

정부지원사업 사업계획서

INTA

인타

"인생은 타이밍"

사주 × 신경다양성 × 에너지 기반 AI 라이프 오퍼레이팅 앱

Saju × Neurodiversity × Energy-based AI Life Operating App

FLOAT 주식회사

대표이사 장청일 (張淸一)

2026년 5월

01. 한눈에 보기 (Executive Summary)

INTA(인타)는 한국 사주명리학과 신경다양성(ADHD·자폐 스펙트럼) 연구를 결합해 "지금 이 시간에 무엇을 해야 효율적인가"를 추천하는 AI 라이프 오퍼레이팅 앱이다. 사용자의 출생 정보로 사주(8 글자)를 계산하고, Apple Watch·생리주기·수면·바이오리듬을 적분해 에너지 예산 E_daily를 산출한 뒤, 사주 일진과 결합해 시간대별 할 일을 능동적으로 추천한다.

핵심 차별점 — 시장 최초의 4 중 결합

시장 최초 요소	내용
사주 기반 능동 시간 추천	포스텔러 등 기존 사주앱은 "오늘 점수" 정보만 제공. INTA는 할 일을 입력하면 사주 일진 + 에너지 + 생체리듬을 결합해 시간대를 직접 추천
신경다양성 Override 아키텍처	ADHD 등 신경다양성 프로파일이 보조 프로파일을 무효화하는 우선순위 구조. 특히 출원 완료(청구항 126 개)
MVA(최소 허용 행동) 자동 생성	"시작이 어려운" ADHD 특성을 반영해 할 일을 시간축소·범위축소·준비행동·부분완료 4 유형으로 자동 분해
에너지 예산 수식	$E_daily = (E_base \times \alpha_sleep \times \beta_bio \times \gamma_saju \times \delta_weather) + \sum E_recovery - Shock_Index$. 조건을 정량화해 일정 추천에 직접 반영
사주 + 신경다양성 결합	전 세계에서 INTA 단독. 한국 빅테크는 종교·문화 리스크로 진입 불가, 글로벌 플레이어는 사주 도메인 부재

핵심 지표 (D-Day: 2026년 5월 5일 출시 예정)

항목	현재	1년 후 목표
특허	가출원 완료 (청구항 126 개, 분할 A~P)	정출원 + PCT 1 건
상표	출원 완료 6 건 (인타·인생은 RPG·INTA × 9/42/45 류)	등록 완료 + 영문 상표 추가
사용자	출시 직전	다운로드 50,000 / MAU 15,000 / 유료 1,500
매출	대표 콘텐츠 매출 월 2,000 만원	월 매출 2.5 억 (구독 + IAP)
인력	대표 1 인 (풀스택)	5 명 (개발 2 + 운영 1 + 마케팅 1 + 사주 자문)

"한국에서만 가능한 제품을 만들어 K-fortune 이라는 문화 수출 카테고리
글로벌에 가져간다."

02. 문제 정의

2.1 ADHD·번아웃 시대의 시간 관리 결함

한국 ADHD 진료 환자는 **2022년 기준 13만 9,696명**으로 5년 사이 약 **2.4배 증가**했다. 특히 **20·30대가 전체 환자의 36%**를 차지하며, 진단을 받지 못한 잠재 인구는 그 5~10배로 추정된다(건강보험심사평가원, 2023). 동시에 한국 직장인의 번아웃 호소율은 **OECD 평균을 크게 상회**한다.

기존 생산성 앱의 두 가지 결함

- ① **컨디션 무시**: Notion·Todoist·Things 등 글로벌 생산성 앱은 사용자의 수면·바이올리듬·정서 상태를 모르고 일정을 균일하게 배치한다. "오늘 새벽 2시까지 못 잤고 점심에 졸릴 시간이고 컨디션 60%다"를 반영하지 못한다.
- ② **시작 장벽**: ADHD 사용자는 "할 일이 너무 커서 시작 못 함" 문제를 겪는다. 기존 앱은 "할 일을 더 작게 쪼개라"고 사용자에게 요구할 뿐, AI가 자동으로 분해해주지 않는다.

2.2 한국 사주 시장의 미완성

한국인은 평생 사주를 일상적으로 본다. 점신 누적 사용자 **1,900만 명**, 포스텔러 월매출 약 **1.4억 원** (Sensor Tower 2025), 토스·카카오톡 운세 코너 일일 트래픽 등이 그 증거다. 그러나 **이 행동은 5초짜리 정보 소비로 끝나고 실제 일정과 연결되지 않는다**.

기존 사주 앱 카테고리별 한계

앱	규모/매출	강점	한계
점신	1,900만+ 사용자	전화상담사 400명	정확도 낮음, 일정 연동 0
포스텔러	월 1.4억 / DL 20K	운세 캘린더 보유	단방향 점수만 제공, 능동 추천 없음
헬로우봇	100만+	캐릭터 챗봇	타로 위주, 사주 약함
히로 AI	한국, iOS	ADHD 슈퍼알림	사주·에너지 모델 없음
Tiimo	100만+, 글로벌	ADHD 시각화	한국 사주 도메인 0, 문화 차이

2.3 INTA가 푸는 통합 문제

INTA는 위 두 시장의 결함을 **하나의 시스템**으로 해결한다. 사주를 일정에 직접 연결하고, 사용자의 누적 데이터(수면 패턴·완료율·과거 회복 신호)로 매일의 에너지 예산을 계산해 **"지금 할 수 있는 양만큼"**만 추천한다. 즉 사주 콘텐츠 앱도, 일반 생산성 앱도, ADHD 알림 앱도 아닌, **"삶을 정렬하는 앱"**이라는 새로운 카테고리를 만든다.

03. 솔루션 — 제품 스택

3.1 핵심 엔진 3-Layer 아키텍처

INTA의 핵심 엔진은 결정론적 룰 시스템과 LLM을 분리한 3-Layer 구조로 설계되었다. 이는 환각(hallucination)을 차단하고 학술적으로 검증된 명리학 룰을 그대로 보존하기 위함이다.

Layer	역할	구현 깊이
Saju Layer	출생 정보 → 사주 8글자 격국·용신·신살 분석 대운·세운·삼재 시계열	만세력 KASI 데이터 / 격국 10종 / 신살 20종 / 용신 4법 / 60갑자 600쌍 사전계산
Energy Layer	수면·심박·활동 적분 바이오리듬 계산 에너지 예산 산출	Apple Watch·HealthKit 연동, 생리주기 추적, 적응형 회복률 매트릭스
Recommendation Layer	시간대별 블록 배치 AI 자동 분해 능동 추천	LLM(GPT-5.2 + GPT-5-mini 라우팅) + 룰 결합, MVA 4유형 자동 분해

3.2 핵심 기능 7가지

- ① **8글자 사주 자동 분석.** 생년월일시 입력 → 진태양시 보정 → 4기동 8글자 → 격국 자동 판별 → 일간 강약 추정 → 용신 4법 통합 추천 → 신살 20종 자동 발현. 청구항 1~30번에 명세.
- ② **시계열 RIDM (Rhythm-Identity-Daewun-Movement).** 대운 10년 단위 10시리즈 + 매년 세운 + 12년 주기 삼재 4그룹×3단계 자동 산출. 청일 본인 사주 1986-06-19 00:47 검증 완료(101/101 PASS).
- ③ **에너지 대시보드.** 체력·수면·바이오리듬·사주·날씨·회복 6개 구성요소를 분리 정량화해 49% 게이지로 표시. 시간대별 에너지 그래프 제공.
- ④ **AI 동자 챗봇.** 시간대별 사주 심신을 친구 톤으로 해석 ("지금 0시 자시·경자라 금 관성 기운 들어와서, 갑목 너는 오늘 정묘 식신이라 말 풀리니까..."). 시장 어떤 사주 앱도 못 도달한 디테일.
- ⑤ **AI 분해 (서브태스크 자동 생성).** "애플호브" → "준비/실행/마무리" 3단계 자동 분해. ADHD 시작 장벽 해결.
- ⑥ **게이미피케이션.** 트로피 67개 + 일일 퀘스트 + 집중 모드 50:00 타이머 + 포인트 가차. 장기 리텐션 확보.
- ⑦ **Apple 생태계 통합.** Apple Watch + Apple 건강(수면·심박·활동) + 생리주기 + 캘린더 다중 동기화(Calendar/Birthdays/공휴일) 처음부터 내장.

3.3 결정론 ↔ LLM 분리 원칙

사주의 합·총·공망·천을귀인은 **수학 공식과 같은 결정론**이다. LLM 이 추론하면 환각이 100% 발생한다. INTA 는 9 개 결정론 데이터셋(JSON/JSONL, 총 3MB, 3,600 페어 사전 계산)을 메모리에 로드해 결정론적 lookup 을 수행하고, LLM 은 그 결과에 톤만 입힌다. 이 경계 설계가 시스템 신뢰도의 핵심이다.

04. 차별화 — 한국에서만 가능한 제품

4.1 절대적 진입장벽: 문화·종교 리스크

INTA의 결정적 우위는 **한국 시장이 사주에 대해 이미 학습되어 있다**는 점이다. "오늘 갑자기이라 컨디션 좋다"가 통하는 시장은 한국·중국·베트남 정도뿐이다. **글로벌 빅테크는 절대 이 영역에 진입하지 못한다.** 이유는 명확하다.

- Apple·Google·Microsoft 등 미국 본사 PM은 종교·점성술 모델을 결재할 수 없다. ESG·DEI 가이드라인 위반.
- 중국 빅테크는 한국 진출 시 데이터 이슈로 차단됨.
- 베트남·태국 시장은 사주에 친숙하나, 한국식 4기동 8글자 명리학 도메인 부재.
- 한국 빅테크(네이버·카카오·토스)는 운세 코너만 운영하며 본격 사주 모델 보유 없음.

4.2 K-fortune — 문화 수출 카테고리

K-pop이 음악을, K-drama가 영상을, K-beauty가 화장품을 수출했다면, **K-fortune**은 한국형 운세·명리·타이밍 문화를 수출한다. INTA의 글로벌 전략은 **번역**이 아니라 **문화 수출**이다. 동남아·북미 한류 팬덤은 이미 사주를 "Korean fortune"이라는 카테고리로 인지하고 있어 학습 비용이 0이다.

4.3 경쟁사 종합 점수표 (객관적)

평가 항목	INTA	포스텔러	히로 AI	Tiimo	점신
컨셉 독창성	10	6	7	8	4
사주 깊이	10	7	0	0	6
신경다양성	9	0	8	10	0
UX 완성도	9	8	9	9	7
시장 인지도	0	8	6	7	10
자본력	6	8	9	7	10
가격 경쟁력	8	6	10	7	9
차별점 방어 (특허)	10	6	5	7	4
합계 (80 점 만점)	62	49	54	55	50

컨셉·사주 깊이·차별점 방어 영역에서 INTA가 최고점이며, 시장 인지도(출시 전 0)와 자본력에서 열위 출시 후 인지도 확보가 핵심 과제이며, 본 사업에서 그 자원을 확보한다.

4.4 지식재산권 방어 (이미 확보)

IP 종류	내용	상태
특허 (가출원)	인타_INTA_특허명세서_가출원용_v27_final. 청구항 126 개, 분할출원 A~P 구조. Override 아키텍처 / MVA 자동 생성 / E_daily 수식 / 조후 결합 점수 등	가출원 완료
상표 (인타)	인타 - 인생은 타이밍, 9 류·42 류·45 류 (출원번호 40-2026-0085477)	출원 완료
상표 (인생은 RPG)	9 류 (출원번호 40-2026-0085478). 크런치 모드 / RPG 부가 기능 보호	출원 완료
상표 (INTA)	영문 9 류·42 류 (출원번호 40-2026-0085479). 글로벌 진출 대비	출원 완료
상표 (AI 동자)	AI 캐릭터 명칭, 2025 년 3 월 출원	출원 완료

05. 시장 분석

5.1 TAM / SAM / SOM

구분	정의	규모	근거
TAM	한국 사주·생산성 앱 통합 시장	연 약 5,000 억원	점심·포스텔러 등 사주앱 + 일정관리 SaaS 합산
SAM	20·30대 ADHD 성향 + 사주 친숙층	연 약 800 억원	20·30대 인구 ~1,200 만 × 사주 사용자 비율 ~25% × 객단가 가정
SOM (3년)	INTA 직접 도달 가능 시장	연 약 80 억원	SAM의 10% / 유료 5만명 × 월 9.99 달러

5.2 핵심 타겟 — 페르소나 3종

A. 핵심 타겟: ADHD 성향 20·30대 직장인·프리랜서 (주력)

- 규모: 잠재적으로 약 100~150만 명 (진단 13.9만 + 미진단 추정 5~10배)
- 특성: 시간 의사결정 빈번, 사주 친숙도 높음, 월 1~2만원 부담 가능
- 사용 시나리오: 업무 시작 장벽 → AI 분해 → 사주 기반 시간 추천 → 집중 모드

B. 보조 타겟: 자영업자·1인 창업자

- 규모: 약 600만 명 (자영업자 통계청 2024)
- 특성: 일정 자율도 높음, 사주 의사결정 의존도 매우 높음(개업·계약·미팅)
- 사용 시나리오: 운세 캘린더 + 길일 추천 + 거래·미팅 타이밍

C. 글로벌 확장 타겟: K-fortune 팬덤

- 규모: 한류 팬덤 글로벌 약 2.2억 명 (한국국제문화교류진흥원 2024)
- 특성: K-pop·K-drama 통해 사주 카테고리 학습 완료, 영문 결제 익숙
- 사용 시나리오: "내 K-fortune 사주" 호기심 → 일정 결합 발견 → 구독 전환

5.3 시장 트렌드 정합성

- 웰니스 + 신경다양성 시장 폭발: 글로벌 ADHD 앱 시장 연 30%+ 성장(Tiimo·Hero AI 등). Apple Design Awards 2024는 신경다양성 앱 Tiimo를 최종 후보 선정.
- AI 시대 개인화 요구: GPT-5.2 시대, 사용자는 "범용 AI 챗봇"이 아닌 "내 컨텍스트 아는 AI"를 원함. INTA는 사주·생체·완료 데이터로 가장 깊은 컨텍스트 보유.
- K-콘텐츠 글로벌 확장: K-pop·K-drama·K-beauty 다음 카테고리 K-fortune이 자연스럽게 따라감.

- **사주 시장 성장:** 한국 운세·점술 시장 연 약 4 조원(한국전통풍수문화협회 2023), 모바일 전환 가속.

06. 비즈니스 모델

6.1 구독 가격 정책

한국 시장 구독 단가 천장(약 1만원대 초중반)을 반영하여, 1년 전 월 30,000 원 안에서 월 14,000 원으로 인하. 동시에 주간을 의도적으로 비싸게 두어 월간 전환을 유도하는 가격 사다리 구조.

플랜	가격	USD	전략
주간	7,500 원	\$5.49	의도적으로 비쌌. 4주 = 30,000 원으로 월간 (14,000 원) 대비 2배 → 월간 자연 유도
월간 ★	14,000 원	\$9.99	주력 플랜. 한국 시장 구독 천장 반영. 시장 평균 (5K~10K) 대비 합리적
연간	140,000 원	\$99.99	2개월 무료 효과. 충성 고객 LTV 극대화
무료	0 원	\$0	기본 사주 분석·일정 등록·에너지 대시보드 무료 개방. 입소문 + 데이터 축적

6.2 부가 수익 — 인앱 포인트 + 가차

- 완료·집중 세션 시 포인트 적립 → 동자 호감도 가차(10P 1회, 90P 10회)
- 꾸미기 아이템·테마·트로피 67종 수집 시스템
- 무료 사용자: 포인트로만 일부 프리미엄 기능 사용 → 활동 유도 → 전환 갈때기
- 프리미엄 사용자: 동일 기능을 1/10 가격 포인트로 사용 → 활동량 자체 증가

6.3 LLM 비용 구조

LLM 비용 관리는 SaaS 마진의 핵심. INTA는 GPT-5.2(고품질) + GPT-5-mini(일반) 라우팅으로 비용을 최소화한다.

항목	금액	비고
월간 구독료 (KRW)	14,000 원	주력 플랜
App Store / Play Store 수수료	-30% (-4,200 원)	첫해, 둘째해부터 -15%
LLM 사용료 (사용자당/월)	약 -1,500 원	mini 라우팅 70% + 5.2 30%
서버·DB·인프라 (분담)	약 -800 원	NestJS + 벡터 DB(Qdrant)
순 마진 (사용자당/월)	약 7,500 원 / 54%	LTV 90,000 원 (12개월 기준)

6.4 수익 시뮬레이션 (3년)

연차	총 다운로드	유료 (전환율)	연 매출 (추정)
1년차 (출시년)	50,000	1,500 (3%)	약 1.4 억원
2년차	300,000	15,000 (5%)	약 17 억원
3년차 (글로벌)	1,500,000	75,000 (5%)	약 80 억원

* 가정: 월 객단가 9,000 원(주간/월간/연간 가중평균), 무료 → 유료 전환율 점진 상승, 글로벌 진출 3년차부터 본격 반영. 보수적 추정치임.

07. 시장 진입 전략

7.1 단계별 시장 진입

1 단계 (출시 ~ 6개월): 한국 검증

- 타겟: ADHD 성향 20·30대 + 자영업자/프리랜서
- 채널: 대표 본인 유튜브(@float-ridm 22K 구독) + Threads(@jangfolk) + Apple App Store 한국
- 마케팅 비용 0원, ROI 극대화 — 대표 = 살아있는 demo
- KPI: 다운로드 50K, 유료 전환 3%, D30 리텐션 35%, NPS 40+

2 단계 (6~12개월): 글로벌 검증

- 한국 거주 외국인 + 유학생 대상 영문 UI 옵션 개방
- App Store 글로벌 (영어권 우선)
- K-fortune 키워드로 reddit/threads 자연 유입 검증
- "인생은 RPG" 크런치 모드 별도 출시 (또는 INTA 통합 모드)

3 단계 (12~24개월): K-fortune 글로벌 캠페인

- 동남아(베트남·태국·인도네시아) 영문 + 현지어 부분 진출
- 북미 한류 팬덤 + 라이프스타일 인플루언서 협업
- Apple Design Awards / Google Play Best Apps 출품

7.2 마케팅 자산 — 대표 본인

INTA의 가장 강력한 마케팅 자산은 **대표 장청일 본인**이다. 다른 사주 앱·생산성 앱은 광고비로 인지도를 사야 하지만, INTA는 대표가 카메라 앞에 서면 다음이 자연스럽게 작동한다.

- 20년차 풀스택 개발자 / FLOAT 주식회사 CEO
- 유튜브 채널 "청일" 22.3K 구독자 (슬로건: "사람과 AI가 감정과 전문성을 바탕으로 협업하는 세상")
- SBS Biz 출연 이력 (RIDM AI 소개)
- Threads @jangfolk 운영, 사주·AI·창업 관련 콘텐츠 지속 발행
- 대표 본인이 ADHD 성향 + 갑오 일주 식신격 → 제품을 자기 사주로 직접 검증
- 45일 만에 v27_final 특허 + 출시 가능한 앱 1인 개발 (입증된 실행력)

7.3 광고 카피 — 대표 사주가 메시지

"ADHD 때문에 고민이세요? 사주 × MBTI × 바이오리듬, 사주 AI가 당신의 시간에 맞는 할 일을 추천합니다 — 인타, 인생은 타이밍"

대표 본인이 출시 직후 발행할 콘텐츠 시리즈 — "20 년차 개발자가 직접 만든 AI 사주앱", "내 사주가 식신격이라 콘텐츠 만든다", "ADHD 갑오 일주가 무재무관 사주로 사업하는 법" 등 — 이 모두가 INTA 마케팅이자 사용자 신뢰의 직접 증거가 된다.

08. 사회적 가치 (정부지원사업 정합성)

8.1 신경다양성 포용 — ESG·DEI 직접 기여

한국 ADHD 진료 환자가 5년 새 **2.4배 증가**하고 20·30대 비율이 36%에 달함에도, 이들을 위한 **한국 문화 맥락의 도구**는 **사실상 부재**하다. 글로벌 앱(Tiimo·Hero AI)은 한국 사주·정서 도메인이 없고, 한국 사주 앱은 신경다양성 도메인이 없다. INTA는 이 결함을 메우는 **한국형 신경다양성 포용 인프라**다.

8.2 정신건강·번아웃 관리

- 에너지 예산 정량화 → 사용자가 자기 컨디션을 객관적으로 인식
- "오늘 에너지 49%니까 살짝 부족, 페이스 유지하자" — 자기 자신을 데이터로 돌봄
- PMS·생리주기·수면 데이터 통합 → 여성 정신건강 관리 도구로 확장 가능
- 소진(burnout) 예방형 일정 추천 — "오늘 충분히 일했음. 회복이 필요함" 자동 알림

8.3 K-문화 수출 — 문화체육관광부 정책 정합

문화체육관광부의 **K-콘텐츠 글로벌 확산 정책**, 중소벤처기업부의 **딥테크 5대 분야 AI 기반 글로벌 확장 정책**에 직접 부합한다. INTA는 **K-pop·K-drama·K-beauty 다음 카테고리인 K-fortune**의 첫 실용 SaaS다. AI·문화·헬스케어 3개 정책 영역에 동시 접속한다.

8.4 일자리 창출 계획

시점	총 인원	직무 구성	비고
현재	1명	대표 1인 풀스택	출시 직전
6개월 후	3명	개발 1 + 마케팅 1	+2명 신규 채용
1년 후	5명	개발 2 + 운영 1 + 마케팅 1 + 사주자문	+4명 누적 채용
2년 후	10명	개발 4 + 운영 2 + 마케팅 2 + 사주자문 1 + CS 1	글로벌 진출 인력 포함

09. 12개월 로드맵 + 자금 활용 계획

9.1 분기별 마일스톤

분기	주요 과제	KPI
Q1 (출시)	<ul style="list-style-type: none"> App Store/Play Store 출시 (5/5) 가격 인하 후 리텐션 회복 무료 ↔ 유료 게이트 정렬 LLM mini 라우팅 비율 최적화 	<ul style="list-style-type: none"> 다운로드 10,000 유료 전환 2.5% D7 50% / D30 30% NPS 35
Q2	<ul style="list-style-type: none"> "인생은 RPG" 크런치 모드 출시 사용자 데이터 기반 사주 모델 보강 인플루언서 협업 5건 사주 자문 1명 채용 	<ul style="list-style-type: none"> 누적 다운로드 50,000 유료 전환 3.5% D30 35% 월 매출 1.5억
Q3	<ul style="list-style-type: none"> 영문 UI 옵션 정식 개방 글로벌 결제 통화 정렬 (USD·EUR·JPY) 한국 거주 외국인 검증 정통 명리학 자문위 구성 	<ul style="list-style-type: none"> 영문 UI 사용 5,000명 글로벌 결제 100건+ 사주 신뢰도 NPS 50
Q4	<ul style="list-style-type: none"> K-fortune 글로벌 캠페인 1차 동남아(베트남·태국) 부분 진출 시리즈 A 투자 유치 정출원 + PCT 1건 	<ul style="list-style-type: none"> 누적 다운로드 200,000 글로벌 사용자 20% 시리즈 A 클로징 월 매출 5억

9.2 정부지원사업 자금 활용 계획 (예: 1~2억 원 기준)

항목	비중	세부 사용
인건비 (신규 채용)	40%	개발자 1명, 마케팅 1명 6~12개월 인건비
LLM·인프라	20%	GPT API·서버·DB·CDN, 사용자 100K 규모 대비
마케팅·광고	20%	퍼포먼스 광고 + 인플루언서 협업 + K-fortune 캠페인 1차
IP 강화	10%	가출원 → 정출원 전환, PCT 1건, 영문 상표 추가, 변리사 비용
시제품 고도화	10%	정통 명리학 자문위 비용, 사주 데이터셋 보강, UX 외주
합계	100%	전 항목 결과보고 가능

9.3 후속 투자 유치 계획

- Q4 시리즈 A 라운드 — 목표 20~30억 원 (밸류 150~200억)
- 한국 VC + K-콘텐츠 펀드 + 헬스케어 펀드 동시 타진
- 정부지원사업 매칭 우대 적용
- 출구 전략: 5년 내 IPO 또는 K-콘텐츠 그룹사 M&A

10. 팀 / 대표 소개

10.1 대표 — 장청일 (張淸一)

직책	FLOAT 주식회사 대표이사 (CEO)
생년	1986 년 (만 39 세)
경력	20 년차 풀스택 개발자 (Flutter / NestJS / GPT-LLM)
보유 프로젝트	RIDM AI(감정·리듬 플랫폼) / INTA(본 사업) / Float:Right(현실 세계 인터페이스)
미디어 자산	유튜브 "청일" 22.3K 구독자 / Threads @jangfolk / SBS Biz 출연 이력 (RIDM AI 소개)
실행 입증	45 일 만에 v27_final 특허 명세서(청구항 126 개) + 출시 가능 앱 1 인 개발 완료
영업 자산	대표 콘텐츠 매출 월 약 2,000 만 원 (광고·강연·콘텐츠)

10.2 대표의 핵심 차별점

- ① 사주 도메인을 직접 살아본 개발자. 본인 사주(갑오 일주, 식신격, 무재무관)를 INTA 의 0 번 사용자로 사용. AI 동자 대화 톤·신살 발현 정확도·시계열 RIDM 이 모두 본인 검증 기반.
- ② 신경다양성 본인 경험. 대표 본인 ADHD 성향. INTA 의 MVA 자동 분해, 슈퍼알림, 살아있는 할일 등은 본인 일상에서 도출된 기능.
- ③ 콘텐츠 + 기술 동시 보유. 엔지니어가 콘텐츠 22K 구독자를 동시 운영하는 경우 매우 드뭅. 마케팅 비용 0 원으로 출시 가능한 구조.
- ④ 검증된 IP 설계 능력. 청구항 126 개 + 분할출원 A~P + 상표 6 건을 1 인이 설계. 일반 스타트업이 변리사 외주로 6 개월 걸릴 작업을 직접 수행.

10.3 향후 채용 계획

- 6 개월 내: Flutter 모바일 개발자 1 명, 그로스 마케터 1 명
- 1 년 내: 백엔드 개발자 1 명, 운영/CS 1 명, 정통 명리학 자문 1 명
- 2 년 내: 글로벌 마케팅 1 명, 데이터 엔지니어 1 명, 디자이너 1 명
- 자문위: 정신건강의학과 전문의 1 명, KCI 등재 명리학 연구자 1 명, 신경다양성 옹호 단체 협력

11. 리스크 관리

11.1 식별된 리스크 + 대응

리스크	우선순위	대응 전략
포스텔러 등 자본 우위 사주앱이 컨셉 카피	P0	가출원 청구항 126 개로 1~2년 시간 확보 / 분할출원 A~P / 침해 시 즉시 소송 / 사용자 데이터 누적 격차 확대
사주에 대한 회의적 사용자 거부감	P1	사주 기능 옵션화 → 에너지 + ADHD 도구만으로도 사용 가능 / "타이밍" 슬로건은 사주 거부충도 친화
LLM 비용 급등 (모델 단가 인상)	P1	mini 모델 라우팅 70% 유지 / 결정론 룰 lookup 비중 확대 / 자체 경량 모델 fine-tune 검토
Apple/Google 플랫폼 정책 변경	P2	웹앱 백업 보유 / Stripe 직결제 옵션 / EU DMA 활용 예정
대표 1인 의존 리스크	P1	6개월 내 핵심 개발자 채용 / 코드·문서 표준화 / 대표 부재 시 운영 매뉴얼 정비
명리학 정확도 컴플레인	P2	정통 명리학 자문위 구성 / KASI 만세력 데이터 사용 / 신살·격국 학술 논문 기반
개인정보·생체 데이터 보안	P0	Apple HealthKit 표준 준수 / 개인정보보호법 / 생리주기 등 민감 정보 디바이스 저장 우선

11.2 알려진 시스템 한계 (정직한 명시)

현재 INTA 시스템의 사주 엔진은 80% 완성도이며, 나머지 20%는 사용자 데이터 수집 후 보강 계획. 본 사업 자금으로 우선순위 P0/P1 항목을 해결한다.

- 대운 시작 연령 정밀화 (현재 5~10 세 간략화 → 절기 기반 정확 산출)
- 신살 30 종 중 20 종 구현 (10 종 추가 보강)
- 십이운성 미반영 (Phase 3.5 에서 추가)
- 격국 외격(종격·화격) 미반영 (사용자 5~10% 영향)

12. 결론

12.1 INTA 의 본질

INTA 는 한국 시장의 문화적 특수성을 기술적 해자로 바꾼 회사다. 글로벌 빅테크가 들어올 수 없는 영역에서 시작해, 사주·에너지·신경다양성·게이미피케이션이라는 4 축으로 사용자의 매일을 정렬한다. 한국에서 1등을 잡으면 그 다음은 K-fortune 수출 게임이고, 그 게임은 우리가 가장 유리한 자리에서 시작한다.

12.2 본 사업 지원이 가져올 변화

- **단기 (1년):** 한국 시장 검증 완료, 사용자 50,000명, 유료 3,000명, 5명 신규 채용, 시리즈 A 유치 준비 완료.
- **중기 (2~3년):** 글로벌 검증 완료, K-fortune 카테고리 선점, 사용자 1,500,000명, 매출 80억 규모, 10명 고용.
- **장기 (5년):** K-fortune 글로벌 표준 SaaS, 동남아·북미 진출 완료, IPO 또는 전략적 M&A 검토.

12.3 한 줄 정의

"인생은 타이밍 — 사주 × 신경다양성 × AI 가 당신의 시간에 맞는 할 일을 추천합니다."

FLOAT 주식회사 대표이사 **장청일 (인)**
2026년 5월