

# 편식 코칭으로 시작해 아이 영양을 책임지는 AI 헬스케어

밀프레드 — 아이가 뭘 먹어야 하는지, AI가 매일 안다. 교육 요리키트로 검증된 수요 위에 개인화 영양 플랫폼을 쌓습니다.

[continueing@naver.com](mailto:continueing@naver.com) · 010-4527-9272 · [app.mealfred.com](http://app.mealfred.com)

# "우리 애는 흰밥만 먹어요"

3~5세 극심한 편식, 매 끼니가 전쟁인 워킹맘 — 가장 절박한 한 사람.

- 매일 죄책감·식사전쟁·영양불안 — 그런데 영유아 **25~46%**가 같은 처지
- 해결책은 파편적: 맘카페 검색·짧은 소아과 상담·정답 없는 추측
- "오늘 무엇을, 어떻게 먹여야 하나"에 답하는 **개인화 서비스가 없다**

# 아이 데이터로 분석하고, 먹을 것을 처방한다

- **편식 코칭 앱** — 끼니를 기록하면 영양·거부·미경험을 분석해 매일 맞춤 코칭
- **골고루 키트** — 그 아이가 이번 주 만나야 할 식재료를 극소량·다품종으로 배송
- 강요 없이 반복 노출(8~15회)·푸드브릿지로 **편식을 과학적으로 교정**

# LLM이 이제야 이걸 가능하게 만들었다

- 🤖 메뉴 → 식재료 분해, 개인화 코칭, 영양 추론이 처음으로 저비용에 작동(LLM)
- 📉 저출생 역설 — 아이는 줄지만 1명당 지출은 폭증(텐포켓·골드키즈). 프리미엄 개인화 영양에 돈 쓰는 순풍
- 🚀 우리는 이미 앱을 라이브로 돌리며 한국 아동영양 데이터를 쌓는 중

# 매일 쓰는 이유 = 전부 개인화의 산물

- 📧 매일 코칭 편지 — 그 아이 데이터로 쓴 맞춤 편지(정서적 락인)
- 🚦 영양 신호등 — 31종 KDRI 개인화 결핍 진단
- 📖 도감 ↔ 레시피 — 잘 먹는 음식 기반 푸드브릿지 추천
- 📦 골고루 키트 연계 — 분석이 곧 주간 맞춤 배송으로

# 좁은 송곳, 거대한 우산

편식(60만 가구)



레시피



건기식



성장발달



육아맘 전체

## 4,000억

SAM · 한국 육아맘 영양·건강 (건기식 6조 중 키즈 수천억)

## 수십조

TAM · 글로벌 아동영양 헬스케어

# 이미 두 자리 두 배 성장 · 흑자

## 3.2억

25년 매출 (24년 0.9억 → +250% YoY)

## +139%

26년 1~5월 YoY (8,456만원·4,228세트)

## 839개교

누적 거래처 · 2,879 주문

## 37.4%

1년 재구매율 (전근 보정 ~50%)

✓ **키트 = 증명된 수요·흑자**

고객을 '돈 받고' 획득 → 앱 전환 CAC ≈ 0. 24년 순이익 2,100만.

→ **다음 = Box-led B2C 전환**

B2C 밀키트 고객(육아맘)을 개인화 골고루 키트 구독으로 — 이미 박스 사는 고객이라 가장 작은 도약. 앱·구독·데이터가 따라온다.

# 구독 + 개인화 키트 + 건기식

**30.7만**      **10~61×**      **4,900~**

blended LTV (구독+박스, 18개월)

LTV / CAC (키트 wedge로 CAC≈0)

월 구독/아이 + 골고루 키트 19,900/주 + 건기식

결핍 신호 엔진이 '철 부족' 감지 → 임상 근거 있는 개인화 건기식 추천 = 고마진 반복.

# 아무도 풀스택을 못 가졌다

- **AI 학습엔진(이미 구축)** — 도감 204종·궁합 589페어·키트 2,582셀·코칭 13시나리오
- **피지컬 AI 락인** — 박스만 베껴도 그 아이 데이터 없으면 개인화 불가
- 경쟁자는 **SW만(육아앱)·식품만(밀키트/유아식)·성인(늬움)** — 우리만 아동 풀스택

**SW + 피지컬 + 생산능력 + 데이터 해자를 다 가진 아동영양 플레이어는 밀프레드뿐.**

# 고객이 고객을 데려온다

- 📁 친구 가입 = 한 달 구독값 포인트 · 초대마다 무료 연장 = 슈퍼인플루언서 루프
- 📁 포인트는 우리 제품에만(구독·키트) = 출혈 아닌 락인
- 📣 CEO의 6년 B2C 밀키트 인플루언서 채널 + 바이럴 = 광고 대비 CAC 1/6~1/38

# 물리 + 소프트, 둘 다 가진 팀

## CEO 임재희 (92)

B2C 밀키트 6년 · 누적 100만 인분 · 21년 연매출 20억. 인플루언서 마케팅·물류 운영.

- **100평 Capa** 제조·물류 보유(연 20억 규모) — 0에서 시작 아님
- B2C 밀키트 **흑자 현금흐름**(24년 순이익 2,100만)

## CTO 임남규 (90)

SW마에스트로 멘토 · 스마트홈 코파운더 · 커머스 백엔드. AI 학습엔진 직접 구축.

# 가속 라운드 — 자동화·그로스·건기식

## ~7억 18~24mo

조달 (5~10억) · pre 25~35억 런웨이 (이미 흑자 = 가속 라운드)

- **사용처** — 자동화 공정 40% · 개발 25% · 그로스 25% · 버퍼 10%
- **마일스톤** — 앱 구독 전환 증명 · 자동화 가동 · 건기식 1종 · 매출 10억

편식부터 시작해, 아이 영양을 평생 책임지는 글로벌 헬스케어로.