

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.

6



뎃셈리더vs뺄셈리더, 곱셈리더vs나눗셈리더(상)

기업이 성장하다가 실패한 경우를 보면 대다수 기업이 인적자원관리에서 실패한 경우가 많다. 또한 대다수 고속성장한 기업을 보면 그들이 인적자원의 활용을 극대화하여 지속가능한 성장을 이룬 경우가 대부분이다. 에어비엔비, 쿠팡, 아마존, 구글, 애플, 삼성, 넷플렉스 등 그들은 인적자원을 활용하여 고객을 위해 끊임없이 혁신하고 새로운 가치를 창출하여 지속성장을 이어간 경우이다. 새로운 가치를 창출하지 못하는 기업이나 개인은 지속적으로 성장해 나가기 어렵다. 100세 시대의 개인도 평생학습을 통해서 자신을 끊임없이 변화시키고 혁신해야 한다.

맥스웰의 리더십 법칙중에 뎃셈리더와 뺄셈리더, 곱셈리더와 나눗셈리더에 대한 이야기가 있다. 이 스토리는 인적자원에 관한 기업의 실패와 고속성장에 대한 예들을 보여주며, '리더가 팀원들에게 어떻게 영향을 미치는가?'에 대한 답으로 귀결된다.

리더는 자신을 따르는 팀원들과 기업에 어떤 공헌 혹은 도움을 주고 있는가? 리더로서의 역할을 잘 하고 있는가? 기업이 시장에서 통용되는 평균적인 성장보다는 고속성장을 위하여 관리가 아닌 팀원경영을 어떻게 하는가에 대하여 자신있게 'YES'라고 대답할 수 있는 리더는 뎃셈리더이다.

반면 그렇지 못하면 그는 기업과 팀원들에게 뺄셈리더로서의 역할을 하고 있다. 왜냐하면 그는 자신의 인생뿐만 아니라 기업과 팀원들의 인생에 해를 끼치고 있다는 것이다. 즉 '더하기'는 커녕 '빼기'를 하고 있다는 것, 기업과 자신과 팀원들의 인생을 서서히 망치고 있다는 것을 깨달아야 한다.

특히 기업에서 중간 리더인 팀장의 역할이 가장 중요하다. 팀장은 매순간 고객과 접촉하는 팀원들을 리드하고 고객들의 소중한 정보를 점유하며 그것들을 활용하여 기업과 팀원들을 성장시킬 최점점에 있기 때문이다. 그는 기업과 팀원들을 성장-발전시켜야만 할 의무가 있다. 그렇지 않으면 글로벌 경쟁시대에, 그리고 100세 시대에 기업과 팀원들의 인생을 실패로 이끄는 역할을 하고 있는 것으로, 기업의 소중한 성장시간과 팀원들의 성장기회를 낭비하며 빼앗고 있는 것이다. 능력없는 팀장은 21세기 자본주의 시대에 죄인인 셈이다. 그래서 우리는 훌륭한 리더들이 모인 훌륭한 기업에서 경력쌓기를 소원하고 있는 것이다. 그것은 팀원의 인생 한페이지를 훌륭하고 자부심있게 만들뿐만 아니라 그의 프로필을 자신감있게 만들어 주기 때문이다. 그 이력은 평생 그의 인생에 도움을 줄 수 있다.

팀장이 현재 뺄셈리더임에도 불구하고 스스로를 변화시키지 않고 부정적으로 생각하며 지위리더십에만 의존한다면 빼기의 해악이 나눗셈의 해악으로 바뀌는 것은 시간 문제이다. 기업과 팀원들과 리더인 자신은 빼기에서 점점 나눗셈으로 망가져 가고 있다.

기업들은 이 망가짐의 늪이나 대열에서 하루빨리 헤쳐나와야 한다. 그 역할은 CEO의 역할이다. 기업이라는 배의 선장이 올바른 방향을 잡지 못하고 이리저리 태풍이나 파도에 휩쓸리면 그 배와 선원들의 운명은 이내 침몰하고 만다.



권영석

한성대학교 교수
융복합교양과정(창업)
(전)중앙년기술창업센터장



폭군상사 김전무의 창업 성공스토리

글. 권영석

제 6 부 남겨진 기록

폭군상사 김 전무가 내게 남긴 것은 손톱만한 USB 메모리였다. 그가 남긴 유일한 유품이었다. 파일에는 여러 가지 정보들이 담겨있었다. 대부분은 김 전무가 회사에서 있었던 일들을 일기 형태로 쓴 내용이었다.

그는 회사를 그만둔 후 대학원에서 심리학을 공부했다. 공부를 마치고 6개월을 쉬 후에 다시 회사로 복귀했다. 회사는 이미 침몰하고 있었다. 그는 회사의 주식을 대부분 가지고 있었다. 파산할 경우 그의 손실이 제일 컸다. 주주들이 그를 불러들였다. 그들의 희망은 회사를 빨리 정리해서 최대한 손실을 줄이는 것이다. 그 책임을 대주주인 그에게 맡겼다.

그가 대표로 회사에 복귀했을 때 동신사업부 직원들은 대부분 퇴사를 한 상태여서 두 개의 사업부 중에 하나는 사라질 위기에 놓였다. 건축설계 S/W사업부의 고객 유지보수팀은 겨우 명맥만 유지했다. 프로그램은 미국 시카고의 설계회사에서 개발하여 공급했다.

마이컴은 미국 본사의 프로그램을 한국의 설계회사들에 독점 공급하고 단순한 유지보수 업무를 통하여 매출을 올렸다. 하지만 300여 명의 직원들은 40여 명 정도만 남았다. 남아있는 직원들은 대다수가 이직할 곳이 없는 직원들이었다. 떠날 직원들은 모두 떠났다.

김 전무는 복귀하자마자 직원들의 강점과 성격유형, 버킷리스트 등을 분석했다. 버킷리스트를 작성하라고 했을 때 직원들은 어리둥절했다. 그의 성격을 알고 있는 직원들은 뭔가 잘못되었다고 생각했다. 모든 팀원들과 면담도 했다. 그는 팀 회의에 참석하여 조용히 듣고 앉아있지만 했다. 눈치 빠른 관리자들은 그가 사업을 정리할 것이라고 판단했다.

김 전무는 직원들에 대해 몇 가지 특징을 발견했다. 팀별 문제점 해결에 대한 회의는 형식적으로 진행되었다. 회의 시간은 길었지만 문제의 핵심에 접근하지 못했다. 업무 실행에 대해서 개선을 위한 비판이 아니라 비난으로 여겼고, 회의가 끝나면 감정의 양극이 남아 적이 되었다. 회의는 근본적인 원인파악이나 문제제기 보다는 자기방어에 급급 한 감정의 싸움이나 논쟁이 되었다. 그래서 서로 충돌하는 것을 커다란 두려움으로 느꼈다. 충돌을 피하려는 두려움은 상대방에 대한 예의와 배려라고 생각했다. 변명 만들기에 급급했고 문제의 핵심은 회의를 할수록 양파껍질 속처럼 더 깊숙이 파묻혔다. 회의 결과에 협조하겠다는 동의와 사인을 했지만 회의를 성과 있게 마무리했다는 수단이였다. 회의는 회의로 끝이었고 개선된 결과는 없었다. 열정과 노력으로 열심히 하면 바보 취급을 당했고 질투의 대상이 되었다. 회사의 실적하락을 당연하게 여겼고 무관심했으며 반면 개인의 경력이나 비난에는 예민하게 반응했다.

이 특징들은 망하는 기업들의 전형적인 모습이었다.그들을 탓할 순 없었다. 김 전무는 고민했다. 그는 10일 이상을 사무실에서 침거한 채 나오지 않았다. 이따금 총무팀장이 불러가곤 했다. 식사는 주문해서 넣어 주었다. 그는 출퇴근도 하지 않았다. 밤늦게 회계팀 직원이 우연히 복도에서 그를 봤는데 완전히 도인이 된 모습이었다. 수염은 길게 자라고 머리는 감지 않아 엉클어져 있었지만 눈빛은 단식을 하는 사람처럼 빛났다. 김 전무는 퇴사한 이 팀장이 하던 업무를 꼼꼼히 분석했다. 한때 그의 경쟁자인 동기를 그 팀에 오래도록 묶어 두었다. 그가 전무로 승진할 동안 이 팀장은 차장에서 멈추었다. 하지만 실제로 기업이 성장하고 성공할 수 있는 모든 정보는 유지보수팀에 있었다.

마침내 침거를 끝내고 사무실을 나왔다. 그가 어떠한 계획과 목표를 세워도 시간이 부족했다. 직원별 분석결과와 면담을 통해서 3명의 직원을 부서에서 차출했다. 그들은 실적이 뛰어난 것도 아니고 적극성이 있는 것도 아니었다. 오히려 불만투성이에 괴팍한 면이 있는 직원들이었다. 특히 가장 발전도 없고 기술도 없고 가치도 없다고 느껴 직원들이 일하기를 꺼려하던 부서인 고객 유지보수팀의 업무처리와 직원들을 꼼꼼히 보았다. 구조조정 당한 이 팀장이 오래도록 맡았던 부서였다. 경영전략팀과 회계팀, 영업팀 같은 핵심 부서들은 속으로 그들을 멸시했다.

특히 영업에서 승승장구했던 폭군 김 전무는 유지보수팀을 매출만 까먹는 밥버리지 집단이라고 노골적으로 멸시했다. 사내 직원들은 유지보수팀을 콜센터 직원이라고 불렀다. 고객들의 불만사항을 받아 기록하고 처리해주는 단순 업무였으므로 그럴 만 했다. 김 전무는 그들의 열정과 강점들을 유심히 보았다. 그리고 S/W기술의 흐름을 알고 있는 직원을 채용했다. 직원을 퇴사시켜도 모자랄 판에 그는 프로젝트성 계약직으로 두 명이나 뽑았다. 프로젝트가 끝나면 고용도 끝나는 계약이었다. 특히 한 명은 밥도 같이 먹고 술도 사주며 간신히 끌어들이 애를 많이 태웠다. 그는 게을렀고 슬리퍼와 구멍 난 청바지를 입고 다녔다. 머리는 길었고 목욕도 제대로 하지 않아 몸에서 냄새가 났다. 하지만 김 전무는 반드시 그를 참여시키기로 결심했다. 그가 협력사 프로그래머로서 일할 때 실력을 알고 있었다. 그는 상상력과 창의력이 뛰어났다. 오기와 열정도 가지고 있었다. 회사는 어려웠고 직원들은 남아돌았다. 그들은 정식직원으로 채용되지 못했고 급여는 김 전무가 사비로 지급했다.

V-프로젝트팀 킥오프 미팅에서 김 전무는 술잔을 나누며 단호하게 말했다. 미국의 본사가 개발한 건축설계 S/W보다 더 훌륭한 제품을 개발하는 것이었다. 이것은 1인 창업이 아닌 팀 단위의 창업이었다. (다음호에 계속)



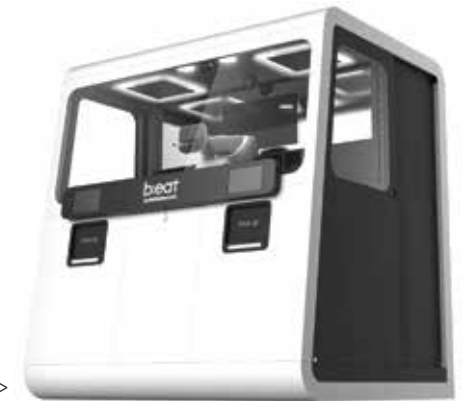
커피도 로봇이 만들어주는 시대

바리스타 대신 로봇 - 로봇카페

#커피 #로봇 #카페 #4차산업혁명

최근 로봇의 발전속도가 눈부시다. 각 분야의 단순업무를 로봇이 대체하는 날이 머지 않은 것으로 예측되는 가운데 로봇이 바리스타 대신 커피를 만들어주는 카페가 나타나 화제를 모으고 있다. 국내 커피브랜드인 달콤커피가 선보인 로봇카페 'b:eat'는 직원도, 바리스타도 없이 로봇이 전자동으로 고객에게 커피를 제공한다.

로봇 카페 'b:eat'의 주문방식은 간단하다. 앱 또는 현장의 키오스크를 통해 커피를 주문하면 바리스타 로봇이 분주하게 움직인다. 커피 한 잔이 만들어지는 데 1분이 채 걸리지 않는다. 만들어진 커피는 히팅(heating) 또는 쿨링(cooling)존에 놓인다. 뜨거운 커피는 히팅 존에, 차가운 커피는 쿨링 존에 놓여 고객이 픽업하기 전까지 신선함을 유지한다. 또한 로봇 카페 비트는 커피와 음료의 종류가 14가지이며, 다양한 메뉴를 시간당 최대 90잔까지 제조할 수 있다. 이렇게 로봇 카페 비트는 바리스타와 카페의 기능을 모두 수행하며 소비자들에게 다가간다.



국내 최초의 로봇카페 <비트>



로봇카페 비트는 주문부터 결제까지 모두 전용 앱으로 가능하다. 모바일 앱 기반의 '스마트 오더 시스템'을 통해 원하는 장소, 원하는 시간에 맞춘 주문이 가능하다. 이를 통해 주문하기 위해 줄을 서고 대기하는 불필요한 시간 낭비를 최소화했고, 소비자들에게 시간적 혜택을 제공해 만족도를 높였다. 또한 언택트 마케팅인 비대면 서비스를 통해 소비자들이 주문 및 결제 시의 가지던 심리적 부담감을 줄였다.

카페 운영상의 효율도 비트의 장점이다. 로봇 카페 '비트'는 공간적 제약을 넘었다. 기존 카페의 커피 제조 공간, 주문 공간 등이 필요 없다. 어디든지 로봇 하나만 설치하면 바로 카페가 된다.

무엇보다도 로봇 카페 비트는 로봇이 커피를 만들어주는 상황이 소비자들의 흥미를 유발하고 새롭게 다가와 인기를 끌고 있다. 지난 7월에는 비트의 월 주문량이 처음으로 10만 잔을 돌파하며 그 인기를 실감했다. 인스타그램에서도 로봇 커피, 로봇 카페 등의 해시태그가 각 1,000건 이상 올라와 있을 만큼 소비자들의 관심이 높다.

그러나 로봇카페라고 하여 기존 카페와 본질이 다른 것은 아니다. 이미 대부분의 카페에서는 핸드드립이 아닌 이상 커피의 제조는 전용의 에스프레소 머신이 분쇄에서 추출까지의 모든 과정을 진행하고 있다. 사람이 담당하는 부분은 원료의 공급과 접객으로 로봇카페는 이 부분을 스마트폰과 로봇 팔이 대신할 뿐이다. 향후 자동화는 더욱 많은 분야에 적용될 전망이며, 특히 커피와 같은 대중화된 업종에서는 그 속도가 더욱 빠를 것으로 예상된다. 로봇이 등장하며 기존의 비즈니스 모델이 수정되거나 새로운 사업이 등장하고 있는 가운데, 소상공인에 미치는 영향도 클 전망이다. 단순히 보면 로봇이 소상공인의 일자리를 대체하는 것으로 볼 수도 있으나 로봇으로 인해 생겨나는 새로운 업종에는 소상공인의 역할이 분명히 필요할 것이므로 이에 대한 연구와 논의가 필요한 시점이라 하겠다.

기부와 모금도 새로운 기술로

신개념 기부/모금 시스템 사업



#페이먼트 #기부 #포인트

경제발전과 더불어 봉사 및 기부문화도 함께 확산되고 있다. 더불어 기술의 발전과 함께 자선단체에 대한 기부나 모금에도 기존에 없던 새로운 방식이 소개되고 있다. 예전에는 현금 또는 현물을 기부받던 자선단체들도 다양한 디지털 방식을 받아들이고 있는 것이다. 이전에는 기부를 위해서는 은행이나 해당 단체, 신문사 등을 직접 방문하여 기부를 해야 했으므로 상당한 불편이 따른다는 문제점이 있었으나 기술의 발전은 이러한 불편을 해소시키고 있다.

이와 같은 디지털 기부방식을 사업화하여 성공한 기업이 있다. 영국의 GoodBox는 기부 방법에 대해 고객의 편의성을 최우선으로 고려하여, 전통적인 기부 방식인 현금 이외에도 커피나 빵, 도서 등을 구매하고 누적된 포인트를 활용할 수도 있고, 또한 신용카드를 활용하여 매달 소액 할부방식의 기부방법을 택할 수도 있도록 하는 기부 페이먼트 솔루션을 제공한다. 다양한 비현금 혹은 비현물 기부방식으로 봉사 및 기부문화를 더욱 활성화 시킬 수가 있는 것이다. 일례로 이러한 방법으로 기부방식을 변경하여 모금액이 60%이상 증가했다는 결과도 나타나고 있다.

GoodBox는 위의 방식 이외에도 스마트폰 형식의 모금방식 시스템을 개발하여 언제 어디서든 기부나 모금활동을 실시할 수 있도록 하고 있다. 또한 이동 설치가 가능한 단말기를 이용하여 기부나 모금을 편리하게 받을 수 있도록 하는 솔루션도 제공하고 있다. 박물관이나 공공기관 및 기타 넓은 공공장소에 설치하는 기기를 개발하여 기부 및 모금운동을 확산시키고 있는 것이다. 국내에서도 경제적인 부가 증가하고 선진시민의식이 점차 확산되고 있으므로 디지털 기부/모금 시스템 사업은 더욱 성장할 수 있을 것으로 보인다.

내용 및 사진 : hopeworksbranding.com

고객에게 적합한 신기술 기기를 찾아서 권해주는

맞춤형 라이프스타일 지원 가젯 판매 및 컨설팅



#스마트기기 #큐레이션 #구독경제

인터넷과 스마트폰 등 최근의 기술도구들은 지능형 솔루션과 혁신적인 디자인의 개발이 부가되면서 우리 삶의 영역을 훨씬 풍요롭고 편리하게 만들어 주고 있다. 이러한 스마트한 도구들을 통해 맞춤형으로 삶의 질을 개선해주는 사업이 유망한 사업으로 떠오르고 있다. 고객이 무료 혹은 저렴한 비용으로 혜택을 받을 수 있도록 종합 컨설팅도 해주면서 필요한 전자도구들을 임대 혹은 구매하여 활용할 수 있다.

맞춤형 라이프스타일 지원 가젯 판매사업은 스마트 홈 장치, 웨어러블 기술, 스마트 폰 가젯, 엔터테인먼트 기술 등을 포함한 미니 전자도구들을 이용하여 고객의 삶의 질을 높여주는 것을 내용으로 하는 사업이다. Gadget Discovery Club은 자체 전자 제품 브랜드를 사용하여 고객에게 종합 솔루션을 제공하기 위해 제조업체와 직접 협력하여 다양한 고객들에게 맞춤형 라이프 스타일지원 가젯들을 임대하거나 판매하는 사업을 하고 있다. 고객은 스마트홈 다바이스에서 웨어러블 기술 및 스마트 폰 가젯에 이르기까지 다양한 전자도구들을 구매하거나 임대할 수 있다. 대부분 전자도구들은 모든 주요 국가에서 호환되며 특히 한 번에 최대 5개의 장치를 충전 할 수 있는 여행용 어댑터와 자동 충전되는 충전기 등이 특히 인기가 있다고 한다.

Gadget Discovery Club에서 고객은 다양한 전자도구들을 한 달 동안 사용해 본 후 기기를 선택할 수 있으며 사용시에는 1년간 무상 제품보증 서비스를 진행하고 있다. 회원으로 가입한 고객은 다양한 제품을 탐색하고 흥미진진한 방식으로 자신의 라이프 스타일을 향상시킬 수 있는 기회를 갖는다.

내용 참조 : startups.co.uk
사진 참조 : Gadget Discovery Club 웹사이트

시니어 하우스 Barrier Free(무장애) 주택 Reform 사업 (2019)



고령화를 앞둔 시니어 세대의 주택을 고령 노인의 이동과 생활 편의에 불편함이 없는 구조로 Reform 해주는 사업이다. 고령자가 자가주택 내에서 생활하는 데 불편함과 장애를 느끼게 하는 시설, 구조 등을 개조하여 장애물 없는 생활환경(Barrier Free)으로 Reform 하는 것이 서비스의 주 내용이다.

사업의 배경

Senior House의 Barrier Free Reform의 필요성
- 고령자 낙상사고, 집안에서 가장 위험이 크다.

한국소비자원은 2017년 소비자위해감시시스템에 접수된 고령자 안전사고 건수는 5795 건으로 매년 증가하고 있다고 밝혔다. 사고가 발생한 곳은 일상생활을 보내는 주택이 60.5%(3506건)로 대부분이었다. 사고 유형은 침실이나 화장실에서 미끄러지고 넘어지거나 침대나 계단에서 추락하는 '낙상' 사고가 절반 가까운 47.4%(2746건)로 가장 많았다. 이외에 '식품 및 이물질' 15.8%(913건) '기타 물리적 충격' 12.5%(723건) 등의 순으로 나타났다. 낙상으로 인해 부상이 많은 부위는 '둔부·다리 및 발' 34.7%(952건) '머리 및 얼굴' 33.2%(912건), '몸통' 17.2%(471건) 순 이었다

관련 시장동향

일본 : 무장애(Barrier Free) 주택으로 개조하고자 하는 수요가 날로 증가

일본 내에서 전체 세대 수 중 65세 이상 고령자가 있는 세대는 2010년 기준 42.6%에 달하고 있다. 이처럼 고령자가 있는 세대가 늘면서 기존주택을 거주하기 편한 무장애(Barrier Free) 주택으로 개조하고자 하는 수요가 증가하고 있다. 일본 국토교통성은 2020년까지 고령자 가구에 대하여 기초 단계의 무장애 주택을 75%, 고도수준의 무장애 주택을 25% 수준까지 끌어올리겠다는 목표를 설정하고 적극적 지원정책을 마련하고 있다. 이에 따라 고령자 거주 주택의 무장애 주택개조가 매년 증가하고 있으며, 침체한 주택경기 시장에 새로운 비즈니스 기회를 제공하는 계기로 작용하고 있다.



Barrier free 주택의 개념도

국내 사업화 성공전략 및 성장가능성

주택가격 상승효과 적극 홍보

Barrier Free 주택 Reform은 기존주택의 가치를 상승시켜 주택가격의 상승효과를 가져온다는 실익을 적극적으로 홍보한다. 시니어 세대가 거주하는 주택은 작은 규모로 다운사이징 해가는 추세를 고려할 때 Barrier Free Reform 서비스는 주택소유자에게 기존주택의 미래가치를 상승시켜 주는 실익을 주는 사업임을 적극적으로 홍보한다.

Life Style을 반영한 주택사업으로 성장

소비자들의 Life Style과 필요에 따라서 똑같은 아파트에서도 개성에 따라 각기 다른 공간을 연출할 수 있도록 하고 있다. Senior 세대들은 나이만큼이나 다양한 경험과 취미, Life Style 등을 가지고 있다.

이를 주택 개보수에 적극적으로 반영하여 Senior 세대의 Life Style을 반영한 다양한 형태와 구조를 가진 주택 Reform 으로 사업영역을 확대해 간다.

시니어 세대의 투자사업으로 유치

시니어 세대는 거주하는 거주 구성원의 변화로 인해 대부분 주택의 다운사이징이 필요하다. 주택을 보유, 유지하는 비용의 절감을 위해서도 주택의 다운사이징은 필요하다. 따라서 중대형주택을 부분 임대주택으로 개조하거나 공유형 주택으로 개조해 임대한다면 대부분 은퇴 후 경제적 수입이 감소한 시니어 세대에게 주택개조는 좋은 투자사업이 될 수 있다. 주택 Reform을 시니어 세대의 투자 사업으로 유치하도록 한다.

리스크요인 및 대응방안

Barrier Free에 대한 인식의 부족

Barrier Free란 개념은 아직 많은 사람에겐 낯선 개념이다. 원래 건축설계 분야에서 처음 사용되던 용어이기 때문이다.

하지만 2008년부터는 「장애인, 노인, 임산부 등의 편의증진 보장에 관한 법률」에 의거 <장애물 없는 생활환경(Barrier Free) 인증>제도가 시행되고 있으며, 최근에는 공공실버주택의 보급에 정부가 적극적으로 나서고 있다. 공공실버주택은 거주하는 고령자들의 안전과 생활편의를 위해 각 부분에 Barrier-Free 디자인을 적용하여 Barrier-Free 주택의 필요성에 대한 이해가 확산하고 있다. 이같은 Barrier-Free 저변화를 위한 정부와 지자체의 노력을 사업의 홍보와 시행에 적극적으로 활용한다.

Barrier Free Reform에 대한 비용부담

일본의 경우 주택개조비 지원, 지방자치단체의 재산세 세액공제, 소득세 감면 등의 정책을 시행중이다. 또한 고령자에 대한 Barrier Free 주택 개조비용을 금융기관에서 저리로 대출해 주고 있다.

국내의 경우 「장애인, 고령자 등 주거약자 지원에 관한 법률」에 의거 65세 이상의 주거약자를 세대원으로 둔 세대주는 기존주택을 Barrier Free 주택으로 개조할 경우 정부와 지자체로부터 주택개조비용 일부를 지원받을 수 있으므로 시행 이전에 소비자들에게 이러한 제도의 홍보가 필요하다. Barrier Free Reform에 투입한 비용은 주택 가치의 상승효과를 가져오는 경제적 투자임을 주택보유자가 이해할 수 있도록 적극적인 홍보전략도 필요하다.



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

매달 애견용품들을 박스에 담아 배송해주는 사업 (2012)

아이디어 소개 (당시원문)

아직까지 구독 커머스(Subscription Commerce)라는 말이 익숙하지 않다. 그러나 국내에서도 구독 커머스 사업을 통해 높은 수익을 달성하고 있는 업체들이 많다. 매달 회원들에게 브랜드 화장품들을 박스에 담아 배송해주는 '글로시 박스'라는 업체가 대표적이다.

이 아이템도 구독 커머스 사업이다. 국내 업체들이 대부분 화장품만을 배송해주고 있는 한계에서 벗어나지 못하고 있는 반면 해외에서는 많은 업체들이 다양한 분야에서 구독 커머스 사업 모델을 통해 큰 수익을 달성하고 있다. 이 아이템은 애견 용품만을 박스에 담아서 회원들에게 배송해준다. 강아지를 키우는 사람들은 충분히 알 수 있을 것으로 예상되는데, 매달 많은 용품들과 식품들이 없으면 강아지들을 제대로 키울 수가 없다. 그래서 애견용품들은 매달 필요한 필수품이 되어버렸다. 따라서 이 아이템은 애견인들에게 큰 매력을 선사하는 히트 서비스가 될 수 있을 것이다. 저렴한 가격으로 다량의 애견용품을 받아볼 수 있는 서비스는 이 구독 커머스 외에는 찾아볼 수 없을 것이다.

에디터 코멘트

구독경제 사업 중 최근 국내에서 런칭된 분야가 반려동물용 상품 구독 서비스이다. 반려동물 사업은 현재도 지속 성장중인 분야 중 하나로, 소상공인이 진입하기에도 좋은 사업 영역이라고 할 수 있다.

반려동물용품 구독 서비스는 큐레이션이 가장 중요한 포인트인데, 반려동물마다의 성향이 매우 큰 편차를 보이며 선호하는 용품이 크게 다르기 때문이다. 그러므로 관련 사업 진입을 고려할 때는 동물마다의 특성을 고려하여 정확한 큐레이션을 실행할 수 있는 역량을 갖추는 것이 필수이며, 고객을 다수 확보하는 것도 좋지만 소수의 고객에게 수준 높은 서비스를 제공하는 방향으로 사업을 전개할 수 있다.



신사업아이디어 다시보기

발효식품 전문 레스토랑 (2012)

아이디어 소개 (당시원문)

도쿄 유엔지에 2010년 7월 21일 오픈한 '발효식당 두종균'은 발효 음식과 그것을 사용한 메뉴만이 늘어선 독특한 컨셉의 일식 레스토랑. 고기와 생선 누룩 절임에서 낫토나 간장까지, 된장을 제외하고 모두 직접 만들고 있으며, 안에는 직접 만든 식혜를 사용한 디저트도 있다. 발효식품이라고 해도 감이 오지 않는 사람도 많기 때문에, 가게에서는 25 가지 품목의 요리와 발효 식품을 소량 씹 담은 메뉴(사진)를 1일 6명에 한하여 기간 한정 특별 가격 1,800엔으로 제공(10월 현재). 메뉴에 올리지 않고 가게에서 전단지 전달하는 등 제한적인 예약 메뉴이지만, 블로그 등에서 자주 소개된 가게의 입소문으로 이어지고 있다. 발효 식품은 장내 환경을 구축하기 미용이나 건강에 좋다고 한다. 손님은 70% 이상이 여자. 또한 이 가게에서는 주말에 낫토 등 발효 식품 수제 교실을 개최. 20명 안팎이 정원인 강의이지만, 거의 매회 조기 매진된다고 한다. 덧붙여 해당 점포에서는 다이어트에서 피로 회복, 노화 방지에도 효과가 높다고 여겨지는 징기스칸 요리를 함께 제공, (중략) 제철 채소를 원래 간장으로 요리하여 중국 특유의 약선의 지식을 살린 요리를 함께 제공한다. 본 점포는 "월세계(月世界)"로 알려진 이이코 (대표이사 요코야마 타카코)가 운영하고 있다.

에디터 코멘트

발효식품은 동양에서 특히 발달한 음식문화로 다양한 미생물에 의한 유익한 성분 함유로 인해 현대에는 건강식품으로 각광받고 있다. 국내에서는 2015년 순창군이 지역의 특성을 살려 발효식품 전문 식당을 오픈한 예가 있는데, 발효식품을 전문으로 하는 식당은 메뉴만을 강조하는 것이 아니라 식품의 유래와 지역적 특성을 고객에게 인식시킬 필요가 있으며, 고가의 가격대를 고려하여 입지와 점포의 컨셉을 결정하는 것이 좋다.

이달의 소상공인 지원시책

>>2019년 청년고용특별자금 및 고용안정지원자금 추가접수 안내

- 대상자금 : 청년고용특별자금, 고용안정지원자금
- 접수기간 : 2019.10.10~예산소진시까지
- 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)

>>신사업창업사관학교 10기 추가모집

- 모집규모 : 총 100명 내외

지역	인천	전북(전주)	경남(창원)	계
인원	34명	33명	33명	100명

■ 접수요건

1. 접수대상 : 신청일 기준 사업자 등록이 되어 있지 않은 예비 창업자로, 신사업 아이디어 또는 유망 아이템으로 창업하고자 하는 자
 2. 접수기간 : 9.11~10.16(수) 16:00 까지
 3. 신청방법 : 신사업창업사관학교 홈페이지(http://newbiz.sbiz.or.kr)에서 신청
- 로그인(회원가입) 후, 신청서류 작성 및 해당 파일을 첨부하여 온라인 제출
 4. 선정통보 : 개별통보
 5. 입교예정일 : 11.11
- * 자세한 내용은 신사업창업사관학교 홈페이지 참조

>>2019년 희망리턴패키지 우수사례 공모 개최

■ 공모목적

폐업 소상공인의 재기에 대한 국민적 인식 개선과 재기 성공사례 확산을 위한 「2019년 희망리턴패키지 우수사례 공모」를 개최

1. 공모기간 : 2019.10. 8~10.27 18:00 까지
2. 신청자격 : 2018년~19년 희망리턴패키지 사업수혜자, 컨설턴트 및 교육기관
* 희망리턴패키지 참여제한 대상자(사업정리컨설턴트, 재기교육기관)는 제외
3. 공모방법 : 온라인(hope.sbiz.or.kr) 신청·접수
* 온라인 신청 및 등록 오류로 인한 신청·접수 누락의 경우 공단에서 책임지지 않음
4. 공모분야

분야	참여대상	우수사례 내용
사업수혜자 성공수기	2018~19년 희망리턴패키지 참여 후 취업한 소상공인	희망리턴패키지 사업 참여를 통해 폐업의 어려움을 극복하고 취업에 성공한 사례
재기지원 컨설팅 우수사례	2018~19년 사업정리 컨설턴트	컨설팅 수진자 대상 분야별 재기지원컨설팅 지원을 통한 폐업지원 사례
재기교육 우수사례	2018~19년 재기교육기관	교육생 대상 취업기본교육 등을 통한 재기교육 수료자 중 취업성공사례

