ZERO-INPUT AI 운영 SAAS

전국 79.9만 외식업 매장의 플레이스·리뷰·상권 판단을 AI가 대신 실행합니다

월 198,000원 (VAT 포함) · 무약정 · 지도 4곳 동기화 포함



시장 (SAM)	단위경제
1.73조 원	**72%**
외식업 79.9만 곳 × 연 216만 원	매장당 월 기여이익 129,600원
검증	**기술**
10곳+	**603개**
198,000원 유료 입금 (초기 운영 시절)	자동 테스트 통과 · 72테이블 · 74항

실측 — 광고 회수 4개 매장 평균 **2.8배**(799.5만→8,072만) · CTR **8.23%**(52회차) · 강릉 2.9배 · 프랜차이즈 32개 지점 직접 운영

정직 — 2026.11 법인 매출 800만 원은 대행·운영분이며, 198,000원 법인 구독 결제는 0건 (2026.11.17 판매 개시)

TOYB (토이비) · TOYB GROUP

대표 (창업자 · 광고 7년) | 2023.10 설립 | 자체 엔진 v1.8 보유

LIVE 진단 설문 https://toyb-survey.netlify.app

LIVE AX 콘솔 https://toyb-review-demo.netlify.app · 대표자 대시보드 https://toyb-ceo-app.netlify.app

SUMMARY

매장 1곳이 월 129,600원을 남깁니다 — 30곳에서 손익분기, 1,800곳에서 ARR 38.9억

모든 값은 공급가 기준(VAT 별도). 매장 수 N만 바꾸면 그대로 다시 계산됩니다.

매장당 월 기여이익	매장당 월 변동비	손익분기 (BEP)	36개월 ARR
129,600원	**4,900원**	**30곳**	**38.88억 원**
공급가 180,000 × 72.0%	서버·API·알림톡 실측 (2.5%)	고정비 3,888,000 ÷ 129,600	1,800곳 × 216만 · MRR 3.24억

두 상품	① 리뷰 구독 — 전국 외식업	② 관광지 통대행 — 강원 영동
고객 수	**798,969곳 (음식업 가동사업자)**	관광·성수기 매장 (객단가 상위)
가격	**198,000원 / 월 · 무약정 · 할인 0%**	월 500만 원대~ (광고비 포함)
매장당 연 매출	216만 원 (공급가 180,000 × 12)	6,000만 원~
2026.11 실적	법인 결제 **0건** — 11/17 개시	법인 월 800만 원 (대행·운영)
검증	198,000원 입금 10곳+ (내역 보유)	32개 지점 직접 운영 · 직영 1.87억

계산식 MRR = 180,000 × N · ARR = MRR × 12 · 월 기여이익 = 129,600 × N · BEP = 고정비 ÷ 129,600

두 상품의 원가는 분리 계산 — 구독은 변동비 4,900원, 대행은 광고비 포함 원가율 60~65%. 대행 라벨이 구독 판단 정확도를 올립니다.

01 · PROBLEM

폐업 원인 1위는 매출이 아니라, 매주 사라지는 3~5시간입니다

폐업률·폐업 사유·관리 시간을 같은 단위(건수·시간)로 놓았습니다.

음식업 폐업률 (2025)
15.14%
전 업종 8.64%의 1.75배 · 중기부

연간 폐업 매장
12.1만 곳
798,969 × 15.14% (계산)

폐업 사유 1위 '사업부진'
50.4%
폐업 2곳 중 1곳 · 동 통계

매장 1곳 주간 관리
3~5시간
리뷰·지도·통계·광고 4채널 (추정)

새는 지점	주간 건수 (추정)	사장님이 직접 하는 일	기존 대안의 값
네이버 리뷰	**20건 내외**	답글 작성·등록	대행사 위탁 월 70만 원~
카카오·티맵·구글	**정보 불일치 3건**	영업시간·메뉴 수정	플랫폼마다 따로 로그인
플레이스 통계	**주 1회**	유입·저장·전화 수치 정리	엑셀 수기
광고 성과	**주 1회**	예산·키워드 조정	대행 월 50만 원~

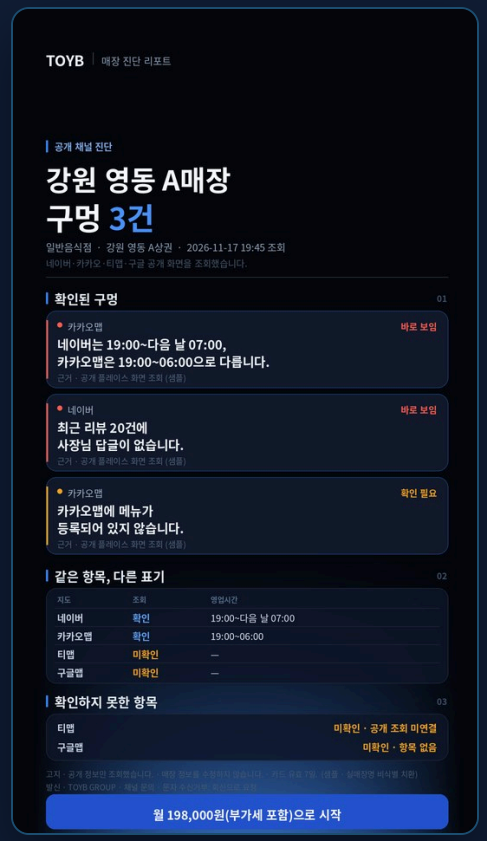
79.9만 곳 × 주 3시간 = **주 240만 시간**이 매장 밖에서 사라집니다. 이 시간을 **0분**으로 만드는 것이 이 상품의 정의입니다.

시장 순풍 — 네이버 Npay 커넥트 등 결제 단말이 매장 리뷰 수집량을 늘릴수록 응대·가드레일·광고/매출 통합 수요는 커집니다(대체가 아니라 보완).
음식업 가동사업자 798,969곳은 전년 대비 −1.9%, **80만 붕괴 첫 해**입니다 (국세청 국세통계, 2025년 말).

02 · SOLUTION

매장명 하나만 넣으면 30초, 사장님 입력은 0건입니다

① 고객이 받는 결과물(샘플 · 실매장명 비식별 치환) ② 대표자가 매일 보는 화면(라이브)



① 30초 구멍 진단 카드
로그인 0 · 입력 0 · 카드 1장 원가 4,900원

01 핵심 지표 4

실사 대비 구분 원칙 — 법인 실적과 개인사업자 시절 실증을 섞지 않습니다.

2026.11 법인 매출	Basic 단가	실증 매장	아웃바운드 대기
진행 중	마진 72%	실측	발송 전
800 만 원	198,000 원 / 월	32 개 지점 · 20개 브랜드	45 곳
통대행·기존 사업 발생분. SaaS 구독 매출은 0원 — 11/17 출시로 이번 달부터 발생.	공급가 180,000 + 부가세 18,000 · 무약정 · 정가 단일(할인 없음)	유료 운영 20곳(198,000원 입금 실적). 개인사업자 시절 실적으로 서류상 법인 실적과 분리 표기.	프랜차이즈 25곳(이메일 확보 15) + 마포·강남 20곳. 제안서·타겟리스트 준비 완료.
월 마감 11/30	매장당 월 기여이익 129,600원	케이스 강릉 2.9배 · 부산 +38.7%	첫 접점 30초 구멍 진단 카드

② 대표자 통합 운영 대시보드 — https://toyb-ceo-app.netlify.app

카드 1장당 확인된 구멍	사장님이 입력하는 항목	카드 1장 발행 원가
3건	0건	4,900원
로그인 없이 발행 (30초 목표)	말투·팩트는 기존 데이터에서 추론	청구가의 2.5%

두 화면의 숫자는 같은 DB에서 나옵니다 — 카드의 **'구멍 3건'**이 대시보드의 **'유료 전환 1건'**으로 이어지고, 매장이 늘면 같은 수식에 N만 커집니다.

카드 → 유료 전환 목표 **15.0%**(30일) · 매장당 기여이익 **129,600원** · 대시보드 MRR = 180,000 × N

02 · SOLUTION — 실행 엔진

매장 100곳을 늘려도 인건비는 0원 — 6개 모듈이 등록까지 처리합니다

월 198,000원 · 국내 4대 지도 + 중국 3대 등록 대행 · 각 모듈은 자동 테스트 603개로 검증됩니다.

월 청구 단가
198,000원
VAT 포함 · 무약정 · 할인 0%

매장당 월 기여이익
129,600원
공급가 180,000 × 72.0%

오발송·할루시네이션
0건
위험 리뷰 100% 보류 · 승인 없이 게시 0건

지도 동기화 · 국내
4곳
네이버·카카오·구글·티맵

모듈	실행 단위 · 수치	고객이 얻는 값
실행 엔진	Playwright 워커 · 72테이블 · 예약 실행	**매장 100곳 → 인건비 +0원**
답글 생성	상투어 10종 차단 · 60~150자 · 디테일 1~2개	**수정 요청 0건 (목표)**
팩트 3대 검증	시간 역할 · 부정/조건문 · 가격·휴무	**틀린 안내 0건**
주간 리포트	지난 7일 리뷰 → 알림톡 1장 · 키워드 5개	**주 1회 · 확인 3분**

100곳	300곳	1,000곳
월 1,800만 매출	**5,400만 매출**	**1억 8,000만 매출**
기여 1,296만	기여 3,888만	기여 1억 2,960만



같은 엔진, 매장이 늘어도 비용은 늘지 않습니다

서울 리전 8GB 서버 1대로 1~20매장. 매장당 월 변동비 4,900원 — 청구가의 2.5%.

Phase 1 배포 57종 · 72테이블 · pytest 603 passed

지도 등록 범위 · 7대 **국내 4대** 네이버·카카오·구글·티맵(동기화) + **중국 3대** 고덕·바이두·따종디엔핑(등록 대행) — 매장 정보 1회 입력으로 7대 등록·수정·진단을 대신 처리

원가 50,000원 = 인프라 4,900 + LLM·OCR 24,000 + 알림톡·문자 12,000 + PG 5,940 + 예비 3,160 (가정). 가드레일 — 연속 실패 3회 자동 정지 · 매장×플랫폼 1:1 출구 IP · 자격증명 AES-256-GCM · 로그 평문 0건.

03 · TECH MOAT

603개 자동 테스트가 통과한 엔진이 오늘 매장에서 돌고 있습니다

설계서가 아니라 배포된 코드 — 서울 리전 8GB 서버 1대로 1~20매장, 매장당 월 변동비 4,900원.

자동 테스트 통과	DB 테이블	매장당 월 변동비	매장×플랫폼 전용 IP
603개	**72개**	**4,900원**	**1:1**
답글·팩트·서킷·세션·빌링 (v1.8)	Phase 1 배포 57종	청구가의 2.5% · 서울 리전 실측	동시 로그인 1건 차단 · PII 가명화

기술 장치	정의	결과
답글 품질	상투어 10종 차단 · 60~150자 · 해시 기반 변형	**수정 요청 0건 목표**
팩트 3대 검증	시간 역할 · 부정·조건문 · 가격/휴무	**틀린 안내 0건**
4중 서킷브레이커	3회 실패 · 로그인 차단 · 보류 · 초안 충돌	**사고 시 100% 정지**
플랫폼 로그인 폴백	2차인증·해외IP 차단·세션 충돌·캡차 등 100+ 장애 시나리오 매트릭스 · 권한 위임 우회 · 1:1 IP 격리	**멈춤 없이 매장 단위 복구**
Auto-Ops 복구	장애 감지 → 자동 재시작 → 사람 승인 재개	**24시간 무중단**

pytest 603 passed · 72테이블 · Phase 1 배포 57종 · 매장당 변동비 4,900원(2.5%) · 계정 잠금 0건 · 자동 재개 0건

다음 단계

같은 엔진에 **OCR(10초 매장 DB 세팅)**과 **경쟁 레이더(반경 500m)**를 붙입니다. 이미 Phase 2·3 공수 206MD(145+61)로 산정되어 있고, 투자금 R&D 2.0억 원이 여기에 들어갑니다.

03 · TECH MOAT — IP

6발명·74항·111쪽 설계 완료 — 2027 상반기 등록이 목표입니다

코드(603 테스트)와 명세서(74항)를 동시에 가진 팀은 드물고, 창업 7년 이내 AI 출원은 초고속심사 대상입니다.

청구항	발명 축	초고속심사 결과	현재 출원 이력
74항	**6개**	**1개월**	**0건**
독립 6 · 종속 56 · 매체 12 · 111쪽 명세서	설문·팩트·AX·거버넌스·GEO·PII	AI 분야 · 창업 7년 이내 (2026.2.23 신설)	2026.11 착수 → 2027 상반기 등록

2026.11

출원 착수

정식출원 + 초고속심사 신청
(필요 시 임시명세서로 출원일 선점)

2026.12

발명 2·1 우선

팩트 동기화 → 설문 루프
독립항·종속항 문언 확정

2027 상반기

핵심 4발명 등록

발명 1~4 · 74항 중 핵심 청구항
등록 결정 목표

2027 하반기

GEO·PII 확장

발명 5·6 (노출 방어·가명화 프록시)
+ 35·42류 상표

2028

PCT·해외

PCT 출원 → 미·일·유럽
IP 포트폴리오 완성

IP 비용 계획 — 특허·IP 0.5억 원: 6발명 74항 출원(관납료 감면 113만 원 = 74항 × 15,300원) + 35·42류 상표 + PG·보안 인증

방어 논리 — 청구항은 '데이터 전처리 → 실행 → 검증' 단계로 쪼개 설계했고, 경쟁사가 모방할 가능성이 높은 발명 2(다중 플랫폼 동기화)·4(다지점 거버넌스)를 별도 권리로 분리했습니다.

03 · TECH MOAT — 상권 엔진

같은 엔진, 6개 상권 × 4단 가격 — 상권이 다르면 전략도 값도 다릅니다

주소·좌표로 상권을 자동 판별하고, 실제로 통한 전략만 꺼냅니다 (특허 발명 1·4).

상권 유형 (자동 판별)	타겟	전략 방향
주거 밀집	가족·지역 단골	가성비 + 가족 단위
주거 복합	가족·직장인	홀 / 포장 이중
대학로	20대·SNS	가성비 + 비주얼 + 화제성
공단·오피스	직장인	빠른 식사 + 양
역세권·번화가	유동 인구	비주얼 + 회식·모임
관광·성수기	관광객·계절	시즌 소재 + 예약·웨이팅

① Basic
198,000 원
전국 79.9만 곳 · 리뷰+4대 지도

② 글로벌 팩
+5~10만 원
외국인 매장 · 4개 국어 (Phase 2)

③ Pro
29.8~39.8만 원
경쟁 레이더 + 카드매출 ROI (Phase 3)

④ 통대행
500만~ 원
관광지·프랜차이즈 · 광고비 포함

ARPU 상승 경로 — **Basic 198,000 → 글로벌 팩 +100,000 → Pro +100,000~200,000 → 통대행 5,000,000** (같은 매장, 네 번 판다)

판정 신호 — 반경 500m 경쟁 집합, 업종·가맹 여부·마진 단계, 관광 지수. 같은 조건 매장의 실제 전환 결과만 전략 후보로 올리고, AI는 문장을 다듬고 분류만 합니다(산식 비공개).

04 · MARKET

1.73조 시장의 1.25%만 가져와도 ARR 216억입니다

확인된 통계 × 우리 단가(연 216만 원)로 전부 계산했습니다. 추정 시장은 쓰지 않습니다.

TAM · 소상공인 613.4만 곳

6,134,000 × 2,160,000 = 13조 2,494억

13.25조 원

SAM · 음식업 79.9만 곳

798,969 × 2,160,000 = 1조 7,258억

1.73조 원

SOM · 5년 유료 1만 곳

10,000 × 2,160,000 =

216억 원

SOM 5년 수익 구조

유료 1만 곳 × 기여이익 129,600원 = **월 12.96억 → 연 155.5억**

ARR	SAM 침투율
216억 원	**1.25%**

UPSIDE — 2단계 (사용자 확정)

ARPU 35만 업셀 + 비외식(613.4만 곳) 확장 시 **연 1,000억+** 업사이드

수요 검증 — 네이버 스마트플레이스 공식

2026.11.18 공지 · 플레이스앤 '도도포인트' 연동 매장 500여 곳 분석

99%	+22%	+35%	1/4
연동 매장 방문 증가	방문 횟수 평균	쿠폰 설정 매장	쿠폰 받은 손님 방문

적립·쿠폰 운영은 이용료 + **약정·전용 장비·메시지 발송 비용**이 붙는 별도 상품입니다 — TOYB는 장비·약정 없이 월 198,000원에 4대 지도·리뷰·쿠폰·광고 효율을 한 곳에서 처리합니다.

확장 순서 — 외식 79.9만(SAM) → 숙박·음식 79.6만 → 도소매 210만 → 소상공인 613.4만(TAM). 같은 엔진, 같은 단가, 지도만 추가

출처 ① 소상공인 기업체 613만 4,000개 · 숙박·음식점업 79만 6,000개 — 중기부·소상공인시장진흥공단 『2025년 소상공인 실태조사』(2024년 기준, 2026.3.17 발표) ② 음식업 가동사업자 798,969곳 — 국세청 국세통계 (2025년 말)

단가 정의 — 연 216만 원 = 공급가 180,000원 × 12개월(VAT 제외). TAM은 우리 단가를 전 소상공인에 적용한 상한이며, 실제 지출 시장은 SAM입니다.

05 · COMPETITION — 국내

대행 70만 원의 1/3.5 값으로, 지도는 4배 — 같은 표에서 비교했습니다

국내 플레이스 대행 시장 단가 + 공개 요금으로 비교했습니다 (2026.11 기준). 확인되지 않은 요금은 비표기.

항목	네이버 기본	국내 대행 (장가마케팅·장사닥터 등)	일반 대행사	TOYB
월 비용	0원	70만 원~ + 광고비	100~500만 원	**198,000원**
지원 지도	1곳	1~3곳 (리뷰 모니터링)	1~2곳	**4곳**
답글 실행	수동	사람 대행 (24시간 내)	사람 대행	**AI 자동 등록**
점주 주간 투입	3~5시간	1~3시간	2~4시간	**0분**
팩트 검증	0중	0중	0중	**3대**
서킷브레이커	0중	0중	0중	**4중**
매장 IP 격리	0	0	0	**1:1 전용**
자동 테스트	0	0	0	**603개**
약정·장비	—	월 단위 + 적립 장비	6~12개월	**무약정 · 장비 0**

2×2 포지셔닝



오른쪽 위 = 자동화 × 4대 지도.
국내 확인된 대행·도구는 이 사분면에 없습니다.

0원(수동) · 70만(플레이스 대행) · 100~500만(종합 대행사) · 198,000원(자동 4대 지도·무약정) — 값이 아니라 **'점주 주간 0분'**과 **'해지 자유'**가 이 표의 결론입니다

적립·쿠폰도 같은 구조입니다 — 네이버 스마트플레이스 공식 분석(2026.11.18, 도도포인트 연동 500여 곳)은 적립·쿠폰이 방문을 늘린다고 밝혔지만, 그 수단은 플레이스 한 채널에 이용료 + 약정·전용 장비·메시지 발송 비용이 붙습니다. TOYB는 장비·약정 없이 4대 지도를 돌립니다.

요금 출처 — 국내 플레이스·리뷰 대행(장가마케팅·장사닥터 등) 월 70만 원(700,000원~, 광고비 별도) · 일반 대행사 100~500만 원은 시장 견적 범위입니다 (2026.11 기준).
확인된 국내 대행·도구는 지도 1~3곳·수동 대행 중심이며, 4대 지도 동기화 + 답글 자동 등록 + 팩트 3대 검증을 같은 값에 묶은 상품은 아직 확인되지 않았습니다.

05 · COMPETITION — 글로벌

미국은 이미 상장사 3곳이 같은 일로 돈을 법니다 — 한국은 이 자리가 비어 있습니다

공시·보도자료로 확인한 수치만 표기했습니다.

Marqii

미 · 비상장

리뷰·메뉴·리스팅 자동화

12,000+	$20M
매장 (2024.10)	누적 투자

80+	$90
리스팅 사이트	/ 매장 / 월

Toast

미 · NYSE: TOST

레스토랑 올인원 플랫폼

$6.15B	$2.05B
FY2025 매출	ARR

164,000	+30,000
매장	2025 순증

Yext

미 · NYSE: YEXT

멀티로케이션 디지털 프레즌스

$446.6M	$444.3M
FY2026 매출	ARR

24%	6%
EBITDA 마진	매출 성장

TOYB의 3줄 차별화 — 숫자로만

① 입력 0건

사장님 입력 0 · 주간 투입 0분
온보딩 3분 · 프리셋 0개

② 사고 0건

팩트 3대 + 서킷 4종 + 1:1 IP
자동 테스트 603개 · 자동 재개 0건

③ 무약정 19.8만

기여이익 129,600원(72%)
변동비 4,900원(2.5%) · 할인 0%

출처 — Toast FY2025 실적 발표(2026.2.12): 매출 $6.153B · ARR $2.047B · 매장 164,000곳 · 순증 30,000곳. Yext FY2026 실적(2026.3.9): 매출 $446.6M · ARR $444.3M · Adjusted EBITDA 마진 24%.
Marqii 보도자료(2024.10.30): 누적 투자 $20M · 12,000+ 매장 · 리스팅 80+ 사이트, 공개 요금 $90/매장/월(연 계약).

06 · TRACTION

가격은 이미 돈으로 검증됐고, 법인 구독은 0건에서 시작합니다

아래 실측은 초기 운영 시절 유료 입금·직영·대행 성과입니다. 법인 구독 결제는 2026.11.17 개시 이후 0건 — 숨기지 않고 표기합니다.

강릉 조개구이 3개월
+190%
월매출 2.9배 (2026.2→5) · 실측

부산 매장 C 49일
+38.7%
매출 증가율 · 실측

유입 401 → 6,540회
+1,530%
16.3배 · 시청 인근 매장 · 실측

198,000원 유료 입금
10곳+
초기 운영 시절 · 내역 보유

매장	기간	AS-IS → TO-BE	변화
강릉 조개구이	3개월	월매출 2.9배	+190%
부산 매장 C	49일	매출 +38.7%	+38.7%
시청 인근 매장 (일매출)	—	30만 → 140만 원	+367%
시청 인근 매장 (유입)	—	401 → 6,540회	+1,530%
부산 매장 D	—	3,954 → 4,347만	+9.9%
부산 매장 A	—	1.87억 → 2.17억	+16.1%
광화문 포차	—	140만 → 420만	+200%

오픈 후 전환 KPI (목표) — **30일** 접촉 60 → 진단 20(33%) → 유료 3(15%) | **90일** 접촉 300 → 진단 90(30%) → 유료 15(17%) | **12개월** 유료 300곳 → MRR 5,400만 · ARR 6.48억

※ 위 수치는 목표이며 실적이 아닙니다. (12개월 ARR 6.48억은 투자 집행 기준)
공개 가능 사례 2건(강릉·부산 매장 C), 나머지는 가게명 비공개 조건입니다. 법인 구독 0건 → 30일 3곳이 첫 관문입니다.
2026.11 법인 매출 800만 원 = 대행·운영분. 개인사업자 시절 월 최대 4,000만 원, 직영 성수기 1.87억 원은 법인 실적과 분리 표기합니다.

06 · TRACTION — ROI

광고 799.5만 원이 매출 8,072만 원을 만들었습니다 — 4개 매장, 26~110일 실측

광고 전후 동일 기간 총매출 비교 · 순이익 28% 가정 시 회수 배수 · 초기 운영 시절 검증 데이터(법인 SaaS 구독 매출 아님) · 상호·지점명 비식별

증가매출 합계	광고비 합계	평균 회수	CTR · 52회차
+8,072만	**799.5만**	**2.8배**	**8.23%**
4개 매장 4.51억 → 5.32억	증가매출의 9.9% · 실제 집행 정산	순이익 28% 가정 2,260만 ÷ 799.5만	27매장 · 노출 214.8만 · 클릭 17.7만

매장	기간	광고 전 → 후 (총매출)	증가매출	광고비	회수
매장 A	110일	1억 8,670만 → 2억 1,677만	**+3,006만**	322.7만	**2.6배**
매장 B	82일	1억 5,044만 → 1억 6,836만	**+1,792만**	240.5만	**2.1배**
매장 C	49일	7,447만 → 1억 328만	**+2,881만**	160.1만	**5.0배**
매장 D	26일	3,955만 → 4,347만	**+393만**	76.3만	**1.4배**
4곳 합계	26~110일	**4.51억 → 5.32억**	**+8,072만**	799.5만	**2.8배**

① 트래픽
8.23%
27매장 52회차 · 여성 55세+ 12.41%

② 회수
2.8배
4개 매장 평균 · 최고 5.0배 · 최저 1.4배

③ 업셀링 89.8만
198,000 + 700,000
= 월 898,000원

업셀링 경로 — 관리비 198,000원(Entry) + 네이버 광고 집행 700,000원/월 = 월 89.8만 원. 성과가 확인된 매장에서만 약정 없이 한 단계씩 확장합니다.

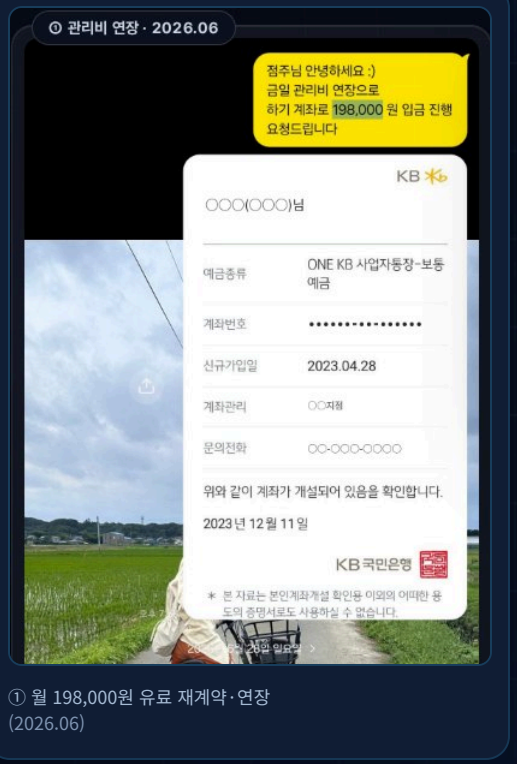
정직 표기 — ① 52회차 성과보고서에는 광고비·전환 수치가 없어, 비용 효율은 위 4개 매장 집행 정산으로만 계산했습니다. ② 순이익 28%는 가정치이며, 매출 증가액 8,072만 원과 광고비 799.5만 원은 실제 값입니다.

③ 표본 7개 매장 중 손실·판단불가 3개는 제외했습니다(좋은 4곳만 골라 평균한 값임을 밝힙니다). ④ 매장 A~D는 부산 육류 매장 4곳이며 상호·지점명은 비식별 처리했습니다.

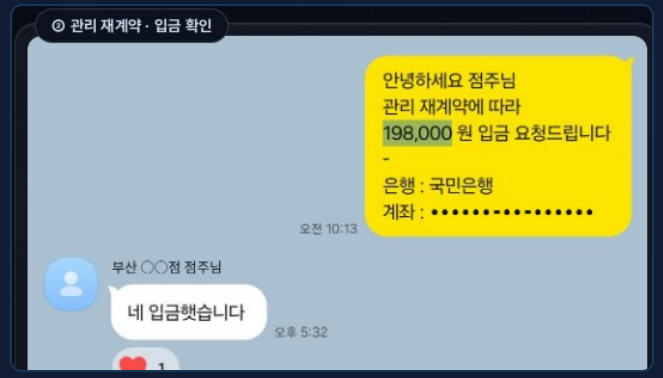
06 · TRACTION — PROOF

198,000원은 가설이 아니라 입금 내역입니다 — 재계약 2건 · 점주 추천 5건

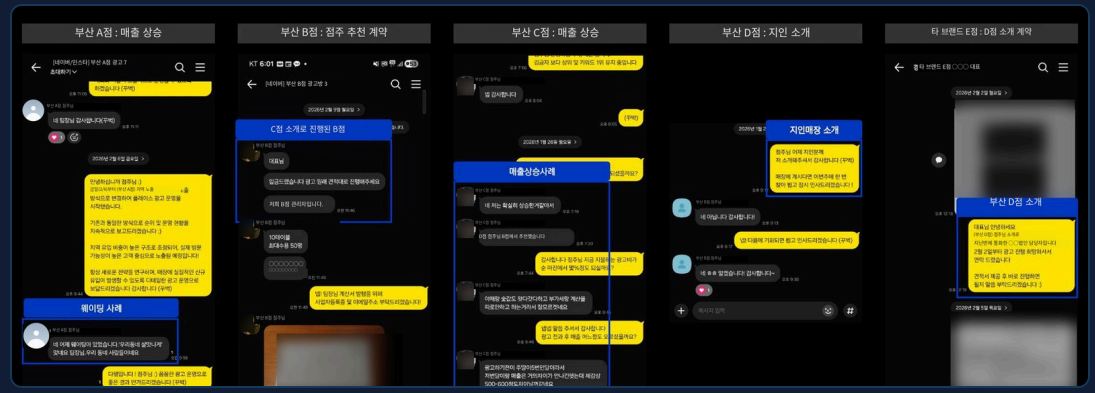
계좌·카카오톡 캡처 원본 보관 · 계좌번호·상호명·실명·프로필 비식별 처리 완료 · 실사 시 원본 대조 가능



① 월 198,000원 유료 재계약·연장 (2026.06)



카카오톡 인상 → 추천 요청



② 매출 상승 → 점주 추천 → 소개 계약 (부산 A~D점 · 타 브랜드 1곳)

재계약
2건
198,000원 · 2026.06

점주 추천
5건
부산 A~D점 · 타 브랜드 1곳

재계약 2건·추천 5건은 법인 구독 0건(11/17 개시)의 반대편에 있는 증거입니다 — 가격은 이미 팔려서 검증됐고, 남은 것은 **법인 계좌의 첫 198,000원**입니다.

06 · TRACTION — ENTERPRISE

월 550만 원 통대행이 지금 돌고 있습니다 — 유입 174→29,952, 매출 3,216만→9,533만

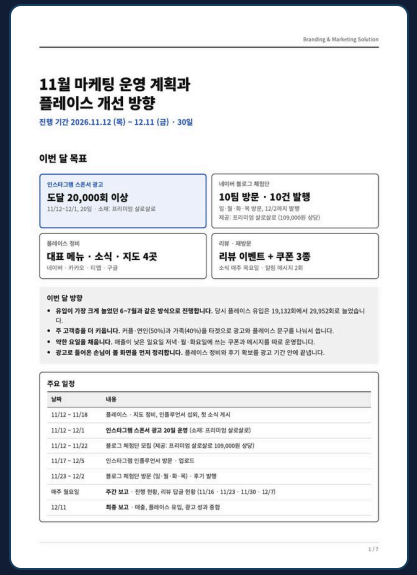
2026.11.12~12.11 실제 계약·운영 보고서 7쪽 발췌 · 고단가 통대행은 성과 확보를 위해 **최소 3개월 고정 약정** · 상호·법인명·담당자·연락처 비식별 처리

현재 계약 (진행 중)
월 550만 원
30일 · 2026.11.12~12.11 · 최소 3개월 고정

플레이스 유입 (4월→7월)
174→29,952회
약 172배 · 스마트콜 0→621회

매출 (5월→7월, POS)
3,216만→9,533만
결제 건수 753→1,704건

인스타그램 릴스
129.5만 조회
공유 3.5만 · 저장 1.3만 · 댓글 5,504


Branding & Marketing Solution

11월 마케팅 운영 계획과
플레이스 개선 방향

전행 기간 2026.11.12 (목) ~ 12.11 (금) · 30일

이번 달 목표

인스타그램 스폰서 광고
도달 20,000회 이상
11/12~12/1, 20일 · 소재: 프리미엄 살로살로

네이버 블로그 체험단
10팀 방문 · 10건 발행
일·월·목·목 발행, 12/2까지 발행
제공: 프리미엄 살로살로 (1,09,000원 상당)

플레이스 정비
대표 메뉴 · 소식 · 지도 4곳
네이버 · 카카오 · 티맵 · 구글

리뷰 · 재방문
리뷰 이벤트 + 쿠폰 3종
소식 매주 목요일 · 알림 메시지 2종

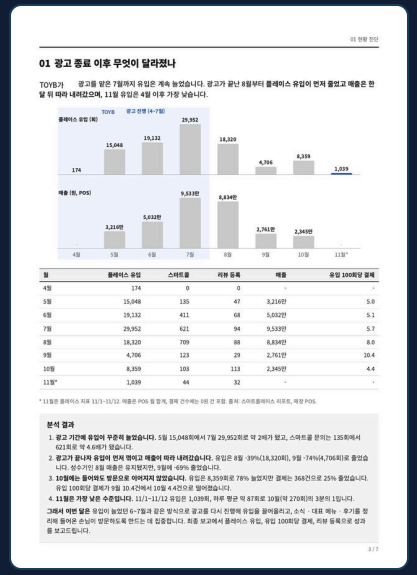
이번 달 방향
- 유입에 가장 크게 놀았던 6~7월과 같은 방식으로 진행합니다. 당시 플레이스 유입은 19,132회에서 29,952회로 놀았습니다.
- 주 고객층을 더 키웁니다. 커플·연인(50%)과 가족(40%)을 타겟으로 광고와 플레이스 문구를 나눠서 씁니다.
- 약한 요일을 채웁니다. 매출이 낮은 일요일 저녁·월 확요일에 쓰는 쿠폰과 메시지를 매로 운영합니다.
- 광고로 들어온 손님이 몰 확면을 먼저 정리합니다. 플레이스 정비와 후기 확보를 광고 기간 안에 끝냅니다.

주요 일정

날짜	내용
11/12 ~ 11/18	플레이스 · 지도 정비, 인플루언서 섭외, 첫 소식 게시
11/12 ~ 12/1	인스타그램 스폰서 광고 20일 운영 (소재: 프리미엄 살로살로)
11/12 ~ 11/22	블로그 체험단 모집 (제공: 프리미엄 살로살로 109,000원 상당)
11/17 ~ 12/5	인스타그램 인플루언서 방문 · 업로드
11/23 ~ 12/2	블로그 체험단 방문 (일·월·화·목) · 후기 발행
매주 일요일	주간 보고 · 전행 전월, 리뷰 답글 현황 (11/16 · 11/23 · 11/30 · 12/7)
12/11	최종 보고 · 매출, 플레이스 유입, 광고 성과 종합

1 / 7

① 목표·일정 1/7
인스타 도달 2만·블로그 10팀


01 전행 전단

01 광고 종료 이후 무엇이 달라졌나

TOYB가 광고를 맡은 7월까지 유입은 계속 늘었습니다. 광고가 끝난 8월부터 플레이스 유입이 먼저 줄었고 매출은 한 달 뒤 따라 내려갔으며, 11월 유입은 4월 이후 가장 낮습니다.

월	플레이스 유입	스마트콜	리뷰 등록	매출	유입 100회당 결제
4월	174	0	0	-	-
5월	15,048	135	47	3,216만	5.0
6월	19,132	411	68	5,032만	5.1
7월	29,952	621	94	9,533만	5.7
8월	18,320	709	88	8,834만	8.0
9월	4,706	123	29	2,761만	10.4
10월	8,359	103	113	2,345만	4.4
11월*	1,039	44	32	-	-

* 11월은 플레이스 지표 11/1~11/12. 매출은 POS 월 합계, 결제 건수에는 0원 건 포함. 출처: 스마트플레이스 리포트, 매장 POS.

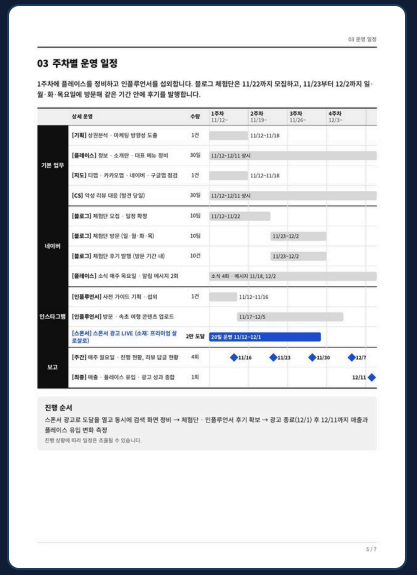
분석 결과

1. **광고 기간에 유입이 꾸준히 늘었습니다.** 5월 15,048회에서 7월 29,952회로 약 2배가 됐고, 스마트콜 문의는 135회에서 621회로 약 4.6배가 됐습니다.
2. **광고가 끝나자 유입이 먼저 떨어고 매출이 따라 내려갔습니다.** 유입은 8월 -39%(18,320회), 9월 -74%(4,706회)로 줄었습니다. 성수기인 8월 매출은 유지됐지만, 9월에 -69% 줄었습니다.
3. **10월에는 들어와도 방문으로 이어지지 않았습니다.** 유입은 8,359회로 78% 늘었지만 결제는 368건으로 25% 줄었습니다. 유입 100회당 결제가 9월 10.4건에서 10월 4.4건으로 떨어졌습니다.
4. **11월은 가장 낮은 수준입니다.** 11/1~11/12 유입은 1,039회, 하루 평균 약 87회로 10월(약 270회)의 3분의 1입니다.

그래서 이번 달은 유입이 놀았던 6~7월과 같은 방식으로 광고를 다시 진행해 유입을 끌어올리고, 소식 · 대표 메뉴 · 후기를 정리해 들어온 손님이 방문하도록 만드는 데 집중합니다. 최종 보고에서 플레이스 유입, 유입 100회당 결제, 리뷰 등록으로 성과를 보고드립니다.

3 / 7

② 유입·매출 추이 3/7
광고 전후 8개월 실측


03 운영 일정

03 주차별 운영 일정

1주차에 플레이스를 정비하고 인플루언서를 섭외합니다. 블로그 체험단은 11/22까지 모집하고, 11/23부터 12/2까지 일·월·화·목요일에 방문해 같은 기간 안에 후기를 발행합니다.

진행 순서

스폰서 광고로 도달을 열고 동시에 검색 화면 정비 → 체험단 · 인플루언서 후기 확보 → 광고 종료(12/1) 후 12/1까지 매출과 플레이스 유입 변화 측정

진행 상황에 따라 일정은 조율될 수 있습니다.

5 / 7

③ 4주 운영 캘린더 5/7
주차별 실행·주간 보고 4회


04 플레이스 마케팅

04 이벤트 · 쿠폰 · 소식 · 알림 메시지

쿠폰으로 '알림받기' 고객을 모으고, 그 고객에게 소식과 메시지를 보내 다시 방문하게 하고, 방문한 손님은 리뷰로 이어지게 합니다.

A. 영수증 리뷰 이벤트 (상시)
- 조건: 영수증 인증 후 리뷰 작성 확면 제시
- 혜택: 서비스 메뉴 1개 (사장님 선택)
- 테이블 QR 스티드로 리뷰 화면에 바로 연결
- 멘트: 참한 내용은 조건으로 경지 않음

B. 청초호 저녁 테이블 (일 17시~ · 월 · 화)
- 대상: 커플 · 가족
- 프리미엄 살로살로 주문 시 서비스 메뉴 제공
- "제크아웃 전 마지막 저녁, 청초호 보며 힐리힌 바베큐"

플레이스 쿠폰 3종

쿠폰	대상	사용 조건	사용 기간
C1 웰컴	알림받기 누른 모든 고객	살로살로 주문 시, 1회	~12/31
C2 저녁 테이블	알림받기 고객	일 17시 이후 · 월 · 화, 프리미엄 살로살로 주문 시	~12/11
C3 가족 테이블	알림받기 고객	3인 이상, 살로살로 주문 시	11/26~12/31

3종을 함께 운영해 다운로드 · 사용 반응을 취합한 뒤, 가장 반응이 좋은 쿠폰을 유지할 예정입니다.

할인 대신 메뉴 서비스로 설계해 프리미엄 메뉴 가격을 지키면서 힐리힌 메뉴를 하나 더 경험하게 합니다.

소식 (매주 목요일)

날짜	주제
11/12	프리미엄 살로살로 소개 · 수요일 휴무 · C1
11/19	청초호 데이트 · C2
11/26	3~4인 가족 추천 구성 · C3
12/3	연말 모임 · 가족 회식 예약

알림 메시지 (화요일 오전)

날짜	내용
11/18	"이번 주말 속초 오나나요?" · C2
12/2	가족 여행 · 연말 모임 예약 · C3

회원 대개 참고, 청초호 보며 힐리힌 바베큐 한 판 어떠세요?

6 / 7

④ 쿠폰·소식·알림 6/7
쿠폰 3종·매주 목요일 소식

운영 워크플로우 (7쪽 보고서 구조)

① 매출·유입 진단(POS·플레이스 리포트)
② 플레이스 정비 8항목 + 소식·대표 메뉴 정리
③ 블로그 체험단 10팀 · 인스타 릴스 2편/일 · 스폰서 광고
④ 쿠폰 3종 + 알림 메시지 → 재방문 설계
⑤ 매주 월 주간 보고 · 월말 성과 정산

가격 · 약정 구조

Basic SaaS 월 198,000원 — 무약정, 언제든 해지
고단가 통대행 월 500만 원대~ — 성과 확보를 위해 **최소 3개월 고정 약정 필수**

정직 표기 — 실제 거래 중인 고객사 7쪽 보고서의 발췌이며, 상호·법인명·담당자·연락처는 비식별 처리했습니다. 매출은 POS 기준, 유입은 네이버 플레이스 리포트 기준입니다. 광고를 멈춘 8월 이후 유입 -39%·매출 -69%가 함께 떨어져, 11월 계약은 **되돌리는 작업**부터 시작했습니다.

07 · FINANCIALS

BEP는 30곳 — 36개월 1,800곳에서 ARR 38.88억, 연 기여이익 28억입니다

공급가 180,000원 · 기여이익 129,600원(72.0%) 고정. 매장 수만 변수입니다 (가정 · 목표).

BEP (투자 집행 후)
30곳
고정비 388.8만 ÷ 12.96만 · 현 구조 4곳

CAC 회수 기간
3.9개월
CAC 50만 ÷ 12.96만 (그로스 1.5억 ÷ 300곳)

36개월 ARR
38.88억
1,800곳 × 216만 · MRR 3억 2,400만

연 기여이익 ÷ 투자금
5.6배
28.0억 ÷ 5억 (36개월 시점)

자력 (투자 0)

구분	12개월	24개월	36개월
유료 매장	**30곳**	**90곳**	**200곳**
MRR (공급가)	540만	1,620만	3,600만
ARR	6,480만	1억 9,440만	4억 3,200만
월 기여이익 (72%)	**390만**	**1,170만**	**2,600만**

투자 5억 집행

구분	12개월	24개월	36개월
유료 매장	**300곳**	**900곳**	**1,800곳**
MRR (공급가)	5,400만	1억 6,200만	3억 2,400만
ARR	6.48억	19.44억	**38.88억**
월 기여이익 (72%)	**3,888만**	**1억 1,664만**	**2억 3,328만**

BEP 수식
매장 수 = 월 고정비 ÷ 129,600원 | 투자 집행 고정비 3,888,000원 = 1:1 IP·서버 175만 + 도구·보안 90만 + 특허 적립 73.8만 + 운영 버퍼 50만

현 구조 고정비 450,000원 → BEP 3.47 → 4곳 | 투자 집행 3,888,000원 → BEP 30.0 → 30곳

가정 고지 — 이 표는 목표이며 실적이 아닙니다. 자력 시나리오는 현재 속도(외부 자금 없이) 기준, 투자 시나리오는 그로스 1.5억 원 집행과 90일 KPI 달성을 전제합니다.

손익 구조 — 36개월 기여이익 월 2억 3,328만 원 − 고정비 388.8만 원 = 월 2억 2,939만 원 (인건비 0 구조 유지 시).

08 · USE OF FUNDS

5억 원 — R&D 40% · 그로스 30% · IP 10% · 인프라 20%

1인 AI 회사 원칙: 고정 인건비 팽창 없이 R&D·그로스·IP·인프라에만 배분합니다.

개발 대기 시간 0 | 코드(603 passed) · 법령 컴플라이언스 · 결제(빌링키) · 특허 · 실증까지 **이미 장전 완료** — 투자금 유입 즉시 스케일업 발사

01 · 코어 엔진 고도화 · P2/P3

2.0억

40% of 5억

4대 지도·OCR·GEO 방어기
마일스톤 고도화 · AI 에이전트/인프라 내재화

P2/P3 상용화

02 · 고객 획득 · 그로스

1.5억

30% of 5억

30초 진단 퍼널 광고
초기 유료 CAC 집행

유료 300곳 · MRR 5,400만
ARR 6.48억

03 · 특허 · IP · 인증

0.5억

10% of 5억

초고속심사 · 본출원
35/42류 상표 · PG/보안 인증

핵심 특허·상표 확보

04 · 서울 리전 · 1:1 IP · 운영

1.0억

20% of 5억

매장별 전용 IP · 알림톡
18개월 운영 버퍼

1,000매장 무중단 수용

합계 검산	금액	비율	달성 시점	그 시점 지표
4개 항목 합계	**5.0억 원**	**100%**	2027.11 (12개월)	**유료 300곳 · ARR 6.48억 · P2 상용화**

2.0 + 1.5 + 0.5 + 1.0 = 5.0억 원 (40 + 30 + 10 + 20 = 100%) | **인건비 항목 0원** — 채용 없이 파트너 마일스톤과 AI 에이전트로 집행

집행 원칙 — ① 마일스톤 통과 전 다음 항목 집행 없음 ② 소스코드·IP 100% 당사 귀속 ③ 광고비는 CAC 회수 3.9개월 확인 후 증액.

09 · COMPLIANCE & PAYMENT

진입 전에 갖춘 것 — 법률 · 단계 · 결제

외부 결제·개인정보를 다루는 상품이므로, 판매 개시 전에 법령·사업자·결제 3개 축을 먼저 닫았습니다.

① 법률 컴플라이언스

완료

개인정보보호법 제30조 — /privacy 공개 · 해외 LLM 전송 전 PII 마스킹

전자상거래법 제13조 — /terms · /refund · 통신판매업 신고

표시광고법 — 전수 감사 완료 (금지 표현 0건)

정보통신망법 — 080 수신거부 · Opt-out

외주 저작권 — 소스이관 확인서 확보

② 현재 단계

진행 중

toyb-core — 72테이블 · 603 passed 내재화 완료

지점 사업자 — '토이비' 개설 착수

특허 — 111쪽(6발명·74항) 가출원 진행

상표 — 35·42류 출원 진행

법인 구독 결제 0건 — 11/17 개시 (숨기지 않고 표기)

③ 결제 모듈 도입

구현 완료

사업자 완료 즉시 포트원 / 토스페이먼츠 연동

빌링키(authKey) 기반 10초 정기결제

SubscribeRequest 백엔드 구현 완료

월 198,000원 무약정 · 할인 0% · 해지 즉시 종료

도입 순서 ①
지점 사업자(토이비) 완료

→

도입 순서 ②
빌링키(authKey) 발급 · 카드 등록

→

도입 순서 ③
10초 정기결제 오픈 · 첫 198,000원

컴플라이언스 원칙 — 수집 최소화(입력 0건) · 해외 전송 전 PII 마스킹 · 위험 리뷰 100% 사람 승인 · 결제 정보는 PG에 위임(자체 저장 0건).

09 · WHY TOYB

왜 이 팀이 79.9만 시장에서 72% 마진 SaaS를 먹는가 — 세 숫자

수요(10곳+ 유료 입금) · 단위경제(129,600원) · 기술(603 테스트)이 동시에 성립하는 팀입니다.

수요

10곳+

이미 돈을 낸 고객

198,000원 유료 입금 (초기 운영 시절)
프랜차이즈 32개 지점 · 20개 브랜드

단위경제

129,600원

매장당 월 기여이익

공급가 180,000 × 72.0%
변동비 4,900원 (2.5%)

기술

603개

자동 테스트 · 74항 특허

toyb-core v1.8 · 72테이블
toyb.ai.kr 라이브 · 4대 지도

투자 논리 — 한 시장을 두 번 팝니다

① 대행이 라벨을 만든다

32개 지점 · 대행 매장의 AS-IS→TO-BE 실측
→ 전략 후보 20~30개

→

② 라벨이 구독을 정확하게

같은 상권·업종 매장의 전환 결과만 제안
→ 구독 판단 정확도 상승

→

③ 구독이 반복 매출로

129,600 × N · 무약정 · 할인 0%
→ 1,800곳에서 ARR 38.88억

이 투자는 엔진을 새로 만드는 돈이 아닙니다 — **603개 테스트가 통과한 엔진과 74항 명세서가 이미 있고**, 79.9만 곳에 파는 속도를 사는 돈입니다.

리스크 정면 — 법인 구독 0건(11/17 개시) · 1인 구조 · 플랫폼 정책 의존. 대응은 30일 3곳 KPI · Auto-Ops · 가드레일 4중입니다 (다음 장).

10 · TEAM · ASK

비개발자 대표 + 자동복구 + 파트너 SLA = 24시간 무중단, 5억 원 요청

비개발자 대표 + Auto-Ops 자동복구 + 4중 서킷브레이커 + 개발 파트너 SLA. 채용 계획 없음 — 고정 인건비 0 구조를 유지합니다.

① 플랫폼이 막으면?

가드레일 4중 + 위험 리뷰 100% 보류 → 오발송 0건. 4대 지도 중 구글은 공식 API, 나머지는 권한 위임 자동화 + 대행 큐.

② 사람 뽑아야 커지는 것 아닌가?

매장 100곳 → 인건비 +0원. 매장당 원가 50,000원(변동비 4,900원) · 기여이익 129,600원(72%).

③ 법인 구독 결제가 없다며?

0건이 맞습니다(11/17 개시). 가격은 초기 운영 시절 198,000원 입금 10곳+로 검증. 30일 3곳이 첫 KPI.

④ 혼자서 매장·개발·영업이 되나?

대표는 영업·기획·판단. 개발은 파트너 마일스톤(IP 100% 귀속), 운영은 Auto-Ops(자동복구 + 사람 승인 재개).

역할 · 팀 구성 (현재 → 12개월)

	현재	12개월
대표 (영업·기획·판단)	**1명**	**1명**
AI 에이전트 (영업·IR·온보딩·운영)	**4종**	**4종**
개발 파트너 (마일스톤)	1팀	1팀 + AI 에이전트 (인건비 0)
고정 인건비	**0원**	**0원 (내재화 1명은 투자금 내)**

창업자 인과 — 세 번의 경험이 제품 설계로 바뀐 지점

① 영업팀 시절

유일하게 매주 상권·키워드 분석 브리핑을 만들던 습관
→ 30초 구멍 진단 카드의 원형

② 첫 창업

플랫폼 로직 변경 → 전액 환불 → 폐업
→ 4대 지도 분산 + 4중 서킷브레이커 + 1:1 IP 격리 설계

③ 두 번째 창업

신규 매출 의존의 한계를 직접 경험
→ 월 19.8만 원 무약정 반복 구독(MRR) 모델 전환

요청 — 희망 투자 5억 원 · Pre 20억

12개월 목표

12개월 목표 유료 300곳 · MRR 5,400만 · ARR 6.48억 · BEP 30곳 통과

사용처 R&D 2.0억(40) · 그로스 1.5억(30) · IP 0.5억(10) · 인프라 1.0억(20)

투자금 유입 즉시 발사 — 개발 대기 0 : 코드(603 passed) · 법령 컴플라이언스 · 결제(빌링키) · 특허 · 실증 장전 완료

대표 인건비 사업비 계상 제외 (0원)

연락 toyb.ai.kr · 대표자 대시보드 toyb-ceo-app.netlify.app