스코드·IP·운영 데이터 100% 당사 귀속**을 명시해 내재화·교체 가능성을 확보하고, **스케일업 단계에 핵심 AI·백엔드 엔지니어 내재화**를 병행한다.
- 순서: ① AI 리뷰·플레이스 에이전트 고도화 ② 특허 출원 ③ 그로스 마케팅(시장 빈자리 점유).
- 세부 비목·한도는 해당 연도 공고와 협약 지침으로 확정.

3-5. 성과 목표(KPI)와 마일스톤

구분	6개월	12개월
케어 계약 매장	30곳	**100곳**
월 반복 매출(공급가 기준)	540만 원	**1,800만 원**
월 이탈률	5% 이하	**3% 이하**
고객당 처리 리뷰(월)	40건	60건
담당 1인당 관리 매장	30곳	**100곳**
상권 데이터	30개	**100개**
팩트 자동 채움률(OCR 승인 기준)	60%	**80%**
4대 지도 동기화 정합률	90%	**98%**
리텐션 리포트 월 발송률	90%	**98%**
파트너십	3곳	8곳

3-6. EXIT 및 투자 계획

- **1차 목표(2027)**: 초기창업패키지/재도전 사업화 자금으로 100개 매장 검증
- **2차(2027~2028)**: 도전의 IR·컴업 벤처투자밋업을 통한 **첫 기관투자 유치**(팁스 R&D 연계 목표)
- **중장기(2029~)**: 상권 데이터·AI 매칭을 축으로 전략적 투자자(유통·외식 프랜차이즈·플랫폼)와의 제휴 또는 M&A. IPO는 상권 데이터 사업으로 확장 시 검토

역설계 마일스톤 (목표·가정 — 매출 = 매장 수 × 180,000원(부가세 제외 공급가) × 12 기준)

단계	시기	확보 매장 (전국 79.9만 곳 대비)	연 매출	기업가치·엑시트 논리
단기~중기	2027~2029	**1,000~1,500곳 (0.13%)**	**21.6~32.4억 원** (21.6억~32.4억)	고마진 캐시카우 · **기업가치 200억 원+ 구간**
장기	국내 1위 로컬 AI SaaS → 글로벌 PE·전략적 M&A	**4,500~6,000곳 (약 0.7%)**	**97~130억 원** (97.2억~129.6억)	고정 인건비가 비대하지 않은 구조 + **영업이익률 60~75%대** + 전국 상권·매출 데이터 보유 → **글로벌 사모펀드(PE)·플랫폼 전략적 인수자(1,000억+ 규모) 매력도 극대화**

왜 이 구조가 인수자에게 값이 나가는가 — ① 매출이 매장 수에 거의 선형으로 붙는 구독(해지·재계약이 매달 일어나는 무약정) ② 고정 인건비 없음 → 매출이 늘어도 비용이 함께 늘지 않는 **영업이익률 60~75%대** ③ 전국 상권·매출·전환 데이터라는 **후발주자가 단기에 복제할 수 없는 자산** ④ 1인 AI 코어 + 개발 파트너 + 촬영 파트너로 구성되어 **인수 후 통합(PMI) 부담이 작다**. 이 네 가지가 글로벌 PE·플랫폼 인수자의 표준 체크리스트와 겹친다.

> 위 기업가치·인수 규모는 협상 구간이며 보장된 값이 아니다. 3-2 매출 추정의 가정(이탈률 3% 이하·월 8~10곳 신규)이 함께 성립해야 한다.

3-7. ESG 기반 사회적 가치 — 상품 구조에 이미 들어 있는 축

TOYB의 상품을 ESG를 위해 만든 것은 아니다. 다만 **무약정 · Zero-Input · 정가 · 매장 팩트 DB** 라는 네 설계 결정이 결과적으로 소상공인의 디지털 격차 · 계약 불공정 · 리뷰 생태계 오염 · 종이물류 · 식자재 폐기를 함께 줄인다. 아래는 새로 붙인 계획이 아니라 **이미 운영 중인 기능이 만드는 가치**와 협약기간 12개월의 지표다.

축	실행 — 이미 운영 중인 것	사회적 가치	12개월 지표
S 디지털 격차	**Zero-Input** — 입력 0건(기존 답글·소개글 자동 크롤링, 메뉴판 OCR), 승인 카드 1회, 결과는 **카카오 알림톡**. 스마트폰만 쓰는 1인·고령 사장님도 시작	진입 장벽을 '입력'이 아니라 '승인'으로	비수도권·1인 사장님 **40%** 이상
S 공정 거래	**무약정·정가** — 약정 없음, 할인·쿠폰 없음, 해지 1클릭, 계정·콘텐츠·데이터 **100% 매장 소유**	장기 약정·고액 대행 피해를 구조로 예방	무약정 **100%** · 데이터 이관 7일 내 **100%**
S 지역·외국인	**4개 국어(한·영·일·중) 메뉴·지도·응대**(Phase 2) + 4대 지도 정합화	외국인 방문이 지도에서 끊기지 않게	다국어 **30곳**(관광 상권 우선)
S 지역 생태계	**양양·강릉·속초 실증 → 상인회·소상공인지원센터·강원창조경제혁신센터 협업**	지역에서 검증한 방법을 지역에 환류	강원권 **20곳**
G 리뷰 무결성	**허위·어뷰징 0건** — 팩트 DB 밖 창작 금지, 할루시네이션 0건, 할인·보상 약속 문구 차단, 위험 리뷰 자동 보류	플랫폼 리뷰 생태계를 오염시키지 않는다	허위 리뷰 **0건**(상시)
G 성과 투명성	**본사-가맹점 동일 화면** — 광고비→유입→카드 실매출 공유, 본사 정책을 지점이 못 덮는 **브랜드 가드레일**	본사와 가맹점의 정보 비대칭 해소	대시보드 **100%**
G 데이터 주권	자격증명 AES-256-GCM 암호화 · 로그 평문 금지 · 권한 분리	데이터 주인은 매장, 운영사는 보관자	보안 사고 **0건**
E 종이물류	**종이 메뉴판·전단지·현수막 → 4대 지도·QR·AEO** — 인쇄·재제작·폐기 제거	인쇄·폐기 수요를 구조적으로 감축	**100곳** 전환
E 식자재 폐기	**수요 신호 브리핑** — 8주 기준선 × 상권·기상·공휴일·예약으로 다음 주 발주 가이드(§ 10.3). 음식물류 폐기물의 **57%가 유통·조리 과정, 9%가 보관 중 폐기된 식재료**에서 나온다	과발주·조리 폐기를 발주 단계에서 감축	**100곳** · 매장당 주 1회

기대효과 — 산식으로 남긴다. 100개 매장이면 ① 월 60건 × 12 = **연 7만 2,000건**의 리뷰 응대가 처리되고(3-5) ② 지도 4곳 불일치가 **98%** 해소되며 ③ 종이 메뉴판·전단지가 QR·지도로 대체되고 ④ 발주가 8주 기준선과 수요 신호로 바뀐다. 모두 **매출이 아니라 시간·비용을 줄이는** 효과라, 매출이 흔들릴 때 먼저 무너지는 운영의 리듬을 잡아 준다.

> **과장하지 않는 원칙:** 직접 측정할 수 없는 값(음식물 폐기 중량, 용지 절감량)은 성과로 주장하지 않는다. 지표는 우리가 발행·기록하는 값(리뷰 로그·지도 정합 점검·브리핑 발송·이관 이력)으로만 잡고, 심사·실사 요청 시 **매장별 원장**으로 제시한다.

정책 정합성: 전국 소상공인 중 디지털·스마트 기술 활용은 **27.2%**(1-2) — 10곳 중 7곳이 여전히 종이·전화로 운영된다. TOYB의 목표는 **그 7곳이 3일 안에 넘어오는 것**이고, 소상공인 디지털 전환·지역 상권·재도전 정책이 향하는 방향과 같다. 3-4 사업비 구조는 이 항목 때문에 달라지지 않는다.

4. 팀 구성 (Team)

4-1. 대표자 — 창업자(1인)

구간	내용	이 사업과의 연결
광고(퍼포먼스·로컬) 7년 경력	외식 브랜드 대상 광고·퍼포먼스·로컬 마케팅 대행 7년. 별도 실적으로 **프랜차이즈 32개 지점을 직접 운영·관리**(멀티 지점 운영)	매장 손익·인력·원가를 직접 관리한 경험 → 대행 상품의 현실성
가격·수요 검증 (FMF·PMF)	**개인사업자 시절 2개 브랜드 20개 지점(17+3) 운영, 월 198,000원 유료 입금 10곳+**(입금 내역 보유)	상품이 아니라 **이미 돈이 되던 가격**을 법인에서 확장 — 19.8만 구독은 11/17 판매 개시
현재 매출	**2026년 11월 법인 월 매출 800만 원 발생 중**(대행·운영) · **19.8만 구독은 11/17 판매 개시, 법인 구독 결제 발생 전** · **개인사업자 시절 월 최대 4,000만 원**(현장 세일즈·운영 검증)	투자·지원 전에도 현금이 도는 팀. 법인 2025년 매출 0과 혼동 없게 엔티티별 분리 표기
직영 운영	강원 양양 직영 플래그십 매장 운영(성수기 월매출 1억 8,700만 원)	현장 감각이 아니라 매장 손익으로 판단
마케팅 대행	TOYB 브랜드로 매장 브랜딩·콘텐츠·플레이스 운영 대행(7쪽 단위 클라이언트 보고서 정례화)	고객이 실제로 받는 산출물(주간 보고서)을 이미 표준화
상권 실증	9개 상권 유형에서 매출 개선 결과 도출	"상권별 처방"이라는 상품 자산 보유
실패 경험	사업 폐업 2회	무약정·검증 우선·현금흐름 우선이라는 상품 설계 원칙의 근거(1-4)
Why AI Now	32개 지점 수작업 관리에서 **인력 편차·이탈**이라는 한계를 직접 경험	그 한계를 **AI 에이전트 자동화(TOYB Place Agent)** 로 해소하고 법인으로 전국 스케일업

4-2. 부족한 역량과 보완 계획 (채용이 아니라 구조로 채운다)

부족 역량	현재	보완
소프트웨어 개발	**코어 엔진은 100% 자체 보유·운영 중**	주변 기능은 **검증된 개발 파트너와 마일스톤 단위 공동개발**. 계약서에 **소스코드·IP·운영 데이터 100% 당사 귀속** 명시 → 내재화·교체 가능. **스케일업 단계에 핵심 AI·백엔드 엔지니어 내재화**
고객 성공(CX)	대표 수행	**대표 + AI 에이전트**로 처리. 온보딩·리포트 표준화로 매장 수와 무관하게 품질 유지
현장 촬영·제작	**전담 촬영 파트너 확보**	**전국 현장 출동이 가능한 전담 촬영 파트너와 이미 협업 체계를 갖춤.** 매장 촬영·릴스·콘텐츠 제작을 건별 집행 → 고정 인건비 0원, 전국 어디든 대응
법무·지식재산	외부	특허 대리인 선임(무형자산 취득비), 계약서 표준화
재무·정산	대표	세무 대리 + 결제 자동화(지급수수료)

4-3. 인력 운영 계획 — 고정 인건비 없이 매장 수를 늘리는 구조

시기	인원	역할	인건비(사업비)
협약기간 전체	**1명(대표)**	영업·기획·예산 판단 + AI 에이전트 운영 감독	**0원** (대표 인건비는 사업비 계상 제외)
협약기간 전체	외부 파트너	AI 리뷰·플레이스 에이전트 고도화 (마일스톤 단위, 산출물·IP 귀속)	외주용역비 7,000만 원
협약기간 전체	**전담 촬영 파트너** (이미 확보)	매장 촬영·릴스·콘텐츠 제작 (전국 현장 출동, 건별 집행)	0원 (건별 원가로 처리)
100개 매장 돌파 시	검토	운영 인력이 필요한 시점에만 **매출로 충당** 채용	0원 (사업비 미계상)
스케일업 단계	협약기간 이후	**핵심 AI·백엔드 엔지니어 내재화** (매출로 충당, 고정 인건비 선반영 없음)	0원 (사업비 미계상)

왜 이 구조인가: 매장 수보다 사람이 먼저 늘면 고정비가 매출을 앞지릅니다(1-4 1차 폐업의 원인). 1인 AI-native + 마일스톤 외주 + **전담 촬영 파트너(전국 출동)** 로 **고정비 없이 성장**하고, 자금은 ① AI 자동화 고도화 ② 특허 ③ 그로스에만 넣습니다. 즉 1인 AI 코어가 **개발(파트너 마일스톤)과 현장 제작(촬영 파트너)을 모두 커버**하는 구조입니다.

5. 리스크와 대응

리스크	영향	대응
플랫폼 정책 변경(네이버 플레이스)	수집·등록 방식 제약	배달앱 미연동 원칙 유지, 정책 모니터링, 수동 대체 절차 문서화
무약정 → 이탈률 상승	반복 매출 타격	주간 리포트로 성과 가시화, 이탈 사유 인터뷰, 3% 목표 관리
운영 인력 병목	매장 수 확대 한계	자동화율 KPI화(1인당 100매장), 사람을 늘리지 않는 구조 유지
개발 파트너 의존	일정 지연·품질 편차	**코어 엔진은 자체 보유**로 핵심 의존 없음. 주변 기능은 **소스코드·IP·운영 데이터 100% 당사 귀속 계약**, 마일스톤 단위 검수·중단권, 교체 가능성 확보
특허 미등록 상태	모방 위험	출원 우선(3~9개월), 핵심 로직 비공개 유지
대표 1인 의존	조직 리스크	처리 문서화·리포트 표준화, 에이전트로 이관, 외부 파트너·실행사 분업
촬영 파트너 일정 집중	성수기 제작 지연	전국 출동 가능한 전담 파트너 확보 + 촬영 목록·일정 사전 확정, 필요 시 보조 촬영 인력 풀 활용
지원사업 중복 제한	선정 취소 위험	협약체결확약서 제출 전 타 사업 수행 여부 확인
사회적 가치 과장(그린워싱) 지적	신뢰·평가 배점 손실	**직접 측정·기록하는 값만** 지표로 사용(3-7), 산식 공개, 매장별 원장 보관

5-2. 심사역 4대 의심 가설과 방어 논리

평가·실사에서 먼저 나오는 네 가지 질문이다. 모두 **이미 검증된 사실과 제품 구조**로 답한다.

의심 가설	방어 논리
① 플랫폼 정책 — "네이버가 리뷰 자동화를 막으면 끝 아닌가?"	무차별 팀이 아니다. 정규식+LLM **이중 가드레일**로 위험 리뷰는 등록 직전에도 **자동 보류(BLOCKED)**, 문장은 매장 고유 톤·**사실 DB**로만 생성 → **오발송·할루시네이션 0건**. 정책 변경 시 수동 대체 절차 문서화.
② 에이전시 한계 — "결국 사람 뽑아야 커지는 것 아닌가?"	코어 AX **100% 자체 보유** + Zero-Input — 매장이 늘어도 고정 인건비 불변, **매장당 기여이익 13만 원(마진 약 72%)** 유지(3-2).
③ SaaS 전환 근거 — "법인에는 아직 19.8만 결제가 없다며?"	맞다 — 법인 구독 결제는 아직 없다. 다만 **개인사업자 시절 10곳+ 월 198,000원 유료 입금**으로 가격을 검증했고(**입금 내역 보유**), **2026.11.17 오픈과 동시에 전환 개시**. 법인 매출은 월 800만 원(대행·운영) 발생 중.
④ 1인 병목 — "혼자 매장·개발·영업 다 되나?"	현장·개발·촬영은 **실행 리소스로 분리**(개발 파트너 마일스톤·IP 100% 귀속, 전국 출동 촬영 파트너 확보). 대표는 기획·영업·의사결정에 집중, 대행 동시 수주 매장 수 제한.

6. 부록 — 제출 전 체크리스트

6-1. 양식·형식 (2026년 공고 기준, 매년 재확인)

- ☐ **해당 연도 공고 첨부 양식**만 사용(다른 양식·PPT 제출 시 평가 제외)
- ☐ 목차 제외 **15쪽 내외**(예비창업패키지는 10쪽 이내였음)
- ☐ 파란색 안내 문구 삭제, 검정 글씨로 작성, 양식 구조 변경 금지(표 행 추가·이미지 삽입은 허용)
- ☐ 성명·성별·생년월일·출신 학교·직장명 등 개인 식별 정보 마스킹(○ 또는 *)
- ☐ 파일 30MB 이하, 마감은 **16시 정각**(제출완료 버튼까지 눌러야 접수)

6-2. 사업별 필수 첨부

트랙	첨부
초기창업패키지	사업계획서, 사업자등록증명(공공마이데이터 동의 시 자동), 가점 증빙
재도전성공패키지	사업계획서, **폐업사실증명원(폐업한 모든 사업장)**, 사실증명원(총사업자등록내역), 가점 증빙
모두의 창업	도전신청서(짧은 양식) + 이미지·숏폼
도전의 IR	IR 자료(pdf·pptx, 5개·각 10MB 이하) + 소개 500자

6-3. 수치 출처

수치	출처
음식업 폐업률 15.14%, 폐업 사유 사업부진 50.4%, 폐업 사업자 97만 5,681개	중소벤처기업부 「폐업자 현황·실태 통계」, 2026.6.30
음식업 가동사업자 79만 8,969곳, 5년 이상 폐업 4만 1,659곳, 신규 대비 폐업 83.5%	국세청 국세통계포털(TASIS), 2025년 말 기준
초기창업패키지 2026 공고 1/23·마감 2/13, 2027 주관기관 공고안 520개사	중기부 공고 제2026-38호, 제2026-622호
재도전성공패키지 2026 접수 2/11~3/4, 배점 P35/S30/S25/T10, 자부담 25%	중기부 공고 제2026-87호
2027 예산안: 모두의 창업 4,411억·2만 명, 재도전성공학교 595억, 지역창업패키지 1,700억, 초기창업패키지 469억	중기부 2027년 예산안(2026.9.1, 국회 심의 중)
매장 실적 9건	자체 운영·수탁 매장 실적(증빙: 매출 자료·리포트)
2026.11 법인 월 매출 800만 원(대행·운영) · 개인사업자 시절 월 최대 4,000만 원 · 개인사업자 시절 19.8만 유료 입금 10곳+	대표 확인 값(2026.11.16). 엔티티별 구분 표기 — 법인 2025년 매출 0과 별개, 법인 구독(19.8만) 결제는 11/17 개시 전
Owner.com 기업가치 $2.3B·ARR $100M+·월 $499 정액·2026.8 $240M 유치	Goldman Sachs Alternatives 보도자료(2026.8.28), Owner Series D 공개 자료
Marqii 12,000+ 매장·누적 $20M·1/3이 30개 이상 다지점	Marqii 보도자료(2024.10.30), marqii.com
Base44 월 순이익 $189K·Wix에 현금 $80M 매각(2025.6)	TechCrunch(2025.6.18), Calcalist/CTech(2025.6.18)
소상공인 디지털·스마트 기술 활용 27.2%(2024년 기준)·기업체 613.4만 개·종사자 961.0만 명	중기부 「2024년 기준 소상공인실태조사」 결과 발표(2026.3.13)
음식물류 폐기물 발생원 구성: 유통·조리 과정 57%, 먹고 남은 음식 30%, 보관 중 폐기 식재료 9%, 먹지 않은 음식 4%	환경부 음식물류 폐기물 발생원 구성(「전국 폐기물 발생 및 처리현황」)

6-4. 표현 주의 (특허 비공개 원칙)

- 기재하지 않는다: 수집 항목 목록, 판정 임계값, 리포트 산식, DB 스키마, 에이전트 내부 구조
- 기재한다: 고객이 받는 결과(답글 등록 완료, 보류 후 승인, 주간 리포트), 개선 수치, 비즈니스 구조
- 상호 표기: **'속초 ××점'**으로만 표기(실제 상호 노출 금지)