

휴대용 손가락 소개기 “핑거핼”

사업계획서

목 차

CONTENTS



0. 사업 추진 배경
1. 회사 개요
2. 사업 (아이템) 개요
3. 시장 현황
4. 사업 전략
5. 실행일정
6. 재무계획
7. 기대효과 및 끝맺음



0. 사업 추진 배경

지속적으로 성장하며 다양해지는 뷰티 시장



Homeeconomy

COVID-19 이후 홈코노미라는 신조어가 (HOME+ECONOMY) 생겨날 정도로 소비의 패러다임이 온라인으로 바뀌면서 집에서 경제활동이 이루어지기 시작. 집에서의 셀프 미용 시장이 확대됨.



FOR ME

나를 위해(FOR ME) 투자와 소비를 아끼지 않는 포미족들이 새로운 헤어기기의 트렌드를 만들어 가고 있는 중. 기능이 뛰어나고 프리미엄 제품 인기 상승.



K-POP, K-CULTURE 등의 글로벌 위상이 올라가며, 한국 뷰티 제품의 해외에서의 인지도 및 사용이 확대되면서 해외 수출을 통한 매출 확대의 가능성 확대

* “포미”의 의미

F (For health)
O (One)
R (Recreation)
M (More Convenient)
E (Expensive)

건강
1인 가구
여가
편의
고가

1. 회사 개요

아이션은 “보다 편한 세상을 위해 아이디어 상품을 개발” 하는 회사입니다.

보다 행복한 세상을 만들기 위해 불편함을 해결하는 제품을 개발합니다.

회사 현황



- ❑ 회사명 : 아이션
- ❑ 설립일 : 2021년 8월 24일
- ❑ 사업자 등록번호 : 613-27-22170
- ❑ 주소 : 광주광역시 북구 지야길 49번길
- ❑ 홈페이지 : www.ition.modoo.at
- ❑ 연락처 / e-mail : 010.2546.9202 / johyun2512@daum.net

대표자 현황



- ❖ 대표자 : 조현준 (1992.02.02)
- ❖ 전공 및 학위 : 서영대학교 000학부 000 전공 / 2015년 졸업 (학사)
- ❖ 경력 및 교육 수료 내역
 - 한중교육문화협회 회원 / 2021년 12월 22일 ~ 현재
 - 전남창조혁신센터 2021년 신규 창업자 부트캠프 / 2021년 3월 16일 ~ 18일
 - “손가락 글로벌 타입의 헤어고대기” 특허 출원 (No.2022-0018493 / 2022.02.11)

창업 동기



- ✓ 카페나 식당 등 공공장소에서도 많은 젊은 여성들이 거울을 보고 외모를 정리하고 단장하는 모습을 쉽게 접할 수 있는 **개성 강한 MZ세대가 트렌드를 이끌어 가는 시대**임.
- ✓ 소비문화와 트렌드의 중심은 MZ세대는 **남의 이목을 크게 신경쓰지 않고, 실리를 추구하는 세대로** 가성비 좋고 편의성을 갖춘 **실용적이고 개성적인 상품의 수요가 지속 확대**
- ✓ 휴대용 고대기는 있지만 손가락에 간단하게 착용하여 어디서나 스타일링이 가능한 제품은 아직 없기에 **“휴대성과 사용 편의성을 극대화한 스타일리쉬한 제품” 의 개발을 결정함.**

편의성과 안전을 최우선으로 고려합니다.

아이션 :: Our Imagination

아이션은 ‘우리의 상상’ 이라는 뜻의 Our Imagination의 줄임말 입니다.

“ FOR A HAPPY WORLD!!! ”

행복이란 가치, 아이션!

보다 행복한 세상을 만든다는 생각으로

불편을 해소하는 아이템으로

세상의 모든 사람들이 행복하기를 기원하며

편리하고 유용한 제품을 개발합니다.

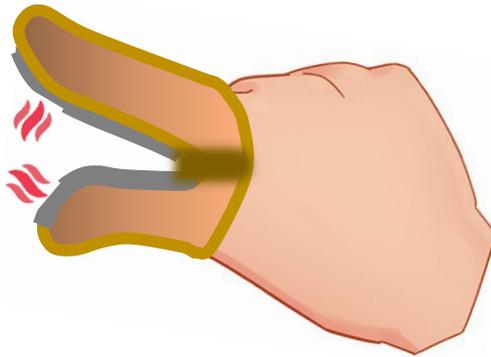
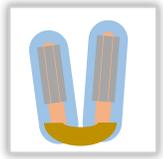
2. 사업 (아이템) 개요



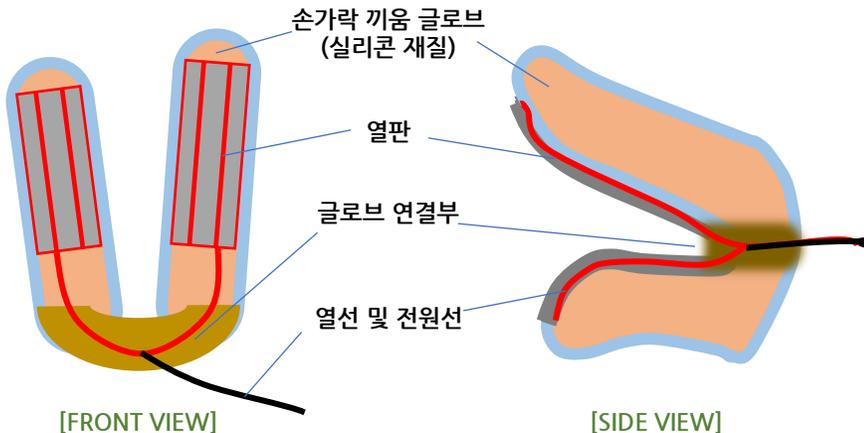
2. 사업 (아이템) 개요

핑거핼은 “손가락에 끼워서 사용하는 고대기로 휴대성과 편의성을 극대화한 제품” 입니다.

간편하게, 안전하게, 사용하기 편리하게 디자인된 제품으로 휴대가 용이하고 어디서나 쉽게 머리를 손질할 수 있는 획기적인 제품입니다.



FINGERPIM : THE BEAUTY INNOVATION



제품 개요

- 발열판이 부착된 손가락 글로브를 엄지와 검지에 끼운 후 글로브에 부착된 발열판을 이용하여 쉽게 헤어스타일링이 가능한 휴대용 고대기
- 제품 재질 : 실리콘(글로브), 세라믹 코팅 메탈(발열판), 인조가죽(글로브 연결부)
- 제품 사이즈 : 12CM(길이), 2.5CM(지름), 2M(전원선)
- 엄지와 검지에 끼우기만 하면 되는 초소형 제품으로 휴대성을 극대화한 제품
- 제품의 무게 및 사용 편의성을 위해 전원 공급은 USB선을 활용한 전원 및 보조배터리 활용 가능
- 인체공학적인 설계를 통해 작지만 확실한 스타일링 효과를 볼 수 있는 뛰어난 성능
- 발열 및 열조절 기술 / 꼬임방지 기술 / 세라믹 코팅 기술 등을 적용.

제품 특징점



쉽고 편리한 조작

손가락만 끼우고 전원만 연결하면 간단히 사용 가능



휴대성 우수

작은 사이즈, 가벼운 무게 전용 케이스로 휴대성 용이



사용 안전성 우수

실리콘 등 열에 강한 소재를 활용한 높은 안전성



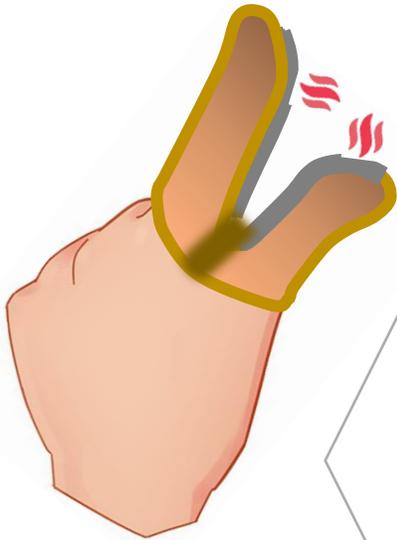
우수한 성능

작지만 다양한 스타일링이 가능한 우수한 성능

2. 사업 (아이템) 개요

제품 예상 가격은 10,000 원대로 “부담 없는 가격의 가성비 높은” 제품입니다.

기존 타제품 대비 가격은 낮추고, 성능 및 활용도는 높여 제품의 가성비를 확보.



예상 판매 가격 :

10,000 원

예상 제품 구성 (기본제공) :

- 제품 본체 1 EA
- 전원연결선(USD) 1 EA
- 휴대용 케이스 1 EA

추가 제품 구성 (OPTION) :

- 전용 보조배터리
- 차량용 충전선
- 청소/관리 KIT
- 기능성 케이스

* 타사 미니 휴대용 고데기 제품 가격 정보



27,900원



25,900원



31,760원



29,800원



14,900원



15,590원



32,800원



17,360원



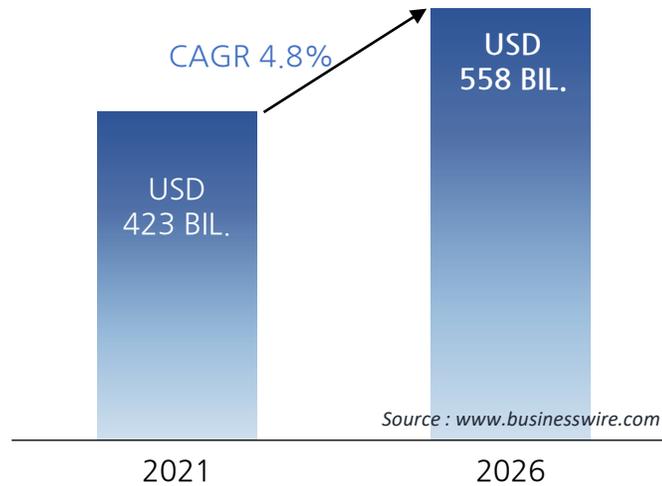
17,780원

3. 시장 현황

글로벌 뷰티 & 퍼스널 케어 시장, 헤어케어 시장, 고데기 시장은 “지속적으로 성장이 예상되는 시장”

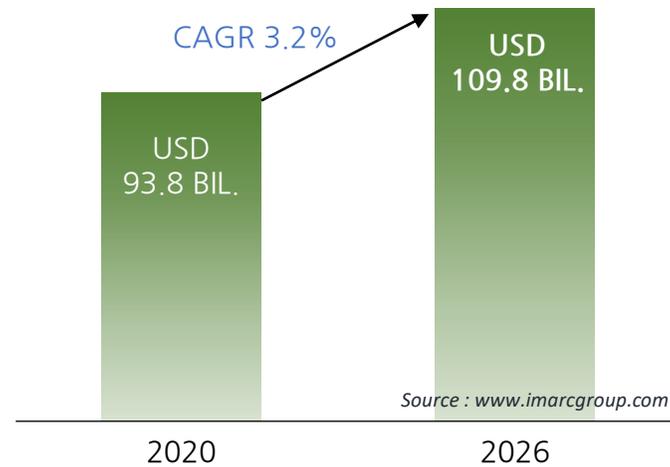
2021년 기준 글로벌 고데기 시장 규모는 USD 3.3BIL 이며, 2026년까지 연 평균 5.5%로 성장하여 USD 4.5 BIL.규모에 달할 것으로 전망

GLOBAL BEAUTY & PERSONAL CARE MARKET



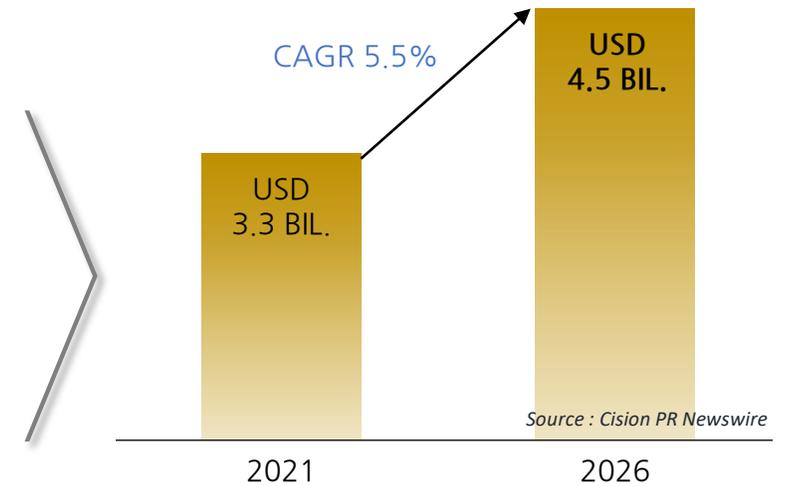
- 글로벌 뷰티 케어 시장 규모는 2021년 기준 USD 423 BIL. 임.
- 시장은 2026년 까지 연평균 5.5%로 성장, USD 558 BIL. 규모에 달할것으로 전망됨.

GLOBAL HAIRCARE MARKET (22% of Beauty & Personal Care Market)



- 글로벌 헤어케어 시장 규모는 2020년 기준 USD 93.8 BIL. 임.
- 시장은 2026년 까지 연평균 5.5%로 성장, USD 4.5 BIL. 규모에 달할것으로 전망됨.

GLOBAL CURLING IRON MARKET (3.5% of Haircare Market)



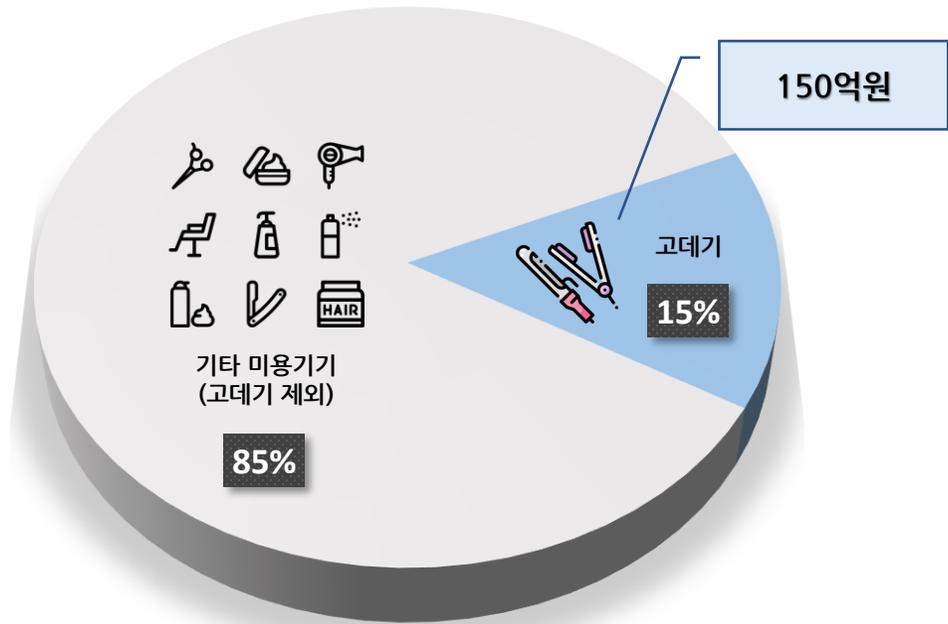
- 글로벌 고데기 시장 규모는 2021년 기준 USD 3,3 BIL. 임.
- 시장은 2026년 까지 연평균 5.5%로 성장, USD 4.5 BIL. 규모에 달할것으로 전망됨.

3. 시장 현황

국내 미용기기 시장 규모는 1,000억원, 그 중 고데기 관련 시장은 전체 미용기기 시장의 15%인 150억원 규모로 추정됨.

고데기 제조는 표준산업분류상 기타 가정용 전자기기 제조업으로 분류되며, 미용기기 / 홈 스타일링 기기로 분류할 수 있음.

국내 미용기기 시장규모



Source : www.IPtargets.com

- 국내 고데기 시장규모는 국내 미용기기 시장규모인 1,000억원의 15%인 150억원 규모로 추정됨.

고데기 관련 산업 구조도



- ✓ 고데기는 “미용기기”로 분류됨..
- ✓ 최근 “홈 스타일링 기기 ” 로 분류되기도 함.

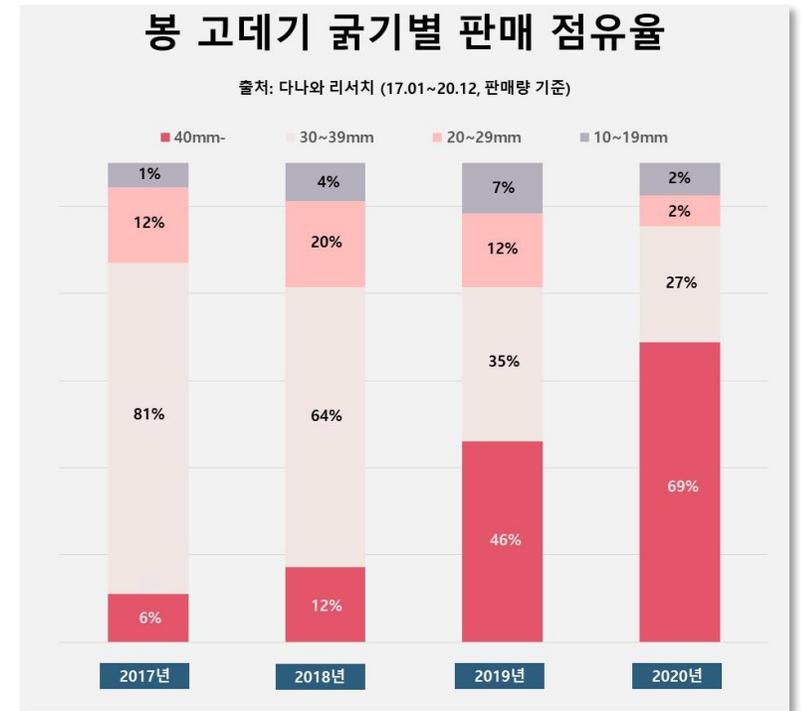
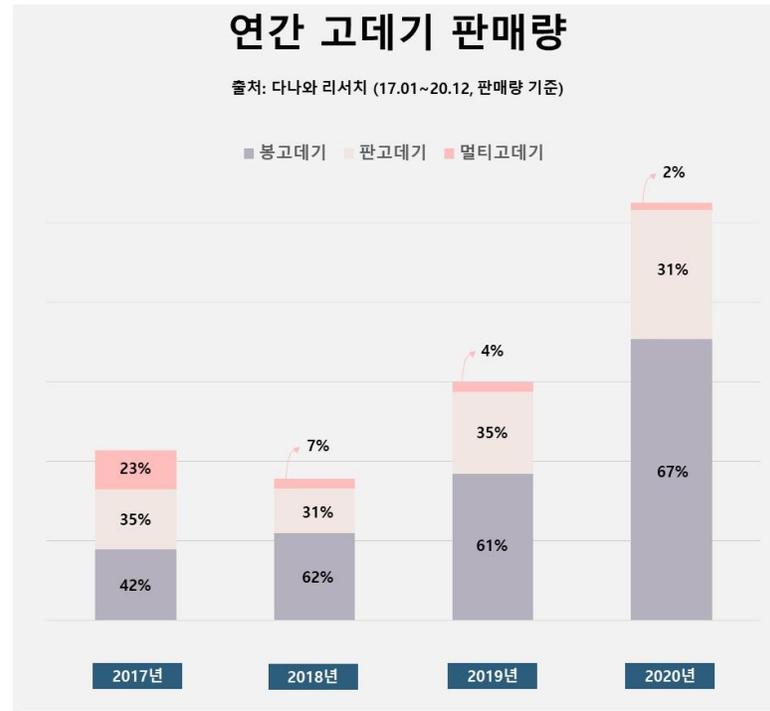
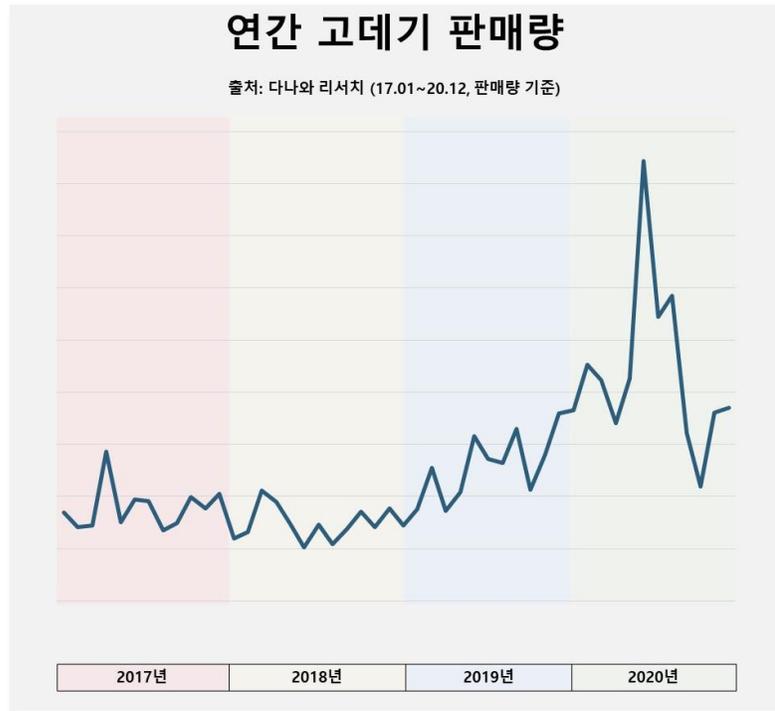
후방산업	해당산업	전방산업
전자기기 부품 제조업	기타 가정용 전자기기 제조업	전자기기 유통/판매업
전자기기 회로, 모터 등 부품 제조/판매	고데기 (손가락 고데기) 제조/판매	전자기기(고데기) 유통 및 판매업체 (전자기기 전문 판매점, 대형마트, 홈쇼핑업체 등)

- ✓ 표준산업분류(SIC)상 기타 가정용 전자기기 제조업(C28519)으로 정의할 수 있음.
- ✓ 후방산업은 전자기기 부품 제조업, 전방산업은 전자기기 유통/판매업임.
- ✓ 목표시장은 헤어 고데기 시장이며, 미용기기 산업의 영향을 받는 시장으로 볼 수 있음.

3. 시장 현황

국내 고데기 시장은 크지는 않지만 꾸준히 판매량이 증가하고 있음.

고데기의 판매량을 분석해보면 종류별로는 “봉 고데기 ”가 67% 이상의 점유율을 보이고 있으며, 봉 고데기 중에서는 굵기가 40mm 이상인 굵은 제품들의 점유율이 높게 나타남.



COVID-19의 영향으로 미용실 보다 홈 스타일링이 확대되며 2020년 크게 판매량이 늘어났고, 현재 COVID-19 이전 수준에서 안정화.

COVID-19로 인해 미용실 대신 직접 하는 홈 스타일링이 늘어났으며, 직접 고데기를 사용하는 것은 대중화 됨. 휴대용 고데기 / 프리미엄 품질의 고데기 등 지속적으로 추세가 변화하는 중임.

3. 시장 현황

다이슨이 시장에서 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 테팔, 비달사순, 필립스 등 외국 제품들의 점유율이 높은 가운데 국내 기업은 유닉스가 다이슨 뒤를 이어 시장에서 2위의 자리를 차지하고 있음. 휴대용이라는 의미에서 여행용 고데기가 산들바람과 비교 적합한 품목으로 사료되며, 여행용 고데기에서도 다이슨이 시장 1위를 차지함.

브랜드별 판매 점유율

출처: 다나와 리서치 (20.03~21.02, 판매량 기준)



여행용 고데기 판매량 BEST 5

출처: 다나와 리서치 (20.03~21.02, 판매량 기준)



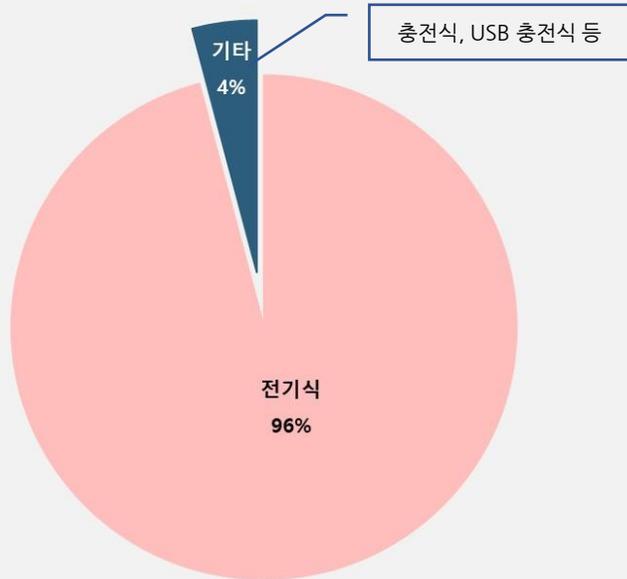
3. 시장 현황

충전식 보다는 전기식의 점유율이 훨씬 높으며, 제품의 무선/유선 여부는 크게 구매에 영향을 미치는 사항은 아님.

다양한 부가기능 중 초소형 휴대용 손가락 고대기인 “핑거핌”에 적합한 부가기능은 “여행용”, “잠금장치”, “코드 꼬임방지” 등으로 사료됨.

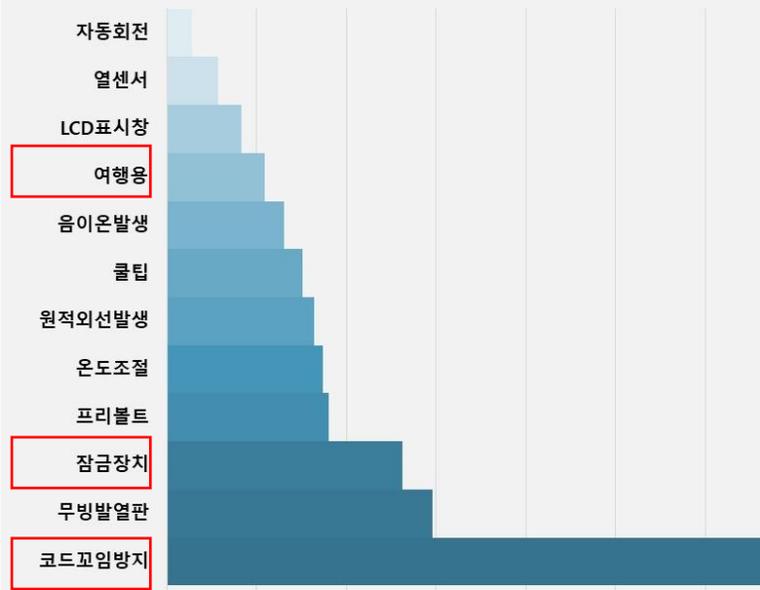
충전 방식별 판매 점유율

출처: 다나와 리서치 (20.03~21.02, 판매량 기준)



고대기에 탑재되어 있는 부가기능

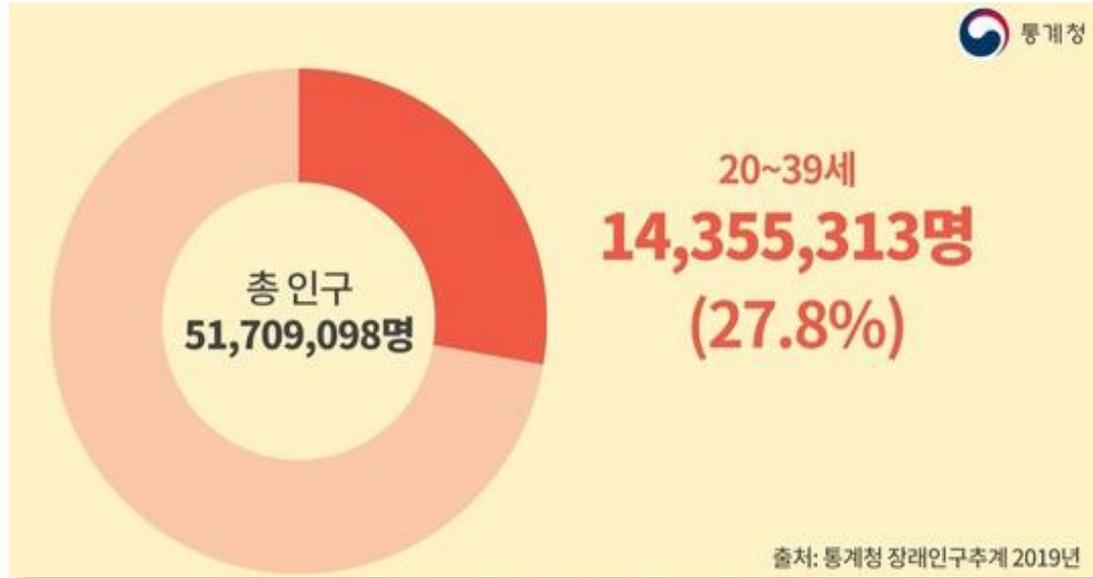
출처: 다나와 리서치 (20.03~21.02, 판매량 기준)



3. 시장 현황

고대기를 주로 사용하는 주요 타겟 고객은 MZ세대인 20~30대 여성.

남성들, 10대 및 40대 이상에서도 고대기를 사용하지만, 당사 제품의 주요 타겟 고객은 외부 활동이 많고 구매력도 구비한 20~30대 여성으로 정의함.



- 소비를 주도하는 MZ세대는 총인구인 51.7백만명의 27.8%인 14.3백만명
- 그 중 남자를 제외한 여성(50%)만 고려 시 총 타겟 고객은 약 7백만명 예상
- MZ세대 여성 7백만명이 핑거핌 고대기를 1대 씩만 구매한다고 가정 시 총 금액은 7,000억원에 달함.

- MZ세대가 우리 사회의 중심으로 떠오르며, 기업들은 앞다투어 이들을 잡기 위한 마케팅 전략을 추진하고 있음.
- 남들의 시선을 신경쓰지 않고 자신의 신념에 따라 “가치”와 “만족도”에 따라 소비하는 가치소비자가 MZ세대의 80%

SWOT ANALYSIS



STRATEGY 1 (ST 기반 전략)

✓ 제품의 강점을 최대한 부각시키고 차별화된 제품을 구현함으로써, 장기적 관점에서의 사업 추진에 필요한 투자/펀딩을 확보

제품 차별화

투자/펀딩 확보

STRATEGY 2 (WO 기반 전략)

✓ 기술적으로 안정적인 협업구조를 구축하고, 이를 기반으로 국내 타겟고객 및 해외시장에 공격적 마케팅을 통해 시장진입 초기에 확고한 브랜드 이미지 구축 및 시장 선점.

기술력 확보

공격적 마케팅

MARKETING STRATEGY

4P
↓
TO
4C



DIFFENCIATION (차별화 전략)

눈길을 사로잡는 디자인



제품 자체가 기존에 시장에 없던 제품으로 그 자체로 차별화가 되지만, 보다 매력적인 제품으로 느껴질 수 있는 디자인 구상. 인체공학적 디자인을 통한 편의성과 사용성을 높임과 동시에 시각적으로도 눈길을 사로잡는 디자인 개발

다양한 OPTION으로 개성 표현



다양한 에어팟 케이스/액세서리들 처럼 제품 전용으로 사용할 수 있는 다양한 디자인의 케이스, 전용으로 활용할 수 있는 보조배터리 등 본제품의 다양한 옵션 제품을 개발하여 소비자들의 편의 및 개성표현 수단 등 추가적인 가치를 제공

판매 장소의 접근성 확대



등산로 입구에서 등산용품, 바닷가 근처에서 수영용품을 판매하듯, 바람이 많이 불거나 액티비티 등으로 헤어스타일이 망가지는 장소들을 선정해서 판매하고, 편의점이나 고속도로 휴게소 등에서 판매함으로써 소비자 접근성을 확대

DEVELOPMENT PLAN

1ST STEP (4 MONTHS)

1. 제품 설계/디자인

- 제품의 설계 / 디자인 진행
- 기존 제품과의 확실한 차별화
- 휴대성/기능성을 고려한 실용성과 MZ세대를 겨냥한 감각적인 디자인

2. 기술력 확보

- 실제 제조를 진행할 수 있는 협력사 확보
- 기술적인 부분의 강점을 갖고 있는 제조 협력사 확보 필요.

2ND STEP (6 MONTHS)

3. SEED 투자/펀딩 확보

- 제품 개발 및 양산을 위한 초기 자금의 확보 추진
- 정부지원자금 (창업/R&D 등) 및 크라우드 펀딩 등 추진

4. 장기 자금계획 수립

- 제품 개발 / 판매 개시 후 중장기적 목표 및 전략을 구축하고, 전략을 실행에 옮길 수 있는 추가적인 투자자금 확보계획 수립

3RD STEP (CONTINUES)

5. 제품 양산 및 판매 개시

- 다양한 유통망을 통한 판매 개시
- 타겟층을 확실하게 하고 (MZ세대 여성) 그에 맞는 마케팅 실시
- 시장 진입 초기에 마케팅 집중 필요

6. 해외시장 동시 진출 추진

- 국내에서 초기에 브랜드를 확실하게 각인시킨 후, 해외 진출 추진
- 외국어 마케팅 자료 제작 및 SNS 활용한 인플루언서 마케팅
- 정부 지원 해외 전시회 등 홍보/프로모션 기회 활용

2022년

2023년

6. 재무 계획

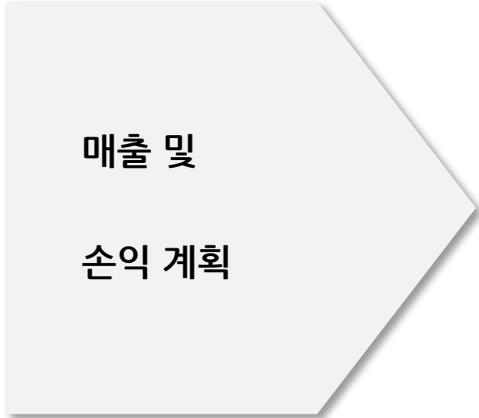
핑거핌
초기 예상
투자금
규모 및 자금
조달 방안

✓ 중소벤처기업진흥공단의
청년창업자금 용자를 통해
제품 개발비2 (케이스/패키지)
및 회사 홈페이지 및 판매
시스템 구축 자금으로
활용하고자 함.

✓ 총 필요 자금 **25백만원**
- 10백만원 : 중진공 자금
- 5백만원 : 자기 자금 활용

비용구분	산출근거	금액(원)	자금 확보 방안
제품 개발비 1 (핑거핌 본체)	▪ 제품 디자인 개발 : 핑거핌 제품	5 000 000	<ul style="list-style-type: none"> 광주 테크노 파크 "2022 빛고을 재도전 지원사업" 통한 자금 확보 자금 구조 : 지원금 20백만원+자기자금 5백만원
	▪ 기구설계 : 3D 설계, MOCK-UP 제작용	5 500 000	
	▪ 펌웨어 개발 : PROGRAM, 회로 및 디버깅	7 500 000	
	▪ 컨트롤 보드 제작 : PCB제작, SMT	3 000 000	
	▪ 시제품 제작 : NC MOCK-UP, 조립	3 000 000	
	▪ 부품구입 : 전자부품, 세라믹 발열판 등	1 000 000	
소 계 (SUB-TOTAL)		25 000 000	"확보"
제품 개발비 2 (전용 케이스 등)	▪ 제품 디자인 개발 : 전용 케이스 및 제품박스	5 000 000	중소벤처기업진흥공단 자금 활용
	▪ 기구설계 : 3D 설계, MOCK-UP 제작용	5 500 000	
	▪ 시제품 제작 : NC MOCK-UP, 조립	3 000 000	
	▪ 부품구입 : 절연체, 제품박스 등	1 500 000	
소 계 (SUB-TOTAL)		15 000 000	중소벤처기업진흥공단 청년창업자금 활용
홈페이지 구축	▪ 회사 홈페이지 및 판매 시스템 구축	10 000 000	중소벤처기업진흥공단 청년창업자금 활용
제품 생산(양산)	▪ 제품 및 케이스 양산 금형 제작 및 생산	40 000 000	
	▪ 원자재 비용 (제품, 케이스, 패키지)	10 000 000	
	소 계 (SUB-TOTAL)		
행사참가비	▪ 국내외 전시회 참가비	7 000 000	SEED 투자 / 펀딩 확보 - 시제품 생산 후 클라우드 펀딩을 통해 투자 유치
인증비	▪ KC 인증 등 필요 안전 인증 확보 비용	1 500 000	
초기 운영비	▪ 인건비 (월 200 * 3명) / 1년	72 000 000	
	▪ 임대비 (월 100만원) / 1년	12 000 000	
	▪ 각종 관리비 등 (월 100만원) / 1년	12 000 000	
	▪ 기타 예비비	12 000 000	
	소 계 (SUB-TOTAL)		108 000 000
총 계 (GRAND-TOTAL)		216 500 000	

6. 재무 계획



- ✓ 사업 2년 차부터 매출 발생, 4년 차에 투자회수 및 CASHFLOW 플러스 전환
- ✓ 사업 5년 차에 추가투자를 통해 글로벌 시장 본격 진출 및 제품 품목 다변화 추진

*** 중소벤처기업진흥공단 대출 미확정으로 이자 및 원금상환 내용 미포함.

NO.	DESCRIPTION	산출근거	2ND YEAR	3RD YEAR	4TH YEAR	5TH YEAR
*	자금 투자	초기 투자금 약 2억원 1년차 투입 / 5년차 추가 투자금 5억원 투입	216 500 000	-	-	500 000 000
I.	매출	2년차부터 매출. 개당 1만원 / 월 3,000개 판매 / 연 50% 매출 성장	360 000 000	540 000 000	810 000 000	1 215 000 000
II.	매출원가	제조원가 매출의 30% 가정 / 마케팅, 홍보판촉비용 포함	108 000 000	162 000 000	243 000 000	364 500 000
III.	매출이익	I. 매출 - II. 매출이익	252 000 000	378 000 000	567 000 000	850 500 000
IV.	운영비		181 800 000	228 120 000	264 984 000	309 220 800
	1) 인건비	직원 5명 * 평균 3천만원 / 3년차 부터 직원 수 20% 증가	150 000 000	195 000 000	253 500 000	329 550 000
	2) 임대비	월 100만원 1-2년차 / 3년차에 임대비 100% 증가, 이후 동결	12 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000
	3) 일반관리비	관리비 및 수도 광열비 / 월 50만원 / 3년차에 월 80만원, 이후 동결	6 000 000	9 600 000	9 600 000	9 600 000
	4) 통신비	인터넷, 일반전화 (월 10만원) / 휴대폰비 지원 (인당 월 3만원)	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
	5) 교통비	차량유지비 / 주유지원비 / 택시비 등 월 30만원	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000
	6) 유지보수비	컴퓨터 / 서버 / 프린터 카트리지 교체 등 유지보수비 (월 10만원)	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
	7) 지급수수료	은행수수료 / 우편비 등 (월 10만원)	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
	8) 소모품비	다과 및 사무용품 (월 10만원)	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
	9) 접대/복리후생비	인당 월 3만원 (첫해 월 30만원 / 직원 10명 기준)	3 600 000	4 320 000	5 184 000	6 220 800
	10) 이자 등	* 정부지원금 및 대출에 대한 이자 상환 비용	-	-	-	-
V.	영업이익	III. 매출이익 - IV. 운영비	70 200 000	134 880 000	264 516 000	470 929 200
VI.	영업외 손익	* 정부지원 및 대출에 대한 원금 상환 비용	-	-	-	-
VII.	세전이익	V. 영업이익 - VI. 영업외 손익	70 200 000	134 880 000	264 516 000	470 929 200
VIII.	법인세	VII. 세전이익 * 20%	14 040 000	26 976 000	52 903 200	94 185 840
IX.	순이익	VII. 세전이익 - VIII. 법인세	56 160 000	107 904 000	211 612 800	376 743 360
*	누적 현금 흐름	* 투자 회수 기간 총 3년 2개월	-160 340 000	-52 436 000	159 176 800	35 920 160

7. 기대효과 및 끝맺음

◆ 매출효과 : 2년차 부터 매출 발생하여 매년 50% 성장 예상

◆ 고용효과 : 초기 5명 기준 매년 30%이상 추가 일자리 창출 예상

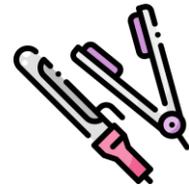
사업 성과 목표

성과목표	지표 세부내용	창업 후 1년	창업 후 2년	창업 후 3년
매출효과	사업화 매출액 (백만원)	360	540	810
고용효과	신규 고용 인원수(명)	1~2	2~3	2~3
기타	· 제조원가는 매출의 30% 수준으로 예상. (홍보/판촉비 등 마케팅 비용 포함) · 창업 후 투자 회수 기간은 3년 2개월 예상 · 창업 2년 차 영업이익율 20%, 순이익율 16%. 연간 4~5% 증가 예상			

산출근거

구분	산출내용
매출효과	· 2년차부터 단가 1만원 * 월 3,000개 판매 기준 · 매년 매출 50% 성장 기준 / 제품단가 변동 없음.
고용효과	· 초기 5명 기준 매년 30% 인력 고용 계획 · 인건비 산정은 1명 평균 연봉 3,000만원 산정
기타	· 총 초기 투자금은 운영비를 포함한 2억원 · 창업 5년차 아이템 확장 / 글로벌 시장 진출 위한 5억원 추가 투자 계획.

기대 효과



1) 소형가전 시장에서의 성공 신화 창조

- 이전 “한경희 스팀청소기”가 기존 시장에 없던 상품을 내놓으면서 작은 기업에서 중견 기업으로 성장한 과정을 벤치마킹하여 성공적 사업화 추진
- 다양한 종류의 가전 제품을 “핸디(HANDY)“ 또는 “핑거(FINGER)“등의 브랜드화를 통해 초소형 가전시장의 강자로 발돋움하는 기반 마련

2) 국내 성공을 기반으로 한 글로벌 시장 진출



- 현재 일반 고대기 제품들은 테팔, 비달사순, 필립스 등의 해외 기업의 제품들이 글로벌 시장 및 국내 시장에서도 높은 점유율을 보이고 있음.
- 국내에서 손가락 고대기의 성공을 기반으로 세계 시장에서 “최초” 타이틀을 가진 제품을 선보임과 동시에 시장을 선점.

FEASIBILITY CHECK LIST

MARKET

시장 수요가 충분하며,
성장하는 시장인가?

YES NO

고대기 시장은 글로벌 마켓 규모가 USD 4.5 BIL. 규모이며, 향후 5년간 연평균 5.5%로 지속 성장 전망되며, K-BEAUTY의 인지도도 상승중임.

국내 고대기 시장도 지속적으로 성장하며 현재 연 150억원 규모의 시장을 형성하고 있음. MZ세대의 신제품에 대한 지속적인 수요가 있음.

TECHNOLOGY

신제품의 구현을 위한 충분한
기술력을 가지고 있는가?

YES NO

고대기는 기술적으로 제조가 어려운 제품이 아니지만, 글로벌 브랜드들이 시장에서 높은 점유율을 보이고 있어 경쟁이 쉽지는 않음.

기존의 틀을 깨는 아이디어 제품으로 시장에서 성공할 가능성이 있으며, 국내 기존 제조 공장들과의 긴밀한 기술적 협력이 필요함.

ECONOMY

제품 판매를 통한 수익
실현이 가능한가?

YES NO

기본적으로 국내 예서의 수요가 충분하며, WITH 코로나 시대의 도래로 야외활동이 증가함에 따라 휴대용 제품의 수요는 지속적으로 증가 전망.

K-CULTURE 를 필두로 한 한류에 편승하여 한국제품의 세계시장내 인지도가 높아졌으며, 시장에 없던 신제품으로 해외수출 전망 긍정적임.

FINANCE

사업을 위한 충분한 자금을
보유하고 있는가?

YES NO

현재까지 제품의 아이디어만 있는 수준으로, 향후 제품개발 및 양산, 마케팅 등에 활용할 수 있는 사업자금이 필요하나, 현재 자금은 미확보 상태임.

제품의 성격 및 시장 트렌드에 따른 크라우드 펀딩 활용, 또한 정부지원 기술개발 자금 등을 확보하여 사업에 필요한 자금을 조달할 계획임.

수요가 있고 성장중인 시장에 기존에 없던 신제품을 출시하는 프로젝트로, 기술적으로 완성도가 높을 경우 성공적인 시장진입 가능함.
단, 기술력과 자금의 확보가 미비한 상황으로 "기술적 협력관계 구축 및 투자 등 자금조달"이 현 단계에서 가장 중요한 TASK로 판단됨.

THANK YOU!



행복이란 가치, 아이션 ²⁰²²