개요 : "오직 나만을 위한 술집은 없을까?" , "주변을 신경쓰지 않고 휴식을 취할 만한 공간은 없을까?"

1인가구 증가, 개인 맞춤 소비 트렌드, 스타디룸과 파티룸과 같은 공간 공유 등 이 모든 키워드들을 꿰뚫면서 확실한 수요를 타겟팅 할 수 있는 사업아이템으로 'Solo Bar'를 제안합니다.

사업 설명 :

우리가 교내 도서실을 이용하듯 어플로 간단히 개인 공간을 예약, 혼자만의 공간에서 술을 즐길 수 있는 Bar를 제안하고자 합니다.

주 타겟층은 전체 **가구**(2천11만6천**가구**)에서 가장 큰 비중(29.8%)을 차지 하고 있는 **1인 가구** , 598만7천가구이며 대략 600만명에 해당하는 높은 잠재 고객층을 가지고 있습니다.

실제 설문조사에 따르면 성인 10명 중 7명은 혼술을 즐긴다고 하는데, 정작 혼술만을 위한 가게는 아직까지 존재하지 않으며, 그렇기 때문에 'Solo Bar'는 높은 수요와 함께 안정적인 시장 확보를 할 수 있을 것 입니다.

Solo Bar의 기본 구성은 칸막이와 커튼으로 구분된 공간으로 개인만을 위한 공간을 제공하는 것이 첫 번째 옵션이며

완전히 독립된 개인 공간을 원하는 고객에게는 개인 방을 대여 할 수 있으며,

누군가와 같이 마시고 대화를 하고 싶은 고객을 위한 카운터석

이렇게 세 가지 옵션을 제공할 예정입니다.

주요 내용 :

##### 1.일반 술집과의 경쟁력

일반 술집처럼 오픈된 공간이 아니라 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 스타디룸, 플스방, 룸카페 등등 공간대여를 해주는 기존 가게들을 모티브로 혼자서 편하게 술을 즐길 수 있는 공간들로 구성하여 1인 가구의 수요를 정확히 맞출 수 있습니다.

뿐만 아니라 세 가지 옵션을 제공하여 2020 소비 트렌드인 '개인 맞춤 서비스'를 소비자가 원하는 옵션을 선택하게 함으로써 제공할 수 있으며 이러한 옵션 선택 여부는 기존 술집과 다른 큰 차이점이 됩니다.

##### 2.디지털 측면에서의 차별성

전용 앱, 홈페이지를 이용한 공간 예약

구독, 멤버십 서비스를 이용한 특별 혜택 및 할인 제공

##### 3. Solo Bar의 장 단점

장점 :

* 소란스러운 술집과 달리 편안하고 조용하게 즐길 수 있는 나만의 공간을 제공
* 예약제를 통하여 미리 가게의 상황을 판단, 효율적으로 이용 가능
* 멤버십 서비스를 통한 와인 시음, 할인 서비스, 주문 보관 등등의 개인 맞춤화 서비스가 가능
* 공간을 세분화 하여 다양한 고객의 니즈를 만족시킬 수 있음

단점 :

* 개인 룸의 경우 한 명에게 하나의 방을 공간으로서 내어주기 때문에 한정적인 방의 갯수에 따라 한 번에 많은 수요을 감당하지 못 함

-> 개인 룸의 적절한 가격 설정 및 시간 제한 등이 필요, VIP 룸 처럼 운영

* 전체적으로 조용한 분위기와 독립된 공간을 위해서 초기 창업 구상시 넓은 면적이 요구됨

-> 인테리어 및 초기 자금이 매우 중요

* 기존 술집과 달리 별도의 회원, 공간 예약 관리가 필요

기대 효과 :