

# 소셜벤처 온:기 창업계획서

2015-17424 하민지

(영어교육 / 벤처경영 연합전공)

# 목차

## 1. 제품·서비스 개요

## 2. 문제인식 (Problem)

2-1. 제품·서비스의 개발동기

2-2. 제품·서비스의 목적

## 3. 실현가능성 (Solution)

3-1. 제품·서비스의 개발 방안

3-2. 고객 요구사항에 대한 대응방안

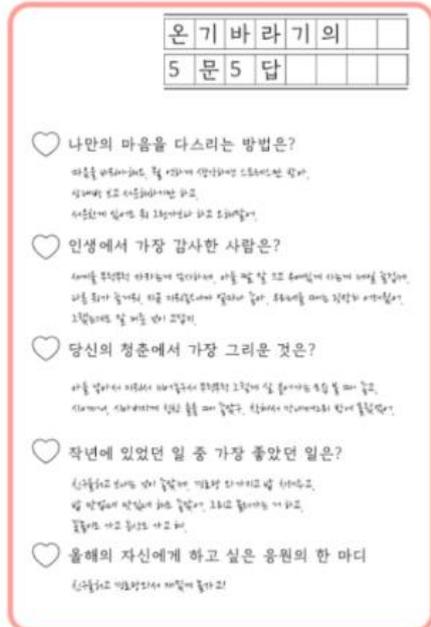
## 4. 성장전략 (Scale-up)

4-1. 자금소요 및 조달계획

## 5. 부록

\*온기 사업소개자료

# 1. 제품·서비스 개요

<p>제품 (서비스) 소개</p>	<p>[할머니의 요리 이야기를 담은 다이어리 구독 서비스]</p> <p>독거노인분들과 함께 제작한 요리이야기 (인생 스토리와 레시피) 청년층을 향한 위로의 메시지가 담긴 손편지, 일상을 돌아보는 오문오답 그리고 구독자가 직접 채워 나가는 다이어리 속지를 1달마다 배송</p> <p>소비자층: 10~30대 청소년, 청년층 (주로 여성)</p>	
<p>제품(서비스) 의 차별성</p>	<p>※ 제품(서비스)의 현재 개발단계를 기재 예) 시제품 제작 중, 프로토타입 개발 완료 등</p>	
<p>국내외 목표시장</p>	<p>*목표 시장: 10~30대 청소년, 청년 층이 주로 찾는 다이어리 시장</p> <p>*온라인, 오프라인 병행 판매 예정 -온라인: 텀블벅 크라우드 펀딩 (1차 판매 완료), 인스타 마켓 -오프라인: 독립서점 (아래 업체 컨택 완료한 상태) (주책공사, 재론북스, 책봄, 책방 연희)</p>	
<p>이미지</p>		

## 2. 문제인식 (Problem)

### 2-1. 제품·서비스의 개발동기

- “외로움”을 사회 문제로 인식하는 세계적 흐름
  - 영국: 2018 최초로 임명된 “외로움부 장관”
  - 프랑스: “시니어 홈 셰어링 프로그램”
  - 조코스크고독위원회 보고서: “외로움의 위험성은 하루에 담배 15개비를 피는 것과 같다.”
  - 최근, 독거노인의 고독사를 방지하기 위한 IoT 서비스와 같이 비즈니스에서의 움직임도 보이는 추세
- “현대인의 외로움”은 개인이 아닌 전체 사회의 문제
  - 하나, 급증하는 1인 가구 (약 30%)
  - 둘, 늘어나는 독거 노인 인구 (140만명)와 고독사 문제
  - 셋, 2030 세대가 취업과 대인 관계로부터 겪는 우울증 문제

### 2-2 제품·서비스의 목적

- 청년과 독거노인의 외로움 문제 상보적 해결
  - 따뜻한 정이 그리운 “청년”들과 청년들에게 힘이 되어주고자 하는 “독거노인”의 연결을 통한 쌍방의 외로움 문제 해결
- 최종 목표: “더 많은 사람에게 온기를 전하는 사회”
  - 일차적 활동: 온:기 대학생 사업가가 에디터로서 직접 독거노인과 교류, 요리레터 콘텐츠 제작 및 판매
  - 목표 변화: 참여 독거노인의 무위 문제와 외로움 해소, 다이어리 구독자에게 심리적 위안 제공
  - 목표 영향: 일반 청년들을 온기 에디터로 모집, 온기와 교류하는 독거노인 수 증가, 다수의 노인에게 소통 참여 기회 제공, 청년들도 직접 자신의 온기를 나누는 효과 기대

### 3. 실현가능성 (Solution)

#### 3-1. 제품·서비스의 개발 방안

- 독거노인 컨택(관악노인복지회관) 및 인터뷰 실시
  - 독거노인의 외로움 문제, 니즈 조사를 위해 대면 인터뷰 (완료)

<인터뷰 질문내용>
<ul style="list-style-type: none"><li>- 평소 생활패턴</li><li>- -집에 혼자 있는 동안 주로 무엇을 하시는 지</li><li>- -언제 외로움을 느끼시는 지</li><li>- -짧은 층과의 대화에 관심이 있으신 지</li><li>- -평소에 요리를 자주 하시는 지, 요리를 누군가에게 가르쳐준 적이 있는지</li><li>- -자신 있는 레시피가 있으신 지 (가족에게 자주 해줬던 요리는?)</li><li>- -다른 사회 활동 참여 정도, 주요 인간관계</li><li>- -그 분들의 표면적/잠재적 욕구는 무엇인지</li><li>- -카카오톡 활발히 이용하고 계신 지</li><li>- -우리 서비스 소개 후 참여 의향</li><li>- -참여하신다면 어떤 동기인지 (수입을 얻기 위한 일인지, 시간을 때울 수 있는 소일거리인지, 혹은 흥미로운 일이라 참여해 보고 싶은 것인지 등)</li><li>- -이름, 사진이 공개되어도 괜찮으신 지</li></ul>

- 청년층 구글 폼 설문지로 수요 및 니즈 조사

<설문지 내용>
[소셜벤처 온기 사업개선을 위한 소비자 설문조사]  안녕하세요, 소셜벤처 온기입니다! 이번 년도에 할머니들의 손맛이담긴 레시피를 구독하며 레시피를 매개로 할머니들과 직접 1:1 로 소통을 하고, 정다움을 느낄 수 있는 서비스를 기획 중에 있습니다. 좀 더 이용자분들께 만족스러운 서비스를

기획하고자 다음과 같은 설문 조사를 실시하여 여러분의 소중한 의견을 받고자 하오니 솔직한 응답 부탁드립니다.

[섹션 1]

1. 현재 주거 형태가 어떻게 되나요?

-가족과 함께 살고 있음.

-자취

-기숙사

-기타

2. 일주일에 몇 번 정도 직접 요리를 해 드시나요?

-전혀 하지 않음(2-1로 이동)

-1~2회(2-2로 이동)

-3~4회(2-2)

-그 이상(2-2)

2-1. 전혀 요리를 하지 않는 이유는 무엇인가요? (복수응답)

- 요리를 해본 적이 거의 없음.

- 내가 한 요리가 맛이 없음.

- 요리 과정이 귀찮음.

- 장을 보기 귀찮음.

- 음식물 쓰레기 처리가 귀찮음.

2-2. 요리를 할 때 레시피를 어떤 경로로 찾고 있나요?

- 가족, 친구 등 주변인에게 물어봄.
- 네이버 등 포털 사이트 검색
- 요리 관련 어플
- 요리 관련 책
- 유튜브
- Tv 방송

[섹션 2] 기획 중인 사업의 수요 조사

저희 사업은 한 달 구독료를 내면 카카오톡 플러스친구 채널을 통해 주기적으로 독거노인 할머니분들이 직접 만든 레시피를 영상과 이미지, 텍스트로 제공해 드리는 서비스입니다. 카카오톡이라는 채널을 이용함으로써 궁금한 점이 생기는 즉시 할머니 분들께 직접 여쭙어 보고, 또한 레시피 이외에도 할머니 분들과 따뜻한 소통의 말들을 나누며 서로에게 힘이 되어 주기를 기대하고 있습니다. 이와 같은 서비스에 대한 여러분의 의견을 자유롭게 응답해 주세요.

3. 평소 할머니, 할아버지가 등장하는 콘텐츠를 즐겨 보시나요? (박막례 할머니 유튜브 등)

- 예(3-1로 이동)
- 아니오

3-1. 그러한 콘텐츠를 즐겨 보는 이유는 무엇인가요?

- 평소 할머니, 할아버지에게 애정이 있음.
- 구수한 입담이 정겹고 재밌어서.
- 나의 할머니, 할아버지가 떠올라서.
- 기타 :

4. 만약 이런 서비스를 구독한다면, 받고 싶은 레시피의 스타일을 골라 주세요.

- 초보자도 따라하기 쉬운 간단한 요리
- 조금 난이도 있지만 제대로 된 요리.
- 소소한 간식 메뉴

5. 일주일에 3 개 정도의 레시피를 제공받으며 할머니와 직접 1:1 로 대화를 나눌 수 있다면, 한 달

구독료로 얼마의 금액까지 지불할 의향이 있나요? (단, 수익이 독거 노인 할머니  
분들의

후원을 위해 사용됩니다.)

-1000~3000 원

-3000~5000 원

-5000 원~7000 원

-7000 원~10000 원

-그 이상

6. 실제 이러한 서비스를 구독할 의향이 있으신가요?

-예(6-1 로 이동)

-아니오(6-2 로 이동).

6-1. 이러한 서비스를 구독하고자 하는 이유는 무엇인가요?

- 평소 요리에 관심이 많아서
- 할머니의 따스한 콘텐츠와 메시지를 받고 싶어서
- 독거노인 분들을 도울 수 있어서
- 카톡으로 레시피를 받는 게 간편할 거 같아서

6-2. 이러한 서비스를 구독하고 싶지 않은 이유는 무엇인가요? (복수응답)

- 레시피는 무료로 쉽게 찾을 수 있어서
- 요리에 관심이 없어서
- 기타

7. 기타 사업에 관한 자유로운 의견을 남겨 주세요.

### 3-2. 고객 요구사항에 대한 대응방안

◦ 인스타 계정을 통한 고객 피드백 확보

- 인스타 계정@warmbowl\_official 상시 운영 중
- 제품 판매 뿐 아니라 구매 이벤트 진행, 고객의 소리 청취 등을 한 채널 안에서 진행할 예정



## 4. 성장전략 (Scale-up)

### 4-1. 자금소요 및 조달계획

- 자금소요계획

소셜벤처 온기 사업비 세부예산안		
항목	예산	비고
물품 제작비	800000 원	인쇄비, 바인더 제작비 등
재료비	100000 원	레시피에 필요한 재료 구입 비용
홍보비	400000 원	SNS 마케팅 및 오프라인 이벤트 비용
배송비	400000 원	박스, 서류봉투, 비닐 포장비 및 제품 배송비
인건비	200000 원	레시피 및 콘텐츠 제공자에 대한 인건비
회의비	100000 원	팀 회의비 및 다과비
예비비	30000 원	용도를 정해두지 않고 상황에 따라 가변적으로 사용
총계	2030000 원	

- 자금조달계획

- SK 루키 사업지원비 (약 200만원)
- 창업진흥원 예비창업패키지 (금액 미정)

## [부록] 온기 사업소개자료



### INDEX

1. 온: 기의 해결과제
2. 서비스 소개
3. 비즈니스 흐름
4. 온:기 다이어리 제품 소개
5. 소셜 임팩트

1

### 은:기의 해결과제

소셜벤처 은:기는 어떤 사회문제를 해결하고자 하나요?

#### "외로움"을 사회 문제로 인식하는 세계적 흐름

영국: 2018년 최초로 임명된 '외로움부 장관'

프랑스: "시니어 홈셰어링 프로그램"

-> 외로움을 사회 문제로 인식하는 세계적 흐름

최근, 독거 노인의 고독사를 방지하기 위한 IoT 서비스와 같은 비즈니스에서의 움직임도 보이는 추세.

**"외로움의 위험성은 하루에 담배 15개비를 피는 것과 같다."**

-조콕스 고독위원회 보고서-



1

### 은:기의 해결과제

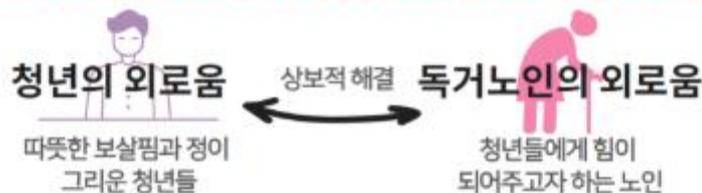
소셜벤처 은:기는 어떤 사회문제를 해결하고자 하나요?

#### "현대인의 외로움"은 개인이 아닌 전체 사회의 문제

하나, 급증하는 1인 가구(약 30%)

둘, 늘어나는 독거 노인 인구(140만명)와 고독사 문제

셋, 2030 세대가 취업과 대인 관계로부터 겪는 우울증 문제



## 2

### 온:기의 서비스 소개

소셜벤처 온:기는  
어떤 서비스를  
제공하나요?

온기

### 할머니의 요리레터, 온:기

할머니의 온기로 채워나가는 나의 1년.

#### [할머니의 요리 이야기를 담은 다이어리 구독 서비스]

독거노인분들과 함께 제작한 요리이야기 (인생 스토리와 레시피)  
청년층을 향한 위로의 메시지가 담긴 손편지, 일상을 돌아보는 오문오답  
그리고 구독자가 직접 채워 나가는 다이어리 속지를 1달마다 배송

## 3

### 온:기의 비즈니스 흐름

소셜벤처 온:기는  
어떤 서비스를  
제공하나요?

주기적방문 > 콘텐츠 제작  
생필품, 식재료 선물

온기  
에디터

홍보 및 구매 >  
인스타그램 및 기타 사이트(예정)

 **온기 바라기**  
(사업 참가 독거노인 직함)  
외로움을 겪는 독거노인  
청년과의 소통을  
원하시는 노인

온기

 **구독자**  
(사업 참가 독거노인 직함)  
따뜻한 보살핌이  
그리운 청년들  
개성 있는 다이어리를  
원하는 10~30대 여성

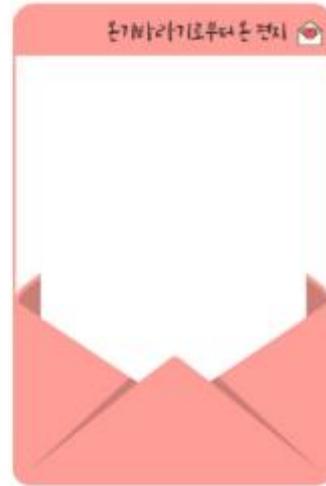
인쇄 업체  
디자이너



# 4

## 온:기 다이어리 제품소개

소셜벤처 온:기는 어떤 다이어리를 판매하나요?



# 5

## 온:기 소셜 임팩트

소셜벤처 온:기는 어떤 사회적 영향력을 가지고 있나요?

### 최종 목표: "더 많은 사람에게 온기를 전하는 사회"

#### 일차적 활동

온:기 대학생 사업가가 에디터로서 직접 독거노인과 교류

> 콘텐츠 제작 및 판매

#### 목표 변화

-참여 독거노인의 무위 문제와 외로움 해소

-다이어리 구독자에게 심리적 위안 제공

#### 목표 영향

일반 청년들을 온기 에디터로 모집

> 온기와 교류하는 독거노인 증가

> 다수의 노인에게 소통 참여 기회 제공

> 청년들도 직접 자신의 온기를 나누는 효과