

“ **니어콜** (NearCall) ”

**텍스트 기반 안부 중계 서비스**

See:Near | Lydia, mini, yerin

# 목차

01

문제 분석

02

솔루션

03

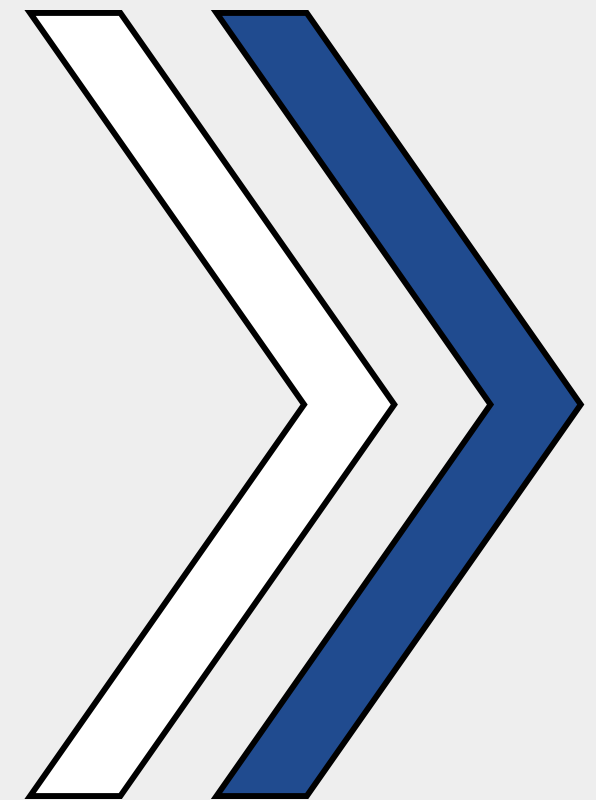
비즈니스 모델 (수익 모델)

04

성공 전략

# 01

## 문제 분석



- 춘천 지역 인구 분석
- 상황 분석

01

## 춘천시 인구 분석



춘천시  
City of ChunCheon

“ 65세 이상 내국인은 약 22%  
초고령사회에 진입 ”

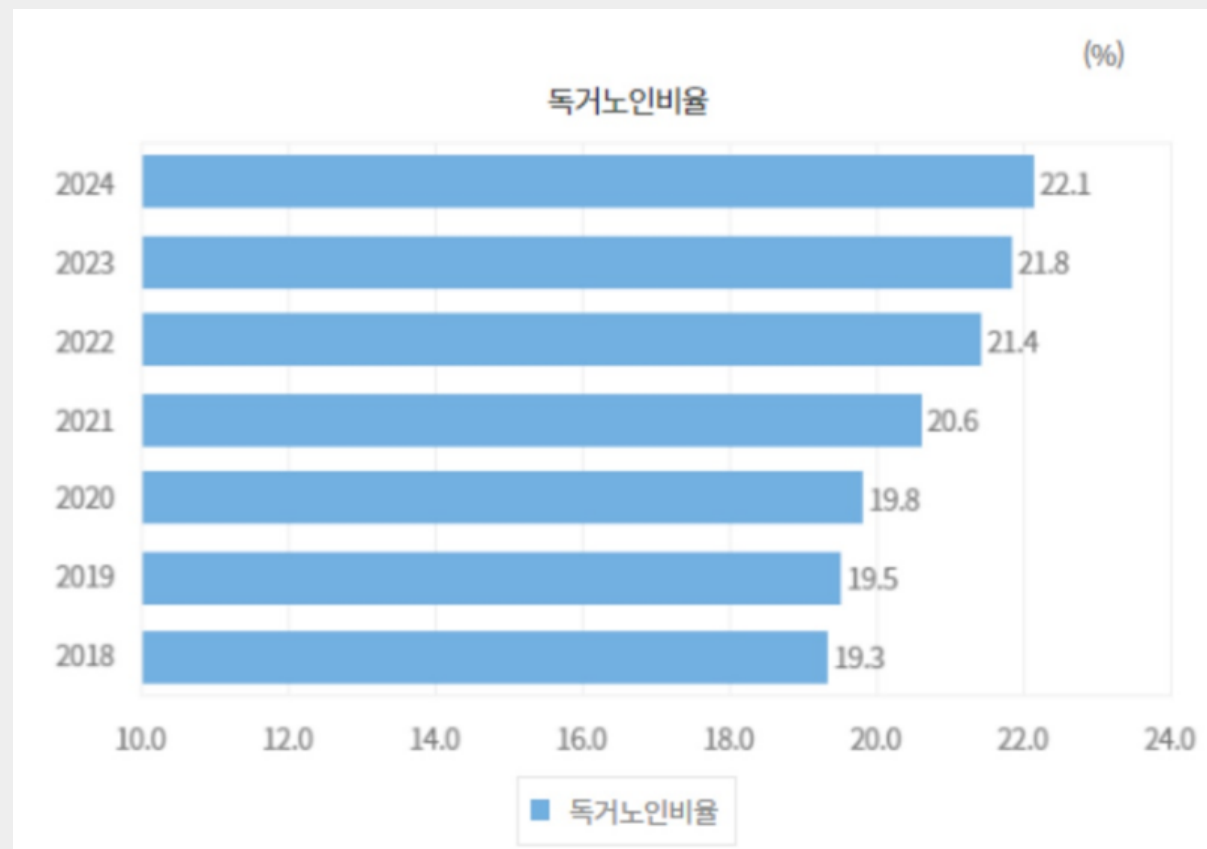
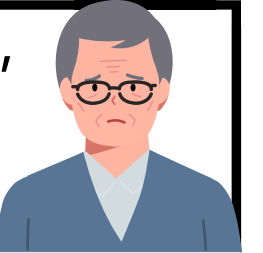
2025년 6월말 춘천시에서 진행한 주민등록 인구현황

- 전체 인구 285,375명 중 65세이상  
: 62,889명 (내국인 기준)
- 독거 노인 비율 (24년 11월 기준)  
: 약 8%

## 02

## 상황 분석

"누구랑 얘기 좀 하고 싶다..."



출처 - 지표누리

- 65세 이상 중 독거노인 비율 22.1 %(2024), 계속 상승세

## 이 외에도...



보건복지부 2023 노인실태조사  
: 우울증상 비율 독거 16.1 % vs 노인부부 7.8 %  
-> 2배 이상 높음



• 여성가족부 2023 가족실태조사  
: 따로 사는 성인 자녀의 부모 연락 주기 1위가 '주 1-2회'



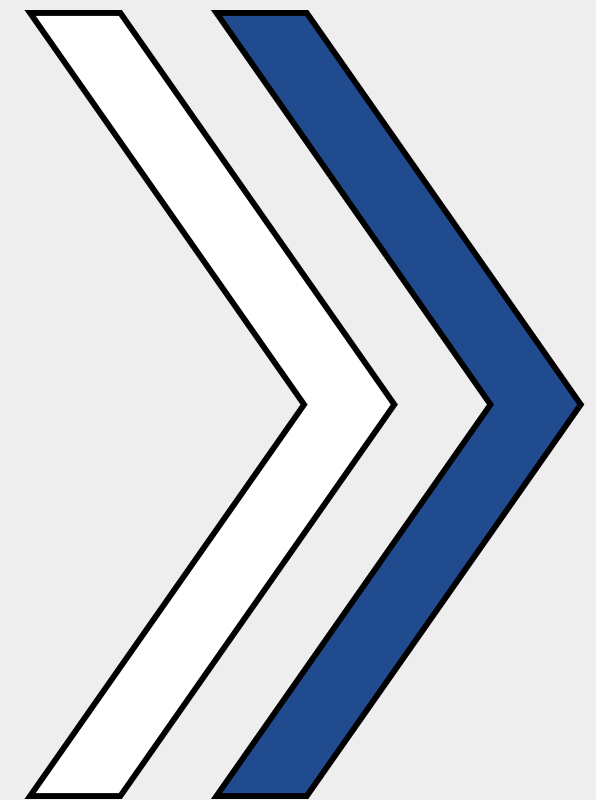
• 알바천국(2024) 설문  
: Z세대 40.8 % '콜포비아' 경험, 텍스트 선호율 73.9 % /  
전화 선호 11.4 %



• 퇴근 후(19-22시) ↔ 어르신 취침(21시 전후)  
• 주간(09-18시) 어르신 깨어있어도 자녀는 근무 중 →  
실시간 통화 난점

02

솔루션

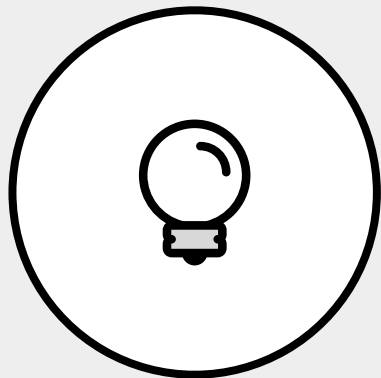


- 서비스 흐름
- 니어콜 소개

01

## 서비스 흐름

입력



일상 등록  
가족

퇴근 후 일상 메시지 등록



처리

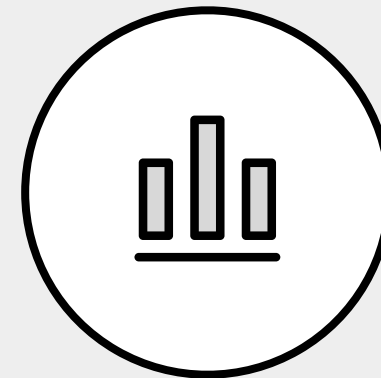


클로바 TTS 변환  
AI

따뜻한 AI 음성으로 내용  
변환



출력

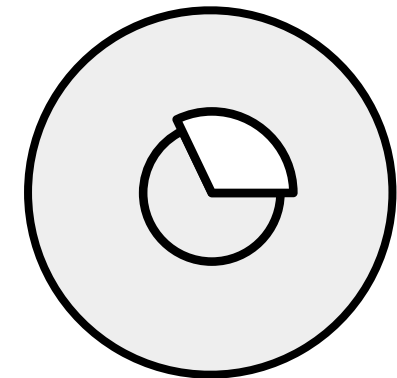


AI 안부 대화  
시니어

가족들의 일상 전달 받음



응답



반응 기록, 피드백  
가족

메세지를 받은 시니어의  
반응 기록 후 가족들에게  
전달

02

## 텍스트 기반 안부 중계 서비스 **니어콜(NearCall)**

### 차별점 1

- 가족들의 음성 부담 줄어듦
- B2G와 B2C가 결합된 서비스



### 차별점 2

- 어르신 주도적 참여  
→ 받기만 하는 기존 서비스들과 달리 직접 음성을 남겨 소통 가능



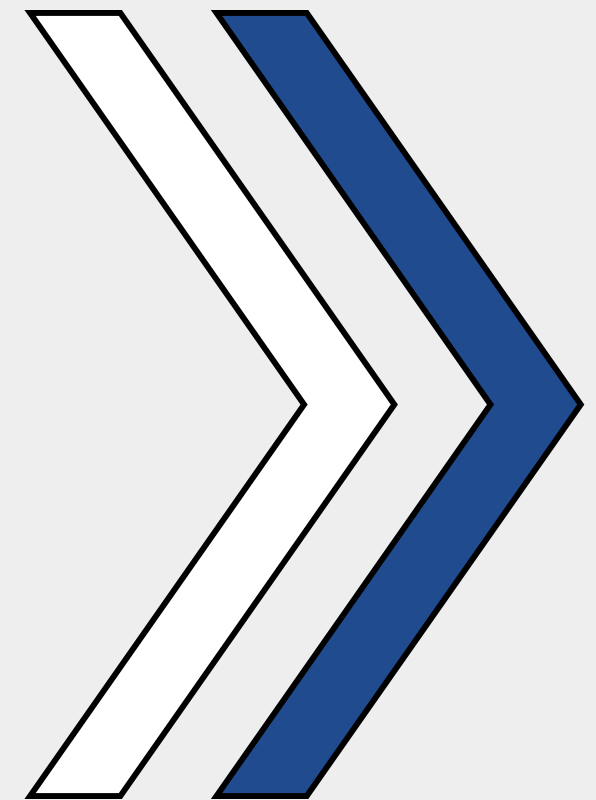
FINAL GOAL

전화 부담 ↓, 연락 빈도 ↑ → 정서 고립 ↓



# 03

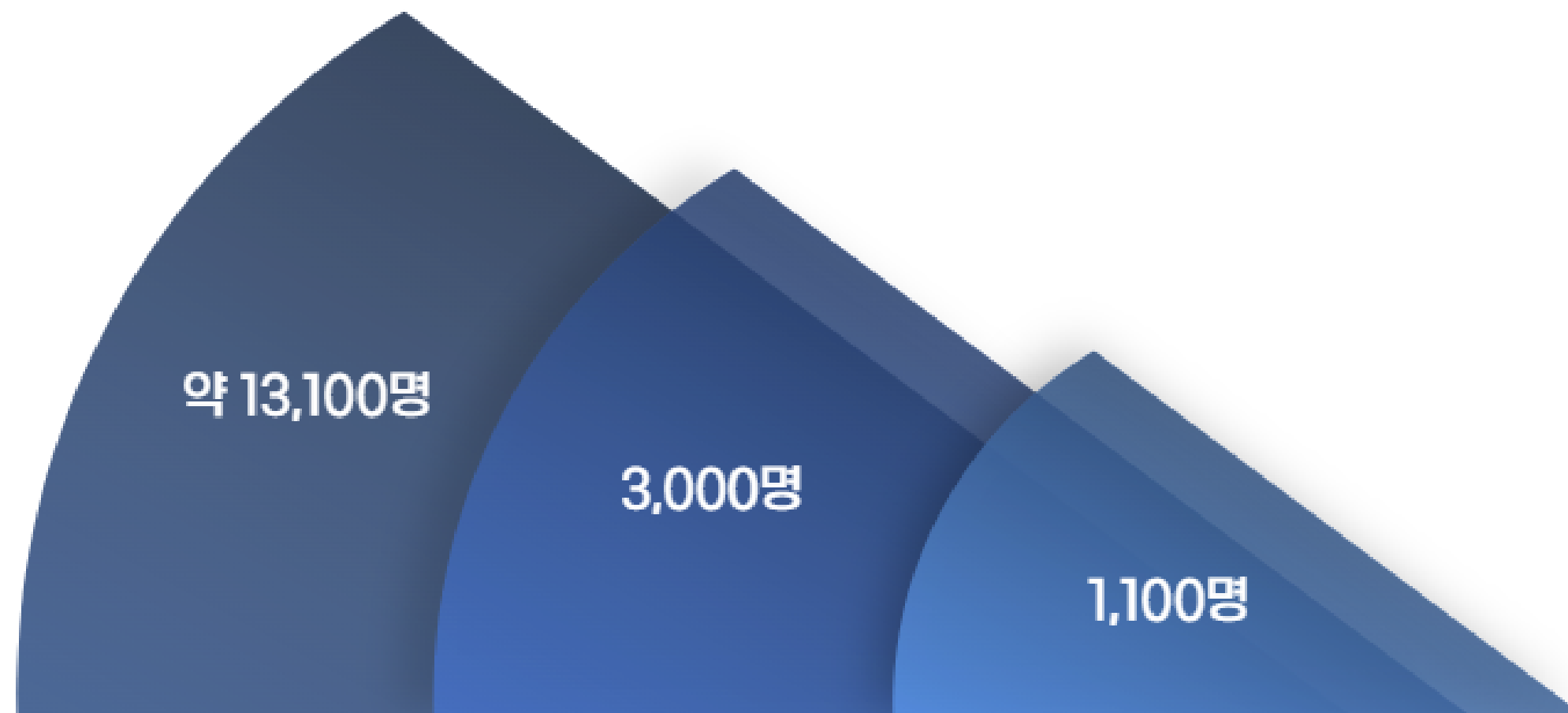
## 비즈니스 모델



- 시장 규모
- 손익 계획

## 01

## 시장 규모



**TAM**  
(춘천시 65세 이상 1인 가구)

65세 이상 인구 59,475명(춘천시청)  
\* '고령 1인 가구 비율' 22% (통계청  
2024 전국 평균)

**SAM**  
(AI 안부전화 서비스 접근 가능)

① 2022년 도입 후 시범 대상 140명(춘천시  
민의 신문 [춘천사람들])  
② 춘천시 독거노인 안전관리 예산('25) → 연  
3,000명까지 확대 계획(市 보도자료 기준)

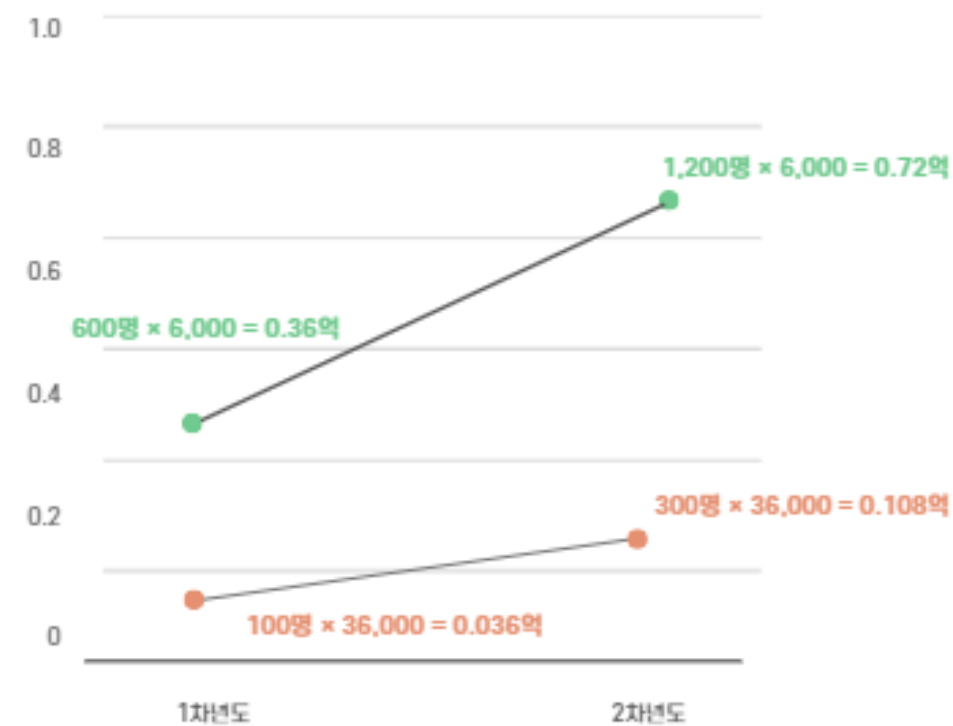
**SOM**  
(1·2차년도 실행매 목표)

■ B2G 업셀링 : SAM의 30% = 900명  
■ B2C 가족 구독 : TAM의 1.5% = 200명

## 02

## 손익계획 &amp; BEP

연 매출 전망 (춘천시 한정)



● B2G연도별 평균 매출(억)  
● B2C연도별 평균 매출(억)

1차년도 총매출  
**0.396억 원**

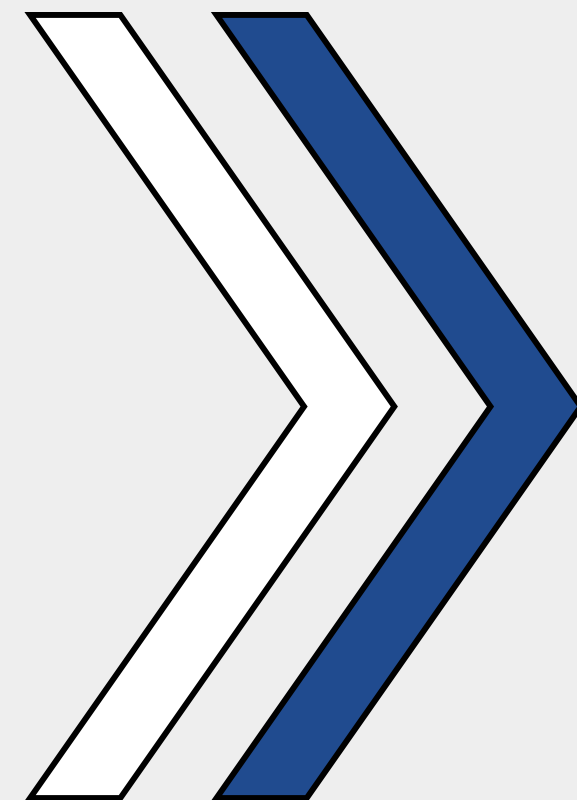
2차년도 총매출  
**0.828억 원**

/	1차년도	2차년도
매출	0.40억	0.83억
비용	1.18억	1.64억
영업이익	-0.78억	-0.81억

춘천 단일 도시 모델만으로는 2년 차에도 적자 → 강원·수도권 인접 5개 시·군 연합 패키지 계약(총 7,000명 규모)을 병행해야 손익분기 (BEP) 24개월 내 달성 가능.

# 04

## 성공 전략



- 마케팅 전략
- 비즈니스 로드맵

## 01

## 마케팅 전략

## B2C

고객군	주요 채널 (Where)	도달·활성화 방식 (How)
MZ 자녀층 (20 ~ 30대)	<ul style="list-style-type: none"><li>인스타 Reels·틱톡·유튜브 Shorts</li><li>카카오 플친·오픈채팅</li><li>앱스토어 ASO·네이버/구글 SEO</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>① 15" 스낵 영상 "버튼 한 번 = 오늘 안부 완료"</li><li>② 플친 입장 쿠폰 → Plus 1개월 체험</li><li>③ '콜포비아·부모님 안부' 키워드 상위 노출</li></ul>
중장년 자녀층 (40 ~ 60대)	<ul style="list-style-type: none"><li>네이버 BAND·카페 (부모·지역 커뮤니티)</li><li>카카오 채널/비즈메시지 (톡서랍·알림톡)</li><li>포털 뉴스·디스플레이 광고 (Naver·Daum)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>① '부모님 안부 자동화' 설명형 카드뉴스·블로그 체험기</li><li>② 톡 비즈메시지로 1회 무료 쿠폰 전달 → 원클릭 설치</li><li>③ 네이버 기사형 AD + '전화 걱정 덜기' 케이스 스터디</li></ul>
시니어층 (실제 이용자)	<ul style="list-style-type: none"><li>교회·복지관· 경로당 설명회</li><li>약국·편의점 계산대 QR</li><li>방문 요양·재가센터</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>① 현장 태블릿 체험 → 요양보호사 설치 지원</li><li>② 약국 영수증 뒤 QR + Plus 쿠폰</li></ul>

## 02

## 비즈니스 로드맵



A

2025 Q3

## 준비

- 춘천시청·복지과 MOU 1건
  - 시니어 30명 인터뷰
- ₩ 약 1천 5백만원



B

2025 Q4

## MVP 파일럿

- iOS·AOS 베타
  - 시니어 50가구 무료 도입
  - Plus 전환 50 (10 %)
- ₩ 약 4천 만 원



C

2026 H1

## 춘천 론칭

- 누적 DL 3 k
  - MRR ₩ 300 만
- ₩ 약 8천 만 원



E

2026 H2

## 강원 핵심 도시

- 원주·강릉·속초 진입
  - 누적 DL 10 k
- ₩ 약 9천 만 원



F

2027 H1

## 강원 전역 &amp; B2G

- 18개 쏘 시·군 커버
  - DL 18 k, MRR ₩ 800 만
  - 지자체 계약 2건
- ₩ 약 1억 5천 만 원