

活氣찬 老後生活保障을 위한
高齡者 創業支援 方案

1999. 5

鄭敬培 卞在寬
鮮于憲 李京姬

韓國保健社會研究院

머 리 말

일반적으로 노인계층을 사회·경제적 측면에서 바라보는 경우, 일단 젊은 계층에 비해 노동생산성이 떨어진 인구계층이라 볼 수 있고, 이로 인하여 노동시장에서 이탈될 수밖에 없다. 노동시장으로부터의 이탈은 곧, 노동을 통한 稼得活動이 줄어들거나 중단된다는 것을 의미하고, 궁극적으로는 이들에 대한 생계부양을 누군가가 전담하거나 지원해주지 않으면 안된다. 그래서, 선진복지국가들은 노후 소득보장제도를 도입하여 노령에 따른 소득활동의 중단에 대비하고 있고, 이들의 경험을 고려하여 後發國家들도 다양한 형태의 노후 소득보장제도를 마련하고 있는 실정이다.

이와 같은 노후 소득보장을 정부주도하에 이루어진 사회적 연대기반의 공적제도로 제공해 주는가 하면, 가족연대 또는 개인자신이 스스로 준비하는 경우도 있다. 그렇지만, 경제사회의 발전으로 인한 생활양식의 변화와 함께 개인주의 성향은 가족형태를 핵가족으로 바뀌게 함에 따라 가족·자녀에 의한 노부모 부양을 점점 더 기대하기가 어렵게 되어 가고 있다.

따라서 사회적 연대를 기초로 한 공적 소득보장제도를 국가가 마련하여 노후생활을 보장하게 되었고, 청년·중년계층도 자신의 노후생활을 공적제도에 의존하려는 의식이 보편화되어 가고 있다. 그런데 문제는 공적 제도가 현역 근로세대로 하여금 고령자세대를 부양하도록 하는 체제로 바뀌어 가고 있는 추세에서 현역근로세대의 사회적 부담을 점점 더 가중시키고 있는 점이다. 그것이 고령화사회에서 제기되고 있는 문제의 중심인데, 노인계층은 사망률의 저하, 평균수명의 연

장 등으로 늘어나고 있는 반면에 현역근로세대는 출생률의 저하로 줄어들고 있는 추세이어서 결과적으로 현역근로세대의 부담은 늘어나기만 하고 있다.

과거 현역근로세대가 많았던 시대에서는 상대적으로 적은 노후세대를 부양하는 데 소요되는 사회적 비용이 적었기 때문에 조기의 停年年齡制를 실시하여 고령자를 노동시장에서 이탈시키고 젊은 계층에게 취업기회를 확대시켜 줄 수 있었으나, 고령화사회에서는 오히려 부족한 노동력을 보완하기 위해서 부분적으로나마 고령자취업을 확대해야 하는 시대이다. 결국, 이와 같은 시대적 변화는 고령자취업을 확대시킴으로써 단순한 노동력을 보완한다는 차원을 넘어 현역근로세대의 고령자 부양부담을 경감시켜준다는 차원으로 전환할 수 있게 해주고 있다. 이와 같은 개념에 기반을 두고 고령자취업을 확대시키기 위한 하나의 방안으로 고령자창업에 대하여 살펴보았으며, 본 보고서의 내용이 이를 활성화시키는 데에 기여할 수 있기를 바라고 있다.

본 연구는 본원 변재관 노인복지팀장과 선우덕 책임연구원, 한국창업전략연구소 이경희 소장 등에 의해 진행되었으며, 바쁜 연구일정 가운데에 본 보고서를 검토하여 귀중한 의견을 제시해 준 본 연구원의 이견직·정경희 책임연구원에게 사의를 표하고 있다.

마지막으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구진의 개인적인 의견이며 본 연구원의 공식적인 견해가 아님을 밝혀 둔다.

1999年 5月

韓國保健社會研究院
院長 鄭 敬 培

目 次

要約	9
I. 序 論	22
1. 研究의 背景	22
2. 研究의 目的과 內容	24
II. 公·私的 高齡者 扶養制度의 現況	26
1. 高齡者의 扶養意識	26
2. 社會的 高齡者 扶養制度	33
3. 主要國家의 高齡者 扶養制度	37
III. 高齡者의 就業現況 및 創業支援의 基本方向	41
1. 우리나라 高齡者의 就業 및 雇傭支援政策 現況	41
2. 主要國家의 高齡者 就業 및 雇傭支援政策 現況	47
3. 創業支援의 必要性和 基本方向	50
IV. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項 및 業種 分類	53
1. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項	53
2. 高齡者 創業에 適合한 業種 分類	65
V. 政策課題	114
1. 高齡者創業支援團의 構成	115
2. 高齡者 創業支援을 위한 各種 法令 및 制度 整備	116
3. 高齡者 雇傭促進 關聯制度의 定着化	116
4. 高齡者의 再就業을 위한 職業訓練 擴充	117
參考文獻	118
附 錄	119

表目次

〈表 II -1〉 老人階層의 老後生活費마련 責任意識(1998)	27
〈表 II -2〉 老人階層의 就業有無別 老後生活費마련 責任意識(1998)	28
〈表 II -3〉 老人階層의 主要 收入源(1998)	28
〈表 II -4〉 非老人階層의 將來 老後 扶養意識(1998)	30
〈表 II -5〉 非老人階層의 老後生活費마련 責任意識(1998)	31
〈表 II -6〉 非老人階層의 老後生活費마련 方法別 類型(1998)	32
〈表 II -7〉 敬老年金의 支給現況(1998)	34
〈表 II -8〉 公的年金의 支給內容(1998)	35
〈表 II -9〉 國民年金制度의 老齡年金支給額 水準(1997年 基準)	36
〈表 II -10〉 主要國家의 公的 老齡年金給與 所得代替率 및 受給年齡	37
〈表 II -11〉 主要國 補充的 企業年金의 內容	38
〈表 II -12〉 主要國 個人貯蓄年金의 內容	39
〈表 II -13〉 主要國의 國民負擔率 現況	40
〈表 III -1〉 老人의 就業現況(1998)	42
〈表 III -2〉 就業老人의 就業理由(1998)	43
〈表 III -3〉 就業老人의 就業持續 意向 및 未就業老人의 理由 現況(1998)	44
〈表 III -4〉 外國의 老人 就業 現況(1995)	48
〈表 III -5〉 日本의 高齡者 雇傭促進支援對策 現況(1998)	49
〈表 IV -1〉 高齡者 創業의 類型(A타입)	58
〈表 IV -2〉 高齡者 創業의 類型(B타입)	59
〈表 IV -3〉 高齡者 創業의 類型(C타입)	60
〈表 IV -4〉 高齡者 創業의 類型(D타입)	61

〈表 IV- 5〉	高齡者 創業의 類型(E타입)	62
〈表 IV- 6〉	健康하지 못한 老人에 適合한 創業의 類型	62
〈表 IV- 7〉	投資費의 回收가 어렵고 危險性이 높은 業種	63
〈表 IV- 8〉	投資費의 回收가 쉽고 安全性이 높은 業種	64
〈表 IV- 9〉	실버創業 情報 提供事業	67
〈表 IV-10〉	인터넷 高齡者 健康(silver health)情報提供業	69
〈表 IV-11〉	有料 養老院 事業	72
〈表 IV-12〉	隱退마을(Retirement Community) 造成業	73
〈表 IV-13〉	高齡者 健康食品(silver health food)開發 製造	76
〈表 IV-14〉	실버用品 벤처創業	78
〈表 IV-15〉	실버雜誌 發行事業	80
〈表 IV-16〉	실버컴퓨터 教育센터	82
〈表 IV-17〉	실버 警報서비스業	84
〈表 IV-18〉	실버미팅(silver meeting) 仲介業	86
〈表 IV-19〉	실버도시락 시터事業	88
〈表 IV-20〉	中低價 실버 원룸텔 체인業	93
〈表 IV-21〉	실버 시터 派遣業	96
〈表 IV-22〉	실버 娛樂센터業	97
〈表 IV-23〉	실버 모델 派遣事業	99
〈表 IV-24〉	사이버 실버숍(silver shop) 및 카다로그 販賣業	101
〈表 IV-25〉	3D型 高齡者 人力銀行	103
〈表 IV-26〉	高齡者 專門人力銀行(silver expert bank)	105
〈表 IV-27〉	컨설팅事業	106
〈表 IV-28〉	自販機 運營	107
〈表 IV-29〉	小賣業 創業	108
〈表 IV-30〉	田園型 事業	111
〈表 IV-31〉	소호(SOHO) 비즈니스	112
〈表 IV-32〉	電子 商去來業	113

要約

본 연구는 고령자의 부양의식, 사회적 부양제도, 취업현황 등을 살펴보고, 공적 소득보장체계가 미흡한 현실에서 노인 개개인의 소유자산을 사회생산적인 분야에 투자하게 함으로써 노인에 대한 사회적 부양부담을 줄이고, 노인으로 하여금 지속적으로 취업활동에 참여하게 함으로써 정신건강을 비롯한 신체적 건강을 유지할 수 있도록 고령자 창업을 지원해 주기 위한 방안을 고안·제시하는 데에 있음.

I. 公·私的 高齡者 扶養制度의 現況

1. 高齡者의 扶養意識

가. 老人階層의 扶養意識

— 노인계층이 생각하고 있는 노후생활비는 조사대상노인의 38.8%가 스스로가 마련하여야 한다는 것으로 조사됨. 또한 현재 취업하고 있지 않은 상당수의 노인계층까지 노인 스스로가 마련하여야 한다는 의식을 가지고 있음.

- 이와 같은 실정을 감안할 때, 노후생활을 위한 공·사적 부양부담은 노인의 지속적인 경제활동을 통해 상당히 완화될 수 있음.

나. 非老人階層의 扶養意識

- 64세 이하의 비노인계층도 장래 자신의 노후부양은 스스로 해결하여야 한다는 의식이 지배적임.
 - 비노인계층의 74%가 노후생활비를 스스로 마련하여야 한다는 것으로 나타남.
 - 노후생활비를 마련하는 방법은 무엇보다도 공적연금, 퇴직금, 개인연금 등 공·사적 소득보장방법을 통해 노후생활비를 마련하고 있는 것으로 나타났으며, 부동산임대나 금융소득에 의한 마련에는 그다지 큰 비중을 두고 있지 않은 실정임.
- 노인계층이든 비노인계층이든 간에 노후생활을 위해서는 지속적인 경제활동을 바라고 있는 것으로 생각됨.
 - 특히 공·사적 연금을 수급할 수 있기까지에는 어떠한 형태로든 취업활동을 유지하여야 할 것이므로 이러한 스스로의 부양 의식이 높은 만큼 정부로서는 이를 지원해 줄 수 있는 사회적 제도를 구축할 필요가 있음.

2. 社會的 高齡者 扶養制度

- 현재 우리나라에서 실시되고 있는 고령자의 사회적 부양제도는 국민 소득계층대상의 생활보호·경로연금, 일반 소득계층대상의 국민연금·특수직역연금이 중심적이며, 이 외에 민간 생명보험회사를 통한 개인연금상품도 있음.
 - 우리나라 민영보험은 아직 노령계층에 대한 보험상품의 개발이 미미한 실정임.

- 경로연금은 소득보장제도라고 보기보다는 생계비의 일부를 지원해주는 정도의 제도라 볼 수 있음. 더구나 국민연금제도의 성숙과 함께 경로연금의 수급노인도 자연적으로 감소될 것임.
- 현행 국민연금제도에 의해 지급되는 연금액으로는 기본적인 생활을 할 수 있겠으나, 충분한 노후생활을 보장받기 어려운 실정에 있음. 이를 해결하기 위해서는 정년퇴직 근로자들이 지속적으로 경제활동을 영위할 수 있도록 지원해주는 사회적 제도가 필요하다고 볼 수 있음.

3. 主要國家의 高齡者 扶養制度

- 주요 선진각국의 노후 생활보장방법은 일반적으로 공적 노령연금, 보충적 기업연금, 사적 개인연금의 3층 체계로 이루어져 있음.
 - 공적 노령연금이 1층 체계로 기본적인 생활보장방식에 해당하고, 기업연금이나 개인연금은 공적연금을 보충해 주는 제2층, 제3층 체계에 해당함. 이와 같이 선진각국들은 충분한 노후 생활보장을 제공해 주기 위하여 공적 노령연금 이 외에 보충적인 기업연금까지 반강제적으로 실시하고 있는 실정임.
- 이와 같이 선진각국에서는 직장생활로부터 퇴직한 이후 소득보장 방법으로 국민의 사회적 연대를 기반으로 한 공적연금을 일차적인 중심소득으로 하고, 이에 부가하여 직역이나 개인의 자조노력에 의한 기업연금, 퇴직금, 개인연금 등의 개인자산을 적절히 혼용하고 있는 실정임.

II. 高齡者의 就業現況 및 創業支援의 基本方向

1. 우리나라 高齡者의 就業 및 僱傭支援政策 現況

가. 高齡者 就業의 現況

- 현재 노인의 29% 정도만이 취업하고 있으며, 나머지 2/3 이상의 노인들은 취업하고 있지 않은 것으로 조사되고 있음.
 - 취업유형으로는 전체노인의 82%가 농업중심의 1차 산업부문과 단순노무직에 종사하고 있음. 농업에 종사하는 노인의 대부분이 영농규모나 기술이 작고 낮아서 고소득의 영농에 종사하지 못하고 있으며, 단순노무직도 노화로 인한 노동력의 감퇴가 발생하게 되어 장기적으로는 저소득층으로 전락될 가능성이 있음.
- 노인의 취업이유를 보면, 경제적인 필요성이나 일손부족 때문에 취업하는 비자발적인 경우가 전체의 73%를 차지하고 있음. 일이 좋거나 건강유지 및 노인 스스로의 능력존재로 취업하는 자발적인 경우는 전체의 15.4%로 낮은 수준임.
 - 그런데, 현재 취업중인 노인은 취업하게 된 이유가 비자발적이든 자발적이든 간에 취업중인 노인의 80% 정도가 지속적으로 취업을 유지시켜 가기를 원하고 있음.
- 결국, 이와 같은 현실을 감안하고, 노동시장에서의 은퇴로 인하여 사회활동이 급격하게 감소하거나, 자립능력의 약화를 방지하기 위해서라도 노인의 취업기회를 확충하는 것이 필요한 실정임.

나. 高齡者 雇傭支援政策

- 現行 高령자 지원정책은 취업알선기관을 통해 지원하는 방향으로 실시하고 있는데, 이에는 노인능력은행, 노인공동작업장, 고령자인재은행, 그리고 고령자 취업알선센터가 있음.
 - 노인능력은행은 보건복지부의 주관하에 대한노인회, 시·도 연합회 및 시·군·구 지회가 운영하고 있으며, 정부에서는 운영비의 일부를 지원해주고 있는데, 아직도 정부의 예산지원이 낮은 수준에 있고, 취업알선 전담인력이 부족하고, 단순노동을 제외하고는 구인처가 부족해 있는 등 여전히 취업알선 실적은 저조한 실정임.
 - 노인공동작업장은 수입의 저조, 일감 부족 및 운영의 미숙, 작업환경의 미비, 지역산업체와의 연계 부족 등으로 본래 노인의 적성과 능력에 따라 작업을 함으로써 여가선용은 물론 소득을 올릴 수 있는 기회를 제공하고자 한 기능이 제대로 수행되지 못하고 있는 실정임.
 - 고령자 인재은행은 노동부의 주관하에 25개가 설치·운영되고 있는데, 취업알선대상자들이 주로 조기 정년퇴직자들로서 비교적 연령이 낮은 계층이 중심을 이루고 있음.
 - 고령자 취업알선센터는 서울시가 1992년부터 12개의 센터를 설치하여 사회복지법인 및 비영리법인에게 위탁·운영하고 있는데, 다른 기관의 실정과 유사하여 취업알선센터의 전담인력이 부족하고 취업직종이 편중되어 있는 등 큰 효과를 보고 있지 못하며, 대부분의 구인처도 영세업체로서 작업환경이 열악한데다가 적정한 임금의 대가를 지불하지 못하고 있는 실정임.

2. 主要國家의 高齡者 就業 및 雇傭支援政策 現況

가. 高齡者 就業의 現況

- 현재 수입있는 일을 하고 있는 노인(취업노인)의 비중이 일본은 43.6%, 미국은 23.5%, 독일은 6.8%, 태국은 37.1%로 조사되고 있음. 노후 생활보장체계가 잘 구축되어 있는 독일의 경우에는 그렇지 못한 미국 등에 비하여 취업노인의 비중이 상당히 낮은 수준임.

나. 高齡者 雇傭支援政策

- 일본의 경우, 취업유형이 우리 나라와 유사하여 농림어업, 서비스업 등의 자영업 비중이 높으며, 임시·시간제 직업이든 사용직이든 간에 피용근로자로서 일하는 노인비중도 1/3 정도를 차지함.
 - 기업체의 퇴직경험자를 대상으로 고령자가 지닌 의욕, 능력 및 지식 등을 활용하여 창업하는 것에 대한 의식조사에서는 86% 정도가 찬성하는 것으로 나타나고 있음. 다만 현실적으로 제도적 지원체계가 미흡한 것이 적극적인 창업을 저해하고 있는 것으로 분석되고 있음.
 - 일본에서는 주로 고령자를 고용하는 사업주에 대한 각종 지원 제도가 수립되어 있는데, 주요 내용은 고령자를 고용하는 사업주에게 고용촉진조성금, 장려금, 융자금 등을 지원하는 한편, 지원에 앞서서 상담, 기획입안에 이르기까지 지원서비스도 준비되어 있는 실정임.
- OECD국가들에 있어서 고령자 고용을 위한 정책방향을 보면, 기본적으로 고령근로자에 대한 직업기회를 많이 창출하고, 그러한 기

회에 부응할 수 있도록 필요한 기술이나 능력을 향상시키는 데에 많은 제도적 개선을 기울이고 있음.

3. 創業支援의 必要性和 基本方向

- 고령자 창업지원의 의의는 첫 번째는 노인에 대한 근본적인 시각이 변화하고 있다는 점, 두 번째는 고령자 창업지원은 ‘일하는 노인층’의 확대를 통해 사회적 (부양)비용을 감소시킬 수 있다는 점, 세 번째는 고령자 창업지원이 고령사회에 대비하여 사회충격을 완화시켜줄 수 있는 정책이라는 점임.
- 따라서, 고령자 창업의 지원정책은 필요하며, 이를 위한 기본방향은, 우선적으로 창업지원의 정책방향을 노인에 의한 창업과 노인을 위한 창업으로 분류할 수 있음.
 - 노인에 의한 직접적인 창업은 그 동안 직업생활을 통하여 축적된 전문성이나 경험을 토대로 경제적 효과를 중심으로 운영될 필요가 있으며, 이 경우에는 창업에 필요한 자금을 지원해 주는 정책을 위주로 운영될 수 있음.
 - 노인을 위한 간접적인 창업은 노인을 대상으로 하고 있는 만큼, ‘일하는 노인층’을 확대시키고, 생활안정을 위한 고령자 고용정책을 강화시키는 차원에서 운영될 필요성이 있는데, 이 경우에는 기업체에 대한 고령자 의무고용률을 책정하는 등 정부의 지속적인 관리가 필요함.

Ⅲ. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項 및 業種 分類

1. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項

가. 高齡者 創業으로 얻을 수 있는 期待效果

- 고령자의 창업을 활성화시킬 경우 기대할 수 있는 효과는, 사회적으로 유용한 자원의 활용, 자본의 재투자 기대, 고용의 창출효과, 노인계층이 창업을 통하여 경제력을 갖게 되면 청·장년층의 부양 의무가 그 만큼 감소될 수 있다는 점임.

나. 創業의 側面에서 본 老人世帶의 特性和 限界

- 창업을 원하는 고령자들이 지닌 한계점으로 청·장년층에 비하여 체력적으로 약하다는 점, 둘째, 고령자의 연령을 감안하면 남겨진 인생의 기간이 짧다는 점, 셋째, 체력에 한계가 있다는 점 때문에 고령자들은 창업에 실패하는 경우 재도전을 시도하기가 어렵다는 점, 넷째, 고령자들은 청·장년층에 비하여 사고력의 탄력성이 낮고 새로운 기술이나 유행, 급속히 변화하는 경제 환경을 받아들이고 적응하는 것이 느리다는 점, 다섯째, 연장자 특유의 편견과 고집, 권위의식, 사회적 지위에의 집착 등이 창업가능한 업종을 제한시키고 창업활동을 하는 데 장애가 될 수 있다는 점임.
- 그러나 고령자들이 지닌 장점으로 첫째, 고령자들은 청·장년층에 비하여 여유자금이 풍부한 사람이 많이 있다는 점, 둘째, 오랜 삶에서 축적된 경험과 노하우를 갖고 있다는 점, 셋째, 다양한 사회 활동을 통해 쌓아온 인맥이 넓다는 점, 넷째, 수익 창출만이 창업

의 유일한 목표가 아니라는 점, 다섯째, 청·장년층에 비하여 적정한 수준의 급여액만 바라는 고령자층도 많다는 점을 감안하면 젊은 층이 꺼리는 직종 중에서 노인계층이 감당할 수 있는 분야의 일을 사업화할 수 있음.

다. 創業的 側面에서의 高齡者 階層分類

－ 고령자 계층의 유형에 따라 고령자 계층은 능력과 자본력을 가진 경우(A타입), 자본은 있는데 능력이 부족한 경우(B타입), 자본력과 능력이 중간정도 수준인 경우(C타입), 능력은 있는데 자본력이 적은 경우(D타입), 능력도 부족하고 자본력도 없는 경우(E타입)로 분류할 수 있음.

- A타입: 대기업 전문경영자 출신, 전문직 종사자 등 오랜 사회 활동을 통하여 전문적인 능력과 경험을 축적한 고령자로서 10억원대 이상의 재산을 소유, 자본도 풍부한 계층임. 이 타입은 적극적으로 창업이나 투자를 유도함. 창업을 통하여 본인의 경제적인 수입확보와 사회적 성취감을 맛보게 함은 물론이고 자본과 경험을 투자함으로써 젊은 계층의 고용확대와 산업의 발전효과까지 기대하여 볼 수 있음.
- B타입: 부동산, 주식투자 젊은 시절 수십억원대의 재산축적에 성공하였거나 거액의 부동산을 물려받은 계층임. 이들은 안전성이 보장되는 한편, 사회적 지위와 명예를 얻을 수 있는 투자로 유도함.
- C타입: 화이트칼라 출신의 도시근로자 출신 퇴직자로서 1~3억원 정도의 현금동원력을 갖고 있으면서 사회활동의 경험이 많은 노인계층임. 이들은 어느 정도 노후생활자금을 준비하여

두고 있으나, 여유자금이 넉넉한 편은 아니라 부업이 필요한 한편, 경제적인 이유보다는 자아실현의 욕구와 사회적인 참여 의식을 갖기 위하여 일을 원하는 계층임. 이들의 경험을 자원화하는 것이 필요하므로 경험을 최대한 살릴 업종의 창업을 유도하거나 실버 인력풀 등을 통하여 이들이 자신들의 능력을 발휘함으로써 경제의 효율성을 높일 수 있도록 함. 필요한 경우에는, 정부에서 저금리로 자금지원을 하여 줌.

- D타입: 오랜 사회생활을 통하여 다양한 경험과 경륜을 쌓았으나, 여러 가지 이유로 1억원 미만의 현금 동원력을 가진 계층으로 필요에 의하여 적극적으로 창업에 나서 생계를 유지하여 나가야 하는 계층임.
- E타입: 현금동원력 2천만원 미만이며, 재산도 없고 사회적으로도 안정된 직업을 갖지 못하고 살아온 계층임. 이들 계층에 대해서는 건강과 시간을 투자하여 할 수 있는 업종이나 부업 기회를 적극적으로 열어주는 한편, 무자본으로 가능한 프랜차이즈 및 소호형 비즈니스의 참여를 적극적으로 유도함.

라. 高齡者 創業業種의 條件

- 고령자 창업자가 가진 상기한 조건을 고려할 때 고령자 창업 업종은 복잡하고 강도 높은 신체 활동이 요구되는 업종은 피하는 것이 좋음. 둘째, 두뇌나 경험을 활용하는 업종이 유리함. 셋째, 최소자본으로 할 수 있는 업종을 발굴함. 넷째, 수익성보다는 안전성이 높은 업종을 선정함.

2. 高齢者 創業에 適合한 業種分類

가. 老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 保有老人 活用業種

- 대표적인 업종으로 실버창업 정보제공사업, 인터넷 고령자건강 (silver-health)정보제공업, 유료양로원 사업, 은퇴마을 조성사업, 고령자건강식(silver-health food)개발제조업, 실버용품 벤처창업, 실버잡지 발행사업, 실버컴퓨터 교육센터, 실버 경보서비스 등을 들고 있음.

나. 老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 未保有老人 活用業種

- 대표적인 업종으로 실버미팅 중매업, 실버도시락 시터사업, 중저가 실버원룸텔 체인, 실버시터 파견업, 실버오락센터, 실버모델 파견사업, 사이버 실버숍 및 카다로그 판매업 등을 들고 있음.

다. 非老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 保有 老人 活用業種

- 대표적인 업종으로 3D실버인력뱅크, 실버전문가은행, 컨설팅사업 등을 들고 있음.

라. 非老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 未保有 老人 活用業種

- 대표적인 업종으로 자판기 운영, 소매업 창업, 전원형사업, 소호 비즈니스, 전자 상거래업 등을 들고 있음.

IV. 政策課題

- ‘고령자창업지원단(안)’을 구성하여 운영할 필요가 있음.
 - 구성원은 창업과 관련한 전문가들로 구성하고, 사회복지협의회와 같은 전국단위의 조직에 관리운영을 위임할 수 있도록 함. 또한 이를 위해 고령자 고용촉진법을 개정할 때에 법제화할 수 있도록 함.
 - 더불어 기금의 관리 및 행정지원체계를 구축하여 각 시·도 단위에서 일정자격요건(예를 들면, 현역시절의 직종 등)을 갖춘 대상자가 신청할 수 있도록 하고 대상자의 심사 및 선정에 대해서는 고령자창업지원단내의 소위 ‘고령자창업지원 심사위원회’에서 결정할 수 있도록 함.
- 법적·제도적 정비가 필요한데, 현재의 고령자고용촉진법을 개정하여 고령자 창업지원방안을 제도화할 필요가 있음.
 - 법률 개정시에 고령자의 고용을 강화시키기 위하여 고령자 고용사업주에 대한 지원을 늘리고 취업알선기관을 활성화시키며 정년연장 및 계속고용제도의 정착화를 도모할 수 있는 정책을 강구하여 추진할 필요가 있음.
 - 대중매체를 통하여 노인이 소외된 세대가 아니라 당당하게 살아가는 현역이라는 사회적 분위기를 조성할 수 있도록 하여야 함.
 - 고령자창업을 지원할 수 있는 각종 시설 및 단체의 설립·운영도 필요함. 먼저, 노인능력개발센터를 설립하여 노인들이 젊은 계층에 비해 새로운 기술습득의 기회가 적지만, 노인능력에 적합한 기술을 개발·보급할 수 있도록 함. 실제적으로 일

본에서는 노인능력개발센터에서 무료로 취업을 알선해 주거나 지역특성을 감안한 능력개발을 실시하고 있음. 그리고, 노인클럽을 결성하여 활성화시키고 지원하도록 함.

- 노인들의 고용기회를 확대하기 위하여 고령자고용촉진법에 규정한 노인 적합직종을 추가적으로 개발하여 노인을 우선적으로 채용할 수 있도록 의무화할 필요가 있음.
 - 고령예비계층(50~55세), 고령계층(55세 이상), 조기퇴직자, 고급인력의 고령자를 위한 고문, 상담역, 판매서비스직 등의 직종개발과 고용지원이 필요함.
- 산업구조 및 기술변화에 적응할 수 있도록 노인의 취업 적합직종에 대한 직업훈련기회를 확충하고 기업체에서도 퇴직준비 프로그램을 비롯하여 재취업을 위한 각종 실무교육을 고령예비계층 대상으로 적극 권장할 수 있도록 함.
 - 현재 고용보험제도에서는 50세 이상의 근로자가 실직에 대비하여 자비로 재취업에 필요한 교육훈련을 받는 경우 소요비용의 일부를 지원하도록 하고 있는 만큼, 이 제도의 활성화를 도모할 필요가 있음.

I. 序論

1. 研究의 背景

21세기의 변화 중에 확실하게 예측되고 있는 현상이 고령사회의 도래라 할 수 있다. 우리 나라의 고령사회는 다른 어느 국가보다도 빠르게 나타나리라 보고 있는데, 그 고령화 속도가 다른 선진국에 비해 약 2배 이상 빠르게 진행되어 왔다는 일본보다도 2년 정도 앞서서 고령사회로 접어들 것으로 예측하고 있다. 그러한 고령사회가 빠르게 나타나게 되는 이유는 출생률 및 사망률의 저하로 인한 少産少死型 인구구조와 평균수명의 연장에 기인하기 때문인 것으로 생각되는데, 특히 우리 나라는 제2차 세계대전과 한국전쟁(6·25동란) 이후 태어난 베이비붐 세대(1950년대 중반~1960년대 초반 출생)가 21세기에 노령계층으로 진입되기 시작하면서 고령화 속도가 가속화되리라 보여진다. 구체적으로 노인과 관련된 통계청발표의 각종 통계지표를 통해 고령화사회의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

2000년의 65세 이상 노인인구는 337만명으로 전체인구의 7.1%를 차지할 것으로 보여 바야흐로 고령화사회가 눈앞으로 다가오고 있다. 여기에서 공적 노령연금의 수급연령이 60세인 점을 감안하여, 60세 이상 노인인구를 보면 519만명인데, 이중 前期고령계층이라 할 수 있는 60~64세 인구는 182만명으로 60세 이상 노인인구의 1/3을 차지하고 있다. 이와 같이 노인인구가 증가하게 되는 직접적인 계기는 평균수명의 연장에 있다고 할 수 있다. 1990년도 평균수명이 남자 67.7세, 여자 75.7세로 평균적으로는 71.6세로 되어 있으며, 2000년에는 남자

의 평균수명도 71세가 될 것으로 추계하고 있어 인생 70년 시대가 다가오고 있다.

이러한 노인인구를 생산연령인구나 연소연령인구와 대비시켜 노인인구에 대한 사회적 부양부담정도를 파악해 볼 수 있는데, 대표적인 지표로 노년부양비를 들 수 있다. 2000년의 노년부양비(60세 이상 기준)는 16.31%로 나타나고 있는데, 이는 1명의 노인을 6명의 생산연령인구가 부양하고 있다는 것을 의미한다. 이 같은 부양수준을 1990년 9명의 생산연령인구와 비교해 보면, 그만큼 생산연령인구의 사회적 부양부담이 늘어나고 있다고 할 수 있다.

또한, 노인인구의 증가현상과 더불어 21세기에도 핵가족화추세는 지속적으로 나타나리라 보여진다. 핵가족이라 할 수 있는 부부, 부부와 미혼자녀, 편(부)모와 미혼자녀로 구성된 가구형태의 비율이 1995년에 79.8%로 나타나고 있다. 이를 다시 동부와 읍·면부로 구분하여 보면, 동부지역의 핵가족화 현상이 읍·면부에 비해 더 높게 나타나고 있으며, 그 대신에 읍·면부 지역에서는 직계가족형태가 동부지역에 비해 약 2배 정도로 더 많은 실정이다. 이러한 핵가족화가 가져오는 사회적 문제는 역시 고령자에 대한 자녀의 私的 扶養능력이 떨어진다는 점이라 할 수 있어, 결국 앞으로 노후는 노인자신 또는 사회적으로 부양될 수밖에 없게 된다.

그리고 전반적인 핵가족화 현상 속에서 두드러진 것은 노인으로 구성된 핵가족의 증가라 할 수 있다. 1995년 전국 노인가구 거주비율은 30.6%이고, 이 중 동부지역은 22.5%로 읍·면부 지역의 41.3%에 비해 낮게 나타나고 있다. 이 노인가구는 거의 단독노인과 노부부만으로 구성되어 있다. 이와 같이 21세기의 우리 나라는 인구·사회적 측면에서 노인에 기인한 여러 유형의 사회적 문제를 안게 된다고 볼 수 있는데, 그 중에서 현재 선진각국에서 겪고 있는 노인에 대한 공적·사

적 부양문제가 크게 대두되리라 보여진다.

이러한 사회적 변화를 감안하여 1988년부터 국민연금제도를 도입하여 실시 중에 있지만, 문제는 노령연금의 지급시기에 있다. 즉, 공무원, 교육·연구직 종사자 등 일부 직종의 정년은 60세 전후라 보여지지만, 생산연령인구의 대부분을 차지하고 있는 일반기업체 종사자의 정년은 55세 전후라는 실정을 감안한다면, 정년퇴직 후 최소한 연금수급까지는 무소득, 또는 저소득의 위험에 빠질 수도 있다. 그렇다고 60세 이후 지급되는 노령연금액의 수준으로는 기초생활비용 이외에도 의료비용을 부담하기에는 낮은 수준이라 생각되어진다.

결국, 아직도 취업능력이 남아 있는 50대 정년퇴직자가 은퇴 후 노후생활을 준비하기 위해서는 자녀에게 의존하거나, 아니면 재취업활동을 해야 하는데, 자녀의존경향은 점차적으로 낮아지고 있는 추세이기 때문에 크게 기대하기는 어려운 실정이다. 따라서, 재취업이 가능하도록 도와줄 수 있는 지원체제를 구축하는 것이 궁극적으로는 사회적 부양부담도 줄일 수 있는 방안이라 생각할 수 있다.

2. 研究의 目的과 內容

향후 다가오는 고령화사회를 맞이하여 준비하여야 하는 고령자대책은 노동, 생활, 의료, 교육, 산업 등 모든 부문에 걸친 정책을 망라하여 종합적으로 수립할 필요가 있으며, 실제적으로도 한 분야의 정책은 다른 분야에까지 미치는 파급효과도 있다. 그 중에서 노동과 관련한 정책에서는 고령자대책 중에서 우리 나라의 사회제도적 실정에 비추어 볼 때 점점 그 필요성이 대두되고 있다.

우리 나라는 그 동안 1970~80년대의 고도 경제성장으로 인하여 국민들의 경제적 富의 수준은 상당히 향상되었으나, 이를 제대로 활용

할 수 있는 사회적 제도가 미흡한 것이 현실이다. 그렇게 사회적 제도가 미흡한 실정에서는 노후생활에 대비하기 위하여 축적한 富를 부동산 등 실물자산에 투자하는 경향이 일반적이라 생각되는데, 그러한 투자경향은 사회전체적으로 보면 비생산적일 수 있다는 점이다.

따라서 연구의 목적은 공적 소득보장체계가 미흡한 현실에서 노인 개개인의 소유자산을 사회생산적인 분야에 투자하게 함으로써 노인에게 대한 사회적 부양부담을 줄이고, 노인으로서 하여금 지속적으로 취업활동에 참여하게 함으로써 정신건강을 비롯한 신체적 건강을 유지할 수 있도록 고령자창업을 지원해 주기 위한 방안을 고안·제시하는 데에 있다.

연구의 내용으로는 1장의 서론에 이어서 2장에서는 현재 고령자가 가지고 있는 부양의식을 살펴보고, 사회적인 부양제도의 내용을 우리나라와 주요국가를 중심으로 검토해 본다. 3장에서는 고령자창업지원에 앞서서 우리나라와 주요 국가간의 고령자 취업현황을 비교·검토하고 고령자창업의 필요성과 기본방향을 제시한다. 4장에서는 구체적으로 고령자가 창업을 위한 업종선정에 앞서서 고려해야 할 사항이나, 현실적으로 적합한 업종을 4가지 측면에서 분류·검토한 후에 5장에서 고령자창업을 지원해 주기 위한 정책적 과제를 제시하고자 한다.

Ⅱ. 公·私的 高齡者 扶養制度의 現況

1. 高齡者의 扶養意識

가. 老人階層의 扶養意識

노인계층이 생각하고 있는 노후생활비마련에 대한 책임의식을 통하여 우리나라의 공·사적 부양제도의 향방을 어느 정도 제시할 수 있다. <表 II-1>은 최근 한국보건사회연구원의 조사자료에 의한 결과인데, 노인 스스로가 노후생활비를 마련하여야 한다는 의식이 38.8%, 가족이나 자녀가 마련해 주어야 한다는 의식이 32.5%, 사회보장 등 국가적 차원에서 마련해 주어야 한다는 의식이 25.5%로 각각 나타나 노인 스스로가 노후생활비를 마련하여야 한다는 책임의식이 강함을 알 수 있다. 그러한 경향은 前期고령자(60대 노인계층)일수록, 그리고 교육수준이 높은 고령자일수록 높게 나타나고 있다. 이와 같은 의식수준의 조사결과를 감안한다면, 노인 스스로가 생활비를 마련하기 위해서는 경제활동에 참여하여야 한다는 것을 의미한다.

그런데 이와 관련하여 또 한가지 의미있는 조사결과가 있는데, 이는 <表 II-2>와 같이 현재 취업하고 있지 않은 상당수의 노인계층에까지 노후생활비를 노인 스스로가 마련하여야 한다는 의식을 가지고 있다는 점이다. 그러나 여기에서 취업 노인과 비취업 노인간 의식수준의 차이가 있음을 알 수 있는데, 취업 노인의 경우가 비취업 노인에 비해 스스로 노후생활비를 마련하여야 하는 책임의식이 높은 반면에, 가족이나 자녀, 또는 국가로부터의 의존의식은 낮은 것으로 나타나고 있다.

<表 II-1> 老人階層의 老後生活費마련 責任意識(1998)

(단위: %)

	스스로마련	가족·자녀	국가적 차원	기타	모름	합계
전국(평균)	38.8	32.5	25.5	0.2	3.0	100.0
동부지역	39.5	28.8	28.6	0.2	2.9	100.0
읍·면부지역	40.8	33.4	22.9	-	3.0	100.0
연령계층별						
65~69세	45.7	26.1	25.7	0.1	2.4	100.0
70~74세	37.0	31.3	28.8	0.2	2.7	100.0
75세 이상	31.5	42.2	21.7	0.2	4.3	100.0
교육수준별						
초등학교졸	42.3	27.5	27.9	0.3	2.0	100.0
중고졸	52.6	16.3	29.1	-	2.0	100.0
대졸 이상	71.0	9.9	19.1	-	-	100.0

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

이와 같은 조사결과로부터 도출할 수 있는 것은 노후생활을 위한 공·사적 부양부담은 노인의 지속적인 경제활동을 통해 상당히 완화될 수 있다는 점이다. 이 같은 현상은 핵가족화 추세나 불충분한 국가의 노후생활보장에 기인하고 있다고도 볼 수 있겠으나, 이미 선진국가에서도 사회보장재정의 악화로 충분한 노후생활을 유지시켜주기 어렵다는 것을 경험하고 있듯이 현재와 같은 노인 스스로의 책임의식을 지속적으로 고양시켜 줄 필요가 있으며, 이를 지원해 줄 수 있는 제도 구축이 필요한 것이다.

한편, 단순한 노인들의 의식수준에서 벗어나 실제로 생활비를 충당하기 위한 방법을 살펴보면 <表 II-3>과 같다. 크게 자립형과 의존형으로 구분할 수 있는데, 아직까지는 자녀가 보조해주는 비용으로 생활하는 의존형 노인의 비중이 더 높게 나타나고 있는 실정이다.

〈表 II-2〉 老人階層의 就業有無別 老後生活費마련 責任意識(1998)
(단위: %)

	스스로마련	가족·자녀	국가적 차원	기타	모름	합계
전국(평균)	38.8	32.5	25.5	0.2	3.0	100.0
취업노인	49.6	27.2	20.8	0.1	2.4	100.0
미취업노인	34.0	34.9	27.5	0.2	3.3	100.0

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

그리고 자립형 노인 중에서는 일 또는 직업을 통해 생활비를 충당하는 노인이 가장 많아 전체의 23.3%를 차지하고 있고, 이외에 부동산 임대소득, 저축 등의 금융소득으로 생활비를 충당하고 있다.

〈表 II-3〉 老人階層의 主要 收入源(1998)
(단위: %)

	전국	동부지역	읍·면부지역	(참고, 1994)
자립형	34.1	30.0	41.3	37.2
일·직업	23.3	16.2	35.6	27.9
저축·증권	2.4	2.7	1.9	6.6
부동산·집세	5.9	7.5	3.2	-
연금·퇴직금	2.5	3.6	0.6	2.7
의존형	45.7	52.0	34.5	59.6
자녀	40.5	46.1	30.7	52.2
친척	0.2	0.2	0.1	2.7
공적보호	5.0	5.7	3.7	4.7
기타	20.1	17.9	24.3	3.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

특히 동부지역에 거주하는 노인일수록 일이나 직업을 통하기보다는 임대 및 금융소득이나 연금 및 퇴직금의 여유자금을 통해 생활비를 충당하고 있는 비중이 읍·면부 지역 거주노인보다 높은 실정이다. 이와 같은 현상은 주로 동부지역에 거주하는 노인계층을 대상으로 여유자금을 활용할 수 있게 도와줌으로써 활력을 불어넣어 줄 필요가 있다.

나. 非老人階層의 扶養意識

64세 이하의 비노인계층이 느끼는 노인의 부양의식, 노후생활비 마련에 대한 책임의식, 노후생활비 마련방법에 대해서 살펴보면 <表 II-4>와 <表 II-5>와 같다. 먼저 <表 II-4>의 비노인계층이 느끼는 장래 노후에 대한 부양의식을 보면, 무엇보다도 장래 자신의 노후부양은 스스로 해결하여야 한다는 의식이 73.7%로 지배적인데, 이는 노인계층이 느끼는 부양의식에 비해 상당히 높은 수준임을 알아야 한다. 다시 연령계층별로 구분하여 살펴보면, 중·장년계층에 해당하는 30~40대 계층에서, 그리고 교육수준이 높을수록 스스로의 해결의식이 강하게 나타나고 있다. 부양의식측면에서만 보는 경우, 60세 전후에 있는 계층에서 자녀에 의한 부양의식이 다른 연령계층에 비하여 상당히 높게 나타나고 있는 현상은 현재 많은 노인들에 대한 공적 생활보장제도나 사회적 지원제도가 미흡하다는 것을 반영해 주고 있다.

그리고 노후생활비 마련에 대한 책임의식을 살펴보면 <表 II-5>와 같다. 부양의식과 같이 노후생활비도 스스로 마련하여야 한다는 의식이 지배적이다. 그러한 가운데 비노인계층의 약 1/4 정도가 국가적인 차원에서 노후생활비를 마련해 주어야 한다고 생각하고 있는데, 이와 같은 두 가지의 현상으로부터 미루어 볼 때 국민연금제도가 실시되고 있어 사회보장에 대한 인식이 높게 형성되어 있다고 할 수 있

음에도 불구하고 스스로 해결하여야 한다는 의식이 지배적인 것은 아직까지는 자신의 노후생활을 타인에게 의존하지 않으려는 성향이 크게 나타나 있기 때문이라 보여진다.

〈表 II-4〉 非老人階層의 將來 老後 扶養意識(1998)

(단위: %)

	자녀의존	스스로 해결	생각해본적 없음	합계
전국(평균)	20.5	73.7	5.8	100.0
동부지역	19.1	75.0	6.0	100.0
읍·면부지역	26.7	68.4	4.9	100.0
연령계층별				
35~44세	15.3	78.6	6.1	100.0
45~54세	25.6	68.8	5.5	100.0
55~64세	42.8	52.8	4.3	100.0
교육수준별				
초등졸	38.8	54.6	6.6	100.0
중졸	24.5	69.3	6.2	100.0
고졸	14.1	80.2	5.7	100.0
대졸 이상	12.9	82.5	4.6	100.0

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

이와 같은 경향은 연령계층이 낮을수록, 그리고 교육수준이 높을수록 강하게 나타나고 있다. 특히 현재 국민연금가입자의 중심계층이라 할 수 있는 40세 전후의 연령계층에서, 그리고 대졸 이상의 학력을 지닌 연령계층일수록 다른 계층보다도 국가적 차원에서의 노후생활비 마련비중이 높고, 그 대신에 가족이나 자녀보조로부터의 마련은 상당히 낮은 실정이다. 다시 말하면 일차적으로는 노후생활비를 자신이 스스로 마련하도록 노력하고, 이차적으로 부족한 부분을 공적부분에

서 보충하겠다는 의미를 지니고 있다.

이러한 현실을 고려한다면, 충실한 사회보장제도의 구비도 중요하지만 자발적인 생활비마련을 지원해 줄 수 있는 사회적 제도도 아울러 준비될 수 있도록 하는 것이 바람직하다는 점을 인식할 필요가 있다.

<表 II-5> 非老人階層의 老後生活費마련 責任意識(1998)

(단위: %)

	스스로마련	가족·자녀	국가적 차원	기타	모름	합계
전국(평균)	67.9	5.3	24.8	0.0	2.0	100.0
동부지역	67.6	4.7	25.9	0.0	1.9	100.0
읍·면부지역	69.5	8.0	20.1	0.0	2.4	100.0
연령계층별						
35~44세	69.9	1.7	26.6	0.1	1.7	100.0
45~54세	68.9	6.3	21.9	-	2.9	100.0
55~64세	58.2	16.8	22.2	-	2.8	100.0
교육수준별						
초등졸	62.2	14.2	19.6	-	4.0	100.0
중졸	68.8	6.4	22.7	-	2.1	100.0
고졸	71.1	2.3	25.1	0.0	1.4	100.0
대졸 이상	66.8	1.9	30.6	0.0	0.7	100.0

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

마지막으로 비노인계층이 노후생활비를 마련하는 방법에 대하여 살펴보면 <表 II-6>과 같다. 현재 노후준비를 하고 있는 비노인계층에서는 무엇보다도 공적연금, 퇴직금, 개인연금 등 공·사적 소득보장방법을 통해 노후생활비를 마련하고 있는 것으로 나타났으며, 부동산임대나 금융소득에 의한 마련에는 그다지 큰 비중을 두고 있지 않은 실정이다. 이와 같은 현상은 역시 40세 전후의 중년계층에서, 그리고 대

졸 이상의 고학력 계층에서 크게 나타나고 있다. 그러나 이와 같은 공·사적 연금이나 저축에 의한 노후생활비는 물가상승에 따른 연금액 조정이 원활하게 이루어지지 않는 경우나, 금리하락이 이루어지는 경우에는 충분한 노후생활비를 준비하기 어려운 방식이 될 수 있다.

〈表 II-6〉 非老人階層의 老後生活費마련 方法別 類型(1998)

(단위: %)

	저축	주택소유	연금·퇴직금	개인연금	기타
전국(평균)	17.9	18.7	57.4	52.4	0.7
동부지역	19.0	18.3	54.5	55.2	0.8
읍·면부지역	13.2	20.2	69.1	41.0	0.7
연령계층별					
35~44세	19.3	17.8	54.6	61.8	0.6
45~54세	18.0	29.8	54.2	37.9	0.4
55~64세	15.9	40.9	52.5	18.5	2.7
교육수준별					
초등졸	13.9	31.3	52.0	27.2	1.3
중졸	13.3	24.2	48.8	47.7	0.1
고졸	17.0	14.8	54.1	59.8	0.8
대졸 이상	24.0	15.6	70.5	55.9	0.8

註: 노후대책이 있는 사람만을 대상으로 한 복수응답 결과임.

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

이상과 같이 고령자에 대한 부양의식을 정리하여 보면, 현재 노인 계층에서는 자신의 노후생활비를 스스로 마련하여야 한다면서도 가족이나 자녀로부터의 보조를 크게 바라고 있는 반면, 비노인계층에서는 일차적으로는 스스로 마련하고 이차적으로 국가적 차원에서 보조해주는 것을 바라고 있는 것으로 풀이된다. 그리고 노후생활비의 마련방법으

로 현재 노인계층에서는 자녀에게 의존하고 있지만, 약 1/4의 노인이 일이나 직업을 통한 경제활동으로 마련하고 있고, 비노인계층에서는 노후준비로 공·사적 소득보장을 잘 활용하고 있는 것으로 풀이된다.

결과적으로 노인계층이든 비노인계층이든 간에 노후생활을 위해서는 지속적인 경제활동을 바라고 있는 것으로 생각되며, 특히 공·사적 연금을 수급할 수 있기까지는 어떠한 형태로든 취업활동을 유지하여야 할 것이므로 이러한 스스로의 부양의식이 높은 만큼 정부로서는 이를 지원해 줄 수 있는 사회적 제도를 구축할 필요가 있다.

2. 社會的 高齡者 扶養制度

현재 우리 나라에서 실시되고 있는 고령자의 사회적 부양제도라 하면, 국민 소득계층을 대상으로 한 생활보호제도¹⁾와 경로연금제도, 일반소득계층을 대상으로 한 국민연금제도, 공무원 등 특수직역연금제도가 중심적이며, 이외에 민간 생명보험회사를 통한 개인연금상품도 있다. 그러나 우리 나라 민영보험은 인구의 노령화, 여성의 경제활동 활성화, 핵가족화에 따른 노인계층에 대한 보험상품의 개발이 미미한 실정이며, 생활 및 여가의 다양화로 인한 새로운 위험, 특히 배상책임에 대한 보험상품의 다양한 공급에도 한계성을 보이고 있다.

가. 敬老年金制度의 內容

경로연금은 노인복지법의 전면개정으로 도입된 제도로 1998년 7월부터 지급되고 있다. 이 연금은 국민연금제도가 실시될 당시 가입연령초과로 대상에서 제외된 기존 노인 중에서 생활보호대상 노인과 차

1) 1998년도 생활보호대상자에게 주어지는 월평균 생계비지원액을 보면, 거택보호노인은 162,000원, 시설보호노인은 125,000원의 수준임.

상위 저소득노인²⁾에게 지급하고 있는데, 지급액 수준은 <表 II-7>과 같다.

경로연금은 1998년 8월 현재 생활보호노인과 저소득 일반노인을 합하여 62만명 정도에게 지급되고 있는데, 이는 65세이상 전체노인의 20.4%에 불과한 수준이다. 그러나, 이 제도의 문제는 지급액수준에 있는데, 최고 지급액이 80세 이상 생활보호대상 노인에게 지급되고 있는 5만원수준이다. 따라서 경로연금은 노후생활비로 충당하기에는 충실하지 못하다는 것은 사실이며, 어디까지나 저소득 노인계층을 대상으로 하고 있는 만큼 일반소득계층의 노인에게는 해당되지 않는 제도이다.

또한 경로연금은 생활보호대상에서 벗어난 차상위 저소득노인에게 2만원을 지급하고 있어 소득보장제도라고 보기보다는 생계비의 일부를 지원해주는 정도의 제도라 볼 수 있으며, 더구나 국민연금제도의 성숙과 함께 경로연금의 수급노인도 자연적으로 감소될 것이므로 장기적으로는 생활보호제도권내로 흡수될 수 있는 제도이다.

<表 II-7> 敬老年金의 支給現況(1998)

	생활보호노인		저소득노인		합계
	80세 미만	80세 이상	전액지급노인	감액지급노인	
지급인원(명)	195,345	53,419	291,296	83,419	623,479
1인당지급액(만원)	4	5	2	1.5	-
총소요예산(억원)	468	160	350	75	1,054

資料: 보건복지부, 노인복지과 내부자료.

2) 지급대상의 소득기준은 본인 및 배우자와 부양의무자의 월소득을 합한 금액을 가구원수로 나누어 1인당 월평균소득액이 전년도 도시근로자가구 월평균소득의 60% 이하이며, 재산기준은 본인 및 배우자와 부양의무자의 재산을 합한 금액이 생활보호법의 자활보호대상자 선정 재산기준의 140% 이하로 설정되어 있음(노인복지법 시행령 제15조 참조).

나. 公的年金制度의 內容

현행 공적연금은 일반기업체의 피용근로자와 자영업자를 대상으로 한 국민연금제도와 공무원, 사립학교교직원 및 군인을 대상으로 한 특수직역연금제도에 의해 지급되고 있다. 따라서 이 연금은 생활보호 대상노인은 제외되어 있으며, 주요 내용은 <表 II-8>과 같다.

<表 II-8> 公的年金의 支給內容(1998)

	국민연금제도	공무원 등 특수직역연금제도
적용대상	- 5인 이상사업장근로자(1997: 560만명) - 5인 미만사업장 근로자, 자영업자 (1997: 224만명)	- 국가 및 지방공무원, 사립학교 교직원, 군인
실시년도	- 1988년(피용근로자) - 1999년(자영업자)	- 1960년(공무원연금) - 1963년(군인연금) - 1975년(사립학교교직원)
급여수준	- 완전연금: 기본연금액의 100% (40년 가입시 평균급여율: 최종소득의 60%, 소득등급별 최고100%~최저40.1%) - 감액연금: 기본연금액의 72.5~92.5% - 재직자연금: 기본연금액의 50~90% - 조기연금: 기본연금액의 75~95% - 특례연금: 기본연금액의 25~75%	- 30년가입시 최종소득의 70% (소득등급과 관계없이 대체율 동일)
급여조건	- 20년 가입, 60세 지급 (완전연금)	- 20년 가입

資料: 보건복지부, 『보건복지백서』, 1998.

국민연금제도는 그 동안 강제가입대상에서 일단 제외되어 있었던 자영업자들이 1999년 4월부터 가입하게 됨으로써 전국민연금화가 이루어지게 되어 일단 우리나라 국민이면 모두 일정기간 연금보험료를 지불하고 노후에 연금을 받을 수 있게 되어 기본적인 노후생활을 보장 받게 되었다. 다만, 그러한 연금지급액 수준이 노후생활비에 어느 정도로 충당할 수 있는가에 문제가 있다. 최근 개정된 국민연금제도에 의

하면, 30년가입을 기준으로 所得代替率이 41%(40년 기준인 경우에는 55%수준임)로 나타나고 있는데, 이는 ILO의 권고기준(최저40%~상위 55%)에 부합하는 급여수준인 것으로 보고 있다. 예를 들어 전체 피용 근로자의 평균표준월액 소득수준이라 할 수 있는 30등급인 근로자가 30년 가입하고 난 후 지급받는 연금액 수준은 임금대체율이 42% 정도에 해당하는 것으로 추정하고 있다(表 II-9 참조).

〈表 II-9〉 國民年金制度의 老齡年金支給額 水準(1997年 基準)
(단위: 원, %)

등급	표준소득월액 (천원)	특례노령 5년가입	가입기간별 연금액			
			20년	30년	40년	
1	220	70,100(31.9)	220,000(100.0)	220,000(100.0)	220,000(100.0)	
10	370	75,720(20.5)	277,920(75.1)	370,000(100.0)	370,000(100.0)	
21	920	96,350(10.5)	360,420(39.2)	536,470(58.3)	712,510(77.4)	
30	1,660	124,100(7.5)	471,420(28.4)	702,970(42.3)	934,510(56.3)	
40	2,800	166,850(6.0)	642,420(22.9)	959,470(34.3)	1,276,510(45.6)	
45	3,600	196,850(5.5)	762,420(21.2)	1,139,470(31.7)	1,516,510(42.1)	

註: ()내는 표준소득월액에 대한 연금월액의 비율임(임금대체율).

資料: 보건복지부, 『보건복지백서』, 1998.

그렇다고 한다면, 현행 국민연금제도에 의해 지급되는 연금액으로는 기본적인 생활을 할 수 있겠으나, 문제는 기본적으로 60세에 도달하여야 지급받을 수 있다는 점이다. 따라서, 55세 전후에서 정년퇴직이 보편적으로 이루어지고 있는 사회적 현실에서 이 사각지대에 놓인 장년계층의 소득보장도 문제이거나 연금이 지급되더라도 개인적인 사적연금이 지급되지 않는 경우에는 충분한 노후생활을 보장받기 어려운 실정에 있다. 결국, 이를 해결하기 위해서는 정년퇴직 근로자들이 지속적으로 경제활동을 영위할 수 있도록 지원해주는 사회적 제도가 필요하다고 볼 수 있다.

3. 主要國家의 高齡者 扶養制度

주요 선진각국의 노후 생활보장방법은 일반적으로 3층 체계로 이루어져 있다고 하는데, 이는 공적 노령연금, 보충적 기업연금, 사적 개인연금을 말한다. 즉, 어디까지나 공적 노령연금이 1층체계로 기본적인 생활보장방식에 해당하고, 기업연금이나 개인연금은 공적연금을 보충해 주는 제2층, 제3층 체계에 해당한다. 이와 같이 선진각국들은 충분한 노후 생활보장을 제공해 주기 위하여 공적 노령연금외에 보충적인 기업연금까지 반강제적으로 실시하고 있는 실정이다.

〈表 II-10〉 主要國家의 公的 老齡年金給與 所得代替率 및 受給年齡 (단위: %)

	가입기간	평균소득수준			수급연령
		평균소득 2/3배 계층	평균소득 1배 계층	평균소득 2배 계층	
덴 마 크	40	83	60	37	67
	20	82	59	36	
프 랑 스	37.5	96	88	75	60
	30	52	50	49	
독 일	45	72	77	63	65
	20	32	34	28	
이탈리아	35	91	89	94	60
	20	56	56	56	
네덜란드	40	66	49	27	65
	20	66	49	27	
스 페 인	35	98	97	97	65
	20	70	73	71	
영 국	45	53	44	30	65
	20	31	28	23	

資料: 변재관 외, 『한국의 사회보장과 국민복지 기본선』, 한국보건사회연구원, 1998.

여기에서 공적 노령연금의 소득대체율을 살펴보면 <表 II-10>과 같은데, 평균소득에 해당하는 근로자 및 가입기간을 기준으로 하는 경우, 대부분의 국가에서 우리나라보다 높은 소득대체율을 보이고 있으며, 여기에다 상당히 성숙되어 있는 기업연금까지 포함시키면 소득대체율은 더욱 높아지게 된다.

구체적으로 기업연금과 개인연금을 보면 <表 II-11>과 <表 II-12>와 같다. 기업연금은 공적연금을 보충적으로 지원해주기 위해 만들어진 제도로서 이미 유럽 선진각국들은 보편적으로 실시하고 있으며, 가입방식은 개인별, 또는 단체협약에 의한 가입이 대부분이고 대체적으로 전체 피용근로자의 절반이상이 가입하고 있다. 또한, 개인연금은 노후생활비를 충당하기 위해 현역근로당시 일정한 금액에 도달할 때까지 불입하는 제도인데, 적립불입액에 대한 세액공제를 통해 가입을 유도하고 있는 실정이다.

<表 II-11> 主要國 補充的 企業年金의 內容

	가입방식	가입률(%)	수급연령	기여율(%)
캐나다	기업주지원(임의)	45(1993)	65세	5~9
덴마크	단체협약(강제)	65(1994)	60세	12
독일	개인별(임의)	50(1994)	65세	na
이탈리아	개인별(임의)	na	57~65세	4
일본	개인별(임의)	na	60세	3.2~3.8
스웨덴	단체협약(강제)	na	65세	5~20
영국	개인별(임의)	48(1991)	65세	17
미국	개인별(임의)	58.8(1998)	66세	na

資料: 보건복지부, 『OECD회원국의 사회정책에 관한 종합보고서』, 1998. 7.

〈表 II-12〉 主要國 個人貯蓄年金의 內容

	연금명	급여내용	기여율	조세혜택
캐나다	공식퇴직저축플랜 (RRSPs)	60~71세에 저축예금 인출가능	소득의 18%(최대)	세액공제
영국	개인연금	50~75세에 연금수급	소득의 17.5~40%	세액공제
미국	개인퇴직구좌 (IRA)	59.5세 인출시 10%의 벌과금부과, 70.5세 도달시 정식인출가능	연간 2,000\$(최대)	세액공제

資料: 보건복지부, 『OECD회원국의 사회정책에 관한 종합보고서』, 1998. 7.

이와 같이 선진각국에서는 직장생활로부터 퇴직한 이후 소득보장방법으로 국민의 사회적 연대를 기반으로 한 공적연금을 일차적인 중심 소득으로 하고, 이에 부가하여 직역이나 개인의 자조노력에 의한 기업연금, 퇴직금, 개인연금 등의 개인자산을 적절히 혼용하고 있는 실정이다. 다만, 그렇게 공·사적인 노후 소득보장체계가 잘 갖추어져 있는 경우에는 그 만큼 취업의 의욕을 감퇴시킬 수도 있으며, 실제로도 선진국들의 고령자 취업률이 그다지 높지 않은 것으로 나타나고 있다. 따라서 한편으로는 충실한 노후 생활보장으로 인하여 연금재정의 악화를 가져오고 있으며, 결과적으로 현역 근로세대의 사회적 부담부담이 가중되고 있는 것으로 지적되고 있다.

실제로 유럽 선진각국은 사회적 부담이 크게 증가하여 국민부담률이 50% 이상의 수준을 보이고 있다(表 II-13 참조). 우리나라의 경우는 약 23% 수준으로 추정하고 있어 유럽 선진각국은 물론 일본, 미국에 비해서도 낮으나, 인구고령화가 상당히 빠르게 진행되고 있는 데다, 이와 관련하여 의료비, 연금에 대한 사회적 부담비용이 큰 폭으로 증가하고 있는 실정이어서 이에 대한 대책마련이 필요하다.

〈表 II-13〉 主要國의 國民負擔率 現況

	한국 (1994)	일본 (1994)	미국 (1990)	영국 (1991)	독일 (1991)	스위스 (1989)	스웨덴 (1991)
조세부담률 (A)	20.1	24.1	25.6	39.4	29.2	33.7	52.8
사회보장부담률 (B)	2.9	13.4	10.7	10.6	21.8	28.1	21.5
국민부담률 (A+B)	23.0	37.5	36.3	50.0	51.0	61.8	74.3

資料: 변재관 외, 『한국의 사회보장과 국민복지 기본선』, 한국보건사회연구원, 1998.

Ⅲ. 高齡者의 就業現況 및 創業支援의 基本方向

1. 우리나라 高齡者의 就業 및 雇傭支援政策 現況

가. 高齡者 就業의 現況

우리나라 고령자의 경제활동에 참여현황을 한국보건사회연구원의 조사결과를 토대로 살펴보면 <表 III-1>과 같다. 전체적으로 노인의 29%정도만이 취업하고 있으며, 나머지 2/3 이상의 노인들은 취업하고 있지 않은 것으로 나타나고 있다. 그런데, 이를 다시 동부, 읍·면부로 구분하여 살펴보면, 동부지역 거주노인들은 전체의 17.1%만이 취업하고 있는 반면에 읍·면부 지역 거주노인들은 49.1%가 취업중인 것으로 나타나고 있다.³⁾

동부와 읍·면부간 노인의 취업비중이 큰 격차를 보이고 있는 이유는 취업유형의 특성에 기인하기 때문이라 볼 수 있다. 즉, 읍·면부 지역 취업노인 중에서 83.4%가 농·어·축산업에 종사하고 있는 반면에 동부지역 취업노인 중에서는 55.8%가 서비스·판매직 및 단순노무직에 종사하고 있는 실정이다. 다시 말하면, 읍·면부지역 거주노인은 농·어·축산업이 과거 젊었을 때부터 지속적으로 종사해 온 분야이면서 공식적인 정년연령이 없기 때문에 동부지역보다 노인취업비중이 높다고 볼 수 있다. 결국, 정년연령이 적용되고 있는 화이트칼라 직종의 입법

3) 통계청의 조사자료에 의하면, 55세 이상 인구를 기준으로 한 고령자취업률이 1997년에 16.3%로 나타나고 있으며, 농가의 고령자취업률은 50%로 비농가에 비하여 4배 이상 높은 수준임. 이와 같은 수준은 농가에서 대체적인 인력이 부족하여 노인이 취업하여야 하는 비자발적인 형태를 보이고 있다고 할 수 있음.

공무원·고위 임직원, 전문가, 기술공 및 준전문직, 사무직에 종사하는 노인의 경우는 전체의 6% 정도에 그치고 있는 실정이다.

이와 같이 노인의 취업유형은 대부분이 농업중심의 1차 산업부문과 단순노무직에 중점적으로 치우쳐 있는데, 농업에 종사하는 노인의 대부분이 영농규모나 기술이 작고 낮아서 고소득의 영농에 종사하지 못하고 있으며, 단순노무직도 노화로 인한 노동력의 감퇴가 발생하게 되어 장기적으로는 저소득층으로 전락될 가능성이 있다.

〈表 III-1〉 老人의 就業現況(1998)

(단위: %)

구 분	전 국	지 역 별	
		동 부	읍·면부
취업여부	100.0	100.0	100.0
취업중	29.0	17.1	49.1
미취업	71.0	82.9	50.9
취업유형	100.0	100.0	100.0
고위임직원·관리자	2.0	4.9	0.2
전문가	1.9	4.7	0.3
기술공·준전문가	1.1	2.6	0.1
사무직원	1.2	2.9	0.2
서비스·판매직 근로자	8.8	17.5	3.6
농·어·축산업 종사자	60.4	21.6	83.4
기능원·관련기능 종사자	2.7	6.4	0.6
기계장치조작원	0.4	1.2	0.0
단순노무직 근로자	21.5	38.3	11.6

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

한편, 현재 취업중인 노인의 취업이유를 보면, <表 III-2>와 같이 경제적인 필요성이나 일손부족 때문에 취업하는 비자발적인 경우가 크게 차지하고 있으며, 일이 좋거나 건강유지 및 노인 스스로의 능력존재로 취업하는 자발적인 경우는 아직은 낮은 수준이다. 즉, 경제적인 필요성에 의해서 취업하는 노인의 비중이 동부, 읍·면부 모두 전체의 2/3 정도를 차지하고 있지만, 이를 제외한다면 읍·면부 지역 거주노인은 일손부족 때문에 취업을 해야하는 비자발적인 특성이 높은 반면에, 동부지역 거주노인은 건강유지나 본인의 능력을 느끼고 싶어서 취업하는 자발적인 특성이 높은 것으로 나타나고 있다.

<表 III-2> 就業老人의 就業理由(1998)

(단위: %)

구 분	전 국	지 역 별	
		동 부	읍·면부
일이 좋아서	8.2	6.5	9.3
돈이 필요해서	66.1	65.3	66.5
건강유지를 위해서	7.2	10.5	5.2
사람과의 교제를 위해서	0.7	1.5	0.3
시간을 보내기 위해서	5.9	5.5	6.1
능력을 느끼고 싶어서	4.2	8.3	1.7
사회적 지위·명예를 위해서	0.2	0.5	0.0
일손이 모자라서	6.9	0.5	10.7
기타	0.6	1.5	0.1

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.12.

〈表 III-3〉 就業老人의 就業持續 意向 및 未就業老人의 理由 現況(1998)
(단위: %)

구 분	전 체	지 역 별	
		동 부	읍·면부
취업지속 희망여부	100.0	100.0	100.0
지속희망	79.3	86.3	75.1
중단희망	20.7	13.7	24.9
미취업 이유	100.0	100.0	100.0
일하고 싶지 않아서	20.2	21.9	15.2
일할 필요가 없어서	5.5	5.5	5.5
일자리가 없어서	14.0	16.8	6.0
건강이 좋지 않아서	44.9	41.1	55.8
가사일 때문에	4.7	5.6	1.8
자녀들이 못하게 해서	1.1	0.8	1.9
연로해서	9.5	8.1	13.5
기타	0.2	0.1	0.3

資料: 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.

그런데 현재 취업중인 노인은 <表 III-3>과 같이 동부와 읍·면부간에 약간의 차이는 있지만, 취업하게 된 이유가 비자발적이든 자발적이든 간에 취업중인 노인의 80% 정도가 지속적으로 취업을 유지시켜 가기를 원하고 있다. 또한 미취업의 이유에서는 일을 하고 싶지 않기 때문이라는 요인에 비해 일자리가 없거나 건강이 좋지 못해서 부득이하게 취업하지 못하는 요인에 의한 비중이 높게 나타나고 있다.

이와 같이 노인취업과 관련한 주요사항을 검토해 본 결과, 고령자 취업 또는 고용에 대한 대책이 국민연금제도가 성숙되어 있지 못한 현실에서 크게 필요한 것으로 나타나고 있음을 알 수 있다. 즉, 비록 노인의 취업비중이 낮기는 하지만 취업중인 노인은 어떠한 이유 때문

이든 간에 취업을 지속적으로 유지시켜 가기를 원하고 있고, 미취업의 노인도 일은 하고 싶지만, 취업기회나 건강상의 이유로 취업하지 못하고 있는 것으로 요약할 수 있다.

결국, 이와 같은 현실을 감안하고, 노동시장에서의 은퇴로 인하여 사회활동이 급격하게 감소하거나, 자립능력의 악화를 방지하기 위해 서라도 노인의 취업기회를 확충하는 것이 필요한 실정이다. 다만, 최근 소위 IMF체제로 인한 구조조정 등으로 실업률이 증가하여 노인취업에 대한 사회적인 여건은 악화되어 있는 것이 사실이나, 그 이전에도 도입된 고령자고용대책도 효과적으로 개발·실행되지 못하여 노인고용을 촉진시키는 데에 실효성을 얻지 못한 면도 있다.

따라서 점차적으로 늘어나리라 예측되는 퇴직고령자들이 지닌 직장에서의 활동경험과 지식을 활용할 수 있도록 하는 것이 사회의 인적자원을 활용한다는 차원에서도 고령자 취업은 필요하며, 특히 활기차고 생산적인 노후생활과 사회전체의 부양부담을 최소화하기 위해서 고령자취업을 위한 여건을 조성하고 적극적으로 지원할 필요가 있다. 이러한 고령자 취업은 고령자 스스로가 경제력을 가지게 함으로써 자녀의 부양부담을 경감시키고, 개인적인 성취욕구와 사회자원의 활용이라는 점에서 볼 때 생산적인 복지 대책의 일환이기도 한 것이다.

나. 高齡者 雇傭支援政策

현행 고령자 고용지원정책은 취업알선기관을 통해 지원하는 방향으로 실시하고 있는데, 이에 는 노인능력은행, 노인공동작업장, 고령자인재은행, 그리고 고령자취업알선센터가 있다.

노인인력은행은 보건복지부의 주관하에 대한노인회, 시·도 연합회 및 시·군·구 지회가 운영하고 있으며, 정부에서는 운영비의 일부를 지원해주고 있다. 다만, 아직도 정부의 예산지원이 낮은 수준에 있고,

취업알선 전담인력이 부족하고, 단순노동을 제외하고는 구인처가 부족해 있는 등 여전히 취업알선 실적은 저조한 실정이다.⁴⁾

노인공동작업장은 1996년 현재 전국에 441개소가 설치되어 있는데, 수입의 저조, 일감 부족 및 운영의 미숙, 작업환경의 미비, 지역산업체와의 연계 부족 등으로 본래 노인의 적성과 능력에 따라 작업을 함으로써 여가선용은 물론 소득을 올릴 수 있는 기회를 제공하고자 한 기능이 제대로 수행되지 못하고 있는 실정이다.

고령자 인재은행은 노동부의 주관하에 25개가 설치·운영되고 있는데, 취업알선대상자들이 주로 조기 정년퇴직자들로서 비교적 연령이 낮은 계층이 중심을 이루고 있다. 이는 구인처로서는 고연령자보다 어느 정도의 생산성을 기대할 수 있게 해주는 요인 되기 때문에 다른 취업알선기관에 비하여 상대적으로 취업률이 높은 것이 사실이다.

그리고 고령자 취업알선센터는 서울시가 1992년부터 12개의 센터를 설치하여 사회복지법인 및 비영리법인에게 위탁·운영하고 있다. 다른 기관의 실정과 유사하여 취업알선센터의 전담인력이 부족하고 취업직종이 편중되어 있는 등 큰 효과를 보고 있지 못하며, 대부분의 구인처도 영세업체로서 작업환경이 열악한데다가 적절한 임금의 대가를 지불하지 못하고 있는 실정이다.

이와 같은 각종 고령자 취업알선기관들은 그 취지에도 불구하고 노인의 취업을 지원하고 있지 못한 이유는 무엇보다도 기업체로서 생산성이 떨어진 고령자들을 받아들여 주는 지원금 등과 같은 유인대책이 미흡하기 때문이라 보여진다. 이 외에도 1991년에 고령자고용촉진법을 규정하여 노인에게 적합한 직종을 개발하여 노인을 우선적으로 채

4) 1994년도 취업알선실적을 보면, 1개월 미만의 단기취업이 74.4%로 대부분을 차지하고 있으며, 1개월 이상 장기취업자의 대부분도 육체적인 노동을 필요로 하는 공동작업인 것으로 나타나고 있음(보건복지부 내부자료).

용하도록 의무화하고 있지만, 동 법에 의한 사업주의 고령자 고용의무는 권장사항에 불과하여 활성화가 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

2. 主要國家의 高齡者 就業 및 雇傭支援政策 現況

가. 高齡者 就業의 現況

주요 국가의 고령자 취업현황을 살펴보면 <表 III-4>와 같다. 현재 수입있는 일을 하고 있는 노인(취업노인)의 비중이 일본은 43.6%, 미국은 23.5%, 독일은 6.8%, 태국은 37.1%로 조사되고 있는데, 이러한 조사 결과를 통하여 보면 사회보장체계와 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. 즉, 노후 생활보장체계가 잘 구축되어 있는 독일의 경우에는 그렇지 못한 미국 등에 비하여 취업노인의 비중이 상당히 낮은 수준이다.

그리고 현재 취업중인 노인을 대상으로 향후 취업을 계속적으로 유지시켜 가기를 원하는 비중을 보면, 일본과 미국이 각각 90% 수준을 보이고, 독일이 69.4%, 태국이 82.8%를 보이고 있다. 이와 같은 현상으로부터 볼 때, 일본과 미국은 10명 중 9명의 취업노인은 어떠한 이유로든지 계속 일하기를 원하고 있으며, 비록 그 비중이 70% 수준으로 낮지만 독일에서도 일단 취업을 하게 되면, 계속적으로 유지시켜 나가려는 노인이 상당히 있음을 알 수 있다. 그러한 지속적인 취업을 원하는 이유를 보면, 일본, 미국, 태국 등에서는 경제적인 필요성 때문이라는 요인이 가장 많은 비중을 차지하고 있는 반면에 독일에서는 일 자체가 즐겁기 때문이라는 요인이 크게 작용하고 있다(일본총무청 장관관방, 1995).

〈表 III-4〉 外國의 老人 就業 現況(1995)

(단위: %)

	일본	미국	독일	태국
취업노인	43.6	23.5	6.8	37.1
60~64세	63.9	44.3	17.1	54.9
65~69세	44.8	29.4	7.5	39.3
70~74세	38.3	18.7	1.1	23.4
75~79세	20.6	7.7	0.9	19.2
80세 이상	13.7	2.2	1.3	11.6
취업계속희망	89.4	90.0	69.4	82.8

資料: 일본총무청 고령사회대책실, 『高齡者の生活と意識に對する國際比較調査』, 1995.

나. 高齡者 雇傭支援政策

일본의 경험(일본총무청장관관방, 1995)을 좀 더 구체적으로 살펴보면, 취업중인 노인이 종사하고 있는 분야가 우리나라와 유사하여 농업·농림어업, 서비스업 등의 자영업비중이 높으며, 임시·시간제 직업이든 사용직이든 간에 피용근로자로서 일하는 노인비중도 1/3 정도를 차지하고 있는 실정이다. 그런데 기업체의 퇴직경험자를 대상으로 고령자가 지닌 의욕, 능력 및 지식 등을 활용하여 창업하는 것에 대한 의식 조사에서는 86% 정도가 찬성하는 것으로 나타나고 있는데, 다만 현실적으로 제도적 지원체계가 미흡한 것이 적극적인 창업을 저해하고 있는 것으로 분석되고 있다.

따라서 일본에서는 주로 고령자를 고용하는 사업주에 대한 각종 지원체도가 수립되어 있는데, 주요 내용은 <表 III-5>와 같다. 즉, 고령자를 고용하는 사업주에게 고용촉진조성금, 장려금, 융자금 등을 지원하는 한편, 지원에 앞서서 상담, 기획입안에 이르기까지 지원서비스도

준비되어 있는 실정이다. 이러한 고령자고용을 위한 각종제도가 수립되어 있어서 실제적으로 일본에서는 상용 및 임시고용을 포함한 고령자의 피용률이 상기한 바와 같이 60세 이상 조사대상노인의 1/3 정도(1995)를 차지하고 있을 정도이다.

〈表 III-5〉 日本의 高齢者 雇傭促進支援對策 現況(1998)

지원제도	지원대상자
1. 조성금제도 - 계속고용정착촉진조성금 - 고연령자고용환경정비장려금 - 고령기취업준비장려금 - 특정구직자고용개발조성금 - 고연령자직장개선자금융자제도 - 고연령고용계속급여	- 계속고용제도를 수립한 사업주 - 고령자를 위한 직장개선 또는 고연령자사업소를 설치한 사업주 - 고령기의 직업생활 준비를 위한 유급휴가제도를 수립한 사업주 - 고령자를 공공직업안정소의 소개로 고용한 사업주 - 고령자를 위한 직장개선을 실시한 사업주 - 60세시점에 비해 임금이 15% 이상 저하된 상태에서 계속고용하는 고용보험 피보험자
2. 상담원조사업 - 고연령자고용에 대한 상담 - 기획입안서비스 - 기업진단시스템 - 공동연구 - 퇴직준비원조담당자연수 - 평생생활설계세미나	- 계속고용을 위한 상담, 조언을 희망하는 사업주 - 고령자의 고용을 위한 임금, 퇴직금제도, 인사규정의 구체적 안 작성을 희망하는 사업주 - 고령자고용에 대하여 컴퓨터시스템에 의한 분석, 진단을 희망하는 사업주 - 고용자고용을 위한 조사연구를 하는 사업주 - 종업원에 대한 퇴직준비원조의 향상을 목표로 한 사업주 - 정년 등으로 조만간 퇴직하게 되는 피용자

한편, OECD국가들에 있어서 고령자 고용을 위한 정책방향을 보면, 기본적으로 고령근로자에 대한 직업기회를 많이 창출하고, 그러한 기회에 부응할 수 있도록 필요한 기술이나 능력을 향상시키는 데에 많

은 제도적 개선을 기울이고 있다. 그 주요 내용을 보면, 첫째, 평생교육에 대한 정책을 증가시키는 것인데, 이는 연령증가에 따른 학습력, 기술, 생산성 및 임금수준의 하락을 억제시키기 위해서 필요하다. 둘째, 장기간 지속적인 취업활동을 유지할 수 있는 방법을 포함하여 노동시장에 대한 정보를 증가시킨다. 셋째, 고령자로 하여금 새로운 구직활동을 지원하기 위해 효과적이고 활기찬 노동시장프로그램을 개발한다. 넷째, 고령자고용에 대한 차별을 제거한다. 다섯째, OECD공통의 직업전략권고에 따라 각종 조치를 증가시킨다는 것으로 되어 있다.

3. 創業支援의 必要性和 基本方向

고령자 창업지원의 의의는 대체적으로 3가지 측면에서 정리해 볼 수 있다. 첫 번째는 노인에 대한 근본적인 시각이 변화하고 있다는 점이다. 과거 평균수명이 짧았던 시대에서는 노동시장에서의 은퇴와 더불어 짧은 노후생활을 보낼 수밖에 없었기에 노인의 취업문제는 그다지 크게 부각되지 못했다고 할 수 있다. 그러나 통계청의 장래인구추계에서도 알 수 있듯이 평균수명이 1990년에 이미 70세를 초과하고 있으며, 2000년에는 남자의 평균수명도 70세가 넘는 것으로 추계하고 있어 은퇴이후에도 10여 년간의 노후생활을 보내야 하는 시대가 다가오고 있는 현실이다. 그래서 이제는 노인에 대한 시각도 제2의 현역세대로 보아야 하는 방향으로 변화하고 있으며, 고령자의 능력 및 경험을 집약하여 사회에 기여할 수 있도록 하는 방향으로 고령자 창업을 추진할 필요가 있는 것이다.

두 번째는 고령자 창업지원은 ‘일하는 노인층’의 확대를 통해 사회적(부양)비용을 감소시킬 수 있다는 점이다. 한국보건사회연구원의 조사결과(1998년)에서도 나타났듯이 일을 하고 싶어도 기회나 건강상

의 이유로 취업하지 못하는 노인들이 상당수 있음을 감안하여 이들 장애요인을 제거할 수 있는 대책이 마련된다면, 일하는 노인층을 확대시킬 수 있을 것이며, 이는 곧 사회적 부양부담을 덜어줄 수 있는 방향으로 이어질 수 있다. 따라서, 저소득계층의 노인뿐만 아니라 전문성을 가진 중산층의 노인까지도 ‘평생현역’으로 포함하는 저변확대가 필요하며, 이를 위하여 전문성, 나이, 학력 및 성 등에 제한을 두지 않는 폭넓은 노인고용을 확대할 수 있는 업종을 발굴하고 정책적으로 지원하는 것이 비용-효과적인 정책이라고 할 수 있다.

세 번째는 고령자 창업지원이 고령사회에 대비하여 사회충격을 완화시켜줄 수 있는 정책이라는 점이다. 무엇보다도 노인 스스로가 취업하여 소득을 얻게 됨으로써 그 만큼 자녀의 부양이 경감되어 이를 통한 세대간의 갈등해소에 기여할 수 있는 것이다. 또한, 자녀의 직접적인 부양경감뿐만 아니라 공적인 노후 소득보장제도에 대한 현역세대의 재정부담을 그만큼 경감시킬 수 있어 사회적 부양부담도 완화될 수 있다는 것이다. 이러한 측면을 감안하여 OECD국가가 당면한 21세기의 주요과제 해결의 대안으로 설정하고 있을 정도로 고령자 창업지원은 세계적인 추세이다.

따라서 고령자 창업의 지원정책은 필요하며, 이를 위한 기본방향은 다음과 같이 설정할 수 있다. 우선적으로 창업지원의 정책방향을 노인에 의한 창업과 노인을 위한 창업으로 분류할 수 있다. 다시 말하면, 노인에 의한 직접적인 창업은 그 동안 직업생활을 통하여 축적된 전문성이나 경험을 토대로 경제적 효과를 중심으로 운영될 필요가 있으며, 이 경우에는 창업에 필요한 자금을 지원해 주는 정책을 위주로 운영될 수 있다. 그리고, 노인을 위한 간접적인 창업은 노인을 대상으로 하고 있는 만큼, ‘일하는 노령층’을 확대시키고, 생활안정을 위한 고령자 고용정책을 강화시키는 차원에서 운영될 필요성이 있는데, 이

경우에는 기업체에 대한 고령자 의무고용률을 책정하는 등 정부의 지속적인 관리가 필요하다.

이와 같이 노인을 위한 창업지원은 창업의 주체가 노인이라기보다는 비노인에 해당한다고 볼 수 있기 때문에 우선적으로 노인에 의한 창업에 보다 많은 관심을 기울일 필요가 있다. 이를 위해서는 평생교육을 통하여 새로운 기술을 습득하게 하고 노인의 근로능력을 향상시킬 수 있도록 유도하여야 한다. 예를 들면, 노인교실이나, 노인복지회관 및 대한노인회 등을 통한 교육프로그램을 개발·육성시킬 필요가 있다.⁵⁾ 이 외에 꽃꽂이 강습, 사진술 등 고도의 기술을 필요하지 않는 분야를 중심으로 실시하고, 또한 컴퓨터, 인터넷 등에 관한 교육을 통하여 변화되는 사회에 대한 자연스러운 적응을 유도할 필요가 있다.

그리고 고령자의 신체적 특성에 적합하고 고용효과를 극대화시킬 수 있는 적합한 직종을 확대하는 방향으로 정책을 책정할 필요가 있다. 이를 위하여 1998년 현재 60종에 이르는 적합 직종을 2000년까지 80종으로 확대시키고, 고령자 적합 직종에 대하여는 공공부문을 중심으로 고령자 우선 채용을 유도하여 고령자 고용지원의 실효성을 확보할 수 있어야 한다. 또한, 지역사회의 욕구에 부응하는 단기적인 일자리(part-time job)를 개발할 필요가 있다.

5) 1997년 노인교실은 전국에 453개 시설이 있으며, 월평균 이용자수는 51,000명에 이르고 있음. 또한 노인복지회관은 전국에 97개 시설이 있으며, 월평균 이용자수는 37만명에 이르고 있음(보건복지부, 『보건복지백서』, 1998).

IV. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項 및 業種 分類

1. 高齡者 創業業種 選定에 따른 考慮事項

생활수준의 향상과 건강에 대한 높은 관심으로 노후에도 젊었을 때와 마찬가지로 일을 할 수 있는 건강한 노인들이 점차적으로 증가하고 있다. 실제로 현 상황에서 건강에 큰 영향을 받지 않고 일을 할 수 있는 노인이 전체의 60% 수준에 이르고 있으며, 이러한 노인은 지속적으로 늘어날 것으로 보인다. 건강에 자신을 가진 노인계층들은 경제적인 이유 또는 삶의 보람과 자아실현의 차원에서 일을 원하고 있다. 다만 고실업 사회에서 노인들의 재취업은 현실적으로 어려운 실정이다. 노인들의 재취업이 어렵다고 해서 국가가 노인들에게 취업을 강요할 수도 없는 상황이다. 그 이유는 기업들이 자체적으로 경쟁력을 확보하기 위해 인력 채용을 자발적으로 결정할 수 있어야 하기 때문이다.

그렇지만 국가적인 차원에서 볼 때 노인들의 재취업이 어렵다고 해서 이를 방관하고 내버려둘 처지는 아니다. 향후 우리 사회는 이웃나라 일본과 같이 급속하게 고령화가 진전될 전망이다. 이 경우 노인인력들을 제대로 활용하지 못한다는 것은 국가 경제적으로도 적지 않은 손실을 초래하게 되며 전통적으로 자녀에게 많은 노력을 기울이고 있는 우리 관습상 이들의 노후 생활에 대한 대책마련은 그 중요성을 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 정부는 이러한 차원에서 최근 전국민연금가입을 달성시키기도 했지만 공적연금제도는 문제의 일면만을

해결할 수 있을 뿐이다.

인적자원의 활용과 고용창출이라는 대명제를 빼놓고는 고령자대책을 논할 수 없다. 이런 현실에서 스스로 일자리를 만들어내는 고령자세대의 창업은 국가의 공적부조에 대한 부담을 감소시키는 한편 노인들의 경제적 지원과 사회적 소외를 한꺼번에 해결할 수 있는 훌륭한 대안이다. 다만 노인들의 경우 일반적인 청·장년층의 창업자와 다른 특성을 지니고 있으며 본인이 처한 상황에 따라 창업에 대한 인식과 관심도 달라지므로 이러한 측면을 감안할 수 있는 창업을 유도하여야 한다.

가. 高齡者 創業으로 얻을 수 있는 期待效果

왕성한 사회·경제활동을 하여 오던 노인계층들은 직장은퇴와 함께 사회의 주변인으로 전락하게 된다. 노인계층들을 주변인에서 현역으로 복귀시킬 경우, 즉 고령자의 창업을 활성화시킬 경우 기대할 수 있는 효과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 사회적으로 유용한 자원을 활용할 수 있다는 점이다. 노인계층 중에는 사회 각 분야에서 오랫동안 중추적인 역할을 하면서 축적해 온 다양한 경험과 능력을 지닌 소유자들이 많이 있다. 이들이 퇴직후 개인적인 소일거리로만 시간을 보낸다면 사회적으로 유용한 인적자원을 낭비하는 결과가 초래될 것이다. 하지만 이들 능력있는 노인계층들이 창업을 매개로 사회·경제적 활동에 참가하게 되면 사회적으로 가치있는 무형의 자원을 적극 활용한다는 효과가 발생된다. 최근 조사통계의 결과를 보아도 우리나라에서 취업 의향을 가진 노인계층이 58%에 이르고 있는 것으로 나타나고 있는데, 이중 29%의 노인만이 취업하고 있으며 노인들의 경제활동 참가율은 읍면부보다는 동부 지역이 훨씬 열악한 실정이다. 이는 고학력 노인계층일수록 상대적으로 일할 기회를 더 박탈당하고 있다는 것을 의미한다.

둘째, 자본의 재투자를 기대할 수 있다는 점이다. 노인계층들은 청·장년층에 비해서 자금이 풍부한 사람이 많이 있다. 이들이 사회에서 은퇴하는 순간 이들이 소유한 자본은 개인적인 생활이나 증여 등으로 밖에 활용되지 않는다. 하지만 이들이 창업을 하게 될 경우 사업추진에서 꼭 필요한 자본이 산업에 투자되는 효과를 기대할 수 있다.

셋째, 고용을 창출시키는 효과를 기대할 수 있다는 점이다. 고령자의 창업은 노인계층 자체의 실업을 줄임으로써 사회 전체적으로 경제 활동 참가율을 높이고 고용이 창출되는 효과를 얻을 수 있지만, 나아가서 청·장년층의 고용증대에도 크게 기여할 것으로 기대된다. 고령자의 창업은 고령자만의 힘으로는 이루기 어렵고 주변에 있는 청·장년층 등 다른 연령층과의 교류가 필수적으로 요구되고 있다.

넷째, 노인계층이 창업을 통하여 경제력을 갖게 되면 청·장년층의 부양 의무가 그만큼 감소될 수 있다. 이는 청·장년층의 생활의 질을 높이는 결과를 가져오며 소비나 저축을 촉진시키는 간접적인 효과를 기대할 수 있다.

다섯째, 국가의 부양부담을 경감시킬 수 있다는 점이다. 우리나라 노인의 67.2%는 돈이 필요해서 일을 하고 싶어하는 것으로 조사되어 있다. 즉 우리 사회에서 노인의 경제력은 사치가 아니라 절박한 생존의 문제인데, 이는 복지국가로 지향하고 있는 정부의 부담을 증가시키는 결과를 가져온다. 특히 점차적으로 다른 연령층에 비해서 노인계층의 인구비율이 높아지고 있으므로 고령자창업이 활성화되고 노인계층이 경제적으로 독립할 수 있게 된다는 것은 국가 부담이 경감된다는 것을 의미한다. 실제로 자영업 종사자의 정년은 정해져 있다고는 볼 수 없어 샐러리맨보다 훨씬 길다고 할 수 있다.

여섯째, 휴머니티 차원에서의 기대효과가 있다는 점이다. 자본주의 사회에서 경제력이 없다는 것은 곧 소외의 대상이 된다는 것을 의미

한다. 따라서 고령자창업을 통한 경제력의 확보는 곧 이들이 소외의 대상에서 탈피하고, 현역으로서 사회·경제활동에 함께 참여하게 된다는 것을 의미한다. 한편 경제력의 차원이 아니더라도 인간에게 있어서 일을 할 수 있다는 것, 즉 자신이 사회구성원으로서 공동사회 속에서 어떠한 역할을 가진다는 것은 곧 자아 정체감을 높이는 데 큰 도움이 된다고 볼 수 있다.

나. 創業의 側面에서 본 老人世帶의 特性과 限界

고령자들이 처한 상황은 개개인마다 다르고 창업을 원하는 목적 역시 동일하지 않지만, 일반적인 의미에서 창업이라고 했을 때, 창업을 원하는 고령자들은 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

우선 고령자들은 지금은 건강하고 또 그렇게 보인다고 하더라도 청·장년층에 비하여 체력적으로 약하다는 점을 인정하여야 한다. 이 때문에 강도높은 노동이나 집중력이 요구되는 일은 고령자에게 적합하지 않다. 둘째, 고령자의 연령을 60세 이상으로 볼 때 이들은 젊은 계층에 비하여 남겨진 인생의 기간이 짧다. 따라서 장기적으로 추진되어야 하는 사업은 고령자창업에 적합하지 않은 업종이며 중장기적으로 추진되는 사업은 노인계층과 청·장년층이 함께 추진해나가는 것이 바람직하다는 것을 알 수 있다. 셋째, 남은 여생이 짧다는 점, 그리고 체력에 한계가 있다는 점 때문에 고령자들은 창업에 실패하는 경우 재도전을 시도하기가 어렵다. 넷째, 고령자들은 청·장년층에 비하여 사고력의 탄력성이 낮고 새로운 기술이나 유행, 급속히 변화하는 경제 환경을 받아들이고 적응하는 것이 느리다. 다섯째, 연장자 특유의 편견과 고집, 권위의식, 사회적 지위에의 집착 등이 창업 가능한 업종을 제한시키고 창업활동을 하는 데 장애가 될 수 있다.

창업의 측면에서 볼 때, 고령자들은 위와 같은 한계점을 지니고 있

지만 장점이 없는 것은 아니다. 첫째, 고령자들은 청·장년층에 비하여 여유자금이 풍부한 사람이 많이 있다. 둘째, 오랜 삶에서 축적된 경험과 노하우를 갖고 있다. 셋째, 다양한 사회활동을 통해 쌓아온 인맥이 넓다. 넷째, 수익 창출만이 창업의 유일한 목표인 것은 아니다. 수익 창출 못지 않게 인생의 마무리단계에서 보람과 사회적인 기여를 할 수 있는 역할에 대한 관심이 높다. 따라서 소득이 낮더라도 사회에 대한 기여도가 높은 업종에 종사할 수 있다. 다섯째, 청·장년층에 비해서 적절한 수준의 급여액만 바라는 노인층도 많다는 점을 감안하면 젊은 층이 꺼리는 직종 중에서 노인계층이 감당할 수 있는 분야의 일을 사업화할 수 있다. 따라서 고령자 창업시에는 위와 같은 고령자의 특성을 최대한 반영, 업종을 선정해야 한다.

다. 創業的 側面에서의 高齡者 階層分類

모든 고령자계층을 예비 창업자로 가정할 수는 없으며 고령자 계층을 몇 가지 특성별로 분류, 이들 중 일부를 창업 대상으로 보는 것이 타당하다. 즉, 고령자 계층은 능력과 자본력을 가진 경우(A타입), 자본은 있는데 능력이 부족한 경우(B타입), 자본력과 능력이 중간정도 수준인 경우(C타입), 능력은 있는데 자본력이 적은 경우(D타입), 능력도 부족하고 자본력도 없는 경우(E타입)로 분류할 수 있다(表 IV-1~6 참조).

창업에서 기본적으로 확보되어야 할 조건이 건강이라 할 수 있다. 이들 계층 모두가 건강하다고 가정할 때, 이 중 창업이 가능한 고령자 계층은 자본과 능력을 가진 경우, 자본만 가진 경우, 능력과 자본을 적당하게 가진 경우, 자본은 없지만 능력을 가진 경우 등이다. 따라서, 이들이 가진 각각의 조건에 맞추어 창업을 유도하는 것이 바람직하다.

[A 타입]

대기업 전문경영자 출신, 전문직 종사자 등 오랜 사회활동을 통하여 전문적인 능력과 경험을 축적한 고령자로서 10억원대 이상의 재산을 소유, 자본도 풍부한 계층이다. 이 타입은 적극적으로 창업이나 투자를 유도한다. 창업을 통하여 본인의 경제적인 수입확보와 사회적 성취감을 맛보게 함은 물론이고 자본과 경험을 투자함으로써 젊은 계층의 고용확대와 산업의 발전효과까지 기대하여 볼 수 있다.

〈表 IV-1〉 高齡者 創業의 類型(A타입)

유도방향	유도방안	추천업종	기대효과
전문창업 엔젤클럽 결성유도	<ul style="list-style-type: none"> - 투자에 대한 수익을 기대할 수 있음은 물론 반대급부로 사회적 명예와 명성을 보장함으로써 적극적인 참여를 유도한다. - 사회적 지위와 명예를 주는 엔젤클럽 결성, 증여세 감면, 세제감면 등 다양한 혜택을 부여 - 실버창업자 지원단을 구성, 경영 마케팅, 판로개척 등을 지원한다. - 무료디자인 개발 및 캐릭터 개발, 제품 시험연구, 특허출원 대행 등을 지원한다. 	<ul style="list-style-type: none"> - 실버제품 생산제조업, 전문경험을 살린 제조업 및 신기술 개발사업, 대규모 자금이 필요한 정보 통신 분야이다. 	<ul style="list-style-type: none"> - 사적인 자본을 산업에 대한 투자자본으로 유도, 경제에 활력을 불어넣을 수 있다. - 젊고 능력은 있지만, 자본부족으로 어려움을 겪고 있는 젊은 층들에게 자금을 지원해 줌으로서 국가 경제적으로 산업 진흥에 크게 기여한다. - 사회의 유용한 인적자원과 자본의 결합에 따른 창업은 산업발전과 고용창출에 크게 기여한다.

[B 타입]

부동산, 주식투자 젊은 시절 수십 억원대의 재산축적에 성공하였거나 거액의 부동산을 물려받은 계층. 이들은 안전성이 보장되는 한편, 사회적 지위와 명예를 얻을 수 있는 투자로 유도한다.

<表 IV-2> 高齢者 創業의 類型(B타입)

유도방향	유도방안	추천업종	기대효과
<ul style="list-style-type: none"> - 벤처기업 투자엔젤 클럽결성 - 사회적 지위와 명예를 가질 수 있는 업종의 창업으로 유도 - 노인계층을 위하여 꼭 필요한 창업으로 유도 	<ul style="list-style-type: none"> - 원금보장형, 창업펀드구성, 이자의 일부 수익만으로 벤처에 투자 - 가족과 함께 하는 창업을 유도하여 창업의 결실을 후손들이 가질 수 있도록 한다. - 벤처투자를 위한 고수익 금융상품을 개발(자금여유가 있는 노인계층이 가입할 수 있으며, 원금을 보장하는 한편, 이자의 일부로 벤처기업 등에 투자)하여 가입자에게 다양한 혜택을 준다. - 산업자금으로 투자하는 경우, 증여세면제 등 재산보전에 도움이 되는 혜택부여 - 소유하고 있는 건물을 창업 촉진공간으로 내놓을 경우 재산세 감면 혜택 	<ul style="list-style-type: none"> - 잡지발행업, 신기술개발 투자사업, 초기자본이 많이 드는 임대. - 설비형 사업, 고령자오락사업, 노인관광사업 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 사적인 자본을 산업에 대한 투자자본으로 유도, 경제에 활력을 불어넣을 수 있다. - 젊고 능력은 있지만, 자본부족으로 어려움을 겪고 있는 젊은 층들에게 자금을 지원해 줌으로써 국가 경제적으로 산업진흥에 크게 기여한다. - 재력있는 고령자계층의 창업투자 확대는 산업발전을 촉진하고 부의 세습을 줄이며 재산의 사회환원과 함께 나아가 고용창출효과를 기대할 수 있다. - 노인계층이 참여하는 가족 창업의 적극유도 역시 결국은 고용 창출효과를 얻을 수 있다.

〔C 타입〕

화이트칼라 출신의 도시근로자 출신 퇴직자로서 1~3억원 정도의 현금동원력을 갖고 있으면서 사회활동의 경험이 많은 노인계층이다. 이들은 어느 정도 노후생활자금을 준비하여 두고 있으나, 여유자금이 넉넉한 편은 아니라 부업이 필요한 한편, 경제적인 이유보다는 자아 실현의 욕구와 사회적인 참여의식을 갖기 위하여 일을 원하는 계층이다. 이들의 경험을 자원화하는 것이 필요하므로 경험을 최대한 살릴 업종의 창업을 유도하거나 실버 인력풀 등을 통하여 이들이 자신들의 능력을 발휘함으로써 경제의 효율성을 높일 수 있도록 한다. 필요한 경우에는, 정부에서 저금리로 자금지원을 하여준다.

〈表 IV-3〉 高齡者 創業의 類型(C타입)

유도방향	유도방안	추천업종	기대효과
- 공동창업 - 최소자본형 소호업종의 유도	- 동업, 협동조합 형 창업을 유도	- 실버결혼중매업, 실 버전문가 인력풀사 업, 서비스형 소매 업, 전자상거래 등 디지털형 창업	- 자칫 사장될 수 있는 사회의 경험 자원을 경제활동에 적극 활 용할 수 있다. - 투자자본을 최소화함 으로써 적은 투자에 비하여 인적인 능력 투자의 부가가치를 높일 수 있어 전체 경제적 차원에서도 경제적 이득을 증대 시킨다.

[D 타입]

오랜 사회생활을 통하여 다양한 경험과 경륜을 쌓았으나, 여러 가지 이유로 1억원 미만의 현금 동원력을 가진 계층으로 필요에 의하여 적극적으로 창업에 나서 생계를 유지하여 나가야 하는 계층이다.

〈表 IV-4〉 高齢者 創業의 類型(D타입)

유도방향	추천업종
<ul style="list-style-type: none"> - 안전성이 높은 서비스업이나 소매업 창업을 적극적으로 유도한다. - 창업자금이 적게 들면서 전문성을 활용할 수 있는 소호형 및 전문직업을 개발, 소개한다. - 부족한 자금 문제해결과 경비절약을 위하여 가족창업을 적극적으로 유도한다. - 최소자본으로 도전가능한 업종을 발굴, 관련정보를 제공한다. - 가족창업시, 점포임대료 등 창업자금 일부를 대출하여 준다. - 창업지원단을 통한 컨설팅 활동을 강화, 안전창업을 유도한다. 	<ul style="list-style-type: none"> - 전자상거래, 도서대여업, 세탁편의점, 인맥 활용 가능한 영업형 사업, 자판기 편의점(코인숍), 코인골프방, 셀프세차업, 부동산중개업, 결혼상담업, 수지침, 컴퓨터철학관, 실버시터업, 흡인숍형 창업, 홈닥아방

[E 타입]

현금동원력 2천만원 미만이며, 재산도 없고 사회적으로도 안정된 직업을 갖지 못하고 살아온 계층이다. 이들 계층에 대해서는 건강과 시간을 투자하여 할 수 있는 업종이나 부업기회를 적극적으로 열어주는 한편, 무자본으로 가능한 프랜차이즈 및 소호형 비즈니스의 참여를 적극적으로 유도한다.

〈表 IV-5〉 高齡者 創業의 類型(E타입)

유도방향	추천업종	기대효과
<ul style="list-style-type: none"> - 단순하고 반복적인 부업형 업종 적극 발굴; 노인 부업센터 또는 노인부업통신망 구축으로 부업형 일감 알선 - 소일거리 삼아서 부수입을 올릴 수 있는 업종의 창업 유도 - 노인복지센터 등 노인단체를 활용한 공동 협업방안 	<ul style="list-style-type: none"> - 부품조립, 전단배포업, 인맥형 영업, 애완동물 기르기, 목공예, 버섯 재배, 실버 심부름센터, 각종 중개업, 신체 품 홍보업, 실버경비대 	<ul style="list-style-type: none"> - 국가가 부담하여야 할 공적부조의 경감 - 가족의 부양에 대한 부담경감 - 일하는 보람과 경제적인 문제를 동시에 해결

〈表 IV-6〉 健康하지 못한 老人에 適合한 創業의 類型

분류기준	창업유형
<ul style="list-style-type: none"> · 능력+자본 · 자본+낮은 능력 · 능력+적은 자본 · 무능력+무자본 	<ul style="list-style-type: none"> · 가족창업의 유도 · 고수익 안전성 높은 창업분야에의 투자유도 · 파트타임으로 활동할 수 있는 직종의 개발 · 국가의 공적부조를 적극적으로 실시

라. 高齡者 創業業種의 條件

고령자 창업자가 가진 상기한 조건을 고려할 때 고령자 창업 업종은 다음과 같은 조건을 가지는 것이 바람직하다(表 IV-7~8 참조).

첫째, 복잡하고 강도 높은 신체 활동이 요구되는 업종은 피하는 것이 좋다. 대신에 단순하고 반복적이며, 소일거리로 할 수 있는 관리형 성격을 가진 업종이 바람직하다.

둘째, 두뇌나 경험을 활용하는 업종이 유리하다. 디지털 사회에서는 육체적인 노동력보다는 지식기반의 두뇌활동이 요구되는 업종들이 많은데, 이들 업종 중에 노인의 지식과 경험을 살려서 창업할 수 있는

업종을 발굴한다.

셋째, 최소자본으로 할 수 있는 업종을 발굴한다. 노인계층에게 있어 창업자금은 대부분 퇴직금인 경우가 많은데, 퇴직금은 이들의 노후 생활자금이나 마찬가지로 쉽게 투자해서는 안된다. 따라서 자본집약형 사업보다는 실패의 경우, 투자비를 회수하는 것이 용이한 사업들 중에 인맥을 활용하는 사업, 수수료 매장형 사업, 공동으로 참여할 수 있는 사업을 적극 발굴한다.

넷째, 수익성보다는 안전성이 높은 업종을 선정한다. 고령자는 남은 여생이 길지 않고 청·장년층에 비하여 생활자금이 적게 든다. 또 연금 등 노후 생활자금이 어느 정도 준비된 경우도 있으므로 고수익·고위험 업종보다는 저수익·저위험 업종을 추천하는 것이 바람직하다. 아울러 사업의 위험성을 최소화하기 위해서 1~2명이 아닌 여러 사람이 공동으로 협동조합을 구성해 추진할 수 있는 업종을 적극 발굴하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

〈表 IV-7〉 投資費의 回收가 어렵고 危險性이 높은 業種

업종 내용
· 인테리어비가 많이 드는 신종 비즈니스
· 설비자금이 많이 드는 업종
· 시장성 타당성이 검증 안된 뉴비즈니스
· 유행에 민감한 업종
· 인건비가 많이 지출되는 업종
· 투자비 회수 기간이 긴 업종
· 외상 거래가 많은 업종

〈表 IV-8〉 投資費의 回收가 쉽고 安全性이 높은 業種

업종 내용
· 시장이 풍부한 상품을 취급하는 업종
· 지역 밀착형 소매업
· 시설비보다는 상품 및 물품대금 구입비가 많이 드는 업종
· 투자비를 곧바로 현금화할 수 있는 업종
· 자본보다는 경력이나 지식, 시간을 투자하는 업종
· 본사가 안정돼있는 프랜차이즈 업종
· 인맥이나 영업력, 두뇌를 활용하는 사업
· 회수되는 고정자본-임대보증금 등-이 많이 드는 업종

마. 실버産業과 高齡者 創業의 展望

우리나라 65세 이상의 노인인구비율은 2000년에 이르면 전체 인구의 7.1%로 증가하게 되고, 2010년이면 10%, 2030년이면 인구의 20%에 도달할 전망이다. 이 경우 노인계층은 시장에 바로 영향을 미칠 수 있는 경제력과 구매력있는 주요 유효 소비자로 부상하게 될 것이며, 실버산업은 급격히 성장할 것이다. 노후 생활을 도와주는 각종 안전용품과 생활용품에 대한 수요가 증가할 것이며, 각종 고령자 서비스 수요 또한 늘어날 것이다.

의학의 발달과 소득 수준 향상은 바로 평균수명 연장과 건강한 노인계층들의 증가를 의미한다. 이 경우 노인들의 경제활동참가율도 높아질 것이므로 60대 청년들이 대거 등장, 이들이 경제활동에 참여하는 현역으로 남게 될 것이다. 우리나라의 경우 아직 사회보장 제도가 미흡하므로 고령자의 창업을 장려하고 실버산업을 육성시킨다면, 향후 10년 후에는 실버산업의 활성화에 크게 기여를 하게 될 것이다.

2. 高齢者 創業에 適合한 業種分類

가. 老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 保有老人 活用業種

1) 실버創業 情報 提供事業(表 IV-9 參照)

① 事業의 必要性

다가오는 고령화 사회에서 고령자들이 경제적인 문제를 해결하고, 현역으로 사회에서 활동하며 소속감과 연대감을 느낄 수 있도록 하는 한편 우수한 자원을 유효하게 활용하게 하자면 노인계층의 창업을 적극적으로 권장하여야 한다. 다만 현재 재능 있는 고령자들이 가장 어려워하는 문제는 무엇을 어떻게 시작해야 하는지를 알지 못하고 있다는 점이다. 따라서 이들의 창업을 활성화시키자면 실버창업에 관한 데이터베이스를 구축, 노인계층에게 정보를 제공할 필요성이 있다.

② 事業內容 및 事業化 要領

노인계층들이 가진 특징을 고려해서 자금대별, 건강별, 경력별로도 전환할 수 있는 업종을 발굴하여 정보를 제공하는 한편, 창업 경험이 없는 노인계층을 위해 안전한 창업에 관한 정보를 제공한다.

창업을 꿈꾸는 고령자를 위해서는 고령자창업에 적합한 업종을 망라하여, 전직 및 경력, 자본금, 성격, 가족상황, 건강상태, 거주지역 등에 따라 업종을 자동 추천하는 프로그램을 개발하며, 데이터베이스 내에 고령자들이 적극 참여할 수 있는 난을 만들어 이들의 경험이나 노하우를 제공하였을 때 일반인들에게 공개하여, 신규회원들에게 이익을 환원하는 새로운 방식의 데이터 프로그램을 개발, 운영함으로써 노인계층과 일반인들의 적극적인 이용을 유도한다.

정보제공의 방식은 PC통신이나 인터넷을 이용하는 것이 효과적이라 할 수 있으나, 컴퓨터를 제대로 알지 못하는 고령자들이 많다는 점을 감안하여, 이 정보를 창업지원센터나 경로당, 지자체의 구청 등 오프라인에서 제공하는 방안도 고려해 볼 수 있다.

실버카페를 만들어 카페에서 창업 데이터 베이스를 검색하고, 수집된 자료를 파일로 볼 수 있도록 함으로써 실버카페를 창업하려는 노인계층의 비즈니스 클럽으로 활용한다면 온라인과 오프라인을 연계한 사업으로 키울 수 있다. 아울러 노인 부업 창업에 관한 속보지를 제작, 각 경로당이나 노인클럽으로 발송해 줄 수도 있다.

③ 期待效果

지식기반 사회에서는 모든 일이 지식, 즉 신뢰할 수 있는 정보를 바탕으로 이루어져야만 성공을 담보받을 수 있다. 얼마나 정보력이 있는가는 성공과 직결되는 문제다.

고령자 창업 역시 예외는 아니다. 따라서 노인 관련 산업의 육성이나 창업지원을 위해서는 기본적으로 관련 데이터베이스 구축이 선행되어야 한다. 고령자 창업 관련 데이터 베이스를 구축할 경우, 젊은 층들을 참여시킬 수 있어 자료 조사 및 가공원을 고용하므로 고용창출 효과를 기대할 수 있으며, 고령자에게 정보화 마인드를 심어주어 이들의 삶의 질을 향상시킬 수 있다.

아울러 데이터베이스 구축은 정보화 사회의 SOC(사회간접자본)와 같은 역할을 하므로 실버산업을 발전시키고 노인세대의 사회 경제 생활의 질을 향상시킬 수 있다. 다만, 이 분야의 사업은 실버사회의 도래 이전에 미리 시작하여야 하는데, 아직은 수익성의 확보가 어려우므로 정부의 지원이 필요하다.

〈表 IV-9〉 실버創業 情報 提供事業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입/일반전문가	업종 분류	· 콘텐츠제공 사업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 사무실구입비: 2천만원 · 설비비: 2~3천만원 이상 · 운영자금: 5천만원 이상 (인건비)
투자비회수	· 2~3년 후부터 시작	예상소득	· 3백만~수천만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 大	프랜차이즈 화 가능성	· 가능: OFF-LINE지사 설립 가능
사업형태	· 전문가 창업	정부지원 필요성	· 大
안전성	· 中		

2) 인터넷 高齢者 健康(silver-health)情報提供業(表 IV-10 參照)

① 事業의 必要性

노인들에게 가장 큰 관심사항은 건강이다. 건강식품의 최대 수요층은 40대 이상 계층인데, 그 중에서도 노인이 차지하는 비중이 상당히 높다. 다만 即時性을 띤 노인 정보제공 업체는 아직 없는 실정이다. 통신이나 인터넷 환경을 통하여 노인 건강 정보를 제공하면, 노인들이 필요할 때 언제든지 원하는 정보를 검색할 수 있다.

② 事業內容 및 事業化 要領

성인병, 신경통, 백내장, 수전증 등 노인들에게 발생하기 쉬운 질병과 노인들의 건강 관리 등에 대한 정보를 체계적으로 관리하고, 노인 질병과 관련된 뉴스 속보를 제공한다. 또한 전문의와 연계, 사이버 공간에서 건강상담이 가능하도록 한다. 건강관리에 대한 일반적인 내용

이 외에 홍수처럼 흘러 넘치는 각종 건강상품 중에서 노인들에게 필요한 건강용품 및 안전, 보호 장구 상품 정보를 골라내 정보를 제공, 해당 사이트에서 홈쇼핑이 가능하도록 유도한다. 미끄럼 방지 양말, 혈압강하 베개 등의 건강상품이나 건강식품에 대한 정보도 제공하고 판매를 병행한다.

인터넷이나 PC통신을 통한 정보제공 사업이므로 시설 및 설비 자금은 거의 들지 않는다. 동업으로 창업할 경우, 사무실을 얻어도 되지만 가정에서 네트워크를 통해 업무를 분담, 작업을 해도 된다. 가족창업에도 유리한 사업이다. 다만 정보 제공업의 특성상 지적인 노동이 많이 수반되므로 이들 사람을 채용해서 해결하면 사업 위험도가 커질 수 있다. 따라서 동업 또는 가족창업을 통해 인력 문제를 해결하는 것이 좋다.

③ 事業展望 및 期待效果

노인들의 1/3 정도가 크고 작은 건강상의 장애를 갖고 있으며, 노인 계층을 대상으로 선보이고 있는 각종 건강상품은 1천여 가지가 넘는 걸로 파악되고 있다. 생활의 질이 높아질수록 노인들의 건강이 개선 되겠지만, 연령의 한계로 건강이 가장 큰 이슈가 되는 세대는 노인계층이다.

아직 국내 실버시장 규모가 충분히 성숙되지 않아 충실하게 운영되는 관련 사이트는 없다. 하지만 큰 수익을 바라지 않고 3~4년 이후를 바라보고 자료를 수집하고 정리, 가공하여 업그레이드하면서 데이터베이스를 구축해 나간다면 향후 실버 시장의 성장과 함께 결실을 거둘 수 있는 사업이다.

또한, 현대의 모든 사업이 지식기반사업이므로 정보를 축적할 경우, 실버 건강시장에서 다양한 부가사업을 병행할 수 있다. 실버광고 유

치는 물론 전자상거래를 통한 물건 판매에 따른 수수료 수입 등이 그것이다.

그러나 주의할 점은 과대 포장된 상품을 취급하지 않고 신뢰할 수 있는 제품을 취급하는 것이다. 특히, 식품일 경우 효능과 안전성은 매우 중요하다. 가급적이면 보건복지부의 허가를 받은 제품을 취급하고 민간 요법이나 수입식품을 취급할 경우도 신뢰성 있는 회사의 제품을 취급하도록 한다. 보다 전문적인 정보로 자리잡기 위해서는 세계적인 건강상품의 흐름과 실버 의료정보도 놓치지 않고 제공하는 것이 필요하다.

〈表 IV-10〉 인터넷 高齢者 健康(silver-health)情報提供業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· 일반전문가/ C, D타입	업종 분류	· 전자상거래업/ 정보제공사업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 재택비즈니스로 가능 · 컴퓨터 구입 및 운영자금: 1천5백만원 가량
투자비회수	· 1년 후부터 시작	예상소득	· 1~3백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 전문가 창업	정부지원 필요성	· 불필요
안전성	· 中上		

3) 有料 養老院 事業(表 IV-11 參照)

① 事業의 必要性

실버시대의 도래와 함께 확실하게 부상할 사업 중에 하나가 유료 양로원이다. 아직은 경제력 있는 노인이 많지 않고 경제력 있는 노인들은 단독거주 또는 자녀와 동거하는 사례가 많지만, 현재 30대 들이 노인계층으로 진입할 무렵이면 수요가 급증할 수 있는 분야이다.

② 事業化 要領

보건복지부는 1992년 노인복지법 시행규칙을 개정하여 노인복지주택과 노인휴양소 등을 노인복지 및 여가시설에 포함시키는 한편, 노인휴양소 건립에 대해서는 이제껏 비영리법인으로 제한해 오던 것을 영리법인도 참여할 수 있도록 허용하였다.

유료 양로원을 운영하려면 경치가 좋고 공기가 좋은 곳에 관련 건물을 건립하여야 하며 노인들의 특징을 감안하여, 의료시설, 안전시설에도 만전을 기해야 한다. 건축과 동시에 입주자를 모집하여야 하며 분양형태, 월세형태 등 다양한 방식으로 입주자를 모집할 수 있다.

③ 現況 및 展望

현재 유료 양로원들의 경영 상황은 그다지 좋은 편이 아니다. 특히 IMF사태를 맞으면서 부도가 난 경우도 많고 운영중인 곳도 적자인 사례가 적지 않다. 이는 아직 국내 여건이 이 사업을 하기에 충분히 성숙되지 않았음을 말해주는 대목이다.

따라서 중장기적 관점에서 사업을 추진해야 할 것이며, 참고적으로 현재 운영중인 유료 양로원의 사례는 다음과 같다.

〈유당마을〉

- 소 재: 경기도 수원시 장안구 조원동 TEL. 0331-46-6463
- 시 설: 대지 4천2백여 평, 연면적 1천5백여 평 규모의 지하 1층/지상 2층 건물에 사우나, 헬스클럽을 비롯하여 이·미용실, 도서실, 의무실, 강의실, 강당, 오락실, 게이트볼장, 탁구장 등의 시설. 숙소-독실 24개, 부부실 20개, 합숙실 6개 등 총 50여 실
- 운영내용: 입주 노인들의 평균 연령이 75세, 매주 1회 건강검사, 간호사와 영양사 상주. 매주 3차례씩 버스를 운행하여 수원

시내로 단체외출을 실시

- 입주금: 1인실-보증금 2천만원, 월 이용금 42만원/ 2인실-보증금 2천8백만원, 월 이용금 42만원/특실-보증금 4천만원, 월 이용금 42만원/ 부부실-보증금 4천만원, 월 이용금 74만원

〈사랑의 집〉

- 소 재: 강원도 춘천군 서면 안보리 TEL. 0361-262-3995
- 시 설: 대지 12만평에 건평 2천여 평, 지상 3층 건물.
- 운영내용: 의사 간호사 상주

〈성사원의 충효의 집〉

- 소 재: 경기도 수원시 장안구 조원동 TEL. 0331-44-9949
- 시 설: 대지 1만 3백여 평에 건평 1천8백50여 평(정원 62명)규모. 신체결함 있는 노인 입소, 특수의료 시설 설치. 입원실, 물리치료실, 약제실, 한방치료실, 독서실, 오락실, 영안실 구비, 간호사 24시간 대기
- 입주금: 임종 때까지 입주가능. 1인 기준- 보증금 2천만원, 월 이용금 50만원/ 보증금 5천만원, 월 이용금 70만원 등

④ 期待效果

핵가족화의 진전으로 부모를 부양하지 않는 자녀가 늘어나고 있는 실정이다. 전통적 관점으로 보았을 때, 유료 양로원 입주가 바람직한 것은 아니지만 구급체계나 보살핌이 필요한 노인들이 많으므로 경제력 있는 노인계층에게는 꼭 필요한 기관이다.

〈表 IV-11〉 有料 養老院 事業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B타입/일반전문가	업종 분류	· 서비스, 임대업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 건축비용 외 10억원 이상
투자비회수	· 6년 후부터 시작 (분양시 2~3내 회수)	예상소득	· 월 5천만원 안팎
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 가능
사업형태	· 독립창업/동업	정부지원 필요성	· 필요
안전성	· 下		

4) 隱退마을(Retirement Community) 造成業(表 IV-12 參照)

① 事業內容

부유한 노인들이 풍요로운 자연 환경에서 공동으로 거주하며 여유 있는 생활을 할 수 있는 전원거주지다. 일반 전원 거주지와 다른 점은 관리소가 전체적인 관리를 맡는다는 점이다. 노인들의 입장을 최대한 고려해 응급서비스는 물론 여가 활동 프로그램까지 짜두는 가하면 공동으로 즐길 수 있는 레저 스포츠 시설까지 갖추고 있다.

전원에 땅을 많이 소유한 사람이 시도해 볼만하다. 주택은 일반 전원주택 단지를 조성할 때처럼 단지를 조성해 입주 희망자들에게 필지를 분할해 분양을 하고 개발주체가 중앙 관리소와 위락시설을 설치, 설치해서 운영하면 된다.

② 事業의 必要性

부유한 노인계층이 많아지면 노후를 자연 속에서 보내고자 하는 수요가 늘어날 것이나, 국내 노인계층의 경우 양로원을 기피하는 경향

이 뚜렷한 반면 도시 거주자들은 전원주택으로 옮겨가기가 쉽지 않은 여건이다. 이 사업의 주 대상은 도시에서 자라 도시에서 오래 거주해 시골에 연고가 없는 부유한 노인계층이다.

③ 海外事例

대표적인 은퇴마을로는 미국 코네티컷주 사우스버리에 있는 Heritage Village와 애리조나주 피닉스에 있는 Sun City Of Arizona를 들 수 있다.

미국의 은퇴마을은 규모가 상당히 커 세대수만 2천여 세대가 넘는다. 인근은 숲과 강으로 둘러싸여 있고 빌리지는 콘도미니엄으로 구성되어 있다. 이 곳 거주자들은 다양한 사교활동과 취미활동, 레포츠를 즐길 수 있으며 이를 위해 다양한 위락 시설이 건립되어 있다. 볼링이나 브리지 클럽은 물론 컴퓨터나 카메라, 음악과 같은 취미 클럽이 만들어져 있으며 대부분의 입주자가 부유한 사람인 만큼 투자클럽까지 결성되어 있다. 이외에 입주자들의 건강을 위해 24시간 응급 서비스와 보안 서비스가 가동된다(<http://www.villagers.com> 참조).

〈表 IV-12〉 隱退마을(Retirement Community) 造成業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B타입/일반전문가	업종 분류	· 서비스, 임대업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 대단위 토지 소유자 (상당액수의 자금)
투자비회수	· 6년 후부터 시작 (분양시 2~3내 회수)	예상소득	· 월 5천만원 안팎
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 無
사업형태	· 독립창업/동업	정부지원 필요성	· 필요
안전성	· 下上		

5) 高齡者健康食品(silver-health food)開發 製造(表 IV-13 參照)

① 事業의 必要性

겉으로는 건강해 보여도 노인계층의 상당수가 각종 질환에 시달리고 있다. 이 때문에 이들의 가장 큰 관심사는 건강이다.

고령화사회에 본격적으로 진입할 경우, 노인계층이 실수로 계층으로 등장하면서 건강용품이나 건강식품에 대한 수요가 급증할 전망이다. 1992년말 한국소비자보호원의 조사결과에서는 질병예방과 건강유지를 위해 건강식품을 찾는다는 사람이 75%에 이르는 것으로 나타났는데, 실제로 IMF 이전까지 건강 장수식품의 매출은 매년 30~50% 정도 증가하여 왔다. 특히 수입품의 경우는 매년 100% 이상의 급신장세를 보였다.

이런 점을 감안하면, 노인계층을 겨냥하여, 건강식품을 개발, 생산하는 사업은 고령화 시대를 앞두고 매우 필요하다고 할 수 있다. 본격적인 고령화사회의 도래가 멀지 않았는데도 이 분야의 사업을 미리 육성해 두지 못한다면, 우리보다 앞서 고령화 사회에 진입한 선진국의 실버사업체들에게 시장을 고스란히 내주는 결과를 맞게 될 수도 있을 것이다.

② 事業의 內容

노인계층에게 필요한 각종 건강 장수식품을 연구, 개발해서 제조·판매한다. 특히 신토불이 재료를 사용한 우수한 효능의 건강식품을 개발, 세계로 수출하는 전략이 필요하다. 자연산 가공 건강식품에 관한 한 우리나라 사람들의 관심은 세계 어느 나라보다 높고 종류도 다양하다. 일부 영세업자가 제조한 것만 두고 무조건 불량제품으로 내몰기보다는 진짜 효능을 가진 제품을 발굴하여, 세계시장에 수출하는

방안을 적극 검토해 본다.

③ 期待效果

현재 외국 수입에 의존하고 있는 건강식품 수입 수요를 국내로 돌리게 되어 수입대체 효과를 기대할 수 있으며, 다가올 10년 이후에 대비하여, 시장을 先占하는 기반을 구축할 수 있다. 아울러 세계적으로 고령화 사회가 급진전함에 따라 세계 수출 시장을 노리고 이 분야의 전문 기업으로 성장해 나갈 수 있다.

국내 신토불이 자연식품으로 건강 장수식품을 개발할 경우, 농가나 일반인들의 관련 식품 재배에 따른 경제효과를 얻을 수 있다. 가령 암 특효약으로 알려진 상황버섯의 경우, 종균을 개발하는 데 성공하여, 아파트 베란다에서 부업으로도 재배할 수 있도록 한 사례는 대표적이다.

④ 事業 現況

건강식품의 경우 신뢰성 확보가 가장 중요한데, 이에 대해서는 보건복지부가 적극적으로 개입할 필요가 있다. 현재 시중에 유통되는 건강식품 중에는 무허가 제품이 많은데, 실버 장수식품의 경우 건강 보조 식품의 적용범위를 명확히 해서 성분 및 가공방법에 대한 규격 기준을 설정하여야 한다.

현재 보건복지부가 규정한 건강(보조)식품의 범위는 정제어유, 스쿠알렌, 효소, 효모, 유산균, 로열젤리, 화분, 발효, 단백질가공, 엽록소, 버섯가공, 소맥 배아유, 달맞이꽃 종자유, 대두레시틴 가공, 옥타코사롤, 알곡시 글리세롤, 포도씨유, 식물 엑기스, 알로에, 매실 가공, 칼슘 등을 이용한 식품이다.

〈表 IV-13〉 高齢者 健康食品(silver health food)開發 製造

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· B타입/일반인전문가	업종 분류	· 제조업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 7천만원~5억원 (사무실구입비+생산설비+운영자금)
투자비회수	· 중장기	예상소득	· 월 수천만원대 이상
고용창출효과	· 大	사회적 보람	· 大
산업과급효과	· 大	FC화 가능성	· 대리점 구축가능
사업형태	· 제조업 (기획)	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中下		

6) 실버用品 벤처創業(表 IV-14 參照)

① 事業의 必要性

과학과 의학의 발달로 인구의 고령화가 점차 본격화됨에 따라 21세기에는 세계 인구의 20% 이상이 65세가 넘는 노인계층으로 구성될 것으로 예측된다. 이에 따라 노인계층을 대상으로 한 '실버산업'의 시장 규모는 급격히 확대될 전망이다.

실버용품 벤처창업은 노령계층을 경제성 있는 시장으로 인식하는 데서 출발한다. 실버용품 사업을 노령계층을 위한 복리후생 차원에서 접근하는 것이 아니라 그 것을 하나의 발전성 있는 산업으로 보는 시각이 필요하다는 것이다.

독일의 경우, 실버계층을 대상으로 한 영양크림이 화장품 업계의 영양크림 판매량 3위를 기록하는 등 실버용품 시장은 급속도로 성장하고 있다. 국내에서도 재력을 가진 여유있는 노인계층이 대거 등장할 예정이므로 미리 이 분야의 산업을 육성시키지 않는다면, 국내시장을 외국에 뺏기는 결과를 낳을 것이다.

아울러 세계적으로 실버시장이 급격히 성장하고 있는 점을 감안하여, 미리부터 이 분야의 사업을 육성시킨다면 세계 실버시장 진출의 교두보를 확보할 수 있는 계기가 될 것이다.

[예시] 노인의류

노인의류를 생산한다고 할 경우, 가장 먼저 건강과 활동성을 감안해야 한다. 간편하고 실용적이며 색이 고운 것을 선호하는 노인들이 많다. 가격대는 중저가가 좋다. 먼저 실버 세대를 대상으로 해서 상품화시키면 점차 시장을 장악해 나갈 수 있다. 개발가능한 실비용품 : 의류 잡화 안전용구 미용제품 건강제품 액세서리 생활용품 등

② 波及效果

실비용품 벤처 창업 육성은 지구촌화된 세계에서 시장 점유율 확대를 통한 경제적 부의 증대와 노인계층을 사회의 구심점으로 재편입하는 효과를 기대할 수 있다. 정부가 실비용품 산업육성의 필요성을 인식하고, 정부차원의 지원을 병행할 때 실버산업 활성화로 인한 노인계층의 복지수준 및 실수요 만족도를 상승시킬 것이며, 사회적으로도 노인계층을 주변인으로 보는 왜곡된 인식을 불식시키는데 긍정적인 결과를 낳을 것이다.

아울러 실버산업의 육성은 지금까지 없었던 새로운 시장을 개척하고 산업을 발전시키게 되므로 산업전반에 걸친 파급효과가 매우 클 것으로 전망되며, 아울러 고용 창출효과를 기대할 수 있다.

③ 創業 要領

노인계층들이 중심이 되어 고객의 입장에서 상품 기획을 하며 상품 생산은 하청을 주는 방식으로 진행하면 투자자본을 최소화할 수 있

다. 노인계층을 겨냥한 제조업 생산품목은 노인안전용품 및 잡화, 브랜드 의류, 화장품, 액세서리, 보호장구 등이며, 개별 품목에서 노인에게 최적한 상품을 기획, 생산해 낼 수 있다면 세계를 무대로 사업을 추진해 나갈 수 있다.

실비용품 벤처창업은 제조업 경력이 있거나 기업체의 요직에 근무했던 능력있는 노인계층이라면 중장기적인 관점에서 창업을 시도해 볼 수 있을 것이다. 일반 사업자가 실비용품 제조업에 뛰어들 경우, 노인계층들이 자금출자나 실비용품을 생산하는 사업에 참여해 볼만하다.

제조업체를 직접 경영할 경우, 자금 문제나 투자비 회수 등에 어려움이 야기될 수 있으므로 제품 기획만 담당하고 생산은 하청업체를 통해 해결하는 것이 가장 현실적인 방안이다.

〈表 IV-14〉 실비용품 벤처創業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A타입/일반인전문가	업종 분류	· 제조업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 7천만원 (사무실구입비+운영자금) * 제작은 하청업체에 맡길 경우 최소자본을 오천만으로 출발가능
투자비회수	· 중장기	예상소득	· 2~3백만원
고용창출효과	· 大	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 大	FC화 가능성	· 대리점구축가능
사업형태	· 제조업 (기획)	정부지원 필요성	· 大
안전성	· 中下		

7) 실버雜誌 發行事業(表 IV-15 參照)

① 事業의 必要性

정보화 사회에서 인간의 삶의 질을 좌우하는 요소 중에 하나가 바로 정보수집력이다. 필요로 하는 정보를 많이 가질수록 그 사람의 생활의 질은 향상될 가능성이 높다. 이런 측면에서 노인세대의 삶의 질 향상을 위해 꼭 필요한 사업 중에 하나가 바로 노인계층을 주 대상으로 하는 실버잡지다.

② 事業內容

실버잡지는 여유있는 노인계층이 즐기며 살 수 있는 엔터테인먼트 정보, 은퇴후의 새로운 도전, 실비용품 소개, 실버 건강관리 요령, 노인 계층의 중매, 獨居老人의 풍요로운 생활 등 노인계층에 관련된 모든 정보를 다루는 종합 매거진이다. 월간 또는 격주간으로 발행할 수 있다.

③ 事業化 要領

언론 종사 경험자일 경우, 직접 창업을 하되 일반적으로 언론 잡지 출판업은 인건비가 많이 드는 점을 감안하여, 4~5명이 역할을 분담하는 동업형 창업도 고려해 볼만하다.

이 분야의 무경험자라면 컨설팅 회사의 전문 컨설팅이 꼭 필요하며, 자금력있는 고령자가 당장의 수익보다는 사회적 지위와 명예, 보람을 감안해서 시도해 볼만하다. 다만 이 경우는 반드시 젊고 감각있는 이 분야의 전문가가 함께 참여하여야 한다.

④ 成功 포인트

잡지 발행에만 수익을 의존하지 말고 수집된 정보를 PC통신이나

인터넷으로 제공하는 한편, 매체의 위력을 활용해 노인계층을 겨냥한 부가 사업을 병행하는 것이 효과적이다. 또한 당장은 노인계층을 겨냥하고, 고가의 광고가 많지 않음을 감안하여, 독자들을 적극적으로 참여시켜 저가 광고를 유치하는 방안도 고려해 볼만하다. 그렇지 않다면 품격을 철저히 품격을 중시하는 엘리트출신의 노인계층이나 중상류층을 대상으로 하는 것이 좋다.

⑤ 海外 事例

일본의 경우 ‘사라이’라는 격주간 실버잡지가 인기다. 이 잡지는 50대에서 80대 사이의 연령층을 주 대상으로 하는데, 노인계층이 주변인이나 소외된 존재가 아니라 당당하게 삶을 누릴 자격이 있는 현역이라는 점에 초점을 맞추고 있다. 다양한 직종에 종사하는 노인계층의 다양한 삶의 양태를 적극적으로 소개하고 있다. 노인계층의 다양한 삶의 모습과 성공을 다룸으로써 노인계층에 대한 이해를 높이는 휴먼스토리 와 노인계층의 일상생활과 연계된 다채로운 정보를 담고 있다.

〈表 IV-15〉 실버雜誌 發行事業

분류기준	내용	분류기준	내용
실버층 분류	· A타입 또는 C타입/ 일반 전문가	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 임대보증금: 2천만원 · 집기구입비: 1천5백만원 · 운영자금: 8천만원
투자비회수	· 1~2년	예상소득	· 2~3백만원
고용창출효과	· 大	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 中	FC화 가능성	· 지사 구축가능
사업형태	· 4~6명 동업에 유리 독지가의 독립창업	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中		

8) 실버 컴퓨터 敎育센터(表 IV-16 參照)

① 事業의 必要性

상당수 비즈니스가 오프라인 기반에서 온라인 기반으로 옮겨가고 있으며, 직업 구조 역시 온라인 기반 직종이 갈수록 늘어나는 실정이다. 이러한 현실에서 온라인사회에 적응하기 위한 컴퓨터 교육은 노인계층에게도 당면과제가 아닐 수 없다. 창업을 하든 직업을 갖든 컴퓨터 활용능력은 중요한 경쟁 무기가 되기 때문이다.

② 事業內容

마치 키키드 등 어린이들의 컴퓨터 교육만 전담하는 회사가 전국적으로 FC사업을 전개하는 것처럼 노인계층의 컴퓨터 교육만을 전담하는 사업이다. 사업은 학원형태로 사업장을 얻어서 전개할 수도 있고 중·상류층 이상 노인을 대상으로 컴퓨터 교사를 파견해서 가정 또는 사업자 방문형으로 전개할 수도 있다.

어떤 방식이든 노인계층들의 특성을 파악하여 아날로그 시대에 일생을 살았던 노인들이 쉽고 재미있게 배울 수 있는 교육 프로그램을 만드는 것이 가장 중요하다. 일단 교육 프로그램만 준비된다면 순조롭게 사업을 전개할 수 있다. 현재는 고정 투자비용이 많이 드는 교육센터형보다는 방문 교육사업형이 넓은 상권을 대상으로 효율적으로 사업을 전개할 수 있다.

③ 期待效果

진두지휘는 고령자가 하더라도 컴퓨터 사업이라는 특성상 젊은 층의 협조와 연대가 꼭 필요한 사업이다. 특히 방문교사와 교육프로그램 설계단계에서 젊은 층의 지원이 요구된다.

자금 여력이 있는 노인계층이 사업을 주도하고 젊은 인력을 고용해서 사업을 추진하는 방식이 바람직하며, 젊은 층의 고용창출 효과를 기대할 수 있다. 아울러 지금까지 정보화 사회의 소외계층이었던 노인계층을 정보화 사회의 중심부로 끌어들이는 역할을 하게 되어 정보화 시장 확대에도 견인차가 될 것으로 기대할 수 있다.

〈表 IV-16〉 실버컴퓨터 敎育센터

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B타입-독립창업 · C, D타입-동업창업	업종 분류	· 교육.서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 사업장구입비: 5천만원 이상 · 시설비: 5천만원 이상 · 운영자금: 1~3천만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 5백만원 이상
고용창출효과	· 中下	사회적 보람	· 大
산업과급효과	· 中	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 젊은 층과 연대 창업이 유리	정부지원 필요성	· 大
안전성	· 현재로서는 中下 지만 향후 전망밝음		

9) 실버 警報서비스業(表 IV-17 參照)

① 事業의 必要性

핵가족화의 진전으로 독거노인이 늘어나면서 노인 응급 상황에 대한 대처서비스의 필요성이 절실하다. 신문 보도 등에 따르면 독거노인들이 사망한 수일이 지나도록 아무도 그 사실을 모른 채 방치되는 일이 빈번하게 발생하고 있기 때문이다. 향후에도 자녀와 함께 거주하지 않는 독거노인은 갈수록 늘어날 전망이고 보면 장기적으로 시장

규모가 확대될 사업임이 분명하다.

항상 위험 상황에 노출될 수 있는 것이 노인들이고 보면 응급 통보 시스템이 얼마나 중요한가를 알 수 있다. 노인들의 생명과 안전은 시간을 다투는 경우가 많기 때문이다.

② 事業內容

경보시스템을 통하여 독거노인의 응급상황에 대처하는 서비스 사업이다. 독거노인들을 회원으로 가입시켜 이들에 관한 각종 데이터를 구축한 후, 본부와 연계되는 통보시스템을 개발한다. 비상시 본부와 간편하게 연락될 수 있는 호출 시스템을 개발하는 것이 가장 중요하다.

본부와의 호출 시스템은 센스나 특수한 칩을 이용하는 방식, 현재의 방법 시스템과 같은 방식을 활용한 목걸이형 호출기 등의 개발은 얼마든지 가능하다. 본부에 호출이 들어오면, 본부에서는 회원의 자녀에게 통보를 하는 한편 회원에 관한 데이터를 열람, 응급치료가 가능하도록 조치를 취한다. 월 회비는 독거노인이 아닌 자녀가 부담하게 하는 방식이 효과적이며 효도 선물로도 인기를 얻을 수 있다.

③ 期待效果

자금력있는 노인계층이 자본주가 되고 젊은 층들과 연계해서 추진하면 좋은 사업이다. 각 지역별 지부 설립이 가능하므로 고용 증대 효과를 기대할 수 있으며 노인 복지 향상에도 기여할 수 있다.

④ 海外 事例

일본 동경의 안전센터사는 독거노인뿐만 아니라 지체가 부자유한 사람들까지 고객 대상이다. 회원이 되려면 입회금은 5만엔 정도로 비싸지만 월 회비는 몇 천원에 불과하다. 현재 이 서비스의 가입자는

독거노인 부모를 둔 자녀들과 지방자치단체들이다. 지자체의 경우 노인 복지 차원에서 가입하기도 한다. 초기에는 상당히 고전을 했지만 연평균 80% 가까운 고성장을 기록한 이 회사는 연간 매출 8억엔, 회원수 2만여 명을 자랑하고 있으며 지금도 계속 성장단계에 있다. 현재 이 회사는 팬던트형 호출 버튼을 회원들에게 공급하고 있으며, 회원들은 응급시 이 팬던트를 누르면 응급 서비스를 받을 수 있다. 당연히 서비스는 24시간 이루어지기 때문에 노인들은 언제 어디서든지 누군가의 보살핌을 받을 수 있다는 점 때문에 심리적으로 안전감을 가질 수 있다고 한다. 현재 노인들의 호출중 상당수는 긴급상황이 아니지만 호출 통보 시스템이 주는 심리적인 안도감은 노인들의 복지향상에 크게 기여하고 있다.

〈表 IV-17〉 실버 警報서비스業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B타입/이분야의 일반전문가	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 사무실 보증금: 1~2천만원 · 집기.시설설비: 3천만원 · 기술네트워크구성비: 2천만원 이상 · 운영자금: 3~5천만원
투자비회수	· 1~2년후부터 시작	예상소득	· 1~2천만원 이상
고용창출효과	· 大	사회적 보람	· 大
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 동업, 독립창업, 아이디어창업	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中下		

나. 老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 未保有老人 活用業種

1) 실버미팅(silver meeting) 仲媒業(表 IV-18 參照)

① 事業의 必要性

60세 이상 연령층으로 갈수록 배우자와 사별 등으로 독신 노인들이 증가한다. 핵가족화 추세가 급격히 진행될수록 독신 노인들은 외로움도 커진다. 따라서 배우자와의 사별이후 인생의 벗으로 서로 외로움을 달래주는 실버미팅 및 배우자소개는 꼭 필요한 사업이라고 할 수 있다.

② 事業內容 및 事業化 要領

실버미팅 비즈니스는 독신 노인들에게 새로운 벗이나 배우자를 소개해 주는 사업이다. 결혼중매업이 갖춰야 할 몇 가지 요건만 갖추면 사업을 추진할 수 있다. 각 지역 경로당 및 노인 회관 등을 통해 독신노인의 명단을 확보한 후 중매 역할만 해주면 되므로 2~3명 정도의 노인들이 함께 사업을 추진할 수 있다. 사무실을 얻고 독신 노인들의 명단을 리스트화한 후 지역 경로당 등에 적극 홍보를 하도록 한다. 중개 비즈니스이므로 약간의 운영자금을 마련할 수 있다면 실패 위험이 적고 소일거리로도 좋은 사업이다. 온라인 노인이용자가 늘어나는 추세이므로 자료를 데이터베이스화해 온라인 사업까지 병행한다면, 부가적인 수입을 올릴 수 있고 인터넷에 사이트를 개설하면 광고 수입도 기대할 수 있다.

③ 期待效果

실버미팅 사업의 사무실은 노인들의 사랑방이나 사교장으로 발전시킬 수 있다. 노년기에도 건전한 이성교제와 친구 사귀기는 심리적 정

서적 안정에 매우 중요하다. 특히 핵가족화로 가족과 떨어져 사는 노인들이 늘어나고 있고, 자녀와 함께 거주하더라도 노년기의 심리적 고독과 공백을 메꾸는 데는 또래 친구 이상의 역할을 해줄 사람이 없으므로 실버 사회 진입과 함께 꼭 필요한 사업이라고 할 수 있다. FC화 할 경우 지구 상권별로 지점 설립이 가능하므로 고용창출 효과도 클 것으로 기대된다.

〈表 IV-18〉 실버미팅(silver meeting) 仲介業

분류기준	내용	분류기준	내용
실버층 분류	· C타입	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 임대보증금: 1천만원 · 집기구입비: 5백만원 · 운영자금: 2백만원
투자비회수	· 1~2년	예상소득	· 2~3백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 2~3명 동업에 유리	정부지원 필요성	· 불필요
안전성	· 中下		

2) 실버 도시락 시터 事業(表 IV-19 參照)

① 事業內容

물질이 풍부한 선진국에서는 애정이나 사랑 등 감정을 파는 서비스가 인기다. 필링서비스(feeling service)를 제공하는 이런 사업들은 기존에 이미 존재하는 서비스에 필링을 첨가한 것들이 대부분이다. 고령자도시락 택배업도 대표적인 필링서비스 첨가 사업이다.

이 사업은 도시락 택배업에 나이 든 부모를 모시지 못하는 자녀들의 효성이라는 필링서비스를 결합한 것이다. 치매나 병을 앓고 있는

부모를 직접 돌봐야 하는 것은 자식의 당연한 도리지만 그렇게 하지 못하는 자녀를 위해서 자녀가 돈을 내면 도시락 택배 회사에서 주 4~6회 가량 식사를 배달해 주는 사업이다.

② 事業化 要領

식사의 종류는 수백 가지가 마련되어 있으므로 매일 시켜 먹어도 싫증이 나지 않도록 메뉴를 구성하는 것이 좋다. 일단 회원이 되면 택배 회사에서 냉장고와 온장고를 제공하므로 회원은 신선한 음식을 보관해서 먹을 수 있다. 배달은 주 4~5회 가량 한다.

메뉴를 선택할 때는 노인의 건강상태나 칼로리 등을 고려한다. 배달원은 회원 노인에게 직접 음식물을 전달한다. 이 때 노인이 혹시 쓰러지지 않았는지 신체적으로 불편한 게 없는지 체크하고 만일 이상이 있으면 자녀에게 연락을 해준다. 자녀들이 아무리 신경을 쓰더라도 떨어져 있는 나이든 부모의 건강에 갑작스럽게 문제가 생기는 것까지 챙길 수 없다는 점에 착안, 도시락 택배에 필링서비스를 부가한 것이다.

③ 事業 展望

일본의 경우, 2025년에는 4명 중 한 명이 65세 이상이 되는 고령화 사회에 진입할 것이라고 한다. 우리나라도 갈수록 고령화 사회가 돼 2천년대가 넘어서면 10명당 1명이 노인인구에 속할 것으로 전망된다.

국내에서도 홀로 사는 가구가 8가구 중 한 가구라고 하는데, 그 중에서 홀로 사는 노인의 비중은 갈수록 커지고 있다. 이 사업은 홀로 사는 노인을 위한 자녀의 효성을 겨냥한 사업이므로 시간이 흐를수록 유망하다고 볼 수 있다.

④ 社會的 波及 效果

FC화를 시도할 경우, 주요 지역별로 가맹점을 둘 수 있어 상당한 고용창출 효과를 얻을 수 있다.

〈表 IV-19〉 실버도시락 시터事業

분류기준	내용	분류기준	내용
실버층 분류	· C타입	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 임대보증금: 2천만원 · 설비비: 5백만~1천만원 · 운영자금: 1천만원
투자비회수	· 3~4개월부터 시작	예상소득	· 3~5백만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 가족창업이 유리	정부지원 필요성	· 小
안전성	· 中		

3) 中低價 실버 원룸텔 체인業(表 IV-20 參照)

① 事業의 必要性

핵가족화의 진전으로 부모를 모시지 않는 가정이 늘어나고 있다. 상류층들은 고급 실버텔에 입주하거나 자녀와 떨어져 독립적으로도 얼마든지 안락한 생활을 할 수 있지만 대부분의 노인계층들은 그럴 여유가 안된다. 그나마 조금 경제적인 여유가 있는 중산층에서는 형제들이 매달 부모님의 생활비를 마련하여, 보내주지만 노부부가 생활하는 데는 불편함이 많다. 부부가 모두 생존했을 경우에는 덜하지만 홀로 사는 노인이나 거동이 불편한 노인들은 누군가가 돌봐주지 않으면 안된다.

그래서 비교적 여유있는 중산층 자녀를 둔 노인들 중에는 자녀들이

보내주는 생활비로 가정부를 두는 경우도 적지 않다. 이처럼 고급유료 양로원이나 실버텔에 입주할 형편이 되는 상류층도 아니고 그렇다고 생계가 어려운 서민층도 아닌 비교적 안정적인 생활을 누리는 자녀를 둔 중산층 노인계층을 겨냥한 사업이 바로 중저가 실버 원룸텔 체인사업이다.

② 事業內容 및 事業化 要領

중저가 실버 원룸텔은 최근 대학생이나 젊은 직장인들 겨냥한 원룸텔과 형태는 비슷하다. 입주하는 노인들에게는 각자의 숙소가 제공된다. 노인들의 취향을 고려하여, 숙소는 온돌방으로 공사하는 것이 좋다. 개인숙소는 좁지만 널찍한 공동 거실이 마련되어 있어 입주한 노인들끼리 모여서 TV를 보거나 바둑을 둘 수 있다. 노인들이 즐길 수 있는 특별한 오락을 마련해 두면 더욱 좋다.

노인들의 식사준비는 실버 원룸텔 운영자 또는 운영자가 채용한 직원이 맡는다. 노인들은 공동으로 식사를 하고 세탁 서비스도 받을 수 있다. 노인들을 돌보는 직원들은 간단한 응급조치 등 노인들을 돌보는데 필요한 교육을 받는다. 가맹점주 또는 관리인들은 만약의 경우 노인들에게 생길지도 모르는 긴급사태에 대비하기 위해 24시간 원룸텔에 상주하는 것이 원칙이다. 이들은 또 정기적으로 노인들의 자녀들에게 전화를 걸어 부모님의 근황이나 상태에 대해서 알려준다.

체인본사는 주기적으로 가맹점을 돌며 입주한 노인들의 건강을 체크하여 준다. 안마사들도 정기적으로 순회하며 노인들에게 안마 서비스를 해준다.

젊은 층을 겨냥한 원룸텔보다 신경쓰고 돌보아야 할 것이 많은 대신 입소 비용도 비싼 편이다. 20개 정도의 원룸을 갖출 경우, 1인당 월 60만원 정도를 받으면 월 매출액이 1,200만원이다. 직원을 두지 않

고 부부가 실버 원룸텔 체인점을 직접 운영하면, 큰 돈을 못 벌어도 안정적으로 생계를 유지할 수는 있다.

③ 期待效果

노인복지 증진효과와 창업 욕구를 가진 노인계층의 경제적 문제를 동시에 해결할 수 있다.

노인들 입장에서는 혼자 생활할 때 정도의 생활비 정도로 다양한 서비스를 받을 수 있고 친구도 사귄다 수 있어 무료하지 않게 보낼 수 있다. 자녀들의 입장에서는 홀로된 부모님이 혼자 생활할 경우, 건강이나 식사 챙기기 등이 걱정되고 혹시 무슨 일이 생기지 않을까 해서 안부를 챙겨야 한다. 하지만 실버 원룸텔에 입소할 경우 매달 용돈을 주는 정도의 비용만 각 자녀들이 조금씩 부담하면 부모님의 식생활이나 건강관리, 위급상황에 대한 조바심에서 해방될 수 있다.

실버 원룸텔측이 주기적으로 부모님의 근황을 알려줄 뿐만 아니라 따뜻하게 부모님을 보살펴주므로 부모님을 모시지 않는다는 죄책감도 줄어든다. 양로원에 보내는 것보다는 훨씬 나은 것이다.

④ 프랜차이즈化 要領

공동 브랜드를 적용, 전국적으로 프랜차이즈화를 전개할 경우 훨씬 큰 경제적 파급 효과를 얻을 수 있다. 프랜차이즈 본사는 경치가 좋은 도시 부근에 2, 3층 주택을 소유하고 있거나 지을 수 있는 사람들을 대상으로 가맹사업자를 모집한다.

본사가 하는 일은 노인들에게 편리하도록 시설을 개조해주거나 신축해주는 일이다. 가맹점주들이나 가맹점주가 고용한 직원들을 대상으로 노인들을 보살피는 데 필요한 각종 교육을 시켜주고 노인들의 건강을 고려한 식단을 짜주는 것도 본사 역할이다. 본사는 가맹점을

순회하면서 노인들의 건강을 체크하고 마사지 등을 해줄 인력을 채용해서 가맹점의 노인 돌보기 서비스 질을 높여야 한다.

⑤ 事業 成功 포인트

이 사업의 핵심은 자녀와 같이 노인들을 따뜻하게 보살피는 데 있다. 이를 위해서는 가맹점주를 모집할 때부터 성실하고 마음이 따뜻한 사람들을 가려야 한다. 또한 가급적이면 점주가 직접 노인들을 관리할 수 있도록 해야 마음에서 우러나는 서비스를 해줄 수 있다. 사업계획을 세밀하게 짚다면 큰 자본없이도 프랜차이즈사업을 추진할 수 있다.

건축은 인테리어 회사 등에 의뢰하면 되고 가맹점을 순회할 직원은 가맹점수가 많지 않을 때는 계약직으로 활용하면 된다. 또 실제 원룸텔 설비 등을 갖추는 데 들어가는 비용은 가맹점주들이 부담한다.

본사가 준비해야 할 가장 중요한 업무는 입주한 노인들이 비교적 적은 비용으로 가장 쾌적한 생활을 할 수 있도록 진정으로 고객을 위하는 입장에서 그들에게 필요한 생활설계나 가맹점 운영시스템을 짜는 것이다. 홍보도 본사의 몫이다. 언론이나 방송 등을 활용한 홍보활동을 얼마나 적극적으로 하느냐에 따라 가맹점 모집 속도가 달라질 것이다.

본사에서는 가맹점에 실버 원룸텔 운영 노하우 제공 및 지속적인 관리, 직원 교육비 명목으로 가맹비를 받을 수 있다. 또 실버 원룸텔 가맹점에 대한 지속적인 지원 대가로 매달 일정액의 로열티를 받을 수도 있다. 넓은 건물이나 단독주택을 소유하고 있는 사람이라면 자신의 주택이나 건물을 개조해 안테나 솥으로 실버 원룸텔을 운영해 본 다음 프랜차이즈 사업을 전개시킬 수도 있다.

일본에서는 앞서 소개한 실버 원룸텔 체인과는 운영방식이 다르지만 하숙체인점이 인기다. 일본 전역에 2백여 개가 넘는 셀러리맨 또

는 학생들을 위한 기숙사 체인망을 구축하고 있는 메인티넌스사의 사례는 실버 원룸텔 사업자가 참고해 들만하다.

입주율 90% 이상을 보이고 있는 이 회사의 성공 포인트는 동일 브랜드를 사용하는 체인점 체제라는 점이다. 동일 브랜드를 사용하는 체인점은 몇 곳만 성공해 명성을 얻으면 후속되는 가맹점들은 그 명성을 등에 업고 쉽게 고객을 확보할 수 있다. 두 번째 성공 포인트는 관리인 제도이다. 본사는 각 하숙체인점을 관리하는 정식직원을 채용한다. 주로 부부를 채용해서 그 기숙사에 머무르도록 한다. 이들은 하숙집 주인처럼 친근하게 입주자들을 돌봐준다. 마치 실버 원룸텔의 직원들이 식사준비를 하고 세탁을 해주는 등 노인들에게 필요한 서비스를 제공하는 것과 유사하다.

정식직원들의 연령은 주로 40~50대들이다. 이처럼 중년층을 직원으로 채용하는 이유는 인생 경험이 많아 젊은 입주자들의 인생 컨설턴트가 돼줄 수 있기 때문이다. 또 독신자들에게 부모와 같이 따뜻하게 다가갈 수 있다는 것도 장점이다. 관리인 평균급여는 남자 23만엔, 여자 18만엔 정도를 지급하고 있다.

이 회사는 학생이나 직장인을 대상으로 하는 기숙사 체인 사업 이외에 유료 양로원 사업도 겸하고 있다. 이 회사가 유료 양로원을 운영하는 방식은 실버 원룸텔 사업자가 참고할 만한 내용이 많이 있다.

메인티넌스사의 도미성북공원이라는 양로원은 일반 유료 양로원에 비해서 비용이 더 싼 기숙사 형태지만(유료 양로원 입주비 3천만엔, 도미성북공원 입주비 5백90만엔) 노인들에게 꼭 필요한 여러 가지 서비스를 제공하고 있다. 노인들의 응급사태에 대비해서 24시간 관리인이 상주하고 있으며 노인들이 기숙하는 방마다 응급벨 등을 설치하고 있다.

세면을 하거나 목욕 중에 생길 수 있는 사고에 대비해 수도관에는 센스를 연결해 18시간 이상 물을 쓰지 않거나 2시간 이상 물이 계속

흐르면 경고등이 울려 관리인이 응급사태에 대비할 수 있도록 하는 등 노인들의 특성을 최대한 고려한 세심한 배려가 돋보인다. 다른 기숙사처럼 관리인들은 마치 친자녀처럼 노인들의 일상생활을 돌본다.

〈表 IV-20〉 中低價 실버 원룸텔 체인業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· B, C타입	업종 분류	· 임대형 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 소유주택 활용시 창업자 금 최소화 · 새로 주택을 마련할 경우 2~3억원 가량 예상
투자비회수	· 2~3개월부터 시작	예상소득	· 3~5백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 가족창업이 유리	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中上		

4) 실버 시터 派遣業(表 IV-21 參照)

① 事業의 必要性

탁아 사업의 종류가 다양해지면서 관심을 끈 것이 베이비 시터 사업이다. 베이비 시터사업이란 고객이 원하는 장소로 탁아모를 파견하여 주는 사업이다. 일반 탁아방이 주로 유아들을 대상으로 하는 데 비해 베이비 시터사업은 초등학생도 돌봐준다.

베이비 시터 회사는 다양한 조건을 가진 시터들을 확보하고 있다가 고객의 요청이 들어오면 돌봐야 할 유아나 어린이에게 가장 적합한 시터를 파견하여 준다. 가령 갓난아기라면 자녀를 길러본 경험이 있는 젊은 주부를, 미술에 소질이 있는 초등학생이라면 미대 재학중인

대학생을 보내주는 식이다.

베이비 시터에서 시작된 시터 사업은 갈수록 세분화 다양화할 전망이다. 독신자가 늘어나고 고령화가 진전되면 그들을 대상으로 하는 서비스업이 성장하게 마련이다. 멀지 않은 장래에 가장 가능성 있는 비즈니스로 자리잡게 될 시터업 중에 하나는 바로 실버 시터 파견업이다.

② 事業內容

실버시터란 홀로 사는 중산층 노인이나 노인 부부를 돌보는 시터이다. 주기적으로 방문해서 노인들의 식사를 해결해주기도 하고 세탁과 청소, 쇼핑을 하는가 하면 노인들이 외출할 때 동행하여 주기도 한다. 또 노인들 중에는 외로운 사람들이 많으므로 이들의 말벗이 돼주는 것도 시터들의 중요한 역할 중 하나다.

또한, 몸이 불편한 노인들의 간병까지 해줄 수 있어야 하므로 실버시터가 되려면 간단한 응급조치 요령이나 노인들의 섭생 등에 대한 어느 정도의 사전 교육이 필요하다.

③ 事業化 要領

먼저 실버시터교육 프로그램을 마련해야 한다. 노인 섭생이나 응급조치 요령, 간호 요령 등에 대한 교육 과정을 마련하는 한편, 직접 실버시터로 활동하면서 애로점이나 문제점을 파악한다. 그런 다음 어느 정도 시터 교육 및 훈련 프로그램이 준비되면 실버시터를 모집하는 한편 생활정보지 등을 대상으로 고객을 모집한다. 보도자료를 만들어 실버시터 사업 개시를 언론을 통해 홍보하는 것이 가장 효과적이다.

④ 收益創出 및 成功 포인트

실버시터 파견업은 파출부 파견사업과 유사하다. 고객에게는 입회비를 받고 시터들에게도 약간의 입회비를 받는다. 그런 다음 고객의 요청이 있을 때 실버 시터를 파견하여 주는데, 이 때 고객에게 받는 돈을 시터들과 나누어 갖는다.

시터사의 수입은 고객과 시터의 입회비와 시터 파견 수수료이다. 본사에서는 이 수익금을 기초로 홍보 활동을 해서 시터들에게 보다 많은 일자리를 만들어 주어야 한다. 전국적인 홍보를 위해서는 전화번호를 잘 선정해야 한다. 사업의 성격을 가장 잘 나타낼 수 있는 전화번호를 선정하는 것이 중요하다. 고객의 입장을 고려해 080번으로 전화번호를 내는 것이 좋다.

업체 홍보가 어느 정도 되면 그 무렵에 각 도 시별로 가맹 사업자를 모집한다. 가맹사업자에게 고객 관리 프로그램과 시터 훈련프로그램을 제공해 주고 일정액의 가맹비를 받도록 한다. 이 사업은 어차피 서민층을 대상으로 할 수는 없다. 중·상류층 노인이 주고객이 될 수밖에 없으므로 일반 파출부나 시터보다 비용을 비싸게 책정해 프로페셔널한 서비스를 제공, 상류층을 공략하는 전략이 효과적이다. 국내 실버 시장은 아직 충분히 성숙한 단계가 아니므로 더더욱 중·상류층을 겨냥해야 한다.

⑤ 期待效果

창업자는 노인계층이지만 실버시터로 활동할 사람들은 젊은 층이나 중년층이다. 따라서 창업을 하고 프랜차이즈화까지 시도할 경우, 상당한 고용창출 효과를 얻을 수 있으며 노인들의 복지 향상에도 기여할 수 있다.

〈表 IV-21〉 실버 시터派遣業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입/일반비전문가	업종 분류	· 임대형 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 사무실보증금: 1~2천만원 · 집기구입비: 5백만~1천만원 · 운영자금: 1천만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 2~4백만원
고용 창출효과	· 中	사회적보람	· 大
산업과급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 가족창업, 동업이 유리	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中		

5) 실버 娛樂센터業(表 IV-22 參照)

① 事業의 必要性

비교적 경제적 여유가 있는 실버 세대들에는 소일거리가 별로 없다. 일을 하지 않는다면 레저 오락이라도 즐겨야 하는데, 실제적으로 노인계층들이 관광 등 육체적인 무리를 감당할 수 있는 레저 오락 프로그램은 현실적으로 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 하지만 머지않아 실버시대가 본격화되면 분명히 이들 세대를 대상으로 한 오락 산업이 크게 성장할 것이다.

② 事業內容

현재로서 실버세대의 오락은 바둑이나 경로당에서 하는 일부 활동이 전부다. 노는 것도 젊어서 해야 한다는 말이 있듯이 건강상 노인계층들은 관광 등 육체를 많이 움직여야 하는 레저활동을 그다지 환영하지는 않는다.

노인용 오락실은 실버세대가 일상 생활 속에서 오락을 즐길 수 있도록 하는 곳이다. 컴퓨터 통신망시설 등을 갖춰놓고 그 안에서 노인

들이 디지털 시대의 오락을 즐길 수 있도록 하는 한편 노인들의 사랑방 구실도 하는 곳이다.

③ 期待效果

실버세대의 오락 산업이 활성화된다는 것은 오락 산업이 새로운 고객층을 갖게 된다는 것을 의미하며, 당장은 아니더라도 중장기적으로 산업 전체에 어느 정도 파급효과를 미칠 것으로 전망된다. 실버 오락실은 서울의 경우 최소 구단위 1개소, 광역시급은 3~4개, 일반 시도는 1~2개 가량 설치할 수 있는데, 1인 운영이 힘들므로 노인 인력 또는 젊은 인력을 보조사원으로 채용할 경우 약간의 고용창출효과를 얻을 수도 있다.

향후에는 컴퓨터에 익숙한 노인들이 늘어날 것이므로 현재의 30, 40대가 노인계층으로 진입하는 시점부터 활성화가 기대되는 사업이다. 당장은 고급 엘리트 출신 노인계층을 겨냥하여, 오락과 컴퓨터 교육장 등으로 활용을 시도해 볼 수 있다.

〈表 IV-22〉 실버 娛樂센터業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B타입-독립창업 · C, D타입-동업창업 일반비전문가	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 노인층	투자비	· 사업장구입비: 5천만원 이상 · 시설비: 4천만원 이상 · 운영자금: 1~3천만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 2~5백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 中	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 가족창업, 동업이 유리	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 현재로서는 中下지만 향후 전망밝음		

6) 실버모델 派遣事業(表 IV-23 参照)

① 事業의 必要性

실버세대가 구매력을 갖게 되면 실버 모델에 대한 수요도 늘어난다. 실버광고 시장의 성장과 함께 시도해 볼만한 초미니 틈새 사업이 실버모델 파견사업이다.

② 事業內容

사회적으로 지명도가 있는 실버 인사나 곱게 늙은 노인, 고향의 향취와 푸근함을 주는 노인들을 확보한 뒤 실버 광고 제작사에 연결해 준다. 이 사업은 일종의 중개 비즈니스이므로 자본이 많이 들지 않고 실패 위험이 매우 적다. 취미를 겸해 소일거리로 사업을 할 수도 있다.

③ 海外 事例

미국, 일본 등 이미 고령화 사회에 진입한 선진국의 경우, 실버산업이 급성장하면서 실버 모델에 대한 수요도 늘어나고 있다. 실버용품의 종류가 다양해지면서 실버계층이 출연하는 광고 프로의 종류도 다양해지고 있다. 실버 화장품 및 잡화, 스포츠 등의 광고에도 실버 모델들이 출연하여 주가를 높이고 있다.

이는 고령자 층이 소비의 주역으로 등장함에 따라 자연스럽게 나타나는 현상이다. 실제 고령화 사회에 접어든 선진국의 경우, 어린이보다 고령자의 실구매력이 더 큰 것으로 나타나는 사례도 있다. 국내에도 고운 피부의 멋쟁이 60대 할머니, 백발을 휘날리며 스포츠를 즐기는 할아버지 등 은퇴하지 않고 현역으로 머무르는 실버계층이 갈수록 늘어날 것이다.

〈表 IV-23〉 실버 모델 派遣事業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입 일반비전문가	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 일반 기업체	투자비	· 사무실 보증금: 1천만 · 집기.시설설비: 1천만원 · 운영자금: 1천만원
투자비회수	· 1년후부터 시작	예상소득	· 4~5백만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 독립창업	정부지원 필요성	· 불필요
안전성	· 中上		

7) 사이버 실버숍(silver-shop) 및 카다로그 販賣業(表 IV-24 參照)

① 事業의 必要性

실버마켓이 성장하면서 국내에도 실버용품을 전문적으로 판매하는 전문매장이 등장했지만 국내 실버시장이 아직 성숙단계에 이르지 못했고 전문매장의 경우, 지역적인 상권의 제한으로 구매력에 한계가 있어 아직 적자상태를 벗어나지 못하고 있다. 특히, 전문매장으로 사업을 추진할 경우, 점포 임대료 및 시설비 등 고정 투자부담이 커 시장이 활성화되지 않은 상태에서는 투자비 회수에 어려움이 있다. 이런 문제점을 해결하여 주는 사업 형태가 바로 사이버 실버숍 및 카다로그 판매업이다.

② 事業內容

현재 실버용품 전문 매장에서 판매하는 각종 용품들을 사이버 숍에서 판매하는 사업이다. 부가적인 수입을 위해서 카다로그 통판 사업

을 할 수도 있다. 사이버 숭만 운영할 경우 이미 구축된 인터넷상의 쇼핑몰에 입점 사업을 하게 되면 최소자본으로 사업을 추진할 수 있다. 이에 반해 카다로그 판매업을 하면 상당한 초기 투자비와 운영자금을 가져야 한다

사이버 숭이나 카다로그 통관업은 전국을 대상으로 판매 활동을 할 수 있어 실버 시장 미성숙에 따른 수요 부족과 지역적 상권의 한계를 안고 있는 점포형 사업의 문제점을 해결할 수 있다. 유통을 잘 아는 노인계층이 창업하면 유리하고 컴퓨터 및 인터넷 환경을 잘 아는 가족(자녀 등)과 공동으로 창업하면 유리한 사업이다.

[취급품목]

- 실버건강상품: 원적외선 물리치료기, 자가혈당측정기, 바이오온습 째질팩, 염분측정기, 디지털체중계, 1회용 콜레스테롤 측정기
- 생활보조용품: 구강세척제, 원적외선 물리치료기, 구강오물받이, 척추교정쿠션, 목 교정베개, 휴대용샤워기, 실버폰
- 욕창관련용품: 욕창파우더, 욕창연고, 기저귀, 욕창 예방베개, 웨딩 매트 등
 침구·의류: 항균방취 트렁크팬티, 건강쿠션, 건강베개, 실내복 내의 상의, 삼림욕이불, 삼림욕시트
- 배변보조용품: 안심팬티, 패드형 기저귀, 실금용 망사팬티, 방수시트, 이동식 변기, 남녀소변기, 다목적 이동카 등
- 보행보조용품: 2단침대, 바퀴보행기, 전동침대, 이동식 식탁카, 접지팡이 등
- 보조생활용품: 실버폰, 에이프런 등의 식사보조용품, 경보기, 실버 화장품, 미용용품

③ 期待效果

실버산업이 성숙될 때까지 실버마켓의 기초적인 시장 수요를 유지하는 기능을 기대할 수 있다. 또 점차 확대되고 있는 전자 상거래 시장에서 실버 시장을 조기에 선점하고 오프라인 시장의 성숙을 선행, 유도해 나갈 수 있다. 장기적으로 볼 때, 실버산업 성장에 기여하게 되면 새로운 산업 창출에도 큰 기여를 할 것으로 전망되며 이는 고용 창출과도 연계되는 부분이다.

〈表 IV-24〉 사이버 실버숍(silver-shop) 및 카다로그 販賣業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입 일반비전문가	업종 분류	· 전자상거래업
사업타겟	· 실버층	투자비	· 재택비즈니스로 가능 · 컴퓨터 구입 및 운영자금: 1천5백만원 가량
투자비회수	· 6개월~1년후부터 시작	예상소득	· 1~3백만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 中	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 동업, 가족창업, 독립창업	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中上		

다. 非老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 保有老人 活用業種

1) 3D型 高齡者人力銀行(表 IV-25 參照)

① 事業의 必要性

명예퇴직, 조기퇴직 등이 확산되면서 얼마든지 일을 할 수 있는 젊

은 노인계층이 크게 늘어나고 있다. 이들 중 상당수는 창업을 원하지만 다른 한편으로는 창업보다는 계속 본인의 경륜을 살릴 수 있는 일을 하고 싶어하는 경우가 많다. 정식으로 은퇴를 한 노인계층일 경우 도 창업보다는 고소득을 올리지 못하더라도 경험과 전문성을 살린 직종을 원하는 경우가 많다. 이러한 잠재된 욕구를 감안할 때, 노인계층들의 능력을 고려하여 적절한 인건비로 실버인력을 파견해주는 사업이 절실히 요청된다.

② 事業內容 및 事業化 要領

건강상태가 양호하다는 전제하에 명예퇴직, 정년퇴직, 일반 노인계층 등으로 인력 बैं크를 구성해 이들을 필요로 하는 사회 각 분야에 파견하거나 취업을 알선해 주는 사업이다. 경비직을 비롯하여, 아이돌보기, 집 봐주기 등 주로 단순하면서 육체적인 무리가 가지 않는 직종으로 젊은 층들이 꺼리는 직종을 적극 발굴하는 것이 좋다. 노인들은 거주지 가까운 곳에서 일하길 원하는 경향이 높으므로 구단위 상권을 대상으로 사업을 펼치도록 한다.

③ 期待效果

일하고 싶은 노인들에게 일자리를 마련해줌으로써 노인계층의 경제적인 문제 해결에 도움을 주는 것은 물론 새로운 일자리를 창출, 고용증대 효과를 얻을 수 있고 청·장년층이 꺼리는 분야에 노인 인력을 투입함으로써 고용시장의 빈 자리를 메꾸어 줄 수 있다.

④ 프랜차이즈 可能性

노인들에게 거주지 가까운 곳에서 일할 기회를 주는 사업이므로 구단위로 가맹점을 구축할 수 있다. 이 경우 각 지역별 노인 인력 정보를 네트워크화하면 원거리 일자리를 원할 경우 알선도 가능하다. 가

령 청구에 거주하는 노인을 입주 택아를 원하는 서울 거주 고객에게 알선해줄 수도 있다.

〈表 IV-25〉 3D型 高齢者人力銀行

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입/이 분야 경력이 있는 일반인	업종 분류	· 임대형 서비스업
사업타겟	· 일반층	투자비	· 사무실보증금: 1~2천만원 · 집기구입비: 5백만~1천만원 · 운영자금: 1천만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 3~5백만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 大
사업형태	· 가족창업, 동업이 유리	정부지원 필요성	· 大
안전성	· 中		

2) 高齢者專門人力銀行(silver-expert bank)(表 IV-26 參照)

① 事業의 必要性

신 노인계층으로 부상하며 실버세대에 현역 바람을 일으키는 주도적인 계층은 전문직 엘리트 출신 퇴직자들이다. 이들은 젊은이 못지 않은 전문적 재능과 사회적인 식견, 풍부한 경험 등을 갖추고 있어 매우 소중한 사회적 자원이지만 현재로서는 이들을 활용할 만한 시스템이 거의 갖춰져 있지 않다.

실버엑스퍼트 뱅크는 우수한 전문가 실버계층을 네트워크화해서 이들의 능력과 노하우를 파는 사업이다. 실버 엑스퍼트 뱅크에는 다양한 분야에서 활동했던 전문적인 노인계층들이 망라되어 있어 기업 등 고객의 요청이 있을 때 파견된다.

② 創業 要領

인재파견 회사로 운영할 것인지, 프리랜서뱅크 식으로 운영할 것인지를 결정하여야 한다. 운영 방식에 따라서 투자비나 인허가 요건이 다르기 때문이다. 인재뱅크 소속 엑스퍼트 들을 확보하는 것이 가장 중요하며 최소한 1천명 이상이 소속돼있어야 한다.

엑스퍼트 명단이 확보되면 다음에는 홍보 소책자를 만들어 각 기업에 보내는 한편 중소기업청 등과의 연계도 생각해 볼만하다. 아울러 PC통신에 서비스할 데이터 베이스를 구축, 취업정보와 관련 정보로 부가 수익을 얻는 것이 바람직하다.

③ 期待效果

현재 대기업 중역 출신, 공무원, 전문직 등 우수한 인재로 활동했던 노인계층들은 거의 일할 기회를 얻지 못하고 있다. 이들을 네트워크화해서 사회적 자원으로 활용하는 것은 숨겨져 있던 보석을 찾아내는 것과 마찬가지이다. 활성화될 경우, 고용창출 효과는 물론 우수 실버인력의 중소기업 지원 등 산업적인 파급 효과도 클 것으로 기대된다.

④ 海外 事例

일본의 ‘파쇼’나 ‘올마스터즈’는 60세 이상 연령대의 노인 인력 파견 전문회사이다. 이 회사에 소속된 인력은 3천여 명이다. 이 회사는 일반적인 인력뱅크는 물론 재능은행이라고 해서 전문가 실버 조직을 갖추고 이들의 재능을 판매하는 사업도 병행하고 있다.

재능은행은 노인의 재능을 판매하는 8백여 개의 항목을 리스트화해 이를 기업에게 보내고 주문이 오면 시간 단위로 이들의 능력을 판매한다. 가격은 4시간당 2~8만엔이다. 최근에는 기술자 출신 실버들을 활용, Y2K컨설팅 사업으로 짝짤한 재미를 보고 있다.

사회적 활동을 많이 했거나 기업에서 요직을 담당했던 노인들의 경우 인맥이 넓다는 점에 착안하여, 노인계층들이 갖고 있는 인맥을 상품화해서 판매하는 데도 적극적이다.

〈表 IV-26〉 高齡者專門人力銀行(silver-expert bank)

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입/ 이 분야 경력이 있는 일반인	업종 분류	· 임대형 서비스업
사업타겟	· 일반기업	투자비	· 사무실보증금: 1~2천만원 · 집기구입비: 5백만~1천만원 · 운영자금: 3천만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 5백만~1천만원 이상
고용창출효과	· 大	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 大	FC화 가능성	· 小
사업형태	· 동업이 유리	정부지원 필요성	· 大
안전성	· 中上		

3) 컨설팅 事業(表 IV-27 參照)

① 事業의 必要性

사회 각 분야에서 중추적인 역할을 담당했던 우수한 노인 인력을 적극 활용하는 차원에서 필요하다. 이들의 경륜과 경험을 자원화하지 않으면 노인계층들과 함께 사라져 버릴 중요한 노하우가 많을 것이다.

② 事業內容

사회 각 분야에서 전문가로 활동했던 고령자가 그 경험과 경륜을 판매하는 지식 기반 사업이다. 퇴직 이전부터 미리 준비를 해야 하는 사업으로 해당 분야에서 인맥을 구축해두면 손쉽게 사업을 할 수 있다. 자신의 경험을 저술하거나 강의 활동을 통해 수익을 얻을 수 있

으며, PC통신에 정보제공 사업을 병행할 수 있다. 큰 수익을 기대할 수는 없으나 사회적인 보람을 맛볼 수 있다.

③ 期待效果

고령자에는 사회 참여감과 일하는 즐거움, 그리고 경제적 이득을 안겨줄 것이며 고객들에게는 비교적 저렴한 비용으로 오랜 시간 축적된 노하우를 전수받는다는 것이 장점이다. 국가적 차원에서는 유용한 자원을 활용한다는 점이 매력이다.

〈表 IV-27〉 컨설팅事業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 일반기업 및 일반인	투자비	· 사무실 보증금: 1~2천만원 · 집기구입비: 5백만~1천만원 · 운영자금: 5백만원
투자비회수	· 3~5개월부터 시작	예상소득	· 월 1~2백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 小	FC화 가능성	· 小
사업형태	· 동업 또는 독립창업	정부지원 필요성	· 小
안전성	· 中		

라. 非老人階層을 事業對象으로 하는 專門性 未保有老人 活用業種

1) 自販機 運營(表 IV-28 參照)

① 事業의 必要性

가동 자금 1천만원 이하이며 건강도 좋지 않고 경제력도 없는 노인

들이 소일거리 삼아서 용돈을 버는데는 제격이다.

② 事業內容

음료 커피 구두담이 등 시중에 나와있는 다양한 자판기를 구입, 설치해서 수익을 얻는 사업이다. 사업이라기 보다는 부업에 가까우며 자판기 설치 장소에 따라서 수익이 유동적이다. 최소자본이지만 실패 방지를 위해 노인창업지원단에서 자판기 설치 장소 등을 컨설팅 해줄 수 있다.

〈表 IV-28〉 自販機 運營

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· D, E타입	업종 분류	· 임대형 서비스업
사업타겟	· 일반소비자	투자비	· 2백만~1천만원
투자비회수	· 첫 달부터	예상소득	· 월 20~50만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 小
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 관리형 부업	정부지원 필요성	· 小(장소알선)
안전성	· 中上		

2) 小賣業 創業(表 IV-29 參照)

① 事業 內容

노인계층이 거주지 주변에서 손쉽게 시작할 수 있는 소매업. 세탁 편의점이나 비디오 대여점, 책 대여점, 담배가게, 문구점, 인터넷게임방, 레스토랑, 테마음식점, 독서실, 기원, 유제품 할인판매점 등 가족과 함께 할 수 있는 창업이다

소매업은 입지 산업이므로 입지가 매우 중요한데다 최근 소매업간의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있으므로 경쟁에서 이기자면 창업전문가의 지도가 필요한 분야다. 지역밀착형 소매업은 투자비가 그다지

많이 들지 않지만 창업 수요층이 대부분 영세 서민이거나 중산층이므로 이들에게는 투자비가 재산의 전부일 수 있으므로 절대적으로 안전 창업을 유도해야 한다.

② 期待效果

지역밀착형 소매업은 친근한 지역 주민을 대상으로 가족이 함께 창업, 운영하기에 좋은 분야이므로 부모와 자녀가 함께 가족 창업을 할 경우 가족간의 유대를 돈독하게 할 수 있고 안정적인 분위기에서 사업을 일궈나갈 수 있다. 자녀와 함께 창업하면 자연스럽게 청장년층의 고용확대에 기여할 수 있다.

〈表 IV-29〉 小賣業 創業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입	업종 분류	· 소매업
사업타겟	· 일반 소비자	투자비	· 점포구입비: 2~5천만원 · 개업자금: 1천5백만~4천만원
투자비회수	· 2~3개월부터 시작	예상소득	· 월 3~8백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 小	FC화 가능성	· 中
사업형태	· 부부, 가족창업	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中上		

3) 田園型 事業(表 IV-30 參照)

① 事業의 必要性 및 期待效果

IMF상황에서 그것도 실버계층에서 전원형 사업을 시작한다는 것 자체가 어쩌다 보면 무리라고 생각할 수도 있다. 환란 이전의 중산층

이상의 계층 그것도 윤택한 생활수준을 구가할 때나 생각해 봄직한 창업이라고 일견 생각할 수도 있고, 실업의 평상화와 장기적 지속이 예견되는 현 상황에서 전원형 사업을 거론한다는 것 자체가 탁상공론으로 비취질 수도 있다.

창업자 입장에서는 사업성에 의혹을 가질 수도 있다. 기존의 주말농원이나 농촌을 체험하고자 하는 각종 이벤트성 기획사업에 적잖은 실패를 보아왔던 것이 작금의 현실이고 보면, 과거와 같이 비전 제시나 사업성에 대한 전반적 검토와 공익적 수혜층의 파악이 전제되지 않은 상태에서 단지 정책적 강제나 사업주체의 이윤추구를 지상과제로 삼았던 과거를 답습한다면 이번에도 역시 공염불로 돌아갈 수밖에 없을 것이다.

그러나 현재 전원형 사업에 대한 정부지원의 당위성은 이미 사회 여러 부문에 걸쳐 성숙된, 사업기반의 구조적인 체계(사회구조)에서 그 해답을 찾을 수 있다. 다시 말해 전원형 사업에 근본적으로 요구되는 노동력의 확보는 IMF로 인해 고통받는 실직자와 귀농 희망자를 활용함으로써 전원형 사업이 성공적으로 뿌리내릴 수 있도록 단초를 제공해줄 수 있다.

이에 앞서 노동부나 지자체에 등록된 실직자들의 인력뱅크를 강화하여 공공근로 인력의 적절한 배치와 지속적 F/up을 견지해 나간다면 창업으로 인한 고용창출의 당초의도 이외에 농촌일손 부족해결과 노령취업 희망층을 위시한 사회일반에 심리적 안전망을 공유할 수 있어 공익적 수혜를 일으키는 시너지효과를 예상할 수 있다.

또한 영농기술면에서도 기계화, 자동화되는 흐름에 발맞춰 노동집약적 영농을 기술집약적이며 서비스산업과 연결가능한 신상품의 출시 형태(예; 휴양림조성과 레저산업육성)로 패키지화하는 과정을 지속적으로 연구·개발한다면, 전원에 향수를 품고있는 노인계층의 창업을

유인할 수 있을 뿐더러 이로 인한 새로운 직능분야의 창출과 사회적 난맥상으로 불리는 산업구조의 왜곡현상도 어느 정도 치유할 수 있는 파급효과를 가져올 것이다.

이와 같이 노령계층의 전원형 사업에 대한 창업기반이 성숙된 상태를 중심으로 그 성공가능성을 점치는 것이 편향된 시각이라 할 수도 있고, 창업과정에서 예상치 못한 문제를 맞게될 수도 있겠지만, 앞서 말한 바와 같이 이제 노령계층의 창업에 대한 시각을 전향적으로 바꾸지 않으면, 이 후 일어나게 될 사회경제적 막대한 비용의 지불이, 현재 창업지원과정에서 일어날 수 있는 여러 가지 시행착오와 지속적인 지원책의 강구포기로써 얻어지는 기회비용의 가치를 상쇄시키기에 충분치 못하다는 것이다.

이와 같이 국민정서에 부합하는 사회적 파급효과에 창업지원의 공감대가 조성된 현 상황에서 전원형 사업에 대한 정책적 지원형태의 당위성은 이러한 맥락에서 이해되어야 하며 단순히 실버창업에 대한 정부의 지원이 단발성 급여나 선택적 재량이 아닌 정책을 통해 더욱 건강한 사회를 조성해야 할 국가의 의무로 바라본다면 전원형 사업을 비롯한 제반 실버창업의 지원을 더욱 강화하는 방향으로 나가는 것이 마땅할 것이다.

② 事業內容

과수재배 및 특용작물 재배, 애완동물 사육, 농사, 유기농사, 주말농장, 야외체험 학습장, 가드닝 비즈니스 등 현재 경제활동 참가 노인들의 비율이 도시보다 농촌이 훨씬 높은 것으로 나타나고 있는데 이는 농사 활동에 노인들이 많이 참여하기 때문이다.

연령이 높아질수록 자연으로 회귀하려는 본능이 커지므로 도시 노동자들의 경우 중단기 농업훈련 등을 거쳐 소규모 전원형 사업에 도

전하는 것은 바람직하다고 하겠다.

〈表 IV-30〉 田園型 事業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· A, B, C, D 타입	업종 분류	· 농 업
사업타겟	· 일반 소비자	투자비	· 토지 구입비: 3천만~3억원 · 운영자금: 3~5천만원
투자비회수	· 1~3년후부터	예상소득	· 연간 2~8천만원
고용창출효과	· 中	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 小	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 부부, 가족창업	정부지원 필요성	· 中
안전성	· 中		

4) 소호(SOHO) 비즈니스(表 IV-31 參照)

① 事業의 必要性

점포형 소매업은 입지에 따라 사업 성패가 좌우되므로 안정적인 사업을 영위하려면 권리금이나 임대료를 많이 주고 목 좋은 점포에 들어가야 하는데 이는 노인계층에게 자금 부담으로 다가올 수 있다.

소호형 비즈니스는 재택기반(home-based), 또는 사무실기반(office-based)이 많으므로 창업 자본을 최소화 할 수 있다. 특히, 홈베이스 비즈니스 중에는 인맥이나 발품을 팔아서 할 수 있는 사업이 많으므로 노인계층의 소일거리 및 부업으로 알맞은 사업이 많다. 출장형 서비스의 대부분은 본인이 뛰는 만큼 수입을 올릴 수 있는 것이 많으므로 자신이 바라는 적정한 수입선까지만 움직이면 된다.

② 事業內容

출장 광택서비스, 출장 코팅업, 전단지 배포업, 소점포 홍보사업, 아이디어 제품 판매업, 거래처 관리사업, 취미를 활용한 부업 등이 그것으로 무자본 또는 최소자본으로 도전할 수 있는 소호 체인점은 끊임없이 나오고 있으므로 정보를 수집해 다양한 업종을 소일거리로 삼아 운영해 볼만하다.

〈表 IV-31〉 소호(SOHO) 비즈니스

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입	업종 분류	· 서비스업
사업타겟	· 일반 소비자	투자비	· 투자비: 5백만~5천만원
투자비회수	· 2~3개월부터 시작	예상소득	· 월 1~3백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업파급효과	· 小	FC화 가능성	· 中
사업형태	· 부부, 가족창업	정부지원 필요성	· 小
안전성	· 中上		

5) 電子 商去來業(表 IV-32 參照)

① 事業의 必要性

고령자가 갖고 있는 가장 큰 약점 중에 하나는 신체적인 노쇠다. 이런 결점을 보완하면서 안전한 창업성공으로 이끌자면 신체적으로 무리가 가지 않으면서도 투자비를 최소화할 수 있는 사업을 추천하는 것이다.

전자상거래업은 이미 구축된 쇼핑몰에 입점할 경우 최소 자본으로 사업을 할 수 있고, 오프라인 경험이 많은 노인들이 컴퓨터 활용 기본 능력을 갖춘다면 오프라인 경험이 없이 이 분야에 뛰어드는 젊은

이보다 더 유리할 수 있다. 오프라인을 모르고 온라인 사업에서 성공하는 것은 힘들기 때문이다.

② 事業 內容

온라인 상에서 상품을 팔고 사며 세계를 무대로 무역업을 할 수도 있다.

③ 支援의 必要性

사이버 실버타워를 만들어 운영 대행해주는 사업자를 육성, 오프라인 유통 경험이 풍부한 노인들에게 컴퓨터 활용 교육을 해주며 전자상거래업 지원도 할 수 있도록 유도하는 것이 바람직하다.

파워 시니어(power senior)를 주창하는 실버타워에서 사회적으로 경험과 경륜이 풍부한 노인계층을 영입하여 사업을 한다면 성공할 확률이 높다. 이렇게 해야만 우수한 노인계층이 최소자본으로 창업할 수 있다.

〈表 IV-32〉 電子 商去來業

분류기준	내용	분류기준	내용
창업자 분류	· C, D타입	업종 분류	· 전자상거래
사업타겟	· 일반 소비자	투자비	· 설비비: 5백만원 (사무실을 얻을 경우 사무실 구입비: 1천만원) · 운영비: 1천만원
투자비회수	· 2~3개월부터 시작	예상소득	· 월 1~5백만원
고용창출효과	· 小	사회적 보람	· 中
산업과급효과	· 中	FC화 가능성	· 없음
사업형태	· 독립창업	정부의 지원필요성	· 小
안전성	· 中上		

V. 政策課題

고령자의 창업은 지금까지 살펴본 바와 같이 크게 노인의 전문성 보유여하에 따라 노인, 또는 비노인계층을 대상으로 한 창업으로 분류하여 검토하였는데, 우선 노인을 대상으로 한 창업에서는 노인 수요자가 지니고 있는 다양한 욕구를 충족시켜주기 위한 목적이 있고, 한편으로는 일하는 노인계층을 확대시키기 위한 목적도 있다. 그러한 경우에 도·농간 노인수요자의 욕구가 다르게 나타나고 있다는 점을 감안할 필요가 있겠는데, 농촌노인의 경우에는 특히 경제적인 필요성에 의해서 취업하는 경우를 제외하면 일손충족욕구가 강한 만큼 이 분야에 대한 창업도 필요한 실정이라 볼 수 있다. 한국보건사회연구원의 조사결과(1998년)에서도 나타나고 있듯이 미취업 노인의 이유가 건강문제에 있는 만큼 노인의 건강문제를 해결해 줄 수 있는 창업과 건강회복으로 일하려는 노인대상의 창업에 대한 연구가 필요하다고 생각되어진다.

그런데 무엇보다도 노인들의 취업이유가 경제적인 필요성 때문이라는 점을 알아야 하는데, 이에 대한 욕구를 충족시켜주기 위해서는 소자본을 통한 창업을 적극적으로 지원해 줄 필요가 있다. 아직까지는 공·사적인 노후소득보장제도가 미흡한 실정이나 향후 국민연금제도가 성숙되고, 각종 사보험에 의한 노후소득보장체계가 갖추어지는 경우에는 노인 자신의 자금을 동원할 수 있으므로 노인에 의한 창업이 활발하게 이루어질 수 있으리라 보여진다.

이러한 관점에서 고령자창업에 대한 정책방안을 몇 가지 측면에서 제시하고자 한다.

1. 高齡者創業支援團의 構成

‘고령자창업지원단(안)’을 구성하여 운영할 필요가 있다. 구성원은 창업과 관련한 전문가들로 구성하고, 사회복지협의회와 같은 전국단위의 조직에 관리운영을 위임할 수 있도록 한다. 또한 이를 위해 고령자 고용촉진법을 개정할 때에 법제화할 수 있도록 한다. 그리고, 현재 조성되어 있는 실업대책기금에서 지원자금(약 100억원 정도)을 확보하여 창업유형별로 장기저리융자의 형식으로 지원하고 점차적으로 실정에 맞게 확대하는 방안을 강구할 필요가 있다. 더불어 기금의 관리 및 행정지원체계를 구축하여 각 시·도 단위에서 일정자격요건(예를 들면, 현역시절의 직종 등)을 갖춘 대상자가 신청할 수 있도록 하고 대상자의 심사 및 선정에 대해서는 고령자창업지원단내의 소위 ‘고령자 창업지원 심사위원회’에서 결정할 수 있도록 한다.

한편, 본문에서 분류한 고령자 적합직종을 고려할 때, 단기적인 관점에서 고령자의 창업이 가장 용이한 업종이라고 한다면 비노인계층을 사업대상으로 하는 전문성 보유 또는 미보유노인 활용업종이라 할 수 있겠다. 특히 전문성 보유노인 활용업종은 점차적으로 고학력화되어 있는 4~50대 현역근로세대들에게는 직장은퇴이후 적합한 업종이라 볼 수 있으며, 전문성 미보유노인이라 할지라도 비록 전문성은 떨어지지만, 고도의 전문성을 필요로 하는 업종이 아니기 때문에 의욕과 능력이 뒷받침될 수 있다면, 고령자창업지원단에서는 이러한 분야를 중심으로 적극적으로 창업을 지원해줄 수 있는 대책을 마련하는 것이 바람직하다.

2. 高齡者 創業支援을 위한 各種 法令 및 制度 整備

또 하나는 법적·제도적 정비가 필요한데, 현재의 고령자고용촉진법을 개정하여 고령자 창업지원방안을 제도화할 필요가 있다. 이와 함께 법률 개정시에 고령자의 고용을 강화시키기 위하여 고령자 고용사업주에 대한 지원을 늘리고 취업알선기관을 활성화시키며 정년연장 및 계속고용제도의 정착화를 도모할 수 있는 정책을 강구하여 추진할 필요가 있다. 아울러, 대중매체를 통하여 노인이 소외된 세대가 아니라 당당하게 살아가는 현역이라는 사회적 분위기를 조성할 수 있도록 하여야 한다.

그리고 고령자 창업을 지원할 수 있는 각종 시설 및 단체의 설립·운영도 필요하다. 먼저, 노인능력개발센터를 설립하여 노인들이 젊은 계층에 비해 새로운 기술습득의 기회가 적지만, 노인능력에 적합한 기술을 개발·보급할 수 있도록 한다. 실제로 일본에서는 노인능력개발센터에서 무료로 취업을 알선해 주거나 지역특성을 감안한 능력개발을 실시하고 있다. 그리고 노인클럽을 결성하여 활성화시키고 지원하도록 한다. 이는 각 지역에 설립되어 있는 기존의 경로당을 활용하여 노인클럽으로 만들고 공동으로 부업을 하거나 사회봉사활동을 할 수 있도록 지원하는 단체라 할 수 있으며, 일본에서는 이러한 유형의 노인클럽이 상당히 결성되어 있는 실정이다.

3. 高齡者 雇傭促進 關聯制度의 定着化

노인들의 고용기회를 확대하기 위하여 고령자고용촉진법에 규정한 노인적합직종을 추가적으로 개발하여 노인을 우선적으로 채용할 수 있도록 의무화할 필요가 있다. 현재 300인 이상 기업체의 3% 고령자

취업 권장사항을 100인 이상 기업체로 확대하고 기준고용률도 3%에서 6%로 상향·조정하여 공공기관부터 이를 의무화하고 점차적으로 일반 기업체까지 확대 적용하는 방안을 강구할 필요가 있다. 그리고, 고령예비계층(50~55세), 고령계층(55세 이상), 조기퇴직자, 고급인력의 고령자를 위한 고문, 상담역, 판매서비스직 등의 직종개발과 고용지원이 필요하다.

또한, 55세 이상 고령자를 일정기준을 초과하여 고용하는 사업주에 대해서는 일정액의 장려금을 지원할 수 있는 고용촉진제도가 정착되도록 지원을 할 필요가 있으며, 기업이 그러한 장려금제도를 적극적으로 수용할 수 있도록 홍보와 지도를 강화할 필요가 있다.

4. 高齡者의 再就業을 위한 職業訓練 擴充

산업구조 및 기술변화에 적응할 수 있도록 노인의 취업적합직종에 대한 직업훈련기회를 확충하고 기업체에서도 퇴직준비 프로그램을 비롯하여 재취업을 위한 각종 실무교육을 고령예비계층 대상으로 적극 권장할 수 있도록 한다. 현재 고용보험제도에서는 50세 이상의 근로자가 실직에 대비하여 자비로 재취업에 필요한 교육훈련을 받는 경우 소요비용의 일부를 지원하도록 하고 있는 만큼, 이 제도의 활성화를 도모할 필요가 있다.

한편, 농촌지역 노인들에게는 새로운 영농기술을 습득할 수 있도록 교육훈련을 실시하고, 영농자금이 필요한 노인에게는 자금을 지원하여 농업생산성의 향상과 더불어 늘어나고 있는 농촌노인의 소득증대를 유도할 필요가 있으며, 또한 도시근교지역의 농촌노인에게는 고부가가치의 작물재배직종을 개발·보급시킬 필요성이 있다.

參 考 文 獻

- 김수곤, 「고령자취업대책의 과제와 전망」, 『한국노년학』, 13(1), 1993.
- 김수춘 외, 『고령화사회를 향한 노인복지의 실천과제』, 1995. 11.
- _____, 『노인복지의 현황과 정책과제』, 1995. 12.
- 변재관 외, 『한국의 사회보장과 국민복지 기본선』, 한국보건사회연구원, 1998.
- 보건복지부, 『보건복지백서』, 1998.
- _____, 『OECD회원국의 사회정책에 관한 종합보고서』, 1998. 7.
- 양재근, 「한국의 고령자 고용정책」, 『한국노년학』, 13(1), 1993.
- 이성희, 「고령자취업알선센터의 현황과 과제」, 『한국노년학』, 13(1), 1993.
- 정경희 외, 『1998년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사』, 한국보건사회연구원, 1998.
- 통계청, 『장래인구추계』, 1996.
- _____, 『한국의 사회지표』, 1998.
- 황진수, 「노인취업 활성화방안의 모색」, 『한국노년학』, 13(1), 1993.
- 日本總務廳長官官房高齡社會對策室, 『高齡者の生活と意識に對する國際比較調査』, 1995.
- _____, 『高齡者の經濟活動に關する意識調査』, 1995.

附 錄

附錄 I. 最小資本으로 挑戰/아르바이트 活用 쉬운 1~3
坪 꼬마店鋪 事業 / 121

附錄 II. 失敗 危險 적은 5坪 손바닥 店鋪 事業 / 144

附錄 III. 人脈 活用해 挑戰해 불만한 小資本 副業 벌이 / 162

附錄 IV. 管理만으로 가능한 自販機副業 / 191

附錄 V. 資本이 넉넉한 老人階層이 挑戰해 불만한 店
鋪型 事業 / 222

附錄 I. 最小資本으로 挑戰/아르바이트 活用 쉬운 1~3坪 꼬마店舖 事業

〈컴퓨터 즉석도장 숭〉

서양식 서명이 확산되고 있기는 하지만 아직 우리나라는 도장문화가 경제, 사회, 생활 곳곳에 깊이 뿌리 박혀 있다. 관공서업무나 경제적인 계약건 등 사회 곳곳의 모든 활동에서 도장없이 이루어지는 일은 거의 없다. 적어도 성인이라면 한 사람당 평균 2~3개의 도장을 갖고 있으며, 각 기업체에서도 회사 부서별로 각종 도장이나 인감, 직인 등을 갖고 있다는 점에서 볼 때 도장 시장의 규모를 대략 짐작할 수 있다.

그런데 연간 1천억 규모의 도장시장에 새로운 변화의 바람이 불고 있다. 첨단자동화 바람이 바로 그것이다. 지금까지 일일이 수작업으로 새기던 도장을 컴퓨터시스템과 자동조각 기계를 사용해서 경험없는 사람도 쉽고 신속하게 도장을 새길 수 있는 컴퓨터자동도장 전문점이 다. 도장을 조각하는 작업은 숙련된 기술을 가진 사람들만이 할 수 있는 고유의 사업분야이었고, 사무실 밀집가나 아파트 단지 주변시내의 구석진 공간에서 안경을 끼고 열심히 도장을 파는 모습을 흔하게 볼 수 있었다. 기존 도장전문점에서는 일일이 수작업을 했기 때문에 도장을 파는데 시간이 오래 걸렸고, 도장을 파는 사람의 경력정도에 따라서 정교함이나 섬세함이 좌우됐다.

그러나 컴퓨터자동도장 전문점은 기존의 도장전문점이 갖고 있던 이런 단점을 없앴다. 동화시킨 최첨단 광전식 인장조각 기계 이용과 컴퓨터시스템을 이용해서 손쉽고 간편하면서도 신속하게 도장을 만들어준다. 손님이 오면 컴퓨터에 내장된 도장 소프트웨어를 가동한다. 화면에 한글과 한자 등 다양한 글꼴 서체가 뜨면 고객이 원하는 서체

를 결정하게 한 다음 그것을 프린트한다. 그 프린트 용지를 자동도장 기계 위에 놓고 프레스로 압력을 가하면 순식간에 도장이 완성된다. 이렇게 자동도장으로 새긴 인장의 섬세함이나 정교성은 기존 수작업보다 훨씬 뛰어나다는 평가를 받고 있다. 사람이 이 정도 기능을 가지려면 최소한 10년 이상 종사한 경력을 가져야 할 정도다. 또한 시간도 절약된다. 막도장은 수작업으로 하나 기계로 하나 5~7분 정도로 새기는 시간이 거의 비슷하다. 그러나 난이도가 높은 회사 직인이나 인감 등은 기존의 수작업 방식으로 하면 3~4시간 걸렸으나 자동도장시스템을 이용하면 5~7분이면 완성된다. 제작이나 질적인 면에서 기존 도장 전문점과 경쟁력이 비교가 안되는 것이다.

자동도장코너에서는 매출배가를 위해서 패션명함을 함께 취급할 수도 있다. 고객이 주문을 하면 명함 소프트웨어를 이용해서 즉석에서 명함을 만들어주는데 손님이 원할 경우 사진을 스캔받아서 사진이 들어간 명함을 만들어주기도 한다. 명함소프트웨어 안에는 다양한 로고체가 입력돼 있으므로 로고 작성도 편리하게 하고 있다. 기존 패션명함은 잉크젯을 이용하기 때문에 수분이 가면 번지는 단점이 있는데 이곳에서는 리본방식이기 때문에 그럴 우려가 없다.

▶ 창업요령

현재 시중에 나와있는 컴퓨터 도장 기계는 국산, 대만제, 일본제 등이 있다. 컴퓨터도장 기계의 가격은 5백만원대에서 1천만원대, 4천만원이 넘는 것까지 다양하다. 도장기계 외에 별도로 도장 인각 프로그램을 구입해야 하는데, 프로그램 가격은 150만원 안팎이다. 이 외에 레이저 프린터와 586 컴퓨터가 필요하다. 이밖에 도장 재료비로 40~50만원 가량 가져야 한다. 인장 기술이 없어도 사업을 할 수 있지만 기본적으로 한자를 잘 아는 사람이 유리하고 한자의 흘림체에 대한 지식도

갖추고 있는 게 유리하다. 또 인장에 대한 기초적인 내용 정도는 알고 시작하는 것이 좋고, 컴퓨터를 다룰 줄 아는 사람이 유리하다.

따라서 정년퇴직자 등 나이가 든 창업자들은 도장만 전문으로 하는 게 좋고 컴퓨터를 다룰 수 있는 젊은 사람들은 패션명함이나 사무편의점 사업을 겸하는 것이 좋다. 성격이 섬세하고 꼼꼼하며 조용한 사람, 일반 사무직 출신자에게 어울리는 사업이다.

자동도장코너를 운영하는 데 필요한 공간은 1~2평이면 충분하다. 사무실 밀집가라든가 학교 주변, 유동인구 많은 시내의 관공서 주변 등이 좋다. 대형 건물의 지하 1층 상가나 유동인구가 많고 주변에 관공서가 있는 지역의 대형 상가지역이 적합하다. 독립된 2평 짜리 점포를 구하기는 어려우므로 목이 좋은 점포의 한 코너를 임대해서 사업을 하는 게 좋다. 문구점이나 금은방, 편의점, 슈퍼 등의 한 코너에 2평만 얻으면 된다. 보증금 200만원에 월세 20만원이면 이런 장소를 얻을 수 있다. 금은방이나 문구점을 하는 사람들이 겸업으로 운영하는 것도 좋은 매출증대 방법이다.

▶ 수익성

보통 막도장은 5천원, 상아도장은 16만원 정도다. 도장의 재료값은 소비자가의 2~3%밖에 안되므로 마진이 90% 이상으로 높다. 5천원짜리 막도장의 경우 나무값은 80원이다. 16만원짜리 상아도장의 원재료비는 3만원 정도다. 자만옥 추만옥 등 수정종류의 가격은 20만원에서부터 부르는 대로 달라지는데 이런 종류도 원가는 6만원 선이다. 단 수정류는 자동도장기계로 만들 수 없다. 이런 종류의 도장은 다이아몬드로 가공을 해야할 뿐만 아니라 대중적이지도 않다.

패션명함의 경우 기존 전문점들은 한 통에 9천원에서 1만 2천원 받았다. 그러나 자동도장전문점에서는 학생들이나 주부들도 쉽게 명함

에 접근할 수 있게 판매가격을 낮췄다는 게 특징. 50매 한 통에 4천 원을 받는다. 50매를 만드는 게 걸리는 시간은 15분 정도다.

기존의 도장 전문점들은 월 100~200만원 정도의 수입을 올리는 걸로 알려져 있다. 수작업 도장보다 제작시간이 훨씬 단축돼 경쟁력을 갖춘 자동도장전문점이 기존 도장전문점보다 더 높은 매출을 올릴 수 있을 거라는 건 쉽게 예상할 수 있다. 여기다 패션즉석 명함까지 취급하면 매출을 더욱 높아진다.

▶ 짚어보기

현재 자동도장시스템은 전국에 700여 대 이상 보급되어 있으나 아직 전체 보급률은 미미한 수준이라고 할 수 있다. 우리처럼 도장 문화가 발달한 일본의 경우 자동도장시스템 보급률이 95%를 넘어서고 있으나 우리나라는 이보다 훨씬 낮은 수준이다.

컴퓨터 즉석인각 기계와 관련 프로그램은 도장 재료상이나 기존에 컴퓨터도장전문점을 운영하는 사람들에게 물어보면 알 수 있다. 도장 재료상에서는 인장에 대한 기본적인 내용을 알려주고 있으며 컴퓨터 즉석도장 판매업체도 소개해 준다.

독립점 형태로 창업할 경우 도장 하나만으로 충분한 수익성을 얻기 어려우므로 코너 점포 형태로 운영하는 게 바람직하다.

가급적이면 기계는 수입업체에서 직접 구입하는 것이 싸다. 컴퓨터 도장은 손으로 파던 도장을 기계로 이용하기 때문에 훨씬 편리하지는 않지만 어느 정도 전문성을 갖추는 것이 좋다. 또 비싼 기계를 들여 놓고 주문이 없으면 채산성이 맞지 않으므로 입지 선정을 잘해야 하고 신설 기업의 명단 등을 파악해서 DM을 발송하거나 인맥을 최대한 활용, 영업활동을 게을리 하지 말아야 한다.

또 법원, 은행 일반 관공서 등 도장을 많이 필요로 하는 곳과 가까운 곳에서 자리를 얻어야 한다(관련업체: 부록소 ☎ 042-863-6038).

〈열쇠, 구두수선 숭〉

▶ 사업소개

소득이 줄어들면서 시민들의 소비심리가 위축되어 있다. 무엇이든 아껴쓰고 다시 쓰는 게 요즘 세태이다. 수선점이 다시 새롭게 인기를 끌고 있는 게 바로 이런 이유이다. 기술을 익히면 어딜 가도 굶어 죽지는 않는다는 말이 있다. 가장 수월하게 배울 수 있지만, 그 비결이 잘 알려져 있지 않은 기술 중의 하나가 열쇠기술이다. 열쇠기술과 구두수선 기술을 함께 배워 창업할 수 있는 길이 있다. 열쇠와 구두수선 전문 체인점이 그것이다. 복합형 매장이 인기를 끌고 있기 때문에 이러한 접목 또한 매출향상에 도움이 된다.

이 사업은 열쇠복제 및 구두 수선을 주로 하는 수선 전문점이다. 기계 설비 완비로 일반 수선점과는 이미지부터 다르게 고급화시켰다. 기술을 익혀서 서비스하기 때문에 사업을 하면서 추가적으로 부담하는 물류비용도 별로 들지 않는 편이다. 열쇠 보조키 시공 등 열쇠 관련 업무, 구두수선 및 굵갈이, 가방이나 핸드백 등의 잡화 수선을 하면서 열쇠, 구두와 관련되는 특이한 아이디어 제품을 함께 판매하기도 한다.

▶ 창업요령

초보자인 경우 오픈 전 기본으로 약 4주 정도의 기간 동안 기술을 습득하고 창업하게 된다. 기계 2대와 인테리어 가맹비 3백만원을 포함해 약 1천2백만원에 개업하게 된다. 본사가 물색해주는 매장의 보증금은 약 3백만원 정도이다. 본사에서는 초보창업의 경우에는 유동 인구가 많은 상가내, 시장 부근의 대형슈퍼 내의 매장을 임대해주는 경우가 많다. 소유하고 있는 점포가 있거나 이미 점포에 입주해 있는 경우에는 부업이나 겸업으로 시작할 수도 있다. 비용은 1,200만원으로 동일하다.

▶ 수익성

열쇠복사는 1,500원에서 몇 만원까지, 구두수선도 몇 천원대다. 기술 서비스료가 비중을 많이 차지하여 마진은 대략 50~60%정도로 볼 수 있다. 매장의 목에 따라서 월 수익 120~240만원까지 다양하다.

▶ 짚어보기

구두와 열쇠집은 동네 한 귀퉁이에서 작은 철제박스나 1~3평 규모의 점포에서 운영하는 사람들이 많다. 체인점이니 만큼 서비스를 측면을 더욱 강화하고 인근 주민들에게 더욱 친근하게 다가설 수 있는 공간으로 만들 필요가 있다. 한 달에 한 번씩 잡화 수선 서비스를 실시한다든지 열쇠복사를 하기 위해 매장을 찾은 손님들이 구두수선을 할 수 있도록 하는 등 시너지 효과를 추구할 수도 있다(관련업체: 열쇠박 사랑 구두박사랑 ☎ 02-3477-0176).

<물품보관대행업>

▶ 사업소개

지하철역이나 도서관 등 많은 사람들이 오가는 곳에는 으레 물품보관함이 놓여져 있다. 1,000원 정도의 비용으로 무거운 짐을 잠시 혹은 하루 이틀 정도 맡기기에 안성맞춤이다. 이런 물품보관함은 지키는 사람은 없어도 늘 빈곳이 없을 정도로 이용률이 높은 편이다. 이런 물품보관함은 특별한 허가가 필요없이 보관함을 놓을 공간만 확보되면 누구든지 사업으로 할 수 있는 데다 관리비용이 거의 들지 않아 입지만 잘 고른다면 앉아서도 쉽게 돈을 벌 수 있는 아이템이다.

▶ 창업요령

물품보관함을 흔히 볼 수 있는 곳은 지하철역사이다. 하지만 이곳은 특정업체가 독점적으로 보관함을 운영하고 있어 개인사업자가 뛰

어 들 기 는 힘 들 다. 개 인 적 으 로 물 품 보 관 소 를 하 고 싶 다 면 물 품 보 관 함 이 없 는 터 미 널 이 나 도 서 관 놀 이 공 원, 대 형 쇼 핑 센 터, 백 화 점 등 에 서 보 관 함 을 놓 을 만 한 공 간 을 임 대 받 는 방 법 을 생 각 해 볼 수 있 다. 건 물 주 와 자 리 를 임 대 받 는 계 약 을 하 고 보 관 함 만 장 만 하 면 쉽 게 사 업 을 시 작 할 수 있 다. 보 통 매 출 의 20~30% 를 건 물 주 에 게 지 불 한 다.

보 관 함 은 구 형 으 서 부 터 최 신 형 까 지 세 가 지 정 도 가 있 다. 가 장 구 형 인 기 계 식 보 관 함 은 단 순 히 잠 금 장 치 만 되 는 것 으 로 2 열 5 단 (10 칸) 짜 리 를 84 만 6 천 원 에 구 입 할 수 있 다. 중 급 정 도 로 리 모 콘 타 임 이 있 는 데 이 보 관 함 은 10 칸 짜 리 가 205 만 원 이 다. 최 신 형 으 로 는 컴 퓨 터 내 장 식 보 관 함 으 로 50 칸 단 위 로 1,039 만 5 천 원 이 다. 중 앙 에 부 착 돼 있 는 콘 트 롤 박 스 가 최 소 50 칸 을 관 리 하 기 때 문 에 50 칸 단 위 로 사 야 한 다. 처 음 에 구 입 하 면 보 관 함 과 함 께 사 용 자 용 과 관 리 자 용 키 를 두 벌 씩 받 는 데 키 를 분 실 했 을 경 우 에 는 개 당 4 천 원 의 비 용 으 로 업 체 에 제 작 의 퇴 를 하 면 된 다.

대 부 분 활 인 점 이 나 대 형 쇼 핑 센 터 에 서 는 보 관 함 판 매 처 로 부 터 직 접 물 품 보 관 함 을 구 매 해 고 객 편 의 차 원 에 서 운 영 하 고 있 다. 개 인 이 수 익 을 목 적 으 로 하 는 경 우 에 는 리 모 콘 타 임 이 나 컴 퓨 터 내 장 식 보 관 함 을 놓 아 야 한 다. 이 런 보 관 함 은 짐 을 말 길 만 한 유 동 인 구 가 많 은 곳 을 골 라 설 치 해 야 만 제 대 로 수 익 을 올 릴 수 있 다. 일 단 좋 은 자 리 에 설 치 만 해 놓 으 면, 관 리 자 의 전 화 번 호 만 붙 여 놓 고 굳 이 자 리 를 지 키 고 있 지 않 아 도 돼 다 른 일 을 하 면 서 얼마 든 지 부 업 형 으 로 도 할 수 있 다.

▶ 수익성

컴 퓨 터 내 장 방 식 의 보 관 함 인 경 우 보 관 료 는 하 루 단 위 로 1,000 원 내 외 다. 50 칸 짜 리 한 세 트 를 놓 고 관 리 할 때 하 루 에 절 반 만 채 워 진 다 고 해도 일 일 매 출 25,000 원 이 되 는 셈 이 다. 굳 이 사 람 이 지 키 고 있 을 필 요 도 없 어 본 인 인 건 비 도 들 지 않 는 다. 또 주 말 이 나 휴 일 도 상 관 없 이

이용자가 있으므로 좀처럼 경기변화나 상황변화의 영향을 받지도 않는다. 50칸 정도를 관리할 때 유지비로 부담해야 할 것은 건물주에게 지불하는 수수료와 전기료이다. 수수료는 어떻게 계약을 하느냐에 따라 다르지만 보통 매출의 20~30%를 건물주에게 주고 있다. 전기료는 50칸 기준으로 한 달에 4천원 정도로 저렴한 편이다.

▶ 짚어보기

물품보관소는 무엇보다 입지가 가장 중요하다. 아무리 유동인구가 많다고 해도 짐을 보관할 사람이 없다면 보관함을 그대로 썩히게될지도 모르기 때문이다. 하지만 짐을 맡길만한 사람이 많이 다니는 곳은 대부분 보관함이 설치돼 있다. 이럴 때는 주변지역에 설치하는 것도 생각해 볼 수 있다. 물품보관함 설치에 대해서는 아직까지 아무런 규정이 없기 때문에 건물만 다르다면 얼마든지 인근지역에 설치할 수 있다는 얘기다(관련업체: 동강레저 ☎ 2275-0231).

〈식용채소 미니 화분판매업〉

▶ 틈새포인트

우리 식탁에서 절대 빠트릴 수 없는 것 중의 하나가 각종 야채들이다. 김치나 나물은 말할 것도 없고, 야채가 들어가지 않는 음식을 찾기는 상당히 힘든 일일 것이다. 하지만, 지난 여름의 수해로 채소값은 그야말로 하늘 높은 줄 모르고 치솟아버렸다. 한 동안 상추값이 쇠고기값보다 더 비싸 화제가 되기도 했을 정도이다. 그렇다고, 야채를 먹지 않고 살 수는 없는 노릇이다. 바로 이 점에 착안해서 생각해볼 수 있는 사업이 식용채소 미니화분 판매업이다.

▶ 사업내용

식용채소 미니화분 판매업은 화초대신 식용으로 먹을 수 있는 각종

채소들을 화분에 심어서 판매하는 사업이다. 채소를 집에서 키워먹고 싶어도 마땅한 텃밭이 없는 도시 사람들을 위해 화분으로도 간단하게 재배가 가능한 채소들을 판매하는 것이다.

채소는 주로 열매를 키워서 먹는 종류와 잎을 키워서 먹는 종류가 있다. 열매가 달리는 채소는 성장하는 데 필요한 기간이 길지만, 잎을 먹는 채소는 보름에서 한 달 정도면 수확이 가능한 것도 많다. 상추, 슈움배추, 깻잎, 쪽갓, 시금치, 열무, 치커리, 신선초, 앤디브, 돌나물, 부추, 쪽파 등 다양한 잎채소와 방울토마토, 고추 등의 열매채소의 화분을 만들 수 있다.

실내에서 재배할 경우 계절에 관계없이 키울 수 있기는 하겠지만, 아무래도 제철야채가 좋은 법이다. 종류에 따라 각 채소들의 파종시기가 다르므로 여기에 맞춰서 상품을 판매하는 것이 좋다. 이 외에 집에서 직접 길러먹을 수도 있고, 화장품, 향수, 향기양초 등 각종 향제품으로도 쓰이는 허브도 좋은 아이템이다. 허브는 잎, 줄기, 뿌리가 식용, 약용으로 쓰이거나 그 향을 이용할 수 있는 식물을 통칭하는 단어로, 라벤더, 로즈마리, 바실, 마조람, 치커리, 타임, 민트 등 그 종류만도 약 5천 가지에 이른다.

▶ 창업요령

이 사업을 하기 위해서는 5평 내외의 조그마한 코너점포만 구하면 된다. 상품이 그다지 부피를 크게 차지하지 않기 때문에 기존의 코너형 꽃집과 같은 형태로 운영될 수 있는 것이다. 주고객은 당연히 주부층이 된다. 따라서, 점포는 주부들의 유동이 많은 대형아파트 단지 내 상가나 백화점, 쇼핑센터 등이 가장 최적입지라고 볼 수 있다. 관상용이 아닌 식용채소들이기는 하지만, 허름한 화분에 아무렇게나 심어놓아서는 시장성이 없다. 입으로 들어갈 음식인 만큼 더욱 깨끗하

고 싱싱해 보이는 것들을 찾게 마련이기 때문이다. 화려한 화분이 필요한 것은 아니지만, 깔끔한 화분에 적당량의 채소 모종을 보기 좋게 심어두어야만 한다. 물론, 진열이나 인테리어에도 신경을 쓸 필요가 있다. 각 채소의 화분에 간단한 재배법을 적어서 꽂아 두는 것도 좋은 방법일 것이다.

점포 내에 각 채소를 이용해 만들 수 있는 각종 요리법을 예쁜 그림과 함께 적어서 붙여놓고, 채소별로 화분의 색깔을 다르게 하는 등 사람들의 눈길을 끌 수 있는 점포로 꾸며야만 한다.

채소의 종류에 따라 씨앗으로 파종하는 편이 좋은 것과 모종을 옮겨 심는 게 좋은 것이 다르므로, 적절한 방법을 선택하도록 한다. 씨앗은 전문 씨앗상가에서 구입할 수 있고, 모종은 양재, 서초 등 일반 꽃시장이나 화훼단지에 가면 구할 수 있다. 모종을 고를 때는 아랫잎이 단단하게 붙어있는 것을 고르도록 한다. 떡잎까지 함께 붙어있다면 더욱 좋다. 잎과 잎 사이의 줄기는 짧을수록 좋고, 키는 작을수록 좋으며, 줄기와 잎은 두껍고 팽팽한 것, 진한 녹색잎을 가진 것이다. 반점이 없는 것을 골라야 한다.

채소를 심는데 적당한 흙은 일반적으로 산흙이라고 불리는 부엽토가 제일이다. 부엽토를 구하기 어렵다면 퇴비와 발효를 적당히 섞어서 사용하거나 퇴비와 모래, 복합비료를 섞어서 사용하도록 한다. 퇴비는 가능한 많이 섞어주는 편이 잘 자란다(씨앗 구입처: 고려농산종묘사 ☎ 02-448-1337, 허브 구입처: 한그린원예백화점 ☎ 02-3461-3461).

〈나무짐죽석 만두점〉

우리나라의 노점상이나 코너형 점포에서는 만두를 별로 취급하지 않지만 일본이나 동남아 지역에서는 만두를 죽석에서 찌서 파는 노점상이 인기다. 만두는 계절을 덜 타는 메뉴이긴 하지만 상대적으로 겨울

에 더 매력있는 메뉴인 것은 틀림없다. 김이 모락모락 나는, 갓짜낸 만두는 추위도 없애주고 퇴근길에 집에 사서 들고 가기도 좋은 음식이다.

리어카나 차량을 이용해서 장사를 할 수도 있지만 목 좋은 점포의 점두 공간을 한 평 정도만 빌려서 즉석 만두점을 운영할 수도 있다. 맛은 물론이고 시각적인 효과를 얻기 위해서는 나무썰통을 이용하는 게 좋다. 만두를 전문으로 생산하는 식품회사들이 많으므로 이런 업체들에서 생산하는 만두의 맛을 비교, 경쟁력 있는 회사 제품을 선정해 필요한 양만큼 구입한다. 냉동만두를 구입하므로 점포에서는 즉석에서 썰내기만 하면 된다. 만두를 썰내는 데는 특별한 경험이나 조리 실력이 필요없어 초보자도 쉽게 운영할 수 있다. 만두의 맛이 성패를 좌우하므로 만두 구입 거래처 선정에 각별히 신경을 써야 한다. 그날그날 필요한 양만큼만 구입해서 재고가 생기지 않도록 주의해야 한다.

즉석만두점의 입지로는 주택가 입구쪽이나 재래시장통, 대형 슈퍼마켓 부근이 좋다. 퇴근길에 간식으로 사들고 가거나 장을 보고 집에 돌아가는 길에 사가는 수요를 노릴 수 있기 때문이다. 이밖에 지하철역세권이나 버스 정류장 부근, 저녁 간식 수요가 있을 법한 오피스가, 터미널 휴게소, 공원부근 등도 고려해 볼만한 장소다. 오피스이라면 식사 대응으로 즉석 만두를 찾는 수요도 개발할 수 있다.

만두를 선호하는 연령대는 젊은 층보다는 30~40대 주부가 많다. 즉석 만두점은 10월께부터 이듬해 3월까지 약 6개월간 장사가 잘 되는 품목이다. 나무썰통이나 만두썰통은 서울 황학동이나 방산시장 등의 주방용품점에서 구입할 수 있다. 총투자비는 1~2백만원 안팎이면 되고 차량을 이용할 경우 차량 구입비는 별도로 준비해야 한다.

성공 포인트는 기존 만두 전문점과 맛에서는 경쟁력을 가지면서도 저렴한 가격대를 유지하는 것이다. 맛은 전문점 수준인데 가격이 저렴하고 위생적이며 더군다나 김이 모락모락나는 즉석 썰만두라면 거

부할 이유가 없는 것이다. 또 한 가지 성공포인트는 시각적인 효과의 극대화 추구다. 굳이 나무젓통을 사용하길 원하는 것은 만두의 맛도 더 좋아지고 나무젓통이 내는 김이 식욕을 자극할 수 있기 때문이다. 셋째, 크기가 작은 만두보다는 하나를 사먹어도 배가 든든할 정도로 크기가 큰 만두를 취급하는 게 좋다.

〈즉석 생선묵 제조사업〉

▶ 사업소개

식탁에 오르는 찬거리에서 아이들 도시락 반찬이나 간식, 심지어 아침에 출출한 직장인들의 공복을 채우고 저녁 술자리 후 속풀이용 국물까지 다방면으로 응용할 수 있는 식품이 있다. 오뎅이 바로 그것이다.

그런데 오뎅에 대해서 한 가지 잘못 알려진 것이 있다. 우리가 일반적으로 알고 있는 오뎅이라는 말은 일본단어인데 생선묵(어묵) 이상의 의미를 갖고 있다. 오뎅을 국어 사전에서 찾아보면 곤약·생선묵·무우·유부 등을 여러 개씩 꼬챙이에 꿰어 끓는 장 넣어 익힌 일본식 술안주 또는 반찬이라고 나와 있다. 다시 말해 반찬이나 국의 재료로 쓰이는 오뎅을 지칭할 때는 어묵 또는 생선묵이라고 해야 제대로 된 표현이다.

현재 생선묵은 식품제조 업체에서 제조하거나 원료를 공급받아 수작업을 통해 튀겨주는 방식 두 가지로 나눌 수 있다. 그러나 이제는 생선묵도 사람 손 한번 안거치는 전자동 기계를 통해 쉽게 제조할 수 있게 됐다. 서민형 안주로, 간식으로, 반찬으로 사용되는 생선묵이다. 재래지장이나 식품 매장에서 손쉽게 짹짹한 수입을 올릴 수 있는 창업 아이템으로 생각해 볼만하다.

즉석 생선묵 제조기는 크게 원료 투입 하퍼(hopper), 생선묵 성형몰드(mold), 성형 생선묵을 튀겨주는 기름 탱크, 그리고 튀긴 제품의 기

름을 짜주는 탈유기 등으로 구분된다. 제조공정은 하퍼에 원료를 투입해주면 나머지는 자동으로 처리된다. 가장 적당한 튀김 온도를 맞춰주기 위해 생선묵을 기름탱크에서 건지고 탈유지에 넣는 과정은 사람 손을 거쳐야 한다.

제조 가능한 어묵 종류는 일반형, 원형, 나뭇잎형, 김밥형 등이다. 길이 조절도 물론 가능하다. 기계 규격은 길이 1.6m, 넓이 0.5m, 높이 0.85m이며 이동식으로 설치 공간을 최소화할 수 있다.

▶ **창업요령**

투자비는 제조기 구입가 850만원이다. 여기에 원료구입비만 추가하면 된다. 재료비는 1kg당 2천원에 생선묵이다. 제조업체로부터 구입할 수 있다. 입지는 재래시장이나 대형 유통센터 식품매장 코너, 아파트 단지 내 상가로 주부들이 자주 찾는 곳이 좋은 입지다.

▶ **수익성**

마진은 70% 정도이다. 원료 단가가 1kg당 2천원이고 판매단가는 1kg당 8천원이다. 판매는 100g 단위로 이루어지는데 800원 가량 받고 있다. 튀김 기름은 일반 식용유를 사용한다. 평균잡아 30ℓ로 1주일 가량 사용할 수 있다. 현재 김스클럽에서 즉석 생선묵 제조업을 하고 있는 K씨의 경우 하루 매출이 50만원 선에 이르고 있다고 한다.

▶ **짚어보기**

즉석해서 튀긴 생선묵은 맛도 좋고 쫄깃거리지만 시간이 지날수록 맛과 상태가 현저하게 떨어진다. 따라서 재고가 남지 않도록 공급조절을 잘 해야 한다. 공간이 허락된다면, 생선묵을 이용한 길거리 간식을 만들어 부수입을 올릴 수도 있다. 이 경우는 부부가 함께 사업에 생선묵, 생선묵 국물을 만들어 노점형 외식사업을 전개하는 방안도

고려해 볼만하다. 먹는 장사에서 청결과 위생이 필수임은 두말할 나위 없다(관련업체: 하이남 ☎ 02-529-2366).

〈즉석 떡갈비 전문점〉

▶ 사업소개

노점상에서 가능한 외식업은 대부분 밀가루를 주재료로 한 간편식들이다. 그러나 IMF 이후 노점사업이 확대일로에 있으며 새로운 창업아이템으로 각광받으면서 노점에서 취급하는 상품도 다양해지고 있다. 즉석 떡갈비 전문점 역시 신종 노점사업 중 하나다.

떡갈비란 햄버거스테이크처럼 둥글넓적하게 생긴 가공식 육류로 보통 소의 갈비살을 다져 양념에 재운 것을 말한다. 떡갈비는 순갈비살만 사용하기 때문에 꽤 비싼 메뉴로 알려져 있지만 우리 입맛에 잘 맞아 그 수요가 점차 증가하고 있는 추세다. 근래에는 정통 떡갈비와 유사한 맛을 내면서도 가격이 저렴한 냉동·냉장 떡갈비까지 선보이고 있다.

즉석 떡갈비 전문점은 1천만원 미만의 투자비에 월 4~5백만원대의 수입을 올리는 스트리트 외식업으로 창업자들의 관심을 모으고 있다. 노점형 즉석 떡갈비는 갈비살 대신 불기살을 이용하고 있으면 제조기를 사용해 현장에서 즉석으로 따끈한 떡갈비를 구워내고 있다. 가격 또한 저렴해 1kg당 1만원을 받고 있다.

▶ 창업요령

투자비는 즉석 떡갈비 제조기 기계값만 850만원이면 된다. 길거리 좌판식 사업이므로 점포는 필요없다. 주 고객층은 주부들이므로 유동 인구가 많은 시장통이나 상가밀집지 자투리 자리에서 사업하면 좋다. 정육점 코너를 활용하는 방법도 있다. 떡갈비 재료로 이용하는 조각난 후지(불기살)는 정육점에서조차 처리 곤란한 부위이므로 점포 한 쪽

에 즉석 떡갈비 코너를 만들어 버리는 재료를 '재활용'해 수익원으로 전환할 수 있다. 코너형 떡갈비 전문점은 떡갈비 사업자에게 상품 판매에 따른 매출을, 임대 매장 점주에게는 재료 공급을 통한 부가 수익을 올린다는 의미에서 시너지 효과를 기대할 수 있다.

▶ 수익성

이 사업을 하고 있는 사업 K씨의 경우, 사업 개시 후 첫 달에 올린 매출이 1천만원, 둘째 달엔 9백만원대를 기록했다. 1kg당 후지값 2천4백원에 양념 재료 880원을 합친 원료비는 3,280원 수준이다. 판매가격은 kg당 1만원이므로 마진율은 68%선이다. 식대비 등 운영비를 빼고도 한달에 500~550만원 순익을 올린 셈이다(관련업체: 동선유통 [황제떡갈비] ☎ 02-203-2442).

<미니 쿠키판매점>

▶ 사업내용

최고급 재료를 사용해서 만든 생과자를 파는 유럽풍 미니생쿠키 전문점이 IMF시대의 틈새형 사업으로 인기를 끌고 있다. 미니생쿠키 전문점은 이름처럼 1~2평 공간만 있으면 창업할 수 있는 업종이다. 최소 자본으로 창업할 수 있어 자금에 대한 부담도 적다. 미니생쿠키전문점에서 판매하는 과자는 탈지분유 버터 생우유 등 최고급 재료를 사용한 영양이 풍부한 건강식이다. 물이 한 방울도 들어가지 않을 정도로 엄격한 재료관리에 의해서 생산되고 있다. 설탕을 첨가할 때도 양금자체에 설탕이 첨가돼 만들어지므로 별로 달지 않다. 그래서 아이들은 물론 성인들의 입맛에도 맞다는 평가를 받고 있다.

보기좋은 떡이 먹기도 좋다는 말처럼 과자 모양을 손으로 일일이 빚어 개성있고 특이한 과자 모양 또한 고객들이 시선을 붙들어맨다.

종류는 쿠키와 만주류 두 가지지만 사용된 재료나 모양에 따른 종류는 꽤 많은 편이다. 쿠키는 빵에 비해 수분율이 낮아서 유통기간이 길지만 관련업체는 과자의 신선도를 최대화하기 위해 방부제를 전혀 사용하지 않는다. 뿐만 아니라 번거로움을 무릅쓰고 당일 생산한 제품을 체인점에 일일 배송하는 걸 원칙으로 하고 있다. 당연히 오늘 팔다남은 제품을 내일 파는 일은 없다.

현재 미니 생쿠키전문점은 주로 대형 백화점이나 대형 할인점식품매장에 입점해 있다. 서울의 경우 신세계 롯데 등과 대형할인점인 그랜드마트 등에 입점해 있다. 1998년 5월 현재 서울 및 수도권에 20여 개의 매장이 운영되고 있다.

▶ 창업요령

미니생쿠키전문점을 여는 데 필요한 공간은 1~2평이다. 유동인구가 많은 대형 할인점이나 백화점, 쇼핑센터의 식품코너에서 오픈 매장으로 운영한다. 따라서 이 사업을 하고 싶은 사람은 먼저 적합한 장소를 먼저 섭외해야 한다. 입점을 원하는 해당 유통업체에 사업계획서를 제출하고 이미 운영되고 있는 백화점 할인점 등의 매장 매출 실적 등에 대한 설명을 첨부하는 게 좋다. 이런 매장은 주로 수수료 매장으로 계약을 체결하는 데 매출액의 20~30%를 장소비로 내게 된다. 백화점이나 할인점 외에도 젊은 주부나 여성들의 유동이 많은 A급 상권에 1~2평 매장을 얻을 수 있다면 창업을 시도해 볼 만하다. 본사에서 현재 유동인구가 많은 A급 상권에만 체인점을 개설해주고 있다.

장소가 확정되면 공급해주는 업체에 체인점으로 가입하면 된다. 체인점이 되면 본사에서 매일 판매할 생과자를 공급해준다. 본사에서 신선한 맛을 유지하기 위해 당일에 공급받은 제품을 모두 판매하도록

유도하고 있다. 필요한 설비는 쿠키 진열대뿐이다. 쿠키 진열대에는 조명장치가 돼있어 예쁘게 진열된 쿠키에 대한 구매력을 높여준다. 진열장의 크기는 1.5×2미터다. 진열대 가격은 2백만원이다. 본사에 내는 물품 보증금은 1천만원이다. 공급된 물건에 대한 결제는 5일에 한 번씩 한다. 물품 보증금은 사업을 그만둘 때 환불받는다. 사업을 하는 도중이라도 결제일자를 정확하게 지키는 점주는 보증금을 환불 받을 수도 있다. 즉, 미니생쿠키 전문점을 창업하는 데 드는 총투자비는 1,200백만원 가량이다.

▶ 수익성

과자는 그램으로 달아서 판매한다. 할인점에서는 100그램에 1,500원을 받는다. 백화점에서는 좀더 비싼 가격을 받을 수도 있다. 웬만큼 큰 점시에 담을 정도의 양이라면 3백그램은 구입해야 한다.

객단가는 3천원선이다. 판매마진은 40%선이다. 여기서 장소비를 뺀 게 순수입이다. 점주가 직접 운영하지 않고 아르바이트 판매원을 활용해서 운영할 수도 있다. 대형 백화점에 입점한 매장의 경우 하루 매출액이 100만원을 넘을 정도로 좋은 반응을 얻고 있다.

▶ 짚어보기

영양이 풍부한 건강식이고 별로 달지 않아 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 생과자라 한 번 먹어본 고객은 다시 찾는 경향이 강하다. 고급이라는 인식을 심어주기 위해서는 철저한 맛의 관리가 중요하다. 가맹점에서 할 수 있는 관리는 신선한 제품을 파는 것이다. 이를 위해 하루하루 판매량을 잘 예측해 본사에 정확한 양을 주문해야 한다. 장부 기록을 꼼꼼하게 하면 판매량 예측은 그다지 어렵지 않다.

지역별로 잘 팔리는 과자류가 다르므로 과자 종류별 판매량도 기록해 두는 게 좋다. 손으로 만든 쿠키의 예쁜 모양을 최대한 살려서 정

성스럽게 진열하는 것도 판매량을 높이는 데 한 몫 한다.

▶ 관련 업체

국내에서는 처음으로 미니 생쿠키전문점 사업을 펼치고 있는 (주)금촌베이커리는 원래 크라운 베이커리에 납품을 하는 제과제빵회사였다. 처음에는 제빵을 전문으로 했는데 제빵시장이 포화상태에 이르렀다고 판단, 고품질의 생과자 생산을 시도한 게 성공으로 이어졌다. 1998년 상반기까지는 직영점 위주로 점포를 개설했는데 이후부터는 목이 좋은 장소를 확보할 수 있는 사람에게 체인점을 내주고 있다(☎ 0348-943-2061, 팩스: 0348-943-2064).

〈이동식 미니 쥬스바〉

▶ 사업내용

IMF시대를 맞아 초저가 미니창업이 붐을 이룰 전망이다. 금융기관의 대출동결과 정리해고, 소득 감소로 창업자본이 빠듯한데다 전반적으로 소비가 위축돼 큰 돈을 들여서 창업을 해봤자 기대만큼 수익을 얻기 힘들거라는 계산에서다. 이동쥬스전문점도 최근에 선보인 초미니 점포 중에 하나다. 미니 쥬스바를 하는 데 필요한 공간은 1~2평이 전부다.

이동쥬스전문점의 겉모양은 오렌지처럼 생긴 바 모양의 이동점포이다. 그래서 미니 쥬스바라고 부르기도 한다. 오렌지의 1/3지점이 갈라져 사람이 드나들 수 있게 설계돼 있고 내부에는 냉장시설과 쥬스 판매에 필요한 설비가 되어있다. 이 곳에서는 오렌지를 즙으로 짜서 판매한다. 즙으로 짤 경우 갈아서 쥬스를 만드는 것보다 영양가 손실이 적다.

부스의 크기는 폭 186센티미터, 높이 202센티미터다. 냉장시설이 완벽하게 갖춰져 있어 점주의 희망에 따라서 아이스크림이나 다른 음료

를 팔 수도 있고 바닷가나 유원지 관광지 부근에 설치할 수도 있다.

▶ **창업요령**

쥬스바를 열려면 먼저 쥬스바 설치 장소를 물색해야 한다. 백화점이나 대형 헬스클럽, 수영장, 골프장 인도어, 어린이 실내놀이터, 놀이공원, 관광지 등 유동인구가 많은 곳은 어디든지 설치할 수 있다. 특히 운동을 하고 난 다음 갈증을 해소할 때 좋으므로 실내 체육관같은 곳이 적지다. 이런 장소는 보통 임대료나 수수료 매장으로 빌려야 한다. 백화점의 경우 수수료가 매출액의 30~40%수준으로 비싼 반면, 실내 스포츠장은 수수료가 매출액의 20%선으로 상대적으로 싼 편이라도 수익성 측면에서는 더 유리하다고 할 수 있다. 부스내부에는 냉장시설이 돼있다. 수도물 공급이 여의치 않아 싱크대는 없다. 쥬스기는 하루에 한 번 청소하면 된다. 투자비는 부스값 및 필요설비를 포함 총 9백만원 내외다.

▶ **수익성**

체인점이 되면 본사에서 오렌지를 싸게 공급해준다. 한 잔에 오렌지 3알이 들어가는데 판매 가격은 주변여건을 고려해서 한잔에 2천~3천원을 받는다. 마진은 60%다. 하루 100잔을 팔 경우 월 매출액은 6백만원이다.

▶ **성공전략**

미니쥬스바의 경우 점포입지 선정이 매우 중요하다. 유동인구가 많은 곳 중에서도 젊은이들이 주로 모이는 장소가 유리하다. 요즘 떠오르는 상권 중에는 아울렛 매장들이 모인 곳이 적지이다. 이 사업은 계절을 타는 경향이 있다. 특히 야외에 설치한 부스일수록 계절에 영향을 많이 받는다. 해수욕장이나 놀이공원 등에 부스를 설치하는 경

우라면 초여름부터 찬바람 불기 전까지 집중적으로 영업을 해야 하며 그 밖의 계절에는 실내로 장소를 옮기는 것이 좋다.

효율적인 운영을 위해서는 재료관리를 과학적으로 하는 게 좋다. 30만원을 들이면 부스에 오렌지 보관 박스를 설치할 수 있다. 오렌지는 실온에서 10일 가량 보관할 수 있는데 이 박스를 설치하면 440알을 보관할 수 있다. 오렌지는 수요 공급을 잘 예측해서 갖추는 게 좋다(관련 업체: 뿌레스팜-문의 ☎ (02)512-3441, 오렌지볼-문의 ☎ (02)547-2088).

〈맞춤패션 열쇠고리점〉

▶ 사업내용

열쇠고리에 패션 바람이 불고 있다. 일명 패션열쇠고리, 맞춤 열쇠고리 또는 명함열쇠고리라고 불리는 드림키가 주인공이다. 드림키의 특징은 열쇠고리에 고객이 원하는 것을 새겨 넣어준다는 점. 열쇠고리에 자신의 주민등록번호나 이름, 연락처 등을 기입해서 명함대용으로 활용할 수도 있고 차량을 소지한 사람이라면 차량번호와 핸드폰 또는 호출번호를 기록해서 사용할 수도 있다.

이 외에 I LOVE YOU나 HAPPY BIRTHDAY TO YOU 등을 새겨 넣어서 선물로 줄 수도 있고 다양한 용도의 기념품으로 활용할 수도 있다. 중고교생이나 젊은 여성들은 핸드백이나 책가방의 지퍼고리나 손잡이에 액세서리로 매달고 다니기도 한다.

기업체에서 단체 선물로 주문을 하거나 각종 모임에서 기념품으로 의뢰하는 경우도 많다. 하지만 이런 단체 주문은 대량으로 열쇠고리 제작을 맡기는 것이 보통이고 패션열쇠고리는 개개인이 맞춤으로 즉석에서 자신이 원하는 것을 새겨 넣을 수 있다는 것이 특징이다.

기존에도 열쇠고리에 상호를 넣거나 기념문구를 넣는 경우가 많았다. 기존 방식과 패션열쇠고리의 가장 큰 차이점은 기존방식은 인쇄

를 하는 것인데 패션열쇠고리는 글씨를 새겨 넣는다는 것이다. 또 기존 방식은 대량으로 주문을 확보해서 인쇄를 하는 방식인데 패션열쇠고리는 개개인이 개정에 따라 원하는 디자인을 주문하고 즉석에서 각기 다른 내용을 새길 수 있다는 점이다.

패션열쇠고리의 가격은 3천원이다. 5천개 이상 대량 주문시에는 2천원까지 가격을 낮춰주기도 한다. 고객이 원하는 메시지를 새겨넣는데는 30초 정도밖에 걸리지 않는다. 컴퓨터가 내장된 특수 조각기계를 이용해서 완제품 상태의 열쇠고리에 새기기만 하면 된다. 기계 크기는 가로 세로 60센티미터 정도다.

열쇠고리의 크기는 가로 5센티미터, 세로 2.5센티미터이다. 열쇠고리에 들어가는 디자인은 만화주인공 캐릭터, LA 다저스 슬램덩크 등 운동선수 및 상징물, 미국 50개 주의 상징 등이다. 이 중 가장 인기있는 것은 만화주인공 캐릭터다. 열쇠고리 디자인의 종류는 약 5백여 가지 가량인데, 이 중에서 120여 가지가 정도가 인기를 끈다고 한다. 단점이라면 열쇠고리를 비롯해서 관련 기계가 모두 미국에서 수입한 것이라 디자인문양도 미국 것이고 기계와 열쇠고리도 미국제품이라는 점이다. 또 대부분의 사람들이 한글로 새기기보다는 영어로 문자를 새겨주기 원하기 때문에 아직 한글프로그램을 활용하지 않고 있어 현재로서는 영어로만 이름이나 기념문구를 새길 수 있다는 것도 단점이다.

▶ 창업요령

패션열쇠고리전문점을 하는데 필요한 공간은 한 평 반이면 충분하다. 열쇠고리에 글씨를 새기는 기계와 미니 진열대만 갖추면 되므로 오픈 매장으로 운영하는 게 일반적이다. 패션열쇠고리는 10대에서 2, 30대 여성들에게 특히 인기다. 따라서 매장도 백화점이나 쇼핑센터, 대학가 앞이나 역세권의 유동인구 많은 곳에 얻어야 한다. 대형 문구

점이나 손님이 많은 대형 펜시점에 설치해도 좋다. 평수가 적어 보통 임대료나 수수료 매장으로 얻는다. 임대료 매장이란 보증금없이 점포 월세만 내는 것이고 수수료 매장이란 백화점 등지에서 임대료나 보증금 없이 매출액의 일정액을 수수료로 내는 방식이다. 따라서 점포 구입비에 별도의 비용이 지불되지 않는다. 투자비는 본사 가맹비와 로열티 기계값을 포함해서 3천만원 정도다.

▶ 수익성

패션열쇠고리의 마진은 재료비를 빼면 65%가 조금 안된다. 3천원짜리 패션열쇠고리의 마진은 2,100원이다. 여기서 점포임대료와 인건비를 뺀게 순수입이다. 현재 대부분의 사업자들이 직원을 한 명 채용해서 본업이 아닌 부업으로 이 사업을 하고 있다. 교보문구나 백화점 등에 입점해 있으며 식대를 포함 직원 인건비로 월 85만원 가량 지출한다고 한다. 1997년 7월말 현재 전국에서 운영되고 있는 패션열쇠고리전문점 수는 32개이다. 수수료 매장보다는 일반 임대 매장이 수익성이 더 높은 편이다. 수수료 매장은 또 월말에 백화점이나 쇼핑센터 측에서 결재를 받는다는 것이 불리한 점이다. 교보문구의 경우 하루에 200개 이상 팔린다고 한다. 이 경우 매출액은 60만원 가량이다. 강남역 부근 점포에서는 하루 150~180개 정도가 팔리고 부평역 지하상가에 있는 점포의 경우 위치가 좋지 않아 월 순수입이 2백만~3백만원선이라는 것이 관계자의 말이다.

▶ 성공전략

현재 열쇠고리 시장의 규모는 수치로 측정할 수는 없지만 직장인, 학생, 차량 소지자 등 성인이라면 누구나 한 두 개의 열쇠고리를 갖고 있다는 점에 비춰볼 때 시장성은 큰 사업이라고 할 수 있다. 단 개성화 시대를 맞아 자신의 독특한 열쇠고리를 원하는 사람들에게는

인기를 얻을 것으로 보인다.

인구 4천만명 중에 약 5백만 명이 실수요자로 볼 수 있다. 하지만 시장 규모만 믿고 안이하게 영업을 하면 신규 수요를 개척해 낼 수 없다. IMF의 영향으로 워낙 소비가 위축돼있는 까닭이다. 비록 미니 점포지만 다양한 이벤트, 시스템을 응용한 개성있는 상품개발로 잠재되어 있는 수요를 끌어내야 한다. 또 시스템 가격이 비싼 편이므로 1급 상권이 아니면 기대만큼 매출이 안올라 낙망할 수도 있으므로 반드시 젊은이들의 유동인구가 많은 중심지나 부심지급 상권에 입점하도록 한다(관련업체: 드림키 ☎ 755-7330).

附錄 II. 失敗 危險 적은 5坪 손바닥 店鋪 事業

〈골프컨설팅〉

골프 대중화의 문을 연 것은 코인골프방이지만 골프 컨설팅사업은 중상류층을 대상으로 하는 사업이다. 골프 컨설팅 사업이란 일명 골프 병원이라고도 하는데 의사들이 환자들의 병을 치유해 주듯이 골퍼들의 문제점을 골라내 처방을 해주고 고쳐주는 곳이다. 골프컨설팅에서 컨설팅해 주는 내용은 스윙의 자세에서부터 용품 구입까지 골프에 관한 모든 것이다. 현재 전국적으로 성업중인 곳은 5곳 정도인 걸로 알려져 있다.

중·상류층을 대상으로 하는 만큼 컨설팅 비용이 비쌀 것 같지만 생각만큼 비싸지는 않다는 게 이용자들의 말이다. 증상에 따라서 몇 만 원부터 가격이 매겨지기 때문이다. 이 곳에서 가장 많이 컨설팅 해주는 것은 골퍼들의 몸에 맞는 골프 용품 구입이다. 그밖에 스윙 자세 및 스피드, 비거리 등에 관한 내용이다. 이밖에 게임 운영 비법도 알려준다고 한다.

현재 운영중인 골프병원은 '90년대 초 생긴 서울 서대문구 연희동의 '스포랜드'대구 중구 대봉동에 있는 '비엔제이(1997년설립), 서울 서초구 서초동의 '나이센', 용산구 한남동의 '자토' 등이다. 이들은 대개 수 백명의 회원들을 갖고 있는 걸로 알려져 있다.

▶ 사업화 요령

골프 컨설팅 사업을 하려면 우선 프로 골퍼 못지 않게 골프에 대해서 잘 알아야 한다. 현재 인도어 등에서 골프 교습을 하고 있는 사람들이나 골프 실력이 뛰어난 중·장년의 은퇴자들에게 적합한 사업이다. 고객 확보를 쉽게 하려면 인도어 골프장 등에 공간을 빌려서 골프 컨

선텩 병원을 여는 게 좋다. 고객들이 대부분 상류층이거나 사회 지도층 인사들이므로 고객들과 대화를 나눌 수 있는 정도의 교양을 갖춰야 하고 이들과 친구처럼 편하게 지낼 수 있을 정도의 경력자면 더욱 좋다.

이런 여러 가지를 고려한다면 가장 적합한 창업자는 골프를 잘하는 은퇴자로서 본인의 골프 실력에 지도 가능한 정도의 학습을 더한 다음 사업을 하는 게 좋다. 골프 병원을 찾을 정도라면 골프를 꽤 좋아하는 사람들일 것이므로 이들이 많은 고급주택가나 사무실 밀집가가 적합하다. 컨설팅 사업으로 일종의 서비스업이므로 창업에 까다로운 인허가 사항은 없다.

〈맞춤 방앗간〉

▶ 사업소개

불면증이나 성인병 예방 및 치료에는 도정이 덜된 곡류가 좋다고 한다. 하지만 시골에서 직접 농사를 짓는 친척이 없는 한 자신에게 필요한 만큼 도정된 곡류를 산다는 것은 거의 불가능한 일이었다. 이런 소비자들의 요구에서 아이디어를 얻어 최근 새롭게 등장한 것이 ‘맞춤쌀 전문점’이다. 말 그대로 고객이 원하는 만큼 쌀을 도정해서 판매하는 것이다. 원하는 분도수에 따라 벼를 정미하는 데는 특별 제작된 정미기계가 필요하다. 맞춤쌀 전문점업체인 ‘방아촌’은 이 기계를 독자적으로 개발했다. 이 기계는 고객의 기호에 따라 현미와 5분도 쌀, 백미로 쌀을 도정해준다.

▶ 창업요령

점포규모는 정미기와 집진기 등의 기계와 벼단을 놓을 공간이면 충분하다. 현재 운영중인 ‘방아촌’ 관양점은 점포규모가 15평이다. 총투자비는 점포구입비를 제외하고 1천만원 정도이다. 정미기와 집진기를

구입하는데 500만원, 초도물품비 3백만원, 그밖에 인테리어비, 추가비용 등으로 2백만원 정도가 든다. 체인점을 오픈할 경우에는 여기에 본사에 지불하는 가맹비로 3백만원, 개업준비금으로 3백만원 즉 6백만원이 추가로 소요된다. 뱃단은 일주일에 2회 정도씩 본사에서 배달해 준다.

▶ 수익성

고객이 원하는 대로 도정된 쌀은 10kg 당 22,500원에 판매된다. ‘방이촌’ 관양점의 경우 맞춤쌀집을 시작한 첫달 일매출 80만원, 월매출 2천만원을 올렸다. 2천만원 매출을 올리려면 10킬로그램 포장단위를 월 888회 가량, 하루 29회 가량 배달해야 한다는 계산이 나온다. 4인 가족의 월 쌀소비량이 20킬로그램이라고 가정하면 월 444명 가량의 고정고객을 확보해야 이 정도 수입을 올릴 수 있다는 계산이 나온다. 만일 해당 상권내 쌀 판매점이 6군데 가량 된다면 최소 세대수가 3천세대 가량 돼야 내가 4백세대 이상을 확보할 수 있다고 가정할 수 있다.

한편 하루 29회 배달을 한다면 영업시간을 12시간으로 잡는다고 하더라도 시간당 평균 2회 이상 배달을 해야 한다는 결론이 나므로 배달횟수를 줄이자면 20킬로 그램단위로 배달하는 게 효과적이라는 걸 알 수 있다. 매출액이 2천만원이라면 여기서 임대료와 기타관리비를 뺀 마진은 10%이다. 즉 순수익이 2백만원인 셈이다.

▶ 짚어보기

맞춤쌀은 한 번에 조금씩만 판매한다. 자주 구입하는 게 번거롭다고 한꺼번에 많은 양을 구입해 놓을 경우 맛이 변하기 때문이다. 한 달만 지나도 맞춤쌀로서 제맛이 나질 않는다고 한다. 쌀 배달은 노동력이 중요시되므로 건강한 신체를 지닌 사람이 유리하고 신속한 배달을 하는 게 무엇보다 중요하다. 또 쌀과 함께 여러 가지 잡곡류를 판

매하면 매출증대효과를 맛볼 수 있다.

▶ **성공전략**

쌀판매업은 시장이 안정적인 고유업종이다. 쌀은 전국민이 먹는 주식이라 수요가 풍부하기 때문이다. 하지만 거꾸로 생각하면 그만큼 이미 쌀을 판매하는 사업자가 많다는 것을 의미한다. 이런 특성을 고려한다면 맞춤방앗간은 기존 쌀판매업자의 고객을 뺏어오는 데서 출발해야 한다. 방법은 한 가지다. 차별화된 점을 적극 홍보하는 것이다.

포장쌀보다 밥맛이 좋다는 점, 건강을 고려해 고객이 원하는 분도 수만큼 짙어줄 수 있다는 점, 즉석에서 쫄기 때문에 신선하다, 쌀에도 품질이 있다는 점 등을 최대한 널리 홍보해야 한다. 아파트 등 주택가에 지속적으로 홍보전단을 돌리는 한편 고급 음식점과 거래를 트기 위해 노력해야 한다.

일반 포장미보다 쌀값이 조금 더 비싸긴 하지만 음식점 입장에서도 신선한 고급 건강미로 밥을 짓는다는 점을 손님에게 홍보할 수 있어 더 유리할 수도 있다. 음식점같이 거래량이 많은 곳은 당연히 값을 깎아줘야 한다. 쌀의 신선도 관리도 중요하다. 벧단을 너무 많이 적재하지 말고 필요한 양만큼 구입해 고객들에게 신선한 햅쌀맛을 선사하고 묵은 쌀은 싸게 재고 처분을 해야 한다.

쌀판매업에서 가장 중요한 영업전략 중 하나가 단골잡기다. 맞춤쌀 판매업도 마찬가지다. 쌀은 수요가 지속적이므로 일정수의 단골만 확보하면 상당히 안정적으로 사업을 할 수 있다. 반드시 고객카드를 기록하고 일정 매출 이상을 올리는 고객에게는 건강에 좋은 잡곡을 사은품으로 주는 등의 VIP우대 전략이 필요하다.

한편 쌀은 마진이 낮은 품목이며 경쟁사업자가 많으므로 예상 고객수를 5천~1만 세대 이상으로 잡고 마케팅 전략을 펼치는 게 유리하

다. 아울러 점포가 사람들 눈에 잘 띄는, 목 좋은 곳에 있다면 즉석이유식이나 선식, 담금김치, 세탁편의점 등 배달에 적합한 상품을 부가적으로 취급해 매출을 배가시킬 수 있을 것이다(관련업체: 방아촌 ☎ 080-597-2500).

〈황토전문점〉

▶ 사업내용

우리가 아무 생각 없이 먹는 불고기 판에서 납 등 다량의 중금속이 검출되는가 하면 잠을 자는 집의 시멘트 벽에서 독성이 내뿜어지는 등 현대인들이 살아가는 생활환경은 각종 오염물질에 둘러싸여 있다. 이 때문에 현대인들의 건강에 대한 욕구는 날로 높아지고 있다. 환경 무방비 상태에 놓여있는 현대인들을 겨냥한 건강자연 제품들이 잇달아 출시되는 가운데 최근에는 황토를 소재로 한 제품들이 인기다.

황토로 만든 구이판, 미용팩, 의자, 방석은 물론 황토 베개와 자동차 시트, 비누까지 등장했다. 황토는 원적외선을 발생시키며 건강에 이로운 각종 효소를 다량으로 함유하고 있고 항균 및 탈취기능을 하는 걸로 알려져 있다. 특히 우리나라 황토는 질 좋은 황토로 유명한데 황토 제품들은 이런 황토를 주원료로 해서 만들기 때문에 건강효과가 만점이라는 게 생산업체의 말이다. 가령 황토베개의 경우 혈액순환을 도와 머리를 맑게 해주고 시멘트의 독성까지 제거해준다. 황토자동차 시트는 사용후 일주일만 지나면 차안의 퀴퀴한 냄새를 없애줄 정도로 탈취효과가 뛰어나고 장시간 운전할 경우 피로를 덜하게 해준다. 황토 미용팩이나 비누는 화장독을 개선하고 노폐물을 없애주는 데 효과를 발휘한다.

황토구이판은 고기를 구어먹는 불판을 황토로 만든 것이다. 시중에 유통되고 있는 철판이나 솔뚜껑 등 황동이나 청동주물로 만든 불판을

제품 선택을 잘못할 경우 납성분 및 중금속에 오염될 수 있고 쇠판의 경우 녹이 스는 문제점으로 건강에 유해하다고 입증되었다.

그러나 황토구이판은 100% 황토와 천연삼베천을 사용해 만들어 인체에 무해하다. 크기는 지름 29cm, 두께 1cm이다. 이 크기로 최고 14인분까지 구울 수 있다. 이 제품은 1회용으로 제작된 것인데, 한 번 굽기 시작해서 40~50분 가량 무난하게 사용할 수 있다. 황토구이판의 장점은 고기를 구으면 연기나 냄새가 안나고 고기 자체의 기름을 흡수해 단백하고 쫄깃한 맛을 살려준다는 것이다. 또한 고기가 쉽게 타지 않아 실내에서 사용하기도 적당하다.

황토방석은 생황토에 약쑥 생솔잎 음양각 숯 등을 첨가해서 자연의 향기가 그대로 살아나며 피로회복 치질 예방에 좋다고 한다. 황토 건강 매트는 수맥 전자파 차단은 물론 지압효과와 온천효과를 볼 수 있다고 한다.

황토비즈니스는 이처럼 다양하게 생산되고 있는 황토관련 제품을 판매하는 사업이다. 제조업체에서 황토 제품을 받아서 황토 제품의 고객층이 될만한 각종 소매점이나 대형 식당, 기업체에 납품을 하는 것이다. 슈퍼나 화장품가게, 건강제품 판매점, 자동차 용품점 등 관련 제품을 판매할 수 있는 곳이면 어디나 거래처가 될 수 있다. 황토구이판의 경우 고깃집 등 음식점이 주요 거래처다. 소호형 딜러를 뒤서 주변 사람들에게 황토 제품을 팔게 할 수도 있다. 또 황토 제품을 판촉용으로 납품할 수도 있다. 현재는 주유소나 보험회사의 사은품이나 판촉용품으로 인기를 얻고 있다. 황토 제품인 데도 일반 고가의 건강제품과 달리 값이 저렴해 발로 뛰기에 따라서는 짝짤한 소득을 올릴 수도 있다.

▶ 사업 요령

황토를 활용, 사업화한 곳은 한솔황토(주)이다. 이 회사의 황토 제품은 한국건자재시험연구원의 ‘원’자 마크를 획득했는데 현재 50여 개의 총판 대리점을 두고 있다. 한솔황토는 인구 10만명당 1개의 대리점을 내주고 있다. 가맹비는 인구 10만일 경우 3백만원, 20만 이상은 5백만원이다. 초도상품비는 사업자의 사정에 따라 자유롭게 조정할 수 있어 총투자비는 3~6백만원이면 충분하다.

현재 대리점 위주로 운영되고 있지만 본인의 마음먹기에 따라 다양한 방식으로 사업을 전개할 수 있다. 점점 황토 제품의 종류가 다양해지는 추세이므로 유동인구가 많은 곳에 1~2평 코너 숍으로의 운영도 시도해 볼만하다. 가족선물로 홍보를 해 딸이나 엄마에게는 황토 미용제품을, 중년남성에게는 황토 방석이나 베개를 권하는 것도 생각해 볼 수 있다.

코너숍으로 적당한 곳은 오피스 밀집가, 백화점, 주택가 대형 쇼핑센터 등이다. 코너숍 입점이 어렵다면 팬시점이나 생활용품 판매점, 약국 등에 판매대를 제공하고 판매에 따른 수수료를 지불하는 방식으로 운영하는 것도 고려해 볼만하다. 초도 상품 구입에 대한 부담이 없으므로 이 경우에는 발로 영업을 많이 뛰지 않아도 부담없이 사업을 전개해 나갈 수 있다.

▶ 수익성

구이판의 경우 개당 2,000원, 팩은 18,000원, 비누는 6,500원, 방석은 4,900원, 베개는 4,900원이다. 마진율은 60%로 높은 편이다. 판촉용품 등으로 대량 납품할 경우는 값을 싸게 해서 공급해야 한다. 또 화장품가게, 팬시점, 건강제품 판매점과 특약점 계약을 맺고 제품을 납품하면 고소득을 올릴 수 있다.

현재 한솔황토의 동작대리점은 이 사업을 한지 6개월 가량 됐는데, 1천만원으로 창업을 했다. 부부가 함께 운영하는데 월매출액이 3~4백만원 선이며 태안대리점의 경우 장사가 잘될 때는 1천만원 정도의 매출을 올리기도 했다고 한다.

▶ 운영은 이렇게

건강제품의 개념이 바뀌고 있다. IMF이전만 해도 건강제품하면 과장 광고 등으로 효과도 없으면서 흑세무민하는 제품이라는 인식이 강했는데 요즘은 갈수록 자연재료를 원료로 만든 상품에 대한 관심이 높아지고 있는 것이다.

따라서 제품의 질만 좋다면 도전해 볼만한 분야다. 현재 황토로 다양한 제품을 생산하는 업체는 거의 없어 독점적으로 사업을 전개할 수 있다는 게 장점이다. 다만, 영업력이 있는 사람이라야만 성공할 수 있다. 발로 얼마나 열심히 뛰어 거래처를 많이 개척하느냐에 따라 매출이 달라지기 때문이다. 대인관계가 좋고 인맥이 넓은 사람에게 적합하다.

처음에는 홍보용 샘플제품을 무료로 제공해주고 제품 설명을 하는 것이 효과적이다. 식당의 경우 무료로 황토구이판을 제공한 뒤 고기를 구워먹게 해 맛을 비교해 보도록 한다. 또 고급가든 등 황토구이판을 고정적으로 사용하는 업소에는 건강마크 등을 만들어 부착해주면 업소 주인 입장에서도 고객에게 홍보가 되므로 반겨할 것이다.

황토제품 생산업소는 점차 황토 생산품목을 다양화해 앞으로 대리점을 전문점 체제로 운영할 계획이다. 대리점은 신제품이 나올 때마다 주요 영업처를 발굴해 제품을 공급하는 노력을 기울여야 소득을 배가시킬 수 있다(관련업체: 한솔황토(주) ☎ (0345)410-9500).

〈유기농쌀전문점〉

▶ 사업소개

유기농 쌀이란 화학합성농약(살균제, 살충제, 제초제, 성장조절제 등)이나 화학비료를 사용하지 않고 재배한 것이다. 유기농법으로 재배된 곡식류는 인간의 인체에 가장 잘 순응할 수 있어 건강에 특히 좋다고 알려져 있다. 유기농 곡류의 종류는 기장, 녹두, 녹쌀, 현미류, 수수, 울무, 차조, 적두, 보리, 백태, 서리태 등 다양하다. 이들은 모두 성인병 예방과 원기회복, 기타 환자를 위한 식이요법 재료로 활용된다.

유기농쌀의 품질은 국립 농산물 검사소의 품질인증을 통해서도 드러난 바 있다. 재배방법 역시 까다로운데 생활 환경기준 상수원 수질 2급 이상의 맑은 물이나 지하수일 경우 농업용수 이상의 수질에서만 가능하다. 또 농약대신 왕우렁이 미꾸라지 붕어 오리 등 병충해의 천적을 방사해서 길러야 한다.

상품유통은 유기농 재배하는 농가연합회와 체인본사가 계약을 맺어 지속적으로 공급받을 수 있도록 한다. 취급상품 종류는 유기농 쌀을 비롯, 잡곡류와 장류 등이다. 또, 부대사업으로 고랭지 김치 주문배달 사업과 버섯납품도 병행할 수 있다.

▶ 창업요령

점포 5평 기준으로 투자비는 1천2백만원이다. 여기에는 초도상품비, 인테리어, 홍보물 등 본사가 지원할 수 있는 내역이 모두 포함돼 있다. 입지는 주택밀집가나 대단위 아파트 단지가 유리하다. 김치를 함께 취급할 때는 보증금 대신 농협에 200만원 정도의 기명식 정기예탁금(12개월 연리 12%)을 예치시켜야 한다. 상품 공급은 2~3일전에 본사에 주문하면 되고 물량 제한은 없다. 본사는 영업권 확보를 위해 서울의 경우 구당 한 곳씩 체인점을 개설해준다.

▶ 수익성

일반미가 20kg에 4만 5천원인 반면, 유기농은 20kg에 6만원으로 다소 비싼 편이다. 그 이유는 일반미에 비해 수확률이 절반 수준에 그치고 있기 때문이다. 소량생산이므로 단가가 높을 수밖에 없다는 것이다. 마진은 일반 쌀가게(10% 선)보다 높은 25% 정도이다.

▶ 짚어보기

경기가 어려워도 건강에 대한 관심은 별로 줄지 않았다. 특히 식물경제 등락에 큰 영향을 받지 않는 중산층 이상에서는 여전히 건강보조 및 유지비용으로 적지 않은 돈을 쓰고 있는 편이다. 유기농쌀은 일반미보다 비싸지만 몸에 좋고 맛이 뛰어나다는 점을 적극 홍보할 필요가 있다. 특히 쌀은 도정 후 맛이 금방 변하므로 재고량을 정확히 예측해 본사에 주문하는 요령이 필요하다(관련업체: (주)초가원 ☎ 02-3446-8200).

〈전통한과전문점〉

▶ 틈새포인트

햄버거, 치킨, 아이스크림, 피자, 스파게티 등 요즘에는 어딜 가든지 쉽게 외국에서 들어온 패스트푸드들을 만날 수 있다. 편의점이나 슈퍼마켓에서 판매되는 식품들도 마찬가지다. 각종 제과점에서는 수많은 종류의 빵들이 쏟아지고 있다. 우리의 것, 우리의 맛을 찾자는 이야기는 많지만, 막상 우리 것을 맛보려고 해도 쉽지 않은 것이 우리의 현실이 아닐까? 이런 신토불이 정신에 입각하여 제과점 사업의 틈새를 노려 볼 수 있는 것이 전통한과 전문점이다.

▶ 사업내용

전통한과 전문점은 다른 제과점과 달리 우리나라 전통음식인 각종

떡종류의 한과류를 판매하는 사업이다. 일반떡집들과 차별화시키기 위해 인절미나 시루떡같은 일반적인 메뉴보다는 보다 고급화된 상품들로만 메뉴를 축약시키는 것이 좋다. 전통차와 함께 즐길 수 있는 다과류에 포인트를 맞추는 것이 효과적일 것이다.

떡은 추석에 송편을 먹는 것처럼 특별한 날에 먹는 떡과 각 계절별 별미떡이 따로 있다. 여기에 초점을 맞추고 사업을 해나갈 필요가 있을 것이다. 이월 초하루 중화절(中和節)의 노비송편, 삼월 삼짇날 두견화전, 사월 초파일 느티떡, 오월 단오 수리취 절편, 유월 유두 떡수단, 추석의 송편, 구월구일 중구절(重九節) 국화전, 음력 시월의 시루떡을 들 수 있고, 계절별 별미떡으로는 봄에는 썩떡, 여름에는 증편과 상추떡, 가을에는 물호박떡과 무떡, 겨울에는 호박고지떡과 대추, 밤, 곱감 등을 쌀가루와 섞어 만든 잡과병을 들 수 있다.

차와 함께 즐길 수 있는 다과류의 대표적인 음식으로 다식을 들 수 있다. 다식은 곡물가루를 익혀 말린 가루에 꿀을 넣고 반죽해서 문양이 있는 다식판에 박아내는 것으로, 처음에는 찻잎가루를 사용했기 때문에 다식이라 했으나 점차 곡물가루를 쓰게 되었다. 다식은 색상도 다양하지만 모양 틀에 따라 꽤 다양한 문양을 나타낸다. 복을 기원하는 글귀나 꽃무늬, 수레바퀴 모양, 완자 무늬 다양한 문양이 그 특징이다. 다식의 재료로는 흑임자, 말린밤, 흰깨, 검정깨, 콩, 찹쌀, 송화, 녹말 등이 주로 사용된다.

그 외에 순 찹쌀가루에 대추, 깨, 유자 다진 것을 넣고, 작은 송편 모양으로 빚어 기름에 튀겨 꿀에 채워 먹는 궁중주악, 호박고지를 물에 불려 설탕에 조려 두었다가 찹쌀가루, 검은 콩과 섞어 김이 오른 찜통에 찌는 호박고지 찰편, 설탕에 조린 콩을 찜통의 밑에 얹게 간 다음 황설탕과 섞은 찹쌀가루를 안치고 위에 황설탕을 뿌려 찌내는 콩찰편, 호박을 이용한 찹쌀전병인 월과채, 호두를 곱감으로 싸놓은

꽃감쌈, 맵가루에 감가루, 밤, 대추를 넣고 굴고 버무린 것을 녹두고 물을 얹어 찐 쪼떡 석탄병, 토란을 찹쌀가루와 섞어 반죽한 다음 기름에 지져만드는 토란병, 과일의 열매나 식물의 뿌리를 통채로 익혀 모양대로 꿀에 조린 초(炒), 열매를 익힌 뒤 으깨어 조린 다음 다시 원래의 형태로 빻은 란(卵) 등 쉽게 맛볼 수 없는 이색적인 한과들을 메뉴에 도입해 볼 수 있을 것이다. 매장 안에서 먹고 갈 수 있는 공간을 마련할 경우에는 떡과 함께 즐길 수 있는 각종 전통차와 전통음료를 함께 마련하는 것이 좋다.

여름에 즐길 수 있는 음료로 송화밀수나 제호탕 같은 것을 들 수 있는데, 송화밀수는 소나무에서 피는 송화가루를 꿀물에 타서 잣을 띄운 일종의 화채이다. 제호탕은 오매(불에 그을린 약용 매실), 초과, 축사, 백단향을 가루로 내어 꿀과 함께 끓여 차게 식혔다가 찬물에 타서 마시는 한방음료다.

이 외에 마른생강, 대추, 목향이 들어간 수문탕(須問湯), 대추, 모과, 차조기 잎을 섞은 향소탕(香蘇湯), 회향탕(茴香湯), 맥문동, 인삼, 오미자를 넣은 생맥산(生脈散), 살구씨로 만든 행락탕(杏酪湯) 등의 한방차도 독특한 맛을 줄 수 있을 것이다.

▶ 창업요령

이 사업은 매장 안에 테이블이나 좌석을 마련하지 않고, 판매만 하는 5평 내외의 미니점포 형태, 차와 떡이나 한과를 매장 안에서 즐길 수 있도록 하는 형태 2가지가 가능하다. 판매위주로 운영할 경우에는 진열 케이스에 상품들을 진열하기만 하면 그만이므로 넓은 점포가 필요없다. 신도블이에 깊은 관심을 보여주는 대학생들을 겨냥하고 대학가에서 창업하는 방법도 있을 수 있고, 고소득층을 대상으로 백화점이나 고급 쇼핑타운 내에 코너점포로 입점하는 방법도 생각해 볼 수 있다.

두 번째 형태는 얼마 전부터 유행하고 있는 케이크카페의 신토불이 판이다. 케이크카페가 커피나 음료수에 케이크라는 다과를 강조하여 성공한 것처럼 전통차와 전통음료에 한과라는 아이টে임을 더해 새로운 형태의 외식공간을 만들어내는 것이다. 물론 지금까지도 간단한 한과를 내놓는 곳도 있었지만, 다양한 아이টে임을 취급하고 있는 곳은 드물다. 기존의 케이크카페들도 다양한 종류의 케이크를 도입하여 고급화에 성공한 케이스이다.

대학생이나 젊은 세대를 겨냥한다면 대학가나 압구정, 신촌 등지에 점포를 얻어야 할 것이고, 옛 맛을 그리워하는 중장년층을 대상으로 한다면 사무실과 상업지역이 복합되어 있는 강남지역이 적합할 것이다. 전통찻집에 모여있는 인사동이나 미술관이나 문화공간 주변도 좋은 입지이다. 점포크기는 10~20평 정도로 잡도록 하고, 인테리어는 한국적인 미를 최대한 살리도록 한다. 통나무를 이용한 고풍스런 인테리어가 효과적일 것이다. 찻잔이나 접시도 목기와 도기를 준비하는 것이 좋다. 각종 떡이나 한과류 만드는 법을 배울 수 있는 곳으로 궁중 음식연구원에서 운영하는 한과반이나 폐백 이바지반이 있다(연락처: 궁중음식연구원 ☎ 02-3673-1122).

〈유제품 육가공 전문점〉

▶ 사업소개

향후 유통업은 가격인화와 제품신선도를 더욱더 엄격히 유지하는 방향으로 진행될 전망이다. 이 같은 견해는 최근 정부가 발표한 유통명령제 시행을 배경으로 한 것이다. 유통명령제란 부패변질이 쉬운 채소류와 우유 등에 대해 농민과 소비자, 상인, 정부가 공동으로 유통협약을 맺어 생산과 출하, 소비를 자율조절하되 이 방식이 제대로 시행되지 않거나 수급 불균형이 현저할 때는 강제로 산지를 폐기토록

하는 것이다. 따라서 앞으로는 유통체계의 허술함으로 인한 가격폭등이나 폭락은 점차 사라질 것으로 예상된다.

농림부는 또한 공장에서 유통업체로 직공급하는 우유판매체계 추진도 함께 실시할 예정이다. 우유판매단계가 줄어들면 소비자 가격으로 우유를 판매하는 곳은 경쟁력을 잃게 되기 싫다. 유제품·유가공 직판점은 유통명령제 발표에 맞춰 눈여겨볼 만한 업종이다. 이 사업은 우유가 들어간 제품과 육류가공식품을 산지에서 직송해와 저렴한 가격에 판매하는 것이다. 기존에 육가공제품 판매점을 체인화한 곳은 있었지만 유제품과 육가공품을 함께 취급하는 점포형태로 체인화한 곳은 이번이 처음이다.

유제품·유가공 직판점을 체인형태로 운영하는 [밀크마트]는 롯데 햄·우유에서 내놓은 브랜드이다. 밀크마트는 자사가 생산하는 우유나 치즈, 버터 등 각종 유가공 제품과 햄, 냉동식품, 아이스크림 등 다양한 냉동 냉장 제품을 판매한다. 롯데 밀크마트는 중간 유통과정 없애 제품을 생산지에서 판매처로 직배송한다. 따라서 소비자들은 신선한 제품을 시중가보다 20~30% 가량 저렴하게 구입할 수 있다. 이같은 직거래판매점은 최근 정부가 발표한 유통명령제의 시행과 맞물려 빠르게 확산 될 것으로 전망된다.

▶ 창업요령

점포크기는 실평수 5평 이상이다. 점포입지는 시장과 인접해 유통 인구가 많은 곳이나 아파트 단지내, 주택가 밀집지역 등이 좋다. 투자비 중 본사에 지급하는 것은 보증금 3백만원뿐이다. 인테리어는 점주가 개별적으로 하고 간판이나 판매장비는 본사에서 무상으로 대여해 준다. 인테리어비를 평당 2백만원 수준으로 하고 서울의 B급 지역에 5평 규모의 점포를 얻는다고 가정하면 총 투자비는 2천~2천5백만원

선이다. 이밖에 가맹점을 개설하기 위해 담보를 설정해야 하는데 부동산이나 유가증권 질권 등을 1,000만원 정도 예상하면 된다.

▶ 수익성

현재 운영중인 밀크마트 체인점의 월평균 매출은 대략 1,000만원 선이다. 점포임대료와 물품비 등을 제외한 순수익은 2백만~250만원 가량된다.

▶ 짚어보기

이 사업은 부부가 함께 창업하기 좋은 업종이다. 전문인력이 필요하거나 점포 운영에 사람 손이 많이 가지 않기 때문이다. 식품유통업은 신선도가 제일 중요하다. 제고 파악을 정확하게 하여 본사에서 공급받는 물건은 가급적이면 당일에 소화하는 것이 좋다. 주위의 경쟁 슈퍼나 할인점에서 판매되고 있는 제품가격을 수시로 체크해 점주가 판매가를 조절하는 것도 고객확보 요령이 된다. 신선한 제품을 다른 곳보다 싸게 구입할 수 있다는 인식을 소비자에게 줄 수 있으면 사업은 일단 성공한 셈이다(관련업체: [롯데 밀크마트] 롯데 햄·우유 본사 ☎ 3479-5114).

〈녹즙배달사업〉

▶ 들어가기

연봉삭감, 무급휴가, 구조조정.. 모두 직장인들의 목을 죄는 단어들이다. 허리띠를 졸라매는 것만으로는 현실대책이 안서는 직장인들, 최근 심야부업과 새벽부업 전선에 뛰어 들어 작게나마 가게에 보탬이 되는 길을 찾고 있다. 직장인 부업으로 각광받고 있는 업종은 배달업이다. 그 중에서도 우유나 녹즙, 신문 등 새벽배달업과 야식이나 밤참 등 심야 배달업이 주목받고 있다. 그 중에서도 마진율이 비교적 높고

불황에 덜 민감한 상류층을 대상으로 영업하는 녹즙 배달업은 투자비 적은 小規模 업종 중 하나로 부업에서 전업으로 비중을 바꾸는 사례가 늘고 있는 추세다.

▶ 사업소개

녹즙 배달업은 건강식품인 녹즙을 매일 소비자의 가정으로 배달해주는 사업이다. 인간의 몸에 꼭 필요한 비타민과 미네랄을 다량 함유하고 있는 녹즙은 건강에 대한 관심 고조와 함께 유명해진 자연식이다. 그러나 제조법이 쉽지 않고 녹즙기 불량에 따른 피해 사례가 나오면서 가정에서 직접 녹즙을 짜 먹는 경우보다 상품으로 나온 녹즙을 배달해 먹는 경우가 늘어나고 있다.

녹즙배달 전문점에서 취급하는 녹즙종류는 모두 8가지이다. 녹즙은 제조방법에 따라 크게 천연과일 채소류즙과 혼합과일 채소류즙의 두 가지로 나뉜다. 천연녹즙은 열처리 과정없이 생즙만으로 제조한 것으로 당근, 솔잎, 사과 등이 주재료로 쓰이고 있다. 혼합녹즙은 생즙에 과열한 농축과즙이 섞은 것으로 영양소 보유율이 천연 녹즙이 비해 다소 떨어지는 편이다. 본사에서 완성품으로 공급되는 녹즙은 제조 당일 저녁때 각 가맹점으로 배송된 후 다음날 새벽에 소비자의 가정에까지 배달된다. 상품은 120mm와 150mm 폴리에틸 병에 담아 공급되며 유통기간은 냉장상태에서 이틀간이다. 유통기간이 짧으므로 소비량 측정이 비교적 정확해 재고부담률이 적다는 것도 이 사업의 장점이다.

녹즙을 애용하는 층은 30~50대에 이르는 중·장년 남성들이다. 녹즙은 음주와 과로가 많은 사람들과 건강에 대한 투자를 아끼지 않는 상류층의 소비가 높은 편이다. 녹즙배달점에서는 녹즙 외에도 콩 요거트나 솔잎요거트 등 발효유도 함께 취급하고 있다.

▶ 창업요령

이 사업은 배달전문업이므로 무점포 창업이 가능하다. 또 직장인들이 새벽시간을 이용해 부업으로 전개할 수도 있다. 지역내 고객수가 많으면 5평 정도의 사무실을 구해 배달 전문인력을 두고 운영할 수도 있다. 투자비는 총 1,300~1,800만원 수준이다. 내역은 가맹비 3백만원, 보증금이 1,000~1,500만원 수준이다. 보증금 가격은 관할 지역 규모에 따라 차이가 있다. 기존 가맹점을 인수해 사업한다면 지역 양도 권리금에 해당하는 시장개척비를 지불하는 경우도 있다. 시장 개척비는 해당 지역에 확보된 고객의 수에 따라 결정된다. 본사는 창업예정자에게 공장 견학 및 관련 교육을 실시한다. 창업 후에도 정기교육을 월 1회 실시한다. 이 외에도 시음 샘플이나 전다, 명함 및 아이스박스, 배달 주머니 등을 지원해준다.

▶ 수익성

녹즙의 소비자 판매가는 천연녹즙 150mm 짜리 병을 매일 한 개씩 한 달 동안 배달시킬 경우 5~6만원을 받고 있으며 혼합녹즙은 120mm 한 병을 한 달 배달하는 데 3~4만원을 받고 있다. 마진율은 천연녹즙은 48%, 혼합녹즙은 43%선이다. 본사의 손익계산서에 따르면 녹즙 일 2백 구좌 보유시 가맹점의 월 순수익은 250~300만원선이 된다. 배달은 일 1백 구좌가 넘어가면 혼자서 감당하기 힘들다. 따라서 200구좌 정도 유지할 경우 배달전담직원을 한 사람 두는 것이 좋다.

▶ 짚어보기

이 사업은 초기에 홍보에 주력하다가 손익분기점을 넘어서면 회원 유지에 신경을 써야한다. 초기 홍보는 시음판촉이나 방문판촉을 하는 것이 효과적이다. 녹즙의 주 소비자인 40~50대를 위주로 사무실이나 상가 아파트 밀집 지역을 돌면서 무료 시음회를 갖는 것이 좋다. 본

사는 홍보를 돕기 위해 시음용 제품을 저렴한 가격(병당 1백원 정도)에 제공한다.

고객의 유지관리는 지속적인 연락을 갖는 것이 중요하다. 녹즙을 이용하는 사람들은 대부분 건강에 관심이 많거나 건강 상태가 좋지 못해 먹는 경우가 많으므로 사업자 본인이 건강 및 영양학에 대해 관련지식을 많이 쌓고 그것을 바탕으로 고객 상담을 실시하는 방안도 고려해 볼만하다(관련업체: 풀무원 ☎ (02)395-3996).

附錄 Ⅲ. 人脈 活用해 挑戰해 불만한 小資本 副業 벌이

〈폐건전지 충전사업〉

▶ 사업내용

환경문제가 심각하게 대두되면서 재활용에 대한 관심이 높아지고 있다. 재활용이 범국민적 캠페인으로 전개되고 있지만 막상 재활용할 수 있는 물건이 그대로 방치되는 경우도 많이 있다. 폐건전지 충전사업은 다 쓰고 버리는 일회용건전지를 수거해 충전한 후 재판매하는 사업을 말한다. 이전에도 이런 유사한 사업형태는 있었으나 독립형으로 운영됐으며 재활용된 건전지를 판매 경로를 마련하기 어려워 부업 이상으로 생각하기는 어려웠다.

그러나 이번에 체인화된 폐건전지 충전점은 자판기를 통해 판로를 확보하고 본사에서 충전기 보급과 보수 유지 관리를 대행해주므로 운영자가 신경써야 할 부분이 대폭 줄었다. 폐품 재활용 사업은 국익 재고 차원이나 개인 수익창출 측면 모두 효과를 기대할 수 있는 아이템이다.

▶ 창업요령

이 사업은 손님을 맞이하는 형태로 운영되는 것이 아니기 때문에 점포 입지는 크게 중요하지 않다. 임대료나 보증금이 비교적 저렴한 곳을 찾아 5평 이상의 점포를 마련하면 된다. 점포세를 제외한 총투자비는 1,600만원이다. 이 금액은 충전기와 자판기를 구입하는 가격이다. 충전기 가격은 대당 20만원이며 손익분기점을 고려할 때 초기에 50대 정도를 준비하는 것이 좋다. 자판기는 대당 30만원에 구입한다. 자판기 역시 초기 투자시 20대 정도를 마련하도록 한다.

체인점으로 가맹과 동시에 각 지역 판매 대리점으로 등록되며 지역 판매 독점권을 갖는다. 이에 따라 지정된 영업지역에서 발생하는 충

전기판매 및 체인점 계약은 지역 독점권을 갖고 있는 체인점을 통해서만 판매 계약할 수 있다.

▶ 수익성

충전기 1대에서 처리가능한 건전기 개수는 10개이다. 소요시간은 1시간 가량이다. 따라서 50대의 충전기를 보유하고 하루 10시간 작업했을 때 재충전되는 건전지는 5천개이다. 충전된 건전지는 효율에 따라 A, B, C급으로 나뉜다. 분류기준은 새건전지 대비 80~110% 효율일 경우 A급, 60~80%일 경우 B급, 50% 이하일 경우 C급이다. A급 건전지는 일반교환판매용으로 B급은 시계공장 등 납품용으로, C급은 폐기된다. 일반교환판매용은 개당 100원씩 공장납품용은 50원씩에 판매된다.

충전효율에 따른 월수익을 산정해 보자면 A급과 B급이 재활용된 총량 중 대략 30%를 각각 차지한다. 하루에 5천 개의 재활용건전지가 생산된다고 가정할 때 A급이 차지하는 수량은 각각 1,500개이다. 이 경우 판매 수입은 총 670만원선이다. 전기세 기계보수유지비, 차량유지비 사무실 임대료 등을 포함한 월 유지비는 대략 2백만원 미만이다. 따라서 한 달 순수익은 4~5백만원 수준으로 잡을 수 있다.

▶ 짚어보기

이 사업의 승패는 사업초기에 얼마만큼의 폐건전지를 확보할 수 있느냐에 달려있다. 사업준비기간 동안 아파트 단지나 학교 등에 협조를 구해 약 10만 개 정도의 폐건전지를 확보하면 사업운영의 기본 바탕을 갖추는 셈이다. 폐건전지 수집은 1천 세대 이상의 아파트단지를 집중적으로 돌며 부녀회 등 자치기구를 찾아가 기본 취지를 설명하고 협조를 얻을 수 있다.

재활용된 폐건전지의 판매루트 확보는 건전지를 많이 사용하는 젊은 층의 유동인구가 많은 곳을 선정해 자판기 설치 장소를 확보하도

록 한다. 이 자판기는 전기를 사용하지 않는 무동력 자판기이므로 정기적으로 돌며 관리만 잘 해주면 유지보수에 따른 비용은 거의 발생하지 않는다. 자판기 설치장소 섭외에 어려움이 있을 경우 해당 지역의 구청 재활용계를 찾아가 협조를 구하면 도움을 얻을 수 있다(관련 업체: 한아테크 ☎ (02)637-3338).

〈맞춤형 청첩장 중개업〉

▶ 사업소개

일생에 단 한 번뿐인 결혼. 결혼을 앞둔 예비 부부들이라면 그 자리가 모든 사람들에게 축복받는 자리가 되길 바랄 것이다. 하지만 결혼시즌마다 밀려드는 청첩장 공세에 초대를 받은 사람들은 “어느 결혼식을 가야하나?” 하는 고민도 하게된다. 청첩장은 두 사람의 결혼소식을 알리면서 초대 의 기능을 한다. 기존의 획일적이고 단순한 청첩장과는 다른 이색적인 디자인의 청첩장이라면 받는 사람에게 깊은 인상을 심어줄 것이다.

최근 시중에 유통되고 있는 기성 청첩장의 단순하고 획일적인 디자인과 형식을 탈피한 개성적이고, 독특한 디자인으로 제작된 이색청첩장이 등장했다. 이 청첩장은 신랑신부의 사진을 첨가하는가 하면 직사각형 일변의 형태에서 탈피, 다양한 크기로 제작된 것이 특징이다. 디자인 유형별로 볼 때 신문형, 카렌다형, 하트형, 입체형 등이 준비돼 있어 소비자가 선택할 수 있는 폭이 넓다. 모양은 특이하지만 가격은 기존 청첩장과 비슷한 수준이다.

본사에서 제시한 소비자 시장조사현황(조사대상: 20대 미혼 남녀)에 따르면 개성을 중시하는 신세대들은 획일적인 청첩장보다는 자신만의 캐릭터를 살린 독특한 청첩장을 희망하는 걸로 나타나고 있어 이색청첩장에 대한 잠재수요는 충분할 걸로 보인다.

오리지널맞춤 청첩장사업은 영업형 사업이다. 사업을 원하는 사람은 본사의 가맹점으로 가입해야 한다. 가맹점은 예식장 결혼이벤트 회사 결혼중매회사 등을 통해서 고객들을 확보하고 본사에 주문을 하면 제작은 본사에서 맡아서 해준다. 얼마나 주문을 받느냐에 따라 수익이 달라지므로 가맹점주는 영업 및 홍보방안을 구체적으로 마련한 후 사업에 뛰어드는 것이 좋다.

결혼관련 업체에 DM을 발송해 주문을 확보하거나 각종 웨딩행사의 참여할 수도 있다. 생활정보지에 광고를 내거나 결혼관련업체를 직접 방문하는 것도 영업 요령이다. 보다 많은 주문을 확보하려면 영업력이 있는 딜러를 두고 딜러들이 주문을 받아올 때마다 일정한 수수료를 지불하는 방안도 고려해 볼 수 있다.

▶ **창업요령**

지사 및 대리점을 개설할 경우 가맹비 200만원, 초기샘플 구입비 300만원 정도의 투자비용이 든다. 무점포로 사업을 추진할 수도 있다. 이 경우 전화비서업체를 이용하는 게 좋다. 사무실을 낸다면 8평 안팎이 적당하며 다른 사업자와 공동으로 사무실을 사용해 임대료를 절약할 수도 있다. 높은 매출을 올리자면 영업사원을 채용하는 것도 생각해 볼만하다.

▶ **수익성**

청첩장 300매의 제작가격은 25만원 선이다. 마진은 직주문 의뢰시 40%, 예식장 또는 특약점 의뢰시 15% 선이다. 본사에 의하면 3~6개월 영업시점을 기준으로 했을 때 약 6백만원의 매출을 기대할 수 있다고 한다. 이 정도 매출을 올리려면 24건(건당 주문장수 3백장일 경우) 정도의 주문을 받아야 한다. 매출액이 6백만원일 때 임대료, 관리비, 영업비 등의 기타 제반 경비를 제외하면 300~400만원의 순수익을 올릴 수 있다.

▶ 짚어보기

통계청 자료에 의하면 우리나라는 하루에 9백59쌍, 일년에 34만 5천여쌍이 결혼한다. 따라서 결혼시장의 규모는 상당히 큰 편이라 고객은 얼마든지 개척할 수 있다.

오리지널 맞춤 청첩장은 제작을 본사에서 담당하기 때문에 각 지사나 대리점은 홍보위주의 영업활동에 주력해야한다. 이를 위해서는 제품의 디자인 샘플을 특약점이나 각 예식장에 배포하여 주문을 유도하는 것이 중요하다. 제품의 특성상 제작 기간이 오래 걸리며 기존 상품보다 소비자가격이 높은 편이다. 그러나 새로운 것을 추구하는 소비자의 구매욕과 사용자의 증가로 인한 자연적 홍보효과로 틈새사업으로서의 가능성이 기대된다.

▶ 업종소개

시대변화에 따른 소비자의 감각을 대상으로 기성 청첩장의 단순 기능적인 디자인과 형식에서 탈피하여 독특한 디자인에 신량과 신부의 사진이 인쇄된 이색 청첩장을 제작하였다. 이색 청첩장은 본사에서 제작과 배송을 맡고 각 지역의 지사에서는 특약점이나 예식장으로부터 제작 의뢰를 받아 본사에 주문한다. 본사에 의해 개설된 지사는 해당지역에서 자체적으로 특약점을 개설하고, 예식장에 샘플을 배포하는 방법으로 영업이 이루어진다. 이렇듯 각 지사에서 기본영업망을 구축하게 되면 이를 바탕으로 매출을 올릴 수 있다(관련업체: 해피웨딩 ☎ (02)3445-7525).

<동충하초 판매업>

▶ 사업소개

동충하초는 겨울에 곤충의 몸에 기생하면서 영양분을 흡수하고 여

름이 되면 죽은 곤충의 몸에서 버섯이 돼 나오는 약용버섯의 일종이다. 지난 '92년 아시안게임과 '94년 세계육상경기대회에서 연이어 세계기록을 경신한 중국 선수들이 복용했다는 사실이 알려지면서 국내에서도 관심을 쏟게 됐다. 우리나라는 특히 건강과 보양에 관심이 많아 건강제품의 사업성은 밝은 편이라 할 수 있다.

본초강목에 따르면 동충하초는 폐결핵이나 황달, 마약중독 치료 등에 좋으며 최근에는 항암, 항 피로 효과도 있다는 연구결과도 속속 발표되었다. 동충하초는 주로 달여 마시거나 다른 보양음식에 첨가해 먹곤 한다. 피를 맑게 해주는 작용도 있어 중년층 이상의 고객에게 인기가 있다. 동충하초 판매사업은 농장에서 개발된 동충하초를 일정한 공급받아 일반 소비자에게 판매하는 사업이다. 동충하초를 세트화한 제품을 판매하며 2송이, 4송이 세트가 있다. 1송이를 달이면 보통 2,500cc 정도 추출할 수 있으며 보통 3번 이상 달여 마신다고 한다. 동충하초를 재배하는 방법은 현미 등의 곡물, 곤충 이용 등 여러 가지인데 누에같은 곤충에서 자란 제품이 곡물에서 자란 동충하초보다 가볍고 더 고단백이라고 한다.

▶ 창업요령

무점포로 사업할 수 있는 업종이다. 보증금이 없으며 초도 상품비용으로 약 5백만원 정도 소요된다. 동충하초의 물량은 약 50~70송이 정도 된다. 세트로 포장된 제품을 판매하며 2송이, 4송이 세트가 있다. 제품의 성격상 소비자들에게 동충하초의 효능과 동충하초가 어떻게 관심을 끌게 되었고 어떤 방식으로 보강할 수 있는 제품인지 전반적으로 설명해줄 수 있는 상황이 가능한 것이 좋다.

고가의 제품이므로 백화점, 할인점 등 시중에서 판매되고 있다하더라도 판매원만 있고 제품에 대한 자세한 설명을 해주는 사람이 없다

면 매출에는 큰 도움이 되지 않는다는 얘기다. 때문에 일반 소비자에게 직접 판매하는 것이 훨씬 수익이 높고 수월하다고 한다. 건강에 관심이 많은 중·장년층, 부모님 효도선물을 구매하려는 사람, 환자가 있는 집, 임산부 등에 판매하는 것이 유리하다.

▶ 수익성

동충하초 2송이 세트의 소비자 가격은 15만원, 4송이 세트는 25만원이다. 공급가는 7만원, 10만원으로 마진은 50% 이상이다. 납품하여 판매할 수도 있지만 납품할 경우 소매점의 마진을 따로 떼어 줘야 하기 때문에 영업력이 있다면 일반 소비자 판매를 택하는 것이 좋다.

▶ 짚어보기

보양제품이라는 특성상 판매할 대상을 잘 선택하는 것이 중요하다. 본사로부터 홍보물을 지원받아서 자신이 판매할 대상, 즉 환자나 부유층의 노인, 운동선수, 일반 중장년층 등을 정해 그 계층의 사람들이 많이 출입하는 곳이나 모임, 동호회, 병원 등을 공략하는 것도 좋다. 판매시 제품에 대한 효능과 달이는 방식 등의 지식을 갖춘 후 소비자들에게 친절히 설명해주는 게 유리하다(관련업체: 판매원 (주) 대한 C.M.C ☎(02)783-4912).

<구두 탈취기 대여사업 >

▶ 사업소개

실업률이 증가하고 성과급제로 인한 직장인들의 급여가 낮아지면서 직장인들의 몰래바이트가 성행하고 있다. 미국같은 선진국에서는 직장인의 급여로만 생활하기 빠듯한 근로자의 주말아르바이트와 부업이 널리 보편화되어 있다고 한다. 앞으로 국내에서도 이러한 움직임은 계속되리란 전망이다.

직장인들의 부업거리 중 관리가 수월하고 시간을 많이 잡아먹지 않는 사업이 자판기 사업이다. 고소득층이나 청결을 중시하는 부유층을 대상으로 사업하기 적당한 자판기로 구두 탈취기를 들 수 있다. 구두 탈취기 대여사업은 자판기같은 탈취기를 적절한 장소를 제공하는 사람에게 임대하는 사업으로 일반 자판기 사업과 비슷하지만 기계를 장소제공자가 관리토록 하고 수익배당제로 한다는 점에서 약간 차이가 있다. 자판기 설치자가 좋은 장소를 임대한다는 개념보다는 장소제공자에게 자판기를 임대해준다는 개념으로 사업한다는 것이다. 월 1-2회 정도의 시간만 투자하면 되므로 다른 일을 하면서도 사업이 가능한 아이템이다.

구두탈취기는 오존을 이용, 구두나 양말의 냄새를 산화시키고 살균하며 지속적으로 사용할 시 무좀도 퇴치의 효과도 볼 수 있다고 한다. 탈취, 세균에 걸리는 시간은 약 7분 정도이다. 탈취 기능을 사용하고 있지 않을 때는 삼림욕 효과와 공기 청정 기능도 수행한다고 한다.

▶ **창업요령**

구두 탈취기를 10대 이상 구매하여 적절한 장소를 찾는 것이 급선무이다. 적어도 10대 이상은 구매해야 월급 수준의 수익을 올릴 수 있다고 한다. 10대 구매시 5백만원이 소요된다. 본사에서는 20대 구매를 권유한다. 구두나 양말 탈취기이므로 직장인들이 많은 사무실, 그 중 관리직, 임원급이 있는 층에 설치하는 게 유리하다. 일단 설치 후에는 이러한 기기가 있다는 사실을 홍보하는 게 좋다. 빌딩의 게시판, 알림판에 홍보물을 부착하거나 점심시간을 이용하여 전단지 배포할 수도 있다.

일반 빌딩 외에는 당구장, 사우나, 골프연습장, 볼링장 등 고객이 신발을 벗는 장소면 가능하다. 신발이 도난당하지 않게 주의 문구를 기기 앞에 써 붙여두는 게 좋다.

▶ 수익성

구두 탈취기 1회 사용요금은 5백원이다. 하루 10회 정도 사용되었다면 대당 5,000원의 수익을 올리게 된다. 한 달이면 약 15만원의 매출이 나오는데 이중 약 50% 정도를 사업자가 가지고 나머지 50%를 장소제공자이자 관리자가 갖게 된다. 사업자에 따라 장소제공자를 선택해 그 이상의 수익을 가질 수도 있다. 대당 한달 수익이 7만 5천원, 총 20대를 구매했다면 한달 수익은 약 150만원 정도다.

▶ 짚어보기

탈취기기 설치장소는 본사에서 지역과 장소의 리스트를 뽑아 제공해주는 것에 따라 결정할 수 있다. 초기 홍보를 강화해 사무실내 상주인구들이 늘 인식하고 있도록 한다. 장소제공자들이 기기관리를 맡아할 수 있도록 처음 설치시 확실히 인식시키는 것도 중요하다. 수익배당률이 높기 때문에 설치가 힘들지는 않을 것이라 예상된다(관련업체: B&S 코리아 ☎ (02)3487-1177).

<항균 탈취 전문사업 >

▶ 사업소개

맑고 깨끗한 환경에서 살고자 하는 욕구는 인간의 가장 기본적인 본성 중 하나다. 이를 근거로 여러 형태의 위생사업이 등장했다. 맞춤형항균코팅사업이나 맞춤형기사업 등의 맞춤형에서부터 탈취나 바퀴제거, 미생물을 이용한 세균제거 서비스 등이 있다. 시장규모가 커짐에 따라 기술개발에도 적극 투자되어 이전보다 사용하기 편하면서 더 효과적인 제품이 지속적으로 선보이고 있다.

새롭게 등장한 항균·탈취전문점도 그런 맥락에서 이해할 수 있는 사업이다. 이 사업은 보다 종합적인 개념의 위생서비스를 제공하고

있다. 실내공간의 오염원을 파악해 효율적으로 처리 관리하여 청결한 상태를 만들어주는 것이다. 작업은 크게 기계설치방식과 스프레이 등을 이용해 액상타입의 약품을 분무하는 방식으로 나눈다. 오염이 심한 곳에서는 스프레이를 직접 뿌려 오염원을 제거하고 작은 평수에서는 기계를 설치해 자연정화가 이루어지도록 한다. 다시 말해 유해가스, 악취 먼지 곰팡이 세균 등을 제거할 뿐 아니라 항균처리까지 해 오염원의 번식을 근본적으로 막아준다.

영업대상은 지하상가, 유흥업소, 노래방 같은 밀폐공간, 병원 등 위생관리가 철저해야 하는 곳, 인체 유해가스가 많이 발생하는 미장원 이발소를 비롯, 숙박업소, 목욕탕, 수영장, 식당, 세탁소 등을 꼽을 수 있다. 작업시간은 70평 기준으로 한시간 정도이다. 작업 후 기다리는 시간없이 바로 생활할 수 있다는 것도 장점이다.

▶ **창업요령**

이 사업은 무점포로 가능하다. 투자비는 초도상품비 5백만원이다. 전문딜러를 고용해 영업력을 강화하려면 5~10평 정도의 사무실을 마련하는 것이 좋다. 다만 항균탈취제, 오존 및 음이온 발생기 등 1백여가지 상품을 판매하려면 점포가 있는 편이 유리하고 무점포로 할 경우에도 차량이나 오토바이를 준비해 기동력을 높이는 것이 중요하다.

▶ **수익성**

수익은 크게 두 가지이다. 대규모 업소를 대상으로 한 용역비와 제품임대 및 판매에 따른 수익이다. 용역비는 거의 그대로 점주의 순수익이 된다. 비용은 업소 크기에 따라 달라지는데 70평 기준으로 월 20만 원을 받는다. 평수가 작거나 오염도가 심하지 않은 경우는 임대고객을 유치할 수도 있다. 임대비는 월 4만원이다. 기계는 벽면에 부착하거나 선반 위에 올려놓을 수 있는 크기이기 때문에 한 쪽 구석에 설치해놓

고 청정상태를 유지할 수 있다. 동력은 전기를 사용하고 소모량은 시간 당 30와트 정도이다. 형광등과 비슷한 수준이라고 보면 된다.

판매가격은 제품에 따라 다양하다. 임대형 기계 판매시 소비자 가격은 99만원이다. 본사관계자에 따르면 마진이 높은 편이기 때문에 고정수요를 확보하면 매출이 짝짤한 편이라고 한다.

▶ 짚어보기

작업에 이력이 붙으면 부가수익을 올릴 수도 있다. 수영장정화, 오폐수 처리소등에 위생서비스를 부가사업으로 고려해 볼 수 있다. 사업성패는 영업력에 달려있다. 보통 단계를 밟아 대상을 공략하는데 1차적으로 항균탈취가 필요한 업소를 찾아가 위생에 대한 문제를 환기시키고 샘플서비스를 제공하는 등 실제 항균 및 탈취효과가 있음을 먼저 인식시키는 것이 중요하다(관련업체: 한배바이오콤 ☎ (02)991-2828).

<회원제 김치 택배사업>

▶ 사업소개

여성의 가사노동 시간이 줄어들면서 웬만한 식품은 구매해서 사다 먹는 것이 일반화되어 가고 있다. 특히 한국 고유의 음식 중 손이 많이 가고 장시간 정성을 쏟아야 하는 장류, 발효식품 등은 전업주부 중에서도 손맛 좋은 사람이 아니면 엄두를 낼 수도 없다. 그 중 김치는 배추값의 폭등으로 한 때 담귀 먹는 것보다 사다 먹는 것이 더 저렴하다는 말이 나올 정도였다. 최근에도 야채 값이 상당히 올라 김치를 배달시켜 먹는 가구수는 증가일로에 있다.

회원제 김치 택배사업은 김치를 배달해 먹는 가정을 회원으로 영입, 정기적으로 김치를 배달해주고 정기적이 아니더라도 김치를 배달해 먹으면 우선적으로 회원으로 가입시켜 배달해주는 사업이다. '회원

제' 라는 것은 김치를 배달해 먹는 소비자들로 하여금 혜택받고 질 좋은 서비스를 받고 있다는 느낌을 주기 위해 사용하는 명칭인 셈이다. 물론 정기적으로 배달을 요청하고 소비가 많은 가정은 특별히 사은품을 전하거나 사은 행사를 통해 우선권을 주기도 한다. 점주가 직접 영업해 받는 고객 외에 본사로 연락이 가면 각 해당 지역의 점주가 택배하도록 연결되어 있다.

김치는 버섯, 해초류 등에서 액체물을 뽑아 만든 천연조미료를 사용하여 옛날 김치 맛을 재현했다고 한다. 인공조미료와 설탕을 전혀 첨가하지 않은 데에 그 맛의 비결이 있다 한다. 일본으로 수출하는 고급김치라고 한다. 보통 5kg 단위로 배달되며 PET병에 담겨 있다.

▶ 창업요령

김치를 택배하기 위해서는 김치를 저온 저장할 냉장고와 냉동탑재 차량이 필요하다. 냉장고가 크고 초도물량이 많기 때문에 점포의 크기는 10평 이내가 적당하다. 일반 점포를 임대해도 되지만 자신의 집에 차고 등 넓은 여유 공간이 있다면 이를 활용하는 것도 가능하다. 냉장고는 3평 정도를 차지하며 0.5톤 가량의 냉동 탑재차량이 필요하다. 초도상품 비용은 1천만원 정도 소요된다. 창업비용은 점포임대료를 제외하고 2천만원 정도이다.

김치를 저장하여 두었다가 택배하는 방식으로 운영되기 때문에 영업력을 키워 재고가 쌓이지 않도록 유의한다. 김치는 보통 2개월 이상 동안 신선도를 유지할 수 있도록 관리한다. 아파트 단지나 주택가 등의 부녀회, 주부 모임 등의 모임 시간을 알아 홍보활동을 한다. 이 경우 단체로 납품할 수도 있으므로 고수익이 기대된다. 정기적으로 배달을 요청하는 고객에게는 사은품을 제공하는 등의 관리가 필요하다. 관할 전 지역에 전단 등을 배포하여 잠재 고객을 끌어들이는 것이다.

▶ 수익성

김치 5kg짜리 PET병에 든 것이 기본이다. 소비자 가격은 2만 5천원이다. 마진은 15~20%선이다. 현재 사은행사 중이라 향아리에 5kg을 담아 10kg에 5만원에 판매한다. 월 50명 가량의 회원에게 정기적으로 10kg씩 공급하고 부정기적으로 20~30kg씩 구매하는 고객이 50명 정도 된다면 월 약 150만원의 수익을 올릴 수 있다.

▶ 짚어보기

무엇보다 김치 맛이 좋아야 한다. 본사를 방문해 김치맛을 보고 생산공정도 꼼꼼히 살펴보는 것이 좋다. 택배사업을 할 때는 초기영업이 중요하기 때문에 관할 지역 내에서 이벤트를 실시해 주부들의 소비심리를 자극한다. 김치 향아리 등의 사은품을 주거나 버튼형 주문전화기계를 설치해주어 소비자들이 쉽게 전화로 구매할 수 있도록 할 수도 있다. 주거래 고객을 잘 관리하고 아파트 단지 내의 주부모임을 활용하는 것이 유리하다(관련업체: (주)친구김치 ☎ (02)3482-1009).

〈체인형 베이비 시터 관리사업〉

▶ 사업소개

국내 여성들의 사회진출비율이 높아지면서 육아에 대한 관심이 더욱 고조되고 있다. 기업체에 따라 출산휴가의 기간이 다르고 그나마 출산 후 1~2개월이면 다시 일을 시작해야 하므로 그 후의 문제는 가족들에게 넘어가는 경우가 대부분이다. 도와줄 가족이 마땅히 없다면 자신이 희생하는 사례가 대부분이다. 이는 베이비 시터와 탁아문제가 사회적으로 제대로 자리잡히지 않는 데 따른 문제라 할 수 있다.

신생아나 영아를 탁아방이나 놀이방에 맡기는 데에 불편함과 불안감을 느끼는 여성들과 가정주부라도 내내 아이의 육아에만 매달려 있

을 수 없는 여성, 최근 부업하는 여성들이 늘면서 파트타임으로 아이를 돌봐줄 사람을 원하는 여성 등 집으로 직접 찾아와 아기를 돌봐줄 사람을 절실히 필요로 하는 사람들이 많다.

이런 사람들을 회원으로 가입시켜 베이비 시터들을 파견하는 사업이 소호형 베이비 시터사업이다. 자신의 집에서 재택근무 혹은 작은 사무실을 운영하면서 베이비 시터와 회원들을 연결해주거나 자신이 직접 베이비 시터 일을 할 수도 있다. 베이비 시터를 고용한 사람은 놀이방에 갔다오는 시간을 줄일 수 있고 갑작스런 환경변화에 불안해하는 아이의 모습을 보지 않아도 된다.

베이비 시터 사업은 한때 잠시 불황을 겪은 적이 있다. 대량 실업 사태가 빚어지고 여성의 취업도 힘들어지면서 주춤했으나 여성의 부업과 오히려 주부였던 여성의 취업사례가 늘면서 베이비 시터 사업의 전망을 밝게 해주고 있다.

▶ 창업요령

베이비 시터 사업은 재택형, 소규모 사무실형으로 나누어 볼 수 있다. 재택형일 때는 전화연락망과 팩스 등 통신 기기를 갖춰놓고 원활한 연계작업을 수행한다. 소규모 사무실도 마찬가지이다. 이 사업은 영업력과 관리능력을 갖추는 것이 필수다. 지역 내에서 많은 회원들을 모집하려면 본사의 자체광고에만 의지하지 않고 따로 광고를 하거나 부녀회, 여성모임, 여성단체와 연계하는 등의 수완도 필요하다.

베이비 시터들을 고용할 때는 경험과 교육정도를 살펴보는 것도 중요하지만 베이비 시터로서의 자질을 알아보고 선택한다. 고객의 집에 찾아가 아이를 돌보는 일이므로 도난문제 등을 확실히 하기 위해 보증인을 내세우도록 하는 방법도 좋다.

유아교육학을 전공한 여성, 육아경험이 풍부한 여성들을 고용하며

경험정도에 따라 구별해 파견한다. 보통 생후 3개월부터 7세까지의 영유아들을 돌봐주는데 어린 아기의 경우에는 육아경험이 풍부한 사람을 파견하고 5~7세의 유아에게는 대학생이나 젊은 여성들을 파견하는 게 좋다. 베이비 시터들을 파견할 사람을 모집 중인 베이비 랜드의 가맹점으로 활동할 경우 가맹비는 3~5백만원 수준이다. 대도시의 경우 5백만원, 중소도시는 3백만원 수준이라고 한다. 사무실을 마련할 때는 교통이 편리하고 주변에 중산층 이상의 젊은 주부들이 많이 입주해 있는 아파트 단지나 주택가가 있으면 좋다.

▶ 수익성

베이비 시터 사업의 수익은 베이비 시터 일당에 대한 일정 수수료가 된다. '베이비 랜드'의 경우 월 회비 등을 받지 않고 있기 때문에 회원모집에 대한 수수료는 없는 상태다. 베이비 시터들은 기본 3시간에 1만 5천원을 받는데 시간당 4천원이 추가된다. 시간이 너무 오래된 경우 교통비 등을 지급하며 수수료는 20%선이다. 베이비 시터들을 파견하는 업무만 한다면 될 수 있는 한 많은 시터들의 명단을 보유하고 영업력을 발휘하여 고객을 확보하는 것이 고수익을 올리는 지름길이다.

▶ 짚어보기

베이비 시터 파견사업은 본인이 육아경험이 없어도 충분히 해낼 수 있는 사업이다. 대신 활발한 영업능력이 필요하다고 본다. 본사에서는 자체적으로 베이비 시터들을 대상으로 한 자료와 프로그램화된 교육을 실시하고 있으므로 교육문제는 본사에 맡겨도 무난할 듯 하다.

막상 아이를 놔두고 급하게 집을 나서야 할 경우 바로 연락을 할 수 있도록 집집마다 전단지나 스티커를 배부하고 육아전문지나 지역 생활정보지에 광고를 주기적으로 실는 광고 투자도 필요하다. 입소문을 무시할 수 없기 때문에 서비스의 질을 높이기 위한 베이비 시터에

대한 주기적인 서비스 강화교육을 별도로 마련하면 도움이 된다. 시터들이 어떤 어려움이 있고 고객이 무엇을 원하는지 시터편에 설문지를 보내어 조사를 실시할 수도 있다(관련업체: 베이비 랜드 ☎ (02)464-1199).

〈인체공학 베개 판매사업〉

▶ 사업소개

우리는 인생의 3분의 1을 잠으로 보낸다. 올바른 수면자세와 쾌면(快眠)은 건강유지의 필수조건이다. 깨어있는 동안에 너무 많은 스트레스를 받는 현대인. 잠만이라도 편하게 자보자는 심리가 확산되면서 편안한 수면을 취하는데 결정적인 역할을 하는 베개에 대한 관심이 고조되고 있다. 체형에 맞지 않는 베개를 사용하면 경부척추후관절질환, 근육 및 인대손상 등 각종 목통증과 디스크를 유발할 수 있다고 한다.

강동성심병원 재활의학과 모 교수팀이 개발했다는 인체공학 베개는 한국인의 체형에 맞게 개발한 베개로 국내외에 특허를 출원한 상태이다. 부채꼴 모양의 이 베개는 에어백이 내장돼 있어 누운 자세에서 목부위의 압력과 높이를 스스로 조절할 수 있다고 한다. 병원을 찾은 목통증환자 34명을 대상으로 임상시험한 결과 병원에서 사용하는 낮은 베개나 원통형의 높은 베개에 비해 목통증이 20~40% 줄었고, 잠들기까지의 시간도 짧아지며 베개 만족도도 40~60% 향상됐다고 밝혔다.

수면 중에 깨어나는 횟수를 줄여 숙면을 유도하고 노약자, 경부에 통증이 있는 사람, 허리가 불편한 사람, 불면증, 코골이가 심한 사람에게 효과가 있다고 한다. 인체공학형 베개 판매사업은 일반 소비자 혹은 도매판매가 가능한 사업이다. 일정 지역을 맡아 영업하게 되며 기능에 따라 3가지의 베개를 판매한다. A~C형이 있는데 B형은 에어백이 있는 것, C형은 압력조절이 가능한 제품이다.

▶ 창업요령

인체공학형 베개 판매사업은 무점포로 보증금없이 판매가능하다. 초도물량은 5백만원이다. 지역에 따라 구분되어 판매하며 서울은 구 단위, 다른 지역은 시, 도로 나뉜다. 본사에서는 개발중인 학생용 베개, 유아용 베개가 시판되면 구색을 갖춘 베개 점포를 낼 수 있도록 할 예정이라고 한다. 일반 소비자를 상대로 판매하는 것이 마진이 높다. 부모님의 효도선물로 적당하며 목이나 어깨, 허리 부위의 통증을 느끼는 사람, 불면증이 있는 사람 등에 판매한다. 병원이나 약국, 슈퍼, 침구류 판매점에 홍보 포스터를 붙여 놓거나 침구류를 취급하는 곳에 납품할 수도 있다.

▶ 수익성

인체공학 베개 A~C형까지의 소비자 가격은 7만 9천원, 9만 9천원, 13만5천원 선이다. 마진은 40%선으로 도매시 마진은 재량껏 결정해 판매한다. 소매일 경우 제품 한 개당 수익은 3만1천~5만4천원선이다. 소매로 하루에 한 개만 판매한다 치더라도 월 수익이 120만원 정도 된다고 볼 수 있다.

▶ 짚어보기

경험이 없는 초보자도 시작할 수 있다. 제품교육과 마케팅교육, 판매교육을 본사에서 지원해주고 있기 때문이다. 베개라는 하나의 단품만 판매하므로 입소문에 민감할 필요가 있는데 특히 이러한 신제품의 경우 효능에 대한 판단을 선불리 내리지 않도록 소비자에게 충분히 설명하는 게 좋다. 효과를 봤다는 소비자가 있으면 주위에 홍보를 할 수 있도록 도움을 받을 수도 있으며 그로 인해 판매수익이 높아지면 그 소비자에게 사은품을 지급하는 등의 서비스를 실시하는 등의 성의를 보인다(관련업체: 베개사랑 ☎ (02)730-0909).

〈무점포 전통한과 판매사업〉

▶ 사업소개

매작과, 개성 약과, 약식 등... 설날이 되면 차와 함께 한과를 꺼내어 먹으며 담소를 나누곤 한다. 어린 시절에는 다락에 올려둔 한과와 강정을 몰래 꺼내먹던 것이 좋은 추억거리이다. 요즘 한과는 설연휴가 되면 선물용으로 많이 주고받으며 전통찻집에서 차와 함께 들 수 있도록 내어준다. 한과는 설이나 추석같은 명절에 차례상 위에 놓기 위해 미리 넉넉히 만들어 두고 세배하고 가는 아이들에게 세배 값으로 싸주기도 했고 대표적인 이바지 음식이었다. 만드는 방법과 쓰이는 재료에 따라 한과는 강정류, 다식류, 정과류, 엇강정류, 유밀과류, 숙실과류, 과편류 등으로 나누기도 한다.

본사에서 취급하는 제품은 선물용으로 박스포장이 된 한과이다. 기업이나 관공서 등에 방문판매하기에 적당한 제품이다. 한과 선물세트는 중량에 따라 1만원, 2만원짜리 2가지로 나뉜다. 추석 때도 많이 판매되지만 설날이 가장 큰 대목이다. 가격이 저렴한 편이므로 부담스럽지 않은 감사선물이 필요한 사람, 알뜰 주부 등이 많이 구매한다.

▶ 창업요령

판매망에 대한 기본적인 노하우를 갖추고 있는 사람이 선택하는 게 좋다. 방문판매와 도매로 판매방법을 선택할 수 있는데 도매를 할 경우에는 판매인원 5명 정도를 운용할 수 있는 여건을 갖추고 있어야 한다. 점포없이 시작할 수 있으며 보증금없이 초도물품 1백만원을 현금결제하면 된다. 1, 2만원짜리를 적당히 섞어 구매하며 방문판매를 할 경우에는 자신이 혼자 뛰어 기업체나 관공서 등을 상대로 판매하고 도매를 할 경우에는 떡집, 찻집, 할인매장, 시장의 전통식품취급점 등을 상대로 판매한다. 서울지역은 구 단위로 사업을 시작할 수 있으

며 다른 도시들은 군, 시별로 3~4구역 정도로 나뉜다.

▶ 수익성

방문판매를 할 경우의 마진이 훨씬 좋은 편이므로 영업력이 있다면 방문판매를 택하는 것이 좋다. 방문판매의 경우 마진은 70%선이다. 도매의 경우에는 20% 정도다. 도매 대리점 사업시 나머지 마진은 영업딜러에게 돌아간다. 방문판매의 경우 일 평균 10여 개 판매시 수익은 7만(1만원짜리)~14만원선(2만원짜리)이다. 월 수익이 210만~420만원은 되는 셈이다. 도매업을 할 경우 영업사원 5명 정도를 고용했을 때 1인당 월 100개 판매시 월 100만~200만원 정도의 수익을 올릴 수 있다. 그 외 소매점과 거래를 할 경우 거래처 수에 따라 수익을 얻게 된다. 거래처 당 월 약 30~50여 개의 한과세트를 판매하면 수익은 8만~16만원선이다.

▶ 짚어보기

한과의 대목인 설연휴가 다가오고 있으므로 영업력이 있다면 빨리 시작하여 방문판매에 돌입하는 것이 좋다. 방문판매가 어렵다고 여겨지고 도매사업이 편할 경우 영업사원을 잘 활용해야 한다. 따라서 관리능력과 리더십이 필수적이다. 대리점은 판매망을 잘 알고 있는 사람이 창업하는 것이 좋다(관련업체: 옛고을 ☎ (032)888-3556).

〈가족납골묘 유치 사업〉

▶ 사업소개

우리나라는 묘지가 전 국토의 1%를 차지하고 있으며, 매년 여의도 면적 1.3배 정도의 땅이 묘지로 잠식당하고 있다. 풍수사상도 깊어 화장을 꺼리던 것도 사실이다. 그러나 얼마전 고 SK회장이 유언에 의해 화장되는 등 저명인사들이 잇따라 화장을 택하며 화장문화가 확산되기 시작, 납골묘 수요도 증가하고 있다.

또 화장장 납골시설 사설 개인묘지의 설치가 허가제에서 신고제로 완화되고, 지방자치단체에 공설화장장과 납골시설 설치가 의무화된다. 더구나 매장묘지의 기한이 60년으로 제한될 전망이고 평당 45만원 하던 수도권 일대 공원묘지가격이 올해 평당 75만원선으로 급등한데다 묘지난은 갈수록 심화해 화장은 이제 선택이 아니라 필수가 되고 있다.

장례서비스를 하고 있는 한 업체에서 2평 이하의 기존 개인묘를 같은 크기의 납골묘로 개조하는 설계-시공 기술을 개발해 소형 매장묘를 12~150기의 유품을 안장할 수 있는 가족 납골묘로 개조해주는 서비스를 시작하였다. 매장형이 묘자리 하나에 1기만 안치할 수 있었던 것에 비해 화장하여 납골묘를 쓰면 최고 150기까지 안치할 수 있다는 것이다. 납골묘의 디자인도 원형, 사각형, 복합형, 연꽃형 등 8가지이며 기수별로 8가지가 있다. 고객이 묘자리만 한 군데 봐 두면 가족 전체와 친척, 조상묘가 하나가 되는 것이다. 납골묘를 사용하면 매년 별초에 신경 쓸 필요가 없고 조상묘 여기저기를 찾아 헤매며 여러 번 제사지내지 않고 한 군데서 해결할 수 있는 편리함이 있다. 납골묘 사업시 본사는 분양과 시공, 애프터 서비스를 담당하고 가맹점은 영업을 맡는다.

▶ 창업요령

지역에서 발이 넓고 영업력이 뛰어나다면 점포없이도 시작할 수 있지만 10평 정도의 사무실을 갖추고 납골묘의 축소모형 5개 정도는 진열해놓고 있어야 영업에 도움이 된다. 납골묘의 모형은 1/4짜리가 개당 100만원, 1/10짜리가 개당 30만원으로 보통 5개씩 구입한다. 보증금은 500만원, 1/10짜리를 진열하고자 할 경우 총 650만원을 투자하면 시작할 수 있다. 일반 사무실을 임대하면 따로 인테리어를 할 필요는 없을 것이다. 상담공간이나 책상 등 인테리어는 원하는 대로 설치하

면 된다. 간판은 본사에서 지원해주고 있으며 각종 카다로그, 판촉물도 공급해준다. 지역은 구 단위로 할당되며 지방의 경우 더 넓은 지역의 영업권을 갖게 된다. 가맹점은 고객을 유치해 본사에 연결시켜 주면 되고 고객이 처음에 본사로 연락을 취한다 해도 본사에서는 가까운 지역 가맹점으로 가서 상담할 수 있도록 하고 있다.

▶ 수익성

납골묘는 기수별로 가격차이가 난다. 12기짜리 800만원, 16기 1,000만원, 24기 1,400만원 등 2,500만원대까지 있다. 수익은 판매가의 10%이다. 1천만원짜리 하나를 판매하면 100만원의 수익을 올리는 것이다. 물론 목표량이 있어 월 판매량이 많으면 마진율이 높아진다. 월 3~5기 정도 판매했다면 12~15% 정도의 마진율로 수익을 창출할 수 있다.

점포에 납골묘의 모형만 진열하기 보다 수의업체 등 장례업품회사와 연계해 복합매장을 꾸리면 시너지 효과를 얻을 수도 있다.

▶ 짚어보기

본사는 부동산 중개인, 장례업소, 생활설계사 등 지역사회에 발이 넓은 사람이 시작하면 좋다고 밝힌다. 특히 기독교인들 가운데 화장에 대한 관심이 높고 실천하려는 사람들이 많아 이들을 상대로 판매하기 적당하다. 사회 저명인사들 간에 화장에 진지한 관심을 쏟는 사람들이 있으므로 자기 지역 내에 사는 인사들을 상대로 홍보하는 것이 도움이 될 듯하다. 종합병원과 연계해 운영하는 장례업소와 친분을 맺어 두는 것도 중요하다(관련업체: ☎ (02)579-6307).

〈숯제품 전문점〉

▶ 사업소개

음식점에서 고기를 굽기 위해 많이 사용하던 중국산 열탄값이 폭등

하면서 숯 소비량은 30% 가량 증가해 때아닌 호황을 맞고 있다. 최근 ‘숯’은 땀감으로써 뿐 아니라 건강을 지켜주는 재료로도 이용되기 시작했다. 숯의 용도가 다양해짐에 따라 숯과 숯제품만을 취급하는 숯 전문점도 함께 출현했다. 숯의 인기는 바야흐로 상승세이다.

숯이 인체에 유해한 세균과 냄새 제거, 습도 조절, 부식방지 작용을 하는 데다 음이온을 발생하는 등 공기정화에도 뛰어나다는 점 또한 숯 인기에 한몫 했다. 숯의 장점을 이용해 개발한 제품이 숯을 이용한 침구류이다. 침구류에는 참숯침대, 매트리스, 요, 보료, 베개 등이 있으며 그 속에 들어있는 숯이 숙면을 취할 수 있도록 해준다고 한다. 침구류 외에도 숯을 첨가한 바닥재, 숯으로 여과한 소주, 방석, 양말, 스포츠 양말, 속옷 등이 있다.

숯전문점은 숯을 이용한 제품이라면 모두 판매하는 점포이다. 한 회사 제품만 판매하지 않고 숯과 숯관련 용품을 생산하는 다른 업체의 물품을 함께 취급한다. 부피가 작은 제품은 적당히 물량을 갖춰놓고 침대나 매트리스 같이 큰 제품은 샘플만 갖다 놓고 주문이 들어오면 본사로 연락을 취해 배달해주는 방식을 취해도 된다. 숯제품을 선호하는 계층은 건강에 관심이 많은 중·장년층이다. 특히 남성들이 편안한 잠자리를 위해서 많이 찾는다고 한다.

▶ **창업요령**

숯 전문점은 숯 제품을 전시하기 위한 작은 매장이 필요하다. 평수는 작아도 무방하다. 숯 제품인 침대나 매트리스, 요같은 부피있는 제품 하나씩 들어갈 정도에서 따로 생활숯, 양말 등을 쌓아둘 공간과 앉아 있을 테이블 비치할 공간이 있으면 된다. 보증금은 300만원, 초도물량은 보증금만큼의 물량으로 구색을 맞추어 구매한다. 여러 회사의 제품을 구매하여 대나무 숯, 야자숯, 참숯 등 종류별로 갖추어 고객을 유치하는 것이 좋다.

중·장년층의 남성들을 대상으로 주로 판매하기 때문에 간판이 눈에 잘 띄도록 제작하고 차량수가 많은 대로변에 입점하는 것이 좋다. 침구류를 주로 판매하는 전문상가의 대로변에 입점하는 것도 고려해 보는 게 좋을 듯하다.

▶ 수익성

더블요 소비자가는 21만원, 베개 4만 5천원, 양말 1만 8천원 등이다. 마진율은 제품마다 다르지만 평균 30~40%선이다. 침구류는 대개 세트로 판매되기 때문에 요, 베개세트나 침대, 매트리스, 베개를 함께 판매할 가능성이 높다. 하루 1~2세트 판매하더라도 월 수익은 약 300만원 수준이다.

▶ 짚어보기

건강을 생각하는 사람들이 많이 찾는 고가의 제품으로 중상류층 이상의 고객들을 대상으로 홍보활동을 전개해 나가는 것이 좋다. 본사로부터 광고물, 카다로그 등을 지원받아 고객에게 숲의 효능과 어떤 사람에게 어떻게 좋은지 구체적으로 짚어가며 설명하는 것이 제품구매욕을 자극시키는 데 도움이 된다(관련업체: 미래차콜산업 ☎ (0344)903-1497).

<건강한방베개판매업>

▶ 사업소개

인생의 3분의1은 잠으로 보낸다. 많은 사람들이 건강에 관심을 가지지만 잠을 잘 자기 위한 노력은 부족한 듯하다. 잠은 체력을 회복하고 내일의 활동을 준비하는 시간인 만큼 신체의 중요활동이다. 잠을 잘 자는데는 여러 요인이 있겠지만 베개를 빼놓고 얘기할 수는 없다. 베개로 인해 하루를 망칠 수도 있고 건강을 회복할 수도 있는 법이다. 베개는 머리의 신경계통이 집중된 경추를 지지해주고 수면 중

뒤척임에도 잘 적응하는 흡수성과 통기성이 좋은 것이라야 한다.

건강 한방베개는 동의보감 ‘내경’편에 실린 신침법을 응용한 것으로 내피에 한약재 32가지를 넣고 미세한 구멍을 뚫어 향이 빠져 나오게 한 뒤 순면의 외피로 감싼 것이다. 수험생을 위한 총명침은 머리를 맑게 해주고 노인들을 위한 장수침은 풍을 예방하고 고혈압에 좋은 효능이 있다고 본사 관계자는 설명한다. 흰색과 아이보리, 초록색이 있으며 향을 맡으며 잠이 들면 머리가 시원해지고 불면에도 효과가 있다고 한다. 향은 약 3년 이상 지속된다. 가정용 효도상품으로 판매하기에 적당하고 건강에 관심이 많은 40대 이후의 사람들을 상대로 베개에 대한 구체적인 설명을 하면 관심을 갖게 되는 제품이다.

▶ **창업요령**

가정주부나 방문판매가 가능한 사람이면 무점포로 시작할 수 있다. 보증금은 없으며 1백개 단위로 본사에서 공급하고 있는데 원한다면 20~30개 정도만 샘플로 구입해 판매할 수도 있다. 100개에 350만원 수준이다. 효자선물로 적당하며 가정주부들을 대상으로 부모님 연말 효도상품 장수침을 적극 추천해보도록 한다.

▶ **수익성**

신침 공급가는 35,000원으로 소비자가는 78,000원이다. 마진은 55% 선이다. 하루에 2~3개 정도만 판매하면 월 수익은 250만~300만원 정도 된다. 건강 한방베개가 30만원을 호가하는 등 상당히 고가였던 때가 있어 7만원대의 한방베개라면 구매하려는 사람들이 많을 듯하다. 중상류층을 상대로 판매하면 유리하다.

▶ **짚어보기**

주부나 여성들이 판매하기에 적당한 물품으로 본격적으로 나서 판

매하기보다는 모임이나 주부들이 많이 모이는 센터, 교실 등에서 광고지나 전단을 나누어 준 후 충분히 제품에 대해 설명하고 주문을 받는 방법을 택하는 게 좋다. 일일이 가정방문을 하기는 힘들므로 주부 인맥이 넓고 주위에 풍이나 고혈압을 앓는 분이 많다면 그들을 상대로 판매하는 게 좋다(관련업체: (주)우진 ☎ (02) 3486-3267).

〈전통 혼례 도우미〉

▶ 사업소개

국제결혼, 재혼 등의 사례가 늘면서 과거에 비해 전통 혼례방식을 택하는 사람들도 많아지는 추세다. 국내 곳곳에 관광명소가 생기고 전통문화유산을 되살리려는 노력이 활발히 전개되면서 전통혼례를 이벤트화한 행사도 많다. 전통혼례는 향교나 절, 문화관 등지에서 무료로 혹은 저렴한 비용으로 장소를 제공해주고 예식시간이 정해진 예식장처럼 촉박하지 않게 치를 수 있다.

전통혼례를 대행하는 방식은 두 가지이다. 고객이 원하는 곳에 가서 행사진행을 도와주고 일체의 물품을 제공하는 경우와 장소를 잡고 청첩장을 찍어주고 사진촬영까지 대행하는 경우가 있다. 향교에서 혼례를 치를 경우 향교에 집례를 담당하는 사람이 있어 그에 따라 의식을 진행한다. 집례란 주례를 뜻한다. 집례는 홀기(결혼식 문장)에 따라 행사를 치르고 의식이 끝나면 폐백을 올린다.

대행업자가 하는 일은 세트를 만드는 일 외에는 웨딩도우미와 흡사하다. 병풍치기, 상차리기, 돛자리 깔기 등이 끝나면 메이크업, 복장착용을 도와주고 행사내내 신부를 뒷받침 해준다.

메이크업이나 사진촬영하는 사람은 따로 고용하거나 외주를 줄 수도 있다. 프리랜서로 활동하는 사람이 많으므로 이들을 때에 따라 채용하거나 고정 종업원으로 고용하면 된다. 본인이 모두 가능하다 하

더라도 행사시에 사진촬영과 도우미를 겸하기는 힘들다.

전통혼례를 치르는 사람들은 보통 민속학에 관심이 있거나 그 분야에 종사하는 사람, 평소 전통혼례를 치르고자 했던 '80년대 학번의 지식인들이 있는가 하면 외국인과 하는 경우, 피치 못할 사정이 있어 조촐하게 식을 올려야 하거나 나이가 든 경우 등이 대부분이다.

▶ 창업요령

점포는 10평 내외가 적당하다. 전통혼례 대행을 하고 있는 한 업체는 현재 4~5명이 함께 근무하고 있어 앉을 자리로 인해 점포가 넓다. 활용인원이 적고 본인이 하는 업무량이 많다면 10평 이내로도 괜찮다. 병풍, 돗자리, 한복 등 소품 구입비에 500만원이 소요된다. 그 외에는 사무실을 꾸미는 비용정도이다. 메이크업실이나 촬영실 등이 따로 없으므로 상담할 공간과 소품공간만 분리해 인테리어에 특별한 비용을 들일 필요는 없다.

특정계층의 사람이 이용하므로 영업범위를 좁혀 시작한다. 향교, 민속관련 주관업체나 문화행사업체, 한복집 등과 연계해 정보를 얻고 행사를 대행해준다. 이벤트 행사로도 수익을 얻을 수 있으므로 문화단체들과 유기적인 관계를 맺는 것이 유리하다.

▶ 수익성

전통혼례 1회 가격은 보통 80~150만원 수준이다. 식만 준비하는 경우 80만원이고 메이크업, 사진촬영, 청첩장까지 합하면 150만원이 된다. 마진은 50%로 풍물패, 기타 인건비가 30만원, 과일 등 소모품에 10만원 정도 든다. 성수기와 비수기로 나뉘지만 한 대행업체는 연간 200건의 예식을 올려준다. 월 평균 15건 정도 하는 셈이다. 이 업체의 경우 월 수익은 500~600만원 수준이 된다. 여기에 이벤트성 행사수는 빠진다.

이벤트성 행사는 하루 시연횟수에 따라 비용이 달라진다. 전통혼례

를 하나의 관광행사로 외국인에게 널리 알리는데 의의를 둔다면 한복 등을 무료로 대여할 수도 있다.

▶ 짚어보기

대행업체 관계자는 지방 쪽의 영업활동을 늘이도록 권하고 있다. 예향의 도시 전주에 세워지는 판소리 전용극장 내 전통혼례식장이 생기는 등 문화행사가 다채롭고 전통문화가 발달된 지방에서 활동하는 게 좋다. 특정 문화관과 연계해 지속적으로 시연행사를 대행해주는 것도 영업범위를 넓힐 수 있는 한 방법이다(관련업체: 우리 옛멋 ☎ (02) 516-5703).

〈CD 전화번호부 판매업〉

▶ 사업소개

얼마전 한국통신산하 (주)한국전화번호부는 전화번호나 건물위치를 연계한 서울 CD 전화번호부를 출시했다. 이 CD는 전화번호로 업소 위치를 찾을 수 있는 지도기능과 상호로 전화번호를 검색하는 기능 등이 있으며 서울 시내의 80만 상호가입자의 전화번호와 지도가 수록돼 있다. 뒤이어 출시된 전국판 CD번호부는 3종류로 인명부, 상호업종부, 인명상호업종 통합팩이 있다. 이 CD는 1천8백만 인명가입자와 4백만 상호가입자의 전화번호 및 생활정보를 검색할 수 있고 사용자 전용메모장, 우편발송용 라벨출력기능, 자동전화걸기 기능을 갖추고 있다. 이 CD를 보유하면 라벨출력 소프트웨어를 따로 구입할 필요가 없으며 자동전화걸기 기능으로 텔레마케팅시 일일이 번호를 찾아 손으로 눌러줘야 하는 불편을 겪지 않아도 된다.

전국판 CD번호부 판매는 시, 도 단위 전국 17개 권역으로 나뉘어 각 2~3개 대리점이 구역을 맡게 된다. 관할지역은 독점판매하게 되

며 문고, 서점, CD유통 판매업소를 대상으로 판매한다. 기업체와 일반 소비자 방문판매의 경우에는 지역분할에 의미를 두지 않는다.

본사는 현재 수도권을 제외한 지역을 대상으로 도매업체를 모집 중이다. CD번호부 판매 사업은 위탁판매점에 대한 자체유통망을 갖춰 보급하는 영업형 업종이다.

▶ **창업요령**

무점포로 시작할 수 있는 유통사업이다. 현금보증금 1천만원이나 그에 상응하는 금액의 보증보험설정이 필요하다. 부동산 담보는 해당되지 않는다. 사업자는 계약 후 일주일 이내 1천매를 일괄 구매해야 한다. 종류별로 가격이 다르지만 적정비율로 배치하면 700~1,000만원 가량 소요된다.

CD를 납품할 위탁 판매점은 문고, 서점, 정보통신 관련 판매업체, 컴퓨터 소프트웨어 판매업체가 적당하다. 기업체나 일반소비자를 대상으로 판매할 경우 텔레마케팅이나 다이렉트 마케팅이 주를 이루는 사업체나 한 번 이용에 80원이 소요되는 114서비스를 많이 이용하는 직종의 개인을 대상으로 판매한다.

▶ **수익성**

인명부의 소비자 가격은 15,000원, 상호업종부도 15,000원, 통합팩은 27,000원이다. 1천매 구매시 마진은 60%, 100부 구매시 마진은 50%선으로 구매물량에 따라 마진이 4~5%씩 차이가 난다. 위탁판매점에 마진 30%를 떼줘야 하므로 1천매가량 판매하면 300만원 정도의 수익을 갖게 된다.

▶ **짚어보기**

대리점은 위탁판매점의 재고부담을 안아야 한다. 위탁 판매점은 재고

부담이 없이 원하는 물량만큼 공급받기 때문에 영업시 일반 소비자를 대상으로 판매하는 능력이 뛰어나다면 이들에게 주로 공급하는 방법을 강구하는 것이 좋다. 이 경우 판매점의 마진 30%를 대리점이 가지므로 소비자가의 60% 마진을 그대로 적용받아 훨씬 많은 수익을 올릴 수 있다(관련업체: 한국통신 (주)한국전화번호부 ☎ (02)3274-2357~63).

▶ 업종소개

전국판 CD번호부 판매는 시, 도 단위 전국 17개 권역으로 나뉘어 각 2~3개 대리점이 구역을 맡게 된다. 관할지역은 독점판매하게 되며 문고, 서점, CD유통 판매업소를 대상으로 판매한다. 기업체와 일반 소비자 방문판매의 경우에는 지역분할에 의미를 두지 않는다.

무점포로 시작할 수 있는 유통사업으로 현금보증금 1천만원이나 그에 상응하는 금액의 보증보험설정이 필요하다. 마진은 60%, 100부 구매시 마진은 50%선이다. 1천매가량 판매하면 300만원 정도의 수익을 갖게 된다.

附錄 IV. 管理만으로 可能的 自販機副業

<이동식 캔형노래방>

▶ 사업내용

500만원으로 노래방을 운영할 수 있다면? 노래방에 가본 사람들은 아마도 한 번쯤 이런 생각을 해봤을 것이다. 하지만 대부분의 경우 그것은 단지 희망사항일 뿐이다. 노래방을 차릴 점포를 얻는 비용도 만만치 않은데다 인테리어비 및 설비비도 많이 든다. 하지만 꿈같은 희망사항이 실현될 수 있는 새로운 사업이 등장했다.

일명 길거리 노래방이라고 하는 노래방 자판기가 그것이다. 노래방 자판기는 반평 남짓한 립형 노래방이라고 할 수 있다. 이동이 가능한 조립식 캡슐로서 모양은 우유팩 코카콜라 캔 등 다양한 종류가 있다. 캡슐 안에는 코인을 넣으면 노래를 부를 수 있는 노래방 기계가 설치돼 있다. 캡슐 안에 들어갈 수 있는 인원은 2~3명, 바깥쪽으로 유리가 설치돼 있어 밖에서 내부 모습을 훤히 볼 수 있다.

누구든지 1시간 또는 30분 사용이라는 부담감 없이 캡슐이 비어 있을 때 동전을 넣고 노래를 한 곡 부르며 스트레스를 해소하고 나올 수 있다. 노래방자판기 사업의 장점은 자판기 형태이므로 투자비가 적게 들고 관리가 편하다는 점이다. 가끔씩 들러서 청소를 하고 동전을 수거하거나 신곡을 업그레이드하기만 하면 내버려두어도 된다. 또 조립식이라 설치한 장소에서 장사가 안되면 다른 곳으로 옮길 수도 있다.

▶ 사업화 요령

제조회사에서 자판기를 구입하고 자판기 설치할 공간을 확보하면 바로 사업을 할 수 있다. 자판기 가격은 5백만원이다. 자판기는 젊은 층의 유동이 많은 거리의 코너 공간이나 주택가 주변 코너공간, 스트

레스 해소할 마땅한 공간이 없는 대학내, 유원지, 손님이 많은 대형 위락시설 등으로 노래 부를 수는 있지만 기존 노래방이 들어갈 수 없는 공간이라면 어디든지 가능하다. 일단 후보지를 물색한 다음 설치 제안을 해서 승낙이 떨어지면 자판기를 구입하면 된다.

▶ 수익성

노래 한 곡 부르는 가격은 5백원이다. 현재 운영되고 있는 사례를 보면 한 번 들어가면 1인당 2~3곡은 기본이다. 따라서 10분 정도의 시간 동안 벌어들일 수 있는 돈은 1,500원 정도이다. 한 시간 내내 손님이 끊이지 않는다면 시간당 9,000원이고 하루 8시간 동안 계속 손님이 있다면 하루 7만원 가량의 매출을 올릴 수 있다. 만약 저녁 시간 내내 손님이 많은 곳에 설치한다면 더 많은 수익도 기대할 수 있다.

지금까지의 운영 상황을 봤을 때 가장 인기 있는 곳은 대학 구내이다. 하루 7~8만원 가량 오른다고 한다. 부산 해운대 같은 위락지의 경우 1일 10만원까지 매상이 오른 적도 있다고 한다. 하지만 장사가 잘 안되는 스티커사진점 등에 입점한 노래방은 하루 2만원 정도로 저조한 실적이다. 매출액 중 지출비는 신곡 업그레이드 비용 (주 1회일 경우 12,000원, 월 4회일 경우 48,000원)과 전기료(월 5000원), 장소 임대비(매출액의 20%선) 등이다.

▶ 성공전략

이 사업의 성패는 목차기다. 기존 노래방의 주고객은 30대 인데 노래방 자판기의 경우 10~20대가 주고객이다. 현재까지의 운영 실적으로 봐서는 대학생이 많은 대학가에 들어가는 것이 가장 이상적인 듯하다. 한강 고수부지같이 낮과 야간 등 유동인구가 많은 공원이나 위락지도 좋은 목이다. 이밖에 콘도미니엄 등 관광지의 숙박시설도 A급 입지이다. 다만 유흥가가 많은 중심가는 이미 노래방이 많이 있으므로

로 기대에 못 미칠 수도 있다.

젊은 층을 대상으로 하는 사업이므로 나름대로의 전략이 필요하다. 서비스되는 신곡을 자주 붙인다든지, 자판기 주변에 화분을 갖다놓고 자체로 매력적인 미니숍으로 연출한다든지 하는 게 그것이다. 아울러 주인이 없는 무인 캡슐이므로 손님들의 기계 훼손을 방지하기 위해서 고장 발생시 연락할 수 있는 전화번호를 명기하고 장소 주인들에게 수수료를 조금 더 주더라도 관리를 잘 부탁해야 한다.

▶ **사업현황**

국내 최초로 노래방 자판기를 보급하고 있는 PMP에 따르면 장사가 가장 잘되는 곳은 부산 해운대이다. 다음은 포천 대진대학교 구내다. 부산 남포동의 스티커숍의 경우 하루 매출이 2만원에 그치는데 이는 해당 스티커숍 자체가 장사가 안되고 경쟁력을 잃었기 때문이라고 한다. 신세대의 경우 동전을 넣었다가도 목소리 톤이 안 맞으면 끄고 다시 동전을 넣고 부르는 경우도 많아 객단가가 높아진다고 한다.

1999년 4월 말 현재 깔린 자판기 수가 30여 대이다. 현재 이 업체는 코인숍에 자판기를 대거 설치할 계획이다. 이미 서울 명지대 앞에 스티커 사진기 1~2대, 커피 캔 라면 자판기와 노래방자판기가 들어가는 코인숍이 곧 오픈될 예정인데 20평이 좀 넘는 이 곳에는 10여 대의 자판기가 들어갈 예정이라고 한다.

의정부 지하상가의 경우 15평 규모 점포에 4대의 자판기가 들어가게 된다. 현재 이 회사에 자판기 구입을 의뢰하는 사람들이 생각하는 곳은 대학가 매점, 고속도로 휴게소, 각종 버스터미널, 유원지 등이며 기존 점포를 갖고 있는 사람들이 고객 서비스 차원에서 찾는 경우도 많다고 한다. 또 슈퍼를 가진 사람이 슈퍼 옆에 설치하기 위해 구입을 의뢰하고 있기도 하다고 한다(회사명: PMP ☎ (032)561-6788).

〈음성레코딩카드 자판기〉

▶ 사업소개

이제 스티커 자판기의 열풍도 서서히 식어가고 있다. 신세대들은 새로운 관심거리를 찾아 눈을 돌린다. 그렇다고 자판기가 신세대의 결을 떠나는 것은 아니다. 자판기 수요는 지속적으로 증가하고 있고 새로운 스타일의 자판기도 상당수 개발중이다.

자판기가 신세대들과 잘 맞는 이유는 어른이 판매하는 것이 아니라 기계가 판매하는 것이기 때문에 어른들과 부딪칠 필요가 없어 부담스럽지 않다는 점, 스티커 자판기처럼 그 앞에서 자기가 원하는 행동을 맘껏 해도 상관없다는 점 등이다. 게임자판기처럼 하나의 ‘오락대구’로서의 기능을 하는 자판기는 신세대의 성향과 잘 맞아떨어지면 급속도로 인기몰이를 할 수 있다.

신세대를 겨냥한 자판기는 효과면에서 비교적 단시간 내에 검증받을 수 있다. 스티커 자판기처럼 지나치게 폭발적인 사랑을 받아도 금방 그 열기가 식어 문제가 되지만 물품교체나 부품교체로 업그레이드가 가능하고 지속적인 수요를 창출할 수 있도록 제작된 자판기라면 사업성을 인정받을 만하다. 음성 레코딩 카드 자판기도 새로이 개발된 자판기 중 하나이다. 자판기에 부착된 수화기를 들고 메시지를 말하면 카드에 메시지가 녹음이 되어 나오는 자판기다.

카드는 생일, 결혼 등 축하형 이벤트 카드가 있고 녹음은 약 10초간 할 수 있다. 시간을 조절할 수 있지만 수익면에서 10초가 적당하다고 한다. 카드 외에 레코딩 인형 자판기도 2월말~3월초 출시 예정인데 인형은 가방에 달고 다닐 수 있을 만한 인형으로 채택할 예정이다. 목소리가 녹음된 카드는 전화메세지나 음성호출처럼 성의없어 보이지 않고 일반 카드에 글을 써보내는 ‘간접전달’이 아닌 직접 육성

을 녹음한 것이기 때문에 받는 사람으로 하여금 생생한 감동을 불러 일으킬 수 있다.

▶ **창업요령**

음성 레코딩 카드 자판기는 대당 550만원대이다. 카드를 사용하는 수요층이 주로 학생들이고 젊은 연인들이기 때문에 설치장소 물색도 신중해야 한다. 기존의 스티커숍이나 쇼핑센터, 대형 서점, 문구점, 역세권이 적당하다. 장소를 임대할 때는 매출의 일정 퍼센티지를 건물주나 점포주에 지불하는 것이 상례다. 매출에 따라 10~30% 정도 지불된다.

설치장소는 본사에서 물색해주기도 하지만 최종적으로 본인이 결정한다. 생일카드나 축하카드 보내기를 좋아하는 여학생들이나 연인, 부부들이 많이 사용하는 제품이기 때문에 젊은 층들이 많이 지나다니는 곳을 선택한다.

▶ **수익성**

소비자 가격은 카드 한 장에 4,000원 선이다. 판매마진은 약 33%선으로 하루 30여 장 판매할 경우 월매출은 360만원, 임대료를 생각하지 않을 경우 순수익은 118만원 수준이다. 매출의 약 20%를 지불할 때 순수익은 약 95만원 정도다.

▶ **짚어보기**

음성 레코딩 카드를 받았을 때 사람이 느끼는 감정의 정도가 어떠한지를 미리 파악해 두는 것이 좋다. 삐삐 음성을 듣는 것처럼 별로 차이를 느끼지 못한다면 음성카드로서의 매력은 떨어지는 법이다. 신세대들을 대상으로 카드에 대한 반응을 살펴보고 시장성도 조사해 본다. 개봉역, 대치동, 신촌, 잠실 부근에 홍보용 자판기를 세워 놓은 상태이므로 가서 직접 보고 판단할 수도 있다. 한 대만 구매할 경우 자

판기의 특성상 점포 내에 두는 것이 좋으므로 고객의 발길이 끊이지 않는 수익이 좋은 신세대 취향의 점포를 골라 점포주와 상의하여 설치하는 게 좋다(관련업체: 와이테크 ☎ (02)696-0736).

〈코인형 안마자판기〉

▶ 사업소개

최근 새로운 스타일의 마사지숍이나 안마시술소 등이 늘고 있다. 그러나 마사지숍은 여성들이 많이 찾는 피부미용 기능의 이미지가 강하고 안마시술소는 가끔 퇴폐업소의 명단에 올라 부정적인 이미지를 갖게 한다. 자신의 몸을 남에게 맡겨 주무르게 한다는 데에 거부감을 느끼는 사람들은 아예 쇼파형의 안마기기를 구입해 집안에 설치해놓고 안마를 받곤 한다. 중장년층 이상의 나이든 사람들은 이러한 소비가 가능하지만 젊은 사람이, 더구나 적지 않은 돈을 지불해야 하는 안마기기를 구입하는 건 쉽지 않은 일이다.

젊다 하더라도 장시간 컴퓨터 앞에 앉아 있는 컴퓨터 관련 사무직 장인, 만성적인 피로를 호소하는 사람, 정신적인 스트레스에 시달리는 사람들은 물리적인 방법을 동원해서라도 몸을 풀어줄 필요를 느끼는 편이다. 남의 손을 빌어서가 아니라 기계를 이용하여 저렴한 가격으로 1주일이나 몇 일에 한 번이라도 잠깐씩 안마를 받을 수 있도록 해주는 게 코인형 안마 자판기다. 코인형 안마기는 1인용 쇼파형으로 앉으면 안마기가 목에서 엉치뼈까지 두드리고 눌러준다. 롤링과 잔진동으로 피로회복과 혈액순환도 도와준다.

자판기 사업은 목이 좋고 수요가 많으면 특별한 노력과 시간을 투자하지 않아도 지속적인 수익이 있어 주부나 직장인들이 부업으로 시작하기 좋은 사업이다. 코인형 안마 자판기는 별도의 비품 교체도 없고 관리도 업소에 맡기면 되므로 추가 비용부담 없이 운영할 수 있다.

▶ **창업요령**

코인 안마자판기의 기기 한 대 소비자 가격은 145만원이다. 10대 정도 구입하면 30% 정도 할인해준다. 기기의 특성상 아무 데나 설치할 수 없다는 난점이 있다. 목욕탕, 사우나, 한증막, 온천, 찜질방 등 ‘휴식처’의 이미지가 강한 업소에 설치해야 한다는 것이다.

장소는 본사에서 물색해주기도 하지만 자신이 아는 업소에 부탁해 설치하는 게 가장 좋다. 물론 매출의 일부분은 관리비조로 업소에 지불한다. 전원을 사용하여 안마하고 소모되는 부품이 없기 때문에 고장이 나지 않는 한 동전 수거차 업소에 들리는 게 사업자가 안마자판기에 투자하는 시간의 전부이다.

▶ **수익성**

코인 안마기 1회 사용시간은 약 5분, 비용은 500원이다. 10분 안마를 원할 때는 1,000원을 넣으면 된다. 코인 안마자판기의 수익은 업소의 고객수와 비례하므로 설치할 업소에 대한 사전조사를 실시하여 고객연령층과 업소의 수익성에 대해 파악해두는 게 좋다.

고객이 많으면 일 5만원의 수익도 가능하다고 한다. 약 8시간 사용하였을 때 5만원의 수익이 발생하는데 이 중 30~40% 정도는 자리를 내주고 관리를 대신하는 업소주에게 지불하는 경우가 많다. 그러니 수익은 약 3만원인 셈이다. 자판기 1대당 순수익이 월 90만원 정도 된다는 말이다. 일반적인 자판기 대당 수익이 50만원 미만인 점을 감안하면 일 2~3만원 정도면 많은 편이다.

▶ **짚어보기**

코인형 안마 자판기는 원래 일반 쇼파형 안마기기로 코인기기를 옆에 부착해서 만든 것이다. 관리를 대신해주는 업소주인에게 잘 부탁하여 코인기기가 파손되는 일이 없도록 신경써야 한다. 자판기는 목

좋은 곳을 잡는 게 최고다. 업소에 대한 사전조사를 철저히 하여 시간이 걸리더라도 좋은 장소를 물색하는 게 좋다. 업소의 고객 수, 고객의 연령층을 분석하고 업소내에 안마기를 설치할 만한 공간이 되는지, 공간이 협소해 다른 사람에게 피해를 주지는 않는지 안마기기에 대해 어떻게 생각하는지 등 설문을 실시하는 것도 좋을 듯하다(관련 업체: 성우전자 ☎ (0335)39-2846).

〈녹차전용자판기〉

▶ 사업소개

건강에 대한 관심이 높아지면서 커피보다 전통차를 택하는 사람들이 늘고 국산차의 수요도 크게 증가해 대중화된 차의 종류도 다양해졌다. 전통차 중에 가장 수요가 많다는 녹차. 녹차의 떫은 맛을 내는 카테킨과 비타민 A, C, E는 피부노화의 원인인 유해산소를 제거하고 멜라닌 색소의 침착을 막아 기미나 주근깨가 생기는 것을 방지하며 당뇨의 흡수억제 작용과 성인병의 요인으로 알려진 활성산소를 제거하는 등 건강에 큰 도움이 된다.

그러나 몸에 좋다는 국산차를 직장이나 학교에서 마시는 데는 번거로움이 따른다. 건물 내의 자판기는 대부분 커피나 캔음료 자판기이다. 국산차가 있다해도 단맛이 강한 유자차나 울무차라 입맛에 맞지 않다. 녹차를 마시려면 매점을 찾거나 따로 티백을 구입하여 마실 수밖에 없다. 커피자판기가 없는 소규모 사업체는 커피와 전통차류를 함께 갖춰놓고 있긴 하지만 직장 외 공공장소나 음료수요가 많은 곳에 녹차는 찾아 볼 수 없다.

커피 자판기 일색인 음료 자판기 시장의 틈새를 공략할 수 있는 제품이 바로 녹차 전용 자판기이다. 자판기 녹차가 가능한 것은 원료의 가루화에 있다. 녹차잎을 말려 잘게 파쇄시켜 티백에 넣어 우려 마시

는 것이 녹차인데, 과립형으로 만들어 우려낼 필요가 없도록 만든 것이 녹차 자판기에 사용되는 녹차다. 이 원료는 냉, 온수 모두에 100% 용해가 된다고 한다. 녹차티백 빼내는 것을 잊고 지나치게 우려내어 떼게 마시는 사람도 있는데 과립형은 일반화된 맛이어서 고소하고 떼은 맛도 거의 없다는 것이 본사 관계자의 설명이다.

현재 용해 과립형으로 나온 차는 녹차, 현미녹차, 우롱차 세 가지이다. 자판기 차 종류는 5가지로 나머지 2가지는 운영자가 분말형으로 나온 차 종류로 원하는 대로 골라 넣으면 된다. 커피는 택하지 않는 것이 좋다. 설치 장소는 커피자판기가 있는 곳이 대부분이므로 메뉴가 중복되면 설치가 곤란하기 때문이다.

▶ 창업요령

녹차 자판기의 1대 가격은 120만원 수준이다. 1대만 구입하기보다는 5대 정도 구입해야 전업을 가진 사람의 월 수익만큼 거둬들일 수 있다. 자판기의 성패여부는 설치장소에 달렸다고 해도 과언이 아니다. 녹차 자판기의 경우에는 녹차의 특성상 건강을 중시하는 곳에 설치하는 게 유리하다. 병원, 에어로빅 강습소, 헬스장, 사우나탕, 볼링장, 체육관, 은행, 관공서 등이 적당한 장소이다. 물론 그 외 중장년층이 많이 드나드는 곳에 설치하는 것이 좋다.

설치장소는 본사에서 알선해주거나 장소만 알선해주는 영업사원이 물색해놓은 곳을 고를 수 있다. 장소 영업자에게는 일부의 수수료를 주는데 약 10~20만원 선이다. 자판기 내부에 들어가는 녹차량은 약 150잔 정도이다. 초도물량은 원하는 만큼 본사로부터 공급받으면 된다. 자판기 크기는 일반 커피 자판기의 절반 수준으로 탁자 위에 자판기를 설치하거나 따로 트레이를 구입하면 캐비닛처럼 사용할 수 있다. 트레이 한 대 가격은 5만원선이다. 만일 녹차전용 자판기를 5대

정도 구매하여 운영한다면 총 투자비용은 약 650만원 수준이다.

▶ 수익성

녹차 한 잔의 가격은 300원 정도이다. 마진은 60~65%선이다. 대당 하루 50잔씩 판매되는 경우 대당 월 수익은 30만원, 5대 정도를 설치해놓고 있다면 월 150만원 정도의 수익을 올릴 수 있다. 월 자릿세로 10만원, 혹은 매출의 10~15%정도를 건물주나 자판기 운영이권을 가진 측에(일반적으로 노조에서 이권을 쥐고 있는 경우가 많음) 지불해야 한다.

▶ 짚어보기

음료 자판기는 청결과 꾸준한 관리가 생명이다. 생수만을 꾸준히 사용하고 물량 감소율을 수시로 체크해 떨어지는 일이 없도록 하는 것이 중요하다. 매출이 갑자기 감소하는 등의 문제가 발생하면 주변 상황을 꼼꼼히 체크하여 저렴한 가격에 녹차를 판매하는 다른 곳이 없는지 알아봐야 한다. 한 달 정도를 두고 매출을 기록해보고 꾸준한 신장세를 보이지도 않고 수익이 아주 적게 발생하는 경우에는 과감히 장소를 바꿔보는 것도 좋다(관련업체: 두오식품 ☎ (02)3462-2525).

<구강청정제자판기>

▶ 사업소개

자신의 얼굴과 청결 정도는 자신의 이미지와 인격 평가에 영향을 미칠 수 있다. 입냄새는 자신의 이미지에 타격을 줄 뿐 아니라 상대방에게 불쾌감을 안겨 주기도 한다. 입냄새로 인한 대인관계의 어려움은 구강청결로 극복할 수밖에 없다. 미국에서는 연간 1천만 달러 이상의 구강청결제가 소비되고 있다. 구강청정제는 1982년 동아제약의 제품이 처음 출시된 이후 3~4년간 히트친 후 시장이 축소됐다가 최

근 활성화되기 시작했다. 1996년 시장규모는 100억원대로 올해는 250억원대를 형성할 것으로 전망된다.

누군가를 만날 때, 중요한 약속이 있을 때 집안에서 구강청결제를 사용하면 약속장소를 향하면서 향기는 점점 없어진다. 구강청결제를 소지하고 다니는 것도 쉽지 않다. 가족이 사용하는 것일 수도 있고 가지고 다닐 만큼 자주 사용할 것도 아니기 때문이다. 구강청결제는 계획구매보다는 충동구매를 많이 하므로 눈에 띄어야 판매가 이루어진다.

구강청정제 자판기는 사람들이 잘 정하는 약속장소의 부근에 설치해놓고 관리자가 물품을 지속적으로 공급하면 된다. 구강청정제는 구취제거, 불소를 이용한 충치예방 효과가 있으며 간편한 용기형으로 주로 30ml짜리를 판매한다. 자판기 물품을 채우는 일은 2~3일에 한번 정도가 적당하다.

▶ **창업요령**

자판기 가격은 소형 29만 8천원, 대형 56만원이다. 자판기의 구강청정제 적재수량은 72개로 무전원이라 전기료는 들지 않는다. 보통 10대 이상씩 구매하며 장소는 본사에서 물색해준다. 소형 구강청정제 자판기 10대와 초도물품비를 합한 비용은 310만원 수준이다. 장소는 임대하거나 매출액의 일정액을 건물주나 점포주에게 자릿세로 지불한다. 휴게소, 터미널, 공공장소, 병원, 대형 학원 등 유동인구가 많은 곳에 설치하는 것이 유리하다.

▶ **수익성**

구강청정제 30ml짜리 단가는 500원이다. 개당 이익금이 220원이므로 마진은 약 45%이다. 하루 1대당 10개씩 판매되는 경우 자판기 10대의 월 매출액은 15만원으로 순수익은 66,000원이다. 수익성이 높지는 않으나 꾸준히 판매되고 10대 중 몇 대는 장소가 좋아 잘 판매되

어 그와 유사한 장소를 물색해 자리 배치를 달리하면 수익을 더 효율적으로 높일 수 있다.

▶ 짚어보기

자판기는 무엇보다 장소 선정이 중요하므로 처음부터 장소 물색에 참여하는 것이 좋다. 20~30대 젊은 층이 많이 사용하는 제품이므로 젊은 유동인구가 많은 곳으로 장소를 선정한다. 자릿세는 매출액의 일정 수수료를 내는 방식을 채택하는 것이 유리하다(관련업체: DK벤딩 ☎ (02)565-4800).

〈스타 합성사진자판기〉

▶ 사업소개

사춘기 시절에는 누구나 한 명 정도의 스타를 우상으로 삼곤 한다. 단순히 좋아하는 차원에서 떠나 스타를 만나길 꿈꾸거나 스타의 사진을 간직하고 싶어한다. 사진이나 브로마이드, 음반, 캐릭터 상품을 모으지만 정작 스타는 '가까이 하기엔 너무 먼 당신'이다. 스타에 대한 애정공세가 적극적인 신세대들은 이 정도로 만족하지 않는다.

스타와 함께 있는 자신의 모습이 담긴 사진을 간직할 수 있다면? 실제 스타를 만나지는 않지만 같이 사진을 찍은 것같이 연출할 수는 있다. 스티커 사진이 1998년 최고의 인기상품임은 두말할 필요도 없다. '스타'를 이용한 사업도 마찬가지. 이 둘을 합한 사업이 바로 스타와 함께 사진을 찍을 수 있는 컴퓨터 합성 사진사업이다. 현재 보유한 사진 속의 스타들은 잭스키스, 핑클, 베이비 박스, 신현준, 김석훈, 98 슈퍼엘리트 모델 등으로 매 6개월 단위로 다른 새로운 인기스타의 사진을 업데이트한다는 방침이다.

스타들은 1백여 가지의 다양한 포즈를 취하고 있으며 하단에 짜인

을 넣을 수도 있다. 촬영에서 출력까지의 시간은 2~3분 정도이다. 쉽게 조작할 수 있어 최단시간 수익성을 강조하고 있다. 스티커 사진 외에 크리스마스, 발렌타인 입체 카드 등 30여 종의 다양한 틀을 가진 카드상품을 선택할 수도 있다. 사진기기는 바이러스가 통제되고 불법복제차단, 고장진단 및 자동복구 기능을 갖추고 있다.

▶ **창업요령**

창업방법은 두 가지이다. 점포를 가지고 하는 경우와 기존 점포인 스티커 자판기매장, 인터넷 게임방, 문구 및 팬시점, 노래방, CD판매점 등 내에 기기를 설치해놓는 경우다. 점포를 임대할 경우 5평 내외의 점포에 기기 1~2대와 유리가 깔린 테이블, 수납장, 전시대 등을 설치한다. 기기 2대 가격 1,716만원과 조명과 배경 100만원, 인테리어 평당 85만원 기타 집기 등 임대료를 제외한 투자자금은 2,250만원 수준이다.

기존 점포에 기기를 설치하는 경우에는 기왕이면 학생들이 많이 지나가는 곳, 점포자체의 영업이 활성화되어 있는 곳, 젊은 학생층을 대상으로 운영하는 곳을 물색하는 것이 좋다. 점주와는 매출의 수수료를 자릿세로 낼 것인지 일정액의 임대료를 낼 것인지에 대한 상의를 따로 한다.

▶ **수익성**

1회 촬영가격은 1,000~3,000원 수준이다. 스티커사진과 카드 등 출력 상품의 종류에 따라 약간의 가격차이가 있다. 원자재를 제외한 마진은 70%선이다. 월 매출은 2대당 1,500만원까지도 올릴 수 있다. 하루 100명 가량의 고객이 2대를 사용한다면 수익은 임대료와 기타 잡비를 제하고 약 300~400만원 수준이다.

▶ **깊어보기**

스타들을 좋아하는 학생들은 많지만 특정 연예인만을 선호하므로

자신이 좋아하는 스타가 아닐 때는 오히려 사진찍기를 좋아하지 않을 수도 있다. 이 사진기기는 스타와 함께 찍을 수 있을 뿐 아니라 일반 스티커 사진기의 특성을 모두 갖추고 있고 스티커 외에 카드 같은 다른 사진상품도 출력 가능하다.

이런 점을 감안해 여러 기능을 설명해놓은 귀여운 포스터나 대자보를 점포에 붙여놓고 시선을 모으는 방법도 사용해본다. 본사로부터 새로운 스타를 더 입력시킨다는 정보를 입수하면 곧바로 점포안팎으로 홍보용 포스터를 붙여 학생들이 나중이라도 들릴 수 있도록 한다 (관련업체: (주)베스트 ☎ (02)539-7711).

〈초미니 게임자판기〉

▶ 사업소개

게임을 좋아하는 계층은 보통 중·고등학교의 남학생이 일반적이거나 최근에는 대학생, 직장인들도 게임에 열중하는 사례가 많다. 컴퓨터의 보급으로 게임을 즐기기 쉬워지자 게임인구가 급증한 것이라 볼 수 있다. 근간 인터넷 게임방의 폭발적인 증가도 게임인구가 생각보다 상당히 많다는 사실을 대변해주고 있다. 게임을 즐길 수 있는 곳은 아직 오락실, 게임방 정도이다. 때문에 더욱 많은 사람들이 이 곳으로 몰린다. 커피숍이나 카페 등에서 게임기를 탁상 위에 올려놓고 여러 종류의 게임을 즐길 수 있도록 하는 사업이 소형게임 자판기 사업이다.

소형게임자판기는 게임팩이 든 전화기 2대 크기만한 소형게임기로 액정화면에 약 30여 가지 이상의 게임을 즐길 수 있도록 한 자판기다. 커피숍이나 레스토랑, 중·고등학생들이 자주 가는 패스트푸드점이나 분식점의 탁상에 고정걸이를 이용해 설치해 놓으면 된다. 게임은 일본 메이저급 게임업체인 닌텐도사의 게임이며 테니스, 볼링, 육상 등 각종 스포츠 게임과 슈퍼마리오 브라더스, 드래곤볼Z, 닌자 드래곤

등 액션게임도 즐길 수 있다. 게임시간은 1회 6분으로 정해져 있으며 1백원 코인을 하나 더 넣으면 4분씩 늘어난다.

▶ **창업요령**

게임자판기 20대 구매에 500만원이다. 원한다면 12대를 구입해 300만원만 투자할 수도 있다. 수익의 20% 정도가 자릿세로 나간다. 젊은 층들이 많이 오는 커피숍, 음식점, 패스트푸드점에 설치할 수 있으며 업소 당 2~5개정도 설치한다. 장소는 본사에서 물색해주고 있다.

▶ **수익성**

1회 사용에 200원으로 6분간 사용하며 100원 넣을 때마다 4분씩 더 게임을 즐길 수 있도록 돼있다. 하루 대당 1,000원이면 20대의 월 수익은 60만원, 2,000원 정도 나오면 월 120만원 정도이다. 자릿세를 제외하면 월 70~100만원 정도의 수익을 올릴 수 있다.

▶ **짚어보기**

게임자체가 재미없으면 설치에 의미가 없다. 본인이 직접 해보고 게임의 질을 따져본다. 기기마다 팩이 달라 게임의 종류는 매우 다양하다. 다른 게임을 원하면 팩을 바꾸면 된다. 일반 자판기와 달리 물품교체가 필요하지 않고 코인수거만 하면 되므로 많은 시간을 투자하지 않아도 된다(관련업체: 아이디어뱅크 ☎ (02)279-6633).

〈초콜릿자판기〉

▶ **사업소개**

초콜릿이나 사탕, 땅콩, 과자 등 굳것질 거리는 눈에 보이지 않으면 생각나지 않다가도 눈에 보이면 자연스레 입에 침이 도는 식품이다. 식품매장의 계산대에는 으레 초콜릿과 사탕, 껌 등이 소비자의 충동

구매를 원하듯 줄지어 진열돼 있다. 초콜릿은 슈퍼와 간이 판매점에 서나 구입 가능한 것일까. 어릴 때 뽑기 자판기에서 우르르 쏟아지던 땅콩 초콜릿을 고사리 손으로 받쳐내던 기억은 누구나 있을 것이다. 요즘은 뽑기 자판기의 형태라기보다 코인을 넣으면 내용물이 그대로 손에 가득 나오는 자판기다.

초콜릿 자판기는 사람들이 많이 모이는 건물이나 점포 내에 설치하면 사업성이 있는 부업 아이템이다. 내용물은 초콜릿 커피나, 과일용 고사탕 등 10여 종이 있으며 원하는 물품으로 교체 가능하다. 자판기 한 대에 2kg의 내용물이 들어가고 2종류로 넣는다. 코인은 100~500원짜리로 투입기의 조절장치를 이용해 액수를 조절한다.

▶ 창업요령

자판기 한 대의 가격은 95,000원으로 좋은 장소가 많으면 여러 대 구입해 비치해두는 것이 좋다. 자판기 한 대로 한달 생활비를 얻어내는 것은 어렵다. 서울의 경우 본사에서 장소를 물색해준다. 당구장, 노래방, 휴게소, 문방구 앞, 오락실, 구내 매점 등에 설치하며 업소 주인에게 보통 매출액의 20%를 자릿세로 지불한다. 내용물이 꽉 차도록 넣는데 25,000원으로 내용물에 따라 매출액이 조금씩은 차이가 있다. 당구장 같은 곳은 초콜릿, 커피나가 적당하고 학생들이 많은 곳은 과일 맛이 나는 비타민 C제품이 적당하다.

▶ 수익성

커피나는 2kg에 5,800원, 초콜릿은 7,800원, 링고는 5,200원으로 내용물이 다 빠져나가고 남는 금액은 8만원이다. 마진은 50~55%선으로 판매가 잘 되는 곳은 한 달에 한 대로 30만원의 수익을 올릴 수도 있다.

▶ 짚어보기

본사에서는 한 달 동안 자판기를 설치해 두고 지켜본 다음 수익이

별로 없거나 낮을 경우 철수를 시키고 다른 곳을 모색 해준다(관련업체: (주)미성상사 ☎ (02)755-2248).

〈계란후라이자판기〉

▶ 사업소개

적은 자본으로 손쉽게 운영하고 많은 시간을 투자하지 않으려면 부업형 자판기 사업이 적당하다. 커피나 음료 등 일부 자판기의 공급은 이미 포화상태지만 새로운 방식과 품목이 지속적으로 개발 중이다. 올해 최대 수익 사업이었던 스티커 사진 자판기는 좋은 아이템이라면 불황도 거뜰히 이겨낼 수 있음을 보여준 케이스다. 그 외에도 즉석 음식 자판기, 코인비데, 자동 구두광택기, 목욕용품 자판기에 이르기까지 다양하다.

최근에는 간단한 먹거리로 제공되는 달걀을 이용한 자판기가 신종 부업거리로 떠올랐다. 반숙과 완숙으로 나뉘져 기호에 맞춰 즐길 수 있으며 한 번에 210개의 달걀이 보관돼 판매된다. 동전을 넣고 반숙, 완숙 버튼을 누르면 달걀이 나와 깨지면서 익혀지는 과정까지를 눈으로 볼 수 있게 표시램프가 켜진다. 물이나 기름이 첨가되지 않고 프라이되며 컵 아래 케첩이 있어 함께 즐길 수 있다. 자가 예러 기능이 있고 일일 매출에 대한 수계가 표시되어 있으며 일정 온도가 자동으로 유지된다.

▶ 창업요령

자판기 한 대 가격은 399만원이다. 장소는 대부분 임대료 지불보다 월 수익의 일정 비율 수수료 지불형식으로 추가비용 부담은 없는 편이다. 대학식당의 음료 자판기 옆이나 입시학원, 유동인구가 많은 곳, 스포츠 센터, 터미널, 역 내부에 설치하면 좋다.

▶ 수익성

달걀 1개 프라이에 500원 정도로 가격은 장소에 따라 변경시킬 수 있다. 1대만 구입하는 것보다 여러 대 구입하여 목 좋은 곳에 두고 관리하는 것이 일정 수익을 얻을 수 있는 방법이다. 마진율은 50%선으로 대당 수익은 월 100만원 이상도 가능하다.

▶ 짚어보기

자판기 수익 높이기의 요건은 무엇보다 장소 선정에 있다. 대학교 식당 등 젊은이들이 많이 몰려 있거나 오가는 지역에 두는 것이 유리하다.(:관련업체 (주)D.K 벤딩 ☎ (02)565-4800).

〈즉석사진 전화카드 자판기〉

▶ 사업소개

카드가 현금만큼이나 널리 사용되는 것이 요즘 소비풍토다. 단순히 물건을 구입할 때뿐만 아니라 전화를 걸고 버스를 탈 때도 카드를 사용한다. 카드는 그 사용범위가 넓어지면서 판촉용이나 홍보용 수단으로까지 활용되고 있다. 전화카드의 경우 회사이름을 새겨 판촉용이나 증정용으로 나눠주는 사례가 늘고 있고 심지어 결혼식 답례품으로까지 다양하게 이용되고 있다.

IMF시대 유망부업으로 꼽히고 있는 자판기 사업이다. 여러 가지 자판기 아이템 중 그림이나 사진을 넣어 즉석에서 전화카드를 찍어내는 자판기가 나와 관심을 모으고 있다. 즉석사진 전화카드 자판기는 얼굴 사진이 들어가 카드 수요가 늘고 있는데 착안한 것이다. 이용자가 사용 요금만 내면 즉석에서 본인의 사진을 찍어 이를 전화카드에 인쇄해 받을 수 있게 한 장치다. 촬영에서부터 전화카드완성하기까지 걸리는 시간은 90초이다. 81가지 사진틀 및 배경화면을 선택할 수 있

다는 점도 특징이다.

▶ **창업요령**

투자에 필요한 비용은 1,200만원 미만으로 자판기 구입에 따른 비용이 전부다. 자판기는 무인으로 운영되는 포토 매직카드, 매직포커스(전화카드, 스티커겸용)와 운영자가 필요한 팬시포토 발급기의 세 종류이다. 대당 가격은 포토 매직 카드가 990만원, 매직포커스가 1,150만원(부가세 별도)이다. 팬시포토 발급기는 기본사양 1,100만원이다.

입지는 상업지역이 좋다. 청소년이 많이 밀집하는 곳 지하철 역세권 부근, 극장가 등이다. 공원 유원지 등이 좋은 입지다. 일반 자판기와 달리 실내에 설치해야 한다. 극장 로비나 지하철 구내 학교 매점 등 실내를 설치장소로 물색해야 한다. 장소선정은 본사에서 알선해주기도 한다. 일단 설치해서 영업에 들어가면 하루에 두 번 정도는 기계를 관리해주는 것이 좋다. 자판기는 본사에서 6개월간 무상으로 그 이후에는 유상 AS를 해준다.

이 사업의 운영방식은 두 가지다. 무인자판기로 운영할 경우는 좋은 목을 골라 자판기를 설치하고 재료나 잔돈 교환을 위해 하루에 두 번씩 기계를 점검해주면 된다. 사람이 운영하는 팬시포토 발급기(KTCP: Korea Telecom Card Printer)는 사람이 직접 사진을 스캔받아 카드에 출력해 준다. KTCP가 무인자판기와 다른 점은 한꺼번에 여러 장을 출력할 수 있다는 점이다. 50매 내외의 카드를 현장에서 즉석 제작할 수 있다. KTCP는 전화카드뿐만 아니라 일반 PVC나 티셔츠, 뺏지 등에도 출력이 가능할 뿐 아니라 글씨나 도안도 첨가할 수 있다.

이들 작업을 하기 위해선 PC, 칼라 프린터, 프레스기, 디지털 카메라, 출력작업을 수행하는 소프트웨어 등이 필요하다. 이 품목들은 옵션으로 총 210만원에 구입할 수 있다. 컴퓨터를 이용하는 작업이라도

전용소프트웨어가 자동으로 작업을 실행해주므로 컴퓨터에 관한 지식을 없어도 운영이 가능하다. 전화카드 자판기를 구입하려면 본사에 사전 주문해야 하고 주문 후 보름이면 제품을 전달받을 수 있다.

▶ 수익성

자판기에 들어가는 전화카드는 액면가 1,500원짜리 카드다. 여기에 사진을 입힐 필름이 장당 400원이다. 따라서 사진전화카드의 원가는 1,900원이다. 이 카드는 소비자에게 3,000원에 판매된다. 이 카드의 개당 마진은 1,100원이다.

목이 좋은 곳이라면 하루 평균 50장 이상이 팔린다. 주말 판매량은 70~80장 수준으로 잡을 수 있다. 하루에 50장이 팔린다고 가정했을 때 일 수익은 55,000원이다. 따라서 자판기를 통한 한 달 수익은 200만원 가까이 된다.

사람이 운영하는 KTCP는 주문 대량생산이 가능하고 소비자가 사진을 준비해가지 않아도 현장에서 즉석촬영 제작이 가능하므로 판매가를 이보다 더 높일 수 있다.

▶ 짚어보기

이 사업은 무엇보다 입지가 가장 중요하다. 사진전화카드는 팬시 성격이 강한 제품이므로 학생들에게 특히 인기가 높다. 생일이나 기념품 등으로 이용되는 경우가 많으므로 학교주변이나 젊은 유동인구가 많은 쇼핑센터나 지하철 실내구역에 집중 배치하도록 한다. KTCP의 경우 이동이 가능한 자판기 형태이므로 놀이공원이나 이벤트 행사장을 찾아다니며 판매하는 방법을 생각해 볼 수 있다.

기존에 팬시제품이나 포토방을 운영하던 업체에서 부업으로 하는 형태도 추천할만하다. 운영하고 있는 점포 한구석에 작은 공간을 마련해 자판기를 설치하면 매장을 찾는 고객들의 시선을 끌고 부수입도

올리는 일석이조의 효과를 거둘 수 있다.

또한 사진전화카드는 영업사원들의 명함용으로 수요가 급증하고 있다. 이들에게 주문제작을 받아 단골로 만든다면 고정수입을 확보할 수 있다. 사진전화카드 인쇄기는 쿠션이나 티셔츠를 비롯하여 각종 팬시제품에도 출력이 가능하므로 조금만 응용을 한다면 단순한 부업이 아닌 본격적인 사업으로 이끌어 나갈 수 있는 아이템이다(관련업체: 한국통신카드 ☎ (02)3282-3330~3335).

〈축하용품자판기〉

▶ 사업소개

직장인들과 주부들이 부업으로 종종 선택하는 자판기 사업은 성인용품 자판기, 목욕용품 자판기, 농산물 자판기, 구두닦이 자판기, 스타캐릭터 자판기, 열쇠고리 자판기 등이 출시되면서 커피 자판기와 음료수 자판기뿐이던 자판기 시장을 대폭 넓혀 놓았다. 보통 자판기를 구매하는 사람들은 한대씩 구입하기보다 여러 대를 구입해 이윤을 추구한다. 장소 선정이 매우 중요하지만 본사에서 주로 장소를 물색해 주고 있어서 본인이 뛰어 다니며 얻을 필요는 없으며 주위 상권과 상주인구만 잘 분석하면 얼마든지 호응을 얻을 수 있는 사업이다.

축하용품 자판기는 이벤트, 단발성 행사 등이 열리는 특정 건물이나 업소에 비치해 즉시 구입할 수 있도록 한다는 전략상품이다. 물품은 스노우 스프레이, 폭죽, 샴페인 등으로 가격과 크기만 비슷하면 다른 종류의 물품으로 교체해 넣어도 된다. 주로 결혼식장이나 피로연업소, 편의점, 생일파티가 자주 열리는 곳 등에 설치할 수 있으며 그 외에 제과점, 피자집같은 젊은이들이 많이 모이는 곳으로 설치장소를 택하면 좋다.

▶ 창업요령

자판기 구입시 가격과 입점 장소가 어떤 곳이 물망에 올라있는 지 살펴보고 조사해봐야 한다. 수익성이 있는 장소가 여러 군데 있으면 자판기를 여러 대 구입해도 좋지만 무턱대고 20, 30대의 자판기를 구입하는 것은 바람직하지 않다. 축하용품 자판기 1대 가격은 67만 5천 원으로 보통 10대 정도로 구입해 계약한다. 본사는 물품을 원가에 공급해주고 장소를 섭외해 준다. 5~6개월 정도는 지나야 투자금액을 뽑을 수 있다.

▶ 수익성

축하용품의 단가는 1,000원, 1,500원, 2,000원으로 마진은 50%이다. 단가 1000원인 상품의 평균 수익은 개당 500원선으로 하루 15개 판매 시 1대당 월 수익 225,000원으로 자판기 10대를 가지고 있다면 월 220만원의 수익을 올릴 수 있다. 주로 토, 일요일에 판매가 이루어지므로 요일에 따른 판매수가 차이를 보일 수 있다.

▶ 짚어보기

자판기의 모양과 상품의 내용, 위치 등 자판기 수익 여부는 여러 요건에 의해 달라지게 된다. 젊은이들의 생일파티와 결혼식, 회갑연 등이 열리는 때에 주로 판매되므로 주말이 되기 전 미리 자판기를 봐 두는 것이 좋다. 장소를 설치한 후에는 다시 바꾸기 힘들기 때문에 행사가 얼마나 자주 열리는지를 잘 파악하는 것이 중요하다(관련업체: (주)유경테크놀 ☎ (02)578-6811).

〈화장실 전용비서 자판기〉

▶ 사업소개

직장인들의 부업이나 주부들이 간단하게 할 수 있는 부업으로 자판

기 사업이 손꼽히고 있다. 자판기 부업은 소자본으로 시작해 장기간에 걸쳐 꾸준한 수입을 올릴 수 있다는 점에서 가게에 많은 보탬이 될 수 있다. 자판기를 통한 판매는 투자한 후 곧바로 큰 이익을 볼 수 있는 사업이 아니므로 정기적이고 고정된 수익에 만족해야 하는 사업이다. 이웃나라 일본의 경우에는 밴딩머신의 천국이라 불려도 될 만큼 갖가지 물품의 자판기가 즐비하다. 도시락, 죽, 음료 등 각종 아침식사거리가 될 만한 자판기와 스티커 사진 자판기, 자동구두닦이 자판기 등은 국내에서도 널리 확산되어 있다.

화장실 전용비서 자판기는 전원을 사용하지 않는 화장실 설치용 자판기로 스타킹과 3종류의 휴지, 구강제와 생리대 등 6개 품목이 동시에 수용가능한 자판기다. 자판기는 2, 3일에 한 번씩 물품교체와 동전수거를 목적으로 시간을 내어 설치장소에 가야 하는데 10대 미만의 경우에는 1시간도 채 걸리지 않아 부업으로 안성맞춤이다. 그러나 보유한 자판기 수가 많을 때는 부업이 아닌 전업이 되어야 한다.

▶ 창업요령

화장실 전용비서 자판기는 1대 50만원으로 20대를 구입한 경우 1개 대학을 정해 그곳에 20대 전부를 설치할 수 있다. 위치 선정은 본사에서 해주는데 자신이 원하는 곳에 놓을 경우에는 물론 건물주의 허락이나 임대계약이 선행되어야 한다. 학교화장실, 대형빌딩, 병원, 공원 등에 주로 설치한다.

자판기 20대 구입시 물품구입비는 100만원 안팎으로 설치위치가 대학으로 지정된 경우 종합대학의 전 캠퍼스에 설치가 가능하다. 자판기를 설치한 후 일정기간이 지나도 매출이 오르지 않거나 부진할 경우 상권을 다시 파악해 위치 이동을 시킬 수 있다.

▶ 수익성

자판기 내용물품의 단가는 스타킹 1,000원, 휴지 100~300원, 구강제 500원, 생리대 300원 등이다. 마진은 약 40% 선이다. 6개 물품이 수용되는 화장실 전용비서 자판기를 30대 설치한 경우 1일 판매액이 12,000원 일 때 순익은 약 4,800원으로 30대분 일순익은 144,000원, 월 수익은 360만원이 된다. 이 때 장소와 인원수에 따라 20%의 오차가 있다.

▶ 짚어보기

특수 방탄유리로 제조된 자판기 창은 깨지지 않아 도난의 위험이 없으며 장소에 따라 물품내용을 교체해도 된다. 운영자는 자판기 관리를 소홀히 하지 말고 늘 청결과 외관 유지에 힘써야 한다. 외관이 지지분하면 거부감을 주기 때문에 오던 손님도 놓치게 되는 것이다. 2~3개월간 지켜보고 매출이 부진하면 장소를 변경해주도록 한다. 물품교체와 잔돈교환 등 관리에도 계속 신경을 써야 한다(관련업체: (주)에이플러스 365 ☎ (02)569-4433).

〈포토스탬프자판기〉

▶ 아이템 소개

포토스탬프 자판기는 자신의 얼굴사진을 종이 위에 도장처럼 찍을 수 있는 스탬프를 판매하는 것이다. 자판기내부에 카메라가 있어 자신이 원하는 배경을 골라 사진을 찍으면 자기 얼굴이 300dpi(잉크젯 프린터 수준)의 해상도로 새겨진 가로 3.5cm, 세로 4cm 크기의 플라스틱 재질로 된 스탬프가 배출구로 나온다. 물론 배경화면에 원하는 글씨를 새겨 넣을 수도 있다. 포토스탬프의 특징은 사진을 찍고 스탬프가 나오는데 5초밖에 걸리지 않는다는 점과 별도의 잉크가 없어도 200~250회까지는 도장을 찍을 수 있다는 점이다. 스탬프 구조는 인

쇄면 안쪽에 특수 필름이 내장되어 있고 필름 뒤에 잉크가 있는데 이것이 스탬프를 바닥에 대고 누를 때마다 조금씩 분사되게 되어 있다. 따라서 잉크가 마르는 것을 방지하기 위해 외장 뚜껑이 달려있다. TMG사에 따르면 이 스탬프는 200회 가량 반복해 찍을 수 있으며 색상도 초록, 파랑, 분홍 등 6가지 중 한가지를 선택할 수 있다.

▶ 수익성

자판기 가격은 한 대에 1,000만원이다. 스탬프는 소비자 가격으로 1개 3,000원이다. 스탬프 재료 원가는 1,000원으로 개당 마진은 2,000원이다. 하루 평균 30개만 팔아도 월 180만원의 순수익을 올릴 수 있다.

▶ 짚어보기

조사된 바에 따르면 국내 스티커 사진시장 규모는 1,000억원 규모가 넘고 현재 전국에 걸쳐 보급되어 있는 스티커 자판기만도 5,000개에 이를 것으로 추정된다. 소자본 창업자들에게 사진 자판기가 인기 아이템이었음은 말할 것도 없다. 스티커 사진 자판기가 재밌거리에서 시작해 이제는 핸드폰 등에 부착해 분실방지용으로 쓰이기도 하고 친구와의 추억을 간직하는 앨범을 만드는 데도 이용된다.

포토스탬프는 스티커 사진의 인기가 채 가라앉기도 전에 그 후속타로 등장한 것이다. 일본에서는 이미 4~5년 전에 선보인 것으로 스티커 사진과 함께 폭발적 인기를 누렸다. 국내에서도 이러한 현상은 이어져 포토 스탬프는 사진 스티커 열풍을 그대로 이어줄 것이라는 전망이 크다.

또한 포토 스탬프는 단순히 팬시상품 차원이 아니라 영업사원들의 판촉물이나 홍보물로 활용되거나 연예인들이 사인 대신 포토 스탬프를 날인하는 모습까지 예견돼 관련 시장은 더욱 커질 것으로 예상된다.

〈우동자판기〉

▶ 제품소개

우동도 자판기 시대. 우동 자판기가 라면 자판기와 다른 점은 자판기 기계 안에서 완성된 우동 한 그릇이 나온다는 점이다. 라면자판기는 동전을 넣고 제품을 꺼낸 이후의 과정, 다시 말해 포장을 풀고 뚜껑을 열어 뜨거운 물을 붓는 과정은 사람 손을 거쳐야 한다. 그러나 우동자판기는 기계 안에서 물을 붓고 면을 데우는 것까지 모두 해결되 나온다는 것이 특징이다. 현재 우동 자판기에서 서비스되는 메뉴는 우동 한가지이며 매운맛, 담백한 맛 등을 조절할 수 있는 기능을 갖추고 있다. 자판기용 우동은 진공포장된 생면으로 스프가 동전 투입 후 자동으로 절개되어 요리되기까지 30초면 된다.

▶ 창업요령

우동자판기 사업은 사업장 없이 자판기만 설치해서 수익을 낼 수 있고 아예 본사와 대리점 계약을 맺어 지역 영업에 대한 독점권을 딸 수도 있다. 이 경우는 점포 없이 자판기설치만으로 사업이 가능하다. 자판기 가격은 대당 495만원. 자판기 설치에 좋은 곳은 학원, 병원, 공공기관 매점, 학교 매점, 대형상가, 스포츠센터, 위락단지, 중대형 빌딩, 구치소 등 사람이 많이 모이는 곳이면 어디든 무방하다. 대리점 사업을 하려면 점포 임대료를 제외하고 자판기 구입 자금으로 1,000만원 가량 준비해야 한다.

▶ 수익성

자판기 운영사업을 하는 경우라면 이때 마진율은 50%이다. 자판기용 우동은 입지에 따라 차이가 있으나 1,500원 내외 가격으로 판매된다. 대리점을 통해 구입하는 우동 한 그릇의 원가는 800원이다. 자판

기 1대에 70그릇이 들어가고 A급 목이라면 일평균 판매량을 50그릇으로 볼 수 있다. 이때 월수익은 100만원 수준이다.

대리점 사업의 경우 자판기를 본사에서 350~420만원에 구입해 개인사업자들에게 팔아서 수익을 올린다. 자판기를 10대 정도 팔았다면 그 이후는 면 판매만으로도 일정수익이 보장된다. 대리점은 본사에서 개당 650원에 면을 구입해 개인사업자에게 800원에 팔고 있다(관련업체: (주)흰돌 ☎ (02)529-7771).

〈노래방용 스티커자판기〉

▶ 제품소개

노래방이나 단란주점에서 스티커 사진을 찍을 수 있게 됐다. 노래방 전문 스티커 사진기의 등장으로 노래방 기념품이 하나 더 늘어나게 된 것이다. 이제까지 노래방용 기념품이라곤 자신의 음성이 녹음된 마그네틱 테잎이 고작이었다. 그러나 노래방 전용 스티커 사진기가 등장하면서 노래방 문화의 또 다른 풍경을 자아내고 있다. 여기서 찍는 스티커 사진은 시중에서 유통되는 일반 자판기 사진과 같은 2,000원이다. 현재 시중에 보급된 노래방용 자판기는 모두 국산품이다.

▶ 상품가격

업체와 상품의 기능에 따라 400만원에서 700만원 수준까지 있다.

▶ 대리점으로 창업하려면

노래방용 스티커 자판기는 무점포 창업 아이템으로도 가능하다. 투자비는 대략 1,000만원대이다. 마진은 대당 100만원 미만 수준이다.

▶ 짚어보기

하나 둘 정보통신의 경우 제품 가격차이는 시스템 사양 때문이다.

컴퓨터 프린터용 자판기는 가격이 싼 편이지만 화질이 떨어지는 반면 열전사 방식 자판기는 화질은 좋지만 용지대가 비싸 운영상마진이 컴퓨터 프린터용에 비해 낮은 편이다. 자판기를 대리점 사업으로 전개할 경우 노래방 업주와 한달 정도 계약을 맺고 기계를 임대해 주어 그로부터 나오는 수익이 어느 정도인지 확인시켜주는 것이 효과적이다. 이때 노래방 점주에게 자판기 수익의 일정부분(5:5가 많음)을 지불하므로 설치상에 따른 어려움을 별로 없다. 다만 점주가 임대만을 고집할 경우도 있으므로 초기 계약때 임대에 대한 기간을 설정해두는 것이 좋다. 대리점 사업자들에 따르면 임대기간은 한 달 정도가 무난하다고 한다.

〈신발 살균 탈취 박사자판기〉

▶ 사업내용

선진국으로 갈수록 청결 산업은 호황을 누린다. 국내에도 생활수준이 높아지면서 청소대행업, 소독 및 살균 사업 등 청결 관련 사업이 IMF상황 속에서도 고속 성장을 계속하고 있다. 최근에 등장하고 있는 청결산업의 특징은 갈수록 고객층을 특화시켜 세분화된다는 것이다. 호텔 클리닝보다는 특정 품목이나 용도에 한정시켜 소독을 하거나 청소를 해주는 사업이 인기다. 신발살균 탈취 박사 사업은 대표적인 송곳형 청결 사업의 하나다.

지금까지 신발은 청결 사각지대라고 해도 과언이 아닐 정도였다. 운동화 등 천으로 된 신발은 빨아서 신을 수 있지만 가죽이나 세무 등 특수 재질로 된 신발은 걸만 청소할 뿐 내부 소독은 거의 하지 않고 몇 년 동안 신는 경우가 많다. 신발 살균 탈취 박사는 기계에서 오전을 발생시켜 신발을 소독 살균하며 냄새를 없애주는 사업이다. 고소득층이나 깔끔한 숙녀는 물론 무좀 등으로 고생하는 사람들에게

환영받을 수 있는 사업이다.

▶ 사업 요령

신발 살균 탈취 박사는 산테크라는 일본의 중소기업 제조업체가 개발한 신제품으로 특허를 획득한 제품이다. 일반 가정용과 코인형 자판기 두 종류가 있으며 기계 형태에 따라서 사업 방법도 달라진다.

- 가정용 신발 살균탈취 기계 판매업

가정용으로 개발된 신발 살균 탈취 기계를 일반 가정 고객을 대상으로 판매하는 사업이다. 일반 가정용의 경우 신발을 벗을 수 있는 작은 크기의 기계인데 신발 소독 용도뿐만 아니라 공기 정화기능까지 갖고 있다. 신발을 소독하지 않을 때는 전기를 켜두면 기계에서 오존이 발생, 공기를 정화시키는 기능은 물론 삼림욕을 하는 효과까지 얻을 수 있어 다용도로 사용할 수 있다. 기계 가격은 일본가격으로는 24,500 엔, 우리 돈으로 환산하면 27만원 정도다. 개인판매 대리점주는 사업장 없이 방문이나 연고 판매, 카다로그 판매를 할 수 있다.

본사에서 기계 두 세대를 구입해 판매 활동을 하면 된다. 본사에서 공급받는 기계 가격은 약 19만원선이다. 마진은 상당히 높은 편이다. 상류층 고객을 타겟으로 방문 영업을 적극 펼치는 것이 좋고 일단 판매가 이루어지면 입소문으로 고객이 연결될 것을 기대할 수 있다. 고급 음식점 등도 고객 서비스 차원에서 기계를 구입, 고객들에게 무료 서비스를 하도록 홍보한다면 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이다. 초기부터 판매를 권유할 수 없으므로 시험용 기계를 구입, 몇 일간 무료로 사용해보고 구입 결정을 할 수 있도록 하는 것이 좋다.

- 2-2 코인형 자판기 운영

관공서나 공공장소 등 유동인구가 많은 지역에 자판기를 설치해서

운영하는 사업이다. 기계 위에 신발은 걸쳐두면 오존이 발생해 살균 소독과 탈취를 하게 된다. 일본에서는 1회 이용가격이 100엔이다. 우리나라는 500원 짜리 주화를 투입하게 할 예정이다. 소독 시간은 7~8분 가량이다. 신발 살균 탈취 자판기의 가격은 50만원이다. 리필이 필요 없으므로 한 번 설치하면 전기를 이용해 영구적으로 사용할 수 있고(전기료는 월 1,000원 가량) 마진은 100%다. 매출액에서 장소비만 빼면 순수입이다([문의] B&S KOREA ☎ (02)699-5919).

〈팝콘자판기〉

▶ 아이템 소개

전자렌지용 팝콘에 이어 팝콘 자판기가 등장했다. 팝콘 자판기는 동전을 넣으면 500cc 크기의 종이컵에 따끈따끈한 팝콘이 가득 담겨져 나오는 것. 국내에서 제조한 것으로 대당 가격은 220만원(부가세 포함)이다. 평균적으로 1일 1회씩 컵과 팝콘을 채워 넣어주는 것을 제외하면 별로 신경 쓸 것이 없다. 팝콘은 완전 조리된 상태로 공급되는데 이것이 컵으로 쏟아지기 직전 한 번 데워져 나오므로 이용자는 막 볶아낸 듯한 팝콘을 먹을 수 있다. 팝콘재료는 기계를 구입한 곳에서 함께 취급하고 있다.

설치장소로 중심상권가의 대형 커피숍, 대학가주변, 극장이 A급 입지라 할 수 있다. 이 외에도 중·고등학교 부근, 비디오방, 공원, 노래방, 오락실, 탁구장, 편의점, 매점, 당구장, 볼링장 등 젊은이들이 많이 모이는 곳이면 어디나 좋다.

▶ 수익성

팝콘 한 컵당 소비자 가격은 입지에 따라 다르지만 대략 300~500원이다. 하루에 1백 컵을 판다면 일 매출 5만원이다. 여기에 자판기

설치에 따른 자리값으로 통상 매출의 20%가 나간다. 500원짜리 팝콘 한 컵에 들어가는 원가는 120원(팝콘값+컵값)이다. 계산대로라면 하루 순수익은 약 28,000원이고, 한 달이면 대당 80만원을 웃도는 수익을 기대할 수 있다. 전기료는 한 달에 1만원이면 충분하다.

▶ **체인점으로 운영할 경우**

이 사업은 지역 독점 영업권이 있는 체인점 형태로도 사업이 가능하다. 체인점 개설 조건은 자판기를 10대 이상 구입하는 것이다. 자판기는 한꺼번에 구입하는 것이 아니라 대당 30만원씩 계약금을 걸고 사전에 제작주문을 해야 한다. 이 계약금은 체인점주가 자판기를 인수할 때 환불받는다. 사전에 주문한 자판기를 다 구입하지 않을 경우엔 계약금의 50%만 환불해준다.

서울의 경우 구당 한 개의 체인점을 개설해주는데 체인점에게는 그 지역내 자판기 판매에 내용물 공급에 따른 수익이 보장된다. 30대 정도의 자판기를 운영하면 내용물 공급 이익만 월 150만원대에 이른다(관련 업체: 남양기업(주) ☎ (0345)485-0048).

附錄 V. 資本이 넉넉한 老人階層이 挑戰해 볼만한 店鋪型 事業

<디저트 카페>

▶ 사업소개

여성들은 가벼운 음식을 즐기는 경향이 강하다. 남자들이 보면 음식을 가지고 장난친다는 느낌이 들 정도로 분위기있는 카페를 찾아 소량의 음식물을 천천히 먹으며 수다를 떠다. 이런 여성들을 겨냥해 색다르게 도전해 볼만한 사업이 바로 디저트 카페다. 디저트 카페는 유명 호텔이나 음식점 등에서 디저트로 나오는 음식을 음료와 함께 주식으로 판매하는 곳이다. 특이한 향취의 아이스크림이나 죽종류, 과일류, 데코레이션을 한 쿠키류 등이 주메뉴다. 음료성격이 강한 디저트는 독립메뉴로 주문할 수 있으며 음료가 필요한 디저트에는 음료를 첨가해야 한다. 일식집에서 회를 먹을 때 따라나오는 짬뽕밥이나 연어알초밥, 튀김류도 디저트에 포함될 수 있다. 물론 중국집의 꽃빵 역시 동양식 디저트가 될 것이다.

대부분의 유명음식점에서 나오는 디저트는 여성 취향의 음식이 많은 편이며 디저트라는 특성 때문에 상큼한 맛과 저 칼로리가 특징이라는 점에 착안, 여성 고객을 끌어 모으려는 카페라고 보면 된다. 특히 젊은 여성들에게 인기가 있다면 남성 고객을 끌어 모으기는 아주 쉽다. 젊을수록 만남의 장소에 대한 선택권을 여성들이 주도하기 때문이다.

▶ 창업요령

가장 중요한 사업 준비는 가급적이면 각국의 다양한 디저트에 대한 자료조사를 하고 그 내용을 매뉴얼화 하는 것이다. 이 과정에서 요리

실력이 뛰어난 사람의 협조가 필요하다. 내용이 특이하고 맛이 좋아야 사업에 성공할 수 있다. 구체적인 창업 요령은 기존 카페를 인수해, 간판을 바꾸어 다는 방법이 가장 현실적이다. 최근에는 목이 좋은 상가에도 장사가 안돼 싼 매물로 나온 점포들이 많으므로 이런 점포들을 잡아서 실내 분위기를 약간 바꾸고 간판을 바꾸어 달아 운영하는 것이 투자비를 절약하는 방법이다.

점포 목은 여대 앞이나 패션거리 등 젊은 여성들의 유동이 많은 곳이 좋으며 테라스를 설치한 1층 점포나 1, 2층 점포, 또는 2층 점포도 적당하다. 점포 면적은 별로 중요하지 않다. 본인의 자금수준에 맞춰서 얻으면 된다.

▶ 사업 성공요령

홍보와 입소문, 그리고 매스컴 플레이가 중요하다. 잡지나 신문 등의 맛집, 가 볼만한 곳 담당자들에게 초청장과 함께 보도자료를 보낸다. 주기적으로 각 나라별 디저트 관련 정보를 기자들에게 제공, 홍보가 되도록 하며 실제로 점포 매장에서도 주기적으로 오리엔탈 시즌, 유럽시즌 등 지역별 테마나 식자재별 테마를 잡아서 다양한 디저트를 맛볼 수 있는 기회를 만들어 주도록 한다.

이렇게 언론에 어느 정도 홍보가 되면 사업 성공에 큰 도움이 된다. 언론홍보와 함께 인근 유동인구 층에게 점포를 홍보하는 일도 게을리 해서는 안된다. 상가 입구쪽의 손님들에게 홍보전단을 나눠준다든지, 당일에 이용할 수 있는 할인티켓을 나눠주는 일, 또 값싸고 예쁜 접시를 파격적인 가격으로 대량 구입해 음식을 먹은 사람들이 자신이 먹은 접시를 가져갈 수 있도록 해주는 행사를 벌이는 것도 여성고객을 많이 끌어들이는 데 도움이 된다.

한편 음식의 가격은 다양하게 설정해 비싼 것부터 값싼 것까지 폭

넓게 선택할 수 있는 기회를 주는 것이 좋다. 싼 메뉴도 많이 개발해야겠지만 모듬이나 특별한 디저트 모음같이 객단가를 높일 수 있는 메뉴는 반드시 개발하도록 한다. 회원제를 도입, 고객들에게 회원 카드를 만들어주고 일정 매출을 올릴 경우 연인과 함께 무료 초청행사를 벌이는가 하면 우수 고객에게는 새 메뉴 개발에 대한 시식권 제공 같은 초청장을 발부, 지속적인 단골로 만들어 가도록 한다. 1호점 운영에 성공하면 그 운영 매뉴얼을 그대로 적용해 프랜차이즈 사업에 뛰어들 수 있다.

▶ 해외 사례

도쿄 시부야에는 500엔부터 가격이 매겨진 동양권의 디저트 음식을 파는 디저트 컴퍼니를 비롯하여 디저트 음식을 전문으로 파는 카페가 여러 개 있는데 대부분 주고객의 80% 이상이 여성들이며 건강과 다이어트에 좋은 메뉴로 인기를 끌고 있다. 일반인들에게 생소하면서도 건강식품이 주종이며 알코올이 들어있는 디저트도 판매하고 있다. 이런 디저트 카페는 홍콩 등지에서도 여성들에게 인기를 얻는 테마 레스토랑이다.

<테이블 스쿼시 연습장>

▶ 사업소개

운동량이 부족한 현대인을 위한 여러 가지 레포츠 사업이 등장해 왔다. 실내골프장, 투구연습장, 실내 암벽 등반장 등은 모두 레저와 스포츠를 결합해 성공한 레포츠 사업이다. 테이블 스쿼시는 유명 레포츠의 계보를 잇는 차세대 레저사업이다. 스쿼시와 탁구의 장점을 혼합한 신세대 취향의 신종 레포츠다. 스쿼시나 테니스 탁구는 넓은 장소를 필요로 하기 때문에 스포츠 전문빌딩이나 전용코트가 없는 곳에선 즐기기가 힘들었다.

반면 테이블 스쿼시는 좁은 공간(2m×3m)만 있으면 언제 어디서나 운동이 가능하지만 운동양은 스쿼시 못지 않게 많다. 또, 전용코트가 아니어도 사무실이나 학교의 휴게실 혹은 가정에서 테이블만 설치해 놓으면 언제든지 운동할 수 있고 사용하지 않을 때는 접어들 수 있도록 설계됐다. 테이블 스쿼시 시설은 백보드(120cm×120cm)와 미니코트의 반동판(120cm×160cm)로 구성돼 있으며 라켓과 볼이 필요하다. 볼은 탁구공을 사용하고 라켓은 탁구라켓보다 헤드가 조금 더 크고 손잡이가 10cm가량 더 길다.

경기는 바닥판에 먼저 맞히고 탁구대에 튀긴 공을 상대방이 같은 방법으로 번갈아 치면서 진행된다. 복식은 공격자가 먼저 다섯 차례의 서브권을 가지며 총 3세트 경기를 펼치게 된다. 탁구와 마찬가지로 21점을 선취하는 세트득실을 따져 3전 2선승제로 운영된다. 단식·복식은 물론 파트너 없이 혼자서도 가능하다.

▶ **창업요령**

기준 점포평수는 30평이다. 스쿼시 테이블은 개당 35만원이고 설비비를 포함한 인테리어비가 평당 60~65만원 수준이다. 30평에 6대를 설치하고 나머지 5평 정도를 휴게실로 꾸민다면 투자비는 2천만원선이다. 여기에 가맹비와 개발비로 200만원이 더 소요되므로 예상투자비는 2천2백만원이다. 입지는 초·중·고 대학가 근처나, 사무실 밀집가, 아파트 단지 등이 유망하다. 테이블 스쿼시장을 운영하려면 기본기 정도는 배워두어야 한다. 본사는 가맹점주들에게 15~20일에 걸쳐 동작 및 게임하는 방법을 가르쳐준다.

▶ **수익성**

마진율은 90%이다. 초기 설치비를 제외하면 추가 비용이 거의 들어가지 않는 셈이다. 이용료는 10분당 1천원, 한시간에 5천원을 받는다.

본사가 밝히는 월평균 매출액은 700만원 수준이다. 부부가 운영한다면 직원을 따로 쓰지 않아도 된다.

▶ 짚어보기

테이블 스쿼시는 남녀노소가 즐길 수 있는 운동이다. 고객 층이 그만큼 넓다는 얘기다. 따라서 어떤 입지에 들어가느냐와 그 지역에서 겨냥할 고객층을 먼저 분석할 필요가 있다.

사무실 밀집가나 대학가 부근에서라면 건강보다는 오락성을 살린 운영이 필요하다. 고객이 휴식공간으로 또 여가시간을 활용할 수 있도록 점포를 꾸미고 이들이 재미있게 게임을 즐길 수 있도록 이벤트나 경품행사를 마련해보는 것도 좋다. 아파트 밀집가나 주택가에서 여성층이나 어린이를 겨냥한다면 건강면이 강조되어야 한다. 테이블 스쿼시 교실을 열어 회원을 모집하고 회원간의 친목을 도모할 수 있는 분위기를 조성한다면 단골확보에 유리할 것이다. 이 때는 쾌적한 공간을 만들어 자칫 게임장과 같은 인상을 심어주지 않도록 해야겠다.

<코인골프방>

골프하면 돈 많고 시간 많은 부유층이나 전문 골퍼의 전유물로 여겨졌지만 박세리 선수가 명성을 떨치면서 중산층 사이에서는 친숙한 스포츠로 자리잡고 있다.

그러나 막상 골프를 생활 속에서 즐기기에 여건을 만들기가 만만치 않다. 우선 장비를 어느 정도 갖추어야 하는 데다 골프를 칠 수 있는 공간을 찾아 야외로 나가야한다. 골프의 대중화 바람이 불면서 실내골프장이나 간이골프장이 동네 주변에 생기긴 했지만 그럼에도 불구하고 이 같은 상황을 고려하면 골프란 여전히 '돈 많이 드는' 레저임에는 틀림없는 것 같다.

그런데 최근 ‘방’타입의 골프장이 등장해 저렴한 가격에 사무실이나 동네에서 골프를 즐길 수 있게 됐다. 골프방은 500원짜리 주화를 투입하면 퍼팅과 어프로치 게임을 할 수 곳이다. 쉽게 말해 노래방 실내야구연습장 등을 연상하면 된다. 예를 들어, 자판기 형태로 된 골프 퍼팅기에 500원 주화를 투입하면 한 번에 10~15개의 볼이 자동적으로 공급되면서 게임을 즐길 수 있다. 게임당 3~5분이 소요되며 정해진 볼 중 2~5개를 홀에 넣으면 보너스게임도 제공된다. 게임종류는 총 12가지인데 퍼팅뿐만 아니라 어프로치나 풀 스윙도 할 수 있다.

퍼팅게임을 즐기는 방식은 2가지가 있다. 500원짜리 동전을 넣어 자동과 수동 버튼 중 하나를 선택한다. 무인자동방식은 볼이 홀컵에 들어갈 때마다 그린 경사면 각도가 내장된 프로그램에 따라 자동으로 변한다. 수동방식은 이용자가 모든 그린경사를 임의로 설정할 수 있어 반복 연습이 가능하다. 코인골프방은 신고만으로 가능한 스포츠시설로 분류돼 장소에 구애받지 않고 남녀노소 누구나 싸게 이용할 수 있는 것이 장점이다. 주 수요층은 골프를 배우려는 어린이, 주부, 직장인 등이다.

▶ 창업요령

점포평수는 실평수 15평 이상이지만 제대로 하려면 25~30평 규모의 사업장을 갖추는 것이 좋다. 코인 골프방의 주요 고객은 20~30대 초반이므로 입지는 젊은 층이 많이 모이는 지역인 사무실밀집가나 유흥가, 오피스텔 밀집가, 대학가 앞 등이나 아파트 단지 밀집지가 좋다. 코인골프방의 어린이들부터 노인층까지 넓은 편이다. 점포는 1층보다 지하나 지상이 낫다.

투자비는 골프기계값 대당 200만원인데, 20평 실내면 8대 정도를 설치할 수 있다. 따라서 기계구입가 1,600백만원, 인테리어비 1천만원(평당 50만원선)으로 총 2,600만원이다. 골프채와 공은 기계구입가에 모두 포함되

어 있다. 표준 점포인 30평형은 총 3,500만원의 투자비가 든다.

▶ 수익성

회원제로 운영할 경우 하루 1시간씩 이용할 수가 있는데 월 8만원 정도를 받는다. 정기 회원을 받으려면 레슨 강사를 두거나 주인이 직접 골프를 배워 교습 능력을 가지는 것이 좋다.

코인형으로 퍼팅연습기를 이용할 경우 500원 전화를 넣으면 10개 정도의 공을 칠 수 있다. 폴스윙의 경우 30~50개씩 공이 든 한 바구니당 3천원 정도 받는다. 골프방은 혼자서 찾기보다는 2~3인이 함께와 게임형식으로 즐기는 경우가 많다. 이때 이들이 쓰는 비용은 1만원 수준이다. 본사가 밝히는 해당 월 예상 수입은 60~70만원선이다. 8대를 운영할 경우 월매출을 480만~560만원까지 기대할 수 있다. 매출에서 점포 임대료, 관리비, 본사에 매월 A/S비용으로 지급하는 10만원을 제외한 나머지 금액은 모두 순수익이 된다.

▶ 짚어보기

이 사업은 특히 입지가 중요하다. 골프방이 운동으로의 효과 못지않게 젊은 남성들에게 오락성 게임으로도 인기를 모으고 있다. 따라서 사무실 밀집가나 대학가 등지에 자리잡는 것이 유리하다. 여기에 30평 이상 공간을 갖추고 엘리베이터가 작동되는 건물이면 5층까지도 무방하다. 혹은 이들이 많이 이용하는 호프집 탁구장 당구장 등을 운영하는 사업자가 점포 한쪽에 골프 기계를 설치하고 겸업이나 부대수익형 사업으로 활용하는 방안도 있다.

점포가 30평 이상 넓은 편이라면 음료나 컵라면 자판기를 설치해 휴식공간을 꾸미거나 스윙연습을 할 수 있는 공간을 확보하는 것도 매출을 올리는데 도움이 될 것이다. 오락 목적이 아니라 골프를 배우기 위하여 온 고객이 많다면 이들을 겨냥해 골프교실을 운영하는 것

도 단골을 확보하는 전략이 될 수 있다.

〈노인전용 게임방〉

▶ 사업내용

의학의 발달로 점차 고령화사회가 돼가면서 실버사업은 21세기형 유망사업으로 꼽히고 있다. 여러 가지 실버사업이 있을 수 있지만 노인들이 여가시간을 활용할 수 있는 사업은 특히 해 볼만하다. 또 앞으로는 고학력 노령자가 점차 많아지게 되므로 여가사업도 이런 추세에 발맞춰야 하는 법이다. 노인전용 게임방은 바둑, 장기에서부터 컴퓨터게임까지 즐기는 미래형 노인정 정도로 생각하면 된다.

▶ 창업요령

아파트단지 내에는 대부분 노인정이 있으므로 이런 곳보다는 단독주택이 많은 주택밀집지역이 적합하다. 갈곳이 없어 대문 앞에 앉아 별이나 쪼이면서 시간을 보내는 노인들이 많기 때문이다. 점포규모는 20평 내외가 적합하고 노인들이 이용하기 편하도록 지하나 2층 이상은 피하는 게 좋다. 바둑이나 장기를 둘 수 있는 몇 개의 테이블과 의자를 한쪽에 설치하고 다른 한쪽에는 컴퓨터 게임기 몇 대를 두면 된다. 테이블과 바둑판, 바둑알, 의자 네 개를 한 조로 하는 세트의 가격은 18만원 수준이다. 컴퓨터게임기는 처음에는 한 두 대만 놓고하다가 점차 늘려가는 것이 바람직하다. 인테리어는 요란하지 않게 하고 굳이 전통적인 분위기로 꾸밀 필요는 없다. 노인용 게임방은 노인들이 편안히 즐길 수 있도록 마루형의 쉼 공간을 마련해주거나 테이블과 의자를 없애고 전체를 마루형으로 만드는 것도 좋다.

▶ 수익성

노인전용 게임방은 바둑과 장기 등만 이용할 수 있는 입장료를 받

고 컴퓨터 게임은 코인형으로 운영하면 된다. 입장료를 받을 경우는 대략 4,000~7,000원 정도로 입장료 5,000원에 하루 20명 정도가 입장한다면 입장료만으로도 일매출이 10만원대를 유지할 수 있다.

▶ 짚어보기

노인전용 게임방에서 컴퓨터게임기로 매출을 올리려면 사용법을 가르쳐줄 만한 사람이 한 명쯤 매장에 있어야 한다. 그렇지 않고 게임기를 놀리면 기원정도의 수준에 그칠 수도 있기 때문이다.

<간이 탁아방>

▶ 사업소개

예전에는 자녀를 웬만큼 키워놓기 전에는 문화생활은커녕 외출 한번 제대로 해보지 못한 어머니들이 많았다. 문화수준이 향상되면서 주부들은 이제 집안에만 있지 않는다. 이제는 세련된 미시족이 아니라고 해도 극장이나 기타 공연을 즐길 줄 아는 주부들은 많다. 그밖에 쇼핑도 주부들의 빼놓을 수 없는 취미생활로 자리잡고 있다.

이처럼 외출이 잦아진 주부들을 위한 서비스업으로 등장하는 것이 바로 간이 탁아방이다. 간이탁아방은 특히 극장이나 쇼핑센터 등 주부들이 여가도 즐기면서 볼일도 볼 때 아이를 잠시 맡길 수 있는 놀이방이다. 집 근처에 있는 놀이방과는 달리 시내한가운데 자리잡고 있기 때문에 필요한 한, 두 시간만 이용할 수 있어 편리하다.

▶ 창업요령

간이탁아방은 집근처 놀이방처럼 큰 규모로 차릴 필요가 없이 20평 정도면 충분하다. 하루종일 아이를 돌보는 곳이 아니기 때문에 잠깐 동안 아이의 관심을 끌 공간만 마련하면 되기 때문이다. 실내 인테리어는 놀이방의 바닥에 깔아놓는 스티로폼 바닥깔개를 깔고 몇 개의

아이들용 탁자, 취침용 공간을 만들어 놓으면 된다.

대형 공연장이나 극장, 쇼핑센터에서 가깝기만 하면 어떤 건물이든 상관없다. 아이들은 실내에서만 단 몇 시간을 지내므로 층수나 주변 환경도 큰 문제가 되지 않는다. 내부는 놀이방, 학습방, 취침방 등으로 나누거나 전체를 실내놀이터로 꾸밀 수도 있다. 학습방에는 그림 책을 놓거나 비디오를 설치해 아이들이 좋아하는 만화를 방영해주면 한, 두 시간을 쉽게 돌볼 수 있다.

▶ 수익성

간이 탁아방은 시간제로 이용요금을 받는다. 시간당 5,000원 정도로 잡으면 하루 10명 정도만 관리해도 일매출 5만원이다. 이 중에서 아이들 간식비와 임대료 정도를 제외하면 순수익이 나온다. 반응이 좋아 더 많은 아이들을 관리할 수 있게 된다면 아이들을 돌볼 사람을 써야 하는데 이때는 인건비를 빼고도 순수익이 매출의 30% 이상이 될 때 고려할 문제다.

▶ 짚어보기

현재 국립극장과 같은 대형공연장이나 국립현대미술관, 일부 극장에서조차 자체적으로 탁아시설을 운영하는 곳도 있지만 탁아시설이라고 하기에는 부족한 점이 많은 편이다. 국립극장은 대극장 공연이 있을 때만 탁아방을 개방하고 현대미술관의 경우는 탁아시설이기보다는 엄마와 아이가 함께 쉬는 휴게실 수준일 뿐이다.

<결혼상담소>

▶ 사업소개

중매를 잘 서면 술이 석 잔이라고 했다. 인륜지대사를 성사시키는 만큼 예전부터 중개료가 만만치 않은 것이 바로 결혼중매업이다. 일

부 상류사회에서는 속칭 ‘뚜마담’이라고는 불리는 전문 중매쟁이들의 커미션은 웬만한 월급장이 한달 봉급을 훨씬 넘어가는 액수이다. 일반 서민들이 뚜마담 대신 이용하는 곳이 있다. 결혼상담소가 그것이다. 결혼상담소는 결혼을 목적으로 한 미혼 남녀를 회원으로 확보 서로에게 맞는 상대자를 연결시켜주는 일을 한다. 회원 연령층은 20대에서 40~50대까지 다양하다. 서로 모르는 사람을 연결시켜주는 일을 하기 때문에 신분보장이 확실하고 경제력 및 학력, 인품 등이 일정 수준 이상인 사람을 우선적으로 가입시킨다.

이 사업은 인간에 대한 신뢰를 바탕으로 하는 사업이기 때문에 사업을 시작하는데도 몇 가지 허가조건이 필요하다. 또 이 분야에 경험과 인맥이 풍부해야만 창업 리스크를 최소화할 수 있다.

▶ 창업요령

먼저 구청 사회복지과에 허가를 받아야 한다. 허가조건은 사무실 면적이 실평수 10평 이상이다. 사무실 안에 상담실이 별도로 마련되어야 한다. 건물 용도는 근린생활용도에서만 가능하다. 이상의 조건이 갖추어졌으면 사업장 평면도, 임대계약서, 요금산출계산서를 제출해야 한다. 요금산출계산서는 구청에 비치된 양식을 이용하면 된다. 계산서에 1년에 몇 번 이상을 소개시켜준다는 조건하에 얼마를 받겠다는 식의 요금체계를 밝히도록 되어 있다. 구청은 사업자가 책정한 금액을 타 업소와 비교해 조정한 후 최종 인가를 내준다. 구청에서 허가가 난 후 영업신고증이 발급되면 세무서에서 서비스업으로 사업자 등록증을 내면 된다.

첫 걸음부터 시작하기 버거운 사람이라면 기존 사업장을 인수하는 방법도 고려해볼 수 있다. 결혼상담업계는 소식이 빠른 곳 중 하나다. 몇 군데만 연락해 보면 매물이 나왔다는 사실은 금방 알 수 있다. 인

수할 상담소가 회원보유 정도에 따라 권리금이 조정된다. 보통 5년 이상 운영한 곳이라면 20~40대까지 연령대별로 회원분포가 골고루 이루어져 있다. 이 경우 권리금은 1,000~2,000만원 정도로 예상할 수 있다. 여기에 사무실을 그대로 인수한다고 하면 인테리어비용으로 1,000만원 정도를 더 투자해야 할 듯하다. 최소 투자비로 3,000만원은 확보하는 것이 좋다. 여유있는 운영을 하려면 4000~5,000만원은 확보하고 시작하는 것이 좋다. 시설비는 20평 기준으로 할 때 1,000만원은 든다. 기본적으로 갖추어야 할 것은 전화, 책상, 상담실용 소파 등이다.

▶ 수익성

회비는 크게 두 가지 형태이다. 연회비만 받는 경우와 연회비와 사례비를 나눠서 받는 경우다. 전자의 경우는 연회비가 40~50만원씩 고가의 비용이 청구되고 연회비 20만원 수준으로 낮아지는 경우는 성사가 됐을 때 사례비로 100~150만원 가량 요구한다. 처음 시작할 때는 직원없이 혼자서 혹은 부부가 하는 경우도 있다. 초보라면 투자비 부담을 줄이고 소규모로 사업하고 있는 곳에 더부살이형으로 시작하는 것도 고려해 볼만하다. 이때는 사무실 운영비 중 일부를 부담하고 자신이 모집한 회원에 대해서만 수익을 챙기는 방식으로 운영된다.

▶ 짚어보기

결혼상담소의 초대관건은 회원확보이다. 그러기 위해선 홍보가 따라줘야 한다. 업계에 따르면 월 평균 홍보비로 200~300만원 가량을 쓴다고 한다. 신문광고를 많이 이용하는 편이다. 결혼상담소 창업예정자는 가급적이면 결혼적령기에 든 지인이 많은 상태에서 시작하는 것이 유리하다. 정상적인 운영이 가능하려면 최소한 3년 정도 홍보에 주력해 회원을 모집해야 한다.

결혼상담소는 인맥과 사람관리만 제대로 되면 이 기술 없이 짹짹한

수익을 올릴 수 있으나 이 역시 IMF 한파를 타고 있는 편이다. 직장을 잃은 젊은이들에겐 결혼조차 허락되지 않은 탓에 전반적으로 회원수가 줄어든 것이다. 업계관계자들에 따르면 향후 2년 정도는 하락세를 감수해야 할 것으로 보인다.

〈물품보관소〉

▶ 사업소개

지하철역이나 도서관 등 많은 사람들이 오가는 곳에는 으레 물품보관함이 놓여져 있다. 1천원 정도의 비용으로 무거운 짐을 잠시 혹은 하루 이틀 정도 맡기기에 안성맞춤이다. 이런 물품보관함은 지키는 사람은 없어도 늘 빈곳이 없을 정도로 이용률이 높은 편이다. 이런 물품보관함은 특별한 허가가 필요없이 보관함을 놓을 공간만 확보되면 누구든지 사업으로 할 수 있는 데다 관리비용이 거의 들지 않아 입지만 잘 고른다면 앉아서도 쉽게 돈을 벌 수 있는 아이템이다.

▶ 창업요령

물품보관함을 흔히 볼 수 있는 곳은 지하철역사이다. 하지만 이곳은 특정업체가 독점적으로 보관함을 운영하고 있어 개인사업자가 뛰어들기는 힘들다. 개인적으로 물품보관소를 하고 싶다면 물품보관함이 없는 터미널이나 도서관 놀이공원 대형쇼핑센터 백화점 등에서 보관함을 놓을만한 공간을 임대받는 방법을 생각해볼 수 있다. 건물주와 자리를 임대받는 계약을 하고 보관함만 장만하면 쉽게 사업을 시작할 수 있다. 보통 매출의 20~30%를 건물주에게 지불한다. 보관함은 구형에서부터 최신형까지 세 가지 정도가 있다. 가장 구형인 기계식보관함은 단순히 잠금장치만 되는 것으로 2열 5단(10칸)짜리를 846,000원에 구입할 수 있다. 중급정도로 리모콘타입이 있는데 이 보

관함은 10칸짜리가 205만원이다. 최신형으로는 컴퓨터내장식 보관함으로 50칸 단위로 1,039만 5천원이다. 중앙에 부착돼 있는 콘트롤 박스가 최소 50칸을 관리하기 때문에 50칸 단위로 사야한다.

처음에 구입하면 보관함과 함께 사용자용과 관리자용 키를 두벌씩 받는데 키를 분실했을 경우에는 개당 4,000원의 비용으로 업체에 제작의뢰를 하면 된다. 대부분 할인점이나 대형 쇼핑센터에서는 보관함 판매처로부터 직접 물품 보관함을 구매해 고객편의 차원에서 운영하고 있다. 개인이 수익을 목적으로 하는 경우에는 리모콘타입이나 컴퓨터 내장식 보관함을 놓아야 한다. 이런 보관함은 짐을 맡길만한 유동인구가 많은 곳을 골라 설치해야만 제대로 수익을 올릴 수 있다. 일단 좋은 자리에 설치만 해놓으면 관리자의 전화번호만 붙여놓고 굳이 자리를 지키고 있지 않아도 돼 다른 일을 하면서 얼마든지 부업형으로도 할 수 있다.

▶ 수익성

컴퓨터내장방식의 보관함인 경우 보관료는 하루단위로 1,000원 내외다. 50칸짜리 한 세트를 놓고 관리할 때 하루에 절반만 채워진다고 해도 하루매출 25,000원이 되는 셈이다. 굳이 사람이 지키고 있을 필요도 없어 본인인건비도 들지 않는다. 또 주말이나 휴일도 상관없이 이용자가 있으므로 좀처럼 경기변화나 상황변화의 영향을 받지 않는다. 50칸 정도를 관리할 때 유지비로 부담해야 할 것은 건물주에게 지불하는 수수료와 전기료이다. 수수료는 어떻게 계약을 하느냐에 따라 다르지만 보통 매출의 20~30%를 건물주에게 주고 있다. 전기료는 50칸 기준으로 한 달에 4,000원 정도로 저렴한 편이다.

▶ 짚어보기

물품보관소는 무엇보다 입지가 가장 중요하다. 아무리 유동인구가

많다고 해도 짐을 보관할 사람이 없다면 보관함을 그대로 썩히게 될 지도 모르기 때문이다. 하지만 짐을 맡길만한 사람이 많이 다니는 곳은 대부분 보관함이 설치돼 있다. 이럴 때는 주변지역에 설치하는 것도 생각해 볼 수 있다. 물품보관함 설치에 대해서는 아직까지 아무런 규정이 없기 때문에 건물만 다르다면 얼마든지 인근지역에 설치할 수 있다는 얘기다(관련업체: 동강레저 ☎ 2275-0231).

〈북카페〉

▶ 사업소개

단순히 차만 판매하는 카페형태에 색다른 테마를 결합한 이색카페들이 최근 우후죽순처럼 생겨나고 있다. 이 중에서 지성인들을 매료시킬만한 것이 바로 북카페이다. 북카페는 출판사에서 서비스사업으로 하는 서점형태와 소형점포에서 차를 팔면서 점주가 소장한 책들을 위주로 판매하는 카페형이 있다. 그밖에 책과 차뿐 아니라 공연이나 미술품전시도 곁들이는 형태로 운영하는 곳도 더러 있다.

서점형태인 경우에는 차와 공간은 무료로 제공하고 도서만 정가로 판매를 한다. 주요 고객들을 상대로 독서클럽, 토론회 등을 열 수도 있으며 저자초청 공연 등 독서와 관련된 이벤트를 열어 북매니아들을 지속적으로 끌어들이 수 있다. 반면 카페형인 경우에는 주로 차와 음료 판매를 주목적으로 하면서 쉽게 읽을만한 소설이나 카페분위기에 맞는 일부 서적들만을 따로 구입하거나 소장한 책들을 싼값에 판매한다.

▶ 창업요령

서점형태인 경우에는 점포규모가 50평 이상으로 커야 하고 각종 분야의 서적들을 모두 구비해 뒤야 하므로 초기부담금이 상당히 크다. 반면 카페형으로 창업할 때는 20평정도의 점포면 충분하고 인테리어

는 보통 카페와 마찬가지로 하면 된다. 다만 여기에 300~500권 정도의 도서를 진열해 놓는다는 게 다른 점이다. 인테리어비용은 평당 150만원 정도이고 책구입비는 400만원 정도로 예상하면 된다. 따라서 점포구입비를 제외하면 총 투자비는 4,000만원 내외이다.

주고객은 20,30대이므로 입지는 젊은 층의 유동인구가 많은 대학교 근처 카페거리 사무실 밀집지역 등이 적당하다.

〈폐백·이바지 음식전문점〉

▶ 사업소개

곱게 쌓아올린 대추고임, 정성스레 저며 만든 육포. 시집을 가는 딸을 위해 준비하는 어머니의 정성을 짐작할 수 있는 것이 바로 폐백음식이다. 폐백음식은 신부 쪽에서 준비해 시부모와 시조부모께 드리는 일종의 예물로 친정 어머니의 얼굴이라고 할만큼 중요하다. 하지만 요즘은 집에서 직접 만드는 폐백음식은 거의 보기 힘들고 예식장이나 웨딩숍에서 주문을 받아 제작해 주는 걸로 대처하고 있다.

웨딩숍이나 예식장에서는 싼값에 폐백음식을 맞출 수는 있어도 정성이 깃들지 않고 날림으로 제작하는 경우가 많아 예식 도중 눈살을 찌푸리게 하는 경우도 종종 있다. 반면 폐백음식 전문점은 친정어머니의 정성 그대로 음식을 준비하기 때문에 입소문을 듣고 찾는 고객이 많다. 폐백음식전문점은 대추고임과 육포를 주로 만들고, 이바지음식으로 찜, 과일, 고기육회, 각종 떡까지 있다.

▶ 창업요령

폐백음식전문점을 내려면 작은 사무실과 작업실이 필요하다. 사무실은 혼수제품을 많이 판매하는 청담동이나 이대앞 웨딩숍거리 등에 차리는 것이 좋다. 사무실에는 모형을 진열해도 좋지만 카다로그 그만

준비해두는 곳이 많다. 일하는 사람을 몇 명 두고 한다면 주방시설이 있는 작업실을 따로 마련해야하지만 고객을 맞을 종업원 한사람만 고용하고 직접 음식을 만들 경우라면 자신의 집 주방을 작업실로 활용할 수도 있다. 폐백음식만을 전문으로 할 경우 결혼시즌이 아닌 비수기가 걱정된다면 떡방이나 한과판매점을 겸업으로 생각해볼 수 있다.

▶ 수익성

폐백음식은 20만원선에서 100만원대에 이르기까지 여러 가지가 있다. 들어가는 재료에 따라서 달라지는 것인데 대부분 20~30만원대의 음식이 잘 나가는 편이다. 재료비는 판매가의 50% 정도를 차지한다. 임대료와 인건비 등을 제외하면 30% 정도의 마진을 남길 수 있다.

▶ 짚어보기

폐백음식전문점은 입소문 고객이 많은 편이다. 고객의 마음에 들면 또 다른 손님을 소개해주는 식이다. 그러므로 마진을 많이 남길 생각 보다는 정성껏 음식을 준비하는 것이 가장 큰 성공비결이라고 할 수 있다. 폐백음식을 전혀 만들 줄 모르는 사람이라면 YWCA 일하는 여성의 집이나 향토음식연구회 대한주부클럽연합회 등에서 하는 강좌와 자료를 이용하면 쉽게 배울 수 있다.

<머드 사우나탕>

▶ 사업소개

목욕할 때 때를 미는 인종은 흔하지 않다. 대표적인 예로 한국인을 들 수 있다. 한국사람들은 매일 샤워를 해도 물때가 끼는 것 같은 찝찝함 때문에 꼭 몸을 불려 때를 밀어야 직성이 풀린다고 한다. 한국의 이러한 독특한 목욕법에 호감을 느끼는 민족이 있다. 바로 일본

사람들이다. 때밀이형 목욕이 피부미용에 효과가 있다는 기사가 나가자 일본사람들의 관심이 더 높아진 것이다. 때밀이 관광차 한국을 방문하는 일본인들이 늘고 있다는 뉴스까지 나오고 있다.

머드 사우나당은 이틈을 놓치지 않고 사업화한 사례다. 미용사우나를 원하는 고객이 이곳을 찾는다. 미용사우나란 속칭 ‘때밀이 사우나’에 전신 머드 마사지와 한증막을 함께 하는 것이다. 일반 대중 사우나탕보다 청결면에서 앞서고 피부미용 관한 풀코스 서비스를 제공한다. 이것이 이 사업의 특징이다.

▶ **창업요령**

최소 100평 이상 공간을 마련하고 마사지 시설, 한증막, 탕 등 부대시설을 갖추어야 한다. 이런 시설을 전문적으로 하는 곳이 없으므로 사업자가 설비 분야마다 별도의 인력을 써서 공사를 해야 한다.

미용사우나당은 일반 목욕업종으로 구청 위생과에 신고만 하면 시작할 수 있다. 이외에 마사지사설, 미용머드, 탕에 들어가는 중 등을 구비해야 한다. 시설이나 재료는 대부분 국내에서 조달할 수 있지만 정종은 원가문제 때문에 일본에서 생산한 탕용(湯用) 정종을 쓴다.

〈**수의할인전문점**〉

▶ **사업배경**

세시풍속을 잘 살펴다보면 눈에 띄는 사업아이템을 발견할 수 있다. 4년에 한 번씩 찾아오는 윤달과 관련한 풍속 중 ‘윤달에 수의를 선물하면 장수한다’는 풍습이 있다. 요즘 관심을 끌고 있는 윤달 수의는 이런 풍습을 바탕으로 절기를 고려해 내놓은 상품이다. 음력으로 계산해 따지자면 올해는 음력 5월, 양력으로 치면 6월24일부터 7월 22일까지가 윤달이 된다.

그 동안 수의는 죽음이라는 절대불가침의 개념과 직접 연관을 맺고 있어 감히 상품으로써 적극 활용되지 못하여 왔다. 그러나 윤달 수의는 고정관념을 깨고 불황을 타지 않는 사업 아이템으로 등장하게 된 것이다. 수의의 유통경로는 장의사나 병원 영안실을 통해 구입하는 경우가 대부분이었다. 갑작스럽게 상을 당한 유가족들은 경황이 없는데 망자의 수의를 놓고 흥정을 벌일리 만무하다. 공급상들은 이 점을 노려 판매가에 높은 이윤을 붙여왔다는 것이 업계 종사자들의 지적이다.

수의 할인 전문점은 그간 고가 상품으로 자리잡고 있던 수의의 가격에 거품을 대폭 뺀 것이다. 원사가 되는 삼베의 질에 따라 가격 차이는 크지만 수의 전문 할인점을 이용하면 일반 가격의 50% 정도까지 싸게 살 수 있다. 이곳에서는 취급하는 원단은 일반삼베에서부터 보성포, 순창포, 남해포, 안동포에 이르기까지 20여 종을 갖춰놓고 있다. 가격은 15만원에서 300만원대까지 다양하다. 이렇게 가격인하가 가능한 이유는 일반 삼베, 등을 생산자와 OEM 계약을 맺어 직거래하기 때문이다.

▶ 창업 및 수익

수의 할인전문점 체인을 운영하는 [조양삼베]의 경우 체인점 개설에 드는 비용은 초도물품비 3,000만원과 15평 규모의 점포만 있으면 가능하다. 점포 입지는 상권에 크게 구애를 받지 않는다. 다소 후미진 곳이라도 구전홍보를 잘 이용하면 되므로 상권에 따라 매출의 등락이 큰 업종은 아니다. 가맹점에 가입하면 삼베보는 법, 판매 노하우, 상품 관리 등에 관한 교육을 본사에서 시켜준다. 마진은 30%이다(관련 업체: [조양삼베] -조양장레토털서비스 ☎ (02)579-6307).

〈기원〉

▶ 사업내용

실직자들이 늘어나면서 기원이 다시 예비창업자들의 관심을 끌고 있다. 한가하게 바둑을 둘 수 있는 기원은 적은 자본으로 창업을 할 수 있는 데다 운영이 간편하고 재투자가 필요없다는 점 때문에 40대 이후의 퇴직자들이 가장 손쉽게 창업을 고려하는 업종이다.

우리나라 바둑 인구가 1천만이라는 데서도 알 수 있듯이 시장 규모가 엄청나게 크다는 점도 이 사업의 장점이다. 고객층이 두터워 운영의 묘를 발휘하기에 따라서 잠재된 수요를 손쉽게 실제 고객으로 확보할 수 있는 것이다. 이전에는 기원의 주요 고객이 중장년층에 국한된 감이 있었으나 최근에는 주부 등 여성 고객은 물론이고 어린이층까지 확산되는 추세이므로 운영하기에 따라 기원의 전망은 밝다고 할 수 있다. 이처럼 바둑인구의 저변이 확대되면서 어둡고 칙칙한 이미지를 주던 기원의 겉모습에도 변화의 바람이 불고 있다. 밝고 환한 실내, 화려하지는 않지만 깔끔한 인테리어를 갖춘 편안한 취미활동 공간으로 탈바꿈하고 있는 것이다.

▶ 창업요령

기원은 소규모 사무실들이 많고 유동인구가 많은 역세권 부근에 있는 소형 건물 등의 2, 3층에 사무실을 얻는 것이 좋다. 독서실 학원 등이 많은 학구적인 지역보다는 유흥가가 많은 분위기가 기원에 더 어울린다. 매장 면적은 실坪수 20坪 안팎이 적합하다. 20坪일 경우 10여 개 정도의 테이블이 들어간다. 테이블과 바둑판, 바둑알, 의자 네 개를 한 조로 하는 세트의 가격은 18만원선이다. 이밖에 텔레비전, 오디오, 냉장고, 간단한 장식소품, 관련 서적 구입비 등으로 300~400만원 가량 든다.

▶ 수익성

기원의 입장료는 기원의 시설이나 입지에 따라서 달라지는데 대략 4,000~7,000원 선이다. 입장료를 내면 하루 종일 기원을 이용할 수 있으므로 입장료 5,000원에 하루 20명 정도가 입점한다면 월 소득이 10만원대인 셈이다. 어린이 바둑교실을 회원제로 운영할 경우 주 5회 가량 배울 경우 월 6만원, 일주일에 3번 정도 배울 경우 월 4만원을 회비로 받는다. 지출비용으로는 월 임대료와 접대용 차값 공과금 등이다.

▶ 짚어보기

이전에는 기원하면 할 일 없는 한량이나 실직자들이 주로 드나드는 곳으로 인식됐다. 그러나 최근에는 바둑이 조기교육에 도움이 되는 유아교육으로서 뿐만 아니라 건전한 취미활동으로 인식돼 바둑인구가 늘어나는 등 지적인 역량을 키우는 취미활동으로 자리잡고 있어 전망은 밝다고 할 수 있다.

이러한 추세를 반영, 최근에는 기원이라는 이름보다 바둑교실이라는 간판을 내거는 곳도 더 많아졌다. 이러한 변화의 흐름에 맞는 마케팅 전략을 짜야 한다. 주택가 주변의 기원이라면 어린이나 주부들을 대상으로 하는 정기 바둑교실 프로그램을 만드는 것이 좋다. 또 아마추어 고수를 초빙, 사범화해서 교육을 시키고 정기적으로 소규모 바둑대회를 열어 경품을 주는 등 고정고객을 확보하는 방법도 생각해 볼만하다. 소규모 사무실이 많은 역세권 부근 기원이라면 바둑을 잘 두는 고수들을 많이 확보해야 바둑동호인들을 단골로 확보할 수 있다. 점주 자신이 바둑동호인으로서 아마추어 1단 정도의 실력을 갖추면 금상첨화다.

요즘은 기원도 서비스를 잘해야 손님을 끌 수 있으므로 바둑관련 잡지를 풍부하게 갖추고 손님들이 시간을 때울 때 지루하지 않도록

만화 등의 잡지도 갖추는 것이 좋다. 커피 서비스 등은 기본이다. 요즘은 바둑판에 컴퓨터 칩이 내장돼있어 고수들의 바둑을 전자판에 나타나는 대로 따라가며 다시 두는 컴퓨터 바둑판도 등장했는데 여유가 있다면 서비스 차원에서 하나쯤 갖춰둘 만하다. 컴퓨터 바둑판의 가격은 40만원 선이다.

〈독서실〉

▶ 사업내용

우리나라의 높은 교육열을 반증하는 사업 중에 하나로 꼽을 수 있는 것이 바로 독서실이다. 한 가정에 자녀수가 많아 독방을 쓸 수 없던 시절, 그리고 과외가 금지됐던 시절, 중고등학생들은 공부의 집중도를 높이기 위해서 독서실을 찾는 것이 필수적인 걸로 여겨졌다. 그러나 최근 자녀수가 줄어들고 아파트 생활이 보편화되면서 자신만의 개인공간을 가진 청소년들이 늘어나는 등 공부 환경이 개선되고 학생들의 일반학원 출입이 허용되면서 독서실을 찾는 학생수가 많이 줄어 들기는 했어도 여전히 우리나라의 독특한 교육시설로 남아 있다.

독서실은 한 번 투자를 하면 최소 몇 년간 재투자를 할 필요가 없으며 초기 시설 투자비 외에는 사업운영을 위해서 지출하는 경비도 많지 않다. 찾아오는 학생들을 관리만 하면 되므로 운영도 비교적 손쉬운 사업이다. 더욱이 면학분위기 조성을 위해서는 1, 2층보다는 3, 4, 5층이 더 적합해 점포 구입비도 절약할 수 있다는 게 장점이다. 이 때문에 건강이 좋지 않거나 나이든 퇴직자들이 선호하는 업종 중에 하나다.

▶ 창업 요령

독서실의 주 고객층은 고 3 학생들이다. 따라서 고등학교가 주변에

있으며 주택가를 끼고 있는 곳이 적합하다. 아파트단지라면 30평형대 이상 규모 아파트가 밀집돼있는 곳에 고등학생이 많다. 또 오래된 주택가 주변도 독서실의 입지로 적합하다.

독서실을 열려면 내부 면적이 최소한 50평 이상 돼야 등록을 할 수 있다. 엘리베이터가 있는 건물은 등기 면적에서 20평 가량, 일반 건물은 12평 가량 빠져야 하므로 등기부 등본상의 면적이 최소 65평에서 70평은 돼야 독서실을 열 수 있다는 소리다. 독서실에 들어가는 시설로는 보일러시설, 전기시설, 책상 및 의자, 조명시설 등이 기본이며 여기에 학생들의 휴식공간과 총무가 거쳐할 사무실이 필요하다. 이전에는 보일러 시설을 별도로 하지 않고 보조 난방기구를 활용했는데 이 경우 소음이나 냄새가 나 반응이 좋지 않아 요즘은 대부분 보일러 시설을 하고 있다. 냉방은 에어컨을 이용해서 별도로 해야 한다.

내부 면적이 50평일 경우 총무 사무실은 5~7평, 휴게공간은 2~3평 정도가 필요하며 한 평당 2.5개 가량의 학생 좌석이 들어간다. 즉 50평 규모라면 100개 정도의 좌석이 들어간다. 투자비는 보일러를 비롯하여 집기 구입비 등으로 총 3,000~3,500만원 정도 든다. 같은 평수라도 건물상태에 따라서 좌석수도 달라지고 시설비도 달라지므로 새 건물을 얻는 것이 여러 모로 유리하다.

남학생과 여학생 방은 따로 만들어야 한다. 독서실 시설공사에는 대개 보름 정도의 기간이 걸린다. 계약금은 전체 공사 대금의 10% 정도를 주고 보일러 설치 후 약간의 중도금을 주고 나머지는 공사가 끝난 뒤 잔금으로 치르면 된다. 독서실 시설 전문 업체는 직접 책상이나 의자를 생산하는 공장을 가진 곳, 전기시설을 전문으로 하는 곳, 사무실만 갖고 있는 곳 세 종류가 있다. 여러 업체에서 시설 견적을 받아본 뒤 가격을 비교 검토하고 각각의 업체가 이전에 한 독서실을 방문, 시설이 잘됐는지를 따져본 뒤 선택하는 것이 좋다. 기왕이면 독

서실 시설을 많이 해보고 운영에 대한 노하우도 알고 있는 곳과 거래를 하는 것이 유리하다.

▶ 수익성

독서실의 고객은 월회원과 일일회원으로 나뉜다. 이용료는 독서실의 시설과 지역에 따라서 조금씩 달라지지만 월 이용료는 8~10만원이 일반적이고 일일 이용료는 6,000원 안팎이다. 독서실의 운영경비로는 월세와 총무 인건비, 전기료 및 공과금 정도다. 총무 인건비는 보통 30~50만원에 숙식별도 제공의 조건이 대부분이다.

▶ 짚어보기

웬만한 지역에는 독서실이 다 들어서 있으므로 사업을 시작하기 전에 반드시 경쟁점포 조사를 해 봐야 한다. 흔히 학교가 밀집돼 있어 수요는 많은데 인근 독서실의 숫자가 부족하고 시설이 낙후돼 있는 곳에 입점하는 것이 유리하다. 요즘 청소년들은 분위기에 민감하기 때문에 시설이 좋은 곳으로 옮기는 경향이 강하다.

독서실 사업에서 성공하자면 학생 관리를 잘해야 한다. 공부 잘하는 학생들이 많이 찾아오게 해야 하는데 그러자면 면학 분위기를 잘 조성해야 한다. 총무를 어떤 사람으로 채용하느냐도 분위기 구성에 중요한 몫을 한다. 주거할 곳이 마땅하지 않은 지방출신의 명문대 생으로 학생 지도 능력을 갖춘 사람이 적당하다. 월급을 좀더 많이 주더라도 학생들에게 학습지도까지 겸해줄 수 있고 사교성까지 갖추고 있다면 금상첨화다. 불량학생들이 드나들면 소문이 나쁘게 나므로 각별히 주의해야 한다.

생활수준이 높아지면서 일반 가정의 학습분위기도 개선되고 있어 청소년들을 독서실로 끌어들이자면 시설도 잘해야 한다. 개인 책상마다 조명 시설을 갖추는 것은 기본이고 책상의자나 바닥, 천정, 휴게실

도 깔끔하고 현대적으로 연출하도록 한다. 독서실의 성수기는 대학 입시 한 두 달 전과 고등학교나 중학교의 중간고사, 기말고사 직전이므로 성수기를 앞두고 개업하는 게 좋다. 처음에는 손님이 적어도 학생 관리를 잘하고 면학분위기를 잘 조성하면 꾸준히 손님을 받을 수 있다.

〈갤러리 카페〉

▶ 틈새 포인트

계속되는 불황으로 많은 외식업체들이 심각한 경영난에 시달리고 있다. 카페 역시 마찬가지로, 이제 더 이상 커피와 음식을 파는 것만으로는 경쟁력이 없어진 것이다. 이런 상황 속에서 메뉴의 전문화와 함께 제시될 수 있는 타개책이 바로 여러 종류의 컨셉형 카페이다.

‘갤러리 카페’는 이런 시대의 조류에 따라 발생한 새로운 형태의 복합문화공간이다. 단순히 차를 마시고 대화를 나누기 위한 공간이 아니라 고객들에게 문화적인 만족감을 제공하여, 새로운 문화공간에 목말라 하는 젊은 세대들은 물론이고, 신세대들에게 밀려 마땅하게 쉴 공간을 찾지 못하고 있던 30대 이상을 공략할 수 있는 사업 아이템이라고 볼 수 있을 것이다.

▶ 사업 내용

미술작품 등을 감상할 수 있는 전시장과 카페를 접목시킨 복합문화공간이다. 최근의 시끄러운 카페들과 달리 고급스럽고 차분한 분위기가 ‘갤러리 카페’의 가장 큰 특징이다.

우리나라에 갤러리카페가 본격적으로 등장하기 시작한 것은 대략 1990년대 초반이다. 몇몇 업주들이 예술의 대중화를 피하기 위해 화랑 등에서 차를 판매하기 시작한 것이 그 시초이다. 갤러리 카페는 전시되는 예술품의 종류에 따라 전체적인 분위기가 많이 달라진다.

인사동 등지에 많은 전통 미술품 중심의 가게라면 우리나라 전통차나 민속주 등을 판매해야 하고, 유화 등의 중후한 서양예술품이 전시된다면 그에 걸맞는 홍차나 커피 등의 음료와 양식요리 등의 메뉴를 준비해야 할 것이다. 그림, 도자기, 사진 등의 예술품을 전시하는 것 외에도 패션쇼나 음악회 등을 접목시키는 방법도 있을 수 있다.

▶ **창업 요령**

10대나 20대의 신세대들보다는 차분한 분위기와 문화공간을 찾아오는 30대 이상이 주고객이 된다. 점포입지도 그에 따라 너무 신세대들이 많이 모이는 정신없는 곳보다는 약간 한적한 곳이 어울린다. 대학가도 너무 번잡한 곳만 아니라면 문화공간을 선호하는 대학생들을 상대로 도전해 볼만한 것이다. 점포크기는 20평 내외가 적당하다. 교외형으로 생각하고 있다면 점포크기를 늘리고, 본격적인 예술품 전시장 성격을 강화해야 할 것이다.

내부 인테리어는 전시하는 상품에 맞추는 것이 좋다. 우리나라 전통 예술품이라면, 그에 걸맞는 옛스러운 디자인으로, 사진작품 등의 현대 예술품이 중심이라면 흑백이나 원색의 대비 등을 이용한 모던한 스타일이 어울릴 것이다. 가장 중요한 것은 전시되는 예술품들을 돋보이게 할 수 있는 인테리어여야 한다는 점이다. 카페의 한 쪽에 아트숍을 꾸며 예술품을 감상하고 마음에 드는 상품을 구매할 수 있도록 전시해둔다. 유명 미술품의 복제품이나 국내외 작가의 판화, 신인 작가들의 작품 외에 스카프, 카드, 엽서, 자그마한 공예품 등을 갖추어둔다. 유명 미술품보다 소품을 많이 가져다두는 것이 판매에는 더 도움이 될 것이다. 관련책자들을 비치해두고, 문화강좌나 강습회, 연주회 등 다양하고 독특한 이벤트를 준비하는 것이 ‘갤러리 카페’의 성공포인트라고 볼 수 있을 것이다.

〈브랜드 귀금속 전문점〉

▶ 사업소개

신랑신부는 귀금속이나 보석을 주고받으며 사랑의 영원함을 맹세한다. 그런데 큰돈을 들여 장만한 보석들이 가짜나 불량으로 밝혀지면 그 속상함은 이루 말할 수 없다. 낭패스럽지만 종종 생기는 일이다. 국내에 유통되는 귀금속류의 불량률은 상당히 높다. 이에 대한 소비자의 불안심리를 파고들어 성공적으로 뿌리내린 업종이 있다. 바로 브랜드 귀금속체인점들이다.

브랜드귀금속점이 내세우는 자랑거리는 ‘신뢰’와 ‘기술’이다. 본사가 공신력을 가지고 각 체인점에 제품을 공급하므로 독립금은 방에 비해 제품의 순도나 무게를 믿을 수 있다. 또 가격 면에서도 브랜드점이 독립점보다 좀 싼 편이다. 약 10% 정도 싸다. 독립금은방들은 남대문 시장 등지에서 개별적으로 보석을 구입하는 반면 본사에서 귀금속을 세공해 공급하므로 유통단계가 줄어들기 때문이다.

독립 금은방을 운영하려면 귀금속 및 보석유통 분야에서 적어도 5~10년 이상 경험을 쌓아야 한다. 이에 비해 브랜드 귀금속체인점은 보석종류 및 가격에 대한 안내 등 본사에서 체인점주들에게 체계적인 교육을 시키고 다양한 지원을 해주므로 초보자라도 쉽게 운영할 수 있다. 브랜드 귀금속전문점의 좋은 점은 재고가 없다는 것이다. 다루는 물건 자체가 재산가치를 지니므로 최악의 경우 점포 문을 닫는 일이 생기더라도 큰 손해는 보지 않는다. 또 객단가 높아 많은 손님들을 상대하지 않아도 된다. 한 달에 예물 손님 5~6쌍만 받아도 충분히 기본적인 수익을 얻을 수 있다. 일단 손님들에게 신뢰를 얻으면 계속 새로운 손님을 소개받을 수 있다.

▶ **창업요령**

브랜드 귀금속점을 차리려면 열 평정도 크기의 점포를 확보해야 한다. 점포는 주변에 은행이나 큰 관공서를 끼고 있거나 시장통 주변, 번화가, 큰 쇼핑센터 부근 등 유동인구가 많은 곳에 얻는 게 좋다. 목 좋은 점포를 얻어야 하므로 점포 구입비에 꽤 투자를 해야 할 경우도 생긴다.

점포 얻는 돈을 뺀 투자비도 만만치 않은 액수다. 평당 100~150만원에 이르는 인테리어비를 비롯 제품 구입비를 합해 6천만원 가량의 돈을 준비해야 한다. 이 정도 금액이면 9천여 점의 귀금속을 갖출 수 있다. 초도물량을 줄이고 권리금 없는 점포를 얻을 수 있다면 7천만원 정도 가져야 새로 문을 열 수 있다. 투자비가 큰 만큼 매출액도 묵직한 편이다. 대부분의 귀금속점은 세무서에 노출되는 것을 꺼려해 매상을 비밀에 부치는 게 보통이다.

▶ **수익성**

알려진 바에 따르면 A급 점포일 경우 매출액이 월 4,000~5,000만원에 달하며, B, C급 점포는 월 1,000~3,000만원 수준이라고 한다. 귀금속류의 마진은 독립점 45%, 전문체인점 30~40%로 보면 된다. 지역적으로는 서울보다 지방의 매출액이 전반적으로 높은 편이며 브랜드 귀금속점에 대한 선호도 역시 지방 쪽이 낫다고 한다.

한편 본사를 택할 때는 자금력 등을 꼼꼼이 따져본다. 또 늘 변하는 보석시세에 대해 알려주는 등 개업 뒤에도 본사의 지원이 중요하므로 이에 대해서 따져보는 것도 중요하다(문의: 이베레페 ☎ 583-4941, 골든듀 (주)화동양행 ☎ 597-8740).

〈재고도서 할인점〉

▶ **사업내용**

한국은 불황일수록 음주량이 늘지만 일본은 불황일수록 독서량이 증

가한다는 말이 있다. 한국인을 편하하려는 의도는 아니지만 달갑지 않은 (?) 일본이라도 배울 점은 있다라는 점은 인정할 필요가 있는 것 같다.

IMF이후 국내 여러 산업이 불황의 늪에서 벗어나지 못하고 있지만 출판업계의 위기는 다른 어느 곳보다 심각도가 더한 것으로 나타나고 있다. 얼마전 국내 최대 서적 도매상 (주)보문당이 부도 역시 이런 우울한 현실을 반영하는 현상이다. 출판업계는 보문당 부도로 인해 출판업계 대량 연쇄부도와 이로 인한 창작-서적 출판활동 위축 등 지식 산업 전체가 극도의 어려움을 겪게 될 것으로 우려하고 있다.

재고도서 할인점은 출간된 지 6개월 정도 지난 도서를 정가보다 50% 할인된 가격으로 판매하는 곳이다. 이곳에서 취급하는 도서는 기획이나 홍보부족으로 베스트셀러 대열에 끼지는 못하지만 양서로 꼽을만한 도서를 발굴해 저렴하게 판다. 이 사업은 체인형으로 가능하다. 취급하는 도서는 70%정도가 부도난 출판사의 부실도서나 유통질서를 어지럽히는 덤핑제품과 달리 우량 출판사와 정식계약을 맺고 도서를 공급받는다. 재고도서 할인점의 유통과정은 출판사→체인본사→체인점으로 이뤄진다.

▶ 창업요령

재고도서 할인점은 중형 이상의 점포로 창업하는 것이 좋다. 그래야 손익분기점을 맞출 수 있다는 것이 관련업체의 설명이다. 체인본사가 추천하는 점포규모는 20평 이상이다. 이 크기면 대략 9천권의 도서를 전시할 수 있다. 20평 기준 투자비는 점포임대료를 제외하고 4천만원이다. 물론 10평 정도의 소점포로도 창업할 수 있다. 이때 투자비는 2천5백만원이다. 인테리어비 평당 140만원, 판매용 도서(5천권 기준) 800만원, 캐릭터 및 완구용품 300만원 등이다. 입지는 주택가나 아파트 밀집지역, 시내에서 좀 떨어진 번두리 주거밀집지역이 유리하다.

▶ 수익성

어린이 관련서적을 취급하다 보니 엄마 손을 잡고 오는 꼬마손님들도 적지 않다. 부가수익을 높이려면 이 부분을 주목할 것이다. 재고 도서할인점을 운영하는 [한글피아]의 경우 캐릭터 팬시와 지능개발 완구를 부분적으로 취급하고 있다(전체 상품의 30% 가량 차지). 팬시제품이나 완구의 마진은 도서보다 높은 40% 수준이다. 도서 마진은 평균 30%이다. 실제로 15평 할인점을 운영했던 사업자에 의하면 일평균 매출은 30만원 대이다. 고객들은 한 번에 보통 2~3권은 사가는 편이라고 한다. 종업원 없이 점주 혼자 운영 가능하다는 것도 이 사업의 장점이다.

▶ 짚어보기

재고도서할인점은 속칭 땡처리 점포와는 차이가 있다는 것을 소비자에게 먼저 인식시켜야 한다. 그러기 위해선 우량 출판사의 공급선을 충분히 마련하는 것이 좋다. 또 재고도서 중에서도 ‘숨은 진주’를 발굴해 내려는 노력이 필요하다. 재고도서 뿐 아니라 현재 유통 중이 도서를 함께 취급하면서 낮은 할인율을 적용할 수 있다면 매출에 도움이 될 것이다(관련업체: [한글피아] ☎ (02)3172-7997).