

신사업 아이디어

NEWSLETTER

칼럼

권영석 교수의
CEO 노트 02

연재

폭군상사 김전무의
창업 성공스토리 03

국내외 트렌드 리뷰

해외 및 국내
트렌드 04

신사업아이디어

이달의 신사업아이디어
신사업아이디어 다시보기 08



2019 Vol. **2**



소비자가 아닌 생산자가 되자

어느 화창한 가을날 오후, 몸이 좋지 않은 스티브 잡스는 자택 뒤뜰에 앉아 죽음에 대해 숙고했다. 산들바람에 흔들거리는 분홍, 하얀, 빨간 코스모스 꽃들 사이로 빨간 장미가 모습을 드러냈다가 사라지곤 했다. 거의 40년 전에 인도에서 경험한 것들과 불교 공부, 환생과 영적 초월에 대한 자신의 관점이 무엇인지 기억을 더듬어 갔다. 그는 오랫동안 말이 없었다.

“한편으로는 그냥 전원 스위치 같은 것일지도 모릅니다. ‘딸깍’ 하고 누르면 그냥 한순간 모든 게 꺼져 버리는 거지요.”

그는 또 한 번 멈췄다가 미소를 지으며 말했다.

“아마 그래서 내가 애플 기기에 스위치 넣는 것을 그렇게 싫어했나 봅니다.”

스티브 잡스가 이 세상을 떠난 지도 6년이 흘렀다. 우리는 여전히 그가 만든 스마트폰을 소비하고 있다. 그는 우리가 소비자뿐만 아니라 생산자가 될 수 있도록 스마트폰에 가치를 부여했다. 카톡으로 대화하고, 블로그와 카페로 글을 읽거나 쓰고, 인스타그램으로 영상과 사진을 보고, 페이스북으로 사람을 만나고, 잠시 업무에서 벗어나 자유를 누린다. 그는 이 세상에 없지만 우리는 스마트폰에 깃든 그의 가치를 소비한다. 그는 전 세계인 모두에게 영향을 미친 진정한 생산자이다. 생산은 남지만 소비는 사라진다.

**“콘텐츠를 제작한다는 목표를 가지고
지속적으로 블로그를 운영하면 지식자본 생산자가 될 수 있다.”**

그렇다면 어떻게 생산자가 될 것인가? 지식자본의 생산자는 자신만의 콘텐츠를 만든다. 콘텐츠의 여원은 원래 목차나 내용으로, 책을 의미한다. 블로그는 콘텐츠를 만들 수 있는 생산기지이다. 블로그를 활용하면 지식자본의 생산자가 될 수 있다. 4차 산업혁명시대에 블로그는 지식자본을 생산할 수 있는 훌륭한 기지이자 공장이 된다. 콘텐츠를 제작한다는 목표를 가지고 지속적으로 블로그를 운영하면 지식자본 생산자가 될 수 있다. 블로그에 칼럼난을 개설하고 지속적으로 게재하면 언젠가는 책을 쓸 수 있는 분량이 된다. 블로그를 지속적으로 유지할 수 있는 비법은 다음과 같다.

첫째, 직장에서 일어난 업무의 문제들과 성공들, 문제를 해결하는 노하우나 기술들을 정리한다. 사건들이 진행되는 과정에서 일어났던 긴장과 불안, 두려움, 걱정, 해결책들을 담으면 스토리가 된다.

둘째, 블로그를 책을 쓰는 기지로서 활용한다. 필자는 블로그의 닉네임과 타이틀을 ‘권영석의 지식창업이야기’라는 콘셉트로 잡았다.

우리 인생의 대부분을 차지하는 직장업무는 지식자본을 만들 수 있는 최적의 공간이다. 지식자본의 생산기지는 우리들이 항상 들고 다니는 손 안에 있다. 스티브 잡스는 자신의 행복을 희생하면서까지 우리에게 아름다운 선물을 주고 갔다. 그것을 인생에 활용하는 것은 자신의 마음가짐에 달렸다. 스티브 잡스는 애플 기기에 전원 스위치 넣는 것을 몹시 싫어했다. 그것은 소비로 끝나기 때문이다.



권영석

한성대학교 교수
융복합교양과정(창업)
(전)중앙년기술창업센터장



폭군상사 김전무의 창업 성공스토리

글. 권영석

제 2 부 구조조정 (2)

이팀장은 인사팀을 통해 자신이 구조조정대상이라는 것을 알았다. 그는 팀 술자리에서 몹시 괴로운 듯 스스로 폭음했다. 이팀장의 양복 윗도리와 가방은 내가 챙겼다. 신과장은 택시를 잡아주며 내게 주소와 약도를 말해주었다.

“자네도 대상이야.”

팀장은 나와 둘이 남게 되자 내게 나지막하게 속삭였다. 그의 집을 간신히 찾았을 때 다소 놀랐다. 20평대의 허름한 빌라였다. 빌라라기보다는 연식이 오래된 연립주택이었다. 방이 3개였고 거실이 조금 좁았다. 옆에는 40층의 멋진 주상복합 아파트가 있었다. 연립주택은 중세의 성 옆에 있는 낡은 창고 같았다. 이 집에서 3명의 자녀들과 어머니와 이팀장, 아내 이렇게 6명이 생활하고 있었다. 다음날부터 이팀장은 출근하지 않았다.

며칠 후에 영업팀과 회계팀, 우리 팀의 구조조정 명단이 복도 게시판에 붙었다. 명단에는 이팀장과 신과장, 영희씨와 내가 나란히 올라있었다. 팀이 없어졌다. 2명은 영업팀으로 옮겼다. 이팀장이 출근하지 않는 동안 신과장은 매일 출근했다. 그는 이차장을 밀어내고 팀장이 될 거라는 소문이 있었다. 그가 굳은 얼굴로 커피를 마시자며 휴게실로 나를 불렀다.

“내일부터 나오지 않아. 평소 출퇴근하면서 장소를 봐둔 데가 있어.”

나는 30대 초반, 신과장은 40대 초반이었다. 신과장은 그래도 10년은 넘겼다. 그가 치킨집을 차렸다는 소식을 들었다. 적어도 10년 이상 다녔으면 동네골목에 치킨집은 차릴 수 있다. 뉴스는 퇴직자의 자살소식과 시조류독감 소식을 연신 보도했다. 이제 실직엔 나이가 없다. 모대기업에서 입사한지 1년도 안된 직원을 명퇴 대상에 포함시켰다가 여론 때문에 철회를 한 적이 있다. 하지만 신청자들은 대부분 퇴직했다. 기업이 신뢰를 잃었기 때문이다.

1998년 8월 나는 마이컴으로부터 실직을 당한 후 B 택배사에 어렵사리 취업이 되었다. 하지만 1년간의 프로젝트 개발이 끝나자 다시 실직을 당했다. 심신이 몹시 지쳐있었다. B 사의 물류정보시스템 개발을 맡아 프로그램을 개발할 동안 전혀 쉬지를 못했다. 여름휴가도 반납하고 프로그램 개발에 몰두했다.

프로젝트가 끝난다는 것은 곧 퇴직할 때가 되었다는 것을 의미했다. 나는 다시 자의반 타의 반으로 퇴직하게 되었다. 그 다음에는 S/W 개발 연구소, 신혼부부들을 대상으로 한 쇼핑몰, 물류 회사... 이렇게 해서 여덟 번을 이직했다. 실의에 빠졌다. 40대 초반, 피곤한 인생에 지쳐있었다. 더 이상 취업도 되지 않았다.

무더운 8월 오후, 공원 가는 길에 은행나무 밑 공터에서 빨간 이층버스를 주차시켜놓고 고민 상담을 하고 있었다. 어떤 고민이든 무료로 상담을 해준다는 현수막이 걸려 있었다. 혹시 내 고민도 풀 수 있을까 하는 호기심에 무심코 버스 안으로 들어서는 순간 깜짝 놀랐다. 김전무를 만났다. 마이컴으로부터 구조조정을 당하고 8년만이었다.

피하고 싶은 인물이었다. 그는 폭언과 분노를 쏟아내는 폭군 전무였다. 근무 시절 그의 분노에 찬 언성이 사무실 두 개 층을 찌렁찌렁 울리면 주변은 순식간에 얼음장이 돼버렸다. 더군다나 현재 내 상황은 안 좋았다.

“월급 비렁뱅이 같은 놈들, 이따위 일을 하면서 월급을 꼬박꼬박 받아 처먹어!”

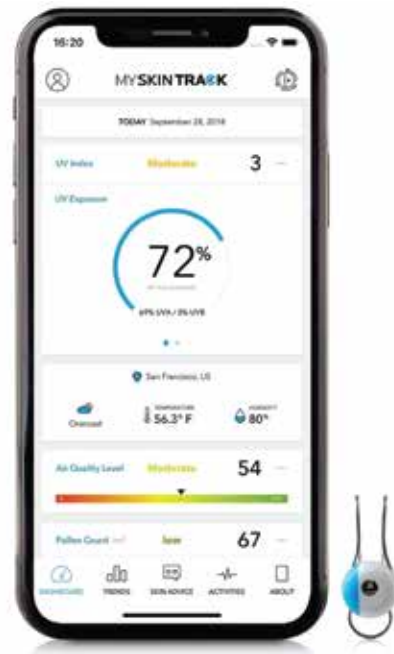
직장생활시절 그가 직원들을 향해 입버릇처럼 내뱉던 명언이었다. 결재판과 재떨이를 집어던지던 그가 떠올랐다. 순간 방어적이고 긴장되어 움찔거렸다. 하지만 발길을 돌릴 수도 없었다.

“어서 오게. 아주 오랜만이군. 과거의 내 모습을 기억하고 있나 보군.”
김전무는 금방 눈치 챘다. 그의 기억력은 대단했다. 내 어깨를 두드리며 끌어당겼다.

“긴장했군. 나는 바뀌었네. 옛날의 내 모습을 떠올리지 말고 지금의 나를 보게.”
그는 직장을 그만두고 이층버스를 갤러리처럼 끌고 다니며 전국을 유람했다. 빨간 이층버스는 런던 거리를 돌아다니던 명물 버스였다.

“여기 앉게. 그동안 어떻게 지냈나? 고민거리가 있나 보군.”
그가 반갑게 맞아주어 긴장이 풀렸다.

“사실 고민이 있습니다.”(다음호에 계속)



피부관리도 이제 스마트 시대

스마트폰과 연동한 피부관리서비스

#피부관리 #헬스케어 #스마트폰

요즈음 사업은 대다수가 스마트폰과 연동하여 이루어진다. 2019년에는 56억명이 스마트폰을 사용할 것으로 예상된다. 따라서 사업은 자영업이든 소상공인이든 벤처기업이든 스마트폰을 연계하여 활용하는 사업이 성공확률도 높다. 대다수의 사업이 온라인을 통하여 고객을 진단해 주거나 고객에게 필요한 정보 혹은 콘텐츠를 제공하고 그 정보를 통하여 문제점을 해결하거나 가치를 제공하는 방식으로 오프라인과 관련된 사업을 전개한다. 이러한 사업방식이 O2O(online to offline) 방식이다. 라 로슈 포제(laroche-posay)는 스마트폰과 연동하여 피부관리에 대한 진단과 정보를 제공하고 여기에 필요한 피부관리 크림을 판매한다. '피부 3적'의 범인은 건조함, 자외선, 활성산소이다. 요즈음 국내에서도 모든 연령대의 여자들뿐만 아니라 어린아이나 중년 남성들도 피부관리를 한다. 자외선 수준을 측정, 대기 오염 수준, 꽃가루에 대한 알레르기, 습도 등을 표시하는 측정센서 및 응용 프로그램을 통해 피부관리를 해주는 사업은 국내에서도 상당한 경쟁력을 가질 것으로 본다. 피부관련 종사자나 프로그램 개발자나 이러한 분야에 관심이 있다면 먼저 앱/프로그램을 설계하여 개발하는 것이 좋다. 다음 피부관련 제품을 판매하는 사업자나 화장품 업자와 콘소시엄형태로 사업을 진행하는 것도 사업을 성공시킬 수 있는 방법이다. 피부에 영향을 미칠 수 있는 외부 요인으로부터 피부를 보호하기 위한 최적의 피부진단 정보를 제공하면서 이와 관련된 제품들을 판매한다.

사진 출처 : venturebeat.com
내용 참조 : 라로슈포제 웹사이트

스마트폰으로 간단히 실시할 수 있는

스마트 치아건강관리

#치아건강 #헬스케어 #스마트폰

치아는 중요하다. 단 것을 좋아하는 아이들이나 수명이 길어져 100세시대인 요즈음 40~50대의 치아관리는 더더욱 중요하다. 노인들을 보면 50대부터 치아가 망가지기 시작하여 60~70대가 되면 모든 이가 빠져 틀니를 하게 된다. 틀니관리는 아주 불편하다. 저녁에 매일 소독을 해야 하며, 조금 단단한 음식이나 오래 씹는 음식은 먹기 불편해서 꺼리게 된다. 유아기때 좋지않은 칫솔질의 습관은 연약한 이를 자주 충치로 썩게 만들게 되므로, 유아기 때부터 앱을 통해서 올바른 칫솔질이나 치아관리를 할 수 있다면 치아관리에 큰 도움이 된다. 이렇게 어릴 적부터 치아관리를 해준다면 나이가 들어서도 단단한 음식을 소화시킬 수 있는 치아유지가 가능하다. 앱을 통한 치아관리는 훌륭한 사업아이템이 될 것이다.

칫솔손잡이에 가속도 센서와 블루투스를 내장하고 이를 앱과 연결하여 언제나 올바른 칫솔질과 이의 마모상태, 충치 등을 관리해준다. 매번 이를 닦을 때 칫솔질의 속도 등을 코멘트해준다. 또한 스마트폰을 통하여 기타 치아건강에 대한 관리를 해준다. 이의 상태를 스마트폰으로 찍어 보내면 이에 대한 관리와 조언을 해준다. 이를 통하여 치아와 관련된 쇼핑물도 운영할 수 있다. 치과와 연계하여 수수료 등 추가 수입과 사업의 시너지 효과도 가져올 수 있다.

사진 및 내용 참조 : Nikkei X Trend



TIPS!

스마트기기를 이용한 비즈니스를 창업하고 싶으나 기반이 없어 막막한 경우라면, 먼저 창업을 위한 사업계획서를 작성하여 정부지원사업에 지원하고, 관련 앱 개발은 전문가가 아니라면 스마트 앱 프로그램개발 관련 중앙정부나 지자체에서 많은 교육프로그램을 제공한다. 정부지원사업에 선정되면 아웃소싱을 통해 프로그램을 개발하면 된다. 뷰 관련 사업은 중국이나 동남아 진출도 한류문화의 확산으로 용이하다.

취업준비생과 직장초년생을 대상으로 하는

면접 및 취업용 용품 정장·가방 렌탈서비스

#공유경제 #렌탈 #취업준비생

모든 것이 빠르게 변화하는 요즘은 소유보다는 렌탈과 공유가 대세이다. 이것은 자원의 효율성과 생산성을 높여준다. 사업도 마찬가지이다. 백화점같은 전통적 유통업체들은 고객들을 대상으로 물건들을 판매해 왔다. 하지만 이제 유통업체들도 판매보다는 렌탈을, 소유보다는 공유경제형태로 사업운영방식을 변화시키고 있다. 특히 자금이 넉넉지 않은 수험생들이나 취업준비생들 혹은 신입사원들에게 옷과 가방이나 기타 물품들을 판매하지 않고 특정기간동안 빌려주는 임대사업은 고객들의 만족도를 높이고 공유 형태를 통하여 자원의 활용과 효율을 높이고 있다.

백화점을 운영하는 일본의 마루이그룹은 면접을 앞둔 취준생이나 신입사원들에게 정장이나 가방 등을 판매보다는 특정기간동안 빌려주는 사업을 하고 있다. 이 서비스는 특히 신입사원들에게 큰 도움이 되는데, 신입사원들은 정장 한 벌을 구매하는 것도 부담이 되기 때문이다. 정장 렌탈서비스를 이용하면 그때그때마다 자신의 취향에 맞는 옷들을 저렴하고 다양하게 빌려 입을 수 있어 효율성이 높다. 활용방법도 간단하다. 홈페이지를 통해 옷을 고르고 기간을 입력하면 옷이 배달된다. 옷을 사용한 후에 업체는 옷을 수거해 간다. 이러한 렌탈 서비스와 함께 정보제공 서비스를 더한다면 훌륭한 창업아이템이 될 것이다. 고객은 한 곳에서 저렴한 가격으로 많은 것을 해결해 주기를 원한다. 즉 종합적인 솔루션을 저렴하게 제공하는 것이다.

예를 들면 취업준비생이나 면접을 앞둔 고객에게는 취업관련 정보나 업체 정보, 면접방식 등에 대한 정보를 제공해 줄 수 있다. 신입사원에게는 직장생활과 채테크에 관련된 유익한 정보를 제공해 줄 수 있다. 창업자는 관련전문업체들과 협업을 구축하면 된다. 이러한 협업형태는 창업자에게는 차별화나 경쟁력으로 작용할 수 있다.



이제는 취미용품도 기능을 갖춘 융복합상품으로

습도조절과 공기정화를 동시에, 수족관과 식물화분 복합제품

#융복합상품 #기능성 #시니어창업

바쁜 현대인들은 융복합을 선호한다. 한 가지로 여러 가지를 한꺼번에 해결하기를 원한다. 수족관과 화분이 일체가 되어 공간과 관리의 편리함, 실내에 아름다움과 건강의 결합을 제공한다면 1석4조의 효과를 거둔다. 꽃이 핀 식물은 실내에 수분(기습기능)과 산소와 아름다움을 제공하고 수족관은 스트레스 감소와 안정과 미적 분위기를 제공한다. 또한 관리도 번거롭지 않다. 실내에서 어항과 화분을 동시에 관리한다면 많은 관심과 시간과 공간이 필요하다. 또한 화분은 식물의 성장이나 뿌리의 아름다움을 감상할 수 없다. 아쿠팟(AQUAPOT)은 수족관과 화분을 뜻하는 팟(POT)의 합성어로서 어항겸용화분이다. 가격도 저렴하다. 아쿠팟은 국내 신생업체로서 성장의 초입에 들어선 업체이다. 해외에 네트워크를 가지고 있다면 수출도 가능하다. 점포의 크기가 크지 않아도 된다. 기존 꽃집이나 어항점포를 하고 있다면 시너지 효과도 기대할 수 있다.

최고급 요리용 프리미엄 아트(art) 김 사업 (2017)



최고급요리에 어울리는 프리미엄 김을 판매하는 사업으로, 김에 아름다운 문양을 마킹하여 가치를 극대화한 김을 제조하여 판매하는 사업이다. 김의 문양은 꽃무늬, 전통문양, 그림과 함께 합격, 승진 등의 문구를 레이저로 마킹하여 1장당씩의 패키지로 판매한다. 이는 김에 정밀 레이저 가공을 이용하여 아름다운 문양을 조각한 것으로, 본 사업은 부가가치를 크게 높인 프리미엄 김을 생산/판매하는 것을 내용으로 한다. 이렇게 아름다운 문양을 가진 김은 최고급 일식요리점, 전통 한식당 등에 납품되어 고급 요리의 재료로 사용된다.

시장동향

국내 김 사업은 역사성이나 생산규모 면에서 우리나라의 대표적인 양식품목이라 할 수 있다. 특히 1990년 이후 양식기술의 발달과 가공시설의 자동화로 인해 생산량이 비약적으로 증가하여 쉽게 접할 수 있게 되었으며, 조미김과 같은 김 가공식품이 개발되며 부식으로뿐 아니라 간식 및 안주용으로도 소비영역이 확대되어 왔다. 국내 조미김 시장은 1986년 200억원에서 2015년 기준 4천1백억원 규모로 확대되었다. 현재 국내 조미김 시장은 정체 상태인데 이는 서양식 식습관과 편의식 트렌드 등으로 인해 쌀 소비가 감소하면서 반찬용 조미김의 수요가 줄어든 것이 원인으로 분석된다.

한국 김은 깨끗한 생산 환경과 우수한 가공 기술력으로 세계 시장에서 최상 품질로 인정받고 있다. 2010년 김 수출 1억 달러 돌파 이후 연평균 28% 이상 높은 증가세를 보이다 지난해에는 드디어 3억 달러 돌파에 성공했다.

국내의 조미김 업체들은 정체된 김 시장에서 프리미엄 제품 런칭을 통하여 새로운 시장 개척을 시도하고 있다. 조미김 외의 마른김의 경우 아직 별다른 고급화 시도는 이루어지고 있지 않고 있다. 본 사업에서 주목하는 부분은 품질과 맛 이외의 요소로, 이는 시장에서 아직 주목하고 있지 못한 부분이다. 김의 시각적 형상은 주로 이물질(파래 등)의 함유 여부, 색상 등에 주목하여 왔는데 김에 모양을 새겨 작품화한다는 것은 지금까지는 상상하기 어려운 일이었기 때문이다. 현재 김의 품질은 맛과 향으로 결정되는데, 본 사업에서는 김의 품질을 향상시킬 필요 없이 고품질의 김을 시장에서 선택하거나 고객사에서 지정하는 김을 사용하는 방법으로 품질을 확보할 수 있으므로 큰 선택의 요소로 작용하지는 않는다. 이러한 점에서 볼 때, 김의 시각적 요소를 도입하는 것은 식재료로서의 김 시장에서 새로운 방향을 제시하는 것으로 볼 수 있다.

국내 사업화 성공전략 및 성장가능성

본 사업에서 제시하는 '프리미엄 아트 김'은 최고급 요리에 사용되는 식재료로 이에 걸맞는 높은 품질이 필요하다. 이를 위해서는 기술적 수준을 높일 필요가 있는데, 재료에 맞춘 레이저 기기의 여러 변수를 세팅하여 최적의 값을 설정하여야 한다.

특히 중요한 점은 정밀도인데, 자료사진에서와 같이 연속적인 정밀한 문양의 조각에는 기기의 세팅과 함께 디자인 파일의 구성, 운용 기술까지 다양한 노하우가 필요한 만큼 기기를 자유자재로 다룰 수 있을 만큼의 연습을 통해 김 제품의 완성도를 높이는데 주력하여 프리미엄 제품의 완성도를 유지하여야 한다. 아울러 생산공정의 각종 인증을 획득하는 것도 한 방법이다. 프리미엄 아트 김은 최고급 초밥이나 요리에 장식용으로 사용되어 요리의 품격을 높여주는 재료이다. 그러므로 최고급 요리를 제공하는 식당과 호텔 등에 대한 공급루트를 확보할 필요가 있다.

리스크요인 및 대응방안

기술적 수준을 달성하여야 한다. 상업용 레이저 커팅머신은 주로 아크릴, 금속 등 공작용 소재 이상의 제품을 커팅하는 목적으로 제작되므로 머신을 소재에 적당하도록 커스터마이징 하는 과정이 필요하다. 또 레이저로 커팅하는 과정에서 소재가 타지 않도록 정밀하게 컨트롤하는 기술을 습득할 필요가 있다. 이는 커팅머신의 제작사 측과 공동으로 진행하거나 숙달된 기기를 직접 작업에 적합하게 세팅하는 노하우를 확보하여야 한다. 또, 대량생산이 어렵다는 점은 고품질 소량생산 방침으로 운영하거나 생산기기를 복수로 배치 및 활용하는 방안으로 해결할 수 있다.

특이사항 등 발굴자 의견

최근 레이저 커팅기기의 가격이 내려가고, 또 정밀도가 높아지며 이를 이용한 가공제품이 발달하고 있다. 대표적인 것이 종이 공예로 기존의 가공으로는 할 수 없었던 정밀한 모양의 커팅이 가능해진 것이다. 식재료 중 모양을 내기에 가장 좋은 것은 '김'으로 종이 공예처럼 복잡한 패턴을 조각한다면 음식에 포인트를 주기 좋아 넓은 활용이

그러므로 프리미엄 그레이드에 걸맞게 김 자체의 품질이 높아야 하며 가공, 패키징 등 생산과 공급의 전 과정에 대해 청결도가 보장되고 디자인의 품격이 있어야 한다. 초기 마케팅은 기준이 될 수 있는 유명 점포에 역량을 집중하여 거래를 확보한 후, 인지도를 넓히는 전략을 사용한다. 또, 레이저를 사용하는 본 사업은 디자인에 대한 개발이 필요하다. 디자인이 커팅을 통해 구현되어야 하므로 아름다운 모양으로만 끝나는 것이 아니라 가공성도 중요하다. 그러므로 초기 연구개발을 통하여 다양한 디자인을 축적할 필요가 있다. 최고급 요리에 사용되는 만큼 예술성이 높은 디자인이 요구되며 전통 패턴, 그림, 타이포 등에 대하여 계절, 이슈 등에 적용 가능하도록 대응이 필요하다. 또다른 마케팅 방법으로 제품을 이용한 요리를 SNS에 공개하여 소비자들의 관심을 유도하는 방법도 기본적으로 사용하여야 한다.

본 사업이 주 고객 대상으로 하는 최고급 요리점들이나 호텔 식당은 진입장벽이 매우 높으므로 이에 대한 특별한 영업활동이 필요하며, 기간 또한 길어질 수 있다. 가장 좋은 방법은 인맥을 이용하거나 유명인의 마케팅 활동을 통한 판로개척이 있으며, 또다른 방법으로는 특정 맛집과 공동으로 인지도를 높인 후 진출하는 방법을 이용할 수 있다. 상품 자체의 면에서 본다면 이러한 최고급 식당에 납품을 위해서는 그만큼의 품질과 희소성이 뒷받침되어야 한다. 상품의 커팅 정밀도와 김 자체의 품질을 향상시키고 패키징에도 많은 노력을 기울여야 한다.

기대된다. 일본의 경우 높은 가격을 통해 최고급 일식 요리점에 대한 공급을 우선으로 하고 있으며, 이는 국내에서도 유효한 전략이다. 또, 수험시즌과 같은 특정 시기별 상품으로 '합격' 또는 '만점'과 같은 타이포를 조각한 상품을 출시할 수 있으므로 다양한 방법으로 시장 공략이 가능하다.



신사업아이디어 다시보기는
예전에 소개된 신사업아이디어 중 현재 시점에서
사업화된 사례가 있는 아이디어를 소개합니다. 신사업
아이디어는 소개된 시점보다 몇 년 후 우리 주위에 등장하는 일이
많습니다. 앞으로 어떤 아이디어가 우리 주위에 새로운 사업으로 등장하게
될 지, 기존의 신사업 아이디어에도 주목해 주세요.



신사업아이디어 다시보기

렌탈키친 : 주방을 빌려드립니다 (2012)

아이디어 소개 (당시원문)

렌탈키친은 일정 규모의 매장에 다양한 주방설비를 구비하고 사용자의 렌탈시 일정 시간당 비용을 지불하는 아이템이다. 그리고 단순히 공간과 설비만을 렌탈하는 것이 아니라 초보자와 일반인을 위해 요리와 모임에 맞는 컨셉별 재료와 레시피를 제공하여 키친 렌탈과 함께 패키지화를 통하여 부가가치를 높인 것이 특징이다. 렌탈키친은 다양한 용도로 이용되는데 일반적인 모임, 파티 등과 함께 교육장, 테스트 키친, 요리 시연, 소규모 연회 등에 이용되며 인테리어에 따라 방송 및 사진 등의 쿂� 스튜디오로 활용되기도 한다.

발굴자 코멘트

최근 외식 비즈니스 업계에서 주목받고 있는 아이템 중 하나가 '공유주방'이다. 공유주방은 지난 2012년 '렌탈키친:주방을 빌려드립니다'라는 이름으로 신사업 아이디어를 통해 소개된 바 있으며, 이 아이디어가 3~4년의 기간 후 우리 주위에 등장하게 된 것이다. 공유주방은 설비를 갖춘 주방을 만들고, 이를 원하는 고객에게 필요한 시간만큼 임대해주는 사업이다. 공유주방은 1980년대 미국에서 등장한 사업모델로, 2010년 이후부터 본격적으로 유행하기 시작하였다. 미국에서는 현재 유니온키친, 키친타운 등이 시장을 선도하고 있다. 국내에 공유주방이 등장한 것은 2015년 심플프로젝트가 선보인 위콕이다. 위콕은 예비창업자에게 공동주방을 임대해주고 이들을 대상으로 교육까지 진행하면서 키친 엑셀러레이터라고도 불린다. 위콕을 시작으로 국내에 속속 등장하기 시작한 공유주방은 지난해부터 빠르게 증가하는 추세이다.

사진 및 내용 참조 : 벤처스퀘어

신사업아이디어 다시보기

리얼 탈출 게임 (2012)

아이디어 소개 (당시원문)

본 아이템은 게임, 만화, 영화 등의 시나리오를 기반으로 실제 장소에서 이용자들을 대상으로 탈출 게임을 제공하는 서비스이다. 이용자들은 폐쇄된 공간에서 설정에 따라 주어진 미션을 수행하고 숨겨진 아이템이나 힌트를 찾아 단계를 거쳐가며 탈출을 시도한다. 탈출까지는 제한시간이 있어 주어진 시간 내에 미션을 클리어해야만 탈출에 성공하고 그렇지 못하면 실패하게 된다. 리얼 탈출 게임에는 참가자들간의 협력이 대단히 중요한 요소로 작용하여 동료, 협력, 소통 등의 요소와 자연스럽게 동화된다고 한다. 일본의 주최사인 SCRAP 사는 게임 뿐 아니라 각종 기업과 제휴, PPL, 행사참여 등으로 수익모델을 확대하여 가고 있으며 게임 역시 정기적인 기획전 뿐 아니라 상설개최게임도 오픈하고 있다.

발굴자 코멘트

방탈출 카페는 제한시간 이내에 방에서 탈출하는 놀이 공간으로 테마별 스토리에 맞는 단서를 찾아 문제를 푸는 게임이다. 미국과 유럽에서 이벤트성으로 열리던 방탈출 게임이 2010년대 아시아로 넘어와 카페로 정착됐고, 국내는 2015년 홍대와 강남 일대를 시작으로 현재 다양한 업체가 전국에서 카페를 운영 중이다.

테마와 트릭이라는 요소가 필요한 특성상 국내에서는 개인 창업보다는 프랜차이즈 중심으로 시장이 형성되고 있는데, 우리보다 먼저 탈출 게임이 시작된 일본에서는 카페 형식의 운영 뿐 아니라 수천명을 대상으로 열리는 탈출 대회와 같은 이벤트성의 대형 행사로도 기획되는 만큼 저변확대가 이루어지면 다양한 형태로 우리 곁에 찾아올 가능성이 높다.

사진 출처 : 일본 SCRAP 사 웹진 scrapmagazine.com
내용 참조 : 서울경제



중소벤처기업부 소상공인시장진흥공단 신사업창업사관학교

2019 소상공인 신사업 아이디어 공모전

<http://newbiz.sbiz.or.kr>



공모분야

소상공인 분야의 새로운 창업 아이디어,
또는 현재 국내 사업화가 미비하나 향후
성장가능성이 높은 국내의 창업 아이디어



신청자격

대학생, 일반인 등 누구나 참가 가능
(개인 자격 참여, 2인 이상 팀 단위 참여 불가)



신청기간

2019. 7. 15(월) ~ 8. 16(금)



시상규모

대상(1명) 250만 원
최우수상(2명) 200만 원
우수상(3명) 100만 원
장려상(6명) 50만 원
입장자 8명 10만 원

대상과 최우수상에게는 해외 신사업 아이디어 탐방기회 부여(3명)
상격별 해당 점수자가 없는 경우는 선정하지 않음

※ 선정된 아이디어는 추후 예비 창업자를 위한 창업자료로 제작되어 대국민 공개됩니다.

이달의 소상공인 지원시책

>> 2019년 청년고용특별자금 및 고용안정지원자금 8월 접수 안내

- 대상자금 : 청년고용특별자금, 고용안정지원자금
- 접수기간 : 2019.8.22~23, 2일간
- 지원대상 :
 1. 청년고용특별자금 : 청년소상공인 또는 2인 이상 시 50% 이상 청년근로자를 고용 중이거나 최근 1년 이내 청년근로자 1인 이상 고용 업체
* 청년은 만 39세 이하 내국인에 한함
 2. 고용안정지원자금 : 고용노동부 일자리안정자금 수급 소상공인
- 자금문의 : 전국 지역센터 및 중소기업통합콜센터 ☎(국번없이) 1357
- 기타문의 : 제로페이(www.zeropay.or.kr), 풍수해보험(www.safekorea.go.kr)

>> 2019년 소상공인 역량강화사업 하반기 시행

- 소상공인 컨설팅 지원
 1. 지원목적 : 소상공인 및 예비창업자를 대상으로 경영개선을 위해 현장 컨설팅 지원을 통한 경쟁력 강화
 2. 지원목표 및 신청기간 : 총 2,100건, 2019년 7월5일부터 접수
 3. 신청방법 : 온라인(www.sbiz.or.kr) 접속 후 '컨설팅' 선택 신청
* 소상공인 마당(www.sbiz.or.kr) 회원가입 및 로그인 후 신청가능
- 무료법률구조 지원
 1. 지원목적 : 소상공인의 경영안정 및 권익보호를 위해 소상공인 관련 법률상담 및 소송비용 지원
 2. 지원규모 : 500건(상·하반기, 계속)
 3. 지원대상 : 2019년 적용기준 중위소득 125% 이하인 소상공인
 4. 지원내용 : 소상공인 상행위 관련 민사사건에 대한 재판 소송비용 및 변호사 비용 (대한법률구조공단 변호사) 지원
 5. 신청방법 : 가까운 대한법률구조공단 지부(출장소 포함) 방문접수

