

# 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.

4

## 4차 산업혁명시대 지식창업을 접목하라

우리는 창업이라고 하면 자금을 생각하고 제품을 생각한다. 그래서 창업을 어려워한다. 창업은 특별한 의미를 가지고, 자금과 매장 혹은 생산시설 등을 준비한 자만이 하는 것이라고 생각한다.

살림의 여왕 마샤 스튜어트는 집안 살림꾼이었다. 그녀는 바너드 대학에서 건축역사를 전공했지만 직장 경험은 할인점 마트 컨설턴트를 한 것이 전부였다. 그 후로는 평범한 가정주부로 일생을 보내면서 집안 살림을 비즈니스 모델로 설정했다. 독특하고 창조적인 라이프스타일로 가정 살림, 음식 조리 등을 품격 있는 생활환경으로 바꾸어 놓았다. 집안의 인테리어, 정원 가꾸기, 소품 만들기와 창의적인 요리법을 유행시켰다. 섬세한 감각이 깃들어 있는 소품들에서 우리는 영혼을 느낀다. 그녀의 감각과 마음을 느낀다. 그래서 우리의 가슴은 감동으로 뭉클해진다. 그녀는 평범한 주부의 섬세한 감각을 자본으로 '마샤 스튜어트 리빙'이라는 잡지를 출간하여 엄청난 부를 쌓았다. 창업 자금이 있는 것도 아니고, 매장이나 생산시설이 있는 것도 아니다. 하지만 그녀는 거대 기업을 일구고 회장이 되었다. 단지 센스 있는 살림꾼으로서 창업을 한 것이다.

직장인의 경우 여러 부서가 있고 직원들이 있다. 예를 들면 경영관리, 인사, 노무, 총무, 회계, 재무, 영업, 물류, 유통, 생산관리, 대리점 관리, 영업 관리, 디자인, 품질관리, 구매, 자재관리, 기획, 광고, 홍보, 마케팅 등 다양한 부서가 있다. 영업에도 여러 가지 직무가 있다. 방문 영업, 신규 고객 발굴, 법인 전문 영업, 개인고객 관리, 기술영업, SNS 마케팅, 동영상 마케팅 등 다양한 분야가 존재한다. 각 영업 분야별로 제품에 대한 업종별 영업이 있다. 예를 들면 카 세일, 보험 세일, 생활용품, 가전제품, 화장품 판매, 리스 판매, 정수기 등의 렌탈 판매 등이 있다.

4차 산업혁명시대에는 자신만의 차별화된 콘텐츠가 있어야 한다. 이는 직장 생활을 하면서 충분히 준비할 수 있다. 자신의 업무에서 일어난 에피소드나 스토리들은 독특함과 차별성을 지니고 있다. 직장에서 일어나는 일들은 인간 관계 문제들, 갈등과 문제해결방법 등 지식과 정보와 스토리를 담고 있다. 따라서 이를 활용하여 콘텐츠를 만들면 된다. 콘텐츠는 일기를 쓰듯 칼럼 쓰기를 통하여 만들 수 있다.

마크스 버킹검은 저서《강점에 집중하라》에서 자신을 차별화 시킬 수 있는 강점에 대하여 말한다.

“직장에서 무슨 일을 하든지 일 자체를 좋아하는 사람은 별로 없다. 업무는 여러 활동으로 이루어져 있다. 어떤 업무는 관심을 갖고 집중하지만 어떤 업무는 그저 그렇게 처리할 뿐이다. 어떤 것은 기운을 고갈시키고, 지루하게 하거나 진을 빼기도 한다. (중략) 먼저 활동을 분류하라. 어떤 것이 기운 나게 하고 어떤 것이 기운을 고갈시키는지 정확하게 분류하라. 다음에 기운나는 일에 집중하고 그것을 계발하라.”

직장에서 자신의 강점을 활용하는 사람은 10명 중 2명이 채 안된다고 한다. 먼저 자신의 강점업무를 찾아 이를 전문화 시키는 것이 중요하다. 그것은 직장생활을 의미있고 활기차게 만들어 준다. 그것은 4차 산업혁명시대를



권영석

한성대학교 교수  
융복합교양과정(창업)  
(전)중앙년기술창업센터장

“  
4차 산업혁명시대에는  
자신만의 차별화된  
콘텐츠가 있어야 한다  
”



## 폭군상사 김전무의 창업 성공스토리

글. 권영석

### 제 4 부 자신의 가치

“잠도, 식사도 제대로 하지 못하고 출근을 했지. 그날도 여전히 아침부터 직원들을 불러 볶아댔지. 영업팀장을 불렀어. 이달 고객 리스트를 가져왔지. 이것도 못 막으면서 팀장 자리를 지키고 있느냐, 격분해서 월급 버려지들이라고 소리쳤지. 영업팀장이 평소와는 다르게 나를 뵈히 쳐다보는 거야. 더욱 화가 나서 결재판과 재떨이를 집어던졌지. 이젠 나를 오랫동안 노력보았어. 그리고는 책상 위에 꽃병도 집어던지라고 주었어. 갑자기 당황스러웠지. 그는 두 손을 앞으로 모으고 항상 고개를 굽실거렸었지. 그가 갑자기 달라졌어. 그에게 돌아가라고 하고 멍하니 주저앉아 있었네. 처음에 화가 났지만 그가 측은해 보였어. 나뒀군 결재판과 깨진 재떨이를 보았지. 햇빛이 비쳐 깨진 유리 조각들 사이에서 작은 무지개들이 끊임없이 튀어 오르며 반짝였네. 재떨이에서 처음 느껴본 아름다움이었지. 직원들을 하나 하나 떠올렸어. 책상 위에는 서류와 결재판들이 산더미처럼 쌓여있었네. 갑자기 자신에 대해서 울분이 치밀어 올랐지. 누구를 위해서 이 짓을 하고 있나? 나를 위해서? 이것이 나의 행복인가? 이것이 원하는 행복인가? 내가 지금 행복한 것인가? 허무하고 허탈해지기 시작했어. 아내의 가출이 떠올랐네. 폰 메시지로 대학동창의 부고가 날아왔네. 일찍 퇴근하고 졸업앨범을 찾아보았어. 50대 중반에 벌써 사라진 얼굴들이 몇 되었지.”

김 전무는 커피를 음료수 마시듯이 길게 들이마셨다.

다음날 이사회에 그만두겠다고 통보를 했네. 나도 용감해지고 싶었어. 영업팀장처럼 말이지. 아내처럼 말이야. 아내가 밉지 않고 사랑스러웠어. 인간을 이해하고 싶었네. 그보다도 나 자신을 찾고 싶었지. 자존감이 낮은 사람들은 자신을 미워하거나 자괴감으로 다른 사람에게 화를 내거나 다그치는데 익숙하네. 그것을 투사시켜 다른 사람들에게서도 동일하게 느끼려 하네. 그때마다 직원들에게 더 화를 내고 다그쳤지.”

김 전무는 창밖의 어둠 속을 잠시 응시했다.

“심리학을 공부하기로 결심했네. 오래간만에 찾은 캠퍼스가 아름다웠지. 대학시절의 추억들이 인문관 잔디밭에서, 원형의 노천극장에서, 노란 개나리와 진달래꽃이 대학 본부앞 사자상 주위에 만발했네. 대학병원 후문 뒤의 포장마차에 들렀지. 돈도 없이 막걸리를 마시고는 학생증을 여러 번 말긴 추억이 있었네. 항상 웃음으로 반겨주던 주인아주머니도 있었지. 하지만 그 포장마차들, 풍경들은 모두 사라졌어. 높은 빌딩들과 상가건물들로 재개발되었지. 모든 건 순간순간 변하네. 지금 이 순간에도 끊임없이 변하네. 나만 변하지 않고 있었네.

내 마음속 어린아이는 항상 불안과 두려움에 사로잡혀 있었지. 심리학을 공부하고서야 알았네. 내 집착이 나와 상대방을 불행하게 만들고 있다는 것을... 집을 팔아 딸은 미국 유학을 보내고 이 버스를 구입해 돌아다니고 있네. 집시맨이지. 지금은 행복하네.”

세 번째 만났을 때 김 전무는 확신하듯이 물었다. “이제 자네를 사랑하냐? 자네 스스로를 가치 있다고 여기냐? 다른 사람들을 위해서 뭔가 할 일이 있다고 생각하냐? '지금 이 순간'을 선택할 용기를 가졌나?”

나는 마지못해 그렇다고 말했다. 그는 내 대답을 듣고 어리매 처럼 기뻐했다. 사실 나는 그와 대화하는 동안 고민에 대한 답을 찾았다. 그는 내게 창업가가 극복해야 할 성공모형을 건네주었다. 내가 오지 않을까 봐 설명을 다음 만남으로 미루었다.

“선순환적 시스템을 활용하기 전에 자네는 먼저 공동체 감각을 갖는 것이 필요하네. 그것은 뇌세포들이 서로 통신하는 것과 동일하네. 구글과 아마존, 페이스북 등 현대의 IT기업들은 대부분 그런 정보들간의 통신을 기반으로 하고 있네. 그 통신은 서로가 연결되어 새로운 가치를 만들어내지. 그 가치는 또한 자기자신을 사랑하는 감정에서 만들어 지네. 자신을 사랑하면 타인을 당연히 사랑하게 되네. 우리는 일을 통해 타인에게 공헌하게 되고 거기서 공동체에 도움을 줄 수 있다고 느끼네. 그때 자신의 가치를 느끼게 되는 걸세. 이것이 행복이네. 일단 공동체 마을에 자네 이름과 하는 일, 프로필들을 등록하게. 그리고 SNS를 잘 활용하게.”

김 전무는 페이스북을 활용하라고 조언했다. 인간의 소통은 우주의 입장에서 보면 단지 뇌의 세포들 간에 일어나는 화학작용에 불과하다고 말했다. 우리가 진정 위대한 것은 화학작용을 영상과 글로 만들어 서로 교류하고 공감한다는 것 그 자체가 진화의 위대함이 있다는 것이다. 그걸 통해서 자신이 누군가에게 도움이 된다고 느낄 때 자신의 가치를 실감할 수 있다고 말했다. 나는 자본이 없는 사람들이나 지식과 경험을 가지고 창업을 하려는 직장인들이나 직장 경험이 없는 창업자들에게 도움을 주는 일을 하고 있었다. 김 전무는 그것이 타인을 위한 공헌이라고 했다. 그 공헌에 대하여 용기를 가져도 좋다고 말했다.

“SNS를 통해서 공동체 감각을 실천하게. 페이스북의 뉴스라인을 보게. 사람들은 모두들 나는 '지금' 무엇을 하고 있네 하고 자신의 행동들을 타임라인에 일기처럼 기록하고 있네. 사진과 동영상도 찍고 글도 써가며 자신들의 현재 행동들을 열심히 표현하고 있네. 그들은 모두 '지금 이 순간'을 사는 사람들이네. 은둔자처럼 살지 말게.”

김 전무는 페이스북이 마을공동체 같은 개념을 가지고 있다고 말했다. 이 공동체 속에서 자신의 가치를 팔고 다른 사람의 가치를 사기도 하면서 자신들의 인생을 풍요롭고 행복하게 만든다고 했다.

그는 점심을 같이 한 후에 여덟 가지 창업성공 시스템의 선순환에 대하여 자세히 사례를 들어가며 설명을 해주었다. 김 전무와의 다섯 번째 만남은 특별한 약속을 하지 않았다. 사실 그는 매일 은행나무 옆 공터에 있었기 때문에 언제나 마음만 먹으면 만날 수 있었다. (다음호에 계속)



푸드트럭, 케이터링도 내 손안에

## 종합 케이터링 서비스 앱관리 프로그램

#푸드트럭 #케이터링 #스마트폰

우리는 아기의 돌이나 생일, 혹은 칠순 잔치나 작게는 생일이나 특별한 날에는 인생의 생애주기별 이벤트를 한다. 친척이나 가까운 지인들을 초청하여 음식과 유흥을 곁들여 잔치를 치른다. 이러한 경우 잔치나 연회를 베풀 수 있는 가까운 식당이나 레스토랑 등을 특정시간 동안 빌려 진행한다. 음식이나 엔터테인먼트 등은 레스토랑에서 소개받아 이벤트를 진행한다. 정보가 특정업체로 제한되어 있기 때문에 대부분의 경우 음식에 초점을 맞추어 계약을 한다. 이벤트가 끝난 후에는 무언가 만족스럽지 못한 것이 있지만 참을 수 밖에 없다. 하지만 지역 뿐만 아니라 광역의 서비스 업체들까지 가격을 비교하여 음식과 이벤트와 서비스를 사전에 충분히 검토해보고 서로 분리해서 각각 선택할 수 있다면 고객의 만족도는 훨씬 높아질 것이다. 물론 한국에도 출장형 음식서비스를 제공하지만 Feast It 은 앱을 통해 음식뿐만 아니라 종합적인 서비스를 제공하고 있다. 또한 길거리 노점상을 하는 자영업자나 푸드트럭 등을 하는 업체들도 전 세계의 길거리음식을 제공받아 사업을 할 수 있다. 이벤트 케이터링 개별업체가 서비스를 제공하는 것이 아니라 1천여개가 넘는 이벤트 공급업체가 등록되어 서비스를 제공한다. 고객의 입장에서 최적인 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다. 고객 스스로 가격과 서비스 등을 선택하여 이벤트에 가장 적합한 업체들을 섭외할 수 있다. 회원제로 관리하며 여러 곳의 업체로부터 견적을 받을 수 있으며 금액을 입력하면 최적인 서비스들을 묶어 컨설팅을 해주기도 한다. 대금결제는 모든 이벤트가 종료된 후에 지급된다. 또한 전국적으로 서비스를 확대하여 각 지역별로 구역을 나누어 대리점이나 사무실을 두고 종합 케이터링 서비스 앱관리 프로그램을 운영할 수 있다.

사진 및 내용 참조 : Feast-It 웹사이트

스마트한 전력관리로 새 돈을 잡아주는

## 작은 빌딩/소규모기업에 대한 에너지닥터 서비스



#전력관리 #에너지 #비용절감

지구의 환경변화 때문에 가스나 전기 등 에너지 회사들은 에너지를 많이 사용하는 업체에 대하여 누적요금을 적용하는 경우가 많다. 특히 소규모 빌딩이나 작은 기업들은 에너지관리를 하는 전담인원이 없는 경우가 많기 때문에 에너지 사용량은 점점 증가하고 지불 요금은 누적될수록 급격히 증가한다. igloo.energy는 에너지를 많이 사용하는 가정집을 대상으로 에너지 사용량에 대한 데이터를 스마트폰으로 수집하고 분석해준다. 예를 들면 가정의 보일러, 백색 가전제품 및 조명과 같은 것을 교체해야 할 때 올바른 결정을 내리도록 도움을 줌으로써 에너지의 효율적 사용 및 절약하는 방법에 대한 컨설팅을 제공하고 있다. 또한 에너지 사용료가 저렴한 에너지 회사를 추천하기도 하고 에너지 절약 제품과 서비스를 제공하거나 추천하기도 한다. 한국에서 가정용 에너지는 아직 저렴하기 때문에 가정보다는 작은 건물이나 소규모 중소기업체를 타겟으로 하면 유망한 사업이 될 것이다. 작은 건물이나 소규모 중소기업체의 누수에너지나 낭비되는 에너지를 점검하여 에너지 사용량을 줄이고 절약해주는 시스템은 효과가 클 것이다. 한국도 에너지 사용량에 대하여 누적 요금제를 적용하고 있다. 누적 요금제는 에너지 사용량을 조금만 넘겨도 요금 상승이 크기 때문에 한국에서도 가정보다는 작은 건물이나 소규모 업체를 대상으로 서비스를 하면 유망한 사업이 될 것이다.

내용 참조 : igloo.energy 웹사이트  
사진 출처 : thisismoney.co.uk

에어비앤비 숙소관리도 전문화 시대

## 에어비앤비 호스트와 손님을 위한 다양한 서비스 제공 사업



#여행 #숙박 #에어비앤비

전세계적으로 1인 여행과 가족 단위의 여행이 급증하고 있다. 에어비앤비에 등록된 숙박업소를 통해 해당국가의 문화를 체험하려는 여행객수도 급속도로 증가하고 있다. 2016년 에어비앤비에 가입한 숙박업소를 통해 한국을 찾은 외국인인 51만명에 달했다. 매년 100% 이상 성장세를 나타내고 있다. 이미 한국에서도 숙박공유 사업이 자리를 잡아가고 있다. 에어비앤비 호스트와 손님을 위한 다양한 서비스 제공 사업은 유망한 성공 사업이 될 수 있다. 해외에서는 이에 대한 전문적인 서비스를 제공하는 업체수도 증가하고 있다.

Airsorted는 에어비앤비 숙박업소를 대상으로 숙박업소 리스팅 및 정보제공, 손님에 대한 선별, 전문 청소, 숙박업소의 세탁물관리, 최적화된 가격제공, 필요한 품목의 모니터링 및 재입고 등 다양한 서비스를 제공한다. 반면 숙박 고객에게는 해당국가 및 지역에 대한 여러 가지 여행정보제공, 24시간 체크인 관리, 문화소개 및 여행안내, 최적화된 가격, 물품관리 등 현지인처럼 생활하고 이용하는데 필요한 다양한 서비스를 제공한다. 이 사업의 성공여부는 에어비앤비의 호스트 및 이를 이용하는 손님에게 현지에서 다양한 서비스와 이 서비스를 제공해 줄 수 있는 지역 네트워크의 구축에 달려있다. 이를 기반으로 호스트와 손님 모두에게 훌륭한 서비스를 제공해 줄 수 있는 능력을 갖는 것이다.

내용 참조 : [www.airsorted.com](http://www.airsorted.com) 웹사이트



간단한 키트로도 다양한 건강검진이 가능해진다

## IT 기능을 활용한 원격건강검진

#헬스케어 #건강관리 #원격검진

소득 수준이 높아지고 건강에 대한 관심도 증가하지만 여전히 건강검진을 받기 위해 병원에 예약하고 내방하고 불안한 채 대기줄에 기다리고 수주일 후에 검진결과를 받아본다는 것은 현대인들에게 몹시 번거롭다. 집에서 아무 때나 아주 간단하게 손가락 끝을 가볍게 찔러 기본적인 건강검사를 스스로 할 수 있다면 건강검진에 대한 시간과 두려움도 줄이고 아주 간편하게 기본적인 건강을 관리할 수 있다. 검진결과도 48시간 안에 받아볼 수 있다.

Thriva는 손가락의 혈액을 통해 간단하게 심장병, 뇌졸중, 당뇨병 및 간질환 등을 진단하고 필요한 영양소 및 이에 대한 식단관리를 할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 서비스 종류는 크게 필수, 기본, 고급 등으로 분류된다. 필수검사는 콜레스테롤과 간기능 검사를 한다. 콜레스테롤 수치를 통해 심장병 및 뇌졸중에 대한 건강관리를 할 수 있다. 기본검사는 콜레스테롤, 간 기능 및 이에 대한 12종류의 비타민 등 필요한 영양소와 식단관리 등에 대한 조언을 받을 수 있다. 고급검사는 심장병, 간 질환 및 당뇨병의 징후가 있는지 확인할 수 있으며 최적의 건강을 위해 필요한 4 가지 비타민 D, 비타민 12종류, 철 프로파일 등 주요 영양소에 대한 맞춤형 조언을 받을 수 있다. 우리나라도 IT 기술을 활용해 가정에서의 원격진료 및 이에 대한 건강관리를 할 수 있도록 일부 지역에서 의료규제를 풀고 있다. 특히 거리나 공간 제약이 없는 IT 기능을 활용한 원격건강관리는 몇 년 안에 전국적으로 활성화 될 것으로 보고 있다. 이에 대한 부가적인 서비스 즉, 건강관리, 식단관리, 기능성 식품 판매, 운동 및 기구판매, 건강관련 생활용품 등 다양한 관련 사업이 활성화 될 것이다.

내용 참조 : Thriva 웹사이트  
사진 참조 : [www.ttp.com](http://www.ttp.com)

# 매장의 간판과 유리창 청소를 정기적으로 해 주는 서비스 (2019)



금번에 소개하는 아이디어는 매장의 간판과 유리창을 정기적으로 청소해주는 서비스이다. 우리나라의 경우 일반 고객을 응대하는 매장들은 주로 1층에 집중되어 있기에 매장 외부에 대한 유지 관리가 필요하다. 하지만 실질적으로는 1층 매장이라고 하더라도 전문성이나 장비가 없으면 주인이나 종업원이 청소하기 어려운 현실이다. 이에 창업자가 차량에 간단한 이동형 청소 장비를 싣고 주로 1층 매장들의 간판과 내외부 유리창을 정기적으로 청소 및 관리를 해주면 점포 사업자도 부담없는 비용으로 항상 깔끔한 매장 이미지를 유지 할 수 있다

## 아이디어 설명

금번 사업의 핵심은 점포사업자가 직접 하기 힘든 간판과 유리창의 청소를 정기적으로 합리적인 가격에 제공해주는 것이다. 주요 타겟 고객은 1층에 위치한 매장들인데, 1층이지만 유리창의 경우 높이의 문제로 상단 부분은 사다리나 별도의 청소 장비가 필요하며, 외부 간판은 실질적으로 점포사업자나 종업원이 청소하는 것이 거의 불가능 하다. 그런데 청소 서비스 업체들은 대부분 고층건물 들의 외벽, 유리창 청소를 중점적으로 하기에 1층 점포라고 하더라도 기본적인 단가가 높아서 점포사업자 입장에서는 부담스러운 부분이다. 이에 이러한 작지만 점포사업자들에게는 유용한 서비스를 제공하고, 합리적인 비용을 받는다면 많은 수요가 발생 할 것이고, 서비스 제공도 월, 분기 등 정기 계약으로 하면 가격 경쟁력과 기본적인 매출 확보에 큰 도움이 될 수 있다.

## 국내외 시장동향

기존 시장은 주로 오피스, 상가 등 중대형 건물의 외관 종합 청소 방식으로 형성되어 있기에 1층에 위치한 소규모 매장들이 이용하기에는 어려운 부분이 있다. 기존의 소규모 낡은 점포들의 경우 매장 외관에 대한 관리와 청결 마인드가 상대적으로 적기에 이러한 서비스에 대한 이용율이 낮다. 기존 청소 업체들의 경우 작은 단위의 소규모 매장들에 대해서는 서비스를 제공하기 힘든 경영 방식이다. 유리창 청소 업체들은 비교적 소규모가 많고 금번 아이디어와 유사한 컨셉들도 있지만 이 경우 유리창 청소서비스 만으로는 수익에 한계가 발생한다. 간판 청소 업체들은 대개 장비와 인력이 필요하기에 상대적으로 유리창 청소 업체 들에 비해 규모가 큰 편이나, 이러한 사업 구조와 특성 때문에 주로 2층 이상의 간판 청소와 교체 등 에 집중하는 추세이다.

## 국내 사업화 성공전략 및 성장가능성

### 창업 전의 충분한 준비와 계획

국내 자영업(소규모 개인사업) 분야는 거의 모든 아이템에서 유사한 경쟁자들이 시장을 선점하고 있는 상황이다. 이에 창업하기 전에 기존 시장에 대해 충분히 파악함으로써 관련 시장을 폭넓게 이해하고, 이를 바탕으로 사업 목표를 수립하여 체계적으로 사업을 시작하는 것이 필요하다.

### 사업초기 : 타겟고객을 최소화하여 설정

아직까지 국내의 소규모 매장들은 점포의 외관 이미지 관리에 상대적으로 관심이 적은 편이다. 특히 사업자의 연령대가 높고, 평범한 아이템을 판매하는 점포의 경우에는 이러한 경향이 더 크다. 이에 금번 사업화에는 초반부터 타겟 고객층을 압

## 리스크요인 및 대응방안

### 소규모 매장 사업자들의 인식 변화의 어려움

아이템, 사업자의 연령과 마인드, 운영 전략, 매장 컨셉 등에 따라 매장 외관의 청결과 이미지 관리에 대한 반응은 다르다. 이에 사업 초반에는 소규모이지만 점포와 매장 이미지에 관심이 많은 곳 들을 대상으로 집중적으로 홍보하고, 기존에 깔끔하게 관리되고 있는 사례들을 최대한 활용하는 것이 필요하다.

### 지속적인 고객 발굴과 적정 수요의 유지 여부

사업 초기에는 신규 고객을 발굴하는 시기이기에 일정한 수준까지 이르는 동안 어려움이 있을 수 있다. 이에 우선은 중소규모까지를 대상으로 오염이 심하게 된 매장, 아이템이 비교적 고가인 매장, 매장의

## 특이사항 등 발굴자 의견

매장 전면의 간판과 유리창은 매장의 이미지와 직결되기에 항상 청결하게 유지하는 것이 필요한데, 대부분의 점포 사업자들도 이를 알고 있지만, 비용 부담과 서비스 만족도 저하로 인해 선뜻 이용하지 못하는 경우가 많다. 이에 금번 아이템처럼 저렴한 가격으로 일관된 청소 서비스를

축하여 접근할 필요가 있는데, 주로 특색있는 점포 이면서 고급스럽고 깔끔한 매장 내,외부 이미지를 유지하려는 점포들이 우선적인 대상이 될 수 있다.

### 정기 서비스 방식 : 가격경쟁력과 기본 매출 유지

매장 유리창과 간판의 경우 청소는 지속적으로 해주어야 그 효과를 극대화 할 수 있다. 이에 서비스 제공을 월 또는 분기 등 정기적 제공 방식으로 하게 되면 좀 더 저렴한 가격으로 서비스를 할 수 있고, 중장기 고객 비중이 높아지기 때문에 일정한 매출 규모를 유지 할 수 있다. 물론 고객의 입장에서 지속적인 청소가 필요하기에 이왕이면 정기 계약을 통해 최대한 저렴한 비용으로 서비스를 받을 수 있는 장점이 있다.

매장의 이미지를 바꾸어보려는 경우 등 1차적인 대상들을 중점적으로 발굴하고, 초기 이용 시 일부 기간 동안 할인/부가 이벤트를 적극적으로 활용한다.

### 신규 경쟁자들의 시장 진입 우려

유리창과 간판을 함께 청소한다는 사업특성을 이용, 사업화가 진행되면 지속적인 고객의 Needs 와 문제점 분석을 바탕으로 서비스 개선 노력을 경주하여 단순 모방을 통해 시장에 진입하는 후발 업체들보다 경쟁력의 우위를 유지해야 한다. 특히 이때 중요한 것은 고객과의 신뢰 관계인 데, 오래된 장기 고객들일수록 철저한 고객 관리를 통해 만족과 믿음을 제공하는 것이 중요하다.

제공할 수 있다면 점포 사업자들의 인식이 달라질 수 있기에 기존 시장에서 틈새시장을 개척할 수 있을 것으로 기대된다. 아이템의 특성상 소자본으로 사업의 경험을 쌓고 싶은 창업자, 기존 사업의 실패로 재기의 발판을 만들어야 하는 재창업 도전자 등이 도전해 볼 만한 아이템이다.



신사업아이디어 다시보기

## 대중화된 드라이에이징 미트 전문점 (2014)

### 아이디어 소개 (당시원문)

드라이에이징 미트는 숙성육으로, 일정 기간의 숙성과정을 거쳐 탁월한 맛을 보이는 고기를 말하며 국내에서는 2008년부터 최고급 레스토랑과 고기 매니아를 중심으로 인기를 끌고 있다. 드라이에이징 미트의 장점은 일반적인 고기에서는 느낄 수 없는 진한 맛과 발효의 풍미로 숙성과정에서 맛이 농축되고 치즈맛과 같은 발효된 풍미가 더해져 최고의 고기맛을 내는 것이 특징이다. 본 사업은 드라이에이징 미트로 대표되는 숙성육을 제조 및 공급하는 사업으로 숙성설비를 이용, 쇠고기와 돼지고기의 숙성육을 제조하여 업소 및 가정용으로 판매하는 것을 내용으로 한다. 창업시 숙성육을 제조하는 데 필요한 설비와 기술을 확보하며 업소 및 소매점과 온라인을 통한 유통망을 확보하여야 한다. 창업에는 숙성기술을 확보하는 기간이 필요한데 약 1~2년의 기간이 소요되며 공간 면에서 숙성용 설비를 수용할 수 있어야 한다. 포지셔닝은 두 가지가 가능한데 최고급 지향과 대중화 지향, 두 가지로 설정할 수 있다.

### 에디터 코멘트

숙성육은 미식에 대한 관심이 커진 몇 년 전부터 조금씩 국내에 소개되기 시작하였다. 숙성육은 일정기간 이상의 숙성과정과 함께 상당부분의 로스가 발생하므로 고가로 인식되어져 왔으나 최근에는 다양한 숙성기술이 개발되었으며, 또 더욱 맛있는 음식에 대한 요구도 커져 숙성육의 대중화도 가속화될 전망이다.

숙성육은 향후가 더욱 기대되는 분야 중 하나이며, 현 시점에서도 창업 아이템으로 유효하다. 소상공인의 창업에서는 소규모로 자체숙성을 하며 음식점을 함께 하는 방법과 숙성육을 대표 혹은 전문으로 하는 정육점 형태로 나누어 볼 수 있는데, 양쪽 모두 숙성에 대한 연구과정이 필요하므로 다양한 실험을 통해 맛의 완성도를 높이는 것이 관건이다.



신사업아이디어 다시보기

## 골판지 캣타워 사업 (2013)

### 아이디어 소개 (당시원문)

최근 반려동물 시장에서 고양이 관련 용품의 성장세가 가파른 것으로 나타나고 있다. 2011 년 기준 대형 온라인마켓인 G마켓을 기준으로 2008년 대비 340% 의 성장을 보여 애견 관련용품의 성장률인 70%를 훌쩍 넘어선 것이다. 이는 1인 가구의 증가로 고양이를 키우는 사람이 더 늘어난 것으로 분석되고 있는데 이러한 추세는 계속될 것으로 전망되고 있다(중앙일보 2011.11.21.).

고양이용품 중 캣타워(캣트리로도 불림)는 아직 사료나 장난감 시장처럼 큰 폭의 성장은 이루어지지 않고 있지만 고양이를 키우는 가정이라면 항상 염두에 두는 물품 중 하나이다. 캣타워가 다른 장난감처럼 시장이 빠르게 커지지 않는 원인은 바로 가격문제. 목재로 만들어진 대형 캣타워의 경우 20만원이 훌쩍 넘어가는 가격으로 구입이 쉽지 않기 때문이다. 본 아이템에서는 골판지를 이용한 캣타워를 아이디어로 제시한다. 골판지는 고양이의 무게를 견딜만큼 충분한 강도를 가지고 다양한 디자인이 가능하며 소비자의 만족도를 높이는 것은 물론이며 가장 중요한 가격면에서도 기존 캣타워에 비해 크게 저렴하므로 시장 진입에 있어 큰 경쟁력을 갖는다.

### 에디터 코멘트

지속 성장중인 반려동물 용품 중에서도 더욱 큰 성장을 보이는 것은 고양이 용품이다. 고양이는 생활환경의 변화와 1인 가구 증가로 현재보다 사육가정이 더욱 늘어날 것으로 전망되는데, 일본에서는 이미 고양이를 키우는 가정과 개를 키우는 가정의 수가 역전되어 화제가 되기도 했다.

관련 창업으로는 고양이 관련 용품 또는 서비스가 유망한데, 향후에는 용품시장에서 고양이의 건강을 생각하는 친환경 제품, 서비스에서는 노령묘 케어, 처방식단, 건강관리 등의 서비스가 유망하다는 전망이다.

# 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](http://www.zeropay.or.kr)), 풍수해보험([www.safekorea.go.kr](http://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](http://www.sbiz.or.kr)) 접속 후 '컨설팅' 선택 신청  
\* 소상공인 마당([www.sbiz.or.kr](http://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 제반 소송비용 및 변호사 비용 (대한법률구조공단 변호사) 지원
  5. 신청방법 : 가까운 대한법률구조공단 지부(출장소 포함) 방문접수

## >>지역경제 활성화를 위한 대국민 아이디어 공모

- 공모목적  
지역경제 활성화 방안을 시민의 새로운 관점으로 발굴하여 공단의 역량·자원을 연계한 지역경제 활성화 아이디어 발굴
- 1. 공모기간 : 2019. 7월 ~ 9월
- 2. 참여대상 : 대한민국 국민 누구나(개인 또는 단체)
- 3. 공모방법 :  
공단 홈페이지([www.semas.or.kr](http://www.semas.or.kr)) → 「참여마당」 → 「대국민 혁신 제안」 게시판을 통해 온라인 접수
- 1인당 제안 건수에는 제한이 없으며, 유사 또는 동일 제안이 다수 접수 될 시, 가장 먼저 접수된 제안을 평가에 포함
- 제안 신청서, 제안서, 개인정보 이용동의서, 서약서 모두 첨부  
(제안서 양식은 공지사항 또는 대국민 혁신제안 홈페이지에서 다운로드 가능)
- 공모 참여 URL  
<http://www.semas.or.kr/web/PAT01/boardList.kmdc?pNm=PAT0110>

