

Market Validation Report

업캐스트(UPCAST) 시장성 검증 보고서

시장 규모 · 경쟁 · 수요 근거 · 단위 경제 · 예상 사용자 · 예상 매출 · 홍보 전략

작성

2026.09.25

작성

팀플릿 주식회사

조사 방식

공개 자료 · 운영 서버 실측

00 · Executive Summary

결론부터

판정

조건부 추진 — 구독만으로는 작고, 정부 판로사업과 입점 채널이 승부처

1. **시장은 있다.** 스마트스토어 판매자 57만(2023), 쿠팡 소상공인 판매자 약 23만(2025). 연매출 1억 원 이상 판매자만 4.5만 (스마트스토어)입니다.
2. **진단 기능만으로는 팔리지 않는다.** 네이버가 2025년 6월 상품진단 · 상품명 최적화를 무료로 풀었고, 아마존 · 쿠팡도 AI 등록 도구를 기본 제공합니다. 업캐스트의 값은 «진단 이후의 실행 + 결과 추적»에서 나와야 합니다.
3. **유료 광고로는 고객 획득비를 회수하지 못한다.** 광고로 데려온 유료 고객 1명당 획득비 120만~667만 원(가정) 대비 고객 생애가치는 79만 원(기본)입니다.
4. **3년 누적 매출 전망 — 보수 0.7억 · 기본 13.7억 · 낙관 38.2억.** 기존 사업기획서 모형(9.2 · 38.0 · 127.0억)보다 크게 낮습니다. 기본 시나리오 매출의 64%가 정부 온라인판로 사업 수행에서 나옵니다.
5. **현재 외부 실사용자는 0명입니다.** 첫 판(upcast.teamplut.com)의 가입 10건은 모두 내부 테스트이고, 결제는 내부 충전 1.1만 원 1건입니다. 모든 사용자 수는 예상치입니다.

그래서 무엇을 하는가

① 2027년 2월 말 소상공인 온라인판로 수행기관 공모 신청(보증보험 · 수행 실적 준비) ② 네이버 커머스솔루션마켓 · 카페24 앱스토어 입점 ③ 셀러 교육 강사 · 통합관리 솔루션 제휴 ④ 무료 진단은 유입 도구로만 쓰고 유료 광고는 보류. 90일 안에 «선입금 10곳»을 못 만들면 멈춥니다.

01 · Status

지금 업캐스트는 어디에 있나

항목	현재	근거
서비스	첫 판 운영 중 — 진단 · 작업 주문 · 파트너 · 결제 · 쿠팡/스마트스토어/카페24/Shopify 연동	upcast.teamplut.com
가입 계정	10개 — 전부 내부 테스트·운영자 계정	운영 DB 조회(2026.09.25)
진단 실행	10건 — 내부 테스트	운영 DB 조회
실결제	1건 · 11,000원(운영자 캐시 충전)	운영 DB 조회
외부 유입	사실상 없음 — 팀플렛 전체 서비스도 네이버 검색 유입 2주 7건 수준(2026.09 실측)	자체 분석(witstat) · nginx 로그
데이터 접근	스마트스토어 상품 페이지는 서버 IP에 429 차단 → 판매자가 커머스API를 연결해야 공식 조회	운영 로그

즉 제품은 있으나 시장 검증(유료 고객)은 아직 0에서 시작합니다. 이 보고서의 모든 사용자 · 매출 수치는 아래 가정에서 나온 예상입니다.

02 · Market

시장 규모

57만

스마트스토어 판매자(2023.6)

네이버 디지털 생태계 리포트 2023

약 23만

쿠팡 소상공인 판매자(2025)

쿠팡 뉴스룸 · «30.7만»은 기자 역산이라
쓰지 않음

272조

2025 온라인쇼핑 거래액(+4.9%,
역대 최저 증가)

국가데이터처 2026.02

구분	규모	산정
TAM — 두 마켓 판매자	약 80만 계정	57만 + 23만 (중복 미확인 · 활동 판매자 수 미공개)
SAM — 돈을 쓸 수 있는 판매자	약 6~7만	연매출 1억 원 이상 4.5만(스마트스토어) + 쿠팡 동일 비율 가정 약 2만 가정
SOM — 3년 안 유료 고객(기본)	582곳	모형 결과 · SAM의 약 0.9%
정부 수요 — 온라인판로 지원	연 14,290개사	2026 중기부 · 기업당 최대 600만 원, 8개 메뉴 중 4개 선택

판매자는 이미 매출의 평균 21.7%를 수수료 · 광고비로 플랫폼에 냅니다(중기중앙회 2026.09, 1,250개사). 업캐스트는 «비용 하나 더»가 아니라 이 돈을 줄이는 도구로 보여야 팔립니다. 소상공인의 72.8%는 디지털 도구를 아직 쓰지 않습니다(2024 소상공인실태조사).

03 · Competition

경쟁 — 무료가 기본값이 됐다

경쟁자	가격	규모 · 신호	업캐스트와 겹침
네이버 스마트스토어 기본 기능	무료(2025.6~)	상품진단 · 상품명 최적화 · 트렌드	진단 · 상품명 정면 충돌
아이템스카우트	월 4~15만 원	MAU 16만(2023) · 매출 14.5억(2022) · 시리즈A 10억	키워드 · 시장 분석
셀룩홈즈(옛 셀러라이프)	월 19,800원~	규모 미확인	분석
플레이오토 AI 상품명	통합관리 번들	셀러 약 23만 보유(2026)	상품명 최적화
젠시(스튜디오랩)	무료~	프리A 33억 · 소상공인 6,000곳	AI 상세페이지
브이켓	무료~	시리즈A 105억 · 등록 브랜드 5~10만 · MRR 1억	AI 광고 소재
크몽 · 라우드소싱	상세 평균 20만 원	크몽 매출 540억(2025) · 라우드소싱 79.8억(2024)	사람 작업

읽는 법. 브이켓은 등록 브랜드당 월 1~2천 원꼴을 법니다 — «가입은 많고 결제는 적은» 시장입니다. 진단 · 초안 · 광고 소재는 각각 무료 대체재가 있습니다. 업캐스트가 비어 있는 자리는 ①여러 마켓을 한 번에 ②고친 뒤 14일 결과를 재고 ③빚나가면 돌려주는 «결과 책임»입니다. 이 셋은 무료 도구가 하지 않습니다.

04 · Demand

수요 근거와 반대 증거

수요가 있다는 근거

- 판매자는 문제를 «트래픽»보다 «전환(상세 · 사진)»과 «광고 효율»로 봅니다 — 셀러 커뮤니티 사례(정성).
- 무작위 현장 실험에서 생성형 AI 적용 매출 효과 0~+16.3%, 주로 전환율에서(arXiv 2510.12049, 2025).
- 징등 AI 상품 문구 클릭 +3.4% · 전환 +3.4%(arXiv 2112.11915).
- 정부가 상세페이지 · 콘텐츠 개선에 연 1.4만 개사 규모로 돈을 댑니다.
- 아이템스카우트 체험 후 유료 전환 70%(2020, 자체 발표 — 신뢰 낮음).

반대 증거 · 리스크

- 네이버 무료 진단 · 상품명 최적화(2025.6), 아마존 · 쿠팡 AI 등록 도구 무료.
- 효과는 원래 부실한 상품에서만 크고, 괜찮은 상품은 0에 가까움 → «올림 예보» 환불률이 대상에 따라 크게 흔들림.
- 14일 결과는 계절 · 광고 · 경쟁에 흔들림 → 환불 기회주의 위험.
- 월 2.9만 원대 SaaS 월 이탈 중앙값 6.1%, 월 결제 고객 1년 유지율 41%(ChartMogul).
- 네이버 커머스API는 솔루션마켓 심사 필수, 판매자 API 키워탁 금지. 쿠팡은 호출 제한 · 크롤링 차단.
- 투자받은 AI 도구 경쟁사 다수, 무료 플랜 일반화.

한국 판매자의 «유료 도구 이용률 · 월 도구 지출액» 공식 통계는 없습니다(미확인). 그래서 유료 전환율은 해외 벤치마크(3~5%)를 가정으로 씁니다.

05 · Unit Economics

단위 경제 — 광고로 사 오면 남지 않는다

6.0만 원

기본 가입자당 월 매출(ARPU)

스탠다드 70% · 프로 25% · 대행사 5%

가정

79만 원

기본 고객 생애가치(LTV)

$ARPU \times \text{매출총이익 } 80\% \div \text{월 이탈 } 6.1\%$

44~137만

시나리오별 LTV 범위

보수 ~ 낙관

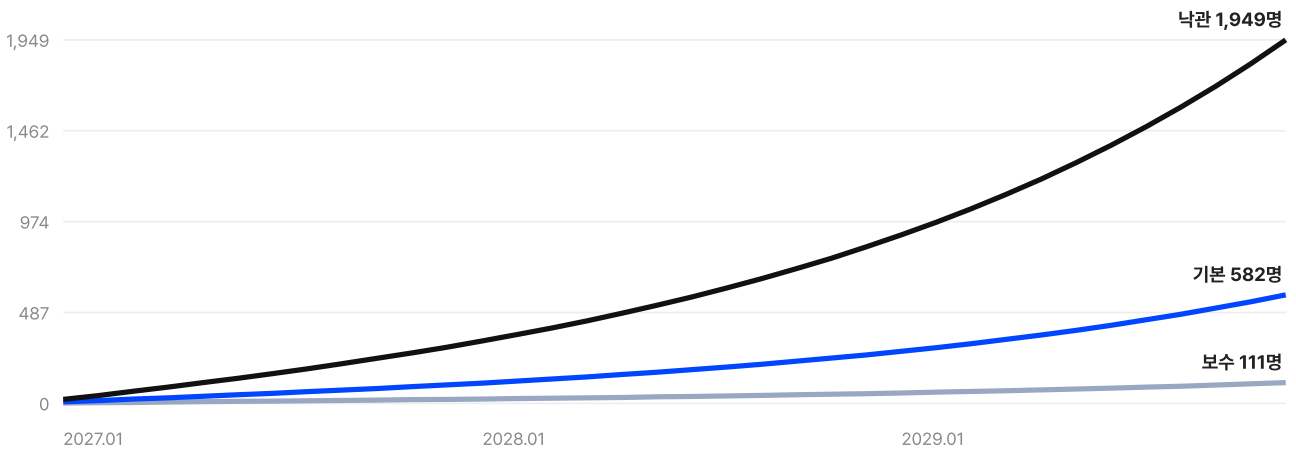
검색광고로 유료 고객 1명을 데려오는 비용

클릭당 비용(CPC)	방문→가입	가입→유료	유료 1명 획득비
3,000원	5%	3%	200만 원
3,000원	5%	5%	120만 원
5,000원	5%	3%	333만 원
5,000원	5%	5%	200만 원
10,000원	5%	3%	667만 원
10,000원	5%	5%	400만 원

CPC는 디자인 업종 참고치(3천~1만 원, 원문 미확인), 방문→가입 5%(OpenView 2023), 가입→유료 3~5%(Lenny · Poyar 2023). 어떤 조합에서도 획득비(120만~667만 원)가 LTV를 넘습니다. 유료 광고는 우선순위에서 제외하고, 획득비가 0에 가까운 채널(정부 수행 · 마켓 입점 · 제휴)로 갑니다.

06 · Users

예상 사용자



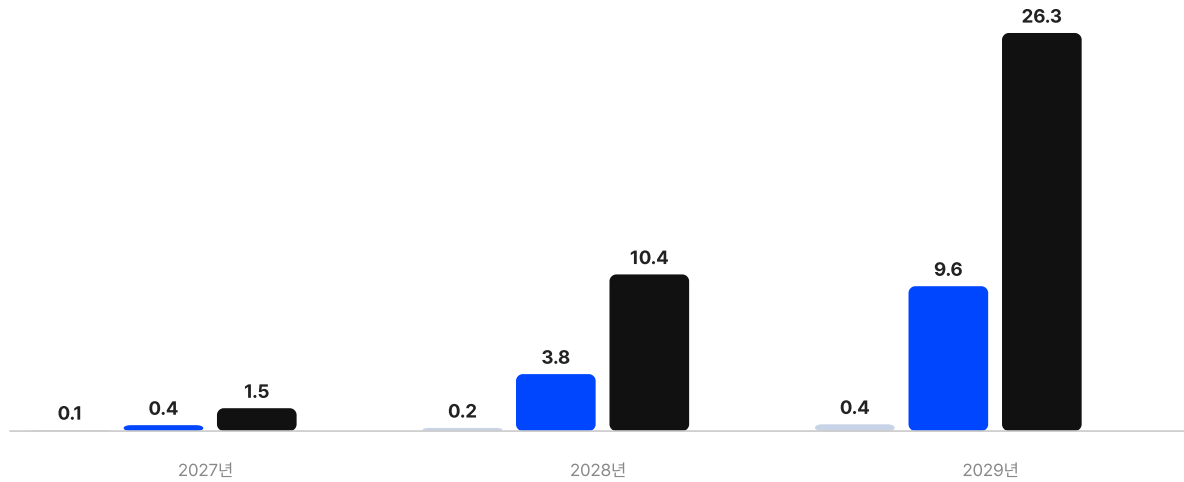
월말 유료 고객 수 추이(2027.01~2029.12)

시나리오	월 무료 진단 가입(시작 → 36개월)	유료 전환	월 이탈	36개월 누적 가입	36개월 유료 고객
보수	60 → 500명	3%	8.0%	7,545명	111곳
기본	150 → 1,400명	5%	6.1%	20,369명	582곳
낙관	300 → 3,000명	7%	4.5%	42,706명	1,949곳

가입 수는 가정입니다. 비교 기준: 아이템스카우트는 무료 도구로 2년 만에 누적 가입 12만(2022.1)을 만들었습니다. 기본 시나리오 36개월 누적 20,369명은 그 약 17% 수준입니다.

07 · Revenue

예상 매출



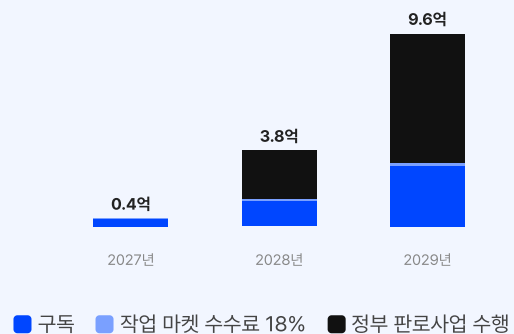
연도별 매출(억 원) — 열은 회색 보수 · 파랑 기본 · 검정 낙관

시나리오	2027	2028	2029	3년 누적	2029.12 월 반복 매출	전제
보수	0.06억	0.20억	0.44억	0.7억	508만	무료 도구 유입만, 정부 수행기관 미선정
기본	0.39억	3.76억	9.58억	13.7억	3,701만	마켓 입점 + 교육 제휴, 2027 공모 선정 후 2028부터 수행
낙관	1.51억	10.36억	26.32억	38.2억	15,992만	입점 · 제휴 · 정부 수행이 모두 계획대로

기존 모형과 비교

사업기획서 모형은 3년 누적 보수 9.2 · 기본 38.0 · 공격 127.0억이었습니다. 조사값(네이버 무료화 · 이탈 6.1% · 전환 3~5% · 광고 획득비)을 넣으면 기본이 13.7억으로 내려갑니다. IR 자료는 이 보고서 값으로 고칩니다.

매출 구성(기본)



08 · Sensitivity

민감도 — 무엇이 결과를 가르나

기본에서 하나만 바꾸면	3년 누적	기본(13.7억) 대비
정부 판로사업 미선정	4.9억	-8.8억 (-64%)
유료 전환 3% (기본 5%)	11.8억	-2.0억 (-14%)
유료 전환 7%	15.7억	+2.0억 (+14%)
월 이탈 8% (기본 6.1%)	13.2억	-0.5억 (-4%)
월 이탈 4.5%	14.3억	+0.6억 (+4%)
가입 절반	11.3억	-2.5억 (-18%)
가입 두 배	18.7억	+4.9억 (+36%)

정부 판로사업 선정 여부가 가장 큰 변수입니다(미선정 시 4.9억). 그다음이 가입 규모 — 즉 유통입니다. 전환율 · 이탈은 제품이 통제할 수 있는 변수라 90일 검증에서 먼저 확인합니다. 정부 사업 건당 단가(160.2만 원)는 공고 원문 미확인 값이라 신청 전에 재확인합니다.

09 · Go-to-Market

홍보 전략 — 획득비 0에 가까운 채널부터

순위	채널	왜	규모 · 조건
1	소상공인 온라인판로 수행기관	정부가 판매자 비용을 댐 · 획득비 사실상 0	연 14,290개사 · 공모 2027.02 말 · 보증보험 · 수행 실적 · 법인 명의
2	무료 진단 = 유입 도구	아이템스카우트가 무료 도구로 스마트스토어 셀러 45.7%까지 도달(2020)	진단 결과 공유 카드 · 검색 노출
3	마켓 입점 — 네이버 커머스솔루션마켓 · 카페24 앱스토어	판매자가 이미 있는 자리 · 팔린 만큼 수수료	카페24 개발사 80% 배분 · 앱스토어 거래 679억(2025) · 네이버는 국내 법인 심사
4	셀러 교육 강사 · 유튜브 수익배분	신뢰가 강사에게 모여 있음	쿠팡 셀러 세미나 · 네이버 파트너스퀘어 강의 동행
5	대행사 · 통합관리 솔루션 제휴	한 계약에 여러 판매자	대행사 월 29.9만 원 · 플레이오토 셀러 약 23만 · 사방넷 약 7,000개사
—	유료 검색 · 메타 광고	획득비가 LTV를 넘음	검증 후 리타기팅만 소액

90일 실행 계획

1~30일

판매자 30곳 수작업 진단 · 결과 공유
카드 · 커머스솔루션마켓 신청

31~60일

선입금 10곳(G1) · 강사 2명 제휴 ·
카페24 앱 등록

61~90일

파트너 30명 · 납품 10건(G2) ·
수행기관 요건 준비(보증보험 · 실적)

중단 규칙: 90일 안에 선입금 10곳을 못 만들면 구독 확장을 멈추고 정부 수행 · 작업 마켓에 집중합니다.

10 · Risks

리스크와 대응

리스크	영향	대응
네이버 · 쿠팡 무료 도구 확대	진단 · 상품명 가치 하락	진단은 무료 유입 도구로 두고, 돈은 «실행 + 결과 추적 + 환불 책임»에서 받음
데이터 접근 제한(API 심사 · 크롤링 차단)	진단 정확도 · 예보 판정 불가	커머스솔루션마켓 정식 입점, 판매자 공식 연동만 사용, 크롤링 우회 금지
올림 예보 환불률	마진 잠식	원래 부실한 상품에만 예보 적용, 환불 상한 · 대상 기준 공개
저가 구독 이탈	LTV 낮음	연 결제 할인, 대행사 요금제 비중 확대
정부 공모 미선정	기본 매출의 큰 몫 사라짐	2027 공모 전 수행 실적 확보, 탈락 시 작업 마켓 · 제휴로 재배분
조직 규모	수행 역량 · 공모 요건	투자금으로 영업 · 운영 인력 확보

References

출처

1. 네이버 디지털 생태계 리포트 2023 — navercorp.com (스마트스토어 판매자 57만 · 연매출 1억 원 이상 4.5만)
2. 쿠팡 뉴스룸 2025.5 — news.coupang.com/archives/53270 (소상공인 판매자 약 23만)
3. 국가데이터처 온라인쇼핑 동향 2025 — MTN · 머니투데이 2026.02.02 (거래액 272조)
4. 중소기업중앙회 온라인 플랫폼 입점사 실태조사 — 한국일보 2026.09.15 (매출 대비 21.7%)
5. 2024 소상공인실태조사 — 데이터숨 (디지털 활용률 27.2%)
6. 전자신문 2025.05.16 — 네이버 스마트스토어 분석 도구 무료화
7. 아이템스카우트 — 세계파이낸셜 2023.06 · 데이터넷 2022.01 · 바이라인네트워크 2020.08
8. 스튜디오랩(젠시) 머니투데이 2025.02 · 브이캣 와우테일 2023.04 · 헬로티 2024.05
9. 크몽 상세페이지 가격 kmong.com/prices · 크몽 매출 유니콘팩토리 2026.02 · 라우드소싱 THE VC
10. ChartMogul SaaS Retention Report · Lenny Rachitsky · Kyle Poyar 2023 · OpenView 2023 Product Benchmarks
11. arXiv 2510.12049(생성형 AI 현장 실험) · arXiv 2112.11915(징동)
12. 네이버 커머스API 공식 토큰 #3463 · 쿠팡 Open API 호출 제한 공지
13. 중기부 소상공인 온라인판로 지원사업 — 이투데이 2026.03.12 · 머니투데이 2026.02.27 · 2026.08.21
14. 카페24 개발자센터 · 전자신문 2026.03.09(앱스토어 거래 679억) · 플레이오토 전자신문 2026.02.25 · 사방넷
15. 팀플릿 운영 서버 실측 — 업캐스트 DB · witstat · nginx 로그(2026.09)

«미확인»으로 둔 값: 활동 판매자 수, 판매자 매출 분포(1억 원 기준 외), 한국 판매자 유료 도구 이용률, 정부 사업 메뉴별 단가 원문, 셀러 키워드 실제 CPC. 해외 비교 대상(Helium 10 · Jungle Scout) 매출 추정치는 출처끼리 모순돼 쓰지 않았습니다.