

맘(Mom)편한 쉼터, 온기(溫氣) - 주부를 위한 비즈니스 모델 개발 기획 1호

1. Executive Summary: 주부들을 위한 새로운 허브의 탄생

본 사업계획서는 지역 사회의 주부들을 위한 프리미엄 소규모 웰니스 샌추어리(Wellness Sanctuary)이자 커뮤니티 허브인 '온기(溫氣)'의 설립을 제안한다. '온기'는 단순한 사우나 시설을 넘어, 전통적인 황토 찜질 찜질의 치유 효과와 현대적인 커뮤니티 및 교육 프로그램을 결합한 혁신적인 공간이다. 주 타겟 고객은 대규모 회원을 보유한 지역 온라인 맘카페 커뮤니티 회원들로, 이들의 니즈에 특화된 서비스를 제공함으로써 명확한 시장 기회를 포착하고자 한다.¹

1.1. 사업 컨셉

'온기(溫氣)'는 '엄마(Mom)의 마음이 편안한 쉼터에서 따뜻한 기운을 얻는다'는 의미를 담고 있다. 이는 여성 전용, 소그룹(4-6인) 예약제로 운영되는 프라이빗 웰니스 공간이다. 핵심 서비스는 과학적으로 입증된 황토와 찜질의 효능을 극대화한 찜질 경험이며, 이를 보완하는 힐링 카페, 맞춤형 건강·뷰티 교육 워크숍, 그리고 지역 커뮤니티 기반의 공동구매 커머스 플랫폼을 통합 운영한다. 이는 단순한 휴식 공간을 넘어, 여성들의 신체적 회복, 정서적 교류, 그리고 개인적 성장을 동시에 지원하는 복합 문화 공간을 지향한다.

1.2. 미션과 비전

- **미션:** 지역 주부들에게 일상의 스트레스에서 벗어나 온전히 자신에게 집중할 수 있는 안전하고 아늑한 안식처를 제공한다. 이를 통해 신체적 건강을 회복하고, 의미 있는 관계를 형성하며, 개인적 성장을 도모하여 삶의 질을 향상시키는 데 기여한다.
- **비전:** 지역을 대표하는 여성 전문 웰니스 브랜드로 성장하고, 커뮤니티 기반의 성공 모델을 구축하여 다른 지역 사회에도 적용 가능한 표준화된 프랜차이즈 시스템을 개발한다.

1.3. 시장 기회

현재 대상 지역에는 대규모의 가족 단위 찜질방² 혹은 일반적인 카페³는 다수 존재하지만, 주부들이 개인적인 휴식과 자기계발에 집중할 수 있는 프리미엄 소규모 웰니스 공간은 전무한 실정이다. 활성화된 대규모 온라인 커뮤니티¹는 잠재 고객 확보 및 마케팅 활동에 있어 강력한 기반이 될 것이며, 이는 사업 초기 안정적인 시장 진입을 가능하게 한다.

1.4. 핵심 성공 요인

본 사업의 성공은 다음의 세 가지 핵심 요인에 기반한다.

1. **초정밀 타겟 마케팅:** 지역 온라인 맘카페와의 깊고 진정성 있는 파트너십을 통해 최소한의 비용으로 최대의 마케팅 효과를 창출한다.
2. **독창적인 복합 서비스:** 휴식(찜질), 소통(커뮤니티 라운지), 성장(교육 워크숍), 수익 창출(공동구매)이라는 다층적 가치를 제공하여 고객 충성도를 극대화하고 다각화된 수익 구조를 확보한다.
3. **정부 지원을 통한 리스크 최소화:** 중앙정부 및 지방자치단체에서 제공하는 다양한 여성 창업 지원 프로그램⁵을 적극 활용하여 초기 자본 부담을 줄이고 재무적 안정성을 확보한다.

1.5. 재무 전망 요약

초기 창업 비용은 약 8,500만 원으로 예상되며, 이 중 상당 부분은 정부의 저금리 대출 및 지원금을 통해 조달할 계획이다. 1차년도 예상 매출은 약 1억 2,000만 원이며, 손익분기점은 개업 후 8개월 이내 달성을 목표로 한다. 안정적인 멤버십 기반 수익과 교육 및 커머스 수익의 점진적 확대를 통해 지속 가능한 성장이 기대된다.

2. '온기' 컨셉: 찜질을 넘어, 휴식과 성장의 안식처로

'온기'의 사업 모델은 단순한 서비스 제공을 넘어, 고객에게 깊은 치유와 성장의 경험을 선사하는 것에 그 본질이 있다. 이는 과학적 근거와 전통적 지혜를 결합한 핵심 서비스, 그리고

고객의 여정을 세심하게 설계한 공간 경험을 통해 구체화된다.

2.1. 치유의 과학과 전통

'온기'의 핵심 가치는 황토와 참숯이 제공하는 자연 치유력에 있다. 이는 단순한 민간요법이 아닌, 현대 과학으로도 그 효능이 설명되는 건강 증진 방식이다.

- **황토(黃土)의 효능:** 황토는 예로부터 생명력이 있는 흙으로 알려져 왔다. 황토에서 방출되는 원적외선은 인체 깊숙이 침투하여 혈액순환을 촉진하고 신진대사를 활성화시킨다.⁸ 이는 만성피로 해소, 통증 완화, 근육 이완에 효과적이며, 체내 노폐물과 독소 배출을 돕는다.⁸ 또한, 황토 자체의 성분은 노화 방지 및 각종 성인병 예방에도 기여하는 것으로 보고된다.¹¹
- **참숯(炭)의 효능:** 참숯은 고온의 황토 가마에서 구워내는 과정에서 수많은 미세한 구멍을 갖게 되며, 이 구조가 강력한 정화 및 제습 기능을 발휘한다.¹² 특히 참숯에서 발생하는 다량의 음이온은 공기를 정화하고 심리적 안정을 가져다주며, 피부의 노폐물 배출을 촉진하여 피부 미용에 탁월한 효과를 보인다.⁹ 스트레스 해소는 물론, 혈액순환 개선과 성인병 예방에도 도움을 준다.¹⁰

2.1.1. 혁신적인 온열 기술과 건강 증진

'온기'는 전통적인 소재의 효능을 극대화하기 위해 혁신적인 온열 기술을 도입한다. 체온이 1°C 올라가면 면역력이 최대 70%까지 향상된다는 연구 결과처럼, 적절한 온열 요법은 건강 유지에 필수적이다.⁶⁴ 현대인들은 잘못된 식습관과 운동 부족으로 저체온에 노출되기 쉬우며, 이는 다양한 건강 문제의 원인이 될 수 있다.⁶⁴

'온기'의 사우나는 이러한 문제를 해결하기 위해 전자파와 소음 걱정이 없는 고온 건식 온수 시스템을 채택한다.⁶⁴ 특수 카본 사각 호스와 특허받은 병렬식 배관 방식을 사용하여 종이컵 한 컵 정도의 극소량의 물만으로도 70°C의 고온을 효율적으로 구현한다.⁶⁴ 이 과정에서 특수 발열판을 통해 다량의 원적외선이 방사되며, 일반 전기 히터 방식보다 전기 요금은 1/3 수준으로 저렴하고 열 자극이 부드러워 더 많은 땀 배출을 유도하여 노폐물 제거 효과를 높인다.⁶⁴

2.2. '온기'의 경험: 세심하게 설계된 여정

고객이 '온기'의 문을 여는 순간부터 떠날 때까지의 모든 과정은 온전한 휴식과 재충전에 초점을 맞춰 설계된다.

- **도착과 이완:** 고객이 도착하면 따뜻한 우드 톤과 부드러운 조명으로 꾸며진 아늑한 공간이 맞이한다. 은은한 아로마 향과 함께 웰컴 티가 제공되어, 외부 세계와의 단절과 심리적 이완을 유도한다.
- **프라이빗 찜질 세션:** 최대 6인으로 제한된 예약제 찜질 세션은 북적임 없이 오롯이 자신에게 집중할 수 있는 환경을 제공한다. 이는 대형 찜질방의 소음과 번잡함에서 벗어나고 싶은 고객들에게 핵심적인 매력 포인트가 된다.
- **커뮤니티 라운지:** 찜질 후에는 단순한 휴게 공간이 아닌, '힐링 카페' 컨셉의 라운지에서 건강한 음료와 다과를 즐기며 담소를 나눌 수 있다. 이곳은 새로운 관계가 형성되고 정보가 교류되는 소셜 허브의 역할을 수행한다.
- **성장으로의 연결:** 라운지 공간은 정기적으로 교육 워크숍이 열리는 장소로 변모한다. 신체적 이완이 정신적, 정서적 성장으로 자연스럽게 이어지도록 설계하여, 고객의 재방문 동기를 강화한다.

2.3. '온기'의 차별점: 웰빙의 3대 기둥

'온기'는 경쟁 업체와 차별화되는 세 가지 핵심 가치를 통합적으로 제공한다.

1. **신체적 회복 (쉼, Rest):** 과학적 근거에 기반한 황토 찜질이라는 핵심 서비스를 통해 고객에게 깊은 육체적 휴식을 제공한다.
2. **사회적 연결 (소통, Communication):** 여성 전용 커뮤니티 라운지와 소그룹 활동을 통해 공감과 지지를 기반으로 한 사회적 관계망 형성을 지원한다.
3. **개인적 성장 (성장, Growth):** 건강, 뷰티, 라이프스타일과 관련된 다채로운 교육 프로그램을 통해 고객의 자기계발 욕구를 충족시킨다.

이 세 가지 기둥은 서로 유기적으로 연결되어 강력한 시너지를 창출한다. 고객은 처음에는 신체적 '쉼'을 위해 '온기'를 찾지만, 그곳에서 얻는 '소통'의 즐거움에 머물게 되고, 나아가 '성장'의 기회를 발견하며 지속적으로 방문하게 된다. 이러한 선순환 구조는 일회성 방문객을 충성도 높은 장기 회원으로 전환시키는 핵심 동력이다. 이는 단순히 찜질 서비스 시간을 판매하는 거래적 관계를 넘어, 고객의 삶에 깊이 관여하는 관계적 비즈니스로 '온기'를 격상시킨다. 이 복합적인 가치 제안은 단일 서비스만을 제공하는 경쟁자들이 쉽게 모방할 수 없는 강력한 경쟁 우위가 될 것이다.

3. 시장 기회: 주부들의 숨겨진 니즈

'온기'의 성공은 명확하게 정의된 목표 시장과 그들의 충족되지 않은 니즈를 정확히 파악하는

데서 시작된다. 본 섹션에서는 거시적 환경 분석을 통해 시장의 잠재력을 확인하고, 타겟 고객의 특성을 심층적으로 분석하여 사업의 성공 가능성을 입증하고자 한다.

3.1. 거시 환경: 목표 시장 분석

본 사업이 목표하는 지역은 일정 규모 이상의 인구를 유지하고 있는 도시로 ¹⁴, 전체 인구 중 경제 활동과 소비의 주축을 이루는 **30-50대** 여성 인구는 상당한 비중을 차지할 것으로 추정된다. 이는 '온기'의 잠재적 시장 규모가 충분히 확보되어 있음을 시사한다. 특히, 지역 커뮤니티 활동이 활발하다는 점은 구전 마케팅 및 커뮤니티 기반 사업 확장에 매우 유리한 환경을 제공한다.

3.2. 타겟 고객 심층 분석: 지역 맘카페 회원

'온기'의 핵심 타겟 고객은 2만 명 이상의 회원을 보유한 활성화된 지역 온라인 맘카페의 회원들이다.¹ 이들은 단순한 인구통계학적 집단을 넘어, 이미 강력한 유대감과 정보 공유 네트워크를 형성하고 있는 조직화된 커뮤니티이다. 이들은 지역 내 저소득층을 위한 기부 활동에 참여하는 등 공동체 의식이 높으며 ¹⁶, 이는 커뮤니티 기반 마케팅 전략이 효과적으로 작용할 수 있는 기반이 된다.

표 1: 타겟 고객 프로필 - '온기'의 여성

구분	상세 내용	
인구통계학적 특성	연령: 30대-40대 주력, 50대 포함 소득: 중산층 중심 거주지: 사업 대상 지역 및 인근 가족 형태: 미취학 또는 초등학생 자녀를 둔 기혼 여성	
심리/행동적 특성	가치관: 가족의 건강과 행복, 합리적인 소비, 자기 관리, 커뮤니티 소속감	열망: 개인적 성장, 경력 단절 극복, 소소한 부수입 창출 기회 핵심 니즈 (Pain

	관심사: 자녀 교육, 건강 정보, 뷰티, 인테리어, 지역 맛집/카페 3, 재테크	Points): 육아와 가사로 인한 만성 피로 및 스트레스, '나'를 위한 시간과 공간의 절대적 부족, 결혼 전 자신의 정체성 상실감, 사회적 관계망 축소로 인한 고립감
미디어 소비 행태	주요 채널: 네이버 맘카페, 지역 온라인 커뮤니티, 인스타그램, 유튜브 정보 신뢰: 실제 사용 후기, 인플루언서 및 신뢰하는 커뮤니티 멤버의 추천에 높은 신뢰도 보임 17	

3.3. 경쟁 환경 분석

'온기'는 기존 시장에 없던 새로운 카테고리를 창출함으로써 직접적인 경쟁을 회피하고 독자적인 포지션을 구축한다.

- 직접 경쟁자: 지역 내 대중 찜질방이 존재한다.² 이들은 저렴한 가격과 가족 단위 이용객을 대상으로 하는 장점이 있지만, '온기'의 타겟 고객에게는 오히려 단점으로 작용한다. 즉, 소음, 번잡함, 프라이버시 부족, 개인화된 서비스 부재 등은 온전한 '나만의 휴식'을 원하는 주부들의 니즈를 충족시키지 못한다.
- 간접 경쟁자: 경관이 좋거나 아이와 함께 가기 좋은 카페들이 주부들의 주요 소셜 공간으로 기능하고 있다.³ 이들은 커뮤니티 공간을 제공한다는 점에서 유사하지만, 깊이 있는 신체적 이완과 회복이라는 웰니스 기능은 제공하지 못한다. 또한, 지역 내 복합문화커뮤니티센터와 같은 공공시설은 저렴하게 공간과 교육을 제공하지만, 상업 시설이 주는 프리미엄 서비스와 세심한 고객 관리, 아늑한 분위기와는 거리가 멀다.²³

결론적으로, '온기'의 진정한 경쟁 상대는 다른 특정 업체가 아니라, 주부들이 자신의 소중한 자유 시간을 보내는 '기존의 방식' 그 자체이다. 가사 노동, 장보기, 일반 카페 방문 등 단편적인 활동에 사용되던 2-3시간의 자유 시간을 '온기'에서의 경험으로 대체하도록 설득하는 것이 핵심 과제이다. '온기'는 예약제를 통해 대기 시간을 없애고, 한 공간에서 신체적 휴식, 사회적 교류, 정신적 성장을 모두 경험하게 함으로써 타겟 고객의 한정된 시간에 대한 '투자수익률(Return on Investment)'을 극대화하는 독보적인 가치를 제공한다. 따라서 모든 마케팅 커뮤니케이션은 '온기'가 제공하는 효용뿐만 아니라, 시간의 '가치'와 '효율성'을 강조하는 데 초점을 맞추어야 한다.

4. 핵심 서비스 및 상품: 통합적 웰빙을 위한 큐레이션 메뉴

'온기'는 세 가지 핵심 사업 영역을 유기적으로 결합하여 안정적이고 다각화된 수익 구조를 구축한다. 각 서비스는 고객의 웰빙을 위한 필수 요소를 충족시키도록 세심하게 설계되었다.

4.1. '온기' 힐링 스페이스 (주요 수익원)

이것은 '온기'의 핵심이자 가장 기본적인 수익 모델이다.

- 서비스 모델: 철저한 예약제로 운영되며, 1회 세션은 2시간, 최대 6인으로 인원을 제한한다. 이 모델은 고객에게 프라이빗하고 쾌적한 경험을 보장하며, 동시에 사업자에게는 예측 가능한 스케줄 관리와 효율적인 인력 운영을 가능하게 한다.
- 가격 전략: 소규모 그룹을 위한 독점적이고 차별화된 경험을 제공하는 만큼, 일반 찜질방보다 높은 프리미엄 가격 정책을 채택한다. 고객의 방문 빈도와 충성도를 높이기 위해 다음과 같은 계층적 멤버십 구조를 도입한다.
 - 1회 체험권 (Single Session Pass)
 - 5회/10회 이용권 (Package Deals)
 - 월간/분기별 멤버십 (Monthly/Quarterly Membership)
- 부가 서비스: 기본 찜질 서비스 외에, 아로마 오일 추가, 가이드 명상 프로그램, 1:1 스트레칭 지도 등 추가 비용을 통해 경험의 질을 높일 수 있는 옵션을 제공한다. 라운지에서는 건강차, 디톡스 주스, 간단한 웰빙 스낵 등을 판매하여 추가 수익을 창출한다.

4.2. '온기' 에듀케이션 허브 (부가 수익원)

수동적인 휴식 공간을 넘어 능동적인 배움의 장으로 공간의 가치를 확장하여, 공간 활용도를 극대화하고 추가 수익을 창출한다.

- 커리큘럼 개발: 주부들의 주된 관심사를 반영하여 전문적이면서도 실용적인 교육 프로그램을 기획한다.
 - 한의학 기반 웰니스: '생활 한의학 개론'²⁵, '내 몸을 아는 지혜, 8체질 자가 진단 워크숍'²⁶, '계절별 맞춤 약선차 만들기' 등 한의학적 지식을 쉽게 풀어낸 강좌를 개설한다.
 - 뷰티 & 셀프케어: '노화 방지를 위한 홍 두피 케어 전문가 과정'과 같이 전문 아카데미의 커리큘럼을 참고하여 실용적인 셀프케어 기술을 교육한다.²⁹
 - 라이프스타일 & 취미: 지역 내 전문가와 협력하여 아로마테라피, 천연 화장품 제작,

명상 및 요가 클래스 등 다양한 취미 강좌를 운영한다.

- 운영 모델: 찜질 이용률이 비교적 낮은 평일 오전 및 오후 시간을 활용하여 1회성 워크숍 또는 4주-8주 과정의 정규 강좌를 개설한다. 이는 유휴 시간의 매출을 발생시키는 효과적인 전략이다.

4.3. '온기' 커뮤니티 커머스 (성장 동력)

이 사업 영역은 물리적 공간의 한계를 넘어 비즈니스를 확장하고, 커뮤니티와의 유대를 강화하는 핵심 성장 엔진이다.

- 모델: '온기'의 창업자가 신뢰할 수 있는 큐레이터가 되어, 지역 온라인 맘카페 내에서 공동구매를 기획하고 진행한다. 이는 창업자 본인이 커뮤니티의 일원이라는 진정성을 바탕으로 높은 신뢰를 확보할 수 있는 독특한 모델이다.¹⁸
- 상품 큐레이션: '온기'의 브랜드 정체성과 일치하는 웰니스 관련 상품을 엄선한다. 예를 들어, 유기농 건강차, 친환경 생활용품, 성분이 좋은 화장품, 건강 간식 등이다. 품질은 우수하지만 판로 개척에 어려움을 겪는 소규모 생산자나 지역 업체의 제품을 발굴하여 상생의 가치를 실현한다.³²
- 수익 모델: 판매 수수료 기반 모델을 채택한다. '온기'는 공동구매 기획, 마케팅, 주문 취합 및 배송 관리의 대가로 판매액의 일정 비율(통상 뷰티/건강기능식품의 경우 30% 내외)을 수수료로 취한다.³³ 이는 초기 투자 비용 없이 높은 마진을 기대할 수 있는 저위험 고수익 사업 모델이다. 이 방식은 셀럽션(Celebttion)과 같은 인플루언서 커머스 플랫폼의 운영 방식을 벤치마킹한다.³⁴

표 2: 단계별 서비스 확장 계획 (1-3년)

단계	기간	핵심 목표	주요 활동
1단계	1년차	시장 안착 및 핵심 고객 확보	- '온기' 힐링 스페이스(찜질) 서비스 안정화 및 멤버십 프로그램 런칭 - 2-3개의 파일럿 교육 워크숍 진행하여 시장 반응 테스트 - 맘카페와 연계한 분기별 1-2회 공동구매 프로젝트 시작

2단계	2년차	서비스 확장 및 커뮤니티 활성화	- 정규 교육 워크숍 커리큘럼 전면 확대 운영 - 공동구매 플랫폼 공식화 (간이 웹사이트 또는 전용 게시판 운영) - 충성 고객 대상 '온기 엠버서더' 프로그램 도입 및 바이럴 마케팅 강화
3단계	3년차	브랜드 자산 구축 및 사업 다각화	- '온기' PB(Private Brand) 상품 개발 검토 (예: 시그니처 블렌딩 티) - 2호점 또는 프랜차이즈 모델 개발을 위한 타당성 조사 착수

5. 커뮤니티 기반 성장 엔진: '지역 맘'과의 동반 성장 전략

'온기'의 마케팅 전략은 전통적인 광고나 프로모션이 아닌, 커뮤니티와의 깊은 유대감 형성과 자발적인 확산에 그 기반을 둔다. 이는 창업자 자신이 타겟 고객 집단의 일원이라는 독특한 강점을 극대화하는 전략으로, 룰루레몬(Lululemon)이나 오늘의집과 같은 성공적인 커뮤니티 기반 브랜드들의 성장 모델에서 영감을 얻었다.³⁵

5.1. 핵심 전략: 커뮤니티의 일원에서 리더로

마케팅의 출발점은 '온기'를 외부 기업이 아닌, '우리 커뮤니티 멤버가 만든 우리를 위한 공간'으로 포지셔닝하는 것이다. 이는 단순한 홍보를 넘어, 커뮤니티를 '활성화(Activating)'하고 사업의 동반자로 만드는 과정이다.

5.2. 1단계: 사전 론칭 (개업 3개월 전 - 기대감 조성)

- **진정성 있는 스토리텔링:** 창업자는 지역 온라인 맘카페에 자신의 창업 여정을 공유하기 시작한다. 왜 이 사업을 시작하게 되었는지, 어떤 어려움을 겪고 있는지, '온기'를 통해 어떤 가치를 제공하고 싶은지에 대한 진솔한 이야기를 연재 형식으로 게시한다. 이는 상업적 광고가 아닌, 한 사람의 성장 스토리로 다가가 깊은 공감대와 정서적 유대를 형성한다.
- **'온기 개척단' 모집:** 카페 내에서 영향력 있거나 활동적인 회원 20-30명을 '온기 개척단(Founding Members)'으로 모집한다. 이들에게는 정식 오픈 전 무료 체험 기회를 제공하고, 공간 구성이나 서비스에 대한 피드백을 적극적으로 수렴한다. 이 과정은 초기 서비스의 완성도를 높이는 동시에, 가장 신뢰도 높은 '입소문'의 진원지를 확보하는 핵심적인 활동이다.
- **커뮤니티 공식 파트너십:** 맘카페 운영진에게 공식적으로 제휴를 제안한다. 카페의 정기적인 오프라인 모임 장소로 '온기'의 라운지를 무료 또는 할인된 가격으로 제공하거나, 카페 이름을 건 공동 프로모션 수익의 일부를 공유하는 방안을 제시한다.³⁸ 이는 단순한 광고주-매체 관계를 넘어, 상호 이익을 위한 전략적 동반자 관계를 구축하는 것이다.

5.3. 2단계: 론칭 및 활성화 (개업 후 3개월)

- **맘카페 회원 전용 그랜드 오픈:** 일반 대중에게 공개하기에 앞서, 맘카페 회원들만을 위한 소규모 초청 이벤트를 여러 차례 개최한다. 이는 회원들에게 특별한 소속감과 자부심을 부여하며, 초기 바이럴 콘텐츠 생성을 유도한다.
- **론칭 프로모션:** 첫 달 동안 맘카페 회원임을 인증하는 고객에게 멤버십 또는 이용권 패키지 구매 시 특별 할인 혜택을 제공한다. 이는 초기 매출을 확보하고 핵심 고객층을 빠르게 유치하는 데 효과적이다.
- **사용자 생성 콘텐츠(UGC) 활성화:** '온기 개척단'을 포함한 초기 방문객들이 자신의 경험을 카페 게시판이나 개인 SNS에 자발적으로 공유하도록 장려한다. 라운지 내에 조명과 소품을 활용한 '인생샷 포토존'을 마련하여 자연스러운 온라인 확산을 유도한다.

5.4. 3단계: 지속 성장 (상시 운영)

- **'온기 앰버서더' 프로그램:** '온기'에 대한 애정이 깊은 충성 고객들을 '온기 앰버서더'로 위촉한다. 이들에게는 정기적인 무료 서비스 이용권과 함께, 자신의 추천을 통해 가입한 신규 회원의 매출 일부를 커미션으로 제공한다. 이는 주부 인플루언서 모델을 소규모로 적용한 것으로¹⁷, 다단계 판매의 부정적 측면 없이 신뢰 기반의 네트워크 마케팅 효과를 창출한다.⁴¹
- **지역 상권과의 연대:** 주부들이 자주 방문하는 키즈 카페, 유기농 식품점, 아동복 매장 등과

제휴하여 상호 할인 쿠폰을 교환하거나 공동 이벤트를 진행한다.

- 디지털 마케팅: 해당 지역의 30-50세 여성을 타겟으로 한 페이스북/인스타그램 광고를 집행하여 맘카페 비회원에게도 '온기'를 알린다. 또한, 월 10만 원 내외의 저렴한 비용으로 맘카페 내 배너 광고를 상시 노출하여 브랜드 인지도를 지속적으로 유지한다.⁴²

6. 운영 청사진: '온기' 공간의 설계와 운영

성공적인 컨셉과 마케팅 전략은 효율적이고 체계적인 운영 계획을 통해 현실화된다. 본 섹션에서는 '온기'의 물리적 공간 구성과 일상적인 운영에 대한 구체적인 청사진을 제시한다.

6.1. 입지 전략

- 선정 기준: 약 20평(66 m²) 규모의 상업 공간을 물색한다. 핵심 선정 기준은 다음과 같다.
 1. 접근성: 대규모 아파트 단지, 초등학교, 유치원 인근 등 주부들의 주 생활 동선 내에 위치해야 한다.
 2. 주차 편의성: 자가용 이용이 많은 주부 고객들을 위해 최소 2-3대 이상의 주차 공간 확보가 필수적이다.
 3. 환경: 변화가의 소음에서 벗어난 조용하고 안전한 주택가 인근 상권이 최적이다.
- 시장 조사: 대상 지역의 상가 임대 시세를 분석하여⁴⁴, 보증금 2,000만 원, 월 임대료 150만 원 내외의 예산을 설정하고 이에 맞는 매물을 탐색한다.

6.2. 공간 디자인 및 레이아웃

- 컨셉: '온기'의 인테리어는 '코지 미니멀리즘(Cozy Minimalism)'과 '내추럴 힐링'을 키워드로 한다. 과도한 장식을 배제하고, 따뜻한 질감의 원목, 부드러운 패브릭, 간접 조명을 활용하여 집처럼 편안하고 감성적인 분위기를 연출한다.⁴⁵
- 20평 공간 레이아웃 계획:
 - 리셉션 및 웰컴존 (3평): 소형 안내 데스크, 신발장, 고객용 사물함, 간단한 티 서비스 공간.
 - 황토 참숯 찜질방 (5평): 5-6인이 편안하게 이용할 수 있도록 2단 구조의 목재 벤치를 설치. 벽면과 바닥은 황토와 참숯으로 마감.
 - 탈의실 및 파우더룸 (4평): 개별 샤워 부스 2-3개, 락커, 세면대 및 화장 공간을 효율적으로 배치.

- 커뮤니티 라운지 / 힐링 카페 (8평): 공간의 중심. 편안한 소파와 좌식 쿠션, 소그룹용 테이블을 배치. 한쪽 벽면에는 셀프 서비스 음료 바와 큐레이션 상품을 진열할 수 있는 작은 선반을 설치. 20평대 아파트의 공간 활용 아이디어를 차용하여 동선을 최적화한다.⁴⁷

6.3. 설비 및 시공

- 찜질방 시공: 이동식 황토방 및 상업용 찜질방 시공 경험이 풍부한 전문 업체에 의뢰하여 안전성과 기능성을 확보한다.⁴⁸
- 인테리어 공사: 일반적인 20평 상가 인테리어 비용은 평당 150만 원에서 200만 원 사이로 형성되므로⁴⁹, 약 3,000만 원에서 4,000만 원의 예산을 책정한다. 이는 벽, 바닥, 천장, 전기, 배관 등 기본적인 공사를 포함한다.
- 장비 및 비품: 상업용 찜질방 히터, 샤워 시설, 락커, POS 시스템, 라운지 가구, 냉장고, 각종 집기류 구매 예산을 별도로 편성한다. 가정용 이동식 사우나 제품 가격대⁵⁰를 참고하여 시공 예산의 타당성을 검토한다.

6.4. 인력 운영 계획

- 1년차 (안정화 단계): 창업자 본인이 매니저 겸 주 운영 인력으로 상주하며 고객과의 관계 형성에 집중한다. 청소 및 고객 응대를 보조할 파트타임 직원 1명을 피크 시간대에 고용한다.
- 2년차 이후 (성장 단계): 사업이 안정 궤도에 오르면, 정규직 매니저 1명을 채용하여 일상적인 매장 운영을 위임한다. 이를 통해 창업자는 교육 프로그램 개발, 커뮤니티 커머스 확장, 대외 협력 등 사업 개발에 더 많은 시간을 할애할 수 있게 된다.

7. 재무 계획 및 자금 조달 전략: 지속 가능한 미래 설계

본 섹션에서는 '온기'의 아이디어를 구체적인 숫자로 전환하여 재무적 타당성을 검증하고, 안정적인 사업 운영을 위한 자금 조달 로드맵을 제시한다.

7.1. 초기 창업 비용 분석

초기 투자 비용을 정확하게 산출하고, 각 항목별 예산을 현실적으로 책정하는 것은 사업 성공의 기반이 된다.

표 3: 상세 창업 비용 예산안

항목	세부 내역	예산 비용 (원)	비고
1. 자산 취득 비용		70,000,000	
	점포 임차보증금	20,000,000	대상 지역 20평 상가 기준 ⁴⁴
	인테리어 공사	35,000,000	20평 * 평당 175만원 ⁴⁹
	찜질방 시공	15,000,000	5평 규모, 전문 업체 시공 기준 ⁵²
2. 장비 및 비품		10,000,000	
	찜질방 히터, 샤워시설, 락커 등	5,000,000	
	라운지 가구, POS 시스템, 냉장고 등	3,000,000	
	수건, 찜질복, 초기 비품	2,000,000	
3. 초기 운영 비용		5,000,000	
	초기 마케팅 비용	1,000,000	맘카페 광고, 오픈 이벤트 등
	각종 인허가 및 등록 비용	500,000	사업자 등록, 영업 신고 등

	초도 물품 사입비	500,000	음료, 다과, 판매용 상품
	예비비 (3개월 운영자금 일부)	3,000,000	임대료, 공과금, 인건비 등
총 창업 비용		85,000,000	

7.2. 매출 및 수익성 전망

3개년 추정 손익계산서를 통해 '온기'의 성장 잠재력과 수익성을 예측한다. 모든 수치는 보수적인 가정 하에 산출되었다.

표 4: 3개년 추정 손익계산서

항목 (단위: 원)	1년차	2년차	3년차
I. 매출	122,400,000	163,200,000	204,000,000
1. 힐링 스페이스 매출	96,000,000	120,000,000	144,000,000
2. 에듀케이션 허브 매출	12,000,000	24,000,000	36,000,000
3. 커뮤니티 커머스 수수료	14,400,000	19,200,000	24,000,000
II. 매출원가 (COGS)	6,840,000	9,120,000	11,400,000
III. 매출총이익	115,560,000	154,080,000	192,600,000
IV. 판매관리비 (OPEX)	84,600,000	99,000,000	112,200,000

1. 임차료	18,000,000	18,000,000	18,000,000
2. 인건비 (대표 포함)	36,000,000	48,000,000	60,000,000
3. 공과금 및 관리비	12,000,000	13,200,000	14,400,000
4. 마케팅비	6,000,000	6,000,000	6,000,000
5. 기타 운영비	12,600,000	13,800,000	13,800,000
V. 영업이익	30,960,000	55,080,000	80,400,000

7.3. 정부 지원금 활용 로드맵

초기 자본 부담을 최소화하고 사업의 재무적 리스크를 획기적으로 낮추기 위해, 중앙정부 및 지방자치단체의 여성 창업 지원 제도를 적극적으로 활용하는 것은 선택이 아닌 필수 전략이다.

표 5: 정부 지원금 신청 체크리스트

프로그램명	주관 기관	지원 형태	지원 내용	자격 요건	신청 시기/방법
여성가장 창업자금 지원 ⁶	여성가족부 / 한국여성경제인협회	저금리 대출	점포 임대보증금 최대 1억 원 (연 2% 고정금리, 최대 6년)	저소득 여성가장 (부양가족 1인 이상)	연중 수시 (예산 소진 시까지) / wbiz.or.kr
경기여성 창업경진대회 ⁷	경기도일자리재단	상금/사업화 자금	최대 2,000만 원 상금, 멘토링, 투자 연계	경기도 거주 예비 여성 창업자 또는 창업 1년 이내	매년 상반기 (3-4월경) / dreammaru.or.kr

			등	여성기업	
경기도 여성창업보 육센터 입주 지원 ⁵⁷	경기도일자 리재단	공간/자금 지원	저렴한 비용의 사무공간 제공, 사업화 자금, 멘토링 지원	경기도 거주 예비 여성 창업자 또는 창업 3년 이내 여성기업	연중 수시 모집 / dreammaru .or.kr
W-창업패 키지 지원 ⁵	(정부/지자 체)	패키지 지원	창업 교육, 컨설팅, 사업화 지원금 통합 지원	이공계 전공 또는 기술 기반 여성 창업자	각 기관별 공고 확인
여성기업 공공구매 제도 ⁵⁹	중소벤처기 업부	판로 지원	공공기관의 여성기업 제품 의무 구매 (물품/용역 5%)	'여성기업' 확인서를 발급받은 기업	연중 / wbiz.or.kr

이러한 지원 제도들을 단계적으로 활용하는 것이 중요하다. 먼저 '여성 창업경진대회'에 본 사업계획서로 도전하여 초기 사업화 자금과 공신력을 확보하고, 이후 '여성가장 창업자금'을 신청하여 임차보증금 부담을 해결한다. 동시에 '여성창업보육센터'의 교육 및 멘토링 프로그램에 참여하여 사업 역량을 강화하는 체계적인 접근이 필요하다.

8. 미래 비전: 지역의 사랑방에서 전국 브랜드로

'온기'는 한 지역의 작은 쉼터에서 시작하지만, 그 비전은 지역 사회를 넘어 더 넓은 시장으로의 확장을 목표로 한다. 이는 명확한 성장 경로와 긍정적인 사회적 영향력을 통해 실현될 것이다.

8.1. 성장 로드맵

- **1단계 (1-2년차): 모델 고도화**
1호점에서 운영 모델을 완벽하게 다듬는 시기이다. 고객 데이터를 분석하여 가장 인기 있는 서비스와 교육 프로그램을 파악하고, 커뮤니티 커머스 운영 노하우를 축적한다. 이 기간 동안 '온기'는 지역 주부들 사이에서 '믿을 수 있는 웰니스 브랜드'라는 명성을 확고히 구축한다.
- **2단계 (3-4년차): 시스템화 및 확장**
성공적으로 정착한 모델을 기반으로 '비즈니스 인 어 박스(Business-in-a-Box)' 형태의 프랜차이즈 패키지를 개발한다. 이는 인테리어, 운영 매뉴얼, 교육 커리큘럼, 커머스 플랫폼 연동 등을 포함한다. '온기'의 사업 모델이 성공할 가능성이 높은, 강력한 온라인 맘카페 커뮤니티가 형성된 인근 도시를 중심으로 2호점(직영 또는 가맹)을 개설한다. 이는 커뮤니티 기반 사업의 확장 성공 사례들을 벤치마킹한 전략이다.⁶¹
- **3단계 (5년차 이후): 브랜드 다각화**
'온기' 브랜드의 신뢰도를 바탕으로 자체 PB(Private Brand) 상품 라인을 출시한다. 커뮤니티 커머스를 통해 검증된 인기 상품군(예: 허브티, 아로마 오일, 천연 비누 등)을 중심으로 '온기'만의 독자적인 제품을 개발한다. 이는 온라인 쇼핑몰을 통해 전국으로 판매되어, 물리적 공간의 한계를 넘어선 새로운 수익원을 창출하는 단계이다.

8.2. 사회적 기여

'온기'는 단순한 영리 기업을 넘어, 지역 사회에 긍정적인 영향을 미치는 사회적 가치를 창출한다.

- **여성 역량 강화:** 주부들에게 휴식과 재충전의 기회를 제공함으로써 번아웃을 예방하고, 교육 프로그램을 통해 새로운 기술과 지식을 습득하여 자기계발을 돕는다.
- **지역 경제 활성화:** 커뮤니티 커머스 플랫폼을 통해 다른 소규모 여성 창업가나 지역 생산자들의 제품 판로를 열어주는 허브 역할을 수행한다. 이는 '온기'를 중심으로 한 여성 기업 생태계를 조성하는 효과를 낳는다.
- **새로운 일자리 창출:** 사업이 확장됨에 따라 매니저, 강사, 마케터 등 여성을 위한 양질의 일자리를 창출한다.

8.3. 결론

본 사업계획서는 '온기(溫氣)'라는 하나의 작은 공간이 어떻게 한 지역 사회의 주부들의 삶에 깊숙이 스며들어 신체적, 정신적, 사회적 웰빙을 증진시킬 수 있는지에 대한 청사진을 제시했다. 이 사업의 가장 큰 자산은 최신 설비나 거대 자본이 아니다. 바로 창업자 자신이 '지역 주부'라는 정체성이며, 커뮤니티에 대한 깊은 이해와 진정성이다.

'온기'는 단순한 찜질방 창업이 아니라, 한 여성의 경험과 공감의 비즈니스가 되고, 그것이 다시 커뮤니티 전체에 따뜻한 활력을 불어넣는 선순환을 만드는 프로젝트이다. 이 계획서는 그 여정을 위한 상세한 지도이며, 창업자의 열정과 실행력이 더해질 때, '온기'는 지역에서 가장 사랑받는 공간이자, 주부 창업의 가장 성공적인 모델 중 하나로 자리매김할 것을 확신한다.

참고 자료

1. 네이버 카페/육아 - 나무위키, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://namu.wiki/w/%EB%84%A4%EC%9D%B4%EB%B2%84%20%EC%B9%B4%ED%8E%98/%EC%9C%A1%EC%95%84>
2. 목간통 찜질방 사우나 (동두천) 티켓 할인, 운영 시간, 후기 [2025년] - 트립닷컴, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://kr.trip.com/travel-guide/attraction/dongducheon/mokgantong-sauna-sauna-146308729?curr=KRW>
3. 카페WABA - 경기 동두천시에서 아이와 갈곳 추천 - 맘맘, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://mom-mom.net/travel/places/648ff9ec236b4a53258b735d>
4. 동두천 카페 맛집 Top100 - 다이닝코드, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.diningcode.com/list.dc?query=%EB%8F%99%EB%91%90%EC%B2%9C%20%EC%B9%B4%ED%8E%98>
5. 경기도 여성창업지원 현황 분석 및 - 개선방안 연구, 9월 28, 2025에 액세스,
https://www.gwff.kr/storage/board/privacy/2024/02/02/PRIVACY_ATTACH_1706851414212.pdf
6. 여성가장 창업자금지원사업 - SW-Biz, 9월 28, 2025에 액세스,
http://swbiz.or.kr/woman/womanbiz/womanbiz_capital.do
7. 2024 여성창업 지원금 제도 3가지 - 삼점삼 고객센터, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://help.3o3.co.kr/hc/ko/articles/29099090200985-2024-%EC%97%AC%EC%84%B1%EC%B0%BD%EC%97%85-%EC%A7%80%EC%9B%90%EA%B8%88-%EC%A0%9C%EB%8F%84-3%EA%B0%80%EC%A7%80-%EC%97%AC%EC%84%B1%EA%B0%80%EC%9E%A5-%EC%B0%BD%EC%97%85-%EC%A7%80%EC%9B%90%EA%B8%88-%EB%93%B1>
8. [기업&CEO]“원적외선 참황토참숯 사우나로 난치병 치유” - 동아일보, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20171127/87467354/1>
9. 여자들의 女幸 ④ 찜질방-화끈한 그녀들의 후끈한 선택 - 트래비 매거진, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.travie.com/news/articleView.html?idxno=15115>
10. 다양한 종류의 찜질방, 제대로 알고 이용해요 - 휴먼에이드포스트, 9월 28, 2025에 액세스, <http://www.humanaidpost.com/news/articleView.html?idxno=19338>
11. www.humanaidpost.com, 9월 28, 2025에 액세스,
<http://www.humanaidpost.com/news/articleView.html?idxno=19338#:~:text=%ED%99%A9%ED%86%A0%EB%B0%A9%EC%9D%98%20%ED%99%A9%ED%86%A0%EB%8A%94%20%EB%85%B8%ED%99%94.%EC%8A%A4%ED%8A%B8%EB%A0%88%EC%8A%A4%EB%A5%BC%20%ED%92%80%EC%96%B4%EC%A4%80%EB%8B%A4%EA%B3%A0%20%ED%95%B4%EC%9A%94>
12. [한영준의 목간통] 숯가마 찜질이 좋은 이유를 아세요 - 세이프타임즈, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.safetimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=36080>

13. 펄펄 끓는 황토가마 땀 썩~ 시름 썩~ - 강원도민일보, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.kado.net/news/articleView.html?idxno=129037>
14. 동두천현황 - 대표 홈페이지 - 동두천시청, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.ddc.go.kr/ddc/contents.do?key=67>
15. 동두천시 - 위키백과, 우리 모두의 백과사전, 9월 28, 2025에 액세스, <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8F%99%EB%91%90%EC%B2%9C%EC%8B%9C>
16. 동두천시 알뜰맘카페 언저리모임, 무더위를 식혀 줄 이웃사랑 - 일간경기, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.1gan.co.kr/news/articleView.html?idxno=156252>
17. [인플루언서 프리즘] 일상부터 삶의 지혜까지...'주부 유튜버'가 뜬다 - 생활/문화 - 더팩트, 9월 28, 2025에 액세스, <https://news.tf.co.kr/read/livingculture/1903692.htm>
18. '살림'이 콘텐츠가 되는 시대! 협업할 주부 인플루언서를 찾고 있다면 [살림 유튜버, 요리 인플루언서, 살림 인스타그램] | 고구마팜, 9월 28, 2025에 액세스, <https://gogumafarm.kr/%EC%82%B4%EB%A6%BC%EC%9D%B4-%EC%BD%98%ED%85%90%EC%B8%A0%EA%B0%80-%EB%90%98%EB%8A%94-%EC%8B%9C%EB%8C%80-%ED%98%91%EC%97%85%ED%95%A0-%EC%A3%BC%EB%B6%80-%EC%9D%B8%ED%94%8C%EB%A3%A8/>
19. 대한한의학회 온라인강의, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.skom.or.kr/conference/02/01.php>
20. 파인힐커피하우스 - 동두천 카페, 커피 맛집 - 다이닝코드, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.diningcode.com/profile.php?rid=W0C12gmFDPJk>
21. 동두천 예쁜카페 맛집 Top100 - 다이닝코드, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.diningcode.com/list.dc?query=%EB%8F%99%EB%91%90%EC%B2%9C%20%EC%98%88%EC%81%9C%EC%B9%B4%ED%8E%98>
22. 동두천의 아름다운 카페. 파인힐 커피하우스 | 트립닷컴 동두천시, 9월 28, 2025에 액세스, <https://kr.trip.com/moments/detail/dongducheon-14751-13414063/>
23. 동두천 커뮤니티센터 개관 기념 재미와 추억의 공간으로 초대, '캠프보산' - 경기도뉴스포털, 9월 28, 2025에 액세스, https://gnews.gg.go.kr/briefing/brief_sigun_view.do?BS_CODE=s017&number=85110
24. 배움·소통이 함께하는 공간 '동두천 복합문화커뮤니티센터' - 경기도뉴스포털, 9월 28, 2025에 액세스, https://gnews.gg.go.kr/news/news_view.do?number=202508140847495647C094&s_code=C501&newsType=N
25. 한의학개론 - 평생교육원, 9월 28, 2025에 액세스, https://www.dhu.ac.kr/HOME/lifelong/sub.htm?nav_code=lif1637299153
26. 팔체질의학 - 위키백과, 우리 모두의 백과사전, 9월 28, 2025에 액세스, <https://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%8C%94%EC%B2%B4%EC%A7%88%EC%9D%98%ED%95%99>
27. 하나님의 은혜로, 8체질의학은 대한민국의 권도원박사(1921-2022)에 의해 창시되었다., 9월 28, 2025에 액세스, <http://www.ecmed.org/01/01.php>
28. 가장 쉬운 8체질 자가진단 - 경기도사이버도서관 | 전자책서비스, 9월 28, 2025에 액세스, <https://ebook.library.kr/detail?id=4808976044488&contentType=EB>
29. 두피관리 정규과정 - SBS 아카데미 뷰티스쿨, 9월 28, 2025에 액세스, https://www.sbsbeautystyle.com/edu/default_est3_detail.asp

30. scalpexpert - 셀비오 아카데미, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.celbioacademy.com/scalpexpert>
31. 아카데미 - WT메소드, 9월 28, 2025에 액세스,
https://wt-methode.co.kr/?page_id=570
32. 공동구매중개, 빨리 시작할수록 이득입니다. 욕먹을 각오로 적나라하게 공개하는 소수만 하는 투잡 부업 (주부, 경단녀, 대학생, 육아맘, 중년 모두 가능) 공구중개 - YouTube, 9월 28, 2025에 액세스, <https://m.youtube.com/watch?v=BB-CcjepgYc>
33. 마케팅 필수요소 된 '공동구매' 벤더 이야기 : 월 3000만원 매출 유지법 - 네이버 프리미엄콘텐츠, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://contents.premium.naver.com/connectx/us/contents/250707101421303mx>
34. 셀럽션 Celebtion, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.celebtion.com/>
35. '찐팬' 불러 모으는 커뮤니티 마케팅 - 오픈애즈, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://openads.co.kr/content/contentDetail?contsId=9774>
36. 자연스럽게 충성 고객을 모으는 마케팅 전략, 커뮤니티 마케팅! - 오픈애즈, 9월 28, 2025에 액세스, <https://openads.co.kr/content/contentDetail?contsId=10377>
37. 갑자기 커뮤니티 마케팅이요? - DIGITAL INSIGHT 디지털 인사이트, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://ditoday.com/%EA%B0%91%EC%9E%90%EA%B8%B0-%EC%BB%A4%EB%AE%A4%EB%8B%88%ED%8B%B0-%EB%A7%88%EC%BC%80%ED%8C%85%EC%9D%B4%EC%9A%94/>
38. 제휴 마케팅 성공 사례로 본 대기업과 중소기업의 매출 폭발 전략 분석, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://openschema.co.jp/ko/search-engine-marketing/%EC%A0%9C%ED%9C%B4-%EB%A7%88%EC%BC%80%ED%8C%85-%EC%84%B1%EA%B3%B5-%EC%82%AC%EB%A1%80/>
39. 제휴 마케팅 사례로 월 200만 원 수익낸 비결 공개합니다, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://openschema.co.jp/ko/search-engine-marketing/%EC%A0%9C%ED%9C%B4-%EB%A7%88%EC%BC%80%ED%8C%85-%EC%82%AC%EB%A1%80/>
40. 육아에서 다이어트까지...평범한 주부의 일상도 콘텐츠 - 매거진한경, 9월 28, 2025에 액세스, <https://magazine.hankyung.com/business/article/201805093442b>
41. 신기법 신경영... MLM(다단계판매)기법 - 매일경제, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.mk.co.kr/news/all/1558946>
42. 맘카페 상단 배너광고 드립니다. - 크몽, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://kmong.com/gig/407344>
43. 지역 카페 게시글 하단에 3개월간 배너광고 해드립니다 - 크몽, 9월 28, 2025에 액세스, <https://kmong.com/gig/176246>
44. 상가매물 | 매매/임대 - 상가114, 9월 28, 2025에 액세스,
https://www.sangga114.co.kr/sales/jumpo_list
45. 소형 카페 인테리어 | 청담동 7평 카페 리모델링 Before & After - 유희디자인, 9월 28, 2025에 액세스, <https://uheedesign.com/Interior/?bmode=view&idx=149390728>
46. 작은 실내 공간을 활용한 10평 미만 소형 카페 인테리어 꿀팁 - 큐플레이스, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.qplace.kr/guide/%EC%9E%91%EC%9D%80-%EC%8B%A4%EB%82%B4-%EA%B3%B5%EA%B0%84%EC%9D%84-%ED%99%9C%EC%9A%A9%ED%95%9C-10%ED%8F%89-%EB%AF%B8%EB%A7%8C-%EC%86%8C%ED%98%95-%>

[EC%B9%B4%ED%8E%98-%EC%9D%B8%ED%85%8C%EB%A6%AC%EC%96%B4-%EA%BF%80%ED%8C%81](#)

47. 20평 아파트 인테리어 | 굿테리어 - 3D로 미리 보는 상업 공간 인테리어, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://goodterior.com/portfolios/20%ED%8F%89-%EC%95%84%ED%8C%8C%ED%8A%B8-%EC%9D%B8%ED%85%8C%EB%A6%AC%EC%96%B4>
48. 청우산업(주): 이동식황토방, 개인용사우나, 황토침대, 황토보료 등 ..., 9월 28, 2025에 액세스, <http://www.chungwoo21.com/>
49. 상가 인테리어 비용, 견적 | 업종 별 안내 - 큐플레이스, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.qplace.kr/guide/%EC%83%81%EA%B0%80-%EC%9D%B8%ED%85%8C%EB%A6%AC%EC%96%B4-%EB%B9%84%EC%9A%A9-%EA%B2%AC%EC%A0%81-%7C-%EC%83%81%EC%97%85%EA%B3%B5%EA%B0%84-%EC%97%85%EC%A2%85-%EB%B3%84-%EC%95%88%EB%82%B4>
50. 황토 찜질방 - 검색결과 - 쇼핑하우, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://m.shoppinghow.kakao.com/m/search/q/%ED%99%A9%ED%86%A0%20%EC%B0%9C%EC%A7%88%EB%B0%A9>
51. 가정용 황토 찜질방 - 검색결과 - 쇼핑하우, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://m.shoppinghow.kakao.com/m/search/q/%EA%B0%80%EC%A0%95%EC%9A%A9%20%ED%99%A9%ED%86%A0%20%EC%B0%9C%EC%A7%88%EB%B0%A9>
52. 황토 찜질방 건축 비용 - 구들과 황토집짓기 - [우수카페]귀농사모/한국귀농인협회 - Daum 카페, 9월 28, 2025에 액세스, <https://m.cafe.daum.net/refarm/5Bjp/736>
53. 황토방/황토찜질방 - 제일종합건축, 9월 28, 2025에 액세스,
http://www.jeiltcs.com/?c=case/case_8&cat=%ED%99%A9%ED%86%A0%EC%B0%9C%EC%A7%88%EB%B0%A9
54. 여성가장창업자금 - 한부모가족, 9월 28, 2025에 액세스,
https://www.mogef.go.kr/cs/opf/cs_opf_f038.do
55. 여성가장창업자금 - Wbiz 여성기업 종합정보 포털, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://wbiz.or.kr/biz/funds.do>
56. 2024 경기여성 창업경진대회, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://youth.gg.go.kr/gg/archive-policy-search.do?mode=view&arcNo=4700>
57. 2025 여성창업보육센터 신규입주기업 연장모집 - 꿈날개, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://dream.go.kr/dream/customerSupport/boardDetail.do?atclSeq=359338&bbSld=27&menuSeq=216&groupSeq=1&btype=1>
58. 신청/발표 - 2025년 경기도여성창업보육센터 신규 입주기업 모집 공고, 9월 28, 2025에 액세스,
https://www.gjf.or.kr/main/pst/view.do?pst_id=notice_ap&pst_sn=200486&search=RllVakYOdXgxaHp1c2tMRzNHN2ZpNFJ5TzRKV1poeGxQaGIDV1ZjOFFXZz0=
59. 여성창업지원금, 나만 몰랐던 꿀정보 3가지 사실 #여성창업지원, #여성정책자금, #여성창업정부지원, #창업지원금, #여성기업지원, #여성창업자금, #정부지원사업 - YouTube, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.youtube.com/watch?v=5Z5ETO6ZGOU>
60. 여성기업지원제도 설명회, 9월 28, 2025에 액세스,
<https://www.mss.go.kr/common/board/Download.do?bclidx=1024979&cbldx=253&streFileNm=ff3897c5-9b8f-442f-8ea2-31c1fa29e671.pdf>

61. 취미로 모였다가 돈까지 번다...진화하는 커뮤니티 플랫폼 - 한국경제, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.hankyung.com/article/2023030104641>
62. 지역활성화의 새로운 대안, 커뮤니티 비즈니스 - 한국금융연구원, 9월 28, 2025에 액세스,
http://www.kif.re.kr/KMFileDir/129011703288276250_SERI%20%EC%A7%80%EC%97%AD%ED%99%9C%EC%84%B1%ED%99%94%EC%9D%98%20%EC%83%88%EB%A1%9C%EC%9A%B4%20%EB%8C%80%EC%95%88%20%EC%BB%A4%EB%AE%A4%EB%8B%88%ED%8B%B0%20%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%8B%88%EC%8A%A4.pdf
63. 관심사 비슷한 사람들 모았더니 대박...'커뮤니티' 스타트업의 세계 [각스] - 한국경제, 9월 28, 2025에 액세스, <https://www.hankyung.com/article/202211242017i>
64. 사우나 6p-7.pdf