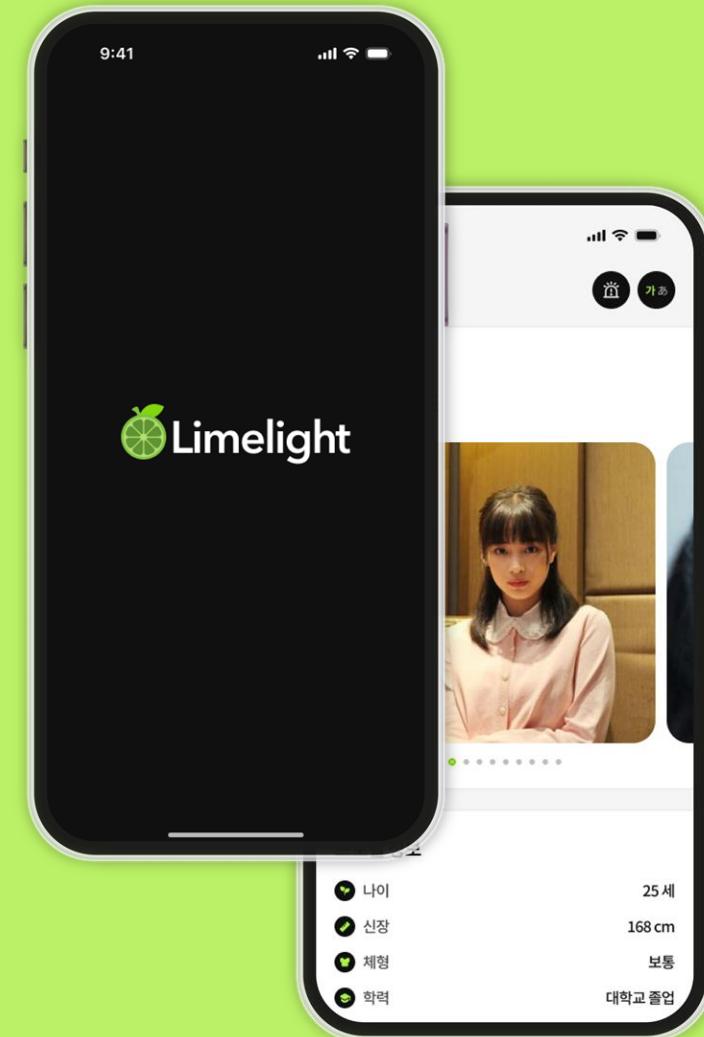




Limelight

Beyond borders, connecting hearts.

한일 커플 매칭앱



Disclaimer

본 문서는 한국 남성과 일본 여성을 위한 국제 매칭 플랫폼 Limelight의 시장 배경, 애플리케이션 소개 및 향후 비전과 관련된 정보를 포함하고 있습니다. 본 문서에 포함된 모든 기획적·기술적 사항은 Limelight가 현재 개발 중인 유·무형의 핵심 자산이며, 이에 따라 본 문서를 열람하는 특정 허가된 인원 이외에는 정보의 공유 및 외부 유출을 엄격히 금지합니다.

본 문서에 명시된 사실적 정보는 신뢰할 수 있는 출처를 명시하여 제공되었으며, 해당 정보 및 이를 기반으로 예측된 수치들은 정확성을 최대한 유지하려 노력하고 있으나, 실제 결과와는 차이가 발생할 수 있습니다. 따라서 본 문서에 제시된 모든 예상 수치 및 정보는 참고용이며 일반적인 지침으로 간주되어야 합니다.

이 문서에 포함된 정보는 특정 상황이나 개별 사안에 대한 전문적 조언으로 간주할 수 없으며, 전문적 조언 없이 본 문서의 정보를 근거로 특정 행동을 취하거나 취하지 않는 결정을 내려서는 안 됩니다. 본 문서의 내용을 기반으로 한 결정으로 인해 발생하는 어떠한 종류의 손실이나 손해에 대해서도 Limelight는 법적 책임을 포함한 모든 책임에서 명시적으로 면책됨을 알려드립니다.

본 문서의 내용을 열람함으로써 사용자는 위의 내용을 충분히 이해하고 동의한 것으로 간주합니다.

인간의 욕망을 자극하는 사업은 망하지 않는다.

Limelight의 시작은 이런 신념에서 시작합니다.

라임라이트란?

Limelight은 한국 남성과 일본 여성의 문화적 선호와 심리를 정밀하게 분석하여 기획된 타겟 특화형 데이팅 어플리케이션입니다.



日本經濟新聞

아침 및 저녁 에디션 살다 마이뉴스 낫케이 회사 정보 인사 감시 낫케이 프라임

■ 이 문서는 회원 전용 문서입니다

"일본 여성 × 한국 남성"은 결혼에 열광하고 한류 문화에 접근하며 인터넷에서 만납니다.

인사이트 아웃 + 팔로우 2025년 7월 13일 5:00 [회원 한정 기사]

일본 여성과 한국 남성의 결혼이 늘어나고 있습니다. 일본 여성들을 매료시키는 것은 한국의 성장하는 경제력과 K팝 아이돌 등 한류 문화이다. 일본과 한국 커플의 일상에 관한 SNS 게시물이 넘쳐나고, 결혼 상담 전용 센터도 등장하고 있습니다. 국가 간의 관계는 역사적 인정을 놓고 불안정하기 쉽지만, 일본과 한국의 부부는 풀뿌리에서 사랑을 깊게 하고 있습니다.

"남편도 좋아하지만 한국에서 살고 싶은 마음도 강했다"고 말했다. 일본 여성(28)은 서울에서 전철로 1시간 거리의 지방 도시에서 행복하다...

한국남성이 한국여성과의 연애를 기피하는 이유

여성들의 높아진 눈높이
경제적인 부담
SNS 중심의 과시 문화
지나친 간섭과 통제

>>>  Limelight <<<

일본여성의 장점

남성존중의 사회문화
현신과 상냥함이 여성의 무기
검소하고 저축하는 생활 습관
물리적으로 가까운 거리

시장 및 진입 전략

기존 어플리케이션들은 유사 서비스 과포화로 인한 높은 마케팅 비용(CAC)으로 수익성과 차별화 확보에 어려움이 존재합니다. 특히 한국 앱은 낮은 매출 규모와 글로벌 확장 제약이라는 구조적 한계에 직면해 있습니다. Limelight는 낮은 마케팅 비용으로 능동적인 여성회원 유치의 경쟁력을 확보할 수 있습니다.

구분	수치 및 전망
시장 규모	약 104억 9천만 달러 = 13조 시장
연평균 성장률 (CAGR)	2023~2030년까지 연평균 7.4% 성장 예상
2023년 사용자 수	약 3억 6,400만 명
2024년 예상 매출	약 61억 8천만 달러

Global Dating Application Market Size (data.ai)

앱 이름	개발사 / 운영사	국가	2023년 매출 (원)	마케팅 비용 (원)	마케팅 비중
WIPPIY	엔라이즈 (NRISE)	한국	200억	60억	30% ~
골드스푼	트리플콤마	한국	70억 원	30억	43% ~
Pairs	Eureka (Match Group)	일본	700억	210억	30% ~
Tapple	CyberAgent	일본	약 700억	250억	45% ~
Omiai	Omiai Inc.	일본	약 170억	60억	40% ~

Most popular dating apps worldwide in 2023 (Statista)

경쟁사 비교

타사의 주요 매출원인 [매칭 시스템] 외에 다채로운 BM을 설계하여 수익성을 확보할 예정입니다.

	Limelight	Tinder	Bumble	Pairs
대상	한국남성/일본여성 타겟형 어플리케이션	글로벌 다국적	글로벌 다국적	글로벌 다국적
기능	매칭 이후 실제 연락처를 통한 대화진행	어플리케이션 내 채팅시스템 활용	어플리케이션 내 채팅시스템 활용	어플리케이션 내 채팅시스템 활용
BM	랭킹시스템	0	X	X
	등급시스템	0	X	X
	월정액 시스템	0	0	0
	마일리지시스템	0	X	X
	선물하기 시스템	0	X	X
	데일리 / 위클리 보상 시스템	0	X	X
	추가카드 보기	0	0	0
리텐션 전략	기간한정 카드 발급 데일리/위클리 무료 재화 시스템 랭킹 시스템 실제 교제사례 홍보	정기적 할인 프로모션, 부스트 기능 등 추가 아이템 활용	매칭 이후 여성 주도의 커뮤니케이션 기능 활용, 커뮤니티성 강조	실제 교제 성공사례 홍보, 장기 가입 할인 및 쿠폰 제공

데이트 어플리케이션의 문제점

한국 내 데이트 어플리케이션 이용 성비는 8:2 수준입니다.

여성의 이용이 저조하지만, 데이트 시장의 비율은 지속적으로 성장해 나가고 있습니다.
이유는 간단합니다.

매력 있는 여성을 만나기 위한
한국 남성의 욕망이 지갑을 열고 있는 것입니다.

그런데 왜 매출의 3~40%의 과도한 마케팅 비용을 소모하고 있는 경쟁사의 어플들을,
여성들은 이용하지 않는걸까요?



Gender ratio of Korean dating application users (incross)

데이트 어플리케이션의 문제점

1. 단일 수익 모델의 한계

- "프로필 열람 → 대화 연결" 중심의 단선 구조
- LTV(고객 생애 가치) 및 과금 확장성에 한계

2. 차별성 부족 & 과포화 시장

- 유사 기능·UX·BM의 플랫폼이 난립
- 사용자 피로 및 브랜드 충성도 약화

3. 비효율적 리텐션 전략

- 푸시알림·광고 중심의 고비용 유지
- 마케팅 ROI 하락 및 운영 비용 가중

BUT

데이트 어플리케이션 시장은 돈이 되는 시장이다.
여성유저의 확보가 남성유저의 지갑을 열게 한다.
수동적인 여성고객 유치를 위해 과도한 마케팅 비용을 지출하고 있다.

여성회원이 적극적으로 이용할 수 밖에 없는 구조라면?

>>>남성회원은 자연스럽게 어플을 이용할 것이다.

해결방안

능동적 여성 회원유치는 어떤 식으로 가능한가?

일본 여성의 사회현상에서 그 답을 찾을 수 있습니다.



경제적인 불안과 사회보장서비스의 불확실성
일본사회의 고도화된 소비주의 문화
남성중심 권력구조와 세대간 교환경제
연애나 결혼 대신, '계약적인 관계'로 간소화하는 흐름

활동에 대한 보상을 지급하고
좋은 이성을 만날수 있는 기회가 있다면?



능동적인 활동이 가능한 여성회원 유치 가능!

라임라이트의 차별점

다년간 구축한 일본 네트워크를 활용한 초반 유저 확보 및 오프라인 이벤트로 확장 전략

1. K POP 공연장 및 엔터테인먼트 협력

한국에 관심있는 일본여성 모객이 가능합니다.



2. 미스 재팬 및 연예계 종사자 네트워크 활용

수준높은 회원의 유치가 가능합니다.



3. 여행사 제휴 10:10 오프라인 상품 기획

우수회원 혜택을 통한 충성고객 확보가 가능합니다.

프리미엄 고객 대상으로 테마 상품 기획 및 판매

오프라인 10:10 미팅 및 테마여행 진행

유튜브, 쇼츠, 아메바 TV를 통한 미디어 생산 및 홍보

4. 일본시장 진출 목표 브랜드 마일리지샵 입점

여성회원 DB를 통한 서비스 확장이 가능합니다.

전략적 제휴를 통한 여성 충성고객 유치

- 한국 화장품 브랜드 & 성형외과 (쁘띠성형 중심)의 제휴
- 뷰티 체험 + 데이팅 + 관광 포함 맞춤형 상품
- 항공·숙박·통역 포함 토클 솔루션 제공

라임라이트의 차별점

연락처 제공을 통한 매칭과 만남까지의 허들을 삭제하는 동시에, 법적인 리스크를 최소화 할 수 있습니다.

기존 데이트 어플리케이션의 사회문제



가짜회원



성범죄



경제범죄
스팸사기



익명대화
DB 제출

라임라이트의 차별점

실명 인증
실제회원만
존재

연락처 제공
앱 내 대화
없음

연락처 보유
범죄인
특정 가능

대화DB 없음
제출자료
없음

법률자문



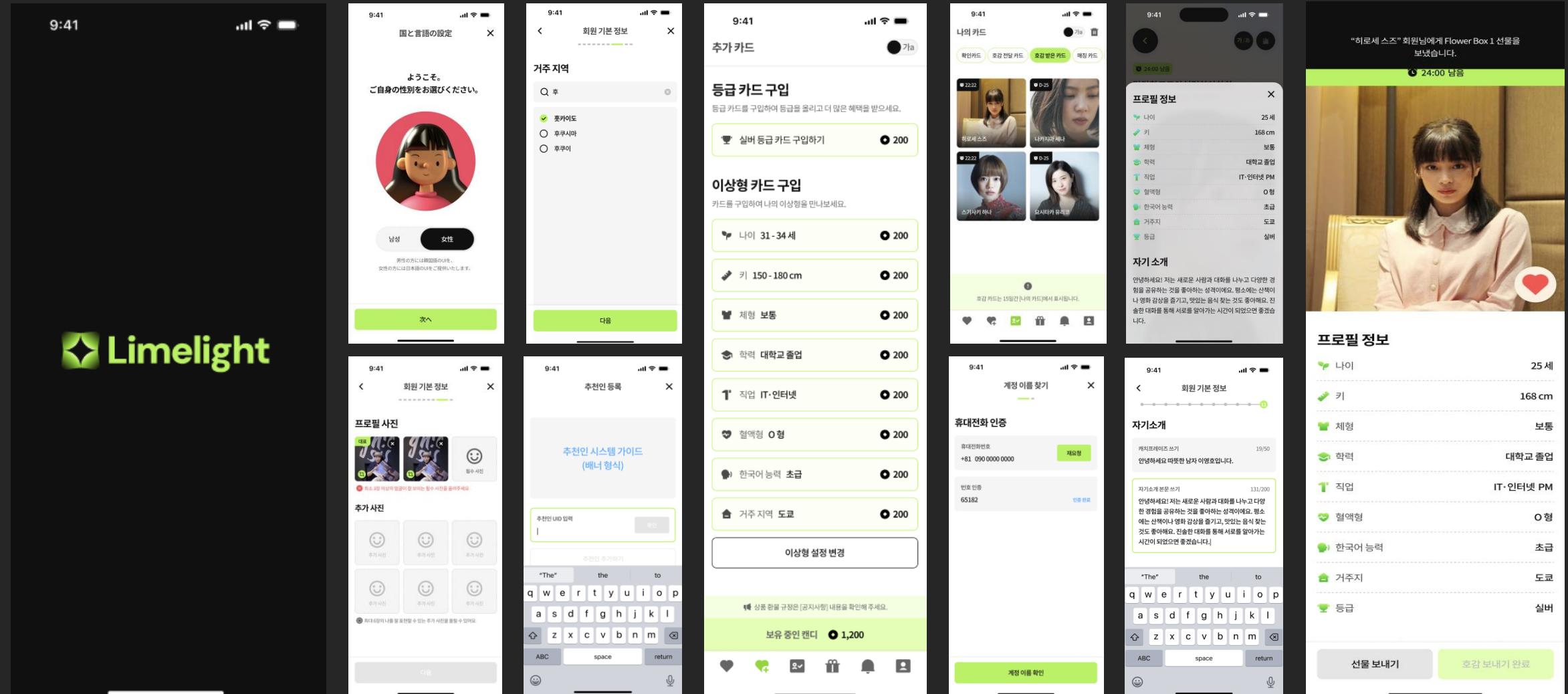
법무법인YK

MOU를 통한 유저 무료 법률상담 지원
(강경훈 대표와 협연관계)
* 일본 PIPP, 한국 개인정보보호법 검토 완료

서비스 소개

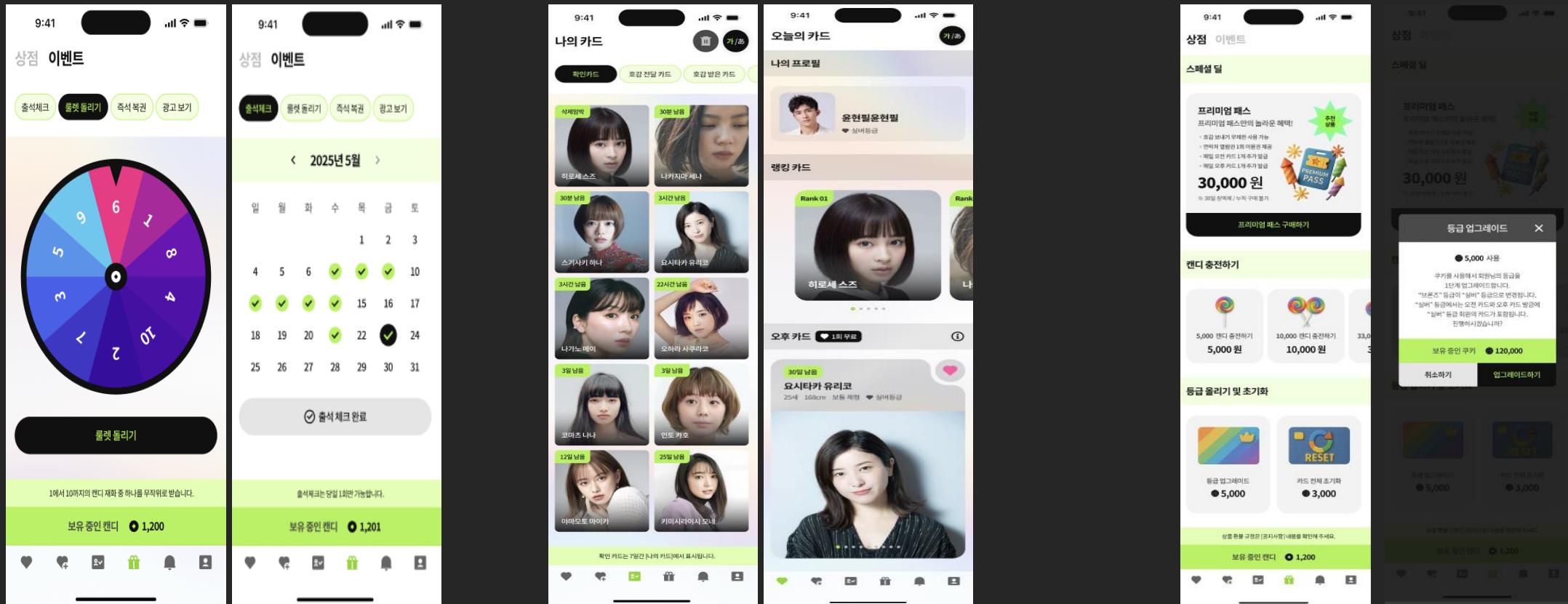
저희는 투자자와 함께할 그날을 기다리며, 가을 런칭을 위해 성실하게 개발에 임하고 있습니다.

현재 개발은 80% 이상 완료된 상태입니다.



서비스 소개

게이미피케이션의 도입으로 능동적 참여를 유도하여, 지속적인 참여를 유도하겠습니다.



참여형 보상

: 룰렛, 광고보기등의 무료재화 이벤트

데일리 카드

: 이성카드의 오픈시간을 24시간으로 제한

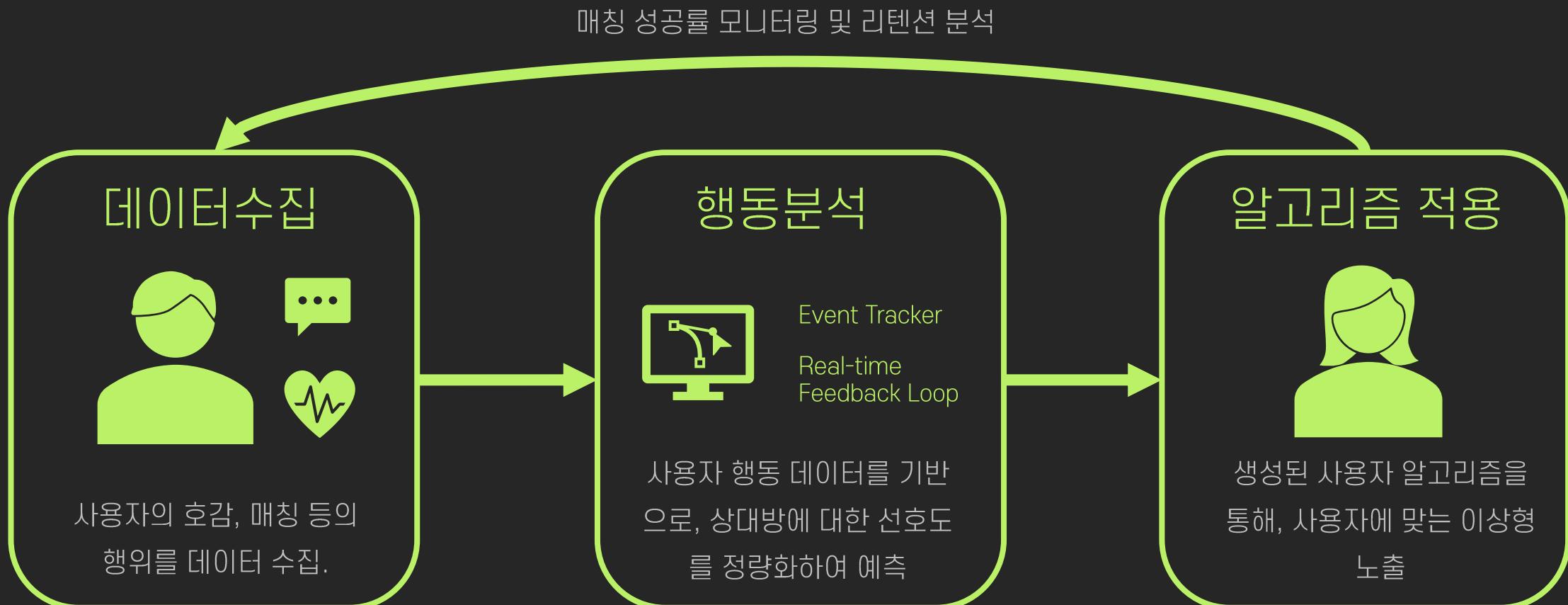
마일리지 포인트

: 신규 유저 유치, 결제 시 보상으로 마일리지 아이템 구입

: 여성의 경우 출금 및 마일리지 제휴상품 구매 가능

서비스 소개

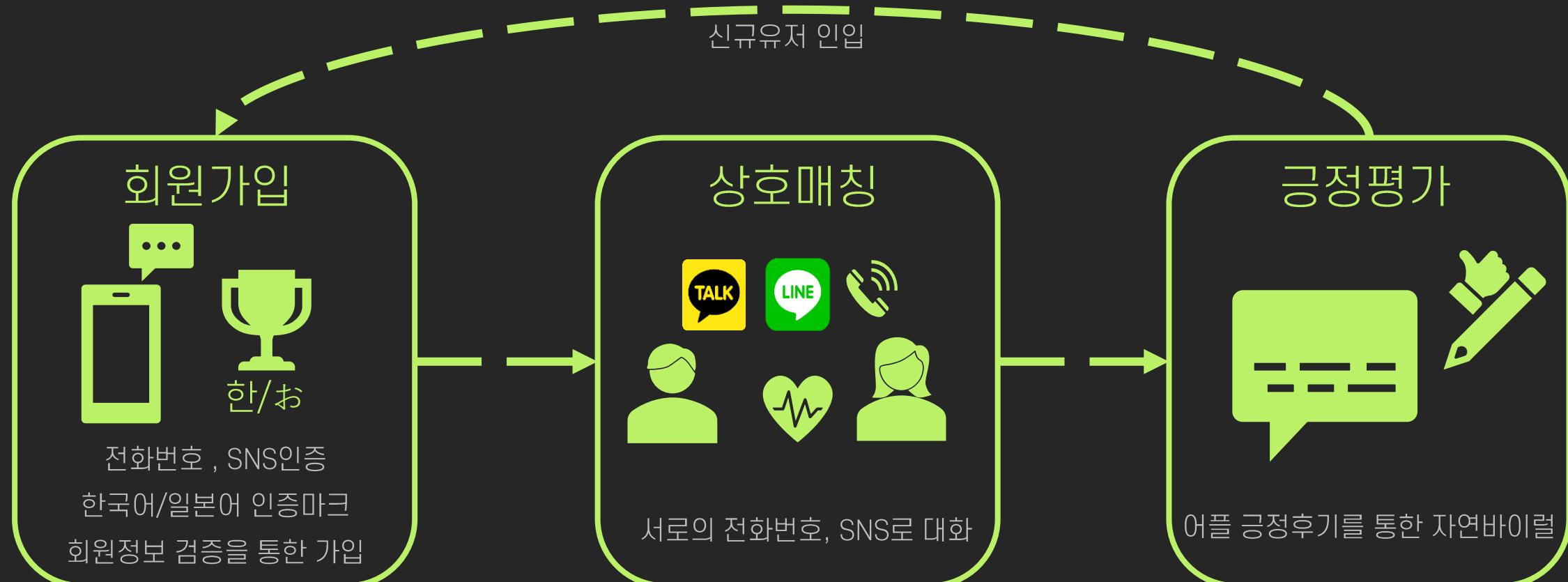
딥러닝 기반 AI 기술을 활용하여, 사용자 개개인의 취향과 행동 데이터를 실시간으로 학습하는 맞춤형 매칭 모델을 구축하고자 합니다. 이를 통해 단순 프로필 정보 이상의 심층적 선호도 분석이 가능하며, 실제 매칭 성사율을 유의미하게 향상시킬 수 있습니다.



서비스 소개

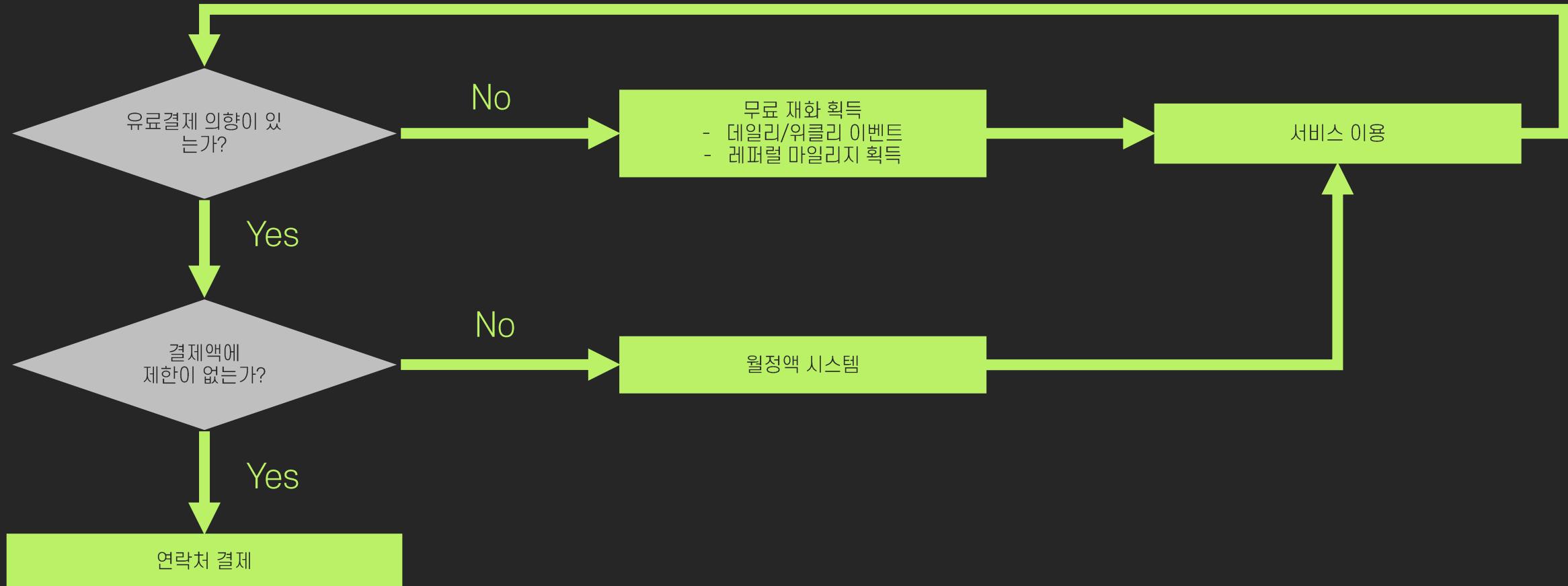
호감이 있다면 각자의 연락처로 대화하도록 하여, 신규유저 인입의 순환구조를 만들겠습니다.

긍정 후기를 통한 자연 바이럴과, 능동적 회원의 레퍼럴을 통한 신규유저 인입은 마케팅 비용을 줄이는 효과를 가져올 것입니다.



유료 전환 프로세스

무료 이용자의 유료 전환 및 소액 과금 이용자의 ARPPU증대를 위해, 사용자 참여를 유도하는 다양한 콘텐츠 및 기능성 요소를 도입할 예정입니다. 이성 매칭 경험과 사용자 후기 기반의 신뢰도를 통해, 서비스 목적에 부합하는 **충성 고객 전환을 유도하는** 것을 핵심 전략으로 설정하고 있습니다.

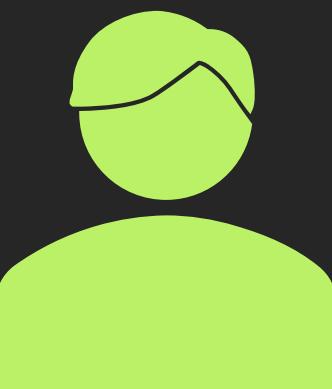


Business Cycle

Limelight는 이런 유저의 다양한 욕구들을 반영하여 지속적으로 과금이 가능한 경제시스템을 구축하려 합니다.

리텐션

- 데일리로 무료재화를 주는 이벤트
- 매일 갱신되는 이성 매칭카드
- 광고보기를 통해 획득되는 무료재화
- 매주 1회 제공되는 무료재화



리텐션

- 남성의 호감을 통해 수익 창출
- 추천인 등록으로 인한 부가수익 창출
- 재력있는 남성을 만나기 위한 욕구
- 인플루언서로서의 욕구



추가 재화 획득을 위한 신규고객 유치

과금요소

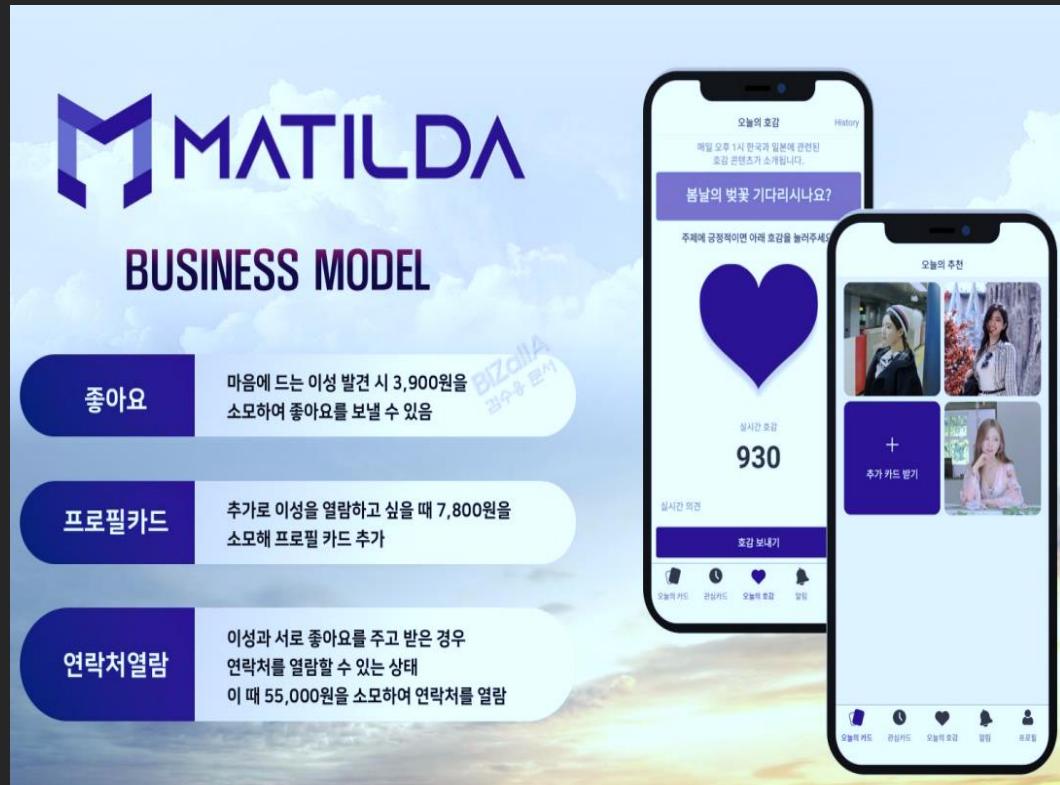
- 등급을 올리기 위한 욕구
- 이성을 만나기 위한 욕구
- 추가 이성을 만나기 위한 욕구



수익창출을 위한 신규고객 유치

POC 검증

저는 마틸다라는 어플리케이션을 시도했었습니다



국내 최초 한일 매칭 특화 데이팅 앱으로 1인 개발/운영.

마케팅 비용 없이 구글 데이팅 앱 순위 18위, 누적 순수익 약 3억 원 달성
현재까지도 한국남성 & 일본여성 전용 매칭 서비스는 유일



최고순위 18위 (구글)

ARPPU 104,302

ARPU 33,000

MAU 6,102

주요인력

다년간의 팀워크으로 최선의 결과를 창출하겠습니다.

박민 : 프로젝트 리더

아주대 정보보호학 석사
YD온라인, LIVEPLEX 사업개발
IT회사 3개사 임원 및 경영총괄
상장사 M&A팀 경력
마틸다 개발 및 론칭 이력

김상준 : CTO / 개발총괄

네오위즈 [디젤프로젝트] UI/UX
크래프톤 [테라] 클라이언트
님블뉴런 [이터널리턴]클라이언트
챌린저스게임즈 클라이언트 팀장
외 15년 경력

김영욱 : 기획 디자인

홍익대 시각디자인 석사
크래프톤 [테라] UX/UI
님블뉴런 [이터널리턴] UX/UI
스마일게이트 UX/UI
챌린저스게임즈 PO 외 10년 경력

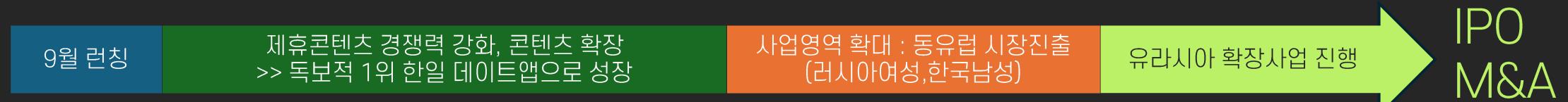
김재익 : 클라이언트 개발

전북대 컴퓨터 공학
지노게임즈 클라이언트
님블뉴런 [이터널리턴] 클라이언트
챌린저스게임즈 클라이언트
외 10년 경력

윤현필 : 기획 디자인

홍익대 시각디자인 석사
리플에이아이 프로덕트 디자이너
AIRS메디컬 디자인 디렉터
MNR컴퍼니 매거진팀장

Milestone



Phase 1: Limelight 출시 (가을 출시)

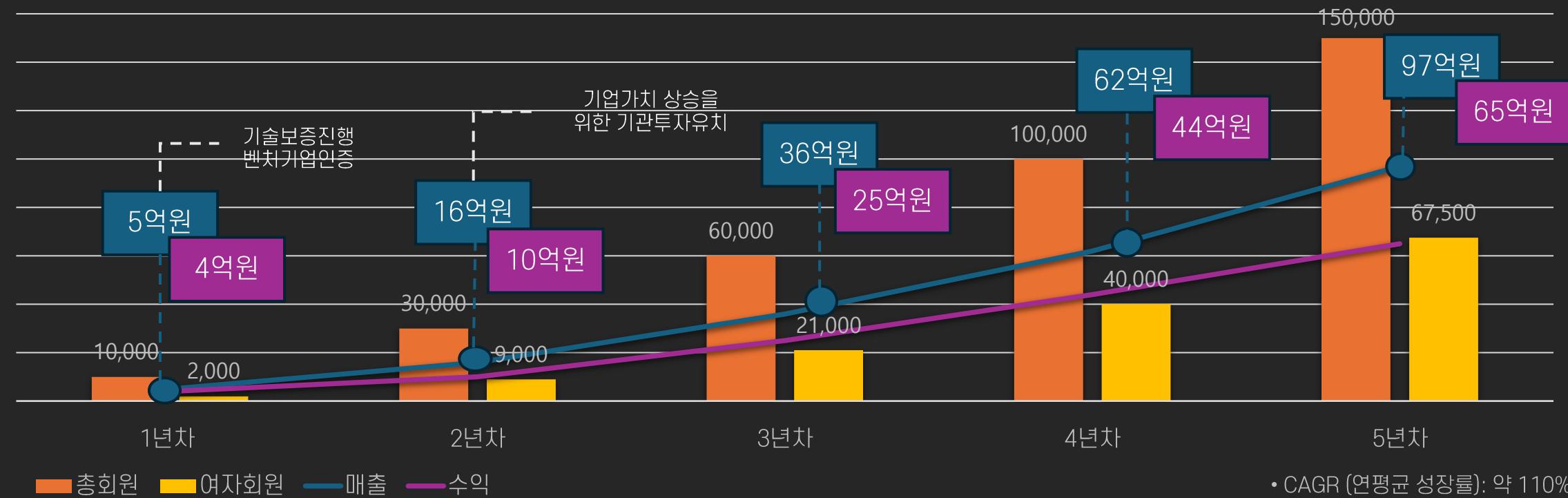
- 서비스 기획 및 BM 설계 (완료)
- 클라이언트 개발 (개발 중)
- 휴대전화 및 SNS 인증 서비스 (개발중)
- 대상 플랫폼 (AOS, IOS 한국/일본)

Phase 2: 러시아 진출을 통한 플랫폼 확장

- 러시아 정세를 대비한 어플 피봇팅
- 시장 내 독점적 플랫폼으로 성장
- 러시아 → 동유럽/CIS로 단계적 확장

Phase 3: 유라시아 연계 사업 확장

- 확보된 고객 DB 기반 수익모델 다각화
- 제휴사 협업 통한 사업영역 통합 추진
- 유라시아 특화 서비스로의 포지셔닝



자금 활용 계획

투자 요청 자금 2억원 (배당주 10%)

항목	2025'	2026'	2027'	비고
인건비	1억원	~ 5억원	~ 5억원	인원의 최대는 10인으로 한정 * 인당 평균 연봉 5000만원 기준
인원수	5인	8인	10인	
마케팅비용 (CAC 기준)	1억원	2억원	2억원	일본 오프라인 프로모션 : 70% 한국 온라인 마케팅 : 30%
서버 및 운영비	~ 3천만원	~ 5천만원	~ 5천만원	20만명 동시접속 기준 월 300만원 예상 본인인증 서비스 외 서드파티 비용 포함
기타 운영비	~ 2천만원	~ 5천만원	~ 5천만원	공유 오피스 임대 및 소프트웨어 기업용 기준
총 비용	2억5천만원	약 8억원	약 8억원	2년차 러시아 및 동유럽 진출

9월 중 서비스 오픈 및 회원유치 프로모션 진행, 10월 정식 서비스 런칭 (애플/구글)

서비스 런칭 3개월 여성 회원 1000명 목표 >> 1년차 전체 회원수 50,000명 목표

사무실 및 운영인력의 최소화를 통한 고정비 지출의 경감이 목표

매출예상

초기에는 한국 내 남성 유입을 위해 일본 여성은 네트워킹 및 인플루언서 유입 전략으로 경쟁력 있는 여성회원을 점진적으로 확보
 여성 비중은 신뢰성 확보, 레퍼럴, 수익창출에 따라 35~45% 까지 증가 가능하며, 남성 과금 고객 유치가 가능할 것으로 판단
 여성 회원 ARPPU 및 리텐션이 상대적으로 높다면, 남녀 간 균형모델에서 가치 기반 유저 유치 전략으로 포지션 전환 가능

메인 BM인 연락처 열람권(1회당 28,000KRW) 기준으로만 측정

연도	가입자 수(명)	여성회원 수(명)	매출(억원)	연간 매출 성장률(%)	예상 ARPU(KRW)	예상 ARPPU(KRW)	예상 리텐션(%)
1년 차	10,000	2,000	5	-	50,000	80,000	30
2년 차	30,000	9,000	16	230%	55,000	85,000	35
3년 차	60,000	21,000	36	118%	60,000	90,000	40
4년 차	100,000	40,000	62	72%	62,000	95,000	45
5년 차	150,000	67,500	97	57%	65,000	100,000	50

• CAGR (연평균 성장률): 약 110%

인간의 욕망을 자극하는 사업은 망하지 않는다.



Beyond borders, connecting hearts.